

刃物産業・和紙産業の産業観光振興に関する調査研究

(概 要 版)

平成 18 年 11 月

財団法人 岐阜県産業経済振興センター

はじめに

近年、日本人が求める旅行のニーズは大きく変化し、多様化、高度化の様相を見せている。例えば、エコツーリズムや農業観光などテーマ性が強い、新たな観光旅行のスタイルが注目を集めている。つまり、団体旅行よりも、個人や少人数グループでの行動を好む傾向にある。いわゆる、“脱マスツーリズム化”である。

一方で、温泉宿に泊まったり、名所・旧跡を訪れたりする一般的な観光の人気も依然として根強い。それ故、一般観光の要素+ がこれからの観光の推進には不可欠になってきていると言える。このような状況下においては、このの部分にテーマ性が強い産業観光が該当する可能性が十分にありうる。また、産業観光が交流人口の増加等から地域の活性化に果たす役割が大きいと考えられる。

この調査では、岐阜県の代表的な地場産業である刃物産業及び和紙産業を有する中濃地域に焦点を当てた。当地域における産業観光の現状と課題を把握するため、地域の長所・短所の分析、すでに産業観光に取り組む企業等への聞き取り調査、他県の先進事例調査などを実施した。この結果を踏まえ、地域ブランド力の向上を目的に、地場産業を活用してどのようなタイプの産業観光の推進が可能なのか、また、企業や行政は、それを実現するためにはどうあるべきか、その方策について提言を行うことで本調査を取りまとめた。

第 章 産業観光とは何か

- 1 産業観光施設の類型

産業観光の運営主体は、行政機関によるタイプや民間企業（地域を代表する大企業、地場産業の企業）によるタイプなどがあるが、その要素は以下の3つに分類できる。

(1) 産業遺産見学型

産業遺産見学型は、地域の主要産業や伝統産業を産業遺産（観光資源）として、各種の展示物や映像等を通して紹介するタイプである。

(2) 工場見学型

工場見学型は、地域の主要産業や伝統産業の工場内における“ものづくり作業”を一般に開放するものである。文字通り、見学者は見せ物ではない本物の製造現場を見ることができる。

(3) 体験学習型

体験学習型は、地域の主要産業や伝統産業の作業工程を体験することができるものである。素人向けの初歩的な単純作業から、愛好家用の本格的なものまで施設によって異なったプログラムを提供している。

