地域研究年報　35　2013　209-222

長野県阿智村昼神温泉の地域活性化戦略とその課題

木村昌司

キーワード：地域活性化，広告宣伝活動，観光温泉地，昼神温泉

Ⅰ　はじめに

Ⅰ－1　研究課題

温泉資源に恵まれた日本には，3,100もの温泉地が存在しており，広く利用されている（山村，2011）．全国各地に広く分布する温泉地の多くは，重要な観光地となっている．それは，温泉の効能が重視され，温泉地が湯治場としての機能のみならず，歓楽地や保養地としての機能，さらには健康増進，観光レクリエーションの場といった多様な機能を果たしてきたからである．

第二次世界大戦以後，高度経済成長とともに急速に発展を遂げた温泉地であったが，1990年代以降は，経済の停滞を背景に，宿泊客数の減少に直面し，温泉地の歓楽的色彩は影をひそめた（山村，1998）．2000年代以降は，団体旅行から個人・グループ旅行の割合が年々高まってきている（日本観光振興協会，2012）．今まで団体客に依存してきた温泉地では，個人客・グループ客の指向に見合った温泉地づくりが求められている．またインターネットの普及に伴い，顧客が自ら温泉地を選定するようになり，温泉地では積極的に情報発信することの重要性が高まった．こうした近年の温泉地を取り巻く変化は，観光温泉地に大きな影響をもたらしていることはいうまでもない．

温泉地としての在り方を論じた研究は，これまで地理学を中心として数多く行われてきた．特に，温泉地の歴史的展開や社会状況との関連を扱った研究として，山村（1995；1998）の一連の成果がある．これらの研究の中で山村は，温泉地の形成過程，機能，構造を中心に温泉地の実態を豊富な資料とフィールドワークに基づいて解明している．また山村は，観光温泉地ではそれぞれの地域性，個性を活かした持続可能な温泉地づくりに取り組むことが重要であるという指摘もしている（山村，1998）．

本稿で取り上げる長野県昼神温泉は，その地域経営と広告宣伝活動を担う「昼神温泉エリアサポート」が2006年に設立されたことによって，先駆的な温泉地として全国の温泉地から注目を浴びている．昼神温泉を取り上げた地理学研究としては，山村（2005）が挙げられる．しかしながら，これは地域活性化のための提言に留まっており，2006年にエリアサポートが設立され，大きく変貌を遂げた昼神温泉の実態は反映されていない．そのため，エリアサポートによる地域経営と広告宣伝活動が，昼神温泉の中でどのような役割を果たしているのか，その位置づけを明らかにする必要がある．

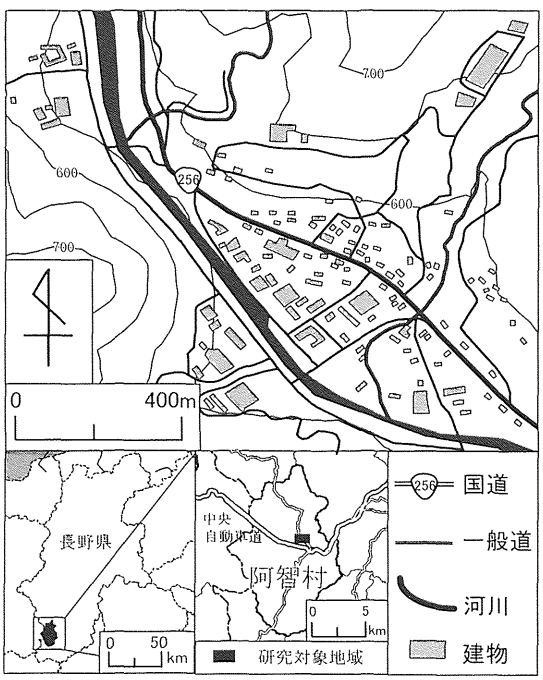
そこで本稿では，長野県阿智村昼神温泉について，村（エリアサポート）と旅館経営者が一体となった観光客誘致施策に着目し，各旅館・温泉施設の経営形態とも関連させながら，昼神温泉の活性化とその課題について考察する．

Ⅰ－2　研究対象地域の概要

下伊那郡阿智村は，長野県の南部に位置し，西は岐阜県中津川市と接している．阿智村は2006年に浪合村，2009年に清内路村と合併し，2012年現在の世帯数は2,357，人口は6,822である．西部には，木曽山脈南端の恵那山（2,191m）を始めとした高峻な山々が連なり，総面積の約90％を山村原野で占めている山村地域である．

研究対象地域である昼神地区は，北方から梨子野沢が阿知川に合流しており，その氾濫原からなる標高550～600m ほどの小盆地からなっている（第１図）．この盆地内には，阿知川に沿って両岸に温泉宿泊施設が19軒，また飲食店も数軒立地している（写真１）．歓楽街的な性格を示す景観要素はなく，建物の色彩やデザインも比較的統一されており，落ち着いた雰囲気を醸成している．

昼神温泉は1973年に開湯した新興温泉地であるが，2011年度には，年間36万人の宿泊客数を数えるまでとなり，盛況を呈している．昼神温泉の特徴として，中京圏からの来訪者が多いことが挙げられる．これは昼神温泉が，1975年に開通した中央自動車道の園原IC，飯田山本IC から自動車で約10分の場所に位置し，名古屋からは約２時間と交通の便に恵まれているためである．



第１図　研究対象地域

写真１　昼神温泉の景観

（2012年５月　木村撮影）

またここ数年，東京方面への広告宣伝活動にも力を入れており，中京圏以外の入込客数も増加傾向にある．東京からは中央自動車道を利用すると，自動車で約４時間である．

昼神温泉への直通高速バスも運行されており，東京・新宿からはJR バスが毎日４往復，名古屋からは前述のJR バスと名鉄バス合わせて毎日７往復の便がある．

Ⅱ　昼神温泉の地域特性

Ⅱ－1　昼神温泉の発展過程

昼神温泉の歴史を紐解くと，享保・元文年間（1716～1741）に飯田藩主の宮崎言宣（ことのぶ）によってまとめられた信州伊奈郷村鑑に，「近世此村ニ温泉湧出シテ，近郷ノ人湯治ス」という記録が残っている（村沢，1978）．しかしその後は，阿知川の大水によって湧出口が川の中に埋没した（山本，1973）．

