

第7回チーム新・湯治全国大会を開催！

環境省では、令和7年11月7日（金）に第7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、「大学生と考える温泉地の魅力」をテーマとした発表やパネルディスカッション、そして昨年同様、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ご報告

ウェアラブルデバイスによる「新・湯治」の効果測定調査

早坂信哉 氏（一般財団法人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）

齊藤雅樹 氏（東海大学人文学部 学部長・教授）

- 環境省では、温泉地全体で得られる療養効果を全国初の統一フォーマットで把握するため、平成30年度より全国「新・湯治」効果測定プロジェクトを実施している。令和5年度までの6カ年で約2万人のデータをアンケート調査によって取得し、温泉地滞在後は心身に良い変化が得られることが分かった。
- 今年度はウェアラブルデバイス（指輪型デバイス）を用いて客観的データの取得を行った。調査は今年6月～7月にかけて、大分県豊後高田市の真玉温泉にて、20名（地元市民：10名、旅行者（学生）：10名）を対象に実施した。評価項目は、ウェアラブルデバイスが計測するQoL、運動スコア、睡眠スコア、健康スコア。温泉地滞在期間前と滞在期間中および活動（卓球）の有無によって比較を行った。
- 期間前と期間中の比較では、温泉地での滞在によって、地元市民・旅行者ともに睡眠時間が増え、睡眠の質も総合的に改善した。活動の有無に分けて分析すると、あり群は当日の平均ストレスレベルの低下が見られたが、その他の項目では有意差は見られなかった。
- 本調査の課題としては、サンプル数の少なさが挙げられるほか、活動以外の時間帯に活動相当の行動があり、それが結果に影響している可能性もあると考えられる。また、デバイスの精度やスコアの算出方法が不明なほか、被験者の生活記録が多様であり、年齢・性別の偏りもあったという点も挙げられる。

入浴に使用した温泉
(真玉温泉 スパランド真玉)



開湯500年
国東半島 開湯の湯

4. 考察

- 開湯記念式典開催中の比較
- 温泉地での滞在期間中（毎日入浴）は
 - 運動時間が増加、精神的疲労の回復に改善
 - 運動についても精神的に改善
 - その後、QoLが改善
 - 温泉地の改善は地元市民・旅行者の両方に見られる
- 活動あり／活動なしの比較（隣接比較）
- 活動の有無
 - 平均入り湯率の比較（活動日、A群）
 - 平均心拍数の減少（活動日、A群）
 - 他の項目は当日、翌日とも有意な差は見られない

質疑応答

平均ストレスレベルとはどういった数値なのか？

- ▶ 齊藤氏：それぞれのスコア算出方法は公開されていないため、詳細は不明だが、心拍変動や睡眠の質など、様々なものを総合的に計算して算出したものである。

QoLはどのような指標で計測したのか？

- ▶ 齊藤氏：運動、睡眠、健康スコアの平均値となっている。

今回の調査で使用したウェアラブルデバイスについて、どのように考えているか？

- ▶ 早坂氏：体から直接データを得るということは、これまで大学や実験室でしかできなかった。これを温泉地で一般の利用者を対象にできるようになったという点は、非常に大きい。今回の研究結果は、今後こうしたデバイスを使って温泉の研究を温泉地で進めていくきっかけになるものだと考えており、まだ欠点もあるが、改善しながら温泉地でのデータを収集していくたい。



テーマに沿った発表【テーマ：大学生と考える温泉地の魅力】

発表1 温泉地におけるウェルネスツーリズム－現代版湯治場としての展望－ 杏林大学外国語学部 小堀ゼミ

- 杏林大学では、医療系大学という特徴を活かし、様々な科目で温泉を取り扱っており、ウェルネスツーリズムや温泉療養学などをはじめとする健康増進、地域ごとの温泉の発達過程に関する学習を進めている。小堀ゼミでは、各種展示会・観光イベントへの参加や静岡県東伊豆町および長野県観光機構との連携のほか、様々な地域活動に参加している。
- 日本の温泉地は、療養温泉地→保養温泉地→観光温泉地という段階で発達してきた。かつては療養型が100%を占めていたが、現代になると保養型・観光型が多くなり、従来の湯治場は減少した。しかし、最近では温泉地本来の機能である湯治場や湯治文化が見直され、療養保養効果を備えた新しい形の湯治場として回帰しつつあると捉えており、今こそ湯治場や湯治文化についての再定義を行い、湯治文化を守りつつ新湯治を推進していくことが必要になる。
- 現代版湯治場の代表とも言える温泉地が国民保養温泉地である。しかし、認知度はあまり高くなく、国民保養温泉地に登録するメリットやブランド価値に乏しいという現状から、登録件数が減少している。これらを踏まえ、国民保養温泉地を筆頭に、湯治文化を次の世代に継承していくためには、温泉地が国民保養温泉地を目指したいと思える仕組みづくりと国民保養温泉地に対する支援を検討するべきと考えている。
- 温泉は日本の誇る普遍的な価値を持つ資源であり、心身ともに健康を享受できるウェルネスツーリズムに不可欠なコンテンツである。チーム新・湯治の一員として、「温泉観光学」研究室の学生として、温泉地の正しい知識を学びながら、新しい湯治文化の再考・再定義をしていきたい。

