

令和2年度 チーム新・湯治セミナー in 福島【土湯温泉よりオンライン配信】

環境変化を乗り越える、特徴ある温泉地づくりの歩み



環境省では、東日本大震災から10年を迎える令和3年2月19日にチーム新・湯治セミナーin福島を開催しました。環境省からは持続可能な社会に向けたパラダイムシフトの必要性、地下資源依存から地上資源の持続可能な利用への移行、地域循環共生圏の実現、福島の復興に向けた未来志向の環境施策推進に関する連携協力協定について発表した上で、新・湯治、そして、温泉地を中心として地域全体が元気になる「ゆけむり地域循環共生圏」の創造について発表を行いました。その後、地元講師、外部講師からそれぞれの温泉地での環境変化への対応、温泉の多様な活かし方について、ご発表いただきました。

土湯温泉における特徴ある温泉地づくりの動き ～福島市内の温泉地を代表して

NPO法人土湯温泉観光協会 会長 加藤貴之氏



- 土湯温泉は、磐梯朝日国立公園の中に位置している温泉地であり、高湯温泉とともに国民保養温泉地に指定されている。東北三大こけしの発祥地であり土湯こけしで有名な地域である。
- 【過去10年の応戦＝再生・開発】温泉街中心部では、16軒うち5軒の宿が廃業を余儀なくされた。応戦するために2つの復興再生機関を設立した。「土湯温泉町復興再生協議会」(後の土湯温泉町地区まちづくり協議会)は、5年間の事業期間に、民間活力も導入し、3軒の宿の再生を果たす成果を上げた。また、土湯温泉観光協会と温泉組合が出資し、復興まちづくり会社「株式会社元気アップつちゆ」を起業。震災後、お客様がいらしゃったにも関わらず、3日間停電が発生し、全ての機能がストップした。非常にインパクトが強く、「これからは観光地としてのエネルギーを考えていかなければいけない、再生可能エネルギーを整備していこう」と考えた。主な事業は以下。
- 協議会：廃業旅館と公衆浴場を一体再生した「中之湯」は、大浴場の他に、多様な方々に利用しやすいよう2種類の泉質で4ヶ所の貸切風呂も整備。「まちおこしセンター湯楽座」、セミナー会場となっている観光交流センター「湯愛舞台(ゆめぶたい)」も廃業旅館を再生したものである。

- 元気アップつちゆ：砂防堰堤の一つを活用した小水力発電では、一般約200世帯に相当する電力を、未利用温泉活用によるバイナリー発電では、一般約800世帯相当の電力を生み出している。土湯温泉の源泉は蒸気を中心として地上に噴き出す環境になっており、その上に発電設備を設置してバイナリー発電を行っている。また、再生可能エネルギーへの理解促進を図るために、発電後の熱水を二次利用してエビの養殖事業も行っている。
- 【未来5年への挑戦＝創生・活用】10年の応戦で震災前の91%まで入込客数を盛り返してきた(10年間、宿泊者数は維持、日帰り客数は大幅増)。50万人を目指そうとしていたが、新型ウィルス感染拡大を受けて、3つの短期・中期計画を策定した。
- 総体的な中期計画「土湯アクション20-25」：パートナーシップを結んだ「よそ者」にフィールドを全面開放して新たな視点呼び込み、リアル観光プラットフォームを展開し、多彩なコンテンツづくり等を実施する。
- 対コロナ戦略事業「つちゆ黎明プロジェクト」：「withコロナ」を具現化し、「Re-Start Move」時に反転攻勢をかけるための短期的サステナブル戦略。短い期間に実施するものだが、一過性のものでなく持続可能なものを打ち出していくという想いを込めている。この中で「新・湯治 土湯温泉版ワーケーション事業」を実施。国立公園への理解と自然体験を推進しつつ国民保養温泉地としての使命も果たしながら、新しい働き方(リモートワーク)を切り口とした新・湯治のあり方を研究。温泉地では、まず温泉に浸かること、湯治そのものがパッケージであるという認識のもとで、魅力の発信や、女沼や雪山を活かしたモニターツアーなどを実施している。
- ブランド創生事業「おららコンセプト」：「おらら＝私たち」のオリジナリティをコンセプトに健康増進や再生エネルギーに関連する取組を行う。
- 土湯温泉は、今後も生き残っていくために、今ある資源をしっかりと活用しながら、新たな価値を創造していく取組に挑戦していきたい。