村内では，温泉がかつて湧出していたと語り継がれる程度であったが，1973年１月に旧国鉄中津川線の建設に伴うボーリング工事中に，昼神湯の瀬地籍から摂氏20℃の温水が湧出した．

村では温水湧出後，温泉開発への関心が高まり，

同年の11月には１号源泉（深度40m，温度32.5℃，毎分200ℓ）の掘削に成功した．1975年には，１軒の旅館が開業し，昼神温泉開発のための阿智開発公社が設立され，1976年には村営保養センター「鶴巻荘」が経営を開始した（写真２）．その後旅館が相次いで開業し，2012年８月現在，19軒の旅館・ホテルが営業している（第２図）．

山村（2005）は，第二次世界大戦後以後に誕生した新興温泉地の中で，これほどまでに発展を遂げた温泉地は，昼神温泉と1956年に掘削された山梨県石和温泉のみであると指摘している．昼神温泉が発展を遂げた理由としては，中央道開通に伴う中京圏からのアクセスの良さ，PH9.8のアルカリ性単純硫黄泉が非常に肌に馴染みやすい泉質として高く評価されたことなどが挙げられよう．また，観光経済新聞社主催の「2011年にっぽんの温泉100選」では21位に位置し，日本の温泉地の中でも高い評価を受けている（第１表）．

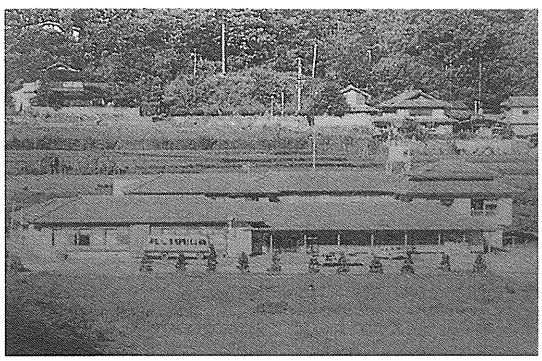
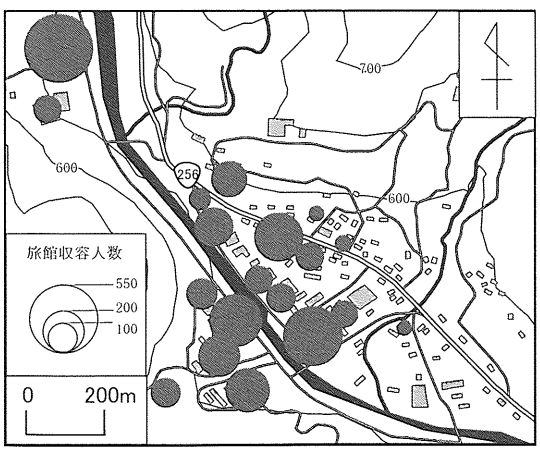


写真２　村営保養センター鶴巻荘

（1976年撮影　阿智村役場資料より）



第２図　昼神温泉の旅館分布とその収容人数（2012年）

（阿智村資料により作成）

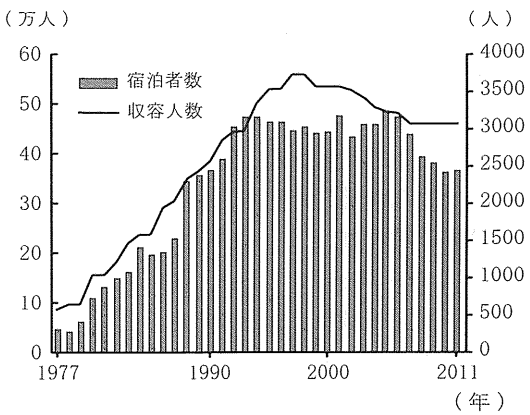
Ⅱ－２　昼神温泉の宿泊客特性

昼神温泉では，開湯から1990年代半ばにかけて宿泊者数は年々増加を続けた．また，収容人数も旅館・ホテルの開業や増改築によって増加した（第３図）．

第１表　第25回「にっぽんの温泉100選」の順位（2011年）

順位	温泉地名		順位	温泉地名	
1	草津	（群馬）	11	和倉	（石川）
2	由布院	（大分）	12	箱根湯本	（神奈川）
3	登別	（北海道）	13	奥飛騨温泉郷	（岐阜）
4	黒川	（熊本）	14	乳頭温泉郷	（秋田）
5	指宿	（鹿児島）	15	雲仙	（長崎）
6	有馬	（兵庫）	16	霧島	（鹿児島）
7	道後	（愛媛）	17	伊香保	（群馬）
8	下呂	（岐阜）	18	玉造	（島根）
9	別府	（大分）	19	白骨	（長野）
10	城崎	（兵庫）	20	高山	（岐阜）
			21	昼神	（長野）

（観光経済新聞社ホームページより作成）



第３図　昼神温泉における宿泊客数と収容人数の推移（1977-2011年）

（阿智村役場資料により作成）

第２表　昼神温泉宿泊圏構成（2006-2011年）

	2006	2007	2008	2009	2010	2011　（年）
中京圏	3,768 (67.4%)	2,844 (63.1%)	2,511 (61.9%)	2,854 (60.3%)	2,473 (58.1%)	2,428 (59.7%)
関東圏	681 (12.2%)	625 (13.9%)	586 (14.3%)	797 (16.8%)	624 (14.7%)	596 (14.7%)
長野県	549 (9.8%)	563 (12.5%)	490 (12.0%)	604 (12.8%)	730 (17.1%)	649 (16.0%)
関西圏	418 (7.5%)	336 (7.5%)	317 (7.8%)	311 (6.6%)	250 (5.9%)	229 (5.6%)
その他	172 (3.1%)	133 (3.0%)	162 (4.0%)	164 (3.5%)	180 (4.2%)	162 (4.0%)
総数	5,588	4,501	4,056	4,730	4,257	4,064

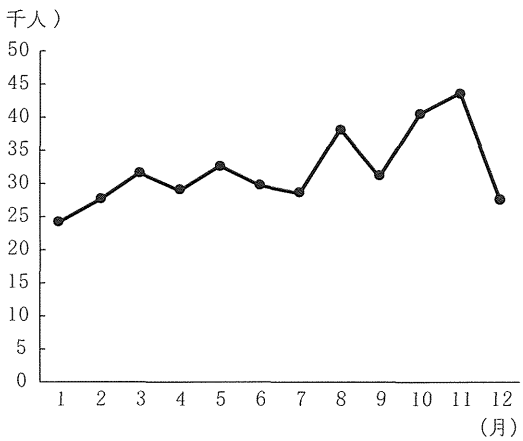
注）本表のデータは，昼神温泉ガイドセンターから各旅館・ホテルに宿泊斡旋をし，宿泊客の居住地を把握している分のみのデータである．

