

2020
Vol.29
関門地域研究

若者定着
歴史資源の活用

はじめに

北九州市立大学と本学とで行ってきた「関門地域共同研究会」は、1994年の発足から25年が過ぎました。これまでの間、学术交流では、名の通り「関門地域」に関連する様々な角度からの共同研究を行ってきました。この25年という節目となる年に、元号も「平成」から「令和」へと変わり、改めて共同研究の歴史という点を振り返ることも必要かと感じています。

関門地域における研究テーマは、非常に多岐にわたっていますが、関門地域の現状や実態の把握、そこで生じている問題や課題、そしてそれらを解決する方法（施策やアプローチ方法）等については、他の地域分析や事例研究成果からのフィードバックプロセスがあっても良いのではないかと考えています。つまり、他の地域における分析や研究を通じて、関門地域への最善策を講じる手立てや提案として実現させるということです。

さて、本年度の関門地域研究のテーマは、「若者定着」と「歴史資源の活用」となっています。前者の研究背景の1つに地方都市への若者の定着率の低さが挙げられます。今回の研究課題の「関門地域におけるCOC+事業の効果と検証」は、まさにタイムリーなテーマと言えるでしょう。文部科学省の補助事業「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）」に採択された北九州市立大学では、数年前より地域で活躍する人材育成を行うと同時に地域への定着促進を目的としたプロジェクトを推進してきました。本研究では、若者の地元就職率の向上、学卒者の地元定着を促進するために産官学連携体制の強化や持続可能な事業展開のモデルの構築についての効果と検証を行っています。なお、本学も参加校としてキャリアセンターを中心に事業推進に取り組んできました。

後者のもう1つの研究課題名は、「関門地域における伝統産業・文化のまちづくりに関する地域的価値の創造についての研究」になります。研究背景には、日本全国各地域が保有する資源がはたして有効活用されているのかという問題意識があります。時代とともに地域資源は保有するだけでなく「創造する」ことが必要になってきています。そこで、本研究では、地域が保有する歴史資源の活用を伝統産業やまちづくりの観点からアプローチしています。

最後に、関門地域共同研究会は、北九州市立大学と本学とで毎年交互に主宰を交代しながら続けてきました。毎年開催している報告会ですが、本年度の開催場所は、本学キャンパス内を予定しています。市民の皆様におかれましては、大学キャンパス内での開催ということで気軽にご参加いただけますよう、何卒よろしくごお願い申し上げます。

2020年3月

2019年度 関門地域共同研究会会長
下関市立大学附属地域共創センター長
柳 純

目 次

第 I 部 若者定着

COC+事業の成果と課題

北九州・下関地域における若者の地元定着をめざした取り組みの評価

(内田 晃)

1	はじめに	1
2	5年間の事業実績	1
	(1) 地域愛を醸成する事を目的とした教育プログラムの提供	2
	1) 地域志向科目の提供に至った背景	2
	2) 北九州市立大学における地域科目の開講	3
	3) 他大学における地域志向科目の実施状況	5
	(2) 学生と企業をつなぐマッチング	6
	1) 地域企業の認知度	6
	2) 学生と地域企業をつなぐ接点の創出	7
3	数値目標の達成状況	9
4	事業協働機関による自己評価	11
	(1) 施策の評価	11
	(2) 定量的な目標の達成状況についての評価	12
	(3) 総合的な評価	13
5	まとめ	14

若者の地域定着の実態と COC+ 事業～愛着と就職意思を中心に～

(柳 永珍)

1	はじめに	15
2	若者人口の実態	15
3	若者人口の流出の要因	17
	(1) 地域への愛着	17
	(2) 若い世代の就職意思	18
4	若者の地域への就職意思と愛着度の変化	19
	(1) 地域への愛着	20
	(2) 就職意思の増加	22
5	おわりに	25

第Ⅱ部 歴史資源の活用

下関市における小規模酒造業者の経営展開—下関酒造を事例として—

(三科仁伸・難波利光)

はじめに	29
1 アルコール市場の動向と清酒消費	29
2 下関酒造の経営展開	30
3 地域ブランドを活用した商品開発	32
4 下関酒造の近年の取組み	33
おわりに	36

第Ⅲ部 2019年度関門地域共同研究会 成果報告会

シンポジウム「関門地域における“文化財を活かした地域活性化”の可能性」開催記録	39
---	----

第 I 部 若者定着

COC+事業の成果と課題

北九州・下関地域における若者の地元定着をめざした取り組みの評価

COC+事業の成果と課題

北九州・下関地域における若者の地元定着をめざした取り組みの評価

北九州市立大学地域戦略研究所教授 内田 晃

1. はじめに

地域で活躍する人材の育成を通じた地方創生事業を展開するため、北九州市と下関市の13大学・高専、3自治体、3経済団体の参画のもと平成27年度より「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（通称：COC+事業）」に北九州市立大学が主幹校となって、取り組んできた。北九州・下関両市の人口は、昭和53年の139万人をピークに減少が続き、特に社会減少数は大学卒業時に当たる20～24歳の層が全体の約1/4を占め、若者の域外流出が顕著である。そこで、学生の北九州・下関地域への就職率を平成31年度に10%ポイント上げて（対H26年度）34.2%へと向上することを目標に掲げ、平成28年度からは事業展開スペース「まなびとJOBステーション」を設置し、地域や地元企業・産業の魅力を学び・体感することができるワークショップ、座談会、セミナー、講座などを随時行ってきた。また各大学においては地域への愛着やシビックプライドの醸成、地域産業の特性や地元企業に対する理解の促進を目的とした「地域科目」を開設するなど、学生の地域定着を促すことを目的とした様々なプログラムを展開してきた。

本稿ではこの5年間の実績を振り返り、関門地域に本事業が果たしてきた効果を考察することを目的とする。

2. 5年間の事業実績

『北九州・下関まなびとぴあ』は図1及び図2に示すように、北九州市、下関市内にある13教育機関（12大学、1高専）、3地方公共団体（北九州市、下関市、福岡県）及び3経済団体（北九州商工会議所、下関商工会議所、北九州活性化協議会）が事業協働機関となって、必要に応じて地域内の企業や高校などが都度参画して、地域で活躍する人材の育成を行うとともに、本地域への定着を促進するための各種プロジェクトを推進してきた。数値目標としては、事業協働地域への地元就職率を平成26年度（事業開始前年度）の24.2%から平成31年度（事業最終年度）の34.2%まで10%ポイントアップすることを示すと共に、その他、事業協働機関へのインターンシップ参加者数（平成26年度：577人→平成31年度：800人）、事業協働機関からの寄付講座数（平成26年度：14講座→平成31年度：70講座）、事業協働地域就職者数の雇用増加数（5年間で累計371人）、事業協働機関雇用創出数（5年間で累計37人）の4つの指標が提示された。

本節では、これまでの5年間で実施されてきた主な事業について、①教育プログラムの提供、②学生と企業とのマッチング、③その他、以上の3項目で整理する。

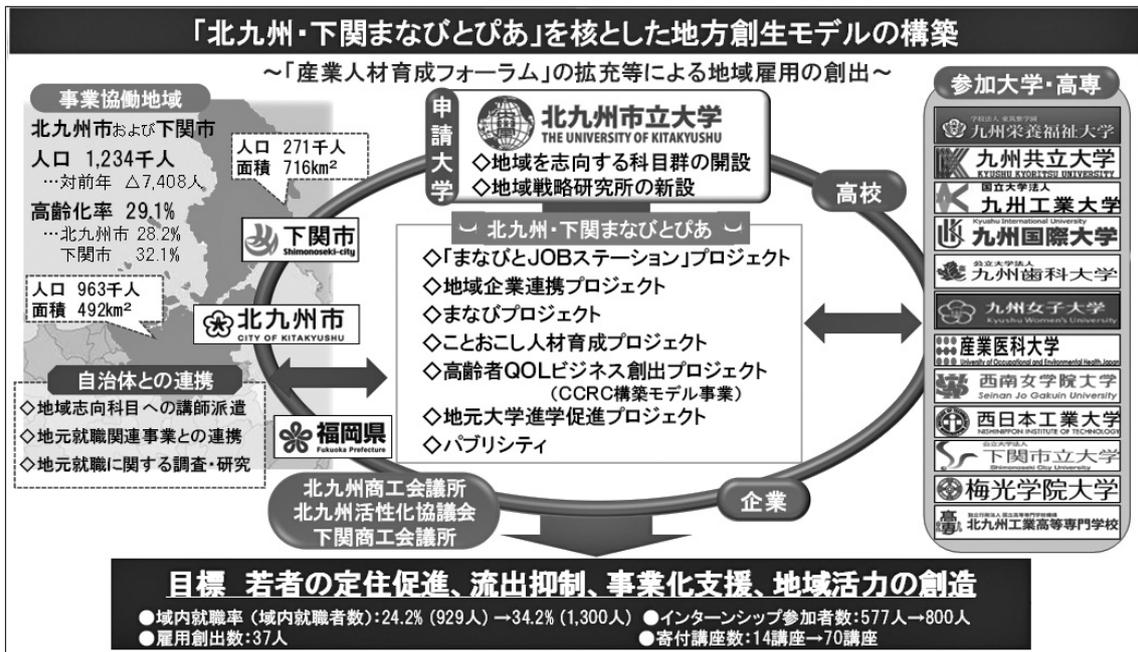


図1 『北九州・下関まなびとぴあ』の事業概要図

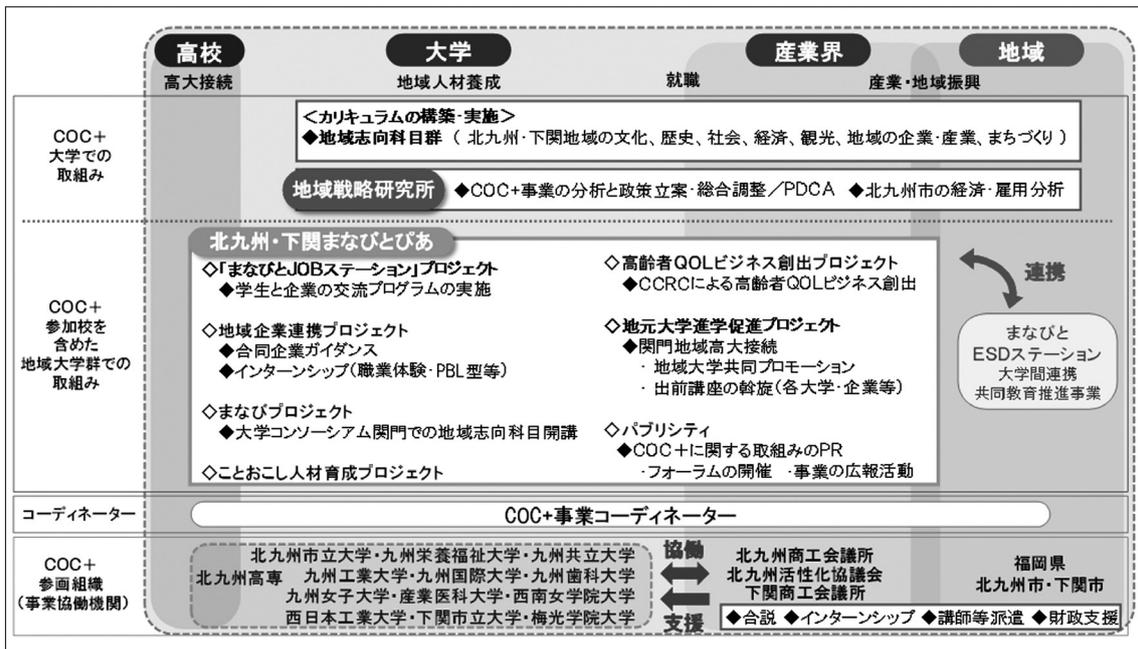


図2 『北九州・下関まなびとぴあ』の連携図

(1) 地域愛を醸成する事を目的とした教育プログラムの提供

1) 地域志向科目の提供に至った背景

平成28年度に学生約3,000人を対象として実施したアンケート調査⁽¹⁾では、北九州・下関地域への愛着の有無について、受験・入学時には「とても愛着がある」と「やや愛着があ

」を合わせた『愛着派』は全体の約3分の1にあたる35.3%であった(図3左)。本地域以外の出身者のみを見たところ、『愛着派』はわずかに17.5%と2割にも満たなかった(図3右)。同様の調査は以後も経年的に実施してきたが、平成30年度調査では33.4%(全体)、14.4%(他地域出身者)、令和元年度調査では36.0%(全体)、16.2%(他地域出身者)と大きな変化はなかった。

このように、受験・入学時のイメージは決して高いとは言えず、特に他地域出身者の愛着度はかなり低いと言わざるを得なかった。地域企業への就職により若者定着を増やしていくには、受験・入学時には低い地域への愛着を、就職活動期に向けて段階的に高めていくことが必要不可欠であり、そのためには学生時代に地域の事を多角的に学び、理解を深めることが求められていた。

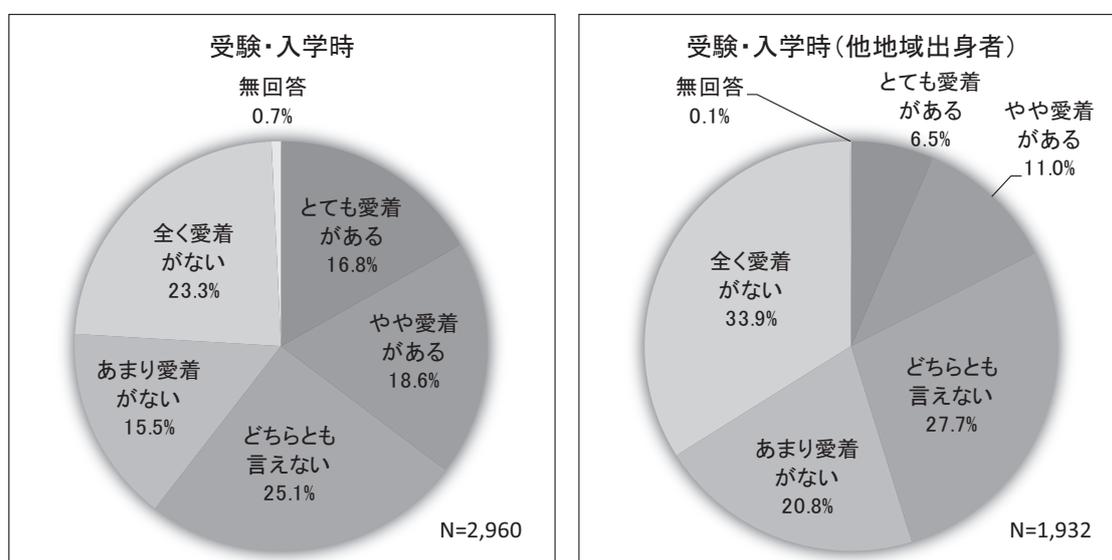


図3 受験・入学時の愛着度(左:全学生、右:他地域出身の学生)

2) 北九州市立大学における地域科目の開講

事業の検討段階時点において、地域の様々な事象を学ぶいわゆる「地域志向科目」は各大学で提供されていた。幹事校である北九州市立大学においても、文学部や地域創生学群においてこのような科目が開設されていたが、全学部横断的、体系的に位置づけられたものではなかった。そこで、学生自身の学習・生活の地である北九州・下関地域の魅力を知り、地元企業に対する理解と関心を向上させることで、自らのキャリア形成について考えることを目的とした教育プログラム「地域科目」を平成28年度より新たにカリキュラム内に位置づけた。対象となったのは北方キャンパスにある全学部(地域創生学群を除く)の平成28年度以降の入学生で、選択必修科目として6科目を配置し、2単位以上の修得を義務付けた。その後、平成31年度からは既存の6科目を新たに地域科目として位置づけ、選択できる科目数を大幅に拡大し、表1に示すような全12科目を配置した。

表1 北九州市立大学で開講している地域科目

年次	学期	科目名	科目概要*
1年次	1学期 (前期)	地域の社会と経済	北九州・下関地域の社会的・経済的特性について様々な観点から学び、理解を深める事を通じて、地域の課題を発見し、何をすべきか、自らの意思で考えることを目指す。
		地域の文化と歴史	北九州・下関地域のあゆみ、及びその過程で生まれた地域における様々な文化に関して、基本的な事項を学ぶ。地域への関心・愛着を深めるとともに、地域の特長や課題を分析・考察するきっかけをつかむことを目指す。
		地域と国際	北九州地域の企業や公的機関(市役所など)が海外展開についてどのように取り組んでいるのか、企業や公的機関から海外事業に携わっている担当者を招聘し、国際化の実状を話して頂き、学生との間で意見交換を行う。
		地域防災への招待	防災の基礎知識及び自治体の防災体制・対策等を学ぶことを通じ、学生自身の防災リテラシーと地域での活動能力を向上させることを目的とする。
		地域特講A	多様な情報メディアが錯綜する現代における「新聞」について学び、情報を評価・識別する力を身につけることを目的とする。同時に、「新聞」を通して現代社会の諸側面について理解を深めることも目指す。
	2学期 (後期)	地域のにぎわいづくり	北九州・下関地域の社会的・経済的特性について様々な観点から学び、理解を深めることを通じて、地域の課題を発見し、何をすべきか、自らの意思で考えることを目指す。
		都市と地域	都市と地域という概念の多様さを学びながら実際の事例を通して都市・地域の形状、規模、その成り立ちを考察する。また、その延長として都市・地域間の係わりを社会、経済、交通などの視点から分析する枠組みや手法を紹介する。
		地域の達人	「もうひとつの名刺を持つ」というコンセプトの下、会社組織やNPO法人などで仕事として社会貢献・地域貢献活動を行っている方、会社やお店を営んでいる方などをお招きし、活動内容、活動のねらい、社会的意義、成果、将来ビジョンなどをお話し頂く。
		地域特講B	(2019年度未開講)
	2年次	1学期 (前期)	北九州市の都市政策
2学期 (後期)		まなびと企業研究Ⅰ	北九州・下関地域の企業、団体について現状、課題、展望を認識し、考察することで理解を深める。特に様々な業界の地域づくり、まちづくり、地域貢献といった分野についての事業や取り組みに焦点を当てる。
3年次	1学期 (前期)	まなびと企業研究Ⅱ	北九州市や下関市の企業団体を視野に入れた、就職活動のプランニングを目的とする。両市の企業団体をリサーチしながら、代表的なキャリアに関する理論やモデルを学び、大学時代の活動を自らのキャリア形成に繋げる。

※授業概要はシラバスから抜粋して記載

3) 他大学における地域志向科目の実施状況

①九州共立大学：「地域創造実習」

九州共立大学では経済学部地域創造学科を2019年4月に新設した。同学科が開講した「地域創造実習」では、地域の諸問題とその解決方法について考察する課題解決型の授業を展開している。同科目では、自治体やボランティア団体で行われる地域活動などを通じて、地域の現状や課題について理解を深め、さらにそれを踏まえて専門科目で学んだことを基に自ら考えて課題解決を図っていくことを目的としている。具体的には「まちづくりの推進」、「国際社会への貢献」、「地域の子育て支援」、「地域の学びの支援」の4つの領域に分かれて活動をした。初年度は「折尾まつり」、「折尾イルミネーション」、「オリオンピック」、「水巻町国際交流ウォーク」、「子ども笑店街」、「地域安全マップづくり」、「コミュニティラジオ番組制作・放送」などのプロジェクトに学生40人が関わった。

②九州国際大学：「キャリアプラン実践」

九州国際大学では現代ビジネス学部地域経済学科を2017年4月に新設した。学部3年生秋学期に開講している「キャリアプラン実践」では、1・2年生で積み上げた就職活動に必要な知識をベースに、業界研究や履歴書の書き方、面接対策など、さらに実践面に特化した内容で就職活動をサポートしている。その中でも、あまり知られていない地元優良企業やB to B企業の魅力と会社の強みを授業の中で積極的に紹介している。2019年度は、株式会社タカギの採用担当者を授業に招き、企業研究を行った。北九州市で活躍されている製造業の取り組みを知るきっかけとなり、他の製造業への関心を高められる貴重な授業となった。

③西日本工業大学：「北九州学」

西日本工業大学では、地域志向科目として工学部で「京築学」、デザイン学部で「北九州学」を開講している。このうち小倉キャンパスにあるデザイン学部で開講された「北九州学」は、北九州市の文化・歴史的な背景や北九州市が置かれている状況を、学生が正確に把握することを目的としている。北九州市役所(財政局、産業経済局、港湾空港局、市民文化スポーツ局、建築都市局、保健福祉局等13名)の中堅職員の方々による講義をオムニバス形式で開講し、北九州市を幅広い視点から俯瞰することによって、北九州市を理解する一助とする。

④下関市立大学：「キャリアデザインⅠ」等

1年生を主対象としたキャリア教育科目「キャリアデザインⅠ」及び3年生を対象とした就職活動支援のための「就職基礎講座」では、下関市役所と連携して若者の地元就職支援事業に取り組んだ。具体的には地元就職に役立つ情報を発信するスマートフォンアプリ「しものせき job net」、奨学金返還の負担軽減、市内中小企業の新卒採用支援のための制度「下関市奨学金返還支援補助金制度」などの紹介を行った。

(2) 学生と企業とをつなぐマッチング

1) 地域企業の認知度

学生が北九州・下関地域へ定着する上で障害となっていたと考えられたのが、いかに学生が地域の企業の事を知らないかということであった。北九州・下関地域には世界的な企業や、特定の製品の対世界、対国内シェアが有数の企業が数多い。それにも関わらず、その会社の本社所在地どころか、どのような製品・サービスを提供しているかさえ知らない学生が多いという状況であった。一方で、学生の企業認知度が低いと言いつつも、実際に数値化された調査等は皆無であったことから、平成 29 年度に学生約 5,000 人を対象として企業の認知度調査⁽²⁾が実施され、以後令和元年度にかけて 3 年間同様の調査が実施された。対象とした企業は北九州・下関地域に本社のある企業で、業種や知名度等のバランスを考慮して学年毎に各 20 社（北九州：15、下関：5）、合計 60 社が選定された。回答のあった 1～3 年生までのすべてを平均した認知度は、企業名が 30.8%、業務内容や製品が 22.1%、本社所在地が 12.3%であった。企業名を知っている学生はわずかに 3 割で、業務内容や製品、本社所在地に至っては認知度が極端に低いという現状が浮き彫りとなった。

