

# 行政視察報告書

令和8年1月21日から1月23日までの3日間にわたり、行政視察を行った概要を次のとおり報告する。

令和8年2月6日

伊東市議会議長 中島弘道様

伊東市議会議員

(常任観光建設委員会)

委員長 井戸清司

副委員長 村上祥平

委員 青木敬博

委員 河島紀美恵

委員 竹本力哉

委員 四宮和彦

## 記

- 1 視察都市 1月21日(水) 大分県別府市  
1月22日(木) 大分県豊後高田市  
1月23日(金) 大分県大分市
- 2 視察事項 常任観光建設委員会所管事項
  - (1) 別府市 「温泉を活用した観光施策(インバウンド施策)」について
  - (2) 豊後高田市 「昭和の町の取組」について
  - (3) 大分市 「グリーンスローモビリティ」について
- 3 視察の概要 常任観光建設委員会所管事項について、視察した各都市及び事業の概要は以下に記載のとおりである。

## 別 府 市

- ・ 市制施行 大正13年4月1日
- ・ 市の面積 125.34km<sup>2</sup>
- ・ 人 口 111,487人 (令和7年11月30日現在)
- ・ 世 帯 数 63,385世帯 ( // )
- ・ 令和7年度当初予算 一般会計 658億2,000万円  
特別会計 298億6,200万円  
企業会計 72億6,117万円

### ・ 市の概要

別府市は、九州の北東部、瀬戸内海に接する大分県の東海岸のほぼ中央に位置し、南は野生のニホンザルで有名な高崎山をへだてて県都大分市と隣接、北は県北・国東テクノポリス地域としてハイテク関連企業が進出する国東半島の市や町と接し、西は阿蘇国立公園に属する由布岳、鶴見岳の連山を中心に南北に半円形に連なる鐘状火山（トロイデ）に囲まれその裾野がなだらかに波静かな別府湾に続く扇状地である。

市内には、古くから「別府八湯」と呼ばれる温泉群が点在し、2,800を数える源泉から湧出する温泉は、毎分約10万3,000リットルにも及び、医療、浴用等々、市民生活はもとより観光、産業面にも幅広く利用されている。

### ○ 温泉を活用した観光施策（インバウンド施策）について

別府市議会を訪問し、温泉を活用した観光施策（インバウンド施策）について、一般社団法人B-biz link 久保田氏及び観光・産業部観光課観光政策係 小林氏からご教示いただいた。

## 1 観光客数等の現状

### (1) 観光客数と宿泊客数の現状

(単位：年、人)

年	国内客	外国人客	宿泊客数
2018	8,209,432	597,446	2,544,330
2019	7,714,932	620,841	2,445,285
2020	4,359,906	67,197	1,357,550
2021	3,720,234	2,131	1,182,586

2022	5,339,037	40,266	1,938,855
2023	6,519,248	281,564	2,387,431
2024	6,624,595	451,894	2,564,685

・2020年の新型コロナウイルス感染症の流行により国内外ともに観光客数が激減したが、徐々に回復傾向にある。

(2) 別府市の外国人観光客数ベスト10（2024年）

（単位：人、％）

順位	国・地域	観光客数	構成比
1	韓 国	148,947	33.0
2	香 港	92,296	20.4
3	中 国	53,348	11.8
4	台 湾	50,169	11.1
5	タ イ	21,623	4.8
6	ア メ リ カ	19,725	4.4
7	シンガポール	15,551	3.4
8	オーストラリア	9,928	2.2
9	マ カ オ	6,303	1.4
10	イ ギ リ ス	4,285	0.9

・地理的要因もありアジア圏の観光客が多い（昨今の日中関係の悪化により、中国人観光客は減少している。）。欧米の観光客は近年になり徐々に増。

2 温泉を活用した体験型観光施策についての取組内容

(1) 豊富な湯量、様々な泉質（地球上10種類中の7種類の泉質）の源泉が多くあるため、温泉の活用方法もバラエティーに富んでいる。入浴のみならず、見ることも楽しめるほか、学ぶ温泉（ミュージアム）、蒸される温泉（蒸し湯）、埋まる温泉（砂湯）、食べる温泉（地獄蒸し料理）、飲む温泉（飲泉）と、体験できる温泉の活用方法が非常に豊富。インバウンド観光客は、温泉＝体験との認識が強い。

(2) 温泉とその他の観光資源の連動

・別府周遊パス（2024年～現在）

別府市内の主要な観光施設（18か所）を1枚のパスで回れる非常にお得な定額パス。特に「地獄めぐり」に加えて、遊園地や美術館、日帰り温泉なども楽しみたい観光客に最適な仕組みとなっている。通常の入場料等は、施設により800円程度から2,000円を超えるものまでであるため、各施設間でばらつきがあるものの、

複数の施設を巡る観光客にとっては確実にお得になる値段設定である。ワンデイパスのほか、ツーデイパスも存在。宿泊客が2日間にわたり別府の観光地を巡ることができる。日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）に対応。

また、この仕組みに参加する施設にとっても良い点があり、入客がなかったとしても周遊パスの売上から最低限の補償がされる仕組みとなっている。補償額は施設の利用料に準じる形での案分となるが、それでもメリットは大きい。

### 3 ターゲット選定、情報発信の在り方、戦略

#### (1) 現状分析によるターゲット選定

現状の観光客動態を調査し把握するため、様々なデータを活用

- ・宿泊者データ（観光予報プラットフォーム）
- ・観光案内所データ（ワンダーコンパス）
- ・サイト回遊データ（ENJOYONSEN（別府市開設の別府温泉を紹介する英語版 HP））
- ・アンケートデータ（B-biz link 実施）

#### (2) 情報発信

現状分析の結果、ターゲット国を定め、それぞれ国の情勢や観光ポテンシャルを調査し、最適な手法でプロモーションを実施。また、需要により販売コンテンツを造成し販売する。

