

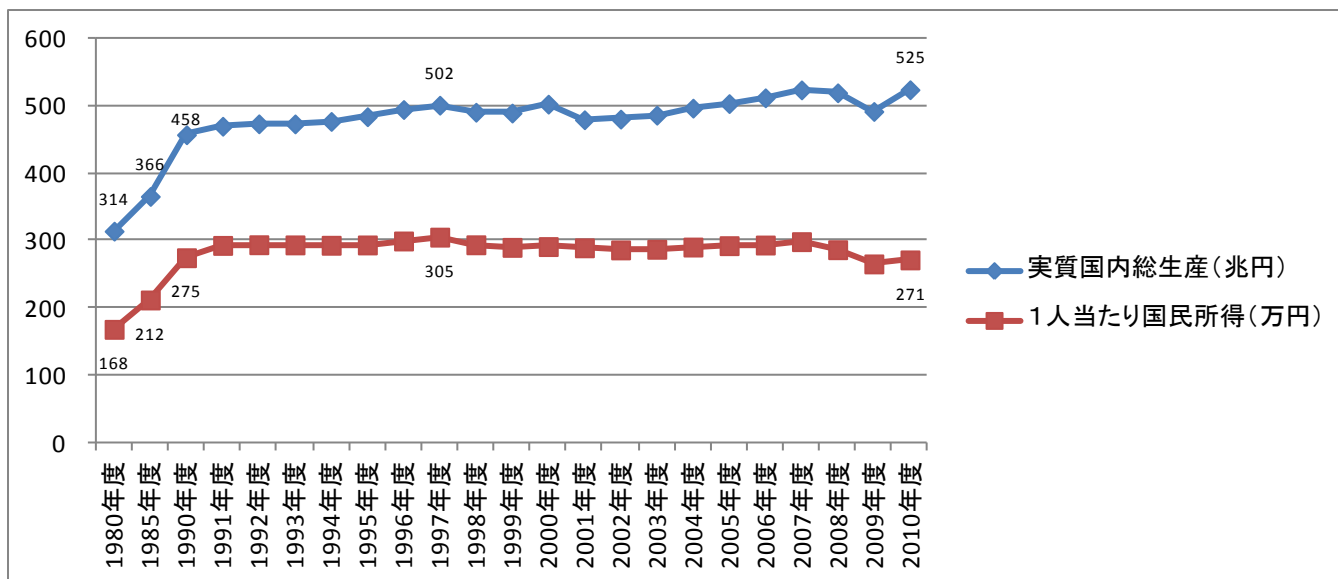
健康と温泉フォーラム
第32回月例研究会

経営学からみた旅館経営、温泉地経営

2012年11月26日(月)
株式会社日本経済研究所
調査本部公共マネジメント部
関口陽一
E-Mail: sekiguchi@jeri.co.jp

高度経済成長から「失われた20年」に

実質国内総生産及び1人当たり国民所得の推移

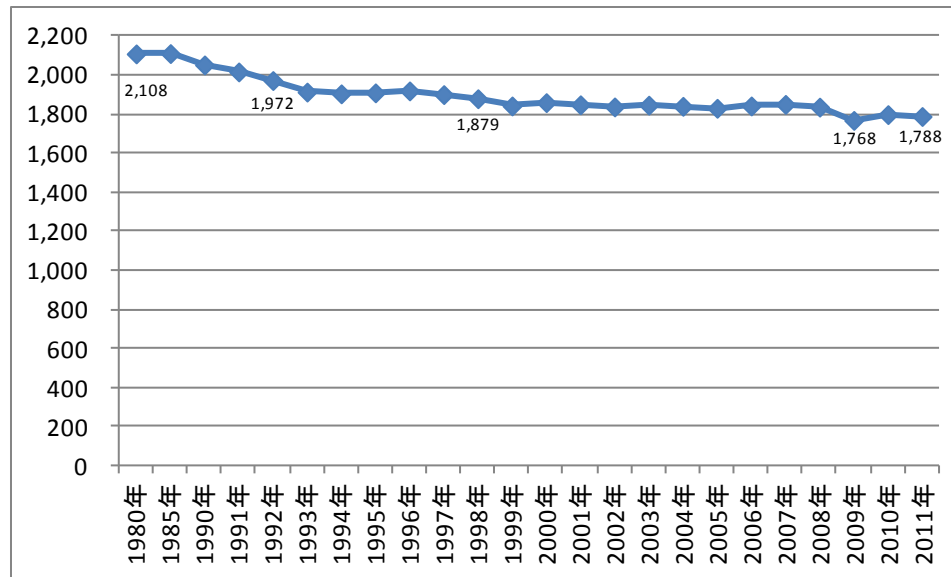


出典:内閣府 『国民経済計算』

進む労働条件の改善①

労働者1人平均年間実労働時間の推移

(単位:時間)

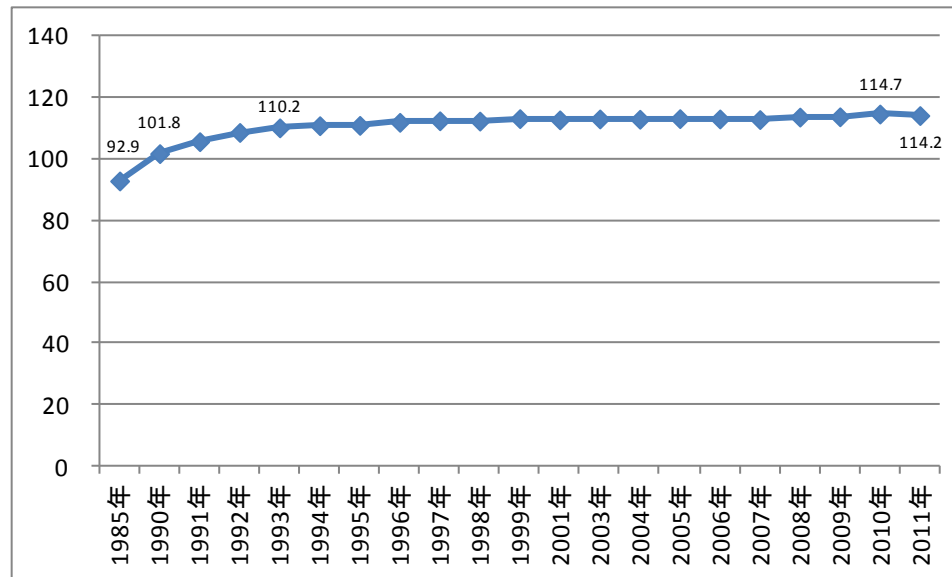


出典:厚生労働省 『就労条件総合調査』

進む労働条件の改善②

年間休日総数(労働者1人平均)の推移

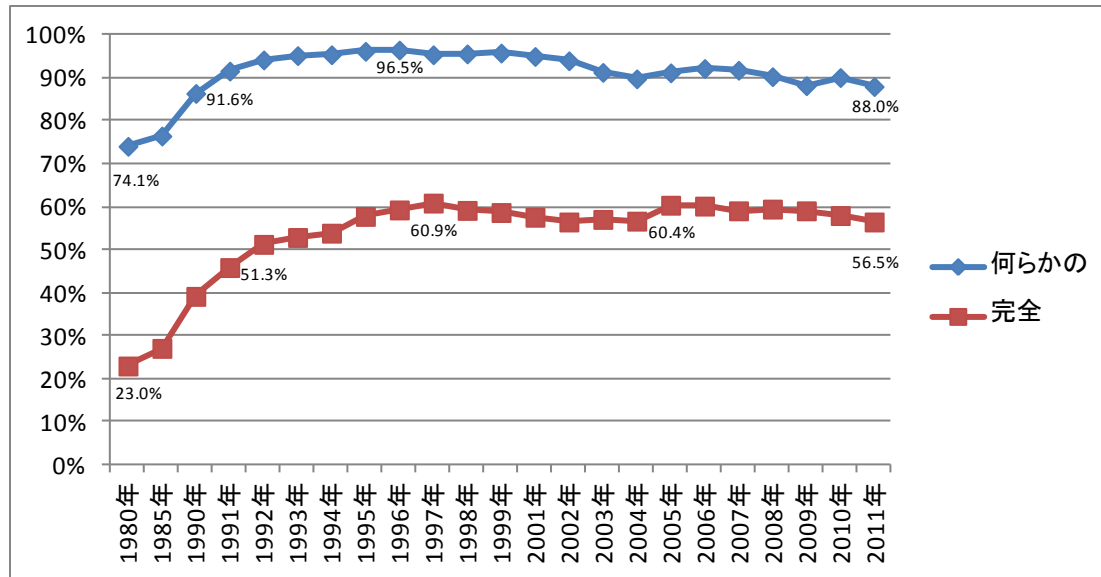
(単位:日)



出典:厚生労働省 『就労条件総合調査』

進む労働条件の改善③

週休2日制の普及状況(適用労働者)の推移



出典:厚生労働省 『就労条件総合調査』

進む労働条件の改善④

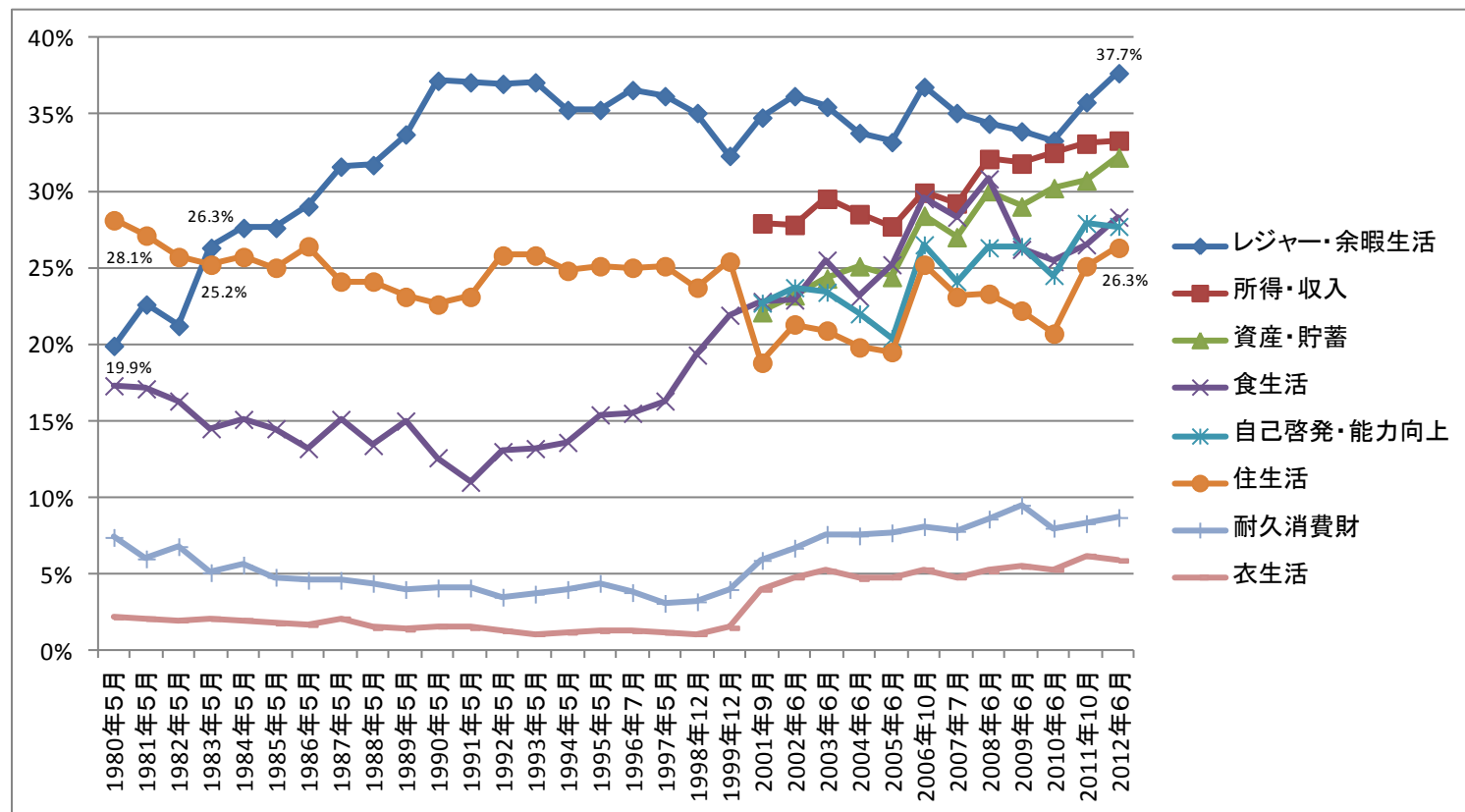
増加する国民の祝日

祝日等名	期日	適用開始年	適用終了年
元日	1月1日	1948年	
成人の日	1月15日	1949年	1999年
	1月第二月曜日	2000年	
建国記念の日	2月11日	1967年	
春分の日	3月20日～21日のいずれか(春分日)	1948年	
天皇誕生日	4月29日	1948年	1988年
みどりの日		1989年	2006年
昭和の日		2007年	
憲法記念日	5月3日	1948年	
みどりの日	5月4日	2007年	
こどもの日	5月5日	1948年	
海の日	7月20日	1996年	2002年
	7月第三月曜日	2003年	
敬老の日	9月15日	1966年	2002年
	9月第三月曜日	2003年	
秋分の日	9月22日～24日のいずれか(秋分日)	1948年	
体育の日	10月10日	1966年	1999年
	10月第二月曜日	2000年	
文化の日	11月3日	1948年	
勤労感謝の日	11月23日	1948年	
天皇誕生日	12月23日	1989年	
振替休日	国民の祝日が日曜日となった日の後の最初の平日	1973年	
国民の祝日	2つの祝日に挟まれた平日	1988年	

出典:内閣府ホームページ等

レジャー・余暇生活への関心の高まり

今後の生活の力点の推移



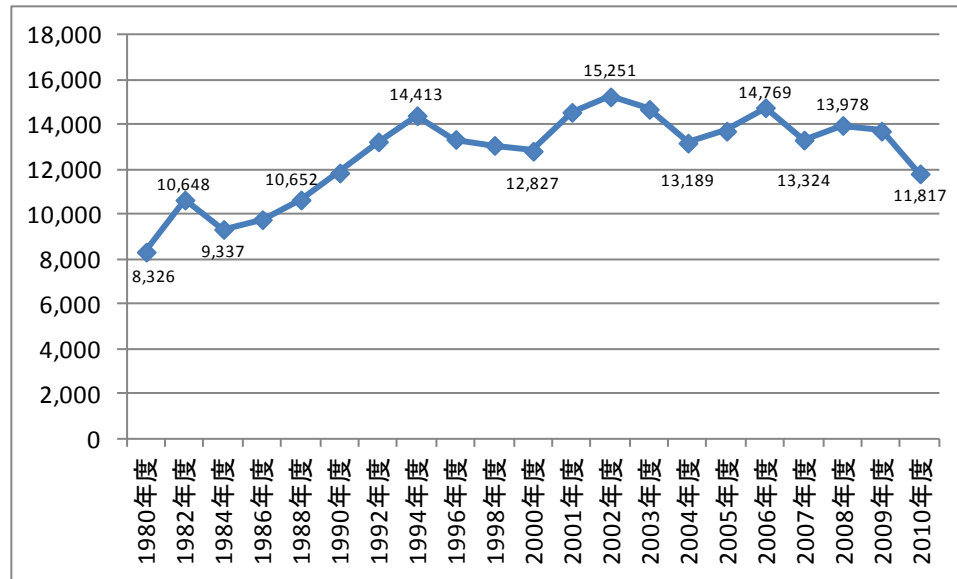
出典：内閣府 『国民生活に関する世論調査』

(注) 1999年まで単数回答、2001年以降は複数回答

旅行者数は頭打ち

15歳以上の男女の宿泊観光・レクリエーション旅行年間延べ参加者数の推移

(単位:万人)

