北海道小樽市

"民の力"で迎えた市制100年

迫 俊哉市長に聞く

―大正11年（1922年）8月に市制が施行され、今年100周年を迎えられました。

迫　小樽市の100年を振り返ると、民の力で創られてきたまちだと実感しています。もともと北海道経済の中枢で「北のウォール街」と称されていたように、商業や金融の拠点でした。ここ市役所の庁舎も昭和8年に民間の皆さんの協力で建てられています。現在の小樽商科大学は経済界の皆さんが人材を育成しようと小樽高等商業学校として誘致したものです。そこで今、文化庁が進める日本遺産を目指そうとしていますが、そのテーマが「北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽」で、副題として「民の力で創られ蘇った北の商都」としています。

―民間主導のまちづくりを改めて顕彰するということですね。

「北の商都」で日本遺産目指す

迫　そうです。昭和40年代には、運河の保存運動がありました。行政は交通円滑化のため運河を廃止し道路にしようというプランを作ったのですが、住民が反発しまちを二分する論争になりました。最終的には半分を埋め立て、半分を残すという今の形になったのです。この運河保存運動が全国に紹介され、それにより小樽は改めて注目されました。これもまた、民の力です。運河保存運動を経て、町並みも大事に守っていこうという気運が醸成され、今の観光都市としての地位ができあがりました。その町並みは、北前船の船主が石造りの倉庫をつくったことに始まっていますから、小樽は民の力で創られ、育てられたまちと言えます。

―手宮線跡も保存されていますね。

迫　北海道で一番初めに敷かれた幌内鉄道として今年で140年になります。市制100年と一緒に祝賀行事ができないかと検討しています。運河は来年竣工100年を迎えることから、節目の年が続きます。手宮線も民の力で残ったと言えます。

―小樽市の価値をどのように捉えていますか。

迫　小樽は「屋根のない博物館」と称されるほど明治から昭和のはじめにかけての町並みが色濃く残っています。その歴史とともに、札幌にはない海と港があります。港は観光のみならず、まちづくりにも大切な存在で今、小樽港第3号ふ頭を13―14万トン級の大型クルーズ客船に対応できるよう国の直轄事業として整備を進めているほか、イベント広場を整備し民間が商業施設も設け、将来的には国土交通省が進める「みなとオアシス」を申請する予定です。歴史だけはなくて海、港を生かしたまちづくりが小樽にとって強みであり、進めていかなければなりません。港にいろいろな機能を積み上げていくことによって滞在時間の延長や消費を増やし、質の高い観光につなげていきたいと思っています。

―7月9日に「ぱしふぃっくびいなす」が寄港しますね。

迫　2年10カ月ぶりのクルーズ船の寄港で非常に期待しています。後志管内全体でクルーズ客を取り込み、特に余市町や仁木町は若い町長がワイナリーの誘致など一所懸命にまちづくりに取り組んでいますから、管内全体の底上げにもつながります。小樽もしっかり見ていただきたいですね。

それはフェリーも一緒です。新日本海フェリー（小樽―舞鶴、小樽―新潟）は毎日運航です。フェリー客にも小樽を見て、食べて、本来はその次に泊まるがあるのですが、今までは見て食べての通過型観光といわれておりました。星野リゾートやサンケイグループが進出するなど宿泊のキャパも増えてきているので、見て食べて泊まっての3点セットで底上げを図らないといけません。いかに滞在してもらって、いかに消費してもらうかという量から質の観光に転換していかないと、経済にどのくらいの効果があるのか把握できません。年間700万、800万人来ているだけで本当の意味での観光都市とは言い切れません。

2030年には北海道新幹線が札幌まで延伸されます。新幹線をどう観光振興につなげるか。札幌駅が隣で、ニセコを背後に持つ倶知安駅も隣です。両駅から12―13分が（仮称）新小樽駅ですから、通過駅として本当に埋没しかねません。その中で存在感を示すためにはフェリーと新幹線、クルーズと新幹線を小樽ならではの旅行プランとして造り、フェリーで来た人が新幹線で帰る、逆もまたしかりです。新幹線が来るまでに、クルーズやフェリーとの関係を戦略的に考えないといけないと思っています。フェリーはまさに現代の北前船ですから。

