

# でらうま観光政策<sup>1</sup>

～愛知県の経済安定化～

南山大学 寶多康弘研究会 地域分科会

青山加奈	原友里子	早矢仕祥恵	池内奈々子	磯崎瑛恵
五十住冴加	伊藤彰啓	川滝美奈	三浦高朗	宮本沙由里
大河内杏奈	清水温子	鈴木淳子	田中雅宏	田内美里
吉口佳織	菅早苗	朝倉麻衣	郭彦名	曹惠蘭

2 0 0 9 年 1 2 月

<sup>1</sup>本稿は、2009年12月12日、13日に開催される、I S F J 日本政策学生会議「政策フォーラム 2009」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、寶多康弘准教授（南山大学）、石川 良文准教授（南山大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

# 要約

愛知県のような産業構造の偏った地域の経済は世界同時不況の煽りを大きく受けた。このようなバランスの悪い産業構造をもつ地域にとって観光業を伸ばすことは非常に重要である。よって、私たちは愛知県の潜在性を持つ観光資源を効率的に活用し、「なごやめし」を核とした観光政策を提言する。

第1章では愛知県の現状と産業構造に関して述べている。愛知県は製造業に特化した産業構造を持っており、それが原因で県の財政のみならず、民間企業に世界経済危機の影響を大きく受ける結果となったと考えられる。

第2章では愛知県の観光業への可能性について述べている。観光業は経済波及効果の非常に高い産業であり、近年の観光庁の設立からもわかるように国を挙げての積極的な取り組みが行われており、このことから観光業への関心の高さがうかがえる。また、不況下においても人々の余暇活動・観光行楽機会に対する需要はあまり減少しておらず、余暇の過ごし方に対する人々の意識は落ち込んでいない。以上のように観光業に対する注目の高まりとその経済波及効果への期待がもてる。しかしながら、愛知県の観光地としてのイメージは希薄で有効な観光資源があるにもかかわらずそれを十分に活用しきれていないのが現状である。

そこでこれらの現状に対して2つの問題意識を打ち立てた。1つ目は、愛知県が再び今回のような世界経済危機に直面した場合、現在の産業構造では今回の経済危機と同じような大損害を繰り返す恐れがあるということである。2つ目は、愛知県には有効な観光資源があるにもかかわらずそれを有効活用できていないという点である。以上の2つの問題意識から、愛知県の既存の観光資源を活かした観光政策を行うことで産業構造の安定化を図るといふ政策の方向性がここで示される。

第3章では先行研究及び本稿の位置づけに関して述べている。先行研究として交通新聞社発行の『中部の観光を考える』と日刊工業新聞社発行の『観光統計からみえてきた地域観光戦略』という2冊の文献を用いた。この2冊を通して、愛知県に必要な観光政策を立案する上での観光資源の有効活用の方法や、どのような観光資源を用いるべきかなどを参考にし、取り入れていく。その中で、独自の視点や利用する資源などの相違点を示し先行研究と私たちの進めていく政策とを差別化していく。

第4章では産業連関表を用いて、愛知県における観光業の経済波及効果を計量的に算出し、観光業が愛知県においても裾野の広い経済波及効果をもつものであることを立証した。

第5章ではこれまでの研究・分析をもとに問題意識に対する政策を打ち出す。この際、研究・分析をもとに、愛知県における産業構造の不安定さを改善し、愛知県の経済を安定へと導くものとして観光業が有効であると考察した。以上のことから、具体的な案として観光客のニーズである「食」という要素を用いた観光政策を行う。また、この「食」の要素は名古屋市の観光資源として有効であると考えられる「なごやめし」を用いる。

この「なごやめし」を観光資源として利用する際の具体的な方法として様々なメリットを持つ集約施設で売り出すことが挙げられる。また、集約させる際に「食」という単一の要素だけでの成功は難しいと考えられるため、複合という形での集約施設の建設案を打ち立てる。そして、「なごやめし」の複合要素として、「武家文化」を利用する。さらに具体的な政策候補地として、名古屋城と長者町繊維街を挙げ、それぞれにコンセプトの設定を行う。

目次	
要約	2
はじめに	5
第1章 愛知県の現状と産業構造	6
第1節 愛知県の経済の現状	6
第2節 愛知県の産業構造	7
第2章 愛知県の観光業への可能性	8
第1節 観光業への注目の高まり	8
第1項 観光庁設立	8
第2項 観光業の経済波及効果	8
第3項 今後増加が期待される観光客	8
第2節 不況下における観光	10
第1項 『レジャー白書 2009』より	10
第2項 高速道路料金の引き下げ	11
第3節 観光地としての愛知県	12
第1項 愛知県の観光地としてのイメージ	12
第2項 愛知県の3大観光資源エラー! ブックマークが定義されていません。	
第4節 問題意識	13
第3章 先行研究及び本稿の位置付け	14
第1節 『中部の観光を考える』	14
第2節 『観光統計からみえてきた地域観光戦略』	14
第4章 分析～愛知県の観光業経済波及効果～	15
第5章 政策提言	20
第1節 研究・分析結果より	20

第1項	はじめに.....	20
第2項	愛知県における有効な観光資源.....	20
第3項	「なごやめし」.....	21
<b>第2節</b>	<b>集約.. エラー! ブックマークが定義されていません。</b>	
第1項	集約のメリット.....	21
第2項	近年の観光施設の特色.....	21
<b>第3節</b>	<b>集約施設の3タイプ.....</b>	<b>22</b>
第1項	「食べ物通りタイプ」.....	22
第2項	「複合通りタイプ」.....	22
第3項	「フードテーマパークタイプ」.....	23
第4項	まとめ.....	23
<b>第4節</b>	<b>複合.....</b>	<b>24</b>
第1項	複合要素.....	24
第2項	複合施設.....	24
第3項	まとめ.....	25
<b>第5節</b>	<b>第1の政策提言～「複合通りタイプ」～.....</b>	<b>25</b>
第1項	政策候補地～名古屋城～.....	25
第2項	都市公園法の障壁.....	26
第3項	構造改革特別区域法.....	26
第4項	コンセプト.....	27
<b>第6節</b>	<b>第2の政策提言～「フードテーマパークタイプ」～エラー! ブックマークが定義されて</b>	
第1項	政策候補地～長者町繊維街～.....	27
第2項	長者町繊維街の今昔.....	28
第3項	タイプの提案.....	28
第4項	長者町繊維街の可能性.....	29
第5項	コンセプト.....	29

# はじめに

本稿は、「なごやめし」を利用した観光政策を提言することによって、観光業による愛知県の経済の安定化を目的としている。

本章では導入部分として、まずそのような目的とした経緯を述べ、次に研究の特徴や分析手法や結果、政策提言の特徴を述べる。

## ・ 目的の経緯

愛知県は古くから製造業の分野で頭角を現してきた。しかし、愛知県には製造業に携わる企業が多く、またその産業構造は製造業に偏っているため、昨今の未曾有の経済危機で愛知県の経済は深刻な経済状況となった。以上のことから、現在の愛知県の産業構造を問題点とし、今後起こりうるかもしれない経済危機に対策を立てることはできないだろうかと考えた。そこで、近年観光庁の設立や観光業が持つ経済波及効果から伺えるように、日本国内で重要さが盛んに取り上げられている観光業を利用した愛知県の経済の安定化という題材に行きついた。

## ・ 研究の特徴

研究の特徴としては、現在の愛知県での産業構造を問題点とし、観光業の可能性の高さに注目し、その可能性を分析した上で、愛知県の観光資源を利用した観光政策の提言を行っていることである。その中でも特に、「なごやめし」を利用しなおかつ愛知県の「武家文化」を複合的に取り入れた、いわば「愛知県だからこそ行うことができる観光政策」を政策提言していることが特徴である。

## ・ 分析手法や結果

分析の手法としては、国土交通省総合政策局観光経済課『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅷ（2007年度版）』の経済波及効果分析での推計モデルを主に参考とし、愛知県庁が現在公表している『愛知県の産業連関表 平成12年度 統計表 38部門』の産業連関表を利用し、愛知県での観光業がもたらす経済波及効果を求めた。

その結果、旅行・観光消費による最終需要が 0 である産業に対しても生産波及効果が生まれ、愛知県の産業構造でも観光業の経済波及効果は裾野の広い産業であるということが分かった。

## ・ 政策提言の紹介

本稿の政策提言は、研究・分析結果から既存の観光資源を利用した観光政策を行った。

内容は、愛知県を訪れる観光客のニーズやその認知度の高さから「なごやめし」を観光資源とし、それを利用した観光政策を行う上での複合要素として「武家文化」を取り入れた。

また、本稿の観光政策を行うにあたって「名古屋城」と名古屋市中区に位置する「長者町繊維街」を政策候補地として挙げ、それぞれでより具体的な政策提言を行った。

以上のことを踏まえ、観光業がこれからの愛知県の代表的な産業となれば幸いである。

# 第1章 愛知県の現状と産業構造

---

## 第1節 愛知県の経済の現状

世界経済危機の煽りは愛知県の経済に大きな打撃を与えた。アメリカ合衆国のサブプライムローン問題に端を発し、2008年9月15日のリーマンブラザーズの経営破綻をきっかけに起きた未曾有の世界経済危機は、日本経済はもちろん、愛知県の経済へも大きな影響をもたらした。

