

## 第1章 岐阜県の現状と動向

### 1. 産業観光とはなにか

#### 1-1 産業観光が全国で注目されている。

一般に観光というと、いわゆる観光名所へ出かけて、美しい景色を見て、その土地の美味しいものを食べて、お土産を買って帰るといったパターンが定着している。訪れる者にとっては、「非日常の世界で楽しく過ごしたい」という願望があり、迎える側にとっては、そこでたくさんのお金を使っていただくために、飲食店や土産物売り場の整備に力を入れ、ときには、イベントを開催する。

しかし、最近の全国の観光形態・動向をみると、このような観光を卒業し、物足りなさを感じる人たちが増えており、「産業観光」など新たな観光形態が注目されているということが判った。

#### 1-2 観光のニーズが変化している

最近の観光客の傾向として、家族や友人との5～6名の少人数グループによる旅行の割合が確実に増加している。逆に、団体客を中心とする旅行需要は減少している。また、これまでのお仕着せの画一的周遊型観光から、個々人の関心やテーマを出発点とする目的型観光へと観光客の嗜好が変化してきていることも最近の特徴である。いいかえると、観光客がそれぞれの興味や目的によって観光を選択する傾向が強まっているといえる。

しかも、観光に求める要素が、単なる愉快・快樂だけでなく、感動、癒しを求める傾向が強まっていることも見逃してはならない。

#### 1-3 これからの観光

これまでの観光は、観光客にとって毎日の生活からできるだけ離れた、場合によっては、いわば生活を忘れることが大きな観光目的であった。しかし、これからの観光は、人生と日常生活を豊かにすることが目的となる。これは大きく3つの形態に分けられる。

##### 1) 「感動型観光」

20世紀の「びっくり仰天型観光」から、これからは先人が作った歴史ある建物や作品にふれる事で、その技術や歴史の重みを知り、感動を得るといふ、観光形態

##### 2) 「学習型・体験型観光」

これまでの日常生活がつまらない、面白くないから旅に出てストレスを発散するという観光から、違った文化の生活に触れることによって、今度は自分の生活がどうしたら豊かになるのか、ヒントを与えてくれるような観光形態

##### 3) 「スローライフ型観光」

ディズニーランドのように、短時間・集中的に非日常の世界（ディズニーワールド）を

楽しむ観光から、1つの街や地域の文化や産業を、長時間あるいは長期間滞在することで、心を癒し人生を豊かにしてくれる観光形態

#### 1 - 4 産業観光とはなにか

先にあげたこれらの特徴、すなわち関心や興味の対象が多様化する観光客に「感動」「学習・体験」「スローライフの素晴らしさ」全てを提供できる観光、これが「産業観光」である。

一般的な定義を与えるなら「産業観光とは、歴史的・文化的意味を持つ工場遺構、機械器具などの産業遺産や生産現場、産業製品などを観光資源とし、それらを介してもものづくりのところに触れることによって人的交流を促進する観光活動といえる。

産業観光といってもむずかしく考える必要はない。実際にこれまでも、また現在でも、全国どこでも行われているものも多い。

岐阜県でも、博物館や工場（遺跡）を見学したり、長良川の鶺鴒観光、あるいは窯元を訪れて作陶体験をするなど、すでに一部で「産業観光」が行われている。

大切なことは、観光客がそこへ行けば、その地に息づく「ものづくりの心」に触れることができ、作陶体験などのように、作り手ともものづくりの感動を共有する体験（生産者と消費者の交流）ができるということである。多少誇張した言い方をすれば、一生心に残る忘れられない貴重な体験ができるということである。

体験し、学習し、自分自身を豊かな気持ちにさせてくれる、これが観光客がこれから求めるであろう新たな観光形態 産業観光 である。

## 2 . 岐阜県の「産業観光」にかかわる立地条件

### 2 - 1 岐阜県はすぐれた自然観光資源に恵まれている

岐阜県は海拔0メートルから3,000メートルの起伏に富んだ地形がさまざまな観光資源を作り出した。古くから「飛騨の山、美濃の水」という意味で「飛山濃水」の地と呼ばれたように、自然景観はむろんのこと、標高差・温度差による各地域固有の動植物が生息している。（アルプスに住む日本かもしか・雉、長良川等の鮎など。）また、食べ物についても、美味しい米、野菜、果物、川魚などの収穫物や地域ごとの伝統料理（東濃地方の五平餅、そばや鮎料理など）があり、食の観光資源1つとってもバラエティに富んでいる。

