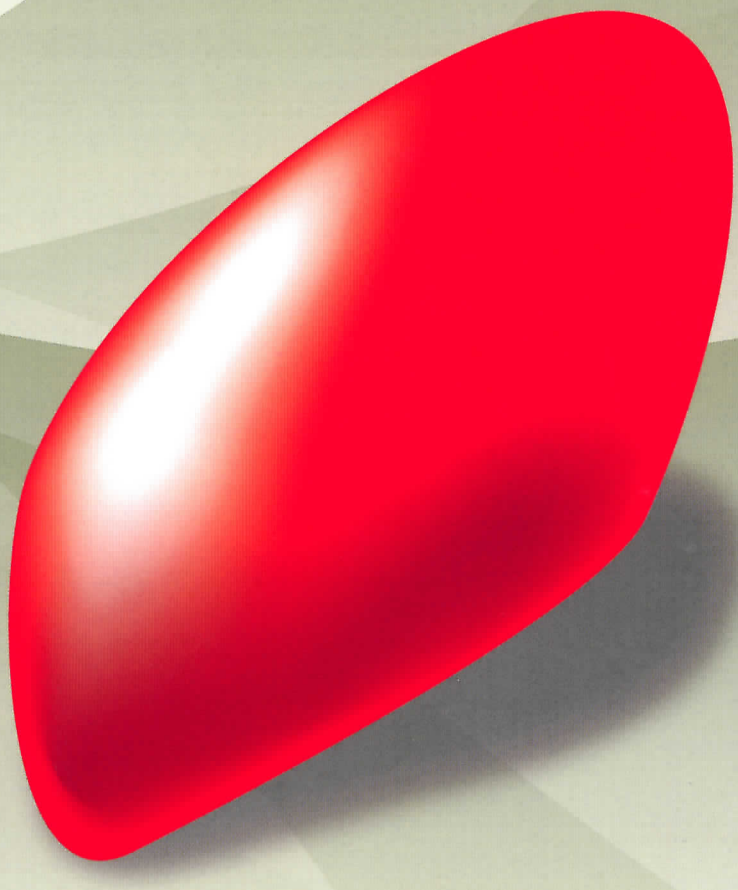
# 地域経済

REGIONAL ECONOMY



第14号

2010.9

# 目　次

理事長のごあいさつ

シンポジウム開催と参加へのお礼 ..... 1

活動報告

平成 22 年度　和歌山地域経済研究機構シンポジウム

「地域活性化への提言―商業・観光・まちづくり―」

各報告者からの発表 ..... 3

各報告者からの提言 ..... 5

発表者間での意見交換 ..... 6

質疑応答 ..... 7

コーディネータによるまとめ ..... 10

平成 21 年度事業報告

「和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題」終了報告 ..... 11

「和歌山市における市場（いちば）活性化についての研究」終了報告 ..... 13

「観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査」終了報告 ..... 15

「和歌山市中心市街地再生研究会」中間報告 ..... 17

平成 22 年度事業計画 ..... 25

理事会メンバー ..... 27

お知らせ ..... 27

研究成果一覧 ..... 28

理事長のごあいさつ

# シンポジウム開催と参加へのお礼

和歌山地域経済研究機構
理事長　森口　佳樹
［和歌山大学経済学部長］

経済環境が相変わらず厳しい上、政治情勢も安定せず、かつ総理大臣が毎年変わるような状況の下、さらに政権交代により経済政策の一貫性についても疑問がないわけではない折柄、われわれは日々の生活を現実に過ごしています。否過ごしていかねばならない状況におかれています。

抽象的・理論的研究と和歌山という地域における具体的経済・経営環境への対応、この双方を架橋し、地に足をつけた研究を行うために和歌山地域経済研究機構が設立されて、早 14 年を経過しました。地域に根ざした活動を続ける和歌山商工会議所、和歌山社会経済研究所そして和歌山大学経済学部ならびに観光学部が協力してさまざまな共同研究を展開してまいりました。

このような共同研究が蓄積されていく一方で、その知見を現実的に地域に還元する具体的取組においてこれまで欠けているようにも感じられていました。そこで去る平成 22 年 6 月 15 日に最近の研究成果 4 テーマについてシンポジウムを開催し、地域活性化について具体的な提案をお示しする取組を開催し、地域の皆様の参加をお願いしたところ 100 名を優に超える出席をいただき、大変感謝しています。特に当日はあいにくの天候であったにもかかわらず、熱心にご聴講いただき、質疑応答において予定時間を超過してもなお質問や具体的提案が提示されるなど、大変に熱のこもったシンポジウムとなりました。当日発表された研究者と熱心にご聴講いただいた皆様方に深謝申し上げるとともに、今後とも本機構の研究活動へのご支援をお願いするものであります。

今回のシンポジウムにおいてさまざまに発表された研究成果において、和歌山市の中心市街地の魅力の低下が如実に現されていたように感じられました。やはりデータとしてはっきりと現実を提示されるとその深刻度の大きさが見て取れます。和歌山市において具体的に見れば市街地周辺地域に大規模な商業集積が見られることは否定できません。超高齢化・人口減少社会において中心市街地活性化策を展開する場合に、コンパクトシティの形成という手法がよく提案されます。積雪地としてのある意味での弱点をもつ青森市や富山市がその成功例としてよく紹介されていますが、和歌山という気候に恵まれた地域においてはこの議論は当てはまりません。したがって和歌山独自の工夫が必要となるわけです。この独自の工夫・魅力作りをいかように展開・結実させることができるかが勝負です。 ヒントは他の地域における取組から得られたとしても、やはり地域独自の工夫が必要となる

わけで、この点において本機構の研究を役立てていただけばと考えています。

さらに一定の成果を挙げえたとしてもそれを継続することはかなり困難です。常に新たな取組が必要となります。有名な観光地、たとえば京都などとは異なり、一定の期間を経過すると飽きられてしまうということが問題です。特に観光地ではない中心市街地という存在が継続的に顧客を獲することの困難さはいうまでもありません。そのためにはプラスアルファの魅力が必要になるように思います。今回のシンポジウムにおいては河川や旧跡の利用も提案されましたし、食の面からも一定の提案をいただきました。和歌山においてはすでに有名なラーメンや、それ以外でもなれ寿司や海産関係の料理等の蓄積がありますので、これらの観点からも総合的な魅力の発信ができれば、今後の明るい展望につながることと存じます。

いずれにしてもオンリーワンの魅力が発揮できなければ生き残りのできない時代となっています。当事者の真摯な努力を支援する具体的成果を本機構の研究成果で示してゆければ幸いです。今後も地域の皆様からのご支援・ご鞭撻をよろしくお願い申し上げます。

活動報告

平成 22 年度　和歌山地域経済研究機構シンポジウム

# 「地域活性化への提言―商業・観光・まちづくり―」

## ～和歌山市の賑わいを目指して～

日時：平成 22 年 6 月 15 日(火)　18:15～
会場：和歌山商工会議所　4F 大ホール
主催：和歌山地域経済研究機構

森口佳樹理事長（和歌山大学経済学部長）、北田佳秀理事（和歌山社会経済研究所専務理事）による開会挨拶のあと、研究成果の発表と討論を行った。コーディネータは、大泉英次氏（和歌山大学経済学部教授）が行った。

以下は、各報告者の発表と提言、意見交換、そして質疑応答の要旨である。

### ■　各報告者からの提言

### 和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題

木下雅夫［和歌山社会経済研究所理事・総括研究部長］

平成 21 年度に、和歌山市圏域、橋本圏域、有田圏域、御坊圏域、さらに泉佐野市までの大阪府南部圏域の住民を対象に実施した消費動向調査を中心に、10 年前に実施した同様の調査との対比を行いながら、小売商業の課題を分析した。

和歌山市内でよく買い物するところは、ＪＲ和歌山駅周辺が前回調査と同様最も多く、本町周辺が著しく減少し、紀ノ川以北が増加している。

アンケート調査結果に基づく消費購買流出入額の試算及び推計では、和歌山市民世帯の和歌山市外での買い物額（消費購買流出額）と和歌山市近隣圏域住民世帯の和歌山市での買い物額(消費購買流入額)との差額は、63.7 億円の流出超過となっている。10 年前の調査では消費購買流出入額は 99 億円の流入超過であったので、前回調査より約 163 億円の大幅な流入減少となった。

