

全国温泉地満足度 総合部門 ランキング ベスト10

温泉地名	都道府県	満足度 (%)	集計対象数
1位 奥飛騨温泉郷	岐阜県	95.8	336
2 白骨温泉	長野県	95.7	117
3 わいた温泉郷	熊本県	95.3	106
4 別府温泉郷	大分県	93.9	670
5 指宿温泉	鹿児島県	93.6	314
6 草津温泉	群馬県	93.3	815
7 高湯温泉	福島県	92.9	113
8 山鹿・平山温泉	熊本県	92.7	232
9 乳頭温泉郷	秋田県	92.2	154
10 由布院温泉	大分県	92.1	420

最近1年間に行ったことのある温泉地のうち、「満足した」温泉地について尋ねた。
1年間の訪問者数が100人以上(2017年までの、1年間の訪問者数50人以上より変更)

全国温泉地満足度 秘湯部門 ランキング ベスト10

温泉地名	都道府県	満足度 (%)	集計対象数
1位 乗鞍高原温泉	長野県	93.8	80
2 秋田八幡平温泉郷	秋田県	91.4	70
3 小豆島の温泉	香川県	90.5	84
4 小田・田の原・満願寺温泉	熊本県	90.4	83
5 弥彦温泉	新潟県	90.2	61
5 美ヶ原温泉	長野県	90.2	51
5 青島温泉	宮城県	90.2	82
8 穂高温泉郷	長野県	89.8	59
9 別所温泉	長野県	89.1	64
10 上高地温泉	長野県	87.9	58

1年間の訪問者50人以上100人未満

分析 毎回ガラッと変わる中で、総合1位は奥飛騨温泉郷。

「もう一度行ってみたい」温泉地のラインナップとあまり変動していない上に、順位も揺るぶれも毎年異なってくるのが満足度ランキング。規模やアクセス面でのハードルなどが得票に影響している可能性があるが、秘湯部門にランクインして注目を集め、総合部門へステップアップするケースもある。そういった中でも1位の奥飛騨をはじめ白骨、草津、高湯、乳頭は今年もトップ10にランクイン。訪問者数50人以上100人未満の「秘湯部門」ではベスト5に長野県から5つの温泉地が入った。

多かったのが「街の雰囲気が好きだから」。中でも4位の道後温泉では8割を超え、旅の印象を左右する大きな理由となっていることがわかった。道後温泉は「全国あこがれ温泉地ランキング」においても4位と、前年より2ランクアップ。訪れたことのない人には「一度は行ってみたい」と思わせ、訪れた人には「もう一度行ってみたい」と実感させる温泉地であることがわかる。歴史と知名度は抜群。しかし過去からのイメージだけでランクアップは難しい。実際に期待を裏切らない道後温泉の現在の魅力とは何か。同じように知名度を誇る熱海温泉も前々年13位、前年12位、今回は9位と確実に順位を上げ続けトップ10入り。かつては新婚旅行先として名を馳せ、多くの団体客も受け入れてきた熱海。その時代は過ぎ、今では若い女性を中心に支持を集めてのランクイン。1960年代には500万人を突破した宿泊客は、2011年にはおよそ半分。しかしその年を底にじわじわと人気を回復しているのはなぜか？ 次のページからは温泉観光地としての魅力作りや、今の時代を捉えた手法も取り入れることで狙い通りのターゲットを獲得し人気を回復した2つの温泉地の戦略を紹介していく。

