

(資料)

山口県における産業観光の実態

——事業所アンケート調査の産業別・地域別集計結果——

広島大学 地域経済システム研究センター 講師 (研究機関研究員) 齋 藤 英 智*

要 旨

本資料では山口県の事業所を対象として行ったアンケート調査結果に基づき、産業別、地域別の産業観光の実態と特徴を明らかにするとともに、山口県の事業所立地動向から産業観光の潜在性について考察する。

集計結果から、産業別では製造業、特に飲食料品製造業での受け入れ実績の割合が高く、山口県内において製造業の立地割合が高い下関、周南地域をはじめとする瀬戸内海沿岸地域に潜在性があるといえる。また、県北部地域では飲食料品製造業の立地とともに、農林漁業にも特化しており、産地と加工地が結び付けられれば大きな潜在性をもつといえる。ただし、県北部では交通アクセスが容易であることが重要な課題として指摘される。

キーワード：産業観光、山口県、アンケート調査

1. はじめに

観光は地域経済の活性化策として期待されているが、なかでも体験や学習といった消費者の今日のニーズに応えるものとして産業観光の振興が各地で盛んになっている。観光はサービス産業を主とする第三次産業としての位置づけが強いが、産業観光は、第一次産業、第二次産業も取り込んだ観光形態として位置づけられ、その対象とする範囲の広さから今後の発展が期待されている。地域に立地する産業を観光の対象とすることで、全ての地域に観光資源が存在するという考え方からである(須田 2005)。

本資料では、産業観光の概念を簡単に整理するとともに、山口県内の事業所を対象として行った産業観光の実態に関するアンケート調査結果を産業別、地域別に集計し、山口県の産業観光の実施業種、立地地域の特性、そして産業観光の潜在性について考察する。なお、同アンケート調査の単

純集計結果を中心とした考察については、拙稿(2005)を参照されたい。

2. 産業観光の定義・分類・主体

今日の観光形態のキーワードとして、体験・学習、知的好奇心、郷愁、レトロ、そして癒しといったものがあげられる。これらのキーワードに代表される消費者の欲求に応えるものとして産業観光が目されるようになった。産業観光は、須田ほか(2002)による、「歴史的、文化的価値のある産業文化財(機械、器具、工場遺構など)や生産現場(工場・工房など)、産業製品などを観光資源として人的交流をはかる産業活動」とする定義に代表され、現在、過去、未来に亘って産業に関連する資源を対象とするものであるといえる(米浪 2005)。したがって、その具体的対象としては、表1に示すように、現在稼働中の工場や技術を視察・見学、体験したり、産業遺構や博物館・資料館などで学習したりとその対象は幅広い。もちろん、これらがオーバーラップすることもある。

産業観光は、観光によって地域間交流の活性化

* 730-0053 広島市中区東千田町1-1-89
広島大学地域経済システム研究センター
E-mail:hidetomo@hiroshima-u.ac.jp

表1 産業観光の分類

分類	特性	事例
生産現場	・現在稼動している工場や伝統工芸などの作業現場、農林漁業、産業集積地	・果樹園、溶鉱炉、造船所など ・陶芸や漆器の工房など
体験・学習	・製品の生産工程、伝統工芸などの体験・学習	・作業体験、試飲・試食、買物など
博物館・資料館	・産業の歴史、製品などを展示した博物館や資料館	・製品、機械・器具、製造工程の展示など
産業遺産	・工場や地場産業の遺跡・遺構・遺物や産業の歴史・文化、当時の社会や生活基盤などに関連するもの	・鉱山跡、赤レンガ倉庫など ・鉄道や連絡船などの輸送機関や水道、道路など

出典) いよぎん(2002)、米浪(2005)、齋藤(2005)、須田(2005)、Hospers(2002)などを参考に筆者作成。

表2 産業観光の主体と直面する事象・ニーズ・産業観光への期待

	消費者(観光客)	受け入れ地域	民間(受け入れ施設)
直面する事象	・体験・学習への欲求 ・産業への興味・関心	・地域経済の停滞 ・地場産業の停滞	・サービス経済化 ・産業構造の変化
ニーズ	・観光ニーズ	・交流ニーズ	・ビジネスニーズ
産業観光への期待	・体験 ・知的好奇心の満足 ・郷愁・回顧	・地域活性化(まちづくり) ・産業振興(伝統・地場産業) ・雇用・所得創出	・新たな取引、商談 ・新たな利益の創出 ・新分野の開拓

出典) 米浪(2005)、齋藤(2005)を参考に筆者作成。

を図ろうとする地域にあって、表2に示すそれぞれの主体においてそれぞれ異なったニーズと期待が融合したものである。観光客としての消費者、受け入れ地域、そして受け入れ施設である民間の3つの主体のニーズを産業観光が一つに結びつけると考えられる。本資料では、これらの主体のうち、受け入れ施設である民間を対象とし、事業所に対して行ったアンケート調査結果を用いて考察する。

3. アンケート調査からみた産業観光の実態

(1) アンケート調査の概要

ここでは、山口県内の事業所を対象として行ったアンケート調査結果を中心として、産業観光への取り組み実態について産業別、地域別に考察する。アンケート調査の概要は下記の通りである。また、業種別、地域別の配布数、有効回収数、有効回収率は表3の通りである。

・目的：山口県における産業観光の実態と発

展可能性を調査

- ・対象：山口県内の事業所(業種は問わず産業観光の潜在性を併せて調査)
- ・資料：山口経済研究所(2004)『山口県会社要覧』からサンプリング
- ・実施時期：2005年5月23日～6月3日
- ・調査方法：郵送によるアンケート票の配布(配布数：985)

