

発表!

人気温泉地ランキング2023

文化を伝える温泉地

【現地レポート】

ランクUP嬉野温泉の挑戦

17回目となる恒例の「じゃらん人気温泉地」ランキング。全国1万3375人の投票により、全国328の温泉地から、今回も各ランキングが決定した。旅行者は何に惹かれ、満足し、また訪れたいと思うのか。資源の磨き方、見せ方によって温泉地の魅力の伝わり方はまるで違ったものになっていく。過ごし方が多様化する中で、支持される、心に刺さる温泉地とは？

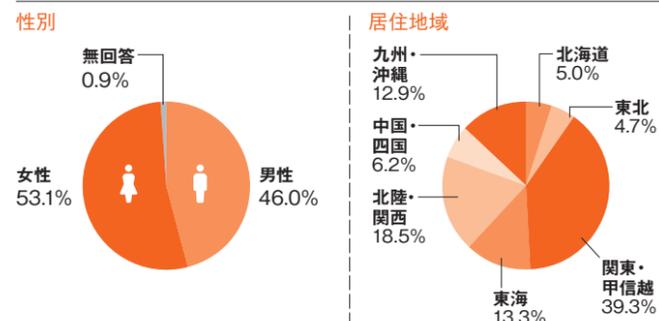
イラスト/うよ高山 写真/清水知成 (P12~P15)

じゃらん人気温泉地ランキング2023 調査概要と回答者プロフィール

調査期間	2022年8月22日(月)から 2022年8月31日(水)
調査対象	【じゃらんnet】会員
調査方法	インターネット上でアンケートを実施
有効回答数	1万3375人
対象温泉地	全国の328温泉地 (除く東京都・沖縄県)を 調査対象として設定

※温泉地名は調査時のものであり、一部の温泉地で呼称が異なる場合がある

回答者プロフィール (n=13,375)



心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーのプロデューサー
応援情報誌

とーりまかし

vol. 71
2023年3月号

目次

- 発表!
じゃらん人気温泉地ランキング2023
- 2 文化を伝える温泉地
【現地レポート】
ランクUP嬉野温泉の挑戦
- おかえり・ただいまから始まる
- 16 「帰る旅」の可能性

連載

- 先進事例に成功のヒントあり
持続可能な「DMO経営」学
- 26 観光庁に突撃取材!
新たな「先駆的DMO」選定とは?

知りたかったあのキーワードを詳しく解説
とーりまのピックアップNEWS
月は東に、日は西に

- 今号のキーワード
- 30 ウェルビーイング

価値と感動を生み出す人にインタビュー
32 「マエストロの肖像」
株式会社アロマオルファクトリー
代表取締役 調香師
荘司 博行

Nostalgic but Innovative
ちょっと気になるおみやげ手帖

- 34 酒粕美容パック(全国)

とーりまかし [Lerna Kazumi]

「インドネシア語で「ありがとう」の意。」

日頃からお世話になっているクライアントのみなさまにありがとう、そして私たちに知恵を提供してくれるすべてのみなさまにありがとう、という感謝の気持ちを込めて、「この名前をつけました。ちなみに、じゃらん「Jan」もインドネシア語で、「道」「プロセス」の意味です。「Jan Jan」で、「散歩する」「ブラブラ出かける」「旅行する」などの意味になります。

全国温泉地1年間の訪問経験 ランキングベスト30

最近1年間に「行ったことがある温泉地」
(最近1年間＝2021年8月頃～2022年8月頃までを指す)
(n=13,296)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	箱根温泉	神奈川県	1479	1 →
2	熱海温泉	静岡県	973	2 →
3	草津温泉	群馬県	944	3 →
4	鬼怒川温泉	栃木県	722	4 →
5	下呂温泉	岐阜県	681	5 →
6	別府温泉郷	大分県	641	9 ↑
7	有馬温泉	兵庫県	631	7 →
8	伊香保温泉	群馬県	614	8 →
9	伊東温泉・宇佐美温泉	静岡県	585	10 ↑
10	那須温泉	栃木県	580	6 ↓
11	湯河原温泉	神奈川県	573	11 →
12	道後温泉	愛媛県	538	12 →
13	登別温泉	北海道	481	13 →
14	嬉野温泉	佐賀県	450	20 ↑
15	奥飛騨温泉郷	岐阜県	448	15 →
16	淡路島の温泉 (洲本温泉・南あわじ温泉郷・岩屋温泉)	兵庫県	441	17 ↑
17	定山溪温泉	北海道	405	14 ↓
18	城崎温泉	兵庫県	402	19 ↑
19	塩原温泉	栃木県	399	18 ↓
20	飛騨高山温泉	岐阜県	393	24 ↑
21	由布院温泉	大分県	391	26 ↑
22	秋保温泉	宮城県	387	23 ↑
23	鳥羽温泉郷	三重県	386	22 ↓
24	伊豆長岡温泉	静岡県	375	28 ↑
25	みなかみ18湯 (水上温泉郷・猿ヶ京温泉・法師温泉・宝川温泉)	群馬県	373	30 ↑
26	黒川温泉	熊本県	362	27 ↑
27	加賀温泉郷	石川県	357	21 ↓
28	洞爺湖温泉	北海道	343	16 ↓
29	志摩の温泉	三重県	328	34 ↑
30	白浜温泉	和歌山県	323	25 ↓

「もう一度行ってみたい」温泉地を属性別で見ると

年代別ベスト5

20代 (n=631)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	箱根温泉	神奈川県	153	1
2	熱海温泉	静岡県	129	3
3	草津温泉	群馬県	126	2
4	下呂温泉	岐阜県	77	4
5	道後温泉	愛媛県	59	7

30代 (n=1,282)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	箱根温泉	神奈川県	289	1
2	草津温泉	群馬県	234	2
3	別府温泉郷	大分県	156	9
4	熱海温泉	静岡県	149	4
5	黒川温泉	熊本県	129	5

40代 (n=2,845)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	箱根温泉	神奈川県	502	2
2	草津温泉	群馬県	474	1
3	登別温泉	北海道	363	4
4	黒川温泉	熊本県	325	5
5	道後温泉	愛媛県	324	3