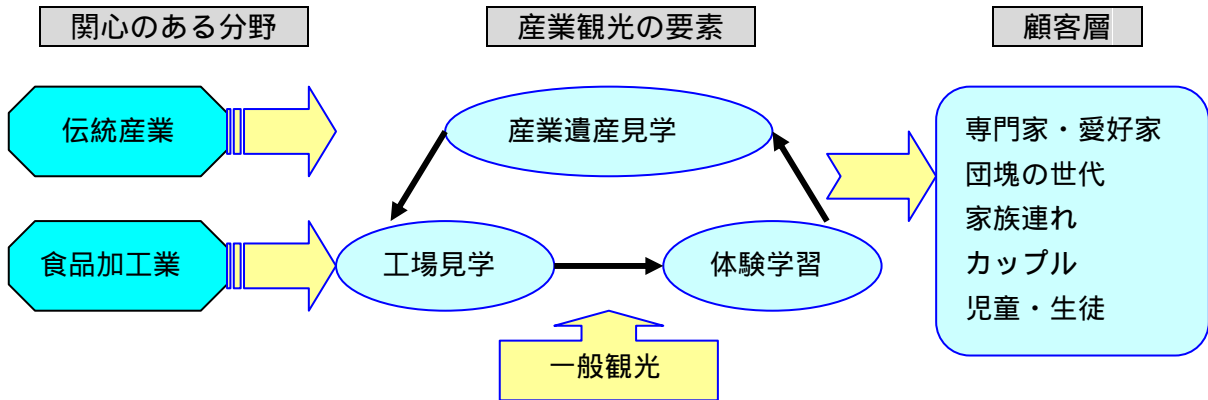
- 2 産業観光の関心度

中部経済産業局が中部地域の主要観光施設で一般観光客に行った「中部地域における産業観光インフラ整備に関する調査」の結果によると、約9割の回答者が産業観光に興味を示している。関心のある分野は、約6割の回答者が陶磁器・刃物などの「伝統産業」、乳製品、アルコール飲料など「食品加工業」を挙げ、基幹産業や先端産業よりも関心が高い。また、産業観光に求める要素については、ものづくりや試食など「体験メニュー」が約6割、「貴重な場面の見学」が約4割を占めている。これらのことから、伝統産業である関の刃物や美濃の和紙は、観光客を惹きつける素材であり、方法次第では、中濃地域でも産業観光を成功させる可能性を秘めていることが分かる。

- 3 ターゲットとなる顧客層

産業観光はテーマ性・趣味性が強いため、一般観光客をターゲットにすることは難しい。しかし、ターゲットを絞れば、ある程度安定した集客が見込める可能性を秘めている。例えば、専門家・愛好家、団塊の世代、家族連れ・カップル、児童・生徒などはその特徴から、何かを学習したり、体験したりすることに関心が高いグループと考えられるため、特に注目すべき顧客層である。

(図1) 第 章の略図



第 章 地域の概要

- 1 地場産業の特徴

(1) 関市の刃物産業

刃物産業が関市を中心に栄えるようになったのは、鎌倉時代にさかのぼる。元重という刀匠が住みつき、刀を打ち始めたのが原点で、高品質の刀産地として確固たる地位を築いた。しかし、明治時代になって刀の需要が低下すると多くの刀匠が、包丁やはさみ等の家庭用刃物の製造に転向していった。現在も多くの企業がその伝統を引き継いでいる。

プラザ合意後の円高により、輸出が大きく減少し出荷額、事業所数ともに減少の一

過を辿ったものの、刃物製品出荷額の全国シェアが約47%（経済産業省 平成16年工業統計）を占め、現在も1位となっている。最近は、医療用刃物や工業用刃物等にも事業展開を図る企業もあり、その分野においては出荷額が伸びてきている。しかしながら、鋼材価格の高騰や安価な中国製品との競争のため、厳しい状況が続いている。一部の企業では、生産を中国に一部又は全面移転している。また、下請を行う個人事業者は廃業する傾向にあり、産業の空洞化が懸念されている。

（2）美濃市の和紙産業

美濃市で和紙が漉かれるようになったのは、約1300年前に遡る。美濃市の中でも板取川沿いの牧谷地区を中心とした地域で盛んに行われていた。

江戸時代には、「美濃紙」は和紙の代名詞ともなり、特産品として重宝され、質・量ともに全国に名声を博すようになった。その後も順調に成長し続け、明治末から大正初期にかけて生産戸数3,700戸、県内生産の80%を占めるまでに発展した。しかしながら、家内手工業的な和紙生産は近代社会への脱皮が困難なうえ、昭和期になって機械漉き洋紙が急増したこと等から衰退していった。

戦後は、機械漉きによるちり紙・ダンボール紙・特殊紙への転換が図られる一方、ハイテク企業向けの新製品が開発される等、地場産業としての生産も続けられている。

ここ数年は事業所数、出荷額ともに減少する傾向がある。課題としては、今後の人口減少に伴う国内需要の頭打ち、中国製品の台頭等による過当競争と弱い収益力、環境・エネルギー問題、後継者の育成等が挙げられる。

- 2 観光資源の特徴

（1）関市

関市の観光は、約千年の歴史を持つ小瀬鷓飼や円空にまつわる由緒ある寺院が有名である。また、地場産業である刃物を展示する博物館やショッピングセンター等伝統に基づく文化的なものが多い。平成17年2月には、旧武儀郡の武芸川町、武儀町、板取村、洞戸村、上之保村が合併し、これまでとは趣の異なった観光要素が加わった。例えば、板取村にはキャンプ場、洞戸村にはヤナなど自然を楽しむ観光があり、それだけでも知名度がある。

