

リニア開業が迫る「名駅」と 名古屋の開発展望

—都市間比較から考えるII—

CONTENTS

- 1 | はじめに
- 2 | 都市間比較で見る
名古屋市の経済活動集積
 - (1) 大都市ごとで異なる集積傾向
 - (2) 周辺地域の「ものづくり」に
支えられている名古屋
 - (3) 名古屋市民・愛知県民に見られる
「郊外型消費」
- 3 | 駅前エリア間比較で見る
名駅地区のビジネス・商業集積
 - (1) 「クリエイティブな人材」の集積に弱さ
 - (2) 区別商業吸引度と市内シェアの推移
- 4 | 名駅地区と名古屋の開発展望
 - (1) 名駅地区の「外需」の取り込み強化
 - (2) 都市システムの「一番乗り」に
向けた政策推進
- 5 | おわりに

1 はじめに

名古屋市の玄関口である名古屋駅地区(以下、名駅地区)は、再開発の皮切りとなった1999年のJRセントラルタワーズ(以下、タワーズ)開業から、今年で丸20年を迎える^(注1)。名駅地区はこの間に、複合高層ビルが立ち並ぶエリアに様変わりし、タワーズ開業以降の大発展の状況を、当社をはじめとして多方面の人が「名駅ビッグバン」と表現してきた(写真1)。

名駅地区は今や、単なる交通結節点ではなく、ビジネスや商業の集積拠点として、名古屋市や中部圏の中で大きな存在感を持つエリアとなっている。

近い将来を見据えると、2027年に予定されているリニア中央新幹線の東京(品川)～名古屋間の開業が刻一刻と迫っており、早ければその10年後の

2037年にはリニア中央新幹線は大阪まで延伸する^(注2)。筆者としては、こうした環境下で、名駅地区、ひいては名古屋市はさらに進化していかなくてはならない段階に来ているように思う。

そこで本稿では、名駅地区および名古屋市の現在のビジネス・商業集積状況について国内の他の大都市と比較を行い、その特徴・特性や課題を考察する。その上で、名駅地区および名古屋市の今後の開発や都市づくりで優先されるべき視点について展望したい。

2 都市間比較で見る 名古屋市の 経済活動集積

(1) 大都市ごとで異なる 集積傾向

はじめに、名古屋市の都市としての経済活動の集積を概観するため、東京23区(東京都特別区)と全国の

政令指定都市(以下、政令市)のうち名古屋市を含む人口上位5市(2019年1月1日現在)を対象として、主な指標を比較した(図表1)。集積の度合



写真1 名古屋駅前のビル群(左手前からJRセントラルタワーズ、JRゲートタワー、JPタワー名古屋。2019年9月、筆者撮影)

いは、各都市が所在する都道府県に占める割合（以下、都道府県内シェア）で見ている。

図表1からは、名古屋市の特徴として、人口などの集積度合いと比べて①製造品出荷額等の集積度合いが低いこと ②小売業年間商品販売額の集積度合いが横浜市、大阪市と比べてやや見劣りすること——の2点が見て取れる。

これらの特徴の背景には、都市の成り立ちや周辺地域との関係が影響していると思われることから、続いて詳しく考察する。

(2) 周辺地域の「ものづくり」に支えられている名古屋

図表1の製造品出荷額等を金額ベースで見ると、横浜市、大阪市、名古屋市市の3市はいずれも3兆円を超え、お互いの差は数千億円で拮抗している。

しかしながら、各府県内シェアで見ると、横浜市、大阪市が20%台に上るのに対し、名古屋市は7.4%にとどまる。愛知県の製造品出荷額等の地域別内訳を見ると、豊田市、岡崎市などが属する西三河地域のシェアが55.7%と圧倒的である（図表2）。西

三河地域には、トヨタ自動車グループ各社の本社や工場などが集中しているためであることは言うまでもない。名古屋市は、大企業の集積も大阪市などより低く（図表1）、こちらも西三河地域が製造業の巨大な集積地であることが影響していると見られる。

横浜市と大阪市は、市内の製造業の集積を生かして、自分の都市ならではの産業戦略をより主体的に進めやすい環境にあると考えられる。一例として市内在住の研究者・技術者数を見ると、横浜市に居住する研究者・技術者はそれぞれ名古屋市

