

〔研究ノート〕

# 企業ミュージアムに関する覚書

——つまようじ資料室を事例として考える産業観光との関連性——

和 泉 大 樹

## I はじめに

本稿は、企業ミュージアム<sup>1)</sup>と産業観光の関連性にアプローチする研究の一環として、「三角ようじを普及させ、地場産業を復権させたい」<sup>2)</sup>との思いから開設された「つまようじ資料室」とその開設企業である株式会社広栄社(大阪府河内長野市)を対象に実施した調査に関してまとめ、考察を加えたものである。

株式会社広栄社の所在する河内長野市は、大阪府の南東部に位置し、大阪府堺市、和泉市、大阪狭山市、富田林市、南河内郡千早赤阪村、奈良県五條市、和歌山県橋本市、伊都郡かつらぎ町など、多くの市町村と隣接する。市の東側には金剛山地が、市の南側には和泉山脈が屹立し、109.63km<sup>2</sup>をはかる面積の約70%は森林である<sup>3)</sup>。2019年5月末の人口は、105,161人を数える<sup>4)</sup>。市域には、国宝や重要文化財などを多く持つ観心寺や天野山金剛寺などの古刹が所在し、また、地域において「楠公さん」として親しまれている楠木正成をテーマとしたNHK大河ドラマ誘致への取り組みを積極的に進めたり、令和元年(2019)5月20日には、「中世に出逢えるまち～千年にわたり護られてきた中世文化遺産の宝庫～」というタイトルで日本遺産の認定を受けるなど、歴史資源を活用した地域づくりや観光振興への思い、意識が顕著に読み取れる。

河内長野市においては、豊かな森林資源を活用して爪楊枝<sup>5)</sup>、すだれなどの産業が盛んであった。とりわけ、爪楊枝産業は、その取扱量では日本一と言われており、業界では国内シェアの95%を占めていた産業であった<sup>6)</sup>。近年は

他業界からの参入などにより業界環境は極めて厳しい状態にあるが、平成29年(2017)には、爪楊枝をルーツに持つ企業で、市に所在する大宅産業株式会社、河内物産株式会社、菊水産業株式会社、株式会社広栄社、有限会社八田商店、株式会社まるき、株式会社まるわ、やなぎプロダクツ株式会社、ヤマグチの9社が、「業界の振興のために再度集結し、任意団体「かわちながの楊枝組合」を発足」<sup>7)</sup>させ、行政と協力しながら、市内イベントにおけるPRブースの出店やFacebookによる情報発信などに取り組み、業界や組合加盟企業のPR活動などを展開している。また、爪楊枝産業は、地場産業として市内の小学生児童が授業で学ぶなど、教育の中でもきちんと触れられ、地域において大切にされている【写真1】。

ところで、産業観光とは、「歴史的・文化的に価値のある工場やその遺構など、地域の産業文化財や産業製品を通じてものづくりの精神に触れることを目的」<sup>8)</sup>として、「従来のような物見遊山という受動的な観光資源ではなく、製造工程の見学・体験・学習といった知的好奇心を満たす側面を強調した観光活動」<sup>9)</sup>などと定義されており、観光学の観点からは、工場見学と並ぶ観光活動の代表的コンテンツとして、企業ミュージアムが捉えられている。

本稿では、観光活動の代表的コンテンツとして企業ミュージアムを考察するのではなく、開設企業における活動の中で企業ミュージアムを位置付け、どのように観光とつながるのか、その関連性にアプローチしてみたい。

### 3 わたしたちのくらしとものをつくる仕事

河内長野では、いろいろなつまようじが昔からつくられてきたんだよ。

「つまようじにもしゅるいがあるんだね。」

「どこでつくられてきたのかな。」

わたしが小さいころは、みんなようじづくりをしていました。村の女の人がよめにでるとき、ようじづくりの道具を持って行ったものです。ようじづくりは、すぐお金になるので、よいこづかいがせじになりました。けっこう楽しんでやっていたですよ。

〈つまようじづくりのれきし〉

- 明治のころ (約130年前) 高向村につまようじづくりが伝わる。
- 大正のころ (約100年前) 黒文字ようじの産地、全国1位！  
・四国の黒文字を使うようになる。  
・白かばを使った丸ようじの開発がはじまる。  
↓  
白かばの丸ようじの開発に成功！
- 昭和の中ごろ (約60年前) 河内長野で日本中のつまようじをつくるようになる。

