

# 紫波町温泉保養公園 再整備基本構想（案）

---

紫波町  
令和8年6月

## 目次

<b>1 事業の背景</b>	・・・P. 1～2
(1) はじめに	
(2) 上位計画による位置付け	
<b>2 町の現状把握</b>	・・・P. 2～26
(1) 地域の特徴	
(2) 特産品及び名所	
(3) 統計情報	
(4) あづまねエリア交流連絡協議会	
(5) PEST 分析	
(6) 3C 分析	
(7) SWOT 分析	
(8) ラ・フランス温泉館利用者アンケート及び親子で楽しむあそび場アンケート	
(9) 顧客ターゲット及びニーズ調査	
<b>3 再整備の方向性</b>	・・・P. 26～40
(1) あづまねエリアブランディングビジョンの策定	
(2) 温泉保養公園再整備基本構想のコンセプト	
<b>4 住民ワークショップ（意見交換会）の開催</b>	・・・P. 41～42
<b>5 公民連携による整備手法及び運営手法の検討</b>	・・・P. 43～51
(1) 新たな温泉保養公園に求められる役割	
(2) 整備手法の検討	
(3) 管理運営手法の検討	
<b>6 敷地活用計画及び施設整備計画</b>	・・・P. 52～61
(1) 土地利用規制	
(2) ゾーニング	
<b>7 鳥瞰図及び透視図のイメージ</b>	・・・P. 62～64
<b>8 概算事業費と財源</b>	・・・P. 65
(1) 概算事業費の算出	
(2) 財源の整理	
<b>9 スケジュールの整理</b>	・・・P. 65

# 1 事業の背景

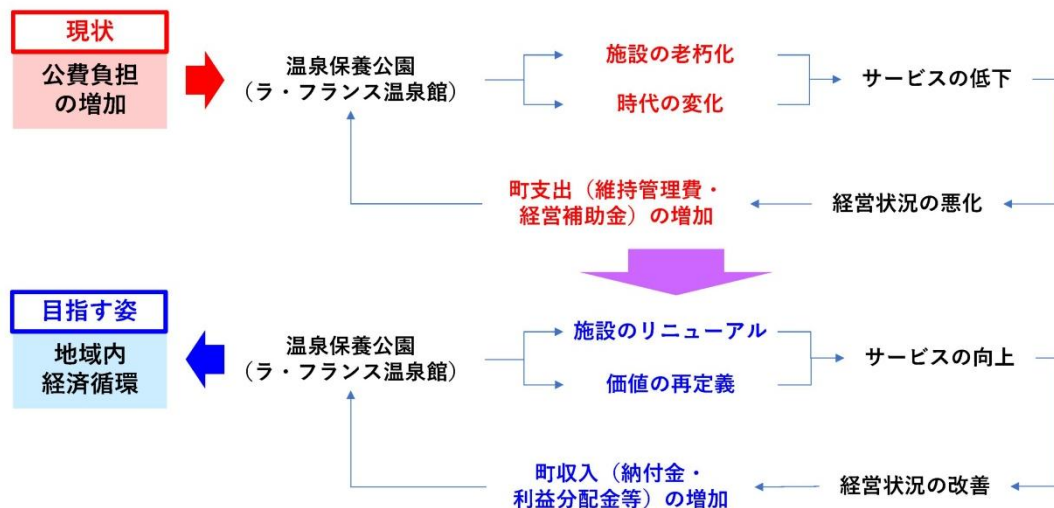
## (1) はじめに

紫波町の温泉掘削は、ふるさと創生事業を活用して平成2年に着手し、泉温度41.3℃、湧出量毎分1270の温泉を掘り当てることに成功しました。その後、平成4年に「温泉保養公園クアパーク ラ・フランス基本構想」を策定し、「健康づくり」「地域産業活性化」「地域文化の創造」を原点に据え、「心身をリフレッシュして、健康で文化的に過ごす場所」の創出を基本テーマに、公園全体の整備が進められました。

中でも、公園の中核施設であるラ・フランス温泉館及び研修産業館は「特定地域における若者定住促進等緊急プロジェクト」の認定を受け、「地域産業の活性化を図り、魅力ある就業の場の確保に資する」ことを目的に建設されました。そして、平成9年に「紫波町温泉保養公園条例」を制定し、施設運営の目的を「町民の健康の保持及び増進」並びに「観光の振興」とするとともに、運営方法を「指定管理方式」と定め、現在は第三セクターであるラ・フランス温泉(株)が指定管理者として管理・運営を行っています。

開業から30年弱が経過したラ・フランス温泉館及び研修産業館ホテル湯楽々は施設の老朽化が進行しており、毎年の維持修繕や改修工事等に要する経費が増大し、今後ますます深刻化することが見込まれています。また、社会情勢の変化やライフスタイルの多様化により、条例で定めた当初の目的である「健康増進」の概念や「観光振興」の在り方が変化しており、時代に合わせたサービスの提供が難しくなっている状況もあります。

このことから、現状では温泉保養公園の事業継続に対し多大な公費負担が発生し続けていることが大きな課題となっているため、「施設の老朽化」と「時代の変化」に対応し、民間の創意工夫を最大限に生かしてサービス水準の向上を図るとともに、公費負担を最小限に抑えることで、持続可能な事業モデルを構築する必要性が高まっています。



## (2) 上位計画による位置付け

### ① 第三次紫波町総合計画

紫波町総合計画は紫波町の最上位計画として策定され、第三次計画は令和2（2020）年度から令和9（2027）年度までの8年間を対象期間としています。そして、町の将来像を「暮らし心地の良いまち」と定め、①循環型のまちづくり、②協働のまちづくり、③多様性あるまちづくりの、3つの基本理念を土台に、町の各種事業を体系化しています。

その中で、令和6（2024）年度から令和9（2027）年度の後期4年間を対象とした後期基本計画において、温泉保養公園は「第2章《自然・産業》豊かな環境と町の魅力を生かしたなりわいがあるまち」の実現を目指し、観光振興と地域経済循環を推進するための中核として位置付けられています。

## ② 第3期紫波町まち・ひと・しごと創生総合戦略

紫波町まち・ひと・しごと創生総合戦略は少子高齢化や人口減少の対策に特化した戦略として策定され、第3期戦略は令和7（2025）年度から令和11（2029）年度の5年間を対象期間としており、①人口減少問題の克服、②稼ぐ力の確保、③デジタル技術の活用の、3つの視点を重視しています。

その中で、温泉保養公園は「地域資源と伝統産業を生かした観光振興」の実現を目指し、交流人口の拡大や雇用創出に寄与する拠点施設として位置付けられています。

## ③ 第四次紫波町観光振興計画

紫波町観光振興計画は、町の観光振興全体の進むべき方向性を示すための計画として策定され、第四次計画は令和7（2025）年度から令和10（2028）年度までの4年間を対象期間としています。

第三次紫波町総合計画の中の「第2章《自然・産業》豊かな環境と町の魅力を生かしたなりわいがあるまち」の分野に特化した計画として、「町に訪れる人・関わる人・住む人が増えている」の実現を目指し、町を代表する観光資源である温泉保養公園はツーリズム事業等を推進するため拠点施設として位置付けられています。

これらの上位計画に基づき、本基本構想は温泉保養公園の再整備に向けて、存在価値の再定義や施設の基本的な方向性、導入機能の方針や整備及び管理運営方法の考え方を整理し、町が目指す方向性を明らかにするものです。

今後、本基本構想に基づき有識者や関係事業者等との協議を行い、より具体的な温泉保養公園再整備に向けた検討を進めていきます。

## 2 町の現状把握

### (1) 地域の特徴

紫波町は盛岡市と花巻市の中間に位置するベッドタウンで、面積は238.98k㎡です。中央部を北上川が流れ、東側には北上高地、西側には奥羽山脈が聳え、国道4号など6本の幹線が町を南北に走り、インターチェンジや3つのJRの駅が立地しています。

自然が豊かで農業が盛んであり、特にもち米やフルーツは特産品として知られています。また、近年ではオガールプロジェクトをはじめとする公民連携によるまちづくりが注目を集めています。

## (2) 特産品及び名所

### <名品>

水稻：ヒメノモチ、うるち米、蕎麦、小麦

果樹：りんご・ぶどう等

野菜：きゅうり

畜産：もちもち牛・しわ黒豚

### <観光名所>

- ・温泉保養公園（ラ・フランス温泉館） ・東根山
- ・志和稲荷神社 ・城山公園 ・オガール
- ・道の駅紫波 ・紫波フルーツパーク ・紫波観光ぶどう園 ほか

### <醸造業>

日本酒：吾妻嶺酒造店、月の輪酒造店、紫波酒造店、高橋酒造店

ワイン：紫波フルーツパーク

サイダー：紫波サイダリー、Green Neighbors Hard Cider

クラフトサケ（その他の醸造酒）：平六醸造、はじまりの学校

紫波町の醸造業は、その土地固有の気候、水、土壌といった自然条件と、そこで育まれる米や果樹などの農産物が密接に結び付いています。日本酒では、岩手県の酒造好適米「結の香」、クラフトサケでは町の特産品であるもち米の活用や本州北限の酒造好適米「山田錦」の栽培へのチャレンジ、ワインやサイダーでは町内で栽培されたブドウやリンゴの活用など、町の農産物による加工品として重要な特産品となっています。

## (3) 統計情報

2015年国勢調査では前回調査から2.02%減と、人口減少は全国的な傾向を反映していますが、他の地方自治体と比較すると減少幅は緩やかです。

### <総人口>

32,313人（2026年3月末時点）

男性15,576人、女性16,737人、世帯数13,259世帯、人口密度135.2人/k㎡

### <高齢者>

10,592人（2026年3月末時点）

総人口に占める65歳以上の割合（高齢化率）は32.8%です。既に3割を超えており、全国平均の29.3%（2024年10月時点）よりも3.5ポイント高い状況です。今後、高齢化率は2050年までに11.3ポイント上昇して44.1%に達し、およそ10人に4人が高齢者になると見込まれています。

### <自動車保有>

1世帯あたり 紫波町 約2.0台、岩手県 1.36台（令和6年時点）

### <出生率>

1.32人（2020年時点）

合計出生率は自然増減（出生数）に直結する指標であり、低下傾向にある場合には、婚姻率の向上、



調査名	目的
PEST 分析	事業や地域を取り巻く <u>社会環境を把握</u> するため。
3C 分析	現状を整理し、強みや市場機会、 <u>競争環境を把握</u> するため。
SWOT 分析	PEST 分析及び 3C 分析の結果を踏まえ、 <u>強み・弱み・機会・脅威を統合的に整理</u> するため。
アンケート調査	紫波町民や施設利用者など、身近な方々の <u>リアルな声を把握</u> するため。
顧客ターゲット及びニーズ調査	ビッグデータ等を活用し、温泉保養公園の商圈である岩手県に暮らす方々の趣味趣向や生活様式を把握し、 <u>広範囲の消費者ニーズを分析</u> するため。

## (5) PEST 分析

### <目的>

PEST 分析とは、「政治 (Politics)」「経済 (Economy)」「社会 (Society)」「技術 (Technology)」という 4 つの外部環境要因を整理し、事業や地域を取り巻く機会と脅威を把握するための分析手法です。将来の環境変化を踏まえた方向性の検討や戦略立案の前提条件を明確にすることを目的とします。

Politic (政治)	Economy (経済)
<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・良好な景観の形成・保全・活用、地域ブランドの振興</li> <li>・旅行目的として体験観光型やツーリズムの推進</li> <li>・体系的な町の総合計画と県の支援策</li> <li>・国策と連動した公民連携事業の展開</li> <li>・農業振興・6次産業化への政府支援が充実</li> <li>・都市スペックから「風の谷スペック（地域に最適化されたインフラ）」への移行に向けた政策的転換の余地</li> </ul> <p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅館業法や公衆浴場法などの法規制</li> <li>・環境保護に関する規制強化の可能性</li> <li>・地方交付税の将来的な削減リスク</li> </ul>	<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド観光の回復により体験型観光需要が増加</li> <li>・健康志向による温浴施設の需要増加</li> <li>・世界的な日本酒ブーム</li> <li>・「オガール」を中心とした交流人口の拡大</li> <li>・圧倒的な自然環境（絶景）、快適な就労・生活環境（絶生）、固有の気づきや出会い（絶快）の提供による「創造層」の誘致と新たな経済循環の創出</li> <li>・分散型エネルギーシステムなどの導入による自立型地域経済への移行</li> </ul> <p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・原材料費・エネルギーコストの上昇</li> <li>・労働力不足による人件費上昇</li> <li>・都市型水準の既存インフラを維持し続けることによる財政的圧迫</li> </ul>
Society (社会)	Technology (技術)
<p><b>【機会】</b></p>	<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・予約の DX、スマートキー等の利便性向上</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGs、地産地消、サステナブル消費への関心の高まり</li> <li>・健康・ウェルネス志向の浸透</li> <li>・ワーケーションなど多様化する働き方に対応した需要</li> <li>・都市集中を避け、自然と調和して充実した生活を送る場所への社会的渴望</li> <li>・多様な人材が交わり、新しい文化や価値が持続的に生まれる「サンゴ礁」のような開かれた生態系の構築</li> </ul> <p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・天候不順、異常気象、地球温暖化等の外部ショックに対する農村空間の脆弱性</li> <li>・少子高齢化による地域人口減少</li> <li>・未来を担う人材が流出し、地域が荒廃する「負のサイクル」による求心力の低下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルマーケティング・EC販売の拡大</li> <li>・IoT技術による温浴施設の運営効率化</li> <li>・AI、自動化、再生可能エネルギー等の最先端テクノロジーを活用した、自然空間における人間体験の飛躍的向上</li> <li>・災害時の自立的通信・電源確保など、テクノロジーによる高いレジリエンスの獲得</li> <li>・水やエネルギーの「脱グリッド化」によるインフラコストの劇的な最適化</li> </ul> <p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新技術導入に伴う初期投資負担</li> <li>・デジタル人材の確保</li> <li>・地域全体を無計画に「脱グリッド化」することに伴う負の影響や、テクノロジー導入のミスマッチリスク</li> </ul>
--	--

#### <まとめ>

観光需要の回復やウェルネス志向の高まりといった機会がある一方で、人口減少や高齢化、インフラの維持管理コストの高騰といった地方特有の深刻な脅威が存在しています。過剰な都市型インフラを見直し、自然とテクノロジーを高度に融合させた持続可能なモデルへの転換が急務です。

これらの外部環境を踏まえ、温泉保養公園は、単なる観光目的の温浴施設という役割から脱却し、多様な人々が交わり共創や成長を生み出す文化拠点を目指す必要があります。東根山の麓という自然豊かな立地特性を生かし、新たな価値を生み出す人材を惹きつける強力な求心力を持つ必要があります。温泉保養公園は持続可能なエコシステムを育むための最重要エンジンとしての役割が求められています。

#### (6) 3C分析

##### <目的>

「自社 (Company)」「顧客 (Customer)」「競合 (Competitor)」の3つの視点から現状を整理し、強みや市場機会、競争環境を把握する分析手法です。事業の方向性や差別化戦略を検討するための基礎情報を整理することを目的とします。

## Company（内部環境）

### ▶ 豊かな自然

- ・「フルーツの里」として、りんご、ぶどう、ラ・フランスなどの高品質な果物を生産
- ・もち米「ヒメノモチ」は日本有数の生産地
- ・町の58%を占める森林が木材供給と循環型経済の基盤
- ・北上川、東根山、ラ・フランス温泉郷などの自然資産を保有

### ▶ 強力な文化

- ・「南部杜氏」発祥の地として知られる
- ・4つの日本酒蔵と地元ワイナリーがあり、「酒のまち」の個性を形成
- ・「しわ黒豚」「いわて地鶏卵」など高品質な農畜産物ブランドを有する

### ▶ 革新的で先進的な行政

- ・オガールプロジェクトを推進し、年間100万人以上が訪れる地方創生モデルを構築
- ・DAO、NFTを活用した「Web3タウン構想」を推進
- ・森林資源循環構想や脱炭素化モデルを策定し、持続可能性を重視

## Customer（市場・顧客）

### ▶ 観光客（国内・国外）

- ・自然、温泉、登山など本物の体験への関心が高い
- ・子ども連れでは森林アスレチック、水辺遊び、農業体験、キャンプ需要がある
- ・ワイナリーや酒蔵を巡る酒蔵ツーリズムが魅力
- ・盛岡市と花巻市の中間にあり、日帰りや周遊の立ち寄り先になりうる

### ▶ 移住希望者（Uターン・Iターン）

- ・生活の質、豊かな自然、地域とのつながりを求めている
- ・オガールの成功が新たな移住者を惹きつけ、ベッドタウンとしての魅力が高まりファミリー層の増加につながっている
- ・持続可能な農業、循環型経済、Web3など先進的な取り組みが若い世代や起業家に響く

### ▶ 企業・投資家

- ・協力機会と支援的な自治体を求めている
- ・公民連携の実績が投資先としての魅力を高めている
- ・「酒のまち紫波推進ビジョン」では、100年後に100の醸造関連事業者を目指す動きがある

## Competitor（競合）

### ▶ 競合環境

- ・岩手県内や東北地方の他市町村と、観光客、補助金、移住者の獲得で競合
- ・差別化要因は、オガールの成功、「南部杜氏」に根差した「酒のまち」性、先進的な Web3 構想の組み合わせ

### ▶ 国際的な比較対象と姉妹都市

- ・チェコ共和国（プラハ、ザーテツ）：気候の類似性とワイン生産
- ・オーストラリア（サザンダウンズ市）：大規模農業やワイナリー経営の知見共有
- ・スコットランド、カナダ大西洋沿岸州：冷涼な気候や産業構造に類似性

### ▶ 課題と機会

- ・高齢化と担い手不足が農業や伝統技術継承の課題
- ・JR 駅から観光地への二次交通不足が障壁
- ・中央部と農村部で賑わいに差がある
- ・町の魅力や新しい取り組みの情報発信が十分ではない

### <まとめ>

紫波町は近年、公民連携事業である「オガールプロジェクト」の成功によりまちづくり分野において全国的な知名度を獲得し、地方創生のトップランナーとして注目を集めています。

一方で、豊かな自然から生み出される農業は町の基幹産業であり、農業を基盤として発展してきた酒産業も町を代表する産業の1つですが、特に農村部は人口減少や担い手不足が深刻なほか、交通利便性等の課題もあり、宅地開発が進み賑わいを増している都市部との格差も生じている状況です。

温泉保養公園再整備は、あづまねエリアをはじめとする農村エリアにおいて持続可能なまちづくりモデルの構築を目指す取り組みであり、あづまねエリアの自然資源を将来に渡って繋いでいくため「まちの再編集機能」を担う拠点施設になることが求められています。

### (7) SWOT 分析

SWOT 分析は、内部環境（紫波町の状況）を Strength（強み）と Weakness（弱み）の2つの要素に、さらに PEST 分析及び 3C 分析で整理した外部環境（市場の環境）の結果を Opportunity（機会）と Threat（脅威）2つの要素に分け、強み・弱み・機会・脅威を統合的に整理したものです。

Strengths（強み）	Weaknesses（弱み）
<ul style="list-style-type: none"><li>・豊かな自然と農業資源：「フルーツの里」として高品質な果物を生産</li><li>・もち米「ヒメノモチ」も日本有数の生産地</li><li>・森林資源が循環型経済の基盤</li><li>・北上川、東根山などの自然資源</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・高齢化と担い手不足</li><li>・農業の持続可能性や伝統技術の継承への影響</li><li>・JR 駅から観光地への二次交通の不足</li><li>・外国人観光客にとってアクセスが障壁</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>・4つの日本酒蔵と地元ワイナリーによる「酒のまち」アイデンティティ</li> <li>・オガールプロジェクトの推進</li> <li>・森林資源循環構想や脱炭素化モデルを策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オガールエリアの賑わいが町内全域に十分波及していない</li> </ul>
Opportunities (機会)	Threats (脅威)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・良好な景観の形成・保全・活用、地域ブランドの振興</li> <li>・体験観光型やツーリズムの推進</li> <li>・農業振興・6次産業化への政府支援の充実</li> <li>・地域創生政策による公民連携の活発化</li> <li>・インバウンド観光回復による体験型観光需要の増加</li> <li>・健康志向による温浴施設需要の増加</li> <li>・自治体連携型地域密着プランの可能性</li> <li>・SDGs、地産地消、サステナブル消費への関心の高まり</li> <li>・働き方改革、ワーケーション需要</li> <li>・健康・ウェルネス志向の浸透</li> <li>・SNSによる情報発信と口コミ効果</li> <li>・デジタルマーケティング・EC販売の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅館業法や公衆浴場法などの法規制</li> <li>・環境保護に関する規制強化の可能性</li> <li>・温浴施設に関する公衆浴場法・温泉法の規制強化</li> <li>・食品安全・酒類製造に関する規制の厳格化</li> <li>・原材料費・エネルギーコストの上昇</li> <li>・労働力不足による人件費上昇</li> <li>・天候不順、異常気象、地球温暖化、資源の枯渇</li> <li>・少子高齢化による地域人口減少</li> <li>・新技術導入に伴う初期投資負担</li> <li>・デジタル人材の確保</li> <li>・サイバーセキュリティのリスク</li> </ul>