##### ア 個人旅行者向け誘客（韓国・台湾・香港・オーストラリア）

ターゲットの明確化、拡散性を重視、ピンポイントに商品・魅力が伝わる。ターゲット国においてよく使用されるブラウザやSNSなどを把握し、そのプラットフォーム上で情報発信をする。台湾の方が訪日する際に必ず見ると言われているラーチャーゴー（樂吃購！）とタグを組み、メディア記事出稿している。

- ・インフルエンサーマーケティング（インフルエンサーに体験してもらい、ブログなどで発信をしてもらう。）
- ・メディア記事出稿
- ・各種SNSを活用しての広告

##### イ 旅行会社利用者向け誘客（香港・シンガポール・オーストラリア）

往年の手法を用いたプロモーション、プロの提案による安心感、手軽さ。どちらかというと、プチ富裕層向けの発信。

- ・旅行会社向けセミナー（商品造成担当を招致）
- ・ファムトリップ（旅行会社やメディアを現地招待する視察旅行）
- ・商談会

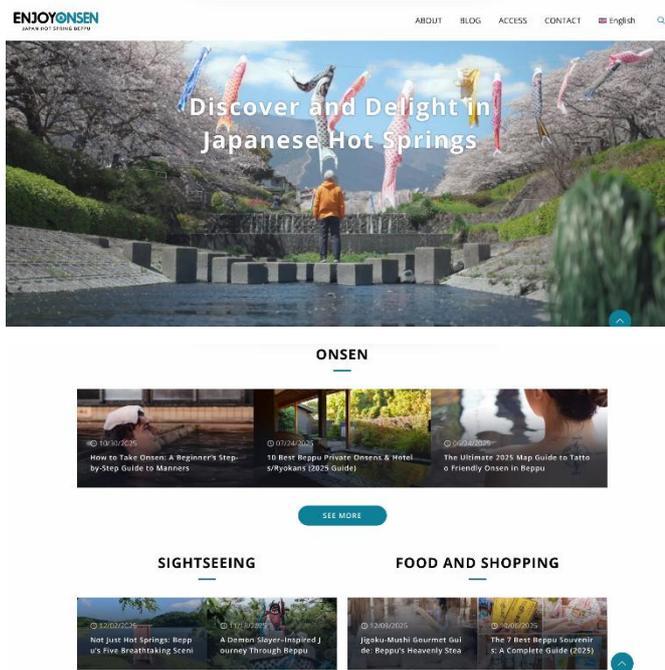
・観光展

(3) インバウンド専門サイト運営（2019年～現在）

インバウンドサイト・フェイスブックアカウント運営（ターゲット：英語話者・繁体字圏）

ア ENJOYONSEN

インバウンド（訪日外国人客）向け温泉特設サイト。「日本の温泉を発見して楽しもう」というコンセプトの下、2019年のラグビーワールドカップやその後の東京オリンピックを見据え、特に欧米豪の旅行客に対するPRを強化するために開設。別府市と株式会社Huber. が共同で立ち上げ、同社が運営。訪日観光客において、「Beppu」と検索する人は少ないと思われるため、「Japan Hot spring」と検索する上位にヒットするように構築されている。外国人観光客が気にする「タトゥー（刺青）があっても入浴できる施設」などの情報も積極的に発信し、温泉文化のハードルを下げる役割も担っている。



別府市公式 ENJOYONSENのHP（出典：同HP）

英語のほか、中国語（繁体）を選択可能

イ 配信ターゲット国

・日本在住の外国人（英語話者）

選定理由：日本での国内旅行に対する需要が回復し、別府市への旅行客の呼び込み対象となるため

- ・アメリカ（西海岸エリア及び主要都市等）、ハワイ、イギリス  
選定理由：訪日意欲が高く、温泉に入る文化がある、または温泉に入ることに  
に対する抵抗感が少なく、コロナ後の訪日観光意欲が高いため
- ・オーストラリア、ニュージーランド  
選定理由：親日国家であり、ラグビーワールドカップでの大分・別府訪問に  
より地域住民から続く人気もあり、また、コロナ後の訪日観光意  
欲が高いため
- ・シンガポール  
選定理由：親日国家であり、FIT層（個人観光客）を含めリピーターが多  
く、冬の時期を中心に多くの来日客があり、温泉を中心とした観  
光を好むため

#### 4 オーバーツーリズム対策

現状、オーバーツーリズムというまでは問題が生じていることはないが、それでも外国人観光客の増加を目標としている以上、避けて通れない対策。

##### (1) 課題① 繁忙期の地獄めぐりエリアの交通渋滞（駐車場問題）

⇒解決策

- ・有名観光施設への来遊客が多く施設近隣において交通渋滞が発生するため、繁忙期においては、市が既存駐車場に加え、渋滞するエリアに隣接する民地を借り上げ、無料駐車場として開放する。
- ・混雑を回避して楽しめるコンテンツ記事を作成し、別府市公式観光サイトに掲載。一極集中を避け、そもそもの渋滞発生を緩和する狙い。（ex.「地元民が教える混雑回避術！」「混雑を避けた「冬の別府」の楽しみ方」）

##### (2) 課題② 観光客の生活路線バス活用（交通事業者の人材不足）

⇒解決策

- ・「湯けむりライドシェアGLOBAL」の運行実証実験（2025年4月～現在）。観光客が大きな荷物を持って生活路線バスに乗り込むと、路線バスを生活の足としている地域住民にとって不便になることがある。また、増加する観光客（特にインバウンド客）が、タクシーを呼びたくても呼べない状況を解消する必要がある。これらの課題を解決するための、アプリを活用したドア to ドアの交通施策。一般の市民等が自分の車や市の車両を使用して有料で送迎する「自治体ライドシェア」の仕組みを導入。24時間どこからでも配車可能。
- ・実績（2025年4月28日～12月31日）
- ・登録ドライバー数：133名（市民）

