

[調査報告]

## 産業観光に関する日台間の比較研究

Comparative research between Japan and Taiwan regarding industrial tourism

内山 清、竹内 紀人、潘盈仁、鄭政玲

UCHIYAMA Kiyoshi<sup>a</sup>, TAKEUCHI Norito<sup>a</sup>, PAN YING-JEN<sup>b</sup>, Mei-Ling Cheng<sup>b</sup>

a 青森中央学院大学経営法学部, b 南台科技大学

### アブストラクト

この調査報告では、産業観光に関する準備研究を踏まえて、実際の産業観光の実態を把握するために具体的な事例調査を日本と台湾で実施している。また、産業観光に関する日本と台湾では概念の相違があるため、台湾の観光工場の制度などについても検討を実施している。日本で取上げた産業観光の事例は製造業を中心にサービス業も含めて実施しており、地方圏における代表例として青森県の事例を対象とした。また、東京都の一部のサービス業種についても対象としている。全般的に、企業の地域社会に対する貢献を背景として、会社や製品の知名度の向上、イメージアップを目指しており、従業員のモチベーション向上や人手不足への対応といった考えで実施している。従来型の自社商品の現場販売や取引先向けの紹介施設としての要素は多くはなかった。一方、台湾では産業観光は製造業に限られており、製造現場と観光サービスが組み合わさった観光工場の形態で展開されている。この取り組みは政府や地方自治体の観光振興方針を受けて各種の支援補助金が提供され、規制緩和や各種の便宜・能力向上の機会が提供されている実態が整理されている。従って、観光工場に認定されると様々な特権を享受でき、企業ないし経営者にとっての名誉となる優秀な企業として社会的に認定されることにより、中堅企業などの体質改善などに寄与する産業振興政策としての側面もあることが明らかとなった。

### 第1章 青森県などにおける産業観光

ここでは、青森県を中心とした産業観光の実施事例について紹介する。前年度の産業観光に関する概念整理を踏まえて、出来るだけ様々な種類の産業観光の事例を選択したが、調査効率の観点などから対象エリアを主として青森県内に絞り込んだため、一部の類型が欠落することになった。これらは今後の調査研究で補足していく予定であり、今回は青森県内の製造業を中心とした産業観光の事例を検討することにした。また、全国各地で共通的に見られる飲食関係やメディア関係の事例も対象とし、首都圏などの大都市地域で実施されている産業観光事例も若干程度補足することにした。

## (1) ブナコ株式会社

ブナコ株式会社はブナ材を利用した木工制作会社であり、それまで利用価値のない「ぶな」に利用価値をみだし、新たな工芸製品を生産している。水分を抜いたブナ材をテープ状にコイルのようよう巻いて円状平板にして、それを押し出して立体化、変形させる。ブナコ製品としては、インテリア、スピーカー、ランプ、テッシュボックスが作られており、海外の展示会に出品して多くのデザイン賞を受賞している。生産施設は小学校の廃校を活用しており、自由に無料の見学コースが設けられている。また、一度に30人ぐらいが利用できる体験コースもあり、製品の展示販売所や週末にはレストランも営業している。経営者はモノづくりの良さを知ってもらい、買ってもらう方針という。

この事例では、自社の事業構造の中に産業観光の要素を巧みに取り入れている印象が強く感じられる。経営者自身が「自分たちの仕事を観光化することで価値がでる」と認識しており、単純に工芸事業を展開していこうという姿勢ではない。事業価値を高めるため、国内外の展示会に積極的に出品すると共に、工場においては産業観光による情報発信、新規顧客開拓などに注力している。地域行政とも連携して体験プログラムを実践しているが、廃校舎を活用した施設容量では不足している。旅行代理店との連携も拡充されている段階であり、製品のデザイン力や高品質の個性的な商品は競争力が高く、良好なブランド形成が進むと見込まれ、産業観光もこの動きに連動していきそうである。



図 1-1～1-4 廃校利用した工場、校内廊下、体験コーナー、製品展示販売所  
出所：ブナコ株式会社資料

## (2) JA アオレン（青森県農村工業農業協同組合連合会）

A アオレンは、国内最大級のリンゴジュースの生産組織である。1日当たりで25,000瓶と120,000缶を生産している。リンゴ以外にも桃や、ブドウなどのフルーツや人参、トマト、ピーマンなども加工している。そしてその品質は国際味覚審査機構で三つ星を獲得し、モンドセレクションで金賞の栄誉を受けている。工場は厳しい安全性管理を徹底し、出入り口のインターロック（遺物混入防止）やエアシャワーなどを整備し、果汁の充填施設は特に安全性を高めている。生産段階ではロットごとのトレサビリティ管理が整備され、工場内だけでなく、工場から各農協まで遡れる仕組みとなっている。見学コースは平成23年に開設され、見学通路の窓から生産活動が眺められる仕組みである。機械化・無人化が進んでおり、生産ラインには数人のオペレーターが働いているだけである。通路の

要所ごとに説明があり、ガイドが親切にわかりやすく解説してくれる。見学者は主に地域社会の小学生で社会科の工場見学できており、積極的に社会貢献を果たしていく方針であるという。なお、見学の終わりに工場で生産しているジュースの飲み比べができる。ストレート絞りし・濃縮絞り・密閉絞りの3種で、違う味わいを体験できる。地域を代表する組合が地域に貢献していく姿は自然な活動とみることができる。

この事例では、地域に設立した共同組合がその生産活動を地域社会に公開することで、小中学生の社会科学習の教材となると共に、地域の人々からも信頼を得る効果的な機会となっている。また、高品質な製品が衛生的かつ安全に生産されているという情報を実践的に発信できる機会となっている。さらに、従業員のモラル向上や地域社会との一体感を培うことなどにも繋がると考えられる。



図 2-1～2-3 施設外観、説明箇所、販売商品 出所 J Aアオレン資料

### (3) 東奥日報社

東奥日報は明治21年に創刊された地方紙で、青森県内で55%の市場占有率を有し、幅広い県民に読まれている。最新技術にも積極的に複数のサーバーシステムが統合されたシステム運営を実施し、見開きの超ワイド印刷ができる技術で、世界から地域情報まで報道している。そこで、新聞の活用の輪を広げていくため、NIE (Newspaper in Education) と NIB (Newspaper in Business) に注力している。本社ビル内に見学コースを設けて、記事づくり→紙面づくり→印刷→分別配送までの流れを見学できる仕組みを設けている。小中高生は60分で、大人は50分で見学できる。全体説明を受けた後に、展示物の解説や輪転機、発送システムの稼働を見ることができる。NIEの取り組みは全国47都道府県に広がっており、青森県では8校が実践指定校となっている。大人の参加は約1割程度であるが、地域の団体が活用している。

この事例は、サービス業である地方新聞社が職場見学のプログラムを実施しているものである。教育活動の中で新聞を活用してもらおう運動(NIE)にしており、小学生から高校生までが主なる対象であるが、大人にも見学コースは開放されている。活字離れが叫ばれる中で、新聞社が自ら将来の読者を開拓していくという意味からも、このような産業観光に取り組む意義は高いといえる。また、NIE活動は全国各地の新聞社で展開されているといい、観光的な側面だけでなく、教育的な観点からも価値が高いといえる。

