

平成 2 5 年 4 月 2 4 日

横浜市会議長

佐 藤 茂 様

観光・創造都市・国際戦略特別委員会

委員長 黒 川 勝

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・研究内容

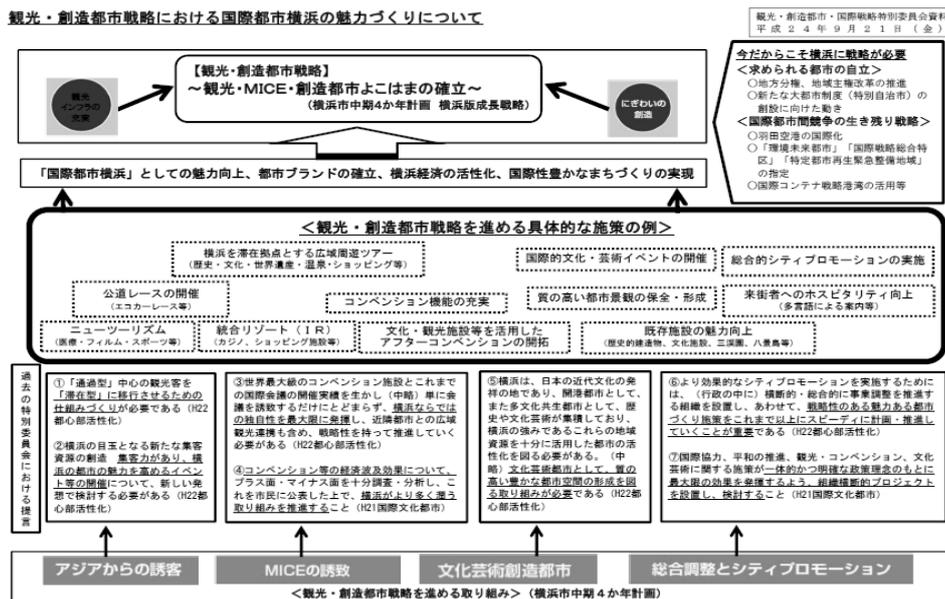
観光・創造都市戦略における国際都市横浜の魅力づくりについて

3 本件について調査・研究を行う理由等

本市では、観光・M I C E ・創造都市の推進について、横浜市中期4か年計画の中で新たな成長分野として捉え、「観光・創造都市戦略」を横浜版成長戦略の一つに据えて、重点的な取り組みを行っているところである。

議会においても、特別委員会で本件にかかわる提言がなされてきたところであるが、国内外の都市間競争が激化する中、本市が「観光・創造都市戦略」を着実に進め、国際都市横浜として都市の魅力を高めていくためには、より具体的で、実効性の高い施策を推進していく必要があると考え、本委員会では、過去の特別委員会における提言も踏まえながら、現地視察や専門家からの意見聴取などを行い、「観光・M I C E ・創造都市よこはま」を早期に確立させるために必要な、横浜の魅力づくりについて、具体的な施策等の調査・研究を行い、その結果については、本委員会の提言として議長宛てに報告を行うこととした。

〔観光・創造都市戦略における国際都市横浜の魅力づくりについて〕



(委員会資料より)

4 委員会活動の経緯

(1) 平成24年6月6日 委員会開催

本委員会の付議事件、市会運営委員会申し合わせ・確認事項及び委員会報告書の作成について確認した後、今年度の委員会運営方法について意見交換を行った。

(2) 平成24年7月20日 委員会開催

委員会運営方法を決定するに当たり、付議事件「MICEの推進」及び「文化・芸術等の大規模集客イベントの開催」に関連する施策を行っている局から次の施策について説明を聴取し、その後、調査・研究内容等について意見交換を行った。

- ・自治体外交と多文化共生の推進
- ・MICE都市に向けた本市取り組みについて
- ・大規模イベント等による本市魅力・活力の創出とプロモーションについて
- ・大規模スポーツイベントの誘致について
- ・都心部活性化検討調査について

※出席局：政策局、市民局、文化観光局

(3) 平成24年9月21日 委員会開催

調査・研究内容「観光・創造都市戦略における国際都市横浜の魅力づくりについて」を決定し、意見交換を行った。

※出席局（オブザーバー）：政策局、市民局、文化観光局、経済局

(4) 平成24年10月30日 委員会開催

本委員会の付議事件に関連して、参考人を招致し、次回委員会で講演をいただくことを決定した。

参考人：公益財団法人日本交通公社研究調査部長 梅川智也氏

案件名：観光イノベーションの時代

(5) 平成24年12月5日 委員会開催

各委員が行った行政視察による調査活動から得られた、参考となる事例や課題を報告し、意見交換を行った。

※出席局（オブザーバー）：文化観光局

その後、参考人から講演をいただき、本市の観光施策等について意見交換を

行った。

(6) 平成25年2月13日 委員会開催

各委員が行った行政視察による調査活動から得られた、参考となる事例や課題を報告し、意見交換を行った。

その後、本委員会報告書の構成案及び提言のイメージについて意見交換を行い、内容を確認した。

※出席局（オブザーバー）：文化観光局

(7) 平成25年4月15日 委員会開催

委員会報告書の提言の内容について意見交換を行った。

※出席局（オブザーバー）：政策局、市民局、文化観光局、経済局

(8) 平成25年4月24日 委員会開催

委員会報告書案について意見交換を行い、報告書を確定した。

※出席局（オブザーバー）：政策局、市民局、文化観光局、経済局

5 付議事件に関連する本市の取り組み等について

本委員会では、付議事件に関連する本市の施策について、関係局（政策局、市民局及び文化観光局）より説明を聴取した。

(1) 自治体外交と多文化共生の推進（政策局）

ア 自治体外交の目指すもの

横浜の持つビジネス、文化芸術、観光、学術などさまざまな分野のすぐれた資源に一層の磨きをかけることで、個性の際立つ、活力とにぎわいに満ちた、国内外の人々を引きつける、魅力ある国際都市を目指す。

イ 自治体外交と多文化共生の推進

(ア) 都市間交流

- ・姉妹友好都市交流
- ・パートナー都市交流

(イ) 国際協力

- ・横浜市内国際機関等の支援
- ・シティネットを通じた国際協力
- ・JICAとの包括連携協定

- ・女性の経済社会進出支援
- ・第5回アフリカ開発会議関連
- ・日米桜交流100周年記念事業

(ウ) 多文化共生

- ・国際交流ラウンジ
- ・日本語学習支援事業

(2) MICE都市に向けた本市取り組みについて（文化観光局）

平成23年7月に、横浜市MICE機能強化のあり方に関する専門的立場からの検討を目的として、市の附属機関に準ずる横浜市MICE機能強化検討委員会が設置された。翌年3月に提出された提言書には、MICE機能強化のあり方として、次の内容が示された。

ア MICE機能強化の方針

「空港からのアクセスのよさ」「パシフィコ横浜のオール・イン・ワンの施設の特徴」「医学系会議の開催件数全国1位の実績」を生かし、市の施策実現や波及効果が期待できるようにターゲットを明確に打ち出し、不足している機能と新たな需要に対応するための機能の拡充や、MICE開催都市を支える基盤整備や取り組みによって都市の魅力づくりを行い、質の高いMICE開催誘致を実現する。

イ 取り組むべき方向性

次の項目について、市民理解を得ながら早急に取り組むことが必要である。

- ・中長期的なMICE戦略の作成
- ・国際MICEブランドを維持するための早急なMICE施設の機能拡充
- ・誘致施策の強化
- ・国際競争力の観点から、国と連携した取り組み

