

刃物産業・和紙産業の産業観光振興に関する調査研究

(詳 細 版)

平成 18 年 11 月

財団法人 岐阜県産業経済振興センター

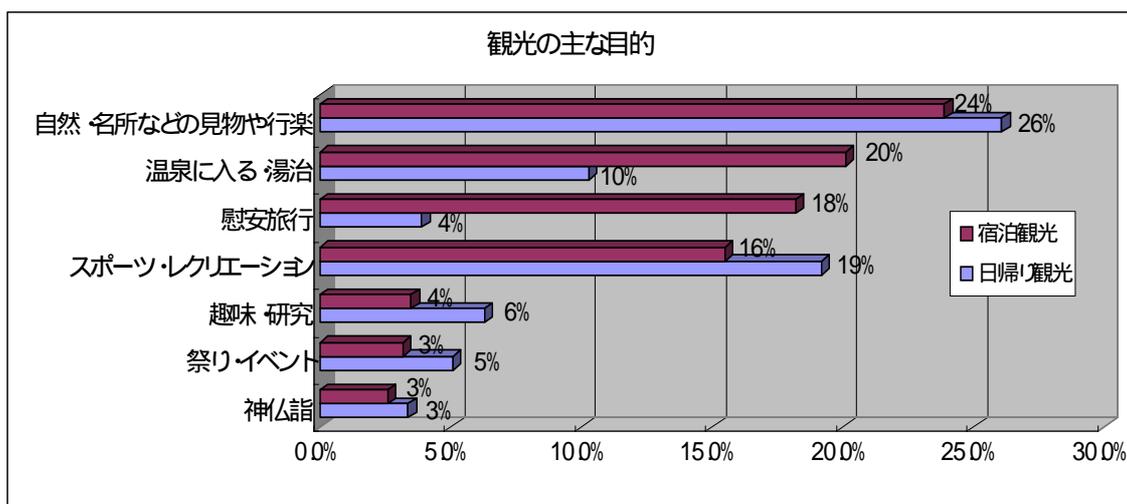
はじめに

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。その背景には、まず、国民の生活が豊かになり、余暇を旅行に充てる者の数が増えたことが挙げられ、次にインターネット等メディア技術が著しく発展したため、ガイドブックや旅行会社からの情報以外にも、自分の興味のある分野について、容易に情報収集できるようになったことが挙げられる。その結果、「何かを体験したい」、「普段は見られない場所・モノが見たい」など各人の旅行に対する目的・好みが多分化し、以前のように単に有名観光地を訪れる物見遊山的な旅行では満足しなくなっている。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、“脱マストツーリズム化”である。

一方で、図1のとおり、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。

(図1)



(出所：(社)日本観光協会 平成16年過去1年の宿泊旅行・宿泊観光レクリエーション旅行の実態)

第 章 産業観光とは何か

地域経済を活性化させる手段として、地域産業が持つ個性・特色を活用できる産業観光への関心が全国で高まっている。この章では、産業観光が一般の観光と比較しどのような特色を持っているのか、また、人々の関心度はどれくらいあるのか等、その概要についてまとめてみたい。

- 1 産業観光の特徴

産業観光は、大きく分けて以下の3つの特徴をもっている。（「産業観光が地域の未来を拓く 著（社）日本観光連盟、（財）社会経済生産性本部」を参照）

（1）知的好奇心への対応

個人・小グループのテーマ性・趣味性の強い観光であることから、必然的に（テーマパークや作り物ではない）本物を求め、これらと触れ、その意味を理解することによる感動や感嘆が観光の目的となっている。

（2）体感・体験する楽しさ

産業観光は、本物に触れ、体感・体験し、学ぶといったこと自体が楽しみとなる観光である。そのため、観光の重要な要素としての「食」や「ショッピング」においても、「食の歴史」、「謂われ」・「物語」や自身で作成したものが土産になるといった付加価値が珍重される。

（3）その地域しかない、オンリーワン資源や地域個性の表現

産業観光の素材は、その地域にしかないオンリーワン資源であり、地域個性を強く対象物である。その地に行かなければ味わうことができない醍醐味がある。

- 2 産業観光施設の類型

行政機関及び民間企業が産業観光の施設を構築、運営するケースも増えつつある。これらの施設は運営主体別、要素別に概ね以下のとおりに分類できる。

運営主体別

（1）地元の行政機関、組合等が運営するタイプ

県や市が地元の歴史・産業等を展示する資料館やかつての主要産業の工場跡を博物館として利用するものである。いくつかは、運営を当該産業の組合等に委託されているものもある。（ex 関鍛冶伝承館、美濃和紙の里会館、博覧館など）

（2）地域を代表する大企業が経営するタイプ

大手自動車メーカーや大手ビールメーカー等が出資し当該産業の博物館を設けたり、自社工場を観光客に開放し見学ツアー等行うものである。(ex フェーザミュージアム、ワールドテクノロジーセンターなど)

(3) 地域の中小企業(地場産業企業等)が運営するタイプ

主に陶磁器やガラスなど地場産業の中小企業が、地場産業に纏わる社長のコレクションや歴代の自社製品を展示をする博物館を設けたり、工場見学や体験教室等を行うものである。このタイプは小規模企業による場合がよく見られる。(ex ナイフ博物館、世界のナイフ博物館、松井屋酒造資料館など)

要素別

(1) 産業遺産見学型

産業遺産型は、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。

- 3 産業観光の関心度

新しい観光の形式として産業観光が脚光を浴びてから、国や多くの地方自治体は観光施策の基本方針に産業観光を掲げるなど重点を置いた取り組みを行っている。しかし、一般の人々の産業観光への関心はどれくらいあるのか、また、産業観光のどのような要素に興味があるのであろうか。

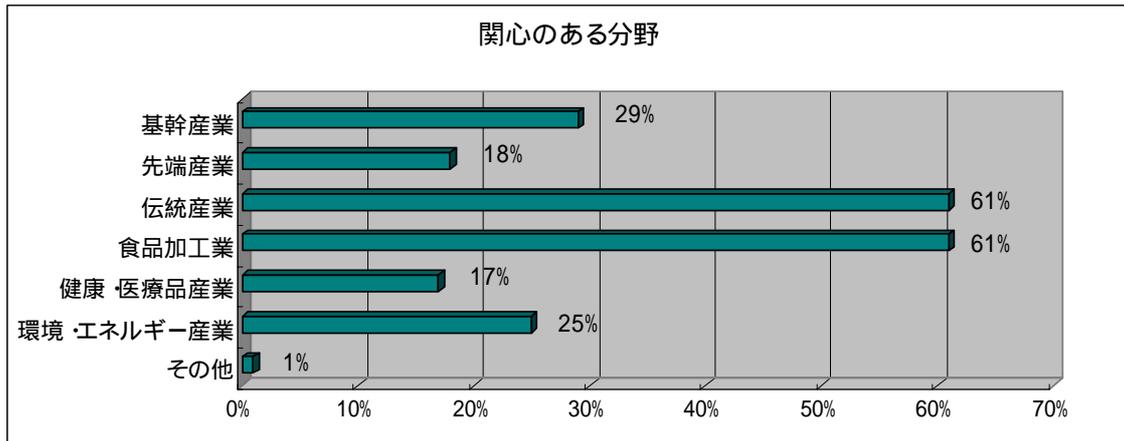
中部経済産業局が中部地域の主要観光施設で一般観光客に行った「中部地域における産業観光インフラ整備に関する調査」の結果によると、産業観光に「大変興味がある」と「まあまあ興味がある」を合わせると約9割の回答者が、産業観光に興味があることがわかる。

図2によると、関心のある分野については、約6割の回答者が職人の技が見学できたり、ものづくりを体験できる陶磁器や刃物、和紙など昔から地域に根付く「伝統産業」、ビール工場など試食や試飲のできる「食品加工業」を挙げており、自動車工場見学などができる基幹産業などその他の分野と比べると高い数値となっている。

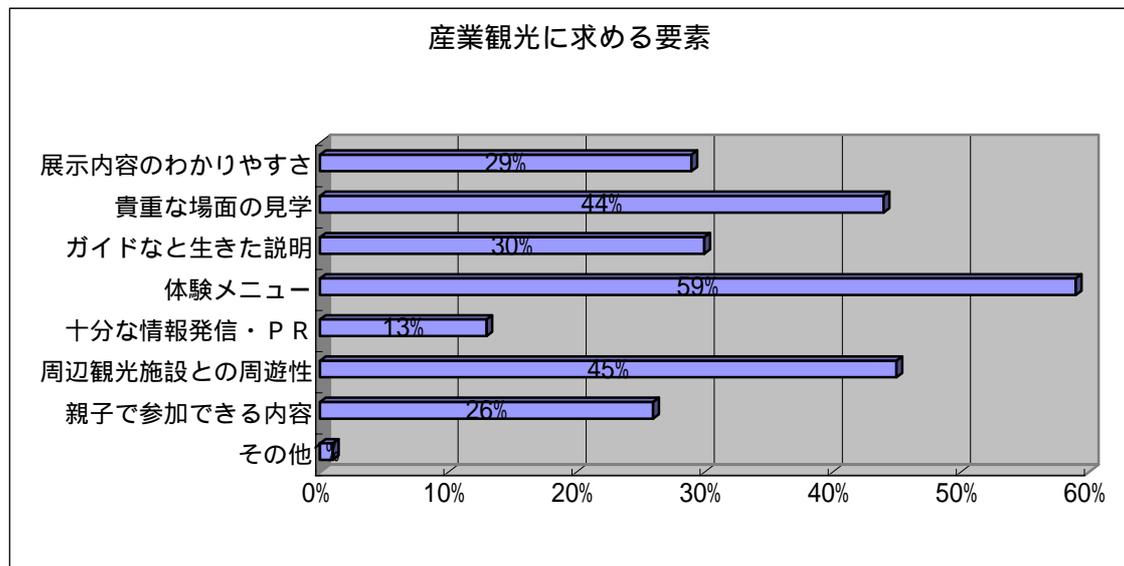
また、図3によると産業観光に求める要素については、ものづくりや試食など「体験メニュー」が約6割、「貴重な場面の見学」が約4割を占めていることがわかる。