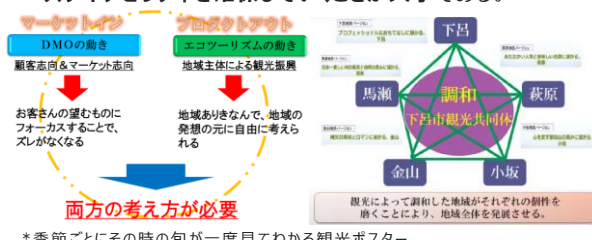
下呂温泉における環境変化に向き合う温泉地づくりと、下呂市内の温泉・地域との連携

一般社団法人下呂温泉観光協会/下呂市エコツーリズム推進協議会 会長 瀧康洋氏



- 下呂市は、平成16年に4町1村が合併して誕生した市であり、下呂温泉は、その中心部に位置する。下呂温泉は、日本三名泉の一つとして知られる。
- 下呂温泉観光協会は、下呂市全体のDMO(観光地づくり法人)として機能するために、ミッションとして明確な意思を持ち、地域活性化のリーダーシップを取ること、ビジョンとして観光の力を最大限に発揮し、地域の宝物を輝かせることを掲げている。DMOの取組のみでは、既存の温泉地だけが活性化してしまう。下呂市全体が特徴を失わないで行うことが重要であり、エコツーリズムの取組を進める中で、5つの地域それぞれにキャッチコピーを付け、各地域の特徴を光らせるための取組を進めている。
- DMOは顧客とマーケット志向で商品開発しプロモーションする。それに対して、エコツーリズムは地域主体の取組で環境保全を考えながら地域資源の掘り起こしを行っている。この二つを合わせることで地域全体の取組とし、サステナビリティを確保していくことが大事である。

- マーケティングは、東日本大震災を契機に開始。大震災発生後、2か月で宿泊客数を回復させたことでデータの重要性を認識。その後も試行錯誤しながらノウハウを蓄え成果を出してきた。誘客対象とチャネルは、毎月の会議でデータに基づき判断し行動に移っている。コロナの影響が明確に表れた3月に関しては、全国の温泉地の多くがお客様を前年の7～9割減らしている中で、下呂市は3割減に留めた。顧客をしっかりとキープすることが早期回復につながる。環境変化に対応するためには、リピーターと新規客を同時に獲得していくことが大切であり、絶えずデータを見ていくこと。そして、地域を安定させるには、どのようなバランスで顧客を誘致受け入れるか、理想の状態を見極めていくことが重要。全体を見て、日本人客を減らさない方向で判断し行動し続けてきたことが、インバウンドの来訪が無くなったコロナ禍の現在に活きている。
- 下呂市では、エコツーリズムの取組を通じて体験商品をつくり、5つの地域の特徴を磨いてきた。コロナ禍において、体験プログラム・エコツーの販売実績が宿泊人員と同じように推移したことが一番の成果。宿泊施設と体験プログラム・エコツーの連携を何年も続けた結果、商品が売れるようになってきた。宝探し事業(市民総参加型事業)では、地域資源の掘り起こしに親子で参加していただけるよう、小中学校にも案内を配って実施した。これは地域愛を育て、下呂市に戻ってきてもらうための取組。2714種類の資源を掘り起こして発表会を行い、フェノロジーカレンダー*を作成した。情報発信に関しては、顧客向けだけでなく、市民に対しても実施。年4回観光協会だよりを発行し、実施事業や観光市場の動向に関する情報を開示し観光に対する理解を深めている。DMOとエコツーリズムを連携させることで、地域が全体として発展していく力が出てくる。調和という日本人の強みを活かして下呂市観光共同体を創っていく。こうすることでいろんな商品が生まれ、多様化するニーズの変化に対して受け入れ体制が整ってくる。一つの温泉地だけでは、環境変化に十分に対応できない。地道な取組を通じて一歩ずつ確実に成長できるよう頑張っていきたい。



