

平成26年 月 日

（案）

横浜市会議長

佐藤 祐文 様

観光・創造都市・国際戦略特別委員会

委員長 伊藤 大貴

観光・創造都市・国際戦略特別委員会中間報告書

本委員会の付議事件に関して、活動の概要を報告します。

1 付議事件

M I C E の推進、国際コンテナ戦略港湾の推進、国際戦略総合特区の推進、文化・芸術等の大規模集客イベントの開催に関すること。

2 調査・研究テーマ

横浜の発展に寄与するM I C E 戦略について

3 テーマ選定の理由

当委員会の付議事件はM I C E の推進、国際コンテナ戦略港湾の推進、国際戦略総合特区の推進、文化・芸術等の大規模集客イベントの開催に関することと広範囲にわたるため、議論の方向性を絞る必要があるという認識のもと、M I C E の推進に焦点を当てることとした。

本市はこれまでアフリカ開発会議等の国際会議を誘致してきた実績はあるものの、現在、M I C E の推進による経済波及効果を狙い、大規模な国際会議や展示会等の誘致を世界の各都市が競い合うのみならず、日本国内の各都市間でもM I C E の誘致競争が激化している。各都市がM I C E の推進に積極的になる大きな理由の一つに高い経済波及効果が上げられるが、どのようなM I C E の推進が本市の経済などの発展に寄与できるのか、そして今後も本市がM I C E 開催都市として選ばれ続けるのに必要なことは何かということについて、おおよそ10年ほどを見据えて議論することとした。

4 委員会活動の経緯

(1) 平成25年6月6日 委員会開催

本委員会の付議事件を確認後、意見交換を行った結果、次回委員会において今年度の委員会運営方法を決定することとした。

【委員意見概要】

- ・横浜らしさとは何か。横浜はやはり東京のベッドタウンとみられている。東京が本社なら横浜は社宅のような位置づけではないか。人口がふえればふえるほど全てのインフラを横浜が持たなければならない。駅や子育て・教育環境が整備され、ある意味では横浜都民がふえている。逆に、生まれも育ち

も横浜の人は少ない。そこで、住めば都の横浜をつくるときに、では横浜らしさとは何か、今までの特別委員会の議論を勘案したらどうか。

- ・ M I C E、文化芸術は、経済面でも住みやすさで誇れる町としても将来の横浜のキーワードになる。
- ・ 世界中の各都市が M I C E 誘致の取り組みをしており、差別化を図る必要がある。
- ・ 横浜から何を発信するかがコンセプトになるのではないかと。ダンスや音楽のイベントを実施しているものの単発のイベントであり、横浜市として一貫したコンセプトがない。継続しながらよりグレードアップしていくという手法が今は必要なのではないだろうか。
- ・ 横浜トリエンナーレは市民に根づきつつあるものの、開催が3年に1度のため残念ながら横浜が現代美術に力を入れている都市だという印象が薄い。
- ・ 横浜市中期4か年計画において観光創造都市ということを大きな戦略の一つとして位置付けている。その中の創造都市に焦点を当て、M I C E や文化芸術イベントの推進とすればテーマが明確になるのではないかと。
- ・ 横浜が持っている歴史とかストーリーといった目に見えない魅力や資産をもう一度掘り起こす必要がある。それらを市民や外部のさまざまな方々と協働してプロデュースするとともに、全国へ発信していくような枠組みづくりや政策に関して議論しなければいけないのではないかと。
- ・ アフリカ開発会議という横浜にとって極めて大きなイベントが終わり、まだ熱も冷めやらぬときである。この時期にイベントの経済効果や反省点、同様の大規模会議を行うノウハウ等の検証を行うべきである。
- ・ アフリカ開発会議の横浜宣言等を検証し、今後も横浜開催を実現できる方策に焦点を当ててみてはどうか。
- ・ 市内経済への波及効果があるから M I C E を促進するという側面がある。よって、イベント時に限らず恒常的に横浜に立ち寄りたいたいという魅力をつくる必要がある。たとえば午前中は美術館に寄り、午後は町に出て食事や買い物をして1日楽しめる町をつくるという視点で議論ができるのではないかと。

- ・横浜は観光地としては素通りされているかもしれないが、横浜ではいつも何かが開催されていることによって人が来て、お金を使い市内経済が潤い、さらに大きな企画ができるようになる。そうすれば、ますます経済の好循環が生まれ1日楽しめる町になるだろう。横浜の魅力と実力を兼ね備えたMICEのあり方について議論を深めてはどうか。
- ・来訪者に対するもてなし方の検証をしてみてもどうか。今回のアフリカ開発会議では区役所のもてなし方に好評価をいただき、それによってまた横浜に来たいという人もいたようだった。横浜市内各地で開かれたイベントでのおもてなしの事例をまとめてみるのも一つの方法ではないか。
- ・今回のアフリカ開発会議をベースに、交通、ホテル、会議場、そしてアフターコンベンションを含めて、来訪者の目的・アクセス方法・目的地などを検証してみることは非常におもしろいと思う。
- ・横浜は文明開化、日本の近代の始まりの地である。学生もつくっているエコカーの市街地レースを行ったらどうか。海外ではレースなどが起爆剤となり、町の様子が世界各国に放映されてその町のPRにつながっている。青い空、青い海が横浜のグレードアップにつながる最高のロケーションになる。カジノも検討していかなければいけないだろう。ロンドンオリンピックのメインスタジアムの隣にもカジノがあったし、ヨーロッパのよい町には必ずカジノとヨットハーバーがある。世界の富裕層を横浜に呼び込むためにも勉強しておくべきだ。
- ・横浜で定期的に行われている、ある程度の規模のコンベンションなどについて、どのような効果があるのかということも一つの題材として取り上げたらどうか。

(2) 平成25年8月1日 委員会開催

ア 平成25年度の委員会運営方法について

調査・研究テーマ「横浜の発展に寄与するMICE戦略について」を決定した。

イ 中長期MICE戦略素案について

調査・研究テーマについて議論するに当たり本市の中長期MICE戦略について、所管局から説明を聴取し、意見交換を行った。

【所管局】

文化観光局

【当局説明内容】

（ア）中長期MICE戦略素案の狙い

MICEの市場規模は世界的に拡大傾向にあるもののアジア諸国との国際競争は激化しており、横浜は強みを生かしたソフトとハードの両面で機能強化を促進し、国際競争力を確保する必要がある。そこで、中長期的な視点でMICE戦略を策定し、横浜ならではの魅力を生かしたMICE誘致を実現して、国際的なMICE開催都市としてのブランドを確立することを目指している。

（イ）MICE振興の意義

MICEの開催は、にぎわいの創造などによる経済的波及効果や文化、産業、人材育成等への社会的波及効果を生み出すとされていることから、ひいては都市の競争力が向上することになると考えている。

（ウ）横浜市のMICEの位置づけ

横浜市中期4か年計画の横浜版成長戦略において、新たな成長戦略として重点的に取り組む分野として位置づけている。MICEの開催件数の増加により、地域の経済活性化につなげることとしている。

（エ）横浜MICEを取り巻く環境

アジアにおける国際会議数の増加傾向や羽田空港のアクセス向上などがある。

脅威としては、アジア諸国におけるMICE機能の強化などがある。特にシンガポール等が伸長著しい。

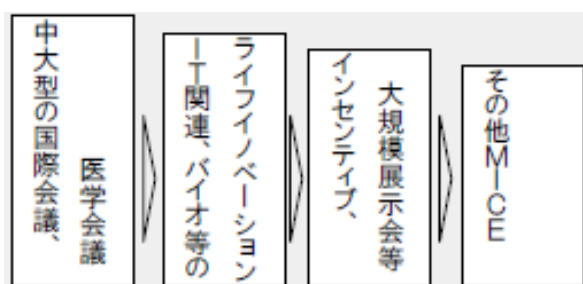
強みとしては、パシフィコ横浜は国内有数の会議場と展示場と大きなホールとホテルが一体となっている機能集積型の施設であることや横浜MICEの高い実績と信頼、科学技術・医学系学会等の開催実績がある。一方、弱みとしては、既存施設の高稼働率による機会の損失、海外における横浜の知名度の低さが課題であると考えている。

