栃木県　塩原温泉・板室温泉活性化特集

私が思う、那須塩原の魅力と課題

栃木県那須塩原市の塩原温泉、板室温泉は「にっぽんの温泉100選」（観光経済新聞社主催）で着実にランクを上げている。泉質の良さや地産地消にこだわった「飲食」、そして日本遺産などが旅行会社の支持を得つつある。塩原・板室の魅力を改めて紹介するとともに、地元の観光キーパーソンの率直な声を集めた。

梅川荘　若色　潤さん

泉質の多さ自慢　おいしい高原カブ

1、塩原温泉は多くの種類の泉質が湧き出ている珍しい温泉地。湯量も豊富。夏目漱石ら多くの文人たちを魅了。高原ダイコンなど野菜もおいしい。滝も多く、新緑や紅葉の美しさは格別。

2、南北に10㌔以上離れている11個のエリアが合体した温泉郷であり、いろいろな種類の温泉が湧き出ていて、多くの泉質が楽しめる。

3、高台にひっそりと佇む静かな一軒宿。今年のスローガンは「本気で本音のお客さま目線に立つ」で、面倒なことや嫌なことでも率先して、小さな宿ならではのおもてなしに反映させていく。送迎も積極的に行い、料理も手づくりにこだわっている。

4、宿泊客に浸透し、広がってきている。スイーツは毎年やるごとに出店数が増え、ビッグイベントになりつつある。ゆくゆくは「那須塩原＝いちごとみるくのスイーツの街」と連想されるようになり、スイーツフェスやイベントなどもやっていきたい。

5、びっくりするほどおいしい高原カブ。

6、「農業と温泉地の連携・超高齢化社会への、周辺観光の交通整備と仕組み作り②街と組合とが連携し、郡山や大宮、水戸、新宿といったところに定期便を出す―ことを考える。65歳以上に向けた乗車優待サービスや宿泊特典などを行う。訪日客を狙うよりも効果が高いと思う。

超高齢化社会を見据え、①温泉地に1分でも長く滞在してもらうためクオリティで参加できる施設のみで、洗練されたコンテンツを提供をした方がいいのではないかと思う。

5、都心に近いことで、「都心からアクセスも良く、自然を相手にしたアクティビティを気軽に楽しめる、温泉も豊富な観光地」という無形の資源を広めていく。

6、宿のお風呂の写真やパッとしないスイーツの写真をポスターに掲載しても、「インスタ映え」と騒いでいる昨今、インパクトのない写真に人は興味をひかない。特に、寝ても覚めても歩いていても、会社に行っても情報の波の中で暮らしている都会の人には響かないのでは。

5、大谷石の採掘跡、大谷資料館は素晴らしい。地下神殿のようで、ライトアップにより幻想的で壮大な空間となっている。

6、街並み整備やシンボル的な温泉施設、風情ある温泉地に少しずつでも変わっていかないといくら露出を増やしても厳しい。資金的には市との長期的な連携が必要であり、ハイキングも手軽に楽しめる。毎朝、「朝んぽ」と称したガイドツアーを実施。食事は近所で取れる高原ダイコンや高原ホウレンソウ、高冷地カブなどを直接仕入れ、朝どりの野菜を提供。

4、ダイコンやカブ、牛乳など食材のPRはしてきたが、メニューとしての看板商品がなかった。料理自体を前面に出してPRできるのはお客さまにとって分かりやすく、旅館としても料理の満足度を上げるのに役立つ。今後は今のメニューの磨き上げを行い、他の旅館と切磋琢磨できれば、温泉地としてのレベルアップにつながる。

5、スッカン沢だ。スッカンブルーといわれる沢の色は深く美しい青色。雄飛の滝や仁三郎の滝などもあり、青い滝つぼの美しさは格別。最深部では峡谷の壁面全体に水が滴り落ち、カツラの大木がそびえる幻想的な空間が広がっている。

6、温泉街の街並みを整備し、ゆったりと滞在していただき、宿泊と温泉以外でお金を落としてもらうような場所にしたい。それには、現在植樹している花桃や紅葉のスポットをさらに増やす。

空き店舗対策も必須。

個人的にはボルダリングに注目。塩原には野立岩というスポットがあり、日本代表や世界の有名選手が挑戦に来ている。イメージアップ効果が期待できる。

ホテル板室　荒川　英紀さん

都会にはない　田舎っぽさ売る

1、日光や鬼怒川などと連携し、この時期でしか味わうことができないものを宿一丸となって磨き上げ、提供していく。

2、他の温泉地と比べ、素材として特に優れているとは思わない。思えない素材をどのように売っていくかを考え続け、変化させ、実行し続けていくことが大切だし必要だ。

3、那須高原にアクセス抜群の、お財布に優しい宿。自家源泉の天然温泉を有し、自然の中にあるホテル。豪勢なおもてなしはできないが、便利に気軽に使っていただければうれしい。