(2) 産業別にみた受け入れ実態

受け入れの実態について産業別に集計したものが表4である。回答数の合計が少ない業種もあるが、全体では33.0%の事業所が「企業や団体、教育機関など特定の来訪者を対象に受け入れを行っている(以下、特定来訪者)」と回答している。また、「広く一般の来訪者も対象として受け入れを行っている(以下、一般来訪者)」事業所が11.5%となっている。受け入れ実績のある業種のうち、とりわけ製造業は特定来訪者と一般来訪者を合わせて53.0%で受け入れの実績があることとなり注

表3 産業別・地域別アンケート配布数・有効回収数・有効回収率

産業別	配布数	構成比 (%)	有効回収数	構成比 (%)	有効回収率 (%)
農・林・漁業	12	1.2	4	1.3	33.3
鉱業	4	0.4	1	0.3	25.0
建設業	105	10.6	35	9.6	33.3
製造業	505	51.1	164	48.0	32.5
卸売業	83	8.4	22	6.1	26.5
小売業	47	4.8	19	5.9	40.4
運輸業	41	4.4	13	4.8	31.7
情報通信業	40	4.1	17	4.8	42.5
ガス業	1	0.1	0	0.0	0.0
サービス業	112	11.3	52	15.7	46.4
金融・保険業	35	3.6	12	3.5	34.3
合計	985	100.0	339	100.0	34.4
地域別	配布数	構成比 (%)	有効回収数	構成比 (%)	有効回収率 (%)
岩国地域	74	7.5	24	7.1	32.4
柳井地域	52	5.3	19	5.6	36.5
周南地域	191	19.4	59	17.4	30.9
山口・防府地域	154	15.6	59	17.4	38.3
宇部・小野田地域	200	20.3	65	19.2	32.5
下関地域	221	22.4	80	23.6	36.2
長門地域	34	3.5	15	4.4	44.1
萩地域	59	6.0	18	5.3	30.5
合計	985	100.0	339	100.0	34.4

表4 産業別来訪者受け入れ実態

産業	製造業3分類	企業や団体、教育機関など特定の来訪者を対象に受け入れを行っている									
		産業別合計に占める割合 (%)	広く一般の来訪者も対象として受け入れを行っている	産業別合計に占める割合 (%)	来訪者受け入れの意思はあるが現状では受け入れ実績はない	産業別合計に占める割合 (%)	来訪者の受け入れは一切行っていない	産業別合計に占める割合 (%)	産業別合計		
農・林・漁業		4	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	
鉱業		1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	
建設業		9	25.7	3	8.6	10	28.6	13	37.1	35	
製造業		65	39.6	22	13.4	14	8.5	63	38.4	164	
	製造業(飲食料品)	15	42.9	11	31.4	4	11.4	5	14.3	35	
	製造業(飲食料品以外)	生活関連型	8	47.1	2	11.8	2	11.8	5	29.4	17
		加工組立型	14	42.4	4	12.1	0	0.0	15	45.5	33
		基礎素材型	28	35.4	5	6.3	8	10.1	38	48.1	79
卸売業		3	13.6	2	9.1	4	18.2	13	59.1	22	
小売業		5	26.3	1	5.3	7	36.8	6	31.6	19	
サービス業		11	21.2	9	17.3	10	19.2	22	42.3	52	
運輸業		6	46.2	0	0.0	0	0.0	7	53.8	13	
情報通信業		5	29.4	1	5.9	3	17.6	8	47.1	17	
金融・保険業		3	25.0	1	8.3	0	0.0	8	66.7	12	
合計		112	33.0	39	11.5	48	14.2	140	41.3	339	

目に値する。この点については、これまでの事例や経済産業省（2005）等の調査において、製造業を中心とする産業観光の展開が盛んであることがいわれており、山口県も例外ではないことの現れであるといえよう。

ここで、表4のように製造業を飲食料品と飲食料品以外に分割すると、飲食料品製造業で受け入れ実績が多いことがわかる。とりわけ、一般来訪者についての数値が高い。さらに、製造業3分類に分割すると、生活関連型のうち飲食料品については上述と同様であるが、飲食料品以外では、特定来訪者を中心に数値が大きくなっている。製造業3分類による考察については後の産業観光の潜在性の項で再度触れたい。

(3) 地域別にみた受け入れ実態

受け入れ実態について地域別に集計したものが表5である。ここでの地域は、山口県広域市町村圏による8つの地域とする。2004年から2005年にかけて周南、下関の両地域は商工会議所の主導のもと産業観光に取り組んでいる。周南地域商工会議所（新南陽・徳山・下松・光商工会議所）は、2005年10月から11月にかけて計4回の産業観光ツアーを行っている。また、下関商工会議所は、『産業観光バックアップガイド』を作成している。アンケート結果による両地域の受け入れ実態は、全体平均を下回っている。特に、一般来訪者では両地域とも1桁台の割合となっている。サンプルによるものと考えられ、商工会議所主導による取り組みとの関係は全くないといってよいものの意

外な結果となっている。

(4) 受け入れ実績の有無による課題

受け入れ実績の有無によって産業別に課題を集計したものが表6である。なお、ここでは特定来訪者、一般来訪者を合わせて受け入れ実績がある場合と、受け入れを検討中、一切ないとする回答を合わせた受け入れ実績のない場合とに区分している。