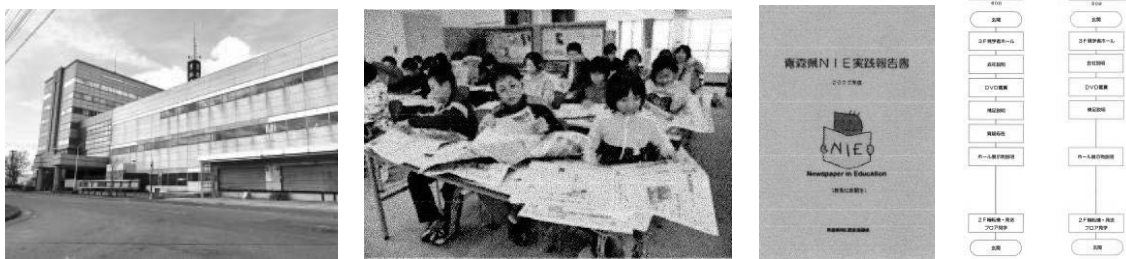


図 3-1 ～ 3-4 社屋外観、小学生見学、参加グループ報告書、見学コースの概要



図 3-5 ～ 3-7 印刷機 デスク業務 記者取材

出所：東奥日報社資料

#### (4) 株式会社 ハチカン

ハチカンは、2004年にグローバル企業の日水グループと合弁して新会社を設立して、生産品の全てを日水に納品する生産会社となった。八戸市内の工業団地に立地して、生産性の高い工場を建設している。また、食品を $-50^{\circ}\text{C}$ で凍結させる高価な精密機械や冷凍食品化するために中心温度 $-18^{\circ}\text{C}$ で20分～1時間の時間を掛けて凍結させる設備を配置している。製品はグラタンなどの冷凍食品や海産物の瓶詰・缶詰類、焼きおにぎり等であり、1日当たりで約100tも生産している。高品質で美味しい製品を目指しており、食の安全・安心が一番という。そのために世界規格であるHACCPに対応し、水を3段階浄化し、入室時にはエアウォッシャーを掛けている。また、省エネ・環境配慮型の工場で、廃油リサイクルも実施している。このような近代的な工場は建設計画段階から見学プログラムを予定しており、建屋に100mを超える見学通路を設計していた。通路側から窓越しに生産ラインが見える状況であったが、新生産品目のための大型機械導入で視野が一部塞がれたために、別途映像設備を整備して稼働状況を見られるようにしている。見学者は青森県や岩手県内の学校関係が多く、地域の町内会での参加もあり、会社では親子見学会も実施している。参加団体などからは感謝の言葉が寄せられているという。この見学を通じて会社の知名度を高めると共に、近代的な食品工場のイメージ向上に繋がたいと考えているという。

この事例では、大手食品会社との合弁で新会社を設立し、近代的な大規模食品工場を建

設する際に、産業観光（工場見学）を前提に新設工場を設計・整備している。見学者にとって施設内の移動や通路側の窓から生産現場（機械&作業）を覗ける構造など、見学に効果的な施設となっている。地域社会の中でこれまでの食品加工業のイメージを変革する新工場であり、新会社の知名度を高めると共に、地域社会への貢献、従業員のモラル向上、人材確保対策と多面的な目的を持っており、地域社会に開かれた製造業の姿を提示しているといえる。これまで、大手企業によるアドバルーン的な広報戦略としての要素が強かった産業観光であるが、今後は地方圏の中堅企業においても求められる機能のひとつになっていくと考えられる。



図 4-1 ～ 4-3 生産ライン 施設外観 冷凍機 出所：ハチカン資料

#### (5) 八食センター

八食センターは昭和 55 年に郊外型食品市場として開業した。鮮魚や乾物珍味などの水産品と青果、精肉、菓子、一般食品、雑貨、飲食、などを広い店舗内に集積して全国的にも話題を集めた。施設周辺には様々なイベントが開催できるほどの巨大な駐車場が整備され、新幹線八戸東口からはバス運行されるなど、遠方からの訪問者や近隣の人々のリピート来訪が続いている。昭和 60 年には年間来店者数が 100 万人を超え、観光バスの人気ルートに加えられた。その後も年間来店者数は着実に増加して、平成 9 年には 250 万人に達している。また、同地区内に大型ホームセンターや書店、貸農園が開設されている。店舗構成は鮮魚が 14 店、乾物珍味が 15 店、菓子が 13 店、精肉・総菜が 3 店、一般食品（含む酒）が 5 店、一般雑貨等が 6 店、飲食が 7 店となっている。

この事例では、市場やフードコートが観光施設的に運営されているものである。鮮魚や食品加工品、酒類、お菓子、一般雑貨など数多くの出店者が集い、独特の雰囲気醸成しており、市場を見回るだけで楽しく買い物ができる。また、各所にフードスポットが配置されており、食事目当ての観光客がかなりの比率で来場している。郊外立地型の施設ではあるが、バス路線や大規模駐車場も整備されて足回りは良く、八戸市の有力な観光スポットとなっている。市場を楽しくさせる工夫が満載であり、全国的に話題を集めたが、近年では施設の老朽化も出始めている。市場で買った食材をその場で焼いて食べられる七厘村が人気となっている。



図 5-1 ～ 5-3 施設外観 施設内店舗 七厘村 BBQ 出所：八食センター資料

## (6) 桃川株式会社

桃川の発祥は江戸時代で、本格的に酒造りを開始したのは、明治 22 年という。奥入瀬川（地元での通称は百石川）の川沿いに立地している。品質第一をモットーとしており、良い酒造りには人・水・米が不可欠という。「お酒を飲んだ翌朝の気持ちいい目覚め（いい酒は朝が知っている）」を品質方針とし、全国鑑評会をはじめ各種のコンクールで受賞している。蔵人は南部杜氏で多くが一級酒造技術士の資格を持ち、水は酒造りに適した軟水系の奥入瀬川水系の伏流水を利用し、米は青森県産の酒造好適米を使用しているという。製品は普通酒と吟醸酒、大吟醸酒を生産しており、夫々の生産工程が微妙に相違しており、対応した施設構成となっている。生産量は 7000 石で年間 70 万本であり、これは全国で 45 ～ 46 位で青森県の 1 位となっている。輸出も増加しているという。見学コースが整備されており、600 ～ 700 k g の大杉玉（新種完成の印）の見学をスタートとして、お酒の生産工程を追って見学していく流れで、お酒の充填・発送施設を見て終了となる。その後はこの蔵のお酒の試飲と展示販売である。見学にはベテランガイドが付いて、分かり易く克つ詳しく説明してくれる。観光バスの駐車スペースもあり、小中学生の社会見学も受け入れているという。

この事例は、多くの人に人気な酒蔵見学の代表的なものといえる。酒造業界では生産工程を見学させるケースが多いが、この会社では見学者を意識した見学スポットの整備や充実した案内・説明版等が配置されている。また、酒造りを熟知した年配の案内ガイドによって、楽しみながら酒造りの知識を知れる見学プログラムとなっている。顧客開拓に資する側面から、自社の酒造りを実際に見てもらい、試飲して頂き、購買してもらおう典型的なスタイルである。観光バスの駐車スペースもあり、小中学生の社会見学の場としても生かされている。



図 6-1 ～ 6-4 施設見取り図 施設外観 試飲風景 充填・包装施設 出所：桃川資料

#### (7) 津軽金山焼

津軽金山焼は 300 年分の良質な粘土が採れる場所に立地している。窯焼きは 1,360℃の上り窯で年間約 50 回も実施している。窯は複数あって作品セットと窯焼きのサイクルを 5 日間隔で実施している。まきで焼くため良質な作品ができやすい。見学者は年間 30 万人ほど来訪しており、外国人の観光客（クルーズ船客中心）も多く、年間 1,000 人程度は訪れている。子供向けの陶器製玩具などもあって人気となっている。施設内の展示館（販売施設）は広く、様々な陶器を楽しみながら購入できる。また、レストランでは金山焼き食器を利用した食事ができる。（冬季間は休業）見学者を対象とした体験メニューは、持ち帰りが困難で壊れやすいため実施していない。フィリッピンやスウェーデン、ポーランド、エストニアなどからの研修生を受け入れている。今後も海外との連携には注力する方針という。

この事例では、陶器づくり現場を有力な販売・PR 手段として活用している。この窯元では窯出し回数が通常を大きく上回っており、陶器祭なども開催されており、観光客の来訪が多い。陶器の遊具を設けるなど子供からインバウンド客まで幅広い客層に対応した施設である。また、陶器販売のスペースをしっかりと確保すると共に、レストランも営業しており、生産・販売・観光が重層的に構築されている。また、海外の陶芸家や研修生などを受入れる仕組みもあって、ビジネスのグローバル化の姿が見えている。