これまでの、PEST分析、3C分析及びSWOT分析の結果を総合的に整理し、内部環境と外部環境の組み合わせにより、積極・改善・差別化・防御の4つの基本戦略として体系的に整理します。

### ① 積極的戦略 (強み×機会)

紫波町の持つ豊かな資源と先進的な取り組み、外部環境の好機と掛け合わせて更なる発展を目指します。

(i) 「フルーツと酒のまち」ブランディング×インバウンド誘致の強化

体験型観光プログラム (例: 収穫体験、酒蔵見学・試飲ツアー、料理教室)

(ii) ツーリズム×Web3タウン構想

NFTを活用した酒蔵ツーリズムのデジタルパスや、地域限定のデジタルコンテンツを提供

(iii) 豊かな自然環境 ×Web3

ワーケーションや移住のニーズに対応するコミュニティ形成の場

(iv) 地産地消/サステナブルな食×ウェルネスツーリズム (持続可能な食のまち)

地産地消レストランやオーガニックマーケットの振興、温泉を活用したウェルネスプログラム

## ② 改善戦略（弱み×機会）

弱みとなっている課題を外部環境の機会を活用して解決し、町の潜在能力を引き出します。

### （i）二次交通のDX化

JR 駅から観光地への二次交通の不足に対し、ライドシェアや電動自転車・キックボードのシェアリングを導入しラストワンマイルの利便性を向上

### （ii）デジタルマーケティングや SNS を活用

町の魅力や Web3 構想などの先進的な取り組みを国内外に効果的に発信

### （iii）地域内格差の解消と住民エンゲージメントの向上

住民参加型の地域活性化プロジェクトを推進、Web3 技術を活用した地域通貨や DAO による意思決定プロセスを導入、住民の主体的な参画を促進

## ③ 差別化戦略（強み×脅威）

町の強みを活かし外部環境からの脅威を乗り越え、競争優位性を確立します。

### （i）「酒のまち」ブランドの確立

日本三大杜氏の発祥地としての歴史と文化を深く掘り下げ、「酒のまち紫波」ブランドを確立することで、食品安全や酒類製造に関する規制強化に対応した高品質・高付加価値な製品を提供。

### （ii）豊かな森林資源を活用した「森林資源循環」を推進

木材の地産地消やバイオマスエネルギーの活用を進めることで、環境保護に関する規制強化、SDGs の視点を取り入れ、アップサイクルやリサイクルを推進

### （iii）Web3 技術による新たな価値創造

Web3 タウン構想を推進し、地域課題解決のための DAO や NFT の活用を深化させることで、新技術導入に伴う初期投資負担を上回る新たな経済的価値を生み出す

## ④ 防御/撤退戦略（弱み×脅威）

リスクを最小限に抑え、持続可能な運営を目指します。

### （i）農業における生産性向上とコスト削減

スマート農業技術の導入や、共同生産・加工体制の強化により、農業の生産性向上とコスト削減

### （ii）異常気象 に強い品種への転換や、多角的な販路開拓

### （iii）人口減少社会に対応した地域コミュニティの再構築

移住支援の強化に加え、既存住民の生活の質向上と地域コミュニティの活性化に注力

### （iv）医療・介護サービスに対する未病予防対策

地域住民が交流できる場の創出を通じて、住民満足度を高める

### （v）再エネ×非電力生活のハイブリット

再生可能エネルギーの導入促進や、持続可能なインフラモデル化

## <まとめ>

以上、①～④の結果を踏まえて新たな温泉保養公園に求められる役割を検討すると、豊かな自然資源を生かした農村エリアにおける「地域共創型」の事業であることが見えてきます。利益のみを追求して

大量集客や高級リゾートを目指すのではなく、ベッドタウンである町の状況も踏まえてファミリー層をはじめとする「地域住民のサードプレイス」としての機能を持ち合わせる必要があります。

一方で、持続可能なまちづくりモデルを構築するためには事業の収益性を担保することは必要不可欠であることから、地元企業等をはじめとする近隣事業者との連携や共創を重視しながら、農村エリアに付加価値を生み出すための新たなビジネスモデルが求められます。

以上のことから、PEST分析、3C分析及びSWOT分析の結果から明らかとなった新たな温泉保養公園に求められるニーズは次のとおり整理されます。

調査名	明らかとなった新たな温泉保養公園のニーズ
PEST分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あづまねエリアは、単なる観光目的の温浴施設という役割から脱却し、多様な人々が交わり共創や成長を生み出す文化拠点を目指す必要がある。</li> <li>・自然豊かな立地特性を生かし、新たな価値を生み出す人材を惹きつける強力な求心力を持つ必要があり、温泉保養公園は持続可能なエコシステムを育むための最重要エンジンとしての役割が求められている。</li> </ul>
3C分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉保養公園再整備は、あづまねエリアをはじめとする農村エリアにおいて持続可能なまちづくりモデルの構築を目指す取り組みである。</li> <li>・あづまねエリアの自然資源を将来に渡って繋いでいくため「まちの再編集機能」を担う拠点施設になることが求められている。</li> </ul>
SWOT分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな温泉保養公園に求められる役割は、豊かな自然資源を生かした農村エリアにおける「地域共創型」の事業である。</li> <li>・ベッドタウンである町の状況も踏まえ、ファミリー層をはじめとする「地域住民のサードプレイス」としての機能を持ち合わせる必要がある。</li> <li>・地元企業等をはじめとする近隣事業者との連携や共創を重視しながら、農村エリアに付加価値を生み出すためのビジネスモデルが求められている。</li> </ul>

#### (8) ラ・フランス温泉館利用者アンケート及び親子で楽しむあそび場アンケート

ラ・フランス温泉館の利用者の施設に対する現在の意向を確認するため、利用者アンケートを実施しました。

また、かねてより町の課題の1つとなっている子どもの遊び場不足の解決に資する取組みを検討するため、アンケート調査を実施するとともに、温泉保養公園の未来像イメージに対する意見も募りました。

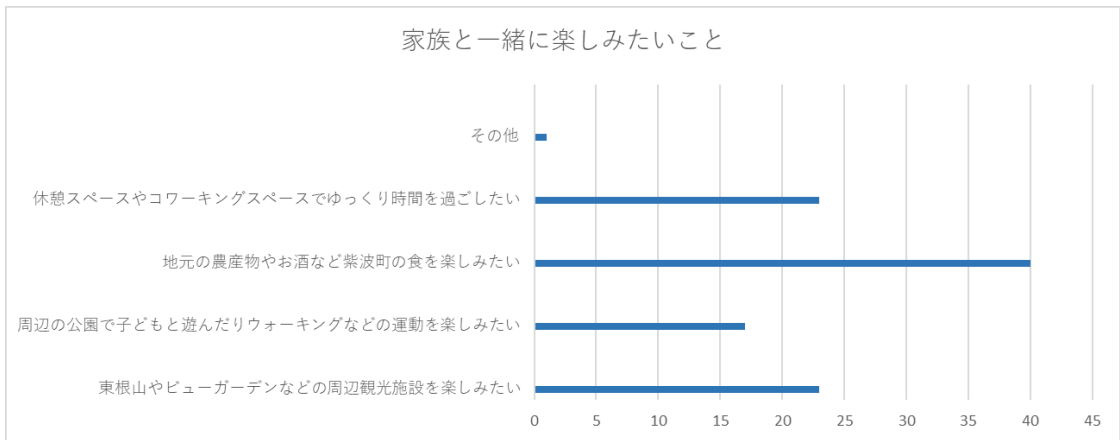
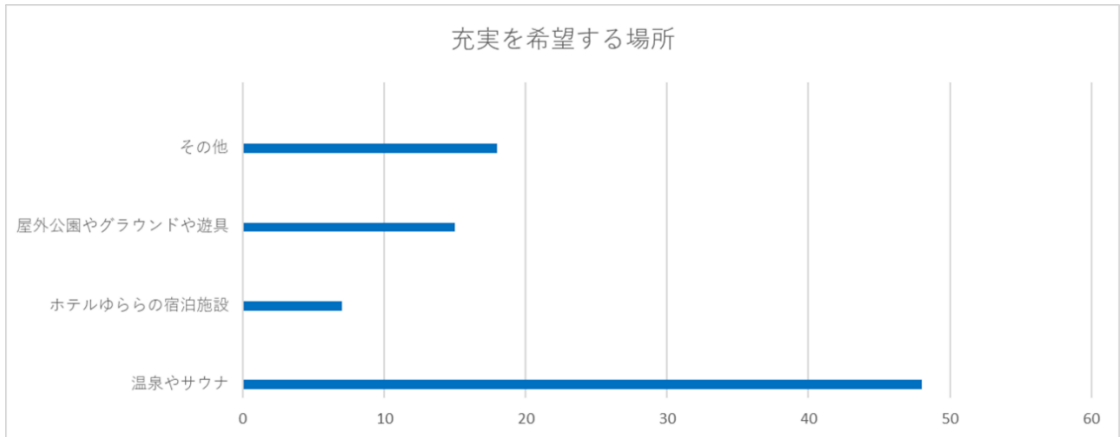
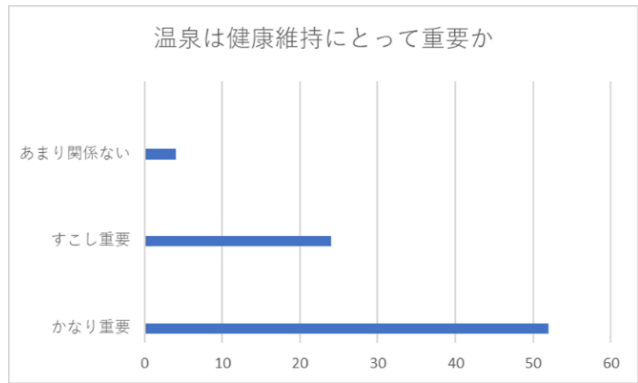
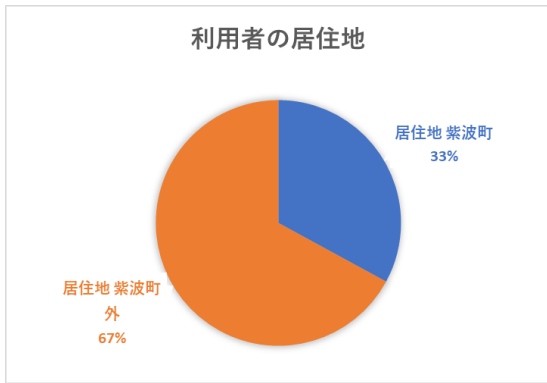
##### ① ラ・フランス温泉館利用者アンケート

抽出期間：2024年3月7日～2024年3月26日

分析対象：期間内に施設を利用した人

回答方法：アンケート用紙への記入

回答者数：82名



<施設へのフリーコメント（アンケートより抜粋）>

[感謝や応援の声]

- ・サウナのロウリュウサービスはとても良かったです。今後も続けていただきたいです。
- ・いつも家族で利用しています。紫波町の特産品を多く販売していてすごく充実した施設だと思います。
- ・月1～3回程利用しています。フロントの方たちの対応がとても良いと思います。
- ・いつも応援しています。自分が小学生の頃から利用させてもらってます。
- ・泉質が好きです。仕事帰りに寄れるのでうれしいです。
- ・いいお湯で大好きです。週に一度温泉に入って、レストランで食事をするのが楽しみになっていま

す。

- ・昔からよく利用させてもらっています。父親との思い出の温泉でもあるので、これから末永くがんばってください。
- ・紫波町を代表する観光施設として、これからも頑張ってください。
- ・登山後に温泉直行できるのが最高です。天井のステンドグラスも好きです。
- ・素敵なサウナルームへのリニューアルを期待しています。

#### [改善や要望の声]

- ・故障した設備が長い間いつまでも修理されないので早急に直してほしい。
- ・ヒノキ風呂を復活してほしいです。
- ・浴場の外の植栽の手入れをしてください。
- ・いつも気持ちよく過ごさせてもらっています。施設の古さは否めないのですが、リニューアルしてくれるとうれしいです。
- ・ほとんど宴会で利用させていただいております。送迎バスが利用できてありがたいですが、宴会メニューに魅力を感じないのが正直なところです。

## ② 親子で楽しむ紫波町のあそび場アンケート

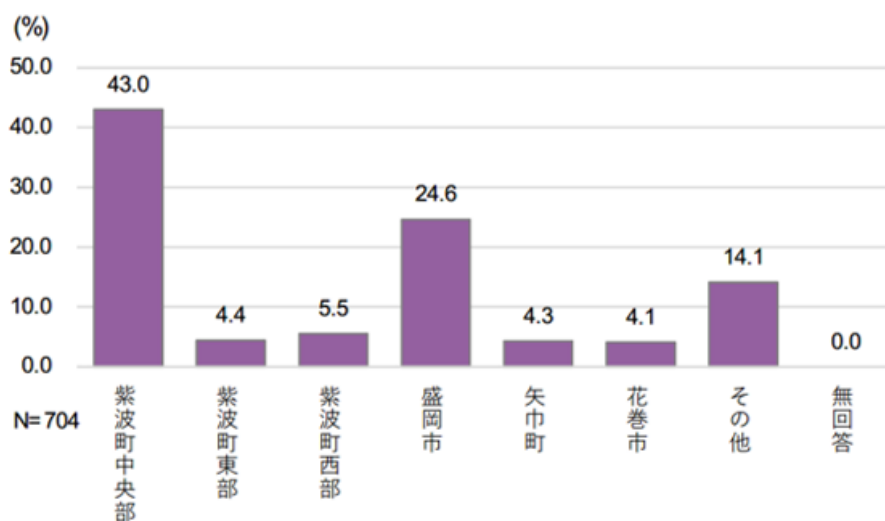
抽出期間：2024年10月8日～2024年11月5日

分析対象：紫波町近郊を中心に、東北全域の子育て世代

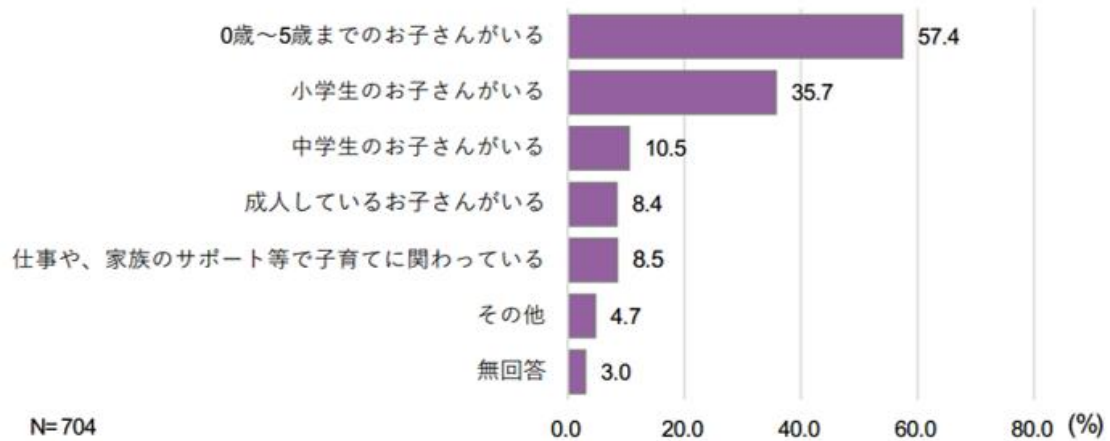
回答方法：web アンケート

回答者数：704名

### (ア) お住いの地域について



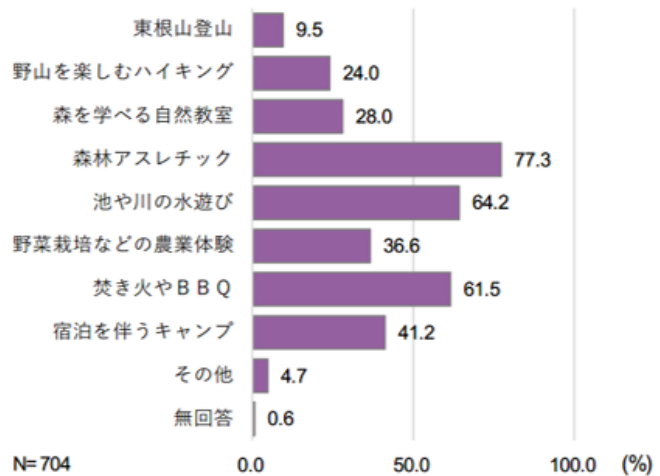
(イ) 子育て環境について



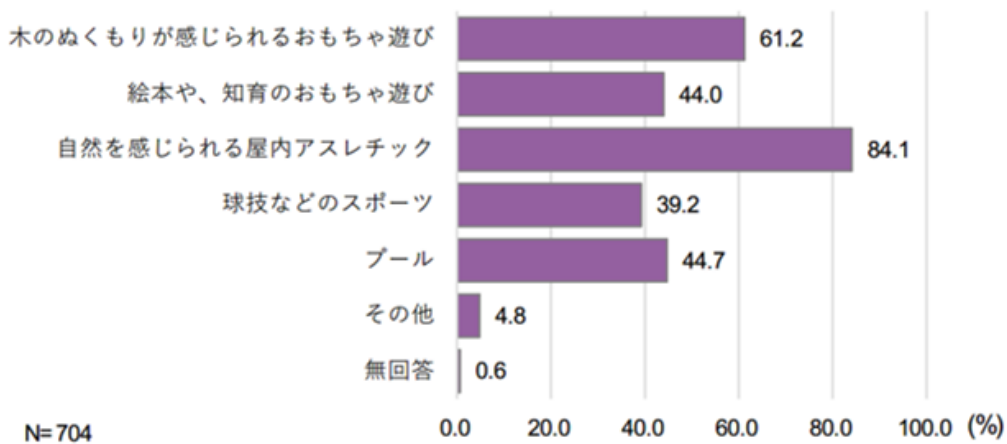
(ウ) 自然の中で子どもと一緒に体験したいこと

	選択肢	回答数(人)	比率(%)
1	東根山登山	67	9.5
2	野山を楽しむハイキング	169	24.0
3	森を学べる自然教室	197	28.0
4	森林アスレチック	544	77.3
5	池や川の水遊び	452	64.2
6	野菜栽培などの農業体験	258	36.6
7	焚き火やBBQ	433	61.5
8	宿泊を伴うキャンプ	290	41.2
9	その他	33	4.7
	無回答	4	0.6

有効票数 = 704



(エ) 建物内で子どもと一緒にしたいこと



<未来像イメージへのフリーコメント（アンケートより抜粋）>



(a) 紫波町西部在住の方

- ・地元にもこのようなエリアが出来るのかと思うと、とてもワクワクします。自然と触れ合うエリアも嬉しいですが、屋内のアスレチックや遊び場がほしい！と、子育てをされていて思うことが多いです。
- ・フォレストアドベンチャーは子どもが喜びそうなので、この未来像が実現することを期待しています！
- ・水分地区に住む人たちが水分の素晴らしさを誇りに思えるようになってくれたらいいなと思います。
- ・きちんと有料にして、お金をもらうことで維持・管理がずっと続いていく施設を希望します。

(b) 紫波町東部在住の方

- ・子どもを遊ばせる野外の施設が極端に少ないと感じていたの、楽しいエリアになることを期待します。
- ・子どもが遊具で遊べる施設、紫波町にも欲しかったので期待しています！屋内遊具もあると雨天時や冬も遊びに行けてなお良いと思います。
- ・いい試みだと思う。既にある施設は十分活用すべき。
- ・森の文化拠点では、英語に触れる機会を開催することができます。（私が出来ます）

(c) 紫波町中央部在住の方

- ・構想とても素晴らしいと思います！！子どもを連れて自由に遊べる場がほしいです。
- ・未来像のようにリニューアルされるのであれば、ぜひ家族で行きたいと思う。現在は紫波町にはこのような遊び場がないため、休日に町内で遊ぶという発想がない。
- ・山の知識が豊富な地元の方などを先生に、子どもたちを中心に家族みんなで体験し、学べるイベントや場があればいいなと期待します。地元の農家さんが育てた新鮮な野菜をお腹いっぱい食べ

