

週刊ダイヤモンド

THE DIAMOND WEEKLY

4/12
特大号

多角分析
金融
ビッグバン
の真実

ニッポン

観光革命

新・基幹産業「観光」が日本を救う！

全国都市・地域
観光力ランキング530

全国観光地
宿泊ランキング100

来日外国人観光客
倍増計画の行方

あなたも創業できる
観光ベンチャー

JAPAN
TOURIST
AGENCY

よい温泉地・よい旅館は 地域ぐるみで特色を深める

観光経済新聞社社長・江口恒明

世の中が大きく様変わりするなかで、旅行客が温泉地に求めるものも変わった。バブル崩壊を契機に、団体型から個人へと多様化し、より低額志向となつた。

そんななかで観光業界の専門紙「観光経済新聞」が、温泉地の活性化を促し互いに競争することで、魅力と感動のある、明日の温泉地を模索することにつながるとして、一〇年前から実施しているのが、プロが選ぶ「にっぽんの温泉百選」である。

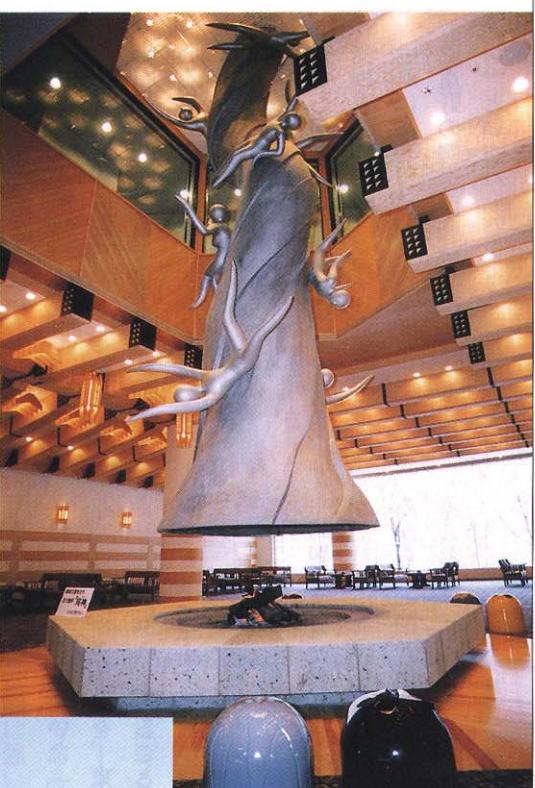
大手・中堅旅行業者による人気投票だが、旅行業の社員はお客様からできるだけクレームがない温泉（施設）に旅客を送るのが原則である。それだけに人気投票といつても、すでに一〇年を迎える（例年一万票が投票される）変動はあっても大方は納得のできる温泉地が上位にランクされている。温泉地が活性化されたり、温泉地の優劣がほぼ浮き彫りになつていているといえよう。一〇年前の第一回目は、和倉温泉（石川）や山代温泉（石川）が活性化策を打ち、施設としてもリニューアル作戦が展開されていたころだ。上

位五位は、①和倉②雲仙（長崎）③指宿（鹿児島）④登別（北海道）⑤玉造（島根）と、名だたる温泉が入選した（表参照）。

以後第五回まで、上位二〇位内には順当な温泉がランクされていたが、

第五回に、第一回では六五位だった古牧温泉（青森）が突如二位に躍り出て、同様に四〇位だった皆生温泉（鳥取）が九位に、一二位だった上山温泉（山形）が一六位に、それぞれランクアップした。これら急伸組の共通点は、いずれも地域ぐるみで活性化に取り組んだ点にある。

さらに、第六回になると、トップの座を古牧温泉が奪い、五年連続で一位の座を維持し続けている。第五回以降は、比較的に新興の温泉の進出が目立ってきた。これは、旧態依然の温泉にかけりが出ると同時に、旅行者が単に施設だけでなく、温泉地ぐるみで楽しめるか、どうかに目を向けるようになつた表れだろう。