（昼神温泉エリアサポート資料により作成）

第３図に示した通り，バブル崩壊による経済不況の影響をさほど受けず，1993年～2006年の年間宿泊者数は約45万人で推移していることが分かる．これには，昼神温泉の宿泊者数の６～７割ほどを占める中京圏（第２表）の主要産業である自動車産業やその関連部門が，バブル崩壊後もその経済規模を堅持したことが要因として挙げられよう．

2005年には愛知県瀬戸市で愛知万博が開催された．会場へのアクセスの良さから，昼神温泉は48万人の宿泊者数を記録した．しかしながら，2000年代後半から顕著となった自動車産業における生産拠点の海外移転の加速，2008年９月のリーマンショックに端を発した世界的金融危機による中京圏の景気の悪化により，昼神温泉の宿泊者数も2007年以降減少を続けており，2011年度の昼神温泉の年間宿泊者数は，36万人である．

宿泊客数の季節変動は，夏休みの８月と紅葉時期の10，11月が繁忙期にあたり，寒さの厳しい12月，１月では宿泊客は少ない（第４図）．



第４図　昼神温泉における宿泊客数の月別動向（2006-2011年度の平均値）

（昼神温泉エリアサポート資料により作成）

Ⅲ　昼神温泉宿泊施設の経営特性

昼神温泉では，19軒の宿泊施設が経営を行っている．その開発資本や経営母体は，阿智村近郊の企業である場合が多く，公営の施設は３軒である．これらはすべて，1970年代初頭から90年代初頭にかけて営業を開始している．施設の規模をみると，

収容人数20人の小規模旅館から，500人以上収容可能な大規模旅館まで様々である．

本章では第５図と第６図を用いて，宿泊施設の経営内容と具体的な特徴について述べる．

１）大規模旅館の事例：旅館６

旅館６は，もともと飯田市内で建設会社を営んでおり，天竜舟下り，天龍峡ホテル（現在は廃業）を経営していたこともあり，そのノウハウを活かして1980年に開業した．現在の経営者は３代目にあたる．

旅館６の労働力は，全体で80名（正社員40名，パート40名）に達する．1997年と2005年には，新たな棟を建築し，その規模を拡大した．経営者によると，設備投資を行うことは，従業員の接客面を変えるきっかけにもなり，効果的であるという．客室数は72室，収容人数411人であり，これは昼神温泉の中でも２番目の規模を誇る．１泊の料金は，16,800円以上とやや高めの設定となり，高級旅館としての色彩が強い．

番号	開発資本	宿泊施設経営の変遷（1970 1980 1990 2000（年））	設備 客室数	設備 定員	料金（円）	従業員数（正社員数）	備考
1	建設業（飯田市）		120	550	15,750～	60(30)	
2	阿智村		25	82	7,550～	33(18)	2010年に指定管理者制に移行
3	小売業（飯田市）		39	170	13,650～	40(10)	
4	会社員（阿智村）		11	30	13,650～	2(2)	
5	飲食業（飯田市）		47	275	15,750～	68(34)	1993年に建設業の企業へ→2003年～は個人経営
6	建設業（飯田市）		72	411	16,800～	80(40)	
7	尾張旭市		20	97	7,500～	13(13)	2006年に指定管理者制に移行
8	飯伊森林組合		11	55	8,000～	10(5)	
9	農家（阿智村）		8	26	13,650～	5(5)	
10	飲食業（飯田市）		20	90	14,700～	15(5)	1982年に番号５から独立
11	小売業（飯田市）		19	88	29,400～	25(25)	
12	飲食業（飯田市）		20	110	21,000～	25(12)	
13	――――		30	148	16,800～	100(70)	1997年に番号13を番号14が買収
14	不動産業（東京都）		58	320	14,700～		
15	――――		7	24	13,650～	5(2)	1998年に南木曽の旅館で従事していた個人が買収
16	ビジネスホテル（伊那市）		22	100	16,800～	24(18)	
17	年金福祉事業団		22	89	7,500～	12(3)	2009年に番号１が買収
18	飲食業（飯田市）		42	200	13,650～	30(10)	番号１と親戚関係
19	阿智村有志		45	225	9,240～	35(10)	

