

コロナ禍における小石原焼の里の生業と観光の課題

九州産業大学 学生会員 伊賀上誠司

九州産業大学 正会員 山下三平・九州産業大学 木村隆之

1. はじめに

2020年新型コロナウイルス感染症拡大により観光業は大打撃を受けている。同年5月25日に全国的な自粛要請が解除されたため、それ以前に比べると外出は緩和傾向だった。しかしその後、11月23日に全国知事会で第3波の警戒宣言が出されたように感染者ゼロには程遠く、観光業に従事する人たちの観光に関する不安はなくなる。

本研究は店頭販売が特化し、観光客・訪問客への期待が大きい伝統的工芸品・小石原焼の里を対象とする。そのような地域で、コロナ禍の生業と観光への影響を聞き取り、また、外部の人々の、コロナ禍のもとでの観光への意識を探ることで、観光と生業の課題を追究することを目的とする。

2. 研究方法

小石原焼の里は福岡県朝倉郡東峰村に位置し、44件の窯元が窯業で生計を立てている。

小石原焼¹⁾は1682年の中野焼が起源であり、1975年には伝統的工芸品の指定を受けている。

1958年に柳宗悦による民芸運動により需要が拡大した。それを機に飛び鉋や刷毛模様という伝統技法を守りながらも、拡大する需要に応えるためのために近代的機械化を取り入れている。

現在の主な販売経路としては見込生産(直売)と受注生産があり、窯元ごとに違いはあるが、平均6割は見込生産である。したがって訪問者を増加させる観光の取り組みが重視される。課題としては見込生産に力を入れすぎで販路が狭いことが挙げられる。

近年の取り組みとして、2019年7月に始動したトーキョーコーディネータープロジェクト³⁾がある。2021年までに里の焼物を一手に扱う商社設立を目指している。なお、本地域での商社化の意義は、マネジメントにより商品販売額の増加、就職機会の創出、住民の増加などの

好循環を創出し、稼ぐ地域づくりにより人口減少の歯止めを目指すことである。

本研究は、小石原焼の里の生業と観光へのコロナの影響を把握するために、2020年11月16日に伝統産業会館事務局長Y氏、同年11月26日にベテランの窯元Y氏、他の窯元の息子で若手のH氏およびT氏にヒアリング調査を行った。また同年11月13日から12月1日の間に、大学生に観光と小石原についての意識調査を行った。

3. 結果と考察

(1) 窯元らへのヒアリング調査

4月26日～5月6日まで、組合として全窯元に休業要請を行い、年収の約半分を占めるといわれる5月と10月の民陶むら祭りなどのイベント全てを中止した。その結果、5月は前年同月に比べ7割以上売り上げが減少してしまった。このような状況についての対策やこれまでの計画について、事務局長は商社とオンライン化が必要という。窯元Y氏は、同じくオンライン化に言及するが、負担が大きいと感じ、若い人に任せている。一方、窯元の息子たち若手は、自ら行動し、窯元の意見を取り入れることや工夫が必要と主張する。このように産地の意見には、異なる点が散見される(表-1)。現段階での意見集約と組合を挙げての対策の困難が示唆される。

表-1 立場による考えの違い(ヒアリング調査のまとめ)

	事務局長	窯元Y氏	窯元の息子 H氏・T氏
商社	期待している	期待はしている が負担が大きい	ブランド化は続かない
商社課題	窯元の意見が反映されていない		
オンライン	力を入れたいが できていない	若いのに任せて いる	力を入れている が工夫がいる
オンライン課題	オンライン用の商品や価格がいる 写真で陶器の細かい違いなどが伝わらない		
ヒアリング	細かい数字は不 明	話を聞く人が固定 している	動かない人に聞く 必要あり
ヒアリング課題	全窯元に平等に話を聞けていない		
今後の見通し	トーキョーディーネ ター事業	ホームページに買 い物かごをつける	来てもらうための 施策を準備
今後課題	人を呼びたいがイベント等大きな動きができない		



図-1 東峰村の位置²⁾

(2) 学生への旅行に関する意識調査

コロナ禍に旅行した学生は 55%もいるが、海外渡航者はいない。九州・山口地方以外に旅行した人は 19%と少ない（図-2）。しかし外国や 3 大都市に行きたいという希望は、半数以上である（図-3）。

一方、小石原を 77%の人が聞いたことがなく（図-4）、認知度は低いものの、陶器づくりには 40 パーセント以上が興味をもっている（図-5）。小石原の紹介動画を見てみたいかと問うと、70%を超える学生が同意する。

