

酒蔵ツーリズムによる地域観光と観光客誘致

—福島県喜多方市の「喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク」にみる観光客誘致—

よし むら かぜ
吉 村 風

(本学准教授)

はじめに

近年、地方都市における観光振興や町おこしの取り組みは、多様化の一途をたどっている。特に従来の観光資源である景勝地や歴史遺産だけでなく、地域が持つ「食文化」を活かしたイベントが全国的に企画されるようになった。その背景には、人口減少や少子高齢化が進む中で、海外のインバウンド客や地域外の来訪者を呼び込み、地域経済の活性化を目指す動きがある。その中でも「日本酒」は一時期の消費の低迷が底打ちし、再び需要が高まっており、またインバウンドの観点からも人気のある観光資源となっており、各地で酒蔵巡りや日本酒の試飲、醸造体験のツアーなどが行われている^(注1)。

福島県喜多方市で開催されている「喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク」も、そうした流れを象徴する事例の一つである。本イベントは、喜多方市内の日本酒の酒蔵をめぐりながら、まちなかを散策し、日本酒の試飲を楽しむという形式をとるものであり、「日本酒」と地域をうまく融合させた事例である。

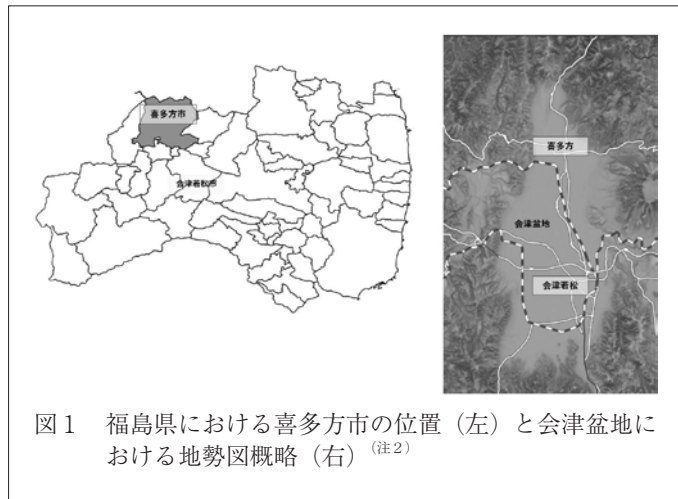
喜多方は「蔵のまち」として知られ、土蔵や伝統的な建築が町並みに残っており、また喜多方ラーメンに代表される食文化でも有名である。本事例はこうした地域資源を総合的に組み合わせ、体験型の観光資源として提示している点に大きな特徴がある。本研究の目的は、この「喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク」の概要を整理し、主催している喜多方市商工会議所の資料を中心にどのようにイベントが企画立案され、さらに関係者のインタビュー調査と参加者のコメントにより、本イベントの意義と課題を検討することにある。

1. 福島県喜多方市の概要と喜多方における観光イベント

福島県喜多方市は福島県北西部、会津盆地の北部に位置する市である。(図1) 戊辰戦争の会津若松城や白虎隊で有名な会津若松市の北方、約20kmの場所に位置し、会津若松駅

2 國學院大學栃木短期大學紀要

から喜多方市内中心部には車で30分、磐越西線で17分の距離となっている。幕末、戊辰戦争により、小田付地区が焼かれるなどし、また明治13年(1880年)には市の中心部に大火があったが、その中で醸造業や漆器業の作業場としての蔵が焼け残っていたことから、住民の土



蔵に対する意識が高まり、蔵が多く建築されるようになった。これにより「座敷蔵」のように、内部に座敷・書院をもつ喜多方独特の建築が生まれるようになった。これは昭和に入り、「蔵の街喜多方」の観光資源となる。

また、明治37年(1904)には郡山駅 - 喜多方駅間をつなぐ、岩越鉄道が開通し、漆器や酒・生糸など産品を県外に運ぶ路線となる。そして明治38年(1905)には熱塩加納町内に加納鉱山が開発され、喜多方の中心部は銅鉱山の鉱山町への消費地となり、このことも蔵の増加に拍車をかけた^(注3)。

昭和期にはいと、軍部のアルミニウム増産計画により、昭和電工の喜多方アルミニウム工場が喜多方に建設され(昭和18年(1943))、昭和57年(1982)の精錬停止まで稼働していた。そして、1970年代、喜多方アルミニウム工場の精錬が停止するなか、観光を中心としたまちづくりの動きが盛んとなる^(注4)。喜多方の観光資源としては、1970年代以前は新宮熊野神社の「長床」や、鎌倉時代造営の願成寺、あるいは川前のヘラブナ釣りが観光資源であったが、昭和47年(1972)に写真家・金田実氏が喜多方で蔵の写真展を開催したことがきっかけとなり、また、昭和50年(1975)NHKの新日本紀行で『蔵ずまいのまち喜多方』が放映されたことにより、<蔵の街喜多方>のイメージが観光客に定着するようになった^(注5)。そして昭和54年(1979)に伝統的建造物群保存地区調査が実施され1980年代・1990年代にかけてPRの基盤を支える蔵のまちの整備・制度化の動きが進み、蔵の保存・修景が図られた。また、景観協定や景観まちづくり団体の結成なども行われるようになった。さらに、平成18年(2006)10月には、これまでの蔵を活用した活動を総括するイベント「喜多方蔵のまちづくり博覧会(くらはく)」が開催され、蔵の価値を「見