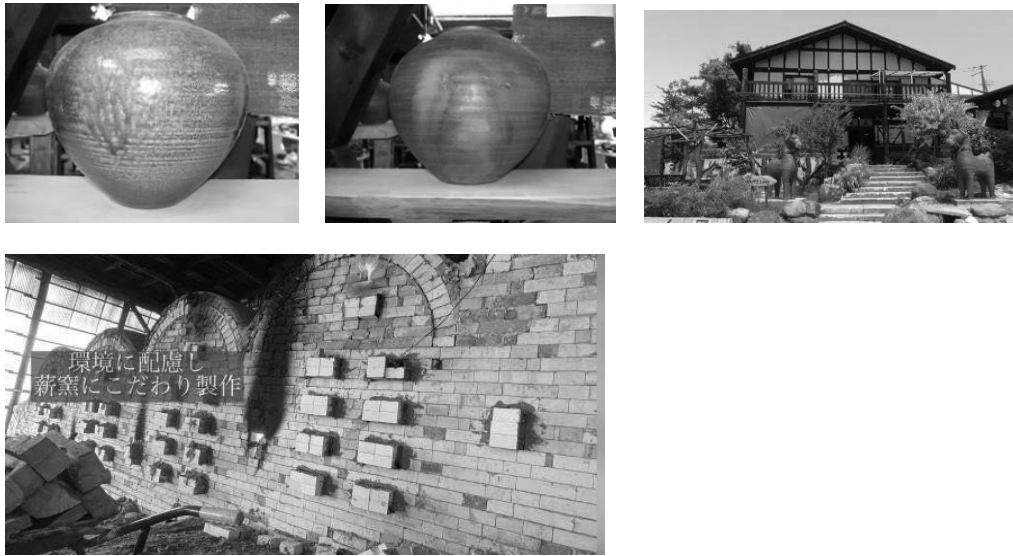


図 7-1 ～ 7-4 金山焼作品 展示館 登り窯 出所：津軽金山焼資料

#### (8) 北洋硝子

北洋硝子は 1949 年に漁業用の浮き球製造からスタートした。浮き球がプラスチック製に代替されていく中で、花器生産に移行して行き、独自に色ガラスなどの原料調合や宙吹きなどの技術蓄積の努力が認められ工芸品としての「津軽びいどろ」が誕生した。現在は、日本を代表するハンドメイド硝子として評価されている。色ガラスは定番品だけで 100 色以上となり、ブルーだけで 10 種以上となる。工場を中心炉は 24 時間・365 日稼働しており、止めることができない。1 本 300 kg の硝子を溶かす壺が 9 個と小壺 3 本を 1,500℃ で炊いており、1 日で 3,000 個の製品を生み出している。硝子を吹く技術の習得には 15 年がかかるといわれ、花瓶は難しく 20 年の経験が必要とされる。この工場には青森県伝統工芸士が複数名在籍している。労働者の年齢構成は比較的若く、津軽びいどろに魅せられた若者が技術の研鑽に励んでいる。工場見学のルートは狭く、熱く、エネルギーに製作しており、そのパワーを間近で感じられる、出来上がった製品の価値が分かる。

この事例は、かなりマニアックな工場見学コースであるといえる。施設の外観とはことなり、工場内には見せ場が多い。比較的高め室温の中で、特殊な機械に囲まれた数多くの職人が比較的狭い空間で集密に働き、目の前で多様な硝子製品が生まれていくシーンは圧巻である。施設構造的に多人数の見学者を想定できない見学プログラムであり、見ごたえはあるが、産業観光の観点からは多少残念な面もある。躍動している生産現場の映像が販売現場でも視聴できればと思わずにはいられない。





図 8-1 ～ 8-2 中心炉周辺 工場外観 出所：北洋硝子資料

### (9) ホタテ広場

このホタテ広場は、ホタテのPR施設であり、生きているホタテ、ホタテの加工品を中心に地場産品などを販売している。2階スペースではホタテ養殖に関する解説パネルや関連機材が展示されている。また、子供向けの遊具やグラウンド、海辺の砂浜などが整備され、名物の「ホタテ御膳」を食べさせてくれるレストランも隣接している。ホタテ好きの聖地ともいえる目的をホタテに絞り込んだ施設である。なお、近くには水族館も立地している関係もあって、休日にはこのホタテ広場に多くの人々が来訪している。



図 9-1 ～ 9-4 施設外観 店舗内 ホタテ料理 焼きホタテ 出所：はたて広場資料

## (10) フジテレビ

この事例は、全国のキーテレビ局が実施している TV 局見学プログラムである。NHK や各民放 TV 局は同様な産業観光を実施しているが、フジテレビは都内観光地のお台場に立地しており、注目される球体展望台を含む社屋の形状だけで観光資源になるスポットである。実際に展望台内部からのパノラマビューは秀逸で、TV 局の枠を超えた見どころとなっている。また、社屋には TV 局の人気番組のキャラクターショップが設けられ、ファミリー層の人気となっている。常設展示と共に、頻繁に様々なイベントを展開しており、テレビ局の番組宣伝的な側面も見えている。レストランには番組関連の食べ物も準備しており、社屋の各所に関連コーナーが設けられている。NHK から始まった TV 局見学のスタイルは、各民間放送局に伝播されており、地方の放送局においても見学ツアーを実施している局が多く、放送各社の社会貢献の姿勢が表れている。



図 10-1 ～ 10-3 施設外観 展望台からの眺望 キャラクターショップ 出所：フジ TV 資料

## (11) 東京証券取引所

この東京証券取引所の事例は、世界レベルの証券取引を行っている施設の見学プログラムである。既に、実際の取引自体は電子化されており、各証券会社の社員が立会場に入る姿はないが、施設内に掲示された昔の写真から、当時の雰囲気が想像できる。現在は、大型パネル等で取引状況が示されるシステムになっているが、1日に数兆円の取引が日常的に行われている経済の中心地のひとつである。見学プログラムは施設見学だけでなく、株式取引や投資の仕組みなども分かり易く紹介しており、大人を含めて教育的な価値が高いと思われる。



図 11-1 ～ 11-3 施設外観 取引パネル 投資体験ブース 出所：東京証券取引所資料

## (12) 東京都中央卸市場（豊洲市場）

この事例は、築地から豊洲への市場移転で話題を集めた巨大な豊洲市場の産業観光である。市場の競りを見学するためには早朝 5 時には訪れないといけないが、関連の諸施設は夕方まで見学できる。見学コースは設定されているが、施設が巨大すぎて全体を見て回るのが困難な程度である。施設内には海産物の加工品専門店や様々な飲食店が出店しており、場所柄で寿司や鮮魚関係のお店が数多い。また、市場の PR 施設も設置されており、昔からの市場発展の歴史が紹介され、全国の市場情報なども提供されている。



図 12-1 ～ 12-4 施設外観 競り場 PR 施設 食事処 出所：東京中央卸市場資料

## (13) 両国の相撲茶屋

両国には国技館があり、伝統的スポーツである相撲の聖地である。両国エリアやその周辺地域には多くの相撲部屋が居を構え、両国駅の周辺地区には力士の食事である「ちゃんこ料理」を食べることができる茶屋が数多く店を開いている。普通のレストランとは雰囲気の違い、栄養豊富で旨い力士の食事を体験できる。近くには相撲博物館や刀剣博物館、東京江戸博物館などの専門博物館も立地しており、古き時代の香りを味わうことができる。



図 13-1 ～ 13-3 ちゃんこ大内 ちゃんこ料理 ちゃんこ霧島 出所：各店舗のHP

## 第2章 台湾の「観光工場」

青森中央学院大学と南台科技大学では、日台の「産業観光」に関する共同研究を実施しているが、このレポートは台湾における産業観光に相当する概念である「観光工場」の視察結果の概要を取りまとめたものである。

筆者らは、2023年11月6日から9日まで正味4日間にわたり、台湾の南部・中部の「観光工場」を視察する機会を得た。「観光工場」とは工場の一部を開放し、見学や体験活動を提供するなどして、工場を観光スポット化したものである。ここではその概要を記す。

### (1) 宏裕行花枝丸館（イカボール加工品観光工場・高雄市・写真 1-1 ～ 1-4）

最初に訪れたのは高雄市最大の漁港である前鎮漁港の近くにある、「ホン・ユースン・ファジーワン・レストラン」である。ここは、イカボールを始め、水産加工品の「生産見学」、「親子加工体験」「海鮮冷凍・加工品市場」「海鮮デリカテッセン」などが融合した、海のイメージのテーマパークである。