ウ 目標とするMICE開催都市像

- ・MICE開催件数及び参加人数の増加、世界を牽引する人・情報・技術の交流・集積
- ・新たな需要創出・需要拡大、ビジネス機会・イノベーション創出、都市の競争力・ブランド力・市民力向上
- ・高付加価値・高品質なMICE開催都市

本年度は、これらの内容を踏まえ、中長期的なMICE戦略の作成やMICE施設の機能拡充の際の事業手法などの検討に着手している。

(3) 大規模イベント等による本市魅力・活力の創出とプロモーションについて
(文化観光局)

ア 平成24年度文化観光局運営方針

文化観光局は本年度の運営方針の基本目標を「発信しよう 横浜の魅力！」とし、さまざまな施策を行っている。

<プロモーション力 アップ>

シティプロモーション事業、魅力創発事業など

<横浜の魅力 アップ>

・文化・芸術

横浜芸術アクション事業、文化芸術による地域づくり事業など

・創造都市・まちづくり

スマートイルミネーション事業、地域再生まちづくり事業など

・観光MICE

海外集客プロモーション事業、MICE機能強化等事業など

<マーケティング力 アップ>

調査分析事業など

イ Dance Dance Dance @ YOKOHAMA 2012

文化芸術によるにぎわいの定着、経済の活性化を図るため、横浜市中期4か年計画に定めた「横浜芸術アクション事業」の具体的な取り組みとして、平成24年7月20日(金)～10月6日(土)に、市内各地において、「Dance Dance Dance @ YOKOHAMA 2012」が開催された。

ウ プロモーション推進会議

この会議は、表現や方法に統一性と一貫性のあるプロモーションを戦略的・効果的に行う全庁的な取り組みであり、にぎわいの創出と市内経済の活性化を目指して設置された。

(4) 大規模スポーツイベントの誘致について(市民局)

市民が一流選手のプレーを身近な施設で観戦できる機会をふやすとともに、横浜への集客を促進するため、スポーツイベントを誘致し、開催を支援している。今年度開催の観戦型大規模スポーツイベントは次のとおりである。

- ・皇后盃全日本女子柔道選手権大会（誘客者数：1850人、テレビ中継：あり）
- ・全日本ジュニア体操競技選手権大会（誘客者数：5500人、テレビ中継：なし）
- ・全日本少年軟式野球大会（誘客者数：1万人、テレビ中継：なし）
- ・世界トライアスロンシリーズ横浜大会（誘客者数：35万2000人、テレビ中継：あり）
- ・横浜国際女子マラソン大会：（誘客者数：2万人、テレビ中継：あり）

（５）都心部活性化検討調査について（政策局）

この調査は、横浜がさらなる魅力と活力にあふれた町となるために、港を中心とした臨海部や、横浜の歴史を生かした都心部にふさわしい、にぎわいづくりの可能性について調査、検討することを目的として、平成22年度、平成23年度に実施したものである。

ア 検討の概要

観光、来街状況に関する統計データ、アンケート調査、市民の声、旅行口コミサイト等の分析により、横浜都心部の強み（伸ばしていく方向）と弱み（解決すべき問題点）を明らかにし、上位計画、関連計画等から、にぎわいづくりの方向性を整理した。

〔横浜都心部のにぎわいづくりの方向性〕

	強み	弱み
	①都市観光の魅力で大きな集客力 ②市民の横浜への好感度・愛着度の高さ ③「飲食」「買い物」「港」「都市景観」に集客力 ④文化・芸術等の積極的な取組と市民交流	①来街者の滞在時間が短く、消費効果が限定 ②話題性・訴求力の相対的低下 ③都市景観・伝統文化と、生活環境との軋轢 ④集客力の地区格差が拡大、脆弱な回遊性 ⑤来街者に対する観光誘引の不足
機会 （目標達成に貢献する外部の特質） ・成長戦略として施策の柱となる観光や環境の取組、 ・羽田空港国際化等	攻勢 どのように強みを活かすか ・横浜のブランド力の増強（「港」を中心としながら、「食」「買い物」「近代都市性」「歴史性」「国際性（エキゾチック性）」等を活用） ・戦後の建造物や文化財にも目を向けつつ歴史遺産や産業観光資源を掘り起こし、学習・体験プログラム化	段階 どのように機会を利用するか ・横浜都心部内における移動や利用の円滑性、回遊性向上のためのユニバーサルデザイン ・外国人観光客にも訴求力を持つ国内外に跨れる集客イベントの開催 ・市民・事業者ガイド制によるおもてなし
脅威 （目標達成の障害となる外部の特質） ・国際規模での都市間競争の熾烈化、 ・東京との近接性等	差別化 どのように弱みを克服するか ・伊勢佐木町や野毛といった歴史ある街の成り立ちや個性を活かし、地区や街の特色を伸ばす。これらによる「オールド横浜」の魅力で東京と差別化	転換 どのように脅威を取り除くか ・観光客を心からもてなすホスピタリティの向上

（委員会資料より抜粋）

イ 都心部活性化に資する具体的な取り組みに関する情報収集

カジノを含めた統合リゾートに関し、国、主な地方自治体、海外の動向について情報収集を行った。

ウ 今年度の調査

過年度調査において整理した現状や課題、都心部活性化に向けた方向性を踏まえながら、具体的な施策や今後の展開について検討を行うに当たり、柔軟で幅広い発想を取り入れるため、大学等と協働で提案を募集する。都心部活性化に資する国等の動向についても引き続き情報収集・整理等を行う。

6 参考人からの意見聴取

本委員会では、有識者を参考人として招致し、意見聴取を行った。

(1) 参考人

公益財団法人日本交通公社研究調査部長 梅川智也氏

(2) 案件名

観光イノベーションの時代

(3) 講演概要

(我が国の観光市場の特性と観光立国)

- ・我が国の観光市場は、バブル崩壊以降右肩下がりであったが、新成長戦略の柱の一つとして観光立国が掲げられ、観光庁の発足、観光立国推進基本法の制定などを背景に、さまざまな観光分野のイノベーションが行われている。
- ・日本の観光市場規模は22兆円程度で、旅行種別の内訳を見ると、70%は日本人の宿泊旅行、20%は日本人の日帰り旅行である。これに対して、外国人旅行者が日本で観光に使う金額は、市場規模全体の6%弱であり、我が国の観光市場は非常に内需依存型であると言える。
- ・少子高齢社会が進む中で重要になってくるのは、外需（海外からの旅行者）の拡大、日本人の旅行参加回数をふやすリピート化・滞在化の促進である。
- ・観光立国推進基本法に基づき平成24年3月に閣議決定された観光立国推進基本計画（第2次）では、平成28年までに観光旅行消費額を30兆円

にふやす、訪日外国人旅行者数を1800万人にふやすなど、具体的な目標数値を掲げているが、特徴的なのは、旅行者の満足度を目標数値として取り入れている点である。

(観光イノベーションの時代)

- ・ 観光イノベーションの定義

イノベーションとは「企業活動・地域活動において、新しい組み合わせを実現すること」であるが、イノベーションの種類には「持続的イノベーション」と「破壊的イノベーション」がある。これまでの我が国の観光分野では、老舗の旅館や料亭などで持続的なイノベーションが継続的に行われていたが、破壊的なイノベーションというものはあまり行われてこなかった。松尾芭蕉の「不易流行」という言葉があるが、観光イノベーションの基本は、「旅行者は何がしたいのか（行動欲求）、つまり『人間行動の本質』を追求し、常にニーズに対応していく考え方と、古いもの（変わらないもの）に価値があるとする考え方、不易流行のバランスを大切にすること」であると言える。

