

F2-51

萑山反射炉とその周辺における来訪者受入態勢とその現状

—行政・地元企業の活動および来訪者の観光行動に注目して—

Nirayama Reverberatory Furnace and its Surroundings: Preparation for Visitors and Current Situation Focusing on the Activities of Government and Local Businesses and the Behavior of Visitors

○杉山浩介¹, 西山孝樹², 天野光一²

*Kosuke Sugiyama¹, Takaki Nishiyama², Koichi Amano²

In this study, we focused on the Nirayama Reverberatory Furnace, which can be said to be the face of tourism resources in the Shizuoka prefecture. In addition to questionnaires to visitors, interview surveys were also conducted with related parties. As a result, although the Nirayama reverberatory furnace has a high level of satisfaction as a tourism resource, expectations for revisiting it are low. However, Kuraya Narusawa had been developing its own products and holding events to spread the name recognition of the it. In addition, the history guide also made an effort to guide while valuing interaction with the participants. Furthermore, the history guide made an effort to guide while valuing interaction with the participants. From the above, it was shown that it is necessary to create an attractive tourist destinations that is enjoyed to visit many times from a tourist resources that is just to see.

1. はじめに

静岡県伊豆の国市に所在する萑山反射炉は、平成 27 (2015) 年に『明治日本の産業革命遺産』として世界文化遺産に登録された。そこで本研究では、静岡県東部・伊豆地区の観光資源の顔で構成資産の一つである萑山反射炉の現状と課題に迫ることを目的とした。

2. 研究方法

本研究では、萑山反射炉および土産店「蔵屋鳴沢」を訪れた来場者に対し、Table. 1 で示したアンケートを実施し 52 組の回答を得ることができた。そして、萑山反射炉の近傍にある土産店「蔵屋鳴沢」が世界遺産登録後から現在までの受入態勢について、ホームページで基本情報を収集し、併せてヒアリングも実施した。さらに、「伊豆の国市歴史ガイドの会」代表者へヒアリングも実施し、運営の現状や課題も抽出した (Table. 2)。

3. 研究結果

(1) 萑山反射炉を訪れた来場者の特徴

萑山反射炉を訪れる来訪者は、三島市や熱海市を中心に伊豆半島も訪れていた (Figure.1)。さらに、アンケートに回答した総数 47 組のうち 37 組の 78.7%が、萑山反射炉を含めた複数の観光資源を周遊しながら訪れていたことがわかった (Table.1, No.3, Figure.2)。

(2) 萑山反射炉に対する満足度、再訪の可能性

萑山反射炉を訪れて満足したか (Table.1, No.5) の回答をみると、総数 47 組のうち「とてもそう思う」25 組、「やや思う」18 組と全体の 91.4%を占めた (Figure.3)。しかし、再訪したいか (Table. 1, No.6) と問うたところ、総数 45 組のうち、「とてもそう思う」

4 組と「やや思う」の 20 組、合計 24 組が回答し、全体の 53.3%を占めた。以上のことから、萑山反射炉が観光資源としての満足度は高い一方、再訪性は 50%を超えているものの、やや低い結果が得られた。続いて、研究対象の関係者らが魅力的な観光資源となるように実施している取り組みについてもまとめた。

Table. 1 配布したアンケートの項目

No	アンケートで回答を求めた設問
1	性別/年齢/居住地/萑山反射炉までの使用交通機関
2	今回の旅行は宿泊を伴うものか、日帰り旅行であるか
3	伊豆の国市の来訪理由は何か
4	これから訪れる (萑山反射炉を訪れるに前に訪れた) 観光資源
5	萑山反射炉を訪れて満足したか
6	萑山反射炉にまた来たいと思うか
7	伊豆の国市歴史ガイドの会を知っていたか、利用した場合はどうだったか
8	萑山反射炉の周辺の景観について
9	NHK 大河ドラマ「鎌倉殿の13人」に関連する駅前施設へ訪問したか
10	伊豆の国市で実施しているイベントに参加したことはあるか
11	伊豆の国市の名産品で知っているものは何か

