



健康と温泉フォーラム第117回月例研究会

「温泉地のブランディングの最新研究」  
～日本とドイツの温泉地視察から～

Study of Branding of ONSEN City - from Current  
Research of Japan and Germany

# 自己紹介



丸橋 裕史 | Hirofumi Maruhashi

丸橋企画株式会社 CEO / Design Producer

TCL プログラムマネージャー

## サマリ経歴

多摩美術大学を卒業後、ジェイアール東日本企画やウォルト・ディズニー・ジャパンでマーケティングに携わる。MBA取得後、独立し丸橋企画株式会社を設立。

「デザインと経営をつなげる」をテーマに、大企業の新規事業戦略立案およびそのプロジェクトマネジメントをおこなう。

現在は、多摩美術大学統合デザイン学科でデザインマネジメント実践を担当し、TCLではプログラム・マネージャーを担当。そのほか、東洋インキグループ、ユニマットグループ等の顧問として商品開発や新規事業戦略立案およびそのプロジェクトマネジメント業務をおこなう傍ら、文化活動の一環として、数多くのアートやデザインのエキシビションを手がける。

その他、経済産業省の地域・中小企業 未来デザイン検討チームのメンターや、行政のリーディングブランド戦略策定、横浜市のビジネスコンペの審査員など。

静岡県生まれ、横浜育ち。2児の父

趣味はサイクリング

# 取組紹介



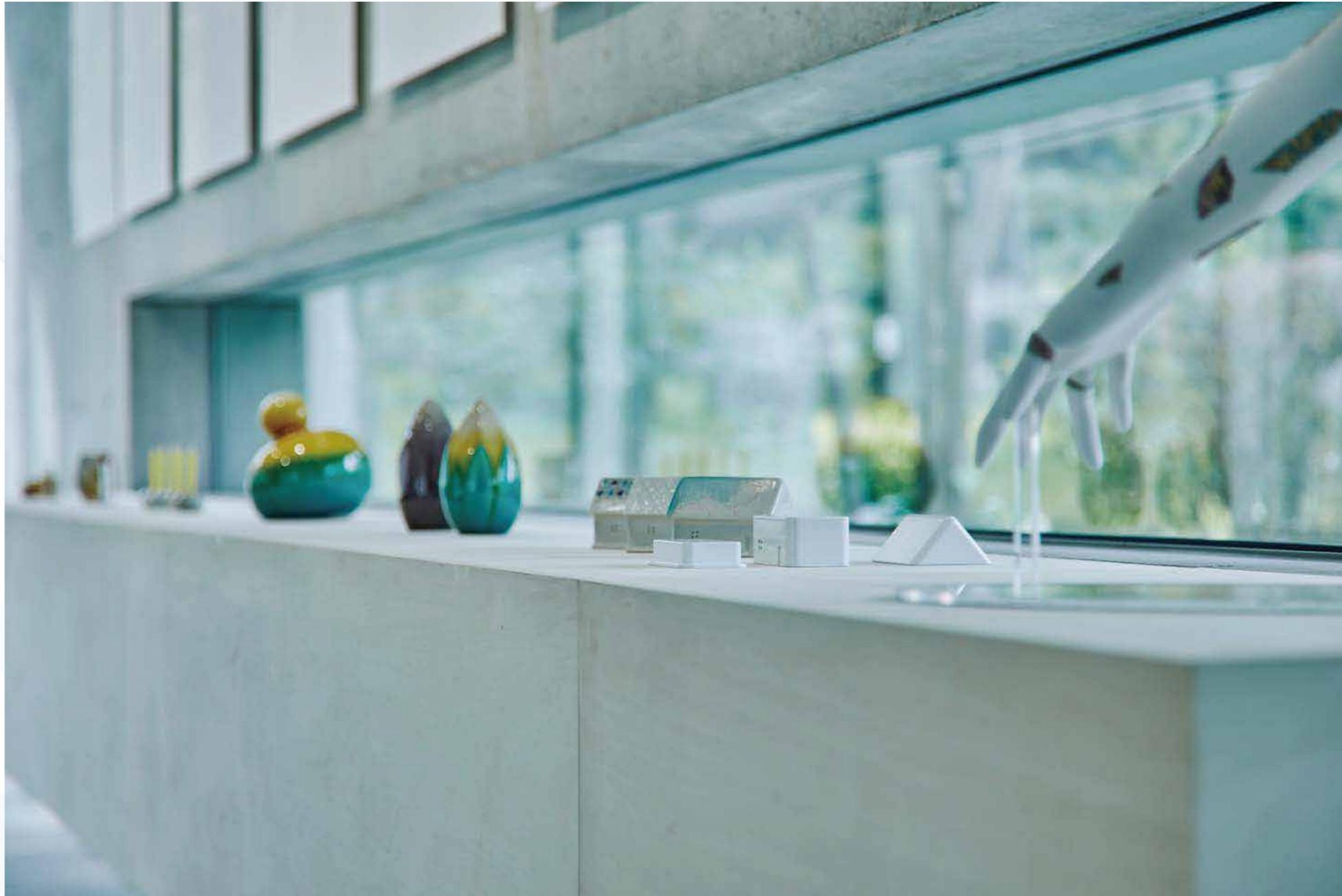
# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 取組紹介



# 温泉とのご縁



兵庫県新温泉町



## 新温泉町とバートクロチンゲンとのご縁①



## 新温泉町とバートクロチンゲンとのご縁②

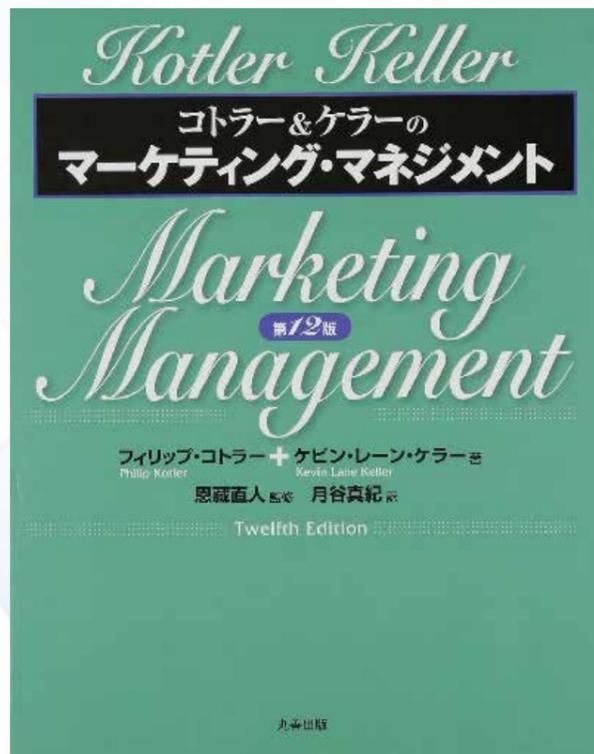


## 本時間の目的

日本とドイツの温泉地視察の知見を基に、  
温泉地のブランディングやコミュニティデザインについて紹介し、  
今後の日本の温泉地のあり方を提案すること

# ブランディングとは

ブランディングは、製品やサービス、地域が持つ独自の価値や個性を明確にし、それをターゲットオーディエンスに伝えるプロセスである



出典：Philip Kotler, Kevin Lane Keller / コトラー & ケラーのマーケティング・マネジメント

# コミュニティデザイン

コミュニティデザインは、地域社会の発展と住民の生活向上を目指す多面的な取り組み。

コミュニティデザインの構成要素には、物理的環境、社会的環境、経済的環境、文化的環境、持続可能性があり、これらの要素をバランスよく統合されることで、地域社会の持続可能な発展に貢献する。

