

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

豊浦地域〔川棚温泉エリア〕再生計画 ～穏やかで優しい、豊かな風土を活かした、「癒やしの小旅行」を可能にするまちづくりプロジェクト～

2 地域再生計画の作成主体の名称

山口県下関市

3 地域再生計画の区域

山口県下関市の区域の一部（豊浦町）

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【地域の背景・現状】

① 豊浦地域（以下「本地域」という。）は、東西約7km、南北約17kmに広がり、面積は75.83km²、温暖な気候に恵まれ、農業や漁業、温泉を主とした観光業を中心に発展してきた地域である。本地域の西側には、その名のおり豊かな恵みをもたらす浦（響灘）が一面に広がり、残る三方には、雄大な山々（鬼ヶ城連山）がその背後を守るように連なっている。その裾野に広がる本地域の穏やかで優しい、豊かな風土は、漂泊の俳人、種田山頭火（1882～1940年）やフランス人ピアニスト、アルフレッド・コルトー（1877～1962年）らに、「ここに住みたい」、「ここで最期の時を迎えたい」と言わしめたほどである。

② その強みは、「豊かな農産物・海産物に恵まれ、よく整備された公共交通網があるほか、大型商業施設の進出によって本地域内で一通りの買い物ができ、平成30年にリニューアルされた総合病院と多種・多様な個人医院のおかげで安心して生活できる、田舎の住み良さと都市の便利さを兼ね備えた地域」であることだ。

③ 平成27年に豊浦地区まちづくり協議会設立準備会が830人以上の地域住民（地域住民の約4.7%）から回答を得た本地域のまちづくりに関するアンケート調査では、本地域について「住み良い」と「まあ住み良い」と回答した人の割合が合計で90.7%にも上り、本地域の福祉・医療については「充実している」と「まあ充実している」と回答した人の割合が合計で81.2%にも上った。「住めば都」ということなのかもしれないが、だとしても、住むことに関する満足度は決して低くない。

④ にもかかわらず、国勢調査に基づく本地域の人口は、昭和60年の22,130人をピークに、平成7年の21,288人から令和2年の16,232人へと25年間で23%以上が減少した。このことによって、本地域は、令和4年4月1日、本市の「一部過疎地域」として追加指定（人口要件（中期））を受けることとなった。自然減少（出生数の低下等）・社会減少（転出者の増加等）ともに歯止めがかからない本地域では、年々上昇する高齢化率が令和4年10月末現在で44.32%にも達し、少子高齢化による地域経済の縮小と地域活力・コミュニティ機能の低下が早いスピードで進行している。

⑤ 本地域の弱みは、「海と山に囲まれた狭隘さから平地と水源が少なく、中国自動車道のインターチェンジからやや離れていることが第二次産業を支える企業の誘致を困難にし、若者にとって魅力的な文化施設や娯楽施設、雇用の場（就業機会）が少なく、地域の各所に点在する観光資源が小規模でそのアピールが困難な地域」であることだ。

⑥ このような地域ではあるが、本地域には、多彩で魅力あふれる観光資源が多く存在する。良質で無色透明のラジウム泉で知られる「川棚温泉」と、美肌効果に優れる単純アルカリ泉の「大河内温泉」をはじめ、国指定天然記念物に指定されている「川棚のクスの森」や、四季折々の花々を楽しみながら芝生や遊具で至福のひと時を過ごせる「リフレッシュパーク豊浦」（都市公園）などがそれである。

⑦ とりわけ、川棚温泉エリア（川棚温泉街及びその周辺を主とする区域。以下「本エリア」という。）は、本地域のほぼ中央に位置し、南北に延びるJR山陰本線や、他市・他地域とつながる国道191号と各県道の交通結節点を擁している。また、多くの観光資源と宿泊施設が集中していることで、観光振興の分野においても、交流人口・関係人口の呼び水的存在として重要な役割を担っている。

⑧ 中でも、本エリアの中心的な観光資源である川棚温泉は、約800年の歴史を誇り、毛利家の殿様や長府藩の藩主、地元の住民に利用され、江戸時代の中期以降は、湯治や寺社参詣など旅行者のニーズに応える観光地として発展してきた温泉郷である。

⑨ 高度経済成長期、世の中の観光スタイルは、昼はあちこちを巡って夜は宴会を楽しむという、いわば「団体型観光」で、川棚温泉街もこれに対応しながら最盛期を迎えた。しかし、その後人々のニーズが多様化していく中で、世の中の観光スタイルは、地域ならではの特色や資源（自然資源・人文資源・産業資源）に触れながらスローフードを家族や友人などの少人数で楽しむという「個人型観光」へと変化してきた。

