

温泉地における有志による地域づくりの可能性  
—青森市浅虫地区を対象として—

弘前大学大学院地域共創科学研究科  
地域リノベーション専攻  
コミュニティデザイン研究領域

学籍番号      23GC101

氏      名      大水   渉平

## 目次

第1章 背景と目的 .....	1
第1節 日本における温泉地の活性化 .....	1
第2節 先行研究-地域づくりフレームワークを中心として .....	2
第2章 対象：青森市浅虫地区 .....	10
第1節 温泉地としての浅虫 .....	10
第2節 浅虫での地域づくりの軌跡 .....	11
第3章 人びとの語る浅虫での地域づくり .....	15
第1節 浅虫の地域づくりの先端を拓く代表の語り .....	15
第2節 代表とは異なるメンバーの語り .....	18
第3節 浅虫のかつての地域づくりを支えた方の語り .....	22
第4節 浅虫における地域づくりの展開と可能性 .....	24
第4章 地域づくりの具体的な場：あさむし月末マルシェ .....	28
第1節 あさむし月末マルシェの概要とその参与観察 .....	28
第2節 地域づくりフレームワークから見たあさむし月末マルシェ .....	33
第5章 結論 .....	38
第1節 地域づくりのフレームワークと浅虫がっちゃんこ .....	38
第2節 浅虫がっちゃんこの可能性 .....	40
参考文献 .....	43

## 第 1 章 背景と目的

### 第 1 節 日本における温泉地の活性化

日本は世界でも屈指の温泉大国である。令和 4 年度現在の国内の温泉源泉数は 2 万 7000 を超え、年度延べ宿泊者数は年間 1 億人（環境省）に上るとされ、この数字は世界でも例を見ないと言われている。昭和の高度経済成長期には団体旅行を中心に日本全国で温泉観光が盛んになった。その後、レジャーの多様化、海外旅行の急増、個人旅行の浸透など時代の変化により、温泉観光は“古い”イメージがもたれ、全国的に温泉地への観光客は減少傾向をたどった（図 1）。これに追い打ちをかけたのが、バブル経済の崩壊であった（大嶋 2018）。

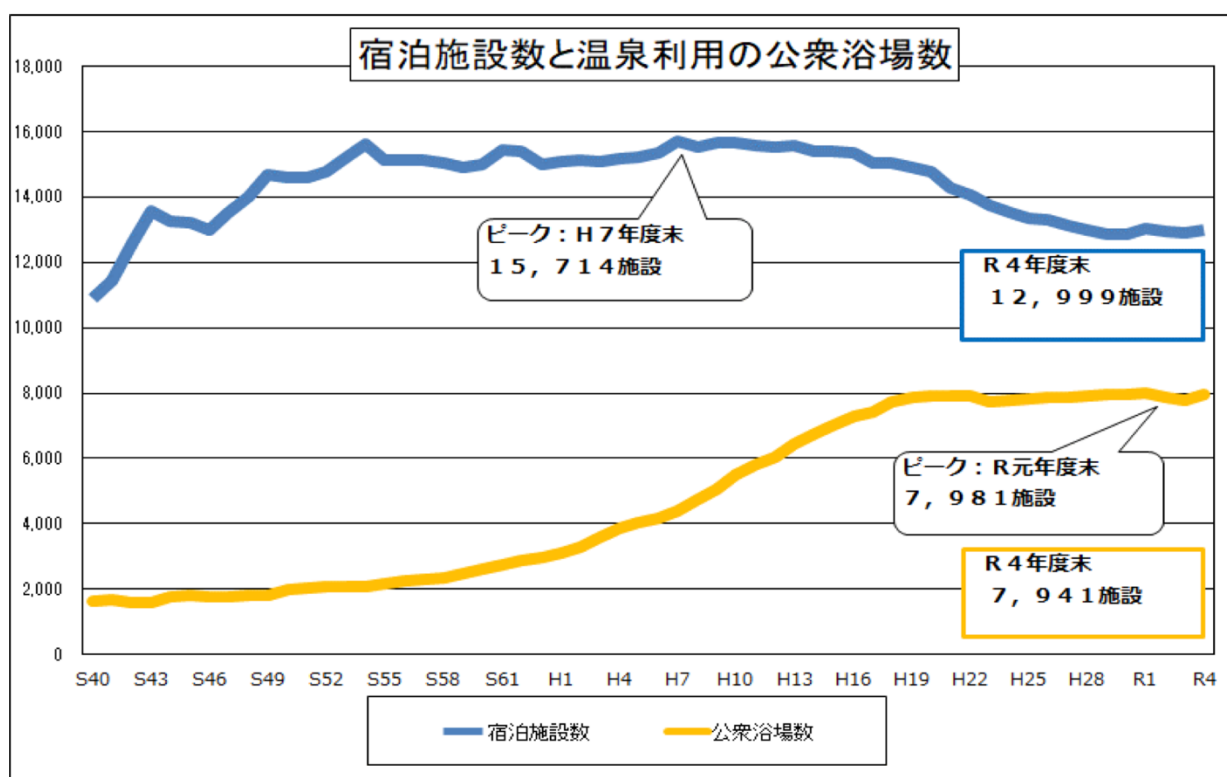


図 1 温泉観光客数の推移

環境省 [https://www.env.go.jp/nature/onsen/pdf/4-5\\_p\\_4.pdf](https://www.env.go.jp/nature/onsen/pdf/4-5_p_4.pdf) より引用

1990 年代以降、温泉観光地では観光客の減少のみならず人口減少が起こり、各温泉観光地ではそれに対抗するためにさまざまな取り組みを行なっている。21 世紀に入って温泉地の再生や再活性化が話題となっている。安定経済成長期以降、湯布院・黒川などの温泉地が活性化に成功し、それぞれ山の温泉地のあり方について方向性を示すこととなった（浦 2010）。

湯布院の活性化以降、温泉地の再生や地域活性化に取り組む温泉地が各地で登場している。それまでの温泉地は「旅館づくり」はあっても、「まちづくり」は無かったと揶揄されている。確かに個々

の観光施設の充実が優先され、地域としての取り組みも集客イベントなどにとどまっていた面がある。これに対し現在の温泉地活性化は「観光開発」よりも「地域づくり」が主体で、地域資源（自然・歴史・産業・文化）の有効活用が効果的だとされている。具体的には湯布院の場合は田園風景、黒川の場合は山の風景の活用である。つまり「在るものを活かす」という「まちづかい型」の「まちづくり」が市民権を得るようになってきた。道路や建物の整備などのハード、住民参加や地域への愛着の醸成などのソフトの整備を克服し、ハート（アイデアや精神）を活かした温泉地づくりがいま求められている（浦 2013）。

しかし、温泉地活性化は難しいと言われている。大嶋（2018）は「温泉地の活性化」といえば、温泉旅館の業績向上を思い浮かべられることが多く、特定の有名温泉旅館が取り上げられるが、それは「温泉旅館の活性化」であって、「温泉地の活性化」ではないとしている。また一般的に温泉地には、大規模から小規模、高級からリーズナブルを目指したものまで様々な旅館、飲食店から商店まで様々な業態が混在して、それぞれが組合を作っており、多様なステークホルダーが入り混じっている。そのため活性化の目標設定をどうするか纏まりにくい面がある。温泉地への顧客が減少して各自の経営が苦しくなれば、利害関係の調整はますます困難になるとしている。続けて、温泉地によっては、普段から各組合の連携が進んでいない（言い換えれば、関係があまり良好ではない）という例が少なくないとも言われ、このような性格を持つ温泉地において、その「活性化」は単純ではなく、一筋縄ではいかないとしている。

そこで本研究では、1200 年以上の歴史を誇る古くからの温泉地である青森市浅虫地区を研究対象とし、バブル経済の崩壊や旅行形態の多様化、コロナ禍などにより観光客の減少が著しい温泉観光地において、観光事業者ではない地元有志による地域活性化のための団体、組織がどのような影響を地域に及ぼし、どのような役割を地域内で果たしているのかを明らかにすることを目的とする。青森市浅虫地区は 1190 年頃の平安末期頃に円光大師がこの地を訪れた際に傷ついた鹿が湯浴みするのを発見し、当時布を織る麻を蒸すためだけにお湯を使っていた村人にこれを教え、それ以来温泉として人々に利用されるようになった。浅虫は火事が多い時期があり、「麻蒸」は火事を連想させるため「浅虫」に変更した歴史がある。浅虫温泉は陸奥湾に突出する夏泊半島の基部に位置し、海水浴や水族館など様々なレジャー施設を兼ね備えた観光地で「東北の熱海」、「青森の奥座敷」とも呼ばれている。そのほか浅虫地区についての詳細は後述する。

## 第 2 節 先行研究-地域づくりフレームワークを中心として

### 第 1 項 地域づくりフレームワーク

本節では、小田切（2014）に基づいて、地域づくりの歴史とその定義から振り返る。小田切（2014）は「地域づくり」に類似した言葉として「地域活性化」「地域再生」があり、「地域づくり」は 1980 年代から今に至るまでどの期間にも使われる言葉であるが、その期間の前期には「地域活性化」、そして後期には「地域再生」が独自の言葉として使われていると指摘している。そして「地域活性化」が多用される 1980 年代後半から 90 年代前半はバブル経済の時代であり、ウォーター

フロント開発、リゾート開発、そして民間活力導入という当時を象徴する地域開発の目標として登場した言葉であるとしている。加えて、当時の政権の戦略を背景に、農山漁村活性化のためにリゾート開発が提起され、当時地域サイドにとってはこのリゾートブームに乗れるか否かが地域の将来の「大きな分かれ目」と考えられていたとも指摘している。つまり、「地域活性化」という言葉が盛んに使われたこの時代には、①地域振興が経済開発に著しく偏って認識され、②そのためにはリゾート開発と言う外部資本導入・誘致こそが近道だと意識されており、「地域活性化」には、こうしたニュアンスがどこかに紛れ込んでいるとしている。

続けて、このような 1990 年代初頭までのリゾート開発を中心とする地域活性化の反省の中で論じられたのが「地域づくり」であり、これは「まちづくり」「むらづくり」として多様に使われている言葉であり、1980 年代初頭から徐々に使われ始めてきたが、独自の意味で語られ始めたのは、特にバブル崩壊後の 90 年代前半以降であるとしている。

そして小田切（2014）はこの「地域づくり」は「地域活性化」との対比で少なくとも 3 つの含意があるとしている。

まず、第一は地域振興の「内発性」である。従来の大規模リゾート開発は二重の意味で外来型の開発だった。一つは外部資本による開発である点。二つはそれゆえに地域住民の意識とは無縁の開発であった点である。つまりカネも意思も外部から注入されたものであり、地域住民は土地や労働力の提供者、場合によっては開発の陳情者にしか過ぎないものであった。そうではなくて地域住民が自らの意思で立ち上がるというプロセスを持つ取り組みこそが「地域づくり」であるとしている。

第二は「総合性・多様性」である。リゾートブームの下では、都市で発生したバブル経済がそのまま持ち込まれ、経済的利得の獲得に著しく傾斜した地域活性化が意識された。また、どの地域でも同じような開発計画がならぶという「金太郎アメ」型の地域振興もこの時期の特徴であった。単品型・画一的な地域活性化から福祉や環境を含めた総合性、地域の実情を踏まえた多様性に富んだ地域づくりへの転換が求められた。地域ごとに地域の数だけ多様な発展パターンがあることが強調され、「モデルなき地域づくり」と表現されることもあると述べている。

第三に「革新性（イノベティブ）」である。すべての地域振興は地域における何らかの困難性が前提となっている。それを地域の内発的エネルギーによって克服していくのであれば必然的に従来とは異なる新たな仕組みを内部に作り出すことが求められる。一部の農山村では、過去の賑やかな時代の仕組みに寄りかかり、それが機能しないことを嘆くことがしばしば見られた。しかし、人口はやはり減少する。そのことを前提とした対応が欠かせない。そこで求められるのは、人口がより少ない状況を想定し、地域運営の仕組みを地域自らが再編し、新しいシステムを創造する「革新性」であるとしている。その意味での「地域づくり」は「地域の新しい仕組みづくり」である。

以上のように、1990 年代から登場する「地域づくり」には、「内発性」「総合性・多様性」「革新性」という要素が多かれ少なかれ含まれている。それは地域づくりの原則としての「内発性」、その中身の「総合性・多様性」、そしてその仕組みとしての「革新性」と位置づけることができる。

さらに地域づくりのフレームワークとして、3 つの柱を挙げている。

1つ目の柱は自分たちの手で、自分たちの暮らしを築くことを目的とした柱、「住民自治の柱」である。2つ目は地域の文化・資源を見直し、そこに付加価値をつけ、外の人々に認めてもらうことを目指した柱である「地域経営の柱」。3つ目は 地域出身の人々や都市、外国人との出会いの場づくりを行い、地域内外の村おこしの情報を発信することを目指した「交流・情報の柱」である。

以上をより抽象的なレベルでまとめた「地域づくりのフレームワーク」の柱として3つ挙げた。

1つ目は「暮らしのものさしづくり」であり〈主体づくり〉を意味する。前述の「交流・情報の柱」がこれに相当する。2つ目は「暮らしの仕組みづくり」〈場づくり〉である。前述の「住民自治の柱」にあたる。3つ目は「カネとその循環づくり」であり、〈持続条件づくり〉に相当する。前述の「地域経営の柱」にあたる。つまり、「主体」「場」「条件」の三要素の意識的な組み立てにより、地域が「つくられる」のである。

そしてこのフレームワークには地域づくりの目的も位置付けられている。それは人口増加や地域内GDPの増加などではなく「新しい価値の上乗せ」と表現されている。

「地域づくり」は「地域活性化」と異なり、所得等の経済的価値に留まることなく、総合的な目的を持つものであり「新しい価値」とは、貨幣的な価値に限定されるものではない。環境、文化、あるいは地域内の絆（社会関係資本）も重要な地域的価値であろう。また「上乗せ」とは単にこれらの新しい価値を作り出すだけでなく、それを今までの地域社会が持つ価値とつなぐことを意味している。

すなわち「内発性」「総合性・多様性」「革新性」という装いをもち、地域の新しい価値の上乗せを目標としながら「主体づくり」「場づくり」「持続条件づくり」の3つの柱を地域条件に応じて、巧みに組み合わせる体系こそが、今日求められている「地域づくり」であると述べている。

