

第22回「チーム新・湯治」セミナー [東京現地会場+オンライン配信]

温泉地における観光まちづくりのススメ

環境省では、第22回「チーム新・湯治」セミナーを令和8年2月19日に開催しました。我が国の温泉地は、古くから保健休養や観光の場として、地域のにぎわいの中心となってきました。一方で、旅行者のニーズの変化等により、かつてのにぎわいを失いつつある温泉地もあります。このような中、我が国の「温泉文化」をユネスコ無形文化遺産に提案することが決定され、今後国内外からの注目が一層高まり、温泉地の活性化につながる事が期待されています。今回のセミナーでは、温泉地全体で魅力ある観光まちづくりに取り組む実践例を紐解きながら、温泉地における観光まちづくりのあり方や具体的な手法について、参加者の皆さんと一緒に考えました。

講演 観光地経営の重要性と温泉まちづくり

梅川智也 氏（國學院大學観光まちづくり学部 教授）

- 観光地経営とは、観光地の持続的な発展を目的として、一定の方針（ビジョン）に基づいて、観光地を構成する様々な経営資源（観光資源・観光施設、インフラ等）と推進主体（住民、事業者、行政等）をマネジメントするための一連の組織的活動である。
- 観光地経営において、重要なのは、「ビジョン（何をを目指すのか）」「組織（どこがマネジメントするのか）」「財源（財源はどうするのか）」であり、三位一体となって進めていくことである。
- ビジョンとは、温泉地が目指す方向性のことであり、しっかりと言語化して、ステークホルダーに理解してもらうことが重要である。また、必ずKPIを設定して、PDSA（S=Study）を回し、実行したことを評価して次に繋げていかなければいけない。組織については、DMO等を中心に観光関連産業だけでなく、農協、商工会議所やその他の地場産業などと連携しながら推進し、行政がその活動をサポートする形が望ましい（行政が主役になってはいけない）。財源としては、やはり「税」が最も安定的な収入であり、入湯税の超過課税や日本全国で取組が進んでいる宿泊税が挙げられる。その他にも宮島の訪問税や富士山の通行料などの受益者負担という考え方も少しずつ広がっていると考えている。
- 温泉地は、単なる“泊まる場所”から快適な時間を“過ごす場所”へと変化しており、温泉地全体が魅力ある空間になる必要がある。そして、ビジョンをしっかりと共有して推進する組織が魅力づくりには重要となる。その組織を支える安定的な財源によって、持続可能な観光まちづくりが可能になる。



事例発表1 阿寒湖温泉における入湯税のかさ上げ分の有効活用

古川幸男 氏（NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 専務理事）

- 税とは、わかりやすさと公平感が重要。入湯税の標準税額は150円だが、特定目的税として2015年に100円分の超過課税を行った。その際、奢侈性の高い宿泊施設に絞った超過課税の徴収や用途を阿寒湖エリアに限定するなどの工夫を行った。令和7年4月からはさらに50円アップし、1人1泊300円に改定したことで、超過課税は150円となり、年間8千万円の税収となっている。このかさ上げ分については、冬季のイルミネーション事業や域内循環バスの運行、阿寒アドベンチャーランドの建設などに活用している。
- 令和7年度、観光庁の観光振興事業費補助金（全国の観光地・観光産業における観光DX推進事業）の採択を受け、補助金1500万と入湯税1500万を合わせて取り組んでいるのが、DMOのOTA化（まりもPay）である。そこから旅館やホテルを予約すると、送客手数料が観光協会に入ってくる仕組みで、観光協会はそれをポイントとしてお客様に還元し、地域にとって有意義なまちづくりに充てていきたい。
- 宿泊施設が、このポイントは宿泊施設ではなく地域のお土産屋や飲食店で使ってよいと言ってくれたことはすごいことだと思う。今後もまりもPayの取組を進め、お客様にも還元しながら、私たちのまちづくりの財源として活用していきたい。



