

[学術論文]

「観光まちづくり」と名古屋

“Tourism-Community Development” and Nagoya

山 田 明

Akira YAMADA

Studies in Humanities and Cultures

No. 8

名古屋市立大学大学院人間文化研究科『人間文化研究』抜刷 8号
2007年12月

GRADUATE SCHOOL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

NAGOYA CITY UNIVERSITY
NAGOYA JAPAN
DECEMBER 2007

[学術論文]

「観光まちづくり」と名古屋

山 田 明

要旨 2006年6月に「観光基本法」が全面改正され、「観光立国推進基本法」が制定され、国も観光を政策の柱として推進しつつある。多様な交流の推進と集客力の向上による観光の振興は、都市活性化をめざす大都市の自治体においても重要な課題であり、名古屋市でも交流ないし観光施策が取り組まれている。観光をまちづくりと関連づけて総合的に取り組む「観光まちづくり」が注目され、東京都などで具体的に施策が展開されつつある。大阪や横浜などの大都市では、文化や芸術などに力点をおく「創造都市」戦略が推進され、それと関連づけて観光施策も実施されている。名古屋の歴史とまちづくり、都市の個性と魅力を検証するなかで「観光まちづくり」に向けた課題をさぐっていききたい。

キーワード：観光まちづくり、観光立国、創造都市、都市格

はじめに

多様な交流の促進と集客力の向上による観光の振興は、グローバル化と分権化が交錯する現代社会にあって重要な政策課題のひとつである。「誇りと愛着の持てるまち」をめざす名古屋市においても、交流人口の拡大や集客力の向上に力を入れている。名古屋の個性と魅力を活かして、交流ないし観光施策を推進していくには、どのような課題があるのか。歴史や文化、環境、まちづくりなどの分野から学際的、総合的にアプローチしていく必要がある。¹⁾

観光施策は地方自治体だけでなく、国も21世紀の重要な政策の柱として位置づけるようになる。2006年6月の臨時国会で43年ぶりに「観光基本法」が全面改正され、新たに「観光立国推進基本法」が全会一致で成立し、2007年1月に施行された。地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて、国内外からの観光旅行を促進することを課題とする。観光立国の実現（住んでよし、訪れてよしの国づくり）に向けて、6月にはマスタープランとなる「観光立国推進基本計画」が策定された。

そこで本稿では、「観光まちづくり」という視点から名古屋をはじめとした大都市の観光施策の現状と課題を検討する。とくに「観光まちづくり」に焦点をあてるのは、これまでのような画一的な観光開発・施策ではなく、地域の自然・歴史・文化を活用した個性的なまちづくりに注目

するためである。名古屋をはじめとした大都市の個性と魅力、まちづくりの特性について、観光や交流という切り口から検証する作業の一環をなすものである。

1. 「観光まちづくり」の展開

「観光まちづくり」が注目されるようになったのは最近のことである。アジア太平洋観光交流センターに設置された観光まちづくり研究会が内外の事例研究などを行い、その成果を「観光資源」「地域の定住環境」「来訪者の満足」の3者を調和させる総合的なまちづくりである「観光まちづくり」の手法として整備した。2000年12月にまとめられた観光政策審議会の答申「21世紀初頭における観光振興方策」のなかで、「観光まちづくり」は主要施策のひとつとして掲げられた。

上記研究会の主査で、審議会の観光まちづくり部会の部会長代理である西村幸夫教授は、「観光まちづくり」について次のように指摘している。²⁾

「観光まちづくり」には、まちづくりが観光にまで至ったという面と、観光がまちづくりにまで広がってきているという2つの側面がある。「観光まちづくり」は、ある意味で、観光産業が主導する従来型の観光地整備や観光商品開発とは一線を画す、地域の生活者に主眼を置いた新しいまちづくりの努力なのである。「観光まちづくり」とは、地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業、人材など、地域のあらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あるまちを実現するための活動である。また、地域社会と地域の資源と来訪者の三者がそれぞれ齟齬を来たすことなく、サステイナビリティが保証されているまちづくりでもある。「観光まちづくり」を進めることによって、地域資源の見直しが進み、その保全が図られるとともに賢い利活用が図られる。人々のふるさと意識が深まり、生き甲斐を持って地域で暮らすことにつながる。「観光まちづくり」はまた地域の活性化にもつながるのである。