「観光名所へ出かけて、珍しい動植物をみて、訪れた土地の特産物を美味しく食べる」ことすべてが可能な岐阜県は、その背景にこれらの自然観光資源が豊富に存在しているからであることを忘れてはならない。また、これらは手づくりの「産業観光」につながっていく。

### 2 - 2 岐阜県は生活に根付いた個性的な地域文化の集積地である

岐阜県は、全国的にも有名な「刃物」、「和紙」、「陶器」、「衣服」、「木工」5つの伝統的工場産業の集積地である。刃物も紙も器も衣服も木工品いずれも我々の日常生活に欠かすこ

とのできないものである。そこには古くから「ものづくりのこころ」が息づいている。

まわりを見回しても、これだけ歴史ある多くの伝統産業が1つの県に集積しているところは、ほかに、ない。

### **2 - 3 岐阜県はすぐれた近代産業観光資源：見落としてはならない最先端産業集積地でもある**

岐阜県には、伝統地場産業だけでなく、プラスチック、食品、ITといった近代・最先端産業も集積しており、県内経済を牽引する重要な産業分野である。大垣の「ソフトピア・ジャパン」や各務原の「テクノプラザ」、瑞浪の「先端科学技術振興センター＝サイエンスワールド」のように、最先端の技術に触れることで新たな知的発見と感動を得られるような、展示あるいは体験プログラムを取り入れた観光体験施設が多い。

### **2 - 4 岐阜県は「観光資源」の宝庫である**

これまで述べてきたように、岐阜県には近代産業のほか、5つの全国的に有名な伝統地場産業が集積しており、また、そのそれぞれの産業は、歴史とそこで培われた文化を代表している。岐阜県が有する産業観光ポテンシャル（潜在能力）はきわめて高い。

また、地域ごとに大きく異なる景観・動植物・特産品等非常に豊富な自然観光資源を有しており、こちらも「産業観光」につながる。「見て、食べて、遊んで、ものづくりのこころに触れ、学ぶことのできる」オール・イン・ワン観光が可能な岐阜県は、観光資源の宝庫である。まさに岐阜県は産業観光の中心圏になり得るすぐれた立地条件を備えているといえよう。

## 第2章 事例紹介

### 1 「刃物産業の集積地 関」

#### 【ものづくりのこころを提供する取り組み】

- ・関市や商工団体などが中心となり、現在の関市産業振興センター周辺にある「刃物会館」、  
「フェザーミュージアム」、「春日神社」をリンクさせた「刃物フィールドミュージアム」構  
想を立上げ、現在整備中である。
- ・年1回開催される刃物祭りでは、市内の刃物メーカー、刀匠が中心となり、軒先に自社  
製品を連れ、展示即売会を行う。訪問客と直接交流できる意義あるイベントである。ま  
た、刀鍛冶による刀剣作りの実演も年に数回行い、訪れた人々に「ものづくりのこころ」  
を伝える取り組みを行なっている。
- ・地元大手メーカーは、ホームページを開設したりネット販売で、自社および自社製品の  
魅力を積極的にアピールしているが、企業ごとの取り組みの温度差が大きい。

#### 【課題】

- ・関の刃物文化を伝える後継者が、不足している。
- ・観光客との交流機会は年に数回の各種イベントに頼るところが大きい。
- ・個々の企業レベルでは、交流する機会を企画し実施することは難しい。

### 2 「陶磁器産業の集積地 多治見、土岐、瑞浪」

#### 【ものづくりのこころを提供する取り組み】

- ・多治見市市之倉町、同笠原町、土岐市下石町、同駄知町の4地区では毎年イベントを開  
催している。土岐市下石町の「どえらあ陶器祭り」、多治見、土岐、瑞浪それぞれが個別  
に開催する「美濃焼まつり」は全国的に有名である。メーカーと訪問者が交流できる大切  
なイベントである。
- ・土岐市中心市街地においては、陶磁器のギャラリーやショップ、カフェ、情報プラザ機  
能などを持たせた「ゆのみの里」を2006年にオープンする計画がある。観光客誘致のため  
のこのような街並み作りは、多治見市、瑞浪市においても行なわれている。
- ・産業観光施設である多治見市のセラミックパークMINOは、日本初の産業と文化の複  
合施設である。ここでは、戦国時代から現代に至る美濃焼作品の展示や各種イベントが  
開催されている。また土岐市のどんぶり会館は、観光情報発信基地として、産業観光の  
中核的施設としての役割りを担っている。

