

2016(平成 28)年度石川巡検報告書

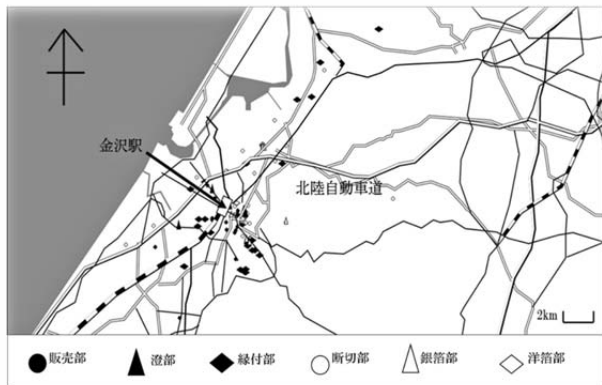
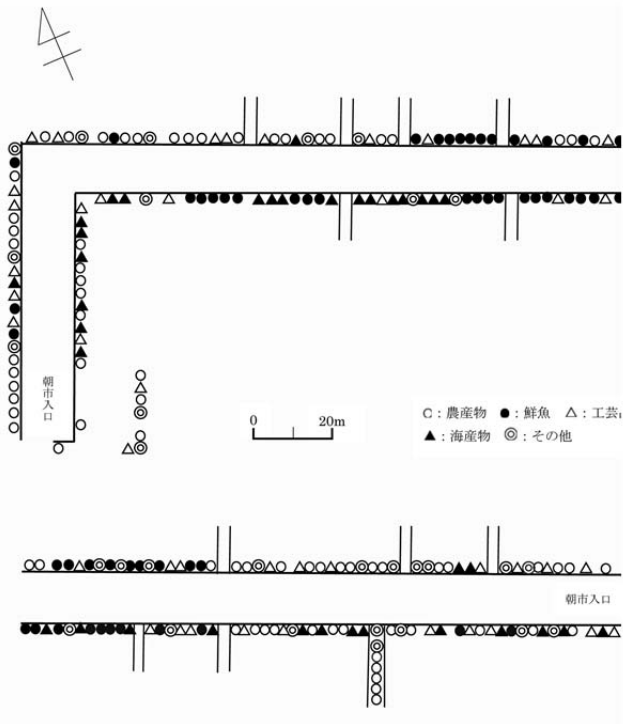


図5 2006年 金沢箔生産の立地
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成



目 次

金沢市の観光とひがし茶屋街の保存について	今保 佐矢子	1
金沢市における加賀野菜ブランド化の現状	井本 紗蘭	6
輪島朝市における観光の現状と課題	岩元 美咲	24
石川県におけるニッチ産業の現状	岡田 樹	35
北陸新幹線開業がもたらした小松-東京線の航空需要への影響	片岡 佑基	45
金沢 21 世紀美術館が有する役割と現状	金村 真友美	51
白米千枚田の保全と景観維持の現状	河村 光	60
石川県における加賀友禅の実態と生産	高見 菜々子	67
金沢市の和菓子屋・森八について	茶本 奈々	75
香林坊商店街の現状と展望	中村 允彦	82
金沢箔生産の立地	平田 真梨	86
石川県における佃煮生産業	溝 奈々実・松本 あすか	94
石川県における清酒製造業の実態—金沢市「福光屋」を例に—	山本 菜生	105

金沢市の観光とひがし茶屋街の保存について

今保 佐矢子

I. はじめに

金沢は、藩政期から伝統を現在も残すまちであり、金沢の歴史的建造物や伝統的文化を目当てに多くの観光客が訪れている。観光客の増加とともに、まちの商業化が進み、本来とは違ったまちになりつつある。特に 2015 年の北陸新幹線開業以降には、急増した観光客によって混雑やゴミ問題などが発生した所もある。その中のひがし茶屋街に注目して、金沢市が行っている、歴史的町並みの保存と開発の調和を目指した歴史的町並みの保存・整備の補助について調査した。

II. ひがし茶屋街の歴史

1820（文政 3）年、12 代藩主前田斉広（なりなが）のころ、卯辰山西麓の浅野川近くに茶屋町が設けられた。そのころこの辺りは、城下から越中を結ぶ北国街道の下口として人や物が行き交うとともに、観音院を始めとした卯辰山山麓の寺社で行われる行事や河原の歌舞伎小屋、曲芸、軽業などの見世物小屋を訪れ、門前町の茶屋で楽しむ人々などで大いににぎわっていた。加賀藩は、このような町人たちの風俗を取り締まり、武家社会の治安を保つことを目的に、この年の 3 月、地域に限った茶屋町を正式に認めた。その約半年後の 10 月には早くも一部の茶屋が開業した。町絵図からは、従来あった町割が改められて新たに町が作り直されたことが分かっている。そのころの様子が「文政三年庚辰初冬徒町御会所渡之図」に表されており、それによると、南北約 100m 東西約 180m の範囲に約 90 軒あまりの茶屋が建ち並び、表と裏には冠木門の木戸が設けられるなど、茶屋特有の様子が描かれている。その後、茶屋町は天保 2（1831）年に一旦廃止されたものの、幕末の慶応 3（1867）年には再び公認された。明治以降は「東新地」「ひがし」と呼ばれ金沢市内随一の格式とにぎわいを誇る茶屋町として、今日に至るまで金沢の茶屋文化を引き継いでいる。

金沢城下町では、藩政期の約 280 年間、すなわち 1583 年に加賀藩祖前田利家が金沢城に入城して以降、14 代の各藩主が戦いを避け学術・文化を尊重していた。さらに、第二次世界大戦では戦禍にあわなかった。それによって、現在も多くの歴史文化資産が残っている。

金沢石のまちづくりの基本方針は「保存と開発の調和」である。保存優先の金沢城、兼六園を中心とする旧市街地の区域と、開発優先の西部副都心と都心軸の区域に区分けしている。

III. 重要伝統的建造物群保存地区として

面積約 1.8ha の東山ひがし伝統的建造物群保存地区（茶屋町）は、2001（平成 13）年 5

月 1 日都市計画決定、11 月 14 日重要伝統的建造物群保存地区に選定された。金沢にある東山ひがし以外の重要伝統的建造物群保存地区は、主計町伝統的建造物群保存地区（茶屋町）が 2008 年 6 月 9 日選定、卯辰山麓伝統的建造物群保存地区（寺町）が 2011 年 11 月 29 日選定、寺町台伝統的建造物群保存地区（寺町）が 2012 年 12 月 28 日選定となっている。

重要伝統的建造物群保存地区保存に係る経費補助は、重要伝統的建造物群保存地区において、歴史的町並みの保存・整備のために必要とみなされる物件の管理、修理、修景等について、予算の範囲内においてその経費の一部を補助することができる（表 1）。

表 1 経費補助の対象別補助率と限度額

種類	対象事業	補助率	限度額
伝統的建造物	外観等の修理工事	80%	1,500 万円
	構造補強工事	90%	500 万円
	格子修理工事	90%	—
	病虫害防除工事	80%	50 万円
一般建造物	外観等の修景工事	70%	700 万円
	格子修景工事	90%	—
	病虫害防除工事	80%	50 万円

重要伝統的建造物群保存地区における防災対策としては、歴史的町並みの保存・整備と住環境改善のため、防災計画の策定及び防災対策を段階的に実施し、貴重な文化財を災害から守り、後世に引き継いでいくことを目的としている。東山ひがしでは、平成 13 年度に防災計画を策定し、平成 20 年度以前に消火器の設置、平成 21 年度に防火水槽の設置、平成 22 年度に自動火災報知設備の設置、平成 27 年度に屋外用消火器の設置を行った。主計町、卯辰山麓、寺町台でもそれぞれ防災計画を策定し、防災対策が実施されている。

IV. 伝統文化の保存

1. 金沢職人大学校

中堅職人のための技能学校で、1996 年 8 月 19 日に設立された。金沢の個性そのものと言える伝統的な職人文化は、近年の生活様式の近代化、機械化の中で技法の衰退、後継者の不足等厳しい状況である。この学校は、金沢に残る伝統的で高度な職人の技の伝承と人材の育成を行うとともに、資料の収集、調査及び公開を図ることにより、文化財の修復等を通じ、匠の技への高い社会的評価と一般の理解と関心を深めることを目的としている。定員は本科 50 名、修復専攻科 40 名で、研修期間はそれぞれ 3 年間となっている。どちらの科も各業者組合の推薦を受けた者のみ入学でき、学費は無料である。本科は石工科、瓦科、左官科、造園家、大工科、畳科、建具科、板金科、表具科の 9 つの科で構成されてい

る。総修了生の約 500 名は、金沢城の復元工事や町屋や寺社などの修復工事等に従事して、本市の歴史まちづくりを技術面で支えている。

2. 金沢芸妓

ひがし茶屋町ができた時代から、金沢の歴史とともに、芸を磨き、もてなしの心を受け継いできた。ひがし、にし、主計町の 3 つの三茶屋街では、現在も、金沢芸妓が日々厳しい稽古を重ね、その伝統を継承している。

芸妓の芸事にはいくつか種類があり、まず覚えなければならないのが「立ち方」(踊り)、次に「鳴りもの」(お囃子)である。鳴りものには太鼓・鼓・大鼓(おおかわ)・笛があり、これらを合わせて「一揃(ひとそろい)」といい、それぞれの師匠のところで稽古をする。これらを修めてから「地方(じかた)」(三味線と歌)を覚える。

形式にも一調一舞、素囃子、お座敷太鼓などの種類がある。一調一舞は小鼓と踊りで演奏し、素囃子は、長唄、常盤津、清元などの邦楽や舞踊から囃子のみが独立した、謡や舞の入らない演奏形式である。お座敷太鼓では、大太鼓と締太鼓を対とし、出囃子の曲をもととした三味線の曲にあわせながら、打ち分けて演奏される。

芸妓は、踊りや三味線、大鼓(おおかわ)、鼓、笛の腕を磨きにお師匠さんの下へ通うため、朝早くから活動する。前日、お座敷がどんなに遅くなっても、翌朝 9 時から 10 時の間には稽古場に顔を出す。熱心な芸妓はほぼ毎日稽古の日程が詰まっており、踊りの後に三味線や太鼓といったように、午前と午後の両方に稽古があることも少なくない。稽古の後には美容室へ行き、仕事着に着替え、待機する。予約がない日でも、急にお座敷が掛かる場合に備えて身支度を整え、お茶屋で待機している。

金沢芸妓の至芸の継承・人材育成のため、1983 年(昭和 58 年)金沢商工会議所が中心となり、金沢伝統芸能振興協同組合を設立した。以来、石川県・金沢市などと連携しながら、技能習得の奨励、後継者の育成などに向けた各種取り組みを実践している。現在は、三茶屋街で合わせて 45 人の金沢芸妓がいるが、年々人数が減少している。県外から金沢芸妓になるために金沢に来る学生もいる。また、金沢 MICE 促進事業費補助金制度というものがあり、学会・大会・会議等の MICE において、金沢の伝統芸能を披露する際の費用を金沢市が補助している。金沢芸妓の芸を楽しむために、夏の時期には金沢の三茶屋街でお稽古風景が見学でき、10~3 月には石川県立音楽堂で金沢芸妓の踊りや三味線、太鼓などの鑑賞、お座敷遊びの体験ができる。さらに、6~3 月に金沢のお茶屋で金沢芸妓の踊りなどを鑑賞した後、お座敷遊び体験ができる「金沢芸妓のほんものの芸にふれる旅」が開催されている。

V. 今後のまちづくり

観光客は金沢の歴史的風情・食・工芸・芸能文化を好むため、東山ひがしや主計町、卯辰山麓地区などの重要伝統的建造物群保存地区などが商業化していった。観光客であふれ、

食べ歩き等マナーの悪化が目立ち、交通混雑・ゴミ問題も引き起こした。これらは、金沢らしい景観・風情の喪失や住環境の悪化につながる。対応策の一環として、地元住民と行政の協働による「まちづくり協定」の締結がある。金沢市まちづくり条例では、住民自らが自分達の住む地域の目標とする将来像を描き、それに基づくまちづくりのルールを自主的に定めるとともに、これを実現するために住民の 3 分の 2 以上の同意を得て、住民と市長の間で「まちづくり協定」を締結することが出来る。2015 年以降、重要伝統的建造物群保存地区では、協定変更や新たに協定を締結し、良好なまちづくりに取り組んでいる地区が増加している。

ひがし茶屋街に近い東山 1 丁目の住宅街の中を通る生活道路「観音町通り」では、茶屋街から大勢の観光客が流れ込んだため、住民生活に支障が出ていた。観音町通りは、1616 年（元和 2 年）観音院が卯辰山から移された際、加賀藩 4 代藩主前田光高が浅野川大橋から観音院に続く道を拡張して設けられたとされる。2015 年 3 月に北陸新幹線が金沢まで開通してから、茶屋街からあふれ出す観光客の姿が目立つようになり、移動する際には人混みの中を通らなければならない、事故につながる恐れもある。観音町通り沿いには米販売店や理容店など住民向けに営業する店舗が並ぶが、観光客向けの土産店などの出店が続いており、通行人の数が増加した。ゴールデンウィークには駐車場を求めて迷い込む県外ドライバーやタクシーの交通量が増えるため、付近住民でつくる「観音町をよくする会」や金沢市職員が、観音町通りへの入り口付近に「この先駐車場ありません」と書かれた看板を掲げ、車の進入を遠慮するよう呼びかけた。また、車が通りを通る際には歩いている観光客の誘導に努めたが、歩きスマホや会話に夢中な観光客が多く、誘導は簡単ではなかった。観音町通りに隣接する観一、観二、観三の 3 町会は 2016 年 4 月、市と生活環境の維持や町並み保全に向けたまちづくり協定を結んだ。その協定内容は、商店の規模や業種などに規制を設け、派手な屋外広告物や呼び込み営業、路上喫煙などを禁止することに加え、観音町通りへの車の往来を少なくするためにコインパーキングの設置制限、簡易宿所での管理人常駐などを盛り込んでいる。観音町通りでは、観音町をよくする会と金沢市や金沢東署が協力し、事故対策を進めていく。

VI. 金沢市観光戦略プラン 2016

これは、北陸新幹線開業後の勢いを持続させ、更なる誘客を目指して、観光資源の磨き上げ・海外誘客の推進・広域観光と MICE の推進・受入環境の整備・人材の育成・戦略的なプロモーション・組織体制の強化による交流、定住人口の増加と都市機能の発展を図ることを目的としている。計画期間は 2016 年から 2020 年の 5 年間となっている。2015 年の金沢地域への観光客の入り込み客数は過去最多の 1,006 万人を記録し、外国人旅行者も急増し、過去最多になった。

金沢市の観光の課題は、市民生活との調和・多様な旅行ニーズに対応・金沢ファンの確保・増加する訪日外国人旅行者への早急な対応・周辺自治体との広域連携・官民協働の体

制づくりが挙げられ、誘客の拡大に関しては、金沢市内での宿泊者数が減る冬季の底上げが必要である。

金沢市観光戦略プラン 2016 では、「四季折々、ほんものの日本を五感で発見できるまち」を戦略テーマとし、市民生活との調和を第一に考えた観光を目指している。つまり、1. 「ほんものの日本」を継承し、創造するまち、2. 四季折々何度でも訪れたいまち、3. 市民の暮らしが魅力的なまち、4. 日本海側のハブとして「広域観光」をリードするまちを目標としている。これに向けて、数値目標の設定、情報発信の取り組みなど行っている。

参考文献

金沢市 経済局 営業戦略部 観光政策課 資料

金沢市 都市整備局 都市計画課 資料

金沢市 文化スポーツ局 歴史都市推進課 資料

公益社団法人金沢職人大学校ホームページ <http://www.k-syokudai.jp/>

北國新聞 2016 年 4 月 15 日・5 月 5 日

金沢市における加賀野菜ブランド化の現状

井本 紗蘭

I. はじめに

加賀野菜とは、昭和 20 年以前から受け継がれ、現在も主として金沢市で栽培されている特産野菜である。しかし病気に弱い品種が多く、栽培が難しいことと、見た目の美しさや、調理のしやすさを求める現代の消費者ニーズから年々生産量は減少し、加賀野菜は絶滅の危機に瀕していた。そこで近年、加賀野菜を保存するために、金沢市農産物ブランド協会が発足され、加賀野菜のブランド化が進められてきている。今回は、ブランド協会による加賀野菜のブランド化について調査を行った。

第Ⅱ章では、金沢市の農業の概要について説明する。第Ⅲ章では、ブランド化の概要について説明する。具体的には、加賀野菜誕生の背景や、ブランド協会設立の過程などを時代に沿って述べる。第Ⅳ章では、ブランド化の現状についてまとめる。ブランド協会の目的、活動内容や行政からの支援策についてもここで述べる。第Ⅴ章では、加賀野菜の生産状況と品目別の課題について実際の数値を見て考察する。第Ⅵ章では、ブランド化が図られた要因とその効果について説明する。

Ⅱ. 金沢市の農業の概要

金沢市の農業は都市近郊型農業であり、農業地域は平坦地域、砂丘地域、河北潟地域、中山間地域、市街化地域の 5 つの地域に大別される（図 1）。各地域の特性を生かし、水稻をはじめ野菜、果樹、花き等、多種多様な農作物が生産されており、加賀野菜もこの多様な土壌で育まれている。また土壌によって生産される野菜は異なり、加賀野菜も各地域に分布しているとわかる（図 2）。たとえば河北潟地域では、加賀れんこんが生産されている。ここは粘土質泥地の土壌であり、この土がれんこんのもっちりとした食感を育てるといわれる。また砂丘地域では、さつまいもが生産されており、その産地である五郎島の砂地は、大きすぎず、小さすぎずの粒の砂地になっている。その水もち、水はけの良さがさつまいもの生産に適している。このようにその野菜に適している土壌で、加賀野菜が生産されているという例が多い。しかし、その一方で農業地域区分や土壌に関係なく生産されている野菜も存在する。その例としては、平坦地域の二塚地区で生産されている二塚からしなが挙げられる。この地区では、海側で風が強くて雪があまり積もらないという気候を生かして、稲作の後の二毛作を行なっている。そこで、水稻とともに育てる野菜としてからしなが生産されている。土壌に関係なく生産されている加賀野菜もあるが、河北潟、平野、山

地、砂丘地といった 4 つの土壌を併せ持つ金沢の農業地域が多種多様な加賀野菜を生み出しているといえるだろう。

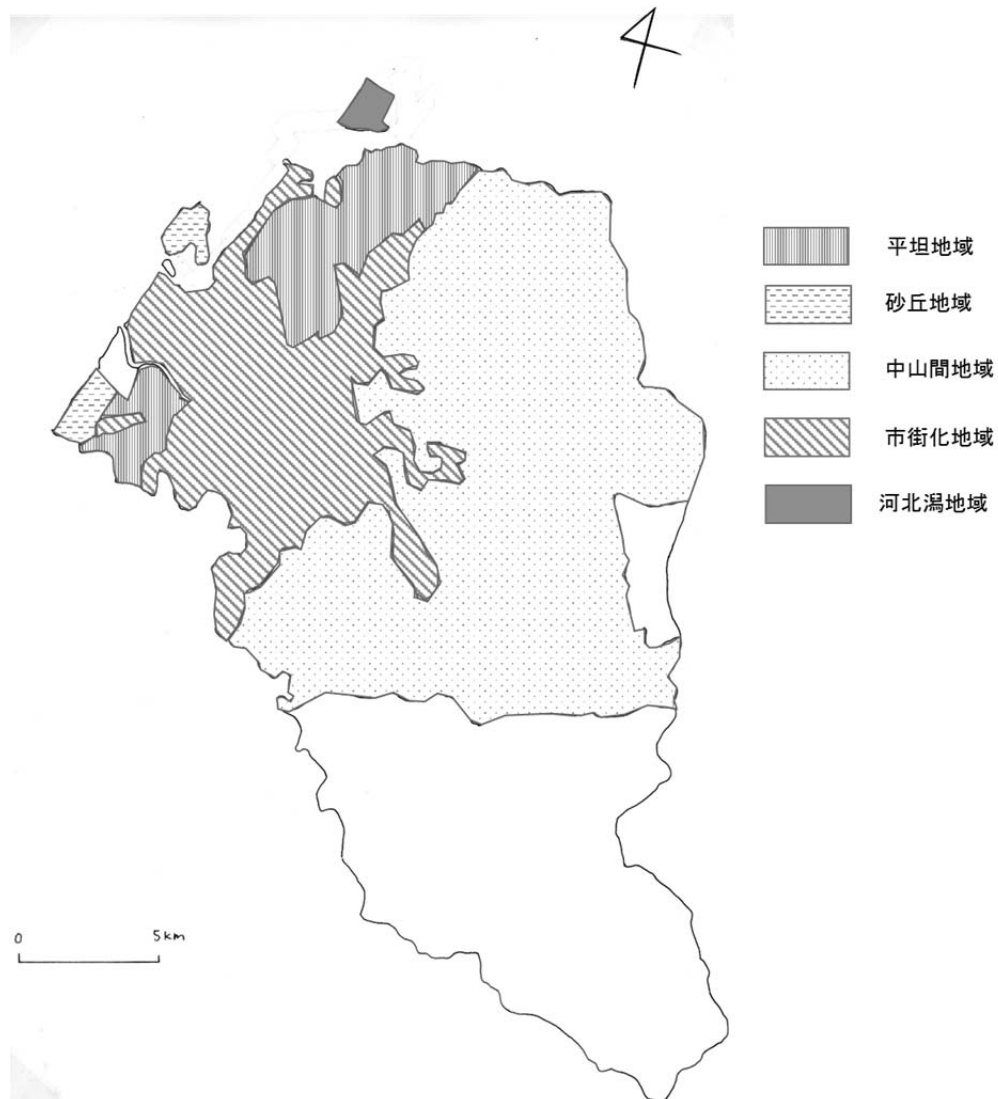


図1 金沢市の農業地域区分図

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成



図2 加賀野菜の生産分布図

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

Ⅱ. ブランド化の概要

1. 加賀野菜誕生の背景

金沢には、藩政時代から季節感に富んだ豊かな農産物が存在した。当時、加賀藩五代藩主の前田綱紀が農業奨励を行い、同時に1部の加賀野菜が金沢に取り入れられた。これらの加賀野菜は金沢市民の豊かな食文化を支えてきた。その後戦後の高度経済成長が起こり、ベビーブームによって人口が増加した。首都圏に人口が集中し、その需要にこたえるため、棚持ちがよい多くの食材が必要となる。大量生産することができる野菜を求めて、1965年に交配種が開発されて全国的に広がった。加賀野菜は固定種であり、味が良い反面、純系のため病気になりやすい性質を持つ。しかし、交配種は病気にかかりにくく、棚持ちも良いという固定種の欠点を補っていたため、農家も市場ニーズに合う交配種へシフトしていった。高速道路が確立し、県外産の交配種の野菜が次々と入ってくると見た目や日持ちが良くないという加賀野菜は味がよくても苦境に立たされた。近年では、交配種が全国市場

の 90%を占めており、加賀野菜の生産農家も減少してきている。このままでは金沢の食文化を支えてきた伝統野菜である加賀野菜も途絶えてしまうのではないかと危機感が高まった。

2. ブランド協会設立の過程

加賀野菜が絶滅に瀕する状況を受けて、まず 1990 年に「加賀野菜保存懇話会」が設立された。この加賀野菜保存懇話会の会長である松下良氏が、「加賀野菜」の命名をした。石川県はもともと加賀百万石の国であり、また加賀友禅、加賀蒔絵、加賀象嵌などの伝統工芸を通じて「加賀」の名称が全国的に既に高い知名度を誇っていたことが命名の理由とされている。また同年に「金沢市地場農産物生産安定懇話会」が設立され、新しい特産物の開発と伝統野菜の見直し、多様な地場農産物の流通システム作り、地場農産物の消費拡大と食文化の推進、推進体制の整備の 4 つが提言された。1995 年には金沢の伝統野菜ブランド確立と生産の継承についてとりまとめるために金沢市農産物販売促進検討委員会が設立された。この活動を経て、1997 年 6 月に金沢市農産物ブランド協会が設立され、今日加賀野菜を普及・振興するために活動を行っている。

Ⅲ. 加賀野菜のブランド化の現状

1. 金沢市農産物ブランド協会の設立

1) ブランド協会の目的と構成

金沢市は 1997 年 6 月に金沢市農産物ブランド協会を設立した。「市民に農業に対する認識を深めると共に特産農産物を食べていただけるように地産地消に取り組み生産者や流通業界の方々との協力を得ながら市民の方々に加賀野菜をブランド農産物として認定していただけるように積極的に消費、宣伝に努める」ことを目的とし、農業団体、流通業者、生産者、消費者、識見者で構成される団体である。

2) 協会運営体制

協会は事務局と幹事会、委員会の 3 つで構成されている（図 3）。構成団体の主な例としては、流通業界は丸果石川中央青果(株)、金沢中央市場青果卸売協同組合、農業団体は全農いしかわ、JA 金沢市、消費者は金沢市校下婦人会連絡協議会、識見者は加賀野菜保存懇話会、石川県県央農林総合事務所などが挙げられる。

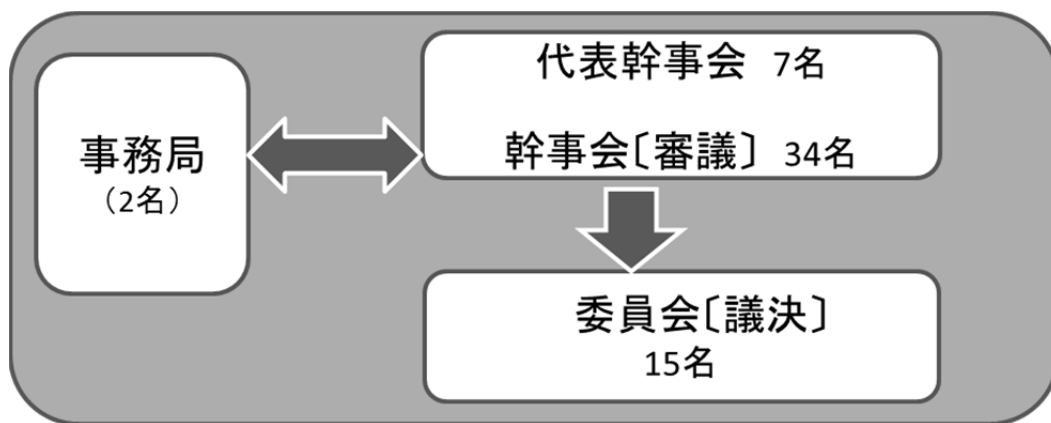


図3 金沢市農産物ブランド協会運営体制

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料により作成

3) 運営経費

金沢市農産物ブランド協会の運営費としては、負担金として市から 350 万、その他の団体から 150 万の合計 500 万円が経費として提供されている（図 4）。その他の団体とは、協会の構成団体である JA 金沢市、JA 金沢中央、全農いしかわ、丸果石川中央青果などである。事業支出の内訳としては、ブランド認定事業（認定シール作成、商標管理）、情報収集・発信事業（ホームページ作成）、消費宣伝・販売促進事業（販売資材、広告費、キャンペーン等）、会議費・事務費に利用されている。

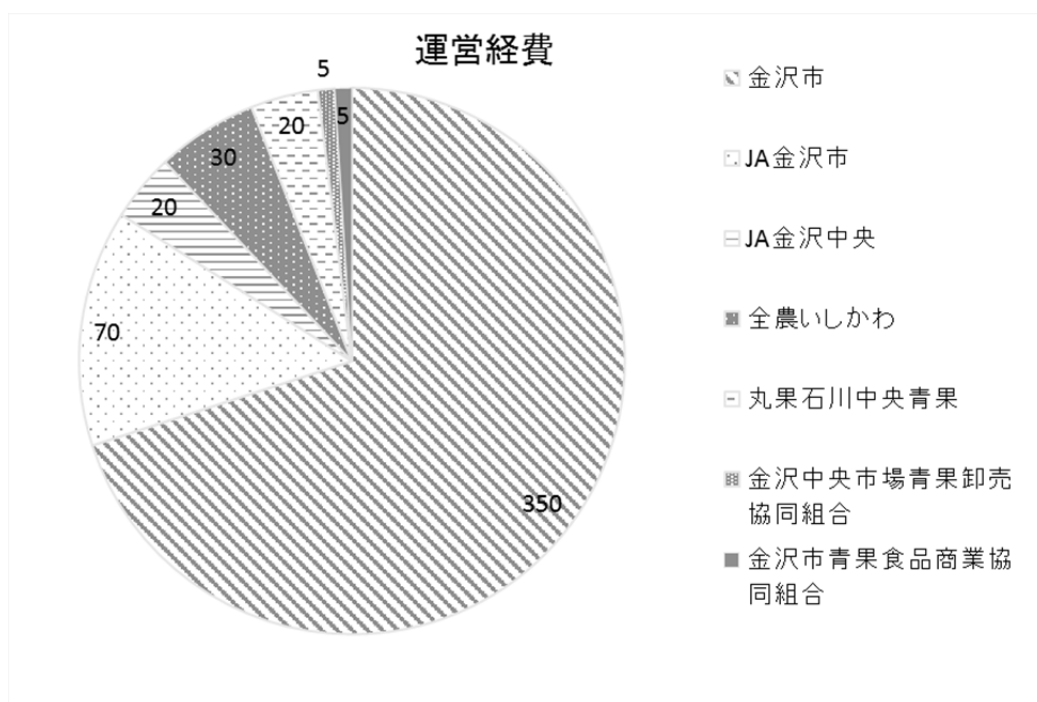


図4 金沢市農産物ブランド協会の運営費

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

2. ブランド協会の業務

1) 加賀野菜ブランド力向上活動

①ブランド認定

まず金沢市農産物ブランド協会は野菜のブランド認定を行うために、加賀野菜の定義と認定の条件を定めた。加賀野菜の定義は、「昭和 20 年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜」とし、認定の条件としては、市場流通できる生産・出荷量があること、生産組織があり、今後も生産規模の拡大が図れること、栽培基準や出荷規格が明確になっていることといった生産者サイドに立った目的の3つに決定した。1997年には、金時草、へた紫なす、せり、加賀太きゅうり、加賀れんこん、さつまいも、打木赤皮甘栗かぼちゃ、源助だいこん、金沢一本太ねぎ、たけのこの 10 品目、1998 年に加賀つるまめ、二塚からしなの 2 品目、2002 年にくわい、赤ずいきの 2 品目、2003 年に金沢春菊の 1 品目が認定され、現在では 15 品目が以上の定義と認定条件を満たし加賀野菜に認定されている。

②加賀野菜 15 品目

加賀野菜に認定された 15 品目は、普通の野菜と比較して味がよく、見た目や味に特徴がある野菜となっている。加賀野菜の歴史的経緯と特徴を以下にまとめた（表 1）。歴史的経緯を見ると、9 つの野菜が江戸時代から栽培されており、加賀野菜の定義としては昭和以前となっているが、江戸時代から栽培されているものの方が多く、古い歴史があることがわかる。また金沢市への伝来方法としては、主に日本や中国・朝鮮半島から伝来しているか、自然交雑により育成されている。

表1 加賀野菜の歴史的経緯と特徴

	歴史	特徴
さつまいも	江戸時代に五郎島村の農家が薩摩国から種芋を持ち帰り栽培した	繊維質と水分が少ないためホクホクとした粉質
加賀れんこん	江戸時代から薬用、切花として栽培され、明治時代以降、新品種の導入により食用として広く栽培される	粘りが強く、もっちりとした食感
たけのこ	江戸時代に加賀藩の足輕が江戸から金沢へ持ち帰り栽培開始	えぐ味が少なく、特に獲れたてはやわらかい
加賀きゅうり	昭和初期に、東北の短太きゅうりと金沢の節なりきゅうりとの自然交雑により育成された	長さは22～27センチ、太さは6～7センチと寸胴で、重さは1キロにもなる
金時草	18世紀に中国から日本へ渡来し、金沢では江戸時代に栽培されていた記録が残る	葉の裏が赤紫色で、ぬるぬるとした独特の風味
打木赤皮 甘栗かぼちゃ	昭和初期、福島県から導入した赤皮栗（西洋かぼちゃ）を選抜して完成	鮮やかな朱色の皮と円錐栗型が特徴
せり	江戸時代には自生もしくは栽培されていた	茎が細長く、柔らかい。香り高く、アクも少ない
源助だいこん	昭和初期に愛知県の切太系と在来種との自然交雑により育成された	肉質がやわらかく、煮崩れしない。ずんぐりとした円筒型
くわい	奈良時代に中国から伝来し、金沢では江戸時代から栽培開始	その形状から「芽が出る＝めでたい」と縁起を担いで、正月の料理に用いられる
赤ずいき	縄文時代後期に中国から日本に伝来、金沢では江戸時代以前から栽培されていた	茎がぬるりとした格別の風味がある
二塚からしな	室町時代以前に日本に伝来し、金沢では江戸時代に栽培が始まったとされる	葉は切れ込みがあり、ワサビに似た辛味と香味がある
金沢一本太ねぎ	原種は江戸時代長野県より導入されたといわれ、明治末期より金沢で栽培されてきた	白い部分は太くて長く、普通のネギより柔らかい。寒くなるほど甘みが増す
加賀つるまめ	平安時代に中国から渡来、金沢では昭和20年ごろに栽培開始	品種的に赤花系と白花系があり、金沢のものは白花種
ヘタ紫なす	中国・朝鮮半島から伝来し、金沢では明治時代に本格的に栽培開始	大きさは5センチほどの短卵型の小さなす。皮が薄く、肉質が柔らかい。
金沢春菊	日本には室町時代以前に渡来、金沢では江戸時代から栽培開始	葉肉は厚く、癖のない独特の香りで柔らかく食味も良好

資料 金沢市ブランド協会提供資料により作成

③認定シールの管理・配布

ブランド協会は認定ブランドシールを制作し、配布している。認定シールの主な目的は、加賀野菜の知名度を高め、他の農産物との差別化を図り、品質が高い加賀野菜の目印となることである。貼付けには基準があり、加賀野菜のうち、品質の優れた物（等級で秀品）のみに認定シールを張り付けることができるようになっている。認定シールには、出荷箱用の大シールと品物用の中シールがあり、大シールは中卸しで野菜を競る人、中シールはスーパーの従業員が貼るものである（写真1）。