せる場」として内外に訴求する場が設けられた^(注6)。

一方、喜多方を代表する「喜多方ラーメン」も 1970 年代に観光資源として定着する。

喜多方ラーメンの歴史は大正末期から昭和初期に、中国から来日した青年が屋台を引いて売り歩いた手作り支那そばが元祖といわれ、戦後この麺やスープのレシピを同業者に公開したことから広まったとされる^(注7)。その後、市の商工観光課の発案で昭和 58 年（1983）7 月号の『るぶ』で特集「喜多方の味 ラーメン」を組んだことなどから知名度が上がり、北海道の味噌ラーメン、博多の豚骨ラーメンとならんで日本三大ラーメンとして知られるようになった。また、現在、「朝ラー」と呼ばれる、ラーメン屋に朝、訪れ、朝食としてラーメンを食べる行為も喜多方の観光資源として定着している。これは、もともと市内の食堂などで「市内の 3 交替制の工場の人たちが夜勤明けに立ち寄るため」「朝早く農作業に出た農家の人が一仕事終えて食べに来た」「冬、出稼ぎから夜行列車で帰ってきた子どもを暖めるために家に帰る前にラーメン屋に立ち寄った」ことから地元で一般的に行われていたものが、平成 17 年（2005）、福島県あいづデスティネーションキャンペーン（あいづ DC）の際に、喜多方のラーメン製造・販売「河京」の社長佐藤富次郎氏（現、会津喜多方商工会議所会頭）が命名し、観光資源として定着したとされる^(注8)。

このほか、観光イベントとしては「喜多方レトロ横丁」と「太極拳のまち」などがある。喜多方レトロ横丁は平成 17 年（2005）の JR 東日本による会津地域を対象とした観光キャンペーン企画「あいづデスティネーションキャンペーン」を契機に開始されたイベントである。このイベントは商工会議所が中心となったもので、毎年 7 月、市の中心部のふれあい商店街を、昭和をイメージした「レトロ横丁」としてディスプレイし、また、出店やブースを出店することで、観光客や市民に昭和レトロを参加・体験してもらう歩行者天国型の催しである。当初は「昭和 30 年代の縁日再現」をテーマに出発したが、その後は「昭和」からより広い「レトロ」へと主題を拡大した^(注9)。本イベントは参加者数が 12 万～15 万人と喜多方の商工会議所が運営するイベントでは最も動員数の多い企画となっている^(注9)。

また「太極拳のまち」は平成 14 年（2002）の「うつくしまねりんピック 2002」を契機に広まったまちおこしイベントならびに、住民の健康促進の活動である。市を挙げて日本ではまだマイナースポーツである太極拳を導入し、地域振興を目指した比較的稀な事例と位置づけられる^(注10)。

2. 会津の酒造と県外移出と喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの概要

次に、喜多方における酒造について、特に県外移出と県外への PR を中心に見るととも

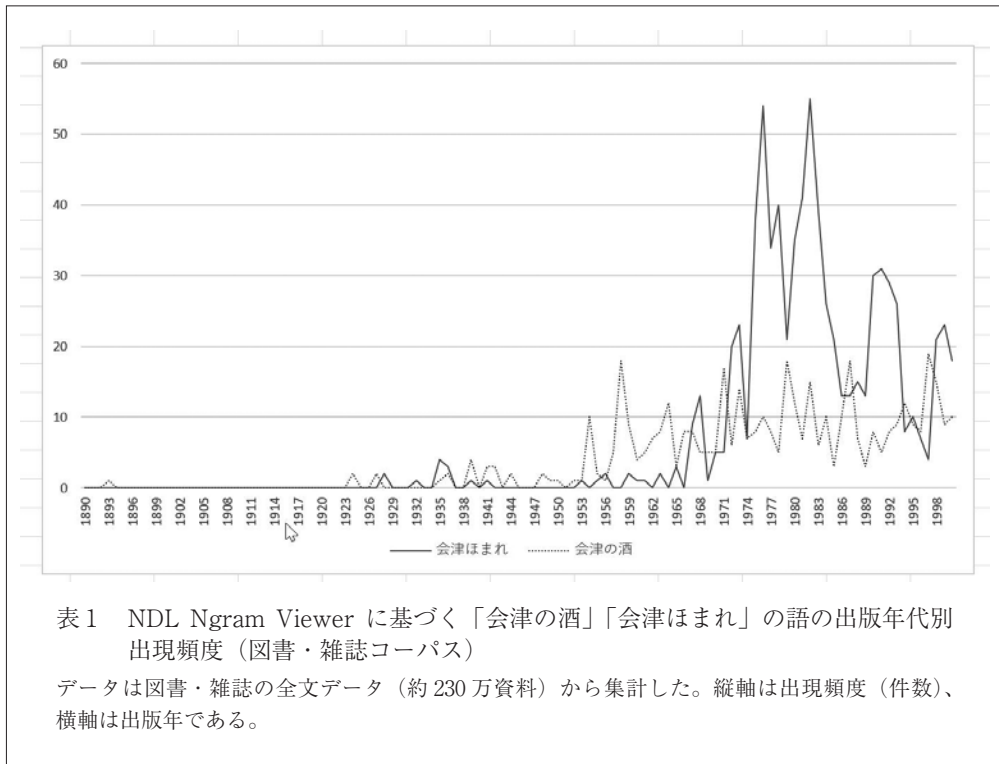
4 國學院大學栃木短期大學紀要

に、県外へのPRの観点から喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの概観を把握する。ただし、地元の意識では喜多方の酒と会津の酒は異なるものとして認識されているが、県外ではひとまとめに「会津の酒造会社が造る酒（会津の酒）」として認識されていることが多い。そこで本節では「会津若松の酒造会社（会津若松の酒）」、「喜多方の酒造会社（喜多方の酒）」を統合するものとして「会津の酒」として、会津（会津若松と喜多方）の県外移出と県外へのPRを中心に概観する。