続 温泉地の発達過程

(注)山村順次・浦達雄による
現代版湯治場の形成
(温泉発達の輪廻)



私たちが考える国民保養温泉地

泉質・湧出量・環境とともに日本を代表する温泉地

様々な人にあって湯治・観光の目的地になるべき

「この温泉地が国民保養温泉地に登録されるメリットやブランド価値にまじめに認知度も低い……」
のではなくうか?



KYORIN UNIVERSITY

発表2 ウェアラブルデバイスによる「新・湯治」の効果測定調査（活動紹介）

東海大学人文学部 齊藤ゼミ

- 東海大学では、今年6月～7月にかけて、大分県豊後高田市にてフィールドワークを実施し、滞在期間中はウェアラブルデバイスを装着して、調査学習や入浴などの活動を行った。
- 主な活動の一つ目は、市長への表敬訪問。住みたい田舎ランキングで好成績が残せた理由や政策を進めていく上での苦労話などを直接聞き、特に、子育て費用の無償化によって、大きな効果を挙げたことが分かった。二つ目は、豊後高田市のまちづくりについて、お話を聞いた。昭和30年代の街並み再生の他、昭和10年代に建設された農業倉庫をリノベーションした昭和ロマン蔵や展示館を通して、「昭和の時代が体験できる町」として復活したということが分かった。三つ目は、長崎鼻・真玉海岸について、長崎鼻B・Kネットの近藤理事長からお話を聞き、観光地を案内していただいた。長崎鼻では、季節に応じて様々な花が咲き、特に菜の花やひまわりは油や美容グッズとして商品化されている。その他、食事処やキャンプ場、海水浴場など、五感の体験ができる場所であるが、近年は担い手不足が課題となっている。四つ目は、市内の文化財巡り。様々な手法で劣化が抑えられ、現在まで歴史や行事が語り継がれている。豊後高田市は、観光振興や子育て支援制度が充実しており、観光客だけでなく移住者も増加し、さらに魅力ある温泉地になっていくことが予想される。
- ウェアラブルデバイスを装着した感想としては、実際に客観的データを見ることで、健康や睡眠の質の向上を実感することができ、入浴の重要性を改めて感じた。



発表3 温泉地の温故知新－持続可能な温泉地を目指して－

東洋大学国際観光学部 内田ゼミ

- 内田ゼミは、温泉地を対象に地域の形成過程及び宿泊業の展開を調査することを通して、観光地の現状と課題について学ぶゼミ。2年次は、文献輪読やフィールドワークを通して、温泉地や観光地の基本的な事柄を学び、3～4年次にかけて、卒論執筆を行う。フィールドワークでは、毎年対象地域を設定し、直接見て学ぶことを目的に、現地調査を行っており、学びを深めた後、課題解決を目指してコンテストや卒論に取り組んでいる。特に、諏訪温泉、加賀温泉郷を対象とした企画は、学部内のコンテストにて、優秀賞、最優秀賞を受賞した。
- こうしたゼミ活動を通して学んだ温泉地の魅力は、①心身をリラックスできる「癒し」と「アクティブ」な体験のどちらも楽しめる、②友人や家族と親密な時間を過ごせる。他方、課題は、①人材不足・後継者不足、②温泉資源の保護と管理、③自然環境と景観の保護、④インバウンド対応。こうした魅力と課題を踏まえ、若者世代が取り組めることとしては、①SNSや口コミを通じて周囲に温泉を「発信」する、②「温泉+α」の提案をする、という2点が考えられる。
- ゼミで温泉を学ぶことを通じて、温泉まちづくりによる地域再生（地域の魅力や文化資源を活かし、独自の地域ブランドを形成）や持続可能な地域モデルへの転換（滞在型観光の推進、住民・行政・観光事業者の三者協働、DX化への対応）によって、持続可能な温泉観光地を目指せるのではないかと考えている。



