

北九州市の産業観光の課題

伊藤 解子

- I はじめに
- II 産業観光の経緯と動向
- III 産業観光の意義と課題
- IV おわりに

<要旨>

北九州市は、他の自治体や国に先行して産業観光を推進してきたが、産業構造や産業技術、観光需要などの変化に対応して新しい展開が求められている。本研究は、産業観光が、これからも、北九州市の観光における大きな柱である続けるべきという観点から、産業観光の歴史や動向等について調査し、今後の都市戦略における産業観光の意義、課題等について考察を行った。

<キーワード>

観光振興 (Tourism promotion)、産業観光 (Industrial tourism)、工場見学 (Factory tour)、都市成長戦略 (Urban growth strategy)

I はじめに

産業観光の明確な定義は難しいが、2001年の第1回全国産業観光サミットにおける定義が最もよく知られている(1)。それを要約すれば、産業観光とは「産業文化財、生産現場、製品等を資源として、人的交流を促進する観光活動」であり、一般的な観光以上に、「人的交流」が重要な要素となっている。産業観光の定義が難しいのは、その意味や概念が変化、拡大しているためでもある。産業観光対象は製造業の技術 (Technical) からあらゆる産業 (Industrial) に広がり、さらに都市活動を含むようになり、また、ハード資源ともにソフト資源も重要になっている。そのようなプロセスを経て、現在の産業観光の対象は、ハード資源としては、産業設備・機械、産業・土木系インフラ、都市系インフラ、ソフト資源としては、技術・技能、デザイン・意匠、コンテンツ、人的資源、ビジネスモデル、さらに、各資源に係るアーカイブや産業ミュージアム、産業観光のための人材やノウハウなども重要な産業観光資源とされるようになっている (表1)。

北九州市は、鉄道、港湾、工場、倉庫など日本の近代化に大きな役割を果たした数々の産業遺産があり、現在も多様な業種が立地する産業都市であり、時代の先端を行く企業も

立地している。また、深刻な公害問題の克服経験を活かして「世界の環境首都」への歩みを進めている。このように、北九州市は産業観光資源に恵まれた都市であり、工場見学、社会科見学の協力事業所も多い。しかし、ほとんどの場合、予約者を無料で受け入れる仕組みであり、観光事業（ビジネス）とすることに消極的な事業所が多い[大島、1997]。

一方、2000年頃から産業観光に取り組む都市は増加し、北九州市も2006年に策定した観光振興プランにおいて、早期に着手すべき3つの重点課題のひとつとして「北九州市版産業観光の確立」を掲げた。同年には「第6回全国産業観光フォーラム in 北九州 2006」を開催し、その後も産業観光振興に向けた様々な取り組みを進めてきた(表2)。しかし、2013年に実施された観光対象に関する市民意識調査では、「産業観光は、認知度は高いけれども興味度は低い(2)」という結果であり、期待されたほどの成果は得られていない。

現行の北九州市観光振興プランは2013年度をもって計画期間が終了することから、現在、新たなプランの策定に向けた調査、検討が行われている。現行プランで掲げられた「新たな魅力を創出する東アジアの国際観光都市を目指して～モノづくり、エコを活かした集客都市」という戦略的都市イメージは、今後も継承される必要があり、都市の成長戦略のなかで産業観光のあり方を再検討していくことが必要と考える。

以上のような観点から、本研究では、産業観光の歴史、動向等について調査し、今後の都市成長戦略における産業観光の意義、課題について考察を行った。

表1 産業観光資源

(有形資源) ハード資源	産業設備・機械等	ものづくりの製造現場やこれらの遺産(工場建物、発電所、機械・設備、倉庫、事務所等)
	産業・土木系インフラ	産業活動を支える(支えた)インフラやこれらの遺産(運河、河川、港湾、鉄道、道路、空港、通信施設等)
	都市系インフラ	労働者・勤労者やその家族たちの生活に必要な、都市機能・施設(学校、病院、社宅、商業・娯楽施設等)
(無形資源) ソフト資源	技術・技能	産業や都市活動を支える(支えた)生産技術や技能、建物の建築や保全のための技術等
	デザイン・意匠、コンテンツ	産業製品等の特徴のあるデザインや意匠、アニメ、映画等のコンテンツ等
	人的資源	創業者・技術者等歴史を切り拓いた人物やその物語、優れた技能者(匠)等
その他資源	仕組み・ビジネスモデル等	それぞれの産業固有の生産システムや、その時代の画期的な生産・販売・流通システム等
		・各資源に係る記録、図面、写真(アーカイブ)や産業ミュージアム等 ・産業観光に係るマネジメント資源(人材蓄積、資源保全・活用のための仕組み、活用のノウハウ等)

参考資料8[産業観光推進会議、2007]等をもとに筆者作成

表2 北九州市観光振興プランにおける産業観光施策

観光ビジネス戦略
産業観光のPR
東田地区の産業観光の拠点化
産業観光施設の受け入れ体制の充実
産業観光のビジネス化
産業観光のルート化・ネットワーク化
産業観光ツアー及びインセンティブツアーの企画・実施
ネットワーク戦略
九州観光推進機構との連携による外国・首都圏へのPR
東アジア経済交流推進機構によるアジア諸国との連携
地域固有の観光資源を活用した広域連携の推進
観光プロモーション戦略
広域連携を活用したプロモーション
東アジアからの産業観光の誘致
社会科見学、修学旅行の誘致によるPR
技術と芸術の融合した産業観光のイメージアップ
産業都市のイメージを逆手に取ったプロモーション
吟行地・北九州PR事業
イベント・コンベンション戦略
イベント・コンベンションの誘致促進

参考資料3[北九州市、2006]をもとに筆者作成

〔注〕

(1)2001年の「全国産業観光サミット in 愛知・名古屋」では、「産業観光とは、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。〔須田、2005〕

(2) 2013年10月16日開催の第2回観光振興プラン方向性検討会議の議事録から引用。

Ⅱ 産業観光の経緯と動向

1 時代区別にみた産業観光の経緯

(1) 近代化・工業化の時代における産業観光（1950年代まで）

かつては近代産業そのものが産業観光の対象であった。産業観光は、近代産業の成果を実際に見聞できる機会を提供して人々の関心や需要を喚起し、科学知識や産業技術の普及にも役立てようとする取り組みから始まった。欧米ではテクニカル・ツーリズム、またはインダストリアル・ツーリズムとよばれ、その起源は1851年のロンドン万国博覧会といわれる。

わが国では、戦後復興期から修学旅行などに工場見学が盛んにとり入れられるようになったが、北九州地域では、それよりも半世紀近く前から、日本最初の近代製鉄所「官営八幡製鐵所」が1901年の創業を記念して主催する「起業祭」の行事として「工場開放」を実施してきた。「起業祭」は地元八幡だけでなく、北九州地域の一大イベントとなり、「工場開放」にも多くの人々が参加し、3日間に10万人を超える工場見学者を受け入れてきた。さらに戦後、北九州地域は石炭と鉄鋼生産の拠点として全国の産業復興を牽引し、また人口集中により重化学工業だけでなく多様な産業が立地したことから、当時最先端の技術を持つ企業群を抱える地域となった。工場見学地として北九州地域の人気は高まり、企業も見学の受け入れに協力的であった。また、1958年には小中学校の修学旅行が国の学習指導要綱に位置づけられ、北九州地域はさらに多くの修学旅行生を受け入れるようになった。

