

■平成30年11月1日（木）～2日（金） 総務警察委員会県外調査（大分県・熊本県）

1. 11月1日 大分県立美術館（大分市寿町2-1）

- 【調査目的】・県民に開かれた美術館づくり
・美術館と県立総合文化センターとの連携

【説明概要】

●沿革

- ・ H21. 3月 現美術館から3 kmほど離れた場所にあった、前身である県立芸術会館が老朽化し、新しい美術館の検討開始
- ・ H23. 5月 現在地での新美術館の建設が決定
- ・ H23. 12月 コンペにより設計委託業者選定
→決定した坂茂建築設計が、H26年には建築界のノーベル賞的な「プリツカー賞」を受賞し、美術館の前評判に貢献
- ・ H25. 7月 美術館と県立総合文化センターとの一体活用の観点から、両者につき一括して（公財）大分県芸術文化スポーツ振興財団を指定管理者に指定
- ・ H26. 10月 美術館竣工
- ・ H27. 4月 開館
- ・ 現在地に決定した理由
 - ： ・ 旧厚生学院（看護学校）の跡地活用の必要性
 - ・ 県立総合文化センターやホテルなどの複合施設と向かい合う立地
→美術館と総合文化センターが隣接することで、芸術文化ゾーンを形成
 - ・ 別府が適地との意見も強かったが、観光誘客と県民の利便性で後者を重視
（全県下からのアクセスは現在地が最良）



●運営体制

- ・ （公財）大分県芸術文化スポーツ振興財団が、県立美術館・県立総合文化センター・おおいた国際交流プラザの3施設について指定管理
- ・ 財団の理事長（佐藤禎一氏）は大分県出身の元文部事務次官、専務理事は県OB
- ・ 美術館担当の人員：非常勤含めて25人
大きく展示企画担当と教育普及活動担当に分かれる
- ・ 県庁との関係では、旧の芸術会館は教育委員会所管だったが、新美術館は知事部局に移管
→開館当初はギクシャク気味だった分、教育委員会との連携を重視

●入館者数の推移

- ・建物入口のセンサーでカウントするため、展示観覧者数とは一致しないが、開かれた美術館として、リビングルームのように利用してもらおうというコンセプトには沿ったカウント方針
- ・目標：年間50万人
- ・開館初年度：物珍しさでにぎわう
- ・H28度：目標50万人を下回る（熊本地震の影響、現代アート展の不振）
- ・H29度：64万人（「ジブリの大博覧会」が大ヒット）
- ・H30度：目標は達成できる見込

●県民に開かれた美術館づくり

- ・建築コンセプト：街に開かれた縁側としての美術館
→美術館の構造は作品保存の観点から外気遮断が常だが、このコンセプトを体現すべく、1階の道路に面した部分の壁面は全面開放可能で、外からも中からも見えるガラス面
- ・地元への教育普及活動も大きな柱であり、年間実績は1日数カ所の場合も含めて延べ360回ほどで、ほぼ毎日。形態としては、遠方小学校や福祉施設等に出向くアウトリーチも、来ていただくこともある。
- ・多くの方に来ていただけるよう、正月を含めて年中無休、開館時間も平日19時まで、金土曜日は20時までで設定。その分、職員は休暇が取りにくいですが、それでも多くの来館者があれば報われる。
→これが周知されてきて、公共施設は月曜日が休館であることが多いことから、その月曜日を狙って来られる団体なども出てきている。

