



## 滞在と陶器で活気のある街へ

チーム名：神野ゼミB班 所属：南山大学経済学部神野ゼミB班  
小川海結 河邊真実 長谷川真子

# 目次

- 1 瀬戸市ってどんなところ??
- 2 RESASで見る瀬戸市の現状
- 3 私たちが考える施策
- 4 施策による効果・回帰分析



## 瀬戸市ってどんなところ??

- **瀬戸市**は愛知県の北西部にあり、岐阜に隣接する人口が約13万のまち
- 名古屋都心からは電車で約45分、車では約40分
- 標高100~300mの小高い山に囲まれており、
- やきものの原料となる良質の陶土や珪砂を含む土が多く採れるため、古くから窯業がさかん
- 1000年以上の歴史を持つ「**瀬戸焼**」の街として知られ、市内では陶芸体験や様々な陶器を購入でき、毎年9月には「せともの祭り」を開催



# 現状分析（SWOT分析）

## 強み（strenghts）

自然が多い

文化的な街並み、歴史

せともの

## 弱み（weaknesses）

観光地が少ない

他県からの認知度

交通の便が悪い

## 機会（opportunities）

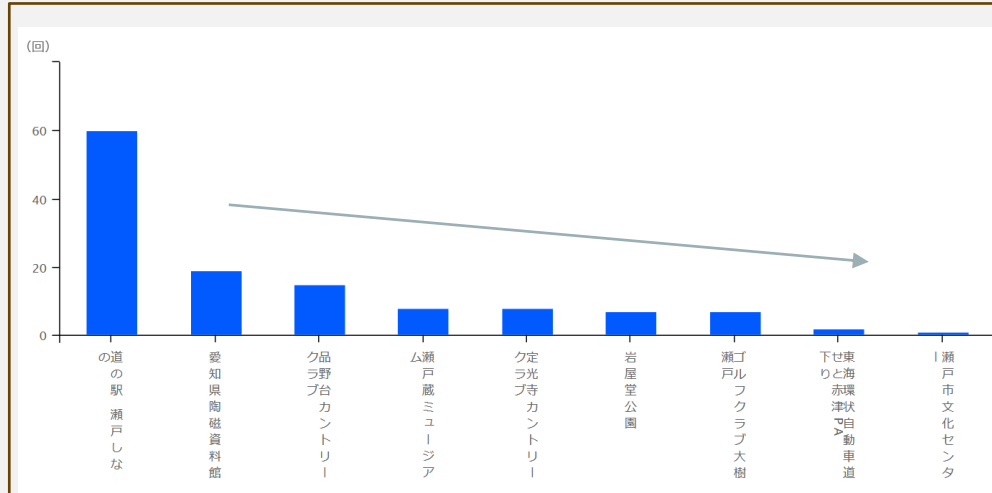
コロナ禍の緩和による  
移動の平常化