出典："The Image of the City" by Kevin Lynch

"City Branding: Theory and Cases" edited by Keith Dinnie

"Community Participation Methods in Design and Planning" by Henry Sanoff

"Place and Identity: The Performance of Home" by Harold M. Proshansky, Abbe K. Fabian, and Robert Kaminof

# コミュニティデザインの構成要素

## 物理的環境のデザイン

都市計画と建築：公共スペース、住宅、商業施設、交通インフラの設計と配置  
ランドスケープデザイン：公園、庭園、緑地の設計と維持管理

## 社会的環境のデザイン

コミュニティ活動の促進：地域イベント、ワークショップ、ボランティア活動の企画と実施  
社会的ネットワークの構築：地域住民の交流と連携を促進するためのプラットフォームの提供

## 経済的環境のデザイン

地域経済の活性化：地元企業の支援、地域製品のプロモーション、観光資源の開発  
雇用創出：地元での雇用機会の増加を図る施策

## 文化的環境のデザイン

地域文化の保護と振興：伝統行事や文化遺産の保存と活用  
教育と学習の機会提供：地域の歴史や文化に関する教育プログラムの実施

## 持続可能性

環境保護：持続可能な資源管理、エネルギー効率の高いインフラの導入  
エコロジカルデザイン：環境に配慮した建築や都市計画

## シビックプライド

シビックプライド（civic pride）は、  
市民が自らの住む地域や都市に対して抱く誇りや愛着を指す。  
これは、地域社会の一員としての自覚とともに、  
その地域の文化、歴史、自然、経済的成功などに対する  
肯定的な感情を含む。

シビックプライドは、住民が自分たちのコミュニティに対して持つ  
ポジティブな認識と評価に基づいて形成され、  
地域社会の連帯感や協力意識を促進する要素として機能する。

# シビックプライドの構成要素

## 地域の歴史と文化

地域の長い歴史や独自の文化遺産は、住民に誇りを持たせる重要な要素  
例：伝統的な祭りや文化行事、歴史的建造物など

## 自然環境と景観

美しい自然環境や魅力的な景観もシビックプライドの源となり、  
公園や自然保護区、河川、山々などの存在は住民に対する地域の魅力を増加させる

## 経済的成功と繁栄

地域の経済的な繁栄や成功もシビックプライドの要因となり、  
地元企業の成長や産業の発展、観光地としての成功などがこれに該当する

## 社会的つながりと コミュニティの強さ

地域内の強い社会的つながりやコミュニティの一体感は、住民に安心感と誇りを与え、  
地域活動やボランティア活動、地元イベントなどがこれを強化する

## 公共施設とインフラ

公共施設の充実やインフラの整備もシビックプライドを高める要因  
例：図書館やスポーツ施設、公園などの公共施設が良好に整備されていることも、住民に誇りを感じさせる

# シビックプライドの重要性

シビックプライドは、地域社会の発展と維持において重要な役割を果たす。  
以下にその具体的な効果を挙げる。

## 地域の結束と協力

シビックプライドは住民の結束を促し、共同で地域の問題に取り組む意識を高め、地域の課題解決や開発計画が円滑に進むことが期待できる

## 地域経済の活性化

高いシビックプライドを持つ住民は、地元の商品やサービスを積極的に利用し、地域経済の活性化に寄与する  
また、観光客に対しても地域の魅力を積極的に発信することで、観光業の発展にもつながる

## 公共施設やインフラの 維持管理

シビックプライドは、住民が公共施設やインフラを大切にしようという意識を高め、公共財の維持管理がより効果的に行われ、地域の生活環境が向上する

## 地域アイデンティティの 強化

シビックプライドは地域アイデンティティを強化し、住民が自分たちの地域に対して誇りを持つことで、他地域との差別化を図ることができ、地域の独自性が際立ち、観光地としての魅力も増す

# 日本の温泉（1）群馬県 草津温泉 ～文化と景観～

〈シビックプライドの要素〉

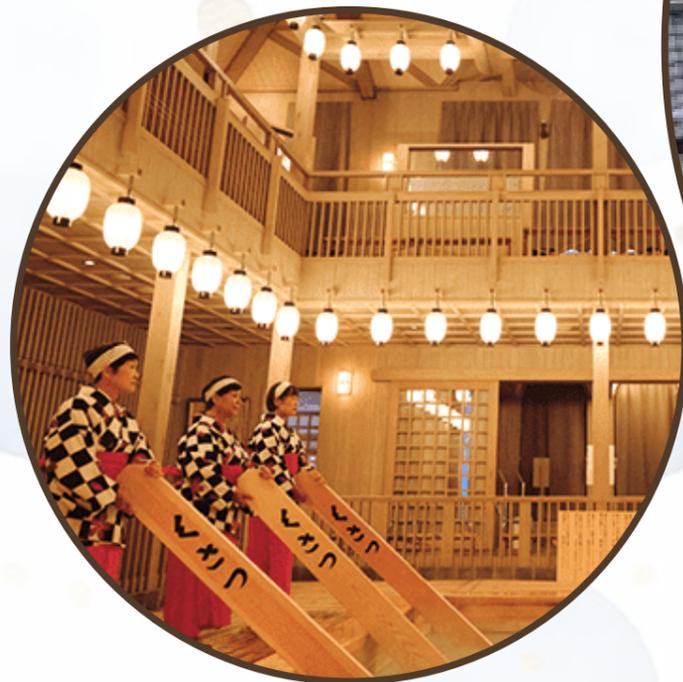
従来型の開発計画を転換し、時代の積層を感じさせる温泉街の町並み、歴史の再評価に基づく独自の発想で、官と民が一体となって推進してきたまちづくり



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代から続く湯畑の歴史』



草津温泉



体験やサービスの質  
湯もみショー



ロゴやスローガン  
『湯もみと踊り』

# 日本の温泉（2）大分県 別府温泉 ～文化と食とまち歩き～

〈シビックプライドの要素〉

まち歩きを起点に地域住民の繋がりを醸成し、わがまちについて語り、始める地域内のファンを増やす関係経済の仕組みづくり



地域のストーリーや歴史  
『地獄めぐりとして知られる  
独特の温泉地形と  
長い湯治場の歴史』



体験やサービスの質  
『地獄蒸し料理体験』



## 別府温泉



別府温泉  
ゆのたぎ  
ゆのくに



ロゴやスローガン  
『地獄めぐり』

# 日本の温泉（3）神奈川県 箱根温泉 ～宿場町の歴史と食～

〈シビックプライドの要素〉

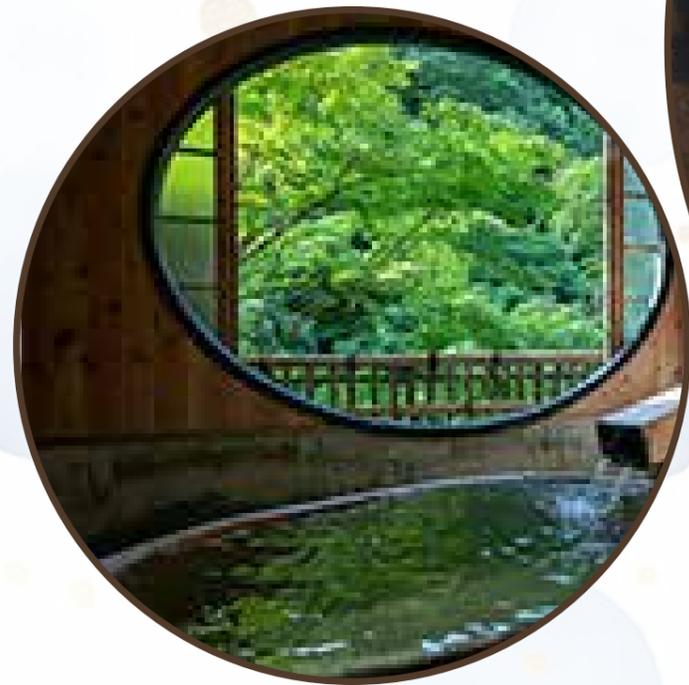
宿場町としてのブランド資産と都心からの好アクセスを活かし、  
温泉およびその周辺領域を含めた高い体験価値を提供できる総合力



