県立大学の飛躍
学部学科再編の新たなステージ

地域再生の鍵は「稼ぐ力」

～「コト」「モノ」「トキ」で観光消費額増へ～

県立大佐世保校地域創造学部実践経済学科の学生たちが、2019年度から東彼波佐見町の観光や地場産業をテーマにした調査研究に取り組んでいます。地域再生の鍵は「三つの稼ぐ力」と説く同大の竹田英司准教授と、波佐見焼振興会の兒玉盛介会長が同大と地域の関わりや、調査研究を通じて見えてきた課題などについて語り合いました。

県立大 地域創造学部実践経済学科 准教授 竹田 英司 氏　対談　波佐見焼振興会 会長 兒玉 盛介 氏

第二の「西の原」構想中



〈こだま・もりすけ〉東彼波佐見町出身。1972年に西海陶器入社。83年、社長就任。県陶磁器元卸商業協同組合理事長などを経て2008年から現職。21年4月に旭日双光章を受章。

―地域産業研究室として取り組んでいる波佐見町での活動内容を教えてください。

竹田　2019年度は波佐見焼のマーケティング調査、20年度はグリーンクラフトツーリズム調査研究を受諾しました。21年度は波佐見焼振興会から委託を受け、波佐見焼のマーケティング調査研究を実施します。いずれの調査でも消費者の居住地や年齢などの属性と、1人当たりの波佐見焼の購入額や飲食額などの観光消費額を調べています。

―調査で見えてきた消費者の傾向について教えてください。

竹田　20年秋に波佐見町を訪れた消費者は、長崎県内、福岡県、佐賀県の順に多く、30～40代が全体の約60％を占めています。リピート率が86％とかなり高いことも特徴です。年齢層が上がると波佐見焼の購入額が増え、年齢層が下がるとランチ消費額が増えるという二つの傾向も分かりました。その中でも波佐見焼の購入率とランチ消費率がいずれも60％を超えていたのは40代。つまり波佐見町にとっての一番のお客さまは40代ということです。

―波佐見町の観光消費額（客単価）を上げるためにはどういった視点や取り組みが必要ですか。

竹田　消費者にお金を落としてもらうには「コト」「モノ」「トキ」という「三つの稼ぐ力」が大切です。コトは絵付け体験や工場見学、モノはカジュアル・リッチな波佐見焼、トキはイベントなどで、その時、その場でしか買えないモノやサービスです。波佐見町での1人当たりの観光消費額は、新型コロナウイルス感染拡大前の19年度までは4703円だったのに対して、コロナ禍の20年夏・秋は3458円でした。コロナ収束後、消費額を上げるためには▽30～50代のランチ消費層▽波佐見を5回以上訪れているヘビーユーザー層▽観光客の7％に過ぎない宿泊客層▽全体の33％を占める高額消費者層―の四つの層を取り込む必要があります。

―波佐見町は波佐見焼の伝統や文化を観光に生かす「クラフトツーリズム」を目指し、波佐見焼振興会とクラフトツーリズム協議会を立ち上げています。

兒玉　波佐見焼振興会の会長に就任して10年以上経ちましたが、当初は活性化に向けた方向性が見えない状態でした。伝統はあっても産地として確立したものがなく、有田焼の下請けのような形で、有田焼を作る一つの産地として波佐見は存在していました。試行錯誤する中で「陶芸の館くらわん館」（同町井石郷）や、「西の原」（同）を立ち上げましたが、十数年前は波佐見を目指してお客さまが来るなんて想像できませんでした。今ではくらわん館から西の原へという客の流れができ、ビジネスとして成り立つようになってきています。これからは新たな観光事業を進めるとともに、感性豊かな子どもたちを育てて、町の核となる第二の「西の原」のような場所を作り、創業支援に取り組もうと考えています。

―波佐見町の活性化に向け、県立大としてどのように関わっていきますか。

竹田　波佐見町の観光消費額などを調べるマーケティング調査は継続したいです。これからは学生たちの方から波佐見に関わりたいという声が上がってくるのを期待しています。学生たちには、消費者が波佐見町で波佐見焼や工房を見て楽しんだり、観光ガイドさんや職人さんから地域の歴史や文化を学んだりするような「来て」「見て」「学んで」「体験して」「お金を使う」という経済行為について考えてほしいです。

