

俵山温泉ランドデザイン(基本計画)及び実施計画

2024年3月

1 | グランドデザイン策定の背景

西日本随一と言われる良好な泉質を誇る俵山温泉は今、湯治客の減少や温泉街関係者の高齢化、事業後継者不足といった課題により空き旅館・空き家が増えるにつれて、入湯客や観光客が年々減少し、旅館や温泉施設の持続的経営が困難な状況に立ち至っています。

開湯後1,100年と言われる長い歴史や古くから続く湯治文化、風情ある街並みを後世に残したいという俵山地域の方々の熱い思いに応え、市では令和5年度、俵山温泉エリアプラットフォームを構築し、地域の方々、民間企業、金融機関、行政等が一丸となった議論のもと、未来ビジョンとなる「俵山温泉グランドデザイン(基本計画)及び実施計画」の策定に取り組んでまいりました。

この上は、持続可能な温泉街を目指し、地域との連携を図りながら、新たな民間企業の知見やノウハウを活用して客観的かつ的確な観光需要を掘り起こすとともに、飲食や宿泊等に民間の積極的な参画・投資を呼び込むビジネスモデルを構築することにより、俵山温泉を核とした地域活性化を進めてまいり所存です。

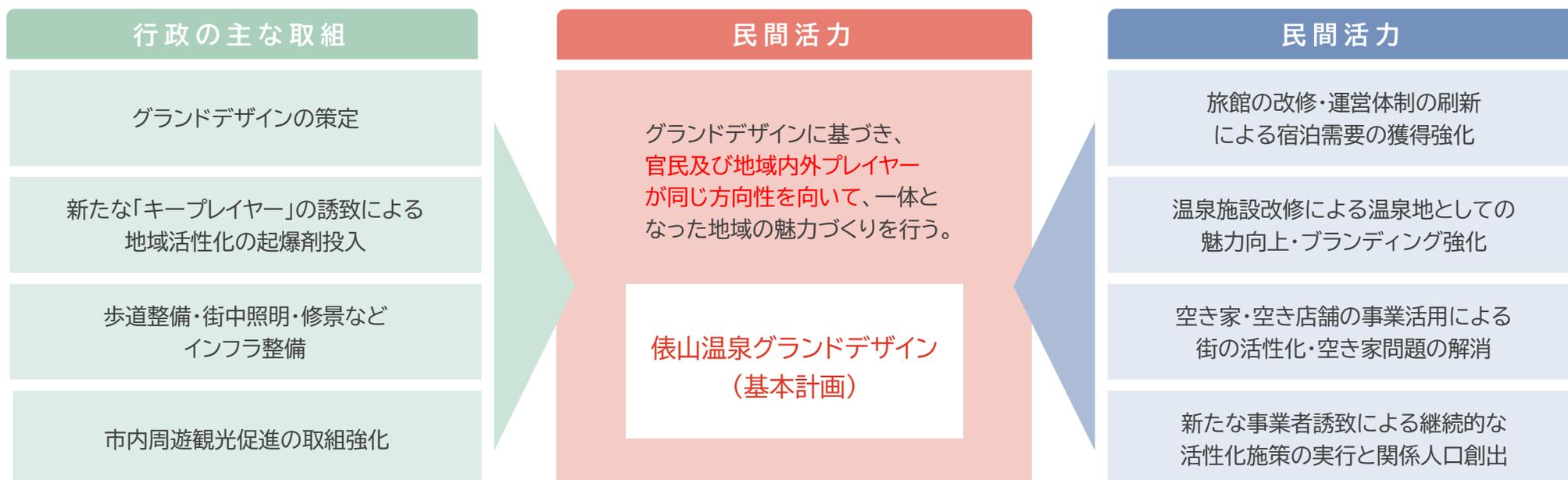
長門市長 江原 達也



2 | グランドデザイン策定の目的

官民、地域内外事業者、地域住民と観光客が、同じ方向性を向いて、まちづくり活動をしていくための指針をつくる。

- 俵山に住むひとが 主役となり、俵山独自のサービスを生み出す
- 俵山に泊まるひとに 高付加価値の宿泊サービスを提供し、俵山のファンを増やす
- ファン(観光客・関係人口)創出を通じて、地域に経済的・社会的恩恵をもたらす
- 次世代の成りて(後継者を育てる)