図表1 東京23区と政令指定都市（人口上位5市）の経済活動集積

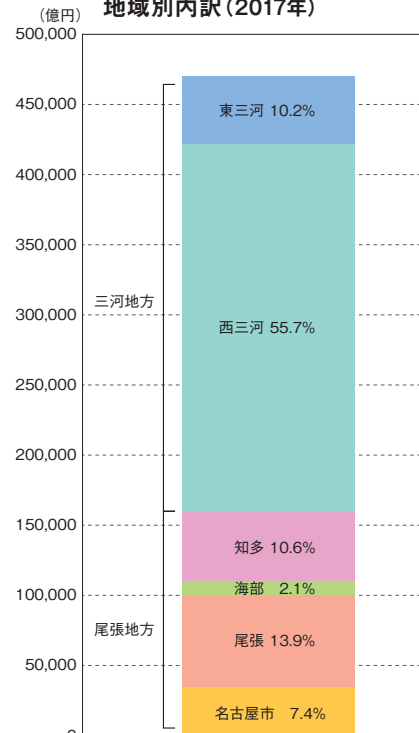
項目	時点	単位	東京23区	横浜市	大阪市	名古屋市	札幌市	福岡市	出所
			(東京都特別区)						
① 人口	2019年1月1日	人	9,486,618	3,745,796	2,714,484	2,294,362	1,955,457	1,540,923	総務省「住民基本台帳人口」
② 人口の当該都道府県に占める割合（以下、都道府県内シェア）	2019年1月1日	%	69.0	40.8	30.7	30.3	36.9	30.0	OKB総研にて算出
③ 面積	2017年	km ²	628	438	225	326	1,121	343	総務省「統計でみる市区町村のすがた2019」 ※資料源は国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調査」
④ 可住地面積	2017年	km ²	628	400	225	316	439	233	
⑤ 可住地人口密度（①÷④）	-	人/km ²	15,116	9,362	12,053	7,255	4,455	6,627	OKB総研にて算出
⑥ 区の数	2019年	-	23	18	24	16	10	7	-
① 大企業数	2016年	社	4,398	328	840	389	203	196	中小企業庁「中小企業の企業数・事業所数」
② 大企業数の当該都道府県内シェア	2016年	%	96.0	55.9	79.1	61.0	71.7	58.2	OKB総研にて算出
③ 中小企業数	2016年	社	330,365	72,161	120,703	76,510	43,772	41,131	中小企業庁「中小企業の企業数・事業所数」
④ 中小企業数の当該都道府県内シェア	2016年	%	79.9	38.5	44.6	36.7	31.0	30.5	OKB総研にて算出
⑤ 製造品出荷額等	2017年	億円	29,130	39,975	36,816	34,904	5,604	5,720	経済産業省「工業統計表」
⑥ 製造品出荷額等の当該都道府県内シェア	2017年	%	38.2	22.3	21.7	7.4	9.1	5.9	OKB総研にて算出
⑦ 小売業年間商品販売額	2016年	億円	150,767	40,119	45,782	34,756	22,899	21,399	総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」
⑧ 小売業年間商品販売額の当該都道府県内シェア	2016年	%	79.0	45.2	47.0	41.0	36.3	38.2	OKB総研にて算出

出所：図表中に記載の各公的統計よりOKB総研にて作成

（*1）大企業と中小企業の区分は、中小企業基本法に基づく。また、会社以外の法人および農林漁業は含まれていない。

（*2）小売業年間商品販売額の数値は、産業細分類ができない事業所などを含まない。

図表2 愛知県の製造品出荷額等の地域別内訳（2017年）

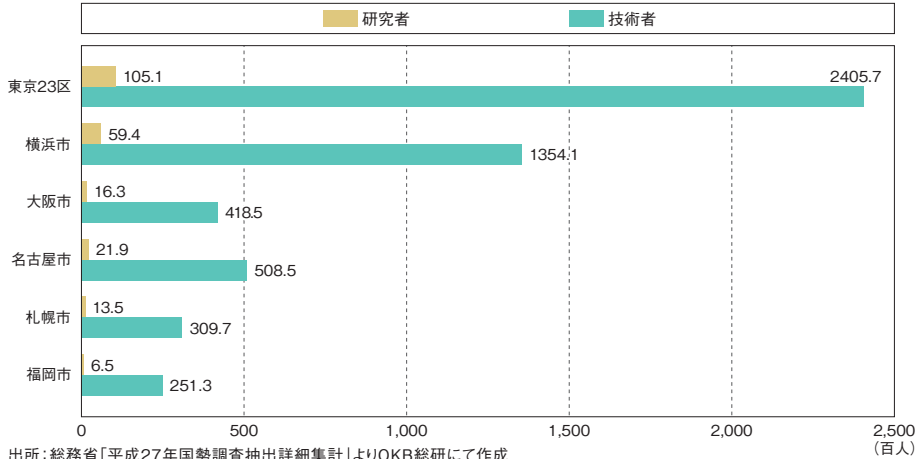


出所：愛知県「工業統計調査結果」よりOKB総研にて作成
（*1）各地域名に併記してある数値（%）は、県全体の製造品出荷額等に占める割合（端数処理の関係で合計は100%にならない）。

（*2）各地域に属する市町村は以下の通り。

- ・尾張地域：一宮市、瀬戸市、春日井市、犬山市、江南市、小牧市、稲沢市、尾張旭市、岩倉市、豊明市、日進市、清須市、北名古屋市、長久手市、東郷町、豊山町、大口町、扶桑町
- ・海部地域：津島市、愛西市、弥富市、あま市、大治町、蟹江町、飛鳥村
- ・知多地域：半田市、常滑市、東海市、大府市、知多市、阿久比町、東浦町、南知多町、美浜町、武豊町
- ・西三河地域：岡崎市、碧南市、刈谷市、豊田市、安城市、西尾市、知立市、高浜市、みよし市、幸田町
- ・東三河地域：豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、設楽町、東栄町、豊根村

図表3 都市別研究者・技術者数(2015年)

