

第5回チーム新・湯治全国大会を開催！

環境省では、令和5年10月31日（火）に第5回チーム新・湯治全国大会を現地とオンラインのハイブリッド形式で開催しました。今年度は、「温泉地の歴史・文化を活かした新・湯治の取組」をテーマとした講演や温泉地の取組事例紹介、そして対面での交流会や展示会も開催され、チーム員同士の活発な交流が行われました。

講演 全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクト 今年度の取組と今後の展開

早坂信哉 氏（日本健康開発財団温泉医科学研究所 所長／東京都市大学 教授）

- ・ 全国「新・湯治」効果測定調査プロジェクトは、全国の温泉地の視点に立って情報発信をするため、平成30年度より実施しており、令和3年度までの4か年調査で16,926名のデータを収集することができた。
- ・ 主な結果としては、「1泊2日」（63.2％）が最も多く、次いで「日帰り（22.6％）」。「温泉の利用目的としては、「温泉が好き（58.4％）」が最も多く、次いで「ストレスの解消（49.4％）」「身体の疾病の療養（15.1％）」と、比較的少なかった。感想としては、9割以上の方が、また、心身の変化についても、6割～8割の方が良い影響を感じたということが分かった。
- ・ 今回の調査のポイントは、温泉地そのものを楽しむということであり、アクティビティの有無による心身の変化の違いについても調査を行ったところ、何らかのアクティビティに参加された方が、改善した割合が高かったということが分かった。
- ・ 昨年度の取組としては、『「新・湯治」効果測定調査プロジェクトを各温泉地で自走できるためのモデル事業の実施』、『「新・湯治」効果測定調査プロジェクトデータの利活用』を実施した。まず、モデル事業について、これまで通り調査に参加していただき、温泉地ごとにデータを集計、解析を行った。さらに、それをPRに使えるようにメディア向けプレスリリースを作成し、各温泉地へ提供、集客へとつなげることを目指している。実際にPRに利用しているという事例もあり、今年度も調査事業の自走化を念頭に、モデル温泉地の調査を実施している。次に、データの利活用について、本データを研究活動にも活用していただき、温泉地のさらなる活性化につなげるため、昨年度の取組として利用規則を整備した。今年度は実際に数件の問い合わせがあり、1件は論文化され公開された。現在は5年間の18,620件分のデータがあり、是非外部の研究者の方々などにも使っていただきたい。

講演 歴史と文化から紐解く温泉地の可能性

内田彩 氏（東洋大学 准教授）

- ・ 観光地の価値とは、「差異化された記号」であるとも言われており、都市部でも温泉というものが楽しめるようになったこの時代において、温泉地域でしか提供できない価値を模索する取組が続いている。
- ・ 温泉には多様な利用法があるが、全ての温泉地に共通した要素とは、「源泉」「共同湯」「宿」「温泉寺社」といった温泉資源を中心に形成された集落である。つまり、温泉の恵みを分かち合うことで地域というのが形成されてきたという歴史文化こそが温泉地の大きな価値であり、現在も息づく交流、生活、そして観光の場として残っている。こうした様々な資源（歴史性・地域性・物語性）が地域の文脈の中で共有化されていくことで、物語が再生産されて価値を持つ。どのようなストーリーを持ってその価値を伝えていくのか、今まさにそうした模索が各地域で行われている。
- ・ そもそも温泉地とは、温泉という自然資源、その自然の恵みを人々の知恵と工夫によって利用し、分かち合う中で技を生み出し、歴史の中で伝承し発展させてきたものである。温泉地の魅力とは、温泉資源、固有のシンボル、風情、文化、これらを地域の人々と旅行者が共有できる「物語」である。
- ・ 現在、いかに個人の滞在を伸ばし、消費効果を高めるかということが温泉地の課題となっている。共存共栄があってこそ温泉の次の未来があるのではないかと、そしてその中心に日本独自の温泉文化とは何か、その魅力・価値を共有し伝えていくことが、今後の課題であり、可能性だと考えている。



