

⑥ その他エリア **施** **推** **地**

基本的な考え方

来訪者を受入れるためには、産業観光施設についても一般的な観光施設で必要とされている機能や施設も整備する必要があります。駐車場やトイレ、休憩施設などの基本的な機能の不備は、産業観光のイメージの悪化にもつながってしまうため、おろそかにすべきではありません。

留意事項

・ 駐車場の整備

駐車場は多くの施設に必要な機能ですが、施設によっては、立地的に設置することが困難な場合もあるため、周辺地域や施設の状況に適した整備が考えられます。地域に小規模な施設が集まっている場合は、地域内および近隣に来訪者用駐車場をまとめて整備することも一つの方法です。産業観光の核となる比較的大規模な施設がある場合は、その施設の駐車場を地域内の施設の駐車場として共同利用することや、休日に利用が少ない駐車場がある場合は所有者、管理者の理解を得て利用させてもらう等の連携も考えられます。

・ トイレの整備

トイレはどのような観光施設にも必要な機能です。トイレの整備では、来訪者に分かりやすい案内表示の整備とともに、トイレ内部の清潔さ、使いやすさ、バリアフリーなどに配慮することが望まれます。また、女性客の多い施設では、女性用トイレの数は、男性用トイレよりも多く確保することが必要です。このような考え方にもとづいて、来訪者を受入れるために既存のトイレを再度、見直してみることも求められます。さらに、トイレの設置が困難な産業遺産などは、施設内にトイレがないことと利用可能なトイレの場所を表示するなどの工夫とともに、係員が来訪者に情報提供するなどの方法も考えられます。

・ 休憩施設の設置

産業観光では長時間、見学をしながら歩くこともあり、施設の可能な範囲で、多くの来訪者が利用できる休憩場所を整えることが望まれます。休憩施設の具体的な内容は、それぞれの施設の規模や種類、状況により異なりますが、数脚の椅子とテーブルの設置など、簡易な方法を考えることで、休憩施設整備の可能性が広がります。

具体例に見る創意工夫のポイント

・ 駐車場の整備例



【写真-35 瀬戸市・窯垣の小径駐車場】



【写真-36 半田市・博物館酢の里駐車場】

○写真-35は、小規模な施設が集まっている街で、地域全体の駐車場として一定規模のスペースを確保しており、自動車での来訪者も街の中を散策することができます。

○写真-36は、地域の中核的な施設の駐車場を隣接する産業観光受入れ施設の来訪者用

駐車場としても利用させ、両方の施設の利便性を高めています。

これらは地域の状況に即した駐車場の整備例といえます。

・トイレの整備例



【写真-37 瀬戸市・窯垣の小径のトイレ】

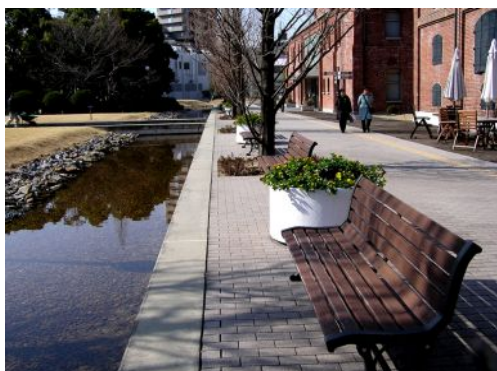


【写真-38 半田市・国盛酒の文化館のトイレ】

○写真-37は、街の中に整備された駐車場に休憩施設を兼ねたトイレを整備した例です。中小の施設が多い地域では、このようなトイレの整備方法も個々の施設の負担を軽減することにつながります。

○写真-38は、トイレを新設することが困難な歴史的な建築物の外に、外観やデザインを揃えて来訪者専用のトイレを整備した例です。

・休憩施設の設置例



【写真-39 名古屋市・ノリタケの森】



【写真-40 名古屋市・有松の絞り問屋】

○写真-39は、施設周辺の敷地を公園として整備し、その通路にベンチが整備されている例です。施設周辺を散策する人の利用も考慮して休憩施設が配置されています。

○写真-40は、市の文化財になっている建物の軒先に、非毛氈をかけた腰掛を設置している例です。周辺の歴史的な街並みにあわせた休憩施設の整備事例といえます。



【写真-41 瀬戸市・瀬戸蔵】



【写真-42 半田市・半田赤レンガ建物】

○写真-41は、施設内の吹き抜け空間にインフォメーション機能と休憩機能を組み合わせ

せて設置している例です。吹き抜け空間の明るさを楽しみながら休憩できます。

○写真-42は、産業遺産の内部に来訪者用の椅子を設置している例です。この施設のように暫定的な利用や公開を行っている施設であれば、パイプ椅子などを利用することで、簡易に休憩機能を付加させることができます。

これらは、施設周辺の立地条件や施設の種類に応じた休憩施設の整備例です。

施設へのアンケート結果

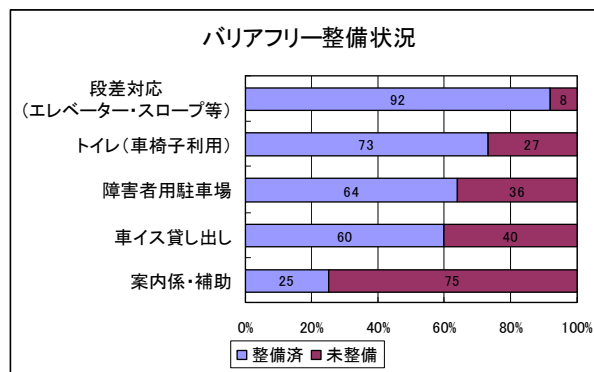
産業観光の受入れ施設や企業を対象に行った施設整備についてのアンケート調査の結果からは、バリアフリーに関する意見も多数寄せられていました。主要なものは以下のとおりです。

施設のバリアフリー整備に関する意見

・バリアフリーの整備状況としては、トイレ整備が73%、段差対応が92%、車椅子の貸し出しが60%、障害者用の駐車場が64%、障害者用の案内係が25%でした。

・バリアフリーの課題としては、「費用、既存工場の為、大仕事になる」「古い建物でどの様に改良したら良いのか迷っている」といったものが挙げられています。

・新しく建てられる施設はバリアフリー対応を心がけた設計を行います。特に古い施設のバリアフリー化が課題となっています。ハードとしてのバリアフリーが整っていない場合でも、スタッフがお手伝いをすることによって障害のある来訪者の見学が可能になることもあります。