小売商業の課題としては、(A)「個店＋（地域）の改善・改革への取り組み（意欲）不足」、

(B)「関係各者の緊密な連携による明確な“将来像＝ビジョンの未確立”」の 2 点が一般消費者の小売商店に対する不満・低評価につながっている。

したがって今後の取り組みの方向性として、(A) については、①事業者意向調査の実施、②個別経営相談会の実施、(B) については、①関係者（地域・団体・行政）の連携強化、②プロジェクトチームによる“ビジョン”と“コンセプト”の構築が必要であると提言した。

## 和歌山市における市場（いちば）活性化についての研究

**谷　奈々［和歌山社会経済研究所主任研究員］**

本研究のテーマは、「市場」の存在と機能について、食文化・地域コミュニティ・町なかの活性化拠点・観光資源として見直すことであった。和歌山市の市場（七曲、明光、和歌山駅前）の現状と諸問題について調査・分析し、「市場を魅力的な資源」として活かすための可能性や方策を探る。

和歌山市の各市場には、誕生から繁栄・変容までの長い歴史がある。かつて市場は「地域コミュニティ維持」の観点から経済的役割、社会的役割、文化的な役割等の多面的な役割を担っていた。現在の市場について、アンケート調査（消費者・商店主）を基に、現状と問題点を分析した。後継者がいない、市場の将来を明るいと思っている商店主はいないなどの問題点が明らかとなった。

市場再生のためには、市場の役割や存在意義を周知させ、歴史的な経緯や伝統をふまえた上で、それに市場の魅力づくり、経営努力を加えていくことが大事である。新たなコミュニティの場、地域の生活者の拠点の場として市場を再生させるべきである。地域の豊かな産品、文化が集まる市場は街中の顔であるということを認識した上で、市場関係者、消費者、生産者、行政、大学等のいろんな立場の方々が市場について考える場、市場再生フォーラムの立上げを提言する。すべての関係者が主体的に参加して、具体的なアクションを起こすことが市場再生に求められている。

## 観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査

**竹田明弘［和歌山大学観光学部准教授］**

観光客を受け入れるためには、住民が地域に対して愛着、満足を持っていなければならないのではないか、という仮説に基づいて調査を行った。

地域に対する愛着が強いほど、他者を受け入れる意識も高い。受入意識を高めるためには、地域に対して愛着を持っている人材を育てることが必要である。地域のアイデンティティが構築され、住民の意識に共有されていることが大切である。地域のコミュニティが機能していれば、地域のなかに観光客と交流したいという風土が生まれていく。

多くの自治体で観光をキーワードに観光方策を講じているが、物的資源に依存することが多く、持続性でなく、リピーター対策につながらない。地域全体のブランドを作るためには、観光客と地域住民が交流する意欲を引き出すことが必要である。

アンケート調査の結果、観光の期待度と受入意識には相関関係が認められた。人々の交流を軸とする観光を目指すのであれば、住民の満足度、コミット、コミュニティの確立を置いた政策を実施することが、回り道のように見えても観光政策として効果的である。

### 和歌山市の中心市街地再生に関する研究

**足立基浩［和歌山大学経済学部教授］**

中心市街地人口は減少し続け、空き店舗は増え続けている。中心市街地の地価下落率は全国でワースト2位である。活性化に効果的な施策として、滋賀県長浜市、大分県豊後高田市の商店街のように観光客を呼べるような観光商店街を目指すことはできないか。

ぶらくり丁活性化の方策として、店舗の中身はモダンな新しい店にしていくが、街並みや外観はそのまま維持するというコンバージョン型再生が適切と思われる。具体的な再生策としては、迅速に低予算でできること、実施主体を明確にすること、経済効果や独自性を重視することが大切だ。回遊性を増大させるため、大阪南部住民にターゲットを絞り、ウォーキングツアーを実施する案をまとめている。和歌山市散策地図を作成し、これについてのアンケート調査を大阪で実施する。日帰りツアーで和歌山市に来ていただくための取組みを準備している。

## ■ 各報告者からの提言

**木下氏**：

商店街の魅力を高めるために、事業者の強い危機意識、積極的な取り組みが求められている。想いを事業に繋げていくためのスキーム、仕掛けのメニューを提案したい。産官学、市民の連携をしながら輪を広げていくことが大事。

**谷氏**：

市場の持っているコミュニティ機能、地域の中の人と人のつながりを強めていく役割を再発見しよう。いろんな立場の人（事業者・経営者、生産者、消費者）が一つの場に集い、市場の魅力再生への道を語る場を作っていくことが大事である。それが市場の応援団を広げていくことになる。

**竹田氏**：

観光客にとって一番の魅力は、地域の人が地域に強い愛着を持っていることである。観光

客の積極的な受け入れ、おもてなし、交流がさらに観光客の満足度を生み、それが地域の人の満足度も高めるという相乗効果をすくい上げていく取り組みが必要だ。

**足立氏**：

中心市街地の魅力を再発見する。観光型中心市街地がキーワードだ。外部の人も含め、回遊性を高めるために、すぐに取り組めるウォーキングツアー、ウォーキングコースの設計をして、市外の方にアンケート調査を実施し、効果を検証する。

## ■ 発表者間での意見交換

報告後、「地域の魅力の再構築」「コミュニティの役割」「事業者の主体的な取り組み」などの論点をめぐって意見交換を行った。

**木下氏**：

全国各地の成功事例で共通しているのは、当事者の危機意識である。当事者が一致団結し、困難な事務作業や手続きを短期間でクリアしている。当事者の想い、危機意識のベクトルをひとつにして、研究者やサポーターとともに進む方向を考えることが必要だ。

**足立氏**：

BID（Business Improvement District）を導入することを提案したい。これは、固定資産税を 1%上乗せして財源とし、活性化事業に投資するシステムである。アメリカ生まれのシステムだが、日本でも効果的だと思う。センチメンタル価値を手がかりにした観光マップを磨きあげていきたい。

**谷氏**：

住民の地域満足を高めることがコミュニティの受け入れ意識を高めることになり、そこに「おもてなしの心」を媒介することで、観光地としての成功につながる。また、観光地としての成功が住民の地域満足を強化する。観光客の増加は、観光商品の優劣だけでなく、他者を地域全体でもてなす土壌、意識の醸成の有無、広い意味でのおもてなし、ホスピタリティにも左右されるものだ。

個々の住民意識により統合された地域意識を作っていくことが観光の地域活性化という場、地域振興の重要な要素になる。そこには 3 つの方向性がある。1 つは地域コミュニティを再生すること。2 つ目は主体である住民が郷土愛、愛着、誇りを持つこと。3 つ目は地域内外の人と人とのつながりを増幅させて効果を高めていくことだ。

観光地としての魅力は住民相互の意識、行動から形成されるコミュニティの魅力といえる。地域への愛着や住民意識の統合が地域のアイデンティティ、コンセプトをより明確にする。地域内住民のネットワーク、ノウハウのような無形の魅力が訪問客へのおもてなしに反映し、それが内外に認知され、観光地の価値を作り出す。そういう循環づくりがカギとなる。

**竹田氏**：

実現可能な案への課題として、コミュニティはどうすればつくれるのか、なぜ以前は存在していた地域コミュニティが壊れてしまったか、これらを考えるところから始めたい。和歌山の人は、口は悪いがおもてなし意識が強いと言われている。それを目に見える形として具

現化していく為には何が必要かというところから手をつけよう。地域満足、住んでよしを目に見える形にするには何が必要か。神戸がおしゃれな街といわれるように、和歌山がおもてなしの街であるといわれるような、地域ブランド、コンセプト、イメージを確立しよう。

**木下氏**：

当事者がどれだけの想いを持って事に取り組んでいるか。また、当事者の活動そのものに協力者が出てくることが必要だ。たくさんの協力者を得られるような発信の仕方を心がけよう。コンサルタント、専門家にも助言いただきながら、BID、ショッピングセンターシステムなどの手法があるので、どれかにチャレンジする意気込みを事業者が持てば、必ず協力者が出てくる。協力者は、行政や地域の住民、最終的には消費者である。

