

俵山温泉の現状と課題

俵山温泉街活性化ビジョンから

たわらやまの旅と未来会議

会 長 宮 野 修 治

俵山温泉街活性化 ビジョンの趣旨

長門市の中でも高齢化率が高い俵山地域は、後継者や担い手不足による経済活動の縮小、生産年齢人口や年少人口の減少によるまちづくり機能の縮小など、地域課題が深刻化しています。このような地域課題を解決するため早急な地域振興策が求められ、これまで俵山では先駆的な取組も多く行われてきました。

長門市においては、長年の懸案事項であった長門～俵山間の交通の円滑化を図るため、長門・俵山道路建設が進み、国が進める小さな拠点構想にむけた計画づくりも進んでいます。

そんな中、令和3年（2021年）に策定した『長門市観光基本計画』の中で、「俵山温泉の活性化に向けた取組強化」が行動計画に示されました。

これまでは、様々な事業を活用し俵山温泉における交流拠点の設置や地域経営会社の設立等、地域の一体的な取組が行われてきたところですが、今後、持続可能な地域づくりをさらに加速化させるためには、今一度俵山の現状を整理し、地域が抱えている課題の解決と地域経済の再生等を考える必要があります。そこで、温泉街

俵山地域の特徴

俵山地域は長門市の南西部に位置し、標高 672 m の 一位ヶ岳 等の 連山に囲まれ、平地でも標高 140 m という渓谷型高冷地です。広大な山林の間に広がる農地では水稻を中心に、様々な農産物が生産されています。近年では、鳥獣害対策も視野に、ジビエ肉の処理場も整備され、ジビエを用いた加工品や料理が、地域の特産品にもなっています。

また、自然豊かな当地域は、数多くの観光資源を有し、訪れた観光客を楽しませています。地域にある俵山温泉は、延喜 16 年（916 年）に白猿によって発見されたとされ、江戸時代には毛利家直轄の湯治場として歴代藩主に愛されてきました。

昭和 30 年に国民保養温泉地に指定され温泉街には 44 軒の旅館が立ち並んでいました。古くから宿屋として営業を行ってきた旅館には内風呂がなく、湯治客が外湯（共同浴場）に通うスタイルは、俵山温泉の原点として今でも受け継がれています。

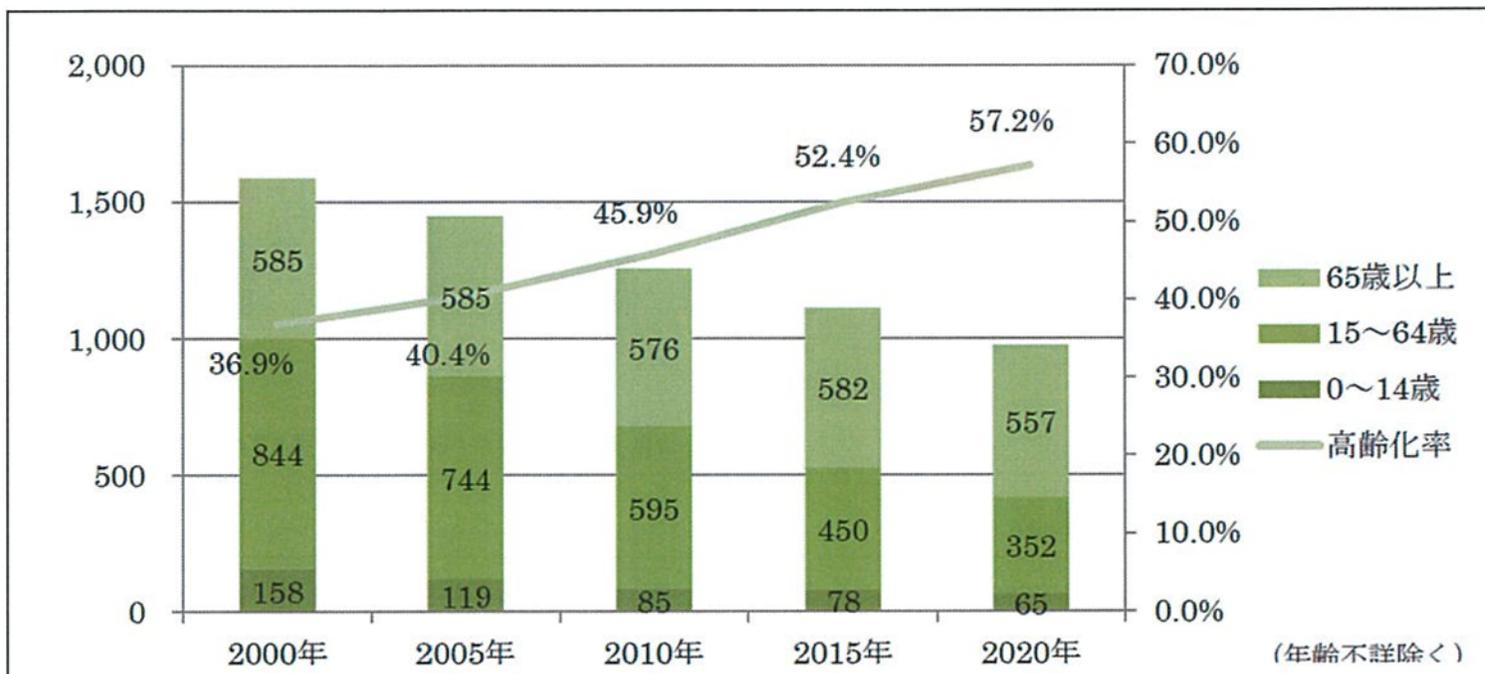
効能が認められ「療養」「保養」に適した国民保養温泉としてその役割を果たしてきた俵山温泉の泉質は、現在、大学教授などの研究により、効能が科学的に立証されるようになってきました。近年では、長門市街と俵山地域をつなぐ長門・俵山道路や長門市油谷方面との油谷・俵山道路が開通し、俵山地域へ向かう人の利便性が向上しています。さらに、現在進められている「俵山地域小さな拠点づくり」構想では、「自然」と「湯」が奏する癒しのまち俵山へ新しい交流を生むハブづく

