



長門湯本温泉観光まちづくり計画の概要

= 地域のタカラ、
地域のチカラで湯ノベーション =

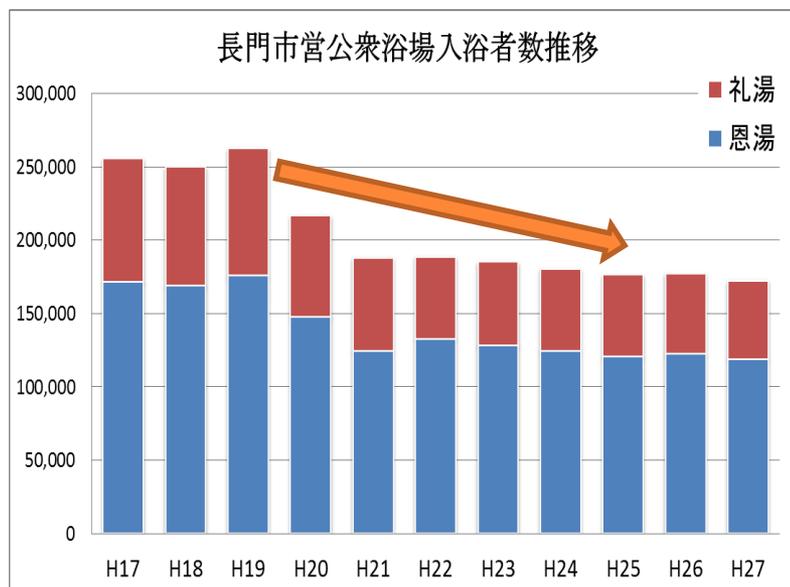
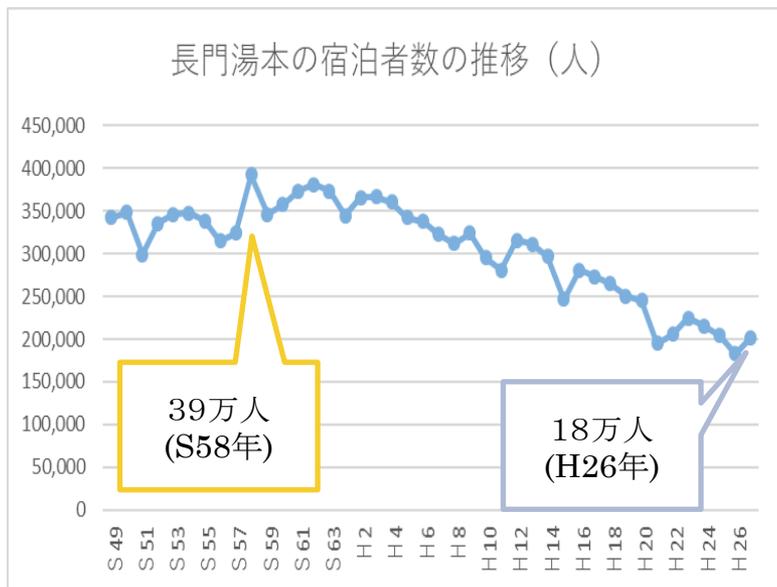
平成28年8月 山口県長門市

長門湯本温泉の現状

- ◆長門湯本温泉の宿泊者数は、ピーク時の半分程度に減少。
- ◆恩湯・礼湯の利用者数もこの10年で3割減少するなど、まち歩きも乏しい状況に。

宿泊者数はピーク時から半減

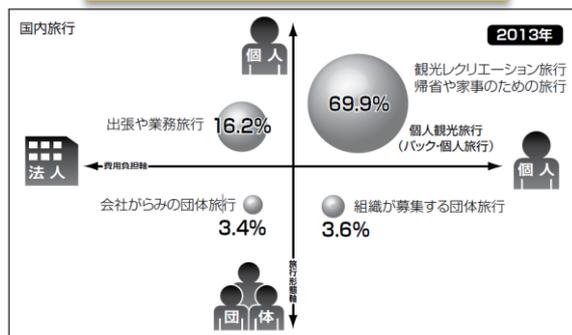
公衆浴場利用者も10年で3割減



長門湯本温泉の現状

◆低迷の背景要因として、旅行スタイルへの変化の遅れや広域からの観光客引き込みの弱さが挙げられる。

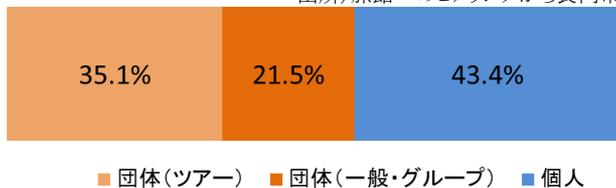
国内旅行における
個人旅行のシェアは8～9割



出所) 数字が語る旅行業2015 (日本旅行業協会)

旅行形態の割合 (長門湯本温泉)