昭和40年代の市民による保存運動で残った運河と倉庫群

市街地に残る旧手宮線跡。がらす市の舞台でもある

歴史と海と港でまちづくり

2030年新幹線開業見据え

量から質の観光へ転換図る

―小樽市観光のイメージリーダーとして歴史的建造物群や運河とともにガラスもあります。

迫　ガラスは漁業の浮き玉を製造することから始まった小樽の伝統的な産業です。北一硝子の浅原健蔵さんがガラスのランプを販売し、それが当時の"カニ族"の人気を集め一大ブームになりました。その後、浅原さんは木骨石造倉庫を買われて店舗展開され、歴史的建造物を使った成功事例の第一号でした。一方で芸術家として浅原千代治さんがいらっしゃいます。大阪から移住され、スタジオガラスという吹きガラスの体験を観光客にしてもらい小樽のガラスをPRしていきました。かつて私が産業振興課長時代には手宮線跡を使って「小樽がらす市」も始めました。そういう基盤があり現在は土産物が主になりましたが、小樽にとって代表的な産業であることに変わりません。小学校6年生による卒業記念ガラス製作体験を何年も続けています。

―小樽観光の伸びしろは非常に大きいですね。

迫　この春には、ニトリが新しく倉庫を購入し西洋美術館をオープンしました。これからも民の力で観光まちづくりが進んでいくように、民間が小樽に投資をしようと思っていただけるコンセプトを打ち出し共感いただかなければなりません。この先100年も市民と一緒にまちづくりを継続していきます。

「小樽ガラス」が紡ぐ歴史と未来

北海道を代表する観光都市の一つ小樽市。明治期の近代建築群、運河など著名な観光スポットが市内に点在する。市制100周年という節目の年を迎える今、「民の力で形成された小樽市のまちづくり」について迫俊哉市長に話を聞いた。また、小樽の代名詞でもある「小樽ガラス」についても市内の関係者20人が参加しミニシンポジウムを開催。ガラス造形作家でザ・グラス・スタジオ代表の浅原千代治さん、小樽商科大学グローカル戦略推進センター客員研究員の高野宏康さん、オーセントホテル小樽料飲総支配人が登壇し、小樽ガラスの歴史やブランディングに関して意見を交わした。

発祥地の大阪からご縁で移住　浅原さん

浅原 千代治さん
ガラス造形作家
ザ・グラス・スタジオ代表取締役

―小樽ガラスとの関わりを含めて自己紹介をお願いします。

浅原　大阪から1979年、43年前に小樽へ移住してきました。生まれる前からガラスに関わり、私で4代目になるガラス製造を生業としている家に生まれました。大阪はガラスの発祥地で、大阪天満宮の脇に「ガラス発祥の地」という石碑が建っています。参勤交代の時に長崎のビードロを江戸に持っていく時に、大名が大阪に寄ってワイングラスを自慢していました。高価なものだから大阪でも作ろうというのが始まりで、大阪の商人魂を発揮し努力したようであります。それで天満山でガラス屋を始めるわけです。その後、明治9年に官立の硝子製造工場が品川にできたのですが、うちは明治20年ぐらいの創業だったかと思います。親せきの長谷川家から祖父母が継いで、浅原硝子になりました。ガラス屋に生まれ、ガラス屋で育って、いまだにガラスを続けている浅原でございます。

高野　私は研究者として歴史をいろいろと調べています。石川県出身で北前船つながりで小樽に関心がありました。小樽は明治以降に急激に発展していったまちです。本州より歴史は短いですが、その間にいろいろなイノベーション、創造が起こりました。その一つがガラスです。浮玉ガラスという漁具から始まり、1980年代に北一硝子がガラス製の石油ランプを観光資源化しました。これが観光都市としての小樽の一つの契機になっています。もう一つはアート作品というクリエイティブな小樽ガラスで、吹きガラスの体験できる施設ができたことです。これは、浅原さんがスタジオガラスと称して始められた画期的なことで、それまで工房を観光客が見学することは日本のガラスの歴史であり得ないことでした。そういった大きなイノベーションを小樽の歴史で起こしてきたガラスについてお話ししたいと思います。

