

今ふたたびの熱海

時代や社会の影響を受けやすい「食」。この連載では、今注目される食の事象から背景や経緯を考察し、今後の食の新たな視点を探っていく。今回は熱海の最前線に身を置く異なる世代の話から、熱海の未来について考える。

衰退から復活といわれて

2022年9月26日、昭和の熱海観光の象徴といわれた「つるやホテル」跡地に「熱海パールスターホテル」がグランドオープンした。つるやホテル営業終了から20年を経過し、廃墟と化していた建物に灯りが戻った。総支配人には、ホテル西洋銀座のヘッドバトラーだったことで知られる安達実氏が就任。全室にバトラーサービスを導入し、インバウンドも睨んだ新たなラグジュアリーリゾートホテルとしての出発である。

オープンに先駆け、まずは地元住民向けに行われたレセプションは宿泊付きで、100名の募集に300名以上の希望者が殺到したという。その後に行われたメディアレセプションでも印象的だったのは地元ファーストな姿勢だ。熱海の伝統的な芸妓踊りの披露、そして“泊食分離”が強調され、街と共に繁栄する姿勢が示された。また、近年観光でも重要視されるウェルネス系コンテンツとして、宿泊者だけではなく街の住民や別荘族の利用も意識した総面積750㎡のフィットネスジム「ルキナ 熱海」の導入やスパトリートメント、

2タイプのサウナも完備されている。

泊食分離をうたいながらもホテル内のレストランも充実。「ローカルガストロノミー」がコンセプトのフランス料理「シンフォニア」や中国料理「山海香味」のほか、鉄板焼き、鮨、和食が揃い、総料理長の赤見雅宣さんは「地元食材を積極的に使っていく」と話す。同ホテルは、レストランをはじめ街に欠けていたコンテンツを的確に導入している印象だ。

2001年のつるやホテル閉館後、“団体旅行の終焉＝熱海の衰退”といった文脈の報道が、盛んに行われた。バブルが崩壊すると観光旅行の形は徐々に変わり、旅行会社のパッケージツアーから個人旅行への転換は日本全国共通だった。その中で団体旅行に圧倒的に強かった熱海は、古い観光を引きずった印象を背負ってしまった。

ところが近年、いつの間にか熱海は若者に人気の観光地として再び注目されるようになる。熱海駅周辺は、平日でも若者たちで賑わっている。かつてシャッター街となりかけた目抜き通りの熱海銀座には新しい店も増えて、非常に活気がある。

団体旅行の衰退から若者向けの街づくりで復活、そして今度は富裕層やインバウンドの取り込みに向かうのか。しかし、熱海は果たして本当に変わったのか。観光戦略の転換は成功したのだろうか。遠巻きに駅前の人気プリンの行列を見ながら、観光復活とは何かと疑問に思ってきた。

今回は、見えていない熱海の深層を、熱海に生まれてUターンで観光業に従事する識者や、熱海に移住したアントレプレナーたちに聞いた。

さまざまな形が あってこそ観光業

創業1806年、「古屋旅館」の17代目代表・内田宗一郎さんは、新旧の熱海観光について「団体旅行は決して悪ではない」との見解を示す。「熱海は首都圏からのアクセスがよく、社員旅行など男性客主体の大型団体旅行ニーズが高かったのは事実です。大きな需要があって対応してきた流れがあり、ピークは昭和46(1971)年頃。しかし、当時から熱海の宿全てが大型団体観光客向けだったわけではありません。そこは報道が誤解を与えたと思います。例えばうちの場合、部屋数は26で、昔から個人旅行、グループ(小さな団体)旅行に対応してきました。他の旅館ホテルも団体の大・中・小、個人客向け、それぞれに強いところが違って共存してきたのです。1999年、私の社会人としてのスタートは銀行員でした。当時、社員旅行をやめてもいいのではという社会の風潮が主流となりつつあり、熱海は叩かれていた。2003年に家業に戻った頃、グループ旅行のニーズは堅調でしたが、大型団体向け仕様の宿泊施設は、個人客ニーズが高くなったからといって、急に設備や仕様を変更できるわけではありません。主要だった団体客が減り、2013年頃まで街は苦しい時期だったと思います。今は旅の形が多様化し、今度は熱海が若者の街になったような取り上げられ方をしています。しかし、それだけではないのが熱海の本場の強み。立地のアドバンテージは今も昔も変わらない。コロナ禍でインバウンド主体だった観光地は大きな打撃を受けましたが、熱海の場合、インバウンドは手付かずに近い状態だったので、その影響はあまりなかった。コロナ禍で補助金や



「熱海パールスターホテル」1Fの中国料理「山海香味」は庭に面し、独立したレストランとしての空間が確立されている。東京飯店、福臨門酒家、赤坂璃宮と名店で腕を磨いてきた川口海一料理長が、広東料理をベースに地産の魚介などを技量溢れる皿で提供。宿泊客以外でも、ビジネスの打ち合わせや記念日に利用したいと思わせるクオリティだ

