

酒造を活用した観光まちづくり－久留米市城島・東広島市西条－

難波利光・三科仁伸

目次

はじめに

- 1 東広島市西条の酒まつり
 - 1-1 広島県西条地域における酒造業
 - 1-2 東広島市の観光戦略
 - 1-3 登録有形文化財の観光資源としての活用
 - 1-4 西条酒まつりの状況と観光総合戦略
 - 1-4-1 2017年酒まつり来場者状況
 - 1-4-2 観光総合戦略懇談会での意見抽出
 - 1-4-3 観光総合戦略の目指す方向性
- 2 久留米市城島の酒びらき
 - 2-1 福岡県久留米市城島地域における酒造業
 - 2-2 西日本鉄道大牟田線の役割
 - 2-3 城島酒びらきの状況と仕掛け
 - 2-4 持続的な運営形態

まとめ

参考文献

参考資料

はじめに

本研究は、東広島市の西条と久留米市の城島での酒造を活用した観光まちづくりを研究する。両市の酒造は、商業・観光の中心都市に近隣し、鉄道による公共交通機関を活用して移動できる地域にある。両酒造のある県の清酒課税移出量は、1955年に兵庫県、京都府に次いで、福岡県、広島県であり多い。西条と城島は、歴史的に日本有数の酒造の地域であり、酒造の立地する場所にも類似点があるといえる。

しかし、観光まちづくりの取組については、西条は自治体施策に組み込まれており、城島は住民主体で取り組んでいる。そこで、本研究は、それぞれの歴史的な社会資源の活用の仕方を具体的な事例を交えて考察する。

本稿の作成に際しては、両地域における酒造業の歴史展開（1-1及び2-1）について三科が担当し、他の部分は難波が担当した。

1 東広島市西条の酒まつり

広島県東広島市西条の酒まつりについて言及する。西条酒まつりは、地元の酒造7軒が自治体と共に文化財登録をした酒造施設群を活用しながら取り組まれているイベントである。西条の酒蔵エリアは、公共交通機関で行くのに広島駅からJRで行け、西条駅周辺という利便性が良い。行政が住民とともに考えながらまちづくりを行っている。

1-1 広島県西条地域における酒造業

広島県の酒造業は、20世紀に入ると、兵庫県や福岡県に次ぐ全国第3位の地位を占めるようになる。ここでは、明治期以降の兵庫県における酒造業について、西条地域の発展を中心として、広島県編（1980）の記述によりつつ、概観する。県下の酒造業は、明治維新後に進展していく。松方デフレの影響により一時的に停滞するも、瀬鷹次郎や進藤周二郎、本田泰三、三浦仙三郎によって、全国の醸造地域の視察がおこなわれ、醸造法の改良が進められた。

西条地域の酒造業は、寛永年間より始まり、文化期には四日市宿場周辺に37軒の醸造家があったとされる。明治期には他の醸造地域との競争にさらされるも、明治20年ころより、灘と並ぶ全国的な名醸地へと発展した。また、1894年の山陽鉄道の開業は事業発展の契機となり、県内では、三津と竹原に並ぶ代表的な醸造地域として、西条地域は発展していった。

このように、広島県の有力な産物として成長していった酒造業も、近年では他地域との厳しい競争にさらされ、2018年の生産高は1万332キロリットルで、全国第9位である（国税庁課税部酒税課編（2020））。現在、東広島市のうち、西条地域の中心部では7軒（各蔵の代表的な銘柄は、「福美人」、「賀茂泉」、「加茂鶴」、「亀齢」、「山陽鶴」、「白牡丹」、「西條鶴」）の酒蔵が存在している。

1-2 東広島市の観光戦略

東広島市は、広島市内からJRで40分程度の距離に位置し、西条駅と西条酒蔵通りエリアは歩いてすぐの距離で隣接している。また、広島大学も西条駅が最寄りの駅であることから、西条駅の周辺の開発も著しい。西条酒蔵は、大きな都市に隣接した利便性の良い観光地であり広域観光化することが可能である。国内外からの観光客を誘致することにより交流人口の増加及び地元事業者の活性化を図ることとしており、地域固有の魅力ある様々な資源を活用した観光振興を進めることが必要であると東広島市は考えている。

そこで、東広島市では、観光による地域経済や活性化への影響を踏まえ、市の特徴である日本酒文化・歴史、西条酒蔵通り等の地域資源を活かした観光振興を行っている。2018年には東広島市観光総合戦略を策定し、かもしだす東広島の魅力の基本理念に観光による地域経済の活性化を目指している。本戦略は、観光振興の基本となる考えや取組方向を示す計画であり、国の観光立国基本計画や広島県が策定したひろしま観光立県推進基本計画