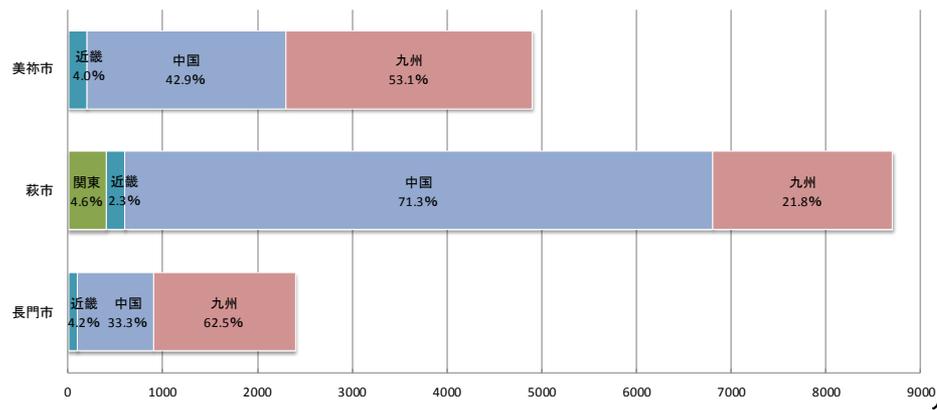
出所) 旅館へのヒアリングから長門市推計



長門湯本温泉においては
5割以上が団体客

近隣市に比べての広域からの引き込みが弱い

県外観光客のブロック別割合

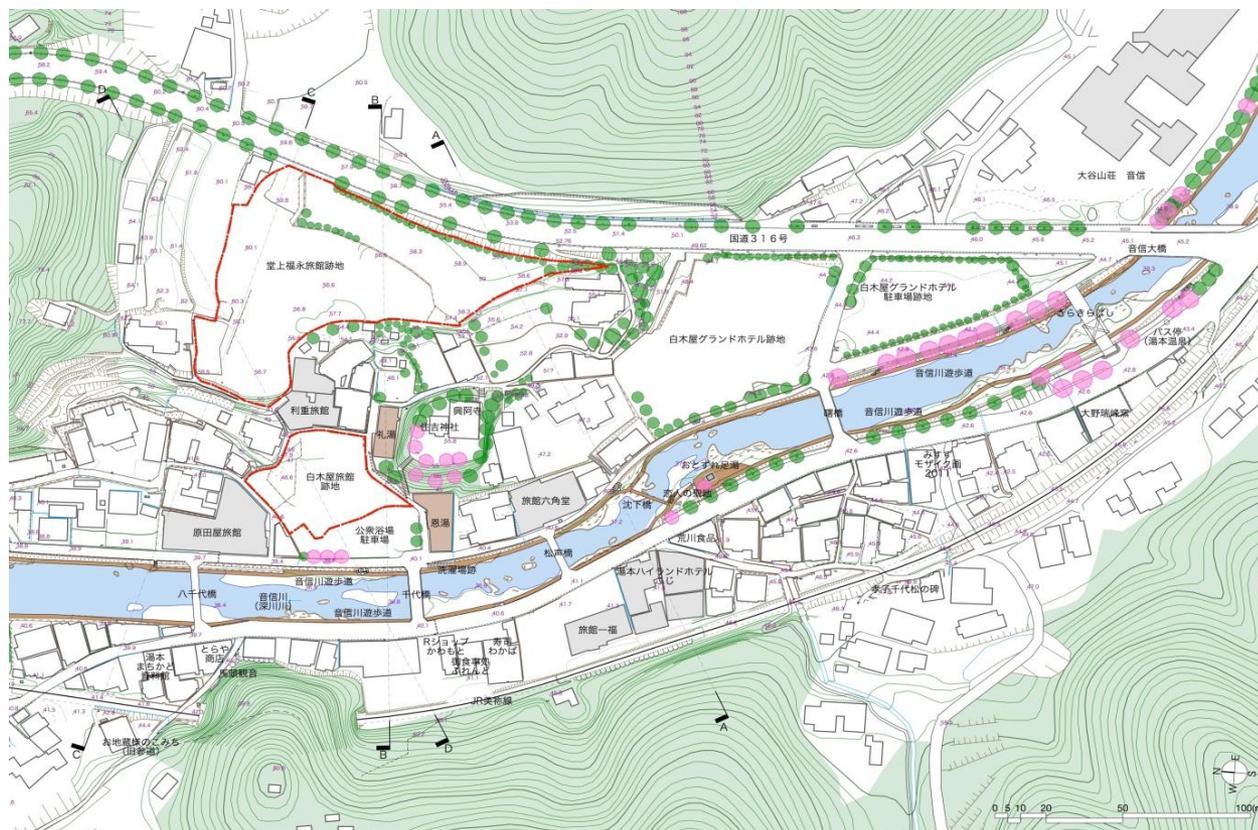


* RESAS 観光マップ/FROM-TO分析

休日における滞留時間2時間の県外観光客のブロック別割合

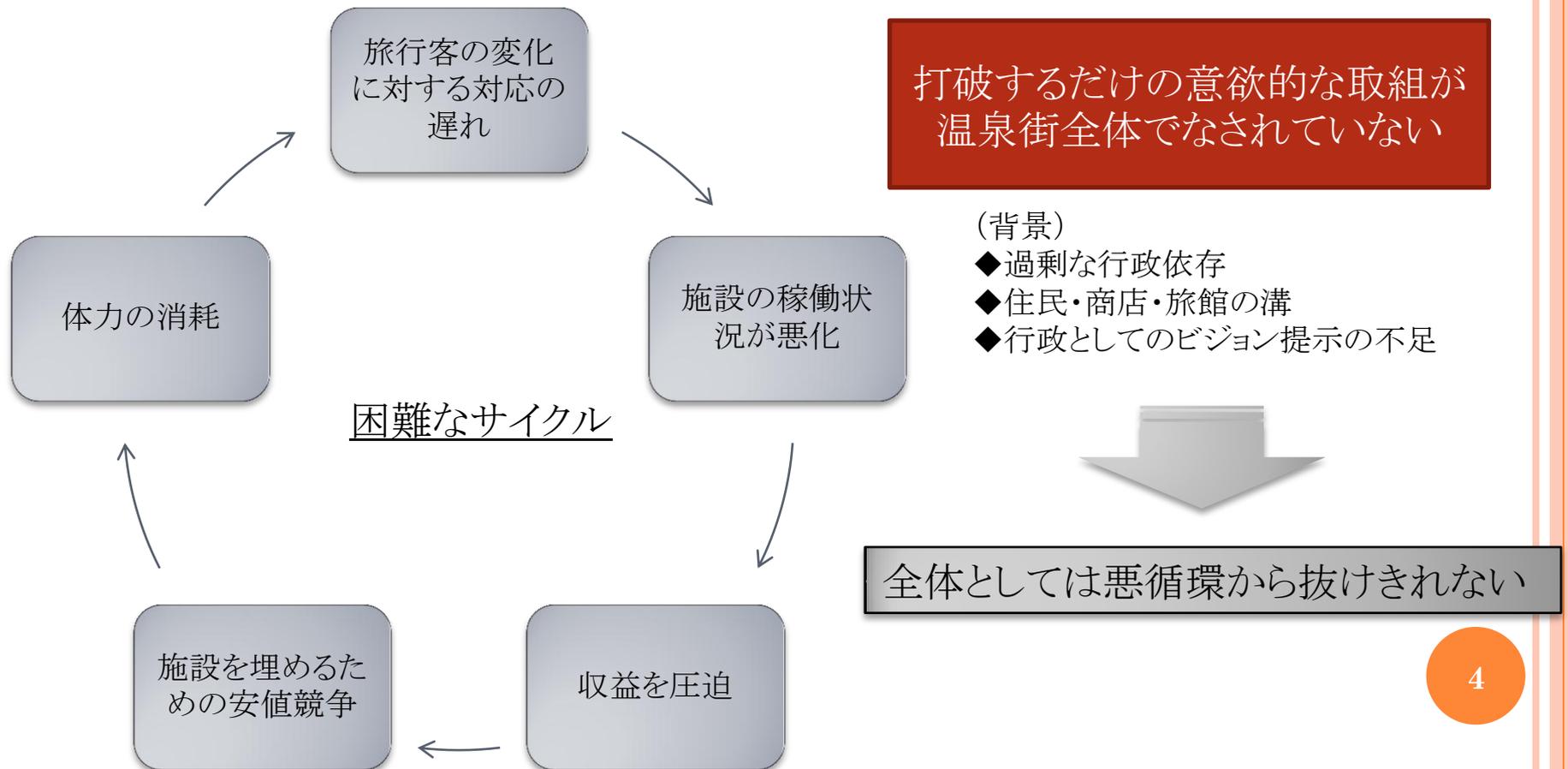
長門湯本温泉の現状

◆平成26年1月には、150年の歴史を有する老舗ホテルが廃業に至り、温泉街の中心には遊休地が広がる苦しい状況に追い込まれている。



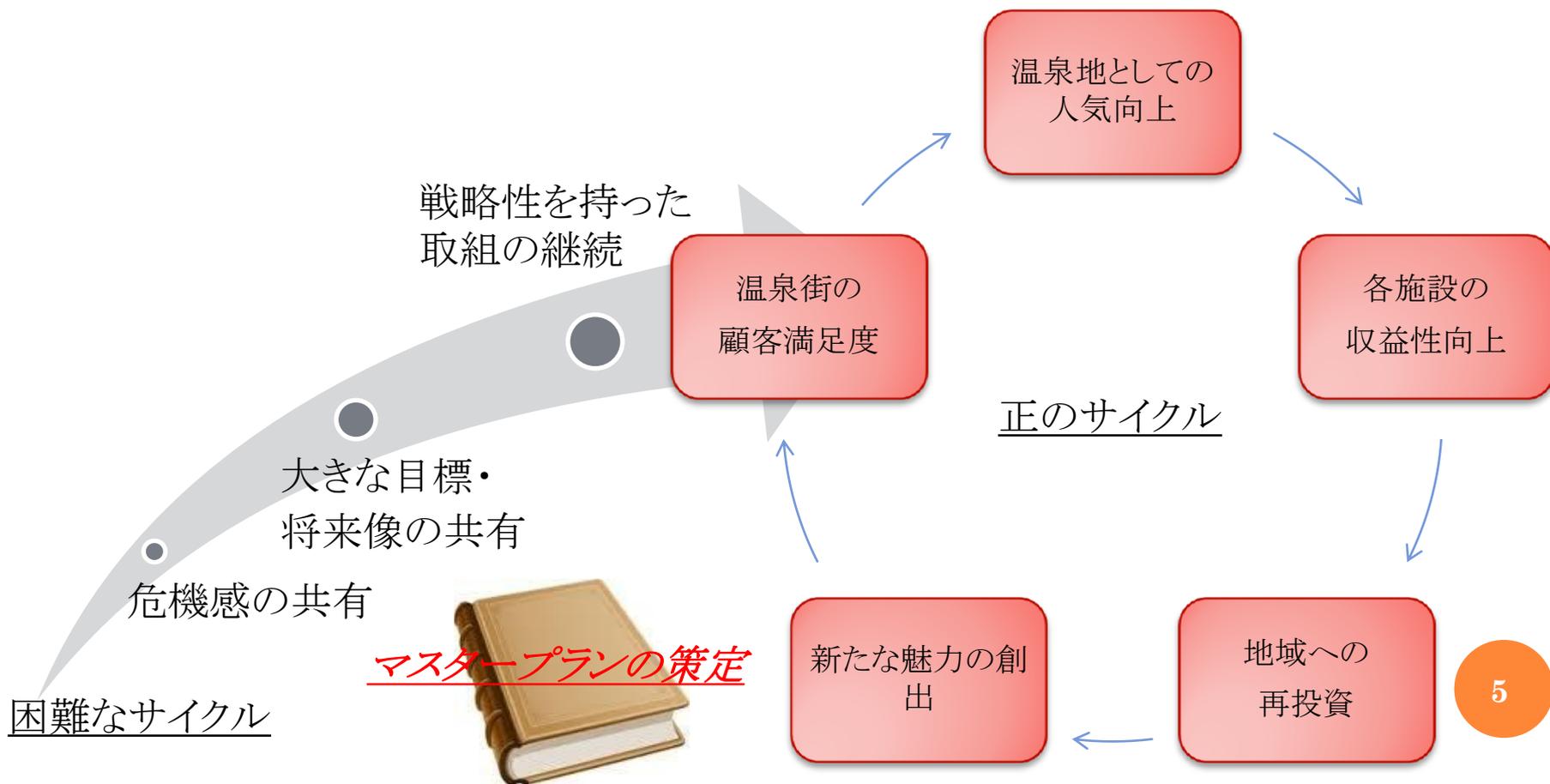
課題認識と背景要因

◆個々の事業者の取組や単発的なイベント等があったが、温泉街全体として、困難な現状を跳ね返すだけの意欲的な取組がなされてこなかった。



マスタープランの必要性

- ◆マスタープランの策定を通じて危機感を共有とともに大きな将来像を共有する。
- ◆加えて、しっかりとした戦略性を持ち、正のサイクルを生み出す温泉街に再生を目指す。



計画のサブタイトル

◆今ある資源に着目し、地域自身が主導して、再生に向けた取組を進めていく必要がある。

地域のタカラ、 地域のチカラで 湯ノバージョン

今ある資源、大切にしてきた
歴史を活かしながら

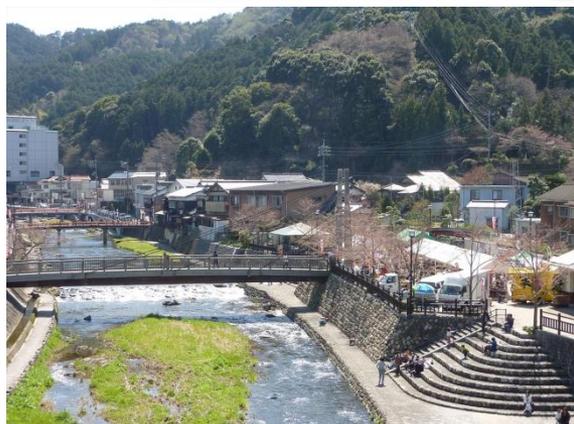
地域自身が主導して

長門湯本温泉(=湯)を、
✓リノベーション
= 一体的な温泉街として再構築
✓イノベーション
= 今の観光客にも魅力が伝わる
観光資源に革新

「観光まちづくり」の推進

- ◆ 妥協なく「観光まちづくり」を進めることを共通認識とする。