(2) 観光大衆化の時代における産業観光（1960年代以降）

復興から成長へと転換した1960年代に観光の大衆化（Mass Tourism）は急速に進み、また、誰もが観光に参加できるような条件整備（Social Tourism）が課題となり、官民ともに観光振興に向けた取り組みを競うようになった。産業観光でも一般観光者が楽しめるものが求められるようになり、現在の産業観光の代表的スタイルである飲食料品などの最終消費財の生産工場に立ち寄り周遊する観光もこの頃から行われるようになった。

北九州地域でも、旧5市が行政主導で観光・レジャー開発を行ったが、ロープウェイ、遊園地、ゴーカート、レストハウスなどパターン化した施設を整備したため競合によって各施設の吸引力は低下する結果となった。1963年の対等合併は一体となって新たな観光振

興に向かう大きな契機となり、旧5市の「垣根」の解消や新生北九州市の対外アピールに向けて、観光に寄せられた期待は大きかった。

北九州市は、日本観光協会と協力して観光診断[小島重治、神崎義夫、松本治彦、1965]を実施したが、その報告書において「北九州市は大阪市などとともに産業観光地として知られており(中略)、産業観光に対する配慮がなされれば、わが国第一の産業観光都市となろう」と“診断”されている。そのような評価を受けて、産業観光は観光施策の主要な柱として位置づけられ、一般向けの観光の手引き(ガイドブック)でも「海とみどりと産業観光の北九州」を惹句とする宣伝、アピールが行われた。また、この時期に八幡製鉄所や安川電機も修学旅行生の受け入れを開始し、毎日新聞西部本社では見学コースを組み込んだ当時最新鋭のビルを建設するなど、主力企業の協力を得て産業観光の対象は拡充がみられた。

しかし、先の観光診断では早急に改善すべき問題として、見学回廊、標識、ガイド、休憩室などの事業所の受け入れ態勢が指摘された。当時、新産業都市などで、見学者用の機能を備えた新工場の建設が進み、北九州市の歴史ある工場の見学環境が見劣りするようになっていたことが、その指摘につながった。また、市内の産業全般を紹介する施設の整備、産業観光のルート化などが早急に改善すべき課題とされたが、それらの指摘の多くは、半世紀後の現在でも未達成の課題として残されている。

(3) 成熟社会化の時代における産業観光(1970年代以降)

高度成長期には全国で観光施設が急増し多様化も進んだが、所得水準の向上や自由時間の増大とともに観光においても「質」が重視されるようになった。また、高度成長期に生

表3 1960年代の協力企業

業種	事業所 (現在の事業所名)	掲載 (1965) 「観光診断報告書」	(1969) 「観光の手引」掲載	継続 (2013) 左記のうち現在も
金属	八幡製鉄 戸畑製造所 (新日鉄住金八幡製鉄所)		○	◎
	神戸製鋼所 門司工場 (神鋼メタルプロダクツ)	○		◎
	東京製綱 小倉工場	○		-
	住友金属工業(新日鉄住金小倉)	○		◎
	東海鋼業	○		-
	福岡県金属工業試験場	○		-
化学	八幡化学工業 戸畑製造所	○		-
	十條製紙 小倉工場	○		-
	ニッカ石鹼	○		-
飲食料	協和発酵工業(ニッカウキスキー 門司工場)	○		◎
	小倉給食センター	○		-
	日本水産 戸畑工場	○	○	-
	明治製菓 戸畑工場	○	○	-
	明治製糖 戸畑事業所	○		-
	サッポロビール 門司工場	○	○	-
電気	大日本製糖門司工場(関門製糖)	○		◎
	北九州ナショナル電化センター	○		-
	東芝北九州工場	○	○	-
	安川電機 八幡工場		○	◎
安川電機 小倉工場		○	◎	
窯業	東洋陶器(TOTO 小倉第一工場)	○	○	◎
合板	段谷産業	○		-
運輸	国鉄小倉工場(JR九州小倉工場)	○	○	◎
	第七管区海上保安部	○		-
エネルギー	九州電力 小倉発電所	○	○	-
	若松火力発電所	○		-
	日本炭坑若松営業所	○		-
マスコミ	毎日新聞西部本社	○	○	◎
	朝日新聞西部本社	○	○	-
	読売新聞西部本社		○	-
	NHK北九州放送局		○	◎
	テレビ西日本	○	○	-
	市立産業館	○	○	-

出所：参考資料1[北九州市、1965]、参考資料2[北九州市、1969]、参考資料4[北九州市、2003]をもとに筆者作成

じた公害問題や自然的、歴史的資源の喪失といった弊害も明らかとなり、懐古意識の高まりとともに伝統的産業や産業文化財・産業遺産が観光対象として認知されるようになった。

また、オイルショックを契機とする不況に直面して企業の経営合理化が進められ、とりわけ、徐々に衰退しつつあった重化学工業は大きな再編が迫れることになった。観光ブームも沈静化し、観光産業もマスツーリズムからの転換が迫られることになった。

この時期、北九州市の観光も大きな進展はみられず、観光施策も従前の域を超えない時期が続いた。とりわけ産業観光は工場や事業所の転出や廃止によって縮小が避けられなかった。1960年代における協力企業のうち現在も存続している事業所は3分の1以下である(表3)。産業観光は企業事情に大きく左右されるが、とりわけ本社を首都圏に置く大企業の工場がこの頃から相次いで撤退したことにより、北九州市の産業観光は仕切り直しを迫られる結果となった。

一方、住宅関連市場の成熟を背景に九州民芸家具(3)の人気が高まり、その工房を核に各種工芸工房を集めた「九州民芸村」が1973年に開設され、体験型の産業観光施設となった。この施設は全国的にも注目され、36年にわたって質の高い製品づくりが続けられていたが、住宅ブームの低調化とともに伝統工芸ブームも退潮となり、2009年に閉鎖されその役割を終えた。この事例が示すように、産業観光の存続は、時代とともに変化せざるを得ない産業や事業の命脈に左右される。

(4) 地域活性化施策となった産業観光(1980年代以降)

1980年代になり地方圏の衰退傾向が顕在化するなかで、地域資源を活用した活性化対策(むらおこし、まちおこし)が全国的に展開されるようになり、そのなかで、第一次産業の資源を活用した農業・漁業体験観光や観光農園などが産業観光のなかで重きを占めるようになった。

一方、80年代後半から再来した観光ブームは、バブル経済を背景に高級志向、選別志向を強め、バブル終焉後も増大したレジャー・余暇ニーズは定着し、そのような市場ニーズを活かした地域振興戦略として、観光が地域政策の大きな柱となっていった。

北九州市でも、重工業からサービス産業へと産業の中心の転換が迫られるなかで、観光が産業発展の一翼を担うのではないかという期待から港湾地区や企業遊休地の再生に向けた取り組みが推進され、門司港レトロ地区とスペースワールドが誕生した。門司港レトロ地区は近代産業化遺産を、スペースワールドは当時最先端であった映像産業技術を体感できる場であり、どちらも産業観光が主題といえる開発であった。

また、1989年に、北九州市観光振興会議によって、観光の将来像を『生活』『生産』『学習』『遊び』の機能が調和し、文化と未来を開く生・生(いきいき)学遊都市とする提言が行われた。それを受けて、産業観光も新たな展開が図られるようになり、見学者を受け入れる協力事業所は90年代を通じてほぼ2倍に増加した。公害克服などを通じて官民協力意識や企業の社会貢献意識が高まっていたことや、ロボット、自動車、環境など新たな産

