

### 産業観光が発展する要因に関する研究：新 潟県の産業観光に着目して

宋, 陽 / SONG, YANG

---

(出版者 / Publisher)

法政大学大学院デザイン工学研究科

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

Bulletin of graduate studies. Art and Technology / 法政大学大学院紀要. デザイン工学研究科編

(巻 / Volume)

12

(開始ページ / Start Page)

1

(終了ページ / End Page)

8

(発行年 / Year)

2023-03-24

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00030257>

# 産業観光が発展する要因に関する研究 -新潟県の産業観光に着目して-

Research on the factors that contribute to the development of industrial tourism -Focusing on industrial tourism in Niigata Prefecture

宋陽

SONG YANG

主査 高見公雄

副査 福井 恒明

法政大学大学院デザイン工学研究科都市環境デザイン工学専攻修士課程

This study investigates the current situation and trends in the management of industrial tourism in Niigata Prefecture, which has many industrial tourism resources, to determine the factors influencing development. In detail, the study will identify the relationship between the industrial content and themes that industrial tourism operators have made the centre of gravity of their management (management-driven factors) and between geographically close tourism resources (environmental factors) and the number of visitors (evaluation indicators). Based on this linkage, proposals will be made for the development of industrial tourism in other regions of Japan, with the aim of achieving market expansion and increased revenues.

**Key Words:** Industrial Study Tourism, Percentage increase/decrease, Evaluation criteria, Development factors

## 1. はじめに

### (1) 研究背景

近年全国の企業数は大幅に減少し、地方産業は単一産業の発展だけでは全体の発展を支えることができず、地方企業の減少は止められない。地方産業の消滅を防ぐためには、伝統産業の収益を増やす方法と地方産業の活性化を考慮しなければならない。地方産業が観光化することは、地方産業のみならず地域全体の利益となり、地域の振興にも繋がっていくと考えられる。

また、日本国内旅行観光の動向を見ると、消費の主要グループはやはり日本人の国内旅行であり、国内の消費需要を引き出すことが日本観光事業の発展に寄与することであることが分かる。近年、産業観光は産業や観光業にも関わる新しいタイプの観光発展方向として注目されている。産業観光（Industrial Study Tourism）は平成30年からの国土交通省観光庁「テーマ別観光による地方誘客事業」の支援3年目のテーマの一つである。産業観光は第二次産業に基づいて展開されてきた新しい観光形態であり、現地の特定期観光資源を活用することで、産業現場の見学・体験により、観光客が生産の拠点となる空間や製造工程に触れ、産業の成り立ちや技術にも触れる観光形態であるとのことである。

多くの地方に地場観光事業が展開され、観光客数が年々

増加しているとともに、地域活性化を向上されている。同時に、産業観光事業が地元の地域資源から観光資本へと変貌を遂げやすく、未利用観光資源の新たな価値を創造し、地域の経済活力を高める有効な手段となっている。産業が観光化することは、産業のみならず地域全体の利益となり、地域の振興にも繋がっている。

新潟県は産業観光まちづくり大賞を2回受賞している。昭和61年に「燕三条地場産業振興センター」という地域地場産業センターを開設した。全国的にも比較的早くから産業観光の意識があった地域と言える。本研究は、新潟県の観光事業を分析と比較を通して、新潟県の産業観光の現状と観光資源の関係を論じ、地方産業観光による地方地域活性化への寄与の度合いを分析し、今後の地方地域活性化の方向性を探ることを目的とする。

### (2) 研究目的

自然資源と強くつながらず、人間が社会において取り組むこととしての「産業」を被写体にする産業観光が、自然的な制限をなくして発展を図るため、経営に対して有利な要因を把握する必要がある。詳しくは、産業観光事業者が経営の重心にした産業内容・テーマ（経営者主導する要因）や、地理的に近い観光資源（環境要因）と訪問者数（評価指標）の関連性を明らかにしていく。この関連性に基づいて、日本の他地域の産業観光の発展に対して提案し、市場