との連携を図っている。さらに、第四次東広島市総合計画および東広島市まち・ひと・しごと創生総合戦略を推進していく。また、その他の関連する計画や構想である、東広島市スポーツ推進計画、東広島市歴史文化基本構想等とも連携し取組を進めている。

東広島市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、①成長エンジン東広島の実現、②未来の東広島人の発掘、③東広島の学園都市力の発掘、④子育てするなら東広島の実現、⑤安心・快適な東広島の創出を基本目標に掲げている。特に①と②に関しては、地方における安定的な雇用の創出や地方への新しい人の流れをつくるといった国の総合戦略における基本目標に照らし合わせており、巨大な都市機能をもっている広島市に文化・娯楽面での機能が奪われており、魅力的な都市機能を作るために商業、宿泊、飲食、娯楽機能の集積を東広島市として求めている。

1-3 登録有形文化財の観光資源としての活用

東広島市は、観光資源として、多くの指定文化財を有している。2016年には、酒造関連建造物が登録有形文化財になっている。2017年にJR西条駅南側一帯の酒造施設群の日本の20世紀世界遺産20選の認定が、ユネスコの諮問機関・国際記念物遺跡会議（イコモス）国内委員会にされた。漆喰塗りのなまこ壁や煉瓦造りの煙突が形作る町並みが歴史的価値をもっていると認められたのである。

文化財としての町並みを観光地化していくために西条酒蔵通での酒蔵に関する観光情報として、西条酒蔵通り「あかりの散歩道」ⁱ、西条酒蔵通りまると博物館、酒仕込水試飲井戸などがある。西条酒蔵通りまると博物館は、賀茂鶴酒造、福美人酒造、賀茂泉酒造、亀齢酒造、西条鶴醸造、白牡丹酒造、山陽鶴酒造の蔵元が軒を連ね、西条酒蔵通り全体を大きな博物館とみたと、西条の酒文化や酒蔵の所蔵品などの展示を行っている。

酒造関連建造物は、専門的な文化とし学術上の価値基準に従って保存することができたことを活用して、このエリアで行われるイベントを通して存続させることができる。西条は、酒造りの場として古くから栄えてきたが、酒の消費が減少している中で昔のような勢いは衰えている。そもそも酒蔵は、個人の所有物であるため私的財としての扱いであるが、酒造関連建物が集積していることから、文化財としての公共的価値が生まれたのである。

文化財のなかでも、酒造に関するものは、神社仏閣や史跡と違い、各個店で商品を持っている。すなわち、酒造といった文化財が商品を生み出すことから、外部性のある公共財の性質をもっている。神社仏閣や史跡は、地域の神事としての距離感があるものの、現代において生活に密着しているものではないため、地域住民にとっては生活空間にある酒造の方が愛着もあると思われる。

酒造関連建造物が、登録有形文化財になることにより、観光資源として如何に活用するかが観光客誘致の要であり、東広島市の総観光客数を月別に見ると10月が突出して高く、年間の18.6%を占めている。この月は、酒まつりが開催される月である。東広島市の市内観光客は63.8%、広島県内（東広島市内除く）は31.3%であることから、東広島市の観

光客は、95%程度広島県内であるⁱⁱ。このことから、東広島市は、殆ど県外からの観光客を取り込むことができず、主なる観光ツールは、酒まつりであるといえる。

1-4 西条酒まつりの状況と観光総合戦略

2018年9月策定の東広島市観光総合戦略において、日本酒のまち東広島が目標が明言されている。登録有形文化財や20世紀世界遺産20選に認定をされた西条駅南側一帯が酒まつりの会場である。このエリアでの開催は、「優れた杜氏・良質な水・豊かな穀倉地帯」の3つの要素を基に、2011年より「人・水・米」を酒まつりのコンセプトとして、日本酒文化を代表する酒造を活用した地域のにぎわい創出と他市町との地域間競争に勝ち抜いて交流人口を呼び込むために行っている。

1-4-1 2017年酒まつり来場者状況

酒まつりは、東広島市にとって一大イベントであり、来客者の動向については東広島市としても留意する点もある。そこで、2017年酒まつりの来客者についてのアンケート調査ⁱⁱⁱから分かったことをまとめる。来場者の居住地は、東広島市が48.7%でほぼ半分を占めており、東広島市以外の広島県内が29.8%で、広島県以外の国内は12.8%であることから、80%は県内であることが分かる。訪問時の宿泊の有無は、86.2%が日帰りである。勿論、広島県内からの来客が多いことから日帰り客が多くなることは必然であるといえる。また、情報入手経路は、友人・知人（口コミ）が51.0%で2番目のポスター・チラシの15.6%にも大きな差をあけて高い。すなわち、このイベントは、広島県内の方々を中心に口コミによって身近な方々と参加していることがわかる。