飲食を引き立てるガラスの力　野田さん

野田 浩史さん
オーセントホテル小樽
料飲総支配人

野田　オーセントホテル小樽は新日本海フェリーグループで、新日本海フェリーが半世紀を超えて小樽の観光やまちに寄与してきた中で、今から24年前に開業しました。本物を目指すホテルとして、なかでも飲食に関しては北前船のストーリーを受け、西日本の素材や伝統技術と北海道の新鮮な選りすぐりの素材をお届けしています。この食を起点にして私の役職が「料飲」となっている通り飲むという字は食に欠くと書きますが、生理的に体内を潤わせる効果であったりだとか、飲むことにより食べることの掛け算で新しい味わいを作ったりだとか。そういうことで小樽の観光、ガラス、飲む、食べるを何かしら発展させ、お届けできればと考えています。

―浅原先生は北前船の航路をたどるように、大阪から小樽に来られたんですね。

浅原　祖母が昔、同姓の浅原硝子が小樽にあるので訪ねたことがあったそうです。その話を母親から聞いていて、小樽に浅原硝子があるんや、1回会ってみたいなと思いを募らせていました。ある時、GパンにTシャツ姿の人がトラックに乗って訪ねてこられた。直感で「浅原さん？」と聞くと「はい」となり、北海道でガラス屋をやる夢があると語ったわけです。景色のいい所で製作すると美しい作品が生まれると思っていたからです。そうしたら、ぜひとも来てくれないかと。北一硝子は自社工場がなく、当時はバックパッカーがたくさん来て買い物して製造場所を見せてと言われて浮玉工場を見せたりしていたそうなんですが、およそアート的な雰囲気はありません。何度か通ってみると、小樽は本当にいいまちで、歴史があり風土がとても素敵、運河保存運動の最中で市民が一丸となって行政に対抗しているエライところやと思いました。すごく魅力を感じて、小樽で自分がしたいガラスをやれたら幸せだなと思って、ここへ来たわけです。

北前ロードがもたらし誕生　高野さん

高野 宏康さん
小樽商科大学グローカル
戦略推進センター客員研究員

高野　今、浅原さんのお話を興奮して聞いていました。明治30年代半ばで北前船は衰退しますが、北前船を利用したヒト・モノ・文化の道「北前ロード」はずっと継続していると感じました。北前ロードがもたらしたもの一つと小樽ガラスは位置づけられ、北海道の美しい景色と、大阪の古い歴史を持つガラスが組み合わさった時に小樽ガラスが誕生したと聞き興奮しています。

小樽ガラスは知名度が非常に高い。2007年の朝日新聞が紹介していますが、好きなガラスの1位に小樽ガラスが選ばれています。江戸切子、長崎ビードロなどのブランドを抑えての1位で、小樽ガラスのブランド化は成功しています。では小樽ガラスのイメージは何かと言うと、決まった製法や素材を使うということはなく、イメージの部分が多分にあります。観光資源としての北一硝子、アート作品としての浅原さん、2003年に進出した深川硝子工芸の産業としてのガラスがそろい、その総体が小樽ガラスになっています。

ブランディングについては、小樽商工会議所が平成17―19年にJAPANブランド育成支援事業に取り組みました。ガラス工房はそれまでネットワークがなかったと聞いていますが、これをきっかけに平成19年から「小樽がらす市」が始まり、手宮線跡を活用し作家のネットワークができて観光イベントに成長しました。小樽ガラスとは、概括的なブランドであり小樽にあることが本質です。今後はブラッシュアップして地域ブランド化すべきなのか問われる時期に来ているのではないでしょうか。

―オーセントホテル小樽の1階売店にガラス作品が展示され、野田さんが活躍するバーでもいろいろなグラスをお客様に提供されていると思います。ガラスを提供、販売する側から一言いただけますか。

