

「循環型地場産業」形成を促す観光振興の役割と可能性

—地場産業産地の「観光まちづくり」による「地域活性化」事例を中心に—

熊坂 敏彦¹

Roles and Possibilities of Tourism Promotions that Encourage the Formation of “Circulating Local Industry” : Focusing on the Cases of “Regional Revitalization” by “Tourism Development” in the Local Industry Area

Toshihiko Kumasaka

1. はじめに

小論は、2017 年度の本紀要「研究ノート」²で定義づけ等を行った「循環型地場産業」について、それを発展させ、観光振興との関係を論じ、それが「地域活性化（地域創生）」にいかに関与できるかについて論究するものである。すなわち、「地場産業」の「産地革新」に見出された「革新的 DNA」を中核にして形成される「循環型地場産業」に関して、観光振興がいかに関わりあって「地域活性化」を促進できるか、その可能性を探るものである。それを、地場産業産地における「観光まちづくり」の取組み事例の中で確認する。事例としては、茨城県の地場産業産地である笠間焼産地と結城紬産地における「観光まちづくり」の取組み、豊富な地域資源を活用して観光振興に取組む大子町の「観光まちづくり」を取上げる。

また、小論は、新しい時代、すなわち「持続可能な循環型社会」の地域産業政策の方向性についても論及している。「地域産業政策」とは、「地域政策」と「産業政策」（中小企業政策、農業政策、商業政策、エネルギー政策、観光政策等を含む）の重なり合う部分として位置づけられるが、「循環型地場産業」を中心にした地域活性化論は、新しい時代の地域産業政策の中核部分を構成するものと位置づけられよう。小論が新時代の地域産業政策を議論する上で、そのきっかけづくりとなれば幸いである。

2. 「循環型地場産業」による地域活性化

(1) 「循環型地場産業」と地域活性化

「循環型地場産業」とは、「持続可能な社会」において、「地域内経済循環」（自然・生産・

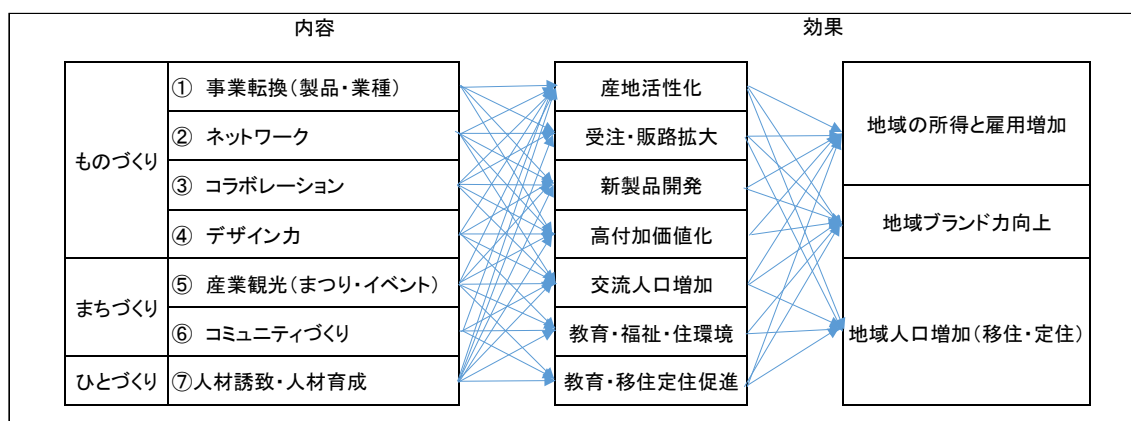
¹ 昭和女子大学 現代ビジネス研究所 研究員

² 熊坂敏彦（2018）『『循環型地場産業』の創造—新時代創生・地域創生に生きる『地場産業』の DNA—』『昭和女子大学現代ビジネス研究所 2017 年度紀要』

資金循環)を生み出し、「持続可能な循環型社会」の創生に貢献する「新しい地域の産業」である。それは、従来の「地場産業」(地域工業)を核にして、地域農業(農林水産業)、地域エネルギー産業、地域商業、地域観光・サービス・金融業等、地域内の諸産業と「連携」し、「ものづくり」だけではなく「まちづくり」や「ひとづくり」とも係わりながら地域活性化(地域創生)を促すものである³。

「循環型地場産業」は、従来の「地場産業」の「産地革新」(イノベーション)に見出された「革新的 DNA」(事業革新力、連携力、デザイン力、地域コミュニティ創造力、人材育成力等)を核にしてそれらを発現させ、相互に係わりあいながら多様な取組みを生み出し、結果的に、地域の所得増、雇用増、人口増、地域ブランド力向上等、地域活性化効果をもたらす(表1)。

(表1) 「地場産業」の「産地革新」の主たる内容と地域活性化効果



(資料) 筆者作成

(2) 「循環型地場産業」による「地域内資金循環構造」の創生

「循環型地場産業」が生み出す「地域内経済循環」について、資金循環に焦点を当てて概観してみよう。「漏れバケツ」理論や「バケツの穴」理論⁴を用いて、地域経済をひとつのバケツに例えて説明しよう。バケツの中の水(お金)を一杯にするためには、バケツの中でできるだけ多くの水(お金)を取り込み、それを循環しながら滞留させ、外部流出を防いで水(お金)を増やしていくことがポイントとなる。これを地域活性化に当てはめるならば、地域内に資金をできるだけ多く確保し増やしていくためには、①「域外からの資金獲得」、②「域内資金の循環」、③「域内資金の外部流出抑制」の3つが重要となる(図1)。