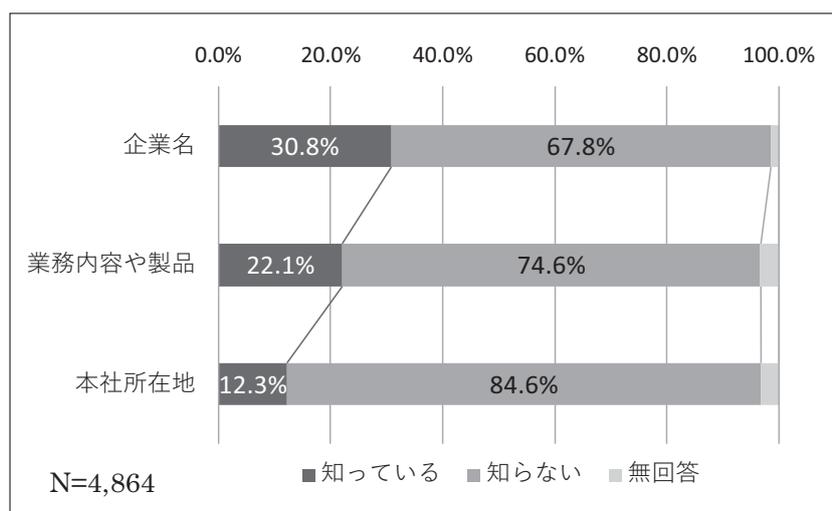


図 4 企業の認知度

以後の調査においても認知度は平成 30 年度（企業名：29.0%、業務内容や製品：20.1%、本社所在地：11.9%）、令和元年度（企業名：30.0%、業務内容や製品：21.4%、本社所在地：13.1%）と同様の傾向にあった。

以上の結果からも分かるように、学生にとって地域の企業は世界的なシェアを誇る衛生機器メーカーや、日常的に利用している食品スーパーなど一部を除いては全く馴染みがなく、特に製造業に代表される B to B 企業は認知度がゼロに等しいという状況であった。地域への定着を図るためには、就職先としてまず地域の企業を認識し、さらに理解してもらうという必要性に迫られていた。以上のような背景から本事業では、学生と地域企業と

をつなぐ様々な取り組みを展開していった。

2) 学生と地域企業をつなぐ接点の創出

これまでは学生と企業との接点としては企業合同説明会や就職フェアなど企業対多勢の学生という図式で成立するイベントが主であった。また時期も就職活動に合わせて実施され、1・2年生という低学年次から企業と触れ合う機会は少なかった。前述したように学生が地域企業の事を知らなさすぎるという現状を踏まえ、本事業では学生と地域企業とをつなぐ様々な機会を創出してきた。以下、実施した代表的な事例を整理する。

①就活ワークカフェ

就活ワークカフェは、地域の企業の魅力や可能性、地域で働くことについて理解を深め、関心を高めていくことを目的とした学生と企業の交流プログラムである。就職活動時の説明会とは違い、参加学生は90分間で業種や規模などの異なる会社のテーブルを回り、当該参加企業の関係者と様々な対話を行うものである。対話を促進するため、学生は私服での参加とするとともに、飲み物や菓子等を交えるなど、リラックスした雰囲気を演出してきた。本音ベースでの会話を引出し、相互理解を深めることで、参加学生のその後の就活段階における企業選択に対する意識・行動の変容を企図している。このような企業との座談会スタイルの他、セミナー形式で地域の企業や産業の特性について学ぶ業界・職種研究、就職活動に関するスキルを培う「HOW TO 講座」など、平成27年度は全7回、平成28年度は全23回開催した。参加前にその企業の事を「漠然としか知らなかった」、「全く知らなかった」という状況から「知っている」、「もっと知りたい」という状況に意識変容し、将来的に進路選択をする際、本地域も視野に入れて活動するという学生も見受けられた。興味の有無に関わらず、数社と対話する時間を設けたことで地域企業へ関心を持ち、地域企業が就職先の選択肢に挙がるという状況を生じさせる仕組みを構築できたという点で評価できる。



写真1 就活ワークカフェの様子

②キャリアサポーター制度

地域活性化のためには、若者が地域で活躍することが重要である。一方で、これまでは学生が地域に就職し、そこで働き、暮らしていく具体的なライフプラン、将来像をイメージできていないというような現状があった。そこで、地域の企業・団体から若手・中堅社員をご推薦頂き、「キャリアサポーター」として登録する制度を新たに構築した。

キャリアサポーターは学生のキャリア形成を支援するという観点で、学生と接する様々なイベントにおいて、学生の相談に乗り、また企業の魅力を発信する。その一つの取り組みとして第1回の「学生&キャリアサポーター交流会」を平成30年12月12日に実施し、学生29名、キャリアサポーター16名、ファシリテーター2名の参加があった。翌、令和元年10月9日に開催した第2回には学生59名、キャリアサポーター39名、ファシリテーター3名の参加があり、規模は前年と比較すると大幅に拡大した。参加した学生からは「企業のリアルなお話を聞くことができ、働くというイメージができたので、参加してよかった」「ベンチャーの方のお話は視点がほかの会社とは違って新鮮だった」「1年生で参加したが、これからの大学生活にすごく役に立った」など、前向きな意見が上がっていた。

令和元年度の交流会の開催にあたっては、キャリアサポーターとしてのスキル醸成とキャリアサポーター同士の意識共有を目的として、初任者研修を1回及び事前検討会を2回実施した。初任者研修では、大学生の就職状況、企業から見た就職状況、傾聴の基礎（傾聴技法、コミュニケーションワーク、キャリアカウンセリングの基礎）について学び、グループディスカッションとして交流会のテーマ検討を行った。このように、交流会での成果以前に、キャリアサポーター自身の意識改革にもつながっているという点で、大きな効果を与えていると言える。



写真2 学生&キャリアサポーター交流会の様子

③業界マップ

北九州市立大学では平成28年度から4箇年にわたって、「学生による学生のための北九州・下関地域業界マップ」を作成した。これは北九州・下関地域の企業についての理解

を促進することで、キャリア形成に資するとともに、就職後もビジネスに役立つ企業情報ブックとして活用できるものを作ることを目的としたもので、毎年約20名の意欲的な学生が参加した。初年度は本地域を拠点とする会社を3社（新日鐵住金（当時）、安川電機、TOTO）と、10業界（自動車、環境、その他製造業、情報サービス、金融、不動産、食品、百貨店・スーパー、ホテル、運輸）を取り上げた。その後、掲載する業界を順次追加していき、令和元年度までに7業界（建設業、中食・外食産業、メディア、卸売・商社、教育、医療・福祉、公的機関）が加わった。毎年約3,000部を発行し、就職活動を控えた3年生を中心に配布してきた。プロジェクトに参加した学生からは、「作業を通じて地域企業への理解が深まった」「自分たちの志望業界絞り込みにも役立った」などの意見が聞かれた。また、このマップを読んだ地域の学生の多くが、北九州・下関地域の業界、企業についての認識を深め、地域企業を知ることによって一定の効果があったと期待される。



図5 北九州・下関地域業界MAPの表紙（左：2017年版、右：2020年版）

3. 数値目標の達成状況

全国各地で採択されたCOC+事業であるが、その共通の到達目標として設定されたのが「地域への就職率」である。本地域では地域就職率の目標値として平成26年度（事業開始前年度）の24.2%から平成31年度（事業最終年度）の34.2%まで10%ポイントアップすることが示された。では実際に成果がどうであったかを振り返ると、図6に示すように平成26年度の24.2%から平成27年度には21.9%と2.1%ポイント下がった。その後

も大きくは伸びず、微増に留まり、最新の平成30年度卒業生の地域就職率は23.2%と目標値である34.2%には依然として10%ポイント程の差がある。平成26年度以降、我が国の経済状況が活況であることから、就職活動も売り手市場が続いている。東京や大阪といった大都市圏に就職する学生が多くおり、その傾向がここ数年も継続しているのが大きな原因であると言える。

一方で図6にも示すように、地域就職者数は一貫して伸びている。平成26年度は929人であったのが平成30年度は1,028人と99人増加した。景気の後押しによって就職者数自体が増加していることから「地域就職率」は伸び悩んでいるが、実数として着実に伸びていることは評価できるのではないかと。

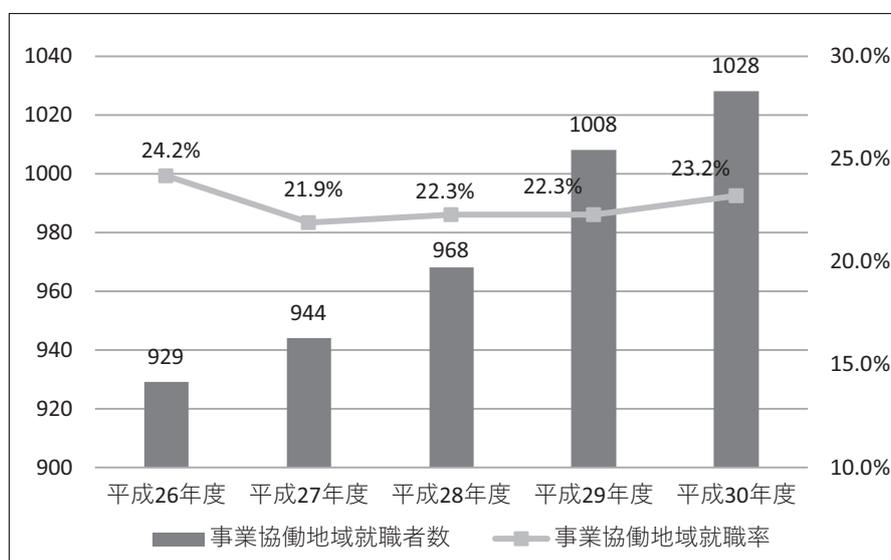


図6 本地域への就職者数と就職率の推移

地域就職率については、当初達成した目標値に届かないことはほぼ確実であり、数値のみを見ると非常に厳しい評価をせざるを得ない。一方で、本地域を取り巻く社会環境の影響も少なからず受けていたことも否めない。本地域は首都圏や福岡市への人口流出に歯止めがかからず、社会減である。また少子高齢化の状況が他地域よりも先行していることから自然減にも直面している。図7に示すように、本地域の平成26年度の20-24歳の人口を100とすると、平成30年度は97.3となり、2.7%ポイント減少している。一方で地域就職者数は110.7と1割以上増加しており、北九州市立大学のみの数値を見ると、135.4となっており3割以上も増加している。地域全体の人口が減少し、また特に若者の人口が流出傾向にある中で、地域就職者数が大きく増加している点は大きな成果と言えるのではないかと。地域就職率の観点では残念ながら目標値を達成することはできなかったが、本地域における若者の定着という目標には一定の貢献ができたと言える。

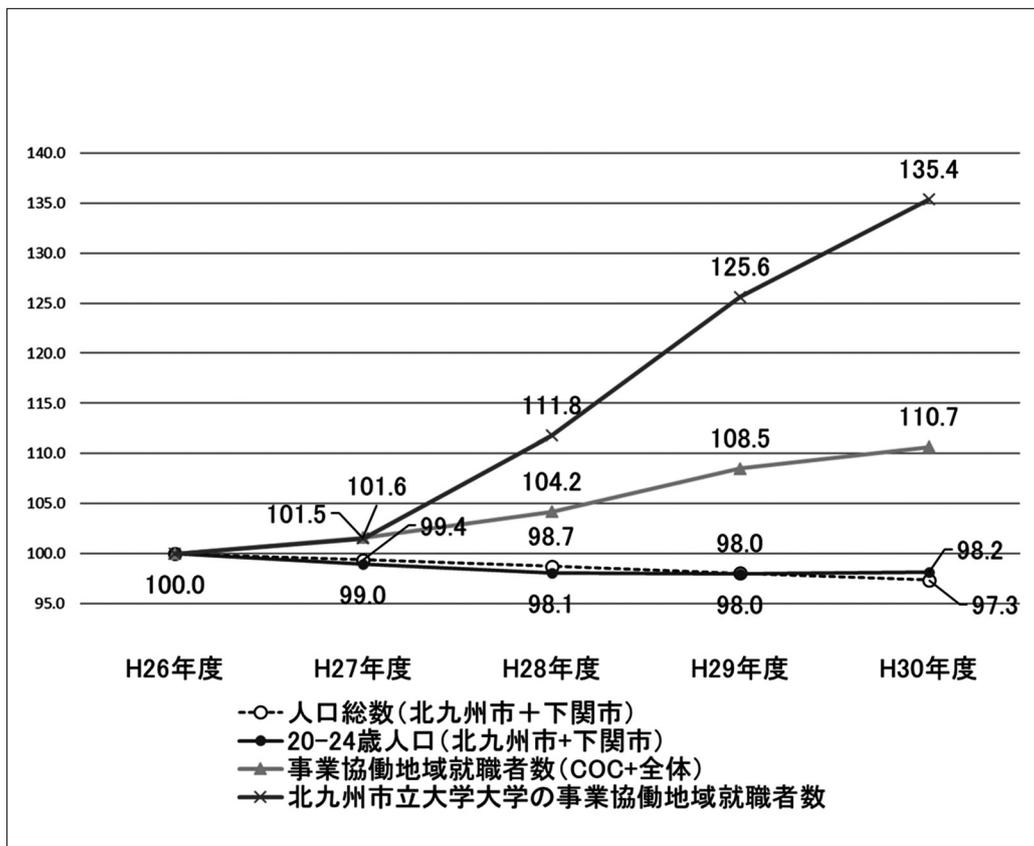


図7 本地域の人口と地域就職者数の推移

4. 事業協働機関による自己評価

『北九州・下関まなびとぴあ』の事業協働機関である19機関に対して、これまでの5年間で実施してきた様々な施策、及び定量的な達成目標の達成状況等について、その満足度を問うアンケート調査を令和2年1月に実施した。調査は各機関に対して記名式の調査票をメールで送付し、直接添付ファイルに記載し返信してもらう形式で実施した。なお回答期限までに17機関から回答を頂いた(回答率:89.5%)。本章ではその結果を分析し、各機関がCOC+事業についてどのように評価しているかについて考察する。

(1) 施策の評価

これまで実施された主な事業について、各機関における満足度を5段階評価で聞いたところ、図8に示すように「大いに満足」「やや満足」を合わせた『満足派』が最も多かったのは「企業と学生との接点の創出(94.1%)」で1機関を除いた全ての機関が「大いに満足」もしくは「やや満足」と回答していた。以下「企業の人材育成(76.5%)」「まなびとJOBステーション(76.5%)」が並んでいる。「地域を学ぶ教育プログラムの展開(64.7%)」は他の施策と比較するとそれほど高くはなかったが、地域科目等を実施していない大学の評価が低かったためだと推察される。教育機関以外の5機関からの評価は総じて高かった。

また、「高齢者 QOL ビジネス創出プロジェクト (41.2%)」の満足度低かったが、当事業が九州歯科大学、西南女学院大学、西日本工業大学の3機関のみによる実施であったため、「どちらとも言えない」「分からない」と回答した機関が多かったためである。いずれの施策も「やや不満」「大いに不満」という回答はなかったことから、各機関がこれまでに実施してきた施策に対しては一定の評価をしているものと言える。

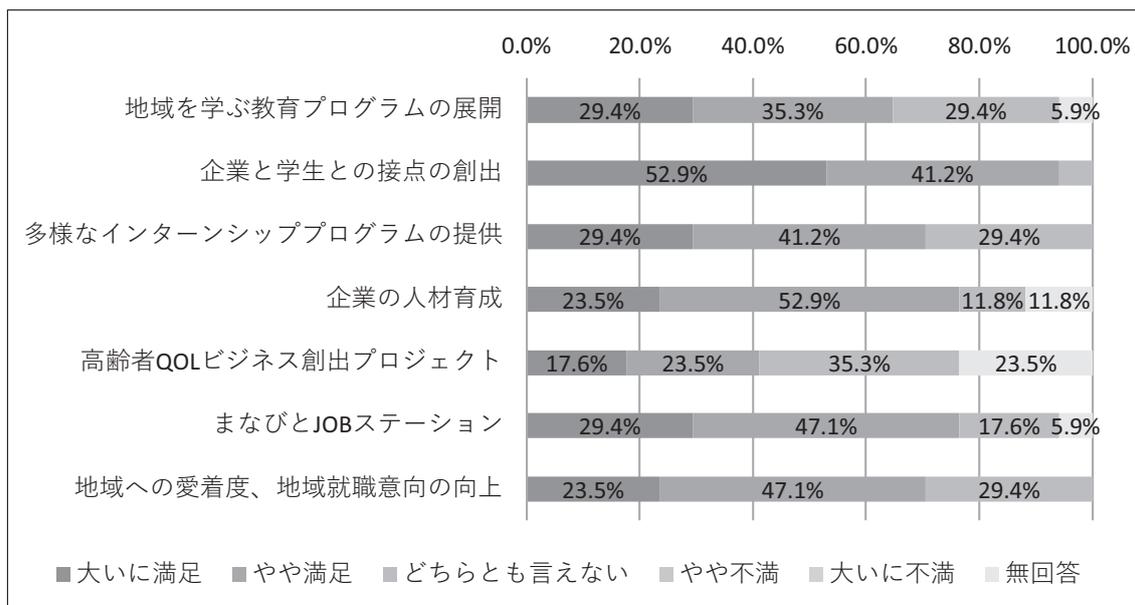


図8 施策に対する評価

(2) 定量的な目標の達成状況についての評価

事業開始時に設定された定量的な達成目標について、平成30年度末時点での数値を示した上でその満足度を聞いたところ、図9に示すように「大いに満足」「やや満足」を合わせた『満足派』が最も多かったのは「インターンシップ参加者数 (82.4%)」で、1機関を除くすべての機関が「大いに満足」もしくは「やや満足」と回答していた。インターンシップ参加者数は当初目標値が750人であったのに対し、平成30年度の事業協働機関へのインターンシップ参加者数が866人と目標値を100人以上上回ったことが高評価につながったものと考えられる。次いで高かったのが「寄付講座数 (70.6%)」で、こちらも目標値の70講座に対して、平成30年度の事業協働機関からの寄付講座数が90講座と20講座上回っていた。一方で数値目標として第一に掲げられている「地域就職率」であるが、平成30年度卒業生の地域就職率は23.2%となっており、目標値の31.2%に対して大きく差があることから、各機関による満足度は軒並み低く、「やや不満」と回答したのは5機関 (29.4%) と最も低い結果であった。「地域就職率」「地域就職者数」とともに「大いに満足」と回答した機関はなく、数値目標に到達していないことに対しては非常に厳しい評価結果であった。

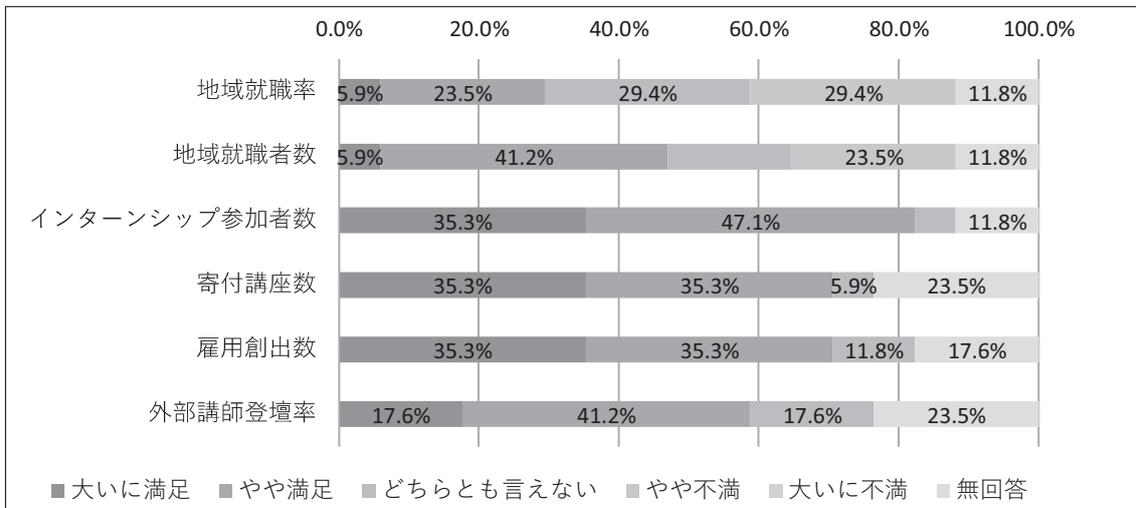


図9 定量的な目標の達成状況に対する評価

(3) 総合的な評価

事業全般の満足度について聞いたところ、図10に示すように「大いに満足」と回答したのが5機関（29.4%）、「やや満足」が10機関（58.8%）となっており、「どちらとも言えない」と回答した2機関を除いた全機関が高い評価をしている。地域就職率が数値目標に達する可能性が低いにも関わらず、地域就職者数の増加やインターンシップ参加者数等の数値目標をクリアした項目があることなどから、一定の評価を下しているということが分かる。

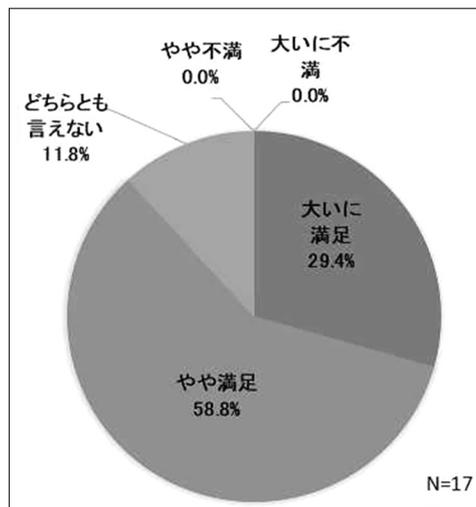


図10 事業全般の満足度

一方で、自由記述からは課題等も指摘されている。例えば教育プログラムに関しては、コンソーシアム関門の参加大学は限定的であり、事業協働機関である参加校が連携して地域を学ぶ科目がなかったことが残念だという意見があった。またインターンシップに関し