⑩ この変化の波を受けた川棚温泉街では、後継者の不足や建物の老朽化に悩んでいた老舗の旅館やホテル、店舗が次々に廃業して建物を取り壊したことで、昭和中期のノスタルジックな面持ちが失われた。さらに、未活用の空き地や駐車場が至る所に見られるようになったことで、あたかもひと気の少ない住宅街のような様相が強まってしまった。かろうじて営業を続けている店舗も、その外観が思い思いのデザインとなっているため、景観全体としての統一感や特別感はほとんどない状態といつてよい。

⑪ その結果、平成15年に14軒だった宿泊施設は、令和4年の時点で6軒へと半減。近年における川棚温泉の観光客数（日帰り客数＋宿泊客数）は、平成3年の約51万7千人をピークに、コロナ禍の到来前であった令和元年にあっても約28万2千人まで減少し、コロナ禍の只中にあった令和3年にあっては約19万2千人と、観光客等来訪者の減少による経済的な打撃を受けている。

⑫ 現在の川棚温泉街は、次の悪循環（負のスパイラル）に陥っている。

ア まちなかに温泉地らしい情緒風情のある景観が少なく、他と異なる洗練性・独自性を醸し出すような雰囲気が見出しにくいことで、来訪者は、まちなかの景観や

雰囲気に魅力を見出しにくく、まち歩きや散策による没入感・満足感を味わいづらい。

イ そのため、瓦そばという全国に誇る郷土料理の発祥地でありながら、また、世界的に著名な建築家である隈研吾氏の設計した下関市川棚温泉交流

センターをまちなかに擁しながらも、来訪者や生活者にSNSや動画サイトによる宣伝を躊躇させている。

ウ その結果、まちなかでお金を落とす来訪者は減少。事業者は十分な利益を確保できなくなることで、経営・地域への再投資がハイリスクとなり、地域の

自然資源・人文資源が持つ魅力の発信もままならず、事業者による自助努力だけでは、情緒風情のある景観や洗練性・独自性のある雰囲気を生み出せない。

⑬ 人は、美しい・珍しい・興味深い・面白いといった非日常に出会いたいという欲求をもって観光地を訪れる。これに対し、観光地は、温泉や料理、まちなかが持つ独特の歴史や文化、景観、人の優しさや温かさなどをもって観光客をもてなす。ところが、現在の川棚温泉街では、「川棚温泉って銭湯しかない？」という声まで聞こえてくるほか、「入口付近や中心付近に辿り着いた観光客に『川棚温泉ってどこですか？』と尋ねられる。」と複数の商店経営者が嘆くほどの惨状となっている。

⑭ 「川棚温泉の宿泊者は、角島大橋のある豊北地域、唐戸市場や壇之浦のある市南部の市街地、長門市や萩市など本地域以外の観光資源を旅行の目的地としていることが多い。きっと、本地域には宿しか求めていないのだろう。」と、ある旅館経営者は肩を落とす。まちなかに突出した景観や雰囲気がないため、下関市川棚温泉交流センターでのコンサート、妙青寺のライトアップ等夜間のイベントが開催されていない日のまちなかでは、チェックインのあとは温泉と料理しか楽しめず、ましてや、散策やそぞろ歩きに興じようという宿泊客は、稀有な存在となっている。本エリアにまで視野を広げると景観や眺望のよいスポットもあるのだが、それらはひと気の少ないひっそりとした佇まいの場所であることが多いため、そもそもそこを目指そうとする動機がなかなか高まらない。

⑮ 翌朝になると、宿泊客の多くは、本地域が穏やかで優しい、豊かな風土に恵まれた素晴らしく住み良い土地であることに気付かないまま、本来の目的地たる他地域や他市の観光資源を目指し、本地域を後にする。宿泊施設がせっかく呼び込んでくれた宿泊客をみすみす地域の外へ逃す、いわゆる「来訪者の囲い込みができていない」、「まちなかにお金が落ちない」という状態に本地域・本エリアは陥り、その結果、「地域の魅力を十分に発信できない」、「移住・定住の決定的な糸口を掴めない」という状況から長く抜け出せずにいる。

【地域の課題】

① 旅行の通過点となってしまった本地域では、事業者は先行きの不安に心痛を募らせ、そんな様子の事業者を見守る生活者は本地域に明るい展望を見出せなくなっている。少子高齢化の進む地域にとって、来訪者との出会いは交流人口・関係人口の増加を図る上で極めて貴重な機会なのだが、その来訪者にとっても、何がどこにあるのか、どんな風土の土地なのかさっぱり分からない単なる通過点に、住まいを求めたり事業を始めたりしようとする動機は生まれない。

