

【論文】

愛知県における企業博物館の観光資源化プロセスに関する考察 —「観光のまなざし」と「観光の場」発現の視点から—

A Consideration on Process of Utilizing Corporate Museums in Aichi Prefecture as Tourism Resources

- From the Viewpoint of “The Tourist Gaze” and Appearance of “Tourist Places” -

佐藤 友美*

Tomomi SATO

Abstract:

As part of the promotion of Japan's “Tourism Nation”, policies are being promoted to encourage museums to contribute to tourism. This study shows process of utilizing corporate museums as tourism resources of industrial tourism in Aichi prefecture by case study. First, it was clarified how “Industry” was found as a tourism resource in the region, was taken up as a national policy, and penetrated into local government policies and corporate museums. As a result of the tourism producer's “Tourism Gaze” being directed, the corporate museum was “created (corrected)” as a “Tourism Place”. In the process, the industrial place, such as factory, was transformed into a heritage site due to changes in the industrial structure and society. It was shown to contribute to the construction and maintenance of the “Local Identity” (Urry, Larsen 2014). It is also found that the contribution of corporate museum activities to society is to contribute to the construction of a regional identity, and to function not only as a tourism resource, but also as a cultural resource and a local educational facility. The key for “Museum and Tourism” is to clarify how the region and the museum have mutual recognition. To conduct this, “Tourism producers”, “Local Identities” and “Mutual Gaze” are necessary.

キーワード：博物館と観光、企業博物館、産業観光、場の遺産化、地域アイデンティティ

1. はじめに

(1) 本研究の背景

近年、博物館が収集・保存・研究・展示などの従来の社会教育施設としての機能を超え、社会的・経済的に地域に貢献していくべきという議論が高まっている。たとえば、社会的貢献を求める動向は、国際博物館会議(ICOM: International Council of Museums)での博物館定義の改正を巡る議論にも反映されている。2019年9月に行われた第25回ICOM京都大会⁽¹⁾で審議されたICOM博物館定義の改正案⁽²⁾は、最終的には採択が延期になったが、現在

世界中の博物館を取り巻く社会課題や、そこから博物館に期待される役割を提示するものであった。松田は、伝統的な博物館観を反映する現行のICOM博物館定義⁽³⁾に対し、新定義案には米英豪やカナダ、北欧の博物館学で主流となりつつある新しい博物館観が反映されていると指摘している。すなわち、現代社会が抱える様々な課題—多文化共生、移民、ジェンダー、LGBTQ、貧困、犯罪、戦争や紛争、環境破壊や気候変動など—に博物館が積極的に関与していこうという博物館観である(松田 2020 p.26)。

また、経済的貢献を求める動向は、OECDと

※名古屋大学大学院教育発達科学研究科 博士後期課程

原稿受理日：令和2年9月7日
採用決定日：令和3年1月9日

ICOM が共同で発行した『文化と地域の開発：最大限の成果を求めて－地方政府、コミュニティ、ミュージアム向け OECD－ICOM ガイド』（OECD・ICOM 2019a）⁽⁴⁾ に見ることができる。同ガイドの序文では、ミュージアムや文化遺産が「地域発展を強力に後押しする大切な資産であり、観光客を誘致し、収益を生み出し、地域経済を活性化し、包摂を強化し、文化の多様性を促進し、地域のアイデンティティを再構築する力」を持つとの点が述べられている（OECD・ICOM 2019b）。同ガイドの発行の背景について後藤は、博物館に関する問題を地方政府における上位問題として位置づけるよう、ICOM が UNESCO⁽⁵⁾ や OECD などと連携してきた経緯があると指摘する。これに加え後藤は、同ガイド発行の目的が、博物館の問題が地方政府の政策として実行されるために、①博物館が文化的、経済的、社会的に効果が大きいというエビデンスを示す、②地方政府、コミュニティ、博物館がそれぞれ何を行うべきか、3 者がどのように連携するのか、を具体的かつ明瞭に示す、との点にあったと指摘している（後藤 2020 p.42）。

日本国内でも、博物館に対して社会的・経済的な地域貢献を求める動きが進められている。特に、2006 年の観光立国推進基本法制定以降、インバウンド誘致に主眼を置いた「観光立国」が目指される中で、博物館に観光への貢献を求める政策が進展している⁽⁶⁾。ICOM の期間に合わせ京都市で開催された第 67 回全国博物館大会（2019 年 9 月）でも、文化庁次長による基調講演において、博物館が観光資源としての役割を持つことへの期待が示された。具体的には同基調講演のなかで、博物館に対し、「①社会教育施設・文化施設としての一層の充実」に加え、「②我が国・地域の多様な文化・歴史・風土への理解の促進（ひいてはインバウンド受入れにも貢献）③地域活性化・経済活性化・文化振興の拠点としての博物館が、各地域の文化と経済の好循環創出にも寄与」することを期待するという方針が述べられた（今里 2019 p.10）。

（２）先行研究と本研究の着眼点

博物館と観光との関りについて、先行研究には、観

光型博物館の存在や成立、博物館が地域の観光に及ぼす影響、及び博物館に観光貢献を求める政策の問題点の指摘、といった観点から知見の蓄積がある。

まず観光型博物館の存在については、伊藤が博物館を「地域志向型」「中央志向型」「観光志向型」の 3 つの型に分類している点が注目される。この分類は 1980 年代頃の博物館の状況を踏まえたものだが、当時の状況について伊藤は、「博物館の利用という、今までは観光的利用や、一般教養的目的で国立博物館、科学博物館の重要な資料を見学するというスタイルが中心でした」と述べている（伊藤 1993 pp.13-16）。この指摘からは、1980 年代における日本の博物館の設置状況が中央志向型・観光志向型が中心であったことがうかがえる。また古本は、「観光型博物館」がリゾート地に多く存在している点を指摘したうえで、特定地域の観光地化と博物館成立の関係について考察している。具体的には、静岡県伊豆高原地域と長野県の安曇野高原地域を事例として、別荘地開発での移住者の流入によるコミュニティの形成と美術館集積、観光地化について論じている（古本 2014 pp.71-76）。

次に、博物館が地域の観光に及ぼす影響については、和泉は実践的な観点から、観光による地域振興に対しての博物館の貢献可能性について論じている。同論考において和泉が提案している博物館の有効性は、地域固有の資源の新たな活用の基礎構築への貢献、情報発信の拠点、地域の産業との連携によるコミュニティベースの経済振興への貢献など、である（和泉 2016 pp.169-178）。また山本は、実際に大型集客施設となったミュージアムがどのような影響を地域に及ぼしたのかについて検討している。山本が対象としたのは広島県呉市の大和ミュージアムの事例で、同博物館の成立を受けて当初予想以上の来場者が集まり、そのことが同市と周辺の観光・地域戦略を変化させていった過程を、広島県と呉市の「空間的分業」の存在と瓦解という視点から論じている（山本 2015 pp.187-219）。

他方、辻や森屋など、博物館に観光貢献を求める政

策について問題点を指摘する論考もある。辻は、社会教育施設としての出自をもつ公立博物館や、そこに勤める職員に、経済活動への貢献を期待することの妥当性について疑問を呈している。2015年に閣議決定された第二次安倍内閣の「日本再興戦略」以降「文化財でカネを稼ぐ」政府方針が強く打ち出されているが、文化財の保存と観光目的の活用の両立を既存の博物館や学芸員が担うことは、現場の状況から見て現実的ではないのではないか、というのが辻の指摘する問題点である（辻 2019 p.1-12）。また森屋は、地域博物館論を軸とした「自律的観光」のあり方を論じる中で、地域を基盤としたボトムアップの「ミュージアム・ツーリズム」の考え方と、トップダウンによる国の博物館政策との間に齟齬が生じているとの点を指摘している（森屋 2019 pp.189-201）。

このように、観光型博物館の存在や成立、実践的観点での提案、大型集客施設となったミュージアムが地域に及ぼした影響、あるいは地域博物館の置かれた現状に関する問題提起などに関する先行研究は見られるが、地域の包括的な観光政策の中で博物館が観光資源として見出されるプロセスや、その観光政策の現場への浸透プロセスについて明らかにした先行研究は今のところ見られない。2020年5月には、博物館などの「文化観光拠点施設」を中心とした地域単位での観光振興推進や情報発信などを支援する「文化観光推進法」（文化庁 2020）が施行されたことも踏まえると、地域の観光政策に博物館がどのように呼応し観光資源として機能し得るのかの論考が有効であると考えられる。

そこで本研究では、博物館の観光資源化における政策の浸透とそのプロセスについて、事例研究に基づき、観光プロデューサーの存在、自治体と博物館の相互認識といった観点から考察する。具体的には、企業博物館を主要なアクターとして産業観光の取り組みを進める愛知県の事例に注目し、アーリとラースンの「観光のまなざし」と「観光の場」発現の観点から分析する。愛知県の産業観光を取り上げた理由は、国・自治体・商工会議所・企業・博物館など多様なアクターが戦略的に進めた取り組みであること、1990年代から継続

して一定の成果をあげていること、資料が豊富で経緯が時系列で追えること、現在でも活動が継続し関係者への聞き取り調査が可能だったこと、などである。

自治体、博物館双方の相互認識調査に主眼を置く愛知県の産業観光と企業博物館の事例に基づく本研究からは、地域の中で博物館がもたらす貢献、地域アイデンティティの創出、また社会構造変化とともに変容する企業博物館の存在意義など、博物館学の発展や博物館活動の実践に置いて有効な知見が期待できる。

本稿の構成は次の通りである。第2章では本研究の理論的枠組みとして、「観光の場」発現を援用した研究方法を説明する。第3章では愛知県全体の産業観光推進の経緯について概観した後、産業観光を主眼に置いた自治体と企業博物館の事例調査を記述する。第4章では産業観光政策の自治体と企業博物館への浸透の流れを整理し、「観光の場」発現の視点からの観光資源化プロセスを考察する。第5章では本研究から得られた「博物館と観光」への示唆を提示する。