(オ) 誘致ターゲット（重点誘致対象）

横浜の強みである医学系の会議や国際会議の開催実績を生かし、経済効果の高い中大型の国際会議や医学会議を最優先としつつ、市内への波及効果が高く見込まれるものをターゲットとしている。

誘致ターゲットに掲げている中大型国際会議の開催件数は、現在のパシフィコ横浜の稼働率がかなり上限に近いと考え、平成25年度は61件と見込んでおり、平成29年度においても目標値65件とした。

〔ターゲット優先順位〕



〔目標数値（現状のスペック）〕

| 年度 | 2010(平成22)年 実績 | 2013(平成25)年 現計画目標 | 2017(平成29)年 中間目標 | 2025(平成37)年 最終目標 |
|------------------------|-------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| 中大型 国際会議(*1) | 47件 | 61件 | 65件 | 65件 |
| 【参考】 経済波及効果 (*2) | 85億円 | 110億円 | 120億円 | 120億円 |

(*1) 参加者数300名以上、うち、外国人参加者数50名以上
(*2) 中大型国際会議による市内への波及効果を観光庁モデルにより試算（日本人参加者の半数が宿泊した場合と仮定）

（出所：横浜市文化観光局）

(カ) 戦略の6つの柱

大きくソフト面とハード面に分けており、ソフト面としては、戦略1として誘致、戦略2として開催支援、戦略3として地域連携と整理している。また、ハード面としては戦略4として施設拡充、戦略5として施設機能強化、戦略6として周辺まちづくりとの一体的推進と整理している。

(キ) 平成25年度の取り組み

① グローバル視点に立った誘致活動

優先順位のはっきりとしたターゲティングを行いながら、海外セールス活動や海外のコンサルティングの活用などの誘致活動を進めている。

② 顧客視点の開催支援

海外からの会議を誘致するために日本側の受け入れ団体、日本の学会に対して、国際学会に向けた誘致活動のコンサルティングやプロポーザ

ルの作成等の手伝い等の開催支援を行っている。実際に開催するときの支援として、市内企業から物品、サービス等を買上げ、それを主催者に提供する支援をしている。また、助成金として、最大1000万円を用意している。

③ 産官学連携によるMICE開催の効果の拡大

まちぐるみのMICEサポートとして、国際会議やコンベンションがそれだけで終わらないように、市内のさまざまなファンクションがかかわっていくようにしている。例えばCP+という総合的カメラ映像ショーの開催支援の一環として、フォト・ヨコハマという市内各所で行われる写真のイベントを横浜市も実行委員会に入って実施している。このことが、主催者にとって引き続き横浜で開催する大きな理由となっている。その他、おもてなしのプログラムとしてユニークベニュー、アトラクションや見学先の開発等の取り組みを行っている。

また、MICEを活用した学びの場として、横浜MICEオープンカレッジでの人材育成やコラボレーション授業などMICE開催を活用した次世代育成も行い、社会的効果を高める取り組みも進めていく。

④ 参考（新たなMICE拠点施設整備に向けた調査）

MICE施設拡充に向けた検討のため、民間事業者の意向を把握する調査として、サウンディングを行い、この事業に参画することは可能か、どういう条件が必要かということを経営者から聞き取っているところである。

【委員意見概要】

- ・ 素案の中では市内事業者との連携強化や市内事業者への発注促進に注目したい。横浜ブランドや先進的な温暖化対策など他都市にないものを打ち出していくことがこれからのMICEに必要なのではないか。市内中小業者も非常に高いレベルの技術を持っているので、中小事業者だからこそできるものをもっと横浜から発信して戦略につなげるべきである。
- ・ 公衆トイレの位置や観光バスの運行状況などのオープンデータを観光客向けにもっと活用すべきである。
- ・ 横浜には370万人もいるのだから、MICEの推進役となりトップセールス

もできる人材の発掘をするべきである。

- ・国際会議や学会などの会議における市民参加の方法として、ボランティアで運営に協力するだけでなく、その会議の場に一緒にいて知識や情報を吸収できる形を積極的に推進してほしい。
- ・国際会議や学会などの会合は世界中から多くの優秀な人材と先進技術が集う場だろうから、これからの横浜を担っていく市内の大学生や高校生などの学生が接する機会を増やすべきである。
- ・横浜ならではのM I C Eというものを何とかして推進していこうというのは全員に共通する思いだろうから、行政、民間事業者、議会の全員で考えていかなければいけない。
- ・オール横浜でM I C Eを推進するといっても、M I C Eという言葉を知らない市民も多く、市民との距離感をとても感じる。横浜市施策として税金を使い横浜市のために行うのであれば、市民感覚との距離感をどう埋めていくのかも大事ではないか。
- ・横浜市は都市としての知名度が低いようだが、文化観光局だけでなく経済局などと連携して経済施策とつなげた戦略を打ち出すべきである。
- ・横浜市のM I C Eはどのような層をターゲットにしているのかを明確にするべきである。
- ・アフリカ開発会議といえども市民の中には知らない人もいる。見本市の展示会などのほうが市民の受けがいいし、M I C Eの浸透効果が高い。
- ・パシフィコ横浜の稼働率がほぼ目いっぱいということであれば、文化体育館など今後新しく建て替えていく公共施設についてもM I C Eで活用する施設として連携させていくことを考えてはどうか。
- ・シンガポールでは航空機のコンベンションを始めて活発に商談も行われている。コンベンションをスタートとして新しい産業をつくる考え方もある。シンガポールにおけるM I C E開催実績の増加について横浜との違いを研究すべきである。

(3) 平成25年10月1日 委員会開催

調査・研究テーマ「横浜の発展に寄与するM I C E戦略」について、直近に本市で行われた大規模な国際会議である第5回アフリカ開発会議の報告と今

後のまちづくりのイメージを共有するため都心臨海部インナーハーバー構想についてそれぞれ当局から説明を聴取し、意見交換を行った。

<第5回アフリカ開発会議横浜開催の報告について>

【所管局】

文化観光局

【当局説明内容】

ア 開催概要

平成25年6月1日から3日まで、パシフィコ横浜及び周辺施設を会場として開催され、アフリカ51か国から4500人以上が参加し、国主催の大規模な国際会議となった。最終成果物として、横浜宣言と横浜行動計画が採択された。

イ 本市の取り組みに関する総括

(ア) 全体像

今回本市が掲げた「アフリカ、ともに成長するパートナーへ。」というテーマはタイムリーなものであり、今後のアフリカ交流を方向づけるものになった。会議終了後、日本政府やアフリカ各国からいただいた高い評価も今後のMICE誘致に向けての大きな成果だったと考えている。横浜開催の意義に沿った成果等を表に整理した。

〔横浜開催の意義に沿った成果等について〕

| | |
|------------------------|--|
| ア MICE 拠点都市の推進 | |
| 安全・円滑な会議開催のための支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● 神奈川県警等と連携し、開催都市として、会議が安全かつ円滑に開催できる環境を整えた。無事に会議は終了し、会議主催者である日本政府及びアフリカ各国から、高い評価を受けた (P.16 参照)。 |
| 会議開催を通じた横浜の知名度向上 | <ul style="list-style-type: none"> ● 開催地として、YOKOHAMA の地名が数多くの海外メディアで取り上げられた。また、会期中に英語でのプレスリリースに努めたほか、アフリカや欧米で発行される仏語雑誌、ケニア国营テレビ等の取材を受け、海外での報道につながった。 ● 国内メディアだけでも、100 億円を超える広告価値換算額が計測されており (P.17 参照)、横浜の知名度向上につながったものと考えられる。 |
| イ 市内経済への波及効果 | |
| 市内事業者にとってメリットとなる会議開催支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● パシフィコ横浜で開催された公式サイドイベントやアフリカン・フェア 2013 は一般入場が可能だったこともあり、会期中も会場周辺で来街者や会議参加者が多数見受けられた。 ● 約 40% の市内ホテルにおいて、前年同時期と比較し、宿泊客数が増加した (P.15 参照)。 ● 市内中小企業への発注実績 (24年度) : 103/112件 (92.0%)、16,103千円 (文化観光局アフリカ開発会議担当分。単独随意契約及び大規模契約を除く。) |
| ウ 市民の多文化理解、国際貢献 | |
| 市民、特に若い世代の多文化理解の促進 | <ul style="list-style-type: none"> ● 横浜アフリカ月間、一駅一国運動など、市民の皆様にあフリカを一層身近に感じていただく機会となった。特に、一校一国運動は、アフリカと横浜の子ども同士の交流が複数の学校で実現し、多文化理解、国際交流が推進された。 |
| 横浜市としての国際貢献の推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● 技術協力、アフリカ応援キャンペーンを通じた支援など、市をあげた国際貢献の機会となった。 |