1,000平方メートル以上の敷地に、台湾経済部に「観光工場」として認可され、補助金を得て建築された建物があり、ドアを一步入ると、原料となる当地名産の巨大イカのオブジェや創業者のイカおじさんのキャラクターなどがあり、海の世界を感じながら学びと買い物を楽しめることができる。

館内では、砂浜に打ち寄せる波をプロジェクションマッピングで見せるなど、演出にICT技術がふんだんに使われていたのも特徴的であった。



写真 1-1 天井の巨大なイカのオブジェは、下の鏡に映され、海の底をイメージする演出となっている。



写真 1-2 魚介類・お土産売場



写真 1-3 深海漢堡 (OCEAN BURGER) メニュー



写真 1-4 バーガーショップ試食：味は素晴らしい。

ひとつおり地元の海の豊かさを見学して1階に戻ってくると、冷凍食品や各種加工土産品を買い物できるような造りになっている。またデリカ「深海バーガー」では、各種練り物のフライや、バーガー、麺類、海鮮スープなどを堪能することができる。

## (2) 得意中華台湾滷味博物館 (煮込み食品博物館・高雄市・写真 2-1 ~ 2-4)

高雄市で次に訪れたのは、伝統的なお惣菜の煮込み工場である。道端の屋台からスタートした得意中華食品は世界への輸出を目的として煮込み食品認定工場に移行、台湾南部の農水産物を加工し、観光工場の運営拡大を組み合わせている。生業的な要素の強い小さな食品加工事業が、国から補助を得て観光客誘致に資する立派な企業に成長してきた歴史が、工場見学の最初にビデオで紹介されるスタイルは、先のイカボール工場でも見られたシーンである。

視察当日は、軽度の障害をお持ちの方々の団体が同工場を訪れており、一緒に工場の説明ビデオを見た後で、食品を買い求める場面も観察することができた。とてつもなく広い売り場というわけではないが、肩からスピーカーセットを掛けた店員が、明るくユーモラスに製品を説明していくので、買い求めやすい価格と相まって、商品は次々と籠に放り込まれていくシステムである。この工場直販システムは、人手がかかっているが、なかなかパワフルだ。1階フロアには、製造過程をガラス越しに見ることができる通路や、製品

の品質や環境対応等について表彰された数々の楯などを飾っているコーナーがある。2階には、麺類などの軽食を食べられる場所が、レトロな小学校の教室の雰囲気再現されていた。また、外に出ると、フードロス対策の一環として、いわゆる「子ども食堂」に配送するための商品段ボールが山積みになっているなど、社会問題への対応にも熱心であることがうかがわれた。



写真 2-1 本社工場正面。左側に団体客用の来社記念撮影台が見える。



写真 2-2 商品陳列・販売コーナーにて、陳秀卿 CEO（右）とご挨拶。



写真 2-3 商品陳列・販売コーナーにて、個人観光客カップルに、店員がアプローチ。



写真 2-4 メインキャラクター、「いたづらな鉄の卵」。うずらの卵を黒くなるまで煮込む看板商品。農産品だけでなく、魚を骨ごと柔らかく煮込んだ商品もある。

### (3) 拆車夢工場（自動車解体・リサイクルの観光工場・台南市・写真 3-1 ～ 3-8）

初日の午後は、台南市に戻り、自動車スクラップ工場を訪れた。今回の一連の視察の中でも、かなり斬新な観光工場であった。

「ゼロゼロ自動車解体夢工場」はリサイクルのテーマパーク的な観光工場である。メタリックな SF 時代で、遊び、学び、体験できる場所となっている。視察当日は閉館日だったので、来客の状況を知ることはできなかったが、そのコンセプトと充実した展示を存分に味わうことができた。

メタリックなデザインのエントランスを抜けると、通路には自動車の解体部品を材料に作られた家具、調度品、各種オブジェが、あちこちに展示されており、基本的にすべて触



写真 3-1 「ゼロゼロ自動車解体夢工場」外観もリサイクルアピール。レストランの看板も見える。



写真 3-2 閉館日なので裏口から入館。ここを見れば、スクラップ工場であることがわかる。



写真 3-3 エントランス。コースごとの体験料金が明示されている受付台。



写真 3-4 「ようこそ、分解物の惑星へ」の案内板があり、写真は車を分解した部品で作った操舵室。

れながら「造る技術」と「リサイクルの可能性」を感じることができる。リサイクル・パーツで作られた世界地図には、主要国や台湾の自動車に関するリサイクル・データが揭示され、今後の目標に向けたメッセージが届けられている。金属の羽のフォトスポットやレトロと未来が融合したような乗り物の模型なども展示され、遊び心が刺激される場所である。リサイクルされた調度品などの販売コーナーもある。また、リサイクル工場とは思えないおしゃれなスタンドグラスがあしらわれた空間で食事を堪能できるバー・レストランも併設され、家族連れでもデートでも楽しい時間が過ごせそうである。



写真 3-5 「船長の機械式義手」



写真 3-6 スクラップの世界地図





写真 3-7 併設のバー・レストラン



写真 3-8 金属部品の羽、映えスポット

#### (4) 萬國通路創意觀光工廠 (エミネント・スーツケース観光工場・台南市・写真 4-1 ~ 4-8)

国際旅行かばん、バッグ、レジャー製品の業界最大の専門デザイン、製造、販売会社である。企業運営本部と生産拠点、そして観光施設が総面積約 10 ヘクタールの中に配置され、研究開発、生産、配送、顧客サービス、観光、物流管理まですべてが統合されている。今回の訪問先の中では、ブランド力や、チャネル力、そして絶妙な職人技で最も著名な世界的企業である。

瀟洒な外観の工場に一步足を踏み入れると、素材の変遷から、工程、徹底した検査システム、世界への供給ネットワークなどを大ホールでの説明ビデオや ICT を駆使した展示で、正しく「伝える」導線が、しっかりと形作られている。また、子どもから大人までの DIY 対応もしており、エミネントのブランドを十分に理解してもらったうえで、最後には、大手百貨店のバッグ売り場を雰囲気はそのままに、とてつもなく広くしたようなショッフロアで、直接バッグ類を購入してもらうシステムが出来上がっている。

決して安価なスーツケース類ではないが、世界の超一流ブランド製品そのものなので、通常の小売店で同じものを購入するよりは当然に割安な買い物となる。なかなか魅力的な観光工場であった。会議室として使用するという豪華船を敷地内の池に浮かべ、別棟でご当地コーヒーを提供するカフェがあるなど、観光向けの雰囲気づくりや時間消費への配慮も十分である。



写真 4-1 スーツケースの品質を象徴するような、宇宙志向のキャラクターや飾り付けがなされている。



写真 4-2 シアターにて、CEO 謝明振 氏



写真 4-3 世界中のスーツケース・ブランドにOEM供給を行っている。



写真 4-4 DIY コーナー。自分だけのスーツケースから、生徒向けの小物クラフトまで、多様なメニュー。



写真 4-5 販売フロア



写真 4-6 カフェ



写真 4-7 敷地には広大な池もある。



写真 4-8 建物正面入り口。右側に大きなスーツケースのオブジェ。

(5). 奇美食品幸福工場（総合食品加工会社の観光工場・台南市・写真 5-1 ～ 5-8）

奇美（チーメイ）食品は、半世紀近くに渡って地元食材を用いた加工食品の製造を続けてきたが、幸せの定義をより具体化するため、2016年に現在の「奇美食品幸福工場」を建設した。同観光工場では、原材料の調達から、製品の美味しさまでを、マルチメディアを駆使した楽しい展示で紹介し、親子で楽しめるDIY体験コーナー、充実したイートインスペース、販売コーナーなどを備えている。

訪問した際にも、近隣からの小学生の見学や、大人の観光客の方々が館内は賑やかであった。イートインスペースでは、1,000円程度の食べ放題システムで、多種多様なチーメイブランドの製品を試食している観光客が多数みられた。

