

皆生のまちの未来を描く

かいけエリアデザイン

KAIKE AREA DESIGN ver2.0

かいけエリアデザイン

KAIKE AREA DESIGN ver2.0



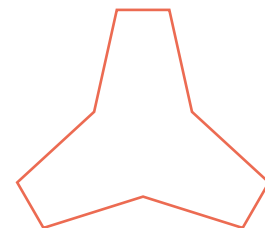
皆生のまちの未来を描く
かいけエリアデザイン

KAIKE

AREA

DESIGN

ver2.0









私たちは地域と、守りシンカする

山陰のど真ん中、皆生温泉。

私たちは、

ここにしかない価値を

地域と共に

守りながら

シンカ（進化・深化）し続け、

届けていきます。

温泉、海、砂浜、松林。100年前に計画されたまち。

皆生温泉には、「ここにしかない価値」があります。

先人から受け継いだ歴史や文化を大切に、開拓者精神を忘れず、

古いものを守りながら、変化をおそれず、

皆生に暮らす人、訪れた人、働く人、立場や境界を越え、皆生に関わるすべての人が、

何度も訪れたいくなる、楽しみ・居場所のあるまちにしていきます。

0

目次

1	エリアデザインの考え方	12
2	アイデンティティとビジョンとアクション	24
3	リーディングプロジェクト	48
	01 道路	50
	02 遊歩道	62
	03 砂浜	72
	04 未利用地	80
	05 公園	88
	06 灯り	94
	07 移動性	100
	08 駐車場	106
	09 主体・参画者	112
	10 発信	122
4	ロードマップと指標	128
5	かいけのデータ	134

1

エリアデザインの考え方

1-1 エリアデザインとは何か

1-2 対象とするエリア

1-3 エリアデザインの構成

1-4 エリアデザインの推進体制

1-5 エリアデザインに期待する効果

変わる皆生の「過程」から学び 「これからの道標」を示すもの

1978年にノーベル経済学賞を受賞したハーバート・サイモンは、「現在の状態をより好ましいものに変えるべく行為の道筋を考案するものは、誰でもデザイン活動をしている」と記しています。

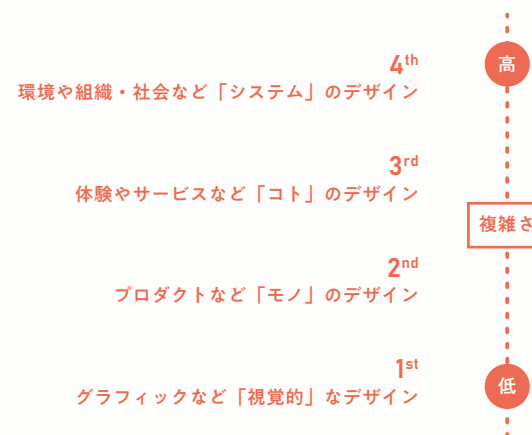
皆生温泉はおよそ100年前に「ユートピア」を目指して計画・開発されて以降、変化する自然環境や社会状況に対応し「より好ましいものに変え」続けてきたまちです。

私たちは今、先行きの見えない予測不可能な時代にいます。この状況だからこそ、デザインすること、つまりこのまちを「より好ましいものに変えるべく行為の道筋を考案する」ことが必要だと考えます。

「かいけエリアデザイン」は、皆生のまちの未来を描いた計画書です。現在進行形で変化し続けるプロセスから、「こうありたい」というまちの未来の姿を探し、これからの道筋を描いています。

20世紀最後の巨匠と称される建築家ルイス・I・カーンは「都市とは、その通りを歩いているひとりの少年が、彼がいつの日かなりたいと思うものを感じ取れる場所ではなくてはならない」と残しています。

皆生のまちなかでそんな出会いが生まれ、生まれ続けるよう、このエリアデザインを更新し続けます。



エリアデザインの対象とする「デザイン」は、モノやコトだけでない
Richard Buchanan 'Four Orders of Design' をもとに作図

1-2

対象とするエリア

弓ヶ浜半島の東端
日本海的美保湾に面する
南北約 400m 東西約 1km の範囲



民間が主体となり
官民連携を推進

皆生エリアでは、旅館経営者等による「皆生温泉まちづくり会議」が30年後も選ばれる温泉地を目指して、2019年に「皆生温泉まちづくりビジョン」を策定しています。

このまちづくりビジョンにもとづき、より具体的な事業の推進を目指し、旅館組合や金融機関、観光団体、行政などがフラットな立場で参画する「皆生温泉エリア経営実行委員会」を2021年8月に設立しました。

本エリアデザインは、官民連携・協働によるエリアの面的な魅力の向上をはかる「皆生温泉エリア経営実行委員会」が策定するものであり、今後観光分野だけでなく民間事業者や関係団体、そして市民と連携をとりながら取り組みを進めていきます。

皆生温泉エリアでのこれまでの動き

- 2017.04 若手旅館経営者が中心の「皆生温泉まちづくり会議」設立
- 2019.03 皆生温泉まちづくり会議が『皆生まちづくりビジョン』を策定、市長へ提出
- 2021.08 温泉関係者だけでなく、地元金融機関、建築デザイナー、観光振興団体、米子市で構成する「皆生温泉エリア経営実行委員会」設立

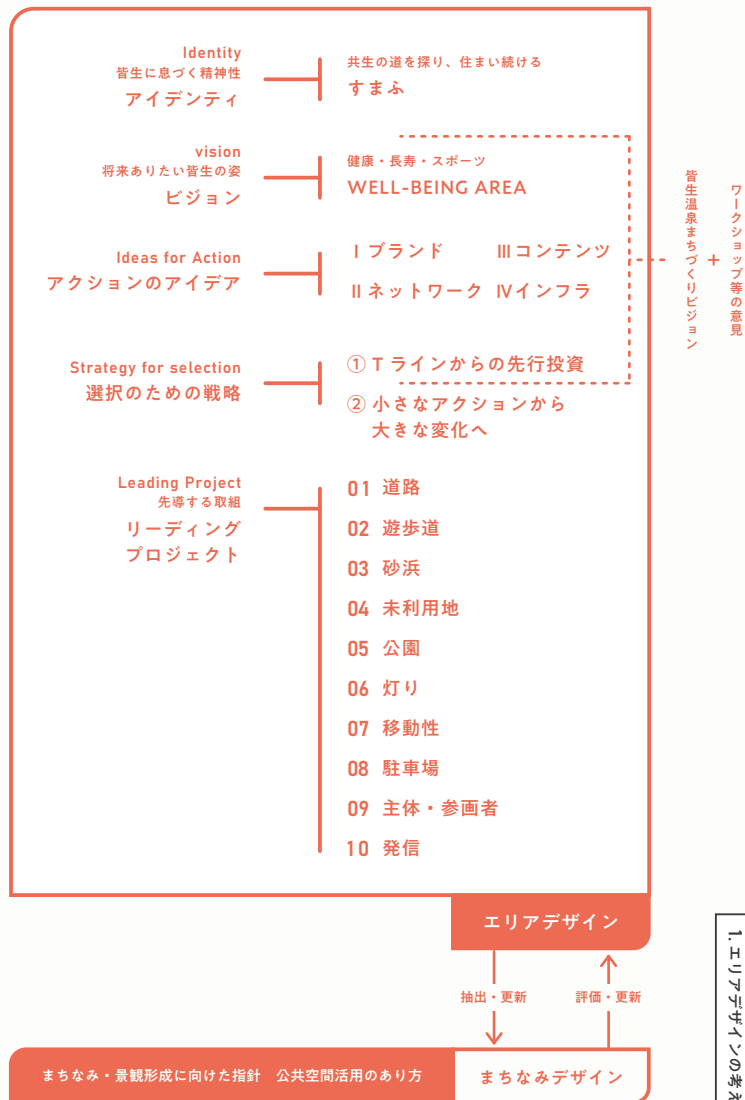


まちのアイデンティティから
リーディングプロジェクトまで

「皆生温泉まちづくりビジョン」では、「健康」をキーワードとしたビジョンや、ビジョンに向けた 28 のアクションが記載されています。

本エリアデザインは、「皆生温泉まちづくりビジョン」に掲載されたビジョンやアクションをふまえたうえで、より具体的な動きをつくるため、「選択のための戦略」「リーディングプロジェクト」を整理しています。

また、リーディングプロジェクトの実践をふまえ、エリア全体のまちなみ・景観形成の指針を取り出し、「まちなみデザイン」としてとりまとめました。

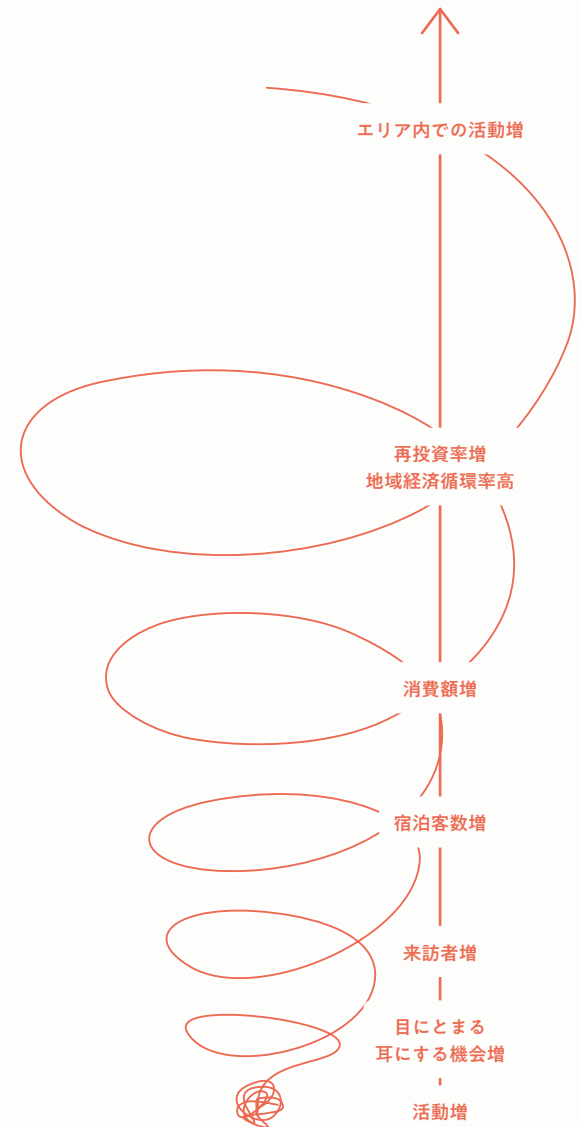


「動き」からはじまる好循環

「エリアデザイン」は、皆生での動き・活動から未来の種を見つけ、育てていくものです。

まず私たちはエリア内での「活動」が増えることから始めます。これにより、様々な手段で「皆生」を目にする、耳にする機会を増やし、興味・関心層の拡大を図ります。さらに、足を運んでもらう方、宿泊する方が増え、消費額が拡大することを期待しています。

