

平成30年 6月13日(水)

【北陸地域創生フォーラム～産業観光の進展に向けて～】

## 基 調 講 演

演 題：「産業観光の意義、現状、課題及び今後の方向性」

講演者：東海旅客鉄道株式会社 相談役 須 田 寛

ただいま御紹介をいただきました須田でございます。

お手元に、「『産業観光』意味と役割」というレジュメをお配りしておりますので、これによってお話をしてまいりたいと存じます。

ここに書いていますように、産業観光というのは観光の1つの手法でございます。ここに定義が書いてありますが、その前に、観光について少しだけ皆さんと御一緒に確認をしておきたいことがございます。地域の優れたもの、つまり「光」ですね。あるいは美しいもの、そういうものを、心を込めて見ること、あるいは学ぶこと。そして、心を込めて人に見てもらうこと。誇りを持って人に見てもらうことという、「心」というのが含まれたものが観光の概念でございます。往々にして、ただの遊びだというふうに誤解をされておりますけども、必ずしもそういうものではないと。遊びというのは観光の1つの要素にすぎないのだと、こういうふうに私どもは考えております。

1 ページに図が描いてございますので、少しこれを見ていただきたいのであります。真ん中に観光と書いてありまして、左と右に矢印が出ております。左の矢印は交流人口の増加と書いてございまして、これは観光によって人々が動くわけですから、観光地で観光客と地元の人々の交流が起こります。人的交流の中からそこに文化が生まれることは、皆様が御承知のとおりです。同時にまた、交流によりまして地域社会が活性化されます。例え人口が減っても、定住人口が減っても、交流人口が増えればカバーできるわけでございます。ですから、これから交流人口を増やすということが非常に重要なことになってまいりますが、その際、観光は大きな役割を果たすことができると思います。

次に、右の矢印を見ていただきますと、観光関連産業の発展と書いていますが、これは、観光によってお金が動くわけですね。例えば、観光地で一定の消費がある。ホテルにお泊りになったり、あるいは食事をされたり、土産物を買ったりされますと、そのお金は当然、地元の観光産業を通じて地元へ落ちるわけであり、資金の循環がそこに起こりまして、それが地域経済にプラスになる。活性化するわけですね。したがって、この面では、観光というのは非常に大きな経済効果をもたらすわけでございます。

先ほどの左側の文化の創生ということもでございます。その面からは、これは、文化活動であり、そして、地元の経済にも関係が出てくるということから、観光は経済行動なのですね。年間50兆円ぐらいの波及効果があると言われておりますけれども、自動車産業並みの大きな効果がある事業だと。したがって、観光は文化活動であり、経済行動だと。しかも、そのような美しいものやよそのものを見たいというのは人間の本能です。人間の本能に基づく文化活動であり、そして経済活動であるというのが、私は観光の本質ではないかと思っております。

ただ、観光は人に来てもらわないといけません。来てもらうためには、それは楽しくなければいけませんし、当然、面白くなければいけないわけでございますから、それが観光にある、いわゆる遊びの要素であり、楽しい要素だと思います。それは、目的というより、むしろ手段だと私は思っております。

そのようにも観光がまちづくりにつながってくるわけです。そうすると、まちづくりはまた新しい観光需要を誘発しますので、この矢印は相方循環になっておりますが、これが循環をする。そして、観光は徐々に広がっていくのだと。そんなふうに観光というのは活動していくべきものなのだ。そして、その中から文化が生まれ、地元の経済が潤っていくのだと。こんなふうに私は考えておりますので、地方創生は観光からと、私は申し上げたいと思っております。

それではなぜ、産業観光を始めたかというお話に入るわけですが、産業観光は1ページ上の枠の中にございますように、歴史的、文化的価値のある産業遺産、産業文化財ですね。昔の古いものであります。工場の跡とかそういうものが資源であります。それから、生産の現場。今、物を作っている場所。これは、第1次、第2次産業、全部でございますから、漁場、農場等も含みますけれど

も、工場とか工房ですね。そこに訪れること。それが対象になります。それと同時に、産業製品、出来上がったもの。例えば、出来上がった焼き物を鑑賞するとか、出来上がったいろいろな、機械器具を見るとか、そういうようなところも含めて、過去からの遺産、そして今の現場、製品、未来産業までを見ていくということでございます。つまり、過去、現在、未来にわたる、非常に幅の広いものづくりにかかわる観光だというふうにお考えいただければ良いと思います。

当然、観光ですから、そこでものづくりの心に触れることができ、また、観光として人的な交流を促進し、先ほどの経済効果ももつものだと、こんなふうに思っております。それが産業観光の定義でございます。

