

産業・建設委員会：入湯税関連の視察調査

「アクアイグニス」の開発コンセプトと入湯税収
鳥羽方式の入湯税収：その鉱泉源対策と基金積み立て



2月6日	三重県菰野町	アクアイグニスの開発コンセプトと入湯税収
2月7日	三重県鳥羽市	鳥羽方式の入湯税の鉱泉源対策と基金積み立て
参加者	産業建設委員会	◎中箴博之・○榎 隆司 ・橋本正彦議長　・石原正裕・谷村昭次 ・松山篤夫・中田清介・谷沢政司
	議会事務局	・森下事務局長・川田書記

中田清介

「アクアイグニスの開発コンセプトと入湯税」

三重県菰野町の概要

・アクアイグニスの立地する菰野町の概要

菰野町は三重県の北西部の観光拠点である湯の山温泉と御在所岳のある人口4万人の町です。県内最大都市、四日市に接しており同市街地まで10km、また名古屋中心街へは40kmの位置にあります。町の姿は東西方向に13km、南北方向に10.6kmのほぼ四角形をしており、西側に山脈、東側に平野が広がっています。

山脈は鈴鹿国定公園に指定されており、代表的な山としては、御在所岳(1212m) 鎌ヶ岳(1161m) 釈迦ヶ岳

(1092m)があり、どれも男性的な山容をしています。これとは対照的に、三滝川、朝明川の二つの河川がつくる平野部はゆるやかな丘陵地と扇状地をつくり、ゆったりとした田園風景を演出しています。

・データによる比較



	菰野町	高山市
人口	41,800 人	89,208 人
面積	107.01 km ²	2,177.61 km ²
世帯数	16,221 世帯	35,436 世帯
年少人口比率	14.01%	12.79%
生産年齢人口比率	60.59%	55.64%
老年人口比率	25.39%	31.54%
労働力人口	28,955 人	49,832 人
第1次産業従事比率	2.4%	10.8%
第2次産業従事比率	37.1%	22.8%
第3次産業従事比率	57.1%	65.5%
歳出総額	126.8 億円	468.5 億円
地方税収	56.5 億円	136.1 億円
経常収支比率	87.8%	82.6%
実質収支比率	1.1%	9.9%
将来負担比率	0%	0
財政力指数	0.78%	0.52%
地方債残高	億円	269.3 億円
農業産出額	15.9 億円	233.0 億円
製造品出荷額	1,586.1 億円	1,470.9 億円
小売業年間販売額	322.3 億円	1,210.7 億円
卸売業年間販売額	315.2 億円	1,052 億円
納税者一人当たり所得	330.5 万円	278.0 万円

株式会社アクアイグナスの概要

- ・ **開発の経緯**：湯の山温泉郷は古くからの温泉街で関西の奥座敷とも呼ばれ、その所在地の菰野町も歴史ある町です。この地域は年間 80 万人が訪れる観光地であり、この温泉の麓にある片岡温泉は、日帰り温泉として 25 万人の来場者数があった観光施設。この施設を取得できたことと、新名神自動車道の建設のため敷地が買収されたこともあり、現在地に地域資源としての温泉を生かした開発を進められたところです。（平成 12 年に着手、開業 7 年が過ぎ 8 年目に入った）
- ・ **委員会から事前に通告した質問事項**

①	地域資源としての温泉を生かす戦略について 事業展開のこれまでの経緯 ・なぜ菰野町なのか ・有名シェフらの起用のきっかけは ・交通アクセスのついでへの考えは コンセプト マーケティング（ターゲットとする客層とPR） ブランディングの手法 インバウンドの現状とアプローチ
②	目的税としての入湯税の考え方について 菰野町の税収アップへの貢献度 入湯税の在り方や使途についての見解は（行政への期待）
③	地域とのかかわりや貢献について 地元食材の活用や各種イベントなど地域密着のポリシー DMOと交通事業
④	今後の展開と成長戦略について
⑤	多気町で進行中のプロジェクトの内容について

当日お聞きしたアクアイグニス アシスタントマネージャー目野雅司さんからの説明

① 地域資源としての温泉を生かす戦略について

○ **なぜ菰野町なのか** 湯の山温泉郷地域はもともと年間 80 万人が訪れる観光地。そのふもとの片岡温泉さんには 20 万人の来場者数があった。ここを取得することができたのと、新名神高速道のために敷地が立ち退き対象となった事で、これまでの問題意識を解決する様な新しいリゾートの開発に入った。開発費用は約 20 億円をかけた。

