

# 第1回先進的まちづくり大賞 国土交通大臣賞 受賞者：合同会社ミライズ（新潟県新発田市）

## 取組名：月岡温泉地区「歩いて楽しい温泉街へ」空き家・空き店舗再生事業

受賞理由：閉鎖店が増加し著しく景観を阻害していた温泉街において、地区の若手経営者が自ら合同会社を設立し運営する民間によるリノベーション事業。宿泊客を自社の旅館に囲い込むのではなく街中に出すことをコンセプトに、温泉街に点在する空き店舗を、新潟の食をテーマにした体験型店舗等に再生するなど、歩いて楽しめる温泉街づくりを継続。行政や観光協会の協力も得て、温泉街全体の景観改善、回遊による賑わいを創出し、その独創性、持続性、普及可能性、成果が高く評価されました。

### 1. 地区の概要と課題

月岡温泉は新発田市の南端に位置する温泉地。大正4年に石油の掘削の際に、偶然温泉が湧出したことで、湯治場としてスタート。新潟駅、新潟空港から車で40分のほどの地理的優位性から、上越新幹線や関越自動車道の開通に伴い、「新潟の奥座敷」として脚光を浴び、年間100万人近い宿泊客が訪れる新潟最大の温泉地として、繁栄した。（日本温泉100選 第15位 - H29 - ）かつては、旅館も30軒以上あり、動物園や土産物店、娯楽施設などが温泉街に軒を並べた。しかし、バブルの崩壊や旅行ニーズの変化、団体客の減少に加え、旅館が宿泊客を館外に出さない抱え込み型にシフトしたことで、閉鎖店や空き店舗が増加し、温泉街は衰退した。1980年から1990年代にかけて、団体旅行が主流の時代となり、下記の変遷をたどることとなった。

- ・旅館ホテルの大型化
  - ・飲食やお土産など旅館ホテルの自社施設内での顧客の囲い込み
  - ・町並み景観を無視した統一性のない開発
  - ・イベントや祭りなど一過性イベントばかりの打ち出し
  - ・実際の顧客に目を向けず、旅行代理店だけを見たマーケティング活動を続けた結果、旅行形態や観光客の趣向の変化に対応できず全盛期は30軒以上あった旅館が半数以下の15軒になり、客数も年間約100万人が半数の約50万人まで減少した。同時に廃業した商店や旅館が温泉街に乱立して著しく景観を阻害している温泉街であった。
- このことから平成26年度に月岡温泉が開湯100年を迎えることを契機に、「歩いて楽しめる温泉街」づくりをテーマとして、各旅館の風呂巡りができる「湯めぐり手形」の発行をはじめ、月岡温泉発祥の地をパワースポットとした「源泉の杜」などを整備と合わせて、ミライズが発足し、空き店舗の活用による個性的な店舗展開を行うことで、宿泊、日帰りを問わず、温泉街を歩く客は急増している。

### 2. 取組概要

温泉街自体の魅力を向上させることこそが賑わいを取り戻す手段と考え、空き店舗や空き家の再生をスタートする。

- ・2014年4月 合同会社ミライズ設立
- ・2014年6月 旧饅頭店だった空き店舗を日本酒の専門店として再生オープン
- ・2015年4月 旧お土産屋だった空き店舗を発酵食品や海産物の専門店として再生オープン
- ・2016年4月 空き家を米菓専門店として再生オープン
- ・2017年4月 旧商店だった空き店舗をワインとお茶の専門店として再生オープン
- ・2018年4月 空き家を米粉商品の専門店として再生オープン
- ・2019年4月 空き地を新潟の野菜や果物を利用したスムージー&ジェラートの専門店として再生オープン

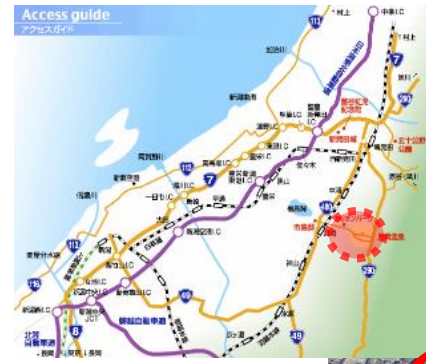
### 3. 発現した効果

- ・県外観光客に対する新潟県自体の魅力的コンテンツの提供と周知、掘り起こし
- ・回遊人口を増やすことで温泉街の継続的な賑わいを創出する
- ・温泉街自体の空き家や空き店舗を地元経営者が自ら再生することでの景観整備
- ・地域住民や既存商店の意識改革の促進（危機感と景観に関する意識を変える）と協力体制の構築
- ・地域内雇用の創出と実現
- ・各種取り組みをメディアにリリースすることによる月岡温泉自体の知名度向上と新鮮な情報発信
- ・リノベーション事業で培う人脈やスキームを構成各社に取り入れるとともに他地域にも拡散
- ・純粋にビジネスとしての利益

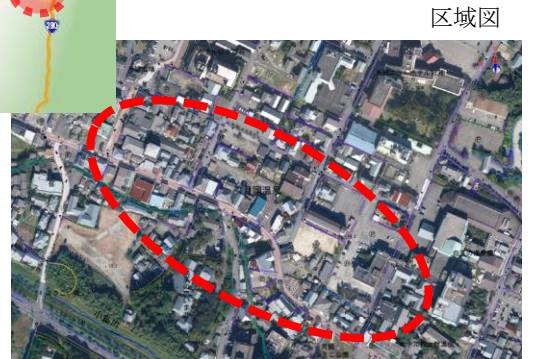
上記を目的として毎年1店舗ずつ空き家、空き店舗の再生を継続している。これにより地域住民や既存商店の自発的な取り組みや意識改善が明確に見えるようになっている。また月岡温泉観光協会と連動して、町並み全体の景観改善にも取り組んでいる。

### 4. 今後の展開

- ・「歩いて楽しい温泉街へ」のスローガンはそのままに、月岡温泉で新潟県全体の美味しいもの、魅力を体感する温泉街への取組を続けていくため、今後も1年に1店舗ずつの空き店舗・空き家再生はこれからも継続していく。併せて、新規店舗のオープンによって、さらなる新規雇用の拡大・拡充にも役立てていきたい。
- ・2020年度の再生案件についてもすでに骨子が完成しており、物件や条件などを精査している途中である。（候補コンテンツは新潟のショコラをメインテーマに、試食や体験を提供する店舗）
- ・現在ミライズ店舗（蔵と香）で公衆無線Wi-Fiを整備して、外国人旅行客のSNSでの情報発信及び拡散に取り組んでいるが、このWi-Fiの設置をミライズ全店舗に実装することにより、温泉街全体をWi-Fiの使用できる状況にする。



位置図



区域図



再生オープンした店舗

新潟地酒 プレミアム酒 蔵 (2014)



新潟飲物 プレミアムテイスト 香 (2017)



新潟米粉 プレミアムパウダー 米 (2018)

