

栃木県温泉保護開発協会報

令和元(2019)年10月25日 第151号

発行

栃木県温泉保護開発協会連合会

〒320-8501 栃木県宇都宮市塙田 1-1-20（栃木県保健福祉部薬務課内）

TEL・FAX 028-622-6017

平成30年度 第55回温泉講習会

☆日時：平成31年3月1日（金） ☆場所：栃木県庁東館4階講堂

「温泉を利用した地域の活性化」

亜細亜大学 准教授 久保田 美穂子 氏

1. 観光マーケティングと温泉地

今、温泉地で皆さんが一番気になっていることは、観光でいうと外国人が沢山来ていて、いわゆるインバウンドというものに対してどうしたらいいのかということだと思います。私自身も、こういう時代になる前から外国人のことをあまり意識せず、温泉地の活性化について長く研究や調査をしてきまして、今どうしたらいいか少し戸惑いを感じております。

ですが、これについて結論的に申しますと、外国人とはいえ、温泉に対する気持ちや感覚は同じで、言葉が通じないことや習慣が違うことは、確かにとても緊張することではありますが、もう少しリラックスしてインバウンドを考えてみてもいいのではないかと思います。また、この観光の業界で旅館の研究会のお手伝いをするうちに、日本中の温泉地へ足を運ぶようになって30年が経過し、長く知っているからこそ頭が固くなってしまっていると思うことがありますので、今皆様にこのような提案、このような考え方はいかがでしょうかというお話をさせていただきながら進めてまいりたいと思います。

なぜ、データを把握しなければならないかと言うと、それは新しい戦略を立てていくときには、顧客、観光であれば旅行者のデータを踏まえた上で、自分のアイデアを出していくことが基本だからだと思っています。例えば、観光マーケティングという言葉がありますが、マーケティングとは何かと調べてみますと、……(資料中段のとおり)と書いてあります。私はこの中で一番大事だと思っているのは、創造、造るところです。マーケティングというと、とにかくお客さんにうまくものを売りつける、そのスキルや手法もありますが、単純にそうということではなく

観光マーケティング

マーケティングとは：

企業および他の組織¹⁾がグローバルな視野²⁾に立ち、顧客³⁾との相互理解を得ながら、公正な競争を通じた市場創造のための総合的活動⁴⁾である。(公益社団法人日本マーケティング協会 1990年)

1) 教育・医療・行政などの機関、団体などを含む。

2) 国内外の社会、文化、自然環境の重視。

3) 一般消費者、取引先、関係する機関・個人、および地域住民を含む。

4) 組織の内外に向けて統合・調整されたリサーチ・製品・価格・プロモーション・流通、および顧客・環境関係などに係わる諸活動をいう。

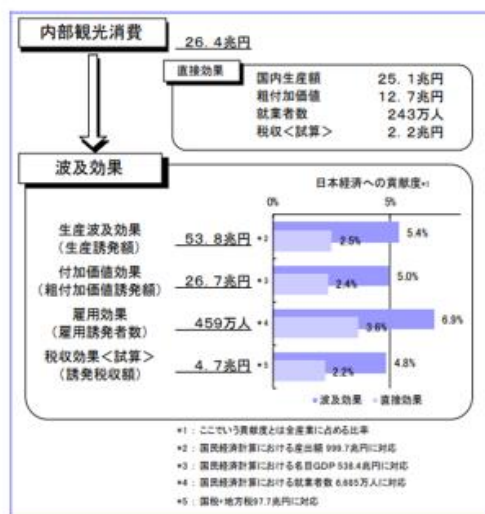
× モノをうまく売りつける技術

て、新しく何かを造り出していくということが必要な考え方で基本にあるものだと思っています。これからいくつか例をみていただきますが、そのことについて覚えたり、何か深く考えていくというよりは、新しく造り出す手がかりとするために使っていただけたらと思います。

そもそも観光が国の政策の重心になってきていることは、今は当たり前のことですが、30年前はこの観光の経済効果のデータそのものがなかったのです。データを出そうという動きもなかったわけです。その中で観光に関する調査は、わりと細々と行われていましたが、この30年の間に、私がおりました公益財団法人のような小さな調査機関だけではなく、あらゆる民間のコンサルタント会社や企業がどんどん観光に関わるようになりました。こうした動きはいろいろなアイデアが集まっていいと思います。このように内部観光消費 26.4 兆円という調査結果があり、さらに波及効果でもっと大きな金額が観光から生み出されることがわかります。観光の話で皆さんが周辺の方を説得するときに、こういったデータは効果的でよく使われています。

観光消費がわが国にもたらす経済波及効果

内部観光消費がわが国にもたらす経済波及効果(2016年)



「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」
(観光庁、2018年3月)より

観光がこれだけ注目されていますが、実は国内の旅行市場というのはなかなか伸びておりません。これは感覚的にご存じのように、人口が減っていますから当然ということですが、それだけではなく、年間の宿泊回数や宿泊数もずっと伸びておりません。これは私もこの業界に入って、皆さんもっと旅行をしたいという気持ちは強いのに、どうして伸びないのかとずっと疑問に思ってきましたが、なかなか数字自体は変わらないものです。なんとかしようとする動きは沢山ありますが、実態として数はそんなに増えていません。このような中で、訪日旅行者数いわゆるインバウンドといわれる数字はものすごい勢いで伸びています。2018年には3000万人を超えました。皆さんの中でも外国の方が日本中を動いていると実感されていると思いますが、2000年頃は500万人もいなかったですから、一気に伸びているのがグラフを見てわかります。国内市場が伸びない中で、ここに注目が集まってくるのは当然ですね。

参考までに、日本人の海外旅行者数を、業界ではインバウンドに対してアウトバウンドといいます。その数字はどうなっているかというと、2017年が1,789万人、一番新しい結果では1,895万人です。海外旅行者の数が右肩上がりが増えてきているかというとそういうものではなく、もう一定の上限に達しているところもあります。ご存じのように、同時多発テロなどの事件やリーマンショック、そして日本の大震災などもありましたから、日本人の旅行のマインドや海外に行く気持ちというのは落ち着いてしまっていて、あまり伸びないということもあります。