しかし、20年ほど前からは中国での生産が中心になり、河内長野ではゆい入とはんばい売をするようになりました。それでも、手作りにこだわる黒文字は続けられ、新製品の開発にも力を入れています。

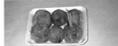






写真1 「わたしたちのくらしとものをつくる仕事」『わたしたちの河内長野』2018年一部資料改訂河内長野市教育委員会 29ページ より転載

## II 企業活動から考えるつまようじ資料室

### (1) 株式会社広栄社の概要

つまようじ資料室を開設した株式会社広栄社は、大正6年(1917)に創業した爪楊枝の専門メーカーである。大正末期には、アメリカから製造機械を導入し、これまで手作業されていた爪楊枝作りの機械生産を確立した。また、爪楊枝の材料としてこれまで用いられてこなかった白樺材の使用や輸出市場の開拓、産学連携による新商品の開発など、常に新しい発想をもって事業を展開している。なお、自社で設計・製作・メンテナンスを行う自社製の機械・設備も稼働させるなど、機械・設備に関しても積極的な研

究・開発に取り組んでいる。現在は、三角ようじ・歯間ようじ・歯間ブラシ・はぐきブラシ・美白ブラシ・タンククリーナーなどの口腔清掃用具を製造している「どこまでも国産にこだわり、「つまようじメーカー」から「オーラル・ケアの専門メーカー」として進化<sup>10)</sup>」を続ける企業である。

### (2) つまようじ資料室の概要

つまようじ資料室は、株式会社広栄社内にある規模の小さな資料室である。展示スペースは、大きく分けて3つある【写真2・3・4】。この3つの展示スペースに、「黒文字ようじ製造工程の写真・道具」・「卯木ようじ製造工程の写真」・「白樺ようじの製造工程の写真・機械」・「大正時代にアメリカより輸入した製造機械」・「世界50ヶ国以上の過去・現在のつまようじ」・



写真2 つまようじ資料室(室外展示スペース)

筆者撮影



写真3 つまようじ資料室(室内：黒文字ようじの製造道具) 筆者撮影



写真4 つまようじ資料室(室内：世界のつまようじなど) 筆者撮影

「弊社の過去・現在の輸出商品」・「楊枝の原型である歯木」・「その歯木から抽出した成分を含んだ練歯磨き」・「世界のめずらしいつまようじ」・「現在国内で生産されているつまようじ」・「弊社の国内向け製品」・「国内の過去・現在のめずらしいつまようじと容器」・「黒文字の細工ようじ(雨城ようじ)」・「浮世絵 房楊枝を使う吉原美人(国貞作)等」・「つまようじの歴史 パネル展示」・「つまようじの由来 パネル展示」・「工業統計 パネル展示」などが展示されている<sup>11)</sup>。入室は無料、基本的に電話やメールによる予約が必要で、見学の際には、会長や従業員による解説がつく。

利用者数は、平成27年度(2015)は1,527名、平成28年度(2016)は260名、平成29年度(2017)は281名、平成30年度(2018)は276名の利用者があった。これらの利用者は、修学旅行のグループ、地場産業を学ぶ学生、調査・研究目的の企業人、ミュージアムマニアなどである。なお、利用者は日本人のみでなく、中国・台湾・アメリカ・カナダ・ポーランド・ベルギーなど海外からの利用者も見られるが、国内外ともに利用者は、つまようじ資料室のHPによりその情報を獲得し、来室しているようである<sup>12)</sup>。

### (3) つまようじ資料室の開設の効果

つまようじ資料室は、大正6年(1917)の会社設立から、70年を経た節目に、株式会社広栄社のこれまでの歩みを残し、次世代へ伝えるこ

と、三角ようじを普及させ、河内長野の地場産業を復権させることを目的として設置された施設である。歩みを残し、次世代へ伝えることなどは、所謂、多くの企業が冊子としてまとめ、刊行している『社史』と目的は同様である。しかしながら、冊子ではなく、資料室を発想したのは、機械・設備や商品の実物こそが重要であると考えたためであると推測される。ここでは、このつまようじ資料室開設の効果などを整理すべく、株式会社広栄社のこれまでの歩みの中であらためて位置付けて考察してみたい。