それではなぜ、産業観光を始めたのか、ということをお次に申し上げたい。これが産業観光の動機でございます。

実は、観光と申しますのは古くからあるわけですね。人間が群れを成して生活した。これは数百万年前からだと言われておりますけれども、その頃、まず人間は集落を作って生活をしていました。ある日、山の向こうに煙が上がっていると。浜辺に行くと足跡がある。どうも自分たちと同じ人間があっちの方にもいるらしいと。山の向こうの島陰にもいるらしいと。そうすると、人間の本能として、そこに行ってみたい、そのものを見てみたいという気持ちがあると思います。「隣は何をする人ぞ」ということでございますから、見に行こうという意欲が本能的に生まれてくる。もちろん、昔ですから、それは自動車や電車があるわけではございませんので、歩いて行く。あるいは泳いで行く。そういう手段で移動していく。そこの村、あるいは集落に行くと、そこには確かに自分たちと少し違う暮らしをしている人間がいたと。土器の作り方でも、自分たちのとは違う。魚の捕り方も違う。野菜の作り方も違うという事実がそこにあるわけです。当然それは違っているわけですね。自然発生ですから。そこから、それを互いに学び、融合し、1つの新しい農業や漁業の方法をつくっていったと言われております。学者によると、昔の土器の出土品を見ると、近隣の集落同士が影響し合って1つの土器の作風が出来ているということは明らかに辿れるそうです。

煙が上がっていれば、そこに行ってみたいという本能。私はそれが観光の始

まりだと思うのです。隣の集落に行って、そこのものを、心を込めて見て学び、その人と交流したわけでありますから、当然そこに1つの文化活動があったわけです。当然、物々交換かもしれませんが、経済行動もあったでしょう。これが私は観光の原点だと思います。数百万年前に、既に観光の原点はあるわけですね。それが徐々に発展して、今日に至るわけです。その中で、大きな動機になったのは、産業観光ではなかったかと私は思うのであります。生きていくために、魚を捕るためにどうしたら良いか。米や野菜を作るために、食べ物を作るためにどうしたら良いかということを互いに交流をして学び、これが産業観光の始まりだと思いますので、原点は生きていくための産業観光ではないかとさえ私は考えております。

ところで、産業観光を改めて提唱し始めた理由であります。それは観光というものは徐々に変わってきていまして、特に観光客のニーズが変わってきました。皆さんがコンピューターで情報を御自分でとるようになり、今までのような旅行会社の窓口で情報を得ることや、ガイドブックから情報を得ることが少なくなってきたわけです。そうしますと、画一的な情報でなく、皆が皆、それぞれ違う観光情報を持つようになる。そしたら、その中から、めいめいが自分に最もふさわしい観光を選びますから、どういう観光をしたいかとうことは人によって変わるわけであります。

従来でしたら、旅行会社の窓口で案内されたことや、ガイドブックで見たことですから、皆同じことを考える。だから、手っ取り早く団体で行ったほうが良いわけですね。そういうふうな観光が、今はそうじゃない。皆と一緒にには行かない。自分独自の観光をすることになってまいりますから、ニーズが個々に分かれていく。そして、受け入れの方では、今まで温泉を用意したり、名所旧跡でいろいろな土産物を画一的に用意して待っていたりするだけではだめでして、あらゆるニーズに応えなければいけなくなり、いろいろな種類の観光を考えなければいけなくなった。千差万別という言葉は悪いですけども、地域によって皆違う観光をやってみる。個性を生かした観光をやっていかなければならなくなった。そのために、1つの個性の生かし方として、大部分の地域では、ものづくりをやっているわけですから、自然に地元のものづくりというものに焦点を当てた観光をやり、観光の選択肢を増やしていこうと、そうい

う動きが起こってきた。それが1つの動機であろうかと思えます。

8ページの上の図は観光客がどういうことをしたいかということ調べたものであります。(少し時代が古いのですが、こういう調査がその後出されていないようです。) 当時「今やってみたい観光の動機」というのを調べたわけです。その結果、「産業観光」という項目がありますが、このニーズが表の右側の(参考)のところにあります前回調査と比べて数値が飛び上がっているわけですね。逆に、これまでであった温泉観光などは減っています。それでも絶対数はまだ、温泉観光は圧倒的です。

したがって、これによって、産業観光というものはやはり1つの受け皿として必要になったことが動機の1つ。観光形態が情報によって多様化してきたわけですね。そして、観光ニーズが変わってきたと。これは、学習観光から分かるように、観光から何か学びたいと。これは年配の観光客が増えてきたからそういう印象を受けるのだと思えます。生涯学習というように、年配の方は今、非常に勉強する意欲が高いと思えます。

それから体験観光。何かやってみたい、行動的な観光をしてみたい、そういうニーズが、今度は、これは若い人を中心に出てきたわけですね。そのようなことを皆満たすのが、どうも産業観光じゃないだろうかというのも動機であります。