山代、山中、片山津 趣の異なる3つの温泉地を有する加賀市の取り組み

一般社団法人加賀市観光交流機構 地域ブランディング・アドバイザー 志田朝美氏



- 加賀市は、江戸時代に大聖寺藩(加賀藩の支藩)として栄えた地であり、3つの温泉地を含む6つのエリアで構成される。ゲートウェイは小松空港と加賀温泉駅。宿泊客数は、コロナ前の令和元年の時点で北陸新幹線金沢開通前の数字を割っている。加賀市を訪れる観光客の発地の割合と金沢市を訪れる観光客の発地の割合は異なり、関東の場合で、加賀市12.1%、金沢市43.2%。
- 石川県を訪れる観光客の半分以上の方が金沢を目的に訪れており、関東からの金沢市を訪れる観光客の約7割が北陸新幹線を利用して。金沢市から加賀市までは特急で約30分であるにも関わらず、**今の時点で金沢を訪れる関東からの観光客が加賀市・加賀温泉郷に足を運んでいない状況で、北陸新幹線が延伸したからと言ってお客様は本当に増えるだろうか。**
- 課題は色々あるが、加賀温泉郷をよく知らない層にリーチする施策がこれまで不十分であり、新規・潜在顧客の獲得が疎かになっていたことが、宿泊者減少の要因のひとつと考えられる。また、石川県のガイドブックの内容は、金沢>能登>加賀の順であり、特に片山津の情報は少なく紹介素材もいつも同じ。**勝負できる魅力的な素材があっても認知されていないと選択肢のオプションにも入らない。**そのため、コロナ禍からのリカバリーに向け、オンラインとオフライン双方での情報発信による認知拡大が急務と判断。
- コロナ禍においても人気な旅先2トップ「温泉」「自然豊かな景勝地」の両方を有する加賀温泉郷を、自粛疲れを癒す旅先として、目でも楽しめる旅にもなりうる形でPRすることに。

- PRの考え方として、加賀市は加賀温泉郷の3温泉を有し、それぞれ歴史・文化といった背景や景色、そして泉質も異なることから「三湯三景三養」を柱にきちんと伝えていくことが大切である。片山津については、片山津エリアのみに固執せず、**片山津近く他エリアにある素材も観光客目線で面的に発信することとした。**
- 取り組んでいる事例の一つが、認知度95%の俳優高橋一生さんをキーにした紙媒体とWEBでの情報発信だ。これまでの加賀市のPRではリーチ出来なかったマス層への認知向上・関心醸成を図っている。全国誌での特集制作では、金沢市と協同し、金沢から近い温泉地である強みを改めて発信。加賀市の観光素材と連動する金沢の素材(金沢市が今後の伸ばしていきたい素材でもある)も紹介した。
- WEBでは紙媒体の補足を兼ね、「雨の日も、好きにな」がコンセプトのヘアケアブランドHIMAWARIとのタイアップを実施。一日の天気が変わりやすい加賀市の土地柄とマッチし実現したもので、高橋一生さんが巡る加賀温泉郷を特設サイトに紹介している。
- また、温泉地発祥の伝統工芸を有する加賀と東北の産地交流を図るプロジェクトを仙台市で開催。山中温泉にある国内唯一の轆轤技術研修所にて昨今東北の若者が技術を修得し、東北で伝統こけし工人としてデビューするケースがあり、コロナによる小松⇄仙台便運休を受けて初めて企画した。
- 来年度もコロナ禍と2024年北陸新幹線延伸を見据えて、**個性異なる三つ子の温泉を有する加賀温泉郷の認知UPや、海外旅行商品をメインにしている旅行会社の商品造成担当者の方と協力した世界目線に加賀市の魅力の再発見、3温泉以外のエリアの魅力発掘と深堀による誘客のボトムアップを進めていく予定である。**



加賀温泉郷
山代・片山津・山中



(kracie.co.jp/himawari/visitkaga/)

飯坂温泉 早期着手と新たな取組

飯坂温泉観光協会 会長 畠隆章氏



- 飯坂温泉は、鳴子温泉、秋保温泉とともに奥州3名湯に数えられる歴史ある温泉地である。町内に9つ共同浴場があり、日本で初めて温泉の中にラジウムが発見された地でもある。
- 戦前から歓楽温泉郷として発展してきた中で、昭和34年の磐梯吾妻スカイラインの開通を受け、団体旅行が押し寄せるようになった。ピーク時は120軒の宿泊施設があり、年間200万人の観光客を受けれていた。しかし、昭和48年のオイルショックから団体客が減少に転じ、その後は、平成6年の旅館火災や平成23年の東日本大震災を経験した。今回の新型コロナウイルス感染症下では、宿泊者は49万人に留まっている。
- そうした中でも、2000年代には、飯坂町周辺地域づくり協議会を設立し、温泉街の廃屋撤去や江戸時代から続く旧堀切邸の整備、修景等、**東日本大震災以前から、現在、全国の温泉地が抱える課題にも早期に着手し、立ち向かってきた。**コロナ禍においても、空き店舗を活用した足湯カフェの開業、NPO法人飯坂サポーターズによる摺上川ダム(通称:茂庭湖)でのカヤックツアーの開催、若年層の獲得を狙った温泉むすめを活用した取組(福島ユナイテッドFCとコラボした事業やAR(拡張現実)の活用による街歩きの促進)などの動きがあり、各施設、関係者等と一緒に温泉地の活性化に取り組んでいる。



