

モノづくり観光とその消費額に関する研究

——コロナ禍の2022年波佐見陶器まつりを事例として——

竹 田 英 司

1. 研究課題
 - 1.1. 研究の背景
 - 1.2. 研究の目的と意義
 - 1.3. 研究対象「陶器まつりと波佐見焼」の概要
2. 先行研究の整理
 - 2.1. 産業観光に関する先行研究
 - 2.2. やきもの（陶磁製食器）生産地とモノづくり観光に関する先行研究
 - 2.3. 陶器まつりの消費額に関する先行研究
3. 学術的問いと検証方法
4. 検証結果
 - 4.1. 学術的問い(1)の検証結果——日本各地の陶器まつりでは、観光客数や観光消費額が増えているのだろうか
 - 4.2. 学術的問い(2)の検証結果——波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費額には、どのような違いがあるのだろうか
 - 4.3. 学術的問い(3)の検証結果——波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費者には、どのような違いがあるのだろうか
5. 考 察
6. 結 論

1. 研究課題

1.1. 研究の背景

やきものは、土から作る土器・^{せっき}炆器・陶器と、石から作る磁器に大別され、陶器・^{せっき}炆器・磁器は陶磁器とよばれている。たとえば、陶製食器には唐津焼（佐賀県）、^{せっき}炆器には信楽焼（滋賀県）、磁製食器には有田焼（佐賀県）や波佐見焼（長崎県）などがある（括弧内は生産地）。

やきもの（陶磁製食器）産業の出荷額は、経済産業省（1987：2022）によれば、2020年現在364億円、最盛期1991年2,445億円の15%まで減額していて、過去のなかで最も低い。日本の各やきもの（陶磁製食器）生産地は、バブル経済（1986年～1991年）崩壊後、長期不況のなかで生産規模が縮小している。

日本のやきもの（陶磁製食器）産業は、2000年以降、中国からの安価な輸入製品と競合し、構造

的な不況に直面している。熊坂（2022・80-81頁）によれば、美濃焼（岐阜県）・波佐見焼（長崎県）・九谷焼（石川県）・萬古焼（三重県）など量産型のやきもの（陶磁製食器）生産地では、安価な輸入製品の影響を受けている。

日本国内では、COVID-19（新型コロナウイルス感染症・2019年12月中国武漢市発症）拡大の影響によって観光消費が大きく落ち込んだ。国土交通省観光庁（2023）によれば、日本政府は、観光産業や観光地の再生による地方創生や地域経済再生を検討していて、日本人旅行者の日本国内観光消費額20兆円や、訪日外国人旅行者の日本国内観光消費額5兆円などの達成目標が、2023年3月31日に閣議決定している¹⁾。

1.2. 研究の目的と意義

本研究では、生産規模が縮小しているやきもの（陶磁製食器）生産地の回復策として、モノづくり観光に着目する。モノづくり観光とは、産業観光のなかで、現在も稼働している工場を活用した観光である。他方、産業観光のなかで、現在は稼働していない工場を活用した観光が、産業遺産観光である。

本研究の目的は、波佐見陶器まつりを事例に、モノづくり観光による消費額を検証することにある。

コロナ禍のなか、地域外からの観光消費者を当該地域に呼び込むモノづくり観光が、当該地域の観光消費額の増額に結びつくことがわかれば、生産規模が縮小しているやきもの（陶磁製食器）生産地再生の一助となるであろう。

1.3. 研究対象「陶器まつりと波佐見焼」の概要

本研究では、やきもの（陶磁製食器）のなかで、磁製食器の波佐見焼（長崎県）を取り上げ、磁製食器の美濃焼（岐阜県）や有田焼（佐賀県）と比較する。

春季や秋季に、日本の各やきもの（陶磁製食器）生産地で開催されている陶器まつりのなかで、日本三大陶器まつりに数えられているのが、有田陶器市（佐賀県有田町・1915年第1回開催）、土岐美濃焼まつり（岐阜県土岐市・1976年第1回開催）、せともの祭（愛知県瀬戸市・1932年第1回開催）である。なお、波佐見陶器まつり（波佐見焼）や有田陶器市（有田焼）という名称ながら、どちらも磁製食器である。

長崎県波佐見町（2023年3月31日人口14,225人）は、長崎県北部に位置し、磁製食器「波佐見焼」の生産地である。波佐見町企画財政課（2018・21頁）によれば、現在の波佐見町は、「窯業から観光窯業へ」と産業構造の変換に取り組んでいる。

1) 国土交通省観光庁観光戦略課（2023）62頁。

2. 先行研究の整理

2.1. 産業観光に関する先行研究

産業観光に関する国内研究は、まだ研究蓄積が少ない。国内で産業観光を定義したのは、第1回全国産業観光サミット in 愛知・名古屋（2001年開催）である²⁾。

産業観光の定義や分類に関する研究には、①産業観光をモノづくり観光（伝統産業型・地場産業型）と産業遺産観光に区分した研究（北條 2019）、②産業観光を工場見学型・産地振興型・一般観光型・モノづくり人材育成型・リクルーティング型の5つに分類した研究（国土交通省都市・地域整備局 2008）などがある^{3), 4)}。

本研究では、産業観光やモノづくり観光がたんに人的交流を目指すだけのものではなく、地域製品の生産回復や観光消費額の増額などの経済効果に結びつけるべきだと捉えている⁵⁾。「人口減少と超高齢化の進展により、地域経済の縮小が懸念されるなか、地域が生き残っていくためには、①地域のモノを外に売っていく地域産品からのアプローチとともに、②地域外からの来訪者を増やし、地域内の消費を拡大する戦略が重要と考えられる」（浜辺ほか 2014・10頁）。