2-1 会津の酒造の歴史と県外PRについて

江戸期または江戸期以前の「会津の酒」については、文献資料は少ないが、県内に残る濁酒祭りにその面影をうかがうことができる。会津田島（福島県南会津町）の会津田島祇園祭は、御神酒として濁酒（どぶろく）を用いることから「どぶろく祭」「濁酒祭」とも呼ばれており、氏子組織である「お党屋（オトウヤ）」によるどぶろくの醸造が行われている^(注11)。江戸期以前あるいは江戸期の農村部では、このように各集落などで濁酒の醸造が行われていたが、濁酒は自然に醗酵が進むため、集落の外には移出されることはなく、集落内で消費されていたものと考えられる。一方都市部などでは、専業または兼業の酒造家が出てくるが、江戸期を通して、江戸や上方に移出されることはあまりなかったようである^(注12)。明治においてもこの状況はあまり変わらず、明治21年（1888）、福島県収税属箱石東馬を招聘し灘酒醸造法の実地指導を受け、酒質の改良を図るもまだ品質劣悪として取引がかなわなかった。また会津若松市長も明治32年（1899）、会津酒の宣伝につとめたが「強健なれど野卑なり」としてあまり振るわなかったとされる。明治33年（1900）岩越鉄道が成立すると、郡山経由で会津の酒が東京に移出されるようになるが、明治45年（1912）の県是資料では「製品中主として若松喜多方高田田島方面の醸造に係るものその品、味も頗る良好にして善く東北人の口に適するも関西方面の需要を満たすに足らず。わずかに東京市場に輸出して多少の声価を博するのみ」として会津の酒が東京に移出されていたが、「多少の声価」を得るのみであったことがわかる。また昭和14年（1939）の『東北振興史』では会津酒造組合副組合長は「会津の酒としましては此の地方（引用者注。東北地方を指す）の品評会に於いても一頭地抜いているものではありませんが、東京に参りましては白鷹等に押されることになり、是等の酒が最も高価に売れている」と語っている^(注13)。

こうした会津の酒が、有名になるのは戦後のことである。表1は「会津の酒」と全国区で宣伝を行ったほまれ酒造の「会津ほまれ」の語で国立国会図書館のNDL Ngram Viewerを検索したものである。これによると、「会津の酒」の語は1950年代後半ごろから、図書



や雑誌に出現するようになる。小説家、梁取三義は、後にベストセラーになった『二等兵物語』で「お国自慢のやうだが、その頃会津の酒にはなかなかいい酒があった。東京あたりの怪し気な理研酒^(注14)などを飲んでいる連中にいっぺん味あわせてみたいものである」と語り^(注15)、昭和33年（1958）の『うかれ蚤』では「いやあ、会津の酒でも、ドブロクは出来が悪いと、飲めやしねえや」^(注16)と反語的に会津の酒の良さを紹介している。これは梁取三義自身が会津の只見町出身であったことにもよるものだが、会津の酒を小説で紹介した初期の事例として注目される。

全国的に会津の酒が宣伝されるのは1960年代後半のことである。昭和43年（1968）には雑誌『宣伝会議』に「会津はまれ」のキャッチコピー「会津はまれの花が咲く水が良い」が取り上げられ^(注17)、1960年代後半から1980年代にかけて『文芸春秋』『週刊現代』などの全国雑誌に「会津はまれ」が取り上げられ、地酒ブームと相まって、「酒どころ会津」の名前が広まっていく。また、1960年代よりはまれ酒造は「会津はまれ」のTVCMを流す。1970年代後半、このCM曲に起用された大塚文雄の『会津磐梯山』が、当時の民謡ブームとあわさって大ブームとなったことから、全国的に会津が酒どころとして知られるように

なってくる^(注18)。

2-2 喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの導入経緯とイベントの特徴

2-1 で見たように、会津は1960年代後半以降、特に70年代から80年代に全国的に「酒どころ」として知られるようになる。一方で、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの開始は平成26年(2014)からと開始は遅い。一つはこの企画が東日本大震災後に震災の復興イベントとして企画されたものであり、またもう一つは平成26年(2014)の福島県全域を対象とした「ふくしまプレディスティネーションキャンペーン」および「ふくしまディスティネーションキャンペーン」(ふくしまDC)にあわせて始動した企画であるためである。

このイベントのスタートの経緯は以下のとおりである。平成26年(2014)、喜多方市内には12の酒蔵があり各蔵で世代交代が進んでいた。商工会議所関係者の間で「喜多方は酒が旨いまちである」との共通認識が生まれ、地域資源としての酒蔵を活かした観光まちづくりの構想が形成された。本企画は、喜多方商工会議所が中心となり、酒造組合や市役所関係者や市内の関係者を交えた形で立ち上げられた。参考とされたのは次の三地域である。

【地域1】佐賀県鹿島市「肥前浜宿の酒蔵ツーリズム」

2012年に佐賀県鹿島市内六つの蔵元が協力して「鹿島酒蔵ツーリズム」を開始したもの。重要伝統的建造物群保存地区である肥前浜宿を舞台に、同時蔵開きと無料巡回バス、まち歩きイベントを組み合わせた点が特色である^(注19)。

【地域2】新潟県長岡市「醸造のまち歩き」

新潟県長岡市では、旧三国街道沿いの摂田屋地区を中心に、酒・味噌・醤油などの蔵が連なる「醸造のまち歩き」が展開している。特に老舗の吉乃川酒造が開設した酒ミュージアム「醸蔵」や、朝日酒造の見学ツアーが人気で、発酵・醸造文化を体験できる観光拠点となっている^(注20)。

【地域3】山梨県甲州市「かつぬま新酒ワインまつり」

山梨県では、国内有数のワイン産地として多彩なワイナリーイベントが開催されている。代表的なものに「かつぬま新酒ワインまつり」がある。このイベントは地域のワインのブランド化やワインツーリズムの先進的な成功事例となっている^(注21)。

喜多方商工会議所関係者はこれらの地域やイベント事例を視察し、地域資源を観光に転化する先進事例として学んだ。また関係者の談話では、このほか山口県の酒造メーカー瀬祭の見学も行ったとのことである^(注22)。

2-3 喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの特徴

喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの実施にあたっては、蔵元側からも積極的な関与があった。商工会議所青年部では当初「峰の雪酒造」「会津ほまれ」が実施の中心的役割を担い、最終的には喜多方市の酒蔵全蔵が参加する体制となった。

特徴的なのは構想段階から会津ほまれ酒造の社長が米国ナパバレーを視察し「喜多方をナパバレーのように」という発想を抱くようになった点にある。ナパバレーのツーリズムは、ワイン産業を核としたプレミアム型ワインツーリズムとして発展してきており、ワイナリー訪問にとどまらず、美食、宿泊、芸術、自然景観、ライフスタイル体験を統合した総合的な観光体験として提供されている。これにより地域全体が一体となってブランド化され、観光客の高い満足度とリピート率を生み出している^(注23)。喜多方酒蔵探訪のんびりウォークも、ナパバレーのワインツーリズムをイメージして、将来的な宿泊・飲食・観光を包括した酒蔵ツーリズムの一環として位置づけられて開始された。

