

第3章 施設間・地域間連携のあり方

産業観光は、施設単独での取り組みも可能ですが、テーマ性が明確であるため、他施設や他地域との連携を図ることにより、様々な効果が期待されます。例えば、来訪者にとっては、学習・体験の相乗効果が大いに発揮される可能性があり、施設や地域にとっては、連携により見学事業にかかる費用が低減できる効果（PRツールの共同作成など）や連携しないと得られない効果（活発な情報交換、ツアー設定による新たな客層の獲得や交流人口の増大など）が考えられます。また、産業観光目的の来訪者でも、一般観光を組み合わせた複合ツアーに参加したいという要望の割合が高いため、連携の相手方として一般的な観光名所の取り入れを考えると産業観光の促進にとって効果があるとも言えます。このため、産業観光の他の地域や分野、一般観光と連携した産業観光の推進が、今後の産業観光活性化のうえでの重要課題の一つといえるでしょう。

連携を行う上で、様々な切り口が考えられます。例えば、「陶芸」を趣味としている人にとっては、「陶芸」という同一テーマに沿って産地を巡ることにより、各地域特有の製造方法、形状、色や絵柄等を楽しむことができ、陶芸に関する知識の幅が広がることとなります。あるいは、「食」という幅広いテーマで、生産者、卸業者、加工業者、販売店・飲食店などの異なるタイプの施設を結ぶことも、連携効果が発揮されることとなるでしょう。

ただ、現状では施設間、地域間ともに連携が図られている例はまだ限られています。また、連携の内容も施設や地域により温度差がみられます。連携を行いたいものの、何をすればいいのか、どのような方法で行えばいいのかなど迷っている施設や地域が多いのではないかと思います。

ここでは、連携を行う上での方法や内容、考え方等について、解説していきます。

3-1 連携に向けた対応 **施** **推** **地**

基本的な考え方

施設が連携の糸口をつかむ手段として、まずは産業観光に関わる組織の活用があげられます。組織に加盟する施設であれば、組織を通して連携する機会の増加が期待できます。

地域の団体や自治体の場合、地域内の産業観光の現状や産業観光施設、企業の意見、要望等を踏まえたうえで、他地域、他分野、一般観光等との連携を検討し、具体化していくことが望まれます。

留意事項

・ 様々な主体間の連携

産業観光には、施設（企業）、行政、観光関連団体、協議会、交通事業者、観光事業者など、様々な主体が関わっています。連携における決められた手順等は特にありませんが、同業種や他業種に拘らず、相互にメリットのあるような連携を模索することが望まれます。

・ 様々な連携範囲

隣接する施設同士の連携から、市町村内、都道府県内、広域に至るまで、連携範囲は目的に応じて決められます。連携を行う際には、相互のメリットを勘案したうえで、連携主体とともに、連携範囲についても予め設定することが望まれます。

・ 既存組織の活用

連携を目指す際に、地域内に産業観光に関わる組織（協議会など）が既にある場合は、その組織に関わることにより、他施設や他地域等の情報を幅広く入手することができます。もしもそのような組織がなければ、自治体や業界等を中心に新たに設置することが望まれます。

・ 連携機会の創出

施設や推進者は、産業観光を育成し、促進していくためにも連携を図っていくことに積極的に努めることが望まれます。連携の機会をただ待っているのではなく、連携のための積極的な行動が求められます。そうすれば、連携相手に対する熱意が伝わり、連携に向けた手続きが進むことにつながっていくと考えられます。

具体例に見る創意工夫のポイント



写真-71 連携範囲の設定及び既存組織の活用

○ 地域や自治体の場合、連携範囲（市町村、都道府県、広域）に応じた既存の組織との連携・活用を考慮しつつ、他地域との連携を検討することが重要です。

○ 例えば、「中部広域観光推進協議会」では、中部地域の広域観光や産業観光の振興を促進するための具体的な方策の検討を行っています。

【写真-71 中部広域観光推進協議会パンフレット】



写真-72 フォーラム等への参加

○全国の産業観光推進地域・施設等が一堂に会するフォーラム等は、情報交換の場として最適です。

○例えば、毎年開催される「全国産業観光フォーラム」は、産業観光を推進する多くの施設、企業、自治体等が参加して振興に係る課題や創意工夫点について意見交換を行っています。

【写真-72 第1回全国産業観光フォーラム（当時は「産業観光サミット」と呼ばれていました）】

3-2 連携内容

基本的な考え方

連携先が決まったら、次は連携内容（連携策）の検討が必要です。はじめから包括的な連携を行うことも不可能ではありませんが、できることから順に取り組んでいくことが重要です。まずは情報交換を行うことによりお互いの特徴等を認識し、そのうえでどのレベルまでの連携を行うかを決めることが望ましい方法といえます。

留意事項

内容としては様々あると考えられますが、主要な内容として以下が挙げられます。

・情報の共有化

初期段階での連携として、まずは情報の共有化があげられます。施設同士の連携の場合、お互いのパンフレットの設置やイベント情報等の掲示など、来訪者に自施設だけでなく連携施設の情報も提供すると効果的です。また、ホームページのリンクを活用すれば、施設同士だけでなく、推進者や地域を含めた多様な主体間の連携が可能になります。

