

令和2年度 学生による地域活性化プログラム

生島義英ゼミナール 活動報告書

# 長岡市摂田屋の魅力を高め、 観光客を増やし、地域活性化を図る。

～現状の把握と分析～



01

令和2年度

## ごあいさつ



長岡大学 学長 村山 光博

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」は、3、4年次の専門ゼミナールに所属する学生グループが、地域の課題解決や魅力創出に向けた調査研究と具体的な取り組みを行うことにより、学生の職業人としての基礎的能力の向上と地域活性化への貢献を目指すプログラムです。本プログラムは、平成19（2007）年度の導入から現在まで十数年に渡り継続し、発展してきた本学の特徴的な教育プログラムの一つであるとも言えます。最近では、取り組みの中心である学生の諸活動を新聞やテレビ、ラジオ等のメディアでも取り上げていただく機会も多くなりました。また、これまで本プログラムの運営に多大なご協力をいただいていた地域連携アドバイザーをはじめ地域の多くの皆様から、各取り組みテーマへのお問い合わせや激励のお言葉をいただいております。長きにわたりこの取り組みを続けて来られたのは、ひとえに地域の皆様の暖かいご支援とご指導の賜物と、心より感謝申し上げます。

「地域活性化とは何か」という問いに対する明確な答えを述べることは難しいと思いますが、本プログラムでは、答えの無い様々な地域課題に対して、それらの課題の原因をどのように捉え、どのように行動を起こして対応して行くのかを学生が自ら体得することができます。本学を卒業後に地域社会の一員となる学生が、将来このような地域課題に対して日々取り組むことになると考えると、これらの体験は彼らにとって大変貴重なものとなることでしょう。

本プログラムでは、各ゼミナールで設定したテーマの下で学生グループが活動を進めて行くこととなりますが、時には学生同士のちょっとしたすれ違いや一緒に活動する地域の大人たちとの意見の食い違い等が起きることもあります。このような体験も学生がさらに一歩、人として成長するためのきっかけとなります。ゼミで決めたテーマをまとめ上げるために、どのように他者とかわりながら取り組みを進めて行くべきなのか、この取り組みの中で自分の役割は何であるのか、などを考えながら活動を行っていくことで、チームで活動することの難しさだけでなく、チームで目標に向かって何かをやり遂げることの充実感や達成感を味わうことができます。

長岡大学の「学生による地域活性化プログラム」では、学生が地域に飛び込んで地域の皆様と一緒に汗をかき、考え、そして楽しむ中から、目先の地域貢献活動だけでなく、将来にわたって地域の活性化を担っていく事のできる人材の育成を目指しております。本学の建学の精神は、「幅広い職業人としての人づくりと実学実践教育の推進」と「地域社会に貢献し得る人材の育成」です。本プログラムは、まさにこの精神を実現するための中核となる教育プログラムであると言えます。

令和3年3月



長岡大学は、文部科学大臣の認証を受けた『公益財団法人日本高等教育評価機構』により、平成28年度大学機関別認証評価を受審し、平成29年3月7日、日本高等教育評価機構が定める大学評価基準を満たしていると「認定」されました。

## はじめに

### 「長岡市撰田屋の魅力を高め、 観光客を増やし、地域活性化を図る」 ～現状の把握と分析～



長岡大学准教授／ゼミ担当教員 生島 義英

本ゼミナールは、3年生13名により今年度の新規ゼミナールとしての活動を開始した。

本ゼミナールの研究動機は以下の通りである。人口推計によると2020年現在の長岡市の人口は約26.5万人であり、今後2045年までには2割減少し、約21万人となる見込みである。2045年の平均年齢は、2015年の47.8歳から5.0歳上昇し、52.8歳となる予想がある。このように長岡市は人口減少、少子高齢化の問題がある。長岡市の衰退の勢いを止め、地域を活性化する活路のひとつとして考えられることは、観光客を増加させ交流人口を増大させ、観光振興を図ることが解決策の一つと考える。

本ゼミナールでは「歴史ある醸造のまち」長岡市撰田屋地区に焦点を絞り、この地域における「観光まちづくり」をどのようにすれば地域の活性化が図れるのかを調査・研究することにある。すなわち「長岡市撰田屋の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る」ことを目的に活動を進めていく。

2020年度の活動は、『①観光まちづくりの考え方を把握する』、『②クリティカルシンキングの手法を理解し、論理的に把握する手法を獲得する』、『③長岡市がおかれている現状を把握する』、『④長岡市撰田屋地区の現状・問題を把握する』、『⑤長岡市撰田屋地区の観光地としての魅力課題を分析し、課題を明らかにする』、『⑥把握した課題への解決策（仮説）を検討する』の6つのステップで検討するとともに、地域へのボランティア活動に参加し地域の人々の交流を通じて撰田屋地区をより深く知り、理解することを計画していた。しかし、新型コロナウイルス（COVID-19）の影響により5月からリモート授業でゼミナールが開始され、当初計画していた撰田屋地区でのボランティア活動などができなくなり、地域の人々と交流の場が失われた。また、学生教員とも慣れないリモート授業により、大幅に計画が遅れる状況を呈したが、5月末の緊急事態宣言解除に伴い、小人数での3密にならないことを前提に現地調査、グループワークなどの活動を開始した。逼迫するスケジュールの中、一部ステップは割愛したが、現地調査・分析、解決策案の提案を取りまとめることができた。これはひとえに学生諸君が積極的かつ能動的に行動した結果である。

今年度の取組みにおいてアドバイザーである「醸造の町撰田屋町おこしの会」平沢政明様、「長岡市観光・交流部観光企画課」馬場信行様ならびご助言、ご協力いただきました「長岡市観光・交流部観光企画課」星野麻美様、「長岡市都市整備部都市計画課」相田和規様、撰田屋地区の皆様にご場を借り、深く謝辞の意を表します。

来年度は、提案した解決策の中からいくつかの提案を具現化すべく引き続き撰田屋に取り組み、成果を得ていきたいと考える所存である。

令和3年3月

生島義英  
ゼミナール

# 長岡市摂田屋の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る（一現状の把握と分析一）



【参加学生】 13名(3年生13名)

3年生 岩城優希、大港樹、岡田大輝、岡本猛、河田海、  
小池慎一郎、小海友希、高橋凜、長橋伊吹、  
中村瑞穂、樋口知恵、吉澤瞳、渡邊衣舞希

【アドバイザー】

機那サフラン酒本舗保存を願う市民の会 事務局長 平沢政明 様  
長岡市観光・交流部観光企画課 課長補佐 馬場信行 様

## I. 研究動機

- ◆ 少子高齢化の影響により長岡市は人口減少の問題がある。
- ◆ 長岡市の衰退の勢いを止め、地域を活性化する活路のひとつとして、観光客を増加させ交流人口を増大させ、観光振興を図ることである。
- ◆ 歴史的景観を有し、醸造業が盛んである長岡市摂田屋地区に焦点を絞り、どうすれば長岡市に訪れる観光客を増加させることができるかが研究動機である。

## II. 研究目的

- ◆ 「長岡市摂田屋地区の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る。」をテーマに掲げ、どのように進めれば、地域の活性化が図れるのかを研究することが目的である。
- ◆ 地域活性化を図るための解決策を検討し、具体的な提案をする。

## III. 摂田屋とは

- ◆ 摂田屋は、新潟県長岡の中心市街地（長岡駅周辺）から南へ約4kmほど、JR宮内駅の南東側にまちが広がっている。
- ◆ 長岡の市街地は、幕末の戊辰戦争や第二次世界大戦の空襲（長岡空襲）で市街地の大部分を焼失したが、摂田屋では被害を免れたため、醸造業などの蔵など古くからの街並みが残っている。

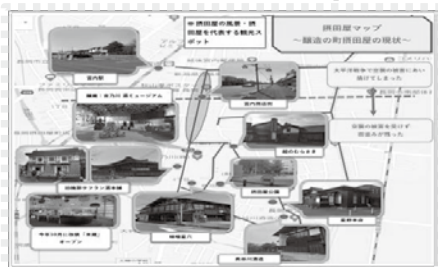
## IV. 摂田屋の現状調査（魅力と問題の把握）

2020年7月に摂田屋の現地調査を行った。現地調査で気づいた発見、感想、意見をとりまとめ、マップを作製した。

### ➤ マップ1：現地調査

摂田屋は宮内駅を出て右にある宮内商店街を歩いた先にある。摂田屋には酒、醤油、味噌などを製造する企業や蔵元が6軒揃っている。

【下の図は摂田屋の風景や醸造企業をまとめた】



### ➤ マップ2：摂田屋の魅力

摂田屋は江戸時代から残る醸造のまちなみがあり、三国街道や醸造の蔵が並び歴史を感じとれるのが特徴である。

【下の図は現地調査を経て、魅力に感じたポイントをまとめた】



### ➤ マップ3：摂田屋の課題

現在の宮内商店街はシャッターが締まっている店が多く、摂田屋をまわるうえで必要な地域案内マップが少なく、また飲食店も少なく、観光地としての賑わいが少ないことに注目した。

【下の図は観光地化に向けて改善が必要な要素をまとめた】



## V. 摂田屋のSWOT分析まとめ

SWOT分析とは、対象地域を内部要因である強みと弱み、外部要因である機械と脅威の4つの軸から評価する手法である。

ポジティブ		ネガティブ	
強み	弱み	機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>1 醸造業が根強く、集積している</li> <li>2 醸造業一歩進んだ施設を有している</li> <li>3 自然景観が美しい</li> <li>4 歴史的な建物、景観、街並みが多く残っている</li> <li>5 醸造業、観光資源として活用</li> <li>6 さまざまな地形空間の活用が期待できる</li> <li>7 伝統的アートスペースと商業の両立が期待できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 人口減少により観光客が増えにくく対応できない</li> <li>2 観光客を増やすための施設が少ない</li> <li>3 観光地に対する知名度が低い</li> <li>4 観光地の歴史に詳しい人が少ない、面白みや魅力が伝わりづらい</li> <li>5 長岡駅からアクセスが難しい</li> <li>6 観光案内マップ、看板が少なく、誘導・案内が行き先がわかりにくい</li> <li>7 店舗が少ないため交通量が多くて危険を感じる</li> <li>8 宮内駅から摂田屋の中心地まで少し距離がある</li> <li>9 観光客が訪れることが少ない</li> <li>10 観光客が訪れることが少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 長岡市の発展として観光サフラン醸造業を振興して観光地の発展させている</li> <li>2 長岡市上での各種イベントの開催の増加</li> <li>3 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>4 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>5 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>6 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>7 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>8 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>9 観光客の増加による観光客の増加</li> <li>10 観光客の増加による観光客の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 長岡市の発展により観光客が増えにくく対応できない</li> <li>2 長岡市上での各種イベントの開催の減少</li> <li>3 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>4 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>5 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>6 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>7 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>8 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>9 観光客の減少による観光客の減少</li> <li>10 観光客の減少による観光客の減少</li> </ul>

内部要因を産業、歴史文化、観光の3つの視点から評価した。外部要因ではPEST分析のフレームワークを利用して、政治的要因、経済的要因、社会的要因、技術的要因の視点から分析を行った。

長岡市摂田屋の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る。  
～現状の把握と分析～

生島義英ゼミナール

参加学生

18 k 013	岩城	優希
18 k 021	大港	樹
18 k 023	岡田	大輝
18 k 024	岡本	猛
18 k 031	河田	海
18 k 037	小池	慎一郎
18 k 040	小海	友希
18 k 066	高橋	凛
18 k 090	長橋	伊吹
18 k 093	中村	瑞穂
18 k 097	樋口	知恵
18 k 113	吉澤	瞳
18 k 122	渡邊	衣舞希

## 目 次

1. はじめに	1
1.1 研究動機	1
1.2 研究目的	1
1.3 研究対象地域	1
1.4 観光によるまちづくりとは	2
1.5 研究の流れ	2
2. 長岡市の現状把握	2
2.1 長岡市の現状	2
2.2 長岡市の観光の現状	6
2.3 まとめ	8
3. 摂田屋とは	8
3.1 摂田屋の歴史	8
3.2 摂田屋の産業	10
3.3 摂田屋の自然	21
3.4 摂田屋の文化	22
3.5 摂田屋の特異性	25
4. 摂田屋の観光視点からの現状調査と課題の抽出	26
4.1 現状調査	26
4.2 摂田屋のSWOT分析	29
4.3 調査結果に基づく解決策の検討	31
5. おわりに	36
5.1 今回の研究でわかったこと	36
5.2 考察	36
参考文献	37

長岡市撰田屋の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る。

## ～現状の把握と分析～

### 1. はじめに

#### 1.1 研究動機

長岡市の人口は約 27 万人であり、今後 2045 年までには▲22%減少し、約 20.9 万人となる見込みである。2045 年の平均年齢は、2015 年の 47.8 歳から 5.0 歳上昇し、52.8 歳となる予想がある。このように長岡市は人口減少、少子高齢化の問題がある。

長岡市の衰退の勢いを止め、地域を活性化する活路のひとつとして考えられることは、観光客を増加させ交流人口を増大させ、観光振興を図ることが重要な方策である。すなわち「観光まちづくり」による長岡市の活性化を図ることと考える。

本ゼミナールの研究では「歴史ある醸造のまち」長岡市撰田屋地区に焦点を絞り、この地域における「観光まちづくり」をどのように進めれば地域の活性化が図れるのかを研究することである。

#### 1.2 研究目的

「長岡市撰田屋地区の魅力を高め、観光客を増やし、地域活性化を図る。」をテーマに掲げ、「観光まちづくり」により長岡市の地域活性化を図ることである。

#### 1.3 研究対象地域（ターゲット：撰田屋地区）

撰田屋地区は、長岡の中心市街地（長岡駅周辺）から南へ 4 km ほど、JR 宮内駅の南東側にまちが広がっている。長岡では、幕末の戊辰戦争や第二次世界大戦の空襲（長岡空襲）で市街地の大部分を焼失したが、撰田屋地区では被害を免れたため、土蔵をはじめとした古くからのまちなみが残っているのである。撰田屋地区には、酒、味噌、醤油などの醸造業が 500m 四方に 6 軒ある。（図 1-1 参照）



図 1-1 長岡市撰田屋地区位置図

## 1.4 観光によるまちづくりとは

日本都市計画学会「都市計画」330号「人口減少社会における観光まちづくりの可能性と進め方」川原晋氏によると、「観光まちづくり」とは「地域が主体となって(①)、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって(②)、交流を振興し(③)、活力あふれるまちを実現(④)するための活動」(観光まちづくり協会 2000)等と定義されている。本ゼミナールでは、歴史、自然、文化、産業の4つの切り口から観光によるまちづくりについて考察をすすめることとする。

