

第16回「チーム新・湯治」セミナー [東京現地会場+オンライン配信]

温泉地の活性化に向けた各種支援制度の活用法

環境省では、第16回「チーム新・湯治」セミナーを令和6年2月28日に開催しました。魅力的で持続可能な観光地づくりを推進するため、今日では国や自治体が多く支援制度を実施しています。温泉地もこれらの支援制度を有効に活用し、活性化に向けた取組を進めることが重要です。本セミナーでは、こうした支援制度の概要と実際に採択を受けた方々の事例発表や意見交換を通じて、各種支援制度の活用法について、チーム員の皆さんと一緒に学び考えました。

事業説明1 温泉熱の有効活用に関する環境省の支援策について

野玉悠葵 氏（環境省自然環境局温泉地保護利用推進室 温泉・地熱資源保護利用専門官）

- 環境省は、「新・湯治」の推進のなかで、温泉熱を有効活用した地域活性化等にも取り組んでいる。
- 今回紹介する事業は、「新たな手法による再エネ導入・価格低減促進事業」。対象事業の要件としては、**温泉熱や工場廃熱などの未利用熱、太陽光発電を除く温泉熱などの熱源を利用した自家消費型の再エネ発電などについて計画策定や設備導入を行うもの**で、温泉熱の有効活用のための設備改修も含み、対象者は**民間企業、個人事業主、地方公共団体等**。補助金の交付額については、導入に係る計画策定には上限1,000万円で3/4補助、設備導入には上限1億円で熱利用設備は1/2、発電設備は1/3補助となっている。補助対象設備については、温泉付随ガスを含む温泉熱利用設備、自家消費型もしくは災害時の自立機能つき地熱温泉熱発電。
- 本事業は、エネルギー対策特別会計という予算を原資にしており、一義的な補助目的には温泉熱の有効活用によりCO2の排出削減を行うことも入っていると同時に、温泉熱の有効活用のための設備導入や老朽化した設備の更新により、**温泉地に元気になっていただきたいという位置づけ**で組まれている。
- 審査項目としては、**事業計画通りに完遂できる能力があること**などに加え、利用する熱源の調達や確保など、**ライフサイクルアセスメントの観点からCO2排出が低いと見込まれること**という観点も入っている。加点項目についても、**温泉熱の有効活用によりCO2排出削減を行うこと**に関する項目があり、また**温泉法に基づく国民保養温泉地内に設備を導入する場合**といった項目もある。
- 具体的な活用事例として、温泉の排湯から未利用熱を取り出す、貯湯槽と配管の断熱性を高める改修、既存の古いポンプを最新の省エネポンプに換えることによる電気使用量の削減などがある。計画策定業務の概要としては、基本計画の策定をはじめ、効率的な施工方法の検討や効果的な配管ルートの検討などを含む。また、CO2削減量の算定も含み、これは環境省地球環境局が出している「**地球温暖化対策事業効果算定ガイドブック**」を参考にさせていただくことで、算定が可能となっている。温泉地保護利用推進室のホームページにも、CO2削減の効果算出ツールを公開しているので、参考にいただきたい。
- 公募の際には、環境省のホームページで報道発表を行い、詳細は執行団体のホームページで確認いただく形になる。公募については、3月末～6月あたりまでに公募情報を掲載していくスケジュールを予定している。



「新・湯治」推進プラン実現に向けた環境省の取組 前・後編

1 「チーム新・湯治」の活動を開始します。	「新・湯治」の活動を開始する地域。国・自治体、関係機関（「チーム新・湯治」事務局）として連携がとれるネットワークを構築し、互いに働きかけ、協力を進めることにより、温泉地と企業等のマッチングを実現します。
2 施設（新・湯治）の活用を促すための取組を行います。	温泉地と企業との間でCO2削減に向けた取組を進めるための取組を実施し、温泉地と企業との関係性を強化します。
3 温泉地と企業との関係性を強化するための取組を行います。	温泉地と企業との関係性を強化するための取組を実施し、温泉地と企業との関係性を強化します。
4 温泉地と企業との関係性を強化するための取組を行います。	温泉地と企業との関係性を強化するための取組を実施し、温泉地と企業との関係性を強化します。
5 インバウンド観光客の増加を促すための取組を行います。	温泉地と企業との関係性を強化するための取組を実施し、温泉地と企業との関係性を強化します。