② 現に、ひと気の少ない川棚温泉街では、空き地や空き家、空き店舗が増加の一途をたどり、その多くが塩漬け状態となっている。この問題を放置すれば、まちなかの景観と雰囲気はさらに悪化し、最後の砦ともいうべき現存の宿泊施設にまで経営の危機が及ぶことは想像に難くない。本地域にとって最大の観光資源であり、来訪者との貴重な接点である川棚温泉街から賑わいが失われていることは、結果として本エリアで事業や生活を営む市民に強い停滞感をもたらし、それが波及する形で本地域全体に暗い影を落としている。

③ そもそも本地域は、利便性・安全性の両面で優れた住み良さを有している。にもかかわらず、空き地や空き家、空き店舗、特に、旅館やホテル、店舗が取り壊されたあとの駐車場がいつまでも残り続けるようになってしまった。その要因としては、第一に観光スタイルの変化、第二に大量生産・大量消費が盛んであった前時代的な消費活動の終焉、第三に大型店舗の台頭、第四に大抵の物をインターネットで購入できるようになった購買行動の変容、第五に人口の減少に伴う購買需要の減少が挙げられる。前四者に抗うことは困難だとしても、社会基盤を揺るがす人口の減少は何としても食い止めなければならない。

④ 本地域の人口が減少し続ける原因は、前述のアンケート調査の結果にも表れていた。「豊浦地域の現状」という項目に対しては「働く場所がない」とする回答が67.4%と大半を占め、「取り組むべき課題」という項目については「働く場の確保」及び「少子化対策」が上位2位を占めた（得票合計）。就業機会（雇用の場）が少ないことで子育て世代の自然減少・社会減少を抑制できず、購買需要や労働力人口が減少し、地域経済の縮小や地域活力・コミュニティ機能の低下を招いた結果、それらが再び人口の減少を招くという悪循環（負のスパイラル）が本地域でも生じていることは、もはや疑いようがない。

⑤ 本地域が抱える「働く場の確保」及び「少子化対策」という課題を抜本的に解決するには、購買需要の増加、民間企業の進出及び若者による起業の促進、就業機会（雇用の場）の創出を経て、U・J・Iターンの促進及び地方創生人材の確保を図り、定住人口の増加及び自然減少・社会減少の抑制によって再び購買需要の増加に結び付けていくという好循環を生み出すことが必要である。

⑥ この好循環を生み出すための施策を2つの段階に大別すると、観光振興に注力する段階であるスタートフェーズと、人口定住に注力する段階であるサイクルフェーズに分けることができる。まず、スタートフェーズは、地域の再生を牽引していく“エンジン”を始動させる、いわばセルスターターに相当する段階を指し、その次に控えるサイクルフェーズは、この好循環

を回転させ続け、地域の再生を牽引していく“エンジン”そのものに相当する段階を指す。

ア スタートフェーズ（観光振興施策）

(ア) 本地域・本エリアが旅の目的地となる観光的な盛り上がりの実現
(イ) 郷土愛（シビックプライド）や生涯学習の気運の醸成による市民自ら行う情報発信の実現

イ サイクルフェーズ（人口定住施策）

(ア) U・J・I ターンの促進及び地方創生人材の確保
(イ) 人口定住の促進及び自然減少・社会減少の抑制
(ウ) 購買需要の増加
(エ) 民間企業の進出及び若者による起業の促進
(オ) 就業機会（雇用）の創出 → (ア)に戻る

⑦ 本地域では、令和2年3月1日、本エリアを拠点に企業、商店等の経営を主軸とした経済活動、地域経済の発展や交流人口の拡大に寄与する活動に取り組んでいる地域の市民15人を委員とするプロジェクト会議を設置した。この会議では、「地方創生事業実施のためのガイドライン」に則り、課題・ニーズの共有と明確化、地域資源・技術・ノウハウ・人脈を活用した事業アイデアの持寄り、この事業アイデアを掘り下げた事業手法の検討等を行い、地域再生計画作成の足掛かりを模索してきた。

⑧ 会議の設置から令和4年8月29日までの間、全ての委員が出席するプロジェクト会議が7回、また、その議論を実りあるものにするためにと有志の委員が主体となって意見を交わすプロジェクト座談会が33回にわたって開催された。このプロジェクト会議等を通じ、本来競争相手・商売敵であってもおかしくない委員同士が、長年抱えてきた悩みや苦しい経営の実情を包み隠さず語り合うようになっただけでなく、それぞれが持ち寄った事業アイデアを互いにブラッシュアップするようになった。その成果として得られたものこそ、前述のスタートフェーズ（観光振興施策）を強力に推進する15の要素事業である。

⑨ 川棚温泉は、有馬温泉や草津温泉ほどの知名度はなく、別府温泉ほどの広い温泉街があるわけでもない。温泉街といっても、40～50分もあれば歩いて回れるほどの、比較的こじんまりとした、散策やそぞろ歩きには程よいサイズ感のものである。そのため、ターゲットの設定に当たっては、全国各地から大勢の観光客を同時に呼び込もうとする取組より、移動距離2時間以内の日帰り旅行層・週末旅行層・地域のリピーター層をターゲットとしたマイクロツーリズムへの取組の方が適していると考えられた。

