

道後温泉を世界的な観光地に

奥村 敏 仁
(有限会社大和屋本店旅館)
代表取締役社長



私が社長を務めます大和屋本店は慶応4年（1868年）、現在の道後温泉本館の隣接地で創業いたしました。道後のシンボル、重要文化財でもある道後温泉本館は大和屋本店の創業の後、明治27年（1894年）に完成しました。道後温泉の長い歴史の中では実はごく最近の出来事です。「道後温泉を世界的な観光地に」と大げさなタイトルを掲げましたが私はその実現へのヒントが道後温泉本館建築の経緯にあると考えており、まずその物語を振り返りたく思います。

1、道後温泉本館の建設

夏目漱石は小説「坊っちゃん」の中で「ほかの所は何を見ても東京の足元にも及ばないが温泉丈けは立派なものだ。」と地元松山・道後にとっては微妙なニュアンスで道後温泉本館を褒めています。その本館建築を推進したのは道後湯之町の初代町長伊佐庭如矢です。道後湯之町は明治23年に新設されました。道後温泉の湯・施設は江戸期には松山藩、明治に入ると県が管理していましたが、その管理が道後湯之町新設とともに地元へポンと渡されてしまったのです。しかし、地元の旅館や土産物屋を営む町民には行政経験がありません。そこで町民の代表が松山藩・愛媛県の優秀な官吏でありましたが、60才を超えて琴平に移り引退していた如矢を訪ね、頼み込んで町長に就任してもらったのです。

如矢は町長に望んでなったものではありませんでしたが、今の言い方でいえば先進的なアイデアで交流人口の拡大を進めていきます。如矢はまず、温泉郷を視察します。伊豆は半島一円に多くの温泉があり自然も豊かです。また、道後に近い九州の別府温泉は日本有数の湯量を誇っています。如矢は当時源泉が一つで湧出量も限られる道後温泉は誘客の目玉を造らなければ必ず衰退すると思えました。そこで道後温泉本館を新築し「100年後にも残るまちのシンボルを造る」という計画を立てました。地方では城郭以外では考えられなかった三層楼の建物、説明を受けた町議員は度肝を抜かれたといいます。小学校教員の初任月給8円、町の年間予算が4000円の中、建設費は13万5千円という田舎町にとっては途方もない計画でした。如矢が身体の危険を感じるほどの抵抗があったといいます。反対派をまさに命がけて説得し道後温泉本館が完成したのが明治27年、翌28年に夏目漱石が松山中学に赴任しました。漱石はたいへん道後温泉を気に入り毎日のように通っていたそうです。漱石は後年松山での経験を元に小説「坊っちゃん」を発表、ロングセラーとなり、映画化、ドラマ化、舞台化も多く、学園ドラマの原型といわれています。また、「坊っちゃん」や「マドンナ」という登場人物も松山を象徴するイメージとして様々なものに使われています。さらに如矢は道後

温泉本館の建設にあわせて新会社を設立し松山の港から道後温泉を結ぶ鉄道を建設しました。

2. 伊佐庭如矢に学ぶこと

道後の先人の話を長々としてしまいましたがここから「道後温泉を世界的な観光地」にするためのヒントを探したいと思います。

① 世界的な観光地とは

私は今年5月に道後温泉旅館協同組合の理事長を拝命いたしました。その時、地元新聞社の取材がありインタビューの中で、道後温泉を世界的な観光地にしたいと述べたのがこの言葉のスタートです。私は道後をパリにしたいニューヨークにしたいと思っているわけではありません。「真のマーケット」、「真の競争相手」をどこに設定するかという問題意識の中でこの言葉を使いました。オーバーツーリズムを避けるとすれば道後温泉地区の年間宿泊キャパは80万人程度です。そもそも世界中から何百万人も集客することはできません。しかし、日本の人口減少の中、海外から集客しなければ道後の未来はありません。世界の人に道後を知ってもらわなければならないのです。世界の観光地と競争するしかないのです。真の競争相手は他の国内の温泉地ではありません。

② 強み・弱みそして投資

コロナ禍前の2019年にアラブ首長国連邦のドバイを視察する機会を得ました。ドバイは中東の中核交流都市を目指して開発を進めています。私は農業・工業では食べていけず金融や観光で食べていくしかないという心構えはこういうことかと目が開かれました。ドバイの施策には「観光客はほかにないもの、世界一のものを求めてやってくる」という考え方が徹底されています。オイルマネーがあるというのが前提とはいえ、世界一高いビル、豪華なモスク、巨大なショッピングモールが建設されています。また、文化面ではルーブル美術館の分館もあります。スケールは違いますが如矢が道後温泉本館を造った時の思想と同じです。資金の制約のある中でも観光客は唯一性を求めているということをわすれてはならないと思います。逆にいえば中途半端な投資は無駄ともいえます。

③ 情報発信とアクセス

夏目漱石は道後温泉にとって最高の「インフルエンサー」であり、坊っちゃん・マドンナ他様々な「キャラクター」を作ってくれたクリエイターであり、道後を「聖地化」してくれたプランナーでした。ただ、チャットGPTで小説「坊っちゃん」を検索すると「日本文学に興味のある人以外は誰も知らない」と出てきます。インバウンド向けには坊っちゃん・マドンナではだめなのです。旅館組合では急がば回れで道後の明治以前の歴史を学ぶ勉強会の開催、インバウンド客に向けたナイトタイムエンターテインメントの開発、愛媛県内の自然を巡るツアーの造成などソフト面の対策を開始しました。また、地方の観光地へのアクセスはインバウンド拡大のための核心的問題です。地方空港への海外直行便の拡大、バスやタクシーの2次交通の確保などが課題になっていますがいずれも人手不足の影響を大きく受けています。対策としての外国人労働者受け入れ拡大やライドシェアの導入などは企業・地方行政だけでは解決できない問題ですが粘り強く取り組んでいきます。

終わりにコロナ禍後の大変革の時期、伊佐庭如矢が100年後を見据えたように目線を将来に合わせ進んでいきたいと思いを述べ稿を結びます。