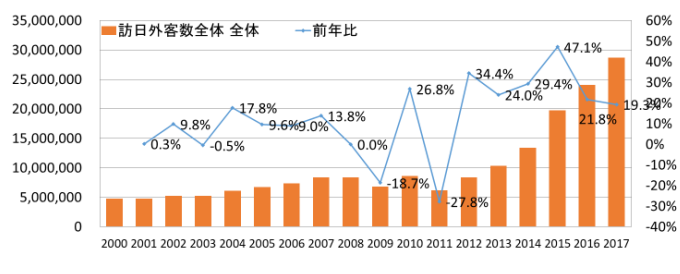
最近若い人たちには、海外に行かなくなっている現象も見られていて、二極化しています。私の時代は海外に憧れて、絶対行きたいというものでしたが、とても行きたいという若者と、行きたくないという若者にわかれているという感じがあります。

このような中で、世界の動きに目を向けてみると、今、日本に来る外国人旅行者は3000万人を超したところで、順位が少しずつ上がっています。世界の人が最も訪れる国の1位はフランスです。日本は、2015年では全体の16位でしたが、2017年は12位に上がり、2018年はまだ出ていませんが、少し上がっていると思います。12位ではそれなりに結構なランクではないかという見方もありますけれど、まだまだ世界から見ると、観光立国としては決して上の方ではありません。当然、立地というか、地続きかどうかという問題もありますので、単純に比較はできませんが、フランスは人口の1.3倍の人がフランスを訪れています。日本は3000万人、日本人の人口と比べてみると、まだまだ余地はあるのではないかと数字のほうから見るとそんなことがいえると思います。もちろんそれをどうするかは、日本の国民、我々が決めていけばいいことですが、単純に数字の比較をするとまだまだ余地があるということで政策としては力が入っているということです。

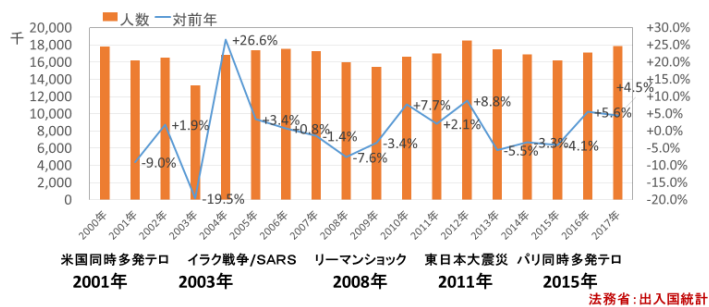
さらに、世界全体の旅行者の数字を合計すると、伸びておりまして、3.9%。世界中インターネットでいろいろな情報が繋がるようになりましたから、人の動きも活発になっています。その中で、アジア太平洋地域、日本を含むアジアは8.4%ということで、世界全体の動きの中でもさらにアジア太平洋地域に向かって来る人というのは伸びています。つまり世界の人の動きのなかでは、このアジア方面に注目が集まっていて、人が来ようとしている、そういう大きな流れの中に日本もあります。さらに、アジア全体の中の人たちも活発に動いていて、二重に注目すべきことですが、そんな中でどんなことが起きるかということ、アジアの中で、例えばお隣の国と連携してプロモーションをやっていこうとか、今までになかった観光への取り組みもやってみようという動きが起きています。

では、日本に来ている人はどんな人かというと、国別のものが2017年のものしか間に合わなかったので最新は若干違っていると思いますが、日本に来ている約3000万の人の中で、4分の1は中国、4分の1が韓国、それから台湾、香港、アジア近隣諸国の方で約75%、他にヨーロッパ、アメリカ、オーストラリアから。もう一つ、人数をお金に計算をし直したものがありまして、国内における旅行消費額、一番初めに26兆円というお話をしましたが、この数年前の数字が約22兆円で4兆円くらい増えています。どこが増えているかというと、訪日外国人旅行のところで、2.2兆円から4.4兆円、この3～4年の間に2倍にもなっています。お客さんの数としても消費額としても増えたと、実感としても増えました。ちなみに、自動車産業の日本から海外の輸出金額は12兆円ですから、それに対して外国

増える訪日旅行者数 2017年 2,869万人



(参考)日本人海外旅行者数 2017年 1,789万人

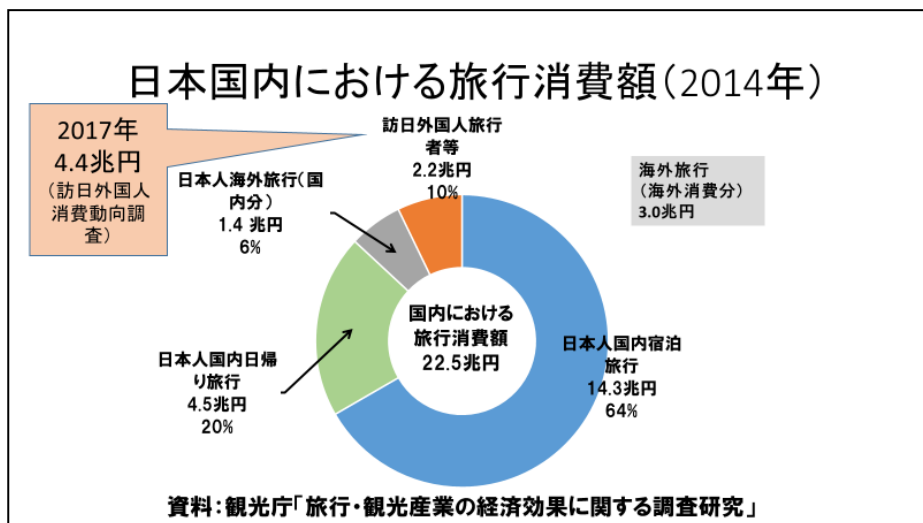


世界の観光--アジア観光は伸びている

	国際観光受入数 (単位：万人)	対前年増減数 (単位：万人)	対前年比
世界全体	123,500	4,600	3.9%
ヨーロッパ	61,970	1,220	2.0%
アジア太平洋	30,290	2,360	8.4%
アメリカ州	20,090	820	4.3%
アフリカ	5,820	440	8.1%
中東	5,360	-230	-4.1%