Table. 2 本研究で実施したヒアリング・アンケート概要

実施内容	実施場所	回答者/数	実施日時
ヒア	蔵屋鳴沢 店内	稲村つる子氏	2022/8/2 (火) 10:00-11:30
リング	伊豆の国市歴史ガイドの会	松倉氏	2022/7/29 (金) 10:00-11:00
アン	蔵屋鳴沢 店内	45 組	2022/7/29 (金) ~8/25 (木)
ケート	萑山反射炉ガイダンスセンター	7 組	2022/8/16 (火) ~8/25 (木)

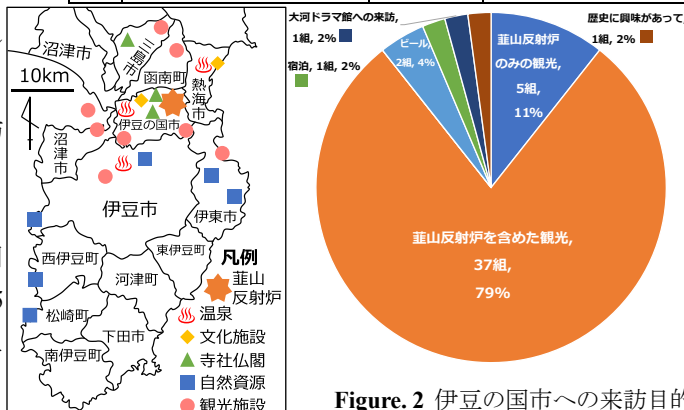


Figure. 1 萑山反射炉を訪れる際に周遊した観光資源

1: 日大理工・学部・まち 2: 日大理工・教員・まち

a) 蔵屋鳴沢が進めてきたリピーター獲得の取り組み

平成 27 (2015) 年, 土産店「蔵屋鳴沢」は世界文化遺産への登録を契機として, 製茶販売に加え, 土産店にレストランを併設した新たな施設を開業させた。

また, 来訪者の再訪を促す取り組みとして, 平成 9 (1997) 年より葦山反射炉の名を冠した『反射炉ビヤ』の醸造を自社で開始した。土産店「蔵屋鳴沢」にとどまらず, オンライン販売や県外の酒屋などで販路を拡大し, 葦山反射炉の知名度を周辺地域へ広げるように努力をしていた。伊豆の国市の来訪理由 (Table.1, No.3, Figure.2) の回答をみると総数 48 組中 2 組ではあるが, 地ビールの購入のため葦山反射炉を訪れたと回答し, 前述の成果が現れていると推測される状況にあった。

さらに, 葦山反射炉そのものに頼らず, 周辺地域に魅力を付加させる取り組みもみられた。例えば, 葦山反射炉近傍の土産店「蔵屋鳴沢」では, レストランの運営だけでなく, 世界遺産登録前の昭和 50 (1975) 年から茶摘み体験を来場者が実施できる施設を設けた。さらに, 令和 2 (2020) 年に伊豆の国市名産のいちごを用いたジャム作り体験を行うなど, 様々な体験イベントを展開していることがヒアリングで明らかになった。

イベント実施も積極的で, 令和 3 (2021) 年の『反射炉復活祭』, 翌年の『葦山反射炉百年祭 (2022)』を地元企業と連携して実施した。葦山反射炉自体に頼らない取り組みを世界遺産登録前から進めていたといえる。

**b) 伊豆の国市歴史ガイドの会が進めてきた
リピーター獲得の取り組み**

「伊豆の国市歴史ガイドの会」は, 平成 13 (2001) 年に市内の観光資源である江川邸で, 観光客に向けて実施したガイドが発端となり発足した。現在では葦山反射炉を含む市内 4ヶ所でガイドを行っている。

