

英彦山宿坊ホテル推進プロジェクト活動内容

令和6年4月

添田町役場 商工観光振興課

1. 英彦山宿坊ホテルの事業計画について

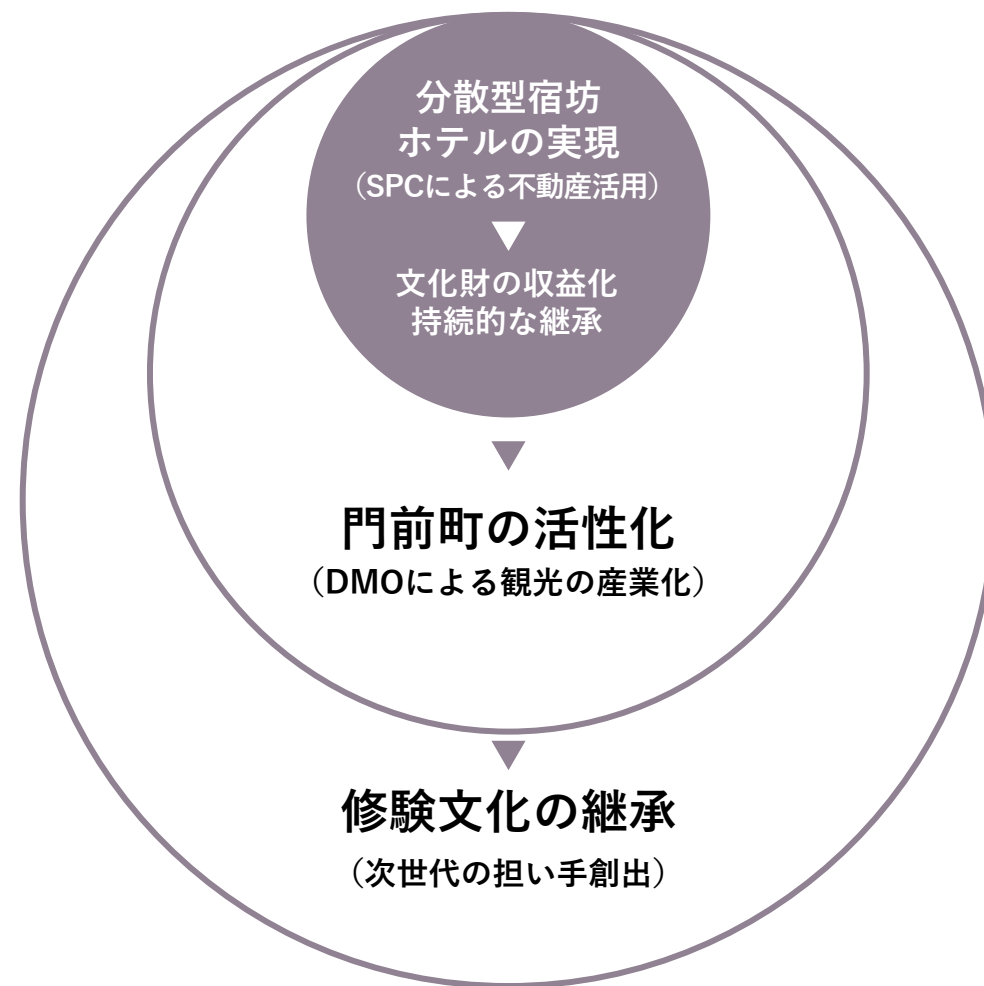
本事業のゴール

歴史的資源を活用した観光振興により 英彦山門前町の活性化と 英彦山の歴史文化を継承

本事業は、老朽化が進み活用されていない英彦山神宮の参道沿いの宿坊を面的に再生し、大峰山、出羽三山と並ぶ「日本三大修験道場」に位置付けられる英彦山の修験道の文化を再興することを目的とする。

「宿坊に泊まる体験」を基軸として、英彦山に存在する歴史・文化・自然といった地域資源と一体となった「修験道のストーリー」の旅を訴求することにより、一過性の人気観光地ではなく、修験道や自然崇拜の歴史・文化に共感し、マインドフルネスの価値を見出して来訪する質の高い旅行者に認知されるエリアを形成し、インバウンドの富裕層にも評価される高付加価値の旅行商品造成を実現する。

それらを高付加価値化し、活用することで観光を通じた産業振興により門前町全体の活性化につなげていくことができると考えられる。



(図) 英彦山宿坊ホテル事業の目的と手段

地域の観光の課題

通過型観光地となる英彦山

添田町では、近年、町独自の観光資源である歴史的資源の老朽化が進み、さらに観光スタイルの変化による来訪者の減少や若者の流出により、観光産業を支えてきた町内事業の衰退が加速している。観光客数は平成29年度統計で903千人にのぼるが、多くが日帰り旅行として訪れている。また、町として一体感がなく、案内機能や発信力も弱いことから、町の魅力が伝わりにくく、目的地化されていないことから地域内周遊による観光消費が生まれていない。上記のことから、観光が産業化されておらず、地域にお金が落ちていないことが課題として挙げられる。

2002年頃から観光入込客数(1,036千人)が微減

2006年スロープカー開業の取り組み

2006年には1,404千人の入込客数

2006年以降微減が続く

英彦山信仰離れと近隣市町村の観光地整備等の影響

2017年北九州豪雨災害による日田彦山線の不通

2019年よりコロナ感染症による大きな打撃

■ 添田町への観光目的

一般行楽、ハイキング・登山、社寺・文化財・史跡参拝見学、祭・行事が目的の主。英彦山をはじめとする自然や歴史が重要な観光資源。

添田町の第6次総合計画における観光振興・目標指標

観光おもてなし人材の育成・確保

・観光ガイド、体験プログラム件数

観光プロモーション活動の推進

観光施設等を効果的な利活用

・観光施設利用者数

地域の資源



国史跡の文化財である宿坊

英彦山は、日本三大修験道の霊山であり、江戸最盛期には三千を超える山伏が集い、八百もの宿坊が軒を並べる門前に多くの参詣者で賑わった。明治の修験道廃止令によりその多くは失われたが、参道沿いには今も国指定史跡内でありながら活用可能な宿坊が連なり残る。