［凡例］ １代目経営主　２代目　３代目

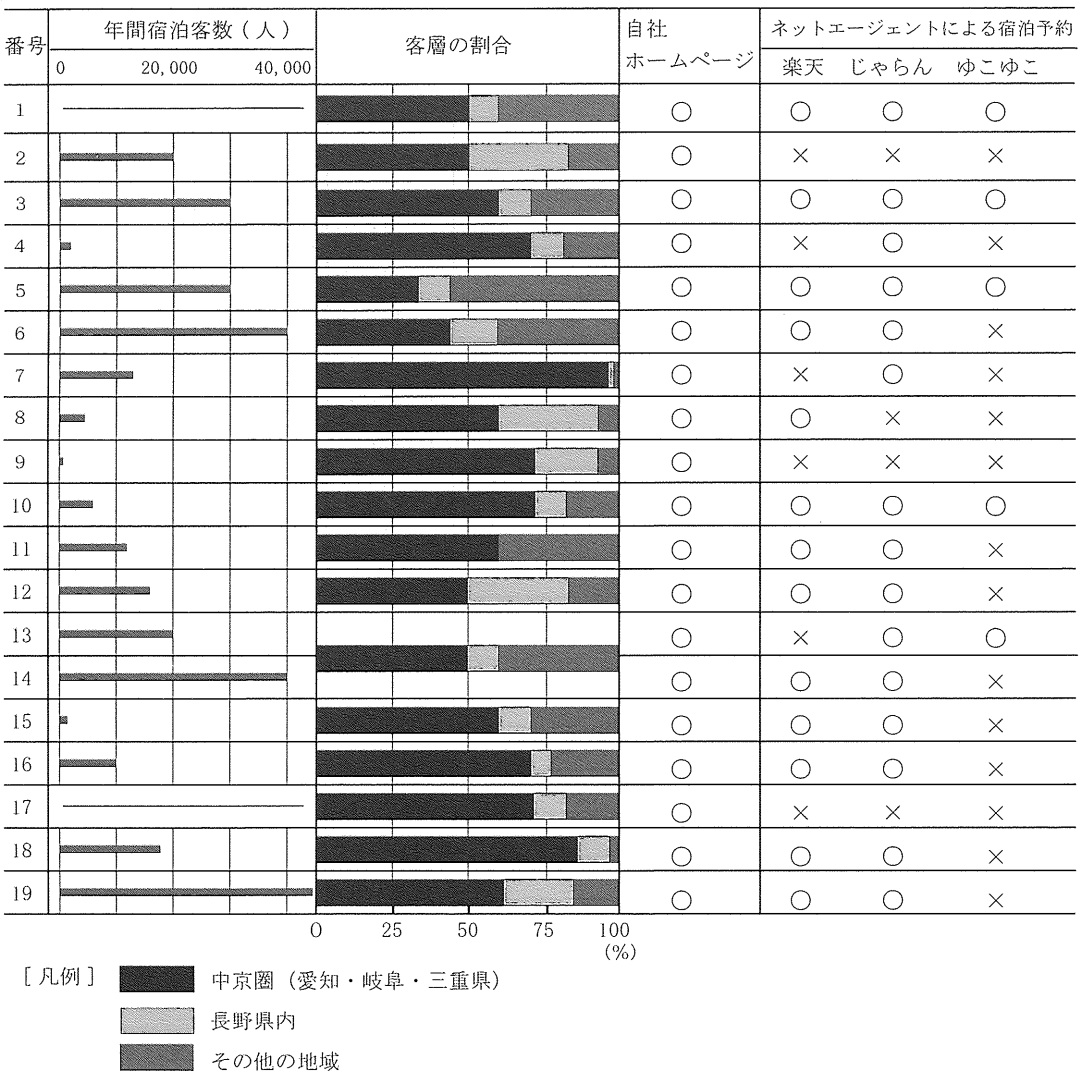
第５図　昼神温泉宿泊施設における経営の変遷とその形態（2012年）

注）番号13と15の開発資本は，不明である．

（現地聞き取り調査，昼神温泉エリアサポート資料により作成）

1997年以後の設備投資による収容人数増大に伴い，宿泊客は急激に増加した．2005年の愛知万博以降は減少傾向が続いているものの，2010年度の宿泊者数は約40,000人，日帰り客数は約15,000人である．宿泊客は，中京圏からが40%，長野県内からが15～20%，次いで関東圏が10%ほどを占めている．客室の稼働率は約80%であり，宿泊定員稼働率は40%である．

旅館６は，大型旅館でもあることから，中高年の団体客利用が中心である．その中で，個人客・リピーター客を増やそうと努力している．例えば，リピーター客向けの会員制度（会員数：1,000人）を1997年から開始している．これは，個人のリピーター客をターゲットにしたものであり，会員ポイ



第６図　昼神温泉宿泊施設の客層と宿泊予約システム（2012年）

注１）番号１と17の年間宿泊客数は不明である．
注２）ネットエージェントとは，インターネットによる宿泊予約の仲介業者のことである．

図中では，楽天トラベル株式会社が運営する宿泊予約サービスを「楽天」，株式会社リクルートが運営するものを「じゃらん」，株式会社ゆこゆこが運営するものを「ゆこゆこ」とした．　（現地聞き取り調査により作成）

ント制を設けたり，会員のために様々な企画を催している．毎年12月の末には，会員向けに大忘年会を行っているが，平日にもかかわらず120人も集まる人気企画となっている．

集客以外にも，人員削減を通じて，大規模化した旅館のスリム化に力を入れている．旅館業の中で，最も労働力を必要とするのは，食事の準備・提供であるが，ここに旅館６は注目した．食事の提供を正社員の仲居からパートにすることで，人件費を削減するなど効率化を図っている．