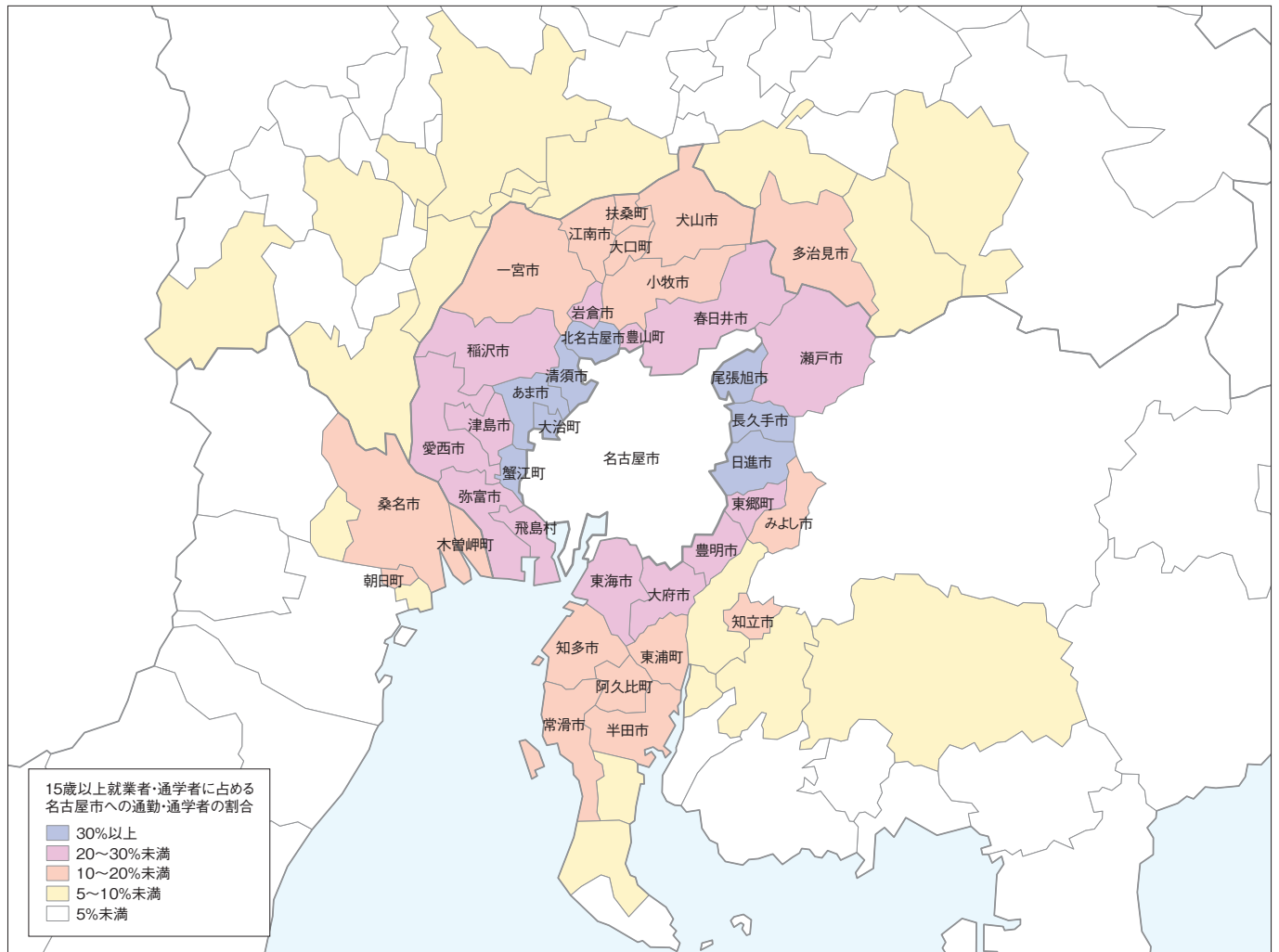


出所：総務省「平成27年国勢調査抽出詳細集計」よりOKB総研にて作成
 (*1) 各都市に居住する15歳以上就業者のうち、国勢調査の職業分類における「研究者」と「技術者」の人数。
 (*2) 「研究者」とは、公的研究機関、大学附属研究所又は企業の試験・研究施設において、専門的・科学的な仕事に従事する者。ただし、大学附属研究所などの研究者のうち、講座を有するものは「教員」に分類される。
 (*3) 「技術者」とは、科学的・専門的知識と手段を応用して、開発・生産における企画・管理・監督などの科学的・技術的な仕事に従事する者。

の約2.7倍に上る(図表3)。市内の豊富な研究・開発人材が、地元の製造業の技術革新(イノベーション)に少なからず関わっていることが想像される。

一方、名古屋市は、むしろ周辺地域の「ものづくり」に支えられている状況だと言える。今後も恩恵にあずかるためには、既存の製造業のイノベーションにつながる研究・開発や、情報・デザインなどの分野の産業集積を一層強くすることで、周辺地域との「互助関係」を強めていくことがポイントになると思われる。

図表4 名古屋市への通勤・通学状況(2015年)



出所：総務省「平成27年国勢調査結果」よりOKB総研にて作成
 (*) 市町村名が表記されている自治体は、名古屋市への通勤・通学者の割合が10%以上。

(3)名古屋市民・愛知県民に 見られる「郊外型消費」

名古屋市は、愛知県内における製造業のナンバーワン都市ではないが、産学官などの機能が集中しており、近隣市町村の住民で普段から同市との間を行き来している人は多い。総務省の平成27年(2015年)国勢調査結果によると、15歳以上就業者・通学者に占める名古屋市への通勤・通学者の割合が10%以上の自治体(10%通勤・通学圏)は38市町村に上る(図表4)^(注3)。

名古屋市の商業集積と、こうした通勤・通学を中心に同市との結びつき

が強い周辺地域との関係を考察するために、名古屋市(市全体および16区)と、同市への10%通勤・通学圏内の市町村を対象に、「商業吸引度指数」^(注4)を算出して(図表5)、地図上に示した(図表6)。

商業吸引度指数は以下の算出式で求められる。

◆ 商業吸引度指数

＝市区町村人口1人当たりの小売業年間商品販売額÷当該市区町村が属する都道府県人口1人当たりの小売業年間商品販売額

商業吸引度指数は、1を超えていれば当該都道府県の平均を上回っていることを指し、その市区町村は地域内の住民の購買力だけではなく、地域外の住民の購買力まで引き寄せているとみなすことができる。逆に、1を下回っていれば、その市区町村は地域内の住民の購買力を吸収しきれず、地域外へ購買力が流出していることになる。