2-3-3 産業観光の魅力を伝える手法 **施** **推** **地**

産業観光の魅力は、産業やものづくりを通して「知る」、「学ぶ」、「体験する」ことができる点にあります。そのような産業観光の魅力を活かしながら、産業や技術などを分かりやすく、楽しく見せていくための創意工夫が必要で、その創意工夫が継続的な推進にもつながります。

また、ガイドについては来訪者への産業観光の魅力を伝え方の中で大きな位置を占めています。その人材確保から育成、案内の手法などが非常に重要なポイントとなるため、2-5節でより詳細に説明をしています。

① 産業を楽しく見せる工夫 **施** **推** **地**

基本的な考え方

来訪者のニーズをふまえながら、産業や技術などを楽しく「知り」、「学び」、「体験する」ことができるような工夫が産業観光の魅力を高めることにつながります。また、産業観光を継続的に推進していくため、体験プログラムも含め展示内容等の創意工夫が必要です。

特に、産業観光で取り上げる対象は、日常生活とどこかでつながっているながら日頃目にしないものが多いため、「普段、見られない現場を知る」という希少性を活かした見せ方が有効です。日常生活の中で目にしているものが対象の場合は、原料が製品になるまでの工程、製品や製造技術の歴史、製造にまつわるエピソードなどを取り入れ、来訪者を楽しませる見せ方も望まれます。

留意事項

・対象物そのものの魅力を伝える

産業観光の対象物が高速道路の管制システム、発電所、港湾施設、ごみ焼却場など普段、目にしない都市の機能や土木施設などの場合は、圧倒的な規模の大きさや使われている先端技術、独特な雰囲気を持つ空間などを分かりやすく見せ、その意味を説明することが必要です。対象物について専門的な知識を持たない来訪者にとって、産業観光は知らなかった世界を垣間見る機会であり、生活を支える対象物の重要性を理解し、親近感を持つことが期待できます。

・現場で働いている人や行っている作業を見せる

機械操作や重機などで作業を行っている風景は、それ自体が産業観光の一つの見せ場であり、来訪者に共感や感動を与える重要な要素ですが、施設の状況や産業の種類に応じ、安全に見せることが求められます。声が届かない場所から作業風景を見せることや、作業を行っている部屋の窓越しに見せるなど、産業を支えている人の姿の見せ方は多様です。

・対象物の背後にある技術やストーリーを活かす

産業観光を楽しませるポイントとして、対象物の歴史や由来、発展の経緯、技術の変遷とそれに関わった人物伝など、産業や技術、製品にまつわるストーリーを取り入れることは、来訪者の興味の喚起に役立ちます。対象物にまつわるストーリーを伝える中で、専門知識を少しずつ紹介することも分かりやすく伝える一つの方法です。ハイテク技術なども、その仕組みや開発の裏話などを伝え、実際の作業を見せることで来訪者の理解を深めることにつながります。

・来訪者を飽きさせないように見せる、伝える

産業観光では、来訪者層にあわせた見せ方も求められます。年齢や性別、国籍などを考慮し、来訪者が興味を持つ点をふまえながら説明することは、飽きさせない見せ方につながります。例えば、女性には対象物と日常生活の関わりを取り入れ、高い年齢層には昔の技術や製造工程の説明を行うなどの工夫も考えられます。クイズ形式の説明は多くの来訪者の興味を喚起させる効果があります。産業観光の受入れ施設や企業にも、一般の文化施設や商業施設と同様、定期的な展示の入れ替えや時代に即した展示コンセプトの見直しなどを行うことが求められます。

・産業観光らしい体験プログラムを作る

産業観光で人気が高く、楽しめる要素の多い体験については、計画的なプログラム作りを行うことが望まれます。体験プログラムの考え方は、まず施設や企業で扱っている産業や技術の中のどの部分を取り入れるのかを設定します。陶器作りのように工程のほぼ全般を対象とする場合や食品サンプル作りのような途中段階から製品化までの場合など、作業の難易度や危険性、かかる時間をふまえ作業内容を決める必要があります。特に作業時間の長さは、体験プログラムの内容や参加者の傾向、団体ツアー客の受入れなどを考慮して決めることが望まれます。体験の成果として自作品を得ることは、来訪者の満足感を高め、産業観光らしい記念品になるとともに施設や企業のリピーター客の確保という効果も期待できます。

・産業観光らしいツアーコースを計画する

施設や企業をめぐるツアーコースの計画は、一般の観光資源と産業観光の資源を同等に楽しむことが望まれます。ツアーコースを計画する際は、メインとなる産業観光資源を決め、一般の観光資源と組み合わせることが望まれます。中部圏では2つの観光事業者による産業観光のバスツアーが実施されており、一般の観光資源と産業観光資源を結びつけたツアーコースが作られています。多くの人が楽しめる観光資源と組み合わせることは、産業観光と一般的な観光

地との連携にもつながります。コースの中に食事や買い物が楽しめる施設を積極的に取り入れることも考えられる方法です。

具体例に見る創意工夫のポイント



【写真-43 川越町・川越火力発電所】

写真-43 火力発電所構内の見学を受入れている例

○火力発電所の巨大な煙突や大きな建物は、間近で見ると迫力がともないます。そのような経済活動や生活機能を支えている施設を見ることも産業観光の魅力の一部です。



【写真-44 各務原市・航空宇宙科学博物館】

写真-44 客室以外の飛行機の機内を見せている例

○飛行機を利用している一般の乗客がコックピットを見ることはほとんどありません。そのような希少性のある空間を見ることができるとも産業観光の特色といえます。



【写真-45 川越町・川越火力発電所】

写真-45 作業空間と作業風景を公開している例

○火力発電所のタービンのある建物内部の見学では、実際にタービンの点検作業を行っている人や作業風景を見ることができます。普段はあまり知られていない機能を支える仕事のありのままの姿を間近でみることができるのも産業観光らしさといえます。



【写真-46 東海市・カゴメ記念館】

写真-46 製品の歴史や創業者について紹介している例

○カゴメ記念館では、現在の製品に至るまでの過程や創業者の奮闘などを紹介しています。製造現場に加え、製造している商品の背景にある人物や歴史を紹介することで、より深みのある情報を提供しています。



【写真-47 瀬戸市・一里塚本業窯での陶芸体験】

写真-47 作家による指導も体験の魅力になっている例

○陶芸家としても活躍している作家による指導は、体験に参加する来訪者にとってもプロに直接指導を受けられる貴重な機会になります。熟練した技術に触れることで、今まで知らなかった世界に接する機会としても体験は大きな意義があります。



【写真-48 半田市・知多牛弁当】

写真-48 地域の食材を使用した食事の例

○魅力的なツアー内容は、地域らしく美味しい食べ物も大きな要素になっています。半田市では、地元の知多牛を使った弁当を提供する飲食店があり、産業観光のモニターツアーでも好評を博していました。



