

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

海・砂浜・温泉街を活用した「白砂青松の海遊リゾート」創生による皆生温泉まちづくり推進プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

鳥取県米子市

3 地域再生計画の区域

鳥取県米子市の皆生温泉エリア

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

■マクロな視点での課題分析

【雇用政策分野の課題】

社人研の人口推計によると本市の人口は、2015年の149,313人から2040年の142,370人と減少する予測となっており本格的な人口減少社会が到来する中、好景気のもと都市部の大企業が採用活動を活発化させているが、鳥取労働局が公表している本市の2020年10月時点の有効求人倍率は1.20となっており、市内中小企業等で人手不足が深刻な問題となっている。また、中小企業庁が2016年6月付けで公表している米子市の中小企業及び小規模事業者の数は市内全事業所数4,249に対して4,237とその大部分を占めている。さらに、2020年3月改定鳥取県人口ビジョンによると鳥取県では20代前半の東京圏への転出入超過数425人、関西圏へは474人と若年層を中心に主な大都市圏へ流出する傾向が続いており、今後は特に若年層の労働力人口が減少すると予想される。

【観光政策分野の課題】

当地を代表する観光地である皆生温泉は、山陰最大級の温泉地として多くの観光客を集めており、楽天トラベルやじゃらん等の大手旅行サイトにおいてアウ

ワードを受賞する等、個々の旅館のなかには高く評価されているところがある。その一方で、観光経済新聞が毎年行っている温泉地ランキングでは、皆生温泉は上位50にもランクインできておらず、皆生温泉エリア全体の温泉地としての特徴や面としての魅力が十分に評価されているとは言えず、近年は旅館の廃業等もあり、ここ近年の入湯客数は、鳥取県観光客入込動態調査によるとピーク時約70万人の半分弱の約40万人となる数にまで落ち込んでいる。

【シティプロモーション（関係人口を含む）政策分野の課題】

本市は自然や交通インフラをはじめ、医療・介護環境等といった環境から、経済産業省の「生活コストの見える化システム」において、第1位を獲得する等全国有数の「暮らしやすさ」のほか、皆生温泉や米子城跡等の多様な地域資源を有しながらも、現状はスポット的な発信しかできておらず、米子市に対する愛着や誇りの醸成及び全国的な知名度が充分とは言えない。また、RESASによると直近の2010年から2015年にかけて15～19歳→20～24歳の若年層の市外への転出が766人と多く、社会減による人口減少という課題もある。

【移住定住政策分野の課題】

本市の社会動態についてRESASで分析してみると、2019年の人口の社会減は180人と本市から県外へ転出超過している一方で、同年の県内市町村転出入については、他市町村から本市へ転入者数が231人、本市から他市町村への転出者数が30人と転入超過している状況であり、概ね微減傾向となっている。また、婚姻の状況については、直近の国勢調査によると35歳から39歳までの未婚率は男性35.3%、女性23.3%とあり、また平均初婚年齢は男女とも過去12年（H15→H27）で約2歳上昇しており、未婚化晩婚化が進んでいる。今後は、県内市町村の人口減少に合わせ、本市への転入者数が減少することや、未婚化晩婚化等による少子化により本市の人口減少が進み、地域活力に影響を及ぼすことが危惧される。

■ミクロな視点での課題分析

一方で、当地の課題の解像度を上げ、ミクロな視点で見ると、皆生温泉エ

リアの旅館では、団体旅行客の囲い込みに注力し、自社の旅館経営で手一杯だったという歴史的な背景があり、個別の旅館がバラバラに振興策を展開してきたことからエリア全体の発展につながっておらず、面としての魅力向上が実現していない。加えて、エリア全体を担う人材不足という課題に直面しており、その結果として集客力あるコンテンツ開発ができず、さらに集客難による資金不足から人材不足が解消しないという悪循環が発生している。

そのためエリア全体の発展に資するまちづくりを推進するため、「皆生温泉まちづくりビジョン」が策定されたが、様々なステークホルダーが存在し、利害関係調整が困難な上に、当該ビジョンの実行を担う組織が存在しない課題に直面している。

