

目次

1.	実が	6体制
2.	事務	8の実施体制
3.	基本	S的な方針
	3-1.	現状分析
		3-1-1. 主要な文化資源
		3-1-2. 来訪者の動向
		3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較
	3-2.	課題
	3-3.	文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性
	3-4.	地域における文化観光の推進への貢献
	3-5.	文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出
4.	目標	
5.	目標	票の達成状況の評価
6.	文化	と資源保存活用施設
	6-1.	主要な文化資源についての解説・紹介の状況
		6-1-1. 現状の取組
		6-1-2. 本計画における取組
	6-2.	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携
		6-2-1. 現状の取組
		6-2-2. 本計画における取組
	6-3.	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携
		6-3-1. 現状の取組
		6-3-2. 本計画における取組
7.		と観光拠点施設機能強化事業
	7-1.	事業の内容
		7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業
		7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光客が文
		化についての理解を深めることに資する措置に関する事業
		7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る
		文化観光に関する利便の増進に関する事業
		7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業
		7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業
		7-1-6. 7-1-1~7-1-5 の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業
	7-2.	特別の措置に関する事項
		7-2-1. 必要とする特例措置の内容
		必要な資金の額及び調達方法
ρ	計画	前期間

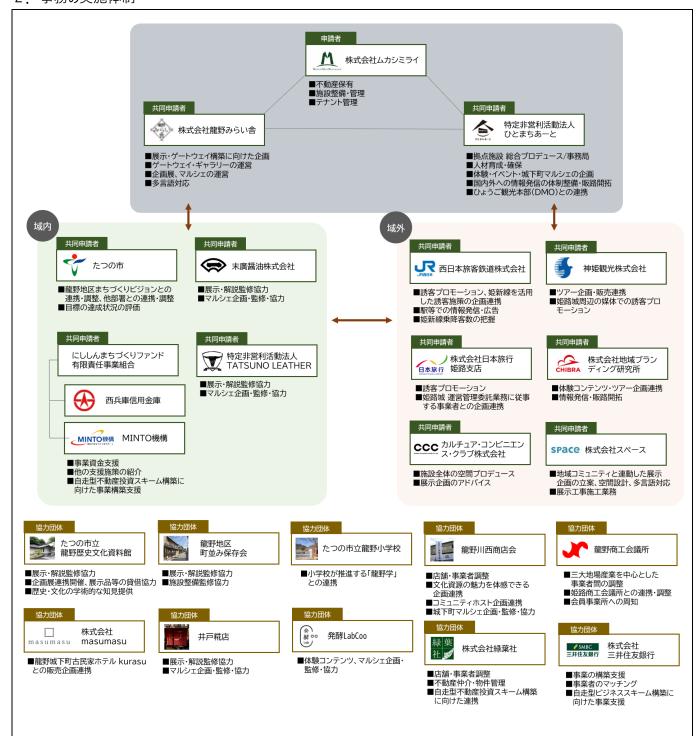
「旧カネヰ醤油工場 (醸ス場かねゐ)」を中核とした文化観光推進拠点計画

1. 実施体制

		,	1	,			
文化資源保 存活用施設	名称	旧カネヰ醤油工場 (醸ス場かねる)	所在地	〒679-4172 兵庫県たつの市龍野町上川原 82 番地			
	名称	株式会社ムカシミライ	ᇎᆂᆊ	〒679-4172			
申請者 文化資源保	代表者	代表取締役 畑本康介	所在地	兵庫県たつの市龍野町上川原 88 番地			
を記しています。 では できます できます できます できます できます できます できます かいこう できます かいしょう しゅう かいしょう かいしょう かいしょう かいしょう かいしょう かいしょう かいしょう しゅう かいしょう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅう しゅ	地方公 共団体 内部 の役割	-					
共同申請者	名称	たつの市	所在地	〒679-4192 兵庫県たつの市龍野町富永 1005-1			
文化観光	代表者	市長 山本 実		大学宗たりの印度が明白が1005-1			
推進事業者 ——————	役割	施行規則第1条第2項第	1号の文	化観光推進事業者			
共同申請者	名称	株式会社龍野みらい舎	所在地	 〒679-4172 兵庫県たつの市龍野町上川原 78 番地			
文化観光 推進事業者	代表者	代表取締役 真田忠敏		7(4)Kie vo ijeliosi (3 ±/4/// To ili e			
正医学术日	役割	施行規則第1条第2項第	3号の文	化観光推進事業者			
共同申請者	名称	特定非営利活動法人 ひとまちあーと	所在地	〒679-4172 兵庫県たつの市龍野町上川原 86 番地			
文化観光	代表者	代表理事 武内憲章		大学がたりので語り、第二八版 66 田・6			
推進事業者	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者					
共同申請者	名称	末廣醤油株式会社	所在地	 〒679-4173 兵庫県たつの市龍野町門の外 13 番地			
文化観光	代表者	代表取締役 末廣卓也		八子示に 700 ih HE 対 HII 100/ト 13 田元			
推進事業者	役割	施行規則第1条第2項第	31号の文				
共同申請者	名称	特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER	所在地	〒679-4127 兵庫県たつの市龍野町宮脇 61 番地			
文化観光	代表者	理事長 石本晋也		TATALOG TO TO THE STATE OF THE			
推進事業者	役割	施行規則第1条第2項第	31号の文	化観光推進事業者			
共同申請者	名称	西日本旅客鉄道 株式会社 近畿統括本部兵庫支社	所在地	〒650-0001 兵庫県神戸市中央区加納町 4 丁目 4 番 17			
文化観光 推進事業者	代表者	支社長 國弘正治		号			
12.C 1.VL I	役割	施行規則第1条第2項第	2号の文	化観光推進事業者			
共同申請者	名称	神姫観光株式会社	所在地	 〒670-0913 兵庫県姫路市西駅前町1番地			
文化観光 推進事業者	代表者	代表取締役 兵働忠志					
	役割	施行規則第1条第2項第	第2号の文	化観光推進事業者 I			
世 世 (8) (1) (2) (4) (4) (5) (6) (6) (7) (7) (7) (7) (7) (7) (7) (7) (7) (7	名称	株式会社日本旅行 姫路支店	所在地	〒670-0914 兵庫県姫路市豆腐町字水田 316			
推進事業者	代表者	支店長 市渡則久		│ JR 姫路総合区 2 階 │			

	役割 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者							
共同申請者	名称	にししんまちづくりファンド 有限責任事業組合	所在地	〒671-2595 兵庫県宍粟市山崎町山崎 190				
文化観光	代表者	理事長 桑垣喜一		大學宗八米市山岡町山岡 150				
推進事業者	役割	施行規則第1条第2項第	32号の文 ⁴	化観光推進事業者				
共同申請者	名称	株式会社地域ブランディング研究所	所在地	〒111-0034 東京都台東区雷門 2-20-3 8F				
文化観光 推進事業者	代表者	代表取締役 吉田博詞		SKING DICEMPTE 20 0 0.				
证些学术有	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者						
共同申請者	名称	 株式会社スペ−ス 	所在地	〒550-0004				
① 文化観光 推進事業者	代表者	取締役 常務執行役員 大阪本部長 森田昭一	別往地	大阪府大阪市西区靭本町 3-8-10				
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者						
共同申請者	名称	カルチュア・コンビニエンス・ クラブ株式会社	所在地	〒150-0036 東京都渋谷区南平台町 16-17				
文化観光 推進事業者	代表者	新業態開発本部 本部長 和田 守正		渋谷ガーデンタワー9 階				
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者						

2. 事務の実施体制



【株式会社ムカシミライ】

2006 年(平成 18 年)設立の株式会社緑葉社が展開する龍野地区における不動産管理事業(60 棟以上の遊休不動産を管理、30 店舗以上の事業所誘致に成功)のカウンターパートナーとして 2020 年(令和 2 年)に設立。重要不動産の保有と整備投資を担っている。社名の通り、先人たちが守り育ててきた建物を未来へ繋げることを目的として取り組んでいる。

【株式会社龍野みらい舎】

龍野地区連合自治会長を代表とし、龍野地区町並み保存会や龍野川西商店会など龍野地区のまちづくりに関わる数多くの団体の代表者を中心に、新たなまちづくり運営組織を目指して設立。たつの市が取りまとめた「龍野地区まちづくりビジョン」に基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として、イベントチケットの企画・販売や有料駐車場の経営など、まちづくり事業を行いながら職員を雇用し、まちづくり運営事務局を担うことを目指して2023年(令和5年)末に創業した。

【特定非営利活動法人ひとまちあーと】

2003 年(平成 15 年)に江戸時代の味噌蔵を改装した合同芸術家村を整備することをきっかけに活動を開始。 各地の行政や地域団体と連携したイベント企画なども行い、2007 年(平成 19 年)に法人化。西播磨エリアでの NPO 法人が少なかったことから同エリアを担当する中間支援団体としての立ち位置も確立し、ソーシャルデザイン組織へと発展する。本拠地となる龍野地区をベースに関係会社を順次拡充し、不動産事業や飲食・物販事業など、各グループ会社と連携して総合的なまちづくり事業を展開している。たつの市には既存の DMO がなく、本計画においては地域連携 DMO である公益社団法人ひょうご観光本部とソーシャルデザイン組織の特定非営利活動法人ひとまちあーとが連携し、単独の自治体や組織では成し得ない観光客誘致のための誘客施策を行うことで合意形成を図っている。

【末廣醤油株式会社】

「カネヰ醤油」の商標及び営業権を購入し事業継承した醤油会社。「旧カネヰ醤油工場 (醸ス場かねゐ)」から北 300m に位置し、たつの市内の醤油会社で唯一、天然醸造による醤油醸造を続けている。本計画においては、展示内容の監修をはじめ、マルシェ部分での店舗の共同運営や商品開発などを計画している。

【特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER】

たつのの皮革産業の魅力を世界へ伝えるために設立した法人。皮革製造の技術と文化の継承・たつのレザーブランドの確立に関する事業を行っている。本計画では、展示内容の監修、マルシェ部分での皮革産業の紹介や、各メーカーの調整を担う予定をしている。

【西日本旅客鉄道 近畿統括本部兵庫支社】

JR 西日本において兵庫県全域を担当する支社。姫路駅及び、姫路から岡山・新見へと繋がる姫新線のうち、佐 用・上月駅までを担当エリアに含んでいる。本計画では、駅構内などを活用した広報のほか、姫新線を活用した誘客 施策の企画連携を予定している。

【神姫観光株式会社】

姫路市に本社を置く神姫バスの子会社で、主に貸切観光バス及びツアーバスの運行などを行っている。姫路駅発着のツアーバス企画を実施するほか、バス関連媒体における広報などの実施を予定している。

【株式会社日本旅行 姫路支店】

姫路を拠点に、親会社である西日本旅客鉄道との連携事業をはじめ、旅行商品の提供や造成を行っている。2024年3月より3年間、姫路城の運営管理委託業務に従事し、本計画においては、姫路駅構内の店舗と連携を図り、「醸ス場かねゐ」のチケット販売や姫路から龍野地区への誘客を促進する企画にて連携を予定している。

【株式会社地域ブランディング研究所】

浅草に本社を置くが、メンバーは各地域に住み、地域の観光課題に対する戦略立案から着地滞在プロダクトの造成、海外販路整備や組織づくりまでを一貫してサポートしている。本計画では、体験コンテンツの造成や地域コミュニティと連携した受入体制の構築、海外に向けた情報発信や販路開拓を担当する。

【株式会社スペース】

大型商業施設空間や各種物販/飲食/サービス専門店をはじめ、博物館、資料館等文化施設の企画、設計、監理及び施工を4本部制で全国展開している。本計画では、株式会社龍野みらい舎、たつの市、龍野歴史文化資料館の学芸員、龍野地区町並み保存会等地域コミュニティと連動しながら、展示企画の立案、空間設計、多言語対応、展示施工業務を担当する。

【カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社】

文化の発信拠点である蔦屋書店などのプラットフォーム事業、データベースマーケティング事業、図書館をはじめとした公 共サービスや地域共生に関わる事業を展開している。本計画では、社会的な活動・文化を通したコミュニティづくりの 知見を踏まえ、施設全体の企画サポート及び施設の核となる展示企画のアドバイスを行う。

※本計画の推進においては、構成団体との定期的な連絡会を開催することを予定している

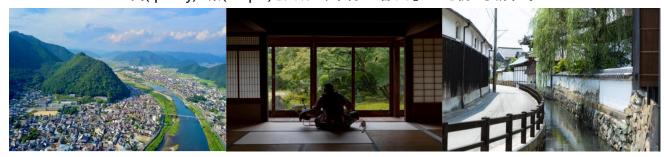
3. 基本的な方針

3-1. 現状分析

3-1-1.主要な文化資源

兵庫県たつの市龍野地区は、日々丁寧に暮らす住民と、奇跡的に開発や戦禍・天災を免れた古い町家や武家屋敷、醤油蔵などで構成される文化遺産ともいえる町並みが、江戸時代から変わらない町割りで約 500 棟も現存する「生きた城下町博物館都市」である。武士が商人として新たな時代を切り開いたことに始まり、龍野の歴史や文化、生活・生業に関連して形成された文化的景観が時間と共に育まれ、成熟・変容=「醸し」てきた背景がある。本計画は、重要伝統的建造物群保存地区の中心かつ龍野城の入口に位置する、龍野藩の「ゐ蔵」を継承して 150年以上醤油醸造に使われてきた、遊休状態にある「旧カネヰ醤油工場」を、有形・無形の貴重かつ魅力のある文化資源の活用・保存・継承を担う拠点「醸ス場かねゐ」として再構築し、来訪者の暮らしを『醸す』文化の発信拠点として、また、鎧を脱いだサムライコードが息づく気品ある龍野城下町の文化観光を推進するゲートウェイとして、新たな文化の交流、創造、循環に繋げていくものである。

京都や金沢のような華(gorgeous)で美(beautiful)な町ではなく、質(guality)と素(simple)を大切に、本物の「暮らし」が生き続ける城下町



■サムライコードとは

中世、赤松氏と共に滅ぼされた武士が鎧を脱ぎ、農業や醤油醸造をはじめた。その後、戦国時代が終わりを告げ、積極的な産業奨励策や戦争に巻き込まれない平和な時代背景により、龍野に息づく秩序や敬意、自分たちで町を守り楽しむ、パブリックマインドを重んじる気風により発展してきた。これら「武士道精神を起源とする暮らしの作法」を【サムライコード】と表現し、来訪者が、龍野の主要な文化資源である〔まちなみ〕〔あきない〕〔くらし〕〔ひと〕を通じて、【サムライコード】を感じ、暮らしを『醸す』端緒となるよう文化観光を推進する。

■主要な文化資源

①(まちなみ)江戸時代に築かれた町割りが7割以上残る景観形成地区の伝統的な町並み

「日本らしさが残る城下町」といっても、京都や金沢のような華(gorgeous)で美(beautiful)な町ではなく、質(quality)と素(simple)な町である。洗濯物は道沿いに干さず、玄関前の掃き掃除は欠かさないなど、精神の安寧を追求する武士の気高い精神性、秩序を感じさせる暮らしぶりが現代においても継承されている。それが故に、約500棟を越える戦前の建物が秩序をもって残され、町並みを形成し、また、外敵から守るために城下町の通りは見通せないように設計され、初見で町を歩くと迷うように構成されている。来訪者は気品ある町並みに迷い込み、暮らしや文化に触れ、情緒を感じる時間を楽しむことができる。

②〔あきない〕武士が商人に転じ発展を遂げた伝統的な地場産業・商業

龍野は引き立て役である「調味料」のうすくち醤油醸造に力を注いだ町である。「質」の安定や向上を、分業・協業によって、城下町及び周辺一体の商人が連携して突き詰め、育まれた。これらは、大きな儲けに走ることなく、こつこつと丁寧に作り続けられた、武士の商いによるものである。また、素麺やレザーも素材そのものの良さを引き出し、質を高め、守り続けるという点において共通しており、「あきない精神」が根底にある。

③〔くらし〕城下に息づく 利他の心を重んじた丁寧な暮らし

家庭で味噌を仕込むという醸造町ならではの文化や、玄関先に、おもてなしや敬意を込めた四季折々の飾りを施すなど、利他の精神による丁寧な暮らしが息づいている。また、ひな祭りやさくら祭(武者行列)、観月の夕、皮革まつりなど、歴史や風土の中で受け継がれ、龍野において日常的に親しまれてきた年中行事は、来訪者と共に伝統文化に親しみ、生活文化を共有・継承していく機会となっている。

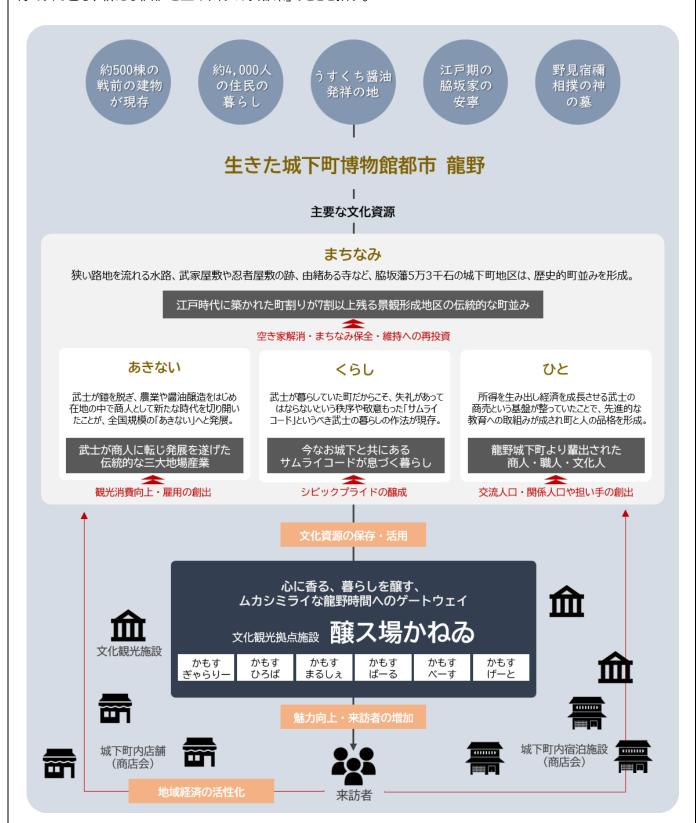
④(ひと)龍野城下町より輩出された商人・職人・文化人

武士の商売という基盤が整っていたことで、先進的な教育への取組みがなされ、多くの文化人が輩出された。また、「自分達の町は自分達で作る」という龍野地区で大切にされてきたパブリックマインドが今に生きる商人や職人にも息づ

き、誰か一人だけが儲けるための商売ではなく、みんなで持続的な豊かさのある暮らしに繋がる事業を行い、町や文化振興の担い手となっている。

■本企画における「醸す(かもす)」とは

醤油作りの醸造過程のように、素材同士が互いに作用しあい、熟成していくように、地域の歴史や文化資源を大切に育て、内包し、新たな価値を生み出す「好循環」のことを指す。

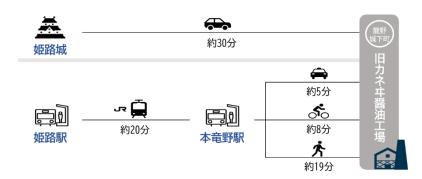


上記コンセプト及び施設名称は、専門家による監修を受け、本計画の中で磨き上げを行うものであり、確定事項ではない。全体コンセプトに基づく改修計画を定め、来訪者への文化的価値の提供や周遊導線を決定した上で整備に着手する。

文化観光推進地域・拠点について

■地域概要

1,700 万人の京阪神都市圏から日帰りの出来る距離にあり、世界遺産姫路城へ片道 30 分の位置にあるたつの市は、兵庫県の西南部の西播磨地方に位置している。たつの市のほぼ中央、古代から西播磨の中心地であった龍野は、鶏籠山、的場山、白鷺山の三山と揖保川に囲まれ、戦国時代の赤松氏の築城より始まった城下町として、佇まいを今も色濃く残している。



【地名の由来】

『播磨国風土記』によれば、龍野の由来は「『野見宿禰(のみのすくね)がこの地で没し、出雲から多くの人が来て、 揖保川の石で墳墓を作るため野に立ち並んだ』という故事から『立野』と呼ばれ、『龍野』に変化した」、とされている。 ※野見宿禰は、相撲の起源となった決闘において勝利したとされる人物で、相撲の神様と言われる

【産業の隆盛】

龍野地区は、南北約 3km、東西約 1.2km のエリアで、町全体が商店街であったことから、町人によって支えられてきた。醸造、和菓子、乾麺、太鼓、畳製造など、多彩な商いと共に形成された町割りは商売の名残ともいえる。南北に流れる自然と歴史が豊かな揖保川が町の文化と産業を育み、伝統的地場産業の「うすくち醤油」「素麺」「皮革」産業を発展させ、町を構成する文化的・経済的要素として重要な資源となっている。

【情緒ある町並み】

7割以上を残す江戸時代に築かれた町割りに沿って、武家地と町家の間に連なる寺院群、十文字川・浦川のせせらぎ・水路空間・煉瓦造の煙突と調和した醤油蔵が見られ、それぞれ年代の異なる建物が特色ある町並みをつくっている。また、城下町特有のT字路が各所にあり、敵の進入に備えたのがよくわかる。これらの町並みには、風土と人々の営みが刻まれ、今も地域の人々の生活の舞台となっている。



(国土地理院電子国土基本図を転写)

(宝暦2年 <1752年> の絵図)

江戸時代から変わらない町割り *たつの市龍野地区 歴史的景観形成地区 景観ガイドラインより

【暮らしと観光の共存】

能野地区に賑わいと活力を取り戻し、住民の日常生活とバランスを取りながら発展していくことを目的に、たつの市として策定した「龍野地区まちづくりビジョン」では、将来像のテーマを『ほどよく賑わいがあり 生活と観光が共存するまち龍野』とおき、令和 4 年度から令和 18 年度までの 15 年間の計画として、共存を実現するゾーニングも行われている。本計画も、同じく、暮らしと観光の共存を目指す「龍野地区まちづくりビジョン」に基づいた取組みである。



賑わい・おもてなしゾーン

龍野地区の中でも、店舗が多く集積するエリアで、町家を活用した新たな店舗、地元 住民の交流の場、来訪者への案内拠点、公開施設などの充実を図るゾーン。

自然散策ゾーン

龍野古城や野見宿祢神社などを含むエリアで、地元住民や来訪者が散策し、景色を楽しむことができるゾーン。

文教ゾーン

龍野小学校周辺は、龍野城や龍野歴史文化資料館をはじめとして、旧脇坂屋敷、霞城 館などの文教施設が集積するエリアで、龍野地区の歴史や文化を深く学べるゾーン。

四季折々の風景を楽しめるゾーン

龍野公園駐車場から聚遠亭にかけての文学の小径は、春には桜、秋には紅葉を鑑賞する人が多く訪れるエリア。龍野公演や龍野動物園も含め、ファミリー層から活動的な中高年層までが幅広く風景を楽しめるゾーン。

良好な住宅ゾーン

住宅が建ち並ぶエリアで、今後も良好な住宅地として、さらなる発展が期待できる ゾーン。

たつの市 / 龍野地区まちづくりビジョン(令和 4 年 3 月)より抜粋 ※旧カネ中醤油工場を追記

■拠点概要:旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねる)

- ●「旧カネ中醤油工場(醸ス場かねゐ)」は、1869年(明治2年)飾磨津屋(カネ中醤油の前身)二代目三木彌兵衛氏が龍野藩の御用蔵「ゐ蔵」を継承して、醤油醸造のカネ中醤油を創業。創業後に築造された醤油醸造の「煙突」「西蔵」とともに150年以上守られてきた。これらは、まさに龍野のランドマークであり、その静謐な醤油蔵、醤油工場跡地自体も文化資源としての高い価値を有している。
- ●【ゐ蔵】1869 年(明治 2 年)の創業時から内壁などは昔のまま、屋根瓦と外壁は平成 7 年に修復されたが、 150 年以上前の建物ということになる。
- 【西蔵】建築年は定かではないが、創業時に建てられた木造の西蔵は、業務内容の変更により平成7年に鉄骨補強による改修が行われた。
- 【煙突】煉瓦造りの煙突は 1882 年(明治 15 年)に造られたもので、約 140 年前に建てられた建造物である。 龍野を代表するシンボル的存在は、町のあらゆる場所から見ることができる。
 - ※ み蔵・西蔵・煙突は伝統的建造物群保存地区の特定物件に指定されている



- ◆主要な最寄り駅からのアクセス
- ◆主要な観光施設からのアクセス

JR姫新線 本竜野駅より徒歩19分 龍野城より徒歩4分 龍野歴史文化資料館より徒歩4分 うすくち龍野醤油資料館より徒歩2分

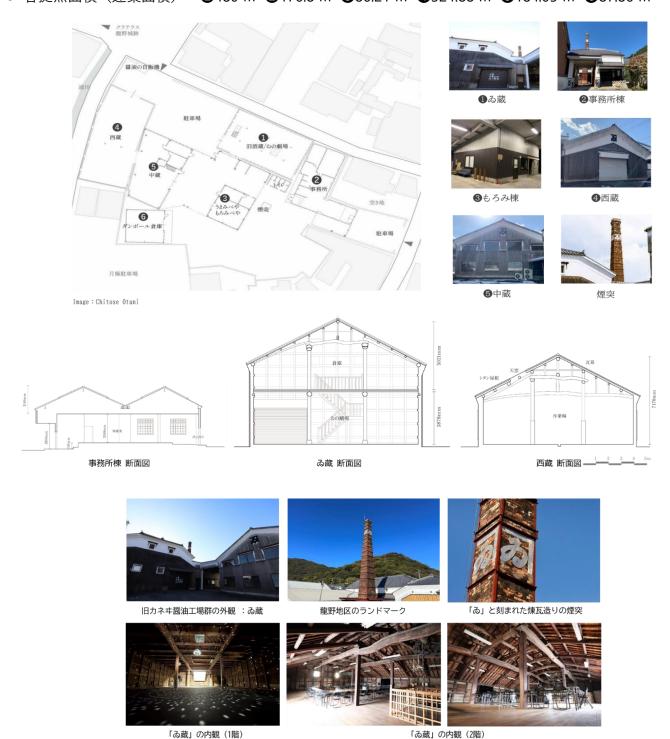
霞城館・矢野勘治記念館より徒歩6分 野見宿禰神社より徒歩13分

【旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねゐ)の立地】

- 龍野地区の「賑わい・おもてなしゾーン」の中ほどにある旧カネヰ醤油工場は、龍野城の入口かつ、商人町の端に位置している。そこから流れる戦国時代からある水路を辿り、龍野城、鶏籠山、伝統的建造物群保存地区の町並みを見ることができるこの場所が、最も龍野を象徴する場所である。
- 地区内の観光施設で最も利用率の高い「醤油の郷 大正ロマン館」や「クラテラスたつの(醤油蔵を改修して建てられた地産地消のカフェ・アンテナショップ)」に旧カネヰ醤油工場は隣接しており、既に観光客が目指す場所のひとつとなっている。
- 醸造に関連する建物は多数あるものの、醸造文化を伝える施設は、龍野地区ではうすくち龍野醤油資料館しかなく、現存する貴重な醤油蔵を維持しつつ、龍野ならではの歴史・文化について理解を深める文化観光を推進するのに、最も相応しい場所であると言える。

【旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねゐ)の全体像】

- 約800坪の敷地には、大きく分けて7棟の建物と煙突がある。
- 所在地:兵庫県たつの市龍野町上川原 82 番地
- 敷地面積:2624.74 ㎡ (隣接土地800 ㎡を駐車場用地として追加取得予定)
- 各拠点面積(建築面積): **1**480 ㎡ **2**176.8 ㎡ **3**86.21 ㎡ **4**324.88 ㎡ **5**184.05 ㎡ **6**87.86 ㎡



【取得の経緯と試験運用】

- カネヰ醤油の三木研司社長が当代限りでの廃業を決めていたなか、2016 年(平成 28 年)末廣醤油株式会社 がブランドの製造権利を取得した。時代とともに醤油醸造場が減少し、煉瓦造りの煙突と蔵という町の象徴が消 滅することを危惧した株式会社ムカシミライが、株式会社緑葉社や、特定非営利活動法人ひとまちあーとと連携 し、旧カネヰ醤油工場を地域の文化観光拠点とするために取得した。
- 2021 年(令和 3 年)に実施された「龍野アートシーン 2021」を皮切りに、町に長く住む方々の話を聞き残す「ムカ シミライ学校」や講演会、龍野にゆかりがある人や農家さんが中心に出店する「テラス市」、龍野北高等学校の生 徒による「町ぢゅう美術館」、ダイニングイベント「テロワール龍野」、和太鼓奏者・陽介による「独り舞台」「演劇」「ワ ークショップ」、「城下町バル」「YOIYOIYOIフェスティバル」、観光協会主催「たつのフォトフェス」など、カネヰ醤油のエ 場部分を残しつつ、現在使われていない「ゐ蔵」をコンベンションホールとし、新たな文化振興を担い始めている。







能楽公演

ムカシミライ学校







保育事業者による職員研修会

和太鼓奏者 陽介 独り舞台

YOIYOIYOIフェスティバル







観光協会主催 たつのフォトフェス

町ぢゅう美術館

テロワール龍野

(1) 【まちなみ】江戸時代に築かれた町割りが7割以上残る景観形成地区の伝統的な町並み

■景観形成地区:たつの市龍野地区(平成2年3月30日指定)