(出所：横浜市文化観光局)

※表中のページ番号は「委員会資料『第5回アフリカ開発会議横浜開催の報告について』」該当ページ

(イ) 取り組みの3つの柱

① とともに成長する

一校一国運動では、横浜市とアフリカ双方の若い世代に対する教育や人材育成の面でも貢献できたと考えている。また、今回は、アフリカと対等な立場での交流を目指し、特に、市内企業へのビジネス機会の提供及び女性の社会進出の促進に重点を置いた取り組みを行った。今回の成

果を踏まえて、アフリカとのさらなる関係強化を図っていきたいと考えている。アフリカは目覚ましい経済成長を遂げている一方で、貧困や格差という課題が依然として残されている。本市が継続してきた技術協力を初めとする貢献は、今後も着実に進めていくことが重要だと考えている。

② 身近に感じる

テーマ「アフリカ、ともに成長するパートナーへ。」のもと、広報デザインの統一や、デジタルメディアなど多様な媒体の活用などを念頭に置き、効果的な広報を展開した。また、全市的な周知を図るため、全区での関連イベントを実施した。

これらの取り組みの結果、市民のアフリカ開発会議に対する認知度が向上したと考えており、会議開催の1年前は約20%にすぎなかった市民のアフリカ開発会議に対する認知度が、会議直前には約76%まで向上している。

③ おもてなしする

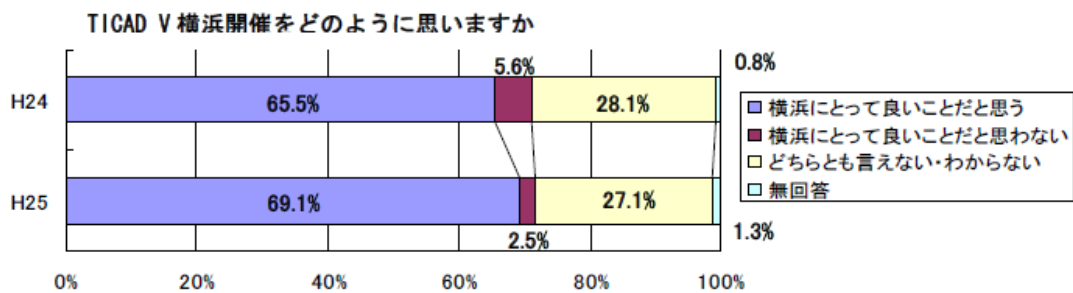
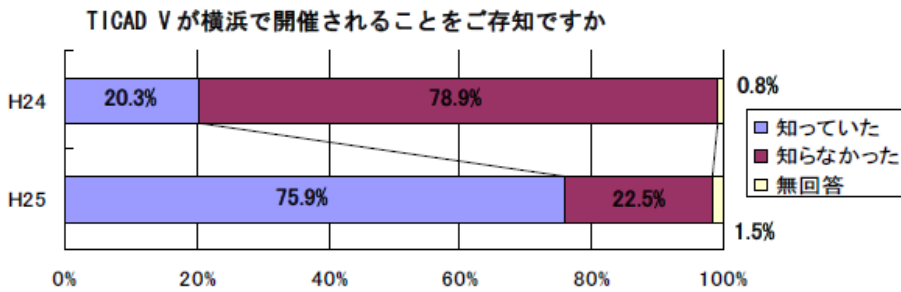
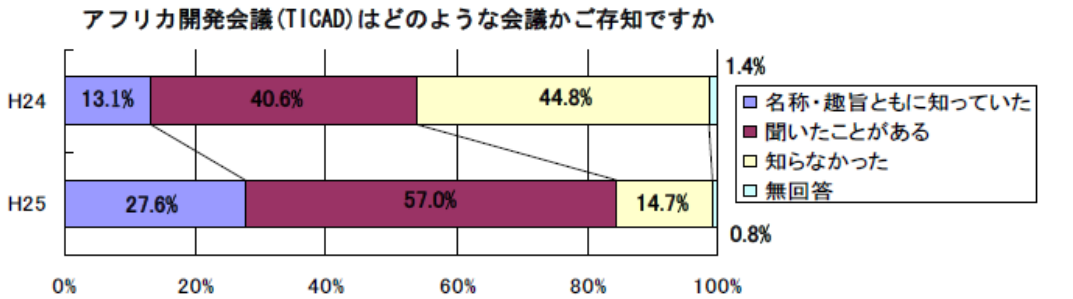
横浜市の清潔で美しい町並み、子供たちによる歓迎、市民ボランティアによる案内など、横浜ならではのおもてなしが評価されている。

一方、観光・視察プログラムのあり方や会議参加者のニーズに沿った情報提供については、今後、検討の余地があることがわかってきた。観光・視察プログラムでは、会議参加者は「行きたいけれど、時間がない」というのが実態であり、限られた時間の中でのプログラムのあり方など、工夫の余地が残されている。また、紳士服や家電の量販店を利用した参加者が多数見られたため、こうしたニーズに沿った情報提供などを今後の検討材料としていきたい。

各種データ (出所：横浜市文化観光局)

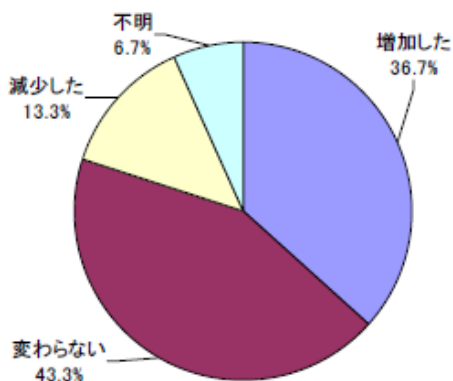
[ヨコハマ e アンケートの結果]

| | | | |
|-------|----------------|------------------|-----------|
| 第1回実施 | 平成24年4月6日-20日 | 回答者数 640人/1,358人 | 回答率 47.1% |
| 第2回実施 | 平成25年5月17日-31日 | 回答者数 790人/1,789人 | 回答率 44.2% |

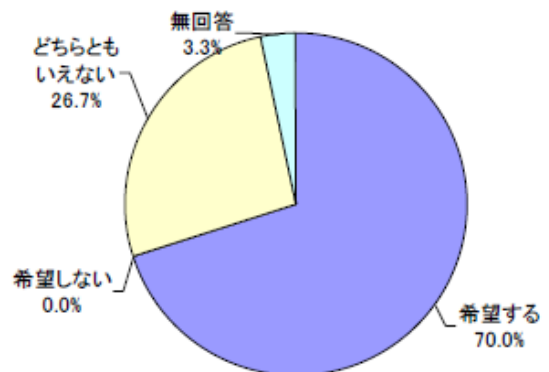


[市内ホテルへのアンケート結果] 回答数 30 / 35 ホテル 回答率 85.7%

前年同時期(5/30~6/4)と比較した
宿泊客数の増減



TICAD Vのように首脳級が多く参加する
大型国際会議の今後の横浜開催について



〔関係者からのコメント〕

在京アフリカ外交団（ADC）団長

- みなとみらい地区におけるTICAD V開催のための環境整備、横浜市民の温かく親切なおもてなし、そして多くの関連イベントへの市民の積極的な参加と支援が、会議の成功の大きな要因である。
- 横浜で開催されたTICAD Vが、日本とアフリカの関係をより強固で相互に有益とする礎を築き、戦略的パートナーシップを目指す過程で節目となる会議として、皆の記憶に残るものと確信している。

