

愛媛の産業観光

株式会社 いよぎん地域経済研究センター
主任研究員 松尾明彦

はじめに

「産業観光」とは、文字通り産業を観光資源と見立てて産業に関連した施設などを観光の対象にするものである。具体的には、地場産業や大手企業の工場見学、伝統工芸の見学や体験、産業遺産の見学などが挙げられる。

産業観光の目的として、企業のイメージアップや製品のPR、産地からの情報発信、観光振興やまちおこし、産業遺産の保存活動などが挙げられ、その取り組みによって地域全体の活性化が期待されている。

全国の動向をみると、名古屋を中心とする中京圏では、96年3月から「産業観光キャンペーン」を展開し、産業文化財の育成・保存・展示・公開、モデルコースの設定、「産業観光のしおり」の作成などを実施しており、2001年10月には、「産業観光サミット in 愛知・名古屋」が開催された。サミットでは、10月25日を「産業観光の日」とし、「産業観光推進宣言」が採択された。また、北九州市では早くからホームページで産業観光施設の紹介をしており、浜松市ではオートバイや楽器などの産業を活かした取り組みを行っている。これらの他にも各地でさまざまな取り組みが行われており、産業観光は今や全国的な広がりを見せている。愛媛県内でも、ここ数年、自社の工場などを観光資源として活用する「産業観光施設」のオープンが相次ぐなど、注目度が高まっている。以下、愛媛における産業観光の現状と今後の課題について考えてみたい。

1. 愛媛の産業観光の現状

(1) 98年以降注目高まる

愛媛県内で産業観光について注目されはじめたのは、98年に工場見学システムが整備されたアサヒビールの四国工場が西条市にできてからである。その翌年の瀬戸内しまなみ海道開通に合わせ、造船所の進水式見学会などが行われたことも拍車をかけたようだ。さらに最近では、タオル業界のセーフガード問題など産地の地盤沈下が危惧される中で、産地からの情報発信や、より消費者に近づくために産業観光の取り組みが活発化している（表-1）。

表－１ 愛媛における産業観光の最近の主な動向

1998 年	・アサヒビール四国工場完成、工場見学受け入れスタート ・日本食研 食品研究工場・ハム研究工場完成、工場見学受け入れスタート ・八木酒造部新社屋完成、「山丹正宗」酒蔵公開
1999 年	（瀬戸内しまなみ海道開通） ・しまなみ開通イベントとして造船所の進水式見学会を実施
2000 年	・タオル美術館 A S A K U R A オープン ・伯方塩業大三島工場完成、工場見学受け入れスタート ・「近代化産業遺産全国フォーラム」新居浜市で開催
2001 年	・「えひめ東予産業観光施設連絡会」発足、共同パンフレット制作 ・ファッションタウンいまばり「今治タオル・縫製マップ」作成 ・池内タオル、森清タオルなどで「工房ショップ」開設 ・造船所の進水式見学会が再開（浅川造船、今治造船、新来島どっく、檜垣造船）
2002 年	・日本食研 世界食文化博物館オープン ・コンテックスタオルガーデンがオープン

（２）東予地区に多い産業観光施設

愛媛県内にはどのくらい産業観光施設があるのだろうか。工場、伝統工芸、産業遺産など、産業について見学・体験・学習ができ、対象を特定せず、パンフレットやガイドブックなどで広く一般にＰＲしている施設をカウントしてみたところ、約60施設が確認できた（図－１）。施設の分布をみると、東予地区に最も多く全体の約６割が集中しており、次いで中予地区、南予地区の順となっている。

地区別の特徴をみてみると、東予地区では、タオルなどの地場産業の工場や別子銅山関連の産業遺産を活用したものが多く、大型施設も多い。中予地区では、砥部焼や伊予かすりなどの伝統工芸関連の施設、南予地区では、蒲鉾や真珠など特産品関連の施設が代表的である（表－２）。