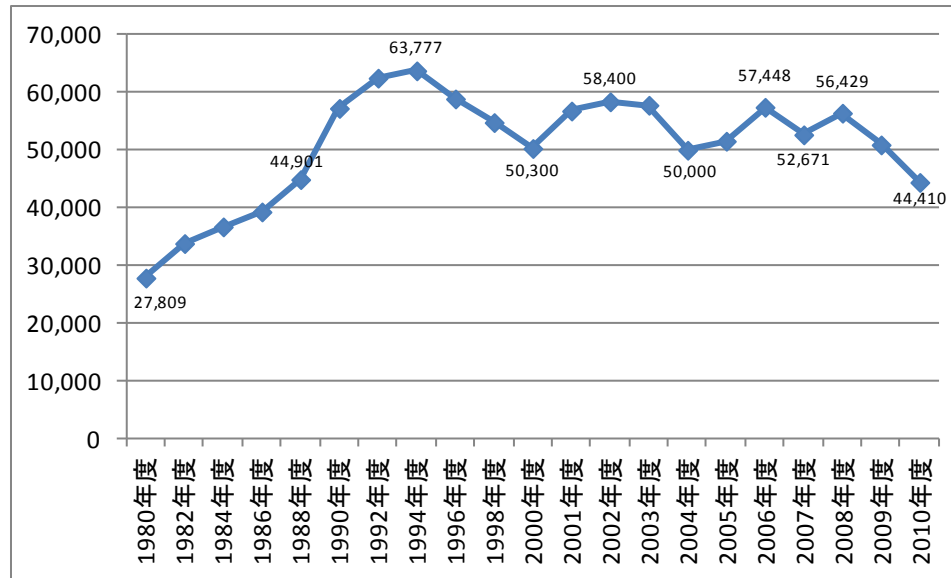


出典: 社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

年間総費用も頭打ち

年間総費用の推移

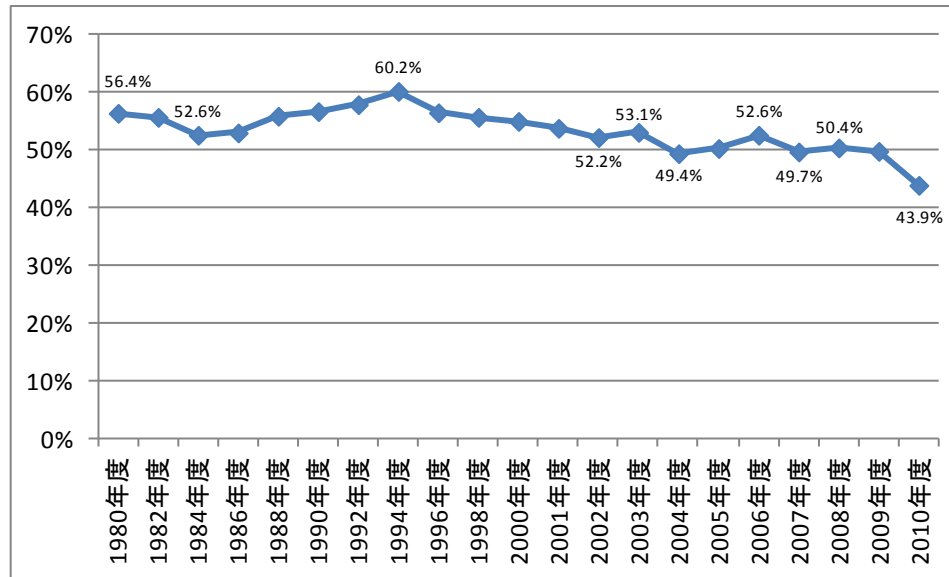
(単位:億円)



出典: 社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

低下する旅行参加率

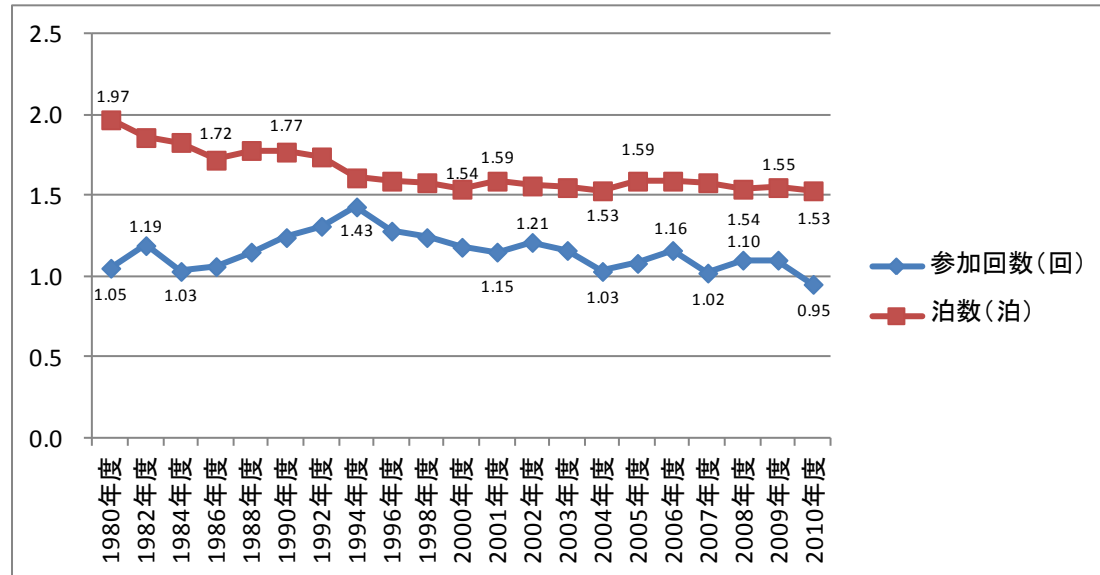
15歳以上の男女の宿泊観光・レクリエーション旅行参加率の推移



出典：社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

減少する宿泊観光旅行の参加回数・泊数

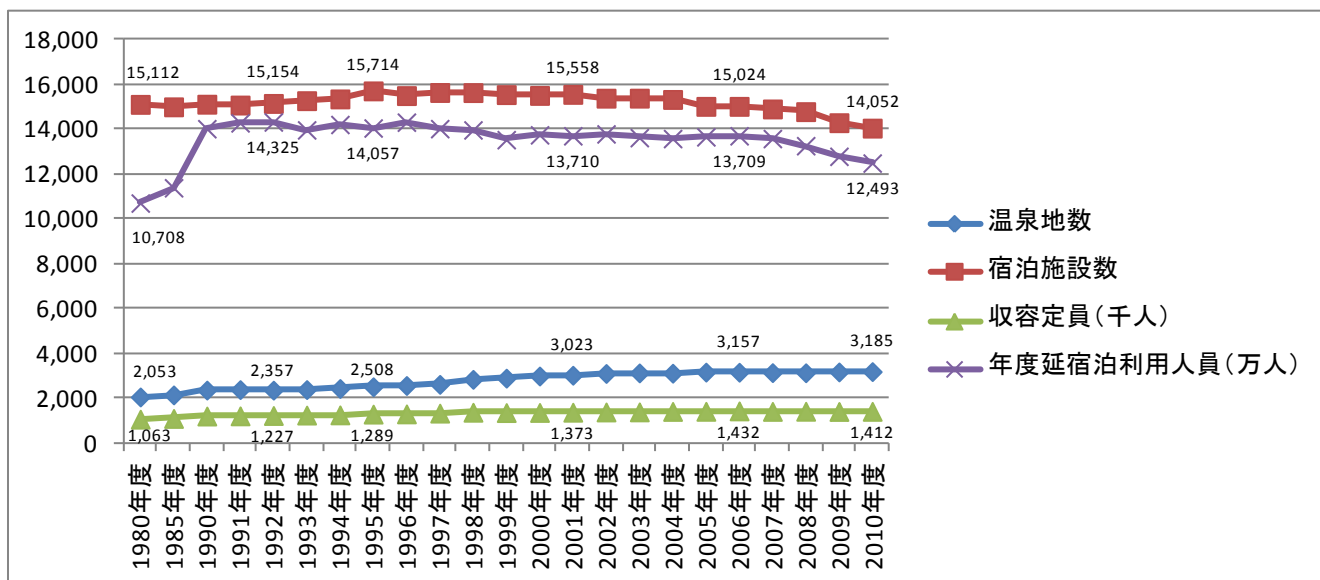
宿泊観光旅行の参加回数・泊数の推移



出典：社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

増加する温泉地、減少する宿泊利用人員

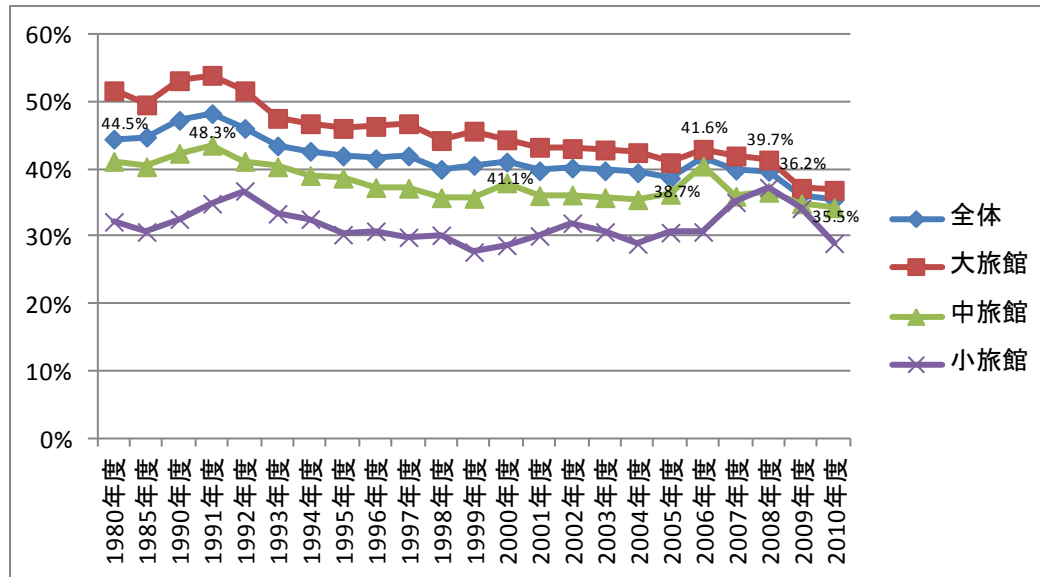
温泉地数、宿泊施設数、收容定員、年度延宿泊利用人員の推移



出典：環境省自然保護局資料

低下する定員稼働率

定員稼働率の推移

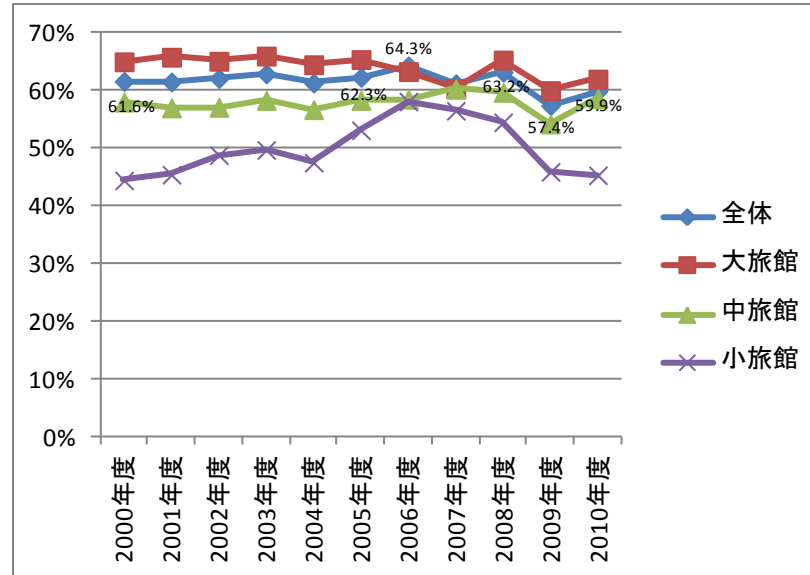


出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

客室稼働率は横ばい

客室稼働率の推移



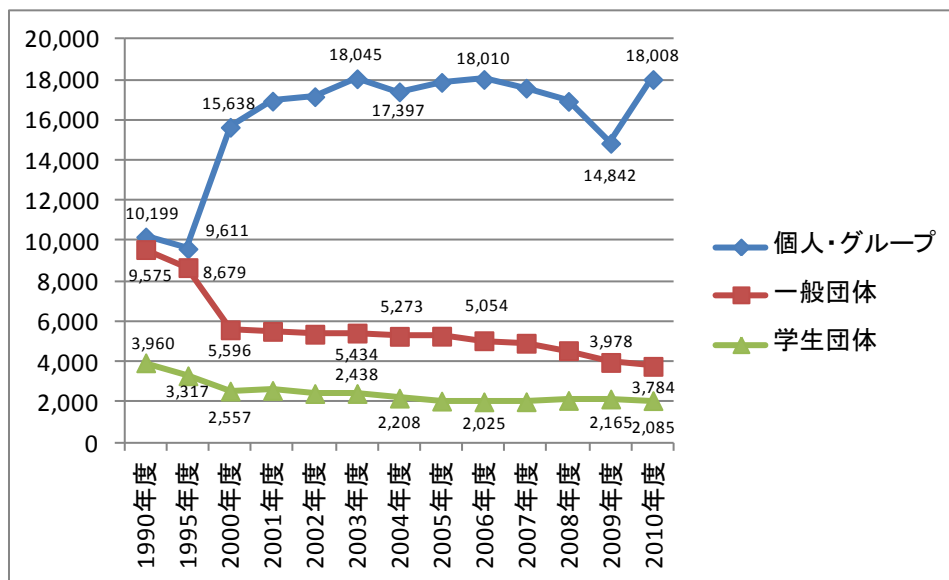
出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

進む個人・グループ旅行化

旅行形態別延べ宿泊人員の推移

(単位:千人)



出典:株式会社ツーリズム・マーケティング研究所 『JTB宿泊統計年報』

減少する宿泊人員

同行人数別宿泊人員シェア(一般旅行)の推移

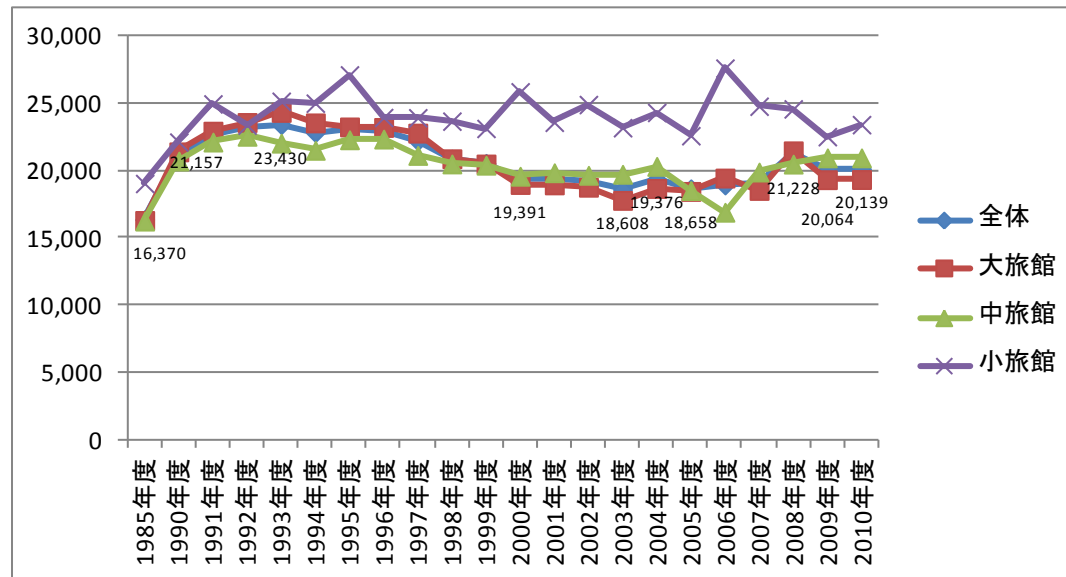


出典:株式会社ツーリズム・マーケティング研究所 『JTB宿泊統計年報』

上がらない宿泊単価

宿泊客1人当たり売上高の推移

(単位:円)