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が、観光客を惹きつける素材を持っており、方法次第では中濃地域において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。

(図2)



(図3)



(出所：中部経済産業局 中部地域における産業観光インフラ整備に関する調査)

- 4 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。対象客は個人や少数派などが中心となるので、マーケットとしては小さい。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。

そこで、ターゲットとすべき顧客層は、以下のタイプが考えられる。

(1) 専門家、愛好家

料理研究者や書道家、アーティストなどの専門家は、刃物や和紙と日常的に接する機会がある。また、アウトドアナイフや和紙の愛好家なども、日頃からこれらの製品に関心が高いと思われる。彼らにとって、“職業”もしくは“生涯学習”であるので、特定のテーマに深く触れることができる産業観光には、最も適した顧客層であると考えられる。

(2) 団塊の世代

団塊の世代は、日本の高度成長期を支えてきた実績から勤勉で学習意欲が高く、何か新しいものに挑戦することに意欲的であると言われている。また、ここ数年で社会の第一線を退くことから、比較的に時間的にも金銭的にも余裕が生まれてくる。人数的にも、約700万人いると言われており、マーケットとしても期待できる。その点から、この世代は本物に触れ、体験学習ができる産業観光に適した顧客層であると考えられる。

(3) 家族連れ、カップル

家族連れやカップルはできるだけ経済的に何かを共同作業で作成することに興味がある。できあがったものは、世界に一つしかないものである。また、特に家族連れには、単にレジャーとしてではなく、何かを学習できる教育的側面を持つことも重要である。その点において、産業観光に適した顧客層であると考えられる。

(4) 児童・生徒

小学生や中学生の遠足や社会見学は、学校単位やグループ単位となるので一度に大勢の入場が見込める。そして、基本的には地元の産業の学習的な側面が強い。その点において、産業観光に適していると言える。学校の社会見学を除くと、ボーイスカウトやスポーツ少年団の遠足等が対象になる。

第 章 地域の概要

本調査のテーマである、関市の刃物産業と美濃市の和紙産業は両者とも、古くから地域の産業として根付き、一時期には主要産業に発展し地域経済に多大なる影響を与えてきた。現在もその高い品質を高く評価され、国内は当然のことながら、海外においても高い知名度がある。この章では、地場産業及び観光産業など地域の概要についてまとめてみたい。

- 1 地理的概要

関市、美濃市は岐阜県の南西部、濃尾平野の北端に位置し、その広い範囲を山地が占めている。また、長良川と板取川が合流し、水と緑に囲まれた豊かな地域である。

名古屋から40km圏内、岐阜市から20km圏内の場所にある。公共交通機関は、長良川鉄道、岐阜バス、そして名古屋市を結ぶ高速バスがある。

道路網は、東海と北陸の経済圏を結ぶ東海北陸自動車道や名古屋圏域を結ぶ東海環状自動車道があり、都市へのアクセスが充実している。また、市内を南北に貫通する国道156号線を基幹とし、県道により近隣市町と結ばれている。

- 2 主要産業の特徴

関市の主要産業

関市は、鎌倉末期から刃物産業が栄え、現在も名実ともに全国一の刃物産地である。刃物以外では、戦後から輸送用器具、機械器具、電気機器等の金属製品製造業や樹脂製品等の化学工業製品製造業が発達し、両者で、関市工業全体の製品出荷額等の6割以上を占めている。また、昭和59年に操業を開始した関工業団地をはじめ、平成16年から分譲を開始した関テクノハイランドには、多くの自動車関連部品製造会社の進出が決定し、「先端技術型生産拠点」として地域経済の発展に寄与することが期待されている。

美濃市の主要産業

美濃市は、長い間伝統的な手漉き和紙を中心として発展してきた。しかし、時代の移り変わりとともに手漉き和紙は衰退し、パルプ、紙、紙加工品製造業が中心となっており、昭和37年以来の工場誘致の推進により、工業形態も複合多角型へと変化した。現在は、一般機械器具製造業、プラスチック製品製造業、金属製品製造業などが大きく成長している。特に、一般機械器具製造業及びプラスチック製品製造業が、美濃市工業全体の製品出荷額等の6割を超え、基幹産業へと代わりつつある。また、近年には、美濃テクノパーク進出企業の操業が開始され、産業の複合化が図られつつある。

(図4) 平成16年年度 業種別(製造業)製品出荷額等及び構成比 (単位:万円)

	関市		美濃市	
食料品製造業	833,341	3.3%	293,814	2.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	×	×	×	×
繊維工業	1,269,180	5.1%	×	×
衣服・その他の繊維製品製造業	231,691	0.9%	64,940	0.6%
木材・木製品製造業	311,479	1.3%	110,410	1.0%
家具・装備品製造業	1,195,212	4.8%	64,284	0.6%
パルプ・紙・紙加工品製造業	519,231	2.1%	1,130,301	10.4%
印刷・同関連業	526,886	2.1%	×	×
化学工業	×	×	×	×
石油製品・石炭製品製造業	×	×	×	×
プラスチック製品製造業	3,438,109	13.8%	1,836,652	16.9%
ゴム製品製造業	264,135	1.1%	75,007	0.7%
なめし革・同製品・毛皮製造業	×	×	×	×
窯業・土石製品製造業	710,459	2.9%	245,666	2.3%
鉄鋼業	×	×	×	×
非鉄金属製品製造業	363,659	1.5%	×	×
金属製品製造業	7,385,963	29.7%	786,747	7.2%
一般機械器具製造業	2,984,192	12.0%	5,297,347	48.7%
電気機械器具製造業	155,991	0.6%	×	×
電子部品・デバイス製造業	×	×	×	×
輸送機械器具製造業	1,775,768	7.1%	644,408	5.9%
精密機械器具製造業	×	×	×	×
その他の製造業	×	×	×	×
合計	24,897,970		10,880,049	

(出所:岐阜県統計課 平成16年工業統計調査)

- 3 地場産業の特徴

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、室町時代には「関の孫六」などの名刀を生み出すようになった。多くの刀匠が集まった理由は、当時の関市周辺では、刀を鍛錬する時に使う炭が容易に調達でき、また、長良川水系沿いにあるため水が豊富で、焼き入れに使う良質な土も多いなど、好条件に恵まれていたからである。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、はさみ等の製造に転向し、家庭用刃物の産地へと変わっていった。

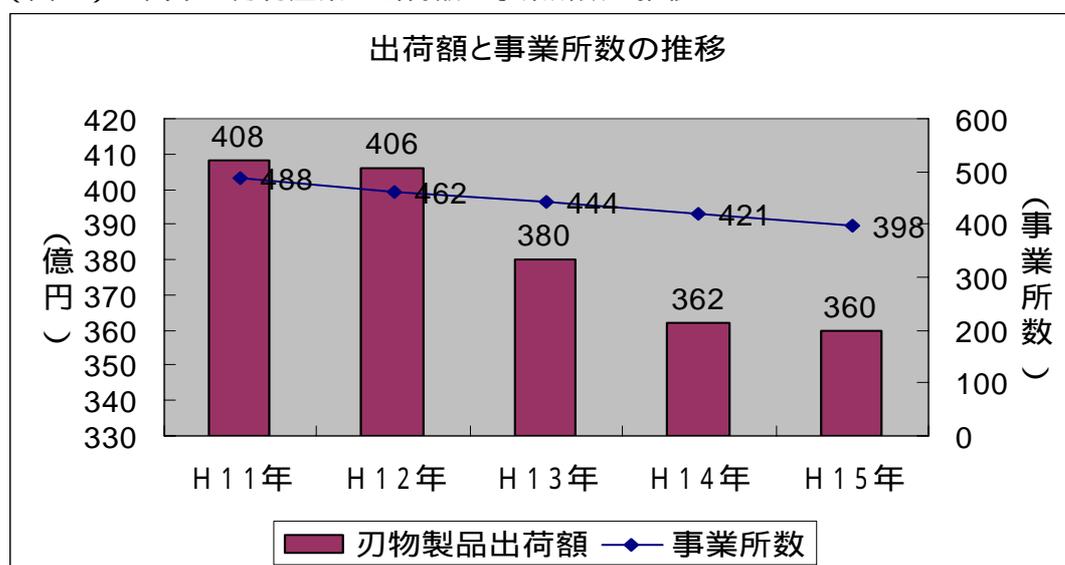
関市の刃物産地の特徴は、社会的分業体制を確立しているところにある。多くのメーカーは、プレスや研磨、刃付など生産工程の一部を下請け企業に委託している。各工程において専門の熟練職人が処理するため、高品質な製品を製造できる。また、多品種少量生産にも対応しやすいため、商品のライフサイクルが短いこの業界では、好都合な条件である。

現在は、カミソリ、包丁、台所・食卓用刃物、はさみ、つめ切り等各類の刃物を生

産している。1985年の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。一部の企業では安価な人件費を求めて、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の多くは定年とともに廃業する傾向にあり、産業の空洞化が懸念されている。

(図5) 関市の刃物産業の出荷額と事業所数の推移



(出所：平成17年関市の工業)

