

岐阜県における産業観光活性化調査研究

はじめに 新観光時代がやってきた

第1章 岐阜県の現状と動向

1. 産業観光とはなにか P 1 ~ P 2
 - 1 - 1 産業観光が全国で注目されている
 - 1 - 2 観光のニーズが変化している
 - 1 - 3 これからの観光
 - 1 - 4 産業観光とはなにか

2. 岐阜県の「産業観光」にかかわる立地条件 P 3 ~ P 4
 - 2 - 1 岐阜県はすぐれた自然観光資源に恵まれている
 - 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
 - 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
 - 2 - 4 岐阜県は「観光資源」の宝庫である

3. 産業観光立県をめざして P 4 ~ P 5

第2章 事例紹介 P 6 ~ P 11

1. 「刃物産業の集積地 関 」（関市）

3 / 2 報告版

- 2 . 「陶磁器産業の集積地 土岐、瑞浪、多治見 」
- 3 . 「繊維産業の集積地 岐阜 」
- 4 . 「木工産業の集積地 高山 」
- 5 . 「和紙産業の集積地 美濃 」

第3章 事例分析

- 1 . 観光面で効果をあげている点 P 12
- 2 . 各地の事例が提起する今後の課題 P 13

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 P 14
- 2 . 観光資源の棚卸し P 15
- 3 . 事例分析結果等からみた諸課題への対応 P 15
- 4 . これからの取り組み（期待される役割） P 16～ P 18

おわりに

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う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。

下記の図でわかるように、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ことで、その技術や歴史の重みを知り、感動を得るという、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

先にあげたこれからの特徴、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（須田寛氏）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、長良川の鶉飼観光、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

3 / 2 報告版

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「飛驒の山、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、珍しい動植物を観て、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 つの伝統的地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：見落としはならない最先端産業の集積地でもある

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

3 / 2 報告版

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・特産品等についても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、ものづくりのところに触れ、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。

3 . 産業観光立県をめざして

岐阜県全体の観光客推移動向を見ると、64百万人(平成13年)、65百万人(平成14年)、67百万人(平成15年)と微増傾向にある。一方、地場産業関連施設・イベントの観光客数は、13年の2.3百万人から15年には3.1百万人に大幅増加している。地場産業以外の産業観光施設・イベントは、13年5.5百万人、15年5.2百万人と横ばいである。

地場産業関連施設・イベントの観光客数の増加要因は、岐阜県行政によるセラミックパークMINO、そばの里荘川等の新設効果によるものであるが、財政制約が強まり、主要な施設整備が一巡したなかで、今後は、行政のみによる産業観光施設の新設は期待しにくい。

これからは伝統地場産業を構成する地元企業みずからが、あるいは観光資源が存在する地域の住民が、産業観光に取り組み、持続的な発展を遂げることが必要となる。観光客に経営資源を見てもらい、交流を深めることができれば、観光客から新商品開発につながるアイデアが得られるかもしれない。あるいは観光客に感動を与えることができれば、観光のリピーターとなってもらえるかもしれない。

一方で、行政においてもこれまで以上に知恵を絞り、既存の(産業)観光施設をさらに魅力あるものにしたたり、産業観光に取り組みようとする企業や地域

3 / 2 報告版

住民に対し、基盤整備、情報発信等サポート体制を整える必要がある。
先祖が育んでくれた伝統的な観光資源、あるいは近代・現代の産業観光資源を、100%活かし、一人でも多くの人に「ものづくりのこころと感動」をあたえ得る取り組みを行なうこと、あるいは「ものづくり」に携る人々、企業の経営者が気づいていない、もしくは眠らせている観光資源を掘り起こすことができれば、岐阜県の地場産業活性化にさらに大きな効果をもたらすものと考えられ、ひいてはこれが岐阜県の「産業観光立県」につながる。

第2章 事例紹介

本章では、岐阜県が持つ観光資源の中でも、特に歴史と伝統に培われた「ものづくりのこころ」が多く眠る伝統地場産業を取り上げ、それぞれの産業観光活性化に向けた取り組みについて紹介をしたい。