4、本当の意味で市をPRするのであれば、一つ一つの磨き上げを行い、他の旅館と切磋琢磨できれば、温泉地としてのレベルアップにつながる。

5、スッカン沢だ。スッカンブルーといわれる沢の色は深く美しい青色。雄飛の滝や仁三郎の滝などもあり、青い滝つぼの美しさは格別。最深部では峡谷の壁面全体に水が滴り落ち、カツラの大木がそびえる幻想的な空間が広がっている。

6、温泉街の街並みを整備し、ゆったりと滞在していただき、宿泊と温泉以外でお金を落としてもらうような場所にしたい。それには、現在植樹している花桃や紅葉のスポットをさらに増やす。

空き店舗対策も必須。

個人的にはボルダリングに注目。塩原には野立岩というスポットがあり、日本代表や世界の有名選手が挑戦に来ている。イメージアップ効果が期待できる。

那須塩原市観光局　平山　理紗子さん

アクセスが良く　幅広い層に対応

1、首都圏からのアクセスの良さ。少し足を延ばすだけで自然豊かな場所に来ることができる。古き良き街並みからおしゃれなカフェ、自然を満喫できる牧場など、幅広い年代の人が楽しめる。

2、小さなエリアに多種多様な泉質、効能の温泉が集まっている。とても早い取り組み」をキーワードに、この時期でしか味わうことができないものを宿一丸となって磨き上げ、提供していく。

超高齢化社会を見据え、①温泉地に1分でも長く滞在してもらうため定のクオリティで参加できる施設のみで、洗練されたコンテンツを提供をした方がいいのではないかと思う。

5、都心に近いことで、「都心からアクセスも良く、自然を相手にしたアクティビティを気軽に楽しめる、温泉も豊富な観光地」という無形の資源を広めていく。

6、宿のお風呂の写真やパッとしないスイーツの写真をポスターに掲載しても、「インスタ映え」と騒いでいる昨今、インパクトのない写真に人は興味をひかない。特に、寝ても覚めても歩いていても、会社に行っても情報の波の中で暮らしている都会の人には響かないのでは。

5、大谷石の採掘跡、大谷資料館は素晴らしい。地下神殿のようで、ライトアップにより幻想的で壮大な空間となっている。

6、街並み整備やシンボル的な温泉施設、風情ある温泉地に少しずつでも変わっていかないといくら露出を増やしても厳しい。資金的には市との長期的な連携が必要であり、ハイキングも手軽に楽しめる。毎朝、「朝んぽ」と称したガイドツアーを実施。食事は近所で取れる高原ダイコンや高原ホウレンソウ、高冷地カブなどを直接仕入れ、朝どりの野菜を提供。

4、ダイコンやカブ、牛乳など食材のPRはしてきたが、メニューとしての看板商品がなかった。料理自体を前面に出してPRできるのはお客さまにとって分かりやすく、旅館としても料理の満足度を上げるのに役立つ。今後は今のメニューの磨き上げを行い、他の旅館と切磋琢磨できれば、温泉地としてのレベルアップにつながる。

5、スッカン沢だ。スッカンブルーといわれる沢の色は深く美しい青色。雄飛の滝や仁三郎の滝などもあり、青い滝つぼの美しさは格別。最深部では峡谷の壁面全体に水が滴り落ち、カツラの大木がそびえる幻想的な空間が広がっている。

6、温泉街の街並みを整備し、ゆったりと滞在していただき、宿泊と温泉以外でお金を落としてもらうような場所にしたい。それには、現在植樹している花桃や紅葉のスポットをさらに増やす。

空き店舗対策も必須。

個人的にはボルダリングに注目。塩原には野立岩というスポットがあり、日本代表や世界の有名選手が挑戦に来ている。イメージアップ効果が期待できる。

那須塩原市観光局観光戦略会議

那須塩原の観光をけん引

那須塩原市の観光資源の掘り起こしやブラッシュアップなどを目的に毎月開かれているのが「那須塩原市観光局観光戦略会議」だ。メンバーは旅館・ホテル経営者、観光協会・市役所職員ら約20人で、明日の市の観光を担う若手たちだ。