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。理由は、近くには和紙づくりには欠かせない「きれいな水」があったことや当時は楮が生い茂っていたことが挙げられ、和紙づくりにとっては好条件が揃っていた。また、この川のおかげで水運が発達し、製造された和紙を全国へ出荷することができ、美濃市における商業発展の基礎となった。実際に、今日活躍する手漉き和紙職人もすべてこの地区で仕事をしている。

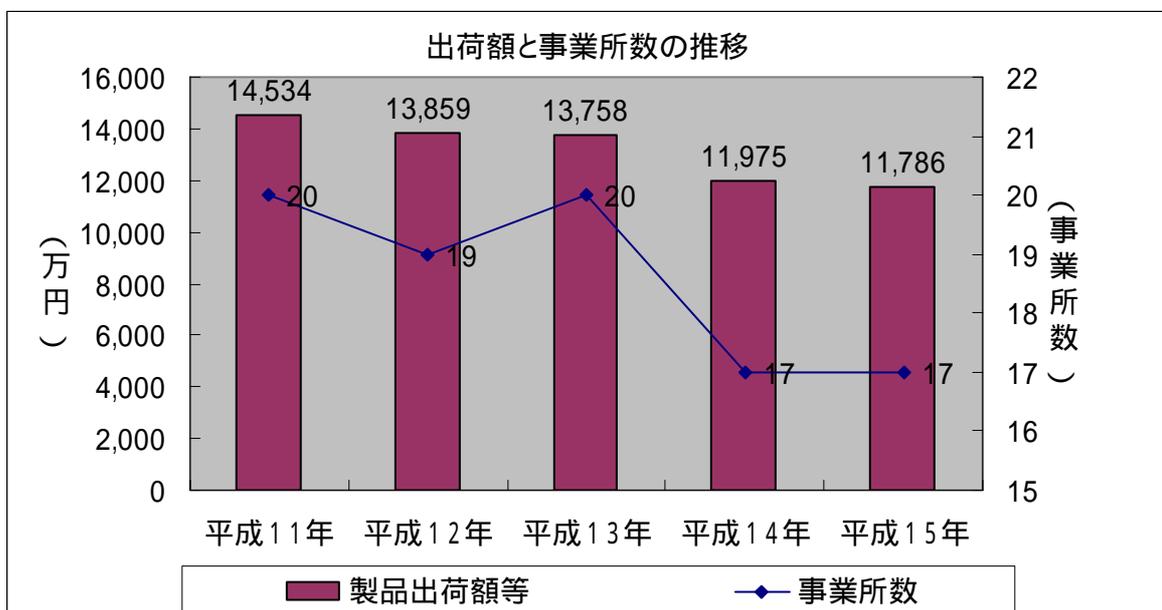
江戸時代には、「障子紙の類、美濃を最上とす」と言われるまで上質の和紙が大量に生産されるようになった。それと共に、「美濃紙」は和紙の代名詞ともなり、加納藩では、殖産事業として品質のすぐれた美濃紙を活かした「和傘」や「提灯」の生産を奨励したことから、特産品として重宝され、質・量ともに全国に名声を博すようになった。その後も順調に成長し続け、明治末から大正初期にかけて生産戸数3,700戸、県内生産の80%を占めるまでに発展した。しかしながら、家内手工業的な和紙生産は近代社会への脱皮が困難なうえ、昭和期になって機械漉き洋紙が急増したこ

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。

現在は、手漉き和紙業者から機械漉き和紙に転換した美濃和紙の「伝統の流れを汲むもの」と製紙の伝統のない場所に新たに立地し、産業経済の進展に伴う「新たな紙需要に対応してきたもの」の2種類に分けられる。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。

(図6) 手漉き和紙産業の出荷額と事業所数の推移



(出所：岐阜県統計課 H11年度～H15年度 工業統計調査結果)

- 4 観光資源の特徴

関市

関市の観光は、約千年の歴史を持つ小瀬鶺鴒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。しかし、コアとなる観光スポットがなく、文化的要素と自然要素を活用できる新たな施策が観光振興のためには必要である。

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、国土交通省から重要伝統的建築物群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。しかし、それ以外に多くの観光客を望めるスポットはほとんどなく、新たな観光名所をもっと整備・PRするなど、観光振興を図るためには新しい施策が必要である。

- 5 地域の特徴

次に、この地域の特徴について焦点をあて、産業観光を推進する上で、地域の強み・弱みは何であるのか、以下のとおり分析した。これらの特徴は、産業観光の実施に向け、地域の現状を把握したり、どのような産業観光が可能なのかを検討する上で参考になると思われる。

- 5 - 1 地域の強み

ロケーション

観光を推進する上で重要なのが地理的な位置（ロケーション）である。その点において、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

前述のとおり、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。品質においては、この製法で作られる和紙は技術が進んだ現在でも、機械漉きが追いつけないと言われている。

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。イベントの際に行われている、刀鍛冶による刀打ちの実演や和紙職人による手漉きの実演は非常に人気がある。

世界的な知名度

刃物に関して言えば、「西のゾーリングゲン、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。中国等では関の刃物の模倣品が作られることが多いが、それは知名度が高い証拠であり、ニセ物でもよく売れることを示している。

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（来場者数：関の刃物祭り 約20万人、和紙あかりアート展 約9万人）。関市において「刃物スプリングフェア」や、美濃市においては、うだつのあがる街並みで、「美濃サイクルフェスタ2006」を開催するなど、新しいイベントの実施にも積極的である。

- 5 - 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、ほとんどが50人未満の中小企業である。全国的にみても、その経営資源の充実度から企業規模が大きい方が産業観光に積極的に取り組むケースが多い。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。関では刃物会館、関鍛冶伝承館、フェザー・ミュージアムは徒歩圏内であるが、大型バスは2台までしか止められない。約20万人の来客がある刃物祭りでは、市役所の駐車場を利用し、そこからシャトルバスを運行して対応する状況となっている。美濃市においても、市内有数の観光地である「うだつのあがる街並み」周辺も十分な駐車場があるとは言えない。

また、ホテルレベルから民宿レベルまで含めても宿泊施設が少ない。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。これは、産業観光以前に、観光の振興において大きなマイナス要因である。

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インターチェンジがあり、他県からの車のアクセスが格段に向上している。しかし、関や美濃のインターチェンジ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、単に通過点になっており、観光的・経済効果が少ない。

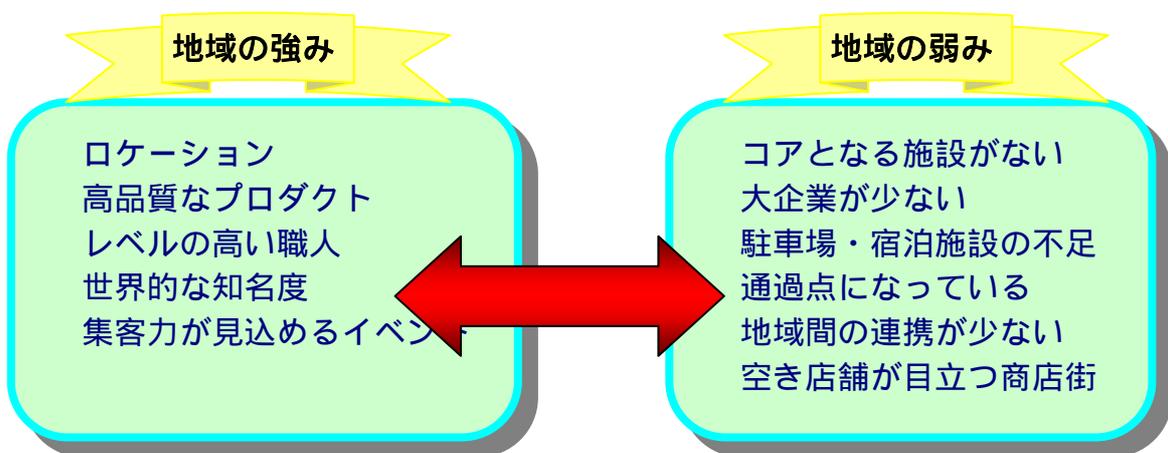
地域間連携が少ない

関市と美濃市はお互いが隣接しており、お互いの中心地への移動も車があれば、20分あまりと非常に近い。また、刃物と和紙は業種が違うものの、伝統的地場産業という点では共通している。しかしながら、地場産業の振興や観光の推進については、これまであまり連携がされていない。

空き店舗が目立つ商店街

郊外型大型店等の影響で、商店街の空き店舗が目立ち、市街地の求心力を失っている。特に関市においては、商店街の再活性化が重要な課題となっている。

(図7) 中濃地域の強み、弱み



第 章 産業観光の取り組み現状

この章では、この地域における、現在の産業観光の取り組み状況について整理してみたい。県、各市、各商工会議所、旅行会社、その他民間企業においてはどのような取り組みがなされているのか、各機関に対して聞き取り調査を行った。その概要は以下のとおりである。

- 1 地域の取り組み

- 1-1 行政機関の取り組み

(1) 関市

関市では、これまでに一般観光と同様に産業観光施設のパフレットやマップを作成している。平成14年には、産業観光推進の一環として、関刃物の歴史や各種刃物の展示等をする産業振興センターを関鍛冶伝承館へリニューアルするなど、地場産業の観光化の推進には早くから尽力している。現在の課題は、この関鍛冶伝承館と徒歩圏内にある刃物会館やフェザー・ミュージアムとをどうタイアップさせ、これらをコアとして、観光客の回遊性に繋げていくかである。また、平成17年2月に合併した旧武儀郡のエリアの一般観光資源（キャンプ場、鮎釣りなどの自然観光等）をどう活用していくかも重要な課題となっている。

