

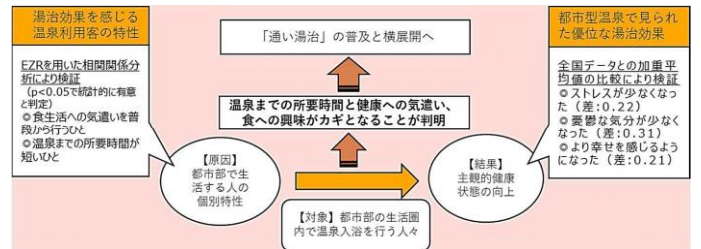
第11回「チーム 新・湯治」セミナー「東京現地会場＋オンライン配信」 通い、滞在する居場所としての温泉地づくり

(※) サードプレイスとは、
自宅や学校、職場とは別の
居心地のいい第三の居場所

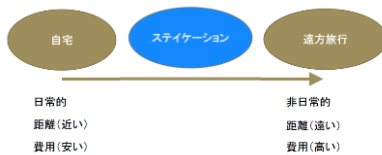
環境省では、第11回「チーム新・湯治」セミナーを令和4年7月21日に開催しました。コロナ禍が続く中で、地域で新たな滞在のカタチが生まれています。我が国の温泉や温泉地を、人に寄り添う身近な場として、より価値を高めていくには、誰に向けて、どのように活かしていけばよいでしょうか。本セミナーでは、地域での新たな視点での取組を通じて、通い、滞在する居場所・サードプレイス(※)としての温泉地の可能性をチーム員の皆さんと一緒に考えました。

発表1 「通い湯治」文化の 担い手発掘に向けた協同調査 藤本直樹氏（株式会社JTB京都支店事業開発室）

- 湯治は都市部でのイメージが無く、京都市で温泉が湧くことも認知されていない。旅行者だけでなく、市民の間でもなかなか温泉が定着しない状況にある。しかし、**都市部の温泉地に何處も通うことで健康になる可能性**が考えられる。また、**近隣の住民が日常生活で通うというリピーター確保は戦略としては有効ではないだろう**という経緯で通い湯治のコンセプトを提示した。
- 「担い手発掘」という言葉を使ったのは、消費者やターゲットという意味合いを持たず、**共に築き上げ共創ができる人たちをどう発掘するかという観点で調査したことによる**。
- 調査実施施設は、京都駅の真ん中に立地している「京都温泉 京都元 ハトヤ瑞鳳閣」さんである。調査目的は①都市部での湯治の可能性を探る、②潜在顧客の特性を把握することである。都市部の温泉に入ることにより健康状態を感じるなら満足度も上がり、そうした方にアプローチすれば通い湯治が普及するのではないかというロジックである。



- 回答した方のほとんどが関西圏で、京都府が一番多く、次いで大阪府、滋賀県、奈良県であった。性別の多くが女性、年代は30代～60代までが大部分であった。
- リゾート型の温泉でよく聞かれる感想は「楽しさ」「思い出づくり」「非日常的な思い出」であるが、ハトヤさんの場合は「リフレッシュ」「癒し」「ストレス解消」「温泉が好きだから」「疲労回復・健康増進」というように、日常生活のQOLを高めることへの期待が見られていた。
- 効果をより感じていたのは、**普段から食生活への気遣いがある人、温泉までの所要時間が短い人**であった。それらを踏まえると、**気軽さや費用対効果、健康食などが通い湯治の普及のキーワードとなるだろう**。そして、都市型温泉を進めていくためのターゲットは**仕事帰りのサラリーマンや近隣住民のマイクロツーリズム**が一つのアプローチになりそうだ。
- 近場旅行を分析した他の研究ではライフスタイル分析という枠組みを用いている。どのようなライフスタイル傾向が近場に旅行するかなどを見ているので、そのようなマーケティングの見方もあるだろう。
- アメリカでは、経済の低迷時には近場旅行であるステイケーションが非常に流行していた。通い湯治と非常に近い概念であり、日常と非日常の丁度中間に位置する。ステイケーションの取組を参考にすることで通い湯治のマーケティングの参考になりそうだ。



