

5. 「産業ツーリズム」の普及・推進に向けた方策の検討

これまで、地域発の「産業ツーリズム」の取り組みについて、現状と課題、及びその課題解決のヒントと発展のポイントについて整理してきた。本章では、関西における「産業ツーリズム」の普及や推進をさらに加速させ、効果的かつ持続的な取り組みへと発展させていくための方向性と方策について整理する。

5 - 1. 関西が目指す「産業ツーリズム」の方向性

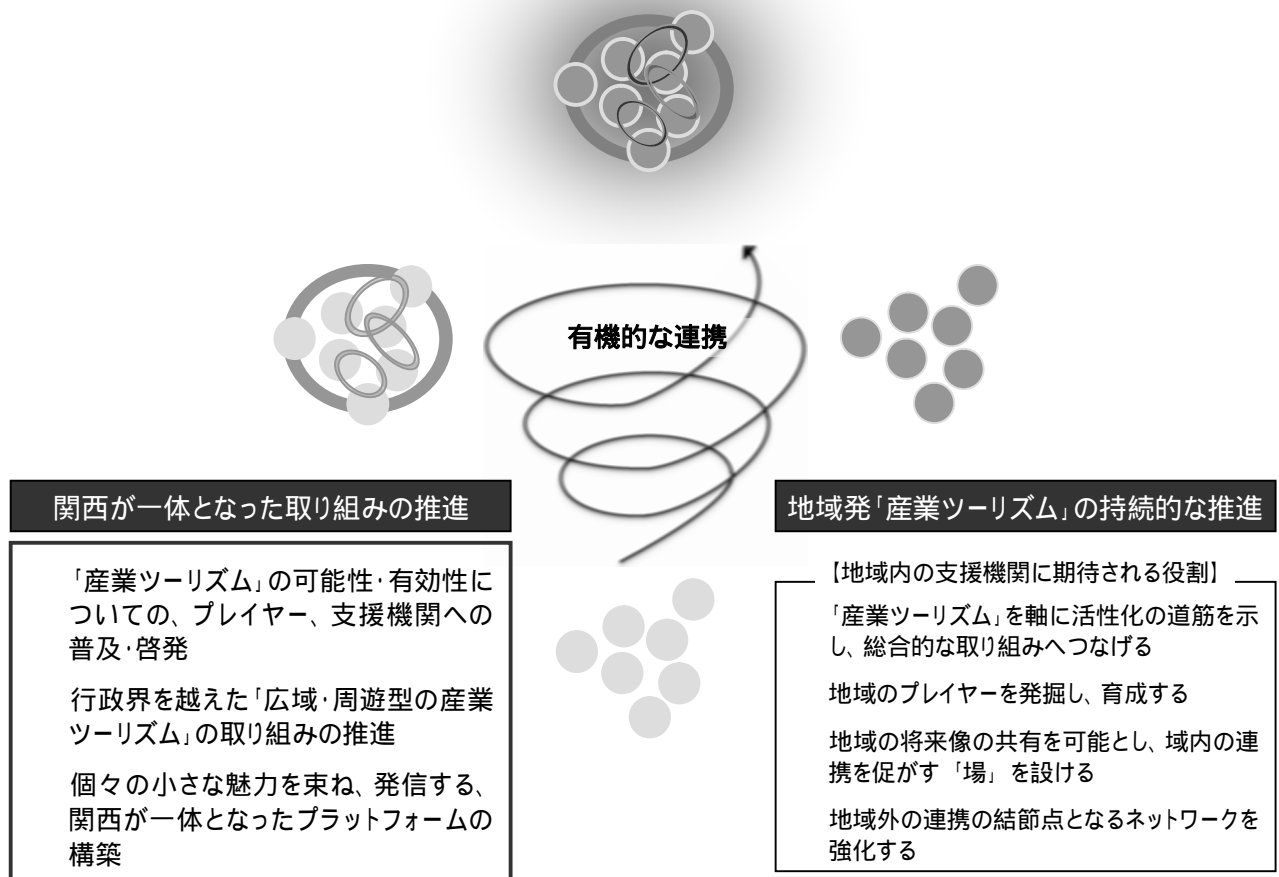
地域資源を活かした「産業ツーリズム」が推進されることにより、「地域力」が高まり、産業振興、まちづくり、人づくりといった地域活性化との好循環が創出されることが期待される。こうした地域の魅力を束ね、関西として一体的な取り組みを推進することにより、地域と関西との間にも「好循環」が生まれ、地域活性化の効果の高まりが期待される。