英彦山修験道の歴史文化

英彦山修験道で培われた歴史文化資源は希少性が高く、宿坊での宿泊や護摩焚きや峰入り修行といった山伏文化を今に伝える体験はマーケットにおいて優位性が高い。



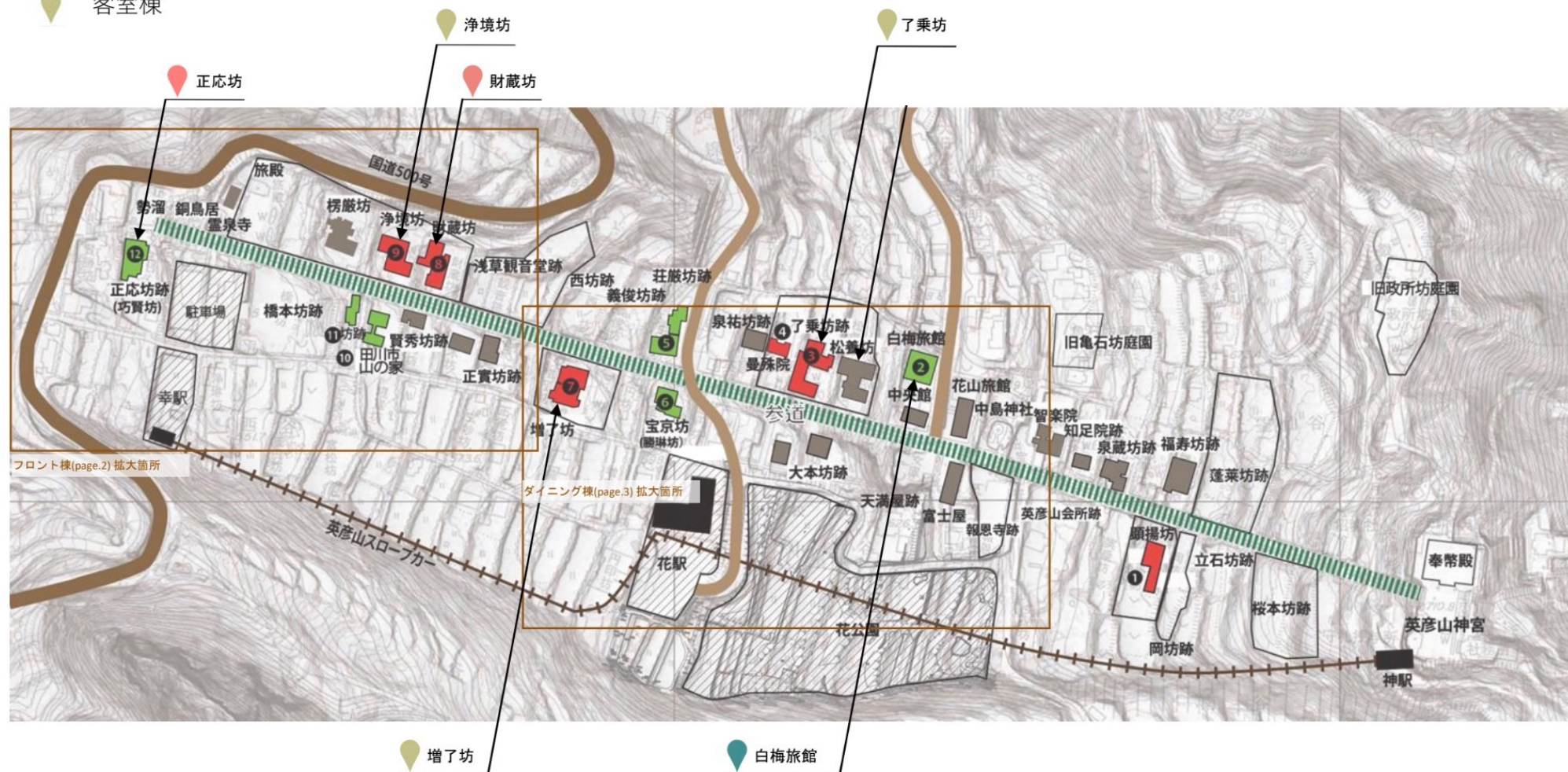
英彦山の自然

遮るもののない360度の大パノラマが広がる雄大な山と森と、その自然景観。春の桜、夏の新緑、秋の紅葉、冬の雪の花といった四季折々に楽しめる自然や、英彦山歳時記は高付加価値化によりインバウンドを含めた旅行者の訴求ができると思われる

事業概要：分散型宿坊ホテルの開発

- フロント棟
- ダイニング棟
- 客室棟

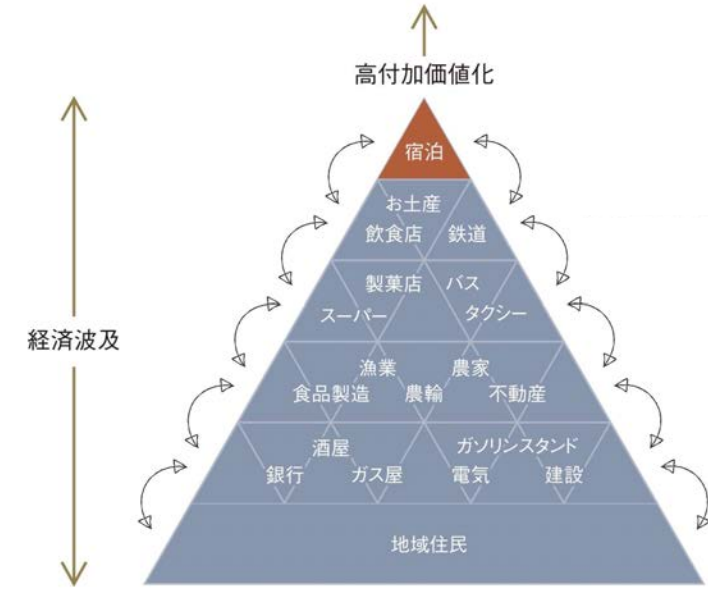
本事業では、老朽化が進み活用されていない英彦山神宮の参道沿いの6つの宿坊（白梅旅館、了乗坊、増了坊、財蔵坊、浄境坊、正応坊）を対象として面的に再生し、フロント、3棟6室の客室、ダイニング、物販を有する分散型の宿坊ホテルの開発を計画する。