図表5と図表6からは、名古屋市だけが周辺地域の購買力を吸引しているとは言えない状況が見えてくる。すなわち、隣接する豊山町や長久手市、

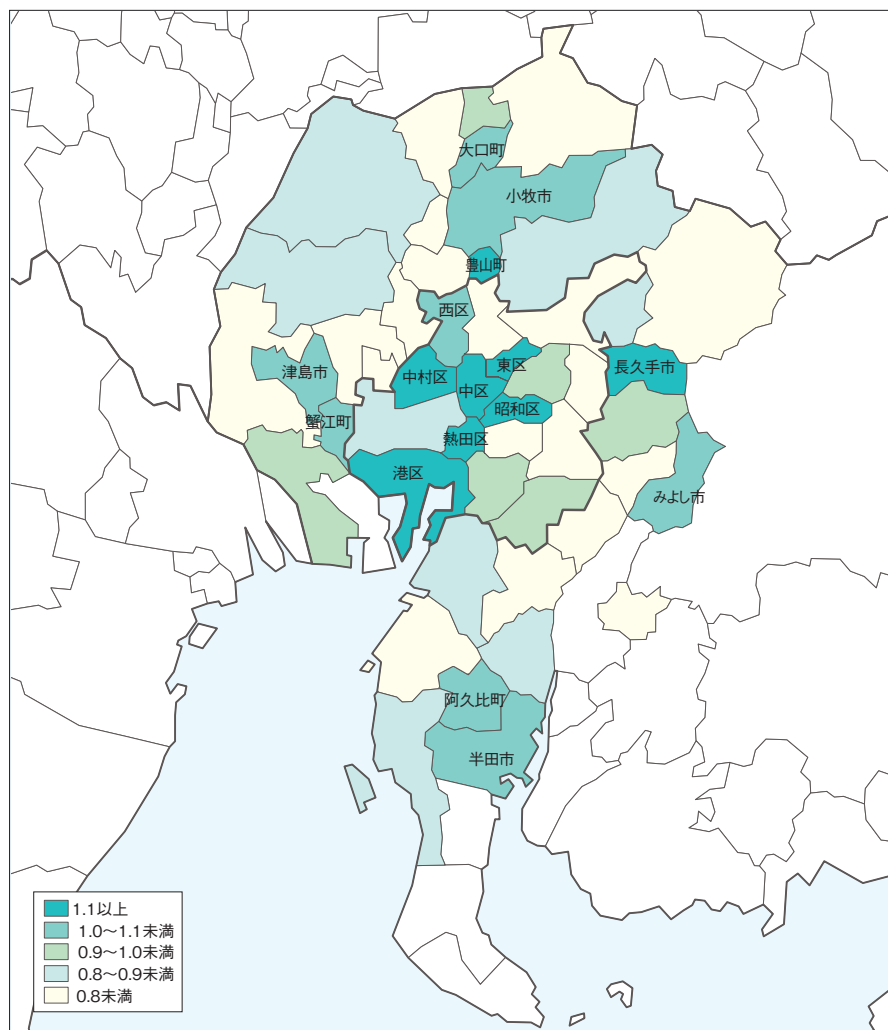
図表5 名古屋市と同市への10%通勤・通学圏自治体の商業吸引度指数(2016年)

名古屋市	1.34	小牧市	1.08
千種区	0.92	稲沢市	0.89
東区	1.74	東海市	0.83
北区	0.73	大府市	0.76
西区	1.00	知多市	0.45
中村区	3.57	知立市	0.77
中区	8.00	尾張旭市	0.81
昭和区	1.10	岩倉市	0.62
瑞穂区	0.72	豊明市	0.65
熱田区	1.59	日進市	0.93
中川区	0.87	愛西市	0.53
港区	1.18	清須市	0.70
南区	0.94	北名古屋市	0.78
守山区	0.68	弥富市	0.95
緑区	0.97	みよし市	1.06
名東区	0.71	あま市	0.40
天白区	0.63	長久手市	1.39
一宮市	0.85	東郷町	0.71
瀬戸市	0.68	豊山町	3.03
半田市	1.02	大口町	1.00
春日井市	0.83	扶桑町	0.94
津島市	1.01	大治町	0.60
犬山市	0.50	蟹江町	1.02
常滑市	0.83	阿久比町	1.03
江南市	0.71	東浦町	0.86

出所：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」、愛知県資料よりOKB総研にて作成

- (※1) 商業吸引度指数＝市区町村人口1人当たりの小売業年間商品販売額÷当該市区町村が属する都道府県(本図表では愛知県)人口1人当たりの小売業年間商品販売額。人口は経済センサス調査実施年の推計人口(2016年10月1日現在)を使用した。図表6も同じ。
- (※2) 名古屋市への10%通勤・通学圏自治体のうち、愛知県以外の4市町(岐阜県多治見市、三重県桑名市・木曾岬町・朝日町)は算出対象から外した。図表6も同じ。
- (※3) 愛知県飛鳥村は小売業年間商品販売額が秘匿のため指数を算出できなかった。図表6も同じ。

図表6 名古屋市と同市への10%通勤・通学圏自治体の商業吸引度指数(2016年、分布図)



出所：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」、愛知県資料よりOKB総研にて作成
(※) 市区町名が表記されている自治体は、商業吸引度指数が1以上。

さらに小牧市、みよし市なども商業吸引度指数が1を超えており、周辺の顧客を吸引していることがうかがえる。

名古屋市内では中区と中村区の商業吸引度指数が圧倒的に高く、郊外の港区なども指数が1を超えているが、逆に指数が0.8を下回る区は五つある。

こうした状況を生み出す背景の一つとして、愛知県が「クルマ社会」であることが考えられる。自動車産業が

盛んで県民の自動車保有台数が多く^(注5)、道路網も比較的充実していることから、名古屋市内居住者を含めて自家用車で移動する人が多い土地柄であることはよく知られている。

クルマ社会は、住民の買い物行動にも影響する。例えば、愛知県は直近の集計でショッピングセンター(SC)の数が全国で2番目に多い(図表7)。地域住民にマイカー利用中心の「郊外型消費」と言えるような買い物行

動が定着しており、SCなど大型商業施設の郊外進出を促すという循環が続いていることが想像できる。

都市にヒトやモノ・サービスが集中することは、それ以外の地域の衰退を招く側面を持つ。この点では、愛知県内で名古屋市が必ずしも小売業で「独り勝ち」しているとは言いがたいのは、歓迎される部分もあるかもしれない。