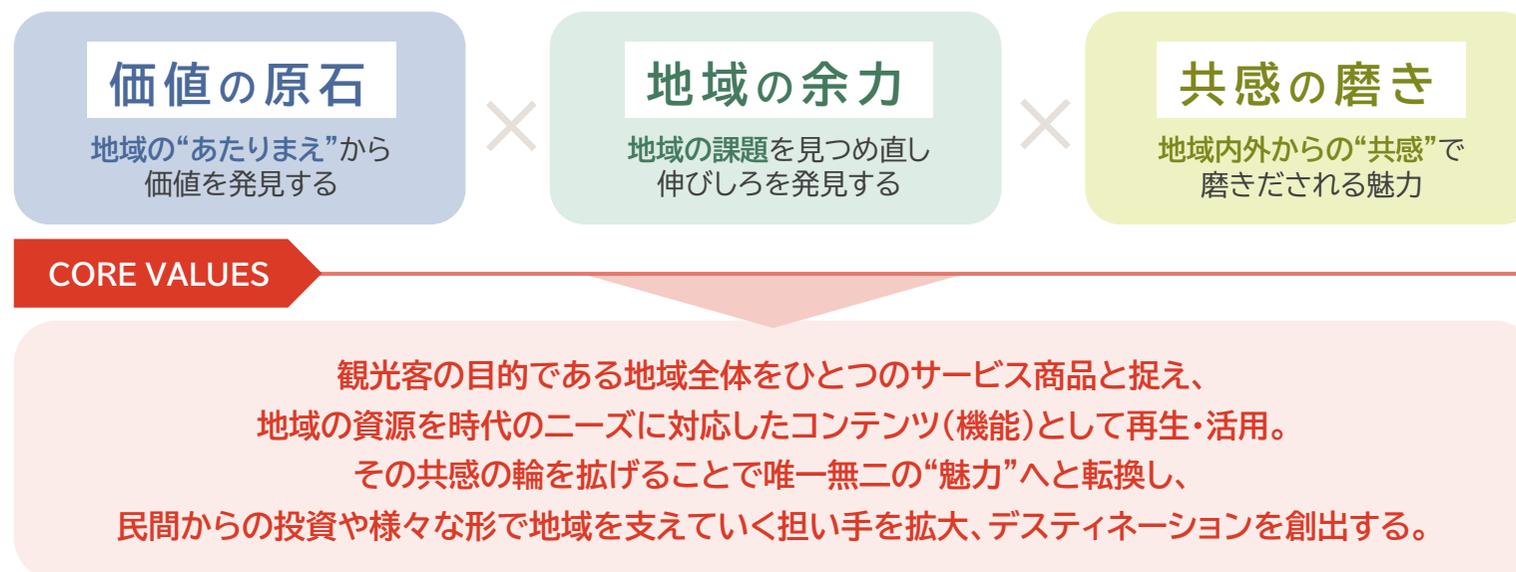
3 | グランドデザインの意義と役割

客よし、地域よし、住民よし！「三方よし」の観光地経営

日本の観光の現場では「より多くの観光客に来てもらう」という考えのもと、官民の参画や投資は、集客を目的とした観光施設の充実へと向けられてきました。

このことは混雑や環境の悪化といった弊害に加え、常に新しい設備投資を続けなければ魅力を維持できないジレンマを生み、観光地の経営を著しく疲弊させる結果を招きました。

一方で、SDGsという言葉が社会に浸透し、観光についても「持続可能」であることを追求する動きが生まれつつあります。俵山温泉観光まちづくりの推進にあたり、私たちは規模や集客数による「量」の観光から、地域全体の満足度を原動力とした「質」のプロフィットチェーンを回していく「持続可能な観光地経営」を目指します。



4 | グランドデザインの基本となる考え方

(1) 街並みの整備

依山温泉に古くから残る湯治文化や、風情のある街並みを本質的な価値として残していくことが何よりも重要。

温泉街の歴史や雰囲気を活かしながら過度なハード整備に依存しない持続可能な温泉街の構築を検討していく。

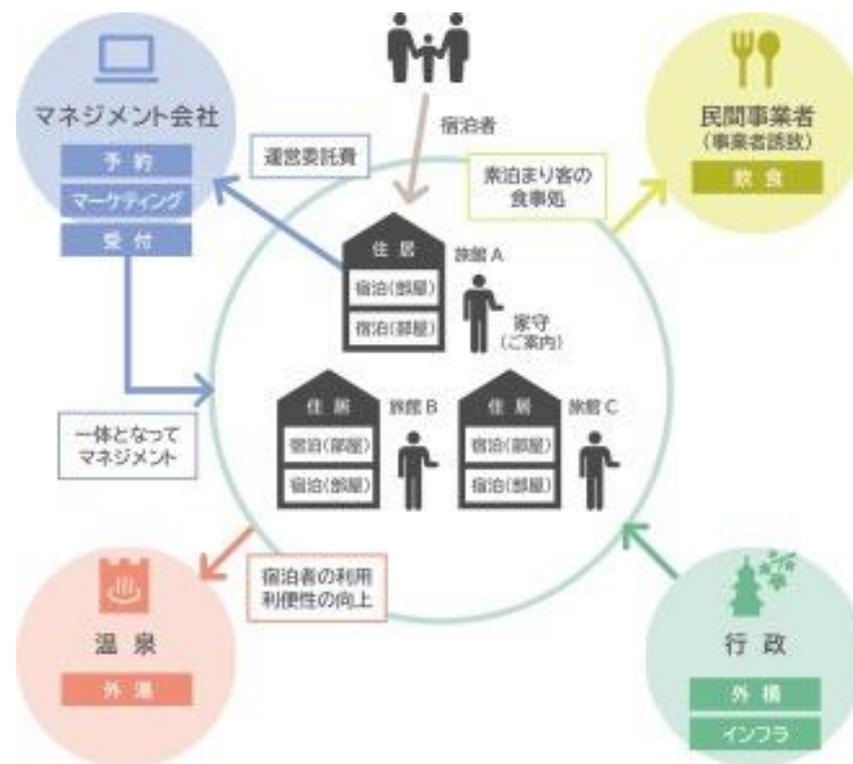
依山温泉エリアプラットフォームにて地元の声を聴き協議を重ね進めていく。

- 施設単体ではなく、エリア全体で魅力をつくっていく
- 温泉街全体を1つの旅館(まちごとホテル)として見立てる「アルベルゴディフーズ」の視点を取り入れたうえ、居心地がよく歩きたくなる街並みを実現していく
- 民間と行政、地域内と地域外のプレイヤーが一体となって、面的に整備していく
- その土地の歴史や本質的な価値を尊重した、過度なハード開発に依存しない、持続可能なリブランディングを検討
- 時代のニーズに合った新たな「湯治」の価値を伝達・提供していく