（2）美濃市

美濃市の観光は“うだつのあがる街並み”が核となっている。江戸時代に築かれたこの街並みは、地域性豊かな意匠や造形をもった伝統的な建造物が密度濃く残り、特色ある歴史景観が保たれていることから、平成11年には、国から重要伝統的建築物郡保存地区に選定されている。この街並みは映画やドラマの撮影に使われるなど、知名度が向上している。また、美濃和紙の里会館や和紙アートを展示する美術館など地場産業を活かした観光施設も見られる。

- 3 地域の特徴

(1) 地域の強み

ロケーション

関市、美濃市は岐阜県の真ん中にあり、美濃地方と飛騨地方を結ぶ中間にあり、好位置である。また、東海北陸自動車道や東海環状自動車道の開通により他県からのアクセスが格段に向上しており、交流人口の増加が期待できる。

高品質なプロダクト

関の刃物や美濃の和紙はその品質について、国内外から高い評価を得ている。関の刃物は「折れず曲がらずよく切れる」と評判で、その品質が故に製品出荷額等が日本一である。美濃の「本美濃紙」は楮100%、天日乾燥の丈夫な紙である。

レベルの高い職人

この地域には、刀鍛冶や紙漉職人など地場・伝統産業ならではの優れた技能を有する職人が多く存在する。それ以外にも、刃の焼き付けや研磨など刃物の製造には欠かせない工程の職人も多く存在する。

世界的な知名度

刃物に関して言えば、「西のゾーリングン、東の関」と呼ばれるほど世界的に関の知名度は高い。最近では欧米を中心に、包丁や台所用品の輸出が伸びており、一般消費者への認知度も高まっている。

集客が見込めるイベント

10月に開催される関の刃物祭りや和紙あかりアート展など、全国的にも有名でかなりの集客を見込めるイベントがある。

(2) 地域の弱み

コアとなる施設がない

この地域には、観光地や観光施設がないわけではないが、定期的に一定の集客力を見込める有名な観光施設や資源がない。

大企業が少ない

中濃地域においては、多くが50人未満の中小企業である。ある程度の企業規模がないと、時間的にも金銭的にも地域貢献する余裕が生まれにくい。

駐車場・宿泊施設の不足

駐車場が不足している。特に団体用の観光バスを駐車できるスペースが少ない。また、ホテル、旅館など宿泊施設が少ない。この状況では、日帰り客が中心となるか、他地域に宿泊してもらうことになる。

通過点になっている

東海北陸自動車道や東海環状自動車道のＩＣは市街地からやや離れており、周辺に観光客を惹きつける施設がほとんどない。その結果、単なる通過点になっており、観光的には経済効果が少ない。

地域間連携が少ない

地場産業の振興や観光の推進については、関市と美濃市間の連携がほとんどない。

第 章 産業観光の取り組み現状

- 1 地域の取り組み

(1) 行政機関 (市)

関市、美濃市においては、産業観光という概念が一般的になる前から、地場産業を紹介する施設として、関鍛冶伝承館や美濃和紙の里会館を設立・運営するなど、全国に先駆けて地場産業の観光化に尽力している。現在は、入場者数を増やすため、これらの施設を活用した新しい施策（展示内容の更新、体験プログラム、PRの方法など）の推進が求められている。また、旧武儀郡の自然観光やうだつのあがる街並みなど一般観光資源のPRにも重点を置いている。

(2) 地域団体 (商工会議所)

関商工会議所の誘客協議会では、名古屋エリアの客を対象に、刃物まつりとあかりアート展を訪れるバスツアーを実施した。行程には日本刀の鍛練見学やショッピング、有名料亭での食事が含まれる。好評であったため、しばらくはこの試みを継続する予定である。実施後は、参加者からのアンケートを分析するなど、産業観光の可能性についても調査している。

(3) 旅行会社

大手旅行会社においては、特別に産業観光という枠組みでの取り組みはなされていない。しかし、旅行形態の多様化に伴って、各社とも様々な商品開発を行っている。刃物・和紙産業の産業観光振興については「ものづくり体験・見学」ができるということが一つの重要な要素であり、今後の旅行会社の商品開発にも取り入れられていく可能性はある。概して、旅行会社にとって産業観光は、まだ“これからの市場”で、重要視しつつも積極的な推進は見られない。