本事業によるアウトカム：英彦山域内の好循環創出

分散型ホテルによる賑わいのサークルを生む

本事業では、歴史的資源を活用した観光まちづくりを通して、高付加価値な宿泊客を誘客する基礎となる宿泊施設と体験を分散型ホテルにより構築する。その結果、地域の魅力の基礎となる文化財や景観が保全され、より訴求力の強い観光地となると同時に、滞在時間・消費額を伸ばし、域内の様々な産業への波及、経済発展への寄与を狙う。



分散型ホテルの
整備

歴史的資源を
修繕することで
地域の景観
が保全される

旅の目的となる
ホテルになることで
選ばれる地域に

滞在型観光によって
観光消費額が
向上する

地域に雇用が
生まれる

まちに賑わいが生まれ
新たに商売する
人が増える

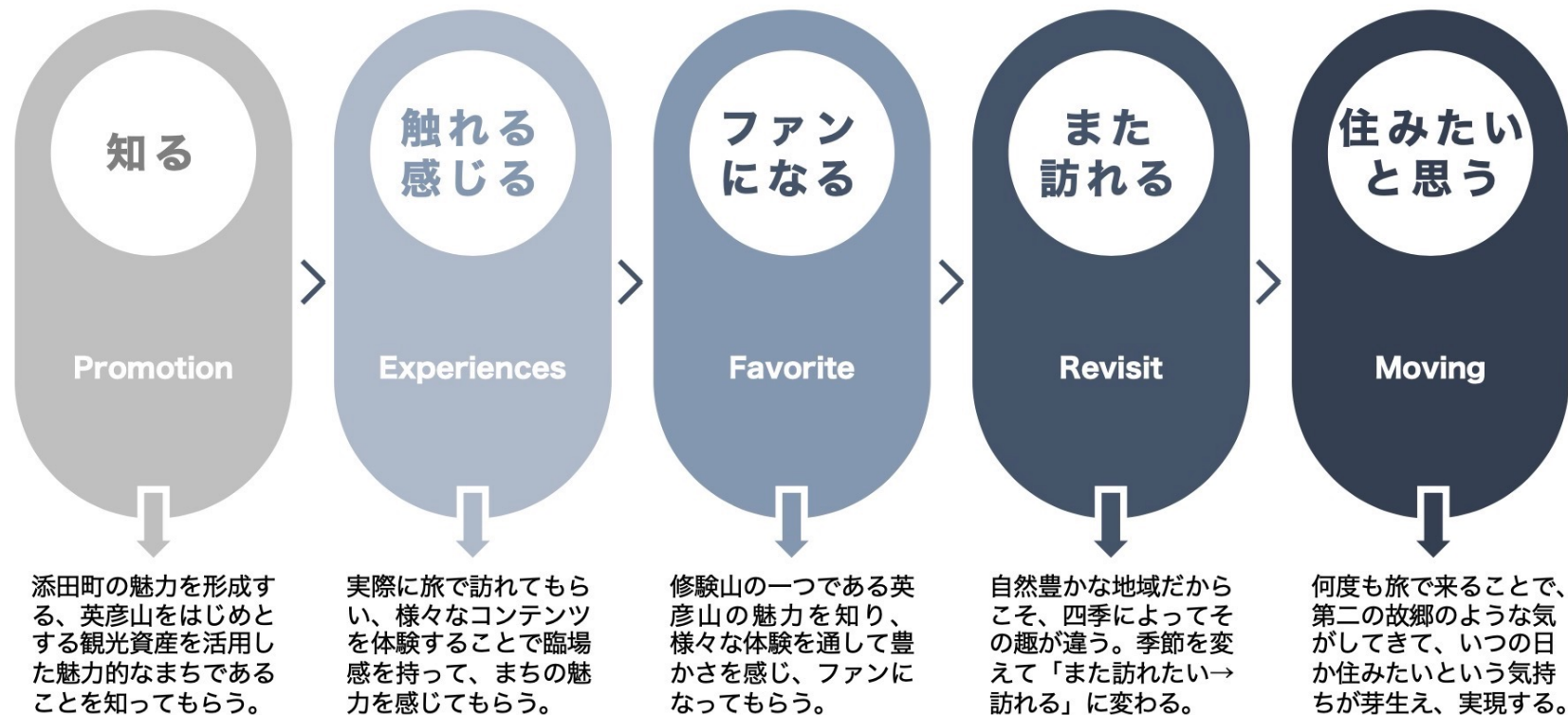
まちの空き家に
明かりが灯り
まちに活気が戻る

まち自体が
ホテルになることで
まちなかに回遊性が
生まれる

本事業によるアウトカム：関係人口の増加

地域のファンを生み、文化継承の担い手を創出

本事業を通して、観光を入り口として、来訪機会を生み、地域の魅力に触れることで、多くの人に添田町・英彦山を知ってもらい、地域と様々な形で関わる人を増やすことで、修験道を始めとする地域の文化の継承へとつなげる。



英彦山のコアバリュー

自然との共生を体験し、

日本の精神性の原点に触れる場所

英彦山はその歴史上、修験山として多くの山伏が山で暮らし、自然と向き合い、修行を積んできた場所である。現在では修験道としての本格的な体験はできないものの、英彦山神宮から向かう上宮御本社参詣道や峰入などの巡礼道を歩けば英彦山修験道の歴史文化に触れることができる。

英彦山の歴史的背景を活かし、現代的なカタチで、コンテンツを展開。自然に向き合うことのできる体験として、初心者向けから上級者向けに山登りを推進。英彦山がより多くの人に自然と向き合う接点をつくり、自然や自身に向き合うことで、心の豊かさを感じる機会を提供する。