加えて、地域経済循環率を高めエリア内での再投資を進めることで、さらに魅力的な「動き」をつくっていく。スパイラルアップの好循環を目指します。



2

アイデンティティとビジョンとアクション

2-1 かいけのアイデンティティ

2-2 かいけのビジョン

2-3 アクションへ

ビジョンイラスト



- ① 夜歩きたくなる
- ② 食べ歩きできる
- ③ 日帰りでも楽しめる
- ④ 一年中海で遊べる
- ⑤ 座る場所がある
- ⑥ いろんな乗り物に乗れる
- ⑦ 船で夕日を見に行く

イラスト：にしまたひろし

ウェルビーイングな地域

それでは、地域全体のウェルビーイングのような集合的なウェルビーイングについて皆さんは考えたことがあるでしょうか。例えば、自分の故郷や住んでいる街のウェルビーイングはどうでしょうか。「住みやすい街ランキング」なるものがありますが、「住みやすい」地域というのは一体どういうことなのでしょう。

地域住民のウェルビーイングを快樂的な要素と幸福（エウダイモニア）的な要素に分けて分析した論文があります。その結果、快樂的ウェルビーイングは、余暇があるか、人間関係・家族関係が良好かということと関連しており、エウダイモニア的なウェルビーイングは、仕事が充実しているか、就職できているかといったことと関連しているという結果でした。つまり、地域のウェルビーイングは地域住民同士のつながりや仕事の充実度などに左右されそうです。また、都道府県ごとにウェルビーイングを比べてみると、沖縄県と奈良県がとて高く、この2つの県の特徴として地域の「寛容性」が高いということが挙げられました。これは「他者の多様な生き方に対して地域がどのくらい寛容か」ということです。

寛容性、ゆるいつながり、おせっかい

「寛容性が高い地域」とは、そこに住まう人々がどんな生き方をしているか、それを適度に放置して見守ってくれる社会と言えます。これと関連する別の研究結果があります。日本で一番自殺率が低い町（徳島県旧海部町）を調査した研究では、「ゆるいつながり」という特徴が挙げられました。具体的には、隣近所の付き合いは「挨拶程度」で、必要以上に介入しない。他人の評価は「人物本位」で、家柄や地位・肩書で評価しない。しかし困った人がいるときはいつでも援助をさしあげる。この町には、他者に対する寛容性がありながらも、ほどよい「おせっかい」が存在する、そんな特徴があるようです。

「ウェルビーイングな地域」をいかにつくっていくかというのは、簡単なことではありませんが、こうした「寛容性」や「ゆるいつながり」、ほどよい「おせっかい」というキーワードを軸に考えていくと良いのかもしれない。

参考文献：

1. 有馬雄祐．地方創生のための寛容性と幸福の分析．（地方創生のファクターX：寛容と幸福の地方論）．LIFULL HOME'S 総研．p.96-115, 2021.
<https://www.homes.co.jp/souken/report/202108/>
2. 岡檀．生き心地の良い町：この自殺率の低さには理由（わけ）がある．講談社，2013．

銭湯コミュニケーション

私が東京の下町エリア「谷根千（やねせん）」（谷中・根津・千駄木）でフィールドワークをしたとき、まさに地域の「ゆるいつながり」を象徴するような話を聞きました。それは「銭湯」です。その地域に詳しい女性が「地域から銭湯が無くなると、人々の生活に大きな影響がある」というのです。今では谷根千地域には銭湯が数軒しか残っていませんが、最盛期の1960～70年代には100軒近くの銭湯があったそうです。当時は自宅に風呂がない人も多く、たいてい家から歩いて数分のところに銭湯があったようです。そこでは、さまざまな交流やコミュニケーションがおこっていました。

私たちの研究グループが、銭湯に長年通い続けているという地元の女性たちにインタビューした際、銭湯では「背中越しの流し合いコミュニケーション」があるという話を聞きました。銭湯の常連さんと、新顔の人が入ってきたとき、その人の雰囲気を見て、「背中流しましょうか」と声をかける。そこからいろんな世間話をして人の輪ができるんだそうです。その方は「背中を見ると、声をかけてほしい人かどうか、だいたい分かる」とおっしゃっていました。まさに「裸の付き合い」と言えるでしょう。その他にも、銭湯では多世代交流や親子支援のようなことも起きていました。若いお母さんが赤ちゃんや子供と一緒に銭湯に来ると、常連の女性が子供の面倒を見て、その間にゆっくりお母さんにくつろいでもらったりしたそうです。また、そうした中で育児などの相談に乗ってもらうこともでき、子育てサポートの場としても銭湯が大きな役割を果たしていたようです。

「銭湯」のような場、ありますか？

銭湯のように地域の人々がゆるくつながれて、多様な形のつながりが生まれる場というのは地域においても重要です。「サードプレイス」という言葉もありますが、たまり場のように人々がゆるく集まって交流できる場が、地域のウェルビーイングを高めると考えられます。皆さんの住んでいる地域にはそのような場所があるでしょうか。私は、町のカフェでゆっくり珈琲を飲みながら過ごすのが好きなのですが、お店によっては店主や他のお客さんと話がはずむようなところがあります。そういうお店は地域の人の交流の場となっていることが多く、まさに「銭湯」のような場として機能しているのでしょうか。

屋台をひいてまちに出てみた

『日本のまちで屋台が踊る』（屋台本出版, 2023年）という面白い本が発売されています。屋台をつかってまちを面白くしたり、地域のウェルビーイングを支えたい医療者など、屋台の実践者の5人のインタビューと、文化人類学者、社会学者、哲学者などの専門家に「屋台」の意義をあらためて考えてもらった本になっています。かくいう私も、屋台実践者の一人としてインタビュー記事が載っています。

私がかちで屋台をやっていたのは2016年頃から、東京の谷根千（谷中・根津・千駄木）地区でのことです。谷根千は市民主体のお祭りやイベントが盛んな地域で、毎年10月に「芸工展」という企画が1ヶ月間開催されます。そこで私たち医療者と、建築関係者、地元の人などが協力して小さな屋台をつくり、芸工展の期間中、屋台を実際に動かしてみました。屋台をひいて町の人に声をかけ、コーヒーをふるまいながら自由な対話をするという活動です。結果として、「屋台」という越境的なツールを軸として、多様な人とのつながり形成が起きることがわかりました。ふだん、病院や保健所などには決して行かないような住民ともつながることができたわけです。これは医療者にとっては大きなことで、なぜなら、ふだん出会えない病院嫌いの人などにもアプローチできるという利点があるからです。また、地域の人からすれば、ふつうは医療機関に行かなければ出会えない医療者とゆるくつながれる場に、屋台がなっていたということでしょう。

ゆるやかなつながりとゆるやかな幸せ

この「ゆるいつながり」あるいは「ゆるやかな紐帯」は、地域のウェルビーイングにとって重要なことが分かっています。自殺希少地域の調査をおこなった岡檀さんの研究では、自殺予防因子として「ゆるやかな紐帯」が挙げられています（『生き心地の良い町：この自殺率の低さには理由がある』講談社）。つまり、ふだんは挨拶程度の関係性、しかし困ったときにはしっかり支えあえるような関係性です。「屋台」も地域の中で定期的に動かすことで、この「ゆるやかな紐帯」をつくることが可能だと私は考えています。

地域のウェルビーイングには、この「ゆるやかな紐帯（ゆるいつながり）」がとても重要です。それが、地域の幸せのかたちである「ゆるやかな幸せ」につながると思うからです。私たち日本人が感じる「幸せ」には、この「ゆるやかさ」があると哲学者の長谷川宏さんは言います（『幸福とは何か』中公新書）。それは日常の現実からそれほど離れることのない、日々の暮らしやふるまいの中にあらわれ出る、幸福の「ゆるやかさ」なのではないでしょうか。

選択の戦略1

Tラインからの先行投資

皆生温泉まちづくりビジョンでは、海・砂浜・遊歩道と、米子市観光センターから海岸線までの四条通りを「Tライン」と設定し、先行してまちづくりを進めると定めています。

エリア全体で均質に取り組みを進めるのではなく、まず「目鼻立ちをつける」。この意味で T ラインの設定は重要なものでした。

本エリアデザインでもこの考えを踏襲し、まずは T ラインから優先的に資源投入を行い、事業効果の最大化と T ライン周辺への波及効果をねらいます。



選択の戦略 2

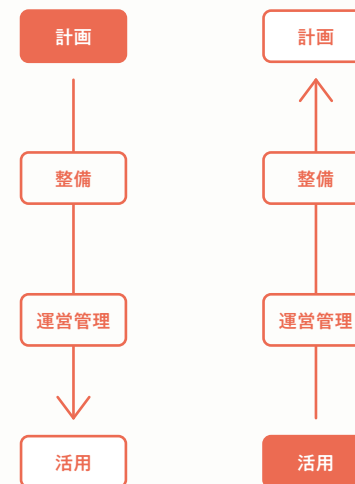
小さなアクションから大きな変化へ

前章の「エリアデザインとは何か」で述べたように、私たちは先行きの見えない予測不可能な時代にいます。このような状況において、様々な分野で、「まず綿密に計画を練り上げ、それをもとに実践する」という従前の手法だけでなく、「低リスク・低コストの小さなアクションを試し、実践の結果をふまえ改善する」という手法が取り入れられています。

例えば都市計画の分野では「タクティカル・アーバニズム」と呼ばれる、小さなアクションから長期的な変化を引き起こすことを目指した手法が注目され、道路などの公共空間を暫定的に歩行者天国化するなどの「社会実験」が全国でみられるようになりました。

