

令和 6 年度認定

計画名	56 「旧カネヅ醤油工場 (醸ス場かねゐ)」を中核とした文化観光推進拠点計画
-----	--

①計画目標の達成状況

目標項目名（単位）	R6			R7			R8			R9			R10		
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率
文化観光拠点「醸ス場かねゐ」への来場者数	—	—	—	15,000	—	—	63,000			70,000			80,000		0
文化観光拠点「醸ス場かねゐ；有料展示施設」への外国来場者数	—	—	—	100	—	—	800			1,200			1,600		0
文化観光拠点「醸ス場かねゐ」における消費額	—	—	—	3,000,000	—	—	25,000,000			27,300,000			30,000,000		0
文化観光拠点「醸ス場かねゐ」来場者の満足度	—	—	—	40	—	—	45			50			55		0
まち歩きセルフガイドウォーク（木桶札）の購入者数	—	—	—	200	—	—	1,800			2,100			2,400		0

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

本計画は令和6年度認定の2年目にあたるが、令和6年度は採択（交付決定）時期が後ろ倒しとなったため、実質的には令和7年度が事業1年目の位置づけである。 令和7年度は文化観光拠点施設のプレオープンに向けた整備・準備期間にあたり、有料展示・物販等を前提とするKPIの本格測定は次年度以降となるため、各目標に対する分析・評価は以下のとおりである。 【来場者数：目標15,000人／実績985人】未達の主因は、施設整備の前提となる法令対応にある。対象建物が複数の用途地域（近隣商業地域・第一種中高層住居専用地域）にまたがり、用途変更に伴う建築基準法・消防法上の整理（建築確認申請の要否、排煙・採光・防火等の条件整理、消防設備に係る関係機関協議等）に想定以上の時間を要した。この法的整理の長期化により展示空間の仕様・要件の確定が遅れ、工事全体の工程が後ろ倒しとなった結果、当初予定していたもろみ棟での観光案内機能のプレオープンに至らなかったことが、来場者数が目標を大きく下回った要因と分析している。一方、オータムフェスティバルを契機に事務所棟での観光案内機能（かもす げーと）の試験運用を開始し、施設未完成の状況下でも985人の来場を記録できたことは、本拠点に対する一定の需要を示すものと評価している（11月475名／12月83名／1月181名／2月167名／3月79名。来場者数は試験運用におけるコンシェルジュ対応の中で日報により手集計）。 【外国人入場者数：目標100人／実績0人】有料展示施設のオープンが次年度以降のため、本年度の実績は0人である。 【消費額：目標3,000,000円／実績0円】レストラン・物販等のオープンが次年度以降のため、本年度の実績は0円である。 【満足度：目標40％／実績0％】本格的な施設環境、サービス提供体制が未整備で、満足度を測定できる段階に至らなかった。代替としてヒアリングによりニーズ把握を実施し、次年度の本格運用及びアンケート設計に反映することとしている。 【木桶札購入者数：目標200人／実績—】当該事業（まち歩きセルフガイドウォーク造成事業）は本年度不採択のため未実施。ただし令和8年度事業として採択を受けたため今年度より取り組む。本年度は、その前提となる旅行会社等との関係構築・情報発信に、自主事業として神姫バスと連携して取り組み、令和8年度の本格展開に向けた素地を整えたことは本年度の成果といえる。
以上のとおり、数値目標は未達となった。これは、用途変更に伴う建築基準法・消防法上の整理に想定以上の時間を要し、全体工程が後ろ倒しとなったことによるものであり、課題として受け止めている。一方で、各検討・準備は計画に沿って進めており、試験運用で得られた来場実績やヒアリング結果も踏まえつつ、令和8年度以降の本格運用に向けた整備を着実に進めていく。

