

都市計画学会関西支部 令和元年度 第3回フィールドワーク
観光まちづくり最前線 長門湯本温泉フィールドワーク

趣 旨

山口県長門市では2016年8月に長門湯本温泉の再生を目的とした「長門湯本温泉観光まちづくり計画」を、2020年3月に開業予定の星野リゾートとともに策定。それを受けて、計画実現の実務チームとしてデザイン会議が構成され、パートナーであり投資主体である民間事業者、住民と共に公民連携事業が推進されています。

今回のフィールドワークでは、このプロジェクトに関わる地域事業者、行政、専門家から取り組みについての説明と町歩きを行い、これからの公民連携および観光まちづくりのあり方について考えました。

開催概要

◇日 時：令和2年2月15日（土）～16日（日）

◇場 所：湯本温泉旅館共同組合 2階会議室

◇参加者：30名

◇内 容：

- ・15日 15:00～15:30 長門湯本プロジェクト概要説明①
長門市経済観光部理事 田村 富昭 氏
- ・15日 15:30～17:00 現地視察
(有) ハートビートプラン 代表取締役 泉 英明 氏
- ・16日 10:00～12:00 長門湯本プロジェクト概要説明②
(有) ハートビートプラン代表取締役 泉 英明 氏
- ・16日 11:00～12:00 長門湯守の活動紹介
長門湯守(株) 共同代表 伊藤 就一 氏 大谷 和弘 氏

長門湯本プロジェクト概要説明①

「長門湯本温泉観光まちづくり」 長門市経済観光部理事 田村 富昭 氏

- ・観光客が団体から個人へ転換する中で観光客数が半減し150年続いた旅館が廃業。その危機感からまちづくりが開始。残された建物が温泉街のイメージを悪化させることを懸念し、市が旅館の土地を取得、地元の旅館組合が更地化し、星野リゾートの誘致を計画。
- ・ランドスケープも含めた温泉地の再生計画



を星野リゾートに依頼し、それをベースに市が観光まちづくり計画を策定。観光客が旅館の中に留まるのではなく、街に出て回遊する計画。

- ・大切にするのは公共空間（道路、河川）を温泉地の資源とし、使いこなすということ。公共空間を民間で活用するためのステップとして、道路には屋台やベンチ、河川には川床を設置するなどの社会実験を行い、安全性や運用上の課題などを検証。現在は河川敷地占用許可準則に基づく都市・地域再生等利用区域の指定を受け、「長門湯本オソト活用協議会」が河川と道路とを一体で管理・運用する仕組みを構築。
- ・社会実験での出店者も、的屋ではなく、温泉街の将来像に合った事業者に来てもらうことでイメージを共有出来るようにしている。
- ・当初は地元事業者や住民は主体的ではなかったが、次世代の若手がプロジェクトに主体的に関わり始め、ギャラリーカフェを開業。現在では、恩湯の再生に取り組む。
- ・景観条例の制定や、景観ガイドラインの策定を行い、風情ある景観形成にも取り組む。積極的に改修案を提案し、既存の商店も景観形成に協力。山口大学の学生ボランティアの支援もあり、リノベーションも進む。
- ・観光まちづくり計画の目標は全国の温泉地のトップ10入り。そのためには観光地全体を経営する視点が必要であるため、地域の民間事業者によりエリアマネジメントを行う法人が立ち上げられた。また、入湯税を150円から300円に引き上げ、現在整備が進む景観インフラの維持・修繕と、温泉街全体のエリアの価値を高める公益性の高い事業を行う財源を受益者負担により確保。

〈質疑〉

- ・川床などは、社会実験が成功したから常設にしたということか？また、河川管理を行う県の協力はなぜ得られたのか？
- 社会実験により賑わいがあったからということではなく、増水の際に問題がないか、流域の流れを止めないことを技術的に確認したことで認められた。また、山口県は星野リゾートの誘致の際に協力してもらった。川床は星野リゾートのプランで提案されたため、県も建設的に検討することに。
- ・景観インフラの整備に23億（市の予算規模は200億）かかるということだが、補助金は導入しているのか？
- 平成28年度から地方推進交付金を得てソフト事業を、平成29年度から景観まちづくり刷新事業を導入してハード事業を行っている。市の持ち出しは半分程度。
- ・地元事業者の自主性は、どのように生まれていったのか？
- 市の担当者とのコミュニケーション。当初観光まちづくり計画の勉強会を半年間行ったが、主体的な関わり方では無かった。行政の支援は地元事業者が動くことが前提と宣言。

地元事業者が自らの出資でカフェギャラリーをオープンしたことによって、自分ごとになった。また、専門家もたくさん入っている。徐々に心を一つにしながらいよいよ実現に向かっていった。