2.2. やきもの（陶磁製食器）生産地とモノづくり観光に関する先行研究

やきもの（陶磁製食器）産業では、量産型の生産地であっても、生産の一部に労働集約的な生産工程があり、工場の自動化（Factory Automation）はみられない。いずれのやきもの（陶磁製食器）生産地でも、生産規模縮小の回復策として、①やきもの（陶磁製食器）製品の需要回復と、②地域外からの観光消費者を当該地域に呼び込み、地域内の消費を拡大する産業観光の取り組み（陶器まっつりの継続開催）がみられる。

岐阜県多治見市は、岐阜県の土岐市・可児市・瑞浪市と合同で、1986年から3年に1度、国際陶磁器フェスティバル美濃を開催して、ビジターの誘致に努めている⁶⁾。同市では、1995年から

2) 「産業観光は、広義の『産業』を観光対象とする新しい観光形態である。1990年代後半に名古屋・東海地域から提唱され、新しい観光事業（ビジネスモデル）として注目されている」（種田 2012・23頁）。

3) 北條（2019）では、第2次産業のモノづくり産業に絞って、①産業遺産活用型、②伝統工芸活用型、③地場産業工場見学型の3つに産業観光を分類している（87-88頁）。

4) 国土交通省都市・地域整備局（2008）では、「企業における産業観光推進の目的、来訪者の目的、一般観光、教育を組み合わせる産業観光を、①工場見学型、②産地振興型、③一般観光型、④モノづくり人材育成型、⑤リクルーティング型」（2頁）の5つに分類している。

5) 産業観光の効果には、「①産業の活性化、②観光の振興などの『経済的効果』と①地域文化の振興、②国際交流の進展、③人材育成、④観光まちづくりなどの『社会的効果』が期待される」（米浪 2008・61頁）。

6) 山本（元）（2000）8頁。

「陶磁製食器産業のビクターズ産業化を目指し、オリベストリート構想を進めている」（山本（元）2000・8頁）。当時、産業観光が、まだ一般化していなかったので、山本（元）（2000）では、やきもの（陶磁製食器）生産地の産業観光を、「陶磁製食器産業のビクターズ産業」と表現している。

熊坂（2019・5頁）は、やきもの（陶磁製食器）生産地の産業観光を、①工場工房見学、②モノづくり体験、③イベントおまつり、④まちあるき、の4つに類型化している。たとえば、やきもの（陶磁製食器）生産地別の産業観光には、常滑やきもの散歩道（愛知県常滑市）での絵付け体験がモノづくり体験、笠間の陶炎祭（栃木県笠間市）がイベントおまつり、本町オリベストリート（岐阜県多治見市）がまちあるきに、それぞれ該当する（同 2019・5頁・表2）。

2.3. 陶器まつりの消費額に関する先行研究

春季や秋季に、日本の各やきもの（陶磁製食器）生産地で開催されているのが、陶器市や陶器まつりである（以下、陶器まつりと表記）。日本各地の陶器まつりについて、「たとえば、多治見陶器まつり（4月上旬開催）、TOKI陶器まつり（4月第3週開催）などがあげられる。……中略……。いずれも、廉売市を中心とした『在庫一掃セール』の意味合いが強い産業まつりである」（古池2002・83頁）。「美濃焼まつりや瀬戸物まつり、常滑陶器まつりなど従来の陶器まつりがいずれも産地の問屋が中心になって企画し、事実上の残品整理即売市である」（森 2003・41頁）⁷⁾。

国内やきもの（陶磁製食器）生産地の各陶器まつりが、在庫一掃セールだったとしても、たとえば、上野焼春の陶器まつり（福岡県福智町・毎年4月下旬開催）の場合、1998年は「（上野焼春の陶器まつり開催月である）4月の売上高が（上野焼生産地における）年間販売高の25%を占める」（山本（久）2001・9頁・括弧内引用者加筆）。たとえば、丹波焼陶器まつり（兵庫県篠山市・毎年10月開催）の場合、関根（2016）によれば、2012年の調査時点で、同陶器まつりが第1販路であると回答した丹波焼窯元は71%を占めていた（106頁・表5）⁸⁾。

その他には、各陶器まつりにおける店舗の空間的配置に関する研究（戸井 2020、遠藤ほか 2022）はみられるものの、陶器まつりの消費額や消費者特性を検証した研究はみられなかった。

本研究では、先述の浜辺ほか（2014）が指摘する「地域外からの観光消費者を増やし、地域内での消費を拡大する」ための手立てが、モノづくり観光や陶器まつりであると捉えている。

7) 「通常の『陶器まつり』は、シーズンが終わると倉庫を空ける必要があり、しかも売れ残り品が翌年売れる確率は極めて低いので、主として産地問屋（や窯元）が残品を整理する目的で案出したものである。いま流行の『アウトレット』の即売スタイルといえる。そのため、価格は大幅に値引きされるが粗悪品ではなく、『安く買える』場合が多い」（森 2003・47頁・括弧内引用者加筆）。

8) 関根（2016）によれば、2012年の調査時点で、丹波焼窯元38社の販路が丹波焼陶器まつりに占める比率は5%から100%まで、窯元間でかなり差が生じているものの（平均値57%・中央値60%）、丹波焼窯元38社の71%にあたる27社が同陶器まつりを第1販路と回答している（106頁・表5）。

3. 学術的問いと検証方法

- (1) 日本各地の陶器まつりでは、観光客数や観光消費額が増えているのだろうか。
 (2) 波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費者には、どのような違いがあるのだろうか。
 (3) 波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費額には、どのような違いがあるのだろうか。