【写真-49 産業観光バスツアーのHP】

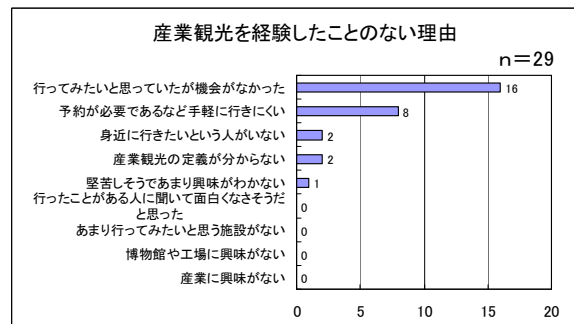
写真-49 HPによる産業観光バスツアーの情報発信の例

○数ヶ月先のバスツアー内容が一覧表示されており、その中から興味のある内容を選び、インターネットから申し込むこともできます。ツアー内容は、歴史的な建物と食品製造の体験や街道沿いの宿場町と発電所見学の組み合わせなど幅広い産業が取り入れられています。サイト上では、産業観光についての説明も行われています。

モニターツアーのアンケート結果

産業観光を経験しにくい理由

- ・産業観光を未経験者の理由としては、「行ってみたいと思っていたが機会がなかった」が最多で、「予約が必要であるなど手軽に行きにくい」が続きます。興味がないという回答は少なく、行ってみたい人は多いことがわかります。
- ・産業観光を経験した人はほぼ満足していますが、産業観光のはじめの一歩が踏み出しにくいことがわかります。その要因として、「予約が必要」といった手軽に行きにくい点が挙げられます。

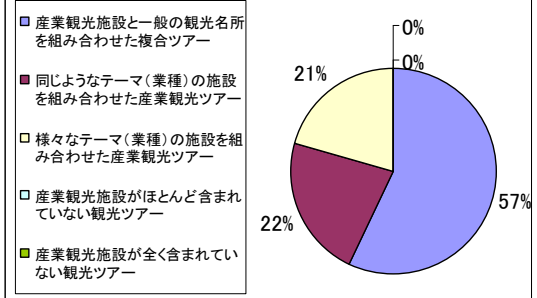


しかし、施設や企業としては安全管理やガイドの手配等の関係で予約制にしているところも多く、来訪者のニーズをふまえ、受入れ体制を検討する必要があります。また、土日が休館の施設が多く、休日に行くことができないことは大きな問題点といえます。産業観光をより多くの人に経験してもらうためには、気軽に施設を来訪でき、予約をしなくても楽しめるシステムづくりや手軽でわかりやすい情報発信をしていくことも必要です。

産業観光ツアーの可能性

・ 今後積極的にいきたいツアーとして、全ての回答者が産業観光を含んでいる観光ツアーを選択した通り、産業観光はツアーとしても大きな魅力を持つことがわかります。ただし、産業観光施設と一般の観光名所を組み合わせたツアーに対するニーズが最も高いという結果を考慮すると、「産業観光」として一般の観光と区別をする必要はなく、既存の観光資源と組み合わせることで、より幅の広い魅力を付加することができます。

今後、積極的にいきたいと思うツアー n=63



2-4 情報の発信 **施** **推** **地**

産業観光を観光の一分野として見た場合、情報発信の方法と地域や産業、施設のPR、施設や企業までの案内方法など充実させる必要がある多くの項目がみられます。産業観光の受入れに関する情報発信は、ハード整備、施設内での展示や製品、製造工程の見せ方などとともに、今後、産業観光の推進を左右する大きなポイントであるといえます。

このガイドラインでは、中部圏の各地域で産業観光の受入れを行っている公共施設と民間施設でみられた方法や、観光事業者の取り組みを例に、産業観光のためのソフト整備について説明します。

ソフト整備について充実が求められる内容を種類別に分類すると以下の①～④のようになります。

- ① 情報発信のあり方
- ② PRツール（パンフレット、チラシ、マップなどの印刷媒体）
- ③ 情報発信ツール（HP、インターネットなどの電子媒体）
- ④ 案内の表示ツール（看板などの屋外広告物）

① 情報発信のあり方 **施** **推** **地**

基本的な考え方

施設や企業、地域をPRしていくためにも、情報発信は必要不可欠です。情報発信の目的は、できるだけ多くの人に情報を知らせること、情報を求めている人に適切な情報を知らせることが重要になってきます。どのような人に、どのような情報が、どのような場所で求められているのかを十分に把握し、それぞれの施設や企業に適した情報発信の種類と方法を検討していくことが求められます。また、今後の受入れ計画に沿った情報発信先の規模を考えることも望まれます。

留意事項

・ 情報を提供する対象者を設定する

情報発信は、情報を提供する対象者によって必要な情報が異なることも考えられます。このため、どのような人を対象に情報発信を行うのかを考え、情報発信先を決めることが求められます。

施設や企業は、校外活動、遠足や修学旅行の目的地としても適しているため、受入れる用意がある場合は、施設や企業で設定している主要な来訪者層の他に、近隣の小中学校や専門教育機関、大学などへの情報発信も有効です。さらに、施設や企業で取り上げている産業や専門的な技術に興味を持っている博物館や資料館、美術館など公共施設への情報発信を行うことは、明確で専門的な目的を持った来訪者の獲得にもつながります。

・基本情報を決め、発信する情報を絞り込む

情報発信の対象者により発信する情報は異なりますが、すべての対象者に必要な基本情報は広く発信することが求められます。例えば、取り上げている産業や施設の説明・見学可能日や時間・施設の場所とアクセス方法・駐車場の有無・フロア案内・見どころの紹介・体験の有無・ガイドの有無・予約の可否・入場や体験の料金、見学に際する注意事項等が主要な基本情報として考えられます。さらに、施設や企業が伝えたい情報や特定の対象者を意識したプラスアルファの要素を取り入れることも有効ですが、多過ぎる情報は混乱をきたすことにつながるため、発信する情報の絞り込みも求められます。

・情報発信のための手段を選ぶ

情報発信のツールは、パンフレットやチラシ、マップなどの印刷媒体に加え、ホームページやメールマガジンなどのインターネットを中心とする電子媒体など多様です。施設の受入れ環境や予算などに合った情報発信の方法を検討する必要がありますが、今後、施設や企業として産業観光をどのように推進していくのかという方向性によって選ぶ手法は異なります。産業観光でどのくらいの来訪者を受入れていくのかを設定した上で、情報発信の手段や規模を検討していくことが求められます。また、伝えたい情報の種類によって印刷媒体、電子媒体など複数の情報発信ツールを使い分けることにより、目的に適した受け手に情報を発信することが可能になります。