全国温泉地1年間の訪問経験ランキング ベスト30

温泉地名	都道府県	得票数	昨年順位
1位 箱根温泉	神奈川県	1336	1→
2 熱海温泉	静岡県	897	4↑
3 草津温泉	群馬県	815	3→
4 鬼怒川温泉	栃木県	682	5↑
5 別府温泉郷	大分県	670	2↓
6 有馬温泉	兵庫県	621	7↑
7 道後温泉	愛媛県	589	6↓
8 下呂温泉	岐阜県	582	9↑
9 伊香保温泉	群馬県	549	12↑
10 定山溪温泉	北海道	495	11↑
11 那須温泉	栃木県	494	10↓
12 登別温泉	北海道	477	15↑
13 伊東温泉・宇佐美温泉	静岡県	450	14↑
14 湯河原温泉	神奈川県	445	17↑
15 由布院温泉	大分県	420	8↓
16 嬉野温泉	佐賀県	419	24↑
17 加賀温泉郷	石川県	415	16↓
18 城崎温泉	兵庫県	397	18→
19 洞爺湖温泉	北海道	381	33↑
20 秋保温泉	宮城県	374	22↑
21 塩原温泉	栃木県	356	23↑
22 淡路島の温泉(洲本温泉・南淡路温泉郷・岩屋温泉)	兵庫県	342	19↓
23 奥飛騨温泉郷	岐阜県	336	21↓
23 玉造温泉	島根県	336	41↑
25 白浜温泉	和歌山県	335	13↓
26 あわら温泉	福井県	324	26→
27 鳥羽温泉郷	三重県	315	29↑
28 指宿温泉	鹿児島県	314	28→
29 花巻温泉郷	岩手県	312	31↑
30 蔵王温泉	山形県	307	32↑

最近1年間に「行ったことがある」温泉地(最近1年間=2017年8月ごろ~2018年8月ごろまでを指す)

分析 1位は今回も箱根温泉。熱海温泉が前年より2ランクアップして2位に。

1位の箱根温泉は前年と同じだが、熱海が2位にランクアップした。11位までの顔ぶれは前年とほぼ同じだが順位はかなり変動している。4位の鬼怒川温泉は前年より1ランクアップ。11位以下特に大きく順位を上げたものは、16位の嬉野温泉(+8ランク)、19位の洞爺湖温泉(+14ランク)、23位の玉造温泉(+18ランク)など。

全国あこがれ温泉地 ランキング ベスト30

温泉地名	都道府県	得票数	昨年順位
1位 由布院温泉	大分県	1966	1→
2 乳頭温泉郷	秋田県	1845	2→
3 草津温泉	群馬県	1706	3→
4 道後温泉	愛媛県	1427	6↑
5 登別温泉	北海道	1337	7↑
6 別府温泉郷	大分県	1224	4↓
7 指宿温泉	鹿児島県	1193	5↓
8 下呂温泉	岐阜県	1122	8→
9 箱根温泉	神奈川県	1117	10↑
10 有馬温泉	兵庫県	1099	8↓
11 銀山温泉	山形県	1095	13↑
12 黒川温泉	熊本県	1034	12→
13 熱海温泉	静岡県	983	11↓
14 鬼怒川温泉	栃木県	775	14→
15 八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	717	16↑
16 加賀温泉郷	石川県	674	17↑
17 洞爺湖温泉	北海道	615	18↑
18 蔵王温泉	山形県	552	19↑
19 白骨温泉	長野県	499	15↓
20 和倉温泉	石川県	495	20→
21 ニセコ温泉郷	北海道	474	23↑
22 伊香保温泉	群馬県	471	21↓
23 城崎温泉	兵庫県	424	24↑
24 十和田湖温泉郷・十和田湖畔温泉	青森県	403	29↑
25 黒部峡谷温泉群	富山県	363	25→
26 阿寒湖温泉	北海道	362	26→
27 玉造温泉	島根県	347	27→
28 霧島温泉(霧島温泉郷、霧島神宮温泉郷、妙見・安楽温泉郷、日当山温泉郷)	鹿児島県	339	22↓
29 雲仙温泉	長崎県	333	37↑
30 宇奈月温泉	富山県	329	28↓

まだ行ったことはないが、「一度は行ってみたい」温泉地について尋ねた。複数回答5つまで

分析 1位は13年連続由布院温泉。大きく順位を上げた温泉地も

30位までの顔ぶれは前年からほぼ変化なし。4位の道後温泉と5位の登別温泉がそれぞれ前年より2ランクアップした。特に大きく順位を上げたものでは、24位の十和田湖温泉郷・十和田湖畔温泉(+5ランク)、29位の雲仙温泉(+8ランク)など。

全国人気温泉地ランキングベスト50

(n=11,157)