られるレストランをぜひ作ってほしいです。

- ・大人になった時にこのまちでどんな仕事をしたいかまで子どもたちが考えられる「遊び場」が、今の紫波町にとって最も重要だと思います。
- ・森のレストランで地産地消のごはんが食べたい。
- ・親子が外遊びしている間にお年寄りも温泉に入るといいですね。ぜひ実現してください！！
- ・紫波町は交通の便も良く住みやすいですが、子どもを遊ばせる場所に困っていました。
- ・不便な場所だからこそわざわざでも行きたいと思える、思わせられるエリアになったら最高だと思います。どうか、どうか、紫波町に住んで良かった、住んでいる人が自慢できるエリアになる未来像を期待しています。

#### (d) 盛岡市在住の方

- ・ラ・フランス温泉館周辺がこのようなエリアになるのはとても嬉しいです！晴れている日は外で、雨の日も中で、遊べる施設が欲しいです。
- ・このような構想、とても嬉しいです！自然を楽しめるアクティビティやイベントが定期的で開催されると嬉しいです。
- ・紫波町ならではの自然を思う存分たっぷりと感じたいです。
- ・未来像のような遊び場とても良いです！頑張ってください！絶対行きます！

#### <まとめ>

以上のことから、ラ・フランス温泉館利用者アンケート及び親子で楽しむあそび場アンケートの結果から明らかとなった新たな温泉保養公園に求められるニーズは次のとおり整理されます。

要素	明らかとなった新たな温泉保養公園のニーズ
温泉利用者	<ul style="list-style-type: none"><li>・利用者のうち6割以上が町外在住者である。</li><li>・健康維持にとって温泉は非常に重要と考えている人が多数。</li><li>・今後充実してほしい施設として、「温泉やサウナ」と「屋外公園やグラウンドや遊具」が求められている。</li></ul>
子育て世代	<ul style="list-style-type: none"><li>・自然の中で子どもと一緒に体験したいことの1位は「森林アスレチック」である。</li><li>・建物内で子どもと一緒に体験したいことの1位は「自然を感じられる屋内アスレチック」なので、屋内・屋外を問わず、子どもが安全に思いっきり遊べる環境が求められている。</li><li>・未来像イメージの雰囲気に対してはほとんどの方が好印象で、期待や応援の意見が多数である。</li></ul>

#### (9) 顧客ターゲット及びニーズ調査

ビッグデータ等を活用し、温泉保養公園の商圏である岩手県に暮らす方々の趣味趣向や生活様式を把握し、広範囲の消費者ニーズを分析するため実施しました。

「ライフスタイル推計値調査」では、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社が保有するVポイント会員の情報基盤を活用したお客様のライフスタイルデータによる分析により、衣・食・住・遊・趣味・共通の項目について現時点の傾向値を把握しました。

また、「Web アンケート調査」では、温浴・休日のお出かけ・子どものことを含め、現状と今後のニーズを分析しました。(図2参照)

### ① ライフスタイル推計値調査条件

分析範囲：①紫波中央駅から半径4 km ②盛岡駅から半径4 km ③花巻駅から半径4 km

抽出期間：2025年6月1日～2025年9月30日

分析対象：以下エリア内で購買履歴のあるV会員

①居住者4 km・来街者4 km ②居住者4 km・来街者4 km ③居住者4 km・来街者4 km

比較対象：全国のVポイント会員

### ② Web アンケート調査条件

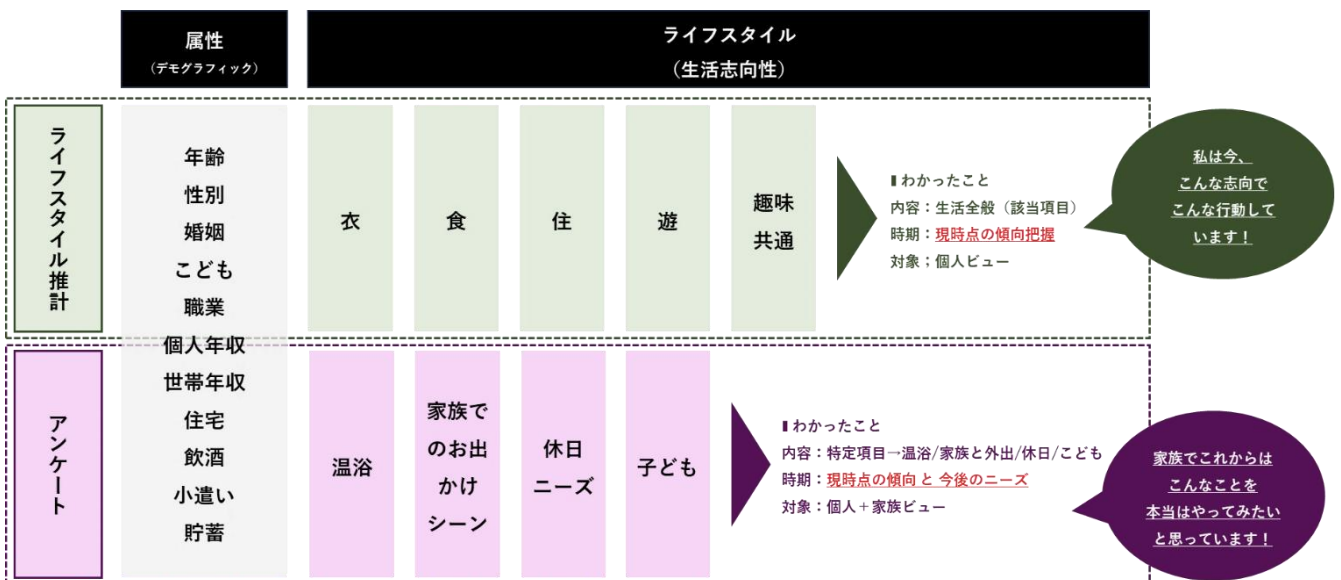
設問数：スクリーニング10問、本調査25問、合計35問、サンプル数722件

調査エリア：①紫波町民：422件

②町外者：300件（矢巾町、盛岡市、八幡平市、滝沢市、花巻市、北上市、奥州市、一関市、遠野市、雫石町、岩手町、西和賀町、金ヶ崎町、平泉町、秋田県仙北市）

性別：男女、年齢：15歳～79歳

対象条件：①→なし、②→直近1年以内に紫波町を訪れた人



【図2】 調査方法とその内容について

## ① ライフスタイル推計値調査

<ターゲット像：紫波町 40 代ファミリー>

<基本属性>

婚姻	既婚	飲酒	月 1 回未満
子ども	こども 3 人	車	2 台 (コンパクトカー：スバル、軽自動車：スズキ)
住宅	一戸建て (持ち家)	小遣い	夫：月 1~3 万円 妻：月 1~3 万円
年収	世帯：500~600 万円	貯蓄	100~300 万円
職業	夫：会社員 妻：パート・アルバイト		



【図 3】紫波町 40 代ファミリーイメージ

<ライフスタイル推計値 (カテゴリ別特徴)>

衣	総評	ブランド問わず着心地が良い服が好み。毎年買い換えず長く大切に着る。おしゃれ好きで近所に買い物に行くときもきちんとした服装をする。手作り好きで既製品でもリメイクや修繕をして使う。
	特徴 (相対的気質)	物持ちタイプ/フォーマル志向/ハンドメイド好き
	そもそも (絶対的気質)	着心地重視/ブランド無頓着/おしゃれ好き
食	総評	自炊で普段は家族そろって野菜がたくさんのお食事をする食材も国産派。たまに外食するときは、同じメニューを頼むことが多い。
	特徴 (相対的気質)	一家団欒タイプ/産地こだわり/同じモノ頼みがち
	そもそも (絶対的気質)	自炊派/野菜好き/値引き商品好き
住	総評	郊外にある昔ながらの日本家屋に住みたい。家賃も気になるので持ち家で ECO な環境が良い。長く住むことが前提なのでお気に入りの家をリノベーションしながら。
	特徴 (相対的気質)	郊外好き/日本家屋好き/リノベーション派
	そもそも (絶対的気質)	スマートハウス志向/家賃優先/戸建て派

共通	総評	お得なDMやクーポンをもらおうと捨てずにとっておく。テレビや雑誌、新聞などで紹介されている商品を買ってしまうが友達や家族のおすすめも気にする。ポイントは意識して貯めていてある程度貯まるまで使わない。
	特徴（相対的気質）	ポイント貯蓄タイプ/テレビの影響大/クーポン好き
	そもそも（絶対的気質）	リサイクル好き/買い溜め/リアル口コミ重視
遊	総評	ひとりで余暇・レジャーを楽しむのが好きで、家の中でゆっくりして動画音楽読書を楽しむ。コンテンツは新しくて人気なものが好み。週末などの休みは家族の都合優先。
	特徴（相対的気質）	一人遊びタイプ/インドア派/家族優先
	そもそも（絶対的気質）	休日のんびり/新品派/メジャー好き
趣味	総評	車でドライブすることが好きで釣りに出かけたりする。資格取得のために、eラーニングやスクールに通ったり参考書で独学でも勉強したりする。美容にも興味あり。趣味時間は編み物やSNSで情報チェックしている。
	特徴（相対的気質）	車/ドライブ/資格取得の学習/釣り
	そもそも（絶対的気質）	編み物手芸/美容/SNS

### <ターゲット像：盛岡市 40代ファミリー>

#### <基本属性>

婚姻	既婚	飲酒	夫：週2~4回 妻：月1回未満
子ども	こども1人	車	1台（SUV：スバル、ワゴン：ホンダ）
住宅	アパート（賃貸）	小遣い	夫：月1~3万円 妻：月1~3万円
年収	世帯：400~500万円	貯蓄	50~100万円
職業	会社員（夫：営業 妻：販売）		



【図4】盛岡市 40代ファミリーイメージ

<ライフスタイル推計値（カテゴリ別特徴）>

衣	総評	ファストファッションをメインに着ているが、オシャレは好きなので妥協せずに自分の納得のいくものを、特に日本製や素材を選ぶ。だいたいお気に入りのお店で同じブランドのものを数点いっしょに買い物をする。
	特徴（相対的気質）	個性派ファッション/おしゃれ好き/国産ブランド
	そもそも（絶対的気質）	まとめ買い/ブランド固定/ファストファッション
食	総評	郷土料理や地方限定の食品や食材、特に地元のを好んで購入する。これまでに買ったことがある商品や、有名で昔からある商品が好き。ジャンルは肉料理が好きで、外食も出かけることが多い。
	特徴（相対的気質）	ご当地食材好き/産地こだわり/定番モノ好き
	そもそも（絶対的気質）	ご当地食材好き/外食好き/肉好き
住	総評	郊外にある人気のある街が好みで、賃貸のほうが気楽と思える。最新の設備を入れたり手を加えられるところはリフォームしたり自分のこだわりの家・部屋にして住みたい。
	特徴（相対的気質）	郊外好き/人気エリア好き/賃貸派
	そもそも（絶対的気質）	賃貸好き/リフォーム派/最新設備にこだわる
共通	総評	ポイントは貯まるまで使わないが、食材や日用品のストックせずに必要なときに購入する。商品を買う時はテレビや口コミサイトの情報をチェック。衣類、本、家具などリサイクルは積極的。日々のストレスも自分なりの解消法あり。
	特徴（相対的気質）	ポイント貯蓄タイプ/買い溜めしない/リサイクル好き
	そもそも（絶対的気質）	ストレス解消上手/ネット口コミ重視/テレビ影響
遊	総評	ひとりで余暇・レジャーを楽しむのが好きで、家の中でゆっくり動画音楽読書を楽しむ、お金をかけないで楽しく遊ぶ工夫をする。スポーツや映画・音楽などは、人気のあるものを選んで楽しむ。街中繁華街におでかけすることも好き。
	特徴（相対的気質）	一人遊びタイプ/やりくり上手/サブスク派
	そもそも（絶対的気質）	休日のんびり/繁華街好き/メジャー好き
味	総評	車でドライブすることが好き。資格取得のために、eラーニングやスクールに通ったり参考書で独学でも勉強したりする。美容にも興味あり効果がありそうな食品やサプリも試す。美術館や音楽ライブなど文化アートも好き、投資節約などにも興味あり。
	特徴（相対的気質）	音楽鑑賞/アート美術/財テク
	そもそも（絶対的気質）	資格取得/美容/車ドライブ

<ターゲット像：花巻市 40代ファミリー>

<基本属性>

婚姻	既婚	飲酒	夫：月1回未満 妻：飲まない
----	----	----	----------------

子ども	こども3人	車	2台（コンパクトSUV：スバル、軽自動車：スズキ）
住宅	賃貸（アパート・戸建て）	小遣い	夫：月1~3万円 妻：月1~3万円
年収	世帯：400~500万円	貯蓄	50~100万円
職業	夫：会社員（工場/現場）妻：PA		



【図5】花巻市40代ファミリーイメージ

<ライフスタイル推計値（カテゴリ別特徴）>

衣	総評	近所の買い物もきちんとした服装。手作りしたり、リメイクや修繕も自分でやる。肌着は安さを重視。セールで安くなった時に購入するが妥協せずに納得のいくものを選ぶ。ブランドやお店にこだわらず。
	特徴（相対的気質）	フォーマル志向/ハンドメイド好き/コスパ重視
	そもそも（絶対的気質）	おしゃれ好き/ブランド無頓着/値引き商品好き
食	総評	普段から割安商品を購入する。中でもこれまでに買ったことがある商品や、有名で昔からある方が好き。特保や機能性食品や地元が産地の食品を良く買う。食事や弁当は自分で作ることが多いしテイクアウトする。
	特徴（相対的気質）	トクホ好き/産地こだわり/定番モノ好き
	そもそも（絶対的気質）	同じモノ頼みがち/テイクアウト/値引き商品好き
住	総評	郊外にある戸建て、ECOな環境に住みたい。自分のこだわりの家を建てたり、リフォームしたいと思う。但し耐震構造やセキュリティ面は整えて安全さは確保をしておきたい。
	特徴（相対的気質）	郊外好き/戸建て/スマートハウス志向
	そもそも（絶対的気質）	国産好き/リフォーム派/安心優先
共通	総評	テレビや雑誌、新聞、友達や家族のおすすめ商品はつい買ってしまふ。特に食材や日用品はまとめ買いしてストック/常備しておきたい。ポイントもしっかり貯める。不要になったもののリサイクルにも積極的。自分ひとりの時間が好き。
	特徴（相対的気質）	ポイント貯蓄タイプ/テレビに影響される/ひとり好き

	そもそも（絶対的気質）	リサイクル好き/リアル口コミ重視/買い溜めする
遊	総評	何かの鑑賞観戦は席の位置はこだわらないし、エンタメは人気のあるものを選んで体験。通信機器やゲーム機も最先端のものがすぐ欲しくなる。ひとりで余暇が好きで日頃から家でサブスクのエンタメを楽しんでいる。新商品や新サービスの情報に敏感。
	特徴（相対的気質）	観戦優先/一人遊びタイプ/サブスク派
	そもそも（絶対的気質）	新しいもの好き/ガジェット好き/メジャー好き
趣味	総評	車でドライブおでかけが好き。マンガ含めて読書もするし、カラオケもする。ファッションにも興味があり、好きなことの資格情報や取得するための勉強に取り組んでいたりする。
	特徴（相対的気質）	車ドライブ/マンガ/読書
	そもそも（絶対的気質）	資格取得/カラオケ楽器/ファッション

### <まとめ>

以上のことから、紫波町近郊に暮らす方々のライフスタイル推計と、そこから考えられるターゲット像は次のとおり整理されます。

要素	ライフスタイルとターゲット像
紫波町周辺	<ul style="list-style-type: none"> <li>・40代ファミリー、子ども3人、持ち家（一戸建て）</li> <li>・世帯収入500～600万円</li> <li>・食事は自炊で家族そろって食べることが多く、食材は野菜や国産のものが中心。</li> <li>・一人で余暇を楽しむのが好きで、家でゆっくり動画・音楽・読書を楽しむことが多いが、週末などの休みの日は家族を優先する。</li> <li>・趣味は車のドライブや釣り。</li> </ul>
盛岡市周辺	<ul style="list-style-type: none"> <li>・40代ファミリー、子ども1人、賃貸（アパート）</li> <li>・世帯収入400～500万円</li> <li>・郷土料理や地方限定の食品、特に地元のを好んで購入する。ジャンルは肉料理が好きで、外食に出かけることが多い。</li> <li>・一人で余暇を楽しむのが好きで、家でゆっくり動画・音楽・読書を楽しむことが多いが、街中の繁華街にお出かけするのも好き。</li> <li>・趣味は車のドライブ。</li> </ul>
花巻市周辺	<ul style="list-style-type: none"> <li>・40代ファミリー、子ども3人、賃貸（一戸建て、アパート）</li> <li>・世帯収入400～500万円</li> <li>・食品はお得な商品を購入することが多く、有名で昔からあるものが好き。食事や弁当は自分で作ることが多く、テイクアウトも好き。</li> <li>・家でサブスクのエンタメを楽しむのが好きで、通信機器やゲーム機の最新の情報に敏感。</li> </ul>

## ② Web アンケート調査

### ■ 基本属性

既婚かつ子供同居のファミリーが多い。

	町民	町外者
婚姻	既婚 (85%)	既婚 (75%)
子ども	1: いる (78%) 2: 同居 (44%) 3: 別居 (24%)	1: いる (62%) 2: 同居 (33%) 3: 別居 (29%)
世帯年収	1: 600~800 万円 (21%) 2: 200~400 万円 (20%) 3: 400~600 万円 (18%)	1: わからない (24%) 2: 200~400 万円 (20%) 3: 400~600 万円 (19%)
個人年収	1: 200~400 万円 (31%) 2: 200 万円未満 (24%) 3: 400~600 万円 (18%)	1: 200~400 万円 (29%) 2: 200 万円未満 (24%) 3: わからない (17%)
職業	1: 公務員 (24%) 2: 会社員 (一般) (22%) 3: パート / アルバイト (17%)	1: 会社員 (一般) (28%) 2: 無職 (19%) 3: パート / アルバイト (11%)

### ■ 温浴施設の利用状況 (サービス水準の設定)

利用頻度は 2, 3 か月～半年に 1 回程度。土日のお昼に 1～2 時間、夫婦かひとりで来られる方が多い。来訪者でも 1 時間以上かけて温浴に行くのは全体の 12% と少ない。

	町民	町外者
利用頻度	1: 半年に 1 回程度 (21%) 2: 2～3 か月に 1 回程度 (21%) 3: 月に 1 回程度 (15%)	1: ほとんど利用しない (35%) 2: 半年に 1 回程度 (20%) 3: 2～3 か月に 1 回程度 (14%)
利用 タイミング	1: 土日祝 12～17 時 (29%) 2: 土日祝の夜 17 時以降 (19%) 3: 平日の夜 17 時～ (15%)	1: 土日祝 12～17 時 (29%) 2: 平日の午後 12～17 時 (20%) 3: 土日祝の午前 9～12 時 (14%)
利用時間	1: 1～2 時間程度 (60%) 2: 2～3 時間程度 (20%) 3: 1 時間未満 (16%)	1: 1～2 時間程度 (54%) 2: 1 時間未満 (26%) 3: 2～3 時間程度 (16%)
同行者	1: 夫婦・パートナーと (33%) 2: ひとりで (31%) 3: 小さな子連れで家族と (25%)	1: 夫婦・パートナーと (43%) 2: ひとりで (34%) 3: 小さな子供連れで家族と (三世代など) (8%)
移動時間	1: 30 分以内 (42%) 2: 15 分以内 (31%) 3: 1 時間以内 (12%)	1: 30 分以内 (42%) 2: 1 時間以内 (24%) 3: 1 時間以上でもよい (12%)

## ■ 温浴施設に求めるもの（新顧客価値）

源泉かけ流しや露天風呂は両者ともにニーズがありますが、来訪者は機能風呂のニーズが高く行く目的になり得ます。サウナは全体で見ると利用しない人が多く、サウナ室よりも外気浴スペースへのニーズが高いです。休憩スペースでは横になったり、ボーッととしてくつろいだりしたい様子が伺えます。また、地元食材の食事は30%以上の方のニーズがあります。

