

平成26年11月27日

№. 14-241

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

住んでよし、訪れてよしの松山・道後へ

～眼前の繰り回しに 百年の計を忘るる勿れ～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）では、このたび下記のとおり、道後を取り巻く観光の現状と活性化への取り組みについて取りまとめましたので、お知らせいたします。

なお、詳細は2014年12月1日発行の「IRC Monthly」2014年12月号に掲載いたします。

記

【調査要旨】

- ・ 道後温泉本館が改築されて120年。それを記念したイベント「道後オンセナート2014」の開催もあり観光客で賑わう道後温泉であるが、2017年の「愛顔つなぐえひめ国体」終了後の道後温泉本館改修という現実が、刻々と近づいてきている。
- ・ 日本最古の温泉と言われる道後温泉のシンボルで、国の重要文化財にも指定されている道後温泉本館改修が愛媛の観光に与える影響は大きく、道後温泉の賑わいをいかに創出していくかが喫緊の課題である。
- ・ これまでも道後周辺の事業者や住民などで構成する「道後温泉誇れるまちづくり推進協議会」が中心となり、地元の組合や企業、松山市なども加わって、様々な活性化策が展開されてきた。
- ・ しかし、人口減少に伴って国内の交流人口は今後減少することが予想されるため、愛媛の観光が持続的に発展していくには、市民による利用や外国人観光客の増加が望まれる。
- ・ そのためには、道後周辺だけでなく、「松山アーバンデザインセンター」や「まちづくり松山」といった、中心市街地や松山市のまちづくりを担う組織との連携により中心市街地との回遊性を向上させ、市民も利用しやすい道後の観光まちづくりを志向するとともに、中予・県内・四国内・瀬戸内海地域の自治体や観光地との連携により着地型観光を強化し、外国人観光客の長期滞在の拠点となるような取り組みが求められる。
- ・ 「公・民・学」が連携し、市民や県民を巻き込みながら、地域全体が一致団結して道後温泉の次の100年に向かっていくことに期待がかかる。

以上

はじめに

今年は、初代道後湯之町町長である伊佐庭如矢が中心となって道後温泉本館を改築して120年。

日本は人口減少社会に突入し、定住人口の減少傾向が特に顕著な地方においては、観光客などの交流人口を拡大させることで、人口減少の影響を緩和し、地域の活力を取り戻そうとする動きが広がっている。

そこで、愛媛の観光の中核である道後温泉の価値を再認識し、活性化への取り組みを紹介するとともに、道後温泉のこれからの100年に繋げるための方向性を取りまとめた。

1. 道後温泉の歴史と概要

- (1) 日本最古の温泉
- (2) 小説「坊っちゃん」に登場
- (3) 都市型温泉郷
- (4) 道後温泉本館を中心とした外湯文化
- (5) 道後温泉本館は「ミシュラングリーンガイド ジャポン」で3ツ星（最高位）
- (6) 道後温泉本館「振鷺閣」の「刻太鼓」は「残したい日本の音風景100選」に選定

ランキング	もう一度行ってみたい温泉地 (じゃらんリサーチセンター)	第6位
	一度は行ってみたい憧れ温泉地 (じゃらんリサーチセンター)	第8位
	温泉地総合ランキング (観光経済新聞)	第8位
	温泉地雰囲気ランキング (観光経済新聞)	第4位

泉質	アルカリ性単純温泉 (低張性アルカリ性高温泉)
泉温	約20～55度
特徴	きめの細かな日本人の肌に合う、なめらかなお湯で、湯治や美容に適している。これまでに開発した源泉は29本で、現在は18本から温泉を汲み上げ、道後温泉本館・椿の湯、周辺の旅館・ホテルへ配湯している。

2. 道後を取り巻く観光の現状

(1) 松山市を訪れる観光客数

松山市を訪れる観光客数は、しまなみ海道が開通した1999年の609万8千人をピークに、その後は500万人前後で推移していたが、近年は550万人を超える水準で推移している。また、観光消費額は年間600億円を超える水準で安定推移しており、その重要性は高まっている。(図表-1)

図表-1 松山市の観光客数と消費額の推移(推計)