2. 本研究の枠組みと対象

（1）本研究の枠組み

博物館の観光資源化のプロセスを導き出すに当たっては、観光社会学領域の理論の援用が有効であると考えられる。安村は、アーリとマキアーネルが異なる論点から、現代観光の成り立ちを解明し、産業観光の成り立ちにも言及していると述べている。アーリは現代観光の成り立ちは個人の日常と非日常の根本的差異に起因するので、非日常の観光対象に対して「観光のまなざし」が発現するとしており、産業観光に関しては、ポストモダンの浸透による「観光のまなざし」の変容によって新たに「産業遺産」が観光対象となっているのだとする（アーリ 1990=1995）。一方マキアーネルは、現代観光は、近代社会で神秘化した真正性（本物）を求める近代人の典型的な行為であるとした。産業観光に関しては、普段は部外者に閉じられている工場を観光客に公開するとき、ある演出がなされ「演出された真正性」が提供されると述べている。（マキアーネル 1999=2012）。そしてマキアーネルもアーリも言及

していない「現代社会の動向」と「観光の新しい動向」について、実践論として補完する論考が須田の「産業観光論」(須田 1999) だという(安村 2002 pp.168-183)。

そこで、本研究では前述の『観光のまなざし』の増補改訂版である『観光のまなざし(増補改訂版)』(アーリ・ラースン 2011=2014) の「観光の場」の発現の理論(同上 pp.186-239)の援用が有効と考える。アーリとラースンは、「観光の場」は、観光者の種々のまなざしによってかたちづくられ、作り直されたものとする。モノとして特別な環境というだけではそこは観光地とならず、場は期待、実際の現れ方、思い出の円環の中に描きこまれて初めて「観光の場」として姿を現す(アーリ・ラースン 2014 p.186)。観光地やリゾート地の多くがテーマ化されたものとして企画され、その「観光の場」はネットワーク化された企業・自治体などの組織体やモノや特に構造物との間の関係性を通じて実現する「発現力」によって「創出され(修正され)」る(同上 p.239)。

イギリスでは、1980 年代、90 年代の急速な脱工業化が、技術そのものおよびそれを中心に発展した社会生活について深い喪失感をもたらしているが(同上 p.215)、そのような産業を「遺産」として観光雇用を創出する動きがある。遺産には「アイデンティティ」に立ち返るという位置付けがあり、地方や地域にはその遺産を保存する支援活動がある(同上 pp.215-219)。

そして場の遺産化が行われたところでは、美術館・博物館が増加する。かつては高い文化資本を持つ観光客が、貴重な歴史的作品のある博物館のアウラにまなざしを向けてきたが、現代ではそのまなざしを向ける方向が大きくかわってきているとする。保存されるに値すると見なされる対象がはるかに拡大し、国立博物館のように国家の作る歴史の力が弱まり、伝統から外れた歴史—社会、経済、民衆、女性、民族、産業—などを対象に、歴史の現代化が起こっている。博物館は歴史の「表象」に関わるが、表象される価値があると思われる歴史の範囲が広がり、アウラからノスタルジ

アへ変化が起こっているのである。そして観光客は展示品に畏敬の念を持って佇むのではなく、参加の度合いが重要になってくる。そして展示物のアウラは薄まり、展示物が展示用にいかに「本物」に見えるように作られたかをオープンにするのが当たり前になっているとする(同上 pp.230-234)。

本稿ではこの「観光の場」発現の理論を援用し、産業観光政策が地域と企業博物館に浸透していく流れと、それぞれのアクターが現場でどのように受け止め、実践しているのかを明らかにすることで、企業博物館の観光資源化プロセスを導きだすことを目指す。

(2) 本研究が対象とする地域と企業博物館の選定

愛知県における産業観光政策の自治体と企業博物館への浸透過程、相互の認識、現場実践取り組みについて、産業観光推進懇談会事務局(名古屋商工会議所内)と、愛知県内の自治体観光担当部局、その域内にある企業博物館に、資料調査と聞き取り調査を行った。

事例は「愛知県とトヨタ産業技術記念館」「半田市と MIZKAN MUSEUM」「常滑市と INAX ライブミュージアム」の 3 例である。自治体と企業博物館の組み合わせでこの 3 例を選んだステップは以下の通りである。

- ①愛知県において産業観光を推進する産業観光推進懇談会(AMIC)加盟館(本稿第 3 章 表 1 p.6)のうち、星合の分類⁽⁷⁾による「企業博物館」は 16 館である⁽⁸⁾
- ②16 館のうち、産業分野として愛知県の歴史や現在の産業構造において特色のある醸造業、窯業、自動車産業を選択
- ③企業博物館と自治体との組み合わせを考えるにあたり、醸造業、窯業は地場産業として根付く企業が運営し、その影響力が大きい事例として「半田市と MIZKAN MUSEUM」「常滑市と INAX ライブミュージアム」を選択
- ④自動車産業はトヨタ関連の 3 館のうち、AMIC 発足当時から産業観光施設側としての牽引的な役割を果たしており年間動員数も 3 館の中では一番多い(2018 年は約 43 万人) こと、トヨタグループ 17

社で運営していること、自動車だけでなく繊維機械も含めたモノづくりを紹介する独自性が高い内容の館として、トヨタ産業技術記念館を選択。

自治体としてはトヨタ産業技術記念館の所在地は名古屋市であるが、トヨタグループ 17 社のうち 13 社の本社は愛知県各地域に分散し、各企業の従業員も愛知県広域に在住することから、愛知県を選択

調査については、公開資料や内部資料などを参照した他、各組織に聞き取り調査を行った⁽⁹⁾。なお、本研究は名古屋大学教育発達科学研究科の研究倫理委員会に承認を受けて実施した。

3. 産業観光推進の中での自治体と企業博物館

(1) 愛知県における産業観光の推進と博物館

愛知県⁽¹⁰⁾は「産業観光」に全国に先んじて取り組んでおり、国土交通省を中心とする 2006 年の産業観光推進懇談会、2008 年の「産業観光ガイドライン」の中でも日本の先駆的事例として取り上げられている(国土交通省 2008)。

この取り組みを提唱したのは東海旅客鉄道の元社長・元会長の須田寛である。須田によれば、2005 年の愛知万博開催に向けて、1990 年代半ばに名古屋商工会議所文化委員会として「産業」を観光資源として着目したのが契機であった。1995 年 12 月に「愛知県における国際博覧会の開催申請」が閣議了解されて愛知万博の誘致活動が国としてスタートし、愛知県で万博会場以外での愛知の魅力発信、観光アピールをする際のコンテンツが必要であった。そこで、古くから「モノづくり」の集積地であること、愛知万博のテーマは「自然の叡智」で環境万博を目指す、万国博覧会として産業博覧会を期待する客層に、会場の外での企業博物館などの産業見学施設によりそれを補完するという考え方で、地域の特色を活かした「産業」が観光資源として注目されたのである(須田 2002a pp.24-28)。

この産業観光の展開は、(1) 観光資源の選定、(2) 観光資源の意味づけ位置付け、(3) 受け入れ体制の整

備、(4) 情報発信、の順に推進された。まず(1)については、観光資源としての産業が愛知県に集中している理由として、第一に当地が日本の産業振興の中心的役割を果たしたこと、第二に城下町名古屋で独自の庶民文化の中で発展してきた陶磁器・織物・醸造などの伝統産業も急速に近代化を果たしたこと、第三にそれを支えるエネルギー、交通などのインフラ産業も勃興したが、この三つが全て明治から数十年で達成されたためその過程を物語る産業遺産が数多く残り、保存されていること、が示された。そして全国規模企業の工場が各地に立地し、生産現場が数多く存在しているのも当地の大きな特色である。それを踏まえ、この取り組みの観光資源として、まず博物館・資料館と、その他の観光資源を分けた。博物館・資料館に関しては、産業間のバランス、多数の観光客の受け入れが可能なもの、案内・誘導など受け入れ体制が十分なもの、アクセスが容易なもの、という観点に立ち、24 施設・8 工場を選定した。その他の観光資源はジャンル別リストを公開し、博物館等とその他資源を含むネットワークを構成、モデルコースの提案が構想された。

次に(2)の意味づけ、位置付けについては、既存の博物館、工場見学などは既に一定の意味づけ・存在価値の確認がされているとした(須田 2002b pp.34-40)。

そして(3)(4)については、現在も続く「産業観光推進懇談会」(AMIC : Aichi Museum and Industrial Sightseeing Conference)を中心に進められた。第一期(1996 - 2001 年)では、1996 年に名古屋商工会議所で「産業観光」キャンペーンの展開が決定され、国の地方部局、愛知県、名古屋市などの協力を得て関係博物館・資料館等への呼びかけから活動が始められた。この後推進体制として 1997 年に名古屋商工会議所文化委員会正副委員長と博物館等 24 施設の館長、自治体の関係幹部などによる連絡会議、懇談会を始め、1999 年には「産業観光推進懇談会」と改称、年 4 回開催となった。情報発信活動としては「産業文化圏あいち(日英)」発行(1998 年)、「産業観光のしおり」発刊(1998 年)、ホームページ開設(1998

年～)を行った。教育機関や旅行会社へは修学旅行や学校行事への組み込みを働きかけ、運輸機関などへはダイヤ編成、バス路線設置、セット乗車券の発行などを働きかけた。さらに各種観光イベント・産業遺産イベントへの参加によるプロモーションを行なった(須田 2002b pp.42-50)。

2001年10月には名古屋市の産業技術記念館(現・トヨタ産業技術記念館)で「産業観光サミット in 愛知・名古屋」が実施され「産業観光」の全国展開の第一歩となっている。この頃には全国各地で産業遺産の保存の活動が盛んとなり、前年に愛媛県新居浜市で開催された「近代化産業遺産保存活用全国フォーラム」では、その産業観光への志向が確認された。それを捉えて開催された同サミットでは全国70市町村(32都道府県)から約500名が参加した。基調講演、パネルディスカッ

ション、専門部会として産業観光による地域活性化部会、産業文化財の保存継承活用部会などが開催された。また以下の「産業観光推進宣言」が出されている。

産業観光とは、歴史的・文化的価値の高い産業文化財を観光資源として位置づけ、これを観光客誘致に向けた諸事業を展開することである。

今世紀における観光は、経済成長優先から生活の豊かさへと、国民の関心が移行している現状をふまえ観光振興は今後ますますその重要性が高まるものと考えられる。このような変化に即応した新しい観光の振興を図るため、産業観光を推進することとする。

わが国には全国的に歴史的・文化的価値の高い産業文化財が多く存在していることから、各地域がそ

表1 産業観光推進懇談会(AMIC)加盟館(2020年7月現在)

