

登別における温泉街の 繋がりとまちづくり ～活性化の現状と課題～

北海学園大学 経済学部地域経済学科 大貝ゼミⅠ

東祥平 伊藤昂 小野翔大 鈴川茉実子 中川大輔 中嶋泰士 庭田真由

発表の流れ

1. はじめに
2. 登別の概要
3. 湯布院との比較
4. 提言

1.はじめに

調査動機

交流人口増加のため観光業へ注目が集まる



温泉は観光地として人気が高い



北海道で最も有名な温泉地「登別」の状況とは

温泉地における先行研究

久保田美穂子『温泉地再生』学芸出版、2008年によると

取り組みの成功地事例においての共通点

- ・ 地域と宿泊施設のあり方
- ・ 温泉及び温泉地とは何か？

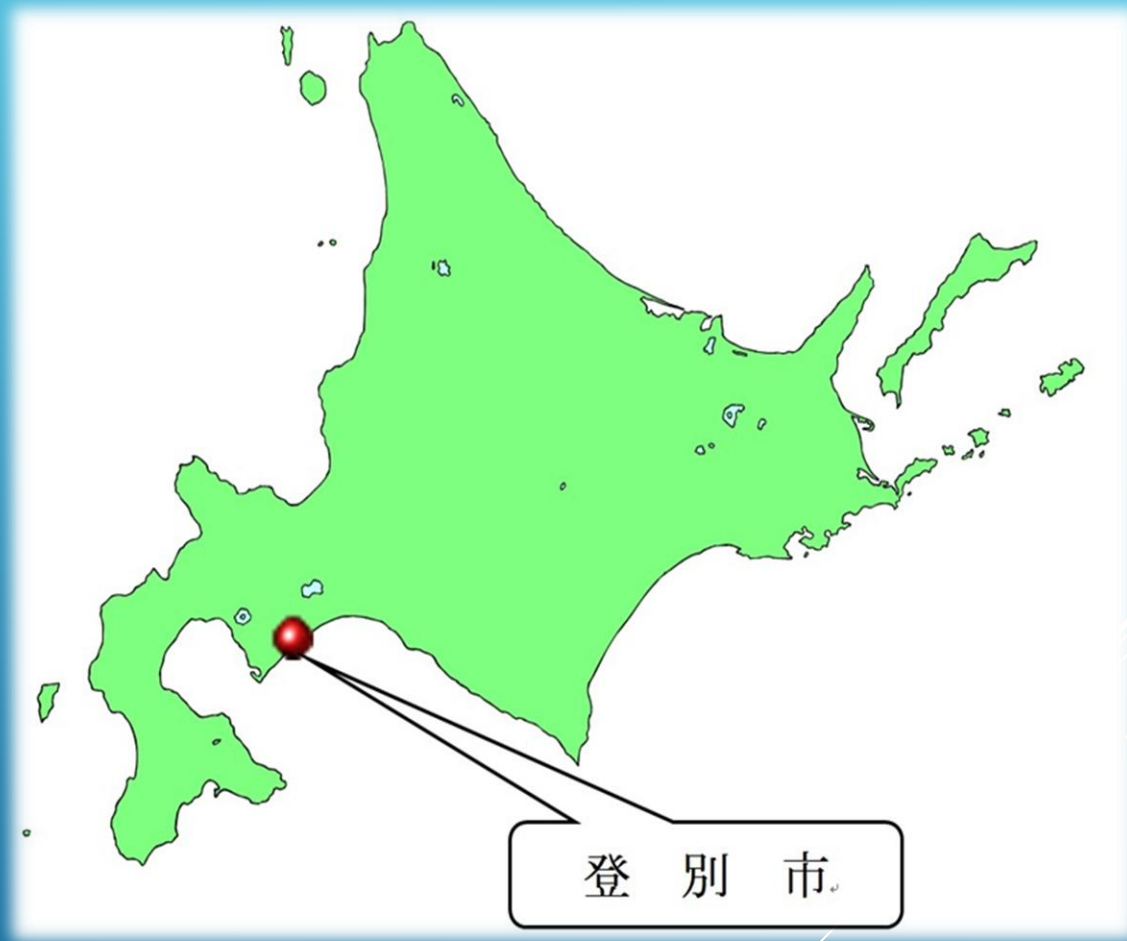


原点に立ち戻り、
その魅力を改めて
考えてみようとする動き

2. 登別の概要

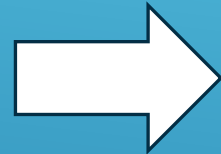
登別市の概要

- 人口：50,306人
男23,963人
女26,343人（H27.5月現在）
- 面積：212.21km²
（札幌の1/5の大きさ）
- 札幌から車で1時間半

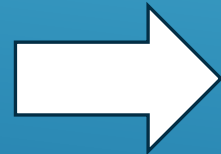


のぼりべつ総合戦略 (魅力ある観光地づくり)

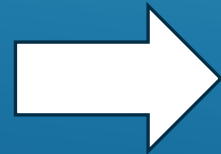
のぼりべつ 総合戦略