・情報を提供するタイミングと場所を選ぶ

情報は、不特定多数の人に施設や地域の存在を知らせるもの、施設や地域の来訪を目的としている人に知らせるもの、施設や地域の来訪中に知らせるものの3つに大別することができます。必要な情報を必要なタイミングで提供するためにも、この3つの段階をふまえて情報提供のタイミングや場所を検討する必要があります。また、情報提供にあたっては、他の施設や地域、他の推進者や関係者との積極的な連携を図っていくことも望まれます。

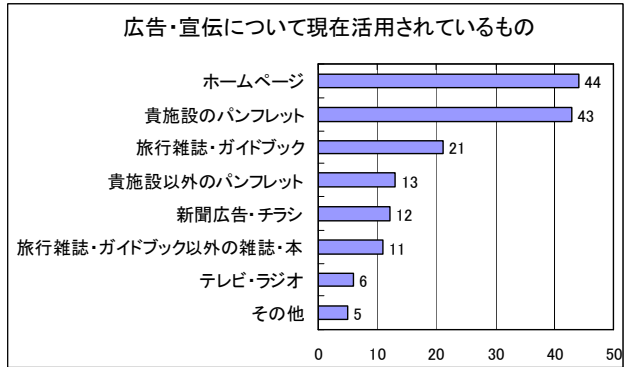
・定期的に情報を更新する

情報の中には、施設の受入れ状況やイベントの開催など時間とともに変化するものが多く含まれています。発信する情報は、正しい内容であること、新しい内容であることが特に重要であり、発信している情報をタイムリーに管理していくことが求められます。特に、イベント開催や季節的な要素を含んだ情報は、更新が行いやすいホームページやチラシなどで発信することが望まれます。情報更新が滞っているホームページは、施設に対するマイナスイメージにつながる恐れもあるため、情報の定期的かつ必要に応じた更新も必要です。

モニターツアーのアンケート結果

受入れ施設の情報発信について

産業観光受入れ施設に対して行ったアンケート調査（複数回答）によると、産業観光の情報発信媒体としてホームページを活用している施設が最も多く44%でした。次いで、パンフレットの43%、旅行雑誌・ガイドブックの21%という結果になっています。この結果からは、インターネットとあわせてパンフレットやガイドブック、チラシなどの紙媒体による情報発信も多く行われていることが分かります。



産業観光受入れ施設の情報発信について、モニターツアーのアンケートからの意見は以下のようなものでした。

<情報発信の良い例>

- ・商品に関するいろいろな活用方法のパンフレットがあつてよかった。（半田市・博物館酢の里）
- ・パンフレットやテレビ、新聞で見るのでよく知っている。（川越町・川越電力館テラ46）
- ・何カ所か見やすい所にパンフレットが置いてあった。（長久手市・トヨタ博物館）

<情報発信の悪い例>

- ・インターネットでもあまり詳しい説明がのっていなかった
- ・あまりこの地域のことを知らなかったのもう少しアピールしても良いのでは。
- ・道が複雑なのにマップが設置されていない。
- ・どこにパンフレットがあるかわかりませんでした。
- ・パンフレットを初めてみた。知らない人が多いと思う。
- ・もう少し詳しいパンフレットがあると、後ほど見るときにわかりやすいのではないか。
- ・施設への行き方がわからない。パンフレットにバスの時間があるといいかも。
- ・外国語のパンフレットがあるのは良いが、英語のみで内容も古い。
- ・作られる工程がパンフレットにあると興味をもっとわく。

② PRツール（パンフレット、チラシ、マップなどの印刷媒体）●●●

基本的な考え方

印刷媒体によるPRツールには、パンフレットやチラシ、マップなどがあります。これらは来訪者が手に取ることができる施設や地域の情報ツールといえます。産業観光やその施設・企業に興味を持ってもらうためにも、PRツールを手にした時の見やすさや読みやすさを考慮したものを作成することが望まれます。産業の特徴や地域らしさが感じられ、楽しめるPRツールも好まれます。

施設や企業間など関係者間で連携し、一つのPRツールとして作成する場合、施設によって記載内容にバラつきが生じないように配慮することが適切です。

また、配布・設置にあたっては、情報を把握しながら効果的な紹介方法の検討が求められます。

留意事項

・PRツールに記載する情報を決める

パンフレットに記載する基本情報は、取り上げている産業や施設の説明・見学可能日や時間・施設の場所とアクセス方法・駐車場の有無・フロア案内・見どころの紹介・体験の有無・ガイドの有無・予約の要否・入場や体験の料金などが挙げられます。近隣の商店街や歴史的街並み、

名所旧跡などの記載は、パンフレットの活用度が高まります。周辺の飲食施設や地域の名物の紹介など周辺地域への来訪者の回遊を考慮した地域情報の記載も望めます。

・特に知らせたい情報、強調したい情報を発信する

施設や企業が行っている体験や実演、定期的なイベントは、専用のチラシやポスターを作成し、観光案内所、鉄道駅、高速道路のサービスエリア、道の駅、近隣の商店街や飲食店、他の産業観光受入れ施設、公共施設など来訪者が立ち寄りそうな場所に配布することで効果的な集客につながります。体験やイベントなど、開催日時が明確で定期的なものは、数ヶ月～1年先の開催予定をチラシに記載し、来訪者の「次の観光目的」として印象付けることも集客につながります。

・外国人の案内にも対応したツールを作る

PRツール作成では、国外の来訪者を意識することも必要です。来訪が多い国の言語による基本的な施設案内とあわせて、困った時にどこへ行けばよいのか？など公共情報も記載した活用範囲の広いPRツール作りが求められます。

・地域全体の産業観光の充実に役立つマップ（地図）を作る

街なかに点在している施設や地域らしい街並みについては、マップの作成が効果的です。どのような人がどのような目的で使用するマップなのかを考え、マップで取り上げる範囲を考慮することが求められます。まち歩きを目的としたマップを作る場合は、初めて地域を訪れる人が迷わないように、海や山、河川、鉄道、道路、目印になる建物など記入し、紹介したい施設への順路や時間別の散策モデルルートなど、地域を歩くために役立つ情報を充実させることが望めます。飲食や買い物が楽しめる場所、駐車場、案内所、公園、文化施設、公共施設、鉄道駅、バス停や時刻表などを記載し、来訪者の利便性を高めることも求められます。イラストや写真を多く使うなど、見やすく楽しいマップ作りを心がけましょう。

