

皆生温泉まちづくりビジョン

海遊リゾート・皆生温泉



はじめに

海遊リゾート・皆生温泉

山陰の中心に位置し、各種交通インフラが集積する人口15万人都市、米子。このまちには自然の営みと悠久の歴史が培ってきたエネルギーが眠っている。大山の豊富な水。城山のふもとに広がる城下町。そして、白砂青松、日本海を目前に眺める塩泉の温泉。融合しあい、新しいものを生み出してきた人々。日本海に開かれた豊かな交流の歩み。皆生温泉には、新しい時代への可能性が眠っている。

そんな豊かな可能性は、従来の大規模なインフラを整備する発想でも、外資を誘致する発想でもなく、地域固有の力を呼び覚まし、多様で多層的なつながりのなかから時代が求める本質的な価値を創造・発信し続け求められる「山陰観光の拠点」を生み出してゆく。

海遊リゾート・皆生温泉。それは海・砂浜を最大限活かした癒しを提供し、健康・長寿・スポーツのキーワードとともに新たな温泉地を創造する、皆生だからこそできる絵姿を表している。



皆生温泉まちづくりビジョン

目 次

1. 皆生温泉の概要、現況	P1~4
2. 観光産業の現況	P5~7
3. 基本方針	P8~10
4. 施策の柱	P11~13
5. 具体的な取り組み(アクションプラン)	P14~44
6. 広域連携 イメージ図	P45
7. 事業スケジュール(イメージ)	P46
8. ゾーニング イメージ図	P47
9. 皆生温泉の未来図	P48~53
10. 皆さんの声	P54
11. 結びに	P55

1. 皆生温泉の概要、現況

- 皆生温泉の歴史と泉質、特徴を挙げます。
- 皆生温泉の宿泊客数の動向を整理します。

皆生温泉の概要、現況①

皆生温泉は、1900年に漁師が海中に湧き出す温泉を発見したのが始まりと言われ、旅館街は、東西1キロ、南北0.4キロの範囲にまとまっています。平成31年3月現在の皆生温泉旅館組合の加盟旅館は、19軒、収容人員は約4,000人弱、その他温浴施設併用型のホテルなどを含めると、24軒を数え、収容人員は4,000人を越える山陰最大級の温泉地となっています。

泉質は、ナトリウム・カルシウム塩化物泉であり、「海に湯が湧く」と表現されるように、塩の香りを感じることができます。これは、皆生温泉の特徴の一つとしてあげられます。

さらに、皆生温泉は、温泉と砂浜が一体となっている海辺の温泉郷で、夏場は、海水浴などで賑わいを見せ、旅館玄関からすぐのところでもマリンスポーツを楽しむ国内でも数少ない温泉地となっています。また、海水浴場は、「日本の水浴場88選」にも選ばれ、ライフセーバー常駐の安全で快適な海水浴場との評価を得ています。

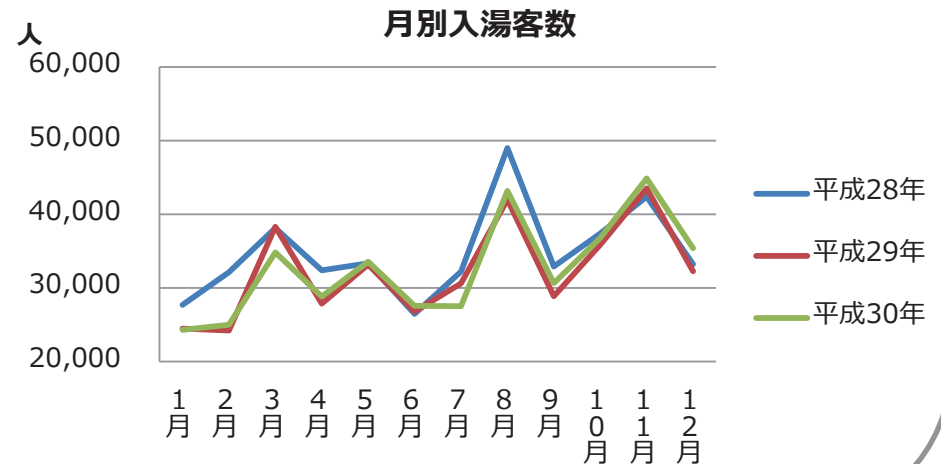
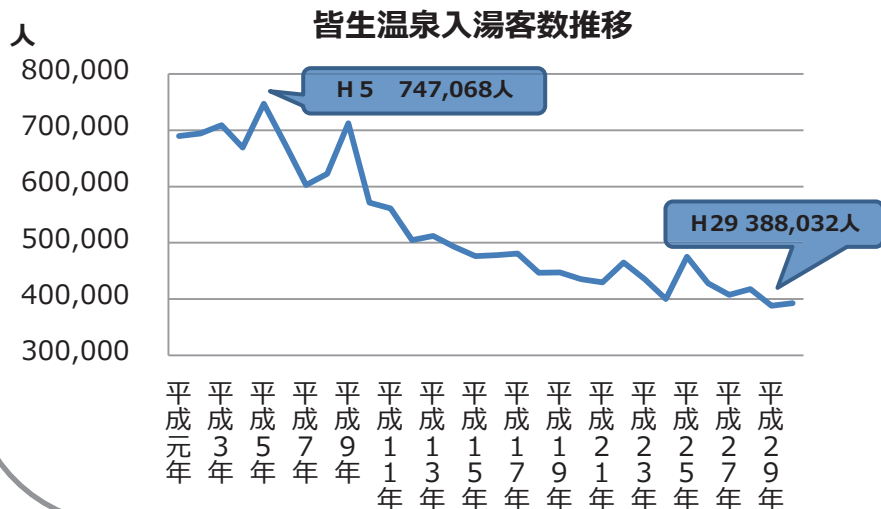


1. 皆生温泉の概要、現況

- 皆生温泉の歴史と泉質、特徴を挙げます。
- 皆生温泉の宿泊客数の動向を整理します。

皆生温泉の概要、現況②

入湯税ベースで宿泊客数の増減を見てみると、平成に入ってからからの皆生温泉の宿泊客数は、米子道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、平成9年に行われたジャパンエキスポ「夢みなと博覧会」やNHKドラマ放映や出雲大社大遷宮の年などに一時的に持ち直すものの、全体的な減少傾向に歯止めがかかっていません。平成29年には、38万8千人まで宿泊客数が減少しています。また、月別の宿泊数から動向を探ってみると、海水浴シーズン、秋の行楽と蟹のシーズンを迎える、それぞれ、7月後半から8月と10月後半から11月の集客力は高いものの、その他の月では、連休時以外には集客が落ち込む傾向があります。



1. 皆生温泉の概要、現況

- 皆生温泉の評価を整理します。

皆生温泉の概要、現況③

皆生温泉エリアに立地する個別旅館ごとの評価は、決して低いものではありません。例えば、独自基準による匿名調査で知られる『ミシュランガイド（京都－大阪＋鳥取2019版）』には、皆生温泉エリアの9軒の旅館が掲載されています。今や、宿泊予約のスタンダードとなった楽天トラベル、じゃらんといった大手旅行サイトのランキングでも、皆生温泉エリア複数の旅館が「楽天トラベルアワード」を受賞するなど、上位の“常連”※としての評価をいただいています。また、宿泊者の好評価だけでなく、業界紙が発表したランキング「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」（旅行新聞社）にも、複数の旅館が挙がっています。

しかしながら、皆生温泉エリア全体としての評価は、現状では高いといえず、じゃらん「人気温泉地ランキング2018」では、人気、あこがれ、満足度といった部門別ランキング上位50位にいずれも入ることができていません。黒川温泉をはじめとする人気上位の温泉地は、個別旅館の魅力のみならず、温泉地としての特徴や面としての魅力を兼ね備えているところが選ばれています。皆生温泉も海・砂浜に隣接し、「海に湯が湧く」特徴をもった温泉地です。個別旅館の取り組みは今後も進めていくとともに、皆生温泉エリア全体の魅力向上が今後のカギになると認識しています。

※楽天トラベル「山陽・山陰人気温泉旅館・ホテルランキング」「楽天トラベルアワード」、じゃらん「netユーザーが選んだ！クチコミ売れ筋宿ランキング」などを参照しました。

1. 皆生温泉の概要、現況

- 皆生温泉の現況を整理します。

皆生温泉の概要、現況④

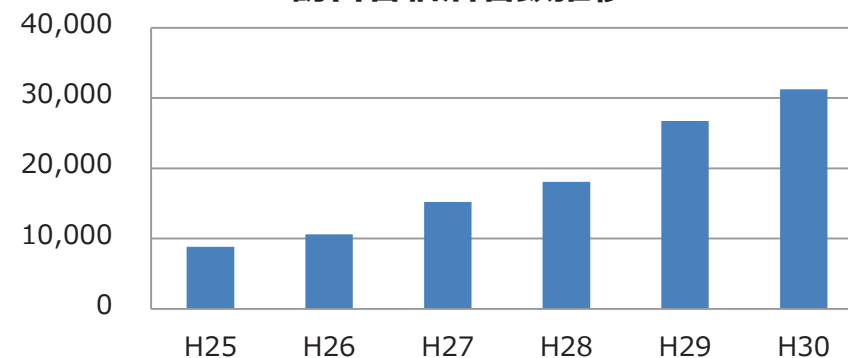
皆生温泉旅館組合が独自に行っている調査では、国内旅行者の地域別（都道府県別）宿泊状況も調べています。それによると、平成30年の宿泊上位は大阪、兵庫、広島、岡山となっており、この4府県でほぼ約5割を占めています。5位は地元鳥取、6位に東京と並んでいます。また、調査データはありませんが、旅館経営者へのヒアリングなどによると、団体旅行の件数が年々減少しており、個人・小グループ旅行が増え、全国的なトレンドと同様に、ここ皆生温泉でも団体旅行からシフトする傾向が見られます。

また、同調査によると、平成30年の皆生温泉エリアの訪日客は、把握できているものだけでも、3万1千人を越えており、前年比でも117%に伸長しました。宿泊客数全体に占める割合としてはまだ少ないですが、P5で見るように国内市場の縮小が避けられない中で、訪日客の取り込みは今後の大きな課題であり、必須の課題ともいえます。