資料：UNWTO(国際世界観光機関) 資料に基づき観光庁作成
(平成29年版観光白書より)

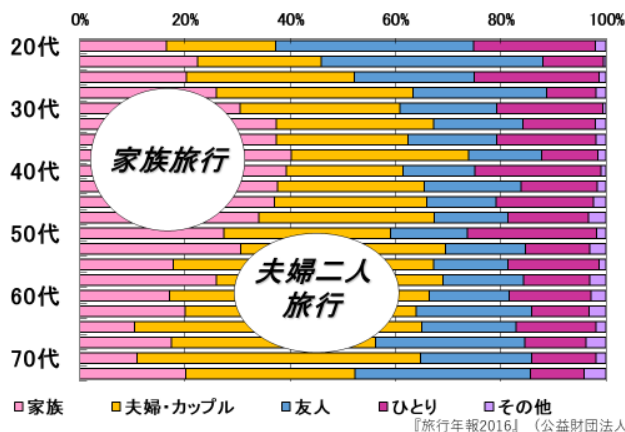
人の旅行者の数字 4.4 兆円は、離れているようで実は金額としては 3 位くらいです。自動車産業に続いて化学製品の輸出があり、それに続く大きさになっていることで、大きな金額にもなっています。だから、インバウンドを政策としてもやっていくということがよくわかります。一方で、実は全体を支えているのは日本人の国内宿泊旅行だということもグラフからわかります。ここが最近忘れがちになっていくので、あえて両方の面からお話していますが、やはり日本の温泉地のみならず、日本人の国内の旅行市場というものも、とても大きなボリュームがありますので、こちらについても是非忘れないで、政策も含めていろいろ取り組んでいかなければなりません。インバウンド、外国人も大切だけど、こっちも大切ということになるわけです。先ほど、日本の人口を思い出していただきましたが、日本人が年間に 2 回くらい宿泊旅行に出かけるという調査がありますが、単純に人口にかけて計算すると、日本に来る外国人の 3000 万人に該当するのが日本人の 3.2 億人ということになります。こんなに大きな数の人が国内の宿泊旅行で動くことができるわけです。



この国内旅行市場、とても大きな市場です。これをどういうふうに捉えるのかということ、国内旅行市場には一つの考え方がありまして、誰と一緒に旅行するのかということをととても大事にしています。私が以前の職場で長く調査をやってきたものの一つで、例えば、「誰と行きますか。」「一年間何回旅行しますか。」「誰と行きましたか。」、など旅行毎に分けて分析していくことをやっていました。20 代の人は家族と行くというよりは友達と、家族をだんだん持つ年頃になっていくと、つまり 30 代、40 代になっていきますと、家族と一緒に旅行に行く人が多くて、子供が手を離れて 50 代、60 代、70 代になっていくと家族旅行というよりは二人で旅行するという人が増えていく、というように年代によって国内の旅行市場を分析して、だいたいどのくらいの大きさがあるのかをずっと調査していました。後ほどお話ししたいのは、一人旅というのが意外に多くて 17.4%、全体を 100 としたときに意外と多いです。皆さんの実感としてどうでしょうか。10 年くらい前からこの調査をやっていて、10 年の間に 4~5%のところから 15%くらいまで拡大していきました。ほかと比べると数字があまり大きくないので目立たなかったですが、じわじわと大きくなっているのが一つの特徴です。これはもう温泉地としてどうしたらいいのでしょうかと、問われてきていると考えています。皆さまもよくご存じのことと思いますが、出発日を比較調査いたしますと、平日の

国内旅行市場のセグメンテーション

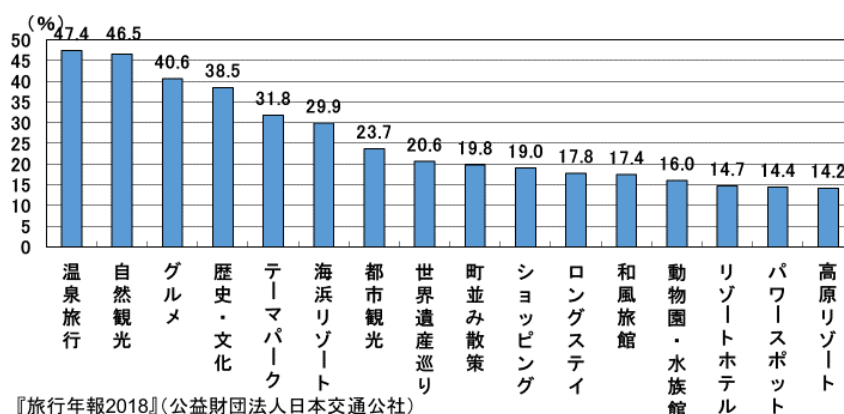
「国内宿泊観光旅行の同行者」



お客さんと週末のお客さんが違うということもよくわかります。人口減少に伴って、市場自体は依然伸びていない、でもその中で、外国人 3000 万人、それから家族旅行と夫婦二人旅行が非常に大きな割合を占めていて、家族旅行は夏休みや GW に集中しますので、平日の主要な人たちも分類してまとめることができるわけです。ちなみに、友人旅行とか一人旅は、バスなどの公共交通機関利用が多いですね。