写真1 加賀野菜 認証ブランドシール

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より転載

④商標の登録・管理

ブランド協会は商標の登録・管理も行っている。まず1999年に、加賀野菜のブランドマークを商標登録した(図形)。2007年には、「加賀野菜」と特に認知度が高い加賀野菜である「加賀れんこん」「加賀太きゅうり」の文字を地域団体商標登録した。2009年には、加賀野菜のイメージキャラクターである「ベジタン」を文字・図形の両方で商標登録した。

⑤加賀野菜イメージキャラクター「ベジタン」

ブランド協会は、加賀野菜のPRを目的としてイメージキャラクターを制作している。2001年に、一般公募で生まれたベジタン(図5)は、伝統野菜の打木赤皮甘栗かぼちゃが、加賀太きゅうり、金沢春菊などの加賀野菜を背負った姿をしており、PR活動に利用されている。



図5 ベジタン

資料 金沢市農産物ブランド協会HPより転載

2) 加賀野菜消費拡大宣伝活動

①広報・情報発信活動

主な活動としては、マスメディア等への取材協力・情報提供（画像・パンフレット等）各種フェア・キャンペーンの参加・協力を行っている。過去に取材は約 60 件、他の市町村からの視察は 20 件ある。他にもウェブサイト・フェイスブック・携帯レシピなどウェブコンテンツの作成や、販促資材（ポスター・パンフレット等）の作成が活動内容に挙げられる。加賀野菜のポスターは金沢市内の飲食店や、商店街の店の壁や八百屋の店頭などで実際に貼られており、市内で普及している様子を見ることができた（写真 2）。



写真 2 加賀野菜のポスター

資料 金沢市で撮影

②加賀野菜取扱店登録・管理

ブランド協会は、加賀野菜を販売する店舗・加賀野菜を使った料理を提供する店舗を対象として登録を行っている。登録の目的は、販売店は消費者に、料理提供店は市民や観光客等に広く加賀野菜を周知するとともに、加賀野菜の生産振興や消費拡大、ブランド力の向上に資することである。登録店は、登録証・登録ステッカーの店頭表示、ポスター・のぼり等の販促資材提供、ウェブサイト・パンフレットでの紹介、講習会イベント等の参加

といった特典が受けられる。

取扱店の登録制度は以下にまとめた（表 2）。登録の申込先は事業主体である金沢市農産物ブランド協会である。加賀野菜販売店と料理提供店では、登録対象が異なるため登録の要件と登録料が異なる。1 度登録すると登録期間は 3 年間となっており、その後 3 年ごとの更新が必要となっている。

登録されている販売店舗は 62 店のうち、小売店や地元スーパーが多くを占めている（図 6）。金沢市だけで 55 店舗を占め、その他金沢市以外の店も登録されている。料理提供店舗も 77 店と多くが登録されており、その内訳も一定の店の種類に偏っておらず、料亭・割烹、和食、居酒屋、中華・洋食・レストランなど多岐にわたっているので加賀野菜がいろんな料理店で利用されていることがわかる（図 7）。

表 3 加賀野菜取扱店登録制度

	加賀野菜販売店	加賀野菜料理提供店
登録数	62店	77店
登録対象	青果店・スーパーマーケット等	加賀野菜を使用する料理店
登録の要件	①優れた品質として「加賀野菜ブランドシール」の使用を認められた加賀野菜を積極的に販売していること。 ②適切な加賀野菜の仕入れルートを有すること。	①加賀野菜を使用した料理を常時 3 品以上、又は複数の加賀野菜を使用した料理を 1 品以上提供するように努めること。 ②適切な仕入れレートを有し、加賀野菜を使用した料理を提供計画があること。
登録料	登録時：3 千円（更新料：1500 円）	登録時：1 万円（更新料：5 千円）

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

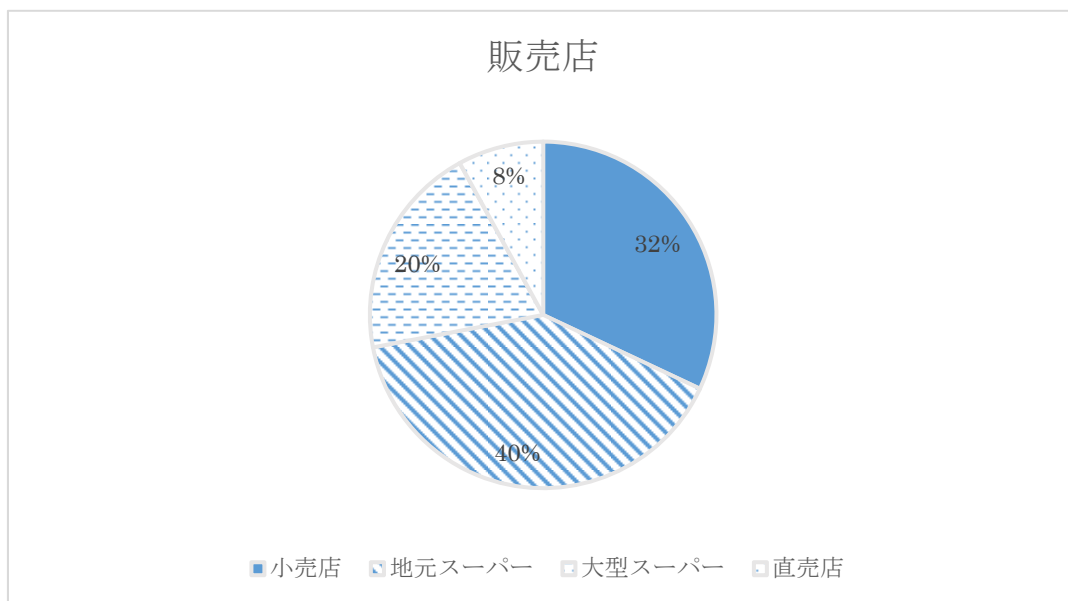


図6 加賀野菜販売店登録店舗内訳（2016年現在）
資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

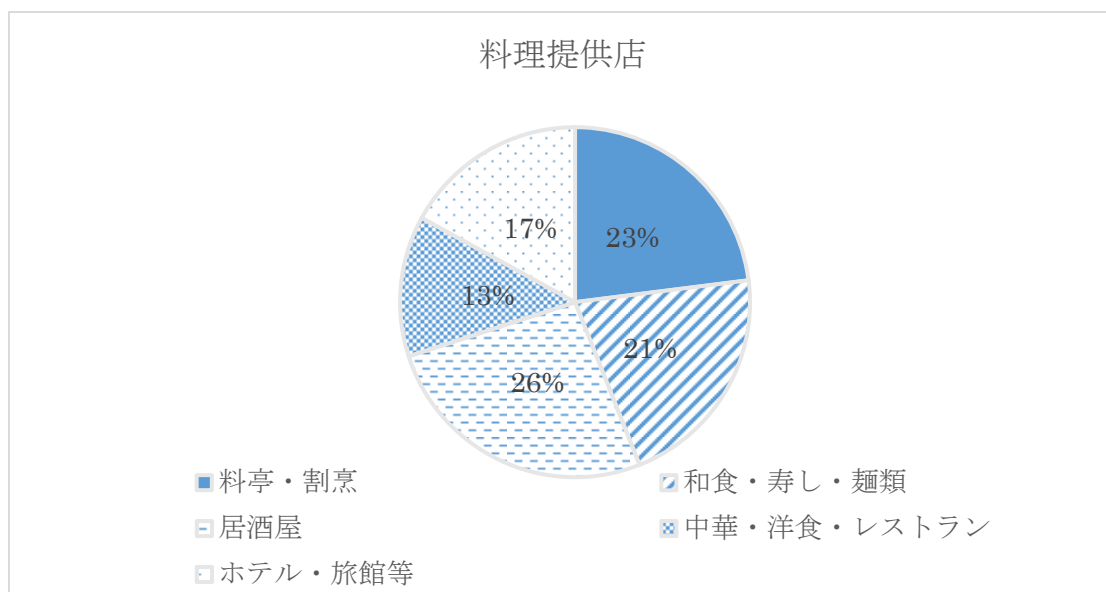


図7 料理提供店登録店舗 内訳(2016年現在)
資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

③加賀野菜加工品認証・管理

ブランド協会は加賀野菜を使用した加工品を対象として認証も行っている。

目的は、加賀野菜ブランドに対する、消費者の信頼と評価を高め加賀野菜の需要拡大とブランド力の向上であり、認証の特典は、認証書・認証マークの商品貼付け（図8）、ウェブ

サイトでの紹介、ポスター・のぼり等の販促資料提供、講習会・イベント等の参加となっている。

加工品認証制度の概要は、ブランド協会の資料を参照して以下にまとめる。

＜加賀野菜 加工品認証制度概要＞

対象加工品：加賀野菜を原材料として製造された加工品。（※ただし、使用する加賀野菜と同一品目の他産地の野菜を合わせて、加工品の原材料とすることはできない。）原材料および食品添加物について法令を遵守し、適切な表示をしたもの。加賀野菜のブランド力向上に寄与するもの。

認証申請者の資格：食品衛生法第 52 条第 1 項の規定またはその他法令の規定による営業許可を受けていること。また、その他関係法令の許可が必要な場合はその許可を得ていること。

認証業者の資格：認証加工品関係書類の整備・保管。認証加工品関係実績並びに加賀野菜仕入実績の報告。認証加工品にかかわる事故または苦情への誠実な対応と速やかな報告。

以上の項目を満たしていることが加工品認証のためには、必要である。認証の期間は認証を決定した日から 3 年間であり、その後 3 年ごとの更新が必要となる。認証料は 1 加工品ごとに 5000 円（更新時には 2500 円）かかる。

実際にブランド協会の HP に登録されている加工品は 50 品あり、そのうち加賀れんこん、さつまいも、金時草の加工品が大半を占めている。使用品目としては、菓子類が 18 品と多い。



図 8 加賀野菜加工品 認証マーク

資料 金沢市農産物ブランド協会 HP より転載

④取扱店、加工品の申請の流れ

取扱店、加工品として登録・認証されるためには、申請、審査、認証の 3 段階が必要となる。まず、金沢市農産物ブランド協会に、登録、認証申請書を提出する。申請書に加え、加賀野菜の確認書類（仕入、原材料となる加賀野菜納入伝票等の写しなど）、営業許可書の写しが必要となる。次に年に 2 回行われる審査会によって、取扱店・加工品の検査が行わ

れる。具体的には、加賀野菜の仕入れ先や加賀野菜の使用品目・食品の安全などの確認・官能検査などがある。審査を行う審査委員会は、流通・農協・行政からなる取扱店審査委員の 8 名、流通・農協・行政に有識者を加えた加工品審査委員の 12 名で成り立っており、有識者は石川県立大学、北陸学院大学、(社) 石川県食品協会、石川県工業試験場 科学食品部から 4 名選出されている。その後、審査結果の報告がなされ、登録料・認証料の振込が確認されると正式に認証される。この 3 つの流れを経て、実際に登録・認証利用することができるようになる。

⑤店舗・加工品目の推移

ブランド協会設立時から、登録・認証された店舗・加工品目の推移を見ていく (図 9)。販売店と料理提供店は 2011 年まで数は上昇している。しかし、販売店は翌年 2012 年から大幅な減少が見られる。これは金沢市内に県外スーパーが導入されたことで、地元のスーパーが淘汰されてきたことが原因にあげられる。また、近江町市場など場が限定されてきたことも要因である。したがって販売店は 2012 年の値から 2016 年現在まで大きな変動は見られない。一方の料理提供店は、2012 年に最高値がみられ、その後減少はあるものの比較的高い数を維持している。加工品は 2016 年現在までにゆるやかに値が増加している。各年ごとに多少の変動はあるものの、50~60 品目で安定していると見られる。

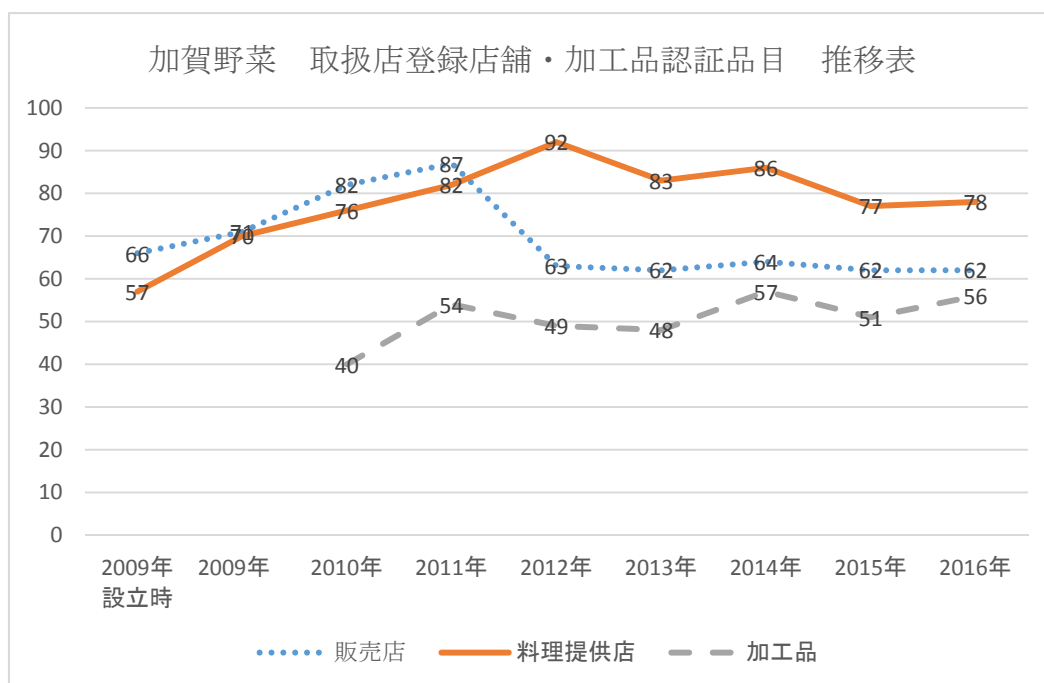


図 9 加賀野菜取扱店登録店舗・加工品認証品目推移表 (2016 年現在)

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料により作成

⑥取扱店登録・加工品認証の成果、現状課題

以上で述べてきた取扱店登録・加工品認証制度の成果と課題をブランド協会提供の聞き取り資料よりまとめる。まず成果は、取扱店・加工業者側から見ると、多店舗・他商品との差別化を図ることができる、店舗・商品などの信頼性が高まり、ビジネスチャンスが広がる、観光客にアピールしやすい、といった成果を感じている。ブランド協会は加賀野菜のPR手段が増え、販促活動の幅が広がること、生産者側は規格外品を活用できることを成果として感じているようだ。以上より、登録・認証制度による成果は確実にあがっていることがわかる。

次に現状・課題をまとめると、取扱店・加工業者からは仕入できる時期が限定すること、出荷量が不安定・価格が高い、生産者との交流促進、県外顧客の「加賀野菜」の知名度が低いという点が挙げられる。その他、ブランド協会は課題として、加工品認証シール・加賀野菜ブランド中シール貼付の促進と登録店舗・認証商品の増加につながる新たな取組・PRの検討を挙げている。仕入できる時期が限定される点や出荷量が不安定という点は加賀野菜の特徴でもあるため、そこを改善することは難しいだろう。ブランド協会は、当初の目的をこなし、新たな課題に向けて取り組んでいる。

3. 行政としての支援策

1) 生産技術面の支援

2016年現在では、加賀野菜産地活性化推進事業、加賀野菜産地生産基盤強化事業、加賀野菜優良種苗保存供給事業、加賀野菜栽培技術継承普及事業、金沢農業大学の開校など多くの事業が行われている。特に、加賀野菜優良種苗保存供給事業では、2004年に種子保存センターを整備して、生産量が少ない加賀野菜などの希少品種を次世代に残すため、種の保存にむけた栽培技術の継承のために取り組んでいる。また、金沢農業大学は、金沢市の農業の担い手を育成するため、2006年に開校され、これまでに85名が卒業している。2年間の研修を通して、加賀野菜の生産や、産地の活性化を担う、農業者を育てることを目的としている。実際に卒業した85名のうち、36%は市場に野菜を出荷できる農家に、35%は直売所に出荷する農家となっている。

2) 消費宣伝面の支援

2016年現在では、首都圏加賀野菜等PR強化事業、金沢食文化魅力向上事業、加賀野菜等消費拡大事業、野菜ソムリエとの協働による野菜の魅力発信事業、機能性を活かした高付加価値化推進事業、「食育かなざわ」食べよう学ぼう推進事業、農産加工アドバイザー派遣事業など、消費宣伝面でも多くの事業が行われている。この7つの事業のうち、最初の4つの事業は委託事業であり、市がブランド協会に委託し行われている事業である。その他の3つは直営事業である。野菜ソムリエとの協働による野菜の魅力発信事業では、銀座のアンテナショップで、加賀野菜を使った料理教室が開かれている。金沢市に留まらず、東

京にも進出し宣伝は行われている。また、機能性を活かした高付加価値化事業では、加賀野菜の持つ健康への影響を、昔の言い伝えなどの根拠のないもので説明するのではなく、研究により、数字を出して実際に加賀野菜が持つ健康効果（抗酸化能力、ポリフェノール量）を示し、付加価値化している。この加賀野菜の健康効果についてはブランド協会が作成・配布しているパンフレットで、示されている。

Ⅳ. 加賀野菜の生産状況、品目別課題

現在生産されている加賀野菜は品目ごとに生産・出荷状況が大きく異なり（表 3、図 10）、品目別に課題を抱えている。加賀野菜 15 品目を 5 項目に分けて、現状と課題を以下にまとめる。

- ①品質・量ともに充実した主力品目〔加賀れんこん・加賀太きゅうり・さつまいも〕
 - ・県外出荷もされ、加賀野菜の中では安定した生産量が確保されている。
 - ・販売価格・単価も安定している。
 - ・この 3 品目で加賀野菜の出荷数、販売金額の 8 割を占める。
- ②加賀野菜特有の個性的品目〔金時草、加賀つるまめ〕
 - ・多くは地元の金沢で消費され、独特の食文化を形成している。
- ③生産量減少に一定の歯止めをかけられた品目〔源助だいこん、打木赤皮甘栗かぼちゃ、金沢春菊、金沢一本太ねぎ〕
 - ・一時生産者が途絶える寸前にまでいきながら、ブランド認定を契機に担い手が育ち、生産量が増えた品目
- ④徐々に生産が減少している品目〔たけのこ、赤ずいき、くわい、へた紫なす〕
 - ・栽培面積、収量等が減少傾向にある品目。
 - ・たけのこは収穫時の重労働により生産者が減少する、価格の変動が大きい、赤ずいき・くわいは料理方法・食べ方が分からない、へた紫なすは料理が限定される、といったマイナス面がある。
- ⑤存続の厳しい品目〔二塚からしな、せり〕
 - ・出荷期間・需要期間が限定されている。
 - ・その地域・土壌でないと品目の特徴を出せない。

表3 加賀野菜品目別 農家数・栽培面積・出荷数・単価

品目	農家数(戸)		栽培面積(ha)		出荷数(t)		単価(円/kg)	
	認定年	2014年	認定年	2014年	認定年	2014年	認定年	2014年
さつまいも	77	57	120.0	92.1	1,719	2,170.6	244	287
加賀れんこん	84	54	72.0	57	726.9	678.1	540	696
たけのこ	245	210	206.0	140	582	692.1	273	289
加賀太きゅうり	13	12	3.07	3.58	340.4	518.7	248	191
金時草	30	45	2.0	3.42	60.4	59.3	457	444
加賀つるまめ	18	11	1.8	0.45	20.1	4.4	271	790
へた紫なす	12	7	0.67	0.39	56.2	13.4	427	650
源助だいこん	12	19	0.55	3.85	21.1	214.3	133	134
せり	12	3	0.8	0.09	10.2	1.2	1956	3251
打木赤皮甘栗かぼちゃ	1	9	0.15	1.22	3.3	17.4	230	496
二塚からしな	4	4	0.06	0.15	0.09	0.5	420	505
金沢一本太ねぎ	3	13	0.05	0.24	0.36	3.5	230	414
くわい	6	9	0.19	0.4	1.34	0.7	791	1181
赤ずいき	9	6	0.2	0.32	8.78	4.1	183	316
金沢春菊	1	7	0.2	0.11	0.55	1.1	378	1403

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

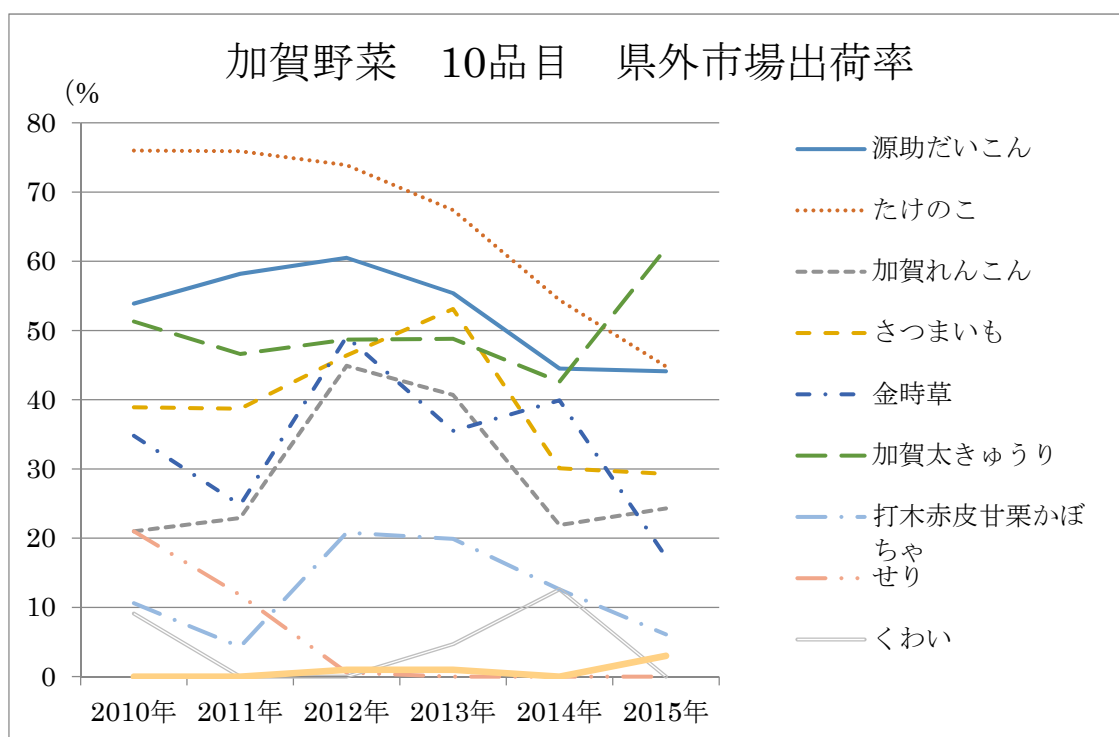


図10 加賀野菜10品目 県外市場出荷率

資料 金沢市農産物ブランド協会提供資料より作成

V. ブランド化が図られた要因及び波及効果

1. ブランド化が図られた要因

ブランド化が図られた要因としては大きく 6 つの点があげられる。まず 1 つ目は、多彩な気候・風土である。金沢は山沿い、平野部、海岸沿いの砂地、河川流域の 4 種類の土壌を備え、古くから多種多様な作物が栽培できた。次に 2 つ目は、優れた技術を持つ篤農家の存在である。明治から昭和初期にかけ、篤農家が優良品種の系統選抜を行ってきた。3 つ目は県外出荷できる品目の存在である。地産地消を基本とし、地元での安定的な需要を確保しながらも、さらに県外へ出荷できる品目が存在した。4 つ目は、加賀野菜のネーミングである。伝統工芸品や、加賀 100 万石、加賀料理などを通じ、「加賀」の名称が既に高い知名度を誇っていた。5 つ目は、首都圏からの情報発信である。県外での PR 活動を積極的に行い、首都圏のメディアを利用して産地の歴史や、料理法などの情報発信に力を入れたり、東京の店で加賀料理の懇談会を行ったりしていた。認知度があがると共に、地元の人間にとっては当たり前で量販店に売られている加賀野菜がブランドとして認識されるようになった。6 つ目は生産技術面のフォロー体制の整備である。ブランド協会の消費宣伝活動に加え、金沢市農業センターによる生産技術指導を行い、ブランド化を推進した。

2. 加賀野菜ブランド化の推進体制

加賀野菜ブランド化の確立のために、生産技術面では、金沢農業センターが種子保存センターと共に産地の育成に励んだ。消費宣伝面では、金沢市農産物ブランド協会が関係業界と連携し、消費拡大・販路拡大に努めブランド化を進めていった。この金沢市農業センターと金沢市農産物ブランド協会が連携・協力していることで、生産・消費の両側からのブランド化が推進された。

3. ブランド化による波及効果

また、ブランド化による波及効果もあった。生産・販売面では知名度の高まりにより消費が拡大、農家の生産意欲向上、伝統野菜の復活という効果がおき、食育・地産地消・加工面では品目の 3 割が給食食材としての利用拡大、地場野菜の認知度向上、加工品原料としての需要拡大という効果があった。

VI. おわりに

金沢市における加賀野菜ブランド化の過程と現状に焦点をあてつつ考察してきた。1997 年にブランド協会設立した後、20 年程で学校給食にも登場するほど市民の生活に浸透した加賀野菜はブランド農産物として全国でも指折りの成功事例と言えるであろう。ブランド化が成功するためには複数の要因が必要となってくるが、加賀野菜においては生産するための土壌や気候といった地域的要素や、加賀という名前、PR 活動による知名度の向上、行政からの積極的な支援などの要因がそろっていたと言える。

しかし、その一方で加賀野菜は大量生産に向かないという課題がある。生産量が少なくても、せつかく PR によって需要が増加しても、供給が追いつかない。そのために、ブランド協会は担い手の確保・育成を強化している。しかし、加賀野菜は金沢市で生産されたもののみをさすものであり、担い手を育成したとしても必ず金沢市で生産しなければならないとなると、規制が多いように感じる。伝統野菜の先駆けである京野菜は、京都府で生産された野菜のことであり、加賀野菜に比べ生産できる地域が広い。加賀野菜も「金沢市で生産された野菜」という定義を改変し、金沢市以外でも特別認可された農家であれば加賀野菜を生産・出荷販売できるというようにするべきであろう。

このような生産に関する課題もあるが、ブランド化を通して加賀野菜は絶滅の危機を脱したと言えるだろう。今後も市や関連団体と協力して加賀野菜の生産を維持し、課題に向けて取り組む加賀野菜ブランドがさらなる発展を遂げていく事を期待したい。

参考文献

・金沢市公式ホームページ <https://www4.city.kanazawa.lg.jp/>（最終閲覧日：2014 年 10 月 12 日）

・金沢市農産物ブランド協会 <http://www.kanazawa-kagayasai.com/kyokai/>（最終閲覧日：2014 年 10 月 12 日）

輪島朝市における観光の現状と課題

岩元 美咲

I. はじめに

輪島朝市は、千葉県の勝浦朝市、岐阜県の宮川朝市と並ぶ、日本三大朝市の一つに数えられている。輪島朝市の歴史は古く、平安時代神社の祭礼日などに生産物を持ち寄って、物々交換が行われていたという文献があり、千年以上の歴史をもっている。室町時代には毎月4と9のつく日に朝市が行われるようになり、明治時代には毎日市が立つようになって、現在に至っている。

輪島朝市は、昔から地元の台所として利用されており、利用者の多くが地元の人々であった。しかし、近年では大型スーパーの普及によって、朝市を利用する人々に変化が見られている。地元の人々はスーパーができたことで、時間に拘束されずに買い物ができ、一つの店で様々なものを買うことができるようになるなど、便利なスーパーを利用することで、朝市の利用が減っている。その一方で、現在では地元の人々よりも観光客の比率が高くなっている。古くから市民の台所であった輪島朝市は、観光名所化とともに土産物市場へと様相を変えている。このように輪島朝市が観光地化するにいたった経緯を解き明かしながら、輪島朝市における観光の現状と課題について分析する。

本章では、まず第Ⅱ節で、輪島朝市の運営や販売品目など、輪島朝市についての概要を述べている。第Ⅲ節では、輪島市の観光や時代背景から、朝市が観光地化するに至った経緯について述べている。第Ⅳ節では、観光地化したことによる変化や問題点など、輪島朝市の現状について述べている。

Ⅱ. 輪島朝市の概要

1. 運営について

輪島朝市は、輪島市朝市組合による運営が行われている。図1は輪島朝市を運営する組織図である。組合については、1958年（昭和33年）に当時朝市の世話をしていた方が設立したもので、はっきりとした会則は残っていないが、1975年（昭和50年）に正式な会則ができている。現在輪島市朝市組合は、組合長・副組合長・専務理事・理事・監事・事務局職員・組合員によって構成されている。現在の組合員は276名である。また、組合の内部において部会組織が存在している。部会は、商店街部会・野菜部会・鮮魚部会・海産物部会・商品開発部会・諸業部会にわかれており、組合員はそれぞれの部会に所属している。それぞれの部会の他にも、年1回の総会、毎月行われる理事会、常務理事会が必要の都度開かれており、朝市の運営についての話し合いや取り決めが行われている主な場となって

いる。

輪島朝市は市道上で行われていることから、昔は朝市の買い物客を縫うようにして自動車が行き交う道路では客が安心して買い物ができないという要望から、明治期に入ってから道路使用許可願いが県知事宛に出された。当初は朝市の道路上からの移転が考えられていたが、適当な移転地も見つからず、1963 年（昭和 38 年）には警察が朝市の道路使用を許可しない申し出まで出された。それでも朝市は開かれたため、1970 年（昭和 45 年）にようやく願いが聞き入れられ、解決策がとられた。こうした経緯で、1970 年（昭和 45 年）以降は朝市の開かれている時間帯（午前 8 時～12 時）は車両通行禁止の歩行者天国となっている。このように、朝市が市道上で行われていることから、許可された場所以外での道路での販売などの道路上の管理は、警察に任せられている。このことから、輪島朝市の運営は、輪島市・輪島警察署などの行政の理解や協力によっても成り立っているといえる。また、衛生管理としては、石川県北部保健所の協力がなされている。

朝市に露店を出店している者は、その全てが輪島市朝市組合に加入しており、組合の許可証がなければ勝手に露店を立ててはいけないことになっている。写真 1 は組合の許可証である。許可証にある登録番号によって、売り手が露店を立てる場所さえも決められている。つまり、売る場所は固定であり、違う場所に店を立てることもできない。

運営経費としては、一般賦課金と朝市運営事業賦課金の二つを組合員から徴収することで得ている。一般賦課金は、組合員一律で年間 12,000 円を徴収している。運営事業賦課金は、組合員の職業や露店の売り場面積などを考慮することによって、約 40 段階にわけて徴収を行っている。なお、露店の売り場面積については各部会によって決められている。

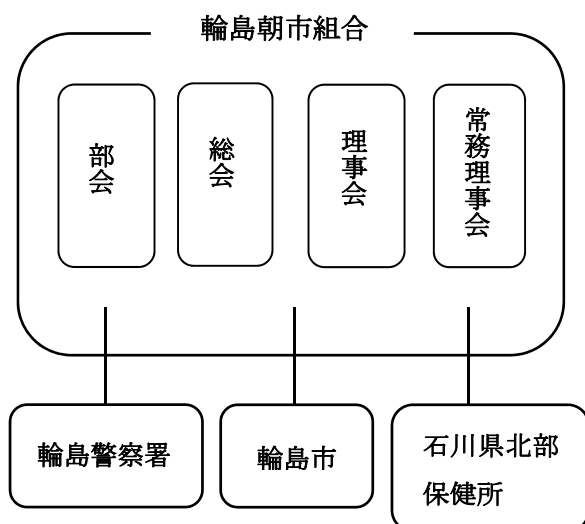


図 1：組織図

資料：聞き取り調査より作成

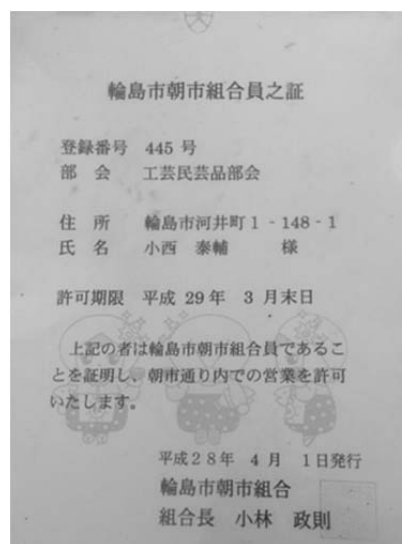


写真 1：輪島市朝市組合員証

資料：2016 年 8 月 25 日 本人撮影

2. 販売品目について

輪島朝市は、通称「朝市通り」と呼ばれる約 360 メートルの商店街の道なりで毎朝行われ、現在 200 以上の露店が立ち並んでいる。輪島朝市の露店で売られているものは、近隣の農家が自家栽培した農産物（写真2）、輪島港や近郊で獲れた鮮魚（写真3）、干物などの海産物（写真4）、輪島塗などの工芸品（写真5）、食材・飲料・菓子・衣類などのその他（写真6）に大きく分類できる。



写真2：農産物

資料：2016年8月25日 本人撮影



写真3：鮮魚

資料：2016年8月25日 本人撮影



写真4：海産物

資料：2016年8月25日 本人撮影



写真5：工芸品

資料：2016年8月25日 本人撮影



写真 6：菓子

資料：2016 年 8 月 25 日 本人撮影

図 2 は露店の各売り物を示す分布図である。売り物の種類によって露店を立てるエリアが決められているなどの規則はなく、一見するとすべての種類の露店が煩雑に並んでいるように見える。しかし、図 2 によると、同じ種類の露店が固まって分布している箇所が多く存在することがわかる。これは、同じ種類の露店が固まることで、客が露店ごとの商品を比較して買いやすくするためではないかと考える。

前述したように、売り場は許可証によって決められており、代々受け継がれることから、図 2 のような売り物の種類の分布は昔から現在までほとんど変化がないと考えられる。販売品目としては農産物が最も多く、次に鮮魚、海産物、工芸品といった順になっている。輪島朝市では、新鮮な山の幸や海の幸、輪島ならではの漆工芸品が売りとなっている。

また、図 2 からは、商店街の道なりいっぱい露店が並んでおり、空きスペースがほとんど無いことがわかる。このように、毎日 200 以上の露店が立ち並ぶ光景も、他には無い輪島朝市の売りであり、実際に観光客達はこの光景を楽しみに輪島朝市に押し寄せているのである。