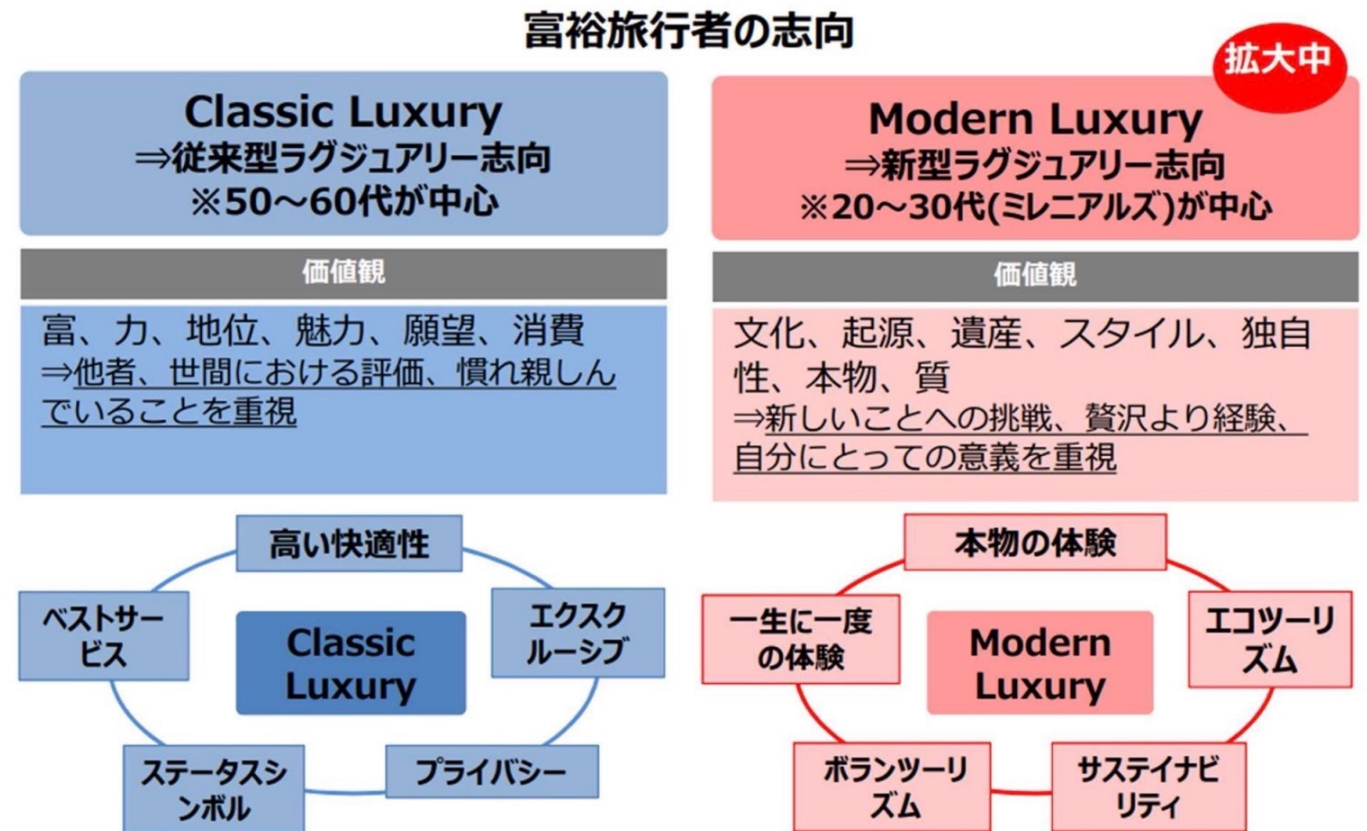
(図) 高付加価値旅行者によるシャワー効果 ※観光庁資料より

ターゲット層の価値観

本物の体験を追求する モダンラグジュアリー層

近年の旅行者の価値観は、物質的な価値よりも精神的な価値や、自然・文化との深い触れ合いの志向へと変化してきている。

特に高付加価値旅行者は、従来型の「豪華」、「権力」、「富」いったキーワードを重視する傾向にあるクラシックラグジュアリーから、「歴史」、「文化」、「本物」、「体験」といったものに対して価値を見出すモダンラグジュアリーにトレンドが移行されていると言われており、本事業との親和性が非常に高いと考えられる。

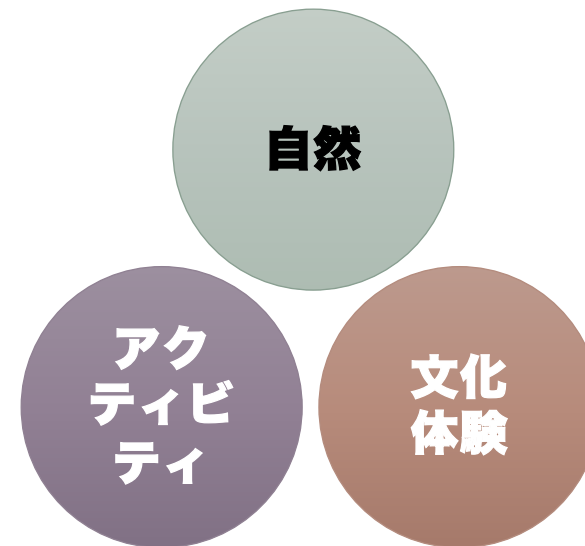


(図) 高付加価値旅行者の価値観の変化 ※JNTO資料より

ターゲット層のペルソナ

アドベンチャーツーリスト

英彦山は、観光庁が提唱する『アドベンチャーツーリズム』の三要件：「その土地でありのままの本物の文化体験」「人里離れた自然を感じられる場所」「手つかずの自然を体感する活動」にあてはまると考えられ、その嗜好性を持つ「アドベンチャーツーリスト」をターゲットペルソナとする。