大きな観光の動きから国内市場へ移動しまして、ここから温泉の話をし少し進めていきたいと思います。日本人の観光旅行の調査を2000年からずっとやってきましたが、どんな旅行をしたいかというときに常に温泉旅行が1位になります。日本人にとって温泉旅行は大事な旅行ですね。続いて自然観光、グルメ、歴史云々となっていて、近年は、グルメが上がってきています。それから世界遺産が7番目くらいにあります。昔は回答の選択肢にも入れていませんでしたし、人気もありませんでした。選択肢に入れてみると数字が上がっています。年によっていろいろ変化がありますが、温泉だけは不動の1位です。温泉が日本人にとって大切だと思って一つのエピソードとして、2015年、宇宙飛行士の油井さんが、もうすぐ日本に帰るという時に宇宙から日本に向けてインタビューを受けている映像がありまして、前半は彼自身が宇宙で取り組んだ成果の話でしたが、最後に「日本に帰ったら何をやりたいですか。」と問われたときに、「帰って温泉に入ってご飯が食べたいです。」と答えました。私自身は仕事で関わって温泉にはまっていた訳ですが、宇宙に行った人もやはり温泉に入りたいと思っているんだと、ほんとに感動しました。それほど場所なのですね、温泉地というところは。しかし、旅館の研究会などでお話を聞いている中で、こんなにみんな温泉が大好きなのに、温泉地は必ずしも元気ではない、なんか苦労しているという話が20年くらい前から出ていました。観光は変化していくものですので、旅行の形態など何かミスマッチなことが起きているということが言えます。数字で見ても、温泉地の数は増えています。その多くは日帰り温泉施設を伴っていて、日帰り温泉がすごく増えました。80年代から比較すると、単純に87年と15年度を比較しても3倍近く、この30年くらいの間に温泉地の数が増えて、日帰り温泉の数が増えたから、若い人たちは温泉で泊まることをイメージせずに、日帰りして帰るものだという人種が現れているということです。長く旅館の皆さんとお付き合いしていたのでとても衝撃でしたが、明らかにそのような変化が起きている。人気が高いのは間違いないし、とても大切な存在だけど、日帰りで楽しむ温泉施設が増えていきます。それから、大型温泉地の商店街さんにも何か元気がないことや、今まで経験したことのない国際観光、インバウンドというものとどう付き合うのか、そして昨今だと自然災害の対応が非常に大切になってきていることに加えて労力不足も出てきて、本当に温泉地で取り組まなければならないこと、考えていかなければいけないことというのはすごくたくさんあります。観光地としてまだまだ後進国といった言い過ぎですが、世界の観光立国に比べると十分やりようもあります。以上、観光の旅行、日本の旅行者、温泉地、時々インバウンドの情報もいれながらお話しさせていただきました。

温泉旅行は人気NO.1



日本の温泉地の現状と課題

- ・温泉人気は高いが、日帰りで楽しむ人、温泉施設も増加。
- ・国内観光の発展を支えた中～大型温泉地の旅館、商店街の衰退。
- ・温泉観光「地」としてのマネジメントノウハウ、人材の不足。
- ・国際観光への対応。
- ・自然立地ならではの災害への対応。風評被害を受けやすい。
- ・清掃、サービスなどの労働力不足。

2. これからの温泉地が注目すべきキーワード

ここからは、温泉が注目すべきキーワードということで4つをあげさせていただいています。1、外国人の対応、2、プロモーション、3、一人旅対応、4、まち歩きガイド。この4つは一つ一つ独立しているものではなく、それぞれが関係しています。さらに、これら全てに関わるのは、ストーリー、物語だと思います。まず、TBS朝日系列のテレビで放送された、日本の温泉地を訪れた外国人を取り上げた番組を紹介させていただきたいと思います。1位は秋田の乳頭温泉、2位箱根、3位草津、4位飛騨高山、5位登別。ランキングとともに雪景色がいい露天風呂の中に外国人の方が普通に入っている姿や、日本の風景も映し出されていました。そして8位には鬼怒川が入っていました。鬼怒川に來た人の満足ポイントって何だと思いますか？いろいろな国の方に聞いている場面では、日光東照宮などの観光名所があることと、いちご狩りができるということをエピソードも添えながら紹介していました。これを見たときに、このランキングは日本人とあまり変わらない、でも、日本人向けなら、鬼怒川温泉で近くに日光がありいちご狩りができるという普通のことは、番組に仕立てられない、でも外国人はすごく喜んでいし、これは何だろうと考えながら見ていました。つまり、一つは結局同じでいいということをこの番組は教えてくれました。もう一つ、このランキングを見ていて思い出したことがあります。2000年頃にJTBがものすごいサンプル数を集めて調査したときのランキングの1位は草津、2位は登別でした。それから、同時期に温泉マニアや温泉の研究者を対象にしたランキングでは、1位が乳頭温泉ということで、最新の外国人満足度ランキングとそんなに変わらないということも改めてわかりました。では、温泉の何が愛されているのか、何故宇宙から温泉に入りたいと思うのかということをもう一度考えてみますと、好きな温泉とその理由を選んでもらう日本人向けの調査結果から、1位はお湯が熱くて豊かという理由でお湯そのものが人気の秘密ということがわかります。3位、5位、8位も、効き目、香り、色ということで、やはりお湯なんだと思う一方、2位が山の眺め、4位が周辺の観光地、7位温泉街の散策、9位紅葉、と温泉そのものではありません。日本人にとっても温泉のここが好きといったときに、頭の中に広がるイメージが温泉そのものだけではなくて、周辺環境もあるということがよくわかる結果であります。それぞれの調査結果はよく知っていましたが、外国人も同じだということに改めて気づかされました。つまり、もっと自信をもって温泉と自然の良さを伝えていく必要があると思いました。

外国人に次に日本に來た時にやってみたいことを国別に聞いた調査では、フランス、中国、韓国の方が温泉を2位にあげていて、やはり日本の温泉に対して期待しているもの、気持ちは高いという結果が出ています。

このような中で、環境省が新しいプロジェクトに乗り出しています。温泉は観光保護のほうで圧倒的に強かったのですが、2015年に温泉保護利用推進室という部署が新しくできまして、楽しいとか元気といった言葉を使って、温泉地の観光に乗り出しました。より自然を活かして、インバウンドも意識しながら、新しく取り組んでいこうという動きが起きています。それから、これも新しい動きで今までになかったことですが、昨年、別府で世界温泉地サミットが開催されて、世界中の15カ国から温泉地の方が集まって会議をしました。世界の温泉地の人と一緒にテーブルに並んで何かを話すって、今までありそうでなかったんですよ。私は観光の担当で、フランスとイギリスの温泉の方と一緒にテーブルに並び、始めは何を話せばいいのかと冷や汗をかきながらの会議でしたが、文化や制度などいろいろ違いはありますが、温泉というものがどれほど人を癒やしてきたかということについて、世界規模で共感できることを感じました。今まではあまりなかったかもしれませんが、これからは国際的な行き来、外国人が來てという受け身ではなく、皆さん自身が海外の温泉地にお客様として行ってみるということをぜひやっていただけたら新しい何かひらめきがあるのではないかと思います。