⑩ とはいえ、交流人口・関係人口の増加を図る上では、ターゲットの範囲（客層）を広く持つことも重要である。そのため、テーマの設定に当たっては、全ての人に共通する「健康でありたいという願い」や温泉本来の用途ともいえるべき「心身の癒やし」をベースに据えることで客層を広げ、それを広く周知する方法として、本地域全体の地域資源を活用した独自コンテンツの構築とデジタル技術を活用したPR・マーケティング・ブランディングが必要との結論に至った。

⑪ もちろん、川棚温泉街や本エリアが観光的に盛り上がるだけで本地域の地方創生・地域再生が完結するわけではない。スタートフェーズ（観光振興施策）で着実な成果を挙げ、その後待つサイクルフェーズ（人口定住施策）へスムーズに移行するためにも、まずは、比較的高い知名度を持つ川棚温泉街を中心に、対外的なプロモーションやマーケティングの面でアドバンテージを有する本エリアが交流人口・関係人口増加の呼び水となり、地域の活性化やまちの賑わいを生み出す先駆けとして本地域全体の再生を牽引していくことが、本地域・本エリアにおける課題である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

① 本州の最西端、下関市の中西部に位置する山口県下関市豊浦町（以下「本地域」という。）は、第2次下関市総合計画（策定年次：平成27年、目標年次：令和6年）において、「地域の特色を活かして市全体としての多様性を強化するとともに、日常の暮らしや活動を支える場としての機能を確保する環境共生ゾーン」及び「地域の多様な人材・資源を活かしたまちづくりを推進し、市全体の価値や魅力を向上させることにより、市外さらには海外との多分野における交流を展開する交流促進ゾーン」として位置付けられている。

② また、下関市都市計画マスタープラン（策定年次：令和4年、目標年次：令和24年）においては、「自然と歴史に育まれた観光資源の良好な景観の保全・活用に努める」、「観光に活かせる魅力ある景観形成を図る」などとされ、下関市観光交流ビジョン（策定年次：平成24年、目標年次（当初）：令和4年）においても、「海と山に代表される自然満喫エリア」として位置付けられている。

③ さらに、本市は、第1期下関市まち・ひと・しごと創生総合戦略（策定年次：平成27年、目標年次：平成31年）において、「人口減少に歯止めをかける」とともに「人口減少下においても活力を失わないまちづくり」を目指して各種施策を展開し、第2期の同戦略（策定年次：令和2年、目標年次：令和6年）においても、コロナ禍による産業界の経営戦略や生活スタイルの変革を追い風に、デジタル化を戦術の柱として各種施策のブラッシュアップを図り、「地域産業の強化、しごとの確保を促進する」、「下関に集う人、下関で暮らす人を増やす」など、持続可能で強靱かつ自律的な地域経済の構築を目指すこととしている。

○第2期下関市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標

- ア 地域産業の強化、しごとの確保を促進する
- イ 下関に集う人、下関で暮らす人を増やす
- ウ いのちを大切にし、子どもを産み育てやすい環境を整える
- エ 地域の力を活かし、持続可能な地域社会をつくる

④ 本地域において地方創生・地域再生を抜本的に達成しようとするならば、地域の経済活動やコミュニティ機能を持続するために必要な少子高齢化対策・過疎化対策を度外視して考えることはできない。そのためには、セオリーどおり交流人口・関係人口・定住人口の増加をシームレスに（継ぎ目なく）つなぐ施策を展開する必要がある。

⑤ 本地域では、これらの計画、プラン、戦略を踏まえつつ、本地域に特化した性質を持つ本計画の作成に当たり、官民が連携する「豊浦地域〔川棚温泉エリア〕再生計画策定プロジェクト会議」（以下「プロジェクト会議」という。）において、本地域は将来どのような地域であるべきか、どのような将来を目指すべきか、多くの時間をかけて話し合われた。その結果、豊かな風土や偉人に愛された歴史、文化等に裏打ちされた「4つの目指すべき方向性」（下記ア～エ）が共有された。