本研究では小田切（2014）の「地域づくり」の定義に則り、分析を進める。

ここからは小田切（2014）の「地域づくりの3つの柱」について、1つずつ分析していく。

まず主体づくり、第一の柱である。これまでは「カリスマ型リーダーシップ」が注目されたが、最近では突出した力を持つリーダーシップに依存する地域づくりは世代交代うまくいかず、持続性の点で難があると言われている。そのため「カリスマ型リーダーシップ」から「リーダー群モデル」への転換が必要であるとしている。そのため、「人」の問題は、実は地域住民全体の問題であると考えられる。そして地域住民レベルの「人」に求められるのは、地域を作るのは自らの問題だという当事者意識であり、「気づき」ということもある。

次に場づくり、第二の柱である。「場」としての「暮らしの仕組み」には「ソフト」と「ハード」それぞれに条件がある。ソフト的要素は人々が地域に集い、暮らすときにおのずから生まれる地域共同性のあり方が重要になってくる。いわゆる地域コミュニティとしての集落（むら）がどのように位置づき、再編されるかを議論されなくてはならない。ハード条件は道路整備や集会場のいわゆる「箱モノ」だけでなく、医療教育、生活交通などの農山村の暮らしを基礎的に支える生活諸条件を指す。

持続条件づくり、第三の柱である。所得形成のみならず、それを地域内で循環する仕組みも必要である。すなわち、地域経済の持続的な発展を実現しようとするのであれば、その地域において地域内

で再投資する力＝地域内再投資力をいかに売り出すかが重要である。地域資源利用の「地域資源保全型経済」においては消費を促すための「共感」を「物語」で引き出すことが必要である。

以上のように小田切（2014）は「地域づくり」という言葉は1990年代から使われ始め、「地域活性化」とは区別され使われる。「内発性」「総合性・多様性」「革新性」という要素が含まれており、「地域づくりのフレームワーク」の「主体」「場」「条件」という3つの柱を地域条件によって意識的に組み立てることによって地域が「つくられる」としている。

## 第2項 浅虫における先行研究

既存の浅虫に存在する組織について調査、分析した研究がある。石本・宮寄・中西（2020）は「浅虫まちづくり協議会」を研究対象に新規に設立された地域運営組織として取り上げ、先進事例との比較を通し、法制度策定や組織体制づくりの上で留意すべき事項を考察し、地域運営組織の体制づくりの中にこれらのキーパーソン確保の工夫がいかに織り込まれているかを念頭に置きつつ、分析を行った。

行政と民間が共に担う地域運営組織が各地で設立され、近年増加するこの地域運営組織が活発化するための体制づくりに関して考察し、2017年に設立された「浅虫まちづくり協議会」を新規に設立された地域運営組織として取り上げ、先進事例との比較を通し、法制度策定や組織体制づくりの上で留意すべき事項、地域運営組織において人材や資金の確保などを可能にする制度づくりがなされているか、それらに関わる制度の要点はいかなるものがあるかを解明することを目的とした。

地域運営組織が効果的な体制を確立し、充実した活動を実施するためには、様々な参加者が不可欠であり、その中でも特に4つの特徴を持ったキーパーソンが重要になるとして、その確保がいかに織り込まれているかを念頭に置きつつ、分析を進めた。

1つ目が革新者である。「よそ者、ばか者、若者」、「篤農家」、「パイオニア」とも呼ばれ、地域に新風をもたらす存在となるが、革新者の性質として、周囲に頓着せず行動する点があり、社会コミュニティの多数派に理解されないことも多いとしている。

2つ目が情報発信者である。情報発信者は革新者の意義を周囲に伝達したり、早い段階からの支持者（ファーストフォロワー）になったり、地域や活動の価値を拡散するスポークパーソンやインフルエンサー、社会コミュニティ内で流行を先取りするオピニオンリーダーの役割を果たす。

3つ目は媒介者である。媒介者は社会的ネットワーク論や社旗関係資本ではブリッジングと呼ばれる、人・集団、情報、資金、物などを結節する役割を果たす人物である。

4つ目は調整役・支援者である。調整役・支援者は組織を維持発展させるマネージャーやコーディネーターであり、公的手続き、会計処理など組織を円滑に運営し、持続させるために不可欠な事柄を担う人物を指す。

浅虫まちづくり協議会について以下のようにまとめた。

表 1

組織名	所在地	制度的枠組	財源	事務局運営	法人格	範囲	活動内容	注
浅虫まちづくり協議会	青森県 青森市	青森市まちづくり構想推進事業実施要綱	青森市まちづくり構想推進事業補助金	有志が随時	無	町会区旧小学校区	健康増進、観光振興、移住定住促進、連携交流・情報発信	地域おこし協力隊制度を活用、大学関係者も参画

石本・宮寄・中西（2020）より筆者作成

そして浅虫地域において活動する浅虫まちづくり協議会と他組織の比較を行った。比較する対象は青森市浅虫町会、一般社団法人浅虫温泉観光協会、特定非営利活動法人（NPO 法人）生き粋あさむしである。比較した結果は以下の表 2 である。

表 2 浅虫地区内の組織の比較

組織名	目的	活動内容	参加者、加入者、利用者	財源	人材確保の取り組み	法人格	今後の課題
浅虫まちづくり協議会	住みよい地域をつくり、活性化を図る	健康増進、観光振興、移住定住促進、連携交流・情報発信	参画者:居住者、就労者、事業者、域外の賛同者	青森市まちづくり構想推進事業補助金	意欲を持った人材への声掛け	なし	居住者の実質的な参加が限定的である点
浅虫町会	住みよい地域づくり	清掃、施設管理、福利厚生、防災防犯、交通安全、観光・文化振興	加入者:地域住民および事業者	加入者及び団体からの町会費	移入者への案内。自主財源をもとに職員を雇用	なし	若年者の確保



組織名	目的	活動内容	参加者、 加入者、 利用者	財源	人材確保 の取組み	法人格	今後の課題
浅虫温泉 観光協会	地域の文化や経済の振興への寄与	観光業の振興	加入者:地域の観光関連事業者	年会費、指定管理料、施設利用料	自主財源を基に賞金を雇用。他団体との交流	一般社団法人	安定的な人手確保。加入団体、観光客、関係人口の確保
NPO 法人 生き粋あさむし	地域の高齢者の健康づくりの啓発と支援	コミュニティレストランおよびサービス付き高齢者向け住宅の運営	利用者:高齢者を中心に	事業からの収益、会費	自主財源を基に職員を雇用	特定非営利活動法人	職員の安定的な確保

石本・宮寄・中西（2020）より筆者作成

石本・宮寄・中西（2020）は浅虫町会の特徴は地域住民および事業者が網羅的に加入することであり、加入者からの会費により職員を雇用する点であるとしている。今後の課題として地域の高齢化問題が直接影響し、若年者の確保が困難な点などを挙げた。

浅虫温泉観光協会の特徴として、地域の観光関連の事業者からの年会費、指定管理料、施設利用料等を財源に、職員を雇用し、地域産業を振興することを挙げている。今後の課題は、安定的な人手の確保、加入団体の増加、観光客及び関係人口の創出を実現し、地域を活況にすることであるとした。

生き粋あさむしの特長は、高齢者を対象とした地域福祉に取り組みながらも、事業を成立させ、持続性の確保を実現した点を挙げ、今後の課題として職員の安定的な確保を挙げた。

そして上記 3 つの組織と浅虫まちづくり協議会を比較し、浅虫まちづくり協議会において自主財源の確保が可能になれば、職員の雇用が可能になり、活動のさらなる充実が期待できるとしている。また地域内のみならず地域外からも様々な人材が参画する点において他組織に見られない強みだとして、他組織と密接に協働することができれば、他組織は多様な外部人材の活用が可能になり、同時に浅虫まちづくり協議会への地域住民の更なる参画、そして活動の地域全域への広がりが期待できるとしている。

これまでの議論を踏まえて、石本・宮寄・中西（2020）は地域運営組織において 4 点要点を挙げた。

1 つ目は基礎自治体において条例や要項が整備されていることである。地域運営組織の実効的な活動には設立の根拠となる条例や要綱が基礎自治体において整備され、それらの法制度に基づいて自治体から補助金や交付金が拠出されるためこうした制度設計が極めて重要であるとしている。

2 つ目は自主財源の確保である。現在、大部分の地域運営組織の主な収入源は市町村からの補助金等であるが、自主財源でも収入の柱となるものもあり、主要なものとしては構成員からの会費、公的施設の指定管理料などの事業収入が挙げられ、大半の活動資金を自主財源から確保する地域運営組織も始めている。

3 つ目は構成員の確保である。居住者が網羅的に参加する状況を作り、事務局員人員の確保のために補助金や交付金の使用用途の拡大することで地域担当の行政職員を置くこと、集落支援員制度を活用すること等により、キーパーソンのうち、組織を持続発展させる調整者の確保が容易になる。

4 つ目は外部人材の確保である。地域おこし協力隊の活用、高等教育機関の関係者との交流、行政職員を地域の担当者としておく制度の導入といった外部人材確保の仕組みづくりは「よそ者、ばか者、若者」の役割を果たす革新者、域外の情報提供者、人・資金・物・情報の媒介者の確保につながる。

以上 4 つに加え、石本・宮寄・中西（2020）は「設立や運営に際して、地域課題の包括的な議論の場を提供するため、地域課題の棚卸しの場として活用される。これらを通して地域の多様なセクターの人材や外部人材を巻き込むことが可能であるため、地域人材の再組織化の仕掛けにもなりうる。」とし、いかなる人材を確保できるかにより、成否は大きく変わり、実施事業に様々なタイプのキーパーソンをバランスよく配置することで、成功に導くことが可能であると結論づけた。

### 第 3 項 二つの先行研究からの 3 つの論点

以上二つの先行研究から大きく 3 つに焦点を当てる。

1 つ目は内発性である。小田切（2014）によると内発性は従来の大規模リゾート開発ではカネも意思も外部から取りこまれた物であり、地域住民は土地や労働力の提供者、場合によっては開発の陳情者に過ぎなかったが、そうではなく地域住民が自らの意思で立ち上がるプロセスを持つ取り組みこそが「地域づくり」であるとして、内発性は地域住民の意思から生まれ、行われることを示す。石本・宮寄・中西（2020）によれば構成員の確保が内発性にあたる。居住者が網羅的に参加する状況を作り、様々なキーパーソンと協働することで組織の持続発展が可能になる。

2 つ目は総合性・多様性である。小田切（2014）によると、リゾート開発の下では都市で発生したバブル経済がそのまま持ち込まれ、経済的利得の獲得に著しく傾斜した地域活性化が意識され、どの地域でも同じような開発計画が並ぶ「金太郎アメ」型の地域振興が見られた。しかし、単品型・画一的な地域活性化から福祉や環境を含めた総合性、地域の実情を踏まえた多様性に富んだ地域づくりへの転換が求められ、地域ごとに地域の数だけ多様な発展パターンがあることが強調され、「モデルなき地域づくり」と表現されることもある。これは石本・宮寄・中西（2020）のところでいう外部人材

の確保にあたる。地域おこし協力隊の活用、高等教育機関との連携、行政職員を地域の担当者としておく制度の導入といった外部人材の確保の取り組みは、福祉や環境を含めた総合性、地域の実情を踏まえた多様性に富んだ地域づくりが可能になる。

3 つ目は革新性である。小田切（2014）はすべての地域振興は地域における何らかの困難性が前提になっているとして、それを地域の内発的なエネルギーによって克服していくためには必然的に従来とは異なる仕組みを内部に作り出すことが必要であるとしている。石本・宮寄・中西（2020）でいうとこれは基礎自治体において条例や要項が整備されていることにあたる。補助金や交付金を受けるためにはその制度の整備が必要である。これに加えて、設立や運営に際して地域の包括的な議論の場の提供につながり、地域課題の棚卸しや地域人材の再組織化につながるとしている。

また小田切（2014）は所得形成のみならず、地域内で循環する仕組みも必要であるとして、地域経済の持続的な発展を実現しようするならば「地域再投資力」をいかに作り出すかが重要であるとしている。石本・宮寄・中西（2020）でいうところの自主財源の確保にあたる。大部分の地域運営組織は補助金や交付金を財源として活動しているが、自主財源でも収入の柱となるものもあり、大半の活動資金を自主財源から確保する地域運営組織もで始めているとしている。

以上の「内発性・総合性・多様性・革新性」に着目し、「主体づくり」「場づくり」「持続条件づくり」の 3 つの柱がどのように組み合わさっているのかを本研究の論点として浅虫地区の活動について分析していく。

この 3 つの論点を分析するために、浅虫地区で行われている活動に参加し、参与観察を行なった。またその活動を行っている団体の関係者にインタビュー調査を行い、浅虫での活動を行う組織について深く分析する基礎とする。

## 第 2 章 対象：青森市浅虫地区

### 第 1 節 温泉地としての浅虫

ここで研究対象の青森市浅虫地区について説明する。青森市浅虫地区は 1190 年頃の平安末期頃に円光大師がこの地を訪れた際に傷ついた鹿が湯浴みするのを発見し、当時布を織る麻を蒸すためだけにお湯を使っていた村人にこれを教え、それ以来温泉として人々に利用されるようになった。浅虫は火事が多い時期があり、「麻蒸」は火事を連想させるため「浅虫」に変更した歴史がある。浅虫温泉は陸奥湾に突出する夏泊半島の基部に位置し、海水浴や水族館など様々なレジャー施設を兼ね備えた観光地で「東北の熱海」、「青森の奥座敷」とも呼ばれている。



図 2

浅虫温泉観光協会ホームページ <https://www.asamushi.com> より引用

1889 年に町村制施行により野内村となり、1891 年に東北線が全線開業し、浅虫駅が営業を開始した。1923 年に浅虫温泉旅館組合創立、東北大学臨海実験場、浅虫水族館が創設された。1946 年には浅虫観光協会が設立された。そして 1947 年に現在も続く浅虫温泉花火大会の第一回が開催された。1962 年に青森市に合併され、青森市浅虫となった。1968 年には温泉の源泉を統合、一括管理し配湯方式を完成させた。これは全国でも最初期の取り組みでその成功例として知られている。同じく 1968 年には旅館の青年部が設立され、国道 4 号浅虫バイパスが開通された。1977 年には国体が青森で開催

され、それに合わせて浅虫にヨットハーバーが完成した。1983 年、県営浅虫水族館がオープンし、翌年、東北大学浅虫水族館が閉館した。1986 年には浅虫海釣り公園が落成された。平成に入り、2000 年に道の駅ゆ〜さ浅虫がオープンした。しかし、2005 年から 2014 年までの間で 10 軒の旅館や施設が相次いで閉館している。2017 年には前述の浅虫まちづくり協議会が設立された。