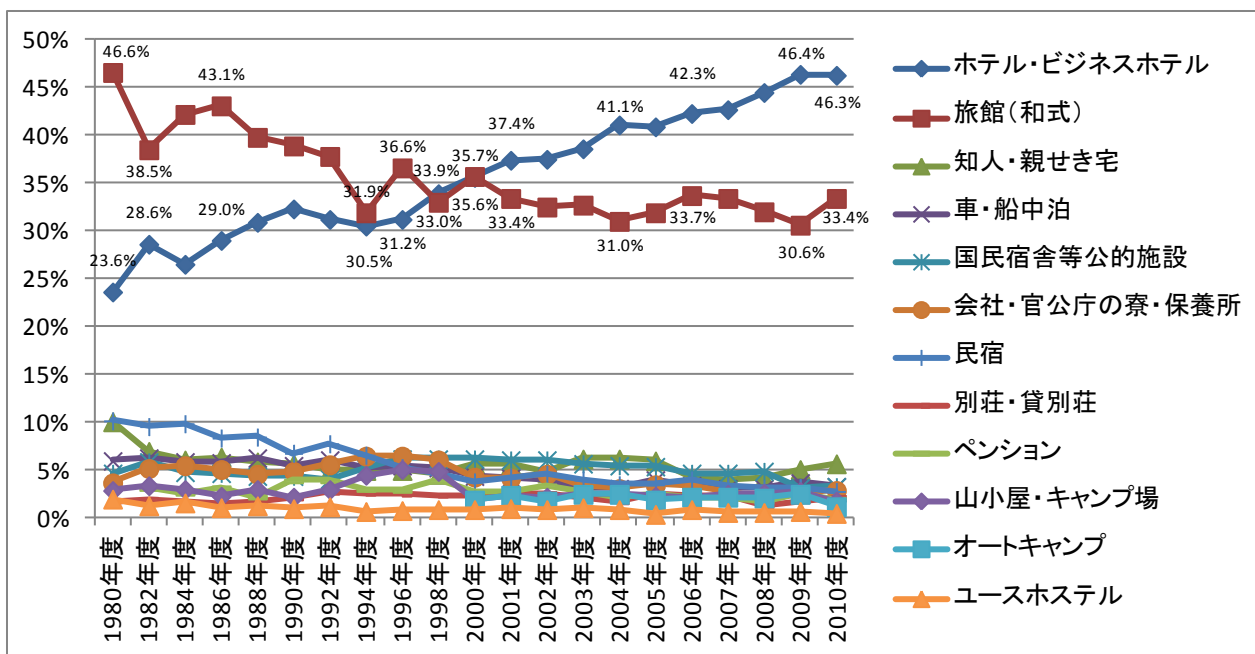


出典: 社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注) 大旅館: 100室以上、中旅館: 31~99室、小旅館: 30室以下

進む旅館(和式)離れ

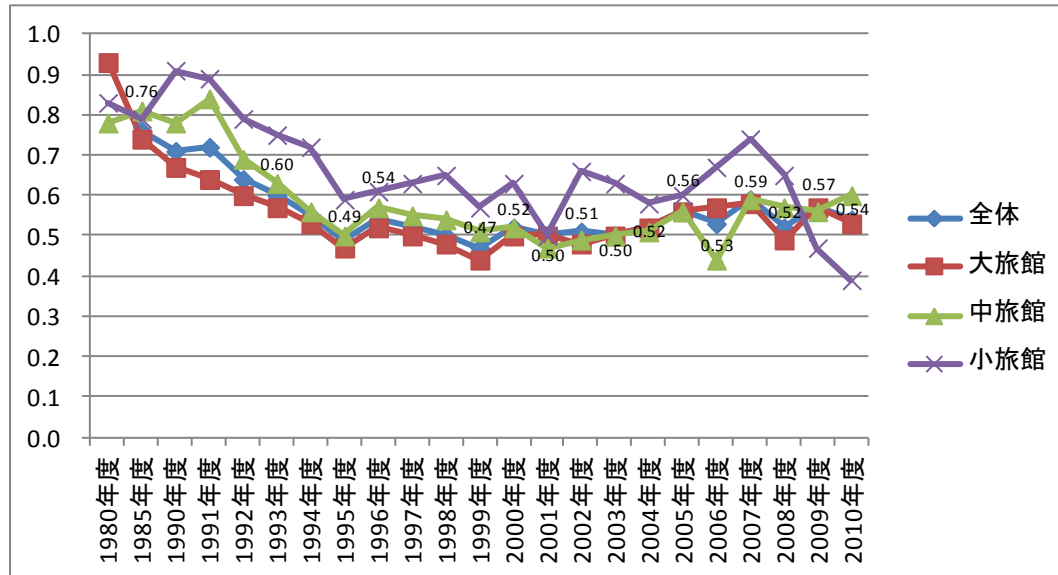
宿泊観光旅行の利用宿泊施設の推移(複数回答)



出典: 社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

悪化する旅館の経営効率

総資本回転率の推移



出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

(注)総資本回転率＝総売上高÷総資本

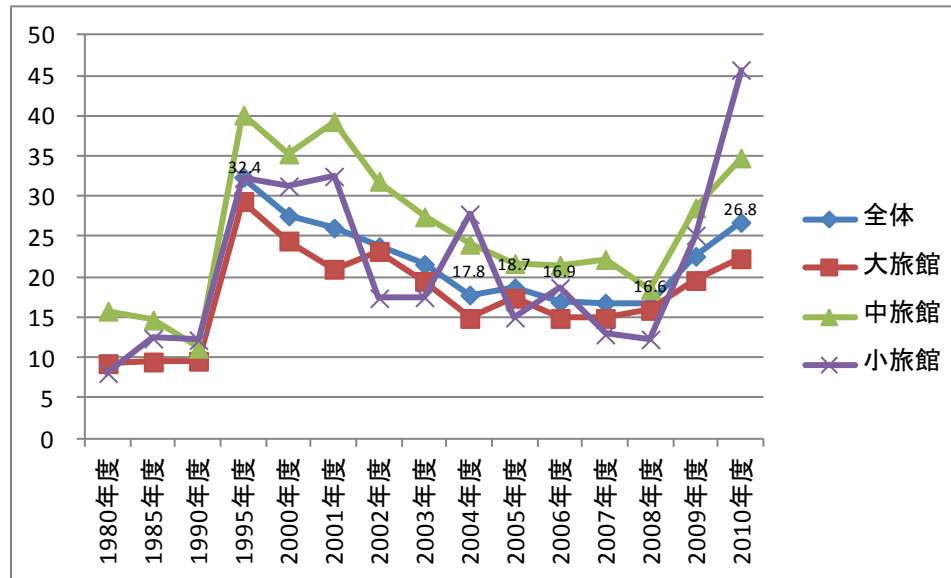
投入した総資本が年間いくらの売上高を実現したかを見る指標

新增改築の直後であっても0.3回以上は確保するのが目標

長期化する資金回収年数

資金回収年数の推移

(単位:年)



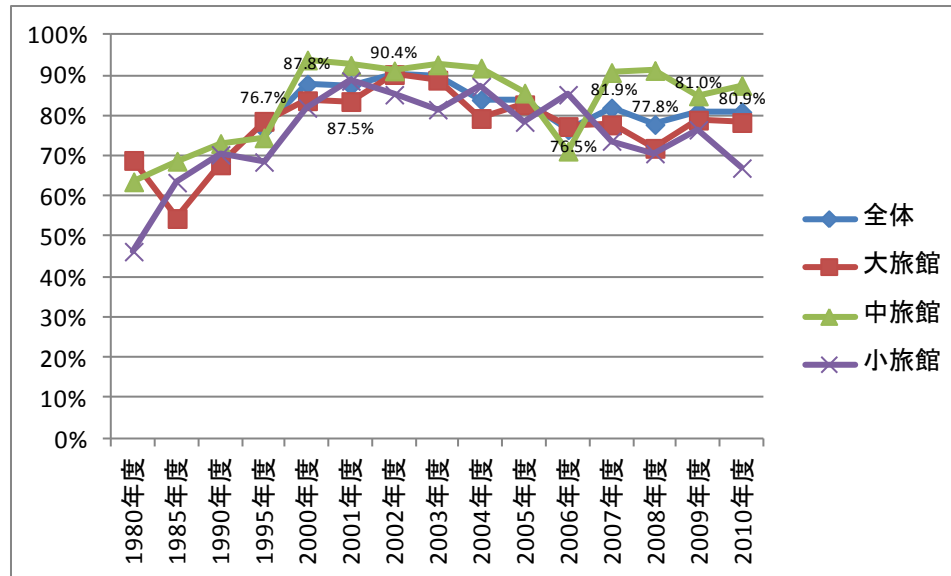
出典: 社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注) 大旅館: 100室以上、中旅館: 31~99室、小旅館: 30室以下

(注) 資金回収年数 = (長期借入金 + 短期借入金) ÷ (減価償却費 + 税引前利益)
 金融機関からの借入金の返済が何年で完了するかを見る指標

高まる借入金依存度

借入金依存度の推移



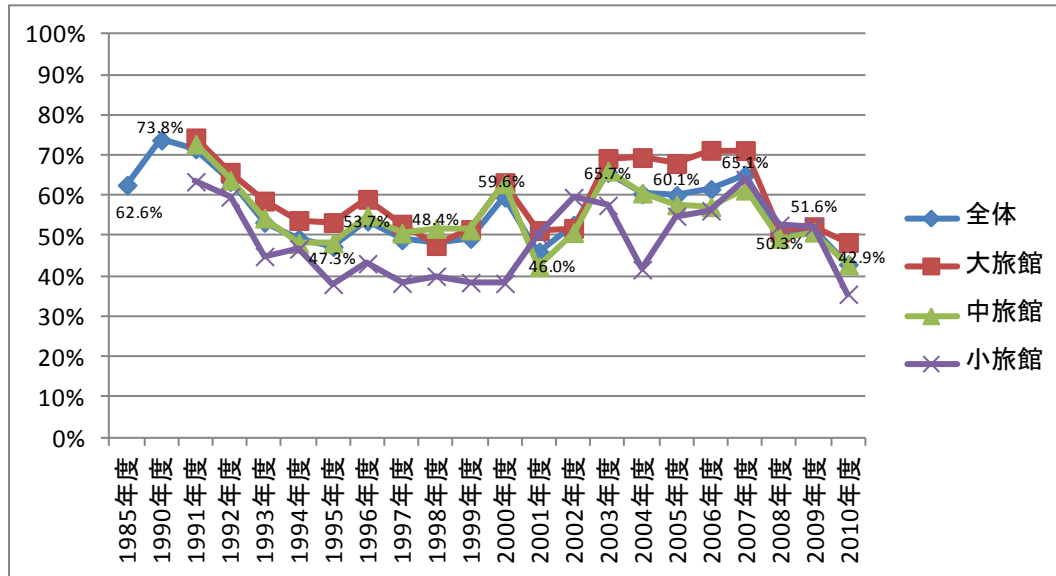
出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

(注)借入金依存度 = (長期借入金 + 短期借入金) ÷ 総資本
総資本に占める借入金の割合
数値が低いほどよい

悪化する旅館の収支

黒字旅館の割合の推移



出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

黒字旅館と赤字旅館をわけもの①

一 黒字と赤字の違いは定員稼働率の差に起因 一

黒字旅館・赤字旅館の勘定科目の対売上高比

	2008年度			2009年度			2010年度		
	黒字	赤字	差	黒字	赤字	差	黒字	赤字	差
総売上高	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%
売上原価	25.0%	26.2%	1.2%	25.0%	25.0%	0.0%	25.4%	25.4%	0.0%
売上総利益	75.0%	73.8%	-1.2%	75.0%	75.0%	0.0%	74.6%	74.6%	0.0%
人件費	30.5%	32.3%	1.8%	30.6%	34.0%	3.4%	31.0%	33.4%	2.5%
営業経費	13.0%	14.1%	1.1%	13.4%	13.5%	0.1%	13.5%	13.6%	0.1%
管理経費	20.6%	20.9%	0.3%	19.7%	22.6%	2.8%	19.3%	23.2%	3.9%
水道光熱費	5.8%	6.6%	0.8%	5.9%	6.4%	0.5%	6.0%	7.0%	1.0%
修繕費	1.8%	1.4%	-0.4%	1.7%	1.5%	-0.2%	1.9%	1.8%	-0.1%
備品費	0.9%	1.1%	0.1%	0.8%	1.1%	0.2%	1.1%	1.1%	0.0%
賃借料	2.3%	2.3%	0.0%	2.2%	3.1%	0.9%	2.0%	2.7%	0.7%
通信費	0.3%	0.4%	0.0%	0.4%	0.4%	0.1%	0.4%	0.4%	0.0%
その他	9.5%	9.1%	-0.3%	8.7%	10.1%	1.4%	7.9%	10.1%	2.3%
GOP利益	10.9%	6.5%	-4.4%	11.2%	4.9%	-6.3%	10.9%	4.4%	-6.5%
減価償却費	6.4%	8.5%	2.1%	7.1%	7.9%	0.8%	6.3%	8.7%	2.4%
営業利益	4.5%	-2.0%	-6.5%	4.1%	-3.0%	-7.1%	4.6%	-4.3%	-8.9%
営業外収益	2.5%	1.5%	-1.0%	2.3%	1.3%	-1.0%	2.4%	1.5%	-0.9%
営業外費用	3.9%	4.7%	0.8%	3.3%	5.3%	1.9%	3.6%	4.8%	1.2%
支払利息	3.4%	4.4%	1.0%	3.1%	4.7%	1.6%	3.4%	4.6%	1.2%
経常損益	3.1%	-5.2%	-8.3%	3.1%	-6.9%	-10.0%	3.4%	-7.6%	-11.0%
特別損益	-1.4%	-1.2%	0.2%	-0.2%	-0.4%	-0.3%	-0.5%	-0.5%	0.0%
税引前損益	1.7%	-6.4%	-8.1%	3.0%	-7.4%	-10.3%	2.9%	-8.1%	-11.0%
定員稼働率									
大旅館	45.1%	37.0%	-8.1%	38.6%	35.4%	-3.2%	40.8%	32.9%	-7.9%
中旅館	38.4%	34.8%	-3.6%	37.9%	31.9%	-6.0%	37.1%	32.3%	-4.8%
小旅館	44.3%	28.7%	-15.6%	41.2%	27.1%	-14.1%	30.7%	27.9%	-2.8%

出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

黒字旅館と赤字旅館をわけもの②

－ 厳しい赤字旅館の資金繰り －

黒字旅館・赤字旅館の財務指標

	2008年度		2009年度		2010年度	
	黒字	赤字	黒字	赤字	黒字	赤字
流動比率	100.0%	53.2%	88.6%	60.9%	114.4%	51.0%
固定比率	408.9%	-5382.6%	806.6%	14129.8%	469.5%	32014.6%
固定長期適合率	99.8%	110.0%	102.2%	110.0%	96.4%	116.3%
負債比率	399.7%	-6216.4%	861.5%	16128.6%	499.8%	36912.9%
自己資本比率	20.0%	-1.6%	10.4%	0.6%	16.7%	0.3%
資金回収年数(年)	-	-	12	184	13	182

流動比率	流動資産÷流動負債(200%以上が望ましい)
固定比率	固定資産÷自己資本(100%以下が望ましい)
固定長期適合率	固定資産÷(固定負債+自己資本)(100%以下が望ましい)
負債比率	負債÷自己資本(100%以下が望ましい)
自己資本比率	自己資本÷総資本(高いほど望ましい)
資金回収年数	借入金÷(減価償却費+税引前当期損益)

