

平成 2 2 年 5 月 日

(案)

横浜市会議長

川 口 正 寿 様

国際文化都市特別委員会

委員長 太 田 正 孝

国際文化都市特別委員会報告書

本委員会の付議事件に関して、次の調査を行ったので、その結果を報告します。

1 付議事件

海外諸都市との交流、国際会議の誘致や世界貢献を進めるとともに、文化芸術創造都市として横浜らしい魅力を世界に発信し、様々な人々が交流する国際性豊かなまちづくり施策の推進を図ること。

2 調査・研究テーマ

「開港 200 年に向けた横浜国際都市戦略」について

3 テーマ選定の背景・理由

横浜市における国際都市戦略とは、海外諸都市との交流、国際会議の誘致や世界貢献を進めるとともに、文化芸術創造都市として横浜らしい魅力を世界に発信し、さまざまな人々が交流する国際性豊かなまちづくりの施策の推進を図ることであり、その対象は広範囲にわたっている。

一方で、平成 21 年度は開港 150 周年の節目の年にあたり、これからの国際文化都市横浜の更なるスタートラインと捉えることができるとともに、平成 22 年度は、横浜市での A P E C 開催や上海万博への出展など、大型国際コンベンションが予定されている。

このような状況において、国際コンベンションを契機とした市民参加、市民交流、文化の発信と国際コンベンション開催による経済や観光事業への波及効果の側面を題材に、様々な視点から議論を深めていくこととした。

4 委員会活動の経緯

(1) 平成 21 年 7 月 30 日開催

調査・研究テーマ「開港 200 年に向けた横浜国際都市戦略について」選定

(2) 平成 21 年 7 月 30 日開催

市内視察を実施

・ヒルサイドエリア Y150 つながりの森

(3) 平成 21 年 11 月 2 日開催

調査・研究テーマ「開港 200 年に向けた横浜国際都市戦略について」に係る局より事業概要説明聴取

- ・ A P E C 首脳会議等 横浜開催の概要と本市の取り組みの方向性について
 - ・ 上海国際博覧会への出展について
 - ・ 第4回アフリカ開発会議開催を契機にした事業について
- (4) 平成21年12月11日開催
参考人招致の決定
- (5) 平成21年12月14日開催
市内視察を実施
- ・ I T T O (国際熱帯木材機関) 本部
 - ・ C I T Y N E T (アジア太平洋都市間協力ネットワーク)
 - ・ Y O K E (横浜市国際交流協会)
- (6) 平成22年1月20日開催
参考人意見聴取
- ・ 国際コンベンションにおける経済波及効果について
株式会社浜銀総合研究所 主任研究員 宮島耕史氏
- (7) 平成22年4月23日開催
「解決すべき課題・今後の方向性」に関する意見交換
- (8) 平成22年5月10日開催
調査・研究テーマ「開港200年に向けた横浜国際都市戦略について」に係る局より事業概要説明聴取
- ・ 上海国際博覧会への出展について (P R 映像・横浜ウィーク)
 - ・ 市民参加型都市ブランド共創プロジェクトについて
- 委員会報告書作成に向けた意見交換
- (9) 平成22年5月13日開催
委員会報告書作成に向けた意見交換 (報告書の決定)

5 現状認識及び横浜市の取組

- (1) 「コンベンション」についての一般的な定義、意義、効果等
- ア 一般会議 (Meeting)、インセンティブ (Incentive)、大会 (Congress)、展示会 (Exhibition) からなる「M I C E (マイス)」が狭義のコンベンションと位置づけられており、本市は平成22年度予算案からこの「M I C E」

という言葉積極的に使用している。

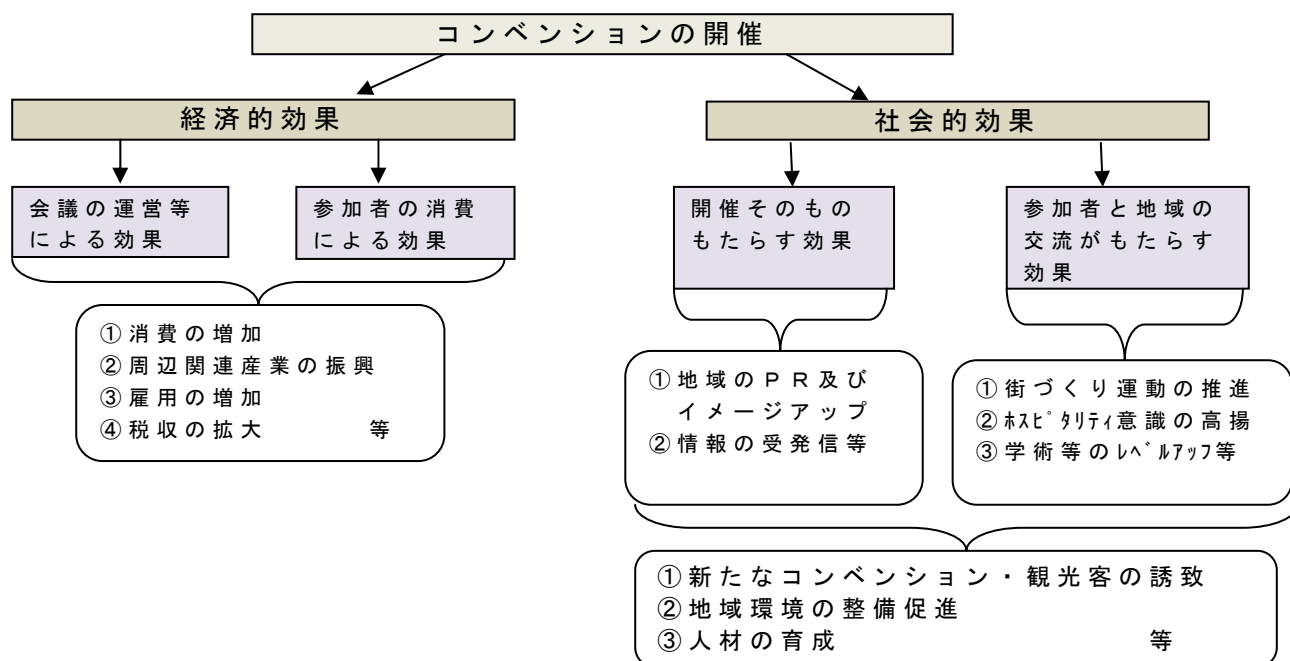
なお、この「MICE」にスポーツや興行イベント、祭りやフェスティバルなどを加えたものが、広義のコンベンションと言われている。