すなわち、①「域外からの資金獲得」は、地場産業や地域農業や地域観光業等の移出産業化・輸出産業化により促進される。「循環型地場産業」による地域外からの稼ぎ(資金獲得)

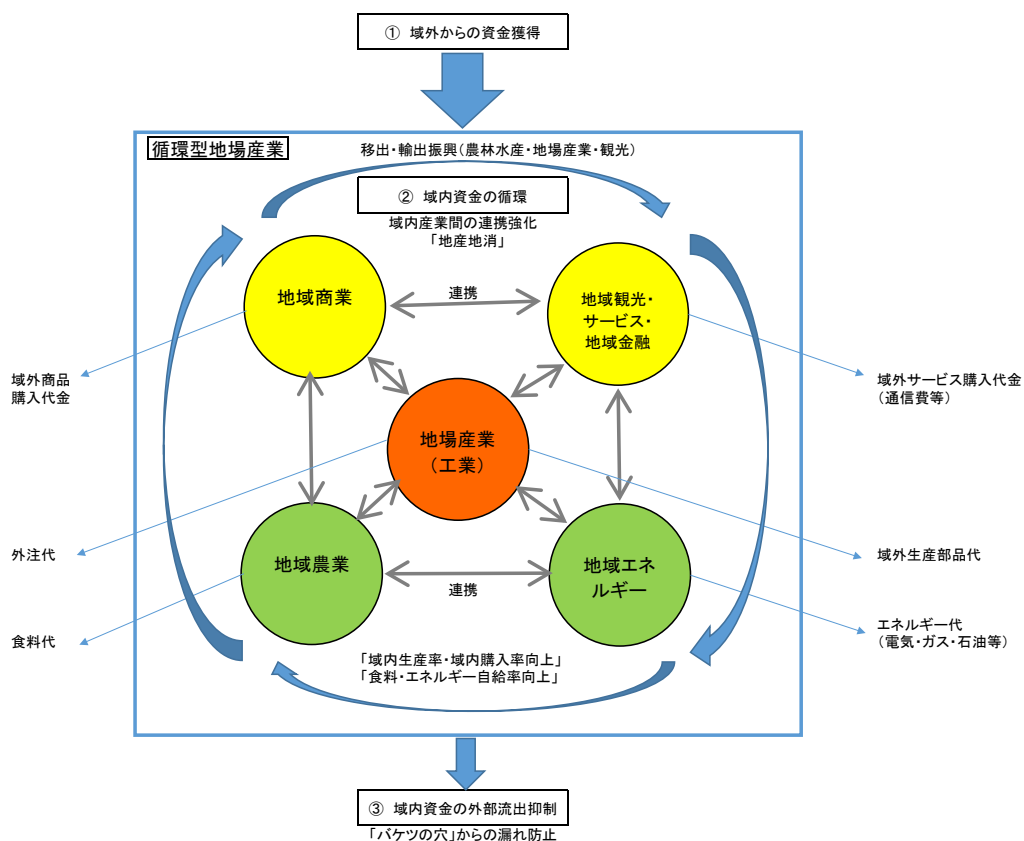
³ 前掲書

⁴ 「漏れバケツ」理論とは、英国のロンドンに本部がある New Economics Foundation が打ち出した概念で、地域をバケツに例えると、バケツに水(お金)を引っ張り入れても、穴の開いた「漏れバケツ」では水は流出してしまい、バケツにはたまらない。これを解決するには、水の流出を減らすか、バケツの中の水を循環し、滞留させるかが重要であるというもの。枝廣淳子(2018)『地元経済を創りなおす一分析・診断・対策』岩波新書、藤山浩編著(2018)『「循環型経済」をつくる』農文協等を参考にした。

によって、従来までの誘致（企業・原発等）や補助金・交付金依存による地域振興パターンから脱却して、地域が自分の力で稼ぎ、内発的な発展を促進させることが可能となる。②「域内資金の循環」は、「循環型地場産業」の特徴である域内産業間の連携強化や「地産地消」によって促進される。③「域内資金の外部流出抑制」は、域内生産率向上、域内購入率向上、食料やエネルギーの域内自給率の向上等によってもたらされる。「循環型地場産業」が形成されることによって、従来まで、商品・サービス購入代金、外注費、購入部品代、食料代、エネルギー代等として域外へ流出していた資金が抑制される。

このように、「循環型地場産業」は、地域の資金を地域に還流する仕組みをつくり、地域経済の内発的な発展を促す資金循環構造を創生し、地域活性化を促進することができる。

(図1) 「循環型地場産業」による地域活性化モデル（内発的な発展を促す資金循環）



(資料) 筆者作成

3. 観光振興による「循環型地場産業」形成と地域活性化

(1) 観光振興による地域活性化

表1に示したように、観光振興は「まちづくり」分野で「産業観光(イベント・まつり)」による交流人口増加等によって様々な地域活性化効果をもたらす。また、図1で示したように、地域観光産業は、「循環型地場産業」を構成する重要な産業であり、「域外からの資金

獲得」や「域内資金の循環」を生み出す。さらに、観光は、上述のような「域内資金循環構造」の構築に大きく貢献しながら、以下のように多面的な地域活性化効果をもたらす可能性を有している。

