

菊池温泉街リブランディング基本構想

令和6年（2024年）3月

熊本県菊池市

目次

I 基本的な考え方	1
1. 基本構想策定の趣旨と目的	1
2. 基本構想の概要	1
(1) 基本構想の構成	1
(2) 基本構想の位置づけ	1
(3) 取組期間	2
(4) 該当エリア	2
II 現状と課題	3
1. 本市の観光を取り巻く社会情勢や環境の変化	3
(1) 世界的な旅行ニーズの変化	3
(2) 宿泊施設に対するニーズの変化	3
(3) インバウンド需要の回復	4
2. 菊池温泉街における現状と課題	5
(1) 旅館・ホテルの現状	5
(2) 経営者の高齢化	6
(3) 課題の整理	6
III 菊池温泉街のビジョン	9
1. 目指す将来像	9
(1) 目指す将来像	9
(2) 菊池温泉街エリアのイメージ図	11
(3) 定量的評価指標	12
2. ターゲット像	12
3. 取組の方針	13
(1) 旅館・ホテルの経営基盤強化	13
(2) 食を通じた温泉街魅力化	13
(3) 景観まちづくりの推進	13
IV 推進体制	17
1. 役割分担	17
2. PDCAに沿った進行管理	18

I 基本的な考え方

1. 基本構想策定の趣旨と目的

本市が抱える人口減少や少子高齢化に伴う経済規模の縮小等の問題に対処し、地域社会の持続可能性を高めるためにも、関連する分野が多岐にわたる観光産業は、地域経済を支える柱として期待されています。

特に、来訪者にとって観光地における拠点となる旅館・ホテルは、旅行消費全体の中でも大きな割合を占めており、一人当たり宿泊旅行単価は日帰り旅行単価と比べ約3倍となるなど、地域全体への経済波及効果を有しています。

菊池温泉は昭和29年（1954年）10月に湧出し、別名「美肌の湯」、「化粧の湯」と呼ばれるほど肌触りがよく、平成23年（2011年）に温泉療法医がすすめる療養・保養に優れた温泉地として日本名湯百選に認定されました。菊池温泉街は、その泉質の良さを体験できる拠点として旅館・ホテルの宿泊施設が建ち並び、周辺部には飲食店等のサービス産業が集積し、夜間を中心に地元はもちろん、来訪者からも親しまれる温泉街を形成してきました。

しかしながら、近年の菊池温泉街の旅館・ホテルにおいては、個人旅行中心の旅行ニーズの変化等への対応の遅れにより宿泊者数は減少傾向にあり、さらには、人材不足、施設の老朽化、後継者不在の状況にあり、菊池温泉街そのものの存続が危ぶまれています。

そこで、旅館等が抱える構造的課題等の解決による菊池温泉街の再生及び魅力向上を図るため、市民、観光関連事業者、観光関連団体及び行政が目指す将来像を共有し、地域一体となって菊池温泉街の活性化に向けて取り組めるよう、菊池温泉街の目指す方向性を示すものとして、「菊池温泉街リブランディング基本構想」（以下「基本構想」という。）を策定するものです。

2. 基本構想の概要

（1）基本構想の構成

基本構想は、本市観光を取り巻く社会情勢や環境の変化、菊池温泉街における現状と課題等を踏まえ、菊池温泉街の目指す将来像、ターゲット、取組方針及び推進体制で構成します。

（2）基本構想の位置づけ

基本構想は、本市観光振興の方向性を示す菊池市観光振興ビジョン（令和4年3月策定）を基調とし、菊池温泉街における施策を重点的に推進するものとして策定します。基本構想は意欲的な取り組みを促すための将来像の共有であり、幅広い関係者による取り組みを継続するための指針として策定していくことが必要です。策定後は、具体的な取組の中で検証、精査し、必要に応じ見直しを加えながら、将来像の実現に向けて取り組んでいくものとして位置づけます。