	施設名称	産業分野	所在地	種別	設立母体
1	愛知県陶磁資料館	窯業	愛知県 瀬戸市	公立	愛知県
2	あいち航空ミュージアム	航空機	愛知県 西春日井郡	公立	愛知県
3	あま市七宝焼アートヴィレッジ	窯業(七宝)	愛知県 あま市	公立	あま市
5	有松・鳴海校会館	繊維	愛知県 名古屋市	組合	有松絞商工協同組合
5	INAX ライブミュージアム	窯業	愛知県 常滑市	企業立	(株)リクシル
6	カクキュー八丁味噌の郷	味噌	愛知県 岡崎市	企業立	合資会社 八丁味噌
7	岐阜かがみがはら航空宇宙科学博物館	航空機	岐阜県 各務原市	公立	各務原市
8	国際デザインセンター	デザイン全般	愛知県 名古屋市	三セク	愛知県 名古屋市 ほかに
9	瀬戸蔵ミュージアム	窯業	愛知県 瀬戸市	公立	瀬戸市
10	高浜市やきものの里かわら美術館	窯業(かわら)	愛知県 高浜市	公立	高浜市
11	でんきの科学館	電気	愛知県 名古屋市	企業立	(株)中部電力
12	東邦ガス ガスエネルギー館	ガス	愛知県 東海市	企業立	東邦ガス(株)
13	徳川美術館	伝統産業全般	愛知県 名古屋市	財団	公益財団法人徳川黎明会
14	トヨタ会館	自動車	愛知県 豊田市	企業立	トヨタ自動車(株)
15	トヨタ産業技術記念館	工作機械 織機 自動車	愛知県 名古屋市	企業立	トヨタグループ
16	豊田市和紙のふるさと	製紙	愛知県 豊田市	公立	豊田市
17	トヨタ博物館	自動車	愛知県 長久手市	企業立	トヨタ自動車(株)
18	内藤記念くすり博物館	製薬	岐阜県 各務原市	企業立	エーザイ(株)
19	名古屋市科学館	科学技術全般	愛知県 名古屋市	公立	名古屋市
20	名古屋市博物館	地域産業全般	愛知県 名古屋市	公立	名古屋市
21	ネックス・プラザ	高速道路	愛知県 名古屋市	公社	名古屋高速道路公社
22	ノリタケの森	窯業	愛知県 名古屋市	企業立	(株)ノリタケカンパニーリミテド
23	博物館明治村	建築	愛知県 犬山市	財団	名古屋鉄道(株)
24	ブラザーミュージアム	ミシン、OA機器	愛知県 名古屋市	企業立	ブラザー工業(株)
25	MIZKAN MUSEUM	醸造	愛知県 半田市	企業立	ミツカングループ
26	三菱UFJ銀行貨幣資料館	金融	愛知県 名古屋市	企業立	三菱UFJ銀行
27	名鉄資料館	鉄道	岐阜県 可児市	企業立	名古屋鉄道(株)
28	盛田味の館	醸造	愛知県 常滑市	企業立	盛田(株)
29	ヤマザキマザック工作機械博物館	工作機械	岐阜県 美濃加茂市	企業立	ヤマザキマザック株式会社
30	リニア・鉄道館	鉄道	愛知県 名古屋市	企業立	東海旅客鉄道(株)

「第89回 産業観光推進懇談会次第(2020)」と、各館ホームページを参考に筆者作成。館名50音順

れぞれ個性を活かしながら、産業観光への取り組みと相互の情報交換を通し、文化交流を図ることとする。

本日の産業観光サミットでは、この意思を相互に確認し、今後さらに連携を深めながら、産業観光の推進に積極的に取り組むことをここに宣言する。

このサミットは翌年より「全国産業観光フォーラム」⁽¹¹⁾と改称し、国内の産業観光推進地域で開催されている。これにより「産業観光」は全国的な連携がなされた。また愛知県や名古屋市などの自治体の観光長期計画の中で「産業観光」が重点施策として自治体の施策に取り入れられた（須田 2002b pp.62-69）。

また本サミットで産業観光は以下のように定義された。

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、工具等）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」（国土交通省 2008 p1）

その後、愛知万博会期中の 2005 年 7 月に「産業観光国際フォーラム」を名古屋国際会議場で開催、海外 15 カ国、国内 29 都道府県 62 市町から延べ 1000 人が参加している（産業観光推進懇談会 2013 p3）。

産業観光推進懇談会（AMIC）の現在の構成メンバーは、2020 年時点で名古屋商工会議所文化・観光委員会、産業観光施設 30 館、中部運輸局、愛知県、名古屋市、観光団体（日本観光振興協会中部支部、愛知観光協会、名古屋観光コンベンションビューロー）である。加盟館 30 館（愛知県 26 館、岐阜県 4 館）のうち企業立館は 17 館（財団含む）、公立館は 10 館（第 3 セクター含む）、地方道路公社が 1 館、民間の公益財団法人が 1 館、組合が 1 館である。活動としては、年 2 回の定例会、視察、各館年度予定集計、各館年度集計、旅フェア出店、産業観光 NAVI 運営などを行なっている（産

業観光推進懇談会 2020）。

（２）愛知県とトヨタ産業技術記念館

愛知県は 2008 年に愛知県観光振興基本条例を定め、これに基づき 2010 年度から 2015 年度は「愛知観光振興基本計画」、2016 年度から 2020 年度は「あいち観光戦略 2016-2020」を策定している。同県は 2014 年に 2015 年を「あいち観光元年」とすると発表し、愛知の主産業である製造業に加え「観光集客」を新たな戦略産業として位置付けている。「あいち観光戦略 2016-2020」は具体的なプロジェクトを盛り込んだアクションプログラムとなっており、その戦略Ⅱで「産業観光」を重点プロジェクトとしている（愛知県 2016）。

愛知県は 2019 年の製造品出荷額等が 48 兆 7,220 億円（従業者 4 人以上の事業所）と 42 年連続全国 1 位で（愛知県 2020）、県の特徴として日本の製造業、モノづくりの拠点として認知されており、各社の企業博物館・資料館も多く存在する。産業観光推進懇談会担当者は「企業博物館は、当地域のモノづくり文化の紹介に非常に良いコンテンツである。日本のモノづくりのレベル、その歴史と現状、日本人の勤勉さとモノづくりへのこだわり、そのような日本のモノづくり文化をきちんと伝えることが企業博物館の果たしている役割であり意義である」とし、トヨタ産業技術記念館に関しては「トヨタの創業の地であり、ここに行けば繊維機械や自動車づくりなど『愛知のモノづくり』の理解ができる」と述べている。

これら企業博物館や公立の産業関連博物館が 1990 年代半ばに愛知万博の誘致を契機に名古屋商工会議所を中心にして実施された産業観光キャンペーンにより注目され、国の関係部局、愛知県、名古屋市とともにネットワーク化され、産業観光推進懇談会の設立に繋がった（本章第 1 節 pp.5-7）。この中でトヨタ産業技術記念館は当初から文化施設側の代表的立場である中核館として参加、2001 年の「産業観光サミット in 愛知・名古屋」の開催会場提供や（須田 2002b p63）、2002 年から設置された AMIC の指導・調整・助言組織である産業観光推進委員会にメンバーに同館館長が

参加するなど、愛知の産業観光施設の代表的存在として活動している。

トヨタ産業技術記念館は、トヨタ自動車の設立者である豊田喜一郎⁽¹²⁾生誕百周年の1994年6月11日にトヨタグループ13社⁽¹³⁾(現在は17社)⁽¹⁴⁾の共同事業として愛知県名古屋市西区に開館した。初代理事長はトヨタ自動車の元社長・元会長の豊田英二⁽¹⁵⁾である。近代日本の発展を支えた基幹産業の一つである繊維機械(織機)と、現代日本の主幹産業である自動車の技術の変遷を通じ、日本の産業技術の発展史を系統的に紹介する博物館類似施設である。

同館の設立のきっかけは、1980年代にトヨタグループ発祥の地である旧豊田紡織本社工場が、日本近代建築として評価されたことと、当時学生就職の「製造業離れ」が憂慮されていたことから、製造業のイメージアップを行うべくこれを活用することであった(齋藤1998 p8)。1994年に開館した館の設立目的は「豊田佐吉が『發明私記』にも記した飽くなき『研究と創造の精神』と、自動車の国産化に挑んだ喜一郎が情熱を注いだ『モノづくり』の大切さを、広く社会に伝えること」である。トヨタグループの歴史的資料・遺産を保存、調査研究、公開するトヨタグループのアーカイブ機能であるとともに、そのミッションは創業の精神の伝承によるトヨタグループのイメージアップ、ひいては応援団づくりである。そのため豊田佐吉、豊田喜一郎という織機事業、自動車事業それぞれの創業者の創業時のエピソードや、トヨタグループの歴史も重点的に紹介している(トヨタ産業技術記念館2020)。

旧豊田紡織本社工場である同館の所在地は、トヨタグループの始祖、豊田佐吉が1911年に試験工場「豊田自動織布工場」を建設するため取得した約3000坪の用地で、ここで1926年には豊田自動織機製作所、1937年にはトヨタ自動車の創立総会も行われた。しかし、実際に生産拠点や研究拠点として稼働していたのは1980年代初までであった(齋藤1998 p.9)。つまり1980年代に既に当地は脱工業化により製造拠点としての役割を終えていた。現在、トヨタグループ

17社のうち名古屋市内に生産拠点を置く企業はないが、同館の設立によりこの地が「トヨタグループ発祥の地」として保存され、場の遺産化が行われている。

愛知県では、この地域の産業の礎を築いた豊田佐吉が1898年に日本最初の動力織機の特許を取得した8月1日を「愛知の発明の日」と定めるなど、愛知にとってのトヨタグループは「モノづくり」の代名詞でもある(愛知県2019)。グループ17社のうち13社は愛知県内に本社を置くが、所在地は分散しているため、創業の地である同館が「トヨタグループのモノづくり」を象徴する施設となり、ひいては「愛知のモノづくり」を象徴する施設にもなっている。