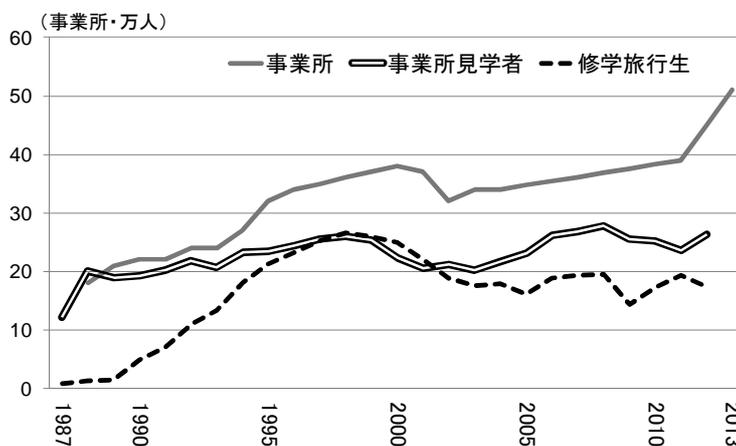
業分野が広がったことなどが協力事業所増加の好条件となった。また、市は修学旅行の誘致にも力を入れ、修学旅行生は大きく増加し（図1）、特にスペースワールドは、修学旅行の人気施設となった。

表4 産業観光客数

(万人)			
年次	市外	市内	合計
1988	7.9	4.3	12.2
2007	7.0	8.6	15.6
2008	8.0	8.5	16.5
2009	9.0	9.2	18.2
2010	7.6	11.1	18.7

資料：北九州市観光動態調査(23年次)

※表4と図1の調査対象事業所は異なる。図1は近隣市外の日産自動車(株)九州工場及びトヨタ自動車九州(株)を含んでいる。



(資料：北九州市・産業観光施設調べ)

図1 産業観光協力事業所数・見学者数

(5) 産業観光の全国化と国民的関心の高まり (2000年以降)

バブル経済後の長引く不況や少子高齢化などの影響で国内旅行市場が低迷し、訪日外国人観光客も伸び悩む状況のもとで、21世紀の新しい旅のスタイルや仕組み (New tourism) が問われるようになり、そのなかで産業観光への注目度がさらに高まった。「産業観光」を冠した初めての全国規模のイベントである「全国産業観光サミット in 名古屋」が2001年に開催され、それを契機に、個々の事業としてだけでなく、都市レベル、地域レベルで産業観光を推進していこうという動きが広がった。

国レベルでも、2007年制定の観光立国推進基本法に基づいて策定された観光立国推進基本計画に「産業観光の振興」が位置づけられ、また、日本経済団体連合会や日本商工会議所など主要経済団体の観光に関する提言等でも「産業観光」は一つの柱として取り扱われるようになった。

観光関連企業や産業観光受け入れ企業、地方自治体とその関連団体などによって、2004年に全国産業観光推進協議会が立ち上げられ、産業観光の概念の普及、見学者受け入れの推進、産業間連携、旅行商品開発などが図られるようになり、同協議会が2011年に開設したポータルサイト「産業観光ガイド」の紹介施設は、2013年現在、約600に上っている。



図2 産業観光に関する市販の出版物(事例)

また、2010年頃からTV番組による「工場見学」の紹介が増え、世代を超えて楽しめることもあって人気が高まり、2013年現在も「工場見学」ブームといえる状況が続いている。インターネットや出版物による紹介・案内情報も増え、関心はさらに拡がりつつある。

「社会科見学」としてだけでなく「行楽」としての需要が伸びているが、その人気の大きな理由は「無料」で見学・体験できるというところにあるというのが実情である。

一方、北九州市では、2000年前後から工場見学者は伸び悩みとなった(図1)。しかし、1990年代から推進してきたエコタウン事業に、全国から、また海外からも視察者が訪れるようになり、北九州市の産業観光は「環境」を軸として推進されるようになった。

2009年には、全国産業観光推進協会による産業観光まちづくり大賞の金賞を受賞し、受賞理由として「21世紀のテーマである産業と環境との共生・調和を1つの資源」としてることが評価された。また、同時に「修学旅行の体験学習プログラムなどを中心に積極的なプロモーションを行い、多くの学生が訪れている」ことも評価された。修学旅行生は少子化の影響によって減少しているが、他の都市と比べると現在もかなり優位にある(4)。

産業観光の全国化によって「ライバル」が増加していくなかで、都市の“強み”や“特色”がいつそう重要となっているが、北九州市は「環境」を強みとし「学び」の場として高く評価されるようになっている。

表5 産業観光まちづくり大賞・金賞受賞都市・団体

年度	金賞	銀賞	特別賞	奨励賞
2007	・名古屋コンベンションビューロー	・北海道釧路市	・宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会	
2008	・財団法人浜松観光コンベンションビューロー	・川崎産業観光振興協議会 ・NPO法人いくのライブミュージアム	・栗原市	
2009	・北九州市	・函館市 ・益子アートウォーク実行委員会	・横須賀市・横須賀集客促進実行委員会・(株)トライアングル ・YKK株式会社	
2010	・桐生市	・大垣商工会議所		・昭島市 ・社団法人真庭観光連盟
2011	・姫路市	・会津若松商工会議所	・岡谷市・岡谷商工会議所・岡谷市観光協会	・丹後ええもん工房
2012	・酒田市・一般社団法人酒田観光物産協会・酒田商工会議所	・天草市	・みたけ華ずしの会	
2013	・おおたオープンファクトリー実行委員会(東京都)	・室蘭観光推進連絡会議 ・宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会	・秋田内陸縦貫鉄道株式会社・北秋田市 ・静岡商工会議所	

出所：日本観光振興協会・全国産業観光推進協議会ホームページ

〔注〕

(3)九州民芸家具(つくし工芸)は、北海道民芸家具とともに、松本民芸家具を本家としてその技術を受け継ぎ、量産・普及を目的に設立された。同社には、ガラス工芸の第一人者も参加し(船木倭帆ガラス研究所)、その製品は首都圏を中心に高く評価された。

(4) [日本修学旅行協会、1965]において、北九州市の紹介頁数が最も多く、「さまざまな近代の遺構や、現在も活躍し続ける産業施設などが数多く存在している」と評価されている。

2 北九州市における産業観光の動向・新たな取り組み

現在、2006年策定の北九州市観光振興プラン（表2）のもとで、様々な取り組みが行われているが、そのなかで、産業観光に関連する新たな動きや取り組みについてみていく。

（1）産業観光資源の発掘・編集

観光資源を並列的に紹介するのではなく、ストーリー（物語）として示そうとする取り組みが全国的に広がっている。多彩な地域資源の魅力を発掘・編集、ストーリー化することによって他の地域との差別化を図ることができ、個別の集客は難しい観光資源でも、うまくまとめ上げ連続性・ストーリー性のある商品とすることができる。とりわけ産業観光は個々の特徴が伝わりにくいことから、自然風土との係わり、歴史文化との関連など産業立地・企業立地における地域性を反映してストーリーとともに伝える必要性が高い。

北九州市では、事業所へのはたらきかけによって、2013年現在、公共・民間を合わせ協力事業所数は50を超え、これまでの最大となっているが、さらに、それらの事業所と産業遺産を合わせてテーマ別に編集・ストーリー化する工夫を行い、産業観光ガイドブックで紹介、PRを行っている（表6）。