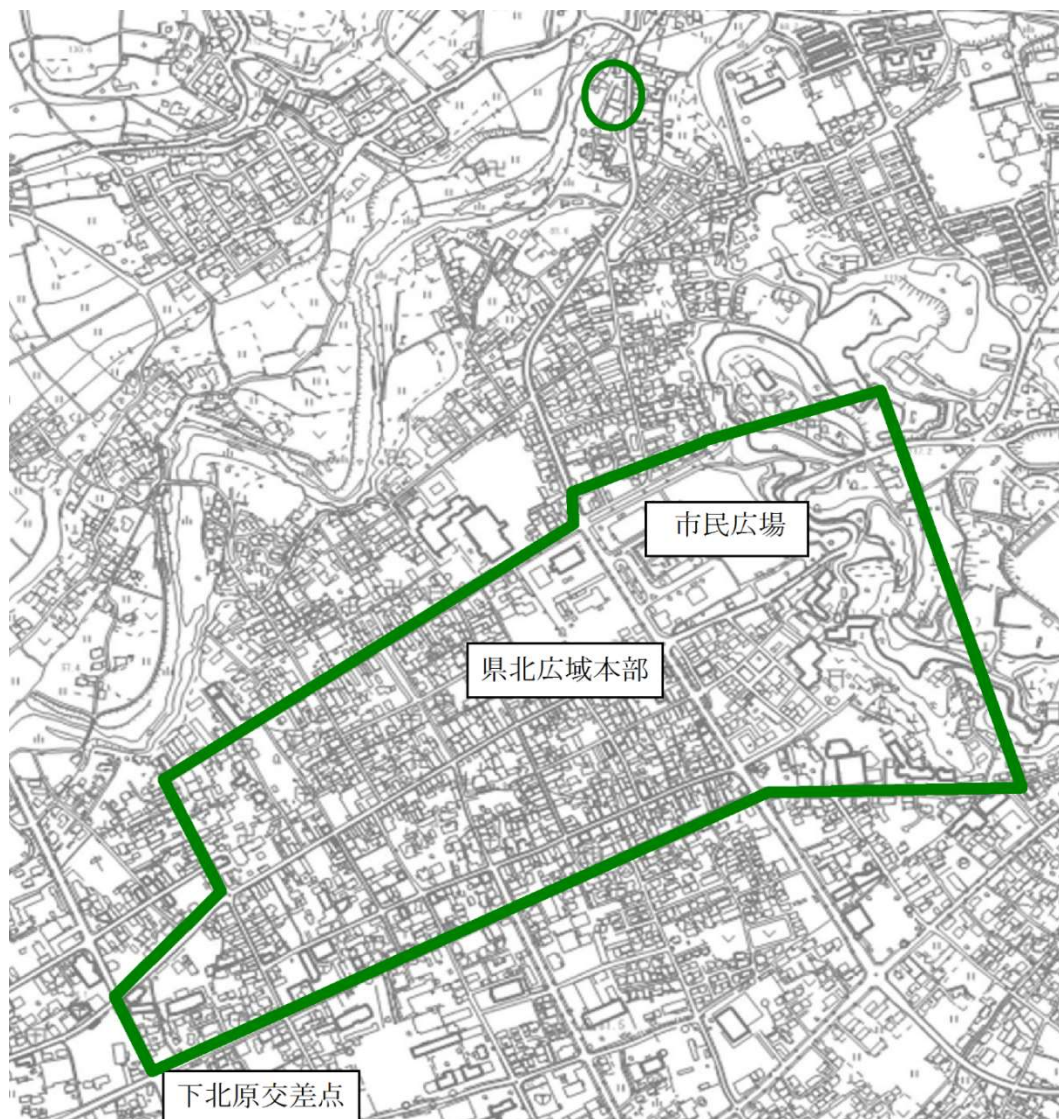
(3) 取組期間

取組期間は令和6年(2024年)から令和15年(2033年)までの10年間とします。

(4) 該当エリア

菊池市内において、特に旅館・ホテル・飲食店が集積している区域を基本構想の取り組みを推進するエリアとします。

図1 菊池温泉街リブランディング事業対象エリア



Ⅱ 現状と課題

1. 本市の観光を取り巻く社会情勢や環境の変化

(1) 世界的な旅行ニーズの変化

コロナ禍を経て観光を取り巻く状況は大きく変化し、自然・文化の本質的な価値を体験するアドベンチャーツーリズム¹や、心身の健康を目的とするウェルネスツーリズム²が世界的な潮流となりつつあります。

また、「持続可能性」への関心が高まっており、訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光（サステナブル・ツーリズム）に対する需要が高まりをみせています。

サステナブル・ツーリズムに関する調査結果によると、「数年内にサステナブルな宿泊施設に最低でも一度は泊まる」と答えた人は、2016 年が 62%だったのに対し、2021 年調査では 81%と増加傾向にあり、世界の旅行者にとって重要な旅の選択肢の一つとなっていることが分かります。

(2) 宿泊施設に対するニーズの変化

日本の旅館数は減少の一途を辿っており、平成 11 年度（1999 年度）の 66,766 件から、平成 29 年度（2017 年度）には 42%減の 38,622 件まで減少しています。

一方、ホテル数は増加しており、平成 11 年度（1999 年度）には 8,110 件、平成 29 年度（2017 年度）には 28%増の 10,402 件にまで増加し、客室数でも平成 21 年度（2009 年度）には初めてホテルと旅館の客室数が逆転しています。

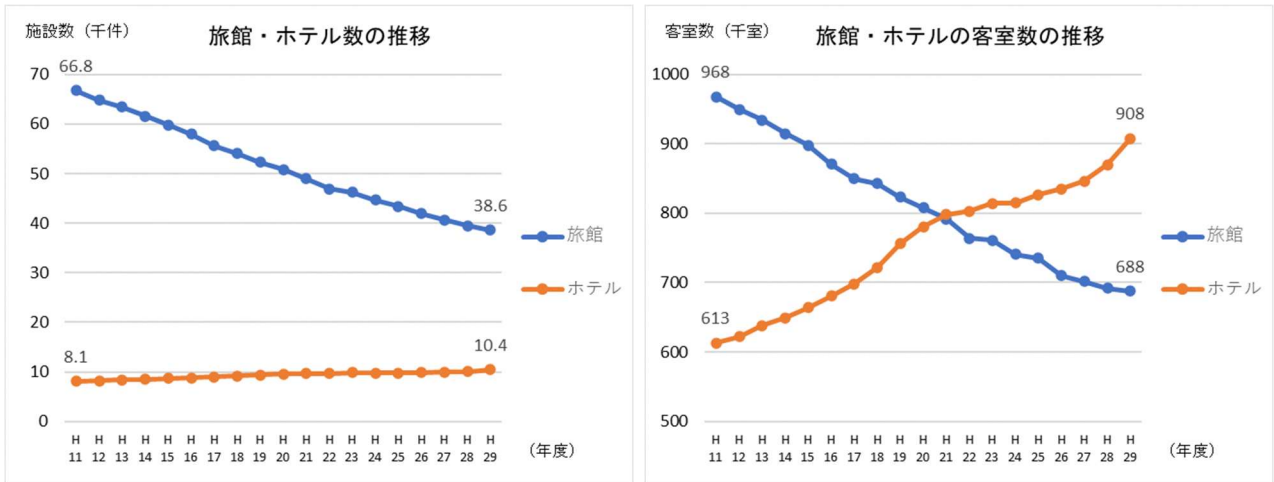
また、日本国内の延べ宿泊者数を宿泊施設のタイプ別に見ると、日本らしい伝統的な旅館型宿泊施設の占める割合が減少している一方で、客室数が多く利便性の高いホテル型宿泊施設が占める割合は増加しており、客室稼働率も同様の傾向にあります。

