

## 委員が実施した視察一覧

視察月日	視察委員	視察先及び視察項目
6 月 18 日 ～ 6 月 19 日	安西副委員長 加藤委員 高橋（正）委員	イオンモール株式会社 イオンモール沖縄ライカム（沖縄県北中城村） 外国人観光客の集客体制について 北谷町海業振興センター うみんちゅワーフ（沖縄県北谷町） 立地特性を生かした集客戦略について
7 月 29 日 ～ 7 月 30 日	酒井（誠）委員長 佐藤（茂）委員 関委員 田野井委員 長谷川委員 遊佐委員	株式会社 A N A C a r g o（沖縄県那覇市） A N A C a r g o の沖縄貨物ハブネットワークについて 沖縄県 沖縄県におけるカジノ・エンターテイメント検討事業について
8 月 18 日 ～ 8 月 19 日	伊藤副委員長	（旧）岡川薬局（北海道小樽市） 歴史的建造物の効果的な利活用について 札幌大通まちづくり株式会社（北海道札幌市） 大通りを活用した「人の交流と新たな賑わいづくり」について
10 月 22 日 ～ 10 月 23 日	小粥委員 森委員	フェニックス・シーガイア・リゾート（宮崎県宮崎市） インバウンドの誘客と M I C E 受け入れについて 宮崎県 外国人観光客の誘客対策について みやざきアートセンター（宮崎県宮崎市） 市街地における文化公共施設の役割について
1 月 26 日 ～ 1 月 27 日	酒井（亮）委員	株式会社ユニバーサルワーカーズ（長崎県長崎市） 文化遺産を活用した集客について 長崎県 インバウンド施策と世界遺産の活用について 長崎港松が枝国際ターミナル（長崎県長崎市） クルーズ振興策について

## 平成 27 年度観光・創造都市・国際戦略特別委員会報告書 構成（案）

## 1 付議事件

MICE 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 今年度の調査・研究テーマ

東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICE の推進について

## 3 テーマ選定の理由

2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、今後、海外からの観光客数が大幅に増えることが予想される。横浜が MICE 分野において、韓国やシンガポール等の海外都市との国際競争に打ち勝っていくためには、五輪を好機ととらえ、横浜に多くのお客様をお迎えし、五輪終了後も選ばれる都市となるよう環境を整備していくことが必要である。そのためには、大型コンベンションなどを受け入れる施設の整備や多言語に対応できるご案内手法の導入、横浜に潜在する横浜らしさの発掘とその活用など多岐にわたる施策の展開が求められる。