●美術館と県立総合文化センターとの連携

- ・「出会いと融合、そしてネットワーク」を運営方針とする(公財)大分県芸術文化スポーツ振興財団が両施設を一括して指定管理していること自体、連携の観点から
- ・美術館は美術展（企画展・コレクション展）と教育普及活動、総合文化センターは音楽面を担当
- ・音楽と美術の連携事業まではなかなか難しいが、総合文化センターでの演奏会の奏者が美術館でミニ演奏会、総合文化センターでの演奏会の前に美術館学芸員のミニトーク、などの取組例
- ・年1回ほど、両施設の間の道路を歩行者天国にしてイベントを実施することもあり、その際にはにぎわう。
- ・両施設は運営上一体であるため、一方の収支が苦しくても、他方が上手くいけば、全体の決算には響かずに済む。
- ・両施設の地下は共用の駐車場であり、駐車場警備も一括して委託
- ・PRでは連携
- ・「大分県芸術文化友の会」は両施設につき特典を設定し好評



美術館と総合文化センターの間にて

●収支に対する考え方

- ・建設経費：建物約80億円、一部用地の買い直し分約20億円、計約100億円
→財源は、現知事の行財政改革により生まれた財源による基金と国の起債、借金はせず
- ・県民の理解を得られるために、多彩な活動を絶え間なく頑張っているところ

●「国民文化祭・おおいた2018」における取組

- ・5つの展示と関連イベントを併行
→職員は休みなし状態だが、入館者数も多い。
- ・東京国立博物館名品展を開催し、九州ではなかなか見られない作品に触れる機会を提供
- ・美術館来館の間口を拓げるべく、宇宙航空開発機構（JAXA）の協力で、科学館的な展示「海と宙（そら）の未来展」及びスーパープラネタリウムにも挑戦中
- ・子どものときに美術館に通う習慣を育むべく、県教育委員会と連携し、高校生を中心に授業の一環として館内ツアー



開催中の展示をご案内いただく

【質疑応答】

問 旧の芸術会館の頃から、夜間開館をしていたのか。夜間は新しくなってからであれば、どのような経緯・議論でそうすることになったのか。

→答 芸術会館は、美術館一般の通例にならい、月曜日休館・閉館午後5時だったため、未だにそれを踏襲していると思われる節がある。開館時間等の拡充は、新たに「街に開かれたリビングのような美術館」とするには、どのようなライフスタイルの方にも利用していただけるようにしなければならない、という広瀬知事の強い意向から。

当初、運用してみて無理があれば改めればよいとの声もあったが、現実問題として、「大分県立美術館の設置及び管理に関する条例」に明記された以上、簡単には改められない。現在でも、職員の勤務状況からはかなり無理があるため、再検討を要するのではないかという指摘はあるものの、条例改正の動きまでには至っていない。

問 入館者目標の年間50万人は多いと思うが、「50万人」の根拠は何か。

→答 大分県全体の人口が120万人足らずであることからすると、かなり大胆な目標設定ではあるが、身近な先例である長崎県立美術館の入館者が開館初年度60万人、次年度40万人、現在でも30～40万人であることからすると、目指せない領域ではないこと、また、目標である以上最初から低く設定すべきではないとの観点から、区切りのよい数字ということもあり50万人となった。

ただ、一旦目標として公表されると、美術館側としても、県が示した数字を下回るわけにはいかないという意識が働くため、次から次へとイベントを繰り出さざるを得ないという現実はある。

問 運営主体の公益財団法人は既存の法人か、この指定管理を受けるために設立されたものか。また、県からの指定管理料はいくらか。

→**答** 大分県文化振興財団が前身であり、財団法人大分スポパーク21及び財団法人大分県国際交流センターと合併し、現在の財団法人大分県文化スポーツ振興財団になった。美術館の新設前から総合文化センターの指定管理をしていたが、新たな美術館の管理の指定も併せて受ける前に、体制を整えるべく現公益財団法人に移行した。

指定管理の期間は、開館当初は3年間、初更新である今年度からは5年間。他団体では10年間という例もあるが、10年後の予測は困難であることからすると、5年間くらいが適当ではないかという話になった。

年間予算は、総合文化センターと合わせて年間約10億円。内訳は、県からの指定管理料4億3千万円、総合文化センターと合わせた自前の収入として、駐車場使用料が1億5千万円、貸館としての施設利用料が1億7千万円、その他チケット収入、基金からの充当が、年間上限で総合文化センター2千万円、美術館4千万円。収支は概ね均衡しており、少額でも余剰が生じれば県に戻している。