- 兵庫県より、「都市景観の形成等に関する条例(当時)|に基づく都市景観形成地区として龍野地区は指定を 受け、これまで良好な町並み景観の形成を図ってきた。東京ドーム約 11.7 個分の広さを誇る景観形成地区の伝 統的な町並みは、町歩きに適した規模感と世界観を有し、景観地区を 4 つのゾーンに分け、それぞれの景観の特 性に合わせた基準を定めている。さらに、特に優れた景観を有し、人々に親しまれ、景観形成上重要な通りや区域 については伝統的な様式に配慮した基準を定め、指定面積、指定棟数ともに全国トップクラスを誇る。
- 文化的景観は、有形の要素と無形の要素が一体となって、その土地独特の雰囲気や場所の特性を表しているも ので、単に目に見えるものだけで捉えることはできない。良好な景観形成を図るだけではなく、日本のこころを唱った "赤とんぼ"が生まれた眺望景観と、武士の暮らしや商売の発展により生まれた産業、秩序ある風土・風習など、 個々の有形の要素と無形の要素が有機的に組み合わされ、まとまりをもつ総体として成り立っている。
- 龍野地区の景観構造は、4つの「ゾーン」と2つの「区域」、5つの「通り」から成り立っている。
 - ①山麓ゾーン(緑豊かな山際の景観を整えるため、山麓部の建築物の高さをおさえ、緑で包みこんでいるゾーン)
 - ②武家地ゾーン(武家地のもつゆとりと落ち着いた雰囲気を保つため、土塀や板塀などを連続しているゾーン)
 - ③町家ゾーン(町家のたたずまいを保つため、伝統的な外壁の仕上げや建具の意匠に配慮しているゾーン)
 - ④川辺ゾーン(背後の山並みと調和し、ゆったりとした河川沿いの景観を育てるゾーン)
 - ⑤醤油蔵界隈(地区のシンボルとなっている醤油蔵及びそれと調和した環境を有する周辺)
 - ⑥寺院界隈(地区中心部に点在する寺院及びそれと調和した環境を有する周辺)
 - ⑦白壁のみち(落ち着いた武家屋敷の白壁の土塀等が続く通り)
 - ⑧十文字川のみち (鶏籠山と的場山の水を集める十文字川に沿って武家屋敷群から町家群へと続く通り)
 - ⑨商家のみち(本瓦葺きの切妻屋根、厨子二階の虫籠窓、出格子窓などの伝統的様式を有し、広い間口に引

き込み戸を持つ商家群が連なる通り)

- ⑩浦川のみち(浦川に沿って、如来寺の長い白壁の土塀や川面に映える枝垂れ柳、醤油蔵の焼杉の板壁と漆 喰壁などが連なる通り)
- ⑪川辺のみち (文化人や哲学者を育んだ赤とんぼの里、城下町龍野へと人々を誘う通り)



引用:たつの市龍野地区歴史的景観形成地区(兵庫県たつの市龍野地区 歴史的景観形成地区 景観ガイドライン)

■たつの市龍野伝統的建造物群保存地区(令和元年 12 月 23 日選定)

- 2019 年(令和元年)12 月、龍野地区のうち特定の範囲が重要伝統的建造物群保存地区に「商家町・醸造町」として選定され、白壁や町家造りの建物が多く残る町並みは「播磨の小京都」とも呼ばれている。
- 約 400 年前の城下町の町割りをほぼそのまま継承しており、また、建築物としては、18 世紀中期から昭和初期までの約 250 年間の町家が連続的に現存している。重伝建地区制度開始初期に、地区選定にとん挫した町だからこそ、建てられた年代と改修の時期により多様な形式が併存している。この点が龍野地区の歴史的町並みの特徴である。
- 倉敷の美観地区や川越の蔵造りの町並みと違い、建物の外観が揃っておらず、看板建築の建物や町家、大正や昭和の時代に改築されてレトロな雰囲気を出している建物などが様々混在しているところも特徴的なところであり、軒が低く大壁造の古式な町家や醸造に関わる土蔵等をよく残し、昭和 20 年以前の建築物や工作物が多数残っている。

【概要】

保存地区名称	【兵庫県】たつの市龍野伝統的建造物群保存地区							
選定年月日	令和元年12月23日	■たつの市龍野伝統的建造物群保存地区の特徴						
範囲	たつの市龍野町大手の全域、門の外、上川原、旭町、水神町、下川原、 立町、本町、川原町、上霞城の各一部	16世紀末までに龍野城下に形成され、近世以降醤油 醸造の一大産地に発展した町である。						
面積	約15.9ヘクタール	江戸時代に形成された町割りを残すとともに、軒が低く 大壁造の古式な町家や醸造に関わる重厚な土蔵等をよ く残し、中世を起源とする西播磨の城下町としての町並						
選定基準	1. 伝統的建造物群が全体として意匠的に優秀なもの	みを形成している。						
種別	商家町、醸造町	✓ 龍野は全国127地区のうち、119番目に登録された。						
【建築物】 伝統的建造物 以外の建造物	261件(伝統的建造物として登録されているもの)	✓ 龍野地区は、淡口醤油発祥の地であり、龍野を含めて、商家町は28地区、醸造町は4地区ある。						
【工作物】 伝統的建造物 以外の建造物	18件(伝統的建造物として登録されているもの)	✓ 商家町と醸造町の両方の種別をもつ地区は、全国で も龍野だけである。						

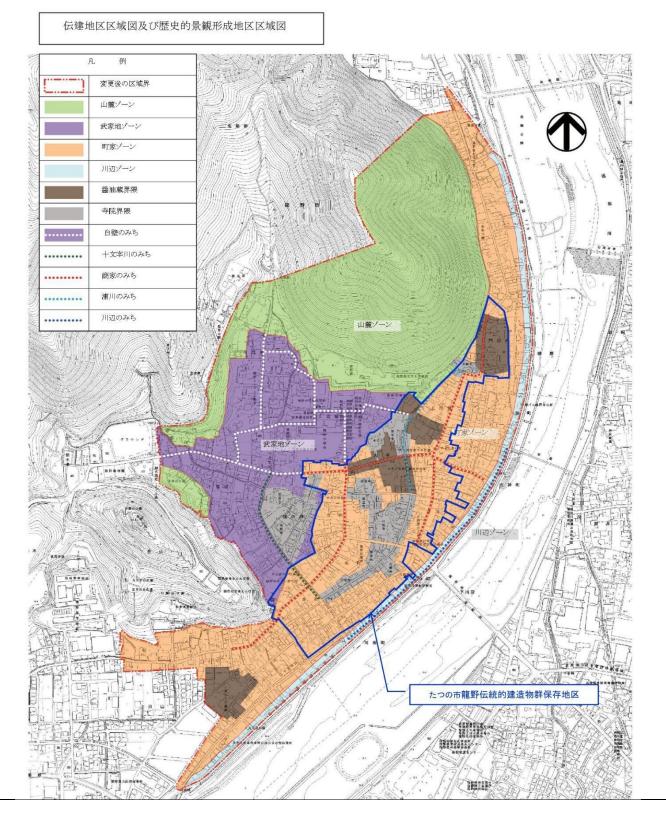
【固有の歴史や文化を有する8つの地区】

■地割りの状況

● 1798 年(寛政 10 年)の絵図には、各敷地の間口幅と奥行きの寸法が記録されていて、絵図に記載のある宅地部分を現状と比較することで、旧城下町における宅地の地割りがどの程度まで受け継がれているのかが分かる。地区内(門の外、上川原、下川原、大手、立町、本町、川原町、上霞城の8町)においては、1798 年(寛政10年)の宅地の間口割りと一致する宅地は地区全体の約半数となっており、絵図の頃から約400年以上を経た現在でも、地割りが良好に維持されていると言える。

■地区別特性

- 上川原は、通りが緩やかに折れ曲がり、その結果生み出される台形の敷地に建つ町家は、敷地の6変形に対応して土間空間が広がり、不整形な平面形を形づくっている。町家は、中・小規模のものが多く、現在も醤油工場が稼働し、煉瓦造の煙突等独特の町並みを形成している。
- 下川原は、上川原同様、大きな町家はなく、中・小規模の町家が軒を連ねている。かつては通りにアーケードがかかり、西播磨の中心商店街であったが、アーケードが撤去された現在は重要伝統的建造物郡保存地区の中心を成す町家の町並みを形成している。
- 大手には、大規模な元醤油本社工場や4つの寺院があり、浦川沿いの醤油蔵等により重要伝統的建造物郡保存地区にとって重要な町並みを形成している。
- 本町は、武家地と町人地の接点に当たるところであり、江戸時代より地割りの規模が大きく、現在も 18 世紀に遡る大型の古い町家が残り、十文字川に沿って優れた歴史的町並みを形成している。



■重要伝統的建造物郡保存地区の活用とまちづくり

- 歴史的町並みが残されているのは、約半世紀に及ぶ旧城下町全域での町並み保存・整備の取組の結果でもある。重要伝統的建造物郡保存地区では、2018 年(平成 30 年)5 月に町並み保存会が発足。毎月役員会を開催し、広報誌やポスターを作成する等、伝建地区の制度周知のための啓発活動を行うとともに、修理事業等の優先順位の調整を行うなど、精力的に町並み保存活動を行なっている。
- 重要伝統的建造物郡保存地区を活用し、多くの来場者で賑わう「オータムフェスティバル」「武者行列」の開催や、 "龍野の暮らしや文化を 100 年先の未来に引き継ぐこと"を事業目的とする市民出資の不動産会社・株式会社緑 葉社による移住者誘致、30 を超える新規店舗誘致など、地区の活性化が図られている。
 - ※2015 年(平成 27 年) ~2022 年(令和 4 年)で管理物件数は 60 棟以上となり、2010 年度(平成 22 年度)以降、商店会の会員数が 60 事業所を割っていたが、現在は 100 事業所を越えている







オータムフェスティバル

騎馬武者、徒歩武者、子ども武者等総勢300名からなる龍野武者行列

(2) 【あきない】武士が商人に転じ発展を遂げた伝統的な地場産業・商業

■武士の商売

- 武士の商売が発展したのは、戦国まで西播磨を治めていた赤松一族が秀吉の西国征伐によって滅ぼされ、生き延びた家臣たちが醸造業を興したのが始まりである。
- 播磨の戦国時代を生き抜いた赤松一族は、播磨一帯に幾つもの山城を築き、数回の城主交代の末、1672 年 (寛文 12 年)に信州飯田から脇坂安政が入部した。山麓に城郭を移し、これが現在残る龍野城となっている。 江戸中期の築城、また脇坂氏は外様大名であったことから、天守などは建てられず、御殿を中心とした陣屋に近い 形式のものであった。



赤松村秀によって築城された龍野古城跡



脇坂安政が再建した現:龍野城

- 脇坂家の所領である龍野藩は、京都と西国をつなぐ街道や揖保川という河川交通においてもハブとなる要所だった。約200年間にわたって続いた龍野藩は、農業や商業を基盤とした経済活動を展開し、地域の発展と豊かさを促したと言われている。
- 脇坂家は朝鮮通信使や西国へ下向する朝廷の勅使の馳走役(接待役)を代々任され、また、江戸後期、龍野藩第9代藩主の安宅も、襲封後、寺社奉行、京都所司代、老中と順当に昇役した。約260家の大名の中で、外様大名にも関わらず2人の老中を輩出したのは、日本の歴史史上、脇坂家だけである。京都所司代時代には京都御所炎上の大火があり、その復旧に功績があったことも脇坂家が京都に影響力を与えた要因であり、幕末に京都へうすくち醤油が進出し、伝統的三大地場産業が栄えた背景もそこにあると言われている。

■伝統的三大地場産業が栄えた背景

- 龍野の揖保川流域には、「うすくち醤油」「手延べ素麺」「皮革産業」と伝統的な三大地場産業が存在する。江戸時代から続く武士の商売が起点となり、揖保川の河川交通により利便性の高い原材料の供給があったことで全国三大産地の1つとなった。特に醤油醸造においては約400年もの歴史がある。
- 人口 7.8 万人の小さな町に、全国規模の産業が 3 つも存在している理由には、品質の安定化を図る組合を設立することで秩序をもった高品質な製品を生み出し、つくり続ける素地があったこと、商人として新たな時代を生き抜いてきた武士と安定の時代を築いた脇坂家の存在に加え、生産に必要な風土・地理的条件や流通網も大きく起因している。







「手延べ素麺 |



「皮革産業」

【生産に必要な風土・地理的条件】

- 冬に雨が少なく温暖で乾燥した瀬戸内気候は、「醤油」「素麺」「皮革」の生産・加工に適していた。
- 揖保川の伏流水にあった軟水は鉄分が少ないため、醤油仕込みに使う塩との酸化作用が起きにくく、うすい色の醤油ができることから誕生した「うすくち醤油」と、麺づくりにも適したまろやかな軟水から生まれた素麺の「揖保乃糸」は全国ブランドになっている。また、皮革(たつのレザー)は揖保川の軟水で鞣すことで柔らかく、薄い点が特徴であり、近接する姫路市高木地区とならんで、プロの間では、高品質のなめし革として有名である。
- 運輸手段が未発達な時代には、原材料や原皮の保存のための塩が近在に存在する必要があった。 宍粟や佐用などの山間部の大豆や、播磨平野の小麦、赤穂の塩など、近隣で良質な材料が手に入り、また、獣皮は大阪から搬入されていた。 原材料の生産地だけではなく、大阪や神戸などの大消費地に近い立地が、産業の発展に有利であったと言える。

【流通網】

● 『播磨国風土記』によると、古代交通の「へそ」の位置にあった西播磨の中でも主要な交通網が交差する場所が「龍野」であったことから、流通拠点となる津々浦々にて後背地の播磨平野から生み出された恵みである様々な物資が、揖保川を利用した河川交通を介して網干港から京都、大阪、神戸の大消費地へ運ばれ、そして全国に展開されていた。

■文化資源としての価値

【うすくち醤油】

- 1587 年(天正 15 年)、武士であった円尾孫右衛門長村が龍野町で商人となり、円尾屋の屋号で酒、醤油の 醸造販売を始めたのが龍野醤油の起源といわれ、現在も地区内で生産が続いている。
- 龍野はもともと酒造地として出発、醤油は副次的な産業として一部の酒造業者が手がけるに過ぎなかった。しかしながら、龍野の水は軟水で酒造りに必要な硬度がなく、酵母の無機栄養分が不足していたため酒造りは廃れ、産地として全ての条件に恵まれていた醤油醸造が発展した。こうした歴史の上に、大阪・京都の食材の持ち味や色合いを生かし、出汁の味を引き出す上方の食文化において「うすくち醤油」が人気を博し、それ以来、龍野醤油は「うすくち(淡口)」を特色としてきた。
- 明治時代以降も龍野の醤油醸造業はますます発展し、四大醤油生産地(龍野、野田、銚子、小豆島)のひとつに数えられるまでになった。現在の生産量は、我が国全体の約 5%であるが、そのうち、うすくち醤油については、約 30%で全国 1 位である。
- 1963 年(昭和 38 年)に施行された中小企業近代化促進法により、龍野においては、1971 年(昭和 46 年)に 16 社の醤油メーカーが株主となって龍野協同醤油株式会社が設立され、画一的な醤油づくりがはじまった。協業化が進んだ結果、現在、醤油メーカーは全国で 1,000 社以上あるが、日本国内で原料処理から製品まで一貫生産している醤油工場は 200 を切っていると言われている。そんな中、1965 年(昭和 40 年)頃に無添加の醤油製造の委託を受けていた末廣醤油株式会社が一から製造方法を見直した「天然醸造」技術は、龍野地区内で唯一現存している。四季の温度変化と蔵住みの「天然酵母」の力により、天然醸造の淡い色の醤油を手掛ける数少ない蔵元として厚い信頼が寄せられている。
- 城下町に現存する醤油蔵や糀室、醸造文化の中で育まれた建物や資料館をはじめ、飲食店舗や体験施設など、龍野の醸造文化に<触れる><味わう><学ぶ> ことができる場所が龍野地区には点在している。

《うすくち醤油醸造に関連する文化資源》



- ■末廣醤油株式会社
- 1879 年 (明治 12 年) 創業で、建物は大正期のものである。
- 龍野名産うすくち醤油の伝統を今も守り続けている。
- 国産大豆、国産小麦 100%使用の天然醸造にこだわって醤油工場の一部 を保管し、「魅せる」工場として整備を検討している。



■井戸糀店

- 1926 年 (大正 15 年) から続く老舗糀店。
- 創業時から使われている煉瓦造りの室(むろ)で、醤油や甘酒などの発酵 食品を作る上で欠かせない「糀」をつくり続けている。



■うすくち龍野醤油資料館

- 1979 年(昭和 54 年)に開館した世界初の醤油の博物館であり、木造建築であるが外観は煉瓦造風のルネッサンス様式を呈している。
- 館内では 15 分ほどの「その風土と淡口醤油造りと匠の技」を放映し、「兵庫県重要有形民俗文化財」に指定されている江戸時代からの醤油醸造用具や資料など約 2,400 点を展示している。



■醤油の郷大正ロマン館

- 1924 年(大正 13 年)に建設され、大正ロマンを感じさせる当時の面影を 残したモダンな洋館。
- 事務所棟では、市内の観光情報等の紹介や地場産業を紹介するパネルが 展示されており、多目的棟では、地産地消力フェや地場産品ショップ、ワーク ショップスペースがある。



■クラテラスたつの

- 大正時代の醤油蔵を改修して建てられた。
- 歴史的景観の象徴である"醤油の郷 大正ロマン館"にも隣接し、観光拠点となっている。
- 地産地消カフェとアンテナショップの複合施設で、市内各地のお土産や龍野地区限定の産品を購入することができる。



■菊屋商店

- 1818 年(文政元年)創業で元々は醤油醸造であった。今も残っている道 沿いの大きな昔の木製看板は撮影スポットとなり、蔵カフェを運営している。
- 町家の改修を手掛け、伝統的な建築方法や風情を守ることで地域の活性 化や景観の保護に寄与されている。



■発酵 LabCoo

- 2017 年(平成 29 年)2 月に設立。「味噌」「醤油」「甘酒」「醤油糀」「塩 糀」「ぬか漬け」などの手作り料理教室を行っている。
- 地域の人が地域の食材を使って地域の味を醸す活動を「地産地酵」と名付け、地産地酵の文化推進をミッションに活動している。

【手延素麺】

- 約 600 年前から播州地方で食されていた素麺の生産は江戸時代に本格的に始まったとされ、龍野藩の統制、保護のもと、冬の農閑期の副業として発展を遂げた。龍野では醤油も素麺も地場の良質な素材を用い、これに発酵・熟成という自然現象、伝統的な知恵や技術を加え生産している。
- 手延素麺「揖保乃糸」は兵庫県手延素麺組合が有する商標であり、現在では全国生産量の約 40%を占有、年間約 2 万トンを出荷し、日本一の生産量となっている。
- 「揖保乃糸」の産地化は、龍野藩が著名な産物の保護を始めた文化年間(1804-1818 年)に始まったと言われている。その後、素麺を生産する農家が増え、産地の信用を落とす生産者も現れたことにより、龍野藩をはじめとする素麺屋仲間が品質等を決定し、違反した場合には 2 両の支払いを求めるなど、早くから品質基準を設定し、基準を遵守する風土が生まれた。1872 年(明治5年)に生産者らが「明神講」を結成し、1887 年(明治20年)には播磨国揖東西両郡素麵営業組合となった。1894 年(明治27年)には同組合が統一規格を設け、格付等級として現在の組合ブランドである「揖保乃糸」が誕生した。
- 龍野地区においても、飲食店舗をはじめ、古民家をリノベーションし、<すする> <つくる> <かう>ことができる複合施設も新たに誕生し、自然風土や歴史に根差し、世代を超えて受け継がれてきた手延素麺の食文化を体感することが出来る。また、素麺文化と豊かな水から派生し、ラーメン、うどん、パスタ麺など様々な麺商品が開発され始めている。

【皮革(たつのレザー)】

● 江戸時代中期以降の経済の発展に支えられ、皮革業もまた全国的な商品流通の中に組み入れられた。姫路、大阪、江戸、尾張等の商人の手を通じて全国に販売され、現代においても兵庫県は皮革(一次製品=なめし革)と革製鞄の生産額で共に全国 1 位を占めている。その生産の中心地のひとつがたつの市であり、「播磨の革工能く熟皮(なめしがわ)を物しその品争いて当時の武士に求められる」という文献も残っている。

- 主に武具、文庫、袋物があり、他に足駄(高い歯の下駄)の花緒、向掛(つまがけ、またはつまかわ。正しくは爪革と書く。下駄の先のカバー)などがあり、姫路は献上の革もつくっていたのに対し、龍野では武士の煙草入れ、向掛、花緒などの革づくりに尽力していたという。
- 昔ながらの集積地ゆえに、河川沿いに革を乾燥させるための大きなスペースがある建物や、地区全体で革に特化した専用の水処理場がある。大量に水を使う革なめしの廃水を、高度な技術で処理して川へ戻し、姫路・龍野は日本を代表する革の産地として自治体とともにエコにも取り組み、すべての革材の原料や、染めるための薬品などの管理を徹底している。環境への負荷を抑えることで、世界環境基準である LWG 環境認証を取得する皮革工業所もたつの市の企業である。
- 龍野においては、一次製品(なめし革)及び二次製品(工業用革手袋など)を中心に生産しているが、東京を拠点としていた老舗の靴メーカーの移転による最終製品の販売や、国内屈指の生産量を誇るランドセルを扱うセイバンが城下町で展示会を行う企画も開催が予定され、一次製品、二次製品だけではなく、最終製品までがこの町に揃う流れが生まれ始めている。







「揖保乃糸資料館そうめんの里」



東京から移転した靴メーカー 「Pionero 古民家工房」



セイバンの新しいブランド「+CEL(セル)」

(3)【くらし】城下に息づく利他の心を重んじた丁寧な暮らし

■歴史や風土の中で受け継がれてきた「暮らし」の文化

【「手前味噌」や玄関先に「おもてなし」がある暮らし】

- 醤油醸造の一大産地だった町で、醤油づくりに欠かせない「糀」が日常的に販売されており、自家製の味噌を仕込む昔ながらの発酵文化が城下町の暮らしの中で息づいている。同じ素材で仕込んでも、気温、室温など環境で味が異なることから「手前味噌」と呼ばれ、その味は城下町の店舗などで購入したり、味わうことができる。
- 部屋だけではなく、軒先や玄関にも季節の行事ごとに飾りもので設える習慣があり、訪れた人に対するおもてなしや 敬意の心に触れられるのも龍野城下町の魅力である。それぞれの飾りものや設えの歴史、意味を大切に受け継ぎ ながら、家ごとに趣向を凝らした飾りが、何気ない城下町の日常を彩っている。

【暮らしを彩る龍野の伝統行事】

- 旧龍野藩祖 脇坂安治公を祀る行事から始まったといわれる龍野さくら祭のメインイベント「武者行列」は騎馬武者、徒歩武者、子ども武者等総勢 300 名からなり、城下町の町家や店舗約 60 か所で、江戸時代から現代までのひな人形を公開する「龍野ひなまつり」と共に春の風物詩となっている。毎年春分の日に行われる「ひな流し」は、わらで編んだ入れ物に紙でできたひな人形を乗せて揖保川に流すことで厄を払うとされ、子ども達の健やかな成長を願う、龍野地区で 30 年以上続く行事である。
- 江戸時代に龍野城で行われていた月見の宴にちなみ実施される「龍野観月の夕」は、御殿西広場での草笛演奏会、御殿洋室の写真展も実施され、月明りのお茶席で古式の月見会や芸能を楽しむ文化交流の場となっている。
- たつの市の地場産業として歴史と伝統のある皮革産業を広く PR するとともに、天然皮革素材の素晴らしさやクラフトマンシップを伝える「たつの市皮革まつり」など、無病息災を祈り、神仏や自然への畏敬の念を深めることを通じて人々の心を豊かにする伝統行事だけではなく、地域コミュニティの活性化、地域経済・ものづくりの継承・発展にも役立っている。
- 龍野において日常的に親しまれてきたたくさんの年中行事は、来訪者と共に伝統文化に親しみ、生活文化を共有・継承していく機会となっている。

■真の町並み保存は、暮らしと文化を引き継ぐこと

- 先人達の知恵と努力によって引き継がれてきた城下町には、観光地化されていないからこそ培われてきた確かな暮らしや文化が息づいている。町並みというのは建物の連なりだが、1 戸 1 戸の建物は、龍野の風土や風習、文化の上に成り立ち、暮らしに即した外観となっている。町の人に先生役になってもらい、町の歴史や伝建地区指定の経緯など住民の記憶を聞き残し、文化や暮らしを深掘り、広げていく「ムカシミライ学校」を定期的に実施することで、単に建物だけを保存するのではなく、暮らしや文化を含めて未来へと継承している。
- ソフト面での教育を担う"ムカシミライ学校"と、ハード面で物件を供給する株式会社緑葉社の両軸を走らせることで、新たな町の担い手を増やし、町並みを守り続けている。移住者誘致、新規店舗誘致を行う中で、常識の違う人たちが同じ町の中に集うことから、目線合わせを目的とした来訪者や移住者が龍野の町になじむ仕掛けとして

『"サムライコード"が残るまち』というテーマメッセージを設定し、賃貸借契約書には自治会と商店会への加入を義務付け、それが守れないのであれば契約更新はしない旨の特約を入れている。

● 住民の暮らしの中に「サムライコード」が息づき、習慣的に掃き掃除がされているお陰で、町を歩いていてもゴミが落ちていない、清潔感と気品ただよう情景が保たれている。その中で交わされる挨拶や町の景観であり、「暮らし」そのものが、訪れる方々に誇れる観光資源だと考えている。

(4)【ひと】龍野城下町より輩出された商人・職人・文化人

■揖保川の風景・山川原野が織りなす山紫水明の情景に影響を受けた文化人

- 所得を生み出し経済を成長させる武士の商売という基盤が整っていたことで、文化の振興も重視し、学問や文芸、 武道の奨励も行われた。先進的な教育によって育まれる秩序や、この土地の風土・風習・文化によって醸しだされる 情緒が龍野の町と人の品格を形成し、龍野藩は、武士や庶民の生活や地域の経済発展に寄与しただけでなく、 文化的な面でも多くの人材を輩出している。
- 龍野の名誉市民が3人とも詩人であることや、自由民権女性三羽烏の1人と評価される冨井於菟、戦時下最高のヒューマニズム哲学者である三木清を生み、市内各所に文化碑・文学碑が他都市に類がないほど多く建設されている。なかでも三木露風においては、国民的童謡「赤とんぼ」の作詞の原点の1つが揖保川の風景、山川原野が織りなす山紫水明の情景であったと言われている。川の育む文化は、物理的なものだけでなく、そこに暮らす人々の心の醸成にも大きく影響を与えてきたといっても過言ではない。
- 三木露風、内海青潮、矢野勘治、三木清の四氏に関する文献や遺品を一堂にそろえて公開する「霞城館・矢野勘治記念館」では、学問や文化を貴び、育まれてきた龍野の歴史や風土を感じる事が出来る。

【商家町・醸造町で育まれた先進的な教育】

- 醤油問屋に生まれた富井於莵は明治期の女流教育家であり、当時、龍野中学校を卒業した唯一の女性である。日本初の女性記者とも言われ、その後、婦人解放運動を始動し教員の道へ進んだ。また、明治以降、西洋医学が発展、医師を育成するための医学校が各地に開設された中、当時において、女性の社会進出が大きな社会性を持っていた時代に、龍野では女医がいた記録が残っている。
- 大正時代に開院して女医が 2 代に渡って続けた「中川産婦人科医院」(現在の旧中川邸/城下町の飲食店) や「龍野醬油醸造同業組合」の組合長を1910年(明治43年)に亡くなるまで務めた横山省三氏の娘として、 兵庫県で最初の小児科女医となった横山醇氏の存在は、まさに先進的な事例である。
- 龍野には子守(今でいうベビーシッター)をする女性のための職業訓練校(=子守学校)も開校しており、これは全国的に見ても異例のことである。また、1887年(明治 20年)代のはじめ、兵庫県下では小学校の就学率でさえ43%程度で全国平均にも及ばなかった時期に、龍野においては早くも町立幼稚園が開設され、多くの幼児が幼稚園教育を受けており、幅広い住民の文化活動が成されていた。文化の発展には、所得を生み出し成長を促進する「経済」、コミュニティの維持形成にかかわる「教育」の存在が重要であり、まさに龍野にはその両方があったと言える。

【昭和初期にも龍野で行われていたアーティストインレジデンス】

● 文化活動のひとつとして、現在も龍野地区で営んでいる片しぼ竹の宿 梅玉(旅館)にて、当代人気の詩人・西条八十と、作曲家・中山晋平が 1930 年(昭和 5 年)に龍野を訪れた際に龍野に魅力を感じ滞在、そこで創曲活動がなされた記録も残っている。作詞・作曲された「龍野小唄」は、龍野の特徴のある方言を使って龍野の情景が歌われており、龍野芸者がいた時代に料理業組合の方が依頼し、できたものである。揖保川の情景から醸造等の地場産業まで含まれた小唄は 9 番まで構成され、歴史を辿れば、古くからアーティストや文化人との交流が盛んであったことが伺える。

【「人」の交わりによって進化し続ける商家町・醸造町】

- 文化活動において、龍野で市民的文化が花開いたのは大正から昭和にかけて、その市民的文化の主な担い手のひとつに、1921 年(大正 10 年)末、安田青風を囲む勉強会として発足した「緑葉社」の存在がある。龍野町の商家の青年たちが集まってつくった文化団体であり、郷土に豊かな文化を育てることを目的とし、社会講座や音楽の講演を催したり、龍野町議会に議員を送り込んだりと多彩な活動を展開していた。なかでも注目されるのは、「こども愛護デー」運動である。子どもに健康と文化を保障しようというこの運動は、子どものことを考えるための講演会や、子どものための無料衛生相談、無料歯科診療などを企画し、音楽会や童話劇の上演などを催していた。その個性的な運動には、兵庫県下で最初に公立の幼稚園を創設したという龍野の伝統が息づく象徴的な事柄であったが、緑葉社の文化運動は昭和初期、戦争の足音とともに消えていくこととなる。
- 現在、2006 年(平成 18 年)から播磨・龍野に想いのある有志による出資と協力により運営されることとなった株式会社緑葉社により、龍野の風土・風習・文化を継承した町づくりや町の活性化に再び取組み始めている。