当委員会では、このため、本市の取り組みの検証、他都市の取り組みの調査及び有識者からの意見聴取などを実施し、多面的に調査、研究する。

## 4 委員会活動の経緯

活動実績を記載（資料 2 ページ）

## 5 委員意見概要

これまでの委員会における委員意見等を記載（資料 3 ページ以降）

## 6 調査・研究テーマに関連する本市の取り組み等について

文化観光局が行っている事業概要説明を記載

## 7 行政視察概要

各委員が行った行政視察概要を記載

## 8 東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICE の推進についてのまとめ

委員意見等から導き出される本委員会のまとめを記載

## &lt;まとめの方向性&gt;

- ・本市を取り巻く状況
- ・横浜市の動向
- ・横浜市の取り組みの検証後の現状と課題
- ・横浜市としての今後の展望

#### 4 委員会活動の経緯

(1) 平成27年6月4日 委員会開催（第1回）

ア 議題

平成27年度の委員会運営方法について

(2) 平成27年7月13日 市内視察開催

ア 視察箇所

- ・横浜国際平和会議場
- ・クイーンズスクエア横浜

(3) 平成27年7月13日 委員会開催（第2回）

ア 議題

調査・研究テーマ「東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICEの推進」について

イ 調査・研究テーマに関連する本市の取り組みの概要

(4) 平成27年9月29日 市外視察開催

ア 視察箇所

- ・日本政府観光局
- ・東京シティアイ
- ・羽田空港国際線旅客ターミナル

(5) 平成27年11月27日 委員会開催（第3回）

ア 議題

参考人の招致について

(6) 平成27年11月30日 委員会開催（第4回）

ア 議題

2020 オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた文化プログラムの展開について

イ 参考人

文化庁長官官房政策課文化プログラム推進企画官 富田 大志氏

ウ 参考人講演概要

(7) 平成28年2月9日 委員会開催（第5回）

ア 議題

調査・研究テーマ「東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICEの推進」について

(8) 次回委員会

ア 議題

調査・研究テーマ「東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICEの推進」について

## 5 委員意見概要

### 第1回委員会（平成27年6月4日開催）

#### 【議題】

（1）平成27年度の委員会運営方法について

#### 【主な意見】

- ・ 調査・研究テーマ「東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICEの推進」について、に関して言えば、東京オリンピック等を見据えたということでインバウンドという視点、そして横浜らしさということで、開港の地としての地の利や港という親水性、地形、大規模な跡地などに配慮する視点などを意識して研究していきたい。
- ・ 東京オリンピックが4年後に迫っていることもあり、今横浜で何をしなければいけないかということをしっかり掘り下げる必要がある。委員間で議論をして一定の結論に持っていく、特別委員会として具体的な成果を提示したい。
- ・ 観光・MICEの推進に関連して、大きなスポーツイベントが始まれば、その前倒しでキャンプ地等として、横浜市が選ばれるというのはひとつ大事なことだと考える。市内視察等を通じて、現状の横浜市の資源をまず我々も確認する必要があるのではないか。

### 第2回委員会（平成27年7月13日開催）

#### 【議題】

（1）調査・研究テーマ「東京オリンピック等を見据えた横浜らしい観光・MICEの推進」について

#### 【主な意見】

- ・ MICE施設の整備に関して、横浜が東京と同じようなことをやっても何もならない。広さに関しては東京ビッグサイトなどと比べるとパシフィコ横浜は不利だといえるので、綿密なイベントスケジュールを立てて上手く活用しなければならない。当局はそれを実現するため民間とタッグを組むと同時に、これを具体的にしていくための目標や戦略を定める必要がある。そういった意味でパシフィコ横浜が実働部隊だと理解している。ビッグサイトと比較した上でベンチマークをもつ必要があり、横浜としてはデータの裏づけをし、横浜市とパシフィコ横浜のMICE戦略に関する連携について考えておいたほうがいいのではないか。
- ・ 本市が今回、観光・MICEの都市としてさまざまな施策を掲げているが、やはり日本国内には東京を初めとするさまざまなライバルや本市がベンチマークにしている都市がある。本市が観光・MICEを進めていく上で、具体的にどこの都市が一番のライバルであるかということを知ることが大事である。ライバルの都市と比べて本市の強みと弱みを認識し調査することが大事である。
- ・ 外国から来た方が日本らしいものを見たいと思ったときに思い浮かぶものは大きく分けて2つあり、1つは京都に代表されるような日本らしいと思われる建築物、そしてもう一つは工業立国である日本を象徴するものである。本市には三溪園という日本らしいものを求める外国人にとって最適なパビリオンがある。あれほど多岐にわたった日本らしい建築物が1カ所に集約されているのは全国を見渡しても類がなく、これは先代の遺産だと捉えて上手に活用すべきであるが、外れに位置しているためこちらからアピールして誘導することが大事である。そして、鶴見には自動車とビール工場、そして磯子には精油所、造船、また電機メーカーの工場などがあり、これらも十分観光資源になり得る。外国の方が日本に来たときに見たい要素がこれほどコンパクトにまとまっている都市は横浜しかない。