ては、受ける側の学生の姿勢にも企業の受け入れ態勢にも不備が残り、必ずしも成功した取り組みとは言えなかったという指摘や、参加校には医療・看護系の大学も複数あることから、地域包括ケアという観点を考慮したインターンシップがあっても良かったといった今まではあまり取り組みのなかった分野での新たな展開についての意見もあった。

全体的な意見としては、地域活性化のために若者が定着できる環境の整備は今後も必要であろうから、本事業の大きな目標であった地元就職率の向上は今後も取り組みとして求められる、という指摘があった。また、今回の種々の事業展開では企業そのものが、受け身の姿勢であったような気がすることから、本地域の企業がもっと地域活性化のために何ができるのかを熟考し、声を上げてほしいといった要望も上がっていた。

以上のように、事業を実施してきた事業協働機関からは一定の評価がなされている一方で、教育機関、行政機関、経済団体それぞれの立場からの反省点に基づき、今後の展開が見据えられていた。継続的に若者定着に向けた取り組みを推進していくことが求められる。

5. まとめ

本論では、COC+事業に採択された『北九州・下関まなびとぴあ』の5年間の事業実績を振り返り、さらには到達目標の達成度の検証、事業協働機関による自己評価結果等から事業の成果と課題を考察してきた。好景気を背景とした就職環境の良さから、当初設定した地域就職率34.2%という数字の達成は困難な状況である。しかしながら各大学での地域科目等の教育プログラムに大きな変革をもたらした事、またそれが学生の地域愛の醸成に貢献した事、学生と企業とをつなぐキャリアサポーター制度や様々なマッチング事業、業界マップの作成などによって、学生と地域企業の距離感は狭まり、確実に地域企業の認知度は向上した。これらは当事業の大きな成果として評価できる。この5年間で各事業協働機関は地域就職促進の意識が芽生え、その足掛かりができたのではないか。今後はその蓄積を土壌として、さらなる若者定着へ向けた促進策を講じていくことを期待したい。

<注釈>

- (1) 平成29年1月中旬から下旬にかけて、事業協働機関である13大学・高専のうち産業医科大学を除く12機関の1年生（北九州高専は2年生）を対象として、授業時間内で配布、回収を行った調査。有効回答数は2,960であった。
- (2) 平成29年9月から11月にかけて、事業協働機関である13大学・高専の1～3年生（北九州高専は2～4年生）を対象として、授業時間内で配布、回収を行った調査。有効回答数は4,864であった。

<謝辞>

事業協働機関である各大学・高専、並びに両市、福岡県、両商工会議所、北九州活性化協議会の関係者の皆様には事業推進期間中、様々なアンケート調査等にご協力を頂きました。ここに記して、感謝の意を申し上げます。

第 I 部 若者定着

若者の地域定着の実態とCOC+事業
～愛着と就職意思を中心に～

若者の地域定着の実態と COC+ 事業 ～愛着と就職意思を中心に～¹⁾

北九州市立大学地域戦略研究所特任講師 柳 永珍

1. はじめに

地域創生の一環である COC + 事業は、2016 年度から事業展開スペース「まなびと JOB ステーション」を設置し、地域や地元企業・産業の魅力を学び・体感することができるワークショップ、座談会、セミナー、講座などを随時行ってきた。また各大学においては地域への愛着やシビックプライドの醸成、地域産業の特性や地元企業に対する理解の促進を目的とした「地域科目」を開設するなど、学生の地域定着を促すことを目的とした様々なプログラムを展開してきた(内田, 2018: 17)。

2 章で具体的に後述するが、北九州市の人口減少は 40 年近く続いている課題であり、特に若い人口の減少が懸念されている。北九州市は様々な政策を通じて取り組もうとしているが、なかなか改善されていない課題でもある。これは下関地域においても大きく変わらない。1978 年北九州市と下関市の人口は 139 万に達したが、現在はずっと減少が続くだけで、特にこの流出の 1/4 は 20 ～ 24 歳の若い世代である。COC+ 事業は、このような若い世代を中心とする人口減少が続く中、地域創生の一環として始まった事業といえる。この短いペーパーは、COC+ 事業の主対象である若年人口の現状について北九州市を中心に簡略に検討し、地域への就職意思と地域への愛着という 2 つの側面から COC+ 事業の効果を確認することを目的としている。

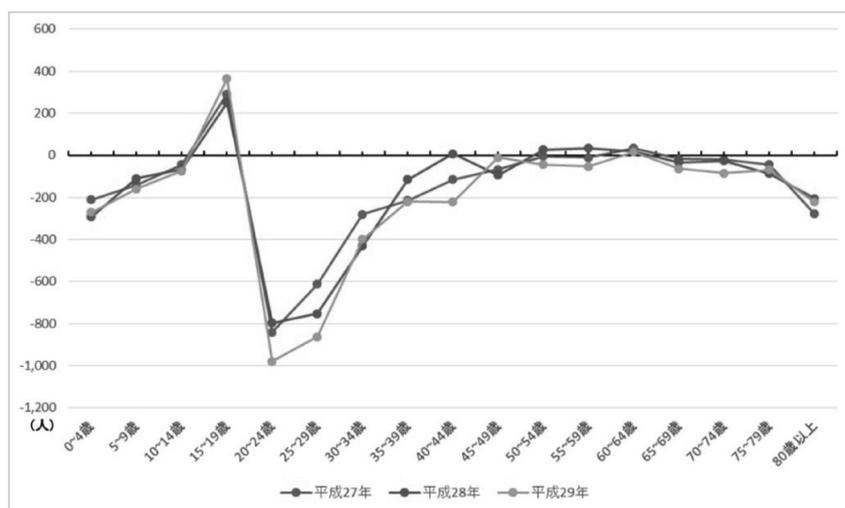
2. 若者人口の実態

北九州の人口減少に対する危機意識は、長年続いてきた地域問題でもある。北九州市の人口減少は国勢調査を基準にした場合、最も人口が多かった 1980 年約 107 万から、継続的に減少が続いており、2015 年には約 96 万まで減少している。現在は 92 万近くまで減少していると予想されている。つまり、毎年約 3 千人の人口が減少したものといえる。日本銀行北九州支店(2007: 10)が施行した北九州市の将来の人口の変動シミュレーションによると、新企業立地による雇用増加と出産、育児補助政策を全て成功的に定着させて 2030 年までに出生率を 1.554 水準に引き続き維持できるという非常に楽観的なシナリオを仮定しても、北九州市の人口は 11.5% が減少し、87 万まで減少すると予測されている。国立社会保障・人口問題研究所(2018)の予測によると北九州市の人口は現在も持続的に減少中であり、このような傾向が続くと、2045 年には 771,168 人まで人口が減少することが予測されている。

地域戦略研究所(2018: 4-5)の北九州市の人口動態に関する調査研究報告書によれば、こうした北九州人口の減少は大きく 2 つのポイントで把握が可能である。第一に、若い世代の継続的な減少である。1980 年の北九州市の 20 代、30 代人口はそれぞれ 151,897 人と 182,135 人だったが、2015 年には 87,871(-42.15%) と 109,076(-40.11%) まで減少した。

第二に、65歳以上の高齢者の継続的な増加である。1980年に92,691人だった65歳以上の人口は2015年には277,120(+198.97%)にまで増加した。このような傾向は、地域の高齢化率を高める結果につながっている。北九州市は1985年、全国の高齢化率を追い越し、1995年からは政令都市20市の中で最も高齢化が深刻な地域と呼ばれている（柳，2015:277）。

北九州市は、こうした状況を打開するための重要な政策対象として若い世代を挙げている。若い世代の流入と地域内の定着は、出産や高齢化の改善はもちろん、長期的には地域の発展潜在力を確保し、都市に活力を吹き込み、地域のレジリエンスを確保するための重要なポイントであると考えられる。〈図1〉のとおり、北九州市の5歳階級別人口の転出入の傾向を見ると、実際に20～24歳、25～29歳の人口流出が最も多いことが把握できる。



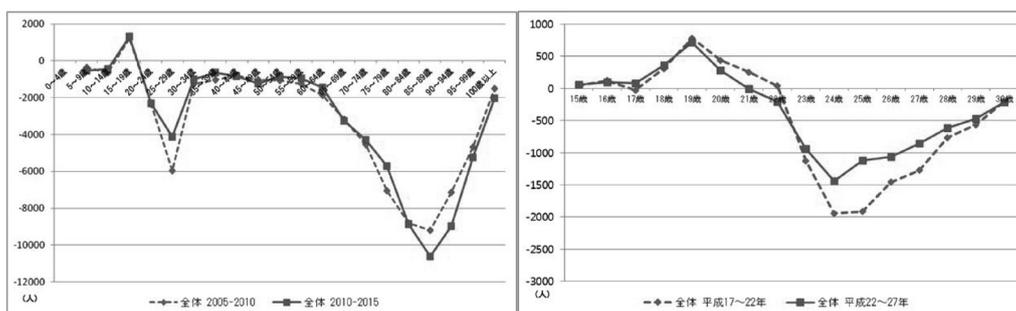
〈図1〉 北九州市5歳階級別人口転出入

出所：北九州市の人口動態に関する調査研究報告書 p.10

北九州市における若い世代の人口変化の様相を具体的に把握するため、コーホート分析 (cohort analysis、追跡分析) により、人口変動の様子を見てみよう。コーホート分析とは、特別な期間内に出生、または調査のテーマにかかわる特性を共有する集団を設定し、その集団の経過を把握する分析方法である。例えば、2010年時点の0～4歳の人口が、5年間全く変化がなかったと仮定すれば、2015年の5～9歳の人口と等しくなるはずである。すなわち、この分析で示される差が持つ意味は、各世代の持つ人口変化の要因ともつながるといえる。先ず国税調査を基準にして北九州市の5歳階級別コーホート分析の結果を見ると、〈図2〉のとおりである。

2000年と2005年、2010年と2015年間のコーホート分析を見ると、15～19歳を除いたすべての年齢で人口が減少していることが把握できる。15～30歳の若い世代だけを1歳階級で分析してみると、15～20歳までは流入があるものの、その他の年齢では流出傾向であることが把握できる。このコーホート分析からすると、北九州市への進学目的で移

住してくる若者層の増加はあるけど、入学年齢以上の年齢層から、正確には卒業を迎える年齢層から減少に転じる状況である。特に23歳から激減している傾向である。自然的な増減による若者層の人口変化はほとんどないので、減少現象は流出に起因していて、23歳から急激な減少の増加という部分は若い世代が卒業と同時に北九州市から転出してしまふことを示唆している。25歳と26歳の増で再び減少傾向が緩やかになるのは、北九州地域内に就職などがきっかけで定着した可能性が高くなる。つまり、非移動人口になる可能性が高いことを反映する。



〈図 2〉北九州市5歳階級(左)と15～30歳年齢層の1歳階級別(右)のコーホート増減

出所：北九州市の人口動態に関する調査研究報告書 p. 7-8

以上のことから、北九州市の若者人口層の増減の様相が進学年齢層を除く全年齢層で発生していることが確認可能であった。そして特に、若者層の増減は進学に該当する年齢層の増加と卒業に該当する年齢層の対比が明確に現われている。[進学年齢層増加<卒業年齢層減少]の関係で、流入した若い世代の人口は相殺され、加えてそれ以上の減少につながっている。類推すると進学による増加が他地域からの流入だとすれば、流入以上の減少という現象は、つまり、地域内から進学した人口も卒業後に一緒に流出してしまっていることになる。COC+事業が対象学生に対して地域に関する情報を発信し、地域内の就職を促進するためのプログラムを含んでいる主な理由も、前述した問題を改善しようとすることに起因すると言えるだろう。

3. 若者人口の流出の要因

本章では、IIで概略してみた若い世代の流出様相を「地域に対する愛着」と「地域内への就職意志」という2つの側面から考えてみる²⁾。

(1) 地域への愛着

地域への定着を担保するための重要な要素は、該当地域への愛着である。最近、まちづくりや地域活性化において注目されている「シビックプライド(Civic Pride)」、「ビレッジプライド(Village Pride)」、「地域への誇り」、「関係人口」などの多数の概念は、共通的に該当地域に対する関心度や参与意志、愛着を強調している。これは定着・移住につながる潜在的な人口層を増加させ、定着した人口においても持続的に地域内の生活に満足感を感じら

れる重要な要素であるといえる。また地域内への就職意思についても、愛着と相関関係かつ選択的親和力(elective affinity)があるといえる。地域に対する魅力を感じて、地域に愛着を持つようになることは地域の産業に対する興味促進および就職意思の高揚に繋がる。

特に人口減少が続いている北九州市としては、地域への定着率を高めるために地域に対する当事者意識と誇りを培っていくことが1つの課題であるため(柳永珍, 2019)、地域への愛着はさらに重要な概念である。

しかし、北九州市に対する若者の愛着は、そこまで高いとは言えない状況である。北九州市の「人口動態に関する調査研究報告書」において、南教授はシビックプライドに関する説明の中で2018年2月に実施された北九州市の「行政評価に関する市民アンケート調査」を引用している。当該調査によると20代から40代において北九州市に誇りや自信を感じる人は50%を下回っており、20代では「感じてない」という答えた人が26%に至っていると説明している。つまり、地域内での居住期間が長くなるにつれて愛着が増加すると推測できる。しかし、若い世代の場合は、相対的に地域内の居住期間が短く、特に前述したコーホート分析からも把握できるように進学を目的とした外部からの転入が多いことも考慮すべきである。経験を通じて「住みよさ」を感じて愛着に繋がるプロセスよりも、「住みたい」地域に行きたいというモチベーションの方がより強く作用する可能性が高いからである。このような部分は、若い世代における地域に魅力要素が何かという悩みに繋がることになる。

北九州市(2012)の「北九州市の若者に対する意識調査」によると、北九州市の都市イメージに対して高齢化(40.5%)、衰退(23.2%)などのイメージが強かった一方、個性的(7.0%)、活力がある(5.7%)、創造的(3.4%)、柔軟性がある(2.1%)、刺激的(1.3%)のようなイメージは非常に低い数値を見せている。また、北九州市の住居環境に対する質問と転出希望に関する質問はそれぞれ18.9%と29.9%に達する「その他」の意見があったが、共通的に「活気がない」、「文化レベルが低い」、「他の都市が魅力的である」などの意見を挙げている。つまり、北九州市の若者たちは北九州市を停滞している都市と認識しながら、同時に「つまらない都市」と認識していた。

柳(2019)は北九州市の大学生328人を対象にしたIPA分析を通じて、現在まで大学生たちが北九州市の治安・防犯に対して満足度が低く、文化・交流の分野においても日常的レベルでの楽しみにおける満足度が低いことを確認した。もちろん、様々な分野において、より具体的な分析が必要であろうが、北九州地域が若い世代にとって魅力的な地域なのかについては、さらなる考察が必要ではないかと考えられる。

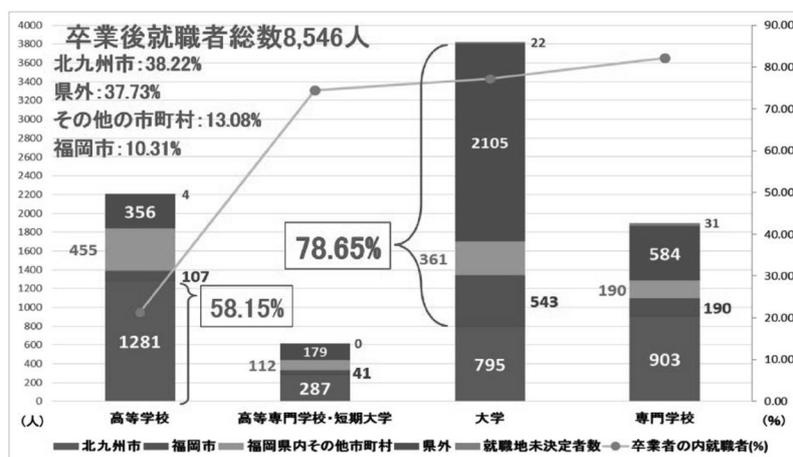
(2) 若い世代の就職意思

実際、日本各地の人口減少が日本全域の産業構造を変化させることに起因していると考えられる論者が相当数いる(加来, 2002; 亀山, 2007; 松田, 2008; 外柙保, 2011; 角大 外, 2013)。柳(2015:279)は福岡市と北九州市の人口の変動を比較しながら、福岡市は3次産業が地域の主力産業となったことによって、労働力の貯蔵可能性が高まり、これが人口を

誘引する一因となったと分析している。

北九州市の若い世代(20～24歳、25～29歳)の移動状況を見ると、2016年から2018年まで3年間それぞれ総2,618人、2,227人が減少し、毎年平均1,615人ほど減少している状況である。2017年10月時点の若い世代(20～29歳)の転出入のデータを基準に主要転出超過の地域をみると、首都圏(1度3県、1,539人転出)と大阪圏(2部1県、275人転出)への転出が非常に高い状況だった。つまり、就職を通じた移動が大きな要因であることが推測できる。

北九州市の卒業生がどの地域に就職するのかを調べれば、より具体的に把握できる。2017年3月を基準に北九州市内の学校を卒業して就職をした8,546人のうち、北九州市が就職先となった就職者の比率は38.22%に過ぎない。つまり、卒業生の61.78%は北九州市から流出される可能性が高いということである。特に、大学卒業者の場合は78.5%が北九州市外に就職が決定される。具体的な割合は<図0>のとおりである。



<図3> 北九州市の卒業後就職者の就職地状況

出所：北九州市の人口動態に関する調査研究報告書 p. 15

しかし北九州市に就職口が不足しているわけではない。柳(2018、2020a)によると、北九州市は有効求人倍率が2018年まで1.5レベルまで着実に増加しており、失業率を心配する必要がない状況にある。また、内田(2018)の調査によると、北九州市内の所在の企業の78.9%が地域内の若い人材を積極的に採用する意思があると明らかにしている。すなわち、若い世代の就業志向と地域内の求人の現況との間にギャップがあるといえる。言い換えれば、地域内の就職可能な雇用需要は存在するが、若い世代は地域内の就職意志があまり高くなく、地域外への就職を優先的に考慮するケースが多いということである³⁾。

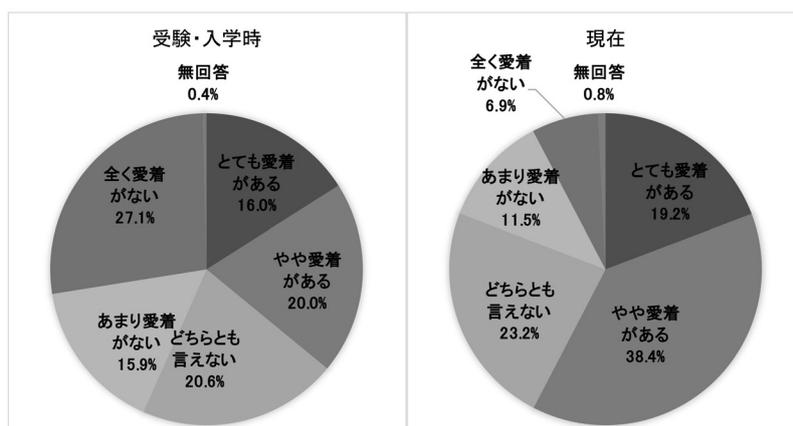
4. 若者の地域への就職意思と愛着度の変化⁴⁾

Ⅲ章では、若い世代の人口の現況の概括を通じて、なぜ若者人口が地域内に定着するより外部への移動を選択するのかについて、大きく[地域に対する愛着]と[地域内就職意思]という二つの側面に絞って簡略に検討してみた。北九州市立大学が13大学・高専、3自治体、3経済団体の参画のもと2015年から続いてきている【地(知)の拠点大学によ

る地方創生推進事業（通称：COC+ 事業）】は、まさに上述の2つの側面に対する改善が重要な目標として含まれている。低学年から地域の社会、歴史、経済、文化などを学習し、理解を図る地域科目の運営および地域の底力のある企業を紹介し、交流の機会を提供するインターンシップやコンソーシアムなどのプログラムは、少なくとも情報の不在と理解不足によって地域への関心を高揚させることができない部分を改善することができた。本章では、COC+ 事業のプログラムを経験した学生を対象に実施された愛着と就職意思に対する調査を通じて、どの程度の改善効果があったかを確認してみる。

(1) 地域への愛着

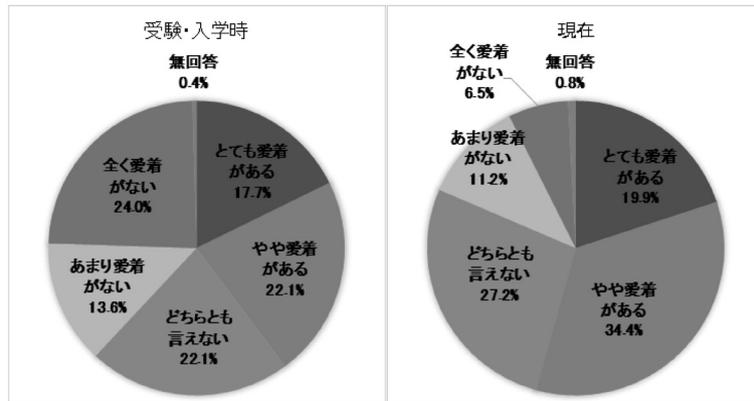
北九州・下関地域への愛着の有無について、受験・入学時と現在の両時点で聞いたところ、「とても愛着がある」と「やや愛着がある」を合わせた『愛着派』は受験・入学時（1,725人：36.0%）から現在（2,763人：57.6%）へと実数で1,000人以上、率も大幅に増加している。受験・入学時にはなかった愛着感が実際の生活の中で本地域の様々な事を知ることで増しているものと考えられる。