拡大・収益増加を実現することを目指す。

### (3) 研究手順

研究手順については「図1 研究のフロー」に示すフローに見られる通り進めた。

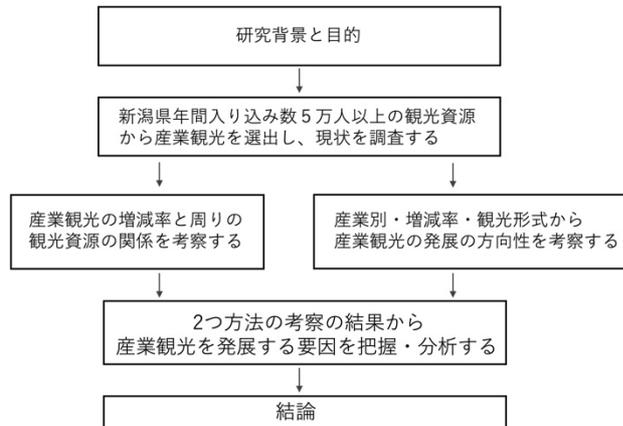


図1 研究のフロー

### (4) 研究対象定義

「産業観光」という用語は、日本において最初に2001年に開催された「全国産業観光サミット in 愛知・名古屋」にて提案された。「歴史的・文化的価値のある産業文化財（古い機械器具、工場遺構などのいわゆる産業遺産）、生産現場（工場、工房等）及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にふれるとともに、人的交流を促進する観光活動をいう」と定義された。そして、香川真が2007年出版した「観光学大事典」により、「従来のような物見遊山という受動的な観光資源ではなく、製造工程の見学・体験・学習といった知的好奇心を満たす側面を強調した観光活動」と産業観光を定義し、一般的な観光資源から区別された。すなわち、産業観光が充足した際に、製造業などを含める工業（第二次産業）の有形な場所や製品に注目する観光活動を限定して定義したが、産業観光の発展とともにない、産業に対する理解を獲得するという目的を重視して修正し続けていると分かる。近年では、第二次産業に限らなく、農林水産業という第一次産業と文化・芸術・娯楽産業を含める第三次産業も産業観光の対象として考えられたこともあり、「産業」という言葉の範囲も経済の成長と伴って拡大している。しかし、①観光客が受動的な活動をするのではなく主導的な位置で探索する、②観光活動の中で体験や交流を通して産業に対する好奇心を満足する、という2つの特徴が、最初の定義から今までもあまり変わらない。

本研究では、新潟県における多くの観光資源の中で、幅広い産業に注目し、観光客が産業に対する興味を引き起こす全ての観光資源を「産業観光」として定義し、研究対象として考察する。

### (5) 産業観光の分類

本研究では、来客の観覧する動機（興味や注目点）を検

討するため、観光サービスを①産業種類②形式という2つのディメンションに沿って分類している（図2）。

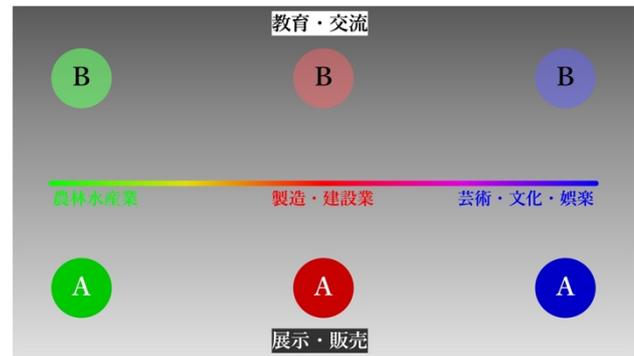


図2 本研究産業の分類

一つ目については、業務のテーマになる産業分類に基づいて分類する。

具体的に、①自然環境から資源を直接に取得する産業としての「農林水産業」、そして①を通して取得された原材料の加工を行う幅広い②「製造業・建設業」、また③有形の製品ではなく無形な体験を提供する「芸術・文化・娯楽産業（サービス業）」のという3つの産業種類に分類されている。

**農林水産業観光 A:** 農林水産業を中心にする販売・展示  
地理的な認知を有し、地元を代表し、食用または飲料・酒などの原材料としての農林水産物の販売、または園芸・製造業に関する産業技術を中心にして展示を行う施設が、「農林水産業 A」として分類される。

**農林水産業観光 B:** 農林水産業を中心にする教育・体験  
農林水産物、またはその製品の生産過程（作物の栽培・収穫、家畜の飼養など）に参加できるような形式で教育・体験サービスを顧客に提供する施設が「農林水産業 B」として分類されます。例としては、観光ぶどう園とか、食育・花育センター、県立水族博物館など。

**製造業・建設業 A:** 製造業・建設業を中心にする販売・展示

地元の農林水産物を使用することを特徴とし、地元の伝統的な製法をこだわり、加工を行って食物・飲料・お酒を最終製品にして顧客に直接に提供する店舗などの施設、または地元の有名な製造業製品を中心にする販売・展示を開催する施設が「製造業・建設業 A」として分類される。例えば、燕三条の観光と産業の情報発信拠点、地元伝統工芸品を展示・販売する燕三条駅観光物産センター「燕三条 Wing」など。

**製造業・建設業 B:** 製造業・建設業を中心にする教育・体験

製造業・建設業を展示・見学するのみならず、地元の製

造業名産品の生産工程や、こだわりの伝統的な製法・工芸などに対する理解を促進するため、体験・イベントを開催し、あるいは、地元の産業と工業を伝え、教育する施設は「製造業・建設業B」として分類される。例としては、食・飲料・酒・伝統工芸品をテーマしたまつり、又は木の葉の箸置きづくり・小皿づくり・スプーンみがき体験など伝統工芸品を手作り体験がいっぱいがある道の駅「燕三条地場産センター」など。

**芸術・文化・娯楽産業A**：芸術・文化・娯楽産業を中心にする販売・展示

芸術・文化などを表現し、本体のコストより明らかに高い精神的な価値を有する物を販売・展示する施設、または教育的な活動を展開する施設は「芸術・文化・娯楽産業A」として分類される。例としては、地元文化を展示する美術館、博物館など。