- ・ 東京オリンピックまでもう5年を切っているので、時間的な余裕はない。東京オリンピックを見据えて横浜市が何をやるかを考えたときに、やはり受け入れ環境の整備をどうしても強くしていかないといけない。これは海外だけではなくて国内から横浜に来ていただく方に対しても同じである。
- ・ 多言語対応としてパンフレットをつくるのはいいが、普通にまちを歩いている外国人の方々がどこかに行きたいと思ったとき、横浜には日本語パンフレットしかないのが現状である。
- ・ 多言語対応については、京都が非常に進んでいると言われているが、オリンピックに向けては横浜市ももっといろいろなことをやらなければいけない。横浜市の施設や横浜市が管理している施設での多言語対応は今はまだ予算化されていない。オリンピックに向けて、多言語対応を国や民間に任せるというスタンスではよくない。例えば市営バスに乗ったときに、バスのサインを多言語にするかどうか、これは交通局がやることなのかもしれないが、横浜市としてある程度の統一感を持って、市の施設だとか市が管理している部分は、積極的に前倒ししてでも多言語対応するようにしていかないと間に合わない。
- ・ ガイドラインの作成や外国人客の受け入れ対応研修というのはあくまでも間接的な印象を受けるので、実際に横浜市の施設のサインをこのように変えたという実績が見えるような形で予算化していきたい。
- ・ Wi-Fiに関連するさまざまな新しい技術が出てきているので、仕組み、システム面で横浜市のフリーWi-Fiをいかに充実させるかということが大事になってくる。そして、方向性を早期に明確して、フリーWi-Fiの使用可能場所を示したマップなどを作成し、それを4年半後のオリンピックに向けて具体的な目標を設定し、それに対する実績を明らかにするべきだ。横浜市としてもしっかり取りまとめをし、高い目標をつくって、それに必要な予算を組んで早く実現するようにしなければいけない。
- ・ ムスリム対応として、イスラム圏の人が来た時のために、お祈りする場所やトイレの環境をオリンピックに向けては充実させていかなければならない。民間任せにするのではなく、横浜市が主導して整備していくべきである。また、イスラム圏の方々が横浜に来て、どこのホテルにどういう施設があるかを示した地図とか紹介パンフレット等を用意するとよい。
- ・ みなとみらい21地区に外貨両替ができるコンビニATMがたくさんできれば、外国人旅行者にとって利便性が高まるだろう。外国からせっかくお金を持って来ても、その金を換金するところがなかったり、両替する場所がわからない等といった不便があっては全く意味がない。
- ・ パシフィコ横浜への問い合わせ件数が3800件で決定が850件。機会が失われるというのは本当に残念なことである。やっと20街区も開発が始まるということなので、今後スケジュール感をしっかりと持って進めていただきたい。
- ・ 外国の方がふえると当然それに伴って新しいトラブルもふえるものだ。日本人では持ち合わせない、生活だったり文化の違いで起きるトラブルもあれば、例えば急遽病気になったときに保険に入る感覚がある国とない国で、そういう一つ一つのトラブルも千差万別である。人にたくさん来てほしい局である文化観光局として、横浜のいいところを感じて帰ってもらうためには、トラブルへの対処が不可欠である。受け入れられる側の人たちに、その時々が一番起こり得る情報をきちっと迅速に発信していく必要もあると考える。
- ・ とにかく私たち日本人が思うものとは全く違う外からの見方を取り入れない限り、臨機応変な対応はできない、また、そのスピード感があることが確実に集客を捕捉できるという、この矛盾というか、このリズムを行政の立場でやるというのはすごく難しいことだと思うが、

それをやらない限りどうしても、手を打ったときには時を逸しているというか、ずれてしまうということを繰り返さざるを得なくなる可能性もある。そういう意味で調査・分析事業というのが文化観光局にあるので、やはり必要な戦略や調査項目というのは、やはり真っさらにして、日本人が考える目線ではなくて、あえて本当に狙っている国の人に項目を決めてもらったり、そういう全く違うことが横浜らしさにもまたつながるのではないかと思う。

- ・ 横浜で外国人と言った場合、一体どういう外国人なのか。アジアなのかヨーロッパなのかアメリカなのか、それは若いカップルなのか御高齢のカップルなのか、それともファミリーなのか、一般的にはペルソナと呼ぶそういう設定が必要なのではないか。横浜が、例えば福岡や神戸、大阪、名古屋、あるいは仙台とここが明確に違う、こういうコンセプトを持った都市だということをわかった上で海外に帰ってもらわないと、次またリピートで横浜に来ないと思う。ただ単に夜景がきれいな都市だったと、世界中に夜景がきれいな都市などいっぱいある。そういう意味で、そこのペルソナの設定がむしろすごく大事なのではないかと感じている。
- ・ アジアから来る方がファミリーで来るのかカップルで来るのか、ファミリーで来た場合に当然都市として備えておかなければいけないものは、飲食だったらこうとか、ファミリーで来るなら子供が熱を出すことは想定されるので、そのための民間の提携にはどういうバックアップが必要なのかとか、Wi-Fi一つとっても本当にどういう場面で一体誰が使うのかというところが見えてくると、Wi-Fiの整備の仕方は、これぐらい充足しておけばいいというところが出てくるというのは感じる。
- ・ フリーWi-Fiについては、ぜひ前もって、日本に来る前にここにはこういうものがあるということを、横浜観光のウェブサイト等に記載するべきである。
- ・ 横浜を一言でプロモーションするキーワードを設定することが大事ではないか。