- ・実車数：9, 946件
- ・「GO」や「Uber」といった既存の配車アプリから直接呼ぶことが可能

## 5 外国人観光客の国別・地域別の満足度や消費動向調査

### (1) データの収集

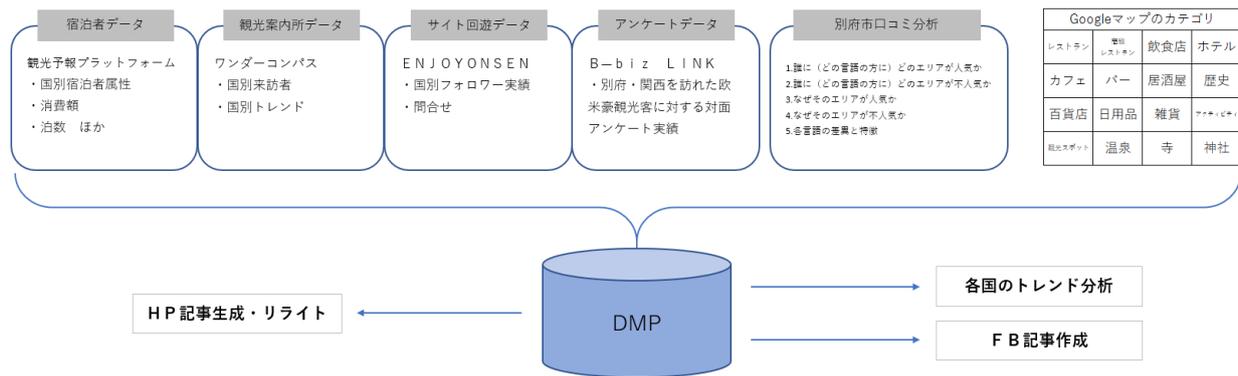
- ア 国別宿泊者属性、消費額、泊数ほか（観光予報プラットフォーム）
- イ 国別来訪者、国別トレンド（ワンダーコンパス）
- ウ 国別フォロワー実績、問合せ（ENJOYONSEN（別府市開設の別府温泉を紹介する英語版HP））
- エ 別府・関西を訪れた欧米豪観光客に対する対面アンケート実績（B-biz link実施）
- オ 別府市口コミ分析（属性や傾向を把握するための以下の切り口から、グーグルマップ、トリップアドバイザーの英語、繁体字、簡体字、韓国語の口コミを分析、グーグルマップのカテゴリー（レストラン、カフェ、歴史、温泉など）に沿って徹底的に調査（令和8年度から実施予定）
  - ・誰に（どの言語の方に）どのエリアが人気か
  - ・誰に（どの言語の方に）どのエリアが不人気か
  - ・なぜそのエリアが人気か
  - ・なぜそのエリアが不人気か
  - ・各言語の差異と特徴

### カ 富裕層の口コミ分析

別府市のハイエンドホテル「ANAインターコンチネンタル別府リゾート&スパ」宿泊者の口コミ投稿を深掘りして分析する（どのようなところを観光しているか、別府に来る前と来た後に、どの国でどのような体験をしたのか、）。富裕層の方をターゲットにしており、昨今、東南アジアのインバウンド富裕層にできるだけ訪日してほしいとの狙い。

### (2) データの分析

収集した各種データをDMP（データマネジメントプラットフォーム：AI）に取り込み、まとめて分析できる状態をつくる。AIの活用により、まとめて効果的なデータ分析が可能となる。その上で、分析結果を活かして施策の実施まで一気通貫で行える状態とし、HPの記事生成・リライトやFBの記事生成、各国のトレンド分析をすることができる。



### (3) 外国人観光客案内所運営

J R別府駅外国人観光客案内所「ワンダーコンパス別府」（市の外郭団体であるB-biz linkが運営）

チケットの販売などをするほか、通常の観光案内所と異なり、満足度向上を一番にしているため、観光客が求めているものによっては、ときには別府市以外の案内をすることもある。

ア 日本政府観光局（J N T O）による「J N T O認定外国人観光案内所」の表彰を2回受賞

イ 2022年度「連携強化による観光案内の質の向上」部門で全国1位を獲得

ウ 2024年度「訪日客へのホスピタリティ」部門で表彰

## 6 今後の観光施策として注力する分野

### (1) 新湯治ウェルネスツーリズムの推進（動画視聴により研修）

ア 新湯治ウェルネスとは、腸内細菌や肌データなどによって、温泉の効能を見える化するもので、そこに自然体験、食体験、文化体験をすることを組み合わせることと定義している。これを戦略的に発信していくことで、稼ぐことができる観光のサイクルをつくり上げる。世界のウェルネス市場は欧州を中心にどんどん成長している。市民所得向上⇒税収上昇⇒市民サービス向上⇒消費額増加⇒市民所得向上…

イ なぜ今新湯治なのか

別府市の観光は十分に稼げていないということがデータ統計上分かっている。また、これから人口減少が進み社会保障費が増大していくため、今まで通りのやり方では市民サービスの維持ができない。別府市の強みを生かした「新湯治ウェルネス」という宣伝をして、今まで以上にサービスを提供することを可能とする。別府市には既に飲食店やホテル、温泉施設がたくさんあるので、温泉都市としては十分な機能が備わっている。ここにデータセンターとしての研

究・実践拠点（オープンに向け調整中）が加わることで、まち全体としてウェルネスの都市となり産業化することができる。この拠点は、別府市がつくるのではなく、民間との協働でつくるため、財政面でも不安ない。また大学と連携をして人材育成を進め、将来的にはウェルネスの人材を育てる大学の単位としてカリキュラムをつくっていく。

温泉の確保について、新規掘削はしない。主に、現在使用されていない温泉を有効活用するので、温泉が枯渇する心配はない（温泉マネジメント計画）。需要と供給のバランスを図っていく。現状維持をするのではなく、変化し続ける世界に合わせた施策を推進していく。

#### ウ 温泉の研究による産業化

温泉の効能について、高血圧に効く、切り傷に効くなどの表記等はこれまでもあるが、これを科学的に分析して、その結果を温泉施設飲食店、運動施設、旅館・ホテルなどにおいてうまく活用し、旅行商品化することができる。