**芸術・文化・娯楽産業B**：芸術・文化・娯楽産業を中心にする体験

観光客自身の主体性を生かして、芸術文化・サービス業を体験でき、探索的な行動により文化・娯楽・教育的な価値をもらえる観光地・イベントは「芸術・文化・娯楽産業B」として分類される。例としては、国土数値情報ダウンロードサービスに登録した地場産業関連施設中に温泉体験がある施設、音楽祭など。

### (6) 産業観光資源抽出

「H27年新潟県観光入込客統計」と「R1年新潟県観光入込客統計」に1.5.1本研究の産業観分類と産業観光の定義による産業観光地を選出する。これらを表1 H27-R1年5年間既存産業観光地点に示す。H27-R1年5年間既存年間入り込み数5万人以上産業観光地点合計77処合計年間入り込み数22171614人、R1年新規年間入り込み数5万人以上産業観光15処合計年間入り込み数1489729人であり、R1年産業観光年間入り込み数合計24260743人。H27-R1年5年間既存産業観光入り込み数増減が390647人、増減率が1.7%である。新潟県全部の観光地点5年間入り込み数の増減率-5.3%と比べると好調だったと考えられる。

## 2. 新潟県産業観光の現状

H27-R1年5年間既存入り込み数減少した産業観光42例、入り込み数増加した産業観光35例であり、R1年新規産業観光15例となっており、これらを図3 新潟県産業観光の分布に示す。

表1 H27-R1年5年間既存産業観光地点

観地	光点	5年間入り込み増減率	農林水産業		製造業・建設業		芸術・文化・娯楽	
			A	B	A	B	A	B
三条カレーラーメン		-46%					●	
三条マルシェごった市@ホコテン		-38%				●		
越後・謙信SAKEまつり(10月)		-34%					●	
新潟漁業協同組合岩船港支所 鮮魚加工直売所		-32%	●					
ヒスイ王国館		-29%				●		
弥生の丘展示館		-29%				●		
五頭山麓うらの森		-29%						●
白根大風合戦		-27%					●	
食育・花育センター		-25%		●				
牧之通り		-22%				●		
えんま市		-20%						●
あぐりの里 道の駅「越後川口」		-20%	●					
新潟市産業振興センター		-18%				●		
雪だるま物産館		-17%	●					
燕三条Wing		-16%				●		
道の駅親不知ビアパーク		-16%				●		
総合産業会館サンプラザ		-14%				●		
柏崎市産業文化会館		-14%					●	
湯沢フィッシングパーク		-14%		●				
道の駅越後市振の関		-13%	●					
新津フラワーランド		-12%		●				
寺泊魚の市場通り		-11%	●					
新潟市マンガ・アニメ情報館		-11%						●
岩室観光施設いわむろや		-11%	●					●
フォックマグナムミュージアム(霧隠)		-11%				●		
上越観光物産センター		-10%	●					
町屋の人形さま巡り		-10%				●		
観光ぶどう園(聖籠町)		-10%		●				
湯沢高原アルプの里		-9%	●					
ひまわり広場		-8%	●					
かしわぎき 風の陣		-8%						●
道の駅R290とちお		-7%	●					
糸魚川ジオステーション ジオバル		-7%				●		
花夢りにいつ		-7%	●					
J A越後中央 越王の里		-6%	●					
アグリパーク		-6%		●				
花とみどりのシンボルゾーン		-5%		●				
新米キャンペーン		-4%	●					
岩船港鮮魚センター		-4%	●					
笹川流れ夕日会館		-3%	●					
道の駅南魚沼		-1%		●			●	●
水族博物館		-1%		●				
道の駅あらい		0%	●					
新潟ふるさと村(道の駅)		0%				●		
びあパークとうりんぼ		0%		●				
六・十朝市		1%				●		
新潟市水族館(マリノピア日本海)		1%	●					

表1 つづき

観地	光点	5年間 入り込み 増加率	農林水産業		製造業・建設業		芸術・文化・娯楽	
			A	B	A	B	A	B
燕青空即売会		2%			●			
道の駅パティオにいがた		2%	●					●
道の駅 良寛の里わしま								
地域交流センター (もてなし家)		2%						●
道の駅みつまた		2%			●			●
うみてらす名立		4%	●					●
長岡市産業展示室(ハイブ長岡内)		4%				●		
新潟市歴史博物館(みなとびあ)		4%				●		
観光交流センター(道の駅胎内)		5%					●	●
道の駅マリンドリーム能生		7%		●				●
みつげイングリッシュガーデン		7%	●					
朝日みどりの里(道の駅)		8%		●				●
蒲原まつり		9%				●		
ピア Bandai		9%				●		
道の駅「漢学の里しただ」		13%		●			●	
フジロックフェスティバル		13%						●
穂波の里		13%		●				
天領の里(物産館)		14%				●		
県立植物園		16%		●				
道の駅よしかわ杜氏の郷 (観光酒蔵)		16%				●		
酒の陣		18%				●		
地域文化交流施設「ちぐら」 (道の駅「関川」)		19%		●		●		●
チューリップフェスティバル		22%	●					
食の陣		39%				●		
もみじ園(越路もみじまつり含む)		55%	●					
食と花の交流センター		58%		●				
ふれあいパーク久賀美 (道の駅「国上」)		76%		●				●
道の駅「燕三条地場産センター」		117%				●		
まつだいふるさと会館		127%			●			
上越市立水族博物館 「うみがたり」		205%		●				
清津峡溪谷歩道トンネル		340%				●		