国内外の観光客に優しい観光地づくり



感動と癒しのある観光地づくり



多様な誘致事業の推進

2.1 温泉

温泉の観光地のぼりべつ

2014年度につぽんの温泉100選
総合ランキング6位（前年度3位）
観光経済新聞より

自然湧出量1日1万トン
豊富な湯量



登別温泉の9種類の泉質

酸性鉄泉

明ばん泉

緑ばん泉

重曹泉

ラジウム泉

食塩泉

鉄泉

ぼうしょう
芒硝泉

硫黄泉

温泉の
デパート

登別温泉の歴史

1873年

幌別場請負人の岡田半兵衛が登別温泉を開削



1904年～

日露戦争の軍の保養所として利用される



1943年

傷痍軍人登別温泉療養所の設立

全国温泉地の変遷

高度経済成長期（1960年代）

- ・観光の大衆化、大量化、広域化
- ⇒温泉旅館の規模拡大

オイルショック以降（1973年代以降）

- ・団体旅行の減少、個人旅行者が増加傾向
- ・**囲い込み戦略が増えていく**

バブル崩壊（1990年代）

- ・不況によって温泉地の経営が一層厳しくなる

21世紀（2000年代以降）

- ・大型温泉旅館の倒産旅館再生企業進出
- ⇒旧態依存とした温泉旅館の
経営は厳しくなる

2.2 觀光

大規模宿泊施設が多い

キャパシティ上位5か所

	収容人数 (人)	客室数
ホテルまほろば	1,800	398
第一滝本館	1,660	399
登別石水亭	1,150	248
登別グランドホテル	860	261
登別万世閣	850	200