いろいろな手法やツール、国や行政が制度として作っているものがたくさんある。これらがうまく使われているか、費用対効果の面でメリットがとれているのかを冷静に分析する必要がある。そのようなトータルコーディネートをしながら、当事者の危機感調整、レベルを引き上げる。その過程で多くの協力者が現れるだろう。

**谷氏**：

まちづくりはまちの人々が動かないと始まらない。市場でも事業者が主体的に取り組まないと何も動かない。地域住民と関係者との連携、協力、共同を生かしながら、市場が主体的に自覚的に取り組む事が重要だ。周囲の応援を得ながら、常に革新的な試みにトライし、歴史伝統を大切にし、時代のニーズを敏感に察知し、多様な顧客にアピールし得る、お店ならではの魅力を持つことが古い市場には必須条件である。サポーターを巻き込んでいくには、市場や商店街の方たちのやる気が大事である。

## ■　質疑応答

**（足立氏への質問）**

ターゲットを大阪府南部の方に絞り込むということについて、どのような年齢層の人たちを想定しているか。個人的には高齢の方に自動車で来ていただいて、たくさん土産を買って帰っていただきたいという希望を持っている。また散策コースのシミュレーションについて、飲食店との連携を意識していただきたいと考えているが、この点について意見をお伺いした

い。

**（足立氏への質問）**

まちづくり観光について、和歌山の川が汚いので、川をきれいにするために、役割があれば教えていただきたい。

**（全員への感想、質問）**

行政や今日の提言でも活性化という言葉が一人歩きしているように感じる。活性化の言葉をどのようにとらえるかで、グランドデザインの描き方、その後のパスの書き方が変わってくる。県や国の政策提言でも活性化が真に何を意味するかについて言及されていない。皆さんが活性化の言葉をどういう意図でつかわれているか、お聞かせください。

**（全員への感想、意見）**

去年、オープンカフェの活動に取り組んだ。それまでは、人が多く集まること、集客が活性化だと思っていたが、カフェをすることを通じて、竹田氏や足立氏らが言うように、郷土愛があふれたまちこそ活性化のカギだと思うようになった。

**（全員への感想、意見）**

共通の意識を持って、同じベクトルに向かって進んで行くためには、長期目標をたてる必要がある。今の時代には観光であると考える。関空から東南アジアの外国人に和歌山に来ていただくためには、安全、気候、自然、海のきれいさ、1 日コースをつくるなど魅力を作っていかなければならない。

和歌山で共通意識を持って進めるようなものをつくる必要がある。そのようなことを考えてほしい。

関空から神戸を結ぶ K-CAT のように、関空から和歌山市駅までを高速艇で結ぶ。また、市駅を船の駅にみたてて、内川を遊覧船で巡る川を利用して船で一周するコース（京橋、ダイエー、医大病院、イズミヤなど）をつくる。川で巡ると今まで交通の便が悪いところでも、便利になるところが出てくる。和歌山のまち全体が良く見えるようになり、魅力的な和歌山になっていくきっかけになる。

**（報告者からの回答）**

**足立氏**：

マップのターゲティングで大阪南部にした理由だが、和歌山の人は大阪で消費している。逆に大阪の人に和歌山で消費してもらいたい。距離的にも日帰りできるのは和歌山市で、南海和歌山市駅で降りていただいた方を呼び込みたい。

2006 年の長崎さるく博では、日帰り日観光客をボランティアガイド 600 人でもてなし、年間 1000 万人の観光客があった。和歌山は関東から見れば魅力的に映る。御三家の城がある。城を生かした形で客を呼びたい。

年配の人がターゲットだが、若い人にも来ていただきたい。まだ、ターゲットはしぼりきれていない。

和歌山市での「食」といわれたときに、思い浮かぶものがないのが弱いところだ。昨年、

青年会議所が、ドンマイフェスティバルでタチウオ丼を作った。能登どんぶりは何百箇所の加盟店を増やしいろいろな店で店独自の能登の味が味わえる。能登どんぶりのように、和歌山の店が独自の料理を創り、和歌山に来て食べたことで自慢話になるような料理ができれば人を呼べる。

大門川でボートに乗ってみたがそれほどくさくなかった。和歌山市のイベントでも予約が殺到した。川の周辺にカフェ等があり、そこで楽しめる空間になれば更によく、そのためにはもっと川をきれいにしたい。静岡県の三島市はせせらぎ条例をつくり、ボランティアが清掃に取り組んできれいにしている。和歌山でもできれば予算をつけて川をきれいにし、カフェができるような取り組みが必要だ。

**木下氏**：

活性化は、人が集まり、かつ金が儲かるということが前提だろうが、それだけでなく、皆が住みたい県にすることが基本だ。住みたい県のアンケート調査では和歌山県は 40 位ほどにとどまっている。かつて和歌山は、非常に元気のあるまち、元気のある県だった。

本当の活性化というのは、住みたい、行きたい、学びたい。あるいは終の棲家に和歌山を選ぶということだと思う。人が集まるだけでなく、持続可能な生活が成立することをもって活性化と考えたい。

長期ビジョンについての、フロアからのご指摘はまさにその通りである。3 年前の研究機構「コンパクトシティ研究会」では、和歌山だけでなくこれからの 21 世紀型のまちはどうあるべきかということを提言した。限られた資源を限られた地域でどう活かすかということは、コンパクトシティを形成すること以外に方法はない。しかし、コンパクトシティを実現するための手続、ステップはたくさんありうる。構想を明確に掲げて、ロードマップを示して、多くの方に賛同していただくことが、長期ビジョンを策定する意味である。

**谷氏**：

人が多く集まればよいというだけでなく、住民の満足につながるもの、QOL（Quality of Life）といわれる生活の質に関わることが活性化の意味である。

ひとけの少ない市場や寂しい商店街が放置されていることは地域にとって望ましくない。その地域の魅力、特色がうまく活かされ、売上げ等の経済的数値にも反映されることを目指すのが活性化の初歩段階であると思う。

**竹田氏**：

地域活性化は多義的な言葉なので注意するよう、学生に指導している。地域活性化には様々ある。たとえば岸和田市は大きなまちではないし、大きな産業はあまりないが、地域愛がすごい。だんじり祭りになると小学校や市役所までも休んでしまう。これも 1 つの地域活性化である。愛知県の豊田市は典型的な企業城下町で、トヨタは城下町に支えられて発展している。大阪市、東京都は人口が集中している。このように地域活性化はいろいろな程度があり、いろいろな姿がある。

和歌山は観光立県で売っている。しかし観光だけをメインにすると、必ずしも良い反応をする人ばかりではないだろう。活性化は地域の人々が生き生きしているということを目指すべき姿であるというのが私の意見だ。そうすることにより、受け入れ意識が強まり、おもて

なしにつながり、観光客の相互交流を通じて、観光業として発展していくのではないか。

地域ブランドに関わるが、横浜は港町でお洒落なまちである。東京は大都市、北海道は白いなどイメージが浮かぶが、和歌山がどういうまちであるかを具体的にいえるのか。和歌山を受け入れのまち、おもてなしのまちという地域ブランド、イメージをつくっていけばよいと思っている。地域の人々が郷土愛を強く持ち、和歌山のまちにコミットメントすることで、すべてが一本の線につながるのではないか。

## ■ コーディネータによるまとめ：

今回のシンポジウムの意図は、4 つの研究会がそれぞれの成果を発表するだけでなく、それぞれのフィールドに即してこれから何をしたらよいか、具体的な一歩踏み出すにはどうすればよいかを提言したいということだった。質疑応答も含めて、充実した内容となった。

今回のシンポジウムは終わりではなく始まりだ。それぞれの研究会で次につながる取り組みを考え、実行していきたい。今後とも皆様のご理解とご協力をお願いしたい。

最後に、小倉正義理事（和歌山商工会議所専務理事）による閉会挨拶をもって、シンポジウムは終了した。

平成 21 年度事業報告

## 「和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題」終了報告

消費動向研究会
主査　木下　雅夫
［(財) 和歌山社会経済研究所　総括研究部長］

「消費動向研究会」は近年の和歌山市における小売商業の状況を、特に消費者側のニーズや意見を詳細に把握し分析することで、その置かれている状況や直面している課題をより明確にし、もって、今後の採るべき方策の方向性を示すことを目的として活動を行った。