■龍野城下町より輩出され続けている商人・職人

- 暮らしの質を高める、素材そのものの良さを知る人達による町の中で、誰か一人だけの儲けではなく、みんなで持続的な豊かさのある暮らしに繋がる事業を行うことを大切にしてきたパブリックマインドと共に、シンプルな素材の魅力を引き出し、質(quality)の安定や向上を地区一体で突き詰めた商人・職人により、暮らしを共に豊かにするという社会関係資本を構築してきた。
- 象徴として、龍野の醤油産業の興隆と発展に尽くした横山省三氏の存在がある。1849 年(嘉永 2 年)4 月、醤油醸造の名門横山家に生まれ、1864 年(元治元年)15 歳の時、父が病気で倒れたため帰龍、家業を継いだ。幕末の龍野藩は、窮迫する藩財政を建て直すために半官半民の生産局を設けて醤油を藩業にしようとした矢先、明治維新とともに龍野藩の保護奨励策が無くなり、業者間の自由競争が激化し、粗製乱売で業界が混乱したことで地域経済破綻の兆しが見え始めていた。これを見た横山省三は 25 歳で醤油醸造をやめ、産地の名誉挽回と発展の為、献身することを決意し、有志を募り 1876 年(明治 9 年)龍野醤油醸造組合を結成し、自らが組合長となって醤油組合の基礎を固めた。1899 年(明治 32 年)重要輸出品同業組合法に基づき、組織を改正して龍野醤油醸造同業組合を設立し、試験場を設置し醤油の品質改善に取組むなど、公に奉仕する功績を称え、大正ロマン館(旧龍野醤油同業組合事務所)の敷地内に陶像と頌徳碑が建てられた。
- 豊富な水がもたらした伝承技術や昔から引き継がれる【職人の手仕事】【商人の販路形成】により、三大地場産業をはじめとした産業が成長してきたことに加え、その魅力を形成するクラフトマンシップは、文化の継承において欠かせないものとなっている。



国指定等文化財

文化財分類	名称
重要文化財(美術工芸品)	【県指定文化財】銅造阿弥陀三尊立像(彫刻/龍野町福の神) 【市指定文化財】木造十一面観音立像(彫刻/龍野町中井),銅造鍍金 菩薩半跏像(彫刻/龍野町上霞城),銅造誕生釈迦仏像(彫刻/龍野町 上霞城),木造毘沙門天立像(彫刻/龍野町片山),茶糸威革包二枚胴 具足(美術工芸/龍野町上霞城),縹糸威布袋菖蒲蒔絵仏胴(美術工芸/龍野町上霞城),伊予札縹糸下散紅糸威胴丸具足(美術工芸/龍野町上霞城)
重要有形民俗文化財	【県指定文化財】ヒガシマル醤油株式会社 醤油蔵(龍野町大手) 【市指定文化財】手延素麺製造工程図絵(龍野町上霞城),
登録有形文化財(建造物)	【国登録文化財】うすくち龍野醤油資料館(龍野町大手), ヒガシマル醤油元本社工場(龍野町大手), 旧龍野醤油同業組合事務所(龍野町上霞城) 【国指定文化財】堀家住宅(龍野町日飼) 【市指定文化財】小林實家住宅土蔵(龍野町下川原)
重要美術品	【市指定文化財】涅槃図 狩野永納筆(絵画/龍野町大手)
史跡	【市指定文化財】聚遠亭(龍野町中霞城), 家老門(龍野町上霞城), 狐塚古墳(龍野町日山)
天然記念物	【国指定文化財】龍野のカタシボ竹林(龍野町下霞城)
歴史資料	【県指定文化財】淡路国指出寄帳(古文書/龍野町上霞城) 【市指定文化財】脇坂安治·安元関連資料一括(歴史資料/龍野町上霞城),門前遺跡出土弥生式土器一括(考古資料/龍野町上霞城),鏡(考古資料/舶載内行花文鏡),鏡(仿製内行花文鏡/考古資料/舶載内行花文鏡),與村廃寺塔婆心礎(考古資料/舶載内行花文鏡)

3-1-2.来訪客の動向

※旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねゐ)においては、正式な拠点として開館していないため、たつの市及び誘客を見込むうえで重要なエリアである姫路の動向についてまとめる。

たつの市の来訪客の動向

■たつの市の観光入込客数

2022 年度: たつの市観光入込客数は 173 万 3,000 人と、2023 年度: 姫路市総入込客数の 25%程度で、宿泊者の割合が全体の約 2%と明らかに少ない通過型の地域である。

● 西播磨地域内における観光入込客数はたつの市が最も多いが、厳密には、西播磨地域はコロナ前後問わず、県内では2番目に入込が少なく、姫路が位置する中播磨地域の60%程度の入込しかない。また、宿泊者の割合が全体の約2%と明らかに少ない通過型の来訪が主である。(参照⑥⑦)



- たつの市における 2022 年度(令和 4 年度)の観光入込客数は 173 万 3,000 人と、前年比 123%で少し回復したものの、近年最も入込客数の多かった 2017 年度(平成 29 年度)の 7 割程度しか入込がない。 (参照⑦)
- 来訪客の居住地割合は県内客が 112 万 6,000 人、県外客が 60 万 7,000 人と、圧倒的に県内からの来訪が多い。(参照⑦)
- 一方で、2020 年度(令和 2 年度)のコロナ禍以降、入込客数は増加傾向にある。大阪・神戸を中心とした京阪神からの車での来訪が増えたこと、また、城下町内での小型飲食店舗の出店数増加に伴い、マイクロツーリズムのトレンドが追い風となり、これまで取り込めていなかった客層の来訪が増えつつある。



- 参照⑥:令和3年度兵庫県観光客動態調査報告書(兵庫県)を参照しグラフを作成
- ➤ 参照⑦:令和5年版たつの市統計書

■たつの市及び周辺地域の外国人滞在数

外国人が所持するモバイル端末の位置情報を集計したデータによると、 2023 年(令和 5 年)4 月における姫路市の昼間の外国人滞在者数は約 5 万 6 千人となっている一方で、 たつの市は姫路市に隣接しながら 506 人のみの滞在にとどまっている。

- コロナ前の 2019 年度(令和元年度)の年間外国人滞在昼間人口は、姫路市が約 49 万 9,697 人であった一方で、たつの市は約 1 万 3,000 人と、姫路市の 2.6%程度の滞在しかなかった。
- ◆ 外国人観光客について、バスツアー等にツアーの立寄り地点として組み込まれている団体・グループで来訪いただくケースもあるが、お土産を買うための 1 時間程度の滞在が目立つ。個人旅行客への認知は、ほとんどないのが現状である。



2023 年(令和5年)4月における兵庫県内の外国人滞在昼間人口(10時-18時)参照: RESAS 地域経済分析システム(外国人滞在分析/マップ)*2024年5月時点の最新データ

■龍野地区内の宿泊施設における外国人観光客 宿泊者比率 電影地区内の宿泊施設における外国人観光客 宿泊者比率

龍野地区内に位置している主要な宿泊施設の外国人宿泊者の割合は全体の20%以下である。

- 龍野城下町古民家ホテル kurasu、PERCH GUEST HOUSE の外国人宿泊者の総数は 256 人、うち 50.3%が欧米豪圏、46.4%がアジア圏、その他が 3.3%という宿泊者比率である。
- 両施設ともにコロナ禍、もしくは直前の新規開業のため比較データに乏しいが、外国人観光客の宿泊はコロナ禍で ほぼ皆無、2023 年度以降になり増加傾向にあるが、それでも全体の 20%以下に留まっている。

龍野城下町古民家ホテル kurasu (2023 年度)

PERCH ゲストハウス (2023 年度)

- 宿泊総人数 861 人
 ※うち外国人宿泊者は173 人
 ※2 号棟は6月以降、実質稼働は8月から
 ※延べ人数=2連泊の場合も人数×泊数でカウント
- 2. 国别

日本:688人 シンガポール:52人 オーストラリア:28人

香港:27人 ポーランド:26人 アメリカ:14人 タイ:13人 南アフリカ:13人

- 宿泊総人数 697 人
 ※うち外国人宿泊者は83 人
 ※延べ人数 = 2 連泊の場合も人数×泊数でカウント
- 2. 国别

日本:614人 アメリカ:15人 ドイツ:11人 オーストラリア:8人 フランス:8人 中国:8人 スウェーデン:6人 タイ:6人 イギリス:5人 台湾:5人 韓国:4人

インド:3人

デンマーク:2人 ロシア:2人 ベトナム:2人 ベルギー:1人 オーストリア:1人 スイス:1人 ルーマニア:1人 ルーマニア:1人 シンガポール:1人 香港:1人

22/73

3. 傾向

- ・2023 年度は、欧米豪圏が39%と割合は少ないが、2024 年度は、フランス、アメリカが増加傾向にある。
- ・宿泊者は夕食、朝食または昼食を取っているので飲食による経済波及効果は高い。

3. 傾向

- ・宿泊総人数の 88%が日本人の利用であるが、2024 年度は外国人の宿泊割合も増加傾向にある。
- ・うち 73%が欧米豪圏からの来訪である。

■主要観光地への入込客数

赤穂市の温泉や宍粟市のスキー場のような長い滞在時間を見込める施設が、宿泊も含め、たつの市には少ない。 一方で、多数ある年間行事の復興により今後の入込増加が期待できる。

- 2022 年度(令和4年度)は、龍野城下町から車で30分の場所に位置する「道の駅みつ」の入込客が目立つ。
- 西播磨における「主要観光地への入込客数」において、年間でも特に賑わいを見せる「龍野さくら祭」や「オータムフェスティバル in 龍野」は、2019 年度(令和元年度)まではランキングされていたものの、コロナ禍による開催中止で、「2022 年度(令和4年度)、ランキング圏外となっている。
- 長い滞在時間を見込む「施設」は不足しているが、マイクロツーリズムに加え、お祭りやイベントなどの復興による入 込増加は十分に期待できる。

(単位:千人)

市町名	観光地名	令和4年度	増減	対前年度比	対令和元年度比 増減	対令和元年度比
赤穂市	赤穂海浜公園	404	▲ 96	▲ 19.2%	▲ 123	▲ 23.3%
たつの市	道の駅みつ	287	▲ 10	▲ 3.4%	▲ 13	▲ 4.3%
赤穂市	赤穂温泉	196	39	+24.8%	▲ 32	▲ 14.0%
上郡町	播磨光都サッカー場	143	16	+12.6%	29	+25.4%
宍粟市	道の駅みなみ波賀	139	▲ 18	▲ 11.5%	▲ 69	▲ 33.2%
相生市	道の駅あいおい白龍城	139	23	+19.8%	▲ 12	▲ 7.9%
たつの市	西播磨文化会館研修施設	91	27	+42.2%	▲ 22	▲ 19.5%
たつの市	たつの市民まつり	90	皆増	-	10	+12.5%
佐用町	道の駅宿場町平福	87	3	+3.6%	▲ 14	▲ 13.9%
たつの市	揖保の糸資料館そうめんの里	81	20	+32.8%	▲ 17	▲ 17.3%

参照:主要観光地への入込客数 ※施設名・入込客数の公表可能施設のみ(令和4年度 兵庫県観光動態調査報告書)

■たつの市の観光施設別の利用状況

たつの市観光入込客数は 173 万 3,000 人であるが、施設別の利用者状況を見ると その 7 割は海側の道の駅等の利用であり、龍野城下町内の施設利用は 3 割程度にとどまっている。

- 龍野地区以外の観光施設利用者総数は 36 万 7,099 人で、龍野城下町の観光施設利用者総数は 11 万 2.696 人と市内海側の 3 割程度の利用者にとどまっている。
- 龍野城下町において、「龍野城」「かどめふれあい館」「醤油の郷大正ロマン館」は 2022 年度(令和 4 年度)の 集客数は 2019 年度(令和元年度)を上回っており、2017 年度(平成 29 年度)に「醤油の郷大正ロマン館」 に併設された「クラテラスたつの」における集客が、入込数の増加に繋がっていると考えられる。
- 「醤油の郷大正ロマン館/クラテラスたつの」は、龍野地区へ来訪する人の多くが立寄る場所になっており、龍野地区への来訪者数の実情と言っても過言ではない。
- 同じ龍野城下町内にある「武家屋敷資料館」や「三木露風生家」については減少傾向にあり、城下町内の案内や 周遊が希薄であることが伺える。

区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
聚遠亭(件)	3	11	9	16	31
龍野城(人)	30,294	34,479	27,855	29,027	34,607
武家屋敷資料館(人)	4,327	3,729	3,349	3,489	3,223
かどめふれあい館(人)	9,925	7,626	5,881	6,445	8,469
三木露風生家(人)	9,778	9,659	6,302	7,103	8,799
醤油の郷大正ロマン館(人)	22,376	38,342	32,674	40,541	57,567
御津自然観察公園 (世界の梅公園)(人)	22,000	22,500	25,150	23,150	21,550
道の駅しんぐう(人)	45,131	41,586	48,966	53,181	58,495
道の駅みつ(人)	293,764	300,083	277,784	297,040	287,054

(資料:観光振興課・都市計画課・町並み対策課・御津総合支所地域振興課)

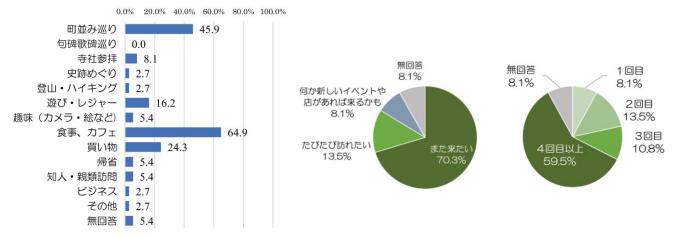
(注) 聚遠亭の件数は、施設利用(有料)件数です。

参照:観光施設利用状況(令和5年版たつの市統計書)

■龍野地区への来訪目的

京都や金沢とは違う、観光地化されていない場所で、町並み巡りや食事・カフェを目的とした 滞在を求める来訪者の8割以上がリピーターとなっている。

- 2020 年度(令和 2 年度)から 2021 年度(令和 3 年度)にかけて地区内施設及び飲食店舗で実施したアンケート・聞き取り調査では、町並み巡りや城下町の飲食店舗を目的とした来訪が特に多い。「とても落ち着いた雰囲気があり、心が安らぐ」「想像以上に古い町並みが残っており、よく整備されて美しい」といったコメントが見受けられ、91.9%が再訪意向を示している。
- 宿泊施設におけるアンケート・聞き取り調査においては、「観光地化されていない魅力に触れたい」「城下町での暮らしを体験したい」「定期的に龍野の糀や味噌、醤油を購入している」といった滞在目的をもつ宿泊者も少なくない(龍野城下町古民家ホテル kurasu)。
- 京都や金沢とは違う、町の中のありふれた生活の風景と観光が溶け合う場所での滞在を求め龍野に訪れる人が多く、龍野への訪問者は4回目以上が59.5%と半数以上を占め、2回以上が83.8%と、リピーターによって支えられている。



参照: <左>来訪目的 <中央>再訪意向 <右>訪問回数/龍野地区まちづくりビジョン(令和4年3月)

姫路市の来訪客の動向

■姫路市の観光入込客数

2023 年度:姫路市総入込客数 695 万 3,000 人で、2022 年度に比べて前年度比 65.2%増となった。 うち外国人観光入込客数 (=姫路城入城者数) は約 15.4%以上と、年間 40 万人を初めて突破し、 近年は欧米豪からの来城者が増えている。

[全体]

- 兵庫県内は、北摂津、播磨、丹波、但馬、淡路の五つのエリアで成り立ち、中でも最も広い面積を持つのが播磨で、その面積は県の約4割を占める。
- 本事業を推進するたつの市は西播磨地域、特に誘客を見込みたい姫路は中播磨地域に属し、合わせると、神戸・阪神北(宝塚市)に次いで、968 万 9 千人と県内 3 番目に来訪が多いエリアとなっている。 (参照①)
- 姫路市総入込客数は総延べ数 695 万 3 千人で、姫路が位置する中播磨地域の入込客数 835 万 6 千人の 8 割以上を占める。 (参照②)

〔外国人観光客の入込客数〕

- 外国人観光客の入込客数については姫路城入城者数のみ把握されており、2023 年度(令和 5 年度)は 45 万 2,300 人で過去最多を更新している。
 - ※但し、日本人を含む全入城者数は有料券を基に算出しているが、外国人観光客については4カ国語(英語・中国語・フランス語・韓国語)の外国語パンフレット配布数を外国人入城者数として公表していることから、正確な外国人入城者数の集計とは言えない(参照③)
- 2023 年度(令和 5 年度)、姫路市観光案内所における外国人観光客対応数は、国別の傾向として、最多はアメリカ、次いでシンガポール、台湾、韓国、フランス、ドイツ、オーストラリア、香港、タイ、スペインの順であった。全体の4割を欧米豪からの観光客が占めた2019年度(令和元年度)のコロナ禍以前と比較すると2割にも満たないが、日本への入国制限が緩和され、前年度、前々年度に比べて大きく増加に転じ始めている。(参照②)
- 2023 年度(令和 5 年度)上半期に姫路城外国語ガイド協会が対応した 1,571 件のうち、米国のグループが 346 件で最多であった。次いで、ドイツとオーストラリアが 118 件で、フランスが 109 件、イタリアが 83 件と続き、6 割を欧米からの観光客が占めた。(参照②)

- 参照①:令和3年度兵庫県観光客動態調査報告書(兵庫県)
- > 参照②:令和 4 年度姫路市入込客数·観光動向調査報告書(姫路市)
- 参照③:2024/5/1 神戸新聞

姫路観光案内所(姫路観光なびポート)での外国人観光客対応数

区分	外国人 対応者数				外国人対	付心者数上	-位10ヶ国(:	地域)(人)				
区刀	人(人)	1位		2位		3	3位		4位		5位	
平成30年度	27,591	台湾	2,601	フランプ	2,334	スペイン	1,711	アメリカ	1,604	オーストラ	リア 1,486	
令和元年度	25,631	台湾	2,352	フランス	2,008	スペイン	1,778	アメリカ	1,696	オーストラ	リア 1,424	
令和2年度	537	フランフ	39	台湾	25	中国	24	アメリカ	22	フィリピ	20	
令和3年度	478	アメリカ	31	フィリピ、	> 23	フランフ	٦ 14	中国	13※2	台湾	13※2	
令和4年度	4,561	アメリカ	246 3	/ンガポー	-ル 233	台湾	209	韓国	188	フランス	162	
巨八								[参考] 日本人観光客				
区分	6位	6位 7			立 8位		9位		104	10位		
平成30年度	中国	1,246	タイ	1,012	イタリア	998	ドイツ	874	韓国	831	55,699	
令和元年度	中国	1,309	イタリア	981	ドイツ	893	タイ	892	イギリス	844	64,249	
令和2年度	ドイツ	14	インド	11※1	スペイン	11※1	ブラジル	11※1	ベトナム	10	22,224	
令和3年度	イギリス	13※2	ドイツ	12	マレーシブ	11\%2	インド	11※2	カナダ	10	25,439	
令和4年度	ドイツ	153	オーストラリフ	145	香港	132	タイ	106	スペイン	92	49,229	

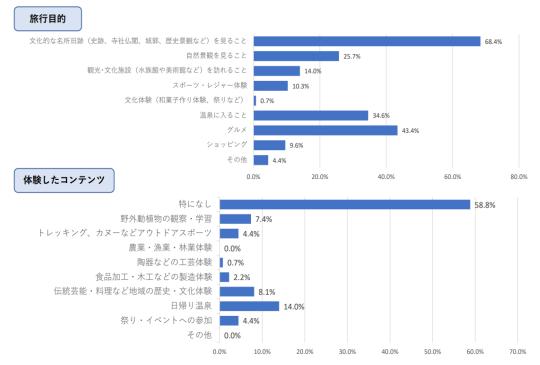
※1 令和2年度の外国人対応者数7位から9位は同率 ※2 令和3年度の外国人対応者数4位から6位、8位と9位は同率

引用:令和4年度姫路市入込客数/観光動向調査報告書(姫路市)

■姫路への来訪目的と旅行形態

「文化的な名所旧跡を見ること」が来訪目的の 68.4%を占める中、 姫路においては城を核とした日帰り観光需要が高く、国内外共に宿泊の割合が小さい。 また、文化体験の割合も小さく、滞在時間が短い傾向にある。

- 市内のゾーン別観光入込客数では「姫路城周辺」が全体の 48.3%を占め、姫路城に集中している傾向があること から、来訪目的の多くは姫路城見物であると言える。(参照②)
- 周辺への来訪に加え、2023 年度(令和 5 年度)の姫路城入城者数は全体で 147 万 9,567 人と、コロナ禍以 前の水準に戻りつつある。姫路城に隣接する日本庭園「好古園」の入園者数は、過去最高の 53 万 295 人を記 録した。外国人入園者も 21 万 5,000 人と、過去最多の 2019 年度(令和元年度)を約 7 万人上回った。
- ●「姫路城や円教寺を旅行目的とした名所旧跡の割合が非常に高いが、文化体験の割合がほとんど無いため歴史 を活かした文化体験の掘り起こし、磨き上げが必要と考えられる」という調査結果が出ている。 (参照④)
 - 参照④:観光地魅力度調査報告書~姫路市版~(令和2年/公益社団法人ひょうご観光本部)



引用:旅行目的・体験したコンテンツ / 観光地魅力度調査報告書~姫路市版~(令和 2 年 / 公益社団法人ひょうご観光本部)

■姫路市内の宿泊状況

- 2022 年度(令和 4 年度)の姫路市内の延べ宿泊者数は前年度比 29.9 万人増加し 123.9 万人となった。 2020 年度(令和 2 年度)、2021 年度(令和 3 年度)はコロナ禍の影響で宿泊者数は減少したものの、2022 年度(令和 4 年度)では回復傾向にある。(参照⑤)
- 国内観光客においては「日帰り」が 65.3%、「宿泊」が 34.7%で、外国人観光客においては「日帰り」が 84.4%、 「宿泊」が 15.6%と、国内外共に宿泊の割合が小さい。 (参照②)
- 姫路の旅行会社によると、多くが姫路城と駅を往復して帰ってしまう要因は、「別の観光地に移動しやすい立地と 路線」「姫路城が駅から近く徒歩圏内」「近くに宿泊を誘引する旅館が少ない」ことを挙げている。
 - ➤ 参照⑤:数字で見る姫路経済 2023 (姫路商工会議所 姫路経済研究所)

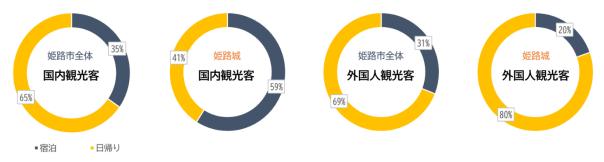
【日本人・外国人延べ宿泊者数の比較】

(人)

	総数	日本人	外国人	不 詳
2019年度	1, 274, 566	1, 182, 833 (92. 8%)	89, 868 (7. 1%)	1, 865 (0. 1%)
2020年度	889, 531	883, 922 (99. 4%)	4, 707 (0. 5%)	902 (0. 1%)
2021年度	940, 454	936, 548 (99. 6%)	3, 175 (0. 3%)	731 (0. 1%)
2022年度	1, 239, 027	1, 212, 600 (97. 9%)	25, 041 (2. 0%)	1, 386 (0. 1%)

※調査対象施設数の変更により、2021年度以前の実績は2022年度の対象施設数を元に再計算している。

引用: 姫路市内宿泊施設動向調査/数字で見る姫路経済2023(姫路商工会議所 姫路経済研究所)



引用:旅行形態/令和4年度 姫路市入込客数・観光動向調査(姫路市)を参照し図表を作成

■姫路への来訪者属性(参照②アンケート調査より)

国内観光客においては 30~50 歳代を中心とする姫路市近辺からの来訪が約7割を占め、 遠方からの観光客の割合が小さい。外国人観光客においては20~40歳代のミレニアル世代が7割を占め、 台湾を筆頭に欧米客の来訪も見受けられる。

〔年齢〕

- アンケート調査 (調査場所: 姫路城・水族館・圓教寺・姫路セントラルパーク) によると、姫路市全体を訪れる人の年齢層は 2020 年度(令和 2 年度) ~2022 年度(令和 4 年度)の全てで 30 歳代、40 歳代、50 歳代の占める割合が大きい。
- 姫路城では、30 歳代以下の割合が 24%と姫路セントラルパークや水族館といった施設と比較して割合が少なく、 40歳代が22.2%、50歳代が30.3%と、約半数を占めている。
- 外国人観光客へのアンケートでは、30 歳代→20 歳代→40 歳代の順番に割合が大きく、姫路城においては 20 歳代が 23.6%、30 歳代が 29.4%、40 歳代が 19.6%と、7 割以上がミレニアル世代となっている。

〔居住地〕

- 国内観光客の居住地は「近畿」が 67.7%を占め、次いで「関東」(11.4%)「中国」(7%)「東海」(6.8%)の順となっている。「近畿」の内訳としては、「兵庫県(市外・市内計)」が 66.7%を占めており、次いで「大阪府」(22.1%)「京都府 | (5.6%)「滋賀県 | (2.4%) の順となっている。
- 外国人観光客の居住地は「台湾」が19.6%を占めており、次いで「アメリカ」「香港」「イギリス」「イタリア」(各7.8%) の順となっている。なお、調査地点の前に訪問した都道府県は「京都」が最も多く、調査地点の後に訪問する都道府県は「大阪」が最も多かった。

集客に向けた方向性

本計画では、京都や金沢のような華(gorgeous)で美(beautiful)な町だけではなく、 質(quality)と素(simple)を大切にする「文化」と「暮らし」が今なお現存する「城下町」に 興味・関心を抱く【デイトリップ誘客】を目標とすることで、龍野地区への来訪者数増加を目指す。

観光動態を踏まえ、近接する姫路市では、「文化的な名所旧跡・自然景観」を目的とした滞在を求める観光客が国内外問わず来訪しており、駅から姫路城へと続く現代的な大手前通りとは異なる「城下町」が30分圏内に現存する龍野へのデイトリップは、来訪者ニーズを満たすだけではなく、姫路の滞在時間延長、宿泊客割合の増加にも寄与すると考える。

[国内観光客]

姫路市や神戸市はもとより、京阪神・四国・中国地方から約2時間圏内に位置する立地性から、コロナ禍でマイクロツーリズムが増加したことにより生まれた新たな客層や、コロナ禍以前に来訪していた客層など、龍野への「認知」がある客層に対し、更に「関心を持つ」「好きになる」「深める」文化観光を推進することで、これまで以上の来訪に繋げられる可能性が高いと考える。

[外国人観光客]

欧米豪圏(調査地域:アメリカ・カナダ・イギリス・ドイツ・フランス・オーストラリア)の観光客が日本を選ぶ理由に、「独自の文化体験」(22.6%)、「伝統料理」(18.5%)、「観光名所が多い」(14.4%)ことが挙げられている。また、日本を訪れたらどんな体験をしたいかという質問に対しては、全体では「日本食を食べる」「自然・景勝地の観光」「歴史的建造物の観光」「四季を体感」「ギャラリーや美術館を訪れる」が上位 5 位となっている。日本独自の文化に魅力を感じる欧米豪圏の外国人観光客に対し、龍野に息づく精神性や生活スタイルをはじめ、有形・無形の文化資源への親和性が高いと考える。

また、滞在日数の長い欧米豪圏の外国人観光客は、ゴールデンルートと呼ばれる東京~京都~大阪間を中心に一度の旅行で複数の都市を周遊する傾向が高いことも特徴のひとつであるが、姫路だけではなく京都・大阪を目指す訪日客にとってのデイトリップ先としても十分にアクセスし得る場所であり、誘客可能性があると考える。

▶ 参照:GMO リサーチ株式会社 海外旅行に関する意識調査(2022 年)

【ターゲット】



SNSで自分を差別化したい欲求があり、自分の健康や上質な時間に投資したい 可処分所得の高いミレニアル層の女性(新規顧客)

- √ 1981年から1996年の間に生まれた世代(20代後半~40代前半*2023年時点)
- ✓「モノより体験」を重視し、つながりを求め、自分で必要な消費を選択する層に対し、ノスタルジックな町並みの情景や、発酵・醸造が息づく食文化、その中で生まれる地域の人とのふれ合いなど、メジャーな場所ではないからこその差別化や新鮮さを訴求できる要素があると考える。
- ✓ また、SNS投稿が日常にある層であり、プロモーションの観点から今後特に力を入れて誘客したい層である。



<u>歴史・文化に興味があり、まち歩きを好む50代以上のアクティブシニアと</u> 呼ばれる中高年齢層(既存顧客)

- ✓ 映画 男はつらいよ 寅次郎夕焼け小焼け」の、40年前のロケ現場がそっくりそのままたくさん残っている町並みや、歴史文化資源に興味・関心の高いコロナ禍以前にも来訪していた層。
- ✓ シニア層(50~70代男女)の行きたい旅行のタイプの上位に「自然」「歴史文化」「グルメ」があり 旅に出る動機の1位は「美味しい物」と約66%が回答する中、自然豊かな城下町内に飲食、物販 等の店舗も増え続けている状況は、リピーターとしても特に京阪神エリアから誘客可能性があると考える。



日本特有の[食]や[歴史的建造物]への興味関心が高く、新しさの探究や 文化的教養を深めたい欧米豪圏の外国人観光客(新規顧客)

- ▽特に「姫路城」への入城をしている歴史・文化の興味関心が高く、「城下町」に訪れたいと思っている層を中心とした、関西に訪問予定のある欧米豪の外国人観光客。
- ✓ 姫路から電車1本20分の位置にあるoff the beaten trackは、より知的好奇心や探究心が強く、 訪問先の自然、伝統、文化や地域特有の生活スタイル、精神性に触れることを通じて、背景にある 歴史や哲学、美意識への理解を深め、旅を通じて得たものを自分のライフスタイルに取り入れたいと 思うミレニアル層を中心とした客層の受け皿として誘客可能性があると考える。

3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較

※旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねゐ)の整備・構築にあたり、「デイトリップ誘客」や「来るべき理由を備えた観光拠 点整備」の参考となる文化資源保存活用施設との比較を行う