また、次章では、これらの観光資源の魅力を訪問客に充分伝えているかを検証し、分析を行なう。

1. 「刃物産業の集積地 関」

【刃物産業の特徴と歴史】

関市一帯は、ドイツ・ゾーリンゲンと並ぶ世界的な刃物産地である。「折れず曲がらずよく切れる」という700年前から受け継がれる刀剣造りの信念は、現代に至るも生き続け、高い技術力を誇っている。関の刃物は、現在ニューヨークの一流ホテルで腕をふるうシェフの間で、非常に人気がある。技術力の高さを示す一例である。刃物産業の歴史をひもとくと、関の刀鍛冶が独自の鍛刀法「関伝」などを確立して以来、飛躍的に発展し、最盛期である戦国時代には、名刀「孫六」として名高い孫六兼元や、和泉の守兼定氏などを輩出した。江戸時代に入り世が泰平になるにつれて、刀剣の需要が減少し、刀匠も多くが農業用刃物や家庭用刃物の製造へと転業していった。

しかし、この地に居を構える刃物メーカーや刀匠のたゆまぬ努力により、高品質な関の刃物は世界中から支持され、関ブランド刃物の地位をゆるぎないものにしている。

【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「刃物ワ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ね、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

3 / 2 報告版

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」

【陶磁器産業の特徴と歴史】

東濃地域では、古くからやきものに最適な良質の原料が多く採れ、土岐市を中心とした近隣地区一帯で多種多様なやきものが生産されてきた。現在、飲食器の製造出荷額は日本一である。注目すべきは、美濃須衛窯群で 8 世紀前半に生産された器には美濃国名が刻印されており、日本最古の焼き物のブランド品は美濃で生産された。この地から、芸術性の高い織部や黄瀬戸、志野焼き、いわゆる「美濃焼」が生まれた。

特に「織部」は芸術性に優れていただけでなく、なによりも毎日の生活のなかで実際に使用されたという点で、他の有名産地の焼き物と一線を画している。織部を実際に使うことで、「オリベ」のこころ 「自由奔放」、「挑戦」、「革新」、「斬新」、「創造的破壊」、「多種・多極」、「平等」、「国際性」などに触れることができる。最近では、新しい産業分野としてセラミックス製品なども注目され、いまや美濃焼の技術やその製品は日常の食器から、工芸作品さらには宇宙産業にまで、幅広く生活に溶け込み、応用されている。この長い歴史と伝統に支えられ美濃焼の生産は数量ベースで全国シェアの 50% 以上を占めるほど我々の生活に馴染んでいる。

【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。

土岐市においては、昨年夏、プラズマ・リサーチパーク内で温泉採掘に成功した。また同パーク内に 3 月 4 日に「土岐プレミアム・アウトレット」がオー

3 / 2 報告版

ブンすることから、パーク内観光案内所を設置し、市内の窯元めぐりなどの情報を発信していく計画である。

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。同様の街並み作りは、多治見市、瑞浪市においても行なわれている。

土岐市下石町では、元倉庫を改装して伝統産品の徳利をキーワードとする産業観光の拠点施設「とっくり村」を準備中。一般客に作陶を体験してもらい、窯による焼き具合の違いなどを楽しんでもらうことができる。

行政主導型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。

多治見市においては「国際陶磁器フェスティバル」、瑞浪市においても若手陶芸作家を招いた作品展など大きなイベントを年1回程度開催して、観光客誘致に力を入れている。

土岐市においては、夏の名物行事として、希望者に土岐川河畔において、野焼き釜体験を地元住民や訪問客対象に実施。参加者は夜を徹して自分で作った窯に、自分の作品を自分の責任において焼くという楽しみを味わうことができる。

【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」

【繊維産業の特徴と歴史】

繊維製品、特に衣服は、第二の皮膚として需要が増えこそすれ、減るということは考えられない。岐阜がアパレルの街として発展を遂げてきた背景には、戦前からこの地方が日本屈指の織物産地であり、糸にはじまり、織物、編物、染色技術、アパレル企画、デザイン、縫製まで一貫した、川上から川下までの技術がそろっていることがあげられる。

特に駅前問屋街は、企画したものに生地や付属品等の手当てをし、縫製加工

3 / 2 報告版

業者に加工依頼をし、納品されたものを卸販売するという、製造と販売の両機能を有しており、他所にはない強みを持つ。

また、帽子から傘、ハンカチ、鞆、靴下など多種多様な商品を扱い、岐阜の問屋街へ来ればなんでも揃うという強みもある。

さらに岐阜は昔から和傘、提灯の産地でもあり、内職や下請生産で働く人が多く、縫製加工には都合がよい環境にも恵まれた。しかしながら近年、中国をはじめとする海外諸国から良質で安価な繊維製品が大量に輸入され、繊維産業は年々厳しい状況に置かれている。