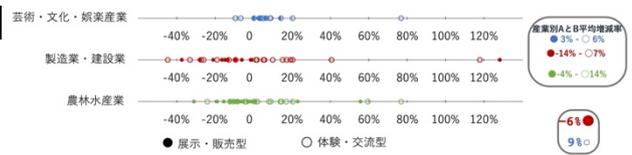


図4 H27-R1年産業別産業観光の増減率

全ての産業観光資源の観光客数増加率を産業別より分けて図4 産業別産業観光の増減率のようにプロットする。同じ産業別の観光資源も「展示・販売型」と「体験・交流型」を分けて、二種類のパターンで示す。

「農林水産業観光」や「製造業・建設業観光」は、観光客数が増加した観光資源の個数が減少した観光資源より少ないと分かる。一方、「芸術・文化・娯楽産業観光」は、ほとんどの観光地の観光客数が増加したと分かる。

観光地の観光客数増加率の個別差(データ点分布のバラツキ)については、「製造業・建設業観光」のが最も大きいであり、「芸術・文化・娯楽産業観光」のが最も小さいと明らかに分かる。また、高い増加率を現した個別の観光資源を除いて、三種類の産業観光資源の観光客数増加率上限は20%くらいになると分かる。

「展示・販売型」と「体験・交流型」の観光客数増加率を見ると、「農林水産業観光」と「製造業・建設業観光」において、「体験・交流型」観光資源の観光客数増加率が全体的に「展示・販売型」より高いと分かる。特に、ほとんどの「展示・販売型」観光地の観光客数が減少する傾向を見える。一方、「芸術・文化・娯楽産業観光」において二種類の観光資源の観光客数増加率はどっちが高いのは明らかに分からない。ただ、「展示・販売型」観光資源個数が少ないと同時に、個別差が「体験・交流型」より小さい。

図5 H27-R1年産業別産業観光平均増減率を見れば、5年間に入り込み数減少した産業別と観光種類が-4%減少した農林水産A観光と-14%減少した製造・建設業A観光であり、二つ減少した産業別が全部展示・販売類観光である。5年間に入り込み数増加した産業別と観光種類は14%増加した農林水産B、7%増加した製造・建設業B、3%増加した芸術文化・サービス業A、6%増加した芸術文化・サービスB観光であり、芸術文化・サービス業観光全種類増加した。

図4 H27-R1年産業別産業観光の増減率を見れば、5年間に入込数が減少した産業別と観光種類は-4%減少した農林水産A観光と-14%減少した製造・建設業A観光であり、二つ減少した産業別が全部展示・販売類観光である。5年間に入込数増加した産業別と観光種類は14%増加した農林水産B、7%増加した製造・建設業B、3%増加した芸術文化・サービス業A、6%増加した芸術文化・サービスB観光であり、芸術文化・サービス業観光全種類増加した。全種類産業観光中、5年間に入込数一番減少した産業観光種類は-14%減少した製造・建設業A観光であり、一番増加した産業観光種類は14%増加した農林水産B観光である。

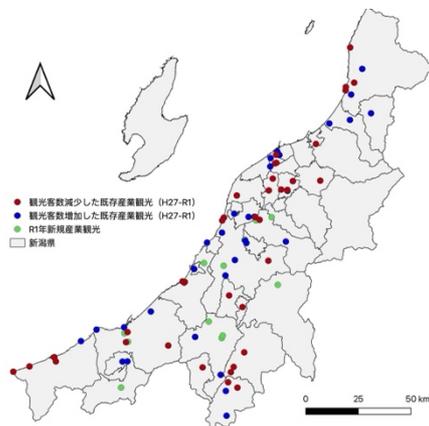


図3 新潟県産業観光の分布

図4 H27-R1年産業別産業観光の増減率に全産業展示・販売増減率と体験・交流増減率を比較を見ると、5年間入り込数全産業観光種類は展示・販売観光-6%減少した、体験・交流観光9%増加した。体験・交流型の観光はさらに発展する可能性があると考えている。

### 3. 産業観光と周辺一般観光資源の関係

#### (1) 新潟県観光資源情報を取得

国土交通省ホームページの内「国土数値情報ダウンロードサービス」の「地域資源・観光」に新潟県全部の観光資源を取得した [6]。図5 新潟県の観光資源に示す。県内全部の観光資源は観光資源分類コードにより「自然」、「歴史・文化」、「温泉・健康」、「スポーツ・レクリエーション」、「都市型観光-買物・食-」、「その他」、「行催事・イベント」を分類する。新潟県全部の「自然(行催事・イベント)」観光759例、歴史・文化観光377例、温泉・健康観光202例、スポーツ・レクリエーション観光423例、都市型観光86例、その他観光70例である。図5 新潟県全ての観光資源に示す。