【奈良県】橿原市今井町伝統的建造物群保存地区 / 今井まちなみ交流センター『華甍』

重要伝統的建造物群保存地区に指定されたエリアの面積が約 17.4 ヘクタールと、近郊において龍野地区と同等の広さを誇る今井町は、高密度、広範に保存された町並みにおいて「デイトリップ誘客」を推進している。

■概要

- 今井町の町並み案内の拠点になっている『華甍』は、1903 年(明治 36 年)に高市郡教育博物館として建設された建物で、施設の管理運営は一般社団法人橿原市観光協会が行っており、入館料は無料としているため、駐車場や貸室の利用によって収益を上げている。
- 今井町が位置する橿原市は、歴史・文化好きの方、考古学好きの年配の男性、消費額の高い 40~60 代の女性層をターゲットとし、『華甍』への実際の入込は40~64歳が来訪者の53%を占め、次いで65歳以上は24.8%、39歳以下は20.8%となっている。
- 観光地としての強み

端から端まで歩いても 10~15 分の小さな町に集積する江戸時代の町並みは、重伝建地区でありながら駅からのアクセスも良く、飲食店等の店舗が順調に増加している。外国人観光客に向けた体験プログラムを提供できる観光事業者の出店もあり、近年、来訪者数も増加傾向にある。

年間入込客数:3万人前後

月別入込客数: 5,9,10,11 月が比較的多く、3,000~5,000 人強の入込がある。1,2,3,4,6,7,8,12 月はそれぞれ約 1,000~2,000 人と、町歩きに適した季節に入込が増える傾向にある。

● 観光地としての留意点

生活の場であることから、観光地として売り出していくためには地元住民からの理解と協力が必要。宿泊を伴う旅行者は16%にとどまっている。

■展示

- 明治の近代建築独特の味わい深さを醸し出す奈良県の指定文化財の建物を、今井町の歴史を様々な角度から知ることができる資料館として活用している点は、文化の発信拠点としての機能を果たしている。
- 今井町の歴史を紹介する資料や、町並みを再現したジオラマの展示室、映像シアター、図書閲覧室などがあり、散策の前に立ち寄っておくと、町歩きをより一層楽しむことができる。
- 町の防衛のため、周囲に堀を巡らされた環濠や、9つの門、また見通しのきかない筋違いの道路が特徴的な町並みが、ジオラマで表現されている。豊田家住宅の模型や、音村家住宅の模型など、ここで学び、江戸時代に思いを馳せながら散策することで、来訪者の満足度を高めている。

■体験

- 『華甍』内が拠点の一般社団法人橿原市観光協会が運営する「橿原市観光情報サイト」で紹介されている体験 コンテンツ提供者は橿原市内全てで 13 事業者、うち今井町では 5 事業者が紹介されている。
- 注目すべきは、外国人観光客に向けた体験学習を提供する一般社団法人日本の寺子屋(所在地:今井町)の存在である。「日本を知り、日本を学ぶ。日本がもっと好きになる。」をテーマに、外国人観光客に向けて 30 件程度の体験を日英両言語で提供している。忍者体験、サツキ盆栽体験、ミニ鬼瓦造り体験、焼鳥体験、餅つき体験、合氣道体験など内容は多岐にわたり、それぞれの説明に YouTube を活用するなど、国内外からの積極的なデイトリップ誘致や新たな客層との接点創出に貢献している。
- Web サイトでは体験学習の提供だけではなく、エリアの情報提供や、英語・中国・韓国語で展開される「海外からの来訪者向け宿泊ガイドブック」がダウンロードできるなど、デイトリップから宿泊へと誘引する町全体での取組みも行われている。

■ゲートウェイ

● 今井町は、全建物総数約 760 軒のうち、500 軒が伝統的建造物で、今も江戸時代の町家が大切に保存されている。町内には見学可能な国の重要文化財や古民家カフェ、レストランなどが点在し、散策町内の各施設を案内するパンフレットや飲食店を紹介するチラシなどが配布され、ゲートウェイとしての機能も兼ね備えている。そのため、観光ガイドウォークの出発地点となっている。

■参考にしたい点

- 重伝建地区のボリュームやアクセス、現状の客層、旅行形態など、龍野とあらゆる点で類似性の高い地域であり、 文化観光拠点施設の運営にかかる目標設定・事業内容の具体化の参考としたい。
- 1877 年(明治 10 年)当時の今井町の全体像を把握できるジオラマや、伝統的な様式を用いた邸宅の模型で 学びを深めた後、「町の全体像を把握し、町歩きの前に予習ができる」導線については、醸ス場かねゐにおいても導

入したい要素である。

● 行政や地域住民との密な関係を築き、体験学習を日英両言語で工夫をこらし発信をしている点に、地元住民との連携や協力体制が垣間見え、「暮らしと観光の共存」を推進するうえで、龍野においても重要な要素であると考える。また、そのことが滞在性を高め、外国人観光客など新たな客層を誘致し、デイトリップから宿泊へと誘引する好循環を作り出していることは、事業を推進するうえで参考にしたい点である。

【富山県】高岡市山町筋伝統的建造物群保存地区 / 創業 107 年の鋳物メーカー『能作』本社工場

土蔵造りの町家、真壁造りの町家、前面を洋風に仕上げた町家、レンガ造り洋風建築の銀行など、明治中期から、大正、昭和初期に建築された伝統的な建物が残る高岡市に位置する『能作』は、工場見学・鋳物製作体験・カフェ・ショップ・観光案内を5つの柱に産業観光事業を展開し、「来るべき理由を備えた拠点」として整備が行われている。

■概要

● 2015 年(平成 27 年)に北陸新幹線が開通し、首都圏からのアクセスは良く、2017 年(平成 29 年)4 月に新しく竣工した株式会社能作の本社工場(以下、「能作」)では、鋳物体験工房やカフェ、ショップを併設する産業観光の拠点として整備し、工場内を一般公開している。

※新高岡駅~能作前(バス停):13分 東京駅~新高岡駅:2時間50分

- メインターゲットを同社製品の主要な購買層である 30~50 歳代の女性とし、製品を通じて、その背景にある「こと」「こころ」を伝えることを大切にしている。施設への入込は、当初の目標は初年度 2 万人の取り込みだったが、それを大きく上回る月 1 万人ペースで来場し、年間 12 万人もの見学者が訪れている。
- 高岡市内で最大の観光スポットである国宝・瑞龍寺の 17 万人には及ばないものの、鎌倉、奈良と並ぶ日本三大仏と称される高岡大仏の 10 万人を上回り、市内 2 位の観光地となっている。 県内はもちろんのこと、 県外からの観光客が約 4 割で、中国や米国などの外国人観光客も多い。
- 客層は若い女性が多いが、カフェを中心に今まで「能作」に来なかった大学生も来るようになっている。

■展示

- 鋳物や「能作」の歴史、商品・素材、製造技術や職人の想いを感じることができるギャラリー「ものことこころ展」は、 無料で観覧できるよう常設化されている。
- 旧工場時代、倉庫の奥でホコリをかぶっていた数々の木型をディスプレイした木型倉庫は、今、工場を訪れた人たちが必ずと言っていいほど立ち止まり、記念撮影をするスポットになっている。

■体験

- ●「工場見学」では、職人が汗を流しながら 1,100 度の高熱で溶かされ真っ赤になった金属を鋳型に流し込んだり、 鋳造した金属のロクロを使って磨き上げたりする工程を間近に見ることができ、製造過程で発生する熱や匂い、音も 直に感じられる。案内スタッフと一緒に工場やショップなどを周りながら、鋳物への理解を深めつつ、来訪者が愛着 を持てるような館内周遊動線を設計している。
- ●「製作体験工房」では、スタッフの指導を受けながら錫 100%のぐい呑みや、ペーパーウエートなどを製作できる。

■カフェ・ショップ

- 「カフェ」では、「能作」の鋳物の食器で、地元食材を使ったメニューを楽しむことができる。中でも、錫と白磁の優美な シルエットが美しい器で楽しむ「能作」オリジナルアフタヌーンティーは、女性の来訪者を惹きつけるコンテンツにもなって いる。
- 「ショップ」では、多彩な商品群を展示販売し、本社だけで扱う限定商品も用意されている。また、オンラインでも購入できる「CRAFT STORE」も展開され、販売だけではなく、読みものを通じて「こと」と「こころ」を伝え、消費者からの「応援(口コミ)」の蓄積も仕組み化されている。
- 同社が製造した「能作」ブランドの直営店を日本国内に 17 店舗、台湾・台北に 1 店舗展開するなど、ブランド化に も成功している。

■ゲートウェイ

- 富山県の観光スポットや祭り、食べ物等が投影される、富山県の形を型取った全長 3m のテーブルをスクリーンにしたプロジェクションマッピングや、実際の方角に従った、日本列島が床に嵌め込まれている真鍮製の日本地図は、案内機能だけではなく人気の写真撮影スポットにもなっている。
- 産業観光の推進・拠点誘客に力を入れる一方で、地域に還元したいという思いから「TOYAMA DOORS」という、「能作」の工場以外の観光スポットや飲食店などの情報カードが並んだコーナーが併設され、観光カードを通して旅の提案ができるようになったことが、旅行業という新規事業立ち上げのきっかけとなっている。
- 公式ホームページでは、一般顧客向けに、「能作」と古民家の宿がタイアップした観光×宿泊プランや、旅行会社向けに「富山の楽しみ方」と題し、周遊ツアーも提案している。

■参考にしたい点

- 施設のもつ【工場見学、鋳物製作体験、カフェ、観光×宿泊プラン、観光案内、旅行会社への販売】の機能は、 持続可能な文化観光の推進を行ううえで当施設でも備えたいものである。
- 「見せる倉庫」に並ぶ、約 2,500 もの型や、砂型作りからスタートする「ぐい呑」の製作など、地場産業により興味を持ってもらえるような仕掛け作りをしている点は特に参考にしたい。「もの」をつくるだけでなく、「こと」「こころ」を伝え、《購買》や《ファンの獲得》に繋げることを意識した産業観光は、資源の付加価値を高める"要"であり、龍野の地場産業を活性化させるために、「伝え方」や「展示の工夫」は大切にしたい点である。
- 若年層の来訪者を増加させるためには、見せるだけでなく「体験」してもらうことや、撮影場面を意図的に作ることが 重要であり、体験できる場・機会を提供し、これまで「能作」の本社工場に来訪がほとんどなかった大学生を呼び込 めるようになった点も参考にしたい。
- 木彫りの町・富山県南砺市井波の、職人に弟子入りできる宿 Bed and Craft と能作がタイアップし、一日一組限定の古民家をリノベーションした宿で、「能作×Bed and Craft 記念日宿泊プラン」を展開している点は、龍野城下町で一棟貸しの古民家ホテルと連携し、今後検討していきたい要素である。

他施設と比較しての本拠点計画に係る文化資源活用施設としての強みと弱み

■強み

〔立地〕

- (龍野地区) 姫路からの30分圏内の距離、京阪神・四国・中国地方から約2時間圏内に位置する立地性
- (醸ス場かねゐ) 既存観光客が最も多く訪れる龍野地区の中心地であり、城下町を象徴する立地性

〔拠点〕

- 城下町特有の町家を改装した小規模な施設ではない「旧カネヰ醤油工場」の規模感 (文化資源に"出会う" "関心をもつ" "好きになる" "深める" といった顧客体験価値を提供する導線や機能を備えることができる)
- 拠点周辺の歩ける範囲に豊富な文化資源を多数有するウォーカブルな町で、他施設との連携が可能
- 60 棟以上の古民家再生実績と不動産管理による賃貸収益で育ててきた、民間主導によるまちづくり事務局としての実績をもとに昇華することができる持続可能なまちづくり推進体制

〔施設を取り巻く文化資源〕

- サムライコードが息づく気品ある城下町の歴史的景観
- 丁寧な暮らしと共にある、迷えるような曲線的な路地・町並み
- 清流揖保川により育まれた圧倒的な品質を誇る三大地場産業とクラフトマンシップ

■弱み

- 地域そのものや産品に対する海外、県外からの認知度不足・情報発信の不足
- 龍野の文化資源の魅力を発信する機能、コンテンツの不足
- 文化観光を推進する人材の不足
- 二次交通や宿泊施設、駐車場の不足
- 多言語での情報発信やインバウンド受入体制の不足
- 安全、快適に過ごせる拠点施設環境の不足

■機会

● 2024年

西のゴールデンルート構想を推進する官民の連合体が設立 たつの市近郊の姫路市や神戸市も一員であり、西日本全体での欧米豪への PR や商品開発を進める方針

● 2025~2026年

旅行需要の急回復、地方への関心増 大阪・関西万博 / 瀬戸内国際芸術祭 / 神戸空港国際チャーター便運用開始

- 2026~2028 年 ワールドマスターズゲーム
- 2028~2030年

神戸空港国際定期便就航

※2030 年前後の国際空港化の検討が進み、県内にインバウンド誘客のゲートウェイが新設される大きな追い風

課題①他類似エリアとの差別化にもなる「生きた城下町博物館都市 龍野」の文化的価値を包括的に知れる機能が不十分である

①-1: 龍野地区ならではのコンセプトや来るべき理由が不足

博物館のような気品ある城下町は、国の重要伝統的建造物群保存地区をはじめ魅力的な文化財や文化資源が 龍野地区内に点在し、住民の暮らしと共に豊富に現存しているが、国内の類似エリアと差別化する「コンセプト」や、 「訪れるべき理由」が創出できていない。

①-2:文化資源の魅力を知ることが出来る解説・紹介の不足

町の全体像や魅力を知ることができず、来訪者が文化的価値への理解を包括的に深められる場所や展示機能がない。現状は、ポスター等で地場産業や重伝建地区の概要を説明するなど、城下町内 3 拠点で情報提供は行っているものの、文化資源相互の関連性やストーリーが不明瞭で、来訪者目線に立った魅力的且つ分かりやすい内容の展示になっていない。

①-3:文化資源の魅力増進、理解促進するための環境が未整備

文化観光拠点として機能強化を推進したい「旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねゐ)」は 1869 年(明治 2年)の創業時の「工場」であり、これまで観光活用された経緯はなく、来訪者を安全かつ快適に受け入れるための施設整備がされていない。

課題②文化の理解を深める仕掛けや受入体制が未整備

②-1:担い手の不足

文化観光拠点において、文化資源の価値を正しく伝えられる施設案内・運営の担い手が足りていない。

②-2:体験・交流を主軸とした滞在型プログラムの不足

龍野地区では、従来の物見遊山型の滞在にとどまっている現状がある。主要な文化資源の歴史的・文化的価値を残しつつ、新しい魅力を付加し、「来訪者に龍野地区の価値を味わってもらう」「来訪者の暮らしを醸す」企画・プログラムが不足している。城下町内では、発酵の魅力を感じられる料理体験が提供されているのみで、地域の文化や資源の本質を体験したいという来訪者ニーズに応えられていない。

②-3:周遊を促進する受入体制の不足

龍野地区は周遊することで、さらに文化の理解を深めることが出来るが、周遊をサポートするための仕掛けや受入体制がない城下町は、ただの迷路状態で、せっかく来訪している観光客が龍野の魅力にリーチせず帰路につくなど、理解を深めるに至らない状況がある。

②-4:インバウンド対応が未整備

城下町全体で訪日外国人観光客の受入れ経験が乏しく、また、施設自体は観光活用されていないことから、案内表示や展示等の多言語対応が未整備である。

課題③施設内や城下町において快適に過ごすための環境が整っていない

③-1:案内機能の不足

龍野地区内の文化資源を案内する、周遊を促す、ゲートウェイとしての案内機能が乏しく、また、龍野に訪れた観光客が最初に訪れるべき場所、困った時にたずねられる、頼れる場所も不足している。また、近年増えつつある店舗も、看板のない古風な門構えや、入り組んだ場所に位置しているものが多く、案内が十分に行われていないことから来訪者にとって分かりづらくなっており、店舗と来訪者お互いにとって機会損失が生まれている。(令和 2~3 年に、たつの市により実施された来訪者アンケートにおいても、「観光の見どころが分からない」「町の情報が一元化されていない」「来訪者が利用しやすい案内所、トイレ、休憩施設等が少ない」「龍野地区の魅力を体感、体験できるところが少ない」「見どころを説明する案内板を立ててほしい」といった声が上位を占めている。

参照⑤:来訪者アンケート(龍野地区まちづくりビジョン(令和4年3月))

③-2:滞在時にひと息つけるパブリックスペースの不足

これまで観光客を誘致することに地域全体の意識が向いていなかったことから、来訪時にフリーで休憩できる場所やひと息つけるベンチ、公共のトイレなど、快適に滞在するためのスペースが圧倒的に不足している。「旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねる)」においても、観光活用していなかったこと、古い施設であることから和式のトイレが併設されているのみである。

③-3:サムライルーツの「あきない(地場産業)」「暮らし」をテーマとした中規模な飲食店や物販店が不足

近年増えつつある飲食店も、昼食時の営業時間が限定されているなど、来訪者を常に受け入れられる店舗には限りがある。古民家の町家建築のため、1 店舗当たりの客席数が少なく、週末やハイシーズンはランチ難民が発生し、大幅な滞在時間や消費額の向上には繋がっておらず、機会損失も発生している。

③-4:ストレスフリーな旅行環境が未整備

快適な滞在を実現するキャッシュレス決済や Wi-Fi、コインロッカー設置等の環境整備等、利便増進のための機能構築に着手できていない。

課題④「龍野」の認知拡大と観光客の取り込みが不足している

④-1: 姫路や京阪神を目指す観光客を取り込むためのプロモーションが不足

本事業における歴史・文化への興味が高いターゲット層 = 姫路城入城者数は 100 万人を超えると言われ、年間 695.3 万人の誘客を誇る姫路から電車で 20 分の位置に近接する立地にも関わらず、龍野地区における主要な観光拠点の利用者数は 57,567 人と極めて少ない。要因として、明らかなプロモーションの不足による認知不足、来訪や予約に繋げるための媒体(WEB等)の整備不足が挙げられる。

4-2:インバウンドに対するプロモーションが不足

コロナ禍での重伝建地区の選定だったこともあり、重伝建地区としての観光活用や町全体でのインバウンド集客が出来ておらず、認知拡大のためのターゲット層に向けた効果的な情報発信及び多言語化ができていない。

④-3:域内宿泊事業者との連携が不足

城下町内の一棟貸しの古民家ホテルは Booking.com の TravellerReviewAwards2024 を受賞している優良な宿泊施設であるが、昨年度宿泊実績は 768 人(昨年度 6 月より開業した 2 棟目の宿泊者実績含む、今後 3 棟目も開業を予定)であり、プラン連携や宿泊施設を通じた地域プロモーションが上手く出来ていないことからメインターゲットである「自分の健康や上質な時間に投資したい可処分所得の高いミレニアル層の女性」や「滞在日数の長い欧米豪圏の訪日客」へのアプローチが不足している。

3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性

■課題を踏まえた機能強化の方向性

- 重伝建地区の中心であり、龍野城の入口に位置する旧カネ中醤油工場を、来訪者の暮らしを『醸す』文化の発信拠点として、また、鎧を脱いだサムライコードが息づく気品ある龍野城下町の文化観光を推進するゲートウェイ「醸ス場かねる」としてリニューアルする。
- 町の中で最も背の高い醤油蔵の煉瓦造の煙突は、城下町のランドマークであり、旧市街のシンボル的存在である。 煙突がある「醸ス場かねゐ」を目指して国内外からの観光客が訪れ、町を回遊する起点となる新たな文化観光拠点とする。
- 「醸ス場かねゐ」は、以下 6 つの機能強化によって、文化観光における課題の解決を図る。

〔①展示機能強化〕かもす ぎゃらりー

文化資源の歴史的背景や価値を分かりやすく表現し、龍野の文化的価値を包括的に「知る」ことができる展示機能を付加することにより、龍野ならではの文化について理解を深める機会を提供する。

- ▶ 効果:国内の類似エリアと差別化を図り、「訪れるべき理由」と「来訪者との共感の接点」を創出
- ➤ 機能強化により解決される関連課題:①-2、2-④

〔②観光案内機能強化〕かもす げーと

来訪者の志向性に合わせて、点在する文化資源に導く観光案内機能を付加することにより、龍野城下町のゲートウェイとして域内回遊性を促進する。

- ⇒ 効果:前提の理解や興味を持った町歩きにより、満足度向上、滞在時間延長、域内調達率向上に寄与。
- ▶ 機能強化により解決される関連課題:②-3、③-1、③-2、③-4、④-3

〔③食品・物販機能強化〕かもすまるしぇ

サムライコードが息づく"あきない"や"古き良き日本の丁寧な暮らし"を、商品を通して魅力を伝える発信機能において、質(quality) &素(simple)の商品を、自身の「暮らし」に持ち帰ることができる食品・物販機能を付加することにより来訪者とのタッチポイントを強化する。

- ➢ 効果:幅広い事業者・来訪者との接点創出に加え、域外からの資金獲得や地域経済への裨益効果増大に寄与
- ▶ 機能強化により解決される関連課題:①-1、③-3、④-1、④-2、④-3

〔④飲食機能強化〕かもすばーる

新たな「醸す(醸造)」をテーマとした飲食機能を付加することにより、地域食材の積極活用による龍野ならではの「素材・産品」の魅力向上や、地域独自の資源を楽しみたい旅行客への訴求力を強化する。

- ➢ 効果:醸造を軸とした龍野ならではの飲食の提供や、お酒を楽しめる空間による滞在者の満足度向上、更なる滞在時間延長・宿泊誘引に寄与
- ▶ 機能強化により解決される関連課題:①-1、②-4、③-3、④-1、④-2、④-3

〔⑤交流機能強化〕かもす ひろば

来訪者が滞在時にひと息つけ、食事やコミュニケーションの場となるオープンスペースとして、また、地域のお祭りやイベントをはじめ、活動の"たね"や"交流"が生まれるフィールドとしてパブリックスペースを設置することにより、快適性と

滞在性を強化する。

- ▶ 効果:多様な賑わいを生む広場の有効活用や定期的な企画の実施により、リピート来訪に加え、地域住民の愛着や住民主導のコミュニティツーリズムを促進し、関係人口創出に寄与
- ▶ 機能強化により解決される関連課題: ①-1、①-2、②-1 ②-4、③-2、③-3、③-4、④-1、④-2、④-3

〔⑥体験・創造機能強化〕かもす ベーす

地域住民や職人とコミュニケーションを図るワークショップや体験、アーティストインレジデンスを通じて新たな価値を共有する体験・創造機能を強化する。

- → 効果:従来の周遊型観光や通過型観光とは異なる「滞在型観光」の促進、アーティストによる龍野の新たな価値形成に寄与
- ─ 機能強化により解決される関連課題: ①-1、②-2、②-3、②-4、③-3、④-1、④-2、④-3



■文化観光拠点施設の基本的な方向性

【文化施設を中核とした観光の目指したい姿:コンセプト】

れる」人間関係が龍野から世界に拡がることを目指す。

鎧を脱いだサムライコードが息づく、生きた城下町博物館都市 龍野における「暮らしと観光の共存」

暮らしそのものを観光資源として再認識した龍野地区における新たな取り組み。「龍野」に息づく秩序や敬意、自分たちで町を守り楽しむ、パブリックマインドを重んじる気風を「武士道精神を起源とする暮らしの作法 = 【サムライコード】」と表現し、龍野の主要な文化資源を通じて、来訪者の暮らしを『醸す』端緒となるよう文化観光を推進する。ただの城下町ではなく"暮らし"を大切にする商家町・醸造町だからこそ、熟成して旨みが増すように、この空間で「醸さ

【オープン予定日】

2026 年 (令和 8 年) 1 月から部分稼働させ、9 月からグランドオープン ※現状想定





「醸ス場カネゐ」

【観光案内機能】かもす げーと

※イメージパース画像は実際と異なる場合があります。

【計画方針】

- 「醸ス場かねゐ」では、ムカシミライに生きる「醸す」文化を表現する。
- 城下町には、資料館など至る所に存在しているが、いずれも展示されたものを来訪者自身に「見て」「感じる」ことを 委ねた受動的な要素が強い。あえて「醸す」という動作表現にすることで、"今に生きる" "発展可能性のある"「醸す 文化」を表現し、拠点施設として、城下町に現状ない能動的な機能を補完することに力点をおいていく。
- 揖保川を軸に「醸す」という現象を活かしながら生活を豊かにしていく"文化"を、継承・発展・創造する舞台として、 文化財を『保存優先』からターゲット目線での『理解促進』、そして『活用』に繋げるために、龍野の歴史的魅力や特 色を、エデュテイメント性(エデュケーション×エンターテインメント)をもって表現することで、観光による交流を単に1 回限りの異文化、風習との出会いにとどめることなく、より深い相互理解に繋げていくことで、"暮らしに寄り添い" "何度でも訪れたくなる"機能の充実を目指す。
- 暮らしと文化を大切にする情緒ある町だからこそ、単なる複合型商業施設ではない、アートをからめたコンテンツづく りによる特色ある情報発信や体験を行うことができる施設を目指し、来訪者が感性を磨く"きっかけ"を作る。

■取組強化事項1:文化資源の魅力向上のための拠点施設における展示・解説機能の強化(課題①関連)

- (1) 生きた城下町博物館都市 龍野を興味深く、上手に「迷う」ための展示・解説の整備
- •類似エリアとの差別化を図る拠点施設コンセプトの明確化
- ・鎧を脱いだサムライのルーツ「まちなみ・あきない・くらし・ひと」をテーマに、五感で龍野を読み解く常設展示を整備
- ・"魅せる醤油工場"として醸造機能を復活させ、龍野の醸造・発酵文化の魅力を伝える展示を整備

(2) 域内文化施設との連携による展示・解説機能の強化

- ・醤油醸造に関する施設やたつの市武家屋敷資料館、三木露風生家、たつの市旧脇坂屋敷など、域内文化施設との連携による学術的観点と分かりやすさを兼ね備えた、常設展示の共同企画立案
- ・たつの市立歴史文化資料館や霞城館をはじめ文化施設との合同企画展の開催や展示品等の貸借

(3) 文化観光拠点施設における専門的知見を有する人材の確保・養成

・拠点施設のコンセプトを踏まえた文化資源の魅力、ストーリーの解説・紹介や、地域の関係者相互間の連携と協働の促進を図る専門人材の確保・養成

(4) 地域住民・来訪者が交流し、文化資源の魅力を体感するための空間づくりやワークシップ・イベントの企画

- ・城下町において毎年行われる既存企画(オータムフェスティバルやアートシーンなど)との連携
- ・拠点施設が新たに企画する、地域住民や来訪者との交流を促す企画の実施

(5) 文化資源の魅力向上のための施設環境整備

- ・〔展示機能(かもすぎゃらりー)〕改修整備事業 ※展示及びギャラリー機能の充実のための施設整備
- ・〔体験・創造機能(かもす ベーす)〕新設整備事業 ※ワークショップスタジオ、クリエイターズオフィス整備

■取組強化事項2:文化資源への興味関心を引き出す仕掛け・機能の強化 (課題②関連)

(1) 情報通信技術の活用による多面的な学びの創出

- ・限られた空間での展示において、多面的な理解を深めるため、解説にエデュテイメント性を取り入れた没入感や情報の奥行を演出する映像展示の常設化
- ・QR コード等で詳細な情報にアクセスできる仕組みや、より深い学びに繋げるキャプションを構築

(2) "鎧を脱いだサムライのルーツに出会い、暮らしを醸す" 企画やプログラムの造成

- ・地域住民、来訪者が交流し、文化資源の魅力を体感するための空間づくりやワークシップ、イベントの企画
- 「見る」観光から「五感で体験する」観光を推進する体験型プログラムの造成
- ・パフォーミングアーツや特設レストランなど、暮らしと観光の共存において求められる「量(観光客の増加)」だけではない「質(1人当たり観光消費額の増加)」の追求を図る高付加価値なユニークベニュー体験の造成
- ・生きた城下町博物館都市 龍野の魅力である、迷える曲線的な路地、町並みに「迷い込み」「龍野の町の魅力」 に出会うセルフガイドウォークの造成

※ガイド付きツアーの希望者に対しては、ローカルガイドとの接続を行う窓口にもなる

(3) 迷える城下町でおもてなし・サポートを行う「コミュニティホスト」の養成

- ・地域一体でのおもてなしを行うコミュニティホストの養成による城下町内の事業者との連携を促進
- ・迷える城下町の中で、店舗・事業所内でのおもてなしだけではなく、町の中で困っている観光客への対応も行う
- ・インバウンド対応の一歩として、指差しコミュニケーションツール等も導入し、地域一体となった「おもてなし」の雰囲気と「交流」を生み出していく

※コミュニティホスト=城下町に点在する施設や店舗(龍野川西商店会の会員)を想定

(4) 訪日外国人観光客受入のための多言語対応

・展示物の解説や案内表示の設置、外国人観光客に向けたパンフレットやプログラムの多言語対応

■取組強化事項3:施設内や城下町において快適に過ごすための環境整備(課題3関連)

(1) ゲートウェイ機能の設置

- ・龍野地区の文化観光の案内や周遊促進を補完するタッチ型デジタルサイネージを設置
- ・来訪者の志向性に合わせ、城下町に迷い込むための前提となる情報を提供
 - ※例えば、ただ単に施設や店舗など「観光スポット」を案内するのではなく、"●●の〇〇さん"といった「観光パーソン」を案内する、〔人メディア〕目線での案内パネルを設置し、"迷った"先にある楽しみや、交流・出会いを生み出すきっかけを創出)

(2) 域内店舗との連携及び商業店舗誘致による"あきない=地場産業"の振興

- ・飲食や物販を中心とした「暮らしを醸す」〔食品・物販機能(かもす まるしぇ)〕〔飲食機能(かもす ばーる)〕を 企画
- ・"龍野の醸造・発酵文化を科学する" をテーマに、サムライルーツの「あきない」によって生まれた地場産業の魅力を味わう中規模な龍野版フードホールの設置
- ・暮らしの質を高める、素材そのものの良さを知る人達による龍野の"暮らす"をテーマに、質(quality) & 素(simple)を大切にした龍野発のライフスタイルショップを設置