(2) 民間活力の積極的な参画・投資の呼び込み

右記の地元のアイデアを民間活力により実現できるよう、民間活力の誘致に積極的に取り組んでいく。

また、飲食や物販など、温泉街の回遊性を高める施設についても民間活力の積極的な参画・投資を呼び込みたい。



【事業スキーム(令和4年度策定長門市依山温泉街活性化ビジョンから)】

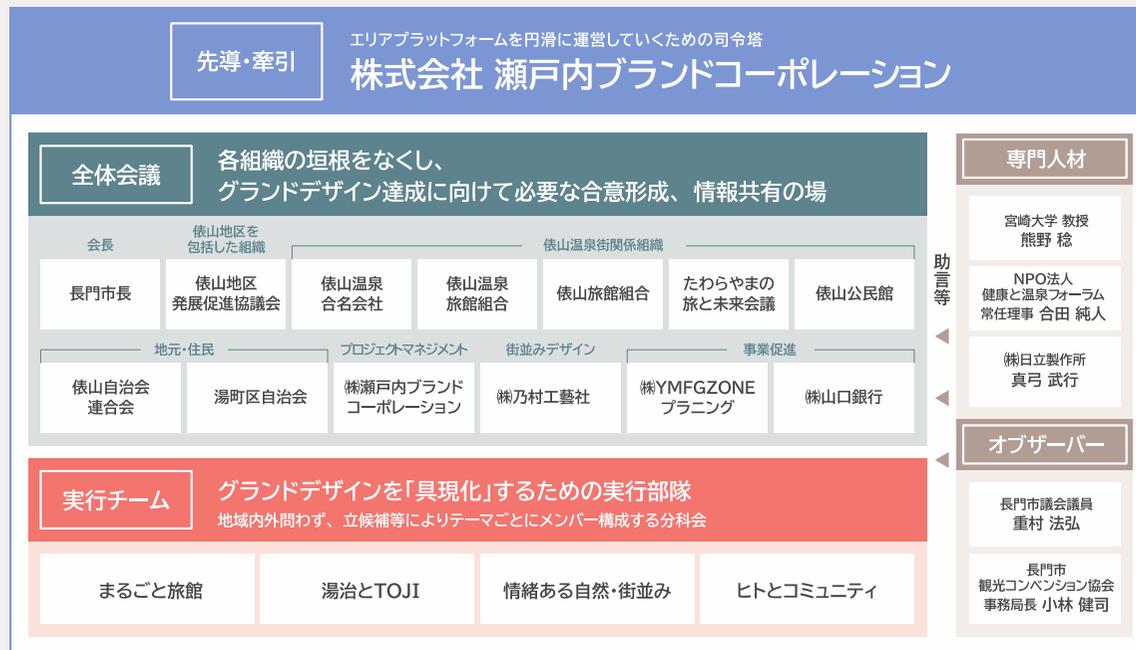
5 | グランドデザイン策定に向けたこれまでの取組

俵山エリア内の多様な関係者が、相互に連携、協力して取組を進めていくため、
俵山温泉エリアプラットフォームが活動基盤となる。

[俵山温泉エリアプラットフォーム]

俵山温泉グランドデザインを具現化するために、エリア関係者で情報と課題を共有するとともに、地域や民間事業者、行政が一体となったまちづくりを推進し、俵山温泉街の新たな魅力あと価値を想像することを目的とする。

組織体制図



俵山温泉エリアプラットフォーム 設立会議の開催概要

1. 日時: 令和5年10月20日(金)
2. 場所: 温泉閣(長門市俵山温泉)



5 | グランドデザイン策定に向けたこれまでの取組

俵山温泉エリアプラットフォームについて

俵山温泉エリアプラットフォームとは

俵山温泉グランドデザインの策定及び、
その中で描く将来ビジョンの実現を推進する組織

全体会議について

グランドデザイン達成に向け必要な合意形成・情報共有の場

実行チームについて

グランドデザインを「具現化」するための実行部隊。
俵山地域・温泉街等からメンバーを公募。4つの分科会を構成。

俵山温泉エリアプラットフォーム規約(一部抜粋)

目 的

プラットフォームは、俵山温泉グランドデザイン(基本計画)及び実施計画を具現化するため、エリア関係者で情報と課題を共有するとともに、地域や民間事業者、行政が一体となったまちづくりを推進し、俵山温泉街の新たな魅力と価値を創出することを目的とする。

活 動

プラットフォームは、次に掲げる活動を行う。

- (1) 俵山温泉街のまちづくりに関する情報共有及び意見交換
- (2) グランドデザインの具現化の推進に関する活動
- (3) その他、目的を達成するために必要な活動



5 | グランドデザイン策定に向けたこれまでの取組

俵山温泉エリアプラットフォーム 分科会の運営状況

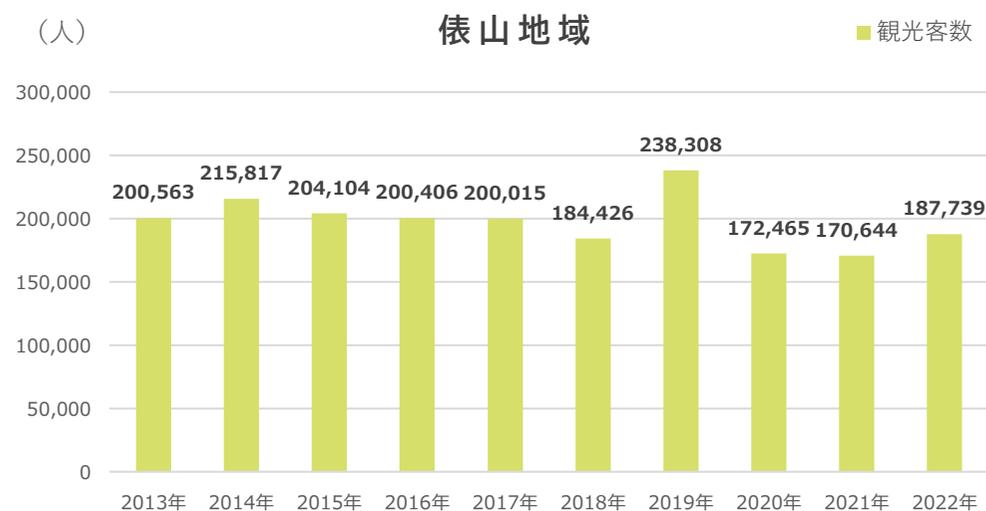


6 | 俵山温泉の現状把握・調査・分析

(1)長門市 俵山温泉の概要

- 俵山地区は、保養温泉として全国的にも有名な「俵山温泉」を中心に農林業で発展してきたが、社会経済情勢の変化、医療制度の改革、情報化、国際化の進展等により、先の見えない閉鎖感に陥っている。
- 俵山温泉は、古くから湯治場として発展してきたが、湯治客の減少、団体旅行から個人旅行への旅行形態の変更等の煽りを受け、昭和47年に72万人いた入湯客が、令和2年には12万人に減少するなど、中心産業である俵山温泉街の衰退および旅館・温泉経営が深刻化している。
- また、学校や地域商店街の閉店による雇用の減少、住民の域外流出による人材不足と空き家の増加等、地域を取り巻く負の連鎖に歯止めがかからない状況が続いている。

①俵山温泉の観光客数



※出典:第3次長門市観光基本計画

②俵山温泉の入湯客数

年	2016年	2017年	2018年	2019年
入湯客数(人)	162,800	161,700	150,200	153,000
		2020年	2021年	2022年
		122,800	117,500	113,000

※参考:長門市井調査結果を基に作成

6 | 俵山温泉の現状把握・調査・分析

(2) SWOT分析

- 観光に関する既存データや関係事業者等へのヒアリング調査を踏まえ、SWOT分析を用いて俵山の現状を整理。
- 旅行における温泉の重要度は依然として高く、それに対応する俵山温泉の強みは十分にある。
- 一方で、既存顧客の高齢化が進む状況下、湯治を軸とした新たな価値を提供することで、新規顧客の獲得も図っていく必要がある。
- また、観光客の受入態勢の面では、各旅館の人手不足や飲食等の利便性といった課題も対応が必要である。