図－１ 愛媛の産業観光施設マップ



表－２ 産業観光施設の地区別の特徴

地区	主な特徴
東予	今治地域にはタオルなど地場産業の工場見学、新居浜地域には別子銅山関連の産業遺産が多い。大型施設も多い。
中予	砥部焼など伝統工芸関連施設が中心。体験学習のできる施設が多い。
南予	蒲鉾の製造工程見学や、真珠の加工体験など特産品関連が中心。

2. 東予地区の産業観光への取り組み事例

愛媛県内では東予地区に産業観光施設が多いが、中でも今治と新居浜では、それらを観光振興やまちづくりに活かそうとする取り組みが活発化している。また、2001年5月に発足した5つの大型施設の広域連携も注目されている。

(1) 地場産業見学がメインの今治地区

今治は「タオルのまち」「造船のまち」として知られている地場産業のまちである。そのため、タオルの工場見学や造船所の進水式見学が産業観光の中心である。

①「タオルのまち」をアピール

～大型複合施設は高い集客力～

今治市では、産業の活性化をまちづくりと結び付けた「ファッションタウン構想」を掲げ、産業観光に力を入れている。その取り組みもあって、ここ数年タオルメーカーの工場見学受け入れが増加しており、最近では工場併設の「工房ショップ」開設の動きも活発化している。ただし、工場の中には、駐車場が狭い、土日が休業、事前予約が必要といったものもあり、集客を増やすのはこれからの取り組み次第である。

一方で、2000年にオープンした大型施設「タオル美術館 A S A K U R A」は、タオル製造工程の見学施設に加えて、タオルを中心とするショップや一流の飲食施設を館内に設置し、大きな集客力を発揮している。「タオル産地としての情報発信」を目的として観光に軸足を置き、土日も営業しており、広い駐車場を設置している。このため、週末の行楽客も気軽に立ち寄ることができる。美術館や飲食・販売施設などとの複合化によりさらに魅力を高め、集客に成功している事例といえる。

②「造船のまち」をアピール

～全国的にも貴重な観光資源～

進水式見学会は、しまなみ海道開通時の地元造船会社数社によるイベントとして期間中（99年4～10月）計14回実施された。募集人数1,300人に対して約3,500人もの応募があり、最終的には募集人数を大幅に上回る約2,500人を受け入れた。見学者の感想は「感動した」「すごい迫力だった」など絶賛の声ばかりだったそうである。

この大好評だったイベントを復活させようと、今治市・今治商工会議所・今治市ファッションタウン推進協議会が主催者となり、造船会社の協力を得て2001年度から再開させた。「造船のまち」のイメージアップのため、各社はコスト負担もいとわず協力してくれているそうである。しかし、進水式はもともと造船会社と船主のイベントであるため見学には企業の協力やコスト負担が必要であること、新造船の建造に合わせる事が大前提であること、見学者の安全確保や見学スペースの面から受け入れ人数に制限があることなどから、いつでも実施可能なものではない。とはいえ、進水式見学会は全国的にも貴重な観光資源であり、今治の観光にどう活かしていくかが今後の課題といえる。

これらの今治の事例からは、自然や名所旧跡だけでなく、「産業」も取り組み方次第で十分観光資源となり得ることがわかる。

(2) 産業遺産が豊富な新居浜地区

～市民の産業遺産に対する愛着と誇り～

現在生産活動を行っているものばかりではなく、過去に活躍していた産業遺産もまた産業観光の資源となり得る。新居浜は、産業遺産を活用した取り組みとしては全国的にも先進地とされており、2000年8月には「近代化産業遺産全国フォーラム」が新居浜で開催された。