第 1 に、観光は、地場産業産品や農業生産物等と並び、移出産品・輸出産品として地域外から資金を獲得できる。そして、地域観光産業は、地場産業や地域農業と並ぶ移出・輸出産業である（カネ）。第 2 に、観光は、交流人口を拡大し、定住人口拡大へのきっかけをつくることができる（ヒト）。第 3 に、観光は、地域資源を再発見・再評価・再活用して新しい商品やサービスを生み出すきっかけをつくり、地域の「シンボル」をつくって「地域ブランド力」を高めることができる（モノ）。第 4 に、観光は、地域内の諸産業を結びつけ、地域内の経済循環を高め、「循環型地場産業」の形成に貢献することができる（ヒト・モノ・カネ・情報）。第 5 に、観光は、「イベント」や「まつり」を通じて「地域コミュニティ」や「地域文化」の再生に貢献することができる（福祉・文化）。第 6 に、観光は、地域の人々の地域への愛着を高め、誇りを醸成し（「シビック・プライド」）、さらに、外部者との交流を通じて「気づき」や「人間発展の機会」を提供してくれる（教育）。

このように、観光及び観光振興は、「循環型地場産業」の形成に大きな役割を果たし、その過程で地域活性化に貢献することができる。

（2）「循環型地場産業」と「観光まちづくり」

「循環型地場産業」の概念は、「観光」と「まちづくり」とを結び付けた概念である「観光まちづくり」と親和性がある。

すなわち、「観光まちづくり」とは、「地域が主体となって、地域独自の資源（自然・歴史・文化・産業・人材等）を活かして地域の魅力を向上させ、観光来訪者を呼び込み、交流人口を増やして地域経済の活性化を促す活動」と定義される⁵。地域資源を観光資源とすることによって、交流を促進し、活力あるまちをつくらうとするもので、1980 年代に、まちづくり運動が発展・多様化する過程で、「まちづくり」と「新しい観光」を求める動きとが結びついて提唱されるようになったものである。

「観光まちづくり」に含まれる「新しい観光」としては、「着地型観光」⁶「産業観光」⁷「商

⁵ 竹内正人・竹内利江・山田浩之編著（2018）『入門観光学』ミネルヴァ書房、安福恵美子編著（2016）『「観光まちづくり」再考』古今書院等を参考に定義した。

⁶ 「着地型観光」とは、従来までの主流であった「発型観光」（旅行会社主体の送客型ビジネス）に対して、地域が主体となり、観光資源を発掘し、旅行商品として作り上げて、観光情報を発信し観光客を迎える集客型ビジネスであり、日時を限定した募集商品ではなく、通年型で顧客が選んで創る、体験型・交流型、現地集合・現地解散の旅行商品である。これには、地元の人々しか知らない埋もれた宝や本物が観光資源に組み込まれ、現地でしか経験できない体験等も組み込まれる。その過程で、地元の人々との交流が生まれ、観光旅行全体の満足度を高める。少人数旅行や個人旅行に適した新しい観光スタイル（ニューツーリズム）であり、旅行者も着地の小規模業者となる。SNS などの個人メディアの活用も促進要因となる。

⁷ 「産業観光」とは、歴史的・文化的価値のある産業文化財（産業遺産）、生産現場（工場、工房等）及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にもふれるとともに人的交流を促進する観光活動で、学びや体験を伴うものとされる（産業推進会議（2014）『産業観光の手法』）。

業観光」「食を活かした体験ツアー」「まちあるき観光」等があげられる。また、「観光まちづくり」の成功事例としては、北海道小樽市（運河）、岩手県遠野（民話）、長野県小布施町（アート）、岐阜県高山市（まちなみ）、滋賀県長浜市（黒壁）、兵庫県伊丹市（酒蔵通り）、奈良県奈良市（ならまち）、愛媛県内子町（内子座）等が有名である。

（3）「地場産業」による「産業観光」

地域資源のひとつとしての「地場産業」の「観光化」あるいは「地場産業」による「産業観光」は、「観光まちづくり」の一範疇として地域活性化策の中で大いに評価されるべきものである。「地場産業」を中心とし、それを活用した「産業観光」は、地域に内外の観光客を呼び込み、人的交流を促進し、「まちづくり」や地域活性化に貢献することができる。

「地場産業」による「産業観光」は、①工場・工房見学、②体験ツアー、③イベント・おまつり、④まちあるきの4つに類型化される。それぞれについて、主な事例をあげると表2のようになる。

（表2）「地場産業」による「産業観光」の類型と事例

類型	主な事例
① 工場・工房見学	<ul style="list-style-type: none"> ・大田区「おおたオープンファクトリー」(20工場参加、1週間) ・墨田区「スミファ(すみだファクトリーめぐり)」(22社参加、2日間) ・墨田区「小さな町の博物館」(30ヵ所)
② ものづくり体験	<ul style="list-style-type: none"> ・墨田区「スミファ(すみだファクトリーめぐり)」(22社参加、2日間) ・笠間市「笠間発見伝」(着地型旅行商品、やきもの・木工・石工・農業体験) ・常滑市「焼き物散歩道」(絵付け体験)
③ イベント・おまつり	<ul style="list-style-type: none"> ・燕・三条市「燕三条工場(こうば)の祭典」(109拠点・93工場参加、4日間、約6万人) ・新潟県酒造組合「にいがた酒の陣」(90酒蔵参加、2日間、約13万人) ・笠間焼産地「陶炎祭(ひまつり)」(200社参加、1週間、約50万人)
④ まちあるき	<ul style="list-style-type: none"> ・豊岡かばん産地「カバンストリート」(2005年～、鞆産業と豊岡市宵田商店街が連携) ・岡山ジーンズ産地「児島ジーンズストリート」(ジーンズメーカーの販売店を商店街に集積) ・美濃焼産地「本町オリベストリート」(陶器問屋街にギャラリー・カフェ・ベーカリー等が集積)