旧片岡温泉の面積＝3,000 坪

現状の菰野開発面積＝12,000 坪

○ **有名シェフらの起用のきっかけは** 片岡温泉の地域には、お湯は良いのだが食に関する施設やサービスの充実がなく、食と癒しを備えたスパ・リゾートにするという開発に狙いで取り組んだ。その際女性客に喜ばれる「スイーツ」に着目した。紆余曲折があったが最終的に東京の有名パティシエ辻口博啓氏の賛同を得て、スイーツに取り組めることになった。その後辻口氏をキーパーソンとして、フレンチの奥田シェフ、和の料理人の笠原将弘氏に参画頂けることとなった。施設の開発コンセプトの明確化とブランドイメージは確実にアップした。

○交通アクセスについて 年間 80 万人が訪れる湯の山街道沿いにあることは、事業継続の上で重要な要素である。また新名神高速道に用地取得されたことで、関連してスマートインターが開設され、更に事業展開に奥行きと幅が広がっている。湯の山温泉との間には循環型バスを運行して集客をしている。

○開発のコンセプト「食と癒しのリゾート施設」

食の部門

- ・ケーキ：コンフィチュール アッシュ 辻口シェフの人気店
- ・石窯パン：マリアージュ ドウ ファリーヌ 辻口シェフの人気ベーカリー
- ・イタリアンレストラン：サーラ ビアンキ アル・ケッチャーノ
地産地消を掲げる奥田シェフのイタリアン
- ・カジュアルイタリアン：イル ケッチャーノ ミエーレ
奥田理論の詰まったパスタやピザ
- ・和食：「笠庵」賛否両論の主人 笠原将弘の和食処
- ・割烹：露庵温味：四季折々の吟味した食材を多彩できめ細やかな割烹料理で
- ・いちご園：辻口シェフ運営のいちご園 食材としてもいちご園としても
- ・農園：畑っちあーの：アクアイグニス料理人たちの無農薬野菜農園

SPA 100%源泉かけ流しの天然温泉と癒しの空間

- ・片岡温泉：加水、加温、循環一切なし 地下 1,200 から湧き出すアルカリ性温泉「美人の湯」
- ・ミネラルミスト浴：Le Furo
- ・エステサロン：MiMC
- ・リラクゼーション：Laxis
- ・温泉カフェ
- ・温泉ショップ

LODGING：

- ・宿泊棟：一泊二食付 1名 15,800 円～8 畳の間 15 室
- ・オーガニック離れ宿：露天風呂付 デザイナー4名の監修による 4 棟
一泊二食付 1名 41,000 円～

宿泊に関する稼働率は 95%

○マーケティング（ターゲットとする客層とPR）

離れ宿やカウンター割烹を利用されるアッパー層から、日帰り温泉など普段使いでご利用されるお客様まで幅広く受け入れることを大事にしている。

広告費はほとんどかけない。各有名シェフによる PR 等を中心に情報を発信。テレビ・雑誌等の取り上げて頂いている。

○ブランディングの手法

辻口シェフの紹介で様々なクリエイター（建築士、デザイナー等）に参加いただき、建物、デザイン、意匠にこだわりその総合力でブランドイメージを発信している。

○インバウンドの現状とアプローチ

インバウンドについては営業をかけていない。県の紹介による台湾関係がある程度。
インバウンド関係は3%以内。基本的には国内客向けに営業。

② 目的税としての入湯性の捉え方

- 菰野町の税込アップへの貢献度：日帰り温泉入湯客は46万人：入湯税150円≒6,750万円と推定できるが、地元自治体へは貢献できていると考える。オープンから7年、8年目に入るが、お買い物の客様のレジ通過数から推定すると年間100万人の入場者数を数え、その面でも地元へ貢献出来ているのではないかと考える。
- 入湯税の在り方や使途についての見解は
地域の観光振興とその活性化にご利用いただきたいですが、特に当社から求めていることはありません。

③ 地域との関わり貢献についての考え方

- 地元食材の活用や各種イベントなどの地域密着のポリシー
松坂牛や伊勢海老、伊勢真鯛等地元食材を活用したメニューから、食のイベントを開催しています。
- DMOと交通事業：
現在湯の山温泉地域では観光MaaS・生活MaaSの取り組みを始めています。
地元の交通事業者とも連携して湯の山温泉とのアクアイグニスへ送客している。
交通事業者ウイラーとの連携で観光MaaSに取り組み利用者の利便を図っている。
「ウイラー」：大阪が本者の高速バス運行の手配会社、外資系。
MaaS：「mobility as a service」自動車などの移動手段を、必要なときだけ料金を払ってサービスとして利用すること。カーシェアリングやライドシェア、オンライン配車サービスなどがある。（モビリティ・アズ・ア・サービス）の略
- 旧施設では80人の雇用であったが、現在は300人。地域の雇用面では地元へ貢献。
今後多気町での開発もにらんで1,300人の雇用を計画している。