## 脅威（threasts）

せとものへの関心低下に  
よる観光客の減少

# RESASを用いた現状分析

## RESAS 目的地分析 車



## インターネット調査「瀬戸市を訪問しない理由」

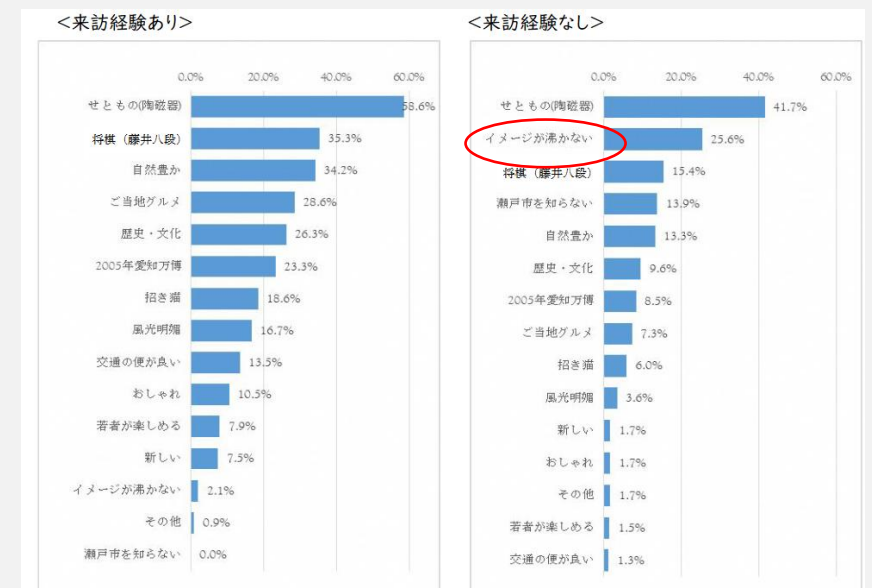


## 魅力が発信できていない

目的地分析では全体的に訪問された回数が少なく、代表的な観光地がない、また認知されていない結果に

非来訪者の多くが瀬戸市へのイメージがないせとものというなんとなくのイメージのみ持たれている印象で、これは観光を考える際のマイナス要素となります。

## インターネット調査「瀬戸市のイメージ」



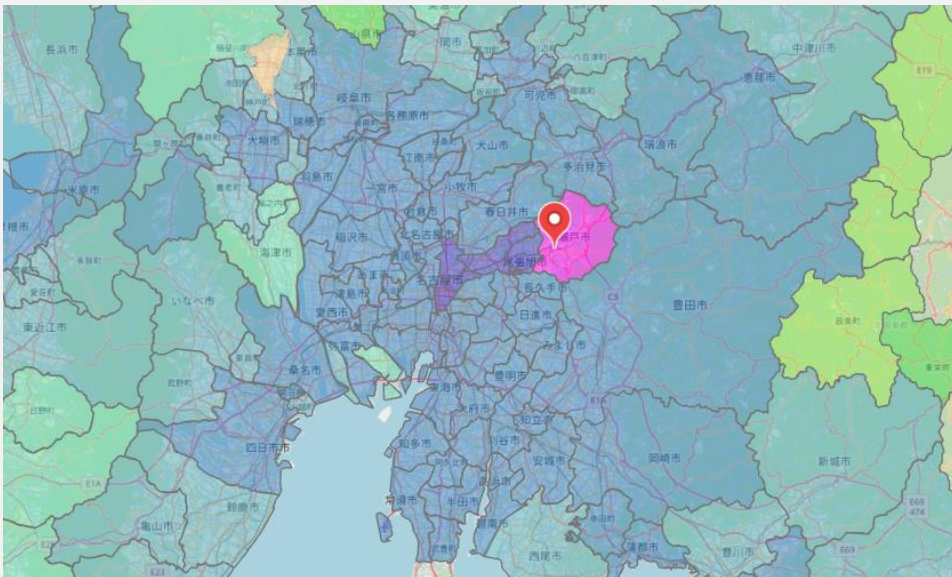
# RESASを用いた現状分析

## ・交通の便の悪さ

車での瀬戸市への所要期間は  
名古屋市中村区から**63分**  
名古屋市中区から**50分**

また、電車などでの瀬戸市内の移動も大変

## RESAS 国内移動時間分析

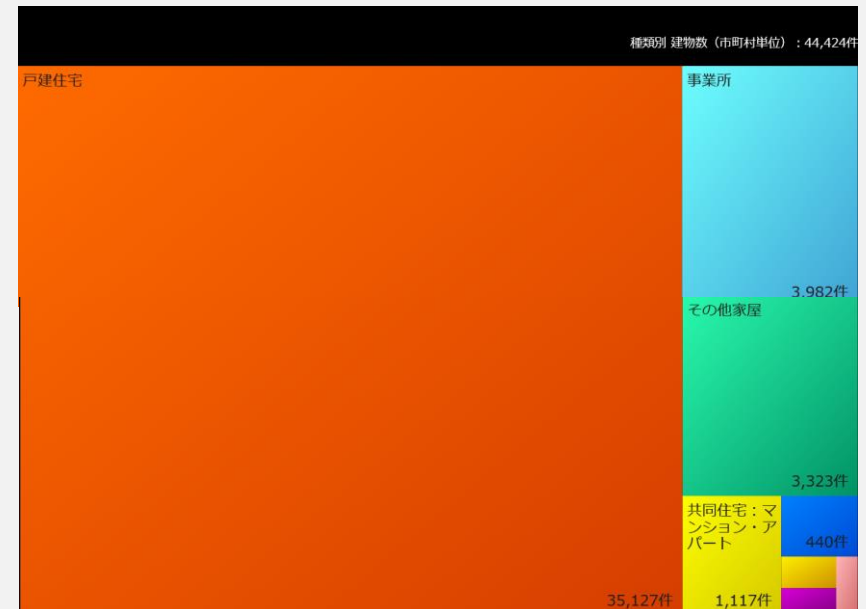


## ・住宅が多い

建物数の**約8割**が戸建住宅で占められている  
(名古屋市、常滑市は7割程度)

