

## 草津町の観光と地域経済、まちおこし

中澤 敬\*

湯治場としての原点に戻り、「泉質主義」をキャッチフレーズに温泉の泉質の良さを推奨し、湯畑を中心とする「湯のまち草津」と、それを取り巻く高原地帯「リゾート草津」の快適空間を創造し、にぎわい空間を創出するための「草津温泉歩きたくなる観光地づくり基本計画」策定により、観光と観光、観光と健康、観光と環境をテーマに観光に対する方針の再構築によりまちづくりを進める。一方で、草津町の町民憲章「歩み入る者にやすらぎを 去り行く人にしあわせを」を基本理念に、基本理念実践5原則の実践に努め、町民総参加による自立と共生のまちづくりを目指す。

### Tourism, the Local Economy and Town Revitalization in Kusatsu

Takashi NAKAZAWA\*

In Kusatsu we have returned to our roots as a spa, promoting the fine quality of our thermal springs (onsen) under the motto "Onsen-ism." In order to create a pleasant, bustling area between the hot springs area centered on the Yubatake source and the resort area in the surrounding highlands, we drew up the Basic Plan for Making Kusatsu Hot Springs a Walking-Friendly Tourist Destination and have moved forward with town revitalization by restructuring our tourism policies under the themes of "tourism and tourism," "tourism and health," and "tourism and the environment." Meanwhile, we are striving to become a town of independence and coexistence through full citizen participation in realizing five fundamental principles for putting the Kusatsu Citizen's Charter in practice. The Charter reads "peace to those who enter, health to those who leave."

#### 1. はじめに

景気がゆっくり回復しているという。業績回復を唱える企業も多くなってきた。

平成16年度の全国の都道府県、市町村の一般会計決算でも次年度への繰越金額を計上したところも目につく。しかしその大半は、「入るを量りて、出ずるを為す」という経営の大原則のうち、歳出削減によって「出を制して」いるに過ぎない。本格的な経済回復には、なんとといっても「入り」を増大させなければならない。

\* 草津町長

Mayor of Kusatsu

原稿受理 2005年10月31日

当町においても同様であり、その意味からも、2006年からは本格的な地域経済の景気回復に向けた「観光施策の強化、町おこし」を図らなければならない。今回は、その具体的な施策について探してみたい。

#### 2. 観光を取り巻く情勢

##### 2-1 国の姿勢

2005年の夏の総選挙では、郵政改革を争点に掲げた自由民主党が圧勝した。しかし多くの国民は、年金や医療、介護、教育の政策に強い関心を持っている。

日本は、戦後から高度成長により「高福祉、低負担」を享受してきた。しかし、ここ数十年で少子高

齢化が進み、経済成長が低迷し状況が大きく変わったにもかかわらず、一般国民の意識の中にはまだまだ高度成長時代から引きずってきた意識が変えられず、国が何とかしてくれるだろうと思っている向きが多い。

国も確固たる対応を示さずに赤字国債の発行に頼り、地方自治体も国からの交付金、補助金に頼って今日に至り、大きなギャップに悩まされている。

財政改革というキーワードは、過去何度も登場し消えていった。なぜ改革しにくいのか。それは住民福祉や教育は、社会を維持形成する基本的なものであり、ある意味、聖域化されていることと、その事業そのものが属人性によるものであることだ。

国も地方自治体もそのことに気づき、健康づくり対策や教育の見直しに着手した。医療も介護も年金も教育も社会の維持発展のためには、どれも必要なものであるが、その費用を誰がどう賄うのか、国のあり方、基本的な形をしっかりと決めることだと思う。

国民も増税や国民保険料、介護保険料の引き上げには反対しながら、もっと福祉を充実させる、保障をしると言うのは矛盾しているという認識に立たないと、建設的な未来が創れないだろう。

## 2 - 2 観光立国宣言によるVJCの効果と温泉観光地の活性化 - 「温泉ONSEN」を世界語に

ある会でアメリカから来た学生との会話の中で温泉について話した。自分の自己紹介より、温泉地の話をしようと思っていた。しかし、自分の会話能力が足りないのか、相手方はどうもあまり理解ができないようであった。彼から“ What 's hot spring ? ”という質問があり、これには私も少し面食らった。自分で問うに、“ hot spring ”は英語ではないのか？