一方、名古屋市としては、今後のリニア開業などを見据えると、県境を越えた都市間競争で存在感を發揮していく必要がある。商業面でも、周辺地域の需要だけに頼らず、広域的な視点が求められる。

図表7 都道府県別ショッピングセンター(SC)数トップ10(2018年末現在)

順位	都道府県	SC総数	うち特別区・政令市のSC数 (カッコ内は当該市区が属する都道府県のSC総数に占める割合%)	
			特別区・政令市	割合(%)
1位	東京都	329	東京23区	225 (68.4)
2位	愛知県	238	名古屋市	90 (37.8)
3位	大阪府	236	大阪市	97 (41.1)
			堺市	19 (8.1)
4位	神奈川県	207	横浜市	93 (44.9)
			川崎市	28 (13.5)
			相模原市	19 (9.2)
5位	兵庫県	185	神戸市	73 (39.5)
6位	北海道	161	札幌市	68 (42.2)
7位	千葉県	147	千葉市	31 (21.1)
8位	埼玉県	133	さいたま市	26 (19.5)
9位	福岡県	126	福岡市	47 (37.3)
			北九州市	32 (25.4)
10位	広島県	82	広島市	35 (42.7)
13位	岐阜県	66	-	-
17位	三重県	58	-	-

出所：一般社団法人日本ショッピングセンター協会「全国のSC数・概況」よりOKB総研にて作成

3 駅前エリア間比較で見る名駅地区のビジネス・商業集積

(1)「クリエイティブな人材」の集積に弱さ

続いて、名古屋市の名駅地区について、ビジネス・商業集積の特性や課題を見ていく。

図表8 駅前エリア相当区の従業者数の産業・業種別割合(2016年)

(単位：%)

市名	区名	駅名(JR)	情報通信業			学術研究、専門・技術サービス業			宿泊業、飲食サービス業			(参考)製造業	(参考)卸売業、小売業
			ソフトウェア業	インターネット 附属サービス業		デザイン業	建築設計業		旅館、ホテル	専門料理店			
横浜市	西区	横浜	10.69	9.35	0.23	8.30	0.03	0.39	12.72	1.29	4.39	4.10	17.01
大阪市	北区	大阪	9.76	4.82	0.68	6.41	0.28	1.01	12.96	1.86	4.04	3.88	20.17
名古屋市	中村区	名古屋	5.68	3.90	0.32	4.62	0.10	0.55	11.26	1.19	3.64	5.59	21.44
札幌市	中央区	札幌	7.55	3.70	0.44	4.86	0.12	1.18	13.92	2.40	3.35	1.27	19.95
福岡市	博多区	博多	7.36	4.05	0.85	4.20	0.08	1.51	11.28	1.36	2.83	3.33	26.94

出所：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」よりOKB総研にて作成
(*)各項目の数値の網かけは、図表中で比較対象とした5駅前エリア相当区の中で最も高い値。

まず、筆者は、2018年1月発刊の本誌に掲載したRESEARCH「多様な人材が活躍する『名駅』を目指して一都市間比較から考える」で、新産業の創出や魅力的な都市づくりの担い手となりうる「クリエイティブな人材」の集積に注目して都市間比較を行った。

その際、「クリエイティブな人材」を、高度なIT(情報技術)人材、自社の商品・サービスに「差異を生み出す」

能力を持つ人材、観光産業・アニメ産業人材などと定義づけた。その上で、主な政令市の主要駅前エリアを含む区(駅前エリア相当区)内の従業者のうち、上記のような産業・業種に就いている人の割合を比べてみた。

本稿では、直近データ(総務省・経済産業省の平成28年(2016年)経済センサス活動調査)を利用して、この分析を継続する。なお、今回は、2015年国勢調査結果で人口が100

万人以上だった11政令市を対象としたが、今回は図表1と同じ5市を対象とした。

具体的には、前回と同様、JR主要駅から500m圏内に入る区のうち、直近の公示地価(商業地、2019年1月1日時点)でより高い地点がある区を選び、その区内の民営事業所に勤める従業者について産業別・業種別の割合を算出した。

その結果から、「クリエイティブな

図表9 区別の商業吸引度指数・小売業年間商品販売額の市内シェアの推移

名古屋市

	商業吸引度指数						小売業年間商品販売額の市内シェア(%)					
	2002年	2007年	2012年	2014年	2016年	2002年→2016年の 変化幅(ポイント)	2002年	2007年	2012年	2014年	2016年	2002年→2016年の 変化幅(ポイント)
名古屋市	1.28	1.26	1.31	1.32	1.34	0.05	—	—	—	—	—	—
千種区	1.00	1.01	0.97	0.94	0.92	▲0.08	5.4	5.6	5.2	5.1	4.9	▲0.4
東区	1.74	1.58	1.87	2.47	1.74	0.01	4.1	3.9	4.7	6.3	4.4	0.3
北区	0.82	0.74	0.75	0.72	0.73	▲0.09	4.9	4.3	4.1	3.9	3.9	▲1.0
西区	0.97	0.98	1.06	1.21	1.00	0.02	4.9	5.0	5.2	5.9	4.8	▲0.0
●中村区	2.73	2.81	3.09	2.60	3.57	0.84	13.0	13.4	14.0	11.5	15.5	2.5
中区	9.41	8.80	7.55	7.68	8.00	▲1.41	22.5	22.9	20.2	20.9	22.0	▲0.5
昭和区	1.08	1.14	0.90	1.27	1.10	0.02	4.0	4.2	3.2	4.5	3.9	▲0.2
瑞穂区	0.65	0.60	0.63	0.67	0.72	0.07	2.4	2.2	2.2	2.3	2.5	0.1
熱田区	1.35	1.51	2.91	2.43	1.59	0.24	3.1	3.4	6.4	5.3	3.4	0.4
中川区	0.85	0.79	0.85	0.94	0.87	0.02	6.4	6.1	6.3	6.9	6.2	▲0.2
港区	0.99	1.00	1.04	0.94	1.18	0.19	5.3	5.4	5.2	4.6	5.6	0.3
南区	0.93	0.90	0.94	0.95	0.94	0.01	4.9	4.5	4.4	4.3	4.2	▲0.7
守山区	0.73	0.68	0.72	0.67	0.68	▲0.05	4.1	3.9	4.1	3.8	3.8	▲0.3
緑区	0.76	0.79	0.90	0.94	0.97	0.22	5.7	6.3	7.1	7.4	7.7	2.0
名東区	0.92	0.78	0.75	0.73	0.71	▲0.21	5.0	4.4	4.1	3.9	3.8	▲1.3
天白区	0.79	0.78	0.70	0.65	0.63	▲0.16	4.3	4.4	3.7	3.4	3.3	▲1.0