- ・ 観光事業の変化

航空券等のインターネット予約が普及したことにより、旅行業が仲介を行う従来の旅行商品ではなく、キャリアと消費者が直接取引を行う旅行形態がふえ、LCC（ローコストキャリア）なども台頭してきた。また、従来から旅行業が販売していた「発地型旅行」の商品ではなく、地域が商品を開発する「着地型旅行」という新しい動きなども出てきている。

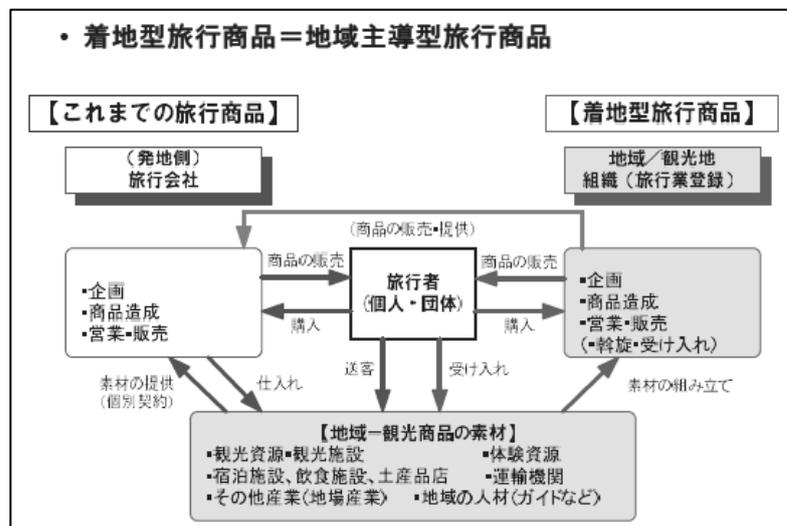
- ・ 観光イノベーションのタイプ

観光イノベーションには、その土地にある資源を観光資源として生かす「資源系イノベーション」、今ある施設の形を変えて観光資源として生かす「施設系イノベーション」、新しいビジネスとして展開する「産業（事業）系イノベーション」、行政などが政策を打ち出す「政策系イノベーション」、観光産業に携わる人材や組織の意識を変革していく「人材系・組織系イノベーション」の5つのタイプがある。当財団が携わった事例として、三重県鳥羽市の「宿泊産業活性化推進事業」という事業があるが、もともと漁業の町である鳥羽市の宿泊産業に焦点を当て、宿泊滞在の「質」

を高めて来客者の満足度を上げる活動を行ってきた。各地域の関係者で話し合いを進め、「食べる」「見る」「聞く」「体験する」「触る」という食の体験ツアー「ぐるとぼ」という着地型旅行の商品を開発した。これは、観光産業に携わる人と組織の「体質改善」と「仕組みづくり」の観光イノベーションであった。

(観光のパラダイムシフト (地域主導型への転換))

- ・従来は出発地 (大都市) で行われる「発地型観光」という旅行商品が主流であったため、商品企画に当たっての指標として、観光地の魅力となる「観光資源」に特A級、A級、B級といったランクづけを行った。発地型観光においては、ランクの高い観光資源を周遊することで商品化ができたが、国民全体の旅行経験が増加し、旅行者の価値観の多様化に対応するためには、旅行者を受け入れる地域の側が主体的に旅行商品づくりをしていくことが大切であるという認識が広まってきた。こうした旅行商品づくりの取り組みを、従来の発地型観光に対して「着地型観光 (もしくは地域発観光、地域主導型観光)」という。
- ・「着地型観光」の取り組み例としては、エコツアー、グリーンツーリズム、町並みガイドツアー、路地裏散策ツアーなどがある。
- ・着地型観光は、必ず成功するビジネスモデルとは言い切れず、地域の力を総動員して取り組まなければならないが、地域資源を地域で発掘し、住民みずから磨き上げ、そして外部の人と交流することで、住民にとっての生きがい、喜びにつながる、まちづくりの総仕上げと言える。

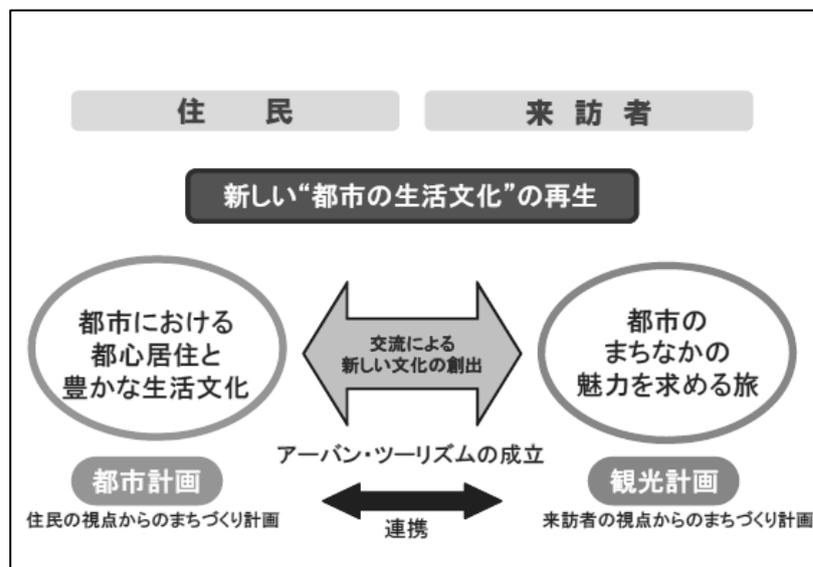


(委員会資料より抜粋)

(横浜市の観光を考える(アーバン・ツーリズムのススメ))

- ・都市の魅力要素は、「見る楽しみ」「買う楽しみ」「食べる楽しみ」などいろいろあるが、これらの要素を分解せず、その町を回遊すること、人と交流することが都市観光の一番の楽しみと言える。
- ・今までの都市観光は、京都や奈良などすぐれた観光資源を持っている町や、飛騨高山や倉敷など魅力ある町並み、都市そのものが複合的な魅力を持つ東京や大阪などが中心であったが、近年は特にすぐれた観光資源を持たない地方都市においても、その町に日常的にある素材を上手に活用して、その町の生活文化を楽しむ旅行、アーバン・ツーリズムを進めている。
- ・アーバン・ツーリズムを進めるに当たっては、住民が自分たちの町をよく知り、魅力を再認識する必要がある。その上で、来訪者にその町の魅力を積極的に知らせ、その町を訪ねてみよう、回ってみようという気持ちにさせることが重要である。
- ・アーバン・ツーリズムを町なか再生に活用するポイントは、都市特性の把握であり、その都市に残されているストック(生活文化)とその形成過程(黄金期)に着目する必要がある。

(例) 城下町、門前町、港町、産業の町(生糸、水運、造船、炭鉱)



(委員会資料より抜粋)

(観光イノベーションにおける改革視点)