回答数の大小があるため、ここでは特に製造業（飲食料品）についてみると、注目すべき点は、受け入れ実績のない場合の、公開内容の創出・更新に負担がかかること、産業観光の認識が広がっていないとする回答に対して、受け入れ実績がある場合のそれらがさほど課題として大きな割合を占めていないことである。受け入れ実績がある場合はむしろ、観光ルート上に位置していないことや、交通アクセスが悪いこと、そして地域住民の理解が得られないことを課題としていることも特筆すべき点である。

同様に、受け入れ実績の有無によって地域別の産業観光に対する課題を集計したものが表7である。合計数値で受け入れ実績がある場合とない場合を比較したとき、受け入れ実績がある方が多くあげている課題として、設備に対する新たな負担がかかること、既存の観光ルート上に位置していないこと、産業観光の認識が広がっていないことなどがあげられる。一方の、受け入れ実績がない方が多い課題として、来訪ニーズがないことが圧倒的に多く、これは地域別にみても岩国地域を除

表5 地域別来訪者受け入れ実態

地 域	企業や団体、教育機関など特定の来訪者を対象に受け入れを行っている	地域別合計に占める割合 (%)	広く一般の来訪者も対象として受け入れを行っている	地域別合計に占める割合 (%)	来訪者受け入れの意思はあるが現状では受け入れ実績はない	地域別合計に占める割合 (%)	来訪者の受け入れは一切行っていない	地域別合計に占める割合 (%)	地域別合計
岩国地域	9	37.5	6	25.0	4	16.7	5	20.8	24
柳井地域	6	31.6	2	10.5	3	15.8	8	42.1	19
周南地域	18	30.5	4	6.8	7	11.9	30	50.8	59
山口・防府地域	16	27.1	6	10.2	12	20.3	25	42.4	59
宇部・小野田地域	27	41.5	7	10.8	9	13.8	22	33.8	65
下関地域	25	31.3	7	8.8	9	11.3	39	48.8	80
長門地域	4	26.7	3	20.0	1	6.7	7	46.7	15
萩地域	7	38.9	4	22.2	3	16.7	4	22.2	18
合計	112	33.0	39	11.5	48	14.2	140	41.3	339

表6 受け入れ実績の有無による産業別の産業観光の課題

(%)