―県立大からの支援活動は15年以上続いています。地域として支援活動をどう評価していますか。

兒玉　以前は大学と産業が組んで何かしようという考えはありませんでしたが、竹田先生のようにアカデミックな視点での意味付けをしてもらえることは頼もしいです。例えば、有田焼の文献はたくさん残っているのに対して、波佐見焼はほとんど残っていませんでした。そこで県立大の協力を得て、波佐見焼に携わる我々の思いを記録し、書籍化することもできました。地域と一緒になって課題を解決することこそ、地方に存在する大学としての意義があると評価しています。それともう一つ、県立大に美術工芸学科をつくってほしいです。もう少し右脳を使うような学部があれば、もっと地域と組むことができると思います。

―最後に、大学での学びと地域貢献についての考えを伺いたいと思います。

竹田　地方創生とは人口減少が進む中での地域経済活性化のことです。地域の稼ぐ力である地域産業がなければ、地域の持続的な成長はありません。個人仕様の多様なコト消費・モノ消費・トキ消費によって「地域の稼ぐ力」を上げることが「地場産業の産業観光化」や「クラフトツーリズム」であり、地方創生に対する一つの答えだと考えています。私が考える実践的経済教育とは現場で消費者や生産者の声を聞き大学で学んだ経済活動と照らし合わせることです。▽何を学んだのか▽どのように学んだのか▽なぜその学びが必要なのか▽どのようにその学びを使うのか―。学生たちが地域に出向くことで、この四つを振り返ることができればと思っています。

地場産業を観光資源化



〈たけだ・えいじ〉奈良県生駒郡出身。筑波大大学院システム情報工学研究科経営・政策科学専攻修了、大阪市立大大学院創造都市研究科創造都市専攻修了。2019年4月から現職。共著編に「笑うツーリズム」など。

学生プロジェクトが始動

若者目線でツアー構築
多言語化した看板作製



波佐見焼を作る楽しさをどのように消費者へ伝えるか職人さんと議論する 竹田ゼミの学生たち ＝東彼波佐見町

若者の観光消費額を上げるためにどのようなメニューにしたいと考えていますか。

地域創造学部 実践経済学科 A さん（2年）

私たちが実際に波佐見町を訪れて使った金額は、食事代と陶器代などを合わせて3千円程度でした。私たち若者目線では、ボルダリングや食品サンプル作り、ピザ作り、絵付け体験が楽しかったです。こうした要素を盛り込みながら、宿泊込みで1～2万円ぐらいのメニューを提案したいです。なるべく多く波佐見に足を運び、地域の話しを聞きながら、アンケートも私たち同年代から集めて考えていきます。

プロジェクト成功に向けた意気込みを聞かせてください。

地域創造学部 実践経済学科 B さん（2年）

コロナ禍でお家時間が推奨される中、お気に入りのマグカップや、お皿を使うのも楽しみの一つとなるなかで、波佐見焼を売り出すチャンスだと考えています。私は、高3のオープンキャンパスで竹田先生の模擬授業を受けた時から、竹田先生のもとで地域経済活性化について研究したいと思っていました。プロジェクトを通して地域経済活性化についてさまざまな視点から学びたいです。

情報が足りていないと感じました。関西や首都圏の若い人たちにどうやって波佐見焼に興味を持ってもらうか、県立大学やるばいプロジェクトを通じて考えたいです。

これから取り組もうとしているプロジェクトの内容について教えてください。

プロジェクト名は「Just do it（さあやろう）」。アフターコロナを見据えて、多言語化した看板を作製して人が集まる場所に設置するほか、これまでの子ども向けや親子向けの観光メニューではなく、若者目線の観光メニューを提案したいと考えています（現在申請中）。

波佐見町を初めて訪れたとき、どういった印象を抱きましたか。

思っていたよりもにぎわっていましたが、調査研究で書かれていた1人当たり観光消費額（客単価）4703円が実感できませんでした。宿泊やグルメのものづくりと観光を組み合わせた「クラフトツーリズム」の産業化を目指す東彼波佐見町の関係者が、同町の観光やまちづくりを解説した書籍「笑うツーリズム」（石風社）を21年に刊行。波佐見焼の知名度向上とともに急成長した「観光地・波佐見」の過去と未来を多角的な視点でひも解いています。