講演 「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産登録推進の現状について

山中真 氏（群馬県地域創生部文化振興課 温泉文化推進主監）

- ・ 温泉文化とは、伝統を通して日本人の心と体を癒やす、衣食住の全てが凝縮された世界に誇るべき文化である。その温泉文化を支える温泉地の現在は、人口減少が進み、人手不足が深刻化している。そこで、温泉文化の価値を見直し、「ONSEN」をブランド化することで、インバウンド需要を取り込むだけでなく、温泉地で働く方々の誇りと希望を高めていくため、ユネスコ無形文化遺産への登録を推進している。
- ・ これまでの取組としては、昨年11月に「温泉文化議員連盟」、「知事の会」が設立した。さらに、今年4月には、有識者検討会が設立し、登録に向けた各種検討がなされ、同時に全国推進協議会も設立し、各温泉団体の方々を中心として、機運醸成を行った。こうした取組によって、6月のいわゆる「骨太の方針」には、「温泉」「旅館」などの「文化資源」を磨き上げる旨が記載され、大きな一歩を踏み出したと考えている。
- ・ 課題としては、有識者検討会の提言の中で、温泉文化を「自然の恵みである温泉を通して、心と体を癒やす、日本国民全体の幅広い生活文化」と定義し、先行事例である「フィンランド式サウナの伝統」を参考にユネスコへの提案書を準備すること、法的保護措置を文化財保護法によるものとする、文献や悉皆調査により調査研究を実施すること、国民全体の機運を醸成することが挙げられた。特に登録無形文化財に登録するためには、伝統文化の匠の技が必要とすることで、それが非常に大きな課題となっている。
- ・ 様々な課題があり、一都道府県では厳しいところがあるが、引き続き取組を進めていく。



講演 日本遺産を活用した三朝温泉の誘客促進の取組

藤井紀好 氏（三朝町観光交流課 課長）

- 三朝温泉の入湯者数は、コロナ前は年間約35万人で推移しており、現在はコロナ前の75%程度まで回復している。多様なニーズに対応できるよう、大小様々なタイプの旅館が合計22軒ある。また三朝町には、三朝温泉のほか、名勝及び史跡の文化財指定を受けた三徳山の三佛寺投入堂があり、この2つを地域資源の柱として、観光誘客に取り組んでいる。平成27年には文化庁から日本遺産の認定を受けている。
- 日本遺産とは、**地域の歴史的な魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーとして認定し、面的に発信することで地域活性化を図ることを目的としたものである**。三朝町では、これら2つの観光資源をベースに、「六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～」というストーリーに紡ぎ直し、三徳山と三朝温泉で心と体を清め、癒やしたうえで五感と心の回復につなげる、「生まれ変わりの旅」とした。
- 令和4年度には、新・湯治コンテンツモデル調査を実施し、インバウンドが日本遺産を体験し、理解するために必要な課題を整理・共有することでストーリーの更なる磨き上げを図った。これによって得られた成果から、**様々な体験や良質な情報を自由に選択・取得・経験できる仕組みが必要だ**と考えている。
- 地域の固有性・優位性など、ここにしかない資源を活用できるか、再認識し、磨き上げを行ったうえで、魅力的な持続可能な温泉地へとつなげていきたい。



講演 「きっと好きになる湯治場風情 肘折温泉」の取り組み ～肘折温泉の歴史・文化・自然を活かした温泉地づくり～

木村裕吉 氏（肘折温泉郷振興株式会社 代表取締役／木村屋旅館 代表）

- 肘折温泉は、807年に開湯され、歴史的には月山登拝道「肘折口」として、山岳信仰で栄えた温泉地である。直径2kmの「肘折カルデラ」の底に位置し、標高は約90cmと高くはないが、最高積雪が3mを超える。5年前には4m45cmを記録し、「ドカ雪・大雪割キャンペーン」で宿泊無料となり、申込が殺到した。また、「湯治文化」が残り、「湯治場風情」のある全国でも珍しい温泉地で、コロナ前では湯治利用が35%、3泊以上が30%と比較的**中長期滞在が多い**ことが特徴となっている。
- 取組をスタートする前に、大蔵村が専門家に肘折温泉の方向性について調査・提言を依頼したのだが、そのレポートの中で「**ありきたりの温泉地への道か、特色あるこれからの温泉地づくりか**」「**今後どのような温泉地として自分たちが進んでいくのかというトータルな温泉地づくり・街づくりの合意がなされていないのか**」という提言があり、それが肘折温泉郷づくりの基礎になっている。
- 「**温泉を健康づくりに活かし、現代版湯治による中長期滞在型温泉地づくり**」を目標に取組をスタートし、平成元年に国民保養温泉地の指定を受けた。国の事業についても、「**湯治場の良さを生かす、新しい湯治スタイルづくりをすすめる**」ことを目標にし、取り組んでいる。また、**お客様の「声」を地域づくりに生かす**ため、温泉地満足度調査や東京でのアンケート調査、肘折温泉ファンクラブの声などを参考に、キャッチコピー「**もっと好きになる湯治場風情 肘折温泉**」を作成するなど、様々な取組を行っている。