(資料)新聞・雑誌・インターネット等情報をもとに筆者作成

このように、「地場産業」による「産業観光」は、「観光まちづくり」の一部をなすものであり、地域活性化を促すものといえよう。また、「地場産業」による「観光まちづくり」は、「ものづくり」「まちづくり」「ひとづくり」が融合して地域内の経済循環を高め「循環型地場産業」を形成する上でも大きく貢献することができよう。

以上を踏まえて、次章では、茨城県の地場産業産地における「観光まちづくり」を事例として取り上げ、その中で観光振興が地域活性化、さらには「循環型地場産業」の形成にいかに関与できるか、その可能性を探りたい。

4. 茨城県の地場産業産地における「観光まちづくり」の事例

本章では、「地場産業」を中心にした「観光まちづくり」の取組みが見られる3事例を取り上げたい(表3)。それらは、筆者が長年にわたり、実地調査を重ねてきた茨城県の地場

産業産地である。笠間焼産地の笠間市、結城紬産地の結城市、さらに奥久慈しゃもや漆など豊富な農林産物とその加工業が集積し県内屈指の観光地でもある大子町を取り上げる。

なお、3市町は、いずれも「観光振興」に注力しているが、その度合いや現在までの成果を「観光振興指数」(入込客数÷人口)でみると、笠間市 47.4、結城市 2.2、大子町 58.8 と観光振興の発展度合いに差異がある。3事例の中で、結城市は人口規模に比して入込客数が少なく、笠間市や大子町に比して観光振興面では劣位にあり、今後の観光振興の余地が大きい。

(表3) 茨城県3地域事例の比較表

	笠間市	結城市	大子町
地域特性	県央地区 中山間地・観光・農業地域	県西部地区 商業都市	県北地区 山間地・農業地域
人口規模 (a)	7万6千人	5万1千人	1万7千人
入込客数 (b)	360万人	11万人	100万人
観光振興指数 (b)/(a)	47.4	2.2	58.8
地場産業・地域産業	陶磁器・石材・酒造・農業・観光	結城紬・酒造・桐製品	農林業・観光業
主な観光資源	やきもの地場産業 イベント「陶炎祭」「笠間浪漫」他 笠間稲荷神社、西方寺(親鸞) 陶芸美術館、日動美術館 農産物(栗、菊、つつじ、米等)	結城紬(ユネスコ文化遺産) 蔵造まちなみ まつり「結い市」「きものday結城」	袋田の滝 永源寺(紅葉) 農産物(奥久慈しゃも、こんにやく リンゴ、お茶、漆など) イベント「よさこいソーラン」
「観光振興計画」	「観光振興基本計画」(2018年)	現在策定中	「観光振興基本計画」(2018年)

(資料)筆者作成

(1) 笠間市：笠間焼産地の多様な「産業観光」の展開

①笠間市の現況と観光振興

茨城県笠間市は、東京から約 100km、茨城県のほぼ中央に位置し、交通の要衝で、豊かな自然と歴史・文化、多様な地域資源に恵まれた人口 7 万 6 千人の地方都市である。「地場産業」として「笠間焼」「稲田みかげ石」「日本酒」がある。また、農産物は、栗、菊、つつじ、米等の産地であり、笠間稲荷神社や茨城県立陶芸美術館など観光資源が豊富で、年間約 360 万人が訪れる県内屈指の観光都市でもある。

笠間市は、山口伸樹市長の強力なリーダーシップの下で、「官民連携」による「同時多発型・笠間モデル」と呼ぶべき多様な「まちづくり」の仕掛けを実行してきた⁸。最近の観光振興においては、2018 年 3 月に「第 2 次笠間市観光振興基本計画」(以下「基本計画」と呼ぶ)を策定し、「市民が主役の観光まちづくり」をテーマに、県内外や国外の観光客と市民が交流する「笠間らしい魅力あふれる創造性豊かな観光のまち」をつくることを目指している。

「基本計画」における特徴的な施策として、i) 魅力づくりのための基盤強化(地域内関係団体の連携強化、焼物と栗と農業をテーマにした「道の駅」建設と笠間市農業公社による運営)、ii) 広域連携による魅力づくり(他自治体との連携強化・県域を越えた連携)、iii) 体験型ツーリズムの推進(工芸体験、農業体験、自然体験)、iv) インバウンド事業の推進

⁸ 熊坂敏彦(2013)『「同時多発型・笠間モデル」―笠間市の先進的で多様な地域活性化への取り組み―』
 『筑波総研 調査情報』2013 年 10 月号

(台湾交流事務所の開設) 等が注目される。

② 笠間焼産地の特徴と現況

笠間焼産地は、江戸時代から二百数十年の歴史をもつ「伝統的な地場産業産地」であったが、度重なる産地存亡の危機に遭遇し、その都度産地一丸となった様々な「産地革新」の取組みの結果、「作家中心の脱伝統型産地」に変化した⁹。その結果、わが国の陶磁器地場産業産地が衰退傾向をたどる中で、笠間焼産地は相対的に「元気な産地」とみられている。2017年度の生産額は1,350百万円、企業数は270人、従事者数は445人の規模である(笠間焼協同組合調べ)。