今後は、刃物まつりなど知名度のあるイベントに絡めたり、テレビ番組に取材してもらするなど、産業観光施設のPRを強化したいと考えている。

(2) 美濃市

美濃市では、美濃和紙の里を運営するなど、産業観光という概念が一般的になる前から、和紙産業の観光化に尽力している。また、一般観光と合わせた産業観光施設のパフレットやマップを作成している。現在は、美濃和紙の里会館及びうだつのあがる街並みをコアにした観光推進に取り組んでいる。美濃和紙の里会館では、若手の手漉き和紙職人が中心となり和紙のドレス展など和紙を活用した展示会を定期的を開催している。うだつのあがる街並みでは、「あかりアート展」や「サイクリング大会」などイベントを多く開催し、観光客の誘致に取り組んでいる。今後は観光客数が減少する冬場を中心にイベントを強化し、産業観光を含めた観光の推進に取り組んでいく予定である。

(3) 県の取り組み

平成17年度に行われた政策総点検の中で「産業観光の推進」についても論点として採り上げられ、次のような施策の方向性が示されている。

生産現場や市町村などとの情報交換等を通じて、県内各地の地場産業が有する観光資源としての魅力の発掘に努めるとともに、エージェントとの緊密な連携を取りながらツアーを造成し、積極的なPRに努める。団塊の世代の大量退職を機に時間とお金

に余裕を持った年齢層を主なターゲットとしてツアー造成を行うとともに、年代、性別、居住地別の旅行ニーズの適切な把握に努める。

そして「ひだみの産業観光推進事業」が創設され、産業観光資源の掘り起こしやバスツアーのモデル的实施、旅行業者等への情報提供により、産業観光を推進することとしている。

- 1 - 2 地域団体の取り組み

(1) 関商工会議所

関商工会議所の誘客協議会（関市及び近隣の自治体、商工会から構成）が、観光振興の一環として、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刃物のショッピング、有名料亭での食事等が含まれる。募集は旅行会社に任せたが、訪問先のアポイント、費用の支払い等は商工会議所が行うなど中心的な役割を果たした。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。

現在も、旧武儀郡の観光資源の活用策や刃物づくりを体験学習に活用できないか等新しい企画を検討している。

(2) 美濃商工会議所

美濃商工会議所では、産業観光の第一人者である須田寛氏を招き、会員向けに産業観光のセミナーを実施するなど、管内企業に向け産業観光のメリット等の周知を図っている段階である。現在のところ、うだつのあがる街並みを活用した、一般観光客の誘客に積極的に取り組んでおり、産業観光の推進に向けた具体的な事業等は見られないが、今後は、若手の手漉き和紙職人を活用し、産業観光の推進に向けた新しい取り組みにチャレンジしていきたいとしている。

- 1 - 3 旅行会社の取り組み

(1) 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。その中でも重要な要素となっているのが「癒し」と「体験」である。「体験」ばかりをツアーに組み込んでも、一般的には売れない。それ故、「体験」と「温泉」、「アウトドアスポーツ」など組み合わせることが不可欠だ考えている。

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。ただし、長期的にPRしていく必要がある。

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まだ見られない。

- 2 企業における産業観光取り組み状況

関市・美濃市を中心に中濃地域において、産業観光を実施する企業や施設を訪問し、始めたきっかけ・経緯、現在の取り組み状況について聞き取り調査を行った。また、同地域の地場産業企業で、現在のところ、産業観光に取り組んでいない企業については、その取り組みを妨げる要因について聞き取り調査を行い、それぞれの特徴について以下のとおり分析した。

(1) 現状

概要

中濃地域の主な産業観光の施設は、図4のとおりである。来訪者は、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・北陸方面等からの一般バスツアーや修学旅行で訪れるケースも見られる。近年の東海北陸自動車道や東海環状自動道の整備により、関東方面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く、愛好家の場合は、わざわざ北海道や海外からも、将に産業観光を目的にやってくる場合も見られる。入館料は有料の施設がほとんどである。団体客は年齢層的には、50代から60代が最も多く、学生（修学旅行、遠足等）、主婦層（婦人会等）もよく見られる。

運営主体別特徴

第 章の産業観光の特色に記述した運営主体別に分類すると、特徴としては、市など行政機関が運営するミュージアム系の施設が有名である。また、刃物については、地元の中小企業が産業観光に取り組む例も見られ、企業規模は小さいながら、博物館等を運営する企業も見られる。ただし、フェザー・ミュージアム以外、地域を代表する企業による運営はほとんどみられない。

美濃加茂市や郡上市等を含めた広域の中濃地域まで広げると、行政機関運営による施設以外にも、名鉄やヤマザキマザックなど地域を代表する民間企業による運営の施設が多くなる。

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が、旧今井家住宅のように、旧家を改造しているものもある。刃物では、ナイフをテーマとした博物館が3件、かみそり・理髪用刃物をテーマにした博物館が1件あり、どちらかといえば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などは、イベント時の刀鍛冶の鍛錬以外はほとんど見られない。

工場見学タイプは、非常に少ない。実際、一般客の工場見学を受け入れている企業はほとんどない。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（同業者ではない者）に限定する企業や地元学生（小学生～高校生）に限定する

企業がほとんどである。ただし、数は少ないが飛び入りでも見せてくれる企業もあるが、見学者が増えすぎても対応しきれないので、PRはしていない。

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。

広域でみると、やはり、地元の産業を紹介する資料館的ミュージアムが多い。しかし、食品サンプル製造やソーセージ作り、陶芸教室など他分野にわたる一味違った体験プログラムを提供する企業・施設も見られる。

(図 7) 中濃地域の主な産業観光の施設

	施設名	場所	運営	概要
1	フェザー・ミュージアム	関市	民間	カミソリの歴史、製造工程の展示・販売
2	関鍛冶伝承館	関市	市	刀剣の歴史、製造工程の展示、鍛錬見学
3	岐阜県刃物会館	関市	組合	各種刃物の展示、包丁研ぎ体験
4	濃州関所茶屋	関市	市	刃物による木彫り等の体験、特産品販売
5	ナイフ博物館	関市	民間	国内外のナイフの展示、ナイフ作り体験
6	世界のナイフ博物館	関市	民間	国内外のナイフの展示・販売
7	世界のナイフショールーム 山秀	関市	民間	国内外のナイフの展示・販売
8	美濃和紙の里会館	美濃市	市	和紙の歴史、製造工程の展示、紙漉体験
9	旧今井家住宅	美濃市	市	美濃市の郷土資料館
10	長良川ミルクパーク	美濃市	組合	牛乳・乳製品の製造工程の見学
11	日本昭和村	美濃加茂市	民間	歴史の学習、陶芸、そば打ちの体験
12	ワールドテクノロジーセンター	美濃加茂市	民間	工作機械等最新テクノロジー等の展示
13	中山道太田宿	美濃加茂市	市	中山道の歴史を展示、特産品販売
14	松井屋酒造資料館	富加町	民間	工場見学、酒造り製造工程見学、体験
15	名鉄資料館	可児市	民間	名鉄の歴史、鉄道のパーツ等の展示
16	博覧館	郡上市	市	郡上の伝統的産業・文化の展示
17	奥美濃コケツ工房	郡上市	民間	工場見学、ソーセージ製造体験
18	さんぷる工房	郡上市	民間	工場見学、食品サンプル販売、製造体験
19	めずらしショールーム岩崎	郡上市	民間	工場見学、食品サンプル販売、製造体験

(2) きっかけ

地域への貢献

観光施設を運営することで、多少なりとも交流人口が増加する。そうすることで、地元経済が少しでも活性化することが期待できる。自社よりも地域に重点を置き、日頃からお世話になっている地域に貢献することを目的としている。

地場産業の伝承

最初は、自身のコレクションや仕事の延長でナイフ等地場産業の歴史的なアイテムを収集してきたが、これらを博物館として開放することで、できるだけ多くの人に、この産業がどのようなものかを分かってほしいなど地場産業の伝統や歴史を後生に伝承することを第一の目的にしている。

自社製品の宣伝

産業観光を行うことで「自社製品の宣伝」や「売上の増加」など、間接的に自社の利益として還元されることを第一の目的にしている。

この地域においては、、のタイプが多いが、結果的にはの効果がでている。

(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。特に宣伝をしなくても、その取り組みがテレビや雑誌で紹介されたり、口コミで広まるようになったり、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。実際、見学者の意見をヒントに作ったものがヒット商品になった例もある。

勤労意欲の向上

作業現場を見られることにより、従業員の勤労意欲が高まり、生産能率が向上する。

雇用促進・後継者の育成

工場見学等を通して、「何かをつくること」に興味を持った若者が現れることが期待できる。その結果、停滞気味の中小企業への雇用を促進することができる。

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。

(4) 課題

平成16年度の入場者数は和紙の里会館が約4万人、フェザー・ミュージアムが約1万9千人、関鍛冶伝承館は約1万6千人となっており、大規模な集客が見込めるコ

アの施設にはなっているとは言えない。

また、入館者数はオープン以来減少傾向にある施設は多く、何か新しい企画を定期的に行いリピーターを増やすことが課題となっている。

大多数の入場者が、土日に集中しているため、社員が休日を返上して対応しなければならない。特に中小企業の場合はもともと、従業員数が少ないため、シフトがきつくなる。人件費を考慮すると、入館料や体験学習、それに伴う商品販売収入はわずかで採算がとれない。これは、「地域に貢献する」という、いわばボランティア精神がなければこのような施設を運営していくことはできない。

