



第2回 橘川武郎さん（二橋大学大学院商学研究科教授）

釜石のキヤッチフレーズ

釜石の中心市街地がにぎわうようにするには、どうすれば良いか？

全国の商店街で活況を呈しているところは、次の二つの条件のどちらかを必ず満たしている。つまり、①居住人口が多いか、②観光客などの訪問者が多いか、のどちらかまたは両方である。

人口が5万人に満たない現状の釜石では、②の条件が重要になる。観光客を増加させる上でヒントとなるのは、釜石を訪れる観光客数が周辺5市のそれより少ない事実である（別表参照）。このことは、決して悲観すべき材料ではない。むしろ、将来への活路を開く楽観材料だとみなすべきである。と言うのは、同じ三陸沿岸に位置しながら宮古・陸前高田・大船渡より観光客数が少ないということは、「三陸の釜石」のイメージを鮮明にすることができれば釜石を訪れる観光客は増加する可能性が高いということであり、同じ銀河ドリームライン沿線に所在しながら花巻・遠野より観光客数が少ないということは、



Profile きっかわ・たけお

昭和26年生まれ。東京大学社会科学研究所教授を経て、現在、一橋大学大学院商学研究科教授。専攻は日本経営史、地域経済論。著書『日本電力業発展のダイナミズム』『松永安左エ門』『地域からの経済再生』など。

別表：釜石市および周辺5市の年間観光客入込み数（2006年、単位：千人）

市	観光客入込み数
釜石市	936
花巻市	2,918
遠野市	1,921
宮古市	1,695
大船渡市	1,095
陸前高田市	1,231

出展：(財)岩手県観光協会
『平成18年版岩手県観光統計概要』

「銀河ドリムラインの釜石」というイメージを打ち出すことができれば釜石を訪ねる観光客が増える可能性が大きいということだからである。「銀河鉄道が三陸の海に出会う町・釜石」というキャッチフレーズを浸透させれば、釜石を訪れる観光客は増加するであろう。

釜石は、地方都市としては珍しいほど、ユニークな観光資源に恵まれている。近代製鉄業発祥の地の息吹を今に伝える産業遺跡群、地下での水作り施設や地底湖を擁しつつ稼働を続ける釜石鉱山、空のライトブルー・海のダークブルー・北上山地のグリーンをバックに展開する43基の真っ白なウインドファーム、世界最深級の湾口防波堤がもたらした全国有数の静水域、そして海と山を同時に満喫できるグリントゥリズム・・・これらは、釜石にしか存在しない。

しかも、釜石には、ユニークな人々が織りなすストーリーがある。文字通り鉄を作る鉄人だけでなく、ラグビーや海鮮料理でその名を全国にとどろかせた「北の鉄人」や「料理の鉄人」もいる。水作りや酒作りの名人もいれば、モノ作りの達人もいる。

釜石に必要なのは、観光客の心に響くキャッチフレーズを広めることである。「銀河鉄道が三陸の海に出会う町」、「第一級の自然の中の第一級のものづくり」、「海と山、水と風、そして『鉄人』たちが織り成す叙事詩を」・・・こんなキャッチフレーズが釜石にはふさわしい。