

温泉観光地の永続と革新の可能性と課題

～おもに群馬県の温泉旅館の国際化および地域政策の観点から～

701-022 宮川幸司 指導教官 長谷川秀男

The Possibility and Problem of a Permanence and
an Innovation in Tourist Spa Resort
～From a Viewpoint of Internationalization and Regional Policy
in Japanese Spa Hotel of Gunma Prefecture～

Koji MIYAGAWA

1. はじめに

群馬県は温泉の宝庫である。全国にその名を知られた名湯もあれば、またひっそりとしてひなびた温泉、秘湯もある。その温泉観光地の温泉旅館が特にバブル崩壊以降、元気がない。元気がないという意味は、宿泊者数、また消費単価の減少に歯止めがかからないという意味である。温泉は群馬県の観光にとって柱となる大切な観光資源であり、温泉旅館はなくてはならない観光産業の担い手である。しかし、このような国内観光の低迷は何も群馬県に限ったことではなく、全国的に同じような長期低落状況に陥っているのである。

地方自治体の中には、工業の空洞化が進み、企業や工場などの誘致がままならなくなっているところが多く、観光を地域活性化の主要な方策にと考えているところも多い。本稿では、そのような観光の現状と動向を国内観光、国際観光、また地域政策の観点から検証し、期待される産業になり得るかどうかの可能性を探るとともに、特に温泉観光地の中核となる温泉旅館についておこなった意識調査を分析する中から、今後の温泉観光地および温泉旅館の永続と革新の方策を探ることを目的とした。

2. 余暇・レジャーにみる観光

日本では長い間、「働くことは美徳、遊びは罪悪」、また戦後の高度経済成長の時期でも「余暇は、

労働エネルギー再生産のためにあるもの」との考え方に支配されてきた。欧米に比べ、労働時間短縮がなかなか進まなかった要因には、そのような歴史的な理由も考えられるが、近年ようやく年間総労働時間1800時間と週休2日制導入が統計上ほぼ達成された。

しかしながら、年次有給休暇については、欧米の主要国が25日～30日ある年休をほぼ100%消化しているのに対して、日本での取得実態は8.9日、取得率49.5%という現状である。そのような状況を踏まえ、自由時間デザイン協会が、「もし、年次有給休暇を100%完全に取得できたら」というアンケート調査をおこない、それが完全実施された場合経済波及効果11.8兆円、雇用創出効果合計148万人という結果を得た。そしてこの連続休暇が取れたら何をしたいかという調査で、圧倒的に国内および国際観光が支持されたのである。

このような長期不況のもとで年休消化率を上げようなど、とても無理と思われるかもしれないが、フランスが「パカンス法」を成立させたのは世界恐慌とナチスの台頭後の1936年で、経済はどん底で失業者があふれていた時代であった。しかも、この2週間の有給休暇制度の制定はこのような経済停滞から脱却し、新規雇用の創出を意図したものとされる。観光の他産業への波及効果をほうふつさせる出来事であった。ともあれ、観光需要もしくは市場の可能性と大きさは余暇全体の中で検証されたのである。

3. 国内観光と国際観光の現状

観光を形成する主要な産業に交通・宿泊・旅行業が挙げられ、高度経済成長期にそれぞれ大きく業績を伸ばしたものの、バブル崩壊後さまざまな経済的・社会的要因によりいずれも存続を賭した厳しい局面に立たされている。航空業でいえば規制緩和における国際的な競争の激化であり、旅行業では「価格破壊」という名に代表される不毛な低価格競争であり、宿泊業では成長期の過大な設備投資のつけと低価格化を進める旅行業への依存体質からくる利益率の低下である。特に、冒頭にも述べたように、旅館業はここ数年毎年1,000軒以上の旅館が廃業・倒産しており、その淘汰の早さと規模には目を覆うものがある。

しかしながらこの厳しい状況は、観光が国の基幹産業のひとつになるための生みの苦しみであり、パラダイムの転換という大きな命題を含んだ重要な過渡的時期であるといえる。先程も見たように、観光は今や国民の「余暇・レジャー」に対する欲求で他項目をしのぎトップにランクされ、また日常生活の中でもなくてはならないものとなっており、その将来への可能性と重要性は疑う余地のないものである。

また、地方自治体の動きとして、観光を念頭においたビジター産業の振興が群馬県でも提唱されている。これは、定住人口の増加が望めない地域がほとんどであり、定住ではなくてもその地域を訪問してくれる人を増やす中から、地域の活性化を図るという考え方である。このビジターズ・インダストリー（交流産業）は、観光に限らず大学などの教育期間や病院などの医療機関等も含む大

温泉観光地の永続と革新の可能性と課題

きな概念で捉えるべきであろうが、行政にしてみれば観光がいちばん具体的で手っ取り早い方策であるとの認識があるのである。

国際観光では、増大する国際間観光者について、主に中国や韓国、台湾などアジア地域の現状と将来予測を含め、特にわが国への訪日外国人旅行者（インバウンド）の誘致ということにスポットを当てて考察している。また、国の「テンミリオン計画」から「ウエルカムプラン21」および「新ウエルカムプラン21」に至った経緯と、それに伴う国際観光振興会（JNTO）の活動を通して、訪日外国人観光客誘致の可能性を探った。