いろいろ新しい動きというのは、温泉地や温泉関係者でも起こしています。プロモーションの話で言えば、先ほど、ランキングのお話で2位にあがっておりました草津が人気になったきっかけのPR動画が、テレビ番組や業界のニュースでも取り上げられてすごい人気になりました。ドローンが空撮で全体のエリアがこういう場所にあるところから迫って行って、言葉や文字は何もないものです。ずっと音楽と映像だけで、温泉の旅館や食事という紹介ではなく、そこに住んでいる小学生たちが温泉の湯気が見えるような街をランドセルを背負って歩いているとか、お祭りに参加しているとか、住んでいる人たちの日常を切り取りながら紹介をしていくというもので、学生

にも見せましたらとても感動して、「言葉はあまりいらなと思いました。」と言っていました。外国人も同じだと思います。

それから、一人旅が増えていると先ほどもお話ししましたが、多分受け入れる側の旅館さんからすると、一人で部屋を使われると何をしているかよくわからないし、一人でじっと動かないお客様がいたら心配になりますよね。業界としてはあまり積極的ではなかった時代をよく知っていますが、昨今、女性誌は年に1度くらいは温泉特集をやっていて、2017年、18年は続けて温泉一人旅の特集が出ました。海外旅行も、女性の一人旅限定のヨーロッパ旅行という商品が出てくるようになりました。今までは旅行会社も一人旅は対応が面倒だし、部屋代も高くなるということで、あまり手を出さなかった分野でしたが、いろいろと取り込まれるようになってきていて、一人旅はなかなかやり甲斐があると思いましたので、一人旅にとっても力を入れている旅館をご紹介します。こういう流れの中だから「一人旅も申し込みがあれば受けます。」というのは結構ありますが、これだとうまくいかないと思います。一人旅が増えているから受け入れるのではないのです。「一人旅の方は大歓迎ですよ、むしろ一人旅を勧めています、気ままにどうぞ。」と全面に出してやると、一人旅の人も心惹かれ、やりようによっては非常に面白くなるという事例です。外国の方に関しても応用がきく話だと思います。

この旅館は、息子さんが中心になって、まず最初にいろいろな価格帯とプランを作りました。内容も、歯ブラシからモーニングコーヒーなどいろいろなものがついているリッチ系プラン。一方で素泊まりの何もない簡単なプラン、ワンドリンク付きなど中間のプラン、他にもいろいろなプランを用意して実験してみました。皆さんどこが一番売れたと思いますか。一番は素泊まりでした。やはり安くてシンプルなのが一番ということで、一人旅プランとしてはよく売れたそうです。同時に逆のプラン、わりと高くていろいろついているリッチなタイプも期待していた以上に売れて意外だったそうです。ちなみに、それは35才くらいの女性ということで、こういう人たちに一人旅の需要があるということがわかりますね。また、想像してなかった効果としては、リピート率が高かったり、知り合いを連れてきたり、それから、一人旅をする人は口コミを書く傾向が強いようです。お友達と一緒にいる時間というよりは、一人でそこにいる時間を味わったり、それについて評価を書いたり。一人旅の人たちが持っている力なのでしょう。一番初めに言いましたけれど、いろいろ調べて新しく作り出したいい例だと思います。

目的やニーズを探ることから

高単価高付加価値プラン～低価格素泊まりプランなど多様化(実験)

セグメント	価格帯	プラン例	特典等
リッチ系	16800円～	・ちょっとリッチな男の休日プラン ・ちょっとセレブな女の休息プラン	マッサージ、地酒、別注料理、露天風呂ビール、レディスアメニティ、モーニングコーヒー
スタンダード	14000円～	・スタンダードプラン	料理グレードアップ
シーズン期間限定	13500円～	・ツーリングプラン ・イベント参加特典プラン	ワンドリンク、特別料理、フキカ等
お値打ち	13000円～	・平日お値打ちプラン	ワンドリンク
部屋指定なし	9500円～	・お部屋お料理お任せプラン ・1万円プラン ・シルバープラン	料理若干控えめなど
朝半泊	8000円～	・ビジネスプラン	夜食
素泊	5000円～	・シンプルプラン	

期待以上の成果(A旅館の場合)

- ・団体、家族、会社同僚を連れて再度泊まったり、連泊、直近予約増え、稼働率とリピート率アップ。
- ・思い切った「素泊」が好評だったが、「リッチ系」も人気で、結果的に単価アップ。
 - ・セレブプランは35才くらいまでの女性
 - ・中高年や旅慣れた人はスタンダード
- ・一人旅の方がクチコミを書く傾向が強く、特化している当館は高評価。
 - ・高評価は他の顧客層獲得にも貢献。
 - ・外国人(一人客多い)獲得にも貢献。
- ・平日利用も多く単価も高低差あっても需要が見込める→もっと新しい一人旅マーケットが創出できるのでは！？

温泉地で温泉地の良さをもっと伝えるために、そこに住んでいる人の目線で住民ガイドを育成して、街歩きで温泉地を歩くということをやってみてはどうでしょうかというのが最後の提案です。住民ガイドというと、たぶん皆さんの中では城や観光施設をボランティアさんがガイドしてくれるイメージがあって、栃木県にもいっぱいあると思いますが、私が提案するのは、温泉地の住民の方たちが温泉のまちの暮らしを案内するというものです。長崎市が新しい観光の取り組みで、長崎さるくという、街歩きガイドを沢山作って街の中を案内するという仕組みを

長崎さるく
表から舞台裏へ
点から面へ
ガイドが編集



ガイドさんが店内へ

2時間／500円(2012年)
(2017年 1800円)