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代の東海道の  
宿場町としての歴史』



箱根温泉



体験やサービスの質

『高級旅館での独自のサービスやおもてなし文化』



ロゴやスローガン

『温泉郷』

# 日本の温泉（4）兵庫県 有馬温泉 ～先人から選ばれてきた歴史～

〈シビックプライドの要素〉

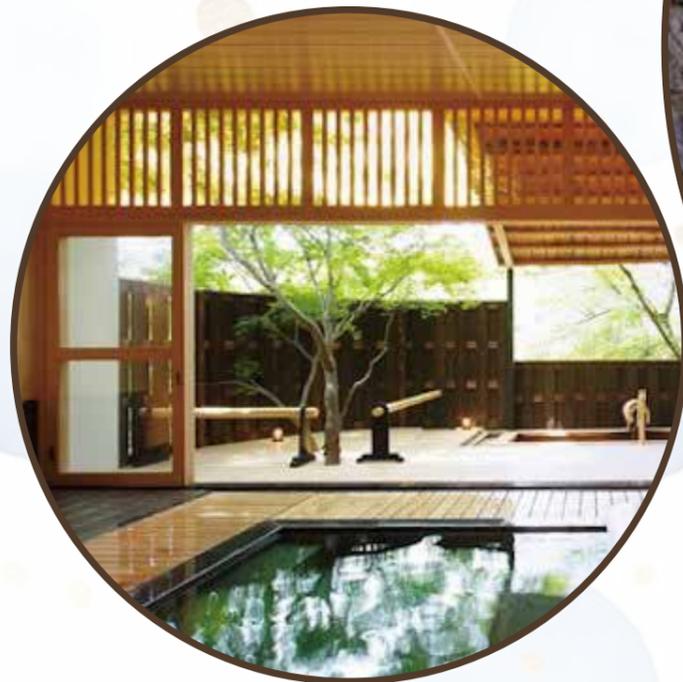
豊臣秀吉や足利義満、谷崎潤一郎など、多くの著名人から選ばれ続けてきた、歴史を誇る温泉宿としての高い品質を保証するマインドセットや、歴史ある街をであることを裏付ける歴史的建造物など



地域のストーリーや歴史  
『古くからの  
湯治場としての歴史』



有馬温泉



体験やサービスの質  
『高品質の温泉と特別な体験』



ロゴやスローガン  
『日本三名泉』

# 日本の温泉（5）愛媛県 道後温泉 ～世界遺産と名作の舞台～

〈シビックプライドの要素〉

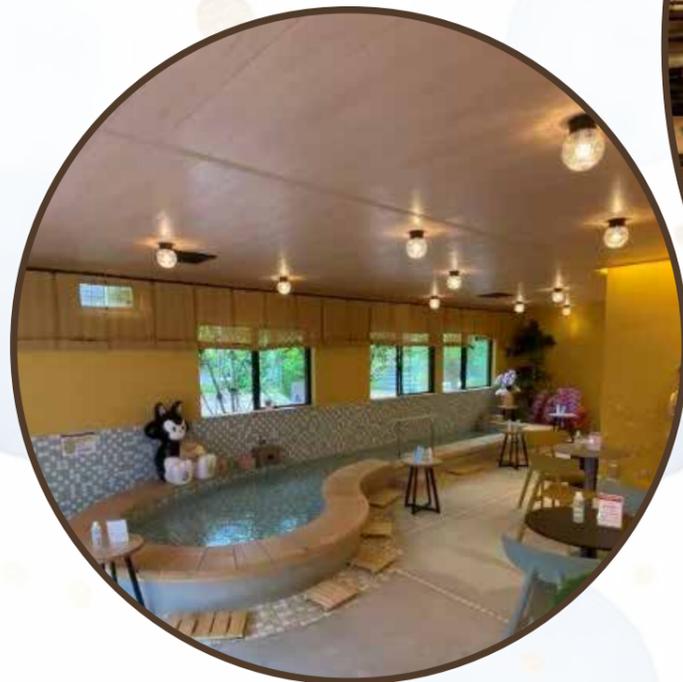
世界遺産にも認定される道後温泉本館、夏目漱石の名作の舞台など  
他の温泉地が持ち合わせない模倣困難性から生み出される街全体の独自性



地域のストーリーや歴史  
『夏目漱石の小説  
「坊っちゃん」の舞台』



道後温泉



体験やサービスの質  
『伝統的な公衆浴場と近代的な施設の融合』

 道後温泉物語

道後温泉旅館協同組合

ロゴやスローガン  
『坊っちゃんの湯』

# 日本の温泉（6）北海道 登別温泉 ～アイヌ文化とともに～

〈シビックプライドの要素〉

アイヌ語で（白く濁った川・色の濃い川）を意味する言葉が語源となるように、古くから豊富に温泉が湧き出していた北海道を代表する温泉地であり、アイヌ文化の保護とともに活用をしていく官民連携



地域のストーリーや歴史  
『アイヌ文化との関わり』



体験やサービスの質  
『地獄谷やアイヌ文化を活かした観光資源』



ロゴやスローガン  
『地獄谷』

# 日本の温泉（7）鹿児島県 指宿温泉 ～世界的に珍しい砂蒸温泉～

〈シビックプライドの要素〉

海岸から湧き出る温泉熱で温められた砂に包まれる、世界的にも珍しい名物の砂むし温泉

豊富な湯や蒸気を炊事や浴用の他、観光や農業などの生活への浸透



地域のストーリーや歴史  
『砂蒸し温泉の歴史』



体験やサービスの質  
『砂蒸し温泉体験』



指宿温泉

—鹿児島県—

指宿温泉

*ibusuki*

ロゴやスローガン  
『砂蒸し温泉』

# 日本の温泉 (8) 石川県 和倉温泉～復興に向けた絆の高まり～

〈シビックプライドの要素〉

交通のハブの位置にすることから、和倉温泉再生の目標像を「能登をめぐるためのコンシェルジュとなる」とし、和倉温泉の復興に向け、旅館同士のきずなを高めるアクション



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代からの温泉文化』



体験やサービスの質

『七尾湾の美しい景観と温泉を融合させた体験』



和倉温泉



ロゴやスローガン  
『七尾湾の宝』

# 日本の温泉（9）山形県 銀山温泉 ～文化と食～

〈シビックプライドの要素〉

銀山川を挟んで軒を連ねる木造多層建旅館の風景は、タイムスリップしたかのような大正ロマン溢れ、銀山温泉でしか味わえない「非日常」景観



地域のストーリーや歴史  
『大正時代の銀山開発の歴史』



銀山温泉



体験やサービスの質  
『大正時代の街並みを散策し、  
観光客にタイムスリップしたような体験』

銀山温泉  
GINZAN ONSEN

ロゴやスローガン  
『大正ロマン』

# 日本の温泉（10）兵庫県 城崎温泉 ～共存共栄の精神～

〈シビックプライドの要素〉

駅は玄関、通りは廊下、旅館は客室、外湯は大浴場、商店は売店と表されるようにまち全体でひとつの旅館としておもてなしする「共存共栄」の精神が自然と根つき、開湯 1300 年の歴史を積み重ね、関西屈指の温泉街を支えている