- ◆ 厳しい観光客目線での評価に耐えてこそ、重要な地域資源や守ってきた伝統を未来につなぐことができる。

現在のまち



観光客の視点

- わざわざ行きたくなるか
- 関心が持てるか
- 観光客に伝わるか
- 観光客が満足できるか ...

地域の将来像



観光客からの評価を通じ、
あるべきまち・伝統を守り、育む

星野リゾートとの協働

◆観光客の利便性や嗜好から乖離した総花的な行政計画になることを避けるため、全国の温泉街に関する豊富な知見を有する星野リゾートと協働して計画を策定。



住民との意見交換(28年1月)

- 計画の着手に当たり、これまでの取組や大切にしたい資源等を聞き取り



中間報告(28年4月)及び最終報告(28年6月)

- 原案を星野代表自ら説明し、意見交換

具体的な目標

- ◆全国トップ10に入る人気温泉地となることを目指す。
- ◆これにより、継続的な魅力づくりが生まれる好循環が生まれる。

目標

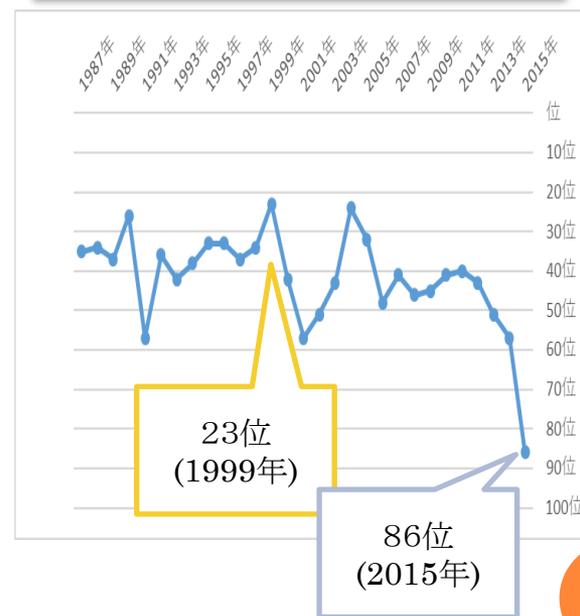


10位以内を目指す計画

順位	温泉地名	都道府県
1	草津温泉	群馬県
2	由布院温泉	大分県
3	下呂温泉	岐阜県
4	別府温泉	大分県
5	有馬温泉	兵庫県
6	登別温泉	北海道
7	黒川温泉	熊本県
8	箱根温泉	静岡県
9	道後温泉	愛媛県
10	城崎温泉	兵庫県
11	高山温泉	岐阜県
12	箱根温泉	神奈川県
13	和倉温泉	石川県
14	伊香保温泉	群馬県
15	玉造温泉	島根県
...
86	長門温泉	山口県

現状

現在は86位に落ち込み



計画達成時に期待される効果

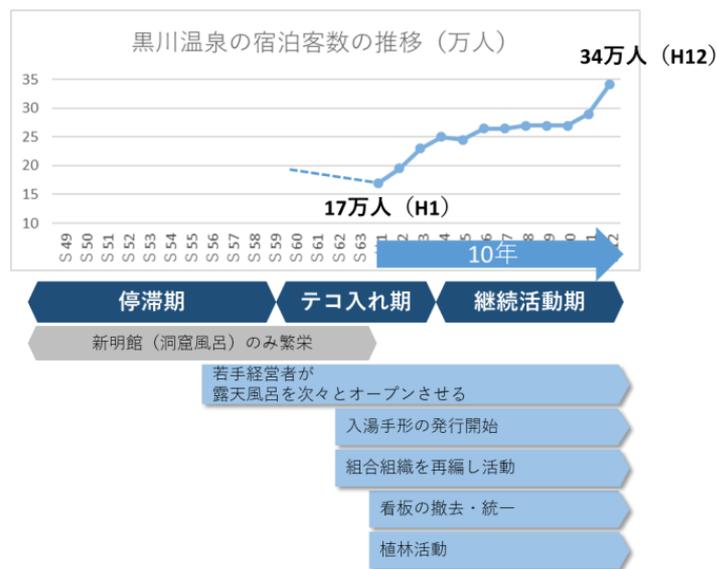
- ◆目標が達成できれば、定員稼働率は人気温泉地並みに上がり、年間宿泊者数に換算すれば、33万人を目指せる。
- ◆黒川温泉の実績も踏まえれば、時間はかかるが夢物語では決してない。