	町民	町外者
お風呂の種類 サービス	1：景色が良い露天風呂（21%） 2：源泉かけ流し（19%） 3：高濃度炭酸泉（15%）	1：源泉かけ流し温泉（25%） 2：景色が良い露天風呂（21%） 3：電気風呂、ジェットバスなどの機能風呂（12%）
サウナの種類 サービス	1：利用しない（28%） 2：外気浴スペース（18%） 3：温度が低めのサウナ（17%）	1：利用しない（35%） 2：温度が低めのサウナ（17%） 3：外気浴スペース（12%）
【付加機能】 風呂あがりに過ごす 休憩スペース	1：Wi-Fi コンセント（31%） 2：横になる畳ソファリラックス（27%） 3：テレビクライニングチェア（17%）	1：横になる畳ソファリラックス（29%） 2：テレビクライニングチェア（23%） 3：Wi-Fi コンセント（23%）
【付加機能】 欲しいサービス	1：地元食材の食事（31%） 2：特産品など産直コーナー（24%） 3：マッサージなどリラクゼーション（17%）	1：地元食材の食事（34%） 2：特産品など産直コーナー（26%） 3：マッサージなどリラクゼーション（24%）

## ■ ラ・フランス温泉館について（現状把握）

居住者の利用経験は90%と非常に高い状況です。その際は温泉と次いでレストラン利用をされており、約70%の方は「また利用したい」と答えています。利用シーンとしては幼い子供と一緒に家族と来ていた場面が多いですが、わざわざここ目指してくる目的性は低く、ラ・フランス温泉館ならではの魅力づくりが大事だと考えられます。

	町民	町外者
利用経験	利用したことある（90%）	利用したことある（60%）
利用したもの	温泉（30%） レストラン（19%） 売店（13%）	温泉（41%） レストラン（15%） 売店（12%）
リピート 可能性	また利用したい（69%） わからない（29%） もう利用しない（2%）	また利用したい（67%） わからない（26%） もう利用しない（7%）
満足した点/改善点	<p>[満足] お湯がいい、休憩室が広い、お風呂が広くて種類が豊富、設備やサービスが充実している、レストランのボリュームある食事</p> <p>[改善] 特別な印象が無い、これといった魅力が乏しい、施設が古くなっている、バスなどの交通利便性の向上、子どもが小さいときは利用していたが大きくなったので</p>	

## ■ 個人のライフスタイル（ニーズ）

やっていることは「料理・食」「車・バイク」「旅行」などが入る。やれていないでは「アウトドア」「スポーツ」「エンタメ」など。

	性別	町民	町外者
やりたくて やっている	男性	共通上位は「料理」「旅行」「写真」	共通上位は「料理・食」「旅行」 「車・バイク」「スポーツ」 70代以上は「園芸・ガーデニング」
	女性	共通上位は「料理・食」「旅行」 「美容」「手芸」	共通上位は「料理・食」「旅行」「エンタメ」 40代以下は「美容・健康」「車・バイク」「ペット」 50代以上は「園芸・ガーデニング」
やりたいけれど やれてない	男性	共通上位は「料理」「旅行」 「アウトドア」「美容」	共通上位は「旅行」「アウトドア」「スポーツ」
	女性	共通上位は「料理・食」「旅行」 「美容」「手芸」「アウトドア」	共通上位は「旅行」「エンタメ」 10～20代では「写真」「アウトドア」が上位

## ■ 温浴目的以外（関心/悩み）

主な家族とのおでかけ先は、大型の商業施設で道の駅やサービスエリアも含みます。公園や海川あそび、温泉/スーパー銭湯も下位に上がっていることから一日のプランが想定されます。子どもにさせたいことは、自然とのふれあいやアウトドア/アクティビティ、スポーツ、地域の伝統文化体験など。これらと関連していると思われませんが、温浴施設に付加してほしい機能は、道の駅、キャンプ場、グランピングなどが入っています。

	町民	町外者
おでかけ (自動車)	1: ショッピングモール/デパート (14%) 2: 道の駅/サービスエリア (11%) 3: 海川あそび (11%)	1: ショッピングモール/デパート (16%) 2: 道の駅/サービスエリア (15%) 3: 温泉/スーパー銭湯 (13%)
おでかけ (家族と)	1: ショッピングモール/デパート (15%) 2: 道の駅/サービスエリア (11%) 3: 公園 (10%)	1: ショッピングモール/デパート (19%) 2: 道の駅/サービスエリア (14%) 3: 温泉/スーパー銭湯 (10%)
子どもに させたいこと	1: 自然とのふれあい (16%) 2: アウトドア/アクティビティ (12%) 3: スポーツ (11%)	1: 自然とのふれあい (21%) 2: 地域の伝統/文化体験 (10%) 3: アウトドア/アクティビティ (10%)
●● × 温浴施設	1: 道の駅/サービスエリア (15%) 2: キャンプ場/グランピング (13%) 3: 宿泊施設 (12%)	1: 道の駅/サービスエリア (28%) 2: 産直/食料品店 (21%) 3: 宿泊施設 (11%)

<まとめ>

以上のことから、紫波町近郊に暮らす方々のライフスタイル推計と、そこから考えられるターゲット像は次のとおり整理されます。

	町民	町外者
温浴施設に求めるもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景色が良い露天風呂</li> <li>・Wi-Fiとコンセント</li> <li>・リラックススペース</li> <li>・地元食材のレストラン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・源泉かけ流し温泉</li> <li>・リラックススペース</li> <li>・テレビやリクライニングチェア</li> <li>・地元食材のレストラン</li> </ul>
ラ・フランス温泉館への要望・改善	<p>[満足] お湯がいい、休憩室が広い、お風呂が広くて種類が豊富、設備やサービスが充実している、レストランのボリュームある食事</p> <p>[改善] 特別な印象が無い、これといった魅力が乏しい、施設が古くなっている、バスなどの交通利便性の向上、子どもが小さいときは利用していたが大きくなったので</p>	
温浴目的以外の関心	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車でのおでかけ：ショッピングモール・デパート、道の駅・サービスエリア</li> <li>・家族でのおでかけ：ショッピングモール・デパート、道の駅・サービスエリア</li> <li>・子どもにさせたいこと：自然とのふれあい、アウトドア・アクティビティ、スポーツ</li> <li>・「●●×温浴施設」：道の駅・サービスエリア、キャンプ場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車でのおでかけ：ショッピングモール・デパート、道の駅・サービスエリア</li> <li>・家族でのおでかけ：ショッピングモール・デパート、道の駅・サービスエリア</li> <li>・子どもにさせたいこと：自然とのふれあい、地域の伝統・文化体験、アウトドア・アクティビティ</li> <li>・「●●×温浴施設」：道の駅・サービスエリア、産直・食料品店</li> </ul>

### 3 再整備の方向性

#### (1) あづまねエリアブランディングビジョンの策定

温泉保養公園が当初から目指している「心身をリフレッシュして、健康で文化的に過ごす場所」「地域産業の活性化を図り、魅力ある就業の場の確保に資する」というテーマについて、各種ニーズ調査等の結果も踏まえ時代に合わせて再解釈するとともに、あづまねエリア全体で実現を目指していくため、令和6年度に「あづまねエリアブランディングビジョン」を策定しました。

このビジョンにおいて、目指す姿を「人が森と育つまち～森へのとびら～」と掲げるとともに、下記の方針を定めています。

- 東根山をはじめとするあづまねエリアの自然資源を生かし、「体の成長」「心の成長」「コミュニティの成長」を目指していくこと。
- 温泉保養公園の価値を再定義することで、自然と共存しながらも現代の便利さや文化的な価値を創出

する環境を整え、特にファミリー層の滞在や交流を生み出すこと。

- 温泉保養公園を核に周辺事業者が連携した事業にも積極的に取り組み、交流人口の増加を通じた地域の持続的な発展に寄与すること。



【図6】あづまねエリアブランディングビジョンの未来像イメージ

## (2) 温泉保養公園再整備基本構想のコンセプト

### ① 温泉保養公園条例の再解釈

あづまねエリアブランディングビジョンを踏まえ、温泉保養公園条例の当初からの目的である「健康増進」と「観光振興」を再解釈し、本基本構想においては次のとおり定義します。

#### ■ 「健康増進」は「ウェルビーイング」へ

WHO（世界保健機関）によると、ウェルビーイングは「身体的な健康」「精神的な健康」「社会的な健康」が良好な状態と定義されています。また、ウェルビーイングの実現のためには「自然とのふれあい」が重要であるとも言われています。温泉保養公園では、天然温泉をはじめとする自然資源を生かしながらウェルビーイングを推進することを目指します。

#### ■ 「観光振興」は「サステナブル・ツーリズム」へ

JNTO（日本政府観光局）によると、サステナブル・ツーリズムは地域の「環境」「文化」「経済」を守り育むツーリズムの概念と定義されています。温泉保養公園を含むあづまねエリアには、東根山を筆頭に自然資源を生かした観光資源が多数存在します。また、温泉保養公園は環境省の脱炭素先行地域に選定されたモデル地区内に立地しており、脱炭素社会の実現に向けた取り組みを推進するための重要施設でもあります。温泉保養公園を拠点に、紫波町らしい新たな観光振興を目指します。

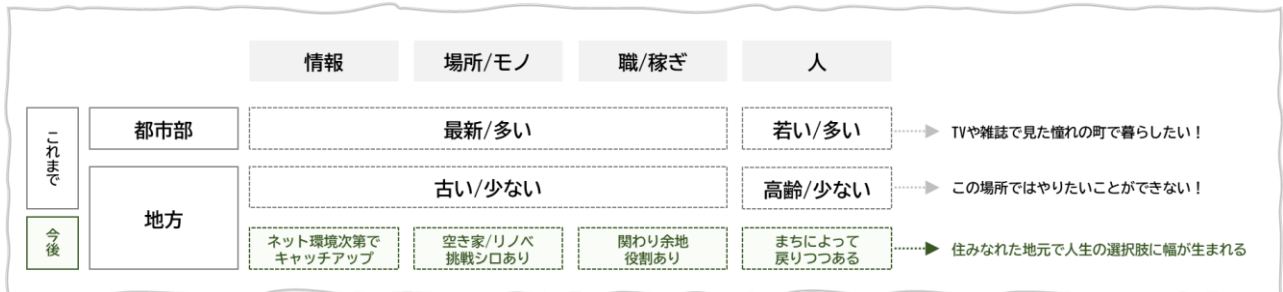
② 「ファミリー」の定義と地方の暮らしの在り方

ファミリーとは『共に生活を営む集団』だと考えられます。狭義では、家や血縁のこと、広義にはエリアや地縁のことも含みます。“親子 (Parents and children)” や 子育て世帯のことだけをいうものではなく、いわゆる“三世代”を包括する。ここでは、あづまねエリアで生活をしている、もしくはあづまねエリアでの生活に興味がある人たちと定義します。



【図7】多様なファミリーのイメージ

“便利さ”は都市生活のメリットの1つです。あづまねエリアにおいては、ただ単に「自然回帰」する、いわゆる都市性を排除した田舎を是とするものではなく、都市の魅力も付随させることを目指します。その際に表面的な便利さではなく、それがもたらす都会の魅力、つまり根本の課題として「なぜ、地方の人は生まれ育ったまちを出て、都市部へ出ていくのか？」を考える必要があります。その仮説は“都会の方が将来性のある生活を送れると感じられるから”だと考えられます。(いわゆる、夢がかなう、やりたいことができる、今のしがらみから解放されるという感覚)。

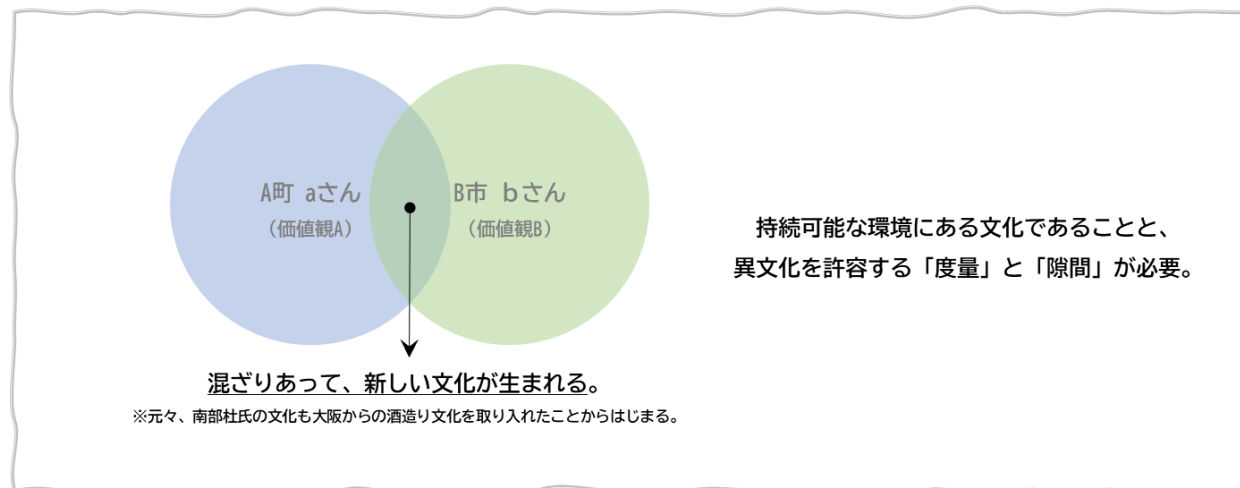


【図8】「現代の都市文化が提供する便利さ」について

これまで、便利さの象徴的要素である情報、場所/モノ、職/稼ぎ、人が都会に一極集中していましたが、テクノロジーの発展などにより地方であっても同様な環境を作ることが可能な時代になっています。その環境を意図的に用意することで「現代の都市文化が提供する便利さ」を地方にも付加させることができ、図8に示すように地方でも実現できる環境になります。

単語の定義を調べると、“文化的”とは、①人間の生活に役立つ生活様式、自然に人の手が入ったもの、②地域や時代によって変わるものとされています。つまり、文化的であることは人が生活する地域には本来備わっている性質です。重要なのは保持そのものではなく、その価値をそこに住む人が

意識的・感覚的に感じられるかです。文化的価値を実感するためには、**地方は自然や慣習だけの場所という認識を更新する必要があります。**新しい文化は既存文化と異文化を許容する「度量」と「隙間」によって生まれます。図9のとおり、新しい文化の創出には既存文化と異文化の重なりが必要であり、受容する度量と交流を生む余白が重要です。



【図9】新しい文化が生まれる環境について

「自然と共存しながらも、現代の都市文化が提供する便利さや文化的な価値を保持することを目指す」の解釈を元にまとめると、以下のように考えられます。

#### 『自然と共存』

あづまねエリアの象徴である自然、東根山、水分の“水”、ラ・フランス温泉館の温泉に、山の麓から見下ろすことができる田園風景、星空のすばらしさを再認識することが重要である。時代背景と他土地との比較からも、その希少性やすばらしさは明らか。

#### 『現代の都市文化が提供する便利さ』

これは、将来の理想を描け、それに挑戦できる環境づくりをすることで付加することが可能である。

- ・世の中情報のキャッチアップと発信ができる
- ・関わり余地/役割の提示
- ・それらの取組みが行える場所の用意

#### 『文化的な価値を保持すること』

これまでの慣習を大事にし、新しい文化を生む交流が必要である。

- ・あづまねエリアの歴史を学ぶ
- ・今自分が知らない生活慣習を教わる出会いの演出
- ・エリア外からの来訪者を歓迎する度量と隙間の用意

『「人が森と育つまち～森へのとびら～」とは』

誰にでも開かれていて自分のペースで過ごすことができる。

あたたかい雰囲気、1人でもさみしくない気持ち。

そこに行くと心地が良い。

そこにいる人達がの気配が、自分もいて良いと思わせてくれる。

そのようなまちの状態を指すと解釈することができる。

#### ④ 「公園」機能の再定義

15世紀まで貴族や王侯の狩猟地だった土地が公園の起源です。市民革命などを経ていく中で、特に17世紀の産業革命による環境汚染が社会問題となり、“緑地”である「限定的共有地」を市民へ解放したことが現在の公園の基礎となっています。公衆衛生問題の解決のため、新鮮な空気、太陽光を得られる『都市の肺臓』と言われていました。

公園は、その時代の社会課題の解決の場として機能しています。また、主に緑地であることから心身の健康を保つ自分でいられる場所にもなっており、訪れる人たちが社会的役割を脱いだまま、社会とつながり続けられる場所であることが特徴的です。図10に示すように、公園は時代ごとの社会課題に対応しながら役割を変化させてきた公共空間であると考えられます。

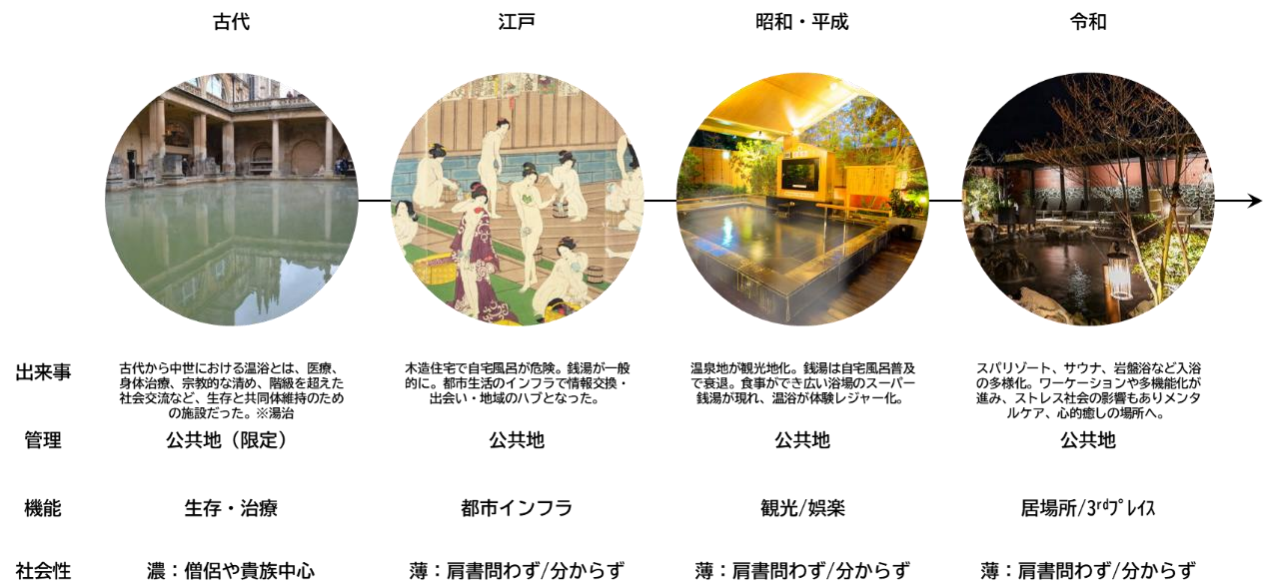


【図10】公園の成り立ち

#### ⑤ 「温浴施設」機能の再定義

温浴の歴史は古く、古代から人間の生活の中に存在していました。主に医療、身体治療、宗教的な清めの用途から使われており、日本では江戸時代に銭湯文化が発展し公共的な都市のインフラとなりました。その後、昭和になると各家庭に風呂が常設され、銭湯は衰退傾向となり、温泉地が観光地化していきました。最近ではスパリゾート、サウナ、岩盤浴など入浴の多様化やワーケーションや多機能化が進んでいます。ストレス社会の影響もあり、メンタルケア、心的癒しの場所へと変貌しています。

温浴施設も時代に合わせてその役割を変えてきましたが、共通している役割は、人が“自分に戻る”ための装置（身体を温めながら、思考と感情を編集し直す場所）だと考えられます。（図 11 参照）