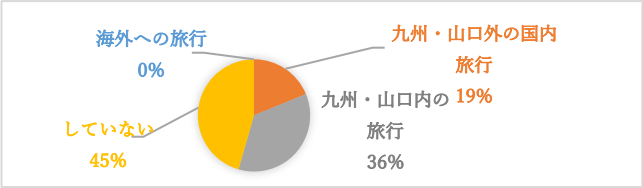


図-2 6月以降旅行者割合

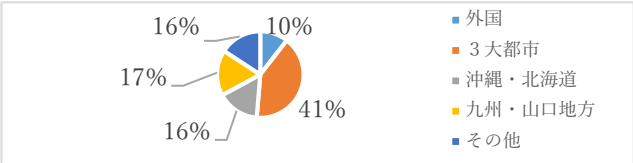


図-3 行きたい旅行先

3.3 課題と考察

表-2 窯元と学生の考えの集約

窯元	学生	課題	考察
オンラインで陶器を伝えるのが難しい	77%が初めて聞いた 71%が紹介動画を見てみたいと思っている	認知度が低い 購入者の陶器に関する認識のずれがある	オンラインを用いて里や陶器について紹介すべき
今は大きく動けない	海外や3大都市に行きたい	コロナが収まると人は都会へ行く	今がチャンスと捉える必要がある
現地に来てもらいたい	陶づくりに興味がある	特に道の駅周辺以外は観光客が少ない	作陶体験を来てもらうきっかけにすべき

77%が小石原を知らない（表-2）。認知度の低さ・観光客が少ないという課題がある。一方、70%以上の学生が紹介動画を見てみたいという（表-2）。コロナ禍に区切りがついた日に、福岡市内の若者に現地に来てもらうためには、事前に紹介動画で小石原焼や小石原の里の魅力を紹介し、認知度を上げることが必要である。加えて、40%以上が興味をもつ作陶体験を、旧小学校跡のリノベーション施設など広い場所で行い、コロナ禍においても状況を見ながら、現地に人を呼び込む必要があるだろう。

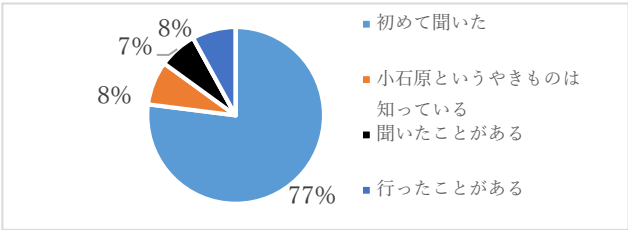


図-4 小石原の里の認知度割合

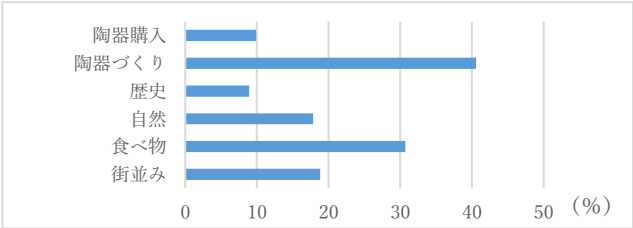


図-5 小石原焼の里への興味（複数回答）

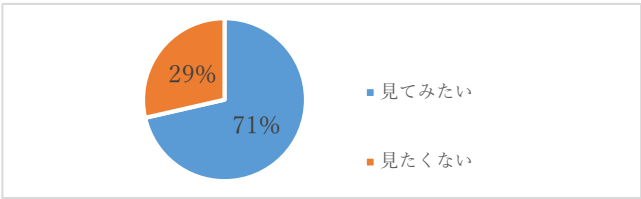


図-6 小石原焼の里の紹介動画を見たいか

4. まとめ

本研究ではコロナ禍における小石原の課題を、窯元らへのヒアリングと学生への意識調査により追究した。その成果を以下に示す。

- 1) 5月は全体的に同年同月に比べ7割以上売り上げ減少しており現地に来てもらいたいと呼び込めない状態である。
- 2) 若者は外国や 3 大都市に行きたいと希望している人が多い中、コロナがおさまって行動しても、認知度が低い今のままでは、小石原ではなく、都市部に人が流れる可能性が高い。
- 3) 紹介動画を見てみたい人が多いこと、作陶体験に興味をもっていることから、オンラインを活用してコロナ禍中に認知度を上げ、作陶体験をしに現地に来てもらうことが望ましい。

<参考文献>

1) 丸谷耕太・山下三平・内山忠・小川勇樹：小石原焼の里における作陶に関わる文化的景観の変容に関する研究，公益社団法人日本都市計画学会 都市計画論文集, 2014

2) 東峰村で暮らす。 | 東峰村移住定住促進サイト, toho-info.com

3) 令和2年度トーキョーコーディネータープロジェクト（地域商社）支援業務委託 プロポーザル実施要領, vill.toho-info.com/common/pdf?num=2008