同館の館名は、1994年の開館当時は「産業技術記念館」であったが2014年に「トヨタ産業技術記念館」に変更された(飯島2014)。同館によれば、開館当時は産業技術の歴史を大きく捉え、企業宣伝にならないように敢えて社名を想像させる「トヨタ」はつけなかったが、実際は「トヨタ産業技術記念館」と呼ばれることが多かったため変更したとのことである。

経済産業省「近代化産業遺産群33」(2007年度)の「21. 我が国モノづくりの中核を担い続ける中部地域の繊維工業・機械工業の歩みを物語る近代化産業遺産群」では、トヨタ自動織布工場、豊田紡織(株)本社事務所などの建物、無停止杼換式豊田自動織機(G型)などが認定され、翌年同「近代化産業遺産群続33」(2008年度)「3トラックにはじまり大衆車量産の基礎を築くに至った自動車産業の歩みを物語る近代化産業遺産群」でトヨタG1トラックなどが認定されている。各コーナーではオペレーターによる実演と説明、金属加工コーナーの鍛造実演、パートナーロボットの楽器の実演など「動態展示」を常時実施し、子ども向けには技術をわかりやすく体感する「テクノランド」もある(トヨタ産業技術記念館2020)。

調査研究は学芸員が担当し、刈谷市歴史博物館への企画協力⁽¹⁶⁾など地域の他館への協力も行う。教育普及ではワークシートや体験学習プログラムなどを用意し、企業の新人社員研修受け入れも行なっている。子ども向けの「週末ワークショップ」はグループ各社の

技術会や、大学や専門学校、市民団体などに協力を仰ぐ地域連携の取り組みともなっている。

その他の地域連携としては、地元である栄生地区近辺での小学校見学や小学校との交流、地元商店街へのお祭りの協賛、近隣の「ノリタケの森」との共通券発行、防災連携、名古屋市内の観光拠点を巡る「メーグル」バス停の設置、様々な団体への会場提供などを行っている。

同館の入場者数は2013年頃から急増し（飯島2017 p 10）2018年度は年間43万人弱（産業観光推進懇談会2020）である。これは館名変更し「トヨタ」とつけたこと、『LEADERS』⁽¹⁷⁾放映、インバウンドブーム、トリップアドバイザーの「工場見学＆社会科見学ランキング」で2015年から2018年まで4年連続で全国1位に選ばれたことなどが理由と考えられ、トヨタグループの応援団づくり、イメージアップに貢献している。

観光への貢献については、同館館長は「（前略）『これらを通じてモノづくりの心に触れていただき、人的交流を促進していく活動』が『産業観光』ということですから、当館の活動そのものが『産業観光』となっている」と述べ、急増するインバウンド客対策でも、案内やパネルの多言語化、ムスリム対応などを行っている。（飯島2017）。

（3）半田市とMIZKAN MUSEUM

半田市は2006年の国の観光立国推進基本法、2008年の愛知県観光振興基本条例などと同調し、2011年度に10年計画である「半田市産業・観光振興計画」（半田市2012）を策定している。半田赤レンガ建物のリニューアルオープン、MIZKAN MUSEUMのオープンが重なった2015年を半田の「観光元年」として定め、同年観光課を設置した。この年の同市の観光入込人数は目標値の108万人を大きく超える132万人であった。（半田市2016 pp.9-10）。

同市観光部局担当者によれば、特にMIZKAN MUSEUMがオープンした後、半田運河周辺は観光スポットとしてハード面・ソフト面を充実する方針となった。同地区にある国盛酒の文化館も産業観光施設

として注目度が上がっている。観光が地場産業と密接に結びつき、商業も観光と明確に分けられないことから、同市の産業・観光振興計画の中で「産業観光の促進」と「観光と農商工が連携した取り組みの促進」を施策として織り込んでいる。醸造業は半田の歴史、地場産業であり歴史やストーリーが描きやすい。中でもミツカン半田は半田市を代表する大企業であり、MIZKAN MUSEUMは半田の観光の柱「山車」「蔵」「南吉⁽¹⁸⁾」「赤レンガ」のうち「蔵」の主要コンテンツとしてみなされている。

観光関連業に専従している市民は少数で、本業がある企業が観光に貢献できる分野を担うという傾向である。半田観光協会が事務局を務める「半田蔵のまちネットワーク」という観光に特化した月例の緩やかな会議体があり、そこで半田市、商工会議所、各施設が情報共有や活動協力を行う。

MIZKAN MUSEUMはミツカンの創業の地、半田においてミツカングループの歩んできた歴史に触れ、今を感じ、未来につなげる施設として2015年に開館した。古くから続く運河沿いの黒塀の景観とともに、ミツカンの酢づくりの歴史や、醸造の技術、ものづくりへのこだわり、食文化の魅力などを、伝統・革新・環境を大切に考え、次世代へ伝える体験型博物館である。ミッションは、①ミツカンファンを育成する、②知多半島の観光施設として機能する、③子供達の学習機会の提供に貢献する、である。また長時間、能動的にミツカンと触れ合えるコンタクトポイントであるという特性を生かし、知多半島の観光資源としての役割を維持しながら子育て夫婦世帯をターゲットにミツカンファンの育成を目指すとしている（MIZKAN MUSEUM 2019）。

ミツカンは、食酢・調味酢、納豆などを主力商品とする食品メーカーで愛知県半田市に本社を置く、江戸時代から200年以上続く地場企業である。国内の酢のシェアは7割を占める。1924年に株式会社中埜酢店が設立され、1998年には「株式会社ミツカングループ本社」と事業カンパニー、機能別カンパニーに再編。2014年にはさらに商号が英語名に合わせ「株式会社

Mizkan Holdings」となった。

同館の所在地はミツカンの江戸時代の創業の地で、2010年までは本社工場が稼働していた地であった(ミツカン 2009)。工場移転、再開発に合わせ新ミュージアムが工場見学の拠点であった博物館「酢の里」⁽¹⁹⁾の跡地に建設された。現在も本社に隣接し、半田運河に面している(ミツカン 2015)。創業以来の醸造業生産拠点としての役割は終わり、半田のミツカン本社は脱工業化の局面を迎えた。MIZKAN MUSEUMを含む本社地区の再整備に当たってはニュースリリースで「ミツカンは創業の地である半田で事業を継続し、これからも地域社会との共生を図りながら企業活動を推進します」(ミツカン 2012)と述べている。250年続く創業の地の記憶をつなぐ景観を保全・更新し、官民一体による新たな賑わいの創出取り組みにより、この地に新たな付加価値が与えられ、醸造業生産地としての場の遺産化がなされている。この半田運河周辺地区は2017年、国土交通省の「都市景観大賞」の大賞を受賞している(国土交通省 2017)。

半田市では小学校3年生の「地域の産業」で教科書に「ミツカン」が記載されており、市内の小学校の大半が同館で社会科見学を行なうほか、総合学習の受け入れも実施している(MIZKAN MUSEUM 2019)。見学した中学生の「ミツカンが、ミツカンミュージアムが半田にあることを僕は誇りに思うよ!」というコメント(MIZKAN MUSEUM 2019)からは、ミツカンが半田市の地域アイデンティティを示す存在であることがうかがえる。

また、ミツカン以外の関係者が市外からの来客を同館に案内することも多く、同館は半田市のアピールポイントとなっている。

館名については、博物館「酢の里」時代には企業名をつけていなかったが、同館設立の際に社内で公募を行い、シンプルでミツカンの博物館であることを、誰もがすぐに認知できる名称として「MIZKAN MUSEUM」が選ばれた(ミツカン 2014)。

展示は、ガイドの誘導による場面転換型展示や参加型展示、ハンズオン展示がふんだんに盛り込まれてい

る。工場移転に伴ってできなくなった工場見学の代わりに見学者用の小規模な生産工程を公開し、展示の目玉となる「弁才船」の復元に当たっては船の一部にかつての半田工場の古材を使用し、大規模なプロジェクションマッピングや映像を駆使している。実物の産業遺産や資料展示はほとんどないが、洗練されたデザインと観客の理解を促進する構成で、ミツカンの創業の歴史、地元半田への思い、酢造りの工程などがよくわかる展示となっている。建物の外観も創業当時の中埜商店の面影を残しながら、半田運河地区の景観も合わせて現代的に再解釈したアピール力のあるデザインである(MIZKAN MUSEUM 2020)。

MIZKAN MUSEUMの3つのミッションのうち1つは「知多半島の観光施設として機能する」であり、自治体との連携のほか、「はんだ蔵のまちネットワーク」の活動参加、夏の「半田運河キャナルナイト」参加、5年に一度行われる半田山車祭りや毎年春の山車祭りの際の中庭での下半田地区の山車4台展示に協力する。広域では知多半島と近郊の産業博物館・美術館7館をめぐるスタンプラリー⁽²⁰⁾を行なっている。地域貢献としては市民や学校の作品展へのMIMホールの貸し出しなど行い、教育普及としては学校受け入れ年間約50校のほか、夏休みの自由研究のワークショップなどを実施している(MIZKAN MUSEUM 2019)。

入場者数は2019年度が13万人(産業観光推進懇談会 2020)で「酢の里」時代の8万人から大幅に増加している⁽²¹⁾。前述の「都市景観大賞」大賞の他にも、2016年に「日本サインデザイン大賞」経済産業大臣賞、2017年に「愛知まちなみ建築賞」大賞などを受賞している(MIZKAN MUSEUM 2019)。

工場がなくなり半田市出身の社員が少なくなった今、同館が観光施設、あるいはまちづくりネットワークの一員として取り組みをして半田市のアピールをすることで、地域とミツカンをつなぐコンタクトポイントとして機能を担っている。

2018年の「愛知デスティネーションキャンペーン」⁽²²⁾では、動画やポスターに同館が取り上げられ、ホームページで館長インタビューが掲載されるなど、現在、

愛知県内でも注目の施設であり、ミツカンのイメージアップに貢献していると言える。

（４）常滑市と INAX ライブミュージアム

2006 年の国の観光立国推進基本法、2008 年の愛知県観光振興基本条例などと同調し、常滑市も「常滑市観光振興計画」を 2009 年と 2016 年度に策定している。