さらに、団体客中心で歓楽的要素を売りにしてきた温泉地は廃業率が高い傾向にあり、団体型から個人型へ旅行ニーズが大きく変化しています。

¹ アクティビティ、自然、文化体験の 3 要素のうち、2 つ以上で構成される旅行

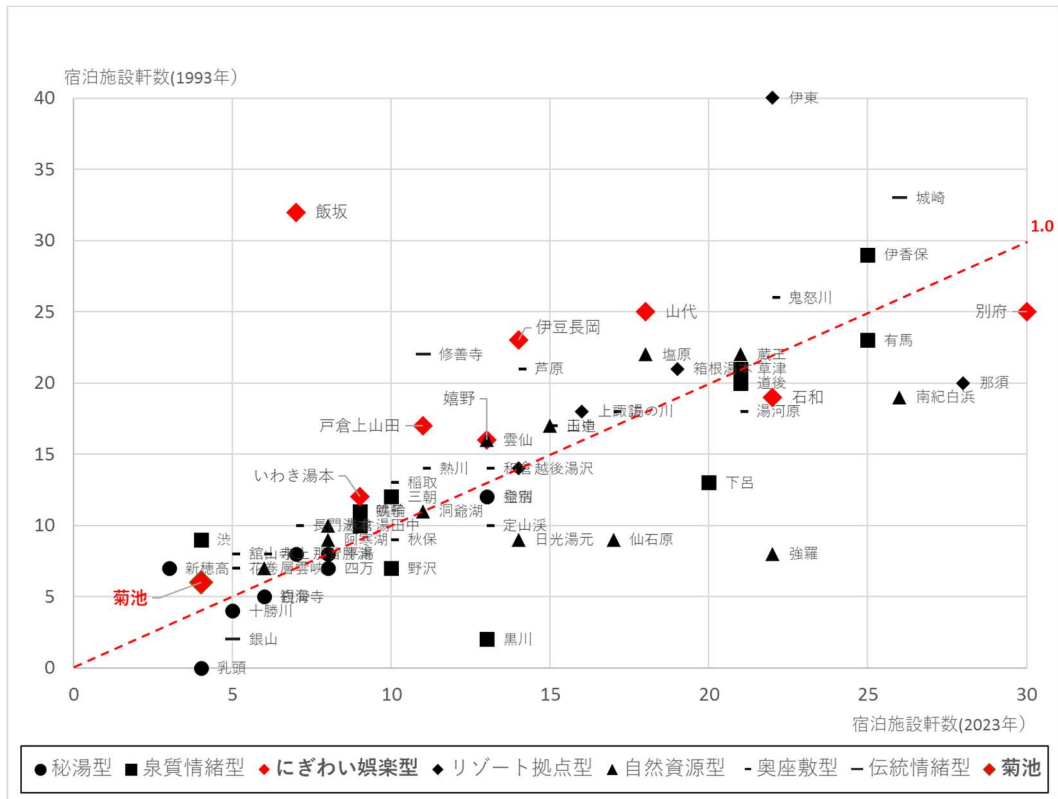
² 旅先でのスパ、ヨガ、瞑想、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流などを通して、心と体の健康に気づく旅、地域の資源に触れ、新しい発見と自己開発ができる旅、原点回帰し、リフレッシュし、明日への活力を得る旅

図2 日本の旅館・ホテルの施設数及び客室数の推移



出典：厚生労働省「衛生行政報告例」

図3 全国の歓楽街・娯楽型の温泉地における著しい衰退傾向



出典：日本経済新聞・日経産業消費研究所「全国主要温泉地の魅力度調査（2003）」

(3) インバウンド需要の回復

令和4年（2022年）10月の水際措置の大幅緩和後、訪日外国人旅行者数は回復傾向にあり、令和5年（2023年）10月には令和元年（2019年）同月比100.8%の2,516,500

人となり、新型コロナウイルス感染拡大後、初めて令和元年（2019年）同月比を超えました。

また、阿蘇くまもと空港では令和5年に入り5社3路線の国際線が就航または再開し、さらに令和6年（2024年）に台湾の世界的半導体メーカーTSMCの熊本工場が稼働予定となっており、国内に滞在している台湾人の知人や親族に会うことを目的とする旅行者等、訪日外国人の増加が期待されます。

