

つなぐ・ひろがる、桑名のめぐみ

2020 全国広域観光振興事業

全国産業観光フォーラム

in
桑名



報告書

2020年 11/18(水)・19(木)

会場／ホテル花水木 (ナガシマリゾート)

全国産業観光フォーラム in 桑名

会場 ホテル花水木（ナガシマリゾート） / WEB 同時配信

全国産業観光フォーラムin桑名を終えて

令和2年11月18日(水)19日(木)の両日におこなわれました「全国産業観光フォーラム in 桑名」では現地参加126名、WEB配信では国内外から198名、合計324名がご参加いただきまして誠にありがとうございました。コロナ禍での開催ということでコロナ対策も万全に実施いたしました。当日は「産業観光まちづくり大賞2020特別表彰表彰式」が執り行われた後、基調講演では東京大学大学院経済学研究科教授藤本隆宏氏よりリモートでの出演で「アフターコロナ時代における地域産業観光・面の観光を考える-」をテーマにお話がありました。そしてパネルディスカッションでは「産業観光による地域ブランディング」をテーマに各分野に精通するパネリストたちによる討論が展開されました。基調講演・パネルディスカッションを通じて、重要なお話を聴くことができ持続可能な産業観光の未来像を描けるための一助となれば幸いです。

今後も産業観光の発展や地域振興につながる活動を続け、コロナの状況が落ち着いた際には皆様に桑名市にお越しいただけることを心よりお待ち申し上げます。

フォーラムに対します皆様のご支援ご協力に心から感謝しお礼申し上げます。

令和3年2月 桑名市産業観光まちづくり協議会(三重県桑名市)会長 加藤丈典

1. 目次	1
2. プログラム・参加者	2
3. 開会式・表彰式	3~6
主催者あいさつ	
開催地主催者あいさつ	
三重県知事ビデオメッセージ	
来賓あいさつ	
協議会代表あいさつ	
産業観光まちづくり大賞2020特別表彰 表彰式 / 講評	
4. 基調講演	7~12
5. 産業観光による地域ブランディング 事例紹介 / パネルディスカッション	13~16
6. エクスカーション・アンケート結果	17~18

主催 / 桑名市 桑名商工会議所 桑名市産業観光まちづくり協議会 全国産業観光推進協議会 公益社団法人日本観光振興協会

11/18 (水)

【全体会】13:00 ~ 17:00

開会式・表彰式・基調講演・パネルディスカッション

式典

1 主催者あいさつ	公益社団法人日本観光振興協会	理事長	久保田 穰 様
2 開催地代表あいさつ	桑名市	市長	伊藤 徳宇 様
3 ビデオメッセージ	三重県	知事	鈴木 英敬 様
4 来賓紹介	三重県 雇用経済部	観光局長	河口 端子 様
5 来賓あいさつ	中部運輸局	観光部長	坂井 志保 様

産業観光まちづくり大賞2020特別表彰 表彰式

受賞地域・団体紹介

公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー 様 (静岡県浜松市)
 燕三条プライドプロジェクト / 「燕三条 工場の祭典」実行委員会 様 (新潟県燕市・三条市)
 桑名市産業観光まちづくり協議会 様 (三重県桑名市)

基調講演

演題 「アフターコロナ時代における地域産業観光 - 面の観光を考える - 」

講師: 藤本 隆宏氏

東京大学大学院経済学研究科教授 / 東京大学ものづくり経営研究センター長

パネルディスカッション

テーマ 「産業観光による地域ブランディング」

■コーディネーター

丁野 朗氏: 東洋大学大学院国際観光学部客員教授

■アドバイザー

須田 寛氏: 全国産業観光推進協議会会長

■アドバイザー

望月 照彦氏: 構想博物館キュレーター
 多摩大学名誉教授

■パネリスト

山田 立氏: 株式会社玉川堂 番頭

望月 精司氏: 小松市にぎわい交流部長 / 埋蔵文化センター所長

生駒 健二氏: エイベックス株式会社 執行役員

11/19 (木)

【エクスカーション】9:00 ~ 15:30 参加人数: 39人

コース: 産業観光コース (桑名市)

- 【訪問先】 津田学園小学校
 エイベックス株式会社
 六華苑
 七里の渡し
 揖斐川沿い散策
 柿安本店



主催者あいさつ

公益社団法人 日本観光振興協会 理事長 久保田 穰



この1月から新型コロナウイルス感染拡大により観光産業は大変打撃を受けております。その中で自治体や企業の皆様が、安心安全に向けて大変な努力をされながら今日まで迎えてきております。国では7月からGoToトラベルキャンペーンという施策を打ち出し、少しずつではありますが需要が回復し、好転しているという声を聞くところです。観光産業だけでなく観光を通じて地域経済にも効果が浸透してきているという報告も色んな地域から受けております。ぜひこのキャンペーンを成功させること、また、引き続き需要喚起策をしていただくよう、私ども日本観光振興協会からも国をお願いしているところであります。

昨今の報道によりますと、オリンピック・パラリンピックをしっかりと開催し、出来る限り世界から観戦に来ていただくよう国も取り組んでいます。インバウンドについてもこのオリンピック・パラリンピックをきっかけに少しずつ動いていくことが期待されます。観光分野においては新しい生活様式に根ざした観光の再構築も大変重要な状況であるといえます。そういう中でも産業観光は非常に重要な役割を持っていると考えています。

最近ワーケーションという言葉をよく聞かれると思います。ワークとバケーションの造語ですが、この言葉には三つのパターンがあるとされています。一つ目は、長期休暇中にテレワークを活用し、リゾート地から会社の業務に参画するパターンです。二つ目は、企業が社員研修を良い環境下で行うことです。そして三つ目は、企業が地域とコラボレーションしながら、新たなイノベーションを探るということです。異なる地域の産業同士がそれぞれリソースを出し合いイノベーションを探っていくことは、地域にとっても、企業にとってもプラスになると考えられています。このように考えると、まさにワーケーション自体が産業観光といえるのではないかと思います。コロナ禍で普及したテレワークや、多拠点型生活スタイルの構築は、新たな産業観光の分野となると考えております。第20回の全国産業観光フォーラムが皆様にとって有意義なものとなること、そしてこの二日間でいろんな課題を消化し、活用していただけることを祈念して主催者の挨拶とさせていただきます。

開催地主催者あいさつ

桑名市 市長 伊藤 徳宇



コロナ禍でこの産業観光フォーラムをやるべきかどうか議論がございましたが、私達は終始“どうやったらできるか”を考えてきました。今日このようなスタイルで開催できたことを大変嬉しく思っております。

会場には100名を超える方にお越しいただいておりますが、広い会場でソーシャルディスタンスをとり、ウイルス対策の空気清浄機を配置し、マスクや消毒液の利用など様々な感染症対策を徹底すれば、このようにフォーラムが開催できることがわかりました。また、オンラインでご視聴いただいている方が約200名おられ、そのうち70名以上の方は世界中22ヶ国よりご視聴いただいております。このフォーラムのやり方が、おそらく全国の様々な会議のスタンダードになっていくだろうと思います。そのスタンダードを作れたことを私としては大変嬉しく思っています。

さて、産業観光につきましては、桑名市も精一杯取り組んでおり、海外からこの桑名の企業に多くの方が視察に来られています。これにより広範囲にいろんな産業を見ていただければ観光に繋がるのではないかとこの部分に注目をして、平成29年に「産業観光まちづくり協議会」を立ち上げました。はじめは、本日司会もして頂いておりますエイベックス株式会社様に多くの海外の方が来ておられるところからスタートしました。そこから多くの企業の皆さん、また学校関係者の皆さんにもご協力を頂き、世界各国からこの桑名に産業観光に来られるようになったわけであります。そんな実績を評価いただき、平成29年度の第11回産業観光まちづくり大賞では、金賞を受賞させていただくことになりました。中でも、印象に残っていることがあります。ウズベキスタンの方が津田学園を視察していただいた際に、子供たちが教室を清掃する現場を見て大変驚かれています、このような子供の時からの教育が、まさに日本の工場管理「5S」に繋がっており、これは国策にしなければならないとおっしゃっていたことを覚えています。しかし、コロナによってインバウンドが完全に蒸発をしている中で、私どものこの産業観光のやり方も様々な方向転換が余儀なくされているというところであります。一つの方法としてはオンラインだと思っています。今までの産業観光で培ってきた関係からZoomなどの新しいデジタルツールを活用した産業観光もできて行くのではないかと大変期待をしております。

最後になりますが、今日お集まりの皆様、またリモートでご参加の皆様、それぞれに新しい知見を出し合って頂き、皆さんにとってこのフォーラムが有意義なものとなりますことを心からご祈念申し上げます、開催の挨拶とさせていただきます。

ビデオメッセージ

三重県 知事 鈴木 英敬 様



産業観光について、県内ではこの桑名市が平成29年度に第11回産業観光まちづくり大賞の金賞を受賞して以降、有限会社兵吉屋様、志摩市と受賞が続いており、形態は異なりますけれども、様々な産業観光が根付いております。県では地域全体で稼ぐ観光を推進しているところではありますが、本日のフォーラムを契機として各地域で取り組まれている産業観光がさらに発展し、県全体に産業観光の輪が広がっていくことを大いに期待をしています。

さて、ここ桑名市でもG7伊勢志摩サミットに先立ってジュニアサミットが開催されてから5年の節目を迎える中で、県内では第9回太平洋志摩サミットを始め三重とこわか国体、三重とこわか大会など大規模な国際会議やイベントが予定されています。本日のフォーラム開催にあたりましては、感染防止対策の徹底やタイ・マレーシア等の諸外国からはオンラインでご参加いただくなど、新しい生活様式のもとで国際会議のモデルとなるよう、県も後押しをさせていただいたところであります。本日のフォーラムが有意義なものになることをお祈り申し上げますとともに、皆様方の益々のご発展を祈念しまして挨拶といたします。

