

コロナ禍の波佐見観光に関する一考察： 2022年度長崎県立大学受託研究成果報告書[※]

竹 田 英 司
宮 田 飛 翔^{※※}
田 中 伶 奈^{※※}
大 淵 紗也夏^{※※}
梅 田 櫻 子^{※※}

概要

なぜコロナ禍でも波佐見町に観光者が訪れるのか。本研究の目的は、コロナ禍(2022年)における波佐見観光者の特性を検証することであった。

波佐見町の観光者数は、コロナ禍(2022年)にもかかわらず、97万人(2019年比93%)まで回復した。コロナ禍(2022年)における波佐見観光者の年齢層は49歳以下が74%を占め、観光者の波佐見焼購入率は53%、飲食率は79%であった。

コロナ収束後(2023年以降)、波佐見町が観光で稼ぐためには、観光者数の回復や増数を指すのではなく、観光者が波佐見町で未訪問の古民家ランチ店・古民家カフェ店・波佐見焼販売店などへ訪問したくなるような観光動機を作り上げ、30歳から49歳の観光者を中心に、1人あたり観光消費額を増額していかなければならないと結論づける。

キーワード：コロナ禍(2022年) / 1人あたり観光消費額 / 産業ツーリズム / 波佐見焼

目 次

1. 長崎県波佐見町の概況
 - 1.1. 波佐見町の人口と高齢化率
 - 1.2. 波佐見町の産業構造
 - 1.3. 研究の目的
 - 1.4. 研究の対象
2. 先行研究の整理
 - 2.1. COVID-19拡大前(2019年以前)の波佐見焼産業に関する先行研究
 - 2.2. COVID-19拡大前(2019年以前)の波佐見産業ツーリズムに関する先行研究(研究)

※ 本研究は、2022年度長崎県立大学受託研究(委託者：西海陶器株式会社・兒玉賢太郎代表取締役社長・長崎県波佐見町折敷瀬郷2124)による成果の一部である。

※※ 2023年度長崎県立大学地域創造学部4年生。

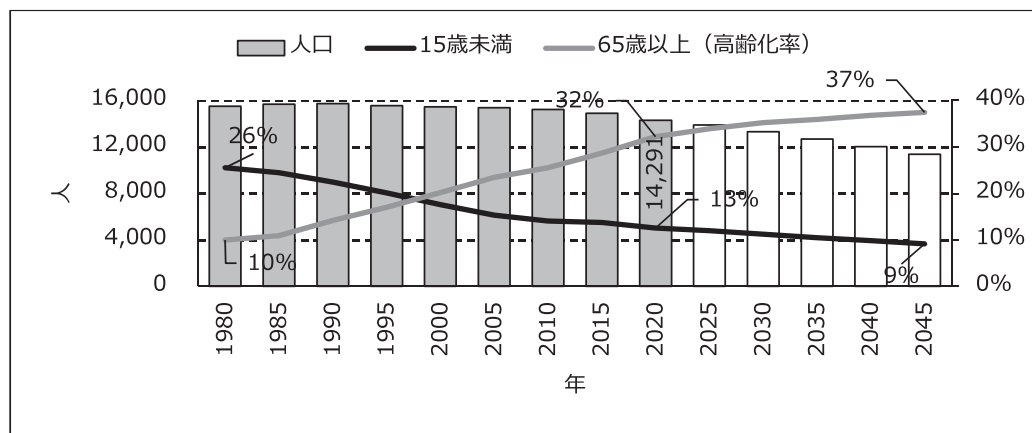
3. 学術的問いと検証方法
 4. 検証結果
 - 4.1. COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見製造業の出荷額は、どれくらい減額していたのか
 - 4.2. COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見町の観光者数や観光消費額は、どれくらい減少していたのか
 - 4.3. COVID-19拡大期（主に2022年）における波佐見町の観光者にはどのような特性があるのか
 5. 考察：どのように波佐見での1人あたり観光消費額を増やしていくか
 - 5.1. 波佐見町散策マップ（webアプリ版）の機能追加
 - 5.2. 波佐見陶器まつりの2季開催
 - 5.3. 長崎市版波佐見焼コラボランチフェアの開催
 6. 結論
- 参考文献

1. 長崎県波佐見町の概況

1.1. 波佐見町の人口と高齢化率

波佐見町（2024年1月1日人口13,878人）は、長崎県の中央部に位置し海に面していない（人口は長崎県県民生活環境部統計課2024・1頁より）。波佐見町に隣接しているのは、長崎県の佐世保市（人口233,227人）・川棚町（人口12,798人）と、佐賀県の有田町・嬉野市・武雄市である。波佐見町は、1956年6月、上波佐見村と

図1 波佐見の人口（左）と高齢化率（右）



注：2025年以降の人口は、内閣府まち・ひと・しごと創生本部による推計である。
 出所：内閣府まち・ひと・しごと創生本部事務局（2015）からデータを収集し作成。

下波佐見村が合併して誕生した（昭和の大合併）。

5年に1度の国勢調査によれば、波佐見町の人口は、図1左目盛りに示されたとおり、1990年15,728人から2020年現在14,291人まで減少傾向にある。波佐見町の人口は、2020年以降も減り続けて、2045年には11,360人になると予測されている。

65歳以上が人口に占める高齢化率は、図1右目盛りに示されたとおり、1980年10%から上昇し続け、1990年には14%に達している。波佐見町は1990年から高齢化率14%以上の高齢社会にあった。1990年以降も、波佐見町の高齢化率は上昇し続けていて、2005年に21%を超えているので、波佐見町は2005年から高齢化率21%以上の超高齢社会に変わっている。2020年現在、波佐見町の高齢化率は32%であり、2045年には37%まで達すると予測されている。他方、15歳未満が人口に占める比率は、図1右目盛りに示されたとおり、1980年26%から下降し続け2020年現在13%、2045年には9%まで落ち込むと予想されている。

2000年に65歳以上の比率と15歳未満の比率が逆転している。波佐見町は2000年から少子高齢化社会にある。

1.2. 波佐見町の産業構造

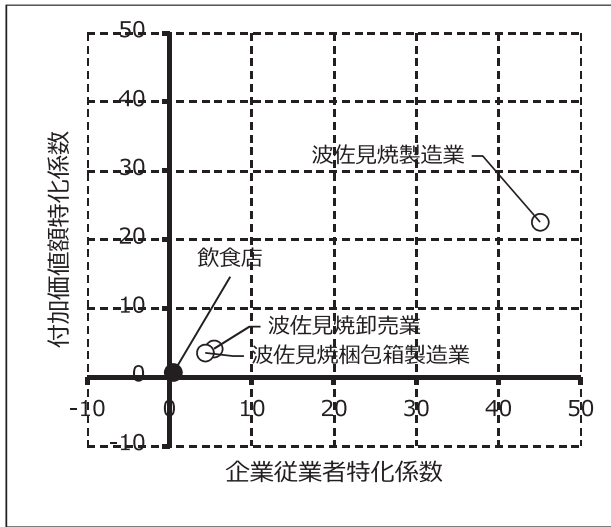
農林漁業・地場産業・観光業など、地域における特化産業のなかで、地域の「外」の消費者や、地域の「外」を市場としている特化産業が、地域の稼ぐ力（地域の移出産業）である。波佐見町の企業従業者特化係数をx軸、付加価値額特化係数をy軸にとり、第1象限に位置するなかでも、xとyの正の値が最も大きい産業（最も右上に位置する産業）が地域最大の特化産業である。

波佐見町における地域最大の特化産業は、2016年現在、図2に示されたとおり、波佐見焼製造業（45.0, 22.6）である。ただし、波佐見町の波佐見焼製造業は、 $y=x$ の線上から下方に位置している。企業従業者数に対する付加価値額が低い。波佐見町では、波佐見焼卸売業（5.4, 4.1）・波佐見焼梱包箱製造業（4.3, 3.5）・波佐見焼小売業（1.2, 1.3）が第1象限にある。2016年現在、これらの波佐見焼産業は、企業従業者特化係数と付加価値額特化係数が1を超えているので、波佐見町の稼ぐ力（地域の移出産業）である¹⁾。

他方、波佐見町の観光に関連する「宿泊・飲食サービス業」は、飲食店（0.5, 0.7）・持ち帰り配達飲食サービス業（0.2, *）・宿泊業（0.1, *）は、第1象限にあると推測するが、1を下まわっている。波佐見町の稼ぐ力（地域の移出産業）で