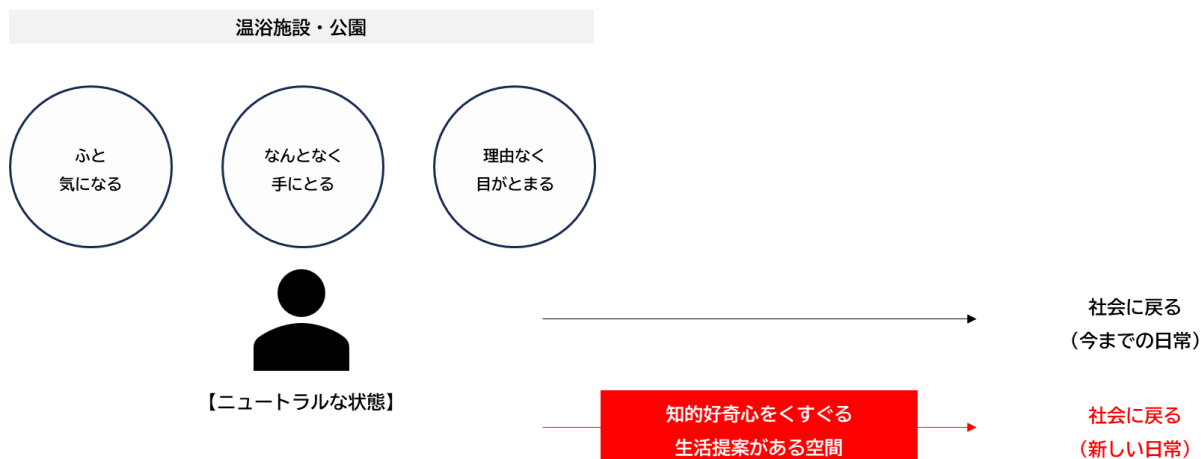
【図 11】 温浴施設の成り立ち

## ⑥ 「公園×温浴施設」による拠点価値の整理

公園と温浴施設は異なる場所でありながら、その役割には共通する部分があります。それは『自分がニュートラルに戻る場所』という点です。無理に取り戻そうとしなくても自然と戻れる場所であり、社会と関わり続けられる“間”であり、「一人でいて、独りじゃない」、何かしていてもよく、何もしていなくても良い場所です。

この『自分がニュートラルに戻る場所』は、地方において重要な役割が2つあると考えられます。1つは閉鎖的な人間関係から一時的に解放されたいという思い。もう1つは、孤独な生活者（例：一人暮らしの高齢者や人間関係が少ない移住者）が、この場所に所属している感覚を得たいという思いです。必要なのは、いつでも誰でも目的がなくても訪れることができ、1人でも来られるが、同じ地域の人が自然に滞在している環境です。これはまさに『自分がニュートラルに戻る場所』と言えます。

ニュートラルな状態とは、ふと何か気になる、理由もなく目が留まる、目が留まったものをなんとなく手に取る、という周囲の情報を様々なフィルターを通さず直接的に受け入れられる状態です。これを知的な好奇心がくすぐられやすい状態とします。ニュートラルな状態から、そのまま社会（今までの日常）に戻っているが、ここに知的な好奇心をくすぐる生活提案がある空間をつくることで、新しい日常を迎えられる付加価値をつくる。図 12 に示すように、ニュートラルに戻る状態に知的な好奇心を加えることで、日常を更新する拠点価値を生み出すことができます。



【図 12】付加価値の設計

### ⑦ 知的好奇心を軸とした空間価値の設定

知的的好奇心とは、

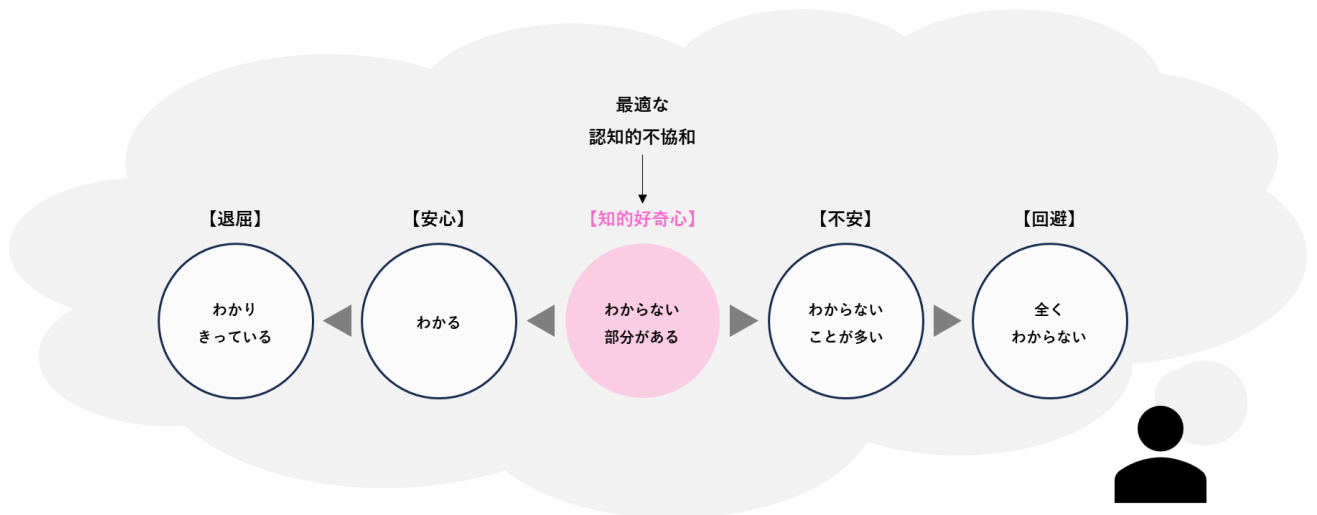
- ・ 知らないことや珍しいこと、不思議な事柄に対して「知りたい」「体験したい」と関心を抱く心
- ・ 成長の原動力となるもの
- ・ 「誰かに言われたからではなく、自分で確かめたい」と感じる自発性を指す心象であり、大きく 2 つの種類に分類されます。
- ・ 拡散的好奇心…幅広い情報や未知の事柄への関心（例：「何でも知りたい」）

→年齢とともに曲線的に減少する傾向

- ・ 特殊的好奇心…特定の分野への深い探求心（例：「この分野をもっと知りたい」）

→年齢とともに直線的に増加する傾向

「最適な認知的不協和」の状態が理想的とされ、わかっていることとわからないことのバランスによって決まります。何となく認識していたが詳しくは知らないこと、日常的に生活のどこかで何となく気になっていたことに改めて出会うきっかけをつくります。また言い換えると、人が知的好奇心を感じる瞬間とは、「わかった！」ではなく、「なんで/どうして？」が増えている状態とも言えます。図 13 のとおり、知的的好奇心は理解できることと分からないことが共存する状態において最も高まります。



【図 13】 知的好奇心を抱きやすい瞬間

代表的なものでは、博物館、美術館、図書館や歴史資料館などがあります。映画館などエンタメものやアウトドアや自然の中も適した場所と言えます。また、料理や民藝工芸、アートや音楽も大きく作用すると考えられます。温泉保養公園では、これらの中からこれまでの各種調査やアンケートなどによりニーズが確認できたコンテンツの導入を検討します。

#### <核となるコンテンツ>

「紫波ならではの食」：レストラン、産直物産販売、農業体験

「学びの空間」：本、コワーク/学習スペース、カフェ

「カラダを使った体験」：アウトドアショップ、キャンプ、BBQ

「子どもが楽しめる（空間）」：遊具、アスレチック、屋内あそび場、スポーツ（バスケ/フットサル）

知的好奇心に関与する近隣の文化・学習・体験施設を調査し、拠点との位置関係を整理すると以下のとおりとなります。

## ① 美術館



【図 14】 MAP\_美術館：3 館

## ② 博物館



【図 15】 MAP\_博物館：4 館

### ③ メディアショップ (GEO)



【図 16】 MAP\_GEO : 2 店舗

### ④ メディアショップ (TSUTAYA)



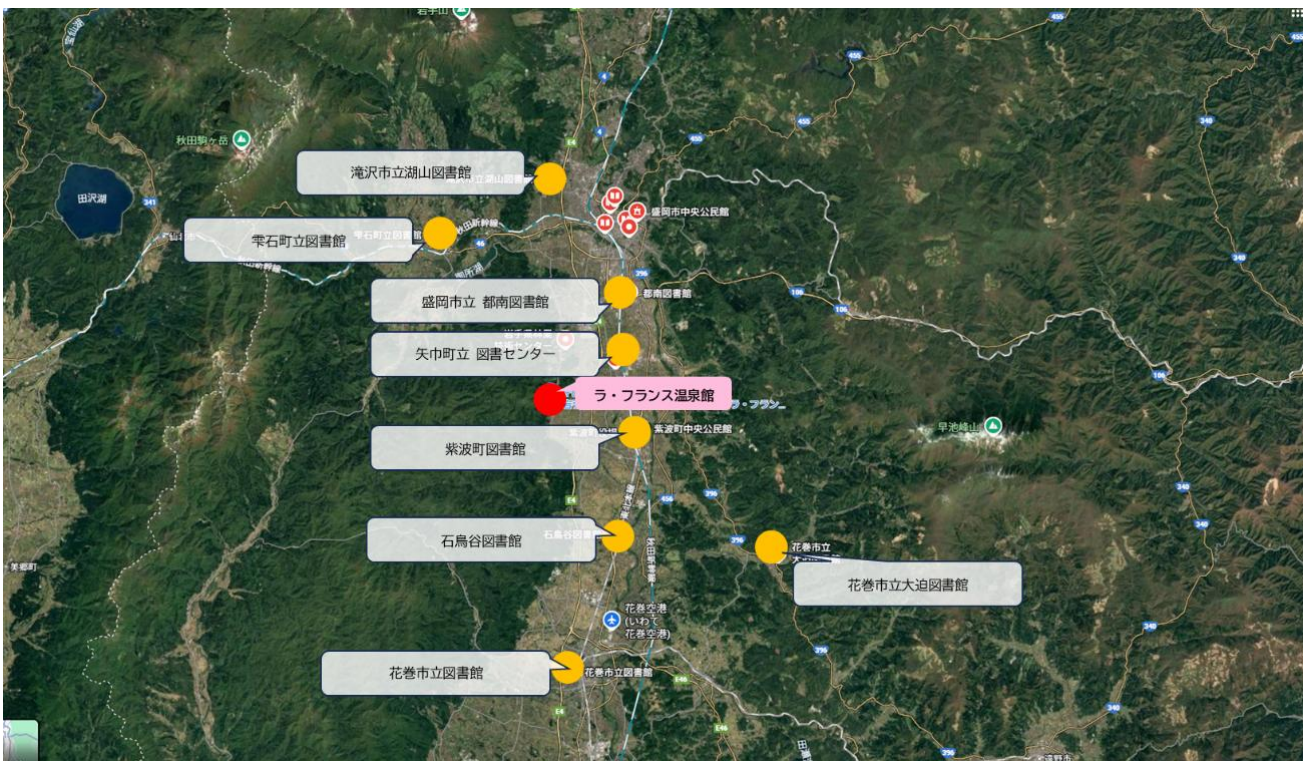
【図 17】 MAP\_TSUTAYA : 1 店舗

⑤ 書店



【図 18】 MAP\_書店：2 店舗

⑥ 図書館



【図 19】 MAP\_図書館：8 館

## ⑧導入機能の考え方

公共施設として各行政単位で図書館が設置されていますが、主な機能は蔵書及び本の閲覧がメインであり、目的もなく立ち寄る・長居する点ではより考慮された施設があることが望ましいと考えられます。オガールエリアの紫波町図書館のコンセプトは、“「知りたい」「学びたい」「遊びたい」を支援する図書館”であり、知的好奇心へのアプローチを目指している点が共通しています。しかし、紫波町図書館は「～したい」という自発的な人がターゲットであることに對し、あづまねエリアは「潜在的な自身の好奇心をくすぐられる」というターゲットの違いも踏まえ、以下の4点にまとめられます。

### ■ 風景としての本の強さ

- ・森や公園と書店が並ぶことで、「消費の場」ではなく「滞在したくなる風景」がつかれる。
- ・都会に行かなくても、文化的で洗練された体験が得られ、その拠点そのものが“行き先”になる。

→本は、空間に文化的な重みを与え、町や公園を“核”に変える力を持っている。

### ■ 住民/利用者のニーズ

- ・「子どもに探究的な活動をしてほしい」という声あり。本は最も身近で、押しつけにならない探究の入口。
- ・屋内エンタメ消費が増える中で、読書や独学的な学びはすでに生活の一部になっている。

→本は、新しい需要を無理につくるものではなく、既にある関心を自然に引き出すメディアである。

### ■ モノとしての価値が唯一無二

- ・言語を視覚化した文字という、人間の思考の根源に近い仕組みを使ったコンテンツ。
- ・映像や音声よりも、情報密度を自分で調整できる、受け取り方を選べる。
- ・紙の質感、重さ、ページをめくる行為という身体性が伴う。

→本は「考える」「感じる」「想像する」を同時に許す、人が最も慣れ親しんだ文化装置

### ■ コンセプトとの親和性が高い

- ・ニュートラルの先に置く情報としてこの拠点では、「自分を高める」「学ばせる」ことを目的にしなくてよい。
- ・ニュートラルに戻ったその直後に触れる情報として、強すぎず、弱すぎない。読まなくてもいい、眺めるだけでもいい、気になったら深めてもいい。

→本はニュートラルな状態の人が“少し前を向く”ためのちょうどいい刺激であり、余白のあるきっかけ。

本は、自分の内側と、社会の知を静かにつなぐ。

温泉保養公園における本の役割は、単に知識を「学ばせるため」ではなく、人がニュートラルな状

態から、自分なりの興味や輪郭をそっと取り戻して社会へ戻るための、最も自然なメディアになります。

#### ⑨顧客ターゲットとニーズ整理

顧客ターゲットとニーズの整理にあたっては、ライフスタイル推計値調査およびWebアンケート調査の結果をもとに、居住者・来訪者それぞれの属性や生活傾向、余暇行動、温浴施設の利用実態を分析しました。これにより、本拠点に求められる機能や過ごし方の特徴を把握し、「自分がニュートラルに戻る場所」を基盤としながら、知的好奇心をくすぐる体験や日常に新しい変化をもたらす空間価値の方向性を整理します。

##### ■ だれに？

社会的なしがらみから一度離れてリフレッシュしたい人たち（公園や入浴利用者）

##### ■ なんのために？

明日からの日常生活を豊かにするために

##### ■ どうやって？

知的好奇心をくすぐる情報に出会う空間を創り、自分の選択で、興味のある情報を得てもらう（第三者の意見や社会的な見え方を気にせず）

##### ■ なにをつかって？

本、生活用具（民藝工芸品）、食（食材/レストラン）、滞在する場所（カフェ/あそび場）など。

自分がニュートラルに戻れる場所に、知的好奇心をくすぐる空間が加わることで、『心地よい気分だけ残って、自然とまたここに戻ってくる』場所を目指します。ここでは、感覚が緩くなり「もうこんな時間」「何してたっけ」と感じられ、何もしていないのに、何か受け取った気分で充実感がある、興味が勝手に動き出して「これ好きだった」「これ気になる」と気づくような“遅効性のサプライズ”を提供します。

#### (10) 導入コンテンツ

自分が「ニュートラルに戻れる場所」に「知的好奇心」をくすぐる要素を重ねることで、新しい日常へとつながる拠点価値を生み出すことを目的として導入コンテンツを設定します。公園と温浴を中心に、食、学び、体験、交流、滞在など多様な過ごし方を受け入れる機能を配置し、誰でも目的がなくても訪れることができ、興味関心に応じて過ごし方を選択できる環境を整えることで、日常の延長線上にある新しい体験を提供することを目指します。

以下は、コンテンツ案のイメージです。

① ただ歩いていたくなる木々が感じられる歩道

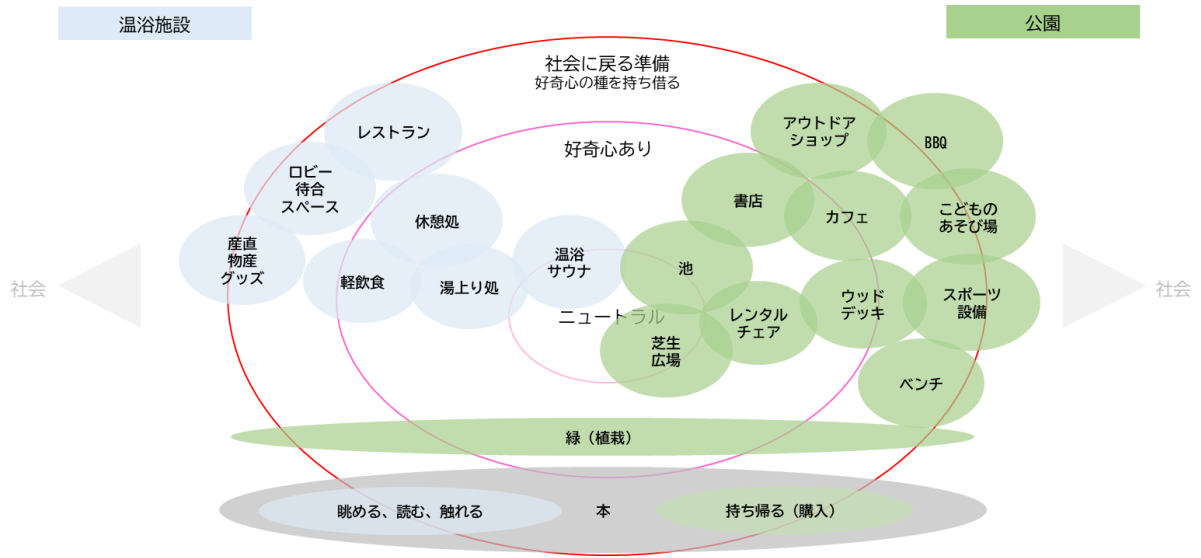
- ② キーワード、キーサインから行動する
- ③ 何もせず座ってられる
- ④ 声をBGMにくつろぐ
- ⑤ 公園から自然と続く温浴施設のエントランス
- ⑥ 通り過ぎても立ち止まっても良い書棚がある通路
- ⑦ マイスタイルで楽しめる温浴・サウナ
- ⑧ 時間を気にせず一人でいられる湯上りスペース
- ⑨ 人の気配は感じながらも会話はしないで、くつろげるスペース
- ⑩ 眺めることも、手に取ることもできる書棚
- ⑪ 今気になるものを飲食したり、買い物したりできる
- ⑫ 好奇心を深められる
- ⑬ こどもが楽しめる
- ⑭ アウトドア/自然体験ができて学びになる
- ⑮ 気になったモノでピクニックをする
- ⑯ 地産地消・紫波の食を体験する

流れ	アプローチ	フェーズ	体験動線上の行為	心理状態	社会的役割	主な空間	コンテンツ	社会性の温度感
1	特殊好奇心	来園	ふらっと入る、歩く	日常の延長、やや緊張	社会の中の自分	公園入口(多様)/歩道 施設建物が視野に入る サイン少	産直/物産 ※地域の空気感	🔥 高め(社会モード)
2	特殊好奇心	ほどけ始め	立ち止まる、座る	思考がゆるむ	社会性が薄れ始める	外:木陰ベンチ/水辺/足湯 内:広め歩行空間/書棚	本	↓ 中～やや高
3	特殊好奇心	回復	浸かる、ぼーっとする	無意識的な回復	役割が脱げる	温浴	温泉/サウナ	※ 低(個に近い)
4	特殊好奇心	余白滞在	何もしない	ニュートラル	役割なし	湯上がり処(休憩ラウンジ)	本	※ 最低温
5	特殊好奇心	再発見(知的好奇心)	手に取る、眺める	知的好奇心の芽生え	これまで向き合えなかった自分	休憩処	本・民藝・展示	↓ 低～中
6	特殊好奇心	ゆるい関与	買う、飲む	外に関心が戻る	社会と再接続準備	Café/産直物産	Café/産直物産	↓ 中
7	特殊好奇心	試す	話す、考える	意欲が立ち上がる	挑戦する自分	コワーク/レンタルスペース	コワーク/レンタルスペース	🔥 中～やや高
8	特殊好奇心	外へ	歩き出す	軽い前向きさ	社会へ戻る自分	木陰ベンチ/水辺/足湯	アウトドア/アスレチック/BBQ/農業体験	🔥 高め(でも柔らかい)
-	拡散的好奇心	こどもが楽しめる	一人になる	自分に集中	親役割からの半解放	屋内外こどものあそび場	屋内外こどものあそび場	↓ 中～やや高
-	拡散的好奇心	カラダを使った体験	-	作業に集中	一人の参加者	アウトドア/アスレチック/BBQ	アウトドア/アスレチック/BBQ	↓ 中～やや高

【図20】来訪者の体験導線一覧

それぞれ親和性が高いものを隣り合わせながら、ニュートラルな状態を中心に、徐々に社会性を帯びていくように機能を配置します。施設の内に入るほどより静かなもの、外側(社会)に近いほどアクティブなものと体感の温度差をつけながら、グラデーションで自然に遷移する環境をつくります。

(図21参照)



【図 21】コンテンツ配置のイメージ

## 4 住民ワークショップ（意見交換会）の開催

ここまでの検討結果をもとに作成した基本構想の素案について、地域住民や関係者の方々に内容をご説明し、ご意見や新しいアイデア等をいただくため、住民ワークショップ（意見交換会）を開催しました。