ア 自然への畏敬や恵みへの感謝、偉人に愛された歴史と時間の積み重ねを実感できるまちを目指す

イ 散策やそぞろ歩き、回遊アクティビティなど、人の営みがつながるまちを目指す

ウ 暮らしと共存する観光地として、誰もが利用しやすいサービスを地域内外に提供できるまちを目指す

エ 癒やしを求める日帰り旅行者や新しい事業者・移住者を温かく、優しく受け入れるまちを目指す

⑥ これらの方向性は、本地域の普遍的な気候、地形等の風土、紡がれた歴史、育まれた文化等に発想の起点を置きながら、生活者が感じる基本的な魅力（買い物、通院、娯楽等）や、生活者が感じる行政的な魅力（福祉・医療・教育等）を含めて勘察し、そこからさらに、来訪者が感じる付加的な魅力をさらに高めようとするときに、本地域の観光はどうあるべきか、何をを目指すべきか、プロジェクト会議の委員と市が議論を交わしたことで得られた結論である。まさに、川棚温泉エリア（川棚温泉街及びその周辺を主とする区域。以下「本エリア」という。）が交流人口・関係人口の呼び水的存在、本地域全体の再生を牽引する先駆けとなって、観光振興施策をベースとしながら、その先に人口定住施策を見据えたものとなっている。

⑦ 首都圏、政令指定都市などの都市部に居ながらも、「本当はのどかな田園地帯など自然と共生する環境の中で生活や事業を営みたい」と感じている人は、全国規模で見ると少なく

い。実際、令和4年6月に発行された豊浦地区まちづくり協議会の広報誌「まちづくりとようら」第26号には、その直近で川棚地区とその北側に接する小串地区に移住（転入）があった事例の中から6件が掲載された。うち5件は、山口県外（中国地方、中部地方、関東地方）の出身者で、本地域を知ったきっかけは、海に惹かれて他地域を訪れたり、自然が身近な物件や猫と一緒に住める物件、安い物件を探したりしたことだったという。その後実際に移住してみると、「発見する楽しみを毎日感じるほど身近な自然」、「驚くほど美しい海と美味しい海の幸」、「児童数が少ないことで教師の目が行き届く、柔らかい校風の小学校」、「登下校の際に地域の人が声を掛け、見守ってくれるなど助け合いの精神による安心感」、「一通りの商店が揃っていることで、不便さを全く感じない利便性」などに魅力を感じたという。

⑧ 本市の中西部に位置する本地域は、市内いずれの方面へ向かうにもさほどの不便がない一方、市内の南部に広がる市街地に比べて地価（坪単価）が大幅に安い。そのためか、本地域を南北に貫く国道191号沿いには大型店舗やコンビニエンスストアが競い合うように出店し、同国道に程近い田園地帯では新築住宅が相次いで建設され、都市化と住宅化が絶妙なバランスで進みつつある。また、将来、JR川棚温泉駅から川棚温泉街に至る県道40号線（豊浦・清末線）の無電柱化を実現することができれば、本エリアの良好な景観形成と観光振興を図ることができ、防災・交通の観点からも本エリアに事業や生活の拠点を構える意義は、より大きくなっていく。さらに、将来、下関北九州道路（山口県下関市彦島から福岡県北九州市小倉北区に至る地域高規格道路の候補路線）や山陰自動車道（鳥取県鳥取市から島根県を經由して山口県下関市に至る高規格幹線道路）の開通によって近隣都市との交通アクセスが改善されれば、本地域・本エリアの住み良さと便利さは、より高まっていく。市街地ほどの賑やかさや華やかさがあるわけではないが、地価（坪単価）が安い一方で、生活や事業を営む上での好条件がある程度揃っているという本地域の包容力と可能性は、実際に本地域に移住し、又は本地域で起業した人々にとって大きな魅力として映っている。

⑨ 人口の減少に歯止めがかからず、「一部過疎地域」に追加指定された本地域ではあるが、このような移住の受入環境という面では、いわば「旬を迎えている状態」、「『今売り込まずして、いつ売り込むのか』といった状態」にある。しかし、この状況を楽観して手をこまねいていけば、過疎化はさらに加速して地域経済の縮小を招き、やがて、既存の大型店舗やコンビニエンスストアは、撤退を余儀なくされるに違いない。どれほど豊かな自然に恵まれていたとしても、住み良さと便利さが失われてしまったあとでは、地域の魅力をアピールしようにも、移住や起業のメリットを感じてもらうことが困難となり、さらなる衰退を座して待つのみになってしまう。本地域は、今ある住み良さと便利さを含めた地域の魅力を強力に発信、維持することによって、全力で人口の減少に歯止めをかけ、急激な衰退を抑制しなければならない。