参加国・国際機関関係者

- 横浜はとても綺麗な町で、我々は温かく迎えられた。
- 全ての行事がきちんと始まり、また横浜の街並みも美しく、このようにきちんと整理された人々、街並みに触れ、日本との協力が不可欠と感じた。
- 横浜は会議インフラが近距離にあり、渋滞もなく会議開催地として適している。
- 横浜の街全体で TICAD を成功させようという意気込みが感じられ、一般市民からも温かいサポートが得られていた。
- ボランティアの方々も親切で、会議参加者はいつでもサポートを受けられる環境にあった。
- 一校一国運動はよかった。生徒たちは、実によく勉強していた。
- 外務省をはじめとした省庁のみならず、横浜市が市長を中心に積極的に関与したことも会議の成功に大きく寄与したと考える。

外務省幹部

- 横浜では2回目の開催となり、横浜市の開催支援の取組や市民のホスピタリティがすばらしかった。特に、会議場入口で、小学生が旗を振っての歓迎はとても良かった。
- 国連やアフリカ連合でも、女性やジェンダーをテーマとして取り上げている。サイドイベントとして横浜市で「女性の活躍と経済成長」というシンポジウムを開催いただいたことは、まさに時流に乗っていてタイミングが良かった。

〔パブリシティ効果〕

第5回アフリカ開発会議横浜開催にかかる、国内のメディア露出による広告価値換算額は、11,434百万円と計測された。

| | |
|----------|-----------------------|
| 調査対象期間： | 平成24年2月1日～平成25年6月30日 |
| 調査対象媒体： | 新聞・ウェブ・TV・CATV・ラジオ・雑誌 |
| 露出件数： | 2,388件 |
| 広告価値換算額： | 11,434百万円（税込） |

※ 検索キーワードは「第5回アフリカ開発会議（TICAD V）」と「横浜」

※ 広告価値換算額内訳

| 媒体種類 | A H24. 2. 1～H25. 3. 31 | | B H25. 4. 1～H25. 6. 30 | | A+B H24. 2. 1～H25. 6. 30 | |
|------|---------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| | 件数 (件) | 広告価値換算額 (税込・百万円) | 件数 (件) | 広告価値換算額 (税込・百万円) | 件数 (件) | 広告価値換算額 (税込・百万円) |
| 新聞 | 66 | 171 | 1,292 | 2,189 | 1,358 | 2,360 |
| ウェブ | 1 | 0 | 728 | 779 | 729 | 779 |
| テレビ | 7 | 389 | 219 | 7,833 | 226 | 8,222 |
| CATV | 17 | 8 | 32 | 18 | 49 | 26 |
| ラジオ | 2 | 9 | 10 | 35 | 12 | 44 |
| 雑誌 | - | - | 14 | 3 | 14 | 3 |
| 合計 | 93 | 577 | 2,295 | 10,857 | 2,388 | 11,434 |

〔経済波及効果〕

JNTO（日本政府観光局）が会員向けに公開している、国際会議の経済波及効果の簡易測定システムで、参加者数等のデータを用いて試算すると、本市への経済波及効果は、単年度で2,150百万円と推計される（TICAD IVは1,570百万円）。

< 都心臨海部・インナーハーバー整備構想提言書について >

【所管局】

都市整備局

【当局説明内容】

ア 構想の背景

この提案は、平成22年3月に「横浜市インナーハーバー検討委員会」から市長に提出されたものである。

現在、横浜市は少子高齢化、人口減少、地球温暖化など社会環境の変化や横浜港の国際ハブ港化、羽田空港の国際化などへの対応が必要とされており、豊かな海を抱く空間構造を生かしながら、東京中心からインナーハ

ーバー地区中心のライフスタイルへと転換し、都市としての自律性を高め、豊かさと活力をもたらす成長戦略が求められている。

このような趣旨から、提言書は「次なる50年 横浜は海都（うみのみやこ）へ」として、横浜市民と世界から集まる多彩な人が幸福と豊かさを実感できる都市を目指すというテーマを掲げている。この構想で言うインナーハーバー地区とは、おおむねベイブリッジの内側でJR京浜東北線・根岸線の内側の地域である内港地区と、その陸域に囲まれた水域を含めたエリアを指す。

イ 構想が目指す将来像

50年後の横浜は、東アジアなどにおける、国を越えた都市間ネットワークのかなめとなり、さらなる地方分権社会の中で、横浜の都市としての自律性と求心性を確立することを目指している。また、50年後のインナーハーバー地区は、持続可能な社会や自然環境・海との共生のモデルゾーンとなるとともに、都市の活力を生むエンジンとしての役割を果たすことを将来像としている。

ウ 「海都（うみのみやこ）」の基本理念

① 人間中心の都市

横浜市民や横浜市を訪れる人々が、幸福と豊かさを実感できる都市。

② 持続可能な環境

生物多様性の維持と自然の回復、再生可能エネルギーの導入などによる、環境に配慮した持続可能な社会。

③ 人材・知財を活かす社会

創造産業や先端的な産業を支える多様な人材・知財が活きる都市。

④ 文化芸術創造都市の更なる展開

横浜の遺産、風景、歴史を保存、継承しながら、アートやデザインなど先端文化を育み、市民一人一人が創造的になれる社会。

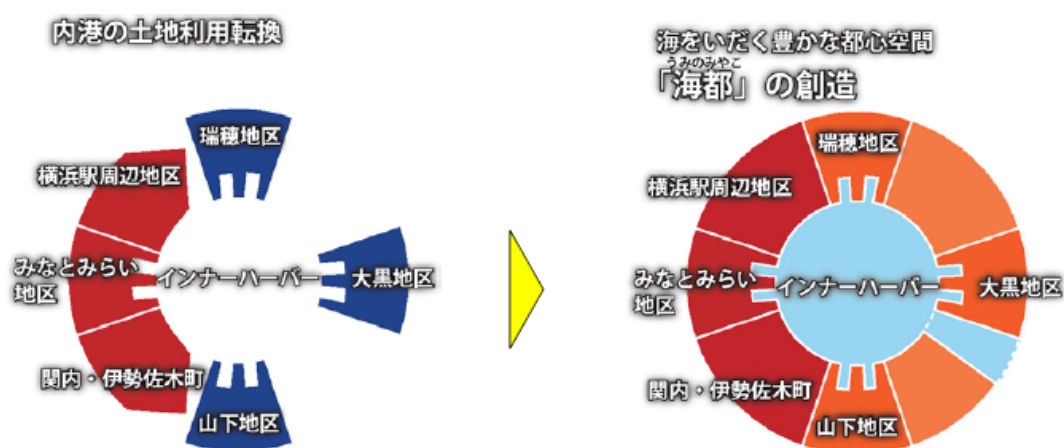
⑤ 市民社会の実現

開かれた市民社会、市民の力が生きる強力な地方政府。

エ インナーハーバー地区形成のイメージ

横浜の都心臨海部は1965年に発表された6大事業の一つである都心部強化事業により、みなとみらい21地区を含む現在の都心部が形成された。さらに将来、内港地区の土地利用転換に合わせ、インナーハーバー地区全体に都心空間を広げていき、インナーハーバー地区内の各エリアの用途転換等に合わせ、現在の都心部から段階的に成長し、徐々にリング状の都市構造を形成していく。

〔都心臨海部・インナーハーバー整備構想（2010年～）〕



（出所：横浜市都市整備局）

オ インナーハーバー地区の将来の都市構造

都心に隣接した広大な内水面は横浜にとっての大きな資源である。内水面を含む豊かな都心空間の創造を目指した都市構造として、リング状の都市を提案している。

一番内側のリングは、広大な水面と水際空間を最大限に活用し、新しい水上交通や余暇活動など多様な活動にあふれた空間を目指している。

真ん中のリングでは、市街地を結ぶ既存の交通や道路、新たに導入されるリング状の交通ネットワークによって支えられる、生活、産業、交流などさまざまな活動が集積する市街地を目指している。

一番外側のリングでは、斜面緑地などの保全に加え、大学や大規模な公園、環境共生型の市街地に創出される緑などをつなぐことで外環の緑の帯を形成する。

〔インナーハーバー地区の将来都市構造〕

リング状の都市

～内水面を囲む豊かな都心空間の創造～



（出所：横浜市都市整備局）

カ インナーハーバー地区の戦略

① 交流

都市文化を発信し、国際性豊かで多彩な人材交流の場を設ける。

- ・外国人が自由に居住、生活、仕事、研究ができるような環境の充実
- ・文化芸術交流拠点のさらなる立地と活動の活発化

② 産業

研究・開発機関の立地を進め、国際的な産業発信拠点をつくる。

- ・多様な産業の育成と国内外からの人材の受け入れ
- ・コンベンション施策からMICE施策への発展
- ・MICE、産業観光、医療観光、文化体験を組み合わせた創造観光などのさまざまな観光産業の活性化