また、積極的にPRをして集客数を増加させたいが、一度に大量に来られても処理ができないジレンマがある。

- 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。また、企業にとって何が不足し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や組合等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6つに分けられる。

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、第 4 章図 5、図 6 のとおり、刃物産業、手漉き紙産業において出荷額等は年々減少する傾向にある。背景には中国製品の台頭による競争激化、原油高による原材料価格の高騰等があり、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

前述のとおり、当該産業には企業規模が小さい企業が多い。つまり、工場自体も見学者を受け入れるほど大きくない。また、経営資源（ヒト）が限られているため、毎日の業務に精一杯で、無理にやっても本業に悪影響がでる。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ない。産業観光を実施できるのは、人材に余裕のある大企業だけであると考えられる企業が多い。

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。この業界は新商品・新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。大企業のように工場見学者用のコースがあるわけではないので、全てが見られてしまう。また、中国や韓国等から模倣品を作るため一般客に紛れてくるケースも考えられる。以前は事前に見学者のリスト（勤務先など）を提出してもらうことができたが、今は個人情報保護のため厳しくなっている。企業秘密を守るには、用心を重ねる必要があり、多くの企業ではこの件について非常に神経質になっている。

責任の問題

工場内には、機械から金属部品等が所狭しと置かれており、小学生等には特に危険である。見学者が不慮の事故が起きた場合など、多くの場合、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と考えている。

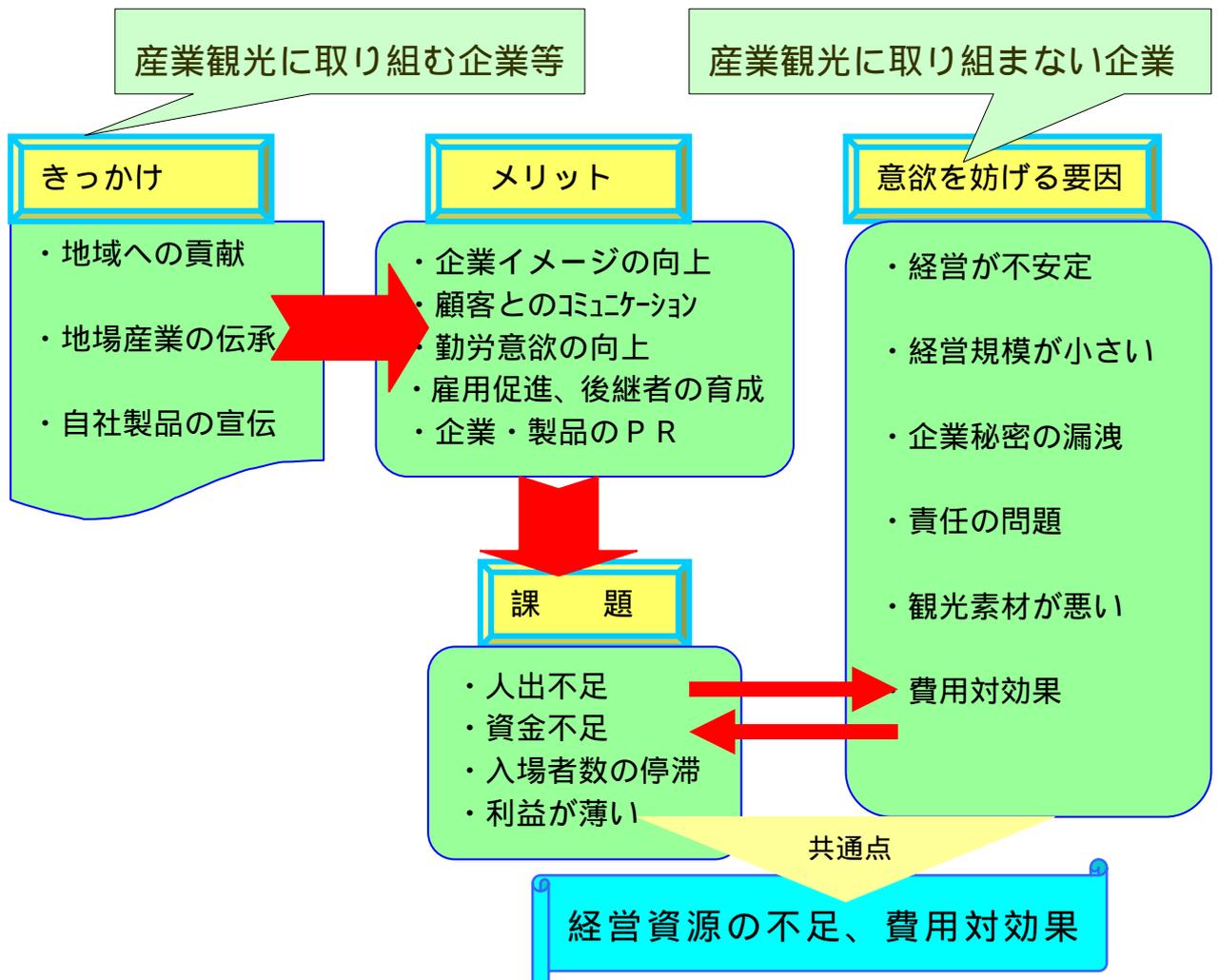
観光素材が悪い

旅行者が興味をもつ産業観光のテーマは試飲ができるビール工場や大手自動車メーカーが行う工業見学等を指し、刃物や和紙ではテーマが悪く、工場見学や体験学習を行っても、旅行者を惹きつけることはできないと考えている企業が多い。また、特に刃物では危険すぎて素人が体験できる作業はないとしている。

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。産業観光用に設備投資をしたり、新たに人を雇うなど費用対効果を考えてと躊躇してしまう。

(図 8) 中濃地域企業等産業観光の現状と課題



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）

住 所 〒590-0801 堺市堺区材木町西 1 - 1 - 3 0

電話番号 0 7 2 - 2 2 7 - 1 0 0 1

U R L <http://www.sakaihamono.or.jp/>

施設の特徴

このミュージアムには、包丁や工具など様々な種類の伝統的な堺刃物が展示されている。定期的に各職人の作品を展示する個展も行うなど内容を少しずつ変えている。この施設の特徴は、単なる刃物の展示だけでなく各種の体験プログラムや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。希望者はこれらの作業を、職人から直接指導を受け体験することができる。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。また、同会館内で「料理教室」や「ものづくり講習会」等を開催し、様々な参加型のプログラムを提供している。

現在の状況

平成 1 2 年の会館以来、年間約 1 万 5 千人ほどの入館者があるが年々、上昇傾向にある。近畿圏が中心であるが、中部圏からのお客も増加している。刃物の施設というと、団塊世代など年齢が高い世代の来館者が目立つ施設が多い中、この施設の様々なプログラムのおかげで、老若男女から支持されている。特に毎週末に開催している「刃物クリニック」は好評で、プロの料理人から主婦まで多くの人が、包丁の研ぎ方や良い包丁の選び方等職人からアドバイスを受けている。料理教室も好評で、堺の包丁を使ってプロの料理人から学ぶことができ、月 8 回のコースで毎回多くの受講生を集めている。このようなプログラムのおかげで、館内にある包丁等堺の特産品販売コーナーの売上も好調に推移している。リピーターの数が増加する傾向にある。また、地元の工業高校で刃物作りをカリキュラムの一部に組み込まれるなど、地場産業の重要性を市民から認識されつつある。

成功の要因

職人による実演や刃物クリニックは、ボランティアであるため、職人の理解があっ

て始めて成立するものである。職人達は普段はお互い競争相手であっても、堺刃物の伝統を継承させる又は再興するという同じ目的を共有している。ミュージアム事業に関しては、この事業に共感した刃物の携わる各業種の組合員が団結し、連合組合を結成している。彼らの結束が強い点が、成功の要因と言える。

また、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いる。実際、単に施設を創設しただけではなく、自らが「刃物クリニック」や「ものづくり講習会」など幅広い分野の人の興味を持たせる新しい企画を次々に打ち出している。これら事業に対し、支援が必要であれば市に相談するなど、日頃から行政機関との良好な関係を築いていることも見逃せない。

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)

住 所 〒915-0232 福井県越前市新在家8-44 (パピルス館2階)
電話番号 0778-42-1363
U R L <http://www.echizenwashi.com/washi/index.html>

施設概要

越前和紙の里は越前市に位置し、和紙をテーマにした3つの産業観光施設がある。一つ目は、紙の文化博物館で、越前和紙の資料館で和紙産業の歴史、作品等が展示されている。二つ目は、卯立の工芸館で、職人による紙漉き等の製造工程の実演を見学できる。三つ目は、パピルス館で、手漉きの体験及び和紙製品のショッピングを楽しむことができる。これらは、古い町並みの中に点在し、観光客は散策を楽しみながら、和紙の歴史から体験まで経験することができる。これらは、和紙に関心がある観光客の増加をうけて、今立町(現：越前市)が建設した。

現在の状況

紙の文化博物館及び卯立の工芸館の入場者数は年間約3万5千人、パピルス館は2.2万人を超える。ここ数年は多少の増減はあるが、概ね横ばいで推移している。

地元の小学生を除き、他県からの団体バスツアー客が多い。年齢層が様々であるが、女性や子どもが多い。団塊の世代もいるが目立たない。しかし、紙の文化博物館と卯立の工芸館は、和紙に興味がある人が多いので、年齢層がやや高くなる。そのため、入場者数は少ない。和紙アーティストや和紙マニアの人が少なからずおり、展示会があるたびにリピーターも比較的多い。