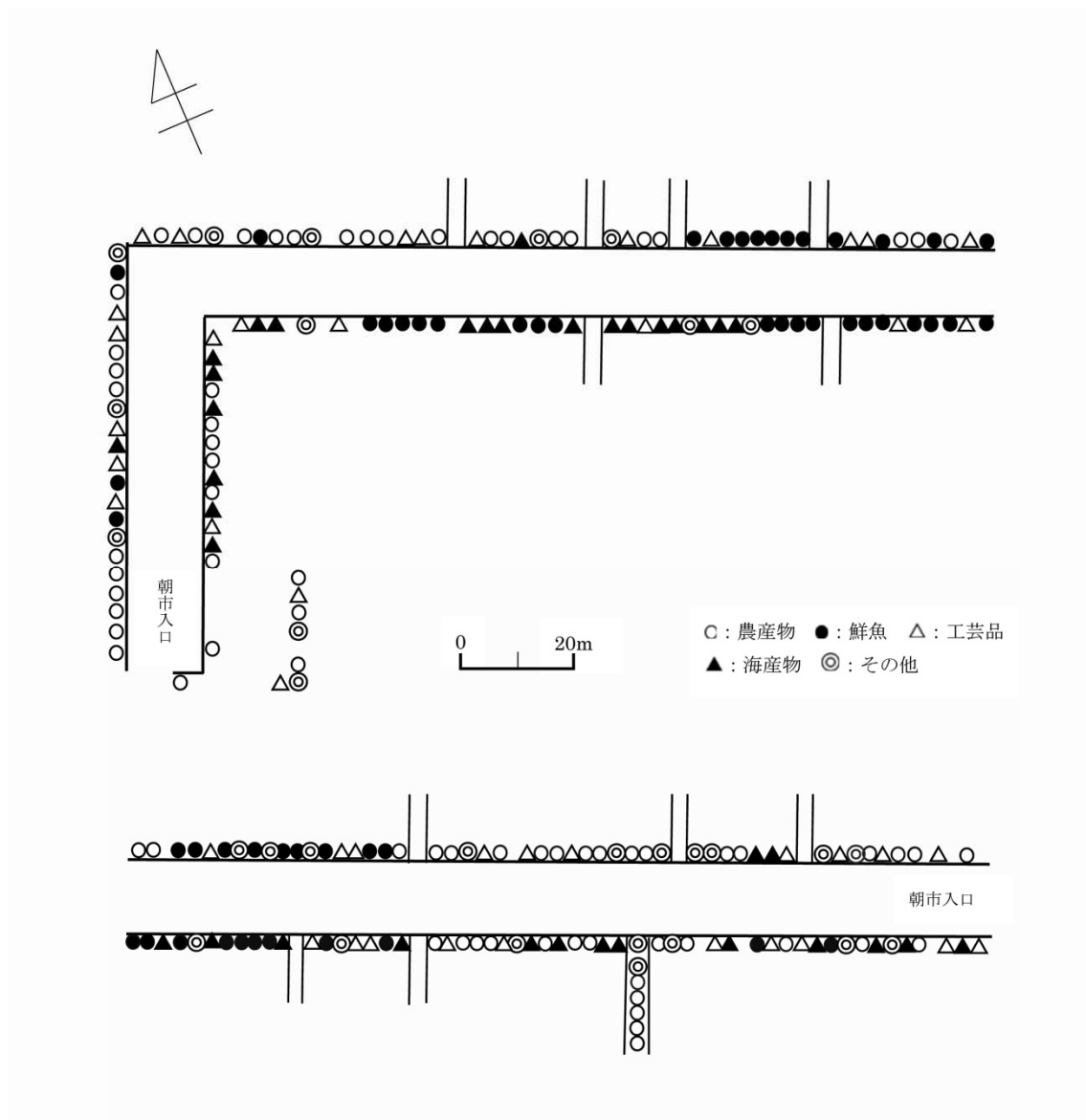


図 2：露店分布図

資料：輪島朝市本町通り虎の巻より作成

Ⅲ. 輪島朝市の観光地化

はじめにも述べたように、かつては地元住民の台所であった輪島朝市は、現在では観光地化が進んでいる。現在の客層としては地元住民が 2、観光客が 8 といった比率である。このように、地元住民のための朝市から観光客のための朝市となっていく経緯について、輪島市における観光客数の推移、時代背景から分析していく。

1. 輪島市における観光

輪島市の年間入込数（図 3）をみると、昭和 30 年代後半から 40 年代にかけて、入込客数が右肩上がりに増加していることがわかる。これは、昭和 30 年代に能登半島を舞台とし

2. 輪島朝市における観光

能登半島ブームが到来していた昭和 30 年代後半から昭和 40 年代において、輪島朝市はまだ地元住民の台所としての役割を持つ朝市であった。まだ地元住民のための朝市ではあったが、この頃から輪島市の入込客数増加とともに、徐々に輪島朝市にも観光客が見られるようになっていった。

昭和 50 年代頃からは、輪島市の入込客数の増加に伴って、輪島朝市を訪れる観光客はかなり増加している。輪島朝市への入込客の正確な数を取り始めたのは 1992 年（平成 4 年）からで、1992 年（平成 4 年）以前の正確な数値はわからないが、1978～1980 年（昭和 53～55 年）の観光客数が最も多くなっていたようである。しかし、観光客が増加している一方で 1980 年（昭和 55 年）に商店街に大手のスーパーができたことによって、朝市を利用する地元住民の数は減少することになっている。つまり、1980 年（昭和 55 年）を境に地元住民と観光客の比率が逆転していったと考えられる。こうして、輪島朝市は地元住民のための朝市から観光客のための朝市へと変化していったのである。つまり、輪島朝市の観光地化は、朝市を利用する地元住民の減少を受けて、ターゲットを地域住民から観光客へと変えて起こったものではない。輪島市自体の観光客が増えた影響で輪島朝市に来る観光客が徐々に増え、それと同時に地域住民の利用が徐々に減ったことで、自然的に観光地化したものであり、戦略的に観光地化したのではないことがいえる。

図 4 は、1992 年（平成 4 年）以降の輪島朝市への年間入込客数である。バブル経済崩壊後の不景気によって、入り込み客数が減少していることがわかる。

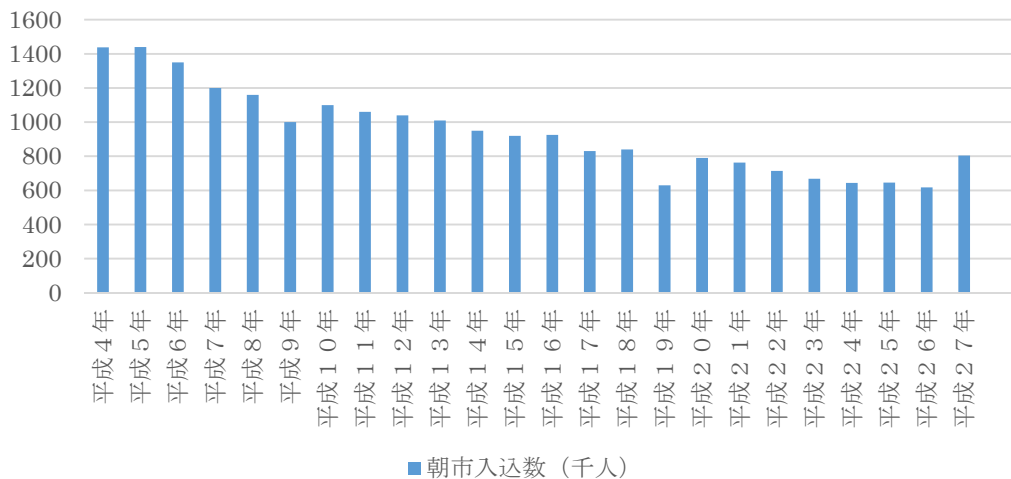


図 4 輪島朝市年間入込客数

資料：輪島市観光データより作成

図 5 は 1992 年（平成 4 年）以降の輪島市年間入込客数と輪島朝市年間入込客数を比較し

たものである。輪島市の入込客数の増減と同様に輪島朝市の入込客数も増減しているのがわかる。しかし、輪島市の入込客数が大きく減少しているのに対して、輪島朝市の入込客数の減少傾向は緩やかである。つまり、輪島市を訪れる観光客自体が大きく減少している年でも、輪島朝市を訪れる観光客はそこまで減少していない。これは、輪島朝市を目的として来る観光客が多く、輪島市において輪島朝市が観光地として根付いているということを示していると考える。

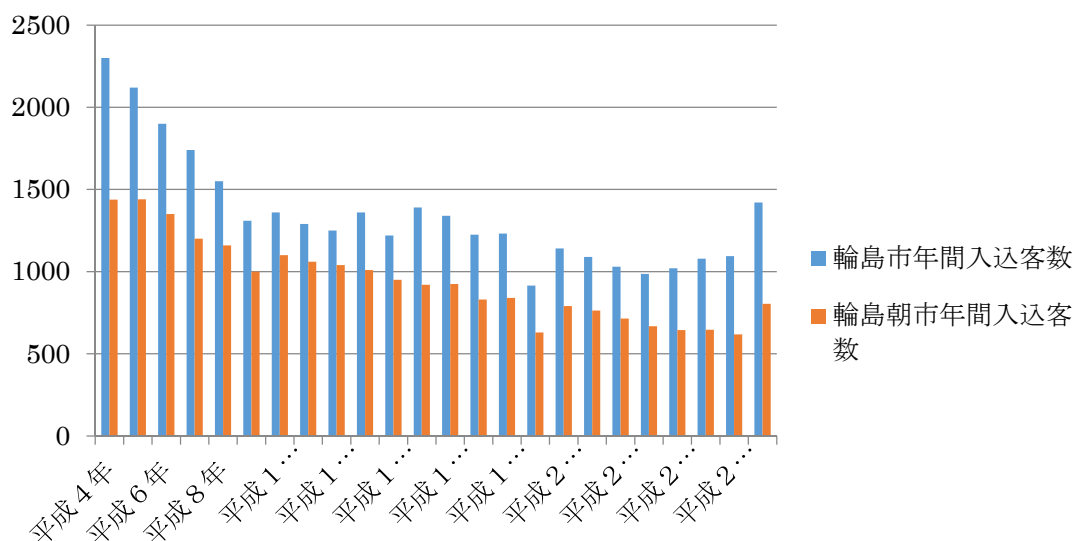


図5 輪島市・輪島朝市年間入込客数
資料：輪島市観光データより作成

IV. 輪島朝市の現状

1. 観光化による朝市の変化

地元住民の朝市から観光地化したことによる変化によって、客層の変化だけでなく、朝市内部にも様々な変化が起こっている。その中でも大きな変化は、露店における商品の変化である。前述したように、農産物や鮮魚などの売り物の種類自体に変化はほとんど見られない。変化しているのは売り物の質である。鮮魚については、昔はその日の朝自分で釣ったものを売り物にしていたが、現在ではそれでは足りず、金沢などの市場で競って輸送したものを売ることもあるようである。海産物においても、昔は売り手自らが塩のみを用いて一次加工を行っていた商品が売られていたが、現在は全国から仕入れた商品も売られるようになってきている。工芸品では、職人の技術においては今も昔も変わっていない。しかし、工芸品にも変化がみられる。輪島塗の箸を例にすると、本来であれば何千円もするようになりかなり高価な品であるため、観光客が気軽に購入できなかった。そのため、箸の原材料の木材は中国産などを使用して価格を下げているようである。中には、野菜のように昔から現在まで、自分が育てた野菜を売るというのが変わらない商品もあるが、多くの商品

が観光客に向けての商品へと変化している。

2. 輪島朝市の課題

1) 高齢化・後継者不足

輪島朝市組合には、最も多い時で約 450 名の組合員がいたという。しかし、現在、輪島朝市組合に加盟している組合員は 276 名である。ここまで組合員数が減少したのは、子どもが露店の跡を継がないという後継者不足が原因とされている。売り手は高齢者がほとんどで、若い世代はあまりみられないのが現状である。売り手が朝市に座る場所が親から子へ、子から親へと何代も引き継がれて続いてきた伝統のある輪島朝市にとって、高齢化・後継者不足は大きな問題となっている。

2) 場所問題

後継者不足を補うための解決策として、出店者を新たに募集する策をとっている。新たに店を出したいという人も現れているようだが、ここでさらに場所の問題が出てくる。図 2 の露店分布図から分かるように、露店がぎっしりと立ち並んでおり、空きスペースがほとんどみられない。つまり、新しく露店を出したいという申し出があるにもかかわらず、その申し出に答えられていないというのが現状である。

実際に、露店を出したいが、売り場スペースがないために組合に入ることができないという 30 代の女性に話を聞くことができた。この女性は、輪島市内で活動しており、2015 年（平成 27 年）には輪島漆を使った商品を取り扱う店を開店させている。輪島を訪れる観光客に輪島漆の魅力を伝えようということで、輪島朝市でも輪島漆を使った商品を販売したいと組合に申し出ているが、現在売り場の空きを待っている状況である。彼女の紹介で、他にも工芸品を手がける若手の職人数人に会うことができたが、朝市に出店している者はいなかった。高齢化・後継者不足の問題がある今、若い世代の出店希望者は非常に貴重な存在である。こういった出店希望者が露店を出せないことは、高齢化・後継者不足の問題にも関わってくることから、場所問題というのはかなり深刻な問題となっている。

3) 滞在時間の短さ

輪島朝市の営業時間は午前 8 時から 12 時までである。その間の朝市通りは観光客で溢れており、活気づいている。しかし、朝市の営業が終了した後の朝市通りには、観光客の姿も地元住民の姿も見られずひっそりとしており、午前中の活気づいていた様子が嘘のようである。写真 7 は午前中の朝市通りの様子で、写真 8 は午後の朝市通りの様子である。

輪島朝市は、観光ツアーの一環として組まれることが多いが、ツアーが組まれているのは当然、朝市が行われておる午前中だけで、午後に朝市通りを訪れる者はみられない。また、観光客の輪島朝市での滞在時間はわずか一時間ほどである。この短時間では、輪島朝市の雰囲気味わうには十分かもしれないが、輪島塗などの工芸品の良さを伝えることが

できていない。輪島の魅力を伝えるためにも、朝市通りをさらに活性化させるためにも、今後はもっとゆっくりと滞在してもらえるような仕組みが必要である。



写真 7：午前の朝市通り

資料：(<http://www.travel-basket.com/ishikawa/is1003/post-7141/>) より転載



写真 8：午後の朝市通り

資料：2016 年 8 月 25 日 本人撮影

V. おわりに

輪島朝市は、今や輪島市を代表する観光地となっており、輪島にとって重大な産業となっている。近年、観光客数は減少傾向であったものの、NHK 朝の連続テレビ小説「まれ」の放送や北陸新幹線の影響もあり、再び観光客数を増加させている。一見すると、昔から現在にかけて、地元住民の台所としての朝市から観光客のための朝市に変化を経てもなお盛況な朝市に見える輪島朝市である。しかし朝市の現状としては、問題が山積みであることが今回の調査でわかった。今後は、第Ⅳ節の 2 で述べたような問題点を輪島市朝市組合が中心となって解決していくことで、輪島朝市の更なる発展につながることを期待される。

参考文献

- ・映像の輪島百年史編纂委員会，能登印刷株式会社出版部編（1984）：『写真集輪島百年追憶の構図』
- ・輪島市朝市組合オフィシャルサイト <http://www.asaichi.info/>
（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）
- ・輪島市観光協会公式ウェブサイト <http://wajimaonsen.com/>
（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）

石川県におけるニッチ産業の現状

岡田 樹

I. ニッチ（隙間）産業について

ニッチ（niche）とは、人や物に対して最適な地位や場所、仕事の他に、像や飾り物などを置く壁面のくぼみを示す壁龕（へきがん）、また商業向けの意味として市場のすき間、ニッチの意を表す語である。つまり市場においては、規模は比較的小さく、参入する企業数についても比較的少ない産業であるといえる。マクロスケールで見ると、市場からは企業間の競争原理により淘汰される可能性が高いものの、これらニッチ産業においては、他の企業が模倣することが非常に困難と考えられる技術を有する場合や、市場規模が小さく、競合他社が少ないと考えられる場合については、仮に中小の企業であるとしても、利益を出し、企業として存在し続けることが可能であると考えられる。村山（2011）は企業行動の一つとして「ニッチ戦略」に注目し、生態学の観点も用いて企業の経営戦略について論じている。片岡・立本（2015）は高知県における紙産業に着目し、県内2社のグローバルニッチトップ企業の比較研究を行った。また細谷（2009）もグローバルニッチトップ企業に注目し、企業へのヒアリング調査を行った。以上のようにニッチ産業については、各企業が独自の技術を有する場合が多く、競合他社も比較的少ないことから、特定の市場内におけるシェアを高い水準で保つことが可能である。また、日本国内のみならず、海外においても販路を拡大することにより、ニッチ産業は将来性が見込まれる。先行文献では、ニッチ産業に関する企業行動や、一部のグローバルニッチトップ企業などへ着目するものは見られるが、特定の地域に着目する事例は少ないと思われる。本報告書の事例研究で取り上げる石川県においては、繊維工業や機械・金属工業など、特定の分野でシェアが日本一を誇る企業が多数存在する。日本国内で市場規模の比較的大きい東京や大阪、名古屋といった大消費地から離れた石川県内で先述したニッチ産業が盛んとなっている要因等、企業の事例を適宜挙げながら、石川県内におけるニッチ産業の現状について次章以降に記述する。

II. 石川県内における工業及びニッチ産業の特徴

1. 石川県における工業の特徴について

石川県は、2015年度の北陸新幹線の開業や、各地への高速道路網などの整備が現在も行われており、更なる工業の発展が見込まれる。北陸地方（富山県、石川県、福井県の3県）については、日本海側地域では最も工業が発達した地域であることが表1から読み取ることができる。また、加賀藩により支配された時代から行われていた繊維工業や、陶磁器や

漆器に代表される伝統工芸が、石川独自の工業を形成した。また、自然災害の少なさや、女性の就業率も他の地域と比較すると高い水準を維持していることが、表 2 から読み取ることが出来る。

2010 年度の国勢調査の結果より、石川県における三世代世帯の割合は 16.1%で全国順位 18 位、また、共稼ぎ率については 54.8%と全国順位 4 位を記録している。また、富山、福井両県についても三世代世帯率及び共稼ぎ率について石川県同様高い水準を維持している。以上より、女性の働きやすさや真面目で粘り強い県民性が北陸地方の工業の発達にある程度の影響を与えていることが考えられる。

表 1 日本海沿岸主要県の県民 1 人当たりの製品出荷額（単位は万円）

道府県名	出荷額（万円）
北海道	111
青森	109
秋田	103
山形	205
新潟	184
富山	303
石川	208
福井	240
京都	176
鳥取	117
島根	136
福岡	164

（出所）経済産業省『工業統計調査』 2012

表 2 就業率及び女性就業率

都道府県名	就業率	全国順位（就業率）	女性就業率	全国順位（女性就業率）
富山	59.8	8	51.1	5
石川	60.1	7	52.2	3
福井	61.4	3	53.0	1
全国	58.1		48.2	

（出所）総務省『就業構造基本調査報告』2012

※就業率については就業者数÷15 歳以上人口で算出。

次は、経済産業省が発表している、『工業統計表』から、石川県において主に集積している工業の形態について見ていく。表3より、製造品出荷額及びその構成比、特化係数を見ると、生産用機械器具で出荷額が約5,500億円近くで特化係数が4.26を記録しており、最も高い。次に出荷額が高いのが電子部品・デバイス・電子回路で出荷額が約4,300億円近くで特化係数についても3.88と比較的高い値を取っている。次に続くのは繊維工業であり、こちらは出荷額が約1,960億円で特化係数が5.93と非常に高い値を示している。繊維工業以下については食料品、情報通信機械器具、金属製品と出荷額が高い順に続いており、いずれも出荷額が約1,000億円を超えており、構成比についても約5%を記録しており、特化係数は1.0に近い値を取っている。輸送用機械器具、化学工業についても、特化係数は1を下回っているものの、出荷額については1,000億円付近の水準を維持している。また、表4から産業特化係数について見ていくと、石川県では、繊維工業の特化係数が5.93を記録していて、最も高い。次に生産用機械器具が4.26と続き、電子部品・デバイス・電子回路が3.88、家具・装備品が2.88と続く。特化係数が1.00に近いものでは、印刷・同関連業、金属製品、木材・木製品（家具を除く）、窯業、土石製品、はん用機械器具が挙げられる。以上2つの表から見られる石川県の工業の特徴としては、特に繊維工業が発達していることが読み取れる。これについては、加賀藩時代から続く伝統工業に端を発するものであると考えられる。また、生産用機械器具や電子部品・デバイス、電子回路などの機械工業についても、比較的发達しているといえる。

表3 石川県の出荷額の業種構成（上位8位）

業種	製造品出荷額等金額（万円）	構成比（%）	特化係数
生産用機械器具	558,289	22.9	4.26
電子部品・デバイス・電子回路	435,786	17.9	3.88
繊維工業	196,094	8.1	5.93
食料品	142,934	5.9	0.70
情報通信機械器具	139,630	5.7	1.92
金属製品	121,719	5.0	1.12
輸送用機械器具	108,793	4.5	0.23
化学工業	100,804	4.1	0.46
製造業計	2,433,356	100.0	1.00

（出所）経済産業省『平成24年工業統計』を加工

表4 石川県の産業特化係数（上位10位）

順位	業種	特化係数
1	繊維工業	5.93
2	生産用機械器具	4.26
3	電子部品・デバイス・電子回路	3.88
4	家具・装備品	2.88
5	情報通信機械器具	1.92
6	印刷・同関連業	1.48
7	金属製品	1.12
8	木材・木製品（家具を除く）	1.10
9	窯業・土石製品	1.07
9	はん用機械器具	1.07

（出所）経済産業省『平成24年工業統計』を加工

2. 石川県内におけるニッチ産業の特徴

ここでは、石川県内におけるニッチ産業の特徴などについて言及する。先ほどの第1節においては、石川県内においては繊維産業や各種機械器具工業が盛んに行われていることが特化係数などを見ることによって確認された。本節ではさらに各種の工業の形態毎にどのようにしてニッチ産業として工業の発達が行われたかというを以下に記述する。なお、本節の記述については、2016年8月26日に筆者が行った石川県庁商工労働部産業政策課へのヒアリング調査時に得られた『石川県の産業発達史』の資料に基づいて記載する。

1) 繊維工業

繊維工業については、石川県は特に特化していることについて、前の節で確認した。繊維工業の起源として考えられるものの一つとしては、加賀藩による支配が行われた時代に、京都の西陣織りから羽二重織りの製法が導入されたことが挙げられる。明治時代に入ると、士族の殖産興業として、機織り場なども設立され、とりわけ金沢製糸場については全国2番目の規模を誇った。ここから時代を経るごとに、徐々に輸出向けの羽二重の生産が増加した。また、高品質の製品を低コスト且つ大量生産することで、生産に関する技術が向上し、高度な技術を有する企業が出てきたと考えられる。具体的な企業名としては、合成繊維織物の分野では丸井織物、染色整理の分野では、小松精練や倉庫精練、カーシートなどに代表される非衣料分野においては丸羽経編、ムツミテキスタイルなどが挙げられる。

2) 繊維機械

繊維機械の分野においては、加賀藩の細工所が起源であると考えられており、先述した羽二重の自動織機の開発により、そこから技術が進歩し、繊維工業でも使用されるウォー

タジェットルーム、エアージェットルームやレピアルームなどの革新新織機の生産が進んだと考えられている。具体的な企業としては、津田駒工業が挙げられる。

3) 食品産業

食品産業分野についても、加賀藩の時代から存在した独自の食文化に端を発すると考えられる。食品を生産するための工作機械が、繊維機械の技術から派生して作られたと考えられる。これは繊維機械生産する下請け企業が独立して開発したものである。そして、これらの下請け企業は自らのブランド力により製品を開発し販売を行った。また、飲料水等のボトリングシステムや回転ずし、食品機械など食品関連機器メーカーの独立も目立った。具体的な企業名としては中村留精密工業、高松機械工業、アサヒ装設、澁谷工業、石野製作所などが挙げられる。

4) 電子・電気情報機器

電子・電気情報機器分野に関しては、他の産業文化より発達した時代は多少遅めであるが、こちらも食品産業同様に繊維機械分野から派生した工業である。元は織物の柄出しシステムを開発してたことが、後の電子・情報機器分野での発展につながった。また、1983年に公布された先端産業誘致条例により、先端産業誘致施策が行われた。具体的な企業名としては、村田製作所、ナナオ、アイオーデータ機器、PFUなどが挙げられる。

5) チェーン・リム・ホイール

チェーン・リム・ホイール分野に関しては、1903年に日本で最初に新家熊吉が木製自転車用リムを生産したことが起源の一つであると考えられている。ここから、自動車用チェーンや動力伝達装置としてチェーンの生産が盛んとなり、チェーンから派生して医療用で内視鏡などに使用される小型チェーンの開発が進んだ。具体的な企業名としては、大同工業、江沼チェーン、オリエンタルチェーンなどが挙げられる。

6) 建設機械

小松市の遊泉寺鉱山の開発に端を発すると考えられており、吉田茂の実兄である竹内明太郎により経営された竹内鉱業では、鉱山機械などの修理などを行った。その後1921年に設立された小松製作所は、農業用機械や鉱山用機械、軍用車両を製作した。ここについては、国土開発の時代と重なったこともあり、ブルドーザーや農業用車両の分野において急成長を遂げた。また、建設機械向けの部品を生産する協力企業群も成長したことが特徴的である。具体的な企業名としては、共和工業所、板尾鉄工所、タガミ・イーエクス、明石合同などが挙げられる。他の分野でもほぼ同様であるが、本節で挙げた企業については、いずれも高い技術を有していることから、大企業との生存競争により淘汰されず、現在も中小企業でありながらも、生産を行っているのが実情である。

3. 高齢化と人口減少により企業が受ける影響について

先述した石川県内の各分野の企業については現在でも生産を行っているが、中小企業であるが故に、高齢化が深刻な問題となっている企業も存在する。県庁や企業へのヒアリング調査で明らかになった点について記述する。例えば、繊維工業の丸羽経編では、存続が危ぶまれていた他の企業を買い取ることで集約を図った。また、食品機械工業などの澁谷工業では、国内の人口減少により飲料水等のボトリングシステムなど自社製品の売れ行きが減少することを見越して、医療機器などの開発や再生医療分野においても積極的に技術開発を行っている。このように高齢化により技術継承が難しくなることや、国内の人口の減少により、自社製品の需要が減少することが考えられており、近い将来への課題となると思われる。また、ニッチ産業では高い技術を有するケースが多いため、企業が参入を試みる場合、莫大な初期投資が必要となる。とりわけ経済状態が悪化している場合には、企業の新規参入で技術開発を行い、経営を軌道に乗せることは自力だけでは大変困難になることが予想される。次章では、石川県による行政からのニッチ産業に関連する企業への経済的な支援体制について記述する。

Ⅲ. 石川県によるニッチ産業に対する支援体制の現状や課題

先ほどの章ではニッチ産業に関する企業について簡単に述べた。本章では、各分野において高い技術を有する企業が国内外において高いシェアを持つ企業へと成長するための支援体制について記述する。こちらについては、石川県庁商工労働部産業政策課へのヒアリング調査時に得られた資料に基づいて記載する。

1. ニッチトップ企業等育成事業

石川県では、2005 年度より、ニッチトップ企業成長するモデルを輩出することにより、県の経済を牽引することが期待される企業を育成し、石川県の産業全体の対外的競争力の向上を目的として「ニッチトップ企業等育成事業」を実施している。本事業により支援を受けられる企業の基準としては、高い技術力や独自の技術、ノウハウ等を有し、石川県内に本社を有する企業であり、また①ニッチ市場でシェアトップになるような企業、②新しい産業分野やビジネス形態で全国的なモデルとなるような企業、③株式上場を目指すベンチャー企業、の以上3点いずれかに該当する企業である。

事業を受けるためには認定が必要である。県や工業試験場、県産業創出支援機構（ISICO）の3者が連携を取り、企業の成長に向けた事業計画の策定を支援し、専門家（スーパーバイザー）から構成される事業評価委員会の評価及び助言を受けて企業を認定する。

認定された企業に対しては、県及び工業試験場、ISICO の職員で構成する支援チームにより、既存の各種支援制度を利用した重点支援（投資ファンドの紹介、研究開発支援、販路開拓、技術者・専門家の派遣、大学研究者の紹介、連携先の紹介など）を実施し、必要に応じて、特別支援を実施する。特別支援とは、3年間の国内市場におけるシェアトップの

獲得を支援するものであり、具体的な方策としては専門家を派遣することによる営業力の強化を行うことや、技術、製品の高度化を支援するものなどが挙げられる。経済的な支援体制として、年間補助上限 100 万円（補助率 2/3）の支援金が与えられる。このような支援体制の中で各企業は各分野において国内市場でのシェアトップを目指す。

これまでに、37 社が本事業に認定を受け、うち 15 社がシェアトップを獲得した。県の見解については、2014 年に策定された「石川県産業成長戦略」に記載されているが、石川県内のニッチトップ企業数は 2005 年度の 40 社から 2013 年度末には 73 社にまで増加していることが記載されている。次節で本事業によって成長したニッチトップ企業に関する県の支援事業について記述する。

2. ニッチトップ企業海外展開支援事業

日本国内の人口減少等により、将来的に需要が減少すると予想される中で、海外展開に意欲的なニッチトップ企業については、グローバル展開を促進し、海外需要の獲得を目的として販路開拓や知的財産権の取得等を支援する「ニッチトップ企業海外展開支援事業」を 2014 年度より行っている。対象となる企業は石川県内に主たる事業所を有するニッチトップ企業とし、採択された企業に対しては県、工業試験場、ISICO、日本貿易振興機構（JETRO）等から構成されるチームにより、最長 3 年間のオーダーメイド支援を実施するものである。

具体的な支援策としては、海外展示会出展等の販路開拓の補助や国際特許等の知的財産権の取得の補助、コンサルタント等の専門家派遣の補助、国際認証取得費の補助、海外市場調査費の補助、知財トラブル対策費の補助などが挙げられる。補助金の上限は年間 200 万円（補助率 2/3）である。この事業が行われる背景については、新興国での海外市場の拡大を背景にニッチトップ企業においても、海外での販路開拓や知的財産権の取得に対するノウハウや経験が不足していることがあった。現時点では 4 社を支援している。先述したニッチトップ企業約 80 社のうち、経済産業省が 2013 年に選定した「グローバルニッチトップ企業」には、6 社が選定されている。この 6 社の具体的な企業名としては、津田駒工業、明石合銅、BBS 金明、東振精機、小松精練、天池合繊である。

この事業の課題点として挙げられたものは、補助金の上限が年間 200 万円の場合、海外の展示会に出展を行った際にはほぼ 1 回で補助金を使い切ってしまうことがあるため、現状の金額では海外市場の開拓は困難となることも考えられる。また、国にはニッチトップ企業に関する支援体制が存在しないことも課題として挙げられる。

以上の 2 つの支援体制によって、石川県内のニッチ産業に関連する企業は支援を受けることが出来る。次章ではヒアリング調査の結果を基に、県内の企業について、ニッチ産業の特徴や今後の展望について記述する。

IV. 石川県内の企業の事例

石川県内におけるニッチ産業の実情を調査するため、筆者は石川県内の企業にヒアリン

グ調査を行った。本章では今回ヒアリング調査を行った澁谷工業株式会社の特徴やニッチ産業への見解について以下に記述する。

1. 澁谷工業の事業

1931年に金沢市に設立された澁谷商店を前身として1949年に資本金150万円で澁谷工業株式会社に改組された。現在では金沢市内を中心に事業形態毎に複数の工場を稼働させている。創業から80年のなかでは、飲料水等のボトリング工場の合理化、省力化に取り組み、ボトリングシステムの分野において日本を代表する企業に成長した。ボトリングシステムの稼働には無菌状態を作り出すことが必要である。ここから開発された無菌充填技術は製薬設備システム、再生医療システムに生かされている。他にはレーザを応用した機器や半導体製造装置や医療機器の開発など様々な事業に取り組んでいる。澁谷工業の事業については、第Ⅱ章の2でも述べた繊維機械工業に端を発すると考えられており、時代のニーズに応じて生産する物を変化させる、技術革新を進めるなど、より専門性を特化させた結果が工場内の見学により見られた。

2. 澁谷工業の今後の展望

担当者へのヒアリング調査により、明らかになった点としては、日本国内の人口が減少することにより、ボトリングシステムの需要も少なくなると予想していることである。そこで無菌充填技術等を用いて医療分野に応用し、製薬設備システムや再生医療システムに生かすことで新たな活路を見いだしている。第2章でも触れたように、既存の技術（第2章では繊維機械等の技術）を生かして新たな技術を生かす点では、過去も現在も基本的な考え方は変化していないといえる。特に石川県では古くから繊維工業に特化していた背景から、繊維以外の工業に事業内容を変化させて技術革新を進めた結果、ニッチ産業が発達したと考えられる。次章では、県や企業へのヒアリング調査の結果等を基に、石川県においてニッチ産業が発達した要因について考えられる点を記す。

V. 石川県においてニッチ産業が特化している要因について

第Ⅲ章や第Ⅳ章で述べたヒアリング調査の結果等により、石川県においてニッチ産業が盛んに行われている要因について、筆者は以下の3点について考えた。①古くから繊維工業が発達していたこと、②真面目で粘り強い県民性、③自然災害が少ないことの3点が挙げられると考える。

1. 古くから繊維工業が発達していたこと

第Ⅱ章の2でも取り上げたように、石川県内の各産業は、加賀藩の支配時代から導入された織物の技術革新から派生して形成されたものが多いと考えられる。現在の日本国内では繊維工業は、海外生産に転換している企業が多く、日本では北陸地方を除いてさほど繊維工業に特化していない。しかし、現在においても合成繊維織物やカーシート等の分野において、複数の企業が国内のトップシェアを獲得している。また、繊維工業から派生して、各種の工作機械や建設機械、さらには電子・電気情報機器などの分野において国内で高い