資料: 松山市「観光客推定表」

(2) 道後を訪れる観光客数

道後温泉の宿泊客数および入浴客数は、しまなみ海道が開通した1999年に一時的に回復したものの、長期的にはともに減少傾向にある。ただし、宿泊客数は、近年80万人前後で安定しており、特に今年は、道後温泉本館改築120周年を記念したイベント「道後オンセナート2014」の開催もあり、宿泊客数は堅調に推移している。(図表-2)

図表-2 道後温泉宿泊・入浴客数の推移



資料: 松山市「観光客推定表」

(3) 道後温泉本館改修

2017年の「愛顔つなぐえひめ国体」終了後、道後温泉本館は改修工事に入ることが決定している。工事の開始時期は未定であるが、工期は8～11年を要すると言われており、年間70万人以上が入浴し多くの観光客で賑わう道後温泉本館の改修が、愛媛の観光に与えるインパクトは非常に大きい。

それに伴いいくつかの代替施設案が検討され、今年7月、「女帝の湯」を「椿の湯」に隣接する形で新設する案が承認され、今後整備が進められる予定である。

3. 道後温泉活性化への取り組み

(1) 道後温泉誇れるまちづくり推進協議会

道後温泉誇れるまちづくり推進協議会は、道後温泉の活性化を目的に、道後温泉に立地する旅館・ホテル、商店街、金融機関、大学、市民などが参画し発足した。

足湯や手湯の整備のほか、愛媛県や松山市と連携して道後温泉本館周辺の道路の付替えを実現、屋外広告物の自主撤去などの周辺整備を進めた。

近年は道後温泉本館建替えに対する代替案の検討を本格化させたほか、「道後温泉開運めぐり」プロジェクトを始動したり、「道後上人坂再生整備協議会」を設立したりするなど、道後温泉本館とその周辺の景観整備に現場の声を反映させながら多くの成果を残している。

(2) 松山市

松山市では、道後温泉を重要な観光資源の1つとして、地元の声을反映しながら様々な整備を進めている。道後温泉本館改築100周年を記念して、道後温泉駅前の放生園に「坊っちゃんカラクリ時計」を設置したり、道後温泉駅～本館前～旅館・ホテル街の南北の軸を中心に、電線の地中化など主に人の流れるインフラや景観の整備を進めたりした。現在は椿の湯～本館～上人坂の東西の軸を中心とした観光施設の整備や、様々な振興策を検討している。

(3) その他

株式会社伊予鉄道では、「坊っちゃん列車」、「マドンナバス」、空港や港からのリムジンバスといった2次交通の整備により、道後温泉を訪れる観光客の利便性向

上に努めている。また、観光施設とそれらをつなぐ路面電車やバスといった移動手段をセットにした商品を発売するなど、公共交通機関としての機能を観光においても発揮している。

道後商店街（道後ハイカラ通り）は、新しいキャラクター「ゆだまん」や「道後湯玉音頭」を作るなど、道後温泉の玄関口を盛り上げている。

道後温泉旅館協同組合では、道後に宿泊する観光客を対象とした傘やベビーカーの貸出など、心づくしのサービスの提供を推進している。

4. まちづくりの視点

(1) 松山アーバンデザインセンター

「松山市都市再生協議会」が中心となり、今年4月、愛媛大学内に「松山アーバンデザインセンター（以下、UDCM）」が設立された。

UDCMは、路面電車が走る松山市内中心部の目指すべき将来像の明確化と、それを具現化するまちづくりに向け、各種プロジェクトを展開している。行政でも民間でもない第3の機関として、その企画力と調整力に期待がかかる。

(2) 株式会社まちづくり松山

まちづくり松山は、中心市街地の魅力づくりのために、まちづくり事業や商業振興事業の一体的かつ自主的な展開の必要性から、商店街組合、商工会議所、金融機関、民間事業者、松山市によって設立された、まちづくり法人である。

同社は、中心商店街の一体的活動の充実、中心商店街の魅力向上、空き店舗発生への対応、商店街の自立促進、中心市街地居住促進を目的に各種事業を行っている。今後の道後温泉と中心市街地の回遊性向上などによる商業地域と観光地域の連携を進めていくうえで、商業地域の代表としての重要な役割が期待される。