観光産業の取り組み

地獄祭り・地獄谷の鬼花火などの各種イベント

クマ牧場・マリンパークニクスなどの

テーマパーク運営

道内外・海外へのプロモーション活動

他地域との連携による広域組織設立 など

新規観光客
およびリピーターを
増やすことが目的

登別総入込客数

万

400

350

300

250

200

150

100

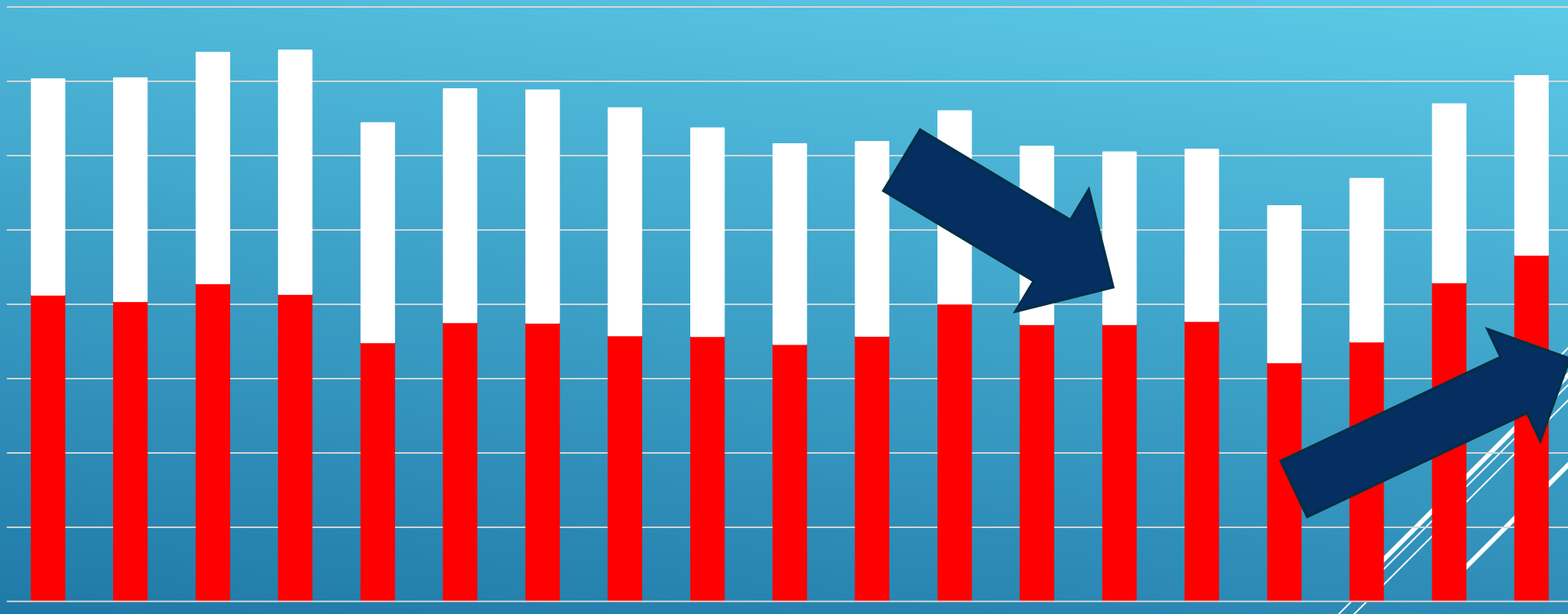
50

0

1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014

■ 日帰り ■ 宿泊数

(登別市 観光統計)



Year	日帰り (Day Trip)	宿泊数 (Overnight Stays)	Total
1996	205	145	350
1997	200	150	350
1998	215	155	370
1999	205	165	370
2000	175	145	320
2001	185	160	345
2002	185	160	345
2003	175	155	330
2004	175	145	320
2005	170	140	310
2006	175	135	310
2007	200	130	330
2008	185	120	305
2009	185	115	300
2010	185	120	305
2011	160	105	265
2012	170	110	280
2013	215	120	335
2014	230	120	350

インバウンド観光

訪日外国人旅行者誘致
受入態勢の整備を提唱



観光収入の増加、雇用機会の増加、
地域産業の成長、交流人口増大など

外国人宿泊客の構成(登別)