これらの結果から、酒まつりは、広島県内の近隣自治体住民との交流イベントとしての役割を果たしているものの、広域的な観光コンテンツにはなり得ていない。日本酒発祥の地としてのブランド力は、もっと発信できると思われるが、文化財を有効活用したまちづくりとしてまだ可能性を秘めている。

そこで、次に、観光総合戦略懇談会での意見をもとに日本酒関連コンテンツを如何に観光に活用できるのかについて検討する。

1-4-2 観光総合戦略懇談会での意見抽出

日本酒関連コンテンツ活用について観光総合戦略懇談会での現状・課題に関する意見として、①「重要な酒造の魅力をしっかりと磨いた上で、各地域を酒で繋ぐことはできないか」、②「西条の酒造が一つになり協働して進めることが重要」、③「酒まつりや酒造、現状の資源は、観光客が東広島市に来る機会になる。強みはそれを守っていく人たちの人柄や文化、ストーリーや活動である。機会を強みにするために、今後何が必要なのかを考えることが重要」、④「酒に関して、東広島市が日本遺産に認定されれば、軟水醸造法を開発した三浦仙三郎の出身地である安芸津も回ってもらうようなコースができる」が挙げら

れている。

以上の観点に関しては、東広島市において、日本酒は、歴史的にも有名な地であり、西条と縁のある灘の酒などは、地域間の連携を組むことが可能になると思われる。西条の酒蔵は、非常に密集したエリアに建物があることから酒蔵が協働しやすい環境にあるといえる。また、東広島駅から歩いて数分で訪れることができることから観光地としては利便性が良いといえるが、車での来訪には不向きであるといえる。西条での酒文化は、地元の方々にも広く愛されており、観光資源としての認識は強いと思われる。

また、同懇談会における別項目の意見として、住民の地元愛の項目として西条の酒造施設群が日本の20世紀遺産20選の一つに選定されたが地元住民がその重要性に気付けるような市民向けのアピールが必要ではないかや、推進体制として酒造やお酒を売り出した後はどうするのかまでしっかり考えられる組織が必要などが挙げられている。これらの意見は、酒造を中心にした観光施策を一過性のものにし、イベント開催だけで盛り上げるのではなく、地域住民が主体となり、個別での支援だけではなく、永続する組織体が必要であることを伝えている。

実際に、酒まつりだけにイベントを依存すると、開催時には多くの客で盛り上がるが、それ以外の日は、観光地としての盛り上がりには欠けているように思われる。しかし、酒蔵を見学に来る人たちは、日々疎らであったとしても一定のファン層を掴んでいるといえる。また、個店だけの対応では地域全体で一貫性を持たせるまちづくりはできないことから個店を取りまとめる組織が必要になる。

東広島市の観光の課題・今後の方向性に関する意見として、来訪者の数を増やす戦略よりも品の良いリピーターを増やす戦略を求める声がある。この戦略は、酒どころに関するイメージ戦略としては重要である。酒蔵を活用するまちづくりを行って灘五郷でもイメージ戦略に取り組んでいる。酒を飲む人がまちのイメージを悪くするというイメージを払拭することで、文化的で雰囲気の良いまちであることへのイメージの転換をしてきたのである。

1-4-3 観光総合戦略の目指す方向性

東広島市は、現状と課題、及び懇談会、ワークショップでの意見、ヒアリング調査結果等を踏まえ^{iv}、観光客数・観光消費額の増加、観光による地域経済の活性化に向けた新たな観光総合戦略の基本理念を設定している。特に、行政施策を実現させるためには、地域住民の意見を聴取することは重要である。地域住民が、住んでいる町を観光地として認識することは、コミュニティツーリズムの実践の基盤となる。住民自身が、観光地としての地元の価値を知るきっかけに自治体が行うワークショップは活用できている。また、地元の歴史に精通している地元の酒屋など酒関係者の意見は、酒文化を公共財的な目線と私的財的な目線との両面から意見を出すことができることから観光まちづくりを行う上で有益である。この様な市内の様々な魅力の情報を収集し、発信していく機能を持つ組織