50代 (n=4,488)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	草津温泉	群馬県	844	1
2	箱根温泉	神奈川県	818	2
3	登別温泉	北海道	627	3
4	道後温泉	愛媛県	600	4
5	別府温泉郷	大分県	502	5

60代 (n=3,198)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	草津温泉	群馬県	625	1
2	箱根温泉	神奈川県	574	2
3	登別温泉	北海道	454	3
4	道後温泉	愛媛県	400	4
5	別府温泉郷	大分県	358	5

今年も首位が入れ替わり、僅差で箱根が1位を奪還

これまでに行つ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る「全国人気温泉地ランキング」。今回は調査開始以来初めて首位に変動があつたが、今回は1位と2位が再び入れ替わり、箱根温泉が2年ぶりにトップに返り咲いた。その差は僅か24票。箱根温泉の他には6位の黒川温泉が1ランクアップ。50位までの顔ぶれも順位に変動はあるもののほぼ同じだが、みなかみ18湯（＋7ランク）が50位にランクイン。その他に大きく順位を上げ

た温泉地としては18位の嬉野温泉（＋7ランク）、37位の淡路島の温泉（＋6ランク）がある。居住地別では東北居住者の4位に草津温泉がランクインし（＋2ランク）、年代別では40代の1位が昨年の草津温泉から箱根温泉へと入れ替わるなど属性別での変動が見られた。

「全国温泉地1年間の訪問経験ランキング」の1位も獲得した箱根温泉は昨年3月から大涌谷自然研究路の入場を条件付きで再開。渋滞回避策として「大涌谷パーク&ライド」に続き「芦ノ湖パーク&シップ」を導入、人気のスポットをスムーズに楽しめる取り組みも行ってきた。他のランクアップは14位の嬉野温泉（＋6ランク）と21位の由布院温泉、25位のみなかみ18湯、29位の志摩の温泉（各＋5ランク）など。このうち嬉野温泉、みなかみ18湯は「全国人気温泉地ランキング」に加えてのランクアップ。自然を生かしたサウナ併設の宿が増えてくるみなかみ18湯はナイトタイムコンテンツやダムイベントの開催でも集客アップ。嬉野温泉は茶処である強みを生かした「ティーリズム」が近年話題。地域の資源を文化に昇華させ、温泉地に魅力を加えることで人を呼ぶ、その取り組みについては後ほど詳しく掘り下げていく。

全国人気温泉地 ランキングベスト50

これまでに行つたことのある温泉地のうち
「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) (n=13,296)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	箱根温泉	神奈川県	2470	2 ↑
2	草津温泉	群馬県	2446	1 ↓
3	登別温泉	北海道	1696	3 →
4	道後温泉	愛媛県	1582	4 →
5	別府温泉郷	大分県	1429	5 →
6	黒川温泉	熊本県	1387	7 ↑
7	有馬温泉	兵庫県	1315	6 ↓
8	熱海温泉	静岡県	1268	8 →
9	由布院温泉	大分県	1191	9 →
10	下呂温泉	岐阜県	1139	10 →
11	城崎温泉	兵庫県	1052	11 →
12	乳頭温泉郷	秋田県	969	12 →
13	指宿温泉	鹿児島県	853	15 ↑
14	奥飛騨温泉郷	岐阜県	811	14 →
15	和倉温泉	石川県	806	17 ↑
16	鬼怒川温泉	栃木県	760	13 ↓
17	蔵王温泉	山形県	743	16 ↓
18	嬉野温泉	佐賀県	716	25 ↑
19	加賀温泉郷	石川県	701	21 ↑
20	奥入瀬溪流温泉・十和田湖畔温泉	青森県	689	19 ↓
21	洞爺湖温泉	北海道	657	18 ↓
22	玉造温泉	島根県	641	24 ↑
23	伊香保温泉	群馬県	635	19 ↓
24	定山溪温泉	北海道	627	22 ↓
25	阿寒湖温泉	北海道	612	23 ↓
26	雲仙温泉	長崎県	594	28 ↑
27	霧島温泉 (霧島温泉郷・霧島神宮温泉郷・妙見・安楽温泉郷、白当山温泉郷)	鹿児島県	589	29 ↑
28	万座温泉	群馬県	579	27 ↓
29	秋保温泉	宮城県	519	31 ↑
30	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	516	30 →
31	湯の川温泉	北海道	513	26 ↓
32	銀山温泉	山形県	495	33 ↑
33	飛騨高山温泉	岐阜県	477	34 ↑
34	湯河原温泉	神奈川県	474	35 ↑
35	層雲峡温泉	北海道	461	32 ↓
36	白浜温泉	和歌山県	449	38 ↑
37	淡路島の温泉 (洲本温泉・南あわじ温泉郷・岩屋温泉)	兵庫県	406	43 ↑
38	修善寺温泉	静岡県	404	40 ↑
39	二セコ温泉郷	北海道	392	42 ↑
40	那須温泉	栃木県	365	37 ↓
41	四万温泉	群馬県	348	39 ↓
42	鳴子温泉郷	宮城県	347	36 ↓
43	白骨温泉	長野県	345	41 ↓
44	花巻温泉郷	岩手県	329	45 ↑
45	あわら温泉	福井県	325	48 ↑
46	十勝川温泉	北海道	318	44 ↓
47	伊東温泉・宇佐美温泉	静岡県	313	49 ↑
48	三朝温泉	鳥取県	310	46 ↓
49	宇奈月温泉	富山県	304	47 ↓
50	みなかみ18湯 (水上温泉郷・猿ヶ京温泉・法師温泉・宝川温泉)	群馬県	303	57 ↑