〈今回のキーワード〉

団体旅行 安近短 つるやホテル 熱海パールスターホテル 個人旅行
ローカルガストロノミー 泊食分離 熱海の奇跡 熱海経済新聞 古屋旅館
渚町 網代 干物銀座 ハイパー干物クリエイター 観光と移住の間



「和菓菓子 kiito-生糸-」は「古屋旅館」が京都の人気店「和菓専門 紗織」との共同プロデュースで運営する和のスイーツショップで、熱海銀座通りにある。「非常識なほど甘くないモンブラン」がキャッチフレーズで、主力商品「生糸モンブラン」は1,980円。手軽な映え系スイーツから一歩踏み出した挑戦だ



古屋旅館の朝食は、通常メニューをプレミアムメニューに変更可能。近年全国区で有名になった「干物屋ふじま」の干物の定食など、地元のピンの食材を生かした食体験を提供している

投資も盛んになり、ここ2、3年で宿泊施設のリノベーションが一気に進み、街の宿泊環境の質は明らかに高くなったと思います。一棟貸し切りの豪華なグランピング施設など、これまでの熱海になかったタイプの宿もできました。熱海はこれからもっと面白くなると思います。かつては宿と食事はセットが当たり前で、住民の少ない熱海は、飲食店が弱かったのは確か。若い人たちにはカジュアルなスイーツが人気ですが、調査した結果、ワンランク上を狙えるのではと考え、新しいスイーツショップを熱海銀座に構えました」

熱海の人口は約3万5,000人。年間の観光客は310万人。外国人観光客の割合は3%で、インバウンドは大きな課題であ

り、ビジネスチャンスでもある。

「熱海はビジネスチャンスの宝庫」と語るのは、同じ静岡県内の磐田市出身で、東京で就職した後、熱海に移住して3年目という磯部洋樹さんだ。磯部さんは、コンサルティング会社の経営とニュースサイト「熱海経済新聞」の編集長を務める。ビジネスとしての熱海の魅力を聞くと「良くも悪くも発展途上」という回答が返ってきた。「街の歴史的価値などはもっと評価されている。多くの偉人に熱海の温泉が愛されてきた史実などもまだまだ発信不足だと思います。近年増えた若い観光客は、街づくりに参画した若者たちが磁力となって引き寄せたもの。衰退の目立っていた熱海銀座商店街が、若者の力で活性化したことが、わかりやすくV字回復のイメージにつながったと思います。コロナ禍はもちろん観光客は減りましたが、ほかの観光地よりも戻りが早い。首都圏の人たちも、いきなりの遠出ではなく、まずは近場からの意識が強く働いたのでしょう。“行ってみたら良かった”という再発見につながったのだと思います。若い人たちは、昔の団体旅行を知らないで、過去に悪いイメージもない。彼らは、被写体としてのレトロな街並みや純喫茶に惹かれ、映えるスイーツも楽しんでいる。街に賑わっている雰囲気があることは大事です。課題を挙げれば、まだまだ熱海ならではの体験、アクティビティが不足していること。また、お金を出して食べたくなるようなレストランも少ない。国内外の富裕層を相手にするのに、この辺りは課題でしょう。そして、熱海銀座以外にも注目の場所が出てくることも大切です」

観光と移住の間の暮らしと楽しみ方

熱海には、活況をもたらした立役者ともいべき人物がいる。熱海出身で観光業に携わる市来広一郎さんがその人で、現在の若者人気は、市来さんの“街づくりから観光”戦略が功を奏したといわれる。その経緯は著書『熱海の奇跡』（東洋経済新報社）に書かれているが、市来さんがまず取り組んだのは外向けではなく内に向けての活動だった。熱海に住む人々に、街の魅力を再発見するよう仕向け、街のファンづくりから始めたのである。手法は街歩きという非常に原始的なもの。そして、自らの力で仕事や暮らしを作っていく人をクリエイティブピープルと定義し、30代のクリエイティブ人材を外から呼び込み、街に新たなコンテンツがもたらされる仕組みを作った。最初の取り組みは、里山の棚田で米作りや農業を体験するコミュニティづくり。次に街の中心部でサードプレイスとなるカフェ、そしてゲストハウスの創設、コワーキングスペース運営という順で、新旧の人々の交流する場を提供してきたのだ。2カ月に1回のペースで開催してきた「海辺のあ



市来さんが熱海銀座に創設した「ゲストハウス マルヤ (MARUYA)」。旅人と住人の交流地点となるべく街の中心部にある。1Fにはイートインスペースもあり、大きなガラス張りのエントランス越しに見える賑わいは、今の熱海の風景となっている