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R6	R7	R8	R9	R10	事業類型ごとの実績額
1-①	常設展示新設事業	—	常設展示の新設に向け、展示コンセプト・展示内容の具体化及び展示計画の策定、ディレクター人材の確保を実施。				4.2百万円
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	—	—				
1-③	施設における専門人材の確保・養成事業	—	拠点の文化観光推進に係る専門人材を2名体制で確保し、おもてなし・運営フローの整理、OJT/OFF-JT、観光案内機能の試行運用を実施。				
2-①	情報通信技術を活用した展示・解説等整備事業	—	—				4.7百万円
2-②	多言語整備事業	—	How to 多言語対応に沿った多言語化体制を構築し、「KAMOSU」概念を核とした多言語表現の方向性整理・原稿作成を展示と連動して実施。				
2-③	拠点施設における体験プログラム造成事業	—	域内事業者（井戸稲店・末廣醤油・龍野発酵食企画等）と連携し発酵・醸造文化の体験プログラムを造成、試行実施（計14名）とオペレーション検証を実施。				
2-④	まち歩きセルフガイドウォーク造成事業 ▲不採択事業	—	—				
3-①	ゲートウェイ機能の設置事業	—	案内ツール（パンフレット・醸し人紹介カード・SNS等）及び回遊促進コンテンツ、壁面ディスプレイの企画立案・素材収集・初稿準備を実施。事務所棟での試行的な観光案内を通して来訪者ニーズ・行動特性を把握し、今後の各制作物の検討に活用予定。				1.0百万円
3-②	Wi-Fi整備事業 ※自主事業	—	み蔵・中蔵・事務所棟など自主事業にて整備を実施。西蔵等、今後の整備の進捗次第で追加整備を行う。				
3-③	キャッシュレス化整備事業	—	入居予定事業者の契約締結に当初見込みより時間を要し、年度内のキャッシュレス決済端末（stera）導入が困難となった。補助事業として無理に執行することは適切でないと判断し、次年度以降に自主事業として実施する方向で整理。				
4-①	〔食品・物販機能（かもす まるしえ）〕造成事業	—	—				0百万円
4-②	〔飲食機能（かもす ばーる）〕造成事業	—	—				
5-①	拠点Webサイト開設事業	—	拠点Webサイト（デザイナーサイト）を令和8年3月5日に公開（2言語対応）。関連メディア「龍野の醸し人」（note）を開設。				1.7百万円
5-②	OTA等を活用した情報発信事業 ▲不採択事業	—	—				
5-③	認知度・誘客力向上のための情報発信強化事業 ※自主事業	—	自主事業として、今年度造成した発酵体験（もろみ絞り・味噌玉づくり等）を組み込んだ1泊2日の滞在型ツアー「龍野・発酵ウェルネスステイ」を商品化・販売開始（令和8年1月）。公式LP（日英2言語）を公開し、PR TIMESによるプレスリリース配信で国内外への認知度・誘客力向上を図った。				
5-④	姫路に拠点をおく旅行会社との販売連携事業 ※自主事業	—	自主事業として、姫路拠点の神姫バスと連携し、上記ツアーの販路開拓を実施。神姫バス「Localprime」での販売チャネル確保に加え、同社を通じ首都圏・関西圏の旅行会社への商談会・セールス（令和7年11月～令和8年1月）を行い、「醸ス場かねゐ」を拠点とする龍野の魅力を売り込んだ。次年度以降、カネヅを拠点に滞在型観光を展開していくための素地を整えた。				

6-①	展示機能（かもす ぎやらりー） 改修整備事業	－	法的整理（建築基準法・消防法）、設計・デザイン監修、展示計画との連携調整を実施し工事着手に向けた基盤を整備。				63.0百万円
6-②	体験・創造機能（かもす ぺーす） 新設整備事業	－	法的整理・設計検討を実施。クラフトベース／シェアベースの用途・空間機能を整理し本格施工・運用開始に向けた基盤を整備。				
6-③	観光案内機能（かもす げーと） 新設整備事業	－	法的整理・設計検討、基盤インフラ整備（電灯動力盤・受電設備）を実施。地域資源を活用した案内カウンター整備・授乳室等の受入環境整備を実施。				
6-④	交流機能（かもす ひろば）新設整備事業	－	重油タンク・自販機建屋の撤去及び外壁補修の設計検討・内容精査を実施し、次年度の広場整備に向けた基盤を整備。				
6-⑤	〔食品・物販機能（かもす まるしえ）〕 新設整備事業	－	－				
6-⑥	〔飲食機能（かもす ばーる）〕 新設整備事業	－	－				
各年度ごとの実績額→							74.6百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