各ランキングから「注目の温泉地」を分析

コロナ禍は続くが旅行モードは再開。まずは「もう一度行ってみたい温泉地」と「1年間の訪問経験」ランキングから、動きをチェックしてみよう。

※温泉地名が赤字のものは、昨年よりランクアップした温泉地

「満足度」「あこがれ」、新設の「おすすめ穴場温泉地」もチエツク

根強い人気のあこがれ温泉地
満足度ランキングにも常連あり

全国あこがれ温泉地 ランキングベスト30

まだ行ったことはないが
「一度は行ってみたい」温泉地
(複数回答5つまで) (n=13,370)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	乳頭温泉郷	秋田県	2348	1 →
2	草津温泉	群馬県	2072	2 →
3	銀山温泉	山形県	1943	4 ↑
4	道後温泉	愛媛県	1685	5 ↑
5	由布院温泉	大分県	1636	3 ↓
6	登別温泉	北海道	1612	6 →
7	有馬温泉	兵庫県	1420	8 ↑
8	下呂温泉	岐阜県	1296	7 ↓
9	箱根温泉	神奈川県	1272	9 →
10	黒川温泉	熊本県	1206	12 ↑
11	熱海温泉	静岡県	1161	13 ↑
12	別府温泉郷	大分県	1124	10 ↓
13	指宿温泉	鹿児島県	1090	11 ↓
14	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	1022	14 →
15	鬼怒川温泉	栃木県	868	15 →
16	加賀温泉郷	石川県	725	16 →
17	奥入瀬渓流温泉・十和田湖畔温泉	青森県	700	18 ↑
18	洞爺湖温泉	北海道	672	17 ↓
19	蔵王温泉	山形県	661	19 →
20	二セコ温泉郷	北海道	631	20 →
21	伊香保温泉	群馬県	598	21 →
22	和倉温泉	石川県	565	22 →
23	城崎温泉	兵庫県	517	23 →
24	白骨温泉	長野県	425	24 →
25	宇奈月温泉	富山県	419	28 ↑
26	黒部峡谷温泉群	富山県	404	26 →
27	阿寒湖温泉	北海道	399	25 ↓
28	秋保温泉	宮城県	391	31 ↑
29	玉造温泉	島根県	380	30 ↑
30	雲仙温泉	長崎県	377	27 ↓

全国温泉地満足度 ランキング・ 総合部門ベスト30

最近1年間の訪問者数が100人以上
(136数温泉地)

順位	温泉地名	都道府県	満足度(%)	集計対象数
1	奥飛騨温泉郷	岐阜県	95.8	448
2	乳頭温泉郷	秋田県	94.8	212
3	登別温泉	北海道	94.4	481
3	万座温泉	群馬県	94.4	251
5	由布院温泉	大分県	94.1	391
6	瀬波温泉	新潟県	94.0	116
7	別府温泉郷	大分県	93.8	641
7	霧島温泉 <small>(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)</small>	鹿児島県	93.8	292
9	高湯温泉	福島県	93.0	114
10	城崎温泉	兵庫県	92.8	402
11	玉造温泉	島根県	92.5	307
12	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	92.1	164
13	黒川温泉	熊本県	92.0	362
14	草津温泉	群馬県	91.9	944
15	山鹿・平山温泉	熊本県	91.8	293
16	湯西川温泉	栃木県	91.3	173
16	箱根温泉	神奈川県	91.3	1479
16	大歩危・祖谷周辺の温泉	徳島県	91.3	126
19	日光湯元温泉	栃木県	91.1	303
19	飛騨高山温泉	岐阜県	91.1	393
19	久住温泉	大分県	91.1	101
22	わいた温泉郷	熊本県	90.9	121
23	月岡温泉	新潟県	90.8	130
23	有馬温泉	兵庫県	90.8	631
25	洞爺湖温泉	北海道	90.7	343
26	銀山温泉	山形県	90.5	148
26	淡路島の温泉 <small>(洲本温泉・南あわじ温泉郷・岩屋温泉)</small>	兵庫県	90.5	441
28	雲仙温泉	長崎県	90.4	249
29	夕日ヶ浦温泉	京都府	90.3	165
30	二セコ温泉郷	北海道	90.2	205

秘湯部門ベスト10

最近1年間の訪問者数が50人以上100人未満
(80数温泉地)

順位	温泉地名	都道府県	満足度(%)	集計対象数
1	十勝岳温泉	北海道	96.1	51
1	乗鞍高原温泉	長野県	96.1	76
3	黒部峡谷温泉群	富山県	94.6	56
4	白骨温泉	長野県	91.9	86
5	秋田八幡平温泉郷	秋田県	91.7	72
6	旭岳温泉・天人峡温泉	北海道	90.5	84
6	天城湯ヶ島温泉郷	静岡県	90.5	84
8	小田・田の原・満願寺温泉	熊本県	90.2	92
8	長湯温泉	大分県	90.2	92
10	人吉温泉	熊本県	90.0	90

※満足度=「とても満足」「やや満足」「普通」「やや不満」「不満」のうち、「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合を合わせて算出

上位5つの温泉地が選ばれた理由とは

(上位5温泉地各選択者：複数回答5つまで)

1位 乳頭温泉郷 (n=636)		
理由1位	理由2位	理由3位
自然に囲まれて秘境感がある (83.8%)	泉質がよい (80.5%)	静かな環境でゆっくり過ごせるから (61.8%)
2位 山鹿・平山温泉 (n=311)		
理由1位	理由2位	理由3位
泉質がよい (88.7%)	静かな環境でゆっくり過ごせるから (58.2%)	自然に囲まれて秘境感がある (44.1%)
3位 下風呂・薬研温泉 (n=110)		
理由1位	理由2位	理由3位
自然に囲まれて秘境感がある (65.5%)	静かな環境でゆっくり過ごせるから (60.9%)	泉質がよい (51.8%)
4位 わいた温泉郷 (n=169)		
理由1位	理由2位	理由3位
自然に囲まれて秘境感がある (84.0%)	泉質がよい (73.4%)	静かな環境でゆっくり過ごせるから (65.7%)
5位 八甲田・酸ヶ湯温泉 (n=397)		
理由1位	理由2位	理由3位
自然に囲まれて秘境感がある (80.1%)	泉質がよい (75.8%)	静かな環境でゆっくり過ごせるから (52.1%)

から今回38位にランクアップをしている。

「全国温泉地満足度ランキング」秘湯部門では十勝岳温泉が1位。こちらに乗鞍高原温泉、秋田八幡平温泉郷、小田・田の原・満願寺温泉とともに昨年同様トップ10にランクイン。