以下にその最終報告を、「報告書」本文より一部抜粋して行う。

■　「報告書」より～

収入が減少すれば、欲しいものがあっても買えない。生活様式が変われば、買う商品も買う場所も変化する。逆に、販売する側、サービスを提供する側からは、消費者のニーズや社会情勢の変化に対応しなければ消費者に選ばれなくなる。そして、その選択は選別であり必ず競争が発生する。イオン等に代表される大規模小売店舗や価格・サービス等あらゆることが競争の要素となっている。消費者に対する最終供給者である商店や地域商業は、この闘いの真っ只中にあり、営業、経営という視点では、その競争に勝たねばならないのである。今、全国の多くの地域で同様の闘いが繰り広げられている。それは、時間や資金、知恵も気力もいる困難な闘いである。

和歌山市の小売商業の状況はどうであろうか。特に最近では、ぶらくり丁をはじめ歴史と伝統のある商業地域は買い物客の姿が減少し、商店や地域商業の継続に厳しい状況が続いていると指摘されている。そこでは、この事態を解消するための様々な取り組みが、当事者のみならず国や自治体・諸団体も含め行われ、現在も進行中である。その成果は濃淡あるものであるが、概していえば、勝ち戦にはなっていないということである。勝てなくてもせめて引き分けくらいにはしたい、というのが関係者の本音ではないだろうか。では、どのようにしてその闘いに対処していくか。そのためには、だれが、何を、どうすればよいか。そのような悩みの中にいるといえる。

このような状況を背景に、和歌山地域経済研究機構では、購買客である消費者のニーズや消費行動を巾広く調査することによって、現在の個店（個々の商店）や地域商業の課題を明確化させ、その対策づくりにつなげるという目的で「消費動向アンケート」を実施した。内容は、「和歌山市民の消費動向」と「近隣地域住民（和歌山圏域・那賀圏域・橋本圏域・有田圏域・御坊圏域・大阪府南部圏域）の和歌山市内での消費動向」を調査したもので、和歌山市民の和歌山市外への消費行動や、近隣地域住民の和歌山市内への消費行動、特に、訪問頻度や消費金額の変化、また、和歌山市内の商店と和歌山市外の商店との評価

の比較などの調査を行った。

実は、ほぼ同様の調査を平成 11 年にも実施している[1]。当時も今と同様の商業的な課題があり、その背景や実態の調査、課題の解決に向けての努力を行っている。そこで、今回の調査では、10 年前の調査結果との比較も可能な限り行い、なおかつ、課題と対策については、さらに一歩踏み込んだ内容を目指し、より実効力が得られる大胆な提言を試みた。ただ、本報告書では、その考え方の整理にとどめており、さらなる詳細な実施計画については、本報告書において提言している体制（関係者）によるビルドアップを望むものである。

和歌山市小売商業の活性化は、関係者一同がその危機感と目指すべき方向を共有し、一体となって最大限の努力を尽くさなければ達成できないであろう。自分たちだけでは解決できない社会的構造によるマクロ的な要因は別にして、自分たちで出来るであろうことはその役割を明確にし、長期的視野に立ったポジティブ思考で立ち向かうことでこの闘いに勝利する権利を得るのだ。それほどの覚悟と決意を関係各者に期待したい。そして、本報告書が、その実現に少なからず寄与することを願ってやまない。

さいごに、本研究は、和歌山地域経済研究機構として、和歌山大学経済学部、和歌山商工会議所、(財) 和歌山社会経済研究所の共同で実施したもので、研究メンバー及び本報告書の執筆分担については以下のとおりである。また、報告書の内容については、メンバー全員で討議を重ねたものであることを付記しておく。

【メンバー】

| | | |
|---|---|---|
| (主査)木下 | 雅夫 | 和歌山社会経済研究所総括研究部長 |
| 小川 | 美弥子 | 和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| 大泉 | 英次 | 和歌山大学経済学部教授 |
| 柳 | 到亨 | 和歌山大学経済学部講師 |
| 山本 | 敦子 | 和歌山大学経済学部助教 |
| 畑 | 光穂 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室リーダー |
| 中浴 | 正隆 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室主事 |
| 藤村 | 幸司 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室主事 |

（注: メンバーの所属・肩書きについては平成 21 年度時点）

【執筆担当】

＜はじめに＞ …… 木下

＜アンケート調査にもとづく消費購買力流出入額の試算及び推計＞ …… 大泉

＜第 1 部の各章の要約はそれぞれの執筆者が担当した。）

第 2 部　第 1 章　和歌山市民の消費動向 …… 小川

1 「和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題」和歌山地域経済研究機構、1999 年 11 月

第２章　近隣地域住民の和歌山市での消費動向　……　小川
第３部　第３章　消費者の買物金額変化の規定因　……　柳
第４章　消費動向分析　……　木下
第４部　第５章　和歌山市小売商業の課題　……　木下
第６章　和歌山市小売商業の今後の方向性（提言）……　木下

【研究会・活動】

研究会を９回開催（うち、プレ研究会１回）。

## 「和歌山市における市場（いちば）活性化についての研究」終了報告

和歌山市・市場活性化研究会
主査　鈴木　裕範
［和歌山大学経済学部　准教授］

小売市場は、永く市民のもっとも身近な所にある、まさに「市民の台所」であった。都市における人間の営み、暮らしの場であり、市場という空間が創造するコミュニティがあった。小売市場から、そのまち、その地域が見えるのは、そうした理由による。ところが、今日全国のいたるところで多くの市場が苦闘し、消滅の瀬戸際に立たされている。背景にあるのは、社会経済情勢の変化、国民の消費行動やライフスタイルの多様化、価値観の変化である。地域社会において、小売市場の存在価値は低下し、和歌山市でも客足が遠のきひっそりとした風景が広がっている。

市場の変貌は、単に市場、市場関係者の問題なのか。これは都市と地域社会の問題である。和歌山市・市場活性化研究会は、そうした立場に立ち、和歌山市における市場活性化の可能性と課題を明らかにし、まちづくりに活かしていくことを目的に、平成２１年度自主研究会として５月８日にスタートした。

研究会では、毎月例会を開催し議論を深め合ってきた。そしてこの間、和歌山市の七曲市場商店街協同組合、明光商店街協同組合、和歌山駅前卸小売商店街でヒアリングやアンケートを実施する一方、地元住民や観光客に人気の元気な市場として注目されている石川県金沢市「近江町市場」、滋賀県彦根市「四番町スクエア」、兵庫県明石市「魚の棚（うおんたな）商店街」、長崎市「新大工町市場」の４つの市場（商店街）関係者、行政の担当者ら多くの人たちにインタビューをした。

その結果、市場が持つ信頼・信用に根ざした対面販売という特性だけではなく、市場の多様な価値や多面的な機能に目を向けていくことの重要性が確認された。それらは、中心市街地の空洞化・再生が喫緊の課題として地域にのしかかり、住民の少子高齢化によってまちそのものが老いていく現在という時代だからこそ、新たな価値をもつ可能性がある。

報告書では、再生・活性化の基本方向として地産地消型流通システムの構築や人材育成、

魅力づくりと情報発信の必要性とともに、市場を人と人、人と地域をつなぐ新たなコミュニティとして構築し、まちづくりの観点から位置付け直す必要性を指摘している。

研究会では、「研究が一過性のものにならないように、成果物をしかるべきところにフィードバックして実行につなげるようにする」「調査だけでなく、市場が内発的な力で展開できる創造的な場面づくり、現実的な立場で実行できるようにする」のが重要であることを強調しておきたい。

報告書は、「実行する」ことの重要性にかんがみ、市場再生に向けたアクションプログラムを提案している。理念は、市場の自主・自立と連携・協同の仕組みづくりによる持続的な発展とコミュニティの拠点としての整備である。それには、まず市場、商店主、市民、行政、大学関係者等から成る「〇〇市場再生戦略プロジェクトチーム」の立ち上げが求められる。様々な立場の人が市場を語る「和歌山から、市場再生」フォーラム、町なか歩きとしての市場ウォッチングも考えられる。「そうだ、市場に行こう」運動を提唱したい。市民の暮らしと関わりが深い市場が元気な町は、魅力的なまちであることは間違いない。