東京都は2004年3月に「観光まちづくり基本指針」を策定した。それによると「観光まちづくり」は次のように定義されている。³⁾ 点在する観光資源を有機的に結びつける新たな取組みであり、地域が主体的に関わり、一体となって、地域特性を活かし、観光の視点に立ったまちづくりを行うものである。また「まち」全体の魅力を高めていくことにより、住む人が誇れ、旅行者が何度でも訪れたいくなるような活力ある「まち」を目指すものである。そこでは、住む人と来訪者との交流が図られ、両者の満足が同時に得られる。このような「観光まちづくり」は、世代を超えて、地域の貴重な観光資源を継承し、観光をバランス良く、持続的に発展させていくための有効な手段となる。

このような考えのもとに、基本指針では「観光まちづくり」のめざすべき方向として「旅行者が訪れたいくなる、活力あるまちの姿」として5点をあげる。1 持てる資源を活かした地域が一体となった、統一感のあるまち、2 旅行者が交流できる楽しいまち、3 住む人や旅行者の心に潤いを与える美しいまち、4 旅行者にとって安心・安全なまち、5 おもてなしの心にあふれ、

開かれたまち。

「観光まちづくり」のモデルケースとされたのが上野地区である。『上野地区観光まちづくり基本構想』（2004年3月）によると、東京都が「上野地区で観光まちづくりを」とした理由を次のように指摘している。上野地区は歴史・文化施設の集積する上野公園、アメ横をはじめとする周辺の商店街など観光資源が豊富で、それぞれの魅力は十分成熟しているといえるが、点にとどまり、相互の魅力が増幅されるまでには至っていない。しかしながら、地元の観光振興に対する意欲は極めて高く、地域に根ざした観光振興として、「観光まちづくり」を成功させる条件が整っている。上野地区の「観光まちづくり」を成功させることは、「観光まちづくり」を都内全域に広めることにつながる（3ページ）。

東京都は2007年3月「東京都観光産業振興プラン～活力と風格のある世界都市・東京をめざして」を公表した。そのなかで「観光まちづくり」の現状と課題として次の2点をあげている。⁴⁾
1 「観光まちづくり」の取組の広がりが不十分、2 「観光まちづくり」の人材の育成が不足。このうち1に関しては、地域の魅力を高めていくためには、地域が主体的に「観光まちづくり」に取り組む必要がある。しかし、まちづくりの機運の醸成、まちの魅力の掘り起こし、推進組織の結成、コンセプトづくり等、実施していくうえでのノウハウがないため、なかなか進まないとしている。

2. 大都市のまちづくりと観光

最近のキーワードの一つに「持続可能性」がある。「持続可能な都市」をめざして「くるま社会」からの転換や郊外化の抑制、中心市街地の活性化や「コンパクトシティ」などが政策課題として掲げられている。また、これからの都市は欧米諸国の動向をみても、大規模な開発や「ものづくり」よりも、文化や芸術、環境やアメニティ、交流や多文化共生といったソフト面がますます重要になってくる。

「観光まちづくり」の取り組みは東京を中心に進められつつあるが、他の大都市でも「創造都市」や景観重視のまちづくり、ユニークな都市観光などの施策を展開している。ここでは大阪と横浜の取り組みを紹介していきたい。

大阪市はかねてよりビジターズ・インダストリー（観光産業）に注目して観光政策を展開してきた。ビジターズ・インダストリーは市内総生産額の約2割、従業者数では全産業の約3割、事業所数では約4割を占めている。大阪市はビジターの都市活性化効果に着目して、2002年4月に「文化集客アクションプラン—来て、見て、楽しいまちづくりをめざして」を策定した。この計画では、これまでに整備した集客施設などのハードや歴史的・文化的蓄積を効果的に活用し、大阪ならではの魅力を観光ビジターに広く楽しんでもらうソフト施策の充実を図ることにより、滞在型観光を推進し高い経済効果を生み出すことを目標としている。具体的施策を展開する重点フ