私たちも、ビジョンに向けて（小さな動きであろうとも）アクションを重ね、目の前に現れた事実から、未来への可能性を見つけ育てていきたいと思えます。

これまでの計画プロセス これからの計画プロセス



「活用」から考えるこれからの計画プロセス

園田聡「プレイスメイキングアクティビティ・ファーストの都市デザイン」をもとに作図

3

リーディングプロジェクト

- 01 道路
- 02 遊歩道
- 03 砂浜
- 04 未利用地
- 05 公園
- 06 灯り
- 07 移動性
- 08 駐車場
- 09 主体・参画者
- 10 発信

01

道路

これまで

通過のための場にとどまる

皆生温泉は 100 年前描かれた町割りが今に残っています。約 60m ごとの碁盤目状の街区は、歩きながら次々と景観が変わるため、歩行者の視点で楽しめる構造になっています。

しかし、現在では目的地まで移動するための通過の場にとどまっています。



Park(ing) Day

2021年10月、四条通りの一部を一時的に歩行者天国化し、人が出会い、滞在できる場に変える試みが有志のメンバー6人により、行われました。

この試みは「Park(ing)Day」と呼ばれ、2005年にサンフランシスコではじまった社会実験です。日本でも全国各地で同様の試みが行われており、道路空間を車ではなく人のための場にしていこうとのアクションが拡がりつつあります。

皆生温泉で開催された Park(ing)Day は、企画や準備の期間は3ヶ月、予算は12万円と、低コストかつスピーディーに実現され、当日は天候が優れなかったにもかかわらず、近隣に住む親子など約300人の参加があり、「居場所」としての道路空間の可能性を感じられる時間となりました。

Park(ing)Day

- ・実施日：2021年9月17日（金）
- ・来場者数：約300人
- ・平均滞在時間：1時間



狭窄部の設置

四条通りの交差点（野口商店前）から米子市観光センター前は北から南へは車両進入ができない一方通行ですが、逆走が多く安全性が問題となっています。

2022年3月に開催した「ぐるぐるかいけ」に合わせて、四条通り交差点の車道を狭め、歩道を広げる「狭窄部」を設ける社会実験を行いました。

道路管理局や警察との協議を経て、皆生温泉エリア経営実行委員が白線を引きベンチやプランターを設置し狭窄部を実現しました。

設置前に比べ、「飲食をしている」「居眠りをしている」など滞在者の多様な行動がみられただけでなく、歩行者数は2.8倍、特に65歳以上の高齢者は6.7倍、さらに「笑顔がみられる」通行者は3.1倍という結果が得られました。

狭窄部における行動観察調査

- ・狭窄部設置前及び狭窄部設置中において、目視により通行者、滞在者を調査
- ・調査日：2022年3月6日（日）9時-10時
2022年3月13日（日）9時-10時



植栽柵ベンチの設置

見通しが遮られ、安全性に欠けていた松林に隣接する植栽柵は、エリアデザインスクールを通して出た意見をふまえ、受講生自ら手を動かして既存の植栽を撤去し、仮設のベンチを設置しました。

ベンチに隣接する松林の木柵は取りはずし、ベンチの目隠し・背もたれとして移設できるしつらえになっています。松林と歩行者道路が一体的な空間としてイベント時には利用されています。



植栽を撤去し、民地と一体的に使用可能なベンチにする



歩きたくなる道路へ

もともと日本で道路は公共的な活動や商業、交流の場でした。今再び道路を「自動車中心」から「人中心」の空間へ取り戻すという考えは、「ウォーカブルなまちづくり」と呼ばれ、全国的に取り組みが進められています。

愛媛県松山市の花園町通りでは、道路全体における歩道幅の割合を拡幅するとともに、沿道にベンチなどを配置するなどの統一的なデザインにより「居心地がよく歩きたくなる」道路空間へ改変しています。

これにより歩行者数が増加するだけでなく、不動産価値の上昇にもつながっています。

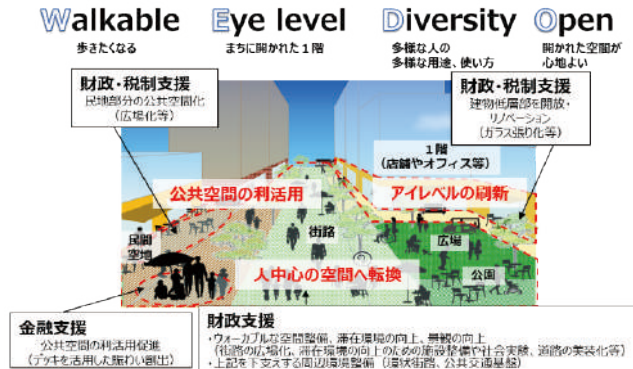
他にも、歩きたくなる「人中心」の道路にすることで、歩行者負傷者数が減少する、災害時の一時避難場所や避難経路として有効に機能するなどの効果が期待されています。

皆生温泉エリアにおいても、「歩きたくなる居心地の良い」道路空間を目指します。

「ウォーカブル」

2019年6月「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」においてこれからのまちづくりの方向性として「WE DO」というキーワードが示され、まちなかにウォーカブルな公共空間を創造することが、新たな都市政策の重要課題であるとされている。

○「居心地が良く歩きたくなる」空間のイメージ



これからの都市のキーワードとして示された「WE DO」のイメージ

出典：国土交通省報道発表資料、2019年12月20日



空間改変後の花園町通り

出典：「土木学会デザイン賞」HP

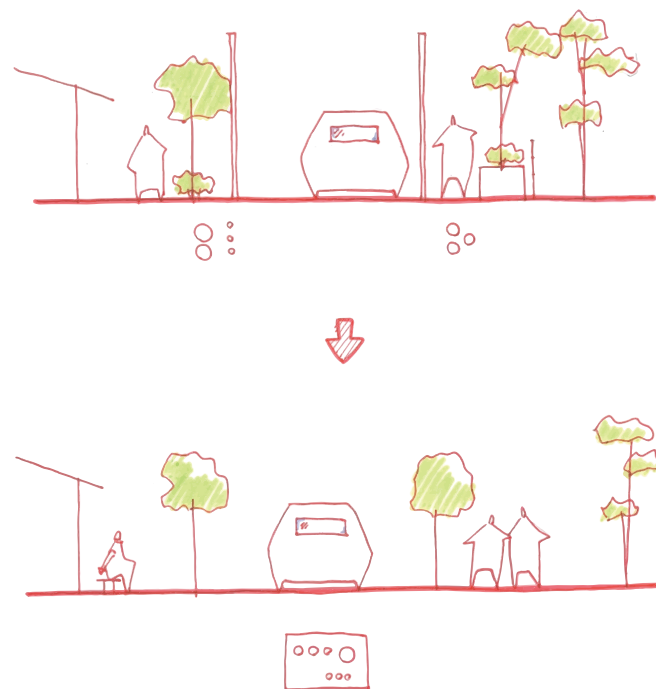
再配分による歩行者優先道路

四条通りはスラロームを無くし、海への軸線を強調させるだけでなく、見通しをよくすることで安全性にも配慮します。

空間再配分によって、車道幅員 3.5m を最低限確保しつつ歩行者空間を拡幅、歩行者にとって優しい道路として将来的な歩行者専用化を見据えた「ゾーン 30」の適用を目指します。歩道の拡幅によって、沿道の店舗や未利用地等との一体的な活用を促します。

歩行者空間を圧迫している既存の植栽柵などは撤去し、車両への視認性を向上させ、歩きたくなる道路空間を目指します。また、視界を遮らない適度な植栽とベンチ等とのしつらえによって、日常的にもそぞろ歩きや滞留が生まれる道路空間を目指します。

電柱の地中化と合わせて、温泉供給管等を共同溝化することで景観や環境にも配慮した整備を検討します。



植栽柵の撤去、電柱の地中化等により、見通しと歩行空間を確保

「居」場所にはなっていない空間

皆生温泉は、海に面した温泉街であり、温泉街と海までの間に一般車両が通行できない遊歩道があります。朝の散歩やマラソン、サイクリングなどの活動が見られる皆生温泉の特徴的な場所ですが、座る、留まる、眺める、交流するといった活動はあまり目にすることがありません。



官民境界線をまたぎ居場所をつくる

2021年度、情緒ある景観の創出・統一を目的とし、宿泊施設の軒下における壁面・塀等の美観向上に資する費用を補助するための「旅館ファサード整備支援補助事業」により、3件の改修が行われました。

いずれも、官民境界線をまたぎ、心地の良い「居場所」をつくることが目指されたもので、夕日を眺める、おしゃべりをする、一杯飲むなど、これから遊歩道で多様な活動が起こることが期待されます。





3. リーディングプロジェクト

多様な居かたができる場所へ

生産的、効率的な空間ではなく、人のための居場所。まちなかにそのような「居場所」をつくる試みも世界中で進んでいます。

愛知県豊田市の「豊田市駅」西口にあるペDESTリアンデッキ（高架上の歩行者専用通路）では、人の往来はあるものの通過するのみでした。

そこで社会実験として、テーブル・イスの設置や市民活動団体による音楽演奏などを行うことで、通過だけでない多くの活動がデッキ上で行われることとなり、飲食事業者が出店するまでとなりました。

「良い場所」とは、できるだけ多く（10 以上）の活動や行為が行われる場所であると言われています。

おしゃべりをする、偶然出会う、音楽を聴く、海を眺める、読書をする、打ち合わせをする、飲む、食べる。

皆生の遊歩道は、そのような多様な居かたができる場所づくりに民間と公共が連携し取り組みます。

「Power of 10+」

公共空間の計画設計、活用の支援を行うニューヨークの非営利団体が提唱した「どのような規模の都市も、最低 10 か所の目的地が連続的に近接しているべきであり、各目的地はより小さな 10 の場所によって構成されるべきである。そして、各場所は人びとが携わる事ができる活動や行為を最低 10 個は提供すべきである。」という考え方。