		プラス要因	マイナス要因
内部環境	強み Strengths	<ul style="list-style-type: none"> 古くから続く湯治文化 霧囲気のある温泉地 5つの源泉を有する良質な温泉地 固定の観光客、入湯客 地域を知り尽くした人材 四季ごとに変化する山間の自然なまちなみ 地域住民の協力体制 豊富な地域資源(自然や食材等) 	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民の高齢化による人材不足や継承者の不在 旅館の老朽化 旅館の部屋の稼働率の低さや営業日数の減少 俵山温泉の魅力等の情報発信不足 温泉地におけるコンテンツの不足 飲食店不足 俵山温泉の歴史を伝えられる人材が限定的 キャッシュレス決済非対応
	機会 Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> 旅行における「温泉」の重要度の高さ 移住者を含めた人のつながりの増加 市内の周辺観光地の人気上昇 長門・俵山道路や俵山・豊田道路の開通による利便性の向上 点在する空地や熊野山公園の空間 山口市がニューヨークタイムズにランクイン 	<ul style="list-style-type: none"> 湯治文化の衰退 観光客・入湯客の減少 近隣温泉施設への顧客流出 顧客の高齢化 空き家の相続状況や所有者の把握 熊野山公園における鹿害
外部環境			脅威 Threats

6 | 俵山温泉の現状把握・調査・分析／課題の抽出と整理

(3) 各種データをもとに課題の抽出と整理

現状の俵山温泉における主な課題は、それぞれ以下の通り。

温泉	<ul style="list-style-type: none">・営業日数減少(白猿の湯)・営業時間(宿泊者の利便性悪化)・ウェブサイトやSNSによる情報発信	<ul style="list-style-type: none">・キャッシュレス非対応・宿泊料金との分離による利便性悪化・休憩スペース確保(白猿の湯)
旅館	<ul style="list-style-type: none">・旅館の老朽化・地域住民の高齢化による人材不足や継承者の不在・全体の旅館数の減少	<ul style="list-style-type: none">・人手不足等による稼働率低下・宿泊者に対する食事提供の負担増加・ウェブサイトやSNSによる情報発信
街並み	<ul style="list-style-type: none">・空き家、空き旅館等の増加による景観悪化・街灯の統一感のなさ・橋の老朽化	<ul style="list-style-type: none">・熊野山公園の利活用・滞在場所の不足・散策可能な場所
コミュニティ	<ul style="list-style-type: none">・温泉の入り方に関する案内人(又は案内場所)・俵山温泉全体に関する案内人(又は案内場所)・人が交流できる場所の不足	<ul style="list-style-type: none">・体験プログラムの提供・俵山温泉の歴史を伝えられる人材
その他機能	<ul style="list-style-type: none">・飲食施設・コインランドリー・温泉地としてのコンテンツ不足	<ul style="list-style-type: none">・来訪前の俵山温泉情報の認知拡大

7 | 俵山温泉が目指す姿

(1) 俵山温泉ランドデザインの基本方針

歴史ある湯治場の姿と唯一無二の泉質という価値を守り、現代まで伝えてきた俵山という地域だからこそ、現代のライフスタイルにあった湯治場の過ごし方を提供することができる。一方で「俵山でしか提供できない」「俵山だからこそ」の魅力をコンセプトとして表します。

俵山温泉という地域の位置づけ

開湯は延喜16年(916)年で千余年の歴史を誇る湯治場の風情

豊富に含まれる水素により、強い酸化還元力を持つ俵山の5つの源泉

外湯文化が生みだした、ノスタルジックな風情が漂うコンパクトなまち並み

長期滞在のもてなしが、人と人との距離を縮め、育んだ絆が魅力となる

毛利の殿様が家臣を同行させ、体を休めたという歴史ある旅館街

酸化還元電位の値から実証された、皮膚の還元力向上による美肌効果

自然、民俗・文化、食等、様々な地域資源を持つ山間の静かなまち

様々な個性や多様な人材を惹きつけ、それを受入れる俵山の気風

基本方針

湯治文化や泉質の特性を活かして、心とカラダに効く「癒し」を提供する

歩くことが絵になる街で、地域の手で育む「ここだけの体験」を提供する

ゆっくリエイト

地域の心が織りなす自分軸の体験 温故知新の湯治のまちで、ありたかった日常に癒される

7 | 俵山温泉が目指す姿

(2)コンセプトワードの設定

Concept word

感謝

良質な温泉によってまちが栄え、
誰もが心豊かになれる情景を
紡いできたという感謝

ゆっくリエイト

願い

俵山温泉を訪れるすべての人が、
この地の恵みによって
癒されて欲しいという願い

意気込み

地域に住む人たちが、
自らの手で俵山温泉の魅力を
生み出していくという意気込み

ゆっくリエイト

湯っくり∞

湯っくリエイト

7 | 俵山温泉が目指す姿

(3) ロゴデザインの方向性

コンセプトワードを持つ世界観の具現化するため、今後、ロゴデザインを実施することが望ましい。その際の方向性として、以下の3点を示す。

01

柔らかな字体を 基底にしたデザイン

適温の泉質や、豊かな里山の恵み、湯治文化を培った心尽くしの住民気質などをイメージした柔らかな字体を基調にしたデザインが好ましい。

○ ゆっくりクリエイト

× ゆっクリエイト

02

「ゆっくり」と「クリエイト」は 等価のバランス

俵山の恵みによって癒されて欲しいという“願い”と、自らが随所に主となり魅力を“生み出す”という“意気込み”は等価であることを念頭に置く。

ゆっくり 50 = クリエイト 50

03

「ゆ(湯)」は「ゆっくり」に属する 最大要素

俵山は「湯」によって栄え、継承された地域であり、常に力点が置かれるが、「ゆっくり」と人々を癒すという最大の魅力に属する要素である。

※“湯”は3割ほどのイメージ

30 ゆっくり 100

湯 ∈ ゆっくり
(湯は、ゆっくりに属する)

8 | ゾーニング計画

ゾーニング計画

地域の資源を生かし最大の効果を上げるため、4つに区分したゾーンごとの性格を明確化し、また、まちの魅力を高めていく方向性を定めるため、そこでの人々の過ごし方(シーン)を想定します。