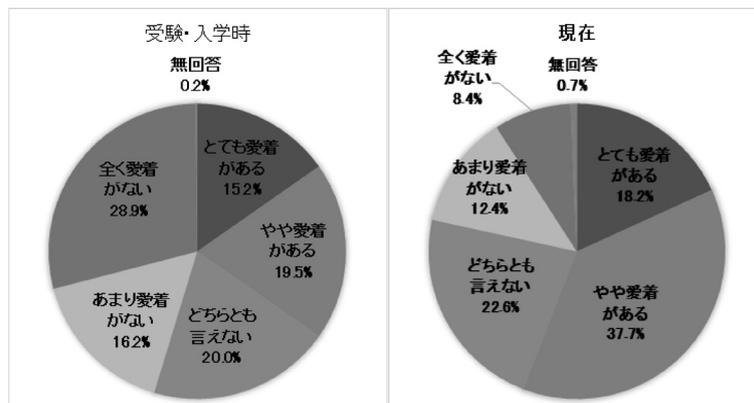
＜図 4＞ 北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、全体）

出所：北九州・下関まなびとびあ令和元年度事業報告書 p. 67

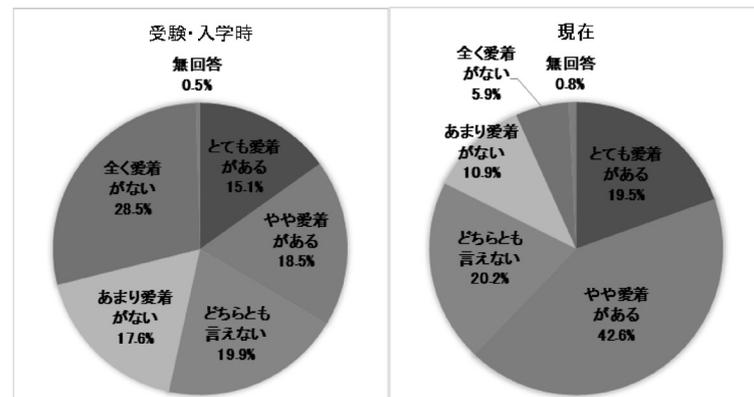
学年別に見ると、受験・入学時の『愛着派』は1年生（39.8%）、2年生（34.7%）、3年生（33.5%）といずれも3割台で大きな差はなかったが、現在では1年生（54.3%）、2年生（55.9%）、3年生（62.1%）となっており、学年が上がるごとに愛着派が多くなる結果となった。受験・入学時から時間が経過するにつれて本地域への愛着が強くなってきていることが分かる。



＜図 5＞北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、1年生）



＜図 6＞北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、2年生）

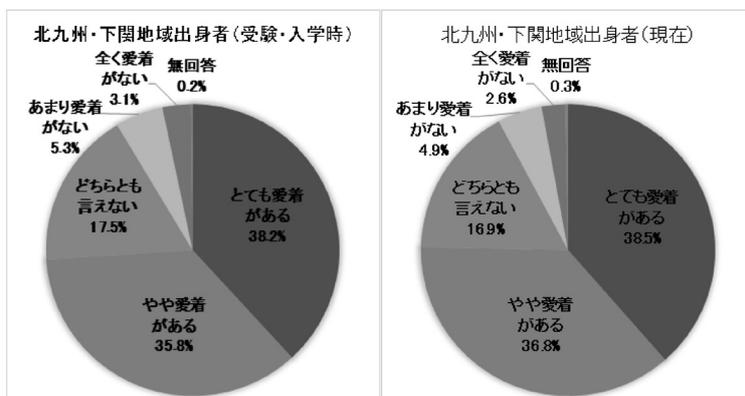


＜図 7＞北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、3年生）

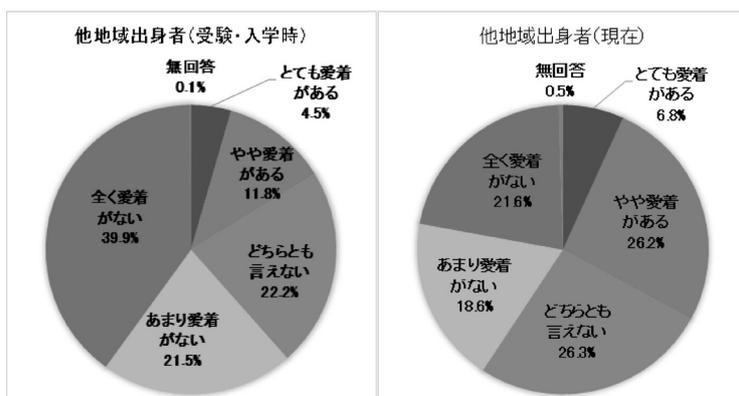
出所：北九州・下関まなびとびあ令和元年度事業報告書 p. 67-68

出身地を北九州・下関地域とそれ以外で分けてみると、北九州・下関地域出身者の『愛着派』は受験・入学時（1,203人：73.9%）から現在（1,225人：75.3%）へとほとんど変化していない。一方、他地域出身者の『愛着派』は受験・入学時（506人：16.2%）から現在（1,026人：32.9%）へと大幅に増加した。また「全く愛着がない」と回答した人の割合は39.9%から21.6%へと大きく減少している。このように、北九州・下関地域以外

から来た学生の愛着度は受験・入学時は低かったが、現在ではより高まっている傾向にあることが分かる。



〈図 8〉北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、地域内出身者）

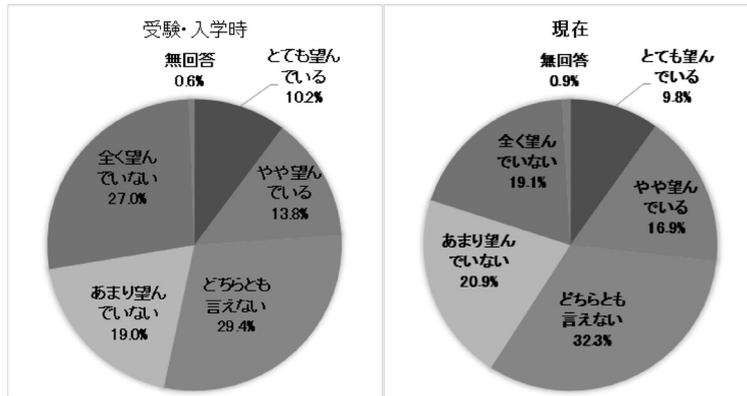


〈図 9〉北九州・下関地域への愛着比較（受験・入学時→現在、地域外出身者）

出所：北九州・下関まなびとぴあ令和元年度事業報告書 p. 69

(2) 就職意思の増加

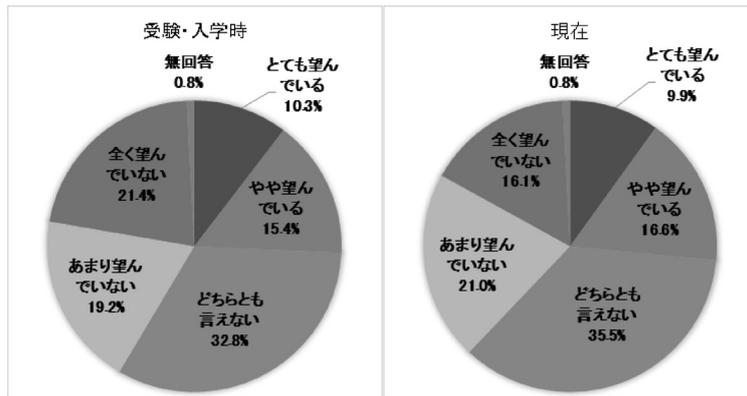
北九州・下関地域への就職意向について、受験・入学時と現在の両時点で聞いたところ、「とても望んでいる」と「やや望んでいる」を合わせた『積極派』は受験・入学時（1,148人：23.9%）から現在（1,283人：26.8%）へと135人増えている。ただ愛着度が大きく増加したことと比較すると、その伸びは少ないと言わざるを得ない。



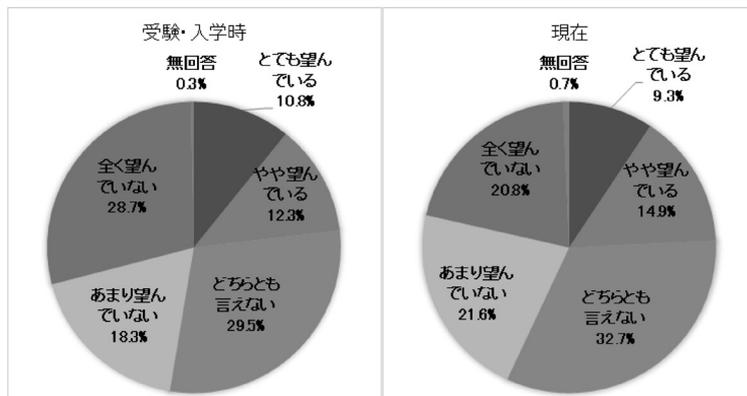
〈図 10〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、全体）

出所：北九州・下関まなびとびあ令和元年度事業報告書 p. 70

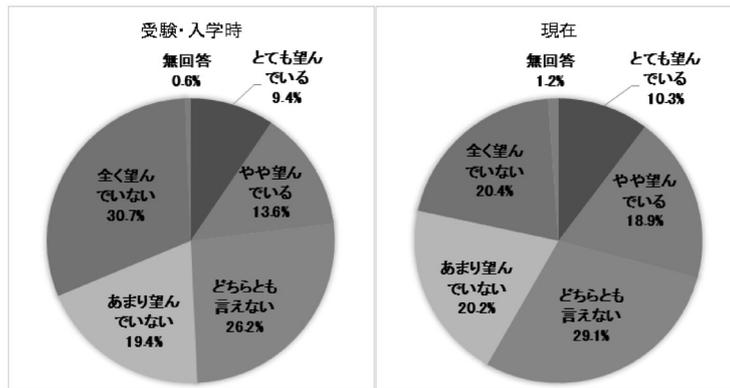
学年別に見ると、受験・入学時から現在へと『積極派』の人数が最も増えたのは3年生（396人、23.1%→501人、29.2%）で、以下2年生（347人、23.1%→364人、24.2%）、1年生（405人、25.7%→418人、26.5%）の順である。2年生の『積極派』の割合よりも1年生の『積極派』の割合が多いのが今までにはなかった傾向である。



〈図 11〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、1年生）



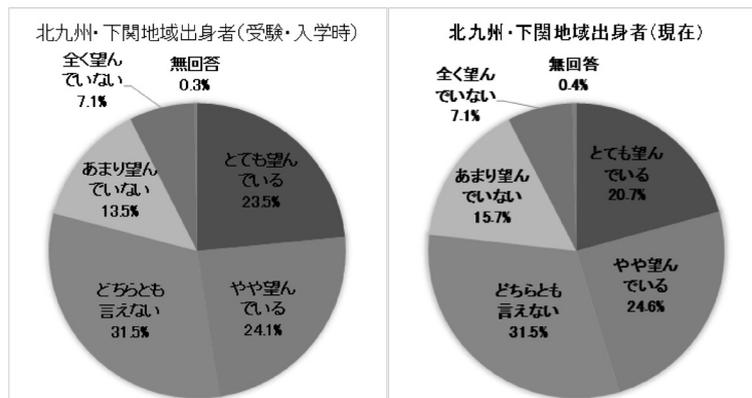
〈図 12〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、2年生）



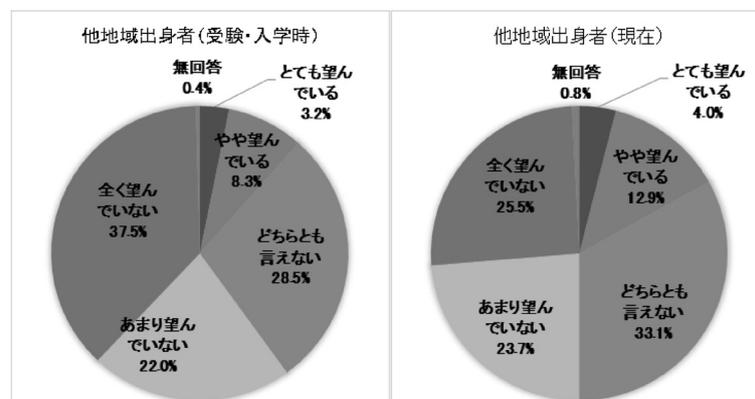
〈図 13〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、3年生）

出所：北九州・下関まなびとぴあ令和元年度事業報告書 p. 70-71

出身地を北九州・下関地域とそれ以外で分けてみると、他地域出身者の『積極派』は受験・入学時（359人：11.5%）から現在（527人：16.9%）へと170人弱増加している。ただ愛着度が大きく伸びたのと比較するとその伸びは大きくはない。また北九州・下関地域出身者の『積極派』は受験・入学時（774人：47.6%）から現在（737人：45.3%）へと37人減少している。本地域出身者の地域定着意向が減っているのは大きな課題と言える。



〈図 14〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、地域内出身者）



〈図 15〉北九州・下関地域への就職意思比較（受験・入学時→現在、地域外出身者）

以上の調査結果は、COC+ 事業が対象となる大学生にどのような影響を及ぼしたのかを端的に表しているといえる。学年が上がるにつれて数値が改善していくことから、COC+ の一連のプログラムは程度有意であることが把握できる。しかし、いくつかの課題も表している。愛着も就職意思も両方増加傾向を見せているが、「愛着と就職意思の間の差」と「就職意思における出身地による差」がその課題である。

愛着は確かに増加している。しかし、愛着が増加した分、必ずしも就職意思が増加しているわけではなかった。もちろん、弱いとしても相関関係を持っているとはいえるかもしれない。愛着の確報が地域への就職意思を高める可能性を上げてくれるかもしれないが、絶対的な関係性を持つとはいえないのである。愛着と就職意思の間で、因果のような関係性より選択的親和性が強いとしたら、愛着と就職意思を若者はバランスとして感じている可能性があり、若者の地域定着の戦略もバランスを考慮した方向を目指すべきである。

出身地による就職意思の差も新たな課題を表している。結果からも把握できるように、むしろ、地域内の出身者の方の地域内への就職意思が低下している。この部分は、多方面からの分析が必要であるが、まず考えられるのは、地域の産業構造それ自体が若者にとって魅力的はない可能性がある。地域の企業に関する情報を吸収した上で、さらに就職意思が低下することは、若者が情報をもとに判断したと類推できる。上述したバランスの面から考えてみると、基本的に愛着が高く、愛着にそこまで大きな変化がない地域内出身者に比べて、愛着の変化が大きい地域外出身者の方の地域への就職意思が増えている状況であり、地域の就職口自体が、学生ニーズをある程度以上満足させにくいとも読み取れる⁵⁾。言い換えれば、愛着が高い（愛着部分をクリアしている）地域内出身者は地域の情報を把握したうえで、地域外への就職を希望することになり、愛着が低い地域外出身者は、愛着の上昇につれてある程度の就職意思が上昇したといえるだろう。今後、地域への愛着と地域への就職意思を2つの軸にした四等分面上の分析など、さらに対象を細分化して考察してみる必要性もあると思われる。

5. おわりに

本分析ではまず北九州市を中心に若者の人口減少を、コーホート分析を通じて調べてみた。北九州市の若者は15歳から20歳間の進学年齢層における流入による増加のみであり、それ以外の世代はすべて流出が続いている状況であった。特に23歳から25歳の流出が最も多かった。つまり、大学を卒業する時点からの急激な流出が、若者減少の重要な原因の1つともいえる。

そして、北九州市の若者流出について地域への愛着と地域への就職意思という2つの観点から簡略に調べてみた。大学卒業時点で若者流出が集中していることは、以上の2つの原因が主要であるといえる。まず、地域への愛着からみると、若者の地域への愛着はそこまで高くないことが確認できた。地域に対して主に暗いイメージを持っており、魅力もそこまで感じていない状況であった。就職意思に関してみても、地域内の求人が増えている

状況の中で、大学卒業者の8割近くが市外に就職していることが把握できた。注釈を通じても述べているように、就職に当たっては不整合など様々な観点から考察する必要があるが、まずは地域内の就職意思が高くないことを確認した。

低い愛着と就職意思は、卒業を迎える世代にとって地域への定着意志も低下させる。COC+事業はこうした状況を改善することを主な目的としている。実際にCOC+事業のプログラムを経験した学生たちを対象とする調査で地域への就職意思と愛着は増加したことが確認できた。また、課題も見つけることができた。第一に、愛着と地域への就職意思との関連性をどう見るべきか、という点である。愛着と地域への就職意思は両方とも有意に増加しているが、その相関関係をもう少し明確にする必要があるだろう。第二に、地域内出身者と地域外出身者に分けて結果を見た時、地域内出身者の就職意思がむしろ下落していることである。これはむしろCOC+プログラムを通じて地域の産業構造に関する情報を吸収した後、地域内の出身者が地域外への就業を希望するようになったことを意味する。すなわち、地域の産業構造に対する根本的な考察を要することになる。これはもちろん、一気に解決できる課題ではないが、解決されない限り、問題の根本的な解決も不可能である。就職意思の改善は重要な意味を持つが、就職を希望する人たちに適切な仕事を提供することができなければ、この改善は何の意味もないかもしれない。

以上の分析を通じて、簡単にCOC+事業が若者の地域定着にどのような役割を果たしたかを見てみた。もちろんCOC+事業の意味は人口増加の側面だけではない。あくまで若い人口の増加は地域活性化の一つの方策に過ぎない。COC+事業が見せてくれた地域愛着の増加効果は若い世代に”地域”という種を植えたことである。今後、本事業のプログラムがその趣旨にふさわしく継続し、長期的観点から様々な結果を残せることを期待したい。

¹⁾ 本研究は北九州市立大学地域戦略研究所が北九州市からの受託研究として実施した「北九州市の人口動態に関する調査研究報告書」の内容を参考、要約、再構成した内容である。

²⁾ 柳(2020b)によると、北九州市の若い世代が地域内に定着を決定するには、文化要素、包容性、経済性に対する満足度が影響を与えていると分析している。

³⁾ 柳(2020a)は、このような現象の原因として雇用が主に1つの職種だけに集中していることを指摘している。国政調査のデータを分析から、実際に北九州市の若者の雇用が製造業(男性)、医療・福祉(女性)で最も比率が高く、職種別にみると生産工程従事者の比率が最も多いことを指摘している。また、北九州市の最終学歴も全国平均に比べて低いことを指摘し、北九州地域の産業構造が大卒者の就職には魅力的ではないと説明している。実際、〈図3〉からも把握できるように、高卒の場合は、6割近くが市内就職を選択している。

⁴⁾ 本章は「北九州・下野関まなびとびあ令和元年度事業報告書」の67-72の内容から引用・作成

⁵⁾ 愛着と就職意思は、正(+)の関係性があるとしても、愛着はある種の閾値区間があるともいえる。就職意思が愛着によって改善されるには限界があるとも思われる。

参考文献

- 内田晃(2018)「学生の地域定着を促進する方策～学生・企業の意識から～」『2017年度地域課題研究』 pp17-48
- 加来秀治(2002)『福岡・北九州大都市圏—競争から共生へ』日本地域社会研究所。
角大輔，吉村英俊，尹明憲(2013)「地方工業都市における寛容性と進取性を醸成するメカニズムの解明—北九州市と浜松市の社史からの比較」『都市政策研究所紀要』7， pp. 37-73.
- 亀山嘉大(2007)「集積の経済と都市の成長・衰退」『経済学博士学位論文』京都大学。
- 外柁保大介(2011)「工業都市北九州市における地域イノベーション・システムの構築と産学官の取組」『年次学術大会講演要旨集』26， pp. 218-221.
- 地域戦略研究所(2018)「北九州市の人口動態に関する調査研究報告書」北九州市。
- 日本銀行北九州支店(2007)『北九州市の将来人口に関するシミュレーション～企業と人に選ばれるまちへ』日本銀行北九州支店。
- 松田隆典(2008)「北九州都市圏における産業構造の変動：人口減少時代の都市圏構造」『滋賀大学教育学部紀要人文科学』社会科学，第58号， pp. 25-32.
- 柳永珍(2015)「福岡市と北九州市の人口増減様相に対する探索的な考察（韓国語）」『東北亜文化研究』第44巻， pp271-290.
- 柳永珍(2018)「Case study on Kitakyushu city's job policy for regional revitalization」『The Strategies of Local Government for Creating Jobs in East Asian Countries』 pp77-93.
- 柳永珍(2019)「若者の北九州市に対する重要度・満足度分析：予備調査を通じて」『地域戦略研究所紀要』3， 67-82.
- 柳永珍(2020a)「北九州市の人口現状と課題：若者を中心に」『Changes & Challenges in Social Sciences』 pp115-128.
- 柳永珍(2020b)「The Study of Regional Settlement based on the Logistics Analysis of college students Satisfaction Evaluation on the Neighborhood—Case of Kitakyushu City—」『IFORS2020 The 22nd Conference of the International Federation of Operational Research Societies』未刊行。

第Ⅱ部 歴史資源の活用

下関市における小規模酒造業者の経営展開

—下関酒造を事例として—

下関市における小規模酒造業者の経営展開 —下関酒造を事例として—

三科仁伸・難波利光

はじめに

本稿の課題は、下関市に製造拠点を置く小規模酒造業者の経営展開について、地域社会との関係に留意しつつ、検討することにある。日本における酒造りは、古くから連綿と続けられてきたものであり、我が国の伝統産業と位置づけられる。しかし、後述するように、近年のアルコール市場の縮小と清酒消費の停滞によって、多くの清酒製造業者が経営危機に陥り、廃業に至る事例も少なくない¹。こうした経営環境下において、関門地域における当該産業は、どのように経営を展開しているのだろうか。