多様な活動が見られるようになった豊田市駅ペDESTリアンデッキ
出典：「全国まちなか広場研究会」HP



多様な居かたを許容する川べり
出典：「長門湯本温泉」HP

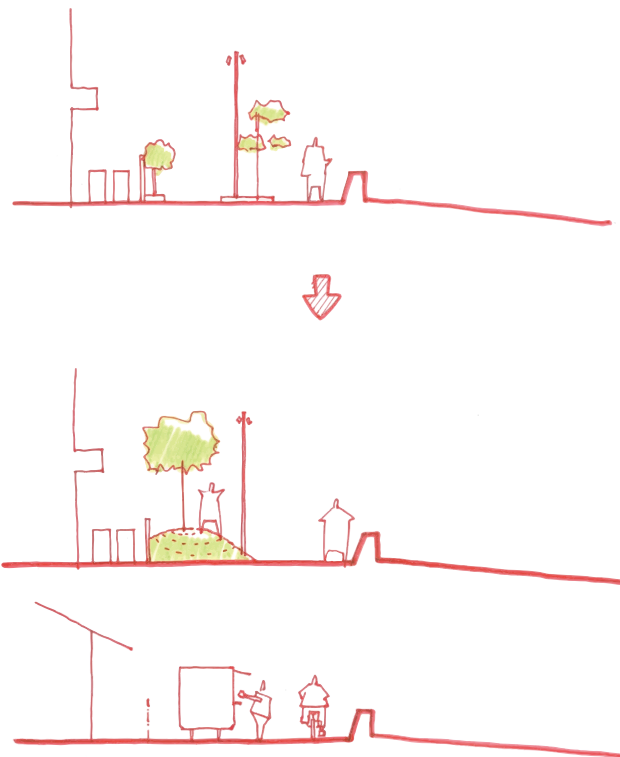
多様な居かたを促すしつらえ

既存の松を生かしつつ、緑でゆるやかに繋がります。

建物側は壁面や植栽、築山等で修景することで、建物側から引を取り、圧迫感を軽減するだけでなく、日常的には人の居場所となる背景をつくります。

緑地の間には、舗装された平場を設け、可変的に活用しやすい居場所を配置します。

四阿にむかう動線など、線形を緩やかにすることで視認性を向上させ、日常的に利用しやすい環境を整備します。



盛土で目隠ししつつ居場所をつくる（上）、平場を設け利活用を促す（下）

03

砂浜

これまで

限られた季節での楽しみ場所

「トンボロ現象」による波型の海岸線が特徴的な皆生のビーチ。夏場には多くの方が海水浴に訪れる皆生の重要な観光資源です。

この重要な観光資源を十分に活用し、年間を通じた誘客につなげていくことが求められています。



BEACH RESORT KAIKE

2021年、皆生温泉開発100周年を記念してビーチの名称を「皆生温泉海遊ビーチ」とし、ライフセーバーの拠点や遊具等のレンタル基地、飲食提供などを行うキューブ型のコンテナを設置するなど海浜施設とサービスを一新しました。

コンテナは海水浴シーズンだけでなく秋のイベントでも使用され、新たなビーチリゾートの可能性を探っています。

BEACH RESORT KAIKE 利用実績

- ・2021年度
開設期間：2021年7月16日（金）～8月22日（日）
利用者数 約 24,000人
- ・2022年度
開設期間：2022年7月9日（土）～8月28日（日）
利用者数：約 55,000人
- ・2023年度
開設期間：2023年7月8日（土）～8月27日（日）
利用者数：約 62,000人



カイケジャンボリー

海水浴シーズン以外でも皆生の海を楽しめるように2021年からはじまったカイケジャンボリー。

2023年までに計3回開催し、半透明のテント内でこたつに入る「UMICOTA」や、海風にのった巨大な凧、コンテンポラリーダンスや屋外レストランなど、各回趣向を凝らした様々なアクティビティや飲食メニューが用意され、観光客だけでなく地元米子の方も多く訪れています。

カイケジャンボリーの概要

- ・ 第1回（計17日）
開催期間：2021年1月29日（金）～2月14日（日）
来場者数：約15,000人
- ・ 第2回（計16日）
開催期間：2021年11月5日（金）～12月5日（日）の毎週金・土・日及び11月23日
来場者数：約15,000人
- ・ 第3回（計20日※中止日除く）
開催期間：2023年4月29日（土）～5月7日（日）及び5月・6月の毎週土日
来場者数：約10,000人



多様な人が楽しめる場所へ

皆生のビーチは通年利用という視点だけでなく、男性も女性も、子どももお年寄りも、障がいのある人もない人も、観光客も地域の人も、様々な方が楽しめる場所を目指します。

例えば、車イスでも海を楽しむことができるよう「ユニバーサルビーチ」化する取り組みが全国で見られます。

兵庫県神戸市の須磨海岸では、車椅子利用者、ライフセーバー、看護師、行政職員などが有志で集まり、日本で初めて遊歩道から海までをつなぐ「ビーチマット」を導入しました。水陸両用の車イスも常備し、障がいを持つ人でも海に入ることができるようなビーチとなっています。

皆生の大きな魅力である海。その魅力を誰もが感じてもらえるよう、ユニバーサルなビーチづくりに取り組みます。



砂浜に敷かれたビーチマット
出典：「須磨ユニバーサルビーチプロジェクト」HP



水陸両用アウトドア車いす社会実験前の様子
出典：「須磨ユニバーサルビーチプロジェクト」HP

04

低未利用地

これまで

寂しい印象を与える空地

皆生温泉エリアには、普段は入ることができない松林や、空き地、空き不動産など未利用地が点在し、エリア全体として寂しい印象を与えています。



遊休地の暫定利用

エリア内の松林の新たな利活用方法創出にかかる取り組みを支援するため、皆生温泉エリア経営実行委員会が交付した補助金を活用し、2022年3月12日、13日に、マルシェイベント「ぐるぐるかいけ」が開催されました。

これ以後、定期的に「ぐるぐるかいけ」を開催し、普段は一般客の立ち入りが禁止されている四条通り沿いの松林や遊歩道東側の三角地帯、民地の駐車場など、様々な遊休地を会場として利用することで、多くの人に皆生の潜在的な可能性を伝えています。

「ぐるぐるかいけ」の開催

- ・2022年3月12日（土）
- ・2022年3月13日（日）
- ・2023年3月11日（土）
- ・2023年3月12日（日）
- ・2023年7月23日（日）
- ・2023年9月24日（日）
- ・2023年11月25日（日）
- ・2024年1月28日（日）
- ・2024年3月10日（日）



遊休不動産の暫定利用

2022年度からは、エリア内の空き不動産をまちあるきのコンテンツとしてめぐるツアーを開催しています。

米子市観光センターの向かいにある旧「コグステーション」や、大正時代から残る長屋、東光園寮、旧アマゾン、旧皆生郵便局などの物件の内覧を行うだけでなく、「ぐるぐるかいけ」と連動し空き物件を使った出店も行いました。

これらの効果もあり、エリア内では2022年度だけで9店舗の実店舗が開業しています。



戦略的に活用し価値を高める

全国的にまちなかの空洞化が進むなか、各地で賑わいを取り戻すための試みが動いています。

佐賀県佐賀市の中心市街地では、まちなかの空き地を「原っぱ」化し、「空き地リビング」というコンセプトで芝生の広場と図書館として利用する輸送用コンテナを設置しました。8ヶ月の実証実験を経てコンテナは常設され、徒歩圏内に新たな広場や交流スペース、チャレンジショップなどを展開しています。

新潟県の月岡温泉では、宿泊客を囲い込むのではなくまち全体で楽しんでもらえるよう、地区の若手経営者が共同出資し合同会社を設立。1年に1店舗、空き家・空き店舗をリノベーションしコンセプトショップをオープンさせ続けています。

皆生温泉エリアでも、点在する未利用地・空き不動産を戦略的に活用し、エリアの価値向上をはかります。



わいわい!! コンテナ1
出典：「ワークヴィジョンズ」HP



遊休不動産を再生したコンセプトショップ
出典：「月岡温泉」HP

行政主導の管理で活動に制限がある

かつてチンチン電車に乗って多くの人が訪れた競馬場は、現在の海浜公園となり、保育園児が松ぼっくりを拾いに訪れ、ある人は腕立て伏せをし、ある人は足湯を楽しむなど、市民の憩いの場となっています。

個人レベルでは様々な活動が見られるものの、公園利用申請をみると、固定的な利用にとどまっています。また、多くの禁止項目が掲げられ、そのポテンシャルを最大限に引き出しているとは言えない状況です。



屋台による規制緩和

2022年3月12日、13日に開催されたイベントでは、海浜公園も会場の一つとして利用されています。

コーヒーやスイーツなどの飲食だけでなく、子どもでも楽しめる体験型のワークショップが多く出店され、賑わいある空間になりました。

会場内でのアンケートでは、イベントではなく『普段の』皆生温泉でまち歩きしたくなると思うモノ・コトとして、カフェ・飲食店が62.3%と最も多く、食べ歩きスポットが61%で続く結果となり、飲食店のニーズが高いことが把握できました。

また、アンケートでは、19.7%（15件）が屋台をつかって出店してみたいと回答があり、今後の関係人口拡大の可能性をみることもできました。

これを受け、複数出店者のイベントでなければ商業行為ができないルールから、観光センターでレンタルできる「屋台」で出店する場合には、単独出店者でも利用できるようになりました。



多様な活動の受け皿となる公園へ

地域の特性に合わせ、地域の魅力を高める公園とはどのようなものか。また、その運営はどうするべきか。全国的に「これからの公園」のあり方について模索が続いています。

富山市にあるまちなか賑わい広場（グランドブラザ）は、自由な使い方ができるよう、ほとんど禁止事項のない条例を整備し、「稼働率 100%の公共空間」として知られています。年間通じて市民団体や企業、行政などが主催する様々なイベントが開催されるだけでなく、子ども連れの親子や近隣の高齢者など老若男女が思い思いに過ごす場として日常的に使われています。

広島市内の中心部を流れる太田川では、民間による「RiverDo! 基町川辺コンソーシアム」が占用許可を受け、公的な占有者として公共空間である「川辺」を運営・管理しています。HPでは、「できること・できないこと」「利用までの流れ」が細かく整理され、利用したい人が利用しやすいような窓口を設けています。

皆生温泉海浜公園においても、多くの人が憩い、安心して過ごすことのできる公園のあり方について検討していきます。



稼働率 100% の富山市まちなか賑わい広場
出典：山下裕子さん



民間団体が占有者として運営・管理される太田川護岸
出典：「River Do How」HP

夜の魅力を感じにくい照明

水木しげるロードが公共照明を刷新し、エンターテイメント性の高い夜間景観を演出したことで高い経済波及効果をあげたように、観光地において「灯り」の整備は非常に重要です。

現状、温泉街らしくない灯りの色や、照明器具の劣化などがみられ、皆生の大きな資源である海の魅力も夜には十分活かしきれていません。



KAIKE AKARI PARK

皆生温泉エリアでは、照明デザイナーの株式会社 LEM 空間工房とともに「皆生みらいの灯りコンセプト」を策定し、2021 年 3 月、皆生海浜公園を中心として遊歩道や四条通りの一部で、灯りの検証を行う実証実験を行いました。

