「温泉文化大使」に聞く

温泉・旅館関係者や、温泉地を有する都道府県などは、「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録を目指している。「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会は、登録への機運醸成に向けて、各界の有志を「温泉文化大使」に任命している。登録の実現を応援している観光経済新聞は、「温泉文化大使」に任命されている旅館・ホテル経営者、女将らにインタビュー。「あなたが思う『温泉文化』とは」「『温泉文化』継承の課題は」、そして、登録実現に向けた抱負について聞いた。

大阪屋　ひいなの湯
和歌山県・加太淡嶋温泉
代表取締役社長　利光　伸彦　氏

温泉文化広める貴重な機会
地元の良さ伝える宿の力に

——利光社長は和歌山県旅館ホテル生活衛生同業組合の理事長を務めている。和歌山県における「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録への活動状況は。

登録実現に向けて政府にユネスコへの提案を訴える署名活動を進めている。全旅連が事務局を担う全国推進協議会では、全国の温泉地や行政、企業、団体などから100万筆の署名を集めることを目標にしている。和歌山県の組合では、幅広い関係者を巻き込み、すでに2万筆ぐらいの署名を集めたところだ。

早期に登録を実現するには、さらなる機運醸成が欠かせない。ユネスコ登録は、日本の温泉文化、各地域の温泉文化を世界に発信する絶好の機会だ。署名活動は、温泉旅館の経営者自らが積極的に取り組むべきだろう。宿泊業界や観光業界、温泉地において、登録への機運が盛り上がらないとしたら、それはユネスコ登録を自分事と捉えていないからだ。

そこで和歌山県の組合では、宿泊事業者にとどまらず県内の幅広い関係者に署名を呼び掛ける際、独自の文書を作成した。その文書には和歌山県における登録の意義、和歌山県にとってのメリットを示し、自分事として考えてもらうよう工夫した。

——和歌山県における登録の意義、メリットとは。

ユネスコ登録の目的は、あくまで日本固有の文化である「温泉文化」を守り、未来へとつないでいくことだ。つまり無形文化遺産の保護、継承のためだが、同時に、和歌山県の温泉文化について国内外に知ってもらう貴重な機会になり得る。

環境省のまとめによると、和歌山県の源泉数は508カ所に上る。この数は近畿、中国、四国の15府県で最多。西日本では大分県、鹿児島県、熊本県に次ぐ源泉数の多さだ。しかし、全国的にはあまり知られていない。「温泉文化」の登録に率先して取り組むことで、和歌山県の温泉に目が向くようになるのではないか。

——和歌山県は源泉数だけでなく、ユニークな温泉が多い。

私たちは、和歌山県を「温泉の聖地」としてアピールしている。例えば、〝日本最古の温泉〟といわれる湯の峰温泉、その中でも熊野詣の湯垢離場として参詣者たちが身を清めてきた「つぼ湯」は、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の構成資産だ。この地を舞台とする小栗判官の伝説は、浄瑠璃や歌舞伎の演目としても有名で、〝よみがえりの地〟和歌山を象徴している。古くから温泉が人々の心身を癒やしてきた証であり、温泉は暮らしや生業、芸能など密接な関係にある文化であることが分かる。

この他にも和歌山県には、川原を掘れば湯が湧き出す川湯温泉、日本最大の天然洞窟温泉があるホテル浦島の忘帰洞、〝日本三古湯〟として知られる白浜温泉、〝日本三大美人の湯〟の龍神温泉、pH10・1の強アルカリ性単純泉の日置川の温泉、保湿効果が高いとされる炭酸水素塩泉の湯川温泉、湯治場としても人気の椿温泉、温泉マニアに有名な花山温泉、そして当館がある紀北地区の加太温泉など、個性的な温泉がたくさんあり、それぞれに文化を育んできた。

これら県内各地に息づく地域固有の温泉文化を守り、次代に引き継いでいくには、国内だけでなく、世界に知ってもらう必要がある。「温泉文化」のユネスコ登録が実現すれば、和歌山県が日本でも有数の温泉県であることに、世界の注目が集まるようになるかもしれない。他県にもそうした可能性があるので、それぞれの地域の温泉に関する歴史や物語を深掘りし、新発見、再認識することで機運が盛り上がり、署名活動の輪が広がる。

——全国的には温泉旅館の倒産、廃業なども相次ぎ、温泉文化の次代への継承には課題が多いのが実状だ。

地方を中心に人口減少や少子高齢化が進んでいる。人手不足や後継者不在に悩む温泉旅館は少なくない。温泉旅館は家業的な経営が多い。それゆえに、途切れることなく経営を続け、温泉文化を守ってきたともいえる。しかし、ライフスタイルの変化やコロナ禍などもあって、経営環境は厳しい。人材の育成・確保、事業承継、M&Aなど、多くの課題に温泉旅館は直面している。

当館も二百数十年の歴史があるが、私たち温泉旅館というのは、簡単に他所に移ることはできない。温泉があるとか、何らかの魅力があるから、そこに宿がある。なぜそこに宿が存在しているのかという存在意義をもう一度確認する必要がある。そこには温泉文化を含めて、何かが絶対にあるはず。それをど真ん中に据え、地域に根ざし、個性を大事にした経営を続けていくことが重要だ。温泉文化を守り、その他の魅力を含めて地元の良さをしっかりと旅行者に伝え、感じてもらう。それが私たちの使命だろう。「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録を実現し、次代への力にしていきたい。