問 有料展示の観覧料が1,000円、800円のように展示によりまちまちだが、どのように決めているのか。

→**答** 学芸側と相談し、総経費を、展示内容や会期からみた入館者数の見込で割り戻して決める。収入は多いに越したことはないが、高く設定したばかりに来ていただければ意味がないため、同内容の展示について、東京ならば1,500円で成功した場合でも、大分県の県民性を考慮して1,200円とすることもある。

問 駐車場料金は美術館入館者は免除されるか。

→**答** 駐車場料金については、美術館入館者にも優待サービスは一切ない。美術館利用者からの駐車場料金が高いとの声は多いが、かなり都心部という立地上、民間の有料駐車場が多いため、その経営圧迫にならないように配慮が必要。特に、近隣の大分駅前商店街は、郊外型商業施設との競争に苦戦しており、駐車場収入に依存している店も多いことからすると、建設構想段階からの地元との話し合いの経緯もあり、そちらの駐車場経営の圧迫につながるような値下げはできない。

問 美術館のデザインは建築家にお任せか、実行委員会などで決定したのか。

→**答** 設計者を決定するに当たってはコンペを行っており、提示した費用の範囲内でデザイン案を提案してもらった中から、外部専門家や公募の県民代表で構成された「大分県立美術館構想検討委員会」で議論し、採用する提案を決定した。

問 総建築費100億円ということだが、費用対効果はどのように議論されたか。

→答 どのようになれば「費用対効果がある」と言えるかについて、詰めた議論はなかったかもしれないが、県民に応援をしていただいたからこそ建設に至ったわけであり、後の運用成績が問われるところ。開館初年度は入館者数が多く、追い風になったが、2年目に実績が落ちた際には、県議会でもかなり指摘を受けた。建設を応援してくださった県民にお返しするには、やはりたくさんの方に来ていただくことで、その指標が年間50万人。金額的な経済効果としては、算出していない。

美術展だけでは美術好きな一定層にしか来てもらえないが、単なるイベントホールにしてしまうわけにもいかないため、美術館としての空気感を保ちながら、幅広い方に来ていただくためには、どのようにイベントを打ち出していけばよいか苦慮するところ。フリースペースを存分に用意しているため、展示に興味がなくても、ふらっとお茶をしたり、本を読んだりしていただける。また、触って遊べる大きなバルーンの作品や、県産材を用いた木の玩具を用意して、小さなお子さんにも楽しんでもらえるように、また県特産のい草類似の「七島イ（しとうい）」を用いた椅子も多く用意して、年配の方などが休憩できるように、様々な方を想定した配慮をしている。「大分県芸術文化友の会」の会員であれば、会員証を提示するだけで有料展示も入れる。色々工夫はしているが、アンケートではまだまだ要望をいただくので、職員も大変ではあるが、きめ細かく応えて改善していくよう努めている。



フリースペースの木の玩具

問 総合文化センターとの間の道路を歩行者天国にしての、総合文化センターとの連携イベントの頻度は年1回か。

→答 2回以上行った年もあったかもしれないが、この道路を歩行者天国にするかは県が決定している。近隣の大分駅前では、大分市が歩行者天国にしてイベントをしている。

問 美術館の学芸員の数

→答 常勤6人（知事部局採用2人、教育委員会採用1人、財団プロパー採用2人、教育委員会OB1人）、非常勤2人（1人は普段は武蔵野美術大学教授である館長、1人は教育委員会OB）

問 所蔵品の特長

→**答** 主には大分県ゆかりの作家の作品について、絵画・工芸品等分野を問わず収集、約5千点。特徴的なのは、田能村竹田（たのむらちくでん）を代表とする豊後南画と竹工芸。大分県「ゆかり」というのは、大分県出身に限らず、何らかのご縁がある作家の意味。大分県つながりでは、広くは大分県内の病院のコレクションを引き継いだケースなどもあるため、作家としてはピカソなども所蔵している。