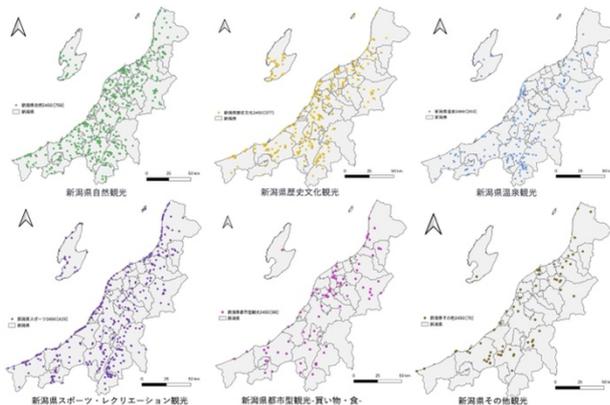


図5 新潟県全ての観光資源

#### (2) 増減率順に新潟県の産業観光を分類し、周りの観光資源と空間算出

新潟県 H27 年-R1 年既存産業観光は増減率高い順に3グループを分けた。増減率-46% - -10%産業観光26 処, 増減率-10% - 2%産業観光25 処, 増減率4% -340%産業観光26 処である。低・中・高増減率順に産業観光周り10km 範囲を取得する。図6 低・中・高増減率産業観光周り10km 範囲に示す。

新潟県の一般観光資源を調査し、自然、歴史文化などの六種類に分類する。低・中・高増減率別産業観光地点周り10km 範囲に幾つの「自然(行催事・イベント)」、「歴史・文化」、「温泉・健康」、「スポーツ・レクリエーション」、「都市型観光-買物・食-」、「その他」観光資源を取得する。図7 低・中・高増減率産業観光周りの観光資源に示す。

そして、QGIS を活用して、入込数高い順に分けられた3グループの産業観光資源と周りの六種類の一般観光資源を空間算出する。図8 低・中・高増減率産業観光周りの

観光資源に示す。

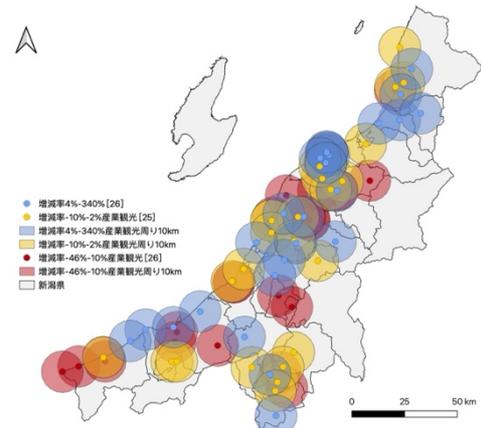


図6 低・中・高増減率産業観光周り10km 範囲

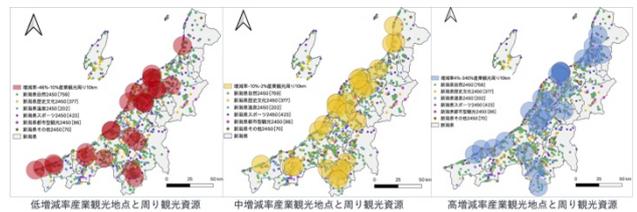


図7 低・中・高増減率産業観光周りの観光資源

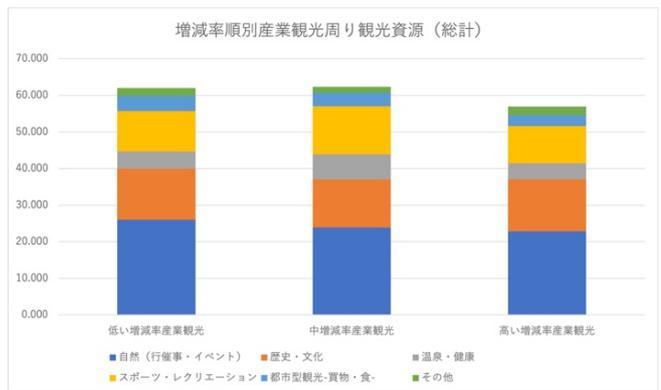


図8 低・中・高増減率産業観光周りの観光資源

増減率順に産業観光周り10km 範囲内に観光資源総計を見ると、3つのグループ周り10kmにある観光資源は、高く順から中増減率産業観光、低い増減率産業観光、高い増減率産業観光ことが分かる。そのうち、いずれの増減率産業観光周辺10kmの範囲でも、観光資源は自然観光が最も多く、次いで歴史文化観光資源とスポーツ観光資源である。

低・中・高い増減率産業観光周りの観光資源の総計の差が小さい。産業観光周辺の観光資源数や種類が産業観光の発展に大きな影響を与えていないことを示している。産業観光は一般的な観光とは異なり、周辺の観光資源の多少に依存せず、産業観光の発展の原因を彼自身から考察しなければならないと考えている。

