ユネスコ無形文化遺産の登録実現へ

加賀の宿 宝生亭
石川県・山代温泉
女将 帽子山 麻衣 氏

開湯1300年の伝統受け継ぎ 若手と手を携え登録実現へ

――帽子山さんにとって「温泉文化」とは。

石川県は本当に温泉が多い地域で、私は和倉温泉出身。旅行に行かなくても当たり前のように温泉に浸かり、ともに暮らしてきたからこそ、今、大使として登録実現に向けて動いていることの意義の大きさを改めて実感している。

――山代温泉は今年で開湯1300年を迎えた。

節目の年を迎え、商店街や温泉通りの皆さんとともに、どのように盛り上げていくか協議している最中だ。

山代温泉には、昔ながらの温泉文化が色濃く残っている。その象徴ともいえるのが、二つの公衆浴場「総湯」と「古総湯」だ。総湯は加水なしの100%源泉掛け流し。一方の古総湯は、明治時代の総湯を2010年に復元したもので、カランやシャワーがなく、〝湯あみ〟と呼ばれる当時の入浴方法を再現している。浴室の床・壁などに使用されている九谷焼のタイルも当時のまま忠実に再現されており、「体験型温泉博物館」としての役割も果たしている。

――毎年6月に開かれる「しょうぶ湯祭り」も歴史ある伝統行事だ。

しょうぶ湯祭りは1年の温泉の恵みに感謝するとともに、無病息災や厄除けを祈る祭りで、20歳以上の男性でつくる青年団がしょうぶを詰め込んだ俵を担ぎ、もみ合いながら温泉街を勇ましく練り歩く。路上に散乱したしょうぶは、総湯の湯つぼに投げ込まれ、温泉街一体がしょうぶの香りに包み込まれる。

一見、大人が中心の勇壮な祭りに見えるが、子どもたちも積極的に参加していて、毎年、小学3年生は授業の一環としてみこしを担ぎ、山代音頭を踊るのが習わしとなっている。また、青年団が湯に投げ入れたしょうぶは翌日、中学生のボランティアが片付けを担い、祭りを支えてくれている。このように世代を超えて伝統が受け継がれ、祭りの文化がしっかりと根付いているのが特徴だ。

――新たな取り組みは。

山代温泉は日本語『五十音』発祥の地。その歴史を生かした事業として、今年の秋ごろに「あいうえおの杜（仮称）萬松園公園」が開業する。敷地内には交流施設やカフェ、キャンプ場などが併設される予定だ。

――旅館でのおもてなしも温泉文化の一つだ。

当館は、ミキハウス子育て総研が認定する「ウェルカムベビーのお宿」の認定宿。山代温泉の泉質はアルカリ性単純温泉で、赤ちゃんの肌にもやさしく、安心して入浴できる。私自身も、生後40日ほどでわが子を温泉に入れていたように、より多くの子どもたちに幼いころから温泉に親しみ、育ってほしいと思っている。大人になった時に、「親に温泉に連れて行ってもらったな」「この辺りの旅館に泊まったな」と思い出してもらえるだけでもうれしく思う。

宿の名前はなかなか覚えてもらえないのが正直なところだが、その代わりとして小さなアヒルのおもちゃをお土産としてお渡ししている。お子さんが誕生日に「何をしたい？」と聞かれると、「アヒルの温泉に行きたい！」と答えてくれることがあるそう。この取り組みが功を奏し、再訪してくださる方もいる。

――後継者不足などの課題は。

私には4人の子どもがいるが、親の働く姿を見て「旅館で働きたくない」と言われてしまった（苦笑）。そんな中、小さいころから当館に遊びに来てくれていた友人の娘さんが、高校卒業後すぐに若女将（19歳）として働いてくれている。身内が後を継いでくれるのはもちろんありがたいが、「温泉を大切にしたい」「旅館で働いてみたい」という思いを持った人に宿を受け継いでもらえたらとも思っている。旅館で働くことの楽しさを、もっと多くの人に広めてもらえたらうれしい。

