

コンセプト

1. 川湯温泉の特長、湯の川と豊かな自然を際立たせる
2. 近年の来訪者数を考慮した、川湯温泉エリアにふさわしい規模にする
3. アクティビティや街歩きなど、訪れる目的を増やす

機能

1. カルデラの森の中での入浴体験
2. 豊かな自然の温泉街を回遊する体験
3. 国立公園ならではの自然体験

機能を
実現するための
施設

01. 川湯広場((仮)川湯ラグーン)

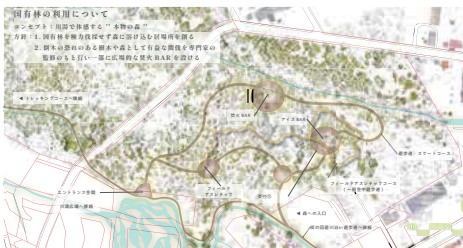
いくつかの温泉川が合流し、ゆるやかなたまりができる場所を中心地につくり出し、川湯の新たな顔となるシンボリックな場所とする。

02. 日帰り温泉

観光客や地元住民が気軽に川湯の上質な温泉を楽しめる日帰り温泉。露天風呂や、源泉を楽しめる内湯、サウナ設備などを設ける。

03. 川湯テラス

温泉川により気軽に触れられる親水エリアとして、川の兩岸を散策しながらくつろげるスペースとして整備し、東屋や店舗を点在させる。



04. 川湯横丁

現在の飲食エリアに近接した温泉川沿いに小区画屋台を点在させ、湯けむりの景観と融合した幻想的な舞台村を創出する。

05. キャンプ場

キャンピングカーユーザーが利用するRVパークと、テント泊をメインとしたキャンプ場の2種を設置し、道東アクティビティの拠点とする。

06. アウトドアセンター

道東の中心である利点を生かし、「ひがし北海道」全体のアウトドア情報の紹介も行い、この地の魅力を広く知って楽しんでもらう。

07. 森のアクティビティゾーン

コンセプトは、川湯で体感する“本物の森”。国有林を極力伐採せず、有益な間伐を専門家の監修のもと行い、森に溶け込む居場所を創る。

全体の整備をおよそ20年間とし、その第一歩として
新しい川湯の象徴的空間＝川湯広場(川湯ラグーン)から始めたいと考えます。

「湯の川がつむぐ カルデラの森の温泉街」を目指して

— 川湯の変化をともに体験していきませんか —

マスタープランコンセプト



●阿寒摩周国立公園弟子屈町川湯温泉街まちづくりマスタープランとは…

環境省が推進する国立公園満喫プロジェクトにおいて地域指定された8つの国立公園のひとつに阿寒摩周国立公園が選定されました。町では特に、川湯温泉地域の特徴を活かし、その魅力を世界に発信していくための新たな事業を推進するため、川湯温泉街再整備に関する基本的な方針をこのマスタープランにまとめました。

川へ面し、川が主役の街へ

- ・目を奪われる川
- ・入って感じることのできる川

広がる滞在と入浴の選択肢

- ・既存ホテル+新規出店ホテル
- ・2種類のキャンプ場
- ・日帰り温泉

川湯の現況について
(現在の川湯の課題点)

- 川との接点が少ない
 - ◀ 「お湯の川」に建物が背を向けている
 - ☀ 川へのアクセスポイントが少ない
 - 町の密度、空洞化と過密
 - ・廃業したホテルや店舗、空き地や駐車場が多い
 - エントランスサインが不明瞭
 - ・温泉街に来たという高揚感に欠ける
- ↓
- 歴史があり自然環境にも恵まれているという町の魅力が、来訪者に伝わりづらい





町長
徳永 哲雄

川湯温泉のあらたな魅力を世界へ

町では現在、多くの取組みを行っています。中心市街地の再整備、川湯保育園の建設、特産品としてのワインの醸造所やチーズ工房の建設など、地域の活性化、子育て支援、特産品の開発・販売など、町の未来に向けた整備が進んでいます。

特に、これまで低迷が続いていた川湯温泉街については、環境省が進める国立公園満喫プロジェクトを中心に、廃ホテルの解体、新たなホテルの誘致などが行われてきました。

町では、このような川湯温泉街の再整備に向け、川湯温泉街の未来を明確に、川湯温泉街の魅力を世界に伝えていくため「川湯温泉街まちづくりマスタープラン」を策定しました。温泉としての魅力はもろろんのこと、今まで魅力的ではないと思われていた温泉街を流れる「湯の川」をあらたな魅力とし、「温泉」と「川」を象徴するあらたな空間も計画しました。