※龍野ブランドとして育てていくベースをつくり、地場産業の振興に繋げていく

- ・(仮)かもす チャレンジショップの企画・仕組み化
- (3)拠点施設内の利便性向上を目的とした施設利用における無料 Wi-Fi 環境の整備
- (4) 展示入館、体験・飲食物販等のキャッシュレス化

(5) 利用の利便性のための施設環境整備

- ・〔観光案内機能(かもす げーと)〕新設整備事業※案内所やコインロッカー等の設置、トイレの整備
- ・〔交流機能(かもすひろば)〕新設整備事業 ※煙突の修復・保全、モニュメントの造成、外構工事
- ・〔食品・物販機能(かもすまるしえ)〕新設整備事業
- •〔飲食機能(かもすば-る)〕新設整備事業

■取組強化事項4:国内外への情報発信・販路整備(課題④関連)

多様な文化資源を持ちながら、対外的な宣伝力の弱さから、国内外ともに観光入込客数・宿泊者数の状況は芳しくない。 龍野の文化資源をはじめとする町の魅力を国内外へ積極的に発信するための情報の再編集及び多言語での情報発信・販路整備を行い、姫路や京阪神を目指す来訪者のデイトリップ誘客に努める。また、需要が高まることで更なる姫路との連携や、JR 姫新線の沿線活性化にも繋げたい。

(1) 情報発信及び販路拡大のための Web サイトの開設・充実

・情報発信及び販路拡大のための Web サイトの開設・充実

- ・拠点までの「迷わない」導線をつくるためのアクセス情報及び二次交通情報の提供
- ·Web サイトにおける多言語対応
- ・企画や体験、ツアー等の事前ウェブ予約のための OTA サイトとの接続

(2) ターゲット層誘致のための効果的な情報発信

- ・OTA や Google 等の活用によるクチコミ投稿促進
- ・地域連携 DMO と連携した情報発信計画の構築(自主事業)
- ・主要交通拠点、旅行会社、宿泊施設と連携した情報発信(自主事業)

(3) ターゲット層誘致のための販路整備

- ・OTA を活用した誘客やファン拡大のための販売の仕組みを整備
- ・神姫観光株式会社、株式会社日本旅行姫路支店等、姫路に強い旅行会社とのプラン連携による販売

3-4. 地域における文化観光の推進への貢献

■連携体制の構築

- 城下町内にこれまでなかった、継続的な誘客、案内機能を持つ文化観光拠点を構築することで、その町並みや有形・無形の文化を守り続けている住民(=文化観光の拠点施設と関連する地域の事業者や住民)が、イベントや地区内のお祭りといった限定的な連携体制ではなく、持続可能な連携体制をもって、龍野において伝えたい文化の価値や方向性を共有する第一歩となる。
- 城下町一体となった地域コミュニティとして文化資源の価値を再認識するとともに、龍野への愛着心や文化資源の保存・活用への意識が高まること、また、来訪者を受け入れる龍野地区の活性化及び持続的・文化的な発展に繋がると考える。

■散在している文化資源の集約と磨き上げによる来訪者満足度の向上

- 「醸ス場かねる」は誘客力のある姫路城に近接し、移動距離 30 分圏内にあり、既に多くの観光客が来訪している場所に位置している。歴史のみならず、武士の商いに裏付けられたサムライコードが息づく美しい町として龍野のもつ魅力の潜在性は高く、人を惹きつけるのは、建物や町並みと一体となった人々の暮らしと営みであると考える。
- 散在する文化資源やその魅力を、アーカイブ機能をもつ「醸ス場かねゐ」に集約し、町の全体像を把握したうえでの 過ごし方を来訪者が意思をもって選択するための「きっかけづくり」と「担い手づくり」を通して、満足度の高い文化観 光を実現する。

■来訪者の増加

- ディープな歴史・文化体験を求めている姫路や京阪神を目指す観光客の姫路界隈からの流れをつくることで、来訪者の増加と、滞在時間の延長や周遊による一人当たり観光消費額の増大を実現し、たつの市における文化観光の推進に貢献する。また、文化観光推進の基盤となる、滞在型観光の推進という播磨エリア全体の課題解決と、廃止が懸念される JR 姫新線の沿線活性化にも貢献する。
- 新たな客層の受入を行うことで、既存の文化資源や事業を見つめ直し、魅力を再発掘し、誘客やリピーター獲得に向けた工夫や運営努力を行うなど、単純な売り上げだけではない経済成長のエネルギーを生み出し、空き家活用や町並みの保存・継承をはじめ、龍野の文化振興に繋げていく。

3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出

■文化振興を起点とした観光客誘致をすることで「暮らしと観光の共存」を実践

- 龍野地区が重伝建地区に選定されたことを契機に、たつの市は 2022 年~2036 年に賑わいと活力を取り戻し、 住民の日常生活とバランスを取りながら発展することを目指す「龍野地区まちづくりビジョン」を策定した。本拠点計 画は、たつの市の政策とも連携し、あくまでも、観光拠点であるまえに、地域に住む"暮らし"の拠点であることを強く 意識し、地域の文化や景観、コミュニティの継承・発展に取組み、地域経済の活性化や、地域住民の愛着・文化 資源の保護意識の高まりを促す拠点として存在することで、垣間見える地域の"暮らし"を魅力に感じる来訪者との 文化交流を推進していく。
- ●「量を求めず、質を提供する視点」から、事業者と来訪者を中心に成り立っていた従来型のモデルとは異なった「文化・地域・来訪者・事業者が集まる場所」=「醸ス場かねる」として相互に良い影響を与え合う循環づくりを目指し、一時的な"賑わい"の創出ではなく、暮らしや文化、魅力が長期的に持続し継承されていくことを目的とする。
- 城下町マルシェや併設する店舗誘致、企画展の開催や地域のイベント・お祭りとの連携など、地元住民にとっても嬉しく、楽しめるという方針も大切に、住民の参画感を醸成することで、「地域にも愛される」からこそ訪れたくなる、敬意をもった来訪を促進するなど好循環を創出する。

<アクションプランの実践に伴う変化とまちの姿 ※龍野地区まちづくりビジョン(たつの市)より抜粋>

《5年後》「生活と観光の共存」の醸成期

龍野の価値を通して、住民と来訪者が出会うための基礎整備や取組みの準備が進んでいます。具体的には、新たなまちづくり運営組織が立ち上がり(=株式会社龍野みらい舎)、住民同士の交流と助け合いの取組が実践されるとともに、龍野地区の住民が自分達のまちの魅力を再認識し、おもてなしの心が醸成されています。地区住民との交流を通して、龍野地区の魅力を満喫したファンが増え、リピーターとなっています。

《10 年後》「生活と観光の共存」の形成期

まちの会所や公開施設 (= 醸入場 かねゐなど) の来訪者にとって魅力ある施設が整備され、まちづくり運営組織が、その運営を担っています。その価値を理解する観光客が数多く訪れ、古い町家を活用した飲食や物販販売の店舗が民間活力により増加していますが、地区を見渡すまちづくり運営組織の働きにより、全体のルールが守られ、調和が図られています。

《15 年後》「生活と観光の共存」の達成期

龍野地区のブランド力が高まり、全国や海外からその価値を理解する観光客が四季を通して安定的に訪れ、地区内に経済効果をもたらしています。歴史的建築物等の修理修景事業、無電柱化や道路の美装化も進み、重伝建地区としての落ち着いた町並みが形作られることにより、龍野のブランド力がさらに高められ、「住んで良し、訪れてよし」のまちが実現しています。

■地域住民と観光客の接点創出による、関係人口の創出

- 本拠点で「醸される」人間関係が龍野から世界に拡がることを目指し、産業振興や地域活性化など、文化を起点とした新しい社会的価値の創造を図ることで、住まう誇り・愛着の醸成、関係人口・移住者の増加を促進する。
- 木桶札を来訪者の町への参画の証と考え、関係性を幾重にも積み重ねていくことからスタートする。地域計画への 昇華を目指す中で、城下町全体の決済システムやモビリティなど城下町のインフラとリンクさせ、ふるさと納税や「たつ の未来基金」への寄附などと連動させた登録町人制度などの導入に繋げたい。
- 後述の不動産スキームによる地域循環投資によって、2 拠点居住用のシェア型住居整備や、お試し移住用一軒家・賃貸一軒家の整備など、地方部で不足している良質な賃貸住環境の整備も目指す。しかしながら、根本においては、収入(副業、副収入も含む)に繋がる仕事/あきないがあるかがポイントとなるため、本拠点計画における地場産業展示やコンベンション機能、新商品開発などによって産業振興へ繋げる取組みが重要であると考える。これらには、龍野商工会議所や株式会社三井住友銀行、にししんまちづくりファンドなどの支援的立場にある協力団体の存在が不可欠である。

※本計画における関係人口の定義は以下と考えている

市外滞在者(住民基本台帳人口-推計人口※マイナス値はゼロ)

- +一時滞在者(たつの市内施設で1週間以上連泊滞在する者)
- +消費支援者(ふるさと納税者)
- +ゆかりの人口(登録町人等)

■地域資源を磨く再投資へ繋げる民間まちづくり会社による不動産スキームを加えた座組の確立

● 株式会社ムカシミライ、株式会社龍野みらい舎、株式会社緑葉社による不動産スキームを加えた座組により、持続的な活動を担保するための収益を確保する。本拠点計画や派生する取組によって生まれた経済効果(売上)が、賃料という形で、物件を所有・管理する会社(前述3社)に支払われる。この賃料収入によって町並みを維持する修繕費を賄うほか、地域の伝統的な祭祀やイベントなど文化振興へも再投資されるという資金循環を生み出す。これは、いずれの3社も株式会社でありながら、積極的に配当を要求するような株主では構成されておらず、町並みが継承され、龍野城下町が活性化していくということが配当であるという考え方に基づいた応援団によって構成されている民間まちづくり会社ならではである。

【株式会社ムカシミライ(旧カネヰ醤油工場所有者としての再投資)】

多額の資金調達を行うために、代表者が資本金 2,750 万円に対して 50%を越える議決権を持っているが、これはカネ中醤油工場を取得することを前提に市内有力企業 3 社がエンジェル出資を行うことで成立した構造であるため、私企業としての意思決定は行わない。また、物件の取得や売却の際には、必ず株式会社緑葉社の仲介を通じて取得・売却するという制限を設けているため自由な不動産売買を行うことはできない。

そのため、本施設の不動産所有者として、本事業を通じてカネヰ醤油を整備することで得ることができる、①「食品・

物販機能:かもす まるしぇ」に入居するテナントや「体験・創造機能:かもす ベーす (クラフト ベース ※クリエイターズオフィス)」への入居による賃料収入、②「体験・創造機能:かもす ベーす (シェア ベース ※スタジオや多目的スペース)、「交流機能:かもす ひろば (屋外スペース)」などの一時利用による利用料収入から、施設全体の管理費 (人件費等含む) や、「観光案内機能:かもす げーと」の運営委託費、広告費などの支出を賄う計画である。 ※ショッピングモール運営における不動産開発・保有のデベロッパー企業と外形的には同じスキームである。

【株式会社龍野みらい舎(まちづくり事務局としての再投資)】

株主は、公的肩書(連合自治会長や商店会長)をもった取締役で構成されている。こちらの株主陣も現金配当を求めて出資したわけではなく、龍野地区まちづくりビジョン推進のために必要な新たな枠組みであると決意し出資・設立している。①「醸ス場かねゐ」における運営受託収入以外にも、②隣接地での有料駐車場整備を皮切りに、他所でも有料駐車場を増設するほか、③地区内での町家再生による不動産保有投資を行うことで賃料収入を得る。他方で、事務所費などの固定費は最低限に抑えられており、大半の売上は営業利益として残すことが出来るため、まちづくり事務局としての人件費を確保することが出来る。仕事としてまちづくりに関わる人材を確保することで地域活性化へ寄与するとともに、地域内の民間専門人材が本計画により育成され、「連携体制の構築」「来場者満足度」の向上、満足した来訪者の情報発信による「来場者数」「観光消費額」の増加により、好循環を創出する。

【株式会社緑葉社(城下町内不動産の管理会社としての再投資)】

40 名の善意の株主による、筆頭株主でも4%の議決権しかない市民出資会社である。現金配当は行わず、町並みが次代へ維持され、文化が継承されていく再投資に賛同した小口出資者群による運営が行われている。2015年(平成27年)以降、城下町の新規店舗誘致及び移住誘致の主軸を担ってきた。基本事業は、

- ①城下町内古民家を低利回りで納得する善意の投資家への買取再販事業
- ②投資家へ売却した物件をリースバックして出店希望者や移住者へ転貸するサブリース事業
- ③物件売買・賃貸の仲介を行う不動産仲介業

の3つである。本事業により、来訪者が増え、管理物件のテナントの売上が伸びることで②の賃料収入増、さらに多くの店舗や移住者の増加に伴い①③の収入増が見込まれる。管理する物件群の修繕費に充てられるほか、本計画施設や城下町を中心に実施されるイベントへの協賛、町をアピールする広告費の負担などを見込んでいる。

● 前述の3つの民間まちづくり事業者の収益増加を株主配当という形ではなく、城下町内の「まちなみ」への再投資に回すことで、活発な「あきない」を促し、情緒豊かな「ひと」を育み、「くらし」を活気づかせることに繋がる。これこそが、100年先へ「まちなみ」が継承されていくという、まちづくりの好循環であると考えている。

4.目標

目標①:文化観光拠点「醸み場かねゐ」への来場者数(課題①②関連、取組強化事項 1・2 関連)

■目標値の設定の考え方

〔展示機能(かもす ぎゃらり-)〕〔観光案内機能(かもす げ-と)〕の整備をはじめ、各所整備の段階的な実施に伴い、情報発信や販路開拓の強化等を行うことで来場者数 増加を図る。本施設は新設の施設のため、本施設隣接「醤油の郷 大正ロマン館」の施設利用者数の同数程度に加え、地域住民も入場することを 2025 年(令和 7 年度) の目標設定の起点とし、およそ 10%づつ増加することを目標値として設定する。

※2025年度(令和7年度)は部分稼働かつ3ヵ月間のみ、令和8年度前半の6ヵ月間は部分稼働

参考:醤油の郷 大正ロマン館 施設利用者数:令和3年度40,541人、令和4年度57,567人 ※城下町内で最大の利用者数を誇る施設道の駅みつ:令和3年度297,000人、令和4年度287,000人 ※たつの市内で最大の利用者数を誇る施設

■把握方法

来場者が必ず立ち寄るであろう「観光案内機能(かもす げーと)」部分の入口に入退場センサーを設けて来場者数を把握する。本拠点計画が完了するまで、同様の方法で把握する。

年度	実	績			目標		
平 <u></u>	3 年度	4 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
目標値	-	1	_	15,000人	63,000 人	70,000 人	80,000 人
事業番号 1 - ①: 常設展示新設事業	_	-	全体計画の策定	展示計画の策定、展 示部分改修工事	展示部分改修工事	展示·解説整備(運 用)	展示·解説整備(運 用)
事業番号 1 - ②: 域内文化施設との連携に よる展示・解説機能の強 化事業	-	-	_	_	_	(1) 企画展示の共 同企画立案	(2) 醸ス場かねゐの 企画展×1、 歴史文化資料館&霞 城館の合同企画×1
事業番号 2 - ①: 情報通信技術を活用した 展示・解説等整備事業	-	I	_	_	(1) 1 - ①を補完 する映像制作	(運用) (2)QR コード等での キャプション構築	(運用)
事業番号 5 - ①: 拠点 Web サイト開設事業	_	-	_	WEB 開設準備	WEB サイト開設	WEB サイト改修・更新	WEB サイト改修・更新
事業番号 5 - ③: 認知度・誘客力向上のための情報発信強化事業	-	-	_	(プロモーション準備)	(1) 地域連携 DMO と連携した情報 発信計画の構築 (2) 主要交通拠 点・旅行会社・宿泊 施設と連携した情報 発信	(1) 地域連携 DMO と連携した情報 発信計画の構築 (2) 主要交通拠 点・旅行会社・宿泊 施設と連携した情報 発信	(2) 主要交通拠 点・旅行会社・宿泊 施設と連携した情報 発信

事業番号 6 - ①:				〔展示機能〕改修整備	〔展示機能〕改修整備	(運用)	(運用)
〔展示機能(かもすぎゃら	_	_	_				
りー)〕改修整備事業							

目標②:文化観光拠点「醸ス場かねゐ:有料展示施設」への外国人入場者数(課題①②④関連、取組強化事項 1・2・3・4 関連)

■目標値の設定の考え方

- ・施設内の多言語化や、国外に向けたプロモーション・販路開拓により来場者数増加を図る。
- ・龍野地区内での外国人観光客入込数を把握する統計数値は現状ない。近年の城下町における外国人観光客の雑感 70%が城下町内宿泊施設の OTA 経由での宿泊客と思われ、2023 年度(令和 5 年度)の城下町内宿泊施設の宿泊客数が 3 施設で 256 人あったこと、また、本計画においてはデイトリップ客の増加も目指す取り組みであることから、その倍の 500 人を基準値とする。
- ・多言語化されていない龍野城下町において「醸ス場かねゐ」での情報収集が必要となることを鑑み、うち80%(400人)が有料展示施設に入場することを仮定、かつ3ヵ月の稼働であることから、100人として、2025年度(令和7年度)の目標設定を行う。
 - ※2025年度(令和7年度)は部分稼働かつ3ヵ月間のみ、令和8年度前半の6ヵ月間は部分稼働

参考:令和 5 年度城下町内の宿泊施設における外国人宿泊客数:龍野城下町古民家ホテル kurasu173 人、ゲストハウスパーチ 83 人

- ※本計画以降の誘客プロモーションの強化と万博での来訪者増加を見込み、2025年度(令和7年度)以降、大幅な入込客数アップを目指す
- ※コロナ前の 2019 年度(令和元年)の推計値である 500 人を基準値として、計画開始から 10 年目となる 2033 年度(令和 15 年度)には、約 20 倍の 10,000 人 (姫路城 入城者数の 2.5%にあたる)を目指す

■把握方法

有料施設である〔展示機能(かもす ぎゃらりー)〕の入場チケット購入者数で把握する。なお、販売は〔観光案内機能:かもす げーと〕にて行い、常駐する職員の聞き取りにより 外国人観光客か否かを判断する。また、入場者を対象にアンケートを実施することで、入場チケット購入者数との整合性を図ることを想定している。

			1						
年度	実	!績	目標						
十 <u>反</u>	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度		
目標値	_	_	_	100 人	800 人	1,200 人	1,600 人		
事業番号2-②:施設:多言語整備事業	-	-	_	(1) 拠点施設の整備状況に合わせた常設展示の解説や案内表示等の多言語化(2) 拠点内で配布を行うパンフレット等の多言語化	(1) 拠点施設の整備状況に合わせた常設展示の解説や案内表示等の多言語化(2) 拠点内で配布を行うパンフレット等の多言語化	(3) 企画展示の解 説や案内表示等の多言語化 (4) 季節ごとやイベント開催等、定期的に変 更する拠点内掲示物 の多言語化	(3) 企画展示の解 説や案内表示等の多言語化 (4) 季節ごとやイベント開催等、定期的に変 更する拠点内掲示物 の多言語化		
						096616	のタロ品に		

事業番号 3 - ②: Wi-Fi 整備事業	_	_	Wi-Fi 整備	(運用)	(運用)	(運用)	(運用)
事業番号3-③: キャッシュレス化整備事業	-	_	-	展示入館、体験、飲 食物販等のキャッシュレ ス化	(運用)	(運用)	(運用)
事業番号 5 - ④: 姫路に拠点をおく旅行会 社との販売連携事業	_	_	_	_	(1) 神姫観光株式会社との連携によるナイトコンテンツの造成・ツアー販売(2) 姫路城入城チケットセットや姫路〜龍野間のスタンプラリーの期間限定企画等の実施	(1) 神姫観光株式会社との連携によるナイトコンテンツの造成・ツアー販売	(1) 神姫観光株式 会社との連携によるナイトコンテンツの造成・ツアー販売

目標③:文化観光拠点「醸み場かねる」における消費額 (課題①②③関連、取組強化事項 1・2・3 関連)

■目標値の設定の考え方

- ・常設展示入場料及び拠点施設内プログラム体験料、ゲートウェイ部分における物販売上額を目標値とする。
- ・初年度は、大正ロマン館及び大正ロマン館内「クラテラスたつの」の来訪者数に対しての買上率、買上客数、客単価を参考に、本事業における展示部分の想定入場料や体験料などをベースに目標値設定を行う。
- ※参考值: 買上率約 35%、買上客数 21,114 人、平均客単価 1,895 円
 - 来場者に対して20%が有料展示への入場、物販購入すると仮定し、「クラテラスたつの」と同じ客単価を設定する
- ※2025年度(令和7年度)は部分稼働かつ3ヵ月間のみ、令和8年度前半の6ヵ月間は部分稼働

■把握方法

施設所有者であり、テナントに対しては貸主となる株式会社ムカシミライにより、施設内各店舗に共通決済端末を導入することで把握する。

年度	実	績			目標		
十 <u>万</u>	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度
目標値	_	_	_	300 万円	2500 万円	2730 万円	3000 万円
事業番号 2 - ③: 拠点施設における体験プログラム造成事業	_	-	_	(1)「(仮)心に香る、 暮らしを醸す」をテーマと した体験プログラムの造 成	(1)「(仮)心に香る、 暮らしを醸す」をテーマと した体験プログラムの造 成		(2) 高付加価値型 のユニークベニューの定 期開催に向けた企画・ 造成

事業番号 4 - ①: 〔食品・物販機能(かもす まるしえ)〕造成事業	-	-	(造成準備)	(造成準備)	(1) 店舗誘致や商品販売連携 (2) 龍野版フードホールの設置 (3) 龍野発のライフスタイルショップを設置準備 (4) (仮)かもすチャレンジショップの企画・仕組み化	(3) 龍野発のライフスタイルショップを設置準備 (4)(仮)かもすチャレンジショップの企画・仕組み化	(運用)
事業番号 4 - ②: 〔飲食機能(かもすばー る)〕造成事業	-	-	(造成準備)	(造成準備)	(1) 龍野の醸造文 化を継承する〔飲食機 能(かもすばーる)〕の 設置 (2) 龍野ならではの 醸造商品の開発 (3) 城下町内の宿 泊事業者との連携によ るプラン販売	(2) 龍野ならではの 醸造商品の開発 (3) 城下町内の宿 泊事業者との連携によ るプラン販売	(運用)
事業番号 6 - ⑤: 〔食品・物販機能(かもす まるしぇ)〕新設整備事業	-	-	_	_	〔食品·物販機能〕改 修整備	(運用)	(運用)
事業番号 6 - ⑥: 〔飲食機能(かもす ばー る)〕新設整備事業	-	_	_	_	〔飲食機能〕改修整備	(運用)	(運用)

目標④:文化観光拠点「醸み場かねる」来場者の満足度(課題①②③関連、取組強化事項 1・2・3 関連)

■目標値の設定の考え方

・来場者が龍野地区への文化的価値への理解を深め、共感し、魅力を感じることで満足度が高くなることを目標とする。

■把握方法

来場者アンケートを4段階評価で実施し、「最も満足した」と回答した人の割合とする。 ※アンケートは現在実施しておらず、2026年(令和8年)1月から実施する予定

午 庄	実績		目標					
十 <u>反</u>	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度	
目標値	_	_	_	40%	45%	50%	55%	

事業番号 1 - ③:				(1)拠点コンセプトを	(2) (1)に係る研修	(2) (1)に係る研修や	(2) (1)に係る研修や
施設における専門人材の				踏まえたおもてなしやオ	や勉強会等の継続的	勉強会等の継続的な	勉強会等の継続的な
確保·養成事業				ペレーションの構築	な実施による養成と定	実施による養成と定期	実施による養成と定期
				(2) (1)に係る研修や	期的なチェック体制や	的なチェック体制や振り	的なチェック体制や振り
	_	_	_	勉強会等の継続的な	振り返りの機会を活用	返りの機会を活用した	返りの機会を活用した
				実施による養成と定期	した PDCA サイクルの	PDCA サイクルの構築	PDCA サイクルの構築
				的なチェック体制や振り	構築		
				返りの機会を活用した			
				PDCA サイクルの構築			
事業番号 6 - ②:				〔体験・創造機能〕改	(運用)	(運用)	(運用)
〔体験・創造機能(かもす	_	_	_	修整備			
ベーす)〕新設整備事業							
事業番号 6 - ④:				〔交流機能〕改修整備	〔交流機能〕改修整備	(運用)	(運用)
〔交流機能(かもす ひろ	_	_	_				
ば)〕新設整備事業							

目標⑤:まち歩きセルフガイドウォーク(木桶札)の購入者数(課題②③関連、取組強化事項 2・3 関連)

■目標値の設定の考え方

- ・本施設を文化観光のゲートウェイとし、龍野エリアにおける周遊促進による観光収入が域内で循環することを目指す。
- ・「醸ス場かねゐ」への来場者数のうち、3%の来場者がまち歩きセルフガイドウォーク(木桶札)を購入することを目指し、目標を設定する。
- ・なお、まち歩きセルフガイドウォーク(木桶札)の購入者は、龍野城下町内を、より深い理解をもって周遊したいという層であり、木桶札購入=域内での消費を行うことと同義 となり、単なる周遊人数ではない「消費行動の伴う周遊人数」として把握していく。

■把握方法

タビマエ・タビナカで販売する「まち歩きセルフガイドウォーク(木桶札)」の購入者総計にて把握する。 ※2025 年度(令和7年度)は部分稼働かつ3ヵ月間のみ、令和8年度前半の6ヵ月間は部分稼働

年度	実績		目標						
十 <u>년</u>	3 年度	4 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度		
目標値	-	-	-	200 人	1,800 人	2,100 人	2,400 人		
事業番号 3 - ①: ゲートウェイ機能の設置事 業	_	-	-	(1) 拠点施設の案 内ツール制作 ※初稿 (3) 壁面ディスプレイ の企画・制作	(2) デジタルサイネー ジで流すコンテンツの制 作及び他言語対応 (3) 壁面ディスプレイ の企画・制作	(運用) (1)拠点施設の案 内ツ−ル制作 *初稿を 踏まえた更新	(運用)		

事業番号 2 - ④: まち歩きセルフガイドウォー ク造成事業	-	-	-	(1) セルフガイドウォ 一クの造成 / 木桶札 テスト制作 / MAP 制 作 / コミュニティホスト 養成	(運用) (1) セルフガイドウォ 一クの造成 / 木桶札 テスト制作 / MAP 制 作 / コミュニティホスト 養成 (2) ガイド付きツアー 希望者の受入体制構 築	(運用) (1) セルフガイドウォ 一クの造成 / 木桶札 テスト制作 / MAP 制 作 / コミュニティホスト 養成	(運用)
事業番号 6 - ③: 〔観光案内機能(かもす げーと)〕改修整備事業	_	_	-	〔観光案内機能〕改修 整備	〔観光案内機能〕改修 整備	(運用)	(運用)
事業番号 5 - ②: OTA 等を活用した情報発 信事業	-	_	-	(1) 専門家を交えた デジタルマーケティング推 進のための戦略立案 (2) 質の高い写真・ 映像素材の確保 (3) 良質な口コミ蓄 積のための OTA サイト 等への登録	(2) 質の高い写真・ 映像素材の確保 (3) 良質な口コミ蓄 積のための OTA サイト 等への登録	(2) 質の高い写真・ 映像素材の確保 (3) 良質な口コミ蓄 積のための OTA サイト 等への登録	(運用)

5. 目標の達成状況の評価

来訪者アンケートの定量結果やグループインタビュー等の意見聴取、観光庁やたつの市が行う観光動向のデータを活用するなど一体的に行われた調査を踏まえ、満足度等目標の達成状況を年度ごとに確認し、より効果的な事業実施に向けて検討、以降の事業内容や実施方法に反映して改善を図る。

また、満足度の向上やプロモーションの一環として、WEB サービスでの良質なクチコミの蓄積と幅広い意見を収集し、その定性情報も併せて次年度以降の実施事業のあるべき姿を関係者間で検討し、改善につなげる。

施設来訪者数、体験コンテンツ・まち歩きセルフガイドウォークの参加者数、〔食品・物販機能(かもす まるしぇ)〕〔飲食機能(かもす ばーる)〕等の売上額については、月次・年次の集計により把握し、拠点施設として、どの程度たつの市に貢献しているか、地域経済に一定の効果が生じているかといった事業効果を測る。

これらの把握した数値のデータは、共同申請者である文化観光推進事業者とも共有し、比較分析や相互評価を行う。また、年度ごとに目標値との差や前年度との増減といったデータの変動を確認し、課題や改善点などについて、たつの市や文化観光推進事業者と情報共有を図り、次年度の事業に臨機応変に反映させるなど、目標達成に向けて柔軟な対応が図れるよう連携や体制を強化する。

6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

6-1-1. 現状の取組

- 文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介(施行規則第1条第1項第1号)
- 情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介 (施行規則第1条第1項第2号)
- 外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介 (施行規則第1条第1項第3号)

旧カネヰ醤油工場(醸ス場かねる)においては、文化資源についての解説・紹介はもとより、正式な拠点としての整備がされていない。現在、城下町内において文化資源の紹介を行っているのは、かどめふれあい館、大正ロマン館、下川原蔵あかねでのパネル展示のみとなる。

また、観光協会の WEB サイトトップページで流れている動画が液晶テレビでループ再生されている。外国語を用いた解説、紹介については行われていない。







かどめふれあい館

大正ロマン館

下川原蔵あかね

6-1-2. 本計画における取組

● 文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介 (施行規則第1条第1項第1号)

