

## 第2回 クールジャパン・アカデミアフォーラム

# 観光庁「地域一体となった観光地・ 観光産業の再生・高付加価値化事業」 に見る優良地域

---

2024年3月25日

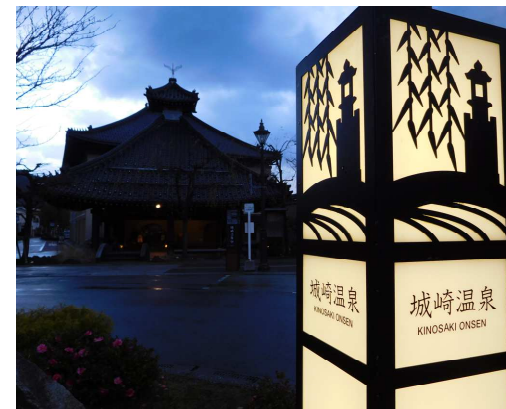
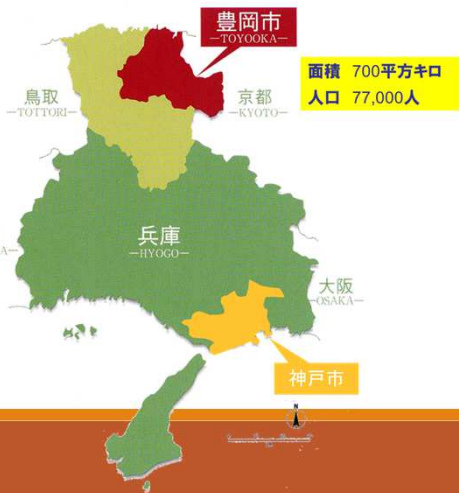
# 兵庫県城崎温泉 「世界中から観光客が訪れるBest Onsen Town」

ターゲット：欧米豪・繁体字圏を中心とした高付加価値旅行者層

1300年の歴史ある温泉街は「共存共栄」  
「まち全体が一つの大きな旅館」をコンセプト  
駅が玄関、道は廊下、旅館が客室が  
7つある外湯が大浴場と、町全体で観光客を迎える

北但馬地震(大正14年)で  
焼け野原となり、その後、  
地域一体となった取り組みで再建

魅力  
柳並木と木造3階建ての建物が連なる街の景観  
浴衣と下駄で7つの外湯を巡る グルメ「松葉がに」「但馬牛」



# 地方、観光地、温泉地の課題にいち早く着手する 注目の兵庫県城崎温泉（豊崎市）

- ・2014年頃からインバウンド誘致 インバウンド部会立ち上げ
- ・**「まちの会社」として、2012年に「株式会社湯のまち城崎」を設立**  
まちの戦略、ブランディング、公共施設の管理運営、広報・PR、リノベーション事業を請け負う  
建物が約1000軒のうち、近い将来、**空き家**になる可能性は1割という状況下で、  
会社として**2021年に宅地建物取引業を取得し、「湯のまち不動産」も事業に加えた**  
令和4年度に、木造3階建ての**元店舗兼集合住宅をシェアハウスに改修**  
バス・トイレ付の8室と共同キッチンを備えたハウスは、  
就業体験をする海外の学生や外国人労働者を受け入れる**旅館の借り上げ社宅**に
- ・**DX人流把握**



# 山形県天童温泉 “もはや住みたくなる、ユニバーサルデザインの連泊滞在型温泉地域づくり”

## 強豪(銀山、蔵王)に負けない地域づくり

### 特徴

- ・将棋の駒の生産量日本一
- ・情緒のある温泉街はなく、町なかの温泉地
- ・景観乏しい 絵になる銀山温泉とスノーリゾート蔵王温泉に挟まれている

### 令和3年度取り組み

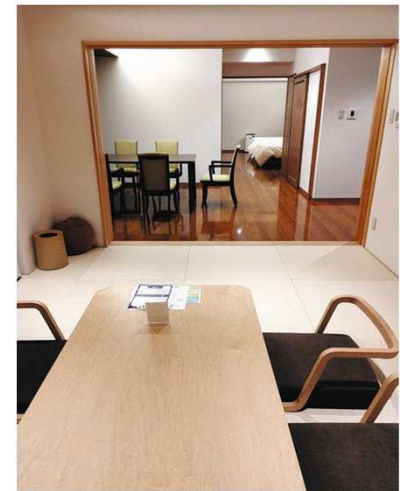
- ・ユニバーサルデザイン(以後、UD)化
- 旅館に1室もバリアフリールームがなかったが  
本事業で、5軒の宿と果樹園の一部を一気にUD化