このマスタープランを実現させるためには、町民の皆さんの協力が不可欠だと考えています。川湯温泉街の未来のため、弟子屈町の未来のため、皆さんが住み続けたいと思えるまちになるため、いっしょに頑張っていきたいと思います。

川湯温泉街まちづくりマスタープラン説明会を開催

策定されましたマスタープランについて、説明会を開催します。期間中は、会場にマスタープランについてのパネル展示を行い、疑問点やご意見について、常駐する職員がお応えします。職員による全体説明を行う時間もあります。事前申し込みは必要ありませんので、ご都合に合わせて会場にお越しください。

- ▶ 場所 / 川湯ふるさと館
- ▶ 日程 / 10月18日(水)、20日(金)、22日(日)、24日(火)
- ▶ 時間 / 10時～20時(最終受付19時30分)
- ▶ 全体説明 / 各日程の14時～15時 1時間程度

- ▶ 場所 / 役場1階ロビー
- ▶ 日程 / 10月21日(土)
- ▶ 時間 / 10時～20時(最終受付19時30分)
- ▶ 全体説明 / 14時～15時 1時間程度

マスタープランは、町ホームページでも公開されますので、こちらもぜひご覧ください。

<https://www.town.teshikaga.hokkaido.jp/kurashi/soshikiichiran/kankoshokoka/2/4671.html>



問い合わせ先 / 役場観光工商課観光振興係 ☎ 4 8 2 - 2 9 4 0

Q. なぜ「ラグーン(潟湖)」なのですか？

川湯温泉は、強酸性の特異な泉質がいちばんの魅力。それゆえ長年、多くの方々に愛されてきましたが、「湯の川」が街中に何本も流れているのも大きな特徴です。近年、地元有志の清掃活動を発端に、「湯の川」の魅力やそれを生かした街づくりの可能性が再認識されるようになりました。

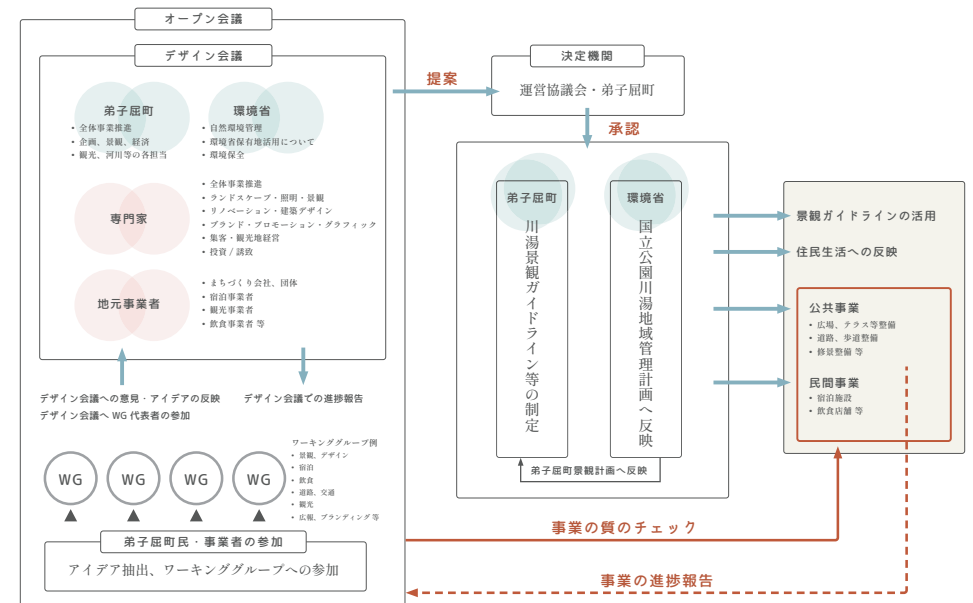
「湯の川」に触れて、足をつけて、さらには歩いて……希少な泉質を気軽に体感してもらえる場所ができないだろうか。そうすれば来訪者に、川湯温泉の魅力をよりわかりやすく伝えられるのではないだろうか。そんな思いから、「湯の川」が集まる場所をつくり「(仮)川湯ラグーン」と名付けて、川湯温泉の象徴的な空間にしたいのです。