先行研究を整理した上記の学術的問い（1）（2）（3）について、次の①②③の検証を行う。

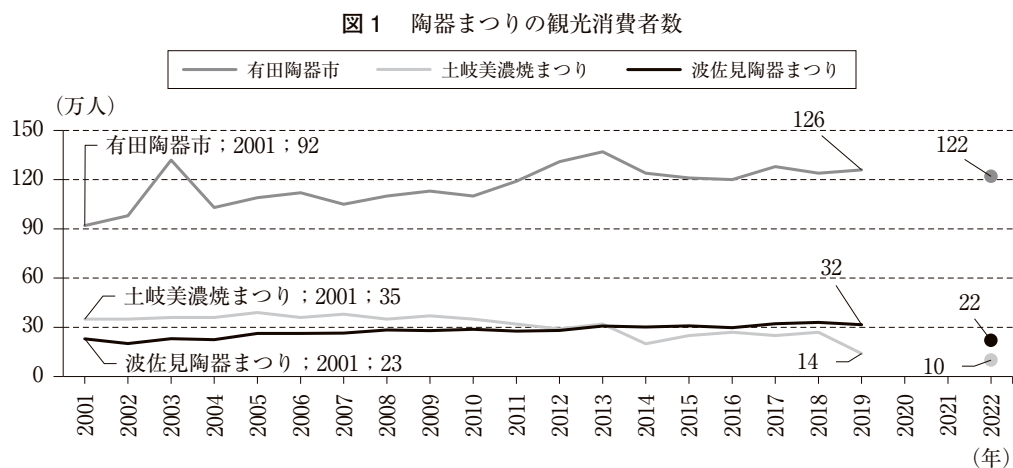
- ① 波佐見陶器まつり・有田陶器市・土岐美濃焼まつりについて、2次データ（既存データ）から、観光消費者数と観光消費額を検証する（検証1）。
 ② 波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費者について、1次データ（筆者が実施したアンケート調査の結果）比較から検証する（検証2）。
 ③ 波佐見陶器まつりと波佐見観光における消費額の違いについて、1次データ（筆者が実施したアンケート調査の結果）比較から検証する（検証3）。

そのうえで、生産地の地域内分業生産体制と販路の波佐見陶器まつりについて考察する（考察）。

4. 検証結果

4.1. 学術的問い(1)の検証結果——日本各地の陶器まつりでは、観光客数や観光消費額が増えているのだろうか

有田陶器市の観光消費者数は、図1に示されたとおり、2001年92万人から増加傾向にあり、



注1：図中の観光消費者は、地元・県内・県外の日帰り客と宿泊延客の合計である。

注2：COVID-19拡大の影響を受けて、2020年と2021年の各陶器まつりは、未開催であった。

出所：有田町まちづくり課（2003；2022）・岐阜県観光企画課（2001；2022）・平野（2018）をもとに筆者作成。

2022年現在122万人である。有田陶器市における観光消費者数の最盛期は2013年137万人、最衰期は2001年92万人であった。

土岐美濃焼まつりの観光消費者数は、2001年35万人から緩やかな減少傾向にあり、2022年現在10万人である。土岐美濃焼まつりにおける観光消費者数の最盛期は2005年39万人、最衰期は2022年10万人であった。

波佐見陶器まつりの観光消費者数は、2001年23万人から2019年32万人まで緩やかな増加傾向にあったが、COVID-19拡大の影響を受けて、2022年現在22万人である。波佐見陶器まつりにおける観光消費者数の最盛期は2018年38万人、最衰期は2002年20万人であった。

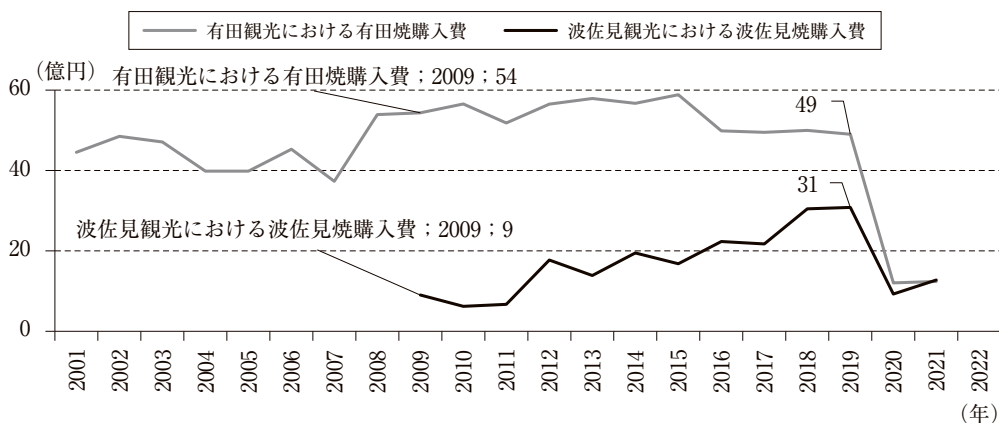
有田陶器市（佐賀県有田町）・土岐美濃焼まつり（岐阜県土岐市）・波佐見陶器まつり（長崎県波佐見町）における、やきもの（陶磁製食器）購入費に関する官公庁の統計記録は無い。そこで本研究では、各陶器まつりでのやきもの（陶磁製食器）購入費に代えて、地域観光におけるやきもの（陶磁製食器）購入費を検証する。

有田観光における有田焼購入費は、図2に示されたとおり、2009年54億円から2019年49億円まで、やや減額傾向にあり、COVID-19拡大の影響を受けて、2022年現在12億円である。

波佐見観光における波佐見焼購入費は、図2に示されたとおり、2009年9億円から2019年31億円まで、増額傾向にあったが、COVID-19拡大の影響を受けて、2022年現在13億円である。