問 特別展について、開館から3年間の傾向から、どのような展示であれば集客を見込めると認識しているか。また、今後何を目標として、どのように企画していこうと考えているか。

→**答** 今までの実感として、集客につながるの「わかりやすい、なじみのある」内容の展示であることは、はっきりしている。近時の若年層は消費動向が活発ではなく、どうしてもスマホやゲームに向きがちと言われるが、そのような方々でも、有名な作品が来るなど、わかり易い誘因がある場合に動いていただける。昨年の企画展「ジブリの大博覧会」だけで19万人であり、初年度の「進撃の巨人展」もそうだが、サブカルチャー系は多くの方に来ていただける。対して現代アートになると、来客の層がかなり限られてしまう。

美術展としての意義と集客の両方を求めるのはかなり難しいが、経営の面では集客は無視できないため、黒字を見込める展示、赤字が予想されるが見ていただきたい展示を、年間の中でバランス良く実施するようにしている。このバランスの取り方は、経営側と学芸側とのせめぎあいになる。



デザイナー平野敬子氏による大分県立美術館のシンボルマーク「OPAM」（「Oita Prefectural Art Museum」の頭文字）の前で



2. 11月2日 黒川温泉自治会事務所（べっちゃん館）

（熊本県阿蘇郡南小国町満願寺6595-3）

【調査目的】 地元旅館等による山間温泉街の再生

★事前にお示しした具体的な質問事項

- ①自発的・継続的に地域づくりに取り組む黒川温泉の「人づくり」について
- ②黒川温泉の地元と行政の関係について
- ③交通の便の悪さは黒川温泉にとって「弱点」か「財産」か

【説明概要】

●黒川温泉の概要

- ・「黒川温泉」として地図に掲載されたのは西暦2000年代で、認知されてからは20年未満
- ・最も古い旅館で今年で創業296年を迎え、温泉地としての歴史は約300年だが、ずっとひなびた温泉地
- ・旅館数約30、総客室数500未満
（別府温泉の杉乃井ホテルは単独で1500室であることと比較すると、小規模）

●黒川温泉観光旅館協同組合の特長

- ・「黒川温泉一旅館」（温泉街全体が「一つの旅館」、それぞれの旅館は「お部屋」、道路は「廊下」という共同体意識を大切にしている。
- ・2つの「きょうそう」（競争と共創）
 - ： 同業者の組織であるため、お風呂・お部屋・料理・おもてなしなど、あらゆることを数字を明確に公表して競い合うが（競争）、黒川温泉全体のことは、必ず月1回の全体会で対話して決定、正反対な意見も出るが、一旦決定したら皆で従うことを徹底（共創）。
- ・世代交代が円滑（旅館組合の中核は早々に若手に継承し、まだまだ健在ながら組合からは身を引いた現組合長の親世代（先代）は自治会で活躍、さらに上世代の老人会も入湯手形製作作業を請け負う形で地域に貢献）。先代が同年代が固まっていることから、その子である現在の中核世代も、20代後半から40代半ばまでに25人が固まっていて、同世代意識でやりやすい面もある。



- 入湯手形： 3カ所の旅館の露天風呂の日帰り入浴が可能（有効期間半年）

(1) 販売実績

- ・ 3 2 年目になる黒川温泉の看板商品であり、平成 2 9 年の売上げ 5 万 6 千枚
- ・ 平成 1 4 ~ 1 5 年は「黒川バブル」と呼ばれる最盛期で、特に大型バスツアー客が増加。入湯手形の売上げも 2 1 万枚で、3 億円近い。
- ・ 上記バブルの結果、黒川温泉全体のお風呂の収容能力を超過してしまい、手形を買ったが入浴ができない等の苦情が殺到するに至り、多大なお叱りを受けたが、バスツアーを断ることで対応するしかなかった。