温泉地名	都道府県	得票数	昨年順位
1位 箱根温泉	神奈川県	1951	1→
2 草津温泉	群馬県	1806	2→
3 登別温泉	北海道	1413	5↑
4 道後温泉	愛媛県	1311	6↑
5 別府温泉郷	大分県	1270	3↓
6 由布院温泉	大分県	1233	3↓
7 有馬温泉	兵庫県	1005	9↑
8 黒川温泉	熊本県	987	8→
9 熱海温泉	静岡県	918	12↑
10 下呂温泉	岐阜県	869	11↑
11 城崎温泉	兵庫県	861	10↓
12 指宿温泉	鹿児島県	843	7↓
13 乳頭温泉郷	秋田県	765	13→
14 鬼怒川温泉	栃木県	734	15↑
15 奥飛騨温泉郷	岐阜県	691	16↑
16 和倉温泉	石川県	657	17↑
17 洞爺湖温泉	北海道	651	19↑
18 蔵王温泉	山形県	590	18→
19 玉造温泉	島根県	566	25↑
20 加賀温泉郷	石川県	549	21↑
21 定山溪温泉	北海道	539	23↑
22 阿寒湖温泉	北海道	525	24↑
23 湯の川温泉	北海道	511	20↓
24 霧島温泉(霧島温泉郷、霧島神宮温泉郷、妙見・安楽温泉郷、日当山温泉郷)	鹿児島県	492	14↓
25 嬉野温泉	佐賀県	483	28↑
26 雲仙温泉	長崎県	473	30↑
27 秋保温泉	宮城県	467	31↑
28 伊香保温泉	群馬県	459	27↓
29 万座温泉	群馬県	429	29→
30 層雲峡温泉	北海道	423	32↑
30 飛騨高山温泉	岐阜県	423	33↑
32 白浜温泉	和歌山県	415	22↓
33 八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	411	34↑
34 白骨温泉	長野県	392	26↓
35 ニセコ温泉郷	北海道	368	40↑
36 鳴子温泉郷	宮城県	355	35↓
37 銀山温泉	山形県	338	44↑
38 修善寺温泉	静岡県	321	36↓
39 十和田湖温泉郷・十和田湖畔温泉	青森県	305	42↑
39 那須温泉	栃木県	305	37↓
39 湯河原温泉	神奈川県	305	43↑
42 花巻温泉郷	岩手県	297	38↓
43 四万温泉	群馬県	286	45↑
44 十勝川温泉	北海道	280	41↓
45 三朝温泉	鳥取県	267	51↑
46 野沢温泉	長野県	266	39↓
47 淡路島の温泉(洲本温泉・南淡路温泉郷・岩屋温泉)	兵庫県	260	48↑
48 日光湯元温泉	栃木県	257	47↓
49 伊東温泉・宇佐美温泉	静岡県	249	49→
50 宇奈月温泉	富山県	243	53↑

これまで行ったことがある温泉地のうち、「もう一度行ってみたい」温泉地について尋ねた。複数回答5つまで

分析 1位は調査開始以来連続で、箱根が獲得。ベスト5は8年ぶりに入れ替わる

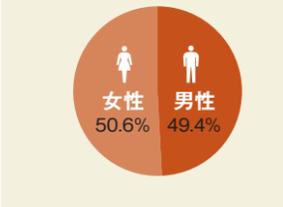
13年連続で不動の1位をキープした箱根温泉。2位には2016年以来4年連続で草津温泉が続いた。3位は前年の5位より2ランクアップした登別温泉。ベスト5は2012年以降、同じ顔ぶれだったが、道後温泉が昨年より2ランクアップして4位に入り、調査開始以来、最高順位を獲得した。トップ10については、前年より3ランクアップした9位の熱海温泉と、1ランクアップした10位の下呂温泉が新たにベスト10入り。50位までの温泉地では、顔ぶれはほとんど変わらないものの、玉造温泉は6ランクアップして19位、ニセコ温泉郷は5ランクアップして35位、三朝温泉は6ランクアップして45位に。また宇奈月温泉は前年53位より3ランクアップし、50位圏内に入った。