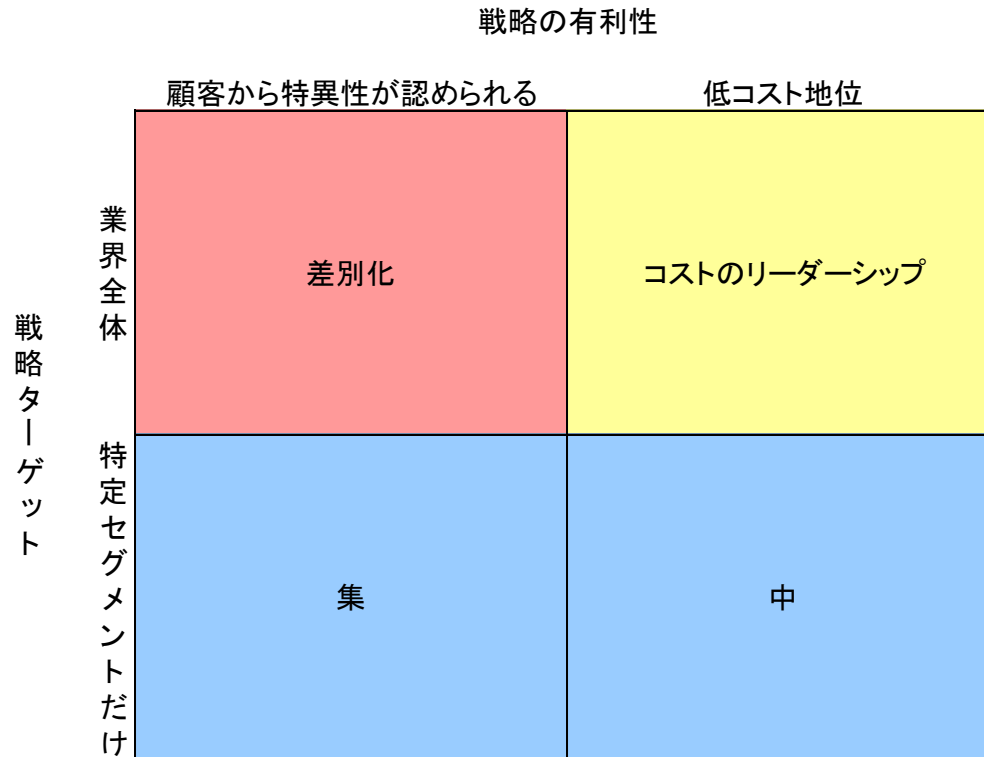
出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』等

赤字旅館の経営改善には定員稼働率を上げる必要があるが、新規投資を行う体力はない

→ 自らの旅館の立ち位置を明確にし、どのように売るかを考える

旅館の経営改善に向けて①

まずは自らの立ち位置を明確に



出典 : Porter, M. E. [1980] Competitive Strategy, The Free Press
(土岐坤・中辻萬治・服部照夫訳『新訂 競争の戦略』ダイヤモンド社 1995年)

旅館の経営改善に向けて②

どのように売るかを考える - マーケティング・ミックス(4P)

Product(製品)	製品の多様性、品質、デザイン、特徴、ブランド名、パッケージング、サイズ、サービス、保証、返品	何を売るか
Price(価格)	標準価格、割引、アロウワンス、支払期限、信用取引条件	いくらで売るか
Place(流通)	チャネル、流通範囲、品揃え、立地、在庫、輸送	誰に売るか
Promotion(プロモーション)	販売促進、広告、セールスフォース、パブリックリレーションズ、ダイレクトマーケティング	どうやって知ってもらうか

出典: McCarthy, E.J. [1960] Basic Marketing, Richard D. Irwin Inc.

Kotler, P. [1999]

Marketing Management: Millennium Edition (10th Edition) , Prentice Hall

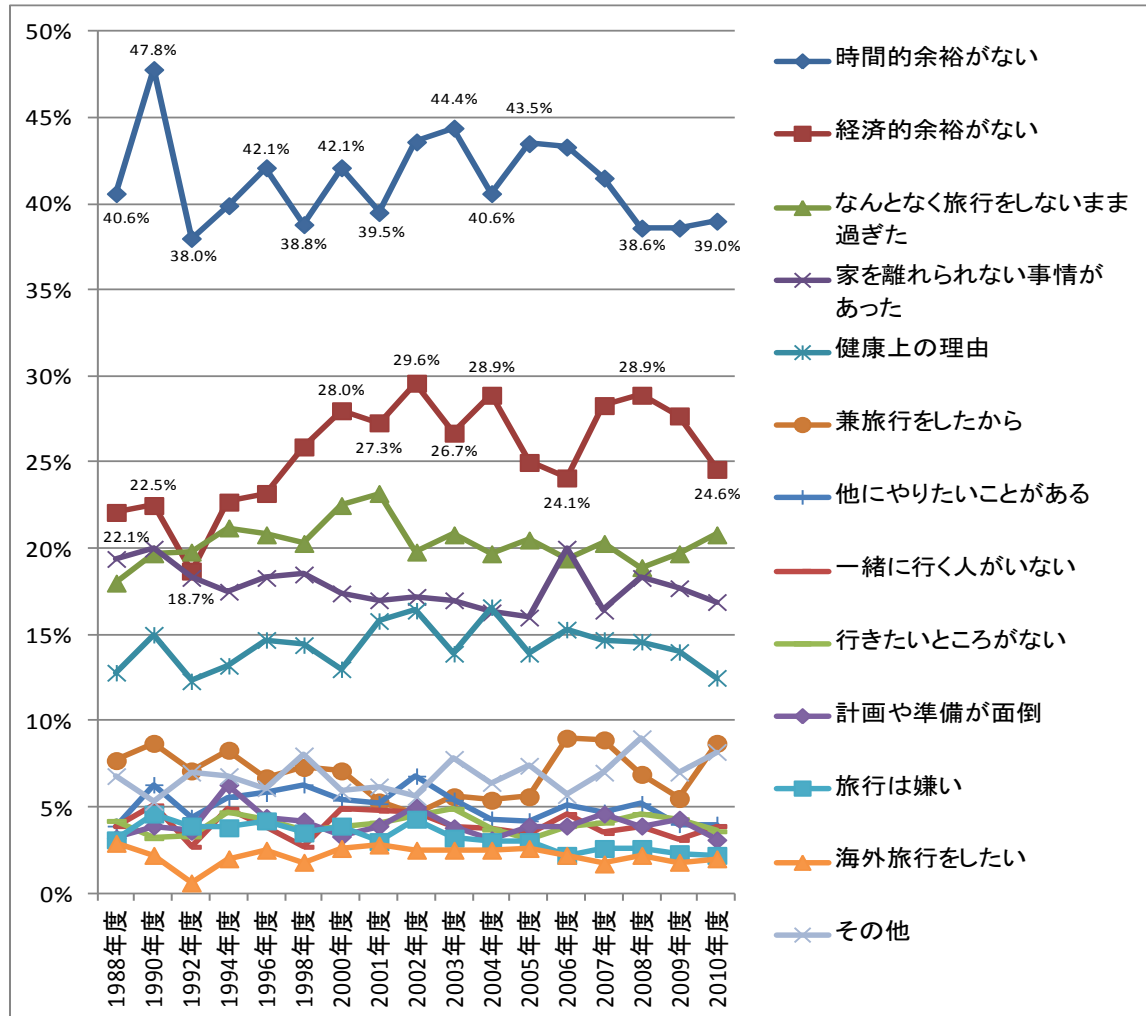
(恩蔵直人監修・月谷真紀訳)

『コトラーのマーケティング・マネジメント ミレニアム版(第10版)』

ピアソン・エデュケーション 2001年)

宿泊観光旅行を実施しないのは経済的余裕が理由なのか？

宿泊観光旅行を実施しなかった理由の推移(複数回答)

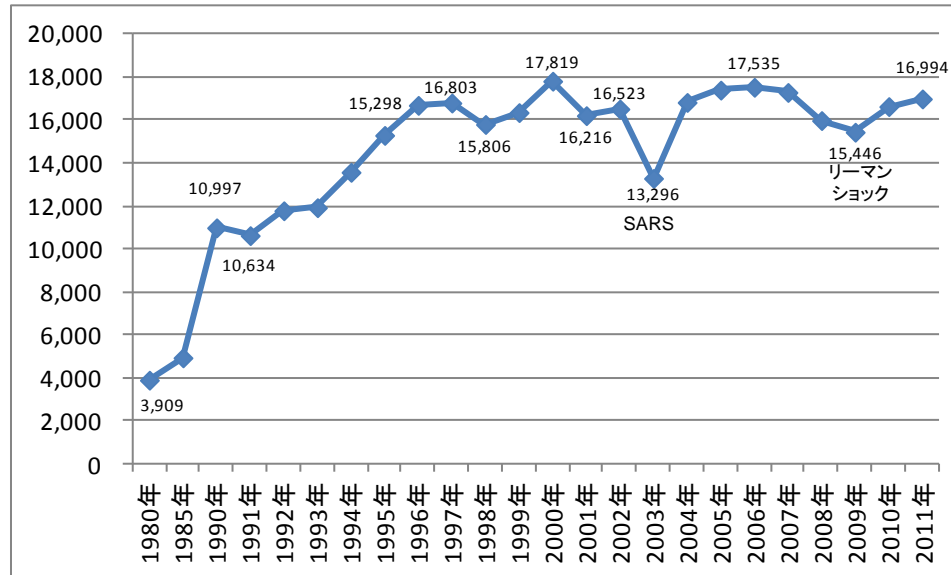


出典: 社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

海外旅行者数は増加

日本人海外旅行者数の推移

(単位:千人)



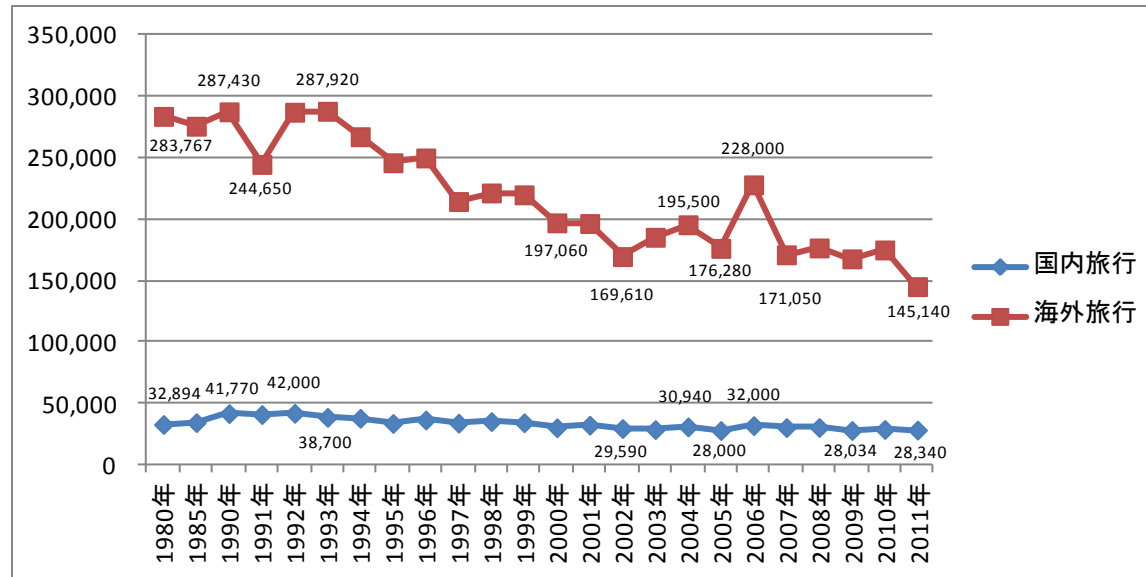
出典: 日本政府観光局資料

旅行者が旅行先として国内ではなく海外を選ぶようになっている

低下する海外旅行1回当たり費用

旅行1回当たり費用の推移

(単位:円)



出典:公益財団法人日本生産性本部 『レジャー白書』

(注)2009年調査より、調査方法を訪問留置調査からインターネット調査に変更

海外旅行の変化①

— アジア太平洋を訪れる旅行者が増加 —

旅行先の推移

(単位:千人)

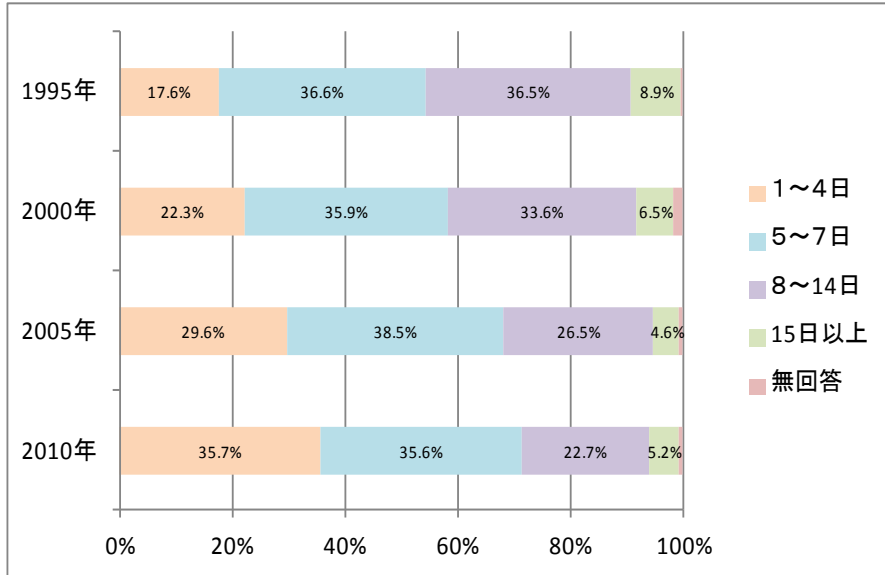
	1995年	2000年		2005年		2010年		
			対1995年比		対1995年比		対1995年比	
アジア太平洋	中国	1,305	2,202	1.69	3,390	2.60	3,731	2.86
	香港	1,691	1,382	0.82	1,211	0.72	1,317	0.78
	マカオ	416	145	0.35	169	0.41	414	0.99
	台湾	914	916	1.00	1,127	1.23	1,080	1.18
	韓国	1,667	2,472	1.48	2,440	1.46	3,023	1.81
	フィリピン	323	391	1.21	415	1.29	359	1.11
	シンガポール	1,179	930	0.79	588	0.50	529	0.45
	マレーシア	229	456	1.99	340	1.48	416	1.81
	インドネシア	486	662	1.36	622	1.28	376	0.77
	タイ	815	1,202	1.48	1,197	1.47	994	1.22
	ベトナム	-	-	-	321	-	442	-
	ハワイ	1,999	1,826	0.91	1,522	0.76	1,239	0.62
	グアム	996	1,049	1.05	955	0.96	894	0.90
	オーストラリア	783	720	0.92	681	0.87	398	0.51
北米	米国(本土)	1,603	2,187	1.36	1,406	0.88	2,147	1.34
	カナダ	668	540	0.81	424	0.63	243	0.36
欧州	英国	619	557	0.90	326	0.53	223	0.36
	ドイツ	813	915	1.13	730	0.90	605	0.74
	フランス	920	1,036	1.13	659	0.72	598	0.65
	イタリア	897	844	0.94	-	-	340	0.38
	スペイン	269	301	1.12	181	0.67	333	1.24
	スイス	561	623	1.11	335	0.60	298	0.53
日本人海外旅行者数	15,298	17,819	1.16	17,404	1.14	16,637	1.09	