次に、国際観光について、これも8ページの下のところ、今度はマトリックスがありますけれども、これもやはり、大分前の調査でございますが、「外国人が日本にどういうことをしに行きたいか」ということで訪日動機を調べております。いろいろここに書いてございます。「産業観光」とか「日本の近代・ハイテク」とか、こういうふうに項目が分かれていますけれども、これら2つを合わせますと、「産業観光」というのはどの国でもベスト10に皆入っているわけです。相当上位に来ているのですね。したがって、外国人を呼ぶには産業観光が大事だと。これはなぜかというと、外国に日本の生産物が輸入されて、そこで非常に評判が良いと。日本の自動車は優れていると。日本のピアノは素晴らしいと。家電製品も素晴らしいと。そしたら、1つあれを作っているところを見てみようじゃないかという気が起こるわけでありましてね。できたら、そこに行って買い物をしたいと。自動車を買うわけにはいかないですけれども、最

近、近隣諸国の人が家電製品を大量に買い込んだりしているのは、やはり本国に行ってみてみたいという気持ちがあるからでありまして、これもやはり産業観光が、外国人を呼ぶためには必要な観光の1つになった、そういう動機もあります。

そのようなことがある一方に、観光がマンネリ化してきておりましてね。従来の温泉観光、物見遊山と言いますか、いわゆる見物観光、にはもう飽きがきていた。これから観光客を伸ばすにはどうしたら良いかということを考えますと、私ども、リピーターとっているのですが、同じ人が繰り返して同じところを訪れるような観光が増えてきているわけですね。外国人は今、半分以上は日本についてはリピーターです。ファーストビジットじゃないんですね。何回も同じところを訪れますと、また、同じ国に行ったりすると、その国の魅力というものがだんだん減っていくわけです。そうしたら、何かそこで新しい魅力を絶えず用意していかなければならないのだと。したがって、観光もマンネリから脱皮して、同じ人が何遍も来ても飽きないように何か新しい観光が必要となるのです。ディズニーランドは9割がリピーターだそうですが、そこは毎年、数百億円のお金をかけて、中身を変えているのです。いつ行ってもディズニーランドは新しいものがある。これがリピーターを呼ぶ理由ですね。

一般の観光地ではそういうことができませんから。あるお寺を、来年から三角にしようとかね。富士山の上のほうを切って八ヶ岳みたいにしてみようとか、面白いからといってそんなことできません。そうすると、観光資源というものには手をつけられないものが多いのですね。そしたら、観光のやり方を変えて、観光資源に対するアプローチの仕方を変えて、見方を変えてみれば、そこから新しい観光の魅力が生まれるのではないだろうか。見方を変えましょうと。産業、ものづくりというテーマをもとにしてものを見ていったらどうでしょうか。今まで、色々なものを、ただ漠然と見て行って、良いお寺ですねとか、良い神社ですねと言っていた。しかし今度はものづくりという視点から見てみよう。お寺を見たら、どういう建築様式なのかとか、どういう材質でできたお寺だろうか。産業生産物ですから、お寺は。建築物ですから。そういう目でお寺を見ると、お寺の見方が変わってくるわけです。違う魅力がそこから出てくるわけでありましてね。そういうこともやはり、ものづくりというものはど

ここにでもあるだけに、産業観光をやろうとした1つの動機は、このようなマンネリからの脱皮とリピーター対策、これも大きい動機だったと思います。

今申し上げますように、そういう観光ニーズが変わってきて、体験学習観光のニーズが多くなった。外国人も日本の産業に関心があって、日本の産業観光的なことを是非やりたいと思っておられるようだ。そして、観光をマンネリから脱皮させるためには、何か見方を変えた、テーマ別に観光資源の見方を変えた観光が必要じゃないかと。そしたら、どこにでもある、ものづくりの見方でやったらどうだろうかというのが産業観光の動機だったと思います。

大きいきっかけになったのは、2005年の愛知県の万博でございました。あの時、外国人を誘致し、日本人にも名古屋に関心を持ってもらうために、ものづくりのまちである名古屋を売り出そうということで始めたことが現実的な動機です。私どもの動機はそれでしたけれども、それだけじゃ、いかにもローカルな動機ですから、全般的な動機として全国的に広げるためにも、今のような動機を生かしたと、こんなふうにお考えいただければと思います。

それで、1ページの下③というところを御覧いただきたいのですが、どんな意義と役割を持っているかということを中心に申し上げたいと思います。

今申し上げましたように、産業観光は新しい観光です。それがどの位置にあるのかということを見ていただきたい。ここに資源構成図が書いてあります。従来の観光は上の2つです。自然（景観）観光。景色の良いところを見る。日本三景だとか、あるいはこの付近であれば氷見の海岸だとか、それから、立山連峰の観光だとか、いろいろそのような景色の良い景勝地を回る。有名なところがたくさんございますね。氷見線の沿線では、立山連峰が見えるあの景色というのは絶景だと言われておりますし、能登に行くと、軍艦島とか、そのようないわゆる見どころがあるわけです。これはいわゆる自然（景観）観光です。自然を見る。あるいは景色を見る。一番普及した初歩的な観光だと思いますね。それには、自然現象の観光もあれば、自然景観の観光もある。要するにこれは、対象が自然です。