シェアを獲得している。このように繊維工業からの製造品目の転換が上手く行われ、かつ高い技術力を持つ企業が多数生まれたことにより、ニッチ産業が発達したと考えられる。

2. 真面目で粘り強い県民性

第Ⅱ章の1で記したように、石川県をはじめ北陸地方においては就業率や女性就業率が全国平均を大きく上回っている点を確認した。三世代同居や共働きの世帯が多いことや、人口当たりの高等教育機関数及び学生数が全国トップクラスを誇っている。この結果より、より優秀な人材が多数輩出されていることが、現在もなお高い技術を有する企業が生まれていると考えられる。また、2014年5月に策定された『石川県産業成長戦略』に、理工系やデザイン系の専門性を有する高等教育機関の集積が高いとの記述が存在することを確認した。こちらについては、県、渋谷工業いずれの担当者もニッチ産業が発達した要因として指摘していた。

3. 自然災害が少ないこと

自然災害の少なさについても、第Ⅱ章の1内で述べたように、台風の接近などで被害を受けることが少ないことは、企業の安定した経営を支える要因の一つとして挙げられる。また、北陸地方をはじめ日本海側は年間降水量が多く、冬場もさほど気温が下がらないことで、比較的過ごしやすい気候であり、また工業用水が確保しやすいなど気候条件の良さについても一つの要因として挙げられる。

以上3点の要因が存在し、好条件が重なったことにより、高い技術を有する企業が生まれ、現在もなお国内のみならず世界市場を視野に入れる企業も生まれたと考えられる。

Ⅵ. むすびにかえて

本報告書においては、県や企業へのヒアリング調査に基づき、石川県におけるニッチ産業の特徴や発達の要因について記述した。ニッチ産業については、加賀藩の時代に行われた繊維工業に端を発し、粘り強い県民性や気候条件等が重なったことで大きく発達したと考えられる。繊維工業から工作機械や情報電子・電気情報機器に生産形態を変化させた要因や他のニッチトップ企業の現状については、今後の研究課題としたい。

謝辞

本報告書作成において、日頃から御指導御鞭撻頂いた岡山大学地理学教室の北川博史先生、高野宏先生ならびに同大学地理学教室の皆様には深く感謝の意を表します。また、調査にあたり御協力頂いた石川県商工労働部産業政策課の皆様ならびに石川県商工労働部産業政策課競争力強化推進グループ、主任主事の住田亮輔様、渋谷工業株式会社の皆様及び渋谷工業株式会社総務本部人事部人材開発課主事の辰巳昇平様にも大変お世話になり、深く感謝の意を表します。

参考文献

石川県商工労働部産業政策課（2014）：石川県産業成長戦略

石川県商工労働部産業立地課（2016）：ギネス石川 2016

片岡千保・立本博文（2015）：グローバルニッチトップ企業生むメカニズム ―高知県紙産業の比較事例研究― 法政大学学術機関リポジトリ

村山貴俊（2011）：ニッチ戦略とは何か？ 東北学院大学経営学論集 第一号

http://www.tohoku-gakuin.ac.jp/research/journal/bk2011/pdf/bk2011no08_06.pdf

細谷祐二（2009）：日本のものづくり グローバル・ニッチトップ企業についての考察 ―GNT 企業ヒアリングを踏まえて― 産業立地 第 48 巻 5 号 p. 46-50

北陸新幹線開業がもたらした小松-東京線の航空需要への影響

片岡 佑基

I. はじめに

石川県における調査を行うにあたり、私は上記のようなテーマを設定した。その背景には、2015 年にメディア等で大きく取り上げられた「北陸新幹線」の存在があったからである。北陸新幹線の金沢駅までの開業により、石川県をはじめとした北陸地方には一大観光ブームが訪れ、今なお多くの人々の注目を集めている。

しかし私はここであえて、北陸新幹線ではなく、その影響を多大に受けている航空路線に注目した。新幹線開業が航空路線を脅かすという事例は過去にも多数存在している中で、この石川県における事例は最近のものであり、調査対象として不足はないと考えたからである。この調査を通して、新幹線の参入に直面した航空業界がどのような影響を受けているのか、そしてこれらの情勢が石川県ひいては北陸地方に与える影響について紐解いていく。

II. 小松空港および小松-東京線の概要

小松空港（正式名称は小松飛行場）は、石川県西部の小松市に位置する空港で、純粋な民間空港ではなく航空自衛隊小松基地との共用空港となっている。就航先は、日本国内で東京（羽田、成田）、札幌、仙台、福岡、那覇の六か所、海外はソウル（韓国）、上海（中国）、台北（台湾）の三か所となっており、路線数や運航便数から見ても北陸地方随一の規模を誇る空港である。また地方空港としては珍しく国際貨物路線も就航しており、新たな国際物流の拠点としても近年発展を見せている。

そして小松-東京線は、小松空港と東京国際（羽田）空港との間を結ぶ路線であり、全日本空輸と日本航空の二社が運航している。この路線の特徴としては、ビジネス利用の乗客比率が高いことが挙げられる。もともと、石川県と首都圏の間の行き来は陸路では非常に時間がかかっていたため、昔から「東京に向かうなら航空機を利用する」という概念が石川県に住む人々の中に根強くあったこともあり、季節に関わらず年中を通して利用客が多く、新幹線開業以前は約 300 人乗りの中型旅客機に加えて約 500 人乗りの大型旅客機が投入されていたながら、どの便でも高い搭乗率を誇っており、国内線における旅客数総合順位でも上位に入り込むほどであったという所からもその盛況ぶりがうかがえるだろう。このように、首都圏と石川県を結ぶ交通機関として、小松-東京線は大きな役割を果たしてきた。

Ⅲ. 北陸新幹線開業後から現在までの状況

1. 北陸新幹線と航空機の対比

そもそも北陸新幹線とは、2015 年 3 月にそれまでの終着駅だった長野駅から富山県を通して石川県の金沢駅まで路線が延伸されたものであり、この延伸と同時に東京-金沢間を直通で結ぶ列車も設定された。

表 1 北陸新幹線と航空機の比較（2016 年 9 月時点）

	所要時間（最速）	運行本数	運賃（片道、割引未使用）
北陸新幹線	約 2 時間 30 分	最大 15 往復	1 万 3920 円
航空機	約 1 時間	10 往復	2 万 4890 円

（出典：JR 東日本、JR 西日本、全日本空輸、日本航空）

上の表に北陸新幹線と航空機の情報をまとめた。表を見る限りでは、新幹線も航空機も一長一短であるように思えるのではないだろうか。しかし、実際は北陸新幹線のほうが優勢に立っている。その理由とは何なのだろうか。

理由の一つとして考えられるのが、それぞれの交通機関の発着する場所である。北陸新幹線が発着する金沢駅は市の中心街に近く路線バスにも接続しているため、列車を降りてすぐ目的地に向かうことができる。これに対し、小松空港は金沢駅から空港リムジンバスで 40 分の位置にあり、一般車で向かっても高速道路を使わないとならない距離であるため、市街地との距離における利便性では劣ってしまう。東京都側においても同様で、羽田空港も都内まで電車で 30 分程度の距離ではあるが、30 分もあれば鉄道網が発達した東京駅からは様々な場所へ移動することができる。東京と石川の双方で空港から市街地への移動時間が多くかかってしまうと、単純な所要時間では勝っていても結果的にはほとんど同じ所要時間になってしまう。また、ビジネスでの利用客のような、移動する日が不確定でいきなり当日に移動することが決まることもある人々は、乗るまで手間のかかる航空機よりもすぐに乗り込める新幹線を選びやすいという傾向もある。これらの理由により、北陸新幹線の開業は航空路線に多大なる不利な影響を与えることになった。

2. 航空路線に生じた変化

北陸新幹線開業を受け、全日本空輸と日本航空は 2015 年 3 月に小松-東京線において使用機種の小型化を行った。開業前は約 270 人乗りの中型旅客機が全便数の半数以上に投入されていたが、開業後は約 160 人乗りの小型旅客機を全便数のほぼすべてを占める形となった。これは北陸新幹線によって航空路線の利用者数が減少することが予想されたことから、使用する機種を小型化して空席率を下げた航空機の利用率を向上させようという考えだが、提供できる座席数が減少し輸送力も同時に減ってしまう一長一短の策である。

その後一年は、様子見ということもあってかこのダイヤから大きく変更されることなく

維持していたが、2016 年 3 月に全日本空輸はそれまで 6 往復運航していたものを 4 往復に減便し、その 4 往復のうち 2 往復に 280 人乗りの中型機を投入することを決めた。これは、現行の便数では十分な搭乗率が確保できない事を受け、便数の削減を行う代わりに機種大型化を同時に行うことで提供座席数の減少を防ぐという策である。また、これに対して日本航空は特に大きな運行形態の変更は行っていない。航空会社において、運航便数を減らすことは利便性の喪失であり、結果として減益に直結することになるため、できる限り便数を維持することを目指すのだが、こうして減便を行ったところを見ると、全日本空輸にとってはのっぴきならない状況であったことが見て取れる。そして現に、全日本空輸は現在も便数を維持している日本航空に比べシェアで劣ってしまっているという。

表 2 小松-東京間の運航便数および使用機種

航空会社	2015 年 3 月（北陸新幹線開業前）		2016 年 9 月	
全日本空輸	6 往復	大型機 2 往復、中型機 3 往復、小型機 1 往復	4 往復	中型機・小型機 それぞれ 2 往復
日本航空	6 往復	中型機 6 往復	6 往復	中型機 2 往復、 小型機 4 往復

（総座席数 小型機：約 160 席、中型機：約 270 席、大型機：約 400 席）

（出典：全日本空輸、日本航空）

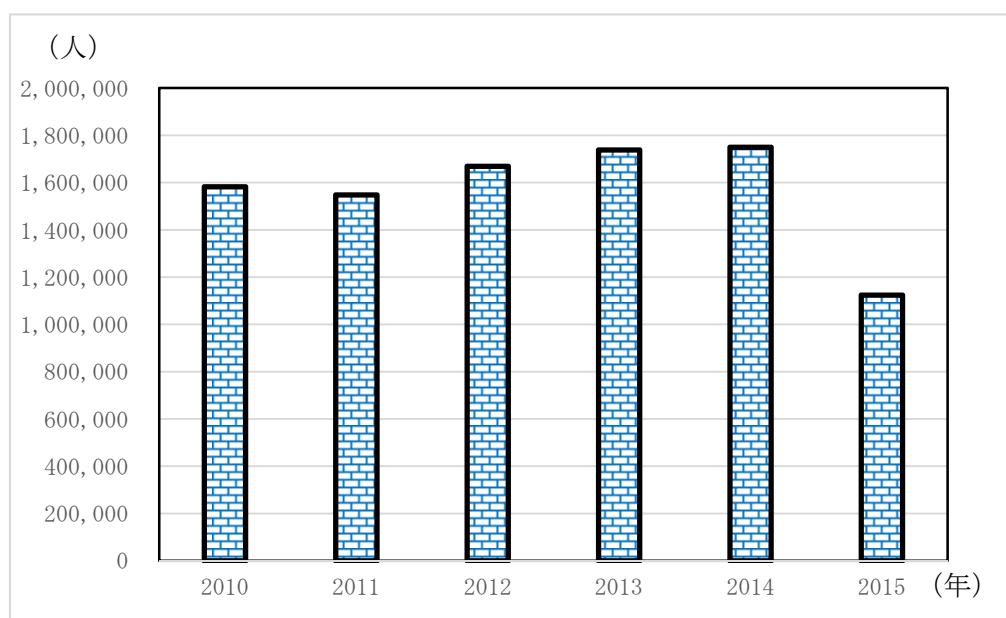


図 1 小松-東京線の近年における利用客推移

（出典：小松空港協議会）

本筋から少し逸れるが、東京線の他にも、宮城県に位置する仙台空港との間の空路であ

る小松-仙台線もまた北陸新幹線の開業による影響を受けている。もともと、石川県と宮城県との間は陸路での移動に時間がかかることもあり、この路線は長い間安定した利用率を確保していた。しかし北陸新幹線開業後に調査を行うと、利用率が大きく減少していたことが分かった。この理由としては、北陸新幹線を利用して埼玉県にある大宮駅まで移動し、そこで東北新幹線に乗り換えて仙台駅へ向かうルートが開拓されたことで、航空路線を利用する人数が減ってしまったからであるとされている。新幹線を用いたとしてもまだまだ仙台は遠い土地であり、運賃もここまで長距離になるとさすがに安く済むわけではないが、航空路線が 1 日に 2 往復しかないことや前述した新幹線への乗りやすさもあり、ここに来て事前に予想し得なかった影響が出ているという。

IV. 北陸新幹線との競合対策および展望

1. 航空会社の施策

全日本空輸と日本航空が共に行っている施策が、「航空運賃の値下げ」である。航空運賃と言えかなり割高なイメージが付きまとうものだが、昨今では早期購入により非常に格安な値段での航空券購入が可能になっている。小松-東京線においては、出発日の 75 日前までに予約購入することで、片道 1 万円を切る値段にまで安くなることもある。他地域の路線ではここまで安くなることは少ないが、新幹線との競合が激しい区間では航空運賃はかなり安くなることが多い。特にこの路線では、新幹線への対抗も見越して新幹線開業後に値下げを行っている。また、両社とも当日予約可能な運賃や法人向けの運賃を設定しており、法人向けの運賃では往復での利用や回数券としての利用となる切符も設定しているため、通常運賃を利用するのと比べても依然として安価である。

他にも、往復で何度か小松-東京線を利用すると 1000 円程度の特典や駐車場の無料券、空港売店の割引クーポンなどを贈呈する、搭乗券を使って応募すると抽選で北陸地方の特産品が当たるといような、主にビジネス目的での航空路線利用者に向けたキャンペーンも実施してきている。

また、日本航空は有料だが Wi-Fi を利用して飛行中の機内でも通信が行えるサービスを展開している。北陸新幹線は、現状ではトンネルに入ると電波が届かず通信ができなくなってしまうことが多々あるため、その点では切断の不安が少ない航空機が有利であるが、そもそも小松-東京線は所要時間が 1 時間程度であるため、この短い飛行時間では十分な成果が挙げられないのではないかと、との見通しもある。

2. 福井県における航空需要の開拓

石川県内のみの需要だけでなく、隣接した福井県からの利用客の開拓も行われている。福井県は県内に大規模な空港が存在しないため、そもそも定期航空便が存在していない。そこで、各航空会社は行政機関とも協力し、福井県からも比較的近い位置にある小松空港を利用するよう呼びかけるキャンペーンを行っている。しかし、こちらでも新幹線が強力

な競合相手となる。こちらは北陸新幹線ではなく東海道新幹線であるが、滋賀県の米原駅を乗換地に設定した企画切符を用意しており、このルートの方が小松空港使用時よりも所要時間、運賃ともに勝っているため、結果として福井県における需要開拓は思うように進んでいないとのことである。

3. 地元企業・石川県の取り組み

小松空港を支える企業および石川県でも、小松空港の利用促進に向け活動を行っている。もともと小松空港の駐車代金が高価であったため、県の助成金や空港運営会社、小松空港協議会の負担により、値下げに踏み切っている。もちろん、航空運賃に関しても航空会社のみならず県の協力によって値下げが可能となっている。また、空港リムジンバスの利便性も改善を求める声が上がっていたが、2016年10月からは朝夕の時間帯のみではあるが金沢市中心部まで運行区間が延長されることになったため、今後はより空港アクセスが容易になると思われる。各地方自治体では、旅行会社の北陸向けのパッケージツアーの企画を支援し航空路線の利用を促進する一方で、北陸新幹線と航空路線の相乗効果にも注目し、新幹線と航空機の利用を組み合わせた周遊型旅行商品を提案している。

4. 乗り継ぎ利用の促進

小松-東京線を利用して向かうことになる羽田空港は、日本を代表する一大基幹空港であるため、ここから日本全国への直行便に簡単に乗り継ぐことができる。さらに、近年は羽田空港に国際線が再就航したため、アジアをはじめとした欧米の主要都市へもスムーズに移動することができる。北陸新幹線は単独では東京-金沢間の移動しかできないが、航空機ならばさらに遠距離への移動も容易に可能であり、遠距離になればなるほど所要時間にも明確な差が出てくる。日本国内に関しては、2012年に全国の自治体や航空会社が連携して「乗継利用促進協議会」を立ち上げ、航空会社と共同での乗継利用キャンペーン実施や、全国各地を訪問して観光情報を発信する活動をしており、石川県もこの活動に積極的に参加している。また、各航空会社は小松空港から、もしくは小松空港へ向かう乗り継ぎ利用者向けの割引運賃を設定しており、その対象路線数は2016年春時点で43路線の全国最多数となっている。加えて、羽田空港から海外へ向かう利用客に対しても、駐車場料金の無料化や海外旅行商品の提供を行うことで需要開拓を図っている。

5. 今後の展望

現時点では北陸新幹線が開業してから1年半しか経っていないため、ここからどのように変容していくか分からない状況である。しかし北陸新幹線の盛況ぶりを見ると、昔のような航空機が優勢に立つ時代が再び到来する可能性は残念ながらほぼ無いであろう。とはいえ、移動する人々にとって、そして石川県に住む人々や行政機関にとって、交通機関の選択肢が複数用意されている事は非常に心強いはずであるし、東京へ移動するにあたり新

幹線が適する場面もあれば、航空機が適する場面もまた存在するはずである。そういった事情もあるため、「安いから」「便利だから」という理由だけで北陸新幹線が覇権を握り航空路線が淘汰される、などということはおそらく無いだろう。

V. おわりに

石川県において、航空業界は北陸新幹線の参入によって苦境に立たされている。しかし航空会社や空港運営会社は行政機関とも協力して存続を図る施策を考え、北陸新幹線に対抗している。もともと新幹線と航空機は対立する存在として扱われることが多く、今回の調査もそういった視点から行ったものであるし、今回もその対立構造が存在することはやはり事実であった。しかし、北陸新幹線が開業したことで石川県や北陸地方に訪れる人々が格段に増加したことも事実であり、今回は北陸新幹線をどこか悪者扱いするような形で論を進めてきたが、石川県にとっては多大な経済効果を生み出してくれた救世主ともいえる存在であるはずだ。そもそも、それぞれの交通機関には強みと弱みがあるわけであり、新幹線と航空機の間をただ競合関係とだけ捉えるのではなく、互いを補完しあう存在としても捉えなければならないだろう。そういった考え方を持つことができれば、北陸新幹線と小松-東京線は石川県を支える首都圏とのパイプとして共存していくことができるだろうし、その協力体制が完成すれば石川県ひいては北陸地方の発展へと繋げることができるだろう。

金沢 21 世紀美術館が有する役割と現状

金村 真友美

I. はじめに

今回の石川巡検にあたって、金沢 21 世紀美術館が有する役割の二面性(まちづくりによる市民参加/観光政策による集客)について論考したい。文化財の保存と公開に加えてまちづくり・まちの活性化という目的を持ち、一方で観光スポットとしても人気を博している。そのような二面性を持つ金沢 21 世紀美術館の沿革や目的・方針や事業内容、予算や利用状況についてのデータをまとめながら考察をすすめていく。

II. 開館までの沿革

平成 7 年

5 月 石川県と金沢市が共同で都心地区整備構想検討委員会を設置

8 月 金沢大学附属小中学校が移転

平成 8 年

4 月 美術館建設準備事務局が発足

9 月 美術館等構想懇話会(委員 10 人)を発足

平成 9 年

3 月 都心地区整備構想検討委員会の最終報告

4 月 美術館等構想懇話会による提言

6 月 美術館等基本構想の策定

平成 10 年

11 月 広坂芸術街(仮称)基本計画を策定

平成 11 年

3 月 設計者を決定(妹島和世建築設計事務所+SANAA 事務所共同体)

5 月 基本設計に着手

平成 12 年

3 月 美術作品の収集開始

6 月 実施設計に着手

平成 13 年

5 月 「金沢 21 世紀美術館」の名称を総務常任委員会へ報告(9 日)

10 月 実施設計(本体・外構)完了

平成 14 年

4 月 金沢 21 世紀美術館等の起工式
平成 15 年
1 月 石川県庁移転
平成 16 年
3 月 金沢 21 世紀美術館条例公布
6 月 美術館本体工事完成
8 月 金沢 21 世紀美術館外構工事完成
10 月 金沢 21 世紀美術館オープン（9 日）

小中学校や県庁が郊外に移転し、金沢城公園や兼六園に隣接し中心商業地に近いこの土地をどのように活用していくのが課題にのぼった。金沢は 1583 年から約 280 年間の武家の支配においてさまざまな文化が尊重され、支配以降も第二次世界大戦で戦禍にあわなかった。そのため、金沢は加賀藩前田家の城下町として栄え、伝統工芸や伝統芸能が受け継がれた。金沢市は文化政策に取り組み、歴史的な都市景観の保全を推進してきた。その結果、「歴史都市」認定（H21.1.19）、ユネスコ「クラフト創造都市」登録（H21.6.8）、「重要文化的景観」選定を受けた。このような歴史・伝統尊重のまちづくりに加えて、新たに現代美術館を設置することで、都心地区の文化的活用に乗り出した。「伝統にこだわるべき」という反対意見もあったが、伝統とは単に過去の形式を踏襲するものではなく、「革新の営み」により、新たな価値を創造するものであると考えられた。

Ⅲ. 美術館の目的と方針

まちとともに成長し、「新しい文化の創造」と「新たなまちの賑わいの創出」に資することを目的としている。市の施策における位置づけとしては、金沢の都市の魅力を高め世界に向かって文化を発信すること、歴史性と現代性の対比を実現し新たなまちづくりを推進することがあげられている。

〔世界の「現在（いま）」とともに生きる美術館〕〔まちに生き、市民とつくる、参画交流型の美術館〕〔地域の伝統を未来につなげ、世界に開く美術館〕〔子どもたちとともに、成長する美術館〕という 4 つの方針を掲げている。

国宝などは展示せず現代美術の作品に特化することで、県立美術館との棲み分けができしており、色んな人が入りやすいようになっている。

IV. 施設概要

「まちに開かれた公園のような美術館」という考えに基づき、建物の入口が 4 か所ある表と裏のないアートサークルの造りとなっている。入館料のいらないフリーゾーンが設置されている。三方向が道路に囲まれた開かれた円形デザイン（多方向）、展示室やカフェレストランやアトライブラリーなどの各施設をほぼ水平方向に配置（水平性）、外壁や建物内の多くにガラスを採用し出会いと開放感の演出（透明性）といった特徴がある（表 1）。建物がグッドデザイン賞（2005 年）、ミシュランガイドブック二つ星（2009 年）、地域創造大賞総務大臣賞（2014 年）を受賞していて、建物自体が作品であるといえる。

表 1 金沢 21 世紀美術館の施設概要

敷地面積	約 2 万 7 千 m ²	外周	350m
延床面積	約 1 万 7 千 m ²	壁面ガラス	122 枚
円の直径	113m	建築費	約 113 億円
高さ	15m	用地費	約 78 億円

資料：金沢 21 世紀美術館提供資料より作成。

V. 事業概要

1. 自主事業

1) 魅力ある展覧会事業

海外作家等の企画展、コレクション展など

2) 教育普及事業

ミュージアム・クルーズなど

3) 芸術交流事業

音楽・ダンス・映像・講演など

2. 貸館事業

1) 展覧会や作品の創作活動を行っている等の発表の場

市民ギャラリーA（1 階）729 m²、市民ギャラリーB（地下 1 階）729 m²

2) 音楽、演劇などの公演、ワークショップ、映画上映、文化芸術に関する講演会で

利用 シアター21（地下 1 階）156 席

3) 加賀藩前田家ゆかりの茶室を移築、伝統の美と現代の美の融合

松濤庵、山宇亭（旧山のお茶室）

3. 地域との連携

1) 周辺商店街等との連携 アート de まちあるき事業など

2) ミュージアム・グッズの開発 オリジナル製品の企画・制作・販売など

3) 美術工芸大学・卯辰山工芸工房との連携 卒業作品展の開催など

VI. 予算（平成 28 年度）

美術館単独での収入だけでは赤字の経済状態であり、財源の約半分を市が負担している。しかし、ここ数年での周辺の観光施設、宿泊施設、飲食サービス業への経済普及効果は大きく、飲食店に行列ができたり、特に土日の宿泊施設の価格が急騰したりといった現象がみられている（図 1 および図 2）。

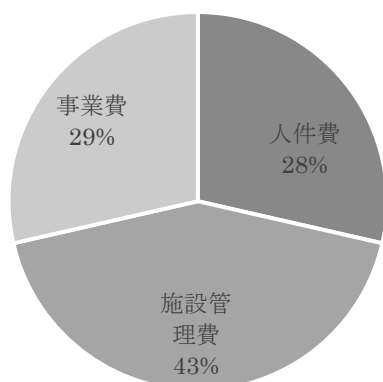


図 1 支出の内訳

資料：金沢21世紀美術館提供資料
より作成。

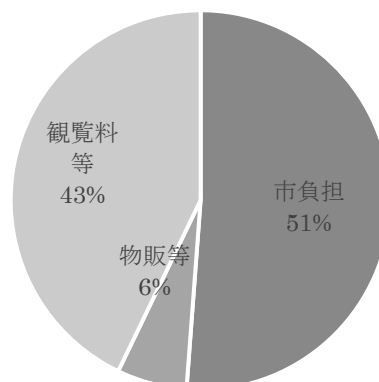


図 2 財源の内訳

資料：金沢21世紀美術館提供資料
より作成。

VII. 来館者数の推移

H16 年 10 月 9 日に開館してから 1 年間（H17 年 10 月 8 日）での入館者数は 1,577,575 人を記録した。H20 年 6 月 8 日には開館以来通算 500 万人を達成し、まち中でのプログラム展開や国際的な交流プログラムを活性化したことによって、年間入館者数が 150 万人を超えた。（表 2 および図 3）

H21 年度、H22 年度もそれぞれ 1,518,508 人、1,549,651 人となり 15 万人超えを記録した。H23 年 8 月 21 日には開館以来通算 1000 万人を達成した。H23 年度、H24 年度、H25 年度ともに 150 万人に近い入場者数を保っている。

H26 年度は北陸新幹線開通の前年であり、その前効果による石川・金沢への注目の高まりもあり、1761324 人の利用者数となった。H27 年度は 200 万人を超えるという予想されていたが、結果はその予想を上回る 2372821 人であった。年度単位で開館以来最高の入館者数になったことに加えて、12 か月全ての月で月ごとの最高記録も達成した。多彩な事業が行われたことに加え、北陸新幹線の開業を機に金沢、北陸への流入人口が飛躍的に伸びたこと、金沢 21 世紀美術館が金沢観光の重要なスポットとして定着したこと、6 年ぶりに 9 月に大型連休（シルバーウィーク）があったこと、12 月以降暖冬による好天が続いたことなどが要因にあげられる。

交差点をはさんで隣接した位置関係にある兼六園の入園者数と比較すると、兼六園の方が利用者数は多いが、互いに相乗効果を生み年度ごとに利用者数が増加している傾向が読

み取れる。金沢 21 世紀美術館の周辺には兼六園だけでなく、金沢城公園、金沢能楽美術館、しいのき迎賓館、長町武家屋敷などの観光地や文化施設があり、相乗効果が働いていることが考えられる。

表 2 年度別入場者数

	入館者数 A	展覧会 入場者数 B	展覧会入場者割合 B/A	兼六園 入園者数
H16 年度（10 月 9 日開館）	682193	250422	36.7%	
H17 年度	1350563	248553	18.4%	1605808
H18 年度	1329587	350046	26.3%	1704747
H19 年度	1334337	337890	25.3%	1629948
H20 年度	1566033	411803	26.3%	1822336
H21 年度	1518508	374107	24.6%	1832220
H22 年度	1549651	342017	22.1%	1832220
H23 年度	1487285	356995	24.0%	1637977
H24 年度	1471487	346469	23.5%	1549448
H25 年度	1474209	335118	22.7%	1726743
H26 年度	1761324	394920	22.4%	2037240
H27 年度	2372821			3089219

資料：金沢 21 世紀美術館提供資料より作成。

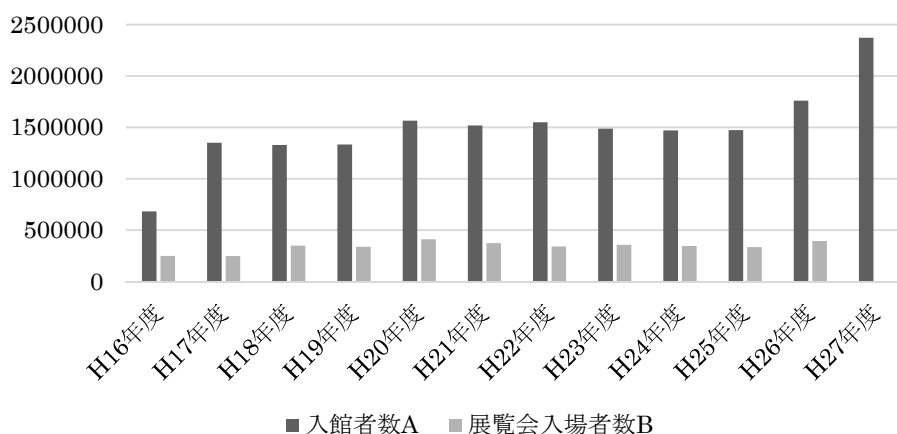


図 3 金沢 21 世紀美術館の年度別入場者数

資料：金沢 21 世紀美術館提供資料より作成。

Ⅷ. 利用者アンケート結果

来館者数の推移とアンケート結果についてみていく（H25 年 1 月～3 月西口に用紙を配置）。

回収枚数 134 枚。)

表 3 性別

男	55
女	79
合計	134

表 4 年齢

10 代	26
20 代	30
30 代	16
40 代	12
50 代	23
60 代	10
70 代以上	12
合計	129

表 5 住所

金沢市内	30
金沢市外	8
石川県外	90
合計	128

表 6 利用回数

初めて	76
2 回目	13
3 回目以上	33
合計	122

表 7 交通手段

徒歩	18
自転車	4
自家用車	40
観光バス	6
路線バス	36
タクシー	7
その他	22
合計	133

表 8 利用したきっかけ

ちらし、ポスター	10
テレビ・ラジオ	7
新聞記事・雑誌・情報誌等	24
金沢市広報	8
本施設の HP	5
知人からの紹介	24
たまたま通りかかった	13
その他	34
合計	125

資料：金沢 21 世紀美術館
プレスリリース
(2014. 10. 7) より作成。

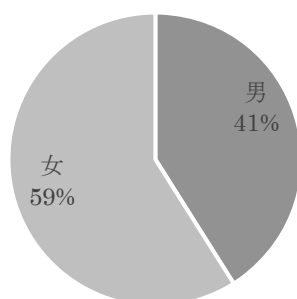


図 4 性別

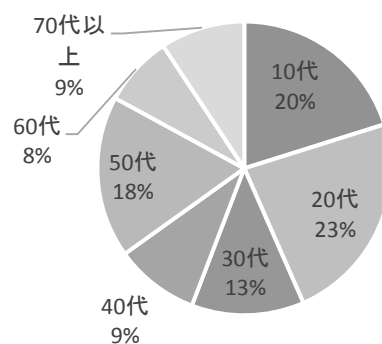


図 5 年齢

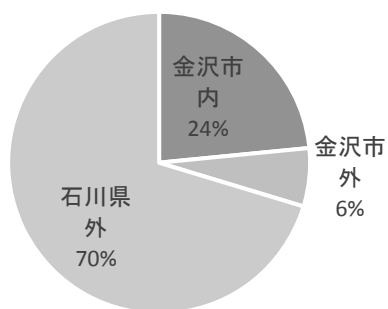


図6 住所

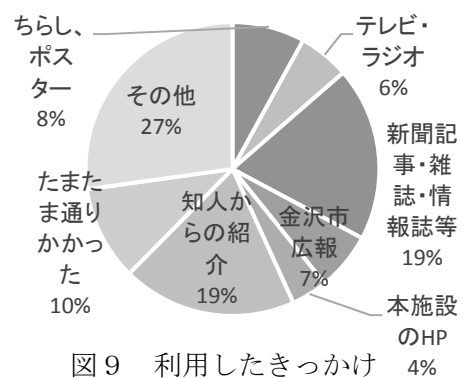


図9 利用したきっかけ

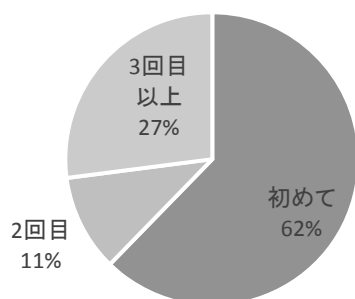


図7 利用回数

資料：金沢 21 世紀美術館プレスリリース
(2014. 10. 7) より作成。

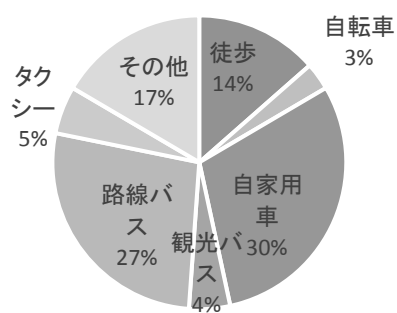


図8 交通手段

美術館がおこなったアンケート調査によって、来館者の属性が明らかになった。性別では女性が59%、男性が41%であり、トレンドに敏感な女性の来館が多いといえる。(図4)

年齢は、10代と20代で全体の43%とかなりのシェアを占めている。30代、40代は仕事盛りであるからか割合は減少するが、50代になるとまた増加する。60代は8%、70代以上は9%であることから、50代以下の利用者が多いとわかる。国宝や文化財などは展示せずに現代美術の作品だけを収集していることから、保守的な層の来館が少ないとも考えられる(図5)。

住所と利用回数については、「初めて」の割合62%と石川県外から来た人つまり観光客の割合70%が対応し、「3回目以上」の割合27%と金沢市内+金沢市外から来た人つまり地元の人々の割合29.7%と対応している。つまり、30%の地元の人々と70%の観光客という内訳になっている(図6および図7)。

交通手段としては自家用車30%と路線バス27%が大きな割合を占めている。自家用車で自宅から来ることができる人は自家用車で、自家用車では来ることができない人はバスを利用することが多いといえる(図8)。

利用したきっかけは、新聞記事・雑誌・情報誌等の紙媒体が19%、知人からの紹介が19%となっている。知人に紹介をしてすすめるということは、金沢21世紀美術館の利用者の満足度が高いことがうかがえる(図9)。

IX. 現状への意識と今後の展望および課題

今までに述べてきたように、金沢21世紀美術館は10年の準備期間を経てH16年10月に開館してから、さまざまな事業に力を入れ、地元の人々の市民参加と旅行者の集客を両立させ、着実に利用者数を伸ばしてきた。そんな現状に対して美術館側としての意識の変化や自負はあるのか、どのような課題があるのかということについて話をうかがうことができた。