またもう一つの特徴として、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークは日本酒だけでなく、地元の特産品と連携がみられる点がある。このイベントは喜多方の名物である喜多方ラーメンとの連携だけでなく、希望者に会津漆器のお猪口の頒布が行われ、また漆器販売店の入り口に試飲スペースを設けるなど、喜多方の特産品としての会津漆器の普及促進も行われている。さらに行政からの支援として、喜多方市は平成26年(2014)に乾杯条例(喜多方産の酒器に注いだ日本酒による乾杯条例)を制定した。これは県内では南会津町に続く県内2例目であり、地元産酒による飲酒を奨励するだけでなく、「喜多方産の酒器(会津漆器)」の普及も兼ねており、行政の側としても喜多方の酒だけでなく、その他の特産品の普及を行おうとする姿勢がうかがえる。

こうしたイベントの運営の姿勢は、地元日本酒の地理的表示(GI)の申請へとつながる。令和6年(2024)、福島県酒造組合喜多方支部が中心となり日本酒地理的表示の申請が行われ、指定が行われた。申請にあたり喜多方支部では外部コンサルに依存せず自力での認定取得を行ったことは特筆すべきであり、来年度以降の本イベントでも、地域ブランドとしての日本酒が全面的に押し出される形でPRがなされるものと推測される。

3. 喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの開催形態

この「喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク」は、喜多方商工会議所が中心となり、地元酒蔵の協力を得て開催されてきたイベントであり、ウォーキングをしながら複数の酒蔵や喜多方市内の観光施設を訪ねることが基本構造となっている。すなわち酒蔵めぐりを軸とし

つつ、市内の観光施設・文化施設見学を組み合わせることで、単なる試飲イベントではなく「町歩き」と「文化体験」を組み合わせているのである。

ここで、筆者が調査をおこなった令和7年(2025)5月の「喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク」をもとにその開催形態を記述する。

まず参加者は事前に申し込みをし、当日JR喜多方駅前の会場で受付を済ませ、特製のお猪口と「御酒飲帳」を受け取る。御酒飲帳には参加する酒蔵のリストが記載されており、各蔵で試飲をするとスタンプが押せる仕組みとなっている。

コースは12か所の蔵元の試飲と3か所の「ちょっ蔵ポイント」が設定されている。ちょっ蔵ポイントとは

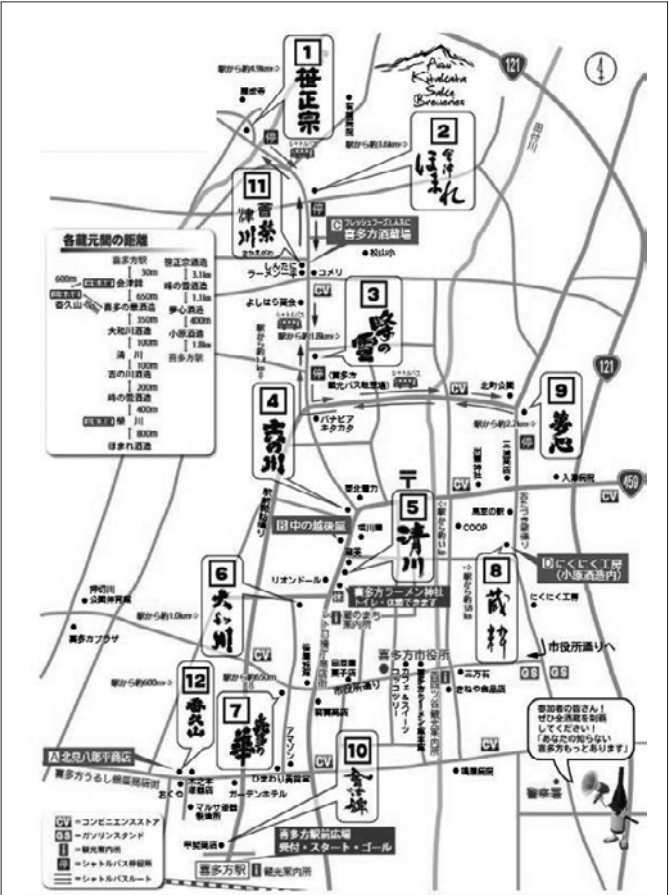


図2 喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク地図(注24)
12か所の蔵元の試飲と3か所のちょっ蔵ポイントが設定されている。

参加している酒造会社名	所在地	創業年	代表的な酒銘
笹正宗酒造	喜多方市上三宮町上三宮蔵山675	1818(文政元年)	笹正宗
はまれ酒造	喜多方市松山町村松常盤町2706	1918(大正7年)	会津はまれ
峰の雪酒造場	喜多方市桜丘1-17	1942(昭和17年)	大和屋善内
吉の川酒造店	喜多方市1-4635	1870(明治3年)	会津吉の川
大和川酒造店	喜多方市寺町4761	1790(寛政3年)	大和川
喜多の華酒造場	喜多方市前田4924	1919(大正8年)	喜多の華
小原酒造(株)	喜多方市南町2846	1717(享保2年)	蔵粋
夢心酒造株式会社	喜多方市北町2932	1877(明治10年)	夢心
会津錦	喜多方市高町西羽賀西羽賀2524	1858(明治元年)	会津錦
栄川酒造	耶麻郡西会津町野沢字本町甲1184	1807(文化4年)	栄川
清川商店	喜多方市2-4659	1631(寛文8年)	清川
喜久山合資会社	喜多方市松山町村松字常盤町2698	1795(寛政7年)	喜久山

表2 喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク参加酒造会社一覧

酒造会社以外の市内の商店で、令和7年は「北見八郎平商店」(漆器)、「中の越後屋」(味噌・醤油醸造元)、「喜多方酒蔵場」(日本酒・お土産・八百屋)の三店舗が指定されていた。

参加者はこの中の酒蔵やちよっ蔵ポイントを選び市内を回る。(図2および表2)