【表1】は株式会社広栄社のこれまでの歩みをまとめた年表である。大正6年(1917)稲葉由太郎の創始にはじまり、令和元年(2019)のイージーフロス50mの発売開始まで、33を数える時期(年)に分けて、特筆すべき出来事を抽出し、まとめている<sup>13)</sup>。本稿では、これら33を数える時期(年)の出来事41件をその内容から、以下のように5つに分類し、つまようじ資料室が開設した平成2年(1990)を基準にその前後における様相を考察する。

- A類 会社・組織に関すること
- B類 設備・商品に関すること
- C類 研究に関すること
- D類 広報・出版に関すること
- E類 観光に関すること

平成2年(1990)のつまようじ資料室の開設以前、大正6年(1917)から昭和63年(1988)の時期については、19件の特筆すべき出来事が抽出され、まとめられている。これらを先の分類に当てはめれば、A類は、「大正6年(1917)稲葉由太郎が、関勢社(広栄社の始原)を三重県鈴鹿郡関町に設立」・「大正10年(1921)東洋妻楊枝(株)(広栄社の前身)を三重県鈴鹿郡関町に設立」・「大正15年(1926)広栄社を大阪府南河内郡長野町上原679番地に設立。従業員7名・年間生産高200梱・4,000円」・「昭和2年(1927)熊本県球磨郡湯ノ前に工場(卯木生産)設立」・「昭和10年(1935)熊本県人吉市に移転」・「昭和

表1 株式会社広栄社の歴史

時期(年)	出来事	分類
大正6年(1917)	稲葉由太郎が、関勢社(広栄社の始原)を三重県鈴鹿郡関町に設立。	A類
大正10年(1921)	東洋妻楊枝(株)(広栄社の前身)を三重県鈴鹿郡関町に設立。	A類
	卯木楊枝の生産。	B類
大正13年(1924)	稲葉由太郎がアメリカ製の平楊枝の製造機械を導入。	B類
大正15年(1926)	広栄社を大阪府南河内郡長野町上原679番地に設立。従業員7名・年間生産高200梱・4,000円。	A類
	平楊枝の生産開始。	B類
昭和2年(1927)	熊本県球磨郡湯ノ前に工場(卯木生産)設立。	A類
昭和10年(1935)	熊本県人吉市に移転。	A類
昭和20年(1945)	角楊枝やその角を取った楊枝の生産を開始。	B類
昭和25年(1950)	フラワーピンの輸出を開始。	B類
昭和26年(1951)	高山市七日町の丸正産業と提携。	A類
昭和31年(1956)	フリルピックの輸出を開始。	B類
昭和35年(1960)	両先楊枝(陶器樽入り)の輸出を開始。	B類
	三角楊枝の研究を開始。	C類
昭和36年(1961)	広栄社法人を設立。	A類
昭和38年(1963)	三角楊枝の輸出を開始。	B類
昭和50年(1975)	丸楊枝両先バラを大量に輸出。	B類
昭和55年(1980)	三角楊枝の自社ブランド販売を開始。	B類
昭和63年(1988)	三角楊枝を糸付き楊枝・歯間ブラシ・ミラーとともに薬局ルートで販売。	B類
平成2年(1990)	「つまようじ資料室」開設	
平成2年(1990)	日本人間工学会歯科部会(於:愛知学院大学歯科部)で「歯間ブラシ」を発表。	C類
平成5年(1993)	携帯用歯間清掃用具セットを発売。	B類
平成7年(1995)	歯間ブラシのハンドルとキャップの成形品化。	B類
	NHK『面白博物館』で放映。	D類
平成9年(1997)	奥歯用糸付きようじと三角楊枝の携帯ケースを開発。日用品市場での販売。	B類
平成10年(1998)	『楊枝から世界が見える—楊枝文化と産業史—』を出版。	D類
	歯間ブラシ6本入り,1本パック滅菌包装を開始。	B類
平成15年(2003)	世界初の歯間ようじ(ドクターピック)を龍谷大学の技術指導と公的補助金を得て開発。	C類
平成19年(2007)	歯のピーリングスポンジが経済産業局「異分野連携新事業分野開拓計画(新連携)」に認定。	B類
平成20年(2008)	歯のピーリングスポンジの発売を開始。	B類
平成21年(2009)	2009年版「明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業300社」に選定。	A類
平成22年(2010)	NHKビジネス新伝説「ルソンの壺」で放映。	D類
平成24年(2012)	稲葉修が代表取締役辞任。取締役会長に就任。代表取締役に稲葉行信が就任。	A類
	「歯のピーリングスポンジの開発」で発明協会の【発明奨励賞】を受賞。	B類
平成25年(2013)	「奥歯の裏側歯ブラシバックフィット」の発売を開始。	B類
平成26年(2014)	英語本「From toothpicks to the world」をe-bookで主要10ヶ国で発売。	D類
	歯のピーリングスポンジ,特許を取得(NO.5577510)	B類
平成28年(2016)	英語本がグルマン世界料理本賞の「Cooperate/Best publisher」部門でグランプリ受賞。	D類
平成29年(2017)	創立100周年を迎える。	A類
平成30年(2018)	ホームページに「つまようじ図鑑」と「百年史」を掲載。	D類
	河内長野市へ産業観光バスツアーの提案。	E類
令和元年(2019)	イーザーフロス50mの発売を開始。	B類