Q. 完成はいつ？どんな計画で進めていくのですか。

第1フェーズ(2026年まで)を『象徴的シンボルの開業と回遊性確保』ととらえ、ホテル『界』、川湯広場開業 / 川湯テラス遊歩道の一部、通行開始 / エリア内回遊動線、川湯園地の一部整理(町道の一部歩行者優先化開始、湯の川沿いの整備) / 川湯温泉エリアへの入口ゲートサインの設置 / 川湯横丁の一部、先行オープン / 泉源エリア、消防署向かい公営駐車場の整備などを予定しています(その後は、～2030年「回遊動線の魅力向上」 / ～2035年「多様な滞在・回遊の魅力強化」 / その後の整備内容『持続可能な川湯温泉街』としています)。

Q. どのような体制で整備を進めるのですか？

川湯再整備を行うための体制として「川湯オープン会議」を設置します。このオープン会議内では、町や環境省、デザインなどに関する専門家、地元事業者などで構成する「デザイン会議」を実施し、川湯温泉街再生のための、さまざまな意見を出し合います。このデザイン会議へは、課題にあわせた住民によるワークショップなどから出される意見を取り入れ、住民の皆さんの意見が反映できるような仕組みをつくり、持続可能な温泉街整備をだれもが参加しやすい体制で行います。



阿寒摩周国立公園トレイルネットワーク構想

知床国立公園

「3つの国立公園とまちを繋ぐロングトレイル」

阿寒摩周国立公園

2023.11.8
阿寒摩周国立公園満喫プロジェクト
阿寒・摩周地域合同部会

釧路湿原国立公園

基本方針

- ・持続可能な観光地づくりを推進
- ・保護と利用の好循環を実現
- ・自然との共生の文化を世界に発信

ターゲット

- ・欧米豪を中心に市場規模が拡大している**アドベンチャートラベル**を主要なターゲットとする
- ・2023年9月開催のATWSを契機として北海道を世界に発信
- ・国内旅行の誘客も推進

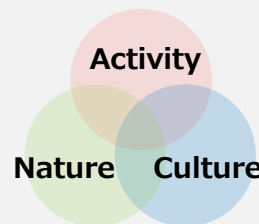


目標

- ・訪日外国人利用者数**31万人**（2025目標）の早期達成
- ・国内宿泊者数**80万人**の維持
- ・連泊利用者数15万人以上
- ・国内旅行者リピーター率（10回以上）25%
- ・繁閑差の解消