創業以来築き上げてきた絶対的なブランドイメージを今もなお磨き続け、海外の親しみやすいキャラクターと頻繁に提携することも躊躇なく行い、見せて、触れさせて、食べさ



写真 5-1 食品工場入口付近にて、中央が CEO 宋光夫氏



写真 5-2 熊本の小麦粉を使った「くまモンのチヂミ」やディズニーなどコラボ商品が多い。



写真 5-3 子供たちの見学も、1組だけではない。



写真 5-4 安価な食べ放題のイートインは大盛況。

せて、これまで以上にファンを増やしていく、食品業界としては王道の観光工場であることを感じさせられた。



写真 5-5 クッキーづくりのDIY 個人客。



写真 5-6 CHIMEI 定番のパイナップル・ケーキ。



写真 5-7 売場の加工食品陳列棚。



写真 5-8 展示の閲覧中に、画面とやり取りをする  
と、筆者のメールに記念写真が届いた。

#### (6) 台湾美研院 - 化粧品観光工場 (台湾芸術学院・台南市・写真 6-1 ~ 6-8)

台湾美容研究所は、ルージュの販売から小さな工場の開設に至るまで、世界の主要美容ブランドをサポートし続けており、化粧品製造工場としては台湾初の独立した検査研究所を設立した。台湾美容研究所は台湾で初めて米国に輸出することに成功した、化粧品の設計・加工・製造工場である。自社ブランドは GMG (Get Me Gorgeous) で展開している。館内に入ると、まず、どのように世界の主要ブランド (ロレアル、コーセー、LVMH、等) のベストセラー化粧品を立ち上げていったのかを説明するコーナーがある。次にファッション創造回廊では、独自のパウダープレス技術を用いた著名人の絵が飾ってある。さらに、色鮮やかなパウダーの展示が続き、女優気分を味わえるスタジオがいくつも並んでいる。機械や金型など製造に関する知識を得たら、美を体験し、学ぶためのワークショップスペースも確保されている。ちなみに製造技術の展示では、デジタル写真をもとに世界で一つしかないレーザー彫刻パウダーケーキを作ってくれるコーナーもある。

台湾美容研究所へは、共同研究の相手先である、南台科技大学の潘先生が指導するレジャー学科の男女学生約 40 名と同行したが、スタイルスタジオと呼ばれる、GMG ブランドの化粧品売り場では、女子学生が店員と様々な相談をしながら、化粧品を購入する姿が目立っていた。この日の私たちの訪問で、日本円にして 20 万円程度の売り上げがあったと聞く。



写真 6-1 台湾美研院 正面入り口。



写真 6-2 パウダープレスで描いた「マライア・キャリー」。



写真 6-3 鮮やかなパウダーパレットの展示。



写真 6-4 ささまざまな「からくり化粧品ケース」も見ていて楽しい。



写真 6-5 レーザー加工による、世界で一つのパウダーケーキ。



写真 6-6 スタジオのひとつ。女優・男優になれる。



写真 6-7 総経理・沈詠盛氏(右)と記念品交換。



写真 6-8 高級ブランド化粧品が、名前が違うだけで約1/3の価格。女子大生にも大人気。

(7) 新百祿鳥の巣観光工場（ツバメの巣観光工場・台南市・写真 7-1 ～ 7-6）

同社は 1982 年に健康食品の包装、OEM、生産を主な事業として設立され、徐々に業界の主導的地位を獲得してきた。日本への医療訪問中に、創設者は「薬は患者のためにあり、食べ物は人間の栄養の源である」という言葉にインスピレーションを受けたという。

健康概念が向上し、食品の安全性が重視されるようになってきたことから、新百祿のツバメの巣ブランドを出発点として健康文化を促進し、最高の品質を提供できるように誠実さを旨とする健康食品製造事業者である。

同工場では、応接室で事業概要のビデオを視聴した後に、DIY ルームで、ツバメの巣の不純物を取り除く作業を実体験した。それを溶液に浸した瓶には、番号が振られてあり、帰りまでに加熱処理を行った「ツバメの巣の溶液」が出来上がり、お土産としていただいた。

マレーシアに設置されているというツバメのコンクリートマンションのつくりや、ひなを育て終わってから用済みになった巣を採取する様子、色味や品質の見分け方など、展示の丁寧さはこれまで紹介してきた各工場と同様に、流れるように進んでいく。

現物の機械、用具類の展示と、ビデオを用いたわかりやすい説明が相まって、ツバメの巣のみならず、同社の健康食品に対する姿勢や、品質管理について、十分な信頼感が醸成された状態で、最後の販売コーナーにたどり着くシステムが出来上がっている。



写真 7-1 新百祿ツバメの巣観光工場 正面。



写真 7-2 応接室での事業説明。画面は子供たちの集団学習の様子。



写真 7-3 ツバメの巣溶液DIY体験。



写真 7-4 古い製造機械類の展示。



同社の製品は、一般食品とは違い、比較的高価なものが多いとみられるが、だからこそ、品質への信頼感をしっかりと醸成したうえで、直接購入させるスタイルは効果的であると感じた。



写真 7-5 ツバメのマンション内部の様子。ツバメの巣採取の状況を人形で再現。



写真 7-6 ツバメの巣の見分け方。清潔、大小、形状の違うサンプル。

#### (8) その他の視察先

今回の視察では、ここまで紹介した観光工場のほかにもいくつかの施設を訪れた。

高雄市の「航空教育展示館」は、空軍の貴重な軍用機、ミサイル兵器、航空宇宙の知識を展示しており、中国、アメリカ、旧ソ連の戦闘機を見ることができる世界唯一の展示館である。観光工場ではないが、牛肉麵物語館、軍村文化センターが併設され、航空宇宙・軍村文化創造体験なども準備されている、産業観光施設である。



写真 8-1 「航空教育展示館」の内部。

台南市の「家具産業博物館」は、台湾の木工家具産業や台南の歴史と文化を理解するのに興味深い展示がなされている観光工場である。同館では、10年以上にわたり、さまざまな木工技術の研修コースを提供し、伝統的な工芸技術の研究と普及を図るなど、教育的機能も備えている。



写真 8-2 「家具産業博物館」で修行中の香港からの留学生。

最終日には、台南市から台中市に北上しながら、南投県にある伝統文化関連の2施設を訪問した。「水里蛇窯陶芸文化園」は1927年に建立された歴史ある陶芸施設で、現存する台湾最古の蛇窯である。蛇窯とは、日本でいうところの「登り窯」であり、傾斜地に土レ



ングを細長く並べて作られ、遠くから見ると蛇の形に見えるのでこの名がある。現在は炉の火を落とし、観光施設に特化している。

伝統的な郷土文化を今に伝える文物の展示が行われ、電気炉を用いたDIYも好評である。窯で焼かれた皿とカップでスイーツを提供するカフェが併設され、立派な和風の茶室もある。単に焼き物の歴史を知るだけではなく、山の中の風情あるスポットとして、昔の装束で写真撮影をする需要などもあるようだ。

1965年創立の「廣興造紙廠」は、手すき製紙業として長い歴史を持つ工場だ。社会の変遷と産業構造の変化に伴い、伝統的な手すき紙工芸産業の文化と古い建物空間の美しさを保ち続けながら、紙の応用研究開発室を新設し、手工紙文化館、造紙植物生態区、台湾造紙職人区、手工紙体験教室、台湾手すき紙店等の複合施設に発展した。近年では、食べる紙、飲める紙の開発にも成功している。

最後の視察は台中市で「財政部印刷廠」に属する「台湾印刷探索館」という印刷産業の観光工場を訪問した。同施設では、統一發票(くじ式の消費税キャッシュバックに用いる公的領収書)の印刷工程を公開していた。館内には統一發票の産房、印刷館、拓本体験区、文化創意舗部等があり、世界初の聖書を印刷したグーテンベルク印刷機を模した印刷機も展示され、実体験することができる。印刷の歴史について知識を深めることができることはもちろんのこと、親子で取り組むのに最適な印刷体験のメニューと場所も準備されている。公的施設であるが、団体見学やDIY学習の要望があれば、休日対応もするそうである。

#### (9) 台湾「観光工場」視察小括

台湾の「観光工場」は非常にエキサイティングであった。会社・団体の理念を伝えることや商品の優位性をアピールすることが、そのまま、売り上げの増加につながり、また、台湾全体の観光を盛り上げることに貢献している。