俵山地域の現状と課題

俵山地域では、少子高齢化が進み、担い手不足による経済活動の縮小や生産年齢人口、年少人口の減少による地域コミュニティ機能の低下など、様々な地域課題が発生しています。これまでに、このような厳しい状況から抜け出すため、地元組織や行政機関等が様々な事業を取り入れ、地域再生に取り組んできましたがその目的を達成することができていません。

人口減少が更に進んでいくことが予測される中、地域を取り巻く負の連鎖は今もなお続き、中心産業である俵山地区の人口及び高齢化率の推移
雇用の減少、住民の域外流出による

(俵山地区小さな拠点づくり基本構想 より)



長門市 及び俵山温泉の観光客数の推移（資料 第3次 長門市観光基本計画より）

長門市の観光客数は2018年（平成30年）をピークに増加から減少に転じています。県と比較して2019年（令和元年）で観光客数が落ち込んでいます。

観光客の内訳として、県外からの観光客数の割合が高い傾向にありますが、2020年（令和2年）には県内比率が高くなり、同比率となっています。

宿泊者数の推移をみると、2019年までは50万人前後で推移しているものの、2020年には33万人程度に落ち込

俵山温泉の観光客について



④ 俵山温泉の入湯客数

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

⑤ 俵山温泉の旅館数

年	1972年	平成初期	2010年	2013年	2021年
旅館数（軒）	42	36	30	24	17

昭和47年には72万人を超える入湯者があった俵山温泉ですが、入湯客数は全施設を通じて減少傾向にあります。新型コロナウイルスの感染拡大によって、令和2年は、大幅に減少しています

4, 現状と課題の整理

(1) SWOT分析

<ul style="list-style-type: none"> ○雰囲気のある温泉地 ○湯治文化 ○良質な泉質 ○魅力ある地域食材 ○地域を知り尽くした人材 ○地域の協力体制 ○専門的なサポート体制 ○部屋食が人気 ○静かな環境 	内部環境（資源）	
	<ul style="list-style-type: none"> ○資金力 ○温泉街のコンテンツ不足 ○温泉の魅力発信不足 ○認知度不足 ○旅館の事業承継・空き旅館の増加 ○人材不足 ○仕入れ・買い出し問題 ○地域内のコミュニケーション不足 ○食べるところがない ○旅館の老朽化 	弱み
	強み	脅威
<ul style="list-style-type: none"> ○俵山温泉という魅力ある環境がある ○毎年一定の観光客・入湯客がいる ○インターネット・SNS等による情報の発信 ○活用可能施設がある ○幅広い人脈による口コミ・営業 ○地域ならではのサービス・商材 ○道路の開通による観光客等の利便性向上 ○小さな拠点構想 	機会	<ul style="list-style-type: none"> ○新型コロナウイルス感染拡大 ○観光客・入湯客の減少 ○人口減少 ○人材不足 ○物価の高騰 ○事業承継者不足 ○顧客の高齢化
	外部環境	

ヒアリングからみる課題整理 (1)

(ア) 温泉 施設

- ・ 営業時間と宿泊客ニーズのミスマッチ。

来訪者が温泉に入りたい時間と温泉の営業時間にズレが生じており、入湯客の満足度低下につながっている。

- ・ 接客サービス等の低下、施設の老朽化、入浴客の満足度低下。

温泉入湯客に対する接客サービスの低下や施設の老朽化による利用者の満足度向上につながっていない。

(イ) 入湯客・宿泊客

- ・ 現在の主流は温泉目的の70代以上。

小規模な旅館の宿泊客は高齢化が進み、古くからの常連顧客も減少している。

- ・ 長期滞在の客が大幅に減少し、大半が1泊客。

医療体制、インターネット社会等、社会環境の変化に伴い長期滞在客が減少し、短期の宿泊客が増加傾向にある。

- ・ インターネット予約サービス 活用旅館は観光客やビジネスユーザーも増加。

観光客やビジネス客を中心にインターネット予約を介した新規顧客は増加傾向にある。

ヒアリングからみる 課題整理 (2)