1) 情報通信機械器具製造業（32.6, *）〔長崎キャノン株式会社（波佐見町折敷瀬郷925-1）〕が、波佐見焼製造業（45.0, 22.6）に次ぐ波佐見町の稼ぐ力（地域の移出産業）だと推測する。

図2 波佐見町の特化産業上位3種と観光関連業（2016年）



注1：企業従業者特化係数が高い情報通信機械器具製造業（32.6, *）は、付加価値額特化係数が秘匿のため、図1に図示できなかった。

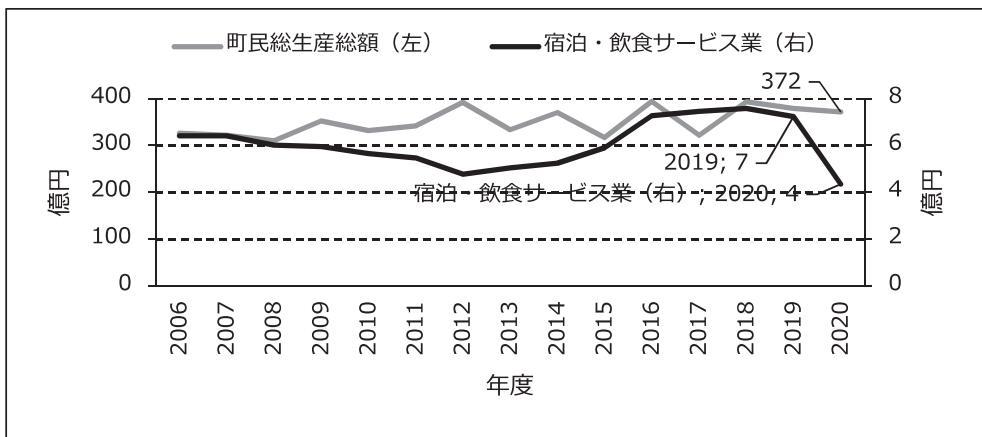
注2：観光関連業のうち、持ち帰り配達飲食サービス業（0.2, *）と宿泊業（0.1, *）は、付加価値額特化係数が秘匿のため、図1に図示できなかった。

出所：内閣府まち・ひと・しごと創生本部事務局（2015）からデータ収集し作成。

はない。

波佐見町の観光に関連する「宿泊・飲食サービス業」の経済活動は、図3に示されたとおり、2012年度5億円から2018年度8億円まで増額したが、COVID-19（新型コロナウイルス感染症）拡大前の2019年度では7億円まで減額していた。コロナ

図3 波佐見町の町内総生産額



出所：長崎県県民生活環境部統計課（2023・31頁）からデータ収集し作成。

禍（2020年度）の同経済活動は、4億円（2019年比60%）まで減額している。

その一方、波佐見町の町内総生産額は、COVID-19拡大前（2019年度）379億円からコロナ禍（2020年度）372億円（2019年度比98%）まで微減であった²⁾。

コロナ禍（2020年現在）で、波佐見町「宿泊・飲食サービス業」の落ち込みが著しい。

1.3. 研究の目的

なぜコロナ禍（COVID-19 pandemic；2020年～2022年）でも波佐見町に観光者が訪れるのか。本研究の目的は、コロナ禍（2022年）における波佐見観光者の特性を検証することである。コロナ禍における観光者の特性がつかめれば、波佐見観光の将来を考える一助になろう。

1.4. 研究の対象

波佐見町では、2001年から「来なっせ100万人」を合言葉に、観光者の獲得を目指し、農業ツーリズムと産業ツーリズムを組み合わせたグリーンクラフトツーリズムを推進している。波佐見町の観光者数は、2017年に年間100万人を超え、波佐見町は「波佐見焼を生産している町」から「観光者が訪れたい町」に変わり始めている³⁾。波佐見町は、2023年現在、年間125万人の観光者獲得を目指している（波佐見町企画財政課2023・37頁）。

本研究では、上述の波佐見町を研究の対象とする。

2. 先行研究の整理

2.1. COVID-19拡大前（2019年以前）の波佐見焼産業に関する先行研究

「波佐見焼産業は1980年代をピークに減少し続けていて、この縮小傾向は平成に入ってから（1989年以降も）続いている」（山口2018・75頁-76頁・括弧引用者加筆）。「（1981年から2012年までの）工業統計から見た（波佐見焼）産地としての生産額は、国内全体の生産額の推移と基調を同じくして下降状態に歯止めがかからな

2) 「市町村内総生産とは、一定期間（通常1年間）に市町村内の生産活動によって、新たに生み出された価値（付加価値）の総額である。これは、産出額から中間投入額を差し引いたものである」（大分県統計調査課2023・1頁）

3) 「波佐見町を訪れる観光客数は、着実に増加を続けている。このことは、飲食店や本格的ホテルが開業することにも繋がっており、観光業が波佐見町の新たな産業へと成長しつつある証である」（波佐見町企画財政課2023・27頁）。

い状況である」（山本2016・189頁・括弧引用者加筆）。

波佐見焼産業は、「とくにここ数年（2010年代後半）、廃業に追い込まれる事業者や従業員的大幅削減を強いられる事業者が増え、町全体が構造不況に陥っている」（小林ほか2021・132頁）。「2019年現在、『波佐見焼』生産の付加価値額は、最盛期1991年116億円の38%まで減額、最衰期2011年36億円の116%まで増額している」（竹田2022・342頁・傍点引用者加筆）。

2.2. COVID-19拡大前（2019年以前）の波佐見産業ツーリズムに関する先行研究⁴⁾

波佐見町は、「2001年には45万人であった観光客を、2017年には見事100万人とすることができた」（石原2021・2頁）。波佐見焼は、「近年では（2010年代後半から）首都圏を中心とした若年層や女性に人気があり、波佐見焼を求めて多くの観光客が（波佐見町に）訪れている」（松永2020・134頁・括弧内引用者加筆）。「100軒ほどの窯元や陶房が点在している波佐見町で、……中略……波佐見焼を購入するだけでなく、お洒落なカフェでのランチや温泉などを目的として多くの観光客が訪れている」（同2020・134頁）。

産業ツーリズムを通して、観光者（消費者）に「町外の人たちが波佐見にある地域の歴史、文化・風習、景観を再認識し、波佐見という地域そのものの魅力を引き出し、……中略……（観光者の地域や波佐見焼に対する）認識を深めていくことができる」（山口2011・15頁・括弧内引用者加筆）。波佐見町では、産業ツーリズムと関連して、毎年4月29日から5月5日まで、波佐見陶器まつり（波佐見陶器祭り実行委員会主催・第1回1959年開催）を開催している⁵⁾。

3. 学術的問いと検証方法

(1) COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見焼製造業の出荷額は、どれくらい減額していたのか

(2) COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見町の観光者数や観光消

4) 「産業ツーリズム（Industrial Tourism）とは、『産業観光』ともよばれ、歴史的・文化的価値のある工場、鉱山その他の遺構、いまでも続く伝統産業などのものづくりの現場、最先端の技術を備えた工場などを対象とした学びや体験をとまなう観光のことである。……中略……産業ツーリズムで、旅行者を受け入れる企業や施設にとっては、消費者に直接して意見を聞くことや反応を確かめることができ、また企業活動や製品・サービスをPRするよい機会にもなる」（安田2021・211頁）。

5) 陶器（土モノ）の原材料は、土である。波佐見焼の原材料は、石である。原材料からみれば、波佐見は磁器（石モノ）に分類でき、波佐見磁器まつりがふさわしい。

費額は、どれくらい減少していたのか

(3) COVID-19拡大期（主に2022年）における波佐見町の観光者にはどのような特性があるのか

先行研究を整理した上記の学術的問い(1)(2)(3)について、次の①②③の検証を行う。①2次データ（既存データ）から、波佐見焼製造業の出荷額を検証する（検証1）。②2次データ（既存データ）から、波佐見町の観光者数・宿泊率・外国人観光者率を検証する（検証2）。③1次データ（アンケート調査の結果）から、COVID-19拡大期（主に2022年）における波佐見観光者のリピート率・観光回数・1人あたり観光消費額・波佐見焼購入率・飲食率について検証する（検証3）⁶⁾。