出典:一般社団法人日本旅行業協会 『数字が語る旅行業』

海外旅行の変化②

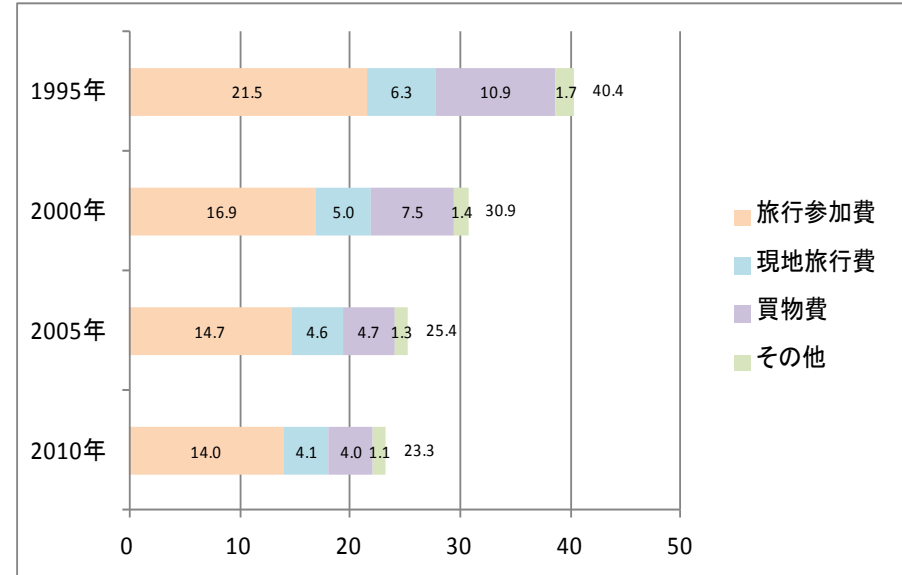
— アジア太平洋の旅行者増加に伴い旅行日数、海外旅行費用減少 —

旅行日数の推移



海外旅行費用の推移

(単位:万円)



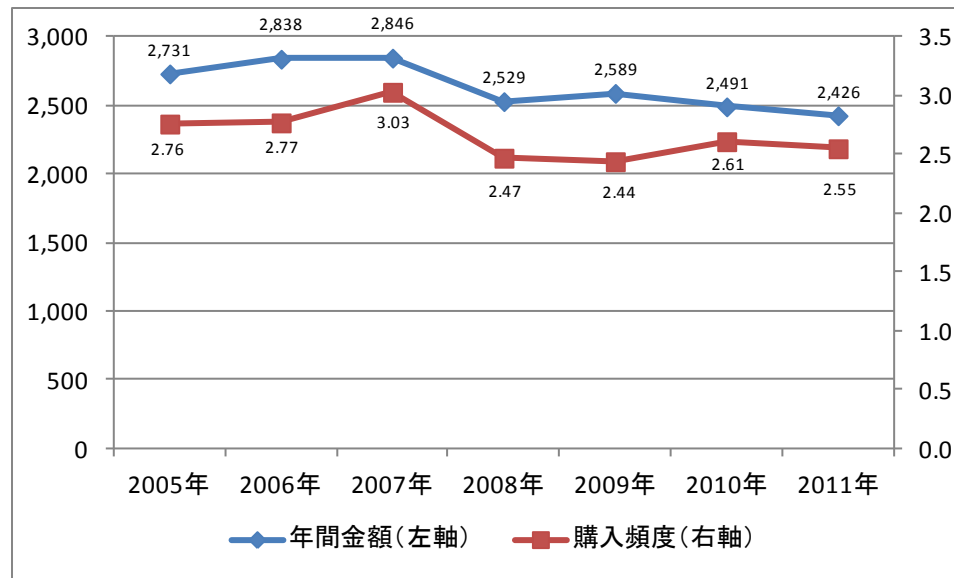
出典:株式会社ツーリズム・マーケティング研究所 『JTB REPORT』

減少する温泉・銭湯入浴料の年間金額と購入頻度

温泉・銭湯入浴料の年間金額と購入頻度の推移

(単位:円/世帯・年)

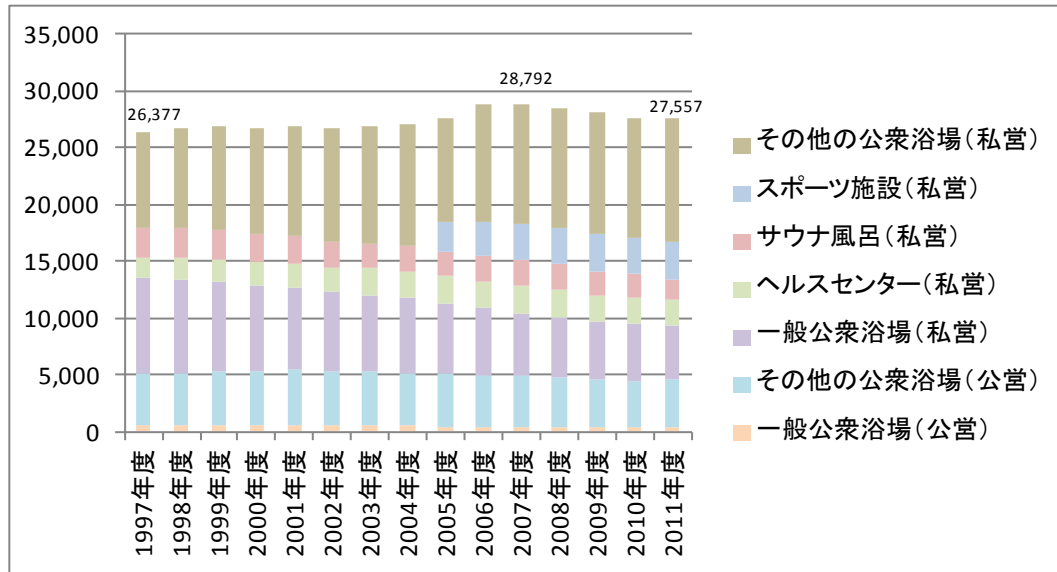
(単位:回/世帯・年)



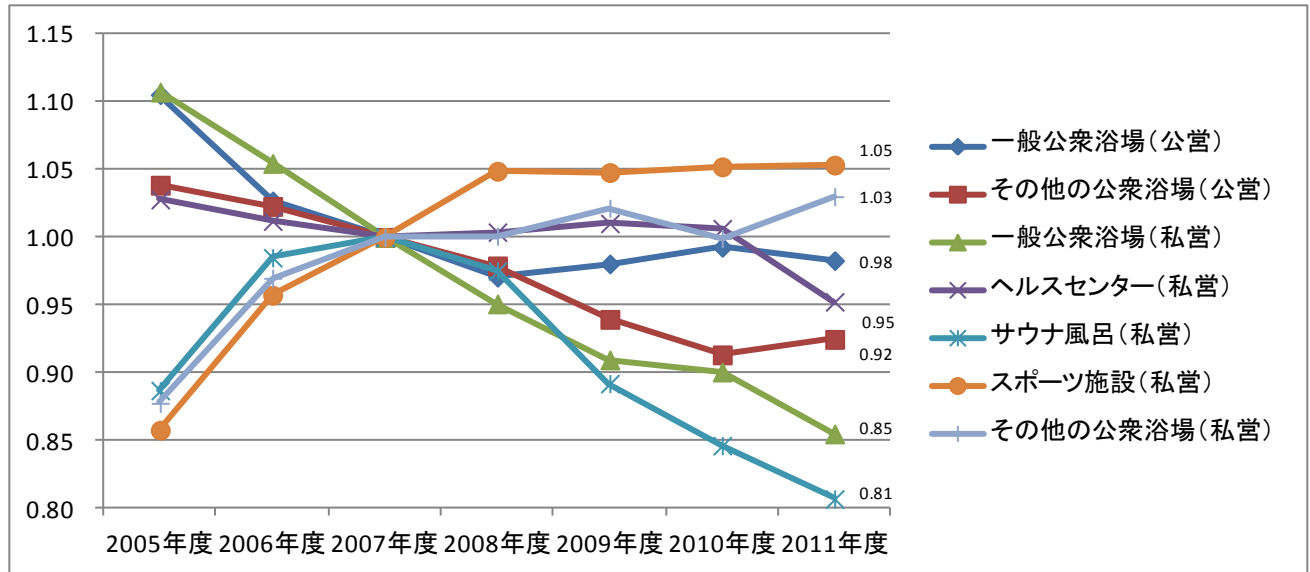
出典:総務省 『家計調査(家計収支編)』

公衆浴場も苦戦①

公衆浴場数の推移
(単位:件)



運営主体・種類別
公衆浴場数の推移
(2007年度=1)

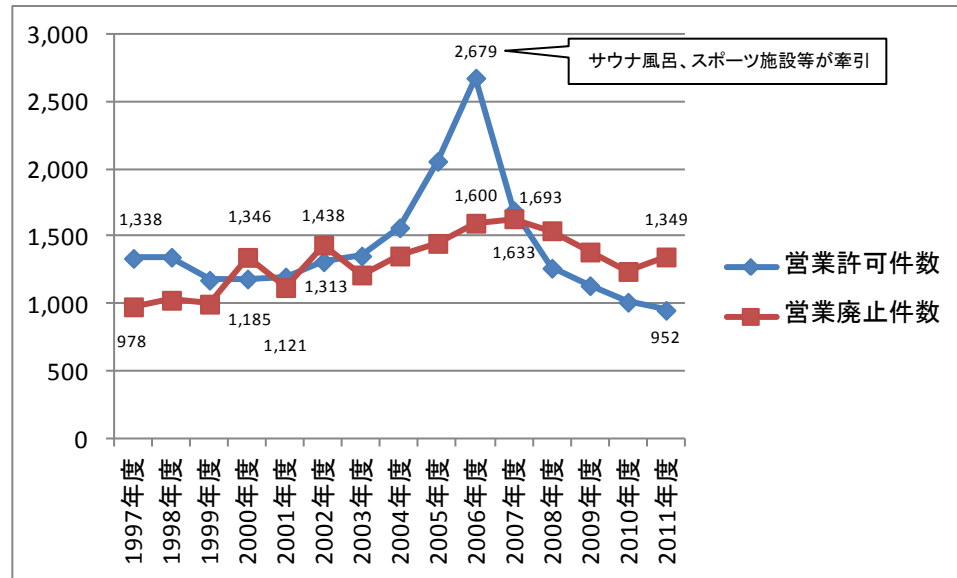


出典:厚生労働省 『衛生行政報告例』

公衆浴場も苦戦②

公衆浴場の営業許可件数と営業廃止件数の推移

(単位:件)

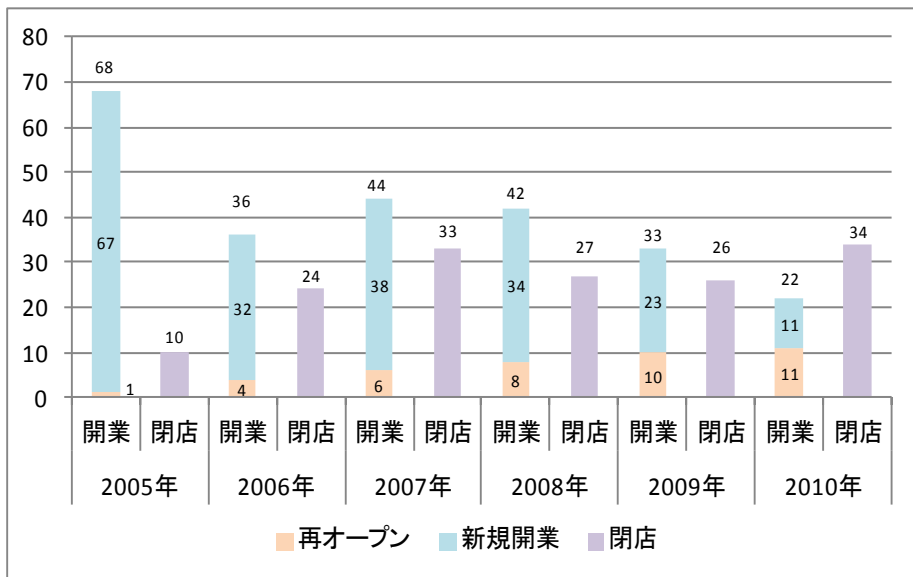


出典:厚生労働省 『衛生行政報告例』

主な温浴施設の動向

スーパー銭湯の開業数・閉店数の推移

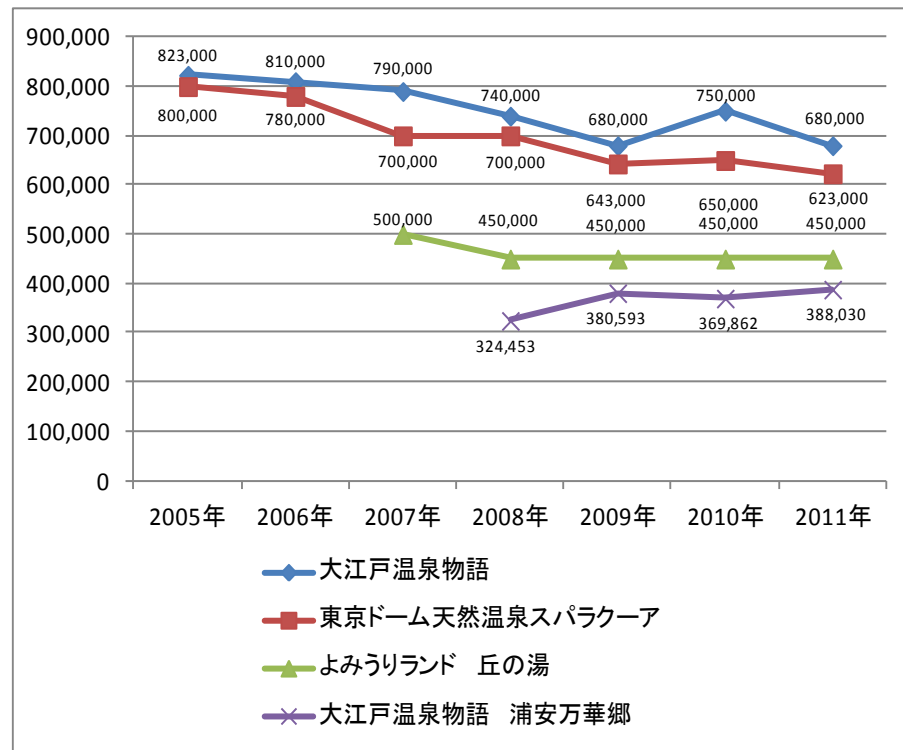
(単位:件)



出典:『月刊レジャー産業資料』2011年4月号

主な温浴施設の入込数の推移

(単位:人)