「市、県、日本、世界において金沢21世紀美術館がどのような位置づけにあると考えているのか」という問いに対しては、美術館職員の意識としては日本・世界からというより、来た人に楽しんでもらうことが大切であり、その姿勢は来る人が海外の人や国内の遠方の人であっても変わらないという答えであった。建築の時からずっと「まちに開かれた公園のような美術館」という考えがあり、気軽さ・楽しさといった部分はぶれることなく続けていきたいという。

「これまでのたくさんのプロジェクトの成果をどのように感じていて、今後どのようなプロジェクトを計画していくのか」という質問もした。成果については、展覧会ごとに入場者数を記録していて、それが一定の評価基準にはなるという。しかし、成果を正確に数値化することは難しく、入場者数だけでは計れないともいう。今後の計画については、自主事業である「魅力ある展覧会事業」つまり期間ごとの展覧会を毎年しっかり継続していきたいと意気込む。教育普及事業にも力を入れていきたいという。貸館事業によって市

民ギャラリーに子どもの受賞作品の展示や、金沢美術工芸大学の卒業の発表の場を提供していくことも続けていき、地域とのかかわりを大切にしていきたいと考えている。現在評価されていることを継続していきたいと話す。

「他の美術館との差異は何か」という問いには、現代美術の作品に特化しているため国宝や文化財を展示しておらず、色んな人が入りやすいようになっていることが挙げられた。この要因によって県立美術館との棲み分けができています。

現状に対しての課題もいくつかある。まず、この数年で美術館周辺の宿泊施設や飲食店への経済普及効果が凄まじく、宿泊施設の価格の急騰に批判的な声が上がってなど、飲食店に開店前から行列ができてしまい地元客が敬遠してしまったという例がある。

また、若い年齢層に関しては、今ではもう広告を打たなくても集客が見込める状況になっているのに対して、一部の年配の方から「国宝は展示していないのか」と言われることがたまにあるという。そういった人々は美術館に伝統を求めている、金沢 21 世紀美術館の特色を知らずにやって来るという。門戸の開放された美術館であるためには、若い年齢層だけではなく他の年齢層も切り捨てて考えるべきではなく、今後の課題であるといえる。

X. おわりに

都心地区に美術館を設立し新たな文化的制作に乗り出そうという計画から約 10 年間の準備期間を経て開館した金沢 21 世紀美術館は、各年度 150 万人前後の入館者数を保ち、H26 年度には 1761324 人、H27 年には 2372821 人となり、今後も入場者数の増加が見込まれている。まちとともに成長するという目的を掲げ、公道に面しどこからでも入りやすくガラス張りで透明感・開放感のある建物の設計となっている。

自主事業、貸館事業、地域との連携といったさまざまな事業に取り組み、現在高い評価を受けているが、予算に目をむけてみると、美術館単独での収入だけでは赤字である。しかし、ここ数年の周辺地域への経済普及効果は大きい。

利用者の属性については、地元の人々が 30%、観光客が 70%であるという結果が出ている。年齢は 10 代 20 代の割合が大きいことが特徴であり、逆に 60 代以上の割合が小さいことが特徴でもあり課題でもある。

入館者数が増加し、注目度が高まった現状に関して、職員の意識は開館当時から変わらず、楽しんでもらえる・喜んでもらえる美術館であることを重要視していることがわかった。今後は、入館者数が伸びているからこそ原点に戻り、地元の人々とかかわりをさらに持っていくつもりだという。

参考文献

金沢 21 世紀美術館からの提供資料

金沢 21 世紀美術館 10 周年記念プレスリリース

『美術館の文化プログラムによるまちづくりと文化観光』秋元雄史

白米千枚田の保全と景観維持の現状

河村 光

I. はじめに

白米千枚田は海に面した棚田であり、その優れた景観は全国的に知られている。白米千枚田についての先行研究で、ボランティアと耕作助成金によって保全活動が行われていることがわかった。また、白米千枚田の保全関係者の意識調査についての論文（江渕、大江、栗原 2003）で関係者の取り組み意識がどのようなものかが分かった。

今回の調査では前回の研究以後、新たに導入されたオーナー制度の運営方法や現在ではどのように棚田が維持されているのかについて研究を行った。さらに、白米千枚田の保全活動の運営がほかの地域の棚田でも参考となるようなものなのか検証を行った。

II. 調査地の概要と棚田保全活動を担う組織への調査方法

1. 調査地の概要

白米千枚田は能登半島において、重要に観光資源として位置づけられている。1970 年代以前から、徐々に耕作者の高齢化や生産効率の悪さが要因となって農業に担い手が減少し、棚田の荒廃が進み、景観の維持が困難となっていた。1970 年から石川県と輪島市は景観を維持するための耕作補助金を交付することによって、辛うじて景観は保たれていた。そこに、1982 年から 1991 年の 10 年間にわたって他県の住民によるボランティア活動により、白米千枚田の魅力を地元住民が再認識した。これによって、1993 年に官民共同で財団法人を立ち上げられ、棚田の景観維持が図られてきた。これらの取り組みや文化的価値が評価され、2001 年には国指定文化財名勝に指定された。そして、2011 年には「能登の里山里海」が世界農業遺産に指定され、白米千枚田はその象徴的な棚田として取り上げられより多くの人に知られるようになった。

2. 調査対象の選定と調査方法

白米千枚田の保全と環境維持について調べる上で参考にした論文（江渕、大江、栗原 2003）によると、輪島市役所（以下市役所）、白米地区の農家、ボランティア参加者が主体となって棚田保全、景観維持活動に取り組んでいることが分かった。今回は市役所にどのようにして棚田の整備が取り組まれているのかの聞き取り調査を行なった。

III. 市役所での聞き取り調査の結果

1. 輪島市や石川県の支援と地域ぐるみの棚田保全

棚田の景観維持をするために、1970 年から石川県と輪島市によっておよそ 8000 万円の補助金が交付されていた。さらに、地元経済団体や観光関連団体などからの協力金も寄せられた。補助金に加えて、さらに安定した経費を得るために 1993 年に官民共同出資によって、財団法人千枚田継承保存基金が設立された。資金の運用方法は、補助金の一部を利用して国債を購入し、その金利を得ることで、継続的な資金の確保が見込めるというものである。近年は国債の金利が低金利であるため、資金の運用による収益は減少している。その運用利益や市補助金を元手に地元への耕作補助金やオーナー制度の管理運営、市管理田の耕作などを実施している。

2013 年に公益財団法人化にともない、白米千枚田景勝保存協議会（以下協議会）へと名称が改められた。同年 11 月に白米千枚田に付属しリニューアルされた輪島市千枚田レストハウスの指定管理者としてその管理運営を行なっている。

棚田の保全、景観維持のための補助金は石川県、輪島市が交付していた。そして、漁協や漆器組合、商店街などの地元経済団体や観光関連団体からの協力金もあった。ところが、石川県の補助金が交付されなくなり、支給額は 8000 万円から 4000 万円へと減少した。しかし、石川県が補助金などの支援から抜けたことにより、市役所や地元団体による町ぐるみの景勝保存の意識が高まった。

2. 白米千枚田保全団体の役割

白米千枚田の保全、景観維持活動に取り組む団体は以下のとおりである。

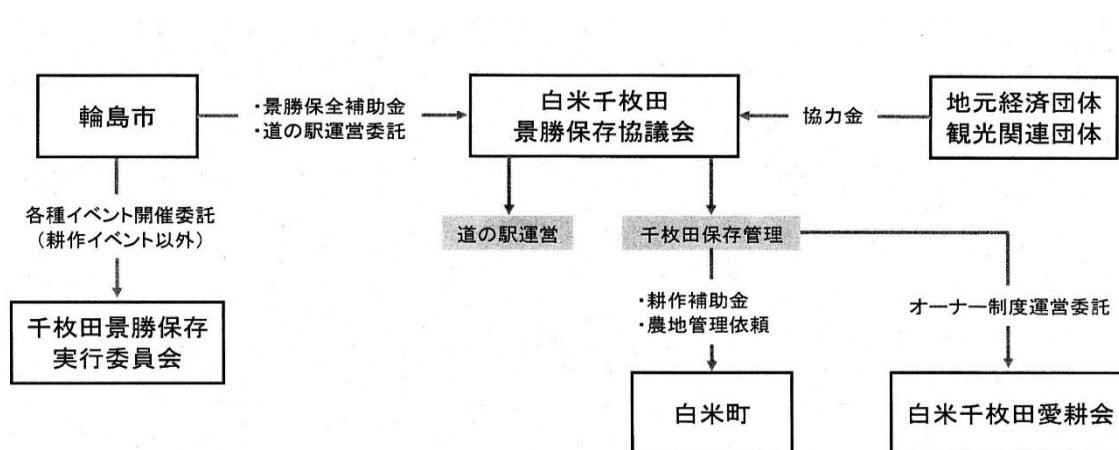


図1 白米千枚田に関する各種関連団体

資料：輪島市交流政策部観光課

図1のように、主に保全活動を行なっているのは市役所と協議会である。地元経済団体や観光関連団体は協力金の提供という形で保全活動に協力している。市役所は協議会に景勝保全補助金の交付と、道の駅である輪島市千枚田レストハウスの運営を委託している。

また、冬季に行なわれる千枚田のライトアップイベントである「あぜのきらめき」や、「白米千枚田結婚式」、「稲刈りイベント」そして祭事などのイベントの開催を千枚田景勝保存実行委員会に委託している。さらに、稲刈りなどのイベントの際に SNS や市役所のホームページ、地元の学校や公民館などに呼びかけを実施しボランティアの確保も行っている。また、市役所職員もボランティアとして棚田の草刈りなどに参加している。協議会は委託された道の駅の運営や千枚田の保全管理を行なっている。実際に棚田を耕作している農家へ耕作補助金の給付や、農地管理依頼をしている。また、白米千枚田愛耕会へオーナー制度の会員田の管理を行なっている。オーナー制度で会員となった人や企業に対する、事務などは愛耕会ではなく市役所が行なっている。

3. 白米千枚田愛耕会とオーナー制度

白米千枚田愛耕会（以下愛耕会）は 2006 年に市役所の観光課 OB や地元農協 OB、そして白米を含む南志見地区の有志の「棚田を維持する農家の減少にともない、なんとかしなければならぬ」という気持ちから設立され、2007 年から活動をはじめた組織である。これによって、2001 年の段階ではオーナー制度の導入するうえで問題であった、オーナー田を管理、維持していく見通しがたつた。そのため、2007 年に白米千枚田でのオーナー制度が導入された。

白米千枚田のオーナー制度は以下のような会員区分がなされている。

表 1 オーナー制度会員区分

会員区分	会費	収穫米進呈量	備考
オーナー下位員	2万円	10kg	マイ田んぼが持てる
トラスト会員	1万円	5kg	作業参加ができる
企業会員	5万円	20kg	マイ田んぼが持てる
特別名誉会員	なし		任期3年

資料：輪島市交流政策部観光課

オーナーは田起こし、畝塗り、田植え、草刈り 3 回、稲刈りの年 7 回の作業のうち、オーナーの都合のつくときに参加することができる。トラストはオーナーとは違い田を持つことは出来ないが、棚田での農作業イベントに参加できるようになる。企業会員はオーナーと同様である。企業会員の募集の開始は 2012 年であった。しかし、それまでは企業会員も個人として扱っていた。特別名誉会員は白米千枚田の広告塔としての役割を担っている。そのため、元首相や漫画家、歌手など知名度が高い人物が選ばれる。オーナー制度の年度別会員数は表 2、表 3 のようになっている。

2008 年から 2010 年のオーナーの数はほぼ横ばいであるが、2011 年に能登の里山里海が世界農業遺産に登録され、白米千枚田がその象徴的な役割を果たすと、オーナーの数は急激に増加している。千枚田への入込客数も同様である。白米千枚田の知名度が順上がると

ともにオーナー会員の順調に数を伸ばしている。しかし、オーナーの数は 200 までと上限が設けられている。これは棚田で収穫されるお米が不作であったときに、オーナーたちに振り分けるお米が不足してしまうからである。

愛耕会は南志見地区の組合とも連携しており、南志見活性化事業組合としても活動していることで、観光と景観維持の両方の面で協力している。南志見活性化事業組合は法人化こそされていないが会社組織であり、協議会から輪島市千枚田レストハウスの運営を委託されている。そのため、南志見地区では道の駅の運営のため新たに 50 ほどの雇用が捻出された。また、道の駅で働く人が棚田の整備の手伝いをオーナー制度の収益から日当が支給される。このことは、ボランティアとして棚田の保全、景観維持に携わっている地元市民から不満の声が上がっている。

表 2 オーナー制度会員実数値

年度	入込客数	オーナー	トラスト	企業	特別名誉	合計	備考		
H19		37	17		3	57	能登半島地震発生、オーナー制度開始		
H20	306,800	47	28		4	79			
H21	354,900	47	22		4	73			
H22	335,800	47	26		4	77			
H23	420,600	51	24		3	78	世界農業遺産認定		
H24	458,000	80	30	3	5	118	企業会員募集開始		
H25	472,300	103	26	4	7	140			
H26	538,300	129	27	8	9	173			
H27	674,900	139	25	12	9	185	北陸新幹線開業、「まれ」放送開始		
H28	233,300	136	24	9	8	177	※H28は6月末までの数値		

資料：輪島市交流政策部観光課

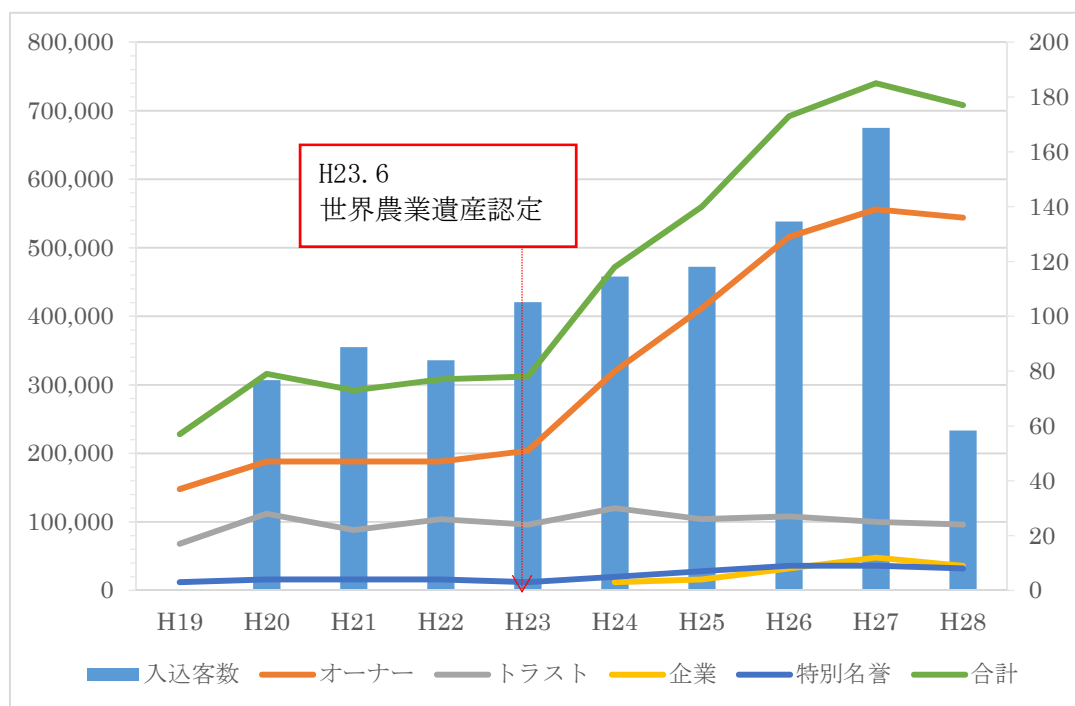


図2 オーナー制度年度別会員数

資料：輪島市交流政策部観光課

IV. 白米千枚田の保全システムがほかの地域で棚田の棚田保全のモデルとなる可能性

白米千枚田で行われている景勝保存のシステムは、ほかの地域の棚田保全のモデルになりえるであろうか。市役所や農協など地域の有志があれば農家と協力して棚田を管理する組織は作れるだろう。ここで大きな問題はほかの地域の棚田が、白米千枚田のように知名度を獲得し、オーナー制度の会員を得ることが難しいということ。そして、愛耕会のような組織を結成するほどの力が地域にあるかどうかである。

棚田を維持していくにはおそらくオーナー制度を実施することが欠かせないだろう。というのは、オーナー制度から得られる収益が棚田の維持管理する費用の一部となるからである。しかし、先に述べたようにオーナー制度を導入するにはその棚田にある程度の知名度があること、そしてオーナー田を管理する人員が必要である。そこで、知名度を上げるために国指定文化財名勝に登録を目指すとする。国指定文化財名勝の棚田は白米千枚田のほかにもいくつか存在しているが、登録されることはそれほど広告効果があるわけではなく、むしろ規制が厳しいために活動の足かせとなってしまうこともある。仮に登録されたからといっても棚田の知名度が上がるとは限らない。そのため、観光名所化やオーナー制度を実施し会員を増やすにしても、その地域にある棚田に人が興味を持つ新たな魅力を見出さなければならない。

白米千枚田のような日本海に面し日本の原風景と呼ばれるような、観光地の材料になる景観があれば観光資源として新たに地域の産業として成り立つだろう。しかし、全ての棚

田が観光資源となる要素を持っているわけではない。観光資源にならない棚田の保全活動は、収益を得られないので、白米千枚田のような地域で新たに棚田保全を目的とした組合を作るよりも、市や県が補助金を交付し市役所などに管理させるほうが効率的だろう。

輪島市内で白米千枚田の組織だった保全活動が行えていることは、白米千枚田に十分な観光資源としての魅力があったからだ。そのため、他の地域の棚田保全活動のモデルになるとは言えないだろう。

V. 白米千枚田の保全、景観維持の現状と課題

白米千枚田の保全と景観維持は、石川県が補助金の交付という形での支援から撤退すると、協議会と市役所そして地元住民が主体となった棚田の保全活動が行われるようになった。市役所観光課や農協 OB によって設立された愛耕会が設立され、そしてオーナー制度が導入された。市の補助金と地元経済団体などの協力金そしてオーナー制度の収益で棚田保全のための資金が運用されるようになると、地元ぐるみで行う景勝保存という機運が高まった。

2011 年に世界農業遺産に能登の里山里海が登録されたことは、オーナー制度の会員の増加や観光客の棚田への入りこみ人数の増加と大きな影響を与えた。オーナー制度を導入している棚田は他県にも存在しているが、会員を集めはそれほど順調ではない。白米千枚田ではほか地域の棚田と比べると、国指定文化財名勝に登録されていることや能登の里山里海の象徴として大きくアピールされた。これらの要素があるため白米千枚田は知名度が高く、オーナー制度でも多くの会員を集められている。観光客の増加やオーナー制度による利益が、地元ぐるみで行われる景勝保存を成功させている大きな要因だろう。

しかし、棚田を活用した観光産業も現在以上の発展は難しいだろう。というのも、白米千枚田の現在枚数は 1004 枚ある。そのうちオーナー田が 443 枚、個人田が 245 枚、協議会が管理するものが 137 枚、農業協同組合が管理する田が 121 枚、地元酒店が保有するものが 4 枚、休耕田が 18 枚、畑が 36 枚となっている。棚田にある個人田を耕作する農家も高齢化にともない現在では 3 人しかいない。そのうちわけは、1 人が白米町の出身者であり、ほか 2 人は白米町以外の南志見地区の農家が無償で借り入れ、耕作している。この 3 人の農家も高齢化が進んでいる。愛耕会もまた平均年齢が 60 代後半と高齢化が進んでおり、後継者不足が大きな問題となっている。棚田では田が小さく機械の導入による効率化ができないので、手間がかかるが収益が少ない。そのため若者の関心が低く、高齢化が改善されない。また、休耕田の残りは 18 枚しかなく新たなオーナー会員を増やすことは、田の枚数やそれを管理する人員が次第に不足していくという面でも限界がある。

市役所の方の話によると、地域コミュニティになじめない可能性があることや、農業未経験者にその指導を行う余裕がないこと、たとえ農業経験者だとしても白米千枚田で収穫したお米に加価値はつくが元が取れるほどの利益にはならないことを理由に、県外などからの棚田耕作希望者の受け入れはしていないとのことである。また、高齢化により農家が

棚田の田を耕作できなくなると市役所が総合的に棚田を管理することになるとのことであった。高齢化が進み将来的に市役所が棚田を管理した場合、これまでどおり関係組織と協力していけるか。市役所の負担が大きくなり管理しきれないなどの問題が発生しないかどうかは課題だろう。

参考文献

江渕裕子 大江靖雄 栗原伸一（2003）：棚田保全関係者の意識と行動―石川県白米千枚田を対象として―. 千葉大園学報 第 57 号、pp. 79-87.

石川県における加賀友禅の実態と生産

高見 菜々子

I. はじめに

今回の巡検調査にあたって、石川県を代表する伝統的産業の一つである「加賀友禅」に注目した。調査の方法としては、主に加賀友禅振興協会の方への聞き取り調査を行い、資料を参考にした。本論文では、第二章に加賀友禅の歴史および特徴、第三章に加賀染振興協会について、第四章に生産過程や生産方法、最後に第五章にて現在の課題と新たな取り組みについて述べている。

II. 加賀友禅の歴史と特徴

1. 加賀友禅の歴史

加賀友禅の歴史は、室町時代の文献に出てくる「梅染」という技法にまでさかのぼる。これは、梅の木の樹皮や根を細かく砕いて作った染液を用い、染の回数を変えることで布地を赤く、あるいは黒く染め上げる加賀の国独特の染色技法である。梅染は無地染であったが、藩政期に入ると無地染に模様を施す「兼房染」「色絵」「色絵紋」と呼ばれる技法が確立され、梅染を含めてこれらの技法は「加賀御国染」と総称された。中でも色絵紋は、定紋の周囲を松竹梅や鶴亀などで囲み、防染技術を取り入れて色鮮やかに彩色した金沢独特の紋の表現で、繊細な技法が加賀友禅の原点となったともいわれている。

こうした加賀の地に培われた高い染色技術に、斬新なデザイン性を加えて今日の加賀友禅の基礎をつくったのが、正徳2（1712）年に京都から加賀に移り住んだ宮崎友禅斎である。友禅斎の出生地は京都とも金沢とも、また能登ともいわれているが定説はない。加賀藩の御用紺屋棟取、太郎田屋に身を寄せた友禅斎は、御国染の意匠の洗練や、友禅糊の改良など目覚ましい成果をあげた。その後、加賀藩が豊かな財力をもとに美術工芸を奨励していたということ、また、浅野川などの河川や用水がまちを流れ、水資源が豊富にあったという背景から、加賀友禅は発展を遂げた。

そして近代以降の加賀友禅の世界では、人間国宝に指定された木村雨山をはじめ、数々の名工が輩出され、加賀友禅の名は全国に広がった。戦後は高度経済成長とともに需要が拡大し、昭和 50（1975）年に国の伝統的産業工芸品に指定され、さらに昭和 53（1978）年には石川県無形文化財に指定された。

2. 加賀友禅の特徴と種類

加賀友禅のきものは、写実的な草花模様を中心とした絵画調の構図が特色で、加賀五彩

と呼ばれる渋めの色彩が用いられる。五彩とは、藍、臙脂、黄土、草、古代紫の五色で、加賀友禅の基調になっている。太い線、細い線を効果的に使い分けて自然美を巧みに描き出すとともに、「外ぼかし」や「虫喰い」を施す。外ぼかしは、花びらや葉を描く際に外から内に向かって色の濃淡をつけていく手法である。虫喰いは、「わくらば（病葉）」の美を表すもので、葉や花卉に点を打ち、三食ぼかしを配して、意匠のアクセントとする。加賀友禅は、友禅染を施した後に刺繍や箔置きといった加飾をすることが少ないのも特徴である。

Ⅲ. 加賀染振興協会について

戦前からの流れをくむ「図案研究会」を前身として、昭和 28 年に加賀染振興協会が任意団体として設立され、昭和 49 年の「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（伝産法）の施行直前の昭和 48 年 7 月に新たに協同組合として改組され設立された。発足時より伝産法に基づく後継者育成事業、品質表示事業などを推進してきたが、昭和 63 年 5 月に加賀友禅伝統産業会館が建設され、加賀友禅の拠点として運営されている。協会の組合員は現在 214 名であり、その内訳は卸売業が 8 名、手描彩色が 177 名、染物業が 19 名、手捺染が 4 名、糊置業が 4 名、染色補正 1 名、整理業 2 名となっている。しかし、この協会への加盟は強制力を持たないため、組合員以外にも加賀友禅の製作に携わっている人は数名存在している。

その中でも手描彩色、すなわち加賀友禅作家は、加賀染振興協会に落款を登録している加賀友禅技術者である。加賀友禅作家になるためには、工房を営む師の下で 7 年以上の修行を積んでふさわしい技量を身に付け、同協会の会員 2 名（師匠ともう 1 名）の推薦を得て協会の会員資格を得る必要がある。加賀友禅作家が制作したきものには、必ず作家の落款がしるされており、この落款制度は伝統工芸品である加賀友禅の品質の証であるといえる。したがって、加賀友禅作家に関しては、この落款制度が理由でほぼ 100% の人が協会へ加盟している。

落款制度のほかにも加賀友禅の品質の証がある。それが、伝統証紙である。これは、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が発行する証紙である。産地の協同組合が経済産業大臣の認定を受けた検査方法に従って検査を行い、合格した伝統的工芸品に貼布する。商標登録伝統的工芸品「加賀友禅」のきものには作家本人の落款がしるされるとともに、必ずこの伝統証紙が添えられる。また証紙には、加賀染振興協会が発行する証紙で、類似品防止と品質保存を目的に加賀友禅のきものと関連製品に貼布する加賀友禅証紙がある。証紙の色とデザインは製品の種類によって異なる。加賀友禅は他産地に先駆けて証紙デザインを商標登録しており、現在では全国区で認知されている。また、加賀染振興協会では製品検査を定期的にほぼ毎週開催しており、厳正な検査を通過した製品にのみ証紙を発行している。



図1 伝統証紙（左）と加賀友禅証紙（右）

主な活動概要としては、加賀友禅伝統産業会館の運営事業や技術保存及び品質向上事業、加賀友禅新規活路開拓事業、需要の開拓事業、品質表示・消費者への適正な情報提供事業などが挙げられる。その中でも、加賀友禅（加賀染）の振興と品質管理が主要事業として力を入れている。

IV. 加賀友禅生産について

糸は絹糸を用いており、主に中国産、もしくはブラジル産である。その糸からできた布は、長浜ちりめんを主に使用し、その他の種類として丹後ちりめんも挙げられる。

加賀友禅には「手描友禅」と「板場友禅」の2つの手法がある。手描友禅の制作工程は、主な工程だけで8つあり、そのすべての過程で熟練の技術が求められる。板場友禅の制作工程は、模様を彫った型紙を使って染める手法で、型友禅や加賀小紋染とも呼ばれる。高度な技による繊細な模様は手描き友禅とは違った魅力と風合いで親しまれている。また、板場友禅は、模様をあらかじめ型紙に彫ってあるので使いまわしが可能となり、安価である。しかし、実際には約99%が手描友禅の手法で制作されており、残りの約1%が板場友禅の手法である。よって以下、手描友禅の主な制作工程と説明を述べる。

①図案作成

加賀友禅作家が日ごろ描きためていたスケッチをもとに、小下図と呼ばれるデザイン画を鉛筆にて起こす。全体のバランスを確認した後、原寸大の紙に線画で図案を描く。この工程が最も時間のかかる工程であるといわれている。

②下絵

図案の上に白生地を重ねて下から証明を当て、「青花」と呼ばれる露草の花の汁を用いて線を写し取る。青花は後工程で、水ですすぐと跡形もなく消え去る。この青花は、全国で滋賀県草津市に住む老夫婦のみが栽培しているため、現在絶滅危惧である。対策として、人工の化学青花も栽培されているが、加賀友禅で使用されることは滅多にない。また、下絵の工程の際は、最終的な模様の繋がりが変わらないようにするために、着物の形をした布で行われる。

③糊置き

反物の状態にほどき戻した布に、もち米の粉を蒸して作った糊を紙の筒に入れて絞り出し、下絵の線に沿って細く糊を引く。これは「糸目糊」と呼ばれ、次の工程でさす染料が

滲み出さないよう防波堤の役割を果たす。

④彩色

糊を引いた輪郭の内側に、筆や刷毛を使って様々な色をさしていく。白色の部分には、貝殻を砕いた胡粉を混ぜるのが、加賀友禅の特徴である。

⑤中埋め

「糊伏せ」ともいわれ、彩色された部分を糊で伏せ、次工程で地色を染める際にこの部分に色が入り込むのを防ぐ。伏せ糊は糸目糊に比べてやわらかく、粘度もある。

⑥地染め

「引き染」ともいわれ、刷毛を使ってきものの地色を染める工程である。平均にむらなく染めるには、シカの毛を使った刷毛に含ませる染液の量や、刷毛を動かす力が一定でなければならない。

⑦本蒸し

地染めした生地が乾いた後、100 度に近い温度に保たれた蒸し箱に生地を入れて、蒸気で数十分加熱する。これにより染料が膨張した絹繊維の組織に入って染色が定着する。

⑧水洗

流水で糸目糊や伏せ糊、余分な染料を洗い流す工程である。河川の清冽な流れに反物を広げる「友禅流し」は冬の金沢の風物詩として有名である。主には加賀友禅染色団体が担っており、人口川によって作業を行っているが、今でも数軒の染屋が「浅野川」という自然川で行っている。

これらすべての工程を終えるには、約 2～3 ヶ月の期間が必要となる。また、すべての工程を 1 つの工場で担うことは厳しいため、実際に取り扱っているのは 2 件程度である。よって、①②④⑥⑨の工程を友禅作家が担当し、その他の工程を、糊置職人や地染職人のような職人、染色団体のような工場が担当することで 1 つの作品を生み出すことが可能となる。

次に、加賀友禅の生産場所についてである。加賀友禅の信念として、すべての工程を石川県内で行うということを掲げている。基本的には金沢市内であるが、中には市外にて行っている人もいる。「工房」という概念はあまり無いため、主には友禅作家の家の一 corner で制作が行われている。

V. 課題と新たな取り組み

北陸地方では、江戸時代に加賀藩の歴代藩主が高度な技能を持つ名工を京都などから招き、美術工芸の育成に取り組んでいたなど歴史的な経緯もあり伝統産業が集積している。県内総生産に占める生産額では、石川県が京都府に次いで全国 2 位となっている。しかしながら、伝統工芸品の推移をみると生産額は減少傾向を余儀なくされており、多くの金沢市における伝統工芸品産業は将来の事業展開に危険を感じている。

実際に、加賀友禅業界の関係者からは、「インクジェットにより模様を吹き付ける安価な

きものの台頭から、加賀友禅のきものニーズは低迷している。」「きもの業界は、若者が成人式意外にきものを着る機会が減少していることなどから厳しい状況にある。これに伴い、加賀友禅の需要も弱くなっている。」との声が挙がっている。(図2, 3, 4 参照)

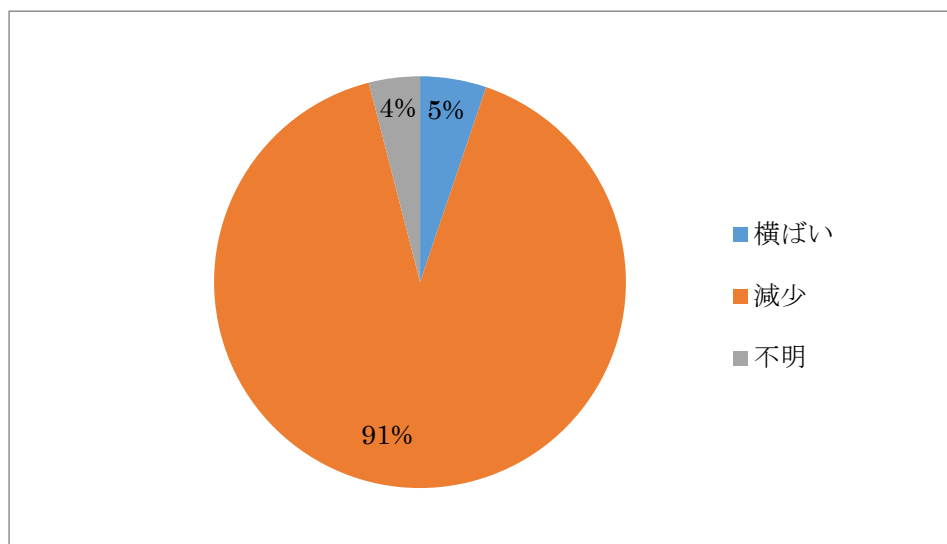


図2 過去5年間の売り上げ推移
資料：全国商工新聞 第2884号を基に作成。

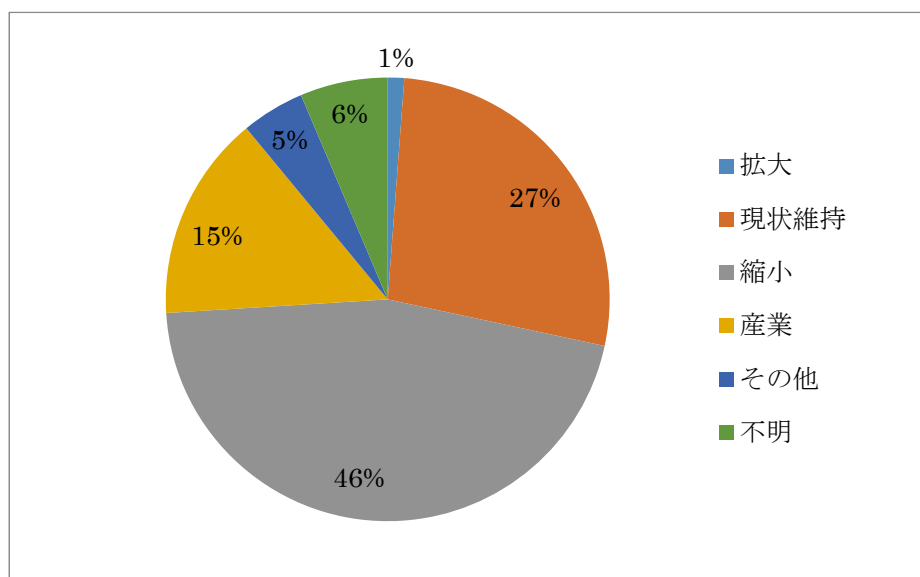


図3 今後5年間の事業展開の予想
資料：全国商工新聞 第2884号を基に作成。

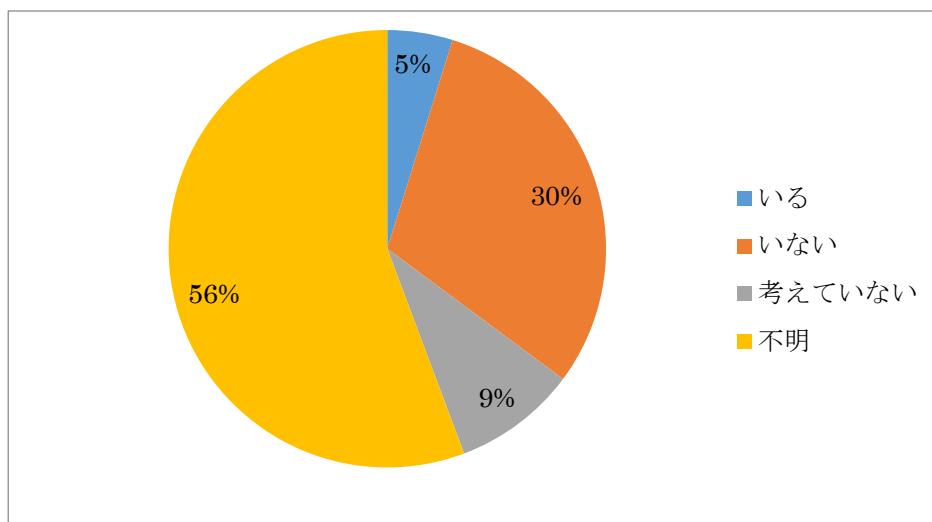


図4 事業継承者の有無

資料：全国商工新聞 第2884号を基に作成。

石川県の伝統工芸品のひとつである加賀友禅もまた同じである。平成時代における加賀友禅の年間生産額をみると、平成3年度の202億円が最も生産額の多かったことが分かる（図5）。一方で、平成27年度では28億円にまで落ち込み過去最低値である。すなわちピークの頃と比べると、約7分の1にまで生産額が減少している。特に平成9年度から11年度の間では約80億円、17年度から19年度の間では約50億円もの差が開いており、この2つの時期に大きく生産が減少したことが分かる。