そのうえで、どのように波佐見の1人あたり観光消費額を増やしていくかについて

図4 アンケート票と調査項目

波佐見観光の市場調査（長崎県立大学地域産業研究室）

Q1 あなたの年齢についてお聞きします。

性別	男性・女性	年齢	10～19代	20代	30代	40代	50代
居住地域	長門県	近畿圏	中国圏	4.東日本	5.その他（ ）	自由回答	
同行人数	本人含む	人					

Q2 今回は、どなたと来られましたか。

1.ひとり 2.夫婦だけ 3.家族（両親だけ以外）・親類 4.友人
5.旅行仲間 6.仕事関係（同僚・上司・取引先の方） 7.その他（ ）

Q3 今回、波佐見町で1人あたりいくら使いましたか/いくら使う予定ですか。

1,000円	1,000円	1,000円	1,000円	1,000円	1,000円
円	円	円	円	円	円

Q4 今回あなたが波佐見焼を買った理由について、あてはまるものを全て選んでください。

1.買っていていい 2.子供の経験 3.デザインが好き 4.品質が好き 5.贈り物
6.思い出 7.その他（ ）

Q5 今回あなたが波佐見焼を買わなかった理由について、あてはまるものを全て選んでください。

1.売って 2.買おうがなかった 3.デザインが気に入らなかった 4.色がなかった
5.欲しいブランドがなかった 6.これからは 7.買つつもりで来てない 8.その他（ ）

Q6 波佐見町へ来たきっかけについて、あてはまるものを全て選んでください。

1.旅行に来たことがあった 2.インスタグラム 3.webサイト
4.Facebook・ツイッター・YouTube 5.テレビ・ラジオ 6.雑誌・新聞・物販誌
7.口コミ 8.紹介 9.その他（ ）

Q7 今回を入れて前波佐見町に来られたことがありますか。1.複数回選んでください。

1.初めて 2.2回 3.3～4回 4.5回以上 5.10回以上 6.訪問回数のため不明

Q8 波佐見町内で、今晩、行かれたところ・行く予定のところ、全てを○で選んでください。

1.ランチ店 2.カフェ店 3.波佐見焼店 4.波佐見焼販売
5.くわん房 6.道の駅 7.レストラン 8.その他（ ）

Q9 波佐見町を知らない私たち学生に、オススメの波佐見焼製造業や波佐見焼ブランドを教えてください。
オススメの波佐見焼製造業・波佐見焼ブランドの名称

Q10 波佐見町を知らない私たち学生に、波佐見焼以外で、オススメの場所やお店を教えてください。
オススメの場所・お店の名称

Q11 波佐見町まで来られた主な交通経路について、1.複数回選んでください。

1.車利用車 2.レンタカー 3.タクシー 4.バス(観光)バス 5.路線バス
6.高速バス 7.バイク 8.徒歩・自転車 9.JR 10.その他（ ）

Q12 波佐見町内で、今晩、行かれたところ・行く予定のところ、全てを○で選んでください。

1.焼い 2.新田町 3.波佐見町 4.伊予市 5.伊予市 6.新緑市
7.佐世市・ハウステンボス 8.島原市 9.長門市 10.その他（ ）

Q13 あなたにとって、波佐見町に足りないものを全て選んでください。

1.無料の公共浴場 2.ランチ店 3.カフェ店 4.動物園/水族館 5.商店街/市場
6.宿泊施設 7.情報誌 8.イベント 9.その他（ ）

Q14 今回の波佐見観光について、あてはまるもの上を○で選んでください。

1.満足しなかった 2.あまり満足しなかった 3.やや満足した 4.満足した

Q15 波佐見町へ来られた目的について、あてはまるものを全て選んでください。

1.波佐見焼の購入 2.波佐見焼の購入 3.土産品(波佐見焼の除外)の購入 4.自然鑑賞
5.食・グルメ 6.観光めぐり 7.人の交流 8.温泉入浴 9.ビジネス
10.イベント 11.思い出作り 12.その他（ ）

Q16 今回、波佐見町に滞在した時間・滞在する予定時間を教えてください。(2時間 → 120分)
あとで（ ）分以内

Q17 今回、波佐見町へは日帰りですが、それとも宿泊ですか。

1.日帰り 2.宿泊(宿泊先：) 県 市町村・ホテル名

Q18 波佐見焼以外の波佐見町の魅力について、あてはまるものを全て選んでください。

1.焼い 2.焼い 3.イベント 4.ランチ店・カフェ店
5.海鮮ブランド 6.生活スタイル 7.歴史や文化 8.人 9.とくになし
10.やっぱり波佐見焼 11.その他（ ）

Q19 波佐見町にまた来たいと思いますか。

1.リピートしたい 2.リピートしたいとは思わない
3.リピートしたい/リピートしたくない理由 ()
4.リピートしたい/リピートしたくない理由 ()

出所：筆者ら作成。

6) 筆者らが実施したアンケート調査の概要は、以下のとおりである。

- ・ 調査対象（母集団）：2022年波佐見の観光者232万人
- ・ 調査時期：2022年7月21日～2022年9月4日
- ・ 調査方法：アンケートによる標本調査
- ・ 調査場所：西の原工房（波佐見町井石郷2187-4）と陶芸の館（波佐見町井石郷2255-2）

て検討する（考察）。

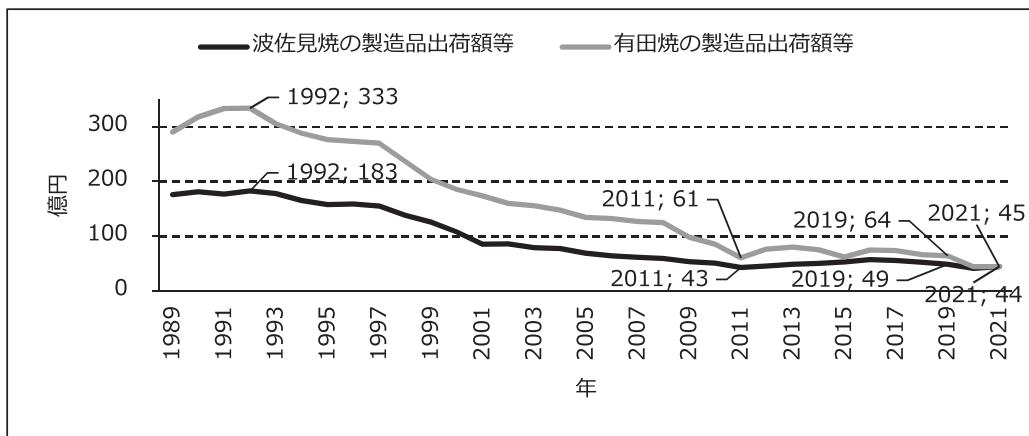
4. 検証結果

4.1. COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見焼製造業の出荷額は、どれくらい減額していたのか

波佐見町の状況について、やきもの（陶磁器製食器）の産業ツーリズムに取り組んでいる有田町との比較から検証する⁷⁾。

波佐見町における波佐見焼の製造品出荷額等は、図6に示されたとおり、1992年183億円から2011年43億円まで減額していたが、2011年から2016年57億円まで5年

図5 波佐見焼と有田焼の製造品出荷額等



注：図中の製造品出荷額等は、従業者4人以上の県別陶磁製食器製造業（産業分類コード2142；食卓用・ちゅう房用陶磁器製造業）による製造品出荷額等である。市町村別の同出荷額等データは経済産業調査会編（1991；2023）に未掲載/未公表であった。本研究では、長崎県産を波佐見焼、佐賀県産を有田焼と読み替えている。

出所：経済産業調査会編（1991；2023）から作成。

- ・調査数：639組1,682人
- ・調査項目（図4）：1人あたり消費額（波佐見焼購入費・飲食費・体験費・波佐見焼を除いたみやげ購入費・交通費・宿泊費）ほか

7) 長崎県の波佐見町（波佐見焼）・佐世保市（三川内焼）と、佐賀県の有田町（有田焼）・伊万里市（伊万里焼）・武雄市（武雄焼）・嬉野市（肥前吉田焼）・唐津市（唐津焼）は、2016年、日本遺産「日本磁器のふるさと肥前：百花繚乱のやきもの散歩」に認定され、肥前窯業圏活性化推進協議会が中心となり、産業ツーリズムに取り組んでいる（肥前窯業圏活性化推進協議会2021・1頁を引用者要約）。上述の日本遺産「日本磁器のふるさと肥前」には、平戸焼（平戸市）が含まれている。しかし、2024年2月現在、平戸市で平戸焼を生産している事業所が一定数存在せず、平戸市（平戸焼）は、産業ツーリズムに取り組んでいない。