03

湯町そぞろ歩き ゾーン

下之道に点在する空き地と
熊野山公園の整備・活用

04

日帰りアクセス&ハブ ゾーン

街道側からのアクセスの
整備・活用

02

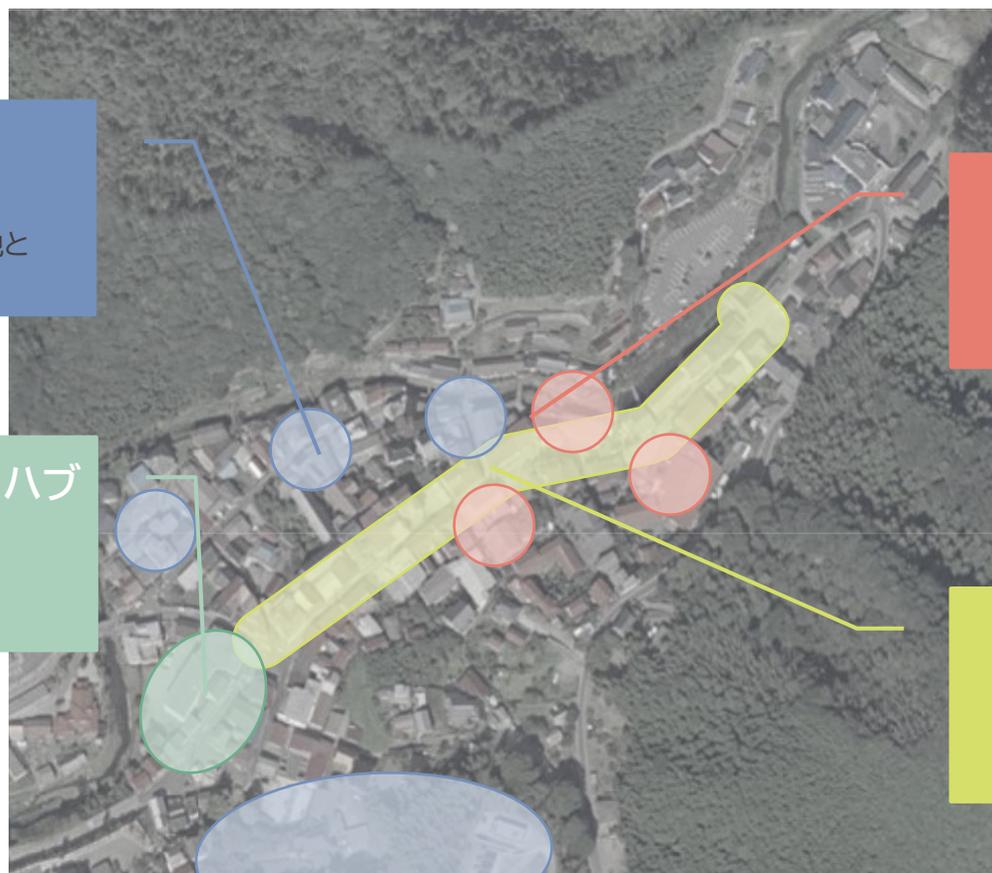
温泉&リゾート ゾーン

2つの温浴施設と
(旧)川の湯の整備・活用

01

上之道 ゾーン

旅館と温泉を繋ぐ
メインストリートの整備・活用



出典: 国土地理院地図

8 | ゾーニング計画

01 | 上之道 ゾーン

旅館と温泉を繋ぐメインストリートの整備・活用



出典:国土地理院地図

ゾーンの性格

- 昭和レトロの風情を残す、依山温泉のメインストリート
- 旅館から外湯への往来で使われる「内廊下」のような存在
- 自由に使える公共空間はないが、空き施設や空地が存在する

想定シーン

- 旅館から浴衣と下駄で外湯まで行き来をする
- 昭和レトロを感じるフォトスポットで自撮りする
- 足元で響く下駄の音や鐘の音などの風情を楽しむ
- 旅館の軒先でワンハンドフードを買って食べ歩き
- 湯上りや宿で楽しむグッズ、ご当地品を物色
- あかりが灯され華やぐ夜の温泉街が絵になる

施策

- 場をつくる灯り
- 軒先の店舗
- 石畳と小道
- 湯町グッズ

8 | ゾーニング計画

場をつくる灯り

| 空き施設活用

- 旅館から漏れるあかりで、散策したくなる場づくりを行う
- 店舗内部の道路に面している室内照明を対象に、白色系の光源を電球色に変更し風情を演出。
- 旅館看板は、下から上へと認識ができる程度の照明で灯す。



石畳と小道

| 公共空間活用

- 昭和レトロの風情に合わせ、路面を石畳調に整備、下駄で歩く音が心地よく響く材質を選定。
- 通りの連続性を意識させる照明用電源を道両脇に埋設する
- 周辺の小道に対しても坂道、段差を認識する照明電源を配置する



軒先の店舗

| 空き施設活用

- 古くからの続く旅館の連続性を地域資源として活用する
- 空き施設の軒先を小規模な店舗として利用することで、散策の魅力を高める
- セットバックした場所にはベンチを配置し連なりを保つ



湯町グッズ

| 商品・店舗開発

- 旅館から外湯へ向かうシーンを演出する小道具として、浴衣や下駄、小物を開発する
- 地域の素材や伝統的な柄もとに、昭和レトロの風情を活かす



8 | ゾーニング計画

02 | 温泉&リトリートゾーン

2つの温浴施設と(旧)川の湯の整備・活用



出典:国土地理院地図

ゾーンの性格

- 良質な泉源を守り伝えてきた唯一無二の価値を持つエリア
- 歴史資料が集積され、湯治場の姿を伝承する
- 町の湯は“源泉”、白猿の湯は“複合”、川の湯は“景観”の個性が魅力

想定シーン

- 泉質の効果を高める作法(=湯治)を学び、実践する
- 入浴が重なり、暮らす人との自然なふれあいが生まれる
- 「まちごと旅館」のレセプションとして旅行者でにぎわう
- “ふろマエ”や“ふろアト”も楽しみたくて長居してしまう
- “あさ湯”や“あさ食”を求めて一泊したくなる
- 生体認証などの「現金レス」で、シームレスな体験が生まれる

施策

- 「まちごと旅館」レセプション
- 俵山温泉の歴史ガイド
- 蒸し料理の飲食店
- 足湯カフェ

8 | ゾーニング計画

「まちごと旅館」レセプション

| 空き施設活用

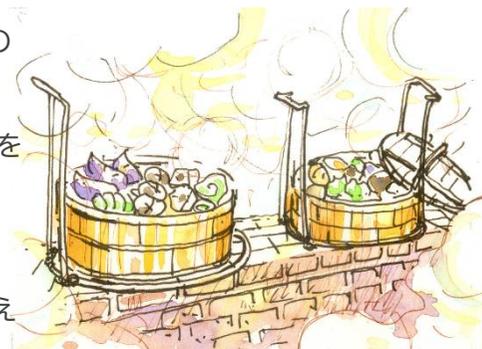
- 白猿の湯の1階に、宿泊をはじめ様々なコンテンツを提供するコンシェルジェ機能を配置
- 各外湯の利用や地域コンテンツの利用をIT(生体認証等)を使ってシームレスに提供し、利便性とデータマーケティングを両立する