- ① 資源の棚卸し：地域資源を見直し、磨きをかける。

- ②ポテンシャル評価：立地の再検討、観光ポテンシャル・ターゲットの明確化
- ③ビジョンの策定と共有：住民が共有できる地域将来ビジョンの策定と共有
- ④適容量の把握・維持：過剰な宿泊・観光施設の見直し
- ⑤マーケティング：観光統計の充実、マーケティング機能の強化
- ⑥IT活用：ICTなどによる個人客への情報提供方法の確立
- ⑦多様な地域資源の商品化：資源の活用、付加価値づけなどを地域で取り組む
- ⑧多様な主体の参画：住民の観光理解促進、まちづくりへの積極的参加促進
- ⑨推進体制の充実と役割分担：旧来組織の変革、官民役割分担の明確化
- ⑩広域連携：単独観光地だけではなく、広域的な連携・補完の検討

(都市観光のヒント(参考事例))

- ・大阪：ほんまに面白いガイドと巡る“大阪あそ歩”<町歩きガイド>
- ・ニューヨーク：“レストランウィーク”あこがれのレストランを格安で<都市のにぎわいづくり>
- ・ロンドン：年に一度の建築公開イベント“オープンハウス”<都市のにぎわいづくり>
- ・パリ：大規模レンタル自転車事業“ベリブ(Velib)”<都市の交通>
- ・サンフランシスコ：“セグウェイ”を使ったシティガイド<都市の交通>
- ・大阪：古いビルをコンバージョン“HOSTEL 64 OSAKA”<都市での滞在>

(4) 委員意見概要

- ・参考事例で挙げられていたパリのベリブなどは、非常におもしろい取り組みであると感じる。横浜にも横浜コミュニティサイクルがあるが、観光客が町歩きをする手段として、速度もちょうどよい。また、環境的に負荷の少ない観光スタイルという点でも、今の時代に合っているように思う。
- ・観光振興を考えると、つい都市部の観光に目が行きがちであるが、横浜も18区あり、それぞれの町に住む人たちの生活がある。その町に住む人たちが町の魅力を掘り起こし、町の観光というものを考えていくことは、大都市横浜においても大事なことであると思う。
- ・特A級といった飛び抜けた観光資源がなくても、そこに暮らす人たちの知恵と工夫で観光振興を進めていくことが、これからは大事になってくる。

7 視察

本委員会では、調査・研究内容の検討に資するため、次のとおり視察を行った。

(1) 委員会視察

横浜国際平和会議場及び横浜国際協力センター（平成24年9月21日）

横浜国際平和会議場会議室において、本市のMICE拠点であるパシフィコ横浜におけるMICEの推進に向けた取り組み等について、株式会社横浜国際平和会議場職員から説明を聴取した後、横浜国際平和会議場の視察を行った。その後、横浜国際協力センターの視察を行い、公益財団法人横浜市国際交流協会職員から説明を聴取した。

(2) 委員が実施した視察

ア 大分県（平成24年10月26日～27日）

太田正孝委員

- ・山香町における農村宿泊等グリーンツーリズムの実施について
（視察先）山香グリーンツーリズム研究会（杵築市）
（委員所見等）

本市においても、残存する農村や自然が残る山郷の農家と地域の学校生徒との交流、さらに外国人などと市民の交流を図るために民泊・B&Bの設置を市民に勧めるなどし、行政の協力のもとで、気軽に外国人などが横浜を訪れ、滞在し交流する機会を設けるべきである。

- ・小京都杵築における城下町観光及び観月祭等イベントに関する取り組みについて
（視察先）杵築市
（委員所見等）

他の都市と同じような商店が並ぶようでは、本市に観光客は来ない。思い切って、明治大正期の町並みを街路に面したところだけでも復元整備するなどしたら、観光客はたくさん押し寄せるはずである。横浜開港150周年記念テーマイベント「開国・開港Y150」にかけた100億円以上の金を、新たなまちづくりにかけたら、もっとおもしろい横浜がつけられたのではないかと思うと残念で仕方がない。

イ 沖縄県（平成24年10月31日～11月1日）

麓理恵副委員長、市野太郎委員

- ・ 沖縄型免税店制度について

（視察先）沖縄県

（委員所見等）

海外、とりわけアジアからのクルーズ客船で横浜に来る観光客へのオプションの一つとして、検討に値する制度であると思う。しかしながら、今後のクルーズ客船の寄港の見通し、特定免税店の設置場所やその内容、そして国との調整などにおいて課題は大変に多いと感じた。

- ・ 万国津梁館における沖縄MICEの取り組みについて

（視察先）万国津梁館（名護市）

（委員所見等）

この施設は、2000年に九州・沖縄サミット首脳会合が行われたことで有名であるが、企業のインセンティブツアア一等が行われる、リゾート型のMICE施設である。当該施設の指定管理については今年度からホテル経営者が県から指定を受けており、ホテル経営で培った接遇を生かした、さまざまな取り組みが行われていた。

ウ 福岡県（平成24年11月19日～20日）

黒川勝委員長、輿石且子委員、清水富雄委員

- ・ コンパクトシティ福岡の強みを生かしたコンベンションの強化に向けた取り組みについて

（視察先）福岡国際会議場（福岡市）

（委員所見等）

本市との共通した特徴として港、コンパクトシティ、ファッション性の高い住民意識などが挙げられるが、国際会議の開催件数においては横浜が順位を譲る形となっており、アフターコンベンションを含めた受け入れ体制、おもてなしの心の徹底など、福岡市が行っている対応のすぐれた点を本市における現状と比較する必要がある。本市においても、今後は世界に向けて発信力のある都市を目指していく必要があり、カジノ構想などをより現実的に考察する必要があると考える。

- ・ 福岡市における戦略的観光プロモーションについて

(視察先) 福岡市

(委員所見等)

福岡市では、中国や韓国等アジア地域との連携の取りやすい立地条件を最大限に生かしており、民間との協働により柔軟な対応を実現しているというところにも横浜が学ぶべき点が多いと感じた。福岡市の海外へのプロモーションは非常に積極的であり、ホームページなどによる観光プロモーションについても英語やハングルなど多言語で掲載されており、ターゲットを明確にした戦略が目につく。また、福岡オーブントップバスのふだん着を身につけた女性による観光案内ガイドや福岡カワイイ区など、他都市にはない福岡独自の取り組みにも積極的に挑戦し続けている。こういった点についても、横浜の現状を改めて検証し、さらにもう一ひねりして横浜としての独自性をつくり出す必要があると感じた。

エ 沖縄県(平成24年12月26日～27日)

中島光徳委員、仁田昌寿委員

・那覇市における観光振興について

(視察先) 那覇市観光協会(那覇市)

(委員所見等)

那覇市では、年間を通して計画的に大型イベントが行われ、毎年多くの観光客が訪れている。大型イベントの取り組みについては歴史があり、この地域ならではの取り組みが多いが、市民参加型のフルマラソンであるN A H Aマラソンについては、今後横浜で市民参加型フルマラソンを開催する上での参考になった。また、沖縄に3回以上来た方(リピーター)などをターゲットにした町歩き事業「那覇まちまーい」の取り組みは、リピーターの観光客に対するきめの細かい、非常によい取り組みであると感じ、今後の横浜における観光振興の取り組みの参考にして行きたいと思った。

・「アクションプラン2020」における取り組みについて

(視察先) 一般財団法人沖縄観光の未来を考える会(那覇市)

(委員所見等)