③ 生活

多世代・多文化の多様なライフスタイルを育むことを目指す。

- ・市民が海に親しみ、開放的な雰囲気を楽しむことなど

④ 環境

持続可能な社会を実現し、多様な活動を支えるインフラを整備する。

- ・地域ごとの自律分散型のエネルギー利用

⑤ 交通

水上交通と公共交通を中心としたシームレスな移動の実現

- ・内水面を最大限に活用する水上交通整備

キ 提言を受けての本市の中期的取組方針

この提言を受け横浜市では平成23年3月に都心臨海部・インナーハーバー整備構想中期的取組方針を策定した。中長期戦略として、本市が目指す都市構造を踏まえ今後のおおむね10年においてインナーハーバー地区が目指すべき方向性と必要となる取り組みをまとめている。

① 交流

- ・近隣都市との広域連携等によるアジアからの旅行需要の取り込み、MICEの誘致、文化芸術創造都市の推進、シティープロモーションの推進等

② 産業

- ・羽田空港の国際化を契機に都心部を中心とした観光・MICE・創造都市の取り組みなどの推進等

③ 生活

- ・快適で利便性の高いコンパクトな町の形成、地域の特性を生かした持続可能なコミュニティの形成等

④ 環境

- ・省エネルギーの推進と再生可能エネルギーの活用など低炭素型まちづくりの推進等

⑤ 交通

- ・広域的及び臨海部の道路ネットワークの整備促進等

【委員意見概要】

- ・アフリカ開発会議のような大きなイベントを行ったときの来訪者の感想や横浜市の強み、弱みは何だったのか。今後、大きな国際会議等を誘致をしていくためには弱みを消し、強みをアピールしていかなければいけない。
- ・団体でも個人も海外から来た方が本当にスムーズに市内で移動できたのか。限られた時間の中でアフターコンベンションとして夜にどこか横浜の町へ出かけたというときに、本当に横浜という町が、そういう人たちを受け入れることができたのかどうか。それに対してどういう準備をして、どういう評価をしたのかということが大事ではないのか。
- ・アフリカ開発会議については市民や横浜市への来訪者に対してもっと開かれたものにしていけるのではないか。アフリカ開発会議そのものの趣旨とは本来はもう少し深いところまでアフリカを知っていく、感じていくということだと思う。単なるお祭りごとやイベントとしてのアフリカ開発会議ではなく、次回はそういう部分にもっと踏み込んだ会議の情報発信をすればよい。
- ・コンベンションを開催する上で横浜市の強み・弱みの情報共有と人材の育成を局区横断的に進めてもらいたい。
- ・行政の役目としてアフリカ開発会議のさまざまなデータを収集し、税金を投入した事業として、成果や間接的な影響等を会議に直接かかわらなかった市民にも伝えるような取り組みは非常に大事ではないか。
- ・アフリカ開発会議の経済波及効果の測定方法について、国が用意した簡易的な測定方法ではなく、本市として一定の方法を用いて発表するようにしてどうか。
- ・アフリカ開発会議の成果を今後のさまざまな事業に展開していかなければならない。21世紀はアフリカの世紀と言われている。本市が継続してきた技

術協力をはじめとする貢献などは国も巻き込みながら着実に進めつつ、新しい事業展開をするべきである。

- ・ アフリカ開発会議において、どのような人がどこに行ってどのような消費をしたのかという分析は次のアフリカ開発会議だけでなく、いろいろな観光案内のあり方などにも影響する。会議としては比較的特殊なものだと思うが海外からいろいろな立場の方がいらっしゃったときに参考になるデータとしてぜひ今後につなげていただきたい。
- ・ これからはアフリカの時代であると同時に国際化、グローバル化の時代であり、小中学生にこのアフリカ開発会議の効果をつなげていくことが一番重要な課題だと思う。
- ・ 今後も横浜にアフリカ開発会議を誘致するためにも一校一国運動などさまざまなプログラムを引き続き行い、横浜市民がアフリカを身近な存在としてまた正しく感じられるような仕組みをつくることが大事である。
- ・ インバウンド事業を強化し、特にアジアの方々にいかにして横浜市に来ていただくかが重要だと思う。横浜市単体でインバウンド事業を行うのも大事だが、予算に限りがある中、専門的な知識や人材が必要になると思うので国との連携も引き続きお願いしたい。
- ・ 京都市と神戸市に視察に行った際に、横浜市の魅力と市民に対するMICEの浸透度を伺った。両市とも国際都市として非常に有名だが、やはりMICE自体はなかなか市民に理解されている状況ではないようだ。しかし、MICEという言葉が市民に浸透することでその取り組みが進むと考えているわけではなく、これまでの取り組みや実績を市民にも理解してもらえようようにしたいということだった。
- ・ 横浜市は東京都の隣に位置していながら世界的には知名度が低いように感じられる。そのため、横浜の魅力を生かすには東京とうまくタイアップを図ることなどが重要だと感じた。
- ・ 京都市は、毎年5000万人を超える多くの観光客が訪れるため、数より質を求める戦略としてラグジュアリーなイメージの展開を柱にしていくとのことである。その1つとして、外資系の超一流ホテルなどの誘致を挙げていた。横浜市も今の施設稼働率を考えると、MICE機能を拡充・充実することはも

ちろんのこと、アフターコンベンション等の視点からラグジュアリーなホテルをみなとみらいに展開するというのも戦略の1つとしていかなければならないだろう。

- ・横浜市と神戸市はともに医療分野の会議をMICEのターゲットにしているなど、他都市とターゲットが重複しており、その中で横浜はどのような特色を発揮していくのかということがこれからの課題であろう。
- ・京都市と神戸市のMICE戦略と横浜市のMICE戦略に違いがない中で、横浜市はよい意味で東京圏にあると理解したほうがよい。京都市と神戸市はともに関西空港から遠いが、横浜市は羽田空港や都内からのアクセスが非常によく、この点は長所になると思うので、さらに強化する必要がある。MICE戦略を東京都と一緒に立てるぐらいの考え方が必要ではないか。
- ・東京都からの自立がポイントではないか。他都市もMICEを推進しているなかで横浜市のMICEの特徴は国際性とビジネスではないか。よって、羽田空港からのアクセスと海外へのシティーセールス、誘致活動、そして医療を中心としたビジネス分野へのアプローチを強めてはどうか。
- ・横浜市は観光MICEを押し出している他都市と大きく異なり、必ずしも長期滞在する町ではないということを見ると、例えばエンターテインメント施設を誘致し、昼間は仕事やフォーラムに参加し、夜はその施設で楽しむという形ができるのではないか。横浜市ならではの滞在モデルを考えて打ち出していく必要がある。
- ・観光客を受け入れるにもホテルのキャパシティが足りてないとのことだが、行政がホテルの需要と供給について把握し切れていないのではないか。そのような細かな分析も横浜市として取り組まなければいけない課題の一つだろう。
- ・単に施設規模や景観を誇るのではなく、参加者の文化的背景に合った案内の充実と過ごしやすさといった付加価値をつけることによってリピーターを生み出していけると思う。よって、本市の一つ一つの施策からMICE関連事業も分析し、接遇の向上を図れるような取り組みをどのように他都市と差別化を図っていくのかが今後の課題であろう。

- ・見本市を行うには横浜の会場は規模が小さいと言われたことがある。主催者や関係者はいつでも商材の取り引きの場やビジネスの機会を求めており、チャンスはたくさんある。会場の狭さが課題ではないか。
- ・横浜市は20年、50年先を見越した長期的なMICE戦略についても考えていかなければいけない。
- ・横浜市のよさである総合的な市民力をアップして、おもてなしのサービスのよさをもっとPRするとともに、さまざまな分野で活躍する市民の活動を支援し、その活動をうまくPRしていくことも必要ではないか。
- ・行政は予算が厳しくても機会損失の把握、来訪者の動向、動態のチェックなどマーケティングをしっかりと行い、そのデータを提供して民間活力につなげていくことが大事だ。