また、エリア一体の魅力や価値が高まっていないことにより、新たな投資が生まれず、温泉街の空き店舗や寂れた海岸・公園が目立ち、街歩きを楽しめる状況ではなく、街全体が寂れた雰囲気であるために旅館以外での感情がネガティブになってしまうことが課題である。（実際に、旅行サイトでも温泉旅館自体には満足しつつも街並みへの不満の声大きい。トリップアドバイザーにおける評価：普通以下の評価／口コミ総数＝35／127）

皆生温泉エリアの課題を、街全体のビジョン実行者の不在（＝ヒトの課題）により街全体の寂れた雰囲気が解消せず（＝モノ・コトの課題）、それが悪循環となりさらなる客離れを起こしていることと総括する。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

●米子市の概況

米子市は県西部に位置する人口約15万人の都市で、中心市街地から車で約20分のコンパクトな範囲で海・山・川・汽水湖（日本海・大山・日野川・中海）が存在し、豊かな自然環境に恵まれている。また、JR米子駅を中心に鉄道のみならず、まちとして発展した歴史に加え、空路においては米子鬼太郎空港から米子—羽田便が1日6往復運航し、加えて上海、香港、ソウルの3都市と接続する山陰唯一の国際定期路線を有し、山陰の玄関口として重要な役割を果たしている。さらに北東アジアのゲートウェイとしてクルーズ客船の年間寄港回数が60を

数える重要港湾の境港が隣接するなど交通利便性も高く、古くから地域のハブとして栄え、「山陰の商都」として圏域経済の牽引役を担ってきた。

●目指す将来像

○米子市では、第4次米子市総合計画及び第2期米子市地方創生総合戦略である「米子市まちづくりビジョン」において10年後の本市が目指すべき姿である将来像を「住んで楽しいまち よなご」として定めた。住んで楽しいまちの実現に資するまちづくりの一つの基本目標として、「地産外商・所得向上のまちづくり」を掲げ、地域資源や地域産業を活かしたまちづくりを推進し、地産外商の取組等によりビジネスチャンスを広げ、地域全体の所得向上を図ることで、稼げるまち米子を目指している。

○稼げるまちに向け、本市では地元企業の振興、成長産業の育成や新産業の創出、企業誘致の推進等を進めているが、特にRESASによる分析の結果、本市の観光産業の影響力係数は全産業中第3位と高く、波及効果の大きい宿泊関連産業の振興は不可欠であると考えている。とりわけ皆生温泉のまちづくりは宿泊関連産業への直接的な影響を及ぼすものであり、平成29年度から当地の若手旅館経営者等で構成される「皆生温泉まちづくり会議」において、「海遊リゾート・皆生温泉」をコンセプトとした皆生温泉エリアの将来像を描いた「皆生温泉まちづくりビジョン」を策定し、まちづくりを進めていく意思を示したところである。

○産業関連表等を活用した環境省の地域経済循環分析ツールによると、米子市の生産額合計は、7,996億円であり、各産業を「稼ぐ力」の指標である産業別純移輸出額から見ると、米子市は合計1,128億円の所得を域外から獲得しており、その中の上位3位に宿泊・飲食サービス業が121億円でランクインしていることから、上位産業である宿泊・飲食サービス業に代表される観光産業へのテコ入れが稼ぐ力の向上に寄与する。

○また、本市の宿泊・飲食サービス業の生産額は362億円であり、当産業の産

業間取引における主な関係産業は、卸売業 546 億円、食料品業 377 億円に下支えされていることから、宿泊・飲食サービス業の生産額の変化による市内産業への影響は大きく、稼ぐまち米子となるためには、観光産業の基幹である宿泊・飲食サービス業の一層の活性化が必要となる。

○さらに、令和元年鳥取県観光入込客動態調査によると皆生温泉の入湯客数 404,085 人は、鳥取県全体の入湯客数 1,053,906 人の 38.3%と非常に高い割合を誇り、当市の観光産業の中核となるエリアであるといえ、皆生温泉に集中して投資することで当市総合戦略の柱の1つ「地産外商・所得向上のまちづくり」を効果的に進めることができる。