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代の湯治場』



体験やサービスの質  
『外湯めぐりを通じて多様な温泉体験』



城崎温泉

城崎温泉

きのさき温泉観光協会公式サイト

ロゴやスローガン  
『外湯めぐり』

# 日本の温泉（11）岐阜県 下呂温泉 ～エコツーリズム～

〈シビックプライドの要素〉

美人の湯として名高い資産を生かしながらも、今後の温泉地のあり方を模索し、観光業に携わらない各地域の人を集めて意見交換を行い、市民を巻き込み、地域それぞれの個性や資源も生かしたエコツーリズムを確立させた地域の対話



地域のストーリーや歴史  
『平安時代からの歴史』



下呂温泉



体験やサービスの質  
『足湯カフェを提供』



ロゴやスローガン  
『日本三名泉』

# 日本の温泉（12）大分県 湯布院温泉 ～多様な資源とまちづくり～

〈シビックプライドの要素〉

由布岳や黒岳等の自然資源から、温泉場や農村風景、神楽等の歴史文化資源まで、多種多様な観光資源・地域資源



地域のストーリーや歴史  
『近代の芸術家による開発』



湯布院温泉



体験やサービスの質

『地元アーティストとのコラボレーションによるアート体験』



ロゴやスローガン  
『アートの温泉』

# 日本の温泉（13）熊本県 黒川温泉 ～地域全体の共存思想～

〈シビックプライドの要素〉

黒川温泉は一軒の繁盛旅館を生むよりも、「街全体が一つの宿、通りは廊下、旅館は客室」と共に繁栄していこうという独自の理念の開発と定着



地域のストーリーや歴史  
『昭和の再開発』



体験やサービスの質  
『温泉手形での湯めぐり体験』



ロゴやスローガン  
『湯めぐり手形』

# 日本の温泉（14）岐阜県 奥飛騨温泉郷 ～四季と自然のポテンシャル

〈シビックプライドの要素〉

豊かな自然が体感できるといった奥飛騨温泉郷らしさ、  
自然エネルギーのポテンシャルを活かした、多彩で上質な体験



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代からの温泉文化』



体験やサービスの質  
『四季折々の自然体験と温泉の組み合わせ』



## 奥飛騨温泉郷



ロゴやスローガン  
『日本アルプスの温泉』

# 日本の温泉（15）秋田県 乳頭温泉郷 ～自然環境との共生～

〈シビックプライドの要素〉

ブナの原生林に守られるように、7つの温泉宿が点在し、温泉郷には10種類以上の源泉があり、それぞれに独自の源泉を持つだけでなく、風情あるレトロな湯治場の雰囲気が残る非日常感



地域のストーリーや歴史  
『江戸時代からの  
秘湯としての歴史』



体験やサービスの質  
『秘湯巡りを提供』



乳頭温泉郷



ロゴやスローガン  
『秘湯の一つ』

# ドイツ バートクロチンゲン

ヘルスケアリゾートの最前線に行く南西ドイツの温泉療養地  
生活療法と自然療法により、自然治癒を引き出す



【湯】ラムネ温泉（炭酸泉）

【泉温】32度

【適応症】高血圧症、動脈硬化症、慢性皮膚病、冷え性、疲労回復等

# ドイツ バートクロチンゲン ~地形①~



# ドイツ バートクロチンゲン ～歴史と人の流れ～

1881年 疾病保険、災害保険(1884)、老年疾病保険制度(1889)

1892年 一般ドイツ湯治協会による第1回ドイツ湯治学術会議開催

1911年 石油探掘中に二酸化炭素が大量に含まれた温泉が湧出

1937年『クアオルトの定義』第1版(各州のクアオルト法の基本)

2005年 同上改訂第12版

第二次世界大戦後に現代的温泉施設の開発が始まる

当初は医療的側面が強かったが、近年の疾病治療主体の療養よりも疾病予防、健康促進、

リラクゼーションニーズに応え、レジャー的なヘルス・リゾートとして多くの観光客から支持されている。

一方で、温泉療法だけでなく、心臓病の治療・手術においても世界的に評価の高い施設を有する、健康、保養、療養の町。



Vita Classica 前後のを現すモニュメント



医療から始まったドイツの温泉文化



葡萄畑が広がるバートクロチンゲン

ドイツ バートクロチンゲン ～多様な体験～





# ドイツ バートクロチンゲン ～所感～

「充実した多様な体験をした」と認識させるもの

- ・ 構成空間構成と色彩計画
- ・ 温度設計（エリアごとに異なる温度設定 18-34 度数）
- ・ 多様なアクティビティ（インストラクター、各種ツール）
- ・ ストレスを極力排除された体験設計（熱利用、トイレ難民対策）
- ・ 補完機能の誘致（クライオセラピーを擁した5つ星ホテル）
- ・ テーマパークならではの「それっぽいもの」ではなく本物を採用

「質の向上の厳選となる利益確保」に向けた取り組み

- ・ プライシンと料金徴収の巧さ（年々上昇、キャンピングカーにも課金）
- ・ 目に見えるところにアップデートを組み込むアップデートの設計
- ・ 館内のフードはクオリティが高く、価格も相応

