



変革期に挑む九州の底力ー第 15 回ー

九州の多様な集客戦略

シンクタンク・バードウイング代表 鳥丸 聡

1. はじめに

九州の観光が栄えた歴史は古い。明治期末から大正期にかけて、長崎本線、鹿児島本線そして日豊本線が相次いで開業し、広域観光が可能となったのがきっかけである。当時の代表的な観光地は、別府や長崎、雲仙であった。大正2年には、雲仙ゴルフ場が日本初のパブリックコースとして開業した。昭和に入ると、別府では地獄めぐりルートに日本初のバスガイドが同乗した定期遊覧バスが運行されたことから、国内一の人気温泉観光地へと成長した。そして当時人口が最も多かった長崎市は異国情緒あふれる大都市として栄え、雲仙は、東の軽井沢に匹敵するモダンな避暑地として長崎市に住む外国人の多くが訪れた。結果、昭和9年には、雲仙（と霧島）が日本初の国立公園に指定されている。そして、戦後の混乱期以降に九州は観光王国と呼ばれる時代を迎えたのである。1960年代に南九州（宮崎～霧島～指宿）が新婚旅行客で賑わい、同時期に九州を横断する別府阿蘇道路（通称「やまなみハイウェイ」）がオープンし（1964年）、別府～阿蘇～熊本～天草～雲仙～長崎が九州観光のゴールデンコースとして人気を集めた。背景には、九州が本土最南端であり、南国イメージが定着していたことがあげられる。現在の九州新幹線や九州縦貫自動車道といった高速交通基盤が九州の南北を走っているのと対照的に、当時の九州の観光ルートは、主に北部九州を横断するルートと南九州を斜めに横切るルートの2つが中心であった。

ところが、1972年の沖縄本土復帰と75年の沖縄国際海洋博覧会を契機に、沖縄がリゾート地として集客力を高めるようになるにつれて、九州の南国イメージは希薄化していった。その後、1985年のプラザ合意で円高が定着して以降は、全国的な海外旅行ブームで、九州は海外との競争を強いられるようになった。その後は1987年の総合保養地域整備法（リゾート法）施行でリゾート・テーマパークがブームとなり、宮崎シーガイアが第1号として、また、佐世保ハウステンボスがそれに続いたものの、僅か数年でともに破綻した。大牟田市のネイブルランド、荒尾市のアジアパークも短命に終わった。1990年に開業したスペースワールドも1997年をピークとして入場者数は減少に転じ、2005年には営業権が新日本製鐵からリゾート運営会社の加森観光に譲渡された。

九州観光が停滞した理由は、ライバル観光地が国内外に続々と誕生しただけでなく、観光形態が、小規模少人数、旅行日数の短期化、客単価の低下といった具合に大きく変化したのについていけなかったことが大きい。かつての成功体験が、むしろ足かせになっていたともいえるだろう。さらに、ライバル観光地＝北海道のイメージを色に喩えると「白」、スポーツならば「スキー」、食べ物ならば「カニ」とシンプルで、また沖縄のイメージは「青」「マリンスポーツ」「ゴー

ヤチャンプルやソーキそば」とはっきりしているのに対して、九州のイメージはぼやけてしまっており、行きたくなるイメージが希薄化してしまっているのも影響している。自然・歴史・文化・食べ物・飲み物といった観光集客資源が豊富かつ多様であることが、逆に九州観光を売り出す上で足かせとなってきた感も否めない。では、九州観光の進むべき道は、どこに見出せるのだろうか。

以下では、かつての物見遊山型の集客手段とは異なる九州の新しい集客戦略について、過去10年間で注目されるようになった「外国人旅行者受入体制」「MICE(マイス)」「フィルム・コミッション」「プロスポーツキャンプ」「世界農業遺産」そして「食品産業観光」の現状を概観し、その課題について考える。