都道府県別宿泊客数ランキング

1	大阪府	17%
2	兵庫県	12%
3	広島県	12%
4	岡山県	10%
5	鳥取県	8%
6	東京都	5%
7	島根県	4%

訪日客宿泊者数推移



2. 観光産業の現況

- 皆生温泉を取り巻く観光産業の動向を整理します。

観光産業の現況①

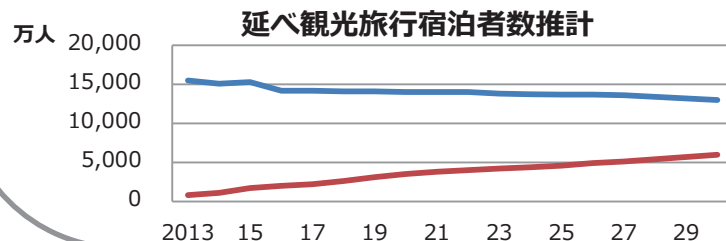
じゃらんリサーチセンターが予測した2030年の旅行市場の推計によると、2016年との比較では、国内旅行者は、延べ旅行者数（21.8%減）、延べ宿泊数（25.7%減）ともに、大きく減少すると見えています。年代別では、50代になる団塊ジュニア世代が6割を占めるようになると考えられています。これは、日本全体の人口比率の予測と同社の宿泊旅行実施率の微減トレンドを加味した数字ですが、今後の取り組みに際し、参考とすべき数字と思われる。

また、同社は、同様に訪日客の推計を出しています。2030年段階では、延べ宿泊旅行者数は、日本人客が訪日客より約2倍多いものの、訪日客は一人あたりの宿泊数が多いため、延べ宿泊数では、日本人客の1.5倍となると予想しています。日本人客と訪日客双方の経済効果の試算では、2016年に7：3だった経済効果は、2030年には、2：3と逆転するとなっており、皆生温泉エリアでも、訪日客の取り込みが重要視されます。

日本人の国内宿泊旅行に関する推計

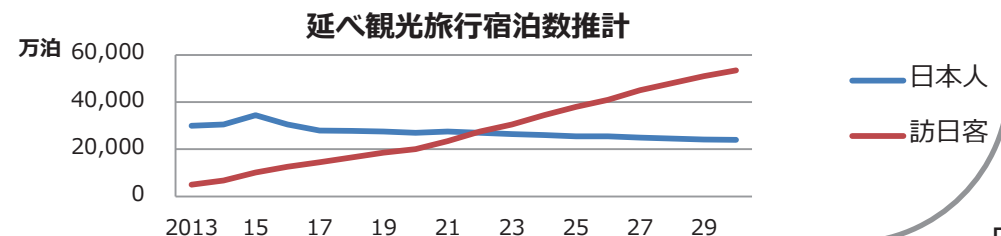
	日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊旅行者数推計	日本人の国内宿泊旅行 延べ宿泊数
2016年度	1億4358万人	2億5308万泊
2030年度	1億1223万人※1	1億8803万泊

※1 ベース推計値 1億2945万人に微減トレンドを加味した数値



日本人国内旅行者と訪日客数の経済効果比較

	日本人国内旅行者		訪日客	
	延べ宿泊者数	経済効果	延べ宿泊者数	経済効果
2016年	1億4358万人	7兆878億円	2105万人	3兆2631億円
2030年	1億2945万人	6兆3819億円	6045万人	9兆3707億円



2. 観光産業の現況

- 皆生温泉を取り巻く観光産業の動向を整理します。

観光産業の現況②

中国運輸局と山陰インバウンド機構が平成28年度におこなった山陰を訪れた訪日客の調査によると、出入国地は、関西空港40%であり、米子空港の15%を大きく引き離しており、以下羽田・成田空港が10%となっています※1。山陰を訪れてくれた訪日客のうち、アジアでは90%、欧米諸国等では77%が、訪日リピーターであり※2、他地方も周遊する訪日リピーターが皆生温泉のターゲットとなりそうです。特に香港からは、10回以上の訪日経験があるヘビーリピーターが43%と突出した傾向が見られます※3。平均宿泊数もアジア6.9泊、欧米諸国等は20.7泊となっており※4、都市圏からの地方への訪問についても猶予がある日程となっています。また、楽天トラベルが開設する外国語サイトの平成30年インバウンド人気上昇ランキングで、鳥取県が対前年度伸び率1位の189.6%増となり、日本最大級の訪日客向け情報サイト「ガイジンポット (GaijinPot)」でも、『2019年に外国人が訪れるべき日本の観光地』ランキングで、同じく鳥取県が1位となるなど、追い風も吹いています。こうした追い風にのり、訪日客が求める“アドレナリンラッシュ”の提供と皆生温泉の磨き上げがうまく結びつく必要があります。実際の訪日客の宿泊数データでみると、平成30年には、鳥取県全体で18万3千人を越え（観光庁速報値）、対前年度比は130.7%と全国5位の伸び率となっています。

さらに、日本人客に目を向けると、楽天トラベルの『2018年秋の国内旅行人気上昇ランキング』の2位にと鳥取県がランクインし、皆生・大山エリアの子連れ予約が前年同期比の150.3%となっており、さらなる人気上昇が期待されます。

※1 P7表1参照

※2 P7表2参照

※3 P7表3参照

※4 P7表4参照

2. 観光産業の現況

■ 皆生温泉を取り巻く観光産業の動向を整理します。

観光産業の現況②

表1 入国空港×出国空港内訳

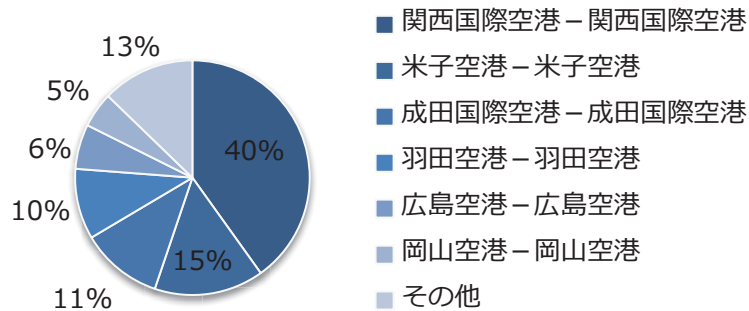


表2 地域別外国人観光客訪日回数割合

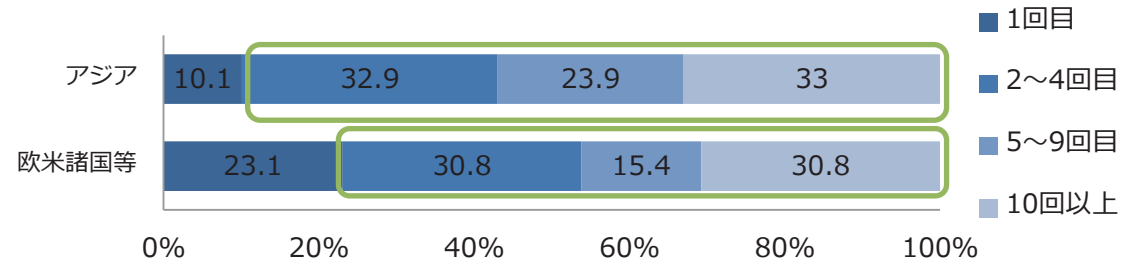


表3 アジア主要国の外国人観光客訪日回数割合

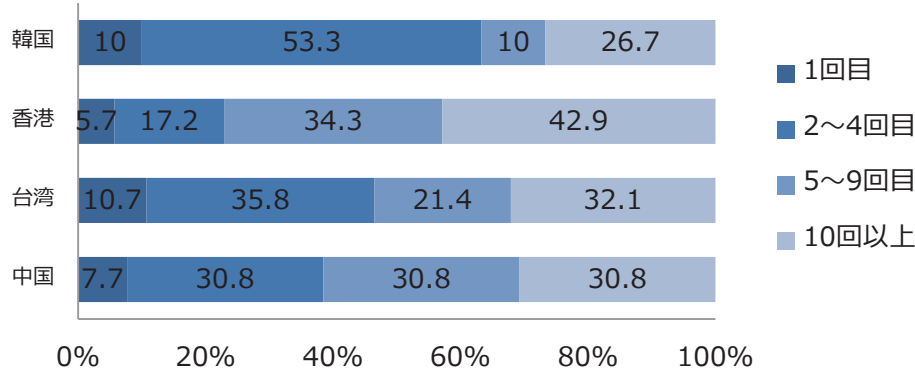


表4 エリア別訪日客宿泊日数割合

	アジア	欧米諸国等
1~5泊	46.8	15.4
6~10泊	35.8	-
11~15泊	12.8	15.4
16~20泊	2.8	23.1
21~25泊	0.9	0
26~30泊	0	7.7
31泊以上	0.9	38.5
平均宿泊日数	6.93	20.69

3. 基本方針

- 皆生温泉まちづくり会議では、以下のとおり基本的な方針を整理しました。

基本方針の考え方①

「皆生温泉まちづくり会議」においては、皆生温泉は、目の前に海が広がる温泉地であること、名峰大山まで近い立地で自然豊かな環境にあること、フィッシングなど海の遊びやトライアスロンとシートウーサミットなど日本で最初に大会が行われた地であること、また「海に湯が湧く」「皆が生きる」といった健康・長寿の温泉地であることに一番に目が向きました。皆様からいただいたアンケートでも、やはり「海」が一番多く出てきましたが、我々も子供の頃からこの「海」で遊び、共に生活してまいりました。そこで、我々が構想、提案する皆生温泉のまちづくりビジョンでは、皆生温泉のめざすところをもう一度明確にする意味で、次のようなコンセプトを立てました。

他の温泉地との優位性を最大限に活かした海をテーマにとする温泉地づくり

= 「海遊リゾート・皆生温泉」

そして、キーワードを「健康・長寿・スポーツ」とおきました。

過去にも、皆生温泉活性化検討委員会の提言である「皆生温泉地区に活気を取りもどすための戦略」（平成16年度）をはじめ、「活性化のための魅力づくり提案（堀ビジョン）」（平成24年度）、「皆生温泉活性化のための提案（米子高等工業専門学校）」（平成24年度）、「皆生温泉活性化への提言（NPO法人健康と温泉フォーラム）」（平成27年度）、「皆生温泉グランドデザイン（皆生温泉街づくり推進協議会）」（平成27年）など、産官学金、ステークホルダー、市民といった様々な視点で皆生温泉活性化策の提言を受け、足湯、素鳳ふるさと館、皆生横丁きないやなどが整備され、ちびっこ広場や植栽活動などソフト事業も行われ、一定の成果を挙げてきました。