により観光振興を進め、観光客を受け入れる必要があると考えている。

観光総合戦略の計画期間である5年間の基本理念を「かもしだす^v東広島の魅力」と設定しており、市民が自ら醸し出す観光地の雰囲気づくり、酒蔵から醸し出される地域のブランドづくり、地道なPRにより醸し出す観光地づくりをイメージしている。映画による恋のしずくを活用したフィルムコミッションは、シティプロモーションとして取り組まれている。地域資源を活用した観光施策は、行政も地域の情報の発信主体として地域インフラを十分に活用し、縦割り行政にとらわれることもなく、行政内での部門連携を行う重要な機会になる。

観光総合戦略の目標^{vi}としては、観光客数の増加、観光消費額の増加、リピーターの獲得、移住者の増加により、観光による地域経済の活性化を図ることである。中でも、リピーターの獲得は、観光の持続可能性に対して高い期待を集めている。近年のシニア世代の増加は、余暇時間に消費を伴う行動が促される傾向にある。シニア世代は、日本酒に対する親しみも深いことや、観光エリアが西条駅周辺に集積し高齢者でも歩きやすい環境であることを地域の魅力として捉え、観光ボランティアの方々との人間的な交流を深めることでリピーターの要素を含んでいる。

東広島市は、基本理念及びターゲットを踏まえ、観光総合戦略として、随一の観光資源である「観光産業の振興」、市民が参画した一体的な組織による観光振興を行う「観光によるまちづくり」、県内や国内外への情報発信を行う「東広島市のイメージ向上」の4つの方向性を設定している。その4つは、①日本酒のまちの魅力向上、②観光産業の振興、③観光による地域づくり、④東広島市のイメージ向上である。

①日本酒のまちの魅力向上は、施策として、日本酒の消費額増に向けた取組や酒蔵通り整備を行い、効果として、ブランド化消費額増を目指している。具体的な施策として、日本酒のまちの魅力向上策は、資源を守り磨くことを目的とし、Ⅰ日本酒関連の観光消費額増加とⅡ魅力の保全による持続的な観光地への発展を示している。Ⅰについては、日本酒関連の賑わいをつくる、日本酒を楽しめる場所を増やすことである。Ⅱについては、日本文化を守り・育む、日本酒関連の魅力をつかりやすく整理することである。

日本酒のまちとして東広島市をプロモーションしていく上で、酒まつりは欠かせないイベントである。酒まつりは、2日しかないが、地元日本酒の消費や知名度向上には役立っている。イベントを2日間の集客として捉えるのではなく、東広島市のイメージ向上のツールとして捉え、酒まつりの日を中心に1年間を通して観光コンテンツを構成することで文化財を活用した観光まちづくりに賑わいをつくることになるとと思われる。

2 久留米市城島の酒びらき

福岡県久留米市城島の酒びらきについて言及する。城島酒びらきは、地元の酒造9軒と西日本鉄道により取り組まれているイベントである。城島の酒蔵エリアは、公共交通機関で行くには利便性が良くないため、西日本鉄道との鉄道と公共バスによる連携は、城島酒

びらきにとって重要である。

2-1 福岡県久留米市城島地域における酒造業

福岡県の酒造業は、明治中期以降、兵庫県に次いで全国第2位の地位を占めていた。ここでは、明治期以降の福岡県における酒造業について、城島地域が含まれていた三潞郡の発展を中心として、井奥（2003）の記述によりつつ、概観する。全国の酒造高にしめる同県のそれは、明治10年代には3～4%であったのに対し、明治20年代末には5%を超え、兵庫県には及ばないまでも^{vii}、主要な酒造地域として発展していった。県内においては、明治20年代以降、三潞郡の躍進が顕著であり、一時、福岡市と首位を争うも、明治30年代に入ると他地域を圧倒するようになる。

三潞郡の酒造家は江戸時代から存在していたが、同地域の本格的な発展は、諸種の制約が撤廃された廃藩置県後であった。三潞郡で酒造業が発展した要因としては、仕込み水供給源と輸送路としての筑後川および原料米供給源としての筑後平野の存在が挙げられる。ただし、灘の宮水とは異なり、筑後川の水は軟水であったことは、同郡の酒造業の発展を制約する要因ともなった。

1867年には、三潞郡域には9軒の造酒家があり、城島に5軒、榎津・三又・青木・三潞に書く1軒ずつであった。この時期には、筑後川や有明海水運を利用して、販路を拡大していく。西南戦争後に東京への販路拡大を目指す過程で、灘や堺との競合から、酒質の改善に迫られる。そこで、有志の酒造家らが御影・伊丹・西宮に赴き、醸造法の研究をおこない、その方法を同地でも取り入れようとしたが、水質の違いにより上手くいかず、独自の科学的な方法によって改善が企図されていった。具体的には、水については、寒暖計を使用し、経過の良好なものを基準に仕込みを管理し、米については、岡山県や鹿児島県の農家などからより酒造に適した米を調達するようになった。こうした取り組みの結果が、明治20年代以降の躍進につながる。1898年には、三潞郡の蔵数は85、醸造石高は5万2,000石であった。