高湯温泉 温泉への原点回帰

高湯温泉観光協会 会長 遠藤淳一氏



- 高湯温泉は「源泉かけ流し」を売り込んでいる。東日本大震災後は、安心・安全という観点から放射線量が低いということを毎日HPで発表した結果、温泉ライター、マスコミの方から発信していただけるようになった。原発事故の影響を感じる中で、**高湯温泉としてこれからどうあるべきかを議論し、原点回帰で温泉を中心としたPRをするしかないのでは**という方向でまとまった。平成24年には、日本源泉かけ流し温泉協会の全国温泉サミットを開催。平成25年には、福島市役所の協力を得て、温泉は本当に身体に良いのかを医学科学的に調査する実証事業を行った。3泊4日のプチ湯治と、二か月間一週間に2-3日通う通い湯治を実施。同調査によって温泉は改めて凄いと再認識した。次にリピーターの囲い込みとして、湯めぐり宿泊御朱印帳を販売。こちらは息の長いPR効果が出ている。
- お越しいただいたお客様を大事にしていくなか、昔からの何もない高湯温泉でやっていたことと取り組んできた結果、旅行雑誌の温泉ランキングの秘湯部門、総合部門で満足度一位、温泉総選挙で環境大臣賞を受賞、健康増進部門で一位など成果が出た。
- コロナ禍においては、福島市観光コンベンション協会と協力し、ステイしているお客様に高湯温泉の昔からある湯の華をプレゼントする事業を実施し、多くの応募があった。日本人は温泉が非常に好きだと改めて感じた。**これからも温泉地や温泉という宝物を守ってお客様と共有していきたい。**震災10年、コロナ禍1年で継続中だが、温泉地は、温泉に助けられている。短い温泉との関わりでも湯治であり、心の湯治、リフレッシュにできることがこれからの温泉地の役割ではないか。



閉会挨拶では、福島市観光コンベンション推進室次長二瓶光人氏より、**今年は、東日本大震災から10年目を迎える節目の年。コロナ禍などの環境変化を乗り越え、特徴ある温泉地づくりを続ける福島市の3温泉地に是非足を運んでほしい、とのお話がありました。**

新・湯治 コンテンツモデル調査の実施

環境省では、チーム員間の連携や交流から、温泉地活性化のための新たなコンテンツが創出されることを期待して、昨年度よりモデル事業を実施しています。今回は、その一つの実施結果[概要]をお伝えします。

温泉地×ワーケーション×リフレッシュチャージ [松之山温泉] 実施者: 松之山温泉合同会社まんな

- ・松之山温泉合同会社まんな(新潟県十日町市)は、地域のエネルギーである温泉熱を活用した発電事業を協働して行う株式会社地熱開発が傘下にあるGPSSグループを対象に令和2年11月にモニターツアーを実施しました。
- ・継続的な関係が見込まれるとともに、コロナ禍にあっても来訪が見込まれる企業及びそのグループ会社の方にワーケーションとして温泉地に来訪してもらい、リフレッシュチャージしてもらうことで、温泉地の賑わい創出を図ろうとしました。
- ・二日間のツアーの中では、越後妻有大蔵寺高原キャンプ場やまつのやま学園でのテレワークの可能性を探るために、コーディネーターから同学園の取組や雪里留学(短期留学制度)、ガイド(同学園アウトドア部外部講師)からキャンプ場でのアクティビティ等について説明させていただく場を設け、意見交換を実施。ファミリーでの滞在に向けては、移動、滞在場所、短期留学の3つにかかる手続きをワンストップで行える仕組みがあればという意見などが出ました。
- ・発電所事業とともに、視察を含めた松之山フィールドを体験する商品などを提供できるようにしていきたいと思います。



コミュニティ発電 ザ・松之山温泉