来賓あいさつ

中部運輸局 観光部長 坂井 志保 様



観光関連産業は裾野が広く地域経済を支える重要な産業です。しかしながら現在新型コロナウイルスの影響により大変厳しい状況にございます。そのため失われた旅行需要の回復と旅行中における地域の観光関連消費の喚起を図るために、そしてこのウィズコロナ時代における安全で安心な新しい旅のスタイルを普及・定着させていくために政府としてGo Toトラベル事業に取り組んでございます。この事業は単なる国内観光需要の喚起というものに留まらず、事業者と旅行者の双方の皆様が感染防止対策の実施を求め、そして新しい旅のスタイルの普及・定着を目指すというチャレンジです。

中部運輸局としまでも感染拡大の防止に向けた取り組みを徹底しながらGo Toトラベル事業を適切に運営し、感染拡大の防止と社会経済活動、その双方の両立を目指して取り組んで参ります。また訪日観光回復までの時間を活用して魅力的な滞在コンテンツ、Wi-Fi環境の整備、多言語対応そしてトイレの洋式化など、訪日外国人旅行者の受入環境整備等を、しっかりと進めていきたいと思っております。

産業観光とは地域のさまざまな産業を核として地域の営みとその土地ならではの風土を背景にした歴史文化などを感じとっていただける重要な観光資源であると捉えております。このフォーラムがご参加の皆様にとって実り多きものとなることを祈念いたしまして、私からの挨拶とさせていただきます。



協議会代表あいさつ

全国産業観光推進協議会 会長 須田 寛



須田氏 講演の様子

冒頭に今なぜ産業観光が必要かということについて、最近の活動状況と兼ねてお話を申し上げたいと思います。少しずつ観光が復元をします手応えを感じつつあるわけですが、色々と考えなくてはいけないことがあります。それはこのコロナの前の観光にそのまま復元していいのだろうかという問題意識です。あの時に色々提起された課題を解決しながら新しい観光をこれから作り上げていかなければと考えておりますが、その際に私は三つの多様化について提案したいと思います。一つは「発地の“多様化”」。二つ目に「着地の“多様化”」、そして「手法の“多様化”」以上の三つでございます。この中で産業観光が非常に大きな役割を果たすことをご説明申し上げてご理解頂きたいと考えております。

まず、「発地の“多様化”」について、日本に大勢の外国人の方々がおいでになりましたが、東南アジアや地域の近隣諸国の方々が 6 割以上で非常に大きなウエイトを占めておりました。従ってコロナのようなことが起こりますと最初の打撃が大きかったと思います。これからは一部地域に偏らず世界各国からまんべんなく来ていただければ何か国際的な問題が起こっても今回のような一度に大きな打撃を受けずに済むと思います。特に「発地」に関して、おいでになる国の多様化をしていくためには今から草の根運動的に企業の海外支店や海外のお取引先をお持ちの方々それぞれ海外で人的な繋がりを使って誘致しなければいけないと考えております。また日本人の観光においては、主要都市のツアーに一度出てきてまとまって参加をするのではなく、ご自身の門口からそのまま観光に行っていたらそれも「発地の“多様化”」であると考えます。

次に「着地の“多様化”」については言うまでもありませんが、行く先が今までは主要観光地に限られてきました。これから観光を復元していく際には日本全国まんべんなく観光する、汎日本観光に転換したいと思えます。幸い日本はどこでも観光地になる可能性があるとあります。ただ問題はそのためストーリーの作り方、説明の仕方、情報の発信が鍵であります。どこでも周りを見回したときに必ず観光資源になりうるものがあるわけであり、地方の空港を使ってチャーター便を活用し、新幹線や高速道路の末端区間を使えばまだまだゆとりのある輸送ができ、うまく生きてくるだろうと思えます。そういった「着地の“多様化”」をして日本中どこでも観光地にしていくことをこれから展開していかなければなりません。

「手法の“多様化”」について、手法というのは観光のやり方です。従来日本の観光というのは「見物観光」と「温泉観光」が中心でありましたが、これからはそれ以外の観光を考える必要があり、その中で私は一番大きな意味を持ちまた効果の大きいものが「産業観光」であると思えます。これから観光客の多くはリピーターになっていくとすると、飽きがこないような、前に来た時と違うような資源でなければなりません。そのためにものづくりというテーマ別で今までと違った角度から観光資源を見つめていく「産業観光」は非常に大きな役割を担うと思えます。いろいろな手法の点でこの桑名市は典型的なケースであります。これを実現するためにはいろいろな前提条件が桑名にはあるのだろうと思えます。

一つはインフラの整備です。三次輸送と言っておりますが観光地から観光地の間の移動が意外と不便であります。例えば名古屋駅から名古屋城、名古屋駅から熱田神宮の移動は便利だけれど、名古屋城から熱田神宮の移動がやや不便である。そういうことがあるわけです。そこを便利にしないとまんべんなく回っていただくことができません。二、三次輸送を中心とした交通インフラの整備が必要だということです。

その次には宿泊インフラの整備です。コロナ前にはホテルの稼働率は 80% 以上でしたが、日本旅館は 40% を切っており、アンバランスな状態にありました。ここをバランスよく使っていただければ宿泊施設の稼働率が全体として上がります。そのためにはやはり旅館の一部に残っている古い商慣習を改め、経営管理面の努力をすれば外国人にも泊まりやすいものになると思えます。

情報は観光の血液だといわれておりますが、あらゆる方々が情報を得るには情報センター的なものを作ってそれについてアクセスをすることが必要です。アクセスしたらその情報の案内だけでなく申し込みから予約決済まで進んでいくことを考えなければいけません。幸い日本観光振興協会においてはモデルコースについて実現できておりますけれども、この桑名でも協議会全体で地域の情報の集約をシステム化しないと情報が生きていかないと存じます。

桑名市におきましては市を中心に地元企業も入った協議会を立ち上げておられます。この協議会は全国的に見ても非常に優れた珍しいモデルケースです。大事なことはそこに加盟している当の企業が文字通り一体になって収益をプールするところまで進めていること。産業観光見学に来た方々に例えば実体で見せてそこでその問題について人材育成まで取り込んでいただくとか、あるいは学校見学をプログラムの対象にしているとか、教育と観光の連携というものを通じて産業観光をして頂いています。

それから産業とまちづくりは非常に密接な関係でございますが、桑名市はそれを地元企業とともに協議会において実現しておられます。今日はそういったモデル的な役割を果たす観光の町、桑名におきまして、この会場の設置自体もこれからの観光関係の会議のモデルになるような意味で地元にてご設営をいただきました。観光というものは心と心の掛け合いですのでやはりどうしてもこういう人々のふれあいの会議は必要です。これが成功すれば今後この会議の方式というものがこれから全国に普及していくという意味でも、本日の会合は非常に大きな意味を持っていると考えております。

日本観光振興協会においては産業観光の第二ステージに入ったと申し上げております。これから重点を置く問題として「産業観光と教育との連携」、「地域づくり・まちづくりとの連携」という二つの柱を立てました。どうぞ皆様方も今日は私たちとともに会議を単に聞くだけではなく参加をするお気持ちでもって新しいモデルケースとしての産業観光会議にご参加いただきたいと思います。これから 21 世紀の複雑な厳しい時代の中における観光はこうにして生き残っていくんだと、一つの姿勢を示す大きな立場と役割としてこの会合の成功を期待して参りたいと思えます。

産業観光まちづくり大賞 2020 特別表彰 表彰式

「産業観光まちづくり大賞」は、「産業観光」による観光まちづくりを実践し、他の地域の模範となる地域を表彰する制度で、全国産業観光推進協議会および公益社団法人 日本観光振興協会が主催しております。昨年度までで 13 回実施してまいりましたが、今年度は従来型のまちづくり大賞は行わず、「2020 特別表彰」として実施致しました。今年度は、過去受賞団体の皆様へ「産業観光まちづくりに関する取組アンケート」を実施し、各団体よりご回答を頂戴しました。多くの団体様よりコロナ禍の中で対策を取りながら取組を続けられているとのご回答をいただきましたが、今回の特別表彰では、その中でも独自の工夫を凝らしながら、産業観光に尽力されている 3 団体様を表彰致しました。

受賞団体紹介／ 講評 望月 照彦氏（構想博物館キュレーター / 多摩大学名誉教授）

平成20年度 第2回産業観光まちづくり大賞 金賞

公益財団法人 浜松・浜名湖ツーリズムビューロー

浜松市は春華堂がうなぎパイを作る工場をオープンハウスにしたことで、一気に産業観光の未来が見えてきました。さらには、この地域は伝統的に進士の気鋭に満ちていて、多くのイノベーターを生み出した風土があり、自動車やオートバイ、楽器をつくる多様性に満ちた工業都市であります。

評価

- ・浜松・浜名湖エリアにて、デジタルマーケティングを実施したこと
- ・主要企業と連携し、企業視察ツアーの造成へ取り組んだこと
- ・本田宗一郎や鈴木修、山葉寅楠、河合小市などに続いて、浜松市には企業家を輩出する都市になってほしい

平成26年度 第8回産業観光まちづくり大賞 経済産業大臣賞

燕三条プライドプロジェクト／「燕三条 工場の祭典」実行委員会

燕三条は金属加工製品が昔から世界的に有名でした。工場を開放して工場の祭典をつくるのですが、ここでは二千、三千と多様な企業が切磋琢磨しながら技術革新しています。日本の中小企業社会の中で未来に対してどのようにしたらイノベーションが生まれるのか、そのモデルが燕三条になっていると思えます。

評価

- ・多様な企業が技術革新することにより、自由自在に次なる固有なサービスや商品、企業を創造する展開をしている
- ・目に見えない暗黙知として人間に感動を与えている匠の存在が、新しいもうひとつの産業の在り方を示しており、AI 万能の時代に、匠が自分の感性で作りに上げていく能力のプレゼンは、世界の注目を浴びるだろう
- ・デザインビレッジを作っていくことが産業観光をさらに盛り上げる要として求められているであろう