しかしながら、皆生温泉の宿泊者数減少が続いています。今一度、“未来の”皆生温泉がどう生き残りをかけてゆくか、立ち返り検証を進めるべく、「皆生温泉まちづくりビジョン」を策定するものです。

3. 基本方針

- 皆生温泉『T』ラインを設定し、優先的な投資を行っていきます。

基本方針の考え方(2)

皆生温泉は海辺の温泉郷で、夏場は「海水浴」で賑わいを見せるなど、温泉と海水浴が同時に楽しめる国内でも数少ない温泉地として知られています。

皆生温泉が20年後、30年後においても、活気あふれる温泉郷として在るためには、多様化した旅行目的を見据えながら、皆生温泉の強みを活かしたハード整備、ソフト施策の的確な選定と実施、検証を行い、キャンペーンやイベント企画に頼らずとも、観光客が自ずと訪れたいと思うような安定性、自立性のある集客システムを作り上げることが必要です。

同時に、大きな投資が必要な案件、即時的な解決が望めない案件、あるいはステークホルダーが複雑に入り乱れ調整に時間と慎重を要する案件などが存在することを共通認識して、実施が望まれる案件に優先順位を付け短中長期プランに落とし込み、プランの定期的な見直しを図りながら着実な成果を獲得していくことが求められます。

皆生温泉の特徴はまず第一に「海・砂浜」と「温泉」があげられます。そして、冒頭に示した我々のコンセプトは、「海・砂浜を感じる」「海・砂浜で遊ぶ」といった「海・砂浜」を活用することで実現が可能となります。

加えて、皆生温泉は、山陰のド真ん中！を謳っており、山陰観光の中心となることをめざしています。皆生温泉の活性化を考えた場合、最大公約数は「宿泊客数の増加」に他なりません。そのためには、出雲大社、足立美術館、水木しげるロードといった誘客力のあるコンテンツと協調し、「宿泊するなら皆生温泉」を狙う戦略が必要となります。宿泊客獲得に必須である旅館自体の魅力強化はもちろん、夜間及び朝の「過ごし」で、皆生温泉が提示できるインセンティブを市内地域資源とともに目の前の地域資源「海・砂浜」から生み出してゆくことが求められています。

本ビジョンでは我々の取り組みの最優先事項を「海・砂浜」に設定し、また、皆生温泉エリアの滞留拠点施設である米子市観光センターがあり、かつ海岸線まで風俗店が存在しない四条通りを「海・砂浜」と温泉街エリアを接続する動線とみなし、皆生温泉『T』ラインと設定し、先行してまちづくり行ってゆくことを基本方針とします。

3. 基本方針

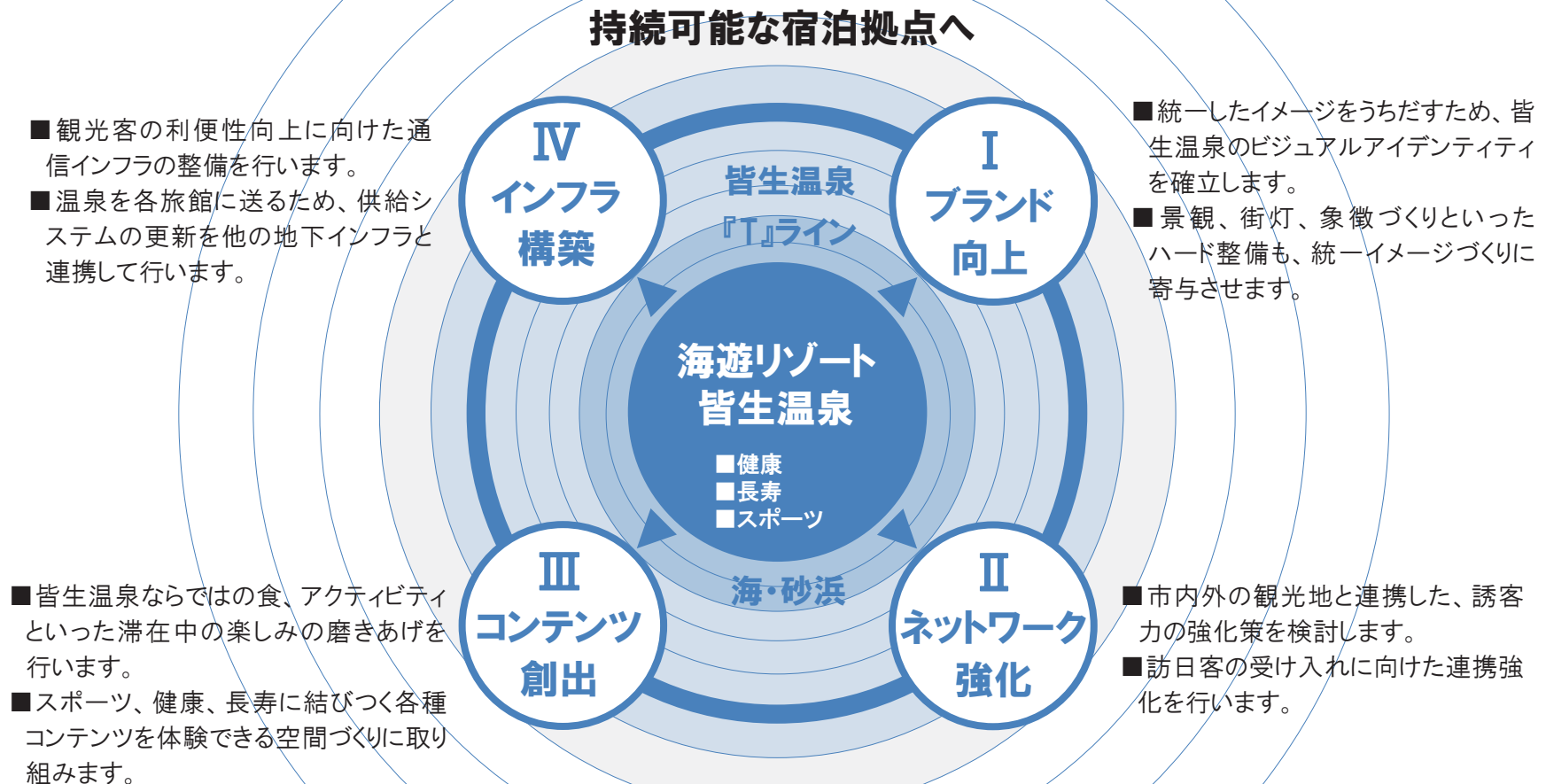
- 皆生温泉『T』ラインをイメージ化します。



4. 施策の柱

■基本方針（皆生温泉『T』ラインに重点投資し海・砂浜を最大限活かす）を具現化するため、4つの施策の柱を掲げます。

地域の多様な「つながり」が宿泊客を呼び込み続けます



4. 施策の柱

- 皆生温泉を象徴する場やものを形成する中で、ビジュアルアイデンティティを確立し、統一感をだします。
- 宿泊拠点として、市内外のコンテンツと連携していきます。
- 縮小する国内宿泊市場に対応するため、訪日客にターゲットを定め、誘客を図ります。

施策の柱 I・II

I ブランド 向上

現在、皆生温泉では、視覚に入ってくる情景が、ばらばらとなっています。現状、統一したデザインや色使いが感じられず、心地よい“異空間”が演出されているとは言いがたい状況となっています。

今後は、デザイン、色、質感などで統一したコンセプトを設定し、象徴する場づくりや街灯設置などハード事業及びライトアップなどソフト事業の双方で活用することで、まちの印象づけを行います。皆生温泉を、好印象で伝播するためには、旅館・ホテル単体の魅力強化はもちろんのこと、まちの魅力強化がさらに求められています。

II ネットワーク 強化

大手旅行サイトや旅行専門紙の調査によると、旅館・ホテル単体のランキングでは、皆生温泉の各旅館・ホテルも上位に顔を出しており、他温泉地と比しても決して劣っているわけではありません。しかしながら、宿泊客の観光ニーズは、目的地を米子市単体に行っているケースはまれであり、周辺観光地との周遊とセットでお越しいただいています。したがって、宿泊客拡大のためには、周辺観光地を訪れる方に、「宿泊場所するなら皆生温泉」と思わせる仕掛けづくりが必要となります。また、地域資源と連携し、宿泊者の旅館・ホテル単体の魅力のみならず、面として満足度も高めていかななくてはなりません。

さらに、縮小する国内市場対応するため、これまで以上に訪日客の誘客が必要となります。皆生温泉は、外国語案内表記やSNSに取り上げられるスポットなど、様々なハード、ソフト整備事業を行ってゆきます。いずれも、市内外のコンテンツとのパイプ役や、市内ナイトタイムエコノミー推進の窓口として米子市観光センターの役割がますます期待されます。

4. 施策の柱

- 海・砂浜を最大限活用したアクティビティを磨きあげてゆきます。
- 地域の食材を海岸線を見える場所で楽しんでもらえるよう取組んでゆきます。
- 温泉の供給インフラを維持するため、他の公共インフラ整備と連携してゆきます。
- 利便性向上のため、5Gなどの通信インフラを整備してゆきます。

施策の柱 III・IV

III コンテンツ 創出

皆生温泉の誘客の強みとして、一番に海・砂浜があがってくることは異論がないでしょう。この魅力的な地域資源は、海水浴のみならず、様々な活用が考えられます。この強みに磨きをかけ、他の温泉地との差別化を図ることがますます必要となっています。

海岸が見える場所での飲食の提供、SUPなどマリンアクティビティ、海岸線サイクリング、砂浜ヨガといった宿泊客が滞在中に皆生温泉ならではの楽しみを味わえるよう、ハード、ソフト両面の整備を行ってゆきます。

IV インフラ 構築

皆生温泉の根幹として、その名の通り「温泉」が挙げられます。塩泉の温泉は、源泉から各旅館・ホテルに供給され、皆生温泉ならではの“癒し”を提供しています。その源泉と温泉供給管を維持するために、間接的に旅館・ホテルの収益が充てられており、温泉の利用者でもある旅館・ホテルが、温泉供給管を支えているともいえます。旅館数が減少する中で、このインフラを守ってゆくためには、他の公共インフラの更新時期にあわせて再敷設を行うなど、経費削減にむけたインフラ間の連携が必要となります。

また、特に訪日客には必須となっているスマートフォンの通信環境を整備するため、5Gなどの導入を図ってゆかねばなりません。皆生温泉旅館組合は、米子市と津波発生時の一時避難場所として加盟旅館との使用協定を結んでおり、地域住民の避難所としての役割も担っていることから、通信インフラの整備を行ってゆきます。

