

第3章 地域への持続的な再投資を生むソフト事業計画

食や湯、音楽などの癒やしを通して
様々な世代が交流するコミュニティ

3-1 地域資源を活用した独自コンテンツの構築

3-1-1 気ままな散策やそぞろ歩きができるコンパクトな温泉街の実体化

(1) 川棚温泉エリア景観デザインガイドライン（仮称）策定事業 **ソフト**

- ① 川棚温泉エリアの景観デザインに必要な現状の調査・整理・分析、課題の整理、基本方針の設定、対象となるエリア又はゾーン（エリアを必要に応じて細分化した区域をいう）の設定、エリア又はゾーンごとのルールづくり、将来予想図の描出等
- ② ワークショップ、アンケート及び社会実験の実施
- ③ 策定委員会及び地元説明会の運営

目的・効果

- ▶ 景観の改善
- ▶ 散策・そぞろ歩きの促進

➡ 景観デザインガイドラインを作成する。

【マイナス要因の除去】

- ・ 駐車場等の景観対策
- ・ サイン計画の策定、案内サインや誘導サインの整備
- ・ 空き地・空き家・空き店舗の活用

【自然景観の保持】

- ・ 緑地の保全及び再生

【魅力の創出】

- ・ ライトアップや幟などによるまちなかの統一感の創出
- ・ 建物や観光施設の再整備

(2) 川棚温泉エリア空き地・空き家・空き店舗調査整理事業 **ソフト**

- ① 物件の所在、地積又は床面積、構造、所有者又は管理者、写真、利用する場合の条件、インフラの敷設状況等の調査・整理
- ② 地元説明会の運営
- ③ 個別の所有者及び管理者（不動産業を営む者を含む）に対する物件情報の調査・整理・公開への協力依頼、ヒアリング等（協力は任意）

目的・効果

- ▶ 景観の改善
- ▶ 新規出店の促進

➡ 景観デザインガイドラインと連携させる。

(3) 川棚温泉街まちなか景観向上事業（幟等） **ソフト**

- ① 統一感のある幟、床机（赤い布を被せた長椅子）、野点傘、提灯等（取付器具等を含む）の共同購入費の補助
- ② 川棚温泉街の民地の緑化をソフト事業として行う植栽費の補助

目的・効果

- ▶ 景観の改善（低コスト型）
- ▶ 散策・そぞろ歩きの促進

➡ 意匠性の高い「川棚温泉街らしさ」のあるデザイン
第4章にて詳細提案

➡ 民地の緑化、桜など樹種を指定することにより、まちなか自然景観の整備に繋げる。

(4) 川棚温泉エリア地域資源活用型イベント開催事業 **ソフト**

- ① 単発で終わらず、川棚温泉街の日常風景になるようなイベントの開催費の補助
 - 下関市川棚温泉交流センター、リフレッシュパーク豊浦における音楽イベント・音楽教室（年数回）
 - キッチンカーを集めた豊浦・川棚らしいB級グルメと温泉を楽しむ青空キッチンフェスタ（年1回）
 - 歴史、スイーツ等をテーマに地域資源を巡るオルレ（片道約10kmのトレッキング）（年1回）
 - 満月の夜にフード・ドリンク・音楽を楽しむ満月バー（年数回）
 - 妙青寺等史跡を舞台に毛利侯とその御殿湯街道に思いを馳せる茶事（年1回）

目的・効果

- ▶ 地域食・伝統食・新商品のPR
- ▶ 温泉の活用、健康の増進（心身のリフレッシュ）
- ▶ 散策・そぞろ歩きの促進
- ▶ 音楽によるまちづくり
- ▶ 稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資）

➡ 「川棚らしさ」をより全面に出すため、「音楽×食」といったテーマ性を持たせ、他の地域にはない独自のコンセプトでイベントを開催することが効果的。

➡ イベントの開催場所の整備が必要で、とんがりぼうし豊浦等既存の施設を利活用することが効果的。

(5) 川棚温泉街シェア店舗等活用型テストマーケティング促進事業 **ソフト**

- ① 川棚温泉街のシェア店舗、レンタルスペース、空き家、上記キッチンカーのいずれかを活用して出店を試みるお試し的な新規出店者に対する経費の補助
 - これらの賃借料（共益費、敷金、不動産仲介料、手数料、礼金等を除く）に要する経費
 - 宣伝広告費