万

40

35

30

25

20

15

10

5

0

35.0%

30.0%

25.0%

20.0%

15.0%

10.0%

5.0%

0.0%

1996

1998

2000

2002

2004

2006

2008

2010

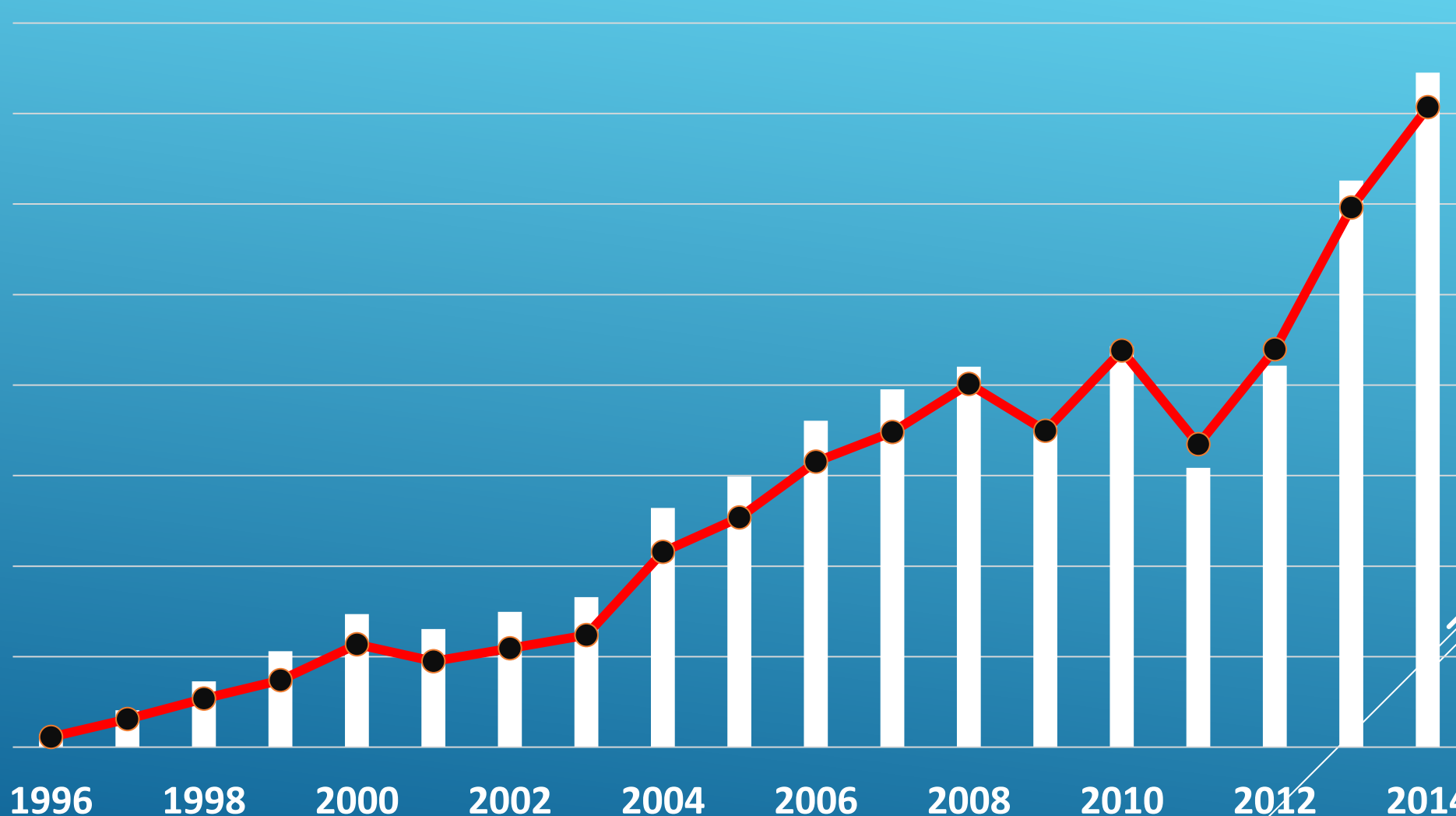
2012

2014

19

(登別市 観光統計)