・それぞれの施設や企業が連携してPRツールを作る

周辺や近隣地域の複数の施設や企業が連携してPRツールを作成することは、印刷コストや作業量の低減が期待できます。また、施設や企業が個別にパンフレットやチラシを作成する場合もサイズや規格、規準となる色やデザインを地域で統一することで、産業観光のPRツールであることが認識されやすく、設置も容易になります。近隣の地域にある施設や企業が共有できるシンボルマークやロゴタイプを作ることも、来訪者への強いアピール効果が見込めます。

具体例に見る創意工夫のポイント



写真-50 観光案内所にパンフレットやチラシ、地域の産業のPR資料を設置している例

○観光案内所へパンフレットやチラシ、マップなど印刷媒体によるPRツールを設置することも多くの来訪者への情報発信には有効な方法です。常滑市の観光案内所では、パンフレットやチラシ、窯場のポスターなどととも地域産業を紹介するパネルや特産品も展示されています。

【写真-50 常滑市・観光プラザ内観光案内所】



写真-51 イラストによる分かりやすいマップの例

○瀬戸の町をイラストによって表現したまち歩きマップは、印刷物にした場合も見やすい大きさと正確な方位や縮尺によって描かれています。マップとしての機能もイラストとしての完成度も高いPRツールといえます。このガイドマップには、地域の焼き物を見たり買ったりできる場所が記載されているほか、外国語表示のものも揃えられています。

【写真-51 瀬戸市のイラストを使ったガイドマップ】



写真-52 規格がそろっているパンフレットの例

○PRツールの規格やサイズをそろえることで、設置する際に扱いやすくなり、来訪者にも見やすくなるなどのメリットがあります。

【写真-52 瀬戸市・せと案内処（観光案内所）】



写真-53 連携している他施設のパンフレットの設置例

○名古屋では、AMICという産業観光の推進団体があり、その団体に加盟している施設や企業のPRツールは専用のラックにまとめて設置されています。他の施設へのパンフレット設置は、産業観光に興味のある来訪者を対象とした配布が可能になるため、効果的な方法といえます。

【写真-53 名古屋市・ノリタケの森】

③ 情報発信ツール（HP、インターネットなどの電子媒体） ● ● ●

基本的な考え方

電子媒体による情報発信は、ホームページの開設やインターネットの活用、タッチパネル式のデジタル端末の設置などが考えられます。こうした電子媒体は、リアルタイムの情報発信が容易であるという利点とともに、多くの人が場所や時間を選ばず同時に情報を得ることができるため、多くの観光地や観光施設がインターネットによる情報発信を行っており、来訪者にとっては手軽な情報入手の手段となっています。産業観光の受入れにもインターネットなどの電子媒体を活用した効果的な情報発信を行うことが求められます。

留意事項

・インターネットを活用した情報発信を行う

遠隔地の人や不特定多数の人に産業観光や施設の情報を発信する手近なツールとして、インターネットが挙げられます。一般の来訪者やツアーの立ち寄り先を検討している観光事業者、ツアーコーディネーターなど多くの方が、事前にインターネットで施設の情報収集を行っていることが考えられるため、インターネットを使った情報発信では、施設や企業の概要・見学可能日や時間・施設の場所とアクセス方法・駐車場の有無・フロア案内・見どころの紹介・体験の有無・ガイドの有無・予約の要否・入場や体験の料金など、来訪のための基礎情報を掲載したホームページづくりが望まれます。ホームページでは、最新イベント情報の提供ができるようにタイムリーな情報発信が容易ですが、掲載情報の新しさが求められるため、定期的な情報更新が求められます。

・電子媒体と印刷媒体を併用した情報発信を行う

ホームページや携帯電話のサイト作りとあわせて、同一の情報を記載したパンフレットやチラシなどの印刷物を準備しておくことも利便性を高めます。このような印刷物を準備することで、インターネットや携帯電話をあまり利用しない来訪者に対する情報提供が可能になります。また、印刷媒体によるPRツールは来訪者が持ち帰り、施設や企業の来訪後に見直すことで、産業観光の記念や資料としての利用も考えられます。

・電子媒体を活用した広域的な情報発信を目指す

名古屋を中心とする中京圏では、JR名古屋駅の観光案内所に施設や企業が検索できるデジタル端末が設置されています。デジタル端末の操作方法は、パネルをタッチして興味のある施設の情報を入手することができるため、多くの人々の利用が期待できます。それとあわせて、中京圏の産業観光受入れ施設や企業を集約した小冊子、パンフレットなども用意されています。産業観光を目的とする観光客は、デジタル端末による施設や企業の検索とあわせて、施設の情報が集約された冊子の入手ができるため、端末で興味のある施設を見つけ、より詳細な施設案内やアクセス方法などは冊子の情報で知ることができます。このような重層的な情報発信を行うためにも、観光案内所や観光協会への積極的な情報発信を行うことが必要です。加えて、観光案内所や観光協会による情報発信も求められます。

具体例に見る創意工夫のポイント



写真-54 街並みと見どころを紹介しているHPの例

○産業観光の受入れ施設だけでなく、産業を活かした街並みや地域で生産されている製品が買える店なども紹介しているHPは、より多くの客層への情報発信が考慮されています。

【写真-54 多治見市の本町オリベストリートの案内HP】



写真-55 地域全体の産業観光を案内しているHPの例

○東海地域の産業観光受入れ施設を紹介しているHPは、日本語の他に英語、中国語、韓国語による表記があります。それぞれの都市の紹介とともに産業観光の受入れ施設や企業、ガイドの有無、観光協会の情報なども見ることができます。

記載内容は、画像と所在地など基本的な情報が簡潔に示されています。

【写真-55 東海ものづくりのまち巡りHP】



写真-56 HPと連動したパンフレットの例

○HPで紹介している情報をパンフレットとして作成し、配布しています。使用しているデザインやロゴタイプをそろえることで、シリーズとしての統一感が生まれています。パンフレット内に掲載されている施設もHPとの整合性が確保されています。

【写真-56 東海ものづくりのまち巡りパンフレット】



写真-57 観光案内所にある産業観光の検索用端末の例

○多くの人の利用がある観光案内所に、産業観光に特化した施設案内の検索用端末が設置されています。施設の名前や産業の種類で、行きたい施設を探することができます。



【写真-57 名古屋市・JR名古屋駅コンコースの観光案内所に設置された端末と画面】

④ 案内の表示ツール（看板などの屋外広告物） **施 推**

基本的な考え方

初めて地域や施設を訪れる人にとって、分かりやすいアクセス経路の案内表示は、地域や施設の印象に大きく影響します。案内表示の設置は、多ければいいというわけではなく、必要なポイントに必要な案内が表示されていることが求められます。来訪者を最寄りの鉄道駅や交通機関から施設や企業、地域まで誘導する表示は、見やすさと分かりやすさを最優先に考えることが求められます。