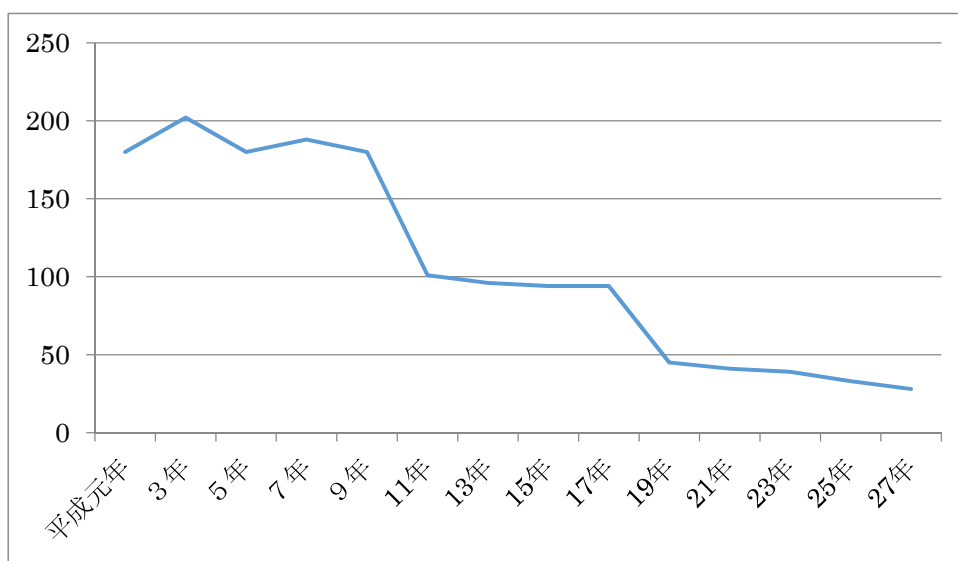


図5 加賀友禅における年間生産額（億円）

まず平成9年度から11年度における落差の理由の一つとして、平成9年度に消費税率の引き上げによって景気後退が助長され、平成不況の長期化が起こされたことが考えられる。その影響により平成10年度では日本列島総不況と呼ばれ、多くの企業が減収減益を余儀なくされ、平成11年度ではデフレ・スパイラルの懸念がしきりに議論された。ゆえに、消費税が増税されることで加賀友禅の販売価格が高騰し、消費者の購買意欲が損なわれ需要が縮小、よって生産量および生産額が大幅に減少したと予想できる。

次に、平成17年度から19年度における落差の理由の一つとして考えられるのは、平成17年度にサブプライムローン問題を発端としたアメリカ合衆国の住宅バブル崩壊から発生した世界金融危機、及び平成18年度のリーマンショック等の影響である。これらの出来事は、日本の経済状況にも影響を及ぼし、日本の国内総生産（GDP）速報値は前期比3.3%のマイナスとなり、第一次石油危機に次ぐ約35年ぶりの下落幅を記録した。

よって、内需の減少が引き起こされたことから、加賀友禅における年間生産額も比例して減少したと推測する。

加賀友禅といえば振袖や留袖のような格の高いきものが主流であるが、現実的にはきものを着る人や、きものを着る機会が減り、着物文化は衰退している。そこで、加賀友禅は更なる可能性を求めて新たな取り組みを始めた。

その取り組みの一つがきもの以外の安価な商品作成である。例えば、ターゲットを女性から男性に、着るシーンをフォーマルからカジュアルに、そして素材を絹からコットンにと、既存の物とはまったく異なる新しい男性用のシャツやネクタイなどが開発された。模様は作家による手描きが施されている。また、気軽に着用してもらえよう、染料は洗濯に配慮し改良したものを使用している。そのほかにも、カーテンやフロアライト、ギター・ギターアンプや小物類など幅広く扱っている（写真1、2）。



写真1 ギターアンプ

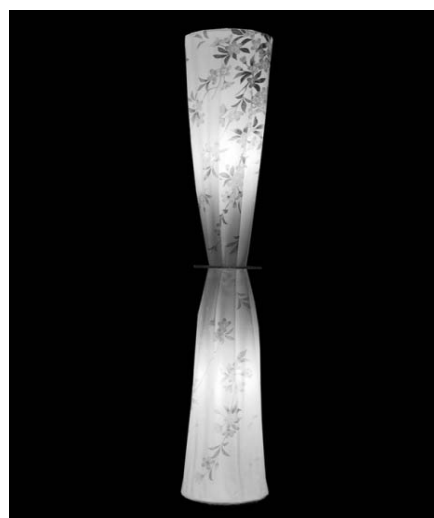


写真2 フロアライト

また、最近は対象を国内ではなく海外に目を向け始めている。それが、外国人観光客向けのクルーズである。多くの観光名所のある石川県を訪問する外国人向けのクルーズをお出迎えする際に、加賀友禅を PR する活動を行っている。

VI. おわりに

石川県の伝統的産業である加賀友禅について調べたが、現状はきものを着る機会の減少や需要の縮小、また後継者不足により加賀友禅の存続が危ぶまれる状況となっている。そういった中で、石川県では新たな低価格商品の開発や顧客対象の見直しなど、現状を打破するための取り組みに積極的に取り組み、加賀友禅の次なる可能性を模索している。この先何十年何百年も多くの人から愛され続けるためにも、長い歴史をもつ加賀友禅にしかない特色を大いに生かし、さらなる努力が求められることになるだろう。

参考文献

加賀染振興協会パンフレット

加賀染振興協会：「加賀友禅技術者登録名簿」

加賀友禅 HP <http://www.kagayuzen.or.jp/>

金沢市 HP <http://www4.city.kanazawa.lg.jp/17003/dentou/kougei/yuuzen/yuzen.html>

日本銀行金沢支店（2012）：ほくりくのさくらレポート

金沢市の和菓子屋・森八について

茶本 奈々

I. はじめに

金沢市は京都府や島根県松江市と並んで和菓子処として知られているが、この3地域はいずれも古くから茶の湯の文化が発展していたことで共通している。金沢市で茶の湯の文化が定着したのは、加賀藩の歴代藩主が文化事業を奨励し、特に茶の湯に大きな関心を持っていたことと大きく関係する。外様大名であったため、戦力ではなく文化・芸術に藩の資金を多く投じており、実際に、藩祖前田利家や二代藩主の利長は千利休の直弟子であり、三代藩主の利常も江戸初期の大茶名人である小堀遠州や金森宗和、仙叟千宗室に学んでいた。五代藩主の綱紀は仙叟千宗室を茶道茶具奉行として仕えさせ、藩を挙げて茶の湯を奨励していたほどである。このため茶の湯に欠かせない和菓子も需要が増え、技術も洗練されていったという。

一般庶民にまで広がっていった背景には、真宗王国と言われるほど仏事が多いことがある。仏事の際に落雁や餅、最中、饅頭などの菓子が多く供えられるなど、和菓子は庶民の宗教行事にも欠かせないものとなっていたのだ。また、正月の福梅や辻占、桃の節句の金花糖、夏の氷室饅頭、七月の土用に食べるささげ餅、婚礼の際の五色生菓子など、独特の縁起菓子も多く生み出されており、季節や人生の節目にも用いられる和菓子は、今でも金沢市民の生活の中に生きている。

有力な和菓子屋の創業は、森八・坂尾甘露堂・諸江屋が江戸時代、越山甘清堂・村上が明治、高砂屋・柴舟小出・高木屋が大正、中田屋・うら田が昭和と、空襲の被害を受けなかったために戦前から続く和菓子屋が残存している。最も古くから営まれている3店舗は、諸江屋が創業167年、坂尾甘露堂が創業212年、中でも本稿で取り上げる森八は1625年(寛永2年)創業で391年の長い歴史を有する。

本稿では、2章で金沢市における和菓子の現状をまとめ、3章以降で金沢市の和菓子屋を代表する老舗、森八についてその変遷や現状を辿りながら、老舗和菓子屋について考察したい。

II. 金沢市の和菓子消費

統計的にみても金沢市は最も和菓子に親しんだ都市である。総務省統計局が実施している家計調査の都道府県庁所在市別1世帯当たり年間の支出金額をみると、金沢市は2015年においてようかん・まんじゅう・他の和生菓子の合計支出金額20,222円であり、全国一和菓子が購入されている都市であると言える(図1)。さらに、他の和生菓子への支出

金額上位3都市を年別にまとめた表1から分かるように、データのある2000年以降16年間、金沢市は和菓子購入額不動の1位であるのだ。この数字は市に住んでいる人の支出金額を対象として算出したものであり、観光客などの和菓子購入を含めると京都市の数字が大きく変わってくることが予測されるが、金沢市は市民の間に和菓子が深く根付いていることを証明している。また、和菓子以外の菓子も含めた菓子類全般の統計でも近年金沢市の支出額が全国一である点も興味深い。

支出金額の推移を京都市・松江市と共にみると、京都市は最高額の14,719円から最低額の11,510円まで比較的に安定しているのに対し、松江市は2006年の18,425円から2011年の10,710円まで大きく減少し、以降もわずかに減少傾向である。金沢市は2012年に最低額の14,272円を記録するものの、近年は増加傾向にあり2015年には17,977円となっている。

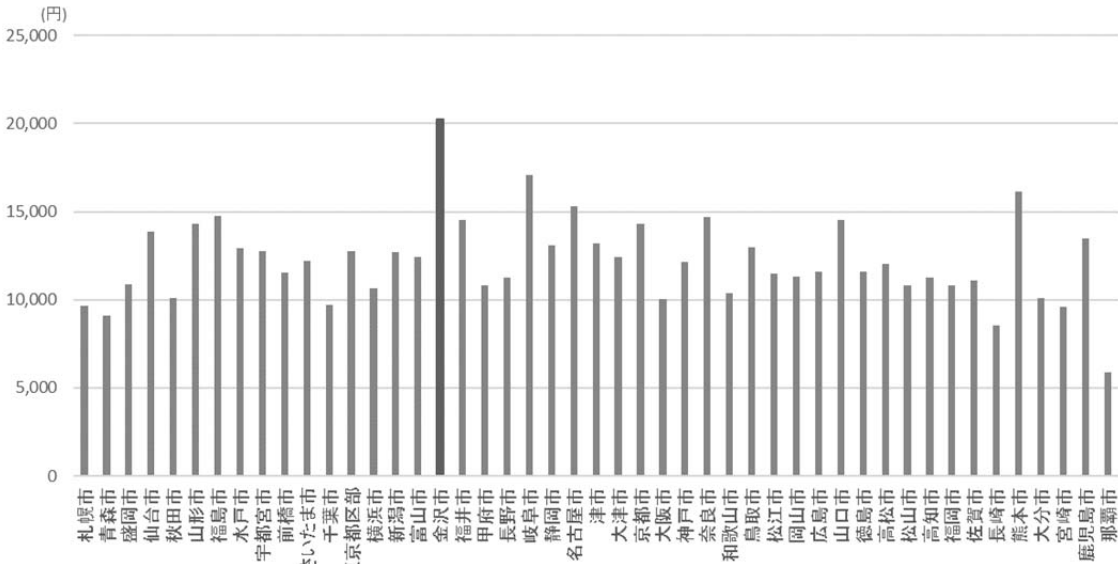


図1 1世帯当たり年間和菓子支出金額
資料: 家計調査2015年データより作成

表1 和菓子購入金額上位3都市

2000年 1位 金沢市 2位 福島市 3位 山口市	2001年 1位 金沢市 2位 松山市 3位 仙台市	2002年 1位 金沢市 2位 京都市 3位 松江市	2003年 1位 金沢市 2位 京都市 3位 富山市	2004年 1位 金沢市 2位 奈良市 3位 岐阜市	2005年 1位 金沢市 2位 松江市 3位 京都市	2006年 1位 金沢市 2位 松江市 3位 京都市	2007年 1位 金沢市 2位 松江市 3位 富山市
2008年 1位 金沢市 2位 仙台市 3位 名古屋市	2009年 1位 金沢市 2位 岐阜市 3位 松江市	2010年 1位 金沢市 2位 岐阜市 3位 山口市	2011年 1位 金沢市 2位 仙台市 3位 盛岡市	2012年 1位 金沢市 2位 岐阜市 3位 奈良市	2013年 1位 金沢市 2位 仙台市 3位 山口市	2014年 1位 金沢市 2位 岐阜市 3位 山形市	2015年 1位 金沢市 2位 岐阜市 3位 熊本市

資料: 家計調査データより作成

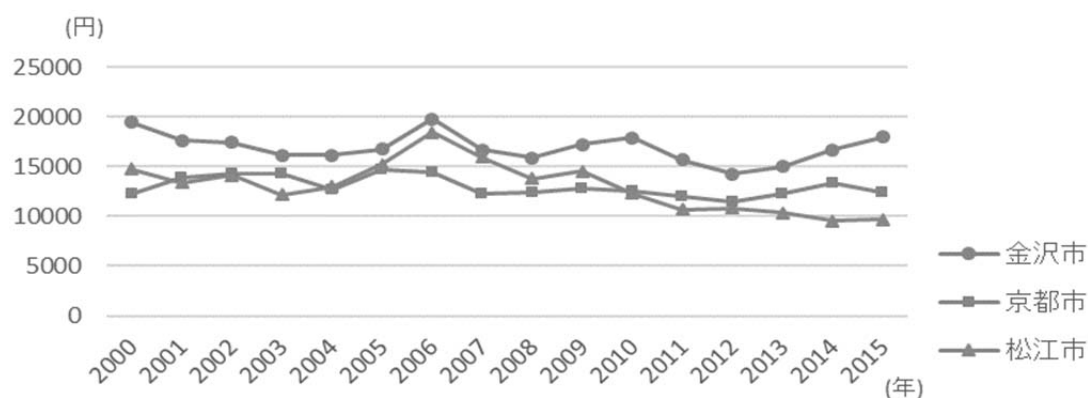


図2 和菓子支出金額の推移

資料: 家計調査データより作成

Ⅲ. 森八について

1. 店舗・工場の変遷

現在の森八は北陸地方に12店舗、東京にも1店舗を構えている。北陸地方の12店舗のうち10店舗は金沢市内にあり、さらにうち8店舗は金沢駅近辺に位置している(図3)。めいてつエムザ店や香林坊大和店、金沢駅店などは比較的早く50~40年前にできたもので、他の店舗はここ20年以内に新設された。ひがし茶屋街にあるひがし二番町店、うつわの器店は2013年に新しく開業したものである。対して、金沢市役所近くにあった茶寮広坂は2014年に閉店している。こ

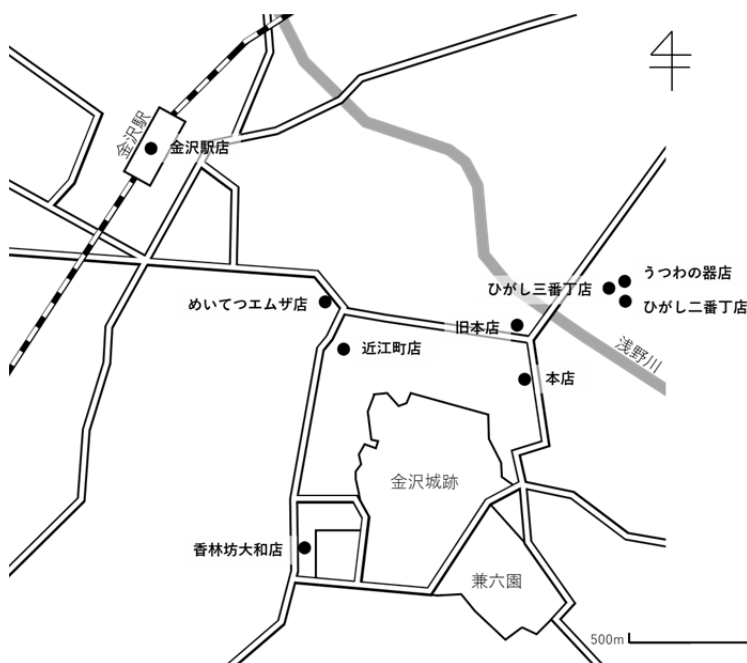


図3 金沢駅周辺の森八店舗

資料: Google マップより作成

のように人の流れに合わせて店舗を新設する一方で、必要に応じて閉店する店舗もあるのだ。

本店は1625年の創業以来386年間あった場所から、少し北に移動した場所に2011年に新設移転している。2階には茶寮と金沢菓子木型美術館が設けられ、落雁手作り体験も行われている。落雁手作り体験参加者数・菓子木型美術館入場者数の推移を表す図4を見ると、3、5、8、11月にピークがあることがわかる。2015年の8月に

急激に増加しているのは、北陸新幹線の開通による影響であると考えられる。菓子木型美術館は江戸時代から今まで保存されていた菓子木型を千点以上展示しているほか、同じように古くに使っていて、今まで良好な状態で保存されていた九

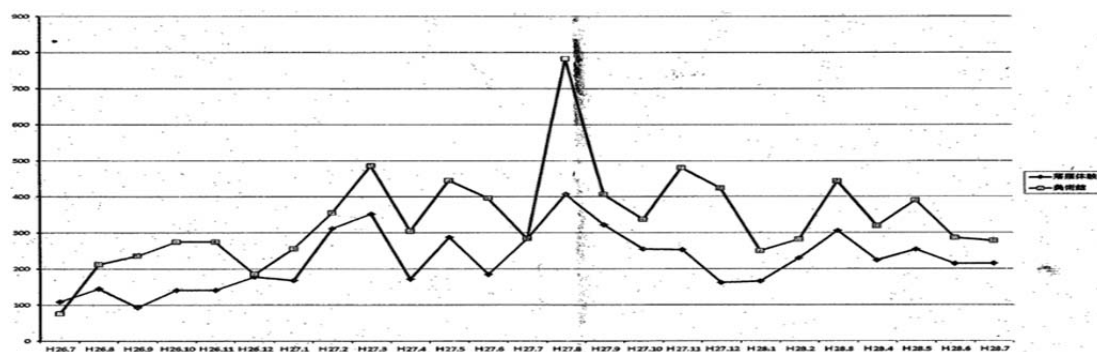


図4 落雁手作り体験参加者数・菓子木型美術館入場者数の推移

資料：森八提供資料

谷焼の菓器や菓子作りの道具も多く飾られている。菓子木型師は和菓子が栄えた時代に欄間師が独立したことに始まっており、金沢最後の菓子木型師が20年ほど前に他界された今は、富山県の欄間師に制作を依頼しているという。菓器は身分の高い人に菓子を出すときに用いていたもので、身分制がなくなって以降その技術が伝承されず、再現できる職人はいない。

工場の新設は1977年に行われた。もともと旧本店で生産と販売をしていたのが、生産の増加に伴って金沢市専光寺町に新築する。その際場所の決め手となったのが水質である。和菓子の命とも言える餡は煮出す水によって質が変化するため、旧本店で使用していた井戸水と同じ性質の水が使えることが重要であった。その水は、図5にあげた主に金沢市に隣接する白山市を流れる手取川の伏流水のミネラル豊富な井戸水であり、同じ水を求めて水質調査を実施した結果、専光寺を新工場の場所に選んだのである。1992年には同じ専光寺に新たに大規模な工場を建設している。



図5 手取川の概要図

資料：国土交通省による手取川水系の流域及び河川の概要資料より作成

小売店は北陸地方で8店舗、関東地方で7店舗行っている。現在の卸売り店舗の数は、60店舗あった小売店を20年程前に軒並み閉店した結果の数であり、主要店舗のみが残されている。閉店時は8億円にも及ぶ売り上げの減少があったものの、3項で述べるように、拡大路線を打ち切り、「小さくても永遠に生き続ける家業」を目指した森八の売り上げは、その後緩やかな増加傾向にある。

2. 原料の生産地

森八では、上生菓子二十四節気ごとに違った種類にしている。二十四節気とは、1 年を 24 個の節目で区切ったもので、それぞれ立春、雨水、啓蟄、春分、清明、穀雨、立夏、小満、芒種、夏至、小暑、大暑、立秋、処暑、白露、秋分、寒露、霜降、立冬、小雪、大雪、冬至、小寒、大寒と呼ばれる。このため約 2 週間に 1 回のペースで上生菓子の種類が変更され、現在では約 1500 種類に上っている。また、干菓子の種類は 2000 あり、その他の菓子も含めると、延べ 4000 種類を生み出している。

和菓子の原料にもこだわっており、小豆は北海道の十勝や旭川、北見、札幌周辺などで生産されたものを主に使用しているが、現地に行って出来をみた上で取引先を変えている。大納言小豆も同じように主に北海道産を使用している。

また、図 6 に示した奥能登地方(珠洲市、輪島市、能登町、穴水町)で生産される能登大納言小豆は、全国に数ある大納言小豆の中でも粒の大きさと鮮やかな赤い色が特徴の小豆であり、高級な小豆として扱っている。手作業中心に、ひとさやずつ手で丁寧に収穫するため高品質ではあるものの、作付面積の拡大が難しいという課題があり、収量・品質向上のための栽培試験や、新たな栽培農家の募集などを通じ、高い品質を維持した生産拡大に積極的に取り組んでいる。現在、奥能登地域のおよそ 500 戸の農家が年間 50 トンあまりを生産している。

葛も能登名産の宝達葛を使用している。図 6 に示した宝達地区は宝達山麓に位置し、葛の生産には 450 年以上の歴史を有する。生産量の約半分は金沢市の老舗菓子店に卸していて、森八は江戸時代から 400 年以上、宝達葛を愛用している。現在生産者は約 6 名であり、いずれも高齢者であるが、ミネラル豊富で冷たい宝達山の伏流水によって製法する宝達葛は宝達地区でしか生産できないと言われている。

和三盆糖は、江戸時代から徳島県産の阿波和三盆を使っており、現在は板野郡上板町と隣の土成町の一部に産地がある。全国の和菓子や郷土菓子には欠かせない材料で、ほとんどが有名な老舗の和菓子屋に納入されている一方、和三盆農家もまた減少し、農業従事者の高齢化も進んでいるため、砂糖黍の栽培面積は減少傾向をたどっている。

もち米は、福井県北部や富山県砺波平野、能登地方、その他の県内地方など、主に北陸地方で生産されているものを原料としている。



図 6 奥能登地方と宝達地区

資料：石川県白地図より作成

3. 森八の成功

石川県菓子工業組合の組合員名簿には 308 の会社名が並んでおり、住所が金沢市内のもののは 98 件あった。また、そのうち和菓子を販売しているものは 88 件であった。しかし、森八の中宮氏によれば、市内には 200 件にも及ぶ和菓子屋が存在しており密集地になっているとのことで、組合に属していない和菓子屋も多数存在するとみられる。実際に食べログで金沢市の和菓子の店を検索してみると 227 件見ることができた。そのような多くの和菓子屋のうち、約 9 割は個人商店であり、企業化しているような大型の和菓子屋は 1 割程度しかないという。

本稿で取り上げた森八は、過去には拡大を目標に企業化を進めていたが、倒産の危機に直面し、それを乗り越えてゆく過程で、老舗らしさという魅力を取り戻すという選択をした。企業ではなく「家業」と言える規模での経営の継続を理念として掲げており、先に述べたように、小売店の数を大幅に減らし、利益よりも老舗らしくあることに努めている。現在の従業員数は、一人ひとりの顔と名前がわかる 150 人ほどになっている。

また、人の流れに合わせて店舗も閉店や店舗増設を行っていることや、工場移転の際に井戸の水質にこだわったこと、材料にもこだわり、毎回現地まで赴くことなども、長く在り続ける理由だろう。和菓子処金沢で最も長い歴史を持つ森八は、現在も多くの人に愛されている。

IV. おわりに

金沢市は歴史的に和菓子に親しんだ都市であり、和菓子への支出金額は 16 年間全国一の金額である。生活文化の中にも和菓子が多く溶け込んでいるため、金沢市民の生活には和菓子が欠かせないものとなっていることがわかる。和菓子屋の数も多く、市内は和菓子屋密集地となっている。また、和菓子以外の菓子への支出も大きいことや、観光客などを含めた支出金額にも注目したいがここでは調べられていない。

金沢市一番の老舗である森八は、かつては拡大のために企業化していたが、そこで生じた問題をから経営の在り方を見直し、現在は企業ではなく家業と言える規模での経営を重視している。老舗らしさ、森八らしさを軸に、創業 1000 年を目指しているのである。

参考文献

金沢市公式ホームページ - 金沢の伝統文化

<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/17003/dentou>

統計局ホームページ - 家計調査

<http://www.stat.go.jp/data>

石川県菓子工業組合 - 組合員名簿

<http://ishikawa.sweetsplaza.com/kaiin>

能登大納言産地協議会ホームページ

<http://bunanomori.com/noto-azuki/01what-is>

岡田製糖所ホームページ

<http://www.wasanbon.co.jp/history/index>

宝達志水町企画振興課 - 宝達志水町の農産物

<http://www.hodatsushimizu.jp/nousanbutsu/etc/index>

香林坊商店街の現状と展望

中村 允彦

I. はじめに

金沢市中心部には金沢城、兼六園、茶屋街など、多くの歴史的な観光スポットが集中しており、年間を通して多くの観光客が訪れる地域となっている。また、この地域には非常に多くの商店街が存在している。金沢市商店街連盟によれば、金沢市内には合計 40（平成 28 年 6 月現在）の商店街が存在しているが、このうち金沢市中心部（金沢駅・金沢城周辺）に位置する主な中心商店街としては香林坊商店街、片町商店街、堅街商店街、広坂商店街、柿木畠商店街などがあり、これらの中心商店街以外にも、曲線状の水路に沿って店舗が立ち並ぶせせらぎ通り商店街や、堅街商店街の延長的な商店街でありながら老舗の店舗も立ち並ぶなど堅街商店街とは違った雰囲気を有する新堅街商店街などの、中心商店街の延長上や裏手に位置する比較的規模の小さい商店街も数多く存在している。それぞれの商店街がそれぞれの特徴を持っており、訪れる観光客や地域住民の年齢層や訪れる目的も様々である。これらの様々な商店街の中でも、とりわけダイナミックな歴史的変遷をたどり、現在も大型商業施設や老舗百貨店が立ち並び商業の中心地となっているのが、香林坊商店街である。今回はこの香林坊商店街を取り上げ、その変遷と現状をまとめて今後の展望を考えてみたい。

II. 香林坊商店街の概要

この地に立地している店舗としては、大通りに立地する百貨店や大型商業施設をはじめとして比較的新しい店舗が多いが、内側の小さな通りには靴屋や喫茶店など歴史の長い店舗も軒を連ねている。商店街の老舗の店舗の中には、大型商業施設の中の 1 店舗として出店するという風に形を変えて存続している店もある。商業施設以外に、銀行の支店や、新聞社・放送局の支局もこの地域に集中しているが、これは金沢市の主なビジネス街である南町に隣接していることが主な理由として考えられる。

訪れる人々の年齢層は非常に幅広く、これは、比較的訪れる年齢層が高い百貨店と、若者も多く利用する大型商業施設がともに出店していることが主な理由として考えられる。金沢市中心部を循環するバスの停留所もあるため交通の便が良く、金沢駅からのアクセスも抜群であるため県外からの観光客も数多く訪れる地域となっているが、百貨店などの店舗の性質を考えると、どちらかという観光客よりも地域住民や市内・県内の他地域から買い物に訪れる人々の日常的な消費行動を支える地域になっているといえそうである。

Ⅲ. 香林坊商店街の歴史の変遷

次に、香林坊商店街の歴史の変遷について述べる。香林坊というのは比叡山の僧の名前で、この僧がこの地で商売人として成功したことから地名となったという説が有力であるようである。もともとこの地は金沢城からほど近く、江戸時代には宿場町として栄え、地の利をいかして商店も数多く立ち並ぶようになったことが、香林坊という地の商店街としての歴史の出発点である。

明治時代になると近くに旧制第四高等学校（のちの金沢大学法文学部・理学部の前身）や県庁ができ、多くの人々がこの地の近くに通勤・通学するようになったことで、学生向けのカフェや映画館が密集する学生の街に姿を変え、北陸最大の繁華街とまで呼ばれるようになった。

しかし、大正以降は片町や武蔵ヶ辻といった隣接する他の商店街に相次いで大型の百貨店が出店したことで、一気に客足が遠のくことになる。その後、1980年代になってこの地が再開発事業の対象地域となったことで大型百貨店が出店し、再び大規模商店街として発展し、1994年から2009年までの15年間、石川県内で最も路線価が高い地域となった（現在は金沢駅東口が最も路線価の高い地域である）。

このように香林坊商店街は、何度も歴史の転換点を経てその姿を変えている地域だといえることが分かる。周辺の商店街もそれぞれに栄えた時代と衰退した時代とを持っているが、この地域も大きな歴史の変遷をたどった地域であるといえるのではないだろうか。

Ⅳ. 香林坊商店街の現在の位置づけと今後の展望

前述の通り、香林坊商店街は金沢市中心部に位置する他の近隣商店街に比べるとターゲットとする年齢層にあまり偏りが無いが、周辺の他の商店街はそれぞれ訪れる層に特色を持っている地域も多いため、こうした周辺の他の地域に訪れる人を呼び込むことや、新たな魅力の創造や発信によって香林坊に新たな客足を呼び込み、リピーターの増加に繋げたいところである。

また、金沢市中心部における交通の面から考えると、香林坊には市内中心部を巡回するバスの停留所があり、金沢駅からのアクセスも非常に良いが、バスの路線ではちょうど近江町市場と金沢城・兼六園という観光の中心地の中間にあり、バスで観光する観光客にとって香林坊は通り過ぎてしまいがちな地域である（図1）。現在の香林坊は地元の人が多く集まって栄えており、その一方で観光客は通り過ぎることが多いというある意味不思議な空間になっているように感じる。この地域を観光客にとっての通過点ではなく足を止められるような地域にしていくための取り組みは、この地の大きな発展につながると考えられる。また、にし茶屋街や片町などに向かう場合には香林坊を経由することが多いため、これらの地域を訪れる人が増えることは、香林坊を訪れる人が増えることとも無縁ではない。したがって、こうした地域と連携して観光客を呼び込むことが、香林坊の発展のために重

要となるのではないだろうか。

また、金沢市中心部における近年の最も大きな変化の 1 つが、金沢駅周辺が新たな商業の中心地として著しい発展を遂げているという点である。若者向けのものを中心に、多くの店舗や大規模商業施設が新たに金沢駅周辺に立地し、県外からの観光客のみならず県内・市内の人々が日常的な買い物に利用するようになりつつある。金沢駅周辺が著しい発展を続けていくのに対し、駅から徒歩では行けない周辺商店街から客足が遠のきつつあるのもまた事実である。金沢市中心部に位置する商店街にとっては今後、金沢駅周辺との差別化が最も重要なテーマの一つとなりそうである。現在行われている取り組みとして注目されるのは、「金沢 5 タウンズ」の取り組みである。これは、2007 年から行われている、香林坊商店街・堅街商店街・広坂商店街・柿木畠商店街・片町商店街の 5 つの中心商店街が「金沢 5 タウンズ」と称し活性化を図る取り組みである。周辺の商店街との連携によって魅力を発信していくことで、より存在感を高めていく狙いがあるようだが、こうした取り組みが今後ますます重要になっていくものと考えられる。また特に香林坊商店街においては、比較的固定のターゲット層を持つ百貨店や、金沢駅周辺には出店していない店舗を多く有しているという点で、他の地域にはない強みを持っているといえる。こうした強みを最大限生かしていくことが求められる時代に突入しそうである。

V. おわりに

香林坊商店街の概要、歴史的変遷と現在の位置づけを様々な面からまとめ、今後の展望について考えてきた。香林坊商店街は他地域の発展や公共施設の建設による人々の生活圏の変化など、様々な歴史的な転換点を迎え、そのたびにさまざまに姿を変えてきている。そうした歴史をみたときに、商業の中心地としての金沢駅周辺が大きく発展している現在もまさに 1 つの転換点といえるのではないかと私は考える。この転換点に対し、どのように向き合うかが今後数十年のこの地域の行く末を大きく左右するということになるのではないだろうか。