会場では、展示スペースに関係者の方々のブースが並び、チーム員の皆様の取組が紹介されました。また、全国大会終了後には、交流会が開催され、チーム員同士の交流の場となりました。

展示スペース出展者

環境省
一般社団法人日本温泉協会
一般社団法人日本温泉気候物理医学会
株式会社ラスコジャパン
富士化工株式会社
株式会社総合設備コンサルタント
三朝町観光交流課
肘折温泉郷振興株式会社
亀山温泉ホテル・亀山温泉リゾート
有限会社玉翠館
協立エアテック株式会社
周南公立大学
ビッグロブ株式会社
株式会社総合設備コンサルタント

交流会プレゼンテーション発表者

特定非営利活動法人健康と温泉フォーラム	合田純人 様
特定非営利活動法人健康と温泉フォーラム	Mr. Markus Matz
特定非営利活動法人健康と温泉フォーラム	Dr. Massimo Sabbion
犬吠埼温泉協議会	梅津佳弘 様
亀山温泉ホテル・亀山温泉リゾート	豊島大輝 様
人生浴Lab.	金子友信 様
株式会社ラスコジャパン	関口隼紀 様
三菱地所株式会社	竹内和也 様
株式会社物理計測コンサルタント	平石朋香 様
三重県保健環境研究所	森康則 様
協立エアテック株式会社	上山亮彦 様
有限会社玉翠館	太田宗志 様

温泉地のMICE誘致 一般社団法人倶知安観光協会

- ① ニセコエリアは、個人旅行者客などから冬場の人気はあるものの、**夏場は「オフ期」**かつ**集客の余地**があった。そこでMICEに注目し、倶知安観光協会とニセコリゾート観光協会が昨年度から協同でMICE誘致に関する取組を行っている。元々、様々なコンドミニアムやホテル、ユニークベニューと呼ばれる施設が豊富にあったため、アクティビティなども絡めて**満足度の高い受け入れが可能なのではないか**、ということからスタートした。
- ② 今年8月からウェブサイト「**MICE NISEKO**」にて、MICEに関する100のコンテンツを掲載し、本格的なPRをスタート。これによって地域に散らばっていた**コンテンツの商材化・MICEの受け入れに関する訴求**を行い、プロモーション体制を整えていった。さらに今年度は、新たに25のコンテンツを造成しており、また**既存コンテンツの一部の多言語化**（英語、中国語、韓国語）を進めている。10月には、現時点で個人旅行者客の多いフィリピン・インドネシア・マレーシアの方を招待してFAMツアーを実施しており、**海外からの誘致を見据えたブラッシュアップ**を行っている。そのほか、トラベルジャーナルで「NISEKO GREEN MICE Guide／ニセコでMICE！ 」といった特集記事や「ツーリズムEXPOジャパン（10月26日、27日）」にて関連商材の販促を行っている。
- ③ これまで夏場のニセコエリア特有のロングステイとして、都会のシニア層による1～2か月の宿泊が主であったが、少しずつそのマーケットが縮小していたため、MICEによってグループ滞在を誘致し、1泊ではなく中長期に滞在してもらうことで、その中でアクティビティを組み込むなどといった**面的な「滞在コンテンツ」を提供し、地域に消費をもたらす**ことができると考えている。
- ④ 現時点では、スタートしたばかりのため、まだ大きな効果を挙げられてはいないが、**ゲストスピーカープログラム**（ニセコエリアの発展に貢献している方を講演・講師に派遣する有料プログラム）が非常に好評となっている。同協会のYouTubeチャンネルでは、一部の講演が公開されており、お客様の要望に合わせて、プログラムや講演内容を変えながら行っている。
- ⑤ 地域としてMICE誘致に取り組んでいくことが重要となるため、競合他社であっても、**互いに協力関係を構築し、団体客の受け入れが出来る体制を構築していく**ことが必要である。
- ⑥ 今後の展望としては、問合せをいただいたお客様とコンタクトを取り、ゲストスピーカープログラム、エンターテインメント、チームビルディング等の要素を組み合わせた**パッケージツアーの提案**を行ってきたい。また、ターゲットとするM（Meetings）・I（Incentives）によって、**夏の集客と高付加価値化**を図り、2024年以降5月から11月頃にかけて国内外からのMICEグループの受け入れを目指している。さらに、夏季限定のオープントップバス「スカイバスニセコ」の訴求も行い、**夏だからこそ楽しめるニセコを発信**していきたい。
- ⑦ MICEは今後の観光地において重要な課題だが、最初の一步として考えるべきことは、「**地元にとっては当たり前＝地元外から見れば魅力の塊**」と捉え、**地域のコンテンツをいかに体系的に組み立て、訴求する**かが重要である。
- なぜニセコでMICEなのか？**