## 1.5 研究の流れ

本研究の流れを以下に示す。

### ①現状調査・分析

摂田屋の現地調査の実施

歴史・自然・文化・産業：4つの切り口で分析

摂田屋マップの完成

### ②問題把握

魅力と課題をマップに落とし込み

### ③問題分析

SWOT分析による分析

### ④解決策検討

クロスSWOTによる解決策の検討

### ⑤解決策提案

### ⑥解決策実証(具体的な活動)

今年度の研究活動では、①現状調査・分析から④解決策提案までとし、来年度に解決策の提案以下を活動する。したがって、本報告書では①から④までの取組内容を報告する。

## 2. 長岡市の現状把握

### 2.1 長岡市の現状

人口動態、産業動向、長岡市の観光の現状について以下にまとめる。

#### 2.1.1 長岡市の人口推移

「図 2-1」を見ると長岡市の人口動態は、1995年の293,250人を境に年々減少傾向に転じており、2020年時点で265,066人と2000年比で27,821人、9.4%長岡市の人口が減少している事が分かる。



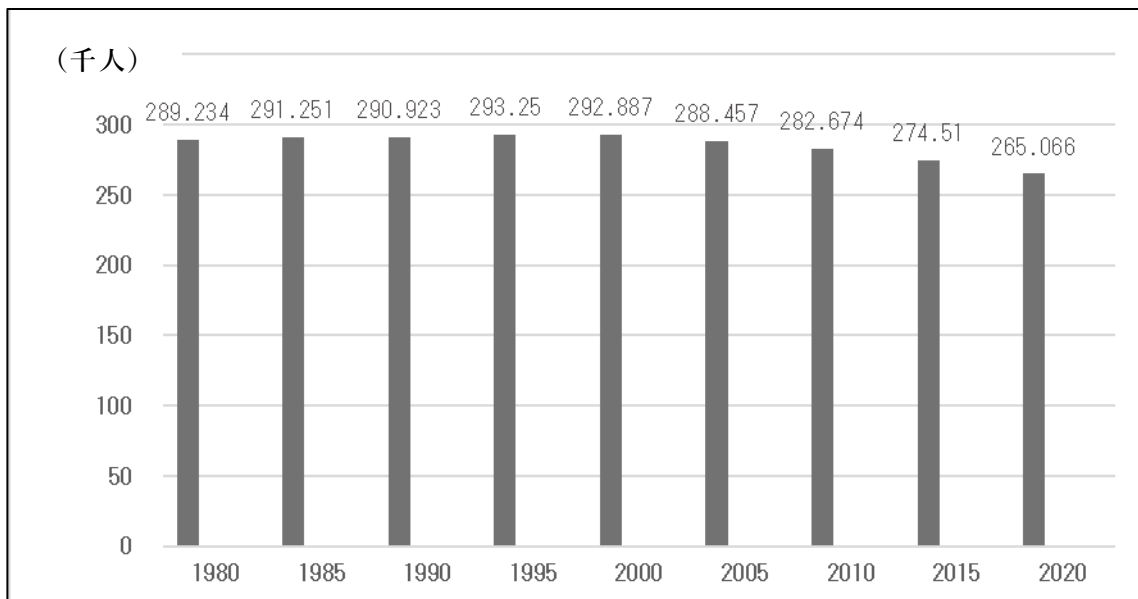


図 2-1 長岡市の総人口推移

引用：日本の人口推移「新潟県長岡市の人口推移」

(1) 長岡市の出生率

長岡市の出生率については、令和 2 年度の現在では 1,665 人という結果になっている。また、「図 2-2」のグラフを見てみると平成 28 年度がこの 5 年間の中でも非常に高い出生率となっている<sup>2)</sup>。一方で平成 31 年度では減少してしまう結果となった。

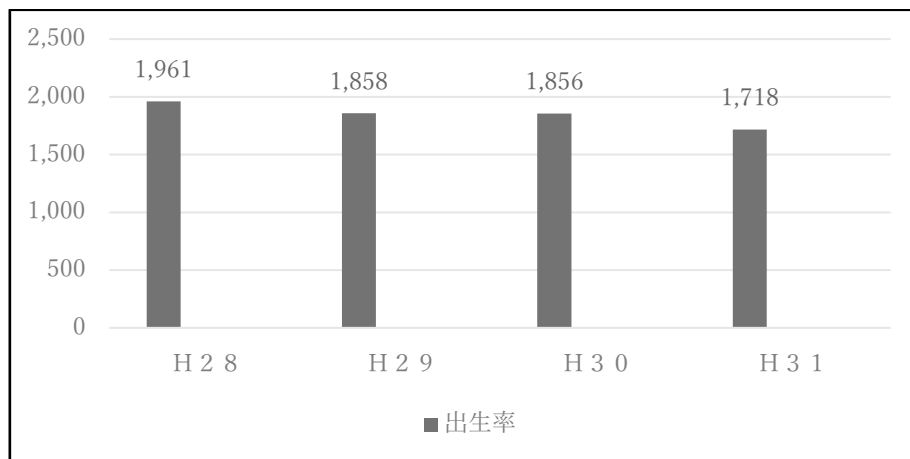


図 2-2 長岡市の出生率

引用：長岡市役所「住民基本台帳人口・世帯数」

## (2) 長岡市の死亡率

死亡率については、今年度のデータはなかったため昨年度では 3,457 人という結果になった。「図 2-3」のグラフを見てみると年々増加傾向にあるということが読み取れる。

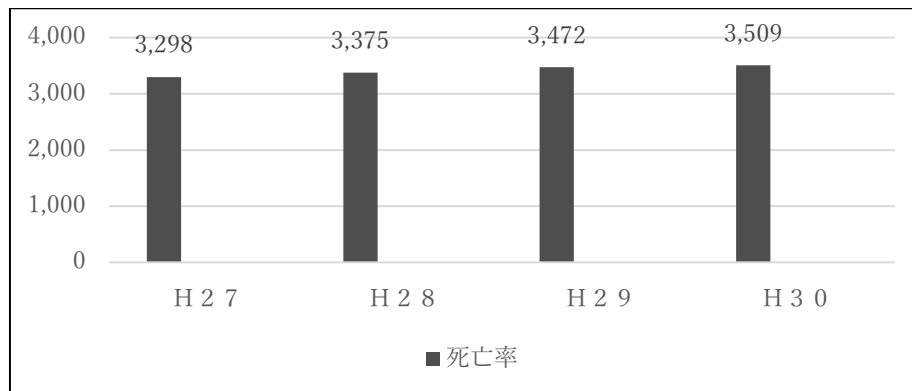


図 2-3 長岡市の死亡率

引用：長岡市役所「住民基本台帳人口・世帯数」

## (3) 課題

人口減少は、今後の高齢化社会を加速させてしまうため、経済に影響を及ぼさないよう今後の人口減少を見据えた街づくりも重要である。また、出生率においては現状維持という傾向が感じられたが、死亡率が年々増加しているため今後も注視する必要がある。

### 2.1.2 長岡市の産業動向

日本商工会議所によると、長岡市が全国と比較して得意としている産業は、はん用・生用・業務用機械、金属製品、水道業、電子部品、デバイス等であり、はん用・生産用・業務用機械が大きいことから地域を特徴づける産業といえる。<sup>1</sup>（図 2-4，図 2-5 参照）

また平成 28 年のデータでは、長岡市で事業従業者数が大きい、事業所数が多い、付加価値が高いのはどれも卸売・小売および製造である。そのため卸売・小売は総合的に最も存在感がある。その他では、事業数、事業従業数、付加価値数の三番目はどれも建築である。次に、生産額が最も大きな産業は、飛び抜けてはん用・生産用・業務用機械であり、次いで住宅賃貸業・保険衛生・社会事業がある。また、生産額のうち第一次産業が 40.9%，第二次産業が 58.1%，第三次産業が 0.9% 占めている。

結論として、長岡市は全国平均並みの宿泊・サービス業であるが、長岡駅の周りには観光地が少ない。また、長岡藩城下町ではあるが、歴史文化を感じられる観光地が少ないことが分かった。

1 日本商工会議所地域復興部「長岡市の地域経済分析について」、9 ページ

2 日本商工会議所地域復興部「長岡市の地域経済分析について」、8 ページ

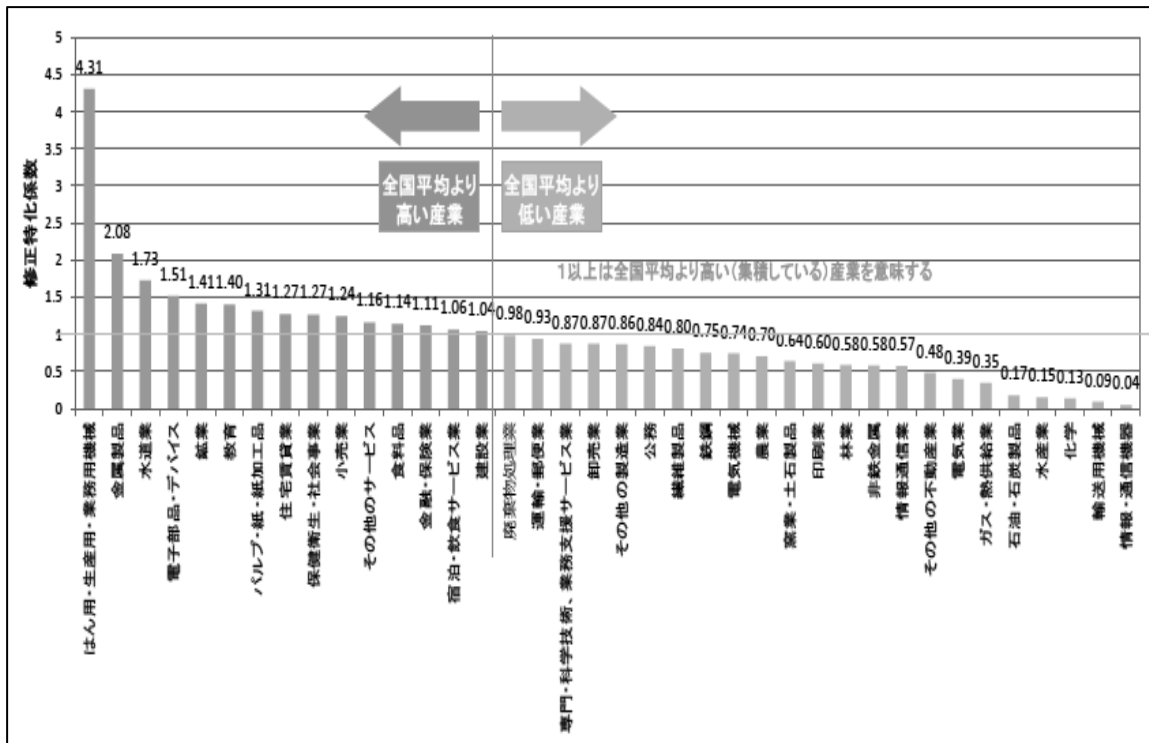


図 2-4 産業別修正特化係数

注) GDP統計上、不動産業(ここでは住宅買入れ業)には、実際には家賃の支払いを伴わない借家賃が含まれている。  
 出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)

引用：日本商工会議所地域復興部「長岡市の地域経済分析について」, 9 ページ

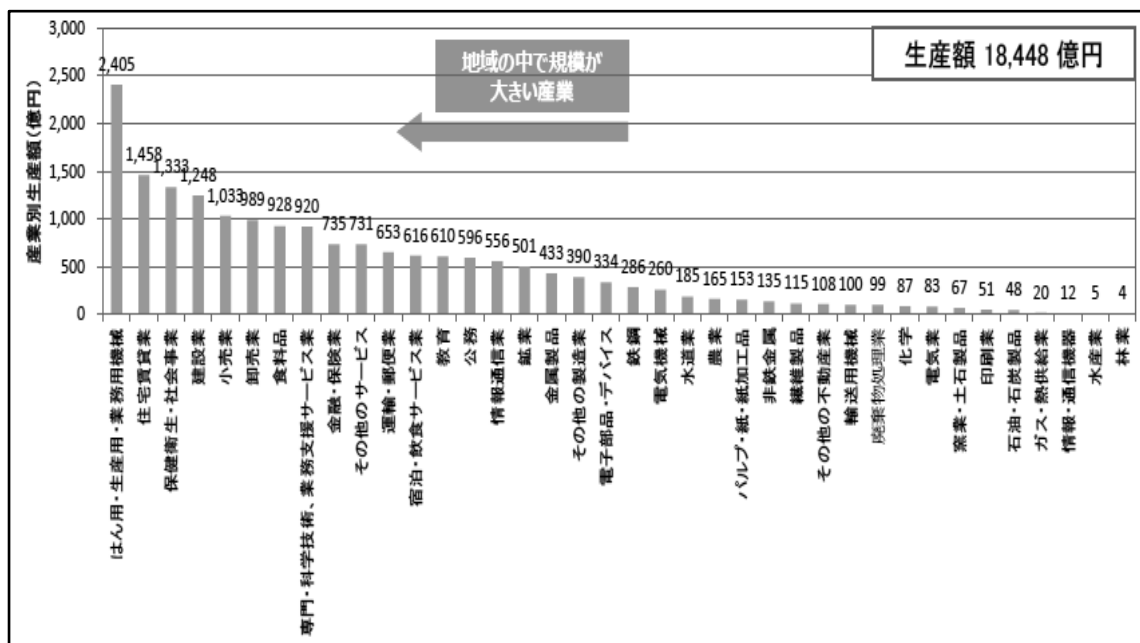


図 2-5 産業別生産額

出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」  
 (株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)

引用：日本商工会議所地域復興部「長岡市の地域経済分析について」, 8 ページ

## 2.2 長岡市の観光の現状

### 2.2.1 長岡市の観光戦略

長岡市が策定した「長岡市観光戦略プラン」概要版によると、長岡市は地域資源を多く有する都市でありながら、観光を目的とした来訪者の数という視点からは、目的地は極めて限られている状況にある。交流人口を獲得することは、地域経済の活性化において重要な課題となる。そのため、長岡の観光関連産業にイノベーションをもたらし、交流人口を拡大するための戦略的な指針を策定するものである。以下にその指針を示す。