卯立の工芸館の職人は、職人で構成される伝統工芸士会のメンバーが行っている。

成功の要因

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。観光客

は施設の見学や体験だけではなく、散策を楽しむことができる。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成功の要因の一つといえる。

先進事例調査 3 タケフナイフビレッジ（工場と観光施設の一体化）

住 所 〒915-0031 福井県越前市余川町越前の里前

電話番号 0778-27-7120

U R L <http://www.chuokai-fukui.or.jp/~tkv/index.htm>

施設の特徴

タケフナイフビレッジでは、越前市の地場産業である本物の打刃物職人の作業を見学できる。単にショーとして、ある特定の工程を見せるのではなく、実際にこの場を作業所としている職人の様々な工程一貫して見ることができる。この施設の特徴は、共同工場の側面と観光施設の両側面を有している点である。施設が立てられた背景には、地場産業の衰退傾向と刃物業界の後継者不足の深刻な問題があり、地場産業を活性化させるために、越前打刃物の伝統を後生に伝える施設が必要だ、という考えがまとまった。その考えに共感した企業（職人）10社が組合を設立しこの施設を建設した。設計の段階から、作業工程をオープンにすることが考慮され、作業の妨げにならないよう製造現場を眼下に見下ろす形で、見学コースが設けられている。

その他、刃物の研ぎ方教室やペーパーナイフ、小刀・ナイフ作りの体験教室も実施している。このように職人が協同組合が独立採算で運営し、ワンストップで製造工程見学から体験学習、およびショッピングまでできる産業観光の施設は全国的に見ても珍しい。

現在の取り組み

現在、10社が工場を共有し製造に励んでいるが、工場内で働く職人の多くは、国から伝統工芸士に認定されたお墨付きの職人である。その職人の技能を見学するために、一般観光客以外にも包丁職人を目指して集まってくる例も少なくない。事前に予約をすれば、職人と話す機会を設けることもできる。

入館者数は年間で約2万人以上が訪れる。来館者の年齢層は様々であるが、夏休みには、親子連れが多く、通常時は団塊世代も比較的多い。近隣県から団体バスツアーで来る場合が多く、寒ブリ、甘エビ、越前かに等「食」とセットコースが多い。

体験プログラムは6名以上（要予約）が必要で、予算やレベル、時間に応じて各コースが設定してある。鋼を叩いたり、研いだりする本格的なコースもある。一見、危険に見えるが、職人がついて指導するので問題はない。最も人気があるのは手作り鍛造ナイフ教室で、初心者から上級者まで5段階あり、2日間のコースである。小学生

には、安全な切れにくい銅を使ったペーパーナイフ作りコースが人気である。最近は、体験コースの希望者が増加傾向にあるので、体験専用施設の建設を検討中である。

成功の要因

施設は、地元にはゆかりのあるデザイナーによりアドバイスされ、外観・内装とも、オリジナリティーに溢れる施設を作ることができた。

建設には、国から高度化資金を借りている。つまり、最初から行政から補助金など得ず、運営に関しても基本的には自立している（特定事業に対する補助金はある）。現在も10社で返済が続いている。1社でも業績が悪化すると迷惑がかかるため連帯感が生まれている。この連帯感こそが、成功には不可欠な要因である。自社の売上だけではなく、観光施設として魅力あるものにするため、皆が努力し相乗効果を生んでいる。

共同工場のメリットは、各社（各職人）それぞれの得意分野があるので、仕事の際に役割分担できる。工場見学のガイドや体験学習の指導など順番で回すことができ、1社単独でやるほど本業に支障がでない。観光客が多い土日、ローテーションで回すことができる。

通常の工場と違い、斬新なデザインの工場の中で仕事をしているので、3Kのイメージが薄れる。そのためか、他県の地場産業企業が人材の確保に苦しむ中、若手の就職希望者が多く、後継者の育成も上手くいっている。

先進事例調査4 さんじょう鍛冶道場 「本格的な体験プログラム」

住 所 〒955-0072 三条市元町11-53

電話番号 0256-34-8080

URL http://www.city.sanjo.niigata.jp/~shoko/dentou/kaji_doujyou/kaji_doujyou.html

施設の特徴

三条市は鍛冶は江戸時代の和釘製造から始まったと言われ、現在は利器工匠具、作業工具など金属製品製造業の産地として有名である。しかし、近年は刃物業界への就職希望者が減少し、技術力の低下が懸念されていた。そこで、業界の中から、意識改革が必要で、「真のものづくりをしっかりと教える場を設けるべき」との声が高まってきた。現役の職人の指導による切り出し小刀作りが体験できる「さんじょう鍛冶道場」を公民館の講座として開設し、昨年、市のものづくりの体験施設として「三条鍛冶道場」が建設された。この施設の特徴は、単なる体験ばかりではなく、半年かけて行うなど本格的に刃物作りを学ぶことコースを用意していることから、全国から注目を集めている。

現在の取り組み状況

ものづくりの体験・学習に重点を置いており、職人技の実演コーナーやショッピン

グコーナーはない（今後は検討中）。体験プログラムは体験程度の初歩的なものから2日間コース、年間5回コースなどの本格的なものまで幅広い。指導者は、「三条鍛冶集団」と呼ばれる職人衆の任意団体をお願いしている。以前は職人のボランティアであったが、現在は、市から謝金を支払っている。指導に対する職人の理解は得ており、非常に協力的である。

どのコースも人気があり定員割れをしたことはない。特に切り出し小刀作りの1泊2日入門コースは人気が高く、九州からも申込みがある。選定は申込み順ではなく抽選で行っている。参加者の年齢層は、50代から60代が多い。女性の参加者も少ないがいる。

刃物だけではなく、木工教室や伝統的工芸品に指定されている三条仏壇の蒔絵や金箔貼りの体験教室も実施している。この教室においても、伝統工芸士による指導を受けられる。また、和釘づくりボランティア養成講座を開くなど、鍛冶道場における指導者の養成も行っている。

成功の要因

業界の中に、この事業を提唱したリーダーがいる。彼が私財を投げて、この道場の基礎を作ったことにより、ライバルであった職人間の結束が深まり、三条鍛冶集団が形成されたことは重要である。この職人達が“指導すること”に協力的でなければ、この事業そのものが成り立たない。

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”ことできるからであると思われる。体験できる施設は他県にもあるが、一般の方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。それが、成功の要因“の一つであると言える。

受講者は団塊世代が多いが、この世代は、子ども頃に近所の鍛冶屋で工程を見て興味を持っていたが、どこも体験できる施設がこれまでにはなかった。刃物よりもその作業に興味があって参加している。この世代が定年を迎え、旅行を楽しむ者が増えるなど時代のニーズに合っている。

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、当該地域には小規模事業者で且つ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、新しい施策を模索中である。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

(1) “出来ること”から始める(既存資源の最大限の活用)

前章までに、刃物・和紙産業の企業は経営資源が限られており、工場見学や体験学習を受け入れるには人やカネが足りない、または業務に精一杯で時間がないことが明らかになった。しかし、産業観光を行うためには、新しい施設を設けたり、何か新しい名物を必ずしも創る必要はない。すでにその地域が持っている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、まず、第三者の視点から、地域が全国に誇れる資源は何なのかを見直すことは重要である。幸い、関市、美濃市には知名度が高い伝統産業があり、それを展示する施設が存在する。これらを十分に活かすことができる方策を検討していくべきである。

重要なのは、無理をせず、できるところから行うことである。このような試験的な試みで何らか効果を実感できたのであれば、その実施の頻度を増やすなど、少しずつ体制を強化していけばよい。

(2) 企業の意識を変える(長期的な取り組み)

(1)の取り組み等により、同地域から産業観光の成功事例をつくり、実績を出すことが重要である。そうすることにより、これまで、産業観光には後ろ向きであった企業においても、産業観光に対する意識(誤った先入観)を変えるきっかけを与えるかもしれない。また、自社でも実施しようという企業が増加することが期待できる。

- 2 具体的な方策

ここでは、この地域では具体的にどのような産業観光が可能なのか、具体的な案を述べてみたい。短所であったホテルや駐車場数が少ない等は、このような内容は一朝一夕では改善されない。ここでは、既存の施設や現在、この地域がもつ長所を十分に活かして何ができるのか、先進事例調査の結果も踏まえながら、以下のとおり述べてみたい。

(1) 実施内容

“職人芸”をみせる

5頁の図2によると、旅行者は「伝統産業」に高い関心を示している。これは、伝統産業に携わる職人の技をみたいという意味にも解釈できる。先進事例調査のタケフナイフビレッジや越前和紙の里においても、職人技の様々な工程の見学は来館者から支持を得ている。また、刀鍛冶の鍛練ショーは刃物祭りなどのイベントの際に行われてきたが、かなり人気が高く、いつも大勢の観客に囲まれる。

これらのことから、“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。本物の職人芸を見学できる施設は全国的に見ても少ない。前述のとおり、この地域には、刀鍛冶や紙漉和紙職人など簡単には真似できない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成功へのキーと言える。

“OB”の活用

人材不足を理由に産業観光への興味を示さない企業が多いことが明らかになった。しかも数年で、団塊世代の職人の退職が見込まれ、人材不足感に一層拍車がかかることが予想される。また、関市、美濃市ともに事業所数が年々減少しているが、その大半は個人事業者による廃業である。つまり、このような状況化では、大勢の職人が製造現場から離れることになる。

先進事例調査のさんじょう鍛冶道場等においては、現役の職人ばかりではなくOB職人も体験プログラムの指導者として活躍し、再雇用の面にも効果がある。それ以外にも、全国の産業観光施設では、OBを活用している例が見られる。彼らは、もうすでに現役は退いているので、技術漏洩などの問題もクリアできる。