写真 8-3 「水里蛇窯陶芸文化園」の「蛇窯」。



写真 8-4 「廣興造紙廠」の紙漉きDIY。



写真 8-5 「台湾印刷探索館」での印刷体験。

台中市で、中華民国観光工場促進協会理事長の許立昇氏と会食する機会を得た。「観光工場」のパワーの源は、3年に一度の審査にあるという。台湾の經濟部工業局は、経営・管理面に優れ、外国人旅客を受け入れるに足る施設と能力を有する観光工場を、「国際亮点観光工廠標選」で認定する。認定工場は、工業局と観光局の大きな後押しを得て、海外にアピールしていく事ができる。

2023年は台湾に「観光工場」の制度ができて20周年の節目だそう。日本においても、見学を前提とした工場施設は古くから存在し、大手自動車工場、ビール工場やカップめん工場などは台湾の「観光工場」進展に大きな示唆を与え続けてきた。また産業を観光化するという意味では「産業観光」という概念も確立している。しかしながら、産業観光が観光のジャンルとして確立しているからこそ、「観光工場」を主体にする考え方で、観光を盛り上げていこうとする動きがあってもいいのかもしれない。

今回の台湾視察では、リサイクルも化粧品も観光に成り得るという新たな視点を驚きをもって得られた。一方、食品加工系の工場では、すさまじい熱気を感じながらも、観光のスタイルとしては、団体バスが依然として重要であるなど、必ずしも先進性だけではない観光工場の姿も垣間見えた。今後、共同研究先の南台科技大学の研究者とともに、さらに情報を吟味し、日台双方の観光振興に資するよう、研究を深めていきたい。

以上で示した台湾の「観光工場」に関する視察結果を踏まえて、その活動実態などに関する詳細分析は今後の研究課題であり、日本における「産業観光」に関する調査結果の取りまとめと合わせて、「今後の日台の産業観光の可能性」などについて比較検討を実施していく予定である。

### 第3章 台湾の観光工場に関する制度

#### 第1節 観光工場に関する政府計画補助の概要

ここでは、台湾における観光工場に関する政府計画補助についての概要を整理する。台湾の観光業は、国内外からの観光客を誘客して経済発展に寄与しているが、この状況を促進させるために政府は、「台湾観光工場に関する補助支援計画」を導入している。台湾の観光業は、国内外からの観光客に様々な観光サービスを提供しており、台湾経済の発展や各地の地域経済に大きく貢献している。この観光業に対する振興策の一環として、政府は観光工場の開発を支援するために様々な補助金制度を導入してきた。これらの補助金制度の概要と、観光工場に与える影響について詳細に分析する。政府の補助は、観光工場の建設、運営、マーケティング活動の支援などで重要な役割を果たしており、その効果についても検討する。さらに、補助金制度の運用上の課題や今後の展望についても考察し、台湾の観光工場の発展に向けた政府の取り組みを理解する手助けとする。

經濟部は、時代の潮流に対応するため、民国92年（2003年）から「観光工場支援」関

連プロジェクトを推進してきた。このプロジェクトは、産業文化や観光教育の価値を持つ伝統的な工場を「観光工場」の形態に転換することを支援し、MIT (Made in Taiwan) 製造精神に基づいた製造加工を実施し、その製品、製造プロセス、工場の場所や施設を観光客に公開することで、観光教育や産業文化の価値を具現化するものである。

観光工場の発展には、さまざまな時期において異なるプロモーション重点とそれに対応する補助計画がある。初期導入期では、伝統的な産業を観光工場への転換を支援することが主眼であり、発展期においては、革新的な発展と品質管理のための評価制度の確立が重視される。成熟期には、観光工場が特色を持ち続け、持続的な革新を行い、国際市場への展開を促進することが奨励される。また、アフターコロナは、観光業の振興方向として、観光客の誘致を重視している。

これら異なる期間における支援計画と補助内容について、以下に簡単に述べる。

### (1) 観光工場の転換支援

観光工場計画の支援作業要項 (2008-2013 年 經濟部工業技術研究院) 「観光工廠計畫輔導作業要點 (97-1 經濟部工業技術研究院)」

観光工場への転換支援には、政府からの補助金が 35 万台湾ドル提供され、企業は 35 万台湾ドルを自己資金で負担する。この支援プログラムに参加する企業は、プログラム実行ユニットによって主催されるさまざまなメディア広報活動や統合マーケティング活動に参加する権利を有する。これには、成長研修キャンプ、成功事例訪問活動、メディア広報連携(新聞広告、インターネット、ラジオ)、年次大規模連携成果展示、観光工場案内パンフレットの作成などが含まれる。

新北市産業観光支援計画 (2009 年 新北市經濟發展局) 「新北市産業観光輔導計畫 (98 新北市經發局)」

支援を受ける工場は、無料の転換診断サービス、さまざまなソフトウェアおよびハードウェア設計計画、ガイドトレーニングなどのサービスおよびマーケティング面の支援を受けることができる。また、伝統産業の転換を促進するために、新北市政府は投資規模に基づき、最大 150 万台湾ドルのハードウェア修復補助金を提供する。ただし、この補助金はパンデミック期間中に 90 万台湾ドルに削減される。

### (2) 観光工場評価制度

観光工場支援評価ガイドライン (經濟部工業技術研究院 2014-2022 年) 「(観光工廠輔導評鑑作業須知 (103-111 經濟部工業技術研究院)」

工場転換及びクラスター産業技術向上推進計画 (2022 年經濟部工業技術研究院) 「工廠轉型暨群聚産業技術躍升推動計畫 (111 經濟部工業技術研究院)」

観光工場事業者が評価認証を受けた場合、関連政府機関に国民旅行カードおよび関連看

板指標の計画を提出する支援を行い、またプロジェクト推進に必要な実施組織との協力の下、政府の公開広報活動、新規事業者の訪問、事例視察活動、年次大型共同成果展示への参加を行う義務がある。また、優良または国際的に注目される観光工場に選定された場合、以下の利点を享受できる：

1. 事業者は、産業技術研究院が主催する各種メディア広報活動および統合マーケティングに参加できる。
2. 交通部観光局の電子図書館での「観光工場カテゴリー」の標識の使用許可および道路交通標識および看板の設置を申請できる。
3. 公私の各部門が提供するリソース活用、運営管理、産業革新などのサービスに参加できる。
4. 優良観光工場／国際的に注目される観光工場は、上記の権利に加え、メダル、トロフィー、パンフレット（広報物）の適切な表彰を受け、マーケティング推進およびクロスドメインバリューサポートの優先権を与えられる。

### (3) 観光工場の特色の発展

工場転換及びクラスター産業技術向上推進計画（2022年經濟部經濟部工業技術研究院）「工廠轉型暨群聚産業技術躍升推動計畫（111 經濟部經濟部工業技術研究院）」

観光工場が持続的な革新製品と付加価値の高い顧客サービスを展開することを奨励するために、以下の3つの観光工場評価が計画された。それは、祭り優先／職人の手作り／教育ツアーである。生活と密接に関連した特色ある製品を選定し、適切なマーケティングモデルを通じて観光工場の付加価値を拡大する。選定された製品は以下の権利を享受する：

1. 主管機関のマーケティングプロモーション活動に優先的に参加し、企業の露出機会を増やす。
2. 毎年、選定された企業を公表し、地方政府と共同でマーケティングを推進し、関連するマッチングイベントや体験イベントを不定期に開催する。
3. 選定された事業者に専用のロゴの使用を許可し、製品の魅力と露出度を高める。
4. 選定リストに含まれることで広報資格を獲得し、選定リストがマーケティングプロモーションを強化する。

観光工場の場所美学の向上を支援する選択基準（2024年經濟部省工業技術研究院）「觀光工廠場域美學提升輔導遴選須知（113 經濟部經濟部工業技術研究院）」

観光工場が産業文化または観光教育の価値を向上させるのを支援し、場所美学を導入して品質を向上させる。体系的な美学的デザインの改善を通じて、観光工場の場所の品質を向上させ、より品質が高く、魅力的で、持続的な相互作用を持つ観光客体験を創造する。プログラム支援資金は15万台湾ドルであり、企業が5万台湾ドルを支払う。