(4) 平成25年10月31日 委員会開催

本委員会の付議事件に関連して、次回委員会において参考人からの意見聴取を行うことを決定した。

参考人：株式会社野村総合研究所公共経営コンサルティング部

上席コンサルタント 名取雅彦氏

案件名：MICEを活用した横浜のまちづくりについて

(5) 平成25年11月28日 委員会開催

ア 参考人からの意見聴取

参考人として、株式会社野村総合研究所公共経営コンサルティング部上席コンサルタントの名取雅彦氏を招致し、「MICEを活用した横浜のまちづくり」について意見聴取を行った後、意見交換を行った。

【出席局（オブザーバー）】

文化観光局

【講演概要】

<初めに～MICEの基本的な構造>

- ・MICEでは2つの稼働率が指標としてよく使われる

① 日数稼働率：（催事日数）÷（稼働可能日数）

稼働可能日数を365日とするのか、年末年始等を除いた稼働可能日数を用いるのか、基準が統一されていないことに留意

② 面積稼働率：（催事延べ面積）÷（稼働日数×展示面積）

展示会で使われる指標

<地域振興に向けて期待を集めるMICE>

- ・世界的に見てMICEは増加傾向にあり、成長している領域である。
- ・米国で行われた調査によるとMICEの主催団体の7割がMICEに対して今以上の投資を行うと回答している。また、小規模で専門性の高いMICEが増えると予想している。よって、魅力的な場を提供して、できるだけ多くの主催者に開催してもらえる環境をつくりだすことが重要なポイントである。
- ・世界各地でMICE関連施設の整備が推進されている。展示場の場合、件数は欧州、展示面積はアジア・オセアニアの伸びが大きい。特に中国で大規模な施設整備が進んでいる。

<MICEが注目される背景>

- ・MICEが注目される背景は3つある

① 経済効果が大きく、多様な産業に波及すること

宿泊、飲食、交通、会場設営等の産業がサービスを提供するためにさまざまな関連産業から財やサービスを調達することで、その効果がめぐりめぐって波及していく。また関連産業に従事する人の給与所得がふえて消費につながる効果も生まれる。たとえば、米国におけるMICEの経済効果は直接効果で約2600億ドル、このうち給与と利益に回った付加価値額で約1000億ドルの規模になる。

② 取引、プロモーションの場として有効なMICE

海外の展示会や見本市はその場で取り引きが行われて成約するという魅力があり、契約の場として機能している。日本の場合はPRの場としての側面が強い。

③ 開催地の知名度の向上

ダボスは都市としては小規模だが、世界的な会議を毎年開催することで知名度が高まった。世界的なMICEを開催することが都市のプレゼンスの向上につながる。

< M I C E 施設でも広まりつつある官民連携スキーム >

- ・ M I C E には集客力を通じた産業振興の面があるため、各国とも国や自治体が公費を投じて M I C E を推進していくことが大変重要である。
- ・ 受け皿としての国際会議場・展示場は公共施設（インフラ）としての性格が強い。施設整備の必要性を示すために、多くの自治体等が経済効果を公表している。
- ・ 一部民間の資金も活用し効率化を図るといふ官民連携が具体化してきており、代表的な官民連携スキームは3タイプある。しかし、M I C E 振興は産業の振興という面があるため、基本的に M I C E 関連施設は公共施設であると認識することが重要である。（3つのスキームの具体例と成立条件は次頁表を参照。）

① 目的税充当モデル

M I C E 関連事業の税収を目的税化して M I C E 施設に充てる仕組み
例：サンフランシスコ、サンディエゴ、ウィニペグ

② P F I / P P P モデル

事業の受託者が利益をプールして施設の建設や運営を行う仕組み
例：メルボルン、シドニー

③ 民間開発モデル

官が管理を行わず自立して運営する仕組み

例：マリーナ・ベイ・サンズ、テンテック・シンガポール、コエックス

〔3タイプの代表的な官民連携スキーム〕

| | 目的税充当モデル | PFI/PPPモデル | 民間開発モデル |
|--------|---|---|---|
| 調査対象事例 | <ul style="list-style-type: none"> サンフランシスコTBD地区 サンディエゴTMD地区 ウィニペグ市TIF地区 | <ul style="list-style-type: none"> メルボルン国際会議場・展示場 シドニー国際会議・展示場 | <ul style="list-style-type: none"> マリーナ・ベイ・サンズ サンテック・シンガポール コエックス |
| 背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設整備のために税の一部を目的税化し、その税収を整備運営費用に充当 施設整備の結果MICE産業が活性化することで経済活動が増加し、被課税者にも裨益 | <ul style="list-style-type: none"> 地域の活性化、競争力強化に向けた魅力的なMICEエリアの整備 周辺地区の民間事業者への長期賃貸等によるエリアトータルでみた公的負担の削減 | <ul style="list-style-type: none"> 民間による、国際競争力のあるMICE施設及びその周辺機能も含めたMICEエリアの整備 観光客増加・輸出促進を実現する産業インフラとしてのMICE施設・エリアの位置付け |
| スキーム概要 | <ul style="list-style-type: none"> 集客施設であるMICE施設の整備運営の財源確保を目的とし、施設により恩恵を受ける主体(整備地区周辺のホテルや事業者・住民)に課税し得られた税収を施設に充当することで、被課税者に還元するスキーム 調査対象事例の特徴 <ul style="list-style-type: none"> サンフランシスコ、サンディエゴ：ホテル課税充当モデル カナダ ウィニペグ市：固定資産税増収分充当モデル | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設の設計、建設、維持管理は、PPP事業として民間事業者へ委託(公的資金充当) 周辺商業地区の長期賃貸収入により公的費用を縮減 調査対象事例の特徴 <ul style="list-style-type: none"> メルボルン：MICE施設の運営は公的機関(トラスト)が実施 シドニー：PPP事業としてMICE施設の運営も民間事業者へ委託 | <ul style="list-style-type: none"> 集客施設であるMICE施設の整備運営に必要な資金を、付随する収益施設によって賄う事で、民間によるMICEエリア開発を可能にするスキーム 調査対象事例の収益施設 <ul style="list-style-type: none"> マリーナ・ベイ・サンズ <ul style="list-style-type: none"> カジノ、ホテル、商業施設等 サンテック・シンガポール <ul style="list-style-type: none"> 商業施設等 コエックス <ul style="list-style-type: none"> 商業施設等 |
| 備考 | <ul style="list-style-type: none"> 施設整備費用は自治体が税増収分を償還財源とした債券発行などにより捻出 目的税は自治体の直接的な負担を軽減する役割を果たす | <ul style="list-style-type: none"> 都心商業地区として高いポテンシャルを有していることが民間事業者参加の前提条件となっている。 | <ul style="list-style-type: none"> いずれのMICEエリアも都心中心部に立地している 商業地区として極めて高いポテンシャルを有していることが前提条件となっている |

