

兵庫県大型観光交流キャンペーン後の 本市の観光入り込みの動向について

兵庫県大型観光交流キャンペーン（兵庫DC）を今年4月から6月まで開催し、9月にその評価を報告したが、今回はキャンペーン終了後の本市の観光入り込みの動向について報告する。

【総括】

兵庫DC終了後の7月から10月までの城崎や出石への観光客入込数を前年度同時期と比較すると、経済情勢が悪化しているにもかかわらず増加している。

これは、兵庫DCや新型インフルエンザ対策事業、名探偵コナンミステリーツアー実施などによる成果であると考えられる。

特に、名探偵コナンミステリーツアー（4月29日～11月3日）は、7月から実施した「城崎温泉・出石小判」の効果もあり、参加目標人数1万人の1.5倍の参加があった。

1. 兵庫DC実施期間後の観光客入り込み数

従来から豊岡市の観光客入り込み数の基準としている城崎温泉入浴者数、コウノトリ文化館入館者数、出石駐車場の駐車台数を前年同月と比較した。

（単位：人、台、%）

月	城崎温泉入浴者数			月	コウノトリ文化館入館者			月	出石駐車場の駐車台数		
	20	21	増減		20	21	増減		20	21	増減
7	71,763	73,514	2.4	7	36,292	31,553	13.1	7	6,980	7,696	10.3
8	149,206	148,296	0.6	8	34,230	31,944	6.7	8	13,163	13,727	4.3
9	95,897	107,842	12.5	9	23,387	31,929	36.5	9	7,857	11,447	45.7
10	89,667	92,356	3.0	10	33,263	31,251	6.0	10	8,009	8,178	2.1
計	406,533	422,008	3.8	計	127,172	126,677	0.4	計	36,009	41,048	14.0

9月の増加はシルバーウィークの影響が大きい。

出石駐車場の駐車台数の増加は、高速道路の料金引き下げも関係していると考えられる。

城崎温泉入浴者の増加は、名探偵コナンミステリーツアーの実施が要因であると思われる。

2. 名探偵コナンミステリーツアー（城崎温泉・出石ぐるりんパス）

城崎温泉・出石ぐるりんパスの総参加者数は、14,984人であった。また、11月7日と14日のテレビ番組「名探偵コナン」では、このミステリーの謎解きがストーリーとなり、全国放映され、コウノトリや本市の観光名所などが随所に登場し、大きなPR効果があった。

参考

ミステリーツアーの更なる誘客増を図る目的で、7月以降、ツアーキット引き換え者に「城崎温泉・出石小判」をプレゼントする事業を行った。

（小判発行枚数：大人7,501枚、子ども1,133枚 合計8,634枚）

城崎温泉・出石ぐるりんパス（3月20日～11月3日）の参加者数は、昨年

2,995人であったが、今年は名探偵コナンミステリーツアー効果により、

14,984人となり、5倍に増えた。

3. 市の今後の観光振興

兵庫DCによる観光入り込み増を一過性のものに終わらせないために、JR・旅行代理店等と連携を図りながら、ポスト兵庫DC事業を検討し、実施していく。

山陰海岸ジオパークが世界ジオパークネットワークの国内候補地になり、本市においても世界ジオパークネットワークの認定に向けたさまざまな活動を展開するが、これらのジオ活動やジオツーリズムの確立などを今後の観光振興に生かしていく。

参考

新型インフルエンザ対策事業（実施期間は見込を含む）

地引網と港地区PR事業

- ・実施期間 7月29日～9月10日
- ・内容：地引網実施2回、リーフレット作成ほか

広告・東京キャンペーン事業

- ・実施期間 7月1日～10月9日
- ・内容：東京の大型ビジョンに城崎温泉のVTR放映ほか

夢花火事業

- ・実施期間 7月1日～11月10日
- ・内容：夢花火の実施を従来の火・木曜日から、月～金曜日に充実

魅力ある海水浴場事業

- ・実施期間 6月26日～8月23日
- ・内容：夏のイベントの合同オープニングセレモニーと広報

神鍋キャベツまつり事業

- ・実施期間 6月25日～7月30日
- ・内容：ホテル鑑賞会、キャベツクイズ、キャベツ早食い競争ほか

神鍋高原秋の大収穫祭事業

- ・実施期間 10月14日～12月31日
- ・内容：郷土料理「けんちゃ」早食い大会、もちの振る舞い、ステージイベントほか

出石皿そば元気でござる事業

- ・実施期間 6月25日～7月10日
- ・内容：皿そばを使ったチャリティーイベントを開催し、インフルエンザ対策に寄付

たんとうシルク野菜まつり事業

- ・実施期間 7月6日～9月17日
- ・内容：ステージイベント、野菜試食、野菜の即売など

ポスト兵庫DC事業

県が7～9月に「やっぱり兵庫キャンペーン」、11月からは「あいたい兵庫キャンペーン」を実施しており、これらのキャンペーンを活用し、本市の観光振興を図る。

兵庫県の「第2期地域元気回復支援事業」を活用し、各地域で観光客誘致のための事業に取り組んでいる。（11～3月）

- ・豊岡観光協会：かにまつり事業、
- ・城崎温泉観光協会：かに王国歓迎事業、
- ・日高町商工会：神鍋冬まつり事業
- ・出石皿そば協同組合：出石皿そば参上事業
- ・但東シルクロード観光協会：ジビエ&ヘルシー料理の食育体験事業)

豊岡市マスコット「玄さん」を活用した観光PR

世界ジオパークネットワークの認定に向けた活動

ジオツアーの実施（3月・市内のジオサイト巡り）

ジオガイド養成

ジオサイトでの清掃活動・ボランティア活動等

ジオサイトを活用した教育・学習活動

ジオサイトを活用した地域活性化事業（誕生の塩精製と精製体験、北前まつり、清滝溶岩流まつり、火山まつり、カニに関する各種イベントなど）

ジオサイト看板の設置・英訳の追記

ジオパーク・ジオサイトの説明板の設置・展示

玄武岩の「玄武さん」を利用したジオサイトのPRなど

〔問合せ〕経済部観光課 21-9016