→ K P I (重要業績評価指標) は必要であるが、数字の右肩上がりを追い求めると、それを追い求める側自身の拡大を要するが、黒川温泉にはそれは合わなかった。その教訓を受けて、拡大だけではなく「質重視」へと転換。

(2) 製作

- ・ 黒川温泉の老人会が、現在は 2 0 数人が 3 班体制で、黒川温泉自治会事務所 (べっちゃん館) を作業場に、1 日千~2 千枚を製作
- ・ 材料は小国杉の除伐材 (間伐材と異なり廃棄予定) で、地元業者に山でかき集めてもらう。

(3) 販売価格と経費

- ・ 販売価格は現在 1 枚 1, 3 0 0 円。平成 2 6 年の消費税 8 % 増税時に 1 0 0 円値上げしたため、1 0 % 増税時の値上げは予定していない。
- ・ 1 枚当たりの収支

経 費	材料費 (除伐材、シール等)	1 3 7 円
	老人会製作料	2 5 円
	各旅館の入浴料	2 5 0 円 × 3
	旅館等への販売委託費 (自前販売分には不要)	1 0 0 円
収 益 (1300円-経費)	自前販売の場合	約 4 0 0 円
	委託販売の場合	約 3 0 0 円

- ・ 各旅館の入浴料については、入湯手形によらない場合の料金は、以前でも一律 5 0 0 円、今では 5 0 0 ~ 8 0 0 円であるため、入湯手形による旅館収入は半額以下。値上げの議論は 1 0 年に 1 回は噴出するが、黒川温泉全体の収益重視で、各旅館に価格存置でお願いしている。

●黒川温泉観光旅館協同組合の具体的な取組

- ・ 他の旅館等組合の多くは、組合員からの賦課金と行政の補助金が主財源と思われるが、黒川温泉の場合、事業収入 (入湯手形を主に、各旅館に必要な物資を一括で仕入れて各旅館に販売する卸、宿泊販売の事務手数料、等) が 8 8 %、組合員からは年間 9 0 0 万 ~ 1 千万円ほどを徴収しているが、財源の 1 割に満たない。自主財源があるから、組合で自主事業ができる。
- ・ 入湯手形のほか、旅館案内の手数料収入、イベント収入など、独自の収入源があるから、行政補助を当てにせず、組合で自主事業ができる。

- ・現在の主要事業：
 - ・ 景観（看板、雑木等）の維持（補修の一環として建替等を手がけることも）
 - ・ 宿泊予約サイトの独自運営
 - ・ 従業員用共同宿舎の運営
 - （賃貸住宅のない黒川温泉において、地元以外から従業員を確保するため）
- ・ 1986年に組合に看板班が組織され、温泉地全体の景観づくりのため看板等を統一。統一前は、自らを目立たせたい各旅館等の看板が乱立状態だったが、組合が独立の法人として「景観づくり」の大義名分をもって、組合から引退した先代のお叱りに耳を貸さず、既存の看板等を強制撤去・焼却して、統一を実現。
- ・ 宿泊予約サイトは、じゃらん等の大手に頼ると地元に残らないことから、8年前にシステムから開発したもの。平成28年の熊本地震直後は年商1億円くらいに実績が落ちたが、その後サイトの再構築もして再出発。

●黒川温泉とインバウンド

- ・ 平成27年度で5万人超、平成29年度でも6万人弱であり、宿泊客数のやっと2割を超えるくらいで、それほど爆発的な増加現象はない。
- ・ 国別では、九州全体と同様、アジア圏が9割超で、大規模旅館が少ないことから、ほぼ個人客
- ・ 入湯手形目当てで朝から来る30～40人規模のバスツアーについては、声やふるまいが騒々しい面があるが、宿泊客でその種の問題は聞かない。
- ・ 外国語対応など、専門スタッフを配置している。