レームとして、魅力あるまちづくりの推進（魅力都市づくり）、ビジターにも利用しやすいまちづくりなどをあげている。

大阪市では創造都市戦略を推進しているが、それを踏まえ2006年4月に策定されたのが「大阪市芸術文化創造・観光振興行動計画」である。先のアクションプランをより発展させたもので、芸術文化を観光魅力として位置づけ、芸術文化創造と観光振興を一体的に取り組むものである。具体的な行動計画としては、①都市の総合力を活かした魅力の開発、②「大阪オンリーワンの旅」づくり、③周遊と滞在を促す仕組みづくりと環境の整備、④戦略的なプロモーションの展開をあげ、観光振興により大阪の都市力を高めていくとしている。とくに①に関して、歴史的・文化的遺産や芸術文化など、多様な観光資源の掘り起こしと活用に努め、大都市ならではのまちの魅力の開発を総合的に進めるとしている。⁵⁾

横浜市も「文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマ」を掲げている。横浜をより一層魅力あるまちとするために、文化や芸術を中心とした創造性あふれるまちづくりを積極的に推進している。とくにデザイン・映画・音楽・芸術・コンピュータ等の「創造的産業」に注目して、都市活性化やまちづくりの戦略手段と位置づけるものである。2008年度の目標は①アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現、②創造産業の集積・クラスターの形成による経済活性化、③魅力ある地域資源の活用、④市民が主導する文化芸術創造都市づくりの4点である。

クリエイティブシティ実現への4つのプロジェクトとして、①ナショナルアートパーク構想、②創造界限（クリエイティブ・コア）、③映像文化都市、④横浜トリエンナーレ（日本を代表する国際現代美術展）をあげる。「観光まちづくり」と関連するものとして、①は都心臨海部をいま以上に市民に親しまれる場とするとともに、開港都市としての歴史や文化等の資源を活かしながら、文化芸術活動の積極的な誘導による創造的産業の育成や観光資源を発掘することで、まちの魅力を高め、都市の活性化、横浜経済の発展を図るものである。②も都心部の倉庫や空きオフィス、歴史的建造物などのストックをコンバージョン（転用）することにより、アーティスト・クリエイターなどが活動しやすい豊かな創造空間を整え、創作・発表・滞在・居住する活動界限を形成するものである。

横浜は2009年に開港150周年を迎えるが、それに向けて2004年6月に策定されたのが「横浜市観光交流推進計画－来るたびに発見、魅力発信都市・横浜を目指して」である。計画は開港150周年に向けて観光交流を推進し、開港以来の歴史や文化が息づき、新たな賑わいや魅力が創出され、安全で快適な都市を実現することで、市民が居住する「都市横浜」そのものが楽しめる生活空間となり、その結果、多くの市民・来訪者で賑わい経済活性化等につながることを目標としている。重点戦略として、港の賑わいと都心部の回遊性の向上、文化芸術による都心部活性化の推進などを掲げている。⁶⁾

3. 名古屋のまちづくりと「都市格」

近年、「元気なごや」が注目されている。2005年の愛知万博後もトヨタをはじめとした自動車産業を中心に好調な経済状況が続き、名古屋駅前にはミッドランドスクエアやルーセントタワーなどの超高層ビルが林立し、「名古屋マンハッタン」の誕生などと報じられたこともある。その一方で、古くから発展してきた下町商店街は寂れ、周辺の地方都市の駅前や中心市街地の空洞化が急速に進行している。これまでの多極分散型の地域構造から、一極集中的な地域構造に変わりつつある。こうした拠点的な大規模開発や一極集中的な地域構造で、名古屋の持続的発展は可能なのであろうか。⁷⁾