- 城下町内に点在する「過去(ムカシ)」だけではない「今(ミライ)」に生きる展示を行うことで、現存する資源や人との交流、購買を通じて地場産業の振興や来訪者の暮らしを「醸し」ていく。なお、展示する内容は、たつの市や龍野地区町並み保存会、龍野歴史文化資料館や霞城館の監修も反映することで、〔展示機能(かもす ぎゃらりー)〕を起点としたストーリー性・連続性のある城下町内の文化資源との連携も図る。
- 常設で解説、紹介を主に行う場所は〔展示機能(かもす ぎゃらり−):ゐ蔵 1 階・2 階 / 西蔵〕となるが、〔観光 案内機能(かもす げ−と)〕〔交流機能(かもす ひろば)〕〔食品・物販機能(かもす まるしぇ)〕など、人目に触れる場所の活用も想定している。

「町と人の記憶を紡ぐ」かもす ぎゃらり- 1 (ゐ蔵 / 1 階) テーマイメージ

~「まちなみ」「あきない」「ひと」「くらし」のテーマを通じて龍野を構成する基本的な文化的要素・全体像を知る~

- ・文化資源の歴史的背景や価値を分かりやすく表現し、龍野の文化的価値を包括的に「知る」ことができる展示を施し、龍野ならではの文化について理解を深める機会を提供する。かねる醤油の蔵跡を利活用し町の記憶を保存、継承し次世代に引き継ぐための装置としても役割を果たし町と人の記憶を紡ぐ
- ・施設全体のコンセプトとなる「まちなみ」「あきない」「ひと」「くらし」についての内容を軸とし展示する
- ・「蔵ライブラリー」では、町の記憶につながる書籍などをそろえ、自由に読むことができるスペースも確保する
- ・コンベンションホールとしての機能も確保し、龍野歴史文化資料館や霞城館等、地区内の文化観光拠点施設との連携による合同企画展や発酵食に関連するフォーラム、地域のイベントに利用するスペースとする

■まちなみ

江戸時代に築かれた町割りが7割以上残る景観形成地区の伝統的な町並み

江戸時代と現代の地図を比較し町割りが変わっていないことについて紹介する。また、瓦、うだつ、虫籠窓、駒寄など昔から残る龍野の町の建築についての紹介。さらに重要伝統的建造物保存地区についての紹介などを行う。

▶ 展示手法:伝建地区(壁面写真パネル)、瓦資料(現物他)、町割り(立体映像とパネル)など

■あきない

武士が商人に転じ発展を遂げた伝統的な地場産業・商業

龍野の醤油は、1587年(天正 15年)円尾屋孫右衛門、1590年(天正 18年)栗栖屋横山五郎兵衛によって始められたとされている。天正年間に、播磨国守護大名赤松一族の家臣片岡治兵衛が、龍野で幾久屋(きくや)の屋号で醸造を始めた。1666年(寛文6年)円尾孫右衛門によって「うすくち醤油」が考案され、1672年(寛文12年)に龍野藩主脇坂安政が、信州飯田から龍野に転封となった。脇坂安政は、醤油醸造業の保護育成に力をいれるとともに、歴代龍野藩主も、醤油業界を保護してきたなどの、たつの市を象徴する醤油醸造を中心とした「あきない」の歴史を解説する。

▶ 展示手法:人のストーリーと帳場説明(イラストまたは簡易模型+帳簿やそろばんなどの資料)など

■ひと

龍野城下町より輩出された商人・職人・文化人

①龍野の醤油産業の興隆と発展に尽くした横山省三

幕末の龍野藩は、窮迫する藩財政を建て直すために半官半民の生産局を設けて醤油を藩業にしようとした矢 先、廃藩置県ですべての計画は水泡に帰した。これを見た横山省三は、有志を募り、1876 年(明治 9 年)龍 野醤油醸造組合を結成し、自らが組合長となって醤油組合の基礎を固めた。その功績を称え、大正ロマンが漂う レンガ造りの旧龍野醤油同業組合事務所(国の登録有形文化財)の敷地内に陶像と頌徳碑が建てられた。

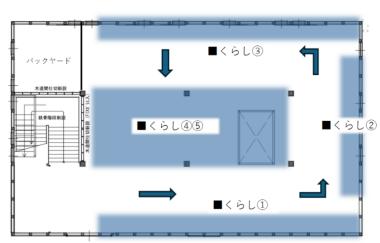
- ②醤油職人について記録を調査、取材などにより、龍野で職人が磨き上げてきた技について展示を行う。
- ③童謡「あかとんぼ」の作詞者、三木露風などの多く輩出された文化人の紹介も行う。
 - ➤ 展示手法:様々な分野の人の偉業、名言、系譜、城下 MAP(解説パネル、タペストリー)など

■くらし

城下に息づく利他の心を重んじた丁寧な暮らし

家庭で味噌を仕込むという醸造町ならではの文化や、玄関先におもてなしや敬意を込めた四季折々の飾りを施すなど、利他の精神による丁寧な暮らしが息づいている。ひな祭りやさくら祭、観月の夕、皮革まつりなどの年中行事における祭りや人々の季節の飾りについての紹介を行う。

➤ 展示手法:暮らしの再現、季節の飾り(二十四節季解説、飾り資料ディスプレイ、紙芝居風映像)など



〔展示ゾーニングイメージ〕

「龍野地区の暮らし/交流の中心になる」かもす ぎゃらり- 1 (ゐ蔵 /2 階)テーマイメージ

~うすくち醤油を主テーマに龍野の醸造・発酵文化と共にある町の「暮らし」を知る~

- ・龍野固有の醤油醸造文化がどのように継承されてきたのか、龍野から日本全国にどのように拡がっていったのかを 伝える。
- ・たつの市に息づいてきた醤油の歴史とともに、歴史と風土も紹介する。揖保川の鉄分が少ない軟水が、醤油醸造 に適していることなど、龍野ならではの歴史や地域特性をより具体的に展示する。
- ・日本全国地方ごとの醤油の比較を通して人々の暮らしを中心に展示を行う。
- ・日本の調味料、世界の調味料を紹介し、全国からの来訪者、外国人観光客に向けた展示を通して、日本の暮らし、龍野の暮らしに根付いた文化の理解を深める。

■くらし

「龍野醤油」を通じたたつの市の歴史や暮らしを紹介

①醤油ってなに?

醤油の歴史/醤油の作り方/龍野のうすくち醤油(龍野の歴史)/醤油の地域特性など

➤ 展示手法:歴史変遷(スライド風映像)、醤油の種類(解説パネル+現物比較)、産地 MAP など

②龍野の醤油が発展してきた背景

揖保川の水質 / 材料の入手ルート / 龍野藩主の産業奨励策 / その他のたつの市の歴史と醤油エピソードなど ▶ 展示手法: 材料 (レプリカや材料入手 MAP、井戸や桶再現、解説パネル)、龍野の風景 (写真) など

③日本の調味料

さしすせそ(「さ|砂糖「し|塩「す|酢「せ|醤油「そ|味噌)/日本の調味料について学ぶ など

▶ 展示手法:地域食文化·資料·材料(パッケージ、特徴や比較解説)など

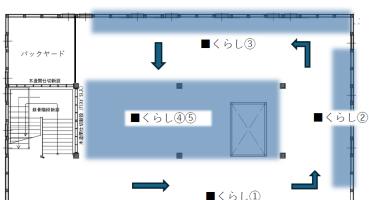
④世界の調味料(外国人観光客向け)

世界の調味料について学ぶ/世界にも醤油と似た調味料がある(魚醤など)など

▶ 展示手法:地域食文化・資料・材料(パッケージ、特徴や比較解説、におい体験)など

⑤日本の食卓・龍野の食卓(外国人観光客向け)

- ・たまごかけごはんや冷ややっこや卵焼き。日本の食卓には醤油は欠かせないことを展示する
- ・龍野の家庭では味噌を手作りして日々の食卓に醸す文化が根付いている事も紹介する など
- ▶ 展示手法:地域食文化・資料・材料(パッケージ、特徴や比較解説、におい体験、暮らし再現)など



〔展示ゾーニングイメージ〕

「魅せる醤油工場展示」かもす ぎゃらり−Ⅱ (西蔵) テーマイメージ

~実物の素材、職人の技に出会う~

- ・醤油工場を復活させ、醤油の作り方などをメインに展示機能を持たせる。
- ・醤油の作り方の「今」と「むかし」の違いなどを展示する。材料や道具の違いなど可能な限り実物も展示する。

➤ 展示手法

腰高にグラフィック + 映像パネルを設置することで工場内の見通しを良くし、子供から大人まで見やすい高さとする。またタッチパネル式映像装置を設置する場合においても操作のしやすい高さとしている。また中央展示については工場への見通しを良くするために壁面ではなく展示台上での展示物と解説グラフィックとする。

● 情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第2号)

- 空間も限りがあることから、造作物やパネル等での解説、紹介だけではなく、映像での情報提供も行うことにより、 奥行きのある展示にしていく。
- 二次元コード等を活用し、展示・解説だけでは掲示できない情報や多言語での情報、より深く知りたい場合に訪れるべき城下町内の文化観光施設について、Web 上で即座に入手できるようにすることで、来訪者の理解度の向上や利便性の増進につなげる。

◆ 外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介(施行規則第1条第1項第3号)

- 展示、解説や案内表示等の多言語化を行うことに加え、施設内コンシェルジュの解説対応なども、時間ごとの開催 等、検討を進めていく。
- 空間が限られていることから、常設展示等の多言語化は日本語・英語のみとし、上述した二次元コードの活用において他言語での情報提供を行う。

6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携

6-2-1. 現状の取組

●文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

【たつの市】

たつの市により設置された龍野地区まちづくりビジョン検討委員会には、株式会社龍野みらい舎や特定非営利活動法人ひとまちあーとを代表する者が参画、また本計画における共同申請者や協力団体もワークショップ段階から、数多く参加し、まちづくりビジョンの構築に向けて検討を重ねてきた。

【株式会社龍野みらい舎】

龍野地区におけるまちづくり運営組織として 2022 年(令和 4 年)より任意団体として活動を開始する当初から 「旧カネヰ醤油事務所棟」の仮会議室で設立に向けた会合等を重ねる。2023 年(令和 5 年)12 月の株式会社 設立も当該施設を所在地とした。

【特定非営利活動法人ひとまちあーと】

主たる申請者である株式会社ムカシミライの代表取締役をはじめ、創業メンバーとして役員参加している。中間支援、ソーシャルデザイン組織で、視察対応や人材育成など、対外的な窓口及びグループ事務局として地域デザイン、イベント企画を担う。

【末廣醤油株式会社】

カネ中醤油の「うまみ」に代表される商品を含む製造権・商標権は末廣醤油株式会社が引き継ぎ、製造販売を続けている。城下町内で唯一現役営業する天然醸造の醤油会社として、観光振興のためのコンテンツ開発や受入などで連携がある。

【特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER】

全国トップシェアにも関わらず、納品先が製造メーカーのため消費者認知度が低いたつの市における皮革製造業の歴史や文化、培われてきた技術と生み出される素材を発信し続けている。まちづくりや観光振興のための工場見学やイベント型の体験学習などで連携がある。

●文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者間では、城下町内での店舗・移住者誘致や文化振興のための企画等、これまでのまちづくりに関わる各種データは共有を行ったうえで取組みを進めてきた。

●文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

各社代表者は、龍野地区まちづくりビジョン検討委員会やまちづくりワークショップに参加をしてきたメンバーでもあり、 文化観光推進のためのたつの市の方針や目標等は等しく理解をしている。現在は、連携する企画ごとの KPI 設定を 行い、振返りの場を持ちながら次の活動に活かしている。

6-2-2. 本計画における取組

● 文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

- 本拠点計画の進捗について定期的に打ち合わせを行い、課題や改善点などについて、たつの市を含む施行規則 第1条第2項第1号の文化観光推進事業者と情報共有を図る。
- 地域住民の声や達成状況を踏まえ、計画の軌道修正並びに次年度以降の計画に反映させるなど、龍野地区内の文化資源の価値を損なわず、文化と経済の好循環という趣旨に沿った成果が得られるよう実行する。

【たつの市】

本計画の推進における伴走支援に加え、目標の達成状況の評価を行う。

【株式会社龍野みらい舎】

展示機能(かもす ぎゃらりー)観光案内機能(かもす げーと)、交流機能(かもす ひろば)、食品・物販機能(かもす まるしぇ)のチャレンジショップ、飲食機能(かもす ばーる)の管理・運営、施設における多言語整備、ワークショップ・イベントの開催や施設全体の来場者数・満足度の把握を行う。

【特定非営利活動法人ひとまちあーと】

拠点施設全体の管理、合同企画展やイベントの企画・コーディネート、公益社団法人ひょうご観光本部や共同申請者と連携した体験プログラムや周遊ツアーの造成、地域の祭事やイベントとの連携、人材確保・育成、販路開拓・情報発信を主に行う。

【末廣醤油株式会社】

「カネヰ醤油」の製造権をもち、「カネヰ」のブランド管理者の視点から食品・物販機能(かもす まるしぇ)や飲食機能(かもす ばーる)における商品開発及び展示機能(かもす ぎゃらりー)のパネル展示解説監修の協力、素材提供や「あきない (醸造産業)」「ひと(今に生きる職人)」をテーマとする展示監修の協力を行う。

【特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER】

展示機能(かもす ぎゃらりー)のパネル展示において、現代美術家との共同アートピースの美術展示・解説監修の協力や、敷地内のファサードやインテリア等に伴う革製品の提供、「あきない(皮革産業)」「ひと(今に生きる職人)」を

テーマとする展示監修の協力を行う。また、食品・物販機能(かもす まるしぇ)では、"暮らす"をテーマとした龍野発のライフスタイルショップ設置に向けた商品開発・販売等で連携する。

● 文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

「醸ス場かねゐ」については、施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者間によって、入城者数や消費額等のデータを把握する。また、市内全体の観光関連データについては、たつの市からの共有を受け、施設運営の参考にしていく。

● 文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

「龍野地区まちづくりビジョン」において、目標とする観光入込客数、宿泊者数、消費額等の KPI を設定し、毎年度の達成状況をチェックしている。「醸ス場かねる」においては、その目標達成にも貢献する KPI の設定を行い、たつの市と共有することで「龍野地区まちづくりビジョン」の推進を共に行うことを想定している。

6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携

6-3-1. 現状の取組

● 文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めたにぎわいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

【西日本旅客鉄道株式会社】

JR 姫新線利用促進の観点から、特定非営利活動法人ひとまちあーとを通じてのライブ列車や婚活列車の企画等を実施してきた。近年は赤字ローカル線問題の顕在化に伴って各関係団体との情報交換のための会議でも、意見交換を図ってきた。

【神姫観光株式会社】

上質なツアー旅を提供する「真結(ゆい)」におけるツアー造成を龍野地区で行う際に、店舗情報の提供や調整を行い、実販売に至った。

【株式会社日本旅行 姫路支店】

具体的な協業には至っていないが、播磨地区の活性化をテーマに広域での観光コンテンツの企画・販売に向けた議論は行った経緯がある。

【にししんまちづくりファンド有限責任事業組合】

MINTO機構の支援メニューであるマネジメント型まちづくりファンド設立に向けた議論を重ね、2024年(令和6年)のファンド設立に至る。播磨地域のまちづくり事業者やヘリテージマネージャーを集めた勉強会などを共同開催するなど、ファンド投資を通じた地域活性化に向けた取り組みを協働で行っている。

【株式会社地域ブランディング研究所】

令和3年度文化芸術振興費補助金「文化観光拠点施設を中核とした地域における計画策定事業」での龍野地区の文化資源調査及び計画策定サポート、龍野地区内でのコンテンツ造成等で連携を図ってきた。

【株式会社スペース】

龍野地区を新たに整備する文化観光拠点施設における展示設計について議論を行った経緯がある。

【カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社】

龍野地区を新たに整備する文化観光拠点施設における展示設計について議論を行った経緯がある。

<協力団体>

【たつの市立龍野歴史文化資料館】

町の歴史・文化や魅力を語り継ぐコミュニティカレッジ「ムカシミライ学校」におけるゲスト講師として、また、本計画の立 案過程においても、龍野の文化資源の起源や魅力等について共に議論・推敲するなど連携を図っている。

【龍野地区町並み保存会】

広報誌やポスターを作成する等、伝建地区の制度周知のための啓発活動を行うとともに、修理事業等の優先順位の調整を行う等、精力的に町並み保存活動を行なっている。重要伝統的建造物郡保存地区を含む龍野地区においては、町家や町並みを活用したオータムフェスティバルや町ぢゅう美術館といった多くの来訪者で賑わうイベントの開催において、連携を図ってきた。

【たつの市立龍野小学校】

本拠点施設からの 200mに位置する小学校。こども園・小学校・中学校・高等学校が周辺に存在し、城下町内は子ども達の通学路や遊び場にもなっている。また、未来を担う子供たちに、市内にある様々な歴史文化遺産について学び、郷土への愛着を深めてもらうために小学校が取り入れている総合学習「龍野学」という龍野地区ならではの学びの仕組みを構築している。現状は、ムカシミライ学校で、子どもが学ぶ「龍野学」を、大人も同じく知り、学ぶことで、地域一体で学ぶ取組みを行っている。

【株式会社緑葉社】

旧カネヰ醤油工場の一画にオフィスを構え、龍野城下町地域の町家の管理・仲介を行うまちづくり会社として活動している。龍野城下町内に店舗を誘致しているのも株式会社緑葉社であり、店舗等を運営する入居者に対し、龍野川西商店会への入会を入居条件としている。

【龍野商工会議所】

共同申請者や協力団体を含む城下町内事業所への支援を実施している。 龍野地区まちづくりビジョン推進協議会にも参画。また、三菱 UFJ 銀行姫路支店と連携し、同行の寄附プログラムの一環で、株式会社龍野みらい舎にイベント用テントを寄贈するなどの取組がある。

【龍野川西商店会】

2023 年度末時点で、商店会の会員数は 105 事業者となり、会員数のうち 80 事業者程度が飲食・物販の店舗を営み、龍野城下町の活性化や来訪者受入を担っている。オータムフェスティバルや町ぢゅう美術館をはじめ、町で行われる年中行事を介して連携を図り、城下町の賑わいを創出している。また、龍野城下町での体験コンテンツの造成や受入についても共に取り組んでいる。

【株式会社三井住友銀行】

たつの市指定金融機関として、龍野地区まちづくりビジョン検討委員会に委員として参画、また、地方創生支援の 観点から申請者との定期的な情報交換、連携事業を模索してきた。

【株式会社 masumasu】

「龍野城下町古民家ホテル kurasu」の運営会社であり、これまで龍野のまちづくりを担ってきた特定非営利活動法人ひとまちあーとや株式会社緑葉社のグループ会社である。城下町内で一棟貸しの古民家ホテルを 2 棟運営し、2023 年度の宿泊者実績は861 人(ホテル2 棟目は2023 年6 月に開業、実質稼働は8 月から)で、城下町への送客機能をもっている。あえて宿で食事を提供しないスタイルにより、域内のレストランやカフェと連携した運営を行い、城下町に還元している。

【井戸糀店】

100 年以上の歴史をもつ井戸糀店は、龍野のうすくち醤油づくりに欠かせない糀を製造し続けている。井戸糀店の糀は市内多くの飲食店などで広く使用されており、地元の顧客のみならず、美味しい糀を求めて県外から足を運ぶファンも多い。また、店主はたつの市観光協会の会長もしており、観光振興についての意見交換や味噌づくり等の体験コンテンツ造成で連携を図った経緯がある。

【発酵 LabCoo】

発酵 LabCoo が運営する「地産地酵」をテーマとする講座・料理教室に加え、自社でも WEB ショップを展開し、多くの人が日本の伝統食品の味や歴史に親しみ、各家庭で発酵食品を手作りし、地域の味を引き継ぐための食品や道具を販売している。「MY 醤油づくり体験」や「利き醤油体験」等のコンテンツ造成・受入において、連携を図った経緯がある。

6-3-2. 本計画における取組

● 文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めたにぎわいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

【西日本旅客鉄道株式会社】

JRの利用者動向や姫新線利用者数を踏まえ、駅構内や電車内はもちろんのこと、各種媒体における国内外への戦略的プロモーションの設計・発信連携を図る。

【神姫観光株式会社】

ナイトコンテンツを主軸としたツアーの造成及び販売連携や、神姫バスグループにおける広報・プロモーションの連携によりナイトタイムエコノミーを推進する。

【株式会社日本旅行 姫路支店】

姫路城運営事業の自主事業として、姫路からの誘客を促進する企画連携を図る他、姫路駅中央口南北コンコース沿いにある店舗等で有料チケット(展示機能:かもすぎゃらりー入館チケット・まち歩きセルフガイドウォークなど) 販売調整等を図る。

【にししんまちづくりファンド有限責任事業組合】

資金計画の立案支援のほか、事業開始後の損益状況、キャッシュフローの定期把握、フォローを担う。

【株式会社地域ブランディング研究所】

施設における専門人材の育成サポート、拠点施設における各種体験や、まち歩きセルフガイドウォークの造成、コミュニティホストによる受入体制の構築サポートに加え、インバウンド誘客のための情報発信、販路開拓を担う。

【株式会社スペース】

株式会社龍野みらい舎、たつの市、龍野歴史文化資料館の学芸員、龍野地区町並み保存会等地域コミュニティと連動しながら、展示企画の立案、空間設計、多言語対応、展示施工業務を担当する。

【カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社】

社会的な活動・文化を通したコミュニティづくりの知見を踏まえ、施設全体の企画サポート及び施設の核となる展示企画のアドバイスを行う。

<協力団体>

【たつの市立龍野歴史文化資料館】

本計画の中でも文化観光推進の要となる「魅力ある解説・紹介等の取組み」において、〔展示機能:かもすぎゃらり一〕の常設展及び企画展の時代考証、文化考証をはじめ、龍野の文化資源の価値や背景にある歴史・自然の

魅力を高める解説・紹介内容、手法、ターゲット層を踏まえた多言語化の方向性や表現の検討において連携を図る。また、企画展については、テーマ設定から、テーマに沿った収蔵資料・収蔵品、作品の賃借等の連携を図り、季節を変えて新しい龍野の魅力に出会える、リピーターを取り込む仕掛けも行う。そして、醸ス場かねゐが展示機能を保有するにあたり、展示物を良好な状態で保存していくための基本的な考え方、扱い方等の指導も行う。

【龍野地区町並み保存会】

龍野歴史文化資料館と同様に、特に「まちなみ」をテーマとする展示において、常設展及び企画展の時代考証、文化考証をはじめ、龍野地区の町並みにおける文化資源の価値や背景にある歴史・自然の魅力を高める解説・紹介内容、手法、ターゲット層を踏まえた多言語化の方向性や表現の検討において連携を図る。本計画内で造成する「まち歩きセルフガイドウォーク」の参加費には、町並み保存へのドネーションも含まれており、文化資源への再投資先の検討もたつの市と協議のうえ進めていく。また、来訪者のまち歩きの予習ともなる、「まちなみ」の全体像をつかむ常設展示の監修や、龍野地区の景観形成を踏まえた整備・工事内容や改修方針のすり合わせ等も行う。

【たつの市立龍野小学校】

「龍野学」とも連携を図ることで、好奇心をくすぐるタイトルやストーリー性のある解説、短く端的でわかりやすい紹介など、来場者の視点に立って解説・紹介を工夫するための要素を抽出する。また、在校生には、校外学習やイベント開催時はもちろんのこと、日常的に本施設へ訪れてもらい郷土愛を育んでもらうべく、学校側とは密に情報共有、連携する。

【株式会社緑葉社】

不動産業を営む事業会社として醸ス場かねゐのテナント誘致や、主に〔食品・物販機能(かもすまるしぇ)〕の入居店舗・事業者調整を行う。一般的な営利法人と異なり、事業の目的は「龍野の暮らしや文化を未来に引き継ぐ」ことにあり、城下町内の遊休不動産の管理・エリアマネージメントを行っている視点から、株式会社ムカシミライと連携のうえ、「龍野城下町」「醸ス場かねゐ」双方に相応しい事業者選定を行い、また、(仮)かもす チャレンジショップの企画・仕組み化でも連携を図る。

【龍野商工会議所】

マルシェやギャラリー、広場を活用するポップアップストアや展示会等に繋がるよう、会員企業への呼び掛け、マッチングを行う。また、まち歩きセルフガイドウォークの受入事業所の調整や、コミュニティホストへの登録呼び掛けなどを担当する。

【龍野川西商店会】

本計画では、龍野川西商店会に登録する主な飲食・物販を行う事業者と連携し、来訪者が城下町を「迷う」楽しみをサポートする、コミュニティホストという仕組みを構築する。コミュニティホストは、本計画内で造成する「まち歩きセルフガイドウォーク」の受入も担い、参加者が首からかける「木桶札(まち歩き周遊促進アイテム)」により、観光客でありおもてなしを行う対象として認識し、コミュニケーションの活性化を図る。「暮らしと観光の共存」を目指し、地域の負担にならない持続可能な観光推進体制の構築と、受け入れる地域住民の意識と理解の向上、参画感の醸成を図り、来訪者満足度向上に向けた機会損失を防ぐとともに、地域一体で持続可能な観光を推進する。

【株式会社三井住友銀行】

申請者及び共同申請者の事業構築などを包括的にサポートするほか、〔食品・物販機能(かもす まるしぇ〕や「展示機能(かもす ぎゃらりー)」、〔交流機能(かもす ひろば)〕などを活用したポップアップストアや展示会などに繋がる、たつの市内外の事業者(特に姫路市界隈)をマッチングする。また今後、地域計画へのステップアップを目指す中で、新たな事業者マッチングや、民間まちづくり会社が展望するビジネススキームの構築検討・検証を伴走支援し、5ヵ年に渡る本計画完了後においても、更なる拡大や自走型スキームに昇華させていけるよう継続的な事業支援を行う。

【株式会社 masumasu】

「龍野城下町古民家ホテル kurasu」の宿泊客に対し、タビマエ・タビナカでのプラン連携販売を行うとともに、食事や体験を付加した新規プランの構築等も行っていく。特に「まち歩きセルフガイドウォーク」については、宿泊プランに一律で組み込むことにより、宿泊者 = 体験購入者という確実な集客と、更なる満足度の向上に繋げていく。また、宿泊者動向の共有により、継続的な来訪客分析を連携して行う。

【井尸糀店》

本計画では、〔展示機能(かもす ぎゃらりー)〕の「あきない (醸造産業) 」「ひと(今に生きる職人)」をテーマとするパネル展示監修の協力をはじめ、〔食品・物販機能(かもす まるしぇ)〕や〔飲食 機能(かもす ばーる)〕における 麴や味噌など発酵関連の商品開発や提供、"暮らす"をテーマとした龍野発のライフスタイルショップ設置に向けた商品開発・販売等で連携する。また、「まち歩きセルフガイドウォーク」や体験プログラムの造成・受入においても協力体制を築いていく。

【発酵 LabCoo】

長年培われた「発酵」を食卓に取り入れるプロの目線、また、料理教室への参加者は、本計画における国内既存顧客ターゲットでもあることから、ターゲットの視点を踏まえた監修により、〔食品・物販機能(かもす まるしえ)〕における商品の充実や、"暮らす"をテーマとした龍野発のライフスタイルショップ設置に向けた商品選定・販売において連携を図る。また、料理教室に加えて運営を行っている着物や浴衣の着付け、発酵をテーマとしたショップ等では、「まち歩きセルフガイドウォーク」の受入・プロモーション等で協力体制を築いていく。

7-1. 事業の内容

7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業

(事業番号1-1)

事業内容

事業名常

常設展示新設事業

生きた城下町博物館都市 龍野の「まちなみ・あきない・くらし・ひと」をテーマに、展示・解説の整備を行う。深く長く町に関わり、時間をかけないと知ることが出来なかった龍野城下町の全体像や魅力、文化的価値への理解を包括的に深められる場所を龍野地区の中心に据えることで、来訪者満足度や龍野の認知度向上の実現を目指す。

また、龍野固有の地域の魅力を多様な来訪者に伝えることで、町並み散策の期待に導くことができるよう効果的な理解を促す発信を行う。

※文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介内容の詳細は〔6-1-2〕を参照

【実施内容】

- (1) 類似エリアとの差別化を図る拠点施設コンセプト及び展示内容の明確化
 - ・たつの市をはじめ連携先との懇話会の実施
 - ・パネル及び造作物展示原稿の作成
 - ※展示内容については連携先とテーマごとに意見交換を行い、構成することを想定
- (2) 「まちなみ・あきない・くらし・ひと」をテーマに、五感で龍野を読み解く展示物の常設化 〔かもすぎゃらり- I / ゐ蔵 1 階〕

施設全体のコンセプトとなる「まちなみ」「あきない」「ひと」「くらし」を切り口に、町の全体像を伝える造作物やパネル等を制作。

※定期的な企画展や地域のイベントにも活用することを想定し、1 階はコンベンションホールとしての機能も確保するため可動式什器を用いる

「かもすぎゃらり-1/み蔵2階〕

龍野ならではの醸造・発酵文化の中に息づく「くらし」に焦点をしぼり、龍野固有の醸造・ 発酵文化がどのように継承されてきたのか、龍野から日本全国にどのように拡がっていった のかを伝える造作物やパネル等を制作。

- ※町を象徴するゐ蔵に保管される資料等は、歴史文化資料館をはじめ関係機関と評価・選別のもと、来訪者の概観理解に効果的な展示公開を予定
- ※公開資料の説明は、醸造工程における道具類の役割りをイラスト画にするなど端的なビジュアル表現を主体とし、陳列ではなく展示構成として伝達

〔かもすぎゃらり-Ⅱ/西蔵〕

今に生きる「醸す文化」を表現する展示として、魅せる醤油工場を併設する。醤油の作り方の「いま」と「むかし」の違いなどを展示し、材料や道具の違いなど可能な限り実物も展示することを想定。