# ドイツ バートクロチンゲン ～所感～

## 構成空間構成と色彩計画

### 1. 認識と記憶の向上

異なる色彩空間を設定することで、訪問者は各エリアを明確に区別しやすくなるだけでなく、記憶に残りやすくなり、各エリアの体験が鮮明に記憶される。

### 2. 感情の変化と多様な体験

各エリアのテーマカラーが異なることで、訪問者は各エリアで異なる感情を体験することができる。

例：赤のエリアでは活力を感じ、青のエリアではリラックスすることができる。

### 3. 空間の知覚と行動の変化

色彩は空間の知覚にも影響を与えます。暖色系の色は空間を狭く感じさせ、冷色系の色は空間を広く感じさせる効果があり、訪問者の行動にも変化が生じる。

# 対象の温泉地

①北海道 豊富温泉



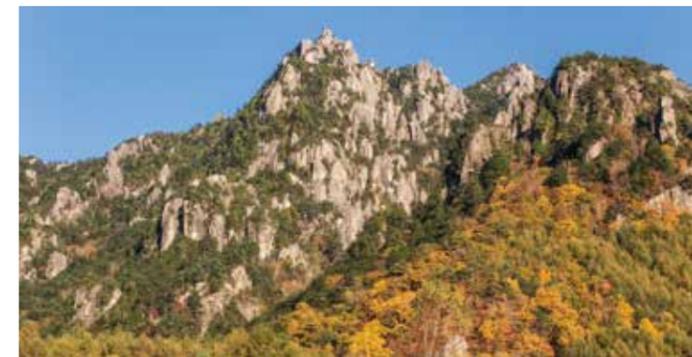
②秋田県 玉川温泉



④大分県 長湯温泉



③山梨県 増富温泉



# 日本の温泉① 北海道 豊富温泉



心と体の疲れをいやす  
油分を含んだ肌にやさしい泉質



【泉質】 ナトリウム塩化物泉、弱アルカリ性で高張性

【泉温】 41 ～ 42℃。

【適応症】 慢性皮膚疾患（アトピー／乾癬等）・やけど・切り傷・冷え性・神経痛、

リウマチを含む神経系疾患、循環器系疾患、脊髄性や脳性小児麻痺、貧血や白血球減少症、皮膚病、免疫カアップ

# 日本の温泉① 北海道 豊富温泉 ～地形～



# 日本の温泉① 北海道 豊富温泉 ～歴史と人の流れ～

約 7000 ～ 5500 年前：サロベツ原野に人が住み始める

入地者がまだない時代から現在の温泉地域はガスが噴出

1914 年：村井吉兵衛が目梨別で石油試掘開始

1922 年：宗谷線（天北線）全線開通。目梨別駅遷所開設

1925 年：石油の試掘開始

1926 年：地下約 960m の地点より高圧の天然ガスと共に 43℃ のお湯が噴出

草葺小屋をたてて地元の人達が温泉として利用

1927 年：村井鉱業株式会社重役が温泉で浴場経営

川島旅館など 8 つの旅館が開業し、温泉街が形成

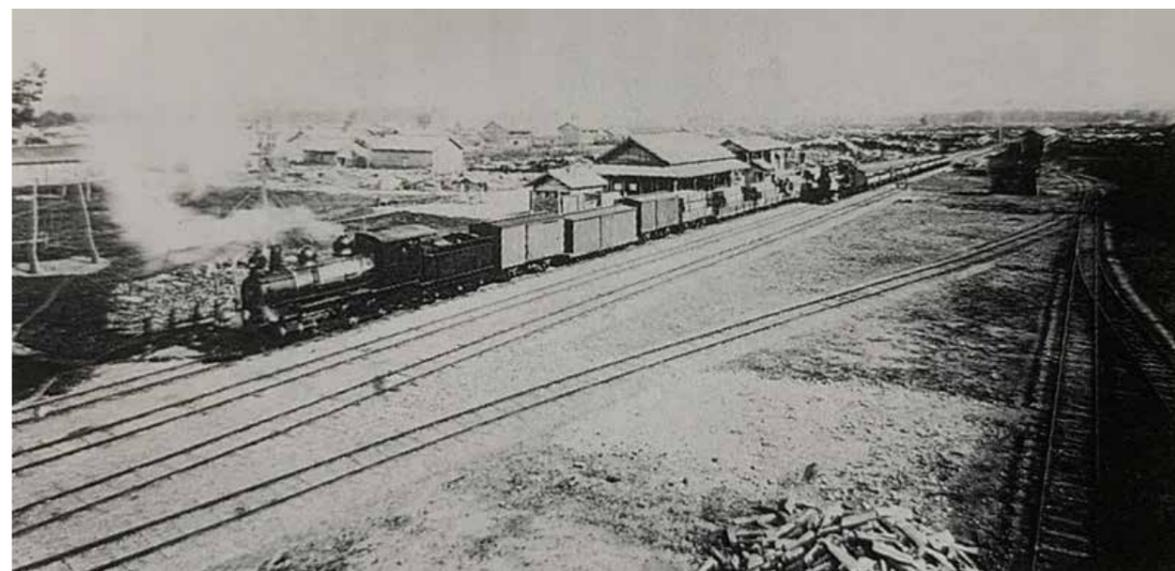
1959 年：町政を施行し豊富町となる



村井吉兵衛



北海道入植者



1922 年当時の停車場



1959 年の温泉街

# 日本の温泉① 北海道 豊富温泉 ～文化と食～



1万5千頭飼養されている  
酪農のまち



豊富牛乳



鹿肉ジンギスカン



エゾカンゾウなど約70種類もの花々



豊富温泉



豊臣産北寄貝

## 日本の温泉② 秋田県 玉川温泉



大地の息吹感じる「湯治のふるさと」  
包丁も溶ける強酸性！日本一のヒリヒリ温泉



【泉質】 pH1.2 の強酸性泉（人間の皮膚 pH4.5 ～ 6.52、レモン pH2.5）

【泉温】 40～45℃

【適応症】 リウマチを含む神経系疾患、循環器系疾患、脊髄性や脳性小児麻痺、貧血や白血球減少症、皮膚病、免疫力アップ



# 日本の温泉② 秋田県 玉川温泉 ～歴史と人の流れ～

806年：海拔1,336mの焼山火山の中腹が大爆発

爆発口から湧き湯が噴出

江戸時代初期：出羽の佐竹藩が硫黄を発見

1868年：火薬の原料として採掘・精錬が行われる

1884年：湯治場の許可を取得（旧名は鹿湯、渋黒沢温泉）

硫黄精錬の労働者達は傷や打撲、目の病気などを治癒

1912年：衆生の病気を治し目の不自由な人を癒す神様として、薬師神社を建立

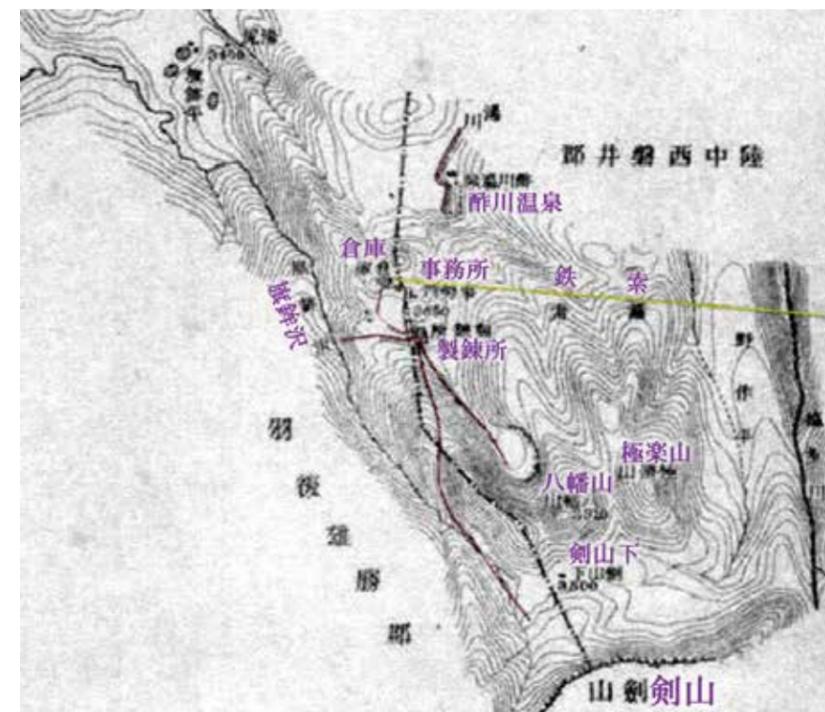
強酸性の源泉が下流の水田に流れ込むと水が酸性化し、水田が荒廃

源泉から流れ出る水は玉川毒水と呼ばれる

1938年：湯の川の横に長さ270メートルのずい道を掘り、強酸性の水大地に浸透させて酸性を弱める

太平洋戦争を経て、道路開発が再開

1950年：完成



硫黄山と鉈山跡（須川温泉近く）

1902年硫黄山と鉈山後



写真3 鍛冶場 [阿寒硫黄鉈山]

1950年代 鍛冶場



写真4 切羽と運搬用軌道 [阿寒硫黄鉈山]