2. 菊池温泉街における現状と課題

(1) 旅館・ホテルの現状

令和5年（2023年）11月末日現在、菊池温泉街で営業を行っている旅館・ホテル数は11件（旅館7件、ホテル4件）あります。

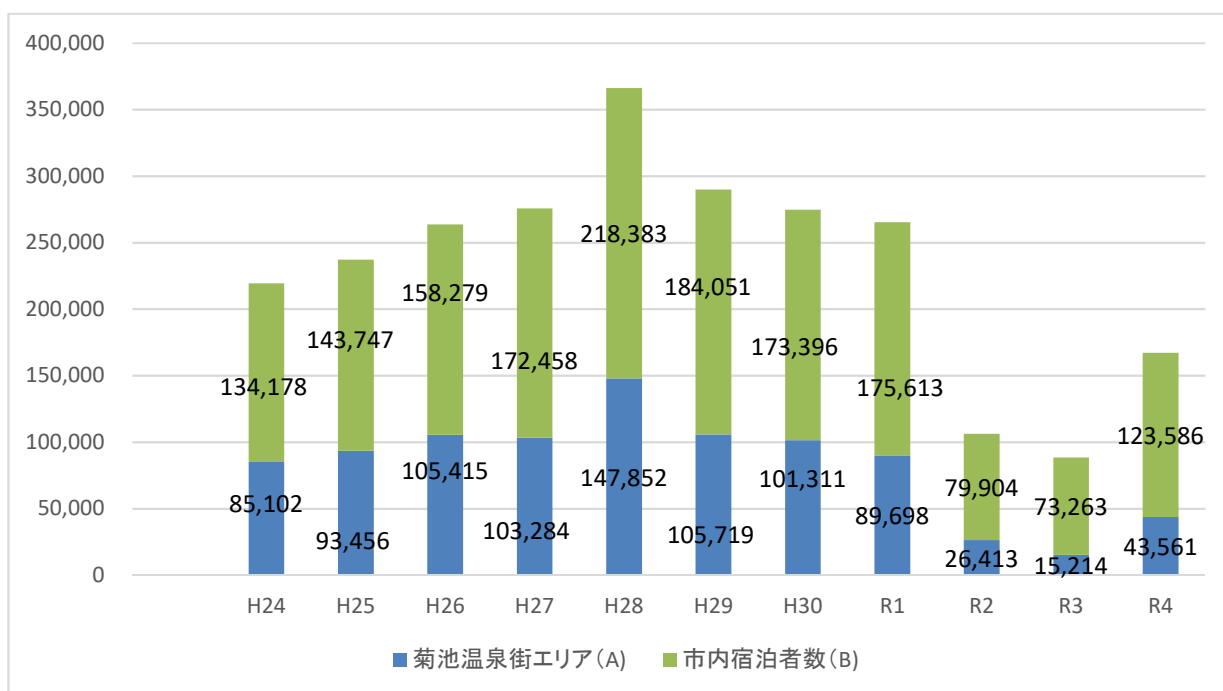
昭和40年（1965年）には菊池温泉街にある25件の旅館・ホテルで構成される菊池温泉観光旅館協同組合（以下、「旅館組合」という。）が設立し、団体旅行を中心とした宴会型の温泉街として賑わっていました。

また、湯量と泉質に恵まれた菊池温泉は、別名「美肌の湯」、「化粧の湯」と呼ばれ、これまで日本名湯百選の認定や温泉総選挙の1部門で入賞するなど、全国的な評価を受けてきました。

しかしながら、旅行ニーズの急激な変化に伴い団体旅行から個人やグループ旅行にシフトすると宿泊者数は大幅に減少し、旅館組合の加盟件数も平成6年（1994年）には17件、令和5年（2023年）には8件まで減少しました。

直近10年間における菊池温泉街の宿泊者数は、平成28年（2016年）をピークに減少し、市内宿泊者数に占める菊池温泉街の宿泊者数の割合も約3割と減少しています。

図4 直近10年間の菊池市宿泊者数に対する菊池温泉街宿泊者数が占める割合の推移



(2) 経営者の高齢化

前述した11件の旅館・ホテルのうち6件は小規模旅館に該当し、経営者の平均年齢は65歳で、いずれも後継者の目途は立っていません。(株)JTBの試算によると、この菊池温泉は10年後には消滅する可能性があるとして指摘されています。

(3) 課題の整理

菊池温泉街における課題について、宿泊施設への個別ヒアリング及び観光関連事業者等と行ったワークショップで議論した内容を踏まえ、次のような課題が挙げられます。

①本質的な課題認識及び背景要因

(ア) 本質的な課題認識

これまで菊池温泉街においては、滞在時間の延伸や観光消費額の増加を目指した様々な取り組みがなされてきましたが、観光入込客数や宿泊者数の増加といった効果が表れているとは言い難く、10年後の菊池温泉街の存続が危ぶまれています。

個々の企業努力やイベント等による活性化策は積み重ねられてきましたが、「人材不足や経営者の高齢化等の大きな問題に対する危機意識の低さによる課題解決の先送り」、「目指す将来像と戦略性を持って対策を講じていく菊池温泉街全体の意欲の不足」が菊池温泉街の低迷を招いた本質的な課題であると、関係者全員で共有することが出発点として重要です。

(イ) 背景要因

こうした課題解決の先送りや意欲の低下を引き起こした要因は、観光の中核を担う旅館・ホテルが旅行ニーズへの対応の遅れを起因とする負のサイクルに陥り、さらに人材不足や後継者不在の要因も重なり、各旅館・ホテルの経営努力による抜本的な立て直しを図れないことや、観光産業の需要が新型コロナウイルス感染拡大等の外的要因に左右されやすいが故に陥りやすい行政依存体質、連携すべき旅館・ホテル、飲食店等の事業者間の連携意識の低下が考えられます。

さらに、行政や経済団体においても、目指す将来像を関係者に提示して議論を喚起すべき役割を十分に果たせていなかったことも要因の一つです。

これらの背景要因を踏まえ、地域一体となって見直しを進めなければなりません。

②取り組むべき課題

(ア) ブランドイメージの確立・向上

菊池温泉は日本名湯百選に認定されるなど全国的に評価されていますが、老朽化した建物や派手な広告物からは、かつて団体旅行中心の宴会型の温泉地として賑わっていた雰囲気が残っており、「人通りがなくて寂しい」「暗い」「女性が一人で歩けない」など菊池温泉街に対するネガティブなイメージの意見が多くありました。