施設や企業が集積している場合は、個別に案内を表示するのではなく、同一経路上にある施設をまとめて表示するなど街並みの景観に十分配慮することも望まれます。

留意事項

・それぞれの施設や企業、地域が連携して案内表示を設置する

施設や企業が街なかに点在している場合や地域全体で産業観光の受入れを推進している場合などは、その地域が産業観光の街であることを来訪者に伝える案内表示が望まれます。地域や街ぐるみの産業観光推進を目指し、受入れ施設や企業、推進者、地域関係者が一体となって案内表示を充実させることが望まれます。

歩いて来訪する人を対象とした街なかの案内表示では、日本語のほかに外国語を用いた表示や目的とする施設までの距離などの記載があると機能性が高まります。

・来訪者の交通手段を考慮した案内表示を設置する

公共交通機関などの拠点から施設や企業、地域へ来訪者を誘導する案内表示は、その地域の自治体や観光協会などに相談したうえで、設置することが求められます。特に自動車での来訪者が多い施設や駅からの経路上に案内表示の設置を計画している場合は、法規制^{*}に沿った案内表示が必要です。 ^{*}屋外広告物法や公共団体の景観条例、街づくり条例など

・受入れ情報を表示する

小規模な施設や企業の案内表示では、その施設が「産業観光受入れを行っている」ことを明示し、「内部の見学ができる」「実演を見ることができる」「体験ができる」「休憩ができる」など、それぞれの施設や企業が提供している産業観光の内容を表示することは、来訪者にも有用な情報であり、施設にとっても来訪者の獲得に効果が見込めます。そのような案内表示の充実は、来訪者が気軽に施設を訪れ、産業観光を楽しむことへの効果が期待できます。必要に応じて、施設の内容や体験内容、地域性などを考えて、施設としての認証やロゴマークによる表示などの仕組みづくりなども考えられます。

具体例に見る創意工夫のポイント



写真-58 近接している施設の案内表示の例

○常滑のやきもの散歩道という散策路脇の壁面に周辺にあるギャラリーや陶芸体験ができる工房などを表示した簡単な地図が設置されています。このような手づくりの案内表示は、地域の人の温かな心遣いを感じられ、来訪者の気持ちを和ませる効果も期待できます。

【写真-58 常滑市・やきもの散歩道に設置されている手描きの案内表示】



写真-59 地域の多様な施設をまとめて表示している例

○多くの案内表示を設置するのではなく、一つの案内表示で複数の施設を案内することで、煩雑になりがちな案内表示をまとまりのあるものとして見せることが可能になります。また、それぞれの施設への距離の表示もあり、分かりやすい表示になっています。

【写真-59 半田市・施設をまとめて案内している表示】



写真-60 来訪者の利用頻度の高い施設に設置した案内の例
 ○街全体の駐車場や公衆トイレ、休憩施設のある場所に街の散策に対応した案内表示を設置しています。地域の産業にまつわる見どころや古刹なども示されており、地域を良く知らない来訪者にも親切な内容になっています。

【写真-60 瀬戸市・洞町 窯垣の小径の街なか案内表示】



写真-61 産業観光の受入れを行っている施設表示の例
 ○小規模な作業所や工房は、少し入りづらい印象を持たれることもあるため、多治見市の市之倉地区にある幸輔窯では、見どころでもある窯場と工房が見学できることを看板で表示しています。このような表示があれば、初めてこの町を訪れる観光客も気軽に産業観光を楽しむことができます。

【写真-61 多治見市・陶の里市之倉の幸輔窯の表示】



写真-62 見学できる施設があることを表示している例
 ○細い道路が入り組んだ住宅地の中に、工房や陶器を扱うギャラリーが集まっているやきもの散歩道の途中に、古い登窯が保存されている公園があります。迷路のような町の中で、このような見学できる施設の案内表示を整えることも来訪者が楽しく充実した気持ちで地域内を歩ける要素になります。

【写真-62 常滑市・やきもの散歩道の登窯の案内表示】

2-5 産業観光を支えるガイドの確保と育成

産業観光を推進していくうえで、来訪者の理解を深めるためにも、ガイドの役割が重要となります。説明表示は不可欠なものです。ガイドによる解説・案内は説明表示の内容を補足するだけでなく、来訪者と直接向かい合い質疑応答や意見交換を行うことにより、来訪者の理解度・満足度を向上させます。また、ガイドの知識や応対等のレベルアップにもつながることとなり、結果的に受入れ施設の評価を高め、信頼性を向上させることにも貢献します。「何だか難しそう」なイメージをなくし、来訪者が楽しみながら産業観光を行うためにも、ガイドの配置は大変重要です。

ただし、ガイドの対応（知識、接客等）が不十分であれば、逆に施設に対する印象を悪化させる恐れもあります。そのようなことにならないために、ガイドの教育・育成も不可欠です。

ガイドの充実は、産業観光振興の成否に大きな影響を与えます。ここでは、「ガイドとしての人材」「ガイドの育成」について、解説していきます。

2-5-1 ガイドとしての人材 **施** **推** **地**

基本的な考え方

現在、産業観光を受入れている施設では、専属のガイドを配置している、社員が業務の傍らガイドを行っている、退職者がガイドを行っている、地域の関連団体やボランティアがガイドを行っているなど、様々なガイドの形態がみられます。

産業観光を推進する場合、施設に適したガイドの配置とガイドの教育、それらを支援する制度の充実などが求められます。特に、地域で産業観光を受入れてガイドを配置する場合は、地域の中で意欲のある人材の確保や育成のための研修の実施、ガイドを束ねる組織づくり等が必要になってきます。

このうち、人材の確保・育成については、施設や地域の特性に合わせて行うことが重要です。

留意事項

・ 現従事者や企業退職者等の活用

施設と企業に従事している人、かつて従事していた人（退職者等）、あるいは同種の産業に従事している人などは、基礎的な知識を有していることもあり、優秀なガイドとなる可能性を秘めています。

・ 地域住民の活用

地域で生活している人の中には、地域内の施設に関する知識を有している、あるいは普段から興味を抱いている人が少なからず存在すると思われれます。このような人もガイドとしての活躍が期待されます。

・ 外部の人の活用

地域外で生活していても、趣味などがきっかけで施設のある地域に興味を抱いている、あるいはかつてその地域に滞在したことがあるなど、地域との深い接点を有する人も存在します。

・ 訪日客への対応

国のインバウンド推進方針もあり、今後は海外からの来訪者の産業観光への参加が増える可能性があります。その対応策として、ボランティア通訳、外国語を専攻している学生、留学生の活用等が考えられます。

