

米国各都市における国際交流都市づくりに関する事例調査

ニューヨーク都市政策研究所 委託調査

はじめに

本調査は、2005年2月に開港した中部国際空港が、単に乗り継ぎで利用されるだけでなく、名古屋市や名古屋圏の持続的発展に直接効果を及ぼすよう、母都市である名古屋市の都市開発・まちづくりのあり方について検討することを目的としている。とくに本調査は、国際交流・観光面から、名古屋市に参考になりそうな米国のシアトルとアトランタを事例として取り上げ、調査分析を行った。

1. 米国における国際交流機能を高めている諸都市の動向

米国の都市圏人口(100万人以上)を有する各都市の中から、アトランタ、ボストン、ニューヨーク、デンバー、サンフランシスコ、ロサンゼルス、シアトルの7都市を選び、それら都市の動向を国際交流機能の向上という視点から分析を行った。候補とした都市は、米国の中でもそれぞれ位置的特性を生かしつつ、かつ地域に立地する空港を最大限利用し、多様な産業展開を行っている都市である。

これらの都市の中からシアトルとアトランタを選び事例調査を行った。シアトルとアトランタを選んだ理由は、以下の理由からである。

- 国際空港を都市及び都市圏成長の重要な柱として位置づけていること
- 位置的優位性を前面に押し出した諸戦略を進めていること
- 都市圏全体で高い成長率を維持していること
- 背後圏も含め広域的諸展開を行っていること
- 近年新たな産業経済戦略を立て、それに向けた具体的な努力を行っていること



図1 米国の国際交流機能を高めている諸都市

2. シアトルにおける国際交流都市にむけた諸政策

(1) シアトルの概要

シアトル市は人口56万人、都市圏人口240万人で1980年～2000年の20年間に46%の増加。白人とアジア人が多い(87%)が、人口の多様化は進行。犯罪発生率は低い。シアトル・タコマ(Sea-Tac)国際空港は2本の滑走路を持ち、2002年の利用者数2,670万人、375,000トンの貨物取扱。都市圏の産業・ビジネスの重要な拠点空港。ヨーロッパ、アジアに近く、アメリカ東部や中南米を含み、ヨーロッパ、アジア、アメリカ大陸の3極をにらんだマーケティング戦略を立てている。シアトル都市圏には、IT、ライフサイエンス産業等がクラスターを形成。空港はこれら産業の形成に欠かすことができない要素である。背後に山岳・スキーリゾートや海岸リゾートなどを擁しているとともに、カナダのバンクーバーとも連携し、アラスカクルーズの拠点を形成。



図2 シアトルとSea-Tac空港位置図

(2) 都市戦略、観光交流戦略の基本的考え方

2004年に地域経済に関わる諸団体(広域商工会議所、シアトル・キング郡経済開発委員会、広域シアトル貿易開発連合、シアトル港湾公団、各業界団体等)が都市圏の総合経済発展戦略を策定。さらにその実行のため、プロスペリティ・パートナーシップ(繁栄のためのパートナーシップ)を結成。プロスペリティ・パートナーシップは地域経済発展戦略のために5つのターゲットクラスター(用語の意味はP14参照: 航空宇宙、環境および代替エネルギー、情報技術、生命科学、ロジスティクス(用語の意味はP17参照)および観光も含む国際交易)を設定。各クラスター分野における発展戦略を策定し、それを実行に移す。

(3) シアトル都市圏における国際交流都市にむけての様々な取り組み

1) Sea-Tac国際空港に関わる計画、取り組み

第3平行滑走路建設と、関連周辺開発のためNEST (New Economic Strategy Triangle) Partnership設立
ピュージェット湾の農業、先端産業を含む多様なビジネス展開にSea-Tac国際空港は不可欠
積極的な航空路線誘致

2) 経済関連機関が実施している企業誘致活動や人材育成等の諸事業

ターゲット・マーケティング戦略 (Target Marketing Strategy : 目標を定めた誘致戦略)

ターゲット・マーケットレポートの発行

中小テクノロジー企業に対する財政的、技術的、また管理的サービスに関わる様々な支援提供

3) 観光交流戦略に対応する観光及び交流施策

全米、メキシコなどからも客を集めるアラスカクルーズなどの広域観光戦略

「Living Cool, Loving Nature (自然を愛し、かっこ良く生きよう)」のキャッチフレーズ戦略
積極的な都心環境整備戦略

都心における観光客などに対し安全と利便を保障するホスピタリティ (親切なもてなし) 戦略

全米の中小のコンベンションに照準を当てたターゲットコンベンション戦略

(4) シアトルにおける国際交流都市への取り組みから見た名古屋へのヒント

プロスペリティ・パートナーシップのように、広域圏の官民の各団体、機関による総合的な経済発展戦略を策定と実行。PSRC (ピュージェット湾広域評議会) のような広域行政圏のありかた、役割。