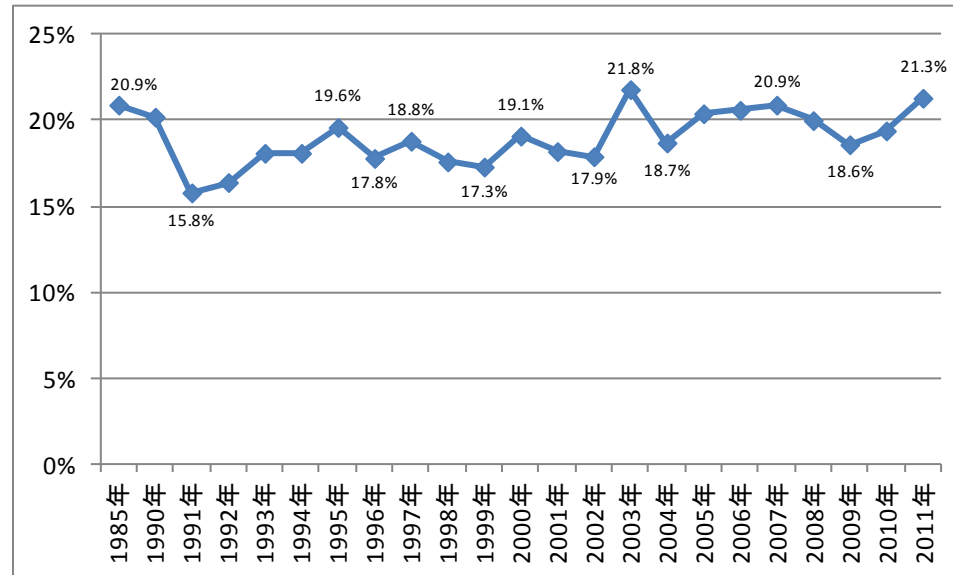


出典:『月刊レジャー産業資料』

温浴施設も温泉旅館ほどではないが苦戦

依然根強い国内観光旅行人気

国内観光旅行の潜在需要の推移



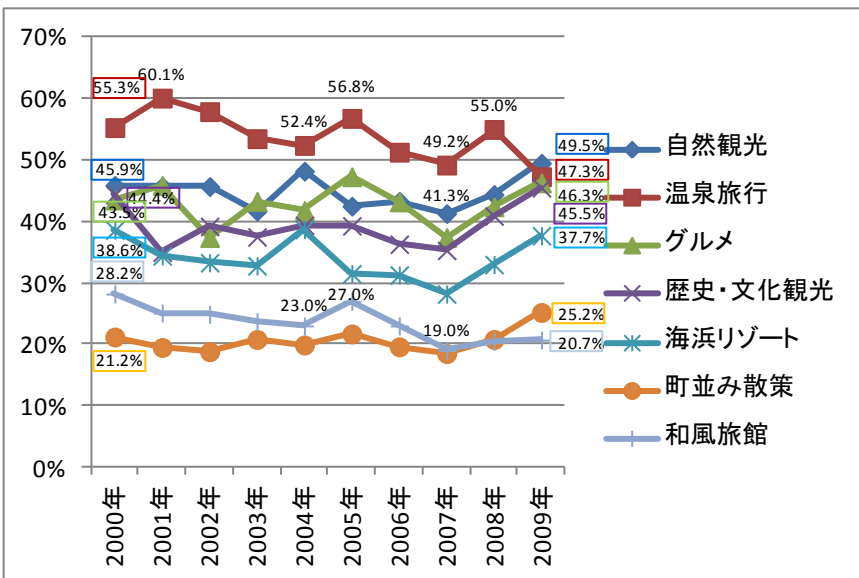
出典：公益財団法人日本生産性本部 『レジャー白書』

(注)2009年調査より、調査方法を訪問留置調査からインターネット調査に変更

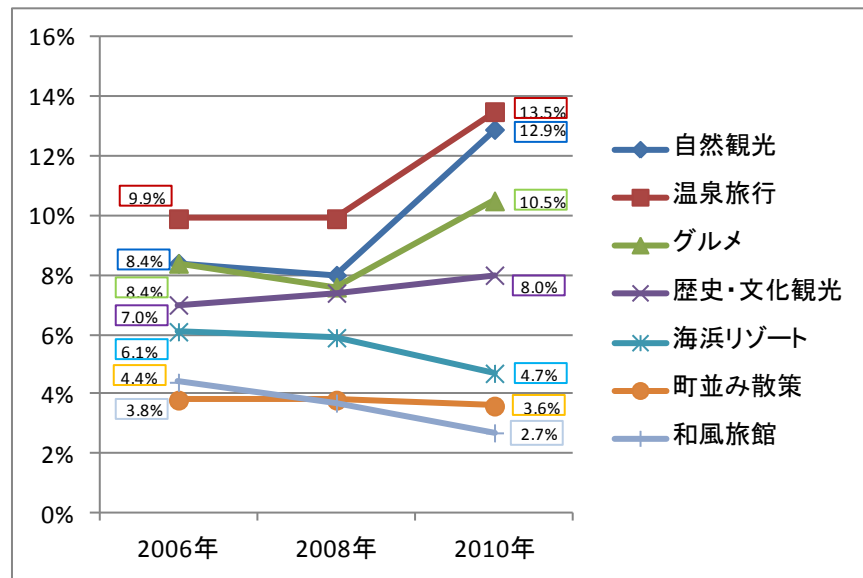
潜在需要をいかにして国内観光旅行の実施につなげるかが課題

温泉旅行・和風旅館の人気に陰り

行ってみたい旅行タイプの推移(複数回答)



(注) 回答者数を100とする%を表示



(注) 総回答数を100とする%を表示

出典: 財団法人日本交通公社 『旅行者動向』

自然観光、グルメ、歴史・文化観光などの地域資源に対する関心が高まってきていることを踏まえ、個別旅館の魅力向上、経営改善とともに、温泉地としての魅力を高めることも必要

今後の方向性

外国人観光客の受け入れ

インターネットの活用

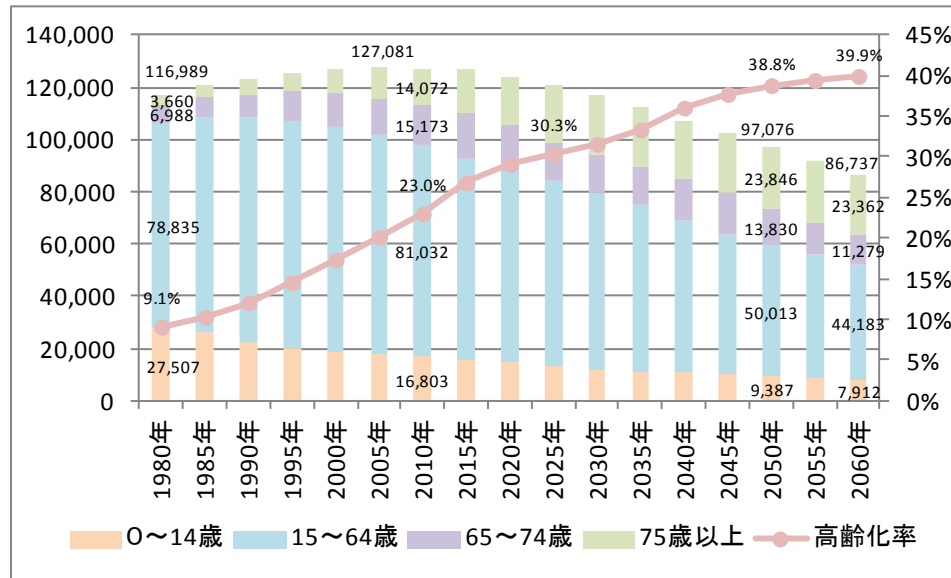
温泉地としての魅力向上

外国人観光客の受け入れ①

ー 減少する日本の人口 ー

日本の年齢4区分別人口の推移

(単位:千人)



出典:総務省統計局 『国勢調査報告』(1980年~2010年)
 国立社会保障・人口問題研究所
 『日本の将来推計人口(2012年1月推計)』(2015年~2060年)

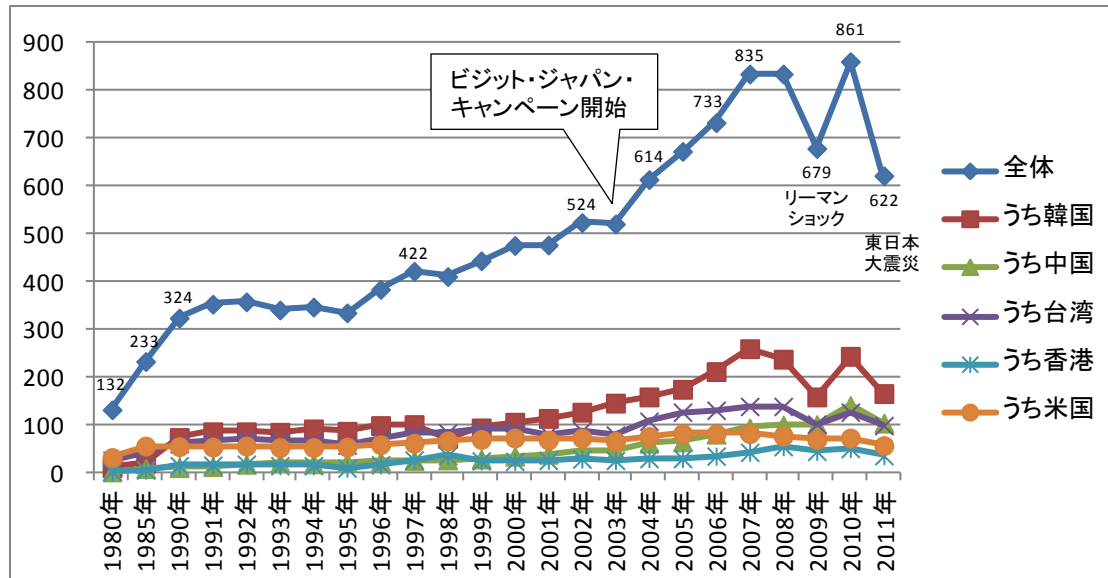
2010年と比べ2060年に人口が増加するのは75歳以上のみ

外国人観光客の受け入れ②

増加してきた訪日外国人旅行者数

訪日外国人旅行者数の推移

(単位:万人)

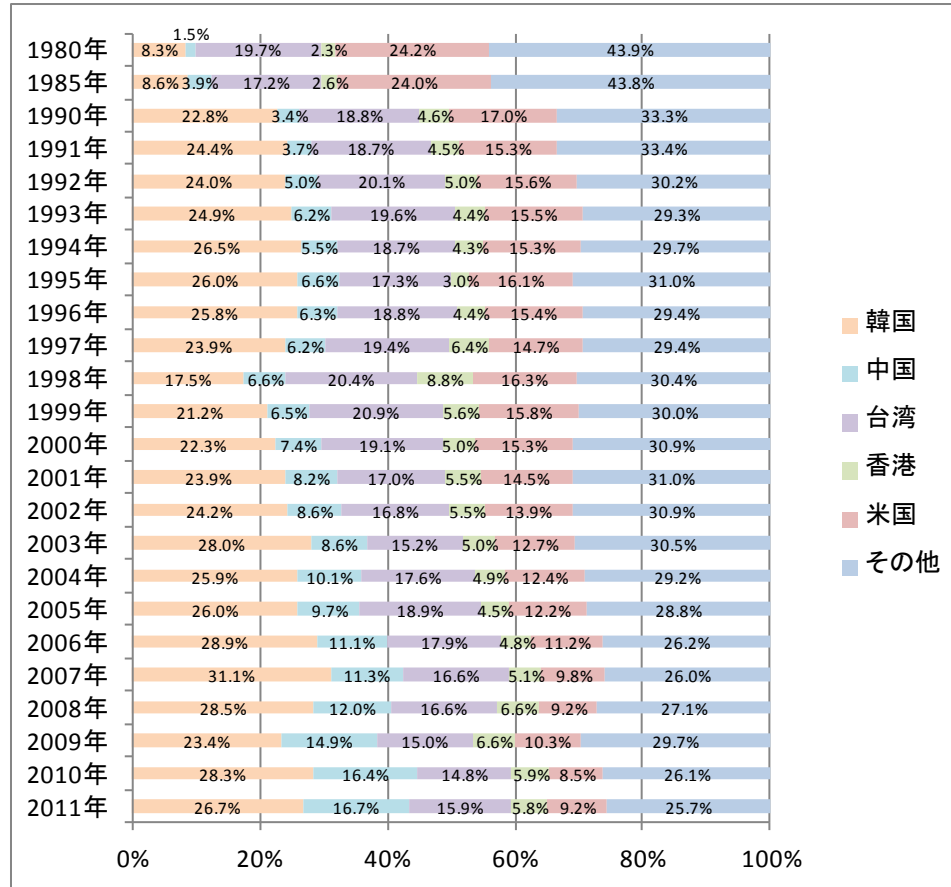


出典:国土交通省観光庁編 『観光白書』

外国人観光客の受け入れ③

一 来訪者の6割以上は韓国、中国、台湾、香港から 一

国・地域別訪日外国人旅行者数構成比の推移

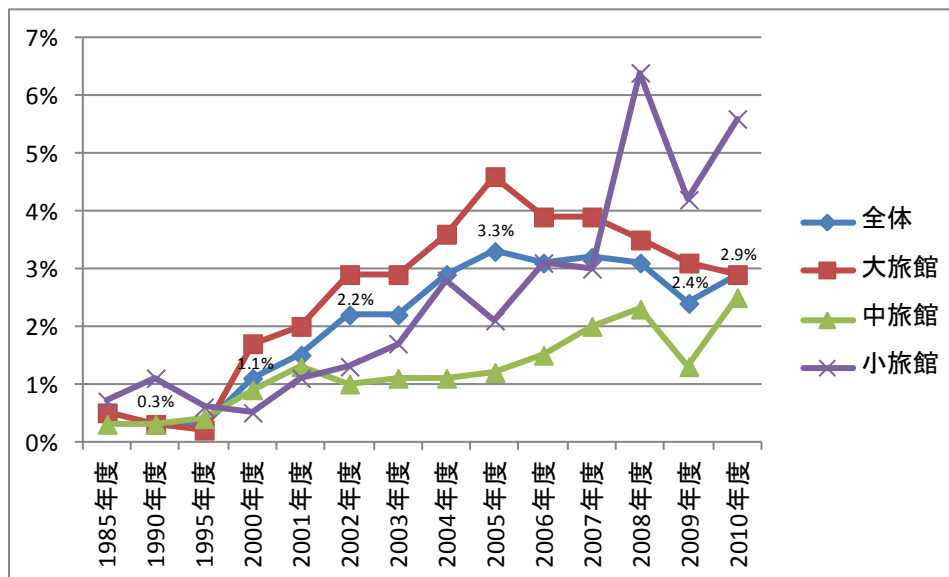


出典：国土交通省観光庁編 『観光白書』

外国人観光客の受け入れ④

一 増加してきた外国人宿泊人員の割合 一

外国人宿泊人員の割合の推移



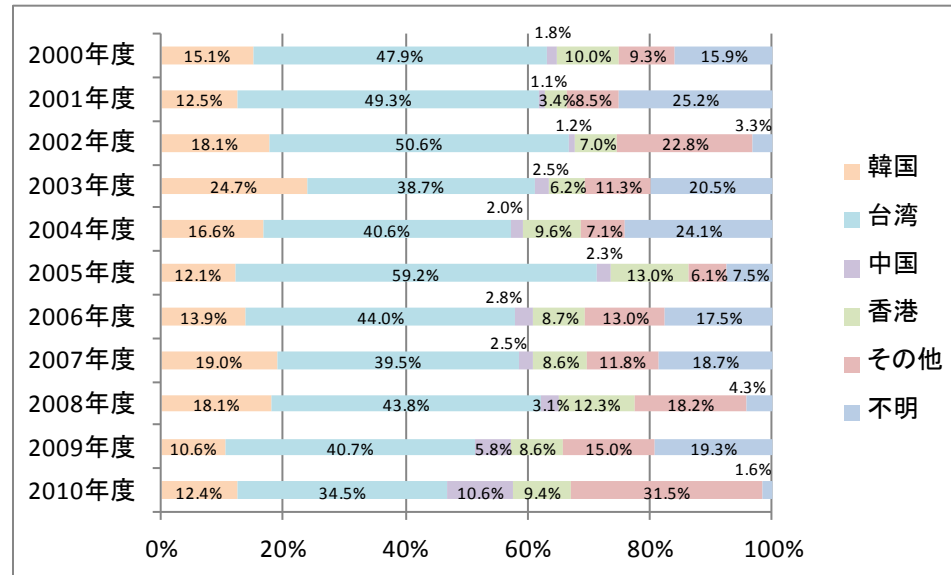
出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