（出所：国土交通省「官民連携によるMICE施設を核としたエリア開発のあり方検討業務」（平成25年3月））

〔関連主体の役割とスキームの成立条件〕

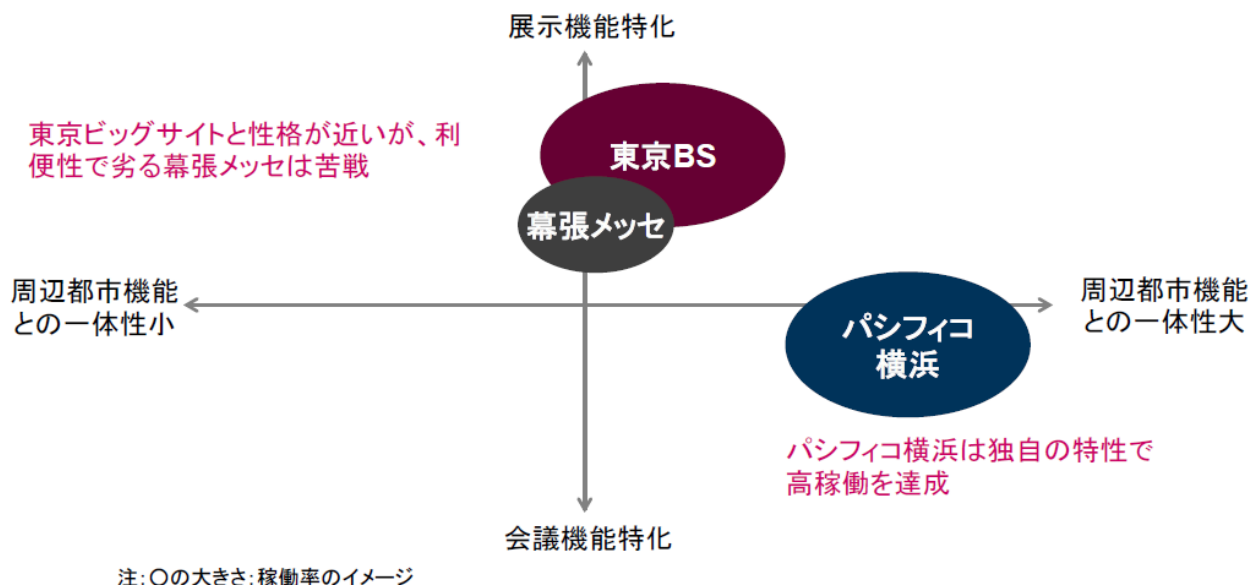
| | 目的税充当モデル | PFI/PPPモデル | 民間開発モデル |
|-----------|--|---|--|
| 概要 | <ul style="list-style-type: none"> 指定した地区内関連機関(ホテル等)の税・負担金等を活用して、MICE施設の建設、運営、プロモーション等を実施 | <ul style="list-style-type: none"> PFI/PPP事業として、地区開発、施設建設・運営を民間企業等に委託 MICE施設の建設・運営については必要に応じて公費を充当 | <ul style="list-style-type: none"> 純粋民間事業として、MICE施設を含むエリアを一體的に開発、運営 |
| 公共の役割 | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設を含むエリア開発戦略の策定 地区指定(BID、TIF等) MICE施設等の整備、運営。エリア開発、機能立地の促進。 MICE開催の支援 | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設を含むエリア開発戦略の策定 PFI/PPP事業としてのMICE施設等整備・運営の企画、調達 MICE施設等の整備、運営。MICE開催の支援 | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設を含むエリア開発戦略の策定 関連基盤施設の整備、民間投資促進 民間開発計画の審査、開発許可 MICE開催の支援 |
| 民間の役割 | <ul style="list-style-type: none"> 民間の創意工夫を生かした担当事業の企画、遂行(開発、運営) | <ul style="list-style-type: none"> 民間の創意工夫を生かした担当事業の企画、遂行(開発、運営) | <ul style="list-style-type: none"> 民間の創意工夫を生かした全体事業計画の立案、遂行 |
| スキームの成立条件 | <ul style="list-style-type: none"> 関連機関の負担に向けた合意形成(MICEの集客による事業収益増、税収増等のメリットの明確化) 関連機関の立地意向 | <ul style="list-style-type: none"> MICE施設は収益性が低いため、施設整備に公的資金の投入が必要 単純なサービス購入型としないためには、エリア開発に収益事業を含める必要がある | <ul style="list-style-type: none"> 開発地区内に、事業者の参加条件に見合う収益性が確保できる事業が含まれる必要がある 国内外から集客可能な立地条件 |
| スキーム例 | | | |

（出所：国土交通省「官民連携によるMICE施設を核としたエリア開発のあり方検討業務」（平成25年3月））

<横浜市におけるMICE振興のあり方>

- ・パシフィコ横浜は東京ビッグサイトと幕張メッセとの競合になるが、ポジショニングがよかったため稼働率が7割近くあり、成功モデルといえる。
- ・パシフィコ横浜は会議機能とアフターコンベンションの面でみなとみらい21地区や中華街の都市機能が備わっていることが強みである。

[東京圏主要施設のポジショニング]



(出所:平成25年11月28日委員会資料)

- ・野村総合研究所で行った調査では、パシフィコ横浜のメリットは会議施設とアクセス条件が高く評価されている。一方で、難点として高い利用料金、企業の所在地によってはアクセスしにくい点、予約が取れないことが上がっている。
- ・経済振興の問題点として、神奈川県全体にいえると思うがイベント業者などを東京の事業者が発注することで需要がリークしている。おそらく横浜では5割ぐらいの需要が市外に流れしまっているのではないか。この部分を強化することが経済振興上は重要である。
- ・横浜市のMICE戦略が誘致ターゲットを中央型の国際会議や医学会議にしているところがよい。展示会は日帰りの場合もあるが、この種の国際会議は割と滞在する傾向にある。会議場のそばで宿泊するので、消費効果が

地域に落ちるメリットがある。

- ・まとめとして、展示会場や国際会議場というのはやはりインフラである。そこで収支を合わせるというのは実は大変難しいことである。よって、公がある程度の負担を持ち、そのうえで民間の活力を生かすなり、そこでの収益を充当するなりを考えていくほうがよい。

【委員意見概要】

- ・コンベンション施設の規模では中国などにはかなわない。施設の規模で勝負するのではなく、横浜の持っている強みというのをもっと全面に押し出していく必要がある。
- ・横浜にいと横浜の強みというのを実はよくわかっていない。たとえば中華街は海外の方にはとても魅力的なところのようだ。私たちの気づかない横浜の強みをもっともっと掘り出して洗い出して、施設の規模ではなく横浜にある魅力を活用した取り組みができればいいのではないか。
- ・周辺施設、都市づくり、まちづくり、また魅力づくりなども含め、今あるものはしっかりとアピールしていくことでM I C Eを通じてより一層横浜の魅力が浸透し、リピーターの獲得につながるのではないか。
- ・横浜でしか得られない、横浜の付加価値をいかに追加できるかが重要なのだと認識できた。施設の規模にこだわらず、これからはどのような付加価値を提供できれば主催者や参加者の満足度が高められるのかについて考えていくことが非常に重要だろう。よって、周辺環境はもちろんのこと施設の中や人的な部分もいかに充実させられるかが今後の検討課題である。
- ・横浜は他都市と比べて都市機能が非常に集約されており、やはりそれを強みとして打ち出していくことがとても大事である。だからこそM I C Eの関連分野に従事する専門的な人材の育成に力を入れていく必要があるのではないか。
- ・施設の高稼働率による機会損失の対策として、今ある会場を細かく仕切って会場数をふやすのか、あるいは面積そのものをふやせばいいのか、コンベンションの開催時期のコントロールは可能かどうかなど、もう少し分析をする必要がある。

- ・横浜へのアクセス環境が非常によくなってきている点を世界にもっとアピールする必要がある。横浜市に集積されている業務分野を港湾施設も含めて売りにするキャッチフレーズなど、情報だけでなく目に訴える部分ももう少し洗練していく必要がある。
- ・本市の競合相手はやはり海外だろう改めて認識した。海外との競合、利用者の視点で考えたとき、国際会議の場としてマリーナ・ベイ・サンズと横浜とどちらを選ぶかとなるとシンガポールのほうがさまざまな体験ができて絶対楽しいはずである。利用者の視点で考えたとき、勉強もでき、情報共有もでき、新しいビジネスチャンスも捉えられた、楽しかったという感想を持って帰っていただけるMICE施策をしていくべきだろう。
- ・今のパシフィコ横浜の施設規模で弱点となっている機会損失や営業力の強化などの細かい分析をもう少しできるようにしたい。今でさえ稼働率が高いと言われているのだから、ホームランではなくヒットを積み重ねるという姿勢が必要なのだろう。
- ・パシフィコ横浜周辺の都市機能の強みをもっと生かせるようにすることと、アフターコンベンションのために夜も楽しめるような充実したパッケージを検討していくべきだろう。
- ・周辺機能の強みとして中華街やランドマークタワーだけでなく、野毛、吉田町、横浜駅前の東口などもいい町なので、アフターコンベンションで会議を終えた方がそれらの町に出かけていくような仕組みづくりや、まちづくりと一体となった政策を考えていく必要がある。
- ・横浜市やパシフィコ横浜の職員にもっと海外の事例の長所を吸収できるような機会を与えるべきではないか。
- ・講演内容に横浜におけるサービス業の集積不足があったが、何が本当に不足しているのかをしっかりと調査し、東京の企業ばかりではなく横浜市内の企業による自給率を高められるように企業を横浜の中で育てていくことも必要である。