そして今回より登場したのが「おすすめしたい穴場温泉地ランキング」。「2021年度じゃらん宿泊旅行調査」において、居住地別の県内旅行件数は前年度比から増加。近隣旅行の需要は引き続き高く、地元ならではの穴場ニーズも増えていることから、新たな部門として新設した。結果として、これまではあまりランクインしなかった温泉地も多数登場。だが1位に輝いたのはおなじみの乳頭温泉郷。穴場と呼ぶには有名なが、訪れてみればその秘湯感は圧倒的。ありのまま変わらない部分はもちろん、変わっていく部分も大切にこのことで、「レンタサイクル」「ブナの森フォトウエディング」など、温泉郷の7軒が協力して取り組みを行ってきている。さらに昨年より湯めぐりに新たな楽しみ方「御湯印巡り」が加わり、またワーケーションにも対応。大自然のままの非日常感がありながら、実は快適で楽しむやすい温泉地として静かに進化中だ。

新設!おすすめしたい 穴場温泉地 ランキングベスト30

これまで行ったことがある温泉地に対して「おすすめしたい穴場温泉地」の推奨率

(複数回答5つまで) (n=13,296)
※推奨率(%)=おすすめしたい穴場温泉地の投票数÷訪問経験がある温泉地の投票数

順位	温泉地名	都道府県	推奨率	集計対象数
1	乳頭温泉郷	秋田県	32.5%	636
2	山鹿・平山温泉	熊本県	29.2%	311
3	下風呂・薬研温泉	青森県	26.4%	110
4	わいた温泉郷	熊本県	25.6%	169
5	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	25.5%	397
6	肘折温泉	山形県	25.1%	104
7	ぬかびら源泉郷	北海道	25.0%	128
8	濁河温泉	岐阜県	24.5%	100
9	黒川温泉	熊本県	24.2%	759
10	高湯温泉	福島県	23.7%	160
11	長湯温泉	大分県	23.4%	135
12	松之山温泉	新潟県	23.0%	78
13	奥飛騨温泉郷	岐阜県	22.7%	641
14	小安峡温泉・秋の宮温泉	秋田県	21.8%	87
15	温泉津温泉	島根県	21.7%	103
16	夏油高原温泉郷	岩手県	21.5%	88
17	鈍川温泉	愛媛県	21.2%	60
18	銀山温泉	山形県	21.0%	284
19	麒麟山温泉	新潟県	20.6%	28
20	カルルス温泉	北海道	19.2%	95
21	白骨温泉	長野県	19.0%	247
22	龍神温泉	和歌山県	18.9%	122
23	中ノ沢温泉	福島県	18.5%	46
23	大峯山洞川温泉	奈良県	18.5%	52
25	扉温泉	長野県	18.3%	37
26	大歩危・祖谷周辺の温泉	徳島県	18.2%	242
27	白金温泉	北海道	18.0%	132
27	万座温泉	群馬県	18.0%	443
29	夕日ヶ浦温泉	京都府	17.9%	200
29	古湯・熊の川温泉	佐賀県	17.9%	131

Tea tourism

ティーツーリズム

嬉野茶時によるコンテンツ。嬉野茶時は、旅館経営者、茶農家、肥前吉田焼生産者、酪農家ほか異業種が融合したプロジェクト。ティーツーリズムでは以下の4つを実施。

茶空間体験 茶畑の中にある3カ所の茶空間のいずれかで体験できる、茶師(茶農家)によるティーセレモニー。3杯(3種)のお茶と2種のお菓子は、茶師がその都度考えて提供。器はもちろん肥前吉田焼(4月~6月の農繁期はTea tourismコンシェルジュが茶師を務める)

茶泊 宿泊のゲスト1組に対して、1名のティーバトラーが付き、滞在中のお茶の世話(ウェルカムティーから、ティーペアリングディナー、茶空間体験など)すべてを担う

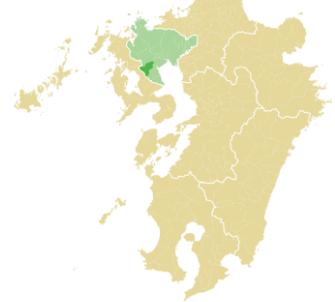


茶空間体験の場

- ①茶塔(2019年4月~)
- ②杜の茶室(2018年4月~)
- ③天茶台(2017年3月~)

お茶、焼物、温泉 地域が誇る3つの文化を 次の世代や旅行者へ どのように伝えていくか 嬉野温泉(佐賀県)の挑戦

全国人気温泉地ランキング、全国温泉地1年間の訪問経験ランキングで前回よりも大きくランクUPをした嬉野温泉。美肌の湯として知られてきたが、ここ数年話題を呼んでいるのが新たな楽しみ方「ティーツーリズム」。取り組みを牽引する旅館大村屋 北川健太さん、和多屋別荘 小原嘉元さんのお2人に、



旅館大村屋 北川健太さん(左) 和多屋別荘 小原嘉元さん(右)。旅の中身やツーリストリテラシーが変わってきているので、感度を高くして訪れる人を迎える必要性を感じているという

当たり前前の存在だった嬉野茶 その価値に気づきすべてが始まった

今では嬉野温泉を語る上で欠くことのできない存在となったティーツーリズム。作り手である茶農家が「茶師」となり屋外で振る舞う「茶空間体験」など、全国シェア2%にも満たない嬉野茶をその地で存分に堪能できる強力コンテンツ。しかしそれに繋がるきっかけは偶然に始まり、しかもその当時はまだ、同じ地域にながら小原さん、北川さんともに茶農家の知り合いもいなかったという。2016年に佐賀県が有田焼400年の記念行事を開催することにな

り、その一環として嬉野市としても肥前吉田焼をメインとしたイベントを企画することになった。当時はダニングアウトなども始まっていた時で、ある程度の質感のものをやりたいと考えていた。食事だけではなく喫茶も提供したい。それでは嬉野として何をどのように披露していくか。嬉野は茶処であるが、コーヒーは有料で出しながらも日本茶については一部の旅館等を除きすべて無料。つまり観光客にとってはタダで飲めて当たり前前の存在だった。