3政令市(市全体と、2016年時点の区別シェア上位2区)

	商業吸引度指数			小売業年間商品販売額の市内シェア(%)		
	2002年	2016年	2002年→2016年の 変化幅(ポイント)	2002年	2016年	2002年→2016年の 変化幅(ポイント)
横浜市	1.05	1.11	0.05	—	—	—
●西区	8.00	7.92	▲0.08	17.4	18.9	1.5
都筑区	1.49	1.82	0.33	6.7	9.4	2.7
大阪市	1.58	1.54	▲0.04	—	—	—
●北区	8.41	8.97	0.56	19.2	27.2	8.0
中央区	14.27	8.82	▲5.45	20.7	20.3	▲0.4
福岡市	1.28	1.25	▲0.02	—	—	—
●博多区	2.24	2.41	0.17	23.7	28.8	5.0
中央区	3.84	3.34	▲0.50	34.8	33.4	▲1.5

出所：経済産業省「商業統計調査」(平成14年、平成19年、平成26年)、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(平成24年、平成28年)、愛知県・神奈川県・大阪府・福岡県資料よりOKB総研にて作成
 (*1) 商業吸引度指数=市区人口1人当たりの小売業年間商品販売額÷当該市区が属する府県(本図表では愛知県・神奈川県・大阪府・福岡県)人口1人当たりの小売業年間商品販売額。人口は商業統計調査・経済センサス調査実施年の推計人口(各年とも10月1日現在)を使用した。
 (*2) ●は駅前エリア相当区。
 (*3) 変化幅は端数処理の関係で数値が合わない場合がある。

人材」が多いと考えられる産業・業種のうち、前回の分析において、名駅地区を含む名古屋市中村区で割合が相対的に低かったものをまとめたのが図表8である。中村区は、直近データで見た場合も、特に情報通信業の割合が他の4市の駅前エリア相当区と比べて低い。参考として算出した製造業の割合が、5市中トップであることと対照的である。

次世代自動車など新産業の創出には、既存の製造業と、人工知能(AI)やあらゆるモノがネットにつながる「IoT」などとの融合が欠かせない。最近では、名駅地区に本拠を構えるベンチャー企業・スタートアップ企業が話題になることも増えてきたが、名駅地区がさらにイノベーションの核となっていくためには、「クリエイティブな人材」を引き寄せるような環境整備が一層求められるだろう。

(2) 区別商業吸引度と市内シェアの推移

次に、名駅ビッグバンの約20年間で、名駅地区に商業機能が集中してきた状況を考察するとともに、他の政令市の駅前エリア相当区との比較を行う。

具体的には、名古屋市と他の政令市(ここでは横浜市、大阪市、福岡市)について、区別の商業吸引度指数と、小売業年間商品販売額の市内シェアを算出し、その推移を見た(図表9)^(注6)。

まず、名古屋市では、中区が2002年以降、商業吸引度指数、市内シェアともにトップを維持している。中区には従来からの繁華街である栄地区のほか、大須、金山の一部など複数の商業エリアが集中しているためと見られる。

名駅地区を含む中村区は、商業吸引度指数、市内シェアとも2位だが、2002年から2016年にかけての伸び率は市内で断トツに高く、名駅地区の急成長を反映している。一方、中区は指数やシェアを落としており、中村区との差が縮まっている。

横浜市、大阪市、福岡市を見ると、いずれも駅前エリア相当区が市内シェア1位または2位で、名古屋市と同じように「駅前」の存在感を発揮している。

特に大阪市では、2002年は商業吸引度指数、市内シェアとも中央区が1位だったが、2016年には駅前エリア相当区である北区が追い抜いてトップになっていることが興味深

い。北区では2000年代後半から、JR大阪駅周辺の梅田地区で百貨店の建て替えなど再開発が進んだ。さらに、2013年開業の「グランフロント大阪」に代表される同駅北側の「うめきた1期」開発が、ビジネス・商業集積が拡大する原動力となった。

また、大阪市は直近の市内シェア上位2区の合計割合が市全体の5割近くに上り、福岡市に至っては6割を超える。両市では、駅前エリアを含む市の中心部に商業機能がより集中していることが見て取れる。

一方、名古屋市は、中区と中村区の合計シェアは市全体の4割に満たない。先に考察した地域住民の「郊外型消費」などが影響していると思われるが、むしろ名駅地区を含めて都市としての商業集積の伸びしろが残っており、戦略的な施策が必要だと考えられる。

4 名駅地区と名古屋の開発展望

ここまでの都市間比較結果と考察を踏まえて、名駅地区および名古屋市の今後の開発や都市づくりで優先されるべき視点について2点提案したい。

図表10 訪日外国人の訪問地別旅行消費単価と延べ宿泊者数(2018年)