人気温泉地並みの定員稼働率の実現を目指す

黒川温泉も、テコ入れによって宿泊者数を倍増させている

TOP10以内に入ることの効果予測

	宿泊者数	客室数	定員	定員稼働率
黒川温泉	29万人	521室	2,248人	35%
城崎温泉	59万人	1,267室	3,801人	42%
玉造温泉	64万人	885室	3,628人	48%
長門湯本 (現状)	18万人	734室	2,203人	22%
長門湯本 (目標)	33万人	784室	2,303人	40%



経済波及効果

◆ マスタープランが実現し、目標達成した場合の経済波及効果は、年間約200億円が見込まれる。

直接経済効果(全体)

宿泊客	日帰客
176億円	102億円
278億円	

宿泊客



日帰客



直接経済効果(市内)

151億円

旅行中の主な支出 176億円

宿泊費	飲食費	土産・買物	入場料等	交通費	旅行会社収入
25.1%	13.1%	14.5%	5.8%	39.7%	1.8%

103億円

旅行中の主な支出 102億円

宿泊費	飲食費	土産・買物	入場料等	交通費	旅行会社収入
0%	14.2%	21.6%	11.4%	51.9%	0.9%

48億円

波及効果(市内)

50億円

仕入れや外注による波及効果 174億円

仕入や外注等の主な支払先

市内	県内	他県	海外	その他
19.4%	37.0%	38.3%	2.3%	3.0%

34億円

仕入れや外注による波及効果 81億円

仕入や外注等の主な支払先

市内	県内	他県	海外	その他
19.4%	37.0%	38.3%	2.3%	3.0%

16億円

全体効果(市内)

201億円

直接経済効果+波及効果
137億円

直接経済効果+波及効果
64億円

人気温泉地分析から導く戦略の方向性

◆人気温泉地の3つのタイプのうち、長門湯本温泉の特性に合致したタイプ3、「自然を活かしながら魅力的な温泉街で人を集める」を目指す。

順位	温泉地名	都道府県
1	草津温泉	群馬県
2	由布院温泉	大分県
3	下呂温泉	岐阜県
4	別府温泉	大分県
5	有馬温泉	兵庫県
6	登別温泉	北海道
7	黒川温泉	熊本県
8	指宿温泉	鹿児島県
9	道後温泉	愛媛県
10	城崎温泉	兵庫県
11	高山温泉	岐阜県
12	箱根温泉	神奈川県
13	和倉温泉	石川県
14	伊香保温泉	群馬県
15	玉造温泉	島根県
...
86	長門温泉	山口県

【タイプ1】自然から与えられた資源で人が集まる



【タイプ2】すぐに作れない歴史資産で人が集まる



【タイプ3】自然を生かしながら魅力的な温泉街で人を集める



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆ 魅力的な温泉街を生み出す要素を分析した結果、6つに集約される。
- ◆ 長門湯本の持つ地域資源をベースに、この6つの要素を温泉街で表現していく。

風呂（外湯）

そぞろ歩き
（回遊性）

食べ歩き

絵になる場所

文化体験

休む・佇む空間

魅力的な温泉街が有する6つの要素

◆歴史的に趣の異なる2つの外湯「恩湯」「礼湯」。

風呂（外湯）

食べ歩き

文化体験

そぞろ歩き
（回遊性）

絵になる場所

休む・佇む空間



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆ 魅力的な食材が存在。
- ◆ 賑わいが感じられる中で、歩きながら食べやすい商品を提供していく必要。

風呂（外湯）

食べ歩き

文化体験

そぞろ歩き
（回遊性）

絵になる場所

休む・佇む空間



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆萩焼深川窯の伝統と評価の高い芸術性。観光客にとって大きな魅力。
- ◆全国的には、今は「知る人ぞ知る」という存在。

風呂（外湯）

食べ歩き

文化体験

そぞろ歩き
（回遊性）

絵になる場所

休む・佇む空間



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆飽きさせない魅力を戦略的に配置する。
- ◆護岸整備等を活かして、魅力的な商店や観光地をつなぐルートを作っていくことが必要。

風呂（外湯）

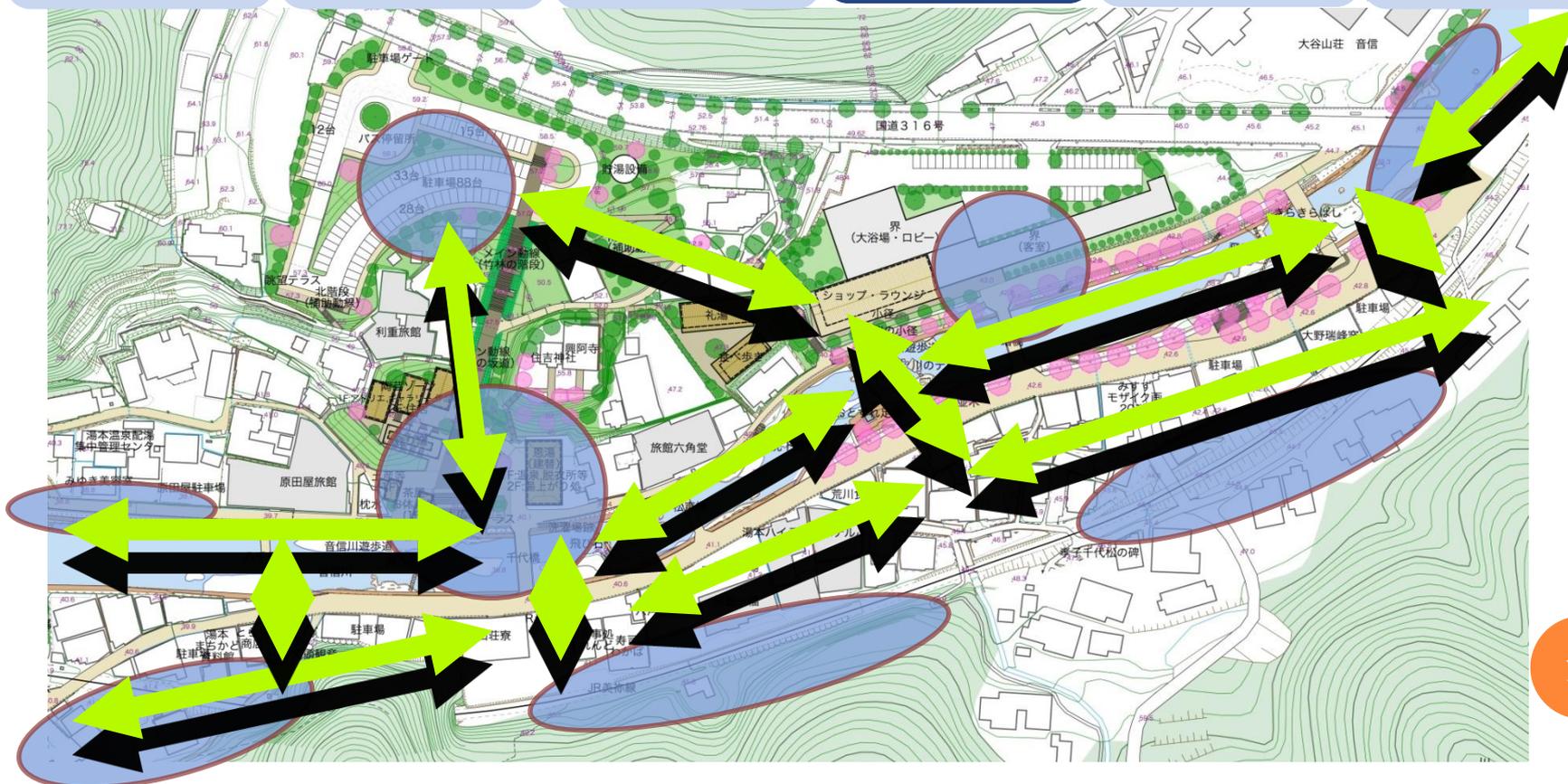
食べ歩き

文化体験

そぞろ歩き
(回遊性)