2012.9.11「眼鏡橋から中通りへ」～長崎レトロのふれあい歩き～

季節毎に作りました。これがとてもうまくいって、そのパターンを真似する形で大阪や那覇、弘前などでも取り入れられました。どんなガイドかというと、観光ポイントも行きますが、決してその案内だけに留まらず、ふだん観光客が歩かない地元の方たちが行く商店街へ連れていってくれて、地元の方たちが買っているカステラ屋さんで店主がカステラ作りの話をしてくれたり、昆布だけを専門にしているお店でいろいろな種類の昆布の話の聞いたり、買い食いを

したりしながら2時間くらい歩くというものです。観光プランとしてとても評価されています。猫を追いかけるコースもあります。猫、ただの猫です。でも、長崎にいる猫はしっぽが曲がっている猫が多いそうですね。それを聞きつけた人が猫探しに行こうということで街を歩く。つい最近には、猫雑貨のお店もできて、やはりしっぽが曲がっているのですが、これはこのプログラムの中から誕生したお店だったり、商品だったりします。弘前には、路地裏探偵団という、飲み屋街をちょっと怪しい探偵風の人と一緒に歩く街歩きがあります。これもとても面白いです。このように、各地で住んでいる方たちが日常的にどんな暮らしをしているのかということを紹介するような街歩きをやっていきます。最初に長崎の例をお話しましたが、長崎がヒントにしたのは実は別府温泉なんです。温泉地から始まっているので、温泉地でやってほしいなと思います。温泉地で温泉地らしさを味わえる街歩きはありそうで意外とありません。既存の誰がやっても同じになるようなマニュアル的な観光案内ではなくて、そのガイドさんの目線が入った、

生きている、暮らしている人たちが、このスタイルで温泉地を案内したら絶対面白くなるだろうと私は考えているので、よろしければぜひこんなこともできたらいいのではないかなと思っています。ただ、地元の人にどうやってこれを巻き込んでいって形作るのかと、言うのは簡単ですが、そんなに簡単な、単純な、地図を作って、ガイドさんに歴史を教えればできるかということそういうものではないと最近わかってきました。皆さん自身も住んでいる人、皆さん自身が住民です。これまで、取材をしたりまとめたりした経験を踏まえて、温泉地をどうし

猫も観光資源に

長崎さるくの人気コース「猫さるく」

- ・「長崎には尾まがり猫が多く、歴史に由来する」
- ・「中国では幸運のしるしとされている」



弘前の路地裏探偵団



キーワードは「ワイルドサイドを歩け!」「バックストリート」「街角の裏話」
4～10月、夕方～
一人1000円

「探偵手帳」と探偵の印であるパンダナを渡され、クイズを解きながら夜の路地を歩く。



別府温泉の竹瓦界隈路地裏散歩

温泉観光地として
宿泊客減少

↓
・・・

地元住民による魅力再発見。
路地裏散歩ツアーやイベントに
より、近くにファンが増えた



たらしいかと最後に言いたいのは、街歩きガイドさんを育てて物語、ストーリーを語ってもらうなど、温泉地に暮らして生きていくということをもっと紹介する場面がこれからの温泉地にすごく必要なことではないかと思っています。

有馬温泉では、2010年頃、温泉の成分で詰まってしまったパイプを交換する体験ツアーがありました。温泉の泉質とか、そこに関わる人たちの仕事ぶりとか、こうやって温泉地で生きるんだなということがす

ごく実感できて、とても面白かったです。こういうふうに温泉の見てない部分をもっと伝える、温泉に関わっている方にとっては当たり前のことでも、実は日本人、ましてや外国人には全く伝わっていないことがあって、でもそこにすごく面白いストーリーがあるということです。鬼怒川の話に戻りますが、あの番組の中で驚いたのは、外国人がみんないちごをおいしいって食べている場面です。いちご作りは今やITで管理されていて、いかにおいしくするかはこういう技術と人の感性が生かされていると話していて、これはすごいなと思いました。栃木、温泉、鬼怒川、いちご、とつなげるだけではこういう新しい時代らしい物語はなかなか出てきません。登別では湯番頭さんがお湯の温度の管理のやり方を紹介していて、どんなに技術が進歩しても、最後は人間が確認するという話があり、すごくいいなとも思いました。

(参考)“住民”目線の温泉地再生

- 温泉地の内発的なパワーに注目
- 外部環境の変化を言い訳にせず、**新しい価値**を創り出そうと努力している11温泉地を取材
- 別府温泉、草津温泉、阿寒湖温泉など



『温泉地再生 地域の知恵が魅力を紡ぐ』(久保田美穂子著、学芸出版社、2008)

これで最後になりますが、こんなふうに新しい伝え方、ストーリーを意識した形で、SNSやガイドさんに語っていただく、あるいは都会から一人旅で来た人たちに目立たないところで働いている人たちがこんなにすごいということを知って帰っていただくのはどうでしょう。ぜひ温泉地の暮らしを、温泉地に生きるということを皆さんから観光客、外国人の方に伝えていただけたらいいなと思って私の話をまとめたと思います。最後の1枚は、「ガイドとは」というものをまとめたものです。やはり単純に解説するだけではなくて、旅行者とまちの暮らしをつなげてくれる人というものを作り出していただけたらと思います。

温泉まち歩きガイドが伝えてつなぐ、これからの温泉地

3つの役割

- **道案内・観光案内**
案内対象の解説。情報を教示してくれる人
- **インタープリター**
温泉に関する**専門的・文化的な知識と、参加者を楽ませる技術**の両方を持つ「**インタープリテーション**」(=解釈、通訳)を行う人
(アメリカの自然公園のガイドスタイル。自然系ガイドツアーで先行)
(マニアック、オタク、深みの魅力) **日本の温泉文化を伝える!**
- **コネクター**
温泉地に暮らす人と訪問者の**コミュニケーションの仲介者。人、モノとの「つながり」が生まれる手助け**をしてくれる人