<アドベンチャーツーリストの特徴>

- ・高学歴・高所得
- ・知的好奇心が旺盛
- ・他の人があまり行ったことのない場所に行きたいと考える
- ・長期滞在を好む（例：1週間以上）

<旅行コンテンツへの嗜好性>

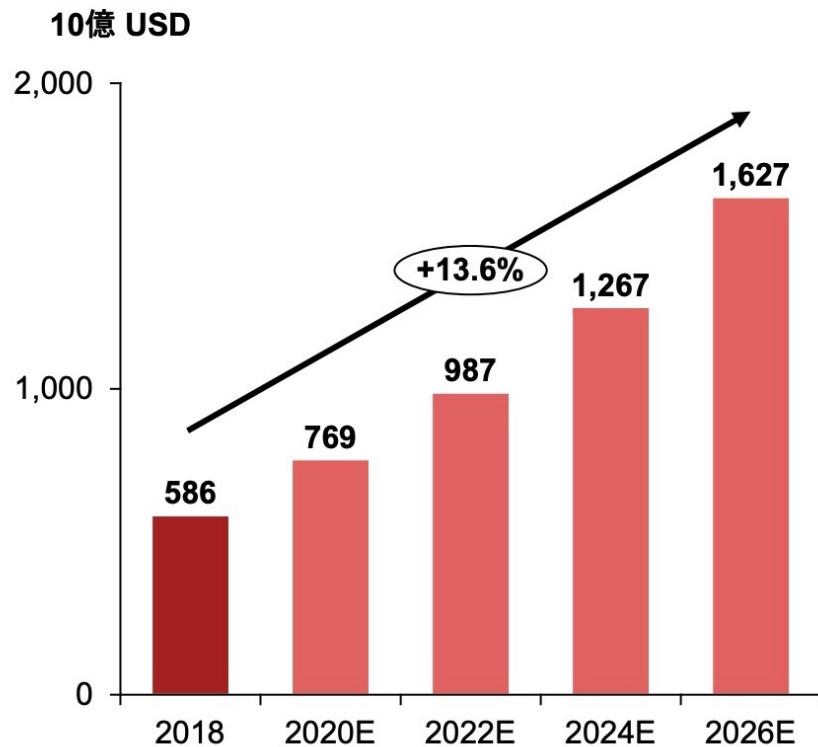
パターン①

- 「その国の文化や歴史を味わいつつアクティビティを楽しみたい層」
- 「未知の文化や自然を知的好奇心から紐解きたい」

パターン②

- 「どの国を訪れてもハードなアクティビティを楽しみたい層」
- 「自分の限界に挑戦したい」

(参考) アドベンチャーツーリズム市場の拡大



(図) アドベンチャーツーリズムのグローバル市場規模予測
※観光庁資料より抜粋

ALLIED MARKET RESEARCH社レポート (2019

年9月出版) では、アドベンチャーツーリズムのグローバル市場は、消費者トレンドと推進団体の活動によって牽引され、今後も規模が急速に拡大することが見込まれている。

< グローバル市場拡大の主な要因 >

● 旅行への期待値の変化

モノの所有では得られない体験や経験を獲得するコト消費へとニーズが移行

● 自然回帰のトレンド

様々な分野でのデジタル化や世界的な感染症の流行等を背景に、「自然と触れ合いたい」というニーズが増加

● サステナブルな意識の高まり

商品を購入する際、よりサステナブルなものを選択する意識の高まり

● 推進団体の積極的活動

グローバルな業界団体が設立され、事業関係者への積極的な関与を実施

● 政府観光局の積極的介入

各国の政府観光局が、積極的に推進団体を補助、協働することで自国のアドベンチャーツーリズムを活性化

コンセプト：分散型ホテルが提供する旅体験

KEY CONCEPT

ありのまま

自に向き合う旅

英彦山での自己内省の旅を通して物事の本質に気づく

修験道の根底にあるもの



コンセプトの方向性

添田町のシンボルである霊山・英彦山。日本三大修験山として知られているものの、残念ながら現在はかつての賑わいを失っている。

しかし、その歴史的背景は英彦山全体に色濃く残っており、元の修験道からコンセプトを考えていくことで、キーとなる方向性が見えてくる。

- | | | |
|-----------------------|--------|-----------------------------|
| 現在はかつての賑わいがいない | -----> | 本格的な修験道を前に出して展開すると集客に無理が生じる |
| しかしその名残は深い | -----> | 修験山であることは魅力の一つであることは間違いない |
| 展開する分散型ホテルも元は坊(元旅館含む) | --> | 実際に旅の目的となる場所で、宿泊そのものが文化体験 |
| とはいえ修験道をキーにすると重い | -----> | 修験道を違ったカタチ/視点で捉えることはできないか |

英彦山修験道の歴史的資源にふれる事で、自身のルーツを考える

コンセプトによる旅の高付加価値化

キーコンセプトをベースに旅の三要素である「滞在空間」「体験」「食」をターゲット層の需要を喚起し、満足度を生む高付加価値化をおこなうことで英彦山を旅の目的地として磨き上げ、宿坊ホテルへの高単価・高稼働を実現する。