#### (1) 計画期間

平成30年度（2018年度）～令和4年（2022年度）の5年間

#### (2) 観光戦略（長岡市観光戦略プラン概要版参照）

##### 戦略1・地域資源を活かした観光の推進

- ・魅力的なコンテンツへの磨き上げ
- ・地域資源を組み合わせた周遊ルートの構築
- ・食や錦鯉などを観光につなげていく（酒蔵ツーリズム等）

##### 戦略2・様々な分野における来訪者の拡大

- ・スポーツ、音楽、芸術文化における各団体・施設と連携した来訪者の拡大
- ・政策ツーリズム等の強化及び様々なツーリズムの検討

##### 戦略3・広域観光の推進

- ・市外、県外の自治体や地域、団体との様々な連携による誘客の推進

##### 戦略4・インバウンド観光の推進・長岡花火を軸とした海外へのプロモーション強化

- ・体験型・滞在交流型の民泊の検討

##### 戦略5・MICEの誘致

- ・コンベンション、スポーツ、文化等の施設や学術研究機関を最大限活用した誘致

##### 戦略6・効果的な観光拠点の整備・運営

- ・道の駅（仮称）ながおか花火館、醸造のまち・摂田屋の整備
- ・民間活力を活用した整備と持続可能な運営

##### 戦略7・物語化、体験化、ガイド人材等の育成、ホスピタリティの醸成

- ・観光資源の価値の物語化、体験化による魅力アップと伝える観光ガイドの育成

##### 戦略8・交通と宿泊の確保、魅力ある土産品の開発促進

- ・移動手段の確保による観光客の利便性の向上
- ・宿泊の確保や土産品等の開発による経済効果の向上

##### 戦略9・姉妹都市、友好都市との交流

- ・国内外のゆかりの都市との交流の推進

##### 戦略10・住情報発信

- ・様々なツールを活用した情報発信と長岡花火を核としたプロモーションの推進
- ・フィルムコミッションの推進による長岡の魅力発信

### (3) 長岡市観光戦略における撰田屋地区の位置づけ

撰田屋地区は歴史ある町並み、多くの登録有形文化財、醸造業の集積があるため戦略1の地域資源を活かした観光の推進、戦略2の様々な分野における来訪者の拡大において長岡市の強みになるだろう。さらに、戦略8の魅力ある土産品の開発促進においても醸造業の発達により撰田屋地区は潜在的可能性があると言える。

## 2.2.2 長岡市の観光の現状

### (1) 長岡市の主要観光地の現状

長岡市は、山古志の棚田、寺泊の市場通り、長岡駅周辺の偉人に関する記念館など、自然から歴史まで幅広く豊富な観光地を有している。長岡の主要観光地と来客数は、魚の市場通り（一昨年来客数170万人）、国営越後丘陵公園、道の駅 R290 とちお（一昨年来客数50万人）となっている。このような主要な観光地が挙げられる中、長岡開府400年の歴史を生かした観光地が少ないということが課題と言える。

### (2) 長岡市観光企画課課長へのヒアリング調査

2020年9月17日長岡市観光企画課課長星野麻美様に長岡市の観光についてのヒアリング調査を行った。下記に質問票と回答を記す。

1. 長岡市内の来客数の多い観光地では、どの年齢層の人たちが多く訪れているか。  
回答：全体的には比較的高齢な方の訪来が多く見受けられる。魚の市場通り国営越後丘陵公園では、ご家族での利用も多く、幅広い世代の方から利用いただいている。
2. 長岡市の外国人観光客の訪問による訪問者数。  
回答：外国人のべ宿泊者数は平成30年度29,187泊（県推計）。ビジネス訪問も含む。
3. 撰田屋の年間観光客数はどれくらいか。  
回答：令和元年の施設見学対応数として、休日公開約4,600人（4/27～12/1の休日）、平日公開約2,000人。撰田屋で開催されたイベントの参加者数として、おっここ撰田屋市で約2,000人、HAKKO tripで約1,000人となっている。
4. 撰田屋について観光案内所などに聞きに来る訪問者はいるか。  
回答：長岡市観光案内所では、最近の実績で月に40人程度撰田屋についての訪来がある。また、訪問者からのおすすめの場所について質問があれば、撰田屋を紹介している。
5. 新潟県内で、撰田屋以外で酒、醤油、味噌等をアピールしている観光地はあるか。  
回答：新潟市の「今代司酒造（酒）」「峰村醸造（味噌）」がある沼垂地域を挙げる事ができる。毎年「発酵・大醸し祭り」というイベントを実施。
6. 撰田屋を観光地化させるために、行政として取り組んでいることはあるか。  
回答：10月17日に「米蔵」をオープンするなど、順次、観光交流拠点としての整備を進めている。また、多言語のパンフレットを発行するなどインバウンドも含めたPRも行っている。

## 7. 摂田屋のマスコットキャラクターのぬいぐるみはあるか

回答：せったぼんとオケじいという体が桶の狸のキャラクターがいる。グッズ等については把握していない

## 2.3 まとめ

長岡市の人口動態から少子高齢化が進んでいることが明らかになり、産業においても観光業の発達が不十分であり、長岡の中心部に主要な観光地が無いのが現状であることが分かった。観光業を発達させ長岡市の交流人口を増やすことによって長岡市を活性化できると考え観光業の観点から長岡市の中心部近辺にある摂田屋地区に着目し長岡市の地域活性化を図る事とした。

## 3. 摂田屋とは

### 3.1 摂田屋の歴史

#### 3.1.1 摂田屋について

長岡の市街地は、幕末の戊辰戦争や第二次世界大戦の空襲で中心市街地のほとんどを焼失したが、摂田屋の地区は危うく難を逃れた。摂田屋は、新潟県長岡市の中心市街地（長岡駅周辺）から南に約4km JR宮内駅の南東側に位置し、土蔵をはじめとした古くからの街並みが広がっている。

摂田屋周辺は、「酒・味噌・醤油」といった醸造業が集まっており、JR宮内駅から旧国道を南に5～10分程も歩くと右手に「機那サフラン酒本舗」がある。その向かい側にある醸蔵が「吉乃川株式会社」である。もう少し進むと手造り味噌の「星六」があり、他にも近くを通ると香ばしい醤油の香りがする「越のむらさき」や「星野本店」、「長谷川酒造」と有名な蔵が摂田屋に多くある。

摂田屋の由来は、摂田屋地区に集まる僧や山伏の無料宿泊所であり、「接待屋」と呼ばれていてものが訛ったことが地名の由来であることが有力な説である。

#### 3.1.2 地区の歴史

##### (1)醸造業の発生

摂田屋は、「酒・味噌・醤油」などの醸造する蔵元が多く残っており、麴の香り漂う醸造の町である。江戸時代には上野寛永寺の領域として天領に組み込まれ、長岡藩領とは異なった規制の元、地の利に加え、天恵を備えた摂田屋は酒・味噌・醤油の銘醸地として醸造業が許可され、発展していった。下の表は、摂田屋にある蔵の創業と主に製造・販売しているものを示したものである。

「表 3-1」から歴史が長い蔵が摂田屋には多いことがわかる。近年では醸造業の集積を活かし、観光の取り組みが始まっており、2020年10月17日に旧機那サフラン酒本舗の「米蔵」のオープンや、入館無料でお酒の歴史や地元企業とのコラボ商品やグッズの販売

を行っている「吉乃川ミュージアム」などの醸造に関することが学べる施設が増えてきている。

表 3-1 撰田屋醸造蔵一覧

蔵	創業年	主な商品
吉乃川(株)	1548	日本酒
(株)越のむらさき	1831	醤油
長谷川酒造(株)	1842	日本酒
(株)星野本店	1846	醤油
機那サフラン酒本舗	1884	リキュール
(株)星六	1897	味噌

## (2) 交通の要所

江戸時代の撰田屋は三国街道に面しており山古志村への通り道であった。この三国街道は、醸造だけでなく、佐渡の砂金を運ぶために整備された。江戸時代では、幕府直轄領（天領）に組み込まれていたため、この地区を通る時は殿様ですら籠をおり歩かれたと伝えられて、参勤交代の要路として殿様街道と別名を持っている。

撰田屋にある鉄道は、上越線・信越線がある。上越線は、1993年清水トンネルの完成により全線開通した。信越線は、1998年に、宮内駅を新設開業している。この鉄道が繋がる大きな駅として宮内駅は当時、重宝されていた。鉄道以外にも、関越道の8号線・17号線が使われていた。一方、新幹線も長岡駅を通過しており、長岡駅から乗車し一駅先に宮内駅がある。このことによって東京と新潟の距離が近づいた。

## (3) 戊辰戦争

「越後長岡戊辰・河合継之助ゆかりの地ガイドブック」によると、北越戊辰戦争で長岡のことが詳しく書かれている。継之助は、封建社会の古びた秩序を一掃し人心の維新を図った。夢に描いたのは「武装中立国」の実現であった。

1868年（慶應4）年1月3日、「鳥羽伏見の戦い」で戊辰戦争が始まった。江戸城を無血開城させた新政府軍は、反抗勢力を制圧しようと各地へ軍隊を送る。

ニッポン旅マガジンによると、新潟県長岡市中心部から南に約4km、撰田屋地区にある光福寺に北越戊辰戦争時の明治元年・慶応4年（1868年）4月26日、長岡藩の本陣が置かれた。撰田屋に本陣が置かれた理由は、戦略上重要な場所であったとともに、蔵元が多く、兵を在留させる十分な建物があつたからと言われている。長岡藩の軍事総督を務めた河井継之助は、新政府軍側との交渉（小千谷談判）が決裂した翌5月3日、諸隊長を光福寺に招集し、開戦の演説を行なったといわれている。

初陣で勝利を飾った同盟軍だが、5月19日の早朝新政府軍の攻撃を受けて長岡城が落城した。だが、7月25日長岡城を奪還した。8月16日午後8時頃継之助は亡くなった。享年42歳だった。同盟諸藩は次々と白旗を掲げ、敗北は明らかにであった。25日長岡藩は、米沢において無念のうちに降伏告げた。

3か月に及ぶ激戦の結果、長岡のまちは悉く焼き尽くされた。戦死者は300数十名に及び、100名近い領民も犠牲になった。長岡藩は、「賊軍」と蔑まれ、つらい歴史を歩み始める。禄高は7万4千石から2万4千石に減封され、人々の暮らしは飢餓と貧困に陥るが、長岡人は「質朴剛健」の気質を誇り、灰燼の中から着実に復興を成し遂げるのである。明治39年に「長岡市」の誕生を迎える。

#### (4) 長岡空襲

「長岡戦災資料館ホームページ長岡空襲」によると、長岡空襲は1945（昭和20）年7月20日、左近地内に1発の爆弾が投下された。長岡に投下された初めての爆弾であった。その12日後の8月1日午後21時6分、警戒警報サイレンが鳴り響いた。続いて午後22時26分、警戒警報は空襲警報に変わり、直後の22時30分にB29による焼夷弾爆撃が始まった。

夜間低空からの容赦ない無差別爆撃により、長岡のまちは瞬く間に炎に包まれた。空襲は8月2日の午前0時10分まで続いた。1時間40分に及ぶ空襲で、市街地の約8割が焼け野原となり、1,488人の尊い生命が失われた。925トンものE46取束焼夷弾等が投下され、163,300発余りの焼夷爆弾や子弾が豪雨のように降りそそぎ、長岡を焼き払ったのである。焼夷弾の落ちなかった町内ないといってよいほどすさまじい空襲であった。

長岡空襲の被害状況は、人口の面だと、現在の長岡市の人口は267,278人で、罹災時の昭和20年7月の人口は、74,508人である。爆薬機数は125機。投下爆薬量924.3トン。死者数1,488人。焼失戸数11,986戸ですさまじい被害である。

長岡は幕末の戊辰戦争や第二次世界大戦末期の長岡空襲で市街地の大部分を焼失したが、摂田屋地区は、現在の北越銀行宮内支店で火災が止まり、被害を免れたため、土蔵をはじめとした古くからのまちなみが残っている。そのため文化財が多く残っている。

### 3.2 摂田屋の産業

摂田屋は酒、みそ、しょうゆなどの醸造業が盛んである。醸造業の定義は、発酵菌による発酵作用を利用して、酒や飲料、味噌や酒などの調味料もとい飲食物に加工、製造する産業のことである。

#### 3.2.1 醸造方法

##### (1) 醤油の醸造方法

###### 工程1 原料処理

大豆を一晩水に浸し、蒸す(NK缶という蒸煮缶で)。小麦は炒り、冷ました後引き割り細かい粒にする。(これを割砕という)冷ました大豆と小麦を混ぜ合わせ、その後、空気輸送で麴室へと運ばれる。

###### 工程2 製麴(せいきく・せいぎく)

運ばれた大豆と小麦に種麴を混ぜ、均一に広げる。(大豆1トン・小麦1トンで高さが25センチほど)盛り込みが終わると室(ムロ)の扉を閉め、湿った暖かい風を送り、麴菌を繁殖させる。



麹菌が繁殖すると熱をもち、麹が閉まることにより風通しが悪くなる。そのため、麹菌が均一に繁殖できるように、麹をほぐす。これを手入れという。手入れは2回ほど行う。盛り込みをし、2日目の朝(46時間後)、醤油麹ができる。醤油麹を室から出し、諸味蔵に送る。これを出麹という。

### 工程3 仕込み・權入れ

醤油麹は塩水と共にタンクに入れ、そこから1年以上かけて発酵・熟成を繰り返し、醤油の色や香りが作られる。その間は「權入れ」といい攪拌させる(混ぜる)作業を行う。頻度は、最初は多く、徐々に少なくなる。これは、最初は早く混ぜ合わせるため、途中からは温度のムラを無くし、育成した乳酸菌や酵母の酸素補給のためと攪拌する意味合いが変わるからである。

### 工程4 しぼり・火入れ

しぼり(槽かけ)作業を行う。できたもろみを麻でできた布に入れ、たたみ、何段にも積み重ねる。その上から水圧プレスで押し、しょうゆを絞り出す。この状態ではまだ製品の醤油ではない。その次に火入れを行う。加熱して色や香り、味を整える。しょうゆは火入れをすることによって、火香がつき、深みが増す。

### 工程5 おり下げ

しょうゆを火入れすることによって成分の一部であるタンパク質が凝固し、漚(おり)ができるそのため、樽(タンク)の中で寝かせ、漚を下の方へと沈殿させる。この工程を漚下げ、または漚引きという。

### 工程6 瓶詰め

瓶詰めをする前に多段式濾過機を使用し、濾過作業を行う。濾過した醤油を瓶詰めし、製品となる。

## (2) 日本酒の醸造方法

### 工程1 原料処理

米の精米を行う。日本酒に使われる米は一般的に食べられる米よりも圧倒的に長い時間をかけて精米される。米の外側は酒にした際に雑味が生まれるため、丁寧に時間をかけて削られる。

精米した米は秒単位で水を含ませる。この吸水具合によってできるお酒の印象は変わる。一般的に食べられる米とは異なり、日本酒を作る際は米を蒸していく。蒸す理由は、米に麹を付きやすくするため。外は硬く、中は柔らかい状態にしていく。蒸しあがるまで一般的には1時間ほど。