また、1880年には、16名の酒造家によって三潞酒造組合が組織され、1889年には、福岡県下の各地域の酒造組合を糾合し、福岡県酒造組合が結成された。組合の目的は、酒類製造方法の改良、営業上の利益および販路の拡張、営業上の弊害の是正、同業者間の交際と相互扶助であった。第二次世界大戦後には、独占禁止法により解散させられるも、以降は交友機関として三醸会、事業団体として三潞郡酒造協同組合へと形を変えた。

このように、明治20年代から30年代にかけて、三潞郡域における酒造発展の基礎が形成された。現在、久留米市のうち、城島地域では4軒（各蔵の代表的な銘柄は、「筑紫の誉」、「花の露」、「比翼鶴」、「有薫」）、三潞地域では4軒（同、「旭菊」、「池亀」、「万年亀」、「独楽蔵」）、大善寺地域では1軒（同、「瑞穂錦」）の酒蔵が存在している。

2-2 西日本鉄道大牟田線の役割

ここでは、久留米市城島地域への主たる交通機関である西日本鉄道大牟田線の輸送実績の変化についてみる。

九州における最初の鉄道は、福岡・熊本・佐賀3県の共同で設立された九州鉄道で1889年12月に博多－久留米間を開業した。久留米市は、西日本鉄道にとって重要な路線である。その後、戦時期を経て経営的な変化も大きくあるが、大牟田線は、福岡都市圏の都市機能拡張から発展を遂げる^{viii}。

1975年頃、鉄道の輸送人員は、1964年頃に比べて半分以下に落ちたものの、着実な増加であった。大牟田線の輸送実績は、同時期に31.3%の増加になっている。西日本鉄道は、ラッシュ時の混雑緩和を図るために、1964年から第2次輸送力増強3カ年計画^{ix}に着手した。1967年から1971年度には、第3次輸送力増強5カ年計画が取り組まれた。この計画は、輸送力の増強と安全輸送のための諸施策という2つの柱からなっていた。1972年度から1976年度にかけては第4次輸送力増強5カ年計画が実施された。この計画は、安全の強化、混雑の緩和、サービスの向上を3本柱として取り組まれた^x。

1976年当時、福岡都市圏が人口、都市機能などあらゆる面において大きな発展を遂げた。福岡市を中心とした都市機能が向上し、沿線のベッドタウン化も進んだ結果、大牟田線の都市圏および福岡県南部の主要都市とを結ぶ交通機関の大動脈としての役割が増大した。特にラッシュ時の混雑緩和とスピードアップは重要な課題であった。この課題を解決するために、西日本鉄道は、輸送力増強計画を強化し、設備投資を大幅に増額した^{xi}。

大牟田線では、乗降客数の増加とともに駅舎の改築・整備が必要となり、柳川、筑紫などの各駅で順次整備を進めた^{xii}。

1992年度までの大牟田線の輸送人員の伸びは全体的な景気の上昇に加え、福岡都市圏の人口増や天神地区への商業集積が外部要因として考えられた。一方で沿線の久留米市より南側では人口減少が続いており、1993年度からの大牟田線の輸送人員の減少は、バブル経済の崩壊による景気後退に加えて、沿線人口の構造変化など社会的な要因が重なったためと考えられる^{xiii}。

輸送人員の増加に対応し、混雑率の緩和や安全性の向上、運行・サービスなどあらゆる面でレベルアップすることを目的として、西日本鉄道は大牟田線への大型投資^{xiv}を継続している。

天神大牟田線の輸送人員が2006年度に前年を上回った状況を駅ごとに詳しくみると、天神駅により近い、福岡市中心部での乗降客数の増加が特徴として挙げられる。筑紫駅以北の各駅では、天神駅と二日市駅、五条駅で僅かに減少しているのを除いて、軒並み乗降人員が増加している。逆に津古駅以南では、殆どの駅で引き続き減少している。天神大牟田線は、福岡都市圏輸送の比重がますます高まったのである^{xv}。

大牟田線は、1924年の開通以来、天神とともに歩み、発展してきた歴史をもつが、1999年に天神ソラリア計画が完成し、交通結束機能や商業を含めた都市機能が向上した。その

後も久留米駅より南部の利用客増加を模索している。

2-3 城島酒びらきの状況と仕掛け

九州一の筑後川が流れる城島には、酒の原料となる良質な水と米がそろっており、城島の酒造りは江戸時代に始まり、風土に合った製造技術が確立されると、明治時代には「東の灘、西の城島」と称されるほどであり半径約4キロメートルの地域に8つの酒造がある酒どころになった。