⑩ 流れるように伸びる緩やかな山容、一年を通して穏やかな気候、入る人を選ばない優しい泉質。これら本地域・本エリアの魅力は、決して大仰なものや派手なものではない。緩やかで、穏やかで、優しい面持ちであるがゆえに地域の生活者や事業者からは「当たり前之恩恵」として捉えられがちである。しかし、この「当たり前之恩恵」は、そもそも先人たちの不断の努力によって生み出され、受け継がれてきたものであり、その「当たり前之恩恵を享受できる環境」をいかにして持続させ、次の世代に引き継ぎ、発展させていくかを改めて真剣に考えなければならない。そして、これらに取り組む生活者や事業者の姿こそが地域の文化や伝統、地域の有り方・有り様であり、彼らが生み出す景観や雰囲気、サービスこそが地域の洗練性・独自性・回遊性として来訪者の目に映るはずである。「近き者説（よろこ）び、遠き者来（きた）る」という孔子の言葉どおり、今を生きる生活者や事業者が、郷土への愛着・自信・誇りを心から感じることで初めて、来訪者も本地域・本エリアに大きな可能性を見出してくれるに違いない。

⑪ プロジェクト会議では、生活者であると同時に地域の盛衰と直接運命をともにすることとなる事業者が、まず先陣を切って、誰よりも本地域・本エリアでもたらされる恩恵を喜び、敬愛し、地域に心を寄せ、良い提案者になることで一致した。そして、プロジェクト会議における議論の成果を踏まえ、本地域・本エリアの10年程度先を見据えた目指すべき方向性と将来像を示す「豊浦地域〔川棚温泉エリア〕再生ビジョン」を令和4年3月に策定するに至った。このビジョンでは、未来につなぐまちづくりの方向性、地域への持続的な再投資を生むソフト事業計画、交流人口・関係人口の拡大に寄与するハード事業計画等が示され、これらが本計画の足掛かりとなった。

⑫ 本地域が長期的に見据えるべき将来像は、「下関市という中核市の中にあつて、田舎の住み良さと都市の便利さを併せ持ち、地価の安さを武器に、環境との共生や交流の促進が可能なベッドタウンとして人口の定住を図り、年齢層の若返りと賑わいの取戻しに成功したまち」となることである。そのためには、まず、実効性・即効性の高い施策を展開することで、「穏やかで優しい、豊かな風土を活かした、『癒やしの小旅行』が可能なまち」となることを目指さなければならない。それは、すなわち「訪れる人々が心身ともに元気になれる日本一の『癒やし・健康』を提供できるまち」、そして「訪れる人々がここに住みたいと実感できる日本一の『住み良さ』を提供できるまち」である。行政のみならず、事業者や生活者までもが本地域の魅力をそれぞれの立場から発信せずにはいられないほどの郷土への愛着・自信・誇りを持てるようになれば、やがて、明るい展望と人々の賑わいにあふれたまちとなれるに違いない。一朝一夕で実現できるほど簡単な目標ではないが、このようなまちこそが、本地域の目指すべき将来像である。

【数値目標】

K P I ①	川棚温泉エリア等の観光客数							単位	人
K P I ②	川棚温泉街における宿泊施設の宿泊客数							単位	人
K P I ③	下関市川棚温泉交流センターの入館者数							単位	人
K P I ④	-							単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	2028年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	247,900.00	6,400.00	6,400.00	6,400.00	-	-	-	19,200.00	
K P I ②	39,700.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	-	-	-	3,000.00	
K P I ③	17,600.00	500.00	500.00	500.00	-	-	-	1,500.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

穏やかで優しい、豊かな風土を活かした、「癒やしの小旅行」を可能にするまちづくりプロジェクト（豊浦地域〔川棚温泉エリア〕再生事業）

③ 事業の内容

【事業の概要】

本事業は、「穏やかで優しい、豊かな風土を活かした、『癒やしの小旅行』を可能にするまちづくり」を目指し、川棚温泉エリアを中心に地域の特色や資源、多様な人材の創造力を活用した様々な事業を展開し、まちなかの景観や雰囲気、サービスなどあらゆる面で洗練性・独自性・回遊性を向上させることで周遊型・滞在型観光地への転換を図り、その波及効果を豊浦地域全体にもたらすことにより、地域を活性化させ、まちの賑わいを創出するものである。

特に、デジタル技術の活用面においては、新たなシステムの開発により、観光客、新規出店者、移住者等のニーズやライフスタイルにマッチした有用な提案を自動的に届ける「情報発信のデジタル化・リアルタイム化と地域内シェア」を可能にするものである。










【事業の視点】

本事業の構築に当たっては、本地域の穏やかで優しい、豊かな風土を活かすことで、訪れる人々に心身の休息と充足を提供し、元気になってもらうための「8つの癒やしのテーマ」（下記ア）を設定することとなった。また、観光振興施策と関連性の高い「9つの重点的な施策」（下記イ）を展開することで、「5つの副次的な効果」（下記ウ）を生み出していくこととし、「豊浦・川棚リトリート」と名付けられた観光プロモーションのキーワードを念頭に置きながら、本エリアを中心に「なんかいいよね。よくできている。」と感じさせられるほどの洗練性、「ここならでは。ここにしかない。」と感じさせられる独自性、「ここで1日過ごしてみたい。」と感じさせられる回遊性を高めていくこととした。