・パンフレットやチケットの共通化

施設同士の連携をさらに進める場合、共通のパンフレットの作成、共通チケットの導入が考えられます。特に、お互いが有料施設であれば、共通割引制度の導入が効果的です。そのうえ、スタンプラリー等を導入すれば、幅広い施設間の連携も可能となります。その際、推進者が連携の仲介を行えば、連携が行いやすくなります。また、共通チケットに関しては、施設同士だけでなく、交通機関や旅行会社等との連携（割引など）も考えられます。

・セミナー、シンポジウム等の活用

前項で記したとおり、推進者が主催するセミナーやシンポジウム等に施設が積極的に参加し、情報の交換や入手を行うことは大変重要です。施設は、推進者から発せられる情報を常にチェックするように心がけることが望まれます。

・施設間をつなぐ交通手段の導入

施設にとっては、来訪者が施設へ訪れるための交通手段が大きな課題の一つとなっています。自動車や貸切バスでの来訪者がいる一方で、公共交通を利用する来訪者もいることから、公共交通の利便性向上も求められます。例えば、バス路線が設置されていない地域の場合、施設間をつなぐバス路線の新たな設置が考えられます。一般的には施設単独での誘致は難しいので、近隣の産業観光施設や一般観光施設、あるいは推進者（自治体等）と共同で取り組むことが望まれます。なお、採算的に厳しい場合は、土日のみの運行や、地元住民の日常的な利用を考慮した路線の設定（商業施設、公共施設等の経由）も有効な方策となります。

・旅行商品の活用（団体ツアーやバス旅行等）

施設や地域が旅行会社や観光バス会社等と連携し、旅行商品に施設や地域が組み込まれると、施設や地域の宣伝になるだけでなく、新たな客層の開拓にもつながる可能性があります。施設単独で行うことが難しい場合は、行政や協議会等の推進者と共同で取り組む方法も考えられ、特に自治体が観光業者等に積極的に働きかけることで、産業観光の推進に貢献することができます。

・一般観光との連携

旅行商品において、産業観光施設同士だけでなく、自地域及び周辺地域にある一般的な観光資源やイベント・祭りなどを結びつけることにより、来訪者に魅力的な旅行商品を提供することが可能となります。来訪者のニーズを捉えたうえで、組み合わせる観光資源を検討・選択することが求められます。

・ガイドの派遣

地域のガイド団体等から施設へのガイドの派遣、施設から学校等への講師（ガイド）の派遣など、ガイドを活用した連携により、施設だけでなく地域の活性化にも寄与することができます。

産業観光受入れ施設・自治体等へのヒアリング・アンケート結果より

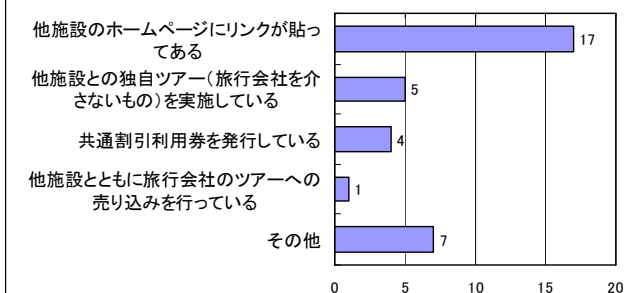
連携に関する意見

・現状での連携策としては、ホームページのリンクにとどまっているところが多く、効果的な連携には結びついていないことが課題として挙げられます。その他の回答の中には、「なし」とするところが多く、全く連携を行っていない施設も少なからず存在しています。

<受入れ施設・企業の声>

- ・近隣施設、系列会社の施設と連携している
(共通チケット、スタンプラリー、お互いのチラシの設置、ホームページのリンク等)。
- ・バス会社と推進組織が協力し、バスツアーを実施している。
- ・行政が施設巡回バスを運行している。
- ・産業観光推進組織（AMIC等）に加盟している。
- ・半島内の市町村が連携し、パンフレットの作成等を行っている。
- ・作陶地域間で情報交換等を定期的に行っている。
- ・名古屋市内のホテルと他地域が連携している。
- ・現状では他の施設との話し合いや推進協議会等の組織には加わっていないが、今後は連携を行っていききたい。

他施設との連携状況について



具体例に見る創意工夫のポイント



写真-73 施設同士の共通チケットの導入例

○徒歩距離圏にある「産業技術記念館」と「ノリタケの森クラフトパーク」では、共通チケット（割引券）を発行しており、お互いに利用促進に努めています。

【写真-73 名古屋市・産業技術記念館・ノリタケの森共通入場券】



写真-74 公共交通機関の利用者への割引制度の導入例

○愛知県陶磁資料館やトヨタ博物館などでは、「リニモ1DAYフリーきっぷ（1日乗車券）」を提示した来館者に対する入館料の割引を行っており、公共交通機関の利用による来訪促進に貢献しています。