清酒課税移出量は、1955年に兵庫県22.0%、京都府7.2%、福岡県4.7%、広島県4.3%であった。1960年に兵庫県24.4%、京都府9.2%、広島県4.4%、福岡県4.0%であり福岡県のシェアは減少しており、その後も1970年3.1%、1980年1.8%、1990年1.8%、2015年1.2%である^{xvii}。福岡県の酒どころとしての実質的なものはなくなってきているが、地域での伝統的な酒に対するアイデンティティは高い。

この地域で、酒蔵を大切にし、まちを活性化させるために城島酒蔵びらきが行われている。そこで、城島酒蔵びらきについて見る^{xviii}。

城島酒蔵びらきは、1995年2月11日に久留米市城島町有薫酒蔵敷地内で行われた。その目的は、城島町に賑わい^{xix}を呼び込むことである。参加条件は、大川税務署管内で清酒を自社醸造している久留米南部商工会の蔵元に限定している。このことにより地元の蔵元をブランド化させるとともに、地域を一体化させ酒蔵びらきを伝統的な文化の継承の手段とすることができる。また、現在運営を中心的に行っているのは、城島酒蔵びらき実行委員長の上野賢二氏である。彼は、今までの経歴を活かした感性から、運営やリスクマネジメントなど綿密な取組をおこなっている。

来場者の推移は、1日間開催の時、第14回（2008年）の3.5万人から徐々に増加し、第19回（2013年）に7万人へと2倍になっている。第20回（2014年）から規模を拡大し2日間開催になり10万人になり、そこからは安定的に徐々に増加し、第20回（2018年）に11.5万人訪れている^{xx}。来場者は、年々増加し、観光イベントとしては成功しているといえる。

この様に来客者を増加させることができたのには、3つの仕掛けがある^{xxi}。

1つ目は、イベント会場を年々拡大化しリピーター客が新鮮に感じる工夫を行っている。第9回（2003年）よりメイン会場から有薫酒造、花の露酒造、筑紫の誉酒造を無料シャトルバスで巡回させていた。第11回（2005年）より旭菊酒造、池亀酒造、万年亀酒造、杜の蔵酒造の4蔵が加入し規模が大幅に拡大した。第17回（2011年）に瑞穂錦酒造が加入し9蔵になった。他の地域が真似できない強みとして、城島酒蔵びらきは、バスの保有台数がトップクラスの交通事業者を持つ福岡だから実施できるイベントであり、面的な規模では全国最大クラスといえる。

2つ目は、交通アクセス等、順路の選択肢を増やして、飽きさせない工夫をしている。第14回（2008年）より、西鉄との連携により、メイン会場で開催する城島の酒飲みくら

への割引付きで、会場最寄り駅の三潞駅と各自の最寄り駅を往復する西鉄天神大牟田線を利用できる記念切符を発行している。第17回（2011年）より、JRとの連携により、JR荒木駅から約9kmを約3時間かけて歩くプランを無料で提供している。これは、JRを利用してもらうことが目的である。第20回（2014年）より、JALとの連携により、城島の酒を抽選で進呈するプランを提供している。

他の飽きさせない工夫として、第17回（2011年）より、食のルートをうなぎ料理店と提案している。食と観光との連携は、ガストロノミーとして全国でも展開されている。ガストロノミーは、食事や料理を文化と関連づける食文化である。ガストロノミーツーリズムは、欧米で普及している観光形態の一つであり、近年国内でも取り組まれている。食文化は、各土地での自然と寄り添いながら古くから住民により培われており、地元の生活に密着しているものである。それは、郷土料理として観光客にも提供され、観光における食は観光ツールとして重要である。しかし、城島は、決してガストロノミーとして捉えて企画をたてたようではないが、酒蔵イベントへの導入は、上手い連携がとれている。

3つ目は、交通機関タイアップで地域の恒例行事としての定着化とSNSを活用した施策、新たにインバウンド対応施策を行っている。交通機関とタイアップしていることから、駅に飾り樽の設置や社内の飾り樽の設置ができる。SNSは、日本酒との距離感を縮め、来場を動機づけるための関係づくりを行っている。第17回（2011年）よりtwitterを導入し、第21回（2015年）よりfacebookを導入している。