蒸しあがった米はすぐに適温まで冷ます。米の温度や湿度は酒造りの要であるため、急いで仕上げる必要がある。

### 工程2 製麹

放冷が完了した米を均一に広げ、麹菌をふりかけていく。麹をまぶした米は保温処理をし、三日ほど待ち、麹菌の増殖を待つ。これにより蒸し米は麹米へ成長する。これを製麹(せいぎく)という。

### 工程3 酒母・醪作り

発酵を始めるための酒母を作る。酵母を育てるために酒母は重要なもの。酒の元となるものである。

酒母に麴、蒸し米、水を入れ、発酵させていく。この際、3回に分けて仕込む。三段仕込と言い安定した麴ができるという手法である。この発酵で糖化、アルコール発酵が同時に行われる。この同時に発酵が行われることを並行複発酵という。2つの化学反応を1つのタンクで行うこの方法は世界的にみてとても珍しい。ビールは単行複発酵といい別で発酵が行われ、ワインは単発酵といい原料の糖分でアルコールが発酵される。2つを同時に行うのは酒というジャンルにおいて大変珍しい。

#### 工程3 上槽

発酵し、成熟した醪を絞っていく。この際できるのが酒粕というもの。

#### 工程4 滓引き、濾過

滓(おり)を沈殿させて澄んだ部分を取っていき、殺菌、品質劣化を防ぐため酒をろ過し、加熱する。

#### 工程5 貯蔵、調合

仕込み水を加えて、アルコール度数の調整を行う。

#### 工程6 瓶詰め

最後に濾過、加熱したお酒を瓶詰めし、製品となる。

### (3) 味噌の醸造方法

#### 工程1 原料処理

大豆を洗い、3倍量の水に浸し、急水させる。その後、豆を煮詰めて、ざるにあけ、豆を潰していく。それをよく冷ます。

#### 工程2 原料の混ぜ合わせ

加水用の湯冷ましの水、種味噌を混ぜ、種水というものを作る。桶などにサンドイッチ状に大豆、塩糀、混ぜ塩を撒き、最後に種水をまんべんなく振りかけ、よく混ぜる。

#### 工程3 仕込み

カメを用意して、工程2で作ったものを空気が入らないよう押し込み入れ、振り塩をまく。その後、サラシを表面に広げ、淵は密閉するように折り込む。

#### 工程4 発酵

直射日光が当たらない場所にて発酵させる。

#### 工程5 完成

発酵が完了したら味噌ができあがる。

### 3.2.2 代表的な醸造企業概要

#### (1) 酒造企業

摂田屋には3社の酒造がある。詳細は下記のとおりである。

##### (1-1) 吉乃川株式会社

「表3-2」に吉乃川株式会社の企業概要をまとめる。吉乃川は摂田屋地区で一番創業が古い酒蔵である。



図 3-1 吉乃川 醸蔵

表 3-2 吉乃川株式会社の企業概要

本社所在地	新潟県長岡市撰田屋 4 丁目 8 番 12 号
TEL	0258-35-3000 FAX : 0258-36-1107
創業年月日	天文 17 年(1548 年)
資本金	2100 万円
代表取締役社長	峰政祐己
事業内容	清酒製造業
有力（主力）商品	
	みなも（中汲み大吟醸原酒・中汲み純米大吟醸原酒・大吟醸・純米大吟醸・厳選醸造 極上吉乃川・吟醸 極上吉乃川） 厳選辛口 吉乃川（厳選辛口 吉乃川） 伝統の味 吉乃川（秘蔵酒 吉乃川・大吟醸 吉乃川・芳醇 吉乃川） 越後シリーズ（吉乃川 越後純米・吉乃川 越後吟醸） 杜氏の晩酌（杜氏の晩酌 吟醸 吉乃川・杜氏の晩酌 純米 吉乃川・杜氏の晩酌 本醸 造 吉乃川）
沿革	
慶応 元年	和泉屋と屋号を変更
大正 10 年	株式組織に変更 中越醸造株式会社とする
大正 11 年	中越酒造株式会社と商号変更
昭和 48 年	吉乃川株式会社と商号変更
平成 19 年	眞浩蔵を新造
令和 元年	酒ミュージアム「醸蔵」オープン

出典：吉乃川株式会社 Web サイト

(1-2) 長谷川酒造株式会社・信州屋

「表 3-3」に長谷川酒造の企業概要をまとめる。



図 3-2 長谷川酒造

引用：長谷川酒造ホームページ

表 3-3 長谷川酒造株式会社の企業概要

本社所在地	新潟県長岡市撰田屋 2 丁目 7 番地 28 号
TEL・FAX	0258-32-0270・0258-35-6066
創業年月日	天保 13 年（1842 年）12 月 15 日
資本金	1000 万円
代表取締役	長谷川道郎，長谷川葉子
事業内容	清酒製造業
有名（主力）商品	越後雪紅梅，初日正宗，越後長岡城
沿革	<p>天保 13 年 12 月 15 日 重吉が御神酒造りを願い上げ許される</p> <p>明治 19 年 二代目弥吉が母屋を建築 ※登録有形文化財</p> <p>昭和 30 年 法人設立</p> <p>昭和 59 年 国民栄誉賞受賞の故 遠藤実氏による命名「越後雪紅梅」を商標登録</p> <p>平成 16 年 新潟県中越地震により貯蔵蔵含む 3 棟が倒壊 建屋縮小に伴い，瓶貯蔵に力を入れる</p> <p>平成 26 年 瓶詰め蔵（吉幸蔵）の建築 黄綬褒章受章，現代の名工の高橋孝一を杜氏に迎えた仕込みが始まる</p> <p>平成 28 年 黄綬褒章受章の澤中忠司を杜氏に迎えた仕込みが始まる</p>

出典：長谷川酒造株式会社 Web サイト

(1-3) 新潟銘醸株式会社(機那サフラン酒本舗)

吉澤仁太郎がサフラン酒を開発し、明治 27 年に摂田屋に工場を移転し、大いに発展する。現在、機那サフラン酒本舗は摂田屋では酒類を生産していないが、機那サフラン酒本舗で製造していたサフラン酒は新潟銘醸株式会社で生産が継承されている。「表 3-4」に新潟銘醸株式会社の企業概要をまとめる。



図 3-3 機那サフラン酒本舗



図 3-4 機那サフラン酒本舗 建物配置図

引用：長岡市，機那サフラン酒本舗の整備と運営について

表 3-4 新潟銘醸株式会社(機那サフラン酒本舗)の企業概要

本社	新潟県小千谷市東栄 1 丁目 8 番 39 号
TEL	0258 - 83-2025 FAX : 0258-83-2269
創業年月日	昭和 13 年 (1938 年)
資本金	1000 万円
代表取締役社長	吉澤貞雄
従業員数	48 名
事業内容	清酒, 焼酎, リキュール, 酒粕, 漬物, などの製造販売
会社概要	
	昭和 13 年, 長岡市で機那サフラン酒の製造をしていた二代目吉澤勇次郎氏らが中蒲原郡村松町 (現五泉市) に二つの酒蔵を集約し, 設立した。勇次郎氏が初代社長就任し, その 2 年後に小千谷市にあった中野醸造株式会社を吸収, 同時に本社を小千谷に移転した。それ以降現在まで機那サフラン酒の製造を引き継ぎ, 販売している。
有名 (主力) 商品	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長者盛シリーズ</li> <li>・越の寒中梅シリーズ</li> </ul>
沿革	
	<p>明治 17 年 初代吉澤仁太郎がサフラン酒を開発</p> <p>明治 27 年 摂田屋にて機那サフラン酒本舗を創業</p> <p>昭和 13 年 新潟銘醸株式会社を設立</p> <p>昭和 15 年 中野醸造株式会社を吸収し, 小千谷市に工場を移転</p>
機那サフラン酒の歴史	
	<p>・機那サフラン酒本舗 (所在地: 新潟県長岡市摂田屋 4-6-33)</p> <p>サフラン酒の生みの親は, 機那サフラン酒本舗を創った初代である吉澤仁太郎さんという方。1863 年生まれ, 摂田屋の隣町の農家の次男として生まれ, 19 歳の時奉公先の薬種屋 (薬屋) で薬酒の製法を学び, 21 歳という若さで「サフラン酒」を開発。自分で調合したサフラン酒を大筒に入れて行商をしたことから機那サフラン酒の歴史は始まった。当時サフランは輸入品で手に入りやすく高価だったが情報通だったのではないかとのこと。初代仁太郎は商才に長けていて, 奇抜なアイデアをもつ人だった。</p> <p>薬効のあるサフラン酒を広めようと行商に行き町の薬屋に頼んで商品を置いてもらい, その晩近くの宿に泊まると腹痛を訴え, 女中に自分の商品を買ってくるよう頼む自作自演の宣伝をしてサフラン酒を広めたという逸話があるのだ。女性がお酒を飲む機会がなかった時代に「薬」という切り口で女性をターゲットにしたサフラン酒は人気となり瞬く間に売り上げを伸ばした。昭和初期には海外にまで販路を広げた。明治 27 年仁太郎さんが 31 歳の時に摂田屋に移転する。</p>

出典: 新潟銘醸株式会社 Web サイト

(2) 味噌醸造企業

撰田屋には2社のみそを製造販売している企業がある。詳細は下記のとおりである。

(2-1) 株式会社星野本店

「表 3-5」に星野本店の企業概要をまとめる。



図 3-5 星野本店 ホームページより引用

表 3-5 株式会社星野本店の企業概要

本社	〒940-1105 新潟県長岡市撰田屋 2 丁目 10-30
TEL・FAX	0258-33-1530 フリーダイヤル:0120-17-1530 FAX:0258-35-1530
創業年月日	1846 年 弘化三年
資本金	1000 万円
代表取締役	星野考
事業内容	醤油, 味噌, 漬物, 麴製品の製造及び販売
営業時間	平日 08:30~17:30
有名(主力)商品	・味噌漬: 厳選した材料を星野本店特製の完熟させた越後味噌にじっくり漬け込んである酸味, 旨味の調和した風味豊かな言わば「味噌屋の味噌漬」
沿革	
創業	江戸時代 弘化三年(1846年)
明治 39 年	法人組織 合資会社星野商店とする
明治 44 年	社名を変更し, 合資会社星野本店とする
昭和 17 年	戦争により統制経済になりみそ, しょう油は重要必需品として増産をはかり国民生活の安定に励む。
昭和 25 年	統制解除
昭和 38 年	農林省 JAS 認定証を受ける
昭和 42 年	みそ製造工場増設
平成 11 年	組織変更し, 株式会社星野本店とする
平成 16 年	新潟県中越地震により被災, 復旧につとめる
平成 19 年	味噌工場を本社工場敷地内に移転, 新設

出典: 株式会社星野本店 Web サイト

## (2-2) 有限会社 星六

「表 3-6」に星六の企業概要をまとめる。



図 3-6 星六

表 3-6 有限会社 星六の企業概要

本社	住所：〒940-1105 新潟県長岡市撰田屋 4-5-11
TEL	0258-32-6206 FAX：0258-38-0412
創業年	昭和 50 年（1975 年）明治 30 年代に星野本店から分家
代表取締役	星野正夫
有名（主力）商品	・味噌味比べ 二種 天然醸造・木桶発酵，100%国産原料を用いた昔ながらの手作り味噌。「米味噌 1 年もの」・「昔造り味噌 2 年もの」各 500g の組み合わせ。 ・味噌味比べ 三種 「こだわり味噌 1 年もの」・「麦味噌 2 年もの」・「昔作り味噌 3 年もの」の組み合わせ。

出典：有限会社 星六 Web サイト

## (3) 醤油

撰田屋にはしょうゆを製造販売している企業が 1 社ある。詳細は下記のとおりである。

### (3-1)株式会社 越のむらさき

「表 3-7」に越のむらさきの企業概要をまとめる。



図 3-7 越のむらさき ホームページより引用



表 3-7 株式会社 越のむらさきの企業概要

本社	新潟県長岡市撰田屋 3-9-35
TEL	0258 - 32-0159 FAX : 0258-35-9682
創業年月日	天保 2 年 (1831 年)
資本金	1000 万円
代表取締役社長	丸山博
主な事業内容	醤油, 調味料, 味噌, 酢の製造, 販売
有名 (主力) 商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 醤油 〈特選かつおだし〉越のむらさき, 〈だし入りしょうゆ〉味丸大豆二度仕込, 悠久</li> <li>・ 調味料 八方つゆ, 卓上三味酢, 野菜漬</li> <li>・ 味噌 越後みそ, 撰田屋越後コシヒカリみそ</li> </ul>
沿革	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業 天保二年</li> <li>・ 爾来代々醤油醸造業を営む</li> <li>・ 明治 36 年 / 川上兄弟合資会社設立</li> <li>・ 昭和 57 年 1 月 / 合資会社ヤマタ・平成元年 4 月合資会社セッタヤに商号変更</li> <li>・ 平成 11 年 4 月 / 株式会社越のむらさき設立(合資会社セッタヤ事業を引継)</li> </ul>
創業裏話	<p>・ 創業は天保 2 (1831) 年, 建物は同じく醸造開始以来繰り返された増改築を経て現在に至っている, 創業 186 年の老舗である。</p> <p>昭和 44 年ごろ, まだ醤油が一般的でなかった頃, 「〈特選かつおだし〉越のむらさき」を発売し, これが看板商品になった。それが平成 11 年に「合資会社セッタヤ」から「株式会社越のむらさき」へ社名を変更した理由になったという</p> <p>・ 醤油は丸大豆を使った天然醸造や, かつおだし入りのものを製造しており, その製法は創業当時から変わらない。だが, 現代の健康志向に合わせて塩分を控えめにし, 核家族や食文化に合わせて小容量のボトルを発売するなど時代に合わせて商品を少しずつ変化させてきたという。</p> <p>・ 社屋は明治 10 年に<sup>まこ</sup>施工され 130 有余年になった。この主屋と土蔵は「国土の歴史的景観に貢献している」とのことから平成 25 年 3 月に国の登録有形文化財に指定された。</p>