【メンバー】

| | | |
|---|---|---|
| (主査)鈴木 | 裕範 | 和歌山大学経済学部准教授 |
| 大西 | 敏夫 | 和歌山大学経済学部教授 |
| 高橋 | 淳子 | 和歌山大学大学院経済学研究科修士課程 |
| 山本 | 敦子 | 和歌山大学経済学部助教 |
| 澤崎 | 喜英 | 財団法人和歌山社会経済研究所研究部長 |
| 谷 | 奈々 | 財団法人和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| 石橋 | 宏之 | 財団法人和歌山社会経済研究所研究員 |
| 畑 | 光穂 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室リーダー |
| 藤村 | 幸司 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室主事 |

（注: メンバーの所属・肩書きについては平成 21 年度時点）

【執筆担当】

まえがき ..... （鈴木）
第 1 章　市場の発展と歴史 ..... （谷）
第 2 章　和歌山市における市場の繁栄と変貌 ..... （澤崎）
第 3 章　和歌山市の市場における現状調査 ..... （石橋）
第 4 章　市場が作り出す地域活性化
1～2 ..... （高橋）
3～4 ..... （山本）
第 5 章　和歌山市における市場活性化とその可能性
1～2 ..... （大西）
3..... （鈴木）
おわりに ..... （大西）

【研究会・活動】

研究会を 10 回開催（うち 4 回は、七曲市場、明光市場、和歌山市役所、和歌山市中央卸売市場にて現地ヒアリング調査を実施）。

金沢市「近江町市場」、彦根市「四番町スクエア」、明石市「魚の棚市場」、長崎市「新大工町市場」に現地視察。

## 「観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査」終了報告

おもてなし研究会
主査　竹田　明弘
［和歌山大学観光学部　准教授］

本研究会は､昨年度まで実施されていたホスピタリティ研究会を引き継ぐ形で発足した。ホスピタリティ研究会では、和歌山県の観光がさらなる発展をとげるために、宿泊産業やアミューズメントだけでなく、地域住民の観光客の受入意識を高める事が必要であるという結論にいたった。

ところで、2008 年から 2017 年の和歌山県長期総合計画は、「未来に羽ばたく愛着ある郷土　元気な和歌山」をビジョンとして 4 つの活動目標をあげている。1．和歌山県民は、郷土和歌山に深い愛着を持ち、元気にいきいきと暮らしています。２．温暖な気候や豊かな自然、さらには癒しの力・安らぎの空間が住む人に満足感を与え、安全で安心できる和歌山で暮らしています。３．世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」をはじめとする和歌山の優れた魅力が世界に向けて発信され、国内外から多くの人々が和歌山に訪れ、その素晴らしさを体験しています。４．県民や県内産業は、古くから受け継がれてきた進取の気性を発揮して、これまで以上に多くの人々を和歌山に引きつれるとともに、世界を視野に入れて活躍しています。これをみると、地域住民が満足して暮らす街、地域外部から観光客などが多く訪れる街が両輪になっている。まさに､「住んでよし、訪れてよし」の街を目指したものといえよう。

そこで、本研究では、地域満足（住んでよし）と受入意識（訪れてよし）を同時に充足できるような地域政策とは何かについて提言することを目的として、住民の他者受入意識に影響を与える要因について調査した。

調査は質問票調査の手法を用いた。調査地域は、県庁所在地であり、和歌山城や紀三井寺など観光資源も豊富な和歌山市､温泉やリゾートなど県内最大の観光地である白浜地域、近年において観光への積極的な取り組みがみられる湯浅町の 3 地域とした。調査は当該地域に居住する住民に対しランダムに質問紙を配布し、後日郵送にて回収するという方法をとった。なお、質問紙は 1500 部配布され、回収は 508(33.9%)であった。調査項目としては、地域満足、近隣関係、地域に対するコミットメント、観光に対する期待や思い、受入

意識であった。

調査の結果から、受入意識に最も影響を与えるのは地域に対する愛情・全人格的なコミットメントであった。さらに、地域に対する愛情・全人格的なコミットメントに最も影響を与えるのは、地域のコミュニティが有効に機能しているかどうかであった。このように、地域のコミュニティをうまく機能させることが、地域に対するコミットメントを媒介し、地域満足にも受入意識にも大きな影響を与えることが明らかになった。地域のコミュニティが有効に機能し、住民共通の価値観が形成できるような仕掛け・仕組みの構築こそが地域観光の発展につながるのである。和歌山県として、これが実行できるような政策提言が期待される。

最後になるが、メンバーの献身的な努力により、一定の成果を達成することが出来た。本研究会に参加、協力いただいたメンバー各位に感謝申し上げる。

【メンバー】

(主査)竹田　明弘　　和歌山大学観光学部准教授
竹林　明　　和歌山大学観光学部教授
廣岡　裕一　　和歌山大学観光学部教授
佐々木　壮太郎　和歌山大学観光学部准教授
竹林　浩志　　和歌山大学観光学部准教授
山本　敦子　　和歌山大学経済学部助教
則藤　正文　　和歌山社会経済研究所研究部長
中平　匡俊　　和歌山社会経済研究所主任研究員
畑　　光穂　　和歌山商工会議所企画・街づくり支援室リーダー
藤村　幸司　　和歌山商工会議所企画・街づくり支援室主事

（注: メンバーの所属・肩書きについては平成 21 年度時点）

【執筆担当】

はじめに ……(竹田)
第 1 章　地域のブランド価値向上と住民の受入意識 ‥(佐々木)
第 2 章　調査報告 ……(竹田)
第 3 章　地域格差および地域の分析と考察 ……(中平)
おわりに ……(竹林)

【研究会・活動】

研究会を 6 回開催（うち、プレ研究会 1 回)。
現地アンケート調査実施（平成 21 年 11 月～12 月)。

# 「和歌山市中心市街地再生研究会」中間報告

## 中心市街地再生研究会の 21 年度の活動と今後の展望
## ―観光マップ作成による誘客は可能か？―

和歌山市中心市街地再生研究会
主査　足立　基浩
［和歌山大学経済学部　准教授］

### はじめに

本稿では、和歌山市の中心市街地の再生の視座を示すとともに、中心市街地再生研究会のこれまでの取り組みと今後の展望について述べたい。

### 1.　中心市街地再生の論拠

中心市街地の再生については、まず考慮せねばならないのがその必要性である。すでに拡大してしまった町、また市民がそうした町を望んでいる点なども考慮すると「なぜ」活性化が必要なのかについて、明確な方向性を出しきれていないのも事実である。こうした議論を飛び越えた処方箋には限界があり、市民の中でなぜ活性化が必要なのかを十分に議論する必要があろう。我々としては、以下の点を特に活性化の論拠としてあげたい。

### 街の顔としての中心市街地

中心市街地再生のために最も重要な要素のひとつがその町の顔としての「個性」の存在である。また、都市の個性とは風景や食文化など様々な地域のもつ遺伝子的なものに依存するものと思われる（足立、2010）[2]。

まちづくりが町の魅力を作る（再生させる）ことにあるのだとしたら、個性を生かす具体的な手法としてはセンチメンタル式都市再生論がある。これは、市民の愛着が残る場所には個性が宿るとの仮説をもとに、その部分の価値を計測した後に基金化して再生させるとの考え方である。都市をひとつの集団と考えた場合には、それを代表する主体が必要となる。人的には首長であり、面的には中心市街地と考える。また、地元住民にとって都市に中心部があることの必要性が低い場合でも、外部からの来訪者にとっては重要であるケースは多い。ヨーロッパの各都市で必ずといってよいほどに中心都市があるのは、町の顔としての機能を果たせねばならないという『外部への顔としてのニーズ』の表れといってよい。

いずれにしても、外交面としての都市の機能の一つとして中心市街地があり、すべて新しく再生するよりはある程度の歴史観が漂う場所―昔ながらの町の中心部―にそれを求めるのは、効率面からも支持できる考え方といえよう。さらに、企業誘致の面においても、中心市街地の経済状況が企業の判断材料になるかもしれない。いずれにしても、外部の訪問者が中心市街地を見て、好印象を持ってもらうことは都市の発展において、マイナス要