天候不良により 1 日間のみの開催でしたが、来場者は 700 人に達し、アンケートでは「今後もこの夜景が必要」との回答が 80% ありました。

この結果をふまえ、イベント後には「皆生みらいの灯りコンセプト」を策定し、民間事業者による事業協同組合が設立され、官民連携による夜間景観のリニューアルが進められています。

皆生みらいの灯りコンセプト＝海に開く

コンセプトは以下の 5 要素で成り立つ。

①Vista

- ・海側から見える砂浜・海岸線・旅館の奥行きある景観へ改善する

②View

- ・海の眺望を活用する

③Eat

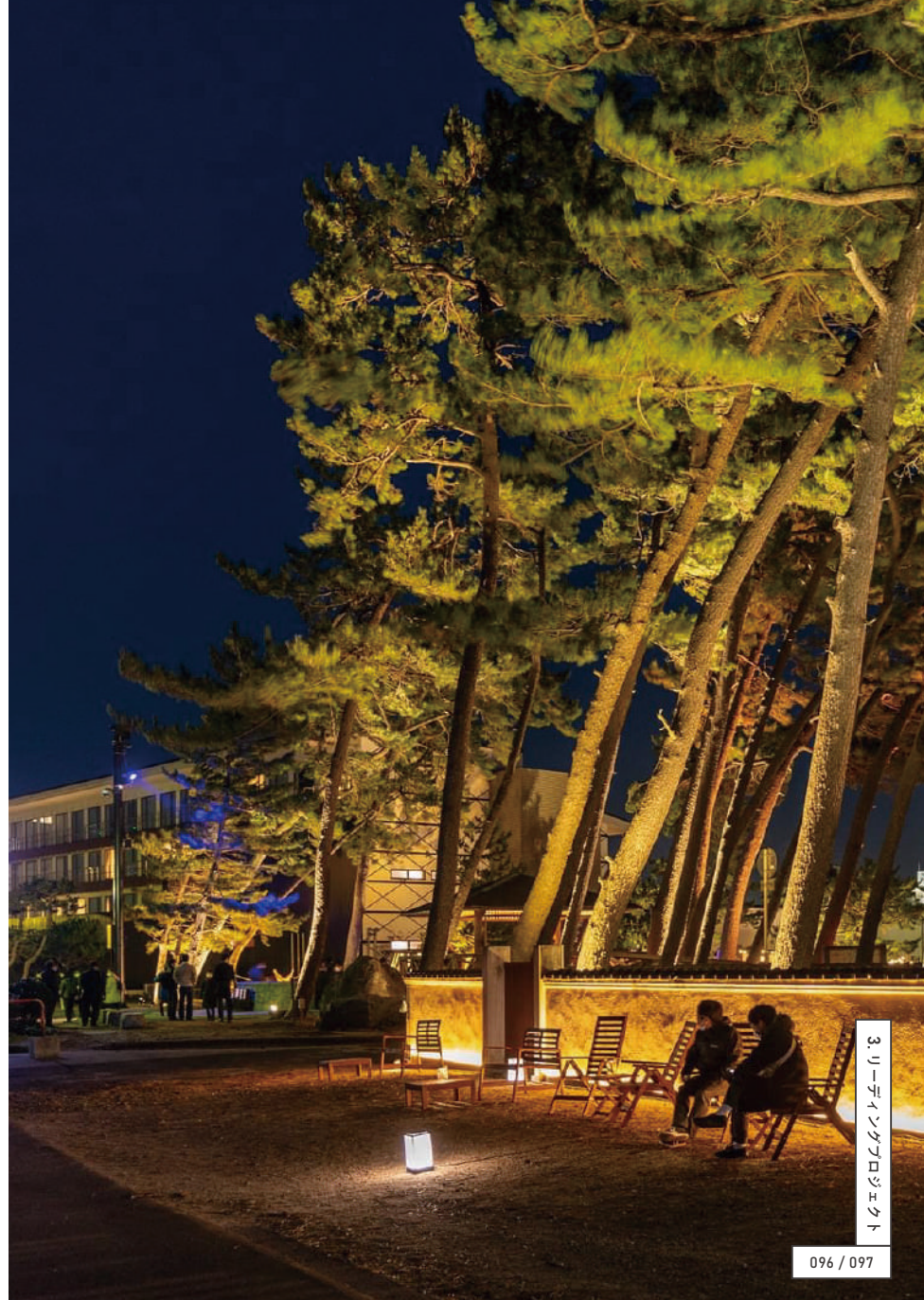
- ・海側からの飲食アクセスを創出する

④Activity

- ・海を背景にした撮影スポット・海浜アクティビティを支える電源を整備する

⑤Walk

- ・路面が明るく歩く楽しさのある遊歩道を整備する



夜も歩きたくなるまちへ

公共照明だけでなく、各旅館の海側の地上階が海に開かれ光が滲み出すことで、夜間の安心感と景観の魅力が高まることから、「皆生みらいの灯りコンセプト」では、「海に開く」をキーワードとしています。

夜の海を活かし、海に開かれた取り組みは、京都府北部の天橋立でもみられます。天橋立では観光庁の「最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」を受け、砂浜のライトアップに合わせた飲食提供やクルージングを実施し誘客につなげています。

山口県の長門湯本温泉では、川沿いの夜間景観改善の取り組みとして、共通の「提灯」を軒先に設置する試みを行っています。旅館だけでなく民家も含め、エリア全体での取り組みがまちの夜の魅力を高めています。

皆生温泉においても、砂浜、海岸線、旅館が一体となって形成した、皆生温泉ならではの「海に開く」景観づくりを官民が連携して進めていきます。



海から夜景を楽しめるナイトクルーズ
出典：「海の京都 DMO」HP



商店、民家、郵便局、旅館などの軒先に下げられた統一の提灯
出典：「長門湯本みらいプロジェクト」HP

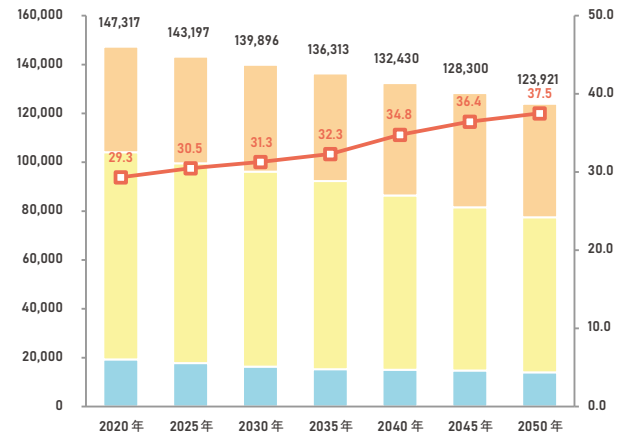
限定的な移動手段

南北約 400m、東西約 1km の皆生温泉エリア。

高齢者の一般的な徒歩圏は半径 500m と言われており、米子市全体で高齢化が進むなか、地域内での移動手段確保は今後重要な課題となります。

また、脱炭素社会の実現に向けても環境負荷の少ないモビリティ（移動手段）の導入が求められます。

年少人口（0 - 14 歳） 生産年齢人口（15 - 64 歳）
 老年人口（65 歳以上） 高齢化率



米子市の将来人口推計（人口：人 / 高齢化率：%）

出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和 5（2023）年推計）」

グリーンスローモビリティの試走

皆生温泉エリア経営実行委員会が 2021 年度に交付した「旅館の新規ビジネス実証実験補助事業」を活用し、2022 年 3 月、皆生温泉エリアにおける高齢者の移動支援や観光地としての魅力向上のためグリーンスローモビリティを運行する実証実験が行われました。

グリーンスローモビリティとは時速 20km 未満で公道を走ることができる電動車を活用した小さな移動サービス及びその車両も含めた総称で、地域が抱える様々な交通の課題の解決や低炭素型交通の確立が期待されている新たな移動手段です。

電話予約により自宅から病院、スーパーへの送迎を行う福祉的な移動支援だけでなく、周遊ルートを定め自由に乗り降りできる観光目的での運行も試行し、多くの方に乗車いただきました。

社会実験の概要

- ・実施期間：
2022 年 3 月 2 日（水）-3 月 15 日（火）
- ・利用者数：
移動支援 71 名（3 月 12 日 -3 月 13 日を除く）
観光利用 100 名（3 月 12 日 -3 月 13 日）



アクセス・接続が良く、
歩行者と共存したモビリティが走るまちへ

広島県福山市では、全国で初めてグリーンスローモビリティによるタクシー運行がはじまっています。

運営は地場のタクシー会社で、日本遺産に登録された鞆の浦からはじまり、福山駅前のまちなかでも社会実験を実施しています。

運営事業者へのヒアリングからは、観光コンテンツ、地域内での移動支援という側面だけでなく、高齢者の就労機会という面でも優れた取り組みであると把握できました。

エリア内だけではなく、市内や市域を越えた広域的な地域間交通の連携も今後求められます。

特に、2023年に駅舎・自由通路の共用が開始された米子駅は、米子の陸の玄関口として機能することが期待されており、米子駅と皆生温泉をつなぐ移動手段の充実も求められるところです。