【写真-74 リニモ】



写真-75 パンフレット共通化の例

○同様の環境にある地域同士が連携を行い、共同で観光宣伝等を行うことも重要です。

○例えば、知多半島では、半島に属する5市5町が地域連携事業の一環として、産業観光施設及び観光モデルコースを紹介するパンフレットを作成しています。

【写真-75 「ぶらりぐるり知多半島」パンフレット（愛知万博知多半島おもてなしガイドブック制作実行委員会）】



写真-76 スタンプラリー導入の例

○愛知県と岐阜県では、連携の一環として、愛知県73箇所、岐阜県65箇所の産業観光施設を対象とするスタンプラリーを実施しました。
※平成19年は7～9月の期間限定で実施

【写真-76 産業観光スタンプラリー（愛知県、岐阜県）】



写真-77 施設を結ぶ交通手段の導入例

○名古屋市、多治見市、常滑市などでは、産業観光施設を巡る循環バスを導入しており、来訪者の利便性に貢献しています。

○名古屋市内の循環バス「メーグル」は、2007年7月に運行を始めました。産業技術記念館、ノリタケの森、徳川美術館等の産業観光施設だけでなく、名古屋城、名古屋テレビ塔にも立ち寄るなど、観光客の幅広い要望に対応しています（毎日運行）。

【写真-77 名古屋市・メーグル】



写真-78 旅行商品の活用例

○（財）名古屋観光コンベンションビューローは、地元バス会社と連携し、広範囲の産業観光施設を主な対象とする日帰りバスツアーを企画・実施しています。出発・到着地は名古屋市、目的地は名古屋市近郊（中京圏内の各地域）、飛騨高山市、飛騨古川市、郡上市、浜松市、静岡市、塩尻市など様々です。

【写真-78 「産業観光バスのご案内」（（財）名古屋観光コンベンションビューローホームページ）及び産業観光バス】

第4章 ビジネスモデルの形成

産業観光を継続的に受入れていくためには、費用と収益がバランスを取れるような仕組みづくり（採算性を考慮したビジネスモデルの形成）が必要になると推察されます。旅行事業者や交通事業者はもちろんですが、施設においても、株式会社等の企業活動に求められる「利潤追求」とまではいかなくても、産業観光推進のために要する費用（資料費、人件費、整備費など）を賄えるシステムの構築が重要となります。

施設の場合、現状では、タイプにより費用捻出に対する考え方が異なっているようです。その傾向の一例を以下に示します。

●博物館・資料館タイプ	： 入場料の形で料金を受領
●体験施設タイプ	： 体験料（材料費等を含む）の形で料金を受領
●工場施設タイプ	： 企業の広告・宣伝費等の位置づけで企業が支出
●産業遺産タイプ	： 活用用途により異なる
	商業施設等 －テナント料、直販などで受領
	ホール等 －賃借料などで受領
	資料館等 －入場料の形で受領
	モニュメント等－行政や企業等が支出

「博物館・資料館タイプ」「体験施設タイプ」「産業遺産タイプ」では、比較的用户から直接料金をいただくことが容易ですが、現状ではその料金だけで全てを賄う（独立採算で行う）システムにはまだ至っていません。一方、「工場施設タイプ」に代表されるような、企業や行政等が費用を支出（広告・宣伝費などとして支出）しているパターンでは、業績や社会情勢等により運営が左右されやすくなり、不安定さが増し、産業観光の持続的展開が難しくなる恐れがあります。

※企業や施設の経営・運営方針があるので、必ずしも企業の支出（お客様は無料）が否定されるものではありません。その一方で、「非営利事業」という位置づけであっても、無料である必要はありません。

ここでは、施設をはじめ、旅行・交通等の事業者や地域の観点も踏まえ、持続的・継続的に産業観光を推進するためのビジネスモデルのあり方について、手順や具体的要素等を示していきます。

ただし、個々の施設におけるビジネスモデルの検討や決定は、本来、施設や企業が独自の考え方で行うべきものであることを何ら否定するものではありません。

4-1 産業観光におけるビジネスモデルの考え方

基本的な考え方

施設や地域が継続的に産業観光を行うためには、ビジネスモデルのあり方が問われてくることとなります。その際、“産業観光らしさ”を反映したビジネスモデルの検討が求められます。

なお、モデルの構築においては、施設や地域等の特徴や価値、企業の方針などを加味したうえで、料金設定の考え方を明確にしておく必要があります。

留意事項

・ビジネスモデルの重要性

施設のタイプや企業のスタンスにより、収益性や来訪者への対応（料金設定など）が異なります。現状では「無料」で受け入れている施設であっても、人件費や資料費、整備費等は今後も確実にかかってくるため、将来、本業を圧迫する状況になることも考えられます。そのような状況になると、多くの場合、費用を来訪者に負担してもらうか、あるいは来訪者受入れをやめるかの選択に迫られるものと想定されますが、地域の活力維持、活性化のためにも継続的に受入れることが望まれます。そのため、たとえ部分的であっても費用を来訪者に負担してもらうことも含めビジネスモデルを検討し、産業観光を展開していくことが求められます。