県内の観光関連団体で組織する「一般社団法人沖縄観光の未来を考え

る会」が、沖縄観光の振興にみずから主体的に取り組み、そのための政策提案を独自に行っているということ全てに、民間としての力強さを感じた。一方で行政との協働を大切にしており、財団法人沖縄県観光コンベンションビューローの各種委員会にも加わっている。継続的に事業を推進していけるよう、独自にアクションプランも策定しており、観光施策を行政任せにするのではなく、産・官・学・民がそれぞれ郷土愛の精神で主体的に取り組む姿勢は、先進的であると感じた。

・「ビジットおきなわ計画」に基づく取り組みについて

(視察先) 財団法人沖縄観光コンベンションビューロー (那覇市)

(委員所見等)

多様化する旅行動向や、国内外の観光地との競争などに対応すべく、国内外に向けた誘致宣伝事業の展開、受け入れ体制整備事業の推進、観光人材育成、イベントの開催などにより、沖縄県の観光産業の一層の活性化を図る取り組みを展開している。沖縄県が年度ごとに策定する誘客行動計画「ビジットおきなわ計画」に基づき、県と一体となってさまざまな誘客の取り組みを実施していることに力強さを感じ、本市の観光振興の取り組みにおいても、このように活力のある民間と一体となった取り組みが必要であると感じた。

オ 京都府 (平成25年1月16日)

木下義裕委員、篠原豪委員

・日本料理の世界無形文化遺産への登録に向けた取り組みについて

(視察先) 京都府

(委員所見等)

京都府は非常にスピード感のある仕事をしていると感じた。プロジェクトに携わる職員みずからもそれを自負する面もあり、京都府は短期決戦が得意という特徴があるようである。予算に関しても少額ながら有効に活用し、民間の力も上手に借りていると感じた。本市に置きかえて考えてみると、あるものを有効活用し、ない物ねだりはせず、伝統ある京都府のプロジェクトも参考にし、観光政策を実施していくことも大切ではないかと感じた。

8 委員意見概要

(1) 観光・創造都市戦略を進めるに当たっての課題

- ・観光都市横浜のまちづくりは何に力を入れているのか、「これ」という骨太の方針、方向性がわかりにくい。
- ・羽田空港の再国際化に当たっては、経済的効果を期待し、本市も100億円を投じたが、海外からの観光客が足を止める目玉が横浜にはなく、横浜を通過してしまい、せっかくの好立地を生かし切れていない。
- ・横浜が目指す創造都市の具体的な姿が全市的に共有できていないため、進むべき道が見えてこない。
- ・本市ではさまざまなイベントが行われているが、一過性のイベントが多く、継続的な集客ができていない。
- ・観光客は日常ではない異質なものを求めてやってくるが、横浜には日常があるだけで、観光客を呼び込む基本的な魅力が欠けている。
- ・本市は相当数の観光資源を有していると思うが、それらが地域の中に埋もれてしまっていて、活用されていない。
- ・文化都市という視点で、人々の生活の中でつくられた建築物などの資産や、今までの歴史を生かしていかないといけない。
- ・海外では横浜という都市の認知度が非常に低く、国際会議などを活用した都市のアピール力も足りない。
- ・行政の画一的な規制や縦割り主義が制約となって、市民が持ち込んだアイデアを生かしていない面があるように感じる。地域の活性化に資するような提案には、行政も柔軟に対応するという考え方も必要ではないか。

(2) 具体的な施策等に関する意見

- ・金沢区にはベイサイドマリーナ、野島、金沢文庫、伊藤博文別邸など、観光資源が豊富に存在する。また、中央卸売市場の再編・機能強化の中で、平成26年度末に中央卸売市場としては廃止される南部市場の敷地は5万坪あり、工業団地の空き用地など、広大な土地も有している。羽田空港からの交通アクセスのよさもあるので、こういった土地や観光資源を活用して、大規模なショッピング・リゾート構想を打ち出し、横浜への誘客、観光消費をふやす目玉としてはどうか。

- ・法制化されることが前提となるが、カジノは横浜への誘客策としては非常に強力であると考ええる。外国人専用の施設として設置する、飛鳥Ⅱなどの大型客船の船内で行うなど、場所と参加者を限定した形を視野に入れ、法制化された場合の本市としての対応について勉強しておく必要がある。
- ・横浜にカジノをつくることには反対であるし、検討についても不要である。
- ・どうしてもカジノをつくるということであれば、専用のエリアを設けるなどの規制を設けるべきである。
- ・エコカーなどによる公道レースを横浜の町なかで開催すれば、レースを見るために海外から多くの観光客もやって来るし、その模様が世界各国でテレビ中継され、横浜の町並みのすばらしさなどを世界にアピールできる。横浜には日産本社があり、学生たちもエコカーの製作を頑張っており、車関係の大きなイベントを実施してはどうかと思う。
- ・エコカーなどによる公道レースは、今日本のどこでもやっていないイベントである。横浜といえばこれ、という目玉となるようなイベントがあった方がよい。
- ・「環境未来都市」「国際戦略総合特区」「特定都市再生緊急整備地域」のトリプル指定後の横浜のまちづくりを考えたとき、みなとみらい21地区を中心としたモデル的なまちづくりを具体的にどのように進めていくのか、郊外部との連携も含めて検討していく必要がある。
- ・大規模スポーツイベントとして、横浜に市民参加型フルマラソン大会が開催されるとよい。
- ・一過性のイベントを行うよりも、町中でおもちゃ箱をひっくり返したような、音楽や大道芸などのイベントを日常的に行うほうがよい。
- ・人々の暮らしの中で必然的に生まれた文化や建造物などを、横浜の魅力として市民が再認識する必要がある。横浜という町が本来持っている魅力を生かし、都市としての価値を高めていくべきである。
- ・港周辺の建物はれんがづくりの洋館に、馬車道から伊勢佐木町までの道は石畳で明治・大正期のレトロな電車や馬を走らせるなど、観光客が写真を撮りに訪れたいくなるような、徹底したコンセプトのある町の景観とし、観光客が求めている非日常的な空間をつくり出したらどうか。

- ・横浜の歴史という視点で、行政と市民が一緒に魅力をつくり上げていくことができるのではないか。日本の歴史の中でも横浜開港は非常に大きな出来事であるし、歌川広重の東海道五十三次や葛飾北斎の富嶽三十六景という高名な錦絵に描かれた横浜の風景などは横浜の大きな歴史的財産である。
- ・横浜には日本の近代に建てられた建造物や史跡が数多くある。イギリスのブルー・プラークのように、そこに関係する人物や出来事などについて記載した、統一感のある案内板などを掲示して、町歩きの観光として楽しめるようなものを整備したらどうか。
- ・横浜の魅力を考えたときに、「オールド横浜」だけではなく、現代都市性、未来都市性など、温故知新というコンセプトも必要ではないか。
- ・観光の楽しみの一つは「食」で、横浜の「食」という視点の観光振興について考えていくべきである。1回食べておいしかったから、それを食べることを目的にまた横浜に行くといった、リピーターをふやす要因になる。
- ・横浜に遊びにきてても、夜を楽しめるような場所が余り知られていない。滞在型の観光客が横浜らしさを満喫できるような、生演奏を聞かせてくれるバーなどをもっと掘り起こしていくべきである。
- ・本市では、アジアの諸国・地域をインバウンドのターゲットとしているが、町なかの案内表示や観光施設の展示物の説明などを見ても、たまに中国語、韓国語が併記されている程度である。外国人が横浜という町を楽しめるように、外国語によるきめ細やかな案内を徹底するべきである。
- ・外国人観光客の誘客ということを考える際に、ホスピタリティーの精神は非常に大切である。笑顔は万国共通の言語というように、外国に旅をした時に笑顔で歓迎されれば、その都市は非常に印象に残ると思う。
- ・横浜における創造都市の姿を考えたとき、そこに住み暮らす人々が、自分たちが観光という産業にかかわっているという自覚を持たなくては、文化として定着していかない。行政はきっかけづくりだけを行い、後は地域住民が観光産業の担い手となり、みずから企画・運営していけるような将来像を描いて施策を行うべきである。
- ・横浜へのリピーター化を促進するために、「横浜コンシェルジュ」のような制度をつくって見たらどうか。横浜の歴史や横浜にまつわる文化・芸術など