ということで、これにて終わりにしたいと思います。ご清聴いただきましてありがとうございました。

講師プロフィール

久保田 美穂子 氏

亜細亜大学 経営学部 ホスピタリティ・マネジメント学科 准教授

1988 年東京外国語大学ドイツ語学科卒業。(公財)日本交通公社で旅行市場の動向等分析業務に従事し、2017 年からは亜細亜大学経営学部にて、観光による地域振興等について研究を行っている。2016 年から(公財)中央温泉研究所理事を務める他、経済産業省や観光庁の有識者会議委員、環境省の「自然等の地域資源を活かした温泉地の活性化に関する有識者会議」委員として「新・湯治」の推進に携わる。2018 年5月に大分県で開催された。「世界温泉地サミット」では観光分科会のコーディネーターを担当。著書に『温泉地再生』など。



栃木県保健福祉部薬務課薬務課

TEL 028-623-3119

FAX 028-623-3121

栃木県温泉保護開発協会連合会

TEL/FAX 028-622-6017

令和元年度栃木県温泉保護開発協会連合会理事会・通常評議員会

日 時：令和元年5月20日（月）

場 所：ニューみくら305会議室

1 理 事 会《出席者数：4名》

◎ 主な議事

(1) 賛助会員の入退会について

(2) 令和元年度通常評議員会に付議すべき事項について

2 通常評議員会《出席者数：12名、委任状提出者：13名》

◎ 主な議事

(1) 平成30年度事業報告及び歳入歳出決算について（次頁1）

(2) 令和元年度事業計画（案）及び歳入歳出予算（案）について（次頁2）

各温泉協会	役職名	評 議 員 名		備 考
日 光 市	会 長	特別評議員	大 嶋 一 生	日光市長
日 光 地 区		普通評議員	宮 原 弘	
		普通評議員	大 類 隆 男	
		普通評議員	岸 野 孝 明	
栗 山 地 区		普通評議員	八木澤 昌 夫	
		普通評議員	手 塚 貢	
		普通評議員	伴 正 美	
藤 原 地 区		普通評議員	星 收	
		普通評議員	庄 田 哲 康	
		普通評議員	高 橋 克 典	
那 須 塩 原 市	副 会 長	特別評議員	渡 辺 美知太郎	那須塩原市長
那 須 塩 原 市 黒 磯 地 区	監 事	普通評議員	荻 原 正 寿	
		普通評議員	加 藤 雅 之	
		普通評議員	室 井 孝 幸	
那 須 塩 原 市 塩 原 地 区		普通評議員	君 島 則 夫	
		普通評議員	君 島 行 雄	
		普通評議員	君 島 久 雄	
馬 頭	副 会 長	特別評議員	福 島 泰 夫	那珂川町長
	監 事	普通評議員	太 田 正 寛	
		普通評議員	古 内 テ ル 子	
		普通評議員	鈴 木 眞 也	
那 須 町		特別評議員	平 山 幸 宏	那須町長
		普通評議員	阿久津 勉	
		普通評議員	稲 川 裕 之	
		普通評議員	片 桐 俊 輔	

任期：平成30年5月から2年間

1. 平成30年度 歳入歳出決算

(単価 : 円)

歳 入			歳 出		
科 目	収入済額	備 考	科 目	収入済額	備 考
会 費	2,112,500	正会員 (7協会) 賛助会員 (44 会員)	会 議 費	41,805	理事会・評議員会 開催経費
適 正 利 用 普及促進事業	98,900	掲示表売却代 A2(11 部)	事 務 費	1,187,448	職員費・事務局運営費
広告料等収入	0		厚 生 費	844	労災保険料
寄 付 金	0		慶 弔 費	0	
諸 収 入	13	預金利子	事 業 費	49,630	掲示表作成費等
繰 越 金	1,286,939		温泉講習会費	342,548	表彰記念品代・記念式典次 第・講習会テキスト印刷代・講 師謝金・吊看板等
			普及啓発費	496,044	サイトコンテンツ 保守点検・拡充費
			負 担 金	43,506	日本温泉協会会費等
			予 備 費	0	
計	3,498,352		計	2,161,825	

2. 令和元年度 歳入歳出予算

(単価 : 円)

歳 入			歳 出		
科 目	本年度 予算額	備 考	科 目	本年度 予算額	備 考
会 費	2,110,000	正会員 (7協会) 賛助会員 (42 会員)	会 議 費	75,000	理事会・評議員会 開催経費
適 正 利 用 普及促進事業	105,000	掲示表売却代	事 務 費	1,490,000	職員費・事務局運営費
広告料等収入	0		厚 生 費	5,000	労災保険料等
寄 付 金	0		慶 弔 費	50,000	慶弔費
諸 収 入	473	預金利子	事 業 費	190,000	掲示表作成費等
繰 越 金	1,336,527		温泉講習会費	475,000	温泉講習会開催経費
			普及啓発費	755,000	サイトコンテンツ 保守点検・拡充費
			負 担 金	70,000	日本温泉協会会費等
			予 備 費	445,000	
計	3,552,000		計	3,552,000	

平成30年度 第1回 栃木県環境審議会 温泉部会

温泉法第32条の規定に基づく知事の諮問を受け、温泉のゆう出を目的とする土地の掘削等の許可申請について調査審議するため、平成30年10月24日、平成30年度第1回栃木県環境審議会温泉部会が開催されました。

諮問された案件について部会で慎重に審議された結果、特に支障がないと認められたため、許可答申となりました。

	申請地点	申請者	審議結果
掘削	日光市本町1573番8	山澤新エネルギー株式会社	許可答申

平成30年度 第2回 栃木県環境審議会 温泉部会

温泉法第32条の規定に基づく知事の諮問を受け、温泉のゆう出を目的とする土地の掘削等の許可申請について調査審議するため、平成31年2月22日、平成30年度第2回栃木県環境審議会温泉部会が開催されました。

諮問された案件について部会で慎重に審議された結果、特に支障がないと認められたため、許可答申となりました。

	申請地点	申請者	審議結果
掘削	鹿沼市上南摩町字沢口1976番	鹿沼市長 佐藤 信	許可答申
動力装置	矢板市木幡字天神脇1641番4	矢板市 齋藤 淳一郎	許可答申

