

温泉

2012.05 Vol.80 No.850

特集 ■ 岩手県夏油温泉
資本の論理からみた日本の温泉

<http://www.spa.or.jp>

ホームページ「温泉名人」のニューアル

～無秩序な地熱開発反対～



社団法人 日本温泉協会
JAPAN SPA ASSOCIATION

温泉を資産の視野から考える

ジーエーソン・ホルト

(株)イーストエッジ・パートナーズ代表取締役
(株)野沢ホスピタリティ代表取締役

はじめに

私は家族と一緒に野沢温泉村という「温泉街」で1年過ごしてみても、「onsen」のことが具体的にどういう意味をもっているかをより深く理解できたように感じる。「onsen」という用語は数年前から英語の言葉として国際的に一般使用され、文書上には外国語としてイタリック体を利用する必要はなく、言いかえれば国際的に「onsen」という言葉の概念は一定の基準と価値をもって正式認識されている。

1. 温泉を物理財産として考える

言うまでもなく、本誌において多くの研究者が調査・報告している物質的特質の価値を前提として考える必要がある。何年もかけて大自然のユニークな土地状況があつて発生する温泉現象の物質的な価値はよく

分析され記録されている。

2. 温泉を金融財産として考える

温泉財産の取引相場は歴史を通じて世界の各地にて継続的に存在してきているものの、日本においては相場は特に古くから熟成している。日本では温泉権の1口当たり相場価格が1億円以上という事例も点在している、海外での温泉の量当たり権利の相場値に比べてとんでもない差があるのである。この差額は、日本文化における高い価値評価を表現すると同時に、その温泉の収益を生む金銭的且つ潜在的な高さも表わすとみることが出来る。海外では、温泉の収益潜在価値が日本よりはるかに小さいため、このような評価の差になって表れてきたのである。

3. 温泉を生活財産として考える

次の段階として温泉財産を（特に

観光を通じて生まれた収益の源として）生活へのメリットの価値を評価したいが、この価値を数字で評価するのは困難な作業である。温泉の個人利用により享受するメリットは日本のライフスタイルの基礎文化とも言え深くしみ込んでいるものであり、これはラゲジュアリーな活動として一般的に思われている。温泉利用による個人メリットは多数あるが、最も顕著なものを挙げてみる。

- (ア) 健康改善、リラクゼーション
- (イ) 治療・療養・癒し（身体・精神も含む）

4. 温泉文化を資産として考える

最後に、温泉財産の高価値の裏には温泉文化が大きな部分を占める事実は一般的に認められていないかもしれないが、この現象をより理解すべきと思う。

- (ア) 「onsen」というブランド

最初に触れたが、温泉という言葉はもはや日本語のみの言葉ではなく、国際的に英語として認められていくものとして日本の独特でも強いブランドである。温泉というブランドはライフスタイル、健康・リラクゼーション、文化的体験、exclusivity及びサービスの象徴

である。温泉のブランドはラゲジュアリーであるため尊重し適切に促進すべきものである（その周囲に歴史的及び文化的なルールと伝統も含めて）。

- (イ) 観光資産

多くの金融価値が観光地で温泉利用からなるのは明らかである。そして最も単純で歴史的な形は、温泉伝統・文化のある立地（村・地域）が観光地になるパターンである。著名な温泉観光地には日本の宿泊業及びその他サービスマーケットの基礎的サービスと「おもてなし」の文化が熟成してきた場面が多く、世界の一つのサービスマーケットとして旅の位というトックラスの評価があると考えられる。

- (ウ) 忘れられた温泉村ライフスタイルの価値観とメリット

温泉村に特に熟成されているコミュニティには、現代日本及び特に都市化された日本のアーバン文化から消えつつある重要な要素が沢山あると感じる。

- ①温泉文化をコミュニティの基礎として考える

私の住む野沢温泉には、13か所の「外湯」があり、観光財産になっているが、これらは住民生活の基礎的な要素でコミュニティ及びコ

社会的な意味と価値が、どれだけ大きいかが忘れ去られようとしている現代においては認められないかもしれないが、それを再評価すべきではないかと思う。

- ②温泉文化を持続可能な環境及びライフスタイルとして考える

温泉村文化の現代における価値が、災害により再思考されている国と個人生活の持続可能性に繋がる昔の知恵ではないか。温泉の金銭的な価値が広大であれば、その裏にある文化・伝統の構成を活かすのは大変大きな力になると思う。都会から移住し温泉村文化の真中に住んで生活してみても強く感じている力である。