会話に戻った私は、温泉は自然の資源であり、世界にもいろいろあるが、日本は火山性の土地で温泉が豊富である、温泉は日本人にとって誰もが親しんでいる、日本人の喜びの一つであると話をした。その会話はなんとなく相手の興味がわかないまま終わってしまったが、そこで思ったことは、それぞれの国の文化は、相手の国の言葉で表現するには限界があり、その国の独自の言葉で伝えて行かなくては正確に伝えることは難しいと思った。

小泉前首相が日本の首相として、初めて観光の重要性を発言した。観光立国宣言である。観光施策を進める上で追い風であると思っている。

2003年12月、政府の進めるビジット・ジャパンの

一環として、JR東日本、JAL日本航空とのプロジェクトによりインバウンド商品「草津バウンド」をスタートさせた。3月には台湾・香港・韓国に、2004年9月にはオーストラリアデプロモーション活動を行ってきた。

外客誘致にあたって“温泉”をよく言われる“HOT SPRING”ではなく、日本のアイデンティティとして、“ONSEN”という言葉で世界にアピールしたい。日本は、温泉が豊富な土地であり、旅館に泊まり、和食を食べ、温泉に入り、温泉を楽しむ。そんな温泉地に日本の大衆文化が宿っていることを世界に知ってもらうには、“ONSEN”をそのまま使うのが一番である。日本人誰でもが温泉という言葉を知っている。日本人誰でもが温泉という言葉を知っている。温泉を通して世界平和に貢献できるものと思っている。

草津の今までの外客の訪問動向としては、姉妹都市交流や各種イベントを通してのコンベンション・インセンティブの来訪などが主であったが、今後は、国が進める、訪日外国人旅行者倍増施策「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の実施に草津町も参加し、草津温泉の良さを国内外に再認識してもらい、一層の外客の来訪促進を図りたい。

今こそ、20世紀に培った考え方を整理して、21世紀の考え方の方程式を組み直さなければならない時代と思っている。自立の精神で今後のまちづくりを考えて行く上で、国の進める国際観光振興施策はチャンスである。

## 2 - 3 地方自治の変化

この数年間、草津町は、国の三位一体の改革、市町村合併問題で明け暮れた年であった。特に合併問題では、今後の町の将来構想と財政問題を論議した中で、時期尚早と判断し、自立の道を選択した。

片山元総務大臣は、これからの自治体に求められるものは、自立と創造と競争の時代であり、そのため市町村合併でもあると述べている。

どの自治体も厳しい財政運営を抱え、その収入の道を模索している中で、観光に目を向けることになると思う。このような変革の時代を迎え、今までの観光地も現状肯定的に何もしていないことは許されない。自らが持つ資源を活用して、新しい活路を拓く機会と捉え、生き残り成長の事業構想を練り、大変難しいことだが、自治体運営にも経営的な発想が持ち込まなければ成り立たない局面にきていると考え実行していきたい。

今「ナレッジマネジメント」という言葉が取り上

げられている。この言葉のもとにさまざまな経営手法が普及し、日本でも導入が相次いでいる。その本質的なメッセージは新しいものではないが、一言で言えば「全員の知識を結集して経営を革新する」ということである。

このことから、町民総参加による行財政改革と住民の意識改革の喚起をテーマに、自立のためのマスタープラン策定のため、「タウンミーティング100委員会」を立ち上げた。

私が町長になって一番感じることは、「権利と義務」ということである。

私も、旅館組合長時代は、あるいは、自分が経営する旅館を通して、観光面だけでしか町を見ておらずあまり地域のことは関心を持たなかった。多くの人は、自分の商売を通して、自分の働く場所を通して、一つの町を見ている。自分がよいと思っていることが、違う立場の人から見ると、必ずしもそれがよいと思われていないことに気づいていない。

また、町をよくするのは自分ではなく、誰かがよくしてくれるだろうという気持ちが強く、権利の主張はするが自ら参加しようと思わないことが多い。

高度成長の時代に我々が慣れ親しんできた、より豊かに、より早く、より便利にそういう物質的な価値観を求める考え方がまだまだ捨てきれないでいる。ほとんどの人が戦後の日本の経済成長時代に長年培ってきた豊かさの価値観の差や思考回路を、一度に変える事は無理なのである。