同市は平安時代末期頃からの「古常滑」と呼ばれる焼き物の産地として知られ、2017 年に文化庁の日本遺産に認定された日本六古窯のひとつであることから、観光資源を「常滑焼を中心とした文化」としている。しかし、現在の常滑市の特徴は 2005 年に開港した中部国際空港を中心とするエアフロント地区の発展である。急増するエアフロント地区への市外からの流入客やインバウンド客を常滑市街地に呼び込むために、「モノ」「コト」「ヒト」など集客できる全てのものを「トコナメモノ」とみなし、市民が常滑の文化を再確認し、市民生活そのものが本市観光の魅力とするような仕組みづくりを行うとしている。同市は INAX ライブミュージアムを、この「モノ」の代表的施設と位置づけている（常滑市 2017）。

INAX ライブミュージアムは、現在は株式会社 LIXIL が運営する企業博物館である。株式会社 LIXIL は、2011 年に国内の主要な建材・設備機器メーカーである INAX ほかシステム、新日軽、サンウエーブ工業、東洋エクステリアの 5 社が統合して設立された。INAX の起源は 1921 年常滑の陶工で陶管を製造していた伊奈初之丞が創業した匿名組合伊奈製陶所で、初之丞の長男、伊奈長三郎が 1924 年に伊奈製陶株式会社を設立、タイル、陶管、テラコッタの製造を開始した。伊奈長三郎は 1951 年から常滑町長、1954 年に市制移行に伴い常滑市が成立すると初代市長も務めている。同社は 1945 年に衛生陶器の製造を開始し、1985 年に商号を株式会社イナックスに、2002 年には株式会社 INAX に変更した。2011 年まで株式会社 INAX 本社は常滑市にあり、2011 年の LIXIL 設立に伴い社名はなくなったが、現在も衛生陶器などのブランド名として「INAX」は使用されている（LIXIL ホームページ 2020a）。

INAX ライブミュージアムは、1986 年に伊奈製陶からイナックスへの社名変更を記念して開設された「窯のある広場・資料館」をはじめとする 6 館からなる施設⁽²³⁾で、2006 年に全体を「INAX ライブミュージアム」と命名してグランドオープンした。LIXIL に統合後もブランド名として残る「INAX」をつけた「INAX ライブミュージアム」として継続している⁽²⁴⁾。

キャッチフレーズは「やきものの街『常滑』に、ものづくりの心を伝えるミュージアムがあります。」「土は水を得て形となり、火を通してやきものになります。土とやきものが織りなす多様な世界を、観て、触れて、感じて、学び、創りだす、体験・体感型ミュージアムです。」である（INAX ライブミュージアム 2020）。ミッションは①世界の装飾タイル、テラコッタ、古便器など、やきもの製品を中心とする資・史料の収集、収蔵品の管理・研究・成果の発表、②「土」と「やきもの」の魅力や、ものづくりの楽しさを伝える、③ LIXIL のやきものづくりの歴史・背景を伝える、④教育支援、⑤活動を通じて地域に貢献する。そしてミッションに基づく活動を通じて、企業価値、ブランド価値の向上に貢献する、である⁽²⁵⁾。キャッチフレーズに「やきものの街『常滑』に」とあるように、INAX の創業の地、常滑にある博物館という意義を全面に出している。前述のように創業者の伊奈長三郎は常滑市の初代市長でもあることから常滑市にとって INAX はルーツが一緒に、自治体・企業を超えた一体的な存在と考えられている。INAX にとっても常滑市は創業の地、会社として育ってきた街としての意識がある。

同ミュージアムで最初に開館した「窯のある広場・資料館」の所在地はもともと INAX 常滑東工場（現・LIXIL 常滑東工場）の隣にあった片岡勝製陶所の工場で、1921 年から 1971 年まで土管や焼酎瓶、タイルなどのやきもの製品を製造していた。当時の INAX がこれを購入して整備、1986 年「窯のある広場・資料館」として開館した。同社の窯でなくとも同社の技術の礎はここにあるという象徴であり、場の遺産化がこの時点で行われていた。1997 年には国の登録有形

文化財（建造物）に登録、経済産業省「近代化産業遺産群 33」（2007 年度）で「23. 輸出製品開発や国内需要拡大による中部、近畿、山陰の窯業近代化の歩みを物語る近代化産業遺産群」に認定されている。2019 年には修復を経て、リニューアルオープンしたが内部では釜炊きの工程を表すプロジェクションや映像、昭和 30 年代の土管製造最盛期の常滑の活気が伝わる写真の常設展示や、常滑の土管づくりの歴史がわかる書籍や資料を展示している（LIXIL 2019）。

「世界のタイル資料館」ではタイル研究家である故山本正之氏が常滑市に寄贈したコレクション約 6,000 点の保存・管理・研究を行い、「建築陶器のはじまり館 / テラコッタパーク」では、全国の建造物の装飾に使用されていたテラコッタを収集展示、他にも古便器の収集・保存など建築関連の焼き物資料の収集保存を実施している。「土・どろんこ館」のどろだんごづくり「陶楽工房」モザイクアート、タイル絵付けなどの常設の体験型プログラムのほか、年間の活動としては、企画展を年に 2 本開催、光る泥だんご大会、ゴールデンウィークや夏休みには泥遊びをするワークショップを開催している（INAX ライブミュージアム 2020）。

地域との連携事業としては、常滑の山車 6 台が集まる常滑の春祭りへの会場提供や、伊奈長三郎の命日 10 月 10 日に常滑市と常滑商工会議所が主催する「陶と灯の日」への参加などがある（佐竹 2017 p.102）。全国から様々な分野の専門家を招いたレクチャーで生涯学習の機会提供も行なっている。6 館が建つ敷地内は広場として整備され、敷地内は無料で出入りできるため地域の人が集う憩いの場としての役割も果たしている（佐竹 2017 p.99）。2006 年の INAX ライブミュージアムの竣工式の際、当時の常滑市長である石橋誠晃は、来賓として「竣工式ではおめでとうの言葉が普通だが、この建物にはありがとうと言いたい」と語ったという（佐竹 2017 p.102）。

2019 年に NHK 名古屋放送局制作の愛知発地域ドラマとして常滑市の煉瓦職人を主人公とした『黄色い煉瓦〜フランク・ロイド・ライトを騙した男』が放映

された際は、資料提供やロケ地使用などで協力した⁽²⁶⁾。

4. 考察

（1）産業観光政策の下での自治体と企業博物館

日本における本格的な「産業観光」概念の定着と実践取り組みは、1990 年代半ばに、愛知県を中心に始まった。1995 年に閣議了承された愛知万博（2005 年）誘致を発端に、名古屋商工会議所文化委員会を基盤にした産業観光推進懇談会（AMIC）が発足し、当時の万国博覧会実行委員会事務局をはじめ、国、県・市などの自治体、企業および企業博物館、公立の産業博物館、交通産業や旅行産業が共同して「産業」「モノづくり」を観光資源とするキャンペーンを行なった。全国的には 1990 年から始まった文化庁による近代化遺産総合調査や、1996 年に創設した登録文化財制度で近代化産業遺産が主要対象になり、全国都道府県で近代産業化遺産保存活動や評価が進んだ。この 2 つの流れを受けて 2001 年には「産業観光サミット in 愛知・名古屋」が開催され「産業観光」が定義された（本稿第 3 章第 1 節 pp.5-7）。

国としては 2006 年に「観光立国推進基本法」が制定され、観光施策が本格化する中、2007 年の「観光立国推進基本計画」で観光資源として「産業」が記述され、全国の自治体での観光資源の発見・磨き上げの中で各地の産業が取り上げられていった。2004 年には公益社団法人日本観光振興協会に事務局を置く全国産業観光推進協議会⁽²⁷⁾が発足し、のちに観光庁の委託事業を実施するなどして全国規模での産業観光の推進を行っている。また経済産業省は 2007 年度に「近代化産業遺産群 33」、2008 年度に「近代化産業遺産群続 33」を全国の産業遺産に対して認定している。

愛知県は 2008 年に愛知県観光振興基本条例を定め、2015 年をあいち観光元年として観光局（現・観光コンベンション局）を設置し、本格的な観光施策に取り組んでいる。その中で愛知県は観光資源の 2 大メインコンテンツを「産業」と「武将」とし、「産業」を取り上げる理由としては基本的には AMIC の考え方

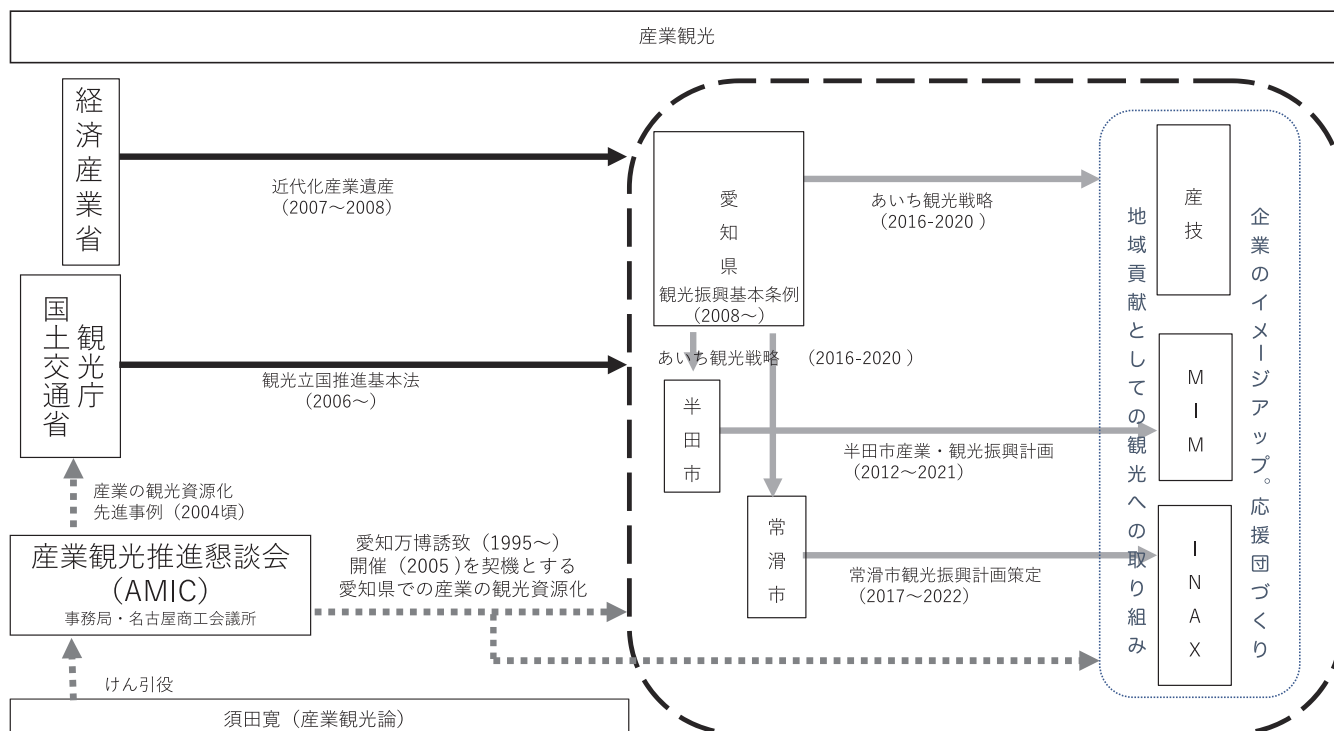


図1 本研究の調査対象をめぐる産業観光政策の流れ
 ※産技: トヨタ産業技術記念館 MIM: MIZKAN MUSEUM INAX: INAX ライブミュージアム (筆者作成)

