

別府市新湯治・ウェルネスツーリズム推進会議 報告書

1. 新湯治・ウェルネスツーリズム推進会議設置の目的

新湯治・ウェルネスツーリズム推進会議（以下「本会議」という。）設置の目的は、本会議で議論される内容を通じ、新湯治・ウェルネスツーリズム事業に関して市民への啓発と理解を促進することである。

また、本会議の議論については次の100年を見据えた新たな別府観光、持続可能な観光地を目指して、別府市と親和性があり、成長著しいウェルネス産業に着目した「新湯治・ウェルネスツーリズム」を政策として掲げ、これを産業化し、観光客のみならず市民の幸せにも繋げていくために、医療や美容、健康、食など様々な立場の有識者や専門的知見を有する方々で構成する本会議を開催、実施した。

2. 開催日時とテーマ

第1回

- 日時：令和5年8月29日（火） 9:30～11:00
- テーマ：別府の可能性・期待

第2回

- 日時：令和5年11月22日（水） 14:00～15:30
- テーマ：「磨く」～高付加価値化の視点から

第3回

- 日時：令和6年2月7日（水） 14:00～15:30
- テーマ：新湯治・ウェルネスを持続可能な産業とするためには

3. 新湯治・ウェルネスツーリズム推進会議委員

- ・ 合田純人（NPO法人健康と温泉フォーラム常任理事）
- ・ 早坂信哉（東京都市大学人間科学部学部長・教授）
- ・ 内田一郎（医療法人博愛会別府中央病院理事長）
- ・ 菅沼名津季（株bacterico 代表取締役）
- ・ 武藤興子（ヴィセラ・ジャパン(株)代表取締役）
- ・ 楠本浩史（環境省関東地方環境事務所地域循環共生圏推進室地域循環共生圏構想推進官）
- ・ 江渕敦（(一社)Jウェルネス振興会代表理事）
- ・ 木村大成（別府市旅館ホテル組合連合会専務理事）
- ・ 廣門泰三（株HIROKADO 代表取締役）
- ・ 菅野静（湯治ぐらし(株)代表取締役）※1回目・2回目はファシリテーターとして参加

4. 本会議の概要

(1) 第1回推進会議（テーマ：別府の可能性・期待）の概要

① 別府市民にとって新湯治・ウェルネスとは、ということなのか。

- 12万人近い都市で、これだけたくさん家の周りに天然の温泉があるというのは、ものすごいということを、まず市民の皆さんに改めて感じてほしい。
- 別府市民の方々は当たり前に使っている温泉というものが、いかに健康であるとか幸せに関係しているのか、寄与しているかということを数値化していくということは確かに大事なことなのかなと思っています。改めてそれを基にして、いかに別府の温泉というのが市民の健康に役立っているかということを見せるというか、改めて認識していただく必要があるのかなと思っています。別府の温泉に入ると健康づくりに役立つということが分かってくると、それが観光客の方を引きつけることにもなるのではないかなと思っています。

② 「新湯治・ウェルネス」は別府市民や事業者にとってどんな可能性を秘めているのか。

- ウェルネスのマーケットの特徴は、ラグジュアリーマーケットです。ウェルネスというキーワードでいうと、ウェルネスを目的とした旅行者の宿泊の特徴として、長期滞在が見込める、客単価の高さやロイヤリティが非常に高くリピート率が高い、来てくれる頻度が高い、季節変動が少ない、全世代をターゲットにできるということです。
- 外国でのトレンドは、イマーシブ（没入）、トランスフォーマティブ（変容）、オーセンティック（本物の体験）というキーワードがある。別府が提供できる、ほかにはないものを掘り下げていく必要があると思います。
- 別府の飲食店の特徴の一つは多様性のある食があることです。それが点在しているということは観光客にとっては様々な食体験を提供できるといったことが、強みだと思っています。また、個人店が多いということも強みです。個人店に行くと、覚えてもらえるので、その場所が自然と居場所になり、人に会いに行くという目的が生まれます。
- 宿泊施設というのは滞在してもらえともものすごく生産性も上がりますし、いろいろな気づきをお客様に与えることができます。温泉を使ったリゾート地ということをやっていると思っている宿泊施設は多いです。別府が温泉を使ってリゾート化していくと、すごく誇れる場所になるのではないのでしょうか。
- 別府には、自分にあったものを、自分で選択できる選択肢が多いと思いました。あとは温泉も多く泉質があるので、カスタマイズ、その人に合ったオーダーメイドの旅行が作れるというところで、そういったところを強みにして、売り出すというのはすごくいいのではないかと感じています。
- 習慣的に温泉に入れるような市民がたくさんいるところは他にはないだろうと思います。習慣として温泉に入るということを、研究できるとか、評価できるという場所が、別府以外にほとんどないと思っています。習慣的に温泉に入る人の効果とか、数値化できるとより良いのではないかなと思っています。これは、別府でしかできない研究で、オンリーワンの研究ができるのではないかなと思っています。

