

# ◎ワールドカップサッカー大会の横浜開催に向けて

## 1 国際交流は都市横浜の原点

横浜は一八五九年、日本で最初に開港した港であり、開港期から日本の近代化を先導する「先端都市」として発展してきた。

世界に開かれた、進取の気性に富む横浜に日本全国や外国から多くの人や知識・文化が集積し、人々の出会いにより新たな文化が醸成され、横浜から国内外に様々な情報が発信されていった。国際交流は都市横浜の発展の原動力であり、今日、横浜が目指している創造的コンベンション都市の原点もそこにある。横浜では、「三日住めばハマっ子」と言われる。この開放的な都市のイメージとともに大切なのが、魅力ある「国際都市ヨコハマ」の街づくりである。

特に、都心が水際線に面し、そのすぐ後背地が緑豊かな丘となっている「ウォーターフロント都市」横浜は、水と緑の豊かな「ミナトヨコハマ」のイメージとして人々の中に定着している。MM21地区に代表される、若者が集まる「最先端ファッション」都市と関

内地区の歴史的な街並みの調和などが相まって、国際都市ヨコハマの魅力を形成している。

## 2 創造的コンベンション都市を目指して

### ①なぜ、創造的コンベンション都市か

国際的にボーダーレス社会が進展している現在、環境や福祉など様々な人類共通の課題を解決するためには、人や都市、国家など、あらゆる段階においてお互いを尊重し、話し合い、英知を結集することが求められており、その有効な手段の一つとしてのコンベンションが注目されている。

大きな国際会議や展示会、イベントなどコンベンションの開催は、来訪者の消費活動等により、経済活動を活性化させ、直接的な経済効果をもたらすとともに、横浜からの情報発信が活発に行われることにより、横浜のシティーセールスに大きな役割を果たすことになる。このことが、外国企業の誘致による雇用の創出や税収の増加など、都市の活性化につながるっていく。また、国の内外から多く来

訪者を迎えるための街の魅力づくりが、市民にとっても快適で住みやすい街づくりに直結するなど、市民生活の向上も図られる。

横浜が国際社会に貢献しながら、二十一世紀において持続的に発展していくために、経済効果や情報発信効果が高いコンベンションを一つの核として、都市づくりを進めていくとするものである。

### ②創造的コンベンション都市づくりの推進

創造的コンベンション都市づくりは、今後、次に掲げる施策を全庁的・全市的に着実に推進することによって実現する必要がある。

第一に、市民・企業・行政が協力・協働し、特にシティーセールス効果の高いコンベンションに目標を絞り誘致活動を展開する。また、主催者が開催しやすい環境整備を行う。

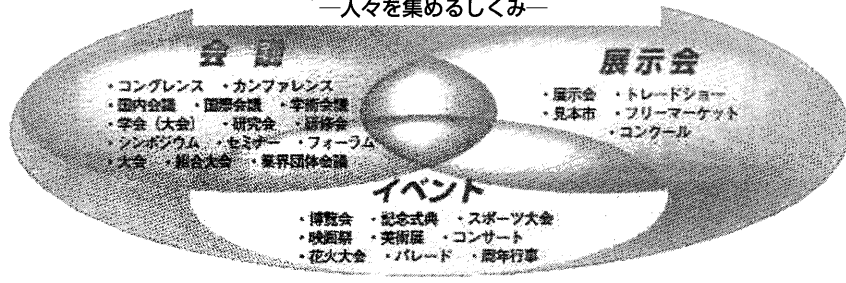
第二に、横浜の魅力と集客力を高めるために、多様なコンベンションを開催する。既存の観光イベントの充実や新規イベントの企画を行うとともに、話題性・情報発信性の高いオリジナルコンベンションや芸術文化事業、

- 1 国際交流は都市横浜の原点
- 2 創造的コンベンション都市を目指して
- 3 ワールドカップサッカー横浜開催の意義
- 4 大会の成功に向けて

## ■創造的コンベンション都市とは「出会いが価値を生み出す都市」

### 横浜市がとらえるコンベンション

—人々を集めるしくみ—



スポーツイベントの企画・実施を行う。

第三に、主催者が開催しやすく、またコンベンション都市にふさわしい環境整備のために、既存施設の多様な利用形態の検討、都心の文化施設を活用した魅力ある都市空間の創出、歴史的な遺産や様々な観光資源を活かした魅力づくり及び来訪者にやさしいユニバーサルデザインの街づくりを推進する。

第四に、現状では、コンベンションについて全ての市民に理解されているとはいえない側面がある。そこで、コンベンションの効果や開催情報など、市民への積極的なPR、市民活動を主体としたコンベンションの実施、市民に身近なコンベンションの企画等、様々な形態による市民参加の促進を図り、幅広い市民の理解を得ていく。