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）その1

- 施策の柱を実現するため、以下の具体的な取り組み（アクションプラン）を関係者と協議しながら検討、実践していきます。

頁	番号	事業概要	施策の柱	種別	主体者		
					皆生温泉	民間	行政
17	①	統一イメージの創出（まちなみ）	I	ソフト	◎	○	△
18	②	統一イメージの創出（デザイン）	I	ソフト	◎	○	△
19	③	統一イメージの創出（ハード）	I	ハード	○	△	◎
20	④	灯りによる温泉情緒の創出	I	ハード	○	△	◎
21	⑤	象徴づくり	I	ハード	○	○	○
22	⑥	『T』ラインにおける便益施設の整備	I	ハード	△		◎
23	⑦	カーシェアリング	II	ソフト	○	◎	
24	⑧	共用駐車場整備	II	ハード	◎	◎	
25	⑨	二次交通の拡充	II	ソフト	○	◎	○
26	⑩	皆生温泉エリア内の交通利便性向上	II	ソフト	◎	△	○
27	⑪	訪日客への対応強化	II	ソフト	◎	◎	△
28	⑫	皆生温泉内外の飲食店との連携	II・III	ソフト	◎	◎	△
29	⑬	米子市観光センター機能強化	II	ソフト	◎	◎	△
30	⑭	四条通りのまちなみ形成・活用	III	ハード・ソフト	◎	○	○

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）その2

■施策の柱を実現するため、以下の具体的な取り組み（アクションプラン）を関係者と協議しながら検討、実践していきます。

頁	番号	事業概要	施策の柱	種別	主体者		
					皆生温泉	民間	行政
31	⑮	皆生温泉神社の活用	Ⅲ	ソフト	◎	○	
32	⑯	皆生横丁きないやの強化	Ⅲ	ソフト	◎	◎	
33	⑰	マリナクティビティによる誘客	Ⅲ	ソフト	◎	◎	△
34	⑱	砂浜清掃	Ⅲ	ソフト	◎	○	○
35	⑲	皆生海浜公園の賑わい創出拠点化	Ⅲ	ハード・ソフト	○	◎	○
36	⑳	白扇東側「三角地帯」の活用	Ⅲ	ハード・ソフト	◎	◎	△
37	㉑	皆生浄化センターの活用検討	Ⅲ	ハード・ソフト	○	○	○
38	㉒	皆生プレイパークに係る取り組みとの連携	Ⅲ	ハード・ソフト	△	◎	△
39	㉓	砂浜のさらなる活用	Ⅲ	ソフト	○	○	○
40	㉔	遊歩道の活用	Ⅲ	ソフト	○	◎	○
41	㉕	老人憩いの家跡地の活用検討	Ⅲ	ハード	○	◎	○
42	㉖	温泉供給管再敷設	Ⅳ	ハード	△	◎	△
43	㉗	地域熱供給	Ⅳ	ハード	△	◎	△
44	㉘	5Gの整備	Ⅳ	ハード	△	◎	○

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図をイメージします。

三角地帯の活用



温泉と海



皆生海浜公園の活用



四条通りの賑わい



海・砂浜～遊歩道



皆生プレイパークの活用



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

統一イメージの創出（まちなみ）

- 温泉情緒と統一感のあるまちづくりに取り組みます。

アクションプラン1_ソフト_施策の柱：I

【概要】

『T』ラインにおけるソフト面での景観整備を行います。

【ポイント】

「皆生らしい温泉情緒と統一感とは何か？」を関係事業者で協議します。

【一例】

- ・ 建物の屋根や壁面、看板の色彩や素材を統一し、一体感のあるまちなみを演出します。
- ・ 各店舗や旅館の店先に太鼓幕（伯州綿）を掲示し、日本らしい、皆生らしい温泉情緒と統一感のあるまちづくりを行います。



イメージ写真

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

統一イメージの創出（デザイン）

- 共通のデザイン・ロゴ・色などを検討します。

アクションプラン2_ソフト_施策の柱：I

【概要】

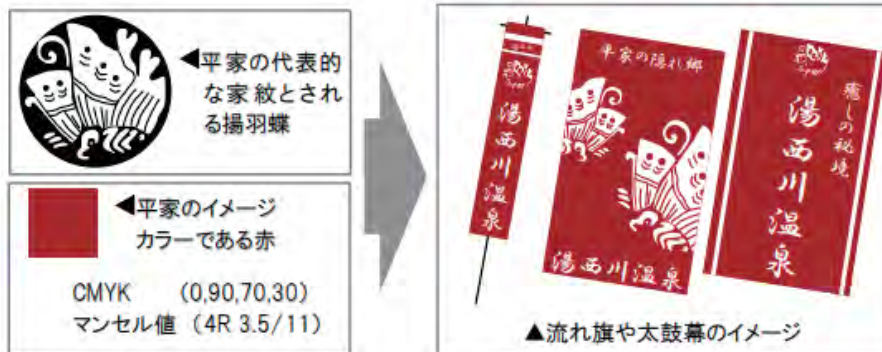
ロゴマーク、デザインなどを作成し、皆生温泉エリアのPRなどに活用することで、統一したイメージを創出します。

【ポイント】

皆生温泉に関連するコンテンツ、プロダクツに利用するよう促します。

■ 平家の「赤」と「紋」の活用

まちのイメージカラー、シンボルマークとして、平家の歴史にちなんだ色彩や紋を積極的に活用することで、湯西川温泉地区の個性を表現するとともに、まち全体の統一感、一体感を創出しましょう。



参考：日光市 湯西川温泉地区



統一ロゴを使用した、お土産の販売

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

統一イメージの創出（ハード）

- 『T』ラインの景観整備を検討します。

アクションプラン3_ハード_施策の柱：I

【一 例】

- ・ 安心して楽しめる歩道整備
 - ▶ 『T』ラインにおいて、ライトアップの常設化など歩道との一体的な整備を行い、安心して街歩きを楽しめる空間を創出します。防波堤にある老朽化した手型オブジェの再整備を検討します。
 - ・ 趣のある舗装
 - ▶ 趣きある舗装で統一し、温泉情緒を醸成します。
 - ・ 家族連れが安心できる景観形成
 - ▶ 風俗店舗に係る景観の在り方を検討します。
 - ・ 海岸～遊歩道～温泉旅館が調和した空間形成
 - ▶ 官民一体となり、ランドスケープ※を意識しながら空間形成に取り組みます。
- ※ランドスケープ：人工環境と自然環境の調和をめざして構成された外部空間の総合的な景観



安心して楽しめる歩道整備
(例： H30実施の紋様灯籠)



趣のある舗装



家族連れが安心できる景観形成



海岸～遊歩道～温泉旅館が
調和した空間形成
(歩道、垣根、芝)

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

灯りによる温泉情緒の創出

- 『T』ラインにふさわしい灯りを整備し、夜のまちあるきを楽しめる温泉街にします。

アクションプラン4_ハード_施策の柱：I

【概要】

『T』ラインにふさわしい照明を検討していきます。

【目的】

風情ある温泉街を演出し、まちあるきに誘う環境を整えることで、温泉街の飲食店や土産物店の活性化を図ります。



街灯イメージ



フットライト
イメージ

飲食店イメージ



土産物店イメージ



賑わいのあるまちなみイメージ
(豊岡市)