[2]　足立基浩　「まちづくりの個性と価値」日本経済評論社、2009 年を参照。

因にはならない。この点を踏まえて、研究会ではどのような再生手法が効率的か検討を行ってきた。

## 2. 中心市街地再生検討会の平成 21 年度の活動

研究会においては、活性化の方法論についての言及があった。中心市街地の活性化においては、地域の経済状況に応じて（１）現状維持型再生策、（２）再開発、（３）コンバージョン型再生策、(４)行政主導型再生策などが考えられるが、これらを簡単に紹介したい。

### 2.1. 都市再生の種類

**コンバージョン型再生**

多くの地域では、商店街再生のために街並みの整備を伴うコンバージョン型再生策や再開発型再政策は予算的に困難であるとの理由から選択肢の中には入らないかもしれない。しかし、将来的に日帰りなどを含め観光客の呼び込みが期待されるような地域ではこの手法はお勧めである。いわゆる町全体を博物館のようにアレンジすることで多くの観光客の誘客が期待できるからだ。一般に、修景などにはいくぶんかの投資費用が必要であるがそれが街並み保全という公益性を帯びれば、様々な公的助成が受けられるであろう。

**再開発型再生**

再開発の成功事例で著名なのは、香川県高松市のケースである。高松市では中心市街地の再開発事業を実施した結果、商業売り上げが 3 倍に増加したとの報告がある。一般に、再開発による再生手法は成功すれば中心市街地全体が生まれ変わるために、人気のある手法でもある。しかし、失敗のケースも数多く存在するために実施に当たってはリスク管理を行いながら慎重に行う必要がある。

**現状維持型再生**

おそらく最も現場で採用されている手法が、この現状維持型再生策であろう。これは、ハード整備は行わずに、例えばイベントや一店逸品運動(各店舗の魅力的な一品（逸品）の紹介)、ＰＲ、そして、ガラガラ抽選会やポイント制の導入などを行う手法である。空き店舗が生じれば、空き店舗を埋めるための補助金を整備するのも基本的にはこの現状維持型に属する。ハードをいじらないために資金がかからずリスクは低い。人口規模の大小にかかわらず、すべての都市に適用が可能である。しかし、根本的な再生策にはならないケースも多く、長期的な都市の魅力回復が可能か否かは未知数といえる。

**行政主導型再生**

これにはハード整備が主体になるケースが多いが、再開発ではなく公共交通機関の整備や、コンパクトシティ（住宅政策などを用いて住民を中心市街地に誘導する）を導入する等の策がある。例えば路面電車の整備や地方空港など国からの大掛かりな支援が受けられ

るために一定の経済効果は期待できるが、財政に負担をかける等の理由によりその効果を疑問視する声もある。

### 2.2. 和歌山の場合、何が最も良い治療薬となりうるか

上記の手法を踏まえ、研究会ではさらに

I. すぐに実施できるものを優先させる（判断基準 1：時間制約）
II. 低予算でできるものを優先させる（判断基準 2：予算）
III. 実施母体が明確なものを優先させる（判断基準３：実現性）
IV. 経済効果が発生するものを優先させる（判断基準４：効果）
V. 独自性の高いものを優先させる（判断基準５：差別化）

点なども考慮すべきとの声があった。確かに、限られた予算や時間を鑑みると多額の資金を必要とする再開発、行政主導型再生（新しい交通体系の整備）は難しい。さらに、中心市街地の外交面での機能を考慮すれば地元住民が便利な都市機能だけを追求するのではなく、訪問者も楽しめる都市を目指すことが大事である。そのためには、訪問者の立場に立つような都市再生が必要であり、そのひとつが「回遊性を増大させる」策ということであった。研究会メンバーの中からは、具体策として以下の意見が出された（表 1 参照）。

**表 1　再生策計画マトリクス**

| タイトル | 第 1 案　ぶらくり丁大通り歩行者天国化 | 第 2 案　個店及びエリアの魅力再生 | 第 3 案　ウォーキング・まち歩き | 第 4 案　講演会・ワークショップの開催 | 第 5 案　商業地のショッピングモール化 |
|---|---|---|---|---|---|
| 内容 | 毎月ある週の土曜日、もしくは日曜日にぶらくり丁の通りを歩行者天国にし、ストリートパフォーマンスやフリーマーケット等自由にスペースを活用してもらう。 | 「この街独自のコンセプトづくり」と実行。「外部からひとを呼び込む魅力と満足してもらえる”商業観光”」 | 中心市街地が出発点又は終着点(集う場)となるウォーキングコースの紹介。コース中の歴史的な名所等の紹介、スタンプラリー。 | 中心市街地活性化に関する講演会、ワークショップの開催。 | 再開発事業・区画整理事業等を含めた、既存商業店舗の見直し案。 |
| 初期 | ○ | | ○ | ○ | |
| 中期 | | ○ | | | |
| 長期 | | | | | ○ |

表 1 の 5 種類の案を総合的に評価すると、「個店の魅力再生＋ウオーキング（歩行者天国も合流）の抱き合わせ戦略」が実現可能性の面でも、また効果などの面でも妥当と考えられる（表 1 の第 1，2，3 案参照）。

さらにまちなか勉強会を実施することで街づくりのシンクタンク的役割をも担うことができよう(第 4 案)。なお、長期的な視点からは、3 年後をめどに商業施設のショッピングモール化などについても考えられる（第 4 案を実施する中で第 5 案を検討)。これらの

案件は第 4・5 案をのぞけば予算的にも低い金額で実施が可能であるし、他地域での実施例などを見ても、一定の効果も期待される。

**中心市街地散策マップ**

最終的に我々は、低予算、回遊性の増大効果などの観点から中心市街地散策マップの作成と大阪南部における利用の可能性に関する調査を行うことに決定した。コースは、社会経済研究所の萬羽研究部長のご協力、また観光学部の北村准教授、経済学部の山本助教のご尽力のもと、①南方熊楠ゆかりの地コース、②雑賀集ゆかりの地コース、③からくりを楽しむコース、④レトロ巡りコース、⑤過去を振り返るコース、などを作成した。

**和歌山市駅周辺散策コース(南方熊楠ゆかり)**

**和歌山市駅周辺散策コース(雑賀衆ゆかり)**

**レトロ巡りコース**

**からくりを楽しむコース**

**過去を振り返るコース**

平成 22 年度 7 月 3 日現在において、今年度の成果物として、中心市街地についてのマップは完成し交流人口を推定するアンケート調査を実施し、結果を出すまでに至った。また、観光資源として、和歌山市内の他の地区(吹上、堀止、加太)についても提案できる状態にある。

## 3. アンケート調査

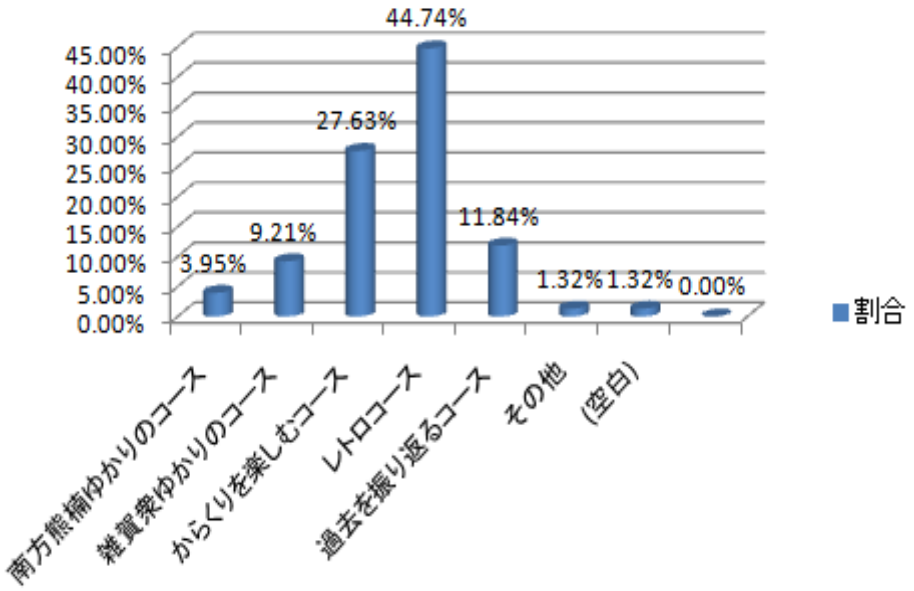
アンケート調査の詳細については、以下を参照されたい。

配布地：大阪府泉大津市、岸和田市、大阪市(なんば)、各駅周辺地区（南海線沿線）
日　時：平成 22 年 3 月 17 日、18 日、23 日
手　法：面接法（アルバイト 2 名が 3 日間調査）
配布数：合計 78 名