また、2015 年 3 月に北陸新幹線が金沢まで開通したことによって、金沢は関東をはじめ他地域からの人の往来が一気に見込める時期に差し掛かっている。金沢市中心部は、これによる観光客の増加がまず見込める地域である。この時期を生かし、観光客を呼び込むことが非常に重要だと考えられるのだが、北陸新幹線の観光への影響を考える上で重要なポイントとして挙げられるのが、2023 年には北陸新幹線が金沢からさらに敦賀まで伸びる予定であるという点である。金沢駅が新幹線の終着駅でなくなれば、金沢を 1 泊せず日帰りで観光して通過することが今まで以上に容易になる。金沢駅周辺ではそうした事情にはさほど影響を受けることはそれほどないと思われるが、駅からの徒歩圏内ではない香林坊商店街のような地域においては、金沢駅が北陸新幹線の終着駅である間にいかに新たに訪れる観光客を呼び込み、リピーターとすることができかが重要になるのではないだろうか。



図1 金沢市中心部の観光地におけるバスの路線図（金沢市観光協会 HP より）
 (http://www.hokutetsu.co.jp/media/tourism_bus/rosen_map20161008.pdf)

金沢箔生産の立地

平田 真梨

I. はじめに

日本の箔生産において、金沢県はシェアの 99%を担っている。昔は京都府、滋賀県、東京都、会津若松などの地域でも生産されていたが、現在は石川県や会津若松の一部の地域でしか生産されていない。石川県における箔打ちは、加賀藩祖・前田利家が 1593 年に七尾で金箔を、金沢で銀箔を打つように命じたことから、16 世紀末には行われていたことが明らかになっている。1808 年に金沢城の二の丸が全焼し、その再建のため大量の金箔が必要となり、藩は幕府に願い出て京都から職人を招いて金箔を作らせた。その後京都に金箔生産の修行に行った人が金沢に帰って習得した技術を同業者に伝え、1856 年には金沢に箔の細工場が作られるなど箔打ちが盛んに行われるようになった。

現在ほとんど石川県のみで箔生産の伝統が残っている要因としては、箔打ちに用いる水が手に入りやすい、湿度が高い、金沢の人は粘り強い気質があるといった特徴や、前田利家が文化を保護したという歴史的背景があげられる。

金沢における箔生産は昔から分業制をとっており、企業で行っているほか個人で生産しているところもあり、その多くは石川県箔商工業協同組合という組合に加入している。組合は現在、販売部¹、澄部、縁付部、断切部、銀箔部の 5 つの部に分かれている。いずれの部でも平均年齢は高くなっており、販売部から 63 歳、61 歳、63 歳、66 歳、76 歳である。過去には洋箔部もあったものの現在はなくなってしまい、銀箔部も職人が高齢であることもあり、現在はわずかしかなかった。今回は組合に入っている個人、団体のみを調査対象とした。

第Ⅱ章では金沢箔の生産量、生産額、生産人口についてグラフを用いながら述べ、第Ⅲ章では、金沢箔²の大部分を占める金箔を例に、箔の生産工程を示す。第Ⅳ章では、金沢箔生産の立地を生産工程別を示し、第Ⅴ章ではそれまでの章の内容を踏まえて今後の課題を示し、まとめとする。

Ⅱ. 金沢箔生産の概観

図 1 によると、事業者数は減少傾向にある。最も多いのは 1976 年で 363 社であり 2015 年には 94 社で最小になっている。1977 年には 338 社と急激に減ったものの、次の年には 358 社に増加した。従事者数は事業者数に比べ波があるものの、減少傾向がある。最も多い

¹ 販売に特化せず、同時に生産も行うところもある。

² 石川県内で生産されている金箔、銀箔、洋箔などの箔の総称。

のは事業者数と同様に 1976 年の 1754 人となっているが、2 年後の 1978 年には急激に減少し、1322 人となっている。2000 年代は減少を続け、2011 年で最小の 578 人になったが、2013 年には 685 人と、前年の 581 人に比べ、100 人以上増加している。2013 年に事業者数は減少したものの従事者数が増加しているのは、日光東照宮の金箔貼り換えのために金箔が約 30 万枚必要になり、人手不足を補うために人員を業者の中で増やしたからである。このときの人員には昔金箔を生産していた高齢の職人が呼ばれた。第 I 節で示したように平均年齢はどの部でも 60 歳以上と高齢であるため後継者の心配がされている。跡継ぎで金箔を生産する人はいるものの、難しくしんどい作業であることもあり、新規参入者はほとんどいないのが現状である。文部科学省から賞をもらってからは金箔生産の技術を教える、習う体制が整えられ、新規参入者には 3 年間の補助金がもらえるようになった。

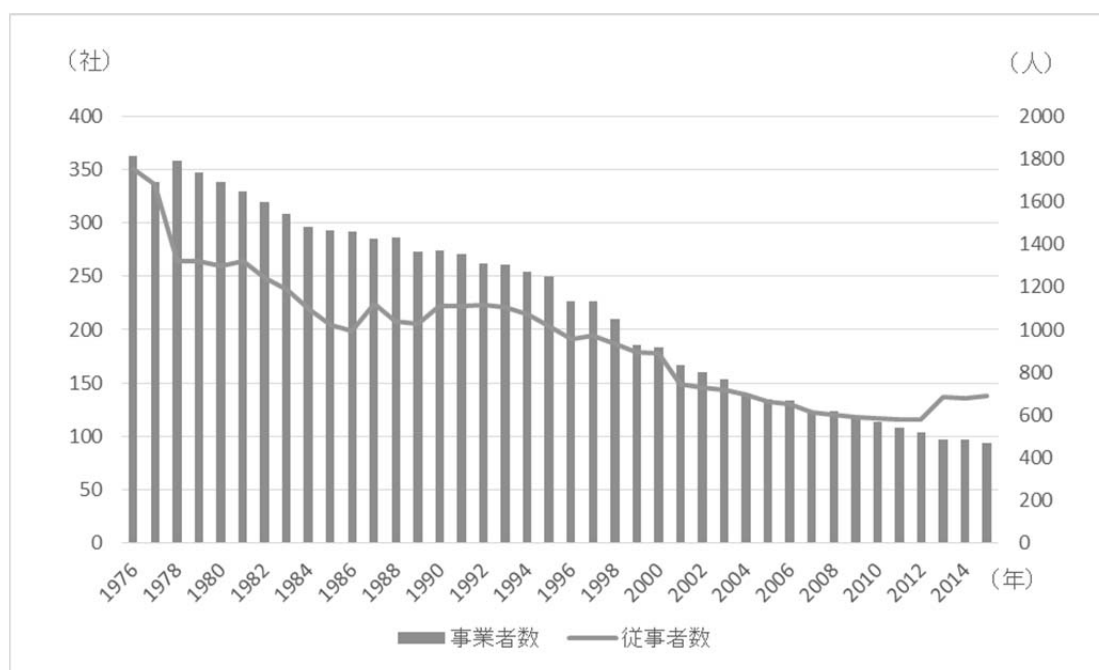


図1 金沢箔生産における事業者数、従事者数
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成

図2によると、金箔の生産金額は増加し続け 1980 年には 98 億 1000 円となるが、その後減少する。1986 年に再び急増して 96 億 3600 万円となり、その 4 年後の 1990 年に 136 億 2600 万円で最大となる。これは、1986 年から 1990 年にかけてのバブル経済期には仏壇仏具業界も回復し高級な大型仏壇などがよく売れたからである。一時的に増加した金額もバブル崩壊とともに減少を続け、2008 年には 20 億 5400 万円 で最小となったが、2009 年からは少しずつ増加している。図3によると、金箔の生産量は 1994 年に最大の 1 億 206 万枚であり、その後減少を続けている。2007 年からは約 2000 万枚と横ばい状態であり、2014 年には 1896 万枚で最小となっている。バブル経済期には金箔の需要があったものの、現在は

あまり需要がないために生産量が減少した、人手は足りている。

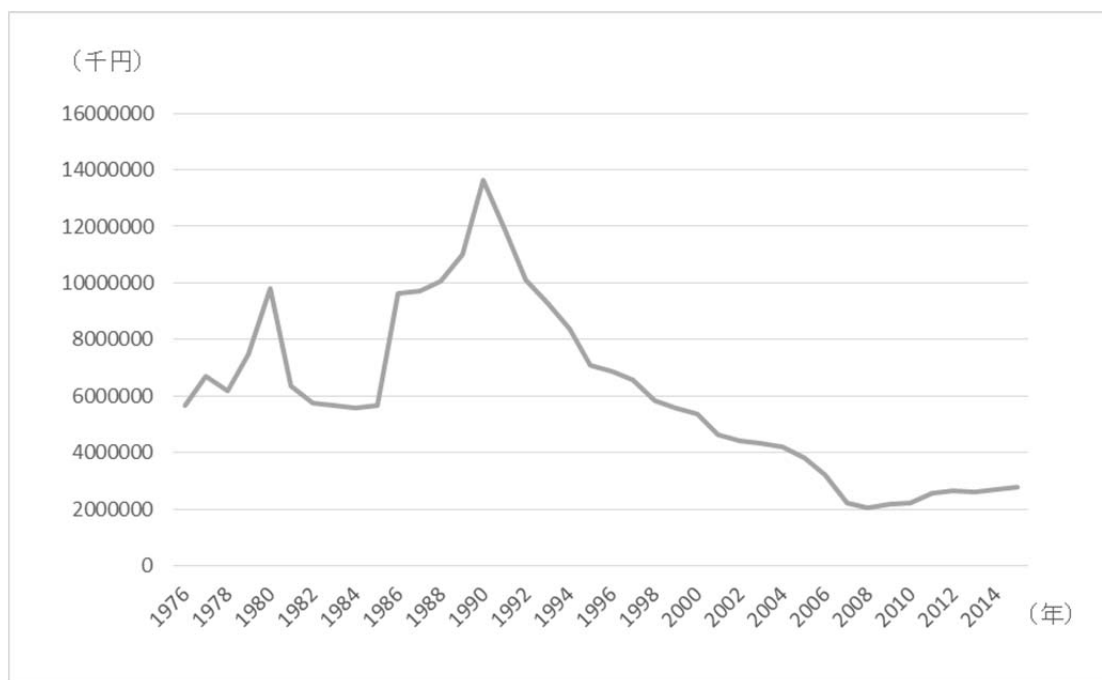


図2 金沢箔の生産金額
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成

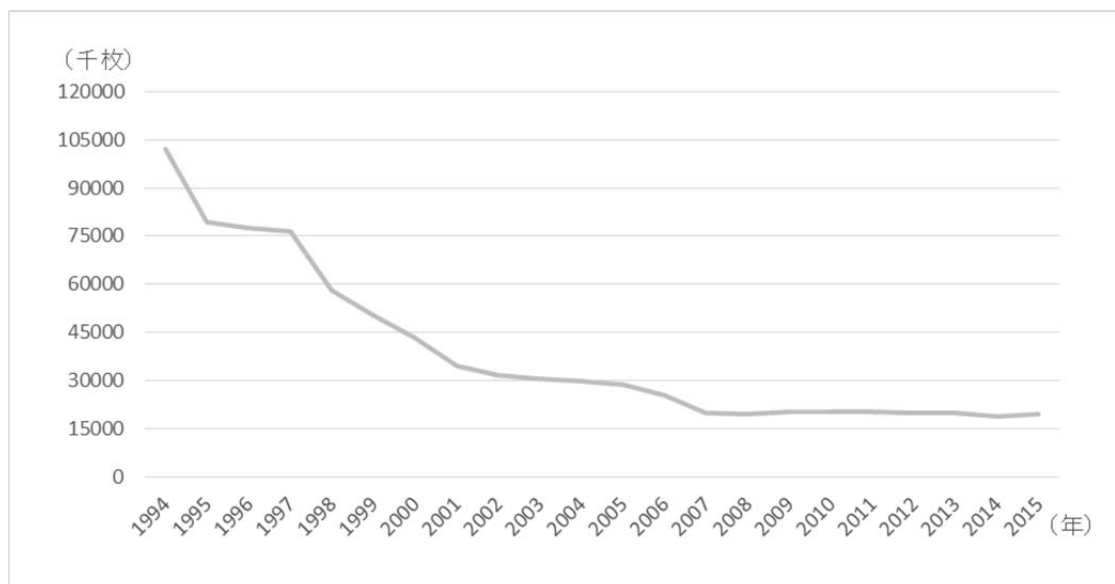


図3 金沢箔の生産数量
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成

Ⅲ. 金箔の生産工程

金箔の生産は、販売部が金箔生産の依頼を受けてから始まる。販売部は必要な金箔の量を職人に伝える。その後、日本で貴金属を販売する業者から購入した原材料を澄部の職人が金合わせ、延べ金、コッペ作り、渡し仕事、澄み切り・引き入れの5つの工程を行い、縁付部または断切部に引き継ぐ（図4）

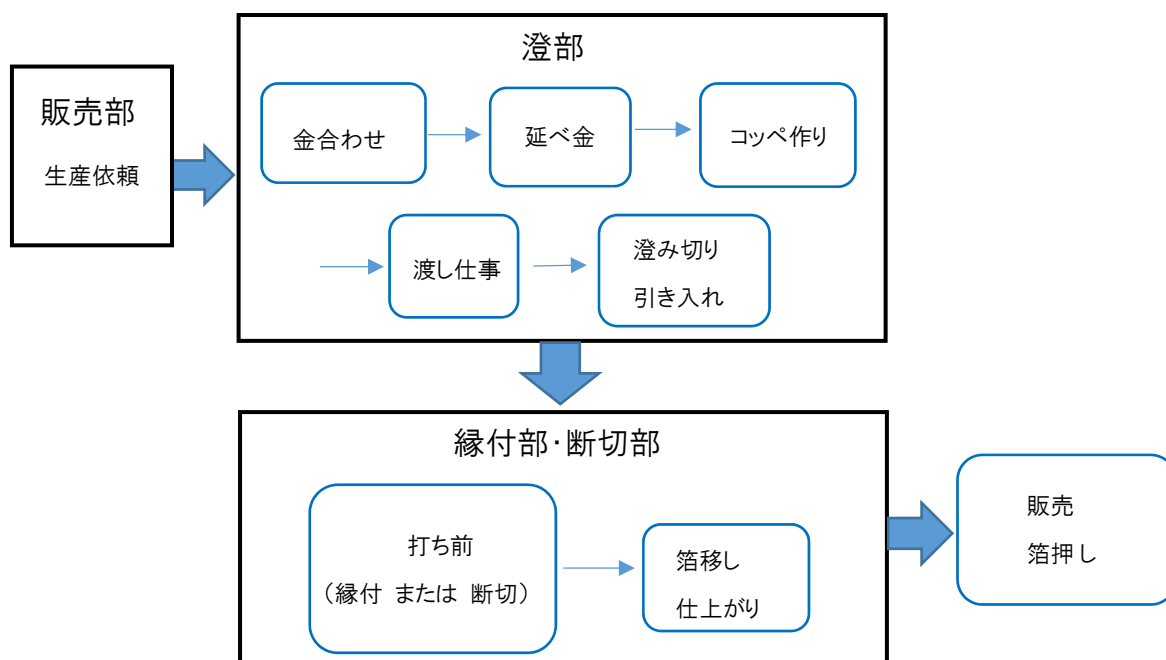


図4 金箔の生産工程

石川県商工業共同組合提供資料より筆者作成

縁付部と断切部には金箔を生産する際に用いる箔打紙に違いがある。前者で作られる縁付金箔は、400年にわたって作られている方法であり、藁灰汁、柿汁、卵白の混合液に浸して絞り込みの済んだ箔打紙原紙³を紙仕込み専用の打ち機で打ちたたき、1枚1枚ほぐしを繰り返して作った箔打紙を使用する。箔打ち紙⁴には仕込みが必要なので、金箔を延ばすのと同進行で仕込む。後者で作られる断切金箔は、量産のために考えられたここ4～50年の方法で、グラシン紙を購入し、表面に炭をつけたものを手間のかかる箔打紙の代わりに使用する方法である。また、縁付金箔の生産は金箔全体の20%を占め、高級なものや文化

³ 現在は兵庫県の名塩から土入りの箔打紙を特別に作ってもらっている。

⁴ 冬に作りだめすること多い。箔打ちをしたときに箔に光沢がなくなると新しいものと取り替えるが、10回以上は使える。使えなくなったものは京都の芸子さんに売ったり、あぶら取り紙として再利用したりする。

財に用いられるが、断切金箔は80%を占め、手軽なものに用いられることが多い。

澄部で行われる金合わせとは、溶解炉で金地金と少量の銀、銅の地金を1300度くらいの高熱で溶解し、定型の金合金をつくる工程で、延べ金とは、成形された金合金をロール圧延機にかけて約100分の5～6ミリの厚さまで圧延する工程である。圧延された延金を6センチ角に裁断し、コップを作る。コップを箔打ち紙に1枚ずつ挟み、袋革で包み、澄打機で打ちのばしていく工程がコップ作りである。打ち延ばす際に、澄打紙を次第に大きな紙に移し替え、(5回)約20センチ角、厚さ1000分の1～2ミリまで打ち延ばすのが渡し仕事である。最後に仕上り澄を11、12の小片に切り、仕込み終わった箔打ち紙に挟み、1800枚を1パックとして袋革に包む。できた箔は次の部に直接手渡しする。

縁付部・断切部で行われる打ち前は、袋革に包まれたパックを箔打機にて3分間打ち、15分間冷ます作業を数十回繰り返して厚さ10000分の1ミリまで打ち延ばす工程である。その後打ち上がり箔を革板の上で竹枠にて規格サイズに一枚一枚裁断し、間紙に一枚ずつ挟み、100枚ごと糸でからげる箔移しの工程を経て金箔の仕上がりである。仕上がった金箔はきちんと防水をした専用の箱に入れて郵便で送った後、加工、販売されたり、全国各地の箔押し職人⁵によって神社や仏閣などに貼られたりする。

IV. 金箔生産の立地

2006年の金箔生産における立地を見ると図5より、販売部31か所はすべて金沢市に立地している。そのうちの29か所は北陸自動車道よりも南側に位置している。澄部11か所も販売部と同様に金沢市にすべて立地しており、そのほとんどが北陸自動車道や金沢駅付近にある。縁付部23か所もほとんどが金沢市にあるが、一か所だけ金沢駅から約50km離れた石川県羽咋市の北陸本線付近に位置しているものがある。断切部38か所はほとんど金沢市内に位置しており、約半数は北陸自動車道に沿っている。一か所のみ河北郡の富山県との県境付近にある北陸自動車道付近に位置している。銀箔部6か所は金沢市内の大きな道路付近が多い。洋箔部2か所はどちらも金沢駅付近に立地している。2006年はほとんどの部で北陸自動車道の南側に集中している場所がみられる。また、ほとんど金沢市内にあるが、それ以外の場所にあるものも交通の便が良い場所に立地している。

2016年の金箔生産における立地について見てみると、図6より、販売部23か所と澄部8か所の立地は2006年と大きく変わっていないが、規模は小さくなっており、いずれも金沢市内で生産されている。縁付部は20か所と減少したものの、2006年に比べてより広範囲で生産されるようになっている。金沢市のほかに富山県小谷部市に一か所と石川県の河北郡に2か所、白山市に一か所、野々市市に一か所ある。断切部27か所はすべてが金沢市内にあり、2006年で北陸自動車道に沿っていたものの半数がなくなっているが、海付近に2か所増えている。銀箔部5か所の立地は2006年とほとんど変わっていない。

⁵ 素材の各部分に漆などの接着剤で一枚一枚丁寧に箔を貼る職人。

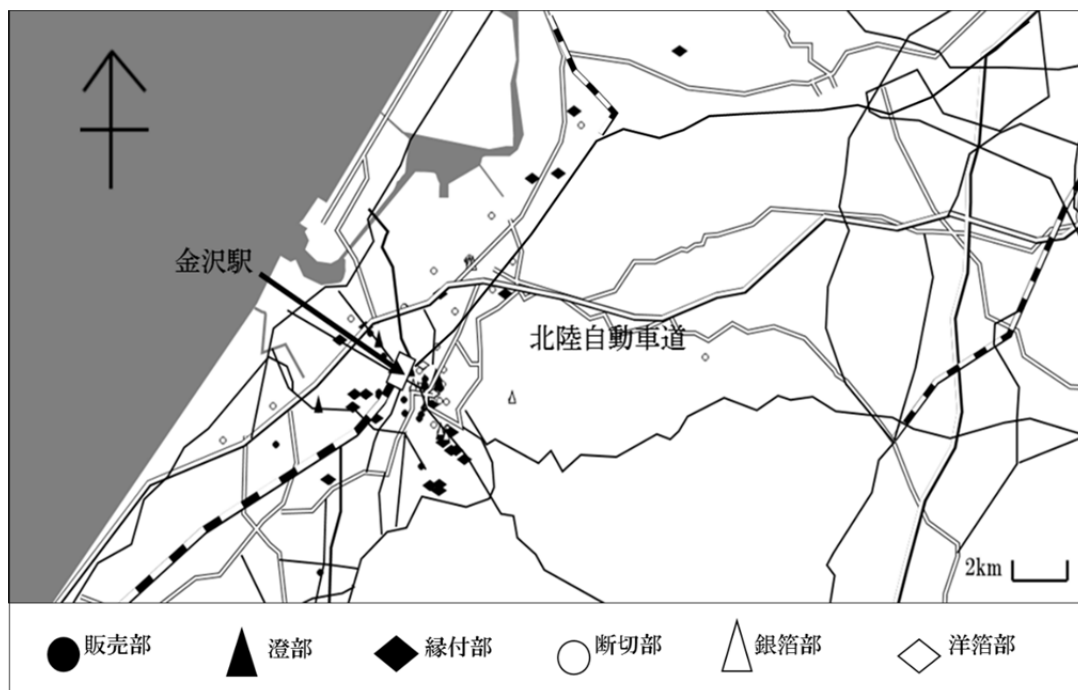


図5 2006年 金沢箔生産の立地
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成

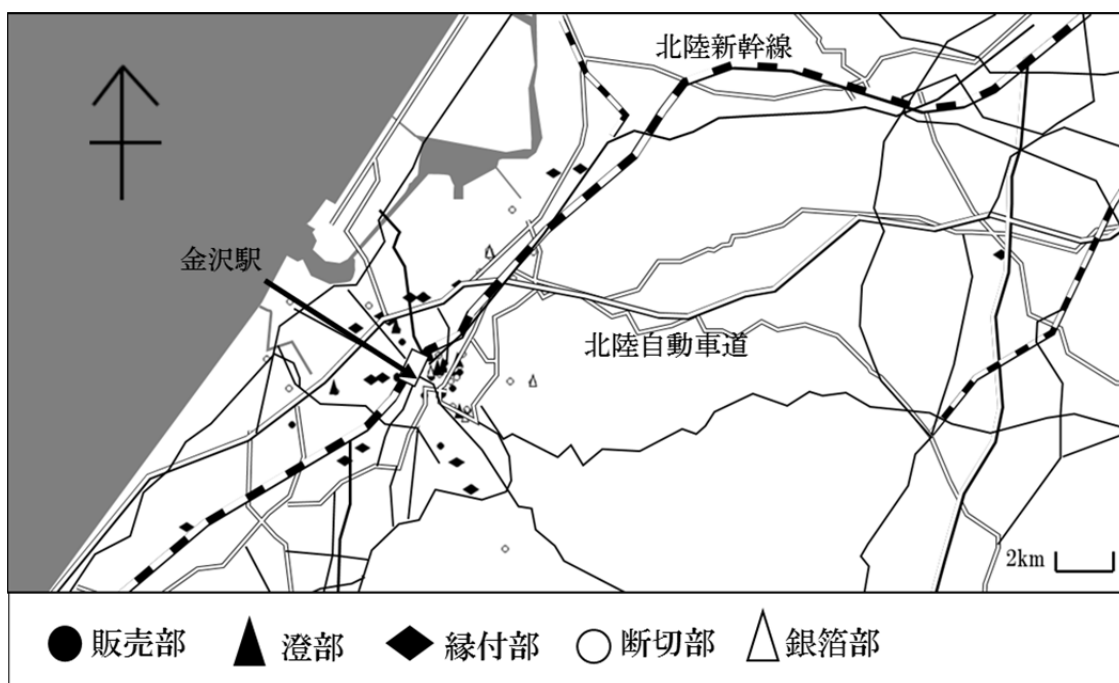


図6 2016年 金沢箔生産の立地
石川県箔商工業協同組合提供資料より筆者作成

全体的に金沢市内で箔生産をすることにより、澄部と縁付部、断切部間で金箔生産を引き継ぐときは直接手渡しをすることが可能である。また、遠くにある部も電車でのアクセスがしやすい場所に立地している。公害問題に伴って騒音規制法が1968年に施行され、箔打ち機の振動が法の対象となってからは金沢市郊外の福久町⁶で作られたり、街中では地下に防音室を作って箔打ちをしたりするようになった。金沢市を中心に箔生産を行うことで引き継ぎの時間やコストが削減され、効率の良い生産が可能になっている。

V. おわりに

本稿では、まず石川県では箔打ちに用いる水が手に入りやすい、湿度が高い、金沢の人は粘り強い気質があるといった特徴や、前田利家が文化を保護したという歴史的背景により箔打ちの伝統が受け継がれ、現在では箔打ちのシェアの99%を担っていることを述べた。箔生産は現在、販売部、澄部、縁付部、断切部、銀箔部の5つの部による分業制により生産されており、事業者数、従事者数は減少傾向があり、生産金額はバブル経済期により一時的に増加するものの現在は横ばい状態である。生産数量は減少し続け、現在は横ばい状態である。生産量は追いついているが、高齢化による後継者問題が懸念されている。

販売部の依頼により、日本の業者から貴金属を購入した後、澄部によって金合わせ、延べ金、コッペ作り、渡し仕事、澄み切り、引き入れが行われる。縁付部、断切部はどちらも多くが金沢市内に立地しており、遠い場所でも交通の便が良い場所にあるため直接手渡しして箔打ちを引き継ぐ。引き継いだ箔は縁付部、断切部によって打ち前、箔移し、仕上りの工程を経て仕上がる。仕上がった金箔はきちんと防水をした専用の箱に入れて郵便で送った後、加工、販売されたり、全国各地の箔押し職人によって神社や仏閣などに貼られたりする。金沢市を中心に箔生産を行うことで引き継ぎの時間やコストが削減され、効率の良い生産が可能になっている。

本稿は金沢箔生産の立地を中心に考察したが、金箔生産の立地の変化の過程については考察できなかった。また、職人の高齢者問題についてほとんど触れられなかったのが、今後の課題としたい。

⁶ 箔打ちが盛んにおこなわれていたため、箔団地とも呼ばれる。

参考文献

加藤明（2009）金沢箔の変遷：断切技術出現過程を中心とした予備的考察 北陸地域研究, 1(1): pp. 44-55

金沢まちづくり市民研究機構 7C グループ研究成果報告書（2010）歴史都市・金沢にふさわしい職能を活かしたまちづくり pp. 23-25

金沢市立安江金箔工芸館公式 HP <http://www.kanazawa-museum.jp>

石川県における佃煮生産業

溝 奈々実・松本 あすか

I. はじめに

石川県では数多くの伝統産業が存在し、金箔や加賀友禅、輪島塗等、大切に先祖代々継いで来た伝統工芸品がある。加賀百万石といわれた加賀藩では、文化を育て上げ、そこにはお茶文化も存在している。歴史や伝統の裏には食文化も生まれ、そうして築いてきた文化の後に、清酒や味噌、醤油等の発酵食品や菓子類等、その他多くの加工食品も存在している。現在石川県で盛んなものの1つとして、食品加工業がある。そこで今回加工産業の1つである、佃煮生産業に関して調査した。平成20年3月に発行された、『石川県食品産業戦略』（石川県商工労働部産業政策課）の中でも佃煮産業が取り上げられ、今後の食品産業のブランド化において無添加・健康食品の位置づけの1つとしても挙げられている。

本稿では、石川県における佃煮産業の変遷や佃煮の生産過程、さらに全国における佃煮産業との比較をしながら進めていきたい。また、今回は石川県で佃煮産業を長年営んでいる「佃の佃煮」を例に挙げながら全国との比較をしていく。はじめに、これまでの佃煮産業の変遷、次に佃煮の生産過程について、最後に佃煮産業の現状・今後の展望について述べていく。

II. 変遷

1. 金沢佃煮の歴史

石川県における佃煮生産業の変遷を辿っていく。そもそも江戸幕府の命により、現在の大阪、摂津の佃村から江戸のある土地に移住した漁民たちの地名がのちのち「つくだ島」と呼ばれるようになってから始まる。佃島の人々は採れた魚を納めたり、売買したりすることで生活をしていたが、やがて余った小魚を醤油で煮て保存する方法が発案される。海が荒れることにより不漁の日には保存食として、佃島の人たちは食していた。そうして当初は自家用の惣菜としての役割だった佃煮が、一般の人々の手にもわたるようになり、「佃煮」が世間一般的なものとして重宝された。

その中で、石川県金沢市において佃煮産業が広まったのは、藩政時代の参勤交代において、江戸から伝わってきたことが始まりとなっている。佃煮を江戸土産の1つとして国に持ち帰っており、その佃煮文化が加賀藩に伝わっていった。伝わった佃煮が、加賀藩においてより口に合う味付けにと試行錯誤した結果が、「金沢佃煮」である。金沢佃煮は、江戸発祥の小魚佃煮だけではなく、地元の特産品であるくるみ煮やごり煮といった独自の味が開発され、金沢の伝統的な食文化の1つとして全国に広まっていった。

2. 石川県金沢市での特徴的な佃煮

①「ごり佃煮」

石川県民以外にはあまり馴染みのない「ごり」。無理矢理押し通す「ごり押し」という言葉の由来はここからである。水中の石の下に隠れている鮎を、砂石を動かし追い出すように獲ったことから「ごり押し」という言葉が生まれている。佃煮、から揚げ、鮎汁として親しまれてきている鮎には、ハゼ科やカジカ科などの多くの種類が存在し、地域ごとに様々な名前がある。

②「くるみ煮」

くるみをじろあめなどで甘く炊いた「くるみ煮」は、金沢の祭りや祝いの膳、和食店での箸休めの一品などに登場する。まろやかな甘みが香ばしいくるみと調和し、見た目はお菓子のようなが醤油の風味がかすかに漂い、ご飯のお供にもぴったりである。サクサクとしたくるみの歯触りも特徴で、お茶請けとして味わうことも多い。

くるみは、漢字では普通「胡桃」であるが、金沢では親しみを込めて「久留美」と書いている。久しく美を留め、花嫁がいつまでも美しくあるようにという願いも含め、婚礼用として用いられてきている。

くるみの木は5、6月に開花し、やがて仮果と呼ばれる実を付ける。そのなかにあるのが核果であり、一般的によく見られる茶色の堅い殻である。殻を一つ一つ丁寧に手作業で割るには熟練の技が必要であり、現在も手作業により殻を割る職人が金沢には存在している。しかし、用途によっては手作業だけでなく、機械を用いて殻を割る過程もあり、手作業と機械をうまく使い分けている。

Ⅲ. 生産過程

1. 一般的な佃煮の製造工程

佃煮は原料や加工方法に地域独自の好みと慣習が影響し、多くの種類が製造されているが、一般的な佃煮の製造工程は、原料→洗浄→水切り→異物除去→選別→計量→加熱(煮熱)→液きり→冷却(放冷)→包装→保管(冷凍・冷蔵)である。

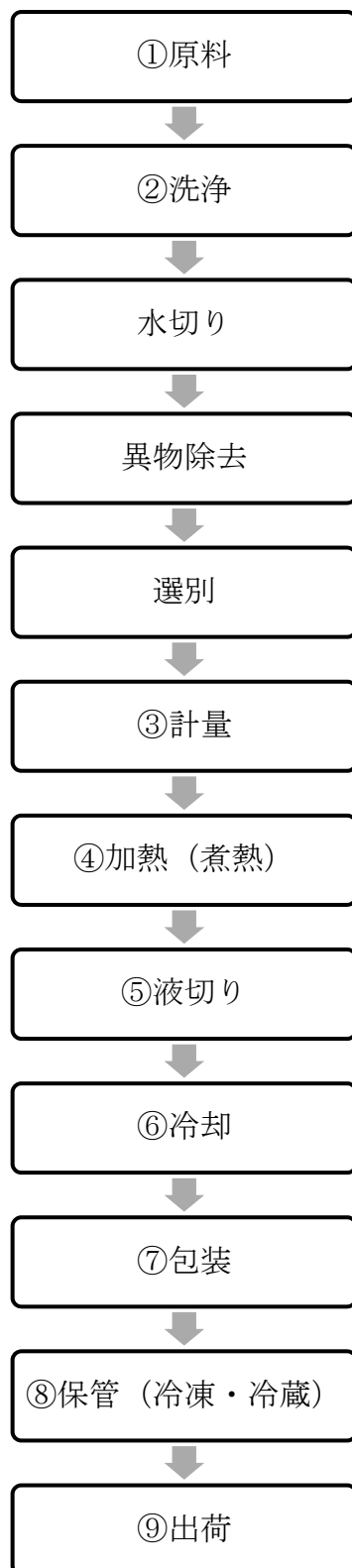


図1 一般的な佃煮の製造工程

①原料

原料には、鮮魚、冷凍魚、煮干、素干しなどが用いられる。いずれも鮮度がよく、形の整ったものであり、かつ異物混入の少ないものがよい原料と言える。煮干、素干しを原料とした場合は、目視で異物を取り除くほか、金属探知機やX線を使用することもある。一方、冷凍魚の場合は、自然解凍して使用する。

②洗浄

鮮魚や冷凍魚の場合、原料を水で洗うことにより、鱗や表皮に付着した異物を洗い流すとともに、異物を比重差で除去する。

使用する用水については水道法でいう飲用適の水（水道水または衛生的に水道水以上の水）を使う。井戸水については水道水の基準に沿って年に二回以上の食中毒菌や一般生菌数などの細菌検査、また化学検査を行い、安全性を確かめなければならない。井戸水の殺菌には、次亜塩素酸ナトリウムを自動滴下装置などで末端（蛇口）の遊離残留塩素濃度が0.1ppm以上を保持することが必要。また、貯め水には細菌の汚染や増殖、また化学物質の混入が懸念されるので特に注意が必要である。

③計量

原料および副原料を正確に計量し、調味液を配合します。繰り返し使われて甘みのこなれた調味液（差し液）を加える場合もある。これらの計量記録を残すことも検討事項やクレーム処理などに利用するため大切な仕事になる。また、食品衛生法で使用基準のある保存料・ソルビン酸は、佃煮1kgに対してソルビン酸として含まれる量が1.0g以下として規定されているので、計量や混合に際しては正確さが要求される。