株式会社広栄社 HP <http://cleardent.co.jp/company/index.html#history> の年表をもとに、加筆・修正した。

Oct. 2019

企業ミュージアムに関する覚書

26年(1951) 高山市七日町の丸正産業と提携」・「昭和36年(1961) 広栄社法人を設立」の7件を数える。

B類は、「大正10年(1921) 卯木楊枝の生産」・「大正13年(1924) 稲葉由太郎がアメリカ製の平楊枝の製造機械を導入」・「大正15年(1926) 平楊枝の生産開始」・「昭和20年(1945) 角楊枝やその角を取った楊枝の生産を開始」・「昭和25年(1950) フラワーピンの輸出を開始」・「昭和31年(1956) フリルピックの輸出を開始」・「昭和35年(1960) 両先楊枝(陶器樽入り)の輸出を開始」・「昭和38年(1963) 三角楊枝の輸出を開始」・「昭和50年(1975) 丸楊枝両先バラを大量に輸出」・「昭和55年(1980) 三角楊枝の自社ブランド販売を開始」・「昭和63年(1988) 三角楊枝を糸付き楊枝・歯間ブラシ・ミラーとともに薬局ルートで販売」の11件を数える。

C類は、「昭和35年(1960) 三角楊枝の研究を開始」の1件であった。D類およびE類はなかった。

まとめると、A類は7件、B類は11件、C類は1件、D類・E類は0件であった。

一方、平成2年(1990)のつまようじ資料室の開設以後、平成2年(1990)から令和元年(2019)の時期については、22件の特筆すべき出来事が抽出され、まとめられている。これらを先の分類に当てはめれば、A類は、「平成21年(2009) 2009年版「明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業300社」に選定」・「平成24年(2012) 稲葉修が代表取締役辞任。取締役会長に就任。代表取締役に稲葉行信が就任」・「平成29年(2017) 創立100周年を迎える」の3件を数える。

B類は、「平成5年(1993) 携帯用歯間清掃用具セットを発売」・「平成7年(1995年) 歯間ブラシのハンドルとキャップの成形品化」・「平成9年(1997) 奥歯用糸付きようじと三角楊枝の携帯ケースを開発。日用品市場での販売」・「平成10年(1998) 歯間ブラシ6本入り、1本パック滅菌包装を開始」・「平成19年(2007) 歯のピーリングスポンジが経済産業局「異分野連携新事業分野開拓計画(新連携)」に認定」・「平成

20年(2008) 歯のピーリングスポンジの発売を開始」・「平成24年(2012)「歯のピーリングスポンジの開発」で発明協会の【発明奨励賞】を受賞」・「平成25年(2013)「奥歯の裏側歯ブラシバックフィット」の発売を開始」・「平成26年(2014) 歯のピーリングスポンジ、特許を取得(NO.5577510)」・「令和元年(2019) イージーフロス50mの発売を開始」の10件を数える。

C類は、「平成2年(1990) 日本人歯工学会歯科部会(於:愛知学院大学歯科部)で「歯間ブラシ」を発表」・「平成15年(2003) 世界初の歯間ようじ(ドクターピック)を龍谷大学の技術指導と公的補助金を得て開発」の2件を数える。