絵になる場所

休む・佇む空間



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆ 「長門湯本温泉と言えばココ」という風景を作り込む。
- ◆ 他の温泉地と差別化できる長門湯本温泉らしい風景を設定していく必要。

風呂（外湯）

食べ歩き

文化体験

そぞろ歩き
（回遊性）

絵になる場所

休む・佇む空間



魅力的な温泉街が有する6つの要素

- ◆親水性の高い音信川の魅力を最大限に引き出し、佇む空間を演出。
- ◆回遊性の一環としての導線上に、飽きさせない仕掛けとともに配置していく必要。

風呂（外湯）

食べ歩き

文化体験

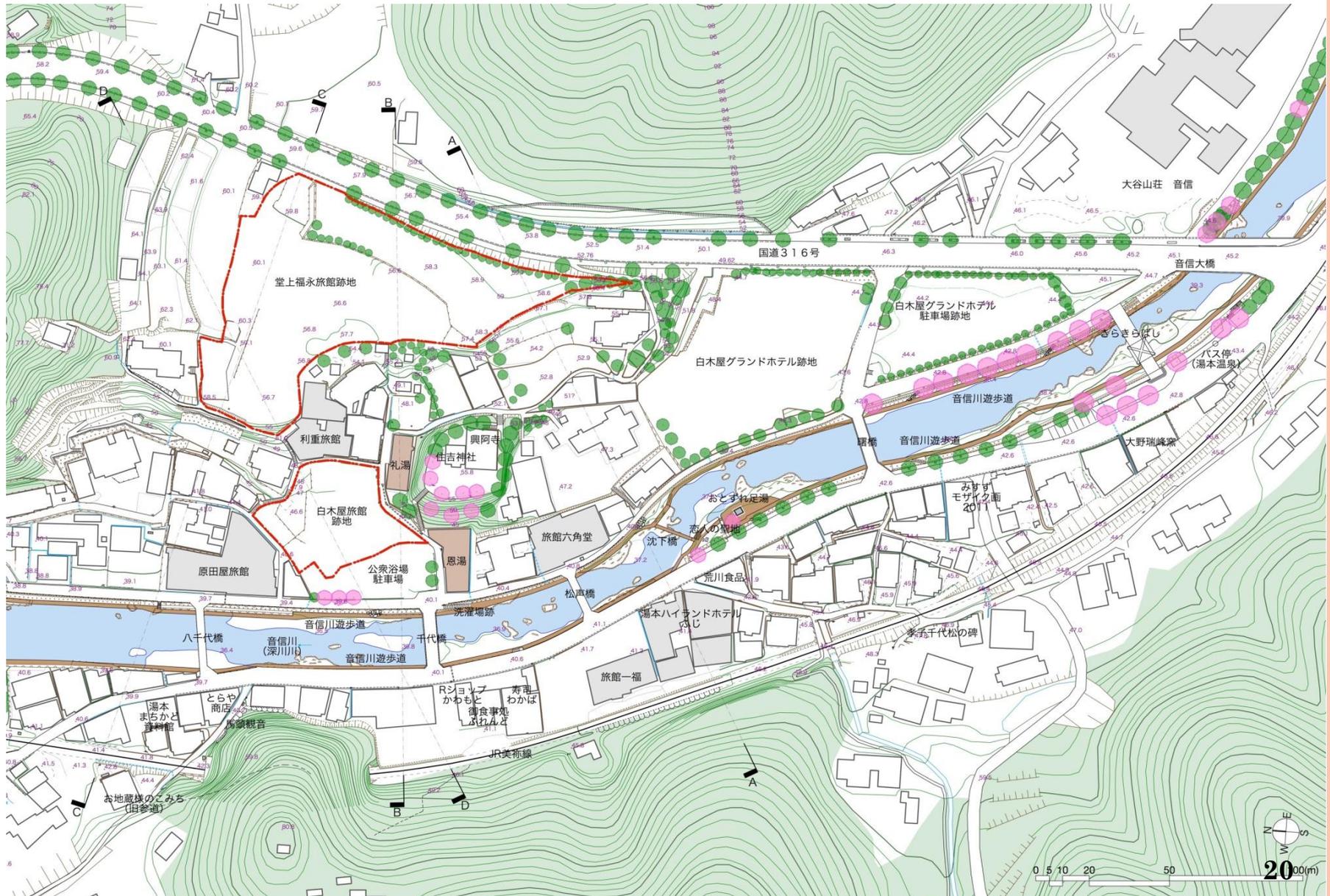
そぞろ歩き
（回遊性）

絵になる場所

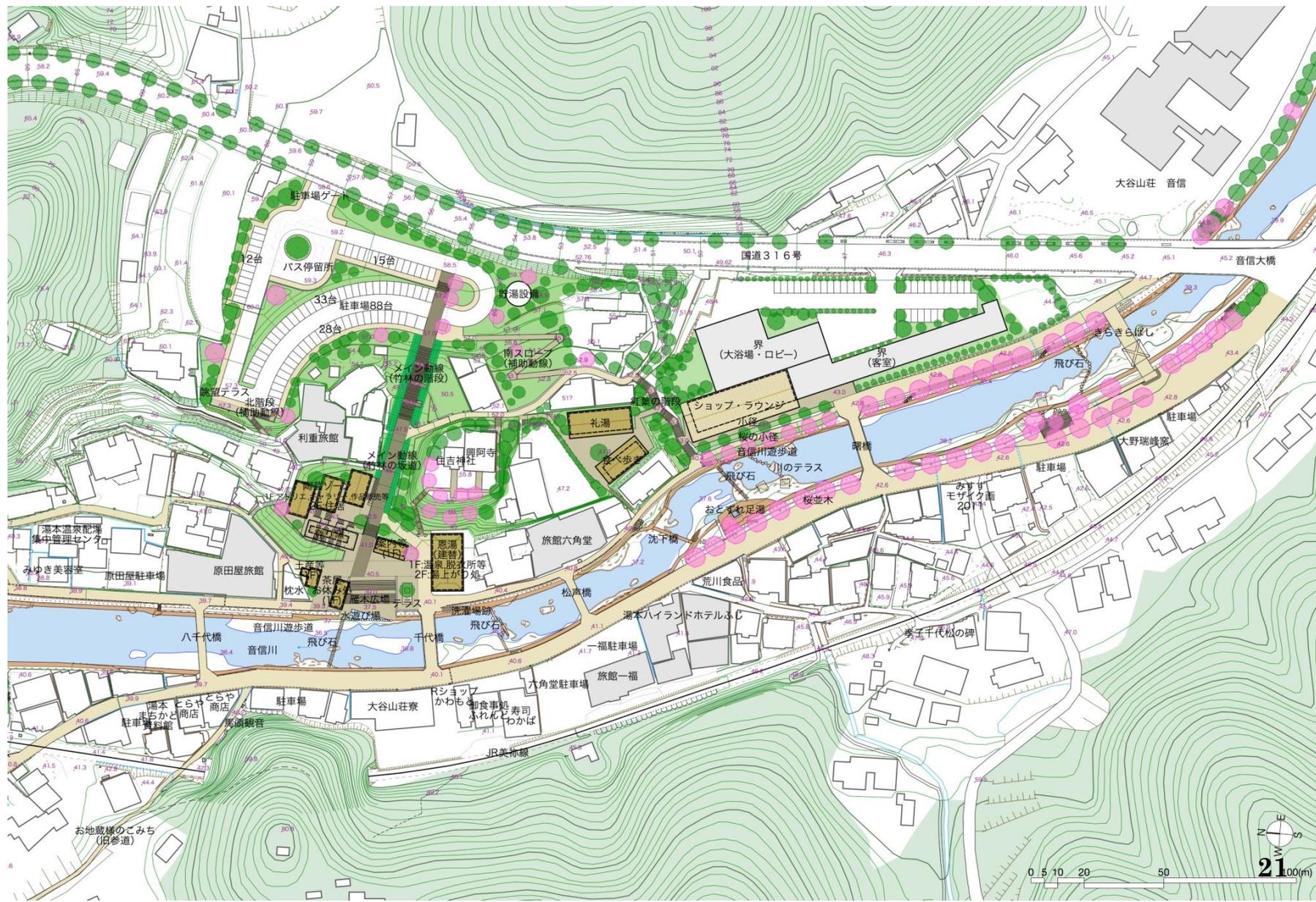
休む・佇む空間



温泉街エリアの配置計画



温泉街エリアの配置計画



国道316号線



駐車場(旧堂上福永跡地)