次に、歴史文化観光というのがございまして、この分野は人間の作ったものを見る観光ですね。ここにございますように、これは史跡とか遺跡とか、それからお寺、神社、これが非常に多いのですが、城跡ですね。それから文化財。

これらも従来からある観光でございまして、これは人間が作ったものを見る観光ですから、私どもは歴史文化観光と言っております。特に、歴史視点は、「利家とまつ」のドラマがヒットした時、この付近の歴史観光をする人が非常に増えたわけでございます。

この2つのレポートリーの観光に温泉をプラスしたものが大体これまでの観光だったように思います。温泉というのは自然（景観）観光に入るのですね。温泉というのは自然現象でありますから。そう考えて、この上のグループが今までの観光です。これにやや飽きが来たと言いますか、マンネリが来たのではないかと思います。

そこで下に新しい観光というものを我々が考えてみた。新しい観光というのも、上の観光資源も皆見ることになるのですね。この点では自然（景観）観光や文化財観光にも共通することでありまして、さらに見方が変わるんだ、手法が変わるんだ、アクセスの仕方が変わるんだという点で、「新しい」という言葉が入っていると思って御覧いただきたいのでありますが、テーマ別にものを見ると。ものを見るときに、1つのテーマから見ていきましょと。そして、その1つが今のものづくりをテーマにして、ものを見つめてみようというのが産業観光なのです。

また、街道観光というのも最近ございまして、高岡市長が、街道交流会議首長会議という主な街道に面した全国70ぐらいの市町村長の集まりの会長をなさっておりますが、その事務局で街道交流観光というのをやっております。街道観光。国土交通省の認定を受けた新しい観光テーマですが、これは道というものをテーマにしていこうと。道を歩く。道からのものを見ると。道からの何々ですね。町並みとか山並みとか並木とか、そういう道をテーマにして、道そのもの。例えば道の駅もまた、非常に立派なデザインの道路とかインターとか、あれ自体も観光資源なのですが、そういうふうなものを見る。そういうふうな道から見る観光、道の観光というのがございます。

あと、都市観光、これらを総括したものでありますけど、まち。これもまちの何々ではなしに、金沢なら金沢というまちの市風。このまちは立派な市風がありますけども、伝統的、歴史的な金沢のまちの雰囲気に入る。そして、まちをただ、どこということなくてまちを歩く。その中からいろいろな観光の情報

を得ていくというまちの観光、まちぐるみ観光、大体この3つぐらいが主なテーマ別の観光だと思います。

産業観光はこの中に位置づけられているということを見ていただきたいと思います。ただ、新しい手法、テーマというものを皆が持って観光に接していく。従来の観光資源をテーマ別にみて、そこが、加賀の魅力を洗いざらい抜き出してみる。そういうふうなものだとお考えいただけますと、産業観光とは従来の観光資源をものづくりという視点から見る観光なのだということがお分かりいただけると思います。

この他に体験型の観光としてウォーキングとか、歩く観光というのがあるわけでありませぬ。歩いて観光地を回る。ショッピングも第3次産業ですから、商業は。それもあろうし、スポーツをしようという観光もあるでしょう。いろいろなものがここにあると思います。博物館の観光もあるでしょう。「ここの観光」というお遍路も今は観光資源です。このようなものは行動型観光としてある一方、上の方はテーマ別の観光です。テーマ別と行動型の観光、ニューツーリズム、いずれも新しい観光ということなのですから、この2つで上の2つの観光と、これを並列させながら、そこに新しい魅力が出てくる。同じものを違う角度から見れば、何度か行っても、それぞれの見る角度が違いますから、それぞれ違う魅力が出てくる。そういうことをやると、日本の観光資源は2倍から3倍に一举になるのと同じでありますから、そういうことを提案しているというのが産業観光の意味ではないか。そのような位置づけを持っているのだということを、まず理解いただきたいと思っております。

その次に、産業観光の役割を申し上げておかないといけないのでありますが、2つ、私はあると思います。1つは産業観光という観光は、いろいろな、あらゆる種類の観光ないしは観光資源を結びつける働きをする。もっと極端に言えば、歴史とか人とか生活とか、そういうものまで観光を通じて結びつける、役割を持っているということをおきたいと思っております。

なぜかと申しますと、ものづくりというのは人間が避けて通れないものであります。どんなところにもものづくりがあります。ものをつくらないと人間は生きていけません。人間は全部本能的にもものづくりをしますし、ものづくりをどこでもやっております。ものづくりをやる際に、3ページを少し見ていただ

きたいのでありますが、3ページに三円図が書いてありますね。この右の3円図を見ていただくと、「ものづくり」と「人づくり」と「くらし」という言葉が書いてありますが、その真ん中のところに「産業観光」という言葉が書いてあります。「ものづくり」は先ほど申し上げたとおり、これは当然それ自体が観光の対象になるのが産業観光ですが、この産業観光というのは、教育にも関係するものであります。日本は修学旅行も盛んな国なすね。日本しか修学旅行という制度はないそうです。小学校、中学校、大体95%ぐらいの実施率。ほとんどの学校でやっている。高校もそうですね。90%ぐらい。私どもは小中高と3回の修学旅行を経験しているわけです。ほとんどの方々が。