事例発表2 湯河原温泉場のまちづくり～地域資源を活かした面的な魅力づくり～

宮下睦史 氏（湯河原町観光課 課長）

- 湯河原温泉場は、入込観光客数の減少、少子高齢化、宿泊施設の閉鎖、商店街の衰退などによって、地域コミュニティの機能低下や空き家の増加、伝統ある温泉街としての風情や景観の阻害、公共施設の老朽化・機能低下が発生していた。そこで、平成22年に湯河原温泉まちづくり協議会を設立し、住民主体のまちづくりの検討をスタートした。平成26年には、湯元通り地区街なみ環境整備事業が始まり、地域住民の9割と協定を結び、昔ながらの街路空間の修景整備、空き家再生事業等を実施した。さらに、平成28年には、湯河原温泉場の地域資源の再生・活用検討調査事業がスタートし、住民の方々と地域資源の掘り起こしなど地道な活動も行った。こうした取組によって、地域との合意を形成し、「古きを感じ、新しきを生み出す『知の温泉場』という地域戦略コンセプトを策定。このコンセプトのもと、温泉場のまちづくりを進めてきた。
- 街なみ環境整備事業では、修景整備を行うとともに、Park-PFIによって万葉公園を改修し、日帰り温泉入浴施設や観光案内スペースとして活用している。さらに、持続可能な温泉旅館街の構想策定プロジェクトとして、官民共同で温泉街の改修に取り組んでおり、令和8年4月からは宿泊税の徴収もスタートする。
- 湯河原町が目指すのは、観光施設やイベントといった点ではなく、自然・温泉・食・歴史・暮らしまで含めた地域全体を活かす面的なまちづくりである。それが、湯河原町のアイデンティティであり、連携協定を締結した國學院大學の学生とも協力しながら、まちづくりを進めていきたい。



事例発表3 長門湯本温泉 温泉街リノベーション

木村隼斗氏（長門湯本温泉まち株式会社 エリアマネージャー）

- 長門湯本温泉は平成26年に150年の歴史を有する老舗ホテルが廃業したことを契機に、平成28年に温泉街の再生プロジェクトがスタートした（起爆剤として星野リゾートに声をかけ、将来ビジョンを策定）。令和2年には、地域のシンボルだった外湯（恩湯）の再建が完了し、まちの中心部にあった駐車場を高台に移転するとともに、道路・河川・夜間景観等を同時に一新し、自然豊かで川治いのそぞろ歩きが楽しめる温泉街を構築した。プロジェクト開始から令和2年までに、ワークショップ・社会実験、専門家会議、推進会議を合計150回実施し、インフラ投資、仕組みづくり、民間投資を少しずつ積み上げてきた。
- 令和2年以降は、ビジョンを体現する組織と財源を整えるため、長門湯本温泉まち株式会社を旅館・外湯・商店と一体になって設立し、さらに入湯税の見直しを行った。同社は、街全体として前に進んでいるよう「挑戦的事務局」としての役割を持ち、入湯税のかさ上げ分を基金に入れて活動に活かしている。
- 長門湯本では、RevPARをKPIの一つに設定し、令和2年以降の取組の評価を行っており、現在は令和2年比で4割ほど上昇している。地域特性として、2月は苦手な時期でもあったが、夜のライティングイベントの実施などによって、少しずつ平準化が進んできた。また、こうした活動を半年に1回専門的かつ外部の視点から評価していただいております。また、こうした活動を半年に1回専門的かつ外部の視点から評価していただいております。
- 現代は地域の価値に立脚した温泉まちづくりが必要不可欠であると考えており、地域の方々にも足元にある豊かさに気づいていただけるような活動をすることで、地域の持続性にもつながっていくと考えている。一人一人に響く地域の歴史や文化に根ざした「価値づくり」が旅をより豊かにする。



講演者によるパネルディスカッション

ビジョンについて

- 古川氏：阿寒湖が掲げるのは、「阿寒アドベンチャーランド構想」。この構想の中で、現在、駐車場として活用している場所に新たに阿寒アドベンチャーランドの建設を目指している。また、阿寒湖で獲れるワカサギやレイクロプスターを利用したガストロノミー、そして阿寒の山のフルシーズン化、この大きな3つのプロジェクトに取り組んでいる。
- 宮下氏：湯河原町では観光立町推進計画を打ち立て、令和8年から5年間で3期計画となっている。温泉場のまちづくりとしては、「古きを感じ、新しきを生み出す『知の温泉場』』というビジョンを掲げ、条例の中で行政・観光事業者・地域住民の役割を明確にしており、湯河原の温かい人柄も観光資源として取り組んでいる。また、Park-PFIによって、かつて旅館から散歩に出る場所だった万葉公園を「屋外リビング＆ガーデン」として歴史に逆らわない形で再整備し、エリア全体の魅力を高めることができた。
- 木村氏：長門湯本のビジョンとしては、外部から誘致した星野リゾートにベースを作っていただいた。その後時間をかけて、社会実験などを通して、地域のものとして浸透していった。現在は、私たちがまちづくり会社として官民連携のもと、評価委員会にも諮りながら決めている。