		東京都	神奈川県	大阪府	愛知県	北海道	福岡県	
1人1回当たり旅行消費単価(円)	全 体	98,561	39,987	62,744	52,535	94,278	57,620	
	主な来訪目的別	観光・レジャー目的	87,709	23,361	60,516	39,707	91,043	54,657
		業務目的	110,329	91,839	66,833	88,027	134,785	69,375
延べ宿泊者数(人泊)		23,194,530	2,753,800	15,124,140	2,850,230	8,335,030	3,366,510	

出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」「宿泊旅行統計調査」よりOKB総研にて作成



写真2 愛知県国際展示場「Aichi Sky Expo」(2019年8月、筆者撮影)

(1)名駅地区の 「外需」の取り込み強化

名駅地区の商業集積には成長のポテンシャルが残されていると考えられる。代表的な顧客ターゲットの一例が、インバウンド(訪日外国人旅行者)である。

愛知県を訪れた訪日外国人の旅行消費単価や延べ宿泊者数は、全体的には東京都や大阪府、北海道などに及ばない(図表10)。しかし、業務目的の人の旅行消費単価に限ると、大阪府を上回る。

業務目的とは、会社業務や個人ビジネス、「MICE」(国際会議や展示会・見本市など)への出席・参加などで来日する場合を指す。自動車など世界各地で生産活動を展開する製造業の企業が集積する愛知県では、業務目的で訪れた外国人がビジネスのために長期滞在したり、仕事で訪れたついでに近隣で観光・レジャーを

楽しんだりして、より多くの消費をしていることがうかがえる。

名駅地区はインバウンドにとっても名古屋市・東海地方の玄関口となる。従って、名駅地区と周辺のMICE関連施設との交通アクセス、また名古屋市周辺の製造業拠点や観光地への交通アクセスをより充実させることで、名駅地区を「ビジネスと観光をスムーズにつなげるエリア」として一層機能させていくべきである。インバウンド需要を積極的に取り込み、商業集積を広げていくことが望まれる。

名古屋市内には、港区・金城ふ頭にある名古屋市国際展示場(ポートメッセなごや)をはじめ、熱田区の名古屋国際会議場、東区の名古屋ドームなどのMICE関連施設がある。

さらに、愛知県が常滑市の中部国際空港(セントレア)の隣接地に建設してきた国際展示場「Aichi Sky Expo(アイチ・スカイ・エキスポ、以下

スカイエキスポ)」が8月30日にオープンし(写真2)、MICE戦略の新たな拠点として期待されている。

国際展示場は、都心部に近い立地であるほど、来場者にとっては訪れやすくなり、施設側はイベントの主催者側に集客力の高さをアピールできる。一方、空港や港湾に近い立地であると、出展者が航空機や船で運んできた展示品や大型機材を搬入しやすいことなどから、施設側は国際見本市などの誘致の際に、主催者側に輸送費などを抑えられる点をアピールできる。

国内初の国際空港直結展示場であるスカイエキスポは、後者の利点をより生かせる立地にあり、国内唯一の常設保税展示場としても注目されている(注7)。また、前者については、ポートメッセなごやがより強みを発揮できる可能性がある。

スカイエキスポは愛知県、ポートメッセなごやは名古屋市の施設であ

図表11 名古屋市のSRT構想の主な検討内容

車 両	<ul style="list-style-type: none"> ・バス型の先進的な車両を新たに開発 ・自動運転や、無人の車両が前の車両を追走する隊列走行の導入 ・燃料電池など走行時に二酸化炭素を排出しない環境技術の採用
走行空間	<ul style="list-style-type: none"> ・まちの美観に配慮したレーンの着色や路面標示(ピクトグラム) ・専用レーン走行で渋滞などによる遅延を減らす
路 線	<ul style="list-style-type: none"> ・名駅地区と栄地区を直接つなぐ「東西ルート」と、名駅・名古屋城・栄・大須の4地区をつなぐ「周回ルート」の設定
運行サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・運行間隔は10分以内が基本 ・均一料金、全国相互利用のICカード乗車券の導入 ・車両の複数扉から乗り降り可能なICカードリーダーの設置



出所：名古屋市「新たな路面公共交通システムの実現をめざして～SRT構想～」(2019年1月策定)よりOKB総研にて作成。イラストは同報告書より名古屋市提供

り、ライバル関係だとも言える。しかし、前述の通り、両施設は異なる強みを持つことを踏まえて、施設稼働率の向上策やMICEの誘致戦略では連携していくべきだ。

具体的には、2施設共同のウェブサイトを開設し、特長が異なる二つの施設を有することで多様なイベントや会議を開催できるエリアであることを、国内外に広く宣伝していく方策などが考えられる。

また、セントレアは、高速道路などによって岐阜県飛騨地方や、三重県伊勢志摩地方など豊かな地域文化や自然環境を生かした観光地・リゾート地とつながっている。愛知県や名古屋市だけでMICE戦略を進めるのではなく、岐阜県や三重県を巻き込み、本会議と併せた分科会の分散開催や、広域視察旅行など、多様なメニューを持った誘致活動を展開していくことが望まれる。

岐阜県や三重県なども、「愛知の施設をうまく利用して、自らの地域を活性化しよう」といった、意欲的な戦略を持つべきだろう。

(2) 都市システムの「一番乗り」に向けた政策推進

名古屋市の経済力は、本稿の考察の通り、周辺地域の製造業の集積に支えられている。そして、名古屋市としては、未来のものづくりを刺激するような要素を周辺地域にもたやすイノベーションの創出都市となっていくことが理想的である。

従って、名古屋市全体の今後の都市づくりにおいては、住民や企業の経済活動を支える交通など「都市システム」の先進性で一番乗りを目指すべきである。逆に、日本で最も高いビルといったいわゆる「ハコモノ」の整備で一番を目指す発想のみの都市計画では、他都市に追い抜かれた時点で価値の多くが失われてしまうと考える。

