◀石灰石鉱山（宇部興産（株）伊佐セメント工場）。段差は1段で約10mもの高さがある

▼カルスト台地、秋吉台。産出される石灰石が産業の一大基盤となった

支部見聞録（中国支部）
From 山口

CSRを掲げた観光の新しい形「大人の社会派ツアー」

最近、観光の新しいジャンルとして脚光を浴びている「産業観光」。山口県の宇部・美祢・山陽小野田の3市では、「大人の社会派ツアー」と銘打ち、CSR（企業の社会的責任）に光を当てた産業観光バスツアーを監修し、人気を博している。スタートしてから10年、今では年間約2,000名が参加してリピーターも多いという、その魅力の秘密とは？

企業の現場を探訪、テーマとストーリー性のあるツアー

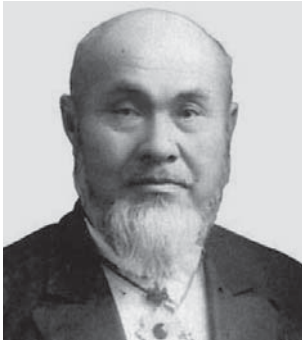
大人の社会派ツアーのウェブサイトやパンフレットを見ると、まずは訪れる場所に惹かれる。スケールの大きさに度肝を抜かれる石灰石の採掘場や、煙突やタンクがそびえ、縦横にパイプが走る工場、発電所、製鋼所などの工業関連の企業の現場から、伝統工芸のものづくりや特産の農作物、食品づくりの現場まで。視察でもなければ普通は立ち入れない現場の数々がリストアップされている。「さらに単なる工場見学ではなくテーマを決め、ストーリー性をもたせてツアーを組んでいることも、好評の理由でしょう」と、ツアーを推進する宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会の事務局次長、植杉謙治さんは言う。

例えば、「セメントの道」と題したツアーでは、この地にはなくてはならない石灰石という資源を育む土地の象徴として秋吉台を訪ね、石灰石や地質の話を聞いてから石灰石鉱山とセメントを焼成・粉砕する工場へ。さらに運搬用の巨大なダブルストレーラーが行き交う長さ約32kmの企業専用道路をツアーバスで走って、トレーラー整備場へ、といったようにセメントが作られ運ばれる道程を辿っていく。「自然エネルギーと自動車リサイクル・美祢」「山陽小野田・エネルギー産業の現状と観光への取り組み」「宇部の美食とそれを支える世界一の企業」など、現在ストーリー（ツアー）テーマは全部で21。それぞれのツアーの番号は「第○章」と表記されているが、これもストーリー性を重視している表れだ。

三市三翁、それぞれのCSRとともに歩んだ地域の特性

加えて「大人の社会派ツアー」には、他にはない大きな特長がある。それは、「CSRツーリズム」と銘打って、企業の社会貢献を意味するCSRを前面に掲げていることだ。なぜ観光ツアーにCSRなのだろうか。その理由はこのツアー誕生のいきさつに遡る。

山口県では2008年にディスティネーションキャンペーン（JR



宇部市
渡邊祐策翁
（1864〜1934）
1897年沖ノ山炭鉱（宇部興産（株）の前身）を開坑し、石炭採掘だけでなく将来を見越して関連産業を育成。教育や厚生施設の充実に尽力した。

美祢市
本間俊平翁
（1873〜1948）
請われて1902年に家族とともに秋吉に移住し、経塚山の大理石採掘所を設立。出獄者や非行少年の更生指導にあたった。

山陽小野田市
笠井順八翁
（1835〜1919）
1881年、民営としては初めての小野田セメント製造（株）（現太平洋セメント（株））を設立。銀行の開設・鉄道の開通など近代産業の礎を築いた。

協力／宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会

▲熱気あふれる工場内(共英製鋼(株))。ヘルメット着用のツアー現場も多い

▶食の生産現場探訪のツアーでは美祢の名産「美東ごぼう」を掘る体験もできる

▲船から見学するツアーもある。宇部興産専用の大橋は圧巻だ

▶窯のまちでもある小野田。昔の窯を利用した耐火煉瓦がレトロな「大窯休憩室」(松井製陶所)