こうした問題意識を踏まえて、本稿では、関門地域における伝統産業の経営展開として、下関市に立地する下関酒造株式会社（以下、「下関酒造」と称す）を取り上げる。本稿が検討事例として扱う下関酒造は、資本金 1,240 万円、従業員数 30 名の小規模な清酒製造業者であり、清酒製造事業及び販売業を事業内容としている。なお、下関酒造は山口県酒造組合には加盟していない²。

そこで、上記の課題を検討する論点として、以下の二点を設定する。第一に、近年のアルコール市場の動向を確認した上で、下関酒造の経営の歴史について、経営者の活動を踏まえて概観する。そして、第二に、地域ブランドの活用による地域社会との関わりについて分析し、あわせて近年の取組みについても検討する。

本稿の作成にあたっては、三科仁伸と難波利光が共同して実施した下関酒造現社長の内田忠臣への聞き取り調査の成果を中心に分析をすすめ、同社より提供された資料や関連する二次資料等の検討をおこなった。このうち、聞き取り調査による記述については、本稿では原則として、注記は省略した。

なお、下関市に立地する酒造業者としては、山口県酒造組合に加盟するものとして、長州酒造株式会社（以下、「長州酒造」と称す）がある。この長州酒造は、1871（明治 4）年創業の児玉酒造の事業を、山陽小野田市に本拠地を置く太陽光発電システムを手掛ける長州産業が継承したものである³。そのため、経営主体の連続性という観点から、長州酒造については、本稿では取り上げないこととする。

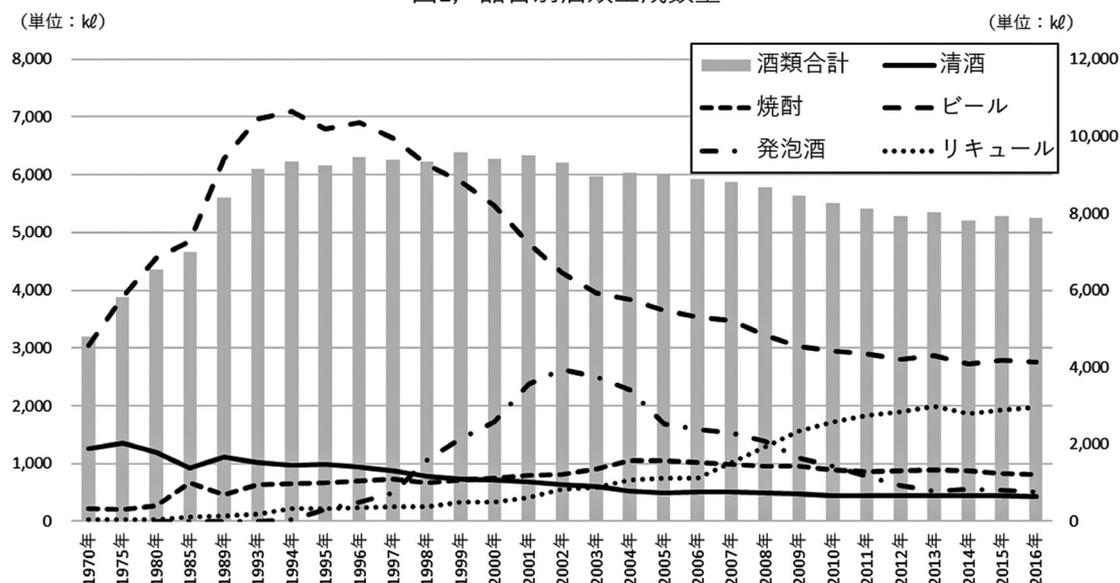
1. アルコール市場の動向と清酒消費

はじめに、近年のアルコール市場の動向について確認しておく。ここで、図 1 として、1970 年以降の品目別酒類生成数量を示す。図 1 からわかるように、1990 年頃まで拡大を続けた酒類生成数量は、1990 年代に入るとほぼ横ばいになるも、1990 年代半ばころより減少傾向を示している。こうしたアルコール市場の拡大は、ビール消費の増大によるところが大きかった。しかし、近年では、リキュール類の消費拡大によって、ビールの生産は減少しつつある。こうしたアルコール市場の推移に対して、清酒の生産量は 1970 年以来、一時的な例外を除き、減少が続いている。これは、消費者の清酒離れが大きな原因である。

次に、近年における山口県の清酒消費数量を確認すると、2013 年度は 6,360 キロリッ

トルであったのに対し、2014年度は6,328キロリットル（2013年度を基準年として、99.5%）、2015年度は5,883キロリットル（同、92.5%）、2016年度は7,599キロリットル

図1、品目別酒類生成数量



典拠)「国税庁統計年報」(各年)より作成。

(同、119.5%)、2017年度は5,251キロリットル(同、82.6%)となる4。

このようにみると、全国的なアルコール市場の縮小と清酒生産の低下に加え、下関酒造が立地する山口県内の清酒消費の減少は、下関酒造を取り巻く厳しい経営環境を示している。こうした点を踏まえつつ、3節及び4節で下関酒造の取組みについて検討していく。

2. 下関酒造の経営展開

次に、下関酒造の歴史的展開について概観しておく⁵。下関酒造の創業日は、1923(大正12)年12月15日であった。同社は、近隣の農業経営者が生産した米を活用して清酒生産をおこなうことを目的として、彼らを中心として設立された企業であった。山口県豊浦郡生野町(現・下関市生野町)の村長を務めていた内田勝太郎が助役や収入役などの幹部と協議の上、当時の下関には酒造業者がなかったことから、地元の有志によって設立を計画されたものであった。設立時の資本金は15万円で、発行株式は3,000株であった。これらの株式は近隣地域の居住者を中心に引き受けられ、当時の株主は445名であった。戦後に入ると、1954(昭和29)年には、資本金が620万円まで増加している。また、1970年代から80年代前半にかけて、大規模な近代化計画を実施した。1971年の第1次近代化五ヵ年計画、1977年の第2次近代化五ヵ年計画、そして、1982年の第3次五ヵ年計画である。これらの近代化計画の中では、生産設備の近代化が集中的に推進された。このうち、第3次近代化五ヵ年計画の初年度にあたる1982年には、米焼酎の製造免許が下付されている。

その後、1988年には、下関酒造に対してリキュール製造の免許が下付され、次節で詳述する「とらふくのひれ酒」の製造及び販売が開始される。1991年には、大規模な増資を実施し、資本金は1,241万円となった。こうした中で、経営者の世代交代がおこなわれ、

1996（平成8）年11月、内田忠勝にかわり、内田忠臣が社長に就任している。内田忠臣は、内田忠勝の長男であり、大学卒業後には地元の造船会社に勤めるも、1984年に後継者に指名される。そこで、下関酒造に入社し、清酒や焼酎の製造方法について学んだ。内田忠臣自身は理系分野の出身であり、造船所で機関設計を担当した経験を活かして、酒造りの機械化や通年化など近代化を押し進めていった⁶。

こうした展開を踏まえた上で、下関酒造の経営者の活動についてみていく。1971年から始まった一連の近代化計画を主導したのは、前社長の内田忠勝であった。彼は内田勝太郎の次男であり、第二次世界大戦中には、山下軍司令官の幕僚として活躍した人物である。戦後は、大洋漁業株式会社（現、マルハニチロ）に入社し、マルハ魚肉ハムソーセージの開発などに携わった。大洋漁業株式会社に20年近く勤めた後、1971年、下関酒造の社長に就任している。その後、社長就任から15年の間で、下関酒造の販売実績を5倍に拡大させている。こうした業績の拡大は、「攻専は最大の防御である」とする、元軍人である内田忠勝の経営方針に支えられていた。

彼が社長に就任した当時は、米の統制が撤廃された直後の時期であり、自主流通米制度が適用されると、酒造業者は激しい企業間競争にさらされることが想定された。そのため、旧来的で非近代的な企業経営では生き残ることが困難であると感じた内田忠勝は、近代化計画の実施に着手する。これに対して、業界や社員からの反対もあったが、彼は、「戦に負けたみじめさは、戦争をしたものでないとわからない」という意識のもと、第1次近代化五ヶ年計画を策定して、工場の近代化や自社プラントの販売計画を作り、実行にうつした。次に、これを受けて第2次近代化五ヶ年計画及び第3次近代化五ヶ年計画を展開し、近代的な生産設備と全国的販売網の構築を実現した。

内田忠勝が社長就任後に取り組んだ活動として、経営基盤の安定を目的とした、販売店網の強化が挙げられる。下関酒造では課税酒重点の方針に沿って地元下関地域を固めるために、山口県内北部及び中部、東部の三地域にそれぞれ特約店を設け、直売取引をおこなった。また、東京や大阪、京都といった都市部に加え、中国地方や九州地方の各県に対して、特約店を設置し、販売体制の基礎を確立した。広域的な販売網の確立には、大洋漁業株式会社時代に関係をもった特約店の協力による部分も大きかった。

こうした販売店網に対して、下関酒造では「関娘」の販売50周年を記念して醸造した「はまゆう」を販売している。「はまゆう」という名称は、下関市の花である浜木綿からとられたものである。また、下関酒造では、安徳天皇を祀る旧官弊大社赤間神宮の御神酒である「水天門」を醸造するなど、下関市に拠点を置く酒造業者として、地域社会と密接な関係を有していた。こうしたものに加え、下関市は国内有数のふぐの水揚げ地であるにも関わらず、ふぐ料理に適した清酒がなかったことから、本醸造酒の「ふく」を醸造し、東京や大阪をはじめ、地元下関のふぐ料理店向けに販売をおこなった。こうした地元志向型の経営意識はその後継承され、次節で詳述するようなふぐのひれ酒の開発につながるものと考えられる。

さらに、内田忠勝は、杜氏の養成にも積極的に取り組んだ。季節労働者である杜氏の高齢化を背景として、将来的には自社社員が製造を担うべきであると考え、優秀な技術社員の採用を検討した。しかし、技術社員を通年雇用するならば、酒造りが休止する夏期間の業務を確保する必要が生じる。そこで、焼酎の製造免許を受けることにより、一年を通

して酒造りを実践する体制を構築した。このことは、継続的なアルコール生産によって、経営を安定化させることにもつながっていた。こうしたことを背景として、下関酒造では、優秀な製造技術者を社員として採用することで、醸造体制の万全化を図ったのである。こうして製造された本格米焼酎は、山口県商工指導センターから、「極めてさらっとしてのみ易く香りがよい」と評価された。その銘柄は、人間関係を大切にしていくなどの意向から、「橋」や「渡り行く人 販る人 人の心の懸橋」などと命名された。

なお、下関酒造では、1998年に杜氏制度を廃止し、従業員による酒造体制へと完全移行している。同年には、26歳の最年少杜氏と20代蔵人からなる製造部醸造課を発足させ、生産体制の刷新を実現している。

3. 地域ブランドを活用した商品開発

下関市における地域ブランドの中で、ふぐはその代表的なものといえる。下関市は国内有数のふぐの水揚げ量をほこる一大産地であるとともに、近代以降、その食文化の中心地であった。このことは、1887年に下関の春帆楼の初代女将であるミチが、当時の内閣総理大臣である伊藤博文に提供したことを契機として、ふぐ食の解禁がなされたことによるものである⁷。ふぐは日本酒との相性もよく、特に熱燗で供するのが適切とされ、ひれ酒を中心に、身酒や骨酒、白子酒などとしても活用されている⁸。

前節で検討したように、下関酒造は地元地域に密着した商品開発を展開してきた。この点を踏まえて、本節では、下関酒造によるふぐのひれ酒開発と販売の取組みについて詳述する⁹。

内田忠臣によると、先代の内田忠勝が社長を務めていた1988年、下関の税務署長から「ふぐの本場・下関に『商品化したひれ酒』が無いのは遺憾である」と指摘されたことが開発の契機とされている。当時は、近隣地域でふぐのひれ酒が販売されていたが、これには焼きひれそのものが入っておらず、ふぐのエキスが配合されているのみであった。内田忠勝は、下関市の酒造業者としてひれそのものを入れた本物のひれ酒を商品化することを決意し、製造部員にその可能性を調査研究させた。こうした意向を受けて、当時は常務取締役であった内田忠臣が、山口県工業技術センター（現、山口県産業技術センター）に相談にいくも、専門家は否定的な意見を示した。なぜなら、当時は、ひれにはゼラチンが含まれているため、酒に入れると混濁を起し長期間の品質維持が難しいとされていたためである。一般的な料亭などでは、天日干ししたひれをじっくりと焼き上げてひれ酒をつくるが、長期間の保存を目的としていないために、混濁の問題は考慮されていなかった。そこで、長期間の保存が可能なひれ酒を製造するために、ひれの成分が清酒の質を低下させない方策を検討する必要に直面した。即ち、下関酒造は、ひれの乾燥方法や焼き方、保存方法、使用方法等について、販売商品として根本から見直す必要に迫られたのであった。

その後、商品開発に向けた試行錯誤が続けられ、混濁の問題を解決させる。こうして商品化の目途が立つと、次に品質保持期間の問題について経過観察が続けられた。この間に、瓶やパッケージのデザインの検討がおこなわれた。一般的な料亭では、約一合弱の有田焼の白磁の器に入れてひれ酒を提供していたことから、本場の雰囲気を出すために、この白磁に似た瓶で一合サイズのワンカップ形状のものを採用することとした。また、瓶に直接描く図柄は、かわいいふぐであることが絶対条件とされ、仲の良い二匹のふぐのデザイン

が採用された。そして、製造から一年経過後の品質チェックを完了させると、ようやく市場への投入が決定されたのである。

下関酒造のひれ酒は、ふぐの中でも市場価格が高価な、厳選したとらふぐのひれだけを使用している。下関酒造が独自に開発した手法によって焼き上げ、ひれそのものを入れた本物のひれ酒を製造することで、ひれ酒独特の鮮烈な香りや風味を長期保存することに成功したといえる。その結果として、下関酒造のひれ酒は、農林水産大臣賞や「地酒大show お爛にしてして美味しい日本酒ゴールド賞」などを受賞するとともに、下関ブランド認定商品にも登録されている。

また、2015年には、下関市産の酒米と水を使って酒造りを進める「下関地酒プロジェクト」を実施した。下関酒造では、以前から地元産の酒米だけを使った酒造りを模索してきたが、酒米の安定的な供給を維持することが難しく、実現しなかった。しかし、県内での酒米の需要が伸びていることを背景に、JA下関が酒米「山田錦」の試験栽培を始めることとなった。これを受けて、「下関の酒米と水を使い、下関の酒蔵で地酒を造ろう」というプロジェクトが始動する。JA下関では、約1ヘクタールの農地で酒米の試験栽培をおこない、2016年に、下関酒造はこの酒米を活用して酒造りをおこなった¹⁰。このプロジェクトによって、戦争などの影響によって半世紀以上途切れていた地元産の酒米を使用した酒造りが再興されるとともに、作られた酒は、創業時の下関酒造への出資者数にちなみ、「下関 Spirits445」と命名された¹¹。こうした取り組みからもわかるように、下関酒造では、地元産出の酒米を使用した酒造りをおこなうなど、地産地消を前提とした生産意識をみることができよう。

ここまでみてきたような下関酒造の製品開発は、その立地的特性を活かしたものといえる。小規模メーカーにとって、地域ブランドを活用した製品開発は販売規模の拡大に資するものと考えられる。

4. 下関酒造の近年の取組み

本稿の最後に、近年における下関酒造の取組みについて検討する。ここで、表1として、2000年以降の下関酒造の主な取組みを示す。この時期は、1996年に社長に就任した内田忠臣によって本格的に経営が主導されるとともに、1998年に杜氏制度が廃止されたこととあわせて、現在の下関酒造の基礎が形成された時期といえる。本稿では、表1中でも示した、酒蔵祭りや酒庵「空」の取組みを中心としつつ、海外への輸出の実態や女性蔵人の活躍について検討していきたい。

下関酒造では、2009年から毎年、酒蔵祭りを実施している。このイベントは、内田忠臣の発案によるものであり、2009年4月の酒蔵祭りでは、来場者は日本酒を味わいつつ、利き酒大会や見学会、酒粕詰め放題、粕汁の無料配布など各種イベントに参加した。また、近隣の商店街の協力のもと、ちくわやウニの瓶詰、地元直送の野菜も特別価格で販売した。下関酒造は生野神社の参道に面していることもあり、内田忠臣は、こうしたイベントを通して、「かつてにぎやかだった参道の復興にもつながれば」と考えていた¹²。

同年秋の酒蔵祭りである豊穰祭では、樽酒や粕汁の無料配布、酒蔵見学などの催しを開催するとともに、近隣の農家の直売市やしぼりたて新酒の特売がおこなわれ、焼きたてパンなどの店舗も出店した。ここでは、升を使って酒瓶にどれだけ多くの水を注ぎ入れるか

競う酒瓶早詰め競争のほか、下関酒造のフラッグシップボトルである「関娘」が当たる抽選会なども実施された¹³。このように、回数を経るごとに様々な取組みが重ねられていき、

表1, 2000年以降の下関酒造の主な取組み

年	事項
2000年	全国新酒品評会にて、金賞受賞
2001年	直営店舗である酒庵「空」を開設、直売開始；桜酵母による清酒「彩月百華」・「花の雫」の発売開始；角打ジャズにてコンサート再開
2002年	多目的イベント会場として酒蔵ホールを開設；角打ちコンサートの本格化；酒の文化講座（利酒入門講座）を開講
2003年	全国新酒品評会にて、金賞受賞；大河内宮農組合との山田錦の契約栽培開始；日本酒オーナー制度を約180名により開始
2004年	山口県事業「日本一元気カンパニー創出塾」にて推薦企業に選定；清酒「海響」の開発開始；ISO9001を取得
2006年	日本酒とワインを学ぶ講座「酒落楽倶楽部」開講；お酒の学校を開校
2007年	下関市より、「海響」が下関ブランドに認定
2008年	下関市より、「とらふくのひれ酒」が下関ブランドに認定；直売部を開設し、本格的に開
2009年	第1回酒蔵祭りを実施
2010年	中生新千本の栽培を、山口県・瀬戸内Gと契約。
2011年	酒庵「空」にて、酒蔵カフェを開設；酒スイーツの販売開始；酒蔵が下関景観賞を受賞
2012年	山田錦の栽培を、山口県・瀬戸内Gと契約；酒庵「空」にて、フラワーアレンジメント教室を開講
2013年	「海響」がモンドセレクション金賞受賞；貴飯にて、山田錦の契約栽培開始
2014年	「関娘 大吟醸KUブランド」及び「関娘 純米酒KUブランド」がモンドセレクション金賞受賞；島根県JA斐川と加工米の栽培契約を締結；第1回酒蔵ハロウィン祭を開催
2015年	山田錦の栽培をJA下関と契約し、下関産酒米の栽培に本格的に協力
2016年	日本晴の栽培をJA下関と契約；カフェにテイクアウト部門を新設し、酒庵「空」との二部門制にて、直売部門を強化；「下関Spirits 445」の発表及び販売開始
2017年	決算月を9月から3月に変更；3月にて、第94期決算（6ヶ月決算）を実施
2018年	ワイングラスでおいしい日本酒アワード2018にて、蔵人の自慢酒が最高金賞を受賞；ロンドン酒チャレンジ2018にて、「関娘 大吟醸原酒」が金賞を受賞し、「獅道」が銀賞を受賞；熱燗コンテストにて、「獅道」が金賞を受賞

典拠) 下関酒造提供資料より作成。

2012年には、日本酒を使用した鍋料理である美酒鍋も振る舞われた¹⁴。

内田忠臣は、こうした酒蔵を開放するイベントを通じて、「地域活性化」を図ることを目的としている¹⁵。彼自身が、「酒に限らず、地元の産品の地産地消を広めるために始めた。この場が地域の方との交流の場になれば」と述べていることから解るように、酒蔵のみならず、それを起点とした地域社会の発展が目されているといえよう。

酒蔵祭り以外では、下関酒造による地域との関わりとして、同社の敷地内に併設されている酒庵「空」の取組みが挙げられる。表1に示したように、酒庵「空」は2001年に直営店舗として開設され、2011年に酒蔵カフェを併設した施設である。この施設は、大正時代に建てられ、事務所や倉庫として使われていた社屋の一部を改装したものである。内

部の床は土間風であり、天井は梁がむき出しの純和風の造りとなっており、れんが造りの金庫は日本酒の展示スペースとして活用された。それによって、純和風の開放感のある空間が演出された。

ここでは、グレープフルーツジュースのシャーベットに日本酒をかけたデザートや利き酒セットといったアルコール飲料のみならず、従業員が半年間をかけて開発した酒粕で作った大吟醸チーズケーキや甘酒を牛乳で割った甘酒ミルクといったノンアルコール飲料も提供している。この取組みについて、内田忠臣は、「日本酒になじみのない女性に親んでもらいたい。酒を飲まない人も酒かすを使ったメニューを味わってほしい」、「日本酒の魅力を様々なかたちで伝えていきたい」と述べている¹⁷。このように、日本酒に関連する商品開発を通じて、広くその魅力を発信しているといえる。

また、下関酒造の酒蔵を活用して、2014年には「関の花&関娘 酒蔵ハロウィーン祭」と銘打ったイベントが開かれた。このイベントは、下関産の花「関の花」をPRしたい県花卉園芸農業協同組合と下関酒造が協力して実施したもので、バラの花で彩られた酒蔵に、子供たちが作ったカボチャのランタンなどが飾り付けられた¹⁸。

こうした地域密着型の活動と同時に、下関酒造では、自社製品の海外への展開にも積極的に取り組んでいる。2018年には、シンガポール向けに「獅道」の輸出を開始した。この「獅道」とは、下関産の山田錦を使用した新しいブランドである。従来の清酒製造では勘に頼っていた部分を数値化し、室を改造して温度や湿度の管理を徹底するなど、酒造りを基礎から見直して醸造した銘柄である。「獅道」をシンガポールの見本市に出品した際、現地の輸入業者から高評価を受けたことから、レストラン向けに輸出を開始し、海外展開を本格化させている¹⁹。