陶器まつり開催年（2019年）と陶器まつり未開催年（2021年）におけるやきもの（磁製食器）購

図2 地域観光におけるやきもの（陶磁製食器）購入費



注1：有田町と波佐見町のみやげ商品には、やきもの（磁製食器）以外に、酒や米などの農産物があるものの、商品数は非常に少ないので、市町村別みやげ購入費を、それぞれ有田焼購入費、波佐見焼購入費と読み替えている。

注2：岐阜県観光企画課（2001：2022）には、市町村別みやげ購入費が未集計のため、図中に「土岐市における美濃焼購入費」は掲載できなかった。

注3：図中の各地域観光には、それぞれに陶器まつりが含まれている。

注4：COVID-19拡大の影響を受けて、2020年と2021年の各陶器まつりは、未開催であった。

出所：佐賀県観光課（2003：2023）と長崎県観光振興課（2002：2022）をもとに筆者作成。

入費の差額が、陶器まつりにおけるおおよそのやきもの（磁製食器）購入費である。有田陶器市における有田焼購入費は、およそ29億円（推定）である⁹⁾。波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費は、およそ14億円（推定）である¹⁰⁾。

小括すると、土岐美濃焼まつり（岐阜県土岐市）は2000年代後半、有田陶器市（佐賀県有田町）は2010年代前半、波佐見陶器まつり（長崎県波佐見町）は2010年代後半に、観光消費者数と観光消費額の最盛期があり、消費者嗜好の変化がそれぞれの最盛期に表れていると推察する。

4.2. 学術的問い(2)の検証結果——波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費額には、どのような違いがあるのだろうか

アンケート調査の結果から2022年波佐見陶器まつりの1人あたり消費総額と2022年波佐見通年観光1人あたり消費総額の違いを検証する¹¹⁾。2022年波佐見陶器まつりの1人あたり消費総額は、図3に示されたとおり、8,920円であった。同1人あたり消費総額8,920円の内訳は、波佐見焼購入費5,824円・飲食費1,004円・みやげ購入費560円・交通費1,109円・宿泊費423円である。

9) 日本のやきもの（陶磁製食器）生産地では、年2回、春と秋に陶器まつりを開催している。たとえば、2019年月別観光消費者数は、有田町の場合、春の陶器まつり（4月と5月の計）110万人、秋の陶器まつり（11月）29万人であった。合計139万人に占める春と秋の観光消費者数比率から、春の陶器まつり（公式名称：有田陶器市）における有田焼購入費は29億円（推定）、秋の陶器まつり（公式名称：秋の陶磁器まつり）における有田焼購入費は8億円（推定）である。

10) 波佐見町の月別観光消費者数に関する統計は未集計であった。2019年の春と秋に有田町で開催した陶器まつり観光消費者数の比率を波佐見町に適用した。春の陶器まつり（公式名称：波佐見陶器まつり）における波佐見焼購入費は14億円（推定）、秋の陶器まつり（公式名称：波佐見あちこち陶器まつり）における波佐見焼購入費は4億円（推定）である。

11) アンケート調査の概要は、以下のとおりである。

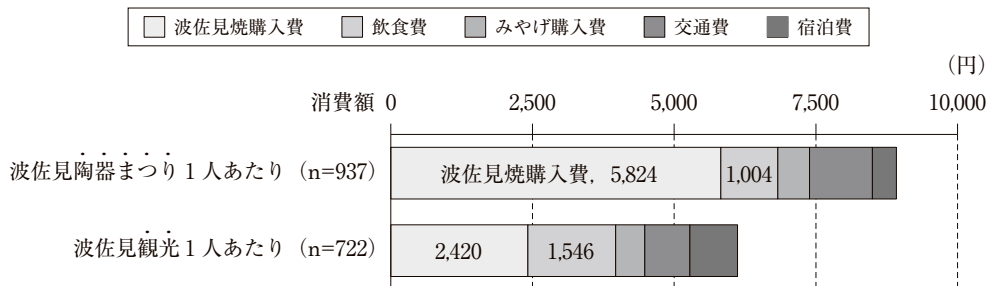
[2022年波佐見陶器まつり]

- ・調査対象（母集団）……2022年波佐見陶器まつりの観光消費者
- ・調査方法……アンケートによる標本調査
- ・調査期間……2022年4月29日から5月5日まで
- ・調査数……937組2,565人
- ・調査場所……2022年波佐見陶器まつり主会場（波佐見町井石郷2255-2）
- ・調査項目……1人あたりの波佐見焼購入費・飲食費・交通費・宿泊など

[2022年波佐見観光]

- ・調査対象（母集団）……波佐見陶器まつりを除く、2022年波佐見観光の観光消費者
- ・調査方法……アンケートによる標本調査
- ・調査期間……2022年4月29日から5月5日までの除いた、2022年3月22日から9月4日まで
- ・調査数……722組1,919人
- ・調査場所……西の原（波佐見町井石郷2187-4）
- ・調査項目……1人あたりの波佐見焼購入費・飲食費・交通費・宿泊など

図3 波佐見陶器まつりの1人あたり消費総額（2022年）



出所：筆者実施によるアンケート調査の結果から筆者作成。

他方、2022年波佐見観光の1人あたり消費総額は、図3に示されたとおり、6,116円であった。同1人あたり消費総額6,116円の内訳は、波佐見焼購入費2,420円・飲食費1,546円・みやげ購入費514円・交通費798円・宿泊費838円である。