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

象徴づくり

- 皆生温泉を象徴するコンテンツを創出します。

アクションプラン5_ハード_施策の柱：I

【概要】

皆生温泉のキービジュアルとなり得る象徴を『T』ラインの結節点に創出します。

【ポイント】

『T』ラインの結節点（四条通り×遊歩道）が皆生温泉エリアの象徴の場としてふさわしいと考えます。

※現在、当地にある有本翁像については、適切な場所に移設の上、説明看板を併せて設置することを検討します。

例



大観荘せなみの湯 足湯「日本海」
（新潟県 瀬波温泉）



佐久島アート
「おひるねハウス」 作 南川祐輝



象徴設置の想定箇所

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

『T』ラインにおける便益施設の整備

- 『T』ライン近辺にある便益施設の適切な配置やキャパシティなどについて検討を行い、利便性向上に向けた整備を行います。

アクションプラン6_ハード_施策の柱：I

【一 例】

- ・ 漁火展望台のトイレ、シャワー室
- ・ 海浜公園のトイレ
- ・ 各休憩所（東屋、ベンチ） など



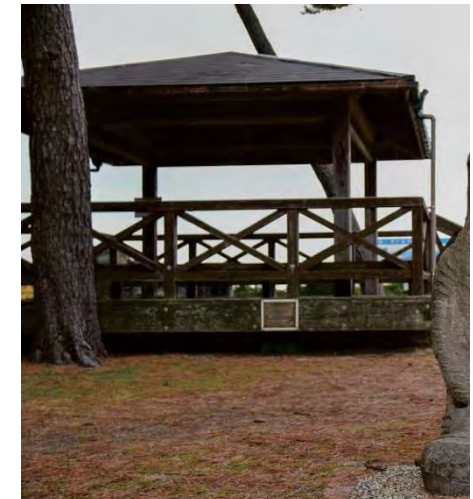
漁火展望台



米子市観光センター



皆生海浜公園 海側トイレ



東屋

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

カーシェアリング

- カーシェアリングの導入を促し、皆生温泉エリアと周辺地域をつなぐ二次交通を整備します。

アクションプラン7_ソフト_施策の柱：Ⅱ

【概 要】

来訪者が皆生温泉エリアで車両を借り受けできるように、カーシェアリング事業者の誘致に取り組みます。

【備 考】

ワンウェイ型カーシェアリング（駅・空港・観光スポットでの乗り捨て）の導入をめざします。

<車両イメージ（例）>



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

共用駐車場整備

- 現在不足する共用駐車場の整備を行います。

アクションプラン8_ハード_施策の柱：Ⅱ

【目的】

皆生温泉エリア全体のための駐車場を整備し、受入余力の拡大に取り組むことで、観光客及び地元利用者の来訪利便性を向上させます。

【想定場所】

- ① 旧皆生温泉観光株式会社跡地
- ② 旧まつかぜ荘跡地



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

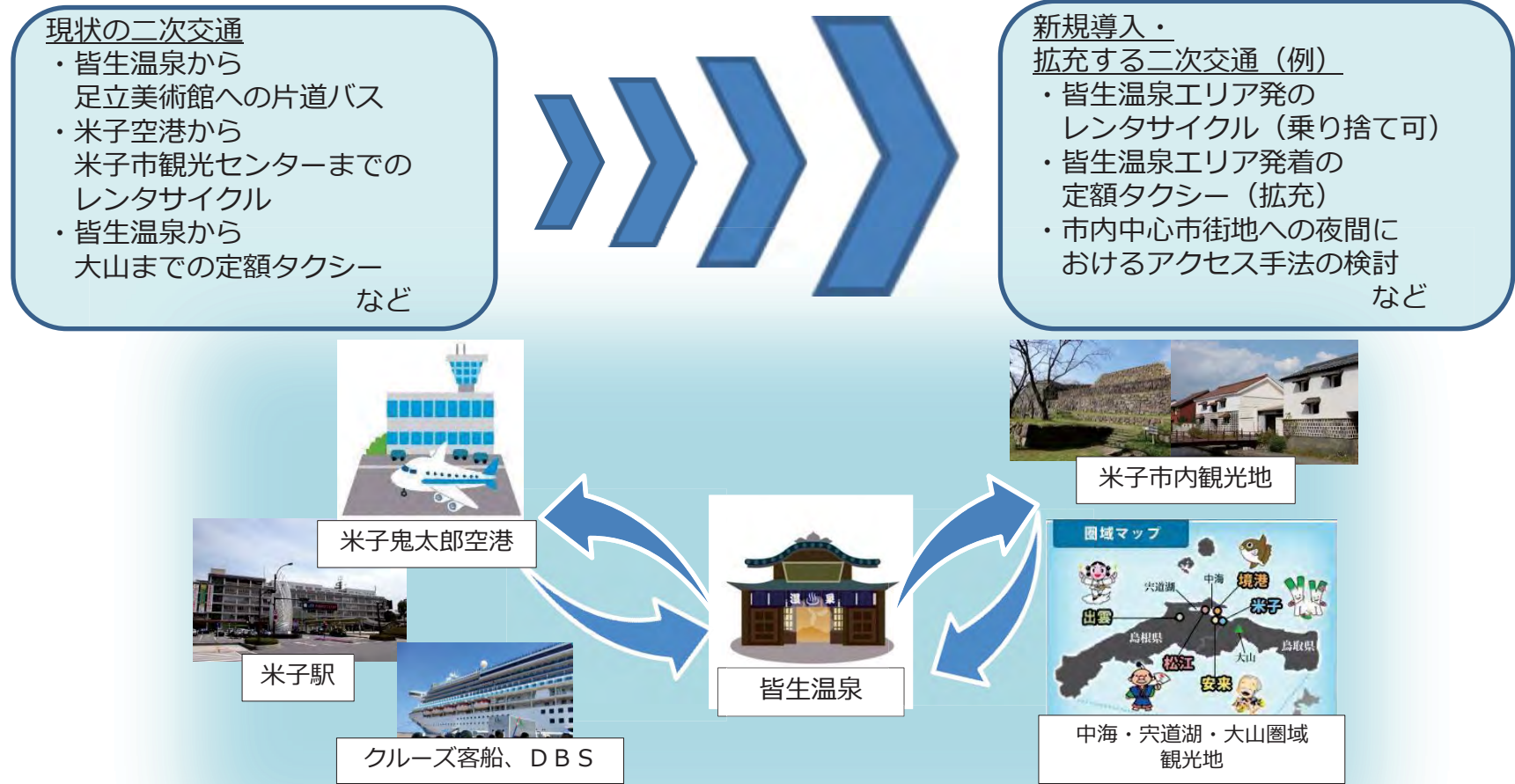
二次交通の拡充

■ 皆生温泉と市内外をスムーズに移動するための二次交通を整備し、宿泊拠点としての皆生温泉の付加価値を高めます。

アクションプラン9_ソフト_施策の柱：Ⅱ

【概要】

空港・駅といった主要発着地や、市内観光地及び圏域における観光スポットなどとの接続強化を図ります。



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生温泉エリア内の交通利便性向上

- 皆生温泉の各事業者が協調し、エリア内の移動システムを構築します。

アクションプラン10_ソフト_施策の柱：Ⅱ

【概要】

皆生温泉エリア内に米子市観光センター発着のモビリティを導入し、各旅館や今後にぎわい拠点として整備を検討している海浜公園などの観光スポットを周回するシステムを作ることによって、宿泊客や皆生温泉利用者の利便性や顧客満足度の向上を図ります。

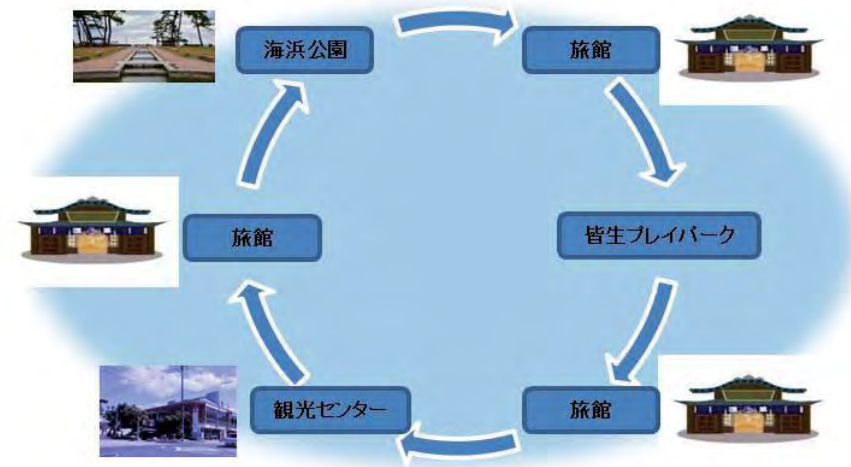
【一例】

国のグリーンスローモビリティ※の導入に向けた実証事業を活用し、皆生温泉エリア内のモビリティの必要性や課題などを検証します。

※グリーンスローモビリティとは

電動で時速20km未満で公道を走ることが可能な4人乗り以上のモビリティのこと。

導入により、地域が抱える様々な課題の解決や低炭素型交通の確立が期待される。



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

訪日客への対応強化

- 訪日客受け入れに向けた環境を整備します。

アクションプラン11_ソフト_施策の柱：Ⅱ

【概要】

（受け入れ環境整備）

皆生温泉エリア内において、多言語案内表示の整備を進めるとともに、国内で使用可能なSIMカードの販売を検討します。また、整備が進む5G環境を活用し、訪日客に向けた新たなサービスを提供します。

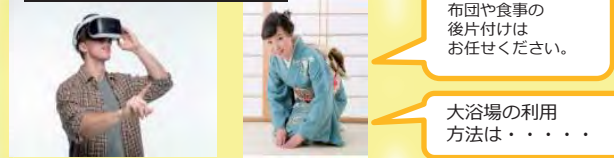
（圏域コンテンツと繋げる）

「大山」をはじめとする圏域観光資源との連携を密にし、各国のニーズに応じた情報発信を行う仕組みづくりを行うとともに、圏域に多く見られるリピーターの訪日客に向けた周遊ツアーの造成を検討します。

<SIMカードとは>



<VR活用イメージ>



ICT等を活用した多言語対応等の実施

- ・ 5G環境構築による高速通信基盤整備
- ・ 観光案内所におけるタッチディスプレイを活用した市内、圏域観光地PR及びアクセス方法表示
- ・ 旅館、ホテル館内利用の多言語案内用タブレット端末整備
- ・ 皆生温泉エリアのキャッシュレス決済対応
- ・ スマホアプリによる案内放送の多言語化（防災・減災）など

<コンテンツコラボレーション>



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生温泉内外の飲食店との連携

- 旅館と飲食店を繋ぐ仕組みを検討します。

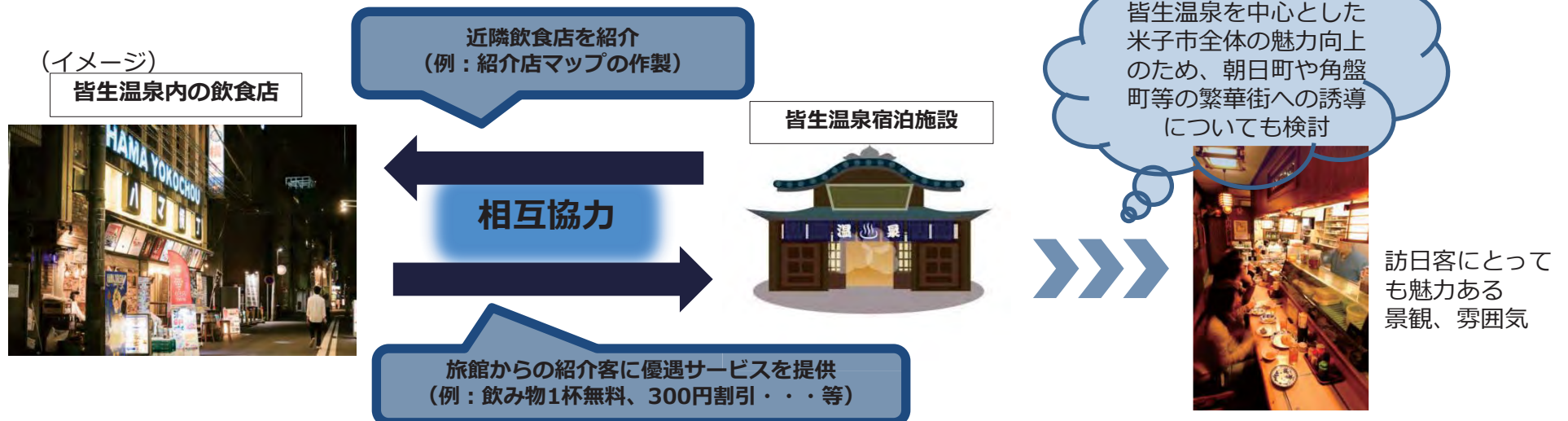
アクションプラン12_ソフト_施策の柱：Ⅱ・Ⅲ

【概要】

観光客のナイトタイムエコノミーに関する多様なニーズの一つである飲食に対応するため、皆生温泉内外の飲食店等と連携する仕組みの構築を図ります。

【目的】

多様な観光スタイルを提供するとともに、皆生温泉エリア内での周遊性を創出します。
また、皆生温泉エリア内のみならず、駅前、朝日町、角盤町といったエリアとの協調を図ること
で非日常体験（「日本らしさ」の体験）を提供し満足度向上を図ります。