本研究で実施したアンケート (Table.1, No.7) では, 回答した 46 組のうち, 歴史ガイドを利用したのは 43.5%の 20 組であった。いずれの回答者も「とてもよかった (15 組)」「よかった (5 組)」と回答しており, 不満を持った利用者は存在しなかった。

歴史ガイドに対するヒアリング (Table.2) では, 来場者に対しては葦山反射炉建設時の時代背景や当時の技術力, 反射炉そのものの役割を理解してもらうことを意識して説明していることが明らかとなった。歴史ガイドが来場者と共に周辺を巡る際には, 事前に蓄えた豊富な知識に加え, 親しみやすい対応となるよう, 日々努力していることも聞き出すことができた。

葦山反射炉をただ見るだけでは知り得ないことを学べ, 地域の人々との交流も期待できる節で述べた取り

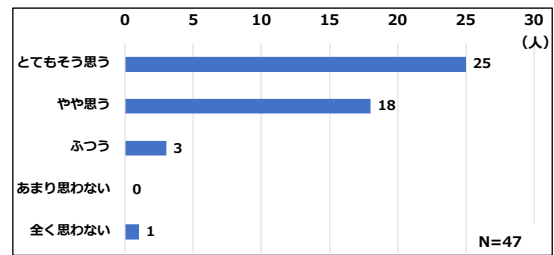


Figure.3 葦山反射炉に満足したのか

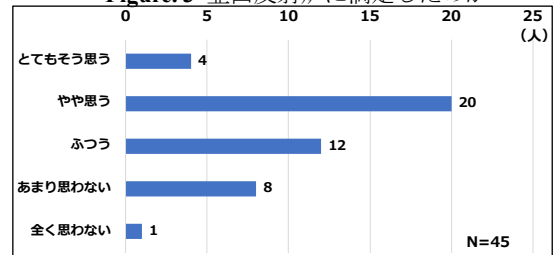


Figure.4 葦山反射炉にまた来たいと思うか

組みは大いに期待できるものの, その存在を活かしきれていない現状が浮き彫りになったといえる。

c) 伊豆の国市が関わる葦山反射炉に関する取り組み

伊豆の国市では, 世界文化遺産登録後, 葦山反射炉周辺の歩行空間整備, 反射炉ガイダンスセンターの建設を進めてきた。周辺景観整備に取り組む事業所には「景観まちづくり協力店」ステッカーを配布, 屋外広告物に関する新たな基準に適合する改修を行った蔵屋鳴沢を含む市内 5 事業所へ感謝状が贈呈された。

その一方, 本研究で実施したアンケートからも, 土産店「蔵屋鳴沢」とのイベント実施時の連携, 大変好評であった「伊豆の国市歴史ガイド」の PR, さらに来場者と直接関わるガイドからの意見集約やフィードバックが市との間で十分でないことも Table.2 で実施したヒアリングからみえてきた。

4. まとめ

本研究では, 世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産」の構成資産の 1 つに数えられる葦山反射炉およびその周辺を対象に研究を進めてきた。

伊豆の国市が進めてきた世界遺産として誇れる景観整備や環境保全は重要であるが, 葦山反射炉を持続的に人々が訪れてもらえる仕組みづくりも必要である。

葦山反射炉そのものだけを見せるのではなく, 来場者の評価が高かったガイドと密に連携を図りながら施設の改善を図り, 近傍に所在する土産店との連携なども熟考しながら何度も訪れて楽しめる魅力ある観光地づくりを行っていくことが必要であると思われる。

参考文献

[1] 株式会社蔵屋鳴沢:「蔵屋鳴沢ホームページ」, <https://kuraya-narusawa.co.jp>, 日本語, 2022年9月10日閲覧。
 [2] 伊豆の国市:「伊豆の国市ホームページ」, <https://www.city.izunokuni.shizuoka.jp/>, 日本語, 2022年9月10日閲覧。