愛知県には製造業に携わる企業が多い。そのため、営業利益が格段に落ち込んだ企業が数多くあり、その代表例として、「世界のトヨタ」と称されるトヨタ自動車が挙げられる。トヨタ自動車は、日本を代表する世界最大級の自動車メーカーであり、この世界同時不況による打撃を受けた企業の1つと言える。トヨタ自動車の業績悪化は「トヨタショック」とも呼ばれ、これにより2008年11月6日のトヨタ自動車の決算報告では、1兆円の営業利益の下方修正をする決定を下した。

「トヨタショック」は、愛知県の財政に深刻な打撃を与えた。愛知県にはトヨタ自動車の本社をはじめ、多くのトヨタ自動車の関連企業の生産拠点が置かれており、トヨタグループ9社の納税額は、県の法人事業税全体の3割近くを占めている。あいちの統計ホームページ『愛知財政の概要』によると、2009年度の県税収入は、トヨタグループの営業利益の大幅な下方修正を受け、法人事業税の一部国税化の影響も加わり、法人二税が大幅に減少した。前年度当初予算と比較すると、3,920億円減となる9,680億円にとどまる見込みである。当初予算計上額が1兆円を下回るのは、2004年度以来である。このような税収の大幅な落ち込みが愛知県の財政に打撃を与えた。

また、この「トヨタショック」は県の財政のみならず、民間企業にも影響を及ぼした。たとえば、製造業に携わる企業を中心とした雇用過剰の発生による失業者の増加、有効求人倍率の大幅な低下、所定外労働時間の急速な減少による所定外給与の減少などである。製造業の盛んな愛知県では、経営の見直しを余儀なくされた企業が多く、深刻な事態となった。

このように、昨今の愛知県の経済は、世界経済危機の煽りによって、大きな打撃を受けているのが現状であると言える。

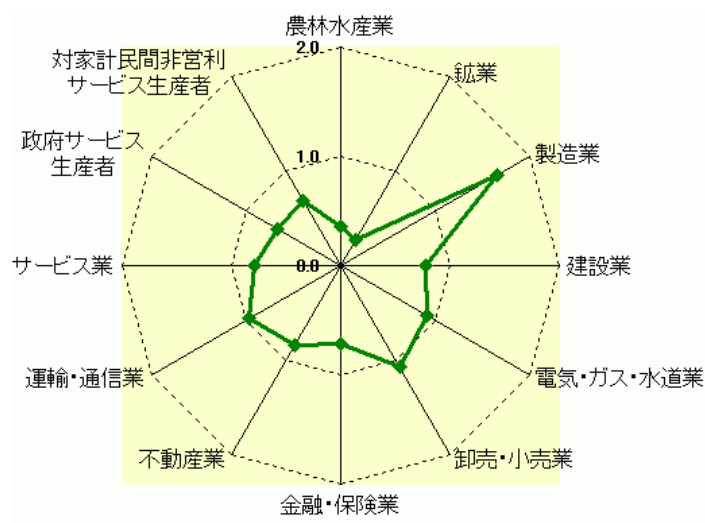
## 第2節 愛知県の産業構造

愛知県の産業構造は製造業に偏っている現状にある。

図1より、愛知県の製造業は県内におけるその他の産業と比較して突出していることがわかる。その上全国の製造業と比較しても1.65と高い数値を示している。また、『平成19年工業統計』によると、製造品出荷額等は愛知県が第1位の47兆4,827億円（従業者4人以上の事業所）である。第2位の神奈川県との差は20兆2,012億円と大きく、愛知県が31年連続日本一の値を示している。このように、愛知県は製造業中心の産業構造であり、製造業への強みを持っている県だと言える。

しかし、愛知県の産業構造は、製造業に集中しているという点で、不安定な状態であると言える。このような産業構造では、昨今のような不景気に見舞われ、製造業が不振となった場合に地域経済全体に大きな打撃を与えるという結果につながると考えられる。

図1 愛知県産業の特化状況（平成18年度）



出典：愛知県 県民生活部 統計課 グラフでみるあいち

(注)：平成18年度における愛知県の産業構造の特徴を全国=1とする。

## 第2章 愛知県の観光業への可能性

---

### 第1節 観光業への注目の高まり

#### 第1項 観光庁設立

日本政府は、2008年10月、国土交通省の外局として観光庁を設立した。観光庁は2006年12月に成立した「観光立国推進法」や「観光立国推進基本計画」の閣議決定を受け、地域経済の活性化や国際相互理解の増進などを目的として設置されたのである。国全体を挙げて観光立国の推進を発信するとともに、効果的な観光交流に関する外交、関係省庁への観光立国に関する数値目標の働きかけ、地方公共団体・民間の観光地づくりへの取り組みに対する支援などを行っている。これらのことから、国を挙げての観光業への関心の高さがうかがえる。また、「観光立国推進基本計画」の目標を見ると、今後日本において観光客の国際的な移動、国内での国際会議の回数、旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスなどが増加すると考えられる。このように、日本全体が観光に対して積極的な取り組みを行っていることがわかる。

#### 第2項 観光業の経済波及効果

観光業は非常に裾野の広い産業である。観光業は観光に直接的に関連する旅行業や宿泊業、運輸業などへの経済効果だけではなく、観光産業と取引を行っている産業（建設業や食品製造業、卸・小売業など）への経済効果も期待できる。図2は、旅行・観光消費が日本にもたらす経済波及効果を示したものである。このことから、観光業の経済効果は多岐にわたり、大きな経済波及効果が期待できる。

#### 第3項 今後増加が期待される観光客

外国人と団塊の世代の誘致により今後大きな経済効果が期待できる。

観光庁が行っている「ビジット・ジャパン・キャンペーン」という事業では、2003年から2010年までに、訪日外国人観光客を1,000万人にするとの目標を掲げ、官民一体となって推進している。『観光白書（平成18年版）』によれば、この目標を達成すると、訪日外国人観光客は、8,400億円の国内観光消費額の増加が見込まれ、訪日外国人観光客による観光消費額の合計は2兆4,800億円と推計されている。この事業開始から4年間で、訪日外国人観光客は314万人増加した。

また、近年日本国内で大きな注目を集めているのが、団塊の世代<sup>1</sup>である。2007年から2009年にかけて団塊の世代のサラリーマンが一斉退職を始めた。『レジャー白書2009』によると、10代から50代の国内観光旅行参加者数は1988年以降2008年まで大きな変化は見ら

---

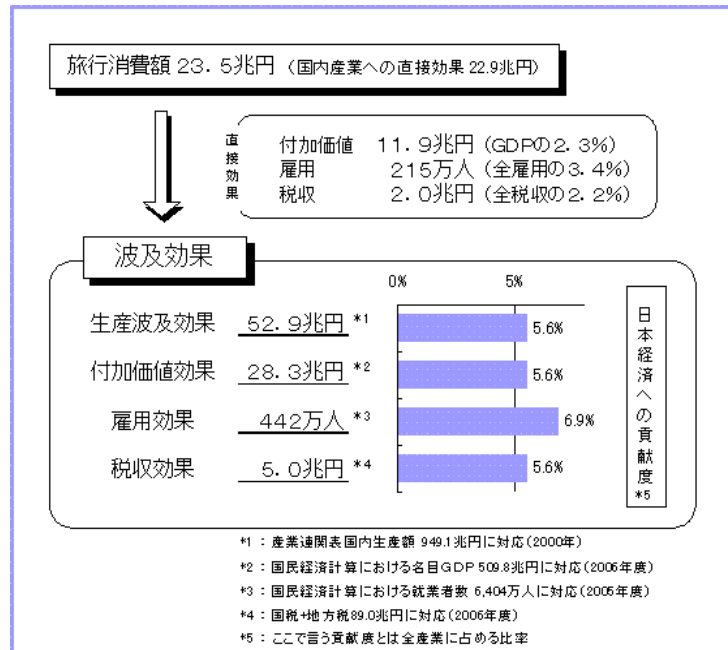
<sup>1</sup> 1947年から1949年までのベビーブームに生まれた世代



れない。その一方、団塊の世代が一斉退職をはじめた 2008 年の 60 代以上の国内観光旅行参加者数は 1988 年比のおよそ 2 倍の値を示しており、急激な伸びを見せていることが読み取れる。これは、退職後の余暇の過ごし方を国内旅行に費やす人々が増加していることを表している。

したがって外国人と団塊の世代を観光客として誘致することができれば、大きな経済効果が期待できるため、今後これらの観光客層をターゲットとした観光事業が注目されると考えられる。