2019年には、JA下関が生産した山田錦を使用し、50%精米の純米吟醸酒である「蔵人の自慢酒」が、イギリスで開かれた日本酒専門品評会で最高金賞を受賞している。国際的な品評会で評価や海外への販路拡大について、下関酒造の常務である内田喬智は、「(下関酒造は一引用者注)世界に認められる酒を目指している。地元農家と一緒にやっていきたい」と述べている²⁰。こうしたことから、国際的な視野をもちつつ、下関酒造が地域に根差した酒造りを志向する姿をみることができよう。

また、下関酒造の先駆的な試みとして、女性杜氏の採用が挙げられる。下関酒造では1990年代前半から女性による酒造りを進めており、1994年には女性スタッフのみによる酒造りを実現させている²¹。一般的に酒造りを担う蔵人の世界は、男性が支配的であるといえよう。これには様々な要因が指摘できるが、生産現場の問題としてみた場合、酒造りの工程で必要とされる厳しい肉体的な労働は、女性には不向きであると考えられる一つの要因であろう。これに対して、下関酒造の場合は、1970年代から80年代にかけて生産設備の機械化が進められたことによって、女性による酒造りの可能性が広げられたと考えられる。具体的には、コンピューター制御による醪の攪拌や温度管理を実現したことにより、肉体的な重労働が大きく緩和されたといえる²²。

例えば、1996年に下関酒造に就職した萬治香月の場合も、先進的な生産システムの導入が、就職先を選択する上で大きな役割を果たした。宇部工業専門学校で化学を専攻していた彼女の場合、1992年に液化仕込み方式の酒造りの機械が下関酒造に導入されたことで、自らの専門的知識を酒造りに活かす可能性が開かれたといえる。この機械は酵素を使っ

て米を液化させるもので、従来の蒸米に替わる役割を果たすものである。内田忠臣は、清酒製造業における後継者不足を解消するためには、「根本的に労働条件を変えねばならない」と考えており、生産設備の近代化に伴う女性の登用は、酒造りの優秀な担い手を広く確保するという意味において、必要なものと考えられる²³。

おわりに

以上、本稿では、下関市に立地する小規模酒造業者の経営展開について、経営者の活動に留意しつつ、地域社会との関係を踏まえて検討してきた。本稿での検討結果を、冒頭に提示した論点に即して整理すると、以下のように集約される。

すなわち、下関酒造では、1970年代以降、内田忠勝の下で生産の近代化が進められるとともに、地域的特性を活かしてふぐのひれ酒などの開発を進めていった。また、地域に酒蔵を開放する各種イベントを実施するとともに、JAや近隣事業者とも連帯しつつ、広範な地域活性化を志向している。そして、こうした地域密着型の姿勢をとるとともに、海外への販路拡大といった国際的な視野を持っているといえる。また、守旧的な慣行が維持される傾向のある当該産業において、女性杜氏の採用などの革新的な経営姿勢を打ち出している。

こうした下関酒造の活動の背景には、高度成長期以来の清酒市場の縮小が考えられる。従来的な生産様式や労働環境では市場環境の変化に適応できず、経営不振に陥るリスクが想定されることから、こうした先駆的な取組みを推進しているといえる。また、下関市に立地する酒造業者として、地域ブランドを活用した商品開発は、地産地消型の流通を中心とする小規模酒造業者にとって、強力な販売戦略となるであろう。このように考えると、下関酒造の経営展開は、下関市における地域社会との共栄を前提としつつも、伝統産業における経営革新を実現したものといえよう。

1 清酒の製造免許場数の推移をみると、1970年には3,533蔵であったが、1980年には2,947蔵、1989年には2,438蔵、2000年には2,152蔵、2010年には1,736蔵、2017年には1,594蔵へと減少している。このことは、半世紀の間に、酒造業者が半数以下に減じたことを示している（国税庁課税部酒税課『酒のしおり』、国税庁、2019年、58頁）。

2 下関酒造提供資料。

3 「長州酒造：新酒蔵、下関に建設 長州産業が参入『長州酒造』来春に醸造開始」、『毎日新聞』（山口版）、2019年9月5日付。

4 「県別の消費数量の推移《山口県の消費数量の推移》」、国税庁HP（<https://www.nta.go.jp/about/organization/hiroshima/sake/syuhijoukyou/index4-5.htm>、L.A. 2020年1月28日）。

5 内田忠勝「〈醸家銘々伝〉山口県・下関市 下関酒造」、『日本醸造協会雑誌』第80巻第2号、1985年、120頁；下関酒造提供資料。

6 「ひとと：下関酒造 内田忠臣さん」、『毎日新聞』（山口版）、2018年12月23日付。

7 相良治美編『永久保存版「ふく」』、株式会社カザン、2014年、56頁。

8 『ふく百華』出版委員会編『ふく百華』、『ふく百華』出版委員会、1996年、170頁。

-
- 9 「下関酒造とらふくのひれ酒」, 下関酒造HP (<https://www.sekimusume.co.jp/shopbrand/hiresake>, L.A. 2020年1月23日)。
- 10 「下関地酒プロジェクト:JA と地元酒造会社が連携 下関の酒米と水を使用」, 『毎日新聞』(下関版), 2015年12月9日付。
- 11 「地元の米と水, 下関地酒できた JA 協力, 作付け増へ」, 『朝日新聞』(山口版), 2016年5月22日付。
- 12 「酒蔵祭り:下関酒造で初 300人が満喫」, 『毎日新聞』(下関版), 2009年4月19日付。
- 13 「豊穰祭:秋の実りに感謝一下関酒造で」, 『毎日新聞』(下関版), 2009年11月1日付。
- 14 「酒蔵祭り:下関できょうまで」, 『毎日新聞』(下関版), 2012年4月22日付。
- 15 「酒蔵祭り:地酒を堪能一下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2010年10月24日付。
- 16 「酒蔵まつり:左党も家族も満喫 野菜なども販売 地域交流の場,きょうまで 下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2016年4月10日付。
- 17 「下関酒造に『酒蔵カフェ』誕生 飲まない方にも酒かすケーキ」, 『朝日新聞』(下関版), 2011年1月12日付; 「カフェ:酒蔵でほろ酔いスイーツ ノンアルコールのメニューも一下関酒造」, 『毎日新聞』(下関版), 2011年1月13日付。
- 18 「催し:花と地酒でハロウィーン, 幻想的雰囲気楽しむ」, 『毎日新聞』(下関版), 2014年10月5日付。
- 19 「下関酒造, シンガポールへ輸出開始」, 『読売新聞』(山口版), 2018年12月5日付。
- 20 「蔵人の自慢酒:英国の日本酒品評会で最高賞」, 『毎日新聞』(山口版), 2019年8月15日付。
- 21 「日本酒造り, 女に任せて 男の世界に挑戦 生き残り策を探る試みも」, 『朝日新聞』(全国版), 1994年7月24日付。
- 22 「女性蔵人 感性で挑む紅一点」, 『朝日新聞』(全国版), 1997年1月5日付。
- 23 同上。

第Ⅲ部 2019年度関門地域共同研究会 成果報告会

シンポジウム 「関門地域における“文化財を活かした地域活性化”の可能性」
開催記録

[資料]

2019年度関門地域共同研究会 成果報告会 第2部シンポジウム 「関門地域における“文化財を活かした地域活性化”の可能性」開催記録

日時： 2019年7月25日(木) 14:00～16:30(うちシンポジウム15:05～16:30)

会場： 西日本総合展示場新館(AIMビル)3階 314・315会議室

主催： 関門地域共同研究会

開催趣旨： 北九州市と下関市が合同で文化庁に申請した「関門“ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～」が2017年に日本遺産に認定された。関門地域の多くの歴史的な建造物や、映像作品の舞台にもなっている街並み・景観等の資源を連結させ、魅力ある圏域づくりや情報発信に取組み日本有数の滞在型観光地を目指すこと、また住民主体の地域活性化推進をめざし、様々な活動が行われている。

この日本遺産に関する動きのほか、関門地域においては、歴史的資産も活かしたインバウンド促進、産業観光や夜景観光の推進、「まちあるき」による体験型・交流型の観光の創出など、歴史や文化を活かした様々な観光関連の取組が活発に行われている。

そこで、「関門地域における“文化財を活かした地域活性化”の可能性」をテーマに、関門地域における取組の現状や、関門地域の文化財の持つ力を地域活性化につなげるために必要な事項等について意見交換し、今後の関門地域のまちづくりにおけるヒントを発信することをめざす。

パネリスト： JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏
下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏
北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏
下関市立大学 経済学部国際商学科4年 福田 悠美
北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類4年 南 祐輔
コーディネータ： 北九州市立大学地域戦略研究所教授 南 博

参加者数： 60人

1. 趣旨説明

〔北九州市立大学 南 博〕

それでは、第2部のシンポジウムを始めます。シンポジウムに関しましては、お手元の配布資料の中にある、「第2部シンポジウム」と書いた紙、それから後ほど登壇者の説明に使っていただく資料として、「日本遺産探Q会での活動を通じて」という資料。それから、門司港などの写真が載ったチラシと電子パンフレット。これらをご覧いただきながら、シンポジウムを進めていきたいと思っております。

まず、今回のシンポジウムの趣旨について説明申し上げます。先ほど私の研究報告で述べましたように、北九州市と下関市が合同で申請した「関門“ノスタルジック”海峡～時の停車場、近代化の記憶～」は、2017年に日本遺産に認定されました。住民主体の地域

活性化をめざして、様々な活動が行われています。この日本遺産に関する動きのほか、関門地域においては、歴史的資産も活かしたインバウンド促進、産業観光や夜景観光の推進、「まちあるき」による体験型・交流型の観光の創出など、歴史や文化を活かした様々な観光関連の取組みが活発に行われてございます。そこで、「関門地域における“文化財を活かした地域活性化”の可能性」をテーマに、関門地域における取組の現状や、関門地域の文化財の持つ力を地域活性化につなげるために必要な事項等につきまして、パネリストの皆様方と意見交換させていただいて、今後の関門地域のまちづくりにおけるヒントを発信することが、今回のシンポジウムの趣旨でございます。

2. 登壇者自己紹介

〔北九州市立大学 南 博〕

今回の開催趣旨に沿う、それぞれ関連分野でご活躍の方々に、本日お集まりいただきました。それでは御着席順に、まずは自己紹介をお願いいたします。

〔JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏〕

まず、この場を借りてでございますけれども、門司港駅の復原事業につきまして、北九州市さん、文化庁さん、関係の機関の方々、あるいは地元の方々にお礼を申し上げたいと思います。ありがとうございました。

縁があって、私、この場におりまして、昨年1年間は門司港駅の関係で、中にお店をつくるという仕事をJR九州のほうで担当しておりました。そしてこの4月から、北九州にちょっとは詳しいだろうということで、小倉の駅にありますステーションホテルという所におります。併せて、私、下関市の唐戸の出身でございまして、小中高と下関におりました。そして、その後、大学に入りまして、こちらにいらっしゃる南先生と出会いまして、4年間、都市計画、まちづくりの勉強をしました。よろしくお願ひします。



左から南博（北九州市立大学）、黒木氏（JR九州ステーションホテル小倉）

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

皆さん、こんにちは。下関市教育委員会教育部文化財保護課の藤本と申します。今、職場で日本遺産の下関側の担当をしております。日本遺産への申請からずっとこの仕事に関わっておりまして、今年でもう4年目ということになりました。今日は、よろしくお願ひいたします。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

北九州市観光課で、主に国内からの観光客誘致を担当しております、泊と申します。よろしくお願ひします。仕事柄、市外の旅行会社さんですとかに、関門地域を観光素材とし

てPRするようなことも多いですので、今日はそういった視点からお話できればと思います。

それから、本日、現在、観光課でパブリックコメントを募集しております「宿泊税」の資料をお配りさせていただいております。「考え方（案）への意見提出用紙」をお配りさせていただいておりますので、一言でも結構ですので、ぜひご記入いただきまして、お帰りの際にご提出いただければ助かります。よろしく願いいたします。



左から藤本氏（下関市教委）、泊氏（北九州市）

〔下関市立大学 経済学部国際商学科4年 福田 悠美〕

下関市立大学経済学部国際商学科4年の福田悠美と申します。私は、大学で「日本遺産探Q会」という、日本遺産を学生の立場で発進していく活動を行っているサークルに現在所属しております。活動の方は後ほど詳しく説明させていただきます。本日はよろしく願いいたします。

〔北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類4年 南 祐輔〕

皆さん、こんにちは。北九州市立大学地域創生学群4年の南祐輔と申します。同じ南ですが、南先生とは全然血縁関係とかないですが、今回ご縁がありまして、この場に立たせていただいています。私は、現在北九大に通っておりますが、出身が下関の長府という場所で、現在も住んでいますので、下関市民として、そして北九大生として、今日は活発な議論に参加できたらと思っています。どうぞよろしくお願い致します。

〔北九州市立大学 南 博〕

皆さん、どうもありがとうございました。それでは、本日はお手元の資料に論点を4つほど挙げてございます。それに基づいて、このあと進行させていただきたいと思っております。

3. 論点1： 関門地域の文化財、および関連する観光の特徴、魅力

〔北九州市立大学 南 博〕

まず、最初の論点1でございます。「関門地域の文化財、および関連する観光の特徴、魅力」ということで、この論点につきましては、行政のお立場、あるいは宿泊事業者のお立場から、問題提起も含めてお話いただければと思っております。それではまず、文化財行政のご専門家の藤本さんから、お願いいたします。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

下関のほう为中心のお話になるかもしれませんが、お話をさせていただきます。

関門地域の文化財ということですが、下関、北九州、特に門司は海に囲まれておりまして、歴史的なエピソードが各時代とても豊富にございます。特に関門海峡沿いは、

皆様よくご存じのとおり平家物語の壇ノ浦の合戦が有名ですし、関連しまして下関だと安徳天皇阿弥陀寺御陵とか、耳なし芳一の伝承が有名な赤間神宮がございます。こちらの印象的な赤間神宮水天門は昨年、国の登録有形文化財になりましたし、平家物語の長門本であるとか絵画資料など、国・県の文化財の指定を受けているものがたくさんございます。資料館もありますので、そちらは見学できるようにもなっております。

また、長州といえば幕末が有名で、お話はきりがないのですけれども、代表的なところでいきますと、やはり下関戦争の舞台になりました史跡長州藩下関前田台場跡などに代表される幕末のエピソードが残る場所も関門海峡沿いに多数点在しております。なお、文化財ではありませんけれども、壇ノ浦のみもすそ川公園には大砲が復元されておまして、幕末の関門海峡沿いの台場をリアルに感じられる観光スポットになっています。

そして、近代になりますと、日本遺産の構成文化財になっております旧下関英国領事館や旧秋田商会ビル、門司港側であればJR門司港駅と旧門司三井倶楽部という重要文化財も2件もございます。そういった豊富な近代建造物も、最近では日本遺産の認定を契機に…、門司港のレトロ地区は十分認知度も高かったですけれども、下関側では今回の日本遺産認定を契機に近代の建造物の存在感が増してきたのではないかなと思っております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。では次に、観光行政のお立場から、泊さんをお願いします。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

観光課では、市外のPRブースへの出店ですとか、あとは旅行会社にセールスなどを行っているのですが、関門地域の知名度は非常に高いと感じております。北九州市の存在は知らなくても、これはこれで少し課題ではあるのですが、本州と九州の間にある関門海峡とか、門司港レトロ地区ですとか、唐戸市場や下関とか、その辺のことは非常に広く知られていると感じています。

実際に、多くの文化的、歴史的に価値のある建物が徒歩圏内に集積していて、バス、トロッコ列車、船とかで気軽に移動できる範囲に集まっていて、同時に美しい海峡の景色もあります。それに加えて食事とか買い物も楽しめるといった観光地が、福岡県内や山口県内まで広げても周辺にはあまりないので、とても観光地として貴重な存在で大切な観光資源だと考えてPRを行っています。

そういうものに加えまして、門司港エリアですと門司港駅のリニューアルオープンですとか、レトロ地区のライトアップをどんどん進めております。あとは9月には関門海峡ミュージアムもリニューアルオープンするということで、さらにバージョンアップをどんどん続けているところでありますので、まだまだ観光地としての高いポテンシャル、潜在力を持っている地域ではないかと考えております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それでは、門司港駅の復原工事などでもご活躍されてきた黒木社長、お願いします。

〔JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏〕

門司港駅について、それから後半で観光面の話をしていただければと思います。

先ほど南教授の方から説明のあったパンフレットがごございますけれども、駅ご利用の観光客の方も、こうした空間を写真に収められる方も結構いらっしゃると思います。駅の中のホームに椅子もなければ自動販売機もなく、「もじこう」というサインくらいしかなく、これはわざとそうなっているのですけれども、こうした風景を撮っていただいているのだと思います。

門司港駅はご存じのように、1914年、大正3年に今の駅舎ができて、約100年後、2012年に工事が始まりまして今年3月に復原工事が終わったところですが、まだ一部、工事が残っておりまして、ご迷惑をお掛けしております。私は、駅機能以外をどうするかということを担当しておりまして、先ほどのアンケートでもありましたけれども、やはり「食・グルメ」といったものがやはり観光の一つのポイントになるのではないかと、ということで、1階にはスターバックスコーヒーさん、2階にはみかど食堂をつくりました。

1階のスターバックスも通常のスターバックスではなくて、やはり歴史的な建造物の中にあるということで、京都ですとか、九州ですと鹿児島島の仙巖園等々にもございますけれども、歴史を感じさせる内装、室外等にしております。中に入っていたいた方も多と思うのですけれども、列車のヘッドマークですとか、あるいは列車のプレート、レールをモチーフにしたような内装になっております。

2階のみかど食堂については、アイデアとしてはすぐに出たのですけれども、なかなか当時の資料がないということで、門司にお住まいでガイドをされていらっしゃる内山さんという女性の方がいらっしゃいまして、この方のお父様が昔のみかど食堂のシェフ長をされていらっしゃったということで、色々なお話を聞かせていただいたり、写真を見せていただいたりということでの復原をいたしました。併せて、JR九州がやっておりますスイーツトレイン「或る列車」の監修をしていただいています成澤さんという東京の有名なシェフの方がいらっしゃるのですが、その方に料理の監修をしていただいて、今のようなお店をオープンさせたということになっております。重要文化財ということで、お店をつくるにあたってなかなか難しいところもあったのですけれども、まずはよくできたのではないかなと思っております。

それから観光に関してですけれども、今、小倉でホテルを担当しておりますけれども、ビジネスユース、出張の方はかなり小倉も多いのですけれども、今後は観光客、特にインバウンドの方も含めて増やしていこうという取組みを行っております。参考までに、九州観光推進機構がトリップアドバイザーという世界的な口コミサイトの投稿分析を行った結果では、北九州でどのような施設の名前が挙がっているかということ、九州鉄道記念館、関門海峡の2つが挙がっておりました。一方で、門司港駅や他の施設名が挙がっておりませんでしたので、もう少しPRする必要があるのではないかなと思っております。余談ですが、北九州で投稿が多かった施設が河内藤園、それから満足度が高い施設がいのちのたび博物館でした。こういったところも今後の参考にしていきたいと考えております。

〔北九州市立大学 南 博〕

どうもありがとうございます。

今、それぞれ文化財行政、観光行政、民間事業者のお立場からお話をいただいたところ
でございます。先ほど、第1部での私の研究報告のところでも少し述べさせていただきました
が、国のほうでも今、文化財を活かした地域活性化ということで、法改正ですとか、
色々な事業展開も行われております。現在の国の成長戦略などを見ましても、文化に関す
る施策というのは、「文化・スポーツ・観光」ということで括られて、成長戦略の重要な
役割を果たすものと位置づけられておりまして、文化財について、大切なものを後世にも
残していくということを重視しつつ、いかに地域活性化に役立てていくかということにつ
いて様々な取組みが行われております。関門海峡には色々な資源もありますし、可能性も
ある、ということかと思えます。



全登壇者

4. 論点2： 大学生による活動紹介

〔北九州市立大学 南 博〕

今、関門地域の文化財、および関連する観光の特徴、魅力について行政や民間事業者の
お立場からお話をいただいたところでございますが、これらに関し北九州市立大学、下関
市立大学の学生も様々な取組みを行っております。その点につきまして、論点の2つ目と
して、大学生による活動紹介を行っていただきたいと思えます。まず、下関市立大学の福
田さんのほうから、文化財を活かした地域活性化に関連する活動内容や、その活動を通じ
てお考えのことなどについてお話いただければと思えます。

〔下関市立大学 経済学部国際商学科 4年 福田 悠美〕

私からは、日本遺産探Q会での活動を通じてということで、報告をさせていただきたいのですけれども、お手元にカラー版の資料があると思うので、そちらのほうを見ながら聞いていただければと思います。報告の流れとしては、まず、日本遺産探Q会での活動の紹介と、その活動を通して感じた日本遺産の魅力及び文化財の魅力について、私の意見を報告させていただきたいと思います。

まず初めに、私が所属している日本遺産探Q会とはどういったものかということ、簡単にご説明をさせていただきたいと思います。このサークルは、私の1つ上の先輩が共同自主研究という研究で、「域学連携による日本遺産の魅力発進」をテーマに研究をしていたのですが、この研究だけで終わらせることなく、日本遺産を通じてもっと地域に貢献したいという思いを持ち、このサークルを設立したという次第でございます。

このサークルは、日本遺産の認知度を向上させるという目的で活動を行っておりまして、フィールドワークであったり、地域の方にヒアリングしたりというふうに調査や研究を行い、そこで得た日本遺産の魅力を発信するために、私たちも大学生として楽しみながら様々な活動を行っているサークルでございます。

では、具体的にどのような活動を行ってきたかということで、次のページに移ります。具体的には4つの活動を行ってきたと思っております。例えば、地域のイベントであれば、江戸周辺で行われているキャンドルナイトであったり、日本遺産構成文化財の六連島灯台がある六連島での灯台の公開イベントに参加したりですとか、パンフレットの作成というところに関しましては、配布資料に実際に作成したパンフレットを載せているのですけれども、大学生に見て感じていただきたい、学んでいただきたい部分をピックアップしたりですとか、大学生から見た魅力というものを私たちなりにまとめたパンフレットを発行しております。さらに、かるたや紙芝居の作成、あとポスターなども作っているのですけれども、そちらのほうは資料5ページ目に実際に作成したものを載せているのですが、こういったものもイベントの際に展示していただいたりして、活用していただいているものになります。あとは、インスタグラムであったり、ツイッターであったり、色々使って私たちの活動をたくさん発信している状況でございます。

