



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	洞爺湖観光復活の鍵はどこにあるか : 「Tohji & Okamiプロジェクト構想」の提案
Author(s)	大島, 直行
Description	北海道大学観光学高等研究センター『第11 回観光創造フォーラム』（第2 回TOYAKO 観光創造フォーラム）. 2011 年6 月19 日（日）10:00~12:00. 於洞爺湖文化センター（北海道洞爺湖町）. （主催）北海道大学観光学高等研究センター/TOYAKO マンガ・アニメフェスタ事業推進委員会/（社）洞爺湖温泉観光協会. （後援）洞爺湖町/洞爺湖町商工会/洞爺青年会議所
Relation	北海道大学観光学高等研究センター『第11 回観光創造フォーラム』（第2回TOYAKO 観光創造フォーラム）. 2011 年6 月19 日（日）10:00~12:00. 於洞爺湖文化センター（北海道洞爺湖町）.
Issue Date	2011-06-19
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/45959
Type	lecture
File Information	oshima.pdf



北大「第11回観光創造フォーラム」

平成23年6月19日／会場：洞爺湖文化センター

テーマ：観光地「洞爺湖」は復活するのか？

－多様な資源の活かし方：その可能性と課題－

『洞爺湖観光復活の鍵はどこにあるか』

－「Tohji & Okamiプロジェクト構想」の提案－

大島直行

（伊達市噴火湾文化研究所所長・札幌医科大学客員教授）

I. はじめに

1) 日本の観光は今

温泉観光はなぜ流行らなくなってしまったのか？：旅行形態の多様化が指摘されています。特に海外旅行志向や都市観光志向がその背景として考えられます。こうした傾向を助長させているものがあります。それは、温泉観光そのものが、何かを失ったことです。

2) 温泉観光が失ったものは何か

それは、「湯治」と「女将」だと思います。我が国の観光の柱は、考えるまでもなく「温泉」でした。しかし、その温泉観光の魅力の根幹とも言える「湯治と女将」が、いつの頃からか失われていたのです。それに代わるように日本観光に台頭してきたのが、ヨーロッパ型の観光スタイルでした。避暑地・湯治場は「リゾート」となり、旅館は「ホテル」に、温泉は「スパ」に、女将は男の支配人「マネージャー」に、お膳食は「バイキング」に代わっていったのです。

3) 洞爺湖観光が失ったものは何か

言い過ぎかも知れませんが、洞爺湖温泉の現状を見ると、「洞爺湖」と「温泉」を失ってしまったのかも知れません。洞爺湖と温泉は、洞爺湖温泉の「売り＝キャッチフレーズ」から消えてしまっているのではないのでしょうか。「温泉だけでは客を呼べない」といった意見も耳にします。

II. 原点にかえて考えてみよう

1) 洞爺湖の魅力ってなんだろう

洞爺湖温泉の本質は、あくまでも「湖と温泉」です。それは、洞爺湖温泉の魅力そのものです。だとすれば、その魅力について、再度認識し直して見る必要があります。船で渡ることのできる中島のある湖はきわめてまれです。中島に棲むエゾシカも私たちを驚かせます。この島に太古の昔から人が渡っていたことは、縄文遺跡が証明しています。湖の周囲に整備された道路は、「自転車道」としての魅力もあります。「こもれび」を体感できる自転車道はそうあるものではありません。湖の周囲に置かれた58基の彫刻群も世界の人々が驚きます。向洞爺の美術館も実にオシャレです。国際ビエンナーレの作品群や砂沢ビッキの遺作群も、この美術館の品位を高めています。月浦のワイナリー、ガラス工房、古くからある温泉街のカフェ、伝統的な御菓子屋など、ここには国内の多くの湖にはない独特の「文化」が、湖やそれを取り巻く「自然」の中に実に良く調和しています。

2) 洞爺湖「温泉」の魅力ってなんだろう

つまりは、こうした自然と調和した様々な「文化」が数多く揃っていることこそが、他の温泉地には見られない魅力なのです。温泉そのものや、景観を売りにできる温泉はたくさんあります。気がついていないかも知れませんが、実は洞爺湖温泉は、他が真似しようと思ってもできない「魅力ある温泉」としての環境整備が、すでにできあがっているのです。後はこれをどう活かしてゆくかなのです。