表6 北九州市産業観光ガイドブックの編集テーマと該当する事業所・産業遺産

編集テーマ		事業所(●)、産業遺産(○)、
二つの港がもたらした都市機能	大陸航路の起点・門司港	○JR門司港駅 ○部埼灯台 ○旧大阪商船 ○旧大連航路上屋 ○日本郵船門司支店 ○旧門司税関 ○旧門司三井倶楽部 ○旧横浜正金銀行門司支店 ○旧門司米穀倉庫 ○旧九州鉄道本社 ●関門製糖 ●ニッカウキスキー門司工場 ●神鋼メタルプロダクツ ●小倉総合車両センター ●門司電気通信レトロ館 ●門司赤煉瓦プレイス
	石炭の積出港・若松港	○旧古河鋳業若松ビル ○石炭会館 ○港銭収入所見張所 ○旧三菱合資若松支店 ○川ひらた ○堀川運河（車返しノミ跡） ●わかちく史料館
モノづくりの街へと進化	北九州工業地帯の発展	○東田第一高炉 ○河内貯水池 ○旧松本家住宅 ○大谷会館 ○堂山成品岸壁 ○旧百三十銀行八幡支店 ●新日鐵住金八幡製鐵所 ●新日鐵住金小倉製鐵所 ●安川電機 ●安川電機 開発研究所 ●日本鑄鍛鋼 ●岡野バルブ製造 ●日産自動車九州 ●トヨタ自動車九州 ●デンソー北九州製作所 ●古河電工産業電線 ●桑原電工 ●ホリカワ
加速する情報と物の流れ	産業の要衝としての活躍	●関門コンテナターミナル ●ヤマト運輸 ●オーシャントランス ●阪九フェリー ●名門大洋フェリー ●プリントメディア西部 ●朝日プリンテック九州支社・北九州工場 ●毎日新聞西部本社 ●NHK北九州放送局 ●ニッスイパイオニア館 ●日本銀行北九州支店
クリーンな街 北九州市	未来への取り組み	●北九州市環境ミュージアム ●北九州市エコタウンセンター ●シャボン玉石けん ●TOTO小倉第一工場 ●TOTO小倉第二工場 ●TOTOアクアテクノ ●サンアクア TOTO ●TOTO歴史資料館 ●タカギ ●九州電力新小倉発電所 ●ニシラク乳業 ●J-POWER 電源開発若松総合事業所 ●北九州モノレール ●日本資源流通 ●マイテック・センター北九州 ●白島国家石油備蓄基地広報展示館 ●北九州市中央卸売市場 ●フジコー ●九州製紙北九州工場 ●ウォータープラザ北九州 ●北九州市日明浄化センター ●北九州市立総合農事センター

資料：北九州市（2013）「知的好奇心を満たす旅 北九州市“産業観光”」（参考資料■）

（2）環境を軸とした産業観光の前進

響灘地区では、リサイクル産業団地であるエコタウンは年間10万人前後の見学者を受け入れてきた実績がある。2009年には、九州・山口油脂事業協同組合北九州エコエナジー(株)、西部ガス(株)、電源開発(株)、日本コークス工業(株)等が参加する北九州次世代エネルギーパークがオープンし、今後のエネルギー事業の伸展とともに見学者の増加が予想される。

また、東田地区では、北九州市、新日鐵住金、日本IBM、富士電機、安川電機、日鉄

エレクトックスなどで構成される北九州スマートコミュニティ創造協議会が、新エネルギー、需要制御・省エネ、エネルギー・マネジメント、コミュニティ、モビリティ・ネットワークなどの次世代エネルギー・社会システム実証を行っており、その成果が注目を集め、国内だけでなく海外からの視察も増加している。

（3）産業観光のビジネス化に向けた取り組み

①環境視察受け入れの有償化

前述のように、東田地区への視察希望者が増加したが、その窓口が一本化されていなかったことから、各企業や施設のスケジュール、説明内容、費用負担などの調整に手間取るといった問題が生じていた。北九州市が窓口となるが多かったが、行政が窓口となる場合には有償研修の受け入れや視察者の希望に合わせた柔軟なアレンジが難しいといった問題があった。そのため、視察を無理なくスムーズに運営するための有償ガイドツアーが2012年度から開始された。

「東田のココがスマート！」を略して「ココスマツアー」と名付けられたこの事業は、スマートコミュニティ創造事業の関連企業、東田地区に立地する企業、大学、行政、そしてNPO法人による協働事業であり、収益を追求するものではないが、資料代やガイド料金をはじめ、移動のための車両や昼食などのアレンジも有償で行うことで、事業としての成立が図られている。

②産業観光ツアーの商品化

工場見学は一定人数以上の団体でなければ申し込めないなど様々な条件があるが、できるだけ個人や家族でも参加しやすいように、一般向けのツアーとして観光商品化に向けた取り組みが進められている。

北九州市は、JTB北九州支店との協力により「北九州工場群夜景観賞バスツアー」を2011年から開始したのをはじめ、ジャパン九州ツーリスト(株)など市内に本社や支店を置く民間旅行会社と連携し、産業ツアーの商品化と全国アピールを図って。北九州商工会議所も2011年度から、産業観光ツアー受け入れの窓口となる業務を開始し、クラブツーリズム(株)が実施するツアー「大人の社会科見学」とも提携を行っている。また、2013年には、市と商工会議所、観光協会が協力して産業観光と「工場夜景」を案内するガイドの養成講座を実施した。

現状では、ほとんどが「日帰型」のバスツアーであり、「宿泊型」の比率を高めていくためには、夜の滞在時間延長の仕掛けを提案や遠方の旅行会社との提携などが課題となっている。



図3 北九州工場群夜景観賞ツアーリーフレット（2012）

(4) 他都市との連携による取り組み

①全国工場夜景サミット

工場夜景を観光資源として活用する取り組みを行っている都市が全国に向けて工場夜景の美しさや力強さなどの魅力を発信することを目的に、川崎市の呼びかけで、2011年2月に「第1回全国工場夜景サミット」が開催された。北九州市は室蘭市、四日市市とともにその呼びかけに応え、サミットにおいて「日本四大工場夜景エリア共同宣言」を行い、全国的な反響を呼んだ。2013年11月には、第4回サミットが北九州市で開催され、第3回サミットから加わった山口県周南市も合わせて、「日本五大工場夜景」の共同宣言を行い、バスツアー、クルーズ、参加都市の物産展などを実施した。

また、北九州サミットと同時期の2013年10月～12月に、夜景観光振興に向けた都市連携の新たな取り組みとして、北九州市と山口県の5市（周南市、防府市、宇部市、山陽小野田市、下関市）により「大夜景キャンペーン2013ー史上最大の夜景観光作戦ー」と銘うった共同プロモーションが行われた。

②近代化産業遺産群の世界遺産登録推進協議会

2008年9月の文化庁世界文化遺産特別委員会において、「九州・山口の近代化産業遺産群」がユネスコの世界遺産暫定一覧表に追加記載されることが決定され、北九州市は、旧官営八幡製鐵所の本事務所などが構成資産として評価されたことから、世界遺産登録推進協議会に参加し、関係自治体8県11市と協力した取り組みを進めている。2013年1月に北九州市において世界遺産シンポジウムが開催され、同年9月に政府推薦案件に決定し、2015年度の登録に向けた取り組みが続けられている。

(5) まちづくりや再開発と連動した企業の取り組み

①都心におけるTOTOショールーム等の整備

TOTO(株)は、本社・小倉第一工場敷地内において、TOTO歴史資料館、北九州ショールーム、研修センター、ホール等をひとつの建物に集約する施設の建設を進めている。この施設は「創立から現在、そしてこれからのTOTO」を伝える場となり、創業の地「小倉」から世界へコーポレートブランドメッセージを発信する施設となることが目指されて



図4 全国工場夜景サミットリーフレット(2013)



図5 世界遺産シンポジウムリーフレット(2013)