21世紀を迎え、これからの新しいまちづくりの牽引力は「モノ・カネ」から「こころの豊かさ」による生活の質の向上とゆとりの創造が重要であると思う。

こういう問題がいろいろある中で、住民が意見交換をする場をつくり、思っていることを一度吐き出してもらい、議論を重ねる、その中で段々とまちを変えていく、これはまたとないチャンスだと思っている。

少なくとも「権利」と「義務」この二つの問題を同じ位置関係に、同じ価値観として認識してもらえよう住民皆で意見をまとめてみたい。

草津町の町民憲章は「歩み入る者にやすらぎを去り行く人にしあわせを」である。日本画家の東山魁夷先生がドイツのローテンブルクの城壁にラテン語で書いてある言葉を訳されたものであるが、先生より「観光地においての一つの姿勢というのは、こういうことではないですかね」という言葉とともに

戴いたものである。

私は、この言葉を「こころ」の言葉として、その理念を実践するための5原則、「安全」(誰もが安心して暮らせるまち)で、「清潔」(誰もが訪れたいくなる美しいまち)で、「親切」(人の気持ちが通うまち)と「販売・誘客」(まちのセールスマンでありたい)と「節約」(企業人の視点から財政を捉え、教育・福祉・環境の改善につなげる)に努め、住民、議会、行政が一体となってまちづくりに邁進したい。

### 3. 草津町の観光に対する方針の再構築

#### 3-1 温泉地としての発展の成り立ち

草津温泉の開湯の歴史は古く、行基によって開かれたと言い伝えがある。鎌倉時代には源頼朝が巻狩りの際に入浴したといわれ、この際湯守りとして湯本の姓をもらった家が代々伝わっている。戦国時代、江戸時代と武将や文人墨客の来浴の記録があり、全盛期を迎える。八代將軍吉宗が草津の湯を汲み上げ樽詰めにして江戸に運び、入浴したとも伝えられている。江戸時代の温泉番付では東の最高大関として君臨する。

明治に入るとドイツの医学者ベルツ博士が草津を訪れ、世界に通用する温泉地として絶賛される。ベルツの言葉が草津の人々の温泉地としての誇りのよりどころとなっているといつてよい。

大正末期には草津 - 軽井沢間の草軽電鉄が開業する。第二次世界大戦末期からは東京からの学童疎開や傷病兵の受け入れをしていたが、戦後になり、スキー場開発を含めた総合的な温泉高原リゾート開発に着手する。国立公園指定、志賀草津道路の開通、長野原線の電化・草津号の乗り入れなど、昭和30年代後半から始まる国民大衆の旅行ブームに乗り、従来の療養温泉から観光地へと脱皮が始まる。

一方で、湯畑周辺の温泉街から高原部への進出、スキー場整備、音楽アカデミー&フェスティバルの開催等、欧米に範を持つリゾートを模索する。この動きはバブル期に拍車がかかり、音楽の森地区が開発される。バブルのリゾート開発の際にリゾートマンション建設ラッシュとなり、景観条例を策定、景観形成指針を定める。

このとき湯畑周辺を「湯の街草津」、高原地区を「リゾート草津」と草津の二つの顔としてエリア区分を行い、それぞれの特性にあった景観形成を誘導することとなる。

現在は国内、県内でも人気の高い温泉地として、

また、その活性化の取り組みなど先進的な事例として認識されている。

### 3-2 日本と世界の温泉文化が生きづくまち

今、草津温泉には、年間300万人の観光客が訪れている。草津の魅力といえば、やはり温泉の泉質が非常に優れていること、湯畑や西の河原公園といった他の温泉地でないエリアがあることである。また、環境省の「香り百選」にも選ばれたように、温泉の独特の香りがあり、日本全国、無数の温泉地の中で、香りによって引き出される温泉情緒により、「まさに温泉に行った」といった感覚を持っていただける。このあたりが吸引力になっていると考えている。

また、草津と世界との出会いは古く、1878年（明治11年）日本政府の招きで来日したドイツの医学者ベルツ博士が草津を訪れ、草津温泉の優れた効能や療養浴法（時間湯）をドイツ医学会に発表し、「この温泉がヨーロッパにあれば、カールスバード（温泉保養地で有名な現在のチェコノカルロビ・ヴァリ市）よりも賑わうだろう。世界無比の高原温泉地である（岩波文庫、ベルツの日記より）」として絶賛された。