じゃらん 人気温泉地 ランキング2019 調査概要と 回答者プロフィール

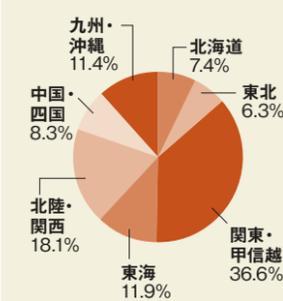
調査概要
調査時期 2018年8月22日(水)~ 2018年8月31日(金)
調査対象 「じゃらんnet」会員
調査方法 インターネット上でのアンケートを実施
回収数 11,157人
有効回答数 11,157人
対象温泉 計327の温泉地を 選択肢として設定

回答者プロフィール

性別(n=11,157)



居住地域(n=11,157)



今年で13回目を迎えた「じゃらん人気温泉地ランキング」。全国1万1157人のじゃらんnet会員の投票により、計327カ所の温泉地から注目のランキングが決定した。不動の人気を誇る温泉地あり、V字回復に向け躍進中の温泉地あり。カスタマーに選ばれる理由は何か？データと現地取材で、魅力とその背景に迫る。

旅先の候補として選ばれる温泉地のキメ手とは？

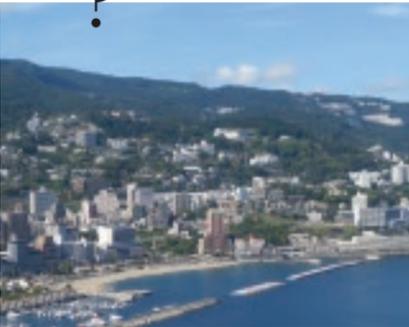
今回で13回目の調査となる「じゃらん人気温泉地ランキング」。「全国人気温泉地ランキング」では1位と2位、「全国あこがれ温泉地ランキング」では1位〜3位、「全国温泉地訪問経験ランキング」では1位がこの4年間で変わりなく、上位陣の多くが安定した人気を誇っていることがわかった。これら主要3部門ともにランキングを構成する温泉地自体は前年とあまり変わりがないが、順位においては変動がある。その背景は？「全国人気温泉地ランキング」上位5位までの温泉地の選択理由として

過去の経験を糧に右肩上がり中!

熱海温泉(静岡県)は

なぜイメージアップできたのか?

リピーターの多さ、そして東京から新幹線で50分というアクセスのよさ。2つの強みを活かすために、メディア活用や民間のまちづくりとも連携。



首都圏からアクセスのよさと、海も山も揃った熱海温泉

熱海市としてのおもな戦略

- 20代~30代女性をターゲットにした「意外と熱海」(2013年~)
- メディアの制作班を全面サポートする「ADさん、いらっしやい」(2012年~)
- 民間主導のまちづくりを行政がバックアップする「リノベーションまちづくり」(2016年~)

再起を図るためのターゲットを熱海への先入観がない層に設定

1964年の新幹線の開業により、年間500万人が宿泊する一大観光地に発展した熱海。やがて企業が団体で旅行する時代は終わり、バブル期こそ持ち直したものの宿泊客数は右肩下がりに。熟年層にとっては最盛期を過ぎた感も否めない熱海であるが、近年の人気を支えているのは、そのような時代を知らない世代だ。

近年のデータで、熱海を訪れている人はリピーター率が高く、しかも来訪頻度は6カ月以内が30%と、ヘビユーザーが多いことがわかった。そのリピーターとは、かつて会社の旅行などで連れてこられ、その後は自分で友人や家族を連れて来るようになった人たち。しかし団体旅行が少なくなった今では、まず将来のリピーターを作り出す必要があった。ターゲットとして設定されたのは、

身近なメディアも活用し、丸ごとの熱海をアピール

もうひとつ、熱海を強力にアピールしているプロモーションが「ADさん、いらっしやい」だ。これは市の職員が24時間体制でメディアの制作班を全面的にサポート。情報・バラエティを中心に、今では年間1000

目指すのは何度訪れても魅力を提供できるまちづくり

効果的なPRによって多くの観光

件ほどに対応。映画やドラマではなく、なぜ情報・バラエティなのか? 「映画やドラマはきれいに撮影してくれませんがエンドロールまで熱海とわからず、場合によっては架空の街になっていることも。その点、情報・バラエティ番組はいろんな意味で街自体を全面に出してくれずし、家族団らん時にお茶の間で流れていることが多い。観ている人にとっては、普段の生活の中で意識せずに情報が入ってくるのです」(熱海市観光建設部 立見修司さん)。首都圏から近く新幹線も停まる熱海は移動時間が読めるので、出演者の予定が組みやすい。これらの戦略が見事に当たり、狙いどおりにたくさん若い女性リピーター候補が訪れるようになった。