図 2 旅行・観光消費が我が国にもたらす経済波及効果



出典：国土交通省 観光庁ホームページ

## 第2節 不況下における観光

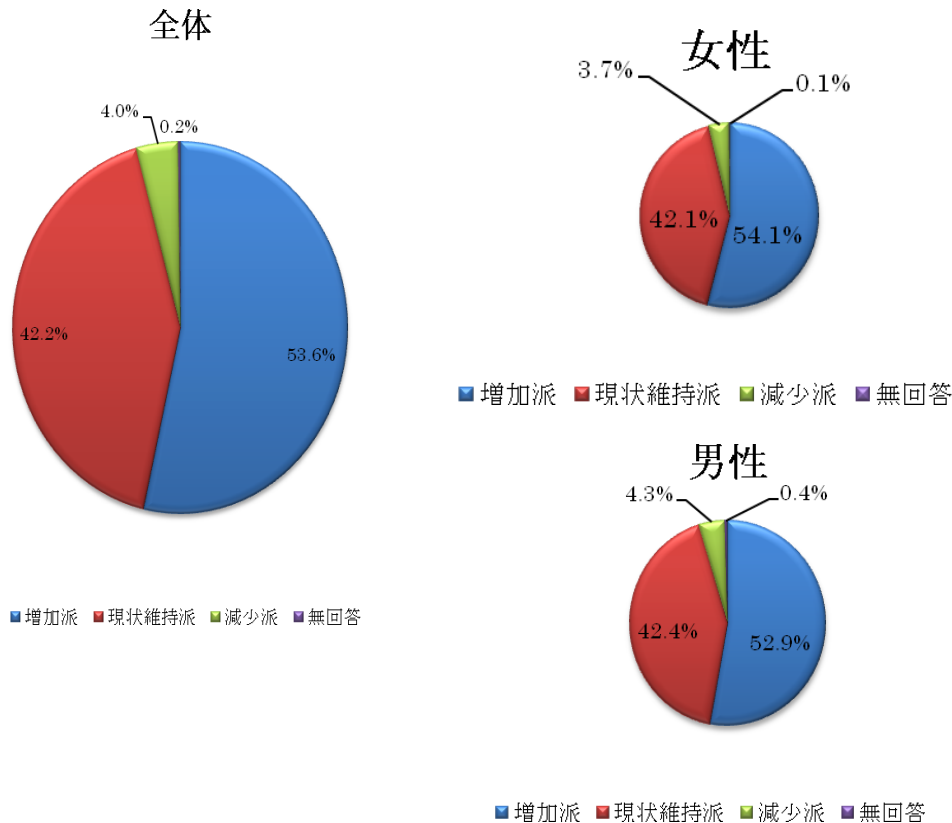
### 第1項 『レジャー白書 2009』より

不況になると、所得が減少し家計や個人の消費に影響を与える。『レジャー白書 2009』によると、2008 年の家計消費では、実質収入が対前年比の-0.4%、可処分所得が対前年比の-1.4%、消費支出は対前年比が-1.3%となり、家計の収入が減少しそれに伴い消費も減少していることがわかる。

しかし、消費支出の内訳を見ると、前年比に対して家具・家事用品費 6.9%、交通・通信費 0.8%とともに、教養・娯楽費は対前年比を 1.4%上回った。このように、不況下において実収入や可処分所得が減少しても、人々の余暇活動への消費は減っていないことが分かる。

また、不況下における余暇の過ごし方に対する人々の意識は落ち込んでいない。『レジャー白書 2009』の中で余暇活動・観光行楽機会を現在より増やしたいか、減らしたいか (図 3) という調査を 2,415 人に行っている。その結果余暇活動の機会について、増加派 53.5%、現状維持派 42.2%と増加派、現状維持派だけで約 9 割を占めている。男女別に見ても、男性では増加派 52.9%、現状維持派 42.4%、女性では増加派 54.1%、現状維持派 42.1%とそれぞれ高い数値が出ている。このことから、不況時に余暇活動、観光・行楽の機会を減少させるといふ人は少なく、不況においても減少していないことがわかる。

図 3 余暇活動・観光行楽機会を増やしたいか、減らしたいか  
(出典：レジャー白書 2009 より作成)



## 第2項 高速道路料金の引き下げ

2009 年麻生元内閣総理大臣が景気対策の一環として掲げた高速道路の料金引き下げを行った。「国土交通省道路局」の調査によると、高速料金が下がることで、長距離利用者がさらに増え、旅行回数も増えると予想される。1年のうちの日帰り旅行の回数は、現在の7.7回から10.6回、宿泊旅行についても2.8回から3.5回と共に増えると考えられている。観光業への直接効果については観光消費額の7,300億円増加が期待されており、割引適応年数の2年間のうち、1.7兆円の経済効果が見込まれている。以上のことから、高速道路料金の引き下げにより国内旅行観光客の増加が期待される。

## 第3節 観光地としての愛知県

### 第1項 愛知県の観光地としてのイメージ

第2章第1節で述べたように、近年、観光業に対する注目は高まっており、また、観光業による経済効果も裾野の広いものとして、大きい期待がよせられている。しかし、愛知県の観光地としてのイメージは希薄であるというのが現状である。

名古屋市市民経済局『平成19年度名古屋市観光客・宿泊客動向調査』によると、名古屋市の観光地としての弱みについて調査を行ったところ、「他の観光都市と比べて観光イメージが希薄であること」が51.0%と最も多く、次いで「名古屋の魅力が全国的に十分知られていないこと」が27.0%、「魅力ある観光施設が少ないこと」が26.7%という調査結果であった。このことから名古屋市の観光地としてのイメージは希薄であることがわかる。この調査は、名古屋市を対象に行ったものであり、必ずしも愛知県を対象としたものではない。しかし、名古屋市は愛知県の県庁所在地であり、経済の中心である。そのため名古屋市の観光地としてのイメージが希薄であれば、愛知県の観光地でも同じことであると考えられる。

しかしながら、愛知県の観光地としてのイメージが希薄ということは、言い換えればイメージが作りやすく、観光地としての潜在性があるということである。それゆえ、私たちは愛知県における観光政策をする上で今後可能性があると考える。

### 第2項 愛知県の3大観光資源

前項で愛知県は観光地としての潜在性があると考えた。そこで愛知県の観光資源を検証したところ、名古屋市公式ホームページに挙げられている3大観光資源の「武家文化」「産業観光」「なごやめし」が、愛知県でも有効な観光資源であると考えた。そこで本項ではこの3大観光資源について説明する。

愛知県における「武家文化」は、織田信長、豊臣秀吉、徳川家康の三英傑を輩出したことで有名である。この三英傑からさかのぼること400年、武士として初めての政権である鎌倉幕府を開いた源頼朝も愛知県の出身である。現在も愛知県のいたるところに武将たちの功績が残されており、中でも江戸時代に花開いた尾張徳川家ゆかりの名古屋城を筆頭に桶狭間古戦場跡や徳川園など、彼らのゆかりの地を巡る数々の観光コースを紹介されている。

「産業観光」とは、愛知県の歴史的・文化的価値の高い産業遺産を介してものづくりのところに触れ、人的交流を促進するものである。また近年、国土交通省の都市・地域整備局、大都市圏整備課がガイドラインをつくり、推奨をしている新しい観光政策である。長久手町にあるトヨタ博物館、瀬戸市の愛知県陶磁資料館、名古屋市のノリタケの森などは、愛知県を代表する産業観光施設であるといえる。

「なごやめし」とは名古屋地区で独自の発展を遂げた食文化である。愛知県は、東京都と大阪府の中間に位置するため東西の食文化が融合され、他の地域にはない斬新な食材の組み合わせが生まれた。そして今日まで名古屋地区の人々に深く親しまれ、近年では数多くのメディアからの注目を浴びている。また、名古屋地区には数多くの「なごやめし」の専門店が軒を連ねており、名古屋市のホームページには様々な「なごやめし」の専門店が紹介されている。

## 第4節 問題意識

愛知県は、製造業という1つの産業に依存している産業構造を持っている。そのため、今回の不況のように製造業が崩れた際、愛知県の経済は大きな打撃を受ける。

このことから、経済の安定化を図るために製造業とは異なる他の産業に力を入れる必要があると考えられる。

そこで、愛知県の他の産業として観光業の育成が不可欠である。観光業は裾野の広い産業であり、様々な分野の産業に及ぶため、大きな経済波及効果が期待できる。しかし愛知県には観光資源が多く存在しているにもかかわらず、それを有効に活用しきれていないという現状がある。そのため、新しい資源をゼロから作りだすのではなく、既存の観光資源を有効的に活用することで、余分なコストをかけることなく愛知県の観光業を発展させ、産業構造の安定化を図ることができると考えられる。

以上より、本稿は既存の観光資源を有効的に活用した政策を立案することを提案する。

## 第3章 先行研究及び本稿の 位置付け

---

### 第1節 『中部の観光を考える』

この先行研究は、観光客のアンケートや消費行動の統計データ・過去に中部圏で行われていた観光政策を基に、中部の観光資源を挙げている。そしてこの先行研究では、中部の観光資源を観光客の消費行動統計データと照らし合わせ、今後中部に求められる観光政策を提案している。

本稿では、先行研究と同様に既存の観光資源を取り上げ、さらに観光客の需要と照らし合わせることで、その地域に適した観光政策の立案を目的とする。

しかし、政策提言をする上で、愛知県に焦点を絞っている点で先行研究とは異なる。そのため、愛知県の活用しきれていない観光資源を活用した政策により経済を安定化させるという目的に沿った、より具体的な対応策が見えてくると考える。