連続で増額したものの、2016年以降は減額傾向にある。COVID-19拡大の影響を受けた波佐見焼の製造品出荷額等は、2021年現在44億円（COVID-19拡大前の2019年比91%）まで回復している。他方、有田町における有田焼の製造品出荷額等は、1992年333億円から2011年64億円まで減額したものの、2011年から2019年64億円まで横ばい傾向であった。2021年現在、有田町における有田焼の製造品出荷額等は、45億円（2019年比69%）まで回復している。

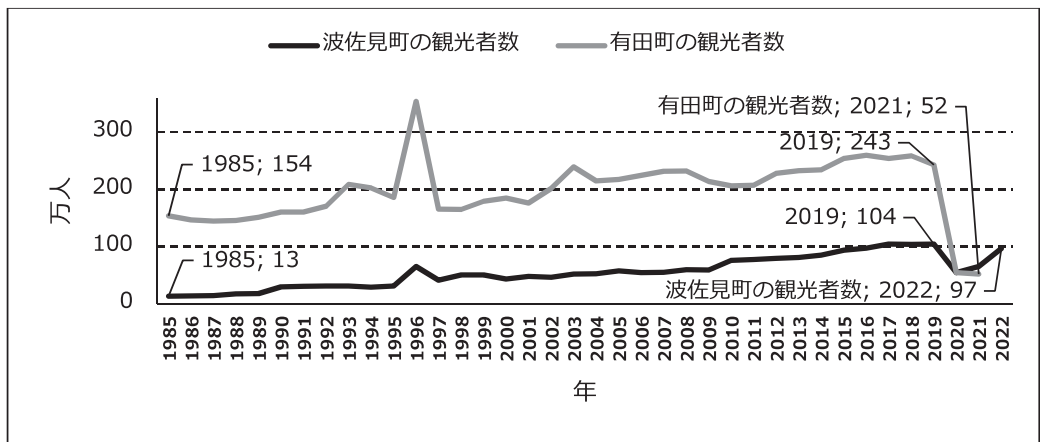
4.2. COVID-19拡大期（2020年～2022年）における波佐見町の観光者数や観光消費額は、どれくらい減少していたのか

波佐見町の状況について、やきもの（陶磁器製食器）の産業ツーリズムに取り組んでいる、有田町との比較から検証する。COVID-19拡大前（2019年）の観光者数は、波佐見町が104万人（2019年人口比71倍）、有田町が243万人（2019年人口比122倍）であった。

波佐見町の観光者数は、図6に示されたとおり、1985年13万人から2019年104万人まで増加していた。COVID-19拡大の影響を受けた波佐見町の観光者数は、2022年現在97万人（COVID-19拡大前の2019年比93%）まで回復している。他方、有田町の観光者数は、1985年154万人から2019年243万人まで増加していた。2021年現在、有田町の観光者数は、52万人（2019年比21%）であった。

波佐見町の宿泊率は、表1に示されたとおり、COVID-19拡大前の2019年4%か

図6 波佐見町と有田町の観光者数



注：図中の観光者は、地元・県内・県外の日帰り観光者と宿泊延者数の合計。

出所：長崎県文化観光国際部観光振興課（1986；2023）と佐賀県地域交流部観光課（1987；2023）から作成。

ら2022年現在4%までほぼ同じである。他方、有田町の宿泊率も、COVID-19拡大前の2019年1%から2021年現在1%までほぼ同じである。波佐見町には、2022年4月現在、旅館・ホテル1軒、ビジネスホテル2軒、そのほか4軒（計7軒の1日あたり収容者合計数264人）の宿泊施設がある（長崎県文化観光国際部観光振興課2023・表10より）。波佐見町には、これらの宿泊施設のほかに、農林漁業体験民宿11軒（11軒の1日あたり収容者合計数41人）もある（同2023・同表より）。

波佐見町の外国人宿泊者率は、COVID-19拡大前の2019年0.2%から2022年現在0.1%まで0.1ポイント下がっている。波佐見町の2022年外国人宿泊者731人（100%）の内訳は、米国16%・韓国15%・中国14%・香港11%・台湾10%・ドイツ3%・そのほか31%であった（同2023・表6より）。

波佐見町の観光消費額は、2022年現在39億円（COVID-19拡大前の2019年比79%）まで回復している（1997年以降の最盛期は2019年49億円）。他方、有田町の観光消費額は、2021年現在15億円（COVID-19拡大前の2019年比24%）であった（1997年以降の最盛期は2015年74億円）。

表1 波佐見町と有田町の宿泊率・外国人宿泊者率・観光消費額

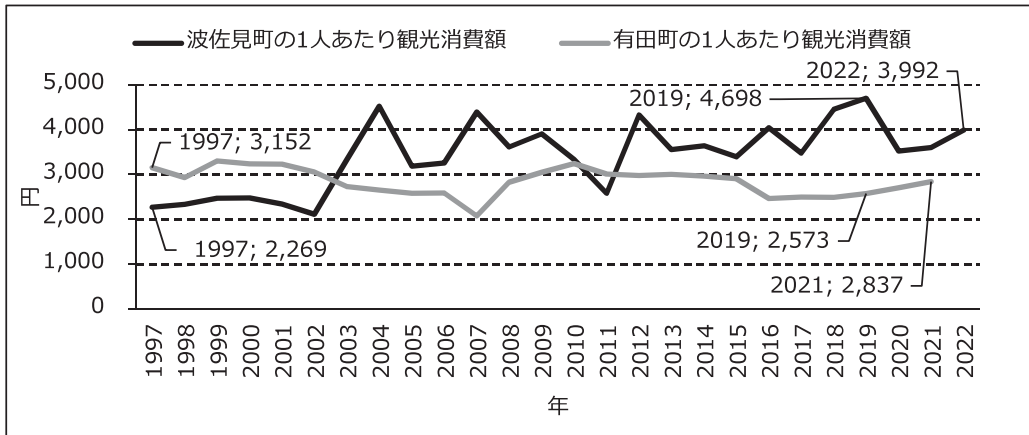
波佐見町			
	宿泊率	外国人宿泊者率	観光消費額（億円）
コロナ前（2019年）	4%	0.2%	49
コロナ禍（2022年）	4%	0.1%	39
有田町			
	宿泊率	外国人宿泊者率	観光消費額（億円）
コロナ前（2019年）	1%	非公表	62
コロナ禍（2021年）	1%	非公表	15

出所：長崎県文化観光国際部観光振興課（1986；2023）と佐賀県地域交流部観光課（1987；2023）から作成。

波佐見町の1人あたり観光消費額は、図7に示されたとおり、1997年2,269円から2019年4,698円まで増額傾向にあった。COVID-19拡大のなか、波佐見町の1人あたり観光消費額は、2022年現在3,992円（COVID-19拡大前の2019年比85%）まで回復している。他方、有田町の1人あたり観光消費額は、2021年現在2,837円（COVID-19拡大前の2019年比110%）まで増額している。

小括すると、波佐見町の場合、COVID-19拡大前（2019年）と比べると、2022年現在、①観光者数97万人は2019年比93%まで回復、②宿泊率4%は2019年比同、③

図7 波佐見町と有田町の1人あたり観光消費額



出所：長崎県文化観光国際部観光振興課（1986；2023）と佐賀県地域交流部観光課（1987；2023）から作成。

外国人宿泊者率0.1%は2019年比ほぼ同であった。

2022年現在、波佐見町では、大分県由布市（2019年比130%・由布市商工観光課2023より）ほど、COVID-19拡大前から観光者消費額（2019年比79%）は回復していないことがわかった。

4.3. COVID-19拡大期（主に2022年）における波佐見町の観光者にはどのような特性があるのか

以下、筆者ら実施による2022年アンケート調査の結果にもとづく。

波佐見観光の2022年リピート率は、71%に達していた。しかし、観光回数別では、「（観光回数）はじめて」の観光者が29%を占め、コロナ禍（2022年）の波佐見観光では、「はじめて」の観光者層が最も厚い。

筆者ら実施のアンケート調査の結果から、コロナ禍（2022年）の波佐見における1人あたり観光消費額は、6,148円であった⁸⁾。波佐見における2022年1人観光消費額は、長崎県文化観光国際部観光振興課（2023・前掲の図7）3,992円よりも、筆者ら実施のアンケート調査のほうが、2,156円高かった⁹⁾。

