週刊 観光経済新聞
宿泊・旅行業・運輸・自治体（観光全般）

第2部

にっぽんの温泉100選 特集

温泉地の活性化に向けて

課題解決 座談会

旅行のプロである旅行会社やOTAの投票によって決定する第36回「にっぽんの温泉100選」（観光経済新聞社主催）の投票受け付けが7月1日から始まった。10月末まで投票を呼び掛ける。温泉100選は、人気の温泉地を探るのと併せて、上位を目指して全国の温泉地で魅力づくりが推進されることも狙いとしている。コロナ禍で大きな打撃を受けた各地の温泉地だが、これから温泉地の活性化に向けて何をすべきか。温泉や温泉地の発展に深く関わってきた、國學院大學観光まちづくり学部教授の梅川智也氏と日本温泉協会専務理事の関豊氏、温泉エッセイストで跡見学園女子大学兼任講師の山崎まゆみ氏に語り合ってもらった。

日本温泉協会
専務理事
関 豊氏

國學院大學
観光まちづくり学部教授
梅川智也氏

温泉エッセイスト
跡見学園女子大学兼任講師
山崎まゆみ氏

温泉地の現状

――（司会＝編集部副編集長・板津昌義）コロナ感染の拡大に伴って発出された移動制限が解除され、旅行の動きも出てきている。まずはお3方から温泉地の現状をどのように見ているのかをうかがいたい。

梅川「全国の温泉地の動向を環境省の温泉利用人員調査でマクロに見ると、新型コロナ前までは横ばい、あるいは少し上向きという状況で、かつてのバブル以降の衰退が少し止まったといえる。かつて温泉地は従来型観光地の代表とまでいわれたが、そういう時代がようやく終わった印象だ。だが、『人が集まってにぎわいのある温泉地』と『いまだにバブルの後遺症を引きずっている温泉地』とに二極分化しているように感じる」

「少しずつ良くなっている温泉地が出てきたのは、2015年前後、インバウンドが急激に増えてきた頃からではないか。インバウンドの人たちが全国津々浦々を旅行するようになり、それにつられるように日本人も『外国の人たちも温泉に行っているんだ』ということで改めて温泉の魅力が見直されたのではないか。そこに20、30代の若年層、いわゆるZ世代が自分のお金で旅行ができるようになってきた。彼らはデジタルネイティブだからSNSにアップされた温泉地のさまざまな写真に引き付けられ、温泉に行くようになってきた。日帰りの人が多いのかもしれないが、温泉地に若い人たちが入ってきてにぎわいが戻っている。だが、それは表層的な話で、深層的には年配の人なのかもしれないが1泊3万、5万円の宿泊代を払うお客さんが安定的にいることがベースにあり、加えて若い人たちが入っている温泉地が元気を出している。やはりしっかりと上顧客を持っている温泉地、つまり老舗が強い。若い人たちがお金を使ってくれれば一番いいが、まだそうもいかない」

関「私はほぼひと月に1回ぐらいは何らかの施設に行くようにしているのだが、5月まではどこの温泉地も閑散としていて活気がない感じだった。しかし、6月に入って急激にお客さまが増えている。特に首都圏周辺の箱根、草津、熱海、伊香保、そのような近場の温泉地が若い人たちを中心にかなり増加している。実際に宿泊施設に泊まってみて、従業員が少なくなっているためになかなか受け入れが大変でフロント前に長い行列ができている状況を何度か見た。温泉地が回復しつつあるのを実感している。宿泊施設の方に聞いてみても県民割などの影響でお客さまが戻ってきているという。その半面、一部の旅館にはまったくお客さまが来ていない。地方はまだ閑散としている。特に山の中の温泉地など、交通の不便などところまでは回復していないのが現状だ」

――やはり若者の動きが活発であると。

関「そうだ。ただ、それが若い人が宿泊をするところまで至っているかというと、日帰りで近場に行ってちょろちょろっとお金を使って帰ってくるというレベル。日帰り施設はけっこうお客さまが入って温泉入浴をしているのだが、では旅館はどうかというと入ってないのが実情だ。若者はやはり可処分所得が少ないので泊まりまでいかない。若い世代を温泉地に引っ張るのは永遠の課題だ」

山崎「先日、大学で教えたばかりだが、日本の温泉の歴史はさまざまな変遷がある。中でも江戸時代と昭和時代が一番がらりと変わったターニングポイントだった。アフターコロナというのは、日本の温泉の概念が少し変わるチャンスかもしれない。実際にどう変わるのかというと、温泉地の皆さんには大変ご苦労されている話だが、多様なニーズに対応することが温泉地に求められている。にっぽんの温泉100選で草津温泉が20年近く1位だが、草津温泉はニーズの多様さをうまくつかんでいるから強い。草津温泉はコロナ禍前からの話だが、『イチアサ（1泊朝食付き）』を取り入れたことによってウェブでの予約の60％が20代になったという。さらに夕食を自由にどこで食べてもよいことにした。それによって20代が劇的に増えたと草津温泉の人から聞いた。ニーズの多様さにうまくこたえていることが長年1位の理由の一つだ。多様なニーズのターゲットとしては、Z世代などの若者のほかに、訪日客、それから今、本当に大ブームになっている一人客などが挙げられる。女性も男性も一人旅のニーズがある。また超高齢化に向けてバリアフリーに留意したユニバーサルデザインの施設にすれば、高齢者を含んだ3世代旅行だけでなく、さまざまな障害を持つ方も受け入れやすい。かつての昭和時代には団体客を受け入れればそれで良かったが、今は多様化している。受難の時代ではあるが、変化のときである。ニーズの多様さをきちんととらえ、ターゲットを意識すれば、今年は飛躍の年になるのではないかと思う」