### 7 所感

- ・別府市の観光に対する真剣な姿勢について、大変多くの学びがあった。インバウンド施策だけで約1億円の予算を投じている点もさることながら、マーケティングが非常に丁寧に行われており、データの取得から、その数値を踏まえた施策の実行まで、一貫して取り組まれている印象を受けた。

また、観光課から職員が出向している B-bizlink が、実質的にDMOの役割を果たしており、行政と実務が密接に連携している点が特徴的であった。本市においても、組織体制や予算の在り方を含め、より正面から観光施策に向き合う必要があると改めて感じた。

さらに、これまで一般質問でも取り上げてきた台湾インバウンド対応について、ラーチャーゴー（樂吃購！）が有効な手法であるとの話を直接聞くことができた点も、大変有意義であった。

- ・“新湯治 ウェルネスツーリズム事業”として、美容・医療・健康と食をテーマとしての研究や実践を進めている内容や、幸せや健康になることを提供していく取組が本市の健康保養まちづくりの再考として、参考になった。
- ・オーバーツーリズム対策・観光消費額の向上について、本市でも大室山エリアを中心に同様の課題（観光客の生活路線バス活用、交通事業者の人材不足）があり、取り組んでいる「湯けむりライドシェア GLOBAL」の運航実証実験は、非常に参考になった。解決しなくてはならない課題はあるが、是非、本市においてもチャレンジしたい施策であると思った。

- ・温泉を観光資源と位置づけた場合、北は北海道から南は沖縄県に至るまで、温泉が湧出しない都道府県は存在しないといつてよい。そうした中で、温泉地として高い評価を受ける自治体であるためには、温泉湧出量の豊富さや泉質の良さといった温泉そのものの評価に留まらず、その活用方法について、明確なイメージをつくり言語化することの重要性を認識した。別府市においては、「入る温泉」、「見る温泉」、「学ぶ温泉」、「蒸される温泉」、「埋まる温泉」、「食べる温泉」、「飲む温泉」と7項目にわたる温泉体験コンテンツを設定しており、単に「入浴するもの」、「温まるもの」といった漠然とした温泉イメージから更に精緻な言語化によって、温泉に付加価値を与えることに成功している。
- ・こうしたコンテンツを体験してもらうために、その他の観光資源との連動を図ることに2024年から取り組んでいる点も本市が参考にすべき観光施策といえる。それが、「別府周遊パス」であり、18施設が参加し、個別に施設を利用する場合、13,020円かかるところを3,800円で施設利用を可能にするものであり、パスの売上げは、本来の施設利用料に比例配分して施設に還元されるため、施設の利用の有無に関わらず、施設側にも最低限収入を補償し、施設利用につながれば、施設内での付加的な売上につながることから、一定の評価を受けている。2024年の始まったばかりの事業であることから、その成果は、今後にかかっているが、観光施設の周遊という点で遅れている本市としては、大いに参考にすべき事業であると言える。
- ・以上のような事業を企画し、成果に結びつけていく上で、重要なのが、「宿泊者データ」「観光案内所データ」「サイト回遊データ」等の定量的なデータに加え、B-bizlinkのような別府市が設立した産業連携・協働プラットフォームが実施する「アンケートデータ」を含む定性的データ分析を含む現状分析によるターゲット選定とターゲットに向けた情報発信である。精緻な現状分析とこれに基づくターゲットを定めた情報発信によりインバウンドにおいても大きな成果を上げている。



## 豊後高田市

- ・ 市制施行 昭和29年5月31日
- ・ 市の面積 206.24km<sup>2</sup>
- ・ 人口 21,553人 (令和7年12月31日現在)
- ・ 世帯数 11,071世帯 ( // )
- ・ 令和7年度当初予算 一般会計 173億2,802万円  
特別会計 242億5,231万円  
企業会計 11億8,385万円

### ・ 市の概要

大分県の北東部にある国東半島の西側に位置する。北は周防灘に面しており、西は宇佐市、東は国東市、南は杵築市と接している。

国東半島の中心にある両子山の火山活動により、放射状に河川と谷が伸びる。中心市街地は2級河川の桂川に沿って平野部に広がる高田地区に広がり、かつては海運と商業の街として繁栄した。その北側の玉津地区には高田城跡にも利用された丘陵地があり、江戸時代以降居住区が拓かれた。域内には、瀬戸内海国立公園及び国東半島県立自然公園を擁し、山間部及び海岸部の自然景観や農村集落景観、六郷満山文化ゆかりの史跡等、豊かな自然と歴史文化などの地域資源が豊富である。

大分県北部に位置することから、生活面、文化面等で中津市・宇佐市との関係が深い。経済的に中津市を中心とする小規模経済圏の中津都市圏に属する。

### ○ 昭和の町の取組について

豊後高田市昭和の町を訪問し、昭和の町の取組について、豊後高田市商工観光課観光振興推進室 吹上室長からご教示いただいた。

#### 1 取組の背景、経緯

##### (1) 昭和の町を再現することになったきっかけ、昭和30年代とした理由

昭和30年頃までは、海路の発達により物流の拠点として栄えていたが、モータリゼーションの流れにより物流に変化が生じ、かつての賑わいをなくす。また、平成初期、郊外に大型店舗が増えたこともあり、商店街はシャッター通りと化し、人通りよりも犬や猫の方が多い”と表現されるほどに商店街は衰退。消えゆくまちの危機感と切実さから、商店主と商工会議所が商店街の再起をかけて立ち上がった。

当初は大手コンサルタントに計画を依頼し、新しいまちづくりの案を提示してもらっていたが、「街の身の丈を超える大掛かりな構想だった」と評され、商店主たちはこの案に納得せず。また、再開発のための資金もないまま取り残された街並みを新しくすることはできなかったが、戦時中の空襲等の被害も少なく昭和20～30年代の建物がそのまま残っているという奇跡に着眼。①お金をかけず、大都会を追わない、②この街ならではの個性を活かす、③商業と観光を一体的に振興する、として三つの方向性を打ち出し、全国的に見ても、昭和の町の取組（横浜ラーメン博物館など）は成功している事例があるため、実際に残っていた古い建物を活用するという逆転の発想で、昭和の町としての再興を進めることにした。