波佐見観光の1人あたり消費総額は、竹田（2022・40-41頁）によれば、2020年3,459円（787組1,980人）、2021年4,341円（1,778組4,606人）であり、そのうち1人あたり波佐見焼購入費は、2020年1,999円、2021年2,166円であった（括弧内はアンケート調査数）。2020年から2022年にかけて、波佐見観光の1人あたり消費総額が3,459円から6,116円まで、波佐見観光の1人あたり波佐見焼購入費が1,999円から2,420円まで増額している。波佐見観光では、1人あたり飲食費が2020年771円から2022年1,546円まで、1人あたりみやげ購入費が2020年449円から514円まで、1人あたり交通費が2020年363円から2022年798円まで、宿泊費が2020年328円から2022年838円まで、それぞれ増額しているのは、COVID-19が収束しつつある影響を受けて、観光消費者が遠方から波佐見町へ来た結果であろう。

2022年の波佐見陶器まつりと波佐見観光を比較した場合、次の特徴があった。①1人あたり消費総額は、波佐見陶器まつり8,920円のほうが波佐見観光6,116円より2,804円多い。②1人あたり波佐見焼購入費は、波佐見陶器まつり5,824円のほうが波佐見観光2,420円より3,404円多い。③1人あたり飲食費は、波佐見陶器まつり1,004円のほうが波佐見観光1,546円より542円少ない。

波佐見焼の購入率は、2022年波佐見陶器まつり90.3%、2022年波佐見観光54.0%であった。波佐見焼購入を目的とした波佐見陶器まつりは、1人あたり波佐見焼購入費と波佐見焼購入率が波佐見観光よりも高いことがわかった。他方、観光を目的とした波佐見観光は、1人あたり飲食費が波佐見陶器まつりよりも高いことがわかった。

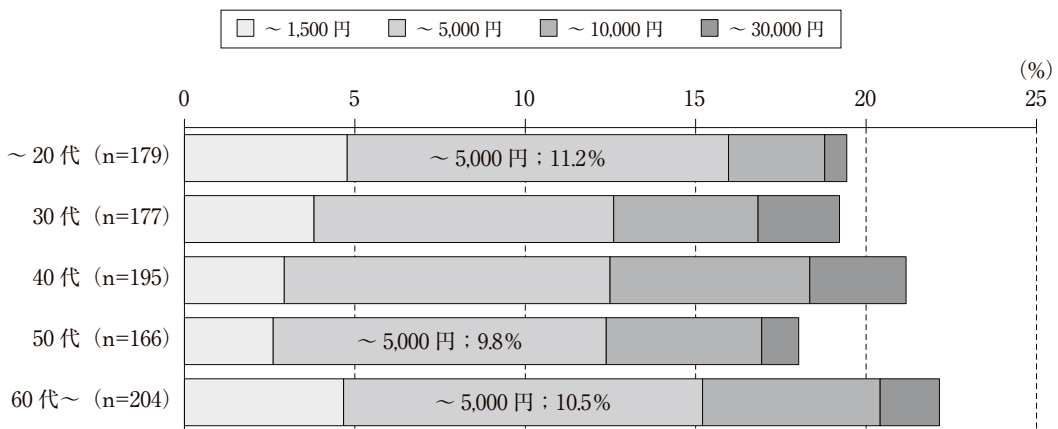
4.3. 学術的問い(3)の検証結果——波佐見陶器まつりと波佐見観光の消費者には、どのような違いがあるのだろうか

2022年波佐見陶器まつりにおける年齢別の1人あたり波佐見焼購入費は、図4に示されたとお

り、「～20代×～5,000円」11.2%（103組／921組）、「60代～×～5,000円」10.5%（97組／921組）、「50代×～5,000円」9.8%（90組／921組）の順が多い。図4データをカイ2乗検定した結果、上述のとおり、波佐見陶器まつりにおける年齢層別の1人あたり波佐見焼購入費には偏りがあった（ $\chi^2(12) = 45.90, p < 0.0000072$ ）。

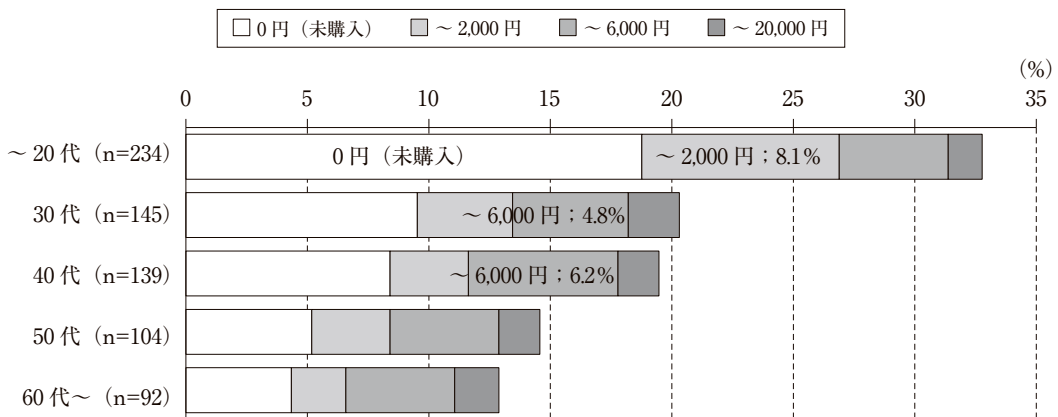
波佐見観光における年齢別の1人あたり波佐見焼購入費は、図5に示されたとおり、「～20代×～2,000円」8.1%（58組／714組）、「40代×～6,000円」6.2%（44組／714組）、「30代×～6,000円」4.8%（34組／714組）の順が多い。図5データをカイ2乗検定した結果、上述のとおり、波佐見観光における年齢層別の1人あたり波佐見焼購入費には偏りがあった（ $\chi^2(12) = 56.65, p < 0.0000009$ ）。