Kaori Shibata

早稲田大学卒業後、(株)ジェイアール東日本企画入社。2004年に退社。イタリアのスローフード協会設立の「食科学大学」マスターコースを修了(1期生)。帰国後、(株)三越伊勢丹研究所の食品ディレクターを経て、20年(株)KOTODAMA PRESS設立。食の情報発信やコンサルティング業に従事。

たみマルシェ」はクラフト&ファーマーズマーケットを標榜し、熱海銀座通りを歩行者天国にして高い集客力のあるイベントとして育ち、出店者から街に移住する人たちも現れている。

市来さんは、第三者的なアドバイザーではなく、自身が率先してプレーヤーとなり、失敗もしながら街づくりに取り組んできたことで、熱海の内外の協力者を増やした。現在も市来さんの関わる街の新たなコンテンツ作りは続いている。市来さんの言葉で面白いと思ったのが“観光と移住の間のグラデーションのある多様な暮らし方”という熱海ならではの打ち出し方だ。

都市近郊という立地は、熱海の最大の強みであり、同時に弱点でもあっただろう。利便性ゆえ、安近短という普遍的な観光需要を満たすことは常に可能だ。昭和の団体旅行は大人の安近短、そして現在は、若者対象の安近短需要の取り込みに成功している。課題は、安近短では満足しない層の取り込みとそれに向けたコンテンツ提供だろう。

2017年に行われた「ATAMI2030会議」では、2030年の目指す姿として“食で選ばれる熱海”を挙げている。食文化や良質な食の提供は大きな課題だ。

現在、食観光の中でもローカルガストロノミーで話題になっているのは、むしろ不便な場所が多い。そんな場所にdestination(目的)となるレストランが増えているのだ。熱海がこれまで食に力を入れてこなかったのは、立地に恵まれている裏返しでもあるだろう。地元食材を使わなくても、流通の利便性ゆえ、安い食材が手に入る。インバウンドも同じだ。外国人観光客を開拓しなくても安近短旅行客の安定的需要がある。これまで

立地に甘んじてきたことが弱みになっているのは確かだと思う。

徐々に熱海の街を歩いてみた。素泊まりしたのは昭和の大型ホテルだ。出張帰りで21時過ぎの熱海駅は暗く人通りも車もない。近年面白い店が増えているという渚町で評判の良いワインバル「ル・パレ」に向かった。そこには常連客で賑わう、心地のよい、知らない熱海があった。

渚町の界限は、昔の繁華街で、川沿いや路地裏に独特の雰囲気がある。ここに、住民が日常使いできる個性的な店が増えてきていることに、熱海が本当に変わつつあるのを感じた。

一過性の人気でない飲食店が育つ場合、その立地は駅前や繁華街からは離れていることが多い。目的を持って訪れる人が支持することで、良質なファンやコミュニティが出来上がるからだ。渚町の注目といえば、ここ数年で一気に人気が発見した網代の「干物屋ふじま」の直営店「干物と日本酒の店 yoshi-魚-tei」だろう。卸しとEコマースだけの販売で、ネット販売は1年弱待ちともいわれる干物界のスーパースターだ。干物屋ふじまは、食べた大半の人に“これまでの干物と全然違う”と言わしめ、熱狂的なファンを増やしてきた。

網代にも干物銀座といわれる観光客で賑わった通りがあったが、今は干物屋の数が激減した。そんなところから、突如現れたのが自称“ハイパー干物クリエイター”を名乗る干物屋ふじまの藤間義孝さんなのだ。渚町の店では、ネットでも買えない人気干物が美酒とともに味わえる。

そして、ほかに渚町界限で地元客の支持を集めているのが「フレンチおぼんざい マルノワ」。2021年にできた店で、地魚を使いながら、この辺りになかったタ



2021年3月に渚町にオープンした「フレンチおぼんざいマルノワ (marcnoir)」は熱海出身の店主、田中雄基さんの店。元々東京の三軒茶屋で同名のピストロを運営していたがコロナ禍にUターン。フランス料理を地元の人にもわかりやすく、おぼんざいに翻訳して人気店となる

イプの店と歓迎されている。いずれも地元の常連が多い店だが、一見客にとって入りにくさがないのは、熱海のオープンな気質によるところが大きいと思われる。

日帰り観光客という層をめくれば、別荘族や近年の2拠点居住者が、軽井沢や箱根ほどではないにしても増えている。2拠点居住しながら副業、2拠点“職住”のようなスタイルは、まだまだビジネス的に未開拓の熱海だからあり得る形といえるかもしれない。

熱海をどう使いこなすか。それは結局、街を使う側の意識や工夫次第だ。宿泊した大型ホテルは、綺麗にリニューアルされて部屋も広く、温泉があり、内風呂からも海が見えてコスパは抜群だ。利用者は若者、高齢者、家族やカップルと実にさまざま。かつては団体旅行客が大半だったが、結局のところ、使い手が価値を生み出し、決めるのだ。それに気づく人が増えれば、熱海は多様な使い方のできる、純粹な観光だけではないユニークな場、となりそうだ。