2. 外国人旅行者受入体制

ビジット・ジャパン事業が開始され、観光立国の実現に向けた取組を本格化してから10年が経過した。その節目の年にあって、政府は2013年3月、観光立国推進閣僚会議を立ち上げ、観光立国の実現に向けた施策をアクション・プログラムとしてとりまとめた。世界を惹きつける観光立国を実現するためには、①日本ブランドの作り上げと発信、②ビザ要件の緩和等による訪日旅行の促進、③外国人旅行者の受入の改善、そして④MICEの誘致や投資の促進を図ることが重要であるとしている。

これらのうち、①と②はオールジャパンで推進すべきことであるが、③と④は九州単独でも積極的に推進可能な政策課題である。

竹島・尖閣問題以降、日中・日韓関係が冷え込んでいるが、2012年の九州への訪日外国人数は115万人で、東日本大震災前年の2010年の100万人を超えて過去最高となった。9月以降こそ韓国、中国からの入り込みは減少したが、台湾－福岡間の航空路線の倍増や台湾－鹿児島間の新規就航・増便（週3便から4便へ）、中国、韓国と結ぶLCCの就航が寄与した。外国クルーズ船の九州への寄港も秋口以降はキャンセルラッシュとなったが、1年を締めてみると過去最高の寄港数だった。九州を舞台とする活発な外国人旅行者の往来が、政治的摩擦を緩和する方向に作用するかもしれない。

そのような環境下にあって、2013年2月、政府は九州全域を「九州アジア観光アイランド総合特区」に指定した。特定地域に対して、規制緩和や税制を優遇する制度だ。九州7県と九州観光推進機構、福岡市が共同申請していたもので、中国語と韓国語の通訳ガイド不足に対応して、九州限定で資格試験を簡素化した通訳案内士制度を創設したり、留学生を通訳ガイドに活用するための要件が緩和されたり、クルーズ船で九州を訪れる外国人観光客の免税手続きを簡素化できるように、国に要望していたのが前進することとなった。

国が規制緩和の方針を示したことに対応して、今後は九州自身も積極的に多言語案内標識の設置や観光案内所での外国語での観光案内などの受け入れ態勢を整備し、外国語対応の充実を図らなくてはならない。

3. MICE（マイス）

MICE とは、Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）または Event のそれぞれの頭文字をとった造語で、ビジネス旅行の一形態を指す。サミットや医学学会を思い起こせば明らかのように、通常の観光旅行に比べ参加者の消費額が大きいため、MICE の誘致に力を入れる都市は増える一方だ。

MICE 誘致の一環として、福岡市は国際会議場などが集積する博多港ウォーターフロント地区での新たな総合展示場整備を計画している。福岡市によると、2011 年に同市で開催された国際会議の件数は 221 件で、東京都 23 区に次いで全国で 2 番目に多いという。国際会議の定義（表 1）にもよるが、横浜や京都、大阪、神戸より国際会議開催件数が多く、3 年連続全国 2 位に位置するという事実を知っている福岡市民は少ない。その福岡市で大規模コンベンション施設といえば、博多港ウォーターフロント地区のマリンメッセ福岡と福岡国際センター、福岡国際会議場ということになるが、いずれも稼働率は 8 割を超えており、利用の申し込みを断るケースも生じている程だ。2013 年 4 月からは福岡とオランダを結ぶ直行便が週 3 便就航しているので、MICE 誘致の絶好のチャンスでもある。しかし、課題も少なくない。

まず、福岡市の国際会議開催件数が全国 2 位とはいっても、1 つの国際会議当たりの参加者数は 300 人程度と少なく、全国でもベスト 10 に入るかどうかといったレベルに過ぎない。横浜、神戸、大阪の 1 国際会議当たりの参加者数が 1,000 人程度であるのに比べて見劣りする。そもそも日本一の東京都 23 区でさえ世界では 41 位、福岡市は 109 位と寂しい（世界 1 位はウィー