概要は次のとおりです。

タイトル：山と温泉のある生活想像会議

日にち：令和8年3月7日（土）

場所：ラ・フランス温泉館ホテルゆらら

参加者数：51名

主催：紫波町

共催：ラ・フランス温泉(株)

協力：カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)



<当日の様子>



## <主な意見等>

### ① 現在の基本構想素案に対する感想

賛同のご意見
<ul style="list-style-type: none"><li>・好奇心をくすぐる場所、ニュートラルで、活力を得られる場所になる。そんな期待で胸がいっぱいになりました。</li><li>・もともとある温泉と公園を生かして、そこに本のような好奇心の要素が加わることで、文化的に充実したエリアになるという点に好感を持ちました。</li><li>・温泉と公園の機能を再定義したことに共感した。住民自身が、自分たちがどうありたいか？を考えて行動することが大切だと思う。ラ・フランス温泉館は既に多くの人が集まっている場なので、形を変えて生かした方が良い。</li><li>・リフレッシュしたいときに本や雑誌、お店を見たりするので、「好奇心をくすぐる」というワードが良いと思った。登山や自然体験と温泉を一緒に楽しめる環境は素晴らしいと思う。</li><li>・温泉と公園をつなぐ発想はとても良いと思った。別々に開発してもどうしようもないものになる。心と体をととのえる空間になってほしい。</li><li>・「ニュートラル」に戻った後に「知的好奇心」が加わるという発想が革新的と感じました。温泉+公園の組み合わせにより、もっと幅広くたくさんの方が利用すると思います。</li><li>・温泉と公園を融合させて一体的に捉えた構想なのが良い。登山者の意向を組み込んでほしい。</li><li>・自然などの紫波の特徴を取り入れた、紫波の魅力を詰め込んだ案でとても良いと思った。</li></ul>
慎重なご意見
<ul style="list-style-type: none"><li>・「好奇心をくすぐる場所」に興味はあるが、お金もかかることなので維持管理も含めて施設規模を検討すべき。</li><li>・なぜ今、利用者が減っているのかという理由が分からなかった。みんなが欲しいものが分からないと、一時的に増えても持続するか分からない。</li><li>・若者は新しいものに興味がわくと思うが、60代以降の人は違うのではないか。福祉的な視点が感じられない。</li><li>・周囲のお店と競合しないようにすべき。</li></ul>

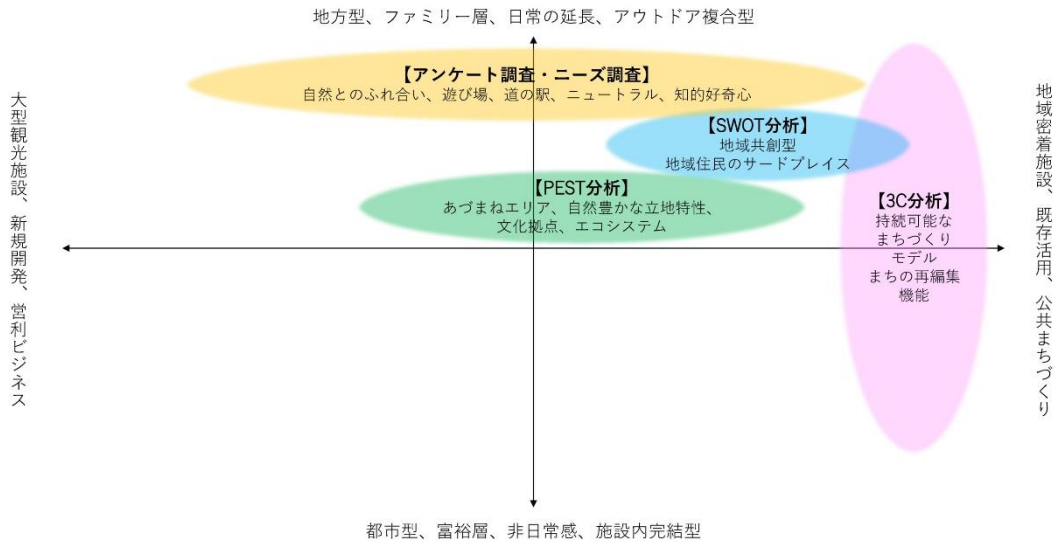
### ② プール棟やグラウンドの用途を変更することについて

賛同のご意見
<ul style="list-style-type: none"><li>・プールは有効活用されていないように感じるので、通年で利用できる屋内遊び場は嬉しい。子供たちの遊びのために町外に出ることが多いので、町内に遊び場があると嬉しい。</li><li>・プールとグラウンドの遊び場への転換は良いと思う。子供たちがまた来たいと思える場所は必要。</li><li>・プールを遊び場に転換するのは良い方法。全天候型の屋内施設は必要。グラウンドも現在はあまり利用されていないので、親子連れが気軽に訪れることができる場所になれば良い。</li><li>・水分地区は小学校や児童館が無くなり子供が時間を過ごせる場が減ったことが課題だと感じていたので、とても効果的だと感じた。</li><li>・とても嬉しい。子供だけではなく「ファミリー」を描くものになっていてワクワクします。</li><li>・紫波町は遊び場が少ない。ラ・フランス温泉館は広いスペースと自然があるので、遊べる公園を作ることは素晴らしいと思った。</li></ul>
慎重なご意見
<ul style="list-style-type: none"><li>・プールもグラウンドも、現在の利用者がどうなるのか心配。</li><li>・町内の学校でもプールを使用できない状況があるので悩ましい。</li><li>・物があれば子供が集まるわけではないと思う。</li></ul>

## 5 公民連携による整備手法及び運営手法の検討

### (1) 新たな温泉保養公園に求められる役割

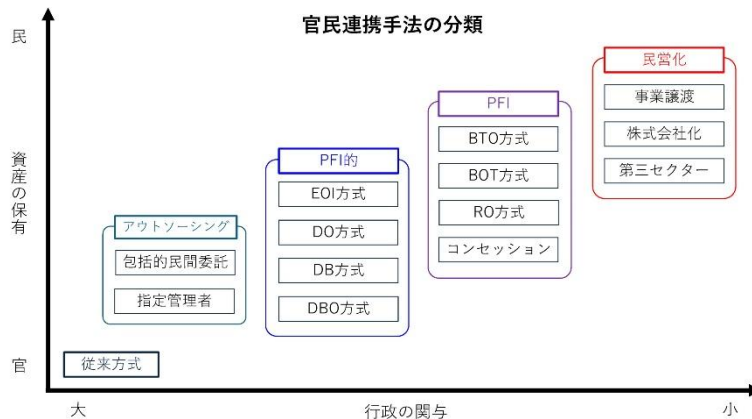
これまでの各種分析や調査の結果を踏まえ、本事業を通じて目指すべき新たな温泉保養公園に求められる役割は、次のとおり整理することができます。



横軸を「施設の性格や特徴」、縦軸を「サービスの質やターゲット層」とし、これまでに実施したPEST分析、3C分析、SWOT分析、アンケート調査やニーズ調査（意見交換会を含む）の結果を配置すると上記のとおりとなります。よって、新たな温泉保養公園に求められる役割は図の右上部分に重点が置かれるかたちとなり、新たな温泉保養公園の整備内容や運営事業者はこの方向性に沿って選定されることが望ましいと考えられます。

### (2) 整備手法の検討

公民連携手法（PPP：Public Private Partnership）とは、公共施設等の建設、維持管理、運営等を公共と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を生かし、財政資金の効率的使用や行政の効率化等を測るものです。官民連携手法には、指定管理者制度、包括委託などのアウトソーシング、PFI的方式（DBO方式）、PFI方式、民営化などの様々な方式があります。各方式には、それぞれメリット・デメリットがあるため、本事業の特性を勘案し、最も適した事業手法を採用する必要があります。



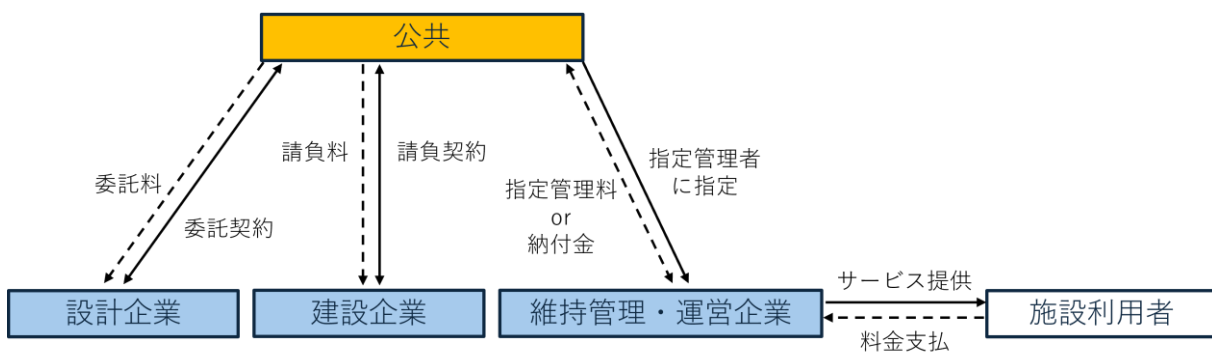
発注方式		従来方式 (※運営は指定管理)	PPP方式				
			DB方式	DBO方式	PFI方式		
					BTO・RO	BOT	BOO
概要		基本設計、実施設計、施工、維持管理をそれぞれ個別に発注する方式	設計と施工を一括して発注する方式	設計と施工に加え、施設の維持管理も包括し一括して発注する方式	民間事業者（SPC）が調達する資金で設計、施工を行い、その後の維持管理、運営も併せて発注する方式 （BTO・RO）施設完成後に施設の所有権を町に移管する （BOT）事業期間終了後は施設の所有権を町に移管する （BOO）施設の所有権は移管しない		
建物・施設の所有	運営期間中	町	町	町	町	民間	民間
	事業期間満了後	町	町	町	町	町	民間
資金調達（施設整備費）		町（起債他）	町（起債他）		民間資金		
		交付金、起債、一般財源等により行政が費用を調達	交付金、起債、一般財源等で行政が費用を調達（※PFIとの比較で、行政が施設を所有するため市中金利と比較して低利な起債を充当できることや、民間事業者の税負担が少なくなることでコスト削減となる）		民間事業者が金融機関から資金調達、よって、従来方式・DB・DBOと比較して金利負担が増加する。また、建設中は施設が民間事業者の所有となるため、民間事業者に法人税、道民税、住民税、事業税が課せられ、事業費の削減が図りにくくなる。（※BOT、BOOでは、他に事業所税、固定資産税、登録免許税、不動産取得税、都市計画税等が課せられる。）		
		○	○		△		x
発注区分 (代表的な事例)	基本設計	分離発注	分離発注	包括発注	包括発注 (長期)	包括発注 (長期)	同左
	実施設計	分離発注	包括発注				
	施工	分離発注	分離発注				
	施設維持管理	分離発注	分離発注				
	運営	指定管理	指定管理	指定管理	指定管理	指定管理	同左
発注形態		仕様発注	性能発注		性能発注		
事業期間		従来方式は基本設計も含め、すべての工程において分離発注であるため時間を要する。	設計、施工段階は包括的発注により期間短縮が期待できるが、施設維持管理及び運営者の選定等は発注の準備等が必要となる	運営も含めた運営も含めた公募資料や仕様作成等が必要であるが、以降は設計・施工・運営の包括発注のため、期間の短縮が期待できる。	運営も含めた発注仕様書の準備等、事業化までに法的手続きを経る必要があるため時間がかかる		
		△	○	◎	△		
コスト削減 (従来方式との比較)	建設	・仕事発注+公共単価によりコストは従来通り ・業務ごとの分離発注であるためPPP手法に比べるとコスト削減効果は低い	性能発注+民間単価により建設コストについては削減効果が期待できる 設計・建設の一括発注のため、建設費を考慮した設計が期待できる	性能発注+民間単価により建設コストについては削減効果が期待できる 設計・建設・運営業務の一括発注のため、建設費を考慮した設計、維持管理や運営しやすさ等を考慮した設計・建設が期待できる	性能発注+民間単価により建設コストについては削減効果が期待できる 設計・建設・運営業務の一括発注のため、建設費を考慮した設計、維持管理や運営しやすさ等を考慮した設計・建設が期待できる		
		△	◎	◎	○		
	維持管理	従来と同様	従来方式と同様 (施行者のノウハウを設計に反映させられればコスト削減効果に期待できる)	維持管理を見越した設計が可能となる他、ライフサイクルコストの最も低い提案を選定することが可能であり、コスト削減効果の期待が高い	維持管理を見越した設計が可能となる他、ライフサイクルコストの最も低い提案を選定することが可能であり、コスト削減効果の期待が高い		
		○	○	◎	◎		
	運営	従来と同様	従来方式と同等	長期包括発注とすることで将来の運営費の見通しが立てやすい他、長期契約によるコスト削減効果も期待できる	運営期間10～15年程度等の長期包括発注とすることで将来の運営費の見通しが立てやすい他、長期契約によるコスト削減効果も期待できる		
○	○	◎	◎				
備考 (上記項目以外の留意事項等)	メリット系	◆段階ごとに仕様を確認して発注するため、求める性能を確保しやすい。 ◆維持管理、運営が別途発注のため環境変化に対する長期リスクに対応しやすい	◆維持管理、運営が別途発注のため、環境変化に対する長期リスクに対応しやすい。	◆民間事業者のノウハウにより効率的な運営が期待できる。	◆民間事業者のノウハウにより効率的な運営が期待できる。 ・BOT、BOOの場合、行政側に減価償却が発生しない ・同方式の場合、固定資産税収入が見込める (※ただし、その分の委託料が増額となることが予想される)		
	デメリット系	◆各業務が分割して発注されるため、一体的なコスト削減効果期待が低い ◆維持管理を考慮した設計をするための工夫が必要 ◆コスト削減のための方策を別途検討する必要がある。	◆基本設計を分割した場合、コスト削減への期待が低くなる。 ◆維持管理を考慮した設計をするための工夫が必要となる。	◆施設の仕様が全て事業者任せられるため、求める性能を確保するための工夫が必要となる	◆起債より金利の高い民間資金を活用するため、建設及び維持管理のコスト削減効果が相殺される可能性がある。 ◆施設の仕様が全て事業者任せられるため、求める性能を確保するための工夫が必要となる。 ◆長期契約のため、環境変化に対するリスク検討が必要となる。		

施設の整備、維持管理、運営において、民間事業者のノウハウを活用する手法にはDBO方式、PFI方式などがあり、従来方式と異なる主な特色としては、一括発注、性能発注、長期契約等が挙げられます。

温泉保養公園再整備にあたっては、これらの方式から最適な手法を選択して実施していく必要があり、今回は①D+B+O方式、②EOI方式、③DO方式、④DB方式、⑤DBO方式、⑥PFI（RO）方式を検討対象としました。

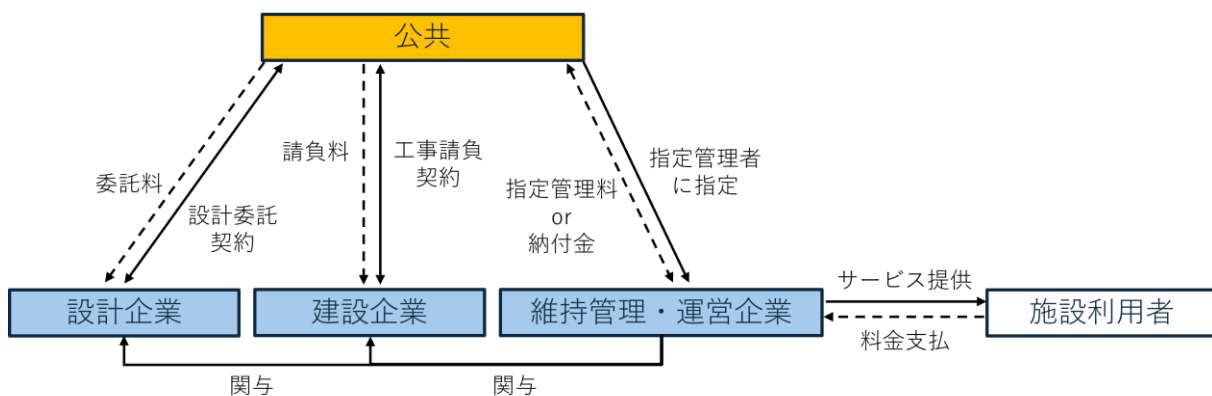
### ① D+B+O方式

公共が自ら資金調達のうち、設計及び建設を公共が民間事業者に分離発注し、維持管理・運営は別途、指定管理とする方式です。



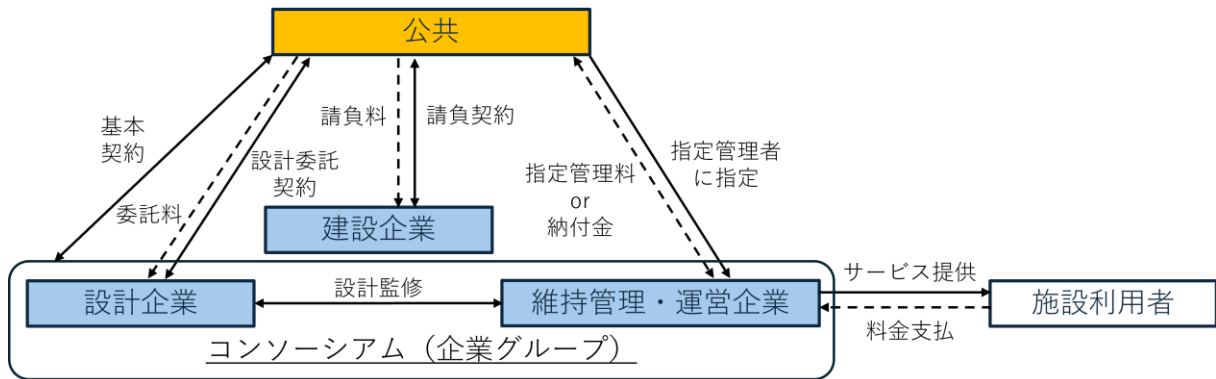
### ② EOI方式

D+B+O方式と同様に、設計及び建設を公共が民間事業者に分離発注しますが、それに先行して維持管理・運営を行う指定管理者を決定する方式です。指定管理者を先行して決定し、設計に関与することで維持管理・運営面を考慮した設計が期待されます。



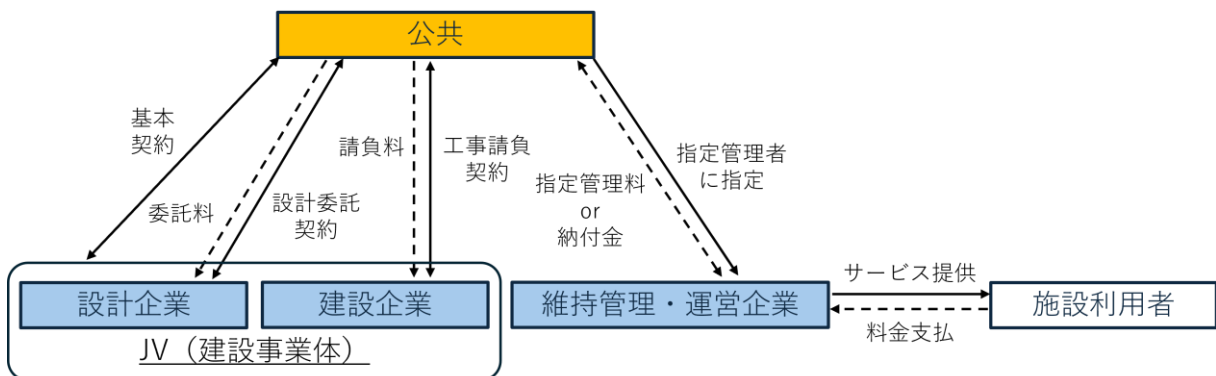
### ③ DO方式

公共が自ら資金調達の上、設計及び維持管理・運営を公共が民間事業者に一括発注し、建設のみ分離して発注する方式です。指定管理者を先行して決定し、監修として設計に関わることで維持管理・運営面を考慮した設計が期待されます。