平成29年度 第11回産業観光まちづくり大賞 金賞

桑名市産業観光まちづくり協議会

はじめは、トヨタ系の自動車部品メーカー エイベックス株式会社が、60年培ってきた技術をオープンハウスにして海外の方に見てもらおうというのがきっかけでした。素晴らしかったのは産業観光の受け入れを有償で行いはじめたという点です。そして、協議会では産業教育観光ということで、子供たちにもみてもらい、大きな産業への志をもってもらうことを産業観光というテーマのなかでトライした点が革新的なところ。

評価

- ・日本は常に世界で先進的な技術開発をどこまで持続的に展開できるかが重要と考えられる中で、イノベーションをやる視点と力が、桑名地域の企業集積にまだまだある
- ・桑名市産業観光まちづくり協議会においては大小様々な業種・業態があり、先進的な「創造クラスター（産業集積）」をつかって技術開発と産業教育観光への期待が高まっている
- ・次世代への産業技術創造教育が鍵となる
- ・コロナ禍で在宅勤務が増え、産業技術開発をする研究開発文化が桑名地域に風土化することを願っている



受賞団体の皆様

基調講演 『アフターコロナ時代における地域産業観光 - 面の観光を考える -』

講師：藤本 隆宏 氏



藤本氏

ものづくり経営学である生産管理は、製造業やものづくりの視点から産業観光の発展に寄与する可能性をもっています。今回、産業観光まちづくり大賞 2020 特別表彰を受けられた桑名市にも優良な製造業が多くあります。また、燕と三条も個性的で素晴らしい企業が多く揃っております。浜松は今から 40 年前に 30 社まとめて調査したことがありますが、それから 30 年後の再調査では 29 社が存続していました。ここも個性的な企業が多く、企業風土が良いという印象です。この度はご受賞おめでとうございます。

これからお話しする「ものづくり経営学」はサービス業や農業にも通用します。「良い設計の良い流れ」を作るというものづくり改善の原則はサービス業にも通用すると言えます。産業と観光の接点のところにはものづくりの考え方が使えますので、今日それらについて紹介したいと思います。

私自身は産業の「現場」を観察することが多く、そこからものづくりの理論を考えていきます。その延長線上で産業観光の話をしたいと思っています。「現場」は付加価値が生まれる場所です。お客様・マーケットに向かって付加価値が流れていく場所が「現場」になります。例えば工場、サービスの拠点、お店や開発センターのような所もすべて設計情報、つまり付加価値が流れてくる場所という意味で「現場」になります。

現場が日本経済・世界経済を支えていると言えます。似たような設計の現場を集めれば「産業」になり、一つの資本の元に現場が集まれば「企業」になります。

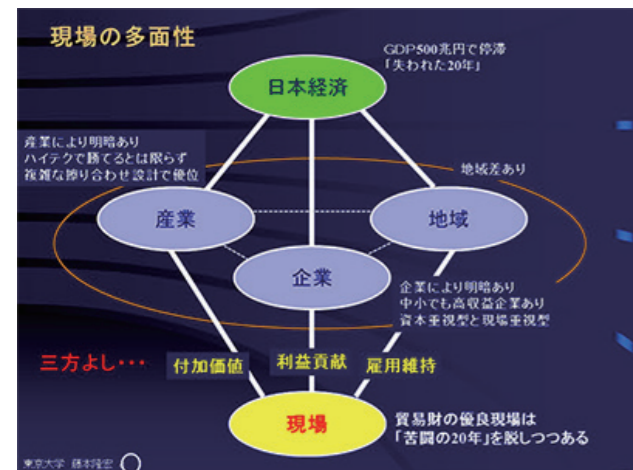
また、「地域」も現場の集まりといえます。日本経済・世界経済というのは産業、企業、地域の集まりでもあり、それらを支えているのが「現場」ということになります。日本の中小企業や中堅企業は、付加価値・利益貢献・雇用維持の三つを同時に考える傾向があります。そもそも日本には何百年も前から近江商人の言葉として「三方よし」、英語で言い換えればマルチプル・ステークホルダーという発想があり、グッド・フォー・ザ・カスタマー、グッド・フォー・ザ・コミュニティ、グッド・フォー・ザ・カンパニーを同時に満たさないと、長期的には地域に根差した企業になれないという教えが受け継がれています。

例えば、トヨタ生産方式などで生産性を上げ競争力を高めた場合、成長経済下であればまだしも、低成長経済のもとでは、経営者が同時に雇用確保の為に需要創造を行わない限り、従業員の解雇、地域での信用喪失、従業員の士気低下の連鎖により、その企業はその地域で長く存続はできません。つまり、「三方よし」の考え方がないと長続きしないのです。「トヨタ生産方式」と「三方よし」が車の両輪にならなければ、低成長経済下ではトヨタ生産方式は定着しません。これは製造業に限らず、観光業でも「三方よし」の発想が必要でしょう。(資料 -1)

次に、製造業における「ものづくり経営学」の基本的な考え方について説明し、そこから観光業への応用を考えていきたいと思



講演風景



資料 -1

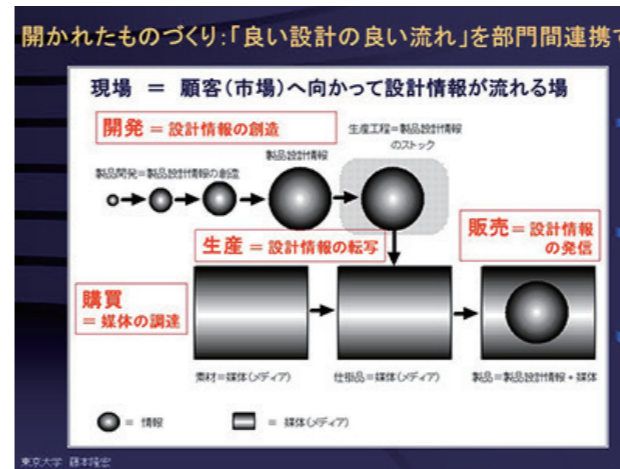


資料 -2

います。まず、ものづくり経営学の基本原理である「付加価値は設計情報に宿る」について説明します。例としてガラスで出来ているコップを 500 円とし材料費を 200 円とします。付加価値は 300 円となります。この 300 円はどこから生まれたか。なぜ私がこれを 200 円ではなく 500 円で喜んで買うのかと言いますと、これが持っている見た目がいい・置いてても倒れない・持った時に熱くならないなど、いわゆるこの製品の設計(機能設計・構造設計)が持っている力を私が気に入ったからです。そういう人が例えば 1 万人いれば、これは 500 万円のビジネスが成立するわけで、この 1 個当たり 300 円分を経済学的には付加価値といい、それはエンジニアリング的にいえば設計情報です。従って、付加価値は設計情報に宿るといえることが厳密にいえるのです。(資料 -2)

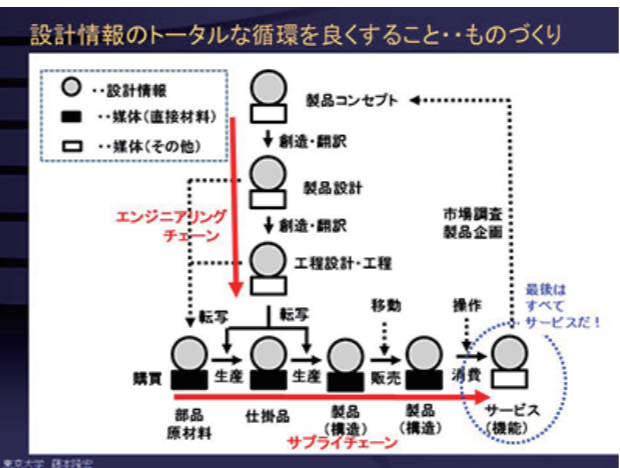
「付加価値は設計情報に宿る」という発想で、製品が作られる流れを考えてみましょう。製造物(例:自動車・コップ・スマートフォン)だけでなくサービスにも開発があり、概念設計、機能設計、構造設計、そして工程設計をしてから最終的に金型など生産工程の生産資源の中に設計情報を閉じ込めます。そして金型の設計情報を転写するとそれが「生産」であり、製品が出来上がります。その製品が販売という形で、お客様に発信されて届けられ、お客様が消費という形でその機能を取り出して喜びます。その結果設計情報の流れが成立するわけです。

つまり、この「流れ」において大事なものは物の流れよりも「設計情報の流れ」であります。なぜならば「付加価値が設計情報に宿る」、つまり付加価値の流れというのは設計情報の流れだからです。これは自動車産業でも観光業でもまったく同じで、媒体が有形か無形の違いを別とすれば、基本的に同じフレームワークで分析できます。産業観光とはまさに産業と観光をどのように統合していくかという取り組みですから、産業と観光の両方に共通するこうしたフレームワークが重要だと考えます。(資料 -3)