③ 「観光まちづくり」の取組み

笠間焼産地における陶磁器地場産業を中心とした「産業観光」の展開は多様である。

第1は、「工房見学・体験ツアー」を中心とした着地型観光商品・「笠間発見伝」の開発と販売である。これは、笠間市と観光協会が2009年に共同開発したもので、「地場産業」を観光資源として位置づけ、陶芸工房見学や陶芸体験を旅行商品化したものである。同商品にはその後、農家民泊や教育旅行等も付加されて、年々売上げを増加させている。

第2は、笠間焼を中心とした「イベント・おまつり」である。笠間焼協同組合が主催する「陶炎祭(ひまつり)」は毎年、ゴールデンウィークに笠間陶芸の森公園で開催される笠間市観光の最大の行事である。約200人の陶芸作家が参加し、作品の展示販売を中心としたイベントで、2018年に37回目を迎えたが、7日間で55万人を超える人出があった。台湾や中国等、外国人の来場も増加しているようだ。同様に笠間焼を中心としたイベントに、観光協会が主催する「笠間浪漫」がある。2018年に7回目を迎えたが、2日間で8万人の人出があった。これも地域内の諸産業が連携して取組んでおり、笠間焼陶器市、手仕事村ワークショップ(ろくろ体験、木製時計作り、苔玉づくり、マイオカリナづくり)等が行われる。2018年には笠間市の「台湾交流事務所」の開設と絡めて「台湾フェア」も付加された¹⁰。

第3は、笠間市内の陶磁器を中心とした商店街の「まちあるき観光」である。「ギャラリーロード」「やきもの通り」「陶の小径」などの商店街で、陶芸作家と商店や飲食店が連携した「まちあるき」観光が推進されている。この内「陶の小径」は、商店会を立ち上げて18年経過するが、陶芸作家・工房7軒が中心となり、「十六夜まつり」、ひなまつり「陶宴」等、四季折々の「まちあるき」イベントを実施し、「まちづくり」に取り組んでいる。「陶の小径」の代表で陶芸作家の山崎雅宏氏は、「商売だけではなくコミュニティづくりに注力してきた。また、イベントやおまつりだけに頼るのではなく、日常的に観光客を呼び込める仕掛けづくりにも注力しているところである¹¹」という。

第4は、地域内外の多様な「連携」による「観光まちづくり」に官民一体となって取り組んでいる。地域内の「産業間連携」では、「農商工観光連携」によって地域活性化が進められ

⁹ 熊坂敏彦(2005)「地場産業産地の競争力とイノベーション—笠間焼産地の事例を中心に—」『産業学会研究年報』第21号

¹⁰ 2018年10月26日、笠間焼協同組合・深町明事務局長より聴取。

¹¹ 2018年10月26日聴取。

ている。地域外との「広域連携」では、i)「水戸笠間大洗協議会」(幹事：水戸市)による旅行博覧会出展、台湾プロモーション、ii)「茨城空港周辺地域資源活用推進連絡会」(幹事：小美玉市)による共同イベント・情報発信、iii)「つくばジオパーク」(幹事：つくば市)によるモニターツアー実施、筑波山地域ジオパーク認定商品開発、さらに、iv) 栃木県の益子焼産地との「かさましこ観光協議会」による共同バス運行、共同観光事業、展覧会「欲しいが見つかる・うつわ展—笠間と益子—」(茨城県立陶芸美術館、笠間焼若手作家 39 名と益子焼若手作家 17 名)等、広範囲で多様な「観光まちづくり」の取組みが進められている¹²。

④評価：多様な「産業観光」の展開による「循環型地場産業」の形成

笠間市における「観光まちづくり」は、陶磁器地場産業の「産業観光」(工房見学、ものづくり体験、イベント・おまつり、まちあるき)を中心に展開されている。さらに、地場産業による「産業観光」に加えて、「地域内の産業間連携」による「商業観光」、「農業観光」、「まちあるき観光」等も展開されており、「新しい観光」や「着地型観光」のメニューの大半が網羅されている。さらに、観光振興面でも地域外との「広域連携」が積極的に行われており、インバウンド対応も含めた「域外からの資金獲得」が志向されている。

このように、笠間焼産地においては、陶磁器地場産業を中心にした観光振興によって、「ものづくり」「まちづくり」「ひとづくり」が一体化した地域活性化が進行しており、「循環型地場産業」が形成されつつあるとみることができよう。

(2) 結城市：結城紬産地の「イベント・おまつり」による「観光まちづくり」の取組み

①結城市の現況と観光振興

結城市は、茨城県西部に位置する関東有数の城下町で、伝統産業として有名な結城紬(国の重要無形文化財・ユネスコの無形文化遺産登録)の産地である。結城市の人口は、5 万 1 千人、入込客数は 11 万人である。既述のように、観光振興指数は、2.2 と低位であり、今後観光振興の余地が大きい。結城市は、現在、地場産業である結城紬や酒造業、それらの産業が保有する蔵造りまちなみ等を活かした観光振興に注力中であり、観光振興計画も現在策定中である。今後、「地場産業」を核とした「産業観光」への取組みが本格化することによって入込客数が増加し、地域活性化効果が顕在化することが期待される。