モニターツアーのアンケート結果より

ガイドの評価

・ ガイドは、施設専属、ボランティア、ガイド組織などの様々な形態がありますが、評価に関わるのはその形態ではなく、「その施設に関する知識がきちんとあるか」、「対応できる人がいるか」どうかという点になります。

ガイドの評価

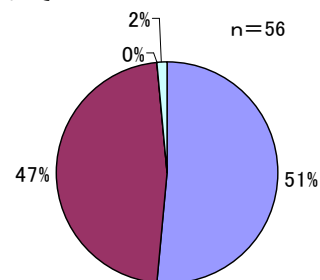
・アンケートでも明らかな通り、回答者のほぼ全員（98%）がガイドの必要性を指摘していることがわかります。

< 来訪者の声 >

- ・見学のポイントを簡潔に説明してくれたのは良かった。
- ・明るく冗談にも答えてくれて親近感がわきます。
- ・大きな声ではっきりとうまく説明できていた。
- ・くわしい。地元を愛していることが良く伝わりました。
- ・分かりやすく、興味を引き出された。
- ・短い時間でもいいから概要を説明してくれるガイドがいるとわかりやすい。
- ・知識の多さに加え、話し方が上手かった。思わず聞き入ってしまった。

ガイドの存在について

- どの施設にもいた方がいい
- 施設によってはいた方がいい
- いない方がいい
- どちらともいえない



具体例に見る創意工夫のポイント



写真-63 運営会社社員が施設の専門ガイドを務める例

○川越電力館テラ46は、中部電力(株)の関連会社が運営しており、その社員が専属ガイドとして案内を行っています。

○専属ガイドは案内だけでなく、イベント企画等も行っています。

【写真-63 川越町・川越電力館テラ46のガイド】



写真-64 企業退職者の活用例

○職人的な技術について、わかりやすく丁寧に実演を交えながら解説を行うと、来訪者の理解度が向上します。

【写真-64 名古屋市・産業技術記念館の鑄造技術の説明】



写真-65 地域住民の活用例①

○地域のまちづくりに関わる団体のメンバーが、実際にまちなかを歩きながら自らの活動内容をふまえながら解説すると、地域全体の様子が理解しやすくなります。

【写真-65 半田市・赤煉瓦倶楽部半田のメンバーによる説明】



写真-66 地域住民の活用例②

○無償ボランティアが、当時の実体験やエピソードをまじえた幅広い解説をすることにより、来訪者のより深い興味を引き出したり、理解を手助けしたりします。

【写真-66 名古屋市・名古屋港 南極観測船ふじのボランティアガイド】



写真-67 訪日客への対応例

○海外からの来訪者も今後増えることが予想されるため、対応可能な通訳ガイドの確保・育成や英語等のパンフレットによる対応等も必要となります。

【写真-67 名古屋市・産業技術記念館の外国人客への説明】



写真-68 子供達への対応例

○将来の産業の担い手となる可能性を持った子供たちへのわかりやすい案内は、産業やものづくりを身近なものとして感じる、また将来にわたって印象に残るものになります。さらに、郷土愛の育成にもつながります。

【写真-68 四日市市・ばんこの里会館】

2-5-2 ガイドの育成 ● ● ●

基本的な考え方

ガイドには、一定レベル以上の知識や接客に対する対応技術等が求められます。案内に際し、自分の専門分野を活かしつつもそのものづくりや産業分野、地域について幅広い知識を持つとともに、施設やそこで見せている技術や製品、産業、地域の魅力などを楽しくわかりやすく伝えることが求められます。また、ガイドの一人舞台にならないように常に心がけ、来訪者の満足度を高めることが必要です。

産業観光の魅力や楽しさを伝えるためのガイドの育成は、施設だけの問題ではありません。地域の魅力向上や住民の生活・文化にも大きな影響を及ぼすため、自治体や関連組織による教育の場の

提供も検討することが望めます。

留意事項

・ **ガイドに求められる要素**

ガイドには、企業や施設等に関する豊富な知識だけでなく、「相手の知識や興味に合わせた説明や案内ができる能力」「来訪者を楽しませながら解説を行える能力」などの接客・コミュニケーション能力が求められます。

・ **ガイド案内の基本事項**

ガイド案内を行ううえで意識すべき基本事項として、「希望する時間内で案内を行う」「大人数を案内する場合でも、全員に声が届くように案内する」「来訪者や作業従事者等の安全を常に意識し、危険行為をさせない」「アクシデントが発生したら素早く対応する」などが挙げられます。

・ **ガイド向けのマニュアルの整備**

ガイドの育成や技術向上を手助けする手段として、マニュアルの整備があげられます。特に複数のガイドがいる場合、来訪者に提供される情報に偏りが生じないためにも、必要な項目・内容をマニュアルにまとめることが求められます。

マニュアル作成の際に、来訪者との会話のやり取りを想定したQ&A方式を採り入れたり、情報だけでなく、コミュニケーション方法なども掲載すると、活用効果の向上が期待できます。なお、マニュアルはあくまでも基本的な内容をまとめたものであり、ガイド能力をさらに向上させるためには、自己研鑽による更なる知識や案内技術の習得が必要です。

また、親しみやすさもガイドには重要な要素であるため、個性を活かしたガイドや説明のアレンジの取り入れも考えられます。

・ **ガイド教育の場の提供**

マニュアルのほかに、ガイドを育成する手段として、学習を支援する教育の場の提供が挙げられます。例えば、自治体や民間組織（協議会等）による講座などで、産業観光やガイドに関わる講座を設ける方法などがあります。さらに、修了者のガイドの質を保証する制度（登録制度等）があれば、ガイドのやる気を促進させるとともに、来訪者に安心感を与えることができます。将来的には、プロのガイドとして、案内の有料化に道を開くことも考えられます。

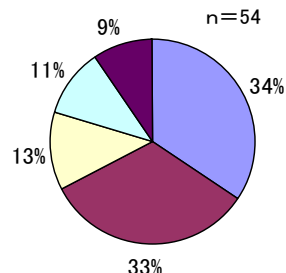
モニターツアーのアンケート結果

ガイドに求められる要素

- ・評価が高いガイドの特長として、①はっきりと聞き取りやすく話すこと、②分かりやすく、ポイントを簡潔に話すこと、③親切、ていねいであること、④熱意（伝えたい想い）を挙げることができます。
- ・ガイドは必ずしも完璧である必要はありません。逆に全てマニュアルに沿ったような堅い説明は悪い印象を与えるようです。聞き取りやすく、分かりやすく伝えることは基本ですが、来訪者が産業観光を楽しめるような対応と熱意があれば確実に来訪者に良い印象を与えることができます。