採択事業は交付申請スケジュールに則り推進し、令和7年度の実績額（補助金確定額）合計は74.6百万円である。 前述のとおり令和6年度は採択時期の後ろ倒しによりほぼ未実施で、実質的には令和7年度が事業1年目にあたり、各事業は施設のプレオープン・本格運用に向けた基盤整備段階にある。
〈成果〉 ①展示・人材：展示ディレクター及び地域人材を含む2名体制を確保し、展示コンセプト・展示計画の策定と運営フロー整理が進展（専門家支援者数16者／目標15者を達成）。 ②多言語・体験：「KAMOSU」概念を核とした多言語表現の方向性を整理し、発酵・醸造の体験プログラムを造成。試行実施（計14名）の満足度は100%（目標75%）と高い評価を得た。 ③案内・情報発信：Webサイト（2言語）公開と関連メディア「龍野の醸し人」（note）開設により来訪前後の理解・回遊を促す基盤を整備したほか、自主事業として神姫バスと連携した販路形成・情報発信に取り組み、次年度以降の展開に向けた素地を整えた。 ④施設整備：法的整理・設計検討・基盤インフラ整備・受入環境整備（授乳室等）が進み、整備計画に反映する来訪者視点の意見・改善件数等のKPIを達成した。 〈課題〉 対象建物が複数の用途地域（近隣商業地域・第一種中高層住居専用地域）にまたがり、用途変更に伴う建築基準法・消防法上の整理に想定以上の時間を要したことから、展示空間の仕様・要件の確定が遅れ、工事全体の工程が後ろ倒しとなった。これに伴い、一部工事項目を次年度へ繰り延べるとともに、当初想定していた令和8年1月以降の試験運用開始時期を見直し、令和8年4月以降の開始を予定している。全体工程の遅れは課題として受け止めており、関係機関との協議や検討・準備を計画に沿って進めることで、確実な整備につなげていく。 〈連携体制〉 文化庁の専門家コーチング制度を活用させていただき、継続的に指導・助言を受けられる伴走支援の体制を構築した。専門家や地域住民等との協働とあわせ、施設コンセプトや展示・体験内容の言語化・深掘りが進んだ。 〈評価〉 数値KPIの一部は施設未開業のため次年度以降の測定となるが、整備・準備に関するKPIは目標を達成しており、試験運用で得られた知見も踏まえつつ、令和8年度以降の本格運用に向けた整備を着実に進めていく。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

文化観光拠点施設名 要件	旧カネヅ醤油工場（醸ス場かねみ）	
・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	●展示内容・企画展等のディレクターを確保し、展示コンセプト・展示原稿の検討を推進 ●文化人類学者・醸造事業者・地域関係者等との懇話会・意見交換により、地域の実態に即した展示ナラティブを構築 ●常設展示の基本設計（展示環境・サイン・照明等）を実施	
・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	●拠点Webサイト（ティザーサイト）を令和8年3月5日に公開 ●関連メディア「龍野の醸し人。」（note）を開設し、来訪後の理解深化・回遊促進コンテンツを整備 ●ゲートウェイ機能の案内ツール・回遊促進コンテンツ・壁面ディスプレイの企画立案・素材収集を実施	
・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	●観光庁「How to 多言語解説整備」に基づく多言語化体制を構築（翻訳会社・編集者等が参画） ●「KAMOSU」概念を核とした多言語表現の方向性を整理し、展示・案内・Web等を横断した2言語対応の基盤を整備 ●翻訳担当者がコンセプト検討段階から参画	
・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	●共同申請者による事業推進体制を構築 ●域内事業者（井戸稲店・末廣醤油・龍野発酵食企画等）との体験造成連携 ●文化庁の専門家コーチング制度を活用し、継続的に指導・助言を受けながら事業を推進 ●神姫バス等との販売連携・販路開拓を実施	
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	●事務所棟での観光案内機能（かもす げーと）試験運用において、来場者数を日報により手集計（令和7年11月～令和8年3月：計985人） ●体験プログラム試行・来訪者ヒアリングにより案内ニーズ・行動特性を把握	
・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	●共同申請者・協力団体との連絡・調整を継続実施 ●KPIに基づく進捗管理を行い、工事工程の後ろ倒し等に対し代替的取組（試験運用・ヒアリング）でPDCAを運用 ●試験運用開始時期を令和8年4月以降へ見直し、本格運用に向けた来訪者アンケートを設計	