5. “住んでよし、訪れてよし”の道後温泉・百年の計

(1) 道後オンセナート2014の余韻をどう残すか

「道後オンセナート2014」は、観光客の増加に寄与しただけでなく、市民が道後温泉に足を運び、その良さを理解するきっかけとなった。

市民が日常の生活文化の1つとして利用し楽しむことができ初めて、観光客にその魅力を伝えることができる。松山市全域の小中学校における学習機会の提供や市民の積極的な利用促進策が必要であろう。そして市民が、道後温泉を地域の“宝”と再認識し、その重要性や危機感を共有していくことが、「道後オンセナート2014」の余韻を残すということであろう。

(2) 「公・民・学」連携と役割分担の明確化を

A. グランドデザイン — 「学」

観光振興やまちづくりは、本来、一体的かつ総合的な方針により整合性を図りつつ進められるべきである。都市型温泉郷である道後温泉が、中心市街地と連携して活性化していくには、松山市のまちづくりの統一的なグランドデザインを描き、それに基づいた観光振興とまちづくりを進めていくことが求められる。

そのためには、中心市街地と道後温泉、そしてそれらをつなぐ公共交通に関わるプロジェクトを推進しているUDCMがその機能を発揮し、並行して進められている各種事業を、俯瞰的な視点で発展的に再構築し、グランドデザインを描くという重要な役割を担うことが期待される。

B. 整備・維持管理 — 「公」

描かれたグランドデザインに基づいた、統一感ある景観整備や施設整備およびそれらの維持管理は、行政の重要な役割である。財政が厳しいなか、観光に税金が投入されることに疑問を呈する声も聞こえる。しかし、交流人口を増やすための投資を行い、それ以上の経済効果を得ていくことは、定住人口が減少する地方の活性化に有効な策の1つである。観光の中核である道後温泉には、重点的、継続的な投資が求められる。この点に関し、地域のコンセンサスを心得て事業を推進していくのも、行政の重要な役割である。

C. 運営 — 「民」

観光インフラを運営するのは、ノウハウやアイデアを持つ民間事業者の役割である。ただし、観光客や市民が、どの施設においても調和した雰囲気違和感なく感じられることが重要で、それが居心地の良さや満

足感を与え、ファンを増やすことにもつながる。そのため民間事業者には、グランドデザインに基づいた統一的なブランドイメージのもとでの、サービス提供が求められる。

(3) 点ではなく面で

人口減少と高齢化により、国内の交流人口は今後減少する。今後も交流人口を維持していくには、他の観光地との競争に勝って日本人観光客を誘致したり、インバウンドに力を入れたりする必要がある。

そのためには、道後温泉が魅力的で、長期滞在しても楽しめる観光地であると認識してもらうことが重要である。特に、インバウンドを強化するには、四国全域や瀬戸内海全体といった、より広い「面」での魅力の発信が必要になる。道後温泉という「点」は、四国や瀬戸内海の観光の拠点とならなくてはならず、着地型観光商品の開発が不可欠である。

(4) 道後温泉本館改修をチャンスに

世界遺産で、国宝でもある姫路城は、大天守の保存修理工事を行っている。工事開始直後、観光入込客数は大幅に減少したものの、姫路城の魅力や歴史的価値を広くアピールしたことで、工事前の2006年度の水準まで回復している。道後温泉本館の改修もマイナスととらえるのではなく、新たな魅力を提供するチャンスととらえるべきである。そのためにも、できるだけ早く改修スケジュールを決定、公表し、工事開始までに観光客を極力多く呼び込むことを検討すべきである。

おわりに

観光振興や中心市街地活性化には、行政、民間、地域住民の力が必要であるが、それぞれの立場で危機感を感じ、同じゴールに向かって、考え、行動していることが伝わってきた。

120年前に伊佐庭如矢が周囲の反対や抵抗にあいながらも道後温泉本館の改築を成し遂げたように、「公・民・学」が連携し、地域住民を巻き込みながら、地域全体が一致団結して道後温泉の次の100年に向かっていくことに期待がかかる。

(宮内 雅史)