●熊本地震（平成28年4月）の影響

- ・ 旅館によっては大損害を受けたところもあったが、電気も水も止まらず、陸の孤島となることも避けられた。
- ・ キャンセルが、7月からの政府による「九州ふっこう割」の導入まで、ゴールデンウィークを含む3カ月間止まらず、この間のキャンセルは4万人超、推定損害額10億円
- ・ 観光業の特徴として、地域全体への波及効果があり、観光の状況が良い場合は、波及効果の頂点として周囲にも感謝されるが、観光の状況が悪くなると、多くの方が苦しむ元になってしまうことを、熊本地震で学んだ。

●質問事項①： 黒川温泉の「人づくり」

- ・ 「人づくり」の観点として重要事項 → 地元住民が「やりたいこと」をすることが重要であり、そのために必要な財源をどう確保するかを遡る。
- ・ 黒川温泉の場合、入湯手形などによる財源をもとに、地元住民がやりたいことを継続してきたことが、結果として「人づくり」につながってきたように思う。

●質問事項②： 行政との関係

(1) 黒川温泉観光旅館協同組合からみて

- ・ 行政の補助金に頼らずに自主事業ができていると述べたが、要所要所で行政の力添えあり。
- ・ 黎明期の30数年前、温泉地内の景観に寄与するたくさんの雑木は、当時の熊本県による「くまもと緑の3倍増計画」補助金のお蔭。今では2万本以上になるため、その維持管理が組合の主要業務であり、そのための技術習得は怠らない。
- ・ 平成13～15年頃の最盛期には、南小国町の「黒川地区街なみ環境整備事業」でかなりの景観づくりができた。
- ・ 南小国町は「日本で最も美しい村」連合に加盟しているが、平成30年度には「南小国町日本で最も美しい村づくり事業補助金」計1千万円を新しく整備してくれた。
- ・ 現在は、火種を生じさせないためにも、懸案事項はまず南小国町に相談するようにしている。

(2) 南小国町役場からみて

- ・ 継続的な補助金の交付はないが、平成13年からの「黒川地区街なみ環境整備事業」、平成20年の駐車場の整備など、現在まで計約10億円を黒川温泉に投資
- ・ 黒川温泉地区は、地域が自らよく努力しており、また、対外的にも「南小国町」は知らなくても「黒川温泉」ならば知っている方が多い。そのような黒川温泉に対しては、行政としても精一杯予算を付けて応援するのが当然と認識。
- ・ 現在は、町長と組合長が同年代であることもあり、連携は緊密。町長は黒川温泉を後押しし、他方、組合長は町の有識者会議の常連。

●質問事項③： 交通の便の悪さの捉え方

- ・ 現組合長の先代の頃には、高速道路延伸や、隣町まであって廃線となったJR復活の運動等の話も根強くあった。
- ・ ただ、近年、インバウンドで観光地が荒らされる問題が全国各地に出てきているが、黒川温泉の場合、逆に交通の便の悪さがフィルターになって、景観を守れている面があり、交通の便の悪さが結果的には「財産」になっている。
- ・ 大分県の由布院温泉は、あまり知られていないが、黒川温泉から車で約1時間の近さであるが、対照的に交通の便の良さが売りで、福岡空港からの高速バスは1日24便、JR由布院駅も高速道路の湯布院インターチェンジもある。ただ、由布院温泉の関係者から聞いたところによると、それが仇になり、コントロールがきかなくなっているとのこと。
- ・ 黒川温泉の主要な交通手段は高速バスで、福岡空港からが圧倒的、他は熊本空港からと大分県日田市からの3路線だが、営業上も重視している。



