

助成対象事業の報告

1 申請事業名

レトロを活用した大湯温泉地区の賑わい再生事業

2 対象地域

魚沼市大湯温泉

3 事業概要

大湯温泉は開湯から1300年以上もの歴史が刻まれる名湯であり、ひと昔前の温泉街にあるすずらん通りでは、飲食店、射的場、パチンコ店などの遊興施設が軒を連ね、袖触れあうほどの賑わいがあり、県内トップクラスの集客力を誇る温泉地として、魚沼を代表する観光地でした。

しかしながら、昨今では大型バスを利用する団体旅行から、グループ、個人への旅行スタイルの変化などにより、温泉街への観光入込客数が減少の一途を辿り、温泉宿の廃業が続きました。並行してすずらん通りにあった飲食店等の店舗は全て閉店、廃業し、現在では人通りが途絶えた状況となっています。



新店舗 昭和の社交場すずらん

賑わいの再生を願う地域住民や地元温泉組合等と県、市の行政機関は、足湯の新設など様々な取組を実施していますが、如実な効果は見受けられず、観光地としての賑わいや輝きが薄れる一方、地域に居住する住民も減少し、地域力の低下が著しく、除草、除雪などの地域活動への妨げとなっています。

このような現状を憂慮した住民団体「魚沼レトロ化計画」では、大湯温泉街に残るレトロな景観を活用した誘客プランを地域、行政機関へ提案しました。

近年、各地で脚光を浴びているレトロを活用した観光拠点づくりの手法などを参考とし、市内在住の桜井治氏が所有する数万点以上もの貴重なレトロコレ

クションを活用し、大湯温泉すずらん通りにある空き店舗より協力をいただきリニューアルして、昭和・平成のレトロな品々を展示する「魚沼レトロ商店」を令和5年に一か月間の期間限定で設置しました。僅かな営業期間ながら1,200人を超える多数のお客さまが来店し、一時的にもすずらん通りに人の往来が蘇りました。

更に今年は新たな展開として、隣接する空き店舗を活用し、魚沼レトロ商店とは趣を変えた「昭和の社交場すずらん」を新規オープンしました。店内には射的場やスマートボールなど、どこの温泉街にもあった遊び場を再現しました。

レトロを懐かしむシニア世代や、懐古調が新しいとして20代から30代までのファミリー層など、幅広い世代を対象とした誘客戦略は、人通りが途絶えた温泉街にお客様を呼び戻し、往年の賑わいを再生しました。

地域随一の観光地であった大湯温泉の賑わいを再生することで、湯之谷温泉郷、魚沼市全体のブランド力を高める一翼を担え、更なる誘客推進を図ることができたと思います。

4 事業結果

来店者数	3,311人
営業日数	29日間
1日平均入場者数	114人

営業期間	営業日数	来店者数	
令和6年5月3日～6日	4日間	279人	GW期間営業（魚沼レトロ商店）
令和6年8月10日～18日	4日間	137人	土日営業（魚沼レトロ商店）
令和6年9月12日～11月4日	21日間	2,895人	土日祝営業（魚沼レトロ商店、昭和の社交場すずらん）
合 計	29日間	3,311人	

5 事業効果

設置期間中に3,311人のお客様をお迎えし、昨年度比で270%増となり事業効果を表す数値としては十分な成果となりました。

単日イベントの一過性の賑わいではなく、設置期間中は多数のお客様が魚沼レトロ商店等を目指して、すずらん通りを散策することで、地域の賑わい再生に大きく貢献できたものと認識しています。このことは地域観光事業者に

留まらず、地域住民への活力的な効果も大きく、屋内からの外出が増加し、店舗の開店日には毎回訪れる住民の方も多く、スタッフには感謝の言葉が多数寄せられていました。



新調したユニフォーム

6 事業分析

来店されたお客様の形態としては、①宿泊客、②TV・雑誌などにより魚沼レトロ商店、新規オープンした昭和の社交場すずらんを知った来店者、③奥只見観光からの周遊観光者の概ね3類に分類されました。