目的・効果

- ▶ 散策・そぞろ歩きの促進
- ▶ 新規出店の促進
- ▶ 定住の促進

➡ 近年コロナ禍の影響もあり、チャレンジショップやシェアキッチン、トライアルサウンディングなど全国で様々な取組が増えている。まずは、ベースの持続可能な仕組みを作る必要がある。

3-1-2 地域資源・文化・伝統を活用した商品の開発及びPRツールの制作

(1) 豊浦地域資源活用型新商品開発・付加価値向上事業 **ソフト**

- ① 地域の産品を使った新商品の考案、原材料仕入先の選定、販路の確保、コストの試算、実証等
 - 瓦そばソフト、アジカツバーガー等食べ歩きが楽しくなるテイクアウトフード
 - 川棚温泉発祥の象徴である青龍を祀る松尾神社が、醸造安全の神様を祀る松尾大社（京都）の分祀であることにちなんだ、日本酒、味噌（豊浦みその復活）、醤油、酢等醸造食品
 - 温泉持帰り用ボトル等オリジナルグッズ

目的・効果

- ▶産業の振興
- ▶地域食・伝統食・新商品のPR
- ▶稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資）

(2) 豊浦地域「温泉のトリセツ」制作事業 **ソフト**

- ① 産学連携による温泉水の泉質・成分、飲用の可否に関する調査・分析に要する経費の補助
- ② 対症療法・予防医学の両面から見た、泉質・成分に合う効果的な入浴方法・飲用方法の整理に要する経費の補助

目的・効果

- ▶温泉の活用、健康の増進（心身のリフレッシュ）

(3) 豊浦地域回遊性向上マップ制作事業 **ソフト**

- ① テーマやシーズンに合わせた観光スポット・回遊ルートの考案、所要時間・注意箇所の調査、マップの編集・デザイン・校正・印刷
 - 周辺：とんがりぼうし豊浦、下関市川棚温泉交流センター、妙青寺、国清山自然公園、松尾神社、八ヶ尻池
 - 南下：リフレッシュパーク豊浦、観光みかん園、黒井観光釣堀、鍔絵の家々、室津海水浴場、安養寺の大仏
 - 北上山側：舟郡ダム（青龍湖）、三恵寺、川棚のクスの森、岩谷十三仏、小野小町の墓、虚無僧墓、大河内温泉
 - 北上海側：中ノ浜遺跡、旧夢ヶ丘公園、鳴き砂ビーチうしろはま、西長門ブルーライン、福德稻荷神社

目的・効果

- ▶散策・そぞろ歩きの促進
- ▶回遊性の向上、回遊アクティビティの促進

(4) 川棚温泉エリア魅力発信映像制作事業 **ソフト**

- ① 青龍伝説、怡雲和尚にまつわる伝承、毛利侯、山頭火、コルトー、川棚のクスの森（大内義隆公と雲雀毛の名馬（霊馬神）にまつわる伝承、再生に向けた取組）を特集した番組（45～60分）の制作
- ② 地上波放映後、上映権を市に帰属
 - 映像制作業務の受託者が長期にわたって③を無償で実施する場合は、市への帰属が不要な場合も
- ③ YouTube、ニコニコ動画、TVer等インターネットの動画サイトで配信

目的・効果

- ▶地域食・伝統食・新商品のPR
- ▶温泉の活用、健康の増進（心身のリフレッシュ）
- ▶散策・そぞろ歩きの促進
- ▶シビックプライドの醸成、生涯活躍のまちづくり
- ▶稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資）
- ▶施設の利用率・収益性の向上