ターゲットを絞り込み、菊池温泉街のブランドイメージを統一するとともに、菊池温泉街の絵となるような風景を市内外に発信することで認知度を高めていくことが重要です。

(イ) 景観まちづくりの推進

老朽化した旅館・ホテルや飲食店等の空き店舗が目立ち、建物の規模・形態もさまざままで統一的な雰囲気欠けている状況にあります。

良好な景観、快適な環境を創出することは、菊池温泉街のブランドイメージをつくる上で重要な要素となります。

菊池温泉街という貴重な財産を次世代に引き継ぎ、来訪者が歩きたくなる景観づくりを推進するため、旅館・ホテル、飲食店等の外観の改善を推進し、空間の魅力や来訪者を魅了する要素を配置するなど、温泉街の情緒が感じられる景観まちづくりに取り組むことが重要です。

(ウ) 旅館・ホテル、飲食店の魅力化

旅館・ホテル、飲食店等は、来訪者が良質な泉質を誇る菊池温泉、食の魅力、歴史文化を体験できる拠点としての役割をもっていますが、旅行ニーズにあった施設設備等の見直し、低収益な事業体質の改善、温泉街における飲食店の不足、「菊池といえば〇〇」といった食の魅力発信等が図られていない状況です。

特に小規模旅館においては、経営者の高齢化、後継者の不在、人材不足といった問題を抱えており、人材不足解消に向けた経営の効率化や事業承継等の経営基盤を強化することが喫緊の課題となっています。

旅行ニーズの変化や今後さらに増加することが期待されるインバウンドの受入れにも対応できるよう、旅館・ホテルの経営効率化、旅館・ホテルの事業承継、ターゲットにあった施設改修、創業支援、統一したご当地グルメの開発等、受入体制の整備に取り組むことが重要です。

(エ) 交通アクセスの改善

本市には鉄道がなく、自家用車やバス等によって人の動きを支えています。

阿蘇くまもと空港、熊本駅などの交通拠点から菊池温泉街の区間は、少ない路線本数や長い乗車時間等で本市への来訪を諦めてしまう来訪者もいます。

一方、交通アクセスの改善は観光の側面だけではなく、地域交通の側面も持っており、両側面から見た最適な交通政策を検討していかなければなりません。

まずは菊池温泉街の魅力を高めることで、交通手段をもつ来訪者の更なる誘客と、需要の高まりによる民間交通事業者からの積極的投資を促進することで、中長期的な視点にたった交通アクセスの改善を目指すことが重要です。

③課題解決の方向性

上記の課題解決に向けて、取り組むべき方向性を下記のとおり整理しました。

取り組むべき課題	具体的な課題	取り組むべき方向性
(ア) ブランドイメージの確立・向上	<ul style="list-style-type: none"> ・統一したブランドイメージ、絵となる風景を市内外に発信する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランドイメージに合った景観を整備し、夜間ライトアップやイベント等と併せて情報を発信する。
(イ) 景観まちづくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・旅館・ホテル、飲食店等の外観改善 	<ul style="list-style-type: none"> ・「新・景観ガイドライン」の策定等による統一した景観づくりを推進する。
(ウ) 旅館・ホテル、飲食店の魅力化	<ul style="list-style-type: none"> ・旅館・ホテルの経営効率化 ・旅館・ホテルの事業承継 ・ターゲットにあった施設改修 ・創業支援 ・統一したご当地グルメ開発 	<ul style="list-style-type: none"> ・泊食分離の推進、清掃業務の効率化等の地域一体となった取組の推進 ・官民連携による旅館・ホテルの事業承継の推進 ・施設改修等の宿泊サービスの高付加価値化 ・空き店舗等への新規創業支援 ・統一メニューやご当地グルメの開発及び推進
(エ) 交通アクセスの改善	<ul style="list-style-type: none"> ・交通手段を持つ来訪者の更なる誘客 ・民間事業者からの積極的投資の促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・夜間ライトアップやイベント等と併せて情報を発信し、需要を高める。

Ⅲ 菊池温泉街のビジョン

1. 目指す将来像

(1) 目指す将来像

<将来のありたい姿>

『菊池溪谷の恵みと白龍が宿る温泉街』

<将来のありたい姿に込めたメッセージ>

菊池らしさとは、阿蘇山麓に位置する菊池溪谷の豊かな水資源によって育まれてきた「自然」「食」「歴史文化」といった「菊池の暮らしそのもの」です。

温泉街に流れる築地井手。

桜が立ち並ぶ風情ある正観寺通りや菊池公園。

肌に吸い付くようなとろとした柔らかい泉質の温泉。

地元的新鲜食材を使った料理とお酒が楽しめる飲食店。

菊池の銘菓「松風」をはじめ、昔懐かしい雰囲気を楽しめるお菓子屋さん。

菊池温泉湧出など菊池の歴史とも深い関わりがある白龍伝説。

道行く人達が挨拶をかわす街の風景。

菊池温泉街は、この「菊池らしさ、菊池でしか味わえない旅」の素晴らしさを守り、伝え、発展させていく使命があり、それらを訪れた人が体験できる滞在拠点としての役割を担っています。

私たちは、先人達が築いてきた菊池の魅力を誇りに、持続的に経済発展していくまちを創り上げていきます。

<将来のありたい姿の実現に向けた5つのスタンス>

①「流行」より「オリジナル／ルーツ」

～菊池を育んだ水、自然、歴史文化を大切に～

そのときどきの流行にとらわれることなく、菊池にしかないものにこそ真の価値があるということを再認識し、菊池を育んだ水、自然、歴史を誇りに、菊池らしさを大切にします。