組織について

- 古川氏：元々は観光協会として来訪者の観光案内を一丁目一番地としていたが、そこにまちづくりという大きな役割が加わったことで、地域の事業者の方を巻き込む形で大きな組織になった。現在は2代目、3代目になり、本業との両立が課題となっているが、彼らが次世代の会を設立し、今後の施策について議論を深めており、機運が高まっていると感じている。
- 宮下氏：湯河原町にもまちづくり会社はあるが、人的リソースの問題もあり、今後宿泊税をどのように観光地経営に生かしていくかという点など、観光地経営について検討をしていく必要があると感じている。隣の熱海市とは良好な関係を築けており、DMOの仕組みや宿泊税導入の際など、情報共有をしている。また、現在は地元観光協会や旅館協同組合、商工会なども連携はできており、湯河原町にふさわしい観光地経営を模索している。

財源について

- 古川氏：入湯税のかさ上げについては、当初から特定目的税としていたため、阿寒湖温泉の観光振興に使用することができる。ただ、宿泊税は一般財源であり、ここを履き違えてはいけない。そのため、釧路市とも議論を重ね、阿寒湖で発生した宿泊税には要望を出した。その結果、市の理解を得ることができ、現在は阿寒湖の観光振興やアドベンチャーツーリズム事業に活用する予定である。
- 宮下氏：私は行政の立場だが、日ごろから観光事業者の方々と共に観光施策を進めてきた経緯もあり、宿泊税導入の合意は取りやすかった。300円という金額については、他の事例を参考にしつつ、宿泊事業者が行っているアンケートからお客様からも理解の得られる金額として決定した。一番問題になったのは使途だが、湯河原の観光のために事業者とともに検討しながら、決めている。あわせて基金条例も策定し、パンデミックなどの観光課題や中長期的な観光施策を打つときの予算など、観光の持続的な発展という観点にふさわしい形で活用している。
- 木村氏：入湯税については、150円のかさ上げ分をいただいております。年間3千万円程度。元々ある程度は基金に積んで、残った分で活動していくという制度設計だったが、宿泊者数の減少によってなかなか収収が伸びないことが課題となっており、安定財源としてはありがたいが、閑散期対策や地域のブランディングなどといった個々の事業者にはできない施策を打つための財源としては不足している。そのため、駐車場の指定管理や補助事業を活用して、財源を積み上げている。そのうえで、受益と負担という関係が明確であることが大事であると考えており、入湯税や宿泊税は観光で来られる方からいただくので、その満足度を上げる取組に繋げていくことが大事である。また、観光と言っても場所の価値を消費するものではなく、地域の持続性に貢献するような活動としての観光に活用し、地域の一員としてお金を払っていただくという形が良いと考えている。

外部資本について

- 木村氏：130年以上続く老舗旅館が廃業の危機に瀕した際、外部の事業者へ声をかけ、事業承継をしてもらった。元々、屋上に大浴場がある旅館だったが、そこを絶景サウナにして施設を再生させた。大浴場がなくなったことで入湯税の負担義務はなくなったが、入湯税と同等の水準を負担していただく形で着地した。外部からの投資は必要だと考えているが、地域文化に協力する形で入ってきてもらうことで、地域にとっても事業者にとってもより良い観光地経営ができると考えている。
- 古川氏：今後、外部資本の参入が見込まれるが、観光協会や旅館組合、ナイトワークの運営にも参加していただく予定。外部の事業者だけでなく、地域にとってもWin-Winになるような形で進めていきたい。



令和7年度、5件の新・湯治モデル調査を実施！

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×公共交通×学生

実施者：東鳴子温泉ひとにやさしい温泉地プロジェクト

- ☞ 陸羽東線の2駅（鳴子御殿場＜東鳴子温泉＞・川渡温泉）で、列車1～2本分（2時間程度）のウォーキングマップを作成・配布し、マップを持って温泉街を散策した方に対するアンケート調査によって、心身の健康や新たな温泉地での交流等の効果を確認する。
- ☞ マップだけでは鉄道利用につながりにくかったが、車での移動がメインの方やなじみの店を訪れるリピーターの回遊性促進に寄与した。また、鉄道のラッピングやガイド付きツアーなど鉄道利用のアイデアも多数寄せられ、キャンパスや昼飲み等の訴求と組み合わせることで一定の効果がある可能性が示唆された。
- ☞ 露天風呂や外気浴、何気ない田園風景や懐かしい雰囲気温泉街など、鳴子温泉郷で当たり前にあるものが学生にとっては魅力にうつり、学生（若者・温泉ライト層）の視点が有意義であると感じた。