アドベンチャートラベル（AT）

アクティビティ、自然、異文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行



重点的な取り組み

利用拠点再生

- ・廃屋撤去、無電電柱化の推進等により、引き算の**景観改善**を推進し、民間投資を促進
- ・公共施設の民間開放によるサービス向上



トレイルネットワーク

- ・「北海道東トレイル（HET）」の推進
- ・トレイル整備及び移動しながら楽しめるアクティビティの充実により、**長期滞在型旅行**を推進



利用者目線での改善

- ・多言語化、動線の明確化、デザイン統一など、基本的な施設の**利用者目線での改善**に引き続き対応



道東AT推進

- ・知床、釧路湿原との連携等、道東におけるATを満喫するための**入口としての機能を強化**



新たな利活用

- ・保全を前提としつつ、**新たな自然資源の利活用**を積極的に推進

持続可能な観光

- ・脱炭素、プラスチックゴミ削減も含め、持続可能な観光地づくりを推進

ポストコロナ

- ・ワーケーション等、ポストコロナ時代の**新たな利用形態**に対応

経産省統計局調査データ

◆スポーツ種目の行動率順位

経済省統計局：平成23（2011）年調査データ

表1 年齢5歳階級別スポーツの種目の行動者率の順位—上位5位—（平成23年）

年齢	1位	2位	3位	4位	5位
15～19歳	ボウリング	ウォーキング・軽い体操	ジョギング・マラソン	バスケットボール	サッカー
20～24歳	ボウリング	ウォーキング・軽い体操	ジョギング・マラソン	野球	サッカー
25～29歳	ウォーキング・軽い体操	ボウリング	ジョギング・マラソン	器具を使ったトレーニング	スキー・スノーボード
30～34歳	ウォーキング・軽い体操	ボウリング	ジョギング・マラソン	水泳	サイクリング
35～39歳	ウォーキング・軽い体操	ボウリング	水泳	サイクリング	つり
40～44歳	ウォーキング・軽い体操	ボウリング	水泳	サイクリング	つり
45～49歳	ウォーキング・軽い体操	ボウリング	器具を使ったトレーニング	サイクリング	ゴルフ/登山・ハイキング
50～54歳	ウォーキング・軽い体操	ゴルフ	器具を使ったトレーニング	登山・ハイキング	ボウリング
55～59歳	ウォーキング・軽い体操	ゴルフ	登山・ハイキング	器具を使ったトレーニング	つり
60～64歳	ウォーキング・軽い体操	登山・ハイキング	ゴルフ	器具を使ったトレーニング	つり
65～69歳	ウォーキング・軽い体操	登山・ハイキング	ゴルフ	器具を使ったトレーニング	つり
70～74歳	ウォーキング・軽い体操	登山・ハイキング	器具を使ったトレーニング	ゴルフ	サイクリング
75歳以上	ウォーキング・軽い体操	器具を使ったトレーニング	登山・ハイキング	ゴルフ	ゲートボール

①15歳以上の「登山・ハイキング」の行動者数は、約1,000万人（実数972万7千人）

②年代別で見ても・・・45歳～74歳まで、年代が上がるに従って増加

③また「ウォーキング・軽い体操」は、25歳以上の全世代で1位を独占。

④ロングトレイルの国内ターゲットとして、全世代で人気の高い「ウォーキング・軽い体操」と「登山・ハイキング」で、「ジョギング・マラソン」も含めると**全ての年齢層がターゲット**といえる。

⑤平成28（2016）年に実施した調査では、10～14歳までは「水泳」が最も高くなっているが、15歳以上では「ウォーキング・軽い体操」が最も高く、年齢が高くなるにつれて、2位以下との差が大きくなっている。

※北海道では「サイクリング」の人気の高い傾向はあるものの、全国的にみると「ウォーキング・軽い体操」や「登山・ハイキング」の人気の高いことが分かる。

(1) 名称 **北海道東トレイル「Hokkaido East Trail (HET)」** ※ (7/20ワーキンググループ) にて決定

1. 知床 (羅臼) から釧路まで、知床、阿寒摩周、釧路湿原の3つの国立公園とまちを結び、総距離約400kmの長く一本に繋がった歩く旅の道。 (阿寒～摩周を結ぶ自転車推奨区間を含む)
2. 3つの国立公園の自然や魅力、人々の暮らしや歴史・文化を感じながら、数日間かけて歩いて旅することが出来る。

(2) ロゴマーク (案)



※ 次回、ワーキンググループで決定予定

(3) 主な特徴

◆北海道から遠く離れたカムチャツカ半島から千島火山帯に続く、知床、屈斜路、阿寒に連なる火山地帯を横断しながら歩く。

- ① **世界自然遺産知床の「海」**
- ② **斜里岳の裾野に広がる広大な「畑作」**
- ③ **日本最大の屈斜路「カルデラ」**
- ④ **釧路川流域の山肌に永遠と続く「酪農」**
- ⑤ **日本最大の釧路「湿原」**

「5つの特色あるエリア」と「3つの海」にまたがる、総距離400kmの壮大な道。

◆長く1本に繋がった道は人々を魅了し歩くことを目的に人々が訪れる。

(4) 広域連携

国 : 環境省、国土交通省 (北海道開発局・北海道運輸局)
林野庁 (根釧西部森林管理署・根釧東部森林管理署・網走南部森林管理署)
道 : 北海道
関係自治体 : 14市町村
釧路市、弟子屈町、標茶町、中標津町、清里町、小清水町、大空町、美幌町、津別町、足寄町、羅臼町、斜里町、釧路町、鶴居村

※ロングトレイルの取り組みは2022年8月からスタート



道東の大自然と広大な大地を南北に貫く一本の旅の道・・・

北海道東トレイル「Hokkaido East Trail (HET)」



その取組目的と全線開通から期待される効果（狙い）とは・・・

1. 取組目的

- ① **世界に通用するのロングトレイルを道東につくる**
北海道のブランド力を活かし、道東のロングトレイルを世界の目的地に磨き上げ
- ② **新たな観光価値の創出**
点（地域）から面（広域連携）の取組みで誘客を推進
- ③ **トレイルを中心とした新たな利用の推進**
長く一本に繋がったロングトレイルは、他のアクティビティと組み合わせた利用を拡大
- ④ **新しい観光スタイルの創出**
歩くことを目的とした新たな客層の受入
- ⑤ **脱炭素の推進**
エンジンなど動力を使わない楽しみ方の提供
- ⑥ **地域活性化と地域全体のブランド力向上**