#### 【課題】

- ・近くに観光地がないため、どの地域においてもイベント時は多数の人が集まるが、通年  
での誘客がむずかしい。

### 3 「繊維産業の集積地 岐阜」

#### 【ものづくりのこころを提供する取り組み】

- ・毎年4、7、10、12月の各第1日曜に「せんい祭り」を開催し、一般個人客に商品販売している。
- ・信長・道三祭りに合わせて開催

#### 【課題】

- ・後継者の育成
- ・繊維産業を脱却し、ファッション産業に孵化するまでに成熟していない。安価な商品を店頭に並べるだけでは物足りない。最終的には駅前繊維街をファッションタウンにまで変えていく取り組みが必要。

### 4 「木工産業の集積地 高山」

#### 【ものづくりのこころを提供する取り組み】

- ・高山の町並をみてわかるように、木造切妻作り、大きく張り出した軒が特徴的であり、落ち着いた雰囲気醸し出している。また、酒ばやし（新酒ができたときにつるす杉の玉）が酒屋の軒につられるなど、歴史と文化、生活が体感として感じられる工夫を住民みずから行なっている。
- ・平成3年から12年をかけて、「幻の屋台」として復元された「祭り屋台」のように、飛騨の木工製品には、匠の技とものづくりのこころに加え、最先端技術を学ぶことができる。
- ・朝市のふれあい。現在は、「陣屋前朝市」と「宮川朝市」があり、正午近くまで開かれている。
- ・市では平成10年に「おもてなし365日」というハンドブックを作成し、観光関連の事業所に従事する人たちに配布している。
- ・冬場の観光客が少ないので、市では「冬のライトアップ」、「酒蔵めぐり」などの企画を打ち出し、オフシーズンの集客に力を入れている。

#### 【課題】

- ・高山市では、季節による入り込み客数（春と秋の高山祭りに集中するなど）の差が激しい。
- ・高山市は「産業観光」でも「一般観光」でも、全国的観光地としての立場にあり、近隣の観光地と幅広い連携をとって、相互送客等を行うことで、県の中核観光拠点となることが期待される。

## 5 「和紙産業集積地 美濃」

### 【ものづくりのこころを提供する取り組み】

- ・県内外での展示会の開催などで情報発信。
- ・毎年岐阜県木工連合会が開催している「暮らしと家具の祭典」に岐阜県紙業連合会は今年初めて協賛した。
- ・紙で作製したドレスやセーター、タオルや靴下などを製品化し、新たな紙需要の展開を図る。
- ・美濃市のうだつのあがる街並みの一角には、様々な紙製品を販売する店や、東京のデザイナープロデュースによる美濃和紙を用いた照明などの小売店（アンテナショップ）が出店され、土日の集客に力を入れている。
- ・美濃和紙会館を起点に、各企業、匠の作品を展示するだけでなく、和紙漉き体験プログラムを導入している。

### 【課題】

- ・量的なマーケットが、他の地場産業と比べて小さい。
- ・手漉き和紙については、後継者不足という問題を抱えているが、県外出身者も含めて数名の若者がベテラン職人のもとで技能の修得に努めている。  
伝統技術を生かしながら、デザイナーなどと協力して新たな市場を開拓することが課題

## 第3章 事例分析

### 1. 現在までの観光面で効果をあげている点

- ・ものづくりのところにふれられること  
「面白い」だけでなく「心に残る観光」へのシフトが進むが、それらのニーズをものづくりの心によって満たすことができる。
- ・歴史や文化に囲まれた生活へのあこがれを満たし、実地に味わうことができること。  
高山などの観光の人気が高いことは歴史的建物、町並み、伝統技術と近代技術が融合した第一級の産業製品等に直接ふれられるからである。このような地域の生活文化に根ざした多くの資源に恵まれ、体験・学習・見学の「産業観光」三要素を全てみたところが「産業観光」の成功例となる。
- ・手づくりのぬくもりにふれられること  
中津川の和菓子(栗菓子)のように、味はもとより、ひとつひとつの菓子里に込められた手づくりのぬくもりに感動を感じ、直接何度も足を運びリピーターは多い。同様な例は県内に多くある。