### 第2節 『観光統計からみえてきた地域観光戦略』

この先行研究は、国内宿泊旅行統計調査により地域別観光特性を明らかにしている。そして、地域観光を振興させるための実践的な対応策も提案されており、日本の観光の特色だけでなく、愛知県の地域特性として「産業観光」が取り上げられている。その強みや弱みに関して論じられているうえ、観光統計の活用法や観光政策の定義、さらに「地域の魅力を高める、人をひきつける、所得を得る」などの観光戦略の基本に関して述べられている。

本稿では、観光業を推進することにより愛知県の産業構造を安定させ、経済も安定させる政策を立案していく。そのため、先行研究同様、地域特性を生かした観光資源の有効的な活用方法を考察し提案していく。しかし、先行研究において主に活用されているデータは宿泊客に焦点を絞っているため、日帰り旅行者を対象としていない。本稿では、日帰り旅行者も含む観光政策を提言するため、その点においてこの先行研究とは異なる。

したがって、日帰り旅行者を含むより多くの観光客を誘致する観光政策を行うことが可能になると考えられる。

# 第4章 分析

## ～愛知県の観光業経済波及効果～

第2章第2項で述べたように、国土交通省総合政策局観光経済課『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅷ(2007年度版)』で述べられている観光消費による経済波及効果(以下、旅行・観光消費による経済波及効果【全国版】とする)によると、観光業は経済波及効果の裾野の広い産業であるということが計量的に表されている。

しかし、これらの資料等は日本全国を対象としているため、愛知県においても観光業は経済波及効果の裾野の広い産業であると言えるかは疑わしい。そこで愛知県の産業構造においても同様のことが言えるのかを確認する必要があると考え、愛知県庁に同様の資料が存在するかを問い合わせしてみた。しかし、旅行・観光消費による経済波及効果【全国版】で示されているような調査研究は行われていなかったため、独自で愛知県での観光が与える経済波及効果を産業部門ごとに求め、愛知県の産業構造においても観光業は経済波及効果の裾野の広い産業であると言えるかどうかを計量的に明らかにすることにした。

分析の方法としては旅行・観光消費による経済波及効果【全国版】の経済波及効果分析での推計モデルを主に参考とし、愛知県庁が現在公表している『愛知県の産業連関表 平成12年度 統計表38部門』を用いて経済波及効果を求める。

### 第1節 使用したデータについて

経済波及効果は産業連関表をもとに分析していく。産業連関表とは、「ある一定地域における1年間の経済活動について、その財貨・サービスの取引関係をマトリックスとしてまとめ、経済循環を明らかにしたもの」<sup>1</sup>である。

本稿では、愛知県において観光業が有効な手段であるかということ进行分析によって明らかにしていくため、ここでは『愛知県の産業連関表 平成12年度 統計表38部門』から基本表と逆行列係数表を抽出し、生産波及効果を推計する。本来ならば1つの産業がその地域にどれほどの経済効果をもたらすかということを示す場合、他にも付加価値効果・雇用効果・税収効果の値を算出することでより広い範囲での経済波及効果を推計することができるのだが、全てのデータ算出に至るまでの情報を入手することができなかったため、本稿では観光業がもたらす生産波及効果のみを算出し、それをもとに愛知県における観光業の可能性を明らかにしていく。

### 第2節 生産波及効果(直接効果+原材料波及効果)の推計モデル

生産波及効果は、直接効果と原材料波及効果の和で求められる。以下でそれぞれの求め方を記す。

<sup>1</sup> 『愛知県の産業連関表 平成12年度 統計表38部門』より引用

## 第1項 直接効果

直接効果とは、観光関連産業への旅行・観光消費額が、他産業への取引関係などを通じて県内に波及する前の段階の効果を指すものである。ただし、観光関連産業への旅行・観光消費額のうち、県内で生産されていない商品については、効果が県外・国外へ漏出すると考えられるため、移輸入額分を考慮する必要がある。<sup>1</sup>そのため県内自給率を求め、それに最終需要を乗することによって、直接効果を推計する。

以下が直接効果推計モデルである。

$$(I - \hat{M}) F \quad (1)$$

$I$  は単位行列、 $\hat{M}$  は移輸入係数行列のことであり、基本表より産業部門ごとに移輸入額から県内需要額を除いて移輸入率を算出し、県内自給率  $(I - \hat{M})$  を求めた(表1)。 $F$  は最終需要のことである。本来ならば愛知県の旅行・観光消費額の総額のうち、どの産業にどれだけ消費されているかが示されたデータを最終需要  $F$  として使用するべきなのだが、愛知県庁に問い合わせたところ該当するデータは存在しておらず、独自で算出しそれを使用することにした。そこでまず愛知県全体の旅行・観光消費額の総額を、2008年度の名古屋市の旅行・観光消費額の総額 2,511 億円<sup>2</sup>を参考に、3,000、3,100、3,200、3,300、3,400、3,500 億円の6通りと仮定した。次に「旅行・観光消費による経済波及効果【全国版】の図表Ⅱ-28. 日本国内における旅行・観光消費の経済波及効果の旅行消費額(最終需要)」のデータから、日本国内の旅行・観光消費額の総額のうちどの産業にどれだけ消費されているかの割合を算出した。そしてその割合に、仮定した旅行・観光消費額の総額を6通りそれぞれ当てはめ、愛知県において旅行・観光消費額の総額がどの産業にどれだけ消費されているかを算出した。このデータを最終需要  $F$  として使用する。

ただし、旅行・観光消費額における産業部門ごとの係数は全国を対象としているものであるため、愛知県での観光業による経済波及効果を分析するにあたっては多少の誤差が生じることを考慮しなければならない。

## 第2項 原材料波及効果

原材料波及効果とは、「観光消費が、各企業の原材料調達に及ぼした金額を示す」<sup>3</sup>ものである。例えば、宿泊施設が食材を調達する際の投入金額が農業部門に波及することなどが挙げられる。さらに農業者が食材を作るための機械を製造業部門から調達する際にも同じような波及効果が生まれる。このように生産は、新たな需要となって他の産業部門の生産を誘発するものであり、この繰り返しによって生み出される生産額を合計したものが原材料波及効果である。

以下が原材料波及効果推計モデルである。

$$[I - (I - \hat{M}) A]^{-1} (I - \hat{M}) F \quad (2)$$

$I$ 、 $\hat{M}$ 、 $F$  は(1)式同様、単位行列、移輸入係数行列、最終需要のことである。

<sup>1</sup>国土交通省総合政策局観光経済課『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅷ(2007年度版)』

<sup>2</sup>名古屋市市民経済局文化観光部観光推進室『平成20年度名古屋市観光客・宿泊客動向調査』

<sup>3</sup>国土交通省総合政策局観光部 観光消費による経済波及効果推計『第3章 波及効果推計結果の分析手法』



Aは投入係数表のことである。投入係数表とはある産業が1単位生産するために必要な他産業からの投入額を示す係数を産業別に一覧表にしたものである。投入係数を使用すると、発生した需要額を次々と連鎖的に乗することによって生産波及効果を求めることができる。

しかし、これでは最終的な結果を知るためには波及効果が0になるまで乗し続けなければならない。そこで使用されるものが逆行列係数表である。逆行列係数表とは、「ある産業が1単位の需要が生じると、直接・間接の波及効果により各産業の生産額が最終的にどれくらいになるのかを示した係数」<sup>1</sup>を産業別に一覧表にしたものである。これは投入係数から求めることができるが、『愛知県の産業連関表 平成12年度 統計表38部門』に移輸入を考慮した逆行列係数表  $([I - (I - \hat{M}) A]^{-1})$  が算出されていたため、本稿ではこれをもとに原材料波及効果を推計する。

### 第3節 推計結果

(1)式及び(2)式の推計結果を述べる。愛知県の旅行・観光消費額が3,000億円と仮定した場合、(1)式より経済における観光業の直接効果は2,397億円、(2)式より原材料波及効果は3,419億円であった。そして(1)・(2)式より生産波及効果は5,816億円という結果を得た(表2)。同様に観光消費額3,100~3,500億円と仮定した場合の結果は、(表3)にまとめた。

愛知県での旅行・観光消費額が3,000~3,500億円のどの場合でも、その生産波及効果はおよそ1.94倍の値を得ることが分かった。これは旅行・観光消費による経済波及効果【全国版】に表示されている数値(1.7倍)<sup>2</sup>より高い。

(表3) (単位：1億円)

観光・旅行消費額	直接効果	原材料効果	生産波及効果
3,000	2,397	3,419	5,816
3,100	2,477	3,533	6,010
3,200	2,563	3,657	6,220
3,300	2,636	3,761	6,398
3,400	2,716	3,876	6,592
3,500	2,796	3,990	6,786

本章第1節で述べたように経済波及効果には、生産波及効果以外の効果も含まれているため、本稿の推計結果より大きな経済波及効果(額)を得ることができる。

また、旅行・観光消費による最終需要が0である産業に対しても生産波及効果が生まれることが分かった。

以上の推計結果から、愛知県の産業構造でも観光業の経済波及効果は裾野の広い産業であると期待できる。

<sup>1</sup> 三重の統計 『みえ Dstate Box 用語解説(産業連関表)』HPより引用

<sup>2</sup> 国土交通省総合政策局観光経済課『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅷ(2007年度版)』

(表1) (単位：100万円)