福山駅前の商店街を走るグリーンスローモビリティ

出典：「福山市」X



1925年から1938年まで米子-皆生間を走ったチンチン電車

出典：「山陰いいもの探果隊」HP

08

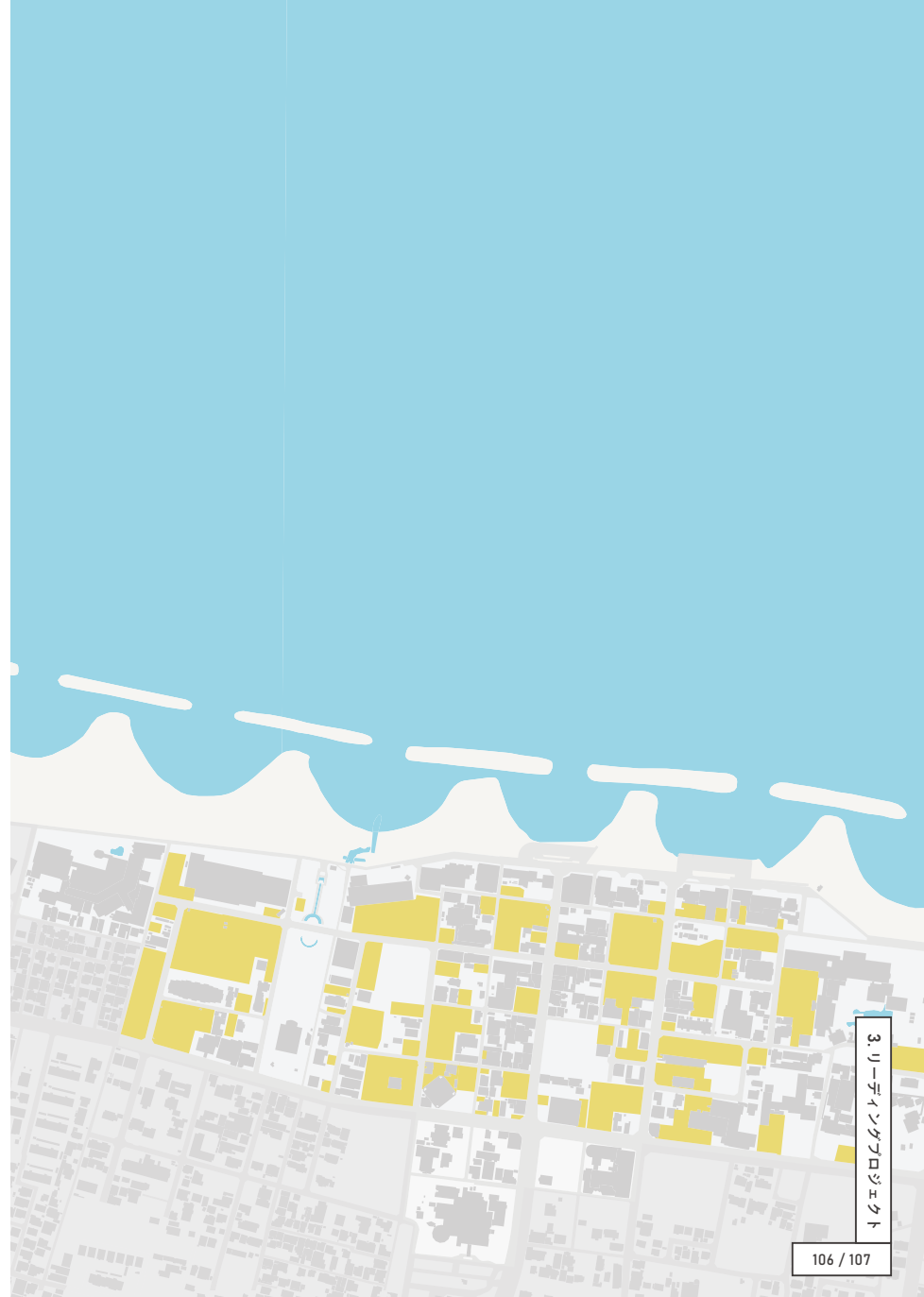
駐車場

これまで

日帰りでの利用がしにくい環境

皆生温泉エリアではエリア内の約 26% が駐車スペース（右図の黄色部分）となっています。

地域住民・日帰り客は将来の宿泊客となりえる「潜在顧客」であり、安心して滞在できる環境づくりが必要ですが、現状日帰り利用の駐車場が十分ではなく、違法駐車も多くみられます。



駐車場シェアリングサービスの導入

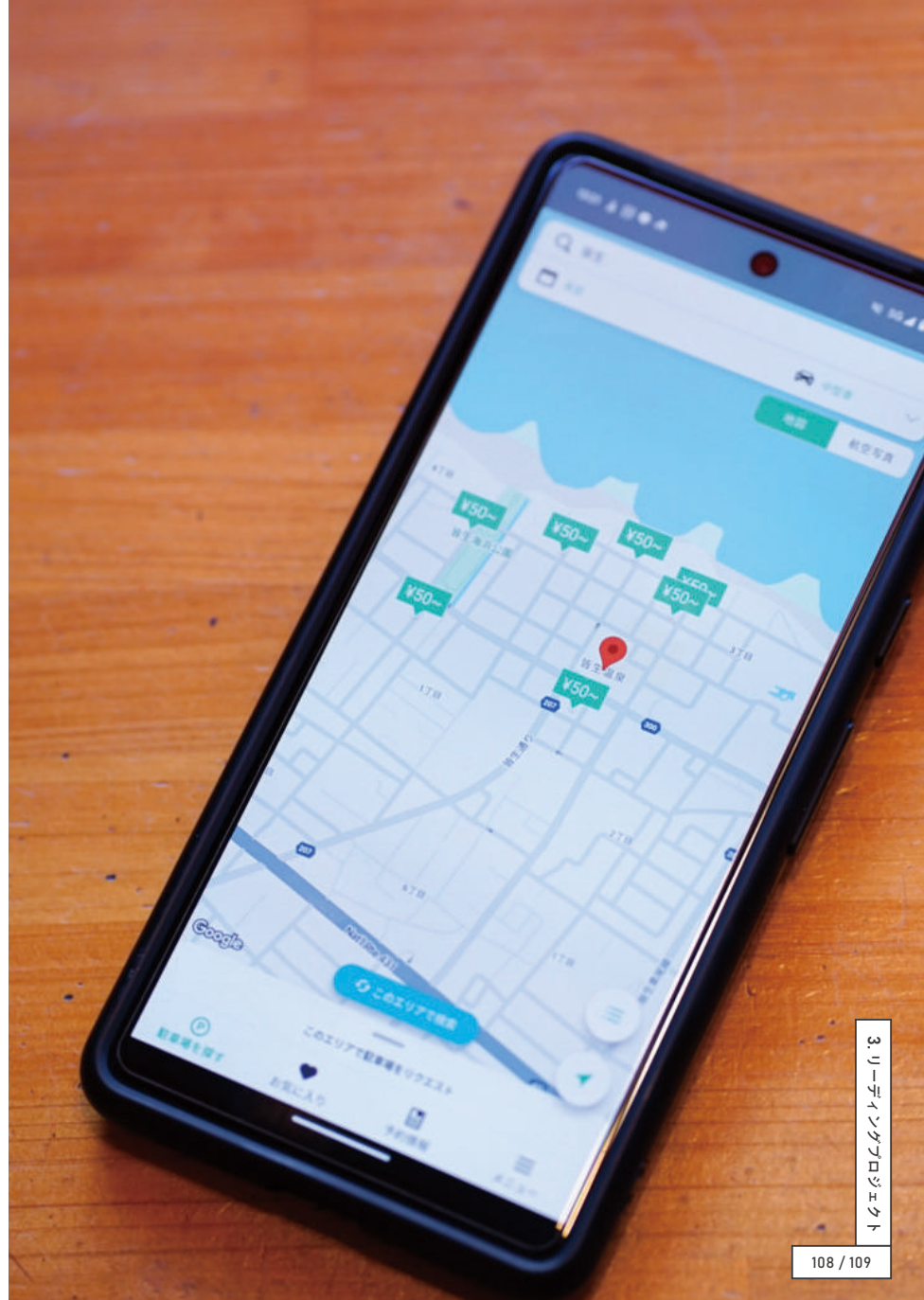
大規模な整備費をかけるのではなく、低コスト・低リスクで駐車場整備を進めるため、シェアリングサービスを導入し、旅館の駐車場を宿泊客だけでなく一般利用も受け入れる試みをはじめています。連携協定が締結されました。

2022年12月には、皆生温泉エリア経営実行委員会とakippaで連携協定を締結し、エリア内における駐車場確保の課題に取り組んでいます。

既存の駐車場シェアリングサービスはスマートフォンのアプリで空き状況が確認でき、キャッシュレス決済にも対応していることから、一定数の駐車スペースが確保できれば、利用者にとってメリットが大きいと期待しています。

駐車場シェアリングサービスの導入状況

- ・ 導入サービス：akippa
- ・ エリア内での駐車場数：7箇所
- ・ エリア内での収容可能台数：約200台



「共」の資源の活用

公共政策を専門にする広井良典は「共」について「私」とも「公」とも異なる、いわば「新しいコミュニティ」とも呼びうるようなものとしています。この公共 public でも私性 private でもない共同性 common は環境、福祉、経済など様々な分野でその重要性が謳われています。

長門湯本温泉では、エリア全体での価値を高めるため、「共」の視点をもった組織「長門湯本温泉まち株式会社」を設立しています。ここでは駐車場を共用化し、その収入や入湯税の引き上げ分を基金として積み立て、公益性の高い事業やインフラの維持・修繕に再投資しています。

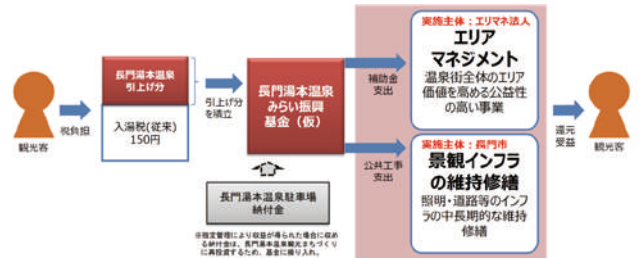
北海道札幌市では、商店街などにより設立された「共」の組織「札幌大通まちづくり株式会社」が「都市再生推進法人」の指定を受け、多目的に使用できるコンテナを公共空間（駅前歩道）に設置し、飲食事業や物販などの事業で収益をあげ、まちの魅力を高める事業費に充てています。

皆生温泉においても、「共」の視点で資源を活用し、エリア全体の魅力を高める循環をつくっていきます。

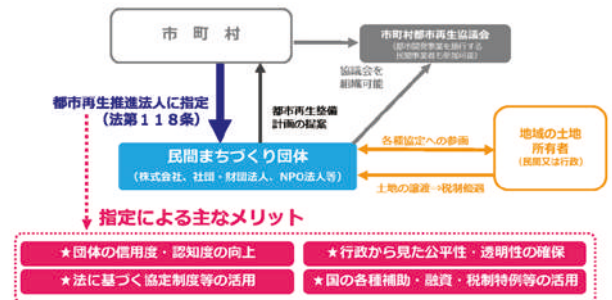
「都市再生推進法人」

一定の条件を満たし、市町村の指定を受けることで、道路・公園などの公共空間を特例的に占有することやまちの魅力を高める施設の設置などを行うことができるようになる法人格。