補助金に係るお問い合わせについて

●2023年度公募情報
 ●民間企業等による再エネ主力化・レジリエンス強化促進事業
 一般社団法人 環境技術普及促進協会
 電話番号 06-6353-2303、2304
 ホームページ <http://www.etsa.or.jp/>

●温泉地保護利用推進室の連絡先
 環境省 温泉地保護利用推進室
 TEL：03-3581-3351（代表）
 MAIL：ONSEV@env.go.jp

事業説明2 観光の現状と支援策について

奥田青州 氏（観光庁観光地域振興部観光資源課自然資源活用推進室 室長）

- 観光の現状として、日本の輸出額の中でインバウンドによる観光消費が全体で3位となっており、約5.3兆円という外貨が観光によってもたらされている。人口減少が顕著な今日の日本では、**インバウンドにも対応できることがポイントであり、これを推進することで新たな雇用や定住にもつながっていくと考えている**。観光は、日本の成長戦略の柱であるだけでなく、地域の発展の鍵であり、また、諸外国との交流を通じて日本の信頼と共感の強化や、自らの文化・地域への誇りの再認識につながっていくことが大変重要である。
- 観光庁では「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを進めており、2023年3月31日に閣議決定された第四次観光立国推進基本計画では、「**地方誘客促進**」も大きなキーワードになっている。これを推進するため、「**持続可能な観光地域づくり戦略**」「**インバウンド回復戦略**」「**国内交流拡大戦略**」という3つの戦略をうたってきている。この基本計画の中に「新・湯治」も入っており、観光という観点でも進めていくことになっている。
- インバウンドの推移として、2010年代半ばから大幅に増加しており、コロナの影響で2020年～2022年は激減したものの現在は回復基調で、**2023年には2,500万人にまで回復している**。さらに消費額は過去最高で、2025年時点で1人当たり20万円以上という目標をすでに超えている。しかし、**7割が三大都市圏に集中しており、地方に足を運んでもらうことを今後強く考えていかなければいけない**。
- 観光資源とは、**日本の様々な地域で育まれてきた歴史・自然・文化・産業等の中に眠っている地域資源**である。観光資源をしっかりと磨き上げた観光コンテンツを作り上げることができれば、来訪の目的になるだけでなく、観光消費の場を提供し、短期の通過型ではなく、より長期の滞在へと繋げていくこと、様々な異文化を体験するといった交流拠点にもできると考えている。
- 観光庁では、こうした観光資源の磨き上げに関連する事業を多数実施しており、これから取組を始めようという方に、今おすすめなのが、「**地域観光新発見事業**」である。こちらはインバウンドに限らず、国内観光客も含めて地域の新たな観光資源の発掘、その磨き上げという内容で、**上限1,250万円**で1/2補助。公募は**3月8日**から始まる予定なので、もし関心があれば是非申し込んでいただきたい。この他にも様々な補助事業等があり、そろそろ公募が始まるものもあるので、是非活用及び検討いただければと考えている。