を踏襲し、AMIC 加盟の企業博物館を既に観光資源として所与のものとみなしている。

半田市は観光資源は「山車」「蔵」「南吉」「赤レンガ」と定めており、「蔵」「赤レンガ」が産業観光に絡む位置付けである。2011 年度に策定した「半田市産業・観光振興計画」のなかで「産業観光の促進」「観光と農商工が連携した取り組みの推進」が挙げられているように、半田の観光は地場産業、商業と密接に結びついており、代表的企業であるミツカンや国盛などの見学施設が必然的に重要な観光資源として見出された。特に 2010 年のミツカンの半田工場閉鎖に伴うミツカン本社地区再整備のなかで半田運河近辺の景観保全がなされ、2015 年は象徴的施設として MIZKAN MUSEUM がオープン、また赤レンガ建物のリニューアルオープン、市役所に観光課も設置されて同市はこの年を「半田市観光元年」としている。

常滑市は、2005 年の中部国際空港開港を機にエアフロント地域の開発が進み、大規模商業施設の相次ぐ開業、中部国際空港の新施設開業などにより、市外か

らの流入客は急増しているが、それが旧来の市街地の集客に循環しないのが課題である。そこで同市は千年続く伝統産業であり文化庁の日本遺産にも認定されている「常滑焼」を中心とした文化を観光資源の中心に据えている。2016 年に策定された常滑市観光振興計画では「モノ」「コト」「ヒト」など集客できる全てのものを指す「トコナメモノ」を中心に据えた観光施策で、市民が常滑の文化を再確認し、市民生活そのものが本市観光の魅力とするような仕組みづくりを行うとしている。この「モノ」の部分で INAX ライブミュージアムを常滑を代表する施設として位置付けられている。

企業博物館側からみると、産業観光取り組みはまず AMIC の活動が大きな契機であった。トヨタ産業技術記念館、MIZKAN MUSEUM、INAX ライブミュージアムとも、AMIC 発足以来のメンバー館である⁽²⁸⁾。特にトヨタ産業技術記念館は AMIC の理事会的組織である産業観光推進委員会にも参加している。MIZKAN MUSEUM と INAX ライブミュージアムは

その前身施設時代から、知多半島地域の AMIC 加盟館による共同スタンプラリーを実施している。

加えて、2006 年の観光立国推進基本法成立後、愛知県、半田市、常滑市が観光施策を強化する中で、AMIC 取り組みで既に注目されていた「産業」が重要な観光資源として明記され、各館が地域の代表的な観光施設として行政の中でも位置付けられている。

MIZKAN MUSUEM の 3 つのミッションのうち 1 つは「知多半島の観光施設として機能する」であり、本社地区再整備と MIZKAN MUSEUM 建設の際、半田運河周辺の「景観」は、市の観光資源の一翼を担うものとして保全をしていくと発信している。トヨタ産業技術記念館は同館の活動そのものが産業観光であるとし、インバウンド客増につれて、同館来館者数も急増している。

ただし、3 館とも博物館設置の本来の目的は、企業理念や歴史の紹介、産業の紹介や資料の保存、地域貢献、それに伴う企業イメージの向上であるため、観光は主目的ではなく地域連携や地域貢献の範囲内で自治体や外部団体からの要望に応じていくというスタンスにとどまっている。

(2)「観光のまなざし」からの「観光の場」の発現

① 3 館の観光資源化の流れ

本項では、本稿第 2 章の「観光のまなざし」からの「観光の場」の発現理論を踏まえて、第 3 章で述べた対象地域で成立した、企業博物館の観光資源化プロセスについて考察する。

企業博物館を設立・運営する企業側ニーズはまず、設置企業のイメージアップや応援団づくり、そのための企業の理念や歴史の紹介であり、さらに業界としての人材確保・育成のためのモノづくりの重要性の訴求などである。さらに企業がその地域の代表的な地場産業として位置づけされていることにより、観光、教育普及などでの地域貢献の場としての機能も担っている。トヨタ産業技術記念館や INAX ライブミュージアムは歴史的資料・遺産・建物の保存・公開が開館の契機となっている一方、MIZKAN MUSUEM は本社工場移転に伴う創業の地の景観保全が設立の契機と

なっている。

愛知県の「産業観光」の観光プロデューサーは当初は須田寛率いる AMIC であり、愛知万博（2005）誘致をきっかけとして「愛知のモノづくり」文化に「観光のまなざし」が向けられた。国の関係部局、愛知県、名古屋市と関係博物館・資料館等がネットワーク化され、企業博物館を含む「産業博物館」が「観光の場」として修正された。のちに 2006 年の観光立国推進法成立により自治体の観光政策が推進されたとき、愛知県、半田市、常滑市においても「産業」が所与の定着した観光資源として織り込まれており、その主要なコンテンツとして各施設が位置付けられている。

これらの 3 館では、創業の地や生産拠点の脱工業化や企業体の変化などによる喪失感をノスタルジアに転換する場の遺産化が企業博物館の設立・存続により行われている。文化庁や経済産業省の認定制度もこれを補完している。企業そのものが各地域を代表するブランドとして「地域アイデンティティ」とみなされ、これは開館時や前身施設の館名にはつけられていなかった「社名」がこの 3 館では途中でつけられたことから読み取れる。

トヨタ産業技術記念館や INAX ライブミュージアムでは歴史的資料・遺産が歴史の現代化の中で保存・蓄積されているが、MIZKAN MUSEUM では、周辺の景観保全とともに観客のまなざしを意識した本物らしく見える復元展示が再構築されている。

各館とも一定の来場者やメディア露出などのアウトプットがされている。「まなざし」を受けながら「地域へのまなざし」で見返した結果、地域アイデンティティを体現する施設として認知され、観光資源、文化資源、教育資源とみなされ、地域連携や教育普及の取り組みを実施できていることが各館の社会に対するアウトカムであり、それがすなわち、各館のミッションの達成、すなわち企業ニーズの達成に寄与していると言える。

②導き出された企業博物館の観光資源化プロセス

今回見た 3 館の事例から導き出されるプロセスを以下のように考察する。政策に従って行動する地域の

観光プロデューサーとしての自治体や組織が、もともと企業のイメージ戦略やアーカイブズ機能など企業の経営ニーズから設立されている企業博物館に対し「観光のまなざし」を持つ。自治体や組織が企業とネットワーク化し、その関係性から生み出される「発現力」によって「企業博物館」が「観光の場」として「創出され（修正され）」る。

その過程では産業構造や社会の変化による場の遺産化が起こっており、国や自治体による認定制度によって公的な位置付けがもたらされ、地域の「アイデンティティ」構築や維持に寄与している。さらに観光客の参加の度合いが重要視されて本物らしく見える展示が再構築される。

以上のアーリとラースンの理論から見いだされる現象に加え、今回の調査では下記の現象を見いだした。「まなざし」を受けた企業博物館は「地域へのまなざし」で見返す。「地域アイデンティティ」構築に貢献し、観光資源だけでなく文化資源や地域の教育普及施設としての機能も果たすことが企業博物館の社会に対するアウトカムである。こうして企業博物館は企業のイメージアップや地域貢献などのミッションを達成し、企業博物館の存在意義を高めていく。これらは地域と企業博物館の「相互のまなざし」の中で生成されているのである。

5. おわりに

本稿で取り扱った愛知県の産業観光政策と企業博物館の観光資源化プロセスに関する考察から導き出される「博物館と観光」に関する示唆は次のとおりである。まず、地域と館がどのような相互作用を持つかを認識することである。そのために必要なのは「観光プロデューサー」「地域アイデンティティ」「相互のまなざし」と考える。

本研究の事例では「観光プロデューサー」であるAMICが重要なアクターで、愛知万博を契機として須田寛という理論と実践における強力なリーダーが継続した仕組みづくりを行ったことが産業観光取り組みの原動力であった。社会が共鳴できる理念を発信し、概

念を構築し、それに伴った実効性のある継続的な施策が定着に奏功したのである。

そのAMICや自治体が企業博物館に観光のまなざしを向けたのは、その企業が地場産業であり、企業博物館のロケーションが「地域アイデンティティ」と強く結びついていたからである。特に半田市とミツカン、常滑市とINAXの関係は、自治体が企業について「自治体と企業を超えた一体的な存在」、企業が自治体について「創業の地、会社が生まれ育った街」と語るように、長い歴史の中で培われてきたものである。強い「地域アイデンティティ」が生み出すストーリーが語られ、企業博物館はそれを表象する場となり、企業博物館が「観光」に地域貢献の一つとして取り組む推進力となっている。

これらを生み出したのは地域と博物館の「相互のまなざし」で、観光客の「まなざし」を代替する観光プロデューサーや自治体からの「観光のまなざし」、また博物館からの「地域へのまなざし」双方が必要である。また、ネットワーク化された各組織の関係性から観光の場が発現するとすれば、多様なアクターが関わり、観光資源にまなざしを向けることが求められる。現在、政府は地域観光の主体を自治体及び観光地域づくり法人（DMO）と定め、設立・運営支援を行ない（観光庁2020）、また2020年5月には、博物館などの「文化観光拠点施設」を中心とした地域単位での観光振興推進や情報発信などを支援する「文化観光推進法」が施行された（文化庁2020）。地域の多様なアクターが、博物館をどのような地域アイデンティティを体現する資源として見出していけるのか、それが本来の博物館活動と齟齬がないものであり博物館のミッション達成に織り込むことができるのかが課題であろう。

