

第1回横浜観光MICE戦略ミーティング

議事要旨

日 時：令和3年12月20日（月）18時～20時

場 所：市庁舎31階レセプションルーム（一部オンライン）

事務局からの資料説明後、委員から意見聴取を実施

（委員発言要旨）

○青木委員（株式会社ホテル、ニューグランド 常務取締役 総支配人）

- ・観光都市横浜として、都市の競争力をいかにあげていくか。国内外の他の観光都市、MICE CITYとの誘致競争に勝つには何が必要か。
- ・MICEをツーリズムの観点からとらえ、MICEのオーガナイザーの立場から見ると、MICEの成功は来場者数や参加者数を前の回より増加させられるかどうかの一つの指標になることから、その街、その土地に行かないと体験できない魅力的なコト消費の開発が重要。

○新井委員（関内・関外地区活性化協議会 会長）

- ・関内、山下地区に商業目的でいらしたお客様をいかに回遊させていくか。
- ・今の観光は名所旧跡ですむものではないため、横浜にはこんなに面白いものがあると広めていきたい。
- ・160年の歴史で培った横浜の街をどう活性化していくのか、皆様とアイデアを持ち寄り、新しい港の街をつくっていきたい。

○荒木委員（株式会社資生堂みらい開発研究所 R&D戦略部長）

- ・化粧品もインターネットやSNS等によりお客さまの方が情報を持つようになり、美容部員が店頭でお客さまに合う商品をリコメンドするスタイルだけではなく、一緒に価値を作り上げるスタイルに変わってきている。
街づくりにおいてもまずターゲットを絞り、その方々と共にデザインすることが重要。
- ・横浜市、みなとみらい地区がより魅力的な都市となり、企業やスタートアップ、旅行者が集まり、学会や展示会ももっと開催され世界中の研究者が集う街になってほしい。当社としても一緒に貢献していきたい。

○遠藤委員（日本政府観光局理事）

- ・MICEを誘致する中で都市の魅力が大きな選択要素。三溪園での夜の晚餐などのユニークベニユー等、横浜のイメージをどう焼き付けるかが重要。
- ・クルーズは、リアルな見本市が海外で開催され始めている。今後も、横浜市との協力を深めていきたい。

○岡田委員（横浜商工会議所 副会頭（観光政策委員会委員長））

- ・10年スパンでワクワクする横浜を作っていきたいと聞いた。観光目線でまちづくりを行っていき、日帰りから宿泊、連泊へ。横浜はコンテンツの可能性が眠っている。ストーリー化や回遊性の向上、面的な仕掛けなどが必要。
- ・ラグジュアリー層を狙うべき。高単価に向けたクオリティを高めるべき。
- ・地元産業振興の機会を作ることが必要。戦術について、商工会議所でも議論しているので、策定中の戦略に反映してほしい。

○倉田委員（STH Japan 株式会社 シニアアドバイザー）

- ・ラグビーワールドカップの開催を踏まえスポーツホスピタリティのニーズがあることが分かった。
- ・世界3大スポーツの決勝戦を招致したのは横浜のみ。日産スタジアムにモニュメントや博物館を造ることで賑わいの創出につながることも考えられる。

○染谷委員（ぴあ株式会社 執行役員）

- ・世界に類を見ないくらい音楽施設が集積していることは横浜の強み。
- ・音楽イベントは多くの雇用も生み、横浜の地力につながる。
- ・コンサートが終わる時間に飲食店がラストオーダーの状況は、今後の課題。
- ・音楽施設の集積を活かした取組も今後行っていきたい。ライブとランドマーク展望フロアとの連携の仕掛けでは経済効果が上がった。
- ・有休を取ってライブ鑑賞する人が増えており、ゆとりのある人へのアプローチも重要。

○武内委員（一般社団法人日本コンベンション協会 代表理事）

- ・コンベンション誘致における学会の会場固定化の観点で、パシフィコ横浜があることは非常に強み。多くの取り組みも行われてきた。
- ・コロナによりハイブリッド開催など、開催形態に変化。現地参加をどのように増やすかにより注力する必要がある。都市の魅力やコンテンツをいかに主催者へ提案するかを考えていくことが重要。そのためには、観光資源、産業、大学、スポーツなど、都市の持つ様々なコンテンツやリレーションを活用し関係者と連携することが有効。
- ・プレ・ポスト MICE を横浜での宿泊数増につなげるためには、県内や横浜以西との広域連携で魅力アップをはかることが求められる。
- ・プロモーションが益々重要となる。国や県への働き掛けや連携という意味からも、トップセールスが効果的であり、トップの積極的な関与は重要。