KEY CONCEPT

自に向き合う旅

修験道の根底にあるもの

||



自然に向き合う
自分に向き合う



「体験」の高付加価値化



「滞在空間」の高付加価値化



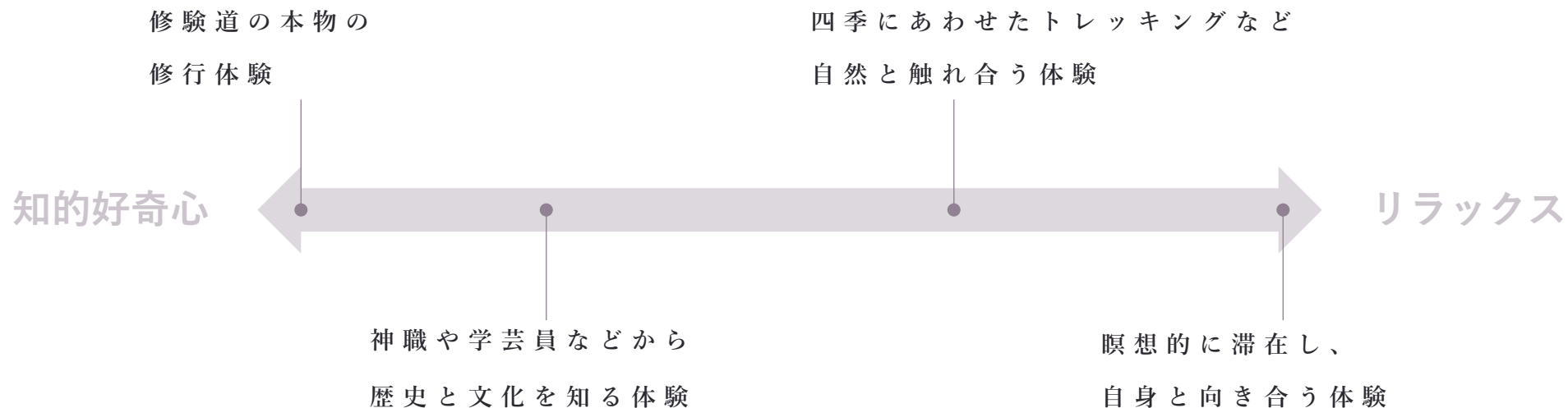
「食」の高付加価値化

「体験」の高付加価値化

コンシェルジュによる個別化

まちに溶け込み、歴史と文化に精通するコンシェルジュが顧客一人ひとりの好みや要望に合わせて、宿坊での宿泊を拠点として、地域のスポットやコンテンツを組み合わせ、オーダーメイドで一つの旅を紡ぎ出す。

個別化した英彦山での滞在を提案することで、ただ宿坊に泊まる以上に、ここでしか味わえない過ごし方や、新たな気づきに出会えるような「意味」のある時間を提供する。



「体験」の高付加価値化

滞在提案例：修験道の本物の修行体験

修験道の修行を通して、自己革新を起こしたい顧客に対しては、英彦山神宮との連携のもと、中長期の修行体験を提供する。

1-2 日目

「断絶」

修行に備えて日常の世界から切り離される機会。英彦山神宮で自分の内なる自分とつながる、

3-4日目

「山伏修行」

修験者の指導のもと、山中に入り、山伏修行に没頭する。

5-6日目

「再会」

最後の2日間は、英彦山での山伏をベースにしたアクティビティを通じて、自分を見つめ直し、新たな日常生活と再会する。



「滞在空間」の高付加価値化

ストーリーのある貴重な文化財を活用

国指定史跡に位置していることに加えて、英彦山の歴史上、重要な位置を占めてきたストーリーを持つ文化財の宿坊を見るだけでなく、泊まり過ごすことができる。



財蔵坊

県指定民俗文化財のラウンジ

福岡県指定文化財の山伏坊舎であり、19世紀後期よりほぼ全景をとどめている貴重な建造物を、フロント・ラウンジとして活用。



増了坊

佐賀藩鍋島家の「殿様の宿」

英彦山御三家と伝わる大先達坊家であり、佐賀藩鍋島家の参詣定宿。300年以上前の石灯籠を有する広さ約2,000平米の敷地に建つ建造物を一棟貸し切りの客室として活用。



浄鏡坊

英彦山座主家の居

英彦山座主家である「高千穂家」が明治7年より居を構えてきた宿坊。二棟の門を構え、客殿、広間、住居からなる格の高い建造物を一棟貸し切りの客室として活用。

「滞在空間」の高付加価値化

歴史を尊重しながらも、
現代の快適性を追求した客室改修

BEFORE



AFTER



建物が持つ価値を極力残して改修・リノベートし、新旧のデザインがミックスされたモダンで、利便性を付加した建物へと生まれ変わらせることで、高付加価値を生み出す。また、各建物の意匠とストーリーを尊重することで、同じ客室が一つもない唯一無二な客室をつくりだす。

(図) 客室改修例 (NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町)

「滞在空間」の高付加価値化

財蔵坊をラウンジとして活用するなど

共用空間の充実化を図る

英彦山の修験道の歴史や文化、添田町のプレゼンテーションを受け、本質的な価値を体感するマインドセットをつくる。囲炉裏を囲んで心を休める。囲炉裏を囲んで『いろりBAR』やラウンジとして利用する。



(図) ラウンジ空間例 (間人温泉 炭平)



(図) ラウンジ空間例 (NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町)

食体験の高付加価値化

英彦山だからこそ、

食べる意味のある料理を提供

ターゲットとなる高付加価値旅行者は、食材やその調理法のストーリー、環境への低負荷、オーガニック、ローカルでしか食べられないものなど、食の美味しさを前提として、食べることに意味を見出す顧客層である、

したがって、提供する料理はキーコンセプトを活かし、その背景となる修験道から、自然のもの・体に良いもの・必要な分だけ山からいただくことを前提に、精進料理を現代的に解釈したフードメニューを提供し、食材は英彦山でとれた野菜や山のものなど徹底した地産地消を追求。