発表4 国民保養温泉地・鳴子温泉郷を卒業研究の対象に！

國學院大學観光まちづくり学部 梅川ゼミ

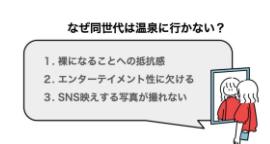
- 共同湯は、地元住民と観光客の新たな交流の場として、温泉地の活性化に寄与するのではないかと考えており、鳴子温泉郷にある4つの共同浴場の運営者へのヒアリングと利用者アンケートを実施した。ヒアリングでは、どの共同浴場も、地域とのつながりを重視しているということが分かった。また、利用者アンケートでは、約7割の利用者が共同湯で挨拶や雑談などの交流をしていること、さらに、約8割がこうした交流が温泉地の魅力になると考えているということが分かった。理由としては、①旅の思い出となり、再訪につながる、②情報が得られる、学びになるなどが挙げられた一方、観光客のマナーについての指摘もあった。
- スリープソーリズムについて、旅館大沼で2泊3日以上の滞在者を対象にアンケート調査を実施し、43件の回答を得た。その結果、まず旅行形態と睡眠の改善に相関は見られず、必ずしも1人で来ることが睡眠の質に良いとは限らないということが分かった。次に、7割以上の滞在者が睡眠の質の改善を実感した一方、普段と違う環境であることや飲酒によって、夜中に目覚めてしまった方が1割となった。また、私自身を対象に、脳波計測器を用いて、1泊2日と7日間の湯治を行ったところ、7日間滞在した方が睡眠の質が高まるということも分かった。これから温泉、湯治は心の癒しに着目し、その癒しの結果が眠りとして反映されるという点で新たな温泉の楽しみ方の一つとして、眠りのための旅「スリープソーリズム」も有効なのではと考えている。



発表5 心も裸に～若者が求める“いい時間”的たち～

東京大学温泉サークルOKR

- OKRは、①温泉を楽しみ、温泉愛を深める、②温泉の魅力を発信し、温泉好きの輪を広げる、③温泉地との連携企画・地域とかかわる機会を持つ、という3つの柱のもと、活動をしている。
- 温泉は日常から切り離された空間で心身を癒やせる特別な場所であり、五感を通した癒しで自分自身を取り戻すことのできる、こうした何もしない時間こそが温泉の魅力であり、“いい時間”であると考えている。しかし、若者の温泉離れが進んでいる昨今、若者が温泉に行きたがらない理由は、①裸になることへの抵抗感、②エンターテイメント性に欠ける（癒しよりも直接的刺激を求める）、③SNS映えする写真が撮れない、この3つであると考えている。これらを踏まえ、若者が温泉に行きたくなるためには、居心地の良さと行く理由の魅力を増やすことが大切である。
- 実際に、工夫を感じた事例としては、まず裸への抵抗感の対策として、視覚的パーテーション（シャワースペースへのパーテーションの設置、外気浴の椅子と同じ向きに設置）、聴覚的パーテーション（滝を設置し、流水音を立てる）を設けること。次に、温泉に魅を感じていない人への対策として、癒しだけなく、美容・スキンケアとのコラボを積極的に行い、温泉を自己投資の場として発信する方法。最後に、SNS対策として、映えるまちづくり・発信しやすい温泉地。地域テーマの連動性や写真を撮れる・撮りたくなる仕掛けが必要である。



パネルディスカッション【自分たちの世代が温泉を楽しむためにはどうしたらよいか】

若者世代から見た温泉地の魅力、魅力を感じない要因は？

- 小堀ゼミ：実際に入浴するときに見ず知らずの他人であっても、その場で交流する機会というものは魅力になると感じる。
- 内田ゼミ：友人の中には、なぜ温泉を選ぶのか疑問を持つ人もいて、温泉ならではの魅力だけでなく、若者に来てもらえるような+αアクティビティを考えることで、もっと温泉に興味を持ってもらえるのではないかと思う。

若者世代が旅行先として温泉地を選択する決め手は？

- OKR：+αの体験が重要。また、運転免許を取らない人も増えているので、車を必要としない、駅から近い、その周辺にアクティビティが揃っているなど、その体験に気軽に参加できるアクセスの良さも大切だと感じる。また、アクティビティを整備した上で、ウェブサイトなどインターネット上の情報がしっかり整備・運営されているかどうかも重要だと考えている。昔ながらの温泉地などでは、ウェブサイトを作った当初の形のままという場所も見受けられ、そういう状態だと実際に運営されているのか、本当に予約が出来るのかという不安を感じ、信頼性が欠けてしまう。
- 斎藤ゼミ：若者はSNSを中心に携帯を触る時間も多いため、出かけたときに写真を投稿して記録として残すことができるという意味で、SNS映えは重要であり、写真を撮れるスポットは有意義であると思う。

