

四日市工場夜景の観光資源化、次の一手は

工場夜景が観光コンテンツになっている話をよく聞くが、三重県四日市市のコンビナートはその代表例だ。写真集『工場萌え』（2007年）で取り上げられ、その独特な美しさから“聖地”として全国的に認知されるようになった。2010年には観光船による「夜景クルーズ」がスタート、その後「工場夜景カレンダー」も発売開始、毎年2000部ほどの売れ行きを見せている。「SF映画や人気ゲームの舞台にそっくり」と画像と共にSNS等で拡散されると、新たな趣味層からも注目を集めるようになった。

「工場夜景」をキーワードとした地域連携も進んでいる。2011年に4都市参加で初開催された「全国工場夜景サミット」は、『全国工場夜景都市協議会』の設立につながり、加盟都市は12にまで広がっている（詳細は同協議会サイト参照）。

中日新聞の紙面でも関連記事の掲載は多い。クルーズ旅行の開催、工場夜景カードの配布、空撮動画の公開、夜景婚活イベント等々。しかしながら「次の大きな一手が見つからない。市との連携も大きくは進まない」（四日市観光協会の担当者）そうで、さらに「公害」という負の歴史から、被害者や遺族への配慮も求められる。

四日市市には公害に関する資料館「四日市公害と環境未来館」（2015-）がある。市営博物館と展示が一体化しており、四日市市の歴史と公害をセットで学ぶことができる。四日市市の公害では日本初の大气汚染訴訟が起こり、裁判で勝ち取った判決は全国の公害訴訟を後押しし、関連法律制定のきっかけにもなった。具体事例で公害・環境問題を学ぶ博物館としては比類ない内容で、知的好奇心は大いに満たされる。一方で「広域から旅行者が来館するようなことはない」（同館職員）。

ならば「工場夜景」の観光と「博物館」での環境学習を組み合わせる新しい旅行商品を作ってはどうか。旅行商品にSDGsを取り込む議論や機運が高まっているが、SDGsの17のゴールは環境問題から切り離せない。今回の取材の中で、訪問先や関係者に旅行・観光商品として開発できないか提案している。

中日新聞社 広告局広告三部 三重アドセンター所長 中村広樹



四日市のコンビナート夜景



四日市公害と環境未来館