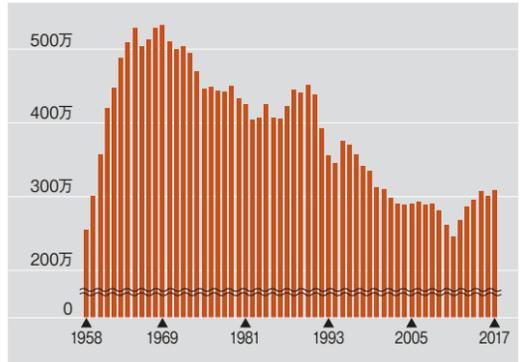
ナイトスポットの観光パンフも!

行政としては珍しいと思われる「夜のお店」をフォーカスしたタブロイドも発行。団体旅行最盛期、上司に連れられ夕食後に繰り出す会社員が多かったことから、今でも人口に比べて夜の店が多い。バー、スナック、キャバクラなど、若い人が旅に出た高揚感の中でのデビューを狙う。そしてアクションを起こしやすいように、糸川沿いの桜のライトアップや花火での外出と絡めた工夫も実行している。



2017年2月に第1版。参考料金の他、お店の人の顔や店内写真も紹介。中が見えにくいナイトスポットの扉を開ける勇気を後押ししている

熱海市の宿泊客数の推移



入湯税による宿泊客数 (熱海市観光建設部観光経済課資料より作成)

熱海のまちづくりと仕掛け人たち

目線を変えて、楽しく参拝できる神社へ。地元のお店を回遊させるスイーツも開発

来宮神社 第20代宮司
雨宮盛克さん



本殿前で。雨宮さんの元で、現在では54名ものスタッフが勤める来宮神社。「いかに気持ちよく参拝していただけるかということ徹底してきました」



11店舗が参加し計50品を超える来福スイーツは全職員で審査。胃袋の量は決まっているが、ちよつとずつのお菓子ならつまめることから思いついたという



ロマンティックな雰囲気にあふれた「Kodama Forest Project」。ライトアップは24時まで。夜の参拝者も増えている

熱海の街から坂を上り到着した来宮神社は、鳥居をくぐった時から心地よい参道が本殿へと誘う。境内には座れる場所が多く、平日でも多くの人思い思いに休息をとっている。このような滞在も楽しめる空間に変わったのは、実は7年ほど前からだ。

現宮司の雨宮盛克さんがまだ禊衣であった2005年頃、参拝客が減少し、来宮神社は非常に厳しい時代を迎えていた。神様を祀る神社とはいえ、その経営は人の手によるもの。「心清かに参拝できる環境づくり、五感を感じる空間づくり」を目指し、今の姿に変えてきた。「参拝客や観光客の方の目線を見て、熱海や神社が楽しくなければと思いました。神社として守るべきところを守っていけば、それ以外の部分については変えられる可能性がある」と気がついたのです(雨宮さん)。

“周りの人をたくさん連れてきてくれそう”と若い女性をターゲットに、10年ほど前から50項目ほどの戦略を展開中。緑が気持ちよく段差のない参道の整備、境内を160個のLEDでライトアップする「Kodama Forest Project」やオープンカフェの開発など。2005年には年間10万人だった参拝客が、2014年には68万人まで増加。また、これらの戦略のうち、地元の店舗とコラボした「来福スイーツ」は熱海に数々の新しい銘菓を誕生させることにつながった。来宮神社の神様の好物という「麦こがし、百合根、橙、ところ」のいずれかを使い、店舗がスイーツを創作。境内でこの一部を販売し、興味を持った人には来福MAPを持って各店舗を回ってもらう仕掛けを作った。これにより各店舗は過去最高の売上を記録したという。