- ・入湯税の引き上げ分を積立する基金の規模は？また、その用途の制限は？
→年間 20 万人が訪れるので、約 3,000 万を想定。基金を使用するエリマネ法人は長門市と事業計画に関する協定を締結しなければならない。また、エリマネ法人と長門市双方を、外部評価委員会が評価する仕組みとしている。

現地視察

1. 長門湯守事務所

衣料品店をリノベーション。将来的にはサブリースも検討。

2. cafe & pottery 音 (店長 藤野氏)

旅館の後継者、花屋、デザイナー、萩焼作家の 6 名が経営。20 年ぶりの新規出店。社会実験により「置き座 (川側へ張り出した床)」が実現 (オソト協議会は占用主体として事業者から占用料を徴収し、県に支払っている)。

地元利用者が約 7 割。市外から自転車で来るお客や、旅館のチェックイン後に訪れるお客も。

3. 恩湯と飲食棟

広場と温泉と食の空間。住吉神社と深いつながり。河川区域を変更して整備。



4. まちの番台 “みんなのおとずれ堂” ((株)LEM 空間工房 長町氏)

夜間照明のデザインに関わる長町志穂氏が主催するリノベーションプロジェクト。

観光案内・寄り合い所・オリジナルグッズの販売店として整備中。

5. 竹林の階段・長門湯本温泉駐車場・紅葉の階段

駐車場は国道に直結しており、車を停めて歩いてまちを回遊する仕組みとなっている。

6. 星野リゾート界 長門 (総支配人 三保氏)

総支配人の三保裕司氏の案内のもと、トラベルライブラリーや、藩主のお茶屋屋敷をイメージしたロビー、ご当地楽ラウンジ (伝統文化を生かしたアクティビティを提供する空間) などを見学。客室は 40 室で、全室ご当地部屋 (地元の伝統工芸を生かしたイン

テリア) などを見学。あけぼのカフェではどら焼き・コーヒー・アルコールを提供し、川を楽しんでもらえるようにする予定（界で日帰り客へも開かれた店舗整備は初）。



7. 雁木広場と飛び石

8. 長屋プロジェクト（金剛住機(株) 木村氏）

事業主で、リノベーションの専門家である木村大吾氏の解説にて、改修工事の見学。バー・カフェとして貸し出す予定。

9. 荒川食品・A side（荒川ご夫妻）

外観の修景を行った荒川食品と、元倉庫を改装し、奥様がピタパンなどを提供している A side を見学。ご主人は、新規事業者と地元住民をつなぐ重要な役割を担っている。



10. 恩湯前の川床

24 時間体制で増水などに対応できるよう、手すりの設置・取り外しの工夫がされている。

11. シェアハウスみかん荘

全 7 戸で 4 名が居住。旅館で働いている人同士や地元との接点をつくるために整備。

12. 大寧寺参道、大寧寺川のうたあかり、チャレンジマルシェ

閑散期の誘客のために、ライトアップの社会実験（2 回目）を実施。地元の方々が金子みすずの詩に出てくるものをモチーフに作っている。



長門湯本プロジェクト概要説明②

「民間投資者のアイデアを受入れまちを改造 川と生きる温泉街の再生計画

長門湯本みらいプロジェクト」 (有) ハートビートプラン 代表取締役 泉 英明 氏

- ・長門湯本観光まちづくり計画はできたものの、誰が計画を推進するのか、また、誰がどの施設を運営するのか、全く決まっていなかった。行政のワンストップ窓口となる課が、庁内関連部局を横串でつなぎ、必要な専門性を判断し推進体制を提案して、市が専門家チームをプロポーザルで決定した。また、エリアに投資や参画する事業者は決まっていなかったが、地元で熱い思いを持つ事業者候補として若手メンバーに入ってもらい、この三者でデザイン会議を立ち上げた。
- ・通常は専門家が提案をつくり、行政と地元と話をしてアドバイザーの先生に意見を聞くスタイルが大半だが、最初から、現場で汗をかき責任を持って進めるメンバーでスピード感を持って動ける体制とした。3年後に界のオープンが決まっていたので、事業内容を提案し地元や事業者と進めるデザイン会議と、提案に対して意思決定をする推進会議を設ける形にした。まちづくり協議会などの地元組織にも、デザイン会議が説明を行っている。
- ・専門家のプロポーザルは、「ハードデザイン（ランドスケープデザイン、景観ガイドラインの策定、夜間照明、交通戦略、リノベーション）」と「プロジェクトマネジメント」の2つ。地銀もデザイン会議に最初から入っている。また、地域への情報発信（インナープロモーション）、観光客や進出してもらいたい事業者への情報発信（アウトプロモーション）も行う。
- ・マスタープランでは行政が全て整備する想定だったが、恩湯と礼湯は長門湯本の心臓。昭和26年以前は地元温泉組合で運営されていたこともあり、市ではなく地域や地域の事業者で経営できないかと思っていた。そこで各施設の事業性の検証を行い、それに基づいてプロジェクト全体で公民の仕分けを実施。遊歩道や竹林の階段などインフラは公共で整備するが、外湯等は民設民営とした。
- ・恩湯と礼湯は、配湯や運営費で昭和40年以降赤字であり、税金が年間6,000万円使われている状況だった。また、礼湯は泉源が枯れ別の所から引いていた。事業性の検証の結果、二つの外湯事業を行うのはリスクが高く、収支的にも難があるため、礼湯は名残となるものを残し、恩湯に集中して整備を行う方針に。だが、各旅館は、自分の旅館に注力しており、外湯経営までは手が回らないという状況だった。このままでは外の事業者が入ってくる可能性もある中で、若手が手を挙げ、長門湯守を設立して事業者として手を挙げた。長