5. 温泉財産の評価

日本の不動産鑑定評価法を大きく分けると時価法、収益還元法、原価法の三つの方法がある。温泉は完全に「不動」の資産ではないが、同じ評価法を活用し、客観的にその価値を判断することができる。時が経過するにつれて温泉の特質も変わるし相場も変わるので、当然評価も動く。

- (ア) 温泉財産の時価評価法

取引相場があれば明確な価値があるが、温泉の価値は地域及び温泉の特質により異なる。日本では、温泉

収益価格を求める方法

収益価格を求める方法には、一期間の純収益を還元利回りによって還元する方法(以下「直接還元法」という。)と、連続する複数の期間に発生する純収益及び復帰価格を、その発生時期に応じて現在価値に割り引き、それぞれを合計する方法(Discounted Cash Flow法(以下「DCF法」という。))がある。

これらの方法は、基本的には次の式により表される。

- (1)直接還元法

$$P = \frac{a}{R}$$

P: 求める不動産の収益価格
a: 一期間の純収益
R: 還元利回り

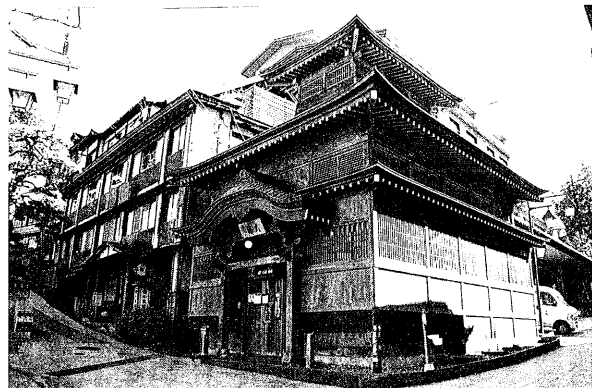
- (2)DCF法

$$P = \sum_{k=1}^n \frac{a_k}{(1+Y)^k} + \frac{P_R}{(1+Y)^n}$$

P: 求める不動産の収益価格
a: 毎期の純収益
Y: 割引率
n: 保有期間(売却を想定しない場合は分析期間。以下同じ)。
P_n: 復帰価格
復帰価格とは、保有期間の満了時点における対象不動産の価格をいい、基本的には次の式により表される。

$$P_R = \frac{a_{n+1}}{R_n}$$

a_{n+1}: n+1期の純収益
R_n: 保有期間の満了時点における還元利回り(最終還元利回り)



野沢温泉の外湯「大湯」

てくる期待が大きい。しかし、私の住む野沢温泉と同様に多くの温泉地においては、自然な主要エネルギー源でありながら、文化・観光を通じての財産価値がエネルギーの価値より一層高いため、温泉のエネルギー利用を促進するには無理がある。所有・利用・規制問題、そして温泉文化を守る歴史的なコミュニティの諸自治組織の自主制限等を加えると不可能ではないかと思う場合が少なくない。温泉財産の対照的評価（観光・文化的価値対エネルギーとしての価値）は世論のますます成長する「クリーンエネルギー、安全エネルギー、持続可能エネルギー」が大衆のマントラになるにつれてバランスよくなってくるのではないかと思う。