参加費は5000円であり、参加費には市内飲食店で利用可能なラーメン券(500円)や日本酒購入クーポンが含まれており、町なかでの消費を誘発する設計がなされている。移動は徒歩が基本であるが、最も離れた酒蔵(笹正宗酒造)が4.9km先にあるため、一部区間にシャトルバスが運行されている。

商工会議所の資料をもとに参加者数の推移をみると、開始時の震災復興のふくしまプレデステイ

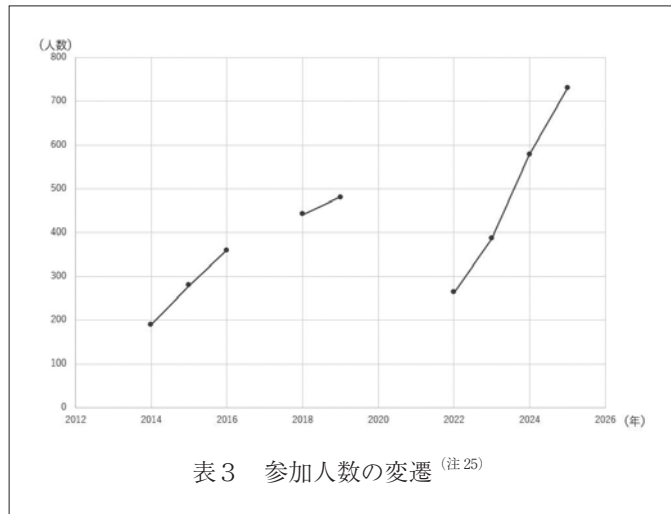


表3 参加人数の変遷 (注25)

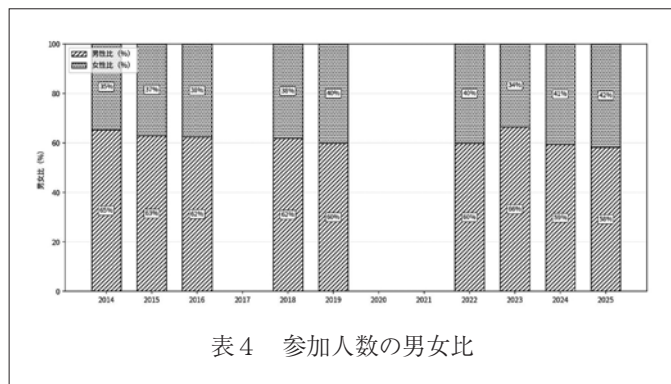


表4 参加人数の男女比

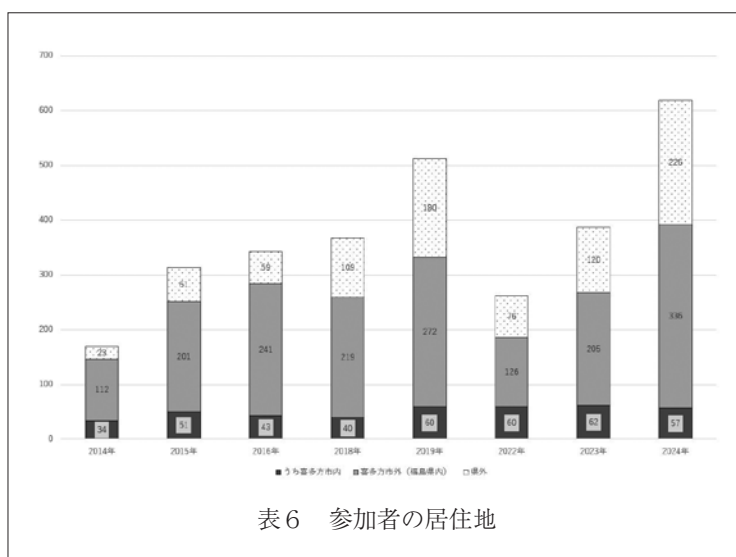
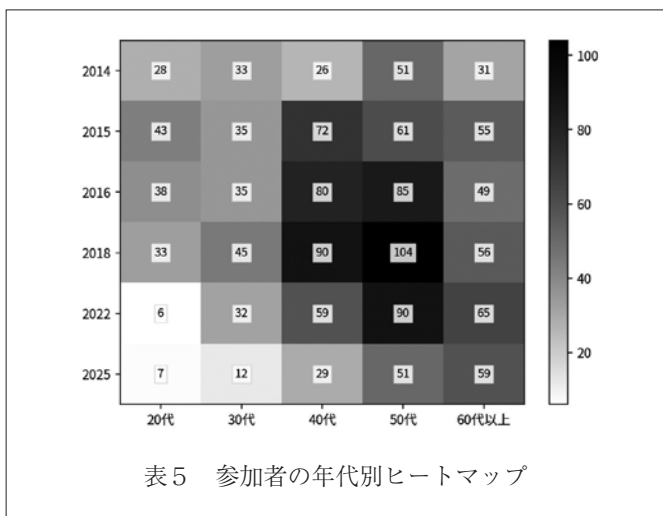
ションキャンペーン平成26年(2014)の188人、平成27年(2015)の279人から、令和2、3年(2020、2021)の新型コロナウイルス流行による開催中止と再開後の減少を経ても、令和7年(2025)は730人と平成26年(2014)から見ると約3.88倍の参加者の増加が見られており、地域振興イベントとして順調に定着している様子が見られる(表3)。

また、特徴的なのは女性の参加率の多さである。開始時平成26、27年(2014、2015)は参加女性の比率が34%、令和6、7年(2024、2025)は40%が女性の参加と、女性の参加が一定して見られるイベントとなっている(表4)。

次に参加者アンケートを年代別のヒートマップを見ると、参加者構成の中核は一貫して50代、次いで40代であることが確認できる。平成30年(2018)にかけては両層が増加し、全体規模を牽引してきたが、令和4年(2022)以降は減少に転じている。一方、20代・30代の若年層は新型コロナウイルス流行による中止以降回復が弱く、平成30年(2018)以前

の水準には戻っていない。これに対し、60代以上は相対的に安定しており、構成比が高まっている。結果として、本データは年齢構成の高齢化が進行している状況を示している。