人口のピークは約 5000 人あったものの、現在約 700 世帯、約 1100 人ほどである。また、高齢化率もおおよそ 58%と高齢化と人口減少が著しい。この地域の主要産業は観光業であるが、ピーク時に 40 軒ほどあった温泉旅館も現在では 10 軒以下と産業の衰退も著しい。

こうした現状をきっかけに浅虫が衰退していくのを黙っていられないと、2017 年から地元出身者を中心とした「浅虫まちおこし応援団がっちゃんこ」（以下浅虫がっちゃんこ）という組織が本格的に活動を開始した。浅虫には他にも、浅虫まちづくり協議会、旅館組合、観光協会、浅虫町会が存在している。多数の組織が浅虫に存在している中で浅虫がっちゃんこはどのような役割を果たしていくべきなのかを検討する。

浅虫地区では 1969 年から「浅虫青年経済研究会」（以下青経会）という組織が存在している。設立時の目的は浅虫から青森市議会議員を擁立することであった。メンバーには地域内の旅館関係者、浅虫町内の商店会のメンバー、町民なども含まれていた。市議会議員の擁立とともに、恐山大祭で浅虫に宿泊する宿泊者をもてなそうと考え、浅虫ねぶた祭りの再興と地域の神社の宵宮の運営など、観光業者が中心となりながら地域住民と共に地域づくりへの取り組みを進めてきた。

しかし、2000 年代前半に発展的解消された。その後地域づくりを目的に活動する組織は存在していなかったが、2017 年に青森青年会議所がまちづくり協議会の設置を目指したワークショップが開かれ、地元事業者、住民の意識が再び地域づくりに向きはじめたきっかけになった。そして 2017 年浅虫まちづくり協議会が発足し、その後まもなく地元出身者、浅虫にお店を構える事業者の若手を中心に浅虫がっちゃんこが活動を本格的に開始した。

本研究ではこの 2017 年から活動する浅虫がっちゃんこが地域において、地域づくりの鍵を握っているのではないかと考え、浅虫がっちゃんこを研究対象として、過去に浅虫に存在していた青経会、そして現在浅虫がっちゃんこと似たような活動を展開している浅虫まちづくり協議会とを比較検討し、先行研究との照らし合わせ、浅虫がっちゃんこの現在の立ち位置の確認、また今後の展望について検討する。

調査方法は浅虫がっちゃんこはじめ地区内の組織へは聞き取り調査を行い、その他の情報については文献調査を行なった。また浅虫がっちゃんこが主催する毎月最終日曜日に浅虫町内にある道の駅ゆ〜さ浅虫の駐車場内で行われる月末マルシェへの参与観察、また他の浅虫がっちゃんこが主催、関係するイベントへの参与観察を行なった。

## 第 2 節 浅虫での地域づくりの軌跡

ここで浅虫で地域づくりを担ってきた団体について振り返る。

まずは「浅虫青年経済研究会」（以下青経会）である。青経会は 1969 年に発足し、2000 年代初頭に発展的解消された任意団体である。メンバーは主に旅館関係者、地域の商店の組合のメンバーに加えて住民もあり、地域全体で地域づくりに取り組んでいた。

設立時の目的は浅虫地区から青森市議会議員を擁立することであった。市議会議員擁立と共に行われていた主な活動内容として恐山大祭で浅虫に宿泊する旅行客に楽しんでもらおうとねぶた祭りを再興させた。このねぶた祭りは現在でも続いている活動であり、現在は浅虫ねぶた祭り実行委員会が企画運営をしている。現在は 7 月中旬の土日と 8 月 14 日であるが、当時は 7 月中の一週間行われており、のちに第 3 代ねぶた名人となる佐藤伝蔵氏も浅虫ねぶた祭りの山車を作成していた。青森ねぶた祭よりも早い時期の開催のため青森ねぶた祭に出陣する山車の 1/4~1/5 のサイズだが、その年に出陣するねぶたの第一のお披露目の場となっていた。

その後浅虫温泉駅の盛り上げへ活動目的が移ったがなかなかうまくいかなかった。浅虫ねぶた祭りや宵宮の出店などの地域行事の運営が年間を通しての主な活動で、月一の定例会を開いて、それらについての話し合いをしていた。勉強会なども開いて浅虫の観光客数増加などに向けて旅館関係者を中心に活動していた。

組織として会則はあり、会費も月 2000 円から 2500 円ほど徴収し、これを元に活動をしていた。この会費でねぶたの制作依頼などを行っていたが、他にも観光協会、旅館組合から補助金が出ていた。主な予算はねぶたについては実行委員会、観光協会、旅館組合の 3 団体で負担していた。発展的解消後は「特定非営利活動法人あさむしゆないてっど」という NPO が誕生したが、これまで活動している実績はない。

次に浅虫まちづくり協議会である。2017 年に浅虫まちづくり協議会は発足した。この浅虫まちづくり協議会は住み良い地域を作り、活性化を図るという目的のもと設立された。健康増進、観光振興、移住促進、情報発信の 4 つを軸に活動をしている。メンバーは地域内の居住者、事業者、就労者、域外の賛同者で構成されている。青森市からの補助金である青森市まちづくり構想推進事業補助金を財源としている。

3 つ目は浅虫がっちゃんこは地元浅虫の出身者である井上丹氏が代表を務める地域おこしを目指した団体である。メンバーは浅虫出身者や浅虫で飲食店を営む事業者が含まれる。浅虫がっちゃんこの主な活動は毎月最終日曜日に開催される「あさむし月末マルシェ」の企画、運営、地域の活動を紹介している「あさむしカベシンブン」の発行、地域内外の関係者がお互いを知り合い、情報を共有する場「あさむしサミット」の開催を行なっている。





図3 あさむし月末マルシェの様子

提供：浅虫がっちゃんこ代表井上氏

中心メンバーは井上氏の他に、井上氏の同級生で同じく浅虫出身で浅虫町内に店を構える萤火醸造の醸造長である後藤氏、浅虫で「あさむし温泉プリン金治郎」を営む上野氏がいる。創設の動機は年々減少する人口や事業者、高齢化率の上昇、そして浅虫小学校、浅虫中学校の閉校を受けて、このまま浅虫が衰退していくのを見ていられないという当事者意識からである。初めの活動は、浅虫がっちゃんこ創立と同時期に上野氏と、井上氏の同級生の一人である成田氏が浅虫町内で飲食店を開業するということで、その2店舗のSNS広報からスタートした。それに加えて徐々に浅虫町内の情報発信も行うようになった。

組織として会則などはなく、会費などもなく、全員が観光業者ではなく、また在住者、出身者というわけでもない。月一回行われるあさむし月末マルシェで月一回顔を合わせ、情報交換をし、それ以外はSNSのグループチャットでやり取りし、必要に応じて集まって話し合うという関係性の組織である。

2021年から毎月最終日曜日に浅虫地域内にある道の駅ゆめさ浅虫の駐車場を会場として「あさむし月末マルシェ」をスタートさせた。あさむし月末マルシェには浅虫町内のお店をはじめ、青森市内外から出店者が集うイベントである。コロナ禍にスタートしたものの、毎月800人前後の来客者数を記録している。浅虫にお店を構える事業者のみならず、青森市にあるお店、青森市外にお店がある出店者が集い、2021年の開始以来浅虫町内の月一回の恒例イベントになっている。

浅虫カベシンプンは浅虫まちづくり協議会と連携し、年3、4回発行している。地域内の活動や地域のさまざまな情報を住民のみならず、インターネットを通して地域外にも発信している。

そして、地域内の人、地域外の関係者、浅虫がっちゃんこの活動に参加した学生などを一同に集めて年 1、2 回浅虫サミットを企画運営し、年齢や立場を超えて浅虫のことについて意見交換をする場を作っている。

以上浅虫町内に存在していた、存在している三組織について比較検討を行いたい。この三組織を取り上げる理由は 3 つある。

1 つ目はいずれも町民だけでなく、事業者や地域外の関係者も活動に参画している点である。2 つ目はいずれの団体も地域づくりを主な目的として活動をしている点である。3 つ目はいずれも似た条件の組織であるからである。

浅虫は 1969 年の青経会発足から現在存在する浅虫まちづくり協議会、浅虫がっちゃんこと地域づくりに取り組んできている。果たしてこれらの組織の活動は地域にどのような影響を及ぼしてきたのだろう。



### 第3章 人びとの語る浅虫での地域づくり

#### 第1節 浅虫の地域づくりの先端を拓く代表の語り

ここからは浅虫がっちゃんこの活動について、「内発性、総合性・多様性、革新性」の3要素と「主体づくり、場づくり、持続条件づくり」の3つの柱についてインタビュー調査をもとに分析をする。インタビュー調査は以下の表の日程で浅虫がっちゃんこ代表井上丹氏、後藤清治氏、カフェ apricot 成田潔氏を対象に行った

表3

	井上氏	後藤氏	成田氏
日時	2023年7月3日 10時～12時 2024年6月28日 15時～16時	2024年9月29日 10時半～11時半	2024年9月28日 19時～20時
場所	道の駅ゆ～さ浅虫 浅虫がっちゃんこセンター	道の駅ゆ～さ浅虫駐車場 (あさむし月末マルシェ内)	道の駅ゆ～さ浅虫駐車場 (あさむし月末マルシェ内)
所属	浅虫がっちゃんこ 八戸学院大学地域経営 学部准教授	浅虫がっちゃんこ 萤火醸造醸造長	カフェ apricot 店主

浅虫がっちゃんこの活動について、代表を務める井上丹氏にインタビューを行った。このインタビューは「内発性、総合性・多様性、革新性」の3要素と「主体づくり、場づくり、持続条件づくり」について浅虫がっちゃんこの活動、組織形態から明らかにすることを目的としている。

インタビューは2023年7月3日に道の駅ゆ～さ浅虫の2階で10時から12時にかけて行った。井上氏は1983年生まれで浅虫小学校、浅虫中学校を卒業した浅虫出身者である。大学進学で北海道に、就職で仙台に移動したのち、2016年にUターンし、2017年から浅虫がっちゃんこの活動をスタートさせた。主な活動は毎月最終日曜日に開催される「あさむし月末マルシェ」であるが、浅虫まちづくり協議会や浅虫観光協会、浅虫町会など地域内の他の組織と連携し、依頼された活動にも積極的に参加、企画運営などを行っている。

まず初めに浅虫がっちゃんこの組織形態について質問をした。現在会則や会費についてはなく、SNS グループほどの繋がり任意団体であるとした上で、合同会社などにし、法人化できれば定款などを作り、もっと組織としての信頼性も上がるのではないだろうかと言っていた。将来的にはイベントの回数、期待が大きくなってきたことに伴い、地域内での組織の立場が曖昧になってきているため、組織化、法人化して、浅虫がっちゃんこの行う活動内で収益を上げていきたいとも言っていた。加えて、浅虫がっちゃんこの特徴の一つとしてメンバー全員本業があり、ボランティア的な取り組み

であるため、団体としてはぼんやりしてしまい、そこはこれからの課題であるとしていた。「今はまだボランティア団体」と語っていた。

これは浅虫がっちゃんこの革新性について語られたといえよう。革新性は従来とは異なる仕組みを作り出していくことである。浅虫がっちゃんこは会則や定款がない任意団体として「今はまだボランティア団体」としながらも、組織の信頼度を上げるためにも合同会社など法人化も視野に入れている。また全員が観光業者ではない本業を持っている点においてもこれまでの浅虫で地域づくりを行ってきた組織にない特徴であり、そのメンバーが集まっている点において革新性が高いと言える。

また浅虫がっちゃんこの活動で収益を上げていきたいというところから持続条件づくりにおいてはまだまだ課題が残っていると言える。この組織は財源は私費や補助金などを活用している。自分の事業収益があれば組織として持続発展していくことがより可能になるだろう。

次にメンバーについて質問した。メンバーについては現在積極的に活動しているのは 3 名で、補助的な役割で 2 人ほど浅虫がっちゃんこで活動している。井上氏、そして補助的なメンバーである石本氏は大学の教員を務めており、家業はみななく、他のメンバーはそれぞれ飲食店を経営している。年代が近く、若い人同士でチームを組んだのが始まりであると語ってくれた。

「無理をしない」というのがある種の会則的なものであり、活動の強制はせず、メンバーの募集や脱退に関しても特に制約はなく、やりたい人がやりたくてやっているという気持ちを忘れずに活動しているという。しかし、20 代 30 代のメンバーがいらないため、自分たちより下の世代の担い手や、後継者育成には課題が残っていると語っていた。

これは内発性、主体づくりについて語られたものであろう。義務感ではなくやりたくてやっているという気持ちを忘れることなく、活動を続けている点において内発性が見られる。地域づくりを行う上で内発性は重要な要素である。地域住民が自らの意思で行う活動こそが地域づくりに求められている。

また、飲食事業者から大学の教員まで多様なメンバーが所属していることから浅虫がっちゃんこは総合性・多様性については浅虫の住民、出身者、事業者が浅虫の実情に根ざした活動を行い、多様な人材が組み合わさっているため総合性・多様性に富んでいると言える

井上氏は浅虫がっちゃんこの活動目的について、観光地マネジメントが必要であり、それが住民の幸せと観光客の満足につながることを目指し、特にあさむし月末マルシェでは関係人口の増加を目指しているという。地域内にある他の団体は自分たちの利益のために活動しているが浅虫がっちゃんこはあくまでも自分たちがやりたいことをやって地域全体のための活動になればいいと語ってくれた。あさむし月末マルシェは浅虫がっちゃんこにとって場づくりの実践的な活動であることがわかる。

以上のインタビューから、浅虫がっちゃんこの概要が見えてきた。まず、浅虫がっちゃんこは地域の出身者、事業者を中心メンバーとして活動しているということ、そして年代が全員 40 代である。それぞれやりたいことをやりたい人が活動し、それについてメンバーがサポートし合い、お互いに無理なく活動している。このことから浅虫がっちゃんこの内発性が垣間見える。また浅虫の出身者、在住者、町内の飲食事業者、大学教員などの外部の参加者など多様なメンバーが活動を行い、活動目的と

してあさむし月末マルシェを通じての関係人口の増加、そして組織の目標としては観光地マネジメント、住民の幸せと観光客の満足に繋がることを目指しているという所から総合性・多様性、革新性が見えてくる。また組織としてボランティア団体から法人を目指し、自らの事業で収益を上げて、持続発展を目指している所から革新性、持続条件づくりも意識していることがわかる。