修学旅行というのは、観光という言葉が誤解を受けておりまして、ただの遊びだと思われていた時期がございますから、観光という言葉は使っておりませんが、あれは学習観光旅行です。観光名所を主に回っているわけですから。私も修学旅行に、昭和17年に行きましたけれども、志摩半島の海の景色を見に行き、伊勢参宮して帰る修学旅行でしたから、参宮はありましたけど、完全な観光旅行だったと今思い出しております。戦争中ですから、観光とは言いません。学習訓練と言いましたね、あの時は。そんな名前がついておりましたけれども、とにかく、教育の対象として、観光以上ではないのですね。工場の見学ということになれば、学習観光そのものですから。だから、私は、産業観光というのは、今後は修学旅行の主なテーマにすべきものだとさえ思っております。「人づくり」には非常に大きな効果をもたらす観光でございます。

それから、「くらし」。人間の暮らしは産業で成り立っているわけですね。ものづくり。したがって、人間の暮らしの原点を探るのが産業観光だと思います。そういたしますと、我々の生活の中に重要な要素を占めております、「ものづくり」「人づくり」に「くらし」、この3つが産業観光によって結びつけられているわけです。産業観光をすることによって、地域の3つのものにつながって人々のくらしに触れることになっていくわけですね。そういうことが1つの産業観光の効果として、大きいものとしてあるということです。

もう1つは、今度は、先ほどまでで申し上げましたように、これまでの伝統的な観光であった自然景観観光、歴史文化観光。自然景観観光の中には、当然温泉を含みます。それから、それらを合わせた総合観光、複合観光というのが

あるのですね。一緒に自然景観と歴史文化を見るというのを皆さんやりますよね。そういうものが全部一緒になった国立公園みたいなのところもありますから、そういう複合観光がありますが、その3つの分類の中の観光の中のちょうど中央に、私は産業観光の位置づけがあると思います。産業観光は産業遺産を見ますから、当然、これは歴史文化観光の1つの分野だと思います。自然景観観光では、農業観光、漁業観光は、多分に自然観光につながってまいります。農業観光、漁業観光、最近非常に盛んですけど、もちろんこれは自然を見る観光でもあるのですね。稲作を体験したり、漁業体験をしてみたり、あるいは、地引き網を見たり、これはもちろん自然、特に海に関係した観光ですから、自然景観観光の1つの分野でもあると思います。

それから、産業観光はそれらの総合観光でもあるわけです。これらの真ん中にあるわけですね。あらゆる手法の観光は、全て、何らかの形で産業観光と関連をしているし、また、産業観光はこういう、これまでの全ての観光の長所を全部つなぎ合わせた、また、そういう観光資源をつなぎ合わせる効果があるのだと言えます。

だから、人と歴史をつなぐ効果もあれば、観光のいろいろな要素をつなぎ合わせる。同時にこれはまちをつなぎ合わせる効果もあるわけですね。当然、産業観光でも、産業には必ず原料と生産と出荷を伴います。原料があるところの鉱山とかそういうところを見て、それを運んでくる輸送の途中の道の観光をやって、そして今度は工場のあるところで工場見学をして、それを積み出す港を見学して、港湾観光へ。これ、3つつながって産業観光をやるところもあるわけです。現に兵庫県にそれがありますけれども、これを見ておきますと、産業観光というのはこの3つがつながった観光でもあるわけでありまして。いわば、絆の観光です。

このような観光であるということをも1つ念頭に置いていただきますと、以下の特色がございます。1つは人間、地域と住民の暮らしに密着した観光です。先ほども少し、8ページの表で申し上げましたように、外国人の観光ニーズの中に、日本人の暮らしに触れたいとか、そういうニーズが幾つかあるわけです。観光というのは大体、外国人が日本に来る場合、今は、富士山とか芸者だけを見たいのではなくて、まあそれを見たい人もいるでしょうけど、日本人の

暮らしに接したいというニーズが非常に高いことが分かるんですね。産業観光はそれに全部接することができるわけです。すなわち、当然これは、産業は地域に根ざしておりますから、地域がなければ、産業はないわけですね。人がなければ産業はあり得ないんです。また、産業が地域をつくるわけでありますから、当然、地域と住民の暮らしに密着した観光の理想的な1つのパターンであろうかということも特色の1つだと思います。