図4 波佐見陶器まつりの年齢別1人あたり波佐見焼購入費（2022年・n=921）



注1：年齢が無回答だった14組を除いている。
 注2：1人あたり波佐見焼購入費が50,000円の2組を除いている。
 出所：筆者実施によるアンケート調査の結果から筆者作成。

図5 波佐見観光の年齢別1人あたり波佐見焼購入費（2022年・n=714）



注1：年齢が無回答だった4組と1人あたり波佐見焼購入費が無回答だった9組を除いている。
 注2：1人あたり波佐見焼購入費が28,000円から50,000円までの5組を除いている。
 出所：筆者実施によるアンケート調査の結果から筆者作成。

2022年波佐見陶器まつりの消費者年齢層は、「～20代」19.4%、「30代」19.2%、「40代」21.2%、「50代」18.0%、「60代～」22.1%（「60代」16.9%と「70代～」5.2%の計）、39歳未満が20%であり、いずれの消費者年齢層も20.0%前後である。

他方、2022年波佐見観光の消費者年齢層は、「～20代」32.8%、「30代」20.3%、「40代」19.5%、「50代」14.6%、「60代～」12.9%（「60代」10.1%と「70代～」2.8%の計）、39歳未満が53.1%を占め、年齢層が上がるにつれて、消費者数が減っている。

5. 考 察

波佐見焼産業（長崎県波佐見町）の地域内分業生産体制は、図6のように、生産の中心が窯元（製造業）であり、流通の中心が産地元卸商（卸売業）である。他方、革製袋物産業（東京都城東地域）の地域内分業生産体制は、図7のように、生産の中心が袋物メーカー（製造業）であり、流通の中心が卸問屋（卸売業）である。同産業の場合、袋物メーカー（製造業）は生産機能をもたず、生産は職工群が担っている¹²⁾。

波佐見焼産業（長崎県波佐見町）は地方型地場産業、革製袋物産業（東京都城東地域）は都市型地場産業であり、立地に大きな違いがある¹³⁾。

東京都城東地域の革製袋物（革製ハンドバッグや革製財布など）産業は、生産機能をもたない袋物メーカーと（主に家族経営の）職工群による地域内分業生産である。同生産地で、袋物メーカー・卸問屋・職工などが出店するモノづくり観光は、モノマチ（東京都台東区・第1回2011年開催）や、スミファ（東京都墨田区・第1回2014年開催）までもち越される。

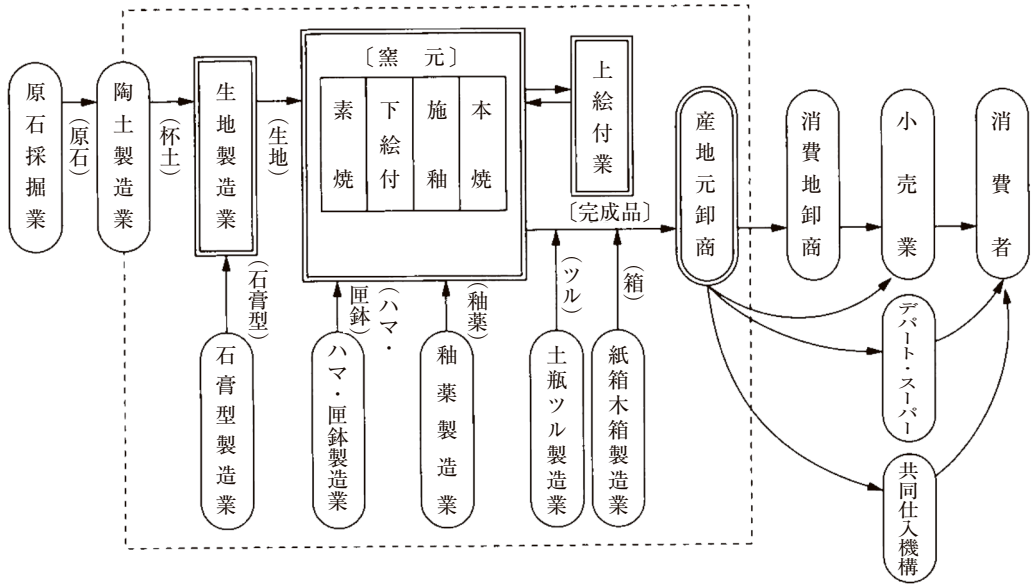
他方、長崎県波佐見町の波佐見焼（磁製食器）産業は、工場内にシャトル窯（幅約1.8m×奥行約2.5m×高さ約1.8m・重さ約2t）やトンネル窯（幅約2m×長さ約100m）などを備え、生産機能をもつ窯元と（主に家族経営の）職工群による地域内分業生産である。同生産地で、窯元・産地元卸商・職工などが出店するモノづくり観光が、波佐見陶器まつり（長崎県波佐見町・第1回1959年開催）である。

波佐見焼産地で、窯元・産地元卸商・職工などが出店する波佐見陶器まつり（モノづくり観光）

12) 「靴、ハンドバッグ、財布など皮革ファッション関連産業では、メーカーは全くと言っていいほど生産機能をもたないブローカー的な『みなしメーカー』が繊維製品のメーカー以上に多い。……中略……メーカーは製品企画・流通機能をもつ卸問屋の支配を受け、職人、内職など実質的な生産者を統括する『オルガナイザー』としての機能が中心業務となっている。」（八幡 2002・274頁・傍点引用者追記）。