本市では、これまで国際機関等が主催するコンベンションの誘致・開催支援とJRなどと連携した国内誘客に力を入れてきた。また、これに加え企業等の会議、企業等が行う報奨旅行・研修旅行、イベント・展示会・見本市を含めた広義の国際会議といった「MICE」全般の誘致・開催支援と東アジア各国からの誘客に取り組んでいる。

また、宿泊客を増加させ、市内消費を拡大する取組を行うとともに、魅力あるまちづくりとおもてなしに力を入れ、国際コンベンション都市を目指した取組が行われているところである。

イ 国際コンベンションの効果

本市や国における定義が公表されていなかったため、奈良県が定義したコンベンションの効果を図で紹介する。



(2) 横浜市の取組等について

ア 横浜市業務核都市構想では、「コンベンション機能や研究開発機能、国際交流機能の導入を図ることにより業務機能を充実させる」、「国際港湾都市横浜のもつ歴史、文化を積極的に活用し、国際コンベンション機能や文化機

能等を整備して、魅力ある都市づくりを行う」と記載されている。

イ 本市は、国際港湾都市として早くからポートセールスを行ってきたが、さらに広範な国際化戦略として、コンベンションも含めたシティセールスへの転換が図られた。

ウ 国際コンベンション機能強化のため、みなとみらい21地区を中心に、コンベンションセンター、国際会議場、ホテル、鉄道などのインフラ整備が行われた。さらに、官民連携の形で、市をあげての大型国際コンベンション誘致に精力的に取り組み、アフリカ開発会議、APEC首脳会議等国家元首クラスが多数参加する大型国際会議の誘致を成功させ、神奈川県警との連携で、安全安心の面で高い信頼を確保した。また、おもてなし、プロトコール、正確性などの点でも高い評価を受けた。

なお、日本政府観光局（JNTO）による国際コンベンションの都市別参加者総数に関する調査によれば、平成19年、20年の2年連続で横浜市が1位であった。

エ 市民の関わりについては、平成20年5月に本市で開催された第4回アフリカ開発会議（TICADIV）の関連事業の主なものとして、次のような事業が実施された。

- ・アフリカ学生交流ホームステイプロジェクト

20か国28人のアフリカの高校生が横浜を訪問し、ホームステイを実施した。

- ・一校一国運動

市内の小中学校で、アフリカ各国の大使や青年海外協力隊OB等と交流を行った。

- ・アフリカン・フェスタ等の開催支援

外務省と共催で、赤レンガ倉庫周辺で実施し、大使館、NGO関係等約100団体が参加した。

オ より市民に開かれた身近な議会を目指すとともに、国際都市横浜として、外国のお客様を歓迎する目的で横浜市会歓迎会が実施され、平成20年5月27日、「ジョン・アジェクム・クフォー」ガーナ共和国大統領閣下を招待し、本会議場で演説をいただいた。

カ 国際コンベンション開催支援について、平成22年度は新たに市内のコンベンション関連事業者と連携して、おもてなしの心を醸成するためのセミナー開催など、コンベンション参加者の受入環境の向上に取り組み、また、参加者に歓迎の気持ちを伝える横断幕の掲出や、会場内に市内観光情報等を提供する「横浜シティインフォメーションデスク」の設置が予定されている。

さらに、英語もしくは他の外国語を使い会議に付随する業務をサポートする語学サポート、外国語対応による会場サポート、茶道、華道、お琴や着付、着物ショーなどの日本文化紹介の3項目による「横浜コンベンションサポーター」制度（平成21年度より）を継続し、市民参加のホスピタリティあふれる開催支援に取り組んでいる。

6 A P E C 首脳会議に関する市当局の主な説明、委員からの意見

【当局説明】

- ・平成22年11月、世界最大の地域協力であるA P E C（アジア太平洋経済協力）首脳会議が横浜で開催されることにより、今後、市内でさまざまな開催イベントが予定されている。「国際コンベンション都市・横浜」として、世界での存在感を高めることが、大型コンベンションや企業の誘致、観光客の増加につながり市内への経済波及効果も期待できる。
- ・開催に伴う横浜市内への経済波及効果は、各国・地域の代表団の消費活動や会議運営、各種準備といったA P E C首脳会議開催により直接的に発生する需要によるもののほか、コンベンション・観光客の増加といった副次的に発生する需要によるものも含めて向こう5年間で539～637億円、雇用発生数は5,257～6,271人と推計されている。