蒸し料理の飲食店

| 商品・店舗活用

- 温泉水で作る湯豆腐やお粥、温泉の成分を活かした蒸し料理等を提供
- 温泉と地元食材等の“俵山の恵み”を新たな魅力として発信する
- “あさ食”提供で宿泊者増にも貢献
- 調理だけでなく食材の栽培や下拵え等の活用の研究開発も進める



俵山温泉の歴史ガイド

| 空き施設活用

- 「まちごと旅館」のレセプションに併設
- 湯治場の歴史資料を展示し、地元と観光客をつなげるような案内役的な場所として整備
- 効果的な湯治方法やマナーを伝授の場としても活用



足湯カフェ

| 空き施設活用

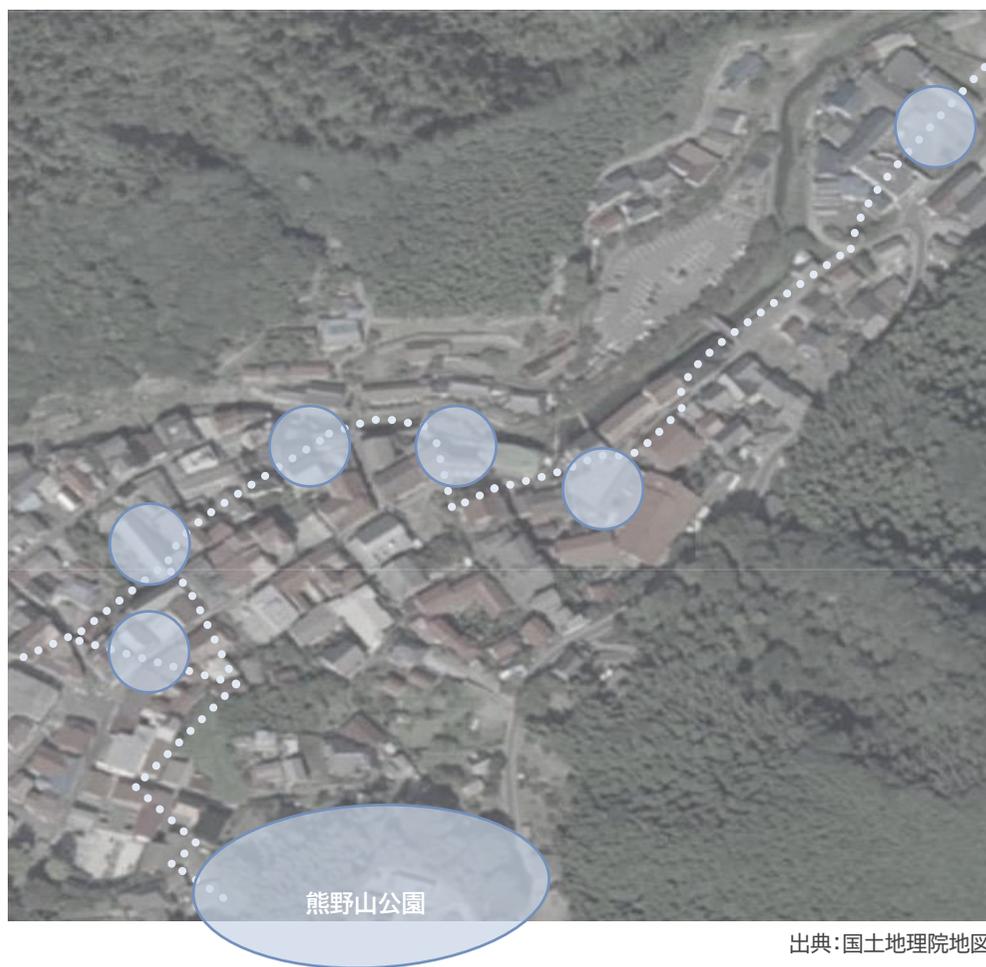
- 泉源の移行で閉鎖した川の湯を川を望む“足湯カフェ”として再開
 - 前面ガラスを撤去、風や自然を感じるリトリートカフェに改装する
 - バータータイム設定など、他の外湯と異なる運営時間で滞在時間の拡張に貢献
- ※泉源の利用マネジメントは別途検討



8 | ゾーニング計画

03 | 湯町そぞろ歩き ゾーン

下之道に点在する空き地と熊野山公園の整備・活用



出典: 国土地理院地図

ゾーンの性格

- 川沿いから始まる散策路、かつては商店の並ぶ生活の道
- 歴史的な建造物は少なく、空き地が存在する
- 熊野山公園はまちを一望できる立地、ツツジも見応えがあった。

想定シーン

- 宿泊客が湯上り、夕涼みに散策を楽しむ
- 下之道はチャレンジできる場所として、ポップアップが出店
- 地元ならではの個性的な商店で、雑貨やクラフトを物色
- 食べ歩きやちょっとした娯楽で滞在を楽しむ
- 空き地や広場で子供を遊ばせながら、子連れでも過ごせる
- 季節の魅力ごとに演出され、日帰りでも楽しめる

施策

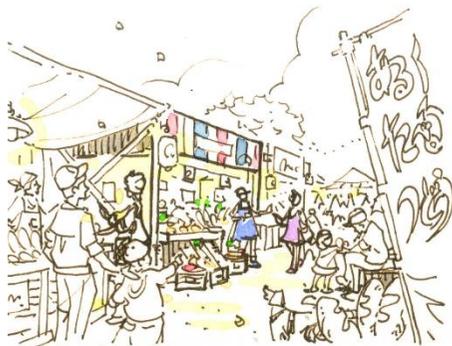
- 空き地マネジメント
- まちかどの遊技場
- 熊野山公園の再生
- 依山を好きな人のお店開発

8 | ゾーニング計画

空き地マネジメント

| 空き施設活用

- 地域に点在する空き地を季節催事やマルシェ等の賑わい創出の場として一元的に管理する
- 出店企画、実施、運営を地域で支援し、新規参入の障壁を緩和する
- “いつも何かやっている”印象を醸成し観光客の回遊エリアを広げていく



熊野山公園の再生

| 公共空間活用

- 熊野神社からの登山道とスロープによるアクセス道の整備
- ツツジの段階的な再生整備
- 眺望テラス
- ピクニック広場の整備
- 鹿害の防止
- ※遊び道具の貸し出し



まちかどの遊技場

| 空き施設活用

- 上之道の昭和レトロの風情を呼応させた娯楽施設の設置を検討
- 温泉街のエンターテインメント性を高め、滞在の満足度向上を図る
- 催事には映画や演劇、演芸の開催、宿泊型のイマーシブシアターなど、地域全体を使ったイベントを検討