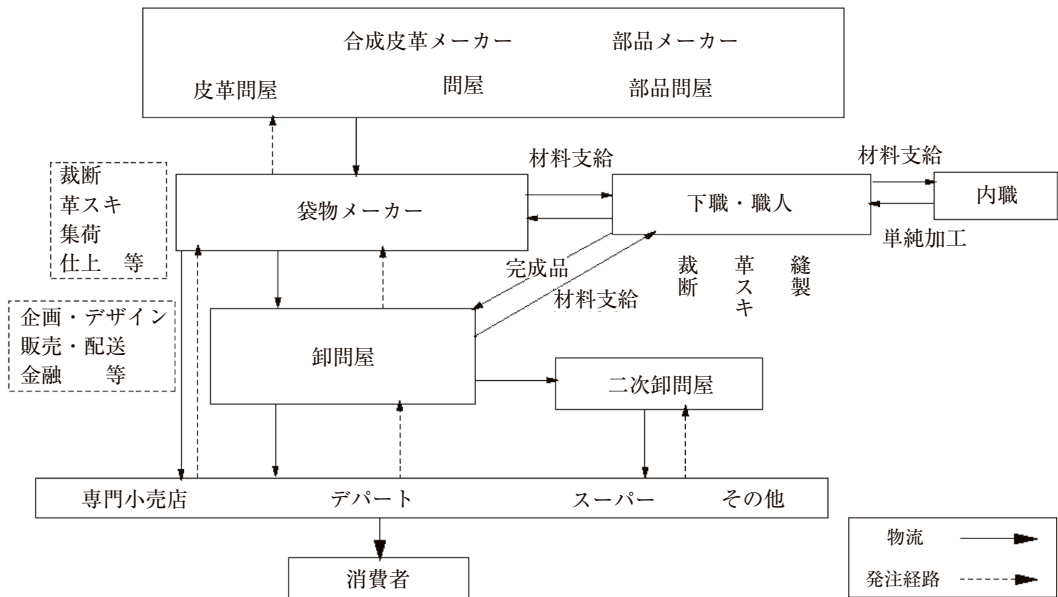
13) 大都市型と地方都市型（清成 1975）や、都市型と産地型（山崎 1977）など、地場産業区分の議論が1970年半ばに活発化した。都市型であれ、産地型であれ、生産地の「外」が市場である、という点で共通している。

図6 波佐見焼産業の地域内分業生産体制（1980年ごろ・長崎県波佐見町）



注：点線内は産地を示す。
出所：山谷（1982）56頁・図1.

図7 革製袋物産業の地域内分業生産体制（1990年ごろ・東京都城東地域）



出所：八幡（2002）304頁・図1.

が、1959年から2022年現在まで継続開催できているのは、窯元・産地元卸商・職工がお互いを排除することなく、「地域外からの観光消費者を増やし、地域内での消費を拡大しよう」（前掲・浜辺ほか2014）と取り組んできたからであると考察する¹⁴⁾。

2022年波佐見陶器まつりの1人あたり波佐見焼購入費5,824円と観光消費者数22万人（1次データ）から、2022年波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費（7日間の売上額）13億円を推定した（5,824円×22万人＝13億円）。『長崎県観光統計』（2次データ）から筆者が推定した波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費は、14億円であった（既出の注10）。1次データと2次データによる推定から、2022年波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費（7日間の売上額）は、13億円強ほどであろう。

波佐見陶器まつりが未開催であった、2021年波佐見観光における波佐見焼購入費（1年間の売上額）は13億円であった（前掲・図2）。波佐見陶器まつりなどの日本各地の陶器まつりは、消費者にとって食器購入が目的であり、たとえ日本各地の陶器まつりが在庫一掃セールであったとしても、ある程度の消費額（売上額）が見込める。2022年波佐見陶器まつりの事例から、日本各地の陶器まつりは、やきもの（陶磁製食器）生産地にとっては、大きな販路の1つといえよう。

6. 結 論

日本の各やきもの（陶磁製食器）生産地は、生産規模が縮小している。生産規模縮小の回復策として、地域外からの観光消費者を当該地域に呼び込み、地域内の消費を拡大する陶器まつりが継続開催している。陶器まつりは、モノづくり観光の1つである。

本研究の目的は、波佐見陶器まつりを事例に、モノづくり観光による消費額を検証することにあつた。

土岐美濃焼まつり（岐阜県土岐市）は2000年代後半、有田陶器市（佐賀県有田町）は2010年代前半、波佐見陶器まつり（長崎県波佐見町）は2010年代後半に、観光消費者数と観光消費額の最盛期があり、消費者嗜好の変化がそれぞれの最盛期に表れていた（検証1）。

2022年の波佐見陶器まつりと波佐見観光を比較した場合、波佐見焼の購入率は、2022年波佐見陶器まつり90.3%、2022年波佐見観光54.0%であった。波佐見焼購入を目的とした波佐見陶器まつりは、1人あたり波佐見焼購入費と波佐見焼購入率が波佐見観光よりも高かった（検証2）。

2022年波佐見陶器まつりの消費者年齢層は、39歳未満が20%であり、いずれの消費者年齢層も

14) 「地域に密着した波佐見焼産業の産業構造は、都市から離れ、交通的にも制約された地理的条件の結果である。その傾向が窯元や卸商ばかりでなく、生地鑄込みや上絵付などの職工を含めた地域内分業生産体制に拡大され、『やきもの里』として、独得な風土が醸成されている」（河野 1984・18頁を引用者要約）。