1950年代 硫黄鉈山

# 日本の温泉② 秋田県 玉川温泉 ～文化と食～



北：八幡平



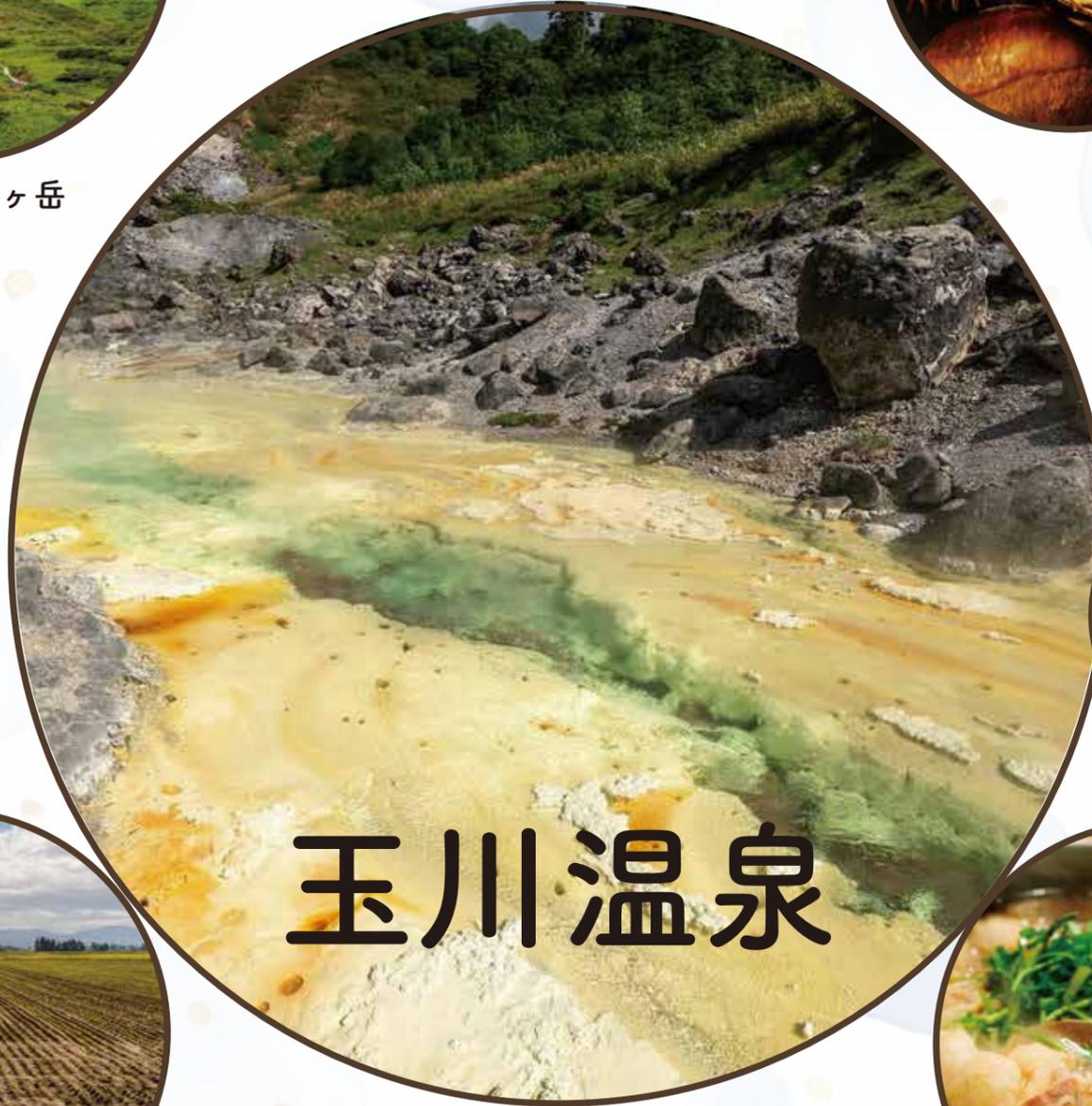
東：秋田駒ヶ岳



水深日本一の田沢湖



南：仙北平野



## 玉川温泉

西明寺栗



しいたけ



羊羹



なると餅  
祝い事や特別な行事に作る餅



角館納豆



強い山の芋をすりおろし、  
団子状にして入れた鍋  
40年前に田沢湖地域で独自に考案



明治に一度途絶えた  
白岩焼

## 日本の温泉③ 山梨県 増富温泉



戦国時代、武田信玄が発見した秘蔵湯  
傷病兵を療養させた「信玄の隠し湯」



【泉質】含放射能・二酸化炭素・ナトリウム・塩化物温泉

【泉温】30℃近く、ぬる湯

【適応症】鎮痛効果、ガン治療効率と再発防止、アルツハイマー病 / 糖尿病 / ウイルス性肝炎などの病気進行抑制

\* ホルミシス効果＝「低レベルの放射線を浴びると、生体の様々な活動を活性化する」生体効果  
(1982年12月号米国保健物理学雑誌 / ミズリー大学のトーマス・D・ラッキー教授)

# 日本の温泉③ 山梨県 増富温泉 ～地形～



100
200

# 日本の温泉③ 山梨県 増富温泉 ～歴史と人の流れ～

武田信玄公が金山の鉱脈を探る中で発見、「秘湯湯」として武田軍の傷病兵を療養

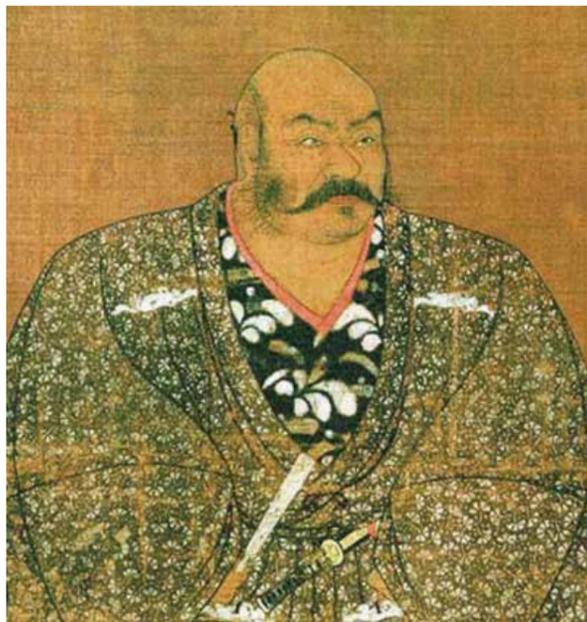
1887年頃：金泉湯と呼ばれる

1920年代：ラジウムの効能が広く宣伝され、ラジウム温泉として有名になる

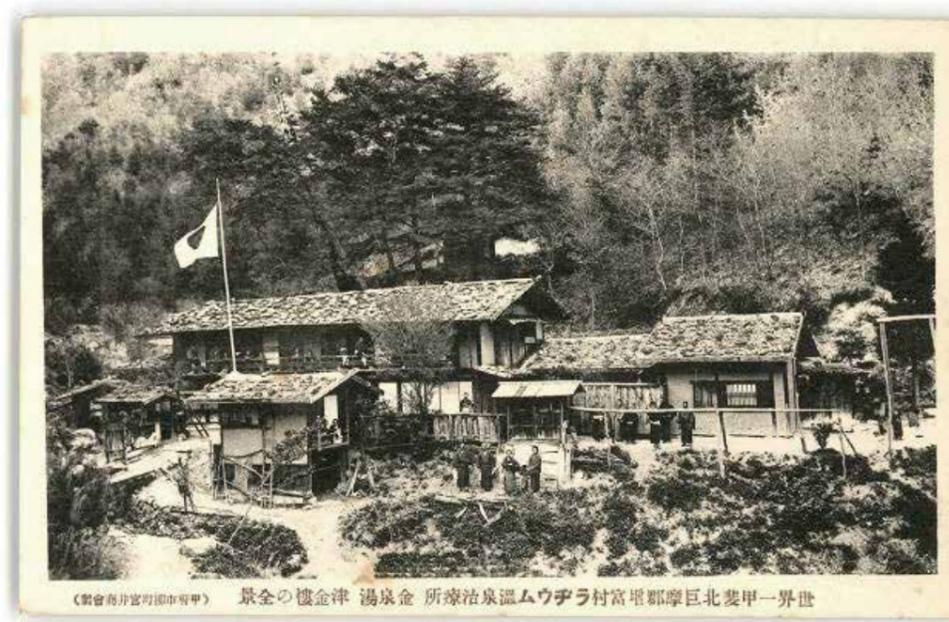
1965年：国民保養温泉地に指定

現在：癒しの里づくりに取り組む

温泉の効能を生かし、人間が本来持っている自然治癒力を高める入浴方法の指導を実施



武田信玄公



1887年頃 金泉湯



1920年代の津金楼

# 日本の温泉③ 山梨県 増富温泉 ～文化と食～

金峰山



瑞牆山



浅尾大根



凍み大根  
増富に昔から伝わる  
冬の保存食



増富温泉火祭り



日本武尊が立ち寄った  
東屋神社



幸せを見守る七福神が存在する  
集落の比志神社



増富温泉



津金りんご



武川米

## 日本の温泉④ 大分県 長湯温泉



飲んで効き 長湯して利く  
長湯のお湯は 心臓胃腸に血の薬



【湯】ラムネ温泉（炭酸泉）

【泉温】32度

【適応症】高血圧症、動脈硬化症、慢性皮膚病、冷え性、疲労回復等

# Appendix

## ●書籍

- ・風景を作るごはん 都市と農村の真に幸せな関係とは  
東京工業大学環境・社会理工学院教授 真田淳子著
- ・フードスケープ 図解 食がつくる建築と風景  
正田智樹著