【委員意見】

- ・市民レベルでの国際交流への展開が必要であり、次世代を担う子どもたちの国

際性を養う機会とするべきである。

- ・議会としての国際交流のあり方、付き合い方を検討するべきである。
- ・アフリカ開発会議により、高校生ホームステイ、一校一国運動など市民レベルの交流が図られ、国際会議のあり方の一つのモデルを作った。A P E Cについても、会議だけでなく市民参加・市民のかかわりの機会をつくるよう工夫するべきである。

7 上海国際博覧会（上海万博）に関する市当局の主な説明、委員からの意見

（1）平成21年11月2日開催委員会

【当局説明】

- ・羽田空港国際化や中国の個人観光ビザの解禁などの流れを受け、2010年を中国からの観光客誘致を促進する絶好の機会と捉えている。このため、平成22年5月1日から10月31日までの184日間、上海市で開催される「上海国際博覧会（略称：上海万博）」の「日本産業館」に出展参加し、映像による横浜の観光PRを行う。6月28日（月）～7月4日（日）の7日間は、日本産業館の屋外の催事ステージを横浜市が借り上げ、民間、行政の協働により、横浜の観光PRや知名度向上を目的としたイベント「横浜ウィーク」を開催し、中国からの観光客誘致促進の効果を期待している。

【委員意見】

- ・上海万博等でのシティセールスにおいて、エントランスゾーンの映像による効果について、準備段階から検証するべきであり、また、映像がどういう表現になっているか、横浜の魅力を訴えているかなど事前に確認する必要がある。
- ・中国・上海との関係について国際戦略としての明確な方針・展望を持って出展方法等を決定するべきである。
- ・上海との交流で、横浜市内に上海横浜友好園が、上海の公園に横浜上海友好館が整備されて現在も維持管理されているが、その場所で横浜に関してのPR事業がなされていない。今回、上海万博に映像による参加で3,000万円使うのであれば、博覧会開催中に既存の横浜上海友好館を利用して横浜関連イベントを実施するなど、お金をかけずに有効利用できるものは利用し、横浜

をPRするべきである。

(2) 平成22年5月10日開催委員会

【当局説明】

ア 日本産業館での横浜観光PR映像等

大小100台の液晶モニターを設置した「百面劇場」にて、1分30秒上映する（プロジェクターにて映像を上映）。

テーマを「海浜浪漫之都・横浜」とし、個人旅行に興味がある富裕層を横浜誘客のターゲットとした。映像選定にあたり、中国の観光ニーズ調査を踏まえ、人気観光スポットを掲載した。

日本産業館の入場者に、PR映像の中心的な横浜の景観である、MM21地区の昼と夜の景観写真と、裏面に、横浜観光情報サイトのURLを掲載した「3D動画スケール」を配布している。

イ 「横浜ウィーク 2010in 上海」の開催

横浜ウィークに催事ステージを活用してイベントを実施する。また、同時期に、横浜ブランド展、観光セミナー、企業誘致セミナー、レセプションなどの横浜のシティプロモーションを上海市内で集中的に展開する。

【委員意見】

- ・せっかく作成した映像をインターネット上で配信するべきである。
- ・本委員会の課題でもあるが、「何をもってヨコハマらしさ」とするのか。
- ・中国の観光ニーズ調査を見たが、これが「ヨコハマの売り」なのか。
- ・ステージでの演目が横浜をアピールするものなのか。事前に意見を言うチャンスがほしかった。
- ・期間中に行う企業誘致セミナーは、日程を消化するという考えでなく、戦略をもって臨みたい。
- ・横浜に魅力を感じさせ、「行ってみたい」と思わせる取組がこの取組だが、その次のアクションをどのようにするか、「すくう」部分を考える必要がある。
- ・上海万博に対する取組が終わった後に、どのような手法で評価するのか、事前に明らかにするべきである。

8 市民参加型都市ブランド構築事業に関する市当局の主な説明、委員からの意見
【当局説明】

市民の横浜への誇りや愛着心を高めるとともに、対外的発信力を強化するため、市民とともに横浜の都市ブランド構築に取り組んできた。「未来のヨコハマの理想的なありたい姿」を「ブランドステートメント」、「スローガン」、「ロゴマーク」などに表現し、案を公表しているところである。

【委員意見】

- ・「ブランドステートメント」、「スローガン」を市民と共有することが重要である。
- ・「ブランドステートメント」については、「開港を経てヨコハマが育んできた真の多様性」という文を除くと、他都市でも通用する表現と思われる。
- ・「ブランドステートメント」については、世界の平和に対し訴えていく部分が必要ではないか。

9 パートナー都市提携（北京市・台北市・釜山市）の更新に関する市当局の主な説明、委員からの意見

【当局説明】

パートナー都市提携をしている北京、台北、釜山の3都市について、期限が到来した。羽田空港国際化（平成22年10月）に向け、国際定期便の就航実現や観光客誘致活動の拡大等で成果を得たとともに、引き続き交流・協力の可能性と効果が期待できるため、平成25年3月31日まで更新した。

【委員意見】

- ・フランクフルトなど駐在員を置いている都市とは、都市提携などの交流を行う必要がある。
- ・横浜は、アフリカ大陸・南米大陸と距離が離れていることもあり、提携都市がない。アフリカについては、アフリカ開発会議の開催以降、連携に向け取り組んでいる。一方、南米についても、ブラジルなど我が国と非常に親密な関係にある国があり、I T T O本部も横浜にある。