## (2) 取組の経緯

- ア 平成 8年 町の歴史を調査し「市街地ストリート・ストーリー」を作成。  
市街地のコンセプトを設定する中で「昭和」が見出された。
- イ 平成12年 「商店街街並み実態調査」を実施。商店街の建物の約70%が昭和30年代以前の建物であった。（この頃、行政が強く関わりを持つようになった。）
- ウ 平成13年 「豊後高田昭和の町」が本格スタート  
まちづくりのコンセプトとして4つの再生を掲げる

## (3) 昭和の町・4つの再生

### 【昭和30年代のまちなみ再生】

#### ア 昭和の建築再生（国の補助金活用）

##### ・昭和の街並み景観づくり

外観を昭和に戻すため、現代風の外壁、素材を撤去。店舗によっては、補修した看板を剥がして中から出てきた古い看板を使用する例もある。

##### ・まだまだ工事中です

最初は中心メンバーであった店主の店7店舗からスタート。しかし、“昭和の町”として銘打ったスタートであったのに、7店舗しかなく観光客からは規模の小ささに厳しい声あり。

⇒当時の市長の発想で「まだまだ工事中です」の看板を設置。メディアでも露出。

観光客は、今後の発展に期待を持つようになった。

#### イ 昭和の歴史再生（一店一宝）

昭和30年以前から建っている建物が多く、当時使用していた製品などがあつたため、これを“一宝”として展示。実際に店に残っていたお宝を展示することで、町や店の物語づくりの一助とした。



昭和30年代の冷蔵庫、洗濯機、白黒テレビ

商店に“三種の神器”が展示されている

出典：昭和の町・豊後高田市公式観光サイト

### 【昭和30年代の商品販売・商人再生】

ウ 昭和の商品再生（一店一品）

- ・昭和を感じさせる店自慢の商品を一店一品として販売  
手作りアイスクャンデー、おからコロッケ（肉屋のまかない）など

エ 昭和の商人再生

- ・お客さんとのふれあい、おもてなしの心づくり  
お客さんと直接対話し、ふれあう昔ながらの接客でおもてなし

### 【昭和の店認定】

上記ア～エの再生を行った店を「昭和の店」として認定し、ガイドマップにも掲載している。

## 2 観光拠点施設「昭和ロマン蔵」

県内有数の富豪であった野村氏が小作米1万俵を収蔵するために昭和10年頃に建設した農業倉庫（個人の米蔵）をリノベーションし、観光拠点施設「昭和ロマン蔵」として整備

- ・東蔵 駄菓子屋の夢博物館、チームラボギャラリー昭和の町

駄菓子屋の夢博物館には、小宮館長のコレクション約6万点が展示されている。小宮館長は、おもちゃ集めの趣味が高じて福岡市でおもちゃの資料館等を開館したが、豊後高田市の昭和の町の取組において小宮館長に取組への参加を猛烈に依頼。小宮館長はこれに賛同し豊後高田市に移住。合併により使用しなくなった香々地の庁舎を小宮氏の収集物（計30万点以上）の倉庫として使用するなど、昭和の町に欠かせない人物となった。

- ・南蔵 和食レストラン 旬彩「南蔵」
- ・北蔵 昭和の夢町三丁目館

### 3 昭和の町案内人

昭和の町の語り部として、まちの歴史等を方言交じりで案内。観光客に好評で多くのリピーターを生み出している。昭和ロマン蔵内に受付あり。昭和の町に点在する施設を巡り、建物の時代背景や展示物の紹介、ときには商店主との交流にまで案内をしてくれる。



昭和の町案内人により  
商店街の説明を受けることができる

### 4 観光客の推移

当時、SNSは情報ツールとしてまだ主流ではない。テレビ、雑誌、新聞などのマスコミの影響力が大きく、それらで取り上げられることで観光客は激増。取組を始めた平成13年に2万人超、その翌年には8万人、開始からわずか3年目で20万人と、観光客数ゼロ人でスタートしたにも関わらず大きな変化を遂げる。人が歩かない商店街は、最大年間40万人を数える観光地に生まれ変わった。

【観光客数】

暦年	入込客数（単位：人）
H13	25,712
H14	80,528
H15	202,334
H19	361,320
H23	401,036
H31（R1）	402,184
R2	182,460
R3	177,296
R4	238,945

【インバウンドツアー客数】

暦年	入込客数（単位：人）
H26	1,903
H27	2,954
H28	8,319
H29	6,208
H30	15,063
H31（R1）	16,513
R2	0
R3	0
R4	434

R 5	2 6 0, 6 7 7
R 6	2 5 4, 9 9 1

R 5	8, 5 4 5
R 6	4, 9 3 0

インバウンド客を特段ターゲットにはしておらず、積極的な誘致活動もない。曰く、アジア圏の方には、かろうじて「昭和の町」のコンセプトが伝わるとのことだが、欧米圏の方はそのイメージがなく、昭和の町のもつ“郷愁感”や“懐かしさ”といったものの魅力は伝わりづらいとのこと。また、欧米圏の方は、寺社仏閣、グリーンツーリズムなどに関心が高い傾向にあるため、八幡宮の総本山を有する隣接市・宇佐との連携を模索。

## 5 ロケ地としての昭和の町

「ナミヤ雑貨店の奇蹟」、「坂道のアポロン」といった映画の撮影地として拔擢される。昭和の街並み景観が再現された商店街は、映画撮影のロケ地の聖地として認識され始めており、豊後高田市としても、フィルムコミッションを市が運営するなど、そのブランディング、プロモーションに力を入れている。また、ナミヤ雑貨店の奇蹟で建てられたオープンセットは、撮影後に移築・再現され、ロケ地の聖地巡礼として観光客を呼び込むためのスポットとなっている。