○このように、皆生温泉を地域経済における産業連携の核として捉え、広域周遊観光の拠点として鳥取県西部や中海圏域への誘客につなげ、米子市や地域全体の多様な分野との連携により、観光産業の裾野拡大と他産業への効果の波及拡大を図り、単なる観光振興にとどまらず、新たな人の流れと雇用を生み出し、地域経済全体の好循環を創出していく。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2021 年度増加分 1 年目	2022 年度増加分 2 年目
砂浜を含む皆生温泉 T ライン周辺 における新規造成店舗・体験コン テンツ等滞留・消費拠点への入込 客数(人)	60,000	2,400	2,400
SNS のポジティブ投稿数(件)	26,000	1,300	1,300
米子市観光入込客数(人)	1,024,000	28,000	28,000
皆生温泉入湯客数(人)	404,085	12,500	12,500

2023 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
2,400	7,200
1,300	3,900
28,000	84,000
12,500	37,500

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2 の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

海・砂浜・温泉街を活用した「白砂青松の海遊リゾート」創生による皆生温泉まちづくり推進プロジェクト

③ 事業の内容

<本交付金事業対象区域「皆生温泉」について>

皆生温泉エリアの旅館街は、東西1キロ、南北0.4キロの範囲に20件程度の旅館等がまとまっており、収容人員は4,000人を越える山陰最大級の温泉地である。加えて、当該エリアは、温泉と砂浜が一体となっている海辺の温泉郷で、夏場は海水浴等で賑わいをみせ、多くの旅館が海に面していることから旅館の目前でマリンレジャーを楽しめる国内でも数少ない温泉地となっている。

入湯税を基にした宿泊客数の増減をみると、平成以降の皆生温泉の宿泊客数は、米子自動車道の全線開通効果があった平成5年の73万9千人をピークに減少に転じている。その大きな要因として、団体旅行から近年の個人が旅行先を自由に選択し行程・体験を計画するトレンド変化に対し、当該

エリアとして対応できなかったことが考えられ、そのことで全体的な減少傾向に歯止めがかからず、令和元年には、40万4千人まで宿泊客数が減少している。

この閉塞した状況を打開すべく、前述した「皆生温泉まちづくりビジョン」が平成30年度に策定された。ビジョンでは、バス発着所であり皆生温泉の玄関口となる米子市観光センターを起点とする皆生四条通りと、海岸線を眺めながら散策等できる海沿いの海岸遊歩道を「皆生温泉Tライン」と定義し、同所を当地における優先投資エリアとして位置付けている。

今後は、同ビジョンの具現化による当該エリアの観光振興を切り口とした本市全体の経済循環の促進や地域ブランド力の向上が期待されているところである。

課題解決の目的別に以下の4事業を行う。

●事業1：皆生温泉振興組織の立ち上げ

【目的】

皆生温泉の意思決定機関である「皆生温泉まちづくり会議」の直下に「皆生温泉まちづくりビジョン」に掲げるハード・ソフト施策を実施するための実行部隊として皆生温泉振興組織を立ち上げ、まちづくりを一体的にコントロールしながら、次の事業に取り組む。

【内容】

- ・当地がターゲットとする客層に対し、訴求する温泉情緒と統一感あるまちなみといったビジュアル整備のため、皆生温泉のランドスケープをデザインする。
- ・当該組織の自立化に向け、当該エリア内の駐車場等の一括管理受託等、継続的な収益事業の実施による自主財源確保を目指す。
- ・当該組織が、各ハード・ソフト施策について、ターゲットやコンセプトに基づくアドバイスを行う等クオリティコントロールの実施により、一体的で魅力的な温泉街を醸成していく。
- ・本交付金事業を通じて行われる多様な皆生温泉振興策がバラバラな取り組みとならないよう、エリアマネジメントを行うことで、面として一体感

のある皆生温泉街を創出する。

・これまで皆生温泉ではイベント等の観光振興施策に対する効果検証方法が不足していたことから、例えば反応の感度が高い SNS を活用したデジタルマーケティングを行い、各種取り組みに対する即時的なフィードバックによる計画期間中の密度の高い事業の推進を実現し、各施策の効果最大化に貢献する。