産業部門	移輸入額	県内最終需要額	M̂ (移輸入率)	I-M̂ (自給率)
農業	418,121	654,461	0.639	0.361
林業	44,029	51,824	0.850	0.150
漁業	73,147	101,536	0.720	0.280
鉱業	514,911	536,803	0.959	0.041
食料品	1,718,107	2,668,072	0.644	0.356
繊維製品	622,093	903,682	0.688	0.312
パルプ・紙・木製品	780,922	1,119,456	0.698	0.302
化学製品	1,410,362	1,656,000	0.852	0.148
石油・石炭製品	640,129	882,733	0.725	0.275
プラスチック製品	374,875	1,093,310	0.343	0.657
陶磁器	59,665	109,399	0.545	0.455
その他の窯業・土石製品	312,324	544,288	0.574	0.426
鉄鋼	922,102	1,985,113	0.465	0.535
非鉄金属	556,205	756,963	0.735	0.265
金属製品	272,033	916,424	0.297	0.703
一般機械	1,499,343	2,482,529	0.604	0.396
電気機械	2,806,361	3,211,007	0.874	0.126
自動車	1,853,216	7,700,656	0.241	0.759
航空機	149,258	350,678	0.426	0.574
その他の輸送機械	88,838	167,060	0.532	0.468
精密機械	175,793	238,692	0.736	0.264
その他の製造工業製品	985,142	1,775,465	0.555	0.445
建設	0	4,281,843	0.000	1.000
電力・ガス・熱供給	228,185	1,439,567	0.159	0.841
水道・廃棄物処理	29,514	486,420	0.061	0.939
商業	1,076,313	6,301,664	0.171	0.829
金融・保険	541,777	2,899,419	0.187	0.813
不動産	36	3,646,015	0.000	1.000
運輸	312,626	3,219,940	0.097	0.903
通信・放送	53,174	1,273,099	0.042	0.958
公務	0	1,766,542	0.000	1.000
教育・研究	30,000	2,377,355	0.013	0.987
医療・保健・社会保障・介護	3,829	2,082,098	0.002	0.998
その他の公共サービス	60,779	232,826	0.261	0.739
対事業所サービス	1,056,128	5,219,239	0.202	0.798
対個人サービス	231,137	3,167,118	0.073	0.927
事務用品	0	112,958	0.000	1.000
分類不明	235,790	341,119	0.691	0.309

(表 2)

(単位：億円)

産業部門	最終需要	直接効果	原材料波及効果	生産波及効果
農業	13	5	16	20
林業	2	0	0	1
漁業	19	5	7	13
鉱業	0	0	1	1
食料品	197	70	116	186
繊維製品	65	20	27	47
パルプ・紙・木製品	4	1	12	13
化学製品	19	3	6	9
石油・石炭製品	104	29	61	90
プラスチック製品	0	0	9	9
陶磁器	0	0	2	2
その他の窯業・土石製品	6	3	5	7
鉄鋼	0	0	3	3
非鉄金属	0	0	1	1
金属製品	0	0	8	8
一般機械	0	0	4	4
電気機械	11	1	3	4
自動車	0	0	9	9
航空機	0	0	1	1
その他の輸送機械	0	0	6	6
精密機械	32	8	9	17
その他の製造工業製品	60	27	50	77
建設	0	0	21	21
電力・ガス・熱供給	0	0	45	45
水道・廃棄物処理	0	0	13	13
商業	320	265	377	642
金融・保険	6	5	124	129
不動産	69	69	104	173
運輸	1,013	914	1,099	2,014
通信・放送	8	7	47	54
公務	6	6	6	13
教育・研究	17	17	26	43
医療・保健・社会保障・ 介護	13	13	13	26
その他の公共サービス	4	3	7	10
対事業所サービス	31	25	249	274
対個人サービス	965	894	917	1,811
事務用品	0	0	7	7
分類不明	17	5	11	16
計	3,000	2,397	3,420	5,816

## 第5章 政策提言

---

### 第1節 研究・分析結果より

#### 第1項 はじめに

前章までの議論から、愛知県の産業構造は製造業に偏っており、非常に不安定であるため、改善策が必要だと考えた。そこで、近年注目されている観光業に目をつけ、独自に研究・分析した結果、愛知県の経済の安定化を図る手段として、観光業の発展が有効な改善策であると判断し、愛知県での観光政策を提言するに至った。さらに、愛知県での観光政策を行うにあたって、知名度や所有する観光資源などから名古屋が適していると考え、本章では名古屋での観光政策を提言し、以下で具体的な内容について述べる。

#### 第2項 名古屋における有効な観光資源

そこで、私たちは名古屋市で観光政策をしていくうえで最も有効な観光資源となるものを検証した。愛知県には第2章第3節で述べたように、「なごやめし」、「武家文化」、「産業観光」といった観光資源が存在する。その中でも『名古屋市市民経済局名古屋市観光客・宿泊客動向調査（2007年度）』によると、名古屋の観光資源の中で「なごやめし」の認知度は77.2%、訪問体験状況<sup>1</sup>は52.7%とともに最も高く、観光客の需要が高いことが分かった。

名古屋市は観光政策として市のホームページ上で、全94の観光コースを紹介している。しかし、その中で主に紹介されているのは「産業観光」と「武家文化」であり、「なごやめし」を取り入れたものが存在しないことが判明した。

そこで観光資源の中でも伸び代がある「なごやめし」を売り出していくことは名古屋市で観光政策をするうえで最も適していると考えた。よって次節から「なごやめし」を用いた観光政策を提言していく。

しかし現状では「なごやめし」という言葉に明確な定義付けがされていないため、第3項で、「なごやめし」の定義付けを行う。

---

<sup>1</sup>（過去5年以内に）名古屋市に訪れた観光客が訪問した場所、または経験したものの調査。

### 第3項 「なごやめし」

「なごやめし」という言葉はメディアによって作られたため、その定義はなく「なごやめし」と認定する基準や解釈が人によって様々である。

その理由として、第1に種類が豊富で、メディアや雑誌が紹介している「なごやめし」の種類が一様ではない点が挙げられる。

第2に、「なごやめし」と聞くと多くの人が名古屋地区で発祥した食べ物であると捉えがちであるが、名古屋地区以外で発祥したものもあるという点が挙げられる。

そこで代表的な「なごやめし」を調査するため、るるぶ、yahoo!検索、Google 検索、名古屋市ホームページを参照したところ、頻出度の高かった「なごやめし」は「ひつまぶし」「味噌カツ」「手羽先唐揚げ」「天むす」「きしめん」「味噌煮込みうどん」「あんかけスパゲティー」「小倉トースト」「台湾ラーメン」「モーニングサービス」<sup>1</sup>の10種類であった。

そして実際に、上記の10種類の代表的な「なごやめし」のうち、「味噌カツ」「天むす」は三重県で発祥し、名古屋地区で発展していることが判明した。

以上のことから本稿を書くにあたり、「なごやめし」を定義する必要があると考えた。よって、本稿では「なごやめし」を「名古屋地区を中心に発祥、または発展を遂げた食べ物または食文化」と定義する。

## 第2節 集約

「なごやめし」を観光資源として活用する際、集約施設として売り出す方法が有効であると考えた。この方法には、店舗側だけでなく、観光客側にもメリットがある。以下に、集約することにより期待できるメリットを述べる。

### 第1項 集約のメリット

店舗側は、複数の店舗が集約されることによってPR効果が向上し、観光客やメディアによる話題性が高まり、観光施設としての注目を集めることが可能となる。それによって多くの観光客の誘致に期待ができる。

また、集約施設の中で特定の店への来訪目的を持った利用者がいた場合、目的の店だけではなく同施設内の他店にも立ち寄る可能性が生まれ、集客の相乗効果が生まれると考えられる。実際に、『観光・レジャー施設の集客戦略(2008)』の首都圏にあるラーメンの老舗フードテーマパークにおける利用者の追跡調査(2007年12月、46グループ)によると、1度の来訪につき1組当たりおよそ2店舗のラーメン店を利用していることがわかった。

観光客側の視点から見ると、複数の施設が集約されていることによって、移動にかかる時間と費用を削減することができる。さらに、多数の店舗に利用者が分散されるので、施設内の混雑が緩和し、利用者の満足度向上へと繋がるということが挙げられる。

### 第2項 近年の観光施設の特徴

また、近年の観光施設では、アウトレットモールを始めとする大規模観光施設や商業施設の多くで複数の施設の集約化が図られているという傾向にある。観光施設の建設を計画する

<sup>1</sup> 東海地方の喫茶店では、朝の時間帯にドリンク料金のみでトーストやゆでたまごなどがついてくる「モーニングサービス」の食文化がある。

際には、単体としてだけでなく、複数の施設を集約させ、総合的に取り扱う必要性が高まっているというのが現状である。

以上の点から、集約施設を造り観光客を1つの場所に集めることで、店舗側、観光客側双方に利益を与えると考える。第3節では、具体的にどのような集約施設の形があるかを検証する。