本研究の意義は、愛知県内の3館の企業博物館というごく限られた対象ではあったが、地域の中での博物館の観光資源化プロセスの一例を導き出すことができたことである。

さらに企業博物館を地域社会やステークホルダーからの視点から見た先行研究は今のところ見当たらず、観光という切り口で、地域の中での企業博物館の存在

意義を顕在化したことに一定の成果があると言える。

今後は本研究の知見をもとに、他地域や他館での事例の調査・研究を通じて、博物館と観光のあり方についてさらに検討できる可能性があると考ええる。

謝辞

本研究の実施にあたり、資料収集、聞き取り調査など様々な面でご協力いただきました関係者の皆さまに、心から感謝申し上げます。

註

- (1) 2019年9月1～7日 国立京都国際会館他で開催。大会テーマは「Museums as Cultural Hubs: the Future of Tradition (文化をつなぐミュージアム ―伝統を未来へ―)」
- (2) 同大会で提案された新たな博物館定義案は次の通りである。

“Museums are democratising, inclusive and polyphonic spaces for critical dialogue about the pasts and the futures. Acknowledging and addressing the conflicts and challenges of the present, they hold artefacts and specimens in trust for society, safeguard diverse memories for future generations and guarantee equal rights and equal access to heritage for all people. Museums are not for profit. They are participatory and transparent, and work in active partnership with and for diverse communities to collect, preserve, research, interpret, exhibit, and enhance understandings of the world, aiming to contribute to human dignity and social justice, global equality and planetary wellbeing.”

「博物館は、過去と未来に関する批評的な対話のための、民主化を促し、包摂的で、様々な声に耳を傾ける空間である。博物館は、現在起こっている紛争や課題を認識し、それらを考察しつつ、社会のために託された資料や標本を保管し、未来の世代のために多様な記憶を保全し、すべての人々に遺産に対する平等な権利と平等なアクセスを保証する。

博物館は、営利を目的としない。博物館は、開かれた公明正大な存在であり、人間としての尊厳と社会正義、世界的な平等と地球全体の幸福に貢献することを目的に、多様なコミュニティと手を携えて収集、保存、研究、解釈、展示並びに世界についての理解を高めるための活動を行う」(日本語は仮訳、国際博物館会議(ICOM)・ICOM 京都大会 2019 組織委員会 2020 p.185)

- (3) 現状の博物館定義は、2007年にICOMウィーン大会で採択された。

“A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment “

「博物館とは、社会とその発展に貢献するため、有形、無形の人類の遺産とその環境を、教育、研究、楽しみを目的として収集、保存、調査研究、普及、展示する公衆に開かれた非営利の常設機関である。」(ICOM日本委員会による日本語訳、同上 p.185)

- (4) 日本語全訳版は未刊行。主要テーマは①経済発展のためにミュージアムの力を活用する②ミュージアムの役割を足掛かりに都市再生とコミュニティ開発を進める③文化意識の高い創造的な社会の創出に貢献する④包摂、健康、幸福を達成する場としてのミュージアム⑤地域開発のための手段としてミュージアムを重点的に活用する。(OECD・ICOM 2019b)
- (5) UNESCO (2015)「ミュージアムとコレクションの保存活用、その多様性と社会の役割における勧告」など
- (6) 2019年6月には社会教育法、博物館法、図書館法の一部が改正され、教育委員会が所管する公立の図書館、博物館、公民館その他の社会教育に関する教育機関について、まちづくり、観光など他の行政分野との一体的な取組の推進等のために地方公共団体がより効果的と判断する場合には、社会教育の適切な実施の確保に関する一定の担保措置を講じた上で、条例により地方公共団体の長が所管することが可能となった。(文部科

学省 2019)

- (7) 星合は企業博物館を「自社の歴史とその背景の保存と、企業理念の理解のために、企業（またはその業界）が設立した博物館」と定義し5つに分類している。すなわち設立企業の資料を中心に収集する「史料館」、関係する業界の歴史資料を集めた「歴史館」、企業の技術を説明する「技術館」、会社や業界の公共性や安全性を普及啓蒙する「啓蒙館」、工場見学や産業遺構を中心とした「産業館」である。(星合 2004 pp.60-62)
- (8) ただし2019年の調査時点では、2020年に新規加入のヤマザキマザック工作機械博物館を除く15館であった。
- (9) インタビュー対象・場所・実施日は次の通り。

産業観光推進懇談会事務局（名古屋商工会議所内）・名古屋市・2019年8月27日、愛知県観光コンベンション局・名古屋市・2019年6月28日、トヨタ産業技術記念館・名古屋市・2019年7月5日、半田市観光課・半田市・2019年7月23日、MIZKAN MUSEUM・半田市・2019年8月2日、常滑市商業観光課・常滑市・2019年7月5日、INAX ライブミュージアム・常滑市・2019年8月2日。

ヒアリング対象者は、各組織に本研究の趣旨を説明した上で対応者を選定、1人ないしは複数人に対し各1時間程度、筆者による半構造化インタビューを行った。記録はICレコーダーでの録音とメモである（一部メモのみ）自治体に対する質問は ①該当自治体の観光についての現況、課題 ②観光政策の中で産業観光および企業博物館の位置付け、傾向および課題 ③産業構造の変化とそれに対応した産業観光のあり方。企業博物館に対する質問は、①自館にとっての「地域」と「ステークホルダー」の認識 ②「観光」「産業観光」視点での取り組み ③企業の事業活動の変化とそれに対応した企業博物館のあり方

- (10) 愛知県の産業観光推進の重要なアクターである産業観光推進懇談会の加盟館は一部岐阜県も含み、同懇談会及び須田は著書（須田・徳田・安村 2002）などの中で対象地域を「中京圏」と表現している。本研究では、調査の対象地域が愛知県であること、また同懇談会の

活動も一部の加盟館以外は愛知県関連の自治体・企業・組織が中心であることから、対象地域を「愛知県」と表現する。

- (11) その後毎年開催され、2019年10月に第19回を大阪で開催。過去の開催地は浜松、鹿児島、札幌、八戸、北九州、会津若松、富山、富岡、姫路、函館、岡谷、小松、小坂、燕三条、日田、半田、東京、大阪（東京、大阪は、ツーリズム EXPO ジャパン内で実施）。現在の主催は全国産業観光推進協議会および公益社団法人日本観光振興協会である。
- (12) 1894年6月11日生まれ、1952年3月27日没。トヨタグループの始祖、豊田佐吉の長男で、1937年にトヨタ自動車を創業した。トヨタ自動車の現名誉会長豊田章一郎の父であり現社長豊田章男の祖父である。
- (13) 当時の13社は次の通り。株式会社豊田自動織機製作所（現・株式会社豊田自動織機）、愛知製鋼株式会社、豊田工機株式会社（現・株式会社ジェイテクト）、トヨタ車体株式会社、豊田通商株式会社、アイシン精機株式会社、日本電装株式会社（現・株式会社デンソー）、豊田紡織株式会社（現・トヨタ紡織株式会社）、東和不動産株式会社、株式会社豊田中央研究所、関東自動車株式会社、豊田合成株式会社、トヨタ自動車株式会社
- (14) 現在の17社は次の通り。株式会社豊田自動織機、愛知製鋼株式会社、株式会社ジェイテクト、トヨタ車体株式会社、豊田通商株式会社、アイシン精機株式会社、株式会社デンソー、トヨタ紡織株式会社、東和不動産株式会社、株式会社豊田中央研究所、トヨタ自動車東日本株式会社、豊田合成株式会社、日野自動車株式会社、ダイハツ工業株式会社、トヨタホーム株式会社、トヨタ自動車九州株式会社、トヨタ自動車株式会社。
- (15) 1913年9月12日生まれ、2013年9月17日没。豊田佐吉の甥であり、豊田喜一郎の従弟である。1967年から14年間トヨタ自動車工業の社長をつとめ、工販合併した1982年から1992年までトヨタ自動車の会長をつとめた。
- (16) 刈谷市歴史博物館企画展「刈谷の近代化と豊田佐吉・喜一郎一準備は出来たカリヤは邁進しますー」（2019年12月14日—2020年2月9日）

- (17) 豊田喜一郎をモデルにTBS系で放映されたスペシャルドラマ。国産自動車開発に人生をかけた人々を描き、喜一郎を佐藤浩市が演じた。第1弾が2014年3月22日、23日、第2弾が『LEADERS II』として2017年3月26日に放映された。
- (18) 新美南吉。半田市生まれの童話作家。代表作に「ごんぎつね」「手ぶくろを買いに」
- (19) MIZKAN MUSEUMの前身で、日本唯一の酢の総合博物館として、半田運河沿いに1986年から2013年までミツカンが運営していた。工場見学の拠点であった。
- (20) 「五感を刺激するミュージアムスタンプラリー」知多半島およびその近郊の産業博物館・美術館（『INAX ライブミュージアム』『盛田味の館』『有松・鳴海絞会館』『東邦ガス ガスエネルギー館』『高浜市やきものの里かわら美術館』『MIZKAN MUSEUM』『杉本美術館』：計7館）で実施。2019年は7月13日から10月31日まで開催で、INAX ライブミュージアムのワークショップをMIZKAN MUSEUMで実施するなどのコラボレーションも行っている。
- (21) インタビュー時点では16万人を見込んでいたが、新型コロナウイルス感染防止対策で2020年3月に1ヶ月間休館したため13万人にとどまった。
- (22) デスティネーションキャンペーンとはJRグループ旅客6社（JR北海道・JR東日本・JR東海・JR西日本・JR四国・JR九州）が指定された自治体や観光事業者と実施する大型キャンペーン。四半期ごとに分けて4自治体と実施、愛知県は2018年10月～12月に未来クリエイター愛知～想像を超える旅へ。」をテーマに実施、2017年にはプレキャンペーン、2019年にはアフターキャンペーンが行われた。
- (23) 6館の名称と開設年は次のとおり。「世界のタイル博物館」（1997年）「窯のある広場・資料館」（1986年）「建築陶器のはじまり館 / テラコッタパーク」（2012年）「土・どろんこ館」（2006年）「陶楽工房」（1999年）「ものづくり工房」（1989年）
- (24) 2011年の統合後、同じくINAXが東京・名古屋・大阪で運営していた文化施設「INAXギャラリー」は、東京・大阪は「LIXILギャラリー」に名称変更し、名古屋は閉廊、