なお、施設だけでなく、地域一体でのビジネスモデル形成も考えられるため、推進者や地域関係者、旅行業者等にも関わってきます。特に、産業観光は「着地型旅行商品」に適するものであるため、地域全体で検討することが重要です。

・産業観光らしいビジネスモデルの構築

産業観光は我々の生活・文化に関係する「産業」を観る点で、他の観光タイプとやや異なります。「産業体験」、「地域の食材を活用した食事」、「産業にまつわる製品・土産物」、「地域らしさを感じるガイド」等の「つくる楽しさや食を味わいたい」、「自分の作品が完成する」、「自分だけのものを持った」等産業観光ならではの要素を取り入れた観光内容とビジネスモデルが形成されると非常に効果的です。さらに、旅行商品化を目指す場合、他の観光施設（産業観光以外も含む）や旅行会社・バス会社等との連携を前提としたビジネスモデルの検討も可能となるでしょう。

・料金設定の考え方

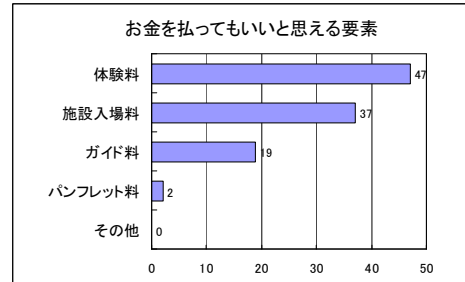
施設の場合、料金設定において、「来訪者に負担してもらう料金で施設運営のどこまでの費用を賄うか」という方針を持つことが適切です。また、入場料金等の設定においては、施設運営や見学、体験等のための案内、材料等の直接的必要経費だけでなく、見学や体験を通した施設の商品としての価値、来訪者に対する企業や製品のPR等の販売促進効果も考えることができます。

また、旅行商品として扱う場合、来訪者の負担が大きくならず、かつ受入れ事業の継続か中止かの判断をせまられないような料金設定を考慮する必要があります。そのためには、旅行会社と施設、交通機関等との間での料金設定の十分な検討等が必要で、場合によっては推進者も検討に加わることを望ましいと思われます。

モニターツアーのアンケート結果

お金を払ってもいいと思える要素

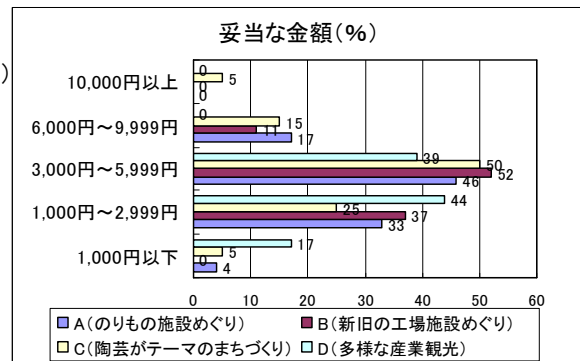
・お金を払ってもいいと思える要素の1位に「体験料」が挙げられており、「施設入場料」「ガイド料」がこれに続きます。



ツアーの金額について

・コースA（のりもの施設めぐり）、B（新旧の工場施設めぐり）C（陶芸がテーマのまちづくり）は3,000円～5,999円が最も多くなっています。日帰りの産業観光では、この価格帯が妥当と感じているようです。

・陶芸体験が含まれたコースCでは「10,000円以上」と答えた人がある通り、体験が含まれると付加価値も向上すると考えられます。



※コース概要については<巻末資料2 実施調査概要>をご参照下さい。

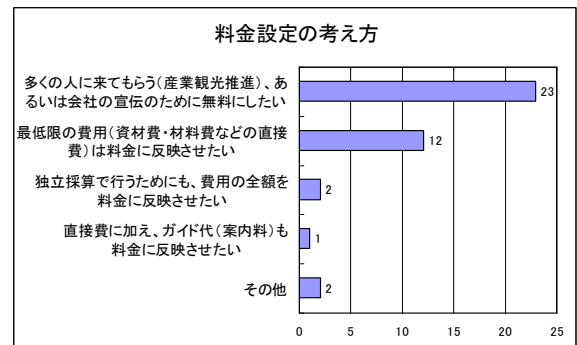
産業観光受入れ施設・自治体等へのヒアリング・アンケート結果より

料金設定の考え方

・「多くの人に来てもらう（産業観光推進）、あるいは会社の宣伝のために無料にしたい」が多数を占めています。

・その一方で、「最低限の費用（資料費、材料費などの直接費）は料金に反映させたい」と考えている施設もそれなりにみられます。

・「独立採算で行うためにも、費用の全額を料金に反映させたい」と考えている施設は僅かであるといえます。



具体例に見る創意工夫のポイント



写真-79 独立採算を目指す例

○ノリタケの森では、独立採算を目指し、クラフトセンターの有料化やレストランの併設、物品販売等に取り組んでいます。

【写真-79 名古屋市・ノリタケの森の施設配置の一部】

4-2 旅行商品への展開

基本的な考え方

ビジネスモデル実現化の一方法として、旅行商品化があげられます。近年、旅行形態も多様化してきており、従来型の団体旅行だけでなく、行動の自由度の高いフリープラン型や自家用車利用型が加わると、利用者の選択肢が増し、利便性が向上します。一方、施設にとっては単独での受入れ対応だけでなく、地域が一体となった受入れ策を講じることにより、受入れ地としての魅力向上が期待されるとともに、着地型旅行商品など新たなビジネスモデルの開拓につながる可能性があります。