④ 今後の展開と成長戦略

- ・埼玉県吉川美南・三重県多気町・兵庫県淡路島・静岡県小山町での計画を進めている。
現在閑空ではりんくうタウンに「へんなホテル」という温浴施設を展開、レストラン部門も併設している。

⑤ 多気町で進行中のプロジェクトの内容

2015年10月には株式会社アクアイグニス、イオンタウン株式会社、ファーストブラザーズ株式会社、ロート製薬株式会社の4社からなる合同会社「三重故郷創生プロジェクト」が設立され、事業計画がスタートしました。2020年秋の開業を予定しています。

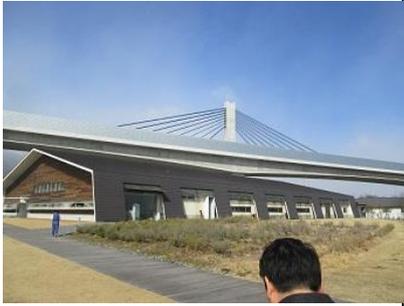
アクアイグニスは飲食・リゾート分野を、イオンタウンは大型商業施設の開発運営、ファーストブラザーズは事業スキーム、ロート製薬は美容と健康の領域を担当。三重にゆかりのある4社がノウハウを結集させ、三重県、多気町、地元大学が共に産学官連携で事業に取り組んでいます。ここでは主にレストラン運営について参加しています。

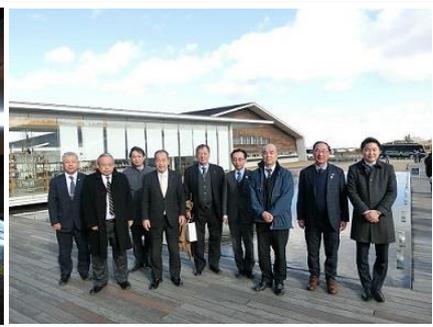
敷地面積：約1,150,000m² 開発面積約530,000m²

事業内容：商業、宿泊、温浴、体験、産直市場、薬草園・農場

という内容の複合施設としての開発であり、こちらも地域資源としての立地を活かした開発を進めようとしています。ある面ではSDGsのコンセプトにも合致したリゾートとして、従来の都市郊外における商業開発とはまた違った集客施設となるのではないかと考えます。小売商業の激戦が続く中では、開発コンセプトとコスト消費の関係でこうした開発へと流れが変化するものと考えます。

アクアイグニスの各施設

		
<p>新名神高架橋と施設</p>	<p>SPA(片岡温泉)1200mから湧出</p>	<p>苺のハウスと高架橋</p>
		
<p>いちごハウス内部</p>	<p>辻ロシェフのベーカリー</p>	<p>辻ロシェフのスイーツ</p>
		
<p>ベーカリー内部</p>	<p>お土産売店</p>	<p>奥田シェフのイタリアン R</p>
		
<p>笠原さんのカウンター割烹</p>	<p>オーガニック離れ宿</p>	<p>宿泊棟の畳部屋</p>

		
SPA 棟:片岡温泉	アシスタントマネージャー目野雅司氏と	奥田シェフのイタリアン

考察) 今回は三重県菰野町のアクアイグニスのリゾート開発と、地域の観光振興と地域再生について視察しました。

○開発コンセプトとブランディングについて

新名神自動車道の用地買収を機に開発に着手されたのだが、そのコンセプトについて説明を受けました。**食と癒しのリゾート施設**を目指すという事で、女性客に受けるスイーツに着目し、先ず地元の有名店とコンタクトを持ったがうまくいかず、東京の有名パティシエ**辻口博啓氏**と巡り合えたことが一つの転機と言えるのではないかと考えます。彼のネットワークから食のコンセプトが広がり（**奥田政行シェフ**・和食の**笠原将弘氏**）、様々なクリエイター（建築家・デザイナー等）との出会いがリゾート開発としてのアクアイグニスのブランディングの確立に寄与したものと云えます。特に温泉熱を利用して栽培していた苺の味にほれ込んだ辻口氏の参加は、オーガニック栽培の食材にこだわる奥田シェフの参加を呼び、当該施設の食のコンセプトとしての無農薬野菜の提供は、大きな集客としての力となっているようです。こうした点については地域再生や企業再生に際してのツボどころとして参考とすべき点ではないかと考えます。ブランディングという言葉が良く使われますが、今後私たちは「様々なクリエイターとのコラボによる、総合力としてのブランドの確立に注力すべきではないか」と思います。