## ●映画

- ・ Delicious  
<https://delicieux.ayapro.ne.jp/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=AnwtTleaXqA>

## ●その他

健康と温泉フォーラム in 豊富 2023

[https://onsen-forum.jp/PDF/forum2023\\_report.pdf](https://onsen-forum.jp/PDF/forum2023_report.pdf)

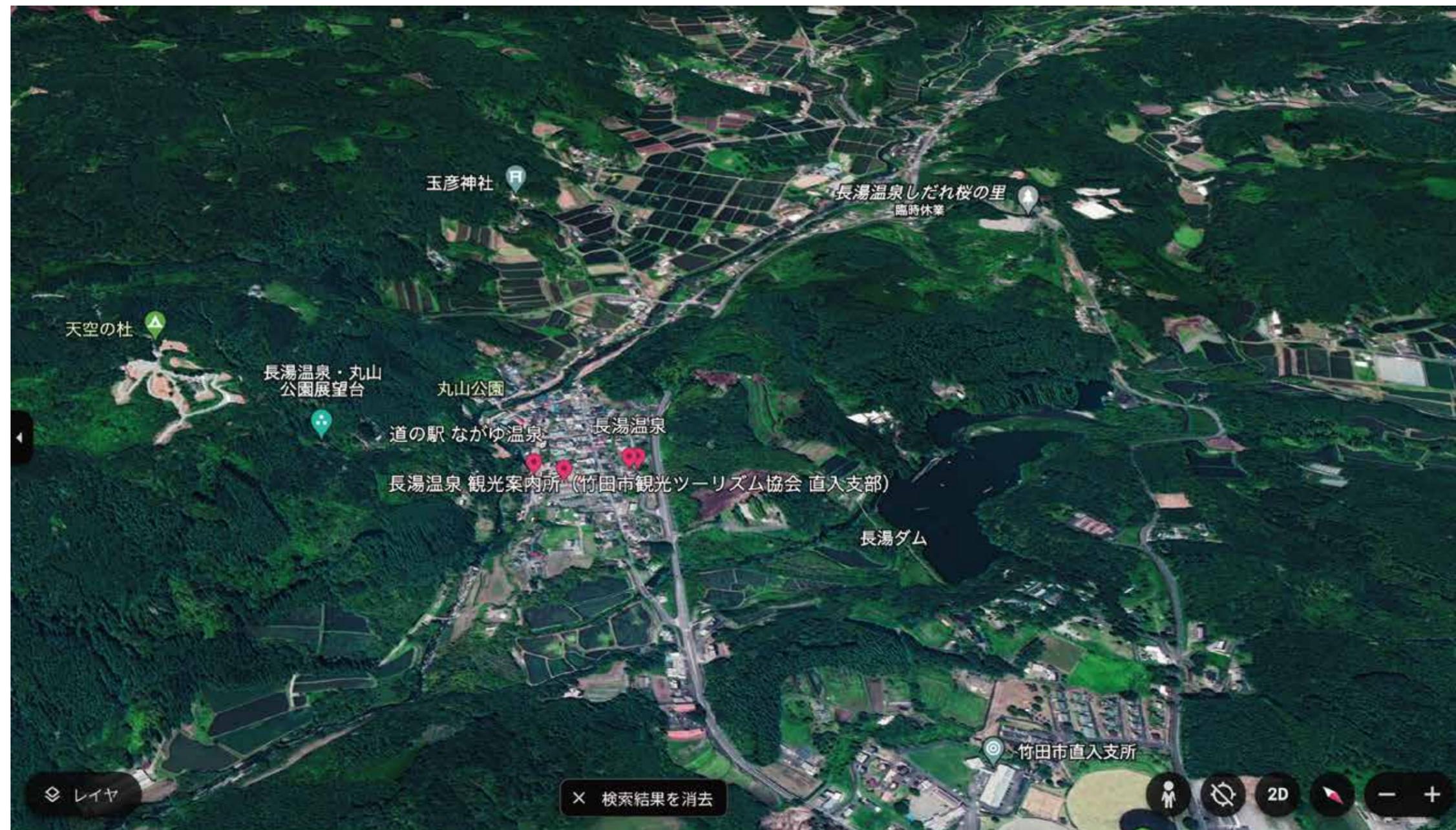
秋田県玉川温泉の温泉水と温泉沈殿物の地球化学的特徴

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/shigenchishitsu/60/1/60\\_15/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/shigenchishitsu/60/1/60_15/_pdf/-char/ja)

テリトリーオに根ざした農業が創る豊かな社会

[https://riim.ws.hosei.ac.jp/wp-content/uploads/2023/11/WPNo.259\\_Kimura.pdf](https://riim.ws.hosei.ac.jp/wp-content/uploads/2023/11/WPNo.259_Kimura.pdf)