関西が目指す「産業ツーリズム」の方向性を以下のように考える。

地域発「産業ツーリズム」の持続的な推進 と 関西が一体となった取り組みを
有機的に連携させることにより

関西のブランド力を強化し、

地域の持続的な発展との好循環を生む「産業ツーリズム」



5 - 2 . 関西における「産業ツーリズム」振興の方策

関西が一体となって「産業ツーリズム」の普及・推進を振興していくためには、以下のような方策を推進していくことが有効である。

「産業ツーリズム」の可能性・有効性についての、プレイヤー、支援機関への普及・啓発

- 「産業ツーリズム」の普及・啓発のためのシンポジウム・セミナー等の開催
- 地域の活動を支える専門人材、地域の活動人材とをマッチングする「懇談会」の継続

行政界を越えた「広域・周遊型の産業ツーリズム」の取り組みの推進

- 地域間のゆるやかな連携体（コンソーシアム）構築の促進
- 「広域・周遊型の産業ツーリズム」のルート開発と、モデルツアーの試行

個々の小さな魅力を束ね、発信する、関西が一体となったプラットフォームの構築

- 地域、人材、官民をヨコ串にする 関西一体型の 推進母体の設置
- 「関西版 産業ツーリズム」をアピールする、統一ロゴ・マークの検討
- ホームページ等を活用した関西一体の情報発信

「産業ツーリズム」の可能性・有効性についての、プレイヤー、支援機関への普及・啓発

地域の「産業ツーリズム」の取り組みを加速する「原動力」となる人材の育成と、取り組み意識の醸成につながる、普及・啓発の取り組みを行なう。

「産業ツーリズム」の普及・啓発のためのシンポジウム・セミナー等の開催

- ・ 「産業ツーリズム」自体、各地域においては、自分たちの取り組みが「産業ツーリズム」であるという認識も含めて、十分に認知されているとはいいいがたい状況にある。
- ・ 「産業ツーリズム」に取り組むことの意義、先進的な事例の紹介、具体的な課題解決の方法や推進方策等について普及・啓発を行なっていくことが求められる。具体的には地域の多様な主体が参加することのできるシンポジウム、セミナー等の開催を通じて、広く普及・啓発を行なっていくことが有効である。

地域の活動を支える専門人材、地域の活動人材とをマッチングする「懇談会」の継続

- ・ 「産業ツーリズム」の取り組みを広め、地域に根付いたものとするためには、事業者や住民など、地域の人びとの意識を高めるとともに、事業推進をコーディネートする専門人材のサポートが不可欠となる。既に取り組みが進展している地域には、そうした人材が必ずといってよいほど存在している。
- ・ 「産業ツーリズム」の推進をリードする専門人材の発掘を進めながら、各専門人材が問題意識やノウハウを共有し取り組みを進めていけるような、情報共有の場を用意して

いくことが有効である。さらに、事業のコーディネート等を行なう「専門人材」と地域の中で活動をリードする人材とのマッチングの場としても活用することにより、地域の人材の意識づけと能力の向上にもつながることが期待できる。

- ・ 本調査の中で開催した「関西を活かす産業ツーリズム推進懇談会」を、自治体、コーディネーター、プレイヤーなど、その参加メンバーの輪を広げながら、発展的に継続していくことが有効である。

行政界を越えた「広域・周遊型の産業ツーリズム」の取り組みの推進

自治体単位の地域内に限定した取り組みから、周辺地域との連携へと広げることにより、「産業ツーリズム」の可能性は大きく高まることが期待できる。地理的、テーマ性に応じた、ゆるやかな連携を促進していくことが求められる。

地域間のゆるやかな連携体（コンソーシアム）構築の促進

- ・ 隣接する自治体であっても、その地域の状況や地域資源について、十分把握されていない地域も少なくない。来訪者の多様な選択のニーズに応え、関西地域を訪れたいと思わせる動機づけを行なう上でも、相乗効果を高める地域間の連携は非常に有効である。地域資源の魅力を高めるだけでなく、宿泊や食事といった受け入れ面でも周辺地域が連携しあうことにより補完は可能である。
- ・ 関西地域においても、府県を超えた地域連携の取り組みは見られるものの、十分とはいえない。地域の特性に応じたゆるやかな連携体を構築していく際に、自治体の行政界にとらわれない柔軟な発想で「つないでいく」ことが求められる。