●近年の方向性

- ・「黒川温泉一旅館」→「黒川一ふるさと」への進化を志向し、地元資源の活用と地域の連携に力を入れたプロジェクトを、多くの関係者とともに手がけている。
- ・過去には、会議の場での情報交換どまりで、地域の農家などと一緒に取り組むことはなかった。
- ・ここに、南小国町の「日本で最も美しい村づくり事業補助金」が活きており、各地域づくり事業を応援する形で、スタートアップの段階で交付されるため（継続はせず）、これを活用して、自力で稼げる取組が町のあちこちに生まれてきている。
- ・地元との取組例①：地域の農家とはの地産地消の取組として、地元のこだわりの食材の朝食を持って、阿蘇の絶景の中ピクニックを楽しむ「朝ピクニック」
- ・地元との取組例②：サイクル・ツーリズムで起業希望の30代男性と黒川温泉とで協同
- ・地元との取組例③：製材だけでは生き残り困難となった「小国杉」再興の取組として、製材所の若夫婦が東京のクリエイターと組んだインテリア・ブランド「FIL」の創業。店舗は南小国町で整備し指定管理。
黒川温泉とは、小国杉を用いたアロマワックスパーづくりワークショップを共催し、安売りせず（2時間3千～5千円）しっかり稼ぐ。

【質疑応答】

問 特に山間では、後継者不足が大きな問題となるのが通例だと思われるが、黒川温泉に旅館の跡継ぎや若い起業者が集まるのは、何らかの働きかけをしているのか、黒川温泉に惹かれるからか、そのあたりの要因を教えてください。

→答 現在の黒川温泉の旅館の8割は、40代くらいの後継者が切り盛りしており、日本一後継者がいる温泉地と思われるが、30数年前の先代の取組が実った結果として現在があるのであり、一朝一夕のことではない。

上の代が黒川温泉を離れず取組を進めることができた要因としては、元々は農林業と兼業の「半農半宿」であり、細々とではあったものの旅館業以外にも生業があったこと、また、「やまなみハイウェイ」開通による集客増など、結果として一時的なブームで終わったものの、黒川温泉の旅館業に希望を見いだせる要素がその時々であったことが考えられる。

組合長自身もUターン組だが、仕事として考えたときに、仕事として成り立つからこそUターンできたし、また、黒川温泉の住民は地域への愛着が他より強いように思われる。

問 地域への愛着が強いとのことだが、南小国町では、小中学校などでそれを育むような取組があるのか。

→答 南小国町は小学校3つ、中学校1つだが、町を知ってもらうための出前授業等を町役場の各担当課が積極的に実施している。

問 道端の看板だけではなく、各旅館の入口の看板等のデザインも、景観統一のための規制をかけているのか。

→**答** 黒川温泉の住民、旅館等と南小国町とで平成14年から締結している「南小国町黒川地区まちづくり協定」で色、屋根の傾斜等、景観上望ましい仕様を細かく明記しており、規制ではないものの、それに沿ったものにしてもらうようお願いしている。協定から外れたものが付けられていることはあるが、周囲からの非難の声を受けて、いつの間にか付け替えられていることはよくある。

問 黒川温泉には、地元だけではなく外部資本の店舗などはあるのか。

→**答** 約20店舗のうち6、7店舗が外部資本だが、地元組織への加入が新規出店の必須ルールであり、全店舗が黒川温泉観光協会に加入している。

問 冬季イルミネーションイベント「湯あかり」はどのようなものか。このようなイベントについても組合で決めているのか。

→**答** 活動資金があるため観光旅館協同組合が目立ってしまうが、「湯あかり」は、旅館だけではなく全ての観光関係者が加入している観光協会と共催。クリスマス前から3月末まで実施しており、今年度で7回目。途中3、4回目頃はやめたほうが良いような惨憺たる状況で、「湯あかり」以外も含めて、何を仕掛けても冬季集客につながらなかった。ところが、SNSの影響か、昨年度くらいから急にインパウンドに認知され、冬季の宿泊客数にも反映、冬季があまり暇ではなくなった。