#### 4. 産業観光資源に対する評価

##### (1) 評価基準

基本的な観光における集客の要素、アクセスのアクセシビリティ、観光の内容と形式から12つの評価基準指標を取り入れた。基準の設定を行う上で、観光の面について「旅行年報 2020 第I編 日本人の旅行市場」を参考に5つの基準を設定した[7]。アクセスについて、「観光地交通計画の体系化」を参考して設定している[8]。観光の形式と内容について、[産業観光の手法] 参考とした[9]。

表2 評価基準

大分類	小分類	詳細	設定
観光	農産直売 / 物産販売所	農産物等の直売所、物産館等。	
	飲食	食をテーマとした観光利用の拠点。	
	自然	観光地に山岳、高原、湖沼、河川、海岸など自然景観に優れた地区	
	交流 / 公園	公園など公共交流空間がある地点	
	歴史 / 文化	庭園・歴史的まち並み・旧街道、歴史的なものを展示する博物館・美術館・記念・資料館。歴史的建造物、デザインの優れた建造物。歴史的・文化的価値のある工場、酒造見学等。歴史的に魅力があり、観光利用の対象として扱っているもの。	
アクセス	公共交通	電車・バス停から車で10分以内、徒歩15分以内到着できる拠点。	
	駐車場 (大型車駐車可)	調査すると、多くの産業観光地点に駐車場があるが、大型車の駐車利用がそれほど広がっていない。今回は大型車駐車利用可能を基準とする。	
	ホームページの建設	施設機能の紹介し、アクセスを分かれ、お問合せがあり、周辺連携施設・観光地を了解でき、SNSの報告と更新。その中3個以上Homepageの建設があるとする。	
	展示・見る	展示・見学	
観光内容と形式	博物館 / 美術館 / 造園	産業をテーマした博物館・美術館・造園	
	体験	産業の体験	
	まつり / イベント	郷土芸能、地域風俗、博覧会、コンサート、スポーツ観戦、芸術・音楽・文化祭、コンベンション・国際会議などイベントの参加、またはイベント会場でイベントごとの観光入込客数を集計しない場合は、ここでまとめて整理	

##### (2) 産業別による産業観光資源に対する評価

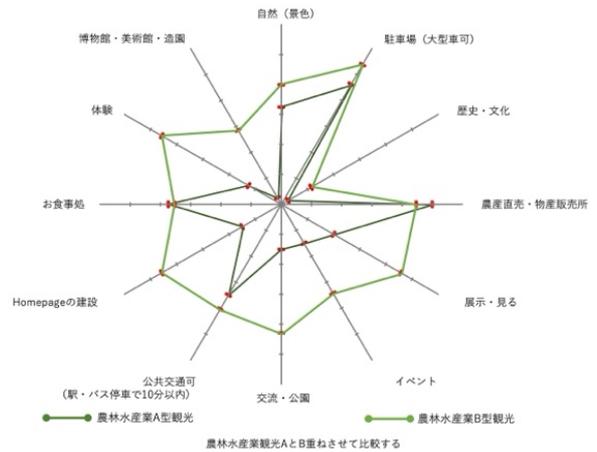


図9 農林水産業A観光と農林水産B観光の比較

農林水産業を中心とする観光地をサービス形式「A 販売・展示」、「B 体験」に基づいて分けて評価し、重ねさせて比較する。図9 農林水産業A観光と農林水産B観光の比較、に示すように、「お食事処」、「農産直売」を除いて、体験の提供を中心とする観光地がおよそ全てのディメンションにおいてより高い評価を得られると分かる。

上記の二つの分類の観光客数の増加率が、農林水産業Aが-14%であり、農林水産業Bが14%であり、大きな差があると分かる。原因としては、農林水産業Bが全てのディメンションで評価され、観光客に対して多様な方面から魅力点を持つということであると考えられる。

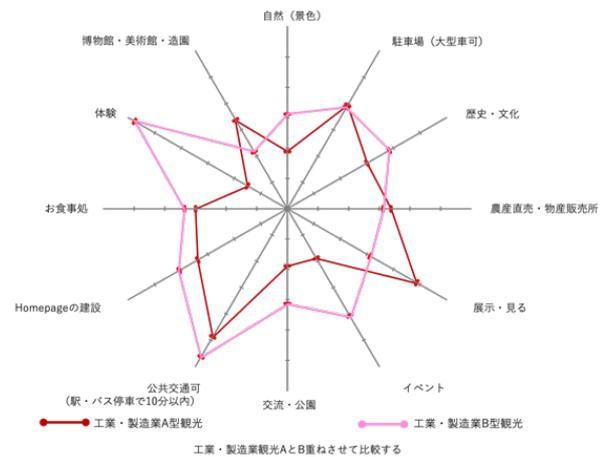


図10 製造・建設業A観光と製造・建設業B観光の比較

工業を中心とする観光地をサービス形式「A 販売・展示」、「B 体験」に基づいて分けて評価し、重ねさせて比較する。図10 製造・建設業A観光と製造・建設業B観光の比較、に示すように、上記の二つの分類における観光地は半分以上のディメンションにおいての評価が大きな差を示してないと分かるが、製造・建設業Aの観光地が「展示・見る」で評価され、製造・建設業Bの観光地が「体験」、「イベント」、「交流・公園」において明らかに優れると分かる。