――登録実現に向けた抱負、業界内に呼び掛けたいことは。

宿では、温泉文化ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会が制作した「ONSENTシャツ」を着用しての接客や、若女将と一緒にTikTokを撮影して、若い世代にも署名を呼び掛けようと考えているところだ。また、客室内にQRコードを設置し、署名のご協力をお願いしている。「さすが温泉文化大使だね」と言ってもらえるよう、頑張っていきたい。

先日、石川県の馳浩知事を表敬訪問し、登録実現に向けてさらなるご尽力をお願いした。「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産登録を応援する知事の会の事務局長でもある群馬県の山本一太知事とともに、石川県の温泉地を引っ張っていってくれることを期待している。

【聞き手・溝部あゆ美】

赤ちゃんの温泉デビューにも安心して利用できる宝生亭の露天風呂（女性用）

グランディア芳泉
福井県・あわら温泉
常務取締役 山口 高澄 氏

温泉旅館におもてなし精神 文化継承へ社内変革も必須

――まずはあわら温泉のご紹介を。

明治16年にかんがい用の水を求めて井戸を掘ったところ、塩味の温泉が湧出したことが始まり。明治45年に旧国鉄が開通して以降、温泉街として発展した。現在は74本の源泉を持ち、落ち着いたたたずまいから「関西の奥座敷」と呼ばれている。毎年8月8、9日には「湯かけまつり」が開かれるなど、あわら温泉ならではのイベントも行われている。

昨年は北陸新幹線の芦原温泉駅が開業したことで温泉地にも注目が集まり、現時点では温泉地もにぎわっている印象だ。入込状況も閑散期と繁忙期の差が少なくなってきている。

――山口常務が思う「温泉文化」とは。

温泉文化とはすなわち、温泉旅館における日本独自のおもてなしの精神だといえる。温泉にもてなしの空間として温泉旅館がある。

どれだけ生産性を高めようとも、日本のおもてなしマインドは世界的にも依然としてレベルが高く、この時代にあえて「おもてなしの心」を大事にすることこそ世界に通用する武器として残していきたい。

――インバウンドの宿泊者からの温泉文化の評価はどうか。

チェックアウトの際、「料理からお風呂、お部屋まですべて浸かって地元の郷土料理をいただき、ゆっくりくつろいでもらう。日本人としては当たり前の感覚になっているが、それこそが一つの「文化」だ。世代や国境を超えることで、より尊く、より重要なものになっていくだろう。

そのように感じる背景として、インバウンドのお客さまが増えていること、そして宿泊サービスの形が多様化していることが挙げられる。こうした現代にこそ、日本古来変わらないおもてなし精神を社内変革へ社内変革も必須

――インバウンドの宿泊者が素晴らしい」との声をいただくことが多い。言語の壁はあるが、温泉や大浴場の設え、料理一品一品のテーマ性、われわれのサービス提供の所作など、「これが日本旅館だ」ということを分かってもらえたという実感があった。

ただ、このサービスの維持をしていくことが大変で、人材教育や賃金アップ、それらを達成した上でしっかり収益が出る体制づくりをしていかなければならない。今こそ「日本の温泉旅館文化の発信」を掲げ、変革を実行していくべき時。それが温泉文化の継承、温泉旅館の発展につながる。

――質の高いおもてなしの維持や温泉文化を継承していくための具体的な取り組みは。

お客さまアンケートを分析し、全社員に共有している。アンケートは商品価値の指標であり、現在設定している単価が間違っていないかを常に意識している。目標単価を維持しながら、質の高い商品を提供できるかが、温泉旅館の経営者の勝負どころだ。

コロナ禍を経験してからは、ニーズに合わせた選択肢を提供するようにかじを切った。料理や部屋の種類などで多様なプランを用意し、ミスマッチを防いでいる。

社内体制の整備も注力している。認識のズレが起きないマニュアル作成や組織体系の再構築を実施したほか、評価方法の見直しも行った。これらにより複雑で質の高いサービスを提供できるようにしている。