		受け入れ実績あり (特定来訪者・一般来訪者を合わせた回答)										合計	回答 実数	
		農・林・ 漁業	鉱業	建設業	製造業 (飲食 料品)	製造業 (飲食料 品以外)	卸売業	小売業	サービ ス業	運輸業	情報 通信業			金融・ 保険業
受入体制	産業観光に取り組む余裕がない	0.0	100.0	50.0	26.9	41.0	80.0	16.7	30.0	0.0	33.3	0.0	34.4	52
	観光として来訪者を受け入れるノウハウがない	50.0	0.0	25.0	23.1	37.7	20.0	66.7	20.0	0.0	16.7	50.0	30.5	46
	案内者・指導者を確保できない	50.0	100.0	8.3	19.2	29.5	40.0	0.0	15.0	16.7	33.3	25.0	23.8	36
	設備の新たな整備に負担がかかる	50.0	0.0	0.0	42.3	24.6	20.0	16.7	15.0	16.7	16.7	0.0	23.2	35
	来訪者の安全が確保できない	0.0	0.0	16.7	15.4	32.8	40.0	0.0	10.0	33.3	0.0	0.0	21.2	32
	来訪者のニーズへの対応が困難である	50.0	0.0	0.0	15.4	23.0	0.0	0.0	25.0	50.0	16.7	50.0	20.5	31
	設備の維持管理に負担がかかる	0.0	0.0	25.0	11.5	9.8	20.0	0.0	5.0	0.0	16.7	0.0	9.9	15
公開内容の創出・更新に負担がかかる	0.0	0.0	0.0	3.8	9.8	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	8	
外部との関連	産業観光に対する認識が広がっていない	0.0	0.0	33.3	26.9	39.3	60.0	50.0	20.0	33.3	0.0	0.0	31.1	47
	来訪ニーズがない	25.0	100.0	25.0	15.4	18.0	20.0	33.3	20.0	33.3	0.0	50.0	20.5	31
	既存の観光ルート上に位置していない	0.0	100.0	8.3	42.3	11.5	20.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	17.9	27
	交通アクセスが悪い	0.0	0.0	25.0	26.9	13.1	20.0	0.0	25.0	0.0	16.7	0.0	16.6	25
	情報発信がうまくできない	50.0	0.0	8.3	11.5	4.9	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	7.3	11
	売り込み先がない	0.0	0.0	0.0	3.8	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	4
協力・支援	助成金や減税などの金銭的優遇がない	0.0	100.0	0.0	26.9	16.4	40.0	16.7	25.0	0.0	0.0	0.0	17.2	26
	周辺観光地との連携がとれない	25.0	0.0	25.0	15.4	13.1	0.0	16.7	15.0	16.7	16.7	25.0	15.2	23
	取りまとめ役・機関がない	25.0	100.0	8.3	11.5	8.2	60.0	16.7	5.0	33.3	0.0	25.0	12.6	19
	行政の協力・支援がない	25.0	100.0	8.3	7.7	13.1	20.0	0.0	15.0	16.7	0.0	0.0	11.9	18
	経済団体の協力・支援がない	0.0	100.0	0.0	3.8	3.3	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	3.3	5
	地域住民の理解が得られない	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	1
その他	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	0.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	4.6	7
	今のところ問題・課題はない	0.0	0.0	16.7	7.7	6.6	0.0	16.7	20.0	16.7	16.7	0.0	9.9	15
	わからない	0.0	100.0	8.3	3.8	11.5	0.0	16.7	10.0	0.0	0.0	25.0	9.3	14
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	151	
回答実数	4	1	12	26	61	5	6	20	6	6	4	151		
		受け入れ実績なし (検討中・一切なしを合わせた回答)										合計	回答 実数	
		農・林・ 漁業	鉱業	建設業	製造業 (飲食 料品)	製造業 (飲食料 品以外)	卸売業	小売業	サービ ス業	運輸業	情報 通信業			金融・ 保険業
受入体制	産業観光に取り組む余裕がない	-	-	30.4	44.4	45.6	23.5	46.2	18.8	14.3	27.3	0.0	33.0	62
	観光として来訪者を受け入れるノウハウがない	-	-	47.8	11.1	33.8	23.5	46.2	28.1	57.1	18.2	25.0	33.0	62
	来訪者のニーズへの対応が困難である	-	-	21.7	22.2	25.0	17.6	38.5	28.1	14.3	27.3	12.5	24.5	46
	案内者・指導者を確保できない	-	-	13.0	66.7	26.5	29.4	15.4	15.6	14.3	9.1	0.0	21.8	41
	来訪者の安全が確保できない	-	-	8.7	0.0	27.9	5.9	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8	24
	設備の新たな整備に負担がかかる	-	-	13.0	44.4	11.8	5.9	7.7	3.1	0.0	0.0	12.5	10.1	19
	公開内容の創出・更新に負担がかかる	-	-	13.0	0.0	10.3	5.9	15.4	3.1	0.0	9.1	0.0	8.0	15
	設備の維持管理に負担がかかる	-	-	8.7	11.1	5.9	0.0	7.7	12.5	0.0	0.0	0.0	6.4	12
	外部との関連	来訪ニーズがない	-	-	65.2	44.4	50.0	47.1	46.2	46.9	85.7	72.7	50.0	53.2
産業観光に対する認識が広がっていない		-	-	26.1	22.2	25.0	35.3	23.1	12.5	28.6	9.1	0.0	21.8	41
売り込み先がない		-	-	21.7	0.0	10.3	5.9	0.0	3.1	14.3	9.1	0.0	8.5	16
交通アクセスが悪い		-	-	17.4	0.0	10.3	0.0	0.0	6.3	14.3	9.1	0.0	8.0	15
既存の観光ルート上に位置していない		-	-	4.3	22.2	2.9	0.0	7.7	12.5	14.3	0.0	0.0	5.9	11
情報発信がうまくできない		-	-	0.0	11.1	8.8	5.9	0.0	6.3	0.0	0.0	12.5	5.9	11
協力・支援	取りまとめ役・機関がない	-	-	21.7	11.1	13.2	17.6	23.1	15.6	14.3	9.1	0.0	14.9	28
	周辺観光地との連携がとれない	-	-	13.0	11.1	7.4	0.0	7.7	15.6	14.3	0.0	0.0	8.5	16
	助成金や減税などの金銭的優遇がない	-	-	13.0	0.0	8.8	0.0	7.7	9.4	14.3	18.2	0.0	8.5	16
	行政の協力・支援がない	-	-	13.0	11.1	1.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	4.8	9
	経済団体の協力・支援がない	-	-	8.7	0.0	1.5	0.0	0.0	3.1	0.0	9.1	0.0	2.7	5
	地域住民の理解が得られない	-	-	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1
その他	その他	-	-	4.3	0.0	8.8	11.8	0.0	12.5	0.0	27.3	37.5	10.1	19
	今のところ問題・課題はない	-	-	8.7	0.0	2.9	5.9	30.8	21.9	0.0	0.0	12.5	9.0	17
	わからない	-	-	30.4	22.2	11.8	29.4	30.8	12.5	28.6	0.0	0.0	17.0	32
合計	-	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	188	
回答実数	0	0	23	9	68	17	13	32	7	11	8	188		

注) 産業別の回答実数を分母とした割合。複数回答であり、回答事業所のうちどれだけの事業所が課題としてあげたかを示す。

表7 受け入れ実績の有無による地域別の産業観光の課題

(%)

