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

特集「にっぽんの温泉」

「温泉文化」次世代への継承を

ユネスコ無形文化遺産 2030年登録実現に向けて

観光経済新聞社主催の「にっぽんの温泉100選」の投票が7月1日にスタートした。旅行会社の社員など旅のプロが選んだ温泉地のランキングで、今年で40回目を迎える。旅行者が支持する温泉地を探るとともに、温泉地づくりの指標となるようなランキングを目指している。地方の少子高齢化や人口減少、温泉旅館・ホテルの担い手不足など、温泉地をとりまく環境は厳しいが、「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録、温泉地の課題や展望について3人の有識者に語ってもらった。

国民の宝、登録に向け施策充実

環境省 自然環境局 自然環境整備課
温泉地保護利用推進室
室長 濵名 功太郎氏

――温泉地保護利用推進室長に今年4月に着任した。

これまでは国立公園や野生生物に関する仕事が中心で、前職は東北地方環境事務所（現・東北環境局）の次長だった。地方では近畿地方環境事務所（現・近畿環境局）の出先機関である吉野管理官事務所（奈良県吉野町）に駐在した経験もある。仕事で山に入る機会は多かったが、登山後の温泉は特に素晴らしい。室長就任を契機に気持ちを新たにし、温泉についてさらに勉強したい。

――温泉、温泉地の現状についてはどう見ているか。

温泉地における宿泊者数は、コロナ禍で大きく落ち込んだが、その後はV字回復している。訪日外国人旅行者も増加しており、温泉地ににぎわいが戻ったことに安堵している。一方で、温泉地数は注視している。横ばい傾向を示しているが、過疎や少子高齢化が進み、宿泊施設を閉じるという選択が増えているかもしれない。その中で「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録に向けた動きは重要だ。これを生かして「温泉文化」を保護、継承していく機運を高めたい。環境省としても、今悩んでいる温泉旅館の経営者などがもう一度頑張ってみようという気持ちになれるような施策を打っていきたい。

――「国民保養温泉地」制度の拡充を期待する声もある。

国民保養温泉地は、利用源泉が療養泉で湧出量が豊富であることなどが要件で、現在、全国で79カ所が指定されている。国民保養温泉地は温泉地計画をそれぞれ策定し、5年ごとに見直すことになっているが、その新規策定や改定のタイミングで専門家によるヒアリングを行い、より魅力的な計画になるよう伴走支援する取り組みを今年から始めた。外部の有識者の視点を入れて地域に助言させていただければと思っている。自分たちの「温泉文化」とは何か、これからどのような温泉地を目指すのか、考えるきっかけにしてほしい。

「温泉文化」がユネスコ無形文化遺産に登録された時、国民保養温泉地の方々が国内外にしっかり地元をアピールできるようにしたい。

――温泉地を応援する施策には「新・湯治」もある。

「新・湯治」は、現代のライフスタイルにあった温泉地の過ごし方を関係者と連携して提案することが狙いだ。温泉入浴はもとより、自然、歴史・文化、食など、温泉地のさまざまな地域資源に目を向け、温泉地への滞在を通じて心身をリフレッシュしてもらう。温泉地滞在の効果を客観的に示そうと、効果測定調査プロジェクトも実施している。昨年度からは、滞在客へのアンケートという主観的なデータだけでなく、指輪型のウエアラブル・デバイスで計測された、心拍変動や睡眠の質、体温の変化などを活用する試みも始めた。客観的なエビデンスに基づく効果をPRしたいと考えている。

――担当業務は、温泉資源の保護、適正管理や安全対策、温泉熱の有効活用など幅広い。

温泉の湧出量に減少が見られるような地域では、「温泉モニタリング」の導入などを通じ、温泉資源の状況を常時計測する取り組みが重要になっている。また、温泉に関する可燃性天然ガスや硫化水素については、危険性を理解し、適正に管理、対応していく必要がある。近年ではクマの出没も課題になっている。観光客だけでなく、温泉施設の従業員の安全にも関わる。ゴミの管理など、クマを寄せ付けない対策を地域一体で徹底する必要がある。温泉熱の有効活用についてはすでに地域ぐるみの給湯、融雪、農業用ハウスの暖房などさまざまな活用が進んでいる。脱炭素社会の実現、エネルギーの地産地消につながる取り組みだ。良い提案があれば、導入を支援する事業があるのでぜひ活用してほしい。

――最後に温泉関係者に向けてメッセージを。

温泉は国民共有の宝だ。温泉資源、温泉文化を守り伝えていけるよう、2030年の審査が見込まれている「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録に向け、さまざまな手を打っていきたい。加えて、温泉資源、温泉文化のベースとなっている自然環境と長く良い関係を築いていくことが、今まさに私たちに課せられた課題だ。それらの課題解決に向けて、関係者の皆さまに協力をお願いしたい。