地域の抱える課題を 地域の文化で解決していく

「温泉1300年、嬉野茶500年、肥前吉田焼400年。この3つの文化の上に、嬉野の生活というものが成り立ってきたと考えています。そ

れぞれの産業では課題を抱えながらも、自分が携わっている文化に誇りを持って営んでいる。ただ、業界同士の横の繋がりもなかったため、地

域の文化に関わる課題というものが見えていなかったのです(小原さん)。嬉野の茶農家は規模が小さく、生産、加工などを一貫して行っているところが多い。つまり農家の個性を生かすお茶作りができるということだ。ところが平成元年(1989年)に900人いた茶農家が今では300名以下に減少。それはすばり儲からないからだという。

「ただ、このイベントをきっかけに、我々も嬉野茶を見つめ直すことができました。こんなダイヤモンドの原石のようなものが目の前にあったのに、なぜ気づかなかつたのだろうと(北川さん)。

嬉野茶寮としてその後も春夏秋冬でイベントを開催。でもせっかくな

地域文化の発表の場として 宿泊施設は最高の舞台

ティーツーリズムの中でも、メディアなどで目にする機会が多いのは茶畑の中で味わう「茶空間体験」。2017年に副島園の茶畑に作られた天茶台をはじめ、現在3カ所の茶空間が点在している。1名に付き1万5000円。3杯(3種)のお茶と2種のお菓子が提供される。お茶だけで単純に計算するなら、それは1杯5000円の価値を持つというこ

とになる。茶空間は3軒とも異なる茶農家が所有する茶畑の中にあるが、茶師、茶空間ともに、ゲストは自由に指名をすることができる。どのお茶をどのように味わってもらうか。茶師の方も、合わせるお茶菓子を含めて最高のもてなしを心がけて臨むことになる。コロナ禍で宿泊施設は厳しい状況にあった時でも、茶空間体験は減るどころか逆に増加。中に



は3カ所すべての茶空間を経験した人もいるという。

「1杯5000円のお茶を、農業や生産者たちを守るために払ってくださいと言ったら、みなさん引かれると思います。でもその味わいや空間の価値を認めて払ってくださる。結果として、その5000円で新しい機械を購入することができ効率が図れる。今までは担えなかった面積での栽培が可能になり、雇用を増やせるようになるなど、還元されていくことになるのです」(小原さん)。

ティーリズムには屋外での茶空間体験の他、宿泊滞在中のお茶の世話をティーバトラが担当「茶泊」



ティーリズム以外にも嬉野茶の楽しみ方は色々。その1つがアルコールとの融合。抽出方法やグラスの形状などきめ細かなこだわりで、お茶の旨みを生かした繊細な味わいを演出。写真は茶農家 副島園による和多屋別荘内の副島園the BAR

もあり、前述のように旅館内などで嬉野茶を味わえる機会が増えてきている。

「地域には色々な産業がありますが、それらをプレゼンテーションする場として、旅館は理想的な舞台。これまでの考え方だったら、いかに安く

クオリティをコントロールする 大切さを共有する

我々がティーリズムについて触れる時、目に入ってくるのは、清々しく、美しく、場合によっては神々しいという表現も当てはまるような非日常感あふれるビジュアル。日本はマニュアル作りが得意ではな

お茶を仕入れるかとなったところを、今ではいかに本質的においしいお茶を、その価値を感じて飲んでいただくか、というところに意識が変わってきました。地域の資源を最大化して提供できる機能が宿泊施設にはあると気づき、この6年間取り組んできました。これからは色々な機会が開放できればいいと思っっています」(北川さん)。

クオリティをコントロールする

いと言われるようだが、トップダウンではなく、基本、手弁当で始まった集まりにおいて、年月が経つ中でのこのようなイメージを担保しつつける秘訣は何だろうか。

「まず最初にイメージブックを作りました。写真というビジュアルを使つて、このクオリティ以下にはしない、という基準を見せたのです。もちろん初めは手元には実態が何もないので、京都の名刹の茶室と外資系有名ホテルのワイングラスの写真を

観光客も住む人も惹きつける 街の魅力の伝え方

地域創生をするハブとして宿泊施設を活用しながら、観光客が外に出かけるような仕組みも作っていき

並べて、嬉野でこのようなことをやろうと示しました。中身のワインはお茶に代わりますが」(小原さん)。

ビジュアルを共通言語として共有する。すると新たなイベントを行う際など「テーブルには何も置かない方がいい」「この場合はテーブルにお盆を置いて、その上に器を並べた方がいいのでは」など、茶師である生産者たちから意見が出るようになった。時には「このようなイベントなのに照明はそのままでもいいか?」という意見もあつたほど。最初の嬉野茶寮の段階でも、800円のお茶を味わうために訪れた人が興奮しないう、掃除をした、しないのレベルではなく、余計な物が目に入らないように徹底をしたという。

「これまでは一次産業の農家さんとしてエンドユーザーに会うこともなかなかなかった方たちが、今ではプレーヤーとして目の前でお茶を提供し、感想を聞き、その価値に対してお金を払ってもらえる。これは本当に大きな変化だつたと思います」(北川さん)。

いという。今や人気観光地にとって「街の雰囲気が良い」というのは、必須条件と言つても過言ではない。そ

の仕掛けのひとつが、北川さんの旅館大村屋が発信しているWEB連載記事『暮らし観光案内所』。嬉野のエリアをひとつの宿と捉えて興味を持ってもらいたい。そしてこれには観光客のみならず、街の移住者を増やしたいという狙いも含まれている。

「行政的な区分で分けると観光と移住は別セクションになると観光と観光地としては住んでいる人がいなければ働き手もなく旅館業も成り立たなくなる。今の若い人たちは、純喫茶とか銭湯などの昭和レトロなものを単に古いものではなく、ヴィンテージと感じているところがある。そういったものが嬉野には残っているけれど、ほとんどは地元の人が行くところなので、わざわざネットのクチコミに残ることがないんです。そ

