

20240917 【川湯温泉】第6回WGワーキンググループ

<1班>

ネーミング、ブランディング

- ・ネーミング：「北海道川湯温泉」がわかりやすい
- ・川湯温泉のエリア：川湯温泉駅からが川湯温泉エリア（硫黄山入口も含めて）
- ・木彫りの温泉街のイメージがある
- ・カルデラ自体が見えなくても、カルデラだからこそ感じられる自然体験の提供
＝霧氷が代表的

おもてなし、しつらえ

〈通年〉

- ・夜、スポット的に星空が見える温泉街
- ・自治会と協力し、草刈り、ゴミ拾いなど含めてやっていったらよいのではないか
- ・もてなす側も地域資源を理解する※勉強会や冊子を作る

〈春・夏・秋〉

- ・夕食、ランチ難民対策
夜の飲食店の連携、定休日が分かりやすくするように
夏のキッチンカーへの誘導
入店を断る時の心遣い、他店舗への誘導
- ・各ホテルで行っている川湯ウォークを統一で行う
- ・そぞろ歩きをする方にレンタル浴衣や提灯貸し出し

〈冬〉

- ・夜、駅からのバスの確保
最終が夜20時半くらいまで。特にインバウンドの方は駅から歩いてくる。
－20℃の中、川湯温泉まで歩くのは命の危険があるため対策が必要。
- ・霧氷やダイヤモンドダスト(やそれに類似したイベント)の復活

<2班>

ネーミング、ブランディング

弟子屈は読めない＝テシカガ

温泉の鮮度、源泉掛け流し、火山、強酸性をアピール
よりグレードアップさせるため「純源泉」

おもてなし、しつらえ

〈通年〉

- ・ファサードの統一感（木を感じるデザイン）
看板の統一感
デザイン・フォント
色調で揃えるなどし、統一しすぎないように
すっきりはさせたいが、シンプル過ぎないように
- ・張り紙の規制
- ・案内 MAP の統一
ピクトグラムを用いてわかりやすく＝インバウンド対策にも
- ・ユニバーサルデザインは必要（段差を極力無くすなど）
- ・地図に源泉をプロット
- ・ベンチの設置
観光客が足を止めるきっかけになる
路駐抑止になる

冬のアクティビティ

- ・イベント情報の発信
ビジターセンターに集約(ネーミングをインフォメーションセンターにする)
旅前の情報発信
- ・ダイヤモンドダスト等のイベントの継続
- ・雪だるま広場
小さいのでも数個置くと、観光客が自分たちで増やしてくれる
木の実を保管し、目鼻にする
風船でアイスクャンドル（落花を中に？）
(参考事例)

光輝く氷のぼんぼりとかまくら祭（栃木/日光市）

<http://yakei-isan.jp/spot/detail.php?id=48>

灯の森（川湯）

https://www.instagram.com/kawayu_tomoshihi/

星空

- ・硫黄山は遠すぎる為、歩いていける範囲でのスポットづくり
- ・飲酒後の人も行ける場所（ガイドブックで案内）
- ・星空インフォメーションガイド（スマホアプリなど）