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

評価者	評価内容
ひょうご観光本部	令和8年2月10日、西播磨地域における牡蠣の不漁の影響を観光面から支援することを目的に関係者向けセミナーが開催され、ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサーによる講演及び播磨地域の魅力を考えるワークショップが行われた。本取組は勉強会にとどまらず、今後の誘客に直接つなげることを企図し、旅行エージェントを対象とした現地下見（ファムツアー）として実施された。当該ファムツアーは「発酵とミネラル」をテーマに、塩・醤油・酒・みりん等の発酵食を巡り、集めた素材を用いた料理体験を行う行程で構成され、龍野も受入地の一つとして招聘を受け、参加者との意見交換を行った。この中で、ひょうご観光本部ツーリズムプロデューサーからは、龍野を重点的に推奨する地域として位置づけており、フランス市場にも継続して売り込み、これまでに複数回の来訪実績もある旨、今後も引き続き推奨していくとの評価をいただいた。
姫路観光コンベンションビューロー、JTB、姫路商工会議所	姫路観光コンベンションビューロー及び連携先であるJTB、姫路商工会議所の関係者が龍野を訪問し、今後、姫路・龍野・赤穂が連携し、エリアとして一体的に誘客及び観光振興を進めていきたいとの相談をいただいた。具体的には、インバウンド市場及び国内市場に向けた商談等を、龍野を含めて積極的に展開していく方針が示され、コンテンツタリフの整備等において連携を開始している。 いずれの団体からも、賑わいのある京都とは異なる、静けさのある城下町に対するニーズや、天然のかたちで残る町並みに対する評価をいただいた。こうした価値が「世界にまだ見つかっていないのが不思議」であるとの声もいただいており、広域の観光関係者から龍野及び「醸ス場かねみ」への関心と連携の動きが寄せられている。

⑦今後の改善の方向性

【段階的開業に合わせた認知度向上と来場促進】 令和8年度は、前述の用途変更に伴う法令上の整理等により全体工程が後ろ倒しとなったことから、確実な整備・運用を優先し、令和8年11月に観光案内機能（かもす げーと）、令和9年3月に展示機能（かもす ぎやらりー）・レストラン等を開業する段階的なスケジュールで整備を進める。令和7年度の試験運用では、オータムフェスティバル等のイベント運動時に来訪が集中する傾向が確認されたことを踏まえ、開業を待つのではなく、開業までの期間を認知度向上の好機と捉えて能動的に来場を促していく。具体的には、段階開業に合わせた広報・周知、プレオープンイベントの実施、オータムフェスティバルや龍野城下町パビリンのまちの行事との連動、視察・ツアーの受入等を通じて、開業前から「醸ス場かねみ」の認知を高め、各開業時点での来場につなげることで、令和7年度に未達となった来場者数の改善を図る。 【外国人来訪者・消費の取り込みに向けた基盤整備】 有料展示・レストラン等の開業が令和9年3月となることから、外国人入場者数・消費額の本格的な成果は令和9年度以降を見込む。令和8年度は、その成果を最大化するための準備期間と位置づけ、展示解説の多言語化（日英）・二次元コードを活用したデジタル解説環境・Webサイトの多言語実装を整備し、開業時点から外国人来訪者を受け入れられる体制を引き続き整えていく。 【回遊・滞在の促進】 本年度不採択により実施できなかったまち歩きセルフガイドウォークは、令和8年度事業として採択を受けたため、展示体験を起点に城下町へと誘う回遊導線として造成する。神姫バス等との連携で整えた販路形成の素地を活かし、姫路を起点とした二拠点ツーリズムの需要・動線を検証することで、回遊率や滞在時間の向上につなげる。 【運用品質の確立とPDCA】 案内・多言語対応を担う中核人材を配置し、来訪者対応の標準化を進めるとともに、来訪者アンケートによる効果測定を行う。試験運用やプレオープンで得られた来場者の反応・ヒアリング結果を踏まえて対応品質を高め、令和7年度に測定に至らなかった満足度の向上につなげる。これらの運用改善を継続的に積み重ね、令和9年度以降の本格運用と数値目標の達成へと着実に進めていく。
--