野田　旅の目的で小樽の魅力は、食だと思います。それと飲む。ワイナリーやウイスキー、ブルワリー、日本酒があり、水がきれい。こういうところで、よりグラス、ガラスにこだわっていくとどうなるのかといつも考えています。館内に浅原先生の作品を置いているのも、ガラスの魅力や価値を旅する人に伝えたい一つのメッセージです。もしできるのであれば、これだけ美味しいものを作れるシェフがいるこのまちのテーブルウェア一つひとつがオール小樽ガラスであれば、どんなに素敵なことでしょう。地元の花をガラスの花器に挿して、地元の野菜や魚を美しいガラスの上に並べ、なおかつ小樽を代表するワインやスピリッツをそれに適したグラスで提供する。食を目的とした旅のバックグラウンドとして、ガラスの持つ力は非常に強いと感じています。

浅原　それ、とてもいい。うちで作っている「小樽ブルー」のグラスは手づくりだから氷がこんな音で鳴るという物語を野田さんがお客さんにバーで話してほしいな。こんな話もある。毎日毎日、店の外からおじさんがバーを覗き見ていた。ある時バーテンが店の中に招き入れ「いくら持っている？」と聞いたら「1シリング」という。では1シリング飲ませてやろうと言って、スポイドでポロンと落とした程度の量を提供してあげるわけです。おじさんは香りを嗅いで「あ～」、舐めて「あ～」と。その逸話から僕がワンシリンググラスをつくって、親しくなった札幌のバーに差し上げた。バーはそういう物語を生む。

―物語を含めて小樽ガラスとしたらいいのかもしれません。会場からも発言いただきましょう。

会場　小樽の防波堤をつくる時に小樽の火山灰を使ったそうです。ガラスの素材の中に、小樽の土地のものを入れると色がこうなる、形がどうなるとか教えてください。

ホタテと融合しオリジナリティ

浅原　その土地の産物を入れてオリジナリティを出すのはなかなか難しい。異物をガラスに混入すると割れてしまうから。考え得ることはホタテの貝殻を混入し溶かし込むみ発色させることや、貝殻を細かくしてくっつける方法があります。それを小樽ガラスの特徴としてできれば、なかなか面白い。

高野　小樽のホタテのブランド化には私も関わっています。小樽は北前船の歴史もありニシンのまちという思い込みが強いのですが、かつてはホタテの一大産地でもありました。でも獲り過ぎて一旦途絶えてしまい、40年前に小樽市祝津の人たちが養殖化に成功し復活しました。そんなストーリーがあるホタテの貝殻とガラスを組み合わせて新しいものを生み出すことをもう少し考えてもいいかもしれませんね。

浅原　ホタテで明石焼きみたいな「オタ焼き」を作って、小樽のまち歩きの時に食べてもらう。貝殻はガラスで使ったらまさにSDGsやね。

浅原千代治さんの「小樽ブルー」の作品（大阪市内の個展で）

市民が自分事としてブランド化

―今年小樽市は市制100周年です。浅原先生が小樽に来てまもなく半世紀。小樽ガラスをこれからどうしていくか大風呂敷を広げてください。

野田　これからを考えると人しかない。人を運ぶ船やホテルなど観光事業に紐づかないとアイデアが湧きません。一番大事なのは、ガラスと食と飲むことを一体化するよう取り組むこと。オール小樽ガラスのテーブルウエアを施したレストランの展開で、小樽に泊まって食事したいと思わせることが一つ。お皿に載るものは地産地消で、旅と食とガラスを人で結びつける取り組みをしていくことがホテルマンとしての矜持だと思っています。

高野　小樽は北前船や炭鉄港として日本遺産に認定されていますが、今「北海道の心臓」というストーリーも認定に向けて取り組んでいます。小樽ガラスもまさに地域遺産のストーリーであり、日本遺産に組み込まれる価値があります。小樽のいろいろな転換に関わっているのがガラスです。そういったことを市民が自分事として語れるようにすることが歴史学の役割です。市制100周年で今までやってきたことを自覚するいいタイミングだと思います。

浅原　運河のところにガラス張りのスカイウォークを作って、歩いて運河から海に抜けるようにして、そこに一面太陽の光を浴びたガラスの美術館があればきれいだろうなぁ。僕が生きている間に実現したらと思います。館内にはガラスのバーカウンターがあって、野田さんがシリンググラスをシュッと出す。いいじゃないですか、物語ができて。

―ありがとうございました。ぜひ、何か実現しましょう。

小樽ガラスをテーマに開いたミニシンポジウム（5月16日、オーセントホテル小樽で）