表 1 国際会議統計発表団体と国際会議の定義

日本政府観光局 (JNTO)		国際団体連合 (UIA)		
海外における観光宣伝、外国人観光客に対する観光案内その他外国人観光客の来訪促進に必要な業務を効率的に行うことにより国際観光の振興を図ることを目的に 1964 年に設立された。		1907 年にベルギー・ブリュッセルにおいて設立された非営利・非政府の団体。6 万を超える組織団体等に関わる情報の調査・収集・分析を行っている。国際会議統計を例年 8 月に発行。		
下記の条件をすべて満たすもの		主催者・後援者によって基準が異なる		
主催者	国際機関・国際団体（各国支部を含む）または、国家機関・国内団体（民間企業以外）	主催・後援	国際機関・国際団体の本部が主催または後援した会議	UIA により主催者が「国際機関・国際団体ではない」と判断された会議
総参加者数	50人以上	総参加者数	50人以上	300人以上かつ主催国以外の参加者が全参加者の 40%以上
参加国	日本を含む3カ国以上	参加国	3カ国以上	3カ国以上
開催期間	1日以上	開催期間	1日以上	1日以上

（出所）観光庁「国際会議誘致ガイドブック」

ン、2位パリ、3位バルセロナ、アジア1位はシンガポール、2位北京、3位ソウル)。また、1回の会議で1,000人以上の参加者がある大規模国際会議をコンスタントに誘致するためには、学術用語を使える専門性の高い通訳や施設運営のプロをもっと育てなくてはならない。以前から指摘されていることだが、福岡国際会議場の利用規約が日本語版だけしか無いという状況では心許ない。総合展示場の新設を検討するならば、今まで以上のスピード感でソフト面の整備が急がれることになる。また、博多港ウォーターフロント地区での新たな総合展示場の建設となれば、交通渋滞への対策も不可欠となるので、箱モノだけでなく、道路整備も同時に検討されるべきだろう。

一方では、福岡市の MICE 誘致を九州各地に設立されている 10 のコンベンションビューローが1つとなってバックアップし、福岡市の成果を九州全域でシェアするといった姿勢がもっと見られても良いだろう。オール九州で大規模な国際会議を福岡市に誘致し、新幹線やクロスハイクウェイを活用して分科会やエキスカッションを各地に分散するといった戦略がもっとあっても良い。

4. フィルム・コミッション

映画やテレビ番組、CM などにはロケーション撮影がつきものだが、そのロケをスムーズに進めるための地元の受け皿となり、ロケ誘致活動の窓口となる非営利団体のことをフィルム・コミッション（以下、FC）という。多くは自治体や商工会議所、コンベンションビューローなどが中心となって設立・運営されている。撮影に相応しい場所を日頃から調べ、ロケ撮影時の許認可手続きを代行したり、エキストラ出演するボランティアを募集したり、関係各方面との交渉を行なうなど、様々なサービスを提供する。かつての FC は、映画制作者に便宜を図ることだけが目的だったが、近年は、映画やテレビドラマの撮影を積極的に誘致することで、その舞台となることで知名度がアップし、観光集客スポットとなることを目的に FC を設立し、ロケ地に選ばれるのを待つのではなく、むしろ積極的にロケを誘致しようという動きが活発化してきた。ロケを誘致すると、ロケ隊の宿泊費や食事代、その他必要な物品費といった直接効果だけでなく、ロケ地の話題性から観光客が増加するといった間接効果にも期待がもてる。とりわけ、NHK 大河ドラマの舞台ともなると、集客力は一気に高まる（表2）。

日本で最初に FC を設立したのは北九州市で、現在の北九州 FC（2000 年 9 月設立）の前身である北九州市広報室イメージアップ班が 1989 年に設立されている。2000 年以降、北九州市

表2 過去の大河ドラマと各地の観光入り込み動向

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
大河ドラマ	北条時宗	利家とまつ	武蔵	新撰組！	義経	功名が辻	風林火山	篤姫	天地人	龍馬伝
舞台の都道府県	神奈川県	石川県	山口県	京都府	山口県	高知県	長野県	鹿児島県	新潟県	高知県
観光客増加数（千人）	3,115	1,077	-13	1,621	570	150	3,170	2,396	4,096	1,203
観光客数伸び率（%）	2.2	5.0	-0.1	2.4	2.5	4.9	3.6	4.8	5.8	38.1