いる。また、地域住民との「接点」となることが目指されている。

新施設は都心の一角で国道3号に面し、都市イメージ向上につながるランドマークとなることが期待される。また、国道を挟んだ社宅跡地などの社有地の今後については不明であるが、どのような方向であれ、都心のまちづくりへの影響は大きいと考えられる。

②副都心黒崎における安川電機「ロボット未来館」の整備

安川電機は、会社創立100周年にあたる2015年に向けて、生産機能の向上とともに「ロボット村」として親しまれる事業所を目指して本社地区の再編を進めている。7.7haの事業所のうち約1haを「YASKAWAの森」として一般に開放し、そのなかで、広くロボットについて学べる施設として「ロボット未来館（仮称）」の整備を計画している。

安川電機は、北九州市及びJR九州と副都心黒崎地区の活性化に取り組む協定を2011年に締結しており、JR九州による黒崎駅の建て替えや北九州市による自由通路の建設と合わせて、駅の南北をつないで回遊性を高めながら三者で黒崎の街全体の活性化を図っていくとしている。

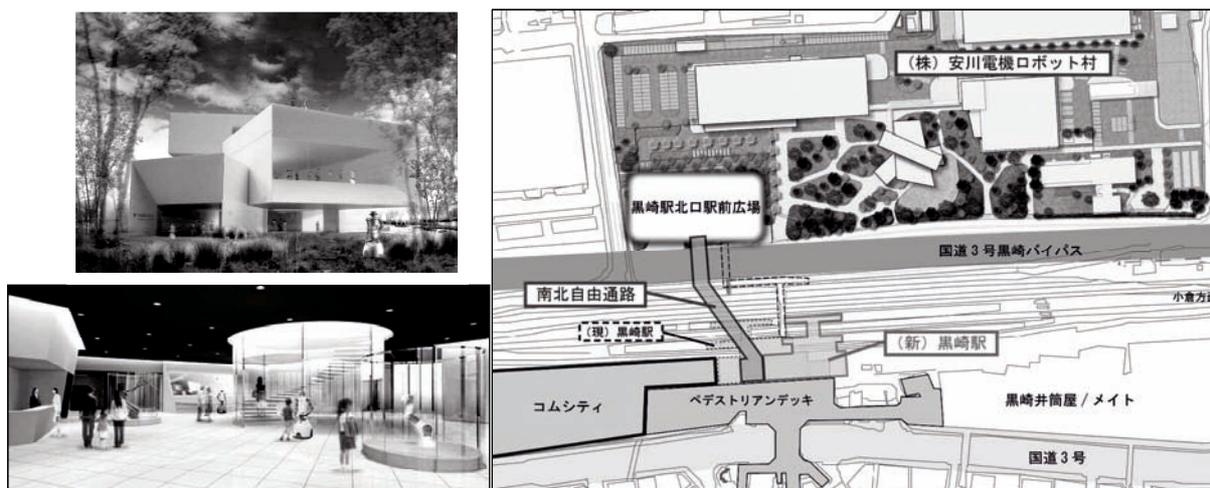
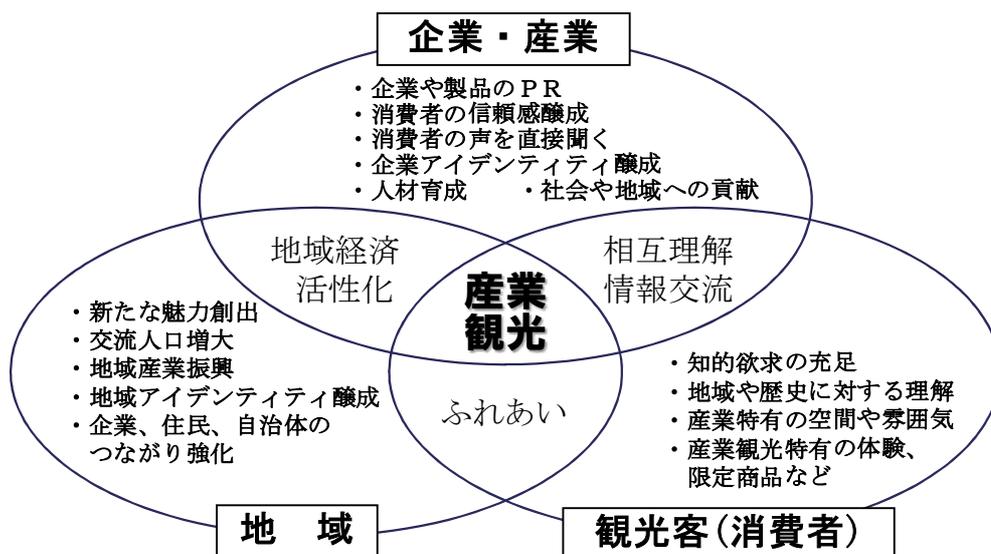


図6 安川電機「ロボット村」整備プラン

III 産業観光の意義と課題

1 北九州市の成長戦略からみた産業観光の意義

産業観光は、観光客（消費者）、企業・産業及び地域のそれぞれにとって大きな意義があり（図7）、これからの産業観光は、都市の持続・成長戦略のなかでその意義を発揮していく必要がある。北九州市は、都市ポテンシャル（優位性）を十分に発揮しながらアジアの中核的な産業都市として持続的な発展・成長を目指すため、2013年3月に「北九州市新成長戦略」を策定した。そのなかで「新たな技術と豊かな生活を創り出す アジアの先端産業都市」を目標に、5つの方向性とリーディングプロジェクトを示している。ここでは、その5つの方向性に沿って、都市の成長戦略における産業観光の意義や役割を考察した。



参考資料 15[須田、2009]等をもとに筆者作成

図7 産業観光の意義と推進効果

①方向性Ⅰ：地域企業が元気に活動し続ける環境整備

厳しい経済社会情勢が続くなか、地域企業存続のための環境整備は最重要な課題であり、地域企業への徹底した支援が図られている。リーディングプロジェクトは、地域企業のビジネス展開を推進する組織横断的な体制の整備、中小企業の競争力向上、地元製品・サービスの利活用の推進、地元企業の高度化・新製品開発支援、地域活性化のための人材育成の強化、及び充実した物流基盤を活用した物流振興である。

企業への支援は行政だけでなく地域や市民の課題であり、そのためには、市民と地元の企業の交流機会拡充が必要である。市民が企業活動の現場を実際に訪れることができれば効果は特に大きく、企業に親しみを感じることによって製品・サービスの利活用の推進につながる。また、消費者、利用者である市民の声を直接聴くことが商品の改善や新商品開発、企業の競争力向上につながる。

人材確保に関しても企業を公開することにより企業への関心を高めることが効果的である。小中学生の社会見学は将来の人材の育成につながり、大学生などの受け入れは直接的なリクルーティングに結びつく。地元就職を希望する学生は多く人材を求める中小企業も多いが、学生が地元企業について知る機会は少ない。インターンシップよりも気軽に、また、学生だけでなく家族も、見学者、訪問者というスタンスで企業を知る機会が増えれば、産業人材の地元定着に一定の効果が期待できる。

また、企業の公開は従業員のモチベーション向上にもつながる。働く姿を間近に見せることや、商品・サービスの価値を直接伝えることによって、従業員の自信や誇りも高まると思われる。

②方向性Ⅱ：高付加価値ものづくりクラスターの形成

環境配慮のものづくりや生産性向上、高齢化社会対応の製品づくり、次世代資源循環システム創出など北九州市の強みを生かした高付加価値の産業拠点づくりを図られている。リーディングプロジェクトは、次世代自動車産業、ロボット産業、及び環境産業の拠点づくりである。