(2) 第2回推進会議（テーマ：「磨く」～高付加価値化の視点から）の概要

① 温泉・湯治・入浴の高付加価値化

- かつてテルマスという施設がありました。そこで私は患者さんたちや市民の方と一緒に水中療法を経験しました。いろいろなデータはありますが、やはり疼痛の緩和など、特に膝が悪い方等は、水中浴が大体膝の負担が7分の1ぐらいになりますので、これほど良いリハビリはありません。医療的な治療ができるような施設がまた復活していただきたいと思っています。
- 腸内細菌のタイプ別にこんな温泉が良いとかパーソナルなツアーができるのではないかと考えています。
- ある調査で、より幸せを感じる、疲労が回復する、ストレスが少なくなった、憂鬱な気分が減った、こういったことがただ単に温泉地を訪れただけではなく、何かアクティビティをすることでより高まるということが分かってきました。外部から来るお客様向けに必要なものとして、温泉プラス〇〇という考えが必要と思っています。
- 別府市民の方にも温泉の知識や正しい入り方を知っていただくと、より良いのではないかと考えています。さすが温泉のまちの市民だということで、市民はみんな温泉の知識を持っている、正しい温泉の入り方を分かっていると、観光客から聞かれればすぐに答えられる。そういう状態になれば、市民の誇りにもなるアイデンティティーの確立にもなりますし、おもてなしにもつながっていくのであらうと思っています。またそれは、外部から来るお客様に向けてプラスに働くと思っています。

② サービスの高付加価値化

- 滞在というときには、歩けるまち、乗り物を使って観光できるまちでないとなかなか滞在できないのかなと思っています。今は交通網が発達してきていますので、別府をベース、基地みたいな形にして、別府からいろいろな場所に行って、宿泊は別府に戻ってきてもらうようなことができないかということを考えています。滞在をしていただけると地域での消費単価を上げていくことと、宿としての生産性がものすごく上がります。
- 今、地方に行って、地方のその土地でしか食べられないものを食べようという流れが来ています。ここに来ないと食べられないという料理を提供する、お店の成長を考えて安いコースを提供しないといったブランディングに注意しています。別府に何軒か本当に尖ったお店が増えると、食べることを目的として別府にお越しになる方が増えると思います。
- ウェルネスを目的に旅をする人たちは独自の価値観を有し、自分たちが価値を感じるものには時間とお金をかけると聞いています。だから、選ばれる理由や独自性というのが非常に重要になると思います。もう一つ大事なのは本物の体験を求めていることです。別府はたくさんの資源があって本当に魅力的ですが、いろいろ揃っているがために何を重視すればいいのか、外側の目線でもなかなかわからなかったりします。ウェルネスの旅行者は別府の唯一無二や別府にしかないものをすごく求めていますので、何度も訪れたいくなるものは何なのかなど徹底的に考える必要があると思います。ただ、寄せ集めではなく、テーマを一つに絞るということが大事と思っています。

- 人材については将来的には別府で育てて、雇用していくという大きな絵を描いていくということが必要なのでないかと思っています。ウェルネスツーリズムを別府に学びに来る。その卒業生が次の時代のウェルネスツーリズムを造っていくことが持続可能につながるとしています。

③ 地域（エリア）の高付加価値化

- 別府に行けば温泉だけではないというイメージをつくっていくことが大事だと思っています。湯治はまだ宿単位が多いと思っていますので、宿単位ではなく、温泉地単位でできたらよいと思っています。
- 他では体験できないような貴重な体験、感動体験、自分を変えられるなどが体験型のキーポイントになっているようです。別府にある大切な先人が作ってきた大切にしてきたものに何かヒントがある気がしています。様々なウェルネスにプラスして地域の歴史や文化に触れることで、新たな気づきになる、そういったウェルネスもいいのではないのでしょうか。温泉のエビデンスや歴史や文化が一緒になって、別府のウェルネスを作っていくような気がします。広域連携という意味で、広域に足りないものを相互に補っていくことができればいいのではないかと思います。

（３） 第3回推進会議（テーマ：新湯治・ウェルネスを持続可能な産業とするためには）の概要

① ヨーロッパの温泉療養と最近のトレンド（クアからウェルネスへ）

- ヨーロッパではソーシャルクアからパーソナルクア、個人的な健康づくりへと大きく変更しており、これは間違いなくウェルネスが広がっている根拠になっていると思います。ヨーロッパは医療というところからウェルネスに移っているという現状があります。
- ウェルネスビジネスで一番難しいのはウェルネスは基本、個別だということだと思います。１００人いれば１００通りのウェルネスがあります。だから、高付加価値にできるのだと思います。