(3) QR コード等で詳細な情報にアクセスできる仕組みを構築し、より深い学びに繋げるキャプションを構築

【連携先】

- <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>
- ・株式会社スペース(展示企画の立案、空間設計、多言語対応、展示工事施工)、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社(施設全体の企画サポート及び施設の核となる展示企画の協力)
- ・たつの市、末廣醤油株式会社、特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER (展示・解説 監修協力)
- ※たつの市のみ施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者であるが、連携内容明確化のため記載(以下同様)
- <協力団体>
- ・たつの市立龍野歴史文化資料館(時代考証、文化考証)
- ・龍野地区町並み保存会、井戸糀店(展示・解説監修協力)
- ・たつの市立龍野小学校(小学校が推進する「龍野学」との連携)

	<その他>
	・うすくち龍野醤油資料館、霞城館、室津海駅館(展示・解説監修協力)
実施主体	株式会社龍野みらい舎、株式会社ムカシミライ
実施時期	令和 7-9 年度
継続見込	計画期間終了後も、適宜内容更新等を行いながら、自主財源等で継続して使用する。
アウトプット	令和9年度以降の年間入場者数:5,000人以上
目標	※以降、年々入場者数の増加
必要資金	36.8 百万円(内訳:【チケット収入及び一般財源】12.2 百万円、【文化観光推進事業補助
調達方法	金】24.6 百万円)

(事業番号1-	②)
事業名	□ 対内文化施設との連携による展示・解説機能の強化事業
事業内容	たつの市立龍野歴史文化資料館や霞城館をはじめとした文化施設等との連携による展示・解 説機能の強化や、合同企画展を開催する。
	【実施背景】 来訪者に対して龍野という町の成り立ち、内包するストーリーや文化資源を印象づけるための展示が城下町内に不足している。また、龍野歴史文化資料館や霞城館など、城下町内にある文化施設や個人宅内には、展示しきれない所蔵物・解説パネルが多数ある。
	【実施内容】 (1) 域内文化施設との連携による学術的観点と分かりやすさを兼ね備えた企画展示の共同企画立案 (2) 龍野という町を構成する様々な歴史・風土・文化資源を再編集し、文化資源相互の関連性や明確なテーマを設定したストーリー性のある合同企画展を既存の文化施設と連携し開催
	プログラムイメージ ・「100年」展:今から 100年前の 1920年代及び大正時代をフィーチャーし、龍野で起こっていた醤油組合運動、緑葉社運動など、変化の時代に機運を高めた人物たちのストーリーを、興味をひく現代的な語り口で構成する。ひいては、100年前の龍野を切り口とした 100年前の日本に生きた人々の暮らしや風俗はどのような空気感だったのかを、歴史的考証を踏まえて展示する。 ・「腐るのではなく発酵する人」展:発酵と醸造の町龍野にはさまざまな逆境に腐るのではなく発酵を深めた偉人たちがいた。ほろ苦くも勇気づけられるストーリーを文化施設と連携のもと紹介する。 ※版画家、たつの市在住の乾太(いぬいたい)さんの展示しきれないコレクションが龍野歴史文化資料館や城下町内において多数ある
	【連携先】
 実施主体	 株式会社龍野みらい舎、特定非営利活動法人ひとまちあ−と
実施生体 実施時期	休式云社龍野のりい音、行足を含めば到法人びとようのでと 令和 9-10 年度
	¬ᠬᠬ 9-10 平度 計画期間終了後も、適宜内容更新等を行いながら、自主財源等で継続して使用する。
アウトプット	計画期間於了後も、過量的各更利等を打いなから、自主財源等で極続して使用する。 年 2 回以上の開催(醸す場かねゐの企画展×1、歴史文化資料館&霞城館の合同企画
日標	午~回以上の開催(醸9場がねぬの正画展×1、歴史文化員科語&良城館の古向正画 ×1)
必要資金	12 百万円 (内訳:【体験収入及び一般財源】4 百万円、【文化観光推進事業補助金】8
知法十十	

調達方法

百万円)

(事業番号1-3) 事業名 施設における専門人材の確保・養成事業 事業内容 拠点施設のコンセプトを踏まえた文化資源の魅力、ストーリーの解説・紹介や、地域の関係者相 互間の連携と協働の促進を図る専門人材の確保・養成を行う。 【実施背景】 ● 拠点の新規開設により、文化観光を推進する体制構築の維持において関係者をつなぐ役割 や、拠点における来訪者のおもてなしやオペレーションの構築、龍野のもつ地域資源を魅力的 に表現しつつも町に馴染むブランドイメージ、世界観といったターゲット層に与える印象を拠点に て統一化していくための人材の確保、多面的な育成が急務である。 ● 現状、龍野地区のまちづくり会社が中心となり、旧カネヰ醤油工場を活用した観光振興や地 域住民のための会所として運営するも、各々の本業との両立の中で報酬の確保は課題となっ ている。 【実施内容】 ● 文化の継承を基盤として、持続的に龍野地区を発展させていくためには、地域住民や事業 者をはじめとする、多様な関係者によって自立的な活動が推進されるための体制を構築する。 (1) 拠点コンセプトを踏まえたおもてなしやオペレーションの構築 (2) 上記(1)に係る研修や勉強会等の継続的な実施による養成と、定期的なチェック体制や 振り返りの機会を活用した PDCA サイクルの構築 【連携先】 <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者> ・にししんまちづくりファンド有限責任事業組合(人材とのマッチング) ・株式会社地域ブランディング研究所(上記実施内容(2)) <協力団体> ·龍野川西商店会(上記実施内容(2)) 実施主体 特定非営利活動法人ひとまちあーと 実施時期 令和 7-9 年度 継続見込 収益増加分を費用に充て、継続して事業を実施する。 アウトプット 拠点における文化観光推進の担い手の確保: 1人 目標 必要資金 8.1 百万円(内訳:【一般財源】2.7 百万円、【文化観光推進事業補助金】5.4 百万円)

7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業

(事業番号 2 - (1))

調達方法

	事業名	情報通信技術を活用した展示・解説等整備事業
	事業内容	限られた空間での展示において、造作物やパネル等の展示物を補完する役割として映像展示の
		常設化や情報通信技術の活用による多面的な学びの創出に繋げる。
		【実施内容】
		(1) 事業番号1-①を補完する映像制作
		常設する展示に合わせ、展示・解説パネルだけでは掲示できない情報、展示内容により映
		像での演出が効果的な場所については、モニターやプロジェクターなどを利用し視覚的に解
		説するための映像を制作する。
		(2) QR コード等で詳細な情報にアクセスできる仕組みを構築し、より深い学びに繋げるキャプシ
		3ンを構築
		【連携先】
		【連携元】 - <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>
١		・たつの市、末廣醤油株式会社、特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER、株式会社ス

ペース、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社(上記実施内容(2))

	<協力団体> ・たつの市立龍野歴史文化資料館、龍野地区町並み保存会、たつの市立龍野小学校、龍野川西商店会、井戸糀店(上記実施内容(2))	
実施主体	株式会社龍野みらい舎、株式会社ムカシミライ	
実施時期	令和 8-9 年度	
継続見込	計画期間終了後も、適宜内容更新等を行いながら、自主財源等で継続して使用する。	
アウトプット	令和 9 年度以降の年間入場者数:5,000 人以上	
目標	※以降、年々入場者数の増加	
必要資金	10 百万円 (内訳:【一般財源】3.3 百万円、【文化観光推進事業補助金】6.7 百万円)	
調達方法		

(事業番号2-②)		
事業名	施設:多言語整備事業	
事業内容	展示物の解説や案内表示の設置、外国人観光客に向けたパンフレットやプログラムの多言語対応を実施。	
	【実施背景】 ● 外国人旅行者の受入経験が乏しく、地区内での多言語対応はほとんど行われていない。新規開設する拠点で多言語化対応を行うことで、龍野の町の全体像や文化的価値、歴史、魅力への理解・共感が生まれ、来訪者を介して世界に認知を広げることが求められている。 ● 大阪関西万博やワールドマスターズゲーム、神戸空港国際定期便就航に伴い、インバウンド誘客のゲートウェイが新設される大きな追い風を活用するための多言語整備は急務である。	
	【実施内容】 ● 文化財の多言語化ハンドブック(文化庁)、How to 多言語解説整備(観光庁)等のガイドラインを参考に多言語化を実施。言語は、英語での2言語対応の後、順を追って中国語(簡体字/繁体字)、韓国語の多言語対応も来訪者傾向を踏まえ検討。 ● ベルギー国籍の文化人類学者をはじめ、龍野地区に住まう外国人の視点を踏まえた多言語化を想定。来訪者像ニーズを解像度高く捉え、より龍野の文化的価値や魅力が伝わる表現を模索する。	
	(1) 拠点施設の整備状況に合わせた常設展示の解説や案内表示等の多言語化 (2) 企画展示の解説や案内表示等の多言語化 (3) 拠点内で配布を行うパンフレット等の多言語化 (4) 季節ごとやイベント開催等、定期的に変更する拠点内掲示物の多言語化	
	【連携先】	
中华之人	サナヘル 毎 取 7 ご い 今	
実施主体 実施時期	株式会社龍野みらい舎 令和 7-10 年度	
継続見込	〒和 7-10 年度 計画期間終了後も、適宜内容更新等を行いながら、自主財源等で継続して使用する。	
アウトプット 目標	施設全体の解説板または案内板、配布物・掲示物の多言語化	
必要資金 調達方法	12 百万円(内訳:【一般財源】4.1 百万円、【文化観光推進事業補助金】7.9 百万円)	

(事業番号 2 - ③)

事業名 |拠点施設における体験プログラム造成事業

事業内容

拠点施設における体験型プログラムを造成する。また、パフォーミング・アーツやダイニングアウトなど 高付加価値な体験型プログラムのためのユニークベニュー活用等も推進する。

【実施背景】

- 観光協会の WEB サイトで、現在、体験プログラムとして紹介されているコンテンツは、龍野地区内で1件(料理教室)しかなく、来訪者の文化への理解が深まり、満足度向上に繋がる体験型のプログラムが不足している。
- 施設コンセプトにある「(仮)心に香る、暮らしを醸す」体験が、拠点施設の新規開設に伴い現 段階では皆無である。
- 醸造町ならではの醤油や素麺の種類が多岐にわたり、その良さを伝えきれず来訪者も選択を 迷う状況が多発している。

【実施内容】

(1) 「(仮)心に香る、暮らしを醸す」をテーマとした体験プログラムの造成 龍野への来訪をきっかけに、暮らしが豊かになる "選択" を促す体験、醸造町ならではの「香り」 豊かな体験プログラムを、域内事業者と連携のもと企画、開発。体に良いとされる龍野ならで はの発酵・醸造文化が伝わる体験として提供方法を検討し、来訪者が旅の後も暮らしに取り 入れる = 地場産業の振興を狙いとする。

プログラムイメージ

〔常時実施〕

- 餅や煎餅をその場で焼いて食す「利き醤油」体験(開発監修・協力:末廣醤油株式会社、日本丸天醤油株式会社等)
- 井戸さんの糀で仕込む「利きビール」体験(開発監修・協力:井戸糀店、仮称:播磨醸造株式会社等)
- 日替わりで楽しむ揖保乃糸「利き素麺」体験(開発監修・協力:麺の家等)
- 龍野の旬をいただく「利き甘酒」体験(開発監修・協力:地元農家,井戸糀店等)

〔定期 / 予約実施〕

- 龍野レザーと生きた糀で仕込む「我が家の味噌」づくり体験(開発監修・協力:井戸糀店、 Pionero 古民家工房等)
 - →地域住民を含む来訪者が、1 年に 1 度お味噌を仕込む場を提供。通常の 3 倍「糀」を入れて仕込むお味噌は旨味と甘味がぎっしり詰まった龍野ならでは。その味噌ポットを彩るのは自分でデザインした龍野レザー。約半年間の発酵は、拠点施設における参加型のアート展示にもなり、仕込んだお味噌を取りに来るといった再来訪を促進。
- 龍野の古民家改修を手がける職人と暮らしを豊かにする DIY 体験等
- (2) 高付加価値型のユニークベニューの定期開催に向けた企画・造成

プログラムイメージ

(定期/予約実施)

- 地域の風土や歴史を感じとりながら、大きな和紙の上に、料理をアートする現代美食家とのコラボレーションによるダイニングアウトの実施
- 国内外 30 ヶ国で活躍する和太鼓奏者 陽介や、たつの能との連携による「醸す」をテーマとしたパフォーミングアーツの実施
- "SUMO"の祖「野見宿禰」をテーマとした日本初の新作舞台芸能と醸造文化を味わう劇場型ダイニングエンターテインメントの実施等

【連携先】

- <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>
- ·末廣醤油株式会社(上記実施内容(1),(2))
- ・神姫観光株式会社、株式会社日本旅行姫路支店(上記実施内容(2)の誘客施策設計・販売連携)
- ・株式会社地域ブランディング研究所(上記実施内容(1),(2)の企画, 造成, 実施サポート, オペレーション検証, 磨き上げ)
- <協力団体>
- ・龍野川西商店会、井戸糀店、発酵 LabCoo(上記実施内容(1),(2)の企画, 受入)
- ・株式会社 masumasu (上記実施内容(1)のタビナカ販売連携)

	<その他> ・Pionero 古民家工房等、日本丸天醤油株式会社、麺の家、右田農園等(上記実施内容(1),(2)の企画, 受入)	
実施主体	特定非営利活動法人ひとまちあーと、株式会社龍野みらい舎	1
実施時期	令和 7-10 年度	
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。	
アウトプット	令和8年度以降の年間平均体験者数:500人以上	1
目標		
必要資金	7百万円(内訳:【体験収入及び一般財源】2.4百万円、【文化観光推進事業補助金】4.6	
調達方法	百万円)	

調達方法	百万円)	
(事業番号2-④)		
事業名	●り │まち歩きセルフガイドウォーク造成事業	
事業内容	「かもす げーと」を起点としたウォーカブルな"まちなか"の形成に資するまち歩きプログラムを造成する。生きた城下町博物館都市 龍野の魅力である、迷える曲線的な路地や町並みに「迷い込み」龍野の町の魅力に「出会う」楽しみを体験するセルフガイドウォーク方式で提供する。 ※セルフガイドウォーク…"迷い込む"楽しみを残した専用マップ・ガイドブックを手に、お客様自身のペースでゆっくり観光・滞在を楽しむ旅のスタイル	
	<コースイメージ> ①重伝建地区の町並みや歴史・文化に出会うコース ②三大地場産業の"醤油醸造""素麺""皮革"に出会うコース ③原生林に包まれた鶏籠山・的場山・白鷺山の三山と清流・揖保川に囲まれた扇状地の自然 に出会うコース	
	 <セルフガイドウォークの流れ> 提供場所で希望するコースのオリジナルまち歩き MAP、木桶札を受取り、セルフガイドツアーについての説明を受ける。 各コースを巡りながら、所々に点在するコミュニティホストの店舗や施設で、希望するおもてなしを受け、地元住民との交流や体験、サービスを楽しむ。 ※終了時間や開始時間などは自由自在、自身の旅程にあわせて楽しめるが、各店舗の閉店時間を踏まえ、17~18 時頃までを推奨 	
	 <コミュニケーションを深める仕掛け①:周遊促進のための受入体制の構築 "コミュニティホスト"の確保・養成> ● コミュニティホストは、日常的に運営する店舗や事業所等で、セルフガイドウォーク参加者が訪れた場合、または周辺で散策している場合に、参加者 = 木桶札を持っている人として判断し、積極的な声掛けやコミュニケーションを図る。次に行くべきおすすめのスポットや、迷った時の案内を行うなど、旅の頼れるパートナーとしてまち歩きをサポートする。 ※コミュニティホストは、龍野川西商店会の会員(会員数:約100事業者)である事業者に協力要請を行い確保・養成を行う ● 外国人観光客対応の一歩として、英語の指差しコミュニケーションツール等も導入するなど、地域一体となった「おもてなし」の雰囲気と「交流」を生み出していく。 	
	 <コミュニケーションを深める仕掛け②:周遊促進アイテム"木桶札"> ● 龍野ならではのうすくち醤油の香り漂う古民家の端材・廃材を用いた「木桶札」は、おもてなしを受けられる「印」としてまち歩きを楽しむためのツール。醤油樽をイメージした木桶札には 4~5つの木のブロックがついており、ブロックをコミュニティホストに渡し、個数に応じたおもてなしを受けられる仕組みを構築。店舗によって、ブロックを3つ渡せば「龍野城でちょこっと弓体験」「井戸さんと糀室学」、2つ渡せば「揖保乃糸オリジナル素麺レシピをプレゼント」、1つ渡せば「醤 	

- 油饅頭と交換」のようなちょっとしたプチ体験から、購入や店舗利用時に受けられる割引など、 迷った先にある出会いを演出する。
- 周遊と地域への還元、住民との交流を促進し、来訪者満足度を高め、良質な口コミの蓄積 からプロモーションに繋げるのが狙い。

 ● 地域住民が声をかけるのに、その人が観光客か分からないと躊躇してしまうという状況を回避
- するため、木桶札は首からかけられるように提供し、コミュニケーションを誘発する目印とする。

【実施背景】

- 2 週間前までに申込みをすれば対応してくれる「龍野ふるさとガイド」や「龍野コンシェルジェ」など、まち歩きをサポートする体制はあるが、その案内はたつの市のホームページ等でのみ展開されており、来訪者がそのサービスにリーチするのが難しい状況にある。
- たつの市より提供されている「たつの市 AR まち歩き」のスマートフォン用アプリも、そのサービスに リーチできる場所が不足している。
- 総じて城下町で個人、家族で経営している工房や店舗も多い中、「誰かだけ」がおもてなしするではなく、「地域一体」でおもてなしをするパブリックマインドをもった "面" での受入体制を構築することで、持続可能な "暮らし"と"観光" の両立を図る必要がある。

【実施内容】

- (1) たつの市 AR まち歩きや専用 MAP 等を活用した地元ガイドとの連携によるセルフガイドウォークの造成・受入体制の構築・推進
 - セルフガイドウォークの造成 / 木桶札テスト制作 / MAP 制作 / コミュニティホスト養成 ※MAP は日英両言語で制作
- (2) ガイド付きツアー希望者の受入体制構築

【連携先】

- <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>
- ・たつの市(地域内調整・情報発信)
- ・末廣醤油株式会社(上記実施内容(1)の企画開発サポート)
- ・株式会社地域ブランディング研究所(上記実施内容(1)(2)の企画, 造成, オペレーション 検証, 磨き上げ)
- ・神姫観光株式会社、株式会社日本旅行姫路支店(上記実施内容(1)の誘客施策設計・販売連携)
- <協力団体>
- ・龍野川西商店会の会員店舗、井戸糀店、発酵 LabCoo(上記実施内容(1)の受入)
- ・株式会社 masumasu(上記実施内容(1)のタビナカ販売連携)
- ・龍野商工会議所(上記実施内容(1)の龍野地区内の受入事業所への協力要請・地域内 調整)
- ・株式会社三井住友銀行(上記実施内容(1)(2)の検証・磨き上げ、龍野地区外の参画事業者マッチング※例えば:本竜野駅周辺から城下町までの道のりのコース化等)

実施主体	特定非営利活動法人ひとまちあーと、株式会社龍野みらい舎
実施時期	令和 7-9 年度
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。
アウトプット	周遊ツアーのコース造成:3 コース以上
目標	令和8年度以降の年間平均参加者数:拠点施設来訪者数の3%が購入
	コミュニティホストの人数:50 人以上
必要資金	6.5 百万円(内訳:【ツア-収入及び一般財源】2.2 百万円、【文化観光推進事業補助金】
調達方法	4.3 百万円)

7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

(事業番号3-1)

事業名	ゲートウェイ機能の設置事業
事業内容	〇龍野城下町文化観光案内所 訪れた人々は常設での展示や、コンシェルジュによる案内を受けられ、生きた城下町博物館都市 龍野の全体像に触れる事が出来る。そこからより興味深い歴史・文化を来訪者は選択し、城下
	町に迷い込むための前提の理解を持って周遊することが可能となる。 〇域内文化資源との連携促進・送客 来訪者が拠点施設にとどまらず、域内を周遊する流れを生み出す送客機能を持ち、地域内の
	事業者や地域住民と連携することで、城下町における文化観光の出発点として、また、地域に還元できる事業として持続可能な取組にしていく。
	【実施内容】 (1) 拠点施設の案内ツール制作

- (2) 龍野地区の文化観光の案内や周遊促進を補完するタッチ型デジタルサイネージで流すコンテンツの制作及び他言語対応 (3) 壁面ディスプレイの企画・制作
 - 観光案内の一環として「まちなみ」「あきない」「くらし」「ひと」をテーマに、地元の写真家や ライター目線で案内するパネル展示や、龍野地区で生産する地場産品等を活用したディ スプレイを想定。
 - -ただ単に施設や店舗など「観光スポット」を案内するのではなく、「観光パーソン」を案内する、〔人メディア〕目線での案内パネルを設置し、"迷った"先にある楽しみや、交流・出会いを生み出すきっかけを創出。

【連携先】

- <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>
- ・たつの市、末廣醤油株式会社、特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER、株式会社スペース、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社(上記実施内容(2)の多言語化の際テーマごとに表現内容を検討、上記実施内容(3)の壁面ディスプレイの企画・制作連携)
- <協力団体>
- ・たつの市立龍野歴史文化資料館、龍野地区町並み保存会、たつの市立龍野小学校、龍野川西商店会、井戸糀店(上記実施内容(2)の多言語化の際テーマごとに表現内容を検討)

実施主体	株式会社ムカシミライ、株式会社龍野みらい舎
実施時期	令和 7-9 年度
継続見込	計画期間終了後も、適宜内容更新等を行いながら、自主財源等で継続して使用する。
アウトプット	令和 9 年度以降の年間入場者数:5,000 人以上
目標	※以降、来訪者数の増加
必要資金	11.5 百万円 (内訳:【一般財源】3.9 百万円、【文化観光推進事業補助金】7.6 百万円)
調達方法	

(事業番号3-②)

事業名	Wi-Fi 整備事業
事業内容	【実施背景】 オフィス使いをしている現行施設の一部では Wi-Fi の設置をしているが、範囲拡大や通信速度 の向上に対応する必要がある。
	【実施内容】 観光客の誘致促進及び外国人旅行者を含めた来訪者の利便性向上を図るため、施設利用 における無料 Wi-Fi 環境の整備を行う。
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和6年度
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して使用する。
アウトプット	令和 7 年度 無料 Wi-Fi 全館設置工事完了
目標	
必要資金	1百万円(内訳:【一般財源】1百万円)
調達方法	

(事業番号3-③)

事業名	キャッシュレス化整備事業
事業内容	【事業背景】 宿泊者数や人流だけでは消費実態を掴みきれない中、ターゲット層によりリーチするプロモーションの実施や、拠点施設の運営を起点とした観光振興のために、決済データに基づく消費実態の分析が必要となる。
	【事業内容】 観光客の誘致促進及び外国人旅行者を含めた来訪者の利便性向上と、観光動態把握を図るため、展示入館、体験、飲食物販等の電子決済、電子チケットの導入等、キャッシュレス化に対応する。また、城下町内事業所への横展開も目指す。

	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和7年度
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して使用する。
アウトプット	令和7年度施設全体でのキャッシュレス化完了
目標	
必要資金	2.5 百万円(内訳:【一般財源】0.8 百万円、【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円)
調達方法	

7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業

(事業番号4-1)

事業名 〔食品・物販機能(かもすまるしえ)〕造成事業 事業内容 団体やグループでの来訪者受入の場として中規模店舗の整備を行う。また、域内店舗との連携 及び店舗誘致による"あきない = 地場産業"の振興に繋げる。事業者・来訪者との接点創出に 加え、域外からの資金獲得や域内資金の循環に寄与する。 また、まるしえの一部では、拠点施設の直営店舗「(仮)かもすチャレンジショップ」を通じて地域住

また、まるしえの一部では、拠点施設の直営店舗「(仮)かもすチャレンジショップ」を通じて地域住民等が「地産地消」や「醸す」をテーマとしたお試し開業の場としたり、関係事業所の商品のテスト販売、内外の関連事業者のポップアップストアなどを想定するとともに、曜日や期間ごとに異なる出店を行うなど運営を工夫することで、リピーターの創出や城下町内での新規出店、事業所進出による空き家の活用、来訪者間の交流の活発化に繋げる。

【実施背景】

- 城下町内の飲食店舗は増えつつあるが、古民家を改修していることから 1 店舗あたりの平均 受入客数は 10 名程度と小規模である。そのため、ランチ難民が発生したり、国内のバスツア ーを中心とした団体やグループの顧客は、城下町から離れた、大人数が収容できる揖保乃糸 資料館そうめんの里で昼食をとっている。ツアー内の立寄り先に城下町もはいっているが、ガイド によるまち歩きに時間が取られ、お土産を購入するための時間は短時間で、来訪があるにもか かわらず、その魅力が伝わらないまま、滞在時間や消費が伸びない状況がある。
- 店舗運営をしている事業者をはじめ、地域住民が昼食をテイクアウトできる場所が城下町内 に少なく、川沿いに1軒のみあるコンビニや、不定期で販売する店舗が2ヵ所程度である。
- 基本的には、前項でも触れたとおり小型店舗が多く、ポップアップストアや試験販売ができるような余地のある店舗が少ない。

【実施内容】

- (1) 飲食や物販を中心とした〔食品・物販機能(かもすまるしえ〕〕は、テイクアウトを中心とした5 店舗程度で構成。連携・誘致の候補として、龍野の老舗醤油製造会社「丸天醤油」が手がける、野菜などの不揃い作物をジェラート化するというアップサイクルコンセプトをもつサステナブルスイーツとの連携による「醸ス場かねゐ」オリジナルフレーバーの開発・販売、地元農家の無農薬野菜を中心とした野菜と醸造・発酵文化を楽しむデリの販売、古民家の端材・廃材を活用したアップサイクル家具のお店など「(仮)心に香る、暮らしを醸す」をテーマとした店舗誘致や商品販売連携等を行う。
- (2) サムライルーツの「あきない」によって生まれた地場産業の魅力を味わう中規模な龍野版フードホールの設置
- (3) 暮らしの質を高める、素材そのものの良さを知る人達による龍野の"暮らす"をテーマに、質 (quality) &素(simple)を大切にした龍野発のライフスタイルショップを設置
- (4) (仮)かもす チャレンジショップの企画・仕組み化 シェアキッチンや販売カウンター等、飲食・物販あらゆる形態に対応できる店舗の新設を行い、株式会社龍野みらい舎の管理のもと運営を行う。まずは、こんな店舗に使ってもらいたいといった選考の視点等を設定し、運営規約に賛同いただくことを前提に公募にて店舗を選定する。また、たつの市内を中心とした事業所のテストマーケティングを兼ねたポップアップストアも想定する。

【連携先】 <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者> ·末廣醤油株式会社、特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER (上記実施内容(1)(3) の企画開発連携及び商品開発・提供) ・にししんまちづくりファンド有限責任事業組合(上記実施内容(1)(3)(4)の企画開発連携及 び出店事業者とのマッチング、事業構築支援) <協力団体> ・株式会社緑葉社(上記実施内容(1)(3)(4)における城下町内店舗・事業者との調整) ・龍野川西商店会、井戸糀店、発酵 LabCoo(上記実施内容(1)(3)(4)の企画開発連携 及び商品開発・提供) ・龍野商工会議所、株式会社三井住友銀行(上記実施内容(1)(4)の事業者マッチング及 び事業構築支援) 株式会社ムカシミライ、特定非営利活動法人ひとまちあーと、株式会社龍野みらい舎 実施主体 実施時期 令和 8-10 年度 計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。 継続見込 アウトプット 〔食品・物販機能(かもすまるしえ)〕利用者数や売上の増加 目標

6.5 百万円 (内訳:【一般財源】2.2 百万円、【文化観光推進事業補助金】4.3 百万円)

(事業番号4-②)	
事業名	〔飲食機能(かもす ばーる)〕造成事業
事業内容	昼飲み環境やナイトライフの充実により、来訪者・地域住民にとっての「行きつけの場所」や「団欒の場」づくり、更なる滞在時間の延長に寄与するとともに、龍野の醸造文化を継承していく。
	 【実施背景】 ・城下町内で日中~夜の終日かけてお酒を提供する店舗は数少なく、ランチやカフェ需要が大半を占める中、外国人観光客の求めるナイトライフ観光や、昼間からお酒を楽しみたいというニーズに応えられていない。 ・株式会社カクヤスによると「昼飲みする派(68%)」「旅先(43%)」で、どこで飲むかという設問に対する第1位は「休日のお出かけ先」である。昼飲みの魅力については同率1位で「開放感がある」「気分転換ができる」という結果が出ている。
	【実施内容】 (1) 龍野の醸造文化を継承する〔飲食機能(かもす ばーる)〕の設置 (2) 龍野ならではの醸造商品(酒等)の開発 ※井戸さんの糀で仕込む「利きビール」体験(開発監修・協力:井戸糀店、仮称:播磨醸造株式会社等)の提供 ※事業番号2-③関連 (3) 城下町内の宿泊事業者との連携によるプラン販売 ※「かもす ばーる」利用チケット付きプラン等
	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ、特定非営利活動法人ひとまちあーと、株式会社龍野みらい舎
実施時期	令和 8-10 年度

必要資金 調達方法

継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。
アウトプット	〔飲食機能(かもす ば-る)〕利用者数や売上の増加
目標	
必要資金	6.5 百万円(内訳:【一般財源】2.2 百万円、【文化観光推進事業補助金】4.3 百万円)
調達方法	