○西村委員（國學院大学 教授／東京大学 名誉教授）

- ・「観光 MICE」はターゲットが分かりづらい。観光と MICE をどう結ぼうとしているのか、MICE にどうターゲットを当てるか整理が必要。
- ・MICE は、M・I・C・E ごとに課題・戦略が別。何をするのか絞ってターゲットを明確にすべき。

○原田委員（京浜急行電鉄株式会社 取締役社長）

- ・交通事業者の立場からは、観光・MICE振興には、広域での入れ込み交通と域内交通の充実がポイントと考える。
- ・広域交通では、横浜と羽田空港が近いことが認知されていないのではないか。羽田空港とのアクセスの優位性をどう活かしていくかが重要。
- ・横浜に来た後の域内交通には、コンパクトにまとまった臨海部で、接続バスやグリーンスローモビリティやベイバイク等を楽しくつないで有効に活用する視点が必要。

○藤木委員（一般社団法人横浜港振興協会 副会長）

- ・物流と観光は共存が難しいが、私自身は長年観光に力を入れ、実践してきた。
- ・私の観光の師匠は、エイドリアン・ゼッカ（アマングループ創業者）とデービッド・アトキンソン。
- ・メガヨットで海外から訪れるラグジュアリーの方もいる。ロイヤルウイングやマリニルージュの洋上レストラン等、香港のように港の上を賑やかにしていきたい。
- ・今回のダイヤモンドプリンセスの件や雨で集客が落ちる点など、観光は自然災害に弱い。

○森下委員（東洋大学国際観光学部 教授）

- ・私自身横浜の観光を十分に承知しているわけではないが、だからこそ言える視点があると思う。
- ・ターゲットを明確し、主要顧客を定めることが必要。ターゲットを決めないと、差別化や高付加価値化はできない。
- ・ターゲットを決め、ブランド化し、価値の共有化・可視化ができると、市民にも理解していただける。

○吉本委員（株式会社ニッセイ基礎研究所 研究理事）

- ・文化芸術を観光 MICE の柱の 1 つにしてはどうか。
- ・横浜は都市型トリエンナーレの 1 番手であるが、観光にどう結び付けるか。
- ・美術館は観光目線の前に文化施策としてクオリティの高いものをつくる必要がある。金沢 21 世紀美術館は当時の市長がブレずに現代アートにこだわり造ったことが成功ポイント。海外では使われなくなった発電所や最高裁判所を美術館に転用し、若い新型富裕層に受けている。富裕層を狙うならアートフェアも一案。

○額田委員（株式会社横浜国際平和会議場 代表取締役社長）

- ・パシフィコ横浜が発行する飲食券で、みなとみらい 21 地区を中心とする加盟飲食店約 230 店舗で利用可能なクーポンを発行するなど、経済効果に寄与する取組を行っている。
- ・エクスカッションやユニークベニューの取組も積極的に行っている。
- ・市民力の高さが横浜の魅力の一つ。

○小池委員（公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー 専務理事）

- ・唯一無二のコンテンツをアピールしていくことが重要。
- ・その観点からは、三溪園、中華街は回遊性にもつながるキラーコンテンツになり得る。
- ・音楽やエンターテイメントも大きな魅力になる。
- ・ターゲットや注力する分野については、委員の皆さんのご意見をお聞きしながら絞り込み、実効性のある戦略にしていきたい。

○林副市長

- ・多様な意見をいただき、大変有意義な会議になった。
- ・皆さまからいただいたご意見をしっかりと受けとめて、観光 MICE 戦略の策定に活かしていきたい。また、最終的には実行力が問われるということも大いに意識して取り組んでいきたい。
- ・皆様は一緒に取り組んでいける重要な方々。今後はテーマ分けして進めていくので、ぜひ引き続きご協力をお願いしたい。