草津の人々は、このベルツの言葉を守りまちづくりを進めてきた。旧温泉街は、小規模ながら中心広場（湯畑）、公園（西の河原）、共同浴場、宿泊・サビス施設からなり、ヨーロッパの温泉保養地と同様の都市構造を持つ。共同浴場は18か所を数え、訪問客はさまざまな温泉の利用とともに、野外での散歩、見物などの余暇活動を楽しむことができる。

草津町では、1962年にベルツ博士の生誕地ドイツノピーティヒハイム・ピッシンゲン市と姉妹都市提携し、現在外国4か国との姉妹都市交流や、1980年からは、毎年8月に世界のプロフェッショナルな音楽家が集う「草津夏期国際音楽アカデミー&フェスティバル」の開催、上信越国立高園内の広域観光ルートとしての日本ロマンチック街道を設立し、ドイツロマンチック街道との姉妹街道締結を行うなど、地域の特性を活かした観光ルートの設定と各種プロモーションや情報の発信を行い欧米に範を持つ国際観光リゾートを目指してきた。

このように、洋風と和風、両方とも徹底して行くところに草津の特長がある

### 3-3 温泉と健康、温泉とスポーツ、温泉と文化のまちづくり

草津町は、長期的には「温泉と高原・文化とスポーツの国際温泉リゾート地」づくりを目指している。その基本として、温泉街らしさを残しながらも洗練

された快適空間を創造するための総合的な基本方針「歩きたくなる観光地づくり」を策定し、温泉と健康、温泉とスポーツ、温泉と文化の街づくりを進めている。

草津には、温泉街、すなわち「湯の街草津」と、高原リゾート地帯「リゾート草津」という二つの要素があり、そこにスポーツと音楽を絡めて、四本の柱としている。

高原にも「湯畑」に匹敵するような人が集まり賑わう空間を創る必要があると考えている。

#### 1) 温泉と健康の結びつき

近年、国民の健康意識の高まりや高齢者医療費の増大等で、疾病予防や健康づくり対策が強く要請され、「健康日本21」「健康増進法」が制定された。生活習慣病の予防、治療には、温泉の効果だけでなく、観光そのものも予防医学の一環だと思っている。

2005年9月に、(社)民間活力開発機構との共催により「健康づくり大学実践講座」を開催した。

草津は、伝統ある温泉療養地としての温泉文化を受け継ぎ今日に至っている。その温泉利用の原点である「湯治・時間湯」を現代風に組み替えた「温泉地滞在プログラム」を構築し、今後の温泉利用者層への有効な集客アプローチとしたい。

その一つとして、アトピー性皮膚炎などに効能があるといわれている草津温泉への療養客、湯治客に対応する長期滞在型の低廉なプランを提供できる小規模な宿泊施設が「湯治の宿の会」を設立し、HPなどで宣伝を始めている。

草津町も、時間湯施設の建て替えと、従来から活動している「時間湯保存会」を再構築し、湯長の将来的な後継者育成と、時間湯の利用に当たってのルールづくりに着手した。

今後も「泉質主義」をキャッチフレーズに温泉の泉質の良さを推奨し、温泉と健康の街づくりを目指したい。

#### 2) 温泉とスポーツの結びつき

温泉と並ぶ新たなアクティビティの形成でスポーツの町を目指す。冬のスキー以外に、草津にJリーグを目指したサッカークラブチーム「ザスパ草津」がある。選手達は、夜は草津町の旅館や商店で働きながら練習を積むというユニークな仕組みを持つ。この珍しい仕組みと選手たちの頑張りが見守る人々の共感を呼び、マスコミに注目され、多くの若者が集まる。

Jリーグの基本は、地域が支えるクラブチームをとのことであるが、メインは、大企業に支えられて

いる。その中で、「ザスパ草津」が目指すチームづくりは大きな試金石となる。

Jリーグに昇格した今、まだまだ取り組むべき課題はたくさんあり、産業界、住民を挙げての地域での支援体制を整えていきたい。

他にも、標高が高いという草津の地理的条件を活かした高地トレーニングや、温泉とスポーツ医学とのドッキングなどの面でさまざまな需要があると考えている。

### 3) 温泉と文化の結びつき

夏になると、高原に美しいクラシック音楽の旋律が響き、湯の町草津を一新する。夏期国際音楽アカデミー&フェスティバルである。世界的な音楽家とクラシック音楽を志す生徒が集い、毎年テーマにそって音楽のこころを伝え合い、併せてコンサートを開催するという取り組みである。