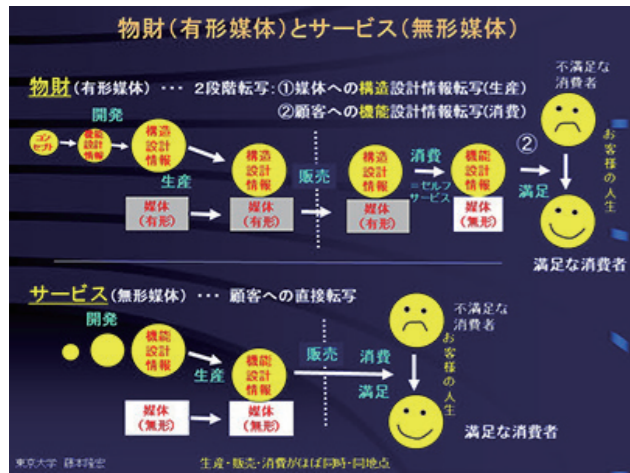


資料 -3

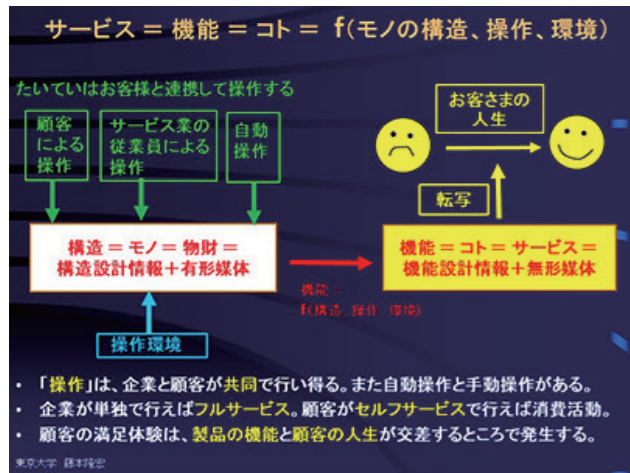
図(資料 -4)で示すように、まずエンジニアリングチェーンがあります。これは設計開発を行うプロセス(流れ)です。まずコンセプト創造、基本設計、構造設計をして、それを今度は工程設計(例えば金型設計)と設備設計に翻訳します。そして最終的に金型であれば鋼板という材料が入ってきて「転写」が行われます。この転写のことを生産といいます。そして出来上がった構造体をお客様に発信し設計情報を動かします。これが物流や販売になります。さらに、例えば自動車の場合であれば、お客様が自動車を購入し、自分で運転します。つまり自分で操作をしてモビリティというサービスあるいは機能を自分でセルフサービスとして取り出して、いい車を買ったと言って喜ぶのです。これが消費であり、お客様がセルフサービスをするを指しています。タクシーに乗る場合は、車を運転しているのはタクシー会社の運転手です。この場合お金を払ってサービスだけをいただくということになります。その場合はサービス業ですが、自分で運転すれば経済学においては「消費」になりセルフサービスになります。従って、ものづくりとサービスのどちらが大切かといった質問は意味を持ちません。なぜなら、ものづくりの最終的な目的はサービスだからです。「サービスがすべてだ」という考えと「ものづくりが大事だ」という考えはまったく矛盾しません。そしてお客様が喜んだら、次は何をつくらうかと次のコンセプト作りに入り、その設計情報がまた循環します。



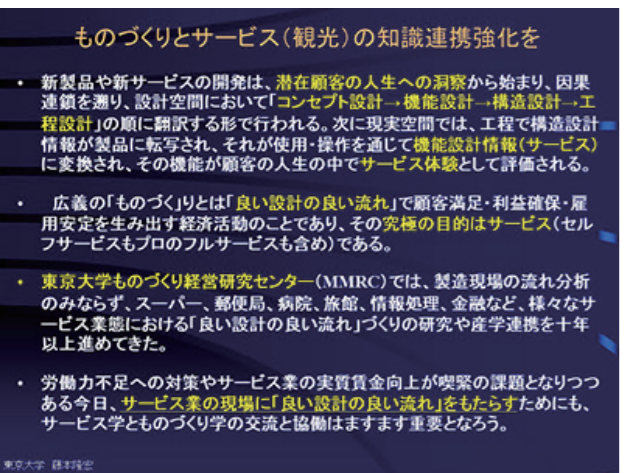
資料 -4



資料 -5



資料 -6



資料 -7

これが「良い設計の良い流れ」ということです。原則的な考え方は製造業もサービス業もどちらも同じです。(資料 -4)

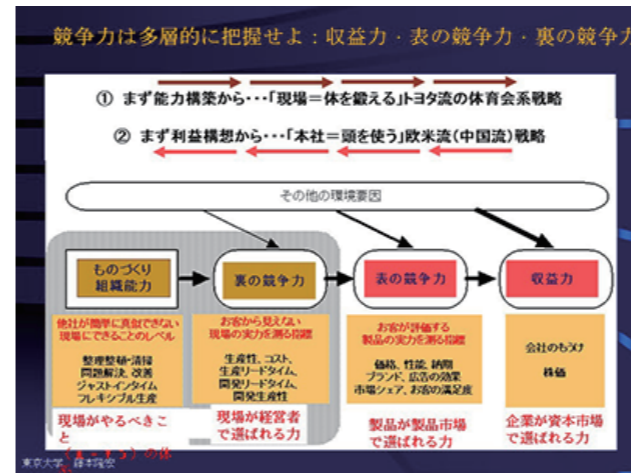
製造業の場合は、構造設計情報を有形媒体に転写しお客様へ届けます。対してサービス業の場合は、機能設計情報を無形媒体に乗せてお客様に直接届けます。この二つは多少違いがありますが、設計情報の流れという点ではよく似ているので、ものづくり経営学の考え方が応用できます。だから、ものづくり現場改善の名人は、サービス業の改善も成功させることが多いのです。それは根本的な原理原則が同じだからです。(資料 -5)

スーパーマーケットを例にお話します。入店してから出て行くまでに平均 20 分かかると言われていますが、この 20 分もお客様の人生の一部であります。ここをいかに楽しく豊かにしていくかということを考えるためには、安いだけでもダメで、案内サービスから始まり、売り場の設計・声かけ・商品そのものの設計・レジサービスの速さなど、全てがうまくいって初めてお客様が喜んで帰っていきます。スーパーマーケットでも非常にうまくやっているところとそうでないところとどうしても分かれてしまっています。埼玉県にある大手スーパーマーケットが非常に良い取り組みをしていますが、半年かけてトヨタ系の企業がカイゼンをした経緯があります。小ロットで天ぷらを揚げるとか、キャベツは 1 個ずつ切るなど、トヨタ生産方式を取り入れた結果、非常に成果が上がりました。しかしこれを教えたトヨタ系の企業の人たちは、教えた我々が一番勉強になったと言っていました。要するに、教えに行くことによって学ぶこともたくさんあるということです。

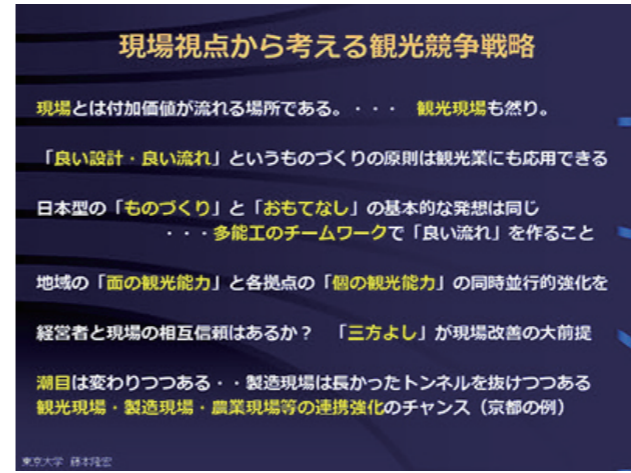
しかし、製造業とサービス業は、製造が一方向的に教えるという立場ではなくて、実はサービス業から学ぶことも多くあります。製造業とサービス業の間で知識の相互移転、相互学習が行われるのが最も良い形だと思います。

すなわち、サービス業と製造業は相互に補完的です。製造業が良いものを作って、そのものの構造に対して、良い環境のなかで良い操作を行う、これらがそろって初めて良い機能、つまり良いサービスが生まれるのです。仮にサービスを「こと」といい、製造業が作る「もの」というのであれば、「もの」があってはじめて「こと」が良くなる。そして「こと」があって「もの」が良くなる、という補完的な関係があります。良い流れでお客様の人生や商売に良い影響を与えていくという点では産業も観光も同じです。(資料 -6)

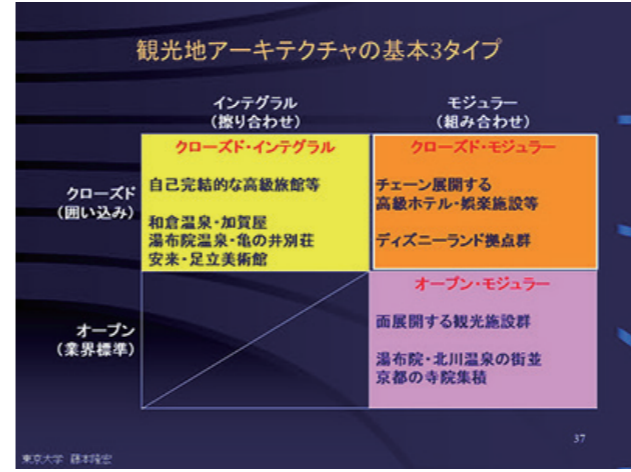
ところで観光地としての産業地域は、「ものづくり」のみならず「おもてなし」の精神も持ち合わせる事が大切で、コミュニティーのために良い製造と良いサービスを両立させる総合的な判断のできる企業が多くいてくれれば、その地域は産業でも観光でも栄えるでしょう。三方よしの考え方(雇用の安定・利益の確保・顧客満足につながる付加価値の創造)が強いのが日本の地場の製造企業であり、その意味で産業観光とは切っても切れない関係にあるといえます。(資料 -7)