▲奥入瀬溪流第2グランドホテルのロビーに飾られた巨大暖炉「花神」（故岡本太郎の遺作）

◆古牧温泉に移築された旧渋沢栄一邸



温泉のリストラで問われるること

温泉地の最寄りの駅に立つと「これから何かが始まる」という期待感、そして温泉地特有の風情である情緒を満喫し「来てよかつた」という感動、魅力がなくてはならない。それがいつのまにか、どこの温泉地へ行

ツプを続いているのか。これはこの調査の実行委員会（観光関連一〇団体が後援）でも議論の対象になつたが、ひと口で言えば、古牧温泉は広大な敷地にホテル群と文化施設が点在することにある。しかも時流をどちらえて料金も比較的に安く、中年女性向きで何回も行ける強みがある。

この一、二年には奥入瀬溪流をシヤトルバスでつなぎ、溪流沿いの景観が優れたところにもホテルを新設した。古牧温泉の庭内には、現在の杉本行雄社長が執事として仕えた渋沢邸（財界の長老だった故渋沢栄一氏）をそのまま移築したものがあるほか、青森の民芸館、美術館、チャペルなども展開している。

ここでは「お客さまに安い料金で楽しんでもらう」という杉本イズムが徹底しており、働く人たちの側に

古牧温泉が 連續トップの秘密

ではなぜ古牧温泉が五年連続でト

「にっぽんの温泉100選」のベスト10—10年比較 (96年の11位~100位は下段に表示)

順位	96年(所在地)得票	95年	94年	93年	92年	91年	90年	89年	88年	87年
1	古牧(青森)3,671	古牧	古牧	古牧	古牧	和倉	和倉	和倉	和倉	和倉
2	登別(北海道)1,052	登別	秋保	和倉	山代	古牧	雲仙	指宿	雲仙	雲仙
3	和倉(石川)867	雲仙	登別	山代	和倉	雲仙	指宿	雲仙	指宿	指宿
4	秋保(宮城)864	温海	山代	道後	道後	登別	登別	登別	登別	登別
5	指宿(鹿児島)580	指宿	和倉	雲仙	登別	指宿	道後	別府	山代	玉造
6	鬼怒川・川治(栃木)569	秋保	雲仙	秋保	玉造	道後	山代	道後	別府	別府
7	温海(山形)561	和倉	上山	鬼怒川・川治	鬼怒川・川治	下呂	温海	温海	玉造	温海
8	雲仙(長崎)430	山代	温海	指宿	指宿	焼山	玉造	草津	温海	山代
9	上山(山形)423	上山	湯の川	上山	雲仙	皆生	別府	玉造	皆生	三朝
10	湯の川(北海道)420	下呂	下呂	下呂	秋保	別府	下呂	三朝	三朝	鬼怒川・川治

順位	温泉名	所在地	順位	温泉名	所在地	順位	温泉名	所在地
11	山	北海道	41	平生	平生	71	村田	兵庫野森木形島梨川
12	山爺	溪代湖	42	海田浦	戸	72	鰐川湯坂	長青栎木山福山
13	香	洞作	43	郷	梯	73	村原	志賀島
14	勝	伊別下	44	白	熟	74	骨虫	磐梯山
15	な	十三	45	雄	山	75	虫琴	湯勝湯
16	ノ	玉鳴	46	浅	布	76	茂島	下片
17	寒	東芦	47	雄		77	間浜川	伊嬉湯
18		男阿	48	下		78	浜川	白湯
19		山草	49	堂		79	畠	有霧四
20		入	50	淺		80	母	那遠館
21		瀬	51	湯		81	丸	館水
22		湖	52	熱		82	土	蔵
23		中	53				長	水粟
24		津	54				西	上
25		流	55				老	芦
26		海	56				湯	今
27							瀬	長
28							三猿	石層宇
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								

さて温泉地に何を求めて旅行するのかを、①自然環境、②温泉情緒、③医療効果(リハビリなど)、④泉質、⑤ストレス解消、⑥安らぎ、⑦観光施設、⑧特色ある料理、⑨その他、の九つの選択肢から複数選んでもらつた結果、次のような傾向が判明している。