に詳しい方を認定するという制度で、認定試験の問題を市民団体につくってもらいなど、市民と協働した観光振興策としてどうか。

- ・横浜を中心として、箱根の温泉に行く、三崎のマグロを食べに行くといった観光商品の開発を推進し、滞在型の観光客をふやすべきである。
- ・横浜には長期滞在型の宿泊施設が少ない。横浜に長期に滞在してもらえば、横浜のさまざまな魅力を知ってもらえることができる。例えば、郊外部の空き店舗などを長期滞在型のB & Bとして開放するなどすれば、地域の活性化にもつながり、海外からやってくるバックパッカーの学生や、将来的に横浜に住んでみたいと考えている高齢者などが、そこに半年試しに住んでみるといったようなことも期待できる。
- ・横浜は都市の情報発信力とネットワーク化が弱いと感じる。「武家の古都・鎌倉」の世界遺産登録の話は、世界に向けて強力なアピールができる絶好の機会なので、十分に生かさないといけない。
- ・泉区には「吊るし雛の会」という10年以上続く地域活動がある。地域で大切にされているこういった活動の魅力を、その地域だけにとどまらず、郊外部と都心部をつないで、観光資源として生かすようなことができればよいと思う。
- ・18区それぞれに、多くの観光資源があるのではないかと思う。各区においても、地域の魅力を生かすような、区ならではの観光振興施策に取り組み、局は予算的・人的な部分も含め、各区の個性を生かすような事業をバックアップし、地域に大きくスポットライトが当たるようにしてもよいのではないか。
- ・横浜の持つ資源の多様性を生かしたらどうか。横浜に観光に訪れた人は、都心部ではさまざまなにぎわいで楽しむことができ、郊外部に行けば田園緑地そのものを公園化した、芸術村や寺家のふるさと村のような田園で遊ぶことができるようなまちづくりもよいのではないか。また、グリーンツーリズムのような農村体験などを企画し、農地を有効活用するのもよいのではないか。
- ・市内にある旧東海道の宿場町を生かし、中央卸売市場と連携した魚市場で海鮮料理を提供したり、郷土品などを売る店を並べるなど、宿場町の雰囲気を生かした町並みを再現したらどうか。

- ・横浜の観光情報全体を集約してPRする、一体感のある広報を行うべきではないか。例えば、横浜最大の観光資源である港を活用したイベントはいろいろあるが、所管局別になっていて効果的に行われていない。
- ・Dance Dance Dance @ YOKOHAMA 2012 は、イベントの内容がわかりにくい部分があった。大規模なイベントを実施する際は、市民にわかりやすい、体系化したプロモーションを行い、最大の効果が得られるようにすべきである。

9 観光・創造都市戦略における国際都市横浜の魅力づくりについての提言

(1) 総論

「観光」とは、地域経済の活性化、雇用の機会の増大など、経済活動全般にわたって重要な役割を果たすものであるとともに、健康の増進や豊かな生活環境など市民生活の安定や質的な向上に貢献するものであり、ひいては国際社会における相互理解を深めるものである。

我が国では今、長きにわたる景気低迷、世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来や将来的な人口減少、さらなる社会のグローバル化という社会状況の中で、政府においては21世紀の日本経済社会の発展のために不可欠な国家的課題として「観光立国」の実現を掲げ、平成19年に観光立国推進基本法が施行された。平成20年には観光庁を発足させ、地域における国際競争力の高い魅力ある観光地の形成、観光産業の国際競争力の強化、観光振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興など、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進しているところである。

一方で地方においては、地方分権・地域主権改革の推進や、新たな大都市制度（特別自治市）の創設に向けた動きが活発化する中で、都市の自立が求められ、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現が望まれている。本市を取り巻く状況においても、羽田空港再拡張・国際化、「環境未来都市」「国際戦略総合特区」「特定都市再生緊急整備地域」のトリプル選定、国際コンテナ戦略港湾の活用などといった、地域経済社会の活性化の契機となるような動きが次々と進んでいる。これは大きなチャンスであると同時に、本市が国際都市間競争に生き残れるかどうかの真価が問われているとも言える。

本市においても、この機を逃がすことなく、観光立国の実現に向け、個性あ

る地域の発展を目指した、国際都市間競争力を高める戦略を積極的に打ち出していくべきである。

横浜市中期4か年計画では、横浜版成長戦略として「観光・創造都市戦略～観光・MICE・創造都市よこはまの確立～」を掲げており、「MICEの拠点都市として国際的な地位の確立」「アジアからの誘客促進による経済活性化」「アジアにおける文化芸術活動に関わる人、モノ、情報の拠点都市」を目指し、さまざまな施策を展開している。

この観光・創造都市戦略を着実に進めることにより、横浜経済の活性化、国際都市横浜としての魅力の向上、都市ブランドの確立、国際性豊かなまちづくりといったものが実現していくことになるが、現状ではさまざまな課題もある。横浜のまちづくりの未来像や方向性が戦略の中にしっかりと見えてこないこと、歴史的にも貴重な資源などが地域に埋もれてしまい、地域を活性化する観光資源として生かし切れていないこと、一過性のイベントが多く、国際都市横浜を世界に発信するような継続的な集客策がないこと、外国人観光客にしっかりと狙いを定めた誘客策がなく本市の好立地を生かし切れていないことなどが主な課題として挙げられるであろう。横浜市民が、横浜の町に誇りと愛着を持ち、豊かで活力に満ちた地域社会を実現していくためには、継続性・地力のある町の魅力、そして非日常的な町の魅力の創造について検討すべきであるとともに、今ある観光資源をその地域だけにとどまらせることなく、広く効果的に発信するための仕組みが必要ではないだろうか。

これらのことを踏まえ、観光・創造都市戦略における国際都市横浜の魅力づくりについて、次のとおり提言する。

(2) 具体的な提案

ア 訪れたい町横浜の魅力の創造

政策局が実施した都心部活性化検討調査によれば、横浜という町は、「海・港」「街並み・風景」「ナイトライフ・夜景」「異国情緒」「グルメ」「公園」「ショッピング・ファッション」など、都会的でおしゃれ、あるいは文明開化の町という歴史性・国際性がある等といった都市イメージを抱かれている。

しかし、このような本市に対するよいイメージ、都市ブランド力が、来街

者の増加や横浜ににぎわいをもたらす結果となっているのかということを考えてみると、必ずしもそうとは言えないというのが現状ではないだろうか。

横浜には開港以来の近代の歴史が醸し出す町の魅力、港町としての異国情緒あふれる魅力など、観光資源となり得る魅力が数多く存在する。その魅力を生かし切れていない要因の一つとして、近年の駅前再開発・区画整理事業などを進める中で、横浜の町並みが画一的なものになっており、横浜らしい町の特徴、個性が埋もれてしまっているということが挙げられるのではないだろうか。