このようなことに着目し、アフリカ大陸・南米大陸との都市提携などの交流を検討するべきである。

- ・横浜港は、物流だけでなく、多くの「人流」があった。JICA横浜に、海外移住資料館があるが、歴史も踏まえた交流を考える必要がある。

1 0 視察事項に関連する委員からの意見

- ・横浜市は、ITTOに対して、より充実した支援を行うべきであり、市民に対してITTOやCITYNETの国際機関の知名度を上げられるよう努力が必要である。
- ・国際交流がかけ声だけにならないように、定住外国人・内なる国際化に関する取り組みを進めるべきである。
- ・横浜として国際貢献している部分を検証することが必要であり、また、自治体の国際交流についても調査・検討をするべきである。
- ・NGO・NPOの持っているノウハウや関係を行政がフォローアップする事が大事である。
- ・市内在住の外国人のための国際交流ラウンジの整備を進めていくべきである。
- ・市内在住の外国人の学習支援事業について、小中学校・教育委員会とYOKETOの連携、役割分担が必要である。

1 1 参考人の意見聴取

(1) 日時：平成22年1月20日（水）14時00分～16時03分

(2) 参考人：株式会社浜銀総合研究所 主任研究員 宮島耕史氏

(3) 議題：国際コンベンションにおける経済波及効果について

(4) 説明の概要（経済波及効果推計の基礎知識）

- ・経済波及効果とは、「新規の需要の発生によって生産が生産を呼び、最終的（究極的）に発生する生産額」のことである。この「最終的（究極的）に発生する生産額」を「生産誘発額」という。「経済波及効果を推計する」と「生産誘発額を推計する」は、ほぼ同義である。
- ・経済波及効果の推計方法としては、産業関連表を利用したものが一般的である。産業関連表とは、取引基本表とそれから派生した3つの表（投入係数表、逆行列係数表、雇用表）を総称したもので、取引基本表とは、生産した財・サービスの販売状況と原材料等の調達、労働力の投入の状況を組み合わせた

ものである。

- ・逆行列係数表は、ある産業の需要が生じた場合に、各産業にどの程度生産が発生するかを示したもので、産業別の需要額が分かれば経済波及効果が求められるという最も重要な表である。
- ・需要額は、イベントを例にすると、イベント来場者のイベント会場及び周辺における消費支出（消費単価×来場者数により推計）とイベントの準備・開催にかかる経費支出（予決算資料等により推計）の2種類に大別される。
- ・需要の総額のうち、市外に流出する分を控除したものを直接効果と呼び、直接効果の大きさを第1次波及効果（直接効果から誘発される生産額）、第2次波及効果（1次波及効果→雇用所得誘発額→消費需要による生産誘発額）は決まってしまう。経済波及効果を高くするには、需要発生額から直接効果に至る部分、すなわち外部流出を小さくする（＝市内自給率を高める）ことが必要。
- ・市内自給率を高めることは容易でないが、需要発生額のなかでも大きな割合を占めやすい産業部門、例えば対事業所サービス（通訳、設計、リース、広告、警備等）における市内での供給体制の強化が求められる。
- ・イベントの経済波及効果は、イベント来場者の消費とイベントの準備・開催にかかる経費の2種類以外に、都市の知名度向上やブランド力向上、それに伴う観光客の増加などが加わる場合があるので、推計範囲を揃える必要がある。
- ・経済波及効果は「どの程度生産が誘発されるのか」という実態経済に対する影響度だが、イベントの経済波及効果以外の効果としては、広告宣伝効果、パブリシティ効果、実績を作ったという効果、ブランド力の効果等、数値化できない効果があり、これらに着目することで多面的な評価が可能となる。

（5）主な質疑、意見（○：委員の発言、→：参考人の発言）

○横浜市で開催されるAPECにおいて、直接効果の額はどのようにして出したのか。

→判明している参加国数やAPECが過去に大阪で開催された先行研究の資料をもとに、単価や人数を類推し、細かく数値を積み上げて額を出した。

○横浜市で開催される A P E C の経済波及効果については一度精査すべき。横浜市が潤わないように思う。

→経済波及効果は、A P E C 開催から 5 年間にわたって効果を全部合算したもの。横浜市の G D P が 1 3 兆円であることと比較すると、数百億円という経済波及効果は小さい。景気が良くなったという実感は得られないだろう。

○消費需要額について、マイナスの効果はどのようになっているのか。マイナス分を差し引けば、経済波及効果は、これほどの額にはならないということか。

→ゼロではないが、交通規制などの出入り制限等によるマイナスの効果は算定の際の考慮に入れていない。通常、マイナスの効果は推計していない。発生するプラスのもののみを積み上げて算定している。

○事業が終わった段階で、最初の事業効果として経済波及効果を計算したものと、事業が終わった後の実際推計と付け合わせをするのか。

→事前と事後に数値を出していれば検証が可能だが、多くの場合、追検証は難しい場合が多い。なぜなら、例えば、個々の店で売上げが増えても、それがイベントによるものかどうかは不明なことが多いため、完全検証は困難である。

○検証が難しいのであれば、行政側の経済波及効果に関する発表自体が責任を問われる。経済波及効果という問題について、行政側としては、市にどれだけ税収が入ってくるかに関心がある。市税収入は雇用の問題や各産業への波及を含めて期待されている。