次世代型、未来型の産業は産業観光においても“花形”である。自動車、ロボット、環境は北九州地域の産業観光の目玉であり既に国内外から多くの見学者、視察者が訪れているが、もっと多くの人を受け入れていくことによって、時代を切り拓くものづくりのまちとしての都市イメージや地域アイデンティティの醸成、さらにもものづくりクラスターの成長、創造につながっていくと考えられる。

③方向性Ⅲ：国内潜在需要に対応したサービス産業の振興

高齢化が進む大都市の先行モデルとして新たなサービス産業（商業も含む）の振興とともに、構築したビジネスモデルの国内外への展開が図られている。リーディングプロジェクトは、高齢者を中心とした健康・生活支援ビジネスの推進、にぎわいづくりによる集客交流産業の拡充、サービス産業の高付加価値化の推進、及び情報通信産業の集積である。

国の観光立国推進戦略会議は『住んでよし、訪れてよしのまちづくり』を提言し（7）、北九州市観光振興プラン（2006）も『行ってみたい、暮らしてみたいまちづくり』を基本コンセプトとしている。つまり、観光地として成長していくには市民にとっても魅力あるまちであることが必要であり、地域に根差したサービス産業の質の高さが問われている。

産業観光は産業の種類によって多様な展開が可能である。特別なものでなくても工夫次第で集客できるのが産業観光の特性である。サービス産業振興の一環として産業観光の潜在需要の喚起、受け入れ体制の整備、産業観光のビジネス化などを図っていくことが、サービス業の全般的な充実につながると期待できる。産業観光は「見る」だけでなく「学ぶ」、「体験する」の三要素を持ち、一般的な観光に比べて「文化的」「創造的」といえる。そのような産業観光の取り組みはサービス産業の質の向上につながり、とりわけ情報産業やデザイン産業への効果が期待される。

④方向性Ⅳ：グローバル需要を取り込む海外ビジネス拠点の形成

北九州市がこれまで培ってきた海外ネットワークを生かして、市内企業の海外ビジネス展開への支援が図られている。リーディングプロジェクトは、アジアに貢献する都市インフラビジネスの展開、海外工場のサポート拠点の形成、北九州発ブランドの海外ビジネス支援である。

地域企業が存続するためには海外で収益をあげることも必要という観点から多様な支援が図られているが、都市インフラや生産技術、メンテナンス技術といった北九州市の強みや北九州発ブランドの価値を理解してもらうには、まず、実際に来て見てもらうことが必要である。ウォータープラザ北九州、エコタウン、東田地区、及び技術力の高い企業群を

環境・水、技術のPR拠点としてショールーム化するとともに、海外からの来訪者の好感度や満足度を高めるような工夫が相乗効果を生むと考えられる。視察だけでなく研修で訪れる人も広義の産業観光者として位置づけ、様々な楽しみを提供することが課題である。そのような対策を通じて北九州市の国際的知名度が高まれば、市内企業の海外展開が図りやすくなり、また、海外からの来訪者の増加は、観光立国をめざす国のインバウンド戦略にも寄与する。

⑤方向性V：地域エネルギー拠点の形成

東日本大震災を境に一変したわが国のエネルギー環境のなかで、地域エネルギー拠点の形成とともに、それを活用した最先端モデルの構築が図られている。リーディングプロジェクトは、省エネルギー（ネガワット）の推進、再生可能エネルギー・基幹エネルギーの創出拠点の形成、及び安定・安価で賢いエネルギー網の構築である。

北九州市は環境・エネルギーの分野で先導的な取り組みを進め、東田地区のスマートコミュニティ実証事業は世界的にも注目されている。2013年度からは市域のみならず国際連携など広域貢献も視野に入れた地域エネルギー拠点化推進事業が響灘地区を中心に推進されている。それらの地区や施設は②④と同様に国内外からの視察者受け入れが求められるが、それだけでなく、地域エネルギーの利用者、協力者として密接に関わる市民の受け入れが重要である。視察型とともに市民型の産業観光の対象として公開していくことが、創エネ・省エネが一体となったスマートコミュニティの最先端モデル構築につながると考える。

2 産業観光の課題

北九州市の産業観光の取り組みは着実に前進しているが、以上のような産業観光の意義を踏まえた上でさらに新たな展開を図っていくことが求められている。ここでは、北九州市において今後重要と思われる産業観光の課題について、既往の事例や調査等を参考にしながら考察を行った。

①課題1：一般観光客も受け入れる機能の強化

産業観光を工場見学型、産地振興型、一般観光型、人材育成型、求人型といったタイプ別にみていくと（表7）、一般に産業観光の多くは工場見学型であり、複数のタイプに該当するものが多い。そのなかで、北九州市の産業観光は予約が必要な工場見学型に特化しており、来訪者を特定しない一般観光型の機能が弱い。

その対策として、北九州商工会議所や地元の旅行会社では、先述のようにツアー商品としてのアレンジと集客努力を行っており、その成果は徐々に現れている。加えて、今後は、ツアーに参加しなくても、いつでも気軽に訪れ、産業や企業活動にふれることができる場の創出が課題である。

2015年に誕生する㈱TOTO㈱の資料館と安川電機㈱のロボット未来館は、一般観光型

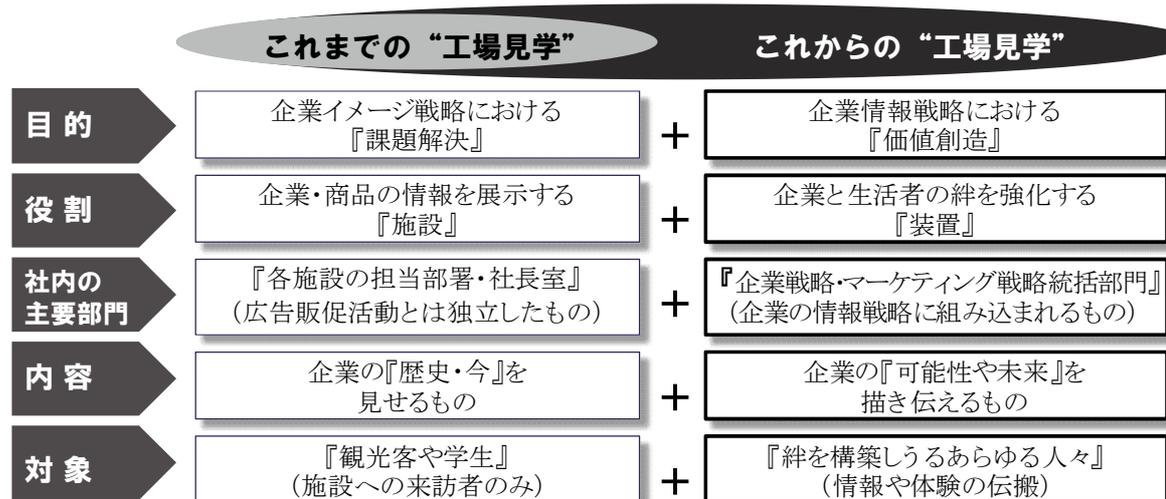
となる予定であり、北九州市の産業観光の新しい“顔”として都市イメージ向上への貢献も期待される。両社のような大がかりな取り組みは難しくても、事業戦略の一環として一般観光客も招来できるような機能を充実していく企業が増えていくことが望まれる。