②結城紬産地の特徴と現状

結城紬産地は、結城市を産地の中心地域として茨城県と栃木県の鬼怒川沿い 20 km の地域に、肥沃な土壌に生育する桑と養蚕業をベースに発展した絹織物地場産業産地である。結城紬の生産量は、「きもの離れ」等の要因から激減し、ピークの 1980 年 31 千反が 2017 年には 1 千反へ落ち込んでいる。機屋数も、ピーク時の 2,200 戸から 54 戸へ激減している¹³。

こうした中で、結城紬産地の主な対応策としては、「きもの離れ」への対応策としての着物着用イベントやキャンペーンの実施(2009 年より「きもの day 結城」、市議会での着物

¹² 2018 年 10 月 26 日、笠間観光協会・小澤敦専務理事より聴取。

¹³ 2018 年 11 月 6 日、本場結城紬織物協同組合事務局より聴取。

着用等)、ユネスコ無形文化遺産登録キャンペーン、展示会・販売会、新商品開発、国際化等に取り組んでいる¹⁴。

③「観光まちづくり」の取組み

結城紬産地の「観光まちづくり」の取組みは、「地場産業」である結城紬、酒造業、桐製品製造業と地元の商店会などが「連携」して推進する「イベント・おまつり」に代表される。中でも、「結い市」と「きもの day 結城」の2つが象徴的なものである。

「結い市」は、「結城の歴史的な街並み、地場産業を中心とする営みや暮らしといった街の魅力と、様々な人・モノの縁の結びつきをみんなで作るお祭り¹⁵」である。神社の収穫祭に合わせて、神社の境内や見世蔵、酒蔵、空き店舗などを会場に行われ、9回目の2018年10月には、2日間で5万人の人出で賑わった。商工会の青年部が中心となって推進しており（主催：株式会社TMO 結城、企画・運営：結いプロジェクト、共催：健田須賀神社・結城市商業地域づくり連合会）、結城市の中心部を「まちなかエリア」「神社エリア」「酒蔵エリア」「問屋街エリア」の4エリアに分けて、その中でマルシェ、コンサート、アート、ストリートパフォーマンス、ワークショップ、移動カフェ、街歩きスタンプラリー、仕込み水の足湯等が展開される。遠方よりも客が来て、新しい客が街中を回遊するという。「紬と歴史ある蔵の街並みが残る結城市。結城の「結」はコミュニティの共同作業の意味もある。一本一本丁寧に紡がれ織られる結城紬のように一人一人が繋がって広がっていけるような、そんな魅力ある町をつくりたい¹⁶」という思いからプロジェクトメンバーが集い、活動している。

「きもの day 結城」は、「きものを着て結城の街並み散策」をテーマに、参加者が結城紬や着物を着て町を散策するイベントで、2018年で10回目を迎えた。結城市の北部市街地を会場に、「蔵ざらい市」「重要文化財結城紬展示会」「本場結城紬体験フェア」「ファッションショー・抽選会」「人力車乗車会」「映画会」「酒蔵コンサート」等が行われ、約5千人が参加する。主催は、結城市観光協会、運営は、きもの day 結城実行委員会であるが、結城紬関係者のみならず、酒蔵2社、味噌屋、菓子屋5店、食堂18店等、「地域内連携」による「イベント・おまつり」が展開されている。

④評価：地域資源としての「地場産業」を活かした観光振興への期待

結城市の「観光まちづくり」は、「地場産業」や蔵造りまちなみ等を活かし、地域内の諸産業が連携して「イベント・おまつり」を創ることを中心に推進されている。結城紬地場産業が衰退の一途を辿る中で、「地場産業」が有する有形無形の文化財（蔵造りのまちなみ、伝統的工芸品等）を観光資源として活かし、新たに創造した「イベント・おまつり」によって観光振興を図ろうとしている。そして、そうした「観光まちづくり」への熱い思いとビジョンを持った優れたリーダーが存在し「観光まちづくり」を展開していることから、今後の

14 熊坂敏彦（2011）「結城紬産地の現状と課題」『筑波銀行調査情報』No.30

15 「結い市」結いプロジェクトのパンフレットより

16 「結い市」結いプロジェクトのパンフレットより

観光振興の成果は大いに期待が持てる。

当地のリーダーの一人が、結城市の老舗酒蔵、(株)武勇の保坂大二郎専務である。同氏に「酒造りとまちづくり」についてインタビューさせていただいた¹⁷。同氏は、「当社の戦略は、まず『ものづくり』が第一であり、酒造りを磨き、差別化できるような商品をつくることにある。それと同時に『まちづくり』とかかわることを大事にしている。というのも、当社の酒造りは先祖代々、結城の地、水、気候風土、地元の人々、結城紬等の地元の産業と深くかかわってきたからである。『結城』ブランドは、結城紬や結城の酒と深い関係にあるが、結城の町の良さを知ってもらう中で、結城の酒の良さも知ってもらいたいと考えている。これからも『ものづくり』と『まちづくり』の両方を大事にしていきたい。そして、酒蔵の蔵も歴史的建造物として保存しながら観光資源として活用していきたい。さらに、地域を輝かせるためには、『ものづくり』『まちづくり』に加えて『ひとづくり』が重要である」と熱く語られた。