神社の外に無料の休憩所を作り観光情報を提供するなど、神社のイメージを覆す発想力で勝負し続けている。

ゼロからまちづくりをスタート。地元で熱海ファンを作り出し、街を再生へ

machimori代表
市来広一郎さん



最近熱海に増えつつあるゲストハウスの先駆け「MARUYA」の前で。熱海銀座通りを車が通らない公園のような場所にしたいなど、ここでやることはまだ山ほどあるという



市来さんの著書「熱海の奇跡」(東洋経済新報社)には数々の成功とそして失敗についても詳しく記されており、まちづくりの取り組みが生き生きと伝わってくる



2カ月に一度開催される「海辺のあたまマルシェ」は大人も子どもも楽しめるクラフト&ファーマーズマーケット

大学進学とともに熱海を離れた市来さんが東京からUターンしたのは2007年。生まれ育った街が廃れていく姿を見て何とか再生したい、その強い思いからだった。当時、街の人たちには、自信も展望もなくなった感があったという。「過去に成功しているだけに、熱海には人も店も自然も資源は圧倒的にある。それが活かされていないことを、もったいないと感じました。これまでと同じお客さまに対して同じように売っていても魅力は出ない。でも見せ方を再編集すれば今の時代に受け入れられるものになるのでは、と思ったのです」。

その考えを2009年~2011年にかけて、熱海市や熱海市観光協会と開催した、地元を楽しむ体験交流ツアー「おんたま」(熱海温泉玉手箱の通称)で実行。220種類以上の企画に5000人超が参加。地元の人たちが街の魅力を見出すことになり、たくさんの熱海ファンを作り出すことに成功。市来さんも活動を受け入れられたという最初の手応えを感じた。2011年には熱海の中心街の再生を目的に株式会社machimoriを設立。これまでに熱海銀座通りに地域コミュニティのための「CAFE RoCA」、熱海初のゲストハウス「MARUYA」、起業家たちのコワーキングスペース「naedocol」をオープン。熱海銀座を歩行者天国にした「海辺のあたまマルシェ」も定期的に開催。持っていた資産を活かし、今までの熱海にはなかった魅力を打ち出してきた。Uターン当時、1/3もあった熱海銀座通りの空き店舗は、残り1件にまで減り、地価も上昇。「この小さな商店街だけなのでまだスタートの一步。まちづくりは丁寧に進めていく必要があります。この通りの30店舗の方々との信頼関係を作るのにも時間がかかっているし、それは油断をしたら失ってしまうもの。ただ、老舗の方とまちづくりについての目線は同じ。100年やってきた人たちは、目先の利益だけではなく100年先を見た経営を考えているからです」。

客が訪れても、魅力に乏しければリピーターされることは難しい。市のデータによれば、熱海を訪れる人は午前中に到着し、宿のチェックアウト時間後も長く街に滞在している。つまり街中の満足度が上がっていると考えられる。そういった街の活気

は、賑わいの象徴と言われた熱海銀座商店街を中心とした地域の再生に取り組む人や、斬新なアイデアで人氣の観光スポットとなった神社など、熱海を愛する民間の気持ちと実行力もあつてこそ。新しいカスタマー層に合うようなゲストハウスができる

など、今までは違うカジュアルな面も増えつつある熱海。「熱海はこれまでも失敗を繰り返してきているので、それにより変わった部分と昔ながらの良さが共存しています。古き良きを残し、変化を恐れず必要があれば変わっていく。そういった進

化し続ける魅力で、年に2~3回行く国内旅行の際には必ず熱海を思い浮かべてもらい、そのうちの1回は必ず選ばれる温泉地を目指していきます」(立見さん)。

次回のランキングではどこまで上昇しているか、来年を楽しみだ。

やがて訪れる「危機」を乗り切る!!

道後温泉 (愛媛県) のアートが、

ターゲットに刺さったワケは?