これまでの工場見学は、企業の社会的責任（CSR）の一環として実施されるものが多かったが、これからの工場見学は企業情報戦略における「価値創造」を目的とするものが増えていくと思われる（図8）。北九州市においても、現状では企業の地域貢献として実施される工場見学が多いが、北九州市観光の柱として産業観光の持続を可能にするには、企業自身の発展につながるような産業観光のあり方を検討し、そのなかで、一般観光客受け入れの可能性を追求していくことが必要と考える。

表7 産業観光のタイプ

産業観光タイプ	内容
①工場見学型	<ul style="list-style-type: none"> ・研修や視察など、見学自体を目的とする来訪者を受け入れる ・取引先や顧客などへの説明の場として活用する ・自社製品をPRする場として、一般消費者の見学も受け入れる
②産地振興型	<ul style="list-style-type: none"> ・一企業にとどまらず、産地の特色や産地ブランドもPRする ・来訪者からの意見を反映した新商品開発や、来訪者の増加による地域活性化にもつながる
③一般観光型	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者を特定せずより多くの来訪者を受け入れPR対象を広げるとともに、観光ビジネスにもつなげる ・旅行会社との連携、周辺の観光施設や地元観光協会と連携等による積極的な情報発信・集客活動を行う
④人材育成型	<ul style="list-style-type: none"> ・主に小中学生を受け入れ、教育的な効果を高める ・イベント等により地域住民との相互理解・協働関係を生み出す
⑤求人型	<ul style="list-style-type: none"> ・企業への関心を高めることで、人材を確保につなげる ・大学生など、直接的なリクルーティングの対象を受け入れる

参考資料 11[中部経済産業局、2006]等をもとに筆者作成



(株)博報堂(2009)『ものづくりエンゲージメント』が拓く新しい企業コミュニケーション」

出所：参考資料 10[中部経済産業局、2006]

図8 “工場見学”の進化の方向（企業の課題）

②課題 2：ビジネスにつなげる連携の強化

産業観光推進有識者会議の調査(5)によると、「収益が見込める事業として」取り組む事業所は1割強であり、実際に「施設公開に要する諸費用以上の収入を得ている」という事業所は1割強であった。このように、産業観光をビジネスと考える企業は少なく、工場見学は無料で受け入れているところがほとんどである。また、お金がかからないことが工場見学人気の大きな理由となっている。

収益よりも社会貢献を優先しようとするCSR型の産業観光事業は極めて意義深いですが、それを持続するためには、少なくとも実施費用に見合う収入の確保が必要であり、さらに、できるだけ利益を生み出すような取り組みが課題である。

上記の調査(5)によると、「諸費用以上の収入を得ている」事業所の多くは食品・飲料・繊維等の工場であり、「自社製品の即売」「土産物、見学記念グッズ等の販売」が大きな収入源となっている。つまり、直接販売収益が得られる業種でなければ産業観光ビジネスは成り立ち難く、北九州市の産業観光の主流ともいえる素材や機械・装置などの製造業は、直接一般消費者へ届く製品がないため収益につながる取り組みは容易でないといえる。

しかし、企業単独では難しくとも、企業連携、地域連携を通じて地域全体での付加価値、事業価値を高めていくという視点が重要である。多様な業種が存在するという北九州市の産業特性は、産業観光の連携においても大きな“強み”といえる。また、観光ビジネスはリスクが大きいですが、企業連携・地域連携による役割・機能分担が上手くいけば、リスクの回避や軽減につながり、一企業ではできないチャレンジも可能になる。そのような地域連携ビジネスの視点から産業観光を含む観光戦略の構築が必要であり、そのためには、まず、産業観光協力企業の観光ビジネス意識を喚起することや、産業観光協力企業のなかで直接販売収益が得られる業種を増やしていくことが課題である。

表 8 産業観光事業の具体的展開戦略

企業単独	a) 直接販売収益が得られる業種 (飲食料品・繊維工業等)	工場見学限定商品販売、飲食提供、収益事業の拡充等
	b) 直接販売収益が得にくい業種 (上記以外の消費財工業)	商品イメージ向上、消費者ニーズ把握、有料ミュージアム等
	c) 直接販売製品を持たない業種 (重厚長大型製造業等)	企業イメージ向上、素材を使った土産品の商品化等
企業連携 地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な業種の企業間連携 ・交通、サービス等、地域の異業種間連携 → 地域全体での付加価値、事業価値が高まれば、相乗効果として来訪者が増え、地域内の好循環が生まれる 	

参考資料 12[産業観光推進有識者会議、2011]をもとに筆者作成

③課題 3：産業観光振興推進組織づくり

以上のような戦略的な企業連携、地域連携を図りながら、“ホスピタリティ”と“顧客満足”を提供していくためには、産業観光の振興に関わる幅広い主体を巻き込むことができ、また産業観光客への一元的な対応が可能な組織体制が望まれる。

現在は、北九州市、商工会議所、観光協会、西日本産業貿易コンベンション協会など主に公的なセクターによって役割・機能分担が図られているが、さらに、民間旅行会社やNPO等の市民組織も加わった組織体制づくりが必要である。

もちろん、産業観光を含む観光全体の振興が課題であり、産業観光振興のための諸機能（表8）は一般観光振興のための機能と共通するところが多く、組織も一元化が必要である。その上で、北九州市ならではの特色を打ち出せる組織となるために、産業観光を主題とした機能強化を図っていくことが望ましいと考える。

担うべき機能の多くは、実施段階では個別の企業や旅行会社、交通事業者に委ねられることになるが、それらの企業や事業者も加わって、情報、課題を共有し、協力できる組織づくりが求められている。

表9 産業観光振興推進組織の機能

<ul style="list-style-type: none"> ・産業観光の意義の啓発（対企業、市民等）、参加企業の拡大 ・参加企業の受け入れ条件の把握、データベース制作 ・産業観光素材の発掘、編集産業観光モデルコース等の設定 ・産業観光モニターツアーの実施 ・産業観光情報の発信、提供 ・旅行会社等への観光誘客プロモーション、就学旅行等の誘致 ・産業観光ガイドの育成、研修、登録、手配、派遣 ・利用者側と受け入れ企業側とのマッチング、コーディネート ・着地型旅行商品としての産業観光商品の造成、販売、旅行会社とのタイアップ ・「産業観光ツアーバス」の運行 ・周辺地域の産業観光施設等との連携 等
--

参考資料 16[日本交通公社、2007]

④課題4：産業観光ニーズの的確な把握・ニーズの創造

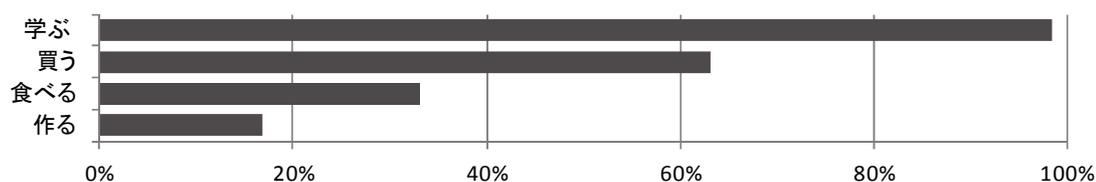
全国的にみても、産業観光のニーズに関する調査・研究は不足している。工場見学への関心は高まり情報提供も充実しているが、産業観光の定義があいまいなこともあって、ニーズや行動の実態はなかなか把握することができない。