7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

(事業番号5-1) 事業名 拠点 Web サイト開設事業 ずートウェイ施設「醸ス場 かねる | へ繋がるウェブ空間のゲートウェイを構築 事業内容 ● 発酵, 醸造するメタファーとして施設全体を「樽」に見立てたイメージを打ち出す 動画や写真で視聴覚的に訴えかける(施設での展示と繋がるクリエイティブイメージ) 【実施内容】 (1) 施設内の詳細を紹介 (2) 展示内容の紹介(常設展・企画展) (3) 龍野の魅力や情報をWEBサイトにて包括的に発信 (4) アクセス情報及び二次交通情報の提供 (5) Web サイトにおける多言語対応(日・英を想定) ※令和8年度4月には公開を想定、施設改修に合わせてその後も随時更新 ※ベルギー国籍の文化人類学者をはじめ、龍野地区に住まう外国人の視点を踏まえた多言 語化を想定 【連携先】 <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者> ·末廣醫油株式会社、特定非営利活動法人 TATSUNO LEATHER (上記実施内容(2)(3) の企画連携) <協力団体> ・たつの市立龍野歴史文化資料館(上記実施内容(2)(3)の時代考証、文化考証) ・龍野川西商店会、井戸糀店(上記実施内容(2)(3)の企画連携) ・株式会社 masumasu (Web サイトにおける宿泊プラン販売連携) 実施主体 株式会社ムカシミライ 実施時期 継続見込 計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。 令和8年度以降の年間アクセス数:10万PV以上 アウトプット 目標

(事業番号5-2)

必要資金 調達方法

(尹禾田勺3	
事業名	OTA 等を活用した情報発信事業
事業内容	ターゲット層に向けたタビマエ・タビナカ・タビアトの情報発信を充実させることで、ターゲット層の心を つかみ、龍野地区の認知拡大と、認知を来訪や体験購入に繋げるため受け皿を整備する。来 訪者の高い満足度により自発的に口コミを広げ、龍野のプロモーションに繋げる好循環の仕組み 化を行う。 そのためには、文化資源そのものの磨き上げに加え、現地での体験価値の向上を図った上で来訪 者目線での情報発信を定期的・継続的に行うことが求められる。 ※日本政府観光局(JNTO)「デジタルマーケティングの活用支援」にあるチェックリストを参照 し、効果的な情報発信に努める。
	 【実施背景】 本事業におけるターゲット層には外国人旅行客も含まれるが、観光協会をはじめ公式の Web サイトにおいても海外に向けた多言語での情報発信は行われていない。また、幅広いテーマでの情報発信が行われ、文化観光の推進に特化したものではない。 城下町内の体験コンテンツを購入するためのプラットフォームがなく、誘客において重要であると考える口コミの蓄積場所がない。

6 百万円(内訳:【一般財源】2 百万円、【文化観光推進事業補助金】4 百万円)

【実施内容】 (1) 専門家を交えたデジタルマーケティング推進のための戦略立案 (2) 質の高い写真・映像素材の確保 (3) 良質な口コミ蓄積のための OTA サイト等への登録 ※Google Things to do と登録した OTA サイトを連携し、予約の導線を広げていく 【連携先】 <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者> ・株式会社地域ブランディング研究所 (上記実施内容(1)(2)(3)) 実施主体 特定非営利活動法人ひとまちあーと、株式会社龍野みらい舎 令和 7-10 年度 実施時期 継続見込 計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。 アウトプット OTA 登録:2 社以上 目標 必要資金 3.9 百万円(内訳:【一般財源】1.3 百万円、【文化観光推進事業補助金】2.6 百万円)

(事業番号5-	(3))
事業名	認知度・誘客力向上のための情報発信強化事業
事業内容	※自主事業として実施することを想定
	拠点単体での情報発信だけではなく、西日本旅客鉄道株式会社や姫路の旅行会社、公益社団法人ひょうご観光本部と協力し、ターゲット層への旅ナカでのプロモーションを実施する。 ※ターゲット層を踏まえた情報発信のタイミングや内容については、旅行会社や DMO からの助言をもとに検討を進める。
	 【実施背景】 ● 認知度・誘客力がない現状の龍野において、大阪関西万博で旅行者が増えるタイミングが商機となる。 ● 最寄りである本竜野駅を通る JR 姫新線は山あいの田園地帯の町を結ぶ赤字ローカル線で、今後の廃止も懸念されている。まちづくりや地域の賑わいの創出を沿線活性化に繋げ、来訪者や住民の利便を損なわないよう働きかける必要がある。
	 【実施内容】 (1) 新幹線を含む電車内や JR 駅構内でのプロモーション(ターゲット: 欧米豪の新規顧客) ※姫路駅⇔大阪駅、姫路駅⇔京都駅の路線や各駅を想定 -デジタルサイネージ、看板(サインボード)、壁貼りポスター 等 (2) 姫路城周辺でのプロモーション(ターゲット: 国内の既存顧客) -周辺を回遊する神姫バスの車体に広告を施すラッピングバスの運行 等 (3) 宿泊施設との連携による入場チケットや体験プラン等の告知・連携販売 (ターゲット: 国内の既存顧客・新規顧客) ※城下町内では、龍野城下町古民家ホテル kurasu をはじめ、PERCH GUEST HOUSE や片しぼ竹の宿 梅玉などと連携販売を予定。 ※姫路の旅行会社との連携のもと、姫路市内の宿泊施設や飲食店でもチラシやポスター等の設置や、プラン連携販売の打診を想定。 (4) 御津を起点としたプロモーション(ターゲット: 国内の新規顧客) ※たつの市内で最大の施設利用者数を誇る「道の駅みつ」や、御津のプロモーションに力を入れている「me-too」との連携による情報発信を行い、国内の新規顧客開拓を行う。 ※その他、情報発信の専門家の助言を得ながら商談会への参加等の展開も検討する。
	【連携先】 <施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者> ·西日本旅客鉄道株式会社(上記実施内容(1)の企画連携) ·株式会社日本旅行 姫路支店(上記実施内容(2)の企画連携) <協力団体> ·株式会社 masumasu(上記実施内容(2)の企画連携)

調達方法

	<その他> ・公益社団法人ひょうご観光本部(ターゲット層を踏まえた情報発信のタイミングや内容についてのアドバイス) ・me-too イベント&コワーキングスペース(上記実施内容(2)の企画連携)	
実施主体	特定非営利活動法人ひとまちあーと	1
実施時期	令和 8-9 年度	1
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。	1
アウトプット	拠点への来訪者数の増加	1
目標	各所へのポスター・チラシ等の設置	
必要資金	7百万円 (内訳:【一般財源】7百万円)	
調達方法		

調達力法	
(事業番号5-	4)
事業名	姫路に拠点をおく旅行会社との販売連携事業
事業内容	※自主事業として実施することを想定
	【実施内容】 神姫観光株式会社、株式会社日本旅行姫路支店等、姫路に拠点をおく旅行会社とのプラン 連携によるタビマエ・タビナカでの販売を実施する。
	(1) 神姫観光株式会社との連携によるナイトコンテンツの造成・ツアー販売 日が沈んでからのナイトコンテンツを含むツアーを週末限定で造成する。
	〔行程イメージ〕 (仮) 西播磨の醸造と農業に触れるバーホッピング・ナイトツアー 15:00 姫路駅集合 → 15:30 網干 / 株式会社本田商店(「龍力」を支える酒米「山田錦」を育む土壌標本に囲まれながら龍力の銘酒をいただく) → 網干 / 本と酒 鍛冶六(旧金物店でパンの道を極めるシェフが作るカジロクパンと角打ちを楽しむ) → 17:30 龍野 / Pionero 古民家工房(龍野レザーでつくる自分だけのグラスホルダー) → 18:30 龍野 / 醸ス場かねる(井戸糀店の糀で仕込んだクラフトビールをはじめ、自分でつくった グラスホルダーと鎧を着たサムライと一緒にお酒を嗜む) → 21:00 姫路駅
	(2) 姫路城の運営管理委託業務に従事する株式会社日本旅行姫路支店(令和 6 年度 ~3 ヵ年)との連携による姫路城入城チケットセットや姫路~龍野間のスタンプラリーの期 間限定企画等を実施する。
	【連携先】

- ・株式会社地域ブランディング研究所(上記実施内容(1)の企画, 造成, 実施サポート, オペレーション検証, 磨き上げ)
- <協力団体>
- ・龍野川西商店会、井戸糀店(上記実施内容(1)の企画, 実施サポート)
- <その他>
- ・株式会社本田商店、本と酒 鍛冶六、Pionero 古民家工房(上記実施内容(1)の企画, 受入)

実施主体	特定非営利活動法人ひとまちあーと
実施時期	(1) 令和 8-10 年度 (2) 令和 8 年度
継続見込	計画期間終了後も自主財源等により継続して実施する。
アウトプット	(1)(2) 拠点への来訪者数の増加
目標	
必要資金	6百万円 (内訳:【一般財源】6百万円)
調達方法	

7-1-6. 7-1-1~7-1-5 の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業 (事業番号 6 - ①)

(争業番号り一	4)
事業名	〔展示機能(かもす ぎゃらりー)〕改修整備事業
事業内容	【実施内容】 (1) 常設展示を行うための整備を実施(もともと醸造蔵であったことから、排水を行うために床が斜めになっており、傾きを水平にする整備も想定) (2) 1 階から 2 階に行くための木造の階段の補強工事を実施 (3) 2 階は、造作物やパネル等を中心とした展示スペースとなり、床の張替や耐震強化、壁面を中心とした整備実施を想定 (4) 現状 2 つあるシャッター型の建物出入口の改修 (5) 空調設備の設置、断熱改修 (6) 什器備品整備
	【関連事業】※下記に必要な整備事業 事業番号1-①常設展示新設事業(常設展示での活用) 事業番号1-②域内文化施設との連携による展示・解説機能の強化事業(企画展示で の活用) 事業番号1-③施設における専門人材の確保・養成事業(担い手の育成) 事業番号2-①情報通信技術を活用した展示・解説等整備事業(常設展示での活用) 事業番号2-②施設:多言語整備事業(常設・企画展示での対応)
	【連携先】
実施主体	株式会社龍野みらい舎、株式会社ムカシミライ
実施時期	令和 7-8 年度
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。
アウトプット 目標	〔展示機能(かもす ぎゃらりー)〕の整備完了
必要資金 調達方法	27 百万円 (内訳:【一般財源】9 百万円、【文化観光推進事業補助金】18 百万円)

(事業番号6-②)

(争耒留万0 =)	
事業名	〔体験・創造機能(かもすべーす)〕新設整備事業
事業内容	【実施内容】
	(1) 展示強化やアーティストとの交流のための「クラフトベース」の整備
	(2) 体験や企画イベント、地域の会所実施場所としての「シェアベース」の整備
	【関連事業】※下記に必要な整備事業
	事業番号1-①常設展示新設事業(国内外のアーティストとの連携による展示物の充実
	及び劇場・ギャラリー機能強化のためのクラフトベースの活用)
	事業番号1-②域内文化施設との連携による展示・解説機能の強化事業(町ぢゅう美術
	館や龍野国際映画祭等での企画展示物制作のためのクラフトベースの活
	用)
	事業番号1-③施設における専門人材の確保・養成事業(人材育成研修のためのシェア
	ベースの活用)
	事業番号2-③拠点施設における体験プログラム造成事業(体験型プログラム実施のため
	のシェアベースの活用)
	事業番号2-⑤コミュニティホスト養成事業(コミュニティホスト養成研修のためのシェアベース
	の活用)
	【連携先】
	<施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者>

	・たつの市、末廣醤油株式会社(工事内容や改修方針のすり合わせ) <協力団体> ・龍野川西商店会、龍野地区町並み保存会(工事内容や改修方針のすり合わせ)	
実施主体	株式会社ムカシミライ	
実施時期	令和7年度	
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。	
アウトプット	〔体験・創造機能(かもすべ−す)〕の整備完了	
目標		
必要資金調達方法	19.5 百万円 (内訳:【一般財源】6.5 百万円、【文化観光推進事業補助金】13 百万円)	

(事業番号6-	3)
事業名	〔観光案内機能(かもす げーと)〕新設整備事業
事業内容	(1) 施設案内・観光案内のためのカウンターを設置 (2) 設置予定の場所が吹き抜けになっていることから、悪天候でも快適に案内が出来るよう仕切りや出入口の追加設置を想定 (3) 施設コンセプトや龍野地区の魅力を表現する展示物や案内物を飾る、置くための壁面ディスプレイの設置 (4) 龍野地区における文化観光の案内や周遊を促進するタッチ型デジタルサイネージを設置 (5) ロッカーの設置 (6) 和式トイレの改修・増設 (多目的×1/女性:洋式×5/男性洋式×3,小便器×5を想定) (7) 駐車場の整備 (近隣に取得した土地に約25台収容の駐車場を備え、龍野地区における駐車場不足にも対応する) (8) 旧醤油工場関連の老朽受電装置及び電気配線の更新・改修 (9) 消防対応
	【関連事業】※下記に必要な整備事業 事業番号1-①常設展示新設事業(受付・案内) 事業番号1-②域内文化施設との連携による展示・解説機能の強化事業(受付・案内) 事業番号2-②施設:多言語整備事業(案内表示の設置、訪日外国人観光客に向けたパンフレットの提供) 事業番号2-③拠点施設における体験プログラム造成事業(受付・案内) 事業番号2-④まち歩きガイドウォーク造成事業(受付) 事業番号3-①ゲートウェイ機能の設置事業(施設案内・城下町観光案内機能の設置) 事業番号3-②Wi-Fi整備事業(Wi-Fiの設置・案内) 事業番号3-③キャッシュレス化整備事業(キャッシュレス対応) 事業番号5-②OTA等を活用した情報発信事業(OTA経由での予約受付・管理・案内)
	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和7年度
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。
アウトプット 目標	〔観光案内機能(かもす げーと)〕の整備完了
必要資金 調達方法	39.5 百万円 (内訳:【一般財源】13.2 百万円、【文化観光推進事業補助金】26.3 百万 円)

(事業番号 6 - 0	<u>(4)</u>
事業名	「「交流機能(かもす ひろば)」新設整備事業
事業内容	【実施内容】 (1)「まるしぇ」や「ばーる」利用者が屋外で楽しむスペースとして、イベントや地域のお祭りでの活用場所として、施設や龍野の魅力・コンセプト等を表現するモニュメントを設置し、施設を特徴づける場所として「広場」を整備(現状は芝生広場を想定しているが確定ではない) (2) 龍野地区全体や拠点のランドマークとなる煙突の修復・保全 (3) 外構工事や親水空間の整備
	【関連事業】※下記に必要な整備事業 事業番号1-②域内文化施設との連携による展示・解説機能の強化事業(屋外での企 画展等実施に活用) 事業番号4-①〔食品・物販機能(かもすまるしえ)〕造成事業(まるしえで購入した商品 を飲食できる場所として活用) 事業番号4-②〔飲食機能(かもすばーる)〕造成事業(ばーるで購入した商品を飲食で きる場所として活用)
	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和 7-8 年度
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。
アウトプット 目標	〔交流機能(かもす ひろば)〕の整備完了
必要資金 調達方法	18 百万円 (内訳:【一般財源】6 百万円、【文化観光推進事業補助金】12 百万円)

(事業番号6-⑤)

事業名	〔食品・物販機能(かもすまるしぇ)〕新設整備事業
事業内容	【実施内容】 (1) 「まるしぇ」外壁や内壁、床等の整備 (2) 実施主体が管理する(仮)かもす チャレンジショップの設置 (3) フードコートエリアの設置、什器備品整備 (4) 醤油工場の整備
	【 関連事業】 ※下記に必要な整備事業 事業番号4-①〔食品・物販機能(かもすまるしえ)〕造成事業
	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和8年度
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。
アウトプット 目標	〔食品・物販機能(かもすまるしぇ)〕の整備完了
必要資金 調達方法	18 百万円 (内訳:【一般財源】6 百万円、【文化観光推進事業補助金】12 百万円)

(事業番号6-	<u></u>
事業名	〔飲食機能(かもす ばーる)〕新設整備事業
事業内容	【実施内容】 (1) 「かもす ばーる」の外壁や内壁、床等の整備 (2) カウンターの設置、什器備品整備
	【関連事業】※下記に必要な整備事業 事業番号4-②〔飲食機能(かもすば-る)〕造成事業
	【連携先】
実施主体	株式会社ムカシミライ
実施時期	令和 8 年度
継続見込	イニシャル費用であり、整備後は継続する必要はない。運用については継続的に行う。
アウトプット 目標	〔飲食機能(かもす ばーる)〕の整備完了
必要資金 調達方法	23 百万円 (内訳:【一般財源】13 百万円、【文化観光推進事業補助金】10 百万円)

7-2. 特別の措置に関する事項 7-2-1. 必要とする特例措置の内容

事業番号・事業名				
必要とする特例の根拠	文化観光推進法第	条(法の特例)	
特例措置を受けようとする主体				
特例措置を受けようとする事業内容				
当該事業実施による文 化観光推進に対する効 果				

7-3. 必要な資金の額及び調達方法

	総事業費	事業番号	所要資金額	内訳
令和 6 年度	1 百万円	事業番号3-②	1 百万円	【一般財源】1 百万円
令和7年度	117 百万円	事業番号1-①	4.9 百万円	【チケット収入及び一般財源】1.6 百万円【文化観光推進事業補助金】3.3 百万円
		事業番号1-③	2.7 百万円	【一般財源】0.9 百万円【文化観光推進事業補助金】1.8 百万円
		事業番号2-②	6 百万円	【一般財源】2百万円【文化観光推進事業補助金】4百万円
		事業番号2-③	1.5 百万円	【体験収入及び一般財源】0.5 百万円 【文化観光推進事業補助金】1 百万円
		事業番号2-④	2.5 百万円	【ツア-収入及び一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号3-①	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
		事業番号3-③	2.5 百万円	【一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号5-①	2.5 百万円	【一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号5-②	0.9 百万円	【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円
		事業番号6-①	22 百万円	
		事業番号 6 - ②		
		事業番号6-③	39.5 百万円	円
		事業番号6-④	10.5 百万円	
令和8年度	121.4 百円	事業番号1-①	30 百万円	【チケット収入及び一般財源】10 百万円【文化観光推進事業補助金】20 百万円
		事業番号1-③	2.7 百万円	【一般財源】0.9 百万円【文化観光推進事業補助金】1.8 百万円
		事業番号2-①	6 百万円	【一般財源】2百万円【文化観光推進事業補助金】4百万円
		事業番号2-②	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
		事業番号2-③	1.5 百万円	【体験収入及び一般財源】0.5 百万円【文化観光推進事業補助金】1 百万円
		事業番号2-④	2 百万円	【ツア-収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
		事業番号3-①	7.5 百万円	【一般財源】2.5 百万円【文化観光推進事業補助金】5 百万円
		事業番号4-①	2.5 百万円	【一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号4-②	2.5 百万円	【一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号5-①	2.5 百万円	【一般財源】0.8 百万円【文化観光推進事業補助金】1.7 百万円
		事業番号5-②	1.2 百万円	
		事業番号5-③	3.5 百万円	【一般財源】3.5 百万円

事業番号 5 - ④ 4 百万円 一般財源 1 4 百万円 文化観光推進事業補助金] 3 3 百万円 事業番号 6 - ① 事業番号 6 - ①					
事業番号 6 - ④ 7.5 百万円 一般財源] 2.5 百万円 文化観光推進事業補助金] 5 百万円 事業番号 6 - ⑥ 32 百万円 東業番号 6 - ⑥ 23 百万円 東業番号 6 - ⑥ 23 百万円 東東本 7 - ② 19 百万円 東東本 7 - ③ 19 百万円 東東本 10 - ③ 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10				4 百万円	
事業番号 6 - ⑤ 18 百万円			事業番号6-①	5 百万円	【一般財源】1.7 百万円【文化観光推進事業補助金】3.3 百万円
事業番号 6 - ⑥ 23 百万円 【一般財源] 8.6 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.4 百万円 争求番号 1 - ① 1.9 百万円 (チケット収入及び一般財源] 0.6 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 1 - ② 6 百万円 【体験収入及び一般財源] 2 百万円 【文化観光推進事業補助金] 4 百万円 事業番号 2 - ① 4 百万円 一般財源] 0.9 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 2 - ② 2 百万円 【一般財源] 1.3 百万円 【文化観光推進事業補助金] 2.7 百万円 【一般財源] 1.3 百万円、「文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 2 - ② 2 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 3 - ③ 2 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 3 - ③ 2 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 4 - ③ 2 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 4 - ② 2 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ③ 3.5 百万円 【一般財源] 0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 0.6 百万円 事業番号 5 - ③ 3.5 百万円 【一般財源] 1.8 百万円 【文化観光推進事業補助金] 0.6 百万円 事業番号 5 - ③ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 4 百万円 事業番号 2 - ② 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 2 - ② 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 2 - ③ 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 3 - ① 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ① 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ② 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 2 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光推進事業補助金] 1.8 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源] 1.7 百万円 [文化観光光工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工工			事業番号6-④	7.5 百万円	【一般財源】2.5 百万円【文化観光推進事業補助金】5 百万円
中央 中央 中央 中央 中央 中央 中央 中央			事業番号6-⑤	18 百万円	【一般財源】6 百万円【文化観光推進事業補助金】12 百万円
金】13 百万円			事業番号6-⑥	23 百万円	【一般財源】8.6 百万円【文化観光推進事業補助金】14.4 百万円
事業番号1-② 6百万円	令和 9 年度	32.5 百万円	事業番号1-①	1.9 百万円	【チケット収入及び一般財源】0.6 百万円【文化観光推進事業補助
事業番号1-③ 2.7 百万円 (一般財源]0.9 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.8 百万円 事業番号2-① 4 百万円 (一般財源]1.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]2.7 百万円 事業番号2-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]2.7 百万円 事業番号2-③ 2 百万円 (本験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-④ 2 百万円 (小股財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号3-① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号5-③ 3.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 (一般財源]1.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号2-② 2 百万円 (一般財源]1.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 年間第2 (日 日間 (日間 (日間 (日間 (日間 (日間 (日間 (日間 (日間 (金】1.3 百万円
事業番号 1 - ③ 2.7 百万円			事業番号1-②	6 百万円	【体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】
事業番号2 - ① 4 百万円 【一般財源】1.3 百万円、【文化観光推進事業補助金】2.7 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ④ 2 百万円 【体験収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ④ 2 百万円 【ツアー収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ① 0.9 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ③ 3.5 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ③ 3.5 百万円 【一般財源】3.5 百万円 文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ④ 1 百万円 【体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.4 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】4 百万円 本 百万円 事業番号2 - ③ 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 第業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ④ 2 百万円【中般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ④ 1 百万円【中般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 日万円【中般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 日万円【中解財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 日万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【中解野源】1.1 百万円【中解財源】1.1 百万円【申报》1.1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1					4百万円
事業番号2-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-④ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号3-① 事業番号3-① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.2 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 事業番号5-③ 3.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号2-② 中事業番号2-② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-③ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 事業番号4-① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-②			事業番号1-3	2.7 百万円	【一般財源】0.9 百万円【文化観光推進事業補助金】1.8 百万円
事業番号2-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-④ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号3-① 事業番号3-① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 事業番号4-② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.2 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 事業番号5-③ 3.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号2-② 中事業番号2-② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号2-③ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4-② 事業番号4-① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5-② 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 0.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-② 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号5-②			事業番号 2 - ①	4 百万円	【一般財源】1.3 百万円、【文化観光推進事業補助金】2.7 百万円
金】1.3 百万円 事業番号2 - ④ 2 百万円 【ツアー収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号3 - ① 事業番号4 - ② 事業番号4 - ② 事業番号5 - ② の9 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② の9 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② の9 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ② の9 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 事業番号5 - ② 第書番号5 - ③ 第書番号5 - ③ 第書番号5 - ③ 第書番号5 - ③ 第書番号5 - ② 第書番号5 - ③ 1 百万円【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 第書番号5 - ② 第書番号5 - ② 第書番号5 - ② 第書番号5 - ③ 1 百万円【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 第書番号5 - ② 第書番号5 - ③ 1 百万円【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円			事業番号 2 - ②	2 百万円	
事業番号 2 - ④ 2 百万円 (ツアー収入及び一般財源]0.7 百万円(文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 3 - ① 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円(文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 4 - ② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円(文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 5 - ② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円(文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 5 - ② 0.5 百万円 (一般財源]0.2 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号 5 - ② 0.5 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ③ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 2 - ③ 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 4 - ② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 4 - ② 2 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.7 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.2 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (文化観光推進事業補助金]0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 (一般財源]0.3 百万円 (本観 15万円 (本配 15万円			事業番号2-③	2 百万円	【体験収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助
事業番号3 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 1.3 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 0.5 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 0.9 百万円 【一般財源】3.5 百万円 事業番号5 - ③ 1 百万円 【一般財源】3.5 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】1 百万円 1 百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ③ 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ① 1 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 日万円 1 日月					
事業番号3 - ① 2 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5 - ② 1.3 百万円 事業番号5 - ② 0.5 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 「一般財源]0.2 百万円【文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号5 - ③ 0.9 百万円 事業番号5 - ③ 【一般財源]3.5 百万円 「一般財源]1.3 百万円 令和 10 年度 16.4 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ③ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (本財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 (一般財源]0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 (一般財源]0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 合計 288.3 百万円			事業番号2-④	2 百万円	【ツア-収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助
事業番号3 - ① 2 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]1.3 百万円 事業番号5 - ② 1.3 百万円 事業番号5 - ② 0.5 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 「一般財源]0.2 百万円【文化観光推進事業補助金]0.3 百万円 事業番号5 - ③ 0.9 百万円 事業番号5 - ③ 【一般財源]3.5 百万円 「一般財源]1.3 百万円 令和 10 年度 16.4 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ③ 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 (体験収入及び一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (本財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 (一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 (一般財源]0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 (一般財源]0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ② 合計 288.3 百万円					金】1.3 百万円
事業番号4 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 0.5 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ② 0.9 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5 - ③ 3.5 百万円 【一般財源】3.5 百万円 事業番号5 - ④ 1 百万円 【一般財源】1 百万円 「体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】4 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ① 0.5 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5 - ② 1 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 百万円 【一般財源】1 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 1 百万円 【一般財源】1 百万円 1 百万円 1 百万円 【一般財源】1 百万円 1 百			事業番号3-①	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号4-② 2 百万円 【一般財源]0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5-① 0.5 百万円 【一般財源]0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 【一般財源]0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号5-③ 3.5 百万円 【一般財源]3.5 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 【一般財源】1 百万円 事業番号1-② 6 百万円 【体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】4 百万円 事業番号2-② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4-① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5-① 0.5 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5-④ 1 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 春計 288.3 百万円			事業番号4-①	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円事業番号5-③ 今和10年度 16.4百万円事業番号1-② 6百万円【中般財源】1百万円【文化観光推進事業補助金】4百万円事業番号2-② 2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号2-③ 事業番号2-② 2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号4-①事業番号4-②2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号5-①の5百万円【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号5-②の9百万円【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円事業番号5-② 合計 288.3百万円 本計 288.3百万円 本計 288.3百万円			事業番号4-2	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円事業番号5-③ 今和10年度 16.4百万円事業番号1-② 6百万円【中般財源】1百万円【文化観光推進事業補助金】4百万円事業番号2-② 2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号2-③ 事業番号2-② 2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号4-①事業番号4-②2百万円【中般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号5-①の5百万円【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円事業番号5-②の9百万円【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円事業番号5-② 合計 288.3百万円 本計 288.3百万円 本計 288.3百万円			事業番号 5 - ①	0.5 百万円	【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円
事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源】1 百万円 令和 10 年度 16.4 百万円 事業番号 2 - ② 2 百万円 【体験収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号 2 - ③ 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号 4 - ① 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号 4 - ② 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号 5 - ① 0.5 百万円 【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号 5 - ② 0.9 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 合計 288.3 百万円			事業番号5-2	0.9 百万円	【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円
令和 10 年度 16.4 百万円 事業番号1-② 6 百万円 【体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号2-③ 2 百万円 【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 【体験収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号4-② 2 百万円【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 事業番号5-① 2 百万円【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円 「一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 「一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円 事業番号5-② 0.9 百万円【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 「一般財源】1 百万円【大化観光推進事業補助金】0.6 百万円 「一般財源】1 百万円 合計 288.3 百万円 1 百万円【一般財源】1 百万円			事業番号5-③	3.5 百万円	【一般財源】3.5 百万円
事業番号2-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号2-③ 2百万円 【体験収入及び一般財源】0.7百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-① 2百万円 【一般財源】0.7百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円 【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-② 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円 【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円 【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 【一般財源】1百万円			事業番号5-④	1 百万円	【一般財源】1 百万円
事業番号2-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号2-③ 2百万円 【体験収入及び一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-① 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 合計 288.3百万円	令和 10 年度	16.4 百万円	事業番号1-②	6 百万円	【体験収入及び一般財源】2 百万円【文化観光推進事業補助金】
事業番号2-③ 2百万円 【体験収入及び一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-① 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 【一般財源】1百万円 合計 288.3百万円					4 百万円
事業番号4-① 2百万円 2百万円 文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-② 2百万円 (一般財源】0.7百万円(文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 (一般財源】0.2百万円(文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 (一般財源】0.3百万円(文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 (一般財源】1百万円			事業番号2-②	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号4-① 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 【一般財源】1百万円 合計 288.3百万円			事業番号2-③	2 百万円	【体験収入及び一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助
事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 【一般財源】1百万円 合計 288.3百万円					金】1.3 百万円
事業番号4-② 2百万円 【一般財源】0.7百万円【文化観光推進事業補助金】1.3百万円 事業番号5-① 0.5百万円 【一般財源】0.2百万円【文化観光推進事業補助金】0.3百万円 事業番号5-② 0.9百万円 【一般財源】0.3百万円【文化観光推進事業補助金】0.6百万円 事業番号5-④ 1百万円 【一般財源】1百万円 合計 288.3百万円			事業番号4-①	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号 5 - ② 0.9 百万円 【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円 事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源】1 百万円 合計 288.3 百万円			事業番号4-②	2 百万円	【一般財源】0.7 百万円【文化観光推進事業補助金】1.3 百万円
事業番号 5 - ④ 1 百万円 【一般財源】1 百万円 合計 288.3 百万円			事業番号5-①	0.5 百万円	【一般財源】0.2 百万円【文化観光推進事業補助金】0.3 百万円
合計 288.3 百万円			事業番号5-②	0.9 百万円	【一般財源】0.3 百万円【文化観光推進事業補助金】0.6 百万円
合計 288.3 百万円			事業番号5-④	1 百万円	【一般財源】1 百万円
	合計	288.3 百万円	-		

8. 計画期間

計画期間は、令和6年度から令和10年度までの5か年とする。