国内で最も有名な公衆浴場といえる、道後温泉本館。町のシンボルがやがて迎える長期の「保存修理工事」を見据え、アートを中心に町は一丸となった。

周年行事を大名目に、大きな使命を帯びたアート事業

温泉地の多くには町の人に愛されてきた公衆浴場がある。しかしこの道後温泉本館(以下、本館)ほど、その名と姿を知られている存在は珍しいだろう。日本最古と言われ300年の歴史を持つ道後温泉だが、改築120年ほどの本館を抜きにしてその魅力が語られることはない。観

道後温泉の アート事業とは

- 2014年、2017年、2018年は20~30名のアーティストによる「道後オンセナート」。
 - 2015年、2016年、2019年・2020年は単独アーティストによる「道後アート」。
- 展示物、街歩きのための色浴衣、アーティストたちが手がけた宿泊できる部屋、参加型イベントなど、多彩なラインナップを仕掛けている。
※展示期間は作品ごとに異なる

光客にとつては道後温泉＝道後温泉本館。地元にとつてはシンボルを超えて、経済も支える心臓的存在だ。その本館が2014年に改築120周年を迎えるにあたり、「大還暦をアートで祝おう」という話が持ち上がる。今や全国に無数ある地域とアートのコラボ。商店街など地元も元氣な道後でなぜ?という声も出るが、

国の重要文化財である本館の保存修理工事を避けては通れない時期が迫っていた。そして元氣ではあっても、道後温泉の宿泊客数は緩やかな減少傾向にあった。短期間では済まない工事が与える影響は計り知れない。今までのように本館だけに頼らない

新しい道後の魅力を作り出していく必要があったのだ。この機に新たなターゲットも設定。「主な客層の40代、50代に比べて弱かった20代、30代の女性客を取り込むことに決めました。女性が動けば男性も付いてくることも想定しています」(松山市道後温泉事務所 鎌田めぐみさん)。

およそ半径200m以内に駅、商店街、本館、旅館がぎゅっと詰まった道後は、良くも悪くもコンパクト。半日で十分に楽しめてしまうだけに、夜に楽しめる作品なども設置し、滞在時間の延長や宿泊を狙った。そしてそれらを伝えるために、今では当たり前となった手法を道後温泉は2014年に取り入れた。

取材しやすい体制作りと、インフルエンサーの活用

充実したラインナップのアート事業の広報を担ったのは、地元で長年活動を続けるNPOと編集者、ライ



蛭川実花さんによる道後温泉本館のインスタレーション
©mika ninagawa, Courtesy of Tomio Koyama Gallery/ Dogo Onsenart 2018

作品の一つである蛭川実花さんの浴衣を来た写真をSNSに載せたので

すが、同じ浴衣を着て同じポーズで写真を撮りたいという女性が殺到。こういうきっかけで旅先を選ぶこともあると初めて気づきました」(鎌田さん)。今回のランキングデータ

では近隣居住者の支持も大きかったが、首都圏へのPRは愛媛の県民性

も考えてという。「良く言えば謙虚。身内(地元)が発信していることをいいね!となかなか賛同してくれない傾向があるので、まず首都圏から盛り上がり地元を動かすことにした

のです」(清水さん)。

事業は継続し、2019年度は東京芸術大学教授でもある日比野克彦さんが担当。保存修理工事中の本館は手塚治虫さん作の「火の鳥」とタッグを組む。危機を乗り切るべくまだまだアートとともに邁進していく。

道後をひとつにまとめる立役者たち

盆踊りという文化がなかった街に 商店街主導で「道後BONダンス」誕生

道後商店街振興組合理事長
石田匡暁さん(緋屋代表)
理事・青年部部长
栗原正行さん(ひめや代表)



シャッター店舗がなく60店舗すべて元気に営業中という道後ハイカラ通りで、石田さん(右)と栗原さん(左)。商店街ではおもてなしに力を入れ、年に2回外部講師を招いてセミナーを開催



踊りやすく口ずさみやすい道後BONダンス。近藤良平さん作「ここはど〜こ?どうおこんど」も加わり、道後のBONダンスは2曲になった

『坊っちゃん』で有名な道後温泉だが、実在の有名で道後生まれと言えば、盆踊りの元祖と言われる「踊り念仏」で知られる、宝蔵寺の一遍上人(いっぺんしょうにん)。しかしその故郷である道後には盆踊りがなかった。