- 2 企業における産業観光の取り組み状況

(1) 現状

概要

行政機関だけではなく、民間企業運営の施設もあり、一部の地場産業企業は自ら率先して、産業観光に取り組んでいる。来客者は、全般的に県内よりも県外からが多い。ミュージアム系の施設には、個人客ばかりではなく、愛知県や関西・北陸方面等からの団体客も多く見られる。東海環状自動車道の整備により、遠方からの客も増えつつある。個人客は、家族連れ、何かの愛好家や専門家が多い。団体客は年齢層的には、50代から60代が最も多く、それ以外では、学生（修学旅行、遠足等）、主婦層（婦人会等）もよく見られる。特筆すべきは、入場料が有料の施設が多い中、フェザー・ミュージアムなどいくつかの民間の施設は無料である。

タイプ別特徴

タイプ別では、産業遺産タイプが圧倒的に多い。特に、刃物と和紙の地場産業の伝統や歴史を次世代に伝えることを目的にした資料館的なミュージアムがほとんどである。内容は一般客向けよりも愛好家向け、学生向けとなっている。職人による技の実演は、イベント時の刀鍛冶の鍛錬以外ではほとんど見られない。

工場見学タイプは、非常に少ない。受入れを許可する場合でも事前に予約して、身元がしっかりしている者に限定する企業がほとんどである。

体験学習タイプも少ないが、包丁磨ぎ、ナイフ作りや彫刻刀を使った小物、和紙の紙漉体験などが有料でできる企業・施設がある。しかし、ほとんどが初歩的な内容で本格的なものはあまり見られない。

(2) きっかけ

きっかけは、博物館等を運営することによって「地域に貢献したい」や「地場産業の伝統や歴史を後生に伝えたい」など、半ばボランティアからのものが多い。営利だけを目的とした企業はほとんどない。

(3) メリット・期待する効果

企業イメージの向上

工場を公開することや博物館を運営することで、全く付き合いがなかった分野の企業や人が来るようになった。取り組みがテレビ等で紹介され、地域に貢献する姿勢が企業のイメージアップや商品の売上の向上に繋がった。

顧客とのコミュニケーション

一方通行になりがちな製造者と消費者の関係を深める手段になっている。顧客とコミュニケーションを図ることで、売れ筋商品のニーズが分かり、いろいろなアイデアが浮かぶようになる。

企業・製品のPR

博物館と工場見学を合わせて行うことにより、その商品への関心が高まり、見学後商品を買ってくれるようになった例もある。

- 3 産業観光の意欲を妨げる要因

この地域では産業観光に取り組む企業が少ないが、それでは何が企業の意欲を妨げているのであろうか。この要因を探るため、刃物・和紙の地場産業を営む企業に聞き取り調査を行った。その結果、主な要因は以下のとおりである。

経営が不安定

最近、日本の景気は回復基調にあると言われて久しいが、生産量、売上高が安定しない企業が少なからずある。このような状況では本業で精一杯のため、産業観光等余分な事業に手を広げる余裕がない。