### (4) ポストコロナの観光振興計画

2012年観光局の特色団体旅行推進実施要項「奨励旅行業推廣特色團體旅遊實施要點（111交通部觀光局）」

2013年観光局の地域産業原郷持続的小旅行振興計画「臺南地方産業原郷永續小旅行振興計畫（112臺南市觀旅局）」

ポストコロナ、感染防止、経済支援、観光振興などの観点から、一連の旅行補助が導入された。観光工場に関連する計画および補助内容は以下の通りである：

台湾交通部観光局は、旅行者が感染防止規則を実施し、革新的で質の高い旅行商品を提供し、国内観光産業の発展を促進することを奨励するため、「特色団体旅行推進実施要項」を導入した。旅行団体は、15人以上の人数や指定された観光スポット（観光工場を含む）を訪れるなど、旅程条件を満たす場合、各旅行団体には最大で1団あたり2万台湾ドルの補助金が支給され、最大10団まで補助される。台南市政府は、旅行者が台南の観光工場（指定されたスポットの1つ）に関するツアーを提供し、設計された内容や旅程計画の条件を満たす場合、100台湾ドルの入場券補助に加えて、関連製品や体験活動に100台湾ドルを充てることができるようになる2つの大きな旅行社団体向けの振興計画、「台南地方産業原郷持続的小旅行振興計画」と「企業団体福祉委員会員工旅行奨励優遇計画」を導入した。

## 第2節 観光工場に関する指導評価作業の要項

台湾の観光工場に関する指導評価作業の概要を示すことで、指導評価のポイントだけでなく、政府の目指している観光像や観光工場に関する仕組みを把握することができる。ここでは政府によって公表された資料内容に沿って紹介していく。（中華民国111年5月24日、經濟部の通商字第11104602000号により、以下の19項目が修正され、全文が公表された）。

- (1) 經濟部（以下、本部と略）は、製造業のサービス化政策に配慮し、製造およびサービスの複合経営モデルを導入し、伝統的な工場の転換を支援し、観光サービスを併営することを支援するため、本要項を定めた。
- (2) 本要項で言う観光工場とは、工場登録を取得し、産業文化、教育価値、または地域特色を有し、実際に製造加工を行い、製品、製造プロセス、工場の場所、施設を観光客に公開し、観光工場審査者によって評価される工場を指す。
- (3) 工場の観光サービスを併営する場合、工場の生産や公共の安全に支障をきたさない範囲で、以下の設備を設置できる：
  - ①ガイド設備 ②解説施設および産業文化遺産 ③工場登録製品に関連する実地体験施設
  - ④工場登録製品の製造設備および関連派生製品の展示（販売）施設 ⑤公衆トイレ
  - ⑥駐車場 ⑦安全防護 ⑧飲食施設 ⑨芸術・文化創作展示施設。
  - ⑩パビリオン（棚）、池、パブリックアート、展望台などの景観施設。

⑩その他の観光サービス必要設備。

工場の観光サービス施設の総面積は、工場敷地面積の40%を超えてはならず、各施設の合計床面積は、工場区域の建物の総床面積の30%を超えてはならない。第1項の⑧項の飲食施設の使用面積の合計は、観光サービス施設の面積の40%または総床面積の30%を超えてはならない。観光地域内には、バリアフリーや男女平等の施設を備える必要がある。

(4) 本部は、観光工場の支援、評価、優良観光工場と国際的な注目観光工場の選定などの関連業務を推進し、実行機関に委託することができる。

(5) 実行機関は、観光工場関連の支援メカニズムの策定、優良事業者の表彰、観光工場イメージの毀損への対処など、観光工場の関連支援、評価対象、優良および国際的な注目観光工場の選定などの場合には、産業支援、観光レジャー、経営管理、景観デザイン、バリアフリーなどの専門家や関連政府機関の代表を招集して、指導委員会を開催して検討する。

(6) 観光工場審査前の支援プロジェクト：

① 訪問：第2項の規定に適合する観光工場審査申請資格を持つ企業が申請し、実行機関が実地訪問し、意見交換を行い、提案を行う。

② 診断：実地訪問後、強力な転換の意思を持つ場合、実行機関は専門家コンサルタントを招いて詳細な診断を行い、工場領域の改善提案を行う。

③ 専門支援：対象企業に対する専門家コンサルタントが選択された場合、実行機関は観光レジャーや景観デザインなどの専門家コンサルタントを招いて、工場領域の空間計画、企業テーマイメージ、ガイド体験施設、サービス品質、経営モデルの構築などについて計画を立てる。

④ 初期診断：観光工場の審査水準を維持するため、審査申請ケースについて、実行機関が専門家を招いて事前に診断し、審査基準を満たしているか確認する。

前項の支援プロジェクトは、年度の実際の需要に応じて調整することができる。

(7) 第2項の規定に適合し、地方政府の支援を受けたり、工場観光化の各種ソフトおよびハードウェア設備が整った企業は、観光工場審査を申請することができ、実行機関が専門家や学者を招いて現地で評点する。観光工場審査項目は、テーマ特性、工場領域、施設展示、サービス品質、経営モデルの5つに分けられる。審査結果は、不合格、条件付き合格、合格となる。

(8) 観光工場審査に合格した場合、観光工場標章が授与され、標章の使用に関する権利義務が規定され、企業は実行機関との委託契約を締結する必要がある。観光工場標章の有効期間は授与または交付日から3年間である。有効期限の3か月から6か月前に企業は実行機関に対して更新審査を申請する必要がある。更新審査に登録せず、または審査に合格しない場合、権利は失われる。観光工場の更新審査に合格した場合、新しい観光工場標章が交付され、企業は実行機関との更新授権契約を締結する必要がある。