もう一点は癒しの空間としてのSPAの充実があります。元々20万人の集客力があつた片岡温泉を再生して、入湯客数45万人を数えるまでにしたことは、施設の利用客数100万人を達成し地域の再生にも貢献していると言えます。そのことは300人の雇用を生んでいる事でも分かります。（旧施設では80人だった）癒しの空間として多くの人が利用できる温浴施設という面も持ちながら、もっとアップクラスの要求も満たせる離れ宿や、9席限定のカウンター割烹の併設で、多様な客層に対応できる体制をとっています。こうした事は滞在時間の延長と相まって客単価の向上に役立っているものと推察します。

○観光MaaSの取り組み

地元交通事業者と連携して湯の山温泉からの集客を図っていますが、それに加えて観光MaaSの取り組みを始めています。

高速バスのウイラー社との連携でアクアイグニスへの利用客の利便を図っています。こちらは2020年春から本格運行との事でした。

○ウイラー社：高速バス運行の手配会社、外資系。

○mobility as a service：自動車などの移動手段を、必要なときだけ料金を払ってサー

ビスとして利用すること。カーシェアリングやライドシェア、オンライン配車サービスなどがある。モビリティ・アズ・ア・サービス。

これは事業継続の一つの手法としての企業連携です。利用者には携帯のアプリを使ってサービスが受けられる利点があります。高速バスでの活用は広域の集客にも役立つものと注目されています。地元交通事業者との関係では競合する部分もあり、その棲み分け等については今後の課題です。地元湯の山温泉からの送迎を含む連携については、地元交通事業者とも連携しているようです。新名神の開通でスマートインターが開設される中で広域からの集客の戦略は今後広がるものと思われま

す。地元自治体としては、観光の足としての交通の確保と、地域常民の生活環境の足としての交通の確保は頭の痛い問題です。地元交通事業者の育成と生き残りの面では、すでに大きな問題を抱えているところ

です。○日帰り温泉入湯客は46万人：入湯税150円として≒6,750万円を菰野町に納税。宿泊施設は95%稼働、レジ通過数から類推：日帰り観光客数は≒100万人、2017年オープンから7年が経過、8年目に入っている。約300人のスタッフ、を雇用している。

こうした数字を並べてみると、一昨年調査した「奥飛騨温泉郷地域における地域振興」というテーマについて、改めてその対処策を検討してみたことが思い出されます。

そのときの講師の言われた言葉に、「こうした地域振興における問題を抱える地域の問題解決については、個々の事業体の活性化を論ずるよりも、むしろ地域を再生するという視点でものをとらえるべきである」というご指摘がありました。アクアイグニスの開発事例を視察する中では、改めて考えさせられた点です。

そういった意味では、経営規模が違う事業者との競合といった点がこれから顕著になります。心に沁みるサービスやおもてなしの心に加え、よりシビヤな視点で経営者としての決断も求められるのではないかと思います。又自治体の産業政策といった面でも問題の深堀が求められるのではないと感じてきたところ

です。・「多気町で新しい開発に参加している」と説明された開発の詳細。

2015年10月には株式会社アクアイグニス、イオンタウン株式会社、ファーストブラザーズ株式会社、ロート製薬株式会社の4社からなる合同会社「三重故郷創生プロジェクト」が設立、事業計画がスタートしました。アクアイグニスは飲食・リゾート分野を、イオンタウンは大型商業施設の開発運営、ファーストブラザーズは事業スキーム、ロート製薬は美容と健康の領域を担当。三重にゆかりのある4社がノウハウを結集させ、三重県、多気町、地元大学が共に産学官連携で事業に取り組んでいます。

ここではレストラン運営について参加している。

○今後の展開と多気町でのプロジェクト

先にも述べましたが、敷地面積：1,150,000 m²、開発面積：530,000 m²という巨大開発です。事業内容も商業、宿泊、温浴、体験、産直市、薬草園、農業という複合施設であり、自然体験や癒しの施設を包含した巨大複合商業開発といった面を持ち合わせています。その前提は 地図からもわかる様に高速道路の延伸による市場規模の広がりです。多気町は熊野・伊勢志摩の接点に位置し、中京圏・関西圏からの交通利便性が飛躍的に増した立地です。

開発目標ではここに各種施設の他に 50 店舗の出店をと予定していると出ています。郊外型商業施設の開発

が限界となっており、施設間の競争が激しくなり淘汰の時代が始まっている中では、こうした巨大複合開発が今後ますます進むのではないかと危惧します。このところイオン自体の経営基盤も競争力を失った小売り事業と、金融・不動産依存の歪んだ収益構造等についても言われているところです。ますますこういった形の巨大複合開発で、地方の消費者の購買行動がスポイルされていくのではないかと気になります。大店法改正で地域の小売商業が苦境に立たされた二の舞にならなければと・・・今後、こうした観点からも注目していきたい開発行為の一つです。



ここでは、視察初日のアクアイグニスについてのみコメントしています。鳥羽市の入湯税関係については改めて報告します。