7月下旬、市観光局会議室で開かれた会議には局員を含め、約20人が参加した。

観光資源の掘り起こしと磨き上げを議論

木下昭彦局長による最近の観光業界の動向説明入れや持ち運びに便利で、女性客の関心を集めそうだ。

巻狩鍋フェアについては、12月から来年の3月まで実施。宿泊施設と飲食店合わせ51軒が参加することが報告された。前回の43軒から8軒の増加だ。企画の良さを認める業者が増えていることは方向性が間違っていないことを示している。もちろんこれで満足しているメンバーはおらず、よりレベルアップするため意見を戦わせている。

これまでの会議での大きな成果といえば4大コンテンツを打ち出し、形作ったことだろう。何より、飲食店やメーカーなど異業種の協力を取り付け、事業展開したことは特筆に値する。観光客の認知度も徐々に上がっており、これらを目当てに訪れる観光客も増えている。

秋プランでプレゼント　するオリジナルハローキティ グッズ

ン③冬プラン④巻狩鍋フェア⑤いちごとみるくフェアーなどについて意見交換した。

例えば、9月1日～11月30日に実施する秋プランでは、約20軒ほどの旅館・ホテルが参加する予定で、宿泊客には市限定のオリジナルハローキティ グッズをプレゼントする。化粧水などの小物入れや持ち運びに便利で、女性客の関心を集めそうだ。

巻狩鍋フェアについては、12月から来年の3月まで実施。宿泊施設と飲食店合わせ51軒が参加することが報告された。前回の43軒から8軒の増加だ。企画の良さを認める業者が増えていることは方向性が間違っていないのが現状。黒磯まで来ているお客さまを日帰りから宿泊客にしたい。まずはその存在を知ってもらうこと。

そのためには、黒磯平地でにぎわいのある店舗に「こんな近くにこんな温泉地がある」ことをPRするパンフレットやフライヤーを置いてもらい、最初はターゲットを絞り、知名度を上げていくことが大切だし必要だ。

3、那須高原にアクセス抜群の、お財布に優しい宿。自家源泉の天然温泉を有し、自然の中にあるホテル。豪勢なおもてなしはできないが、便利に気軽に使っていただければうれしい。

4、本当の意味で市をPRするのであれば、一つ一つの磨き上げを行い、他の旅館と切磋琢磨できれば、温泉地としてのレベルアップにつながる。

5、スッカン沢だ。スッカンブルーといわれる沢の色は深く美しい青色。雄飛の滝や仁三郎の滝などもあり、青い滝つぼの美しさは格別。最深部では峡谷の壁面全体に水が滴り落ち、カツラの大木がそびえる幻想的な空間が広がっている。

6、温泉街の街並みを整備し、ゆったりと滞在していただき、宿泊と温泉以外でお金を落としてもらうような場所にしたい。それには、現在植樹している花桃や紅葉のスポットをさらに増やす。

空き店舗対策も必須。

個人的にはボルダリングに注目。塩原には野立岩というスポットがあり、日本代表や世界の有名選手が挑戦に来ている。イメージアップ効果が期待できる。

上会津屋　君島　正憲さん

自然と温泉　グルメも魅力

1、首都圏から近く、東北新幹線が利用できる。商業、観光業、製造業などさまざまな業種がある。

2、自然と温泉。特に、温泉はさまざまな泉質を味わうことができる。温泉ソムリエ）も多く、スープ入り焼きそばやとて焼きなどご当地グルメはぜひ味わってほしい。

3、掛け流しの温泉と歴館内からの景観が自慢。後ろが川なので、川遊びや釣りなど家族で楽しめる。

また、食事処は個室で、ゆっくりと食べることができる。バスターミナルから徒歩3分の距離で、温泉街の中心にあり、飲食店も多い。

4、非常に面白い取り組みだが、当事者がまだまだ壮大な空間となっている。

6、無駄を省き、力を注ぐところはもっと力を注ぐようにする。

渓雲閣　君島　永憲さん

美しい渓谷美　大谷資料館は必見

1、都心からのアクセスが良く、那須や日光など有名観光地にも1時間程度と、栃木の名所を観光しやすい。

2、いろいろな温泉が楽しめる。湯量豊富の上、100％の温泉を楽しめる。塩原街道から見える渓谷美は他の温泉地にはない美しさ。箒川沿いには11の美しい滝と七つの吊り橋があり、巡るのも楽しい。