②「行く旅」より「繋がる旅」

～帰ってきたくなる旅、ヒト・モノ・コトの豊かさが循環する旅～

「お客様」ではなく菊池のことを一緒に考えてくれる「仲間」を増やし、菊池を想う多様な人々が集い、菊池温泉街で挑戦したい人を応援します。

③「点」より「面」

～菊池温泉街全体で経済発展していく～

旅館・ホテルや飲食店等が個々で取り組むのではなく、菊池温泉街のブランド価値を高め、地域一体となって取り組みます。

④「他力／人任せ」より「共創」

～官民連携による持続可能な体制と実行力～

誰かの一步を待つのではなく、一人ひとりの覚悟と実行、共に創るという強い意志を持ち、官民連携による実行力のある取り組みを推進します。

⑤「過去」を生かした「未来志向」

～地域に愛される、次世代へ残したい温泉街～

前述した本質的な課題を真摯に受け止め、地域だけではなく来訪者からも愛される温泉街を目指し、菊池の地域資源を次世代へ引き継いでいきます。

(2) 菊池温泉街エリアのイメージ図

ありたい姿の実現に向けて、エリアの特性を踏まえ、魅力的な温泉街を構成する6つの要素「温泉」「食べ歩き」「文化体験」「自然体験」「絵になる場所」「佇む場所」を適切に配置することが重要です。以下に、エリアと構成要素を示します。

図5 エリアの特性と菊池温泉街を構成する6つの要素



図6 正観寺通りのイメージ図



(3) 定量的評価指標

ありたい姿の実現に向けて、以下に評価目標を設定します。

項目	現状値 令和4年度(2022年)	中間目標値 令和10年度(2028年)	目標値 令和15年度(2033年)
1 菊池温泉街の宿泊者数(うち外国人宿泊者数) (人/年)	43,561 (252)	93,500 (33,000)	148,000 (60,000)
2 市内観光消費額 (億円/年) ³	152.3	173.8	191.9
3 人気温泉地ランキング(九州エリア) ⁴	—	ベスト15入り	ベスト10入り
4 菊池温泉街の推奨度 ⁵ (%/年)	—	40	60

2. ターゲット像

ありたい姿を実現するためには、距離等の基本的属性や菊池温泉街の楽しみ方に共感してくれる来訪者を優先すべきターゲットとし、そのターゲットに合わせた効果的なプロモーションを行うことが重要です。以下にターゲットの基本的属性と菊池温泉街の楽しみ方を示します。

<ターゲット>

福岡・熊本都市圏 × 夫婦・パートナー、家族・親族
台湾 × 夫婦・パートナー、家族・親族

<菊池温泉街の楽しみ方>

菊池温泉街のいたるところから白龍がお出迎え。

お宿に着いたら、まずは菊池銘菓「松風」でほっと一息。

温泉街を囲むように立っている桜並木を散策したら、とろっとした温泉にどっぷり浸

³ 熊本県観光統計の日本人・外国人別観光消費単価をもとに算出する。

⁴ 本基本構想における「ベスト10入り」の達成を見極めるランキングとしては、「じゃらん人気温泉地ランキング(じゃらんリサーチセンター調べ)」を用いる。

⁵ 人にすすめる度合いを数値化したもの。0~10点の11段階で回答してもらい、9~10点を「推奨者」、7~8点を「中立者」、0~6点を「批判者」に分類し、回答者全体に対する推奨者の割合から批判者の割合を引いて算出する。

かろう。

日が暮れたら浴衣に下駄を履いて、新鮮な地元食材とお酒でほろ酔い気分、最後は菊池温泉の醍醐味スナック巡り、そんなどこか懐かしさと新しさが交差する温泉街。

3. 取組の方針

(1) 旅館・ホテルの経営基盤強化

地域一体となった菊池温泉街全体の再生及び魅力向上に向けた取り組みを推進するためには、菊池温泉街の顔となる旅館・ホテルの経営基盤を強化することが重要です。

そこで、長年培ってきた地縁や人脈といった強みは生かしつつ、事業承継を希望する旅館・ホテルへの支援やマーケティング支援による集客強化等に取り組みます。

また、宿泊予約システムの導入や従業員管理等の運営効率化の仕組みづくりによる地域一体となった旅館・ホテル運営を検討していきます。

＜関連する取組の例＞

- ・ 事業承継及び経営コンサルタント支援
- ・ 官民連携による宿泊施設・設備の改修及びマーケティング支援
- ・ 高単価食事プラン等宿泊サービスの高付加価値化及びマーケティング支援
- ・ 地域一体となった旅館・ホテルの運営（清掃業の効率化等）

(2) 食を通じた温泉街魅力化

来訪者に目的地として選ばれるためには、目的地を決める際のポイントの一つであるその土地ならではの「食」を楽しむことができる拠点の拡充を図ることが重要です。

そこで、旅館・ホテルや飲食店等において、本市の豊富な農産物を活用した統一メニューを提供し、「菊池といえば〇〇」と言えるようなブランドイメージの確立に繋げるとともに、多様な旅行ニーズの変化に対応した泊食分離による温泉街全体で稼ぐ仕組みづくりに取り組みます。

また、菊池温泉街への飲食店開業を促進するため、商工会や金融機関との連携による伴走支援スキームの構築に取り組みます。

＜関連する取組の例＞

- ・ 旅館・ホテルと飲食店の連携による泊食分離の推進（先進的モデルプランの造成・販売等）
- ・ 空き店舗等への新規飲食店の開業支援（金融機関との連携による伴走支援スキームの構築等）
- ・ 本市農産物を活用した統一メニューの面的展開（ご当地グルメの開発・プロモーション等）

(3) 景観まちづくりの推進

魅力的な温泉街を創出するためには、地域特性を生かしつつ温泉街の情緒が感じら

れる統一的な景観づくりが重要です。

菊池温泉街が再生するために必要な建築等の適切かつ効果的な配置や周遊を促進するような夜間ライトアップやイベント等の開催、ブランドイメージに合った「菊池温泉街の絵」となるような景観づくりに取り組みます。