その次に着地型と我々は言うておりますけれども、これも大事なことでございます。今までの、冒頭申し上げたガイドブックとか旅行会社からの情報というのは、発地型の情報なんですね。ガイドブックや旅行会社の本社というのはほとんど東京にあるんです。あの中での観光の案内、勿論嘘は書いてありません。旅行社等、人々がきちんと現地に取材をして、観光地に自分で行って、その観光地の紹介をしているわけであります。それはしかし、東京の人が行って見ているわけで、どちらかといえば発地目線なんですね。私は京都の人間であります。京都の人々は、何であんなところだけに観光客が集まるのだらうと思っています。聞いてみたら、ガイドブックに、全部、東山、嵐山一帯などが良いと書いてあるのだそうです。

それも良いんです。しかし、あそこは発地目線で東京の人から見たら一番良いんでしょうけど、京都の良さはあそこだけではないんです。私の目線で見ると、むしろ京都の都心の町家を見なさいとか、そういうことを京都の人は言いたいのですが、そういうことはガイドブックの中には出てきません。

観光資源を持っている地元の人が一番よく知っているわけですから、地元の人が地元をもう一度見返してみて、その情報を地元から出して、それをコンピューターや何かで皆さんが受けていただければ、着地型の観光ができるわけです。それは着地側が良いと推薦をする観光というのは、着地で観光客をおもてなしするならこういうところをおすすめしたい、ということの意味いたします。そうすると今、京都の一部で起こっておりますように、地元の住民が、「これ以上観光客が来たら困ります」、「交通規制してください」と言うようなことが起こらないのです。まんべんなく観光していただけますからね。着地型観光というのは大事なんですね。

産業観光の情報というのは着地からしか出ないんです。あそこでどういう工

場を見学できるか、そんなきめ細かい情報は、やはり地元からしか情報が出ていかないですね。これは非常に着地型の観光として重要なことなので、どんどん地元から観光情報を出していただきたい。こういう観光をしてほしいということその中に含めて、地元の意見も含めた観光情報をどんどん出していただきたい。それができる観光として、非常に大きなポイントを持っているのが産業観光だと思います。

次に三位一体観光と申しますのは、先ほど申し上げましたように、つまり学習観光。何かを学びたいということですね、観光で。それからもう1つは体験観光。何かをやってみたい、行動型の観光。それから、他と同じように、じっくりその良さも見たいという3つのニーズがあるということをお願いしましたけど、3つ、三位一体で満たせる観光はこれしかないのです。産業を見ると楽しゅうございます。工場から自動車ができる、あの流れ作業を見ていますと、見事な景色ですから。あれ、見ただけでも結構面白い。面白いだけじゃいけないのですけどね。同時に学ぶ要素がございます。私も自動車工場を見て、あんなふうにして作るのかと思いました。そんな学ぶ要素が非常に強い。

そして、体験する。自動車工場は体験できませんけれども、ほとんどの産業が、実は体験ができるのです。特に一番典型的なのは焼き物です。農業です。あれはほとんどのところで焼き物を自分で焼かせることができます。農業、漁業も自分で体験させられます。体験すると、またそこに1つの面白みがあり、そのものの良さがよく分かるわけでありまして。その3つの要素を全部兼ね備えてできる観光というのは、私は産業観光しかないのではないかと。

したがって、住民に密着した観光をしたいという要望を満たすことができる。見る、学ぶ、体験するという、今の最近の観光客のニーズを全部満たせる観光なんだということです。それから、地元から地元にも最もふさわしい観光資源に関する情報が流れて、それによってお客様が来る性格の観光なんだということです。地元でつくる観光だと考えても良い。今の情報手段が発達したからそれが可能になったわけですが、それをフルに活用できる観光ではないだろうか、このように思うわけでありまして。

そんなこととございますので、産業観光というものを、今、新しい観光として、是非お進めいただくようお願いしたいなということで、実は先ほど申し

上げたような、万博誘致の時辺りを契機に、私どもが産業観光を提唱し始めた。特に、この北陸地域は先進地域でございまして、随分前から伝統産業中心の観光をおやりになっておられましたので、今日、こういう催しをしていただけたのもその理由だと思いますが、富山県、石川県辺りについては、それぞれ県ぐるみでやっていただけてきておりますし、福井県も最近熱心に取り組んでいただけて、北陸は全国の産業観光の先進地域だと思います。今日もいろいろ地元、北陸でお作りいただいた資料もございまして。皆様御承知のとおりでございましょうが、案外地元の方が地元のこういう情報を口コミで発信していただかなかったのではないかと思うので、是非こういうものを御覧いただき、全国の人々に、北陸の観光にいらっしゃいということで、是非1つお願いしたいと思っております。北陸は産業観光先進地域でございまして。新しい黒四ダムの観光なんていうのは、典型的な大近代産業観光ですけども、あんなものができるのは、他の地域ではございませぬね。

それから、いろいろ金沢には伝統産業観光、こういったものも、やはり他のところにはないものがある。こういうものを見たり、その製品を特に楽しんだりするという点において、金沢は伝統産業においても全国的に珍しいところだと思います。