発表2 現代社会における 心の拠り所としての湯治場 大沼伸治氏（旅館大沼 五代目湯守）

- 鳴子温泉郷は国民保養温泉地である。源泉は370本程度で、国内の揭示用泉質名10種類のうち7、8種類が湧出される。カルデラの中にある温泉地なので**土地そのものの力で癒していくことを**考えている。昭和でほぼ時が止まっている**着飾っていない温泉地なので、のんびりできる人はいるかもしれない**。小さな家族経営の宿が連なっており、お湯と宿主の個性が相まってコアファンの方が沢山いる。温泉地や宿の魅力には、宿屋の人柄も含まれるだろう。家族付き合いのような関係のお客様もいる。
- ワーケーションは2008年から取り組んでいる。仕事の効率は二の次とし、癒し7割、仕事3割ぐらいがちょうどよいと考えている。良い温泉に入りながら効率を求めるのはもったいないので、非常に悩ましいだろうが、そこは割り切っていただきたい。
- 「現代湯治は2泊3日」からである。本当に世界観が変わるので、それを体感していただくため「アジュールプラン」を作った。日常や経済社会から避難してくるイメージで**お一人様からゆったりでき、静かに過ごす自分時間がテーマ**である。
- 「拠り所」は「支えとすること、頼るところ」という意味である。湯治場はかつて農民の拠り所や戦争の疎開先であり、大震災では家や家族を失った方々を受け入れた二次避難先でもあった。
- 温泉は**自然そのものであり、湯治の本質とは大自然の恵みである温泉に入り癒されること**である。日本には3000ヶ所の温泉地がある。このような**世界に類を見ない癒しのインフラを現代にどう活かしていくか**。ますます進んでいく高齢化社会には健康増進や介護予防の役割があり、インバウンドとしては世界中の人を癒せる資質がある。
- 湯治場は学生と非常に相性が良いので、彼らが知れば**あそびたい**ことは間違いない。湯治は**世間の人には知られていないので、これをどう伝えるかが非常に重要**。今は市場規模を考慮せず、若い層を育てなければならない。そうしなければ、いずれ温泉の文化は高齢者だけのものになってしまう。
- 「湯治ウィーク」というイベントをしている。湯治という言葉すら知らない人が多いので、湯治の一端を知れるような**入り口づくり**をしている。地元側も湯治で交流する仕組みも作っており、地元や複数の旅館に参加していただきたい人に出会えるようにさせている。**宿のモチベーション**が上がるだけでなく**宿同士の交流も生まれる**。そのように、**地域を盛り上げるには点ではなく線にして面にした**い。



温泉地 × 学生 × 居場所づくり 湯けむりカレッジ @東鳴子温泉

コロナ禍で人間関係に悩みを感じている大學生（一部大学院生）同士で温泉地（東鳴子温泉）に2泊滞在し、**心身の健康**においてどのような変化が見られるかを質的および量的な調査により計測。
学生のメンタルヘルスという社会課題に対し、湯治文化を持つ温泉地が「**第二の居場所**」となることで、精神的・肉体的な休養と再出発を支える場になり得るのではないかと仮説を検証。

湯治×ワーク＝湯治ワーケーション 癒し7割・仕事3割！ ＜2008年より実施＞



現代湯治は2泊3日から！

「アジュールプラン」

おひとり様から、のんびりゆったりと。



発表3 SHIN湯治 現代の新しい湯治場づくり

関良則 氏

(株式会社エスアールケイ 代表取締役社長)



SHIN湯治の根本とは

- ・温泉を軸に土地の本来の魅力を引き出し、活かすこと
温泉・自然の中心にそのものの利点を最大限に引き出す。
自然～原風景の見方、角度の提案
今まで見たことのない部分をクローズアップ
- ・人と人との繋がりや再構築し、新たな風を地域に吹かせる。
多様性の時代に即した対応 (国・宗教・文化・過ごし方)