上記の二つの分類の観光客数の増加率が、製造・建設業

A が-14%であり、製造・建設業 B が 7%であると分かる。このような差が形成する原因としては、製造・建設業 B が「体験」, 「イベント」, 「交流・公園」などのディメンションで評価されるということであると考えられる。上記のディメンションに対応するサービス形式が、観光客がただの展示や商品を受けるのではなく、観光客と運営者、観光客同士間のコミュニケーションも促進でき、物質的な満足だけではなく、精神的な価値も提供することを通して、観光の満足感を向上でき、観光地の発展に寄与できると考える。

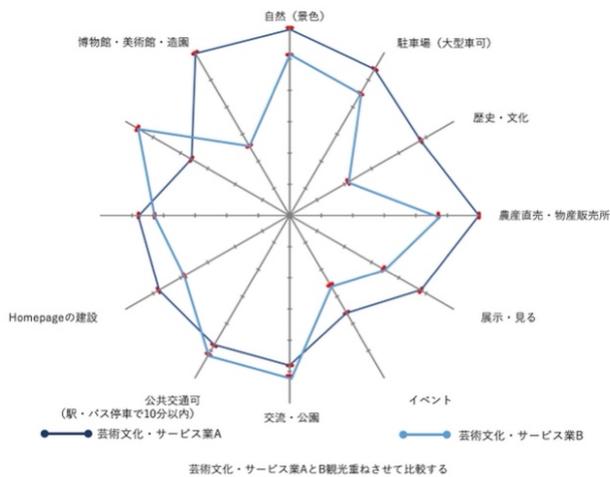


図 11 芸術文化・娯楽業 A 観光と芸術文化・娯楽業 B 観光の比較

「芸術・文化・娯楽産業」を中心にする観光地をサービス形式「A 販売・展示」, 「B 体験」に基づいて分けて評価する。「図 芸術文化・サービス業 A 観光と芸術文化・サービス業 B 観光を比較する」に示すように、おおよそ 2/3 のディメンションにおいて、芸術文化・サービス業 A が明らかに高い評価を得られると分かる。

上記の二つの分類の観光客数の増加率が、芸術文化・サービス業 A が 3%であり、芸術文化・サービス業 B が 6%であり「農林水産業」や「工業」と違って、芸術文化・サービス業 A と B の両方とも増加していると分かる。

分類 A が大部分のディメンションにおいて高い評価を得られるが、増加率が芸術文化・サービス業 B より少し低くなると分かる。原因としては、芸術文化・サービス業 B が「体験」で明らかに評価されるということであると考えられる。芸術・文化・娯楽産業を中心とする産業観光地は特に精神的な価値を提供することを目指すので、ただの展示より「体験」を通じて提供するサービスがより深刻な精神的な価値を伝えられ、観光地の発展に貢献できると考える。

まとめとして、観光形態を見ると、どの産業でも「B 体験・交流」を中心して産業観光の発展が「A 販売・展示」を中心して産業観光の発展よりも良かったことを分かった。12 個産業観光の評価基準から「体験」, 「交流・公園」

などのディメンションにおいてのパフォーマンスが産業観光の発展に対して明らかなポジティブな影響を及ぼすことが分かる。

### (3) 観光形式による産業観光資源に対する評価

全産業をサービス形式「A 販売・展示」, 「B 体験・交流」に基づいて分けて評価し、重ねさせて比較する。「図 全産業展示・販売型と体験・交流型観光の比較」に示すように、「農産直売」を除いて、体験の提供を中心にする観光地がおよそ全部のディメンションにおいてより高い評価を

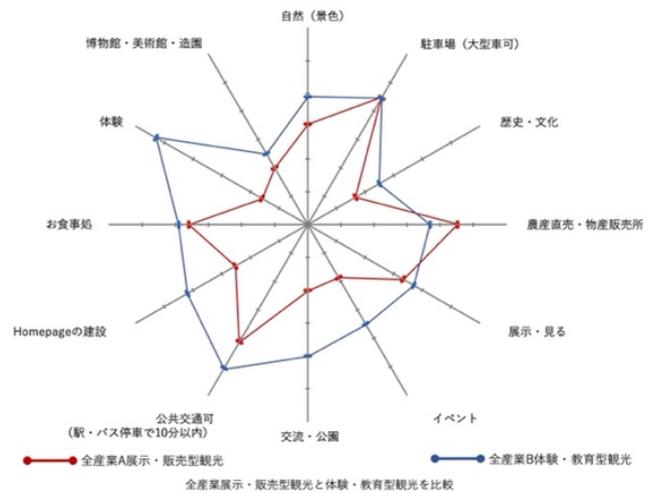


図 12 全産業展示・販売型と体験・交流型観光の比較

得られると分かる。特に「体験」, 「交流・公園」, 「ホームページの建設」3つの発展要素が「A 販売・展示」型観光より、「B 体験・交流」のほうが発展がさらに良いと考えている。