少し先ほど申し上げたのですが、福井県は眼鏡のフレームは全国のほとんど全部があそこで作れるのだそうですね。私は、幸か不幸か、眼鏡のお世話になっておりませんが、拝見をいたしますと、失礼ですが、男性の方々、ほとんど眼鏡をかけておられます。女性の方はレンズを入れておられるか分からないのですが、眼鏡をかけておられる方の眼鏡はほとんど全部福井でできているのだと言っても過言じゃないそうです。某女性大臣がレンズを入れずに眼鏡をかけていましたが、私は福井県だからとおっしゃっていましたが、そこで、初めて福井でほとんどの眼鏡ができるのだということを私は知りました。あれも、工場見学や、博物館的なものがあるそうですが、あれをどんどん宣伝されたら、身近なすばらしい産業観光だと思います。できたら眼鏡も普通の眼鏡でなしに、季節的にファッションを眼鏡に入れるとか、今年の流行の眼鏡、来年は使えなくなったから買い替えをすとか、そういう新しい眼鏡産業をおつくりになって、眼鏡の売り上げがさらに増えると思います。そんなこともありますので、

最近取組を始められましたけれども、非常に私は将来性のある観光だと思っております。

そんなようなことも北陸にはある。非常に様々な意味で、北陸というのは産業観光の発祥地であると言っても良いし、また、非常に先進地でございますが、今申し上げた3つのようなことの効果をフルに生かすような観光を是非進めていただきたいなと思います。

ただ、これを進める際に、4ページでございますけれども、前提が幾つかございます。これを少し申し上げなければならぬのでありますけれども、企業と住民と行政という、この三者の理解と協力がなければできません、これは。特に企業が自分の職場を公開しようという御意思がなければできません。それから、行政も、これは、やはりそういうふうな調整・指導をしていただかないといけません。特に情報はやはり行政が入っていかなければ出ていかない。特に県、市ですね。あとは住民です。観光における住民がもてなしの心を持って観光客を迎えなければ観光はできないわけでございますから、その点の協力もやはりあります。これが北陸ではかなりの程度、この三者の協力ができている。だから、こういう催しができたのだろうと私は思います。

それから次に、受入体制の整備についても同様でございますが、産業観光では今、本当に機械を動かしているところを見るわけですね。危険と紙一重の所でもあります。したがって、やはりそのためには案内をする人が必要でございますし、ただ、安全標識を立てるとか、それが安全に対する配慮というのが、動いているもの、現実のものを見るだけに、必要です。漁業観光や農業観光にもそういう問題があるわけでありましてけれども、観光の安全ということが非常に重視されるし、それから、それを案内する、指導する人がいないと、産業観光というのはものにならないのです。例えば、体験観光で焼き物を作るには、必ず指導してくれる人が必要です。また、産業観光、工場見学をしても、教えてもらわなければ、説明してもらわなければ、「あ、動いていますね」で終わりなんですね。これは有力な説明者が必要です。

千葉製鉄所がございまして。今、川崎製鉄、JFEスチールというんですかね。あそこは、社運をかけて、昭和28年に千葉に製鉄所をつくりました。千葉市川崎町1番地という地名が付いているぐらい有名な製鉄所であります。あそこに

すばらしい案内者がおられました。私は経済企画庁という役所に出向している時にそこを見学させていただきまして、OBの案内係に案内をしていただきました。この方は実に評判が良かったです。ものすごくうまかったです。私、あの時に初めて、製鉄所がどういうものかということが分かりました。実に説明が分かりやすく、上手だった。しかも、面白おかしく、いろいろな例え話が実にうまいですね。下手な落語よりよっぽどうまかったです。

私は海（東京湾）に運河があるなんてことを初めて知りました。東京湾の千葉側というのは浅いんですね。大きな鉱石船、運搬船が製鉄所に入らない。だから、海の底を深く掘って。船はその間を通るというのですよ。海の中に運河があるのと一緒だと。私、そんなこと、初めて知りました。千葉製鉄所ができたのは、それができたからなんだそうですね。あそこは遠浅で港へ入れなかったのを、運河を作って海の中に、海を深く掘り下げた通路を開いた。だから、この2番目の受入体制で大切なのは、安全と良い案内者がおられるかどうかということなんですね。

ものづくりと、まちづくりとの協働ということが大事でありまして、観光はまちに根ざしているものです。産業観光は当然、それはまちづくりにつながるのです。まちづくりがあるから産業観光ができるわけですね。お互いに相互依存関係がございますので、是非とも産業観光をまちづくりの一環として地元でも取り上げていただき、また、産業観光をやるほうでも、まちづくりにプラスになるようなことを進めていただきますと、そこに1つの好循環ができると思います。これをつくるような方向で産業観光というものを展開しないといけない、そういう前提があると思います。

そして、先ほど来申し上げました産業観光を進めるためのもう1つの話。これは後で、パネルディスカッションの時に丁野さんからいろいろお話があるだろうと思うのでありますが、観光というのは持続性が大事なのです。続けなければいけません。1回で終わりではだめなのですね。持続性が大事なのです。ディズニーランドが何十年も持続しているのは中身を変えているからだとし申し上げました。あれも持続しているからそこに価値があるのです。往々にして、観光は持続しないのです。テーマパークでも持続して成功したものはきわめて少ないわけです。