講師には、世界各国から著名な音楽家を招き、日本の若い音楽家に最高の技術と豊かな音楽性を学ぶ機会をあたえるもので、多くの聴衆に育てられ、今年で26年目になる。

温泉観光地というイメージが強い草津温泉にとって新たな定着した文化事業として内外から注目されている。今後はポピュラー音楽などジャンルを拡大して、さらに充実させていきたい。

### 3-4 環境施策によるまちづくり - 温泉熱で新エネルギー



ツールド草津



アカデミーコンサート

今、温泉旅館の排水規制強化が大きな問題となっている。この問題は、2001年7月に改正された水質汚濁防止法施行令で温泉旅館が排水する「ほう素及びその化合物」などが有害物質の対象となり、一般の工場並みの排水規制が設定されたことにより端を発している。環境省は、「安定的な排水処理技術が未だ開発・実用化の途上であり、一律排水基準を達成するのが困難な状況」なため、暫定排水基準の適用を延長する方針を2007年6月まで現行のままとする方針を決めたが、問題を先送りしただけという見方もある。

草津町では、40年前より強酸性の河川中和事業が国交省品木ダム水質管理所により行われている。pH1.7という草津温泉の持つ強酸性の湯川をはじめ白根山一帯の酸性河川の起因により下流域に大きな影響を与えていたからである。世界でも初めてというこの事業により、下流域では、新たな発電事業や農業用水の改善などに大きな恩恵をもたらしている。

今までも草津町は豊富な温泉を活用し、温泉熱交換による温水を2,200世帯へ給湯(全世帯の約7割)道路融雪(総延長8,240m)や施設の暖房など高度利用を行っており、各方面から評価を受けているところである。

また、温泉水中には、ほう素など有害物質の他に有用金属が含まれていることが判明しており、新たな自然資源の活用が図れるものと期待している。今後も温泉熱利用による温度差発電など新エネルギーやさまざまな可能性やについて調査研究に取り組み、環境に配慮したまちづくりを進めていきたい。

一方、昨今の温泉問題には心を痛めている。人々の温泉に関する魅力の要因のベスト3は、「自然環境」「のんびりくつろぐ」「ストレス解消」が挙げられている。また、温泉地の選定理由ベスト3は、「温泉情緒」「温泉そのもの」「自然環境」となっている。さらに訪問客は温泉に関する「泉質および成分」「泉温」「所在地」などの情報公開を求めており、その基準も温泉法と鉱泉分析法で解釈が違う面もあることから、国も見直しに着手した。よりよい基準づくりのため、国に対し継続して問題提議を行っていくべきである。温泉地も訪問客のニーズに応えるためにも、今に伝えられている温泉の効能や伝統的な入浴方法および湧出量、泉質成分などの実態調査を行い、科学的に検証し、訪問客に安心して心から温泉を楽しんでいただけるようにしたい。

これからの観光に対する考え方は変化してきてお

り、従来からの「観光と観光」に特化した街づくりに加え、「観光と健康」「観光と環境」に目を向けたまちづくりが求められているものと思う。

#### 4. 将来の草津(まちづくりのヒント)

##### 4-1 世界遺産でまちづくり

「湯畑」は、日本一の自噴湧出量と泉質を誇る草津温泉のシンボルである。

温泉街の中心に毎分約4,400ℓの熱泉が湯気を上げ流れ落ちる湯畑と、その周辺で古くから伝わる温泉文化を世界遺産に登録しようという構想が持ち上がったのは、私が町長に就任した2年ほど前である。

老舗旅館の経営者から「草津を訪れ、湯畑を見た友人が『世界遺産にふさわしい素晴らしい温泉だ』と言っていた」と伝え聞いたことから、湯畑周辺の温泉街を江戸時代の情緒あふれる古い町並みに再現しながら、自然と文化を兼ね備えた複合遺産の登録を目指し運動を展開したいと考え「世界遺産の登録を目指そう」を町のスローガンに掲げた。

2003年の4月には、東京大学大学院の西村幸夫教授(都市工学)を招いて「湯畑の世界遺産登録に向けて」と題した講演会を開催した。世界遺産登録にあたり現地を調査するユネスコの助言機関ICOMOS(国際記念物遺跡会議)の副委員長を務めている西村教授からは、「湯畑を中心に温泉街の文化を守るまちづくりが世界遺産の登録につながるのでは」、また、「生きているまちとして、新しくして行きながらも全体として調和するように工夫を少しずつ積み重ねていくことが大切である」との提言をいただいた。