●事業2：ビーチの新たな利活用の促進

【目的】

年間を通じた温泉街に面する砂浜利用を促進し、皆生温泉の特徴である「海・砂浜・温泉街」の魅力向上を図り、入込客数を増加させ外貨獲得を実現する。

【内容】

皆生海岸の砂浜について、夏季の海水浴シーズンだけではない年間を通じた利用期間及び入込客数の平準化を実現するために、温泉街に隣接する海岸といった特徴を生かし、既存の利用方法に捕らわれない新たな発想による活用策（例…茨城県大洗サンビーチ、宮崎県青島ビーチパーク）の展開を積極的に推進する。これを実現するため、海・砂浜への民間投資を誘発する支援制度の確立により魅力的なコンテンツの造成を後押しし、砂浜の魅力・価値向上、このことを通じた更なる外貨獲得を実現する。

また、皆生温泉の入込客のピークである8月の海水浴シーズンは、ファミリー層が多く来訪するが、平準化のためには、これまでの海水浴場利用客層はもちろん、新たな客層も取り込む魅力的なコンテンツでなければならない。そのように魅力的なコンテンツは、県外客を呼び込む誘客起爆剤であると同時に、市民とりわけ SNS 世代の中心である若年層にも認知が広まり、シビックプライドの醸成も図られる。さらに、そのような新たな発想から生まれた魅力的なサービスを提供する事業・ビジネス及びそのことにより拡大した雇用の機会は、都市圏への人口流出が特に顕著な本市の若年層の就業先としても訴求し、若者の県外転出のダム効果を担うことも期待できる。

●事業3：海と温泉街の一体感の醸成（海岸遊歩道等における付加価値創出）

【目的】

皆生温泉の特徴である海に面した温泉街を活かし、旅館等が行う民間照明の刷新と滞留スポット化への支援により、温泉街のまち歩きを促進し、当地の付加価値の創出に取り組む。

【内容】

ライティングの専門家（株式会社 LEM 空間工房 長町志穂氏）を招聘し、令和2年度中に策定する皆生温泉街にふさわしい灯りのコンセプトに基づき、既存の民間照明について温泉情緒のある灯りへの刷新・改善に取り組むことに加え、海岸遊歩道側に立地する旅館が主体となり、旅館低層階部分を改修し、遊歩道を散策する旅行者等に対して、テイクアウト形式の飲食提供やテラスを設置し、遊歩道を目的地化する。これにより、これまで素通りされてきた海岸遊歩道が、滞在・消費スポットとなり、外貨獲得の有効な基盤となる。

また、海岸遊歩道における旅館を中心とした民の投資による新規ビジネスの創業は、新たな雇用機会を創出するが、このような魅力的な働き口があるということは、当市が移住定住をプロモーションする上での大きな強み・宣伝要素にもなる。

さらに、他の温泉地にはない当地のアイデンティティーでもある海・砂浜と温泉街の一体感を最も体感することができる海岸遊歩道の魅力の増進は、当地の地域ブランド力の向上にも直結し、当市シティプロモーション施策推進の上での大きなアドバンテージになる。

〈参考：他市の事例〉

当市の隣接自治体である境港市においては、2018年7月に同市の主要観光地である水木しげるロード（「ゲゲゲの鬼太郎」の世界観をテーマとした商店街）の夜間照明について、当観光地の世界観を反映させたデザインにリニューアルし、その結果、2018年の入込客数は、前年比134.4%（過去10年間で2番目に高い伸び率）の2,743,674人となり、翌年2019年は更

に伸び、前年比 147.4%を達成している。

なお、境港市の夜間照明については、当市のコンセプト策定事業者と同様に株式会社 LEM 空間工房が監修している。

●事業4：メインストリートの活性化

【目的】

メインストリートの空き屋を流動化し来訪者の滞在時間延長を図るため、不動産調査・リーシング事業・新規出店支援を実施するとともに、景観改善を支援することで観光消費の増加及び魅力度向上を図る。

【内容】

当温泉街のメインストリートである全長約 300 メートルの四条通りにおいて現在運営している商店は、飲食店関係が 5 店、その他 1 店の計 6 店舗存在するが、一方で空き店舗・空き屋等も多く、7 つの未利用不動産が存在する。これらの不動産について、所有者、家賃等の物件基礎調査及びサウンディング調査を行った上で店舗等テナント募集を行い、不動産稼働率を高める。不動産稼働率が高まり、滞在・消費スポットが生まれることで、観光客の街歩き・周遊観光が促進され、消費単価を上昇させる。