調査対象の属性だが、男性女性比率が 51：48、平均年齢が 30 歳であった。地域的には岸和田市が 22%、和泉市 17%、堺市が 15%であった。以下結果について述べよう。

### 3.1. 調査結果

**質問１）添付の地図は我々が作成した和歌山市の中心市街地の観光マップです。ご関心のあるものはどのコースですか？**

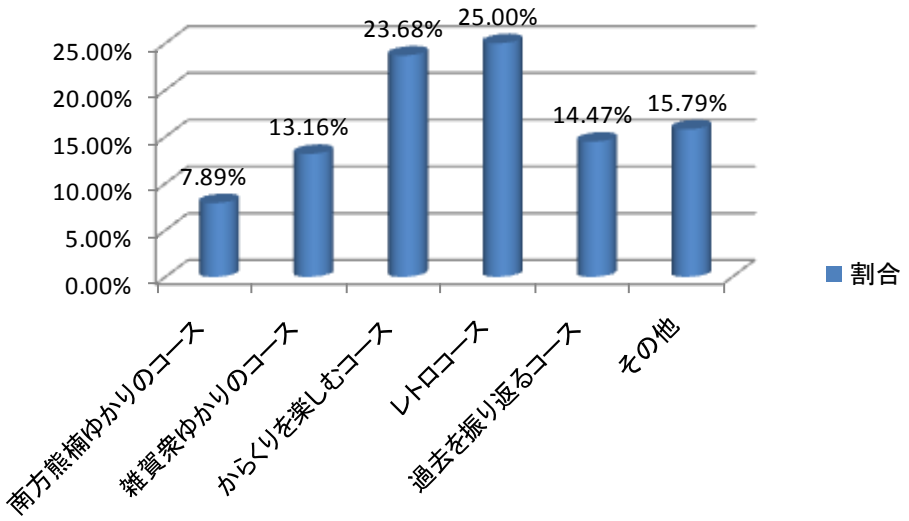



サンプル数が少なかったこともあるが、「レトロコース」が最も人気が高く（44%）、続いて、「からくりを楽しむコース（27%）」、「過去を振り返るコース（11%）」が続いた（その他を除く）。一方で、「南方熊楠ゆかりのコース」と「雑賀衆ゆかりのコース」はそれぞれ、全体の 3%、9%と少数であった。大阪方面での知名度の低さがこのような結果につな

がったのではないだろうか。コースのみならず、和歌山市の外部に対する十分な PR が求められよう。「その他の希望コース」については、「食べ歩きコース」、「駅周辺コース」、「自然ふれあいコース」、「和歌山城散策コース」、「貴志川線コース」、「徳川家別荘コース」などの希望があった。

続いて、地図の見やすさについて質問してみた。

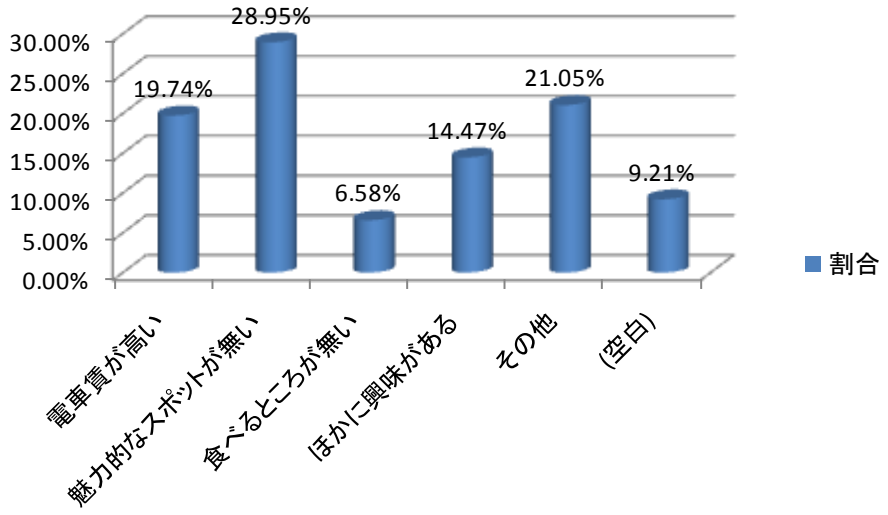
**質問２）最も見やすい地図（マップ）は、この 5 種類のうちどのマップですか？**




地図の見やすさ・わかりやすさ、という点では「レトロコース（25%）」とほぼ同じく「からくりを楽しむコース（23%）」の得点が高い。「過去を振り返るコース（14%）」がこれらに続いている。人気の理由として、駅からのルートのわかりやすさ（直線が多い（＝コースが入り組んでいないので迷わない（17 歳、学生））などもプラス面に作用しているものと思われる。和歌山城周辺の散策、つまり雑賀衆ゆかりのコースはいわゆる一般的なものとして回答者に印象が残っていないのかもしれない。その点、「レトロコース」や「からくり時計を楽しむコース」は非日常的なものを創造させる点で回答者の興味を集めたのであろう。

続いて、和歌山への日帰り要因を阻む要素について質問した。その結果が質問 3 に示されている。「魅力的なスポットが無い」、「電車賃が高い」などが上位に来ている。また、最も多い「その他」であるが、これらは、「交通の便が悪い（30 歳、女性）」、「用事が無い限り行くことは無い（60 歳、女性）」「駅前で観光案内が少なすぎる（46 歳、女性）」などがあった。

質問 3）　和歌山日への日帰り観光の阻害要因




これらのデータ結果から鑑みると、今後は「わかりやすいコース」「非日常的なコース」「食べ物が連動しているコース」をさらに開発する必要がある。「過去を振り返るコース」や「からくり時計を楽しむコース」に「食」の魅力を付加すればそれなりの集客が期待できるのではないかと思われる。

## 4.　今後の課題

現在の研究会ではマップに関する意見のサンプル数はまだ少なく、途中段階といえる。なお、当研究会では和歌山地域経済研究機構理事会(平成 22 年 4 月)にて和歌山中心市街地再生研究会の継続が承認されたが、研究会の継続によりマップだけでなく、例えば 2006 年に実施された長崎市の「長崎さるく博覧会」のようにマップを利用するためのしかけづくりについても工夫・発展させれば、交流人口は増加し中心市街地再生に貢献するであろう（長崎市では 2006 年に 355 万人の観光客の誘致に成功）。このように、本研究会は単に研究にとどまらず、考案した施策の実験的実行を視野に入れている。今後も積極的に研究と実践を行う予定である。

【メンバー】

(主査)足立　基浩　　和歌山大学経済学部准教授
萬羽　昭夫　　財団法人和歌山社会経済研究所研究部長
藤代　正樹　　財団法人和歌山社会経済研究所主任研究員
鈴木　孝明　　財団法人和歌山社会経済研究所主任研究員
畑　　光穂　　和歌山商工会議所企画・街づくり支援室リーダー
藤村　幸司　　和歌山商工会議所企画・街づくり支援室主事
大泉　英次　　和歌山大学経済学部教授

辻本　勝久　　和歌山大学経済学部准教授
山田　良治　　和歌山大学観光学部教授
堀田　祐三子　和歌山大学観光学部准教授
山本　敦子　　和歌山大学経済学部助教

（注：メンバーの所属・肩書きについては平成 21 年度時点）

【研究会・活動】

研究会を 8 回開催。

平成 22 年度事業計画

## ■ シンポジウム

**平成 22 年度　和歌山地域経済研究機構シンポジウム**

**「地域活性化への提言―商業・観光・まちづくり―」～和歌山市の賑わいを目指して～**

活動報告の記事を参照

## ■ 研究会

### ● 中心市街地来街者調査と事業所経営調査

【メンバー】

| | | |
|---|---|---|
| 代　表 | 木下　雅夫 | 和歌山社会経済研究所理事・総括研究部長 |
| 研究員 | 澤崎　喜英 | 和歌山社会経済研究所研究部長 |
| | 中平　匡俊 | 和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| | 松村　光一郎 | 和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| | 畑　光穂 | 和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室長 |
| | 中浴　正隆 | 和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室主任 |
| | 青木　勇次 | 和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室主任 |
| | 竹林　明 | 和歌山大学観光学部教授 |
| | 足立　基浩 | 和歌山大学経済学部教授 |
| | 大泉　英次 | 和歌山大学経済学部教授 |
| | 吉村　典久 | 和歌山大学経済学部教授 |
| | 辻本　勝久 | 和歌山大学経済学部准教授 |
| | 柳　到亨 | 和歌山大学経済学部講師 |
| 事務局 | 藤村　幸司 | 和歌山商工会議所企業支援部企画・街づくり支援室主事 |
| | 山本　敦子 | 和歌山大学経済学部助教 |