（具体的な取組み）

- ・ **一本の道（道路という国道）としてロングトレイルルートを位置づけ**
ロングトレイルを様々な楽しみ方の中心に！
- ・ **管理運営体制の構築**
ハイカーのサポート窓口として、環境省等の直轄施設（エコミュージアムセンター等）が連携。
- ・ **ブランド化**
3つの国立公園と5つの特色あるエリアの魅力を形に！
- ・ **ブランディング**
トレイルセンター設置、及びトレイルルート全線管理と情報の一元化と発信、利用環境の向上
- ・ **プロモーション**
国内外旅行社やメディア向け情報発信

2. 期待される効果（狙い）

- ① **新たな観光ビジネスの創出**
旅行会社によるトレイルツアーなど
例：知床、阿寒摩周、釧路湿原、3つの国立公園を歩く旅
- ② **新たな宿泊サービスの創出**
宿泊得点として出発地点やゴール地点まで送迎など
例：歩く人を対象とした送迎付き宿泊パック
- ③ **新たな観光コンテンツの創出**
JR（電車）やサイクリング、カヌー等を組み合わせた、新コンテンツやツアーが生まれる
- ④ **移住やリピーターに繋がる**
地域の方とハイカーの交流により地域のファンが増加
- ⑤ **まちのイメージアップ、交流・関係人口の増加に繋がる**
新たなまちの魅力を発見、地域住民とハイカーの交流
- ⑥ **滞在の長期化に繋がる**
歩くスピードは遅く、数日間かけて同様のエリアを歩く
住民との交流を楽しむ