### 現在の取り組み

令和3年度・4年度の2年間、ユニバーサルツーリズムをテーマに、  
宿泊施設のバリアフリー改修や旅行介助士の育成など、  
ハードとソフト両面から、  
全ての人々が安全安心に訪れてもらえる温泉地域づくりを推進

## “もはや住みたくなる、ユニバーサルデザインの連泊滞在型温泉地域づくり”

地域住民も旅行者も物理的なバリア、心のバリアがない、ずっといたくなるような快適な温泉地域を創出





# 山形県天童市エリア 地域特性分析（総括版）

（様式1）地域計画

## 地域概要



### 天童温泉の概要と直近の課題

明治44年の開湯当初は田んぼの中の風情ある温泉地だったが、高度成長期と共に住宅地に埋もれ、また旅行ブームによる団体志向で、宿泊施設は客の囲い込みを行ったことで、地域の観光施設（お土産屋や飲食店）が廃業に追い込まれ、空き店舗が目立つようになって行った

### DMC天童温泉の設立

「囲い込み型旅館」から現代の個人型旅行に合う「開かれた温泉街」への移行を目指した天童の森構想を推進。インバウンドプロモーションも積極的に行い、特に台湾からの誘致を実施。国内客の集客は横ばいで、個人向けの受入体制整備が急務となっている中、2017年1月に（株）DMC天童温泉を旅館経営者らで設立。個人客向けに、山形だからこそ体験できるツアーを造成・販売し天童温泉を訪れる目的をつくることを継続的に行っている

### ○近年の取組（モデルケースに成長）

コロナ禍で宿泊客が激減しているが、観光庁のR2年度補助事業「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業」、R3年度補助事業「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」及び「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」、更にはR4年度「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」に挑戦し、観光コンテンツ造成や旅館の高付加価値化改修事業を、DMC天童温泉が主体となり、多くの事業者と合意形成を回りながら地域一体となって強力に推進している

TENDO DAYS

やまがた  
地域一体サミット  
2023



## SWOT分析

### 強み（Strength）

- ・ 地域内に多数の飲食店があり泊食分離が可能
- ・ アクセスが良い（新幹線・飛行機）
- ・ 観光資源が多く、観光と結び付けられるコンテンツが豊富にある
- ・ 平地であるため、温泉地域内の移動が比較的スムーズである
- ・ 令和3年度・4年度の2か年間で、ユニバーサルツーリズムをテーマに、宿泊施設のバリアフリー改修や旅行介助士の育成など、ハードとソフト両面で、全ての人が安全安心に訪れてもらえる温泉地域づくりを推進している

### 弱み（Weakness）

- ・ 多くの旅館が大型化し、独自に発展してきたため地域全体の統一感や情緒性が欠けている
- ・ 空き店舗が点在し廃業した旅館が住宅地に変わるなど、温泉情緒が年々失われつつある
- ・ 個人客へのシフトが完全には移行しておらず集客に苦戦している
- ・ 観光資源を活かしきれていない
- ・ 海外旅行者のアップミドル層が求めるクオリティに達している旅館がない

### 機会（Opportunity）

- ・ 旅行需要を支える中高年世代の増加
- ・ アクセシブルツーリズムやユニバーサルツーリズムの浸透による障害者や高齢者の旅行需要拡大
- ・ インバウンド客の拡大
- ・ DMC天童温泉による観光コンテンツの造成販売が連泊を促進し、宿泊施設のみならず飲食店や観光施設など地域経済が活性化

### 脅威（Threat）

- ・ 新たなパンデミックの発生・拡大や災害（地震、台風）の発生、戦争の激化による集客の減少
- ・ 多様化する宿泊客のニーズ
- ・ 長期的な人手不足
- ・ 温泉街の空洞化（不景気による閉店）による活気不足と経済の減退

# 天童温泉地域一体 ユニバーサル改修の軌跡



ビジョン	多数の周辺観光資源を活用し、東北および山形観光の連泊型温泉宿泊地となるために、ハードとソフト両面でユニバーサル化を進め「ユニバーサルといえば天童温泉」となるような温泉街
コンセプト	“もはや住みたくなるユニバーサルデザインの連泊滞在型温泉地域づくり”
ターゲット	地域の本物の価値と、安心して滞在できる自分だけの第2のふるさとを求める層