D類は、「平成7年(1995) NHK『面白博物館』で放映」・「平成10年(1998)『楊枝から世界が見える—楊枝文化と産業史—』を出版」・「平成22年(2010) NHKビジネス新伝説「ルソンの壺」で放映」・「平成26年(2014) 英語本「From toothpicks to the world」をe-bookで主要10ヶ国で発売」・「平成28年(2016) 英語本がグルマン世界料理本賞の「Cooperate/Best publisher」部門でグランプリ受賞」・「平成30年(2018) ホームページに「つまようじ図鑑」と「百年史」を掲載」の6件を数える。

E類は、「平成30年(2018) 河内長野市へ産業観光バスツアーの提案<sup>14)</sup>」の1件である。

まとめると、A類は3件、B類は10件、C類は2件、D類は6件、E類は1件であった。

以上のように、つまようじ資料室が開設された平成2年(1990)を基準に、その前後で抽出された特筆すべき出来事を5つに分類してカウントした。ここでD類に注目したい。つまようじ資料室の開設後に、D類は抽出されていることが分かるが、その詳細は、メディアでの放映が2件、出版などが4件となっている。このうち出版などに関しては、つまようじ資料室の開設により、これまでの蓄積をまとめ・整理することにつながった結果の1つであると考えられる。また、メディアに取り上げられたことについては、自分たちの自信にもつながっているような一面もあると考えられる。

ところで、株式会社広栄社の取締役会長である稲葉修氏は、世界各国の爪楊枝や関連資料の収集にも力を入れている。また、多くの方々から関連の資料の寄贈も受けている<sup>15)</sup>。そして、このような資料の収集は、つまようじ資料室の存在があるからこそ可能なのであり、その蓄積は『楊枝から世界が見える—楊枝文化と産業史—』や『英語本 From toothpicks to the world』や『つまようじ図鑑』や『百年史』の出版などへとつながっていると考えられる。

加えて、稲葉修氏は、「爪楊枝産業や自社の変化を見てもらいたい」、「訪問者に本当の面白さを伝えるには時間がかかる」などと話しているが<sup>16)</sup>、ここには「実物資料を眼前に私たちの解説をゆっくりと聞いて欲しい」という想いが隠されているように思う。稲葉修氏の言うところの、「変化」という「本当の面白さ」を伝えるには、実物資料などを見せる必要があり、つまようじ資料室は不可欠なのであろう。そして、このような発言は、従業員自身が、「本当の面白さ」を認識しているからにはかならないということは、忘却してはならない点である。

そして、この延長線上にE類が存在するのである。

### Ⅲ 観光への意識

稲葉修氏は、平成30年(2018)1月に河内長野市へ「産業観光」のバスツアーの提案を行っている。本稿で分類したE類にあたる。業種の違う工場をいくつかめぐり見学ツアーの企画提案書の文中には、「起業を志す人、他の仕事に興味を持つ人、色々な工場を訪れ、話を聞くことは必ず学ぶものはある筈で、そういう機会を提供することも企業の役割の一つと考える。見てもらう企業にとっても有益である。ファンになってもらい、ブランド価値の向上に繋がることが最大のメリットである。人に見てもらうことで学び、多くを得るのは来客者でなく、実は見せる側なのである」<sup>17)</sup>とその意義が記されている。すなわち、企業を観光者へひらくことが、

企業のブランド価値の向上につながると考えているのである。また、稲葉修氏は、「観光への意識はある。河内長野らしさ、魅力をつないでいきたい」、「外から自社を見てもらうことは社員の誇りにもつながるため、見て欲しい」、「自社製品により口腔内の悩みの予防・解決を促進させ社会貢献したい」とも考えている<sup>18)</sup>。

ところで、国土交通省都市・地域整備局は、『産業観光ガイドライン』において、産業観光の意義・魅力を企業、地域・自治体、来訪者の3つの視点から整理しているが、企業における産業観光の意義・魅力を以下の7点にまとめている<sup>19)</sup>。

#### ①消費者の声を直接聞くことができる

来訪者を受け入れることは、現場と消費者との距離を縮めることにもつながります。特に、企業や製品について案内しながら交流を深めることで、消費者の声を直接聞くことができます。また、興味や嗜好性などをうかがう中、新たな商品開発へのヒントを得ることがあるかもしれません。このように、消費者と直接接することのできる場合は、企業にとっても貴重な機会であるといえます。