**建物以外の施設の割合が少ない**

## RESAS 建物利用状況



# 他地域との比較 ～地域経済循環図

瀬戸市を含む「六古窯」とよばれる窯業が盛んな地域を比較対象として考える

注目すべき点として、所得の流入は地域外での出稼ぎを、支出の流出は地域外での消費を表している

⇒瀬戸市は地域内の雇用が薄く、地域経済の循環が悪いということで、実際に地域経済循環率が100%を下回っている

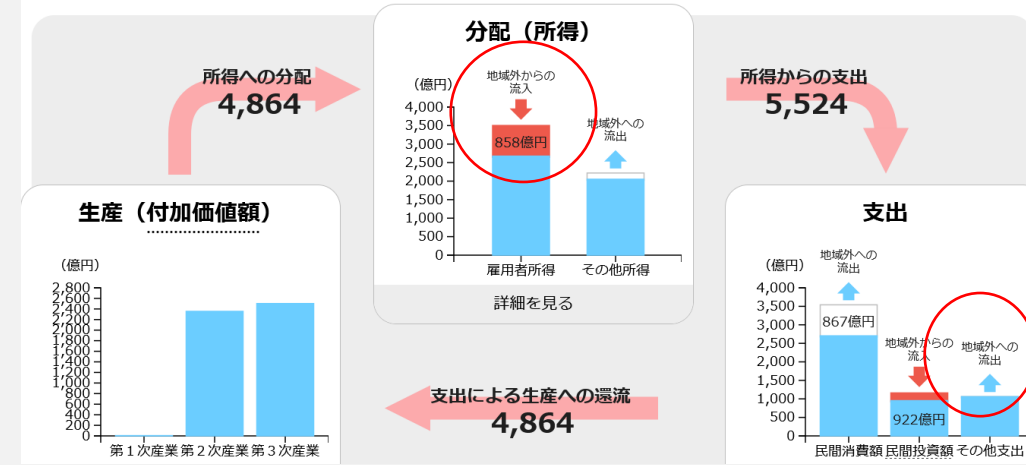
一方、備前市、甲賀市は所得の流出・支出の流入が起きている良い状態 ⇒地域経済循環の良いこの2地域を比較対象に

支出の流入は、六古窯の中でこの2地域が特に多い

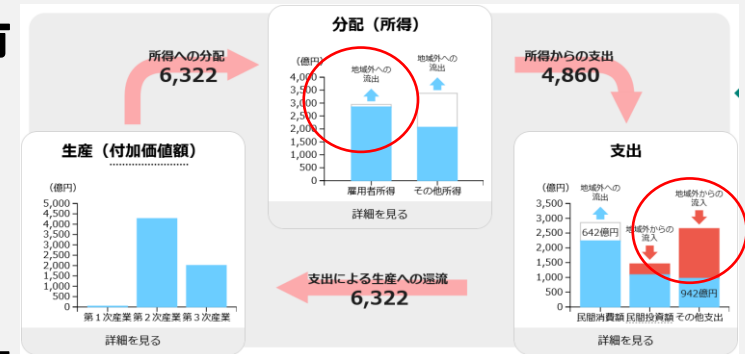
⇒この2地域では観光客の受け入れが上手く、かつ地域の生産物(付加価値)が買われている