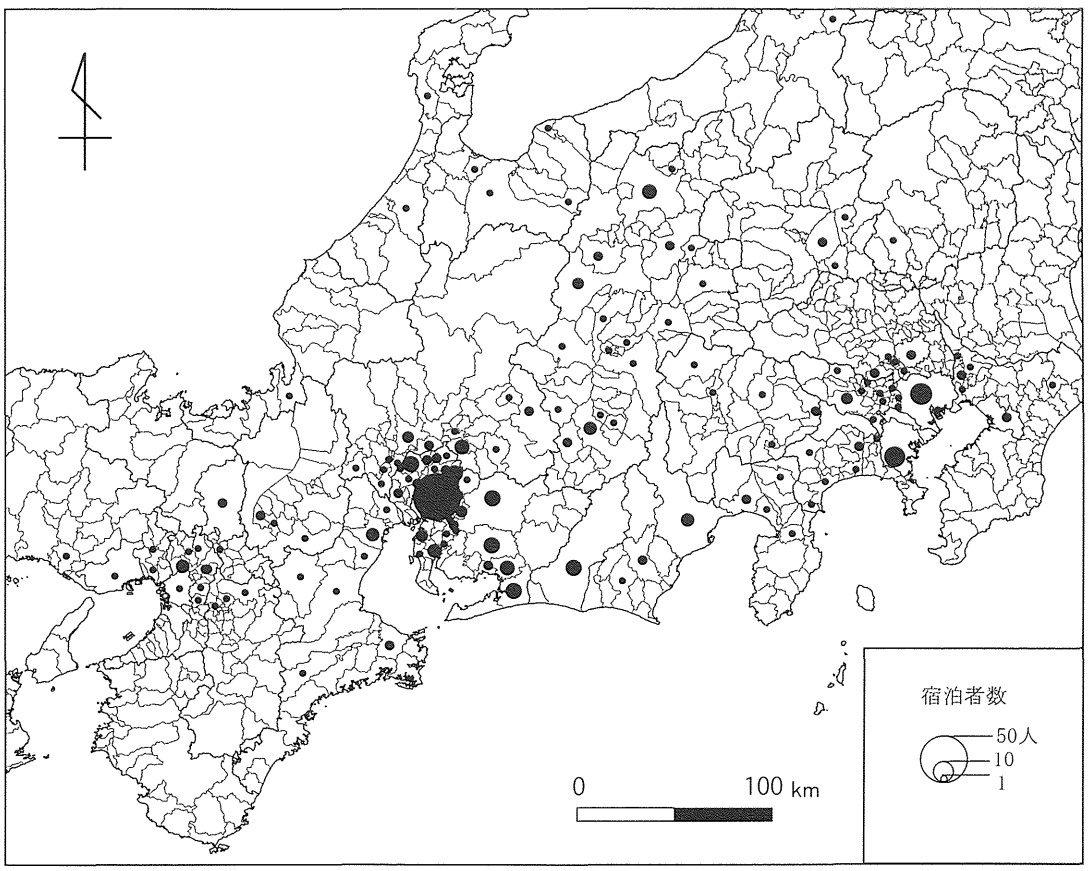
２）小規模旅館の事例１：旅館４

旅館４は，1977年に開業した旅館である．開業者は，現在の経営者であり，当時は飯田市内でサラリーマンをしていたが，昼神温泉湧出をきっかけに，旅館業に転業した．

旅館４の労働力は，経営者とその妻の２人のみであり，繁忙期にはパートを６人雇っている．客室は11室，収容人員は30人であり，1985年に１度増築を行っている．１泊の料金は，13,650円以上である．

宿泊客は中京圏からが70％を占めている．第７図は，2011年度の宿泊客の居住地を示したものである．ここからも，名古屋市を中心とした中京圏からの宿泊客が多数であることが分かる．

旅館４は，ネットエージェントのじゃらんと契約をしている．宿泊予約の半数はじゃらん経由であり，残りの半数は旅館４のHPを介しての予約である．20代から70代まで幅広い年代の宿泊客が訪れている．



第７図　旅館４の宿泊者居住地分布

（旅館４の宿泊台帳により作成）

3）小規模旅館の事例２：旅館15

旅館15は，廃業して売りに出されていた旅館の建物を，木曽郡南木曽町でホテルの従業員をしていた２人が買い取り，1998年に創業した旅館である．旅館15の労働力は，板前を担当する社長と女将の２人の他にパート従業員の３人の計５人である．客室数は７室で収容人員は24人である．１泊の料金は，13,650円以上となっている．宿泊客は，中京圏からが60％，関東からが20％，長野県内からが10％であり，年間宿泊客数は約1,000人である．宿泊客の予約は，ネットエージェント（じゃらん，楽天）からが約70％を占め，旅館15自身のHPからの予約も約30％に達し，ほぼ全ての宿泊客がインターネットを介して予約している．

旅館15は，ペットの持ち込みが可能である点に特徴がある．2005年頃からペット受入可能の体制にしたが，小規模旅館ならではのサービスをという試みに基づいていた．現在，宿泊客の約80％がペット同伴での宿泊であり，リピーター率も50％を超すほどである．

今後は，ペット同伴可能な他の旅館と連携して，宣伝活動やサービスを展開することを経営者は考えている．

4）高級旅館の事例：旅館11

旅館11は，1984年に開業した旅館である．もともと，現在の経営者の父が阿知川左岸の土地一帯を有しており，昼神温泉湧出以降は，その土地の一部を売却した．そこでは1983年までに６軒の旅館とホテル（内，２軒は既に廃業）が営業を開始した．阿知川左岸の中でも中央部に位置する土地は最後まで売却せず，そこに阿知川一帯では最も遅い1984年に開業した．父は飯田市内で自動車のリース業や販売業を営んでおり，他の旅館，ホテルの成功を受けて，旅館経営を開始した．開業当初は，１泊２食5,000円ほどで営業を行っていた．1989年には，「より幸せ度の高い時間と場所を提供したい」との思いから，施設の改装を行うなど質・サービスの付加価値を高め，旅館の高級化を行った．

旅館11の労働力は，全て正社員の25名である．正社員のみで構成しているのは，宿泊客に対して手厚い接客サービスを行うためである．客室は19室で，88人の収容が可能である．１泊の料金は，29,400円以上と昼神温泉の旅館，ホテルの中で最も高額である．宿泊客は，中京圏からが60％を占め，関東・関西方面からはそれぞれ10％ほどであり，年間12,000人である．

旅館11の特徴として，まず挙げられるのはその洗練された館内の設備である．能舞台も設けられており，毎日様々な演者による舞台が宿泊客の人気を集めている．月に２回，長野社中による狂言の稽古会も行われ，阿智村における文化の発信地としての役割も旅館11は担っている．また，能舞台での貸切結婚式も2006年頃から開始し，年に10件ほどの利用がある．

この他にも，農商工連携の一環として，駒ヶ根市にある養命酒製造および愛知県豊田市にある農場との提携を結び，養命酒の残渣を飼料に入れ，地鶏の飼育に取り組み，その商品化を進めるなどの取り組みも行っている．このように，旅館11は宿泊業以外にも多角的な事業を展開している．

旅館11の経営者は，「将来的には，医療分野と連携することを視野に入れながら，滞在型の空間を作れれば」という意向を有している．

5）公営宿泊施設の事例：施設７

施設７は，1980年に愛知県尾張旭市が開業した公営宿泊施設である．開設プロセスの進行は，当時の尾張旭市長の尽力によるところが大きい．市長は，1973年に名古屋市が王滝村の御嶽山麓に保養所を開設したこともあり，温泉を使った保養所を作りたいという思惑を抱いていた．そのような折に，昼神の温泉湧出を知り，興味を持ち，昼神の地に市民のための保養施設を開設したのである．現在は指定管理制度のもと，尾張旭市施設管理協会によって運営されている．

施設７の従業員数は13人である．収容人数は97人，20部屋である．１泊の料金は7,500円からであり，尾張旭市民は1,000～1,500円ほどの補助金

が市から出るため，安価な価格で宿泊できる．

宿泊客数は，1987～94年のピーク時には22,000人を推移していたが，以後減少に転じ，2010年度は，約11,000人である．宿泊者の95％が中京圏であり，そのうちの半数を尾張旭市民が占めている．特に，65歳前後の中高年の方の利用が多い．

他の宿泊施設では，バブル崩壊後も宿泊客数を堅持していたが，施設７は減少傾向が続いている．これは施設７が公的な施設のため，利益を追求するための宣伝を積極的に行うことができないという背景がある．

そのような状況下の中，2004年から尾張旭市と阿智村を結ぶ無料送迎バスの運行を始めた．現在週５日運行しており，施設利用者市民の３分の１ほどがバスを利用している．これにより，市民の利用者数が増加することはなかったが，ある程度の宿泊者数を維持している．