		受け入れ実績あり(特定来訪者・一般来訪者を合わせた回答)								合計	回答 実数
		岩国	柳井	周南	山口・ 防府	宇部・ 小野田	下関	長門	萩		
受入体制	産業観光に取り組む余裕がない	80.0	0.0	40.9	31.8	38.2	18.8	28.6	27.3	34.4	52
	観光として来訪者を受け入れるノウハウがない	53.3	62.5	27.3	31.8	38.2	15.6	28.6	0.0	30.5	46
	案内者・指導者を確保できない	33.3	37.5	27.3	36.4	23.5	12.5	14.3	9.1	23.8	36
	設備の新たな整備に負担がかかる	26.7	12.5	22.7	27.3	17.6	21.9	57.1	18.2	23.2	35
	来訪者の安全が確保できない	33.3	25.0	27.3	18.2	26.5	12.5	14.3	9.1	21.2	32
	来訪者のニーズへの対応が困難である	26.7	50.0	9.1	22.7	29.4	12.5	14.3	9.1	20.5	31
	設備の維持管理に負担がかかる	13.3	0.0	4.5	13.6	14.7	0.0	14.3	27.3	9.9	15
	公開内容の創出・更新に負担がかかる	0.0	12.5	13.6	4.5	2.9	6.3	0.0	0.0	5.3	8
外部との 関連	産業観光に対する認識が広がっていない	26.7	25.0	22.7	27.3	44.1	34.4	42.9	9.1	31.1	47
	来訪ニーズがない	20.0	50.0	18.2	27.3	17.6	21.9	0.0	9.1	20.5	31
	既存の観光ルート上に位置していない	20.0	37.5	9.1	9.1	17.6	15.6	42.9	27.3	17.9	27
	交通アクセスが悪い	13.3	37.5	18.2	18.2	11.8	9.4	42.9	18.2	16.6	25
	情報発信がうまくできない	6.7	0.0	9.1	9.1	5.9	6.3	14.3	9.1	7.3	11
	売り込み先がない	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	14.3	9.1	2.6	4
協力・ 支援	助成金や減税などの金銭的優遇がない	20.0	12.5	13.6	13.6	14.7	18.8	42.9	18.2	17.2	26
	周辺観光地との連携がとれない	20.0	12.5	9.1	18.2	20.6	12.5	28.6	0.0	15.2	23
	取りまとめ役・機関がない	20.0	12.5	4.5	18.2	14.7	15.6	0.0	0.0	12.6	19
	行政の協力・支援がない	20.0	25.0	4.5	18.2	14.7	6.3	14.3	0.0	11.9	18
	経済団体の協力・支援がない	6.7	0.0	4.5	9.1	2.9	0.0	0.0	0.0	3.3	5
地域住民の理解が得られない	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.7	1	
その他	その他	0.0	25.0	0.0	4.5	2.9	3.1	0.0	18.2	4.6	7
	今のところ問題・課題はない	0.0	0.0	18.2	13.6	5.9	12.5	14.3	9.1	9.9	15
	わからない	6.7	25.0	9.1	22.7	2.9	6.3	14.3	0.0	9.3	14
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	151
回答実数		15	8	22	22	34	32	7	11	151	
		受け入れ実績なし(検討中・一切なしを合わせた回答)								合計	回答 実数
		岩国	柳井	周南	山口・ 防府	宇部・ 小野田	下関	長門	萩		
受入体制	産業観光に取り組む余裕がない	33.3	9.1	37.8	24.3	51.6	33.3	12.5	28.6	33.0	62
	観光として来訪者を受け入れるノウハウがない	22.2	18.2	43.2	35.1	35.5	25.0	50.0	28.6	33.0	62
	来訪者のニーズへの対応が困難である	0.0	27.3	32.4	21.6	25.8	27.1	25.0	0.0	24.5	46
	案内者・指導者を確保できない	11.1	18.2	27.0	10.8	35.5	18.8	37.5	14.3	21.8	41
	来訪者の安全が確保できない	11.1	9.1	10.8	2.7	25.8	16.7	0.0	14.3	12.8	24
	設備の新たな整備に負担がかかる	11.1	0.0	10.8	8.1	19.4	4.2	25.0	14.3	10.1	19
	公開内容の創出・更新に負担がかかる	11.1	9.1	8.1	8.1	9.7	6.3	12.5	0.0	8.0	15
	設備の維持管理に負担がかかる	11.1	0.0	10.8	2.7	9.7	6.3	0.0	0.0	6.4	12
外部との 関連	来訪ニーズがない	33.3	54.5	54.1	48.6	64.5	45.8	75.0	71.4	53.2	100
	産業観光に対する認識が広がっていない	11.1	36.4	37.8	16.2	19.4	20.8	0.0	0.0	21.8	41
	売り込み先がない	22.2	9.1	5.4	8.1	12.9	6.3	12.5	0.0	8.5	16
	交通アクセスが悪い	0.0	9.1	8.1	8.1	3.2	12.5	12.5	0.0	8.0	15
	既存の観光ルート上に位置していない	0.0	18.2	2.7	8.1	9.7	4.2	0.0	0.0	5.9	11
	情報発信がうまくできない	11.1	9.1	13.5	0.0	3.2	6.3	0.0	0.0	5.9	11
協力・ 支援	取りまとめ役・機関がない	11.1	27.3	10.8	13.5	16.1	14.6	37.5	0.0	14.9	28
	周辺観光地との連携がとれない	11.1	18.2	13.5	2.7	12.9	6.3	0.0	0.0	8.5	16
	助成金や減税などの金銭的優遇がない	11.1	0.0	10.8	2.7	6.5	12.5	0.0	28.6	8.5	16
	行政の協力・支援がない	0.0	0.0	5.4	8.1	6.5	4.2	0.0	0.0	4.8	9
	経済団体の協力・支援がない	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	6.3	0.0	14.3	2.7	5
地域住民の理解が得られない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.5	1	
その他	その他	0.0	9.1	8.1	13.5	9.7	10.4	25.0	0.0	10.1	19
	今のところ問題・課題はない	44.4	9.1	8.1	5.4	12.9	6.3	0.0	0.0	9.0	17
	わからない	0.0	27.3	16.2	18.9	12.9	16.7	37.5	14.3	17.0	32
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	188
回答実数		9	11	37	37	31	48	8	7	188	

注) 地域別の回答実数を分母とした割合。複数回答であり、回答事業所のうちどれだけの事業所が課題としてあげたかを示す。

いて受け入れの実績がない事業所のもっとも大きな課題となっている。また、岩国、柳井などの東部地域では、取り組む余裕やノウハウがないことなど受け入れ体制の整備に関する回答の差が大きいものに対して、萩、長門の北部地域では、観光ルート上に位置していないこと、交通アクセスが悪いことの回答の差が大きくなっている。