新居浜地域は「住友発祥の地」として知られており、住友飛躍の礎は「別子銅山」によって築かれた。近年、別子銅山をテーマとした「マイントピア別子」をはじめ、旧別子から四阪島に広がる産業遺産を地域のアイデンティティとして活かして地域の活性化に結び付けようとする動きが活発化している。86年、新居浜青年会議所が「産業遺産を新たな産業創造風土の醸成や都市景観づくりに活かそう」と提言したのがはじまりで、その後、研究会や関連する市民団体が結成され、市民の産業遺産に対する関心を高めてきた。現在では、「マイントピアを楽しく育てる会」が結成され、市民がマイントピアに集う各種イベントが実施されたり、有志がマイントピア周辺のボランティアガイドを買って出たりしている。こうした市民活動に支えられながら、別子銅山関連の産業遺産は新居浜観光の“顔”として広く認められている。そして、活動活発化の背景に産業遺産の所有者である住友グループの果たしている役割が大きいことは見逃せない。現在に至るまでの産業遺産の維持・保存はもちろん、全国フォーラム開催時にも視察コースの清掃や現地案内など積極的な協力があったという。「新居浜の産業観光の活発化は市民活動と企業の理解の賜物」と新居浜市観光協会は高く評価している。

この新居浜の事例からは、産業の観光資源化のためには、まず地元住民が地場産業や産業遺産を再評価してその価値を再認識することにより、愛着や誇りを持つことが重要であるということがわかる。

(3) 大型施設間の連携

東予地区では、大型の産業観光施設間の市町村を越えた広域連携もみられる。マイントピア別子（新居浜市）、アサヒビール四国工場（西条市）、四国コカ・コーラボトリング（小松町）、タオル美術館 A S A K U R A（朝倉村）、日本食研（今治市）の5施設の連携である。2001年5月に「えひめ東予産業観光施設連絡会」を発足させ、8月には共同パンフレットを制作した。2002年には「特典チケット」を導入し、有料施設の入館料割引を開始している。

各施設は、各分野において四国唯一の工場であるなど、それぞれ個性的な魅力がある。トータルでPRすれば、さらに大きな魅力が感じられるはずである。また、この5施設

は、すべて瀬戸大橋としまなみ海道の中間「瀬戸内周遊ルート」に位置しており、施設間は遠いものでも車で70分の距離であり、1日で2～3施設を楽しむことが可能である。すでに、ある旅行会社では周遊コースに組み込んでおり、ツアールートとしても認知され始めている。

3. 消費者の意識調査

産業観光についての一般的な意識や行動はどうなっているのだろうか。四国・山陽地区の一般個人に対して実施したアンケート結果からみていきたい。

アンケート実施内容	
1. 調査目的	産業観光に対する意識、実態の調査
2. 調査対象	愛媛、香川、徳島、高知、岡山、広島、山口県に在住の一般個人
3. 調査方法	無記名方式によるアンケート
4. 調査時期	2002年2月下旬～3月上旬
5. 回答状況	配布数 1,500（愛媛県内 800、県外 700） 有効回答数 928・有効回答率 61.9%

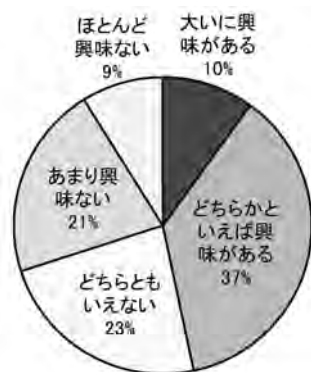
(1) 産業観光のイメージと関心度

～「興味がある」は過半数に達せず～

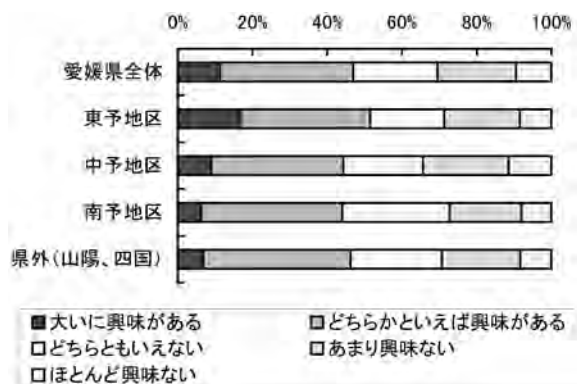
産業観光についての関心度は、「大いに興味がある」としたのは、全体の1割にとどまり、「どちらかといえば興味がある」を含めても過半数には達しなかった（図－2）。一方、3割が「あまり興味ない」「ほとんど興味ない」だった。産業観光に対して一定の関心は持っているようだが、関心度は必ずしも高いとはいえない。産業観光は、“勉強になりそう”だが、“難しそう”“堅苦しそう”といった「楽しくないイメージ」で敬遠されている部分があるのではないだろうか。