#### **第4回委員会（平成27年11月30日開催）**

##### **【議題】**

(1) 2020 オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた文化プログラムの展開について

##### **【主な意見】**

- ・ 世界各地の若者を日本に引きつけるためには、国内の子供たち、中学生や高校生、大学生などの若者の考え方やアイデアが有効ではないか。
- ・ この世紀の祭典・オリンピック・パラリンピックという1億総活躍のプログラムに参加してもらえるような仕掛けを今後とも検討し、その前にラグビーのワールドカップもあるので、本市としても精いっぱい機運を高めていきたい。
- ・ 幸いにして、2020年の前に横浜でラグビーワールドカップの決勝戦があり、まさに2020年に向けて前哨戦として意義がある。
- ・ 地方創生、1億総活躍という形も踏まえながら、日本に山積みしている文化的な遺産をひとつひとつきめ細かく活用することで日本にビッグチャンスが訪れると思っている。
- ・ 日本のカワイイ文化に代表されるサブカルなどのバーチャルな世界からリアルな世界へとつないでいくことが大事。そのためにはポータルサイトの立ち上げやプロデュースが大事である。
- ・ 伝統芸能をやっている組合や団体から意見や衆知を集めていく仕組みづくりが必要。
- ・ 世界では今、イデオロギーの違いや文化の違いでテロが起こっている。このような状況だからこそ、日本から世界を一体化し、世界をまた日本につないでくるような取り組みができればなど期待している。

- ・ スポーツに主観競技と客観競技があるように、文化にも主観と客観があり、ビジネスにつながるような文化の醸成と小学校、中学校の義務教育の課程にある子供たちに参加してもらう文化の目的は全く違う。ビジネスにつながる人にはビジネスにつなげてもらう土壌をつくり、もう一方でより多くの人を巻き込んで一緒に参加してもらうような環境を整えることが大事。
- ・ 横浜市がやるスポーツでは、横浜は人種差別しませんということをうたい、世界に発信していくことが求められる。
- ・ 世界のどこを見ても日本ほどハード面でバリアフリーが整っている環境はない。人に会ったときにすぐに手を差し伸べられるかどうか、といった心のバリアフリーなど内面の話が大きなキーワードになってくるのではないか。
- ・ 何気なく日本人が日本の文化として当たり前のようにやっていることが、世界から見たら実は称賛されているということもあり、今もう既にできていることも改めて振り返ることが大事ではないか。
- ・ 観光客数の増加は、観光資源が豊かになることによってもたらされたのか、もしくは文化プログラムが成功したことによってもたらされたのかを見極めることが大事。
- ・ 五輪終了後も継続される文化プログラムと一過性で終わってしまう文化プログラムを見極めなくてはならない。
- ・ どうしてもオリンピックというスポーツ競技というイメージがある。それを文化としっかり結びつけなければいけない。
- ・ オリンピック・パラリンピック、特にパラリンピックは近年、大変重要性を増している。日本の現状を見てみると、参加規模等はオリンピックもパラリンピックもさほど変わらないにもかかわらず、報道等も含めて光が当たらない。もっとパラリンピックのほうに光を当てることで大きな経済効果が期待でき、日本を世界中からよく知ってもらう大きなチャンスにもなる。その起爆剤になるのはやはり文化プロジェクトだと思っている。
- ・ 文化というのは捉え方が本当に幅広い。国が考える文化、地方が考える文化、地域が考える文化、年代によって考える文化の違い、国によっての違い、この辺の情報を収集することが大事になってくる。日本という島国で育った人には当たり前のことが、世界では当たり前ではないということを再認識することで日本のよさを実感し、そして新たに外からグローバルな目で見られたときの日本のよさを発見するという流れがオリンピック終了後も残っていくことが、文化プログラムに力を入れる最大の趣旨だと考えている。SNS、ICTを駆使して、正しい情報をきちっと管理してストックしオープンデータ化していくことが自治体の活性化には必要である。

## **第5回委員会（平成28年2月9日開催）※当日の意見概要を記載**

## **第6回委員会（最終委員会）※当日の意見概要を記載**