【研究の趣旨と目的】

近年の地域小売商業を取り巻く状況は、社会・経済情勢の変化や消費者の生活様式の多様化により、商業施設への集客および経営的には非常に厳しくなっていると言わざるを得ない。

和歌山市においても従来からの中心商業地である、ぶらくり丁周辺の小売商業が同様の危機的状況にあるという事実がある。

参照文献にも触れているが、関係者も行政も手をこまねいているわけでもなく、過去から数多くの対策や振興策を講じてきた。しかし、結果的には期待する成果は上げられていないのが実情である。原因や課題も数多く指摘されているが、これらに対する明確な解決策や将来への展望の提示も不十分といえる。

このような状況の中で、関係各位の協力の下、改めて中心商業地域（ぶらくり丁）の再生につながる活性化策の研究及びその実現を目指す取り組みを実施する研究会を開催する

こととした。その内容は、まず基礎的調査として、消費者や一般顧客の動向調査（来街者調査・通行量調査）を実施したうえで、最も重要なフェーズとして、商店街関係者や当事者の個店経営に関する実情及び実態把握と今後の“あり方”を“本音”で聞き出すことを計画している。

さらに同時に、地域商業として目指すべき将来の姿＝ビジョンを明確に示すことも計画している。自分たちの“商売の形”や生活の糧となるものはどのようにしていけば良くなるのか、あるいは自分たちのかかわりはどういったことになるのか、といったことが関係者においてある程度の理解と共通認識を持つことが本課題の取り組みに絶対不可欠と考えるからだ。それは、単に商業という形態だけではなく、“観光”や“まちづくり”のあり方を考えるのと同様といえよう。

地域小売商業の活力を復元させることは並大抵なことではない。しかし、たとえ困難でも果敢にチャレンジしなければ“明日への展望”は望めないだろう。この視点に立って、本研究会を精力的に取り組んでいきたい。

## ● 和歌山市中心市街地再生研究会

【メンバー】

| | | |
|---|---|---|
| 代表 | 足立　基浩 | 和歌山大学経済学部教授 |
| 研究員 | 萬羽　昭夫 | 財団法人和歌山社会経済研究所研究部長 |
| | 藤代　正樹 | 財団法人和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| | 鈴木　孝明 | 財団法人和歌山社会経済研究所主任研究員 |
| | 畑　光穂 | 和歌山商工会議所企画・街づくり支援室長 |
| | 大泉　英次 | 和歌山大学経済学部教授 |
| | 山田　良治 | 和歌山大学観光学部教授 |
| | 堀田　祐三子 | 和歌山大学観光学部准教授 |
| 事務局 | 山本　敦子 | 和歌山大学経済学部助教 |

2009 年度は中心市街地散策マップの作成とそのマーケティングに関する調査を行った。(1)レトロ巡りコース、(2)過去を振り返るコース、(3)からくりを楽しむコース、(4)和歌山市駅周辺雑賀衆・熊楠ゆかりの地散策コースなどを作成した。

なお、上記マップに対する観光客の意向を把握するために、需要が眠る大阪南部に対してアンケート調査も実施した。

今後はマップの追加と、例えば長崎さるく博覧会（2006 年、355 万人の観光客を誘致）のようなマップを利用するためのしかけづくりについても発展させ、交流人口の増加につなげ、中心市街地再生に結びつけることを検討する。

本研究会は単に研究にとどまらずあみ出した施策の実験的実行を視野に入れている。

## ■ 刊行物

- 機関誌「地域経済」
- 中心市街地来街者調査と事業所経営調査報告書

## ■ ホームページによる広報

URL：http://www.eco.wakayama-u.ac.jp/wtkkk/

### 理事会メンバー

（平成 22 年 9 月 1 日現在）

【地域経済研究機構理事会】

| | | |
|---|---|---|
| 理 事 長 | 森口　佳樹 | 和歌山大学経済学部教授　経済学部長 |
| 副 理事長 | 山田　良治 | 和歌山大学観光学部教授 |
| 理　　事 | 小倉　正義 | 和歌山商工会議所専務理事 |
| | 北田　佳秀 | 和歌山社会経済研究所専務理事 |
| | 木下　雅夫 | 和歌山社会経済研究所理事・総括研究部長 |
| | 大泉　英次 | 和歌山大学経済学部教授 |
| | 鈴木　裕範 | 和歌山大学経済学部准教授 |

### お知らせ

本誌より、表紙デザインを一新しました。デザインは堀切川和也氏(和歌山大学システム工学部デザイン情報学科 2 年生)です。デザインのメッセージは次のとおりです。

「背景の模様は、自然豊かな和歌山の山々や紀ノ川、流れる風、それと地域経済の流れや発展、盛り上がりを表現しています。中央のオブジェは研究の熱意やパワー、未来への希望を表しています。オブジェは和歌山の形、または翼にも見え、この研究が地域経済の発展のために飛び立ってほしいというシンボルです。」

## 研究成果一覧

| ナンバー | タ イ ト ル | 発行年月 |
|---|---|---|
| No.1-a | 提言　紀淡連絡道路を実現し和歌山地域の活性化をはかるためのグランドデザイン | 平成 10 年 8 月 |
| No.1-b | 提言　このチャンスを活かそう　紀淡連絡道路を実現し和歌山地域の活性化（グランドデザイン概要版） | 平成 10 年 8 月 |
| No.2 | ニーズの多様化と規制緩和の進展に伴う経営戦略－和歌山企業の活性化を目指して－ | 平成 10 年 9 月 |
| No.3 | 和歌山地域産業の市場構造 | 平成 10 年 10 月 |
| No.4 | 和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題 | 平成 11 年 11 月 |
| No.5 | 和歌山市の高次都市機能 | 平成 11 年 11 月 |
| No.6 | 和歌山県における産業構造の変化と雇用動向 | 平成 12 年 3 月 |
| No.7 | 若者に魅力ある街づくり | 平成 13 年 6 月 |
| No.8 | ベンチャービジネス事例研究 | 平成 14 年 6 月 |
| No.9 | IT 活用による生活向上の可能性 | 平成 15 年 5 月 |
| No.10 | 和歌山県の物流戦略 | 平成 15 年 9 月 |
| No.11 | 和歌山県におけるカジノの可能性に関する調査・研究報告書 | 平成 16 年 12 月 |
| No.12 | 観光戦略研究会調査・研究報告書 | 平成 17 年 3 月 |
| No.13 | 都市創造戦略研究会調査報告書 | 平成 18 年 10 月 |
| No.14 | 和歌山における地場産業の実態と将来動向に関する研究会 | 平成 19 年 3 月 |
| No.15 | 建設業の動向に関する研究会報告書 | 平成 19 年 11 月 |
| No.16 | コンパクトシティ研究会報告書『コンパクトシティと都市づくり』 | 平成 20 年 9 月 |
| No.17 | ホスピタリティ研究会報告書 | 平成 21 年 9 月 |
| No.18 | 和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題－平成 21 年版－ | 平成 22 年 3 月 |
| No.19 | 和歌山市における市場（いちば）活性化についての研究 | 平成 22 年 3 月 |
| No.20 | 観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査 | 平成 22 年 3 月 |

和歌山地域経済研究機構

<構成機関>和歌山大学経済学部・観光学部 和歌山商工会議所 (財)和歌山社会経済研究所
〒640-8567 和歌山市西汀丁36 和歌山商工会議所内
TEL:073-422-1111 FAX:073-433-0543

Designed by Kazuya Horikirikawa