出典：株式会社 越のむらさき Web サイトなど

#### (4) 酵母

摂田屋には酵母を製造販売している企業が一社ある。詳細は下記のとおりである。

##### (4-1)中越酵母工業株式会社

「表 3-8」に中越酵母工業の企業概要をまとめる。

表 3-8 中越酵母工業株式会社の企業概要

本社	新潟県長岡市摂田屋 4 丁目 8 番 12 号
TEL	0258-32-2111
創業年月日	昭和 22 年 8 月
資本金	1,000 万円
代表取締役社長	道木泰徳
事業内容	パン酵母（イースト）やビール酵母の培養，発酵風味料の製造。お客様の目的に応じた酵母の培養や菌株特性調査を行っている。
有名（主力）商品	<ul style="list-style-type: none"><li>・パン酵母 各種パンに幅広く利用可能なレギュラータイプのパン酵母</li><li>・ビール酵母 上面発酵酵母 発酵が終了するとタンクの液面に浮上する酵母で，やや高い温度（20～25℃）で発酵させることにより出来上がるビール。 下面発酵酵母 発酵が終了するとタンクの底に沈降する酵母で，低い温度（5～15℃）で長時間発酵させることにより出来る淡麗でさっぱりした飲み口のビール。</li><li>・発酵風味料，甘酒 酒種の風味や麴の香りを付与する発酵風味料や甘酒など，製菓・製パン用となる資材。</li></ul>

出典：中越酵母株式会社 HP

#### 3.2.3 発展の要因

##### (1) 特別な地域

摂田屋地区は自然堤防という，川が洪水になったときに運ばれてきた土砂が川の岸に積もってできた地形となっており，周りの平野と比べると少し高い地形になっている。それにより，大雨や洪水になった時には床下浸水をするのが少なく，比較的安全である。また，自然堤防は砂を主体としているため水はけがよく，地盤も安定している。そのため，自然堤防である摂田屋地区には昔からお金持ちなどの有力者が多く住んでおり発展していった。また，摂田屋地区は江戸時代には幕府直轄領（天領）であり，蔵王権現が摂田屋の半分を納めていた。当時はお酒を造ることは禁止されていたが，長岡藩領とは異なる規制の緩さから蔵王に譲渡する名目で有力者はこぞって酒造りをした。

## (2) 太田川を利用した海運

摂田屋地区には信濃川に繋がる河川である太田川がある。まだ車や電車がなかった頃には摂田屋で造られた味噌や醤油、お酒などはとても重く運送が大変だったが、船を使って運送することで長距離の運送もすることができた。太田川から信濃川を利用しての運送であるため、かなりの広範囲へも売ることができ、これにより醸造業はさらに発展していった。

## (3) 鉄道と宮内駅の発展

宮内駅は、信越線、上越線の分岐点であり、近隣には貨物駅があり、鉄道の要所である。摂田屋地区にある宮内駅の変遷を「表 3-9」に示す。

表 3-9 鉄道と宮内駅の歴史

1898年（明治31年）12月27日	北越鉄道の信越本線・北条駅 - 長岡駅間に新設開業。
1907年（明治40年）8月1日	北越鉄道が国有化され、帝国鉄道庁（国有鉄道）の駅となる。
1920年（大正9年）11月1日	上越北線（現、上越線）の宮内駅 - 東小千谷駅（現、小千谷駅）が開通し、分岐駅となる。
1947年（昭和22年）	駅舎を改築。
1987年（昭和62年）4月1日	国鉄分割民営化により JR 東日本の駅となる。
1992年（平成4年）3月14日	現駅舎に改築。

出所：「JR 信越本線 宮内駅」

[http://www.pcpulab.mydns.jp/main/shinetuhonsen\\_miyauchi.htm](http://www.pcpulab.mydns.jp/main/shinetuhonsen_miyauchi.htm)（2020年12月30日閲覧）

## 3.3 摂田屋の自然

### 3.3.1 伏流水とは

水道技術研究センターによると、河川の流水の中で地上を流れる表流水、地下を流れる伏流水の二種類ある。表流水とは、河川、湖沼の水のように完全に地表面にある水を指すが、伏流水は、河川の流水が河床の地質や土質に応じて河床の下に浸透し、上下を不透水層に挟まれた透水層が河川と交わるとき透水層内に生じる流水で、水脈を保っている極めて浅い地下水のことを指す。

### 3.3.2 醸造に適した自然環境

長谷川酒造株式会社によると、新潟県は日本全国でも有数の豪雪地帯で、深い雪は良質な米と豊富な水をもたらすという。蔵がある長岡市は、冬の日照時間が短く昼夜の気温差が少ないため、古来より名酒づくりの基本条件とされる「寒仕込み」に適した環境に恵まれている。

一方、吉乃川株式会社では、米どころ新潟の米を原材料に使っている。夏は、米作りをし、冬には、夏で作った米を使用し酒造りをするという合理的なサイクルをしている。

### 3.4 摂田屋の文化

#### 3.4.1 祭り

摂田屋地区では、以下の代表的なお祭りイベントが開催されている。

(1)長岡観光ナビのホームページより、10月に開催された摂田屋6番街サフラン茶会がある。米蔵でお茶会が開かれる。

(2)Nagaokaぶくぶく発酵めぐりのホームページより、11月に発酵のまち、長岡 HAKKO trip というイベントが開催された。機那サフラン酒本舗・米蔵に1日限りの屋台村がオープンされた。スノーフード長岡のよるおいしい空間がある。

(3)にいがた観光ナビのホームページより、4月に開催されている、越後長岡蔵開きがある。2020年現在、5蔵が参加している。(朝日酒造、お福酒造、柏露酒造、長谷川酒造、吉乃川)

(4)ながおか市民協働センターウェブサイトのコライトより、10月におっここ摂田屋市のイベントが開催。場所は、吉乃川(株)をメイン会場に、醸造の町の摂田屋で開催。

表 3-10 摂田屋のイベント

祭り	内容
(1)摂田屋6番街サフラン茶会	椅子に座って、お抹茶・お菓子を楽しむことができる。
(2)長岡 HAKKO trip	機那サフラン酒本舗・米蔵に1日限りの屋台村がある。
(3)越後長岡蔵開き	<p>「朝日酒造」 搾りたて原酒「蔵フェ酒」振舞い 甘酒振舞い・酒粕詰め放題・酒蔵見学</p> <p>「長谷川酒造」 蔵見学やふるまい酒、酒粕を使ったスイーツや玉子焼きサンドなどをご用意する。 有料の利き酒コーナーは蔵開き限定酒や秘蔵酒も紹介する。</p> <p>「お福酒造」 蔵開きイベントは初めての開催。純米吟醸酒の酒粕を蒸留し、シェリー樽に詰めて熟成させた焼酎や日本酒仕込みの梅酒など様々なお酒を揃えてある。 登録有形文化財にも指定されている岸家住宅主屋も特別公開される。</p>
(4)おっここ摂田屋市	6蔵を巡るスタンプラリー・光福寺時代行列出陣式・アート食彩てんこもり市・機那サフラン酒本舗一般公開がある。

### 3.4.2 神社仏閣

ホトカミのホームページ、長岡市役所のホームページと八幡総本宮宇佐神宮ホームページによると、摂田屋には光福寺・金毘羅神社・定正院・竹駒稲荷・八幡神社がある。合計で寺院2か所、神社が3か所あり、神社仏閣が多く存在する。詳細は以下の「表3-11」にまとめる。

表3-11 神社仏閣

神社・寺	内容
光福寺	小千谷の慈眼寺での和平会談決裂後、前島村で開戦を決意した。河井継之助は長岡藩の諸隊長を長岡藩本陣であるこの地に集め、新政府軍に対し、開戦の決意を演説した。
定正院	定正院は、明応三年(1494)十月、鎌倉扇谷上杉管領定正、山内上杉顕定と合戦の最中、病死す。遺臣等遺髪を奉じ、越後上杉を頼り当地に至り、草庵を結ぶ。 春日林泉寺、曇英恵応禅師の直徒可淑和尚巡錫の砌、上杉ゆかりの草庵と聞き上杉謙信の助援を仰ぎ、一寺を建立、定正院殿志賀公大居士と追号し、師、曇英恵応禅師を勧請し開山為す。寺名は開基の院号より名付けたもの。 再三、火災にて焼失、現在の本堂は文政九年(1826)七月四日上棟、建立されたものである。
竹駒稲荷	竹駒稲荷は日本3大稲荷の一つともいわれる宮城県岩沼市の竹駒稲荷から、明治22年、当地勧請されたもの。老舗醤油蔵「越しのむらさき」が管理している。
八幡神社	ご祭神は〈主〉誉田別命、最も多い神社の一つ。本殿は大分県宇佐市

### 3.4.3 歴史的建築物

摂田屋地区は歴史的な街並みと建築物が多く、「表3-12」に示すとおり7つの建物が登録有形文化財に登録されている。各登録有形文化財の解説は、文化庁の国指定文化財等データベースより引用し、以下に示す。今後、機那サフラン酒本舗の母屋、蔵、庭園など9棟、1庭園が国の登録有形文化財への登録を進めている。

#### (1) 機那サフラン酒製造本舗土蔵（鋺蔵）

サフラン酒の醸造で財をなした吉沢仁太郎が建設。桁行5間、梁間3間規模、切妻造、棧瓦葺の土蔵で、基礎は石積み、腰を海鼠壁とする。軒廻り、開口部と塗戸に、鳳凰、麒麟、恵比須、大黒や十二支などの極彩色鋺絵を施す。左官は地元の河上伊吉と伝える。

#### (2) 吉乃川酒造常蔵

県道の東側に南北棟で建つ倉庫。桁行34m梁間16mの鉄筋コンクリート造、小屋は鉄骨トラス組とする。切妻造で、RC造天井スラブ上に鉄板を張り、2ヶ所に越屋根を載せる。2階の部屋はトラス陸梁から鉄筋で吊される。醸造業の近代化を示す遺構。

### (3) 越のむらさき主屋

交差点に北面して建つ。木造二階建，切妻造妻入棧瓦葺で，正面に下屋を設ける。外壁は簾子下見板張で，下階出入口や上階窓にガラス戸をたてる。内部は西側の事務所の天井を吹抜けとし，東側には応接室などを配する。当地方の伝統的な住宅形態を伝える建物。

### (4) 越のむらさき土蔵

主屋の南東部に張出して付属する土蔵。土蔵造二階建，桁行四・三メートル梁間三・四メートル，切妻造，置屋根式の棧瓦葺である。外壁は漆喰塗で腰を簾子下見板張とし，窓枠や鉢巻を黒漆喰で仕上げる。醸造業が盛んな撰田屋の歴史を伝える醤油醸造所の土蔵。

### (5) 長谷川酒造主屋

酒造施設の南端に位置する。木造二階建，切妻造棧瓦葺で，東正面北寄りに切妻造のツメバを突出す。床上部は田字形四室で南面の庭側を座敷とする。外壁は簾子下見板張で上部漆喰塗とし，妻壁に二重の梁組を表すなど，風格ある構えを見せる老舗造酒屋の主屋。

### (6) 星野本店三階蔵

敷地南端に北面し，土蔵造三階建，桁行八・二メートル梁間四・六メートル，切妻造棧瓦葺である。一階正面に蔵前を設け，外壁漆喰塗で腰を簾子下見板張とする。三階は大正期の増築で，小屋はキングポストトラスを組む。特徴的な外観をもつ，醤油醸造所の土蔵。

### (7) 星六土蔵

店舗兼主屋の南東側に接続する。土蔵造二階建，桁行七・三メートル梁間七・九メートル，切妻造，置屋根式の鉄板葺である。外壁は漆喰塗で腰を簾子下見板張とし，軒蛇腹や窓枠の一部を黒漆喰塗としてアクセントとする。星野本店から移築した味噌醸造用の土蔵。

表 3-12 登録有形文化財

建物名	登録年
(1) 機那サフラン酒製造本舗土蔵	2006年11月29日
(2) 吉乃川酒造常蔵	2011年7月25日
(3) 越のむらさき主屋	2013年3月29日
(4) 越のむらさき土蔵	2013年3月29日
(5) 長谷川酒造主屋	2013年3月29日
(6) 星野本店三階蔵	2013年3月29日
(7) 星六土蔵	2013年3月29日

(引用：国指定文化財等データベース)

### (8) 秋山ポスター美術館

秋山孝ポスター美術館 長岡のホームページより、「秋山孝ポスター美術館長岡」となる歴史的建造物は，1920年（大正9）8月に長岡貯蓄銀行宮内支店として開設されたが，1921年（大正10）長岡商業銀行と改名し，1925年（大正14）9月に新築されました。1929年（昭和4）六十九銀行に合併し，1942年（昭和17）北越銀行宮内支店となり，さらに1945年（昭和20）第二次大戦空襲による火災にも遭遇し，その後，1970年（昭和45）に田上商店倉庫となった。築後85年を迎えようとする大正時代の趣を残す，この歴史的建造物を活用し

た。これは地元の皆様からの多大な協力を得て実現した。なお、第二次大戦空襲による火災がこの建物で止まり、摂田屋が火災から免れた。

美術館の建物は、1925年（大正14）に建設された。その建物が度重なる地震などによって老朽化し、歴史的建造物として修復され、瀟洒な美術館（都市景観賞受賞）に生まれ変わった。

秋山孝ホームページ東京（多摩美術大学教授）によると、秋山孝とは、多摩美術大学教授、秋山孝ポスター美術館長岡・館長である。1952年新潟県長岡市生まれ。多摩美術大学卒業。東京芸術大学大学院修了。2009年7月11日「秋山孝ポスター美術館長岡」が開館した。



図 3-7 秋山孝ポスター美術館（元北越銀行 宮内支店）

引用：秋山孝ポスター美術館ホームページ

### 3.5 摂田屋の特異性

長谷川酒造株式会社では、すべての酒を信濃川の伏流水で仕込んでいるという。長野県では八ヶ岳、槍ヶ岳、穂高岳など日本百名山とも称される山々の水、長岡東山連峰の水が流れ込んでおり、名水をかけあわせた伏流水から作る酒は雑味のない澄んだ味わいになるため酒造りに適している。

吉乃川株式会社でも、仕込み水には、敷地の地下深くから湧き出る、信濃川の伏流水を使用している。「和泉屋（吉乃川の旧称）の『天下甘露泉』はミネラルを多く含む軟水であり、飲み飽きしない、さらりとした酒が作ることができる。このことから、摂田屋が醸造業に適した地域だったことがわかる。

## 4. 摂田屋の観光視点からの現状調査と課題の把握

### 4.1 現状調査(魅力と問題の把握)

我々は2020年7月に摂田屋の現地調査を行った。宮内駅から、長谷川酒造・太田川までを調査範囲として決定する。摂田屋での現地調査で気づいた発見、感想、意見を基にマップを作製した。目標の「摂田屋を魅力ある街にする」を達成するため、摂田屋の現状、魅力、課題の3つをマップに落とし込み視覚化することで地域分析を実施した。

#### 4.1.1 現地調査マップ

下記「図4-1」は摂田屋の風景や企業をまとめたものである。摂田屋は宮内駅を出て、右にある宮内商店街を歩いた先にある。摂田屋は太平洋戦争の際に空襲の被害を受けなかったため、江戸時代から残る歴史的な建造物が多く現存している。