## 第3節 集約施設の3タイプ

本章第2節で述べた通り、飲食店を集約した施設の建設には観光客誘致という観点において、多くのメリットがあるということがわかった。この節では、現在日本各地に存在する集約施設を任意で3つに分類した。1つ目は飲食店を集約した通り型施設の「食べ物通りタイプ」、2つ目は、「食」とその他の要素を融合した施設の「複合通りタイプ」、そして3つ目は、食べ物をメインにテーマパーク化した施設の「フードテーマパークタイプ」である。以下では、それらの集約施設をタイプ別に分け、各々の具体例とメリット・デメリットを挙げ検証していく。

### 第1項 「食べ物通りタイプ」

1つ目の「食べ物通りタイプ」には、JR名古屋駅構内にある名古屋うまいもん通り・名古屋驛麵通り、JR仙台駅構内にある牛たん通り・すし通り、小樽駅近郊の商店街を利用した小樽寿司屋通り、東京都中央区にある月島もんじゃ通りなどの例がある。

このタイプのメリットは、駅の構内や近郊に設けられていることが多いため気軽に利用ができ、駅利用者を主なターゲットとした集客が見込め、また駅を利用しているため、平日・土日を問わず安定的な集客を見込めることである。さらに、1つの通り内に多くの飲食店が立ち並んでいるので、訪れた人が場所の移動をしなくても、多くの種類の食べ物を一度に楽しむことができる。

その一方、飲食店のみで通りが造られているために、観光のついでに立ち寄ることはあっても、この通り自体を観光の目的地として観光客に提案することは難しいことがデメリットとして挙げられる。さらには他の観光施設との連携が薄いため、経済波及効果にはあまり期待できないことがある。

### 第2項 「複合通りタイプ」

2つ目の「複合通りタイプ」には、伊勢神宮のおかげ横丁、横浜の中華街、長崎新天地中華街、神戸南京町などの例がある。

このタイプのメリットは、「食べ物通りタイプ」とは違い、飲食店以外の店舗も多く軒を連ねているので、食事を目的とする利用者だけではなく、買い物やイベントなど様々な目的で訪れる観光客を誘致できることである。また、このタイプでは通り自体にコンセプトが設定されていることが多いので、その街並み自体を観光の目的として訪れる観光客の誘致にも期待ができる。『内閣府大臣官房政府広報室(2004)』によると、国内観光における最近1年間の旅行先での行動と今後の主目的で最も高い値を示しているのは「美しい自然・風景(山、川、滝、海、自然公園等)を見ること」であるため、開放的な空間で周りの風景を楽しむことのできる通り型の施設は、観光客のニーズに応えることができると言える。さらに、テーマパーク型の施設とは違い、入場料を必要としないので気軽に楽しむことができ、観光客だけではなく地元の住人などの集客も見込められると考えられる。

その一方で、デメリットとなることは、通り型の場合 1 つの施設を造り上げるのと比較すると施設が広範囲に及ぶため、建設コストが多くかかってしまうことや、街中にコンセプトを持たせた通りを造る場合、周囲の既存の建物や景観との調和が難しく、違和感を与えてしまう可能性が高いということも挙げられる。

### 第3項 「フードテーマパークタイプ」

3 つ目の「フードテーマパークタイプ」の具体例は、大阪のなにわ食いしんぼ横丁・大阪たこ焼きミュージアム、沖縄そば博、ラーメン博物館などがある。

このタイプでは、土地面積が狭い場所であっても、テーマパーク化した建物を建設することにより高い集客効果が見込めるメリットがある。株式会社ナムコ池澤氏の講演によると、大型テーマパークの面積あたりの集客力は年間一坪に 50 人前後であることに対し、フードテーマパークは 1 坪に年間数千人の集客力を持っている。つまりフードテーマパークは、大型テーマパークの 100 倍の集客力を持っていると言える。今まで観光地として認識されていなかった街にテーマパーク施設を建てることで、その施設を含めた街のイメージ作りにも繋がることに加え、その土地を観光・商業地として売り出していくことによって、不動産価値の向上にも繋がるというメリットも挙げられる。

さらには、テーマパーク化した施設では、食事を楽しむだけではなく、メインとして取り扱っている「食」のルーツや、コンセプトとして設定している文化・歴史を学べる展示、資料館、さらには土産品が購入できるミュージアムショップなどが施設内に設けられていることが多いので、多くの目的を持った観光客を誘致することができると考えられる。また、テーマパークの入場券を、他の近隣の観光施設とのタイアップ割引や年間パスとして売り出すことで、リピーターの確保や観光客の回遊性にも繋がると思われる。

一方、デメリットとしては、狭い土地に施設を建設した際に、通路や座席間隔が狭かったり内装を重視するあまりに過度の装飾をしたり、窓を設置しなかったりすることによって、混雑時には建物内の圧迫感が増してしまいがちであることが挙げられる。

### 第4項 まとめ

以上 3 つの特徴を熟考した結果、私たちは名古屋市に飲食店の集約施設を建設する場合に、「食べ物通りタイプ」での成功は難しいのではないかという結論に行きついた。

その理由として、名古屋市には本節第 1 項「食べ物通りタイプ」の具体例でも挙げたように、驛麵通り・うまいもん通りといった 2 つの食べ物通りが既に存在しており、それに加えて同タイプの新たな施設を造った場合のさらなる観光客の誘致や経済効果に大きな期待はできないと考えられる。また、「食」以外の他の要素を取り入れた「複合通りタイプ」や「フードテーマパークタイプ」の施設の方が飲食以外の産業への経済波及効果への期待や、さまざまな目的で訪れる観光客の誘致も可能になるため、より多くの利益を生むのではないかと考えられるからである。

以上から、集約施設建設には複合要素が必要であると分かった。次の節では、名古屋により適していると考えられる「複合通りタイプ」、「フードテーマパークタイプ」に「なごやめし」の複合要素となりうるものの検証を行う。

## 第4節 複合

### 第1項 複合要素

本章第1節第2項で明らかになったように、名古屋には「なごやめし」の他に、「武家文化」「産業観光」という観光資源が存在する。そこで「なごやめし」との複合要素を検討する際に、この2つの資源を使うことが有効であると考え、検証していく。

本章第1節2項で述べた、『名古屋市市民経済局名古屋市観光客・宿泊客動向調査(2007年度)』によれば、「武家文化」である「徳川家ゆかりの史跡や遺産」は63.4%の認知度を得ており、これは「なごやめし」に次ぐ2位である。一方、「産業観光施設」の認知度は、12.1%とかなり低い。それに加え、同調査の訪れたい名古屋の観光資源調査においても、食文化である「なごやめし」が65.4%と最も高い数値を記録しており、次いで「徳川家ゆかりの史跡や遺産」が47.6%であった。また「産業観光施設」は15.8%と、こちらも名古屋の3大観光資源の中では最も低い数値を示している。このように認知度・来訪意識ともに「産業観光施設」は数値が低い一方で、「徳川家ゆかりの史跡や遺産」は高い数値を示している。

その上、最近では戦国時代を扱ったゲームソフトや大河ドラマの影響で、男性だけでなく若い女性も巻き込んだ戦国武将ブームが日本各地で起こっている。その波に乗る形で、「武家文化」への観光客のさらなる誘致も見込めると予想できる。

以上の理由から、名古屋において「食」に複合させる要素を検討した際、「武家文化」の利用が最も有効であると考えられる。

### 第2項 複合施設

では次に、数ある「武家文化」に関連する施設の中から、最も適した施設を検証していく。

前項で挙げた「徳川家ゆかりの史跡や遺産」とは、名古屋市役所ホームページでは、名古屋城、徳川園、名古屋能楽堂、荒子観音<sup>1</sup>、建中寺<sup>2</sup>、名古屋市蓬左文庫<sup>3</sup>、名古屋市秀吉清正記念館<sup>4</sup>の7つを指すと記載されている。

また、名古屋市市民経済局によって行われた調査では、本項で述べた観光施設7つのうち、2007年度の入込客数は名古屋城が1,196,500人、徳川園249,227人、徳川美術館(名古屋市蓬左文庫含む)219,494人、名古屋能楽堂21,242人、(その他施設データなし)となっており、名古屋城の入込客数は他の「徳川家ゆかりの史跡や遺産」の中で圧倒的に高い数値を示している。このことから、名古屋城は「徳川家ゆかりの史跡や遺産」の代表、つまり、名古屋における「武家文化」の代表であると言える。

ここで名古屋城の歴史を紐解いてみると、戦国時代に始まり名古屋城の前身として那古野(なごや)城が存在していた頃に遡る。ちなみに戦国武将として名高い織田信長は、この那古野城で生誕した。しかし織田信長が清州城に移り住んだことで那古野城は廃城し、その後の関ヶ原の戦いで勝利した徳川家康によって那古野城跡に名古屋城が築城された。このように名古屋城は名高い戦国武将ゆかりの城であり、「武家文化」との関連性が非常に深いのである。