### 2. 各地の事例が提起する今後の課題

- ・イベント依存であること  
イベント中の効果はあるが、イベントのないときは集客目標がぼやけ、観光に波動をもたらしている。普段から地元で根付いた観光になりきっていない点も見受けられる。
- ・体験参加型プログラム等が不足していること  
刃物、和紙、陶磁器などある程度の体験プログラムはあるがPRが不十分。また観光客がより積極的にものづくりに参加したくなるような突っ込みが不足している。特に本格的なものづくりの全行程に参加することを望む外国人客等も多いが、そのような本格派向けプログラムがない。
- ・観光地相互の連携が充分でないこと。  
産業観光についてはまだネットワークが充分でないため、地域間の情報交換・情報の共有、相互送客が今後必要になる。
- ・伝統を活かしての産業自体のより幅広い展開、後継者育成が必要なこと。

以上、事例の分析から提起されたこのような課題をちえと工夫とキメ細かい施策で解決することが急務といえよう。

## 第4章 岐阜県「産業観光」振興への取り組みの方向

### ～観光資源のさらなる活用と発展のために～

#### 1．観光資源の開発と再評価

- ・まず、行政・企業・地域住民が、岐阜県が持つ（地域が持つ）固有の産業観光資源が豊富で、他県にない強みを持っていることを再認識し、再評価するとともに新しい観光資源の開発に積極的に取り組む必要がある。

#### 2．観光資源の棚卸し

- ・認識と評価を裏付けるものとして、観光資源と考えられるものを一度すべて棚卸ししてみる必要がある。それが産業観光への取り組みの動機づけになるとともに、見落とされていたり、付け加えるべき観光資源の発見・発掘につながる。

#### 3．事例分析結果等からみた諸課題への対応

##### 3 - 1 地元の「産業観光」への正しい理解

- ・地域住民（自治体等も含む）が地元の産業（観光）に関心をもち、これを地域の「光」として認識し、観光資源として位置づけ、情報発信する努力が必要である。勿論観光客を「もてなしの心」をもって迎えることが前提となることはいままでもない。いわば地域と住民ひとりひとりが「観光する心」をもつことが基本である。

##### 3 - 2 効果的なイベントの展開

- ・これまでのイベントは行政主導が中心であったが、さらに新しい発想のもとに地域住民主導のイベントを小規模でも各地で幅広く催行する必要がある。また移動式や日時にこだわらず適時適切に開かれるイベントがあってもよい。そして訪れる人と地域の住民の交流の場を増やす必要がある。

各企業、住民が協力して、まち全体がひとつの博物館となるような地域の特色を活かしたイベント開催とそのシリーズ化なども期待される。

いわば産業観光にかかわる「凍れる情報DNA」を解凍して、それらを現実の施策に活かすような取り組みが必要であろう。

#### 4．これからの取り組み（期待される役割）

##### <行政>

- ・県内にある産業観光施設は、岐阜県が出資をして経営しているところが多い。隣接する愛知県では、産業技術記念館のように民間企業が建設・運営するものが多く、様々な知

恵を絞り、集客に取り組んでいる。岐阜県においても、産業観光施設を民間企業・団体の知恵と手法を借りて運営することも検討してはどうか。

- ・これまで、岐阜県は観光客誘致のために、『モノ』のPRに力を入れてきた。博物館や体験施設、地域の特産品、観光名所などの『モノ』である。産業観光を推進するうえで、これからは、ものづくりに取り組む「企業」とそれを支える役割を果たした地域（住民）の取り組みについても情報発信していくことが望ましい。すなわち岐阜県を訪れるひとに、『モノ』と同時に『ものづくりのこころ＝ひとと企業』を想起させる情報発信を考えていくことがこれからの課題である。現在県が推進している「オリベプロジェクト」への参加門戸を広くしたり、すぐれた観光資源を持っている県内企業に、PRの機会（チャンス）を与えていくことも必要と考える。また、県内全域に点在する「道の駅」や美濃ミュージアム街道構成施設を企業の情報発信拠点とすることも考えたい。そして岐阜県が、岐阜県の「産業観光」について情報発信、基盤施設整備等では今後も中心的役割を担うとともに、「産業観光」全般について企業、地域住民の活動にかかわるよきコーディネーターとして役割を果たすことを期待したい。