これらのことから、定年退職や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、当該産業に興味がある観光客が来ることが多い。そのような客には、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。もし、ボランティアも可能であれば、運営経費の節減にも繋がる。

“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。現在は食品においても、原産地表示が義務付けられ、製品によっては、生産者の情報まで書かれているものもある。この傾向はものづくりの方にも拡大しつつある。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。

堺 HAMONO ミュージアムにおいては、週末のみ刃物クリニックを開催しているが、当館の一番の人気コーナーとなっている。プロの料理人から一般の主婦まで、包丁の研ぎ方、手入れの仕方、商品の選択まで、本物の職人から指導やアドバイスが無料で

もらえる。また、工業高校や大学の教職員や学生からも、製造工程等に質問に来ることが多い。

そこで、この地域において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は成功への重要な要素であると言える。これは、一つのインセンティブになり、入館者の増加に寄与するものと思われる。また、リピーターの増加も考えられる。

“カルチャークラス”の開催

5頁の図3において、体験メニューは、産業観光に求められるトップの要素である。実際に、社会人を対象にしたカルチャー教室の人气が高まっている。特に、陶芸やそば打ち等何かを自分で作成するコースの人气が高まり、各地の文化センターのコース数も増加する傾向にある。先進事例調査の堺 HAMONO ミュージアムでは、地場の包丁を使用した料理教室を月に8回開催し、好評を博している。

ここからヒントを得て、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、体験というよりはある程度本格的に学習できるコースを実施することも成功への重要な要素と言える。このような教室を併設する施設は全国的に見てもまだ少ない。特に、和紙については、紙漉体験ができる施設は各地にあるが、和紙を使って何かをつくるプログラムまでを提供する所は少ない。受講後には、自社商品を販売して利益を出すことも期待できる。このような事例は、テレビ等メディアからの注目度もあがり、より広範囲の人々にPRすることができる。

(2) 実施方法

“実施方法”の工夫

経営資源的に精一杯で、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ある程度の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、屋外で体験コーナーを設け、その時しかできない体験をしてもらうなどである。

また、県や市が行う観光PRイベントを活用できないであろうか。例えば、東京や大阪など大都会で開催される観光イベントや展示会等に参加して、施設の紹介だけではなく、紙漉体験や包丁研ぎなど出張体験コーナーを設ける。メディアを使っても、広報範囲が地域限定になることが多いが、このようにユニークなPRすることにより、注目度があがり都市圏からの誘客に繋げることが期待できる。

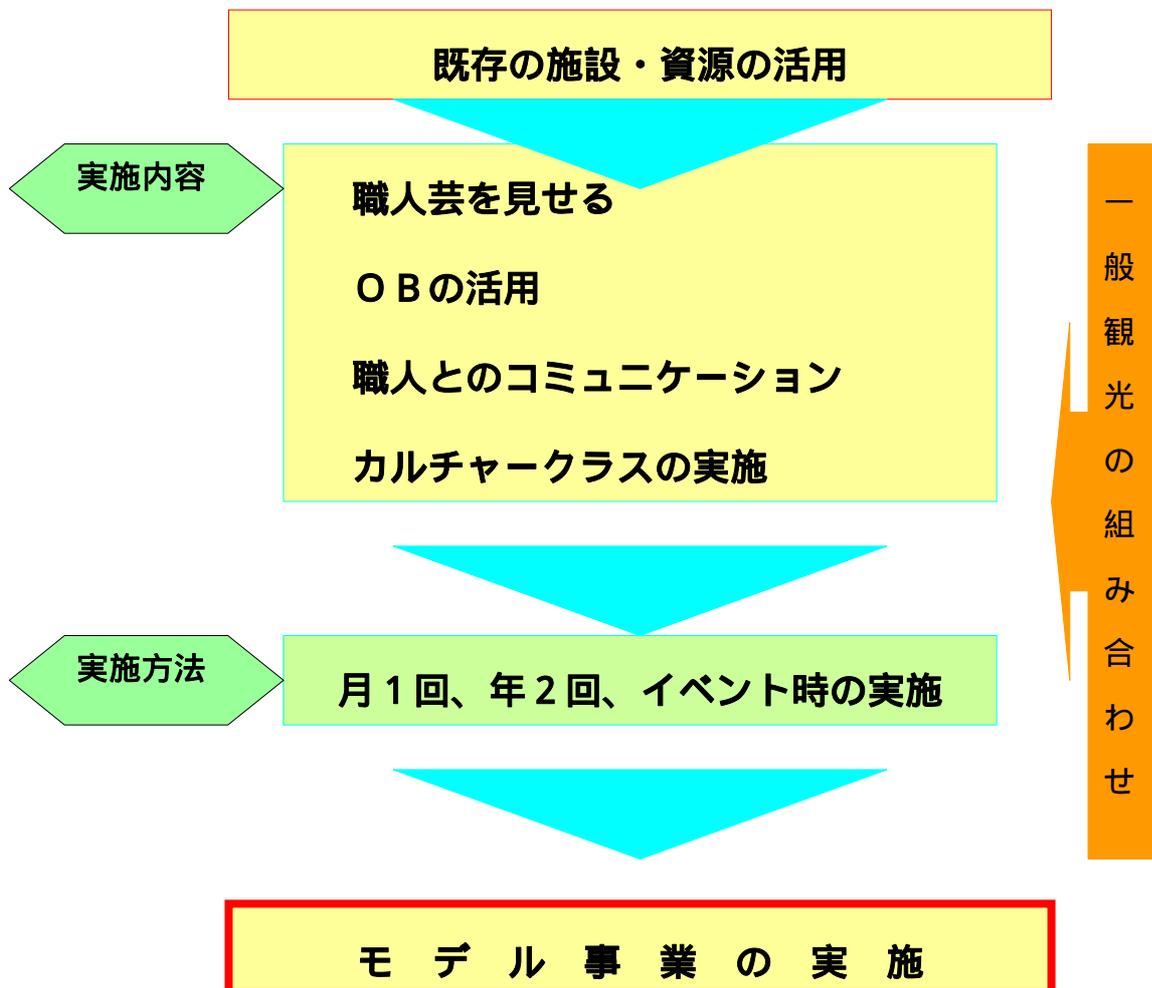
“一般観光資源”との組み合わせ

最近の傾向として、体験プログラムなどの人气が高まっていることは事実であるが、

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。旅行会社からの見解のとおり、魅力あるツアーにするには、「体験」や「学習」プラス「癒し」や「食」などリラックスできる要素を盛り込むことが成功への鍵となってくる。その点を考慮すると、この地域だけでの産業観光の実施には限度がある。

しかしながら、少しエリアを広げれば、平成17年2月に関市に合併した旧武儀郡や郡上市には自然を売り物にした観光施設（ゴルフ場、キャンプ場、釣り、スキー場など）がある。また、日本昭和村やライン下りがある美濃加茂市なども近い。さらに、一大観光地である高山や下呂へもそれほど遠くない。例えば、下呂は宿泊には適しているが昼間に観光する施設は限られている。今後は、これらの有名な観光地とお互いの足りないものを補填する、いわば、役割分担的な形式でツアーを企画していくことが重要である。

図9 実現に向けた取り組み



- 3 顧客層別分析

第 章で特徴と記述したターゲットとすべき顧客別に、どのようなツアーが効果的なかを以下のとおり、述べてみたい。

(1) 愛好家、専門家

効果的なツアーの形式

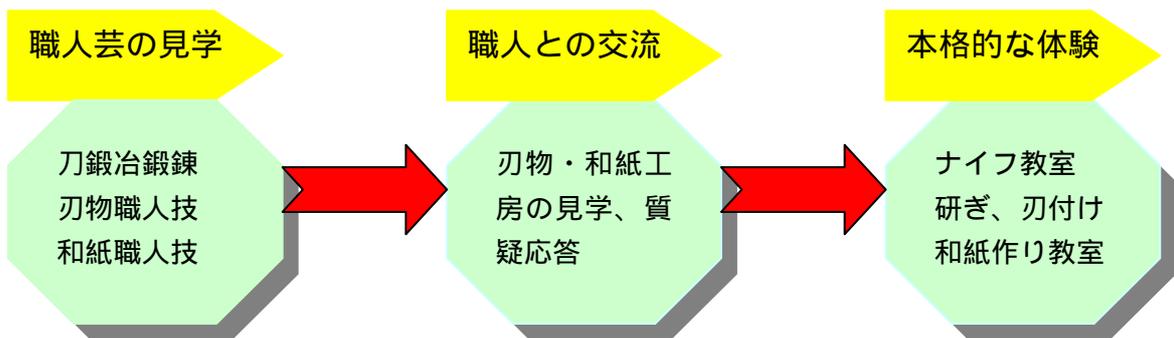
職人による“本物の技”や工場見学+体験メニューを重視したツアー等売り込むことが効果的であると考えられる。この層にはあまり一般観光の要素は必要なく、産業観光の要素を一面に出すPRの方がインパクトは強い。

この地域で可能な産業観光

刃物ではナイフが趣味でコレクションとして収集している愛好家が全国的に多い。実際に、ナイフ博物館にはこのような愛好家が距離に関わらず訪れている。プロの料理人や料理研究家などをターゲットに、包丁やキッチンツールの職人との対話や本格的なものづくり学習などは人気がでると思われる。

また、和紙の場合は書道家、和紙アーティストをターゲットに、職人による工場見学+体験メニューを重視したツアー等売り込むことが効果的であると考えられる。単なる紙漉体験ではなく、自身の書道用やアート用に、本格的なオリジナル和紙の作成や職人との対話の機会を設けるなど、ひと味違った内容を盛り込むことも重要だと思われる。