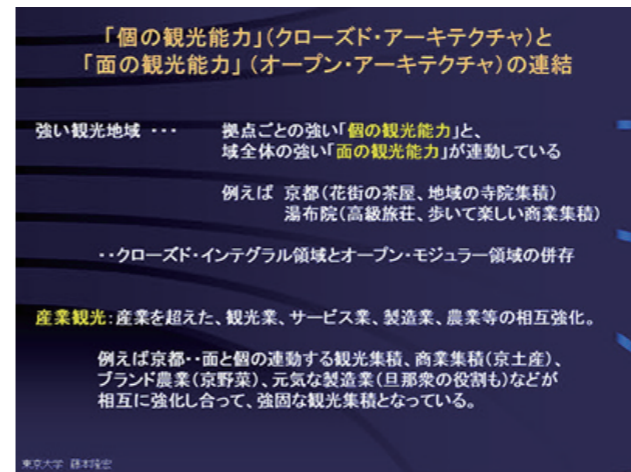
資料 -8



資料 -9



資料 -10



資料 -11

一方、産業や観光地において「競争力」とは、基本的には「選ばれる力」です。企業が資本市場に選ばれば「収益力」になり、企業で作った製品がお客様に選ばれたら「表の競争力」、その製品を作っている工場・現場が経営者に選ばれたら「裏の競争力」、そしてそれらを背後で支えるのが「ものづくりの組織能力」になります。そうしたものづくり組織能力の代表的なものがトヨタ生産方式です。

トヨタ生産方式は約 200 以上のルーチン、つまりやるべきことから成り立っており複雑なので、全体は真似しにくいのです。これが現場の競争力になり製品の力になり、そして企業の力になります。このように、競争力とは階層的に多段階で見る必要があります。(資料 -8)

これを観光の視点から考えると、やはり「良い設計の良い流れをつくっていく」、そして「ものづくりとおもてなし」はどちらも多能工のチームワークに関わるという意味で共通点があるといえます。それを使って地域全体の「面の観光」と、大規模な観光ホテルやディズニーランド等の「個の観光」、この両方を強くしていく必要があります。そうやって産業と観光の両方の現場が面で繋がっている所は強い観光地だと言えるでしょう。(資料 -9)

図(資料 -10)に示すように、自己完結的な高級旅館(館内で観光が完結)は「クローズド・インテグラル型」のアーキテクチャ、共通の要素を持った形でチェーン店展開をするホテルチェーンなどは「クローズド・モジュラー型」、そして、沢山の異なる企業、お店、旅館などが同じ地域にある種の一貫性をもって集積している場合、色々な産業や企業が面で展開し、標準インターフェースを持つてお互いに繋がることで一つの魅力的なスポット(面の形成)となっているという意味で「オープン・モジュラー型」の観光地と言えます。(資料 -10)

このように、観光のアーキテクチャ戦略をどう考えるかが、観光地においては重要なファクターになってきます。ディズニーランドのような個の観光能力(クローズド・アーキテクチャ)と湯布院温泉のような面の観光(オープン・アーキテクチャー)の2つをどのように融合していくかを考えることが非常に大事であり、産業を超えて観光業・サービス業・製造業・農業などの知識共有を強化していく必要があるでしょう。

京都の花街の例を挙げます。花街の芸子さん舞子さんの 5 人のチームを取り上げてトヨタ自動車の班長を中心とした 5 人の班と比較すると、驚くほど活動パターンが似ています。つまり強いものづくり集団は業界を超えて共通の特徴を持っています。花街では、お客様の人生のうちの約 2 時間をどうやって楽しく過ごすか、つまりお客様の経験の良い流れを作ります。またホテルの場合も 1 日の間に様々なサービスが行われますが、少々高いお値段でもお客様が楽しみ納得してくれれば、「会社も儲かりお客様も喜びそして地域も喜ぶ」という三方よしが成立します。(資料 -11)

従来の旅館・ホテルの弱点・・・連携プレー

- ① そもそも、個のサービス能力・サービス努力が不足している旅館・ホテル
・・・根本から改善!
- ② 個々のサービスは良いのだが、それがお客様の経験の流れに沿って連携していない。

- 目の前の御客に全力投球。しかし、お客様の人生はその前も後も続くことに配慮不足
- その結果、ピークのサービスは良いが、その間に「谷」がいくつもある。
- お客様は結局、「谷」に引っ張られて評価する。惜しい!

顧客のサービス評価

顧客の滞在時間

資料-12

老舗旅館K屋(修善寺)

- 入口スペースで館内説明・案内。顧客の流れの起点を部屋別訪問から店頭式へ。
- 仲居さんの「1人1部屋」制を変更。ベッド式の布団と、食事会場方式。部屋には誰も入ってこない(ホテル式)。布団敷きもなし。プライバシーあり。
- 浮いたコストで食事会場を豪華・準個室化。けちらず、付加価値を確保(2万円+)。しかし、食事会場の給仕係は1人複数部屋持ちで生産性向上。質もアップ。
- チェックアウト午前11時。風呂もその時間まで入れる。ゆっくりしたい世代には良いその代わり、ベッドメイクを短時間でやる必要。H社の「先遣隊・本隊」方式か。先遣隊(先遣隊が前作業をして本体の作業を標準化)
- 館内各所にあるドリンク類は多様。高質で無料。従業員は多能化。呼び出しベルを各所に付け、近くにいる従業員が急行する。
- 380年の老舗だが、現在はKリゾートの傘下。料金は2万円以上とれている。

資料-13

面の観光：湯布院温泉・北川温泉

- 地の利の悪さを克服、時間をかけて人気上昇
- 旅館内で完結する「点の観光」(ディズニーランド、登別温泉型)ではなく、地域全体でつなぐ「面の観光」。旅館群と街並み、商店、レストラン、文化施設などの相乗効果。
- 高級旅館3軒を頂点とする宿泊施設のバラエティと質の高さ。
- 湯布院のプロデューサーとしてのN.G氏(まさに映画会社のプロデューサー出身)。
- かつて「地鶏鍋」で成功。地鶏鍋をブランド化し、地元農家から地鶏を高く買う。地元農家が地鶏を飼い始めた(無忌鶏舎プロイラー全盛時代) 農業・観光業連携の走り(1970年代)。

資料-14

日本の場合、少なくとも旅館やホテルの中には連携プレーが不足しているところがあるようです。そもそも個のサービス能力が弱い場合は根本からの改善が必要になりますが、個のサービスは良いが、それがお客様の経験の流れに沿って連携していないケースもあります。一人ひとりが頑張っただけで目の前のお客様に全力投球で仕事をしています。しかし、そのサービスを受ける前も後もお客様の人生(経験の流れ)は続いており、その全体への対応にばらつきが出る結果、ピークのサービスは良いがその間に「谷」がいくつもできるのです。そして、価格は「谷」に引っ張られて決まることが多いです。(資料-12)

うまくいっている事例として 100年続く修善寺の老舗旅館を取り上げます。旅館の一つの弱点である仲居さんの「一人一部屋」制の生産性の低さを解消するために、ホテル形式にして一人で3部屋を管理するようにし、その生産性を3倍にしました。また浮いたコストをケチらずに食事会場を豪華な準個室化し付加価値を確保しました。さらに、お客様のニーズにより、チェックアウト時間を11時と遅くしながらも、ベッドメイキングの方法にトヨタ生産方式を取り入れて作業を標準化することで迅速に対応しています。また多能工化して他の作業もできるように教育しました。つまり古い旅館であっても新しいシステムに変更できます。観光業も「流れ」の改善をすることができるのです。(資料-13)

面の観光の事例として、湯布院温泉・北川温泉を取り上げます。決して立地がよいわけではないにもかかわらず、面の観光で補って人気のある観光地として変化しています。

今から40年以上前からこの観光地の改革をリードしてきたのがN氏(大手映画会社のプロデューサー出身)で、旅館群と街並み・商店・レストラン・文化施設などの相乗効果で「面の観光」をプロデュースした結果、これといった特徴のなかった場所が、人がいくらでもやってくるような魅力的な観光地となったのです。これは「プロデューサー」N氏の頭の中にあっただけのコンセプトとアーキテクチャが優れていたからでしょう。その一方で、個としての観光資源はすごく良いものをたくさん持っているのに、それらが面で繋がっていない残念なケースもあります。一つ一つは良い素材なのに、人や経験の「流れ」でうまく繋がっていないのです。魅力的な形での交通手段や動線の確保ができれば、行ってみたら予想以上に面白かった、という場所にもなります。また、産業観光の資源としても素晴らしい工場があっても一般公開していないなど、惜しいケースも時々あります。(資料-14)

観光地を皆でよくしていこうとする場合、産業界と観光業界のそれぞれで改善活動や改革を進めている人達が連携し、一緒に学ぶ場所をつくるのも一案だと思います。東京大学では既にものづくりインストラクタースクールを開講して10年以上が経ち、製造業に携わる多くの方々が参加して卒業生は150人以上に達します。これは製造業のみならずサービス業の方にもできるので、観光業でもこういったスクールを全国レベル、あるいは自治体レベルで行って、製造業と観光業の知恵を上手く融合していくことが重要でしょう。こうした地域全体の「面の観光」を考えるためには、企業を超えた教育的な仕掛けが必要ではないかと思っています。地域のスクールやものづくり支援センターをつくり、企業・産業を超えて「流れ改善」の先生を育成し、彼らが地域の中小企業・非製造業・観

地域活性化のための現場人材の育成の一例： 東京大学ものづくりインストラクター養成スクールと 「地域スクール」「社内スクール」「業界団体スクール」

- 平成17年度経済産業省産学連携製造中核人材育成事業としてスタート
平成19年度より東京大学経営教育研究センターのプロジェクトとして継続
- 11年間で修了生は130名(東大「ものづくりインストラクター」)
- 対象は主に、40～60代を中心とする製造現場管理経験者
- 毎年秋、金・土の2日間(全日)で10週間程度
- 固有技術に加え、現場で培った「広義のものづくり技術」を他産業でも改善指導できる人材の育成を目的とした師範学校
- 地域スクール、社内スクール、業界団体スクールと連携。ネットワーク化