（出所）日本銀行福岡支店「NHK 大河ドラマ『八重の桜』の放映に伴う県内経済への波及効果」

がイニシアティブを発揮しながら全国各地にFC設立が相次いだ。現在は、100以上のFCが全国各地で展開されている。

しかし一方では、各FC間の誘致競争が激化しつつある。フィルム・コミッション間の連携を強化して、「ロケをしやすい九州」というイメージを確立する工夫も大切だろう。

5. プロスポーツキャンプ

一般的な観光地にとって、2月はオフシーズンだが、その対策の柱としてスポーツキャンプの誘致活動は定着してきた。宮崎に新婚旅行ブームが訪れたのは1960年代後半だが、すでに1959年にはジャイアンツが宮崎キャンプを始めており、実は観光地として知られる以前に、プロ野球キャンプ地としての知名度が先行していたのである。

ホークスが宮崎キャンプを始めてから10年目を迎えた。ライオンズも宮崎市の南隣の日南市でのキャンプが10年目だ。カープに加えてお馴染みのジャイアンツ、そして2013年は2月15日から1週間、WBC日本代表の合宿も宮崎県総合運動公園で行われた。Jリーグについても、40クラブのうち半数の19チームが宮崎キャンプを実施した。隣の鹿児島県では15チームが合宿しているので、Jリーグのほとんどは南九州でキャンプしていることになる。宮崎県内では1～3月までの3ヵ月間でアマチュアスポーツも含むと400団体、1万人以上が合宿することになるので、宿泊費・飲食費といった直接効果だけでなく、当然、報道陣やファン・サポーターの落とすお金も相当規模になり、その経済効果は数十億円に達する。小額の支出品目と思われがちなクリーニング代だけでも数千万円のお金が動くことになるのだ。宮崎県商工観光労働部の2011年の推計による経済効果は74億円で、沖縄のりゅうぎん総合研究所が2012年のプロ野球春季キャンプに限定して算出した経済効果は79億円となっている。さらに、キャンプ情報が連日メディアで報道されるPR効果まで含めると100億円を越すのは間違いない。

かつてプロ野球キャンプの聖地といえば「高知県」ということだったが、10年前にホークスとライオンズが宮崎キャンプに変更してからの近年は「沖縄県」と「宮崎県」が激しい誘致競争を繰り広げるようになっている。ジャイアンツが一昨年から2次キャンプ地を那覇市に移しているように、今のところ僅かに沖縄優勢といったところ。

このように宮崎県と沖縄県がプロスポーツキャンプのメッカとなった理由はいくつかある。1つは、冬場の気候が良いことである。過去30年間の2月の平均気温は那覇が16.6℃、宮崎県が8.3℃で、ともに温暖である。天気についても、2月の降水量は那覇が125mm、宮崎が89mmと共に少ない。とくに宮崎は冬場の天気が良いのが特長だ。2つ目の理由は、集積が集積を生む、即ち集積のメリットが発揮されやすいためである。スポーツキャンプに欠かせないのが練習試合だが、チーム数が多いほうが行いやすい。プロ野球のオープン戦やJリーグのトレーニングマッチなどが開催しやすいところにキャンプ地は集中しがちとなる。3つ目の理由は、キャンプ運営ノウハウの蓄積である。宮崎と沖縄は、宿舎と練習場のアクセス案内や雨天時の練習場の確保、マスコミ取材申し込みへの対応などにとっても熱心であるといわれており、プロスポーツキャンプ誘致のノウハウが相当ストックされていると評価も高い。

このように短期集中型でプロスポーツのキャンプが開催されることのメリットは大きいが、

課題も少なくない。

誘致競争に勝つためには、プロのトレーニングにふさわしい施設の充実が不可欠で、自治体負担となる維持管理コストが高くつく。2013年から3年かけて、宮崎市は、ジャイアンツとホークスに次ぐ3球団目のキャンプ誘致に向けて、既存の宮崎市清武総合運動公園の野球場にロッカールームやトレーニングルームを設けた上に、サブとなる第2野球場も設置することが決まっている。自治体にとっては財政支出負担が増えるところだ。こんな話もある。