■外国人 ●構成比



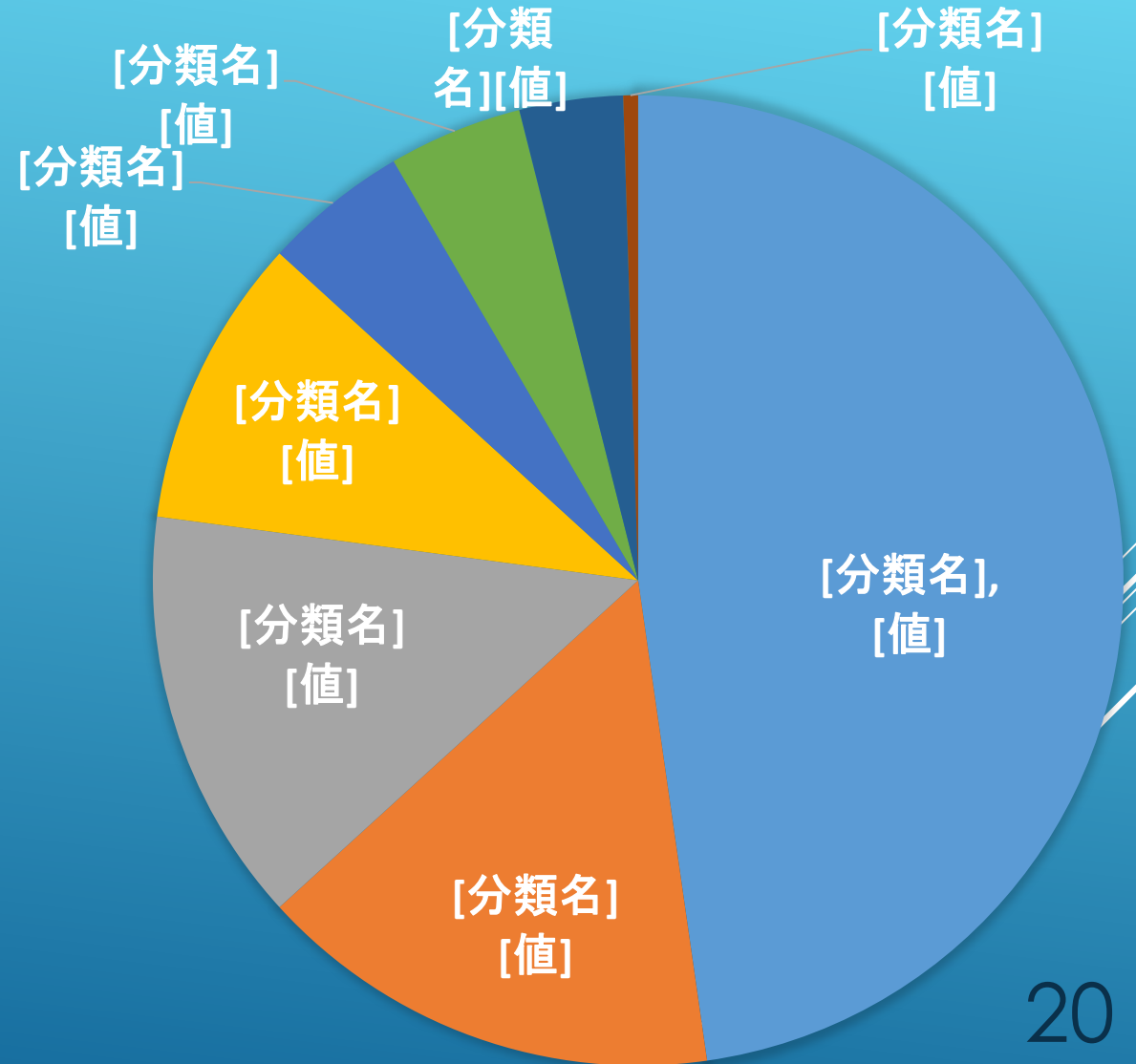
登別を訪れる国別観光客数

2014年
観光客数 約354万人
外国人観光客 約37万人