(ウ) 温泉街

- ・ 滞在期間中に時間を費やすコンテンツがなく、長期滞在につながらない。
温泉街に 温泉以外 の魅力的なコンテンツがなく温泉街の周遊にはつながっていない。
- ・ 来訪者が食事できる場所がない。
温泉街に食事をする場所が少なく来訪者の満足度・利便性の低下につながっている可能性がある。
また、旅館と連携した泊食分離にもつながっていない。
- ・ 温泉街が暗く雰囲気に影響している可能性がある。
夜間の温泉街が暗く、入浴客の利便性低下や外出意欲の減退につながっている。
- ・ 地域内のコミュニケーション不足による効果的な取り組み不足。
温泉組織や旅館・地域住民とのコミュニケーション不足により、一体的な目的意識の共有や連携した取り組みへつながっていない。

(エ) 旅館

- ・ 宿泊客不足による売り上げ減少 が 経営規模縮小と投資の減退。
宿泊客の減少により売り上げが減少することで、雇用の確保が困難になり、部屋の稼働率低下と宿

ヒアリングからみる 課題整理 (3)

- ・ 旅館の事業承継者が不在。
売り上げの減少や旅館の持続的経営等への不安などといった要因から多くの旅館で事業承継者が不在となっている。
- ・ 人員不足により部屋の稼働部屋数が減少。
旅館運営に携わる人材の不足から顧客対応が困難な状況となり部屋の稼働率が低下している。
- ・ 宿泊客に提供する料理の食材買い出し負担が経営に影響。
多くの旅館が少人数で運営しているためすべての業務を限られた人材で行わなければならない、食材の買い出しにおける負担も大きくなっている。
- ・ 部屋食には人気があるが人材不足による対応困難。
各旅館では部屋での食事を提供しているが、配膳等にも労力を有し、運営者の負担につながっている。

(オ) 認知度不足

- ・ 魅力的な情報発信不足。

銀当地域としての魅力が減退する中で、社会的な情報発信ができていない。

現状のまとめ (1)

観光客	<ul style="list-style-type: none">・長門市の観光客数は、新型コロナウイルス感染拡大以前は増加傾向にあった。・俵山温泉の観光客数は減少傾向にある。・新型コロナウイルスの感染拡大により近年の観光客数は激減している。・新型コロナウイルス感染拡大が終息した後には、温泉等の癒しの旅行に期待できる。・俵山地域には、集客力のある観光コンテンツがある。・長門市以外の近隣観光地には多くの観光客が来訪しており、近隣観光地との連携に可能性がある
入湯客	<ul style="list-style-type: none">・入湯客数は減少傾向にあり、近年では、新型コロナウイルス感染拡大の影響で激減している。・これまで中心だった顧客は、医療の発達とともに医療機関や福祉施設へ移行していることが予測される。・これまでの主要顧客であった長期滞在者は減少し短期宿泊者が増えている。・観光における宿泊旅行の宿泊日数は短くなっている。
温泉	<ul style="list-style-type: none">・温泉の泉質、効能の評価は高い。・経済規模縮小に伴う投資困難による魅力度向上対策が弱く温泉の魅力創出につなげていない。・入湯客の減少に伴い施設への投資が控えられるとともに、人材の不足等によりサービスの向上につなげていない。・温泉施設の運営状況と入湯客のニーズのミスマッチが起こっている。

現状のまとめ (2)

旅館	<ul style="list-style-type: none">・多くの旅館で後継者がいない。・既存顧客は70代以上が多く高齢化が進んでいる。・宿泊客の減少に伴い売り上げの確保が課題となっており、施設に投資が困難となることで旅館自体の魅力創出と宿泊客の満足度向上につなげていない。・人材不足により、満足のいく旅館運営ができていない他、宿泊客への充実したサービスの提供が困難な状況になっている。・これまでは、各宿の「食」と「部屋食」が魅力となっていた。・条件次第で第三者への事業委託も可能な旅館がある。・静かな温泉地でゆっくりと過ごせるという滞在が好評だった。・運動施設と連動した宿泊合宿による宿泊者がある。
温泉街	<ul style="list-style-type: none">・地域経済の縮小から新たな魅力創出への投資が控えられ、更なる交流人口の増加につなげていない。・地域内でのコミュニケーション不足により地域全体の一体的な取り組みが弱い。・俵山温泉の存続に向けた取り組みが期待されている。・泊食分離にもつながる魅力ある「食」が求められている。・夜間の温泉街が暗くイメージ低下につながっている可能性がある
	<ul style="list-style-type: none">・インターネットの普及により、競合温泉地との比較が安易にできる中、選ばれる温泉地となる情