第五に、横浜からの情報発信力を高めるために、メディアに対し、コンベンション情報を積極的に提供し、国の内外に広報するとともに、コンベンション情報をインターネットに掲載し、世界に情報発信していく。また、街の案内情報やコンベンション情報を参加者や市民に提供するシステムを充実させる。

第六に、コンベンション開催を横浜経済の活性化に結びつけるため、市内のコンベンション関連産業の育成を図る。

### 3 ワールドカップサッカー横浜開催の意義

ワールドカップサッカーは、地区予選を突破した世界のトップアスリートたちが、熱戦を展開する価値の高い国際大会である。横浜で試合が行われることで、サッカー、そして

スポーツ全般に対する市民の関心が高まり、その結果、自らスポーツをする市民が増え、スポーツ振興という元気が生まれ、健康づくりにつながるとともに、二十一世紀を担う子どもたちに夢と希望を与えることができる。

また、ワールドカップサッカーは、オリンピックを上回るテレビ視聴者数約三百三十億人(フランス大会)を誇る世界最大規模のスポーツ国際大会である。ワールドカップサッカーには、国内外から多くの人が訪れる。観戦客だけではなく、国際メディアセンターがパシフィコ横浜に設置されることにより、世界のメディア関係者が横浜を訪れ、数ヶ月滞在することになる。宿泊や飲食等の直接的な経済効果以上に、メディア関係者が横浜に触れ、多くの市民と交流し、「ヨコハマ発」のニュースが世界に発信されることになる。

さらに、全世界で二十億人が見るといふ決勝戦が横浜で開催されることで、世界から「THE CITY OF THE FINAL」と呼ばれる。

これらによるシティーセールス効果は計り知れない。横浜開催の経済波及効果については、民間研究機関の試算では、宿泊・食料・交通などの直接的な支出増加額だけで約百九十一億円、生産誘発額は約二百五十七億円となっており、ワールドカップサッカーは、まさに大規模コンベンションの代表である。世界に横浜の良い印象を伝えるためにも、是非横浜大会を成功させる必要がある。

### 4 大会の成功に向けて

現在、本年十月にオープンする横浜情報文

化センターを初めとして、山下公園、赤レンガ倉庫、大さん橋国際客船ターミナルなどの整備が着々と進み、新しい街の魅力が創出されつつある。また、インターネットを通じて広報等でも、世界に決勝戦会場としての横浜が記憶されることになる。

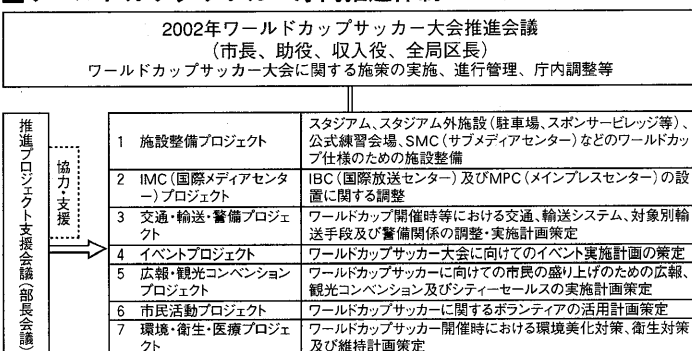
大会開催を二年後に控え、総合的な取組みのもとに効率的、効果的な事業推進を図るため、先頃「2002年ワールドカップサッカー大会推進会議」を発足し、施設整備、交通・輸送・警備、イベントなどの七つの推進プロジェクトにより、精力的に準備を進めている。今後、チケットの販売や市民ボランティア募集も行われ、大会開催機運醸成も徐々に図られてこよう。

最も重要なことは、市民・企業が主役であるという意識を持ち、主体的に活動してもらえるかどうかである。また、内外からのお客様が市民が温かく迎えるため、様々なボランティア活動の輪が広がること、ワールドカップサッカーを成功へ導くことになり、創造的コンベンション都市への道を着実に進めていくことにつながる。

また、職員の一人ひとりが、創造的コンベンション都市づくりの意義を良く理解し、ワールドカップサッカー大会を都市ヨコハマセールの絶好の機会と考え、「誰でも来たくなる」「誰でも住みたくなる都市」として、「ヨコハマ」の好印象を持つてもらおうよう創意工夫をこらすことである。多くの市民や職員が国際コンベンション都市ヨコハマを支えていくための経験やノウハウを積まれることを切に望んでいる。

〈企画局長〉

### ワールドカップサッカー庁内推進体制



### コンベンションによる波及効果