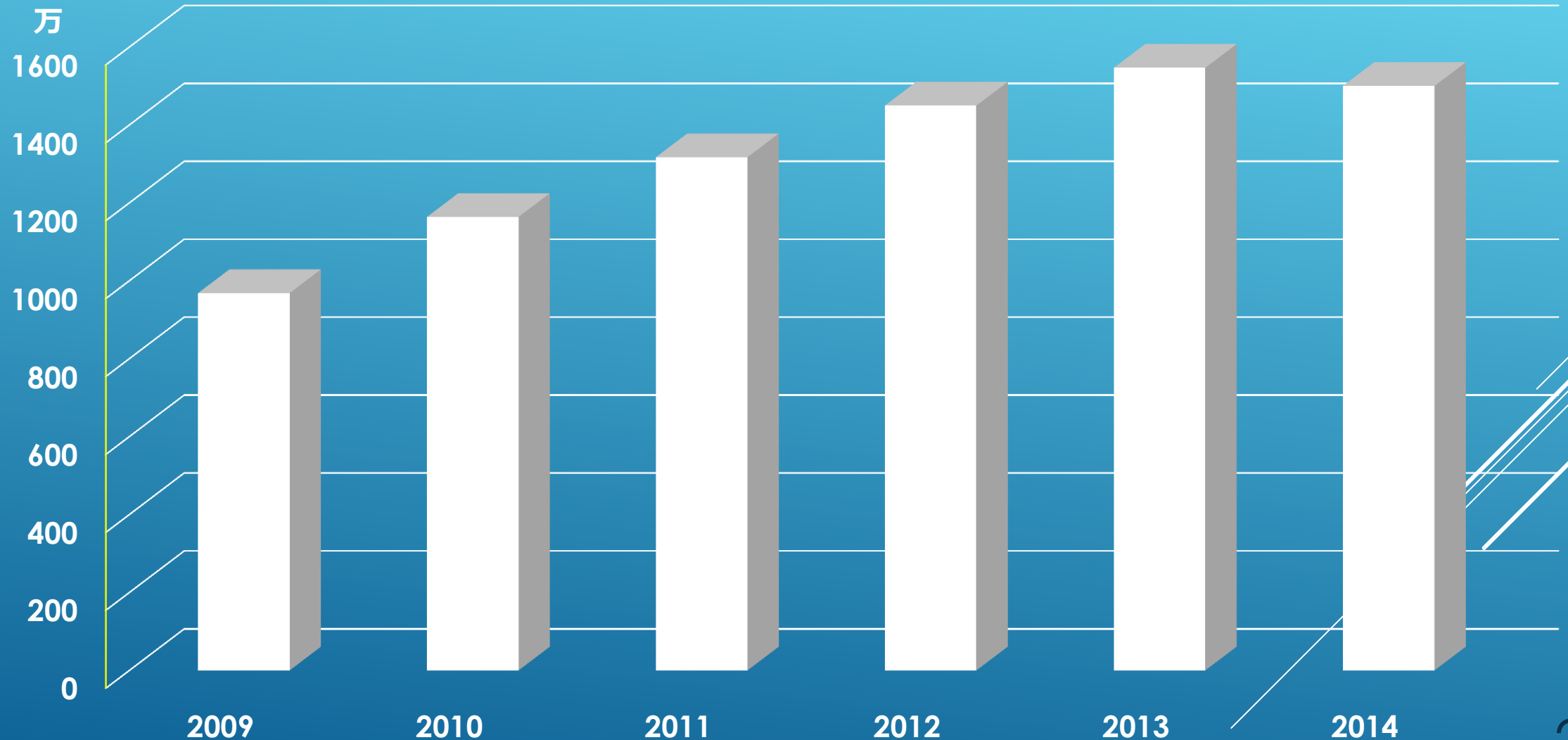


アジアが97%を占める
約36万人

(登別市 観光統計)



シンガポールを訪れる観光客数



(シンガポール観光庁 観光統計)