3、四季折々の山々が客室、お風呂から楽しめ、温泉はにごり湯の硫黄泉かけ流しで、三大美人泉質の一つ。3階にある展望大浴場は一晩中入浴でき、貸切露天風呂はなんと無料。噴煙上がる源泉「爆裂火口」は徒歩2分の距離、硫黄の香りから温泉風情を感じられる。

料理は地の物を使った田舎会席。食事と一緒に約30種類の地酒を用意。飲み比べも楽しい。

4、スイーツをただ出すのではなく、地元のおいしい牛乳や名産イチゴをアピールしながら出すのがいい。利き酒セットは売れている。朝食はもともとこだわりを入れていたが、全体で取り組んでいることに意味がある。

5、大谷石の採掘跡、大谷資料館は素晴らしい。地下神殿のようで、ライトアップにより幻想的で壮大な空間となっている。

6、街並み整備やシンボル的な温泉施設、風情ある温泉地に少しずつでも変わっていかないといくら露出を増やしても厳しい。資金的には市との長期的な連携が必要であり、ハイキングも手軽に楽しめる。毎朝、「朝んぽ」と称したガイドツアーを実施。食事は近所で取れる高原ダイコンや高原ホウレンソウ、高冷地カブなどを直接仕入れ、朝どりの野菜を提供。

4、ダイコンやカブ、牛乳など食材のPRはしてきたが、メニューとしての看板商品がなかった。料理自体を前面に出してPRできるのはお客さまにとって分かりやすく、旅館としても料理の満足度を上げるのに役立つ。今後は今のメニューの磨き上げを行い、他の旅館と切磋琢磨できれば、温泉地としてのレベルアップにつながる。

5、スッカン沢だ。スッカンブルーといわれる沢の色は深く美しい青色。雄飛の滝や仁三郎の滝などもあり、青い滝つぼの美しさは格別。最深部では峡谷の壁面全体に水が滴り落ち、カツラの大木がそびえる幻想的な空間が広がっている。

6、温泉街の街並みを整備し、ゆったりと滞在していただき、宿泊と温泉以外でお金を落としてもらうような場所にしたい。それには、現在植樹している花桃や紅葉のスポットをさらに増やす。

空き店舗対策も必須。

個人的にはボルダリングに注目。塩原には野立岩というスポットがあり、日本代表や世界の有名選手が挑戦に来ている。イメージアップ効果が期待できる。

勝風館　室井　孝幸さん

自然が身近に　魅力ある籠岩神社

1・2、自然が身近にあり、湧き水が豊富。清流・那珂川が流れ、日本3大疏水の一つで、世界かんがい施設遺産でもある那須疏水がある。避暑地としては静寂さに包まれている。

3、東京駅から70分、駅から送迎バスで25分のアクセス。人も温泉もあったかい宿。泉質は優れ、ぬるめの温泉に浸かることでリラックスできる。約30種類の枕が選べ、熟睡できる。料理はおふくろの味。

4、4大コンテンツの「那須塩原地酒物語」でお酒を召し上がるお客さまが増えた。また、「いちごとみるくフェア」でスイーツの店を聞かれることが多くなった。コンテンツの成果が着実に出ていると思う。

5、薬湯として名高い板室温泉のパワースポット、籠岩神社（籠岩地蔵）の魅力。乳がんに御利益があり、もっと多くの人に知ってもらいたい。

6、いまや情報手段としてSNSの活用。ブロガーや外国人に上げてもらうことで板室、塩原の知名度アップを図る。

光雲荘　君島　将介さん

歴史ある温泉地　40を超える滝も

1、生乳生産量本州一など農産物が豊富で、首都圏からのアクセスの良さが魅力。

2、塩原温泉は120年以上の歴史がある。多くの文豪や皇族が豊かな自然、温泉に魅了されて訪れた。温泉は150を超える源泉を有し、6種類の異なる泉質に、7色の湯量豊富な温泉が自慢。

3、自家源泉から湧き出る毎分200㍑の豊富な湯、メタケイ酸は基準含有量の6倍（3147㍉㌘）で、肌につややかな潤いを与える天然の化粧水。料理は地元産食材を多く取り入れ、一つ一つこだわりを持って調理し、OTAに口コミでも高評価を得ている。

4、スイーツ、鍋、朝食の一つ一つの磨き上げが、夕食を含めた食事全体の底上げにつながり、社員の意識も向上している。利き酒は付帯売り上げ、地酒の認知度アップにつながっている。