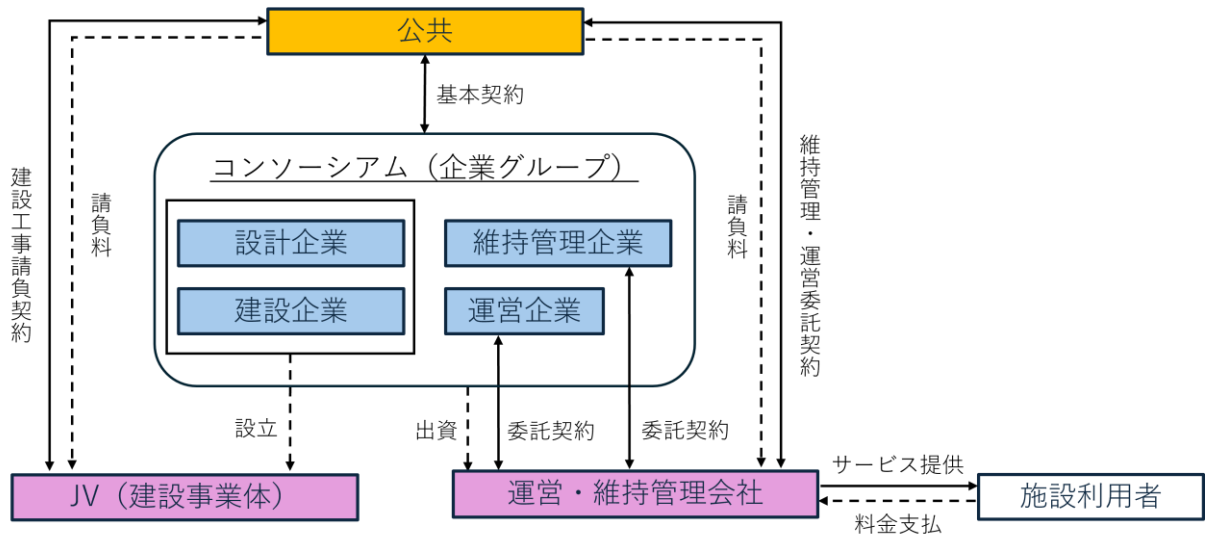
### ④ DB方式

公共が自ら資金調達の上、設計及び建設を公共が民間事業者に一括発注し、維持管理・運営は別途、指定管理とする方式です。設計段階から建設事業者が関わることで、コスト削減や工期短縮等の効果が期待されます。



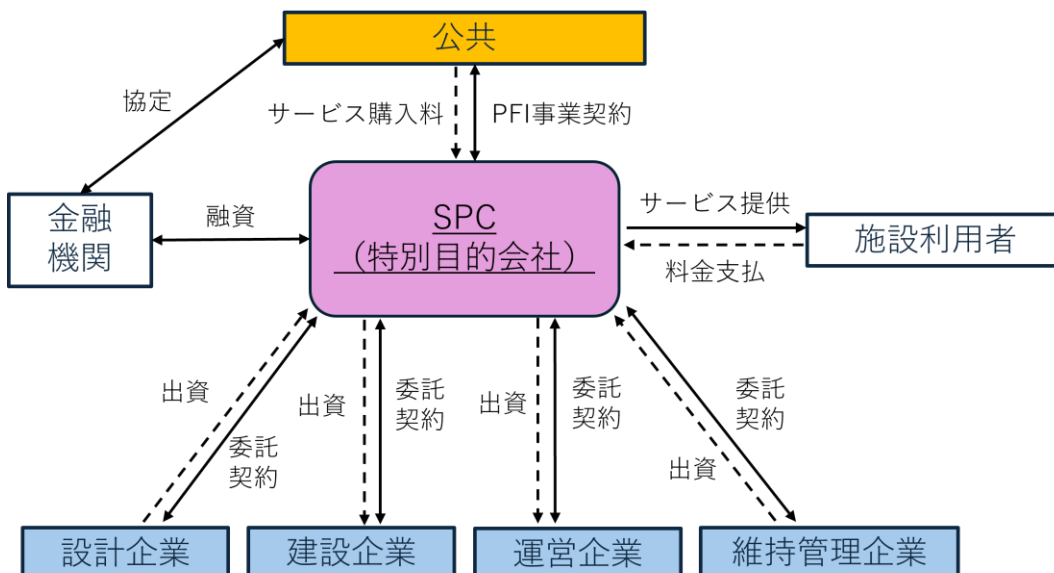
### ⑤ DBO方式

公共が自ら資金調達し、設計、建設及び維持管理・運営を公共が民間事業者に請負・委託で一括発注する方式です。設計及び建設は設計建設事業者（JV）、維持管理・運営は特別目的会社が実施します。DBO方式では長期一括で性能発注するにあたり、建設工事請負契約（設計施工一括契約）、維持管理・運営委託契約（包括的業務委託契約）及びそれらをまとめる基本契約により構成される複合的な契約形態になります。



⑤ PFI (RO) 方式

民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律（以下「PFI法」という）に基づき実施する方式です。施設の設計、建設、維持管理・運営を一括して発注する方式であり、設計企業、建設企業、維持管理企業及び運営企業が互いにノウハウを活用することで、サービス水準の向上やコスト削減が期待できます。建設資金の一部を民間事業者が調達するため、町の財政負担の標準化を図ることができるとともに、金融機関によるモニタリング機能がはたらくことで、安定的な事業継続が期待されます。



■ まとめ

		D+B+O 方式	EOI 方式	DO 方式	DB 方式	DBO 方式	PFI 方式
資金調達		行政	行政	行政	行政	行政	民間
発注形態		仕様発注	性能発注	性能発注	性能発注	性能発注	性能発注
発注区分	設計	分割発注	分割発注	包括発注	包括発注	包括発注	包括発注
	施工	分割発注	分割発注	分割発注			
	管理・運営	分割発注	分割発注	包括発注	分割発注		
事業化のスピード		△	△	○	○	◎	△
建設コスト縮減への期待度		△	○	○	◎	◎	○
管理・運営がしやすい施設建設への期待度		△	◎	◎	○	◎	◎

① 事業化のスピード

- ・ DBO方式は全てを包括発注することにより、従来方式に比べ発注準備期間の短縮や、施工者を含めた工期短縮への工夫等を設計に反映できることが期待できます。
- ・ PFIも同様の包括発注方式ですが、通常の基本構想・基本計画策定の他に「PFI可能性調査」「アドバイザー業務」が付随するケースが多く、他方式に比べやや追加期間を要します。

② 建設コスト縮減への期待度

- ・ DB方式及びDBO方式は、従来方式の「仕様発注＋公共単価」に比べ、「性能発注＋民間単価」であり、建設コスト縮減効果が期待できます。
- ・ PFIも同様ですが、整備資金が民間調達であり、起債より金利の高い民間資金を活用するため、施工及び維持管理のコスト縮減効果が相殺される可能性があります。

③ 管理・運営がしやすい施設建設への期待度

- ・ DBO方式及びPFI方式は管理運営も含めた包括発注により、設計段階より施設運営（サービス提供）と日常の管理に適切な施設計画の反映が期待できます。
- ・ EOI方式及びDO方式は、施工部分を切り分けるため建設コスト縮減の効果は薄まる可能性があるものの、設計段階から施設運営を見据えた施設計画の反映が期待でき、ライフサイクルコスト全体で見たコスト縮減が期待されます。

以上の検討から、整備手法についてはEOI方式、DO方式、DB方式、DBO方式の4パターンいずれかを前提として検討を進めていきます。

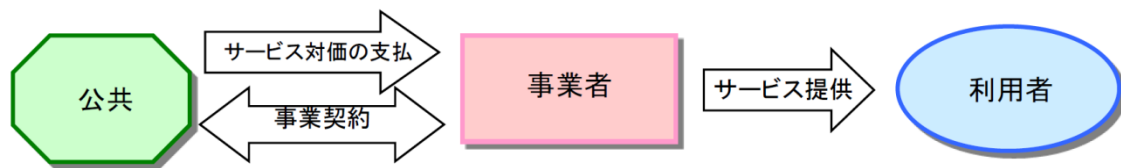
### (3) 管理運営手法の検討

本事業の管理運営手法の選択にあたっては、事業内容や法制度、採算性、民間事業者の動向等を勘案して、最も効果的で効率的なサービスが提供できる類型を選択することが必要です。

紫波町温泉保養公園条例では、施設の運営方法は「指定管理方式」と定められていますが、事業の投資回収の仕組みにより指定管理の契約形態は「サービス購入型」、「独立採算型」、「混合型（サービス購入＋独立採算）」の3つの形態に区分することができます。

#### ① サービス購入型

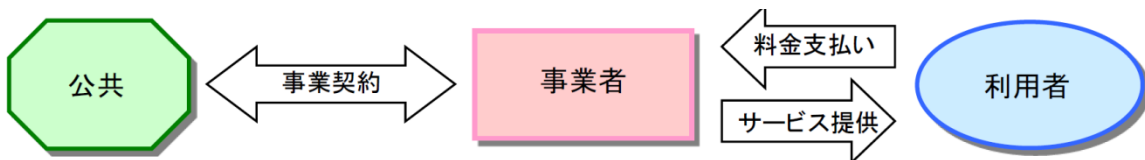
事業者は、対象施設の運営及び維持管理等を行い、公共は事業者が施設利用者に提供する公共サービスに応じた対価（サービス対価）を支払う。事業者のコストが公共から支払われるサービス対価により全額回収される類型である。



主な導入例：庁舎、学校（ハコモノ）

#### ② 独立採算型

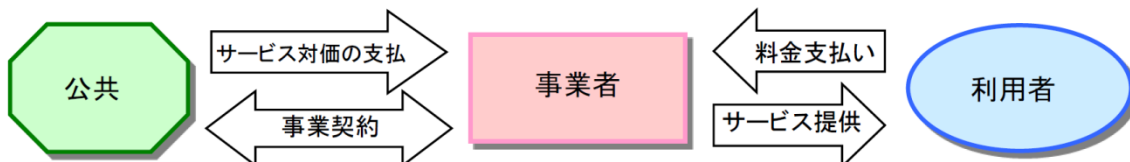
事業者は、対象施設の運営及び維持管理を行い、そのコストが利用料金収入等の施設利用者からの支払いにより回収される類型をいう。自主事業のみでコストが賄われるため、公共からのサービス対価の支払いは生じない。



主な導入例：駐車場、空港

#### ③ 混合型（サービス購入＋独立採算）

採算性の高い施設と低い施設が混在している場合において、事業者の運営コストが公共から支払われるサービス対価と、利用料金収入等の施設利用者からの支払いの双方により回収される類型をいう。いわば「サービス購入型」と「独立採算型」の混合型である。



主な導入例：体育館、プール

#### ④ 本事業における運営形態

現在の指定管理者であるラ・フランス温泉株式会社による運営は「混合型（サービス購入＋独立採算）」となっており、主にラ・フランス温泉館及び研修産業館については独立採算型（施設使用料を指定管理者が町に支払う）で、公園部分についてはサービス購入型（公園管理委託料を町が指定管理者に支払う）という契約形態となっています。しかし、近年では、独立採算型となっている部分について事業収支が成り立たず、町からの経営支援補助が必要となる状況が続いていることが大きな課題となっています。このことから、温泉保養公園再整備を通じて民間の創意工夫を最大限に生かすとともに町の公費負担を最小限に抑え、将来に渡って持続可能な運営形態を模索する必要があります。

先に検討した4パターンの整備手法（E O I方式、D O方式、D B方式、D B O方式）について、運営形態も加味したうえで以下のとおり整理します。

項目	E O I方式	D O方式	D B方式	D B O方式	評価視点
設計手法	民間主導の設計 (運営者関与)	民間主導の設計 (運営者監修)	町主導の設計	民間主導の設計	運営者視点
整備手法	公共整備	公共整備	公共整備 (JV)	公共整備 (JV)	費用・実現性
運営形態	指定管理	指定管理	指定管理	指定管理	公共性・実行力
公共性	中程度 (協定・連携により担保)	中程度 (協定・連携により担保)	高い (町出資会社が運営)	低～中 (契約条件次第)	住民満足度
柔軟性・創意工夫	一部に民間の創意導入	一部に民間の創意導入	限定的 (固定運営)	高い (民間主導の自由度)	革新性
地域企業の関与	個別連携で一部あり	個別連携で一部あり	あり (既存ネットワーク)	公募時の条件付与次第	地域経済波及
町の関与度	中程度 (契約と協議で調整)	中程度 (契約と協議で調整)	高い (継続監督と財政支援)	低い (長期契約・監視中心)	コントロール性
導入のしやすさ	○ (段階的導入)	○ (段階的導入)	◎ (現状踏襲型)	△ (制度設計・合意形成が必要)	導入の現実性

E O I方式及びD O方式は、一定の民間事業者のノウハウの発揮が期待でき、維持管理運営面等のライフサイクルコスト全体で見たコスト縮減が期待できます。ただし、設計・維持管理・運営と建設の契約が別になることで、設計・建設段階における公共負担があまり減らない点（町による工事監理が必要）については課題が残ります。また、施工部分を切り分けて公共発注（仕様発注）とすること

で、地元企業が参画しやすくなるというメリットがあります。

DB方式は、工期の短縮や事業費の圧縮の効果は期待されますが、運営事業者の視点を当初から組み込むことができないため、民間の創意工夫を生かすことが困難です。既存体制を活かして従来通りの指定管理を踏襲しつつ、機能分担を最適化する場合に確実なアプローチですが、事業収支の改善や町の財政負担の抑制には不安が残ります。

DBO方式は、一括発注による一定の民間事業者のノウハウの発揮が期待でき、ライフサイクルコスト全体で見たコスト削減が期待できます。ただし、設計・建設と維持管理・運営の契約が別になることで維持管理・運営企業のノウハウが設計に十分反映されない懸念があることや、設計・建設段階における公共負担があまり減らない点（町による工事監理が必要）については課題が残ります。また、コンソーシアム（企業グループ）を組成するためのチーム編成の難易度が高く、地元企業の参画や公共性の担保が難しくなる場合があります。

本事業においては、民間の創意工夫を最大限に生かしてサービス水準の向上を図るとともに、独立採算部分の事業収支を改善することで町の公費負担を最小限に抑えることが必要です。同時に、公共性の担保や地域との連携、地元企業の参画という視点も大切にしながら、将来に渡って持続可能な運営形態を選択する必要があります。

以上の検討から、整備及び運営の手法についてはEOI方式またはDO方式を採用することが効果的であるという結果となりました。

また、指定管理の契約形態については、民間事業者側の裁量を拡大して持続可能な事業モデルを構築するため、指定管理者に対し町への納付金や施設の修繕・改修の費用負担を求める代わりに、10年などの長期間の指定管理期間を付与する「新たな指定管理」を想定します。