企業規模が小さい

当該産業には企業規模が小さい企業が多い。経営資源（ヒト）が限られているため、たとえ興味があっても、工場見学等に対応できる人材も時間も無い。

企業秘密の漏洩

工場見学等を受け入れると、誰が見に来るのか分からない。業界では新商品・技術開発の競争が激しく、同業者が技術等の企業秘密を盗みに来る可能性も捨てきれない。

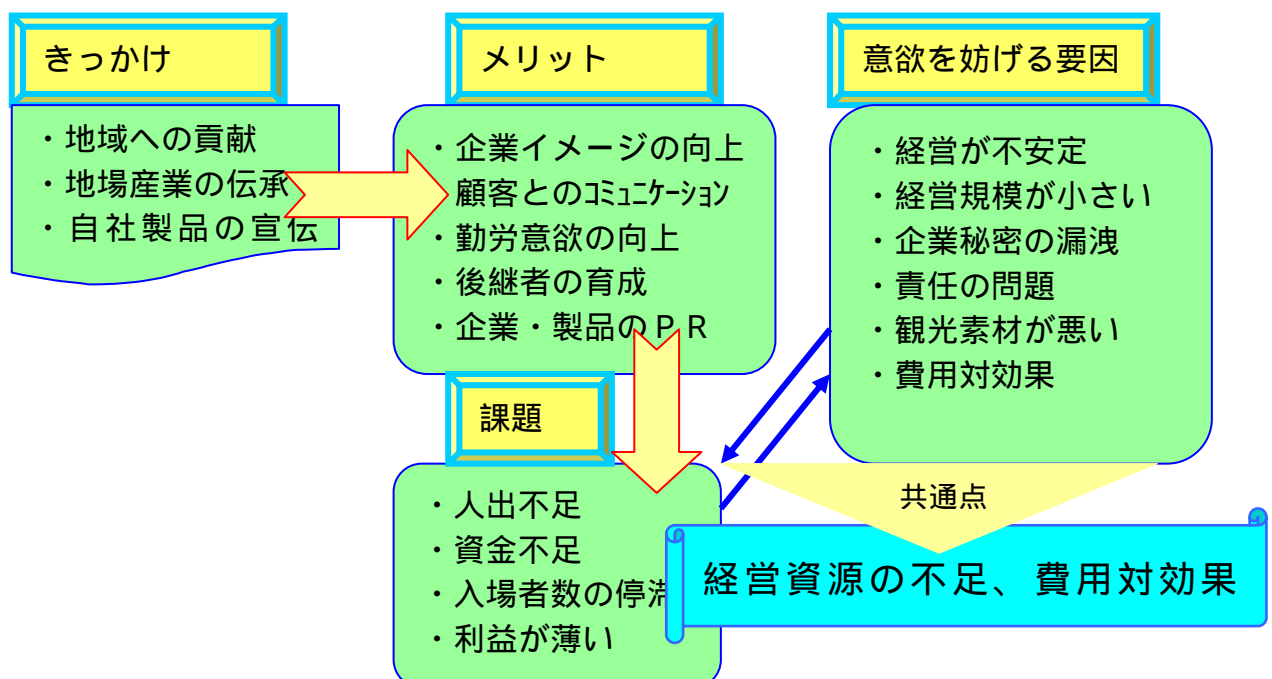
責任の問題

見学者が不慮の事故が起きた場合、責任は企業が負うことになる。そのような事態を避けるために、工場内に一般人を受け入れない方が賢明である。

費用対効果

工場見学等を受入れ、自社商品を販売しても、その売上は全体からすればわずかである。

(図2) 第 章略図



第 章 他県の先進事例

刃物や和紙を利用した産業観光の施設は全国的に見ても少ない。その中でも、オリジナルな展示方法、プログラムを提供することにより、観光客の間で注目を浴びている施設がある。それらを訪問し、聞き取り調査を実施した。以下のとおり、先進的な事例として紹介したい。

先進事例調査 1 堺 HAMONO ミュージアム（職人とのコミュニケーション）

この施設の特徴は、職人とのコミュニケーションを可能にしている点である。例えば、毎週末には職人がボランティアで、「刃付け」や「研ぎ」などの実演をしており、来館者は職人芸を直に見学することができる。それ以外にも、職人が「刃物クリニック」を開催し、刃物に関する疑問を本物の職人に相談することができる。多くの職人が、伝統は重要としつつも、伝統に捕らわれず、新しいものにも挑戦していくことが重要であると認識しており、ミュージアム事業に協力的である。

先進事例調査 2 越前和紙の里（古い街並みとの組み合わせ）

越前和紙の里には、目的別に分かれた3つの産業観光施設（和紙の資料館、製造工程の見学、紙漉き体験）がある。これらの施設は約100m～200mの間隔で離れている。その間には、和紙のお店、地元の特産品のそば屋などがあり、この区域が観光客用に整備されている。一箇所ではないため、ある程度の時間をこの区域で過ごすことになり、来訪者を飽きさせない。ショッピング等への経済効果もある。近くには、地域の名産であるそば打ちを体験できる施設（越前そばの里）もあり、この「食」を活かした産業観光施設との相乗効果も見られる。