ア 8つの癒やしのテーマ

- ▶ 観：観て健康に … 響灘・厚島展望公園、舟郡ダム（青龍湖）からの雄大な眺望
- ▶ 食：食べて健康に … 海の幸・山の幸を生かした地域食・伝統食、加工品
- ▶ 湯：入って健康に … 川棚温泉（良質なラジウム泉）、大河内温泉（単純アルカリ泉）
- ▶ 動：歩いて健康に … 本エリア周辺での散策・そぞろ歩き
- ▶ 遊：回って健康に … みかん園、釣堀、寺社、海水浴場等本エリア外の観光資源
- ▶ 人：ふれあって健康に … まちのファンやリピーターを生む、思い出に残る温かいおもてなし
- ▶ 音：楽しんで健康に … 「聴いてよし・演奏してよし」の、みんなで楽しむ音楽イベント
- ▶ 建：感じて健康に … 隈研吾氏の設計による芸術性・希少性を感じる「小さな建築」

イ 9つの重点的な施策

- ▶ ：景観の改善
- ▶ ：産業の振興
- ▶ ：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
- ▶ ：回遊性の向上、回遊アクティビティの促進
- ▶ ：人材の育成・確保
- ▶ ：新規出店の促進
- ▶ ：音楽によるまちづくり

ウ 5つの副次的な効果

- ▶  : 定住の促進
- ▶  : 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、経営・地域への再投資）
- ▶  : 施設の利用率・収益性の向上
- ▶  : 転倒・交通事故・犯罪の防止

これらの観光振興施策を展開することで、観光客は、本地域に点在する自然資源・人文資源・産業資源を巡る「小旅行」が可能になり、本地域の潜在的な魅力に気付けるようになる。さらに、事業者は、本地域・本エリアが単なる通過点でなく旅行の目的地として捉えられる様子を目の当たりにし、生活者は、本地域にかつての活気が戻ってくる様子を目にすることになる。

このような本地域・本エリアにおける観光的な盛り上がりは、事業者による経営・地域への再投資のみならず、地域に対する満足と自信、喜びをもたらすことで、市民の郷土愛（シビックプライド）や、地域の歴史、文化等に関する生涯学習の気運を醸成する。これが、市民自らによるSNSや動画サイトを用いた観光や風土、住み良さに関する情報の発信をも可能にし、やがてU・J・Iターンの促進及び地方創生人材の確保をはじめとするサイクルフェーズ（人口定住施策）の始動につながっていく。

「自分が知った素敵なものや感じた喜びを他者に伝えたい。」という感情や、そう感じる人々によるSNSや動画サイトを用いた情報発信は、止むことがない。また、その宣伝効果の高さは、リーフレットやパンフレット等他の宣伝媒体と比べて無視できないレベルにまで達している。地域に対する満足と自信、喜びが「官」だけでなく「民」の力を得て発信され、それを見た人がさらにそれを繰り返す、いわば「人海戦術による喜びの連鎖」を誘発し、確立させることが、各フェーズに共通する狙いである。

プロジェクト会議における議論の集大成ともいえるべき「穏やかで優しい、豊かな風土を活かした、『癒やしの小旅行』を可能にするまちづくり」は、その多くが観光振興施策をベースとしているが、これらの施策による効果は、観光振興の域に留まらない。川棚温泉街が温泉地らしい景観と雰囲気を取り戻すことは、やがて、そこで発生している「景観悪化に起因する悪循環」と、本地域全体で発生している「人口の減少に起因する悪循環」を一体的に解決させる糸口になる。

本地域の再生に向けては、交流人口・関係人口増加の呼び水的存在である本エリアが本地域全体の再生を牽引する先駆けとなれるよう、本エリアを中心に地域の特色や資源、多様な人材の創造力を活用した様々な事業を展開し、まちなかの景観や雰囲気、そこで提供されるサービスなどあらゆる面で洗練性・独自性・回遊性を向上させることによって周遊型・滞在型観光地に転換させることが喫緊の課題である。そして、その波及効果を本地域全体にもたらすことで、地域の活性化やまちの賑わいを創出していくことが、本地域における起死回生の突破口である。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

川棚温泉でのまちづくりを担う団体、観光協会、実行委員会等複数の事業推進主体が、役割と責任を適切に分担しながら本事業に取り組む中で、新たなノウハウ・スキル・人脈・顧客・稼ぐ力を獲得し、所得・売上を向上させることで本交付金に頼らない自立した経営を目指すとともに、新たに生まれた利益を経営・地域に再投資する気運を相互に高め合い、当該再投資がさらなる利益を生んでいく好循環を実現することで本エリアのリノベーションを図る。