文化事業「INAX出版」は「LIXIL出版」に名称変更した。その後、LIXILギャラリーは閉廊、LIXIL出版は終了することが2020年5月に発表された。（LIXIL 2020b）

- (25) 2019年11月21日同館にて開催された 産業観光推進懇談会研修会の同館プレゼンスライドで発表
- (26) NHK名古屋放送局の愛知発地域ドラマとして、2019年11月27日にNHK BSプレミアムで、2020年3月13日にはNHK総合テレビで放映。フランク・ロイド・ライト設計による旧帝国ホテルの外壁を飾った「黄色い煉瓦」の製造に携わった常滑の煉瓦職人たちの実話をドラマ化。主演は安田顕。なお1923年に竣工した帝国ホテル旧本館の壁に用いた当時としては珍しい黄色いスダレ煉瓦は、常滑市に設立された専用工場「帝国ホテル煉瓦製作所」で初之丞と長三郎の技術指導のもとで製作され、その後同製作所の設備と従業員は伊奈製陶に引き継がれた。
- (27) 2004年に設立、公益社団法人日本観光振興協会に事務局を置く。「地域経済を支える各種産業における生産施設・設備、産業文化遺産及び関連施設を観光資源として、国内外の人々に優れた産業技術や産業の発展過程の理解を促し、関心を高めるとともに、地域における各種産業の活性化ならびに産業を中心とした観光（以下「産業観光」という）によるまちづくり、・地域作り等産業観光の推進に寄与することを目的とする。
- (28) AMIC 発足当時は、MIZKAN MUSEUMはその前身施設「博物館『酢の里』、INAX ライブミュージアムは当時開業していた「窯のある広場・資料館」として参加。

引用文献

愛知県振興部観光局観光振興課 2016「あいち観光戦略 2016-2020」

愛知県 2019「あいちの知的財産戦略 【知事会見】「愛知の発明の日」記念講演会及び「体験！あいち少年少女発明クラブ紹介展」を開催します！」

<https://www.pref.aichi.jp/site/aichi-chizai/aichi-hatsumei2019.html>（2020年8月10日検索）

愛知県 2020「あいちのプロフィール」

<https://www.pref.aichi.jp/soshiki/koho/0000007723.html>（2020年8月10日検索）

- アーリ、ジョン 1990=1995『観光のまなざし－現代社会におけるレジャーと旅行』加太宏邦訳、法政大学出版局 1995 年
- アーリ、ジョン・ラースン、ヨナナス 2011=2014「第 6 章 場と建造物とデザイン」『観光のまなざし（増補改訂版）』加太宏邦訳、ミネルヴァ書房、2014 年、pp. 186-239
- 飯島修 2014「館長から」『トヨタ産業技術記念館メールマガジン』（2014 年 6 月 6 日配信）
- 飯島修 2017「トヨタ産業技術記念館 外国人来館者受入れ体制の整備」産業観光推進懇談会説明資料（2017 年 5 月 26 日）
- 和泉大樹 2016「地域の振興と博物館」中村浩・青木豊編著『観光資源としての博物館』芙蓉書房出版 pp. 169-178)
- 伊藤寿朗 1993『市民のなかの博物館』吉川弘文館
- INAX ライブミュージアム 2020「同館ホームページ」
<https://livingculture.lixil.com/ilm/>（2020 年 8 月 10 日検索）
- 今里譲 2019「新たな文化庁の挑戦」公益財団法人日本博物館協会「第 67 回全国博物館大会（2019 年 9 月 5 日）」基調講演資料
- OECD・ICOM 2019a “Culture and Local Development: Maximizing the impact - Guide for local governments, communities and museum”
- OECD・ICOM 2019b『文化と地域の開発：最大限の成果を求めて－地方政府、コミュニティ、ミュージアム向け OECD—ICOM ガイド』前掲“Culture and Local Development: Maximizing the impact - Guide for local governments, communities and museum”の日本語要約版
- 観光庁 2020「観光地域づくり法人（DMO）」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000053.html（2020 年 8 月 14 日検索）
- 国際博物館会議（ICOM）・ICOM 京都大会 2019 組織委員会 2020「第 25 回 ICOM（国際博物館会議）京都大会 2019 報告書」
- 国土交通省 2008「産業観光ガイドライン」
- 国土交通省 2017「平成 29 年度『都市景観大賞』受賞のお知らせ」
<https://www.cbr.mlit.go.jp/kisya/2017/05/0531.pdf>（2020 年 8 月 10 日検索）
- 後藤和子 2020「博物館と地域発展—OECD/ICOM『文化と地域発展：最大限の成果を求めて』を読み解く」『博物館研究』vol. 55 別冊（No. 623）pp. 41-45
- 齋藤謹吾 1998「産業技術記念館について」産業考古学会『産業考古学』第 88 号 pp. 8-14
- 佐竹和歌子 2013「INAX ライブミュージアム」玉村雅敏編『地域を変えるミュージアム——未来を育む場のデザイン』英治出版、pp. 98-103)
- 産業観光推進懇談会 2013「第 6 次産業観光活動状況（2013 年 12 月付）」
- 産業観光推進懇談会 2020「第 89 回 産業観光推進懇談会（AMIC）次第」
<https://www.nagoya-cci.or.jp/pr/newsrelease20200708/14p.pdf>（2020 年 7 月 26 日検索）
- 須田寛 1999『産業観光—観光の新分野』交通新聞社
- 須田寛 2002a『『観光』への期待とその背景—なぜ今『観光』、『産業観光』なのか』須田寛・徳田耕一・安村和己『新・産業観光論』すばる舎 pp. 14-28
- 須田寛 2002b「中京圏における『産業観光』その展開と展望」須田寛、徳田耕一、安村和己『新・産業観光論』すばる舎 pp. 29-96
- 辻秀人 2019「山本幸三地方創生担当大臣発言と背景」青木豊・辻秀人・菅根幸裕 編著『博物館が壊される！博物館再生への道』雄山閣 pp. 1-12
- 常滑市 2017「常滑市観光振興計画」
- トヨタ産業技術記念館 2018『トヨタ産業技術記念館 ガイドブック 改訂版』
- トヨタ産業技術記念館 2020「設立の目的」トヨタ産業技術記念館 HP
<http://www.tcmit.org>（2020 年 8 月 10 日検索）
- 半田市 2012「半田市産業・観光振興計画」
- 半田市 2016「半田市産業・観光振興計画 中間評価報告書」
- 古本泰之 2014「観光地域における『芸術活動』の観光資源化としての美術館集積」「日本国際観光学会論文集」

- (第21号) 2014年 pp.71-76
- 星合重男 2004「日本の企業博物館の動向について」『レコード・マネジメント』No48 企業史料協議会 pp.60-62
- 文化庁 2020「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律の概要」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/pdf/92199401_01.pdf (2020年8月14日検索)
- マキアーネル、ディーン 1999=2012『ザ・ツーリスト ―高度近代社会の構造分析』安村克己ほか訳 学文社 2012年
- 松田陽 2020「ICOM博物館定義の再考」『博物館研究』vol.55 別冊 (No.623) pp.22-26
- ミツカン 2009「ニュースリリース：半田工場の生産機能の縮小・移管について」(2009年7月2日)
<http://www.mizkan.co.jp/company/newsrelease/2009news/090702-00.html> (2020年8月10日検索)
- ミツカン 2012「ニュースリリース：ミツカングループ『本社地区再整備プロジェクト』進捗状況のご報告」(2012年9月12日)
<http://www.mizkan.co.jp/company/newsrelease/2012news/120912-00.html> (2020年8月10日検索)
- ミツカン 2014「ニュースリリース：ミツカングループの新企業情報発信施設の名称決定！ MIZKAN MUSEUM（ミツカン ミュージアム）愛称：MIM（ミム）」(2014年1月21日)
<http://www.mizkan.co.jp/company/newsrelease/2014news/140121-04.html> (2020年8月10日検索)
- ミツカン 2015「ニュースリリース：MIZKAN MUSEUM（愛称 MIM（ミム））展示概要のお知らせ」(2015年4月14日)
<http://www.mizkan.co.jp/company/newsrelease/2015news/150414-00.html> (2020年8月10日検索)
- MIZKAN MUSEUM 2019「MIZKAN MUSEUMについて」産業文化博物館コンソーシアム資料 (2019年11月27日)
- MIZKAN MUSEUM 2020「同館ホームページ」
<http://www.mizkan.co.jp/mim/index.html>
(2020年8月10日検索)
- 森屋雅幸 2019「博物館と観光の関わりについて一近年の博物館政策と『ミュージアム・ツーリズム』を中心に」『都留文科大学研究紀要』第89集 pp.189-205
- 文部科学省 2019「地域の自主性及び自立性を高めるための改革の推進を図るための関係法律の整備に関する法律による社会教育関係法律等の改正について（通知）」より
http://www.mext.go.jp/a_menu/01_1/08052911/1417798.htm (2020年8月10日検索)
- 安村和己 2002「観光学からみる産業観光」須田寛、徳田耕一、安村和己『新・産業観光論』すばる舎 pp.147-205
- 山本理佳 2015「大和ミュージアム設立を契機とする呉市周辺の観光変化」『国立歴史民俗博物館研究報告』第193集 pp.187-219
- LIXIL 2019「ニュースリリース：INAX ライブミュージアム『窯のある広場・資料館』3年にわたる保全工事が完了し、新たな展示とともにオープン」(2019年8月28日)
<https://newsrelease.lixil.co.jp/news/pdf/2019082801.pdf> (2020年8月10日検索)
- LIXIL 2020a「LIXIL グループの歩み」
<https://www.lixil.com/jp/about/history.html> (2020年8月10日検索)
- LIXIL 2020b「ニュースリリース：LIXIL ギャラリー閉廊とLIXIL 出版終了のお知らせ」(2020年5月15日)
<https://livingculture.lixil.com/information/gallery/lixillixil/> (2020年8月10日検索)