以上のように，施設７は低価格で宿泊することもでき，尾張旭市民を中心に，保養増進のための施設としての役割を十分に果たしている．

Ⅳ　昼神温泉における観光客誘致の取り組みと課題

Ⅳ－１　昼神温泉エリアサポートの取り組み

１）概要

株式会社昼神温泉エリアサポート（以下，エリアサポートとする）は，2006年12月に，阿智村，飯田信用金庫，昼神温泉の14旅館の出資により設立された．その事業内容は，第３表に示す通りであり，主として昼神温泉の地域経営と広告宣伝活動を行う組織である．

エリアサポートの特徴として，既存の観光協会等ではみられない，観光業に精通した専門のスタッフを置き，長期的な事業計画のもとで，昼神温泉への誘客を図ることを可能にしている点が挙げられる．

２）広告宣伝活動

昼神温泉において，広告宣伝活動を一手に引き受け，行っているのはエリアサポートである（第８図）．

昼神温泉では名古屋市を始めとする中京圏からの来訪客が７割ほどを占めている．そこで，エリアサポートでは中京圏依存からマーケット拡大を狙い，関東地方での広告宣伝活動に力を入れている．これにより，情報発信の中枢を担っている関東地方から全国に向けて更なる宣伝がなされるという副次的な効果も望めるからである．

エリアサポートの代表取締役のＡ氏は，長年東京で旅行会社に勤めていた経験があり，観光業各方面へのパイプを持っている．そのパイプと，長年培ってきた手腕を買われて，2006年に代表取締役に就任した．

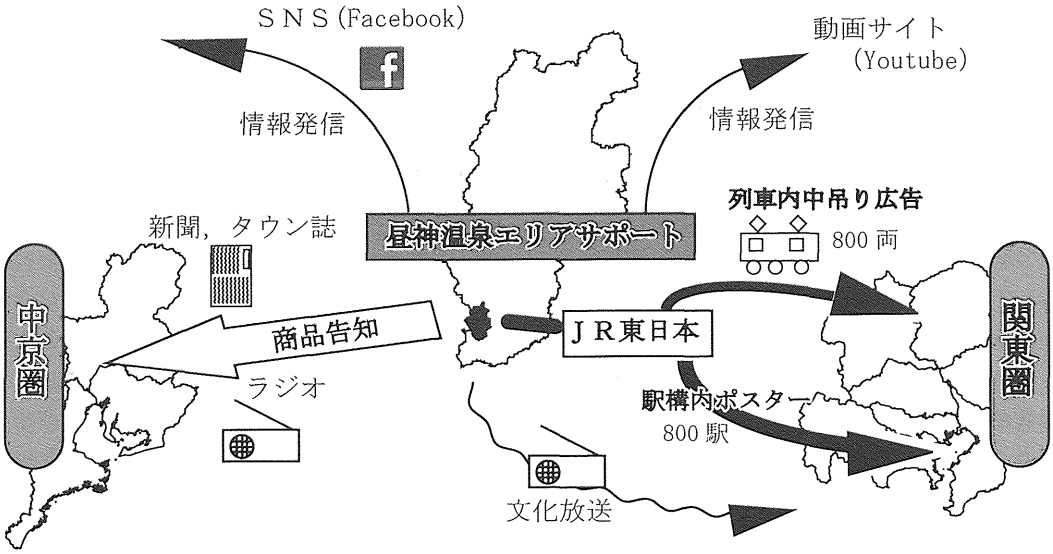
(1) 広告代理店との連携による広告宣伝活動

Ａ氏は，就任して直後の2007年，広告代理店の電通と協力体制を構築し，大企業とタイアップした広告宣伝活動を行った．昼神温泉側が500組1,000名招待の商品を用意し，それをメガネストア，ユニディ（ホームセンター），ロッテ（食料

第３表　昼神温泉エリアサポートの事業内容（2012年）

事業	内容
１．温泉観光振興事業	長期振興策の策定，イメージ戦略の構築，観光資源の開発・育成など
２．観光客誘客事業	誘客戦略の構築・実践，情報収集・発信，告知宣伝・広報，営業誘客など
３．一般旅行業	第２種旅行業登録，主催旅行の企画販売，二次交通整備，宿泊紹介など
４．地域振興ネットワーク事業	仕入れ一本化，地産地消の推進，地域ブランド・特産と観光連携など
５．人材確保，育成事業	地域ガイドの組織化・商品化，人材確保と安定供給，後継育成・教育など
６．観光再生に関わる事業	観光施設の経営・．運営委託（受託），コンサルティングなど

（昼神温泉エリアサポート資料により作成）



第８図　昼神温泉エリアサポートの広告宣伝活動（2012年度）

（現地聞き取り調査により作成）

品メーカー）の３社を始めとする大企業がプレゼントキャンペーンを行うことで，昼神温泉の露出を大々的に行ったのである（写真３）．

この企画のもう一つの狙いは，昼神温泉に対する評価を把握することであった．従来，観光客が昼神温泉をどう認識しているのかという資料は無く，これを把握した上で昼神温泉の現状，問題点を洗い出すという狙いもあった．招待した宿泊客にアンケート調査を実施し，その結果，１．泉質が良いこと，２．食事が良いことが評価された．しかし，改善すべき点として，１．アクセスが悪いこと，２．昼神温泉内に観光スポットが無いことが挙げられた．このアンケート結果を基にエリアサポートでは，翌年以降の施策に反映させていくこととなった．

写真３　企業とタイアップした広告宣伝活動の事例

（2012年５月　木村撮影）

(2) JR 東日本とのタイアップ事業による広告宣伝活動

昼神温泉では，JR 東日本とタイアップした誘客を2008年度から現在まで継続して行っている．これも，Ａ氏の旅行会社時代の人脈を活かして実現したものである．

JR 東日本は，自社路線以外の地域への商品キャンペーンを初めて展開するに至った．年間３回のキャンペーンを実施し，約800の駅にポスターを貼り，また車内中吊り広告を約800両で展開している．関東圏内全域に昼神温泉の露出を図ることで，知名度を上げる役割を果たしている（写真４）．

写真４　JR 東日本とのタイアップ事業による広告宣伝活動
（2012年５月　木村撮影）

写真５　物味湯産手形
（昼神温泉エリアサポートFacebook ページより転載）

昼神温泉側は，JR 東日本の管轄である茅野駅と昼神温泉を結ぶシャトルバスを運行することで，アクセスの便宜を図っている．このバス運行費とポスター制作費などはエリアサポートの負担であり，年間約1,000万円の予算で行っている．換言すると，1,000万円の予算のみで，大々的な宣伝効果をもたらしているのである．