映画「ナミヤ雑貨店の奇蹟」のオープンセット

出典：豊後高田市HP

## 6 豊後高田昭和の町の効果

- ・古びた商店街が人気の観光スポットに
- ・市内外からの新たな創業者が大きな力に
- ・「昭和の町」のブランド化による、シビックプライドの醸成と、それに伴う商工業者の後継者増、U J I ターン者増加
- ・商店街の活気が企業誘致の促進
- ・移住者の増加（10年連続社会増を達成。住みたい田舎ランキングベスト3の常連に）

## 7 昭和の町の今後、課題

(1) まずは30周年

令和8年で昭和の町が始まってから25周年。まずは30周年を目指し、取組を進めていきたいとのこと。そのために、30周年に向けて商店主や商議所と相談し、どのように取り組んでいくのかを模索していく予定との旨。しかしながら、昭和の町としての具体的なロードマップがあるわけではないため、現状、目指している昭和の町の完成形は存在しない。

(2) 町の景観保全、老朽化する建物の維持

昭和30年代以前から建っている建物を活用し昭和の町を再現したが、老朽化が著しい建物は取り壊しをせざるを得ない状況になりつつある。維持修繕に補助金を活用してもらい可能な限り現存させたい意向であり、できることから取り組んでいる状況にあるが、景観条例等の制定もないため明確な方針は打ち出せていない（景観条例の制定について過去に協議したことがあるが、商店主からは十分な賛同が得られず煮詰まっていない。）。景観条例を制定している全国の類似例を参考にするため、現在、資料を集め検討中とのこと。

また、景観条例の制定がないため、新規参入の方（特に移住者）については、理解と協力の下で昭和の街並みの景観を崩さぬように依頼している。現代風の建物ができてしまうと、そこからコンセプトが崩れ出し商店街全体に波及してしまうため、課題の一つとなっている。

(3) 後継者の育成、事業の承継

商店主は高齢の方が多く、後継者が不足している。商店が閉まってしまえば、再びシャッター街になってしまうため、市が店舗を買い改修して新規参入者に貸し出すという事業形態もあり。徐々に移住者が増えてきており、現状、昔からの店主と新規参入者の割合は五分五分。昭和の町を維持するために、商店主の育成や事業承継の形について、行政が関わっていく必要がある。

(4) ターゲット層

コロナ禍以前は団塊世代の観光客が多く、コロナ禍以降は若者が多くなっている。確実に観光客の年齢層に変化が出てきている。“昭和の町”というイメージ、コンセプトは、時間が経てば経つほどにさらに脚光を浴びるものと考えている。また、若者を呼び込むための周辺観光地連携として、縁結びの栗嶋社（あわしましゅ）や夕日百選に選ばれている真玉（またま）海岸といったデートスポットとの連携・周遊が重要。国道213号線、通称「恋叶（こいかな）ロード」により結ばれる昭和の町と前述のデートスポットを巡るデート・観光コースを打ち出している。

## 8 所感

- ・豊後高田市の「昭和の町」プロジェクトを視察し、改めて商店街を復活させるためのキーワードは「人」であると強く感じた。成功している改革には必ずキーパーソンが存在し、そのキーパーソンたちが小さな取組から始め、徐々に広げていくという共通したパターンがある。行政の役割は、それらの取組をどのように後押しし、広げていくかにあり、「一生懸命取り組んでいる人の後を押し」という姿勢に徹している点が印象的であった。

今回の事例では、特にプレスリリースを行政が主体となって行っていた点が特徴的であった。急激に来訪者が増えるはずがない中で、それを可能にしていた方法は、とにかくテレビ局に向けてプレスリリースを送り続けたことだと伺った。有料媒体を活用することもあるそうだが、それ以上に無料でできる取組を徹底して行い、全国キー局にも継続的に情報発信していたとのことであった。こうした地道な取組の積み重ねこそが重要であると感じた。

- ・時代の流れで、大きな店舗が出現し、商店街の衰退を再生するための支援策を持続的に継続していたことについて、常に新たに魅力が深まり、リピーターも増やすことができる施策として大事にしたいと思った。映画ロケの誘致も、思い出のシーンとして訪れたいきっかけとなる効果も深いことが分かった。今後については、昭和30年代の建物維持、店舗経営の方々の高齢化が課題とのことであったが、30周年を目指して考え出される構想を期待している。
- ・「昭和の町」取組は、市民（商店街）参加型で築いた施策であり、市民と行政の施策へ対する熱量が素晴らしいと感じた。特に行政側の努力として、国の予算を非常にうまく活用した点は、本市でも見習うべき点がある。是非、本市でも参考にしてシャッター街となった商店街の活性化につなげたいと思った。
- ・「豊後高田昭和の町」の取組は、「商店街が最も元気だった『昭和30年代』の賑わいをもう一度」という商店街に住む人々の熱い思いから、外部コンサルタントや行政頼みにするのではなく、地域住民主導で始まった町並み再生事業である点に注目すべきであり、まさに住民自治が強く反映された取組であるといえる。
- ・豊後高田市の商店街住民が見出した「昭和30年代」というコンセプトに関しては、まさに日本の高度経済成長期にあたり、「あの頃は良かった」とノスタルジーを感じる世代が多く、また、映画やドラマの設定舞台としても、数多く取り上げられてきたことから、若い世代にも仮想的に追体験されてきており、全世代に渡ってポピュラーなコンテンツになっていると言え、決して豊後高田市だけに見られるものではなく、実際、昭和の町並みを残した観光スポットは、日本全国に存在し、決してユニークなコンセプトというわけではない。そうした数々の観光スポットが

ある中で、「豊後高田市昭和の町」が注目を集めるポイントは、以下の点にあると思われる。

「昭和の建築再生」に留まらず、「昭和の歴史の再生（一店一宝）」、「昭和の商品再生（一店一品）」、「昭和の商人再生」というコンテンツを再構築して、店舗一つ一つにストーリー性を付与することで、町並み全体にストーリーを付与していることが、ただ、寂れて、結果的に昭和レトロになってしまった町並みとの大きな違いであるといえる。豊後高田市では、昭和の雰囲気眺めるのではなく、昭和の生活を体験するのである。