外的環境

 - 20周年の新鮮味「懐かしさ」に加え
・アフターコロナに向けての海外からインバウンド再開
・海外でインセンティブが活用されることの加速
・自然環境を生かした北海道ニセコエリアへの注目の向上

ニセコエリアの外国人観光客比率：約62%

年次	2016	2017	2018	2019	2020
観光客数	1564.6	1614.1	1666.6	1493.4	464.0

（観光客数：2016年～2019年）

世界に誇る自然観光地ニセコではMICE（20名・100名程度のインセンティブグループ）をメインに誘致しています！これまで体験では不足だったクライアントへの斬新な企画の類にはぜひ！一声をおかけください！

Property（リゾート地）

日とは全く異なる環境で「新しい発見」や「気づき」を体験する場

Diversity（多様性）

世界に誇る自然観光地ニセコで、20周年を迎えるにあたり、海外からの観光客の受け入れを促進するため、ニセコでリゾート体験を満喫する企業が増えていきます

Think Green（環境）

自然環境と調和した観光地ニセコで、20周年を迎えるにあたり、海外からの観光客の受け入れを促進するため、ニセコでリゾート体験を満喫する企業が増えていきます
- ニセコの持つ「個性」は世界でより際立つ存在に**

MEETINGS | INCENTIVES | CONVENTIONS | EVENTS

日とは全く異なる環境で「新しい発見」や「気づき」を体験する場

トップエグゼクティブからファミリーまで幅広い層に対応するインセンティブの可能性

20周年をへってアコースの交通費であるニセコ緑の地アフォーコンベンションの充実も充実

世界に誇る自然観光地ニセコで、20周年を迎えるにあたり、海外からの観光客の受け入れを促進するため、ニセコでリゾート体験を満喫する企業が増えていきます

世界に誇る自然観光地ニセコで、20周年を迎えるにあたり、海外からの観光客の受け入れを促進するため、ニセコでリゾート体験を満喫する企業が増えていきます

なぜニセコでMICEなの?

■2010年の新幹線（特快）開業
■アジア・ヨーロッパからの海外からのインバウンド客増
■海外でのインセンティブ施設としての国内への加速
■自然環境を売った北海道ニセコリゾートの注目向上

ニセコエリアの外国人観光客比率：約62%

(千人)	2016	2017	2018	2019	2020
観光客	156.6	161.1	168.6	149.1	108.2
	(海外観光客比率) 62.0% 62.7% 63.7% 62.4% 59.7%				



Property (リゾート施設)



Diversity (多様性)



Think Green (環境)

世界に誇る国際観光地ニセコでHARCO MICE（20名・100名利用のインセンティブグループ）をメインに誘致して頂きたい！
これまでの体験で他地より充実したインバウンドの新たな企画の黒いにはぜひ！一声をおかけください！

