

まちづくり訪問記

～ 城崎温泉は、インバウンド(訪日観光客)の宿泊者数が2011年から5年で36倍も増加！ ～



合同会社ときわガーデン代表
原 良式 氏

城崎温泉は、まちの中心を流れる大谿川に、石造りの太鼓橋が架り、川沿いには柳並木がゆらゆらと揺れ、風情あるまち並みを形成しています。

太鼓橋の一つで城崎温泉の中心にある地蔵湯橋の袂に、城崎温泉の新しいランドマークと言われる飲食店「ときわガーデン」が2018年11月にオープンしました。

ときわガーデンは、但馬信用金庫と民都機構が共同で設立した「城崎まちづくりファンド」が2番目に投資を行った施設です(所在地:兵庫県豊岡市)。



ときわガーデンの経営者である原良式代表は、人気の高い温泉旅館「ときわ別館」の経営者でもあります。飲食店経営への挑戦で、二刀流を実践しています。また、城崎温泉観光協会会長など、まちの要職を幾つも歴任する地域のリーダーでもあります。

原氏は多忙を極める中、インタビューに快く応じてくれました。ときわガーデンの理念や開業後の動向について、お話を伺いました。

ときわガーデンの立地は城崎温泉の中心にある一等地で、約50年前までは温泉旅館「ときわ本館」として活用されてきました。ときわ本館が広い敷地を求めて中心部から少し離れた場所に「ときわ別館」として移転した後、この地は約50年間、駐車場でした。

原氏は子どもの時から「この一等地が駐車場で、まちにとって良いのか」という問題意識をもち続けていたといいます。



原氏がこの地で、未経験な飲食店を立ち上げようと決断に至る要因は次の2つです。

- 1) 泊食分離という新しい「顧客ニーズへの対応」
- 2) 飲食店を協働で経営できる「パートナー(仲間)との出会い・連携」

「顧客ニーズへの対応」と「パートナーとの出会い・連携」は、よく「新しい事業や起業の成功要因」として語られます。

原氏も「失敗できない事業なので、この2つが揃ったので事業を立ち上げた」と言います。2つの成功要因を詳しく伺うことにしました。

- 1) 泊食分離という新しい「顧客ニーズへの対応」



城崎温泉がインバウンドに人気が高い温泉地へ成長した要因の1つに「泊食分離」という戦略があります。

観光庁は2017年8月、訪日外国人を2020年に4000万人という目標を達成する戦略として、海外の観光客では主流な観光スタイルである「泊食分離」を推進すると発表しました。

城崎温泉は、時代に先駆けて「泊食分離」を推進しているから、インバウンド(訪日観光客)の宿泊者数が2011年から2016年の5年間で36倍も増加する等、大きな成功を手にした、と言えます。



泊食分離とは、具体的に言うと、食べる「物・時間帯・場所の雰囲気」を顧客は自由に選びたい、ということです。しかし、旅館の多くはこの3つが制約されます。

そこで城崎温泉は泊食分離を推進してきましたが、泊食分離を最新の顧客ニーズに応える形で更に強化したい。

すると、新しく立ち上げる飲食店には、顧客ニーズは高いが今の城崎には無い「メニュー、営業時間帯、店の雰囲気」が求められます。

イメージしたのは「夜のディナーが食べられるオシャレなカフェで、城崎自慢の海鮮料理をセルフサービスのバーベキューで提供する」大型の飲食店です。

前例が無い挑戦的な事業なので、旅館経営者だけでは、実践は難しい。

そこで、次のパートナー2社との連携を進め、3社で合同会社を設立して、新しい形態の飲食店を立ち上げることにしました。



2) 飲食店を協働で経営できる「パートナー(仲間)との出会い・連携」



まず、京都でオシャレなカフェとして人気が高い「DRIP&DROP COFFEE SUPPLY」を経営するデザイン会社「マープル」さん。店舗やロゴのデザイン、カフェの運営などで協力を得ています。

そして、地元の城崎を代表する鮮魚店「おけしよ鮮魚」さん。バーベキューなどレストランとしての運営や仕入面で協力を得ています。

パートナーとの連携は、運営面は勿論ですが、店の魅せ方や広報でも効果が出ています。

例えば、城崎温泉では客席が20席以下の小さな飲食店が多いのですが、ときわガーデンは客席60席と大型で、採光を生かした開放的なデザインも手伝って店内は外観から想像できないほど広く感じられます。

そして、レストランの中に、カフェ・スタンドとバーベキュー・コーナーを設置しています。顧客は広い店内で、ゆったり寛ぐこともできるし、店の中での回遊を楽しむこともできます。



カフェ・スタンドは京都でオシャレなカフェとして人気が高い「DRIP&DROP COFFEE SUPPLY」が兵庫県で初出店という形の広報が話題になりました。



この話題性からか、ときわガーデンは開業後、店の外に入店を待つ100人以上の行列ができる日が続きました。想定以上の集客が続き、雇用を増員し、地元での雇用創出にも貢献しています。

スターバックスなど人気が高いカフェが地域で初出店すると、よく入店を待つ人の長い行列ができる日が続きます。ときわガーデンも開業後、スターバックスと同じような現象が起きるほど、地域の人気店となっています。

以上のように、泊食分離などの顧客ニーズに対応すると、ときわガーデンという飲食店が賑わう効果に加えて、まちを回遊する人が増える等まちづくりの効果にも繋がります。

(当まちづくり訪問記は、2019年8月に現地で伺った話をもとに編集者の視点で、まとめたものです。)