4. 地域別事業所立地割合からみた産業観光の潜在性

これまでの産業別、地域別のアンケート集計結果から、製造業、なかでも食料品製造業であること、全体的に来訪ニーズや受け入れ体制に課題があること、そして観光ルート上に立地し、交通アクセスが良いことが要因として浮かびあがってきたといえる。表8は、総務省統計局（2003）『事業所・企業統計調査報告』による2001年における山

表8 『事業所・企業統計調査報告』による地域別事業所立地割合（2001年）

(%)

		岩国	柳井	周南	山口・防府	宇部・小野田	下関	長門	萩	合計	
全産業		10.3	6.3	19.2	20.7	15.7	19.0	3.2	5.5	100.0	
農林漁業		6.1	4.6	7.2	22.4	9.9	19.0	7.2	23.6	100.0	
鉱業		6.7	3.3	10.0	31.7	23.3	11.7	5.0	8.3	100.0	
建設業		11.8	6.5	21.6	20.6	16.6	15.6	2.7	4.6	100.0	
製造業		9.6	6.4	18.4	16.7	15.3	20.2	5.3	8.1	100.0	
食料品	生活関連型 / 地方資源型	7.6	7.9	10.6	15.3	9.0	26.3	12.7	10.6	100.0	
	3分類	生活関連型	11.5	7.2	17.1	21.5	12.8	19.2	3.4	7.3	100.0
基礎素材型		9.7	4.8	23.2	17.8	16.9	13.7	3.6	10.4	100.0	
加工組立型		9.3	6.5	20.4	10.2	22.5	25.6	2.7	2.7	100.0	
食料品以外	4分類	地方資源型	9.4	6.1	13.8	21.1	12.8	13.5	6.2	17.1	100.0
	雑貨型	11.7	6.1	17.6	21.7	14.6	18.1	3.1	7.1	100.0	
	基礎素材型	8.0	3.1	38.5	11.5	19.5	17.2	0.4	1.9	100.0	
	加工組立型	9.7	6.4	23.6	11.6	21.2	22.1	2.4	3.0	100.0	
食料品以外計		10.2	6.0	20.5	17.1	17.0	18.5	3.3	7.5	100.0	
電気・ガス・熱供給・水道業		11.5	7.1	16.9	14.2	22.4	16.4	4.4	7.1	100.0	
運輸・通信業		9.9	7.6	20.7	19.7	15.3	20.4	2.7	3.7	100.0	
卸売・小売業、飲食店		10.1	6.0	19.0	20.4	16.2	19.6	3.1	5.5	100.0	
金融・保険業		10.2	4.6	21.2	21.8	14.8	20.4	2.5	4.5	100.0	
不動産業		10.3	4.1	21.0	24.5	11.2	23.1	1.2	4.5	100.0	
サービス業		10.1	6.6	18.7	21.6	15.4	18.8	3.2	5.4	100.0	
公務（他に分類されないもの）		12.3	10.4	15.1	19.6	14.6	14.8	5.0	8.3	100.0	

注1) 産業別の合計（山口県総数）に占める各地域の事業所数の割合。

注2) 製造業3分類の内訳

生活関連型：食料品、飲料・たばこ・飼料、繊維、衣服・その他の繊維製品、家具・装備品、出版・印刷・同関連産業、なめし革・同製品・毛皮、その他

基礎素材型：木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、化学工業、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、ゴム製品、窯業・土石製品、鉄鋼業、非鉄金属、金属製品

加工組立型：一般機械器具、電気機械器具、輸送用機械器具、精密機械器具

注3) 製造業4分類の内訳

地方資源型：木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、窯業・土石製品、食料品、飲料・たばこ・飼料、繊維

雑貨型：プラスチック製品、ゴム製品、衣服・その他の繊維製品、家具・装備品、

出版・印刷・同関連産業、なめし革・同製品・毛皮、その他

基礎素材型：化学工業、石油製品・石炭製品、鉄鋼業、非鉄金属

加工組立型：金属製品、一般機械器具、電気機械器具、輸送用機械器具、精密機械器具

資料) 総務省統計局（2003）『平成13年事業所・企業統計調査報告 山口県』。

口県の産業別事業所総数に占める地域別の割合（地域別シェア）を示したものである。これまでの分類と若干異なるが、製造業の事業所数を中心に地域別にみると、食料品製造業の地域別の立地割合は、下関地域が26.3%を占めており、また製造業全体でみると、周南地域が18.4%、下関地域が20.2%となっている。このことから、産業観光が両地域で積極的に取り組まれている要因の一つであることもうかがい知れる。

また、萩、長門地域では製造業全体での立地の占める割合は小さいものの、食料品製造業にいたってはその値が大きく、産業観光の取り組みも期待される。しかしながら、先にも触れたように、交通アクセスの問題は避けて通れない問題であろう。さらに、基礎素材型産業の割合が高い周南地域や、加工組立型が高い宇部・小野田地域、下関地域の潜在性も指摘でき、一般来訪者を対象とした産業観光といかにして結びつけられるかの検討も重要となろう。