【聞き手・向野悟】

美容や健康に作用 地球の恩恵

温泉ビューティ研究家
杏林大学講師（温泉療養学）
石井 宏子氏

――石井氏にとっての「温泉文化」とは。

日本の温泉文化は、単なる入浴習慣や作法にとどまらない、わが国の特徴的な精神文化だ。日本人は古くから山や森などあらゆる自然に神が宿ると考え、自然を敬いながら生きてきた。温泉もまた自然がもたらした恵みであり、その恩恵に感謝しながら身を委ねる文化が育まれてきた。

温泉につかるということは、体を温めたり、汚れを落としたりするためだけではない。自然の中で自分自身と向き合い、心や体を整え、清める行為でもある。こうした自然への敬意と、温泉を通じて自らを調える精神性こそが、温泉文化の本質だと考えている。

――自身が提唱する「温泉ビューティ」の視点から見ると。

土台にあるのは、「温泉は地球がくれた天然のビューティツール」という考え方だ。

温泉は肌に潤いを与え、血流を促し、体の内側から整えてくれる。こうした美容や健康への作用は地球が生み出した恩恵であり、日本人の精神文化でいえば、自然を通じて与えられた美容道具そのものだ。

奈良時代（733年）に編さんされた「出雲国風土記」には、「一たび濯げば形容端正しく、再び沐すれば万病悉く除ゆ。俗人神の湯と曰ふ。（一度入ると美しくなり、再び入ると万病が癒える。人々は神の湯と呼んだ）」と記されており、約1300年前から、温泉に神が宿り健康と美の両方をもたらすものとして大切にされてきた。温泉と美容の関係は現代的な発想ではなく、日本人の中で長い年月をかけて育まれ、文化として根付いているといえる。

――次世代に継承していく上での課題は。

特に若者には、効率化やタイムパフォーマンスだけでは測れない価値が温泉にはあることを伝えていく必要がある。

東京の杏林大学で観光を学ぶ学生に「温泉療養学」の講義を行っているが、今どきの学生は就職活動やアルバイトも忙しく、想像以上に心身の疲れを抱えている人が多いと感じている。

温泉の大きな価値は、日常から離れ、「何もしない時間」を持てることにある。スマートフォンを手放し、自然の中でただ湯に身を委ねることは、いわばデジタルデトックスであり、心身をリセットする時間になる。心が整えば自律神経も整い、結果として体や肌の状態も整っていく。

学生に伝えているのは、「AIでは見つけられないものを探しに行くのが旅」ということ。AIは非常に便利だが、拾えるのはインターネット上の情報のみで、温泉の香りや肌触り、その土地がつくる空気感は、実際に足を運び、入浴しなければ分からない。現地でしか得られない目に見えない感覚や発見こそが旅の醍醐味（だいごみ）であり、温泉文化の本質的な価値でもある。

――海外の人に向けて「温泉文化」の魅力をどう発信していくか。

温泉につかることは、日本の精神性に触れる「カルチャー体験」だと伝えていきたい。なぜこのような造りなのか、なぜ裸で入るのか、その背景にある価値観まで知ってもらうことが重要だ。

入浴前にかけ湯をすることや、湯船にタオルを入れないことも、単なるマナーではない。その根底には自然を敬い、心身を清めるという日本人の精神性がある。こうした背景まで伝えることで、海外の人にも温泉文化をより深く理解してもらえるのではないか。

一方で、裸で温泉につかることに抵抗がある人や、宗教上難しい人もいる。まずは客室露天風呂や貸し切り風呂などを利用してもらい、少しずつ温泉文化への理解を深めてもらうことも大切だ。

――ユネスコ登録実現に向けた抱負と業界内外へのメッセージを。

全国の温泉地には、それぞれ異なる歴史や伝説があり、地域ごとに独自の文化が根付いている。そうした地域の営みと、日本人が古くから持つ自然を敬い共生してきた精神性をともに発信していく絶好の機会だ。

併せて、100年、200年後に振り返った時、その土地にどのような温泉文化や歴史があったのか分かるよう、地域住民への聞き取りも含め、記録としてしっかり残していくことも必要だ。それぞれの地域が自らの価値を見つめ直し、大切な財産として未来へつないでいく契機になればと思う。

