# 第１回屋外温浴施設に関する基本構想策定委員会　議事要旨

日時：令和元年 12 月 26 日（木）15:15～18:30

場所：別府市保健センター１階多目的ホール

1. 開会
2. 委嘱状交付
3. 市長あいさつ
4. 委員長選出
   - 委員互選の結果、斉藤委員が委員長に選出された。
5. 議事

（１）委員会設置趣旨

（２）ブルーラグーンについて

＜事務局説明＞

アイスランド共和国のブルーラグーンの特徴について説明

＜主な意見＞

- ラグーンの中に小島があり、ドリンクバー、エステ、レストラン等があり、リストバンドでキャッシュレス決済でき、客単価を上げる仕組みが整っている。
- 大きな風呂に入ることができ、色々な施設もあり、お土産等も豊富である。温泉だけでなく、施設内で過ごして満足できる。入園料に対して満足できる内容である。
- 冬場は、お湯に入れば温かいが、出たら寒い。ぬるいので、長く浸かることができる。夏場は、寒い印象はない。
- 日本人の感覚と外国人の感覚は違い、寒くても良いという感覚である。ブルーラグーンの温度は、必ずしも別府で同様にする必要はない。広いと、温度分布も一定ではないと思う。
- 温度が低いことや水着で入浴するなど、日本人の温泉の楽しみ方と異なる点についてのブルーラグーンの評価について、引き続き議論していくことが必要である。

（３）海外及び国内の屋外温浴施設の事例等について

＜事務局説明＞

屋外温浴施設の国内外事例を、施設形態でグルーピングし、各形態の特徴を説明

＜主な意見＞

- 都内には、若い女性が男性を連れて来る温泉施設がある。イベントを多数開催しており、かわいい部屋着で過ごす施設であり、多くの若い男女が来ている。女性でもターゲットをどこに絞るか。ファミリー向けであれば、水着で入るアクティビティ重視のところもある。どういう部分を別府らしさとして表現するかで、ターゲットは変わると思う。
- どのような客層をターゲットにするのかは、別府らしさに関わる。別府らしさを踏まえて、タイプやターゲットを絞ることが必要ではないか。
- ターゲットを絞りづらいが、ラグジュアリースペースを分けたり、ファミリー向けと外国人向けを分け、多様な施設にするのもあるのではないか。
- 多様な人が楽しめて、ある程度の金額を払ってでも満足度が高い施設とする必要がある。
- 別府では、タトゥー対応などをしており、日本の中でも先進的な温泉地だと思う。多様性に対応するとなると、皆で水着で入ることは、効率が良い。

・　別府ならではの尖ったターゲットを考えると良い。女性のグループが行きたくなるような物語を創ってほしい。都会で疲れた女性が来た時に、別府のブルーラグーンに行って癒やされて、東京から来る過程も含めてどのように体験するのか、物語づくりが重要と考える。

（４）その他

○別府らしさについて

＜事務局説明＞

別府市の温泉や観光に係る強み(Strength)、弱み(Weakness)、機会(Opportunity)、脅威(Threat)についての分析結果を説明

＜主な意見＞

・　東洋のブルーラグーンと言った時に、アイスランドのブルーラグーンのように圧倒的な自然景観の中に人工的なブルーラグーンを作るのか。別府で人工的な都市環境の中に置かれている温浴施設となると、ブルーラグーンとは全然違う。そのようなものを目指すのか、新しい温浴施設を狙うのか、別府らしい施設を狙うのかで変わってくる。
・　交通アクセスは、悪くない。東京からも飛行機で１時間半とバスで来られる。福岡からも電車で来ることができる。
・　山があって、海があって、両方の景観がある場所は、大きな強みだと思う。
・　別府は、まちの歴史としての蓄積が大きい。
・　別府というと、国内外で知名度が高く、温泉のブランド力はすごい。
・　「別府＝温泉」という強固なイメージが出来上がっていて、なによりも強いブランド
・　源泉数、湧出量が多く、かけ流しが多く、はずれがない。別府ブランドとして、温泉の質も素晴らしく、日本を代表する温泉地である。
・　多様な泉質が別府で網羅できており、このような所は他にはない。
・　温泉に入る様式も、砂湯、泥湯など、入り方も多様である。
・　色々なものを受け入れて、外から来た人間を受け入れ、歴史的に色々なものを受け入れて混ざって形成されたまちである。その多様性が強みだと思う。
・　別府は豊富な湧出量があるが、未利用な湯を活用するなど、資源保護や環境に配慮しながら湯量を確保することが必要である。
・　環境に配慮するかしないかで「脅威」になるし、「機会」にもなりうる。
・　別府といえば、湯治場もあり、健康のイメージが強い。
・　都会にいる独身女性が、別府に来ると嬉しい。本物の温泉に触れられ、どんな人も温かく迎えてくださり、人に癒やされ、ご飯も安くておいしい。心の健康のために来ている。
・　別府でないと体験できない、別府だから体験できるものを求めてくる。別府らしさをブルーラグーン化する必要がある。そうしないと、単なる箱物を作ることになる。
・　世の中が健康志向なのは間違いない。その中で、どう別府らしさを活かして機会を捕まえるかが重要である。
・　源泉かけ流しなど、本物ということが、別府の強みだと思う。
・　培ってきた別府のブランドの上でモノをつくる必要がある。
・　アイスランドのブルーラグーンのイメージを追求しすぎるといけないと思う。
・　水着も一つの形だと思うが、日本には古来の浴衣（湯帷子（ゆかたびら））がある。今の新素材の浴衣をつくれば着心地が良いものもできると思う。
・　他の温泉地では、混浴のサウナに水着を着用して入り、お酒を飲みながら音楽を聞ける施設もあり、志向が変わってきている。

- 「別府は温泉の都」と世界が感じるものを提案すると良い。本物感など、そのようなものを実現した別府の施設で世界一というものができると良い。そのために取り組みが拙速であってはいけない。慎重に時間をかけて議論を行うことも一案である。
- 自治体がこの事業を行う意味として、公共性を担保する必要がある。公共性の理念としては例えば、環境配慮、防災、健康増進など。
- 他の温泉施設の事例の分析もあったが、色々な入浴スタイルが増えており、入浴スタイルの事例も踏まえて、別府らしさを考えたい。
- ブルーラグーンに倣い、景色を借景として取り入れるのは良いと思うが、新しい入浴の仕方は、別府らしさで強みになると思う。
- 別府の良さを継続して伝えられるようなブランディングが大切である。
- アイスランドのブルーラグーンは発電所からの熱水を自然の地形を活かして池状に貯めており、無理して創ったというより、そこにあった資源である。無理ない形で、持続可能な別府温泉が続いていけるように実現できると良いと思う。

## 6. 連絡事項

以上