1971年から37年間ロッテ（現マリーンズ、旧オリオンズ）は鹿児島（当初は指宿）でキャンプしてきたが、球団からの施設改修要求に十分応えられなかったため、2008年からキャンプ地を石垣市に移すこととなった。その時、2次キャンプの5日間だけは鹿児島市でやりたいとロッテが申し出てきたところ、鹿児島県と鹿児島市は「球団に誠意がなく、支援できない」として2次キャンプ受け入れを自治体側が拒否したという経緯がある。グレードの高い施設を準備しても、市民スポーツやアマチュアスポーツにとってはオーバースペックとなってしまう、それを通年で使いこなせるだけの集客力にはクエスチョンマークが付く。このあたりの自治体の対応は難しいところだ。通年での稼働率を高めるには、アマチュアスポーツにも目を向けなくてはならないが、こちらも誘致競争が激しくて、補助金・助成金の支出競争となりつつあり、議会でも争点となることがある。

ただ、2013年正月の全国高校サッカー選手権大会で鵬翔高校が宮崎県勢として初優勝した背景には、プロの練習に耐えるだけの施設整備が進んで、九州だけではなく全国の強豪チームとトレーニングマッチを行いやすくなったことや、Jリーグのキャンプが増えて、プロの練習風景を間近でみることができるようになったことと無縁ではないだろう。Jリーグのクラブチームがある地域は、その下部組織であるユースやジュニアユース、ジュニアを中心に裾野が広がるが、プロチームが存在しない宮崎・鹿児島のサッカー少年にとっては、プロのプレーを間近でみることができ、貴重な場所と時間をプロスポーツキャンプは提供しているのである。それが人材育成に貢献していることを考えると、やはりスポーツキャンプの誘致効果は大きいといえるだろう。しかし、Jリーグのほとんどがキャンプをする宮崎県と鹿児島県だけが、九州ではなぜかJリーグのチームが育っていないのである。プロスポーツ人材供給基地にとどまっている状況から脱皮するために、もうひと工夫が求められている。

6. 世界農業遺産

2013年6月に富士山が世界文化遺産に登録されたことが大々的に報道されたことに象徴されるように、ユネスコ（国際連合教育科学文化機関）が認定する世界文化遺産や世界自然遺産ばかりが注目されている。しかし、国連食糧農業機関（FAO）が認定するもう1つの世界遺産である「世界農業遺産」に大分県、熊本県そして静岡県が2013年5月末に登録されたことはあまりメディアには取り上げられていない。これら3地域では、農産物のブランド化や観光客誘致による地域活性化につながることに期待を寄せている。

世界農業遺産とは、正式には「世界重要農業遺産システム（GIAHS：Globally Important Agricultural Heritage Systems、ジアス）」のことで、人口増加や環境悪化に伴って存続が危ぶま

れる伝統農法や景観、文化、生物多様性を未来に引き継ぐのを目的に FAO が 2002 年に創設した。書類審査や現地視察を経て、2 年ごとに開かれる国際会議で新たな登録地が決まる。これまでに南米ペルーのアンデス地方の「古代バレイショ農法」（海拔 4,000 m に位置する厳しい環境下にある農家が、バレイショ畑の周りに溝を掘って水を溜め、昼間に日射で温めて、気温の下がる夜間には霜よけのために畑に流すという農法）や、アルジェリア、チュニジア、モロッコといったアフリカ北西部の「マグレブのオアシス」（中石器時代から引き継がれてきた高度なかんがい施設によって、多様で生産性の高い農業システムが維持されており、ナツメヤシ等の多様な樹木や作物が共存し、驚くほど多品種の果実や野菜が生産されている）など 11 ヶ国 19 ヶ所が認定されていた。日本からは、「能登の里山里海」（石川県・能登半島の「白米千枚田」と呼ばれる古くからの棚田の景観や「揚げ浜式製塩」などの伝統手法）と、「トキと共生する佐渡の里山」（新潟県佐渡市の国の特別天然記念物トキと共生するための稲作）の 2 つが 2011 年に先進国として初めて登録されている。