【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」

【木工産業の特徴と歴史】

岐阜は木の国・山の国と謳われているように、良質の木材が多く採れ、特に東濃ひのきは全国的ブランドとして有名である。小さいものでは民芸的な土産物から、大きなものでは机や椅子などの家具から木造住宅の用材に至るまで、生活の中に身近に溶け込んでいる。また高山には現代センスを取り入れた工房が古くからあり、古い街並みにこの新しいセンスがマッチしている。匠と呼ばれる技術者は無論、現代アーティストが高山には多く在住し、観光客は、古きよき街並みを楽しめるだけでなく、高山へ行けばお気に入りのア

3 / 2 報告版

ーティストに会えるという新たな魅力作りに成功している。最近では自然が見直され、木そのものの素材としての利用、さらに癒し効果も相まって木工製品も再認識される状況にあり、新たな利用とデザインの新しい発想での製品が次々に生まれている。

【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る。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、他の観光拠点と相互送客等を行うことで、県の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」

【和紙産業の特徴と歴史】

紙産業の歴史は、「美濃の国」と呼ばれていた1,400年前までさかのぼる。当時の美濃地方（美濃市）は、紙の原料となる良質の楮（こうぞ）が多く採れ、

3 / 2 報告版

紙すきの技術も優れていたため、美濃紙の美しさと丈夫さがやがて全国的に知られることとなり、その技術が今日まで伝えられている。日本最古の「紙の戸籍」の多くは美濃の紙に書かれている。また、現在では美濃和紙を使った“軽く水にも強く、破れないウエディングドレス”を商品化する地元企業もあらわれるなど、時代のニーズに応えた新たな紙製品の開発に果敢に取り組んでいる。和紙が持つ可能性は未来につながっているのである。のは、1,400年の歴史に培われた伝統技術である。

【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

各地の事例を分析してみた場合、「産業観光」推進にかかわる次のようなメリットと課題が明らかとなる。従ってこれを具体的施策に反映させる必要がある。

1. 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」三要素を全て満たしているところが「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

3 / 2 報告版

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～

これまで産業ごとの取り組み事例について紹介し、観光資源の活用について考察を加えたが、岐阜県を訪れるひとに、たとえば地場産業の中心地に来てもらい、そこで「ものづくりのこころ」にふれてもらうこと等が、地元の企業の活性化、ひいては地域全体の活性化につながるの前提にたち、今後どのような産業観光を目指すべきか、総括したい。

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。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。

(注) これまでの取り組み

<行政>

体験学習プログラムも取り入れた産業観光施設を中心に集客を狙う。

県においては、これまで産業観光ルートを策定して（美濃ミュージアム街道、日本最古街道、日本まん中街道、日本民族街道、日本歴史街道）岐阜の魅力をPRしてきた。

最近では『愛・地球博と岐阜の旅』を謳い、万博周遊モデルコース（歴史文化体験コース、産業体験コース、自然景観体感コース、イベント感動コース）を策定した。

<企業>

県内においても一部企業では、経営資源を観光資源に変えて、集客に取り組んでおり、新商品の開発、売り上げ増加、PR効果による取引先増加、従業員と地域住民のモラル向上など成果を得ているが、まだまだ少ない。1つは産業（交流）観光が経営活動にプラスになるという認知を得られていないこと、1つは観光に提供できる「ヒト・モノ・カネ・ジカン」がないことが要因と考えられる。

3 / 2 報告版

< 地域住民 >

高山のように、地元住民が一体となって、年間を通して観光客をおもてなしするという意識がまだ個別レベルにとどまっているところが多いのではないか。企業や行政が主催するイベントやボランティア参加など、単発的な参加にとどまっている。

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うまでもない。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、岐阜県が出資し、経営しているところが多い。いわば、行政主導の施設である。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する必要がある。

3 / 2 報告版

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、県内の「産業観光」について情報発信、基盤施設整備等で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の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割く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

3 / 2 報告版

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に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、岐阜をおとずれたひとに「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必要があるかつ不可欠である。

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。

資料 2

岐阜県における「産業観光」活性化調査研究 (説明図)