○一般的に、どのような手法で来場者数を見込むのか。

→主催者が発表していれば、その数を用いることが多い。また、同種のイベントでの実績や開催会場の容量を考慮する。

○主催者の発表に引っ張られることが多いということからすると、見通しの甘さは横浜市の反省材料といえる。経済波及効果を大きくするには市内自給率を高めることが必要ということだが、Y 150 では、ほとんど市外や準市内の業者が受託している。経済波及効果を高めていくことと逆行しているように思うがどうか。

→サービスの地産池消が必要である。できるだけ横浜市内で消化できるように、

市の中で良い事業者がいるということを認識されるようにすることが、結果的に自給率の向上につながる。

○A P E Cが横浜市で開催されるにあたり、市民向けのイベント等の必要があると思うが、こうしたイベントは経済波及効果を高めるうえでどのような効果があるか。

→総需要を上げること自体は難しいが、市内でやれることは市内の人々・事業者の手でやれるように呼びかけていく、働きかけていく。そういうことからまず始めるべきである。

○大型コンベンションをコンスタントに開催すること自体が、横浜自体のプレゼンス（存在感）を高めることにつながる。A P E Cに来られた方に、観光企業立地といった横浜の魅力や先進的な取り組みなどをアピールする必要がある

→A P E Cを開催すれば、開催したという実績ができる。その点で競争の中での差別化ができる。横浜の魅力をアピールすることはやらなければならない。

○横浜市内の事業者の活用の努力が、経済効果を高める努力につながると思うが、市内業者の活用のために大切なことは何か。

→無理に市内の事業者を使おうとしても駄目である。市内の事業者のレベルの引き上げ、レベルの高さを知らしめることの積み重ねが重要である。

○横浜市の各局で所管しているイベントについて、横浜市内の業者をほとんど使っていないことが判明した。ほとんどが東京の大手のイベント会社であった。市内のイベント関係の業界をもっとレベルアップする必要がある。Y150でも、総元締めは博報堂だった。Y150の経済波及効果を細かく分析するべきである。浜銀総合研究所は、以前から横浜市から委託を受けて色々なことを行っており、研究所内には蓄積があるはず。地域の経済戦略上あるいは産業振興上力を入れるべき点や行政側が気付かないような視点で調査してほしい。

→経済波及効果と産業振興を直接関連づけるのは困難であるが、産業振興については、経済波及効果から出てくる事柄というより、産業構造の在り方など多面的な方面から考えていくべき事柄。地域のシンクタンクとして関心を持っていきたい。

1 2 解決すべき課題・今後の方向性

横浜市は、平成21年4月に、『第二の開国をリードする横浜の「国際都市戦略」』を策定し、この中で「国際コンベンション」を重要政策と位置づけている。

インフラ整備に伴い、国際コンベンションが多数開催され、アフリカ開発会議、APEC首脳会議等の大型国際会議の誘致も成功しており、2年連続で、国際コンベンション参加者総数が1位の都市となった。国際コンベンション開催に伴い、経済効果は非常に高いと言われており、横浜が海外に紹介され、海外からの観光客数が増加した。また、横浜の外国人登録者数も増加している。

国際コンベンションを連続して開催し、成功実績を積み上げた成果は確実にできていると認識する。

しかし、一方で、委員会の調査・研究活動を通して、主として次のような視点から様々な課題が認識されてきた。

- ・横浜市としての「国際文化都市像」及び「国際コンベンション」の定義・目指すべき効果が不明瞭であること
- ・大きいといわれる経済面での効果を市民等が実感しづらい状況にあること
- ・海外からの観光客を増加させる政策・施策が十分ではないと考えられること
- ・横浜市が進める「内なる国際化」が外国人登録者数に比べると十分ではないと考えられること
- ・市民と国際コンベンションとの距離が近づいていると実感しづらい状況にあること

本委員会では、このような視点から生じた課題をどのような方向で解決していくべきかについて、(1)では、「国際コンベンション開催による経済や観光事業への波及効果」の側面から、(2)では、「国際コンベンションを契機とした市民参加、市民交流、文化の発信」の側面から、「解決すべき課題」と「今後の方向性」という形で意見を整理することとした。

また、今後の方向性を集中的に議論する際に、改めて「国際文化都市とは何なのか」、「目指すべき国際政策の方向性」、「国際政策に関する市会の主体性の確保」について、意見交換を行った。これについては、(3)で整理することと

した。

(1) 「国際コンベンション開催による経済や観光事業への波及効果」の側面

【解決すべき課題】

ア 横浜及び市民が潤い、生活を向上させる必要がある。コンベンションに携わるためには高度の専門性が必要であるが、PCO※やイベント・広告関係事業者については、都内の事業者に独占される傾向がある。また、東京を中心に市外へ多くの効果が持っていかれてしまっている。市内事業者への発注、市内在住者の雇用の割合を高める方策が十分立てられていない。

※PCO：コンベンション等を専門的かつ総合的に組織・企画・運営し、そのサービスを提供する法人

イ 経済波及効果は見込み数値であり、検証は極めて困難である。さらに、長期的、持続的な波及効果については、他の様々な事象に基づく効果との区別は付けられないので、数値化は不可能といえる。

経済面での効果が大きいことは間違いないが、これにより、行政が安易に多額の経費を投入してよいということにはならない。

経済波及効果の推計値は、推計なので当然幅が出てくる。また、民間研究機関が発表する経済効果には、マイナス効果が組み込まれていないことが多い。

各国元首が集まる国際会議の場合、警備は厳戒体制となるため、横浜都心部に人々が訪れる機会がむしろ減る可能性がある。

ウ 大型国際会議の成功を積み重ねることで、横浜の信用度が上がり、次なるコンベンション誘致が容易となり、世界各国へ報道され、横浜の知名度も上がると考えられるが、観光や企業進出のインセンティブとなるようなPRは、十分されているとはいいがたい。