また、レストランはホテル利用客のみではなく、観光でお越しの方々にも食の提供ができるよう開放する。

食は地産地消をベースに、地域の食の魅力に触れていただくだけでなく、コンセプトを踏襲し、精進料理を現代風のアレンジで。

自然との共生

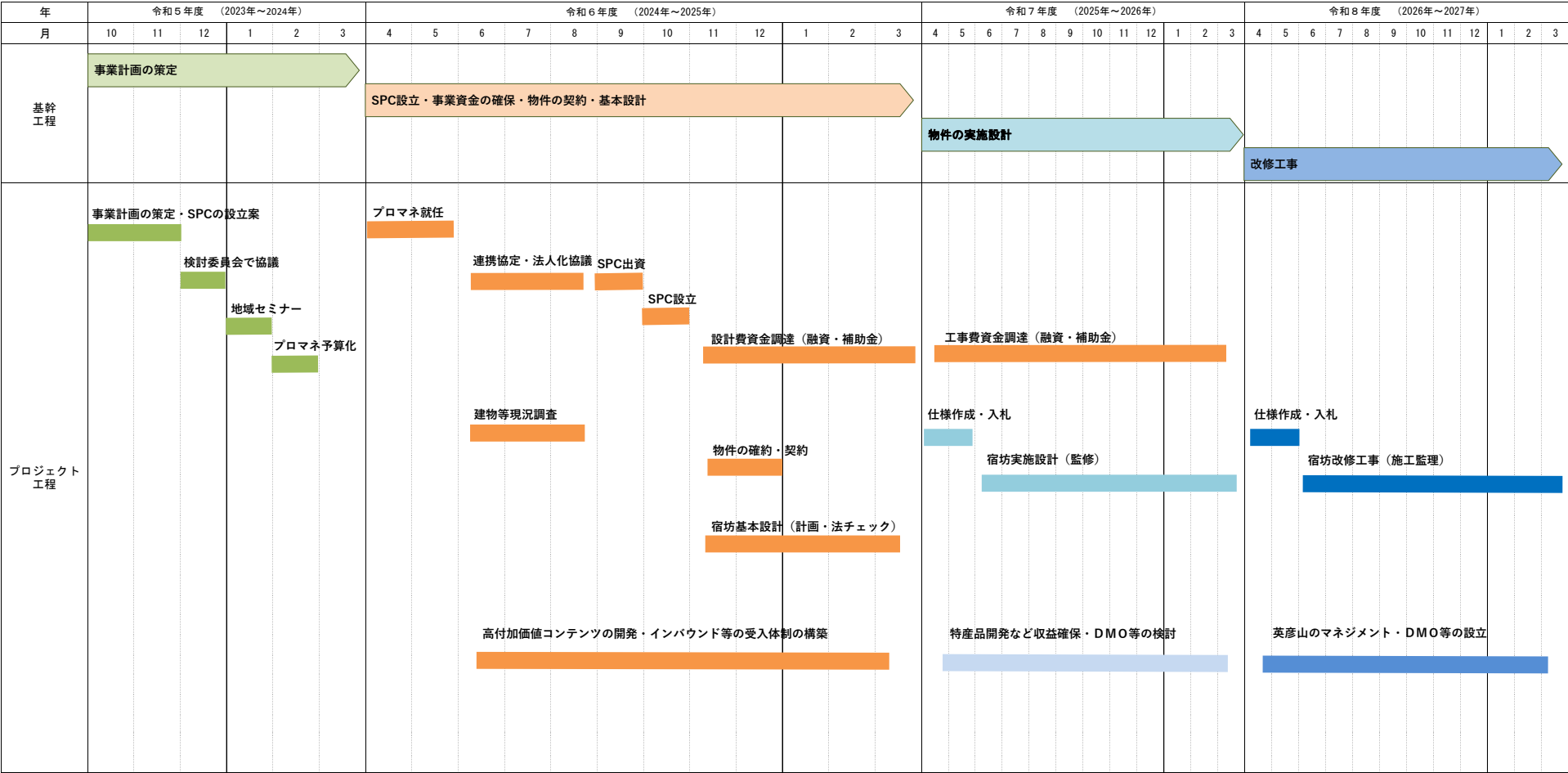
自然に向き合う
自分に向き合う

- ・野菜を主としたメニュー
- ・肉は提供しない
- ・オーガニック
- ・グルテンフリー
- ・ローカーボネイト
- ・フードロスへの対応



2. 英彦山宿坊ホテルのスケジュールについて

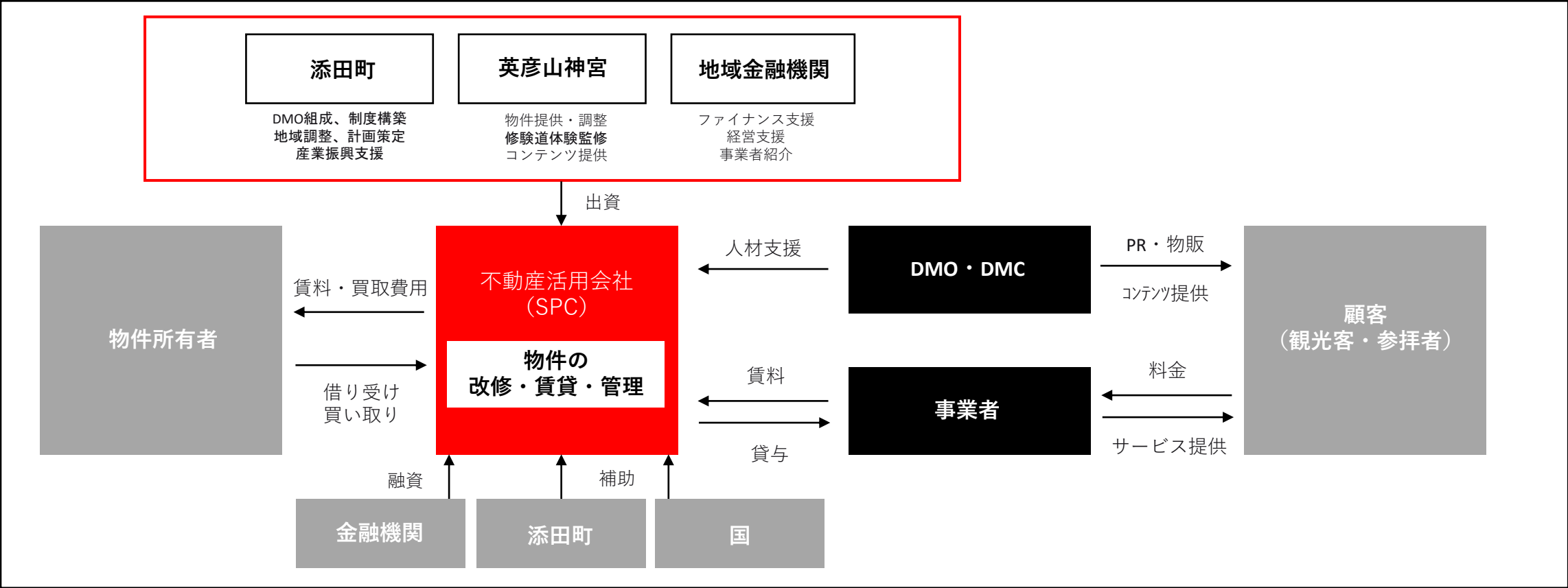
宿坊ホテルの実現に向けたスケジュール



3. 英彦山宿坊ホテルの実施体制について

SPCの組成

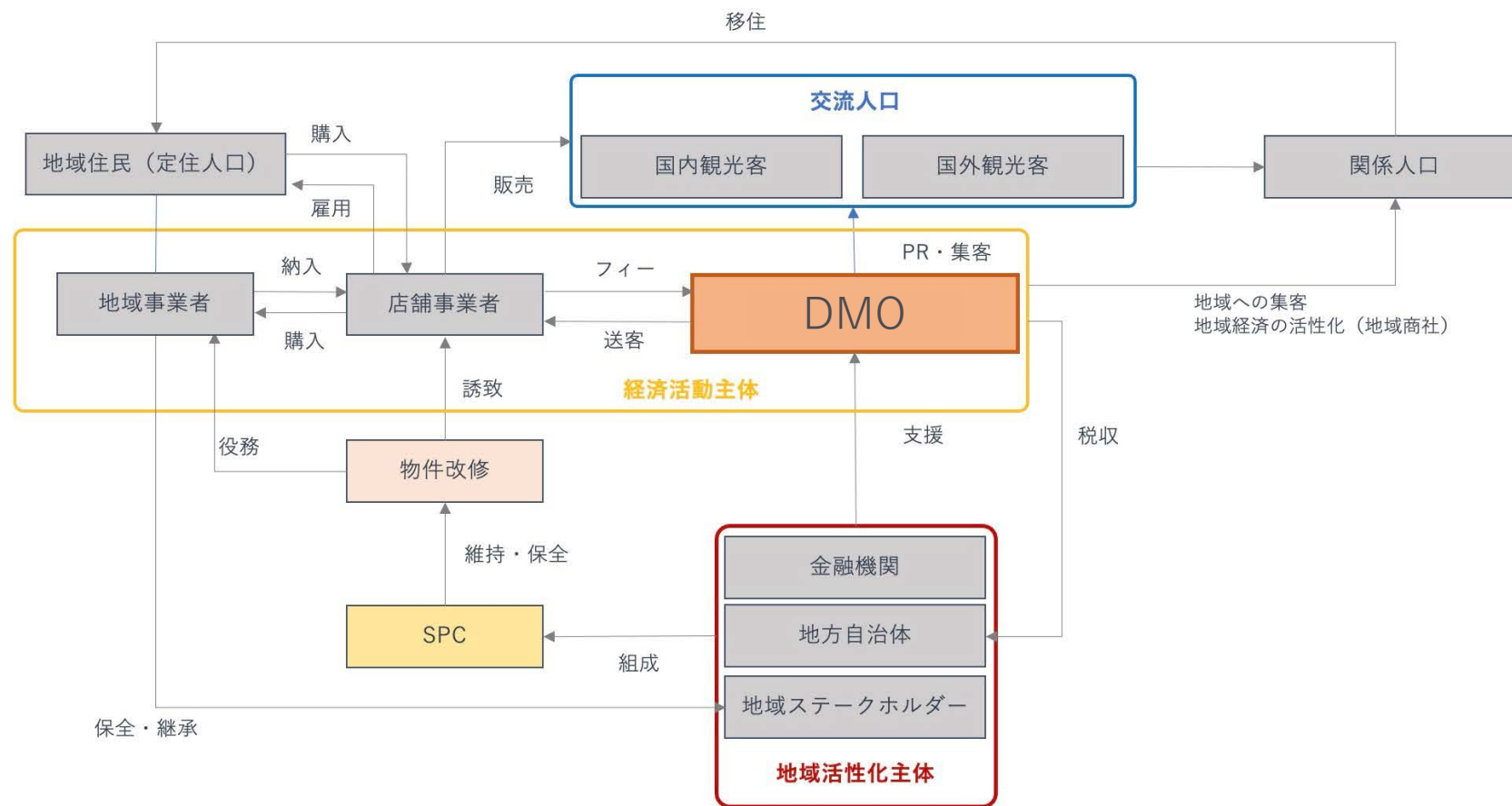
分散型宿坊ホテルの事業主体として、エリアの文化財や物件を開発する不動産活用会社となるSPC（特別目的会社）を組成する。添田町、英彦山神宮、地域金融機関などの官民金の連携により法人を設立し、観光まちづくりのエンジンとなる事業の構築を行う。



DMO組成の必要性

経済活動のエンジン

SPCは文化財や歴史的建造物といった地域の不動産資産として機能し、その収益化や経済活動の主体は、運営事業者及び地域事業者が担う。それら主体をPRや集客、コンテンツ開発・提供の支援をバックアップし、経済活動がうまく回るためのエンジンとなるDMOの組成を進める。