このインタビューからおおよそ1年後に井上氏に再びお話を伺った。インタビューは2024年6月28日15時からおおよそ1時間行なった。場所はこの1年間で浅虫町内に井上氏が借り、浅虫まちづくり協議会の事務局になっているがっちゃんこセンターで行なった。がっちゃんこセンターは浅虫の旅館、ホテルが立ち並びメインストリートとも言える駅前通りにあり、宿泊者なども目につくところに位置している。

まず観光業者ではないのに、地域の活動に力を入れるのかを尋ねた。井上氏は観光業者じゃない方がいいと言い、その理由を尋ねると地域の人に儲けのためだと思われると語った。続けて、昔は観光事業者が活動していた時に住民からの文句があったと教えてくれた。活動を共にする実行委員、地域に住む住民として、これまでのやり方に不満があったと語った。

今から30年から40年前に「青経会」という組織が存在し、浅虫の活性化に向けた活動をバブル経済の時期に行っていたということを語った。おそらく組織として経済的な余裕があったから可能であったと語ってくれた。

これによりおおよそ一年が経過した段階でも、内発性をいまだに持ち合わせていることがわかった。また浅虫の歴史においても、浅虫の活性化に取り組んでいた団体が存在していたという新たな事実を知ることができた。

資金面では、これまでの活動開始から2023年度まではあさむし月末マルシェの運営なども助成金を活用していたが、現在は月末マルシェの売り上げを資金源としている。月末マルシェの売り上げは主に店料で、増えてはないため、一部井上氏の個人支出も含まれているが、そこについては何の文句もないと語ってくれた。また地域で稼がせてもらったお金は地域に還元して、経済を回していく方が重要だと語っていた。

ここでは持続条件づくりについて語られていた。昨年までは補助金や助成金なども活用していたが、今年度からは浅虫がっちゃんこの事業収益のみで運営をしていた。一部個人支出も含まれているが、地域で稼いだお金は地域に還元するという地域内再投資を実践している点において井上氏が地域内でカネの循環を目指していることがわかる。

また前回のインタビューからおおよそ一年が経過しているため、前回と同じ質問した。

そこでは昨年と違った点が2点あった。

まず一つ目は法人化についてである。2023年は「今はまだボランティア団体だが、いずれは法人化し、活動で収益を上げて運営していきたい」と語っていた。しかし、2024年にインタビューした際には、法人化するメリットが少ないと語った。それぞれ本業を持ち、やりたいことをみんなでサポートし合い活動する今の形態が、浅虫がっちゃんこにとってベストだと語り、それぞれ無理してしまうのは、本末転倒だと語った。さらに法人化するメリットが今のところ見つからないため、現在のように

地域内の組織とうまく連携して活動していくことで、浅虫がっちゃんこの活動がより運営しやすくなるとも語っていた。

二つ目は井上氏の地域内での立場である。これまで井上氏は浅虫がっちゃんこの代表という立場でしかなかったが、2024 年度から浅虫観光協会の理事、浅虫まちづくり協議会の事務局長を務めている。また、サンセットビーチ浅虫の海開き期間中のビーチの運営責任者も2023年夏から務めている。これについて井上氏はこれまでの浅虫がっちゃんこの活動が認められた結果だとしている。これまで月末マルシェもおおよそ 3 年継続して行い、地域内の様々な活動に参画してきたことが認められ、既存の組織の運営にも参加させてもらえるようになってきたことは浅虫がっちゃんこの活動が地域のために活動しているという目的が達成できているからではないかと語った。加えて、これによって今までゼロから交渉していたものがより密接な関係になり、協力を得やすくなったのではないかと語っていた。

ここでは革新性について語られている。初めは法人化を目指していたが、1 年間活動をしてきた中で現在の形態が活動しやすい形態であるということに気がついた。これは地域内で活動するときに生じる壁を乗り越えるために新たな仕組みを作るという意味で、それぞれが本業をもち、やりたい活動をサポートし合う関係性を維持するという組織形態を選んだ点において革新性が見える。また、代表の井上氏が地域内の既存組織に入り込み役職を任されることになったことにより、連携が図りやすくなったということは総合性・多様性に富んだ組織、活動が可能になるということである。

以上のインタビューにおいて、一年の間で浅虫がっちゃんこの活動の評価があがり、井上氏は観光協会の理事など地域内の既存組織の一員となった。そのことでより浅虫がっちゃんこの活動が協力を得やすい体制となり、地域にある資源をより幅広く支えることができるようになったと言える。

また法人化についても、昨年はいずれは法人化し、組織として信頼を得て組織の活動でより収益を上げて活動していきたいと語っていたが、おおよそ一年の活動を経て、改めて何うと、今現在のような活動形態が一番ベストで、それぞれが無理することなく楽しみながら活動できている今の組織形態が安定しているとも語っていた。組織として目指すビジョンがあっても、置かれている状況やこれまでの活動の範囲でそのビジョンを見直すことはあっても、お互いが目的を共有していることで、活動の方向性などはぶれないところが浅虫がっちゃんこの強みの一つと言えるのではないだろうか。

## 第 2 節 代表とは異なるメンバーの語り

次に浅虫がっちゃんこの活動、組織について代表の井上氏以外のメンバーはどう考えているのかを明らかにするため浅虫がっちゃんこメンバーの後藤氏にもインタビューを行った。インタビュー調査は 9 月 29 日に開催されたあさむし月末マルシェ内にて 10 時半から 11 時半に行った。

後藤氏は浅虫がっちゃんこの代表の井上氏の小学校、中学校の同級生であり、現在は浅虫町内にある蛍火醸造(2023 年 6 月創業のブリューワリー)の醸造長を務めている。後藤氏は 18 歳で浅虫を出てから現在まで青森市内で一人暮らしをしていて、浅虫出身者ではあるが、在住者ではない。浅虫に実家があり、ご実家は旅館や商店の関係者ではない。蛍火醸造を運営する有限会社丸山銃砲火薬店の丸

山桂多氏と以前から親交があり、浅虫出身者であることから醸造長を任されることとなり、浅虫で働き始めることになった。

まず浅虫がっちゃんこの活動に参加している理由について尋ねた。活動を始めた理由は代表の井上氏が活動をし始めたからであり、同級生が何かを始めるのに参加してサポートしたいと考えたからであると語ってくれた。続けて、自分は先頭に立って何か活動をスタートさせ、仕切っていくのは苦手であるため、サポート役にしかねないが、浅虫のために活動する同級生の姿を見て、ぜひ自分も活動に参加させてもらいたいと感じ「奉仕精神」に共感したと語っていた。

そのため井上氏からトップダウン形式で指示をもらい、広報などの活動を積極的に行ってきたという。初め SNS の広報からスタートした理由は、情報発信がしやすい点からであり、ノリで始めたと言ってくれた。これにより後藤氏からも内発性が見られる。同級生が活動を始めるにあたり、自分もサポートしたいと外部からの刺激や資金ではなく活動を始めた点において内発性があると考えられる。

活動していく中で感じる浅虫のよくないところについて尋ねると、世代交代ができていないことを挙げた。続けて、後藤氏や井上氏など積極的に活動している人たちが現在 40 代であるが、それで「若手」と言われるのはいかがなものかと語っていた。しかし、同級生は未だ浅虫に住んでいる人は多いが後輩は浅虫にいない人の方が多く、後継者の発掘は難しいのではないかと語っていた。

浅虫がっちゃんこととして今後どんな組織を目指していきたいか尋ねると「支え合いをしたい、窓口になりたい、若い人の発掘をしたい」と簡潔に 3 つを挙げてくれた。詳しく尋ねると、現在の浅虫がっちゃんこの活動のように地域内に存在する組織とこれまで以上に連携をとることで新たな活動が展開できるのではないだろうかと言ってくれた。そして大学生やマルシェの出店者などの外部との連携ができるのも浅虫がっちゃんこの強みの一つであるため、浅虫において何か活動をしたいけど、どこに行けばいいかわからないなどの悩みを抱えている人のための窓口になりたいと言ってくれた。続けて、そうして関わってくれた大学生だけでなく、もっと他の外部の人間も取り込み、若い人材を発掘し、浅虫の活動に参画するだけでなく、地域の活動にもっと興味を持って取り組んで欲しいと語っていた。

ここでは総合性・多様性について語られた。浅虫がっちゃんこの活動において地域内の既存の組織と連携すること、大学生やマルシェの出店者などの外部の人脈があることも強みであるとしてそれにより、より多様な活動が可能になるのではないかという点において総合性・多様性が見られる。

浅虫がっちゃんこのメンバーについて今後どんな人材が必要かと尋ねると、もっと今より人数を増やすために募集した方がいいと言ってくれた。関係者でなくても外からの刺激があることでより内側にいる人が気づけることがあるかもしれないから、今以上に積極的に募集してもいいと言っていた。そして、組織を乗っ取るくらいの気持ちで活動してくれていいとも語っていた。今ある組織をベースに乗っ取り、自走していくくらいの気持ちの方が後継者としても活動しやすくなるのではないかと語っていた。そのためにも取り組みに応じて少なからず金銭的なインセンティブがあった方が活動に参加してもらいやすくなるのではないだろうかと言っていた。

浅虫がっちゃんこの法人化については、フルタイムで事務局などを構えて活動をできる体制が整えば賛成であるとしていた。ただ法人化しただけではうまくいかないため、続けていくためにも組織の形態は今後の状況に合わせて変えていくべきだと語っていた。

ここでは革新性と持続条件づくりについて語られた。井上氏とは異なりもっと積極的にメンバーを募って外部の人間を取り込むべきであるといった。それによりまた新たな組織が出来上がり、それが後継者として活動を継続していくことを目指したいと語った点において革新性を求めていることがわかる。またその取り組みに応じて、金銭的な報酬を支払うことで参加のハードルを下げるができるのではないかと語っていたことでカネとその循環を目指していることが伺える。

最後に浅虫がっちゃんこの活動に参加してきて、組織として成長したことをお聞きした。後藤氏は継続するのが大事だと気がついたと語ってくれた。初めは理解されないことも多かったがどんどん認知され、理解も深まり、活動しやすくなったと語ってくれた。続けて人が集まればできることがあるとした上で、関係人口増加を目指して活動を続けていきたいと言っていた。やはり、お金などの資源があっても実際に活動する人がいなければ何も起こすことはできないため、どんどん浅虫に人を関わらせていきたいと語ってくれた。そして、地域づくりは自分にとっては文化祭ノリであるため、もっと気楽に参加して楽しんでほしいと笑顔で語ってくれた。

しかしここまで活動を共にしても浅虫に住まない理由があるのか、と尋ねると、「昔から浅虫で仕事はしたくないと思っていた、田舎特有の空気感が苦手で、住むのには自分は適さない」と陰しい顔で語っていた。顔色を変えて、「それでも昔からお世話になってきた人たちへの恩返しのためで活動している。体が動くうちに行動で恩返しをしていきたい。結局のところ浅虫が好きなんだびょん。ここで仕事することになるとは思っても見なかった。今は住んでいないけどこれからも浅虫には住まないと思う。その方が浅虫を好きでい続けられるちょうどいい距離感だ。」とにこやかに語ってくれた。

以上の後藤氏のインタビューから浅虫がっちゃんこのメンバーの視点からの 3 つの要素の分析ができた。内発性はやはり強く持ち合わせており、総合性・多様性についても SNS での地域の情報発信など浅虫ならではの情報発信を行っていた。しかし、革新性の部分に関しては代表の井上氏との相違が見られた。井上氏は現状の活動形態が望ましいとしつつも、今後の状況に合わせて変化を恐れない気持ちでいるが、後藤氏はどんどん外部の人材を投入して、組織の内側から変化をもたらし、その組織が自分たちの手から離れたとしても自律して浅虫のための活動を行ってほしいと期待していた。同じく浅虫出身であり、浅虫で育ち、現在も活動を共にしているが、組織の革新性については意見の相違が見られた。

また、3 つの柱についても主体づくり、場づくりにおいての考えはおよそ一致していたものの、持続条件づくりについては取り組みに応じて金銭的な報酬を支払うことで外部の人材や参加してみたいけど一歩踏み出すことができない人にアルバイト感覚、文化祭感覚で気軽に参加してもらえるのではと語り、井上氏とは違うカネの循環の方法を示唆していた。

以上のインタビューを通して、浅虫がっちゃんこの 3 つの要素の概要がつかめた。また、浅虫地区内で浅虫がっちゃんこ以前に地域づくりの活動を行っていた青経会についての情報も得ることができた。浅虫がっちゃんこは内発性はもちろん総合性・多様性についても地域の資源を活用し、地域の人材で活動をしている。革新性についてはこれまで観光協会、温泉組合、まちづくり協議会という既存組織と異なり、地域内の飲食事業者、大学の教員、浅虫の出身者など多様な人材で活動を行い、既存組織と連携をとりながら活動を行っている点において地域内での障壁を乗り越えながら活動できている。

加えて井上氏は地域で稼いだお金は地域に還元するとし、後藤氏は外部の人材や参加ポテンシャルを持った人材の発掘に向けて取り組みを進めるべきだという考えを持っており、実際に学生アルバイトを雇ったり、地域内で浅虫がっちゃんこメンバーが他の地域内の組織の活動に協賛したり、労働力として参加したり、循環が生まれている。

このうち、総合性・多様性については、特徴として解放性と流動性という 2 つの特徴を見ることができる。浅虫がっちゃんこのメンバーについて特に決まりはなく、活動の目的に賛同し、互いにサポートし合う関係性が築くことができれば、誰でもなることができる。この点において組織としての解放性が見られる。また、行う活動によって地域内外の飲食店事業者、大学関係者や学生などが関わるメンバーの流動性も見られる。

以上の二人のインタビュー調査をトピック別に整理したのが以下の表 4 である。

表 4

	井上氏（2023 年）	井上氏（2024 年）	後藤氏
組織形態	法人化を目指す	現状維持	外部と内部の窓口を目指したい
メンバー	現状維持、来るもの拒まず、去る者は追わず	現状維持	より外部人材、若い担い手の確保、育成
活動目的	浅虫の活性化のため	浅虫の活性化のため	地域への恩返し、地域のお年寄りへの恩返し

いずれも活動目的は地域のために何かしたいという内発性から来るものであった。しかし、組織の今後の在り方については相違が見られた。表 4 にあるように、組織形態について井上氏は法人化を目指すという考えから(2023 年)、法人化するメリットが今は考えられないとして、現在のままの任意団体という形が活動しやすいと述べるように変化していた(2024 年)。