コロナ禍（2022年）の1人あたり観光消費額は、観光回数別に、「はじめて」10,157円、「2回目」5,687円、……、「10回目くらい」3,505円、「近隣のため多数」2,940

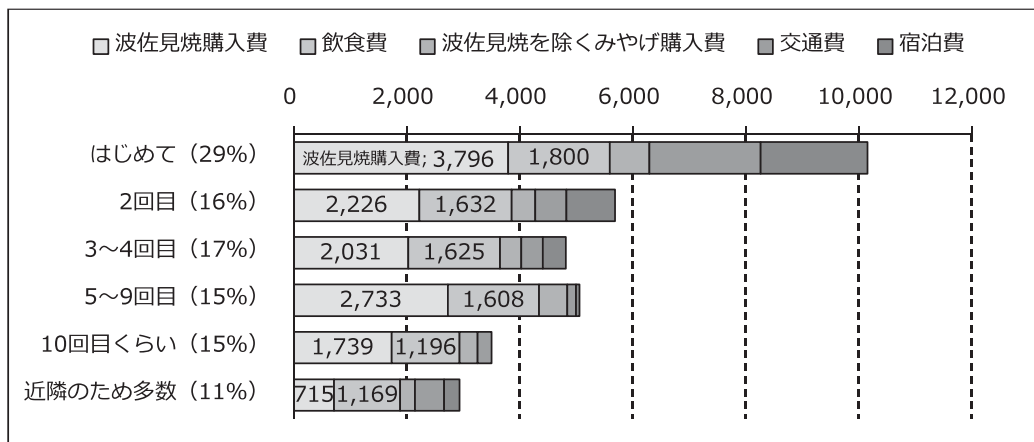
8) 筆者ら実施のアンケート調査による、2022年1人あたり観光消費額6,148円の内訳は、波佐見焼購入費2,472円、飲食費1,561円、波佐見焼を除くおみやげ購入費472円、交通費842円、宿泊費801円であった。

9) 長崎県文化観光国際部観光振興課（2023）による、2022年1人あたり観光消費額3,992円の内訳は、波佐見焼購入費ほか2,195円、飲食費ほか754円、交通費765円、宿泊費278円であった。

円と、観光回数が増えるについて、1人あたり観光消費額が減っていく傾向にある（図8）。とくに、観光回数10回以上の観光者は、観光回数10回未満の観光者と比べて、1人あたり観光消費額が2,000円ほど低い。この減額した約2,000円は、1人あたり波佐見焼購入費と飲食費の減額によるところが大きい。

特筆すべきは、「はじめて」の観光者である。「はじめて」観光者は、波佐見観光で1人あたり10,157円を消費している¹⁰⁾。筆者ら実施のアンケート調査では、2022年波佐見観光の本人含む同行者平均数は、2.6人であり、2人で波佐見へ来たと仮定すれば、「はじめて」観光者1組あたりの2022年観光消費額は20,314円となる。

図8 観光回数別の1人あたり観光消費額（波佐見・2022年・n=639）



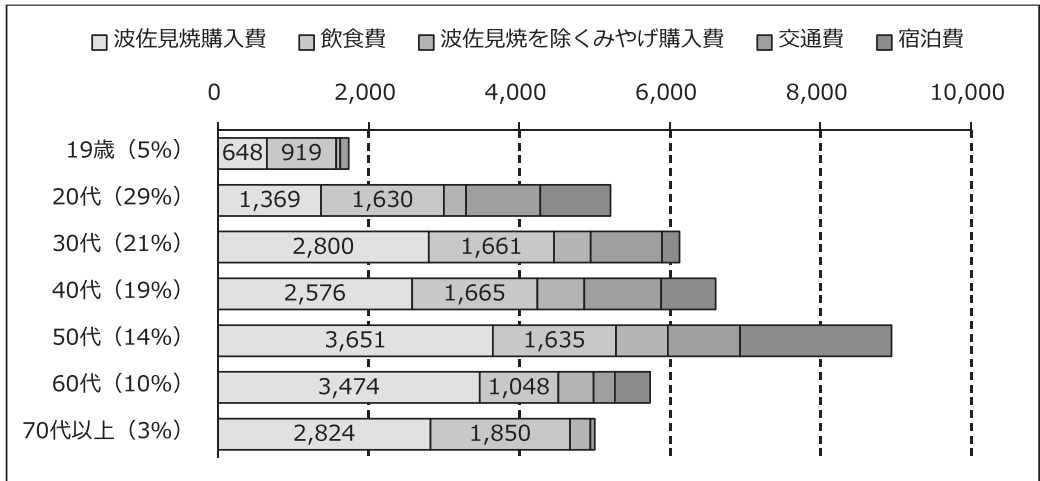
出所：筆者ら実施によるアンケート調査から作成。

波佐見観光の2022年観光者は、49歳以下が74%を占めている。コロナ禍(2022年)の波佐見観光では、20歳から29歳(20代)の観光者が29%を占め、最も層が厚い。コロナ禍(2022年)の1人あたり観光消費額は、図9に示されたとおり、「50歳から59歳(50代)」8,945円が最も高い。しかし、層の厚さと1人あたり観光消費額が6,000円を超えている「30歳から39歳(30代)」6,130円と「40歳から49歳(40代)」6,608円も、波佐見観光では消費が期待できる。

波佐見観光の2022年波佐見焼購入率は53%、同年飲食率は79%であった。コロナ禍(2022年)の1人あたり観光消費額は、図10に示されたとおり、「20代以下(19歳から29歳)×1円~2,000円」9%、「40代×4,001円~10,000円」5%、「30代×

10) 筆者ら実施のアンケート調査による、「はじめて」観光者の2022年1人あたり観光消費額10,157円の内訳は、波佐見焼購入費3,796円、飲食費1,800円、波佐見焼を除くみやげ購入費701円、交通費1,967円、宿泊費1,894円であった。

図9 年齢別の1人あたり観光消費額①（波佐見・2022年・n=636）



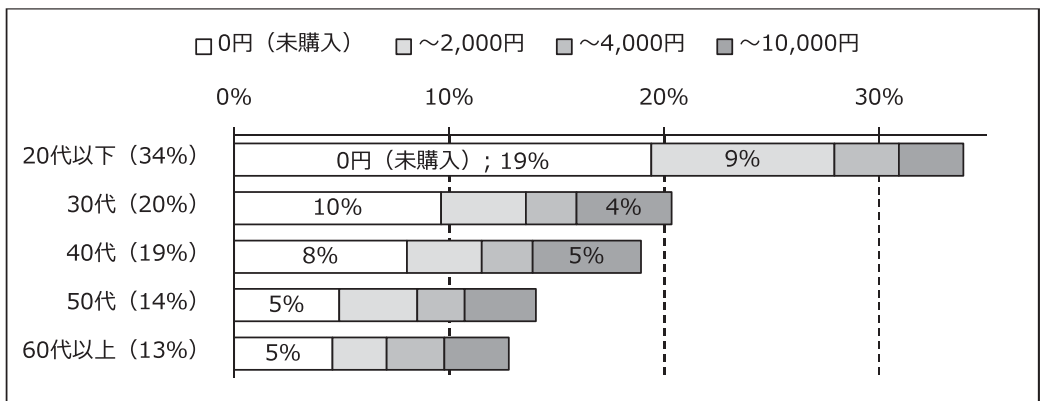
注：図9には「年齢」未回答者3組が含まれていない。

出所：筆者ら実施によるアンケート調査から作成。

4,001円～10,000円」4%がボリュームゾーンである¹¹⁾。

2023年波佐見観光において、19歳から29歳の観光者(34%)は、層が厚いもの、波佐見焼購入者数が未購入者数を下まわっている。他方、30歳から49歳の観光者(39%)は、波佐見焼購入者が未購入者を上まわっているため、COVID-19収束