資料-15

光地も含めて活発な改善を行うことができれば、産業観光を含め、その地域に良い観光資源が生まれるのではないのでしょうか。

このように(新型コロナ感染症拡大期を別とすれば)自動車産業と並ぶ輸出産業である観光産業と製造業を含む他の産業が共に支え合うことによって、観光客のオープンな良い流れを地域全体で作る「面の観光能力」と、クローズドな(自己完結的な)観光拠点ごとの「個の観光能力」を同時に強化することが可能になります。そして、国際競争で成功した製造業の優良企業・優良現場から「良い設計の良い流れ」を学び、地域全体の面と個の観光能力構築に結び付けるために、地域に観光現場改善のための「観光インストラクタースクール」を設置し、観光インストラクターともものづくりインストラクターの知識連携を強化していくことも可能でしょう。また「面の観光」のアーキテクチャの中に観光農業や産業観光を効果的に組み込み、産業を超えた地域全体の「観光活性化」と「産業活性化」の相乗効果を目指すことがより重要性を増してくるでしょう。(資料-15)

<Q&A>

Q: 観光資源となろうとしたときに特徴を出していく必要がありますが、得意としない・慣れていないところに対してできるヒントや情報を共有していただきたいです。観光業においてはサービス・エンターテインメントという切り口が大切ですが、BtoBですと安定が求められ、ひねりやエンターテインメントは求められません。あまり出しゃばらずにお客様に合わせる事が求められています。そのような場合、どうすれば良いでしょうか。良い方法が知りたいです。



A: 私は大野耐一さんやゴールドラットさんのファンですが、両人が言っているのは「フロー」つまり、「流れ」が大事ということです。そう考えるとBtoBであれば商売の流れ(ビジネスプロセス)をつくり、お客様に買っていただくことで企業も利益を得る。これがBtoCになればお客様に「経験の流れ」を提供する。要するに人生の流れをよくしてお客様に喜んでもらうことです。良い流れを作ることは同じでBtoBとBtoCで多少流れの質に違いはありますが、商売で喜んでもらうか人生で喜んでもらうかの違いはあるにせよ、この2つは繋がってきます。

従業員に楽しんでもらい、お客様に楽しんでもらい、地域の人たちに楽しんでもらう。これら全て人生ですよ。そしてその人たちがやる気を出せば当然その地域の経済がよくなり、会社の商売もよくなります。これらはすべて流れだと考えております。私自身が耐一さんから学んだ最も大きなことはこういうことです。製造業とサービス業を「流れ」で繋ぐことが一番大事なコンセプトだと考えます。

パネルディスカッション テーマ「産業観光による地域ブランディング」

■ コーディネーター	丁野 朗 氏	東洋大学大学院国際観光学部客員教授
■ アドバイザー	須田 寛 氏	全国産業観光推進協議会 会長
■ アドバイザー	望月 照彦 氏	構想博物館キュレーター／多摩大学名誉教授
◇ パネリスト	山田 立 氏	株式会社玉川堂 番頭
	望月 精司 氏	小松市にぎわい交流部長／埋蔵文化財センター所長
	生駒 健二 氏	エイベックス株式会社 執行役員



丁野氏

丁野：日本の産業観光は第二次世界対戦の後に生まれたものだろうと思います。その発端は 1960年代から 70年代にかけての公害であります。その時代というのは、工場が「変なものを出していません、変な製品を作っていません」、特に食品企業は「人体に被害のあるものは作っていません」ということで、積極的に工場を開放するようになりました。そして、食品関係や繊維関係などの構造改善を図ってきたような業種が観光的にとっても面白いということで観光客が来るようになりました。これが産業観光の本当の意味での発端であったかもしれません。

ただこの時代は企業の広報 PR や CSR も目的にした第二世代の観光であり、産業観光自体が収益性を伴わず、持続性を持ちませんでした。そこで今日のテーマですが、企業が産業観光できちんと収益を上げていく動きが 2000 年以降増えてきました。これを産業観光の自立として第三世代と勝手に名前をつけました。個々の企業だけでなく地域ぐるみで産業観光をやっていくことによってより多くの収益をあげていき、ブランド力を高めていくこの流れがここ 10 年くらいで起こってきています。これを第四世代と命名したいと思います。

本日お越しのお三方はこれから“面”としての産業観光を展開しようとしてされています。業種、業態、歴史すべて異なりますから、違った形の手法についてお話をさせていただいたうえで次のステップをどう考えるか取りまとめができればと思います。もう一つは、コロナ禍において従来と違ったやり方を始めていく中で、どうやって持続性を担保していくかということをお話したいと思います。

事例紹介① 「三重県桑名市の取組み」

登壇者：生駒 健二 氏



生駒氏

桑名市の歴史について

桑名はたいへん歴史のある場所です。江戸時代に東海道宿場町の中で二番目に栄え、東海道の唯一海を渡る街道でありました。初代藩主の本田忠勝をはじめ、松平家がこの地域をおさめて賑やかな活動が盛んになっておりました。また、名刀村正が作られた地でもあり、砂がよく鉄がよい産地でもありました。お祭りも盛んな地域であり、昨今ではユネスコ無形文化遺産として日本で最もやかましい「桑名石取祭」が認定されました。

産業観光の始まりについて

私たちエイベックス株式会社が産業観光を始めたのは、桑名市に工場を建てた 2004 年です。私たちのサービスは精密な製品をお客様に提供するというものでした。しかし 2007 年のリーマンショックにより経営が悪化しました。そんな中で、私たちのサービスはものをつくることだけなのかという疑問の中から、産業観光という考えが芽生え始めてきました。ちょっとしたきっかけにより、60 年間培ってきた技術を海外の人に覚えてもらい喜んでいただくことがスタートしていきます。海外の経営陣を中心に、トヨタ生産方式や方針管理、人材育成、品質管理について知る“学びの観光”として工場を訪ねていただくことになりました。

特徴的なのは経営者が理念や想いを直接お話しすること、リアルな現場をご案内することです。一方的に見せたいものを押し付けるのではなく、見学の最後にはアンケートをとり、彼らがどのようなことを知りたいのかを把握するようにしています。お越しいただく海外の方は 60 ヶ国以上、累計 15,000 名で、おもしろいのは同業種の方だけでなく、異業種の方も教育やカイゼンの観点で学びに来ていただいております。受け入れに際してメリットとしては、毎日のようにあえてお金を払って見学に来ていただけることで、従業員が誇りを持てるようになりました。さらには、これまで当たり前活動してきたことが海外からとても評価されているという点を従業員と共有することで、自社の強みを再認識することができました。ただ、残念ながら、当社の工場見学を終えた後はすぐに県外に移動して食事や宿泊をしてしまい、先ほどの、面としての観光が生まれていないことに気が付きました。



事例紹介風景



産業観光の拡大について

当時の桑名市としては人口減少、財政の硬直化を課題としておりました。そして、県ではサミット、市ではジュニアサミットが開催されるにあたり、インバウンドに興味を持ち始めた時期がちょうど重なりました。三重県知事や桑名市長とお会いし、産業観光について PR させていただいたことをきっかけに、桑名市産業観光まちづくり協議会をスタートして実際に利益を上げていくことの達成に成功しています。協議会の仲間は現在では 10 を超え、企業の皆様とともに活動を広げていっております。結果として、来訪者・売上ともに増加し、飲食や宿泊のお金もこの地域に落ちることとなりました。

今後の産業について

三重県では産業観光まちづくり大賞を 2017 年から 3 回受賞しましたが、まだまだ三重県の認知度が低いという認識をしております。今後は三重県の魅力を語り、見せられるようにしていって、そして、三重県内での採用定着率の向上につなげていきたいと思います。しかし、コロナ禍でこういった新しい活動ができなくなりました。そこで、環境が良くなるのを待つのではなく、新しくリモート工場見学会と切り替えて行きました。この活動によって、従来日本に来ることのできなかった方々にもご参加いただけるようになり、この活動はアフターコロナ、ウィズコロナの時代になったとしても需要があると感じることができました。実はこのリモート産業観光は 2020 年 5 月からスタートしわずか 5 カ月で 6,000 名の方が有料で参加しました。今後は弊社で構築した仕組みを営業ツールとして活用し、協議会の企業へと提供していこうと考えております。このリモート産業観光を三重県にとどまらず全国の企業と連携して推進していければと考えております。

事例紹介② 「小松市の日本遺産と産業観光による地域ブランディング」

登壇者：望月 精司 氏



望月氏

小松市は石川県南部、金沢から南へ 40 分ほどに所在します。古くから産業のまちとして知られ、平成 25 年には全国産業観光フォーラムが開催されました。また、平成 28 年には、「珠玉と歩む物語」小松が日本遺産認定を受けたことを契機に、市内各地に存在する産業遺産とともに、ものづくり STORY 観光を推進しています。小松の石の文化は、日本列島誕生時の活発な火山活動により生成された豊富な地下資源。碧玉やメノウ、オパール等の宝石と言える鉱物類、金や銅の鉱石、火山灰でできた凝灰岩の地下資源を活用し、盛んな日本海沿岸交流とそれによって得られた先端技術によって生み出されたものです。弥生時代から 2300 年の間、時代時代のニーズにより作るものを変化させながら、脈々と現代に繋いできた小松にしかない「石の文化」STORY が評価されての認定でした。

石の文化には、もう一つ明治期から続き一時期は国内有数の銅産出を誇った尾小屋鉱山、小松製作所の発祥の元となった遊泉寺銅山など、鉱山経営によって支えられた STORY があります。いずれも鉱山鉄道が敷設されるなど、加賀の経済を支える主要産業でした。また、溶岩が固まったできる流紋岩が火山の熱水変化によって生まれた陶石は、伝統工芸九谷焼を生み出す元となったものです。九谷焼は、小松で産出される花坂陶石が原料で、粘土づくり、素地づくり、絵付けまでの全ての九谷焼製造工程が小松で行われていることが特徴で、美の石の文化とも言えるものです。

遊泉寺銅山から生まれた小松製作所は、来年に創業 100 周年を迎えますが、駅前のかまつの杜に設置されている世界最大のダンプトラックの横に巨大パワーショベルがお目に見えます。園内のリニューアル整備も進み、遊泉寺銅山跡の公園整備も進んでいます。小松製作所の工場やジェイ・バス工場の見学も行われており、日本自動車博物館、航空プラザ、小松空港とともに、「乗りものの集うまち」としてブランドづくりをしています。