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

米子市観光センター機能強化

■ 皆生温泉の玄関口、地域との連携窓口として相応しい拠点づくりを行います。

アクションプラン13_ソフト_施策の柱：Ⅱ

【概要】

足湯の活用やカフェ機能の導入など、観光客の待ち時間にくつろげる空間づくりに取り組みます。また、ローカルコンテンツや着地型ツアーの紹介、地域の特色を生かした新ツアーの造成を行うとともに個々の嗜好に応じたサービス案内といったコンシェルジュ機能の充実を図ります。

【目的】

各温泉旅館単体では行いにくい昼間のおもてなしや着地型ツアーの案内、ツアー造成といった機能を担い、満足度の向上や皆生温泉を中心とした地域への回遊性創出に取り組みます。

【ポイント】

周辺観光の総合窓口として、皆生温泉エリアをはじめとした各観光事業者との協力体制を構築することで、圏域観光の宿泊拠点をめざします。
 なお、平成31年2月末で閉鎖した「手しごとギャラリーkaike」跡の活用についても検討します。

分類	コンテンツ(例)
イベント	全日本トライアスロン皆生大会、米子がいな祭、地ビールフェスタ inYONAGO、米子市民大茶会、米子桜まつり、加茂川まつり
シーズンもの	桜、蛍、雪景色、紅葉、初詣、夏山開き、スキー、盆踊り
アクティビティ	登山、サイクリング、釣り、カイトサーフィン、パラグライダー、バーベキュー、浴衣体験
特有の資源	大山、星空、米子城跡、城下町、札打ち、日本遺産、とんどさん、釣り、加茂川・中海遊覧船、日吉神社神幸神事、御輿行幸、天地、瑞風



浴衣体験



カフェイメージ



現在、米子市観光センターにある花風の足湯

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

四条通りのまちなみ形成・活用

- 『T』ラインを形成する四条通りの魅力あるまちなみ形成、及びその活用に取り組みます。

アクションプラン14_ハード・ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

四条通り沿いの空き地、空き店舗などの未利用地に、観光客にとって魅力ある事業者の出店を働きかけることで、賑わいあふれるメインストリートの形成に取り組みます。

また、四条通りの店舗が増加することで、新たな魅力創出とともに地域内消費の拡大を狙います。



各土地等の土地所有者や利用状況を調査し、観光客に求められる空間への利用ができないかの検討と各種調整を行います。



賑わいあふれ、多くの投資がなされるメインストリート形成に取り組みます。
(参考画像：東京の賑わい)



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生温泉神社の活用

- 皆生温泉エリア内唯一の神社の活用を検討します。

アクションプラン15_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

皆生温泉神社を観光スポットの一つとして活用するため、誘客を図ることができるようなコンテンツ作りを検討します。また、その収益を地域に還元するとともに、皆生温泉の活性化に役立てます。

【一例】

おみくじの販売、絵馬の図柄変更



訪日客向けにおみくじの多言語化を行う

皆生温泉神社のご祭神の一神である大国主命は、縁結びの神様であることから、恋みくじの取扱いを検討



絵馬のデザインを写真映えするものに変更



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生横丁きないやの強化

- 事業の見直しを図り、皆生温泉エリアの物販の拠点として機能向上に取り組みます。

アクションプラン16_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【目的】

皆生温泉を代表する土産物店である皆生横丁きないやの事業形態を再構築し、来訪者満足度向上を図るとともに、皆生温泉旅館組合の収益増を狙います。

【一例】

- ・ 開店時間を来訪者が皆生を周遊する時間に再設定します。
 <現行>9：00～18：00 ⇒ <再設定>7：00～10：00・
 15：00～21：00など
- ・ 朝は宿泊客への「あら汁・おにぎり」などの販売を行います。
- ・ 各料理長の一品おつまみ+地酒セットなど、きないや限定販売を行います。
- ・ 地元の農業者と協調し、朝獲れ、夕獲れ野菜の直売機能を持たせます。

地元民だけど、新鮮な野菜が買えるって？

旅館がつくったおつまみなら食べてみたいな…



朝の散歩がてらあら汁を！

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

マリナクティビティによる誘客

- 皆生温泉エリアの夏の体験メニューとして、マリナクティビティをPRし、誘客を図ります。

アクションプラン17_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

皆生温泉の海岸で行われている、サップ、カヤック、バナナボートなどのマリナクティビティや、マリナスレチック（40m×25メートルの遊具）などを皆生温泉における夏の体験メニューの主軸と位置付け、海水浴だけでなく海の楽しみを前面に打ち出すことで、夏休み期間を中心に一層の誘客を図ります。

【目的】

「海遊リゾート・皆生温泉」のイメージづくりをおこないます。
滞在コンテンツの充実によって誘客及び観光客の滞在時間の延長を図ります。



他府県で開催された
同等規模のイメージ写真
提供=株式会社メリット

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

砂浜清掃

- 『T』ラインの核である砂浜の美化について、地元の更なる機運醸成を図り、来訪者にとって、より魅力あるコンテンツにしていきます。

アクションプラン18_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

旅館の働き手や地域の人々が中心となり、本ビジョンの基本方針である皆生『T』ラインの魅力向上を図ります。赤ん坊がハイハイしても安心、安全なクオリティを保つことをめざします。

【目的】

アダプトプログラムに代表されるような、美しい砂浜への愛着と高い砂浜保全の意識を持つ、地域の形成をめざします。また、砂浜を活用するきっかけづくりとします。

【その他】

機械導入などによる効率的な維持管理の手法を検討します。

機械導入イメージ（Hondaビーチクリーン活動より）



Honda「ビーチクリーナー」



Honda「ビーチモンパル」
清掃活動自体をアクティビティに



清掃のイメージ

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生海浜公園の賑わい創出拠点化

- 海・砂浜へ直結した公園において、人々が集う空間形成を図ります。

アクションプラン19_ハード・ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

民間活力により皆生海浜公園をフィールドに年間を通じた賑わい空間を創出し、地元住民や宿泊客に皆生温泉エリアの新しい楽しみ方を提供します。提供にあたっては、マネージメント機能をもった意欲ある民間事業者を募り、公園敷地の管理者として、これらの活用を担ってまいります。

※この手法は、パークマネージメント、パークPFIなどと呼ばれ、公園土地の所有者は米子市のまま、利用権を設定し対価を市に支払いながら、その活用策は民間の知恵で行うものです。

【目的】

宿泊客に対してはもちろん、地元住民の来訪目的に訴求できる新たなコンテンツを集積させ、来訪者を増やし、皆生温泉エリアの賑わい創出につなげます。

【一例】

- ・カヤック、SUP等の拠点づくり（シャワーや更衣室の整備など）
- ・キッチンカーやコンテナハウスを活用した飲食店の出店
- ・音楽イベントなど集客イベント実施



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

白扇東側「三角地帯」の活用

- 景観及び立地に優れた当該地を活用することで、皆生温泉のイメージアップとコンテンツ創出に取り組めます。

アクションプラン20_ハード・ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

白扇東側の「三角地帯」が海、砂浜（『T』ライン）に面する立地条件や景観に優れたエリアであることを活かし、飲食スペース、アクティビティゾーン、あるいは有料の憩い空間などとしての活用を検討します。

また並行して、「三角地帯」の海岸側の清掃・管理による美しい砂浜形成の取組を検討します。

<位置図>



<現況画像>



<活用イメージ>



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生浄化センターの活用検討

- 遊休地である皆生浄化センターの活用方法について検討します。

アクションプラン2 1_ハード・ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

かつてゴーカート場でもあった皆生浄化センター屋上スペースの有効活用する方法について検討します。海に面していることや、ある程度の高さと広さがある構造物であるといった点から幅広く利活用の可能性を検討します。

【現状】

施設としての老朽化が著しく、現在屋上スペースは立ち入り禁止となっており、修繕には多額の費用が掛かることが予想されます。また、皆生浄化センターの今後の運用については現在調査がなされており、その進捗に合わせた検討を行うこととします。

【一例】

- ・ジップライン
 - ・モーターパラグライダー発着場
 - ・スケートボード場
- など



皆生浄化センター（現状）

活用方法に
合わせた改修



イメージ図



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

皆生プレイパークに係る取り組みとの連携

- 天然芝のフィールドを活用したスポーツ拠点を整備し、皆生温泉宿泊客数の拡大を図ります。

アクションプラン2 2_ハード・ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概 要】

現在、株式会社S C鳥取により、当地の天然芝生化などの事業展開が検討されていることから、これらの事業と連携し、皆生温泉との相乗効果を狙います。

【目 的】

スポーツ合宿拠点として皆生温泉エリアの利用促進を図るとともに、リピートを促すことや、地域住民の芝生広場を通じたコミュニティの深化を図ります。

【一 例】

テニス強化合宿誘致、ドッグランの新設など

ドッグランイメージ



テニスイメージ



活用イメージ



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

砂浜のさらなる活用

- ビーチスポーツなど、美しい砂浜の幅広い活用による誘客を図ります。

アクションプラン23_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

皆生温泉の象徴である砂浜は、現在も散策や海水浴、釣りなど人々に親しまれる場として活用されていますが、ビーチスポーツなど、美しい景観や砂浜そのものを楽しむことができるような取り組みを推進します。

【目的】

皆生温泉の象徴である砂浜を活用した非日常体験を提供することで、美しい砂浜のイメージ定着を図り、観光客へ訴求しつつ、地域住民に対してはシビックプライド醸成を図ります。



砂浜でのヨガ



ビーチサッカー

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

遊歩道の活用

- 海・砂浜との隣接空間である遊歩道の利活用を推進します。

アクションプラン24_ソフト_施策の柱：Ⅲ

【概要】

海・砂浜と、旅館などとの結節点である遊歩道は、現在、鳥取県によりサイクリングロードが整備され、皆生温泉エリア内にレンタサイクルが展開されています。また、ランニングや散策コースとしても地域の人々に利用されています。現状では特定の層に限られているこれらの楽しみを、

より気軽に行えるような各種整備や雰囲気醸成を行うことで利用の拡大を図ります。

【目的】

美しい海・砂浜を観光客に印象付け、皆生温泉のイメージ定着を図ると共に、地元の人々に海・砂浜をより身近に感じてもらい、愛着心を醸成します。

【一例】

- ・ 遊歩道に簡易の飲食店（屋台など）の設置
- ・ 海や砂浜の写真映えスポットの整備
- ・ 遊歩道を活用したウォークラリーなどの実施
- ・ サイクリング及びランニングのスポット整備