また、菊池市ふるさと創生市民広場のような昼間の賑わいが期待される場所、飲食店等が建ち並んでいる夜間の賑わいが期待される場所等、場所が持つ特性を踏まえたゾーニングを示し、来訪者が周遊する際の動線も踏まえて新たな景観ガイドラインを策定します。

<関連する取組の例>

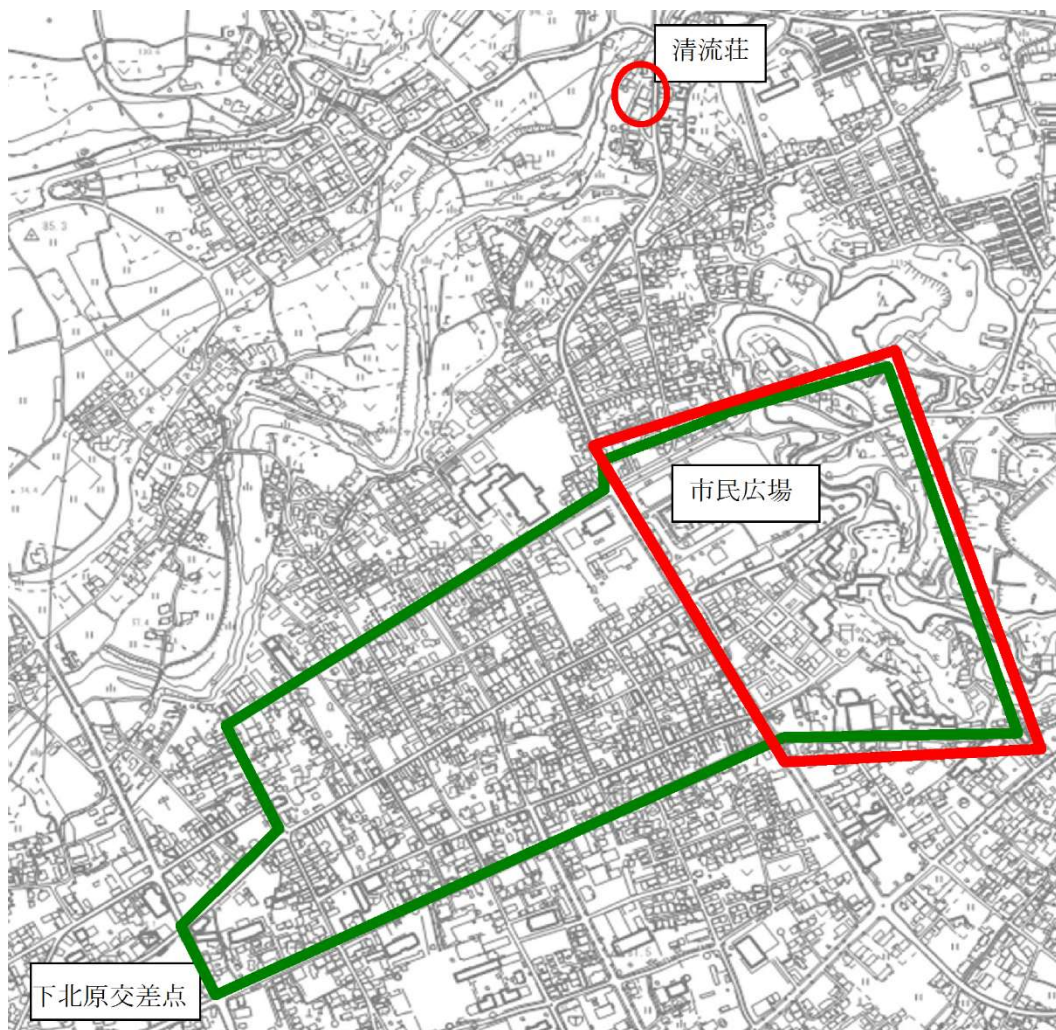
- ・「新・景観ガイドライン」の策定による統一感ある街並みの形成
- ・歩きたくなる温泉街づくり（夜間ライトアップ、軒先空間を活用したおもてなし等）
- ・回遊性向上に向けたナイトタイムコンテンツの実施（イベント等）

◆関連する取組一覧

(★：中心となって事業を推進する主体 ○：中心主体と連携して事業を推進する主体)

取組の方針と主な取組		実施主体				実施時期			
取組の方針	取組	宿泊事業者	飲食事業者	観光関連団体 (観光協会、旅館協同組合)	商工会等	行政	短期(3年)	中期(5年)	長期(10年)
(1) 旅館・ホテルの 経営基盤強化	① 事業承継及び経営コンサルタント支援	★			○	○	買い手とのマッチング成約支援		ハード改修、開業準備
	② 官民連携による宿泊施設・設備の改修及びマーケティング支援	★			○	○	施設・設備改修・マーケティング支援	旅館・ホテルによる取組の自走化	
	③ 高単価食事プラン等宿泊サービスの高付加価値化及びマーケティング支援	★			○	○	マーケティング支援等	旅館・ホテルによる取組の自走化	
	④ 地域一体となった旅館・ホテルの運営効率化(清掃業務の効率化等)	★			○	○	調査事業	ニーズに合った効率化スキームの実装	
(2) 食を通じた 温泉街魅力化	① 旅館・ホテルと飲食店の連携による泊食分離の推進(先進的モデルプランの造成・販売等)	★	★	○	○	○	先進的モデルプランの造成・販売等		プランの面的拡充
	② 空き店舗等への新規飲食事業者開業支援(金融機関との連携による伴走支援スキームの構築等)				★	○	官民連携による伴走支援スキームの構築等		先進的モデル事例開業
	③ 本市農産物を活用した統一メニューの面的展開(ご当地グルメの開発・プロモーション等)	★	★	○	○	○	ご当地グルメの開発		プロモーションによるブランディング
(3) 景観まちづくりの 推進	① 「新・景観ガイドライン」の策定による統一感ある街並み形成	○	○	○	○	★	ガイドラインの策定		ガイドラインに基づいた景観整備の推進
	② アップ、軒先空間を活用したおもてなし等	★	★	○		○	実証事業	軒先空間を活用したおもてなし・メインストリート整備	
	③ 回遊性向上に向けたナイトタイムコンテンツの実施(イベント等)	★	★	○		○	実証事業	民間主体による取組の実装及び拡充	