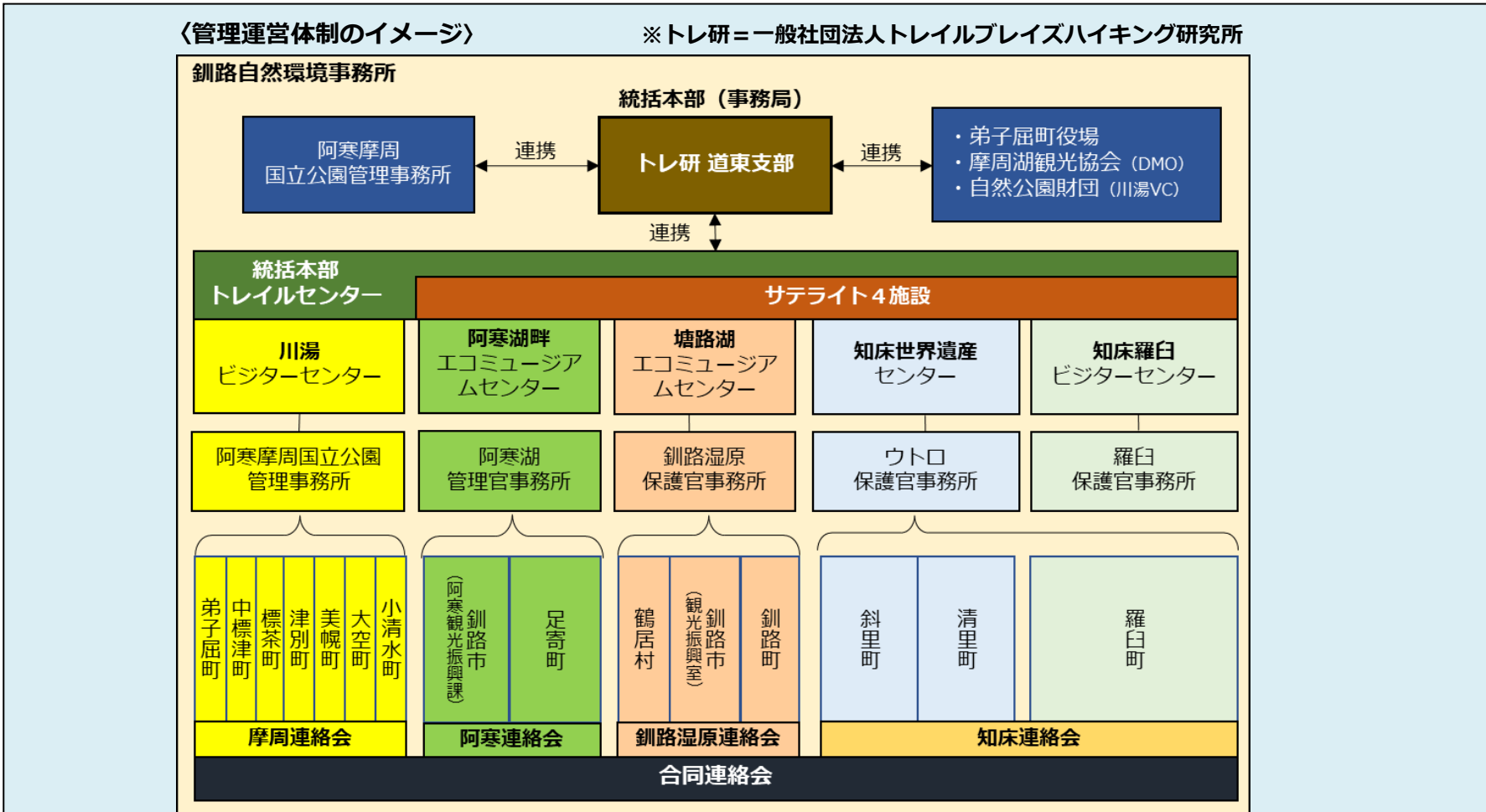
（具体的なメリット）

- ・ JR釧網線の利用者増加
- ・ 宿泊施設や温泉利用の増加
- ・ 地域の商店や飲食店、コンビニ等の利用者増加

3. トレイル運営上の注意点

- ・ **利用上の注意喚起**（季節情報、クマ対策、畑や牧草地など私有地への侵入対策、通行注意情報など）
- ・ 情報一元化、及び情報発信

- (1) トレイル統括本部、トレイルセンター及びサテライト機能を設置
 (2) エリア別連絡会・合同連絡会、各自治体との協力体制等を定めた**管理運営計画（案）**を策定予定



- ◆**窓口対応**：トレイルルート案内板の掲示、地域情報、観光案内、ルート通行情報、クマ情報、その他注意喚起など
- ◆**共通サービス（物販・レンタルサービス）**
 - 物販：トレイルMAP、トレイルデータbook、オリジナルグッズ、トレイル関連商品など
 - レンタル：熊スプレー、熊鈴など

- (1) 全線開通目標：**令和6（2024）年9月下旬～10月上旬**
(2) 今後のスケジュール

◆令和5（2023）年度下半期

- ① **ロゴマーク、トレイル憲章決定、トレイル管理台帳作成**
- ② **管理運営組織（統括本部）の立上げ**
候補：一般社団法人トレイルブレイルハイキング研究所 道東支部 設立
候補：一般社団法人摩周湖観光協会内にロングトレイル部署の設置
- ③ **管理運営計画（案）の策定**
トレイルセンター＆サテライト施設検討
- ④ **道標デザイン検討及び国道・道道設置箇所の特定**
- ⑤ **先進地視察～みちのく潮風トレイル（名取トレイルセンター）、熊野古道（田辺ツーリズムビューロー）など**
※今年度～次年度に視察を実施

◆令和6（2024）年度

① **地域の機運醸成**

阿寒摩周は、満喫プロジェクトでトレイルを推進してきた土台があり各自治体の理解が進んでいる。

【「摩周・屈斜路トレイル」や「屈斜路カルデラ外輪山トレイル」「裏摩周～神の子池トレイル」】
一方、知床や釧路湿原のエリアは歩く事よりも、サイクリングの取組みが先行していたこともあり、地域のトレイルに対する機運を高めて行く必要がある。

- a. **関係自治体に対する細かな説明・理解促進**（ハイキングイベント開催など）
- b. 宿泊施設や飲食店、商業施設などに対する**地域事業者への説明と協力（支援）依頼**
- c. 羅臼、ウトロ、阿寒、川湯、釧路湿原、**各事務所によるPR活動**
- d. **全線開通式の開催**（2024年9月下旬～10月上旬）

② **管理運営計画策定**

- a. 運営体制、管理体制の構築
- b. 緊急時連絡体制構築～消防本部、警察署

③ **ブランド化～管理運営組織（統括本部）によるホームページ制作、情報発信**

④ **道標設置～国、道への設置許可申請・設置。町道については関係自治体と設置箇所を協議・設置。**

⑤ **住民周知活動～自治体広報誌の活用、SNS等**

⑥ **プロモーション～旅行会社に対する商品化提案など**