横浜は、国内の他県・市民による観光面での魅力は大きいといえるが、その魅力は外国の方が求める観光（インバウンド）面での魅力とは異なっているのではないか。

「外国の方が日本や横浜に求めるものは何か」についてのマーケティング

や検討が十分とは言えないのではないか。海外の旅行会社など観光客を送り出す側へのニーズ調査やインセンティブ向上の取組も十分ではない。

A P E C等に関する報道等で横浜を知った外国人が、横浜を訪問したいと思った場合でも、外国人向けのパッケージツアーが東京、京都、北海道ほど充実してしないため、訪問を諦めてしまうことが多いのではないか。

開港以来、横浜は特段の努力をしなくても、人などが集まって来る街であったと言われている。このため、観光に関するしっかりとした戦略が作られて来なかったのではないか。そのため、思いつきのものはあっても、「創造的観光施策」は少なく、我が国の各自治体が生き残りをかけ誘客に取り組んでいる中で、出遅れてしまったと言える。

I T環境の普及は目覚ましく、インターネット動画による情報の発信に取り組む自治体が増えている。本市や本市の関係機関でも一部では動画の配信が行われているが、市全体の取り組みに至ってはいない。

今の横浜は「イベント都市」とも言え、節目節目の大型イベントが終わった後に残るものが少ないという状況である。

関西圏域では、圏域各自治体が一致団結して観光施策に取り組んでいるようだが、首都圏では緩い連携にとどまっていると言わざるを得ない。

【今後の方向性】

ア 経済波及効果については、総額を示すだけでなく、どのような考えで積み上げられた数字かを示すべきであり、「どの分野にどのように取り組めばよいか」を分析し、最善の方法を採るべきである。

そのため、他のイベント、産業、公共投資などと比べた、効果面での「国際コンベンション」の強み・弱みを把握・整理するべきである。

一方、経費や経済効果にばかり神経質になると萎縮してしまうデメリットがあるので、総合的な検討の中で、最適な手法を選択して取り組むことが望ましいが、開催に伴い行政が負担する経費には無駄があってはならないのは言うまでもない。バランスの取れた執行を維持するため、経費の詳細を常に明らかにしておくことが肝要である。

イ 「地元ヨコハマの経済が広く全体的に潤うようにすること」、「横浜市民の雇用を増加すること」、「税金など市役所の収入が増加するようにすること」を重視しなければならない。

効果が市外へ流出してしまうことがないように、市内事業者への発注、市内在住者の雇用の割合を高めるべきである。そのためにも、入札・契約制度の改革・実践が急務である。

なお、市内優先の考えは、本市以外の主催者にも適用できるようにすべきであり、下請契約についても市内事業者を、従事者も横浜市民を前提とするようなしくみをつくるべきである。

「国際コンベンション」に関する市内事業者の体力を強化すべきであり、安定した発注を通じた市内事業者の強化や、P C Oやイベント・広告等特別の訓練の要る分野についての人材・企業の育成、さらに本社機能の移転に向けた誘致活動などにも取り組むべきである。

「国際コンベンション」に伴う法人税等の増収分については、市民全体に還元できるようなしくみをつくるべきである。自治体に収入が入ることによって、市民全体に対する施策に予算を使えることになり、福祉や教育などの施策を充実することができる。

ウ 横浜が、観光地としての国際認知度が低いということを謙虚に受け止めることから、観光戦略が開始する。海外からの観光客誘致の取組は、横浜経済活性化に向けて重要な要素であり、国際コンベンションの機会を捉えて、総合的・戦略的広報を進めるべきである。

外国の方が来訪したいという意欲向上（インセンティブ）に向け、「横浜が世界へアピールする魅力・観光資源」をハード・ソフト両面で徹底的に洗い出し、重点的に強化するべきである。

現時点で明らかな魅力の要素としては、「日本特有の歴史・文化」、「大都市都心部の景観やアミューズメント」、「産業・環境・I Tなどに関する高度な技術」が考えられるが、これらの魅力を効果的にアピールすることが重要である。また、歴史や文化や癒しの面でインセンティブのある鎌倉や箱根も組み入れるなどの首都圏が連携した観光戦略をいっそう充実させるべき

である。

横浜への旅行商品を扱う海外の旅行会社へ感謝状を贈るなどインセンティブ向上の取組を行うべきである。また、こうした海外の旅行会社と親密な関係を築くことで、横浜へ観光客を送り出す側の価値観を把握し、新たな施策を展開することが可能となる。

エ 羽田空港の再拡張・国際化が行われる本年を、横浜市は「アジアインバウンド元年」と位置付けているが、アジア各国の観光客の誘致については、喫緊の取組課題として行政のみならずオールヨコハマの体制で、他都市におくれを取ることがないように、全力で取り組むべきである。

アジア諸国のIT環境の普及状況を捉え、インターネット動画で横浜の魅力を効果的に発信・紹介することが重要な戦略といえる。

(2) 「国際コンベンションを契機とした市民参加、市民交流、文化の発信」の側面

【解決すべき課題】

ア 国際コンベンションの開催実績に比例して、市民レベルの国際化が進んでいるとは言いがたい。

大型コンベンションの重要性は認めるが、横浜市という自治体に取り組む大義として、軸になるべき「市民交流の柱」が存在しないために、市民と国際コンベンションの距離が縮まってこないのではないかと懸念する。