(6) 平成26年2月7日 委員会開催

これまでの委員会での議論からいくつかの課題を抽出し、それらについて意見交換を行った。その内容を本報告書に調査・研究テーマに対するまとめとして記載することとした。

（７）平成２６年４月２２日 委員会開催

５ 横浜の発展に寄与するMICE戦略についてのまとめ

（１）哲学のあるまちづくりについて

ア 魅力の掘り起こし

世界の各都市でMICEの誘致競争が激化している中、MICE開催都市として横浜が選ばれ続けるには、町に魅力があることが条件の一つと考える。そのため、私たち自身も見過ごしてしまっている横浜の魅力をより深く掘り起こさなければならない。

横浜は、町として個性が際立つ六本木や銀座、赤坂などの都心部や羽田空港へのアクセスのよさから、横浜で開催される会議の前後で参加者等が横浜に滞在せず都心を宿泊地に選ぶことも多いようだ。しかし、横浜は、みなとみらい21地区はもちろん、周辺の中野街や元町、野毛、吉田町なども魅力にあふれている。そのほかにも、桃の産地として名をはせた歴史を持つ綱島や海外のサッカーファンも聖地として訪れる日産スタジアムがあり、古都鎌倉の風情を今に伝える称名寺など、開港から現在までの経済発展を支えてきた歴史を感じさせる町も多く、それぞれの町が横浜という一般的なイメージではくくれない多様な魅力を有している。また、他都市にない横浜ならではの魅力として、どらの音や汽笛、海の香りなどがある。

確かに、若年層には東京都心が魅力的かもしれない。しかし、一度訪れただけでは味わい尽くせない魅力を丁寧に掘り出し、横浜はどこかほっとするような空間の大人の町としてPRしていくことで、MICEの主催者や参加者が横浜を開催地として選び続けるようになるのではないだろうか。MICE誘致に当たっては横浜ならではの風景、音、香りといったものを存分に活用されたい。

イ PR手段、交通手段について

以上のような魅力をPRするには、横浜市開港資料館などだけでなく、各地区にその地域の発展の様子がわかる写真を常設で展示することなども検討

されたい。これは横浜の発展の歴史を来訪者だけではなく、次の世代に語り継ぐことにもつながるだろう。

各地にある町の魅力を横浜になじみの少ない人でも楽しめるようにするためには移動手段の工夫が必要である。例えばセグウェイなどを使って、みなとみらい21地区の臨海部を移動するだけでも魅力を感じてもらえるような手段を考えたい。

これらの取り組みを有効なものにするためには、観光情報のみならず地域の情報もスマートフォンなどに自国の言語で表示される仕組みづくりが肝心だろう。このことは市全域で取り組むべき課題である。

ウ 哲学の必要性

そして、さまざまな魅力を生かし、個性ある国際都市として横浜が発展していくため、今後のまちづくりにおいては哲学が必要である。これまでは、ややもすると何万人も収容できる大規模施設をつくれば人が集まり、そして経済が潤うという発想でまちづくりをしてきたのではないだろうか。しかし、海外の都市や東京に倣ってつくった大規模施設が必ずしも横浜に人を呼び込むというわけではない。大事なことは、横浜にある魅力を見詰め、この町と地域をどのようにしたいのかという哲学である。その哲学があって、初めてまちづくりが始まるのではないだろうか。

(2) M I C Eによる経済活性化

これまで横浜の魅力をつくり、発展を支えてきた過程には多くの地元の人々が携わってきたはずである。横浜スカーフのような横浜ブランドの商品はたくさんの中小事業者が支えてきた。横浜らしさを経済の活性化につなげるために、各地域の商店街等の中小事業者にM I C Eによる大きな経済波及効果を結びつける必要がある。

経済の波及効果はアフリカ開発会議やA P E Cなどの大規模な会議になるほど高くなるが、これらの大規模国際会議を誘致する受け皿として施設の整備も欠かせないだろう。現在のパシフィコ横浜は稼働率が上限に達しつつあるため拡充が望まれるものの、会議場を単体で整備することは市の財政面からも難しい。よって、収益を見込むことができる複合型のレジャー施設や多目的に活用できるイベントロードなどと一体で施設の拡充を検討する余地があるのではないだろうか。

（３）市民との協働について

市全体でMICEの誘致に対する気運を高めるには、アフリカ開発会議の一家一国運動のように横浜市の発展にとってMICEが有益であることを市民が実感できる仕組みも大事だろう。市民一人一人がMICEに参加する仕組みとして、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、各区ごとにMICE推進担当者を選出し、18区全体での協議会を発足させ、横浜らしいおもてなしやこれまでの国際会議等で明らかになった課題について市民と議論する場を設けてみてはどうだろうか。そして、MICE開催都市としての気運を根づかせつつ、横浜の魅力を継承していくためにはこれらの取り組みに次世代を担う子供たちの参加も忘れてはならない視点であろう。

（４）各種の調査・分析について

MICEによる経済効果等の目標値を定めなければ、以上のような施策を行う際のコストとその効果がわかりにくい。目標値を定めるため、これまで以上に各種の統計や情報の収集に努めてもらいたい。

ア 来訪者のニーズの把握について

まずはMICEや観光で訪れた人のニーズを知ることが必要である。来訪者の横浜での宿泊場所、食事、アフターコンベンションとしての観光予定などを、パシフィコ横浜やみなとみらい21地区とその周辺の繁華街で飲食店を営んでいる方々と協力して徹底的に調査し、来訪者の行動パターンを分析する時期に来ているのではないだろうか。

イ 宿泊施設に対するニーズについて

宿泊場所に都内が選ばれる傾向にあると思われるが、その理由として、横浜のホテルは数が少ないために高稼働率であり、さらに都内と宿泊費が余り変わらないことが考えられる。来訪者が望むホテルのグレード、立地、宿泊費といった項目を分析することで、どのようなホテルを誘致すればいいのかわかるのではないかと。

ウ 情報収集について

横浜市が誘致できる規模の国際会議にはどのようなものがあり、どういったプロモーション活動を展開すればいいのかということについて、さまざま

なM I C Eの実態を把握しておかなければ的確な判断は難しい。そのため、より積極的に世界の各地に海外事務所を展開していくことも一つの情報収集の方法と考える。

6 終わりに

これまで本委員会では調査・研究テーマについて、当局からの本市の施策の説明や専門家の講演を参考にしながら委員同士で活発に意見交換を行ってきた。

その結果、横浜にはみなとみらい21地区以外にもまだまだ十分にアピールをし切れていない町の魅力があること、M I C Eを地域経済の持続的な活性化につなげていく仕組みやM I C Eを推進していくためには市民との協働が欠かせないこと、そして、これらの課題を解決していくための戦略や施策の基礎となるデータをより積極的に収集していくことが必要ではないかという結論に至った。

本委員会での調査・研究テーマに対するまとめが各区局において施策を展開する際の参考となり、横浜市がM I C E開催都市として選ばれ続け、未来にわたり発展し続ける一助となれば幸いである。

○ 観光・創造都市・国際戦略特別委員会名簿

| | | |
|------|--------|----------|
| 委員長 | 伊藤大貴 | （未来を結ぶ会） |
| 副委員長 | 高橋徳美 | （自由民主党） |
| 同 | 横山正人 | （自由民主党） |
| 委員 | 上野盛郎 | （自由民主党） |
| 同 | 渋谷健 | （自由民主党） |
| 同 | 田野井一雄 | （自由民主党） |
| 同 | 尾崎太 | （公明党） |
| 同 | 望月康弘 | （公明党） |
| 同 | 大山しょうじ | （民主党） |
| 同 | 今野典人 | （民主党） |
| 同 | 大岩真善和 | （未来を結ぶ会） |
| 同 | 藤崎浩太郎 | （未来を結ぶ会） |
| 同 | 荒木由美子 | （日本共産党） |
| 同 | 小幡正雄 | （ヨコハマ会） |