

として鱈寿司を製造する企業であることがわかった。

旅行時に買う駅弁として食べられてきた鱈寿司だったが、元々の鱈寿司の製法を活かした機械の導入によって大量生産が可能になり、駅弁「ますのすし」の広域化が進んだ。遠距離輸送にかかる費用の問題をどう処理しているかに関しては、大量輸送の経済によって、またはコンビニの共同配送システムを利用することによって輸送費を削減していると考えられる。そして、ローカルな存在であるはずの駅弁が土地から離れても売れているのは、駅弁が作り出したブランドイメージを各企業がそれぞれに利用して鱈寿司を売っているからであるということがわかった。

美濃焼からみる産業観光と まちづくり

岡田 彩伸

近年、人々の生活、需要や社会、経済の変化によって旅行の形態も変わってきた。大衆から個人へ、国内から海外へ、といった具合である。そんな中で、旅行者の日々変化、多様化するニーズに対応するべく生まれたのが新しい観光である。筆者は其中でも特に産業観光に着目した。従来の観光地ではない地域に存在する新たな観光資源というものに興味を持ったからである。

産業観光とは、歴史的・文化的価値のある産業文化財（産業遺産）や生産現場〈工場・工房・農漁場〉及び産業製品、コンテンツなどのソフト資源を観光資源とする新しい観光形態であり、それらの価値や意味、面白さにふれることにより、人的交流を促進するものである。本論文では産業観光が旅行者、地域、産業の担い手に与える影響、また地域活性化にどう関わっているのか、産業観光とは何なのかを伝統産業、美濃焼を観光資源と

する岐阜県の東濃西部地方、その中でも特に多治見市をフィールドに考察した。

調査を進めるうちに、産業観光はターゲットを狭い範囲に限定する性質を持った観光であることが分かってきた。産業観光は点であり、いかに人や地域という線で点と点をつないでいくか、ということである。また、観光資源が現在も“生きている”産業である場合、観光客の受け入れ方などにも制限が出てきてしまう。旅行者にとって産業観光とはこれから当たり前になっていく観光の形態であり、地域・自治体にとっては集客資源として今後の期待できるものである。しかし産業の担い手にとって、産業観光は産業そのものであり、生活に直結するものである。美濃焼のような伝統産業ほどその問題は切実なものだろう。そういった意味で不況の続く今、産業観光の未来は、いかに産業を守っていくかにかかっているのではないか。

過疎地域自治体による移住誘致：

茨城県大子町を事例に

小澤 知美

団塊世代が次々と定年を迎える今、定年後の過ごし方の一つとして田舎暮らしがブームとなっている。なお、田舎暮らしと一言で言ってもその形態は様々であり、空き家を購入して地元に移住して生活するものから、ログハウスや別荘を利用する二地域居住を楽しむもの、気軽に田舎暮らしを体験できる農家民宿やクラインガルテンのようなものまである。また、民間の不動産会社が田舎暮らし向け物件を扱う一方で、過疎化や財源に悩む多くの地方自治体が田舎暮らしを希望する人向けに空き家バンクや移住優遇制度などの方法で、様々な移住誘致を行っている。