依山を好きな人のお店開発

| 商品・店舗開発

- 地域に点在する空き施設を店舗物件として一元的に管理、テナント公募型と地域で求める業態を提示し事業者を求める提案型を併用する
- 事業持続に向けてリスクを軽減するプロフィットロスシェアの考え方を導入した支援策も検討



※イマーシブシアター: 伝統的に「観客が客席に座り、ステージ上の演者を鑑賞する」ものであった演劇を、「観客が自ら行動し、演者と同じ空間に同居しながら物語の一部として作品に参加する」形式。屋内屋外を問わず様々な形態が存在する。

8 | ゾーニング計画

04 | 日帰りアクセス&ハブゾーン

街道側からのアクセスの整備・活用



出典:国土地理院地図

ゾーンの性格

- 車利用の宿泊者の増加による駐車場整備で、正面性が減退
- 一方で、昭和レトロな看板は残り、温泉街の顔としては健在

想定シーン

- 日帰りでも楽しめる、温泉だけでなく俵山を体験をサポート
- サイクリストはここでバイクを預け、食べ歩きや温泉を楽しむ
- “旅とお手伝い”のハブとなり、旅人と地元の交流を楽しむ
- 熊野山や周辺エリアへの観光やアクティビティのハブとなる
- 長門市内や長門湯本温泉を繋ぐバスを待ちながらカフェを利用
- テナントや連携事業により幅広いサービスが提供されている

施策

- 地域体験のハブ施設
- 旅とお手伝い
- まちのキッチン
- ピクニックレンタル

8 | ゾーニング計画

地域体験のハブ施設

| 空き施設活用

- 長期滞在したくなるコンテンツを地域が一体になって開発し運営をしていく拠点
- 日帰り客でもアクセスが容易なバス停側の空き施設等を活用
- 県内での立地を活かしサイクリスト向けの利便機能を設置し循環させる



まちのキッチン

| 商品・店舗開発

- 高齢化による旅館経営の負担軽減と個別少量供給によるコスト増に対処するセントラル型厨房施設+カフェ
- 季節の食材を観光客がその場で調理する食体験コンテンツも提供
- 地域の食と農を用いた持続可能なビジネスモデル創出にも取り組む※



旅とお手伝い

| 空き施設活用

- かつての湯治場に見られたような、滞在しながら地域に人々にふれあう魅力を「旅」×「お手伝い」として発信する
- 長期滞在時の体験価値の向上と地域の担い手不足の課題解決を両立させる
※SAGOJOのTENJIKUの連携を検討



ピクニック・レンタル

| 商品・店舗開発

- 熊野山公園での過ごし方をより豊かにするためのレンタル事業を検討
- 外遊びを快適にするテーブルやチェアなどを提供する
- 季節の地元食材を使いキッチンで作ったランチBOXを持ってピクニックを楽しむ等の体験コンテンツを実施する



※全国での加工食品の国産原料回帰の加速化、農林水産物の生産側と食品加工等の実需者側のミスマッチの解消、消費行動の変化等に対応する新たなビジネス展開を支援する「ローカルフードプロジェクト(LFP)推進事業」(農林水産省)との連携を検討

9 | 俵山温泉エリアの目指すイメージ

拠点エリアのイメージ(ビジュアル:パース図)

窓から漏れる暖かい灯りが、
古き良き温泉街の風情を
演出しています。

店先で買ったお団子を手に、
昭和レトロを感じる
フォトスポットで自撮りするふたり。



外湯に向かう通りの一角には
ベンチが置かれ、
旅行者と地元の人たちとの
自然な交流が生まれます。

浴衣に下駄、巾着袋。
自分らしく、
ゆっくり夕暮れ時を楽しみます。

絵になる風景。
石畳を下駄で歩く心地よい音が
通りに響きます。

9 | 俵山温泉エリアの目指すイメージ

拠点エリアのイメージ(ビジュアル:パース図)



10 | 目標指標及び目標値

目標指標及び目標値

項目	既存値(R5年)	将来目標値(10年後)	
観光客数(人)	187,739	300,000	60%UP ↑
宿泊客数(人)	14,618	30,000	105%UP ↑
入湯客数(人)	113,024	200,000	77%UP ↑
実質稼働部屋数(室)	89	150	12%UP ↑
概算客単価/日帰り(円)	1,600	3,000	88%UP ↑
/宿泊(円)	8,060	14,000	74%UP ↑
/温泉(円)	619	1,000	62%UP ↑

※ 宿泊客数(既存値)については瀬戸内ブランドコーポレーション調べ

- 依山温泉と長門湯本温泉の観光客数の状況を見ると、依山温泉の2013年～2020年の8年間の**平均値は191,442人であり、2013年のピーク時には225,305人**となっている。
- 長門湯本温泉には50万人超の観光客が訪れており、**回遊性**を高めていくことで長門市に訪れる観光客の流入は見込める。
- よって将来目標(10年後想定)を依山温泉のピーク時と長門湯本温泉の平均値を考慮して**30万人**の目標数値を置いている。
- 令和元年には長門・依山道路が開通したことにより回遊性を高めていくことが重要となってくる。また、依山・豊田道路も現在工事中にあり、将来的に下関市からの流入も見込めことも大きなポイント。

実質稼働部屋数

- 事業者ヒアリングから現状稼働していない部屋を抱えている旅館は多いことが分かった。
- 宿泊客を年間3万人目指していくにキャパシティに限界がくることを想定して未稼働の部屋や空き旅館などを活用して稼働部屋数を確保していく。