一時的なブームに過ぎない

- ・ 外国人観光客の動向は読めない
- ・ 外的要因（病気・自然災害）に左右されやすい
- ・ 第二のシンガポールになる危険も

2.3 登別の地域資源

地域資源とは 地域にあるもの

地域

労働

人的
資本

建物

土地

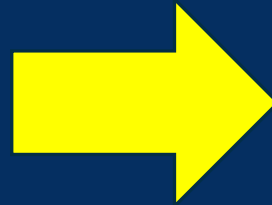
資本

新たな価値

温泉街での経済循環

観光客

ターゲットは
日本人



温泉街

食事
お土産

地産地消
にぎわう温泉街

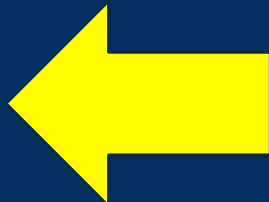
情報の
発信



温泉

癒しの空間

リピーター
新規旅行客



3. 湯布院町との比較

温泉街～湯布院～



・ 全国2位湯量を誇る人気温泉地
2014年度につぽんの温泉100選
総合ランキング2位
(前年度2位)
観光経済新聞より

日経温泉大賞
「行ってみたい温泉地」部門
1位
「行ってよかった温泉地」部門
2位

湯布院との比較

	湯布院	登別
温泉街と市街地の 地理的距離間	○	×
泊食分離	○	×
地産地消	○	×

4. 提言

登別の現状

ホテルやお土産店は外国人観光客をターゲットにした取り組みを行っている。

このほかにも個々での取り組みは行っているに！も！関わらず活かされていない

health tourism

OV9

9種類もの
バラエティー
豊かな泉質を
誇る登別温泉をPRする
オリジナル商品

旅行という非日常的な楽しみの中で、
健康回復や健康増進を図るものをさす。

(NPO法人日本ヘルスツーリズム新興企業HPより)

なぜ登別でおこなうのか？

原点回帰

宿泊客をホテルから出す仕組みづくり

地産地消の場を作る

足つぼマット

- ・ 脱衣場から浴槽までの間に足つぼマットを敷く。

湯めぐり手形

- ・ 9種類の効能を堪能できるように各温泉地を回れる手形を作る

地獄給食

- ・ 登別産の食材を使った定食を提供する。

登別ブランド推奨品



ヘルズツーリズム

観光客

ターゲットは
国内日帰り女性

温泉街

美容・健康

旅行後

SNSで宣伝
口コミで広がる

食事

地産地消

美容・健康志向

お土産

美容のお土産

35

登別の魅力に溺れ、
抜け出せなくなる・・・

無限地獄に落ちてしまおう...

毎日が
地獄です。

ご清聴ありがとうございました。37

参考文献

- ・平成27年度 登別市住民基本台帳人口統計資料
- ・平成26年版 観光統計データ
- ・シンガポール観光庁 観光統計
- ・登別市中小企業地域経済振興協議会資料
- ・久保田美穂子『温泉地再生』 学芸出版 2008
- ・登別市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- ・2014年度につぼんの温泉100選 観光経済新聞
- ・浦達雄 「温泉旅館の活性化」 2013
- ・NPO法人日本ヘルスツーリズム新興企業HP
- ・中谷健太郎『由布院に吹く風』 岩波文庫 2006
- ・木谷文弘『由布院の小さな奇跡』 新潮新書 2004
- ・登別ブランド推進協議会HP

ヒアリング先

- ・ 藤崎わさび園
- ・ いぶり中央漁業協同組合
- ・ 有限会社 北海道熊笹本舗 大黒屋民芸店
- ・ 株式会社 第一滝本館
- ・ 株式会社 アールアンドイー
- ・ 齊藤薬局
- ・ 株式会社 のぼりべつ酪農館
- ・ 株式会社 北海道マリパーク
- ・ 登別グランドホテル
- ・ 伊達市農業協同組合
- ・ 登別建設協会
- ・ 登別商工会議所
- ・ 有限会社 貴泉堂