竹林の階段



雁木広場(恩湯横)



雁木広場(恩湯横)



雁木広場(恩湯横)



コアエリアA(旧白木屋旅館跡地、恩湯横)



川床(旧白木屋グランドホテル跡地前)



コアエリアB(旧白木屋グランドホテル跡地)



南スロープ



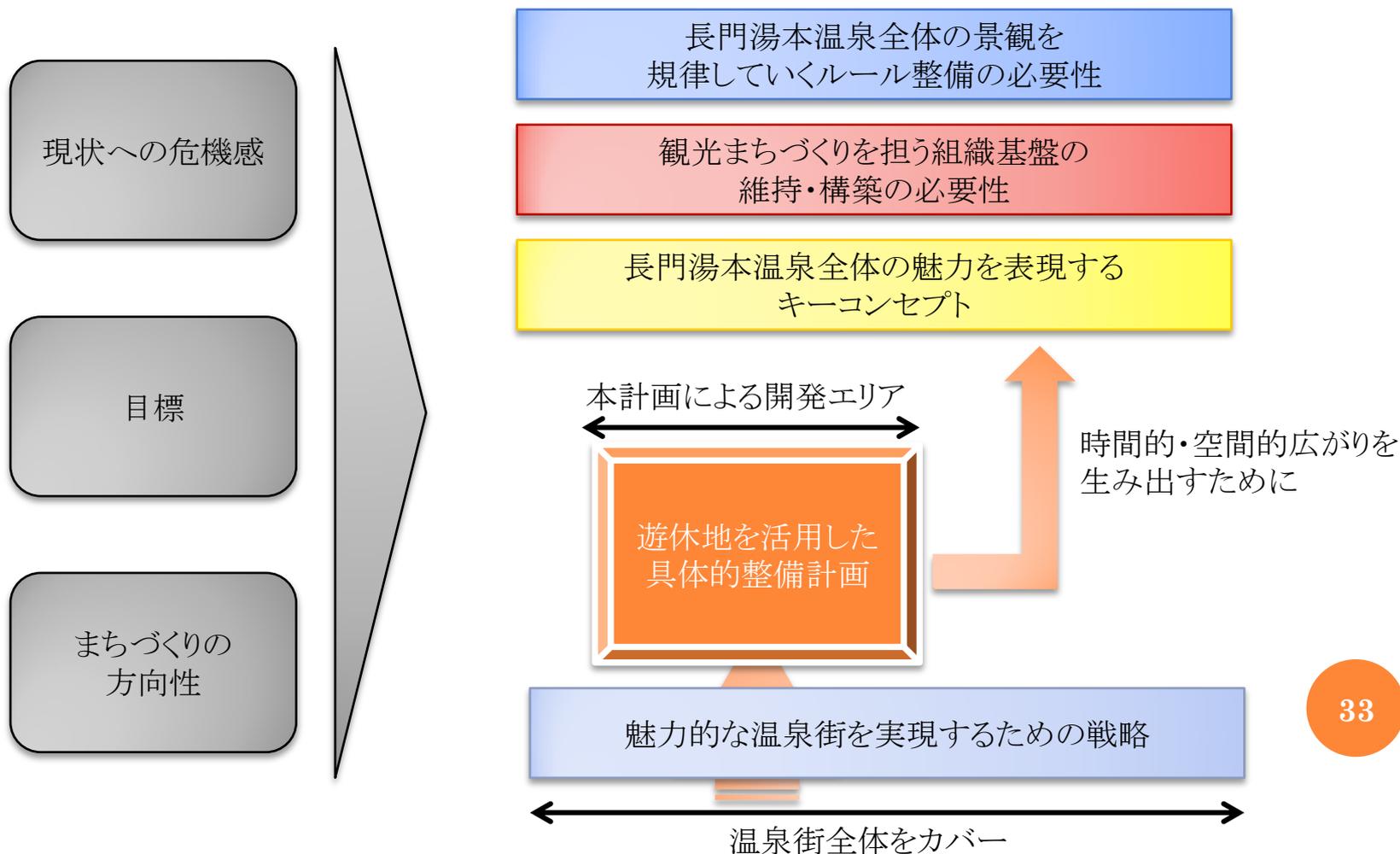
スケジュールと概算事業費

◆平成33年度の全体完成を目指す。公民あわせて21億円程度の事業費が必要と想定。

事業概要	事業費(百万円)	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度
Step 1 基盤推進の確立							
<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 ・測量、基本、詳細設計 ・景観ルールの構築 ・用地買収 	240	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 ・測量、基本設計 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 ・測量、基本、詳細設計 ・景観ルールの構築 ・用地買収 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 ・詳細設計 ・景観ルールの構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・全体推進体系の構築
Step 2 非日常の温泉街への導入と顔づくり							
<ul style="list-style-type: none"> ・駐車場、バス停整備 ・竹林の階段 ・無電柱化 ・コアエリアA (陶芸エリア造成、雁木広場) ・恩湯 ・住吉神社 ・配湯設備整備 ・南スロープ 	905		<ul style="list-style-type: none"> ・コアエリアA (雁木広場) ・恩湯 ・配湯設備設計、整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・駐車場、バス停整備 ・竹林の階段 ・無電柱化 ・コアエリアA (陶芸エリア造成、雁木広場) ・恩湯 ・住吉神社 ・配湯設備整備 ・南スロープ 	<ul style="list-style-type: none"> ・駐車場整備 ・コアエリアA (雁木広場) 		
Step 2 回遊性の創出							
<ul style="list-style-type: none"> ・コアエリアB (礼湯、紅葉の階段) ・河川整備 	230		<ul style="list-style-type: none"> ・コアエリアB (礼湯、紅葉の階段) ・河川整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・コアエリアB (礼湯) ・河川整備 			
Step 3 そぞろ歩きの演出							
<ul style="list-style-type: none"> ・各事業体制構築、企画、整備 (文化体験、お休み処等、食べ歩き) ・回遊の素材の整備 (散策道及び大寧寺参道の整備) 	675			<ul style="list-style-type: none"> ・各事業体制構築 (文化体験、お休み処等) ・回遊の素材の整備 (散策道の整備) 	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業の企画、整備 (文化体験、お休み処等、食べ歩き) ・回遊の素材の整備 (散策道の整備) 	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業の企画、整備 (文化体験、お休み処等) ・回遊の素材の整備 (散策道及び大寧寺参道の整備) 	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業の整備 (文化体験、お休み処等) ・回遊の素材の整備 (散策道及び大寧寺参道の整備)
総概算事業費	2,050						
※ 事業費については現時点での想定金額であり、具体的な設計等によって変動の可能性がある							