地域別にみると、東予地区では中予地区や南予地区に比べて「大いに興味がある」と回答した人が際立って多い（図－3）。もちろん、東予地区に産業観光施設が多いためであろうが、新居浜の例でみたような住民の意識の高まりも寄与しているのだろう。

図－2 産業観光に対する関心度



図－3 産業観光に対する関心度（地区別）



(2) 観光の際に重視するポイント

～「見る」「休む」「食べる」が中心～

産業観光への関心度は必ずしも高いとはいえないが、では、何が観光の中心となっているのだろうか。圧倒的に多かったのは、「(自然や名所旧跡などを) 見る」、「(温泉などで) 休む」、そして「食べる、飲む」だった(図-4)。続いて、「(遊園地などで) 遊ぶ」、「買い物する」となっており、産業観光に通じる「(工場見学や歴史などを) 学ぶ」、「(伝統工芸などを) 体験する」と答えた人は少数派だった。観光は、高齢化の進展や余暇時間の増加などにより、従来型の「見る」観光から発展し、「体験する」観光にシフトしていくといわれているが、全体でみると、今のところまだまだ従来型が中心のようだ。

ただし、年齢別にウェイトをみると、40歳代、50歳代と年齢層が高くなるにつれて、20歳代、30歳代で多かった「遊ぶ」が低下する一方、「見る」がさらに高まり、「学ぶ」「体験する」も高まっている(図-5)。「見る」「休む」「食べる」は各世代共通で重視されているが、年齢が上がるにつれ、「見る」欲求はさらに高まっていくとともに、「遊ぶ」志向よりも「学ぶ」志向が重視されているようだ。産業観光施設にとっては、高齢者層は見逃せない重要なターゲットである。一方で、若年層を取り込んでいくためには「遊ぶ」といったエンターテインメントの要素も必要といえる。

図-4 観光の際重視するポイント
(複数回答)

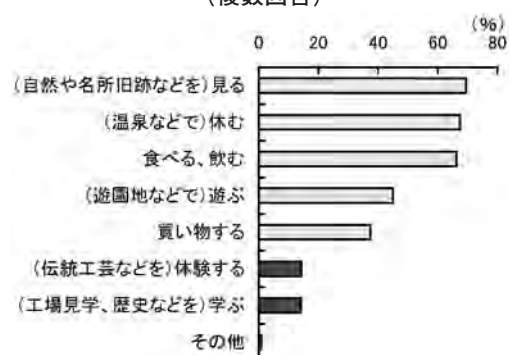
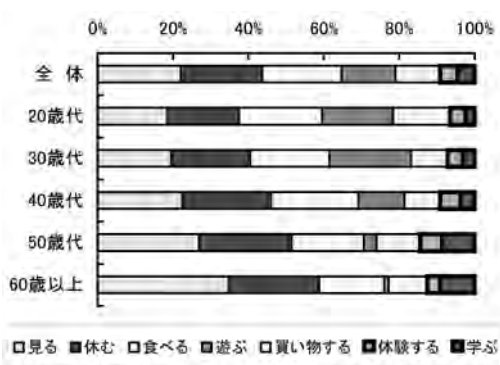


図-5 観光の際重視するポイント (年齢別)