留意事項

・様々な旅行商品への対応

団体ツアーの場合、客数の確保及び増加がビジネスモデル形成の課題となります。採算性確保のためにも、一定の集客が見込まれるような魅力あるツアーの企画が求められます。例えば、産業観光と一般観光を組み合わせることにより、商品魅力の向上が期待されます。

その一方で、商品内容が往復の交通手段と宿泊のみである「フリープラン」型の商品も考えられます。来訪者にとっては、団体行動をする必要がなく、自分の興味に合わせて自由に行き先を選択できるというメリットがあります。さらに、現地での交通手段や特徴ある食事等のプラスアルファ要素を加えると、商品魅力がさらに向上します。

・自家用車利用客への対応

施設が点在する場合、あるいは公共交通の便があまり良くない施設の場合、来訪者は従来の団体バスに加え、自家用車で訪れることが推測されます。このため、自家用車を活用した魅力的な商品の開発が期待されます。来訪者にとっては行動の自由度が高いというメリットがあるため、産業観光推進において効果的であり、ビジネスチャンスが広がる可能性があります。E T C等を活用した高速道路における割引制度やポイント制度の導入、S A・P Aや道の駅にある施設の優待利用などの特典を設けた旅行商品の検討が望まれます。

・地域一体型の受入れシステムの構築

施設単独でなく、地域が一体となる形でのビジネスモデルも考えられます。例えば、産業観光施設の周辺に飲食店、物販店、アミューズメント施設などがあると、産業観光施設での消費だけでなく、各店舗での消費も期待され、地域全体での消費が促されることとなり、地域の活性化につながります。そのためには、地域内での連携や協力が必要です。

・着地型旅行商品の開発

地域全体でのビジネスモデル形成を促進するうえで、着地型旅行商品の開発も重要です。地域の協議会等がランドオペレーターとなり、産業観光施設だけでなく一般的な観光施設を結びつける形で魅力ある旅行商品を開発することにより、ビジネスモデルを形成することに加え、地域の活性化に貢献することができます。そのためにも、着地型旅行商品の企画・販売の担い手である協議会等の役割が大変重要となります。

具体例に見る創意工夫のポイント



【写真-80 「はとバスの旅」パンフレットより】



【写真-81 「JR東海ツアーズ」パンフレットより】



【写真-82 「エースJTB」パンフレットより】

写真 80～82 産業観光を組み込んだ旅行商品の例

○「はとバスの旅」は産業観光と一般観光との組み合わせ商品、「エースJTB」及び「JR東海ツアーズ」はフリープラン型の商品となっています。「JR東海ツアーズ」の場合、現地の交通手段や著名ホテルでの朝食が組み込まれているため、魅力的な商品となっています。



写真-83 自家用車利用客への対応

○JTBが扱う「ドラ旅」は、各高速道路会社のETC企画割引とJTBの旅行商品を組み合わせたもので、高速道路や観光施設等の料金割引、自家用車利用による行動の自由度が特徴の商品です。現在、東北、甲信越、九州で展開されています。

【写真-83 JTBの「ドラ旅」パンフレットより】



【写真-84 多治見市・本町オリベストリート】

写真-84 地域一体での産業観光活性化の例

○産業観光施設に加え、飲食店や物販店などが集積することにより、地域全体での産業観光ビジネスモデルが形成される可能性があります。

○岐阜県多治見市の本町オリベストリートでは、建物景観の統一を図り、飲食店等の誘致を進めた結果、地域全体が産業観光の対象となっています。

4-3 ビジネスモデル形成のうえでの着目点

基本的な考え方

ビジネスモデルの形成に際し、考慮すべきいくつかの着目点があげられます。特に、お客様から料金をいただくことに対し、評価してもらうポイント（価値）を認識する必要があります。また、施設単独の魅力だけでなく、周辺施設や地域との関連性も、結果として施設の付加価値を向上させることにつながります。

これらの点を考慮したうえで、料金設定等に反映させることが、ビジネスモデル形成のために大変重要です。

留意事項

・商品価値の向上

商品（施設・設備や工程等）を単に見せるだけでなく、商品内容についての説明・解説を加えることにより、産業観光としてその商品に対する来訪者の理解が深まり、商品及びそれを製造する企業の価値は向上します。さらに、それにまつわる歴史や（企業）文化等のストーリー、「触れる・動かす・作成する」等の体験、ガイドの対応（巧みな話術、もてなしなど）がプラスされることにより、価値は一層高まります。