門湯守には大谷氏・伊藤氏だけでなく、情報発信担当の白石氏や先祖代々外湯の管理をしていた店舗オーナー青村氏も参画。事業のリスクを本業の旅館経営と切り分ける、プロジェクトファイナンスが地銀の協力によりできたため。恩湯を解体する際には、Thanks ONTO というイベントを実施し、それが団結につながった。

- ・ランドスケープデザインは、星野リゾートが描いた温泉街再生プランから関わっているカネミツヒロシセッケイシツである金光弘志氏が担うこととなる。
- ・エリア内の交通戦略の検討に当たっては、温泉街の中心部の道路を対面通行と一方通行の2パターンで社会実験を実施。交通管理者との協議も、社会実験による結果に基づき行った。
- ・エリア内の不動産については、行政の松岡氏が1件1件マッチングをしている。地域のコミュニティに深く入り、ホワイト不動産の役割を果たしている。
- ・長門湯本観光まちづくり計画は、温泉地トップ10に入ることが目標。エリア全体の経営視点とそのためマーケティングやブランディングを行う、エリアマネジメント法人を立ち上げることに。既存の各組織との役割分担や関係性も検討した。

長門湯守の活動紹介

「みんなでつくるまちづくり ～長門湯守の目指す風景」

長門湯守（株）共同代表 伊藤 就一 氏

- ・恩湯を解体する前に、恩湯写真集を発行。地元の写真家に、毎日入る住民を撮ってもらった。写真とともに恩湯の歴史を語り継いでいきたい。
- ・長門湯守のまちづくりは、4つのSceneで成り立っている。
- ・Scene 1 は、cafe & pottery 音。誰も会社を立ち上げたことがなかったが、事業計画を立てながら進めていった。松岡氏が川に面した空き家の算段をつけ、リノベーションは木村氏に依頼。木村氏には施工も教えてもらい、山口大学のリノベ部にも協力をしてもらって手作りで進めた。また、1名の大工さんのワンオペで進めることができ費用を抑えられた。長門湯本には、「置き座」という道路と同じレベルで川に張り出す文化があった。それを再現し、席数が確保されるようになった。
- ・Scene2 は、長門湯守事務所。エリアマネジメントの法人に入ってもらおう予定。この物件はもともと服を売っていた店で、マッチングには松岡氏が活躍。オープンな店構えと大きさ、人通りから、将来的にはサブリースも検討。



- ・空き家活用のポイントは、①立地、②目利きの人材（長門湯本では松岡氏。単なる空き家情報の入手だけでなく、事業への理解まで取り付ける。）、③居場所づくり（サードプレイス）。
- ・Scene3 は川床のある日常。完成予定の恩湯ではビールの販売を行う他、恩湯食としてテイクアウトの食べ物（焼鳥等）を販売。川辺や川床でそれらを楽しむ風景ができる。
- ・Scene4 は、「ちょいバイトちょい飲み」構想。アルバイトの業務は、旅館やホテルでの時間が細切れになる業務（フロント、駐車場、温泉清掃、館内清掃等）やまちづくり活動の清掃やイベント運営業務を想定。。年金をもらっている住民は、1日2～3時間ぐらい働ける場所を求めている。そのため、ちょっと働いて恩湯に無料で入ってもらおう仕組みを作る予定。今後、無償のボランティアの確保が難しくなるため、高齢になっても働ける仕組みに。