最初に紹介した石の文化が 1 つ目のものづくり STORY だとすると、鉱山文化が 2 つ目、九谷焼が 3 つ目、機械産業の先端技術による工場見学が 4 つ目、乗りものが 5 つ目であり、それぞれが小松の産業観光を特徴づける STORY と位置づけています。6 つ目は小松の伝統産業である織物生産「加賀絹」とその経済で潤った町衆たちが育んだ曳山子供歌舞伎文化。産業が育む文化という STORY も小松の産業観光の特徴であり、裏千家茶道が生まれた小松で和菓子文化を育くまれたことと共通します。食文化 STORY は、7 つ目のテーマです。平成 30 年に小松の安宅湊が日本遺産北前船に追加認定されましたが、北前船産業は北海道の鯨や昆布、そして文化をも運び、発酵食品とともに地域の食文化を創り出していきます。



事例紹介風景



まさに産業を基軸に人と文化が繋がる STORY 観光であり、地域ブランド創出の方策です。

小松の石の文化は、日本遺産認定を契機に、石の文化資源を地域で守る日本遺産条例の制定やレガシー認定制度、条例に基づく10年プラン策定など、体制整備を行ってきましたが、各地に分布する構成文化財を「小松まるごとストーンミュージアム」として繋げると同時に、拠点エリアでの整備も進めています。地域おこし協力隊の力を借りながら、ものづくりの現場を観光する GENBA プロジェクトも始動しており、人と場の整備に力を入れています。

これまで述べた7つのものづくり STORY を繋ぎ、観光ブランドの磨き上げを行うため、日本観光振興協会の力を借りながら、令和2年から産業観光ワークショップを開設し、産・学・官・民連携で取り組んでいます。来年の日本遺産サミットは、小松での開催となりますが、石の文化にはじまる、ものづくり観光をサミットの柱と位置づけ、7つのものづくり STORY 観光を実践し、お見せしたいと考えていますので、是非ともご参加ください。

事例紹介③ 「燕三条は工場の人をつなげる」

登壇者：山田 立氏



山田氏

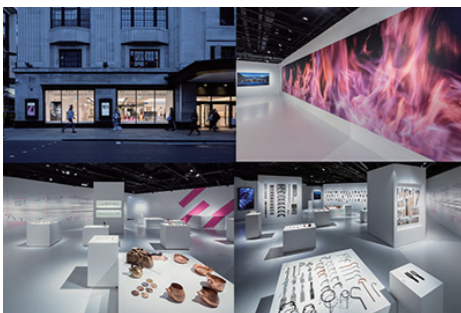
私自身は株式会社玉川堂という銅板を叩いて茶器や酒器を造っている会社に所属しております。創業1816年で200年以上続いている会社になり、現在社長が7代目です。5、60年前から希望者に限って生産現場を積極的にご案内してきました。その人数が、ここ数年で急激に上がり2012年からカウントを始めました。その年は年間のお客様が600名でしたが、昨年は6,500名を超えました。外国人の方はまだ10%ぐらいでした。一番大きなきっかけは工場の祭典でしたが、仲間が増えて弊社以外にも工場見学ができるところが25軒ほどになったことが人数が増えた要因です。工場の祭典は2013年秋から立ち上がりました。普段はご希望の方がいても、職人の手を止めてしまうため、生産現場をご案内することができません。ただ、毎日は無理だけれども、秋の四日間ぐらいはそういう形でやろうということで、お客様の意思でその生産現場に足を運んでいただいて五感を使ってものづくりを体感していただく。それこそが、僕らが培ってきた技術やこだわりをお客様に実際に感じていただいて、お買い上げにつながったり、商品を既にお持ちの方だったら使い方が変わってくるのではないかとということから始めました。

工場の祭典は、燕三条に点在している工場の地図だけを渡して、後は勝手にお客様の興味や時間に合わせて回ってもらおうという超放置プレイのイベントです。広大なエリアで初年度は54の参加事業所で始めました。年々事業所やお客様の数も増えて、昨年は113の参加事業所、それから参加人数は56,000名になりました。現場に行きますとお揃いのピンクストライプのTシャツを着た職人さんが一生懸命お客様に説明しています。お客様は火花を間近で感じたり、熱を感じたり、音を聞いたり、薬品や油の匂いをかいで五感を使っているような形で職人さんから説明を聞いています。基本的には無料ですが、中には製作体験料や飲食を伴うレセプションの参加費をいただくということも行っています。さらには、参加している企業が遠くからわかりやすいようにピンクのテープやダンボールを参加工場の皆さんに配って装飾してもらいました。そうすると、隣の工場同士で装飾を競い合うようになり、いろんな企画を勝手に考えて盛り上がりてくれました。結果、昨年の売り上げは4,200万円と、年々順調に事業所数や売り上げを伸ばしてきました。継続してよかったことは、「見られる」ということに工場側がメリットを感じて、通年で工場見学ができる体制が整ってきました。ただ、町工場の生産現場をそのまま見せるという形の為、日曜・祝日はお休みなのと、お昼休みは受け入れていません。団体のお客様ではなく、基本的には個人のお客様を対象としています。

燕三条で待っているだけでなく、初年度から海外へ積極的に出ていきました。イタリアのミラノ、台湾、シンガポール、スイスのランゲンタール、一番大きかったのがイギリスのロンドンで2か月間エキシビションを行いました。実際に、この展示会のあと、50名ほどが燕三条にお越しになり、学生のインターンシップなどの人のつながりも出てきています。それ以外には、農家や食品工場にも参加してもらっています。地場産センターを事務局とした「畑の朝カフェ」というイベントを催したり、街歩きで文化施設を回ったり、それぞれができること、面白いと思うことを少しずつ出して来たら、面として燕三条のエリアが注目を集めているという状況になりつつあります。今年のコロナ禍はテーマを変えて映像配信をしたり、ライブ配信で工場見学を行ったりしました。毎年新しいことにトライしています。興味のある方はアーカイブで配信をご覧ください。



事例紹介風景



討論風景

丁野：二つの地域の話聞いた感想をお願いします。

生駒：二つの地域の話聞いて、手法は異なりますがやはり一生懸命やられていてとても励みになりました。小松市さんの取り組みとしては、ストーリーという言葉が非常に心に残りました。桑名市は教育をテーマにしていますが、やはりまだまだこの地域らしさという点が、足りない部分だと感じています。産業観光をしているいくつかの企業だけではなく、地域みんながこのような取り組みをしているんだという風に思えるためには、学ばせていただく部分が大変大きいと感じました。私たちの資源に誇りを持ち、持続させていくという観点で地域に知っていただくために、私たちももう少し原点に戻って、なぜこの桑名の中で教育なのかを後付かもしれませんが、明確にしていきたいと思いました。

また、燕三条さんの取り組みとしては、本当にたくさんの企業が産業としてあるなかで、工場を見たいという人が増えてきており、見せることによって企業側も元気になってきたというエネルギーをすごく感じました。またブランディングで、皆さんが注目をしていただく仕掛けをうまくされているなど感じました。私もこのピンク色を絶対に忘れませんし、このような取り組みをこういう思いでやっているんだということが、語り継がれていくという点ではやはりキャッチーな部分として桑名市はまだまだ地味なのかなという風に改めて感じました。見せることによってお客様だけでなく、見せる側も楽しさを感じており、もっといいものを見せたいなという気持ちを感じさせているという点では、桑名市とも結構似たところがあるのかなと思います。先ほどの食品企業を巻き込むという観点では、周りの方がより参加しやすいと参考になりました。桑名市は今BtoB中心の産業観光ではありますが、これをいかにBtoC、さらには子供達も参加できる仕組みを考えてみたいと思いました。

皆様に向かったのエール

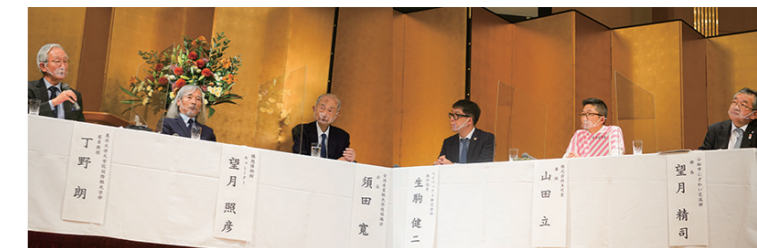
望月(精)：須田会長の言われた、「産業観光は観光地でなくても、どんな地域でもできる観光である」という位置づけ、「産業観光の推進が、結果的に産業と技術のサステナビリティを生んでいく」という点など、産業観光の本質をつかお話であったと感じました。小松市の事例は現在進行形の話であり、産業観光を推進される皆さんにとってどれだけの参考になったかはわかりませんが、産業観光を地域の中でSTORYとしてまとめていくことで、人と文化が繋がりと、地域ブランディングを創出できるものと考えます。来年の日本遺産サミットは、それを実践する場と位置付けていますので、是非とも多くの皆様においでいただければと思います。

山田：100社は難しいですが、出来れば違う業態の2～3社から、あまりお金を使わずにSNSで発信し始めていただくだけで相当色んなものが変わってくると思います。僕たちの課題としてはコロナが落ち着いても短期間で大人数を受け入れるのではなく、それをいかに平準化し常に少人数の方がグループで回れるかという仕組み作りをすることが必要だと思いました。初夏に立ち上げた旅行会社を中心として、ツアーを開催したり、月に1回ぐらいはライブ配信をしたりしながら、発信とお迎えした時の体制づくりを周年化していきたいと思っています。また、全国の他の地域の方々と連携を取りながらお客様を上手く回せるような仕組みづくりができればと考えています。