第25回（2019年）の公式サイトへのアクセスは、福岡県が28,977件で一番多く、次いで大阪府（20,080件）、東京都（10,481件）、神奈川県（2,699件）、佐賀県（1,823件）、熊本県（1,454件）、愛知県（1,098件）、長崎県（796件）、宮崎県（771件）、大分県（529件）、その他（2,586件）であり、総アクセス数は71,294件である。SNSによる情報発信は、大都市を中心に多く都市圏からの来客を見込める。

2-4 持続的な運営形態

城島酒蔵イベント事業規模は36,292,143円であり、第24回（2018年）に行政予算29.6%で、自己財源70.4%である。この事業は、自己財源比率を高めて収支を安定化させることを心がけている。行政予算は、市補助金（25.6%）と商工会助成金（4.0%）である。自己財源は、9つの財源から得られている。9つの財源は割合が多い順に、イベント売上（35.2%）、出店料（13.1%）、広告協賛金（6.8%）、グッズ売上（5.7%）、会員売上手数料（3.0%）、福岡県高校出稿料（2.8%）、駐車場協力金（2.2%）、酒元協賛金（1.4%）、酒造組合雑収入（0.3%）である。この様に自己財源により事業を行おうとしているのは、城島酒蔵イベントを持続的に行うためである。自治体や地域団体の財源が厳しくなっている中で、自己財源以外の資金がないと実施できない運営形態であることの将来的な不安を避けるためである。

城島酒蔵イベントを開催するにあたり、注意している点がある。それは、事故再発防止、

全般的な安全面の意識づけである。特に、健康的な安全面には力を注いでおり、看護師を救急テントに設置している。イベントでの事故に対するリスクを最小限に抑えることが毎年継続していくためには、最優先で取り組むことであると運営側は考えている。

今後、城島を観光地化するように進めていくために観光資源と観光インフラと観光情報発信をどのように結びつけるかを考えなければならない。観光資源には、イベント、地場産業、景観、ホスピタリティが挙げられるが、これらを交えた連携を行うには、地域でのステークホルダーの連携が重要になってくる。歴史のあるまちで、様々な歴史的コンテンツもあることから、酒蔵という歴史的資源を地域全体で活用しようとするコンセンサスをどのように作るのかも課題である。

まとめ

広島県東広島市西条と福岡県久留米市城島の酒造を活用した観光まちづくりの取組について考察してきた。両地域は、全国的にも有名であり知名度を活かした観光施策はやりやすい地域であるといえる。西条は、行政により酒造を活かした文化財登録により文化と観光を融合した観光まちづくりを目指している。城島は、博多からの交通利便性に重点をおき、西日本鉄道との連携により、自己財源を生み出すことで持続可能性のある観光まちづくりを目指している。

西条と城島に共通しているのは、地域住民とともに考えて観光まちづくりに取り組んでいる点である。西条は、東広島市が中心となり住民の意見を取り入れながら観光総合戦略を打ち立てている。城島は、城島酒蔵びらき実行委員長の上野賢二氏を中心に地域の方々と毎月何度も会合を開きイベント実施のための部門毎に課題の抽出および解決を繰り返しながら戦略を立てている。

歴史的な地域資源の活用は、地域住民と、その地域の主体となる人や団体との緻密な連携により有効活用できる。歴史により培われてきたものは、文化・食・交通など、生活に密着したものであり、地域とともに作られてきたものである。

西条と城島の酒蔵という歴史的な社会資源は、それだけでは一資源でしかないが、地域資源と地域住民の連携により活かすことができ、持続可能性を生むことができる。

ⁱ イベントとして、酒の肴&きき酒コーナー、キャンドル作りワークショップ、千鳥足選手権、キャンドルナイト、シルエット写真撮影などがある。

ⁱⁱ 広島市の市内観光客は13.9%である。

ⁱⁱⁱ 平成29年10月7日と8日に開催された2017酒まつりの来場者を対象に、居住地や情報入手経路等を尋ねるアンケート調査を東広島市が、398名の回答から得た結果を使用している。

^{iv} 東広島市民の現状・課題として、①随一の観光コンテンツは日本酒関連資源、②主に市内・県内観光客が来訪、③訪日外国人観光客の急増への対応、④観光消費額の減少、⑤一体的な観光振興・市民意識の熟成を挙げている。

^v かもしだすは、東広島市の随一の観光コンテンツである日本酒の醸造の醸の字を想起させるとともに

東広島市の大部分を占める賀茂台地の賀茂も同時に想起させる言葉として設定している。

^{vi} 観光総合戦略のターゲット設定は、県内、国内、海外という観光客の在居住地別のターゲットを設定している。その中で、西条の日本酒・酒蔵は、酒関連資源の拠点整備の推進のため、国内からの観光客誘致として、東広島周辺自治体との連携をすることで誘客促進を図っている。