ターゲットクラスターの絞込みと、各クラスターの具体的な戦略立案と実行。名古屋の位置的、産業的特性から、観光も含めたロジスティクス産業の導入、育成。

国を越えた広域観光の考え方やコンベンション戦略。

市民やその家族にとって快適な街をめざすことは、他地域からの流入者にも重要な要素。

「Living Cool, Loving Nature (自然を愛し、かっこ良く生活しよう)」というキャッチフレーズを前面に押し出したプロモーション活動。

観光客の増大に伴う都心部でのホスピタリティの向上、都心環境の整備。

ターゲットを絞ったポートセールスや企業誘致、コンベンション誘致。

2. アトランタにおける国際交流都市にむけた諸政策

(1) アトランタの概要

アトランタ市は人口 42 万人、都市圏人口 411 万人で、都市圏人口は 1980 年から 2000 までの 20 年間で、実に 84%もの伸び率を示している。

アトランタ国際空港は、4 本の滑走路を有し、2003 年の年間利用者数は、7,910 万人、798,500 トンの航空貨物を取り扱う。世界でも最も混雑している空港である。

アトランタは全米の地理的中心にあり、飛行機で 2 時間以内の圏域に全米人口の 80%が住む。米国の交通、通信ネットワークの中心という地理的条件を生かし、流通、コンベンション機能が充実。

1996 年オリンピック開催。その折に整備した光ファイバー網がその後の IT 産業の集積に寄与。オリンピック施設は国際大会や全米大会を開催するのに活用。スポーツ・コンベンション都市としての機能も備わった。またこの際、オリンピックを活用した企業誘致戦略が成功。

アトランタ都市圏のチャンプリー市では、近年移民の増加が目立ち、移民を地域に問題なく受け入れるために国際村の整備を計画。文化やビジネス面での国際交流を推進している。

もともとアトランタ市は黒人の割合が高く、それほど多様化はしていないが、犯罪率は高い。ただ、南部特有の域外からの人々を受け入れるホスピタリティが高く、様々なランキングで上位を占める。



図 3 アトランタから全米への時間距離

(2) 都市戦略の基本的考え方

アトランタ都市圏商工会議所は、2002年に今後のアトランタの経済発展方向を明確に打ち出し、以下の3つの大きなターゲットを設けた。

ロ ジスティクス産業の集積、発展

アトランタ都市圏は米国でも有数のロジスティクス産業集積地であり、この集積をベースに、今後アトランタが世界のロジスティクス産業の拠点として成長することを重要な目標とする。

バイオ及びライフサイエンス産業の集積

アトランタ都市圏には、連邦の疾病予防センターなど、重要なバイオ、生命科学関連の研究機関があり、その集積をもとに140社以上のバイオ・サイエンス、生命情報工学、製薬、医療機器企業が立地する。この集積を生かし、さらに今後の集積を目指している。

企業本社機能立地誘致

アトランタ都市圏は、地元企業の拡大や国際的企業の新規移転などを通して成長を続け、世界一流の本社都市としての名声を得つつある。今後、この本社機能集積を一層強化していく。

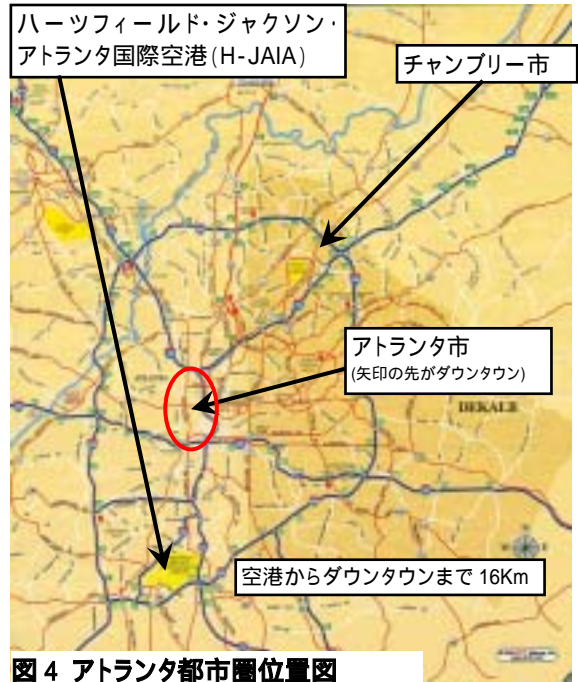


図4 アトランタ都市圏位置図

(3) アトランタ都市圏における国際交流都市にむけての様々な取り組み

1) ハーツフィールド・ジャクソン・アトランタ国際空港(H-JAIA)に関わる計画、取り組み

第5滑走路の整備とそれに伴う国際線ターミナルの建設、及び関連機能の拡張、改善
空港隣接地におけるコンベンションセンター、ホテルなどの複合開発

2) 経済関連機関や州が実施している企業誘致活動等の諸事業

州政府による税の優遇措置を含む積極的な誘致政策
企業立地の利便性を高めるジョージア・リソースセンター(Georgia Resource Center : GRC)
知的集約型産業へのターゲット・リクルーティング