続いて、この活動を通して感じたことについて、配布資料6ページ目から報告をさせていただきたいと思います。私自身、日本遺産探Q会に所属して活動する中で、日本遺産という文化財であったりストーリーというものが、私が今、活動している下関市にフォーカスを当ててしまうのですけれども、新たな魅力になり得るというふうに活動を通じて考えました。これが誰にとって、どんな魅力かということになるのですが、大学生、市民、観光客の3つの視点から魅力があるのではないかとというふうに、私自身考えました。

次のページです。まずは大学生にとっての魅力というところになるのですけれども、私自身、大学生としてこういった活動を通して、文化財やストーリーというものは、学びや交流になるという魅力があるのではないかと考えました。例えば、こちらに例を載せているのですけれども、先ほど紹介した「下関“成長”物語」というタイトルでパンフレットを作ったのですけれども、主体的に活動してきた私たちにとっては、こちらの作成を通して、自分たち自身が地域を学ぶことができたり、ヒアリング調査を通して地域に住んでいる方とたくさん交流をさせていただく機会が生まれました。そういったことを通して、こ

の活動の楽しさを見いだしております。さらに、私たちが作った物を他の学生にも発信するという点に関して、特に下関市立大学は県外から来た学生が約8割程度いますので、初めて下関市に来た学生に対してこういったパンフレットを使って、実際に授業でも配っていただいているのですけれども、学生が学びやすいように簡単にまとめた面白いパンフレットを見ながら、初めて来た下関の歴史や文化を学べる、学びの部分になっているのかなと思っております。

続いて、市民としての魅力ということで、資料8ページ目に移ります。私も実は下関市民でありまして、20年近く下関に住んでいるのですけれども、この日本遺産の活動を通して地域の再発見につながり、地域への誇りをすごく持つことができたと思うので、そういった魅力があるかなと思います。下関だと、角島だったり唐戸市場だったりという、自然とか海産物が結構魅力として注目されているかと思うのですけれども、それだけではなくて、日本遺産を知ることによって下関にもこのような文化的な歴史的な魅力があるのだということ、私自身再発見いたしました。例えば資料に載せている旧下関英国領事館は、今、日本に存在する最古の領事館の建築物でありまして、国の重要文化財にも指定されております。こういったものが下関にもあるということは、私自身、活動するまで全く知らなかったもので、こういったように地域を見直し、地域への誇りや愛着が生まれる、そして、市民教育にもつながるといった魅力があるのかなと思っております。

最後に、観光客にとっての魅力ということで、私は観光客ではないので、大学生や市民への魅力を踏まえて、そこと重なる部分になるのですけれども、日本遺産の文化財やストーリーというのは、「楽しみ」になるのではないかなと考えました。前者の大学生・市民とつながるのですけれども、今、観光客というのは、ただおいしいご飯を食べて、きれいな景色を見てというだけではなくて、地域の人と交流したり、地域を学んだりということが、観光客に求められているかと思えます。ですので、先ほどの報告にもあったように、地域の方と交流できる機会であったり、色々なことをこの遺産を通じて学んで、観光客の知的な好奇心を満たすツールになるのではないかと考えました。例えば、文化財の1つである、やまぎん史料館の館長さんであったり、私もたくさんお世話になった六連島の方々は、すごく親しみやすく、色々なことを私たちにも教えてくださいました。本当に「人の魅力」だと思うので、こういった部分も日本遺産そして文化財の新たな魅力ではないかなと思います。

私の報告のまとめといたしましては、日本遺産、文化財というのは、市民にとって「再発見・誇り」、大学生にとって「交流・学び」、そして、この2つと重なる部分で、観光客にとって「楽しみ」という魅力があるのではないかと考えました。

私からは以上です。ありがとうございました。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございました。大変素晴らしい活動を実施しておられるなと思えました。それでは、次に、北九州市立大学の南さんからお願いします。



左から福田(下関市立大学)、南祐輔(北九州市立大学)

〔北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類4年 南 祐輔〕

私は配布資料はございません。口頭で活動の紹介をさせていただきたいと思います。まず、私が所属しております地域創生学群では、地域課題に対して、様々な面や分野から活動に取り組んでおります。子どもの教育ですとか、交通の面から、まちづくり、ごみひろいですとか、さらに、福祉ですとかスポーツなどの面から地域活動に取り組んでおりますが、私がこれまでメインで取り組んできましたのは、「まちあるき」の分野です。まちあるきという言葉をご存じでない方もいらっしゃると思うのですが、ブラタモリを思い浮かべていただくと一番近いかなと思っております。

具体的な活動内容としましては、主に、私は小倉、特に魚町の辺りで取り組んできました。ガイドブックですと多くの市外・県外の方に知られているようなスポットやお店などを紹介するのはもちろんですが、そのようなお店も、これまで知られていない視点から地元の人しか知らない情報ですとか、ガイドブックに載っていないような情報をガイドして、参加者の方に聞いていただくというものに取り組んできました。それ以外にも、これまで、小倉駅の新幹線口ですとか、北九州モノレールの沿線沿いでのマップの作成ですとか、ちょうど今、泊さんのおられる北九州市観光課の方と一緒に、環境修学旅行という環境の面から北九州の魅力を紹介していくという活動も取り組んできました。

今回、テーマが「文化財」ということですので、その中で文化財と関連した取組みを紹介します。ある旅行会社さんとコラボレーション企画をしまして、関東から修学旅行生を北九州に誘致しガイドするということがありました。この活動では、従来のようなバスガイドさんですとか、地元の、いわゆるボランティアガイドの方にガイドしていただくのではなく、まちあるきの手法を取り入れてガイドを行いました。具体的にいきますと、門司港エリアで活動を行ったのですが、門司港駅ですとか、旧大阪商船ビル、旧門司税関などのスポットは素晴らしい歴史的価値があるのですが、このような歴史的価値だけではなく、まちづくりですとか、景観の面ではどうだろうかという視点で、ガイドを高校生に行い、高校生と一緒に街を歩きながら、門司港について考えるということを行いました。さらに門司港レトロエリアだけではなく、栄町銀天街といった、いわゆる観光地からは一歩外れた場所も高校生と一緒に歩き、門司港を一つの街として捉え、どのような魅力が隠されているのかということも高校生と一緒に考え、ワークショップを三宜楼の広い部屋で行いました。この三宜楼でのワークショップについては、高校生や高校の先生方からかなり好評をいただきました。

このような活動を行ってきた中で、幾つか私が思ったこと、課題だなと思ったことをご紹介します。まず、ストーリー性がどれほど必要なのかということを感じました。今回の「関門“ノスタルジック”海峡」も、北九州や下関に点在する様々な歴史的価値のあるスポットを、歴史、近代化ですとか文化財の価値としてストーリーをつないでいくことがどれだけ有効なのかということを考えました。

次に、地元の方の交流・協力が、まだまだ足りていないのかなということを感じました。地元の方、特に長年住んでいらっしゃる方は、この門司港にあるスポットや下関のスポットについても、「昔からあるもの」という認識で、なかなか歴史的価値の重大性を感じていないが故に、あまり乗り切れない、と言いますか、協力をお願いしても「まあ、そんなもんだよ」みたいな、ちょっとさみしい声を聞くことが幾つかありました。いかに県外や

市外の方に魅力を伝えていくか、ということも重要ですが、まずはこの地元の方がどれだけ誇りに思っているかということも重要であると感じました。

そして、特に若い世代の目線で言いますと、なかなか若い世代は歴史的価値というものにあまり目を向けない、と言いますか、どうしても難しく感じてしまう大学生ですとか高校生の世代に対して、いかに歴史的価値を伝えていくことができるのかというのが、かなり大きな課題であるなど感じました。

まだまだ幾つか課題はあると思うのですが、一人でも多くの地元の方がこの魅力を伝えられるようにすれば、市外や県外の方にも、この関門エリアの魅力が伝わっていくのかなと感じていますし、私も大学生の期間は残り1年ありませんが、卒業してからも、関門エリアに住んでいる者として少しでも携わっていただけたらと考えております。私の発表は以上です。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございました。北九州市立大学では様々な取り組みを行っていて、かつ、そこから色々な課題の考察や将来に向けた展望も考えている、ということをご報告をいただきました。

では、両大学の学生にお話をいただきましたので、それぞれの行政の方から一言ずつご感想をいただきたいと思います。まず、下関市立大学の取り組みに関して、下関市教委の藤本さんのほうからコメントをいただければと思います。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

下関市立大学の日本遺産探Q会さんは、立ち上げられた時から私も随分お世話になっておりまして、何より本当に自ら自主的に動いていただいています。あたたかい、ありがたい活動だと思っております。特に、パンフレットを作っていただいたり、かるた、紙芝居という「物」を自ら作り上げていってくださっているのが素晴らしいということと、それから六連島の、それこそ地元に着した活動を継続してやっていただいていることは、なかなか行政では手が届かないようなところまで活動していただいております、本当にありがたいと思っております。

今、下関市立歴史博物館で日本遺産巡回パネル展をしておりますけれども、そちらに探Q会さんが作られているかるたと紙芝居と一緒に展示させていただいております。大学と行政の活動の発表の場がうまく融合していけており、関門海峡日本遺産協議会の活動としても、お互いWin-Winな関係でいっていただけたらと思っております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それでは、北九州市立大学の取り組みに関して、北九州市観光課の泊さんのほうからコメントをいただければと思います。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

北九州市立大学の地域創生学群の皆さんは、自主的にまちあるきのボランティアガイドさんとかをやっていただいて、非常に課題意識も持って学生らしい切り口で色々やってい

ただいでいて、とても素晴らしい活動をされていると感じています。

先ほど話の中で、地元の方の認識がなかなかちょっと、という話もありましたけれども、結構色々なところを見ていると、外の方が評価して、改めて地元の方がそれに対して誇りを持っていくというような道筋もあります。また、旅は昔の団体旅行からどんどん今、個人旅行に旅行の形態が変わってきている中で、旅の印象というものを大きく決めていくのが、人との交流とかの占める割合が、結構大きくなってきているということが色々な調査結果でも出てきています。そういうところに学生の皆さんが、今、地道に取り組んでいらっしゃるガイドですとかが利いてくるのではないかなと思っています。

そういうことで、外からの評価が高まって、それが還ってきて地元の方の認識を変えていくという、そういう好循環を生んでいけるように感じて、すごく素晴らしい活動ではないかと感じました。

〔北九州市立大学 南 博〕

どうもありがとうございました。

5. 論点3：文化財を活かした関門地域活性化に向けた課題

〔北九州市立大学 南 博〕

それでは、次の論点に進みたいと思います。論点の3つ目は、「文化財を活かした関門地域活性化に向けた課題」でございます。論点1と2では、関門地域における文化財を活かした観光の特徴や魅力、あるいは下関市立大学、北九州市立大学における活動の事例紹介の話がありました。それらを踏まえて、今後の関門地域において文化財を活かした地域活性化を進めていくに際して、どのような課題があるのかという点についてお話しをうかがっていききたいと思います。

先ほど、南さんのお話しの中で既に課題について触れていただいたところでもございますが、他にも色々な課題があると思います。それについて、皆様からお話しいただければと思います。黒木さんからお願いいたします。

〔JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏〕

先ほど関門海峡日本遺産協議会さんの話でもありましたけれども、日本有数の滞在型観光地を目指すという目的は、本当に私もそのとおりでございますし、実際、そうしていきたいと考えております。その中で2点、課題を考えております。

まず1点目でございますけれども、関門エリアは歴史ですとか建物ですとか、日本有数のコンテンツは非常に多いと思います。その中で、それをどのように情報発信していくかというところ、これは私自身も、なかなか難しいなと悩んでいるところでもあります。ホテルとしても、情報発信はしているつもりなのですが、なかなかうまくできていないなというところもありますし、色々な団体等々、情報発信する機会はあると思うのですが、情報がかなり多くて、どういう情報を見れば、初めて来られる観光客が一番分かりやすいのかというところは、常に考えております。

2点目は、これは実際、門司港で仕事をしたり、ずっと一日中いたりして思っていたのですが、平日、土日とも、昼間の観光客の方は非常に多いのですけれども、どうでしょう、

私の肌感覚では、ピークは大体 13～14 時くらいではないでしょうか。グランマーケットとか色々な大きなイベントがある時はそうでもないかもしれませんが、通常の平日・土日だと、その時間を過ぎるとどんどん観光客の方が減って行って、大体 18 時くらいになるとほとんどいっしょらないということが見てとれます。文化財も、その特徴から閉館時間がありますので、なかなか遅くまで開けていくのは難しいと思いますけれども、滞在型の観光地を目指すというところでは、午後あるいは夜を、観光客の方にどのように楽しんでいただくかということが課題だなと感じております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それでは次に、北九州市の泊さん、お願いします。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

私もほぼ黒木社長と同じような内容にはなるのですが、まずは観光の目的地として関門地域の認知度、知名度を高めて集客を増やしていくということが、まずは課題だと思っています。よく色々な所に行って、市外の方、特に遠方の関西や関東の方と話していると、関門地域全体のイメージというものが定まっていなと感じることがあります。

例えば、日本遺産ですとかレトロ、フグ料理、関門海峡など、そういう断片的で単体の情報というのは結構皆さん知っていらっしゃる、持っていらっしゃるのですが、それが一つのエリアにぎゅっと集まっていて、ちょっと独特の雰囲気もあって、いい観光地として存在しているというところがなかなか伝わっていないのかなと感じています。本当に旅行の目的地として関門地域を選んでもらうためには、もっと分かりやすく強く印象付けるような PR 策というものを戦略的にやっていくことも必要なかなと思います。バラバラと色々なものがあるのですが、すべて同じ強さで出していくというよりは、戦略的にやっていく。ちょっと自分の仕事の反省も含めて、そう思います。

それから勿論、黒木社長もおっしゃられているように、来ている方により長く滞在していただいて、飲食や宿泊を増やしていただいて経済波及効果を高めるという取組みも、やはり地域の経済の活性化にはとても重要だと感じています。

そういうこともありますので、行政としましても、今、夜まで滞在していただくようにライトアップを進め、「夜景がきれいなまち」ということで北九州全体で夜景を売りにした PR を進めていたり、それから、食としてもフグだけではなく色々な海鮮が採れるということで、井のおいしいお店、お寿司屋さん、そういったものも PR して、文化財プラスそういう人を引き付けるような素材を組み合わせる情報発信を行っています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それでは、北九州市立大学の南さんから、追加で課題等があればお願いします。

〔北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類 4 年 南 祐輔〕

私は先ほど幾つかの課題を述べましたが、ここではより文化財に絞った課題といたしまして、景観的な面で課題があることについて話したいと思います。

今までは門司港レトロの狭い範囲ですとか、下関の唐戸のかなり狭い範囲でしたが、「関門“ノスタルジック”海峡」に登録されているスポットは、42の文化財が下関・北九州のかなり幅広いエリアにあります。これまで有名なスポットで知られている場所があるかと思いますが、今回、登録されたことで新たに認知されるようになったスポットに行っても、すごい文化財、歴史的価値としてどれだけ素晴らしいものであったとしても「建物が古いのかな」「レトロなのかな」というだけになっている場所があるかと思いますが。そのスポットに行っただけで、どれだけその価値を伝えることができるかというのが課題なのかなと思っています。

「関門“ノスタルジック”海峡」も説明板がありますが、先ほど泊さんからありましたけれども、今、個人の観光が進んでおりますので、個人の観光客の方が、足をわざわざ伸ばしたくなるような取組みが必要なのかなと、私は考えています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。今のご指摘のあった部分は、関門海峡日本遺産協議会で色々事業を展開していく上でも、非常に悩ましく感じながら取り組んでいるわけですが、協議会事務局としてもご活動されている藤本さんから、課題などについてお願いします。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

確かに、文化財を活用して観光に結び付けるというのは、一朝一夕ではいかないなと考えております。先ほど、黒木社長さん、それから泊係長さんもおっしゃっていましたが、情報発信が溢れ過ぎていて、私たちも一生懸命発信しているのですけれども、それが埋没していくところと、看板、説明板、総合案内板も付けさせていただいているのですが、結局、気付いてもらえないというのが、一番今悩ましいのかなと思います。看板は、今年の3月までに一応全部、日本遺産構成文化財の方に設置いたしまして、そちらにQRコードを付けまして、そこからホームページに飛んでいただいて、そのホームページにいけば音声ガイドが聞けるとなっているのですけれども、もう一仕掛けというものがないと、そこまでたどり着いてもらえないのかなというのが今の悩みです。

ですので、環境は整ったと。あとは、そこに気付いていただくには、やはり観光ボランティアガイドさんにガイドの中で触れていただくとか、もう少しホームページ上や色々なところで、「ここにあります」というのを、まず周知し、届けるような仕掛けをしていかないといけないのではないかなと思っています。

文化財としましては、実はまだまだ知られていない、市民の方にも知っていただいている文化財がたくさんありまして、例えば下関市の旧秋田商会ビルはメインストリートの国道に面しているのです皆さん目にしているのですが、そこを入れる施設とは知らなかったという市民の方もまだまだ多く、入ったことはありませんという方が多いので、そういった地道なところから市民に対しては周知し、遠方から来ていただく方にも行政や協議会がきちんと整えている環境に気付いていただけるPRというものが必要なかなと思っています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それでは下関市立大学の福田さん、お願いします。

〔下関市立大学 経済学部国際商学科4年 福田 悠美〕

私も、皆様がおっしゃられていたことと同じように、魅力の発信の仕方は大きな課題なのかなと思っております。先ほどからもあるように、すごく歴史的に価値のある文化財がたくさんあるのですが、その魅力をしっかり分かっていたいていないこととか、市民の方にもまだまだ知られていないこととか。そして、関門地域なのに、下関側の人は北九州側のことは知らなかったり、反対に北九州側の方も下関側のことはよく知らないというようなこともあるのではないかと感じております。

私自身、日本遺産探Q会の活動をしてきて、さらに大学生として、そして下関市民として、やはり北九州のことにまだ詳しくないので、もっと両者が互いのことを、まずは地域の一員として、全体として知り合うことが大事なのかなと思いました。活動していく中で、北九州側のほうも大学生の方が活動なさっていらっしゃるのですが、私たちもまだ交流がしっかりできていなくて、お互いの活動を把握できていなかったり、そもそも面識がなかったりという部分があるので、魅力をどんどん発信していくためにも、しっかり地域同士が交流して、一緒にやっていくという意識を持っていかなければいけないのではないかなと感じております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それぞれのお立場から様々な課題についてご指摘をいただきました。



会場の様子

6. 論点4： 関門地域で求められる今後の取組（まとめ）

〔北九州市立大学 南 博〕

最後の論点です。今お話しいただいたような課題を踏まえて、関門地域の文化財を活かした地域活性化をいかに進めていくかというアイデアや方策、あるいは取り組むべき方向性について、今までのお話の中でも既に言及いただいておりますが、改めて皆さん方からお話をいただきたいと思います。まずは北九州市立大学の南さんのほうからお願いします。

〔北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類4年 南 祐輔〕

今後の取組みといたしまして、2点挙げたいと思います。1つ目は、先ほど藤本さんのほうからありましたけれども、まだまだ知られていないスポットやエリアを拾い上げていくことが重要なのかなと考えております。例えば、先ほど紹介した修学旅行の活動で、門司港の昔の古地図を見る機会がありまして、日本銀行が門司港にあったことですか、それ以外にも歴史的価値のある建物が古地図を見るとあるのですが、その地図に照らし合わせて現在の場所を見ると、マンションが建っていたりするところも、今は面影のない場所ですけれども歴史的価値がある、というように、現在残っている建物だけではなく、現在建物が無い場合でも、眠っている価値や魅力を掘り起こしていけば、ノスタルジックのストーリーがより深くつながっていくのかなと考えております。

もう1つは、今、福田さんからありましたけれども、若い世代の交流です。私も下関に住んでいますけれども、どうしてもまちづくりの活動は北九州ばかりで、なかなか下関の方で取り組むことができいていませんでしたので、まちづくりに取り組む若い世代をいかに増やしていくかということが重要なのかなと考えています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございました。それでは、下関市立大学の福田さん、お願いします。

〔下関市立大学 経済学部国際商学科4年 福田 悠美〕

先ほどの発表でも少し触れたのですが、今後の取組みとして、やはり関門地域でしっかり連携して魅力を発信していくために、大学生としては、北九州の大学の方としっかり交流を行っていきたくて思っております。北九州には若松地区に一度、日本遺産探Q会としてフィールドワークに訪れたことがあるのですが、それ以外に行ったことがないので、調査であったりヒアリングであったり、そういった部分も連携しながら行っていったら良いかなと思っております。

さらに日本遺産探Q会としても、これからどのような方向で下関市の方だったり北九州市の方だったり行政の方と一緒に活動していくかという方向性がしっかりと定まっていけないという課題があるので、今までの活動をすごく評価していただいているので、これからはご期待に添えるよう、探Q会としてもしっかりと方向性をもう一度確認して、地域に貢献できるようにしっかりと取り組んでいけたらいいなと思っております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。今、両大学の学生の方々から、そもそもお互いどのような活動を

しているのか知らないのですが、若い世代の交流もまだまだ余地があるというお話がありました。

いま両大学、あるいは他の大学も含んだ形で、連携や交流のプラットフォーム、仕組みというのは色々な形のものでできていて、それぞれ目的に合わせた色々な活動が行われ、成果も上げているところなのですが、今後の持続可能な若い世代の交流や、それをベースにした文化財を活かしたまちづくり等を進めていくうえでは、おそらく若い世代の自発的な交流をより良い形でいかにつくっていくかということが重要なのではないかと思います。そうしたきっかけを、両大学の組織や教員等がつくっていくかということも重要だと思いますし、それぞれの学生が今後また力を発揮してもらえればいいなと思った次第でございます。