長門湯守の活動紹介

「長門湯本固有の場所づくりについて

～住吉神温泉発見物語共同幻想の解体、そして新構成の恩湯へ～

長門湯守（株）共同代表 大谷 和弘 氏

- ・以前の長門湯本エリアは、川に添って小さな旅館が軒を並べ、風情があった。温泉組合が運営をする公衆浴場「恩湯」が温泉の中心部にあるため、旅館は館内に温浴施設を所有してなかった。そのため、宿泊客は、旅館から温泉へ出かけていた。当時の長門湯本温泉エリアターゲット客は、男性客。まちには芸妓が約100名おり、夕方には、温泉街を下駄で歩き、旅館に向かう。また、旅館の従業員も温泉に入りについていた。お客も従業員も、温泉街をそぞろ歩きをする構造があった。その後の高度経済成長とともに、さらなるマーケットが拡大した結果、各旅館が施設を拡大し、館内に温浴施設を所有し始め、最終的に、温泉組合を解散し、恩湯が市営事業となった。民設と公設の違いは出で立ち。市営事業となって60年あまりが過ぎ、施設は老朽化し、サービスは必要最低限のものとなり、赤字経営となる。市は、「公設公営」から「民設民営」へ方針転換をすることになる。
- これから我々が引き継いでいく、恩湯の経営方針は、パブリック空間の活用を通じて、生活者の暮らしの喜びに即した固有の生活文化を創造すること。
- ・生活者が大切。住民も働く人も楽しめるように、お金じゃない、交換の仕組みが地域にできればと考えている（ちょいバイトちょい飲み）。観光客が来たからと行って自動的に住



民と交流が生まれるわけではない。これから先は一世帯あたり一名の高齢者がますます増える。社会とのコミットメントは、「仕事」。超短時間でもいい、それが高齢者にとってのニーズ、仕事を通じて、人のお役に立てることが、人間としての生きる喜びだと、私は考える。ちょっと働いて、温泉に入ったり、川床でちょっとビール飲んだり。そういう地域固有の交換ができれば楽しいと思う。そういう雰囲気の中で、観光客も地元住民も川をそぞろ歩きしたり交流したりできるようになれば。また、温泉は、商売上、ターゲット層は広い。しかし、イメージターゲットとしては、厳しい目を持つ女性に満足してもらうことが重要。川・温泉・広場・飲食棟をひとつながりの空間としてスモールエリアをつくってマーケティングすることを目指す。

- ・温泉場ごとに温泉縁起譚（物語）がある。猿が発見したり、狐が発見したり。これは、日本の物語財産だと思う。その猿や狐は、ただの動物か?? それは象徴的に表出されたものであって、地域の財産である温泉と、地域の名士や豪族との関わりなかで生まれきたもので、それらの諸関係の中で、表出されたものだ。地域ごとの物語を尊重し、その物語の成り立ちを突き止めることが大事。それがここにしかないオリジナリティになると考える。長門湯本には、住吉の神様が温泉を発見した物語が保存されている。その温泉発見物語を構成した張本人は、当時の大寧寺のお坊さん、初代エリアマネージャーのようなものだ。彼は、神社、そして寺とともに、その時の権力者、大内家が大スポンサーという背景に目をつけた。大内家と巧妙に交渉し、温泉をお寺が所有すること、さらに、住吉神社と大寧寺との深い関係性を結ばせることに成功した。そのひとつの表現されたものとして、袈裟をかけた住吉大明神が大寧寺に祀られている。
- ・恩湯内にもこの温泉の神様が祀られており、深さ 1m の浴槽には、お寺の墓石が用いられていた。新しい恩湯でも、地元住民が大好きな深さ 1m の浴槽を残す。お風呂に入る行為を神聖なものとし、洗い場で穢れをとって、少し歩いた先に浴槽がある空間構成に。恩湯を壊す前に抜魂したので、完成した際には魂を入れ、しめ縄と袈裟を来た温泉の神様を祀る。また、掘削しないで岩の間から湧いている非常に珍しい自噴温泉なので、男湯からも女湯からもそれを見ることができるようにした。
- ・場所ごとの固有の「文化資本」「自然資本」「象徴資本」とは何かをみつけ、ビジョンとコンセプトを再構成し、地域固有のパブリック資本に仕立て上げていくのが我々の責務だ。

〈質疑〉

- ・空き家の所有者は、地域外の方が多いのか？また、空き家バンク的な情報整理は行っているのか？
- 空き家の所有者は現地にいない方も多し。決定権者を突き止めるところまで松岡氏が行い、直接行って交渉する。また、空き家を持っていても困らない所有者が多く、空き家バンクのような情報収集は行えていない。所有者が亡くなると相続権が散ってしまうこともあり、その前に対応しようと松岡氏は動いており、心ある事業者等には個別に松岡氏が

持っている情報を提供している。

・観光客が来た時の行動イメージは？

→今の時代にあったそぞろ歩きをしてほしい。またここにしかないものを体験してほしい。

親の世代は自分たちの温泉で過ごしてもらうことが重要だったが、これからは、町に出て、川床で焼鳥+ビールを楽しんで欲しい。