持続するために何が重要かということではありますが、そこに適切なビジネスモデルが必要なのです。ビジネスモデル。つまり資金の循環が産業観光で完結するようにしなければいけない。つまり、お金が一定程度地元へ落ち、それによって企業や地元の経済が潤うことがなければ、ただお客さんを迎えるだけだったら、お金が出ていくだけだったら誰もやらなくなります。ほこりと排気ガスをまき散らしている人を迎える人はおりません。はっきり言うとお金が落ちるから、経済的にプラスになるから、地元の方はこれを続けようとする意欲がそこに残るわけでありますから、どうしてもそこには良いビジネスモデル、これを作って、地元でうまく資金の循環が起きるようなものをつくり上げなければいけない。それが私は産業観光を持続させるために大事だと思いますね。

これは収益をどういうように分配するかということにもなるのですね。例えば、工場見学というのは、無料が原則ですから、工場を持っている人にお金は落ちません。かえって案内人の人件費も必要です。だから一定以上の人が来たら、入場制限しようかという話にすぐなるのです。しかし、産業観光に大勢の人が来ると、トヨタの自動車工場には35万の人が毎年来ますから、大観光資源なんです。トヨタ自動車にはほとんどお金が落ちていないんです。むしろ、パンフレット代、案内人の人件費だけ損しているはず。しかし、地元には、ホテルに泊まる人がいたり、食事をする人がいたり。35万人が来るということは、大変なお金がどこかへ落ちているはず。トヨタ自動車には落ちてないだけで、トヨタ自動車はお金持ちでございますからやってくれているのですけれど、金持ちじゃなかったら、これは続きませんでしょう。そこに、それが、資金が循環しなきゃいけない。そしたら、もうかっている人のお金を少し企業の案内人の人件費ぐらいに回すような、そういう仕組みが必要ですね。地元でプールすること。だから、実行委員会みたいなものをつくって、コンソーシアムをつくって、そこで収益をプールする。そのような何か仕組みがそこに要るような気がするのです。いろいろやり方があると思いますが、そういうことができないと、なかなか持続しない。

持続しているところもございますよ。産業観光でも3割ぐらいのところは持続しています。それは、産業観光で見学した人に物が売れるところです。例えば、お菓子をつくっている工場。これを見学する人は喜んで見学します。そし

たら、これは見学した工場よりも大きいぐらいの売店を横に作っておいて、そこで今見た製品を売るんです。そしたら、作る過程を見たら買いたくなるでしょう。私はうなぎパイの工場へ行きましたけどね。うなぎパイみたいな軽いものは本当に飛ぶように売れますよ。見学をしたあとだから、衝動的に買っちゃうのですね、そこに立派な、ビジネスモデルが成立して、続いているわけでありまして。お菓子だからできる、化粧品だからできるんです。自動車はできませんね。それをやるには、だから、今の地域全体でこれを支えることにしなければいけない。協働が必要なのです。企業、住民、行政の理解と協力が要るわけでありまして。そういうことをやって、これを、永続性のある観光に続けていくことがどこまでできるかということが産業観光の成否にかかわっていると思います。

あと、産業観光の分類が書いてございますが、これは御覧いただければ分かりますが、要約を申し上げて終わりたいと思っておりますけども、産業観光はこれまでの観光がマンネリになったのを防ぐために、観光資源を新しい見方によって見ていただいて、そこから新しい魅力を引き出そうとする観光です。しかし、この観光は、それを持続させること、長いこと続けること、そして、いろいろなもののつなぎ合わせをする大きな靱帯としての効果を持つ観光だと思います。結びつける方法は、観光の専門家の経験から当然出てくるのですが、まちづくりとつないでやっていくということが、その鍵だと思います。

ビジネス（事業）モデルのほうは、何かそこに仕組みを作りながら、観光を町全体で受け止めていく、そういうふうなことをやって、皆が協力することによって、そこに町全体の大きなビジネスモデルを作ることによって解決できるかもしれない。そのために、いろいろな人々との協力が必要だということでありまして。観光というのはそういうふうなものではございますが、産業観光は特にそういういろいろな人との協力、私ども、「連携」と「協働」とっております。協働というのは一緒に働くということでありまして、そういうものがいいということが前提でございます。皆さん方には、釈迦に説法のようなことを申し上げたかもしれませんが、北陸はその先進地域でございますので、改めて、皆様方のお一人お一人が産業観光に参加するおつもりで、この地域の産業観光を盛り上げていただいて、他の地域の模範となっただけ、それと同時に、

新しい北陸地域をさらに発展する地域として育てていただければと心から期待を申し上げる次第でございます。

御清聴感謝申し上げます。ありがとうございました。

以上