#### ②企業や製品のPRにつながる

一般の方に実際に現場を見学していただくことで、企業と製品の印象をより強く与えることができます。その結果、企業や製品に対するファンを増やすことができます。また、いくつもの企業が一体となって情報を発信していくことができるため、単体でPRするよりも認知度が高まります。

#### ③消費者の信頼感を醸造することができる

近年、製品や企業に対する信頼性が失われるきっかけとなる事件が各地で発覚し、多くの消費者が製造現場に不信感を抱いている状況にあります。こうした中で、現場を自ら公開することは、製品の製造、製作に対する企業の取り組み姿勢や、製品の安全性をアピールすることが

Oct. 2019

企業ミュージアムに関する覚書

できるとともに、消費者からの厚い信頼を得ることにもつながります。また、現場を公開することで、現場の清掃や整理等が強化され、製品の品質自体の向上にもつながります。

#### ④新たな顧客の開拓につながる

企業によっては、見学施設を商談の場として活用しているところもあります。産業観光の現場は、誰にでも分かりやすく理解していただけるという特徴があるため、企業の考え方や製品の製造過程を実際に見学していただくことで、より説得力をもってアピールをすることができます。その結果、新たなビジネスにつながることも考えられます。

#### ⑤企業のアイデンティティを醸造することができる

産業観光を受け入れ、多くの人から現場を見ていただくことは、企業として独自性を考えるきっかけになります。社員自身も実際に見られているという意識を持つとともに、来訪者の反応を直接確認することができるため、同業他社にはない独自の強みや特徴（企業のアイデンティティ）をより明確に意識することができるとともに、モチベーションの向上も期待できます。

#### ⑥ものづくりへの理解を深め、将来を担う人材の育成につながる

特に、日本ではものづくりの現場とは縁遠い生活を営んでおり、我が国が誇る伝統産業や最先端産業に至るまで、地域に数ある産業を十分に知ることができないまま若者が就職活動をしています。子供のうちから様々な産業の現場を見ておくことで、ものづくりへの理解と興味を深めることができます。さらに、産業の背景にある歴史や文化、匠の技などを伝えていくことは、後継者不足が懸念されている業種においても人材育成につながると考えられます。また、事務所の公開や展示施設の存在によって、誰にでも分かりやすく伝えることができるという点

も魅力であるといえます。

#### ⑦社会や地域への貢献につながる

企業にとって、共に発展してきた地域や社会とのつながりは切っても切れない関係にあります。地域に開かれた企業として、一般の人も見学や体験が可能な施設を開放することによって、共に成長してきた地域への貢献につながります。また、産業観光を通してたくさんの人が地域を訪れることにより、地域自体の活性化にも役立ちます。このように社会的責任（CSR）の一環として産業観光を捉えることもできます。

稲葉修氏の考えを上記に当てはめて考えるならば、特に「⑤企業のアイデンティティを醸造することができる」における「モチベーションの向上」、「⑦社会や地域への貢献につながる」における「地域自体の活性化」に該当すると考えられる。

このような点に意義を見出し、産業観光を提案するに至ったのは、もちろん、外国人観光者の増加や地方創生などの時代の潮流や各地で産業観光への取り組みがなされていることなども関係があるろうが、何よりも「人に見てもらいたい」という発想が不可欠である。この「人に見てもらいたい」という発想は、「見てもらいたい何か」が明確に存在し、整えられていることが前提となろうが、ここには、つまようじ資料室の影響があることは否めないと考えられる。そして、つまようじ資料室が、単に来訪者を迎え、伝えるための場ではなく、稲葉修氏の言う「本当の面白さ」など、従業員における意識醸造の場でもあるという、ホストとゲストの両者に意味のある場であるという認識が重要であると考えられる。

## IV まとめ

以上、つまようじ資料室とその開設企業である株式会社広栄社（大阪府河内長野市）を対象に実施した調査から、開設企業における活動の

中でつまようじ資料室を位置付け、観光との関連を考えてみた。

つまようじ資料室の開設は、これまでの蓄積をまとめ・整理することにつながり、メディアでの放映や出版などの展開に関係することが推測され、ここからは、自分たちの自信や従業員自身の「本当の面白さ」への気付きなどの誘発につながっている可能性が看取された。そして、この延長線上に観光への展開が構築されている可能性が見出された。