全国産業観光推進協議会が把握している産業観光施設・事業所数の構成をみると（図9）、目的別で「学ぶ」が多いのは当然であるが、「買う」も全体の6割以上を占めている。また「学ぶ」内容としては、「いつも飲んだり食べたりしているものの製造工程」が最も多く、次いで「地域産業」「普段使っているものの製造工程」となっており、直接販売・購入しやすい製品について知ることが主流となっている。このように、買い物の楽しみが産業観光の大きな誘因となっていることがわかるが、残念ながら北九州市の産業観光にはその楽しみが欠けている。産業観光ツアー商品では門司港レトロ地区や旦過市場などと組み合わせが図られているが、さらに集客を誘発するには、産業観光の場でも買い物ニーズに応じていくことが必要である。

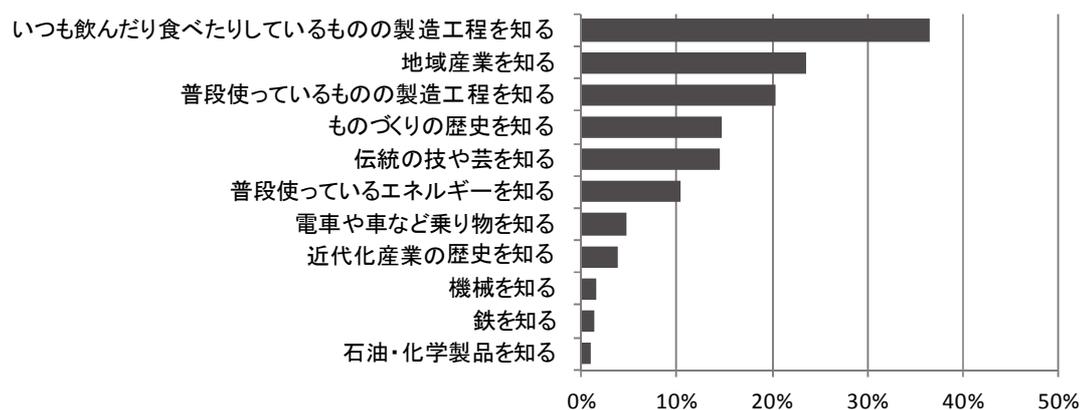
買い物のような顕在化してるニーズをマーケティングの視点から的確に把握するとともに、ビジネスにつながる潜在的なニーズの掘り起こしが必要であり、さらに新しいニーズ

の創造が必要である。北九州市の産業観光は市民によって下支えされており（表4）、今後も市民の支持をベースにした展開が必要であることから、まずは市民を対象に、北九州市の産業観光について、また産業観光全般について、潜在的なニーズを引き出すための調査が必要と考える。新しいニーズの創造については、これまで北九州市には環境視察という大きな実績があり、今後も、産業のイノベーションや海外展開といった大きな視野のもとで、北九州市ならではの産業観光ニーズの開拓、創造が課題である。

【目的】



【内容】



※：612 箇所中の比率であり、2以上の目的・内容に該当するものが多いことから、合計は100%を超える

資料：全国産業観光推進協議会「産業観光ガイド」掲載施設（2013年12月現在）

図9 目的別・内容別にみた全国の産業観光施設・事業所

⑤課題5：産業観光の拠点づくり

東田地区の産業観光の拠点化は2006年策定の北九州市観光振興プランで提起され（表2）、「博物館群」や「環境」を核にした観光客の集客スポット形成が図られてきた。2007年開設の北九州イノベーションギャラリー（産業技術保存継承センター）が産業観光の拠点施設として位置づけられている。しかし、北九州イノベーションギャラリーは、モノづくりに関わる人材・技術・産業遺産の保存・継承、人材育成、イノベーションの機会創出などを目的とする「学び」の場であり、集客拠点としては隣接するいのちのたび博物館（北九州市自然史・歴史博物館）の方がはるかに大きな役割を果たしている。産業観光の振興を図る上では、いのちのたび博物館とイノベーションギャラリーの相互連携を強化し、いの

ちのたび博物館でも産業関連の展示を行うなどの対策が必要と考える。

また、イノベーションギャラリーは、年に数回の見学ツアーを実施しており、2012年からは北九州市交通局旅行センターが主催してツアー商品化が図られている。現状では実施回数が少なく市民の認知度は低いが、通常は見学者を受け入れていない企業や市外の企業も見学できる機会も提供している。「学び」の充実に向けて、イノベーションギャラリーが企画するツアーの意義は大きく、その拡充を図ることが望ましい。

さらに、北九州市の産業全般を紹介する施設の必要性について、1965年の観光診断で指摘されたが、これまでそのような目的で整備された施設や場所はない。その意義や必要性については今日的な検討が課題であるが、設置するならば場所は都心の駅周辺が望ましい。できれば既存施設の一画を活用し、実現を図っていくことが必要と考える。

〔注〕

(5) 参考文献 12[産業観光推進有識者会議、2011]より引用した。産業観光事業に取り組んでいると考えられる全国 6,500 事業所に対するアンケート調査（有効回収数 1,810 事業所）の結果である。

IV おわりに

本研究は、産業観光は北九州市の観光における大きな柱である続けるべきという観点から、産業観光の歴史や動向等について調査し、今後の都市戦略における産業観光の意義、課題等について考察を行った。

いまや、全国の都市が産業観光に取り組みむようになり、かつては優位性が高かった北九州市の産業観光は「ライバル」の増加によって相対的な存在感が弱まっていることは否めない。しかし、「学ぶ」ことができる資源の充実度では際立っており、環境の分野での視察や修学旅行をはじめ「学ぶ」産業観光を提供することは北九州市の使命といえる。また、都市イメージをかたちづくりPRする上で、産業観光は最も効果的な手段である。そのような観点から、都市や企業の成長戦略と重ね合わせて、常に産業観光の可能性を追求していく必要がある。既に様々な取り組みが行われているが、それらの効果の現出が目立たないものであっても、着実な展開を図っていくことが必要と考える。

（都市政策研究所 教授 伊藤解子）

〔参考文献〕

- 1) 小島重治、神崎義夫、松本治彦（1965）「北九州地区観光診断報告書」、日本観光協会、福岡県観光連盟、北九州市
- 2) 北九州市（1969）「北九州観光の手引き」
- 3) 北九州市（2006）「北九州市観光振興プラン」

- 4) 北九州市 (2013) 「知的好奇心を満たす旅 北九州市 “産業観光”」
- 5) 北九州市 (2013) 「北九州市新成長戦略」
- 6) 大島治 (1997) 「北九州市における産業観光の現状と課題」、「北九州都市協会研究報告集 VOL. 7」、pp59-68
- 7) 国土交通省 (2008) 「産業観光ガイドライン」
- 8) 産業観光推進会議 (2006) 「産業観光が地域の未来を拓く～産業観光推進会議報告書 (第一次)」、社団法人日本観光協会、財団法人社会経済生産性本部
- 9) 産業観光推進懇談会 (2008) 「産業観光とまちづくり・まちづかい～産業観光推進会議報告書 (第二次)」、社団法人日本観光協会
- 10) 産業観光推進会議 (2010) 「産業観光ビジネスモデルの手法～産業観光推進会議報告書 (第三次)」、社団法人日本観光協会
- 11) 中部経済産業局 (2010) 「中部地域における産業観光インフラ整備に関する調査」
- 12) 産業観光推進有識者会議 (2011) 「地域経済波及性・持続性の高い産業観光事業の確立に向けて」社団法人日本観光協会総合研究所
- 13) 日本修学旅行協会編 (2011) 「近代の産業遺産をたずねる」、山川出版
- 14) 須田寛 (2005) 「産業観光読本」、交通新聞社
- 15) 須田寛 (2009) 「新産業観光」、交通新聞社
- 16) 羽田耕治、丁野朗 (監修) (2007) 「産業観光への取り組み」、財団法人日本交通公社