このように、結城市における「観光まちづくり」は、地域資源としての「地場産業」を活かし、「ひと・まち・ものづくりの融合」ビジョンを有した革新的なリーダーによって推進されている。観光振興面では発展途上にある結城市であるが、今後「地場産業」の持つ様々な「革新的な DNA」を発現させ、「地場産業」による「産業観光」を主軸にした地域活性化が奏功することを期待したい。

(3) 大子町：多様な地域資源の活用と地域内連携による「観光まちづくり」の展開

①大子町の現況と観光振興

大子町は、茨城県北西端に位置する中山間部の町である。日本創成会議の「消滅可能性都市 896」では、2010 年から 2040 年にかけて若年女性減少率が 72.6%と予想され、茨城県内でワーストワンの町となっている。しかし、豊かな自然に恵まれ、地域資源・観光資源が豊富で、地域のまとまりがよく一つの「自給圏」を構成しているこの町の魅力度は高い。現在人口は、1 万 7 千人だが、入込観光客数は 100 万人を超える。この町の観光の「シンボル」は、海底火山から流れ出したマグマが固まって生まれ、太古の痕跡を見ることができる「袋田の滝」である。また、地域資源としては、「奥久慈しゃも」「奥久慈りんご」「奥久慈茶」「こんにゃく」「米」「常陸大黒」「漆」など農林産物を中心にした特産物が豊富であり、大子町の産業は、観光と農業が中心になっている。

大子町は、100 万人を超える観光客をさらに増やし、消費活動を行ってもらうことで「域外からの資金獲得」を増やし「観光立町」を図ること、住民一人ひとりが町に対する愛着・プライドを持つことができるようになることを目的にして、2018 年 3 月に「大子町観光振興基本計画」を策定した。この計画の中で特徴的な施策は、i) 町内連携・町内経済循環の強化、ii) 広域連携の促進を掲げていることであり、iii) 「オール大子で観光立町の実現」をスローガンにしていることである。

¹⁷ 2018 年 11 月 10 日、株式会社武勇・保坂大二郎専務より聴取。

②「観光まちづくり」の取組み

大子町では、観光を中心とした「地域内連携」、「農商観光連携」がみられる。しゃも、りんご、お茶、こんにやく等の農林特産物はお土産として販売されているが、さらに、しゃも肉を使った料理、リンゴを加工したアップルパイ、漆工芸品、地酒、地ビールなど、「域内連携」や農林業の「6次産業化」によって、加工品や新しい土産物・特産品も開発販売されている。大子町は、2017年11月、第三セクターとして「大子特産品流通公社」（愛称・グランだいご）を立ち上げ、それをサポートしている。

商業を中心にした「観光まちづくり」も活発である。2005年に大子町商工会中心に市街地活性化委員会が発足、その後、商店街の若手有志からなるグループ「らっしやい・でえご隊」（小崎武広隊長・小崎陶器店店主）が結成され、歴史的建造物を活かして「昭和レトロな雰囲気」を観光資源にしようと様々な取組みを始めている。中心市街地をひとつの「デパート」とみなすというユニークな「大子デパート」プロジェクトは、ノスタルジック演出事業（店舗外観の改装）、たてものマップ制作事業、ご当地グルメ（しゃも玉焼きそば、ぱいアップルスティック）、「大子商売博物館」、もみじ植栽事業等、多様な観光振興事業を展開している。こうした活動が評価されて、「らっしやい・でえご隊」の取組みは、2018年に中小企業庁の「はばたく商店街30選」に選定され、表彰された。

町が中心となった「広域連携」も積極的に推進されている。i)「八溝山周辺地域・定住圏構想（総務省）」に基づき、大田原、那須、那須塩原、那珂川、棚倉、矢祭、塙、大子の8市町が連携して道の駅スタンプラリー、フォトコンテストなどを実施している。また、ii)北茨城市、大洗町、大子町の3市町で「観光振興連携」（2018年9月）を締結し、県内への観光客や大洗の大型客船のインバウンド客等を周遊させる山と海等の相互補完連携を推進し始めた¹⁸。

③「観光まちづくり」の仕掛け人たち

大子町には、「観光まちづくり」を推進する多分野の多彩なプロデューサーやリーダーが数多く存在する。地元大子町で複数の事業を展開する高安正博氏もその一人である。同氏は、農事組合法人奥久慈しゃも生産組合の理事を務める。「奥久慈しゃも」は、2018年12月に地鶏（鶏肉）としては全国で初めて農水省の「地理的表示（GI）保護制度」の対象に登録されたが、「奥久慈しゃも」のブランディングの立役者である。また、同氏は、大子駅前商店街で奥久慈しゃも料理店「だいこん」も経営しており、「だいごお酒のイロハ『奥久慈しゃもと〇〇（ワイン・ビール・日本酒）のタベ』」という「まちづくり」イベント、「夜の中心商店街活性化策」の発起人である。第4回目に当たる2018年11月には、「奥久慈しゃもとワインのタベ」が行われた。中心商店街の飲食店14店が参加し、各店のオリジナルしゃも料理と一流ソムリエが選んだグラスワインを味わいながら3店回るとプレゼントがもらえるというものであった。高安氏は、「しゃもが酒をひきつけ、商店街をひきつけイベントを