現在摂田屋には酒、醤油、味噌などを製造する企業や蔵元が6軒ある。また、それぞれの蔵元が登録有形文化財となっている。

広い敷地と大正ロマンを思わせる機那サフラン酒本舗は、代表的な鏝絵をはじめ約9000㎡の広大な敷地にある10棟の敷地内建造物も登録有形文化財に指定された。

また、摂田屋の観光・文化事業によって機那サフラン酒本舗敷地内の改装事業が進められている。2020年10月に米蔵は新しく情報拠点、売店機能を携えた施設としてオープンした。観光地化に向けて改装や駐車場の整備などが現在進められている。

摂田屋は住宅街であり、観光地であると同時に生活感のある空間である。路地が多く入り組んだ地形となっており、初めて訪れた方にとっては迷いやすいかもしれない。

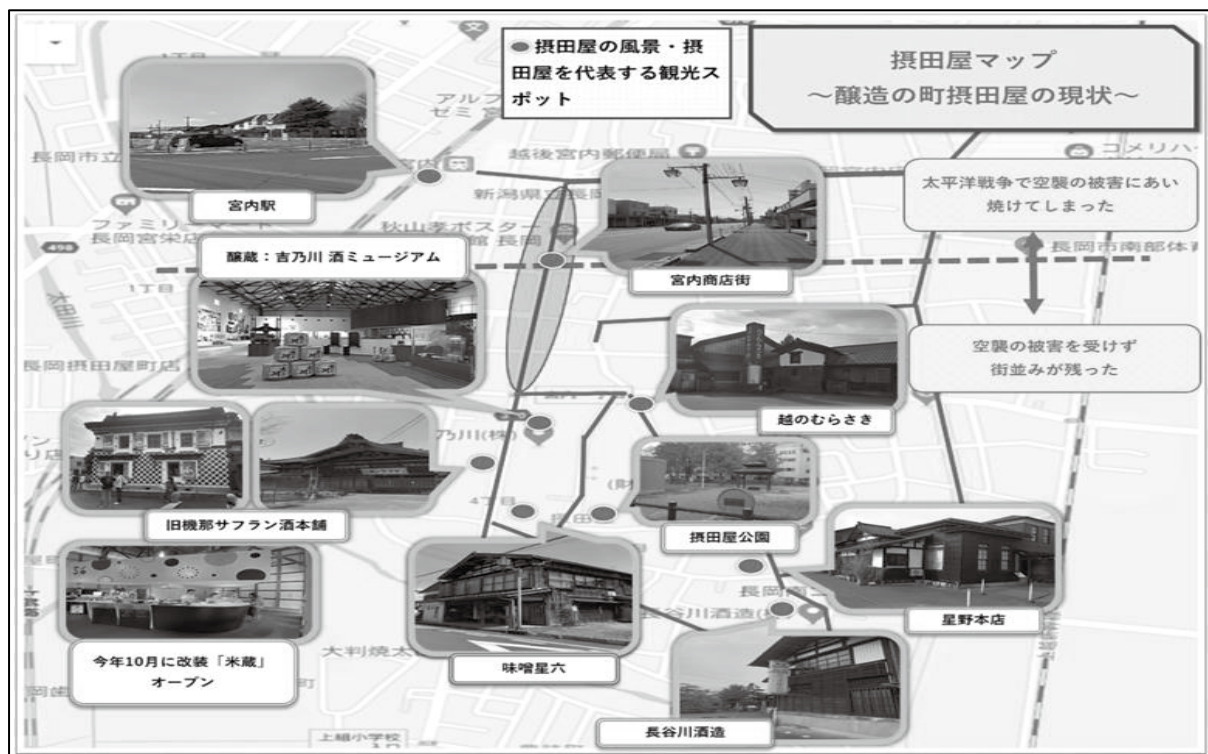


図 4-1. 摂田屋の現状調査マップ



#### 4.1.2 摂田屋の魅力

下記「図 4-2」は現地調査を経て、魅力を感じたポイントをマップにまとめたものである。

越のむらさき付近では醤油の香りが観光客を迎えてくれる。宮内商店街付近には、生姜醤油ラーメンが有名である青島食堂や、老舗の食堂が立ち並ぶ。青島食堂は普段から学生や社会人で賑わっている人気店である。それらの変わらない味を守る飲食店が、同じ地域にある醸造企業と相まって摂田屋に懐古な雰囲気を出したり、摂田屋の持ち味となっている。

摂田屋は戊辰戦争と太平洋戦争を潜り抜け江戸時代から残る三国街道や、日露戦争の忠魂碑があり、歴史を感じるものがある町並みとなっていることが特徴である。

旧機那サフラン酒本舗は 10 棟の敷地内建物がすべて国の登録有形文化財となっている。近年、吉乃川の常蔵を改装した「醸造：吉乃川酒ミュージアム」があり。中ではクラフトビールを作るところを見学ができ、吉乃川の歴史を観覧できる展示ブース、飲み放題サービスと充実した内容となっている。

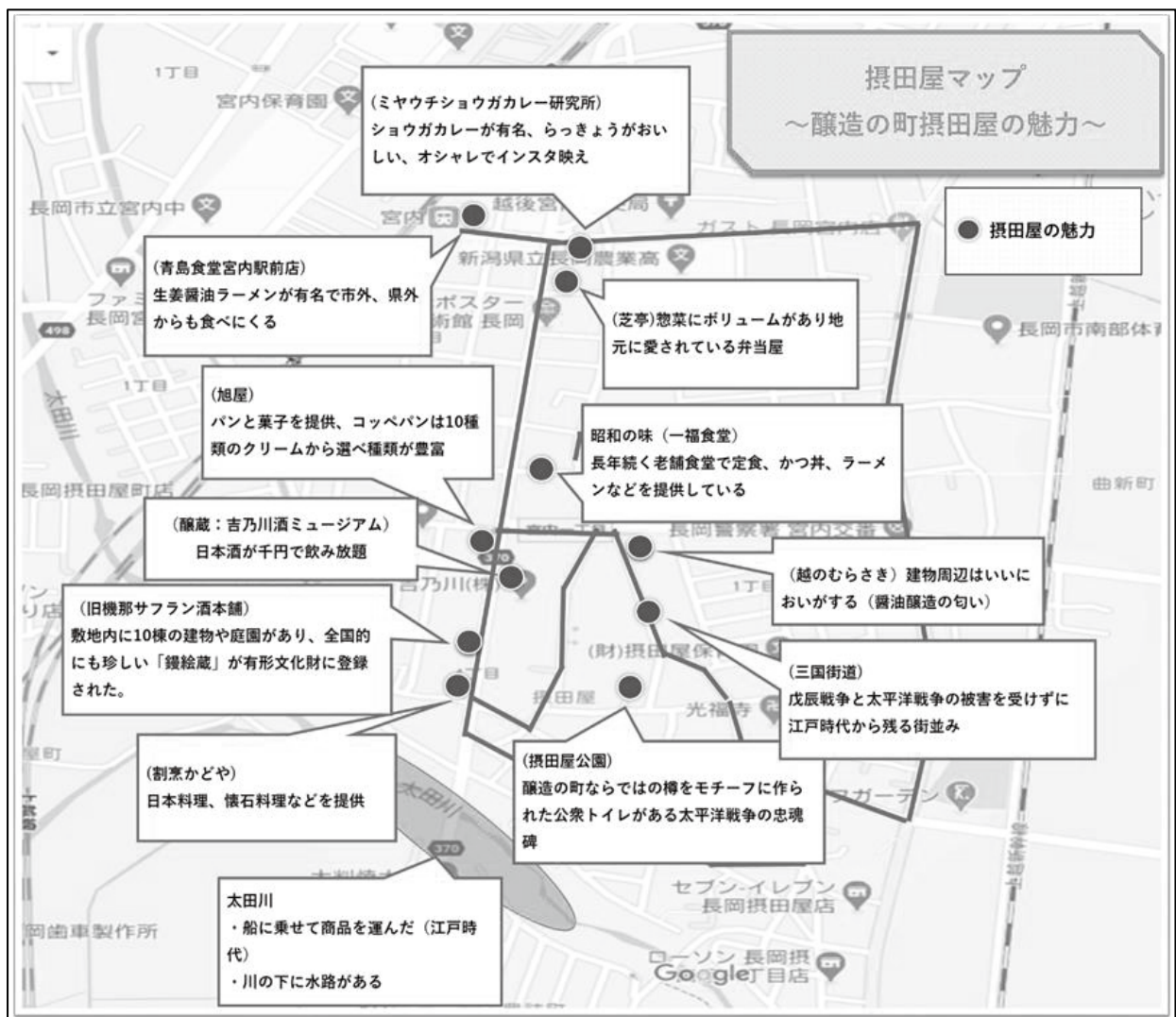


図 4-2 摂田屋の魅力まとめマップ

### 4.1.3 摂田屋の課題

下記「図 4-3」は観光客が増えたときに不便になりそうな場所や、改善が必要であると思う要素をマップにまとめたものである。

注目してほしいのは、宮内駅、宮内商店街付近である。観光地化が進み、観光客が多く訪問すると考えた場合、宮内駅の設備の希薄さが目立った。またトイレの美化が必要であるという意見も挙がった。

摂田屋では、越後交通のバスが運行されているが本数が少なく、宮内駅から商店街を歩いて向かう人も多いと予想される。だが現在の商店街は土日に閉店している店がほとんどで機能していなかった。

また、摂田屋を観光するうえで必要な地域案内マップが少ないことに注目した。マップは主に宮内駅中と越のむらさき主屋前にあるのみであり、地域を観光するにはスマートフォンの地図を使用する必要があるが見込まれた。数ある課題の中でも、我々は摂田屋に関する説明をしてくれる人が常にいるわけではないという点が課題として強く感じた。旧機那サフラン酒本舗の鍔絵蔵内の展示物を始め、地域の歴史について摂田屋を見て回る際には摂田屋に詳しい人がいなければ面白さや魅力が伝わりづらいと感じたからだ。しかし説明できる人が少ないこと、人材の不足から人手による解決は困難であると考えられる。

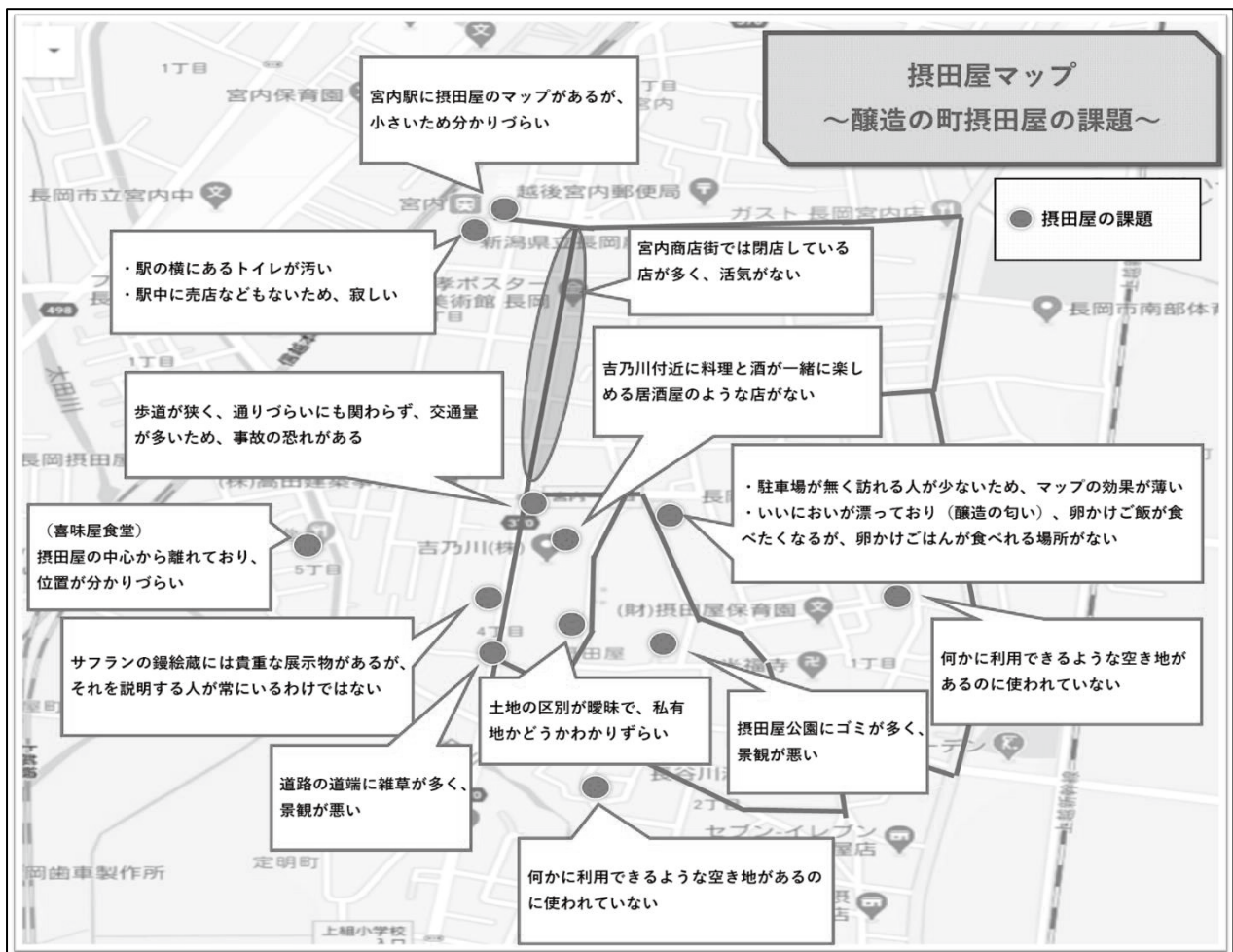


図 4-3 摂田屋の課題まとめマップ

## 4.2 摂田屋の SWOT 分析

摂田屋での現地調査、現状マップをもとに摂田屋の SWOT 分析を行う。

SWOT 分析とは、対象地域を内部要因である強みと弱み、外部要因である機会と脅威の 4 つの軸から評価する手法である。内部要因を産業、歴史文化、観光の 3 つの視点から評価した。次に外部要因では PEST 分析のフレームワークを利用して、政治的要因、経済的要因、社会的要因、技術的要因の視点から分析を行う。