都市再生推進法人に土地を譲渡すると、土地所有者は譲渡所得の特例措置があるなど、不動産流通も期待される。



長門湯本温泉まち株式会社によるエリア内での財源確保と再投資の仕組み
出典：「長門湯本みらいプロジェクト」HP



都市再生法人の関係フロー
出典：国土交通省

エリア全体での取り組みを担う
主体の成長が求められる

米子市全体の宿泊飲食サービスの約3割を占める皆生温泉エリア。

2019年に策定した「皆生温泉まちづくりビジョン」の実行を担う組織としてエリア経営実行委員会を設置しました。

しかし、エリア全体の振興を目指すうえでは、今後も継続的に参画者の拡大をはかる必要があります。

ワークショップの開催

2021年度に、皆生温泉エリア実行委員会の主催でワークショップを開催以後、定期的にワークショップを開催しています。

自治会関係者、民間事業者、行政関係者などがフラットな立場で同じテーブルを囲み、皆生温泉のありたい姿について意見を出し合い、それに向けたアクションのアイデアを描いていくことで、皆生に対する当事者意識が高まるとともに、参加者間の関係構築の機会となっています。

これまでのワークショップ

- ・2021年10月15日（金）
- ・2022年1月14日（金）
- ・2022年2月25日（金）
- ・2022年8月2日（火）
- ・2022年10月4日（火）
- ・2023年2月23日（木祝）
- ・2023年8月4日（金）
- ・2023年11月18日（土）
- ・2024年3月20日（水祝）



日常記憶地図

皆生で生まれ育った人の幼少期の記憶を辿り、個人がそこで過ごした日常を地図に落としこむことで、時間の流れを共有・可視化する「日常記憶地図」。この対話の方法を提唱するサトウアヤコさんを講師にお招きしワークショップを開催しました。

10代から80代まで各年代で参加いただいたことで、皆生温泉の変化を感じるとともに、普段何気なく過ごしている風景の中にある「海」や「松」、「遊び」などが世代を超えて共通するキーワードとしてあげられ、皆生の普遍的な価値であることを再認識する機会となりました。



日常記憶地図ワークショップ

- ・2022年8月2日（火）
- ・撮影：上村伸明



妄想模型

日常記憶地図によって得られた意見を、「昔はこうだったよね」「こうなったらいいな」というひとつの形「妄想模型」として具現化しました。

ワークショップを通して妄想模型を更新しつつ、「歩きたくなる居心地のよい道路空間」をめざし、実際の整備も視野に入れてリアリティを持って検討しています。



幅4mを超える更新し続けるエリアの「妄想模型」



関わりしろのあるまちへ

「関係人口」という言葉が生まれたように、多様なまちへの関わり方をデザインし、様々な人・団体・企業などの力を集め魅力を高めていく地域が増えていきます。

東京都多摩地区にある「学園坂タウンキッチン」は、1日オーナー制のチャレンジショップとして運営されているシェアキッチンです。自分の料理を提供したいという「やってみたい」思いをもった人が集まり、ここでの経験をふまえ自身の店舗を構え巣立っていく。まちの賑わいと、まちに関わる人の発掘・育成が両立した取り組みです。

神奈川県鎌倉市では、まちを良くするためのアイデアをプロジェクト化し続ける「カマコンパレー」という取り組みが続いています。毎月1,000円の会費で定例会を開催。定例会では発表者数名がまちを良くするアイデアを出し合い、みんなで実現に向けて支援しあう。参加の条件は「鎌倉を熱くしたい人」。反対する人がいなければ、全員の賛成を待たずに動き出すというスピード感で、地域の実践者を増やし続けています。皆生温泉においても、生きがい・やりがいをもって皆生に関わる人が増える、関わりしろのあるまちを目指します。



1日オーナー制のチャレンジショップ
出典：「タウンキッチン」HP



まちを良くするアイデアをプロジェクト化する定例会
出典：「カマコンパレー」HP

10

発信

これまで

変わる過程を届けられていない

皆生についての情報は、各旅館による発信が積極的になされているものの、イベントや宿泊、観光情報が主であり、普段のまちの顔、暮らしに根づいたまちの情報を発信することはできていません。

地域に開かれたエリアとして、地元の方にも届けていけるような仕組みや、変わりつつあるまちのプロセスを共有しファンを増やす取り組みが求められています。

定期的な情報発信

2021年度、米子市では信金中央金庫創立70周年記念事業として企業版ふるさと納税制度を活用した寄附をいただき、皆生温泉振興を目的とした事業を行うこととなりました。このなかで、定期的な情報発信を行っています。

日本海新聞の協力により、皆生温泉周辺のエリアへの新聞折り込みが実現したことで、皆生温泉の情報を毎月フリーペーパーとして発行、発信することが可能になりました。

2022年度には、ポータルサイトの整備や、SNS発信に着手し、皆生での動きをリアルタイムで発信するとともに、アーカイブ化も進めています。



フリーペーパー「KAIKE PRESS」



皆生に関わる機会としての情報発信

変わりつつあるまちの変化を発信することは、関心層を拡大し、まちに関わる人を増やすことにつながります。

愛知県岡崎市では、中心市街地の乙川を中心としたエリアを「QRUWA」と名付け都市整備を進めています。この過程の社会実験の様子やエリアの紹介をデザインされた小冊子で発行するほか、エリアに関連する情報を Facebook の公開グループで共有しています。

また、一方的な情報提供だけでなく、ソーシャルリスニングなどを取り入れ、的確にニーズをとらえ取り組みを改善する仕組みも今後は求められます。

変わりつつある皆生温泉でも、エリア内の動きを集約し発信する、発信した情報のフィードバックをふまえて改善していくことで、皆生に関わる人の輪を広げていきます。

「ソーシャルリスニング」

SNS などのソーシャルメディアで発信された個人の情報を収集・分析し、ブランド向上やリスクマネジメントとして活用する手法。



変化の過程を共有する刊行物
出典：「QRUWA」HP



ソーシャルメディア分析の一例
出典：「Boom Research」HP

4

ロードマップと指標

4-1 ロードマップ

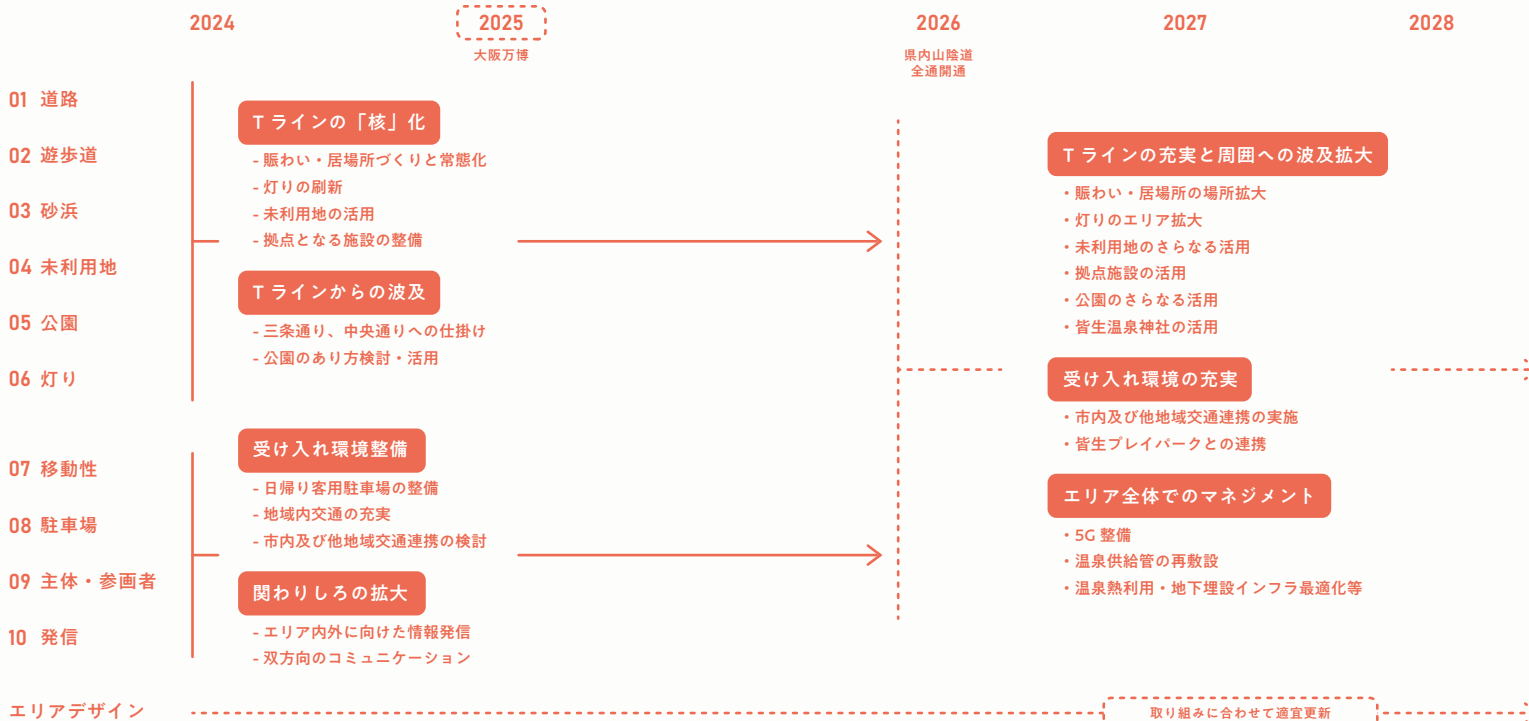
4-2 目安とする指標

4-1

ロードマップ

これからの目標

2025 年度を当面の目標として、T ラインの「核」化や T ラインからの波及、受け入れ環境の整備、関わりしろの拡大など、エリア全体でのマネジメントを進めていきます。



4-2

目安とする指標

6項目の評価ポイント

皆生に住む人、訪れた人、関わる人が、肉体的にも精神的にも社会的にも満たされた「WELL-BEING」な状態になることを目指し、以下に示す6つの項目でエリア内での様々な取り組みを総合的にモニタリングします。