「広域・周遊型の産業ツーリズム」のルート開発と、モデルツアーの試行

- ・ 「広域・周遊型の産業ツーリズム」の推進も、交通アクセス条件が整ってきているなかで、可能性は高まってきている。歴史的、文化的な背景や街道、舟運といった広域交通のネットワーク、テーマ性などから組み合わせ、柔軟な発想で「広域・周遊型の産業ツーリズム」のルート開発を行ない、その実現可能性、有効性、市場性などを検証するモデルツアーを地域の主体と協働しながら試行していくことが有効である。

個々の小さな魅力を束ね、発信する、関西が一体となったプラットフォームの構築

関西の各地域で行なわれている「産業ツーリズム」の取り組みをきめ細かく掘り起こし、育て、それらを束ねながら、広く発信していくために、「関西」が一体となった取り組みを推進していくことが必要となる。

地域、人材、官民をヨコ串にする 関西一体型の 推進母体の設置

- ・ 主導的な役割発揮が期待される、産学官民から構成される「推進母体」の設置により、多分野にわたる「産業ツーリズム」に関する情報を集約し、関係者が共有することで、事業推進を促進することが期待できる。

- ・ さらに、そうした場から、新たな連携事業が生み出されることも期待され、新たな「産業ツーリズム」の創出の「苗床(インキュベーター)」として機能することも期待される。

「関西版 産業ツーリズム」をアピールする、統一ロゴ・マークの検討

- ・ 関西における「産業ツーリズム」推進の機運の醸成につながり、対外的なアピールにもつながるような地域一体の取り組みを推進することが重要である。一定の要件を満たす「産業ツーリズム」の取り組みを認証し、統一ロゴ・マークなどの冠をつけた情報発信・PRを行なうことよって、関心や安心感も高まり、域外からの来訪を促がすことも期待される。

ホームページ等を活用した関西一体の情報発信・PR

- ・ 関西の多様な「産業ツーリズム」の優れた取り組みを発信・紹介するホームページの作成し、これから「産業ツーリズム」に取り組もうとする地域に対して有益な情報を発信する。また、来訪者に対しても楽しめるコンテンツとしながら、関西への来訪を促がし、需給のマッチングを図るなど地域の事業推進をサポートする情報システムの導入等についても検討する。

【地域内の支援機関に期待される役割】

地域の実情について熟知している自治体、商工会・商工会議所、観光協会などは、地域発の「産業ツーリズム」を推進する上で中核となる組織である。こうした機関は、プレイヤーとして、あるいは事業推進のサポーターとして、地域発の「産業ツーリズム」の推進をリードし、地域内の「つなぎ役」として、「地域力」の強化に向けた重要な役割を發揮することが期待される。

「産業ツーリズム」を軸に、地域活性化の道筋を示し、総合的な取り組みへとつなげる

- ・ 地域資源をどう活用していくか、地域が抱える課題をどう解決していくかなど、「産業ツーリズム」を实践するプレイヤーとともに、地域活性化に向けた取り組みの道筋を総合的に検討し、関係主体に示していくことが期待される。
- ・ また、さまざまな地域資源を組み合わせながら、あるいは地域内の「産業ツーリズム」の取り組みをつなぎながら、相乗効果を高め、地域の総合的な取り組みへと発展させていくことが期待される。

地域のプレイヤーを発掘し、育成する

- ・ 「産業ツーリズム」を持続的に推進していくためには、民間・住民が活動の主体となって進めることが不可欠である。「産業ツーリズム」の事業推進の各ステージにおいて、民間・住民をうまく巻き込みながら、事業の实践を通じて、人づくりにもつなげていくことを意識的に進める必要がある。

地域の将来像の共有を可能とし、地域内の連携を促す「場」を設ける

- ・ 「産業ツーリズム」の魅力を高めていくためには、多様な主体が参画し、それぞれの強みを發揮した取り組みを進めることが求められる。そうしたネットワークを既に数多く有する機関は、自治体、商工会・商工会議所、観光協会などであり、そのネットワークを最大限に發揮することが必要となる。とりわけ、「縦割り」と称されることの多い、組織内部の部局横断的な連携を進めることが必要である。

地域外の連携の結節点となるネットワークを強化する

- ・ 自治体、商工会・商工会議所、観光協会などは、地域外の自治体、組織、企業などとのつながりを有する数少ない機関となっている地域も少なくない。支援機関の有するネットワークを最大限に活用し、地域外との「結節点」として、情報発信・PRや新たな顧客の開発、推進体制の強化等にうまく活用することが期待される。