### 4.2.1 内部要因分析

下記「表 4-1」は、摂田屋を内部要因分析した結果である。

表 4-1. SWOT 分析の内部要因

		ポジティブ (プラス面) : 魅力がある	ネガティブ (マイナス面) : 問題がある。
		【強み】	【弱み】
内部 要因	産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>醸造業が発達し、集積している</li> <li>発酵をベースとした製品を生産している</li> <li>イベントが盛んにおこなわれている（蔵開き・おっここ摂田屋市など）</li> <li>旧三国街道と太田川、鉄道を使ったかつての物流の拠点であった</li> <li>各企業がオンライン通販に積極的に取り組んでいる。摂田屋の物産品が入手が容易である</li> <li>有名な食堂・店が多い（青島ラーメン・ショウガカレー・旭屋）</li> <li>試食、試飲ができる店舗が多い（吉乃川・星野本店）</li> <li>日本酒がうまい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅から摂田屋までの宮内商店街に活気があまりない</li> <li>人手不足により観光客が増えたときに対応できない</li> <li>土日休みの店が多く、営業しているかも曖昧な店がある</li> <li>企業における SNS の活用・情報発信が少ない</li> <li>食べ歩きできる名物が少ない</li> <li>若者向けの店がない</li> <li>宮内の商店などの地域の HP が更新されていない</li> <li>摂田屋を感じる商品が土産物がない。</li> </ul>
	歴史	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的な建造物、街並み、街道が多く残っている（鏡絵蔵・旧三国街道など）</li> <li>創業が江戸時代以前からの古い店が多く、歴史がある</li> <li>太平洋戦争時に空襲で被害を免れたため、昔ながらの街並みが残っている</li> <li>旧北越銀行宮内支店が美術館として建物が残されている。</li> <li>摂田屋の歴史に詳しい人が多く、詳しい歴史を教えてくれる</li> <li>日露戦争の忠魂碑がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>摂田屋に対する知名度が低い</li> <li>摂田屋の歴史に詳しい人がいないと、面白さや魅力が伝わらづらい</li> </ul>
	文化・自然	<ul style="list-style-type: none"> <li>天領地だったため、醸造の許可が下りやすく醸造文化が発展した。</li> <li>7つの登録有形文化財がある（機那サフラン酒本舗・星野本店・長谷川酒造）</li> <li>神社仏閣が多い</li> <li>秋山孝ポスター美術館などアートを切り口とした施設がある。</li> <li>北越戊辰戦争の本陣である光福寺がある。</li> <li>摂田屋の地名は「接待屋」に由来する</li> <li>太田川、東山の遠景、水田など自然を感じる</li> <li>良質な伏流水がある。</li> <li>森 俊憲さんなどアーティストが居住している。</li> <li>地元のアーティストと産業のコラボレーションが期待できる</li> <li>周りやすい地形</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>河井継之助の足跡がある地域にもかかわらず、それを実感できる場所がない</li> <li>古くからの発酵文化・醸造文化があるにもかかわらず、それを体感できるものがない</li> <li>伏流水を味わえる機会がない</li> </ul>
	観光	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光資源が多い（建物：機那サフラン酒本舗・醸造 物産：酒・味噌・醤油）</li> <li>吉野川醸蔵、サフラン酒蔵など新しい観光拠点が整備されつつある。</li> <li>狭い地域の観光要素となる産業遺産があり、歩いて観光するのに適している。</li> <li>地域の高齢者などによるボランティアガイドが利用できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>摂田屋の歴史と観光地としての知名度が低い</li> <li>案内所・マップ・看板が少なく、摂田屋への行き方がわかりにくい</li> <li>私有地と公共の場所の区別がわかりにくく、敷地に入ってよいかわからない</li> <li>道が狭いうえに交通量が多くて危険を感じる。</li> <li>人が歩く道が整備されていない。</li> <li>摂田屋の散策ルートがわからない</li> <li>長岡駅からのアクセスがよくない</li> <li>宮内駅から摂田屋までの道のりがつまらない。賑わいを感じられない。</li> <li>宮内駅から摂田屋の中心地まで少し距離がある。</li> <li>雑草や、公園にゴミや遊具にガムなどが付けられていて汚いところがある</li> <li>住宅街の中にある</li> <li>近隣に宿泊施設がない</li> <li>雪のために冬にイベントが行えない</li> <li>マスコットキャラクターはいるが実体化と知名度がない</li> <li>家族連れで遊べるところがない</li> </ul>

内部要因の強みとして、産業の視点から、「酒、みそ、しょうゆなどの醸造業が発達し集積している」、「みそ、しょうゆなどの発酵をベースとした製品を生産している」「日本酒がおいしい」が挙げられる。歴史文化の視点から、「機那サフラン酒の鍔絵蔵や旧三国街道などの歴史的な建造物、街並み、街道が多く残っている」、「周りやすい地形、地元のアーティストと産業のコラボレーションが期待できる」などが挙げられる。

次に弱みでは、産業の視点から、「人手不足により観光客が増えたときに対応できない」、「しょうがラーメンで有名な青島食堂などはあるが食べ歩きできる名物が少ない」が挙げられる。歴史文化の視点から、「摂田屋に対する知名度が低い」、「摂田屋の歴史に詳しい人がいないと面白さや魅力が伝わりづらい」が挙げられる。観光の視点から、「長岡駅からのアクセスが良くない」、「案内所やマップ、看板が少なく、摂田屋への行き方、摂田屋の周り方がわかりにくい」、「道が狭いうえに交通量が多くて危険を感じる。宮内駅から摂田屋の中心地まで少し距離がある」、「酒をメインにしているので家族連れで遊べるところがない」、非公式マスコットキャラクター「せったほん・おけじい」はいるが着ぐるみがなく、知名度もない」(図 4-4) などが主な弱みとしてあげられる。

#### 4.2.2 外部要因分析

下記「表 4 -2」は、摂田屋を外部要因分析した結果である。

表 4-2. SWOT 分析の外部要因

		【機会】	【脅威】
外部要因	政治的要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の政策としてインバウンド需要を定着させる取り組みが進められている</li> <li>・長岡市の政策として機那サフラン酒産地を拠点として整備している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地化するうえで地域住民の理解が得られるか危惧がある</li> </ul>
	経済的要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界的に日本食と日本酒への関心と人気が高まっている</li> <li>・コロナ消息後のインバウンドによる来日者の増加が期待できる</li> <li>・定年後に旅行・散歩を趣味にする年配者の増加</li> <li>・ステイホームでの動画サービスの需要の増加</li> <li>・総合的な長岡市の観光業への注目（長岡花火・長岡でのウィンタースポーツ）</li> <li>・ビーガンコスメの注目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子化による人手不足での地域産業での衰退</li> <li>・日本酒からほかのお酒や代替酒へ移行が懸念される</li> <li>・若者の日本酒離れ</li> <li>・コロナ (cov-19) などの感染症による旅行者の減少</li> </ul>
	社会的要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長岡市のイベントや地域が注目されている</li> <li>・「酒の陣」など日本酒をテーマにしたイベントが長岡で開催されている</li> <li>・有給休暇取得率の向上により余暇の時間が増える</li> <li>・若者による口コミやSNSでの情報拡散による認知度のアップ</li> <li>・メディアへの露出の増加しつつある</li> <li>・長岡駅周辺に歴史を感じる観光地がなく、摂田屋がその受け皿になるポテンシャルがある</li> <li>・有名人の知名度による集客力</li> <li>・料理ブーム</li> <li>・大学内に様々な活動をしているゼミナールがある</li> <li>・コスプレイヤーの増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・すでに発酵・酒造をテーマにした観光地として有名な地域がある（広島県「西条」・新潟「沼垂テラス」）</li> <li>・歴史的景観・まちなみが有名な地域が県内・県外にある（佐渡・）</li> <li>・電車が30分から1時間に一本と長岡駅からのアクセスがよくない</li> <li>・若者が商業施設に行ってしまう</li> </ul>
	技術的要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スマートフォンなどですぐに情報を送ることができる</li> <li>・長岡農業高校</li> <li>・携帯電話（スマートフォン）の普及</li> <li>・SNSの普及</li> </ul>	

外部要因の機会は、政治的要因の視点から「長岡市の政策として機那サフラン酒跡地を拠点として観光地の整備をしている」が挙げられる。経済的要因の視点から、「ステイホームでの動画サービスの重要な増加」、「ビーガンコスメの注目」が挙げられる。社会的要因の視点から、「長岡市のイベントや地域が注目されている」、「有名人の知名度による集客力」、「コロナ禍での料理ブーム」、「大学内に様々な活動をしているゼミナールがある」、「コスプレヤーの増加」が挙げられる。技術的要因の視点から、長岡農業高校。SNSの普及。携帯電話の普及などが主な機会としてあげられる。脅威では、経済的要因の視点から、「若者の日本酒離れ」、「少子化による人手不足での地域産業での衰退」などが挙げられる。社会的要因の視点から「若者が商業施設にいつてしまう」などが主な脅威としてあげられる。



図 4-4 「せったPONとオケじい」

引用：<https://settapon-okejii.jimdofree.com/>

#### 4.2.3 SWOT 分析の考察

以上の分析結果から、撰田屋は名物、歴史的に古い街並みなどの観光資源が多く存在しているため観光地としての魅力や強みは十分に存在しているが、観光地としての知名度、整備がまだまだ不十分であることが明らかになった。

#### 4.3 調査結果に基づく解決策の検討

「表 4-3」は現状マップと SWOT 分析をもとに、撰田屋を活性化させるために考えた解決策である。

表 4-3 解決策の検討一覧表

強み×機会	弱み×機会
<p><b>①発酵料理コンテストを開催</b> 醸造業が発達し、集積している×料理ブーム</p> <p><b>②コスプレ・フォトコンテストを開催</b> 歴史的な建造物、街並み、街道が多く残っている(鏝絵蔵・旧三国街道など)×コスプレイヤーの増加</p> <p><b>③大地の芸術祭のような展覧会</b> 長岡市のイベントや地域が注目されている×地元のアーティストと産業のコラボレーションが期待できる (地元のアーティストや造形大)</p> <p><b>④長岡農業高校とのコラボ商品開発</b> TKG、酒饅頭など 醸造業が発達し、集積している×長岡農業高校</p> <p><b>⑤海外では珍しい飲み歩きツアー・ガイドツアーで摂田屋を周りながら酒を楽しむ</b> 醸造業が発達し、集積している×コロナ後の観光客の増加 →海外では珍しい飲み歩き：インパウンド需要を満たす</p>	<p><b>①QRコードで施設の音声解説が聞けるアプリケーションの開発</b> 摂田屋の歴史に詳しい人がいないと、面白さや魅力が伝わりづらい×携帯電話の普及</p> <p><b>②宝探しゲーム、ガチャガチャや迷路など家族向けイベントの開催</b> 家族連れで遊べる場所がない×長岡市のイベントや地域が注目されている</p> <p><b>③食べ歩き商品の開発</b> 食べ歩きできる名物がない×長岡市のイベントや地域が注目されている</p> <p><b>④マスコットキャラクターの着ぐるみを作成・インターネット上での情報発信</b> マスコットキャラクターはいるが実体化と知名度がない×携帯電話の普及 Youtube、イベントに参加</p> <p><b>⑤馬車または人力車の導入</b> 宮内駅から摂田屋の中心地まで少し距離がある×長岡市のイベントや地域が注目されている</p>
<p><b>⑥発酵スキンケア商品の開発</b> 醸造業が発達し、集積している×ビーガンコスメの注目 →酒パック、酒石鹸など</p>	<p><b>⑥Youtuber、インフルエンサーによる宣伝</b> 摂田屋に対する知名度が低い×SNSの普及 有名人による集客効果</p> <p><b>⑦様々なゼミナールとのコラボレーション</b> 摂田屋に対する知名度が低い×各大学ゼミナールとの連携による相乗効果</p> <p><b>⑧Youtubeチャンネルの開設</b> 摂田屋に対する認知度が低い×ステイホームでの動画サービスの需要の増加 摂田屋の情報や生島ゼミの活動内容の投稿→情報発信</p>
強み×脅威	弱み×脅威
<p><b>①日本酒好き酒、飲み比べ大会の開催</b> 醸造業が発達し、集積している×若者の酒離れ</p> <p><b>③若者を対象とした醸造ツアーで料理と酒を堪能</b> 醸造業が発達し、集積している×若者の酒離れ</p>	<p><b>①摂田屋ガイドアプリの開発</b> 案内所・マップ・看板が少なく、摂田屋への行き方がわかりにくい×少子化による人手不足での地域産業の衰退</p> <p><b>②長岡駅から摂田屋へのシャトルバス運行</b> 長岡駅からのアクセスがよくない×若者が商業施設に行ってしまうバスで誘導する</p>

#### 4.3.1 強み×機会の検討

摂田屋の持つ強みと機会を掛け合わせて以下の解決策を考える。

##### (1) 発酵料理コンテスト

発酵料理コンテストの開催である。強み「醸造業が発達し、集積している」と、機会「料理ブーム」を掛け合わせた。新型コロナウイルスの影響で外出自粛をする人が増えたことにより自宅で料理をする人が増えたため、摂田屋で作られる発酵食品を使用したコンテストを開催することで摂田屋の知名度を上げる。

##### (2) コスプレ・フォトコンテスト

コスプレ・フォトコンテストの開催である。強み「歴史的な建造物、街並み、街道が多く残っている」と、機会「コスプレイヤーの増加」を掛け合わせた。摂田屋の歴史的な風景が当時の時代のコスプレと合うため、当時の雰囲気を楽しめるのではないかと考えた。

##### (3) 大地の芸術祭のような町全体を使った展覧会

新潟県十日町で行われている「大地の芸術祭」のような地域全体を使った展覧会の開催である。強み「長岡市のイベントや地域が注目されている」と機会「地元のアーティストと産業のコラボレーションが期待できる」を掛け合わせた。摂田屋地域に縁のあるアーティストや造形大の方達に協力をお願いし、越後妻有で開催されている大地の芸術祭のようなイベントを開催することによって集客が狙える。

##### (4) 長岡農業高校とのコラボ商品の開発

長岡農業高校とのコラボ商品の開発である。強み「醸造業が発達し集積している」と機会「長岡農業高校」を掛け合わせた。摂田屋には、日本の誇れる発酵食品があるのでそれを使用し、学生ならではの発想力を用いて商品を開発することにより注目を浴びることができる。

##### (5) 摂田屋食べあるきツアー

摂田屋を周りながら酒を楽しめるガイドツアーである。強み「醸造業が発達し集積している」と機会「コロナ後の観光客の増加」を掛け合わせた。コロナ後に観光客が増加すると思った。また海外では飲み歩きが法律で禁止されている国があるので物珍しさから飲み歩きツアーに参加する外国人が多いのではないかと考えた。

##### (6) 発酵スキンケア商品の開発

発酵スキンケア商品の開発である。強み「醸造業が発達し、集積している」と機会「ビーガンコスメの注目」を掛け合わせた。酒パックや酒石酸などの発酵スキンケア商品を開発したら売れるのではないかと考えた。