⇒この2地域から参考にできることがあるのではないか

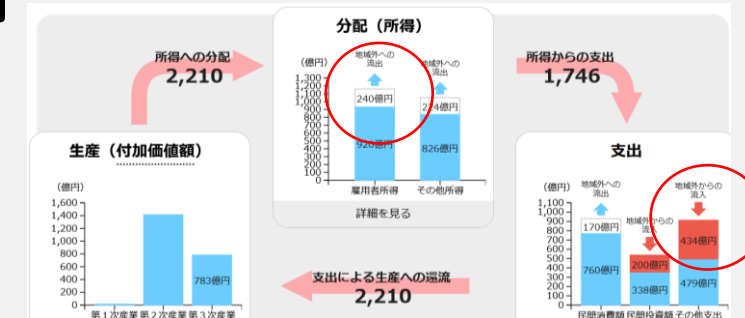
## 瀬戸市



## 滋賀県甲賀市



## 岡山県備前市



# 他地域との比較

・具体的でイメージしやすい観光プランを打ち立てる必要があるのではないか？

甲賀市(信楽)、備前市共に明確な観光プランがあり、陶器だけでなく何か独自の観光プランがある

→瀬戸市にはせともの以外のイメージが足りていないのではないか

→現状よりも具体的な観光プランをたてることが魅力の発信に繋がり、市の活性化の糸口になるのではないか

観光の活性化→お金の循環→地域経済の向上

⇒ 瀬戸市に住む人々との触れ合いを通じて

滞在そのものを市の魅力にする

JRおでかけネット



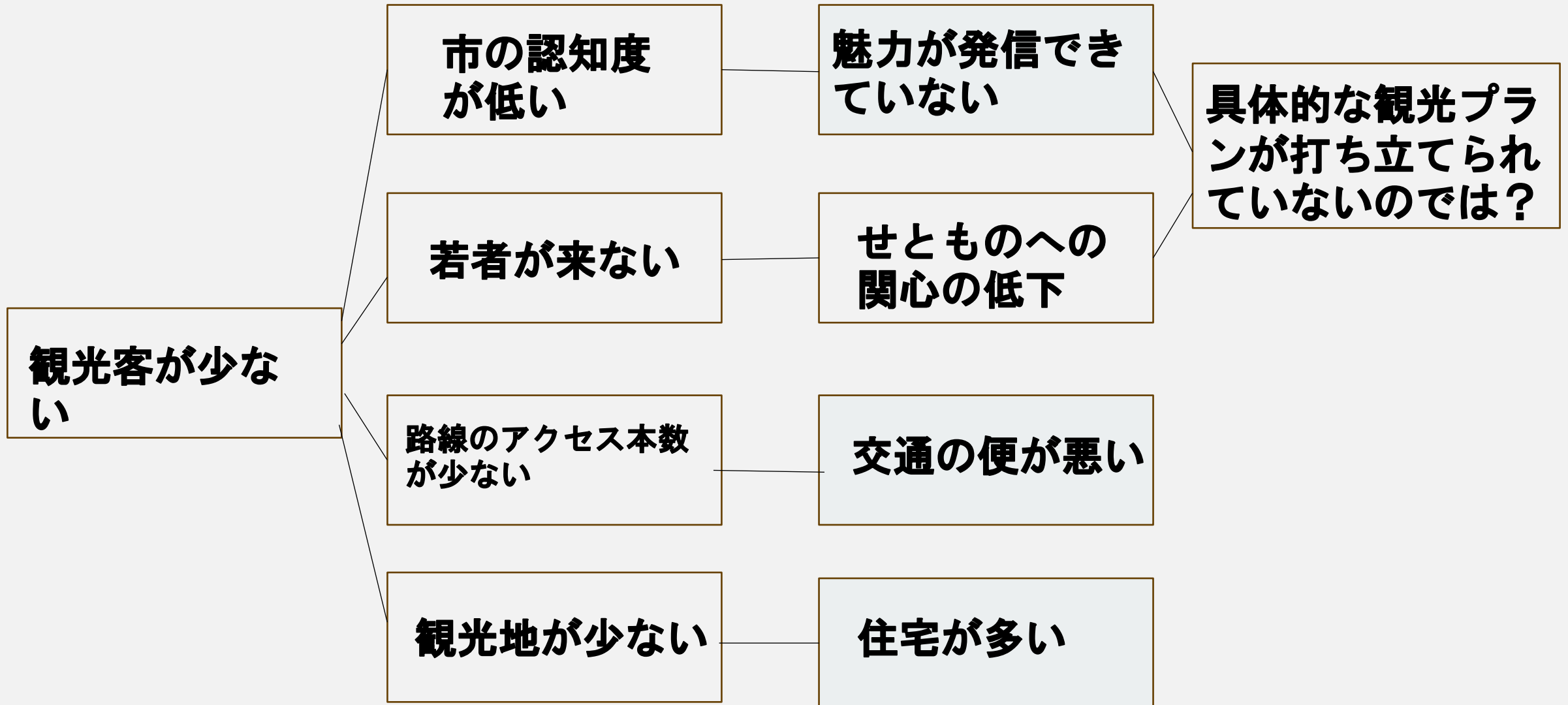
岡山観光ウェブ

備前焼・刀剣の匠の技に触れ、  
瀬戸内海を楽しむ 岡山県南1泊  
2日コース





# 仮説の構造化



# 私たちの提案する施策



(\*1) Data Science

## ～民家を活用した瀬戸市宿泊プラン～

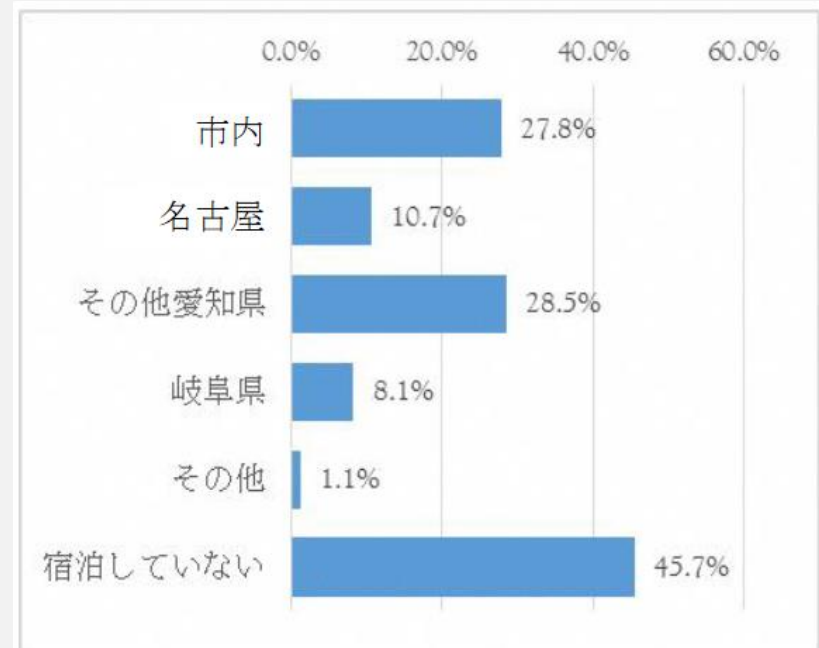
### 民家を民泊施設として提供してくれる人を募る

特に子供が巣立ち、空き部屋がある人達  
その家の人が経営者になる

→ 住宅が多い問題を逆に活かす



- ・ 瀬戸市に宿泊する人が少ない状況も改善(\*1,2)
- ・ 瀬戸焼の絵付け・陶芸体験のセットプラン