観光の目的となる地域の観光コンテンツ

- 観光消費を磨き上げた観光コンテンツの効果
- 来訪の目的の創出 ●観光消費の場の提供
- より長期の滞在への誘因 ●異文化との交流拠点

観光コンテンツは「地域の顔」として存在
 観光コンテンツの満足度が観光地としての満足度に直結

新規顧客の獲得、滞在日数の長期化、リピーターの獲得、観光消費の向上
 いずれの観点からも、磨き上げられた観光コンテンツが重要

地域観光新発見事業



https://chikamatters.go.jp/

事例発表1 足元に泉あり ～地域ブランドの活用～

西村 悟 氏（函南町農泊推進協議会 会長）

- ・ 函南町は、静岡県にある人口約3万6千人の小さな町。この地域では酪農が盛んで「丹那牛乳」が有名である。しかし、平成7年には72軒あった酪農家が9軒まで減っており、飼育頭数も半分以上となっている。
- ・ 基幹産業が酪農しかない中で、酪農を含めた農業と観光を結び付けていくことが大切だと考え、「足元に泉あり」をキャッチフレーズに、地域資源をもう一度見直し、活用、ブラッシュアップしていくため、函南町農泊推進協議会を設立した。減少している農家にとって、観光客の受け入れは難しいという声もあったが、近隣には熱海や伊東、箱根など著名な観光地が多数あったため、そのホテルや旅館と連携し、農泊分離型で「泊」の部分は任せし、「農」の部分で町内に送客していただいている。
- ・ 特に多いのが修学旅行等を含めた学生旅行で、多くのお客様に來訪いただいている。最近、さらにテーマを絞って、地域で出来上がっていた循環型農業、いわゆるSDGsに沿うような形で深掘りして商品化をし、販売している。
- ・ 令和3年度には観光庁事業「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」として、約900万円の補助事業に採択され、町内の資源を全て洗い直した。そこで、畑毛温泉の価値向上を図り、補助金を使って国民保養温泉コースを造成し、地元の美味しいものを食べて温泉に入るといったモデルコースを作った。また、基幹産業である酪農を復活させるため、「丹那牛乳」ブランドの商品展開を始め、得た利益を使って次のステップの準備をしている。集客営業についても、会員が積極的に行い、町内全体を売るという仕組みができた。こうした改善を通してわかったことは、6次産業化の促進であり、函南町に元々ある地の利を生かし、その価値を高めて集客及び売上につなげることができるようになってきた。
- ・ 地域活性化とは、地域資源の発掘に尽きる。地域資源をブラッシュアップしてビジネスにしていける。その中で地域資源を活用してお金に換えるために必要なことは、①地域住民との連携、ビジョンの共有②リーダーの存在③ブランド力創出のための販売戦略とデザインである。
- ・ 2017年に初めて町内に道の駅ができたが、予想に反してオープンから5年で来場者数は1,000万人を超えた。今後も補助金を活用しながら、温泉・酪農・観光の力を集結させて、理想郷を作っていきたい。



観光と農業を結び付けたイノベーション

基幹産業である地域の熱産をもとに6次産業化をすすめる
「足元に泉あり」をキャッチフレーズに「地域資源を活用し「付おこし」事業を推進」

函南町農泊推進協議会設立



事例発表1 入る温泉から運ぶ温泉への事業拡大

鴫田 英将 氏（有限会社亀山温泉ホテル 代表取締役）

- ・ 亀山温泉ホテルは、千葉県にある1950年創業の温泉旅館で、従業員は約40名、全14室。強みとしては温泉の泉質で、ナトリウム・塩化物・炭酸水素塩泉は、保温・保湿の湯として知られ、この「チョコレート色の天然自噴温泉」はお客様から大変お褒めいただいている。
- ・ しかし、毎分600Lの量が自噴しており、止めることができない上に、現在は配管に亀裂が入ってしまい、200Lの量がこぼれてしまっていた。さらに2019年に千葉県を襲った大型台風とコロナの影響で旅館を営業できない日が続いたことがきっかけで、入る温泉から運ぶ温泉へビジネスモデルを切り替えていくことにした。
- ・ 2020年9月30日、温泉宅配事業の事業化で「ものづくり補助金」の採択をうけ、ひたすら湧き続けてこぼれていく温泉をお客様のご自宅に届けることで営業ができない時でも温泉の価値がお金を生み出せる仕組みを作った。2021年から実際に温泉配達事業を開始、トラックを一台購入し、そのトラックに3tのタンクを載せて、温泉を運んだ。最初のきっかけはルートイン市原で、現在は4施設に運んでおり、何もなかったところから月80万円ほどの売上を生み出している。なお、トラックも業務改善助成金を使って、購入している。
- ・ さらに、「ものづくり補助金」を活用して、温泉スタンドを設置し、40Lを200円で販売している。これは売上としては大した金額ではないが、元々自由に持って帰ってもらっていた温泉がお金になった瞬間だった。
- ・ タンクに入れて運ぶということから始めたのが宅配サービスで、もともとこうしたサービスを提供している会社に登録をして、オーダーがあればタンクに入れて配送業者に運んでもらうという流れになっている。
- ・ 同じく、「ものづくり補助金」で足湯キットを購入し、出張足湯も行っている。これはまだ3、4回しか実施していないが、錦糸町駅前に足湯キットを置いて、発電機で沸かして入って貰ったという実績もある。
- ・ また、温泉を使った商品を出すということも同じだと考え、温泉を使ったオリジナル商品を多数販売している。なお、石鹸は持続化補助金、温泉ミストはクラウドファンディングで資金を調達して作成した。
- ・ これらの事業の本来の意図は、温泉に入ることができない、旅行ができない方にこそ、温泉を体感してほしいということであり、これがきっかけで「亀山温泉」という名前が広がり、来店に繋がっていただいている。また、補助金を活かした新規事業の相談など、何かあればご相談いただきたい。