また参加者の居住地を見ると、県外居住者の伸長が顕著である。一方、喜多方市内居住者は人数的に大きな変動は見られず、構成比は相対的に低下しているものの、一定数を確保しており、ボランティア・リピーター・雰囲気形成など質的役割を担っている可能性が示唆される。本イベントは地元参加を基盤としつつ、広域からの集客を伴う観光イベントへと展



開してきたことが確認できる。なおリピート率を見ると平成28年（2016）以降一貫して高水準を維持しており、特に平成30、令和元年（2018、2019）には2回目・3回目参加者が全体の約4割を占め、固定ファン層が形成されたことがうかがえる。令和2、3年（2020、2021）の中断を経て一時的に新規参加が増えたが、令和5年（2023）以降は再びリピーターが増加し、地域に根付いた固定客の多い参加型イベントへと成熟していることもうかがえる。

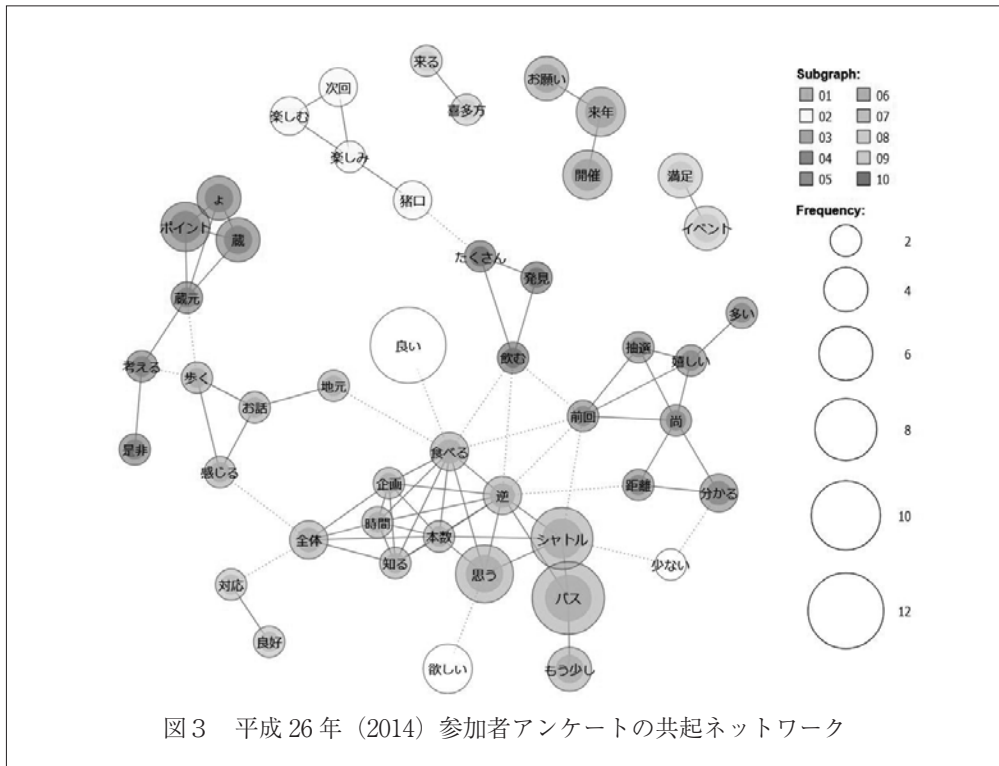


図3 平成26年（2014）参加者アンケートの共起ネットワーク

4. 喜多方酒蔵探訪のんびりウォークのアンケートと共起ネットワーク分析

本イベントの参加者コメントには、開催初期から現在に至るまで、地域イベントが成長し、文化的に成熟していく過程が明確に現れている。

平成26年（2014）の初回アンケートでは、「とても楽しかったです」「いろいろなお酒を比べることができて良かった」といった喜びの声が多く寄せられる一方、「シャトルバスが満員で乗れなかった」「次の便までの時間が長い」「逆回りがあると良い」など、運営に対する具体的な改善提案も多くみられた。図3は平成26年（2014）のアンケートの共起ネットワークである^(注26)。これを見ると利用者はイベントそのものに対して強い満足を示していることが分かる。全体として「良い」「楽しむ」「嬉しい」「満足」などのポジティブ表現が多く、酒蔵を巡る体験そのものが大きな魅力として評価されている。さらに、地元の人々や蔵元との交流を表す「お話」「地元」「対応」などの語も共起し、人的な温かさが満足度に寄与していることも読み取れる。試飲や食体験も人気が高く、「飲む」「食べる」といった語の位置から、食と酒を楽しむ総合的な体験への評価が高いことが示唆される。また、「来年」「前回」「次回」といった語からは、リピーター意欲やイベント継続を望む声も確認できる。

一方、課題としては「バス」「シャトル」「本数」「時間」「距離」がひとかたまりのクラスターを形成しており、移動手段に関する不満が最も顕著である。バスの本数不足や運行時間の不便さ、移動距離の長さが負担となったことが示唆される。また、案内に関連する「分かる」「お願い」「少ない」「もう少し」「欲しい」といった語から、情報提供の不足や導線の分かりづらさが課題として浮上している。

図4は平成26～令和6年（2014～2024）の10年間の利用者コメントの共起ネットワーク図である。本図からは、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークが「日本酒の魅力」と「イベント体験」の双方で高い評価を得ていることが読み取れる。