(\*2) インターネット調査「瀬戸市来訪者の宿泊エリア」

# 民泊施設での地域の人々との交流

## ～観光客と地域の方の交流空間を～

各民泊施設の中に地域の方が自由にワークショップを  
開催することができるスペースをつくる

→**観光客と地域の方の交流の場**を提供



例：お料理教室（名物瀬戸焼きそば、瀬戸豚など）等



〈その他メリット〉

- ・ 地元の美味しい名物を知ってもらう → 飲食店や体験教室を実際に訪れる宣伝にも
- ・ ワorkshop内容が固定ではなく多様 → 何度でも訪れてもらうことができる

## 宿泊による滞在時間の確保

滞在時間が長くなることに伴い、他の施設の利用増加が期待できる

→滞在の充実、かつ経済効果を高めるための施策

1. 着地型観光
2. 瀬戸市オリジナルお土産
3. ループバス導入

# 着地型観光

～着地型観光でこの街ならではの特別な体験を～

**着地型観光**：地域の人々が観光プランやツアーを企画

市が地域の方と協力して、多様でより魅力的な観光プランを考案！



- ・ 瀬戸市独自の魅力を発信することができる  
地元の人ならではの観光情報を提供
- ・ **観光客と地域の人々の交流の機会**となる  
地元の人にツアーガイドとなってもらう

# 瀬戸市オリジナルのお土産

～瀬戸市限定のお土産で話題性を～

せともの×お酒ボトル



2013年にユネスコ無形文化遺産に和食が登録されたことをきっかけに、海外での日本のお酒人気の高まり↑

→地酒やウイスキーの陶器製空きボトルを  
瀬戸市オリジナルのお土産として作成

大きなものからミニチュアなものまで...