先進事例調査 3 さんじょう鍛冶道場 「本格的な体験プログラム」

この施設が人気の理由は、単なる“体験”ではなく、ある程度の技術を“本格的に学ぶ”ことができる教室を開催しているからである。体験できる施設は他県にもあるが、一般人を対象に本格的に刃物づくりを学べるのはここだけである。指導者には、現在職人として活躍する伝統工芸士による指導のほか、退職した職人も活用している。職人は、指導することに好意的である。また、指導者を育成するコースもある。

第 章 実現に向けての取り組み

これまで、この地域が抱える産業観光推進における現状及びその強み、弱みについて分析してきた。概していえば、当該地域には経営資源に乏しい企業が多く、積極的に取り組む企業は少ない。また、行政機関においては、産業観光の推進について、現在、新しい施策を模索している段階である。この章では、そのような状況下で産業観光の実現に向けて、

この地域でどのようなタイプの産業観光が可能なのかを述べてみたい。

- 1 実現に向けての方向性

産業観光を行うためには、新しい施設を設ける必要はない。すでにその地域が持っている既存の施設・資源をうまく活用することで、観光客を惹きつける魅力的な地域に生まれ変わることができる。そのためには、モデル事業を行い、成功事例をつくり、企業の意識を変えていくことが重要である。

- 2 具体的な方策

(1) 実施内容

“職人芸”をみせる

“職人芸”を見せることが、成功には重要な要素であると思われる。職人芸を見学できる施設は全国的に見ても少ない。この地域には、刀鍛冶や紙漉和紙職人など優れた技能をもつ職人がいる。さらに、刃物に関しては、研磨や刃付け、羽布など、現在も刃物の製造には欠かせない熟練した職人芸をもつ者が多い。この“職人芸”を見せることに焦点を当てた産業観光の推進は重要な要素と言える。

“OB”の活用

他県には、退職した活用した試みで成功している例もある。当該地域で増加している定年退職及び廃業した職人の方を活用できないであろうか。産業観光においては、工場見学でも体験学習でも、その製造業務に長年携わった専門知識を有するガイドが必要になる。ガイドばかりではなく、の実演者としても活躍が期待できる。

“職人とのコミュニケーション”

本物へのこだわりが強いのが産業観光の特徴である。人々は一つの製品ができあがるまで、誰がどのような思いを持って製造しているのか等職人と会話をしたいという人が増えている。この地域でも、既存の産業観光施設で定期的に、旅行者が職人とコミュニケーションができる機会を設けることも重要である。

“カルチャークラス”の開催

単なる工場見学やものづくりを体験するだけではなく、料理教室、女性用の美粧道具や利器を活用した美容教室、和紙を使用したアート教室（アクセサリー等）を開催することは一味違った試みであると思われる。また、半年を通じて学ぶコースや1泊2日で学ぶコースなど、体験というよりは本格的に学習できるコースを設けることも必要である。

(2) 実施方法

経営資源的（ヒト）に精一杯で、通常業務に忙しく時間が限られても、特定日のみに実施することはできるかもしれない。例えば、月に1回や年に2回だけ工場見学、体験学習等を実施し、限定販売の自社製品を販売する。また、刃物祭りやあかりアート展など集客力が見込める大きなイベント時に工場見学を受け入れたり、その時しかできない体験をしてもらうなどである。

ただし、ツアーの内容が工場見学や体験学習ばかりでは集客は難しい。魅力あるツアーにするには、「温泉」や「名所・旧跡」、「食」などリラックスできる一般観光の要素を盛り込むことも不可欠である。

第 章 提言

この地域が産業観光の推進に向け今後どう取り組んでいくべきか、企業に向けて、行政に向けて以下のとおり提言を行いたい。いずれにしても、時間をかけた長期的な取り組みが求められる。

- 1 企業に向けての提言

(1) 産業観光の推進に対する意識を変えること

多くの企業では、産業観光については、「自社ではできないこと」、「自社には関係のないこと」という意識が強い。まず、行政機関や商工会議所等が行う産業観光関連のセミナーや研究会に参加し、ただ単に営利を目的するだけではなく、企業イメージの向上や伝統産業の継承など、長期的には企業にとって利点があるという事実を認識することが重要である。