観光まちづくりの推進基盤

- ◆ 配置計画はあくまでも「起爆剤」であり、継続した取組のきっかけ。
- ◆ 取組を継続し、魅力を維持・向上させていくためには、コンセプトの共有やルール整備、加えて観光まちづくりを担う組織基盤を構築していくことが必要。



キーコンセプトのたたき台

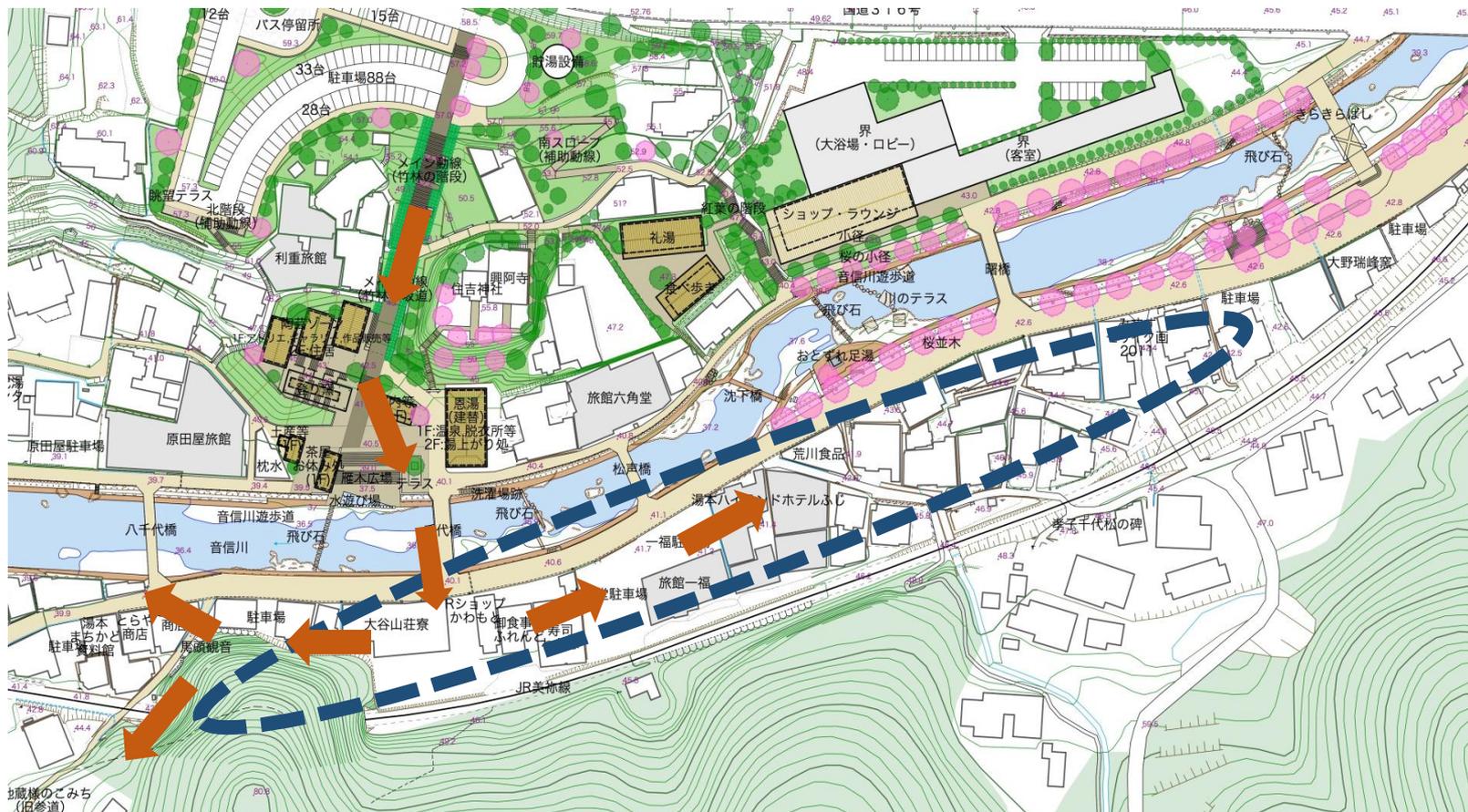
◆方向性をワンフレーズで表現したキーコンセプトが必要。今後、地元関係者等での議論を重ねる。

萩焼深川窯の器と出会い、湯めぐり、そぞろ歩きが
楽しみな長門湯本温泉街

「湯本温泉」というだけでは広域では認識しにくい。
名称についてもあわせて議論が必要。

統一感ある温泉街に向けた景観形成

◆ 既存の構築物や看板等の見直しを含めた統一感ある面的な取組が必要。



温泉街を歩かせるためには、温泉街全体(マスタープラン以外の部分も含む)の統一感・美しさが重要

統一感ある温泉街に向けた景観形成

◆風情ある魅力的な温泉街づくりのため、整備計画と同時並行でルール整備を進めていく。

景観形成の方針検討

ルール構築

景観整備

- ◆景観整備の必要性検討
- ◆景観計画の区域
- ◆良好な景観、重要建造物、樹木等洗出し

- ◆具体的な制限の検討
 - 建築物の色彩・意匠・高さ等
 - 電柱・既存建物のファサード
 - 屋外広告物・照明
- ◆景観形成に向けた取組検討(主体・合意形成枠組み・インセンティブ)