同時に、製造業4分類の場合も表8に示している。食料品以外の製造業を比較すると、周南地域の基礎素材型の割合が3分類に比べより高くなっている。さらには、萩地域において地方資源型の割合が高いことが注目に値する。食料品以外の地方資源型には窯業・土石（3分類では基礎素材型）が含まれ、萩焼き製造所の立地が影響していると考えられる。

表9は、山口県における事業所総数の産業別構成比を分母とする地域別の特化係数を表したものである。ここで注目すべき点は、長門、萩地域における特化係数である。両地域では、食料品製造業の特化度が高く、さらには食料品以外の製造業においても、4分類の地方資源型の特化度が高い。これに加え、農林漁業の特化度も高いことから、県北部地域では、農林漁業製品を加工し販売するという一連のシステムを構築すればその潜在性が大きいといえる。長門の蒲鉾は大変有名であり、特化度の高い産業が結びつくことで産業観光の可

表9 『事業所・企業統計調査報告』による地域別事業所立地の特化係数（2001年） (%)

		岩国	柳井	周南	山口・防府	宇部・小野田	下関	長門	萩	合計	
全産業		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
農林漁業		0.59	0.72	0.38	1.08	0.63	1.00	2.27	4.27	1.00	
鉱業		0.65	0.53	0.52	1.53	1.48	0.61	1.57	1.51	1.00	
建設業		1.14	1.04	1.12	1.00	1.06	0.82	0.84	0.83	1.00	
製造業		0.94	1.02	0.96	0.81	0.97	1.06	1.67	1.47	1.00	
食料品	生活関連型 / 地方資源型	0.74	1.26	0.55	0.74	0.57	1.38	4.00	1.91	1.00	
	食料品以外	3分類	生活関連型	1.12	1.14	0.89	1.04	0.82	1.01	1.08	1.33
基礎素材型			0.94	0.76	1.20	0.86	1.07	0.72	1.14	1.87	1.00
加工組立型			0.91	1.03	1.06	0.49	1.43	1.35	0.85	0.49	1.00
4分類		地方資源型	0.92	0.96	0.72	1.02	0.81	0.71	1.95	3.10	1.00
		雑貨型	1.14	0.97	0.92	1.05	0.92	0.95	0.96	1.28	1.00
		基礎素材型	0.78	0.48	2.00	0.55	1.24	0.90	0.12	0.35	1.00
		加工組立型	0.94	1.01	1.23	0.56	1.34	1.16	0.76	0.54	1.00
食料品以外計		0.99	0.95	1.06	0.83	1.08	0.97	1.05	1.35	1.00	
電気・ガス・熱供給・水道業		1.12	1.13	0.88	0.69	1.42	0.86	1.37	1.29	1.00	
運輸・通信業		0.96	1.20	1.07	0.95	0.97	1.07	0.84	0.67	1.00	
卸売・小売業、飲食店		0.98	0.96	0.99	0.98	1.03	1.03	0.98	1.00	1.00	
金融・保険業		0.99	0.73	1.10	1.05	0.94	1.07	0.80	0.81	1.00	
不動産業		1.00	0.66	1.09	1.18	0.71	1.22	0.39	0.81	1.00	
サービス業		0.99	1.05	0.97	1.04	0.98	0.99	1.02	0.98	1.00	
公務（他に分類されないもの）		1.20	1.65	0.79	0.95	0.92	0.78	1.55	1.49	1.00	

注）山口県における事業所総数の産業別構成比を分母，地域毎の産業別構成比を分子とした値。
資料）総務省統計局（2003）『平成13年事業所・企業統計調査報告 山口県』。

能性が高まるといえよう。また、下関地域も漁業資源には豊富であり、より広く日本海沿岸地域での第一次産業を中心にした産業観光振興も期待されるところである。

なお、ここまで単純に事業所数をベースとして比較してきたが、実際には地域の面積などの地域規模やアクセシビリティなどの社会基盤、ネットワークを考慮する必要があることはいうまでもない。

5. おわりに

本資料では、山口県における事業所を対象とするアンケート調査結果をもとに、産業別、地域別に山口県の産業観光の実態と潜在性について考察した。考察の結果、①製造業、とりわけ飲食良品製造業、②交通アクセスの問題、の2つのキーワードが浮かびあがってきた。

製造業がキーワードとしてあがる理由は、試験試食が可能なものもあり、消費者受けがよいことが主因として上げられるであろう。また、生産に一貫性があり身近な商品であるため、コンテンツの理解が容易であることも一因として考えられる。下関地域、周南地域で産業観光への取り組みが活発になっていることは製造業の立地動向からみれば、多少なりとも根拠のあることがわかった。これは、全国的にも有名な愛知県の産業観光が製造業を中心としていることから容易に想像される。交通アクセスについては、産業観光が一つの観光スポットとして認識されるためには、やはり一般的な観光形態と同様に消費者のアクセスが容易でなければならないことの現れであるとも考えられる。

このような中で、事業所の地域的立地にはばらつきがあるため、産業観光を実施するうえでの潜在性は当然異なってくるものと予想される。一方で、一般の観光と異なり、産業観光の目的は明確であり、そのみを目的として行動する観光客がいることも考えられる。本資料では、産業観光として成立するのは製造業、特に飲食料品が多い地域であることの可能性を示したが、各産業の立地動向が産業観光の対象としてすぐさま結びつくわけではない。既存の施設と観光をいかにして結びつけるのか、産業の立地と観光資源の対象との相