**瀬戸市限定の個性あるお土産品で話題性とインバウンド効果を期待**

お酒に関するアンケート		(イギリス留学の際、語学学校にて外国人計20人に統計をとったもの)
Q1.お酒は好きですか？		
好き	18人	
嫌い	2人	
Q2.(Q1で好きと答えた人は)日本のお酒(日本酒、ウイスキー等)は好きですか？		
好き	12人	
嫌い	0人	
飲んだことがない	6人	
Q3.(Q2で好きと答えた人は)日本のお酒が好きな理由を教えてください。		
日本のものが好きだから	10人	
好きな日本食との相性がいいから	1人	
美味しいから	1人	

# ループバスの導入

中古のマイクロバス

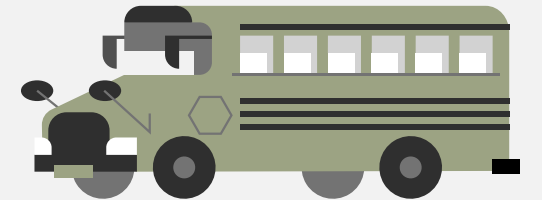
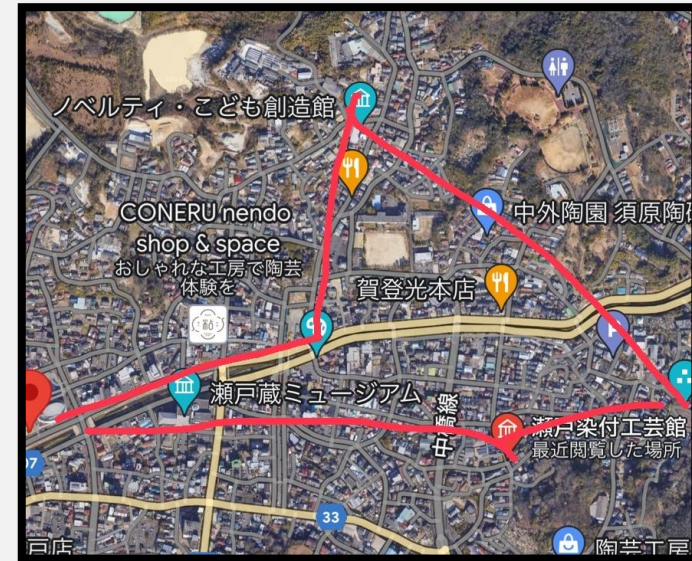
～各民泊施設、駅、観光スポットを結ぶ～

## ループバス

- ・ 都心部から現地までの交通の便が悪い(名古屋駅から約45分)  
→ 現地到着後のインフラで少しでもカバーする
- ・ 現在の瀬戸市コミュニティバスは"瀬戸市民の足"  
→ 観光者向けの移動手段が必要