① 宿泊客

宿泊事業者から、魚沼レトロ商店が設置される前までは、宿泊者からの夕食前のまち歩きや、出発前の立ち寄りどころの問い合わせに対して案内する場所がなく苦慮していたが、魚沼レトロ商店等が設置されたことで案内が可能になったこと、そのことでスタッフとお客様の会話する機会も増えたと感謝されています。

② PR効果による来店者

お客様の中心層として想定されていたシニアのご夫婦、シニアのグループ以上に、昭和レトロを知らない20代のグループやファミリーからも多数来店されました。スマートボールや野球盤などの懐かしいゲーム機は現代の子供にも喜ばれ、全ての世代から大変好評となりました。

昨年に引き続き来店されたお客様も多数いましたが、このことは新店舗のオープンやSNS戦略による効果と思われます。昨年も訪れましたと話しかけるリピーター数も多く、認知度が向上していると感じられました。

特に広告宣伝については、旧車の展示やレトロ歌謡祭などのオープニングイベントの開催などにより報道機関の注目を集めることができ、TV、雑誌などで取り上げていただいた効果が高いと思います。また、県内にあるレトロ事業者様と連携し、相互協力による周知を図っています。



懐かしいゲーム機の設置

取扱メディア：新潟日報社、朝日新聞社、読売新聞社、長岡新聞社、
越南タイムス、UX新潟テレビまどろりUP!、
NST、FMうおぬま、県央ドットコム、月刊にいがた、
県民だより

レトロ事業者：KYOWAクラシックカー&ライフステーション、
出雲崎レトロミュージアム、昭和基地一丁目駄菓子やC57



③ 奥只見観光からの周遊観光者

魚沼市の秋の主要集客イベントである奥只見の紅葉観光シーズンに魚沼レトロ商店等の設置時期を調整し、奥只見観光事業者から協力を得て魚沼レトロ商店等の観光案内を実施しました。

今年は地域住民、地権者からの協力をいただき、主要利用道路となる奥只見ダムから魚沼 I C、

国道 17 号へ右折する交差点ポイントに、魚沼レトロ商店、大湯温泉へ誘導する矢印案内の大型看板を設置することができました。奥只見観光からシルバートンネルを降りてきたお客様がこの看板をみて、もう一足伸ばして大湯へ足を運んでいただき、来店者数が増加しました。



民地内に誘導看板を設置

7 課題と対応

多数のお客様より来店いただいた中で、店舗運営における課題点が複数ありました。今後の活動において課題への対応について、関係機関と協力し検討を進めます。

① 店舗スタッフの確保

設置期間が長期間になる場合、店番などの運営スタッフの確保が厳しくなるためボランティアスタッフの拡充、確保が必要となります。

② 運転資金（ボランティアスタッフ賃金）の確保

他のレトロ関係施設では主たる収入となる入場料を、魚沼レトロ商店では徴収していないことから（店舗面積の狭さ等から入場料徴収は難しく協力金で対応）運営資金が不足し、自主財源による運営（賃金支払）が難しい状況です。今後は運営資金を自力で確保するために、物品販売などの収入確保手段を検討します。

③ 県内レトロ事業者との連携

今回の開店、運営にあたり複数の県内レトロ事業者様より、展示物のレンタルや接客方法など多大なる御支援を賜りました。今後は新潟レトロとしてチームとして展開することの提案もあることから、連携を深めて検討を図りたいと考えています。



スタッフ集合



昭和の名車、レトロ歌謡

8 今後の展望

今年多数のお客様から御来店いただいたことについて、地域住民のみならず観光事業者の方々から大変喜ばれましたが、賑わいの再生は単年度や断片的ではなく継続性が重要と思います。そして、地域のみなさんが参加できる、楽しみながら賑わいを再生する取り組みを新たに考えていかなければいけません。来年は既存の魚沼レトロ商店に加え、大湯や尾瀬をアピールするオリジナルなPRソングを製作し、地域住民が歌う取り組みを検討したいと思います。



県内レトロ事業者による先進地視察（富山県氷見市：助成対象外）