② 温泉効果の見える化とその活用

- ２０００年から２０年間、治療からクアへ健康増進に世界が流れています。別府の温泉は深部体温を上げる作用があります。体温を上げると体の痛みを和らげることができます。注目したいのは水中運動浴というのがあります。以前、テルマスという施設に野外浴があり、たくさんの方が利用していました。膝が痛い、腰が痛い人が水中をウォーキングしていました。そのほかに景色が良かったことなどが「最新温泉医学」にも書かれています。
- １９９０年代から客観的なデータがないといものが言いにくい時代になりました。見える化、数値化はとても大切なことだと思います。観光客にオーダーメイドで泉質も含めた温泉療養プログラムを提供できるのは、温泉のデパートである別府ならではのことでないかと思います。住民にとっては、健康維持のための普段使いの温泉を提供できます。そのためには研究を進める必要がありますので、例えば、研究をする拠点のようなもの、実践的に温泉の研究ができるようなところが必要になるのではないかと思います。

- 健康な方に対する温泉のデータを収集して、解析、バージョンアップして使っていく必要があると考えられます。データをきちんと取れるところが別府に必要であり、そのデータを読み解いてツーリズムを作っていくという機能が別府市に必要ではないかと考えます。実際にツーリズムを提供するに当たっては、別府市の中で病院、宿、体験を提供する方、研究所という4つの施設の連携が必要と考えています。

③ 研究・実践拠点施設（新湯治・ウェルネスのコントロールセンター）

- 未来志向で言うところのアクティブな温泉療養に主眼を置いて行った方が間違いないと思います。拠点施設には別府のゲートウェイとして訪れていただいて、地元の方と観光客、別府に移住してみたいと思う人がお試しで利用できる、そういう場があることが必須条件だと思います。
- 研究実践拠点の一番の存在意義は、情報やデータが蓄積され、それが共有される場所になるようなことだと思っています。事業者の方もそれを活用できるところがメリットとして大きいと思っています。信頼性のある確かな情報、最新情報にアクセスできるところがキーになると思います。また、施設で得たデータもブラッシュアップされたものが常に入り、それが活用できるようなことだと思っています。ここに来れば最新のものがあるような役割が研究・実践拠点施設になると思います。事業者の方々も情報にアクセスができて、自社の商品に活用できるようになればいいと思います。事業者の目線で見ると信頼性があって、効果の違いにつながり、開発コストということも考えると思います。

④ 人材の育成（新湯治・ウェルネスを産業化するために）

- 医師と観光客や市民の真ん中に入るようなウェルネスの一般的な知識、温泉の泉質のこと、蓄積された最新の情報を基に、そういった知識を身につけて、資格化するかは今後の話になるかもしれませんが、そういった知識や技術を持った人を増やしていくことが一つのカギになってくると思います。各施設に一人ウェルネス人材みたいな方がいて、滞在プログラムを作成できたり、温泉入浴のアドバイスができたり、アクティビティの提案ができたり、そのような方を育成できていくと良いと思っています。

⑤ 持続可能な観光地を目指す（民間と行政それぞれの役割）

- 別府温泉は日本一大きいし、当たり前のように温泉資源があり温泉を使っているんですが、次の100年を見据えていくには何かチャレンジをしていくことが必要だと思います。この100年でツーリズムも大きく変わってきた中で「食べていけばいい」だとなかなか稼いでいけないんじゃないかと思っています。魅力もなくなってくると思います。そのような中で、足元の資源をぜひ見直していただいて、何ができるかを考えてほしい。

⑥ 市民（事業者含む）の理解（次の100年を見据えて）

- 宿泊産業もしっかりと連携をして宿泊施設が行える連携も必要になってくると思います。まちに人が来る仕組みを作らなければいけないと思っています。この新湯治・ウェルネスツーリズムで様々なプログラムであるとか、あるいは様々な拠点を作った場合、そこに集

まった人たちがまちを回遊できるようなまちづくりを市民の皆さんと事業者と一緒に連携していかないと観光産業が持続できないのではないかという危機感を持っています。

- 事業者の方に新湯治・ウェルネスに関する理解を得られるかどうかということは、極端なことを言えば、事業者にとって利益が得られるか、得られないか、そこに直結してくると思います。レシピなどを蓄積して、別府にしかない価値、他では真似ができない地獄蒸し、別府温泉ガストロノミーというものを作り上げていくことが別府の食の発展につながり、それが事業者の利益につながったときにウェルネスに対する理解も深まっていくのではないかと思います。
- 温泉効果の見える化は、一言で言えば、自分のところの温泉はどのような効果を生み出すのかということをお客様に知らせることができるということだと思うので、これまでの間、別府の観光事業者では成しえなかったことを別府の事業者ができるようになるということを言っていきたいと思いますし、こういった事実を私たち事業者が大きなビジネスチャンスが訪れているんだということを改めて捉えるべきだと思っています。