今回新規に登録されたのは静岡県の「静岡の茶草葉農法」、熊本県の「阿蘇の草原と持続的農業」そして大分県からは「国東半島宇佐の農林漁業循環システム」である。

熊本県は、県や阿蘇地域の 7 市町村などでつくる推進協議会が、野焼きなどで維持管理された草原を掲げて申請した。火山と農業が共生し、草原と畜産、稲作、畑作が緊密に結びついていることや、農耕祭事などが根付いていることを強調したことが審査関係者の支持を集めたとみられる。蒲島熊本県知事も国際会議に出席し、プレゼンテーションを行っている。

大分県の対象地域は豊後高田、杵築、宇佐、国東各市と姫島村、日出町の計 1323ha。申請テーマは「クスギ林とため池がつなぐ国東半島・宇佐の農林水産循環」とした。降水量が少なく、河川からの利水が困難な場所に 1200 のため池を造って用水供給システムを構築。稲作のほか、豊富にあるクスギを使って原木シイタケを栽培、乾シイタケを作っているのが特徴だ。七島イ栽培などの伝統的な農業文化も残っている。

茶の産地で知られる静岡県では、掛川市など 5 市町が、伝統的な「茶草場農法」を申請していた。茶畑の周りに広がる採草地で、秋から冬にススキなどを刈り取り、茶畑の有機肥料などに活用する仕組み。茶農家が茶草場の草を刈ることで生物多様性が保たれていることなどが、審査関係者から高く評価されたようだ。

福岡県からも世界農業遺産登録を目指している地域がある。朝倉市が中心となっている「筑後川中流域で江戸時代から行われてきた山田堰などの堰や三連水車などの重連水車群による先進的水利システム」である。ペシャワール会の中村哲医師によって戦乱のアフガニスタンに技術移転されたことでも知られる。地元ボランティア団体が中心となって、見学ツアーやワークショップを開催し、世界農業遺産登録に向けた市民のコンセンサスの醸成に着手しており、将来の世界農業遺産登録に期待がもてる。

7. 食品産業観光

長く続くデフレ経済の中で、「観光」の意味も少しずつ変わってきた。かつては職域単位の大グループで自然を見て回る「物見遊山型」やテーマパーク・リゾート地での「びっくり仰天

表3 見学できる九州の主な食品工場

所在地	工場名	代表品目
福岡県	福岡市	ふくや博多の食と文化の博物館
	福岡市	マルタイ福岡工場
	福岡市	アサヒビール博多工場
	飯塚市	ひよ子穂波工場
	朝倉市	キリンビアパーク福岡
佐賀県	佐賀市	味の素九州事業所
	鳥栖市	キューピー鳥栖工場
	唐津市	石井食品唐津工場
長崎県	川棚町	日本ハムファクトリー長崎工場
	島原市	島原地方酪農業協同組合
熊本県	嘉島町	サントリー九州熊本工場
	人吉市	釜田醸造所みそ・しょうゆ蔵
大分県	日田市	サッポロビール九州日田工場
	日田市	三和酒類いいちこ日田蒸留所
	臼杵市	フンドーキン醤油
宮崎県	えびの市	南九州コカ・コーラボトリング グリーンパークえびの
	都城市	霧島酒造志比田増設工場
鹿児島県	鹿児島市	本坊酒造薩摩中蔵
	鹿児島市	昭和製菓薩摩庵七ツ島工場

(出所) 西日本新聞 4月20日

型」「うっぶん発散型」の観光中心だったが、近年は家族単位や小グループでイベントに参加したり生産活動を体験したりする「参加型」「体験型」「感動型」「学習型」も流行である。

そのようななか、産業観光が年々注目を集めるようになってきている。高度成長期の観光王国＝九州を復活させようという試みは、リゾートやテーマパークそしてインフラを整備することで進められてきた（観光産業の振興）。それに対して、モノ作りの現場を観光資源として位置付けるのが「産業観光」だ。「観光の産業化（ビジネスとして成り立つ）」と「産業（モノづくり）の観光化」を同時に推進する工夫が求められている。