ガイドの要素として特に重要なもの

- ゆっくり分かりやすく話してくれる
- 飽きさせないように楽しく話してくれる
- 知っていることを詳しく話してくれる
- 自分の体験をもとに話してくれる
- 相手の興味に合わせて話してくれる



具体例に見る創意工夫のポイント



写真-69 ガイドの素質

○来訪者が要求した時間に合わせた解説を行うことができると、来訪者の満足度は高まります。限られた時間のなかで、来訪者と会話のやりとりを行いながら、豊富な情報をいかに分かりやすく伝えることができるかがガイドに問われます。

【写真-69 瀬戸市・瀬戸蔵ミュージアムの学芸員によるガイド】



写真-70 ご当地検定の活用

○ガイド育成手段の一つとして、各地のご当地検定を活用しているガイド組織もみられます。

○東京コンベンションビジターズビューローが発行する「東京シティガイド検定（初級）公式テキストブック」では、東京の産業構造に関する解説も掲載されており、ガイド知識の醸成に効果的です。

【写真-70 「東京シティガイド検定（初級）公式テキストブック」より一部を掲載】

○会津若松市では、市が主導する「市民総ガイド実行委員会」でボランティアガイドを募集・決定していますが、それとは別に市が行っている高齢者学校もガイド養成の場となっており、「まちあるき講座」の受講者の中からガイドが生まれることも多いようです。

○宮島（広島県廿日市市）では、観光案内業の健全な発展、観光サービス及びガイドの資質の向上に寄与し、来訪者に安心感のあるガイド案内（有料）を行うために公認ガイド制度を導入しています。

2-6 想定されるトラブルとその対処方法 ● ● ●

産業観光の実施に際し、来訪者への対応、施設の整備、周辺地域への対応等において、何らかのトラブルが発生する可能性も考えられます。円滑な産業観光の推進のためにも、トラブルは可能な限り回避し、発生した場合は速やかに処理する必要があります。

ここでは、想定されるトラブルについて、対象ごとに回避及び対処方法を解説します。

2-6-1 来訪者への対応 ● ●

基本的な考え方

これまでによく見られる来訪者と施設との間のトラブルの例を以下に示します。

- ・ 子供などが立入禁止区域に入ったり、触れてはいけない展示物に触ったりして、物を壊したり怪我をした
- ・ 危険ではない所のはずが、見学中につまずき、ガラス壁や手摺り等で怪我をした
- ・ 来訪者が見学中に気分が悪くなり倒れた
- ・ 酒に酔っていた来訪者がまわりの人に迷惑をかけた
- ・ 来訪者が携帯電話での会話に夢中になり、階段等で転げた
- ・ パンフレット等で「予約が必要」と明記しているにもかかわらず、来訪者が突然訪れたため、ガイドや係員の手配ができず「対応できない」と答えると、怒って帰った

事前にある程度予測できるトラブル（危険箇所など）に対しては、予防及び対応している施設は多いと考えられますが、予測できないトラブルや、本質的には来訪者側に原因のあるトラブルも起こる可能性があります。全てを予測・予防するのは不可能ですが、できるかぎりトラブルを防ぐためにも、安全管理の徹底や来訪者に対する注意喚起等安全に対する意識向上を図ることが必要です。

留意事項

・ 安全管理に関する計画の策定

施設は、来訪者の確認、応対・案内・誘導方法、危険性のある箇所での応対、アクシデント発生時の対応等の安全管理に関する計画を事前に策定し、ガイドや従業員に周知徹底させる必要があります。

・ 公開・非公開部分の設定

情報管理（漏洩防止）や安全確保を目的に、施設により公開部分と非公開部分を明確に設定する必要があります。そのためには、来訪者への注意喚起を行うとともに、予め誘導路（見学通路）を設定しておくことが望まれます。ガイドや従業員は、来訪者が非公開部分に入らないよう、非公開部分は立入禁止とし、来訪者行動に注意を払う必要があります。なお、公開部分であっても、情報管理上問題がある箇所については、写真撮影に制限を加える等の対処が求められます。

・ 危険箇所等を見学する場合の対応

施設によっては、危険な箇所（高温・高熱の設備、有毒な薬品による処理、大型機械など）や

衛生管理が必要な箇所（飲食品など）を見学コースに含めることも考えられます。そのような場合、事前に危険性を来訪者に伝えるとともに、来訪者への必要な装備の着装、受入れ人数を管理可能な範囲内に制限する等の対応が必要です。その際、各産業分野で適用されている危険防止策や安全基準等を遵守することは当然です。

・来訪者への自覚の徹底

施設側で十分な安全対策を施し、従業員やガイドが慎重に対応したとしても、思わぬところでアクシデントが発生する可能性があります。そのような事態を極力避けるためには、施設側だけでなく、来訪者側にも安全に対する意識を持ってもらう必要があります。そのためには、見学前に注意事項を十分に伝え、それが守られないようであれば、見学中止もしくは強制退去とすることもやむをえません。また、酔った方の見学をお断りすることも考えられます。来訪者（お客様）だからといって過度に特別扱いする必要はなく、来訪者と受入れ側の双方がそれぞれの立場で互いに満足できるような関係を築くことが重要です。

2-6-2 地域への対応

基本的な考え方

地域で産業観光を円滑に推進させるためには、地域住民等への情報提供を行い住民の理解を得ておくことが必要です。不測の事態が発生した場合に速やかに対処するためには、普段から地元とのコミュニケーションを行うことが大切です。

留意事項

・住民への周知と地域事情を考慮した施策の実施

産業観光を実施することにより、施設の規模や立地状況によっては、自動車交通の流れが変わり、また交通量が増加することが懸念されます。時間帯や場所によっては、交通渋滞が発生することも考えられます。このような街中の変化は、場合によって、地域住民のトラブルのもとにもなりかねません。したがって、産業観光の受入れを始める場合は、来訪者数や交通手段、交通量等を予測し、必要な場合は対策を施す等、地域住民への影響をできる限り小さくするように努めることが求められます。また、地域住民には、事前に説明し理解を得て地域とともに来訪者を受け入れる環境づくりに努めることが肝要です。

しかしながら、例えば事前予測以上の来訪者が一度に訪れたため、駐車場待ちの渋滞が発生する、施設近辺の一般駐車場が満杯になる、あるいは歩行者に対する危険性が増加するなどのトラブルが発生し、住民からの苦情が出る可能性が考えられます。そのような状態にならないためにも、日頃から地域住民との話し合いの場を設けたり連絡体制を強化するとともに、トラブルが発生した際には速やかに対処できるような体制や対応方法の準備が求められます。