◆取組方針の対象エリア



赤線：旅館・ホテルの経営基盤強化、景観まちづくりの推進

緑線：食を通じた温泉街魅力化

IV 推進体制

1. 役割分担

前述した本質的な課題認識と背景要因等を踏まえ、各関係者が自らの役割を認識し、互いに連携、協働しながら責任をもって取り組むことが必要です。以下に、それぞれの主体に期待される役割を示すこととします。

<宿泊事業者>

来訪者にとっての観光地における拠点となる旅館・ホテルは、提供される料理、温泉、地域の観光情報の提供などのおもてなしを通じた来訪者の満足度を向上や、地域の中で培ってきた地縁・人脈を生かし、地域一体となった取り組みを牽引する中心的役割を担うことが期待されています。

ありたい姿の実現に向けて、地域経済を牽引する観光産業の担い手として、おもてなしの質の向上や次世代への継承、多様な事業者と連携しながら地域一体となった取組を積極的に推進していくことが重要です。

<飲食事業者>

「食」は本市を代表する観光資源の一つであり、食を通じた地域の賑わいを創出する役割を担うことが期待されています。

ありたい姿の実現に向けて、宿泊事業者とともに地域経済を牽引する担い手として、食を通じたおもてなしの質の向上や様々な事業者との連携強化により、地域経済の持続的な成長へとつなげていくことが重要です。

<観光関連団体>

観光需要を創出する観点から、菊池温泉街ならではの魅力を情報発信するなど、地域の賑わいを創出する役割を担うことが期待されます。

ありたい姿の実現に向けて、観光協会においては、本市観光振興を推進する中心的な存在として観光資源を活かした積極的かつ的確なPR活動、旅館協同組合においては、各主体と連携したイベントの企画・実施など誘客促進に向けた事業に取り組むことが重要です。

<商工会等>

地域経済活性化の観点から、観光関連事業者等に対する経営支援、後継者育成や事業承継支援等、地域の賑わいを創出する役割を担うことが期待されています。

ありたい姿の実現に向けて、観光関連団体等との連携強化や市内事業者等の意見を踏まえた取組を展開するなど、地場産業の発展を支援することが重要です。

<行政（菊池市）>

各主体が自律的に活動できるよう、的確な助言や積極的な支援を行うほか、観光によ

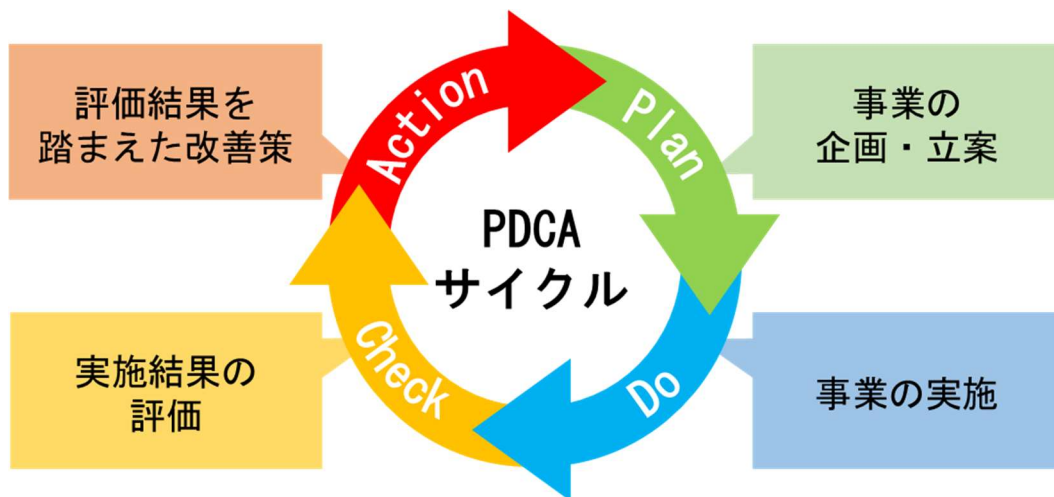
るまちづくりを通じた地域経済の活性化を図る役割を担うことが期待されます。
ありたい姿の実現に向けて、観光施設等の整備や市の関係部署間の連携、県や周辺自治体等と連携した効果的かつ効率的な情報発信に取り組むことが重要です。

2. PDCAに沿った進行管理

ビジョンを着実に実現するため、ビジョンに基づく各取組の実施にあたっては、各取組を担うそれぞれの主体において、事業の企画・立案、実施、評価、評価結果を踏まえた次回への改善につなげる一連の作業をPDCAサイクル⁶の考え方にに基づき、適切な進行管理に努めます。

また、全体の取組状況、目標値の達成状況等の検証作業は、「菊池温泉街リブランディング検討委員会」において定期的実施することとし、ビジョンの実現に向けた効果的かつ効果的な取組の推進を図ります。

図7 PDCAサイクルのイメージ



⁶ 計画 (Plan)、実施 (Do)、評価 (Check)、改善 (Action) を繰り返すことにより、事業を継続的に改善していく手法