【官民協働】

要素事業を進める中であっても、行政と民間事業者、市民の三者が各々抱える課題・ニーズの共有・明確化に取り組み、新たな事業アイデアの持ち寄り、より良い事業手法の検討を進め、さらに地域の金融機関からの協力を得るなど、その役割を相互かつ適切に補完し合う。

【地域間連携】

該当なし。

【政策・施策間連携】

景観の改善、散策・そぞろ歩きの促進、回遊性の向上や回遊アクティビティの促進といった観光振興策のみならず、産業の振興、地域食・伝統食・新商品のPR、温泉の活用と健康の増進（心身のリフレッシュ）、人材の育成・確保、新規出店の促進を重点的に図ることで、定住の促進、シビックプライドの醸成と生涯活躍のまちづくり、稼ぐ力の確保（所得・売上の向上、経営・地域への再投資）、施設の利用率・収益性の向上を副次的に誘発させ、多岐にわたる地域課題・行政課題の一体的な解決を目指す。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

【豊浦地域観光・暮らし情報等発信ポータルサイト】

豊浦地域での観光や暮らしに関するありとあらゆる情報を一元化したポータルサイト。観光客、新規出店者、移住者等のニーズやライフスタイルにマッチした有用な提案を自動的・効率的に届ける「情報発信のデジタル化・リアルタイム化と地域内シェア」を可能にする。

・STEP 1（1年目）：日時（期間）、場所、ジャンル、キーワード、所要時間、写真・映像、内容等の情報をあらかじめ入力しておくことで、利用者のニーズ、事情等に応じた情報の一覧（時系列・場所別・リアルタイムイ

ベントカレンダー等）、地図、おすすめの回遊ルート等の表示・提案を行う（新たに開発する専用のデジタ

ルサービスにより行う。以下同じ。）。

・STEP 2（2年目）：所在、地積・床面積等物件の基本情報に加え、利用（貸与、譲渡等）する場合の条件

（用途、期間、時間帯、相手方、金額、リノベーションの可否等）、インフラ（電気、水道、下水道等）の敷設

状況、経年劣化等の度合い等の情報をあらかじめ入力しておくことで、物件の実情・状態に即した活用方

法の表示・提案を行う。

・STEP 3（3年目）：風土、公共交通（路線図等）、買い物（商店、ショッピングセンター等の位置）、福祉（行

政サービスの内容）、医療（総合病院・個人医院の位置、診療科目等）、教育（学校の位置、主な進学先

等）、求人等の情報をあらかじめ入力しておくことで、本地域の住み良さや移住後の具体的な生活シーン

・将来設計の表示・提案を行う。

理由①

上記の取組により、地域が持つ魅力の発信スタイルを、地域で掲示・配布が行われているポスターやリーフレット等による「訪れたときに伝える」というこれまでのパッシブタイプから、「訪れる前に、訪れている間も、訪れた後にも伝える」というアクティブタイプのものに変えることが可能となり、交流人口・関係人口・定住人口の増加をシームレスに（継ぎ目なく）つなぐことができるようになる。

また、来訪者のみならず、地域の生活者も、地域の情報を容易に取得し、地域の魅力を数多く認識できるようになることで、「地域に対する満足と自信、喜びの実感による郷土愛（シビックプライド）」、「地域の歴史、文化等に関する生涯学習の気運」が醸成され、市民自らによるSNSや動画サイトを用いた観光や風土、住み良さに関する情報の発信が可能となり、やがて、U・J・Iターンの促進、地方創生人材の確保等社会課題の解決に大きく寄与できる。

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

経営者・学識経験者・市民などで構成される外部組織「下関市まち・ひと・しごと創生推進会議」において、検証・評価を行うとともに、必要に応じて計画の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

【下関市まち・ひと・しごと創生推進会議】

住民代表2名、NPO法人下関子ども・子育てネット、下関商工会議所、下関市商工会、JA下関女性部、山口県、下関公共職業安定所、中国財務事務所、下関市立大学、(株)みなと山口合同新聞社、(株)コミュニティエフエム下関、山口経済研究所、(株)山口銀行、西中国信用金庫、日本政策金融公庫、山口県中小企業診断協会、下関市スマートシティ推進協議会 計18名

【検証結果の公表の方法】

毎年度、下関市公式ウェブサイトにて公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 124,249 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日 から 2026年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) リフレッシュパーク豊浦野外ステージ整備事業

ア 事業概要

イベント広場に野外ステージ（野外上映用スクリーンの設置が可能なもの）を整備し、観覧者が芝生や椅子に座ったり、自由に飲食したりしながら、音楽、映画等を気軽に楽しめるイベントの開催（ソフト事業の実施）を可能にするもの。

イ 事業実施主体

山口県下関市

ウ 事業実施期間

2023年4月1日から2026年10月31日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。