温泉保養地に限らず今の日本のまちは、どこも中心街が衰退しているというのが大きな問題である。幸いにも、当町では、まちの中心である「湯畑」まわりが健在であり、住民も訪れる観光客も「このまちの中心はあそこ」ということがわかっていただいている。これは大変大きな財産であると思っている。今後も、まちのシンボルであると同時にまちの広場でもあり、皆がそこに集まり、そこに行く人がいて経済活動が行われており、まちの本当の中心であるといえるようにしていきたい。

2003年3月草津町がまとめた「草津温泉歩きたくなる観光地づくり基本計画策定調査報告書」では、湯畑を「国内でも例の少ない湯の花を採取する産業遺産」と定義。世界遺産をにらんだ戦略として、湯畑周辺の町並みに江戸時代から大正ロマンの雰囲気



湯畑



ライトアップされた湯滝

を醸し出す空間整備を打ち出した。具体的には、快適空間の創造を基本に、主要源泉の保全、地蔵・湯畑・西ノ川原への路地小道の整備による回遊性や草津の伝統的浴法の湯もみや時間湯体験など施設の整備充実などである。

草津の持つ温泉文化を、長期目標としての世界遺産という大きな目標として掲げ、それに向かって何をしていけばよいのか。まちが今のままでよいのか考え、そういう目でまちの良さを見直していくことが次につながって行くものと思っている。

最終的に世界遺産につながるかどうかは別として、地域全体をもう一度評価し直すところから「まちづくり」は始まるものと考えている。

##### 4-2 伝統の温泉地ブランドに磨き - Brand & Brand Extension

Brandとは、銘柄・商標・品質であり、Extensionとは、広げる、延ばす意である。すなわち伝統の温泉地ブランドに磨きをかけ、温泉観光地におけるアイデンティティの構築と新たなビジネスモデルの確立・普及を目指すということである。

ブランドとそのエクステンションを常に行ったり

来たりしながらブランドを維持、高め、その地域を磨いていくという考え方である。

草津温泉の持つ豊富な湧出源泉とその泉質の良さをブランドとして草津温泉を発展させ築き上げてきた代表事例の成り立ちをいくつか挙げてみたい。

(1)戦国時代からの武将や文人墨客の来浴は全盛期を迎え、江戸時代の「温泉番付」で東の最高大関として全国に喧伝される。

(2)明治に入るとドイツの医学者ベルツ博士が草津を訪れ、世界に通用する温泉地として絶賛され、博士は、強酸無比の泉質と高温浴による「時間湯」の効能を医学的に評価し、加えて「転地療養」という新しい考えを推奨し、草津の標高1,200mの高地の清涼な空気と水は最適であると世界に紹介された。

(3)「湯の花」は江戸時代より湯治客の格好な土産品として販売され今も扱われている。

明治時代には、湯の花を使い東京で草津温泉の暖簾をかけた銭湯を営む者あり、草津に来られない人も日常生活の場で草津温泉に入浴することができ、さらには販売契約を結び、遠く台湾、満州、朝鮮(韓国)でも入浴したという。

草津での土産として、湯の花が全国各地に持ち帰られ、自宅で草津温泉を再現し、新たな観光客の需要が喚起されることになる。

(4)「草津よいとこ一度はおいで」ではじまる草津温泉のコマーシャルソングである「草津節」は、明治期から大正時代にかけて生まれた。

この歌の原点は、「湯もみ」である。草津の熱い湯を利用した高温浴療法「時間湯」で入りやすい温度にする。あるいは、湯がきついたためにお湯をなるべくする行為の一つとしてお湯をもむわけである。その湯をもむときに調子をとるため何となく発生してきたものと言われている。

この歌が昭和初期にNHKのラジオから流され全国に知れわたり、誰にでも口ずさまれることとなった。

(5)大正末期には草津 - 軽井沢間の草軽電鉄が開業され、同時期オーストリアから導入されたスキーを新たな冬の産業と位置づけ、東京からの「スキー列車運行」や草軽電車のライトを改造し「ナイタースキー」を試みた。また、邦人用の「日本で最初のスキーリフト」の建設など進取の取り組みも含め、スキー場に行つて温泉入る、アフター・スキーに温泉、つまり最初は結びつかなかった温泉とスキーを結びつけた。