3) ラテンアメリカへの展開 国際的ロジスティック・ハブの形成

アトランタは今後、ラテンアメリカやカナダへの主要玄関口として大きな役割を果たしていく。

4) 観光交流戦略に対応する観光及び交流施策

イベント・コンベンション戦略
コカコーラやCNNなどを活用した産業観光戦略
オリンピック以後の都心の安全性とアメニティを高めるための都心整備戦略を推進

5) ビジネスの国際化、人口の多様化に伴う諸施策

国際的な銀行およびビジネス・サービス
外国政府オフィスと関連のサービス
多様な海外からの人々に対応するための教育・文化環境
チャンブリー市の国際村(International Village)の取り組み

(4) アトランタにおける国際交流都市の取り組みから見た名古屋へのヒント

位置的な特性を生かしたロジスティクス産業の集積という考え方では、名古屋も類似。本社機能の集積という視点は見習うべき点である。東京にある必要はない本社機能も多い。国際ビジネス、先端産業を振興するための産学官による連携や、事業の移転拡張意欲のある企業をひきつける様々な優遇措置、立地検索システム等は、国際ビジネス展開の必要条件である。社会多様化に対応する諸システム(言語支援や生活支援システム)は国際都市の重要な要素。アトランタはオリンピックを契機に都心のホスピタリティ向上、都心整備などが進展。名古屋は万博を契機に今後大きな変貌を遂げられるか。

3. 名古屋市に対する提言

(1) 陸海空を活用した国際広域観光戦略

シアトルでは、全米各地はもちろん、中南米などから飛行機で来て、船でアラスカへのクルーズとシアトルでの観光にでかけるというツアーが近年急速に伸びてきている。これをヒントに、たとえば名古屋からクルーズで台湾、香港あるいはシンガポールに行き、帰りは飛行機で帰ってくるといった広域観光は考えられないだろうか。名古屋から出たクルーズ船は、日本人を降ろした後、東南アジア、台湾で客を乗せ名古屋に戻り、名古屋を基点に背後圏を含めて広域観光を行う。彼らは中部国際空港から自国に帰る。この両者をワンセットで考える国際広域観光戦略を提言。

(2) ターゲット・マーケティングによる地域への産業、コンベンション誘致

企業誘致やコンベンション誘致を行う戦略は大きく変化してきている。待ちの姿勢から攻めの姿勢への転換が必要である。シアトルでもアトランタでも、国際空港を武器に様々な展開を行っているが、誘致の事前プロセスで、ターゲットとする産業、企業を綿密に調べ、徹底した誘致戦略を展開している。またシアトルのコンベンション誘致では、大規模なコンベンションよりも、中、小規模のコンベンション誘致にターゲットを絞り、誘致戦略を展開している。さらに、国際空港の路線マーケティングでも、的確な分析を行い、戦略的な路線誘致活動を行っている。名古屋も中部国際空港を武器に、ターゲットを絞り込んだ産業、コンベンション誘致戦略が必要である。

(3) ターゲット産業クラスターの設定と官民の協力によるその振興方策の立案

アトランタもシアトルも、将来、都市圏において有力と考えられる産業クラスターを設定し、その産業クラスター毎の徹底した振興方策を官民が協力して実行に移そうとしている。アトランタはバイオ、テレコミュニケーション、ロジスティクス産業など、シアトルはバイオ、IT、クリーンエネルギー、航空宇宙、国際貿易の5つを戦略的なターゲットクラスターとして位置づけ、それぞれ具体的な振興方策を実施している。また、アトランタでは流通企業などの国際本社の誘致に積極的である。名古屋も将来の産業展開を念頭に、戦略的な産業クラスターを設定し、それに向けた努力が必要である。シアトルの航空宇宙、国際貿易、アトランタのロジスティクス産業、本社誘致などの展開方向は名古屋に有益である。

(4) パブリック・プライベート・パートナーシップによる都心環境整備

シアトル、アトランタ、ニューヨークともに、都心の環境整備が官民の協力によって積極的に進められている。これは直接的には国際空港とは関係はないが、観光客が気持ちよく安心して都心を歩けるようにすることによって、都心の魅力が向上し、人が集まることにつながる。これらの事業はニューヨークではBID(Business Improvement District)、アトランタではDID(Downtown Improvement District)シアトルではMID(Metropolitan Improvement District)がそれぞれ実施しており、都心の環境整備に大きく貢献している。これらの団体は、都心の案内などの事業に積極的であり、都心が訪問者たちにとって心地よい空間となっている。名古屋も官民共同の訪問者にとって心地よい空間作りが必要である。

(5) 地域における国際ホスピタリティの向上

アトランタの地下鉄のホームで地図を広げたり、行き先の地図などを眺めていると、必ずといって良いほど「May I help you?」と言って人が近づいてくる。アトランタは、数々の雑誌が実施する都市ランキングで、必ずと言ってよいほど上位に選ばれる。いくつかのものではトップを取っている。こうした外から来た者に対するホスピタリティの高さは、移民や外国人に対しても如何なく発揮されている。アトランタ広域都市圏のビジョンには1つの大きな達成目標として、「多様な人々が住む社会：Diversified Society」が掲げられ、具体的に外国人を受け入れるためには何をすべきかを心得ている。名古屋でもこうした目標を掲げ、市民への啓蒙・教育によって、ホスピタリティの向上を図ることが必要である。