温泉地×大学生メンタルヘルス支援

実施者：一般社団法人マイノリティ研究所

- ☞ 大学生に対する予防的メンタルヘルス支援を目的とした温泉地を活用した予防的介入モデルの実証のため、学生向け「新・湯治」プログラムを実施した。
- ☞ 不安・抑うつ・心理的柔軟性・生活満足度・睡眠の質について、事前・中間・事後・1か月後フォローアップ調査と、インタビュー、KH Coderによるテキストマイニングを組み合わせ、効果測定を行った結果、不安・抑うつの有意味な低減と、心理的柔軟性・生活満足度・睡眠の質の有意味な向上が確認され、1か月後フォローアップ調査でも全尺度で効果が持続し、行動変容の定着と地域への継続的関与意向も確認された。
- ☞ 質的分析により、「①身体的弛緩→心理的安全→関係性形成」「②一人時間→内省深化→行動化」「③感覚共有→世代間交流→アイデンティティ再定位」の3つの変容経路が特定され、温泉環境×一人時間×グループ設計（3～4名）の3要因が連動し、学生の不安・孤立感を軽減し、自己理解と心理的安定を促進することが示された。
- ☞ 本調査により、「新・湯治」プログラムが大学生の予防的メンタルヘルス支援として有効であることが実証され、「地域資源」×「温泉」×「場の設計」の組み合わせにより、地域特性に依存しない全国展開可能な標準モデルの基盤が示された。

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

滞在日数別・プログラム別による湯治効果のソート分析×滞在施設における長期&定点マス調査

実施者：湯治ぐらし株式会社

- ☞ 湯治リトリート施設における日帰り～2泊以上の長期滞在客、及び湯治シェアハウスの在住者を対象に定点でマス調査を行い、日数別・プログラム別の湯治効果の違いを実証する調査を実施した。
- ☞ 温泉入浴を核とした滞在プログラムは、日帰り・2泊でも効果が得られた。また、2泊以上の滞在が血圧の低下やストレス軽減において、日帰りよりも優位な効果を示した。運動プログラムは身体的自覚症状（肩こり・腰痛）に、書道やアロマなどの文化体験は心理的ストレスや自律神経に作用する傾向が見られ、目的に応じたプログラム設計の有効性が示唆された。これらの成果は、PRに繋がる結果が出たと言える。
- ☞ 温泉・食以外にも目的に応じたプログラム設計により、ニーズに合わせた宿泊パッケージやツアーの造成が望まれる。また、温泉を日常的に利用する在住者の追跡結果から、継続的な温泉利用が持続的な健康維持に寄与する可能性が示唆された。

Awe（畏敬の念）体験を活かした新・湯治の可能性

実施者：株式会社みらいハウスワークス

- ☞ 西洋や中国を中心に、心理学や環境研究の分野で自然や文化的な景観のなかで生じるAwe（畏敬の念）という感情が、人間の心身に様々な良い影響をもたらすことが報告されていることに着目し、温泉入浴と地域資源の活用を組み込んだAwe温泉プログラムを1泊2日で開催した。プログラムでは、参加者へのアンケート・ヒアリング調査（心理指標）と唾液調査（生理指標）によって、Awe体験が「新・湯治」の効果を強化する要素として機能するかを検証した。
- ☞ 実施した調査からプログラム前後で生理的ストレスの低減や精神的健康度の改善が見られ、さらに1か月後のフォローアップ調査でも事前調査を上回る水準が維持されており、短期滞在中で得られた効果が一定期間持続した可能性が伺えた。
- ☞ 通常の温泉旅行が「非日常→元の日常」に戻るのに対し、Awe温泉プログラムでは「非日常→深まった日常」という質的に異なる到着点に導くことが示唆され、温泉地を単なる入浴施設ではなく、人の心身に働きかける「治癒的景観」として捉える枠組みが有効であることが確認された。

温泉×産後ケア

実施者：株式会社ママクオリア

- ☞ 24時間、育児の緊張状態にある母親に「温浴・食事・ひとりでの睡眠」と「安心できる託児環境」を提供し、ウェアラブル端末・アミラーゼ・血圧計・VASを用いて、自律神経や睡眠、心理的側面に与える改善効果を可視化することを目的に、温泉地の温浴・転地効果と産後女性の心身の回復（産後ケア）を掛け合わせた新たな湯治モデルの検証を行った。
- ☞ 自律神経の安定、睡眠効率の維持・向上、ストレスの低減が確認され、温浴や母親同士の交流、プロによる託児によって、高い満足度となった。
- ☞ 育児技術の習得に依存する既存の産後ケアに対し、本モデルは「母親自身の身体機能の再生」に特化した独自の強みを持ち、全国の温泉地での展開は産後ケアの選択肢を広げると同時に、温泉地の新たなニーズ創出につながることを示唆された。