問 この調査会場の「べっちゃん館」の「べっちゃん」とはどのような意味か。

→**答** 「べっちゃん坂」の横にあるからだが、この坂のいわれは諸説あり。方言だが、急できつい坂だから「べっちゃん」と言うといった説、飲み屋街があつて汚いことを指す「べっちい」が変じた説など。

問 客室稼働率はどのくらいか。

→**答** 平均すると65%くらいだが、旅館によりまちまち。高い旅館では9割を超えている他方、50%に満たない旅館もある。

問 来客の属性に関するデータは取っているか。

→**答** 自主運営の予約サイト経由の宿泊客についてのデータ集積に、各旅館が提携する大手業者からのレポートを加味。グループサイズは平均2.4人、平均宿泊単価は1万7千円、行動消費で2万2千円ほど。

観光統計調査は、来客の居住地につき「県内」「県外」でしか公表されていないが、南小国町から47都道府県別でデータを提供してもらえるようになり、集客の強い地域・弱い地域がわかるため、広報戦略が非常に立てやすくなった。この情報は、各旅館からの寄せ集めでは、販路が旅館ごとに異なるから、有意なデータにならない。体感的には関西からの集客が弱くなったと思われた際でも、数字で見ればむしろ増えていたり、首都圏の広報を強化していたが、

圧倒的に強い九州をより重視する必要があることに気付くようなことがあった。広告は点でしか効果を発揮しないことが多いが、面的に効果を発揮できるよう、有効に資源を投じていきたい。

問 町役場としては、黒川温泉の成功事例を町内の近隣温泉地に拡散させていこうという考えはあるか。

→答 他の温泉地は旅館数1、2件から多くて数件で、規模が全く異なるため、同様には扱えない。小さい駐車場整備などの事業は町としても行っているが。

問 近隣温泉地にとって、黒川温泉の繁栄の波及効果はあるか。

→答 もちろんある。温泉地自身の努力もあるが、黒川温泉の影響は否定できない。

問 南小国町は全体の人口約4千人だが、人口の増減傾向はどうか。

→答 一貫して減少

問 行政のサポートとして、南小国町だけではなく、熊本県からはどうか。

→答 県レベルでの事業は、例えばJRなど大手エージェンツとのタイアップが必須だが、黒川温泉の弱点として、JRも主要幹線も通っていないため、その事業の受け皿になれないことが多い。最大手のJTBと契約している旅館も10件に満たない状況であり、ご提案いただくことがあっても受けられないことが多いが、情報はもっている。6年ほど前の経済産業省の「ヘルスツーリズム認証事業」のように、3年間にわたってサポートを受けたケースもあり、その際は、申請段階から、公的事業の通し方を含めて教えてもらった。

問 その「ヘルスツーリズム」はどうだったのか。

→答 とても微妙な結果になってしまった。地元主体的に取り組む意欲がないと、いくら公的資金を投入してもらっても活かさないことを学んだ。また、公的資金が投入されると、黒川温泉に適さない事業だとわかって、途中で撤退できない。

問 黒川温泉に女性の経営者は何人くらいいるのか。

→答 55人中6人が女性

問 外国資本の参入はないのか。黒川温泉内に新規参入の土地はあるのか。

→答 問い合わせはある。もう黒川温泉内には土地はないが、少し離れた所にはある。参入に当たっては、南小国町の「住みよい環境の里づくり条例」に従ってもらうため、今まで目立ったトラブルはない。

問 交通の便が悪く、目立った娯楽施設もない黒川温泉がこれだけ支持される、その「売り」は一言で何か。

→答 基本回帰で「温泉」、それ以外に何も無いことがよいのでは。温泉の泉質は大分類で9あるが、そのうちの7種類が黒川温泉で楽しめる。組合では温泉ソムリエ資格の取得を推奨していて、7～8年前から勉強を続けており、今では有資格者が50数人いる。



←説明を聴講した
「べっちゃん館」前にて

まちなみをご案内
いただいている途中、→
黒川温泉自慢の
写真スポットにて
(背後には紅葉が！)