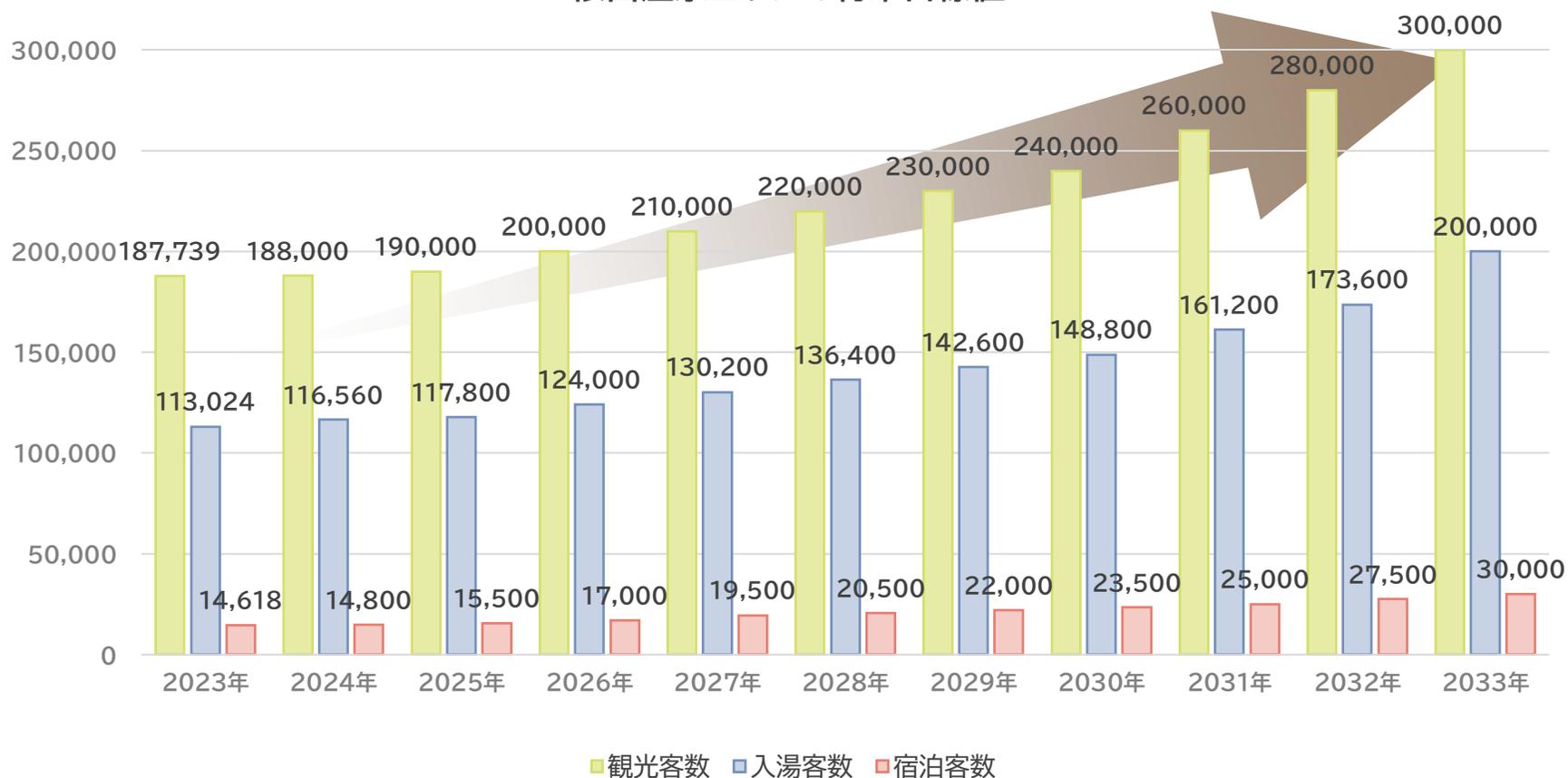
客単価

- 日帰り客単価については飲食機能の拡充と各旅館・外湯の改修含め依山温泉を一体的に活性化していくことで単価向上は見込めるものとする。
- 例えば町歩きをするためのテイクアウト商品、温泉手形の有効活用など依山温泉内での消費単価を上げるための施策を実行チームを中心に検討。

10 | 目標指標及び目標値

目標指標及び目標値

俵山温泉エリアの将来目標値



11 | 実施計画

重点施策

令和6年度からスタート予定

	実施内容	実施主体	R6年度	R7年度	R8年度
地域内経済循環を促進する取組	まちごと旅館の体制構築、トライアルスタート	旅館・地域マネジメント会社	■		
	シェア旅館など新たな宿泊施設業態を開発	旅館・地域マネジメント会社			■
	温泉を活用した商品開発(例:美肌温泉ボトル、蒸し料理)	地域マネジメント会社・温泉プロジェクトチーム		■	
	連泊滞在の新たな食事提供(各旅館間での相互利用)	旅館・地域マネジメント会社		■	■
	宿泊付き地域イベントの開催 (浴衣そぞろ歩き、フォトスポット巡りなど)	地域マネジメント会社	■	■	■
	DX施策の導入	長門市・地域外プレーヤー		■	■
	「俵山One MAP」作成(地域コンテンツの集約)	地域マネジメント会社		■	■
	俵山のリブランディング、温泉街の情報発信強化 webリニューアル、SNSマーケティング強化	地域マネジメント会社	■	■	■
地域外資金の流入に関する取組	ECサイトの構築・地域商品の販売	地域マネジメント会社			■
	共同購買システムの構築	地域外プレーヤー			■
	空き物件/部屋を活用した滞在場所を創出 (飲食店、屋台、駄菓子屋など)	地域外プレーヤー		■	■
	俵山に特化したビジネスコンテストなどによる 出展プロジェクト	地域外プレーヤー			■
	まちのキッチン(セントラル型厨房施設+カフェ)	地域プロジェクト・地域外プレーヤー		■	■
企業版ふるさと納税、SIBなどの手法を活用した資金投入	長門市・地域外プレーヤー	■	■	■	

11 | 実施計画

重点施策

令和6年度からスタート予定

	実施内容	実施主体	R6年度	R7年度	R8年度
人材の確保・育成に関する取組	温泉コンシェルジュの養成 (温泉の入り方など統一マナー・ルールづくり)	温泉プロジェクトチーム			
	俵山ガイドの養成(歴史の継承・俵山の歴史を学ぶ機会づくり)	長門市・温泉プロジェクトチーム			
	共通人材システムの構築	地域外プレーヤー			
	人材支援サービスなどの導入検討	地域外プレーヤー			
観光客満足に関する取組	交流・立ち寄りスペースの確保 (自転車・バイク等の休憩スポット)	長門市			
	「まちごと旅館」のレセプション整備	地域プロジェクト			
	アクティビティ開発 (レンタサイクル・浴衣貸し出し・マイ下駄づくりなど)	地域プロジェクト			
	湯町グッズの開発	地域プロジェクト			
	利用しやすいプランの開発 (温泉+食事、アクティビティ、温泉+宿泊など)	地域マネジメント会社			
	体験プログラム(まちかど遊技場など)の体制づくり	地域プロジェクト			
	足湯カフェの開発	温泉プロジェクトチーム			
	自然や街並みを活かすための修繕、補修 (照明整備、路面整備)	長門市、地域プロジェクト			
	俵山温泉の玄関口の整備(駐車場、総合案内板の改修など)	長門市			
住民満足に関する取組	俵山の歴史・温泉資料館の設置(歴史資料の整理・集約)	長門市・温泉プロジェクトチーム			
	熊野山公園の整備	長門市・地域プロジェクト			

12 | 推進体制イメージ

体制図