・商品価値の検証・分析

産業観光を商品（ビジネス）として扱う場合、商品価値の把握が必要になります。例えば、見学のモデルコースを設定する場合、そのコースにどれだけの価値（来訪者がその内容・サービスに対して支払っても良いと考える価格）があるのかを認識する必要があります。その効果的な方法の1つに「モニターツアー」があげられます。コースの善し悪し、案内のレベル、価値（支払ってもよい対価）などを一般の人に判断してもらうと、客観的な把握が可能となります。また、商品価値（品質）の把握・向上や業務改善を推進するマネジメント手法の1つにPDCAサイクル（Plan：計画、Do：実行、Check：評価、Act：改善）があります。この考え方に基づいた検証・分析及び改善も検討に値します。

・課金対象の設定

上記の価値判断をもとに、課金対象を明確に設定することも重要です。例えば、商品（施設・設備や工程等）そのものに価値があるのであれば「入場・入館料」、ガイドに価値があるのであれば「ガイド料」、コース設定であれば「企画料」、体験であれば「体験料」となります。その他、物品販売、飲食、移動交通、資料・情報提供、修繕・維持など、本来対象となるべきものはいろいろと考えられます。来訪者に対しては細かな内訳を示す必要はありませんが、検証・分析を行ううえでは細分化して把握することが望まれます。

・周辺施設や地域がもたらす価値との連携、活用

周辺に価値の高い施設や美しい街なみ等が存在すると、それだけで当該施設の位置づけや価値が向上することがあります。このような周辺施設や地域を擁する施設では、周辺と一体感のある施設の整備やまちづくり、共同イベント等を実施することで連携した楽しさや魅力を形成し、より多くの来訪者を招き入れることにつながると考えられます。

・行政主導から民間主導への転換

全国の産業観光の現状をみると、多くの地域で行政主導型となっています。理由としては、全

国的にはまだ取り組みを始めたばかりの箇所が多いこと、景気や企業の事業環境の改善が進まず、人員や予算等に余裕がなく、行政の補助に頼らざるを得ない状況であることなどが挙げられます。導入段階では行政主導もやむを得ませんが、やがては民間主導（協議会など）への切り替えが求められることとなります。そのためにも、民間主導での対応が可能となるようなビジネスモデルの形成を検討することが望まれます。例えば、神奈川県川崎市では、民間主導で行うための協議会が設置されており、産業観光推進に向けた具体的な対応策が協議されています。

さらなる発展に向けて

平成 19 年度中部圏産業観光推進ガイドライン検討懇談会 座長
日本福祉大学経済学部 教授 丸山 優

「国の光を觀（しめ）し、王に用いて賓たるに利し」なる句から生まれたように、観光は、「地域の誇りを外部の存在である主権者（今では国民）に見せて、その地域（と住民）が敬意と愛着を持つべき存在であることを納得させる」事業である。「ものづくり文化」に立脚して繁栄を続け、今も「ものづくり文化」を地域の誇りとしている中部圏で、産業観光という発想が生まれたのは当然であった。それは、企業博物館や他の産業遺構だけでなく、今も制作（ポイエーシス）の現場であり続ける施設をも観光資源として開発しようとする試みであった。ところが、そうした事業所には普通、観光という発想はない。社会貢献の一つとして、特に地域の学校教育に寄与すべく、学生・生徒の見学は積極的に引き受けるが、一般観光客を相手にする義理も道理もないというわけである。この考えを変えなければ、博物館・産業遺産巡り以外に産業観光の発展の道はない。

そこに旗振りとして登場してもらいたいのが地方自治体である。行政にとって産業観光振興は、「地域の誇りを示す」事業に携わる（飲食店を含めた）さまざまな企業・団体の地域集積（観光産業クラスター）の形成・発展を目指す地域産業政策の一環である。それは、当該の企業・団体にプラスの外部性、つまり「自らの内部にはないが地域には存在する」効率・恩恵という意味での外部経済を生み出す「街づくり」の取り組みでもある。「観光資源が乏しい」とこぼす行政は是非、さまざまな外部経済を具体的に示して、産業観光の音頭をとってもらいたい。

平成 19 年度中部圏産業観光推進ガイドライン検討懇談会 顧問

東海旅客鉄道株式会社 相談役 須田 寛

産業文化財や生産現場、産業製品等を観光資源とする「産業観光」は国内観光活性化のためのニューツーリズムのひとつとして各地で取組みが進んでいます。工場見学、産業資料館見学、農漁業作業の体験等はこれまでも「産業観光」という意識なしに各地で少しずつ行なわれていました。それらを「産業観光」の名のもとにまとめ、互いに連携してネットワークを組み乍ら幅広く進めようとするのが今提唱されている「産業観光」です。これによって「産業観光」として体系だて、位置づけのうえまとまった情報発信を行うことができます。さらに、観光資源を産業（ものづくり）という新しい角度から見直しその効果を高めることもできるようになりました。

そのような経緯があるだけに「産業観光」はビジネスモデルが未熟で永続性のある観光になりにくいことが各地から指摘されてきました。又「産業観光」が自然に少しずつ形成されてきた観光形態だけにその位置づけとくにまちづくりとの関連についての認識も不十分なまま進められてきたため十分効果をあげられなかった点も否定できません。