また、誘致店舗については商業施設に限らず、地域住民との交流スペースやコワーキングスペースを備えるゲストハウス等の活用策も積極的に受け付け、より深度が深い観光交流が生まれることで、いわゆるタビアトにおける旅行者の当地への関心を高め、関係人口の増加へ発展するとともに、リピート客の獲得による観光入込客の安定的な誘引が可能となる。

加えて、通り沿いの駐車場等に設置されている既存の無機質な鉄格子フェンス等、通りの景観を阻害する構造物について、これを温泉情緒あるファサードに刷新する。メイン通りにおける土産物屋やカフェ等飲食店の出現は、若者に訴求する新たな雇用機会を提供し、若者の県外転出を防ぐとともに、ランドスケープの観点からみても、寂しい印象の温泉街が情緒と賑わいある魅力的な景観・空間に一変させることにも貢献する。

以上の事業1から4までの推進によって、これまでその大部分が行政による投資で賄われてきた皆生温泉の振興について、振興組織を中心とした持続的なまちづくりの展開を呼び込み、当該エリアの面としての魅力や価値を高める取り組みの基盤となる施策に行政が伴走することで、本市総合戦略の柱である「地産外商・所得向上のまちづくり」を実現する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

民を中心に組成する皆生温泉まちづくり実行部隊＝エリアマネジメントの主体が、BID等の手法をとりながら、皆生温泉地内の公共空間及び民間所有の未利用地等を管理・運営する。

管理・運営業務により得られた不動産収入を主要な原資とし、組成黎明期は公の支援を受けながら、まちづくりへ投資しエリア価値を高め、これにより民による新たな投資を誘発する。

民による空き不動産及び砂浜・遊歩道の利活用等を通じ、旅行者へ魅力的な滞在拠点・消費スポットを提供し回遊性を高め、フロンティア開拓による観光消費額増を誘引し、もって稼ぐ地域づくりを行う。

【官民協働】

・事業の推進のため、市内まちづくり会社、地元ケーブルテレビ会社、金融機関、観光団体で構成する民による振興組織を立ち上げ、当組織が中心となって民のロジック・スピード感で本実施計画を推進する。

・民において企業版ふるさと納税等や保有する不動産等、資産・資材を持ち寄る等一定のリスクを負って事業に参画する。

【地域間連携】

・皆生温泉は、鳥取県の入湯客数の約4割を占めており、鳥取県西部・島根県東部における周遊拠点であり、観光客はここを起点として周辺の観光スポットへ移動しており（RESAS From-to分析等より）、当地と他の地域が事業間連携することで宿泊者の満足度も向上する。

・本市は、鳥取県西部における広域観光組織である「大山山麓・日野川流域観光推進協議会」の事務局を担っており、圏域の様々な観光素材等

の情報を集約しているため、情報を整理し、効率的・効果的な連携の在り方について参画自治体へ積極的に提案し、相互にメリットとなるような取組を展開していく。

・当市は、鳥取県・島根県を跨ぐ広域観光組織である「中海・宍道湖・大山圏域観光局」の構成団体であり、県境を越えて一体的に相互の魅力を生かしながら誘客施策や情報発信に取り組んでおり、引き続き効果的な取組を展開していく。

【政策間連携】

当市において宿泊業は、他産業への波及を示す影響力係数が特に高い種類の産業であり（影響力係数 1.11（全産業中第 3 位））、当地経済循環を牽引する役割を担っている。また、一方で観光産業は、卸売（数多くのプロダクトやサービスを提供する産業）や食料品といった分野から下支えを受けており、観光産業が成長産業となることで他の産業の生産額拡大に寄与する。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度 9 月頃、産官学金労言の有識者により構成される「米子市地方創生有識者会議」において、客観的に効果を検証する。

【外部組織の参画者】

【産】米子商工会議所、米子日吉津商工会、鳥取西部農業協同組合、米子青年会議所【官】米子公共職業安定所、鳥取県【学】鳥取大学医学部付属病院、鳥取短期大学、米子工業高等専門学校【金】日本政策金融公庫、山陰合同銀行、鳥取銀行、米子信用金庫【労】連合鳥取西部地域協議会【言】新日本海新聞社

【検証結果の公表の方法】

市ホームページにて公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】

総事業費 100,900 千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2024年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2024年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。