図10 年齢別の1人あたり観光消費額②（波佐見・2022年・n=634）



注1：図10には「年齢」未回答者3組が含まれていない。

注2：1人あたり観光消費が10,000円を超える2組を外れ値として除外した。

出所：筆者ら実施によるアンケート調査から作成。

11) 図9の表データには、年齢と1人あたり観光消費額に偏りがあった ($\chi^2(12)=38.70, p>0.00012$)。

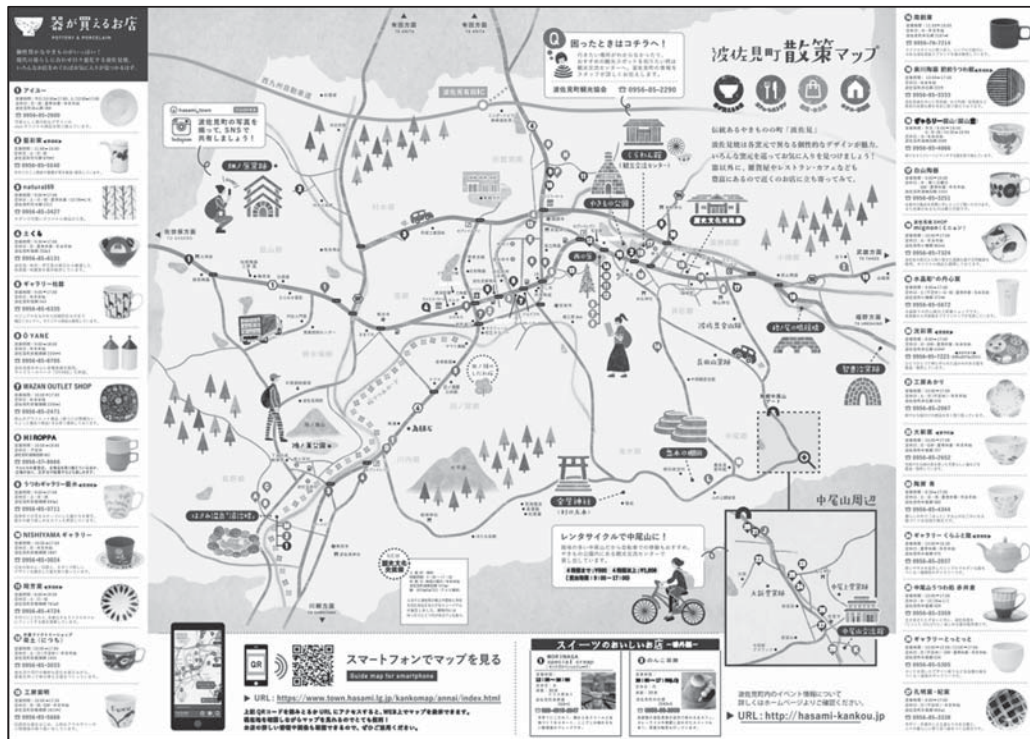
後（2023年以降）の波佐見観光では、30歳から49歳の観光者（39%）に、観光消費額の増額を期待したい。

5. 考察：どのように波佐見での1人あたり観光消費額を増やしていくか

5.1. 波佐見町散策マップ（webアプリ版）の機能追加¹²⁾

誰に・どのような観光を提案するのか。波佐見観光の73%を占める19歳から49歳の観光者に向けて、波佐見町役場（2021）「波佐見町散策マップ（webアプリ版）」（ほかにpdf版とリーフレット版あり）に、①ルート案内と②スタンプラリーの機能を追加したい。同マップ（webアプリ版）では、スマホで現在地がマップ表示されたり、各店の詳しい情報が読めたり、各店の公式HPへリンクしたりするなど、筆者ら大学生にとっても重要な情報収集ツールである。同マップ（webアプリ版）

図11 波佐見町散策マップ（リーフレット版）



出所：波佐見町役場（2021）。

12) 梅田（2024）18-20頁を竹田再構成。

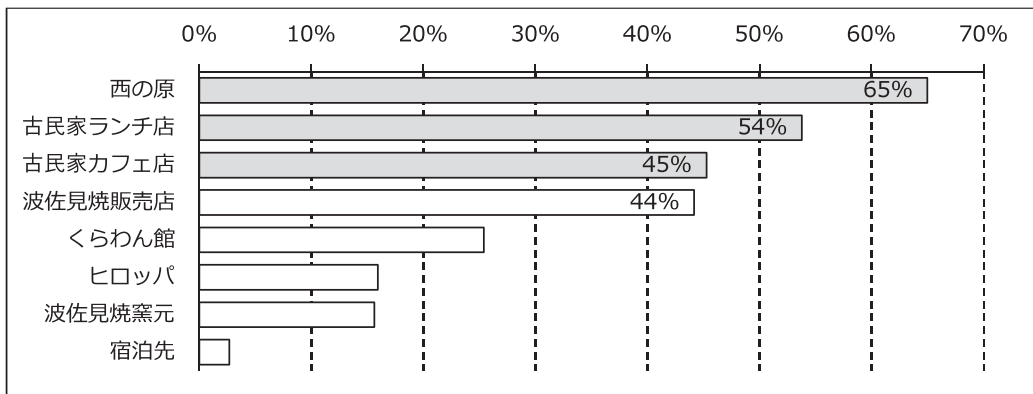
に未実装の、現在地から指定した店までルート案内が追加されれば、観光者にとっては、とても使い勝手がよくなる¹³⁾。

同マップ (web アプリ版) に未実装のデジタルスタンプラリー機能も実装し、「波佐見町散策デジタルスタンプラリー」を提案したい。先行導入例として、「らっきー☆スタンプラリー」(旧鷺宮町商工会主催・第1回2007年)をあげる。埼玉県久喜市鷺宮では、アニメ聖地巡礼を同スタンプラリーに活用したことで「一つの施設に集中している旅客を分散させ、地域全体に様々な利益を配分することができた」(岡本2009・220頁)。

波佐見町の観光者は、西の原 (65%)・古民家ランチ店 (54%)・古民家カフェ店 (45%)・波佐見焼販売店 (44%) を巡っていて (図12)、観光者には、推しの古民家ランチ店/古民家カフェ店 (図13) や推しの波佐見焼ブランド (図14) もある。筆者らが考える「波佐見町散策デジタルスタンプラリー」では、波佐見観光者の情報収集不足 (もしくは飲食店や波佐見焼販売店の情報提供不足) を解決したい¹⁴⁾。観光者のリピート (再訪) をねらうため、デジタルスタンプラリーの有効期限を1年間とする¹⁵⁾。

筆者らが考える「波佐見町散策デジタルスタンプラリー」によって、観光者が行っ

図12 観光者が波佐見町内で行った場所 (波佐見・2022年・複数回答・n=634)



注：図12には「波佐見町内で行った場所」未回答者5組が含まれていない。

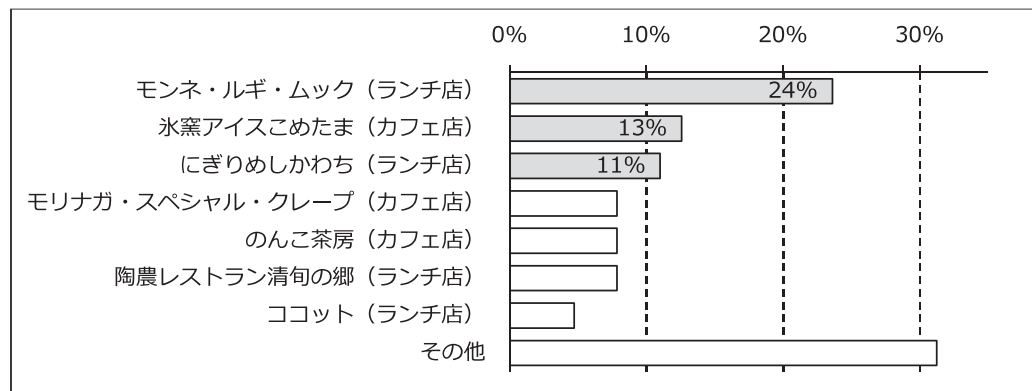
出所：筆者ら実施によるアンケート調査の結果から作成。

13) すでに同機能を実装した、波佐見焼振興会が運営する「プラチナマップ：Hasami Map」が稼働している (山下雅樹事務局次長・波佐見焼振興会・2024年3月26日筆者インタビュー)。

14) 筆者ら実施のアンケート調査の結果では、波佐見観光に不足しているものは (複数回答・2022年・n=523)、便利な公共交通41%、周辺案内図25%、宿泊施設19%、情報提供19%の順が多かった。

15) 2022年現在、波佐見町では、波佐見焼峠の里まつり (3日間) や、波佐見陶器まつり (1週間) と同時開催の波佐見やきもの通りまつりで、スタンプラリーは催していた。しかしこれらのスタンプラリーは場所や期間が限定されている。