３）イベント，企画の実施

（1）物味湯産手形の企画

「物味湯産手形」は，観光施設や飲食店などでの割引・特典のサービスが冊子になったもので，10か所の温泉施設を無料で入浴することが可能である．本冊子の対象地域は昼神温泉だけではなく，長野県南地域の広域に渡る．本冊子は，昼神温泉エリアサポートが中心となり，各関係機関の協力を得ながら企画，販売しているものであり，2010年４月より１冊1,000円で販売が開始された（写真５）．発行部数は，2010年度は３万部，2011・2012年度は５万部である．冊子の購入者の内訳は60％が観光客で，40％が地域住民という．

本冊子は，長野県南の広域の地域全体で観光客を呼び込むことで，観光客が回遊し，観光客の購買意欲を増大させることを狙いとしている．さらに，手形は１年間有効であるので，リピーター客を増やし，滞在時間を増やそうという意図もある．2013年度版は，長野県全体にエリア拡大して販売予定である．

（2）日帰りバスツアーの実施

前述したとおり，「昼神温泉は観光スポットに乏しい」と観光客に感じられている．そこで昼神温泉エリアサポートは，2008年度から日帰りバスツアーを開始した．バスツアーの実施状況は，第４表に示した通りである．阿智村内を中心に，飯田市の元善光寺や南木曽町の妻籠宿などの人気観光地を巡るツアーの他，りんご狩りなど季節ごとに体験型のコースも用意しており，その人気は年々高まっている．2011年度は5,000人の観光客の利用があった．

第４表　昼神温泉エリアサポートによるバスツアー実施状況（2012年）

月	ツアー名	主な行き先地
４月	春の花・桜・名木を巡る!! 春の花巡り	下伊那郡高森町／飯田市／阿智村清内路／木曽郡南木曽町など
５月	江戸の面影を残す『妻籠宿』を満喫!! 新緑の木曽路	妻籠宿，木地師の里（木曽郡南木曽町）
６月	小京都・和菓子と人形の街　城下町飯田探訪	市街地，川本人形美術館，りんご並木（飯田市）
	新緑の山々を望む『なみあい高原』	浪合神社，もみじ平，治部坂高原（阿智村浪合）
７月	万葉の香りをたどる!! 園原の里探訪	信濃比叡，神坂神社，暮白の滝（阿智村）
８月	トウモロコシ狩りと清涼のなみあい高原	トウモロコシ畑，治部坂高原（阿智村浪合）
９月	天竜奥三河国定公園と十勝を望む渓谷美 名勝天竜峡	りんご農園，天竜峡遊歩道（飯田市）
	大自然の小さな山里 清内路	小黒川のミズナラ，姿見不動滝（阿智村清内路）
10月	信州名産「りんご」が食べ放題！伍和りんご狩り	りんご農園，長岳寺（阿智村）
10/11月	紅葉色付く峠道と旅愁漂う『妻籠宿』を満喫!!	妻籠宿，木地師の里（木曽郡南木曽町）
12月／２月	武田信玄終焉の地と古代東山道信濃比叡	信濃比叡，ははき木館　（阿智村）
１／２月	新春参拝 元善光寺と開基900年の名刹瑠璃寺	元善光寺（飯田市），瑠璃寺（下伊那郡高森町）
３月	一足早い春を巡る阿智村探訪ツアー	長岳寺など（阿智村）
５～11月の月曜日	『下栗の里』を訪ねて 秘境遠山郷ふるさとツアー	下栗の里，しらびそ高原（飯田市上村）

（昼神温泉エリアサポート資料により作成）

Ⅳ－２　HIP（昼神温泉イベントプロジェクト）の取り組み

１）HIPの概要

昼神温泉旅館組合が結成されたのは1985年頃であり，その傘下には旅館・ホテルに勤務する若手従業員で構成される青年部があった．青年部に所属するメンバーは，各旅館・ホテルにて接客に携わり，現場の第一線で活躍し，将来の昼神温泉を担う若手メンバーであり，自分たちの手で昼神温泉を盛り上げようと数々のイベントを立案し，開催してきた．

1990年頃，温泉組合は各旅館・ホテルの営業方針の違いから，第一，第二組合に分かれた．しかし，その後も青年部はHIP（昼神温泉イベントプロジェクト）と名前を変えて存続し，活動を行っている．

現在のHIPのメンバーは，各旅館・ホテルから総勢15～20名ほどの20～40歳代の若手中心で構成されている．旅館６，７，10の若手メンバーが中枢メンバーとしてHIPを牽引している．

２）HIPの活動内容

HIPの活動は，第一，第二組合からの補助金70万円を元手に行われている．現在，HIPは，昼神温泉内のイベント企画の立案と開催を中心に活動している．子どもを対象にした魚のつかみどり，星空観察会（浪合にて実施），旅館内でのロビーコンサート，早朝のウォーキング，やまびこツアー（園原にて実施）など多様な企画がある．HIPのメンバーは自分たち自身も楽しみながら，観光客に昼神の魅力を知ってもらおうという意図を企画に反映させている．

しかしながら，HIPの活動に全ての旅館・ホテルが賛同しているとはいえない現実がある．なぜならば，イベントの拘束時間が長く，経営者からの理解が中々得られないためである．例えば，「魚のつかみどり」は８月中の毎日開催し，その上，旅館・ホテルが最も忙しくなる夕方頃に当番が回って来る．しかも，旅館・ホテルの大小に関係なく，均等に担当する負担があるために，従業員の少ない小規模旅館から反発の声があるのも事実である．

HIPのつながりは，以前は付き合い程度で成り立っていた．しかし，各旅館・ホテルの経営が厳しくなり，旅館・ホテルの規模の大小，また温度差も生じてきたことにより，現在HIPの枠組みの再検討を行っているところである．

Ⅳ－３　旅館組合の取り組み

温泉組合は前述したとおり，二分された状況になっているが，昼神温泉活性化のためのイベントは共同で開催している．その形態は，イベントに賛同する旅館･ホテルが拠出する負担金を元手に，実行委員会を立ち上げるものとなっている．