ういういわゆるエモい部分を『暮らし観光案内所』では内側から見せています。従業員を募集する時に、会社の情報はもちろん確認することができ。ただ嬉野のような地方の街で働くことは移住になるので、周りの情報があれば安心して応募ができるのではないかと考えたわけです。この連載記事を始めて1年半。新年度からの新卒者を含めて、この1年間で20代の人材を12名採用することができたのですが、そのうち9名がこのWEBの記事を読んだのがきっかけでした。そして僕自身も記事で顔を出している『温泉湯豆腐を食べていた人でしょ?』なんて他の宿のお客さまからも声をかけられることがあります」(北川さん)。

新入社員と3時間ほど街歩きをし、地元の人にも紹介をする。小原さんの和多屋別荘では入社後に新入社員を茶畑へ連れて行き、天茶台でお茶を飲むことにしているという。

「以前、旅館再生事業を手がけていた時に、経営が傾いた企業の従業員から聞かれたのが、給料や待遇ではなく、社長から声をかけてもらつて

ひとつの形を作り上げ、 この先どのように広げていくか

茶師が指名されるように、茶農家の屋号も知られるようになった嬉野温泉。街の魅力も伝えることで、観光を担う働き手も増えつつある。3つの文化がさらに長い歴史を紡いでいくためには、何が必要となつてくるだろうか。身近なところでは、現在2カ所で提供している「歩茶」の

スポットを、商店街も含め今後は10カ所程度増やしていく。ティーリズムに参加したいという宿も出てきているという。コロナ禍の厳しい状態が少し落ち着き、コンテンツの増加や運営組織の拡大も想定される。

そういった場合でも、フラットな関係は大事にしていきたいとのこと。「多様化した時代の中で、1週間前とびつたりズレない内容でがんばろう」と言い続けるのは窮屈でしかない。

時間もない中ではすべてがトライアル。致命傷にならないのであれば修正しながらやっていくという寛容さで進めていければと思います」(小原さん)。

活動が広がりを見せ、また新幹線駅の開業で今後大資本の流入も起こるだろう。

「自分たちを支えているのは温泉、嬉野茶、肥前吉田焼という3つの文化。この先、もしブレることがあつても、そこに戻れるという安心感があります」(北川さん)。



肥前吉田焼のサステナブルな 取り組み「えくぼとほくろ」

茶畑や茶空間の近くには肥前吉田焼の工場が点在しており、「えくぼとほくろ」という看板を見かける。完成した陶芸品にえくぼ(ピンホール)やほくろ(黒点)などがあると商品にならず

これまでは廃棄をしていた。それを「えくぼとほくろ」として割安で販売。茶時メンバーからのアイデアで現在5軒が参加。工場見学も行っている。写真は副千製陶所



温泉の専門ライター
×
JRC研究員による
**アイデア
討論座談会**

**インバウンド再開に向け
温泉地はどのような対策を立てるべきか**

「旅行」が日常の中に戻り、温泉地が再び賑わいを見せる昨今、インバウンドの波が再び寄せる日も近い。サステナブルなどの世界的な流れはもちろん、かつてのオーバーツーリズムなどから学ぶことは？座談会から糸口を探してみよう。

**アクティビティと
温泉との組合せは
日本ならではの
楽しみ方**

松本 インバウンドと言っても、国ごとに国内の旅行に求めているものが違います（P13表参照）。このような傾向も踏まえて、温泉をフックにしなが差別化を図り個性を打ち出していく方法を探ってみたく思います。グローバルな視点で言うと、旅行のテーマとしてはアドベンチャーリズム、ウエルネスツーリズム、サステナブルツーリズムなど注目度が高いですが、国内でこのようなテーマにマッチしそうな温泉地はありますか？

西村 アドベンチャーリズムですぐに浮かぶのは野沢温泉（長野県です。定番中の定番ですがスキーと温泉。オーストラリアからの来訪者が多く、5泊以上の方も多。スキー

以外にハイキングができて、温泉では外湯めぐりも楽しめます。一般的な外国人観光客にとっては温泉にプラスαの何が無いと難しいと思います。

松本 世界にスノーリゾートは色々あるけれど、スキーの後に温泉に入るのはさらに気持ちがいいと海外の人から聞いたことがあります。

西村 コロナ禍前の富士山登山は3割ぐらいが外国人だったそうですが、下山後には麓の温泉に入っていたようです。日本でのアクティビティの楽しみ方として世界的な流れになっているのではないのでしょうか。

滞在時間を延ばすためにも温泉地の近くに何かがあるのか、ちゃんと打ち出すというのは大切です。

松本 アクティビティと少し離れていても、このバスを使えばセットで楽しめるというような情報発信ですね。

西村 日本人でさえも地域のバスなどになると、目的地に行けるのかど



西村理恵さん

温泉ライター
(公財)中央温泉研究所理事 日本温泉地域学会常任理事。
入湯温泉地数は国内外で1500湯以上。雑誌、テレビ、ラジオなどで温泉紹介を続けて30年。「飲んで成分を、入ってpHを確かめる」を信条に温泉行脚の旅を続ける。研究テーマは「温泉地の役割」。編著に『ねこ温泉』（マガジンボックス社）

松本百加里

じゃらんリサーチセンター（JRC）研究員。「インバウンド旅行者の需要創造メカニズム研究」など、インバウンドに関する調査・研究や、「じゃらん人気温泉地ランキング」を担当

スのわかりやすさは大事になります。旅慣れて日本が好きになればなるほど地域に足を延ばすので、アクセスは大事なポイントになってくると思います。

**長旅の途中でライトな
湯治で疲れを癒やす
これもひとつの
ウエルネスツーリズム**

松本 ウエルネスはどうでしょうか？

西村 日本には湯治がありますが、本格的な湯治を体験している外国の方って私は会ったことがないんです。一方で、イタリアやタイなど海外には「デステイネーションスパ」というものがあり、それが日本の湯治に近いと思っていました。イタリアでいくつかの施設を回りましたが世界中から人が訪れていました。3泊とか7泊などのパッケージで、1000ぐらいのアクティビティから自由に選んで組み合わせできる。食事はセットではなく、自分の好きな物を好きなように食べられる。こういう在り方は日本の温泉地の湯治と似通っ