また、インタビュー中で「無理をしない」と繰り返し述べていたことが印象的であった。これは井上氏の浅虫がっちゃんこでの活動と浅虫の住民としての暮らしに一線を引かざるをえないことからくる言葉でないかと分析できる。その理由は私が参加している 2021 年からの活動の中で、徐々に井上氏が月末マルシェの最中に自分の家族の対応に行くために席を外すことが増えたからである。それについて井上氏は「浅虫での活動も自分にとっては大切だけど、家族と共に過ごす時間も大事にしたい。だから任せられるところは任せていきたい」と語ってくれた。これは 3 年ほど毎月顔を合わせて

いる自分を信頼し、語ってくれたことのように思う。「無理をしない」ことで活動に対するモチベーションが保たれるということである。

これに似たようなことをインタビュー中で後藤氏も語っていた。後藤氏は浅虫出身者で浅虫町内の飲食店に勤務しているが、浅虫に住んではない。それについて浅虫との「一番いい距離感」と語っていた。これも井上氏の「無理をしない」という言葉と同義で、浅虫が好きだけど「無理をせず」浅虫との心地いい距離感を保ち続けるということではないだろうか。

後藤氏は組織形態やメンバーに関しても外部とのつながりを重視していた。もっと若い世代の担い手の育成、浅虫の発信のためにも外部とより繋がっていくべきであると語っていた。その上で浅虫がちゃんこが浅虫の窓口的な役割を果たしていきたいと語っていた。一方で井上氏は外部からの人材は拒まない、むしろウェルカムだと語っていたが、現在のメンバーの体制は維持していきたいとしていた。こうした意見の相違もあるがこの相違は浅虫がちゃんこにとってポジティブな相違ではないだろうか。メンバーに多様性があることでより活動にも多様性が生まれる。また、井上氏も外部の人材を拒んではない。現在は特に家族との時間を大切にすることが、井上氏にとって「無理をしない」という浅虫がちゃんこの「会則のようなもの」を再確認するきっかけとなり、そしてそれが「任せられるところは任す」という姿勢につながっている。今はまさに、小田切（2014）が指摘していた「カリスマ型リーダーシップ」から「リーダー群」への過渡期にあるのかも知れない。

### 第3節 浅虫のかつての地域づくりを支えた方の語り

以上のインタビューから、井上氏から浅虫の歴史上で浅虫がちゃんこや浅虫まちづくり協議会以前に地域全体で地域づくりを行っていた「青経会」の存在に気づかされた。そこで青経会について尋ねてみたが、井上氏はバブル期に主に活動していたことは知っているが、それ以外の詳しいことについては自分も知らないと教えてくれた。そこで当時のお話を聞いていそうな方をご紹介いただいた。

その方は青経会の会長を務めた方で、浅虫で当時新聞屋を営んでおり、現在は浅虫町内でカフェ apricot を営んでいる成田氏である。カフェ apricot はあさむし月末マルシェにも毎回参加してくれている町内の常連参加者である。お話は2024年9月28日あさむし月末マルシェ内で19時から20時に伺った。

まず「青経会」とはどんな組織なのかを尋ねた。青経会は1969年に発足した組織で、正式名称は「浅虫青年経済研究会」であった。主な活動として成田氏の会長任期中には浅虫ねぶた祭りの再興、ミュージシャンを浅虫に招いての浅虫ジャズフェスの開催、お花を植えたプランターを町内の道路沿いに設置する活動などを行っていたそうだ。

元々の発足時の目的は浅虫から青森市議会議員を擁立することであった。主に旅館関係者や町内の商店会の組合員がメンバーとして在籍しており、成田氏の会長任期中にはおよそ55人のメンバーがいたという。当時は商店なども多かったため青経会の最大在籍数は60人に上るという。



成田氏が会長を務め、その 3、4 代後、2000 年代に発展的解消され、「あさむしゆないてっど」という NPO 法人が設立された。しかし、成田氏はそれ以降の活動に参画はしていなく、その団体がその後どうなったかはわからないと語っていた。

議員を擁立し当選した後は、浅虫温泉駅で降りる人を増やすべく駅の盛り上げに注力したという。その後は恐山大祭に参加するために浅虫に宿泊する人を楽しませようと浅虫ねぶた祭りの再興を始めた。この活動を機に青経会に浅虫ねぶた祭り実行委員会が結成され、青経会＝ねぶたの会という認識も生まれたという。そしてこの浅虫ねぶた祭りは現在でも続いている活動となっている。

活動資金は会費を募っており、月 2000 円から 2500 円程度であったという。月一で定例会を行い、地域の神社の宵宮や浅虫ねぶた祭りなど地域の行事の運営などについて話し合っていたそうだ。勉強会なども行い、組織のメンバーのモチベーションは高かったと語っていた。

浅虫ねぶた祭りの実行委員会としての活動の際には、青経会のほか、浅虫温泉観光協会、浅虫温泉組合の三団体が出資し、ねぶた師へ制作を依頼していた。青森ねぶた祭の前に行われるため、その年に出陣するねぶたのお披露目会のような役割があり、多くの観光客を楽しませたという。

青経会の 3 要素について見てみる。

まずは内発性である。発足時の目的は浅虫から青森市議会議員を擁立することであり、活動メンバーは浅虫町内の旅館関係者、商店会の組合員などであり、自分たちの地域を自分たちで作っていくという内発性が見られる。

総合性・多様性については市議会議員の擁立から浅虫ねぶた祭りの再興、地域の環境整備、地域のイベントの運営など地域に根ざした活動を行い、浅虫ならではの活動を行っていたことから、総合性・多様性が見られる。

革新性についても、これまで観光協会や温泉組合など同業種のための組織が存在していたが、旅館関係者、地域の商店会の組合員が一つの組織になり、共通の目的を持って活動をしていた点で革新性があったと言える。しかし、解散後の活動実績はなく、石本・宮寄・中西（2020）によると地域運営組織の結成は地域課題の棚卸しの場や地域人材の発掘、再組織化の場になるとしているが、青経会は観光形態の多様化やバブル経済の崩壊に伴う観光客の減少、人口減少に対応することができず、発展的解消したところから革新性が欠けたと言える。

3 つの柱については主体づくり、場づくりの柱は機能していたように見える。また、活動資金として会費を徴収し、浅虫ねぶた祭りの実行委員会として活動した際には青経会のほか浅虫温泉観光協会、浅虫温泉組合などが出資し、観光客のみならず地元住民も楽しませていた点から持続条件づくりについても取り組んでいたように感じる。しかし、井上氏のインタビューにもあったように、住民などから不満があった所からその仕組みづくりは不十分であったと見られる。

この青経会が解散した後も成田氏は当時の仲間と度々集まって、浅虫のことについて話を続けていたが、旧友を温めるような集まりで、活動の企画などはしていなかったそうだ。

インタビューの最後に成田氏に青経会として浅虫町内で地域づくりの活動してきた先輩として、浅虫がっちゃんこの活動について、印象を尋ねてみた。成田氏は「特にあれをこうして欲しいみたいな

要望はない。昔はマルシェとかはできなかった。やっぱり時代の違いなのかな」と語り、続けて、「当時外から人を呼んで何かしてもらおうという考えすらなかった。外部から人がたくさん来ことで少しずつ町内の人もいきいきしているような気がする」とにこやかに語ってくれた。ここから浅虫がっちゃんこの総合性・多様性が高く評価されていることがわかった。

成田氏へのインタビューで浅虫がっちゃんこ以前に浅虫で地域づくりを行っていた団体「青経会」について概要を掴むことができた。

ここでここまで登場した3つの組織について分析してみる。

3つの組織について、まず大きく2つに分けることができる。目的合理的な組織か、価値合理的な組織であるかである。目的合理的な組織というのはここでは経済的、政治的、営利的な目的の達成を目指した活動を行う組織を指し、価値合理的な組織というのは有志的な活動で、活動を強制されるか自発的に行うかは自由な組織を指すこととする。この定義によれば青経会は目的合理的な組織、浅虫がっちゃんこ、浅虫まちづくり協議会は価値合理的な組織であると言える。

青経会は発足当初の目的は青森市議会議員の擁立という目的から始まった。これは政治的な目的であり、この目的が達成された後は浅虫に滞在する観光客のおもてなしという営利目的の活動に移っていった。そのため目的合理的な組織である。

それに対し、2017年に発足した浅虫まちづくり協議会、浅虫がっちゃんこは経済的、政治的な目的の達成よりも活動によってもたらされる地域への影響に重きを置いている。そのため地域の主要産業である観光業の発展のみならず、地域住民の住環境整備、移住定住の促進など産業以外の分野においても活動を展開している。

さらにこの二つを分類すると公式・フォーマルな組織と非公式・インフォーマルな組織に分類できる。浅虫まちづくり協議会は青森市役所から地域団体としての認定を受けて資金提供などを受けながら活動を展開しているのに対し、浅虫がっちゃんこは補助金や助成金を活用しながらも自らの事業による自己資金をもとに活動を始めた。また、会則についても浅虫まちづくり協議会は会則が存在し、組織として規約がオープンになっているのに対して、浅虫がっちゃんこは会則などは存在しない。さらにまちづくり協議会は月に一回の定例会があり、毎月議題が挙げられそれについて議論されるのに対して、浅虫がっちゃんこは特に定例会などは設けていない。毎月最終日曜日に開催されるあさむし月末マルシェが実際に顔を合わせる機会になっているが特に定例会などは設けてはいない。また、会則などではなくメンバーになるのにも特に資格などはない。インタビューで代表の井上氏は「無理をしないのが会則みたいなもの」と語っていたことが印象的だったが、これが浅虫がっちゃんこにおいての会則的なものであり、明文化されていないが、メンバー間で共有されている価値観の一つである。

#### 第4節 浅虫における地域づくりの展開と可能性

以下の表5は、青経会、浅虫がっちゃんこ、浅虫まちづくり協議会についてまとめたものである。本研究で注視しているのが浅虫がっちゃんこであり、浅虫でかつて地域づくりを行っていた青経会

との比較、そして浅虫がっちゃんこが設立される前から存在している浅虫まちづくり協議会との比較を行うため浅虫がっちゃんこを表の真ん中に据えている。

表 5

	青経会	浅虫がっちゃんこ	浅虫まちづくり協議会
組織	閉鎖的	開放的	開放的
	組織的	属人的	組織的
メンバー	多数	少数	多数
意思決定	遅い	速い	遅い
		トップダウン	ボトムアップ
内発性	○	○	△
総合性・多様性	○	○	◎
革新性	○→×	○	○
会則	○	×	○
財源	会費	私費	補助金
主体づくり	地域全体の経済的な発展	地域の存続	地域住民の暮らしづくり
場づくり	具体的な集まり 地域の祭りやイベント	SNS 繋がりが主、月一で交流 あさむし月末マルシェ	月一で定例会
持続条件づくり	○→×	△	△

以上を踏まえて、浅虫に存在する、存在していた組織を評価してみる。

まず、1969 年に生まれ、2000 年代初頭に発展的解消された青経会である。「内発性」はあったと言える。青経会は浅虫町内の旅館組合、観光協会、商店会などの組織の代表者が集まり、結成された組織である。地域内の組織が結集し、一つになり取り組みを行っていた。次に「総合性・多様性」である。これもあったと言える。設立時の青経会の主な目的は浅虫からの青森市議会議員の擁立であった。その後擁立した議員が当選し、目的が達成された後は恐山大祭に参加するために浅虫に宿泊している旅行者を楽しませようと浅虫ねぶた祭りの再興を主な目的として取り組みを進めてきた。その中で浅虫温泉駅を盛り上げようという活動も行われ、時代の流れに合わせて目的を変化させながら活動を進めてきた。「革新性」についてもあったと言える。それまでは旅館組合、観光協会、商店会などバラバラな組織であったが、地域のための目的のために一つの組織になった点は革新的だったと言える。しかし、表 5 にあるように、発展的解消をした際はこの青経会を NPO 法人にしようという考えのもと解散し、実際に NPO 法人が設立されたものの、うまく進めることができなかったことから革新性を保つことはできなかったと言える。

主体づくりと場づくりの 2 つの柱はうまく組み合っていたように見える。しかし、これまで語ってきたように観光産業の多様化などの要因により自らの事業がうまくいかなかったことから持続条件づくりの柱はうまく機能することができていなかった。やはり事業者など目的合理的な組織は自らの事業の運営が第一にあり、地域全体のことは後回しになってしまうのではないだろうか。

次に 2017 年にスタートした「浅虫まちおこし応援団がっちゃんこ」についてである。「内発性」についてはもちろんある。浅虫小学校中学校卒業し、現在も浅虫に住んでいる井上丹氏が設立し、代表を務める浅虫がっちゃんこは浅虫小学校中学校を卒業した井上氏の同級生を中心にメンバーが構成されており、浅虫中学校が 2015 年に廃校になったことを受け、このまま衰退していくのではないだろうか、それは見てられないという思いで設立された。「総合性・多様性」についてはこれももちろんある。主な活動として「あさむし月末マルシェ」がある。この活動の大きな目的は地域内に人を呼び込むことで関係人口を増やすことにある。それだけでなく「あさむしカベシンブン」を発行し、地域内外に向けて浅虫の現状や活動内容などの情報を発信している。

こうした多様な活動のほかにあさむし月末マルシェで地域内の活動や市内の大学生の企画したイベントなどとコラボし、地域内向け、地域外向けの活動を行っており総合性もあると言える。「革新性」についてもあるだろう。まず前に紹介した青経会は地域内の事業者が中心となり結成された組織で、その人たちが中心となって活動を行っていた。しかし、浅虫がっちゃんこは事業者もメンバーにいますが、宿泊業ではない事業者で、浅虫生まれ育ちでもない事業者がおり、ほかにも地域住民、出身者、同級生、学生など立場の違うメンバーが揃っている。これは今までの青経会には見られない特徴であり、革新性があると言える。

これまで述べてきたように、浅虫がっちゃんこは主体づくり、場づくり、持続条件づくりの 3 つの柱がそれぞれうまく組み合わさっているように見える。浅虫がっちゃんこは青経会の目的合理的な考え方から価値合理的な考えをもとに活動を行い、「無理をしない」ということをある種の会則に掲げていることから持続条件づくりについてもうまく他の 2 つの柱と連携できている。