2020年9月30日 ものづくり補助金採択

(1) 事業計画書（申請書類）	申請書類	採択書類	採択書類
申請書類（申請書類）	申請書類	採択書類	採択書類



温泉配達事業

温泉で付加価値をつける



講師発表後の主な質疑応答

今後の戦略について【事業説明2】

- 参加者：外国人旅行者のゴールデンルートに集中する傾向が変わらない場合、地方部の宿泊施設は日本人旅行者をターゲットにいく戦略を取るべきか。
- 奥田氏：当然国内客の誘致もありではある。しかし、地方にはインバウンドを受け入れられる宿泊施設がなかなかないという部分もあり、そういったものも検討いただきたい。

補助金採択に至るまでの経緯について【事例発表1】

- 参加者：補助金に対するイメージとして、採択に至るまでのプロセスに対する難しさがあるが、このハードルをどのように乗り越えたか。
- 西村氏：基本的に私の会社が事務局となり、申請も含めて行った。やはり、お金や事務作業を担う中心企業がないと難しいと思う。

温泉利用許可について【事例発表2】

- 参加者：温泉利用許可はどのようにタイムリーに申請されているのか。
- 鴫田氏：そのエリアの保健所でどのような手続きが必要かを確認していただくのが一番だが、亀山温泉を使用する時には、亀山温泉の成分表と源泉がある証明のようなものを持って、最寄りの保健所に行っていただいている。

その他の補助金活用について【事例発表2】

- 司会：ものづくり補助金以外にも小規模事業者持続化補助金を活用されているが、どのような用途で使用されているのか。
- 鴫田氏：過去5回採択されており、館内のWi-Fiやホームページの制作など。基本的にはネガティブなことが起きた後に出てくるため、しっかりとアンテナを立てて、すぐに応募するようにしている。

令和5年度、5件の新・湯治モデル調査を実施！

環境省が令和5年度に実施した2つの新・湯治モデル調査の実施状況を報告します。チーム員が取り組んだモデル調査の目的や実施状況は以下の通りです。

新・湯治コンテンツモデル調査

チーム員同士の連携や交流から、温泉地活性化のための新たなコンテンツを創出することを目的

温泉地×テロワール×リフレッシュ

実施者：株式会社千歳館

- 環境豊かな温泉地が持つ持続可能で循環性ある地域文化（テロワール）を体験していただくことで、生産性向上につながるリフレッシュ効果が期待できるのか、またそれを実際に関係会社が連携協定等まで進めることができるのかを検証するモニターツアーを12月8日～9日に行った。
- 土着の食体験と温泉でのリフレッシュ、そしてサステナブルな地域の生活文化を伝えることで再来訪意欲を高めるだけでなく、お互いの関係性づくりの一助となった。
- アンケート結果から、実際に土地のモノガタリを体験して頂いたことで、グループ会社としての協調性が強まり、リフレッシュ効果以上に、エネルギー業界の企業として、社会的価値を提供する土気も強まったことが読み解けた。