## 例

尾張瀬戸駅 ⇨ 招き猫ミュージアム ⇨ 民泊施設 ⇨ ノベルティこども創造館  
⇨ 釜垣の小径 ⇨ 瀬戸染付工芸館 ⇨ 尾張瀬戸駅

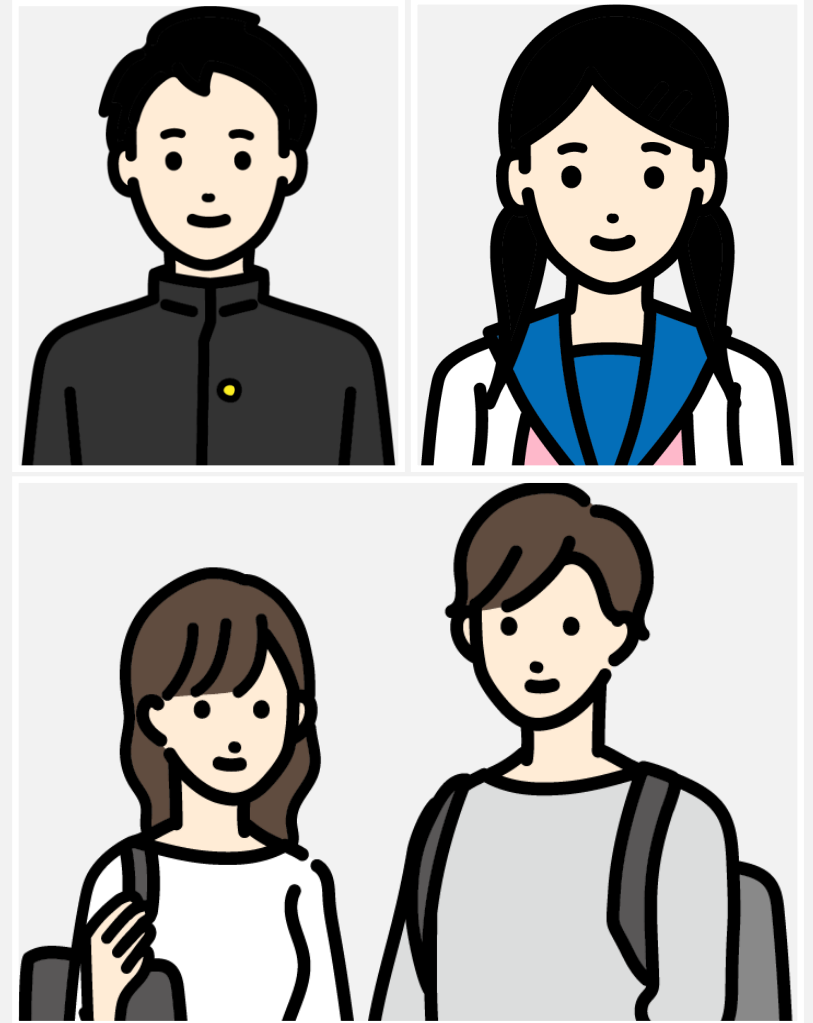


# インバウンド対応は学生に

## インバウンド観光への多言語対応の強化

民泊施設でのワークショップや着地型観光などでは、  
外国人向けに翻訳が必要

→言語を学んでいる高校生、大学生のボランティアが  
翻訳を頼まれた日本文を翻訳し市に提供する





# 施策の内容と経済波及効果の算出結果

## (1) 施策の内容

### 施策メニュー

観光振興(観光客の増加)

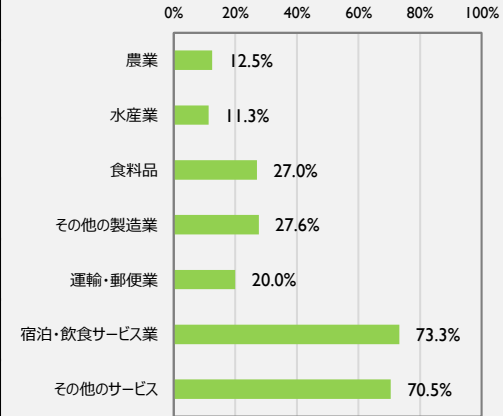
### 施策規模の設定値

項目	設定値	単位
観光客の増加数	600,000	人

### 観光客1人当たり支出金額の設定値

項目	日帰り客 (円/人・回)	宿泊客 (円/人・回)
農業 (農産品、畜産品のお土産(加工品を除く))	321	376
水産業 (水産品のお土産(加工品を除く))	206	391
食料品 (飲食料品(加工品)のお土産)	1,254	2,493
その他の製造業 (雑貨、民芸品等のお土産)	2,063	3,941
運輸・郵便業 (鉄道、バス、タクシー等の交通費)	2,203	8,148
宿泊・飲食サービス業 (宿泊費、飲食費)	2,486	21,645
その他のサービス (温泉、遊園地等の娯楽費)	2,268	3,537