2024年  
2023年

## R5・6年度事業「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」を活用

目指す姿

多数の周辺観光資源を活用し、東北および山形観光の連泊型温泉宿泊地となるために、ハードとソフト両面でユニバーサル化を進め「ユニバーサルツアーと言えば天童温泉」となるような温泉街を作り上げる

- 宿泊施設・観光施設のUD・高付加価値化
- ユニバーサルツーリズム研修の実施
- 観光コンテンツ造成
- サクラクオリティ調査事業

参画事業者数  
**24社**



ほほえみの宿滝の湯 プライベートダイニング改修 ほほえみの空湯舟つるや ダイニング改修

2022年

## R4年度事業「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」を活用

目指す姿

R3年度事業で実施したユニバーサルツーリズムを柱とした連泊型拠点再生事業を、地域一体となって面的に高付加価値化していく

- 誰もが安心して快適に利用できるユニバーサル改修を実施する
- 宿泊、飲食、観光の施設等を利便性と情緒性を兼ね備えた付加価値の高い施設へ改修
- R3年度に構築した「入浴介助士」を全ての参画施設に派遣できるよう実証運行とDX化
- 交通事業者が連携し、ユニバーサルツアーに対応した二次交通の実証運行とDX化
- 統一テーマに沿った温泉街の外観整備

参画事業者数  
**23社**



ほほえみの宿滝の湯 特別フロア専用ラウンジ改修

2021年

## R3年度事業「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」を活用

目指す姿

平日の連泊需要が見込まれる高齢者や障がい者・外国人旅行者からも選ばれる地域となるよう、ユニバーサルツーリズム（UT）を柱とした連泊型拠点再生

- 宿泊施設や観光施設をユニバーサルデザイン改修
- 泊食分離を推進するため飲食店との連携を強化
- 近隣観光地を結ぶ二次交通を整備
- 着地型旅行商品を連泊を意識したUDツアーにさらに磨き上げ
- これらを包括したワンストップ窓口をDMC天童温泉が担う

参画事業者数  
**10社**



ほほえみの空湯舟つるや 客室UD改修 天童温泉7号源泉 ポケットパーク改修

R5年度

## 「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」 地域ごとの優良事例

- 北海道阿寒湖温泉（「国立公園」、唯一無理の「アイヌ文化」でコンセプト・ビジョンの設定の上手さ）
- 群馬県伊香保温泉（コンセプト・ビジョンを地域のアイデンティティ「石段」で設定。首都圏からの女性集客）
- 石川県和倉温泉（ナイトタイムの充実、昼の回遊。結果、宿から外に出てもらおう流れ）
- 岐阜県下呂温泉（データで繋がり、地域で人流を把握し対策）
- 香川県小豆島（2つの町がひとつに）
- 山口県萩市（ビジョン・コンセプト「まちじゅう博物館」を名言化）
- 大分県由布院温泉（緑化、環境デザインガイドブック、ビジョン・コンセプト「里山温泉公園」を名言化）

**本事業で、どれだけ「競争から共創」に考え方をシフトできたか  
ビジョン・コンセプトを地域の皆で一緒に「腹落ち」できているか  
この2点が最難関であり、でも最も大切。それがクリアできた地域**

山崎個人の注目の地域 新潟県と群馬県「雪国観光圏」、山梨県石和温泉、佐賀県嬉野温泉



# クールジャパン・アカデミアの役割・課題

## 【クールジャパン・アカデミアの役割】

- ・新しい価値を伝える 山崎が天童に示したユニバーサルデザインのマーケットと将来性
- ・合意形成のお手伝い 地域の皆が「腹落ち」するための素材をアカデミックに提案
- ・地域プロデューサーの必要性 地域を俯瞰する存在が必要(横ぐしを刺すため)
- ・地域代表を呼んでクールジャパン・アカデミアと共にワークショップ
- ・地域代表を呼んで優良地域の視察

## 【2地域は既に好事例だが課題とクールジャパン・アカデミアが入ることの可能性】

城崎温泉の課題 欧米豪・繁体字圏に向けた情報発信内容の精査

→ 物語に共鳴する欧米豪に広がる可能性

天童温泉の課題 地域全体を俯瞰してみる人がいない

→ 地域の有識者や地域プロデューサーを発掘し、点から線へ、そして面に移行  
超高齢化社会への地域課題に向け