また、県内や県外の成功事例からメリットを学び、自社で何かできるのか、その可能性を検討していく等、少しずつ意識を高めていくことも必要である。

(2) 職人の任意団体等を設立すること

刃物産地として有名な三条市や堺市においては、企業組合とは別に職人自身が結束して任意団体をつくり、職人芸の実演や体験プログラムの指導者として活躍している。

中濃地域においても、多様な技能をもつ職人が大勢いるが、職人全体を取りまとめる団体等はない。地域を活性化させることを目的に、企業の枠を越えたこのような職人衆の組織ができれば、産業観光の推進に大きな利益となりうる。退職した職人には、ボランティアで体験の指導者やガイド、講師などができるNPO等を設立することも有益であると思われる。

(3) 企業間の連携を強化すること

企業規模が小さいが故に、産業観光の実施に躊躇する場合は、関心のある企業同士が研究会を開き、お互いが足りないものを協力して補う姿勢も有意義である。単独で

はインパクトが薄く、顧客を魅了するに至らなくても、組み合わせることで魅力ある観光資源になりうる。また、資金的にも、人的にも企業間が連携することで、解決できる障壁もある。まずは、将来の実施に向けて、何をどのようにすべきかについて、企業同士が話し合うことが重要である。

- 2 行政にむけての提言

(1) 同地域内での連携体制の強化

関市と美濃市は、地理的に隣接しており、歴史的に見ても互いの産業を支える上で重要な位置にいる。しかしながら、現在のところ、産業観光及び一般観光において、その推進に向けた積極的な協力体制は見られない。大きな要因の一つは、市の観光政策の基本方針が異なっているからである。

両市とも業種は異なるが、知名度が高い地場産業を有している。連携しても異業種になるため、お互いにとってマイナス要因になるとは考えにくい。むしろ、連携を行うことにより、観光以外にも産業全体の発展に寄与できるかもしれない。

(2) 「食」を活かした名物づくり

残念ながら、関市、美濃市においては、食品加工業が製造業全体の約3%に過ぎず、工場見学等を受け入れる規模の企業は少ない。刃物・和紙の観光素材に、レジャー感覚が強い「食」の要素が加われれば、幅広い層の旅行者の関心を得ることができると思われる。今後は、地域ブランドの一つになるような食品の新たな名物を創ることも必要である。

(3) 広域における連携の強化

この地域には、すでに優れた産業観光施設があり、今後成長していく可能性もあるが、それだけでは大きな求心力にはなり得ない。そこで、高山や下呂、名古屋エリアなど、有名な観光地とタイアップした取り組みが必要になる。また、関・美濃がもつ観光要素とは異なった「趣」をもつエリアとの協力体制がより効果的であると思われる。今後、旅行会社等にPRを行う際は、これらの著名な地域の観光ツアーに、当地を組み入れ、この地域の産業観光の強みをアピールする必要がある。

参考文献

産業観光が地域の未来を切り拓く	(社)日本観光協会、(財)社会経済生産性本部
産業観光のススメ	中部経済産業局
産業観光読本(交通新聞社)	須田寛 著
観光の新分野(交通新聞社)	須田寛 著
新しい観光(交通新聞社)	須田寛 著
関市の工業(平成18年度版)	関市役所
美濃市 市勢要覧(2004年度版)	美濃市役所

本資料は調査研究報告書の概要版です。報告書本文は、(財)岐阜県産業経済振興センターのウェブサイトの「調査研究の報告 - 調査研究の結果」に掲載しておりますので、ご覧下さい(無料です)

掲載アドレス：<http://www.gpc.pref.gifu.jp/cyousa/houkoku/houkoku.html>

刃物産業・和紙産業の産業観光振興に関する調査研究

発行 財団法人 岐阜県産業経済振興センター

〒500-8384 岐阜市藪田南5丁目14番53号

岐阜県県民ふれあい会館10階

TEL：058-277-1085 FAX：058-277-1095

E-mail：chosa@gpc.pref.gifu.jp

URL：http://www.gpc.pref.gifu.jp

担当 情報支援部 主任 酒井弘貴、主任 棚橋典広

発行日 平成18(2006)年11月

無許可で複製することを禁じます

この報告書は、岐阜県からの補助金を受けて
作成しています

平成18年11月

財団法人岐阜県産業経済振興センター