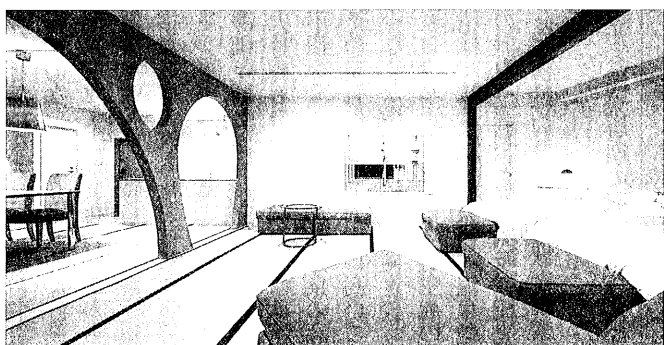
（ウ）温泉資産の原価評価法

温泉権所有の裏付けになる温泉財産の実物の供給・質変動実績（温泉質と量の過去から記録してきた変動実績及び温泉質調査報告）と温泉取引相場においての過去、現在取引実績そして今後の予測を分析したデータを持って金融商品としての様々な所有ツールを利用すれば、上場会社を評価すると同じような評価をすることは可能である。理論的に、温泉資産に証券化及びデリバティブとい

うような金融ツールを利用して新しい違った価値と商品を生み出す可能性について考える面白さがある。残念ながら、温泉財産の取引相場の始は閉鎖されているか透明性があまりにも低いので、物質的な発言が議論をするほどのデータがつかまりにくい。金融工学という概念自体の良さは「リーマンショック」及びそれ以来の数年間に日本版不動産投資信託やその他証券化関係市場（国内銀による温泉権証券化の実例も含む）の悪化により再考されたものの、相場の安定復帰に伴ってコミュニティ再生と持続可能なエコロジー及びエネルギーについての需要拡大とともに、こういう金融商品が様々な形で、NPO法人等を通じて理解しやすい形で復活しつつある。

温泉文化の「スローライフ」で観光地再生を手掛ける

私は人生にはどういう意味があるか、都会の生活はどうなのかと考えると、観光地や田舎のよさを感じて、スローライフのテーマを自分たちの生活にも取り入れて、体験している。地域再生は非常に大きな課題だがまず、地域概念の基である。日本に、歴史、伝統、文化を求めにくる



温泉宿の新スタイル「アドレス野沢」長期滞在施設

外国人は多くいるが、外に伝えたり知らせたりしないと意味がない。野沢温泉村には、日本の代表的な村の文化が残っているので、それを守りながら、観光地として外に伝えたいと思っている。野沢温泉村は、1300年前から村の構造が変わっておらず、家の前には雪解氷水が通っている。雪を捨てるにも役立つが、水の音があらゆるところでしているのが非常に印象的である。水の音と美味しさは、野菜と旬なものの美味

しさにそのまま繋がっていくのである。

信州は温泉も含めて自然がとても豊かな観光地である。住んでいると気付かないが、そこからエネルギーを沢山もらっているのだ。美しさからの癒しは、心と体の健康に繋がる。リゾート地として考えると、これは非常に豊かなもので、それを体験できる。日本は観光地としてのブランドが非常に高い評価を受けている。統計をみると世界でトップ5に入る高いブランドである。何がいいのかと日本人は疑うだろうが、野沢温泉で特に感じるものが、スピリチュアルなものである。日本の風習、常識、日本人としての礼儀の正しさ、整然さ待精神、そうした人間が現代求められているものを日本の田舎、温泉村に存在していると感じている。日本人は誇りを持ってそれを伝えなければならぬ。それが本来の人間のあるべき姿、人と人との接触の仕方、安心する心の癒しになると考えている。それは観光要素として商品化できるし、もつと意識して、生活の中でも実感できるようにするべきだと思う。それが地域再生と経済の活力にも繋がると考えられる。