# 日本の温泉④ 大分県 長湯温泉 ～地形～



# 日本の温泉④ 大分県 長湯温泉 ～歴史と人の流れ～

826年頃：馬を操り、狩猟を得意とする人々がこの地域に多くいた

8世紀半ば：風土記に『二つの湯の川あり、神の河（寒川、のちの芹川）に会えり』と記されている

1193年：植林や城原井路・緒方井路などの灌漑水利施設の建設が実施され、領内の生産性が向上

1706年：藩営温泉「御前湯」の誕生

この地を治めていた岡藩主・中川候の入湯宿泊の便をはかるために、温泉を取り込んだ御茶屋が建設

1781年：中川寛得軒の設計、岡藩の普請による新湯（御前湯）が作られる

昭和初期：御沓重徳は長湯温泉を日本一の温泉として世間に宣伝、長湯観光協会を設立し、初めてパンフレットの作成に着手

松尾武幸がドイツのカールスバードで温泉治療学を学び、長湯温泉（炭酸泉）の効能を科学的に解明

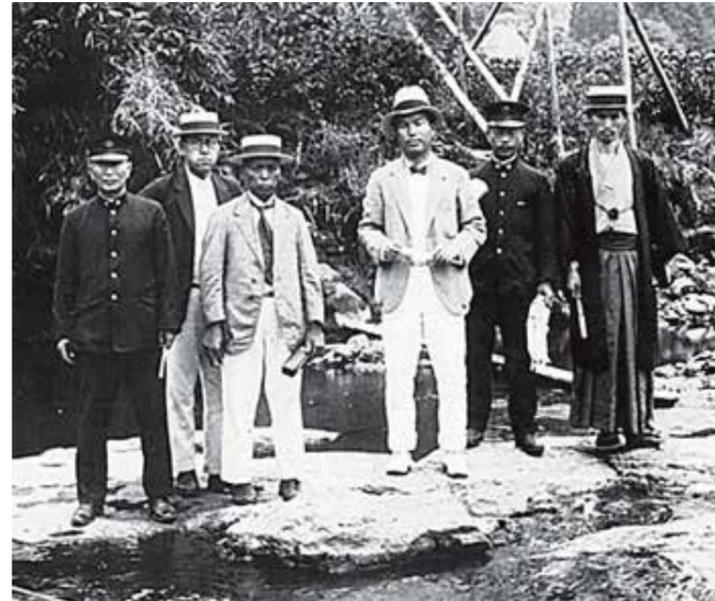
※九州の山の中からドイツを見つめ続け、すでに世界を意識していた

1985年：入浴剤メーカー花王の炭酸泉全国調査により

「日本一の炭酸泉」（炭酸ガス濃度、温度、湧出量の3要素を総合して日本一）であることが証明



昭和初期頃の芹川と長湯温泉と「かに湯」



右から3人目が松尾氏、4人目が御沓氏



初めてのパンフレット

# 日本の温泉④ 大分県 長湯温泉 ～文化と食～

北：にくじゅう連山



豊後牛



西：阿蘇外輪山



頭料理



## 長湯温泉



温泉糖



七ツ森古墳群



南：祖母山系



竹田湧水群



ラムネ温泉サイダー



# 「日本版のテリトリーオ」という考え方

温泉街は周囲の農村からの特産物が集まり散ってゆく流通の要衝

## 土地の特質から生まれた 「温泉」と「食」が作る生産と消費の領域

- ・観光客が街の中にある宿に泊まる
- ・レストランでは地元の酒が提供され、食事をする
- ・町のお店では地元の農家で作った特産品や、職人が作ったお土産を買う

## 地域の個性、魅力を高める

- ・テリトリーオ内で循環するフードシステム・ネットワークを形成する

～テリトリーオとは～  
イタリアの都市建築史研究の陣内秀信の解説より

社会的、文化的なアイデンティティを共有する空間の広がりとしての地域のこと

土地の持つ条件、大地の特質を活かしながら、人間の多様な営みが発展してきた。  
農業、牧畜、林業、街や村の居住地ができ、田園には農場や修道院が点在。  
これらを結ぶネットワークもできる。  
そこに歴史や伝統が蓄積され、固有の景観が生まれる。  
こうした社会的、文化的なアイデンティティを共有する空間の広がりとしての地域あるいは領域が「テリトリーオ」である。

## テリトリーとは

イタリア語で「地域」や「領域」を意味し、  
この概念は単に地理的な領域を指すだけでなく、  
独自のアイデンティティを形成することが特徴

その土地の特質から生まれた  
「文化的」・「社会的」・「経済的」が融合した地域を示す

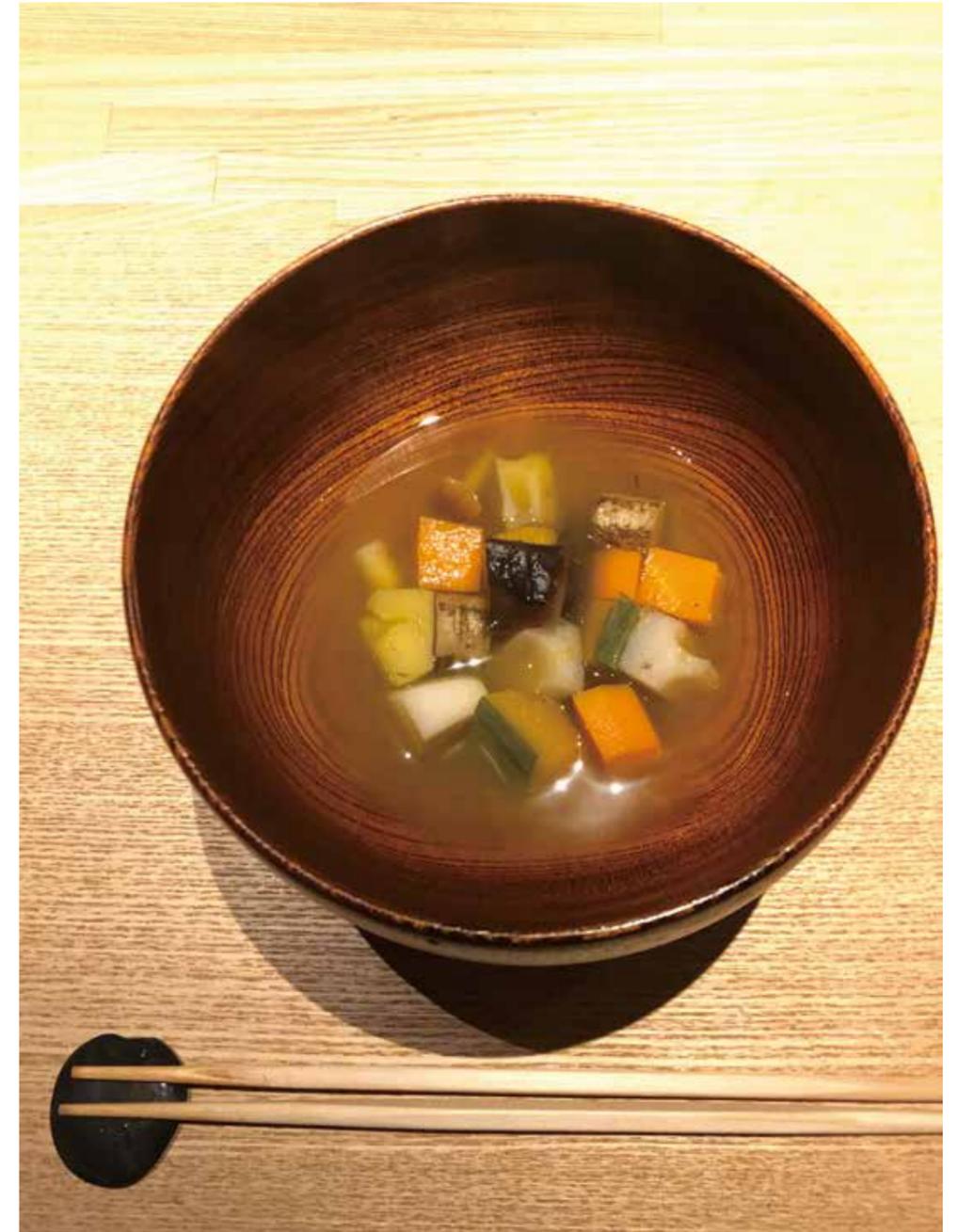
地域住民の生活、歴史、文化、経済活動が密接に絡み合い、

独自のアイデンティティを形成することが特徴

# テリトーリオとは



# テリトーリオとは



# テリトーリオとは



# まとめ

## 日本の温泉地とドイツの比較

### 1. 歴史

歴史的な長さにおいては日本の方が圧倒的に深い。一方でドイツは短期においてさまざまなニーズに迅速に対応

### 2. 投資回収の難しさと取り組みの必然性

ドイツはプライシングが功奏し、新たな投資の原資確保に成功しているが、昨今の人口減少の局面に大規模な設備投資を行うのは合理妥当性の観点だけでなく、合意形成の観点から現実的ではないことに加え、既存の地域の資産の見直しを行い、その場所ならではの掛け合わされた価値の言語化を行い、取り組みの必然性を認識し、関係者との合意を生み出すこと

### 3. 保有する資本について

経済的資本についてはドイツに及ばないかもしれないが、元々持ち合わせていた文化的資本や、社会関係資本を掛け合わせるにより、その土地ならではの価値創出と、価値提供を行える可能性は高い

### 4. 今後のテリトリーオやローカルガストロノミーに向けて

他地域の成功事例を真似て要素を取り入れるだけでは不十分であり、まずは人材確保の検討が必要。

次にいかにその地域の伝統を守り、本質的な価値を解釈し、その上でその地域の独自色を出していくか。

例：地方ごとに存在する酒や醤油、味噌などの発酵食品に合う美味の追求など

ご清聴ありがとうございます