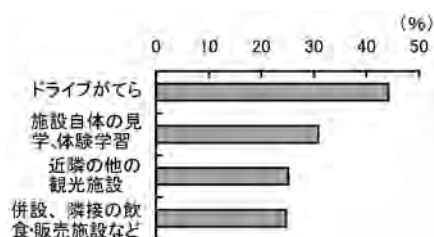


(3) 産業観光施設を訪れる目的・動機

～最も多いのは「ドライブがてら」～

産業観光施設を訪れる際の主な目的をきいたところ、最も多かったのは「ドライブがてら」だった(図-6)。「近隣の他の観光施設」や「施設に併設や隣接している飲食・販売施設など」の回答も多いことから、産業観光施設への来場は、「立ち寄り型」のケースが多いようだ。

図-6 産業観光施設を訪れる際の主な目的
(複数回答、上位項目)



4. 今後の発展のために

産業観光が今後、観光の柱のひとつとして発展していくためには、どのような努力が必要なのだろうか。施設への聞き取り調査や消費者へのアンケート結果などを参考に考えてみたい。

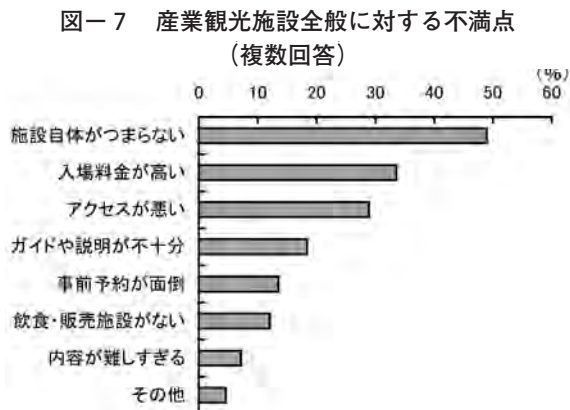
(1) 立ち寄りたくなる魅力ある施設づくり

まず、「気軽に立ち寄れる」施設づくりが必要である。産業観光施設は、施設によってその設置主体や設立経緯、目的などが異なっている。そのため各施設で集客に対する意識には自ずと温度差がある。中でも、工場見学型の施設の多くは工場での生産活動が主体であり、「見学したい人にはどんどん来てほしい」としながらも、事前予約が必要であったり、土日が休業であったりするなど制約が多い。確かに見学者の安全面の確保や案内係の配置コストなどの問題もあり、制約なしに見学者を受け入れることが難しいところもあるだろう。しかし、「立ち寄り型」のケースが多いことから、一般の人が予約なしでも休日でも気軽に立ち寄ることができるようにしていく努力は必要である。

そして、「立ち寄りやすさ」に加えて「立ち寄りたくなるような魅力」を備えることも必要不可欠である。アンケートで、「過去に不満を感じた産業観光施設があれば、その時どのような不満を感じたか」をきいてみたところ、「施設自体がつまらない」と回答した人が半数にのぼった（図－7）。もちろん、「よかった」「おもしろかった」という施設はたくさんある。しかし、来場者を満足させていない施設があることも事実だ。また、自由意見では、「ハコモノだけでは人は集まらない」といった厳しい意見もあった。

産業観光施設にとっては、「学ぶ」「体験する」施設の魅力アップに加えて「見る」「休む」「食べる」施設との複合化も重要課題であり、思わず行きたくなるようなイベントの仕掛けや演出などソフト面での工夫、二工夫も求められている。

例えばありきたりだが、「食べたい」「買い物したい」女性をターゲットにした飲食施設・販売施設などの拡充や、「遊びたい」若年層やファミリー層に“遊び心”や“好奇心”をくすぐるようなイベントを実施することなどは効果があると思われる。加えてリピーターを増やすためには、ハードあるいはソフト面で定期的にリニューアルを実施し、「新鮮さ」を維持していく努力も必要である。