> 上顧客を持つ老舗の温泉地が強い　梅川氏
> 温泉地が回復しつつあるのを実感　関　氏
> 多様なニーズへの対応求められる　山崎氏

温泉や温泉地の発展に深く関わってきた３人が語り合った（観光経済新聞社会議室で）

温泉（地）の魅力

――温泉や温泉地の魅力はどこにあるのか。

関「温泉の魅力というのは温泉協会が世の中に一番訴えているところだ。日本の温泉は、世界でもまれな泉質の豊富さと湯量の多さが特徴だ。入浴以外の部分で言えば、われわれは反対しているものの地熱発電にも利用でき、今後もかなり期待される日本の大事な資源だととらえている」

「海外では水着を着て温泉に入るのが主流だが、日本では基本的に入浴時には着ているものを全部脱いで入る。最近ではそれを嫌がって、湯あみを着て入浴するという方向性も次第に出てきている。温泉地で多様化が求められているから、それも温泉の楽しみ方の一つだろう。温泉の魅力は、その温泉自体のものもあるし、温泉にまつわる、食事であるとか建築であるとか、浴衣、風俗なども含まれる。さまざまな文化が温泉にはつながっている。それを楽しむために世界から多数のお客さまが温泉を目的に日本に来る。それがコロナ禍前までの流れであったわけだ。この数年は途切れたといっても、外国人の旅行ニーズを調べた観光庁のデータなどでも日本を訪問したいという外国のお客さまの目的の一つに大きく温泉がある。日本各地の雰囲気の違いもあり、1回行って終わりにならないのが日本の温泉の良さだ」

山崎「私はコロナ禍でも月に3、4回は全国の温泉地を訪れている。その私でさえも2カ月間まったくどこにも行けなかったのが、緊急事態宣言が出た2020年の4月、5月。東京に2カ月も閉じこもったのは私がこの仕事を始めてから初めてのことで、すごく不安だった。この時期にふと思ったのは、枕草子にも榊原温泉が出てくる。風土記にもたくさん温泉が出てくる。1300年変わらずに温泉は湧き続けて、変わらずに人々が入り、癒やされ、愛し、神のようにあがめる。温泉のさまざまな歴史を考えた時に、『ああ、コロナぐらいでは日本の温泉はびくともしないな』と私はどんと構えることができた。日本で1300年続いてきたものが温泉のほかにあるかと考えた時に私は思いつかない。日本の温泉は、日本人にとって絶対的な魅力だ。もっと言えば、日本人のアイデンティティの中に組み込まれているものだ」

「インバウンドについては、私は02年から海外の温泉の取材を始め、またVisit Japan大使として日本の温泉を発信する活動をしながら、世界の32カ国の温泉に入ってきたのだが、温泉のお湯に情緒という付加価値を付けたのは日本人しかいない。それは例えばお湯に入るだけではなく、共同湯や旅館という文化もある。その旅館では女将さんがいるし、食事もできる。『日本人を語るなら温泉』というのは私の持論だ」

梅川「もう2人に語り尽くされてしまった（笑い）。あえて言えば、泉質だ。にっぽんの温泉100選で上位の温泉地を見るとどこも泉質がいい。登別温泉は一つの温泉地で9種類の泉質がある。草津温泉も源泉は主なもので六つある。下呂温泉はつるつるになるアルカリ性のお湯がいい。やはり温泉の魅力は泉質の良さだ。あとは宿の魅力。食材をはじめ、その地域にあるものをうまくアレンジして商品化していくという旅館の人たちの努力や工夫は本当に素晴らしいものがある。そこがホテルとは全く違う。今回のコロナで全国の旅館が随分と傷んでしまった。これから旅行需要は増えてくるだろうから、もう一歩頑張って、大切な日本文化である旅館を残してもらいたい」

「温泉街全体で言えば、にぎわっている温泉地は、そぞろ歩きができるところが多い。路地があったり、ところどころにおもしろい店があったりして、楽しみながら時間を過ごせる。本当だったら浴衣でそぞろ歩きというのが温泉情緒を醸し出す。かつての湯治場では滞在しておしゃべりをしたり本を読んだり散歩したりして過ごしていた。そぞろ歩きができる温泉地は、草津温泉もいいが、私は野沢温泉が大好きだ。それから有馬温泉や黒川温泉、道後温泉。しかし、浴衣で安全に、リラックスして歩ける温泉地はそんなに多くないので、そういうところが増えてくるともっと日本らしさが出てくるのではないか」

> 泉質の豊富さと湯量の多さ特徴　関　氏
> 日本人に愛される1300年の歴史　山崎氏
> 温泉情緒を醸し出す そぞろ歩き　梅川氏

14面に続く

観光業界が認めるランキングです

本社主催 にっぽんの温泉100選

観光経済新聞社が主催する「にっぽんの温泉100選」は、旅行のプロである旅行会社の投票で決まる温泉地ランキング。消費者に支持されているその年の人気温泉地を探るとともに、温泉地ランキングに刺激を受けた各温泉地が競合し温泉地の活性化につなげることを目的に毎年実施。36回目を迎えました。前回から観光関連8団体と観光庁に加えて、環境省も後援となり、正に「観光業界が認める人気温泉地ランキング」なのです。

後援
観光庁｜環境省｜日本旅館協会｜全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会｜日本温泉協会｜日本旅行業協会｜全国旅行業協会｜日本観光振興協会｜日本政府観光局｜公益財団法人日本交通公社