た潜在の仕方だと思いました。日本人でも昔ながらの湯治をする人は減っています。海外の方には湯治的なものは響いているようです。

松本 ライトに湯治を楽しめるパッケージがあるのでしょうか？

西村 湯治と言っても具体的にどのように過ごすのかイメージが付きにくいかなと思います。お風呂の入り方を教えたり、食事は簡単に一汁三菜とか五菜にしたり、朝市で食材を買ってきてもらって地元の人とふれあう機会を作ってみたり。シートは3泊までは交換しないというのでもいい。これはサステナブルツーリズムに通じますね。アクティビティの面では、海外は温泉を持っている施設自体がすごく大きいのでその中で色々とできますが、日本の温泉地は成り立ち自体が違う。そういうものが無い場合は行政や観光協会などと協力して、例えば棚田を見に行くとか、地域のイベントを色々な宿が共有しながらプランとして提供していくという方法がありますね。

松本 滞在期間も国によって異なります。韓国はすごく短く、その他のアジア圏は1週間ちょっと。欧米系は10日〜2週滞在する傾向があります。
西村 以前、青荷温泉（青森県）で日本を長く旅行しているスペイン人夫婦と知り合いました。彼らは青荷温泉には3泊滞在していて、仲良くあったので色々と連れて行ってあげようという提案なのですが「私たちはここでゆっくりしたいから」と。それです。うちの何泊かだけ湯治体験してみたいというのもあるかと。旅の間には都会にも行ったりと疲れるので、湯治で何もせずに疲れを癒やす。
松本 リゾートで何もせずに過ごすのと通じるものがあります。
西村 似ています。何もしない、でもプラス温泉がある。
松本 派手なアクティビティなどがない温泉地でもそういう楽しみ方の提案はできますね。
西村 温泉で癒やすと言えば、以前台湾各地の温泉経営者の方々が草津温泉（群馬県）に案内した際、「時間湯」に大変驚かれました。このよう

2020年じゃらんリサーチセンター調べ
インバウンド回復期に向けた
デジタルマーケティング研究より

**宿泊施設における
国別傾向調査**

47都道府県名と宿泊施設関連キーワードを抽出して共起分析を実施

アメリカ

「旅館」「Japanese」などの単語が上位に出現しており、日本風の旅館が好まれる傾向や、「old」など古い街並みや古い建築物に関連する内容も見られる。

イギリス

「荷物」「サービス」などの単語が上位に出現しており、手荷物配送サービスなど快適に旅行するためのサービスを重視している傾向が見られる。「old」など古い街並みや古い建築物に関連する内容も見られる。

オーストラリア

「カプセル」「体験」などの単語が上位に出現しており、カプセルホテルに関する投稿が見られたほか、温泉や旅館などの日本ならではの「体験」に言及した投稿が多く見られる。「old」など古い街並みや古い建築物に関連する内容も見られる。

中国

「温泉」「日式」などの単語が上位に出現しており、日本風の温泉旅館や「和」を感じられる滞在が好まれる傾向が見られる。

台湾

「方便」「便宜」「交通」「温泉」など利便性やコストパフォーマンスに言及した単語が上位に出現しており、実用性やアクセスを重視する傾向が見られる。

な伝統的な温泉の療養法があるのかと。メデイカルツーリズムも色々行われていますが、日本ならではの伝統的な入浴法はいい文化体験になるのではないのでしょうか。イタリアの温泉施設にはドクターがいて療養プログラムを作ってくれるのですが「日本の温泉は伝統と文化があつて素晴らしい」と言われたことがあります。利益の追求だけではない日本の温泉の思想に敬意を持たれていると感じました。
松本 日本では、温泉は生活の一部になっていますよね。
西村 その特徴的なものが共同湯。世界的にもシェアリングエコノミーが大切な概念として出てきています。その土地から湧く温泉を必要とする人には誰とでも共有するという在り方がある。台湾や韓国には共同湯のあるところもありますが、私の知る

※デスティネーションスパ…疲労回復、リラクゼーション、健康増進を目的とした滞在型SPA

限り、ヨーロッパでは生活の中で気軽に温泉に入れるという感じではないようです。

松本 料金的な問題ですか？

西村 そもそも日本のように温泉施設の数がありません。温泉リゾート地として知られるドイツのバーデンバーデンでも温泉を持つているホテルは1、2軒でそれも大変高級な宿別の宿に泊まりながら大規模な浴場に入りに行く。日本のように宿の中に温泉があつて好きな時に入れるというわけではないのです。日本の共同湯はお湯を大切にしてきた文化や地域コミュニティによつて支えられている場所なので、そうした成り立ちを外から利用する人にも伝えてほしいと思います。

それと日本の温泉に関する特徴として、こんなに泉質にこだわる国は他にはないのではないのでしょうか。分析表は台湾や韓国にも貼つてあるけれど日本ほど詳細ではないし、他の国ではほとんど見たことがありません。以前フランスの温泉ツアーに参加した時に、温泉ドクターに泉質について尋ねたところ、質間の意味がわかつてもらえませんでした。泉質に対する強いこだわりは日本独特のものではないかと思いました。

松本 日本の温泉地のバリエーションはどうか。
松本 これについては分散型にしてもらつて、個人客と中途半端に共有しないなど方法はありそう。インバウンドの割合の上限を決めてバランスを保つようにしている宿もありまし、ITを使つた大浴場の混雑状況の可視化など、今後は重要になつていくのではないのでしょうか。家族風呂はどうですか？

西村 家族風呂は本当に人気。
松本 ただ、宿によつては、家族風呂の利用は滞在中、1家族に付き1回という制約を設けているところがあります。構造的に全員一緒に入れない家族もあります。特に欧米系など子どもが小さいうちから異性の親と入浴しない国もある。貸切風呂を予約できる回数を家族の形態に合わせて調整できるといいのでは。こう考えていくとインバウンド対策として出てくることは、日本国内の旅行者にも当てはまることが多いようです。