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

老人憩いの家跡地の活用検討

- 海・砂浜を最大限活用した有効利用の可能性について検討します。

憩いの家外観



アクションプラン2 5_ハード_施策の柱：Ⅲ

【概要】

老人憩いの家跡地は、施設、駐車場が海・砂浜までつながっており、かつ『T』ラインの西端に位置する景観に優れたエリアです。多様な活用方法について検討するとともに、海浜公園～四条通り～皆生プレイパークなどと連動性を持たせ、『T』ラインの周遊性を生み出すことをめざします。

【現状】

施設の老朽化が進んでおり、福祉施設としては平成31年3月末で廃止が決定しています。なお、当該地は市街化調整区域であることから、その活用については、慎重に検討を進める必要があります。



活用イメージ

5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

温泉供給管再敷設

- 温泉地としての存在意義の源である温泉供給網の再構築を検討します。

アクションプラン2 6_ハード_施策の柱：Ⅳ

【概要】

将来にわたる温泉供給の安定化に取り組むため、温泉供給管を再整備し、温泉事業を永続的に行えるようにします。総括原価で行われるインフラ事業のため、その軽減策を官民一体となって検討します。

【ポイント】

国の補助事業の活用による財源確保、他の公共インフラとの一体的な工事による土木工事費の圧縮、共同管理によるランニングコストの低減などをめざします。



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

地域熱供給

- 熱供給を一元化し、各旅館のランニングコスト軽減、温泉供給との一体管理を検討します。

アクションプラン27_ハード_施策の柱：Ⅳ

【概要】

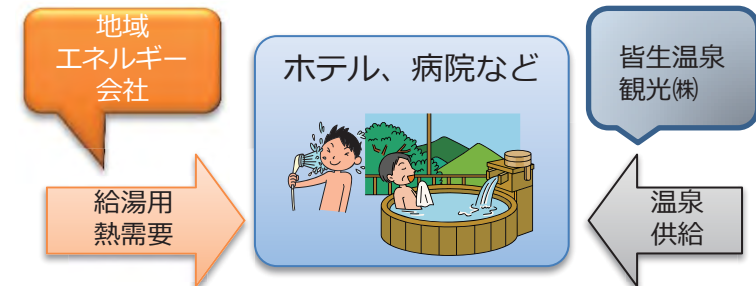
温泉供給管の再整備時期にあわせ、熱供給管を併設し、一元化されたエネルギーステーションから面的に温水を供給することをめざします。

【ポイント】

国の補助事業の活用による財源確保、民間事業者による事業運営、他の公共インフラとの一体的な工事による土木工事費の圧縮、共同管理によるランニングコストの低減をめざします。