名古屋都市センター『景観が語る名古屋』（1999年）の「都市名古屋の1世紀」は、名古屋の歴史的発展を次のように記している。「慶長の城下町建設から明治維新、そして戦災復興を経た名古屋の足跡は、都市計画と実践の歴史であったが、同時にそれは、古いものを壊し、新しいものを建設するという開発の論理によって押し進められてきたことを意味している。」（40ページ）名古屋は時期を追って市域を拡大し、今では人口200万を超える大都市となった。戦災復興土地区画整理事業などによる整然とした街並みと広い道路、名駅と栄に代表される都心の繁華街、そして下町から周辺へと住宅地が広がっている。

戦前の名古屋は「軍需工業都市」としての性格をもち、徹底した空襲をうけ市域の4分の1余りを焼失した。戦後ただちに戦災復興土地区画整理事業が大々的に施行され、今日の名古屋の骨格が形成された。戦災復興のモデル都市、「区画整理のまち」などといわれたが、広い道路でまちが分断され、歴史的な遺産や古くからの景観、下町としての情緒が消失していった。名古屋のまちづくりの原風景をみていくには、戦災復興土地区画整理事業の光と影に注目していく必要がある。人口が急増した高度成長期には、モータリゼーションにより都市が外延的に膨張して分散的に市街地が形成され、都心部の広い道路と相まって「白いまち」と形容される問題をクロウズアップさせていった。⁸⁾

宮本憲一氏はかつて「名古屋市の再生をどうするか」と問題を提起して、名古屋市の環境の特徴を4点あげ改善を求めている。第1に、都心をつらぬく河川がないことである。都市の美しさとは水辺の美しさであり、人工的な橋と水辺の建物の建築美に支えられているところが大きい。汚染された堀川などの市内の河川を市民のレクリエーションの場として回復することなどを求める。名古屋市の環境の第2の特徴は、平面的で緑の少ないことであり、巨大な道路空間などの公園化を提案する。第3は、都市機能の集積の不足であり、広い道路は交通を便利にしたが、下町のふれあいをなくしてしまった。思いきって自動車のない空間をつくり、もっと都市機能を一定空間に集積させ、若者のための盛り場をつくる計画が必要である。第4に、名古屋は城下町の伝統芸能の遺産によって「芸どころ」といわれ、プロの芸能家の評価は高いが、文化都市と評価されない。教育や文化は高い水準の独自なものをもっているはずだが、それを自負して、積極的に

主張するような気構えが必要である。⁹⁾

名古屋は1980年代以降、「ゆとりとうるおいのあるまち」をめざして、総合計画にもとづく計画行政を展開してきた。現在の長期総合計画である名古屋新世紀計画2010は「誇りと愛着の持てるまち・名古屋をめざして」と題して、今後のまちづくりを方向づけている。そのなかで「まちづくりには、都市の風土と特性に配慮した都市基盤の整備をすすめるとともに、そこに住んでいる人々が自分のまちへの愛情や誇りの感情を自分の心の中に育てていくことが必要です。わがまちへの愛着を持つことにより、都市の魅力を実感し、自らのまちに誇りを持つことができます」と指摘している。

1世紀余りの都市名古屋のまちづくりをどう評価するか。名古屋は個性と魅力があり、誇りと愛着の持てる都市、「住んでよし、訪れてよし」という都市といえるであろうか。ニッセイ基礎研究所の2000年10月のレポートによると、名古屋は「魅力を感じない都市、二度と訪れたくない都市」のトップである。その理由として「何もない」「あまりぱっとしない」「個性がない」といった意見があがっている。ブランド総合研究所の2007年調査によると、全国77市の「魅力度」トップは前年につづいて札幌であり、大都市では京都2位、横浜3位、神戸6位、仙台12位、福岡14位、名古屋15位となっている。経済が元気な名古屋のわりには、都市の個性や魅力などの点で評価があまり芳しくない。¹⁰⁾