国内観光が先に述べたように停滞を続け、戦後発展してきた国内観光業、特に零細な経営規模の温泉観光地の温泉旅館は、限られた国内観光市場で激しい競争戦を繰り広げているわけであり、その消耗の激しさが毎年の旅館数の激減になって現れている。ある一定限度の淘汰はいたし方がないといった論調がある一方で、観光客数の絶対数を増加させる施策の重要性も認識するべきである。今まで市場として考えていなかったインバウンド市場から旅行者を受け入れたら、その分はまるまる増収ということである。言葉や習慣の違いを挙げて消極的な姿勢を示す旅館も少なくないが、企業（旅館）の最終目的は永続であり、永続のために市場を作り出すことは当然のことであり、何も特別なことではないのである。

4. 温泉旅館事業者の現状認識

ここでは、国際観光旅館連盟の加盟旅館に対しておこなわれたアンケート調査と、筆者が群馬県内の3観光温泉地にある温泉旅館に対しておこなった意識調査を報告するとともに、今後どのような方向性をもって旅館の永続を図っていくべきかを模索した。

最初に、近年の経営状況および旅行会社との関係について質問している。旅行会社との関係においては、特に規模の大きな旅館ほど旅行会社からの送客率が多く、その依存体質が明らかになった。国内観光の状況が悪いため、旅行会社が価格競争に走り、その影響をまともに受けているのが旅館という構図もあるが、高度経済成長期に互いに利用し成長してきた経緯もあり、この関係が崩れることは考えられないが、旅館のインターネット等での直販は今後伸張する可能性はある。

また、インバウンドについての意識調査もおこなっているが、特に群馬県3温泉地の旅館に対しておこなった調査で、インバウンドへの認識が低いことが判明した。これは現在、ある程度の集客ができていているということの証明であるかもしれないが、筆者が5年前におこなった他地域でのアンケートの数値より低いというのは大きな驚きであった。

5. 温泉観光地の永続と革新の可能性

まず、国の経済活性化戦略の中で観光に対する機運が高まってきており、地域活性化を兼ねた国

内観光・国際観光両面からの観光支援策が始めていることを報告した。

次に、地域政策の観点から国際観光を見るということで、行政単位別（都道府県と市町村）におこなわれた観光行政についてのアンケート結果を見ながら、行政の観光、特にインバウンド観光に対する意識を検証した。そこでは行政範囲の広狭が認識にどのような差異を及ぼすのかも見たが、インバウンドに関して、都道府県と市町村にこれだけ大きな認識の差が存在したのは意外であった。

また、現在わが国を訪れている外国人旅行者の動向を、訪日目的、旅行形態、滞在期間、訪日旅行の情報源、利用宿泊施設、活動内容の各項目別に訪日旅行者数が多い韓国、台湾、アメリカ、中国、香港、イギリスの6カ国について、JNTOの調査結果をもとに検証し、旅館の、そして群馬県の温泉旅館の今後の可能性を探っている。

最後に、群馬県は2002年5月に新潟県、長野県と3県合同で外客来訪促進計画を国土交通省に提出し、日本で12番目の国際観光テーマ地区に名乗りを挙げたことにふれた。ひとつの点でしかない観光地および温泉地を魅力の高い吸引力のある観光資源にするためには、点と点に線を引き、その線をつないで面にする必要がある。それが国際観光テーマ地区であり、特に国内観光客より情報量の少ない訪日外国人観光客にはわかりやすい指標となる可能性が高い。他の地域がすでにこの国際観光テーマ地区に名乗りを挙げており、国内でももっとも遅い出発となったが、今後は地域の観光振興、また地域活性化に大きな役割を果たしてくれるものと期待している。

6. おわりに

正式な産業分類に「観光業」は存在しないが、現在、またこれからの生活に「観光」はなくてはならない需要の高い余暇活動であることが証明された。と同時に「観光」が、経済や雇用創出にもたらすであろう大きな効果があることも確認できた。

そして、いま国は国益にかなうものとして「ビジット・ジャパン・キャンペーン」をはじめ、さまざまな「インバウンド」振興策を打ち出してきている。予算規模からすれば、まだまだとても微小だが、今までなかったこの変化が「インバウンド」、引いては「観光業」に追い風となって活気を与えることは間違いないだろう。ただし、行政範囲の広狭による認識の違いが、インバウンド振興のスピードを奪ってしまわないことを祈りながら。観光による振興を図っているのは日本だけではないし、日本はもっとも後発でスタートしていることを忘れてはいけない。

以上、観光業の有益性、そしてインバウンドの必要性和有効性は述べてきた通りである。ひとつ懸念があるとすれば、温泉旅館にとって、旅館のまま国際化が可能かということである。その意識の革新が永続を可能にするということを理解して欲しいと思うのである。