このガイドラインでは、産業観光のこれまでの経緯をふまえまちづくりのなかでの位置づけを明確にすると共に新しいビジネスモデルの形成にも多くの示唆を与えるなど今後の永続性ある観光システムとしての「産業観光」の方向を明らかにしています。このガイドラインを念頭におき乍ら「産業観光」が各地域ごとに幅広い関係者の連携と協働によってよりいっそう地域に密着した観光としてその基礎づくりがなされさらに発展することを期待する次第です。

平成19年度中部圏産業観光推進ガイドライン検討懇談会 アドバイザー
横浜商科大学商学部 教授 羽田耕治

産業観光は、エコツーリズム等と同様に、今後ますますニーズが高まっていく「学びの観光」「学習型観光」の代表的なものである。市場性があり、そして国、地方自治体レベルでその振興へ向けた取り組みが活発化していることから、さらに発展していくことは間違いない。しかし、それには解決しなければならない課題も少なくない。

そうした課題の中では、まず何よりも**企業側の理解の獲得**が必要不可欠である。施設・設備が実際に稼働している事業所において、利用者の受け入れに無関心であったり、消極的であったりすることが少なくない。そうした場合、産業観光は、企業理念や保有技術等のPR、新たな顧客開拓、モノづくりに対する理解の促進、人材確保といった、それぞれが掲げる**企業目的を達成する手段**であるということの理解を深めていくことが大切である。企業側の受け入れ条件も、企業秘密やセキュリティー上の問題、さらに受け入れ容量等から制約を受けることは否めない。こここのところは個々の企業毎に受け入れ条件を定め、そうした**受け入れ対応ルールを明示**し、地域レベルでデータベース化していくこと、さらに企業においては産業技術の歴史を知り、生産現場に触れることが**将来的な産業および技術の発展につながっていく**という産業観光の意義をよく理解してもらい、受け入れ拡大の方向で取り組みを重ねていくことが望まれる。

<巻末資料 1 産業観光ガイドライン紹介施設一覧>

市町村名	施設、エリア名	問い合わせ先
<愛知県>		
名古屋市	有松・鳴海絞会館	住所：名古屋市緑区有松町橋東南 60-1 TEL：052-621-0111 URL：http://www.accommo.co.jp/arimatsu/
	トヨタテクノミュージアム産業技術記念館	住所：名古屋市西区則武新町 4-1-35 TEL：052-551-6115 URL：http://www.tcmit.org/
	名古屋港 (南極観測船ふじ)	住所：名古屋市港区港町 1-9 TEL：052-652-1111 URL：http://www.port-of-nagoya.jp/
	ノリタケの森	住所：名古屋市西区則武新町 3-1-36 TEL：052-561-7114 URL：http://www.noritake.co.jp/mori/
瀬戸市	瀬戸蔵 (瀬戸蔵ミュージアム、窯場マルキ食茶房蔵所)	住所：瀬戸市蔵所 1-1 TEL：0561-97-1555 URL：http://www.city.seto.aichi.jp/sosiki/setogura/
	パーティせと	住所：瀬戸市栄町 4 5 TEL：0561-97-1166 URL：http://www.city.seto.aichi.jp/sosiki/parti/index.html
	新世紀工芸館	住所：瀬戸市南仲之切町 8 1-2 TEL：0561-97-1001 URL：http://www.city.seto.aichi.jp/sosiki/sinseiki/
	一里塚本業窯	住所：瀬戸市一里塚町 2 7 TEL：0561-82-4022
	窯垣の小径	問い合わせ先：0561-88-2542 (瀬戸市まるっとミュージアム課)
	せと案内処 (瀬戸市観光協会)	住所：瀬戸市末広町 1-3 TEL：0561-85-2730 URL：http://www.city.seto.aichi.jp/setomono/kankou/
半田市	半田赤レンガ建物	住所：半田市榎下町 8 TEL：0569-21-3111 (半田市企画部企画課) URL：http://www.akarenga-handa.jp/ (赤煉瓦倶楽部半田)
	国盛酒の文化館	住所：半田市東本町 2-2 4 TEL：0569-23-1230 URL：http://www.nakanoshuzou.jp/museum/index.htm
	博物館酔の里	住所：半田市中村町 2-6 TEL：0569-24-5111 URL：http://www.mizkan.co.jp/sunosato/
	観光案内所 (半田市観光協会)	住所：半田市中村町 1-4 0 TEL：0569-32-3264 URL：http://handa-kankou.com/handa-kankou.html
日進市	レトロでんしゃ館(名古屋市市電・地下鉄保存館)	住所：日進市浅田町笹原 3 0 TEL：052-807-7587 URL：http://www.kotsu.city.nagoya.jp/fun/museum/index.html
東海市	カゴメ記念館	住所：東海市荒尾町東屋敷 1 0 8 TEL：052-603-1161 URL：http://www.kagome.co.jp/factory/apply/index.html
知多市	おかき屋辰心	住所：知多市岡田字登り 2 7 TEL：0562-56-0280 URL：http://www.tatushin.co.jp/
常滑市	陶磁器会館	住所：常滑市栄町 3-8 TEL：0569-35-2033
	I N A X ライブミュージアム	住所：常滑市奥栄町 1-1 3 0 TEL：0569-34-8282 URL：http://www.inax.co.jp/ilm/
	やきもの散歩道	問い合わせ先：0569-35-5111 (常滑市観光協会)
	常滑市観光プラザ	住所：常滑市鯉江本町 5-168-2 TEL：0569-34-8888 URL：http://www.toko.or.jp/tokoname-kankou/ (常滑市観光協会)
<岐阜県>		
郡上市	さんぷる工房	住所：郡上市八幡町橋本町 9 5 6 TEL：0575-67-1870 URL：http://samplekobo.ftw.jp/
各務原市	かかみがはら航空宇宙科学博物館	住所：各務原市下切町 5-1 TEL：058-386-8500 URL：http://www.city.kakamigahara.lg.jp/museum/
多治見市	本町オリベストリート	問い合わせ先：0572-23-5444 (多治見市観光協会) URL：http://www.c-5.ne.jp/~tajimi/oribest/honmachi/sth.htm
	幸輔窯	住所：多治見市市之倉町 8-8 1 TEL：0572-22-3723 URL：http://www.ob.aitai.ne.jp/~k-gama/