※砂糖は、一般に中白といわれるやや黄色みがかかった砂糖が使われる。砂糖は甘味料としてだけでなく、製品に光沢を付与し、日持ち向上の水分活性に関与する。

また、吸湿性があるので乾燥した場所（湿度約70%以下）で保管することが大切である。

水飴は、一般に糖質85%、水分15%で、甘みは砂糖に劣るが、さわやかな甘さや、つややかな粘着性を調味と物性に利用する。また、水飴のほかに蜂蜜やソルビット（糖アルコール）なども利用することがある。

④加熱（煮熟）

原料、調味液を煮釜に入れて加熱する。調味液濃度が高いため、沸点が上昇し、煮熟温度が100℃を越える温度になり、煮熟終了時の残存細菌は極めて少なくなる。しかも水分活性が低いため保存性に優れている。先の計量・配合とともに加熱によって製品の安全性を高める工程として衛生面および調理面における重要な管理工程として取り扱われている。煮熟方法としては、次のようなものがある。

・煎りつけ煮

あらかじめ調理した糖の高い調味液を少量、釜に入れ加熱沸騰させ、この中に原料を入れ、液が原料に浸透したら引き上げて冷却させる。

・浸漬煮

事前に水炊きして十分水分を含ませて原料を熱い調味液の中に入れ煮熟する。

・浮かし煮

水、寒天、醤油、砂糖、水飴などで調味した煮液を沸騰させ釜に入れ、一定時間煮た後煮汁を振り切り、冷却する。またこれに別途調整しておいた濃厚なかけ汁をからませる場合もある。

・甘露煮

魚を素焼きにし、梅酢などの酸液の中で骨が軟らかくなるまで煮る。これに水飴、砂糖、醤油などを加え味がしみこむまで煮熟する。

⑤液きり

浮かし煮などは、煮熟後直ちにざるにとり高温の調味液を振り切る。大型のステンレス板に入れ、傾斜をつけて行う場合もある。

⑥冷却

自然の冷氣や大型扇風機で品温を室温まで降下させる。冷却は落下菌防止のため、短時間で行う。冷却後にステンレス板全体を網などで覆い、異物混入を防ぐこともある。

⑦包装

包装形態は、小売用がトレーラップや深絞り包装等で行う。これらは手作業あるいは、自動包装機で100 g程度の製品を包装する。業務用では製品1～2 kgをハترون紙袋などで包装する。この際、製品の色調が濃いため目視による異物の検出は難しいことから包装後、金属探知機を使用することもある。

⑧保管（冷凍・冷蔵）

一般に佃煮類は製造即出荷ですが、糖分濃度が高いため冷凍による原料の変性が極めて少ないと考えられている。このことから、製品を冷凍保管することで生産を調節できるようになった。

⑨出荷

佃煮類は常温流通が一般である。しかし、最近の消費者の嗜好は低塩・低糖の要望が強く、低塩・低糖の製品は水分活性の上昇で、日持ちの低下が懸念される。このような製品は10℃以下の流通が必要になってくる。

2. 佃食品の例

①原料

佃食品では原則として金沢→石川→北陸三県→日本国内→世界という優先順位で原料の調達をしている。フナなどの魚介類は、かつては近くにある河北潟で採れていたが、干拓により採れなくなったため現在は市場を通して瀬戸内海の魚や北海道の昆布などを使っている。また、使う魚の種類自体もフナからワカサギへ、そこからさらにコウナゴ（イカナゴの稚魚）や3～5cmほどのイワシの稚魚へと大き目の魚から小さい魚を使うように変わっている。魚は金属探知機にかける。どのメーカーからどんな異物が混入されていたか記録し

ている。

石川県の佃煮の特徴である「くるみ煮」のくるみは、金沢近郊では白山麓が主な産地で、鬼くるみや姫くるみが代表的な品種である。洋くるみに比べて脂質が多く、必須脂肪酸のリノール酸を含むなど栄養豊富で、薬用植物としても知られている。白山の鬼くるみは白山比咩神社から加賀藩主への贈答品の一つだったことから、「献上くるみ」の呼び名もある。天然で崖でしか木が育たないためとるのが危険だが、採取者の高齢化が進んでいるため採れ高は少なくなっている。また、くるみは手作業で割られている。国内産のくるみでは使用量がまかないきれないのでアメリカから輸入しているくるみも使用している。アメリカのくるみは、平地に栽培されくるみがなると下にネットを張りブルドーザーで木を揺すって取っている。アメリカから日本に輸入されるくるみは 0.5%まで異物混入が許可されており、X線や金属探知機を通して意味がないので下の写真1のように人が手作業で異物を取り除く。

また、調味料にもこだわりがあり、磯部理念に基づく食品づくりをしているものを中心に食品添加物を使用しないものだけを使用している。

②洗浄

魚は上述のように洗浄している。くるみは洗浄の必要がない。

③加熱（煮熱）

魚をふっくらと炊き上げるために、炭火焼にこだわっている。使用する釜は回転式の小さなサイズの釜を使用している。焦げ付きを防止する為に蒸気釜で丹念に炊き上げる。大小合わせて32の釜があり、12人の男性社員が担当している。人ごとに生産量が決まっていて時間や計画、実績がホワイトボードに書いてある。1日の合計の生産量は平均2,000kgであり、見学させていただいた日も2,300kgであった。これは3年前から変わっていない。稼働日数は月に20日。デジタル糖度計等の機器を使用し、炊き上がった商品が安定した美味しさになるようにしている。商品を製造する際に毎回釜を洗浄し、その後に新しい調味料を配合し、製造している。当たり前の事の様だが、佃煮製造現場の多くは佃煮の製造を行う際に炊き上がった原料をすくい上げ、その後に新しい原料を入れて調味料を継ぎ足して佃煮作りをおこなう。

④包装

下の写真3の様に小売用と業務用があり、小売用は人が手作業でおこない、業務用2kgのものや16kgのものを機械が詰めて包装している。包装後、X線・金属探知機にかける。NGが出たものは避けられてチェックされる。製造の場でもだが、衛生管理が徹底していて、入る前に消毒や風やローラーを使ったホコリ取りが必要で、2重扉になっており、片方が閉まらないともう片方が開かない様になっている。

⑤出荷

下の写真5、6のように包装後の商品を詰める段ボールには2種類あり、社名が入ったものと入っていないものである。社名が入っていないものは納品先の会社が自社の名前でリパックし売っているところもある。



写真1　くるみの異物確認・除去



写真2　釜



写真3. 4　梱包



写真5　金属探知機とX線



写真6 社名ありダンボール



写真7 社名なしダンボール



写真8 保管庫



写真9 エアシャワー

IV. 現状と今後の展望

1. 現状

干拓により原料採りづらくなったことや、人々の食生活の変化により佃煮を食べることが少なくなった。100gで400円ほどの佃煮を買うよりは、同じくらいのお金でおかずになるお肉を買う人の方が多いだろうとお話を伺った佃食品株式会社の直井さんはおっしゃっていた。今残っているのはフジコぐらいであろう。佃煮業界自体が衰退していている。石川県でも、佃食品株式会社創業当時の昭和21年には40社ほどあった佃煮製造会社は、昭和47年ごろの干拓によりフナやワカサギ、シジミなどが採れていた現在の河北潟である蓮湖・大清湖が埋まってしまい、原料が取れなくなったことや、人々の食生活の変化により需要がへてしまったことによって減少した。ここ2年の間にも2社廃業した。現在残っているのは組合に入っている4社と入っていない1社だけである。組合に入っている4社のうちでも佃食品以外の3社は、現在はパッケージだけを作っているところや、佃煮でなく漬物が中心のところ、小売を持っておらずスーパーへ卸すものだけを製造しているところである。他の社が廃業したことにより佃煮の製造が増えているが、佃食品も佃煮自体は売り上げの50%でしかない。佃煮だけで営業するのは厳しいことがわかる。新幹線の開通により売り上げが3倍になったそうだが、それは長くは続かない。興味本位で金沢にやってきた人の適当なお土産になるのではなく、リピーターやこれからくる金沢を本当に知り

たい人にいかに買ってもらえるかが重要になってくる。

2. 取り組みと今後の展望

他の佃煮との差別化を図るため、佃食品では無添加無着色にこだわっている。近年、商品に原材料を書くことが義務付けられており、その原材は使用料の多い順に書かれているため、真似をして作ることがたやすくなった。しかし、無添加にこだわることにより真似されにくいのである。30年ほど前に「良い食品を作る会」に入ったことがきっかけであった。これは「磯部理念に基づく食品づくり」をする会である。磯部理念とは1950年代から真の食品づくりのあり方を提唱し続けた磯部晶策しの著書『食品を見分ける』（岩波新書）によるもので以下の条件に集約されます。

良い食品の4条件

- ・ 安全で安心して食べられること
- ・ ごまかしのないこと
- ・ 味の良いこと
- ・ 品質に応じた買いやすい価格であること

良い食品に携わる者の資格4原則

- ・ 原材料の厳選
- ・ 加工段階での純正
- ・ 一徹で時代環境に曲げられることのない企業姿勢
- ・ 消費者との関係の重視、つまり99%消費者という立場の自覚

佃食品はこれに基づいた食品づくりをしていて、使用する調味料も会に入っているところの者や添加物を使っていない、こだわって作ってあるものしかつかっていない。例えばだし大豆醤油を使うのではなく、丸大豆醤油を使うなどである。

また、フードベンチャーといって商品開発にも力を入れている。佃煮を使ったものだと、割れてしまったくるみを、くるみをかたどった最中の皮で包んだお茶請けの「加賀の白鵬」や、ちりめんや昆布などの佃煮を最中に挟んであり、手で割ってご飯にのせてお茶やお湯を注ぐだけで簡単に美味しいお茶漬けができる「器茶漬け」などがあります。



写真10 加賀の白鵬



写真11 器茶漬け

資料：佃食品株式会社ホームページより

石川県立大学などと協力して佃煮以外の商品も多く開発している。加賀野菜を使ったプリンやスープ、クッキー、石川県産のイチジクやイチゴを使った寒天、地元の食材をふんだんに使った金沢カレーなどがある。それらは、企業に依頼し機能性を調べるなどをし、有効的な食材の利用方法を探っている。石川県の食材を活かした商品開発には石川県からの補助金がでるため、今後も商品は増えていきそうだ。



写真 1 2 佃食品株式会社パンフレット

日本国内の百貨店だけでなく、アメリカなど海外の展示会や商談会にも行っているが輸出するとなると値段が3倍ぐらいになり、試しに買ってみようという値段ではなくなってしまったため現時点ではなかなかうまくいっていないようだ。しかし、シンガポールなど醤油文化があるところではスーパーで売っている場所もあるそうなので、今後広がっていくことを期待したい。

V. おわりに

石川県の佃煮産業の変遷や特徴、現状や取り組みについてみてきた。くるみやゴリの佃煮が石川の佃煮の特徴であった。人々の食生活の変化や干拓による原料確保の難化によって想像以上に佃煮業界が厳しい局面にぶつかっていることがわかった。また、県からの補助金を活かして石川の食材を活かした商品づくりをすることによって金沢の食品業界自体を底上げすることによって安定した佃煮の生産がこれからも行えるのではないかと考える。無添加による差別化や、新たな佃煮を使った商品の開発、海外の販売活路の広がりによって佃煮の消費が増えることを期待したい。

※付記

本編を制作するにあたり、佃食品株式会社の直井武久氏には、お忙しいにも関わらず大変お世話になりました。ここに記して厚く御礼申し上げます。

参考文献

佃食品株式会社ホームページ（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）

<http://www.tukudani.co.jp>

佃煮の製造工程 - 全国水産加工業共同組合（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）

<http://www.zensui.jp/safety/tukudani.html>

石川食品産業戦略（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）

http://www.pref.ishikawa.lg.jp/syoko/documents/shokuhin_1.pdf

くるみの佃煮（最終閲覧日 2016 年 10 月 12 日）

<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/data/open/cnt/3/18820/1/19kuruminotukudani.pdf>

石川県における清酒酒造業の実態-金沢市「福光屋」を例に-

山本 菜生

I. はじめに

石川県は「加賀百万石」といわれるように古くから日本有数の米どころとして栄えてきた。寒冷な気候、白山水系の良質な水、そして上等な酒米からなる石川県の酒は「加賀の菊酒」といわれ、全国の人々に広く親しまれている。また、江戸時代よりその高名が知れ渡っていた「能登杜氏」が仕込む日本酒は、ふくよかな濃醇型で甘みが強い味が特徴である。石川県酒造組合の方によると近年では県全体でやや辛口の酒を展開している酒造も増えてきているという。本章では、全国有数の銘醸地である石川県の酒造業の実態を、金沢市最大の酒蔵である「福光屋」を例に明らかにする。

II. 石川県の清酒製造業の概要

1. 全国的にみた石川県の位置づけ

2014年の国税庁のデータによると、都道府県別の清酒製成数量は以下の通りである。(図1) 兵庫県、京都府、新潟県が群を抜いて製成数量が多い。石川県は全国第14位と製成数量トップの府県に次ぐ層にあたる中間層に位置するといえる。清酒製成が認められている免許場の数も全国第17位と中間層に位置している。(図2) 製成数量と免許場数の全国順位が同じ程度だということから、比較的中間規模の酒蔵がバランスよく存在していることが推測される。

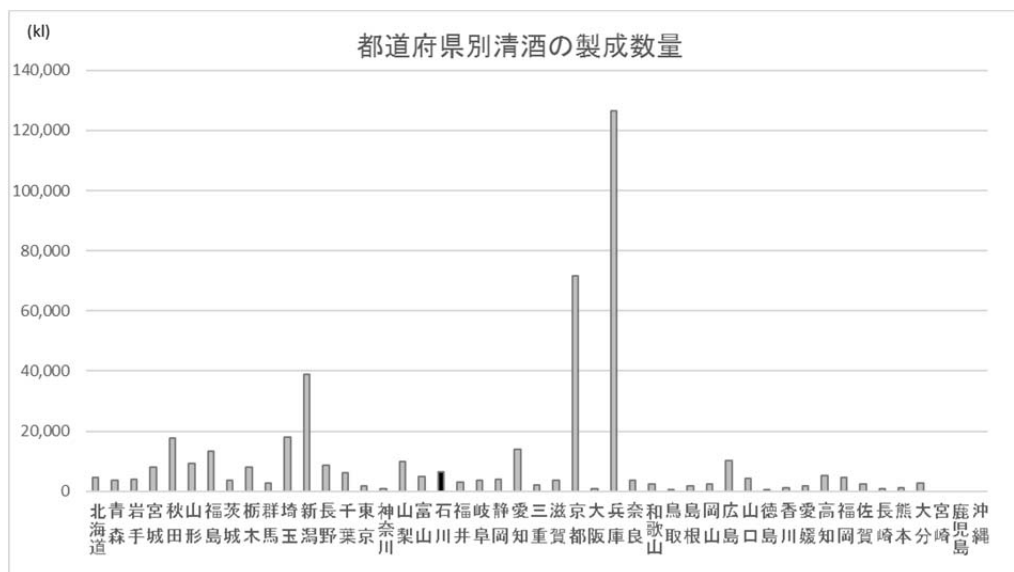


図1 都道府県別清酒製成数量 (2014年)

資料：国税庁統計年報より作成

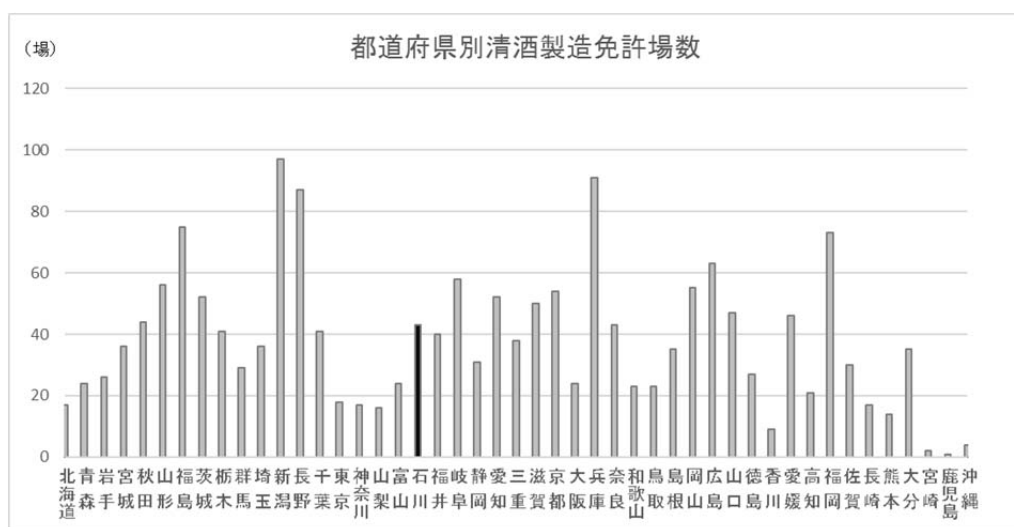


図2 都道府県別清酒製造免許場数（2014年）

資料：国税庁統計年報より作成

また、国酒といわれるものには清酒と焼酎があるが、その販売（消費）数量を見てみるとほとんどの都道府県で清酒（清酒＋合成清酒）の販売（消費）数量より焼酎（連続式蒸留焼酎＋単式蒸留焼酎）が上回っている。（表1）清酒の販売（消費）数量のほうが多い都道府県はそもそも7つほどしかないが、清酒の販売（消費）数量から焼酎の販売（消費）数量を差し引いた値で石川県は全国第2位となっている。清酒は一般的には焼酎に比べ高価であるため販売（消費）金額の場合は清酒が上回る可能性も上がるが、単純に数量（k1）で上回っているのは非常に珍しく、これは石川県の特徴といえる。このことから、石川県では清酒が文化として深く根付き、広く人々に親しまれていることがわかる。

表 1 清酒および焼酎の販売（消費）数量（2014 年）

	(1)清 酒	(2)合成清酒	(3)連続式蒸留焼酎	(4)単式蒸留焼酎	(1+2)-(3+4)
北海道	22,965	1,656	36,756	6,191	-18,326
青 森	7,040	767	8,970	3,373	-4,536
岩 手	7,442	401	7,238	3,700	-3,095
宮 城	12,647	742	8,501	8,052	-3,164
秋 田	8,212	621	6,696	2,355	-218
山 形	7,458	548	6,497	2,445	-936
福 島	12,789	613	5,972	8,013	-583
茨 城	13,172	798	8,961	8,788	-3,779
栃 木	8,683	437	7,809	5,121	-3,810
群 馬	8,556	449	10,251	3,791	-5,037
埼 玉	26,178	1,396	31,977	15,207	-19,610
新 潟	23,851	1,306	10,155	4,883	10,119
長 野	13,582	503	7,541	6,257	287
千 葉	23,075	1,352	21,248	16,105	-12,926
東 京	69,694	4,486	65,155	44,494	-35,469
神奈川	31,133	1,803	33,875	22,204	-23,143
山 梨	3,745	259	3,020	2,853	-1,869
富 山	7,087	191	2,790	2,894	1,594
石 川	7,528	283	2,511	3,484	1,816
福 井	4,780	289	1,310	2,751	1,008
岐 阜	9,779	690	4,070	6,201	198
静 岡	15,448	1,127	11,500	12,436	-7,361
愛 知	24,412	1,852	15,039	21,533	-10,308
三 重	8,411	585	3,593	5,779	-376
滋 賀	6,370	261	2,137	4,170	324
京 都	13,686	637	3,897	8,671	1,755
大 阪	33,493	1,728	15,427	33,322	-13,528
兵 庫	23,504	1,152	9,426	18,976	-3,746
奈 良	5,767	260	1,908	4,262	-143
和歌山	4,931	258	2,198	3,406	-415
鳥 取	3,482	292	1,318	2,477	-21
島 根	4,344	215	1,699	3,764	-904
岡 山	7,812	481	3,446	7,778	-2,931
広 島	12,440	658	5,626	13,786	-6,314
山 口	6,328	350	3,242	7,232	-3,796
徳 島	3,077	192	1,248	3,234	-1,213
香 川	4,042	281	1,804	3,705	-1,186
愛 媛	5,976	406	3,166	5,830	-2,614
高 知	3,724	194	2,021	3,277	-1,380
福 岡	19,068	1,202	8,196	33,337	-21,263
佐 賀	4,184	250	1,133	4,585	-1,284
長 崎	5,126	408	3,037	8,713	-6,216
熊 本	4,251	437	2,812	13,824	-11,948
大 分	4,269	435	2,630	9,797	-7,723
宮 崎	2,087	205	1,248	17,322	-16,278
鹿児島	1,807	245	1,110	32,032	-31,090
沖 縄	1,138	216	465	12,837	-11,948

（単位：kl）

資料：国税庁統計年報より作成

国税庁が 2014 年度に行った清酒製造業者の輸出概況の調査によると、石川県の清酒製造業者のうち輸出製造業者の割合は 46.2%である。輸出数量は 142,384 リットルにも及ぶ。日本全国での清酒の輸出量を示す輸出免税数量は、2012 年に 100 キロリットルを突破し、2015 年は 173 キロリットルに増加している。このことから分かるように、清酒は全国的に海外進出の流れにある。石川県は輸出製造業者の割合、輸出数量ともに全国的に中間的な位置にいる。

2. 石川県の清酒製造業の変遷

日本全体で清酒の製成量と消費量が年々減少している清酒減退の例に漏れず、石川県でも製成数量と販売（消費）数量が減少している。図3は石川県の清酒の製成数量と販売（消費）数量、清酒製造免許場の変化を5年ごとにみたものである。免許場数はこの15年の間ほとんど変化していない。製成数量、販売（消費）数量ともに右肩下がりであるが、2009年から2014年の間は製成数量が増えている。また販売（消費）数量も、減ってこそいるものの減少率は最近になるほど低い。このようなプラスの変化の要因となり得るような石川県の取り組みを以下の調査で明らかにしていきたい。

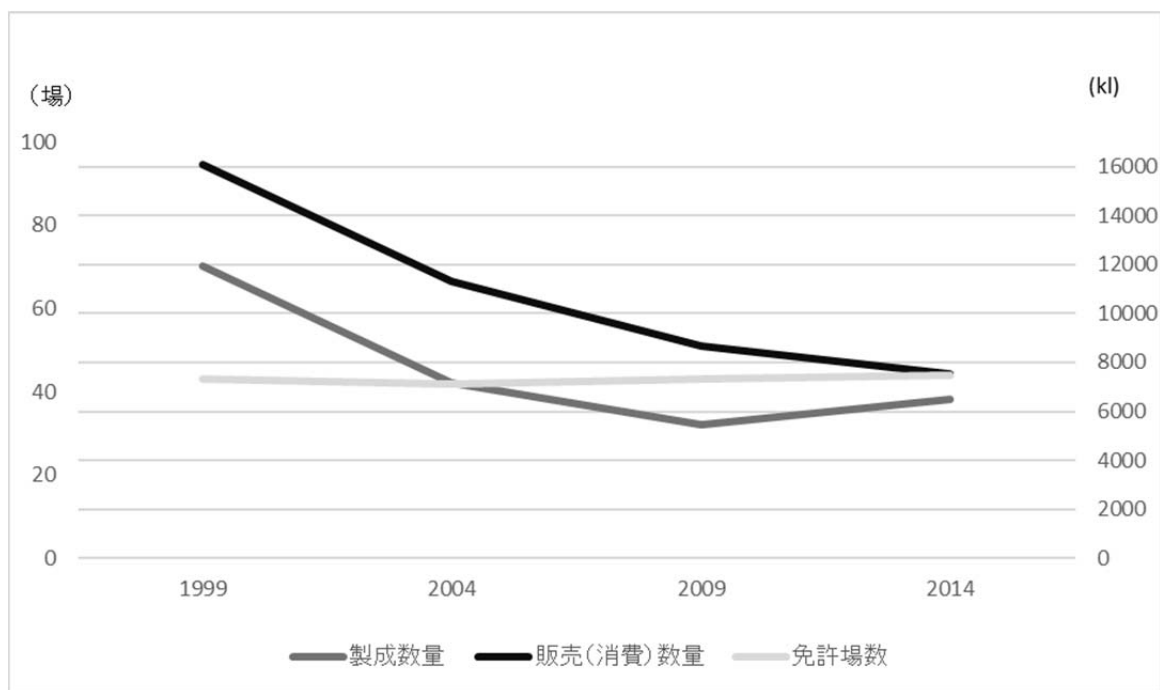


図3 石川県の清酒製造業の変遷

資料：国税庁統計年報より作成

Ⅲ. 金沢市「福光屋」の動向

1. 「福光屋」の概要

「福光屋」は1625年創業の金沢で最古かつ最大規模の酒蔵で、基幹銘柄は『福正宗』である。1959年に販売石数が1万石を超え、1960年に契約栽培を開始する。1985年には全商品を糖類無添加にし、翌年1986年には全商品を特定名称酒（普通酒でない吟醸酒、純米酒、本醸造酒など）にした。これは生産高が万石単位の酒蔵では初のことであった。また、1989年には清酒業界初の裏ラベルを導入する。今でこそ清酒のビンの裏にラベルが貼ってあることは珍しくないが、当時はとても画期的な提案だった。2001年には「純米蔵宣言」を発表しすべての商品を純米造りとした。これは生産高が万石単位の酒蔵では福光屋唯一である。現在では、基幹銘柄『福光屋』は県内の古くからのファンを対象に販売し、1992年に発売

開始した「加賀鳶」を県外に広く出荷している状況である。

酒造りに使う水は霊峰白山の伏流水で、白山の麓に降った雨が地中深くしみ込み酒造りに最適な成分を溶け込ませながら百年の月日をかけて酒蔵の場所までたどり着くので、福光屋の人々は「恵みの百年水」と呼んでいる。「福光屋」が、酒蔵の規模が大きくなっても現在位置している金沢市の郊外から場所を移さないのは、そこに「恵みの百年水」湧き出ているからである。酒造りに使う米は、1960 年から農家と共同で土づくりから研究し良質な酒造好適酒を契約栽培している。長野県木島平の「金紋錦」、富山県福光の「五百万石」、兵庫県中区の「山田錦」などである。特定の蔵元と酒米産地との間で結ばれる酒米取引制度のことを村米制度というが、「福光屋」の蔵人たちは今もそれを守り続け、毎年契約農家に足を運んでいる。

2016 年現在社員数は 113 人（男性 57 名、女性 56 名）であるが、そのうち蔵人と呼ばれる実際に酒を造る職人は 16 人である。蔵人が実際に酒を造り、その他の社員が生産管理や国内外のマーケティング、販売、広報などの業務を受け持っている。

2. 流通概況

「福光屋」の 2016 年現在の出荷の比率は国内が 97%、海外が 3%である。また国内では、県内が 60%、県外が 40%である。2015 年に北陸新幹線が金沢まで開通する前は県内 65%、県外 35%であったので、北陸新幹線の開通は県外進出を拡大するきっかけになっているといえる。（図 4）

国内は全国流通であるが、その内情は東京近郊への出荷が圧倒的に多く、次に大阪、京都である。北海道、関西地方、九州地方にも流通しているが、東北地方、四国地方、沖縄県にはあまり出荷していない。（割合非公開）

海外はアメリカが約 50%、次いで中国、カナダ、香港が 10～20%弱である。これは全国的な清酒の主な輸出先国である。

石川県酒造組合連合会によると、「福光屋」の他にも自社製品を海外に輸出する酒蔵は年々増えているという。

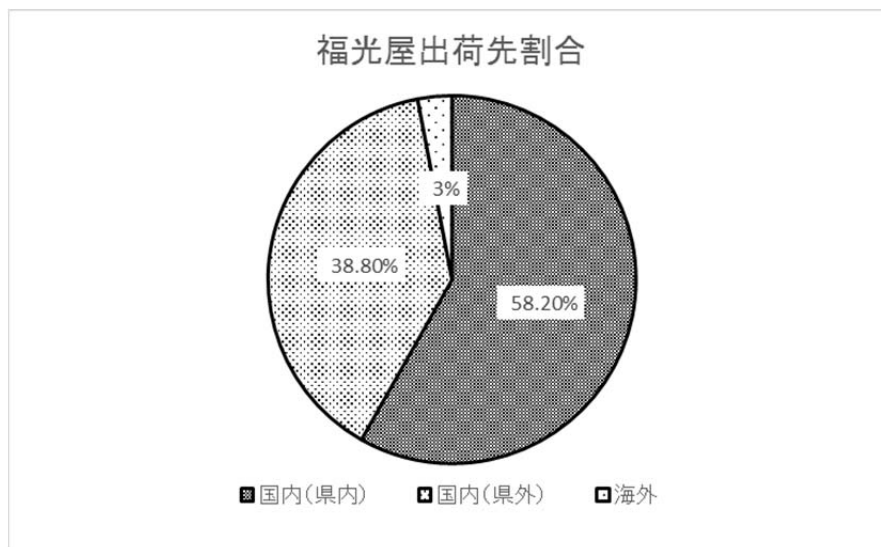


図4 福光屋出荷先割合

資料：福光屋への聞き取り調査より作成

3. 清酒の高級志向化（「福光屋」の「純米蔵宣言」）

「福光屋」は「純米蔵宣言」を発表し、2001 年度からすべての商品を純米造りに切り替えて純米酒、純米吟醸酒、純米大吟醸酒だけを造る蔵となった。2016 年現在、生産高万石単位の酒蔵では「福光屋」は唯一の純米蔵である。

さて、清酒業界は全国的に減退の流れにあるといわれているが、実はその内訳を造り別に見てみると、純米酒、純米吟醸酒、吟醸酒は出荷量が増えている。（図5）このことから、全国的に清酒の需要が高級志向化しつつあるといえる。本醸造や一般酒などの比較的価格が低い清酒を日常的に飲む習慣がある層が高齢化し、逆に若い世代は清酒に対してブランド志向を持っているのでこのような結果になったのではないかと推測する。

そのことから考えても、2001 年の「福光屋」の「純米蔵宣言」は時代の流れを先読みした画期的な試みだったといえる。また「福光屋」ではラベリングのデザインを有名なデザイナーに依頼するなど、酒以外の部分でも高級なイメージを作り上げている試みを行っている。石川県酒造組合連合会によると近年「福光屋」の他にも、純米酒や吟醸酒など高級酒に力を入れる酒蔵が増え、清酒の出荷（消費）量低下の流れに歯止めをかけようとする動きがある。

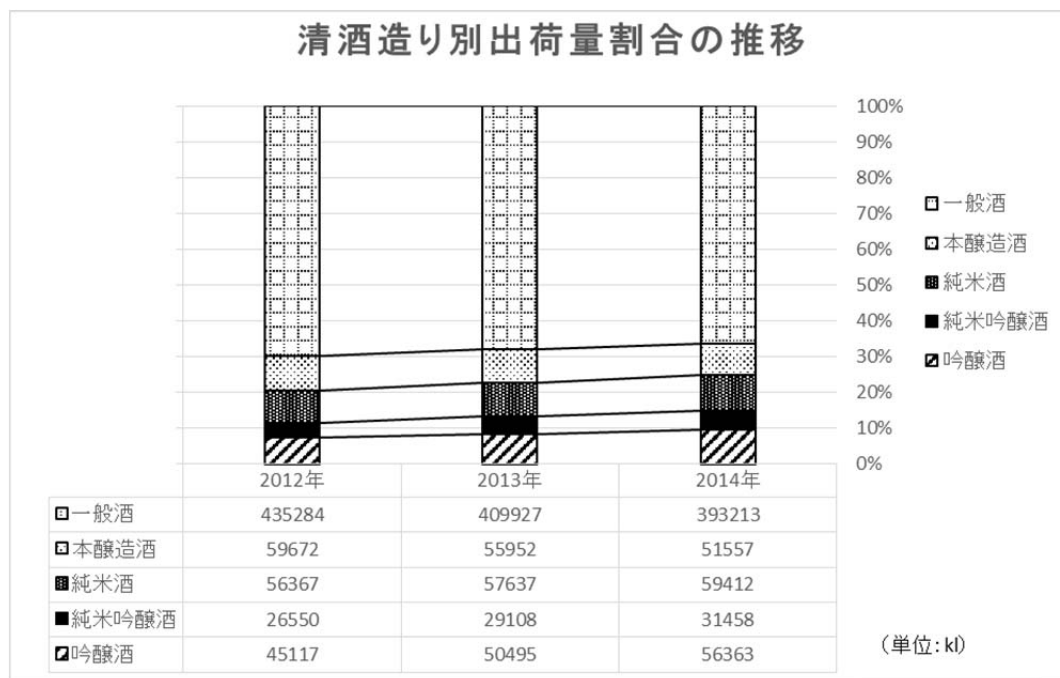


図5 清酒の造り別出荷量割合の推移

資料：国税庁統計より作成

4. 化粧品事業

「福光屋」は 2003 年に純米化粧品「すっぴんエッセンシャルズ」(図6) を発売して以来、酒造りのノウハウを生かした化粧品事業も展開してきた。清酒に含まれるアミノ酸やミネラル、ビタミン類などが肌にいいとされている。化粧水、乳液、クレンジング、洗顔剤、ハンドクリームなど様々な商品を展開しており、今では「福光屋」の売り上げの約 20% を化粧品が占めるまでになっている。このように化粧品事業を展開する酒蔵は全国的に増え始め、一部の女性の間で流行している。



図6 福光屋で2003年より発売している「すっぴんエッセンシャルズ」

資料：福光屋ホームページより

IV. まとめ

加賀百万石といわれる全国有数の米どころ、かつ酒どころである石川県はその県民に広く清酒の文化が根付いている。石川県では「いしかわの酒による乾杯を推進する条例」などを制定し、さらなる清酒文化の定着を狙っている。実際の製成数量は圧倒的トップの府県に次ぐ中間層に位置する。製成数量は年々低下しているものの、ここ 5～10 年の間にはわずかながら増加し、販売（消費）数量もその減少率が低下してきている。

このような流れの一因として、高級志向化の流れに乗って純米酒や純米吟醸酒などの高級酒の製造・販売に力をいれる酒造が増えたことがあげられる。また海外での日本酒の需要増加に伴い海外進出をする酒蔵が増えたことも要因のひとつだと考えられる。

今回調査した金沢市の「福光屋」に限って言えば、自社ブランドの化粧品を展開し売り上げを伸ばしている。このように清酒に限らず事業を多様化し、成長している酒蔵もある。

全国的に清酒業界は厳しい時代だと言われているが、石川県では行政、各酒蔵それぞれがさまざまな取り組みを行い、清酒業界を盛り上げようとしている。