生駒：まず行動したこと、製造業ですので“PDCA”を繰り返しながら少しずつ改善できたことが今日の状態に繋がったと思っています。先日須田会長から、観光は光を魅せることだとお話を伺いました。今だけでなく、未来の地域を輝かしていくためにも、正しいものや素晴らしいものを残していくこと、情報の対価を明確にしていこうという宿題を頂きました。皆さんと交流しながら産業観光をもっと盛り上げていきたいと思っていますので、今後ともよろしくお願いします。

望月(照)：2002年にノーベル賞を受賞した小柴昌俊先生は、浜松にあるホトニクスという光産業の企業の支援で素粒子研究が非常にうまくいったそうです。産業がノーベル賞を取るぐらいの大きな役割を果たしているということで、非常に勇気をもらいました。ホトニクスの社長が「浜松光宣言」を出しました。これは、ホトニクス、静岡大学、浜松医科大学、光産業創成大学院大学が中心となり、新しい産業を地域のなかで興していこうという動きです。未来の産業を興すことが産業観光にとって重要なことですので、日本にもまたもう一度大きな光が生まれる議論をこれからも産業観光を通してしていけたらと願っています。

須田：観光は人の交流を促進する文化事業であり、お金の循環が起こることにおいて経済行動だと申し上げてきました。最近、観光事業者の一人が文化功労者に指定されました。国が、観光を文化と認めた初めてのケースであり、非常に意義深いものがあると思います。まちづくりにつながるから観光は文化事業だという評価を受けたのだと思います。それを一番手取り早い方法は産業観光だと考えます。街にある産業、産業あつての街なので。本日おいでの皆様には産業観光を中心とした観光協議会的な仕組みづくりを進展させていただきビジネスモデルを作っていくことと、ブロック単位からさらに全国展開していただくことによって、国づくりを観光でやっていくのだという意欲、これこそ本当の観光立国ではないかと思っています。今日はそういうことの重要性が確認できたような気がいたします。



11/19 (木) エクスカーション

コース：産業観光コース(桑名市)

9:00 集合 桑名駅	9:20 ~ 10:30 津田学園小学校	11:00 ~ 12:00 エイベックス(株)	12:30 ~ 13:30 THE FUNATSUYA (昼食)	13:45 ~ 15:15 六華苑 / 七里の渡し / 揖斐川沿い散歩 / 柿安本店	15:30 着解散 桑名駅
----------------	-------------------------	----------------------------	-------------------------------------	---	------------------



津田学園小学校
変化の激しい未来を生き抜くため、アクティブラーニング型授業を展開し、最先端のICT環境を活用して深い学びを実現しています。当日は、小学生の授業風景を見学したり、中学生による「桑名市の歴史」についての発表を聞きました。



エイベックス株式会社
切削・研削技術をもって現在では自動車部品を中心に生産を行うとともに、工場見学で海外のお客様を多数迎え入れ、周辺企業への案内に繋げるなど産業観光を地域に根付かせる活動にも取り組んでいます。



六華苑
六華苑は鹿鳴館の設計で有名なイギリス人建築家ジョサイア・コンドルによる洋館と、池泉回遊式庭園を持つ和風建築からなる国の重要文化財。地方に唯一現存するコンドルの建築物として注目されています。



七里の渡し
東海道の42番目の宿場町。ここの大鳥居は、これより伊勢路に入ることから「伊勢国一の鳥居」と称され、伊勢神宮の遷宮ごとに建て替えられています。



揖斐川沿い
堤防が上がると、すぐ横には揖斐川が流れており、遠方には長良川河口堰が見えます。住吉浦休憩施設では、桑名名物「アイヌ饅頭」が販売されており、市内外問わず幅広い方に大変人気があります。



津田学園小学校訪問の様子



エイベックス株式会社工場見学の様子



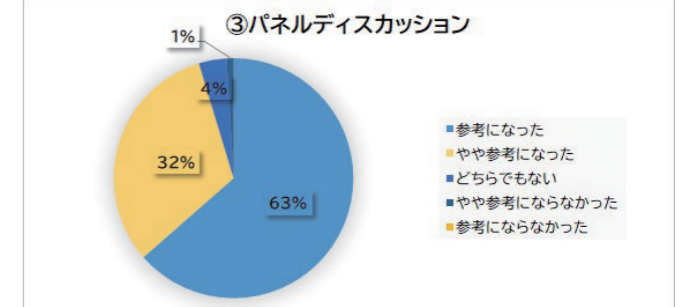
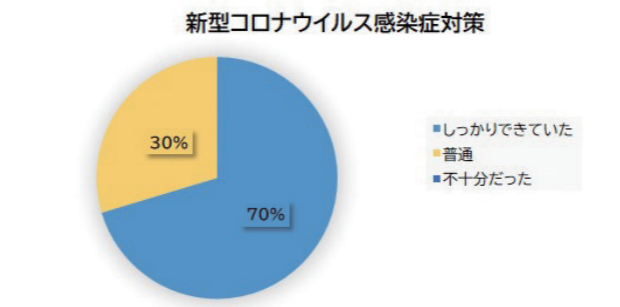
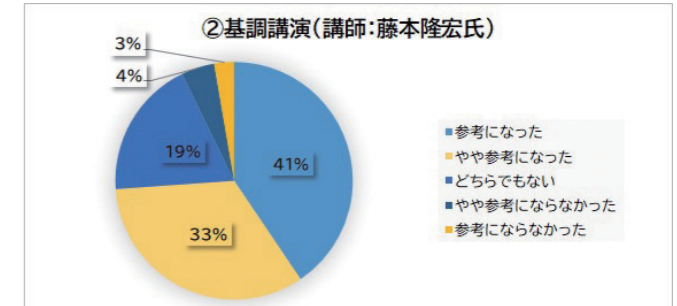
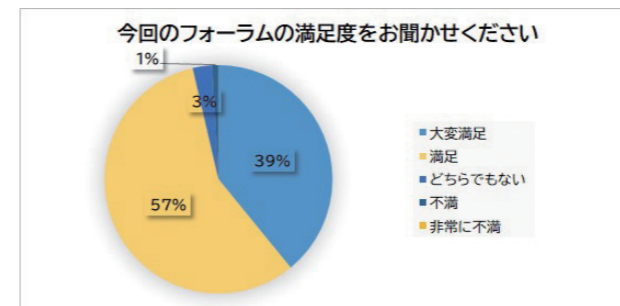
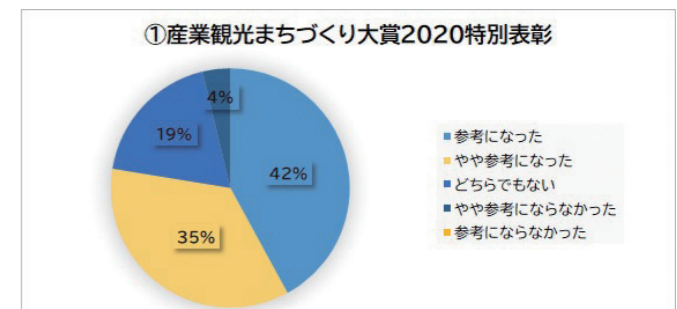
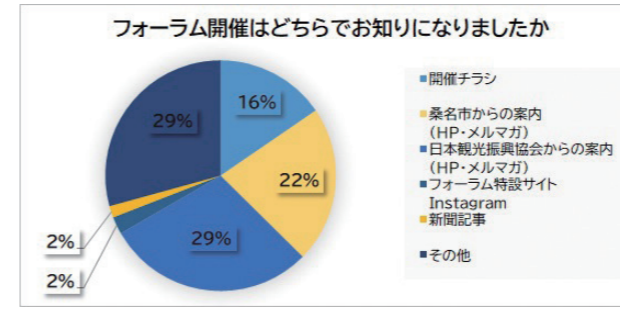
THE FUNATSUYA (昼食)



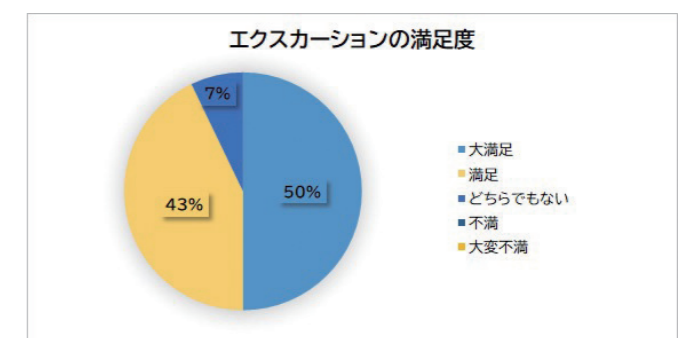
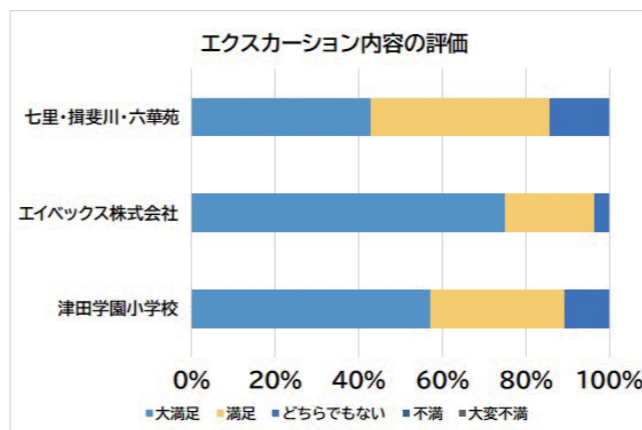
揖斐川沿い散歩の様子

全国産業観光フォーラム in 桑名

全体アンケート結果



エクスカーションアンケート結果



- ・今回のフォーラム、大変参考になりました。また、パターンを変えたエクスカーションを組み立ててください。
- ・企業だけでなく、学校や地域全体で産業観光に取り組んでおり、参考になりました。
- ・現地のガイドさんがタイムマネジメントをしっかりとされており、感心しました。
- ・地域の特色を最大限に活かされているなど感じました。