限られた人数で全員があらゆる業務をこなせるよう、教育やモチベーション維持にも力を入れている。賃金アップも目指し、「旅館で働く」という魅力を高めている。日本の温泉文化・温泉旅館文化を守り継承していくためには、前提としてお客さま視点・従業員視点の両面で旅館が魅力的な場所になっていかなければならない。

地域全体で温泉文化を盛り上げていくことも重要だが、まずは「日本一の旅館に」という気概を持って自館を磨き上げていく気持ちが大事だ。

――海外へのプロモーションはどのように。

「温泉旅館は面白い」「温泉旅館を目的地に」をテーマに、インスタグラムなどを活用して若い世代にも訴求している。海外の好みに合わせすぎず、日本の旅館文化をそのまま発信していくことが重要だ。実際、1日10組以上のお客さまから「SNSを見てグランディア芳泉に決めた」という声をいただいている。

昨今は泊食分離プランの必要性が叫ばれることも多いが、当館は1泊2食プランの利用が多く、ビュッフェやしゃぶしゃぶ、懐石料理などさまざまな料理、さまざまなコンセプトのある部屋、さまざまなタイプの風呂があり、日本の文化を丸ごと体験できる環境を提供している。最終的に旅館や温泉の良さを知ってもらえるよう心がけている。

――ユネスコ無形文化遺産への登録実現に向けてどのような活動を。

SNSなど新しい手法も用いて認知度を高めており、インスタグラムなどの動画で温泉文化の魅力を発信し、旅館に泊まらない人にも署名活動への参加を促している。

SNSでの署名運動にとても良い感触を得ている。このような新しい手法で署名が集まるよう、今後も努力していきたい。

【聞き手・水田寛人】

グランディア芳泉の温泉露天風呂付きスイート「個止吹気亭」

観光経済新聞 創刊75周年
心よりお祝い申し上げます

75年にわたり、観光業界と共に歩まれてきた貴紙の
功績に深く敬意を表するとともに、心よりお祝い申し上げます。
私たちも、水の力で観光の未来を支える一員として、
「環境」「経営」双方に寄り添った価値を提供してまいります。

持続可能な観光のために
節水×ESGソリューションを全国のホテル・旅館へ
・実績：11,000件以上の施設で導入
・コスト削減＋環境貢献の“見える化”
・Green Keyやゼロカーボンの取組にも対応

【主催】一般社団法人 国連PRIDE日本2024年 SDGs TOP 企業賞 受賞
サステナブル節水システム ASUWO ―アスウォー―
アースアンドウォーターは 一般社団法人 日本SDGs協会 Japan SDGs Association 事業認定会員企業です
株式会社アースアンドウォーター
東京都千代田区内神田3-18-3 SDビル3F
TEL：03-5298-1355
FAX：03-5298-1356

ITOMIC
水も人もあたたかく。
“業務用電気給湯システムの専業メーカー”日本イトミックは、
あらゆるシーンに最適な給湯システムをお届けします。

業務用エコキュート小型機
CHP-151005SK-2

EIWX シリーズ

EHWD-14K
カフェエディション

3 ITOMICを知る つのPOINT
専業メーカーとして、ご要望に応えるチカラ

豊富な製品ラインナップ
小型・大型電気温水器からエコキュートまで幅広くラインナップ。個別のニーズにお応えするカスタマイズ可能な生産体制は、日本イトミックならではです。

長年培われたノウハウ
豊富な実績とノウハウ、先進の技術を駆使してお客様のご要望にあった製品を開発。ニーズを先取りし、他社に先駆けたシステムのご提案も可能です。

信頼のメンテナンス体制
電気温水器は安心の 3 年保証。長く快適にお使いいただけるよう、全国主要拠点にメンテナンス体制を構築。専門スタッフがきめ細かくサポートします。

観光経済新聞創刊 75周年御祝い申し上げます。
株式会社 日本イトミック
〒131-0045 東京都墨田区押上 1-1-2 東京スカイツリー イーストタワー 24F
TEL:03-3621-2121 FAX:03-3621-2130 URL:https://www.itomic.co.jp/