回答者の半数が求めているのは、温泉地の自然環境のよさ、温泉情緒、やすらぎの場としての温泉地という

相が一変してしまつた。なぜそうなつたのか。東京五輪後の旅行ブームに続く大旅行時代、そして右肩上がりが続く日本経済のなかで、温泉に入つて芸者を上げ、ドンチヤン騒ぎをする、いわば大団体旅行に合わせるように、「大規模施

つても、「金太郎飴方式」となり、様な変化になつたのか。東京五輪後の旅行ブームに続く大旅行時代、そして右肩上がりが続く日本経済のなかで、温泉に入つて芸者を上げ、ドンチヤン騒ぎをする、いわば大団体旅行に合わせるように、「大規模施

設(コンクリート造りながら内部は和式)へ傾斜するようになつた。バブル経済が崩壊するまでは、それなりの旅行意向にマッチして栄え、地域経済にも寄与したのは確かであつた。

しかし、大規模施設が館内にみやげ品店を取り込んだりして、駅前のみやげ品店が廃れていく一方で、湯けむりの立つ温泉地を散策する浴客の姿も少なくなり、旧来の伝統型の宿との新旧が混在した、バ

ラヌスを欠いた温泉地になつてしまつた。「温泉地にリトル東京は要らない」といわれながら、どんどんと新施設が続けられていった。そしてバブルは崩壊するが、宿泊施設も例外ではない。旅行ニーズの変化は、海外旅行客が大きく増えるとともに価値観も変わり、国内旅行はより低額志向へ、団体から個人へシフトし、それにマッチした方向へリストラを図らざるをえない。温泉や料理やサービスも多様化に対応し、料金体系とともに大きく変えざるを

ている。九六年の集計を見てほしい。回答者合計三四八人の中で、男性は四〇~六〇歳代に中心があるのに対し、女性は二〇~六〇歳代まで各年代がそれぞれ一五~二〇%と分散しているところに特色がある。特に、若い女性の温泉旅行が活発で、また温泉に興味を持つていることがわかる。この温泉旅は首都圏の人の中でも特に五〇歳代は女性層の中でも特に五〇歳代は志向ととらえることができるが、いまは女性層の中でも特に五〇歳代は年に四回、六〇歳代で五回も温泉旅行をする時代だけに、女性層が求められるものが、これから温泉地に求められるようになる。

JR東京駅構内で実施しているが、ここで「温泉客が温泉地に求めるもの」をアンケート方式で調査している。九年の集計を見てほしい。回答者合計三四八人の中で、男性は四〇~六〇歳代に中心があるのに対し、女性は二〇~六〇歳代まで各年代がそれぞれ一五~二〇%と分散しているところに特色がある。特に、若い女性の温泉旅行が活発で、また温泉に興味を持つていることがわかる。この温泉旅は首都圏の人の中でも特に五〇歳代は女性層の中でも特に五〇歳代は志向ととらえることができるが、いまは女性層の中でも特に五〇歳代は年に四回、六〇歳代で五回も温泉旅行をする時代だけに、女性層が求められるものが、これから温泉地に求められるようになる。

温泉地を広く啓蒙するために、日

本温泉協会が例年「旅と温泉展」をJ.R東京駅構内で実施しているが、ここで「温泉客が温泉地に求めるもの」をアンケート方式で調査している。九年の集計を見てほしい。回答者合計三四八人の中で、男性は四〇~六〇歳代に中心があるのに対し、女性は二〇~六〇歳代まで各年代がそれぞれ一五~二〇%と分散しているところに特色がある。特に、若い女性の温泉旅行が活発で、また温泉に興味を持つていることがわかる。この温泉旅は首都圏の人の中でも特に五〇歳代は女性層の中でも特に五〇歳代は志向ととらえることができるが、いまは女性層の中でも特に五〇歳代は年に四回、六〇歳代で五回も温泉旅行をする時代だけに、女性層が求められるものが、これから温泉地に求められるようになる。