横浜の町が持つ都市ブランド、町のアイデンティティを徹底して強化し、国際観光都市としてのまちづくりを考えるということは、誘客策にとどまらず、横浜市民が我が町を誇りに思い、地域に愛着を感じ、この町が豊かに発展していくことにもつながるものであろう。

横浜らしい町の特徴、個性を最大限生かし、観光客を呼び込むためには、観光客のニーズに応えられるような横浜の魅力が必要となる。観光客が横浜を訪れたいと思えるような魅力は何かと考えると、やはり冒頭で述べたような横浜の強み、都市ブランド力である「文明開化が始まった町」といったような歴史性・国際性、「おしゃれな町」という都会的なイメージである。この強みを生かし、誰もがいかにも横浜、と感じられるような町の雰囲気、徹底したまちづくりを行い、町の魅力を創造してはどうだろうか。

例えば、横浜の歴史性・国際性を全面に押し出すのであれば、港の付近や日本大通り、山手付近、旧東海道の宿場町などは、昔の横浜の町並みを再現して景観を統一し、訪れた人たちがその時代を感じられるような空間をつくりだす。また、都会的なイメージを生かして町のにぎわいを創出するのであれば、パリのシャンゼリゼ通りのように、日本大通りの端から端までオープンカフェなどを出店して人々が集まってくるようにしたり、野毛や戸部など下町的なイメージのあるエリアでは、上野のアメ横のような商店を出店して、縁日・お祭りのようなにぎわいを創出する。また、グルメというイメージを生かして食によるにぎわいを創出するのであれば、南部市場に市場ならではの店、例えば寿司店などを集めて食のエリアとするなど、横浜のさまざまな魅力を観光資源として生かすことができるアイデアは数多くある。

どのような魅力を創造する場合においても「今までにはないもの」「横浜に行ったらこんなものがある」と人々が期待できるような、徹底したコンセプトが重要である。これは単発の試みでは意味がなく、横浜の町のイメージとそれに合致した町の実体を継続的なものとして人々に定着させていく必要があるので、地域と一体となり、本格的にまちづくりに取り組む必要があるだろう。

また、このような町の魅力の創造とあわせて考えるべきであるのは、来街者に対するホスピタリティーの向上である。多言語による案内はもちろんであるが、道路標識などのサインも十分であるとは言えない。また、建物の歴史や町の成り立ちなどを含めて案内できるようなガイドの存在も十分ではないのではないか。

外国人も日本人も、横浜を訪れた方全ての人が安心して町を歩くことができ、また来てみたい、もっといろいろ知りたいと感じてもらえるような町としていくために、日本国内のみならず、諸外国の都市の事例なども参考にしながら、真の意味での国際観光都市を目指す必要があるだろう。

イ 国際都市横浜の持つ観光資源の広域的な広がり

国際都市横浜のこれからの姿を考えたとき、目に見えた効果がすぐにあらわれるような施策のほかに、長期的な視点をもって今から種をまき、耕していくような施策も大切である。50年後の横浜の町の生活を見据えて、横浜市民の国際化を進め、訪れたい町として外国人にも選ばれるような、そんな国際都市を目指すべきである。

多くの人々から訪れたい町として選ばれるためには、暮らしの便利さだけでなく、地域の魅力となる観光資源を、横浜市全域で掘り起こしていくべきであろう。地域の魅力を掘り起こそうとするとき、まず地域の人々がその魅力をしっかりと認識する必要がある。そして、その魅力を訪れた人に伝えることができる人がふえなければならない。自分たちが暮らす町について、子供たちも含め、人々がその地域を知り、地域が好きな人をふやすことで、町の歴史や暮らしを伝承していくことができ、その上で観光資源としての魅力につながっていくのである。

横浜市は18の行政区があるが、それぞれの区における観光、日常の生活、

歴史、食などを洗い出し、各区が競い合って「他の区とは違う部分（特色）」を把握し、それを打ち出していくべきだろう。それと同時に、行政区割りにこだわらず、横浜市内はもちろんであるが、鎌倉市、横須賀市、逗子市、葉山町などの近隣市町村も巻き込み、観光資源をつなげていく必要があるし、近隣市町村との関係においては、市境にある区の役割は特に大きいだろう。

本市の観光というと、みなとみらい21地区などの都心部に注目が集まりがちであるが、郊外部には緑が多く残されているなど、観光資源としての高いポテンシャルがあると言える。しかし、その地域では観光資源になりうる魅力に気がついていないため、その魅力の掘り起しが重要となる。地域の外にいる人の協力も得ながら、パブリックセクター、プライベートセクター及びコマーシャルセクターが、それぞれの視点で掘り起こしを図るべきである。

地域の魅力を知るということでは、例えば、自分の言葉で我が町を語り伝えられる人を育てるような仕組みを18区それぞれで進めてみてはどうだろうか。

また、今後高齢化により、遠くに出かけることが難しい人がふえることを踏まえ、自宅近くで体験できる、近隣での体験型の観光商品を地域住民が開発するという事も考えられる。提供する側もされる側も記憶に残るような本格的な観光商品を開発できれば、リピーターの獲得も狙えるであろう。地域で開発する観光商品は体験型だけではなく、「勉強・歴史型」など、さまざまなメニューが検討できるので、地域で知恵を出し合いながら、まちづくりを行うことができるだろう。

横浜に限らず、人の営みや土地の歴史は、そのものに魅力があり、後世の人々に受け継がれた財産である。そこに暮らす人々が誇りを持って生活をしてきた伝統や歴史を、訪れた人に上手に見てもらい知ってもらい、暮らしてみたいと思ってもらい、そういった見せ方の工夫と仕掛けによって、その地域のまちづくりがより豊かなものになるだろう。観光資源を地域に根づいた資産としていくためには、その掘り起こしから活用プランの策定、組織づくり、情報のオープンデータ化による発信といった一連の流れが重要となる。この全ての過程において地域が主体的にかかわり、まちづくりを行うことが

できるような仕組みづくりが、行政に求められる役割なのではないだろうか。

ウ 国際都市横浜をイメージできる大規模な集客ツール

横浜は、開港以来国際港湾都市として大きく発展した町であるが、世界的に見ても非常に規模の大きな都市であるにもかかわらず、何がある町なのか、どのような歴史を持った町なのか、世界の人々にその存在を余り知られていないというのが現状であろう。

「国際都市横浜」を世界に発信し、その存在をアピールしていくことを考えると、全世界が注目する強力な求心力を持つイベントを、横浜の町の魅力を全面に押し出して実施することが、非常に有効な手段であると考えられる。

みなとみらい21地区の美しい都市デザイン、港を中心としたインナーハーバーの景観といったものは、横浜の大きな観光資源である。この町並み、景観のすばらしさを全世界に発信する手段の一つとして、公道を使用した市街地レースをみなとみらい21地区で実施することを検討してみてもどうか。

市街地レースは、モナコグランプリなどが有名であるが、レース開催時には世界各国から何十万人という観客が集まり、その模様は世界各国に放映され、何億人という人々が視聴する。このようなイベントを横浜の町で開催できたら、その経済波及効果、シティセールスの効果は相当なものとなるであろう。