温泉地×テントサウナ

実施者：温泉知研究会

- サウナ施設のない温泉地での簡易なテントサウナ設備導入による新たな需要喚起の可能性を調査するため、湯野温泉でテントサウナを体験するコンテンツを12月3日に試行した。
- 温泉旅館芳山園の横を流れる夜市川の河畔に2張のテントサウナを設営し、冷水浴には夜市川、芳山園2号源泉を用いた。
- 参加者の満足度は高く、温泉地にとって魅力向上につながるコンテンツとしての手ごたえを得た。
- テントサウナの設置も容易なため、サウナ設備のない温泉地にとっては、既存施設を補完するだけでなく新たな魅力を加えることが出来る。
- 温泉地ごとの環境や資源を活かした価値を付加することも容易であり、どの温泉地にとっても魅力的なコンテンツモデルになり得ると考えられる。



新・湯治の効果に関する協同モデル調査

大学や医療機関などの専門機関と連携して、国内外に発信する「新・湯治」による効果を把握することを目的

ワーケーション滞在期間別の湯治効果の違いについての実証実験

実施者：湯治ぐらし株式会社

- ワーケーション滞在期間別（2泊3日、1週間、1か月、移住）に効果効能にどのような違いがみられるかを調査した。
- 2泊3日、1週間、1か月それぞれにおいて、主観的健康状態や気分・精神の状態、身体機能などで、多くの改善が認められた。また、2泊3日滞在よりも1週間、1か月と滞在期間が延びにつれ、数値の改善が認められる点も多く見受けられた。移住者については、初日から健康状態が総じて良く、別府エリアでの充実した暮らしが心身をポジティブな状態に導いている可能性が考えられた。
- 長期滞在の方がより良い結果が得られたという点は事実として活用できるため、より大きな調査母体にすることで、他の温泉地でも「集客に使える武器」になることを示唆していると考えられる。



「コミユカ・モチベーション強化」に資する、交流・共創型ワーケーション

実施者：一般財団法人日本健康開発財団

- ワーケーションが温泉地の魅力を楽しみながら、地域プレイヤーとのグループワークを通して、ワーケーションの「コミュニケーション能力」、「モチベーション強化」を狙いとする温泉ワーケーションを行い、前後の健康状態を観察する調査を実施した。
- 気分・精神の状態調査では、抑うつ、疲労、緊張、混乱などのネガティブな項目の軽減が認められた。また、滞在を通じて、時間へのゆとり、目標への意欲といった指標の改善が認められた。
- 地域の課題をワーケーションと地域プレイヤーが議論することで、見えなかった地域像や魅力を再発見できる可能性が示唆された。また、ワーケーションを「お客様」ではなく、友人や仲間として受け入れることで、より親身にコミュニケーションを取ることができる可能性が示唆された。



健康増進に資する日帰り温泉施設を起点とする「温泉療養」×「ワーケーション」

実施者：有限会社サンエスメンテナンス

- 「温泉療養とワーケーションの組み合わせ」に着目し、温泉療養医によるオンライン温泉療養相談実施後、別府温泉郷において、湯都ピア浜脇で温泉利用指導者が組み立てるプログラムを実施しながら、1週間の温泉ワーケーションを行い、前後の健康状態を観察する調査を実施した。
- 調査の結果、リラックス、リフレッシュといった主観的健康状態、腰痛、肩こりなどの症状で多くの改善が見られた。温泉利用にとどまらず、温泉利用型健康増進施設に準じた運動設備利用を組み込むことで、日常生活における適切な運動習慣を見直す機会となった。
- 働き場所を「温泉地」に変えるだけでは企業のワーケーションへの関心を得難い現状であるが、温泉利用型健康増進施設を活用して、ワーケーションの健康改善を担保することで、健康経営に関心の強い企業の関心を獲得できる可能性が示唆された。