地域熱供給のイメージ



5. 具体的な取り組み（アクションプラン）

5Gの整備

- 皆生温泉エリア内に5G環境を整備します。

アクションプラン28_ハード_施策の柱：IV

【概要】

皆生温泉エリア内に5G環境を整備し、多様な用途に活用することにより、利用客の満足度と利便性を向上させます。

【一例】

- ・ 砂浜におけるホログラムを活用した野外映像上映会
- ・ 自動運転による皆生温泉エリアシャトルバスの運行

【ポイント】

現在、皆生温泉エリア全体としてのWi-Fi環境は整備されていませんが、今後普及することが予測される、5Gの整備を推進することとします。



ホログラムイメージ

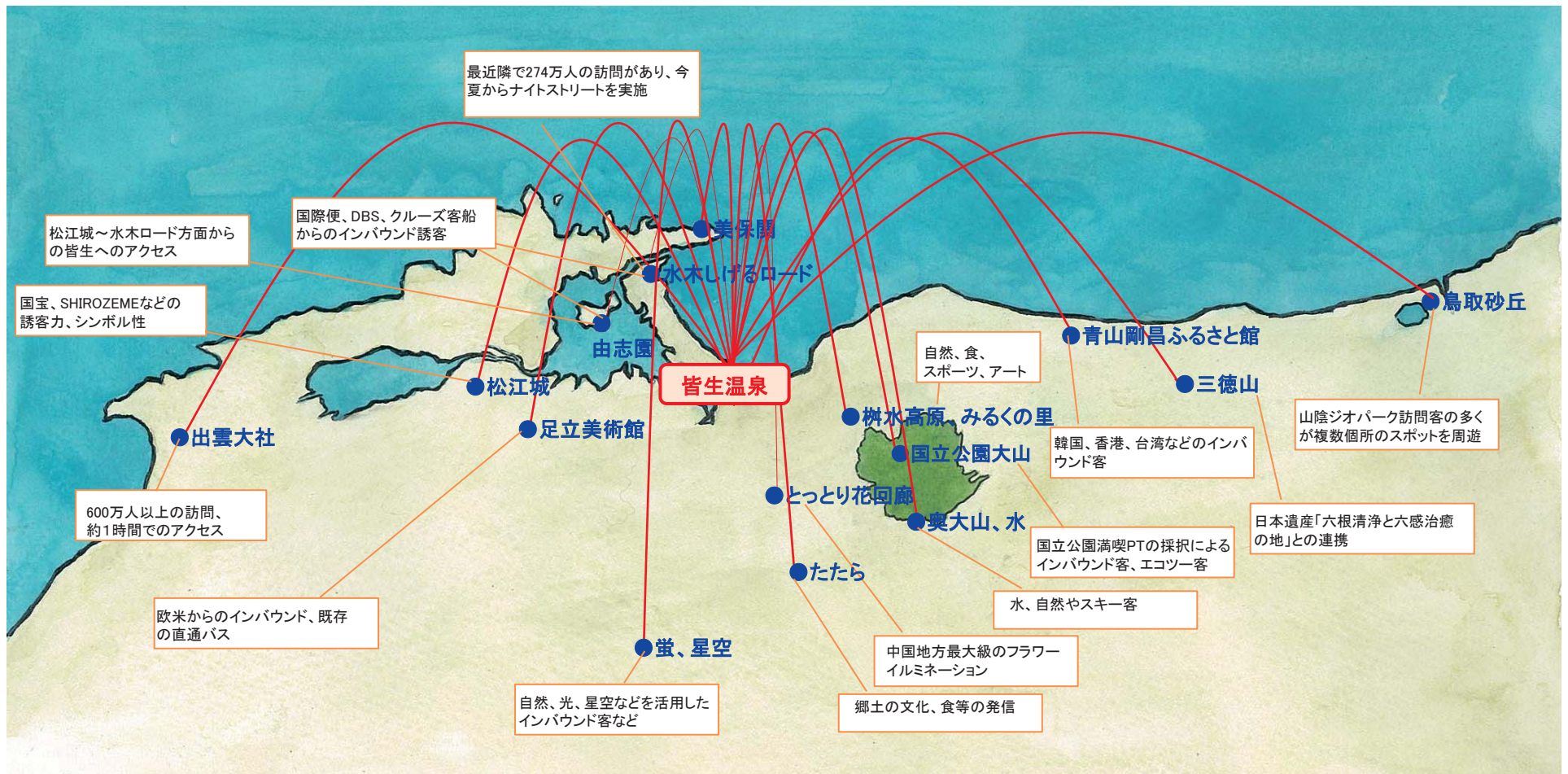


野外映画上映会イメージ

6. 広域連携 イメージ図

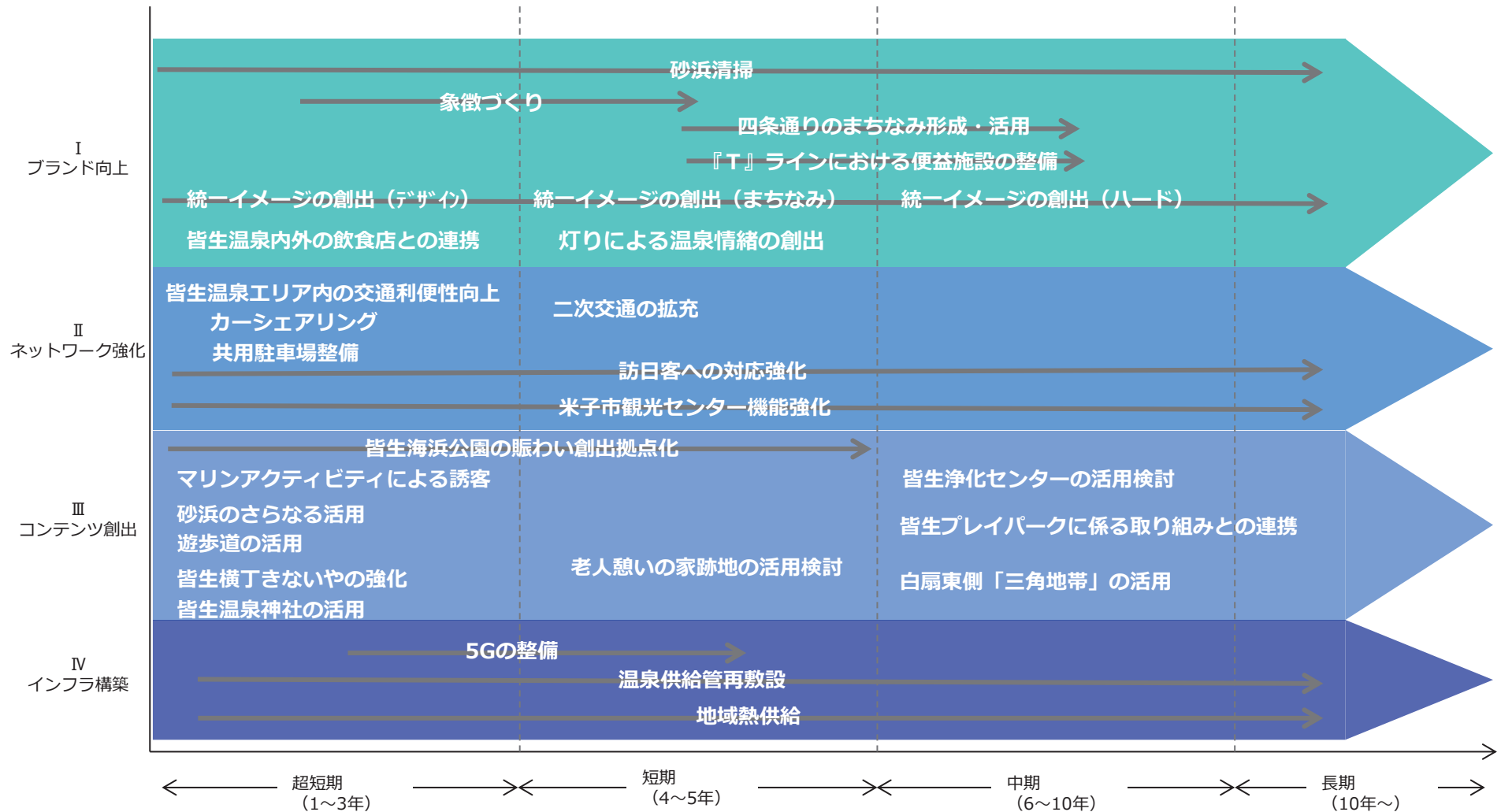
多様な資源と事業がつながり、求められる山陰観光の中心地をめざします

近隣に位置する各種観光コンテンツと繋がる手法の検討及び取組を推進し、「山陰観光の中心」としての拠点機能を強化することで宿泊客の取込みを狙います。



7. 事業スケジュール（イメージ）

■各アクションプランの行程を、超短、短、中、長期でイメージ化し、整理します。



8. ゾーニング イメージ図

■ 本ビジョンによる皆生温泉全体のゾーニングをイメージ化します。



9. 皆生温泉の未来図

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

皆生海浜公園



9. 皆生温泉の未来図

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

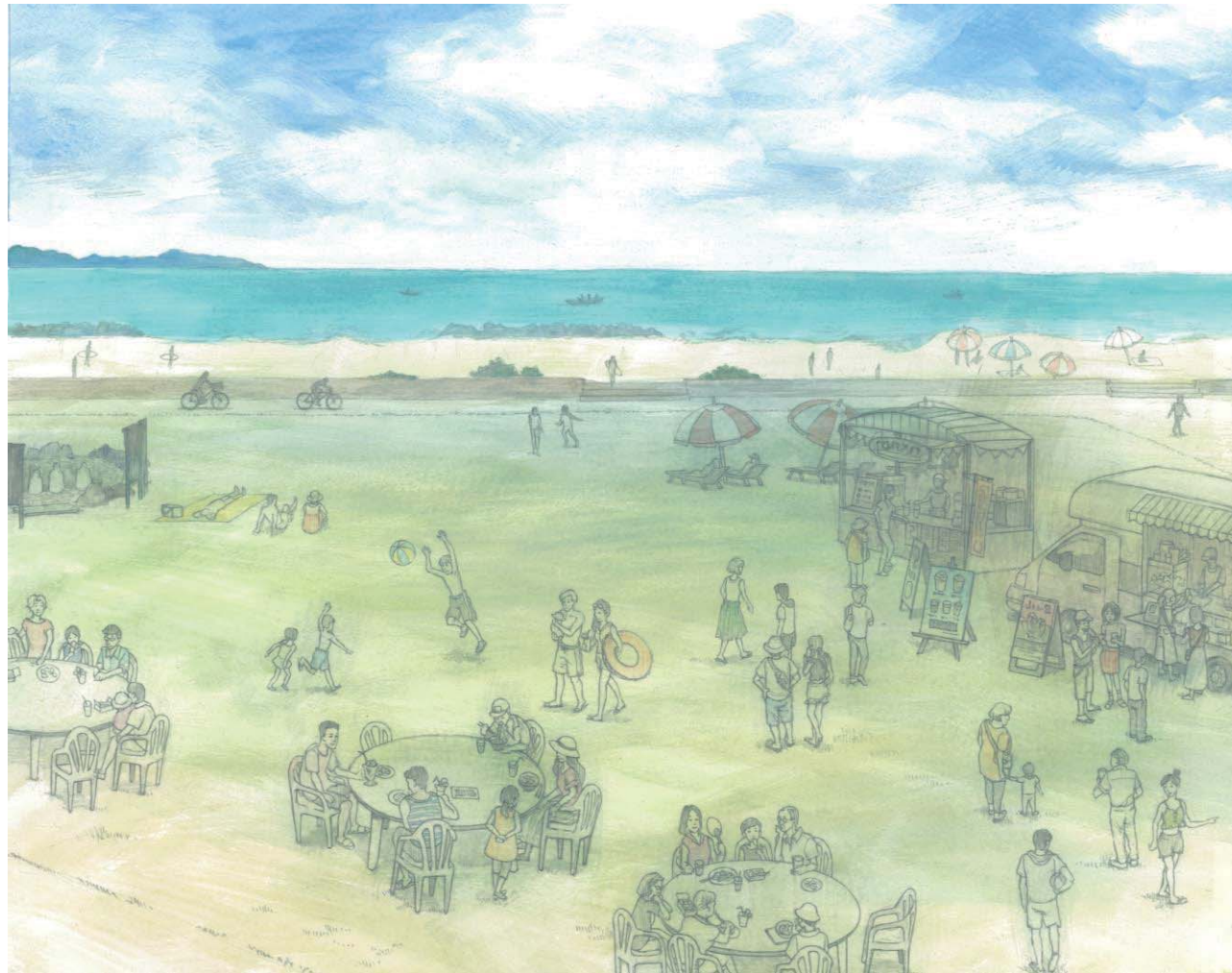
四条通り



9. 皆生温泉の未来図

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

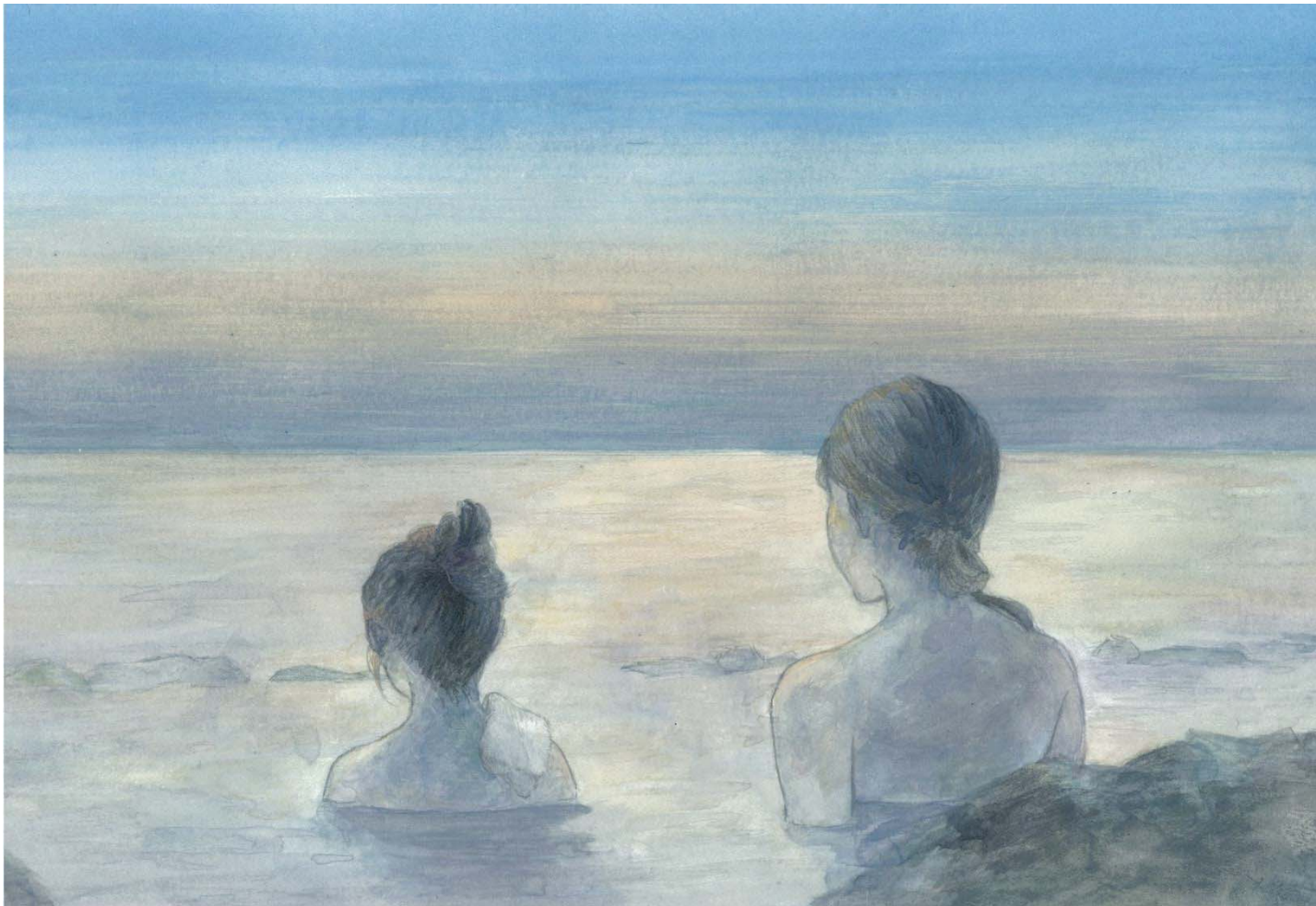
三角地帯



9. 皆生温泉の未来図

- 本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

温泉と海



9. 皆生温泉の未来図

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

海・砂浜～遊歩道



9. 皆生温泉の未来図

■本ビジョンの推進によりまちづくりが活性化される皆生温泉の未来図（イメージ）をお示しします。

皆生プレイパークの活用



結びに

「30年後も選ばれ続ける温泉地をめざして」

通信インフラの技術革新に伴うスマートフォンの登場やAIの発達によって、私たちのライフスタイルは大きく変化し続けています。

このような中においては観光産業も例外ではなく、価値観や余暇活動、情報収集手段の変化によって訪問者のニーズも従前とは異なり、多様な訪日客、個人客を中心とした「お客様満足」を獲得するための、面としての観光地づくり＝「まち（地域）づくり」が求められています。

この度策定した「皆生温泉まちづくりビジョン」では、山陰最大の温泉地である皆生温泉のコンセプトを「海遊リゾート・皆生温泉」と決めました。

また、ビジョンの推進においては、温泉・砂浜・海という皆生温泉の強みに加え、山陰の中心という立地性、交通利便性といった特性を活かしながら、積極的に他地域と繋がり利益連携をめざすことで、圏域に存在する様々な素晴らしい魅力を私たち自身の魅力に繋げ、「30年後も選ばれ続ける温泉地」をつくっていく決意表明となっています。

皆様方のご指導、ご理解とご協力を賜りながら、より一層お客様、地域に愛される温泉地づくりに誠心誠意努めてまいります。

平成31年3月27日



皆生温泉まちづくり会議
座長 伊坂 明

