

旅館経営の再生とともに、たびたび温泉地そのものの再生についても過去述べてきた。これまでの反省としてよく言われるものに、大型旅館が付帯施設を充実させ、客を温泉街に出さなかったことが最大の原因だという説がある。

一方で、温泉街の飲食店や土産品店は、一見客相手とばかりに「高かくて質の悪い商品・サービス」を売ってきたつけが回ったのだということも言う人もいる。

どちらもマトを得ていると思うが、大事なことは温泉街そのものの入り込みが激減し、ゴーストタウンと化してしまった温泉街をどうするかということである。ある。ある温泉街で旅館を含む観光関連業者に対

し、アンケート調査を実施したところ、借金金過多でどうしようもなくなっているところと、借金は無いが償却もすみ、何とか自分たちが食べていく分だけ確保できるが、息子たちは後を継がないというところが大部分であった。

要するに打開策がまるで見出せないまま、あきらめてしまっているのである。温泉街は旅館に泊まる客が増えなければ始まらないわけだから、個々の旅館の自助努力は大前提である。これとは別の要素として、日帰りでの温泉地にくる魅力がないところが共通して苦戦しているのである。

この施設を中心に、散策ができる路地の整備と魅力的な店舗や各

種施設、あるいは自然・体験といったキーワードがポイントになってくる。

とにかく、温泉街が一体となった街づくりと経営意識がなければ再生はできない。そしてそれを実践するのは、その温泉地の将来を背負って立つ若手後継者たちにほかならない。この人たちが責任と情熱を持ってプランを構築し、行政と地元金融機関を巻き込んで、再生の主導権を握ることが大切である。

その温泉地特有の過去のしがらみがネックとなっていたとしたら、第三者をコーディネーターとして、そのことにはふれる暇もないようにすることも方法のひとつである。もはやそんなことはいつてもって認識することである。

http://www.ikmag.jp

email: magota@ikmag.jp