クラフトツーリズムは、400年続く波佐見焼の伝統技術や人材、食文化、景観などを観光資源に、波佐見焼振興を図るのが狙いです。昨年2月にはものづくり産地11地域が参加した全国大会も同町で開かれています。

書籍には陶磁器商社「西海陶器」の兒玉盛介会長の講演録や、県立大の竹田英司准教授による「なぜいまグリーン・クラフト・ツーリズムなのか」と題した考察などを収録。竹田准教授は「地場産業の観光産業化が地域の生き残り戦略」と結論付けています。このほか、まちづくり関係者、研究者など約20人がそれぞれの切り口で同町の観光をテーマに執筆しています。

A5判、324㌻。1980円。



「観光地・波佐見」を発信
解説本 笑うツーリズム

県立大ニュース　学部・学科再編後の二期生 最新就職情報!!

長崎県立大学 UNIVERSITY OF NAGASAKI
佐世保校 長崎県佐世保市川下町123 TEL.0956-47-2191
シーボルト校 長崎県西彼杵郡長与町まなび野1-1-1 TEL.095-813-5500

経営学部 経営学科
就職実績
佐々木冷菓、十八親和銀行、佐世保市総合医療センター、アクセンチュア、SBSホールディングス、シモハナ物流、住友生命保険相互会社、トーマツ、トランスコスモス、ニーズウェル、ブルボン、ペイロール、リコージャパン、長崎県警

経営学部 国際経営学科
就職実績
アイティーアイ、大阪鋼管、エフコープ生活協同組合、佐川グローバルロジスティクス、鳥越製粉、トランスコスモス、日本アイ・ビー・エム、日本通運、福岡倉庫、不二貿易、富士通ゼネラル、三菱電機プラントエンジニアリング、山崎製パン

地域創造学部 公共政策学科
就職実績
チューリッヒ保険会社、長崎銀行、長崎県商工会連合会、えがお、電通国際情報サービス、丸三証券、明治安田生命保険相互会社、九州経済産業局、長崎県、福岡県、大分県、宮崎県、長崎市、福岡市、大分市、鹿児島市、長崎県警

地域創造学部 実践経済学科
就職実績
ジャパネットホールディングス、協和機工、長崎県公立大学法人、イズミ、NECネクサソリューションズ、大和冷機工業、中興化成工業、トランスコスモス、ペイロール、三菱電機ロジスティクス、長崎税関、長崎地方裁判所、長崎労働局、島根県、長崎県

国際社会学部 国際社会学科
就職実績
オリックス生命保険、十八親和銀行、チューリッヒ保険会社、ディーエスブランド、ニーズウェル、松藤グループ、青山商事、関通、エプソン販売、双日、西日本鉄道・国際物流事業本部、ラルフローレン、長崎市、九州文化学園、純心女子学園

情報システム学部 情報システム学科
就職実績
NBC情報システム、NDKCOM、メルコアドバンストデバイス、京セラコミュニケーションシステム、さくら情報システム、ゼンリン、東京ソフトウェア、ビーウィズ、総務省九州総合通信局、長崎市、全国健康保険協会

情報システム学部 情報セキュリティ学科
就職実績
NBC情報システム、インターネットイニシアティブ、NECソリューションイノベータ、京セラコミュニケーションシステム、サイボウズ、GMOインターネット、ソニーセミコンダクタマニュファクチャリング、TDK、富士通、ラック

看護栄養学部 看護学科
就職実績
諫早総合病院、大村市民病院、済生会長崎病院、佐世保中央病院、長崎原爆病院、長崎原爆諫早病院、長崎北病院、長崎大学病院、九州医療センター、九州がんセンター、国立がん研究センター中央病院、福岡大学病院

看護栄養学部 栄養健康学科
就職実績
進徳保育園、住吉こども園、大光食品、長崎大学病院、あきんどスシロー、魚国総本社、栄食メディックス、シダックス、 日清医療食品、リョーユーパン、LEOC、厚生労働省管轄検疫所（東京検疫所）

就活であふれるバイタリティ！　学部・学科再編によって、より実践的な学びを修了した学生達は、就職活動において多くの企業から高い評価を得ています。