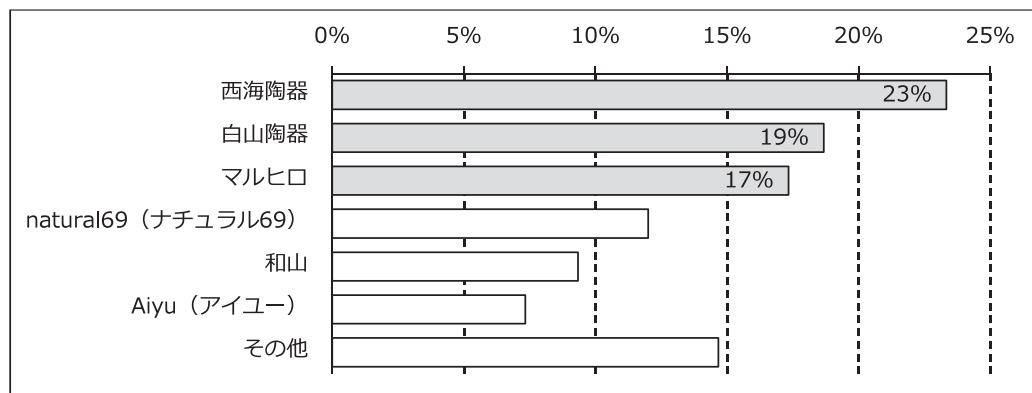
図13 観光者おすすめの古民家ランチ店/古民家カフェ店（波佐見・2022年・複数回答・n=127）



注：図13には「おすすめの古民家ランチ店/古民家カフェ店」未回答者512組が含まれていない。

出所：筆者ら実施によるアンケート調査の結果から作成。

図14 観光者おすすめの波佐見焼ブランド（波佐見・2022年・複数回答・n=150）



注1：図14には「おすすめの波佐見焼ブランド」未回答者489組が含まれていない。

注2：図中の西海陶器(コーポレートブランド)は、同社商品ブランド「HASAMI PORCELAIN (ハサミポーセリン)」 「essence of life (エッセンス・オブ・ライフ)」 「Common (コモン)」と、同社波佐見焼販売店「OYANE (オーヤネ)」の合計である。

出所：筆者ら実施によるアンケート調査の結果から作成。

たことのない波佐見焼の販売店や窯元、古民家ランチ店、古民家カフェ店へ立ち寄れるきっかけが生まれ、波佐見観光をより楽しむことができれば、観光者のリピート（再訪）回数が増え、観光者の1人あたり波佐見焼購入費や1人あたり飲食費の増額につながる。

5.2. 波佐見陶器まつりの2季開催¹⁶⁾

どのように波佐見での1人あたり観光消費額をあげるのか。2022年波佐見陶器まつり（4月29日から5月5日までの7日間開催・波佐見陶器まつり実行員会主催・観光者数22万人）の1人あたり観光消費額は8,766円と高い¹⁷⁾。波佐見陶器まつりの2季開催を提案したい。先行導入例として、栃木県益子町の益子陶器市（益子陶器市実行員会主催）をあげる¹⁸⁾。

波佐見町では、波佐見焼振興会（2023・webページ）によれば、例年、秋季に波佐見あちこち陶器まつり（5万人）・皿山器替えまつり（2,000人）・中尾山桜陶祭（853人）・中尾山秋陶めぐり（500人）など、1人あたり観光消費額の増額につながるイベントを開催している（括弧内は観光者数）。しかしながら、これらイベントの観光者合計数は、2022年波佐見陶器まつり観光者数22万人の約25%にも満たない。益子陶器市の事例から、秋季に波佐見陶器まつりを開催すれば、秋季同まつりの観光者数は、春季同まつりの半数まで増える可能性がある。

2022年波佐見あちこち陶器まつりの来場者数は、約3カ月で5万人であった（前

図15 波佐見陶器まつりのにぎわい



出所：2023年5月4日竹田撮影。

16) 田中（2024）16-18頁を竹田再構成。

17) 2022年波佐見陶器まつりは、①年齢別には40歳から49歳（21%）の観光者が最も多かったり、②居住地別には長崎県（40%）や福岡県（26%）からの観光者が多かったりして、③同年同まつりの1人あたり観光消費額は8,766円、うち1人あたり波佐見焼購入費は5,575円であった（田中2024・14-15頁を引用者要約）。

18) 栃木県益子市では、春と秋季の2季で益子陶器市が開催されている。例年、春季のゴールデンウィークと秋季の年2回開催され、全国各地から春には約40万人、秋季の11月3日前後の3日間で約20万人が訪れる（益子町観光協会2023・webページを引用者要約）。

掲の波佐見焼振興会2023・web ページ)¹⁹⁾。波佐見あちこち陶器まつりを核に、秋季の波佐見陶器まつりを開催する。秋季の波佐見陶器まつりは、開催期間を益子陶器市と同じく3日間に限定することで、観光者数の増数と1人あたり観光消費額の増額が期待できる。

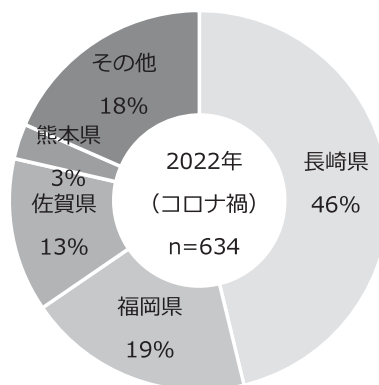
益子陶器市の先行導入例から、秋季の波佐見陶器まつりが開催できれば、観光者数は約11万人が見込めよう。予想される観光者数11万人に、2022年波佐見陶器まつり1人あたり観光消費額8,766円を乗じると、9億6,425億円（推測）の観光消費額が増額する可能性もある。春季の2022年波佐見陶器まつり19億2,851万円（推測）と合わせれば、波佐見陶器まつりの2季開催によって、合計28億9,276億円（推測）の観光消費額が見込めよう。

5.3. 長崎市版波佐見焼コラボランチフェアの開催²⁰⁾

どのように波佐見焼購入費を増やすのか。波佐見観光者の居住地に着目する。波佐見観光者の居住地は、長崎県46%が最も多い（図16）。長崎県在住者が長崎県内の飲食店へ行ったときに、波佐見焼とふれる機会をつくり、長崎県在住者の波佐見焼購入につなげたい。

波佐見観光者の波佐見焼購入理由は、「デザインの良さ」が44%を占めている（図17）。観光者が、飲食店で波佐見焼の「デザインの良さ」にふれる機会が増えれば、

図16 観光者の居住地（波佐見・2022年）



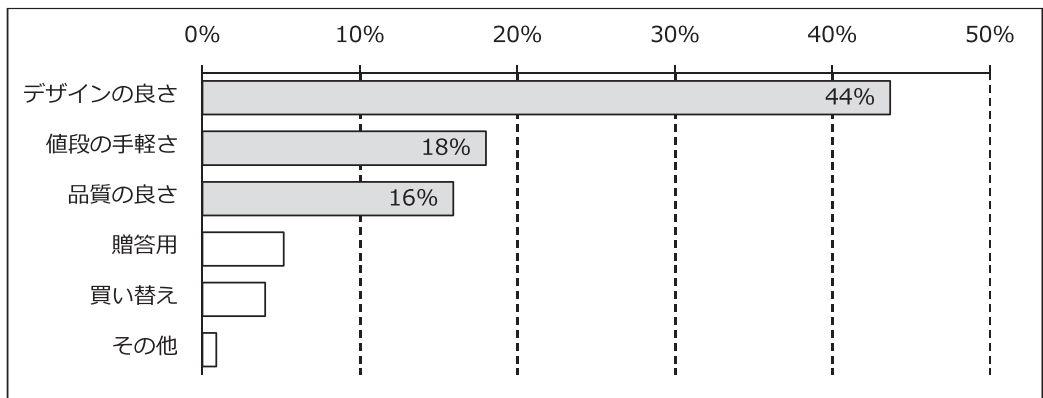
注：図16には「居住地」未回答者5組が含まれていない。
出所：筆者ら実施によるアンケート調査の結果から作成。

19) 2023年現在、波佐見町では、例年、9月から12月にかけて、波佐見あちこち陶器まつりを開催している。あちこち陶器まつりは、三密を避けるために各イベントを日程や場所を分散させている（波佐見焼振興会2023・web ページを引用者要約）。