西村 富裕層のインバウンドに向け



ンの豊富さが伝わりとさらに興味を持つてもらえそう。ユニークな文化に触れられるところはありますか？

西村 新温泉町(兵庫県)で98度の温泉を入れて、自分で使う湯たんぽを作つたことがあります。

松本 高温の温泉を使った体験としては「地獄蒸し」も面白い食の体験ですよ。

SDGsな旅を意識していく必要がある

西村 SDGsについて言うと、日本は海外に比べて遅れていると感じています。日本では、環境への取り組みをすることで旅や生活が不自由になると思う人が多いと、以前データで見かけました。海外はその逆で生活が楽で自由になると捉える人が多いようです。

松本 日本の生活はベースが便利なので、それに対して制限がかかるという感じになるのでしょうか。
西村 ドイツでは10年以上前には予約で「ゲイフレンドリー」の表記がありました。韓国のとある高級な宿でもやはり10年前には、歯ブラシを置いていませんでした。こうした取り組みが世界的に進んできていると感じています。旅を提供する施設側からすると、サステナブルな取り

た宿もこれからもつと出てきますね。今でも1泊10万円、20万円の宿は多く、しかも流行つていく。そういったラグジュアリーな宿に聞いたことがあるのですが、宿泊客から夕食を夜9時からにしてほしいと言われたら対応するそうです。そういった対応がこれから日本の富裕層向け旅館は大事になってくるのではないのでしょうか。ヘリポートがある施設も増えているようです。

松本 アッパー層を狙っていく宿は料金に見合ったサービスを提供していく必要があるということですね。
日本ならではの温泉文化と背景を理解してもらつたための情報発信

西村 インバウンドで言えば「タトゥー」の問題もあります。所属している温泉の学会でタトゥーを取り上げた時、専門家の方から、パッチなどで隠したら入つてもいいというのは悪いことを隠せと言われてるような印象を受ける。入浴できるかどうかはその施設ごとの決まりなので、ダメならダメと言つてほしいとの意見がありました。実際に訪れた海外の方がどのように思ふかはわかりませんが、箱根の日帰り温泉施設で「タ



組みを軌道に乗せるまでは大変かもしれない。霧島温泉(鹿児島県)の宿では、使える物は使おうということとで、ゴミを自分たちで十何種にも分別しています。

松本 日本では「プラスチックを使わない、減らす」ということを最終目的にすることが多いですが、海外の場合は「それをやることで誰にどのようなメリットがあるか」ということまで説明するようにしている。プラスチックを減らす、再利用することを新しいビジネスと捉えて、地域の小規模事業者がその方法を教えるなど。そこで売り上げが上がつて地域の経済が循環するような仕組みを作ることを目指しているようです。

西村 環境を守ることで利益を生み出す図式を作るのは、なかなか難しいですね。でも取り組みが必要があります。
食について言えば、例えばヨーロッパではフォアグラが強制給餌をするということの問題になっています。

トウをに入れていても1人の場合にはOK。でも複数での入浴はお断りします。何人かで集まつて騒がず1人で静かに入つてほしい」という趣旨の貼り紙を見かけました。

松本 この場合も、ウェブサイトでどで情報を掲載しておくことで理解を得られやすくなると思います。
入浴方法で言うと、湯あみ着は今後もつと浸透していくのでしょうか？

最近、混浴露天で男女ともに湯あみ着着用のところも見かけます。海外の温泉だと水着を着て入るところがあります。同じ感覚でしょうか？同性同士でも裸で入浴することに抵抗がある人や、性的マイノリティーの人にとつて湯あみ着は役に立つかなと思つました。

西村 以前にミャンマーの女子学生に話を聞いたのですが、同性同士でも裸で一緒にお風呂に入るのには恥ずかしい、混浴などでもありません。一方ドイツでは、真つ裸の混浴エリアを持つスパ施設をいくつか見学しました。雰囲気としてはヌーディなストビーチのような感じでした。イタリアのトスカナでは、丘陵地帯に湧く野湯の周りで、キャンプをしながら水着を来て混浴する人たちに会

欧米ではそのような流れになつていくことを知らずに提供したりすること、かえつてマイナスイメージになつてしまうこともあると感じました。

富裕層への対応や国内との共存のために望まれていることは

松本 コロナ禍前にはオーバーツーリズムなど、色々な課題が出てきました。国内と海外の旅行者をうまく共存させていくために、温泉地として気をつけた方がいいことはなんでしょうか？

西村 インバウンドの人たちの割合が施設内で多くなりすぎないようにできればいいですね。

松本 宿には入浴のことなどについて書かれたものがありますが、日本に来る前の段階から情報発信をした方がいいのではないかと思います。マナーとか温泉文化についてちゃんと説明をして、それでも来たいという人を受け入れるとか。

西村 インバウンドに限らず、日本人にも説明をした方がいいと感じることがあります。インバウンドについて困ると感じるのは、個人旅行者向けの施設でも団体でワーツと訪れて、ワーツと去つていくところでした。

いました。国もですが、各人の嗜好により、この辺りは変わつてくるのかなとも考えます。

松本 こちらがイメージしている欧米での温泉入浴方法と違いますね。温泉文化や習慣を先に理解することは本当に大事。

西村 それと温泉地だけとは限りませんが、日本のネット環境は遅れていると思つています。アジアでは街の喫茶店でも普通に使えましたが、日本ではWiFi対応していると謳つている施設でも使えないことがあります。青荷温泉のように全く繋がらないのであれば、それは秘湯として魅力になると思つています。地域としてネット環境を整備してもらえらうれしいです。

松本 インバウンドに限らず、これも国内旅行にも当てはまることですね。

対談のまとめ

海外の温泉入浴法や習慣を理解して日本独自の温泉文化の魅力をマッチングすることが重要

各国によって、温泉入浴法や施設の在り方だけでも多種多様ということが分かった。まずその違いや背景を理解して、日本ならではの温泉文化を海外視点に変換して伝えていくことが大切だ。そのためにも、国内の各温泉地はどんなニーズで利用されて発展してきたか、温泉の入り方など一緒に育つた文化を言語化して、関係者全員で共通化できるとよい。そしてインバウンド向けに情報発信までつなげられることが理想だろう。(松本百加里)