5年ほど前に本館の保存修理工事とオンセナートの話が持ち上がった際に、商店街の組合では青年部を立ち上げ、5年先まで視野に入れイベントなどを計画。道後は浴衣でのそろ歩きが似合うが、その浴衣をもっと楽しめるもの考えた時、盆踊りを思いつく。「アートは切り口がさまざまダンスもそのひとつ。それまでは道後温泉は本館に頼り切っていて道後に来たら本館に入れば良いという流れでした。しかし体験してみてこそ感じるものがあると思ったのです」(石田さん)。現代音頭作曲家の山中カメラさんに依頼し、松山で1カ月暮らしてもらった後に「道後BONダンス〜道後湯玉音頭」が誕生。「初めて聴いた時は涙が止まりませんでした。道後の歴史をよく理解された上で書かれているので、たくさんの意味ある言葉が子どもでも理解できる唄として表現されていたのです」(石田さん)。最初の盆踊りは2013年12月30日という真冬に30人ほどで開催。その後は8月〜9月頃に開催され、3年ほどで本館を太鼓槽のように囲むほど盛況になった。今では観光客も含め400〜500人ほどが参加する夏の一大イベントになっている。

商店街では地元の小学校で、BONダンス、道後の歴史についての授業、子どもたちが道後でのおもてなしをプロデュースできるプログラムにも取り組んでいる。そのうちの1校、湯築小学校が今年度「第12回キャリア教育優良教育委員会、学校及びPTA団体等文部科学大臣表彰」を受賞。旅館、商店街、子どもたちも一緒に「オール道後」で過ごしやすいまちづくりを目指している。

個々の枠を超えて レベルアップやプランを打ち出す

道後温泉旅館協同組合 理事長
新山富左衛門さん(古湧園代表)



松山市から運営を委託されている「飛鳥乃湯泉」の前で。新山さんの宿も2014年の「ホテル ホリゾンタル」に協力。荒木経惟さんの手がけた部屋が話題を呼んだ

道後オンセナートには、旅館やホテルの部屋そのものを使った作品もある。各宿から提供された部屋にアーティストが演出を施し、実際に宿泊も可能。それらを「ホテルホリゾンタル」という架空の宿の部屋と見立て一体感を持って展開してみせた。改装費などは各宿の負担となることから、連携あってこそ実現した企画だ。道後温泉ではこれまでも宿の枠を超えたさまざまなプランを提案。近年は2度も「じゃらん元氣な地域大賞」に選ばれるなど、高い評価を受けている。

「温泉地としてネームバリューに実力が付いていくように、組合ですべての宿のレベルアップを図っています。今までもいろいろなアイデアを出してきましたが、本館の保存修理工事がついにスタート。『営業しながら保存工事』とは伝わりにくいこともあるかと、今まで以上に強力なプランを打ち出すことにしています」(新山さん)。

この4月からは、温泉地のパワースポットなどを巡る着地型ミニツアーをスタート。4つほどのコースのうち必ず1つを毎日実施。プレミアムのついた有料の手形の中に、ツアーがインクルードされている仕組みだ。また小型の電動自動車のレンタルも開始。まず組合で購入して各宿で検討してもらうことになるが、坂道もある道後ではなかなか便利な移動手段となるだろう。さらに、松山市内に増えているホテルとの連携を視野に入れたプランや、旅前、旅中、旅後のサービスやフォローなど、新山さんから出るアイデアは尽きない。「本館保存修理工事を乗り切るため、そしてリピーターになっていただくためには、一丸となった努力が必要なのです」。



2018年に、道後プリンスホテルで大宮エリーさんが手がけた部屋「楽園」
©ELLIE OMIYA/Dogo Onsenart 2018



本館工事中は制限された 状況の逆手に 限定感のある楽しみ方を提案

2017年には、市民の湯と言われる「椿の湯」がリニューアルし、新たに「飛鳥乃湯泉(あすかのゆ)」もオープン。しかし本館も、2019年1月15日から始まった保存修理工事中も営業を継続。工事中の外観をフォトスポットにする工夫や、この期間にのみ使われる出入口、さらに女性客はこれまで入れなかった男性浴室の一部を使用できるなど、地元の人にとっても初めての体験が目押し。また工事の様子を見られるように高台に足湯を設けるなど、工事を逆手に限定感を最大限に活かしたコンテンツを用意している。



飛鳥乃湯泉。館内の装飾には愛媛県の伝統工芸品がふんだんに使われており、またスタッフもきちんと説明ができると好評を得ている



保存修理工事中の本館には「火の鳥」の日除け幕