もう一つ比較したいのが浅虫がっちゃんこができるきっかけともなった浅虫まちづくり協議会である。これは 2016 年にスタートした団体であり、町内の組織が所属し、浅虫のまちづくりに関する最終決定機関のような役割をになっている。浅虫がっちゃんこはこの浅虫まちづくり協議会において、井上氏の同級生を中心に浅虫がっちゃんこを設立する宣言した。まず「内発性」についてである。これは上記 2 つに比べると乏しいと言える。まちづくり協議会は青森青年会議所の勉強会がきっかけで設立された。これまで説明してきた組織が自らの力のみで組織を結成し活動をスタートしてきたが、まちづくり協議会は外部からの刺激により設立されたため、以上二つに比べると内発性は乏しいと言える。「総合性・多様性」はあると言える。まちづくり協議会は地域住民の住みやすさの向上のみならず、関係人口の増加、移住促進などこれまでの組織に比べて多角的な目的を持ち設立されている。

「革新性」についてもあると言える。まずメンバーについて、浅虫がっちゃんこのように内部の人間だけでなく、市役所職員、大学教授なども理事に迎え、多様なメンバーが集まっている。またこれまでの組織の運営資金が会費やそれぞれの自己負担により行われていたが、まちづくり協議会は青森市

からの補助金を資金に活動ができる。資金面での不安が少ないというこれまでの組織にない特徴を持っている。

主体づくりについてはそれぞれ地域に元から存在している団体、組織のメンバーのみならず町内会など住民も積極的に参加していることから生活住環境整備などこれまでの 2 団体が手を出さない分野もカバーしている。場づくりとして月一で定例会を開くことにより意見交換の場、新たな地域課題の棚卸しの場、そして地域外からの新たな関係者の創出の場としても活用されている。市役所の補助金で運営しており、公的に認められたフォーマルな組織であるため持続条件づくりもうまく組み合わせている。

## 第4章 地域づくりの具体的な場：あさむし月末マルシェ

### 第1節 あさむし月末マルシェの概要とその参与観察

ここからは浅虫がっちゃんこの行う活動が実際どのように行われ、どんな結果が生まれているのかについて分析をしていく。これ調査するために浅虫がっちゃんこが主催する毎月最終日曜日に開催されるあさむし月末マルシェに参加し、参与観察を行なった。調査期間は2023年4月から2024年10月までである。

「あさむし月末マルシェ」は浅虫がっちゃんこが地域住民と地域事業者が協働しながら持続可能な観光地域振興、交流人口から関係人口を目指す事業として毎月最終日曜日に行っている。浅虫がっちゃんこ道の駅ゆ〜さ浅虫が主催となり、道の駅の駐車場で開催されている。屋外で飲食店ブースを出店する形で2021年5月から開催している。2021年は5回（5,6,7,10,11月）実施し、2022年は9回（4,5,6,7,8,9,10,11,12月）実施した。2023年からは通年開催しており、12月から3月の間は道の駅の3階で開催している。

浅虫がっちゃんこの代表井上氏は大学の教員を務めているため、2021年、2022年に関しては研究の一環としてイベントの来場者数を把握し、企画内容や運営体制の変化による影響について調査をしていたためまずはそれを紹介する。

2021年についてはイベントの定期的な開催による来場者の増加という交流人口拡大は明らかになったが、来場者数のリピート率が低かったことから頻繁に訪問するような関係人口となるには課題があるとしている。一方でイベントへ出店する店舗はリピート率が高く、関係人口創出につながっていると評価している。

井上（2023）は2022年の特徴的な月として、4,7,10月を挙げる。

4月の開催は浅虫町会主催の桜祭りも開催されていたため、600人を超える来場があり、前年度初回の5月開催が231人だったことと比べると前年度の実績を含めある程度周知があったと評価している。その後の5,6月は地域外からの出店希望者が増加し、15店舗が会場に集まり、700人を超える集客になった。

7月は月末に浅虫温泉花火大会が開催されること、7月16日に道の駅がリニューアルすることに伴い、月末ではない日程での開催となった。また東青地域（青森市と東津軽郡4町村）において、移住施策やワーケーション体験事業等を実施している東青地域移住・交流サポート協議会と連携して、同協議会とつながりがあるハンドメイド・手作り・クラフト作品の通販、販売サイトを運営する企業の協力を得て、クラフト作家が多数出店することになり、その結果1日だけでの開催では難しくなり、初めて土日の二日間の開催となった。チラシの作成と配布、青森市の広報誌への掲載など宣伝を強化したことから7月17日には初の1000人を超える来場者があった。同様に形で9月にも開催している。7月には地域内の出店者が少なかったがその背景には7月は浅虫地区内で名豚祭りや花火大会などのイベントが多く集中し、その対応にあたるためマルシェには出展できなかったことが考えられる。

10 月は青森公立大学の学生が考えた「浅虫の和」という企画と同時開催した。この企画はマルシェの会場に隣接する飲食店の空きスペースを活用して和装体験や作動体験を実施し、相互に広報を行い、集客するという連携を行なった。

そして 2021 年と 2022 年の継続したイベントの成果を図るために、2 年連続同月に開催できた 5,6,10,11 月について来場者数と出店者数を比較した。

以下の表は 2021 年度と 2022 年度の出店者と来場者を比較したものである。

表 6

日程	2021 年度		2022 年度		前年比率	
	出店数	来場者数	出店数	来場者数	出店数	来場者数
5 月	7	231	15	784	214.3%	339.4%
6 月	13	737	15	785	115.4%	106.5%
10 月	29	582	16	776	55.2%	133.3%
11 月	17	735	15	619	88.2%	84.2%

井上(2023)より引用

井上（2023）は来場者が大幅に増えた 5 月があれば減少した 11 月もあり、継続すれば来場者が増えるとは言えない。一方で、出店数を増やしても来場者が増えない 10 月があるように、出店数を増やしたからといって、来場者が増えるとも言えない。実施した日程はいずれも天候が概ね良かったこと、広報活動は同程度実施していたこと、会場の大きさを踏まえると、15 店舗程度、約 750 人の来場者というのがこのイベントの規模感ではないかとしている。

出店者の満足度について各店舗にヒアリングしている限りでは高いという。その根拠となるのが出店者のリピート率である。外部機関によって誘致した出店者と最終回の 11 月から出店した店舗を除いて 2022 年度に出店した事業者は 22 店舗となった。そのうち一回のみの出店は 3 店舗で、それ以外は 2 回以上出店しており、リピート率は 86.4%である。その中でどのくらいの割合でリピートして出店したのかを分析した結果、地域内から出店したのは 5 店舗で、出店率は 70.0%であった。地域外の店舗で前年度から出店しているのは 8 店舗あり、出店率は 78.8%、今年度から出店した地域外店舗は 9 軒で、出店率は 27.8%となっている。

以上の結果を踏まえて、井上（2023）は前年度からのリピート率が高いのはあさむし月末マルシェの目的である浅虫の活性化に貢献するという前提を理解したうえで参加していることがあげられる。地域内の店舗はもちろん、地域外からの店舗も目的を理解し、共にチャレンジするという気持ちで参加していることがヒアリングからわかっている。逆に利益のみを目的として参加すると満足できるイベントとは言えないため、リピート率が低いと考えられる。

しかし、実店舗を持っていない出店者が多く、キッチンカーでの出店や、遠方からの出店、またこのマルシェにしか出店しないという店舗があり、コアなファンが毎月訪れてくれているという。出店者のリピート率を見ると浅虫地区の関係人口増加創出が出来始めているのではないかと評価している。

外部との連携イベントにおいても、広報活動の強化や当日の会場設営など運営面において協働でき、それぞれにメリットがあったと言えるとしている。外部からの企画提案を共同して実施することで、地域内で多様なイベントが開催されており、地域資源の再発掘や有効活用などの相乗効果が見られるとしている。さらにイベントを企画運営している団体があることや開催できる場所があること、継続して開催していることによってある程度の集客が見込めることなどから浅虫で何か企画を行ってみたいという雰囲気を作り出されているとしている。

以上が井上氏がまとめた 2021 年と 2022 年のマルシェの考察である。そしてここからは私が研究対象として参与観察を行なってきた 2023 年と 2024 年 10 月までのマルシェの概要をまとめる。

調査期間は 2023 年 4 月から 2024 年 10 月まで開催されたあさむし月末マルシェである。マルシェには学生アルバイトとして参加したため、正確な来場者数などは確認できなかった。

以下の表 7 は研究対象としていた期間の出店者数を表した表である。

表 7

	開催時間	地域内出店者	地域外出店者	出店者合計	外部連携団体
2023 年度					
4/30	10:00～15:00	2	7	9	
5/28	10:00～15:00	4	14	18	
6/24	17:00～20:00	1	5	6	
6/25	10:00～15:00	3	16	19	
7/8	10:00～15:00	2	8	10	東青地域移住・交流サポート事業（市役所）
	17:00～19:30	2	3	5	
7/9	10:00～15:00	1	8	9	東青地域移住・交流サポート事業（市役所）
8/26	17:00～20:00	1	12	13	
8/27	10:00～19:30	0	12	12	
9/16	10:00～20:00	1	12	13	あさむしフェス（市役所）
9/17	10:00～15:00	1	7	8	
10/29	10:00～15:00	3	10	13	青森公立大学
11/26	10:00～14:00	2	14	16	
12/24	11:00～16:00	2	2	4	
1/28	10:00～14:00	3	6	9	
2/25	10:00～14:00	3	8	11	



3/31	10:00～14:00	3	9	12	
2024 年度					
4/28	10:00～15:00	2	8	10	
5/26	10:00～15:00	2	13	15	
6/30	10:00～15:00	3	13	16	
7/13	10:00～15:00	1	11	12	東青地域移住・交流 サポート事業
	17:00～20:30	0	8	8	浅虫ねぶた祭り
7/14	10:00～15:00	1	9	10	東青地域移住・交流 サポート事業（市役 所）
8/25	11:00～16:00	2	14	16	
	17:00～19:30	0	8	8	浅虫音頭祭り
9/28	17:00～20:00	0	7	7	
9/29	10:00～15:00	2	15	17	
10/27	10:00～15:00	3	10	13	青森公立大学

まず 2023 年度について、地域内の出店者数の平均は 2.0 店舗、地域外の出店者数の平均は 9.0 店舗、合計出店者数の平均は 11.0 店舗である。2024 年度はこれまで地域内の出店者数の平均は 1.5 店舗、地域外の出店者数の平均は 10.5 店舗、合計出店者数の平均は 12.0 店舗である。

2022 年度までの井上氏の分析では 15 店舗程度、約 750 人の来場者がこのマルシェの規模感としていたが、ここ 2 年間は地域内の出店者数の平均は 1.8 店舗、地域外の出店者数の平均は 9.6 店舗、合計出店者数の平均は 11.4 店舗となっており、過去 2 年間に比べてより落ち着いたと言える。これは夜間の開催や冬の開催など出店者が減った月も含めているため減っているように見えるが、実際には過去 2 年と比較しても同等の規模感であると言える。出店者が少なかった月の要因の一つにはマルシェ内で出店者や来場者にヒアリングを行なったところ、みな口を揃えて、今年はイベントが多く、大規模な他のイベントが開催されているため、みんなそっちに行っているのではないかと語っていた。

ここからは月末マルシェの状況から 3 つの柱の要素について分析していく。

まず主体づくりである。月末マルシェには浅虫地域内にお店を構える人は 2 店舗程度が参加し、他は地域外にお店を構えている出店者やイベント出店が中心で実店舗を持たない出店者、キッチンカーがおおよそ 10 店舗程度出店する。「地域のために行っている活動」と明言し参加者を募っているため、それに共感した参加者が出店してくれている。内部からの働きかけにより、外部と連携して行っている点において月末マルシェにおいて内発性による主体づくりが実現できている。

次に場づくりについてである。

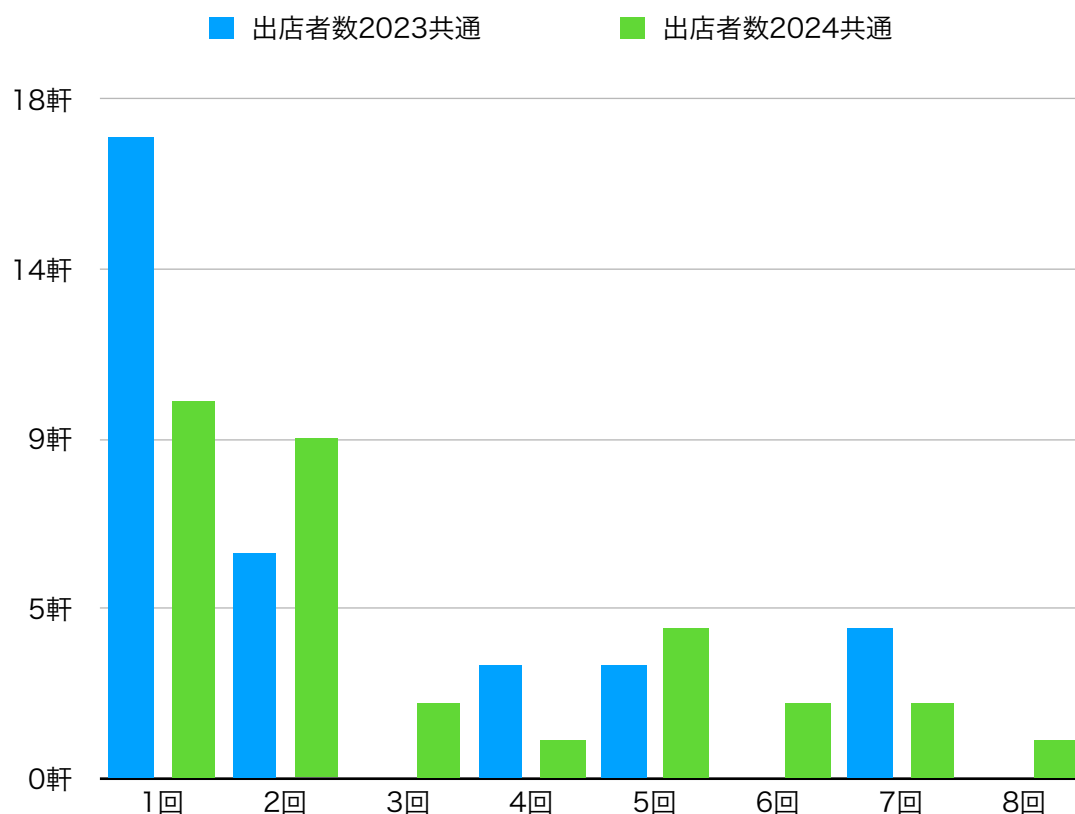


図 4

以上の図 4 は 2023 年度と 2024 年度のあさむし月末マルシェにおいて共通部分である 4,5,7,9,10 月の出店者の参加回数を表したものである。7 月は土曜日のお昼と夜、日曜日の 3 回、9 月は土曜日と日曜日の 2 回という回数のため合計 8 回となっている。