- ◆新規建築物への規律
- ◆地元及び事業者における既存の構造物への対応
- ◆行政としての支援措置

歩ける温泉街形成

- ◆高低差も活かしながら、安心して散策できる温泉街の形成を目指し、課題検証が必要。
- ◆電車での来訪客も見据え、広域アクセスの改善に向けても働きかけ。

車両進入制限（平成14年11月23, 24日に社会実験を実施）

<進入制限をしていない通常日の状況>



<進入制限実施時の状況>



出所)国土交通省HP

由布市 温湯地区(旧湯布院町)で実施された取組

- 中心地区内への通過交通を排除し、住民、観光客の歩行の安全を確保するため、車両進入制限を試験的に実施して解決すべき課題を検証

コミュニティ機能の確保

- ◆ 伝統芸能等とも複合的な機能を持たせたコミュニティ機能確保や、安全上必要な防災機能への対応も行う。



湯本納涼盆踊り大会



南条踊り奉納

伝統的な祭りや芸能が結び付きの基礎となっていることも踏まえた
複合的な拠点整備

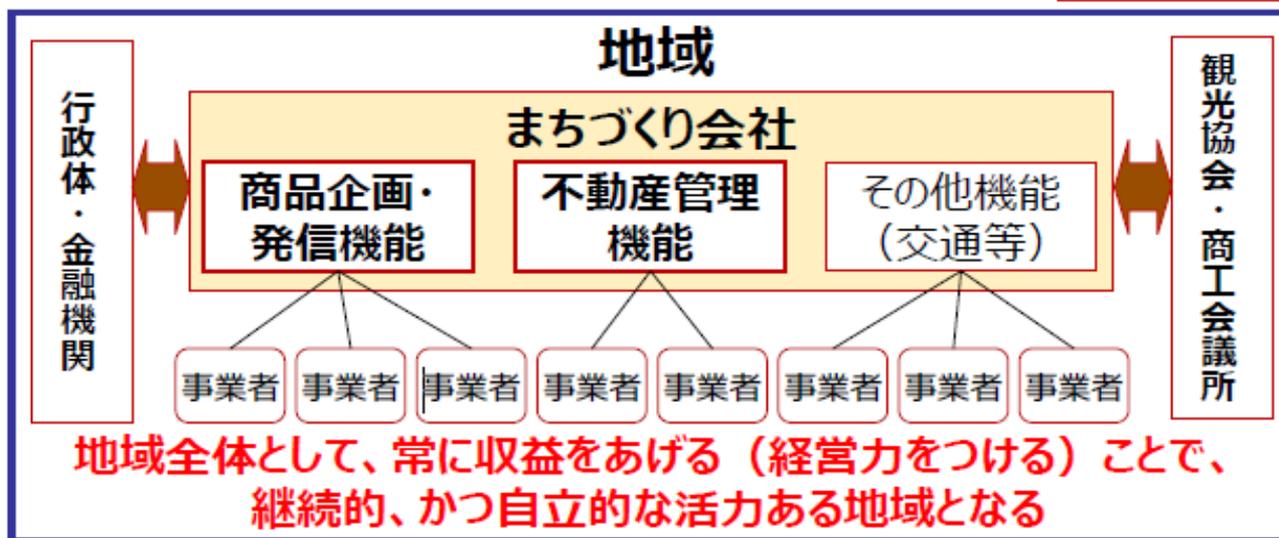
持続的な投資を生むスキーム

◆自ら収益をあげ、地域に再投資する主体の「攻めの取組」が新たな魅力を生み出す。

REVICの「観光による地域活性化コンセプト」

1. 地域が一つの「経営体」となる。

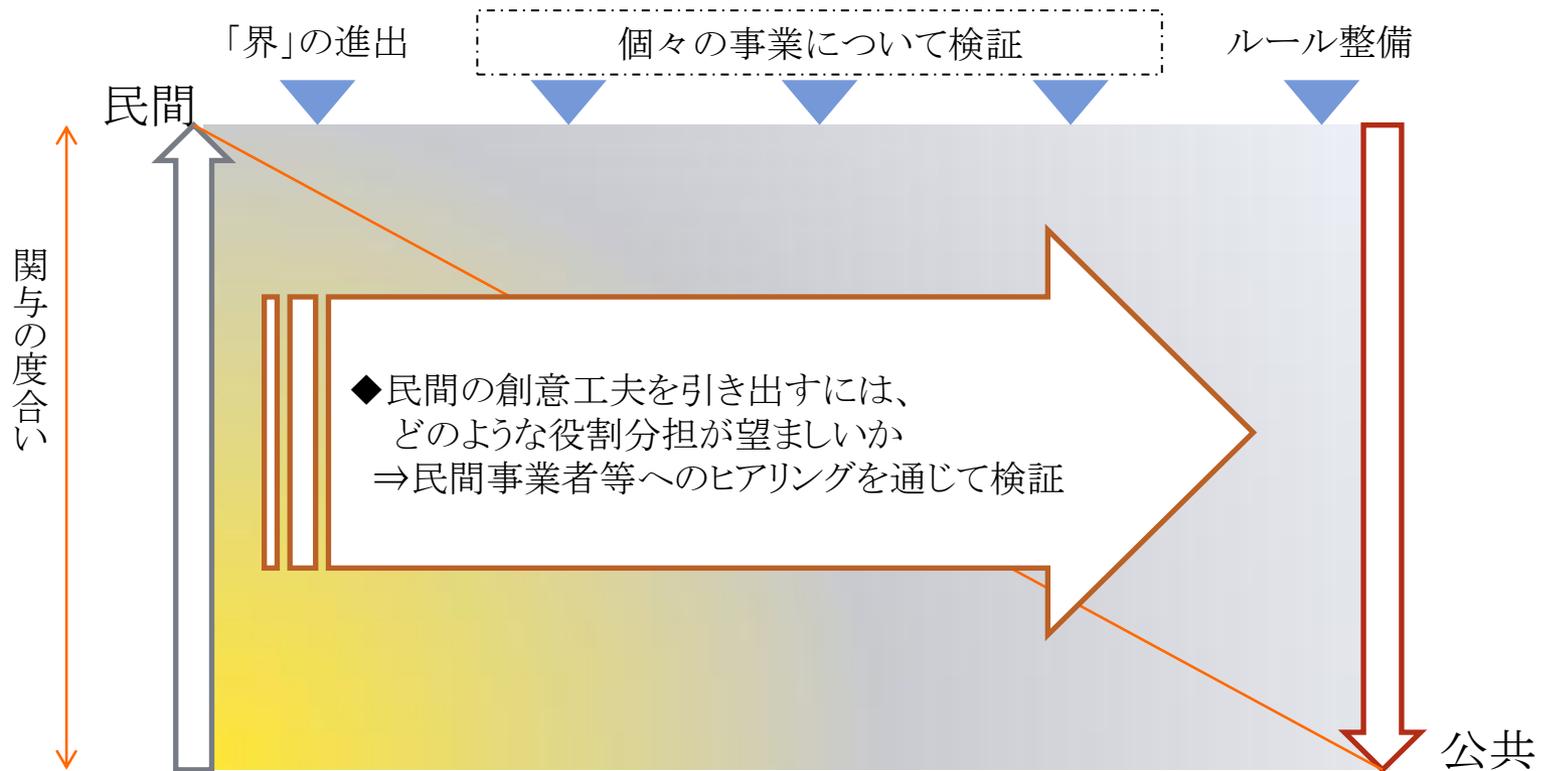
組織化



地域として、収益を上げるための役割分担を明確化する。
まちづくり会社が司令塔・全体コントロールを担うが、
主要機能は、①商品企画・発信機能と②不動産管理機能

実現に向けた進め方

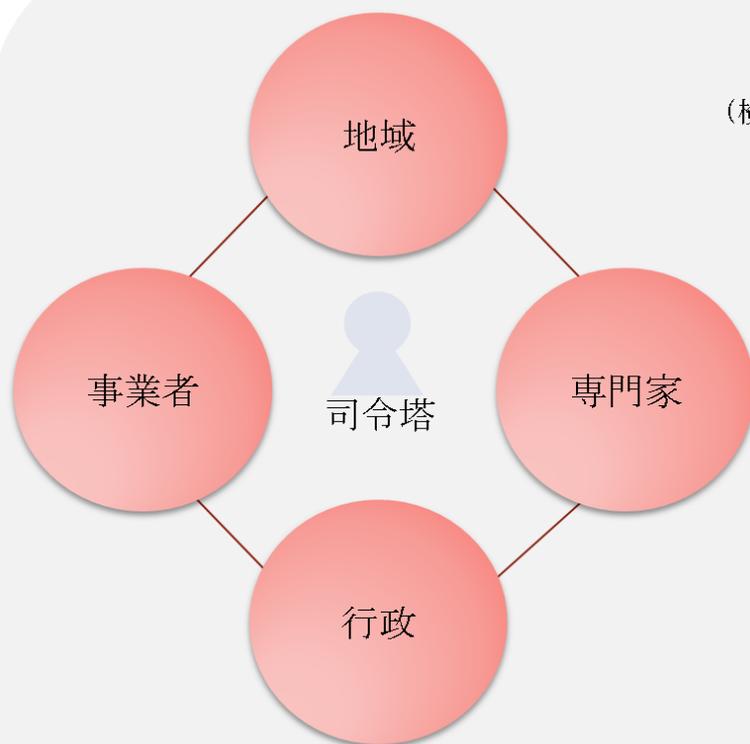
◆民間事業者の創意工夫を促す適正な役割分担を構築していくことが必要。



推進チームの構築

- ◆地域の適任者、事業者、専門家、行政が一体となったチームを構築。
- ◆公民の事業全体をかじ取りする司令塔も必要となる。

事業推進の在り方について具体的に提案していくチームの構築



(検討項目例)

全体推進基盤の構築

- 公民連携・公民の役割分担の在り方
- 地域に投資を呼び込む仕組み
- 質と量をマネジメントする仕組み

面的開発に関わるデザイン性の確保

- ルールづくり
- 具体的整備の進め方
- 維持・管理に向けた仕組み

マスタープランに合致した各事業の実現

- 関係者の協力
- テナント等呼び込み
- 一時利用や実証等の企画

気運醸成・情報発信等

- エリア全体でのプロモーション³⁹

民間主導
<金融機関の専門的視点からサポート>

取組の第一歩

- ◆ 地元適任者と司令塔が一体となり、推進チームの体制をはじめとした事業推進の基盤構築を28年度中に行っていくことを目指す。