20.0%前後である。他方、2022年波佐見観光の消費者年齢層は、39歳未満が53.1%を占め、年齢層が上がるにつれて、消費者数が減っていた（検証3）。

2022年波佐見陶器まつりの1人あたり波佐見焼購入費5,824円と観光消費者数22万人から、2022年波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費（売上額）は13億円（推定）であろう。2022年波佐見陶器まつりにおける波佐見焼購入費（7日間の売上額）13億円に対し、波佐見陶器まつりが未開催であった2021年波佐見観光における波佐見焼購入費（1年間の売上額）は13億円である（考察）。

波佐見陶器まつりなどの日本各地の陶器まつりは、消費者にとって食器購入が目的であり、たとえ日本各地の陶器まつりが在庫一掃セールであったとしても、ある程度の消費額（売上額）が見込める。2022年波佐見陶器まつりの事例から、日本各地の陶器まつりは、やきもの（陶磁製食器）生産地にとっては、大きな販路の1つであろう。

日本のやきもの（陶磁製食器）産業が生産規模を縮小するなか、日本の各やきもの（陶磁製食器）生産地が生き残っていくためには、①地域のモノを外に売っていくやきもの（陶磁製食器）産業の回復にくわえて、②地域外からの観光消費者を増やし、地域内の消費を拡大するモノづくり観光（本研究では陶器まつりとその消費額）も重要であると結論づける。

付記 本研究は、2022年度長崎県立大学受託研究（委託者：特定非営利活動法人グリーンクラフトツーリズム研究会・兒玉盛介会長・長崎県波佐見町中尾郷660）による成果の一部である。

参考文献

- 有田町まちづくり課（2003；2022）『有田町統計書』佐賀県有田町役場。
- 遠藤康一・戸井泉・小川次郎（2022）「益子町陶器市における販売会場の構成に関する研究」『日本建築学会 計画系論文集』87（799），1798-1807頁，日本建築学会。
- 種田明（2012）「産業観光の検証：産業遺産研究の視点から」『ATOMI 観光マネジメント学科紀要』2，23-34頁。
- 岐阜県観光企画課（2001；2022）『岐阜県観光入込客統計調査』岐阜県庁。
- 清成忠男（1975）『地域の変革と中小企業』日本経済評論社。
- 熊坂敏彦（2019）「『循環型地場産業』形成を促す観光振興の役割と可能性」『現代ビジネス研究所紀要』4，1-13頁，昭和女子大学現代ビジネス研究所。
- 熊坂敏彦（2022）『循環型地場産業の創造』社会評論社。
- 経済産業省（1987；2022）『工業統計調査品目編』経済産業調査会。
- 古池嘉和（2002）「伝統的産業集積地の諸課題と再生過程における文化の果たす役割について：陶磁器産業が集積する岐阜県東濃地域を事例として」『文化経済学』3（2），75-86頁，文化経済学会。
- 河野善隆（1984）「地場産業と社会開発：波佐見焼産地の実態から」『調査と研究』15（1），1-23頁，長崎県立大学国際文化経済研究所。
- 国土交通省観光庁観光戦略課（2023）「観光立国推進基本計画」（<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001597357.pdf>），2023年8月2日閲覧。
- 国土交通省都市・地域整備局大都市圏整備課（2008）「産業観光ガイドライン」（<https://www.mlit.go.jp/common/000013176.pdf>），2022年11月20日閲覧。

- 米浪信男（2008）『現代観光のダイナミズム』同文館。
- 佐賀県観光課（2003；2023）『佐賀県観光客動態調査』佐賀県庁。
- 関根靖浩（2016）「伝統工芸品産地の産業集積としての特徴と課題：丹波焼産地を事例にして」『経営研究』67（2），97-115頁，大阪市立大学経営学会。
- 竹田英司（2022）『地域再生の産業観光論』同友館。
- 戸井泉（2020）「陶芸における生産・販売場所と店舗空間の関係：益子陶器市における陶器販売要素の構成分析を通して」『日本工業大学研究報告』50（1），161-165頁，日本工業大学。
- 長崎県観光振興課（2002；2022）『長崎県観光統計』長崎県庁。
- 波佐見町企画財政課（2018）『第10次波佐見町基本計画』長崎県波佐見町。
- 浜辺哲也・田原康司（2014）「産業観光による地域産業の再生」『産業立地』53（6），10-17頁，日本立地センター。
- 平野英延（2018）「波佐見陶器まつり60年を振り返って」，波佐見焼振興会編『波佐見は由布院を超えるか』長崎文献社，243-255頁。
- 北條規（2019）「産業集積地におけるオープン・ファクトリーの取組事例」『地域構想』1，85-94頁，大正大学地域構想研究所。
- 森靖雄（2003）「陶磁器産地振興手法の研究：『O-DAT計画』の立案思想」『東邦学誌』32（1），19-49頁，東邦学園。
- 山谷公基（1982）「波佐見焼実態調査報告書：波佐見焼窯元の経営分析」九州産業大学産業経営研究所。
- 八幡一秀（2002）「イタリアの中小企業政策と産地比較：地域自治体の支援政策を中心に」『紀要』32，265-279頁，日本大学経済学部経済科学研究所。
- 山崎充（1977）『日本の地場産業』ダイヤモンド社。
- 山本元太郎（2000）「多治見におけるまちづくり」『都市環境デザイン会議』54，8-9頁，都市環境デザイン会議広報・出版委員会。
- 山本久義（2001）「地域社会活性化と地場産業の役割：上野焼の振興戦略事例を中心に」『九州産業大学商経論叢』42（1・2），1-18頁，九州産業大学商学会。
- 米光靖（2006）「伝統的工芸品産業の振興についての考察：有田焼，博多織，京都の伝統的工芸品産業全般を事例として」『経済学研究』73（1），51-73頁，九州大学経済学会。
- （長崎県立大学地域創造学部准教授 博士（創造都市学））