令和元年度

第 1 回

栃木県環境審議会

温泉部会

温泉法第 3 2 条の規定に基づく知事の諮問を受け、温泉のゆう出を目的とする土地の掘削等の許可申請について調査審議するため、令和元年 6 月 2 4 日、令和元年度第 1 回栃木県環境審議会温泉部会が開催されました。

諮問された案件について部会で慎重に審議された結果、特に支障がないと認められたため、許可答申となりました。

	申請地点	申請者	審議結果
動力装置	日光市本町 1 5 7 3 番 8	ヒューリック株式会社	許可答申
動力装置	那須塩原市唐杉字曾根林 4 1 番 5	鈴木 邦廣	許可答申

温泉成分、禁忌症、適応症及び利用上の注意事項 掲示表について

栃木県温泉保護開発協会連合会では、温泉法第18条に基づく掲示表の作成・販売を行っております。
ぜひ、ご利用いただきますようお願い申し上げます。

- 温泉成分の定期的な分析（10年ごと）と、その結果に基づく掲示内容の更新が義務付けられました。
- 栃木県温泉保護開発協会連合会会員の登録分析機関
- ◇(一社) 栃木県薬剤師会 宇都宮市緑5-1-5 TEL028-658-9877
- ◇平成理研(株) 宇都宮市石井町2856-3 TEL028-660-1700
- ◇(一財) 栃木県環境技術協会 宇都宮市下岡本町2145-13 TEL028-673-9080

温泉成分・禁忌症・適応症等掲示表

利用施設名

浴用に供する場所

浴用に供する場所における温度

1 源泉名

2 ゆう出地

3 泉 質

4 ゆう出地における試験成績（調査及び試験年月日 令和 年 月 日）
(1) 泉温 (2) 水素イオン濃度 (pH値) (3) 電気伝導率 S/m
(4) 知覚的試験

5 試験室における試験成績（分析終了年月日 令和 年 月 日）
(1) 密 度 g/cm³ (2) 水素イオン濃度 (pH値)
(3) 蒸発残留物 mg/kg (4) 成 分 総 計 mg/kg
(5) 知覚的試験
(6) 試料1kg中の成分及び分量 (mg)

陽イオン	陰イオン	遊離成分
水素(H ⁺)	フッ素(F ⁻)	非 解 離 成 分
リチウム(Li ⁺)	塩 素(Cl ⁻)	塩 酸(HSO ₄)
ナトリウム(Na ⁺)	硫酸水素(HS ⁻)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
カリウム(K ⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
アンモニウム(NH ₄ ⁺)	チオ硫酸水素(SO ₃ ⁻)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
カルシウム(Ca ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
マグネシウム(Mg ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
アルミニウム(Al ³⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
マンガン(Mn ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
銅(Cu ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
第二鉄(Fe ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
第二銅(Cu ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
鉛(Pb ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
亜鉛(Zn ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
カドミウム(Cd ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
ストロンチウム(Sr ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
バリウム(Ba ²⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
クロム(Cr ³⁺)	硫酸水素(HSO ₄)	メタケイ酸(H ₄ SiO ₄)
計	計	計

その他の微量成分

1 浴用の禁忌症

2 浴用の適応症

3 浴用上の注意事項

4 成分に影響を及ぼす事項

【一般的禁忌症】病気の活動期（特に熱のあるとき）、活動性の結核、進行した悪性腫瘍又は高度の貧血など身体衰弱の著しい場合、少し動くと息苦しくなるような重い心臓又は肺の病気の、むくみのあるような重い腎臓の病気、消化管出血、目に見える出血があるとき、慢性的病気の急性増悪期

【一般的適応症】筋肉若しくは関節の慢性的な痛み又はこわばり（関節リウマチ、変形性関節症、腰痛症、神経痛、五十肩、打撲、捻挫などの慢性期）、運動麻痺における筋肉のこわばり、冷え性、末梢循環障害、胃腸機能の低下（胃がもたれる、腸にガスがたまるなど）、軽症高血圧、耐糖能異常（糖尿病）、軽度高コレステロール血症、軽い喘息または肺気腫、痔の痛み、自律神経不安定症、ストレスによる諸症状（睡眠障害、うつ状態など）、病後回復期、疲労回復、健康増進

【泉質別禁忌症】

【泉質別適応症】

ア 入浴前の注意

イ 入浴方法

ウ 入浴中の注意

（ア）食事の前、直後及び飲酒後の入浴は避けること。

（イ）入浴温度 高齢者、高血圧症若しくは心臓病の人又は脳卒中を経験した人は、42℃以上の高温浴は避けること。

（ウ）入浴回数 入浴開始後数日は、一日あたり1～2回とし、慣れてきたら2～3回まで増やしてもよいこと。

（イ）浴槽から出る時は、立ちくらみを起こさないようにゆっくり出る。

（ウ）めまいが生じ、又は気分が不良となった時は、近くの人に助けを求めつつ、浴槽から頭を低い位置に保ってゆっくり出て、横になって回復を待つこと。

（イ）入浴後の注意

（ウ）入浴後の注意

オ 湯あたり

カ その他

温泉療養開始後おおむね3日～1週間前後に、気分不快、不眠若しくは消化器症状等の湯あたり症状又は皮膚炎などが現れることがある。このような状態が現れている間は、入浴を中止するか、又は回数減らし、このような状態からの回復を待つこと。

温泉の禁忌症・適応症及び浴用上の注意事項を上記のとおり決定する。

決定年月日 令和 年 月 日

決定者

この分析成績は鉱泉分析法指針の鉱泉分析法による。

登録分析機関番号

分析年月日 年 月 日 分析機関名

1～3は本書の写である。 令和 年 月 日

栃木県温泉保護開発協会連合会

《通常版（A2）見 本》

【料金】☆送別

掲 示 表 種 類	会 員		非 会 員	
	フレーム有り	フレーム無し	フレーム有り	フレーム無し
通常版 (A1)	12,000円	9,500円	22,000円	18,000円
通常版 (A2)	8,000円	6,000円	16,000円	12,000円
成分に影響を与える事項のみ (A4)	3,000円	1,000円	6,000円	2,000円

《お申込み・お問い合わせは事務局まで》

15