- ・新たに整備された観光施設である「昭和ロマン蔵」は、以上のようなまちづくりのストーリーを前提とすることで成立する観光拠点施設であり、確かに「昭和歴史博物館」というべき展示があり、観光施設として単体でも楽しめるようになってはいるが、決してここが、観光の目的地ではない。「豊後高田市昭和の町」を散策して初めて観光が成立しているものである。我々は、観光施設を行政主導で整備したり、大型観光施設を誘致すれば観光客が来て、町に賑わいが取り戻せると安易に考えがちであるが、豊後高田市においては、住民自治に委ね、住民自身がまちのあり方を考えて現在に至っていることに大いに学びがあると言える。行政が関与するのは、老朽化した建物の長寿命化対策において補助を行う程度に留まり、まちづくりは、民間の事業として進められており、行政が風致地区の指定等の規制を全く行っていないにも関わらず、町並みが保全されていることは、驚きである。

## 大 分 市

- ・ 市制施行 明治44年4月1日
- ・ 市の面積 502.39km<sup>2</sup>
- ・ 人 口 468,766人 (令和7年12月1日現在)
- ・ 世帯数 234,726世帯 ( " )
- ・ 令和7年度当初予算 一般会計 2,266億5,000万円  
特別会計 1,049億1,900万円  
企業会計 482億9,500万円
- ・ 市の概要

大分市は、九州の東端、瀬戸内海の西端に位置し、周辺部には高崎山、九六位山、霊山、鎧ヶ岳、樅木山などの山々が連なり、市域の半分を森林が占めるなど豊かな緑に恵まれている。これらの山々を縫うように県下の二大河川である大野川と大分

川が南北に貫流しながら別府湾に注いでいる。その下流部には大分平野を形成しており、海岸部においては、北部沿岸海域は水深が深く、東部海岸は豊予海峡に面したリアス式海岸で天然の良港となっている。

市域は東西50.8キロメートル、南北24.4キロメートル、面積502.39平方キロメートルと九州でも有数の広い市（107市中15番目、県庁所在地では、宮崎市、鹿児島市に次いで3番目）となっている。また、気象は瀬戸内海気候に属し、温暖で、自然条件に恵まれた地域である。

#### ○ グリーンスローモビリティについて

大分市を訪問し、グリーンスローモビリティについて、都市計画部都市交通対策課交通政策室 三ヶ尻室長及び同室地域交通ネットワーク担当班 奈良主任からご教示いただいた。

### 1 事業の取組背景

高齢者等の移動困難者の支援や過疎地域における移動手段の確保、乗務員不足への対応など、地域公共交通が抱える課題解決を目的とし、過疎地域である野津原地域（R2～）、佐賀関地域（R3～）や市域内過疎地域を有する大南地域（R4～）において、実験運航を行った。

実験結果の検証を行った後、地域公共交通が抱える課題解決に資するモビリティとして有効であると判断し、令和5年3月議会において報告を行い、令和5年4月から本格運行に移行した。

### 2 グリーンスローモビリティの選定、運行体制

#### (1) グリーンスローモビリティの車両選定

- ・グリーンスローモビリティは、視認性の高い低速車両（最大時速20km）であり、停車が容易かつ乗客の確認もしやすいため停留所以外でも乗降が可能。地域の生活の足として考えた場合、高齢者が乗降するのに停留所まで行くのが大変では利便性が低くなってしまう。フリー乗降とすることで、ルート上であればどこでも乗降が可能となるため、生活の足としての利便性も考慮した。
- ・多くの乗客が利用できるようにバス型車両とした。運転免許は中型車以上。一種可。最大時速20kmのためシートベルト不要。
- ・対面式のベンチシートにより、社内でのコミュニケーションが取りやすく、地域コミュニティの活性化の一助となっている。
- ・グリーンスローモビリティの乗車を目的とした利用もあり、観光振興の一助とな

っている。

- ・各車庫に充電ステーションがあり、午前の運行が終わった段階で一度充電する。
- ・運行時間は9時～16時。約1時間おきに便がある。一部、国道を走行する必要がある循環ルートがあるため、交通渋滞が起きないように運行時間を設定している。



親しみやすいデザインの  
グリーンスローモビリティ



試乗した大南地域の車両定員は14名  
交流が生まれる距離感の対面式シート

## (2) 委託事業者、運行体制、事業費

- ・各地域でタクシー事業者に委託。受託者は車両管理責任者を設置し、運行に関する指揮監督（点呼、報告、確認、指示）を行っている。一種でも可だが、二種免許を取得している人がドライバーになっている。事業費は1地域につき年間約1,000万円前後。委託費用のほとんどは人件費。1日の運行で17,000円ほどの人件費となる。ほか車両管理費が生じる。なお、車両の初期購入費用は約3,000万円/台。車両は市が保有。
- ・民間サービスが届きにくい過疎地域及び市内過疎地域において、交通量が少ない地域内を運行している。既存の公共交通及び他の交通施策と重複しない経路、運行スケジュールを調整しており、単に地域の生活の足になるだけでなく、他の公共交通との接続箇所である各支所を起終点とするなど、代替的交通施策ではなく、補完的交通施策として位置づけられている。大分市は、グリーンスローモビリティのほかに、ふれあい交通（33ルート）、路線バス代替交通（3路線）、大分キャンバス（1路線）、富士見が丘おでかけ交通（1地区）のコミュニティバス等の交通施策を実施しており、これらの施策と重複せず連絡するような形での導入となっている。
- ・運賃は無料。過疎地域等の民間輸送サービスが届きにくい地域であることから無料としている。事業費の一部に過疎債を充当している。
- ・公式LINEにより運休の情報を発信。ただし、利用者には高齢な方が多いため、