廃墟旅館の再利用 一般社団法人麒麟のまち観光局

- 麒麟のまち観光局は、鳥取県東部（鳥取市・岩美町・若桜町・智頭町・八頭町）と兵庫県北西部（新温泉町・香美町）の1市6町を対象に地域経済の活性化を行っているDMOであり、特定エリアの観光による地域活性化に向けて、コンテンツ造成～事業化までの一連をサポート、これによって得られた成功事例を圏域内の他エリアにもひろげていき、圏域全体の観光による活性化を目指す「**地域活性化事業**」を行っている。今回はその第一弾として吉岡温泉において、「**吉岡ホラーナイトプロジェクト**」（**廃墟旅館を活用したお化け屋敷、ハロウィーンイベント、国内プロモーション、海外プロモーション**）を実施した。
- 本事業は、「若者にもっと来てほしい」「やる気はあるがアイデアがない」という吉岡温泉エリアの地域課題に対して、麒麟のまち観光局がアイデアを持つUターン人材との**マッチング・合意形成・メネタイズ**を行い、企画したものである。元々、県内には**若者向けのイベントや取組が皆無**だった、同温泉街で**最も大きいホテルが廃墟となった**という課題があり、若者向けに廃墟との親和性も高いということでお化け屋敷として活用することとなった。プロモーションとしては、**Vtuber「すたれ娘」・吉岡ほたる**というキャラクターを整備。若年層をターゲットにSNS／動画サイトでの動画配信を行い、地域の観光資源や取組を紹介している。廃れた温泉地を活性化すべく、地域の発展とともにキャラクター自身が「スターレジェンド」へと成長していくというストーリー性を持たせている。
- 麒麟のまち観光局としては、観光庁の「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」の採択を受け、補助金なども利用しながら**資金面で支援**を行った。今年は1年目ということで資金援助によるスタートアップ支援を行ったが、来年以降は伴走支援という形で、ある程度自走することを想定しており、**自立性と事業性を追求できるようにサポート**していく。
- お化け屋敷の集客数は、予想を大きく上回る**1,965名**。各来訪者がフクジュエン入場料2,000円を支払い、来訪者の10%にあたる205名はフクジュエン以外で9,545円の消費を誘発したとして試算した**経済波及効果は、744万9,977円**となった。さらに、吉岡温泉の地域活性化としてメディアでも紹介され、県内TV局3回・全国TV局2回の放映、地方紙5回・全国紙2回の掲載によって得られた**広告宣伝効果は1,565万4,900円**と試算された。
- 来客者に対して実施したアンケートからは、**20代が全体で最多の44.1%**と、若者を呼び込むという取組としては成功だったと言える。また、価格の妥当性についても、今回の2,000円が最も支持されており、**コンテンツに対する満足度・費用対効果の面でも非常に高い成果を挙げることが出来た**。
- 課題としては、本事業には観光客の周辺地域での消費を促すという目的もあったが、実施初年度ということもあり、お化け屋敷による来訪者数の予想が出来ず、うまく消費を生み出すことが出来なかった。この点については**取組を継続し、地元事業者からの認知度を高めることで改善**していきたい。
- 今後の展望としては、まだ検討段階ではあるが、「**すたれ温泉シリーズ**」を盛り上げていきたい。圏域内のコンセプトに合う温泉を選び、**吉岡温泉との相乗効果を図ってきたい**。
- 地域活性化事業 第1弾 ～吉岡ホラーナイトプロジェクト～**

■鳥取市吉岡温泉町エリア

 - 吉岡地域課題 … 若者にもっと来てほしい
やる気はあるがアイデアがない
 - Uターン人材 … アイデアはあるが実施主体者とお金がない

↓

マッチング 合意形成 メネタイズ

■第1弾～吉岡ホラーナイトプロジェクト～

※観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」採択(16,300千円)

 - コンテンツ造成
廃墟旅館を活用したお化け屋敷、ハロウィーンイベント実施
 - 国内プロモーション
キャラクターを使った動画で吉岡温泉のPR (Youtube・TikTok)
 - 海外プロモーション
コンテンツタリフ作成、インバウンド誘客のための戦略策定

地域活性化事業 第1弾 ～吉岡ホラーナイトプロジェクト～

■鳥取市吉岡温泉町エリア

- 吉岡地域課題 … 若者にもっと来てほしい
やる気はあるがアイデアが無い
- Uターン人材 … アイデアはあるが実施主体者とお金が無い

↓

マッチング 合意形成 マネタイズ

■第1段～吉岡ホラーナイトプロジェクト～
市観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」採択(16,300千円)

●コンテンツ造成
廃旅館を活用したお化け屋敷、ハロウィンイベント実施

●国内プロモーション
キャラクターを使った動画で吉岡温泉のPR (Youtube・TikTok)

●海外プロモーション
コンテンツタリフ作成、インバウンド誘客のための戦略策定