### 域内調達率<sup>注1</sup>の設定値



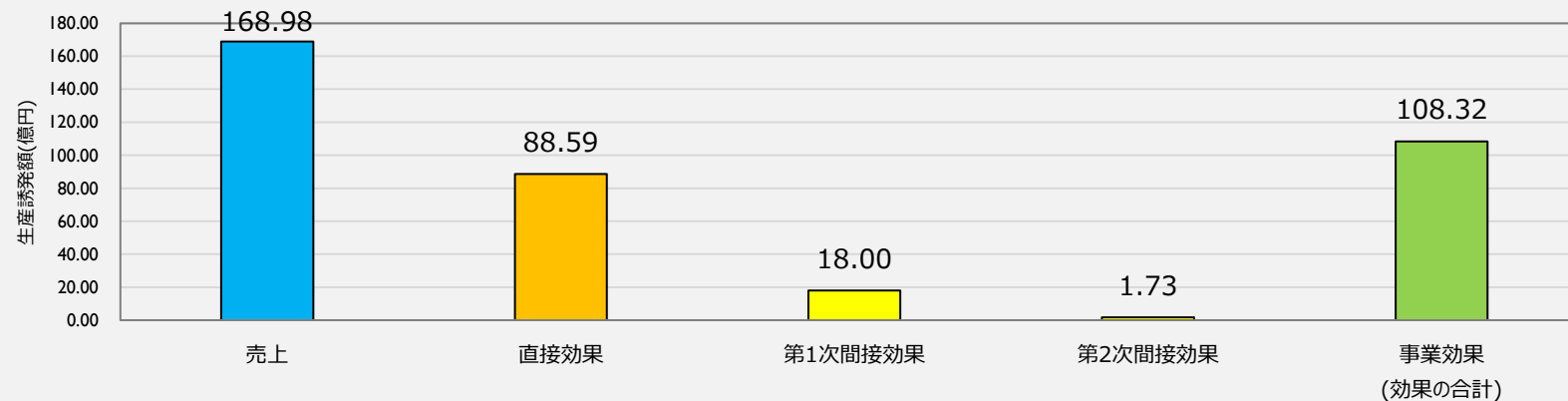
注1) 観光客の支出金額のうち、どれだけ地域内で支出しているかを表す割合

〈目標〉  
瀬戸市への観光客数約20%増加

〈目標値〉  
600,000人

## (2) 経済波及効果の算出結果<sup>注2</sup>

観光客が600,000人増加し、地域内での支出が増加することによる経済波及効果は、直接効果が88.59億円であり、間接効果を加えた効果の合計は108.32億円である。



注2) 図中の事業効果(効果の合計)は、直接効果、第1次間接効果、第2次間接効果の合計である。  
数値は表章単位未満の位で四捨五入しているため、合計と内訳の合計は必ずしも一致しない。

# Rを用いた回帰分析

## ○仮説

交通の便、宿泊施設数、魅力度は観光客数に関する

## ○回帰分析

目的変数：観光客数

説明変数：宿泊施設数、バス利用客数、魅力度

各都道府県ごとのデータを使用

## ○回帰分析予測

・ 宿泊施設数 → +

宿泊施設が増えれば観光客数の増加につながるのでは？

・ バス利用客数 → +

交通の便が良くなると観光客数の増加が見込めるのでは？

・ 魅力度 → +

街の魅力は観光客数の強い要因になるのでは？

# 回帰分析の結果

## ・ 単回帰分析

### ・ 宿泊施設数

重相関 R	0.973
重決定 $R^2$	0.946
t 値	28.044
p 値	0.000

### ・ 都道府県魅力度

重相関 R	0.700
重決定 $R^2$	0.490
t 値	6.570
p 値	0.000

### ・ 乗合バス旅客輸送数

重相関 R	0.818
重決定 $R^2$	0.670
t 値	9.556
p 値	0.000

## ・ 重回帰分析

### ・ 回帰統計

重相関 R	0.927
重決定 $R^2$	0.860
補正 $R^2$	0.850
標準誤差	5298310

	係数	標準誤差	t 値	p 値
切片	-6565021.675	2012351.639	-3.262	0.0021
宿泊施設数	6068.995	1254.943	4.836	0.00001
都道府県魅力度	238254.563	87319.809	2.729	0.009
乗合バス旅客輸送数	48.507	6.578	6.578	0.000

## 回帰分析の考察

- ・ 単回帰分析の結果、宿泊施設数、バス利用客数、魅力度は**正の効果**を持ち、 $R$ 、 $R^2$ から**相関がある**ことも読み取れ、特に宿泊施設数との相関が強い。 $P$ 値は1%水準で**有意である**。
- ・ 重回帰分析の結果、 $R$ 、 $R^2$ は1に近く、 $t$ 値は魅力度以外は大きく、 $P$ 値も1%水準で有意である。

よって、宿泊施設数、バス利用客数、魅力度の増加は観光客数の増加、ひいては**観光の活性化につながる**と考えられる。

宿泊旅行統計調査 観光統計・白書 観光庁 (2023)

衛生行政報告例 / 令和5年度衛生行政報告例 統計表 年度報 (2023)

地域ブランド調査 都道府県の魅力度等調査結果 地域ブランドNEWS (2023)

自動車輸送統計調査 / 自動車輸送統計月報 (2023)

# まとめ



## 課題

- 瀬戸市の魅力が発信できていない
  - 独自のプランが足りていない
  - 交通の便が悪い
  - 住宅が多い
- 観光地としてのマイナスポイント

## 施策

民家を使った瀬戸市宿泊プランとその経済効果を高める施策により、  
観光地としてのマイナスポイントをカバーする

## 結果

せともの以外のイメージを持ってもらう⇒観光の活性化⇒市の活性化