ボランティアとして活躍する市民・団体は多いが、市民全体に占める比率として大きくはない。国際コンベンションについては、市民が協力・参加する取組は多くなったとは言えず、意欲はあっても関ることが困難である。開催されるイベントも、市民の国際性を高めるようなしくみを十分に考慮しているとは言いがたい。

イ 在住外国人への理解や支援などの「内なる国際化」について、横浜市が他都市より優れているという訳ではないであろう。

横浜には多くの外国人が研修や勉強のために訪れ、長期滞在している。既

に本国に戻った方々の中には、様々な分野のリーダーになるなど活躍されている方も多いと推察されるが、これらの方々に対し、行政は特段の対応をしていないと思われる。

横浜には、他都市とは比べ物にならない速さで外国人コミュニティが形成された。そして、生活支援や経済などの面で大きな役割を果たしてきているが、この外国人コミュニティとの連携策が行政の中で体系的に位置づけられていない。

ウ ピースメッセンジャー都市である横浜が取り組むべき国際交流は、国際平和の実現、互いの人権を尊重する国際社会の実現を目指したものである必要がある。

世界に報道・広報される横浜の情報は、政治・経済に関するものが多く、横浜に関する文化・芸術等の発信が十分とは言えない。このことが、外国の方が横浜に親近感を感じない理由の一つになっていると推察できる。

【今後の方向性】

ア 国際コンベンションの開催に当たり、会議関係者への「おもてなし」は、業者に任せるのではなく、可能な限り、市民が主役となり、心からの温かい歓迎をする仕組みをつくるべきである。

通訳等特殊な技能を持つ方や、時間等に余力のある市民・団体には、役割を与えて活躍いただくべきであり、伝統芸能や技術を披露する市民ボランティアも大いに活躍いただくことが重要である。

会議前後において、関係者やメディア関係者を対象に行う横浜の良さを紹介するツアー、イベント、宿泊体験などについては、市民との協働で行うことが重要である。これにより、市民の国際化が促進されるからである。

関連イベント等については、市民が外国の国・地域や人々をよく知り、理解することを基本にして進めていくことが重要である。

イ アフリカ開発会議では、高校生のホームステイ、一校一国運動など市民レベルの交流が図られ、世界に国際会議の新たなあり方を示すことができた。

これをモデル化し、国際社会への市民参加・市民のかかわりの機会を増やしていくべきである。

ウ 国際コンベンションを契機に、相乗効果という観点から、民間、議会、行政の各々が得意分野を活かしながら、連携して国際交流の促進を図ることが重要である。

そのために、まず軸となる市民交流の柱を作るべきである。具体策として、姉妹・友好都市等の海外諸都市との市民が主役となる定期的な交流の機会を官民の連携で設けることが効果的と考える。

また、横浜出身者や横浜にかかわりのある方々が大勢海外で活躍されている中で、数年に一度横浜に一同に介するコンベンション（いわば「世界はまっこ大会」）を開催することも効果的と考える。

「江戸っ子は3代住まないとなれないが、はまっこは3日住めばなれる」と言われるくらい、横浜は寛容性・需要性がある街と認識されている。このような利点を活かし、例えば、国内外からの観光客が3日間横浜に滞在し、3か所の観光スポットでスタンプを押した方をはまっこに認定するという事業を行えば、国内外で「横浜ファン」を育成することができ、各国・各地での自主的なPRをも期待できる。

市民主体のコンベンションが根付くことで、大規模国際コンベンションの成果を市民とともに味わえるものになるからである。

エ 研修や勉強等で長期滞在する外国人の方々と交流・連携することで、横浜の良さを母国等でPRしていただくようにするべきである。これにより、さらなる訪問・交流を促すことが期待できる。

オ 「内なる国際化」を推進するためには、行政・市民団体・外国人コミュニティが各々の得意分野を活かした連携策を構築する必要があり、行政がそのための政策をまず位置づけることが急務である。

市内に定住している外国人の方々に対する配慮も重要であり、横浜を第二の故郷と感じてもらえるような環境づくりを推進するべきである。

また、国際交流や外国人の支援を目的としたN G O、N P O等の活動についても積極的に支援していくべきである。

カ 次世代を担う子どもたちの国際性を養う機会とすることが重要であり、子どもの頃からの国際理解・国際教育が不可欠と言える。

これに加え、高校生・大学生世代を中心とした海外諸都市との相互ホームステイ事業を推進するべきである。本人や親の不安の解消のためにも、まずは、本市の海外事務所等がある都市と始めることが好ましい。

また、子どもたちがホームステイ等で海外との交流を始めると、おのずと親世代も関心が高まるという効果も期待できる。

キ 文化を大切にす国・都市は、外国の方から親近感・尊敬の念など好印象を得やすい。国際文化の交流は相互理解を増進し、国際平和の実現に重要な役割を果たす。このことから、文化、芸術等の振興を図り、他の国・都市の方々との交流活動の質を高めていくべきである。

また、横浜の強みである「港を囲む独自の歴史や文化」を活用し、文化、芸術の持つ「創造性」を活かして、都市の新しい価値や魅力を生み出す都市づくりを進めるべきである。

さらに、このようにして生み出されたソフト・ハードの魅力を世界に向けて積極的にアピールするべきである。

(3) 「横浜市としての国際政策のあり方、国際政策に関する市会の主体性」の側面

ア 「国際文化都市ヨコハマ」というフレーズが定着している。なんとなく国際化がされている横浜であるが、本当にこれが国際化なのか、よくわからないというのが率直なところでないか。