停留所に運休の表示を貼る。

### 3 利用者の声、事業評価、課題

#### (1) 利用者の声

##### 【アンケート調査の結果】

- ・「満足」、「どちらかと言えば満足」との回答は9割以上。
- ・「外出のきっかけとなった」との回答は8割以上。
- ・「また乗りたい」との回答は9割以上。「乗りたくない」との回答はなし。

##### 【意見】

- ・車両整備のため仕方がないが運休が多い。
- ・冷暖房設備がないので、夏は暑く冬は寒い。冷暖房を設置してほしい。  
※バッテリー駆動の車両であり、車両特性上不可。窓がない車両であるが、夏季は扇風機を設置しており、冬季（雨天時）は厚手のビニールカーテンをしている。
- ・運行便数を増やしてほしい。
- ・自宅の近くまで運行範囲を拡大してほしい。
- ・土日祝日も運行してほしい。  
※他の公共交通や交通政策の隙間を埋める事業であるため、すぐに要望に応じて増便することは難しい。

#### (2) 事業評価

- ・鉄道や路線バス等の既存公共交通を補完するモビリティであることや、高齢者をはじめとした地域住民の移動手段として利用され、外出のきっかけになるなど、地域コミュニティの醸成に寄与していること、観光地へのアクセス手段としての利用など、地域公共交通が抱える課題解決に有効であると評価。

#### (3) 課題

- ・グリーンスローモビリティの特徴である時速20kmの低速運行であること、バッテリーによる運行であることから、バッテリー残量を考慮したルートや運行エリア（交通量が多い地域や幹線道路、長距離の移動は不向き）、運行便数に留意が必要。
- ・特殊な車両のため修理可能な工場に限られる。修理内容によっては、製造元（群馬県）への輸送が必要になるなど、相応の費用と期間を要する。

### 4 所感

- ・グリーンスローモビリティについては、以前から高齢者をバス停まで送迎する用途などで、本市においても活用できないかと考えていたため、今回実際に視察するこ

とができて大変有意義だった。今回視察した車両は10輪のバス型で、価格も3,000万円以上するものであったが、ゴルフカートのようなタイプであれば、より低コストで導入できる可能性があると感じた。登坂角度が約10%程度であることから、本市の地形には必ずしも適しているとは言えない面もあるが、松原地区や湯川地区は高齢化率も高く、観光と組み合わせた形で、駅周辺の移動手段として活用できないか検討の余地があると感じた。

- ・実際に乗車し、移動支援サービスとして病院・スーパーも経路になっていて、フリー乗降ができ、乗車された高齢の方とお話もでき、大変喜ばれていることを実感した。

車両価格も高く、修理が長くかかる等の課題はあったが、地域が抱える交通課題の解決・低炭素型交通の普及や、コミュニティの醸成にも繋がり、観光地を結ぶアクセス手段としても運行されていて、過疎地だけでなく、大事なインフラ整備だと考えさせていただいた。

- ・グリーンスローモビリティ施策は、素晴らしい取組だと思った。しかし、本市に置き換えると、公共交通空白地域は中山間地区であり、大分市で使用している坂を登るのが苦手なグリーンスローモビリティでは、対応が難しいと思った。ただし、取組自体はまさに本市で実施したい内容であったので、運用管理などの面で参考になった。
- ・現在全国で起きている、人手不足による、公共交通路線の休止や廃止といった事態に対して、大分市では、積極的に対策を行っており、公共交通機関でカバーできないエリアに関して、「ふれあい交通」「路線バス代替交通」「大分きゃんバス」「グリーンスローモビリティ」「富士見が丘おでかけ交通」等のコミュニティバス等を運行している。そのなかで、最もユニークな取組が時速20km未満で走行する電動車を利用する「グリーンスローモビリティ」である。
- ・我々が体験試乗をした車両は、群馬県桐生市の株式会社シンクトゥギャザーが製作するeCOM10であり、オープンボディに対面ベンチシートという仕様は、夏冬の時期には、決して快適とは言い難いものと思われるが、公共交通を補完するいわゆる「ラストワンマイル」に限定する割り切った運用であれば、十分な仕様であるという印象を受けた。また、時速20km未満という低速走行に関しても、主要幹線道路を走らず、住宅地を走行するについては十分なスペックであるが、本市への導入を考えた場合には、次の問題がある。まず、東西50.8km、南北24.4km、面積502.39㎢と九州でも有数の広い市である大分市と比較すれば、本市は、東西10.45km、南北20.45km、面積124.02㎢であり、小さな市であ

るが、中山間地まで宅地化が進んでいることから、1充電当たりの出力や走行距離において、平地面積が広い大分市と同様の運用ができるか疑問が残る。また、大分市が運用するeCOM10については、ベース車両価格が2,500万円超で、運行に必要なオプションを装備すると3,100万～3,500万円程度になると思われ、宇佐美地区、中心市街地、小室地区、対島地区の4地区でそれぞれ個別に運用する場合、導入費用だけで1億2,400万～1億4,000万円程度を必要とする。また、車両の整備等に関しても、通常の実備等はともかく、カスタム車両であるため、部品の交換等に関しては株式会社シンクトゥギャザーに持ち込まなければならないといった問題も起こりうるため、運用経費の見積もりも難しいと感じた。

- ・以上のことから、本市で導入する場合には、電動車の技術的な問題と導入コストがネックになる可能性がある。非常に興味深い取組ではあるが、本市で二次交通導入や公共交通空白地帯の解消を考える場合、グリーンスローモビリティにこだわる必要は必ずしもないのではないかという印象を受けた。もっとも、グリーンスローモビリティを単なる移動手段としてではなく、無料運行、フリー乗降、対面ベンチシートによるコミュニケーション空間の創出による外出機会の増加等、コミュニティ醸成に寄与する等の福祉的な側面からのニーズを重視するのであれば、将来的な遠隔型自動運転の実現と合わせて、導入の必要性を前向きに検討する価値はあるもの

と考える。

以 上