<sup>1</sup> 尾張四観音の1つで、寺号は観音寺といい天台宗の寺。市内最古の木造建築物で国の重要文化財に指定されている。

<sup>2</sup> 慶安4年(1651)尾張2代藩主光友が、父義直の菩提のために創建し、以後、尾張徳川家の菩提寺となった浄土宗の寺。

<sup>3</sup> 尾張徳川家の旧蔵書を中心に和漢の優れた古典籍を所蔵する公開文庫。徳川美術館・徳川園と連携した講演会などを企画開催している。

<sup>4</sup> 豊臣秀吉の事績を中心に秀吉が信長に仕えた時代から豊臣家滅亡にいたる大阪の陣までを展示している。



以上のように「武家文化」との関係が非常に深い名古屋城は「武家文化」を「食」と複合させる際に、最も適している土地であると言える。

### 第3項 まとめ

本節で述べた理由から、本稿では名古屋城またはその近辺を利用した政策提言を行うことにした。「なごやめし」と「名古屋城」による観光客の誘致をすることができれば、愛知県の観光業の経済波及効果で、産業構造の均衡と、経済の安定化を図ることができると推測出来る。「武家文化」を「なごやめし」に複合させ、それらを観光客に対して売り出していくことで、さらなる観光客の誘致を目指すための政策を行っていく。

## 第5節 第1の政策提言～「複合通りタイプ」～

本節の政策提言で、私たちは名古屋城またはその近辺に「複合通りタイプ」である「なごやめし」と「武家文化」を複合した「なごやめし通り」を建設する政策を打ち立てる。

### 第1項 政策候補地～名古屋城～

前節では、名古屋における「武家文化」の象徴が名古屋城であることを明らかにした。さらに本項では名古屋城またはその近辺が政策候補地に適している理由を述べていく。

『名古屋市内の主要観光施設別入込客数(平成 20 年度)』によると、熱田神宮 6,417,500 人、東山動植物園 2,201,822 人、名古屋港水族館 1,907,127 人に次ぎ、名古屋城 1,246,279 人は全 35 項目中 4 位の入込客数であるため、名古屋市に来訪した観光客の多くが名古屋城を訪れていることが言える。さらに、名古屋城の年間入場者数の推移は、『名古屋市市民経済局名古屋市観光客・宿泊客動向調査(平成 19 年度,平成 20 年度)』によると、平成 15 年度 925,250 人から平成 20 年度 1,246,279 人と、愛知万博による平成 17 年度 1,984,187 人の爆発的な増加を除くと緩やかな増加傾向にある。

また名古屋開府 400 年を記念し、2009 年 1 月から、2017 年を完成予定にした名古屋城本丸御殿の復元計画が開始された。名古屋市によると、本丸御殿完成後の名古屋城への年間入場者数は約 100 万人増の 225 万人が見込まれ、その経済波及効果は 206 億円にまでの上昇と予想されている。このように、今後さらなる大きな経済波及効果を持つことが予想される名古屋城またはその近辺に新たな観光施設を設置することで、より多くの観光客の誘致と波及効果を見込むことができる。

前章でも述べたとおり、名古屋城またはその近辺に「なごやめし」と「武家文化」を複合した通りを建設することで、食事目的だけでなく名古屋城を訪れることを目的とする観光客の誘致も期待できる。また、「複合通りタイプ」の観光施設を建設する際に、名古屋城に合わせたコンセプトを持たせることによって景観を壊さずにその通り自体を観光目的地として設定することも可能になる。さらに、屋内型施設の場合では閉鎖的な空間のため、景色として名古屋城を楽しむことはできないが、通り型の施設は開放的なので周りの景色を楽しみながら通りを観光することができる。

以上の理由から、「複合通りタイプ」の建設候補地として名古屋城またはその近辺が最も適していると言える。

## 第2項 都市公園法の障壁

前節により「複合通りタイプ」の建設候補地として名古屋城またはその近辺が最も適しているが明らかになった。しかし、名古屋城の城址公園である名城公園は都市公園に分類されるため、都市公園法によって規制されているという問題点が生じた。

この都市公園法(公布:昭和31年4月20日 法律第79号 最終改正:平成16年6月18日 法律第109号)とは、「都市公園の設置及び管理に関する基準等を定めて、都市公園の健全な発達を図り、もつて公共の福祉の増進に資することを目的とする」(第1章 第1条より)という法律である。

またこの法律により、都市公園内に設置可能な「公園施設」は制限され、法において「公園施設」は「都市公園の効用を全うするため当該都市公園に設けられる施設」と定義付けられている。都市公園法第2章の中で定められている「設置に係る都市公園における行為の禁止事項」の第12条に、1. 物品を販売し、又は頒布すること 2. 競技会、集会、展示会その他これらに類する催しのために都市公園の全部又は一部を独占して利用すること と記載されている。つまり、都市公園内で物品を販売することや、土地を占有して利用することは禁止行為とされているのである。

しかし例外として、この法の中で都市公園内の売店は公園の利用者のための便益施設として利用者に即した形で設けられる売店に限り設置は容認される。その為、都市公園内での営利を目的とした施設の設置は通常は許可されない。

以上の点から「なごやめしの店を集約させた複合施設を作る」という私たちの政策を名古屋城またはその近辺で行うことは不可能な事のように思われる。

しかし、このように実施が困難な状況でも、本稿で提言する政策案を実施する術が存在する。その方法とは、都市公園法で守られた名城公園の一部を「構造改革特別区域(特区)」に認定させることである。

## 第3項 構造改革特別区域法

構造改革特別区域法(以下特区)とは、現状に適合しなくなった国の規制が民間業者の経済活動や地方公共団体の事業を妨げているということで、小泉内閣の規制緩和政策として採用され、2003年4月法施行されたものである。2009年7月17日までに20回の認定が行われ、これまでに誕生した特区の累計は1,082件となっている。

特区の狙いは、「特定地域における構造改革の成功事例を示すことによる全国的な規制改革への波及による日本全体の経済の活性化を促し、また規制が全国一律でなければならないという考えから地域特性に応じた規制を認め、自立した地方の競争を促し、地域の経済活性化をはかる」というものである。そして特区を実施した一定期間の経過後、構造改革特別区域推進本部(本部長:内閣総理大臣)におかれた評価委員会が評価を行い、特別に問題のないものは全国レベルの規制改革に拡大する。

主な規制の特例措置の代表的な例を挙げると、短期滞在査証の簡素化、国立公園における自然を活用した催しの容易化、農家民宿における簡易な消防用設備等の容認、特定農業者による濁酒の製造、農地貸付け方式による民間業者の農業経営への参入、民間業者による特別養護老人ホームの経営主体になることの容認、そして民間業者による学校設置事業などが特区になることで可能となった事例である。

本項で述べたように、特区を用いることによって現状では法令及び政令の観点から実行不可能、または実行が難しいと考えられる事柄であっても、実行可能性は残されている。従って、私たちの政策に用いる名古屋城またはその近辺を含む名城公園を特区に認定させること

で、この政策は実現が可能であると言える。そこで私たちは特区に認定されることを前提に、この区域を「名古屋観光特区」と名付けてこの政策を提言していく。

#### 第4項 コンセプト

この政策は「なごやめし」と「武家文化」を複合した愛知県の新たな観光名所の建設を提案するものである。本章第3節でも述べたように、「複合通りタイプ」では通りにコンセプトを設定した統一感のある街並みを形成することで、その街並み自体が観光名所になりうるため、通り自体にコンセプトが設定されている場合が多い。そのため私たちも、名古屋城またはその近辺を使った「なごやめし通り」を造る政策提言において「尾張徳川家の台所」というコンセプトを掲げる。

このコンセプトの根源には、日本全国の物がすべて揃う場所であった、かつての大阪の称号「天下の台所」がある。それに倣って、愛知県の物がすべて揃うという意味合いと、愛知県における「武家文化」の代表である尾張徳川家の名前をなぞって「尾張徳川家の台所」とした。そのためこの政策では「なごやめし」を核とした、愛知県の特産物が揃う通りを目指す。これらの「なごやめし」と「武家文化」という2つの要素を土台に、外観は名古屋城との調和を図って城下町の雰囲気漂わせた店で統一することにより、「なごやめし通り」の景観を楽しめるようにする。内装にはそれぞれの店舗が他の既存の店舗との差別化を狙うために、各店舗に「武家文化」のイメージである「和」というテーマを与え、自由に設計してもらうことで、既存の各「なごやめし」店舗とは異なった独自の雰囲気を出すことを図る。

具体的には、種類豊富な「なごやめし」の店を連れ、「武家文化」の雰囲気溢れる通りを造ることで、さらなる観光客の誘致を目指す。ここで述べる「なごやめし」の店は、代表的で伝統ある有名店を入れることとする。それにより、各店が元々持っている知名度の高さを利用することで、集客者数の向上が期待できる。

その他の案としては、「なごやめし通り」の飲食店では愛知県産の食材を使うことで地産地消を目指し、通り独自の楽しみである食べ歩き要素も取り入れる。また通りには前述したように愛知の特産品を取り揃え、「なごやめし」の店だけでなく、瀬戸焼や有松絞りなどの愛知の伝統工芸を取り扱った店舗や、土産物屋を取り入れる。それによって、第2章第1節第2項でも前述したように、さらなる経済波及効果が期待される。

以上が私たちの考えた「名古屋観光特区」名古屋城を使った政策提言である。

## 第6節 第2の政策提言～「フードテーマパークタイプ」～

第5節で名古屋城を利用した政策を提言したが、特区に認定されず実現が不可能であった場合、第2の候補地として私たちは名古屋城周辺の都市公園法に触れない土地での政策を立てることを考えた。しかし、実際は名古屋城の周囲には多くの建物が建っており、新たに観光施設を建設する土地がないという問題が発生した。そこで、私たちは新たな建設候補地として長者町繊維街を掲げた。