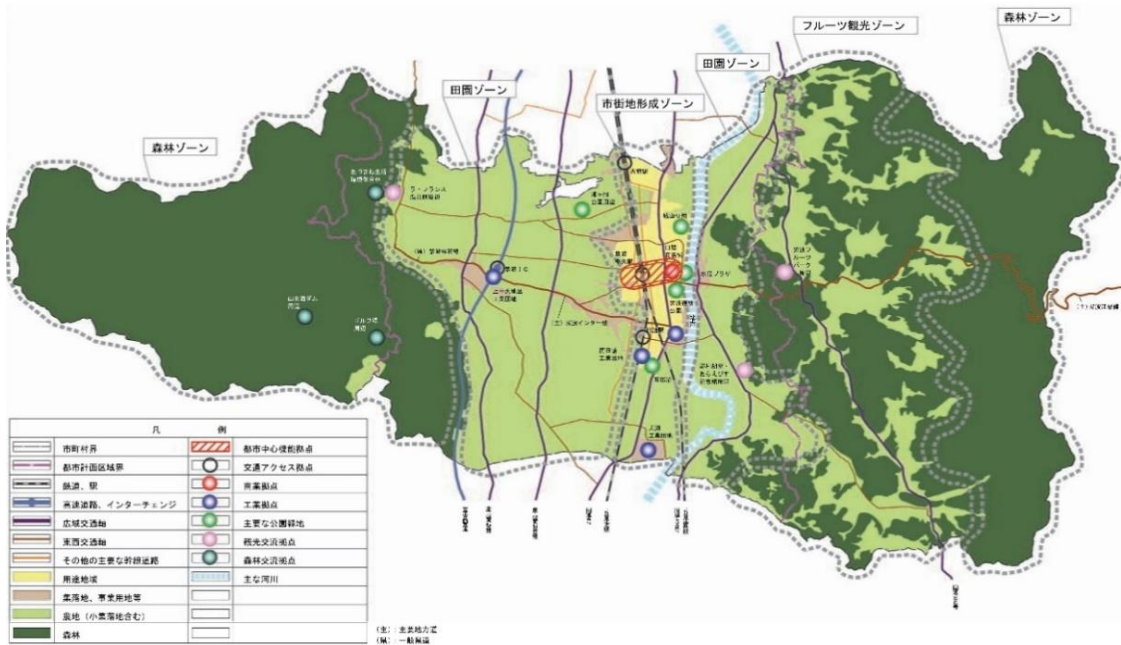
なお、詳細なスキームは今後検討し、決定していきます。

## 6 敷地活用計画及び施設整備計画

### (1) 土地利用規制

#### ① 都市計画

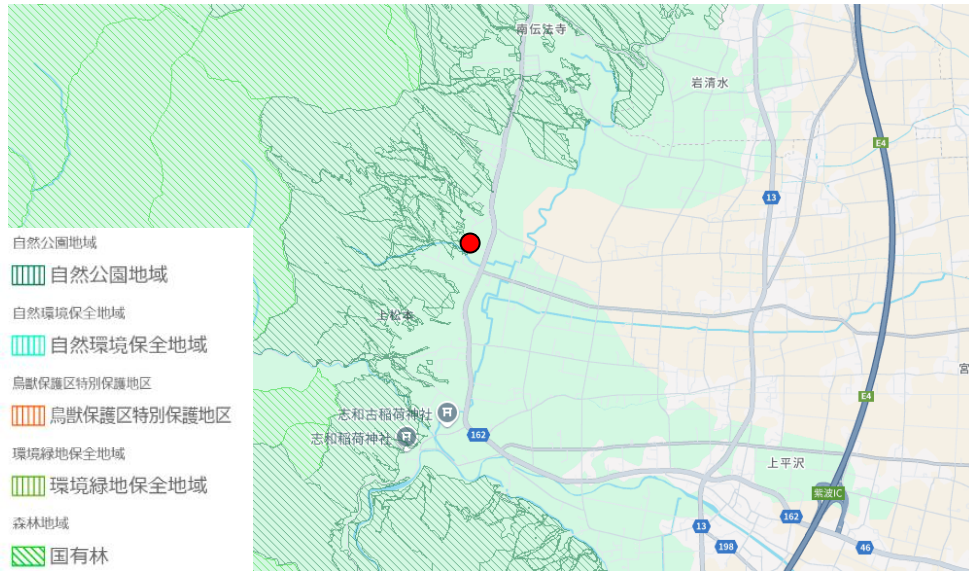
対象地は、都市計画区域の白地地域となっています。



都市計画図<sup>1</sup>

#### ② 自然公園区域

対象地は民有林となっています。

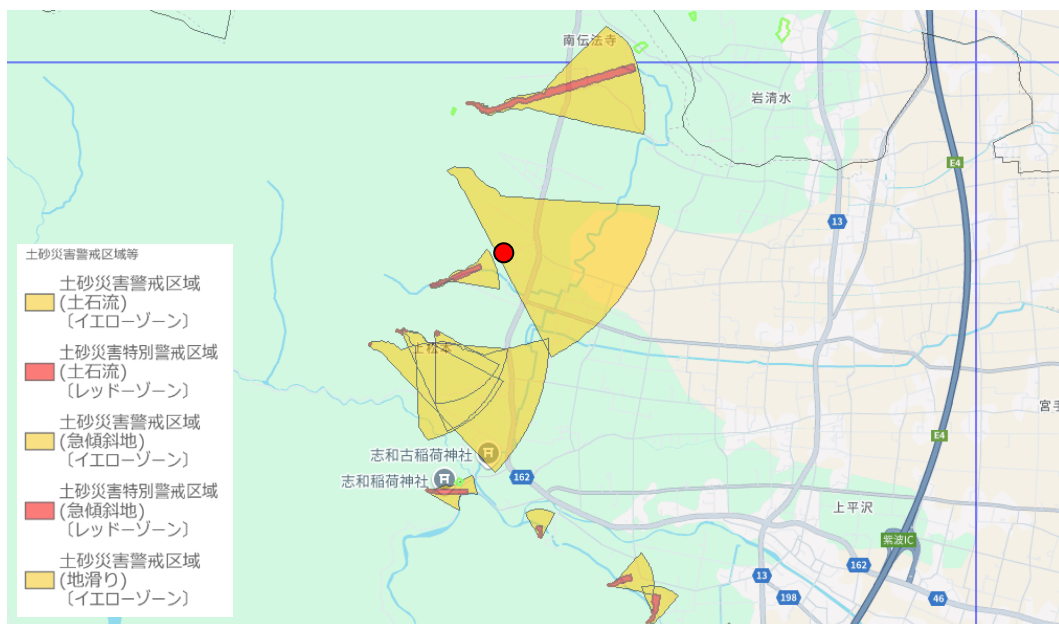


自然公園地域

<sup>1</sup> 紫波町都市計画マスタープラン（平成25年）

### ③ 土砂災害警戒区域等

対象地は土石流（イエロー）となっています。



土石流警戒区域等

### ④ 土砂災害警戒区域等

対象地は保全対象エリア崩流となっています。



土砂災害警戒区域等

## ⑤ 景観区域

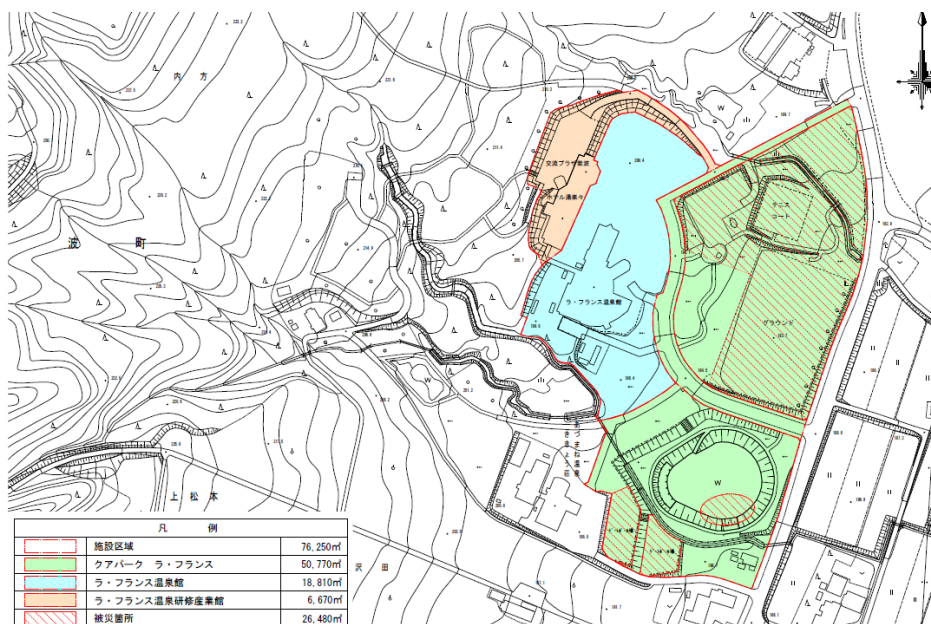
対象地は農山漁村景観地区となっています。



岩手県屋外広告物規制区域等

## ⑥ 大雨災害平面図

本対象地の中でも、主に、多目的グラウンド、テニスコートは標高が低い位置にあり、過去に大雨による被害が見られます。



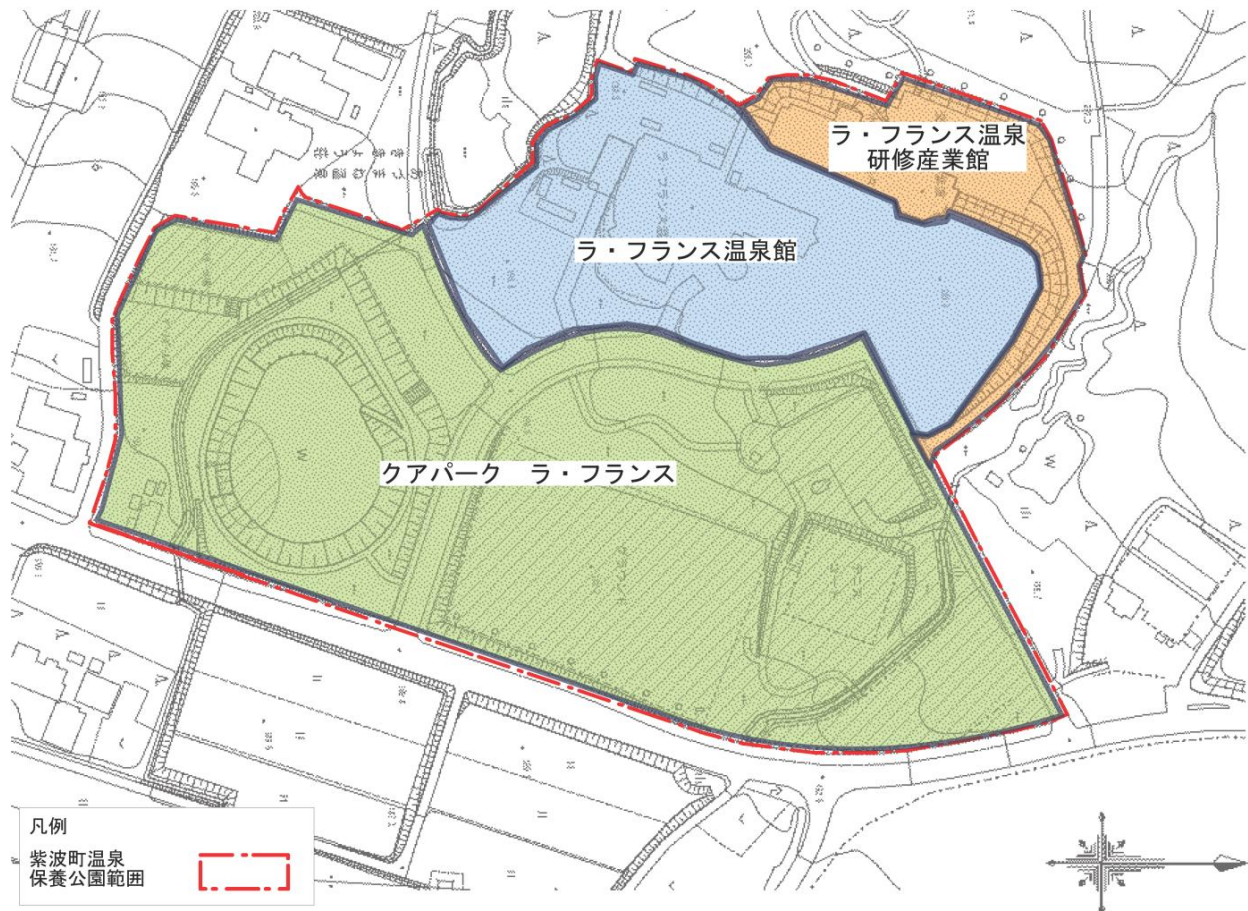
直近被災状況<sup>2</sup>

<sup>2</sup>紫波町提供資料（令和5年）

## (2) ゾーニング

温泉保養公園全体（約14ha）の範囲は、下記に示す範囲図の通りです。クアパーク ラ・フランス、ラ・フランス温泉館及びラ・フランス温泉産業研修館の3つのエリア（施設）に分かれています。

区域の設定については大まかに範囲図の通りとなっており、広範囲に渡るため再整備は段階的に進める必要があると思われませんが、統一したコンセプトに沿ってプロジェクトを進めるため、エリア全体として活用計画を検討します。



範囲図

## ■ 全体図①：プランA

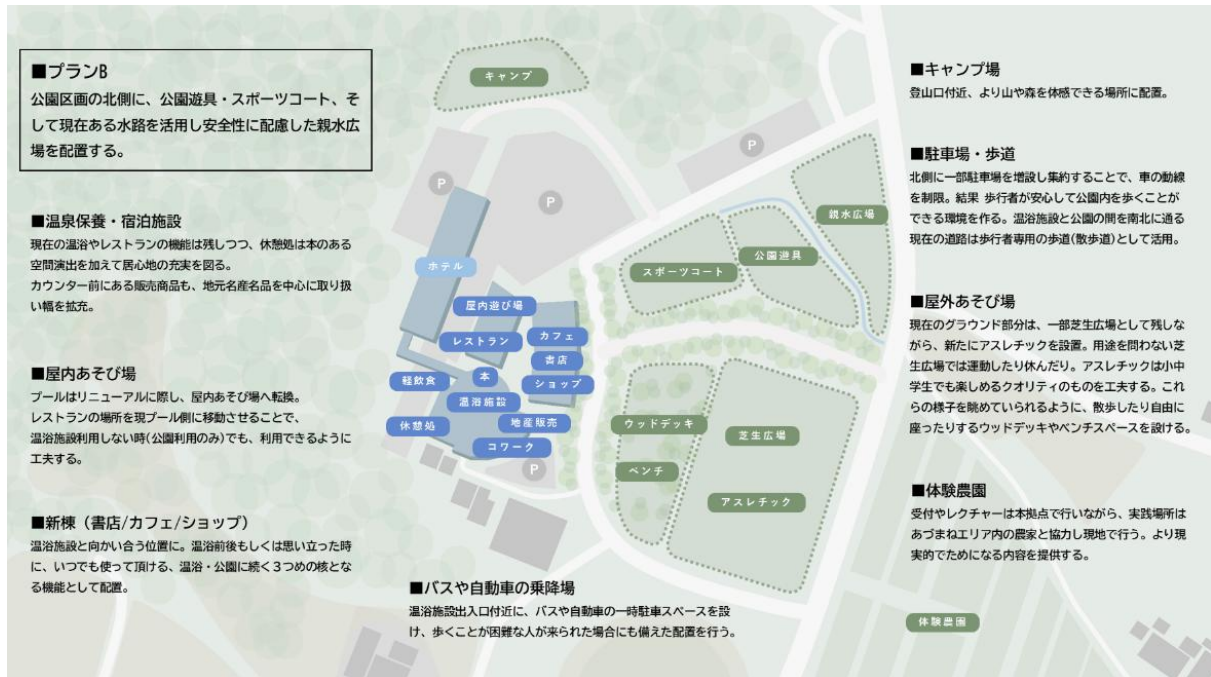
公園区画の北側に、公園遊具・スポーツコートを横ならびに配置するパターン。



【図 26】全体図①\_プラン A

## ■ 全体図②：プランB

公園区画の北側に公園遊具、スポーツコート、水路を活用し安全性に配慮した親水広場を配置するパターン。



【図 27】全体図②\_プラン B

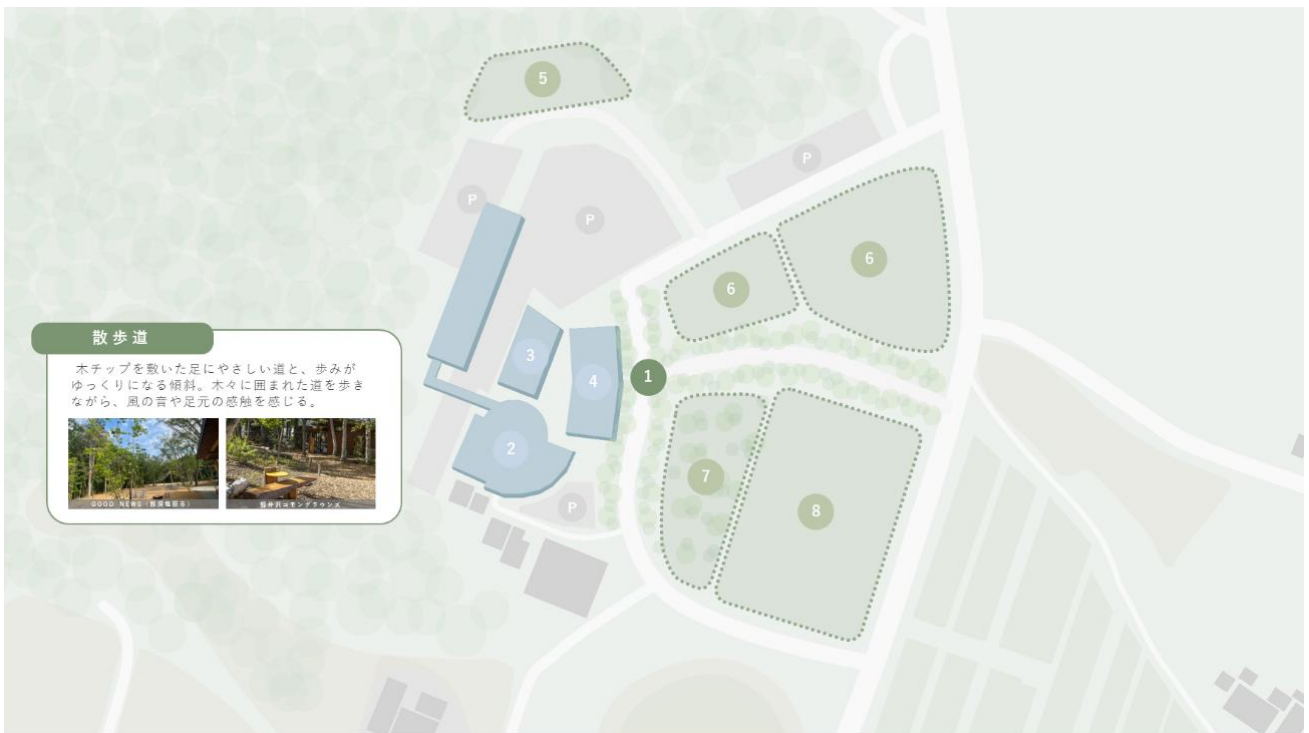
## ■ エリアマップ

屋内エリア②～④と屋外エリア①、⑤～⑧で構成しています。



【図 28】 エリアマップ

### ① 思考がゆるむ散歩道



【図 29】 レイアウト\_エリア①思考がゆるむ散歩道

## ② 思考と身体のリセットエリア



【図30】レイアウト\_②思考と身体のリセットエリア

## ③ 意欲が立ち上がるエリア



【図31】レイアウト\_③意欲が立ち上がるエリア

④ 好奇心を持ち帰るエリア



【図 32】レイアウト\_④好奇心を持ち帰るエリア

⑤ 自然と触れ合い学ぶエリア



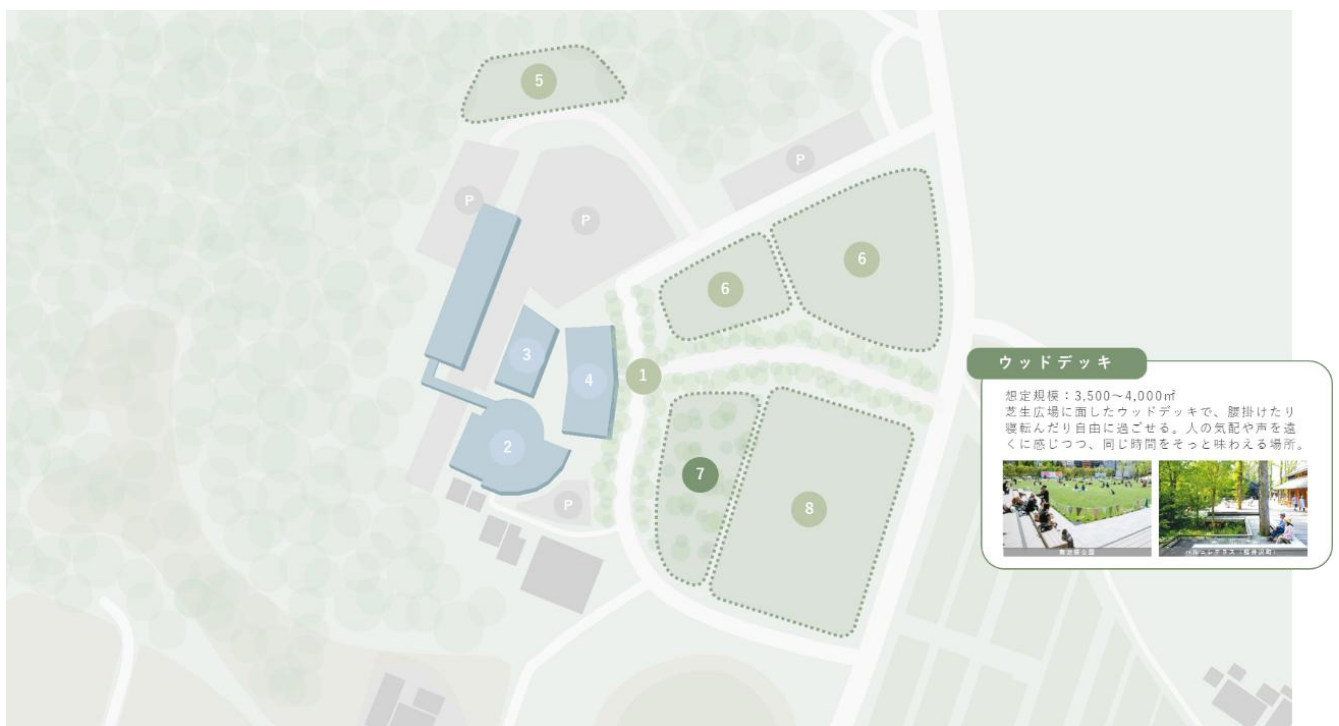
【図 33】レイアウト\_⑤自然と触れ合い学ぶエリア

⑥ 体が動き出すエリア



【図 34】レイアウト\_⑥体が動き出すエリア

⑦ 時の流れを忘れるエリア



【図 35】レイアウト\_⑦時の流れを忘れるエリア

⑧ 時の流れを忘れるエリア



【図 36】 レイアウト\_⑧時の流れを忘れるエリア

## 7 鳥瞰図及び透視図の将来像

### (1) 全体鳥瞰



【図 37】スケッチ①：全体鳥瞰

### (2) 温浴施設エントランス



【図 38】スケッチ②：温浴施設エントランス

(3) ウッドデッキ・芝生広場



【図 39】スケッチ③：ウッドデッキ・芝生広場

(4) 温浴施設内の本に囲まれた空間



【図 40】スケッチ④：温浴施設内の本に囲まれた空間

(5) 屋内こどもの遊び場・隣接する飲食スペース



【図 41】 スケッチ⑤：屋内こどもの遊び場・隣接する飲食スペース

～ある日のファミリーの1日～

■モデルケース①（遊び場満喫アクティブプラン）

- （午前）公園で外遊び
- （お昼）地産地消レストランでランチ
- （午後）屋内遊び場で中遊び
- 温泉でリフレッシュ
- お土産コーナーでお買物をして帰路へ

■モデルケース②（館内満喫ゆったりプラン）

- （午前）屋内遊び場で中遊び
- 温泉でリフレッシュ
- （お昼）地産地消レストランでランチ
- （午後）たくさんの本をゆっくり楽しむ
- お土産コーナーでお買物をして帰路へ

■モデルケース③（あづまねエリア満喫プラン）

- （午前）ビューガーデンの芝生広場で外遊び
- （お昼）ラ・フランス温泉館の地産地消レストランでランチ
- （午後）ラ・フランス温泉館の温泉でリフレッシュ
- どっこ BASE のカフェでゆったり
- あづまね産直で野菜を購入して帰路へ

## 8 概算事業費と財源

### (1) 概算事業費の算出

温泉保養公園全体の将来像を見据えつつ、町の財政負担への影響も考慮しながら、整備は段階的に進めていくことを想定しています。

第1段階として、既存施設であるラ・フランス温泉館及び研修産業館の改修工事。第2段階として、公園部分であるクアパーク ラ・フランスの再整備。第3段階として、新たな商業施設の建設等を想定します。そのうち、第1段階のラ・フランス温泉館及び研修産業館の改修工事は、概ね10億円前後が見込まれています。

第2～3段階の事業については、順を追って詳細な検討を進めていきます。

### (2) 財源の整理

温泉保養公園の再整備にあたり、国の各省庁の交付金や補助金を活用できる可能性があります。現段階において、優先的に検討を進めているのは内閣府の地域未来交付金（地域未来推進型・拠点整備事業）ですが、起債等も活用しながら町の財政負担の軽減や平準化を図るほか、企業版ふるさと納税やガバメントクラウドファンディング等の新たな手法による共感資本の獲得も目指していきます。

## 9 スケジュールの整理

本基本構想の策定後はサウンディング型調査市場調査を実施し、具体的な事業手法や規模、詳細なスケジュール等を決定する予定です。

なお、現在の指定管理者（ラ・フランス温泉株式会社）との契約期間は令和8年度で終了するため、令和9年度以降に向けた指定管理者の選定手続きを実施する必要があります。

第1段階であるラ・フランス温泉館及び研修産業館のリニューアルオープンは令和11年度または令和12年度を目指します。

第2～3段階の詳細なスケジュールについては、順次検討を進めていくこととします。