5、隠れた自然がいっぱい。例えば、40を超える大小の滝、多くの遊歩道など。

6、個々の品質向上とともに、塩原全体の品質向上でブランド力を高めリピーターを増やす。景観整備や安心して歩ける温泉街などまちづくりにも力を入れる。

観光戦略について、塩原全体の統一的な指針作りも。それと2次交通の整備も欠かせない。

塩原温泉観光協会　君島　奈々さん

野趣あふれる土地　ジオパーク視野に

1、東京からのアクセスの良さ、雄大な自然、泉質や湯量が豊富な温泉、カフェ文化やスローライフが味わえるが、全てにおいてバックグラウンドに田舎感や秘境感があるという点が他と比べ魅力。草津や伊香保、鬼怒川と比べ華やかな観光地ではないが、野趣あふれる観光地である。

2、塩原温泉は広範囲にわたる渓谷美とともに、多種多様で湯量も豊富な温泉を堪能できる。板室温泉は那須高原へのアクセスが良い上、昔ながらの湯治場の雰囲気が残っている。

4、認知度は上がっており、定着し始めている。しかし、参画している事業者側が趣旨やメリットを感じられていない部分もある点が今後の課題だと思う。質の向上、そして参加事業者らが良い意味で競合していけるような企画も実施したい。

5、塩原温泉については、かつて湖の底であった時代からの地質資源としての魅力や、温泉街の発見から那須野が原開拓を通して近代の温泉街までのヒストリーを含めて魅力に成り得る。ジオパークとして世に出したい。塩原に残る伝説も有効活用していきたい。

6、市として明確な方向性の策定が必要。黒磯・西那須野・塩原はそれぞれ持ち味が違うので、各エリアの強みを生かしたターゲット層の設定を明確にして、総合的に売り出していく力が必要だ。

また、各観光事業者の質の向上を図るようなシステム作り（定期的なチェックやフィードバックを確認できるような）をしたい。誘客については県内をはじめ、冬時期の誘客では雪に慣れている東北地方への宣伝を行っていくことも大事ではないか。

黒磯観光協会　鶴見　亜美さん

アクセス良く　自然と温泉が魅力

1、首都圏からのアクセスの良さと自然の豊かさ。そして温泉地があること。

2、平安時代から続く歴史ある温泉地であり、ただただ温泉と自然を楽しむ保養温泉地。

5、籠岩神社。

6、黒磯地区は土・日曜や連休は市外、県外からのお客さまでにぎわっている。目当てはリノベーション店舗が立ち並ぶ黒磯駅前やSHOZO付近。しかし、アクセスの良さから日帰りの人がほとんど。そこからバスで30分ほどで行ける板室温泉の存在を知られていなくこと。

宣伝して周知していくかが重要だ。

6、広く浅くではなく、今ある4大コンテンツを磨き上げていったほうが知名度は上がると思う。

那須塩原市商工観光課　杉原　千穂さん

生活がしやすい　ダムと神社も魅力

1、首都圏から1時間という立地の良さ。また、福島空港へのアクセスもいい。生活しやすく、温泉もある。

2、塩原温泉は泉質の多さが魅力。一つの温泉でたくさんのお湯を楽しめる。板室温泉は湯の温度がぬるめで長く入ることができ、体を癒す湯治もある点が今後の課題だと思う。質の向上、そして参加事業者らが良い意味で競合していけるような企画も実施したい。

5、塩原温泉については、かつて湖の底であった時代からの地質資源としての魅力や、温泉街の発見から那須野が原開拓を通して近代の温泉街までのヒストリーを含めて魅力に成り得る。ジオパークとして世に出したい。塩原に残る伝説も有効活用していきたい。

6、市として明確な方向性の策定が必要。黒磯・西那須野・塩原はそれぞれ持ち味が違うので、各エリアの強みを生かしたターゲット層の設定を明確にして、総合的に売り出していく力が必要だ。

また、各観光事業者の質の向上を図るようなシステム作り（定期的なチェックやフィードバックを確認できるような）をしたい。誘客については県内をはじめ、冬時期の誘客では雪に慣れている東北地方への宣伝を行っていくことも大事ではないか。

アンケート質問項目

1、那須塩原の魅力をどう捉えているか。特に、県内の他の観光地と比べどういった点が優れているか。

2、塩原温泉、板室温泉は他の温泉地と比べ、どういった点が優れているか。

3、自館の特徴。

4、4大コンテンツ（スイーツ、お酒、鍋、朝食）の磨き上げに努めているが、これまで取り組んできてどう評価しているか。

5、日本遺産などまだ知られていない観光資源は。

6、那須塩原がさらに観光地として知名度を上げていくにはどういった取り組みが必要か。