20) 大淵（2024）17-18ページを竹田再構成。

波佐見焼の購入動機につながる。波佐見町では、ランチメニューと波佐見焼食器のコラボが楽しめる波佐見焼コラボランチフェアという波佐見町ならではのイベントを催している²¹⁾。波佐見焼コラボランチフェアを波佐見町だけにとどまらず、たとえば長崎市内で波佐見焼コラボランチフェアの開催を提案したい。

図17 観光者の波佐見焼購入理由（波佐見・2022年・複数回答・n=345）



注：図17には「波佐見焼購入理由」未回答者45組が含まれていない。

出所：筆者ら実施によるアンケート調査の結果から作成。

長崎市内で、波佐見焼を活用している飲食店は、すでに一定数あると推察する。たとえば、ごはん CAFE 長崎茶寮川徳（長崎市田中町280-15）では、料理を盛りつける食器にこだわって、波佐見焼や有田焼を活用している。同店の飯碗・茶碗・皿には、波佐見焼の natural69 ブランド（松尾陶器・波佐見町村木郷2311）が使われていた（図18）。同店で食事を楽しんでいた観光者（40代女性・長崎県在住）は、「料理に合わせた食器を使っていたから、気分も上がるし、より美味しく感じられる。どこのブランドの食器か気になった」（2023年10月22日大淵インタビュー）と話している。

Instagram に、#波佐見焼・#波佐見焼コラボランチ・#長崎市で投稿してもらうなど、一定条件を満たせば、プレゼント企画に応募できる「長崎市版波佐見焼コラボランチフェア」を開催し、30歳から49歳長崎市在住者の波佐見焼購入費増額につなげたい（波佐見の観光者は30歳から49歳が39%を占めている・本研究4.3節より）。

21) 2024年の波佐見焼コラボランチフェアでは、1月12日から2月18日まで、波佐見町内11軒の飲食店が波佐見焼の窯元&商社とコラボしている。

図18 ごはんCAFE長崎茶寮川徳の料理と波佐見焼



出所：2023年10月22日大淵撮影。

6. 結論

なぜコロナ禍（COVID-19 pandemic；2020年～2022年）でも波佐見町に観光者が訪れるのか。本研究の目的は、コロナ禍（2022年）における波佐見観光者の特性を検証することであった。

COVID-19拡大の影響を受けた波佐見焼の製造品出荷額等は、2021年現在44億円（COVID-19拡大前の2019年比91%）まで回復していた（検証1の結果）。

波佐見町の場合、COVID-19拡大前（2019年）と比べると、2022年現在、①観光者数97万人は2019年比93%まで回復、②宿泊率4%は2019年比同、③外国人宿泊者率0.1%は2019年比ほぼ同であった（検証2の結果）。

コロナ禍（2022年）における波佐見観光者の年齢層は49歳以下が74%を占め、観光者のリピート率は71%、波佐見焼購入率は53%、飲食率は79%であった。コロナ禍（2022年）における波佐見観光の1人あたり観光消費額は、6,148円（波佐見焼購入費2,472円・飲食費1,561円・波佐見焼を除くおみやげ購入費472円・交通費842円・宿泊費801円）であった（検証3の結果）。

本研究では、コロナ禍（2022年）の波佐見観光において、39%を占める30歳から49歳の観光者に向け、①波佐見町散策マップ（webアプリ版）の機能追加、②波佐見陶器まつりの2季開催、③長崎市版波佐見焼コラボランチフェアの開催を検討した（考察）。

COVID-19収束後（2023年以降）、波佐見町が観光で稼ぐためには、観光者数の回復や増数を目指すのではなく、観光者が波佐見町で未訪問の古民家ランチ店・古

民家カフェ店・波佐見焼販売店などへ訪問したくなるような観光動機を作り上げ、30歳から49歳の観光者を中心に、1人あたり観光消費額を増額していかなければならないと結論づける。

謝辞

アンケート調査にご助力していただいた、兒玉盛介理事長（特定非営利活動法人グリーンクラフトツーリズム研究会）、小林善輝事務局長（同研究会）、松下和徳会長（一般社団法人波佐見町観光協会）、三浦祐介事務局長（同協会）、山下雅樹事務局次長（波佐見焼振興会）に感謝申し上げます。

アンケート調査の実施に携わった宮田飛翔・田中伶奈・大淵紗也夏・梅田櫻子の労をねぎらいたい(敬称略・いずれも長崎県立大学地域創造学部2023年度4年生)。

参考文献

- ・石原進（2021）「地域再生のヒントここにあり：まえがきにかえて」、兒玉盛介ほか『笑うツーリズム』石風社、1-4頁。
- ・一般社団法人波佐見町観光協会（2022）「波佐見陶器まつり2022」（<http://hasami-kankou.jp/>）、2023年10月20日閲覧。
- ・大分県企画振興部統計調査課（2023）「市町村民経済計算の概念と用語解説」（<https://www.pref.oita.jp/uploaded/attachment/2200238.pdf>）、2024年1月26日閲覧。
- ・岡本健（2009）「来訪者の回遊行動を誘発する要因とその効果に関する研究：埼玉県北葛飾郡鷺宮町における『飲食店スタンプラリー』を事例として」、『日本建築学会大会学術講演梗概集』日本建築学会、219-220頁。
- ・小林善輝・竹田英司・井手修身（2021）「グリーンクラフトツーリズムの歩みと取り組み」、兒玉盛介・古河幹夫・竹田英司・山路学『笑うツーリズム HASAMI CRAFT TOURISM』石風社、120-160頁。
- ・佐賀県地域交流部観光課（1987；2023）「佐賀県観光客動態調査」佐賀県庁。
- ・経済産業調査会編（1991；2023）「経済構造実態調査」（旧「工業統計表調査：産業細分類別統計表」）総務省・経済産業省。
- ・竹田英司（2022）「波佐見観光と波佐見焼の市場調査：2021年度長崎県立大学受託研究成果報告書」、長崎県立大学『長崎県立大学論集（経営学部・地域創造学部）』55(4)、339-368頁。
- ・内閣府まち・ひと・しごと創生本部事務局（2015）「地域経済分析システム（RE-

- SAS)」（<https://resas.go.jp/>）、2024年1月29日閲覧。
- ・長崎県県民生活環境部統計課（2023）「2020年度長崎県の市町民経済計算」長崎県庁。
 - ・長崎県県民生活環境部統計課（2024）「2024年異動人口集計表2024年1月1日現在」長崎県庁。
 - ・長崎県文化観光国際部観光振興課（1986；2023）「長崎県観光統計」長崎県庁。
 - ・波佐見町企画財政課（2023）「波佐見町まち・ひと・しごと創生人口ビジョン第2期総合戦略（2023年3月1日改定）」波佐見町役場。
 - ・波佐見町役場（2021）「波佐見町散策マップ（webアプリ版）」（<https://www.town.hasami.lg.jp/kankomap/annai/index.html>）、2024年2月9日閲覧。
 - ・波佐見焼振興会（2023）「波佐見あちこち陶器まつり」（<https://hasamiyaki.com/achikochi/>）、2024年2月9日閲覧。
 - ・波佐見焼振興会「プラチナマップ：Hasami Map」（<https://platinumaps.jp/maps/hasami?culture=ja>）、2024年2月9日閲覧。
 - ・肥前窯業圏活性化推進協議会（2021）「『肥前窯業圏』活性化推進協議会の概要」（<https://www.pref.nagasaki.jp/shared/uploads/2021/09/1631520245.pdf>）、2024年2月5日閲覧。
 - ・益子町観光協会（2023）「益子陶器市のおしらせ」（http://blog.mashiko-kankou.org/ceramics_bazaar/）、2024年2月9日閲覧。
 - ・松永朋子（2020）「地域博物館におけるフィールドミュージアムの必要性」、落合知子・波佐見町教育委員会『地域を活かすフィールドミュージアム：波佐見焼窯業地のまちづくり』雄山閣、107-136頁。
 - ・安田亘宏（2015）『観光サービス論』古今書院。
 - ・山口夕妃子（2011）「波佐見ブランド構築の要件と課題」、長崎県立大学産学連携チーム『波佐見の挑戦：地域ブランドをめざして』長崎新聞社、1-15頁。
 - ・山口夕妃子（2018）「長崎県波佐見町における地域ブランドの構築」、片山富弘『地域活性化への試練：地域ブランドの視点』五弦社、73-88頁。
 - ・山本信（2016）「長崎からブランド発信」、長崎県立大学『波佐見焼ブランドへの道程』石風社、178-194頁。
 - ・由布市商工観光課（2023）「由布市観光動態調査」由布市役所。