温泉天国——日本の温泉産業考——

チャールズ・デビッドソン
オーストラリアペンシラホットスプリングス

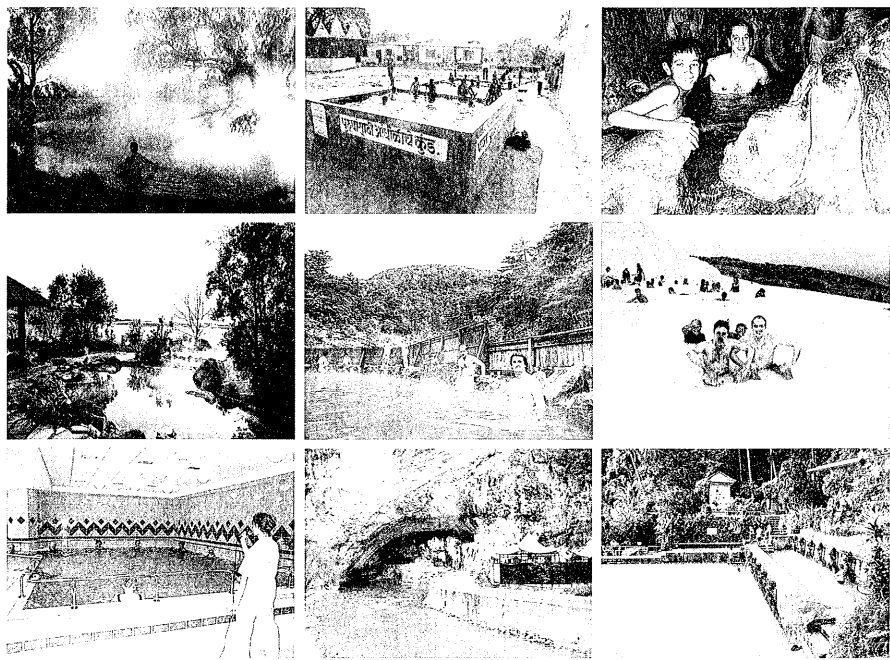
浴場に入っていくことは別世界——蒸気、流れ込む水の音、そして入浴者同士が何気なく交わす冗談などによって身も心も癒される聖域——へ足を踏み入れるようなものである。そこは時間の観念が失せ、くつろぎと調和を感じることができる場所である。

温泉の中にゆったりと身を委ね、頂上に雪をいたたく山や木々を見上げながら、私は得も言われぬ至福のくつろぎと周囲の自然環境との一体感を味わっていた。この私の最初の温泉体験は1992年3月、日本の温泉地、草津のことだった。この原体験が私の生涯のコースを決定づけたのだ。この時、私は「こんなに素晴らしい温泉が、なぜ母国のオーストラリアには無いのだろうか？」と自問したものだ。くつろぎと大自然の魅力が愛しているはずのオーストラリアには、温泉が無かったのだ。その後の20年間、私は日本をはじめ

め世界22ヶ国を訪れ、何百もの温泉を巡った。この経験から私は、ほとんどどの国にも温泉があり、温泉のあるところではどこでも人々が温泉の魅力に引かれていたのを知った。社会的、宗教的そして環境的な影響を考慮に入れながら、どんな国の文化でもそれぞれ独自の解釈で温泉に親しんでいるものである。私はまた、オーストラリアのどの州にも温泉があり、それらの大半がコンクリートでできたスイミング・プールであったり、あるいは人里離れた奥地を流れる温かい水という形態をとっていることを知った。この記事は日本の温泉について考えを巡らし、その豊かな温泉文化の展望に新たな視点を加えるような見解をもたらし、これを目的としている。日本における温泉産業の発展にとつて好機をもたらし、あろうと私が見ているいくつかの点、そして世界の温泉産業のリーダーとして日本

が負っている全世界的な責務についての考え方を私は共有している。まず始めに答えておかなければならない質問が二つある。それは「世界の経済的、社会的および健康を指す環境の中で温泉がどのような位置を占めているか、そして私が思っているか、そして実際のところ温泉は世界中に存在しているのか」ということである。

世界各地の温泉巡りの旅で、私は温泉がデイ・スパ産業、健康産業および観光産業と連携した形で存在していることを見てとった。ヨーロッパでは温泉やスパは健康および医療産業と幅広い関連をもっている。ほとんどのヨーロッパの温泉は関連する健康センターを持っており、そこには温泉医学専門医が常駐し、治療を求めて2週間、3週間、ときには4週間も滞在する客のために各種のプログラムを提供



世界の温泉