- ・四万温泉は湯治場であった。国民保養温泉地第一号にも指定されている。昔は一か月滞在が当たり前だったが、本当に今は滞在が短くなった。
- ・四万温泉には温泉と自然と人が一番良いものだ分かっている。2017年に客室露天風呂付の温泉グランピングを作った。四万温泉を湯治場としてもう一度作り直したかった。もっと温泉地を活性化させ、そこに泊まる人達を増やしたかった。原点に立ち返りビジネスの道から物事、旅館、宿を展開すれば面白いと思っている。
- ・価格帯を同じにするとサービスも画一化されてしまい、結局は低価格やお風呂の大きさなどの争いになってしまう。そうではないことを四万温泉でやりたいので、自分で遊ぶ旅の設計として「自遊旅設計」を考えた。新しい情報を絶えず掴まえて提案するため、客室露天付きの高級旅館を作った。小さな旅館では日帰りサウナや日帰り岩盤浴も実験的にやってみたい。
- ・いろいろな形を機能させれば四万の「SHIN湯治」が進んでいく。SHINとは、身も心も湯治することであり、群馬県のかかるたでは四万温泉を「世のちり洗う四万温泉」とあつた。さらに言えば、「進」「脈」「清」「信」「深」「真」、そして「神」がある。温泉は神の力によってできており、それがとくと湧いているのではない。
- ・SHIN湯治の根本は自然を活かすことである。そうして何がいののかを切り出し、見る方に感動を与える。見せ方や見え方を工夫すればいろいろなものが変わり、人と人とのつながりもできる。
- ・今は多様性の文化なので、国、宗教、文化、過ごし方をもっと自由に過ごせるようにSHIN湯治をすることで新しいものを提案できる。そのマネジメントを考えなくてはならない。都会であればホテルやいろいろな場所を活かして時間貸して滞在できるように、お客様から料金をいただける仕組みを作らなければならない。世界に通用する滞在リゾートは、SHIN湯治をさらに進めれば実現できる。それは私の夢ではなく目標である。そうして利益や皆の給料を上げ、自分の将来を変えてもらいたい。
- ・いろいろなものを見たり感じたりすれば新たなパワーも湧き出るので、自分も行って楽しいものを沢山作りたいという意識でやっている。お客様がもっと来ていろいろな提案をすれば変わってくるはずだ。温泉地をリゾートとして成立させ、日本の観光はどうあるべきかを提言できる地域にしたい。その思いで今チャレンジ中である。

講師を交えた意見交換



交流人口、関係人口の深め方

■大沼氏：最低でも2泊3日の滞在をしてもらうことで、自分に合うかどうかや過ごし方を掴めることがある。そして滞在者の余白をいかに感じ取ってもらえるかが重要だ。却って2泊3日の滞在中は何もしないほどのつもりでいれば記憶が強まるのではない。

鳴子温泉での地域づくり

■大沼氏：地域一体で動くことは非常に難しい。しかし、何もしなければ衰退する一方なので新たな動きをしていくしかない。お仲間に入っていたかような努力はしている。皆様の合意を得ることは難しいが、指を咥えて見ているわけにはいかない。

滞在プランについて

■藤本氏：ハトヤさんには温泉としてのクオリティを下げたくないという思いがあった。一般の方も自由に入れるとなれば混雑し、清潔感も気になるということで、事前予約限定で単価を上げていく戦略を取るということだった。地元の方をターゲットにするならば一般開放の形を本来は取るかもしれないが、ちょっとした贅沢をするというニーズは興味深く新しいものだと考えている。

■関氏：素泊まりは宅配さえとれば宿として成り立ってしまう。そうした過ごし方をする若い方が非常に多い。

なお、第11回チーム新・湯治セミナーでは、チーム新・湯治の年間活動について紹介するとともに、チーム員からの発表の場も新たに設けました。当日は、ビッグロブ株式会社さん、一般社団法人温泉水振興協会さん、NPO法人日本余暇会さん、株式会社ベーシックさんから、ご自身の活動等についてご発表いただきました。

令和4年度 チーム新・湯治の活動	2022年			2023年	
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	
「チーム新・湯治」セミナー	第11回セミナー (7月21日)		全国大会 (10月7日)	第12回セミナー (12月)	第13回セミナー (2月)
新・湯治コンテンツモデル調査	R4年度公募 (新規公募) → 審査 → 採択[3件] →			調査実施	→とりまとめ
新・湯治の効果に関する協同モデル調査	R4年度公募 (追加公募) → 審査 → 採択[1件] →			調査実施 (追加1件を含む計3件)	→とりまとめ
				R4年度公募 (追加公募)	→ 審査

※メールマガジンは月1回程度発行、ニュースレターは、今後、年度内に4回発行予定

「チーム 新・湯治」【環境省温泉地保護利用推進室】

令和4年度運営業務請負事業者：公益財団法人日本交通公社 チーム新・湯治係 (後藤・守屋・磯貝・安谷)

TEL:03-5770-8440 FAX:03-5770-8359

E-mail:shintoji@jtb.or.jp