本市には、グローバル企業である日産自動車の本社がみなとみらい21地区にあり、この地で自動車のレースを開催することは非常に意味のあることと考える。昨今では、世界自動車連盟（FIA）が主催する電気自動車のレース「フォーミュラE選手権」が2014年に世界各国で開催を予定されているなど、電気自動車に大きな注目が集まっている。電気自動車は、今後ますます成長が見込まれる分野であり、市内にキャンパスがある関東学院大学などでも、学生たちが電気自動車の開発研究を行なっている。本市としてもこういった動きを捉え、公道を使用した市街地レース開催の実現可能性について、さまざまな角度から検討してみることは意義のあることであろう。

市街地レースは、日本のどの都市でも実施したことのないイベントであり、開国の地、ものの始まりの地である横浜での開催は、この町らしいものにな

るのではないだろうか。

そして、現在の社会情勢を考えると、本市は、内国旅行者はもちろん、外国人旅行者による観光需要、インバウンドの獲得にも力を入れていくべきである。そこで、東京都心部からの好アクセスなどの恵まれた立地、数多くの豊かな観光資源を生かし、ショッピング、グルメ等を中心とした大規模なリゾート構想といったものを検討してはどうだろうか。

これは、本市が強力に推進しているMICE、大規模な国際会議や世界的なイベント等の誘致に当たっても、アフターコンベンションの充実という非常に強力な武器、大きな魅力の一つになるであろう。

特に、羽田国際空港からのアクセスのよさを誇り、また、中央卸売市場としては平成26年度末に廃止される南部市場の跡地などの広大な敷地を有し、さらには世界文化遺産候補となっている称名寺、朝夷奈切通や金沢文庫、伊藤博文別邸などの史跡、ベイサイドマリーナや八景島シーパラダイスといった商業施設、金沢自然公園や野島公園などの豊かな自然がある金沢区は、一大リゾートとしての素地を十分に備えていると言える。こういった既存の豊かな観光資源を一体として生かせるような、横浜のリゾート構想というものを、地域の方たちと十分に連携しながら検討してはどうだろうか。

一方で海外に目を向けて見ると、こういった統合リゾートにはカジノ施設が併設されている。

現在日本ではカジノは法制化されていないため、あくまでも検討の段階ではあるが、法制化された場合の対応について、沖縄県を初め多くの自治体で既に検討が始められている。

カジノについては、本委員会においてもその是非は大きく分かれるところであったが、カジノは世界の国や地域において、さまざまな形態で多く存在する施設である。カジノを設置するかどうかという議論を行う前提として、国際都市横浜としてこれをタブー視することなく、十分な勉強をしておく必要があるであろう。

最後に、昨今のランニングブームの高まりなど、市民参加型フルマラソン大会の開催は多くの市民から要望があるところであるが、スポーツイベントに限らず、このような大規模なイベントは国内外からの誘客が見込めること

から、その文化的な意義だけにとどまらず、経済的な効果も非常に大きい。開催に当たっては今後も市民ニーズを的確に捉え、効果的に施策を推進していく必要があるだろう。

市民参加型フルマラソン大会については、実施方法等について今後検討が行われていくことになるが、横浜らしい魅力にあふれた、横浜が元気になるような運営方法を、関係各所からのさまざまな意見を取り込みながら、市民に一体感が生まれるようなイベントとなるよう検討を行ってほしい。

(3) 提言

これまでの本委員会での議論などを踏まえ、公道を長時間開放することとなる市民参加型フルマラソン大会については、平成25年度に検討・調査費が計上され、市内の英語・中国語・韓国語に日本語を加えた4カ国語表記の案内板の設置など各区においても積極的な取り組みが見受けられるようになり、世界遺産についても関連する区局の横断的な推進組織が行政内部につくられるなど、いくつかの成果が既に見られている。ここで、さらに本委員会として具体的な提言をすることにより、本市行政の政策検討において本委員会での議論の成果が活用されることを強く希望する。

(提言1) 国際コミュニケーション都市「横浜」

多言語化やピクトグラムについて、交通や観光案内だけでなく、飲食店のメニューや店舗の案内、タクシーや町歩きガイドなどに至るまで徹底して進め、海外からのお客様がコミュニケーションに困らない都市横浜を実現する。

(提言2) 地域の個性が光る都市「横浜」

18区それぞれの個性を徹底的に磨き上げ、各区の魅力が新たな観光資源となり、横浜都心部宿泊客がもう一歩足を延ばしてみようとする際の受け皿となることを目指す。都心部においては、元町、中華街、日本大通り、伊勢佐木町、山下町、みなとみらい21地区、野毛、横浜駅西口など、「町」「かいわい」といった単位で個性を競い合うことでリピーターの心をつかむ。郊外部においては、その地域の持つ特色を最大限に生かし、農村体験や古刹めぐりなどの観光商品化を進める。また、これらの情報が訪問者に行き渡るように徹底する。

(提言3) 町の歴史が今も息づく都市「横浜」

鎌倉文化、江戸東海道、文明開化、大正ロマン、占領期の米国文化、映画の

ロケ地など、それぞれの時代に輝きを放った横浜の歴史を徹底的に検証し、その歴史や資源を生かした観光開発を進める。

（提言４）全ての市民が取り組むおもてなし都市「横浜」

さまざまな市民団体、事業者、学校、行政といった、あらゆるステークホルダーが連携・協力し合って市外や国外から訪れる人たちを受け入れ「おもてなし」をするという、市民アイデンティティを醸成する教育・啓蒙に徹底して取り組む。

（提言５）広域連携のつながりで人が集う都市「横浜」

鎌倉、湘南、三浦、箱根といった、横浜にない魅力を備えた周辺地域との連景を図り、ICTの活用やキーマンとなる事業者や人材の育成などを進め、横浜を拠点に広域的に観光やMICEのプランニングを組み立てることによって、周辺地域の観光圏域全体の振興につなげる。

（提言６）もうひとつの観光拠点がある都市「横浜」

八景島、称名寺、金沢自然公園、海の公園、アウトレットモール、小柴貯油施設跡地、南部市場など、横浜都心部に次いで集客ポイントが集積する金沢区を「豊かな自然とアーバンリゾートが体感できる」新たな観光拠点として開発する。

（提言７）世界が認めるイベントがある都市「横浜」

世界トライアスロンシリーズ、市民参加型フルマラソン大会、電気自動車などによる市街地レースなど、公共の道路という既にあるインフラストラクチャーを活用して、日本では横浜にしかできない、横浜が一番ふさわしいと言われる、国内外から多くの集客ができるビッグイベントを、単発なものではなく、長期計画で育てていく。

（提言８）最新トレンドを実践する都市「横浜」

アフターコンベンションの魅力づくりや外国からの集客を図るため、カジノ構想や、巨大客船やメガヨットに対応した埠頭、クールジャパンの受け皿づくり、現代美術のトレンドなど、常に最新情報を収集し、メリットとデメリットを比較検証して横浜での実現可能性を追求し続けられる体制を構築する。

○ 観光・創造都市・国際戦略特別委員会名簿

委員長	黒川	勝	(自由民主党)
副委員長	田野井	一雄	(自由民主党)
同	麓	理恵	(民主党)
委員	輿石	且子	(自由民主党)
同	清水	富雄	(自由民主党)
同	市野	太郎	(民主党)
同	中島	光徳	(公明党)
同	仁田	昌寿	(公明党)
同	木下	義裕	(みんなの党)
同	篠原	豪	(みんなの党)
同	大貫	憲夫	(日本共産党)
同	太田	正孝	(無所属クラブ)