先に記した国土交通省都市・地域整備局の『産業観光ガイドライン』における「⑥ものづくりへの理解を深め、将来を担う人材の育成につながる」の項には、「事務所の公開や展示施設の存在によって、誰にでも分かりやすく伝えることができるという点も魅力」<sup>20)</sup>という記述が見られるが、この記述においては、展示施設からのベクトルが来訪者へ向かっていることが明らかであるが、そのベクトルは、まずは、企業へと向けられることが、観光を思考する際の土台づくりとして重要であると考えられる。

### 【謝 辞】

本稿を執筆するにあたり、株式会社広栄社の取締役会長である稲葉修氏に多くをご教示いただきました。ありがとうございます。記して感謝します。

### 注

- 1) 本稿では、企業が設置・運営し、資料の収集・保管・展示・調査研究などの博物館活動を展開する施設を「企業ミュージアム」と捉えている。
- 2) 「つまようじ資料室」株式会社広栄社 HP  
<http://www.cleardent.co.jp/siryou/>  
(2019.06.27 アクセス)
- 3) 「地勢」河内長野市 HP  
<https://www.city.kawachinagano.lg.jp/site/about/5136.html> (2019.07.04 アクセス)
- 4) 「人口・世帯数」河内長野市 HP  
<https://www.city.kawachinagano.lg.jp>  
(2019.07.04 アクセス)
- 5) 本稿で「つまようじ」を表記する際、「つまようじ資料室」に関連するものについては出典に基づき平仮名で、それ以外は漢字で表記した。
- 6) 「菊水産業株式会社の思い」菊水産業株式会社 HP

<http://kikusuisangyo.co.jp/home/> 菊水産業株式会社の思い / (2019.07.04 アクセス)

- 7) 「かわちながのの楊枝組合発足～つまようじ業界にルーツをもつ市内9社が協力～」河内長野市報道提供資料 平成29年10月10日  
<https://www.city.kawachinagano.lg.jp/uploaded/attachment/4757.pdf> (2019.07.04 アクセス)
- 8) 辻原康夫「産業観光」『観光学大辞典』, 2007年, 日本国際観光学会, 25ページ。
- 9) 前掲注8)
- 10) 「会社概要」株式会社広栄社 HP  
<http://www.cleardent.co.jp/company/index.html>  
(2019.07.04 アクセス)
- 11) 前掲注2) なお、自身でもつまようじ資料室の調査を行った(2019.06.27 ヒアリング調査実施)
- 12) 株式会社広栄社取締役会長である稲葉修氏のご教示による(2019.06.27 ヒアリング調査実施)
- 13) 「広栄社の歴史」株式会社広栄社 HP  
<http://www.cleardent.co.jp/company/index.html#history> (2019.07.04 アクセス) の年表をもとに、加筆・修正した。
- 14) このことについては、本稿で追記した出来事である。
- 15) 前掲注12)
- 16) 前掲注12)
- 17) 稲葉修氏の作成した提案書(A4版片面・平成30年1月19日付け)より引用した。
- 18) 前掲注12)
- 19) 『産業観光ガイドライン』平成19年度中部圏における多軸連結構造の形成推進調査(ものづくり文化回廊形成推進調査), 国土交通省都市・地域整備局, 5・6ページ。  
なお、地域・自治体における産業観光の意義・魅力については、「既存の産業立地、企業立地を活かし、新たな観光魅力を創出することができる」、「地域の産業振興につながる」、「交流人口が増大する」、「地域アイデンティティを醸造することができる」、「施設・企業、住民、自治体間のつながりを強化する手段となる」、「インバウンド振興に大きな役割を果たす」の6点にまとめている。また、来訪者における産業観光の意義・魅力は、「知的欲求の充足が得られる」、「地域や歴史に対する理解を深めることができる」、「様々な属性(性別、年齢、国籍等)の興味に応じた楽しみができる」、「普段味わえない産業特有の空間や雰囲気を感じることができる」、「体験や限定商品など、産業観光特有の楽しみがある」の5点にまとめている。
- 20) 前掲注18) 6ページ。

(2019年7月12日掲載決定)