

まちづくり会社設立 インバウンド誘致

開湯1900年という長い歴史を持つ蔵王温泉は、四季を通して優れたロケーションに恵まれている。暮らす人、訪れる人、働く人。蔵王に関わる様々な人々のために、改めてこのまちに明かりを灯したい。江戸中期の1716（享保元）年創業の老舗（株）高見屋旅館の岡崎博門代表取締役がその想いを聞いた。

—温泉街の賑わい復活に取り組んでいます。

スキー場と温泉街が隣接し、秋の紅葉も美しい蔵王温泉エリアは、1990年代にはバブル景気やスキーブームで賑わい、多くの商店のほか、企業の保養所や富裕層の別荘も林立し活気にあふれていました。

しかし、蔵王温泉を取り巻く状況は、年々変化しています。最盛期には年間250万人を誇った観光客数は、半分以下の100万人程度まで減少しました。事業承継の課題も抱え、蔵王温泉に暮らす人口は今や最盛期の6分の1程度の約300人強となりました。2020年には新型コロナウイルス感染症の世界的流行に伴い、否応なく地方の観光地は足元を見直す必要に迫られました。観光が主産業の蔵王温泉も例外ではなく、様々な課題が顕在化しました。

私が小さい頃に見た蔵王温泉街高湯通りの景色は、硫黄の香りと湯気



蔵王連峰の主峰熊野岳（標高1841m）。グリーンシーズンには山歩きを楽しむ多くの人が国内外から訪れる。山頂には蔵王をこよなく愛した歌人斎藤茂吉が生前揮毫した歌碑「陸奥（みちのく）のふたわけざまに簞（そび）えたまふ蔵王の山の雲の中に立つ」が建っている（写真右奥）

に包まれた狭い道を多くのお客様が
ぞろぞろと歩き、地元の住民は彼ら
を精一杯もてなそうという活気に満
ち溢れた場所でした。決して長い通
りではありませんでしたが、この通
りを歩けば何か楽しい時間を過ごせ

ると私自身記憶しております。
しかしながら時代の流れとともに
後継者の問題等で空き家や空き地が
増え、熱気に満ちていた通りはいつ
の日か寂しさを感じる通りになって
しまいました。

「高湯通り」の遊休不動産を利
活用し食堂と茶屋を開業しました。
そこで、「ヒト」と「バ」の豊か
な循環づくりに取り組んでいる大学
時代からの友人の井上貴文氏（ヒト
トバデザイン(株)代表取締役、本社・



オーストラリアの2大都市シドニー、メルボルンで開催された国内最大のスノー旅行博「Snow Travel Expo 2025」に参加し、蔵王へのインバウンド誘致活動を展開した岡崎博門社長（写真上）とブースの前でプロモーションを行うメンバー

東京」と遊休不動産の利活用、地域
内外から蔵王のこれからを共に担う
人材を誘致する目的で「株式会社
Y^uge」を設立しました。井上氏
はハーバード大学デザイン大学院で
都市計画とまちづくりを学び、十数
年にわたって蔵王温泉を訪れ、その
変遷を見守ってきました。「Yug
e」という社名には、絶え間なくも
くもくと湧き上がる高湯通りの湯気
のように、蔵王温泉のまちづくりに
真摯かつ継続的に取り組もうとい
う強い意思を込めました。食堂は東
京で神田おかめ、Gallioというレ
ストランを営むチームが運営。茶屋
は「Yuge」の直営です。温泉
饅頭も販売しています。地域の思
い出が刻まれている食堂の記憶を残
しつつ、人が心地よいと感じ、嬉し
くなるような空間を創り、訪れる人
達が気軽に立ち寄れる場所でありた
いと思います。

「インバウンド誘致活動を積極的
に展開しています。」

国内外に向けた蔵王温泉のプロ
モーション活動を積極的に行い、誘
客促進を目指している(株)DMC蔵王
温泉ツーリズムコミッティの役員、
山形県、山形市のインバウンド推
進担当職員と共に、5月にメルボル
ン、シドニーの2都市でプロモ
ーションを行ってきました。

1716年の創業以来、守り続けている天然湧出源泉〓深山荘高見屋



株式会社高見屋旅館

〒990-2301 山形市蔵王温泉54
☎023 (694) 9333 fax 023 (694) 2166
URL <https://www.zao.co.jp/>



まちづくり会社「Yuge」直営の茶屋で「高湯饅頭湯ノ香」を販売する岡崎社長夫人ニコルさん。米国メリーランド州出身。蔵王に住んで7年目になる

―観光は本県の持続的な成長をけん引する産業です。リーダーとして期待されています。

初代岡崎彌平治が蔵王温泉で深山荘高見屋を創業して以来、この地で代々旅館を営んでおります。先人たちは蔵王の自然、温泉を守り、訪れる多くの旅人に癒しを与え蔵王温泉の発展に寄与してきました。

9代目彌平治は、子孫たちが家業の経営に真剣に取り組むことを願い私有地に9999本の杉を植えました。「千本杉の教え」です。もう1本植えて1万本にしなかったのは「衣食住の奢りを戒め、気を引き締めて家業にあたるように」「現状に

オーストラリアは、冬季間のインバウンド誘客戦略上、極めて重要です。その第一の理由は、平均滞在日数は総じて長く最短でも5日間、平均支出額は1人当たり約25万円、アフタースキーへの関心が高いことです。何よりも北半球の他のスキーリゾートと比べて日本との時差がほとんどなく、フライト時間が短いことも特長です。イベントには、日本、カナダ、米国、ヨーロッパ、韓国、中国などの地域から70を超える世界各地のリゾートが集まりました。ウィンタースポーツ愛好者が次なる旅行先を探すために訪れ、蔵王に高い関心を寄せてくれました。

満足せず、常に将来を考えて努力を怠らないように」といったメッセージを伝える意図があったそうです。

困難な時期においても家業を守り抜くための知恵として、現在の経営理念にも深く影響を与えています。

深山荘高見屋をはじめ県内各地に17の宿泊施設と観光施設2店舗を運営しています。温泉と各地の風土を生かした施設で、和の伝統を重んじる旅館やホテル、全個室で温泉と懷石料理を楽しむ宿など、多彩なスタイルのホテル・旅館です。「立ち寄る人にやすらぎを、帰りゆく人に幸せを」を社是に、関係機関と連携して本県の観光産業に貢献していきたいと思っています。

SAM
COMMUNICATIONS



YES*7
YAMAGATA ESPORTS SPACE