互的な関係を検討することが鍵となるであろう。

もちろん、これから食料品製造業を立地させて産業観光を成立させようとすることは本末転倒となりかねない。また、新たなキーワードとしての知的好奇心に訴えるのであれば、これからの新たな立地に少なからず期待もできるものの、郷愁をキーワードとしてあげるならば、これまでの地場産業としての歴史に重きが置かれることにもなり、同じような期待はできないであろう。繰り返しになるが、産業観光の対象としての資源はどの地域にも存在しうるかもしれないが、それが観光活動として成立するか否かを吟味すること、つまり、消費者ニーズにマッチングできるか否か、他の産業観光施設との差別化を図り、いかにして付加価値を創出するか、そして地域の産業立地特性に見合ったものであるかを十分に検討しなければならない。

謝 辞

本資料におけるアンケート調査結果は、柏原技術振興財団（山口県）の助成を受けて行ったものである。アンケート調査の実施に当たっては、経済産業省中国経済産業局産業部のご協力をいただき、また研究を行ううえでは、戸田常一教授（広島大学大学院）、吉村弘教授（山口大学名誉教授・北九州市立大学大学院）より多くのアドバイスをいただいた。また、本資料は、中四国商経学会『第46回大会』（2005年12月4日、於：広島市立大学）における報告の一部を基としている。学会では、山本興治教授（下関市立大学）、椿康和教授（広島大学）より大変貴重なご意見をいただいた。ここに記して謝意を表します。

参考／引用文献・資料・URL

- 1) いぎん地域経済研究センター（2002）「『産業観光』は観光の目玉になり得るか!?—愛媛の『産業観光』の現状と今後の課題—」『IRC 調査月報』5、No. 167、pp. 2-14。
- 2) 河村誠治（2004）『観光経済学の原理と応用』九州大学出版会。
- 3) 経済産業省（2004）『産業観光の今後のあり方に関する調査研究』。
- 4) 経済産業省中国経済産業局（2004）『中国地域にお

- ける観光関連サービス業の支援方策調査』。
- 5) 経済産業省中部経済産業局・経済産業省近畿経済産業局 (2004)『中部・近畿の広域連携による集客方策調査研究』。
 - 6) 経済産業省東北経済産業局 (2004)『東北地域における産業観光を活用した地域振興策に関する調査』。
 - 7) 経済産業省北海道経済産業局 (2005)『北海道における体験観光事業の振興に関する調査』。
 - 8) 米浪信男 (2005)「産業観光の展開」神戸国際大学学術研究会『経済経営論集』第25巻第1号、pp. 1-16。
 - 9) 齋藤英智 (2005)「山口県における産業観光の現状と発展可能性」山口大学東亜経済学会『東亜経済研究』第64巻第1号、pp. 37-54。
 - 10) 下関商工会議所 (2004)『下関 産業観光バックアップガイド』。
 - 11) 周南地域商工会議所 (2005)『'05産業観光ツアー』募集広告。
 - 12) ジェームズ・マック [瀧口治・藤井大司郎監訳] (2005)『観光経済学入門』日本評論社。
 - 13) 須田寛 (2005)『産業観光読本』交通新聞社。
 - 14) 須田寛・徳田耕一・安村克己 (2002)『新・産業観光論—近代化産業遺産の活用と「交流の世紀」への歩み—』すばる舎。
 - 15) 総務省統計局 (2003)『平成13年事業所・企業統計調査報告 35山口県』。
 - 16) 山口経済研究所 (2004)『山口県会社要覧』。
 - 17) 山口県ホームページ (2005)
<http://www.pref.yamaguchi.jp/gyosei/tokei/syuyoutoukei/sityoson-syuyoutoukei.htm>
http://www.pref.yamaguchi.jp/gyosei/chiiki/site/wide_area/kouiki2.htm
 - 18) 山本興治 (2004)「韓国人訪日バックツアー分析—韓国アウトバウンド観光ヒアリング調査を中心に—」関門地域共同研究会 (北九州市立大学・下関市立大学)『関門地域共同研究』Vol. 13, pp. 61-80。
 - 19) 山本興治 (2005)「中国人訪日観光旅行分析—中国現地での旅行会社ヒアリング調査を中心に—」関門地域共同研究会 (北九州市立大学・下関市立大学)『関門地域共同研究』Vol. 14, pp. 37-60。
 - 20) 吉村弘・戸田常一・齋藤實男編著 (2002)『グリーン共創序説—循環型社会をめざして—』同文館。
 - 21) Hospers, G.J. (2002), "Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union," *European Planning Studies*, Vol. 10, No. 3, pp. 397-404.

The Actual Conditions of Industrial Tourism in Yamaguchi Prefecture: The Results of Questionnaire for Business Establishments

Hidetomo SAITO

Center for Research on Regional Economic Systems,
Graduate School of Social Science, Hiroshima University

Abstract

The aim of this material is to consider the actual conditions, characteristics and possibilities of industrial tourism in Yamaguchi Prefecture, Japan. The main focus of this material is to analyze the results of questionnaire for business establishments by regional groups and industrial classification in the prefecture.

According to the results of questionnaire, manufacturing industries, especially foods and drinks manufacturing industries show comparatively high proportion of visitors' acceptance among the industrial classification. In the south coastal area, business establishments of manufacturing industries locate relatively a lot more than the other area. Therefore, we can point out that the south area has a potentiality. Furthermore, the north area has potentialities in view of blending of foods and drinks manufacturing industries and primary industry. However, in the north area, accessibility and location of business establishments are pointed out as important factors for industrial tourism.

Key words: Industrial Tourism, Yamaguchi Prefecture, Questionnaire