それでは黒木さん、お願いします。

〔JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏〕

私からは2点です。事例も含めてですけれども、まずは情報発信というところが課題としてあったと思います。私どもも今、ホテルとしてホームページ、Facebook、Instagramなど、ありとあらゆるものをやっていますけれども、なかなか難しいところもあります。観光のお客様がどのようなものを欲しておられるかということも、なかなか伝え切れていないところもあると思います。今、特に海外の方も検索されますので、検索する所に外国語にも対応しているAIで「お勧めはどこですか」と入れると自動的に返答してくれる、難しいことにつきましては人が対応するといったサービス等もありますし、もしかしたらGoogleさんとか、そのうちそういうふうになるかもしれません。とにかく市全体、あるいは関門地域全体で、何かそういうポータル的なものがあればいいなと感じております。

2点目の集客、イベントというところでいきますと、先ほど夜のライトアップというものもありましたけれども、もう少し何か進めたものはないかなというところで、やはり歴史的建造物と合うものは自然とも合うのですけれども、アートとのコラボみたいなものが何かイベントとしてできないかなと思います。例えば、瀬戸内国際芸術祭をみると、自然という面もありますが、非常に建物とアートは親和性があると思います。かつ、夜ですとデジタルアートのチームラボさんのイベント等を見られた方もいらっしゃるかもしれませんが、夜のイベントで非常に集客されています。そういったものも一つ参考になるのではないかなと考えました。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。下関市教育委員会の藤本さん、お願いします。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

今、先ほどから情報発信という話を何回かしておりますけれども、関門海峡日本遺産協議会では独自のホームページ、それから国が全体でやっております日本遺産ポータルサイト、そしてFacebook、Instagram、Twitterで情報発信をしております。去年の事業でも行いましたが、今、インスタグラムフォトコンテストをさせていただいて、Instagramは随時、今でも「#のすたる関門」を付けて募集をしております。その中で、ずっと何と

なく思っていることがあります。例えば、地元の方がどんどん良いスポットを上げてきていただいております。今日の配布物のチラシもインスタグラムフォトコンテストの大賞受賞作品をそのまま使わせていただいているのですが、実は、このスポットというのはこの方だけではなくて、色々な方が「#のすたる関門」を付けて上げていただいているところです。その SNS の情報を見ると、何となくなのですが、皆さんが魅力を感じるエリアというのはわりと重なるものだな、ということを感じながら現在自分たちが収集している中で思っているところです。なので、そういったものを少しマップに落とし込んでいくだけでも、Instagram のスポットマップみたいなものは日本遺産だけでもできるかなと、少し思っています。それは考えているだけなのですけれども、実感として、皆さんが良いと思う景色、それからインスタ映えのするスポットというものは確実に存在していて、「文化財のこの町並みと景観」というものがあるのも間違いないと。Instagram を活用していくことによる情報発信も、やはり有効なのではないかと思っています。

それから、地域の交流としては、関門地域としてやっていると、やはり両岸でやっているの、お互いが対岸に目が行くように少しなっているのかなと思います。Instagram の投稿写真を見て、北九州の方が下関のほうに来て「いい所ですね」と言って、写真を上げてくださる数が増えてきて、また逆も多くなっています。地道ですけれども、そういう活動もやはり有効なのではないかなと。これが東になって分母が増えていけば、海外の方の目にも止まるのではないかと考えております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございました。ちなみに、先ほど黒木さんから建造物とアートのコラボといったことをもっと進めていくべきではないかというご指摘がありましたが、関門海峡日本遺産協議会では、関門海峡キャンドルナイトにおいて、実行委員会さんと連携した取組みを進めて、少しアートと建造物のコラボを夜のイベントとして開催するといったようなこともやりつつあるところです。藤本さん、このキャンドルナイトのことについて、昨年どういう取組みをされたか、これは日本遺産探 Q 会さんにも関係しておられますが、少しご紹介いただけるとありがたいのですが。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

関門海峡キャンドルナイトというのは、11月に行われていまして、ちょっと私も最初のほうはよくうかがっていないのですけれども10年くらい前から門司港の方で始められているのだと思います。それで、門司港側だけでされていたのを、3年前から下関側も声を掛けて、唐戸地区を中心に徐々にその広がりが広がって行って、もともと門司港キャンドルナイトだったものが、今は「関門海峡キャンドルナイト」にしましょう、という流れになっております。

それで去年、少し日本遺産として関わらせていただいて、その時に下関市立大学の日本遺産探 Q 会さんにお声掛けさせていただいたところ、探 Q 会さんのほうが構成文化財の1つである下関南部町郵便局の中庭で、文化財ですので火が使えないので LED を使って、キャンドルで日本遺産探 Q 会のロゴマークを作られて、ご自分たちの PR をしつつ、文化財の PR も一緒にする。そして、「文字を探そう」というゲームをされて、それが各構

成文化財を周遊する仕掛けになっていて、一昨年よりもかなりの方が構成文化財を回るという効果を出されました。地元の唐戸地区のほうでも大変評価が高かった取組みをしていただきました。

その延長線上で、今年も何か一緒にできればいいなど、今、思っております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。今お話しいただいたように、色々な要素を組み合わせ、それぞれの文化財の魅力、あるいは地域が持っている様々な資源の魅力を、より多くの人たちに知っていただく機会を提供していくこともできるのではないかと思います。

それでは、北九州市の泊さんから、関門地域で求められる今後の取組みなどについてお願いします。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

日本全国、海外を含めて遠方からの集客を図っていくには、そういったアートのイベントとか、ビエンナーレ、トリエンナーレを全国的にやっている所もありますけれども、そういう集客力の高い大型なイベントを継続的にやっていくことは、地域イメージを高めていく上ですごく重要なこと、いい取組みになるのではないかと思います。

それから、皆さんと重なってしまうのですが、情報発信とかPRですけれども、こういうことをやっていくにあたって、まずはあらゆる層に向けて、大金かけてテレビのCMとか頻繁にできればいいのですけれども、それはなかなかできるものではないので、やはりターゲットをはっきり設定して、それに合わせた媒体とか内容をうまく使って確実に届けていくような、そういう戦略的なPRというものも必要なのではないかと思います。例えば文化財ですので、まずは歴史好きの方というのが浮かんでくるのですけれども、比較的年齢層も高めでお金と時間に余裕がある方に親和性の高い観光素材になると思いますので、今、構成文化財の中にふぐとか金鍋（料亭）とか、少しお高い「食」とかも入っていますので、そういう方に伝わるような媒体を選んで、じっくりと魅力を伝えていくような、そういう広報も有効ではないかと思います。

それから、若い世代に対してなのですけれども、2～3年前に作りました「COME ON! 関門!」というYouTube動画がありまして、関門橋の下に突然怪獣が現れるというようなストーリーですけれども、一流の作り手さんが作った映像で、こちらがすごく流行しており全世界で見られておりまして、先日、再生回数が1億回を突破するというものすごいヒット動画になっています。ただ、これは怪獣動画として見られている側面もあるので、こういったものを実際の誘客につなげていって、インバウンドの方へも知名度を高めるといった仕組みも考えていかなければいけないかなというふうに考えております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。それぞれのお立場から、今後の文化財を活かした関門地域の活性化に向けた方向性について、お考えをいただいたところでございます。今ご発言いただいた中には、これからまた力を入れていくことによってさらに効果を発揮できるものとか、あるいは新たに取組んでいけないといけないものなどもたくさんありました。関

門地域は、様々な主体がそれぞれ活発に活動しておられるところです。そうした活動主体が連携して協働していくことで、さらに地域活性化に大きな力を発揮できていくのではないかなと思う次第でございます。

当然、文化財だけで地域活性化を志向することもありうるのかもしれませんが、他の様々な要素といかに絡めていくかということが重要なのではないかと思います。こうしたことに関して、本日パネリストの皆様から、非常に興味深いご意見や活動報告をいただけたと思う次第です。

7. フロアとの質疑応答

〔北九州市立大学 南 博〕

もしパネリストの皆様の中で、お互いに何か質問をされたいことはございますでしょうか。特には大丈夫でしょうか。

それでは、あと若干時間がございますので、本日ご参加いただいた方々との意見交換をさせていただきたいと思っております。ご発言のある方は挙手をいただきまして、私が指名させていただきますので、お名前をおっしゃっていただいた後にご発言いただければと思います。いかがでしょうか。では、そちらの方、お願いします。

〔質問者A〕

すみません、大学教員のAです。私は福祉の研究と同時に、観光についても研究しております、多いのですけれども4つ質問させてください。4つというのは、パネリストの方々にそれぞれ分けています。

1つ目は、学生のお二人に質問させてください。私も今、唐戸で「カラトンファクトリー」ということで、唐戸のゆるキャラを作ってゆるキャラグランプリにも出したりすることをやっています。ところが、ほぼやり始めて8、9年経つのですが、一つの課題として出てくるのが、実はその取組みの持続可能性なのです。これは、別に学生だけではなくて、例えば豊後高田に行って、観光の方にお聞きすると、やはり10年経つとテンションが下がると言われます。ですので、学生のお二人にお伺いしたいのは、今現在はできるのだと思うのですが、その後の学生を10年間くらい同じようなテンションで、この地域の課題について取り組むような、サステイナブルな形態をつくることは、どのくらい可能なのか。どうすれば可能なのか、ということをお教えください。

次に、行政の方、お二人にお尋ねしたいのですが、私は、実は京都の「大政奉還150周年記念スタンプラリー」でコンプリートしました。京都の二条城（の非公開エリア）に入ろうと思うと100万円寄付すると入れるのですが、スタンプラリーにコンプリートするとタダで入れるということで、行ける企画に参加し写真を撮りました。22自治体を回らなくてはいけなくて、その時に聞いたことがあります。観光・文化に関しまして、観光物や産業観光に関するものを、文化と経済を観光の目線で見たときに、行政の区割りの中で教育委員会と観光部局の対立構造になり、どちらにウエイトを置いてこの事業に取り組むのかというのが、結構自治体によって異なっています。この点について、どちらを主に考えたら比較的この事業に取り組みやすいのでしょうか。それに加えて、北九州市と下関市の行政の、歴史や日本遺産を活用した取組みの違いについて、もし感じられるところが

あれば教えていただきたいということです。

3つ目は、民間の黒木さんにお尋ねしたいのですけれども、日本遺産をいかに推し進めていくかという点でインフラ的な話が多かったのですが、私が色々な有識者とお話ししていると「リピーターになる動機は、モノではない。人である」と言われます。最近の観光客の中でも、「ひとづくり」が非常に問われていて、その「ひとづくり」とは何かというと、ライトアップとか何かをすることではなくて、そこに住んでいる住民を観光物の一資源として扱う。ということは、住民の人たちが観光資源の一つなので、コミットするのは観光資源ではなくて、住民の人たちとか、アドバイスなり観光について何か説明する方々であるとか、そういったことの人材育成というものが多分必要になってくると思うのですが、その点についてどう思われるでしょうか。

それにもう1点、夜のライトアップの話が多く出されていたのですけれども、実は「朝はどうするのか」ということです。例えば函館市は夜の百万ドルの夜景のあと、朝市をやるのです。だから函館に泊まるのです。だから、夜景を見るため、夜にするだけだと、帰って博多に泊まってしまうのです。下関も北九州もそうですが、宿泊を取られています。お互いが取り合っているのではなくて、博多に取られています。ですので、博多に取られないためには、下関、北九州なりで、夜と朝の連携をして、夜に泊まって朝もこの地にいるから宿泊するんだ、というインセンティブをいかに与えるのが重要だと思うのです。そのような朝の事業に関して、民間の目線から何か取り組まれたらいいのではないかというようなことが朝市以外で何かございましたら、教えていただければと思います。

多くの質問で申し訳ございませんけれども、皆様にご質問させていただきます。



質疑応答の様子

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。では、1つ目のご質問、学生主体の活動をいかに持続可能にやっ
ていけるかという点につきまして、まず下関市立大学の福田さんからお願いします。

〔下関市立大学 経済学部国際商学科4年 福田 悠美〕

この活動を持続していくためにということですが、私としては2つあるかなとい
うふうに思っております。

1つ目は、しっかりと自分たちの活動の成果を目に見える形で残していくということが
大事かなと思いました。昨年作ったかるただったり、紙芝居だったり、あとポスターやパ
ンフレットというものは、しっかりと目に見えて自分たちが活動してきたという証拠にな
りますし、それを様々な場面で展示していただける、活用していただけるというのは、自
分たちとしても活動のやりがいを感じる場面になります。そういったものを、どんどん
蓄積していくことで、これからもしっかりと活動に取り組んでいこうという思いであったり、
先輩方がやってこられたことを受け継いでいきたいという、後輩たちのモチベーションに
もつながるのかなというふうに思いましたので、まずはしっかりと目に見える形で活動の
成果を残していくことが、持続のために重要かなと思います。

もう1つが、先ほどからも何度かお話しに出ているのですが、交流するということ
になるのですが、これは先ほどのように、地域ごとの学生間の交流はもちろんそうなの
ですが、それだけではなくて、地域の方とか自治体の方ともしっかりと連携して、
関係をつくっていくということが、すごく大事なのかなと思いました。学生同士であれば、
地域を越えて一緒に頑張っている仲間がいるという気持ちだったり、地域の方や行政の方
と関わるということも、ずっと一緒に活動してきた頼れる大人たちを持つことで、これか
らもどんどん活動の幅を広げて一緒に協力しあっていこうという気持ちが生まれたりです
とか、そういった関係も活動に対するモチベーションになるのではないかと考えました。

成果物をしっかりと目に見える形で残すということと、交流を活発に行っていくとい
う2点を継続していくことで、活動としても持続が可能なのではないかなと思いました。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。では、北九州市立大学の南さん、お願いします。

〔北九州市立大学 地域創生学群地域創生学類4年 南 祐輔〕

持続可能性、テンションが下がるという部分について。こうして関門エリアですと下関
市立大学や北九州市立大学でまちづくりや地域創生、地域活性化に取り組んでいる学生は
多いのですが、どうしても卒業後にまちづくりに携わることを、私の感覚としては断ち切っ
てしまう学生が多いように感じます。

もちろん卒業後、それぞれの場所で就職しておりますので、なかなか地域の活動に取り
組むということは難しいかもしれませんが、せっかく大学の4年間で、あまり他の若い世
代がやってこなかった、見つけてこなかった素晴らしい取組みをやってきておりますので、
地域活動に取り組んできた学生、若い世代が卒業後も継続して取り組んでいくことができ
れば、後輩である大学生とも連携し、地域の人とつながっていくことができるのかなと考

えています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。参加者の方からのご質問というのは、当然ながらパネリストにとって事前に準備されていた質問ではないのですけれども、それに対してパネリストの学生の方は非常に的確に答えてくれたと思います。こうしたしっかりとした学生が関門地域で学んでいるということ、今日ご参加いただいた方々にも大変心強く思っていたいたのではないかと思います。

それでは2つ目のご質問ですが、行政内部の部局間の話ですとか、あるいは北九州と下関の両市の取組みの違いですとか、お話しいただける範囲でお話しいただければと思います。まず、藤本さんからよろしいでしょうか。

〔下関市教育委員会 教育部文化財保護課主任 藤本 有紀 氏〕

質問者からご指摘いただいたとおり、観光の分野では、文化財、観光、まちづくりとか総合企画とか、色々な部局が関わっています。自治体によって違うというのも十分わかります。日本遺産ひとつとっても、日本遺産連盟という組織がございますが、そこに出てくる自治体の職員も色々な部局の人が関わっていて、どこが主でやっているかは自治体によって違ってきます。

個人的な考えですが、日本遺産に関しては文化財がメインで、ストーリーづくりや文化財的な価値付けを行うところは文化財が担当しているのですけれども、なかなか自分の肌感覚でいきますと、観光という面が非常に増えているところがあるので、観光、まちづくりとかの施策に関係ある部局が取り組む方が、結果としてうまくいくのかもしれないと思っております。ただ、やはりどこか1つの部局だけということではなくて、先ほど大学生のお二人に言っていただいたように、これからは連携が絶対必要。よく「横串を刺す」と言われるのですが、本当にそれが真に必要なというのを、しみじみと感じております。色々な条件があるのですけれども、意識としては「連携したい」とみんな思っていると思います。

次に、外から見ると「縦割りだな」と思われると思うのですが、特に下関と北九州の文化財部局は、月に1回交流しておりますので、こういう流れを消さない形で続けていくことで、最終的に良い方向に落ち着いていくのが理想でないかなと思います。それは、行政間だけではなくて、民間であるとか、地元で活動していらっしゃる方、それから大学。まさしく産官学民とよく言いますが、それが机上ではなく実際にうまく連携していけば、間違いなく良いものができるのではないかなと思っております。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。では、泊さん、お願いします。

〔北九州市 産業経済局地域・観光産業振興部観光課係長 泊 圭子 氏〕

北九州市でも文化企画課さんが文化財としての保護ですとか、そういう色々な取組みをされておりますし、私どもは産業経済局の観光課という立場でPRとかをしているのです

けれども、一般の会社さんと似たような感じで、やはり売り物の素材として、文化財、観光素材というのが存在して、その磨き上げですとかそういったところは文化財の担当部署がやって、私たちは言わばセールスマンみたいな、広報課とかセールスの営業をやる部門というような位置付けで連携しているようなイメージです。順序としては、やはり磨き上げを行ったものを私たちが外に売っていく、PRしていくというような形になります。

共通して言えるのは、行政機関であり営利企業ではないので、「お金を稼ぐ」というのは産業経済局としては目的としてあるのですけれども、それだけではなく、市民の皆さんの誇りとかシビックプライドのようなものにつなげたり、より良いまちに、住んで良かったと思えるようなまちにしていくという最終的な目標は共通に持って事業をやっていると思います。その実際に事業をやっていく段階で、それぞれの役割分担でやっていくというのが、一番望ましいのかなと思いつつながら、なるべく連携を取りながらやっている状況です。

下関市さんと比べて、北九州市がどうなのかとか、そういったところは私はあまり存じ上げてなくて分からないのですけれども、今、北九州市の中はそのような感じで動いているところです。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございます。

それでは、3つ目と4つ目のご質問についてです。黒木さんに、民間企業としてのお立場から、現在着目されている体験型・交流型と言いますか、「人との交流」の観光をどう捉えるのかということと、夜景など夜の色々な取組みはされているけれども朝はどうするかといった点について、お願いいたします。

〔JR九州ステーションホテル小倉(株) 代表取締役社長 黒木 俊彦 氏〕

まず第1点目の人づくり、あるいは人の触れ合いという部分ですけれども、先程からお話しをいただいている北九州市立大学生の南さんと下関市立大学生の福田さんに引き続き続けていただければ一番いいのではないかと非常に思うのですが、先ほどありましたように、どうしても働き始めると時間がない等々もありまして、なかなか難しくなっていくのかなと思います。その分、今はボランティアの方が一生懸命ガイドをやっていて、非常に好評をいただいていると思います。

では、それらにどのように民間企業として関わっていくかということで、色々私どもも考えてはいるのですけれども、一番近いのは、下関の唐戸に今度できる予定の星野リゾートさんの「OMO 下関」というホテルが、東京とかでやられている「OMO レンジャー」という仕組みがありまして、泊まっている方に対して色々なコースをガイドするということで、先般私も行ってきまして勉強してきました。私は、酒場コースを選びまして、夜の酒場に連れて行っていただきました。初めて入る所はなかなか一見さんは入りづらいと思うのですが、ガイドの方がいらっしやると入れるということもありました。色々なコースがあるみたいですが、それに近いようなことを何かできないかなということで、会社のメンバーも色々探しているのですけれども、ちょっとまだ実現していないところです。ただ、自分たちがそうしたことをすることによって、知ることもできるし、改めておもてなしを考えることができるのかな、ということで、引き続き深めていきたいと考えており

ます。

あともう1点、「夜だけではなくて朝も」という点ですけれども、これは先ほどの「宿泊の方と何か一緒にできないか」ということと一緒に考えていまして、例えば、朝ジョギングと一緒にできないか、ですとか、ジャストアイデアなのですけれども、例えば門司港・下関ですと、1時間だけでも釣りを一緒にできないか、とか。そういうことが、一つひとつアクティビティとなって、触れ合いも増えるし、夜ですとか朝の活性化もできると。そういったジャストアイデアみたいなものを、今後も少しずつ増やしていきたいと考えています。

〔北九州市立大学 南 博〕

ありがとうございました。まだご質問がお有りの方がおられたかもしれませんが、所定の時間となってしまいましたのでシンポジウムを閉じさせていただきたいと思います。

本日、パネリストの皆様方からもお話を頂きましたし、あるいはご参加いただいた皆様も既にご存じのように、関門地域には様々な歴史的資源、文化的資源がございます。そうしたものを今後、どのように地域活性化に活かしていくか。経済的な面もそうですが、シビックプライドなども含めて地域社会の活力向上にどう活かしていくか。あるいは人口減少が進む社会において、それを少しでも緩和したり、対応したりしていくことにどう活かしていくか、ということについて、関門地域には今後、様々な可能性があると考えております。

本日お集まりの皆様にも、今後も文化財を活かしたまちづくり、地域活性化に向けて、色々お考えいただき、あるいは発信・活動いただければと考えております。本日はどうもありがとうございました。

〔以上〕

執筆者紹介

内田 晃 (北九州市立大学 教授)

柳 永珍 (北九州市立大学 特任講師)

三科 仁伸 (下関市立大学 講師)

難波 利光 (下関市立大学 教授)

以上執筆順

(所属は2020年3月現在)

関門地域研究 第29号

2020年3月31日 発行

発行所 関門地域共同研究会
〔2019年度事務局〕

下関市立大学附属地域共創センター
〒751-8510 下関市大学町二丁目1番1号

☎083(254)8613 FAX083(253)1622

印刷所 藤井印刷株式会社