¹⁸ 2018年11月16日、大子町・和田宗介副町長兼観光商工課長より聴取。

盛り上げてくれる」と語り、地域内の人的なつながりや連携の深さについて語ってくれた¹⁹。同氏の周囲には、日本料理店「昔屋」の小林太郎氏、古民家カフェ「daigo café」や丘の上のゲストハウス「daigo house」を経営する笠井英雄氏、サークル結「一日カフェ」を運営する田中さよ子さん等、地域のリーダーたちが集い、「観光まちづくり」について多様なアイデアを出し合っているようだ。

「よそ者」の「観光まちづくり」への貢献も目立つ。千葉県から大子町に進出し精密機械製造業（株）ベアーメディックを経営する熊田誠之社長は、地域貢献活動の一環で 2004 年に「常陸国 YOSAKOI 祭り」を立ち上げた。大子町を拠点に周辺市町村にも呼びかけ、毎年拡大しながら人づくり・地域づくり・共生社会づくりの運動として、2 日間で 3 万人を超える集客「イベント・おまつり」に成長させた。また、大子町は、全国屈指の漆の産地であるが、木漆工芸作家の辻徹氏は、大子町に移住し、町の中心部にある蔵を活用して展示販売用ギャラリー「八溝塗工房 器而庵（きじあん）」を開設し、さらに、空き店舗を利用してアーティストのギャラリーやアトリエ事業にも乗り出している。

こうした仕掛人たちの様々な仕掛けが実って、最近大子町には地域外から「わかもの」も移住・定住するようになってきた。地域おこし協力隊員をはじめ、有機農業の野菜農園を営む若夫婦、漆栽培や奥久慈しゃも養鶏等への新規就農者、「アートインレジデンス」に参加している若者等、「消滅可能性都市」を否定するような明るい兆しもみられるようになった。

④評価：地域資源を活用した新しい特産品づくりと域内連携による「観光まちづくり」

大子町の「観光まちづくり」は、多様な地域資源を活かして新しい特産品をつくること、地域の仕掛け人たちや地域内の諸産業が「連携」して様々な「イベント・おまつり」を創生し、外から人を集め移住・定住させていること等、山間地としての地理的ハンディを乗り越えた「観光まちづくり」の取組みが展開されている。今後、中山間地における「循環型地場産業」形成のモデル地区としても注目されることになる。

5. おわりに

以上の 3 事例の分析から、地域資源としての「地場産業」による「産業観光」を中心とした観光振興は、「観光まちづくり」を促進し、交流人口の増加、移住定住促進、域外からの資金獲得等、「地域活性化」に貢献することが確認できた。同時に、観光振興は、地域内の産業間連携、地域内資金循環構造の創生、人と人とのつながり、地域コミュニティの再生などを促し、「ものづくり」「まちづくり」「ひとづくり」を融合させた「地域内経済循環」を高めるなど、「循環型地場産業」の形成にも寄与する可能性が高いと考えられる。そして、3 事例の中に、その萌芽を見出すことができた。

本稿から得られた示唆としては、①地域産業政策の中で、「地場産業」の存在意義が再評価され、明確に位置付けられて、観光振興策のみならず地域活性化策・地域創生策として「地場産業」が活かされるべきであること、②新しい時代の地域産業政策として「循環型地

¹⁹ 2018 年 11 月 16 日聴取。

場産業」による内発的な地域創生の可能性を追求すべきであること等をあげることができる。

今後の課題は、「循環型地場産業」の事例研究の対象を拡げながら「循環型地場産業」形成による「地域活性化論」の体系化、「循環型地場産業」を中核に据えた「地域産業政策論」等について論考を深めていくことである。

謝辞

本研究は、2018 年度昭和女子大学現代ビジネス研究所研究助成金採択プロジェクトの成果である。記して感謝申し上げたい。

参考文献

- ・枝廣淳子（2018）『地元経済を創りなおす—分析・診断・対策』岩波新書.
- ・尾家建生・金井萬造編著（2008）「これでわかる！着地型観光 地域が主役のツーリズム」学芸出版社.
- ・河藤佳彦（2015）『地域産業政策の現代的意義と実践』同友館.
- ・熊坂敏彦（2005）「地場産業産地の競争力とイノベーション—笠間焼産地の事例を中心に—」『産業学会研究年報』第 21 号.
- ・熊坂敏彦（2010）「茨城らしい観光振興への取組み—笠間市の地域密着型ニューツーリズム—」『筑波銀行調査情報』2010 年 4 月号.
- ・熊坂敏彦（2012）『茨城産業見聞録—地域産業革新への取組み—』筑波銀行総合企画部調査広報室.
- ・熊坂敏彦（2018a）「『循環型地場産業』の創造—新時代創生・地域創生に生きる『地場産業』の DNA—」『昭和女子大学現代ビジネス研究所 2017 年度紀要』.
- ・熊坂敏彦（2018b）「『循環型地場産業』の創造」大西勝明・小阪隆秀・田村八十一編著『現代の産業・企業と地域経済—持続可能な発展の追究—』晃洋書房.
- ・産業観光推進会議（2014）『産業観光の手法』学芸出版社.
- ・竹内正人・竹内利江・山田浩之編著（2018）「入門 観光学」ミネルヴァ書房.
- ・十名直喜（2017）『現代産業論 ものづくりを活かす企業・社会・地域』水曜社.
- ・濱田恵三・伊藤浩平・神戸一生編著（2018）「地域創生の戦略と実践」晃洋書房.
- ・藤山浩編著（2018）『「循環型経済」をつくる』農文協.
- ・安福恵美子編著（2016）『「観光まちづくり」再考—内発的観光の展開へ向けて—』古今書院.