^{vii} 兵庫県及び灘地域の酒造業と現状での取組については、難波・三科（2019）を参照のこと。

^{viii} 「西日本鉄道百年史」2008年 p.5 から引用。

^{ix} 第2次輸送力増強3カ年計画の内容は、①車両の新造・改造・車庫・工場の移設・拡張などの車両関係、②部分複線化、重軌条化など路線関係、③変電所の強化、信号保安施設の改良、踏切装備率の向上など電気関係、④駅舎改良、ホーム延長、営業施設の改良、久留米駅付近立体交差化などの土木関係である。

^x 「西日本鉄道百年史」2008年 p.223. から引用。

^{xi} 「西日本鉄道百年史」2008年 p.288. から引用。

^{xii} 「西日本鉄道百年史」2008年 p.292. から引用。

^{xiii} 「西日本鉄道百年史」2008年 p.351. から引用。

^{xiv} 1995年の福岡－平尾間の連続立体交差化と1997年の西鉄福岡ターミナルプロジェクトという2大プロジェクト

^{xv} 「西日本鉄道百年史」2008年 p.423.

^{xvi} 地元産酒米へのこだわりは、城島町認定農業者協議会と地元の酒蔵が協力し、酒造りに適した品種「山田錦」の作付けを開始。

^{xvii} 城島酒蔵びらき実行委員会実行委員長上野賢二、「城島酒蔵びらきが教えてくれたこと。酒造りは貴重な観光資源。」から引用。

^{xviii} 前掲「城島酒蔵びらきが教えてくれたこと。酒造りは貴重な観光資源。」と同じ。

^{xix} 町内の筑紫の誉、花の露、比翼鶴の3社も参加している。

^{xx} 前掲「城島酒蔵びらきが教えてくれたこと。酒造りは貴重な観光資源。」と同じ。

^{xxi} 前掲「城島酒蔵びらきが教えてくれたこと。酒造りは貴重な観光資源。」により城島酒蔵びらきの3つの特徴として挙げられている。

〈参考文献〉

- 井奥成彦「醸造業」, 西日本文化協会編『福岡県史 通史編 近代産業 経済 (一)』西日本文化協会 2003 ,pp.63-99
- 井口貢編著者『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房 2002
- 井口貢『観光学への扉』学芸出版社 2008
- 井口貢『観光文化と地元学』古今書院 2011
- 大橋昭一『観光の思想と理論』文真堂 2010
- 香川大学経済学部ツーリズム研究会編集『地域観光の文化と戦略』リーブル出版 2010
- 北川宗忠『「観光」交流・新時代』サンライズ出版 2003
- 国税庁課税部酒税課編『清酒製造業の概況 (平成 30 年度調査分)』, 国税庁課税部酒税課 2020
- 鈴木芳行『日本酒の近現代史-酒造地の誕生』吉川弘文館 2015
- 須田寛『観光-新しい地域づくり-』学芸出版社 2009
- 総合観光学会編者『競争時代における観光からの地域づくり戦略』同文館出版 2006
- 内藤錦樹『観光活性化のマネジメント』同文館出版 2009
- 中平千彦・藪田雅弘『観光経済学の基礎講義』九州大学出版社 2017
- 難波利光・三科仁伸「官民一体型の連携事業による産業振興の可能性-灘五郷における酒造ツーリズムの事例-」, 『地域共創センター年報』 Vol.12, 2019 , pp.1-20
- 西日本鉄道株式会社 100 年史編纂委員会『西日本鉄道百年史』西日本鉄道株式会社 2008
- 橋本和也『地域文化観光論-新たな観光学への展望』ナカニシヤ出版 2018
- 広島県編『広島県史 近代 1 通史 V』広島県 1980
- 深見聡・井出明『観光とまちづくり-地域を活かす新しい視点』古今書房 2010
- 安福恵美子編著者『「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 2016

〈参考資料〉

- 酒まつり実行委員会「酒まつり事業報告書」2018
- 城島酒蔵びらき実行委員会実行委員長上野賢二「城島酒蔵びらきが教えてくれたこと。酒造りは貴重な観光資源」2018
- 東広島市教育委員会「四日市の町並みと酒蔵群-東広島市西条町四日市の歴史的背景」2013
- 東広島市教育委員会「東広島市の酒蔵-東広島市〈西条町・志和町〉の酒蔵及びその他建造物調査報告書」2013
- 東広島市教育委員会「東広島市の歴史と文化の魅力を紹介するファクトブック」2018
- 東広島市「かもしだす東広島の魅力-東広島市観光総合戦略」2018
- 東広島市「比類なき酒蔵集積地」2018