【聞き手・溝部あゆ美】

地域の魅力強化、地方創生へ

遠間旅館（新潟県・赤倉温泉）館主
温泉ソムリエ家元
遠間 和広氏

――自身が思う、また大事にしている「温泉文化」とは。

温泉文化を語る上でのキーワードは「物語」だ。高僧や動物による発見伝説など、それぞれが独自の物語を持つ。

私の地元にある妙高山は、元々は修験道の修行の場であり、山全体が神社の境内のような存在だった。僧侶しか立ち入ることが許されなかったほどの聖域で、そこに温泉があると知りながらも容易に引くことができず、江戸時代になってようやく開発されたという歴史がある。

湯につかるという行為自体が、ある意味、日本独自の文化といえる。欧米をはじめ多くの国は入浴をシャワーで済ませるのが一般的であり、湯船につかる習慣があまりない。日本は温泉があったからこそ湯につかるという行為が文化として根付いたのだろう。さらにいえば、浴衣を着て、和食を食べ、畳の部屋で寝るという温泉地に泊まる旅もまさしく日本ならではの文化だ。

――「温泉文化」を次世代に継承する上での課題は。

最大の課題は、若い世代が湯につかるという行為から遠ざかっていることだ。住宅環境の変化などで、シャワーで済ませる習慣が欧米のように広がっている。

かつては銭湯の番台のおじさんやお客さんが入浴マナーを教えてくれるような「しつけ」の場があったが、今は各家庭に風呂があり、正しいマナーを教えてくれる人があまりいない。「裸の付き合い」という言葉もあるが、若い人の中ではあまり使われない。温泉旅行を通じてこれらの機会をつくることも、温泉文化の次世代への継承において必要だ。

交通機関が発達していなかった昔は、温泉地に行くのも一苦労だったが、今は状況が変わっている。温泉に行かないのは「もったいない」ことだ。

私が主宰する温泉ソムリエのセミナーでは、温泉入浴によるさまざまな効果を伝えている。入浴前に十分な掛け湯を行うことで全身の血管が開いて血の巡りが良くなり、最初に湯船に入った瞬間の気持ちの良さが掛け湯をしない時とは全く変わってくる。そんな効果を実感してもらうことも湯につかるという入浴習慣の定着につながると考える。

――「温泉文化」をどのように海外に発信するか。

まず、「ホットスプリング」ではなく、「温泉」という日本語を世界に広めたい。「日本酒」が「サケ」として世界共通語になりつつあるように、「温泉」という言葉そのものを海外で定着させたい。

海外ではバカンスという長期休暇の文化が根付いている。日本の温泉、そして温泉文化を知ってもらうことによる、海外の人々の温泉地での長期滞在、湯治が増える効果も期待したい。

「湯治は、七日一めぐり、三めぐりを要す」という言葉がある。「湯治は3週間連続で効果が出る」という意味だ。海外の人はもとより、日本の人にも長期の温泉地滞在をしていただきたいが、今はなかなか難しい。そこで、「まずは2泊から」と提案したい。2泊すれば中日に丸1日、温泉地にいられ、地域の魅力を十分に味わうことができる。

――「温泉文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されることの意義は。

日本の温泉は先ほど述べたように文化的な背景を持つものであり、その「形のない部分」が評価されることは日本の文化自体が評価されることでもあり、うれしいことだ。

雨水が地中に浸透し、マグマと出会い、再び地上に湧き出るまでには数百年、数千年という時間がかかる。今、私たちが入っている温泉は、遠い祖先の時代に地中に染み込んだ水が、長い時間をかけて温泉となり、われわれに届けられたものだ。その物語も「無形の文化」であり、価値あるものだ。

温泉文化がユネスコ登録によって海外に認められるだけでなく、日本人が自国の文化を再評価するきっかけになることへの期待も大きい。

私の地元、赤倉温泉は各宿が掛け流し温泉という高いポテンシャルを持っており、伸びしろは十分にあると見ている。温泉文化のユネスコ登録を契機として、地域の魅力をさらに強化し、地方創生につなげたい。

【聞き手＝森田淳】

第40回「にっぽんの温泉100選」

旅行会社等の皆さまの投票
お待ちしております。

投票対象　全国の温泉地（ただし旅館・ホテル等の宿泊施設をともなわない温泉地は除く）
投票者　旅行会社、ＯＴＡ（オンライン・トラベル・エージェント）、運輸機関など
投票方法　専用投票はがき、またはオンラインで、温泉を５カ所記入。それぞれについて選んだ理由も選択。当該の温泉地に投票した理由は次の四つの中から選択する。
①雰囲気　②観光名所・体験　③泉質　④郷土料理・ご当地グルメ
投票期間　投票開始：2026年7月　投票締め切り：2026年10月31日
発表方法　観光経済新聞2026年12月14日号、また、観光経済ドットコム（kankokeizai.com）で発表
◆同時に「人気温泉旅館ホテル250選」への投票も実施する。

旅行会社等の皆さま
オンライン投票はこちら→