2023 年度は 1 回のみの参加が全体のおよそ半数を占めていた。これは月末マルシェの解放性が豊かであるということが言えるのではないだろうか。また、通年通して参加した参加者はおよそ 4 店舗にも関わらず、全体の出店者数は 51 組と月末マルシェの出店者の流動性も確認できる。2024 年度は 1 回のみの参加者が減り、2 回以上または半分以上参加する出店者が増えた。これは入れ替わりが減り、新規参加から継続して参加する出店者が増えたことに起因する。このことにより総合性・多様性がある場づくりにつながっている。

月末マルシェではスタート時の 2021 年度から 2023 年度まで補助金や助成金を活用していたが、2024 年度からは一部代表井上氏の個人支出なども含むが月末マルシェの売り上げを主な自己資金源として活動を進めている。これはこれまで頼っていた外部資金に依存せず、自らの力でカネの循環を目指し、持続条件づくりの一步が踏み出せている。

月末マルシェでは主体づくり、場づくり、持続条件づくりの 3 つの柱が以上のように組み合わさっている。

## 第2節 地域づくりフレームワークから見たあさむし月末マルシェ

ここからは浅虫がっちゃんこと浅虫がっちゃんこが定期的を実施し、浅虫がっちゃんこの主活動とも言えるあさむし月末マルシェの関係を主体づくり、場づくり、持続条件づくりの点から分析していく。

浅虫がっちゃんこと月末マルシェはお互いに3つの柱が相互作用するような形に成り立っている。浅虫がっちゃんこの内発性が月末マルシェを生み出し、その月末マルシェが浅虫がっちゃんこに主体性を生み出している。またそれにより地域と外部をつなぎ、総合性・多様性に富んだ人材の交流の場づくりも実現している。さらには月末マルシェに集う人によって浅虫でのカネの循環が生まれ、持続した活動ができるような体制を持った革新性のある新たな組織づくりにつながっている。

浅虫がっちゃんこと月末マルシェの関係について、月末マルシェの観察の結果から分析していきたい。

まずは出店者の固定化である。浅虫がっちゃんこのメンバーはどう見ているのか。図4にあるように月末マルシェは2023年度までは一回のみの参加が多く、継続して参加する出店者が少なかったが、2024年度は一回のみ参加の出店者が減り、複数回参加する出店者が増えた。これは月末マルシェの総合性・多様性において解放性と流動性と言い換えることができるだろう。月末マルシェのスタート2021年度から2023年度までは解放性・流動性が高く、毎回違う顔ぶれの出店者が参加していた。これは月末マルシェの来場者にとっては毎月訪れても毎回違う顔ぶれのため飽きない仕組みとなるだろう。しかし、運営側としては2024年度から助成金や補助金などを活用せずに、月末マルシェの売り上げなどの自己資金のみで運営を始め、年間を通して継続することができたのは毎月の出店者が固定化していくことで安定した収益が見込めることによるものではないだろうか。

これは持続条件づくりの柱に関わるものである。安定的な運営は持続していくためには必要であるが、月末マルシェを訪れる人または出店者にとってはマンネリ化につながってしまう恐れがある。また出店者が固定化することでその人たちの中の内輪ノリが生まれ、外部の人間が介入しにくい雰囲気を作ってしまう恐れもある。また総合性・多様性が失われ、浅虫がっちゃんこが目指す浅虫町内での交流を産むための場づくりにも影響を及ぼしていく。

これらの懸念に対して、浅虫がっちゃんこはどのような対処を行なっているのか。それは解放性・流動性の確保のためにしていたことは新たに新店を出店したい参加者を拒まないということが挙げられる。既存の出店者からの紹介や新たな出店希望者は拒むことなく希望者は必ず出店している。その中でも印象的であったのは月末マルシェが初めての出店であったという出店者である。

この月はクリスマスマルシェと題して、道の駅ゆ〜さ浅虫の3階と4階で浅虫まちづくり協議会と共同開催し、クリスマス特別企画として地域内外の有志によるバンド演奏などのパフォーマンスが行われた。出店者は毎月参加してくれているレギュラー出店者が8店舗中6店舗で新規の出店者は2店舗のみであった。その参加者はこれまでどのイベントにも出店者として参加したことはなかったが、月末マルシェの出店者の募集をみて初めての出店を果たした。その後お話を聞くと、「初めてのイベ

ントがこのイベントで良かった。スタッフや他の出店者の皆さんも優しく、お客さんもそこそき  
てくれて、大満足だった。」と語ってくれた。

これは浅虫がっちゃんこが毎回出店してくれる参加者やそのお店に毎回してくれるお客さんと新規  
の出店者をうまく組み合わせることで、解放性や流動性を確保しつつ、イベント全体としてお客さん  
を飽きさせない新しさと月末マルシェを訪れば毎月参加してくれる参加者がいる安心感・安定感の  
両立ができていないということではないだろうか。

そのほかにも月末マルシェの夜開催の際にパフォーマンス発表したい団体を紹介してもらった時も  
他のイベントを同時に開催したいと打診されたときも拒むことなくどうしたら一緒にできるかを第一  
に考え、協働し、互いに成功を分かち合った。これは浅虫がっちゃんこ代表の井上氏の内発性から来  
るものである。地域のためならなんでもしたいという内発性が主体づくりを支え、場づくりを行って  
いる。そして生まれた場を継続するために月末マルシェでは解放性と流動性という革新性のある出店  
者を織り交ぜながら、毎月出店してくれる参加者の安心感・安定感との両立を行なっている。

また出店者の固定化によって、出店者のみならず運営スタッフの内輪ノリの発生という懸念もあ  
る。これについては浅虫がっちゃんことしては運営がしやすいというメリットがある。運営のスタッ  
フも固定化してきており、準備作業や片付け作業は阿吽の呼吸で進むことが多い。準備や片付けが早  
く進むことで実際の出店できる時間も長くなり出店者側のメリットもある。また出店者とのやり取り  
でも参加が重なることでそのイベントの日常がわかるようになり、ある程度の判断を出店者側に委ね  
ることができ、出店者の内発性も刺激することができるだろう。出店者側もイベントに関する細かい  
要望などを言いやすい雰囲気醸成にも繋がる。そのことがイベント全体の完成度の向上に繋がり、  
浅虫がっちゃんこの目指す月末マルシェの目的や目標の達成に近づくことができるだろう。

しかしこの内輪ノリが新規参加者や新規来場者に対してその場にいつらい雰囲気を作ってしまう懸  
念がある。例えば出店者と運営スタッフやそのお店の常連さん、他の出店者などと仲良く会話してい  
た場合、そこのお店にきた新規の何も知らないお客さんは疎外感を感じてしまうだろう。それが売り  
上げの減少につながってしまう可能性もある。

この懸念に対して浅虫がっちゃんこはどのような対処を行なっているだろうか。それは月末マルシ  
ェの配置を工夫することである。普段よく顔を合わせる出店者同士はお互いに協力しあえる間柄であ  
るため互いに並べて配置することで、お互いのお店を自分のお店のお客さんに紹介し、お客さんの循  
環を促してくれている。また、甘いスイーツ系の出店者の隣にはドリンクのお店を置くなど購入した  
人がセット買いしやすい配置にすることで普段訪れないようなお店にも足を運んでもらえるよう配置  
を工夫している。これにより内輪ノリがあってもその中に入りやすい仕組みを作っている。

出店者に対しての取り組みは毎回参加してくれて月末マルシェのことをよく知っているベテラン参  
加者の間に新規の参加者を配置するなどしている。やはり出店ブースが近いと自然と挨拶を交わすこ  
とになる。準備や片付け、売り上げが伸びるお昼の時間帯などの忙しい時間以外のゆったりとできる  
時間には自然と会話をしている様子をよく見かける。初めての参加者や久々の参加者も毎回参加して

いる出店者がそばにすることでイベントへの適応が早く、安心感を持って参加してくれているように見受けられる。

普段の月末マルシェ配置図イメージ

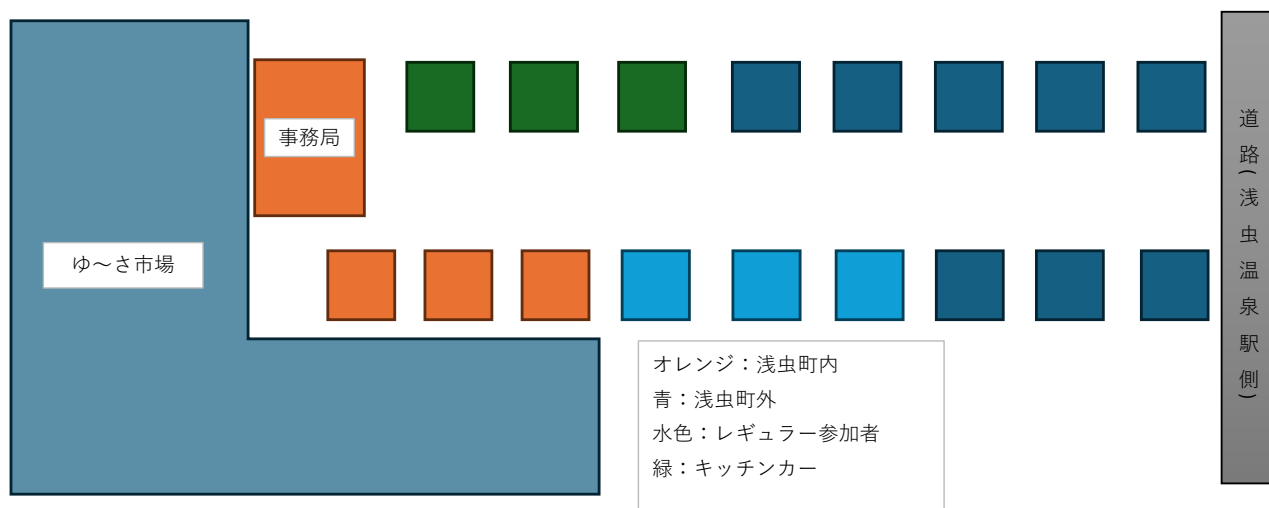


図 5

上の図 5 は普段のあさむし月末マルシェの出店者の配置図のイメージ図である。事務局の近くに浅虫町内にお店を構える出店者を据え、その近くに毎月参加してくれるレギュラー参加者を配置している。レギュラー参加者や浅虫町内にお店を構えるお店には常連さんが多くおり、毎月訪れるお客さんがいる。その人たちを会場の奥、中心部へ誘導することで入り口付近の出店者へも目が行き届きやすい。そのことにより、出店者の常連さんであり、月末マルシェの常連さんでもある来場者を飽きさせない工夫ができています。

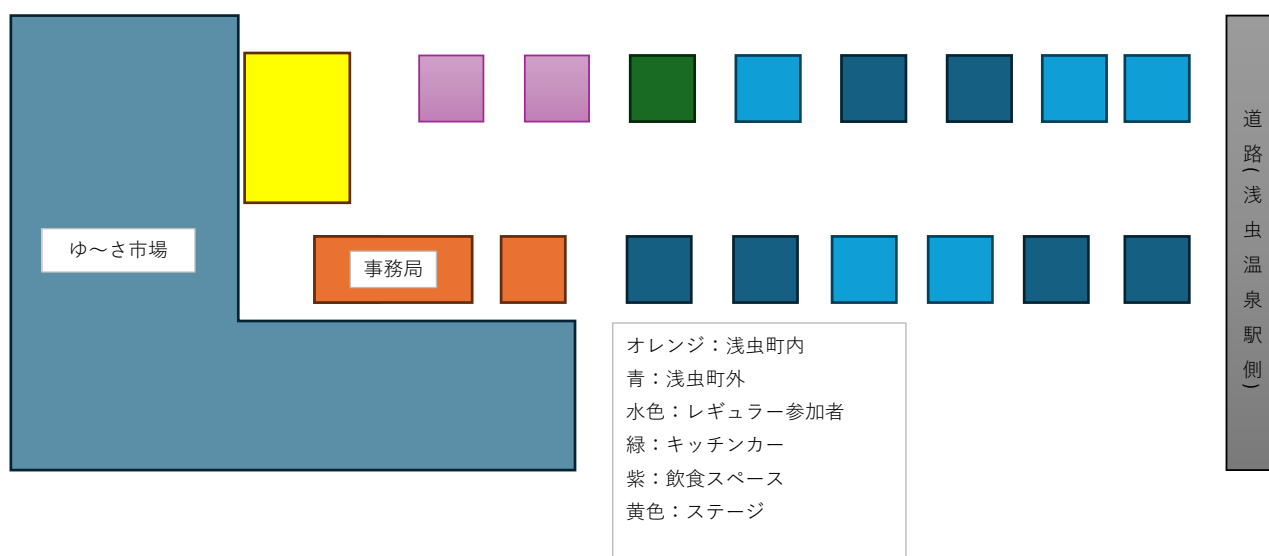


図 6

上の図 6 は別の月の月末マルシェの配置図のイメージである。この月は前述のように月末マルシェ内でパフォーマンス発表したい団体を紹介してもらった時の配置図である。この時はいつも事務局を配置してあるところが一番会場内で見晴らしが良いためそこにステージを設置し、いつもはキッチンカー並んでいるところを飲食スペースに転換している。この飲食スペースは 4 人がけのテーブルを 4 つほど設置している。つまり 16 人程度が座れるわけだが、常に席が埋まっていた。これはパフォーマンスを見に来た人が月末マルシェ内で食べ物や飲み物を買ひ、飲食スペースを利用していったことになる。パフォーマンス団体とコラボしたことで新たな来場者の獲得と月末マルシェ内で時間を過ごすことで今までは見て買って終わりだったところに新たな時間の使い方が生まれた。

これは浅虫がっちゃんこにとっても月末マルシェを通して革新性を新たに見出したきっかけの一つになった。末マルシェとパフォーマンスなど人が長時間滞在するコンテンツを組み合わせることで月末マルシェに新しい人の流れを作ることができた。

これを機に月末マルシェは出店者の数が少なくスペースがある開催月などは積極的に飲食スペースを設置し、月末マルシェ内で時間を過ごしてもらえる仕組みをスタートさせた。

観察中に印象的だったことは片付けが終わり解散後に出店者同士が 3、4 組集まって談笑していたことである。他のイベントで顔を合わせることもあるだろうが、その時初めて月末マルシェに参加していた出店者とほぼ毎回参加してくれる出店者が笑顔で会話していた。出店ブースが隣であることで挨拶から気軽に会話を始めることができ、それにより気軽に交流が生まれ、結果的に内輪ノリに加入できていた。出店者の配置を工夫することで交流が生まれ、それが内輪ノリの懸念を克服している。