在住外国人は非常に多く、今後も増加することは間違いない。在住外国人が様々な国から様々な目的で横浜に訪れているはずである。まずは、こうした在住外国人の方々に、外国人から見た横浜の魅力や国際政策の在り方についてのアンケートを実施するなどして、生の声を聴くことが重要である。

イ 本市においても近年海外との交流事例が増えつつあり、名称や環境などに関連性がある都市・行政区同士で交流を行っている事例がある。

国際交流や連携の効果を期待するのであれば、行政の特定の部署だけではなく、意欲のある区、地域、商店街、学校など様々な機関・団体が容易に交流を行えるような仕組みが望まれる。

ウ アフリカ開発会議を開催都市として成功に導き、アフリカ諸国との接点をつかんだ横浜市としては、大きな可能性を秘めたアフリカの市場・資源・人的交流等の面に着目し、アフリカ大陸との経済・文化交流をターゲットにする政策を積極的に推進するべきである。

エ 横浜を世界にアピールするためにも、横浜の売りを数項目のキーワードに整理して発信する必要がある。

横浜の魅力を伝えるためには、受け身の姿勢ではない。熱い心を持って、積極的に海外へ赴き、誘客や交流に向けたアピールをするべきである。

オ 議会として果たすべき役割として、市民の代表である横浜市議員は、こうしたアピールや海外諸都市の政策を本市の施策に活かすための調査・研究を積極的に行うべきであり、そのために、議会活動の一環として議員が積極的に海外へ出向くことができる制度を構築すべきである。

さらに、欧米を中心に海外諸都市は、市民の代表である議会との国際交流を重視している。横浜市会として、海外諸都市との交流、プロトコール（国際儀礼）を積極的に行う体制を整備するべきである。そのためには、独自に国際情勢の調査（翻訳含む）、海外諸都市・団体との交渉が行えるような機能を議会局内に位置づけるべきである。

1.3 提言

ピースメッセンジャー都市横浜は、国際平和の実現、互いの人権を尊重する国際社会の実現を目指した政策を積極的に推進するとともに、それを世界に発信していくことが求められている。

このことを前提とした上、前述の「今後の方向性」を踏まえ、本委員会として、必ず実現すべきものとして次のとおり提言する。

- (1) コンベンション等の経済波及効果について、プラス面・マイナス面を十分調査・分析し、これを市民に公表した上で、横浜がより多く潤う取組を推進すること
- (2) コンベンション関連の市内専門事業者の育成、市内雇用の拡大、契約における無駄な経費の削減に取り組むこと
- (3) 観光都市として海外での認知度を高めるため、市会を含む関係機関・団体と協働で積極的広報等を推進すること
- (4) 市民ボランティアの活躍など、市民の参画機会を増やすとともに、アフリカ開発会議での市民交流をモデル化し、市民の国際社会へのかかわりを増やすこと
- (5) 世界に開かれた横浜をアピールするため、海外で活躍中の横浜出身者や横浜にかかわりのある方々が、横浜で数年に一度一堂に会するコンベンションを開催すること
- (6) 観光客に対して、はまっこに認定する等の事業を通して、横浜ファンを拡大・育成すること
- (7) 国際文化都市をさらに理解してもらうために、研修や勉強等で長期滞在する外国人の方々との交流・連携策を推進すること
- (8) 次世代を担う青少年の国際性を養うため、高校生・大学生世代を中心とした海外諸都市との相互ホームステイ事業を推進すること
- (9) 国際交流や連携の効果を高めるため、意欲のある区、地域、商店街、学校など様々な機関・団体が容易に交流を行えるような仕組みをつくること
- (10) アジア各国からの観光客を誘致するため、オールヨコハマの体制を構築し、速やかに全力で取り組むこと
- (11) アフリカ開発会議を契機としたアフリカ大陸との経済・文化交流をさらに進めていくための政策を推進すること
- (12) 国際・平和、観光・コンベンション、文化・芸術に関する施策が一体的かつ明確な政策理念のもとに最大限の効果を発揮するよう、組織横断的プロジェクト

トを設置し、検討すること

おわりに

横浜市における国際戦略として、平成22年度は、上海万博への出展や大型コンベンションの誘致などを推進しているが、今後、政策・施策を立案・実施するにあたって、本委員会の提言を踏まえることを強く要望するとともに、各委員は、各種議会活動・議員活動を通じて提言の実現に向けて努めていくものである。

なお、本委員会は「開港200年に向けた横浜国際都市戦略について」をテーマに、調査・研究活動を行ってきたが、引き続き、この横浜を国際文化都市として確立することに向けた検討が一層行われることを期待する。

○ 国際文化都市特別委員会名簿

委員長 太田正孝（無所属クラブ）

副委員長 酒井誠（自由民主党）

同 牧嶋秀昭（公明党）

委員 伊波洋之助（自由民主党）

同 横山正人（自由民主党）

同 石渡由紀夫（民主党）

同 高梨晃嘉（民主党）

同 中山大輔（民主党）

同 松本敏（民主党）

同 大滝正雄（公明党）

同 若林智子（無所属クラブ）

同 河治民夫（日本共産党）

同 菅野義矩（民主クラブ）