3-2 デジタル技術を活用した独自コンテンツのPR・マーケティング・ブランディング

(1) 豊浦地域観光・暮らし情報等発信ポータルサイト制作事業 ソフト

- ① 各種情報の積極的な収集・発信を行うポータルサイトの制作（初度開設）
- ② CMS（コンテンツマネジメントシステム）の構築・導入
- ③ 新規出店者や移住者に対するマッチング・コーディネートを行うプラットフォームの構築・導入
 - STEP 1：交流人口の拡大
 - ・観光スポット情報、イベント情報、店舗情報
 - ・リンク → [観光したい]、[イベントに行きたい]、[食べ歩きしたい] 等
 - STEP 2：関係人口の拡大
 - ・空き地・空き家・空き店舗情報（地域団体、不動産事業者等との連携を含む）
 - ・リンク → [出店したい]、[事業所を移転したい] 等
 - STEP 3：定住人口の拡大
 - ・風土、公共交通、買い物、福祉、医療、教育、求人等住み良さに関する情報
 - ・リンク → [どんなまちか知りたい]、[移住したい] 等

※官民連携・政策間連携による地域課題・行政課題（少子高齢化問題等）の解決を目指す

- | | | |
|-------|-------------------------|---------------------------|
| 目的・効果 | ▶産業の振興 | ▶新規出店の促進 |
| | ▶地域食・伝統食・新商品のPR | ▶定住の促進 |
| | ▶温泉の活用、健康の増進（心身のリフレッシュ） | ▶シビックプライドの醸成、生涯活躍のまちづくり |
| | ▶散策・そぞろ歩きの促進 | ▶稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資） |
| | ▶回遊性の向上、回遊アクティビティの促進 | ▶施設の利用率・収益性の向上 |
| | ▶人材の育成・確保 | |

(2) 豊浦地域ブランドオンラインショップ開設事業 ソフト

- ① 「豊浦地域資源活用型新商品開発・付加価値向上事業」による新商品等地域の産品を販売するプラットフォーム及び体制の構築（デジタルマーケティング・デジタルブランディング）に要する経費の補助
 - オンラインショップウェブサイト（バーチャル道の駅）の制作費（初度開設費）
 - 地元説明会の開催費、産品の募集費
 - 設備、機器、器具等の購入費、賃借料（リース料、レンタル料）
 - 旅費、宣伝広告費、通信運搬費

- | | |
|-------|---------------------------|
| 目的・効果 | ▶産業の振興 |
| | ▶シビックプライドの醸成、生涯活躍のまちづくり |
| | ▶稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資） |

(3) 豊浦地域「癒やしの人」育成事業 ソフト

- ① 接遇に関する知識・技術を教示する講習会の開催
 - ② 地域活性化に関する知識・技術を教示する講習会の開催
 - ③ 情報の収集・発信に関する知識・技術を教示する講習会の開催
 - ④ 地域資源に関する知識・技術を教示する講習会の開催
 - ⑤ 豊浦地域観光・暮らし情報等発信ポータルサイトを支える人材の育成・確保
- ※講習は、いずれも午前・午後各1回

- | | | |
|-------|----------------------|-------------------------|
| 目的・効果 | ▶地域食・伝統食・新商品のPR | ▶人材の育成・確保 |
| | ▶散策・そぞろ歩きの促進 | ▶シビックプライドの醸成、生涯活躍のまちづくり |
| | ▶回遊性の向上、回遊アクティビティの促進 | |

(4) 下関市川棚温泉交流センターPR・活用事業 ソフト

- ① 下関市川棚温泉交流センター開館15周年記念事業の実施
- ② 下関市川棚温泉交流センターが著名な建築家・隈研吾氏による設計であることを広くPRする展示会の開催（隈研吾氏のパネル展等）
- ③ 通常は体感できない豊浦地域の魅力を下関市川棚温泉交流センターでPRするVR映像の制作及びVR体感コーナーの設置等（リフレッシュパーク豊浦、舟郡ダム（青龍湖）、響灘・厚島展望公園等の空撮等）

- | | |
|-------|---------------------------|
| 目的・効果 | ▶散策・そぞろ歩きの促進 |
| | ▶回遊性の向上、回遊アクティビティの促進 |
| | ▶シビックプライドの醸成、生涯活躍のまちづくり |
| | ▶稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、地域への再投資） |
| | ▶施設の利用率・収益性の向上 |



大分県竹田市隈研吾展 2021年