(図 1 0)



(2) 団塊の世代

効果的なツアーの形式

職人芸の見学や体験メニューを重視したツアー等となる。体験の後はリラックスできる要素を売り込むことが効果的である。

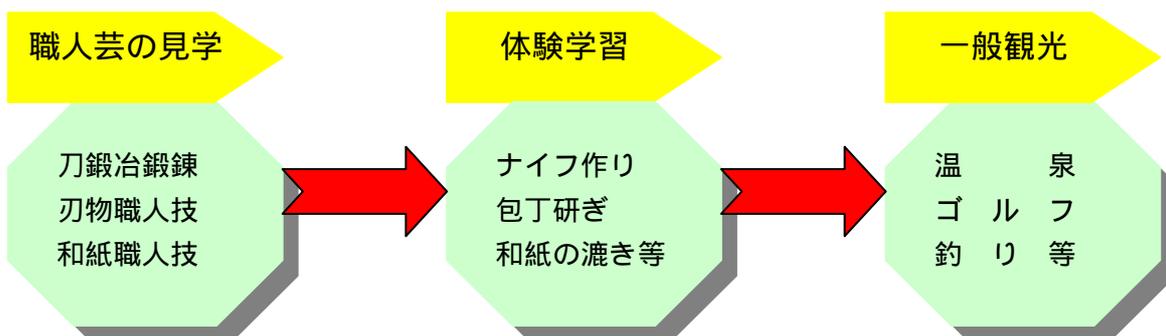
この地域で可能な産業観光

この地域では体験という点ではまだまだ目新しい、ナイフ作りや紙漉き体験に興味

を示すと考えられる。また、刀鍛冶等職人の“本物の技”の見学にも関心を示すと考えられる。和紙の場合も本物の職人が行う和紙づくりの一連の工程を見学したり、紙漉きや本格的な和紙づくりのコース等も受け入れられる。

また、体験学習の後は近隣町村等でゴルフや釣り、温泉などのこの世代が好む一般観光の要素を組み入れると一層良くなる。

(図11)



(3) 家族連れ、カップル

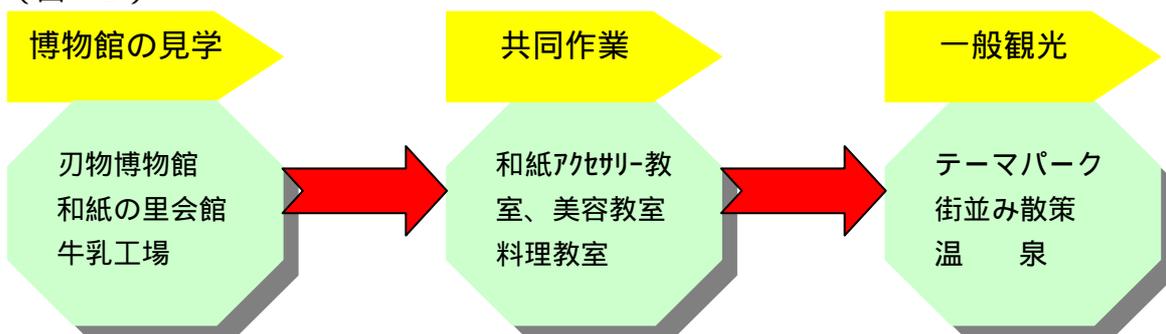
効果的なツアーの形式

このグループには、産業観光を全面に出すのではなく、産業観光の学習というイメージを払拭する軽めの内容にしたり、お土産を付けるなど、まず、参加者に「産業観光とは何か」をPRできるものにする必要がある。重要なのは、共同で作業して何かを作ったり、それを食べたりする要素受け入れられやすい。また、既存の著名な観光資源を組み込まなければならない。

この地域で可能な産業観光

例えば、家族連れには何かを半日程度かけて何か家族にとって一つしかないオリジナルなモノをつくる。例えば、ナイフや和紙のアクセサリーは2人にとって記念になるものである。若いカップルには美容教室、親子には料理教室などは内容的に受け入れやすいと思われる。その前後には、日本昭和村などのテーマパークや飛騨高山や下呂温泉など誰にでも楽しめるツアーの前後に組み入れると効果的である。

(図12)



(4) 児童・生徒

効果的なツアーの形式

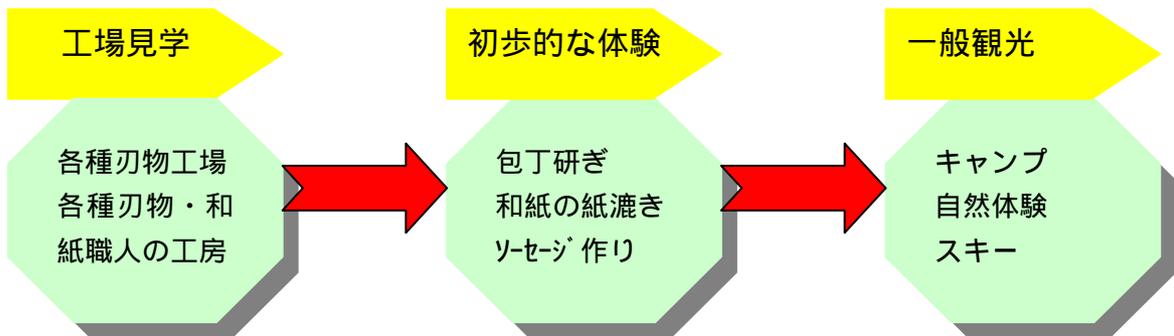
基本的には教育重視した内容となるため、地元の学生には刃物や和紙の工場見学や博物館等を通じて地場産業を学んだり、他地域からの学生には、体験学習等を通して当該産業や地域そのものを見学することとなる。

この地域で可能な産業観光

夏休みには、郡上のキャンプ場やNPO等主催の自然体験教室、冬にはスキー教室などにこのようなグループが訪れる。その日程の前後にナイフ作りの体験や紙漉和紙の体験を盛り込むことは、より教育的な効果を高め、ツアーとしてもより有意義なものになる。ただし、学生であるので学習ばかりではなく、楽しめる要素も加味する必要がある。

乳製品工場やソーセージ作り、洞戸のヤナ、郡上の自然体験教室（キャンプ、ラフティング、カヌーなど）学生が好みそうな楽しめる要素を組み合わせると一層効果的になる。

(図13)



第 章 提言

今回の調査では、多くの企業や行政機関等へ産業観光の取り組みについての調査を行った。この章では、前章までに分析した結果を踏まえ、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、「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等に参加し、いろいろなパターンの産業観光があることを学習していただきたい。それを通して、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しできる。また、産業観光への関心が高まることが期待できる。

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など、少しずつ意識を高めていくことも必要である。県では、旅行会社を招き、産業観光を推進する前にその可能性について意見を伺う事業等を行い、産業観光に関心がある企業を積極的に支援している。実施には急ぐ必要はないので、興味がある企業はこのような支援制度をぜひ、活用していただきたい。

(2) 職人の任意団体等を設立すること

地場産業を活かした産業観光の成功には、前章のとおり職人の協力が成否への重要なポイントになる。共に刃物産地として有名な三条市や堺市においても、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。彼らは、伝統や風習は重要と認識しつつも、地場産業の再生、さらなる発展のためには、古い慣習に捕らわれず、新しい試みが必要であるという認識で、産業観光事業に好意的である。どちらの施設も、入場者数は上昇傾向にある。

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。彼らが、刃物会館や関鍛冶伝承館、美濃和紙の里会館等で活躍すれば、十分に観光客を惹きつけるインセンティブになりうる。

(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。例えば、刃物でもナイフ、包丁、はさみ、カミソリとそれぞれ特色が違う。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。研究会には、利害関係が絡まない第三者的なアドバイザーに参加してもらおうと、住民には気付かないその地域の魅力（観光資源になるもの）を再発見することができる。また、意見がまとまりやすくなり、事が進めやすくなる。

- 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ことである。

両市とも業種は異なるが、知名度が高い地場産業を持っている。市などが中心となって、モデルツアーの実施や刃物と和紙を使ったアート教室等の開催など、両者を同時に旅行者にPRできる機会を設ければ、単独で行うよりも効果は倍増すると思われる。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

第Ⅰ章によれば、旅行者は産業観光に期待する要素として、「伝統工芸」と並んで「食品加工業」が挙げている。残念ながら、関市、美濃市においては、食品加工業が製造業の約３％に過ぎず、工業見学等を受け入れる規模の企業は少ない。関には「うなぎ」があるが、飲食店であるため産業観光には馴染まない。

刃物や和紙のものづくり体験プラス、レジャー感覚が強い「食」の要素が加われば、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、例えば、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。単に食品を売るだけではなく、工場見学のコースが整い、体験コースを用意するなど産業観光を見据えて、工場等の新設や改装等が望ましい。また、関市においては、旧武儀郡の町村では、地元の商工会が中心となって作られた特産品がある。いくつかは、当時通産大臣賞を受賞するなど、ある程度の知名度があり、現在も販売を行っている。これまで、産業観光の取り組みは見られないが、今後は、すでにある特産品を産業観光へ参画させていくことが期待される。

（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。東海環状自動車道が開通したことによりアクセスが向上し、愛知県三河エリア等これまではあまり見られなかった地域との組み合わせが可能となっている。今後、エージェント等にPRを行う際は、これらの著名な地域の観光ツアーに、当地をその道中に入れてもらい、この地域の産業観光の強みをアピールしていくことが求められる。

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)	関市役所
美濃市市勢要覧(2004年度版)	美濃市役所

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