上記の二つの分類の観光客数の増加率が、A 展示・販売が-6%であり、B 体験・交流が 9%であり、大きな差があると分かる。

そして、観光形式から産業観光は「体験」, 「交流・公園」などのディメンションにおいてのパフォーマンスが産業観光の発展に対して明らかなポジティブな影響を及ぼすことが検証できると考えている。

### (4) 増減率順から産業別産業観光に対する考察

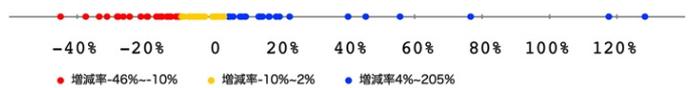


図 13 H27-R1 年 5 年間産業観光の増減率の分布

観光客数の増加率の高い順により全部の産業観光地三つのグループに分け、12 個のディメンションに基づいて評価する。増加率が低い二つのグループには、ほとんどの観光地の観光客数が減少し、増加率が一番高いグループの

観光地が4%以上の増加率を実現した。各ディメンションの評価を見ると、増加率が一番高いグループが特に「体験」、 「交流・公園」においての評価が高いと分かり、この二つのディメンションの評価と観光地の発展の紐付けを検証できると考える。

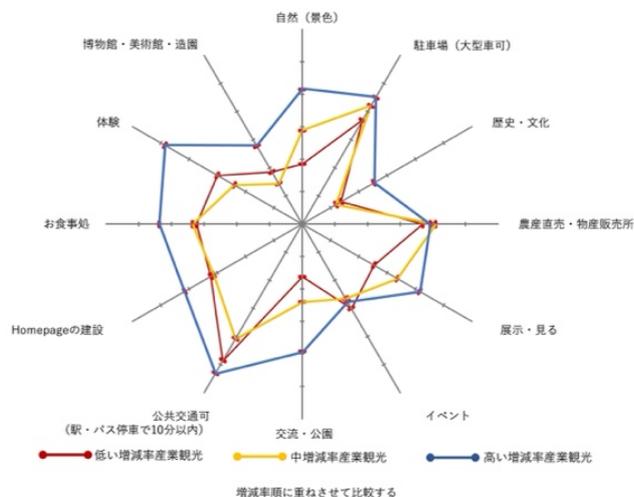


図14 増減率順に重ねて比較

## 5. 結論

- (1) 産業観光の発展はその観光地周辺の他の観光資源の種類や個数と明らかな関係がなく、観光地自身の特性に依存している。
- (2) 本研究の研究対象に限り、産業観光を産業別に分類したら、観光客数の増加率が「製造業観光」、「農林水産業観光」、「芸術・文化・娯楽産業観光」という順番で増加するが、増加率の差が小さいであると分かる。
- (3) 個別の観光地の観光客数増加を考えると「芸術・文化・娯楽産業観光」観光地の観光客数増加率データの個別差が「農林水産業観光」と「製造・建設業」と比べると小さく、全体的に増加する傾向があると分かる。
- (4) 産業観光のサービス提供形式を考えると、「A 展示・販売」型観光より、「B 体験・交流」型観光の発展が良

いことが分かる。

- (5) 評価基準から、産業観光の発展は評価基準の「体験」「交流・公園」「ホームページの建設」などの評価に依存すると考えている。特に「体験」を中心にし、「交流・公園」を積極的に展開できる産業観光の発展が、単純な「販売」「お食事」「展示・見る」を重視する産業観光よりも明らかに優れている。体験・交流・交流の属性は観光客と運営者、観光客同士の間でのコミュニケーションを促進することを通じて、観光客の心理的な満足感が向上し、観光地としての精神的な価値も高めた可能性があると考えている。

**謝辞：**本論文を作成するにあたり高見公雄教授には、研究遂行に当たって終始、熱心なご指導・ご鞭撻を頂きました。また、副査として福井恒明教授にご指導いただきました。ここに深く感謝の意を表します。

## 参考文献

- 1) 国土交通省観光庁：  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/theme/betsu.html>
- 2) 国土交通省 都市・地域整備局：平成19年度中部圏における多軸連結構造の形成推進調査（ものづくり文化回廊形成推進調査，2007）
- 3) 香川真 編：観光学大事典，2007年
- 4) 新潟県ホームページ：観光統計情報，  
<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankokikaku/1245960085415.html>，平成27年
- 5) 新潟県ホームページ：観光統計情報，  
<https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/kankokikaku/1245960085415.html>，平成31年/令和元年
- 6) 国土交通省ホームページ：国土数値情報ダウンロードサービス  
[https://nlftp.mlit.go.jp/ksj/gml/datalist/KsjTmplt-P12-v2\\_2.html](https://nlftp.mlit.go.jp/ksj/gml/datalist/KsjTmplt-P12-v2_2.html)
- 7) 公益財団法人日本交通公社：旅行年報2020 Annual Report on the Tourism Trends Survey, 2020年
- 8) 森地 茂，岡本 直久，轟 朝幸：観光地交通計画の体系化，国際交通安全学会誌，Vol. 23, No. 2, pp. 101-110, 1997.
- 9) 産業観光推進会議：産業観光の手法 ～企業と地域をどう活性化するか～，2016