3) ジオパークや縄文世界遺産は「敵か味方か」

洞爺湖と有珠山は周辺地域の文化や景観をも含めて「世界ジオパーク」に認定されました。また、北黄金貝塚と入江・高砂貝塚は世界文化遺産の認定を目指しています。しかし、誤解を恐れずに言うならば、ジオパークや縄文遺跡は、私たちが期待しうるような多くの観光客をもたらすとはないと考えるべきです。むしろ、この2つの遺産に多くの人を招き入れるためにも、洞爺湖温泉そのものを再生させることが大切です。ジオパークや縄文遺跡は、先に述べたような洞爺湖温泉を取り巻く「自然や文化」のひとつとして捉えておくことが肝心です。

Ⅲ. なにを、どこに、どう発信するのか

1) なにを：湖と温泉を

もちろん湖と温泉しかありません。それは洞爺湖温泉の本質であり魅力だからです。ですから、もっと湖や温泉にこだわりを持つことが大切です。時代は、観る観光から学ぶ光へ、そして体験する観光へと変化しています。私は、こうした観光の在り方は、さらに進化するのだと思っています。つまり、「考える観光」にです。修学旅行でも個人旅行でも、一方的に「学ばされる」、また「体験させられる」観光では満足しなくなるでしょう。最後にたどり着こうとしている観光の姿、それは「考える観光」です。私たちは、観光客が自ら考えるための環境を整備することが求められます。それは、より「本物」の情報を提供することということです。温泉のもつ「自然治癒力」や「心の癒し効果」、太古の昔から続いた人と自然の共存関係、現代の観光地に生きる人々の営み、この地に魅せられた芸術家の生き方、火山との共生などこの地を訪れる人が「何かを考える」ためのさまざまな情報を用意しておくことが必要です。

2) どこに：世界に

先ずは「ヨーロッパ」です。そもそも、日本には、今業界が求めているような「長期滞在型」の観光の習慣はありません。ですから、先ずは、そうしたロングバケーションの伝統のあるヨーロッパの人たちを招き入れ、見本を見せてもらい、将来的に日本人に真似してもらい、こうした戦略が必要でしょう。ヨーロッパをターゲットにするのにはもう一つ理由があります。洞爺湖温泉の「自然にとけ込む文化的環境」は、欧米人にとってはもっとも「好ましい」環境でもあります。そのための秘策の一つが、「外国人客誘致のためのオシャレな温泉日本語選定」です。全てを英語で情報発信するのではなく、これだけは「日本語で発音して欲しい」という戦略も必要です。私たちが、アメリカやフランスに行くとその国の言葉を話したくなるように、アメリカ人もフランス人も日本に来たら日本語に接したいはずで。温泉は「Spa」ではなく「Onsenn」、饅頭は「Pie」ではなく「Manjyu」と。もちろん「Tohji」「Okami」も日本語で。

3) どう：戦略的にー「Tohji & Okami プロジェクト」構想の提案ー

私は、二つの戦略を考えています。先ずは、「Tohji & Okami」プロジェクトの推進です。欧米の観光客は、アメリカナイズされた「ホテル」や「リゾート」には満

足していません。それよりも、日本の伝統的な「湯治場」や「女将」のおもてなしにこそ高い関心を持つはずです。湯治場はごく簡単な整備費があれば造ることができます。資金的な余裕があれば、医療ツーリズムとしての「湯治場観光」も考える価値があります。女将は英語が堪能で、教養があり、おもてなしのトレーニングを積んだ人材が求められますが、新採用の「職員」でいいでしょう。ステータスは高くし、コストは安くすることで、確保は難しくありません。もう一つの戦略は、「ソーシャルネットワーク」を活用した集客システムの確立です。海外向けHPを充実することがとにかく急務です。そして、Facebook の活用です。洞爺湖温泉再生の鍵は、この Facebook が握っているといっても過言ではないかも知れません。洞爺湖温泉の再生は可能です。