若者世代が温泉を楽しむために自分が取り組ることは？

- 梅川ゼミ：最近は、消費者が発信をして新たな消費者を作っていくというサイクルがSNSを通じて生まれていると感じる。その点で、自らが発信者の一人として、それぞれの温泉地の背景・歴史・文化を探求し、それを拠点に他の観光などと組み合わせて、自分たちオリジナルの観光体験を作り上げることが出来るのではないか。それをSNSで発信していくことによって、次の誰かの旅行のきっかけになるというサイクルが生まれると面白いと思う。
- 小堀ゼミ：温泉に入ることによる効果の発信や温泉をより身近に感じること。若年層の温泉離れをなくすために、温泉+αのイベント企画や温泉に対するネガティブなイメージを払拭する必要がある。そのため、若者の旅に関する重要なキーワード（SNS・美容・癒しなど）を発信していくべきと考えている。
- 内田ゼミ：癒し・体験・アクティビティ、その土地ならではの文化や伝統芸能を体験できるということが温泉地の大きな魅力の一つと感じているため、それらを活かしたアクティビティを同じ若者である私たちが開発することだと思う。の中でも特に、地域の人々と交流することで人の温かさに触れ、また訪れてみたいという気持ちが芽生えることもあると思うので、地域の人々とお話ししたり、一緒に伝統工芸品を作ったりといった体験型のアクティビティに自ら参加し、新たなコンテンツ・プログラムの開発を考えてみたい。
- 斎藤ゼミ：温泉施設が温泉に入浴したときに特典をつけるなど、少しでもその温泉に来る理由、きっかけを作るということも大事だと思う。

感想

- 小堀ゼミ：様々な取組がそれぞれの温泉地で行われているということを改めて実感した。温泉地が活性化するためには、様々な視点、方法を用いていかなければならないと思っているため、産官学連携などによって、私たち大学生ができること、研究すべきことを研究して、一つ一つの問題を解決していきたい。
- 斎藤ゼミ：他の大学の方々のお話を聞くことができ、大変貴重な経験になった。今年はゼミのフィールドワークで豊後高田市と別府市に行って、温泉とのつながりを広げることができたので、今後もそのつながりを忘れることなく活動していきたい。
- 内田ゼミ：他の大学の方々が色々な地域の温泉地を研究されていることを知り、学びにもなり、とても興味深かった。湯沢のフィールドワークにて、SNS発信を学んだのだが、自分たち若者が温泉地を選ぶとき、最初に見るものはInstagramであることが多く、SNSを使った情報発信は非常に大事だと感じている。私たち温泉好きな若者や他の観光客の方々が自分たちの写真や動画をどんどん発信することで、温泉地の魅力が広まっていくのではないかと考えている。
- 梅川ゼミ：他の大学の方々と交流できる貴重な機会に参加でき、嬉しく思っている。観光まちづくり学部は、私たち4年生が1期生で、まだ4年しか経っていない学部である。今後、後輩たちもお世話になると思うので、これを機に覚えていただけたらと思う。また、研究の内容を地域に還元するということは重要だと思うので、今後、社会人になってからも温泉地に行き、SNSを通じた情報発信など個人でもできるようなことを今後も続けていきたい。
- OKR：温泉地へ行きましょう！！！



質疑応答

若者が魅力を感じる写真、SNS映えする写真の撮り方を教えて欲しい。

- 内田ゼミ：足湯カフェが気になっている。足湯は裸ではなく、足元だけなので、写真を撮ることができるだけでなく、足元だけでもかわいいタイルなどがあれば映えると思う。また、場所によっては、温泉マークをちりばめたり、地域独自のタオルを壁にかけていたり、アヒルが置いてあったり、一緒に温泉プリンを楽しめたりなど、SNS的にも映える上、わかりやすく温泉に来たと感じることができる。
- 小堀ゼミ：温泉は古臭いという意見もあったが、それを逆に利用して、ノスタルジックな世界観を演出するということも考えられる。そういった演出を写真に収めるだけでも非日常空間を演出できるのではないかと思う。

温泉地を含め、遠出の旅行をする時に何を求めて場所を選択するか？何を基準に温泉地を選ぶか？

- 斎藤ゼミ：近所では体験できないような非日常的なことを体験するという観点で選んでいる。
- 小堀ゼミ：心身の疲れを癒やせるような非日常的な空間やリラックスできる空間であれば、遠出したいと思う。
- OKR：スポーツや汗をかくようなアクティビティをした後に温泉は格別であり、温泉の近くにあるグラウンドや施設は、温泉の賑わいを担う良い存在だと思う。