冬は、家に閉じこもるしかなかった草津は「温泉とスキー」のまちとしてオールシーズン型の観光地となる。

(6)「温泉まんじゅう」今ではどこでも売られているものであるが、あえて挙げたのは、最初にこれを考え出した人の気持ちを考えてほしいということである。温泉とまんじゅうというのは全然結びつかない。しかしこれから何かを生み出そうという時、えっと思われるようなものをつくつて、何年か経つとそれが市場性を生み、当たり前になっていく、そこに気づかなければならないということで、温泉まんじゅうをとりあげた。

「温泉」というブランドを中心としながら「草津節」「湯の花」あるいは、温泉熱を利用した「温水給湯」などは、温泉にマッチ(適合)した代表的なものであるが、温泉と関係しないミスマッチ(非適合)なもの、たとえば前述した「スキー」「クラシック音楽」「サッカーチーム」をブランドエクステンションさせることも、まちづくりとして何かを開発する、何かをクリエイティブするための一つの発想ではないだろうか。

#### 4 - 3 「正の価値」から「負の価値」へ - 短所を長所に変える、いいとこ探し

古くからの温泉街は、狭隘な路地小道が入り組み、坂道ばかりで真っ直ぐに通っている道がない。道路の幅員にしてもそうだ。上り坂下り坂があるような四つ角が至る所にあり、普通の四角い四つ角はないと言ってよい。町並みを形成する建物についても、限られた敷地内に形状も向きも大小もありさまざまである。車社会にとっては誠に不便である。街の住人も諦め状態であった。

しかし、このたびの、快適空間を創造するための「草津温泉歩きたくなる観光地づくり基本計画」策定調査で全く逆の提言を受けた。

車にとって不便だったり、歩きにくかったりすることで、ちょっと歩くとまちな風景が全然変わる。そういう目でまちを見ると、ものすごくおもしろい仕掛けがたくさんある。

建物にしても、与えられた敷地に、どういう風に建てたら一番日当たりがよいかとか、うまく建物が使えるかとか、一軒一軒それぞれ工夫の塊である。その工夫の塊がまちになっている。空間の演出がものすごく凝らされている。

自然発生的にできたように見えるものでも、なんらかの意味を持ってデザインされている。「意味の

玉手箱」みたいで、まちが非常に面白く見えてくる。

現在、交通社会実験等により、歩車分離による回来空間の創出に取り組んでいるところである。

昨今、新宿のゴールデン街が復活してきていると聞く。外観はそのままだが、中はおしゃれになっている。暗くて小さなスペースで人生が語れる赤提灯とか屋台とかは、若い人たちも好きである。若い人たちも、最新ビルに飽きてきているのではないか。開放的で、緑が一杯なんという「正の価値」から「負の価値」の差、いいところ探しに気づいてきているのではないか。

日本は、今までいろいろなものを切り捨ててきた。これからは、大事なものは拾い集める時期に来ているものと思う。

地方の都市は、今まで同じ豊かさを求めてきたが、個々人がそれぞれの豊かさを求める時代である。その先に地域の個性が生まれるものと考えている。

地域にはよいものがたくさんある。今あるものを丁寧に保存して、再生させながら新しい用途を加えていくことに非常に長けた人が地元にいる。それを見つけることが私の仕事だと思っている。

## 5. 結びに

観光地は装置産業として、これからはハード面の事業展開は難しく、観光地を支える組織づくり、人づくりが重要であると考えている。

組織を支える一人ひとりが「仲良く」なる。このことをどれだけ掘り下げて考え、徹底することができるかにかかっている。互いの面子が邪魔をして、当たり前のことでありながら当たり前ができないからだ。

「仲良く」とは、単なる仲良し集団を意味するものではなく、互いを認め、聴く耳を持ち、意見の違いはあっても論議をして、方向性を探り、行動に結びつけようとする意識である。これが組織づくり、人づくりの土台にあると思う。

草津町の持つ、多様な観光資源、温泉・自然環境を大切に守り育て、草津の特長である日本と世界の温泉文化が生きづく、洋風と和風のまちづくりを両方とも徹底して行く中で、今後10年間で観光入込み客数目標400万人を目指したい。