<三重県>		
四日市市	ばんこの里会館	住所：四日市市陶栄町4-8 TEL：059-330-2020 URL： http://www.banko.or.jp/kaikan/
川越町	中部電力（株）川越電力館 テラ46	住所：川越町大字亀崎新田字朝明87-1 TEL：059-363-6565 URL： http://www.chuden.co.jp/kawagoe-pr/
	中部電力（株）川越火力発 電所	住所：川越町大字亀崎新田字朝明87-1 TEL：059-365-4585 URL： http://www.chuden.co.jp/kawagoe-pr/index.html

<巻末資料2 実施調査概要>

①ヒアリング調査

【目的】産業観光受入れ状況の把握

【対象】産業観光受入れ施設（12）、自治体（10）、観光関連団体（6）、観光事業者（2）

【実施数】30

②アンケート調査

【目的】産業観光受入れ施設の実態把握

【対象】産業観光受入れ施設 97 施設

【回収数】50 施設（回収率 51.5%）

③モニターツアー

【目的】一般来訪者の嗜好性把握、受入れ施設の検証（アンケートを実施）

【対象】一般来訪者

【実施日程】11月10日（土）、11月11日（日）、11月17日（土）、11月18日（日）

【参加者数】のべ88人

【ツアー内容】

①コースA（豊田市、日進市、各務原市、名古屋市）

●対象施設：トヨタ博物館、レトロでんしゃ館、かかみがはら航空宇宙科学博物館、ネックスプラザ

●特徴：

- ・「乗り物」という特定のテーマに関する施設を組み合わせている。
- ・運営主体も、民間、自治体、公社と多岐にわたっており、同じ「乗り物」をどのように見せているかという視点での比較が可能。

②コースB（川越町、知多市、半田市）

●対象施設：川越電力館テラ、おかし屋辰心、博物館酢の里、半田赤レンガ建物

●特徴：

- ・様々なタイプ（工場、博物館、産業遺産等）の産業観光施設を組み合わせている。
- ・施設タイプが異なることによる見せ方や魅力の違いを比較することが可能。

③コースC（瀬戸市）

●対象施設：瀬戸蔵ミュージアム、瀬戸市新世紀工芸館、窯垣の小径、一里塚本業窯

●特徴：

- ・公共交通機関と徒歩で回遊が可能。
- ・体験プログラム（陶芸）を盛り込んでいる。
- ・「焼物」をテーマとしている地域全体の取り組みを検証することができる。

④コースD（四日市市、川越町、名古屋市）

●対象施設：ばんこの里会館、四日市港ポートビル、川越電力館テラ、名古屋港

●特徴：

- ・産業観光の基本となる工場や博物館に、プラスαの魅力要素（即売、展望台、アミューズメント、複合整備）を備える施設を盛り込んでいる。
- ・色々な方に楽しんでいただけるようにと工夫された施設ごとの見せ方を比較することが可能。

<巻末資料3 検討懇談会参加団体一覧>

平成19年度中京圏産業観光推進ガイドライン検討懇談会 メンバー

【座長】	丸山 優	日本福祉大学 教授・経済学部長
【顧問】	須田 寛	東海旅客鉄道(株) 相談役
【アドバイザー】	羽田 耕治	横浜商科大学 教授

【参加団体】

産業技術記念館

(株)ノリタケの森

中埜酒造(株)酒の文化館

岐阜県陶磁資料館

東海旅客鉄道(株)

名鉄観光サービス(株)

(株)JTB中部

(社)中部経済連合会

名古屋商工会議所

中部広域観光推進協議会

(財)名古屋観光コンベンションビューロー

愛知県

岐阜県

三重県

名古屋市

半田市

豊田市

多治見市

関市

国土交通省総合政策局

国土交通省中部地方整備局

経済産業省中部経済産業局

国土交通省中部運輸局

国土交通省都市・地域整備局