外国人観光客の受け入れ⑤

一 宿泊人員も6割以上は韓国、台湾、中国、香港から 一

外国人宿泊人員の構成比の推移

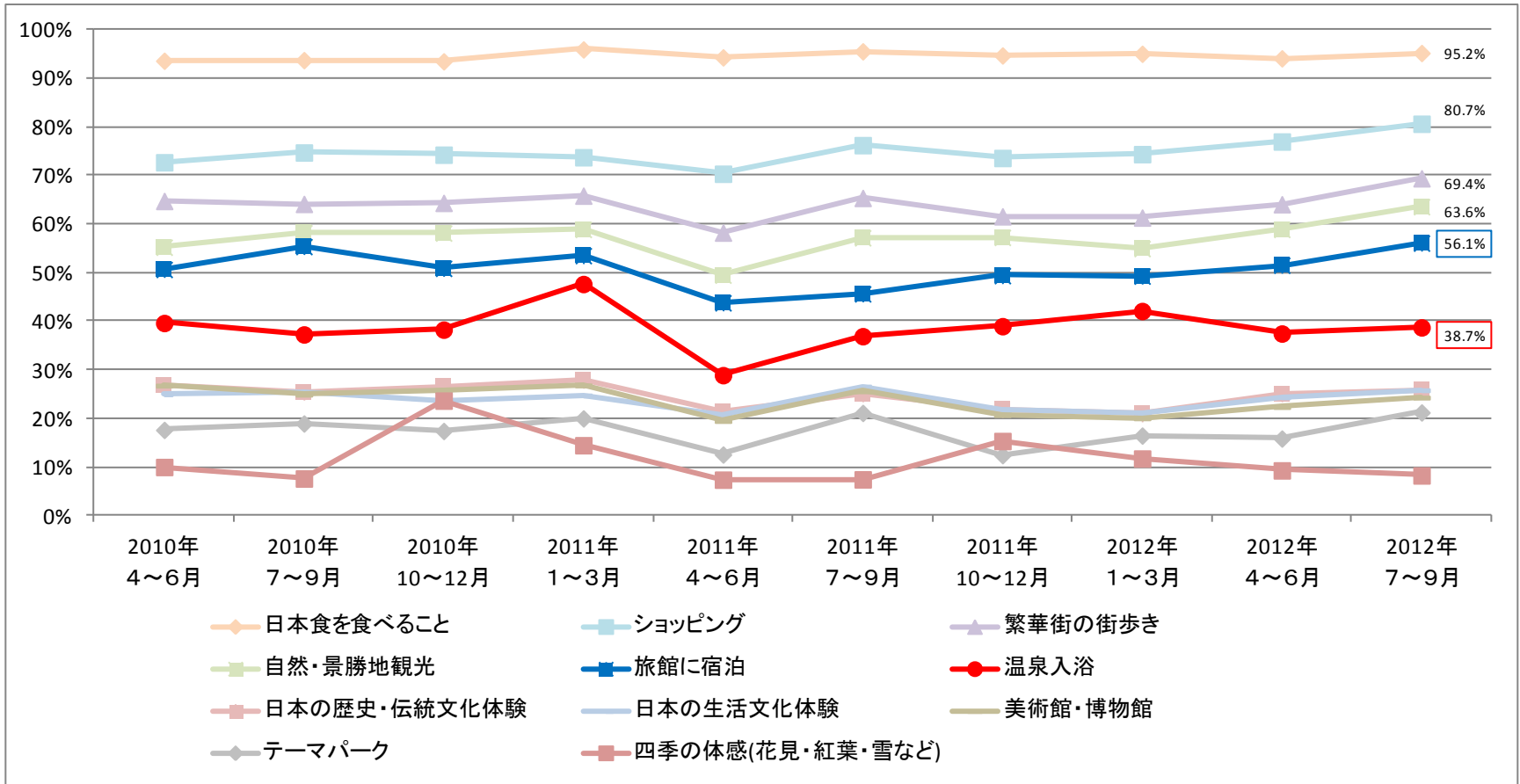


出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

外国人観光客の受け入れ⑥

— 2人に1人以上が旅館に宿泊、3人に1人以上が温泉入浴 —

今回したことの割合の推移(複数回答)

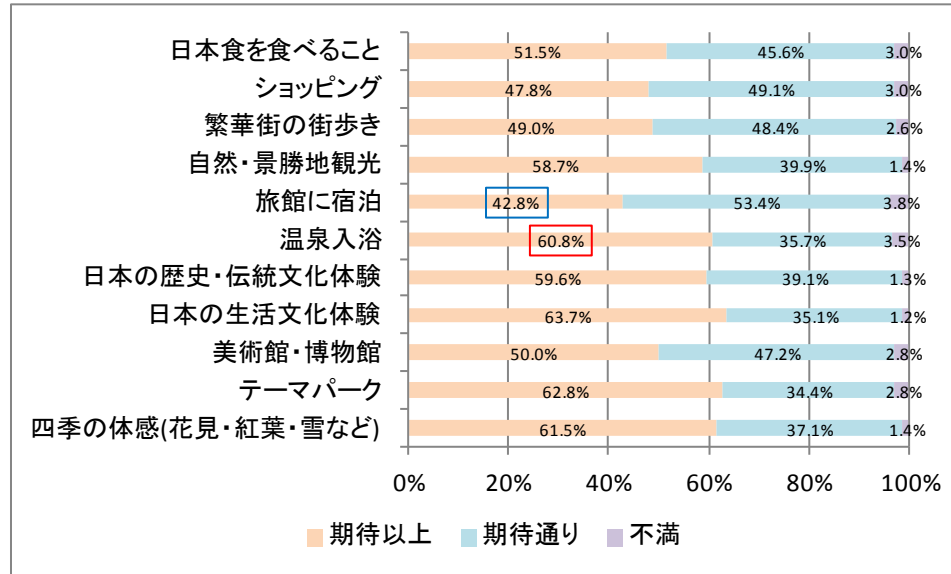


出典:国土交通省観光庁 『訪日外国人消費動向調査』

外国人観光客の受け入れ⑦

温泉入浴に対する満足度は高い

今回したことに対する満足度(2012年7~9月)

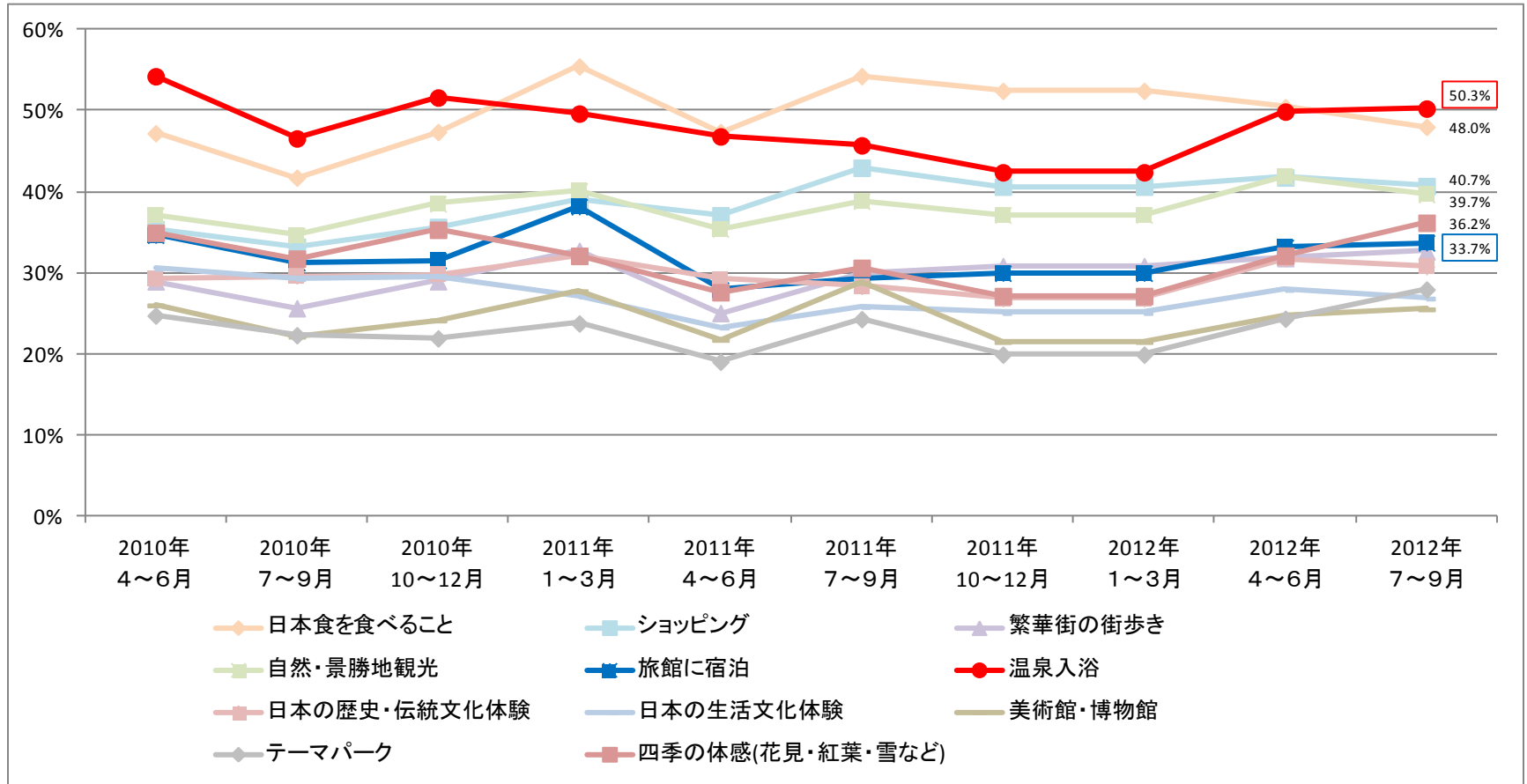


出典：国土交通省観光庁 『訪日外国人消費動向調査』

外国人観光客の受け入れ⑧

— 2人に1人が温泉入浴、3人に1人が旅館に宿泊を希望 —

次回したいことの割合の推移(複数回答)



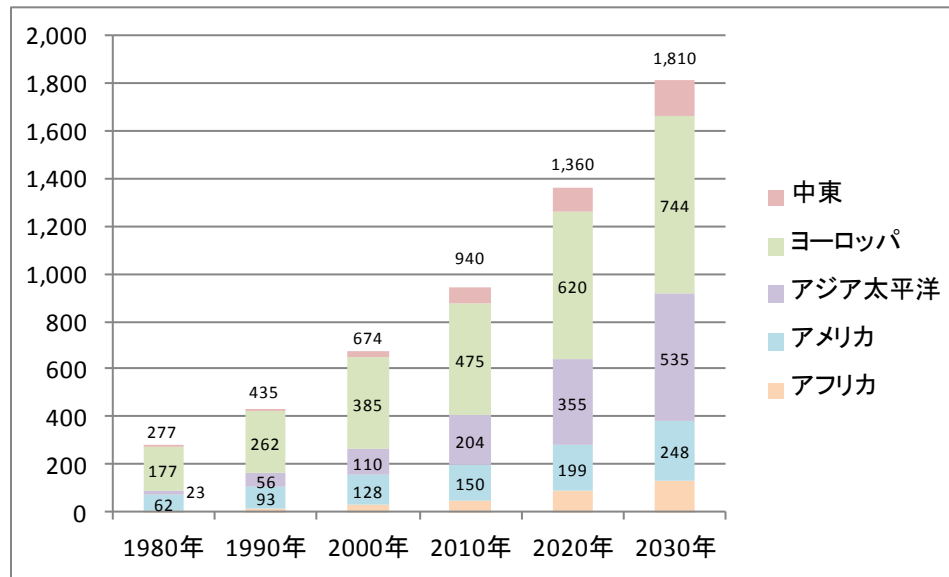
出典:国土交通省観光庁 『訪日外国人消費動向調査』

外国人観光客の受け入れ⑨

— 急増するアジア太平洋の国際観光客数 —

目的地別国際観光客数の推移

(単位:百万人)



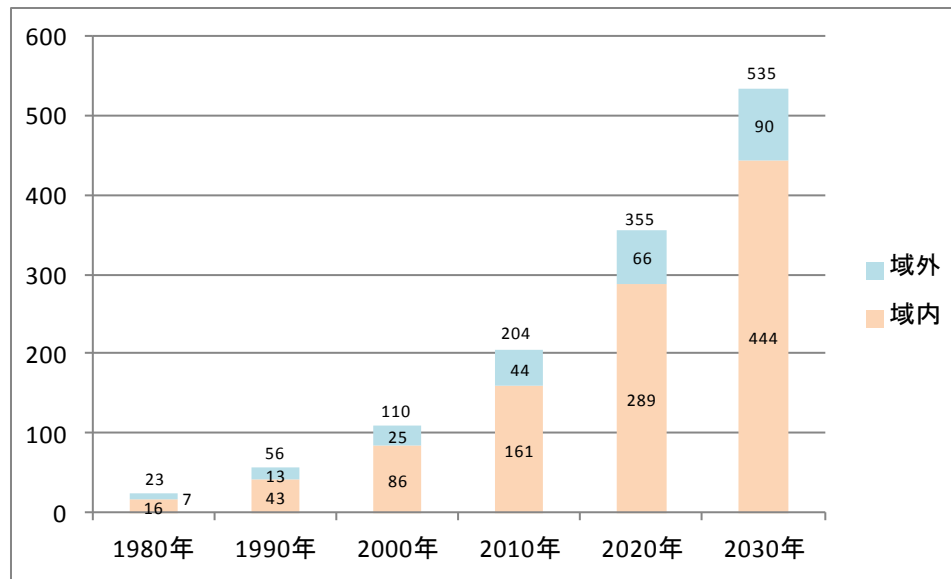
出典: World Tourism Organization “Tourism Towards 2030”

外国人観光客の受け入れ⑩

— アジア太平洋の国際観光客数の8割は域内から —

出発地別アジア太平洋国際観光客数の推移

(単位:百万人)

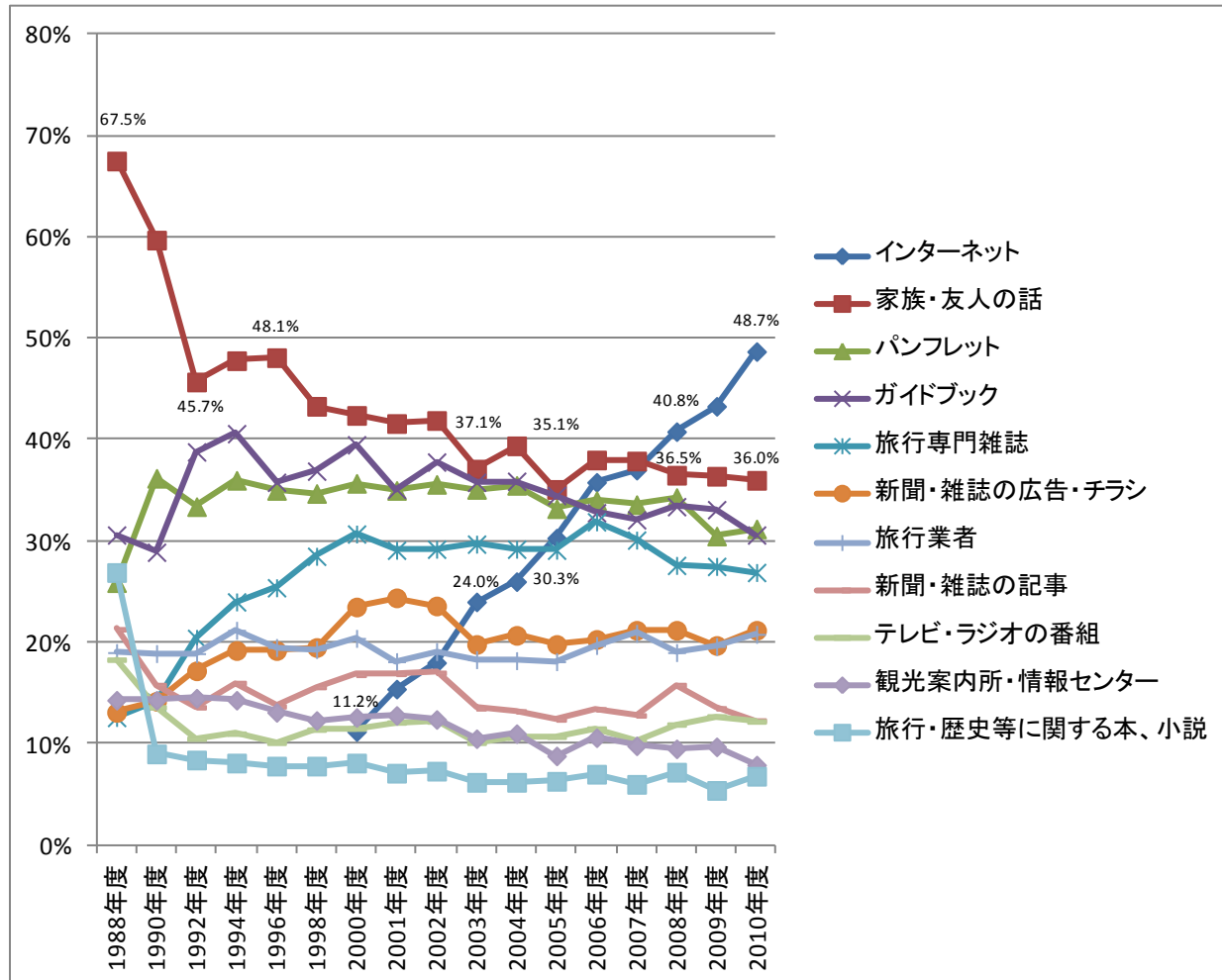


出典: World Tourism Organization “Tourism Towards 2030”