前項の更新審査の審査項目は前述の規定を準用し、該当工場の行政指導や監査結果の改善状況を参考にすることができる。

### 優良観光工廠評選流程

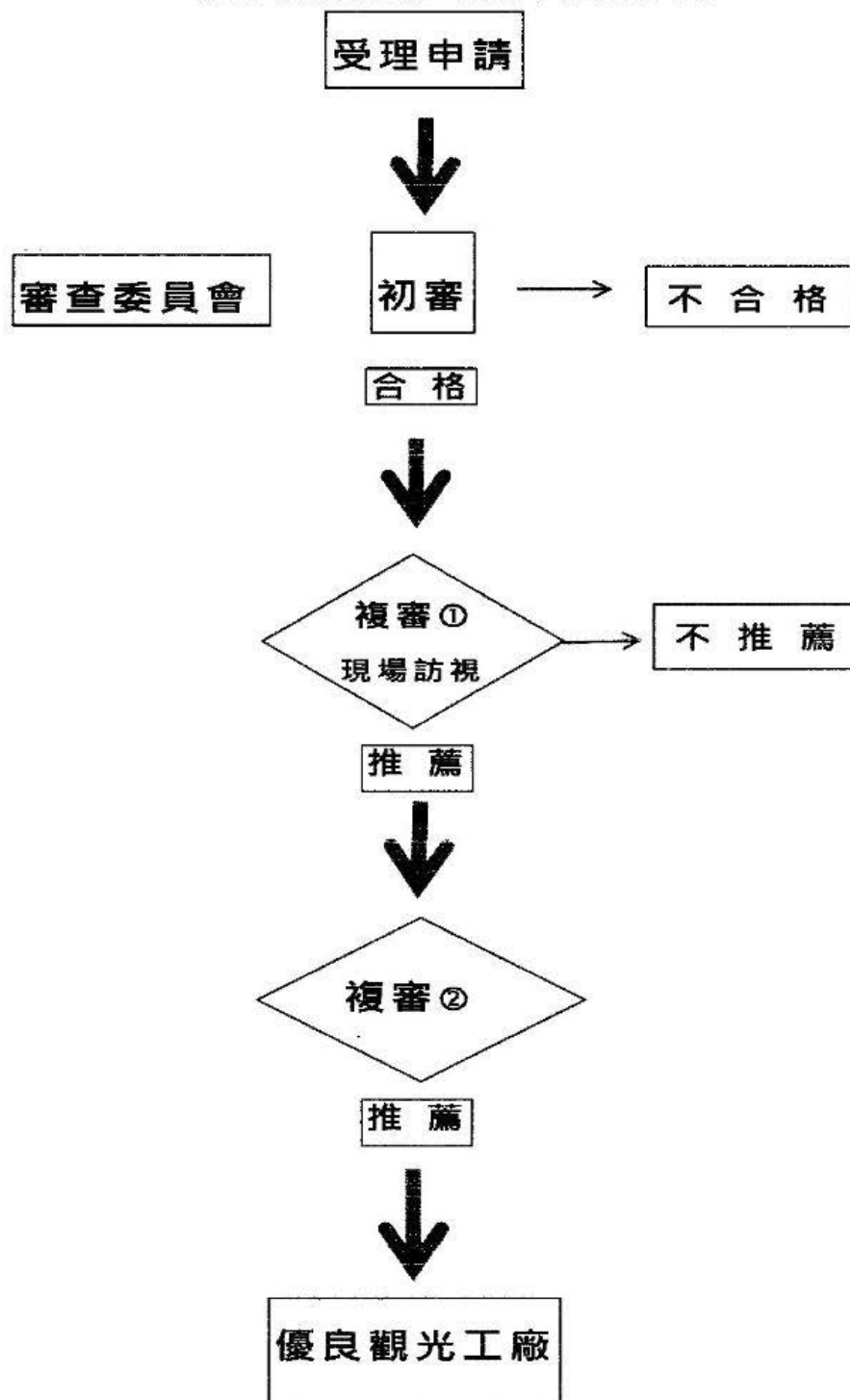


図 3 - 2 - 1 観光工場の評価選定プロセス 著者作成



(9) 観光工場の権利：

- ① 実行機関が主催する横断的な支援、メディア広報活動、統合販売などの活動に参加できる。
- ② 交通部観光局電子図書館の観光レジャーエリア「観光工場区」の看板を使用する権利、および観光工場設置道路交通案内看板を申請する権利。
- ③ 公私の様々な部門が提供するリソースの利用、経営管理、産業革新などのサービスに推薦される権利。



図 3-2-2 観光工場のサインプレート 出所：観光工場指導評価作業要項



図 3-2-3 観光工場の道路案内看板 出所：観光工場指導評価作業要項

(10) 観光工場の義務：

- ① 観光工場標章の授権契約書の規定を遵守し、公開された受付、体験情報をウェブサイト、広報資料、および工場内の目立つ場所に掲示し、消費者を保護する。
- ② 観光工場標章の審査品質を確保するために、自主管理メカニズムを確立し、工場の

品質を管理し、定期的に工場内の公共安全施設と環境衛生を維持し、顧客サービス品質に注意する。

- ③ 観光工場のイメージを保護するために、関連する公共安全、環境保護、商品表示、消費者保護、食品、化粧品、医薬品、たばこ、酒類、穀物、健康食品などの法律を遵守する。観光工場が所属する主体や同じ企業の異なる工場も、前述の法律に従う必要がある。
  - ④ 実行機関が計画を推進するために必要な政府の広報、メディア訪問、新しい工場の訪問、事例の見学などの活動に協力する。
- (11) 観光工場の環境およびサービス品質を一定水準で維持し、観光工場のイメージを維持するために、本部または実行機関は不定期に口頭、書面、または現地で審査を行うことがある。観光工場はこれを回避、妨害、または拒否してはならない。観光工場が前項の義務を違反した場合、本部または実行機関は以下のように処分できる：
- ① 期限までの改善：観光工場の水準を下げる恐れがある場合、改善に期限を設けることができる。期限内に改善されない場合、権利が停止される。
  - ② 権利の停止：観光工場の水準を下げる恐れがある場合、権利を6か月から12か月間停止し、一時的に観光工場の標章を回収することができる。
  - ③ 審査資格の取消：観光工場のイメージに深刻な損害を与える場合、審査資格を取り消し、観光工場の標章を回収し、第9項の権利を取消す。審査資格が取消された場合、2年間は再審査を申請できない。
- 観光工場が所属する主体や同じ企業の異なる工場が前項の義務を違反し、観光工場のイメージを損なった場合、前項の規定を適用する。不可抗力による前項の義務の違反は、指導委員会に報告して軽減または免除を検討し、決議を採択することができる。
- (12) 観光工場が特色を持って発展し、顧客価値を持続的に創造するために、観光工場を運営している企業が非常に効果的で特色ある場合、その観光工場を優れた観光工場として選定する。優れた観光工場の選定基準、方法、枠数は、実行機関によって公表される。
- (13) 優れた観光工場として選定された場合、その権利、義務、および管理方法は以下の通りであり：
- ① 第9項で定められた権利に加えて、優れた観光工場の証明書、トロフィー、適切な賞が授与される。3年間の期間中は、更新審査に参加する必要はない。実行機関は特別に支援し、実際の支援事項は当該年度の公告に従う。
  - ② 優れた観光工場の名誉を維持するために、優れた観光工場は第10項の規定に従う義務のほか、工場内のサービス環境を維持し、顧客サービス品質を向上させるために最大限の努力を行う。
  - ③ 一定水準の観光工場の環境とサービス品質を維持し、優れた観光工場のイメージを

保持するために、その管理方法は第 11 項の規定を準用する。優れた観光工場の資格が取り消された場合、取り消された日から 3 年間は優れた観光工場の選定に参加できない。

(14) 国際観光政策を推進し、観光工場の国際化を促進するために、観光工場を運営している企業が効果的で特色があり、国際的な観光客を受け入れる施設や能力を持っており、かつ優れた観光工場に選定されたことがある場合、国際的な観光工場として選定する。国際的な観光工場の選定基準は、実行機関が交通部観光局の観光業務の経営管理と安全監理部門と協議して決定し、国際的な観光工場の選定基準、方法、枠数は実行機関によって公表される。

(15) 国際的な観光工場として選定された場合、その権利、義務、および管理方法は以下の通りである：

- ① 第 9 項と同様の権利に加えて、国際的な観光工場の証明書、トロフィー、適切な賞が授与される。3 年間の期間中は、更新審査に参加する必要はない。実行機関は特別に支援し、実際の支援事項は当該年度の公告に従う。
- ② 国際的な観光工場の名誉を維持するために、国際的な観光工場は第 10 項の規定に従う義務のほか、工場内のサービス環境を維持し、顧客サービス品質を向上させるために最大限の努力を行う。
- ③ 一定水準に観光工場の環境とサービス品質を維持し、国際的な観光工場のイメージを保持するために、その管理方法は第 11 項の規定を準用する。国際的な観光工場の資格が取り消された場合、取り消された日から 3 年間は国際的な観光工場の選定に参加できない。

これらは、観光工場政策の実施に関する一連の規定である。観光工場を成功裏に運営するために、企業はこれらの規定を順守し、観光体験の品質と安全性を確保するために最善を尽くす必要がある。

(16) 連続して三回選出されたり、合計して四回国際的な注目を集めた観光工場は、他の観光工場の模範として、観光工場の典範として位置づけられる。観光工場の典範に入選する方法や枠は、執行機関によって公示される。

(17) 観光工場の典範に入選した者は、以下の権利、義務、および管理方法を有する：

- ① 第九条の権利に加えて、観光工場の典範証書、トロフィー、適切な表彰が授与され、国際的な注目を集める観光工場の権利を享受する。
- ② 観光工場の典範の名誉を維持するため、観光工場の典範は第十条の規定を遵守し、工場エリアのサービス環境を維持し、顧客サービスの品質を向上させる最大の努力を行うべきである。
- ③ 観光工場の典範として環境およびサービス品質を一定水準で維持し、良好な観光工場のイメージを維持するために、その管理方法は第十一条の規定を準用する。観光工場の典範の資格が取り消された場合、取り消しの日から 3 年間、その工場は優良

観光工場および国際的な注目を集める観光工場の選定に参加することはできない。

- (18) 観光客の安全および消費者の権利を保護するために、経済部または執行機関は、地方の主管機関に公共の安全および消費者の権益保護に関する観光工場の検査を協力して行うよう依頼することができる。
- (19) 執行機関は、本要項および当該年度の委託プロジェクトの内容に基づいて、申請の手順を定め、公告しなければならない。

上記で、台湾における観光工場の政府計画補助の仕組みや概要を紹介すると共に、観光工場制度の階層構造や指導評価の仕組みと評価ポイントなどについて検討してきた。今後は、この補助制度が企業に与えている効果や観光活動への影響波及などについても研究を継続していく。