### 第1項 政策候補地～長者町繊維街～

長者町繊維街は、名古屋市中区に位置しており交通の便もよく、近隣はオフィスビルが建ち並んでいる。さらに、名古屋の観光名所である名古屋城から通じており、名古屋市営地下鉄鶴舞線・東山線の2つの線をつなぐ伏見駅の近くに位置している。長者町繊維街には伏見地下街からの直通出口があるので、観光客にとって足を運びやすい場所であると言える。また名古屋城～伏見駅間は、名古屋駅を起点とし名古屋の主要観光地を周遊するな

ごや観光ルートバス「メーグル」が通っているため、名古屋城から長者町繊維街への人の流れを生むことも可能である。また長者町繊維街に観光施設を建設することで、観光客に流動性を与え、今までは名古屋城の近郊に観光名所がなかったために発生しなかった経済波及効果を生み出すことができると考えられる。

前述の交通の利便性とは対照的に、近年の不況の影響もあり国土交通省の平成 21 年地価公示において名古屋市は名古屋圏の商業地の地価変動下落率 1 位(前年度比マイナス 9.1%)という数値を記録している。特に長者町繊維街のある名古屋市中区錦 2 丁目の地価変動率は前年度比マイナス 26.0%という下落率を記録しており、商業地としての不動産価値も低下しているという現状がある。しかし、不動産価値が低下しているということは、低コストでの土地利用が可能になるため、非常に高いコストパフォーマンスが期待できるという利点も挙げられる。

## 第2項 長者町繊維街の今昔

長者町繊維街は 17 世紀初頭には名古屋城の城下町として栄え、明治維新後は東京の日本橋・横山町、大阪の船場・井池筋と並び、日本 3 大問屋街のひとつと数えられていた。しかし、1985 年のプラザ合意による円高の影響(生産拠点の海外進出、海外製の繊維製品の輸入増加など)で、国内産業の空洞化が進み、1990 年代のバブル不況が追い打ちとなり繊維産業の衰退とともに、長者町繊維街も衰退し、現在も衰退の一途をたどっている。実際に、現在長者町繊維街には多くの空きビルが存在し、既存の商店のうちの 1 割は空き店舗となっている。このような現状から抜け出すために名古屋長者町織物協同組合の取り組みとして、空きビルの再活用と創業者の入店を推進した商業複合ビル「えびすビル」の設置が行われていた。当初、「えびすビル」は、七福神になぞらえてパート 7 まで建設することが予定されていたが、現在はパート 3 までしか建設されておらず、資金面の問題もありパート 4 以降の建設予定は立っていないという状況に置かれている。

## 第3項 タイプの提案

そこで私たちは、前項で述べた長者町繊維街の現状を踏まえ、長者町繊維街における「なごやめし」を集約した観光施設の建設を提案する。このような観光政策を行うことにより、付随的な効果として、現在では衰退傾向にある長者町繊維街の現状からの脱却と復興へのきっかけとしての期待も寄せられる。

長者町繊維街で集約施設を建設する際、本章第 4 節で述べた名古屋に適していると考えられる「複合通りタイプ」と「フードテーマパークタイプ」の 2 つのうち、「フードテーマパークタイプ」が適していると考えられる。その理由として以下の事柄が挙げられる。

当初私たちは、長者町繊維街全体を食べ物通りにしようとする政策を進めていた。その際に長者町繊維街で現在商売を行っている人を対象とし、「長者町繊維街に食べ物通りを造ることについて」のアンケート調査を行った。その調査結果では、長者町繊維街は歴史のある商店街のため、通り全体を一挙に変革してしまうことに対し多くの反対意見が寄せられた。また、繊維問屋の業者や搬入車の出入り、荷物の積み下ろしなどが頻繁に行われているため、通りに多くの人が集まる通り型の観光施設が建設された際には、商売の妨げとなる恐れも生じる。そのため、長者街繊維街には「複合通りタイプ」は適さないと言える。したがって、私たちは通り型施設の建設案を見直し、新たな政策として「フードテーマパークタイプ」の施設の建設という案を導き出したのである。

## 第4項 長者町繊維街の可能性

本章第3節第3項でも述べたように、フードテーマパーク建設には多くのメリットがある。そのため、不動産価値の低下している名古屋市・長者町繊維街に「フードテーマパークタイプ」の施設を建設し、商業・観光地として売り出していくことによって、衰退している商店街の新たなイメージ作りにつながる。その結果として、不動産価値の向上を見込むことができる。また本節第2項で述べたように、長者町繊維街には多くの空きビルが存在しており、その土地を有効利用することによって長者町繊維街の復興に役立てることができると考えられる。さらに、フードテーマパークの建設は少ない土地面積でも可能なため、商店街全体を変革することに反対する人々の意見を尊重することもできる。それに加えて、長者町繊維街はオフィス街として利用されているため、「食」をメインとした施設を建てた際には観光客だけではなく長者町繊維街及び、その近隣に通勤しているビジネスマンの誘致も可能になるのではないかと考えられる。

以上の点から、愛知県の新観光施設として長者町繊維街に「フードテーマパークタイプ」の施設を建設することで愛知県への観光客の誘致が可能となる。それによって、この政策が愛知県への経済効果と経済の安定化を図ることにおいて、非常に有益であると言えることができる。

これらを踏まえた上で政策案の具体的なコンセプトを設定していく。

## 第5項 コンセプト

既存の「フードテーマパークタイプ」では、多くの施設がコンセプトを持たせており、それによって施設全体に統一感が生まれ、施設内に通常の店舗とは違うテーマパーク独特の雰囲気醸成が醸成されているのである。このような理由を元に、私たちの政策で打ち立てたフードテーマパークにもコンセプトを持たせる。このため名古屋の食文化と歴史を融合した「なごやを食す・学ぶ・楽しむミュージアム」をコンセプトとして設定する。具体的には、既存の「なごやめし」店舗を集約させ、「武家文化」の歴史や「なごやめし」のルーツを学べる展示や資料館などを施設内に設ける。また、体感型のコーナーやオリジナルグッズ、愛知県の特産物を販売するミュージアムショップを併設する。さらに内装は武家文化に統一し、名古屋の歴史を体感できるような雰囲気を持たせる。このような施設造りを行うことによって食事だけではなく、学習の場や楽しむことのできる場を提供することとなり、幅広い客層を誘致することができる。

以上が、私たちの提言する2つの政策である。今後、私たちはこの政策を実際に愛知県知事および名古屋市長へ提言することを計画している。そして、実現したあかつきには、愛知県の観光業の発展と、それに伴う産業構造の安定化、さらなる経済発展を遂げる際の一役を担うことができると確信している。

## 先行論文・参考文献・データ出典

### 《先行論文》

- ・額賀信(2008)『観光統計からみえてきた地域観光戦略』日刊工業新聞社
- ・中部の観光を考える百人委員会事務局(2002)『中部の観光を考える』

### 《参考文献》

- ・国土交通省総合政策局観光経済課(2007)『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅷ』
- ・愛知県観光協会 愛知県観光ガイド
- ・国土交通省 観光庁ホームページ
- ・国土交通省道路局 I T S
- ・国土交通省 都市・地域整備局 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(ものづくり回廊形成推進調査)
- ・名古屋市ホームページ 観光情報
- ・名古屋長者町えびすビルホームページ
- ・名古屋城ホームページ
- ・名古屋城振興協会
- ・「六甲有馬観光特区」・神戸ブランドの復興・再生に向けて・
- ・なごや観光ルートバス「メーグル」ホームページ
- ・「清州越えから 3 世紀半・繊維卸問屋街へのあゆみ 長者町今昔」
- ・評判づくり研究会ホームページ「フードテーマパークの仕掛けづくりについて」
- ・内閣府大臣官房政府広報室(2004)「月刊世論調査」
- ・愛知県観光ガイド
- ・中村慎一郎(2003)『Excel で学ぶ産業連関分析』エコノミスト社
- ・山口有次(2008)『観光・レジャー施設の集客戦略』日本地域社会研究会

### 《データ出典》

- ・愛知県公式 Web サイト  
県民生活部 統計課 グラフでみるあいち
- ・愛知県公式 Web サイト あいち財政の概要 県財政の状況
- ・愛知県公式 web サイト『愛知県の産業連関表 平成 1 2 年度 統計表 3 8 部門』
- ・経済産業省『平成 1 9 年度工業統計』
- ・名古屋市ホームページ 『平成 1 9 年度名古屋市観光客・宿泊動向調査』
- ・名古屋市ホームページ 『平成 2 0 年度名古屋市観光客・宿泊動向調査』
- ・財団法人 日本生産性本部(2009)『レジャー白書』
- ・国土交通省(2009)「都道府県地価調査」
- ・宝庫ホームページ「都市公園法」
- ・首相官邸ホームページ
- ・三重の統計 『みえ Dtate Box 用語解説(産業連関表)』
- ・国土交通省総合政策局観光部 観光消費による経済波及効果推計『第 3 章 波及効果推計結果の分析手法』