名古屋市中で進められている構想の中では、新たな路面公共交通システム「SRT(スマート・ロードウェイ・トランジット)」が都市システムの一例である(図表11)。

SRT構想は、公道上で自動運転や隊列走行ができるバス型車両を

開発し、ストレスなく移動できる公共交通システムを実現しようというものだ。現時点では、リニア開業時には導入されていることを目指し、名駅、栄、大須、名古屋城周辺の各地区の間を地下鉄以上にスムーズに結んで、都心部の回遊性やにぎわいを向上していくのが大きな目的とされている。長期的に見た場合も、高齢化する市民の生活の質向上に寄与するなど、長く価値を保つ可能性が高い交通インフラだと考えられる。

名古屋市はこれまで、LRT(次世代型路面電車)の導入など、道路空間のさらなる活用や新たな路面公共交通の導入を10年近くかけて検討してきた^(注8)。しかし、その間に富山市などがLRTを活用したコンパクトシティー化で注目され、宇都宮市は全国で初めてLRTを全線新設することを決断した。名古屋市としては、一番乗りができなかったとも言える。

今後、リニアの開業によって名古屋市が改めて注目される機会は増えると考えられる。その中で、名古屋市が新しい都市システムの実験場とな

れば、多くの人材、先進的な技術、事業化のための投資を国内外から呼び込むことが可能になる。ひいては、名古屋市で生まれた新しい技術や産業を、周辺地域へ還元していくこともできるだろう。

名古屋市は今後、技術開発の動向に対応しながら、SRTの具体的な路線や運行内容などの事業計画をつくり、事業方式や運行事業者を決めていくとしており、市の優先政策として推進されていくことが望ましい。

なお、都市システムの一番乗りでは、次世代移動サービス「MaaS」の導入を目指している福岡市に注目したい。

MaaSは、複数の交通機関や移動手段の情報をスマートフォンのアプリなどにまとめ、目的地までの最適なルート検索から予約、決済までできるサービスなどを指す。

福岡市では、トヨタ自動車が「マイルート」というアプリを開発し、2018年11月から西日本鉄道（西鉄）とタッグを組んで国内初となる本格的な実証実験が行われている（写真3）。西鉄以外の交通機関や、レンタカー・カーシェアやサイクルシェアなどの移動手段の情報もアプリ内に統合され、タクシーの予約や切符の購入ができる。

福岡市は最近まで、廃校を活用した創業者の交流拠点や、創業・起業希望者をサポートする組織など、地方都市におけるスタートアップ企業・人材育成の先進地として注目されてきた。こちらは、まちの中から人々の先進的な活動を生み出す仕組みを整えるという意味で、都市システムだと言える。

都市システムという成長のための

仕掛けで一番乗りを目指す都市は、強みを持ち続けていられる可能性が高いのではないだろうか。

5 おわりに

名駅地区の外観はこの20年間で大きく変わった。20年の間には、リーマン・ショックや東日本大震災の影響で経済活動が冷え込んだ時期もあったが、総じて名駅地区の都市力は高まったと感じる人が多いだろう。

一方で、リニア開業でより広域な都市間競争が起こるという視点から見ると、名駅地区、ひいては名古屋市の都市力は不足していると感じる。逆に今回のビジネス・商業集積の分析では、まだまだ伸びしろがあることを痛感した。

現状のままでは、リニア開業によってヒト・モノ・カネ・情報が首都圏へ吸い上げられる「ストロー現象」に対する懸念はぬぐえない。筆者は今回、二つの提案を行ったが、いずれも「名古屋らしい一番」を目指していくことだと考えている。リニア開業に向けて、名駅地区や名古屋市の戦略的な都市づくりを期待したい。



写真3 福岡市内で実証実験中のMaaSアプリ「マイルート」のルート検索画面(2019年9月、筆者撮影)

(注1) JRセントラルタワーズは、1999年12月に完成して展望台(当時)やレストラン街の一部が先行開業し、オフィス部分への入居が始まった。低層階に入る百貨店「ジェイアール名古屋タカシマヤ」は翌2000年3月、高層階に入る「名古屋マリオットアソシアホテル」は同年5月にそれぞれ営業を開始した。

(注2) JR東海のリニア中央新幹線計画は、同社が品川～大阪間で約9兆円に上る建設費用を全額自己負担することから、元々は2027年に品川～名古屋間を先行開業した後、経営体力を回復させた上で2045年に大阪まで延伸して全線開業するスケジュールだった。その後、同社が財政投融资を活用して3兆円の借入れを実現できたことから、現時点では全線開業を最大8年前倒しできる見通しとなっている。

(注3) 名古屋市への通勤者のみに限ると、10%以上の自治体は、愛知県半田市と同県知立市を除く36市町村となる。

(注4) 小売吸引度指数とも言う。

(注5) 愛知県の乗用車保有台数は2019年3月末現在、419万6,331台で全国1位(一般財団法人自動車検査登録情報協会調べ)。

(注6) 経済産業省「商業統計調査」と総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」は、事業所の集計対象範囲などが異なり、双方の小売業データの数値自体には連続性がないが、本稿の分析ではエリア別小売業の相対的な規模の比較やその変化を見る目的から、双方の調査結果を商業吸引度指数などの算出に利用している。

(注7) 常設保税展示場は、国際見本市などの際に海外から持ち込まれる出品物に関税や消費税がかからず、主催者側は一時的な保税許可を得るための手続きが不要になる。

(注8) 名古屋市は、2011年策定の「なごや新交通戦略推進プラン」や2014年策定の「なごや交通まちづくりプラン」を経て、2017年策定の「新たな路面公共交通システムの導入に係る基本的な考え方」で、LRTやBRT(バス高速輸送システム)の優れた点を併せ持ったタイヤベースシステムの導入を検討する方向性を示した経緯がある。

(2019.9.9)

OKB総研 調査部 中村 絢子