	具体的なまちの状態	評価の視点	評価の項目	測定方法	
ウェルビーイングなまち	1 地域住民	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉を自慢できる 日常の豊かさを感じているか 	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉での取り組みを認知しているか、参加しているか 日常の豊かさを感じているか 	<ul style="list-style-type: none"> - エリアでの取組の認知・参加経験 - 皆生温泉のイメージ - 生活満足度 - 幸福実感度 - エリアへの愛着 - 取組への参画意欲 	<ul style="list-style-type: none"> - アンケート - アンケート
	2 エリア内の事業者・従業者	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉で働きたい、働いて良かったと思う 	<ul style="list-style-type: none"> エリア内で働く人が皆生で働くことの意義や誇りを感じているか 	<ul style="list-style-type: none"> - 就業満足度 	<ul style="list-style-type: none"> - アンケート
	3 観光客	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉に行きたい、また来たいと思う 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊者が拡大しているか 	<ul style="list-style-type: none"> - 宿泊者数 	<ul style="list-style-type: none"> - 入湯客数
	4 メディア	<ul style="list-style-type: none"> 常に新たなコトが起こり注目される 	<ul style="list-style-type: none"> 望み形で認知されているか 	<ul style="list-style-type: none"> - 報道・記事での掲載 	<ul style="list-style-type: none"> - メディア掲載回数 - 広告換算値
	5 投資	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉に期待が持てる 	<ul style="list-style-type: none"> チャレンジが生まれているか チャレンジが生まれるための環境整備が行われているか 	<ul style="list-style-type: none"> - 公共・民間投資 	<ul style="list-style-type: none"> - 公共投資規模 - 新規出店数
	6 総合	<ul style="list-style-type: none"> 皆生温泉の価値が届く 	<ul style="list-style-type: none"> 様々な取り組みを総合して温泉地として評価されているか 	<ul style="list-style-type: none"> - 人気温泉地ランキング 	<ul style="list-style-type: none"> - にっぽんの温泉100選 (観光経済新聞社)

5

かいけのデータ

5-1 皆生エリアの人口構成

5-2 皆生温泉の宿泊客数

5-3 米子市における宿泊・飲食サービス業

5-4 皆生温泉の人気

皆生エリアの人口は2024年3月31日時点で3,885人（皆生温泉1-4丁目、上福原5-7丁目）です。

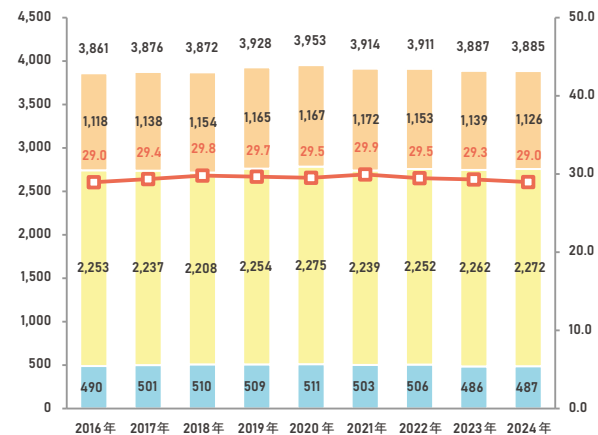
0歳-14歳の年少人口は487人、15歳-64歳の生産年齢人口は2,272人、65歳以上の高齢者は1,126人です。

総人口はほぼ横ばいで推移していますが、高齢化率は市全体よりも高くなっています。

人口を算出したエリアについて

- ・このページでは、住民基本台帳により人口を算出している。
- ・本エリアデザインでは「皆生温泉1区-3区、福生西5-6区」の自治会を対象エリアと設定しているが、住民基本台帳の集計は町名区分であり、対象エリアと完全には一致しない。
- ・自治会区分に近づけるよう本ページでは「皆生温泉1-4丁目」「上福原5-7丁目」の人口を用いている。

年少人口（0-14歳） 生産年齢人口（15-64歳）
 老年人口（65歳以上） 高齢化率

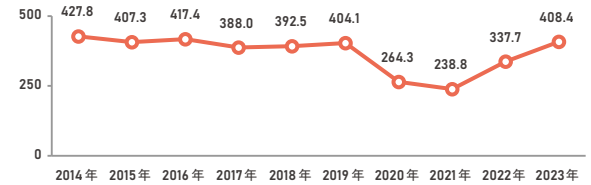


皆生エリアの人口推移（人口：人／高齢化率：%）

出典：住民基本台帳

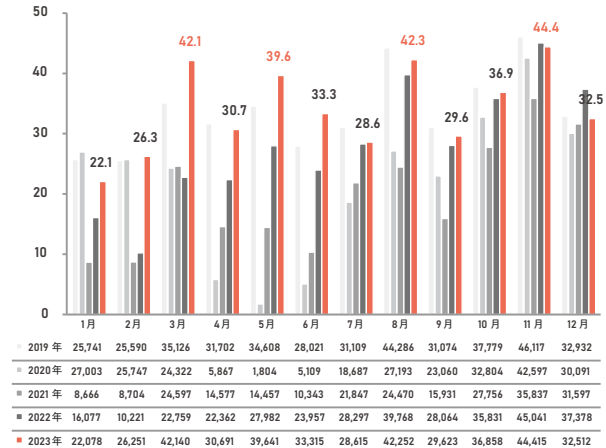
新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020年から宿泊者数は落ち込みましたが、2023年には408,391人まで回復しています。

月別の宿泊者数をみると、長期連休や祝日の多い3月、5月、8月、11月の宿泊者数が突出しており、年間を通じた宿泊者数の確保が期待されます。



皆生温泉の年間入湯客数の推移 (千人)

出典：観光入込動態調査 (鳥取県)



皆生温泉の月別入湯客数の推移 (千人)

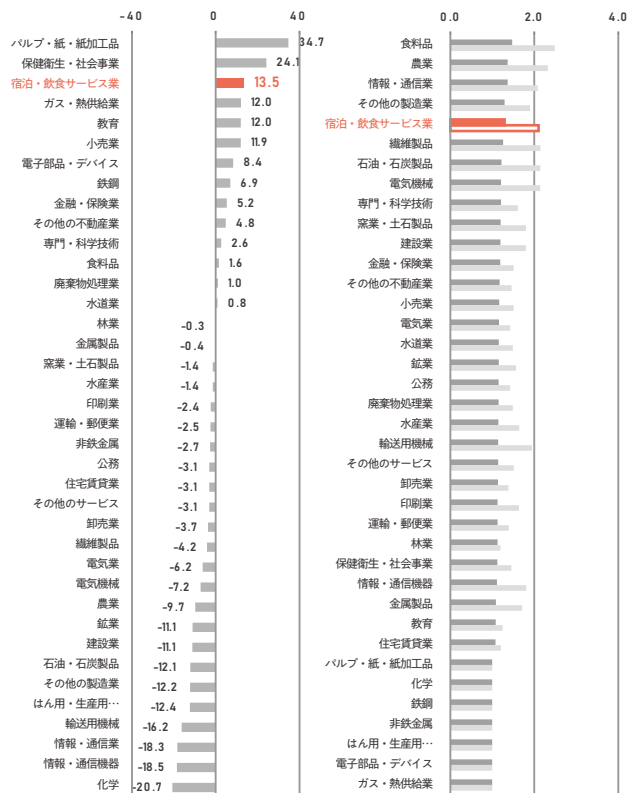
出典：観光入込動態調査 (鳥取県)

宿泊者数について

- 入湯税課税対象者が「12歳以上の宿泊者」であることから、本エリアデザインにおいては「入湯客数=宿泊者数」としてカウントしている。

市内の各産業を「稼ぐ力」の指標である産業別純移輸出額から見ると、「宿泊・飲食サービス業」は全産業のなかで第3位（135億円）となっており、域外から所得を稼ぐ産業であることが分かります。

また、米子市において宿泊・飲食サービス業は域内への生産誘発効果が高く、域内への波及効果が高い産業です。その生産額は377億円であり、当産業との主な関係産業は、卸売業484億円、食料品業492億円となっています。



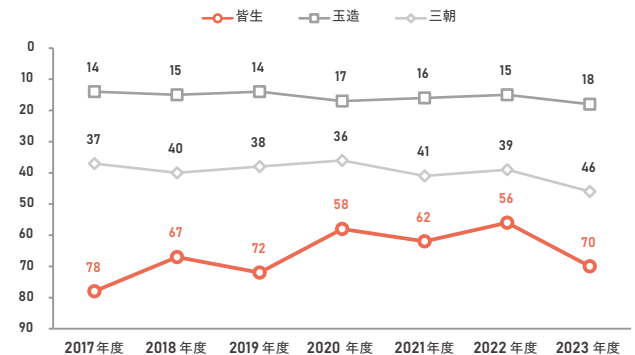
【左】産業別純移輸出額（十億円）／【右】生産波及効果（百万円）

出典：地域経済循環分析ツール 2015（環境省）

観光経済新聞社が主催する日本の温泉地ランキング「にっぽんの温泉 100 選」によると、2023 年度の皆生温泉は全国で第 70 位でした。

にっぽんの温泉 100 選について

・観光経済新聞社の主催のもと、JTB や HIS、日本旅行などの旅行代理店や運輸機関、観光関連機関などに投票用ハガキを配布し、「雰囲気」「見所・体験の充実」「泉質」「郷土の食文化」の理由付けとともに最大 5 カ所の推薦を募り、それをもとに日本旅館協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本温泉協会、日本旅行業協会、全国旅行業協会、日本観光振興協会、日本政府観光局、日本交通公社で構成される審査委員会が認定する、日本の温泉地のランキング。



にっぽんの温泉 100 選におけるランキング推移
出典：観光経済新聞社

かいけエリアデザイン ver.2.0

発行日 | 2024年10月

発行 | 皆生温泉エリア経営実行委員会

皆生温泉エリア経営実行委員会

伊坂明 (株式会社皆生グランドホテル)

坂内和孝 (皆生温泉観光株式会社)

港英明 (有限会社皆生シーサイドホテル)

岩崎康朗 (米子市議会議員)

河津幸雄 (皆生温泉旅館組合)

高多篤志 (米子信用金庫)

田中圭介 (商工組合中央金庫)

吉田輝子 (キミトデザインスタジオ)

上保裕典 (株式会社中海テレビ放送 Chukai トライセクター・ラボ)

永井高幸 (かいけラボ共同事業体)

石倉准次郎 (米子市観光協会)

アドバイザー

山下裕子 (まちなか広場研究所)

吉谷崇 (株式会社設計領域)

又吉重太 (おお企画室)

事務局

石田晃 (米子市経済部文化観光局)

田仲祐 (米子市経済部文化観光局観光課)

宮前美樹 (米子市経済部文化観光局観光課)

諏訪創 (米子市経済部文化観光局観光課)

黒見亮太 (米子市経済部文化観光局観光課)