しかし、これは月末マルシェに参加してくれている出店者の性格に依存するものでもある。積極的な交流を望む人もいれば、望まない人もいる。内輪ノリの懸念は継続すればするほど問題が大きくなる可能性があるため今後も対応を続けなければ、克服し続けられないだろう。

月末マルシェと浅虫がっちゃんこは互いにそれぞれの内発性、総合性・多様性、革新性を発揮し合う場であり、そこから互いに学び合っている。浅虫がっちゃんこは主体づくり、場づくり、持続条件づくりの 3 つの柱の実践の場としてあさむし月末マルシェを運営し、月末マルシェの活動が浅虫がっちゃんこに内発性に繋がる継続することで得られるモチベーションや実際の場づくりの場、そしてそこで生まれる他団体との関係やイベントの内容などから気づきを得ている。

## 第 5 章 結論

### 第 1 節 地域づくりのフレームワークと浅虫がっちゃんこ

以上これまで見てきたように青森市浅虫地区ではこれまで地域づくりが行われてきた。始まりと言えるのは 1969 年の青経会の設立ではないだろうか。それまで別々に存在していた浅虫温泉観光協会、旅館組合、温泉組合、商店会などの地域内に存在していた既存の組織が一つの目標に向かって一つになった。これは従来の地域づくりで言われていた外部からの資金、それゆえの地域とは無縁の開発であった地域活性化とは異なり、自分たちで自分たちの地域づくりを行う内発性によるものである。それにより主体づくりの柱が生まれた。活動当初の目的は青森市議会議員の擁立であり、その目標が達成された後は、浅虫を訪れる観光客、宿泊者をもてなそうと浅虫ねぶた祭りの再興や浅虫温泉駅の盛り上げを目指した。また地域の神社の宵宮や浅虫温泉花火大会の企画運営など地域内のイベントも観光事業者が中心となって取り組んでいた。こうした地域の人や観光客、宿泊者が行き合う場づくりを行い、浅虫ならではの資源を活用した総合性・多様性に富んだ活動を展開していた。またこの青経会は 2000 年代前半に発展的解消されるまでおよそ 30 年もの間活動を継続していた。これは主体づくりが継続して行われ、世代交代がうまくできていたことがある。また行われるイベントによってイニシアティブをとる団体や人が流動的に変化し、リーダーのリーダーシップを支えるメンバーのフォローシップがうまく相互作用し、地域内にある障壁を乗り越えられる革新性を持った持続条件づくりができていた。

以上のように浅虫地区において初めて地域づくりを行なったと言える青経会は主体づくり、場づくり、持続条件づくりの 3 つの柱がうまく相互作用していた。自分たちで出資し自分たちで活動を行うことで主体づくりができ、ここに内発性が見られる。また場づくりについても総合性・多様性を持った地域資源を活用した独自の活動を展開していた。持続条件づくりに関してもうまく世代交代をしながらリーダーシップとフォローシップを持ち合わせた革新性のあるメンバーによって、およそ 30 年間活動を持続してきた。

しかし、発展的解消に至ったのはなぜだろうか。それは観光事業者が中心だったため、バブル経済の崩壊、レジャーの多様化、団体旅行の減少などの要因により自らの事業がうまく運営できなくなったために地域の活動どころではなくなってしまったことが挙げられる。それにより主体づくりの柱から揺らいでしまい、場づくりができなくなっていったと考えられる。またそれまで地域のための活動に出資していたもののそこに投資ができなくなり、地域内でカネが循環することがなくなり持続することも難しくなってしまった。

そこで誕生したのが浅虫がっちゃんこである。浅虫がっちゃんこの特徴の一つがメンバーの多様性である。浅虫地区の出身者から在住者、飲食事業者、大学教員など多様なメンバーが所属している。浅虫出身者、在住者を中心に浅虫のための活動をしたいという共通の目的を持ち、補助金や助成金などの外部の資金もうまく活用しながらも内発性から主体づくりを行い、活動を続けている。またその活動の中で浅虫地区内にお店を構える飲食店を中心に浅虫地区内にお店を持たない外部の飲食店と共



に毎月最終日曜日にあさむし月末マルシェを開催している。これにより地域内外の飲食事業者たちのみならず浅虫地区内の住民、月末マルシェの来場者などが交流できる場づくりを行なっている。このマルシェの出店者は月末マルシェスタート当初から 3 年目までは一回のみの出店の参加者が最も多かったが、2024 年度からは 2 回以上参加する出店者が多く、出店者の固定化が見られてきた。スタート時は解放性・流動性が高い場づくりを行い、これからは安定した場づくりが期待できる。安定した場づくりは内輪ノリの発生による疎外感の発生、マンネリ化を招く恐れもある。それに対して浅虫がっちゃんこは新規参入者を拒まない、新規参入者とベテラン参加者をうまく組みわせることで開放性、流動性と安定感、安心感の両立を図っている。

またこれまでは補助金や助成金などを活用していたが安定した出店者がいるため月末マルシェの売り上げなどによる自己資金のみでの運営が可能になった。これは持続条件づくりへの第一歩である。外部の資金に頼ることなく、自己資金から地域内でカネを循環することができている。

組織としての浅虫がっちゃんことしては代表の井上氏の内発性から活動がスタートした。井上氏がリーダーシップを発揮し、それにメンバーがフォロワーシップを発揮し、主体づくりを行なってきた。メンバーは浅虫地区の出身者から在住者、飲食事業者、大学教員など多様なメンバーが所属し、多様性に富んでいる。組織に明確な会則などはないものの、「無理をしない」ということをメンバー間で共有し、これがある種の会則みたいなものだとして代表の井上氏が語るように組織の解放性・流動性が高く、この柔軟な組織であるからこそ柔軟な場づくりが実現できている。また浅虫がっちゃんこの活動が地域内で認められつつあり、代表の井上氏は浅虫温泉観光協会の理事や浅虫まちづくり協議会の事務局長などの地域の既存組織の重役などに就任し、これまで以上に各団体との連携が図りやすくなったと言える。これは地域で活動を行う上で立ちはだかる障壁を乗り越えるための革新的なことであり、より一層持続条件づくりの柱がより強固なものになったと言える。

以上のように浅虫がっちゃんこは組織内ではそれぞれ「地域のため」という内発性から主体づくりを行い、メンバーには地域の出身者、在住者、地域内の飲食事業者、大学教員など総合性・多様性に満ち、これまでの青経会とは異なり観光業者ではないメンバーが地域内と地域外を結ぶ交流の場づくりを展開している。加えて、これまで外部の資金を利用していたものが自己資金のみで運営することで地域内でカネの循環を目指し、代表の井上氏が既存組織の重役を担うことになったことによりこれからの活動において革新的な仕組みを作り上げ、持続可能な組織運営を目指している。主体づくり、場づくり、持続条件づくりの 3 つの柱を相互に組み合わせている。

月末マルシェでは初めは外部資金を利用していたもの自己資金を中心に主体づくりを行い、地域内外の飲食事業者を中心に解放性・流動性の高い交流の場を作り出している。また解放性・流動性が高いだけでなく安定した出店者がいることでイベントとして安定した運営が可能になった。ここで懸念となるマンネリ化や内輪ノリによる疎外感の発生については、解放性・流動性を改めて意識し、出店者を募ることや、出店ブースの配置を工夫することにより乗り越えてきた。浅虫がっちゃんこが月末マルシェの持つ 3 つの柱を巧みに組み合わせることで月末マルシェは持続し、それによって浅虫がっちゃんこも持続していく。

## 第2節 浅虫がっちゃんこの可能性

これまで浅虫地区にある組織を比較し分析してきたが、青経会の失敗から学び浅虫がっちゃんこはうまく外部からの刺激を加えながらも内発性を失うことなく活動を続けている。浅虫がっちゃんこは浅虫地区において地域内と地域外をつなぐ場を作る役割を果たしていると言える。そしてそれは浅虫がっちゃんこの内発性による主体づくりから始まり、それによって解放性・流動性のある場づくりを実現している。これが可能なのは浅虫がっちゃんこのメンバーが総合性・多様性に富んでいるからである。そして、持続した活動に向けて、地域内での立場が変わるにつれて組織としての形態も変化し革新的な仕組みを作っている。

先行研究では内発性を外部からの資金、外部からの労働力によるもので地域内の意識とは無縁のものであるとしている。しかし、これまでの参与観察で浅虫がっちゃんこの代表井上氏は2023年のインタビュー時と2024年のインタビューで浅虫がっちゃんこの組織の在り方についての考えが変化していた。地域内の他の組織のみならず地域外の組織と連携し活動を行ってきたことで、今の組織形態がベストであるという考えに達した。このことは外部との関わりの中で自らの在り方について「気づき」をもたらし、それがそれ以降の活動へも影響を与えた。外部からの刺激で自らが気づき、考え方が変化し、活動にも変化が生まれることは「内発性」の一部として評価することができるのではないだろうか。

また、浅虫では青経会が1969年から2000年代まで活動を続けていたが、発展的解消をした。その要因の一つに革新性が持続できなかったことが挙げられるのではないだろうか。設立当初はこれまで浅虫地域にない組織が生まれ、革新性に富んでいたが、やがて自らの事業の状況により地域のための活動に力を割くことが難しくなっていった。そうした壁にぶつかった時に革新性を発揮できなかったことが解消につながった原因ではないだろうか。浅虫がっちゃんこは初めは解放性・流動性のある場づくりを行っていたが、やがて安定感のある場づくりに変化してきた。安定感を得た後も解放性・流動性のある活動を継続させながらも「無理をしない」組織づくりにシフトした。ここに浅虫がっちゃんこの革新性を垣間見ることができる。

すなわち、地域内で活動を続けていく上で障壁があるのは当然であり、それを乗り越えるためには革新し続ける必要があるということである。革新はメンバーを大幅に増やすことや活動の範囲を地域のみならず地域外まで拡大させるなど大きくすること、大きなことを始めることだけではない。浅虫がっちゃんこのように継続するために自分たちが「無理をしない」解放性・流動性の高い場づくりから状況に応じて安定感とのバランスを図るなど、小さな細かなことを変化させることも革新と言える。そうした細かな革新を積み重ねることで地域での活動を継続することが可能になり、やがて大きな革新をもたらすことが可能になるのではないだろうか。

あさむし月末マルシェや浅虫まちづくり協議会などで接点のあった地域住民や既存組織のメンバーとの会話の中では概ね活動を評価し、応援してくれている声を聞いた。これからも活動の途中で障壁が発生することもあるが、浅虫がっちゃんこは乗り越え発展していくことができるだろう。今後の浅

虫がっちゃんこの活動の変化、また今回取り上げた地域づくりのフレームワークを参照した再評価は今後の課題としたい。これからも参画を続け、今後の動向を引き続き見守り、浅虫のこれからを共に作っていきたい。

## 謝辞

本論文を執筆するにあたり、インタビュー調査にご協力いただいた浅虫がっちゃんこ代表井上丹氏、後藤清治氏、カフェ apricot 成田潔氏、あさむし月末マルシェ関係者各位、浅虫住民の皆様、研究指導くださった平井太郎先生、皆様に感謝申し上げます。

## 参考文献

青森市(2024)『住所別人口集計表』閲覧日 2025/1/28

<https://www.city.aomori.aomori.jp/shimin/shiseijouhou/aomorishi-konnamati/toukei/jinkou-seitaisuu.html>

浅虫温泉観光協会(2024)「浅虫温泉とは？」閲覧日 2025/1/28

<https://www.asamushi.com>

浅虫がっちゃんこ (2024)「コンセプト」閲覧日 2025/01/28

<https://asamushi.org/concept/>

池内秀樹・朽木弘寿(2007)「『観光まちづくり』の成果と課題：由布院温泉・黒川温泉を実例として」『地域創成研究年報』2：155-174。

石本雄大・宮崎英寿・中西廣(2020)「地域運営組織の体制づくりと人材確保：青森市浅虫まちづくり協議課の事例を中心に」『青森公立大学論纂』5(1・2)：3-13。

井出拓郎(2017)「観光まちづくりにおけるリーダーの発達プロセスに関する研究：別府ハットウ・オンパクのリーダーを対象に」『観光研究』28(2)：45-56。

井上丹(2023)「持続可能な観光地経営のための地域内外の連携協働による事業成果と考察」『産業文化研究』32:33-39。

岩間絹世(2017)「城崎温泉における観光まちづくりの展開：リーダー集団の人間関係に着目して」『E-journal GEO』12(1)：59-73。

浦達雄(2001)「山間温泉地における小規模旅館の経営動向：黒川温泉、長湯温泉を事例として」『大阪明浄大学紀要』22(1):12-16。

——(2010)「温泉地全体が一つの旅館をコンセプトに：熊本県黒川温泉」『観光研究』22(1):12-16。

——(2013)「温泉地の活性化」『観光研究論集(大阪観光大学観光学研究所年報)』12：1-10。

大嶋淳俊(2018)「地域活性化と観光ビジネス：温泉地を一例に(1)：地域活性化リーダーの考察」『いわき明星大学研究紀要人文学・社会科学・情報学篇』31:65-80。

小田切徳美(2014)『農山村は消滅しない』岩波書店。

環境省(2024)『温泉利用状況経年変化表』閲覧日 2025/1/28

[https://www.env.go.jp/nature/onsen/pdf/4-5\\_p\\_4.pdf](https://www.env.go.jp/nature/onsen/pdf/4-5_p_4.pdf)

桜井政成(2020)「兵庫県豊岡市城崎温泉における観光まちづくり取り組みに関する調査結果：地域コミュニティ課題との関連、サステイナブルツーリズムへの視座」『立命館大学地域情報研究所紀要』9：94-106。

鈴木康夫(2017)「観光をうまく利用して地域を作る：一般社団法人 DMO やつしろの観光地域づくり構想(伊東維年教授退職号記念)」『熊本学園大学経済論集』23(1-4)：515-532。

森下俊一郎（2019）「地域活性化を担う社会起業家の動機と事業活動：石川県山中温泉と旅館『かよう亭』における上口昌徳の地域共生の役割と契機」『地域共創学会』3：1-12。

山口一美（2008）「観光振興による地域活性化：リーダーによる地域資源の発見と活用」『文教大学国際学部紀要』19（1）：101-117。