では、九州のどこに行くか。とりあえず、食料供給基地＝九州らしく、食べ物、飲み物の工場に白羽の矢が立つ。「とりあえず、ビール！」だ。

4大ビールメーカーの九州工場のGWは家族連れの見学者が増える。子供連れでもソフトドリンクのサービスや子供向けイベントがあって家族で楽しめるからだ。竹下駅から徒歩3分のアサヒビール博多工場、甘木鉄道太刀洗駅から徒歩約15分のキリンビール福岡工場、JR日田駅からタクシーで10分（約1,000円）のサッポロビール九州日田工場、熊本交通センターから無料シャトルバスを運行しているサントリー九州熊本工場、いずれもマイカーに依存しない産業観光ルートが準備されているのが嬉しい。また、7～8年前の焼酎ブームのピーク時期は、首都圏からも焼酎蔵の見学者が急増したため、見せて魅せる工場数が急増し、なかなか地元の

人も入れない時期があったが、今は余裕で見学と試飲ができる。

勿論、食品工場の見学も楽しい。食品工場の見学は小学校の社会科見学の定番だが、大人の間でも、「行った、見た、食った、飲んだ」が日常会話の中で頻繁に聞かれるようになっている（表3）。棒ラーメンでお馴染みのマルタイは見学通路を新設し、2013年4月1日から土日祝日を除いて工場見学受け入れを開始し、辛子めんたいこのふくやも、工場見学スペースを大幅リニューアルし、「博多の食と文化の博物館（ハクハク）」としてオープンした。

一般消費者が工場見学した後の感想は、JTBが昨年実施した工場見学アンケートによると、「製造過程がおもしろかった」が72%でこれに「試飲・試食ができた」68%、「お土産・記念品をもらえた」36%と続いている。

一方、企業側から見た工場見学のメリットは、CMやデパ地下・スーパーでの試飲会・試食会では伝わりにくい企業の技術力や歴史を伝えることが可能なことである。さらに、O-157、異物混入、ブランド偽装問題以降、「食」に対する安全性をPRする手段として工場見学が広く活用されるようになっている。

このように、食品産業観光を推進することは、一般消費者に余暇活動の場を提供するという企業のCSR（社会貢献）意欲を具体化することにもつながっているといえるだろう。

8. おわりに

21世紀の九州の集客戦略にとって、もっとも衝撃的だったのは、2001年の宮崎シーガイアの破たんと2003年のハウステンボスの破たんである。いずれも経営主体を変更してダウンサイジングによる再建途上にあり、ハウステンボスはすでに黒字経営を達成しているが、「そもそも論」では、2つの点で巨大なリゾート開発には最初から限界があったといえる。1つは、初期投資額が大きすぎて時代の変化に柔軟に対応できなかったということである。初期投資額を大きくさせたのは、リゾート法（総合保養地域整備法）によって、地方を煽った国の責任も無視できない。2つには、「県」という単位で維持し続けられるような施設ではなかったということである。少なくとも「九州シーガイア」あるいは「九州ハウステンボス」という位置づけでないと成り立たない超豪華リゾート施設だったということである。

しかしながら、シーガイアが破たんし、ハウステンボスが破たんする間に、着実に入り込み客を増やした観光集客地がある。湯布院温泉と黒川温泉である。これらに共通するのは、①初期投資額が小さい（小さく産んで大きく育てるという点で大規模リゾート施設と真逆）、②民間主導である（大規模リゾート施設のような第3セクターではない）、そして③自然を最大限に生かそうとしている（すでに存在する地域資源に磨きをかけることで集客力を高めようとしている）ことである。

九州の集客力を高めるためには、多様な地域資源へのアクセスを整備すると同時に、地域に潜む集客資源を再点検することから始めるべきであるということを、巨大リゾート施設破たんの教訓から学び、次世代に伝えることも重要である。