【聞き手・向野悟】

海に沈む夕陽を望む大阪屋ひいなの湯の「露天舟風呂」

鳥羽ビューホテル花真珠
三重県・鳥羽温泉郷
女将　迫間　優子　氏

歴史、風習、人と人との交流
伝統、価値を未来へつなぐ

——迫間さんが考える「温泉文化」とは。

温泉そのものに限らず、地域の歴史や風習、そこで生まれる人と人との交流。これら全てが温泉文化だと思う。

温泉地や旅館は癒やしの場であり、コミュニティ形成の場。お客さま同士、地元の人同士、お客さまと地元の人たちを結ぶ役割を果たしてきた。これらも温泉文化だと思っている。

このような伝統や価値を未来へつなげていきたい。

——地元の温泉文化と、その魅力について。

鳥羽は運び湯の文化があり、当館は榊原の湯を運んでいるが、温泉ソムリエの方に言わせると、「スーパー美肌の湯」。ただの美肌の湯ではない。ペーハー9・6とアルカリ度が高く、角質がよく取れるほか、保湿をすると肌がすごくきれいになる。

——温泉文化を次世代に継承する上で課題は。

一つは、入浴のマナーを伝えること。昔の人が自然にしていたことも、温泉にそれほど親しんでいない人は、それを知らずに入ることがある。

若い人たちでも、温泉好きの人が結構多い。ただ、マナーを知らずに入り、ほかのお客さまに迷惑をかけていることがある。かけ湯をしてから湯船に入るとか、髪の毛が湯船に漬からないようにするなど。当館は大浴場にポスターを掲示している。

——昔は銭湯を利用する一般家庭もあったが、今はほとんどが家風呂だ。

啓蒙活動とともに、入浴マナーについて教育をする人も必要ではないか。

——今はインバウンドが増えている。外国人のお客さんによるトラブルは。

鳥羽はまだ外国人のお客さまがそれほど多くない。大阪や京都などにはとても及ばず、オーバーツーリズムになりたいぐらい（笑い）。大阪や名古屋から近鉄電車一本で来られて足の便は決して悪くないが、空港がないことがネックかもしれない。

インバウンドによるトラブルはそれほどないが、ただマナーを知らずに入ることがたまにある。湯船にシャンプーを入れて泡風呂にされたことがあった（笑い）。

温泉の入り方やマナーについて、注意書きのほか、今の時代はSNSがあるので、それを使った各国の言葉での情報発信も必要ではないか。

海外の人たちは「文化」というものを大切にしている。温泉が単なるリラクゼーション施設ではなく、日本の文化の一部だ、ということも伝えればいいのではないか。

——ユネスコ登録の意義を改めて伺いたい。

世界の人たちに認知をしてもらえる絶好の機会だ。「和食」がその最たる例。和食の料理人が世界の各地で引く手あまたと聞く。

さらに昨年暮れに登録された「伝統的酒造り」。日本のお酒が世界から注目されるようになった。温泉もこれらに続いてほしい。

——温泉はインバウンドを誘致する上で有力なコンテンツといえるか。

もちろん。日本の強みの一つだと思う。お湯に漬かる風習がない国もあるが、日本ならではの文化として、興味を持たれるのではないか。

——温泉文化大使として、既に取り組んでいること、これから取り組みたいことは。

SNSが得意で、それを使った温泉に関する情報発信をしている。当館はTikTokで10万人のフォロワーがいる。さらに活用して、発信を強化したい。

協議会（「温泉文化」ユネスコ無形文化遺産全国推進協議会）からの情報発信も、要望があればうちのSNSで協力したい。温泉文化のマークが入ったTシャツやピンバッジを販売しているが、その宣伝にも協力する（笑い）。

——署名活動は。

当館のフロントに署名用のQRコードを設置している。チェックイン・チェックアウトの際、お客さまにお声がけして、協力してもらっている。QRコードは客室にも置こうと考えている。ポップのようなものを自作しようと思うが、公式のものがあればありがたい。

地元の旅館組合で理事長をしているので、ほかの組合員さんにも協力を仰ぎ、多くの署名を集めたい。

——最後に一言。

温泉文化をわれわれ関係者が守り、育てることが重要だが、一般の方々にもこの温泉文化について、さらに興味を持っていただきたい。そのためにわれわれ大使は努力をする。

署名活動については、目標の100万筆を集められるように、さらに精進したい。

【聞き手・森田淳】

鳥羽ビューホテル花真珠の絶景露天風呂「遊湯」

1950-2025 75TH ANNIVERSARY

㊗観光経済新聞創刊75周年㊗

JTBパブリッシング
読売旅行 そのたび、わくわく。
読売旅行協力会
株式会社JR東日本びゅうツーリズム＆セールス
T-LIFEホールディングス株式会社
T-LIFEパートナーズ株式会社
FUJITA KANKO
TOKYU HOTELS
JR東日本ホテルズ
三菱地所ホテルズ＆リゾーツ株式会社
三井不動産ホテルマネジメント MITSUI FUDOSAN HOTEL MANAGEMENT
Iwasaki Hotels
APA HOTEL
HMI HOTEL GROUP hmihotelgroup.com
THE ASCOTT LIMITED A Member of CapitaLand Investment
Trip.com Group
JMA 一般社団法人日本能率協会
tap
idd SOFTWARE Co.
AQUAS アクアス株式会社
JAPAN HOTEL APPRAISAL

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/