グループ6社と協働して実施する大型観光キャンペーン)を行うのに先立って、各地で観光振興への取り組み強化がはかられた。「しかし、当地で全国に知られた観光地は秋吉台ぐらいしかありません。ここは瀬戸内で有数の工業地帯ですから、大学の先生や県などからの助言や支援もあって、企業を観光資源として人を呼ぼうという話になりました」。

宇部・美祢・山陽小野田の産業をどのようにして観光に活かすか協議を重ね、知恵を絞る中で浮かび上がってきたのがこの地の発展と産業との関わりだった。宇部の渡邊祐策、美祢の本間俊平、山陽小野田の笠井順八と、3市にはそれぞれ、産業を興した地域の恩人ともいえる3人の人物がいる。その産業のおかげで3市が発展したのはもちろんのこと、彼らは企業と地域の発展を不可分のものとして捉え、電気や鉄道、道路などインフラの整備や学校の設立、あるいは出獄者や非行少年の更正といった事業に奔走し、地域に多大な貢献を果たしているのだ。

地域の特性は、この3人が体現している企業のCSRによってまちが発展してきたことにある。「三市三翁」それぞれのDNAを受け継ぐまちの物語としてツアーを位置づけ、具体的な企画を練ってモニターツアーを実施したのが2007年。翌年から本格的にスタートし、今では催行日を決めての募集型ツアーと団体からの要望に応じて行う受注型ツアー合わせて年間約2,000人の参加を得るまでになっている。

産業観光エスコーターと呼ばれる案内役の存在も、ツアーのセールスポイントだ。訪問する企業のOBや業界の関係者、郷土史の研究者などから起用され、バスでの移動中も訪問する企業や産業について、産業と地域の関わりや歴史などについて話をする。「当事者しか知らない裏話や、実体験を織り交ぜた話、研究者ならではの豊富な話題が満載で好評です」。

▲普段立ち入ることができない、国登録有形文化財の迎賓館「山手倶楽部」(太平洋セメント(株))

◀国指定伝統工芸品の赤間硯や琴の製作所などを見学する匠探訪ツアーも

大人の社会派ツアーがもたらした効果と課題

モニターツアーから数えれば10年目を迎え、全国的な知名度も高まって当初1割程度だった県外からの参加者は4割にまで増えた。参加者にとっては得がたい体験をすると同時に知的好奇心が満たされ、地域にとっては経済的効果だけでなく、地域のイメージアップや地場産業のPRにつながる。また、企業にとっては自社への理解を深めてもらいPRする好機であり、同時にこのツアーに協力すること自体が地域に対するCSRになる。今も一定以上の参加人数を保っている地元3市からの参加者にとっては、地元でも案外知られていない地域の産業のありさまや歴史に触れることで、地域の素晴らしさをあらためて認識する機会になっていることも見逃せない。

今後に向けての課題としては、エスコーターの後継者の育成や、魅力ある新ルートの検討などが挙げられるという。新規の企業の開拓も重要だが、実際に操業している現場への見学受け入れは負担が大きい。企業にCSRへの意欲があってもハードルは高く、苦労しているのが実情だ。また、コースの人気にも大きな偏りがあるので、いかに参加人数の少ないコースへ誘導して底上げするかも課題だという。

「ツアーのために宿泊を検討する人がよその温泉地や観光地へ行ってしまうケースが多く、ここへ足を止めてもらう方策も考えていきたい。すでに当地に宿泊する人には助成金を出すなどもしているのですが」と植杉さん。「イメージアップやPR、地域への再認識などの効果については、かなり上がってきていると思いますが、数字としての成果もさらに出していきたいですね」。

2007年の第1回産業観光まちづくり大賞では特別賞を、2013年には銀賞を受賞した大人の社会派ツアー。さらなる成果を目指して今年も順調に6月からのツアーをスタートしている。

別冊 FROMはウェブサイトへ
eふぁみり もあわせてご覧ください!
http://jp.fujitsu.com/family/honbu/family/
eふぁみり
産業のまちだからこそ目指した「緑と花と彫刻のまち」をご紹介