現在，実行委員会が結成されているものに，①夏祭り実行委員会，②御湯（おんゆ）実行委員会，③村芝居実行委員会がある．

「御湯」とは，2007年頃から始めた企画で毎年12～２月にかけて行われており，昼神温泉の冬の風物詩にもなっている．もともと，神にまつわる伝説が多くあった阿智村で新たな伝説を作ったのである．そのストーリーは，「湯屋権現が里（昼神温泉）に下りて来て，温泉に入る．温泉に入っている間は，代わりの神様である湯屋守が昼神温泉を守ってくれる」というものである．その湯屋守を，各旅館･ホテルの前に１体ずつ飾ることで，観光客に「湯屋守さん巡り」として楽しんでもらおうというものである．しかしながら，旅館．ホテルが設置する御神体（湯屋守）を準備するのに，資金がかかること，またせっかく購入した御神体も最後には，お焚きあげの儀式のために燃やしてしまうこともあり，実行委員会から脱退する旅館･ホテルも出現している．今後の展開に課題が残されているといえよう．しかし，歴史の浅い昼神温泉にて，伝統ある行事を創出しようという試みは非常に意義深いことであろう．

「村芝居」は2000年頃から，実行委員会と阿智村の民生課が共同で，観光センターの２階を会場に毎年２月の１ヶ月間開催しているものである．１日２回公演を行い，延べ8,000人弱を集客している．入場料は一人当たり900円であるが，70歳以上の村民の入場料は500円にするなど，阿智村村民にも，昼神温泉の魅力を再認識してもらう機会を創出している．

Ⅳ－４　昼神温泉を取り巻く課題

以上概観してきたように昼神温泉では，エリアサポートが積極的な広告宣伝活動による宿泊客の誘客を行い，旅館・ホテル側はイベント企画の立案・実施と，各々が自身の得意分野を活かし，力を発揮できる仕組みを構築している．これらは，昼神温泉を構成する各員の努力によるところが大きい．

ただし，昼神温泉の更なる発展を考えた際の懸念材料を挙げるとすれば，昼神という非常に狭い地域内での軋轢や極めてローカルで政治的な人間関係が存在することである．事実，聞き取り調査を進める中で，昼神温泉内では営業方針やその規模などから対立関係にあると見受けられる点も散見された．また，旅館・ホテル側と，広告宣伝活動を行うエリアサポートの間でも意識の差異が顕著にみられた．

旅館･ホテル側は，短期的な視点を重視し，「明日の客室をどう埋めるか」という目先のことで一杯になりがちである．その旅館・ホテルに欠けている長期的な視点に立ち，エリアサポートは関東への広告宣伝活動に力を入れているが，旅館・ホテルから反発の声もある．ある旅館の経営者は，「関東からの宿泊客を増やすといっても，その成果は上げられていないのが現実である．依然として昼神温泉は，中京圏からの宿泊客が大部分を占めており，中京圏へもっと力を入れて集客を図るべきである．村からの補助金も，関東への広告宣伝活動のために使うのではなく，もっと有効に使うべきである．例えば，名古屋から昼神温泉までのワンコインバスを運行するなど，宿泊客を呼び込む方法はいくらでもある．」と話す．

このように各旅館・ホテルの様々な思惑が交錯している現状であり，全国的にも珍有な存在である観光業を専門としたスタッフにより構成されているエリアサポートが，一人歩きしているような印象さえ受ける．今こそ昼神温泉のますますの発展のためにも，「オール昼神温泉」の体制で，活性化のための知恵を絞っていくことが求められていよう．

V　おわりに

本稿では，長野県昼神温泉における近年の観光客誘客政策に着目し，各旅館・温泉施設の経営形態とも関連させながら，昼神温泉の活性化戦略とその課題を考察した．

昼神温泉では，エリアサポートが地域活性化のための中枢的な役割を担っており，観光業に精通した専門のスタッフによる，長期的な視点に立脚した地域マネジメントと広告宣伝活動は注目に値する．中京圏からの認知度は高い昼神温泉であったが，積極的な広告宣伝活動により，関東圏へも徐々にその知名度は浸透しつつあり，エリアサポート設立から６年が経ち，その効果は徐々に出てきている．

また関東圏への広告宣伝活動により，長野県内からの宿泊客が増加するなど副次的な効果も生み出している．今後も継続した地道な取り組みが，昼神温泉の繁栄のために重要となってくるだろう．

HIP もその規模こそ小さいが，今後の昼神温泉を担う若手旅館・ホテルの従業員により構成され，旅館・ホテル間のコミュニケーションをとる場ともなっている．また，より良い温泉地づくりのために，若手従業員が日々奔走していることは将来の昼神温泉の地域活性化に寄与することとなろう．

これまで個々の旅館・ホテルでは宿泊客を増やすために，経営努力を行い，その結果，今日の昼神温泉の礎を築いてきた．今後はそれだけではなく，昼神温泉，ひいては阿智村が一体となり地域振興に取り組んでいくことは急務となっている．今回の昼神温泉の事例から，個々の利益を重視する立場がある中で，いかに将来を見据えた地域振興を行っていくかが，課題として浮かび上がってきた．さらに，地域振興を取りまとめるキーパーソンの存在が温泉地では重要な意味を持つことが明らかとなった．

昼神温泉は，名古屋の近接性から，観光温泉地としても立地条件に恵まれている．このポテンシャルを生かし，更なる発展戦略を練っていくことも課題といえよう．

本稿の作成にあたり，昼神温泉エリアサポートの木下昭彦様をはじめとして昼神温泉各旅館・ホテル関係者の方々には多大なるご協力を請け賜りました．ここに記して御礼申し上げます．

［文　献］

阿智村誌刊行委員会（1984）：『阿智村史　上下巻』阿智村．
観光経済新聞社：http://www.kankokeizai.com/index.html（最終閲覧日：2012年11月６日）
日本観光振興協会（2012）：『観光の実態と志向　第30回平成23年度版』．
原 文典（2000）：昼神温泉の歴史と現状．長野県温泉協会報，13-17.
村沢武夫（1978）：下伊那の温泉・地下資源（１）．伊那，**26**(9)，21-25.
山村順次（1995）：『新観光地理学』．大明堂．
山村順次（1998）：『新版　日本の温泉地　その現状と発達』．日本温泉協会．
山村順次（2005）：長野県阿智村昼神温泉の地域的特性と活性化．　地理学研究報告，**16**，1-9.
山村順次（2011）：『観光地理学－観光地域の形成と課題－』同文館出版．
山本慈昭（1973）：阿智村昼神に湧き出た温泉余話．郷土史巡礼，**15**，4-10