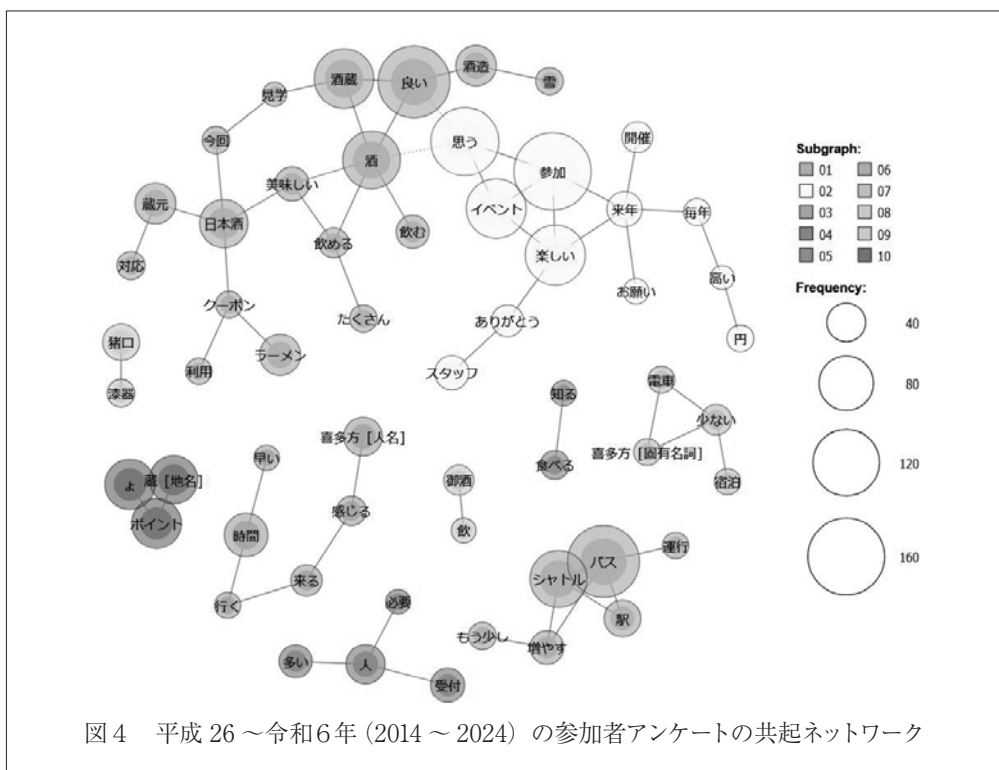


図4 平成26～令和6年（2014～2024）の参加者アンケートの共起ネットワーク

中心語として「日本酒」「酒」「酒蔵」「美味しい」「飲める」が強く結びつき、酒蔵見学や地酒の飲み歩きが参加動機・満足度の核となっている点が明確である。また「イベント」「参加」「楽しい」「来年」「毎年」といった語の連関から、リピーター意向が高く、恒例行事として定着していることが示唆される。一方で「バス」「シャトル」「駅」「運行」「増やす」といった交通関連語や、「人」「多い」「受付」「必要」など運営面の語も目立ち、混雑や移動手段

に改善要望が集中していることが分かる。総じて、体験価値は高いが、交通・受入体制の強化が今後の満足度向上の鍵といえる。

おわりに

以上、本研究では、福島県喜多方市の概要と喜多方における観光イベントを概観し、また、会津の酒造史、特に県外移出とPRについて確認した上で、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの概要と喜多方酒蔵探訪のんびりウォークの開催形態と参加者コメントの共起ネットワーク図から分析を行った。

会津の酒が県外で有名になるのは戦後の1960年代後半のことであるが、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークは、さらにその後平成26年(2014)のふくしまディスティネーションキャンペーンにあわせて実施された企画である。本イベントは、ナパバレーのワインツーリズムをイメージして、将来的な宿泊・飲食・観光を包括した酒蔵ツーリズムの一環として位置づけられて開始され、また地元の特産品と連携も視野に入れつつ開始された。そして、参加者の年代別ヒートマップや参加者の居住地、リピート率などから本イベントは地元参加を基盤としつつ、広域からの集客を伴う観光イベントへと展開してきたことが確認できる。

また、参加者コメントと共起ネットワーク図からは、来訪者の満足度と課題には、長期的にみて一貫した傾向と、時期ごとの特徴的な変化が存在することが明らかとなった。満足度に関しては、どの年代においても「日本酒」「酒蔵」「美味しい」「楽しい」など、体験価値の核心に関わる語が中心的に現れ、酒蔵を巡る非日常的体験や地域文化への触れ合いが強く支持されてきた。また、「お話」「ありがとう」「対応」といった語彙が示すように、地元住民やスタッフとの温かな交流が、来訪者の肯定的評価を支える重要な要素として機能していることも確認できた。

総合すると、喜多方酒蔵探訪のんびりウォークは、地域文化を体験的に享受できる高い価値を持つイベントとして、長期間にわたって来訪者から強い支持を得てきた。その一方で、参加者増加に伴う移動・案内・オペレーション面の課題が恒常的に浮上しており、今後の運営改善には、これら構造的課題を計画的に解消する取り組みが求められる。今後は、こうした課題への対応を進めつつ、イベントの核心価値である日本酒を媒介とした人と文化の交流をより豊かに深化させていくことで、地域イベントとしての持続的発展が期待される。

14 國學院大學栃木短期大學紀要

【注記】

注1 令和5年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では「各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズムを推進し、宿泊業の付加価値の向上、地域経済の活性化を図るため、地域の食材の積極活用等による食の価値向上に取り組む地域に対し、食の専門家による助言指導、地産地消のためのメニュー・コンテンツ造成等の支援を行う。」ことがうたわれている。

また、酒蔵ツーリズムについても「酒類業は、歴史的・文化的に重要な地場産業を形成してきたほか、近年では、地域活性化やクールジャパンとして新たな価値を創出している。また、日本産酒類は国際的な評価の高まりとともに輸出額が増加傾向にあり、インバウンド需要開拓の重要なコンテンツである。このため、酒蔵自体が観光化の取組を行うことによる観光旅行者の受入整備や消費拡大につながる取組等を支援し、酒類事業者、観光事業者、交通機関、地方公共団体等が連携して、国内の酒蔵（ワイナリー、ブルワリー等を含む。）や観光資源等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を推進する。」として、食文化体験（ガストロノミーツーリズム）や酒蔵ツーリズムを観光政策の柱の一つとしている。（参考 観光庁 HP「地域の食材を活用したコンテンツの整備」https://www.mlit.go.jp/kankoch/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaifuku/shohikakudai/shokuzai.html 2025年11月18日最終アクセス）

注2 地勢図概略は国土地理院提供の数値標高モデル（DEM）および赤色立体地図を基に作成。

注3 本項目、喜多方の歴史の概略は喜多方市 HP「喜多方の歴史」に拠る。（喜多方市 HP「喜多方の歴史」<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/41350a/kitakata-history.html> 2025年11月18日最終アクセス）