#### 4.3.2 弱み×機会の検討

摂田屋の持つ弱みと機会を掛け合わせて以下の解決策を考える。

##### (1) QRコードでの音声解説アプリケーションの開発

QRコードで施設の音声解説が聞けるアプリケーションの開発である。弱み「摂田屋の歴史に詳しい人がいないと、面白さや魅力が伝わりづらい」と機会「携帯電話の普及」を

掛け合わせた。撰田屋を周るだけでは魅力が伝わりにくいという問題を撰田屋各所に設置した QR コードを読み込むことで各所の歴史や説明音声を読むガイド音声機能と撰田屋全域と行きかたをマップとして表示するナビゲーションアプリで解決をはかる。

#### (2) 家族向けイベント

宝探しゲーム、ガチャガチャや迷路など家族向けイベントの開催である。

弱み「家族連れで遊べる場所がない」と機会「長岡市のイベントや地域が注目されている」を掛け合わせた。撰田屋のイベントは醸造業がメインであり、子供向けのコンテンツが少なく子供が遊べる場所も限られているので家族連れでもイベントに参加できるイベントを開催するべきだと考えた。

#### (3) 食べ歩き商品の開発

食べ歩き商品の開発である。弱み「食べ歩きできる名物がない」と機会「長岡市のイベントや地域が注目されている」を掛け合わせた。撰田屋は広く歩くだけでは物足りないと感じた。そこで食べ歩きする名物があれば、食べ歩きながら撰田屋の観光ができ楽しいものになるのではないかと考えた。

#### (4) マスコットキャラクターの着ぐるみ作成・情報発信

マスコットキャラクターの着ぐるみを作成・インターネット上での情報発信である。弱み「マスコットキャラクターはいるが実体化と知名度がない」と機会「携帯電話の普及」を掛け合わせた。撰田屋にはマスコットキャラクターがいるが、認知度が低いので着ぐるみを作成し YouTube やイベントに積極的に参加することによって認知度を広めていく。

#### (5) イベント時の馬車・人力車の導入

馬車または人力車の導入である。弱み「宮内駅から撰田屋の中心地まで少し距離がある」と機会「長岡市のイベントや地域が注目されている」を掛け合わせた。宮内駅から撰田屋の中心地まで距離があると感じ、イベントの時に馬車または人力車で撰田屋を周ることで楽しんでもらう。

#### (6) インフルエンサーによる宣伝

YouTuber, インフルエンサーによる宣伝である。弱み「撰田屋に対する知名度が低い」と機会「SNS の普及」を掛け合わせた。近年インターネットが普及し SNS を活用する人が増えた。インフルエンサーに撰田屋の魅力と知名度を広げてもらう。イベントに参加してもらうことで有名人の集客効果を狙う。

#### (7) ゼミナールとのコラボレーション

様々なゼミナールとのコラボレーションである。弱み「撰田屋に対する知名度が低い」と機会「各大学ゼミナールとの連携による相乗効果」を掛け合わせた。長岡大学だけでなく長岡造形大学と連携して活動を行うことにより相乗効果で撰田屋の知名度を広げられると同時に自分たちだけではできない活動を可能にすることができる。

#### (8) YouTube チャンネルの開設

YouTube チャンネルの開設である。弱み「撰田屋に対する認知度が低い」と機会「ステイホームでの動画サービスの需要の増加」を掛け合わせた。新型コロナウイルスによる影響でステイホームする人が増え、動画サービスの需要が増加した。撰田屋の情報や生島ゼミナールの活動内容を動画で投稿し情報発信していくことにより、撰田屋の知名度の増加



が見込まれる。

#### 4.3.3 強み×脅威の検討

摂田屋の持つ強みと脅威を掛け合わせて以下の解決策を考える。

##### (1) 日本酒利き酒・飲み比べ大会

日本酒利き酒，飲み比べ大会の開催である。強み「醸造業が発達し，集積している」と脅威「若者の酒離れ」を掛け合わせた。近年若者の酒離れが進行している。摂田屋は日本酒が有名である。摂田屋にある日本酒の利き酒や飲み比べ大会を開催することによって若者の関心を引いてみてはどうかと考えた。

##### (2) 若者向けの醸造ツアー

若者を対象とした醸造ツアーで料理と酒を堪能することである。強み「醸造業が発達し，集積している」と脅威「若者の酒離れ」を掛け合わせた。若者を対象とした醸造ツアーを開催することにより酒が苦手な人でも料理を堪能することができる。

#### 4.3.4 弱み×脅威の検討

摂田屋の持つ弱みと脅威を掛け合わせて以下の解決策を考える。

##### (1) 摂田屋ガイドアプリ

摂田屋ガイドアプリの開発である。弱み「案内所・マップ・看板が少なく，摂田屋への行き方がわかりにくい」と脅威「少子化による人手不足での地域産業の衰退」を掛け合わせた。マップとガイドを一つのアプリにすることにより，案内に人手を割くことが無くなる。また，案内コースを設定することで観光客が効率よく摂田屋を周れる。

##### (2) シャトルバスの運行

長岡駅から摂田屋へのシャトルバス運行である。弱み「長岡駅からのアクセスがよくない」と脅威「若者が商業施設に行ってしまう」を掛け合わせた。摂田屋へ行くには摂田屋の魅力と知名度を広げてもらうのはどうかと考えた J R 長岡駅から最寄駅である J R 宮内駅で降り 5 分歩くことになる。長岡は冬の積雪が多くそのために電車が止まってしまう。他の交通手段であるバスは本数が少ない。また，狭い歩道が雪でさらに狭くなり危険である。長岡駅から摂田屋までのバスを出すことによって摂田屋まで行きやすくなるのではないかと考えた。

#### 4.3.5 導き出される観光戦略の考察

解決すべき課題は，人手不足と認知度が低いことが挙げられる。

人手不足の解決策として人を使わずコンピュータ機器を活用していくことが挙げられた。人手不足を解決の問題として，人手が集まらない，人件費を出すために観光客安定化する必要があるからだ。しかし，お年寄りが機器のつかいかたがわからず有効に活用できない。開発費がかかるなどの問題が懸念される。

認知度が低いことの解決策として，イベントの開催，SNS を活用しての情報提供が挙げられる。問題として，イベントの開催やアプリ開発などは活動資金が厳しいということである。この問題を解決するために，低コストかつ高利益を得ることできる商業イベント

を定期的で開催することで安定資金を得ることが必要になる。また、SNSでの情報発信による知名度の向上などお金をかけずにできる活動をする必要がある。

摂田屋を観光地化していくために、企業と地域住民が一致団結して観光地化に努めていく必要がある。しかし、地域住民の中にも観光地化に消極的な人もいたためその人たちに説明と議論を重ね折り合いをつけていくことが大切である。

我々がすべき観光戦略として摂田屋の認知度を上げるための SNS での情報発信、定期的な商業イベントの開催、企業、住民との良好な人間関係の構築である。

## 5. おわりに

### 5.1 今回の研究でわかったこと

生島ゼミ発表会プレゼン資料によると、今回の研究（摂田屋の現状調査・SWOT 分析）で分かったことは、2 つある。ひとつ目は、摂田屋地は、古い街並み、歴史ある醸造業の集積など観光地として潜在的な魅力がある。ふたつ目は、現時点では観光地として整備途上にあり、魅力ある観光地にするためには、多くの課題を克服することが求められる。以上が今回の研究でわかったことである。

### 5.2 考察

今回の研究で摂田屋の現地調査・分析をしてわかったことは、長岡市中心市街地は北越戊辰戦争、第二次世界大戦空襲（長岡空襲）の被害で大部分が焼失したが、摂田屋は戊辰戦争、長岡空襲の被害を免れたため歴史的なまちなみが残っている。本ゼミナールでは、歴史・自然・文化・産業の4つの切り口から地域活性化（観光まちづくり）を摂田屋マップ、摂田屋 SWOT 分析を行い以下のことが明らかになった。

摂田屋マップでは、現地調査を行い、調査をしたことをマップにまとめ、魅力と課題を明らかにした。摂田屋 SWOT 分析では、摂田屋マップでわかったことを SWOT 分析（強み・弱み・機会・脅威）の4つの視点から改善策の検討を行った。

この2つの調査・分析の結果わかったことは、摂田屋は古い街並みが残り、歴史ある醸造業の集積など観光地としての潜在的な魅力あることである。現時点では観光地として整備途上であり、観光地として魅力を高めるためには多くの課題を克服することが求められる。このことが今年度の活動で理解することができた。

来年度の活動では、解決策提案、解決策実証（具体的な活動）をすすめていく。摂田屋の地域活性化の活動は 2020 年度からの取り組みでさらに摂田屋が活性化できるように本ゼミナール学生一同で協力して活動を継続していきたいと考える。

## 参考文献

- (1) 『長岡市ホームページ』人口と世帯数（2020年12月24日）閲覧 [住民基本台帳人口・世帯数 \(city.nagaoka.niigata.jp\)](http://city.nagaoka.niigata.jp)
- (2) 日本商工会議所 地域復興部「長岡市の地域経済分析について」（2020年9月）  
（2020年12月23日閲覧）  
[http://www.nagaokacci.or.jp/files/elfinder/keieishien/chiikisindan/803\\_nagaokasichii\\_kisindan\\_0925.pdf](http://www.nagaokacci.or.jp/files/elfinder/keieishien/chiikisindan/803_nagaokasichii_kisindan_0925.pdf)
- (3) 長岡市観光戦略プラン概要版 ～長岡ツーリズムイノベーション～（2018年3月31日）  
（2020年12月20日閲覧） [kanko-plan02.pdf \(city.nagaoka.niigata.jp\)](http://city.nagaoka.niigata.jp/kanko-plan02.pdf)
- (4) 生島ゼミナールの進め方
- (5) 川原 晋,人口減少社会における観光まちづくりの可能性と進め方,都市計画 Vol.66No.6,pp.10-13,日本都市計画学会,2017年11月15日
- (6) [長岡市役所] 住民基本台帳人口・世帯数,  
<https://www.city.nagaoka.niigata.jp/syukai/jinkou/>
- (7) 日本商工会議所 地域復興部「長岡市の地域経済分析について」（2020年9月）  
[http://www.nagaokacci.or.jp/files/elfinder/keieishien/chiikisindan/803\\_nagaokasichii\\_kisindan\\_0925.pdf](http://www.nagaokacci.or.jp/files/elfinder/keieishien/chiikisindan/803_nagaokasichii_kisindan_0925.pdf)
- (8) 醸造の町撰田屋おこしの会,醸造の町撰田屋,平成22年3月10日
- (9) 角川地名辞典新潟県版,角川書店
- (10) 資料「醸造の町撰田屋」 「撰田屋を歩く」
- (11) 越後長岡 戊辰・河井継之助ゆかりの地 ガイドブック
- (12) ニッポン旅マガジン, <https://tabi-mag.jp/ng0360/>
- (13) 越のむらさき「醤油のできるまで」, <http://www.koshi-no-murasaki.co.jp/>
- (14) 味噌星六「秘伝 星六の味噌造り」, <https://hoshi6.com/?mode=f6>
- (15) 吉乃川株式会社 HP, <https://yosinogawa.co.jp/>
- (16) 長谷川酒造 株式会社 HP, <https://sekkobai.jp/>
- (17) 新潟銘醸株式会社 HP, <http://www.niigata-meijo.com/>
- (18) 有限会社 星六 HP, <https://hoshi6.com/>
- (19) 株式会社星野本店 HP, <http://hoshino-honten.jp/company/>
- (20) 株式会社 越のむらさき HP, <http://www.koshi-no-murasaki.co.jp/>
- (21) 中越酵母株式会社 HP, <https://www.chuetsuyeast.co.jp/topics.html>
- (22) 「JR 信越本線 宮内駅」,  
[http://www.pcpulab.mydns.jp/main/shinetuhonsen\\_miyauchi.htm](http://www.pcpulab.mydns.jp/main/shinetuhonsen_miyauchi.htm)
- (23) 八幡総本宮宇佐神宮 HP, <http://www.usajinguu.com/>
- (24) 国指定重要文化財等データベース, <https://kunishitei.bunka.go.jp/bsys/index>
- (25) 秋山孝ポスター美術館長岡 HP, <http://apm-nagaoka.com/>
- (26) 秋山孝 HP 東京, <http://www.tamabi.ac.jp/gurafu/akiyama/default.htm>

- (27)ながおか市民協働センターWeb サイト, <https://nkyod.org/>
- (28)にいがた観光ナビ HP, <https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/tokyo/001010002.html>
- (29)水道局研究センター (2012年10月)「伏流水 Q」, <http://www.jwrc-net.or.jp/qa/01-65.pdf>
- (30)吉野川株式会社「会社概要」, <https://yosinogawa.co.jp/company/about.php>
- (31)長谷川酒造株式会社「酒造りについて」, <https://sekkobai.jp/sake/>
- (32)もりとしのり「せったポンとオケじい」 <https://settapon-okejii.jimdofree.com/>

# 長岡大学 学生による地域活性化プログラム 各プロジェクト報告書

1. 長岡市撰田屋の魅力高め、観光客を増やし、地域活性化を図る。  
～現状の把握と分析～  
生島義英ゼミナール
2. 栃尾地域のPRによる活性化：  
空き家の再活用による地域振興活動と二十村郷の錦鯉のPR活動  
石川英樹ゼミナール
3. 栃尾地域のPRによる活性化：  
栃尾繊維業のPRに向けたマスク考案と裂き織りによる商品開発  
石川英樹ゼミナール
4. 栃尾地域のPRによる活性化：  
フォトコンテスト開催による栃尾地区のPR  
石川英樹ゼミナール
5. まちの情報発信拠点「まちの駅」の認知度アップに向けて  
鯉江康正ゼミナール
6. 十分杯で長岡を盛り上げよう！  
－動画で伝えたい 十分杯と長岡の魅力！－  
権 五景ゼミナール
7. データエビデンスに基づいた地域をより良くするための提言  
～地場産業・観光を中心に～  
坂井一貴ゼミナール
8. オープンファクトリーで長岡を活性化！  
栗井英大ゼミナール
9. グラスルーツグローバリゼーション  
－草の根・地域からの人類一体化の推進－  
広田秀樹ゼミナール
10. 商品開発から学ぶ会計と経営  
～伝統文化と現代技術の結晶「みどり繭」を巡って～  
喬 雪氷ゼミナール

## 令和2年度 学生による地域活性化プログラム 生島義英ゼミナール活動報告書

【発行日】 令和3年3月30日

【発行人】 村山 光博

【発行】 長岡大学

〒940-0828 新潟県長岡市御山町80-8

T E L 0258-39-1600 (代)

F A X 0258-33-8792

<https://www.nagaokauniv.ac.jp/>