名古屋は本当に個性と魅力に欠ける都市なのであろうか。それぞれの人間に個性があるように、個性のない都市などない。名古屋の個性と魅力、「都市格」を再発見することが求められるが、ここで大切な視点、都市政策やまちづくりを進める戦略手段のひとつが「観光まちづくり」なのではないか。

名古屋の歴史・文化・まちづくりと観光について、「観光まちづくり」という視点から、ひきつづき調査研究を深めていきたい。

- 1) 名古屋市立大学特別研究奨励費の交付を受けて、名古屋の観光に関する共同研究プロジェクトを立ち上げた。その成果を2007年3月に『名古屋の歴史・文化・まちづくりと観光』という報告書として刊行し、総合科目「名古屋の観光」のテキストとして活用している。
- 2) 西村幸夫「まちの個性を活かした観光まちづくり」(『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい、2002年、16～21ページ)。「観光まちづくり」とともに、観光産業界の新たな展開として「まちづくり観光」も注目されている。「これからの観光には、『お客さまに国内外の地域に行っていただく』発地型アウトバウンド事業だけでなく、『お客さまを国内外の地域からお招きする』着地型インバウンド事業にも注力することが求められていますが、その点においてもこうした地域密着型の事業展開は大きな意味を持っているといえます。」(日本観光協会『観光』487号、2007年春、31ページ)
- 3) 観光まちづくり推進協議会『東京都観光まちづくり基本方針』2004年3月、3ページ。このなかで「地域特性に応じた東京ならではの観光まちづくりの推進」として、1 特色ある産業を基軸とした観光まちづくり、2 歴史・文化を活用した観光まちづくり、3 自然と調和した観光まちづくり、4 特色ある景観・まちなみを活用した観光まちづくり、5 都市整備とにぎわいの創出による観光まちづくり、という5つの地

「観光まちづくり」と名古屋

域特性に沿った事業の展開イメージおよび取り組み例を示している。

- 4) 東京都『東京都観光産業振興プラン～活力と風格ある世界都市・東京をめざして』2007年3月、53ページ。ここでは今後の観光産業振興策の戦略的取組として、「東京の魅力を世界に発信」「観光資源の開発」「受入体制の整備」の3つをあげる。
- 5) 丸尾利恵「大阪市の観光戦略と具体的な取り組み」（『都市問題研究』59巻9号、2007年9月、103～116ページ）。『地域開発』515号、2007年8月の「特集大阪再生」も参照。
- 6) 『横浜市観光交流推進計画』、横浜市文化芸術創造都市事業本部資料、横浜観光コンベンション・ビューロー『年次報告書』などによる。
- 7) 詳細は拙稿「『都市再生』と都市圏の構造変化」（名古屋都市センター『アーバン・アドバンス』41号、2006年12月）を参照のこと。
- 8) 宮本憲一『都市をどう生きるか』小学館、1984年、104～112ページ。
- 9) 拙稿「名古屋のまちづくり—過去から現在、そして未来へ」（『建築とまちづくり』130号、1988年1月、2～3ページ）。拙稿「大都市点検・名古屋市」（『ジュリスト』増刊総合特集40号、1985年9月）もあわせて参照されたい。
- 10) 名古屋市は2006年度の22位から順位を上げたが、岩中祥史『日本全国 都市の通信簿』草思社、2007年による評価をみても、名古屋の都市魅力は芳しくない。そこでは全国から35市を選んで、「行ってみたい度」「刺激度」「住んでみたい度」「いやされ度」「ガックリ度」の指標により5段階評価している。名古屋市は35市のなかでも評価はかなり低い順位にある。35市から政令指定都市をとりだし、「行ってみたい度」「刺激度」「ガックリ度」で比較すると、名古屋市はさいたま市や千葉市と同じ最低グループに位置している。なお、名古屋の都市特性や観光の現状については、『名古屋市観光客・宿泊客動向調査』（平成18年度）2007年10月が参考になる。とくに18年度版は、全国から1000名を対象に実施したインターネット調査結果「全国から見た名古屋の観光の評価」が掲載されている。