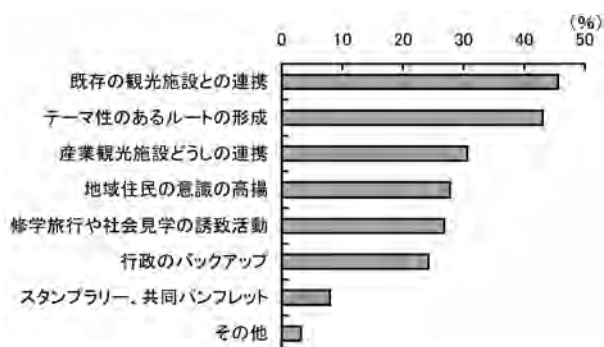
(2) 連携強化によるルート化の推進

アンケートによれば、産業観光が活発化するために重要なこととして、「既存の観光施設との連携」「テーマ性のあるルートの形成」を挙げている人が多い(図-8)。「学ぶ」「体験する」に、観光の中心である「見る」「休む」「食べる」をどのように組み合わせてルート化していくかが、大きなポイントであるといえる。もちろん集客力の高い“主役級”の産業観光施設もあるが、そうでない施設もルート観光の“名脇役”になることができ、名所旧跡や温泉、飲食・宿泊施設などとの幅広い連携が重要である。ヒアリングでも「これからは施設単独ではなく、地域全体を売り込んでいくことが必要」との意見が多く聞かれた。

大三島では、伯方塩業大三島工場に隣接して2001年4月に海水温浴施設(マーレ・グラッシア)がオープンしたが、それ以降、「大山祇神社～マーレ・グラッシア～伯方塩業大三島工場」という観光ルートができ、同工場では見学者が前年に比べて倍増しているという。名所旧跡を「見る」→温泉で「休む(リラクゼーション)」→工場見学で「学ぶ」がひとつのルートとして認知されて相乗効果が出ている。産業観光施設と他の一般観光施設とが連携しセットで売り込み、集客に成功している好事例である。

あと重要であるのは、「教育」との連携である。学校週5日制がスタートし、子どもたちの余暇時間は増加しており、総合学習による見学や体験学習のニーズも高まっている。地域に根ざして、地場産業やその歴史教育の場として施設を活用していく必要があるといえる。そして、地域の学校だけでなく、修学旅行の誘致活動や、大人、特に高齢者層に対する生涯学習の場としても活用していくことが望まれる。

図-8 産業観光活発化のために重要なこと
(複数回答)



(3) 積極的な情報発信

産業観光についての取り組みが活発な東予地区の主な施設でさえ、県外はもとより県内でも知られていないものがまだたくさんある。知名度を上げるには、まず地元住民に施設やその内容を知ってもらい利用してもらうことが第一歩である。新居浜の例からもわかるとおり、地場産業や産業遺産が地元住民に再評価され、理解が深まることによって、地域に対する愛着や誇りが芽生えてくる。その結果、地元住民が他地域に対する情報の発信源にもなり得る。新居浜では高校生がインターネットで別子銅山を紹介するといった活動なども出てきている。

おわりに

産業観光は、企業にとっては自社のイメージアップや製品のPRなどに有効な取り組みとして重要な位置付けである。また、地場産業などの「ものづくりの現場」にふれ、伝統工芸の伝承や産業遺産の保存活動などから、地元住民には地域に対する誇りを、観光客には新しい発見や感動を与えることができる。

観光の中心が「見る」「休む」「食べる」であることは、今後についても基本的には変わらないが、高齢化の進展や余暇時間の増加などにより、「学ぶ」「体験する」のウェイトは順次高まっていくものと予想される。したがって、各地域が特色を活かした産業観光活用の取り組みをしていけば、交流人口の増加や地場産業の再生など地域全体の活性化に結び付くだろう。産業観光は、地域の企業や行政、住民が一体となり知恵と汗を出し合うことにより、大きな観光の目玉となることも十分可能である。

幸いにして、愛媛には他に誇れる地場産業や伝統工芸、産業遺産が数多くある。今後の各地域の産業観光の発展に期待したい。