注4 昭和軽金属株式会社アルミニウム社史編集事務局（1984）『昭和電工アルミニウム五十年史』87頁、296-297頁より。なお喜多方市では現在、アルミニウムの精錬は行われていないが、（株）レゾナック喜多方事業所としてアルミニウム製品加工は行われている。（参考 レゾナック HP「喜多方事業所」<https://www.resonac.com/jp/corporate/network/domestic/kitakata.html> 2025年11月18日最終アクセス）

注5 蔵のまち喜多方老麺会 HP『喜多方ラーメンよもやま話』（<http://www.ramenkai.com/about/reading.php> 2025年11月18日最終アクセス）

注6 東京大学大学院工学系研究科（2008）『喜多方まちづくりブック』67-69頁より（<https://kuranokai.jp/archive/machibook> 2025年11月18日最終アクセス）

注7 日本交通公社『美しき日本 全国観光資源台帳』「喜多方ラーメン」（<https://aizumonogatari.com/history/5612.html> 2025年11月18日最終アクセス）

注8 蔵のまち喜多方老麺会 HP『喜多方ラーメンよもやま話』（<http://www.ramenkai.com/about/reading.php> 2025年11月18日最終アクセス）

注9 池本淳一（2019）「『喜多方レトロ横丁』における企画の概要とその変遷」（『松山大学論集』31巻1号 <https://matsuyama-u-r.repo.nii.ac.jp/records/2756> 2025年11月18日最終アクセス）

注10 池本淳一（2017）「福島県喜多方市における『太極拳のまち』の歴史と制度」（『松山大学論集』28巻6号 <https://matsuyama-u-r.repo.nii.ac.jp/records/271> 2025年11月18日最終アクセス）

注11 南会津町 HP「お党屋制度一年の行事」<https://www.town.minamiaizu.lg.jp/official/soshikikarasagasu/shokokankoka/minamiaizuchokankojoho/4/584.html> 2025年11月18日最終ア

クセス

- 注 12 伊藤豊松 (1968)『会津酒造の歴史：喜多方地方を中心に』1-5 頁
- 注 13 福島県 (1971)『福島県史』19 巻 119 頁。なお会津酒造組合副組合長の発言にある「白鷹等」は
兵庫県西宮市灘の酒の一つ。東京では「白鷹」や「剣菱」といった灘の酒が売っていたことを指す。
- 注 14 引用者注。理研が開発した合成清酒。
- 注 15 梁取三義 (1954)『二等兵物語 第 4 部 (東京空襲の巻)』彩光社刊 222 頁
- 注 16 梁取三義 (1958)『うかれ蚤 第 5 巻 (夜這い村の巻)』彩光社刊 134 頁
- 注 17 『宣伝会議』15 巻 7 号通号 173 (1968 年 6 月号)
- 注 18 「【民謡界の巨星】大塚文雄インタビュー 第二部「会津はまれテレビCMでブレイク！」「民謡ブー
ム到来！」「正月特番の裏話」など」(Youtube『キングレコード民謡 公式 YouTube チャンネル』
<https://www.youtube.com/watch?v=iNwd8c5Fkjl> 2025 年 11 月 8 日最終アクセス)
- 注 19 「これまでのあゆみ」(『鹿島酒造ツーリズム』<https://sakagura-tourism.com/history/> 2025 年 11
月 8 日最終アクセス)
- 注 20 「越後長岡酒の陣と長岡地酒塾【1 泊 2 日】」(『長岡観光ナビ』[https://nagaoka-navi.or.jp/
event/42540](https://nagaoka-navi.or.jp/event/42540) 2025 年 11 月 8 日最終アクセス)
- 注 21 「第 72 回「甲州市かつめまぶどうまつり」10 月 4 日開催！」甲州市 HP [https://www.city.koshu.
yamanashi.jp/docs/2025061700018/](https://www.city.koshu.yamanashi.jp/docs/2025061700018/) 2025 年 11 月 8 日最終アクセス)
- 注 22 本節の喜多方酒蔵探訪のんびりウォークのスタートの経緯は、喜多方商工会の関係者および星敬
志氏 (喜多の華酒造) への聞き取りによる。
- 注 23 井上葉子・池上重輔・八木京子 (2020)「インバウンド・ツーリズム産業における持続可能なビジ
ネス・エコシステム構築に向けて ―米国ナパバレーのワインツーリズムにおけるエコシステムを事
例に一」(『日本大学商学部研究紀要』第 191 巻 3 号)
- 注 24 2024 年喜多方酒蔵探訪のんびりウォーク地図 ([http://www.aizukitakatacci.or.jp/wp-content/
uploads/nonbiri2024p.pdf](http://www.aizukitakatacci.or.jp/wp-content/uploads/nonbiri2024p.pdf) 2025 年 11 月 8 日最終アクセス) をもとに 2025 年度のチラシのデータを
組み合わせて作成。
- 注 25 2017 年はデータ集計ミスにより記録なし。2020 年、2021 年は新型コロナウイルス流行のため不
開催。以下の統計データも同様である。
- 注 26 図 3、図 4 では、参加者アンケートの自由記述回答を対象として、テキストマイニングソフト
KH Coder を用いた共起ネットワーク分析を行った。分析単位は 1 回答とし、同一回答内に出現する
語の共起関係をもとにネットワークを構築した。共起の強さは Jaccard 係数により算出し、出現回
数が 5 回以上の語を対象として、Jaccard 係数が 0.1 以上の共起関係のみを抽出した。

【謝辞】

本論文の作成にあたっては、会津喜多方商工会議所の佐藤富次郎会頭、高久大志氏をは
じめ同商工会議所の皆様、極上の会津喜多方推進委員会の皆様、ならびに阿部浩一氏 (冠
木薬店)、星敬志氏 (喜多の華酒造) より多大な御協力を賜った。ここに記して深く感謝申
し上げる。また、現地調査のコーディネートおよび論文作成に関する貴重な助言を、会津

大学池本淳一上級准教授よりいただいた。重ねて御礼申し上げます。

なお、本稿の内容に関して万一問題がある場合、その責任はすべて筆者に帰するものである。