#### < 企業 >

- ・経営資源を観光にどう活かせるかを考える  
たとえば、自社製品を観光資源と認識した刃物産業であれば、企業自らが料理教室を企画し、人気料理人を講師として招き、自社製品を実際の料理で使用してもらおう。これにより、参加者に講師が使用する包丁などを使えば、料理がより上手くなるというイメージ作りができ、さらには直接参加者から製品に関するクレーム情報も得られ、新商品開発のきっかけとなるかもしれない。
- ・すぐれた産業観光資源を眠らせている企業は、「ヒト・モノ・カネ・時間」のどれか1つを、産業観光活性化のため投資するという認識をもつことが必要である。  
自社だけの取り組みでは、観光客を誘致するのは難しいが、複数もしくは地域住民や地元自治体との連携というかたちで「産業観光」に取り組むのであれば1要素を提供することは可能ではないか。

#### < 地元企業・住民・行政一体となって取り組むべきこと >

##### **推進体制の整備**

県、市、企業、経済団体、観光団体関係者による観光ネットワークを確立する必要がある。このため「岐阜県産業観光推進協議会（仮称）」を設置し、定期的に会合を開催し施策協議や情報交換、共同発信を行うこと等が考えられる。

##### **モデルコース策定と商品化**

「産業観光」にかかわる、また「産業観光」とその他の観光をあわせたモデルコースを

策定、情報発信するとともに旅行会社等による商品化を行う。

#### 「産業観光」フェアの開催

岐阜県内の「産業観光」にかかわる文化財展示、観光イベントの紹介、製品販売等を行う、「総合『産業観光』フェア」を県内、東京、大阪等各地で定期的を開催することが望ましい。(体験コーナー、学習施設等も付設)

#### 一市一町「産業観光」

どんな地域でも何らかの生産活動があるはずである。岐阜県内の42の市町がそれぞれの市町の産業のなかから「産業観光資源」となるべきものを1件以上選び出すこととしてはどうか。その場合、位置づけ(資源として)、演出(プログラム等)、情報発信方法を地域で検討し、県レベルでそれらをまとめて「岐阜県観光マップ」(仮称)等を作成し総合的に情報発信し、これに各種イベント並びに県内各地の他の観光とも連携させ、「産業観光」を中心として、楽しめる、体験できる、学べる「総合観光圏ぎふ」を全国的にPRすべきである。

#### <総括>

岐阜県の経済活性化のために、今後は、特に中小企業が産業観光に対して、より積極的に取り組み、持続的な発展を遂げる必要がある。特に、魅力的で陳腐化しないコンテンツが不足しており、1つのバスケットの中に食べたいフルーツが全部最初から入っているフルーツバスケットならぬ観光バスケットの形成を目指す必要がある。即ち、あそこへ行けば、石に関するすべてがわかる、あそこへ行けば作陶に対してどんな希望にも対応してもらえるなど「ものづくりのこころ」が詰まった地域づくり、である。そのためには、岐阜県をおとすれたひとに「ものづくりのこころを体験・感動」してもらえる観光資源の拡充を目指すことが必要かつ不可欠である。

県内各地の地場産業をテーマとして、公的施設、企業博物館、中小企業の体験型施設、販売施設、見学施設などが集積し、他地域にはない重層的なプログラムを提供できる日本一の地場産業分野の観光バスケットを作ることが、今、岐阜県に求められている。

#### 【研究会構成委員名簿】

<座長> 須田 寛 (社団法人日本観光協会中部支部長 / JR東海相談役)

<委員> 望月 照彦 (多摩大学教授)

赤崎 まき子 (株式会社エイ・ワークス代表取締役)

玉井 博子 (合名会社玉井屋本舗代表)

岩本 哲臣 (株式会社岩本 代表取締役)

<アドバイザー>

天野 一夫 (社団法人日本観光協会中部支部 事務局長)

<事務局> 財団法人岐阜県産業経済振興センター