温泉地を広く啓蒙するために、日

本温泉協会が例年「旅と温泉展」を

えなくなつた。

ことだ。次いで、特色のある料理やストレス解消を求めて、温泉地を訪ねていることがわかつた。

以上の五つに比べて温泉の泉質、観光施設、医療効果は、あまり求められていない。しかもこの傾向は男性と女性の間にも若年層の間にも殆ど差がみられなかつた。

また最近、問題となつてゐるストレス解消に関しては、二〇歳代と三〇歳代が、各一六%の値を示しており、働き盛りの会社人間の精神的疲労をかいまみることができる。つまりこれらの人びとに対する温泉地側の対応、温泉行政の取組みが望まれてゐるともいえる。

また温泉地に特に望む施設を、四〇の選択肢から二つ選んでもらつた結果は、露天風呂がトップで他を圧倒していた。

人びとが温泉地に望む施設は、も

はや男性にとつても歡樂的な施設ではなく、家族連れでの温泉旅行や気

心の知れた友人・知人の小グループ

店、温泉情緒を醸成する外湯・共同

浴場や和風旅館の町並み、美術館・

文学資料館などが、地域特性を踏ま

温泉地へのニーズの大変化

また温泉地に特に望む施設を、四〇の選択肢から二つ選んでもらつた結果は、露天風呂がトップで他を圧倒していた。

人びとが温泉地に望む施設は、もう一つ求められている。そして、この調査では、特に低額料金を選択肢に加えているが、やはり景気低迷を反映して上位三位にランクされたのも特筆できることであろう。

旅行者が望む方向へ、温泉地の活性化を推進することは、裏を返せば、

あすの原動力として人びとに活力を与えることにつながるし、また「触れ合う・学ぶ・遊ぶ・楽しむ」とい

う観光の提唱にも大きく寄与するこ

ともになる。温泉地には、そこにつながるのである。

長い歴史の中で培われた陶

入湯客が多かった温泉地

順位	温泉名	入湯人員
1	湯本(ほか)(神奈川)	       
2	熱海(ほか)(静岡)	       
3	鬼怒川・川治(栃木)	      
4	別府(大分)	      
5	伊東(ほか)(静岡)	      
6	山代・片山津(石川)	      
7	定山渓(ほか)(北海道)	      
8	湯の川(北海道)	      
9	伊香保(群馬)	      
10	秋保(ほか)(宮城)	      
11	草津(群馬)	      
12	白浜(ほか)(和歌山)	      
13	登別・カルルス(北海道)	      
14	飯坂・土湯(ほか)(福島)	      
15	那須(栃木)	      
16	大川・北川(ほか)(静岡)	      
17	塩原(栃木)	      
18	下呂(岐阜)	      
19	東山・芦ノ牧(福島)	      
20	和倉(ほか)(石川)	      

=5万人
(北海道旅館環境衛生同業組合・温泉部会の95年度調査より)

そこで、それぞれの温泉地が全体像として魅力ある、特徴のあるものへ、いろんな角度から整理して、再開発をする必要がある。

例えば、①『温泉駅らしさ』を出す駅周辺の再開発、②歩きたくなる散策コースを設ける（ガス灯とか、赤レンガの舗道、花壇など）、③みる観光』から『する観光』へ若者向きのスポーツ施設を造る、④中高年にやさしい温泉地づくり、⑤大駐車場の設置、⑥国際化時代に対応できること、⑦地元住民が住みやすい街づくり、⑧これらを推進するために官民一体の推進策（活性化委員会など）を設けるべきである。

その前提として、旅行目的に沿つた温泉地（個々の施設も）へ、利用ニーズの専門店化が相応しい。旅行目的は、①ふだん着の旅（若者中心）、②ワンランク上の旅（三〇代）、六〇代でこの層が一般的）、③より贅沢な旅（中年夫婦・熟年世代）に大別できるので、施設サイドからみると、どんな客層にどんな施設を売るか、セールスポイントを明確にすることが重要だ。

どんな客層にも「いらっしゃいませ」のデパート方式は通用せず、専門店化を打ち出す必要があることを強調しておきたい。