大幅に増加するアジア太平洋の国際観光客は域内から来訪

インターネットの活用①

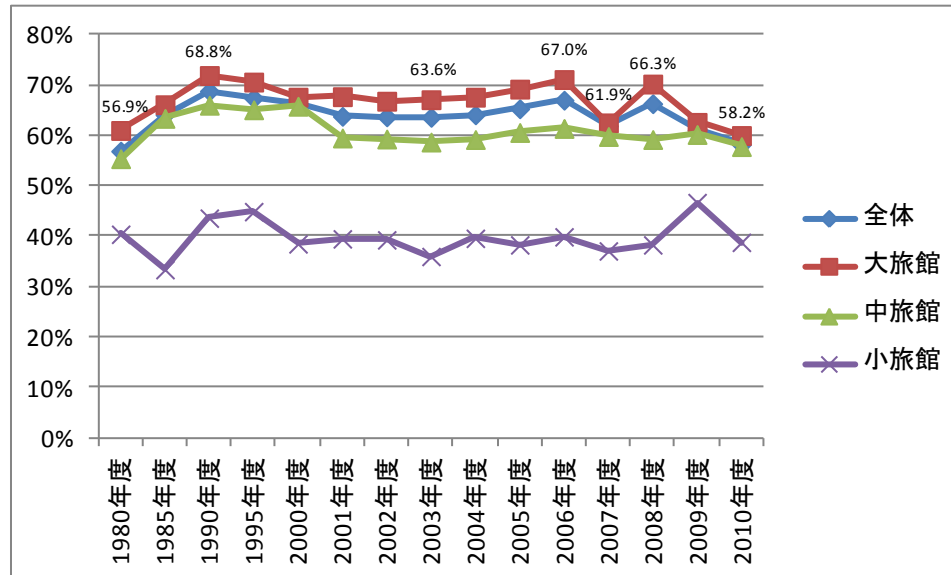
宿泊観光旅行の目的地を決定する際に参考とするものの推移(複数回答)



出典: 社団法人日本観光振興協会 『観光の実態と志向』

インターネットの活用②

予約に占める旅行業依存度の推移

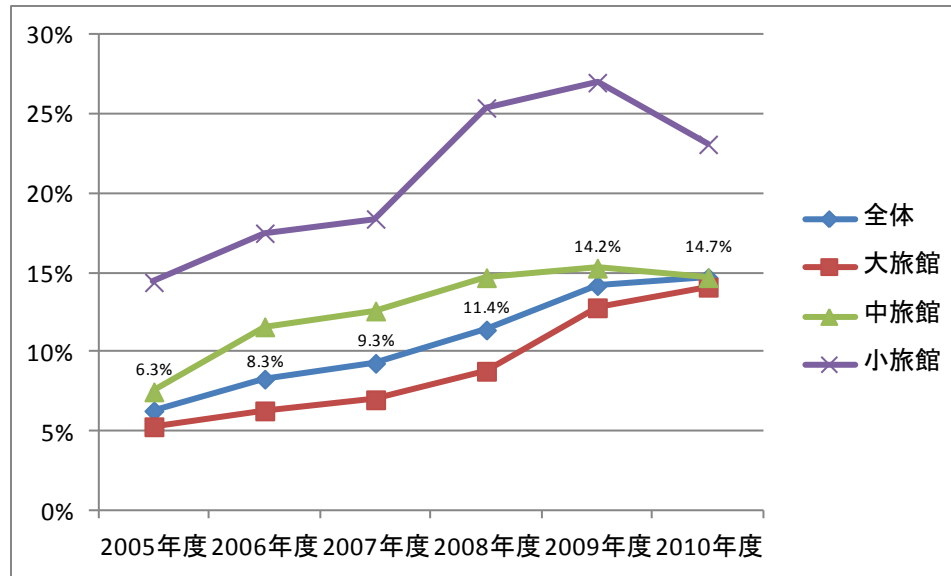


出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

インターネットの活用③

インターネット経由の予約割合の推移



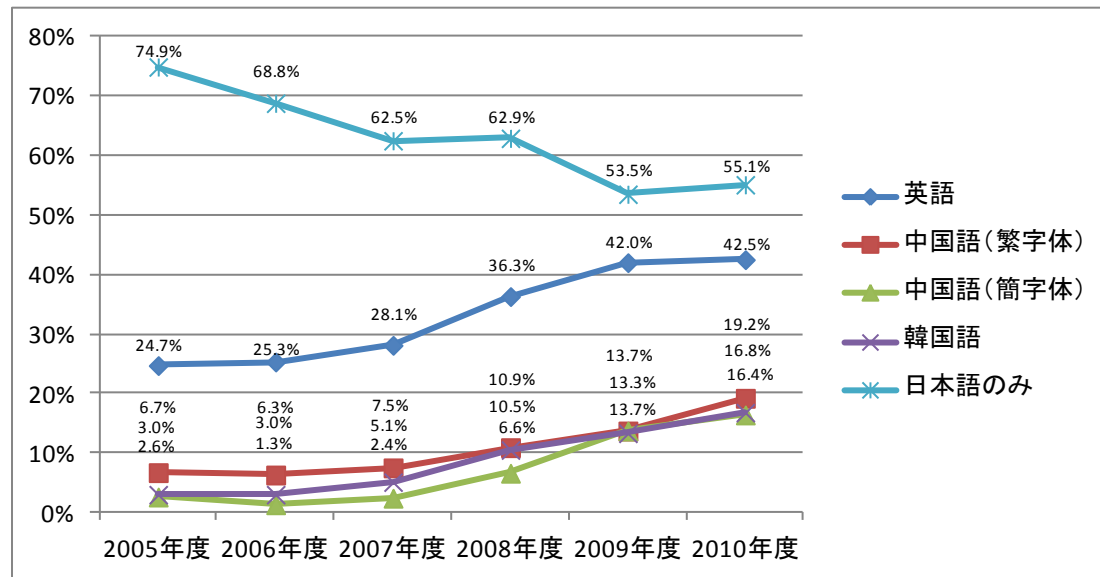
出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』

(注)大旅館：100室以上、中旅館：31～99室、小旅館：30室以下

情報源・予約チャネルとしてインターネットの重要性が増大

インターネットの活用④

自社ホームページ対応言語の推移

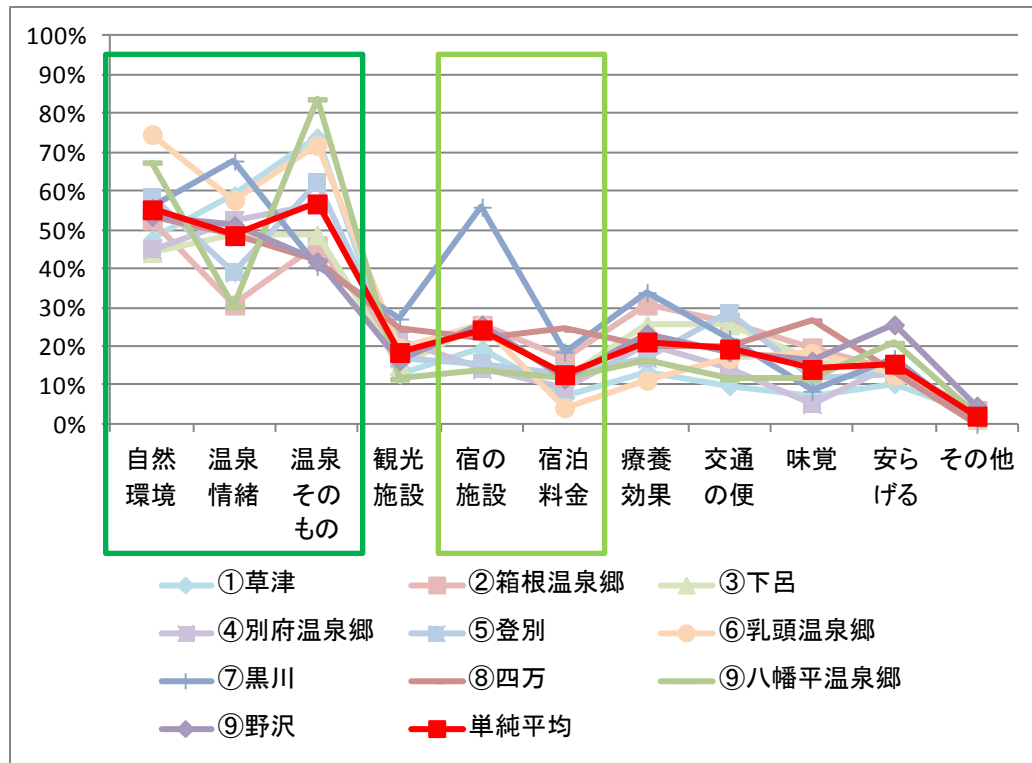


出典：社団法人国際観光旅館連盟 『国際観光旅館営業状況等統計調査』
(注)中国語(繁体)は台湾、香港、中国語(簡字体)は中国本土で使用

ホームページのさらなる充実が期待される

温泉地としての魅力向上①

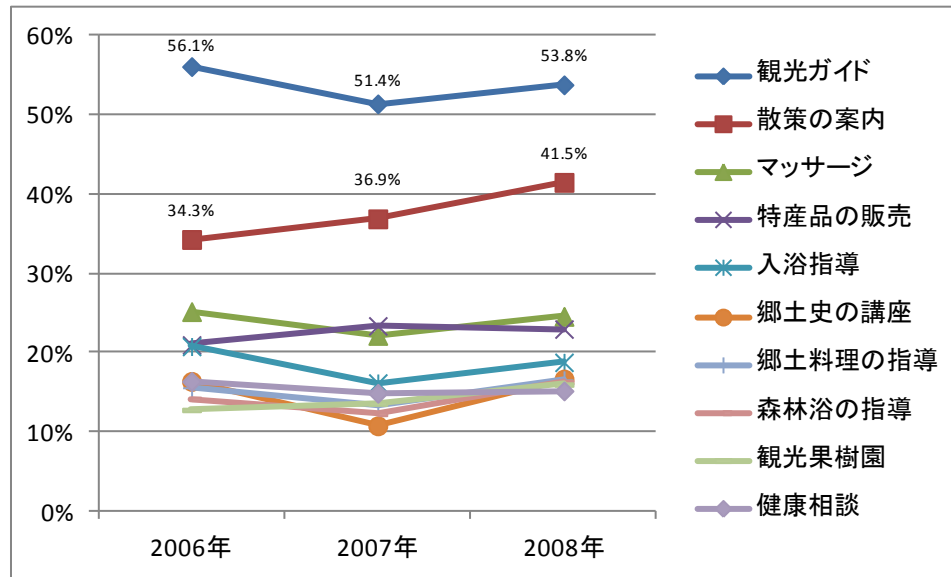
最も印象のよかった温泉地ベスト10とその理由(2009年)



出典:「第51回『旅と温泉展』アンケート調査結果」
『温泉』80巻6号 2012年11月

温泉地としての魅力向上②

温泉地に常設して欲しい施設やサービス



出典:「『旅と温泉展』アンケート調査結果」『温泉』

温泉地としての魅力向上③

温泉地の空間構造の弱化

構造化の仕組み	主要構成要素	関連構成要素	弱化の要因
要素の複合	全て	全て	宿泊施設の外部立地化 街並要素の宿泊施設への内部化
中心核の形成	源泉 共同湯 街路 河川	有力湯宿 商店 (中心的)社寺	外湯の衰退 引湯、自家ボーリングの進展
境界の明示	社寺 出入口	諸家屋 自然	社寺の影響力の低下 交通機関の発展による外延化 観光活動の外部化 境界域の流動化
要所の布石	共同湯	湯宿 商店	外湯の衰退 集落部のスプロール
空間の方向性	中心的社寺 繁華街路	社寺	中心社寺の影響力の低下 周辺骨格自然の不可視化 外部資本の流入
空間の奥行	街路	湯宿 商店	車への対応 街並要素の宿泊施設への内部化

出典：下村彰男 「温泉地の滞在空間としての魅力と空間形成」
『温泉工学会誌』Vol.28 No.1 2002年より作成

温泉地としての魅力向上④

温泉地の魅力向上に向けた方向性

温泉地全体を適切なスケール毎のまとまりに分節し、各ユニットが複合体を形成

中心部にイメージビリティの高い都市的空間を形成し、周縁部との結びつきを強化することで求心的構造を有した別世界を創造

新たな自然親和型活動(自然観察、カヌー、乗馬トレッキング、ラングラウフなど)を含めた観光・レクリエーション活動(眺望や飲食、文化的活動などを含む)を再編成し、自然のポテンシャルに応じて周辺域に配置し、場所性を取り戻す

来訪客が宿を出て街を歩き、活動するよう仕掛ける

注:「ラングラウフ」は「スキーで自然を楽しみながら山野を滑る市民スポーツ」

出典:下村彰男「温泉地の滞在空間としての魅力と空間形成」
『温泉工学会誌』Vol.28 No.1 2002年より作成

温泉地としての魅力向上⑤

温泉地としての魅力向上に向けた取り組み(例)

温泉地	取り組み
北海道知床ウトロ温泉	「知床ファンタジア」の開催(冬にオーロラを再現)
群馬県草津温泉	「湯畑」「湯もみショー」などの観光スポットがあり街との連携が密
群馬県四万温泉	館内に売店を設置せず、宿泊客に商店街に買い物に出してもらう
石川県山中温泉	「山中座」(共同浴場、山中節の公演等を行うホール)の整備 九谷焼ろくろ体験など 「温泉内周遊バス」(お散歩号)の運行
長野県野沢温泉	共同浴場の活用 足湯の整備 ブナ原生林ウォーキング
岐阜県下呂温泉	地場産品のトマトを使ったトマト丼の開発 湯めぐり手形(1,200円で3軒のお風呂に入浴可能) 足湯の整備
兵庫県城崎温泉	外湯めぐり 「ゆかたとかに王国」パスポート ホテルの観測
大分県別府温泉郷	別府八湯ウォーク 別府八湯温泉泊覧会 別府現代芸術フェスティバル
大分県長湯温泉	炭酸泉の共同浴場「御前湯」の整備 「B・B・C長湯」と「林の中の小さな図書館」の整備 「ラムネ温泉館」の整備

出典:各種資料より作成

温泉地としての魅力向上⑥

(参考1) 城崎温泉のあり方

わが町は、先輩たちから“共存共栄”という考え方を引き継いでいます。JR城崎温泉駅は旅館の玄関で、まちの道路は旅館の廊下で、各々の旅館は旅館の部屋である。町を形成している物産店、スナック、喫茶店は、旅館の売店であり、スナックであり、喫茶コーナーであります。簡単にいいますと、1旅館でお客さんを囲い込まないで外に出ていただく。旅館だけが儲けるのではなく、皆で儲けを分かち合うということです。(城崎温泉観光協会 飯田敏之会長談)

出典: 中尾清 「温泉観光地における観光まちづくりー有馬温泉と城崎温泉を事例としてー」
『温泉』75巻5号 2007年6月

(参考2) 長湯温泉のあり方

温泉地には“誇り”があった。昔、地域における情報交流は今とは比較にならないほど限られていたが、それだけに自分たちに授けられた宝物をしっかりと見つめていた。たとえば偉いお坊さんが教えてくれた温泉をととても大事にしたように。温泉地は“誇り”の集積であって、それに対する“憧れ”が旅人にあった。その“誇り”と“憧れ”が還流してエネルギーとなるところ、それが温泉地。そのエネルギーが賑わいを創出していた。今の日本の温泉地はそのことを忘れてしまった。そのことを悔いるべきでしょう。(大分県議会議員 首藤勝次氏談)

出典: 久保田美穂子 『温泉地再生』 学芸出版社 2008年

まとめ