4. 英彦山宿坊ホテル推進員の活動内容について

業務① 英彦山宿坊ホテル事業の推進

【内容】

参道の坊舎を活用した分散型の宿坊ホテル事業について実施体制の確立と事業化の推進。

【活動】

- ・事業化と実施体制の設立にむけた各種支援

【目標】 1 年目

- 関係者間を調整し、事業推進にむけた連携協定の締結。
- 法人化にむけ出資者の調整を行い、実施主体となる S P C の設立。
- 宿坊ホテルの成立にむけた、建物の現状調査などの実施。
- 設計業務の実施にむけた、融資や補助金などの資金調達の支援。

【目標】 2 年目

- 宿坊ホテルの施工にむけた、設計業務の支援。
- 施工業務の実施にむけた、融資や補助金など資金調達の支援。

【目標】 3 年目

- 宿坊ホテルの開業にむけた、施工業務の支援

業務② 英彦山観光のマネジメント業務

【内容】

地域が一体となってインバウンド等の来訪者を呼び込み、体験コンテンツなどのサービスを提供していくための仕組みの構築。

【活動】

- ・マーケティング、プロモーション
- ・観光コンテンツ開発、インバウンド対策
- ・その他（DMO等の検討）

【目標】 1 年目

- 英彦山の独自性を活かしたコンテンツの開発。
- インバウンドなど高付加価値旅行者の受入体制の構築。

【目標】 2 年目

- 特産品開発などの収益確保、DMO等の検討。

【目標】 3 年目

- 英彦山観光のマネジメント・DMO等の確立。