

都市政策

季刊 第33号 '83・10

特集 コンベンション都市政策

- 産業構造とコンベンション……………新野 幸次郎
日本における国際会議の諸課題……………佐久間 健治
コンベンション・シティと
 コンGRES・オーガナイザー……………松井 澄
北方圏構想とコンベンション……………種村 諄三
神戸・コンベンション都市の現況……………是常 福治
コンベンションの経済効果……………高寄 昇三
コンベンション・シティへの政策
……………コンベンション・シティ研究会
-

コンベンション開催主体へのアンケート調査結果

……………(財)神戸都市問題研究所
 コンベンション・シティ研究会

都市政策

第32号 主要目次 特集 都市と住宅

1983年7月1日発行

住宅政策の現状と課題	伊豆 宏
民間マンションの分譲戦略	合田 耕平
自治体住宅政策の諸課題	小西 秀朋
神戸の住環境の現状と課題	鶴来 絃一
神戸市における木質対策の現状について	下村 繁弘
人口定着とハウジング・チェーン.....神戸・住宅住みかえシステム研究会	
<hr/>	
住公はいかにあるべきか	宮田 芳彦
<hr/>	
神戸／ハウジング・チェーン追跡調査	神戸市

次号予告 第34号 特集 総合福祉施設の将来像

1984年1月発行予定

総合福祉ゾーン「しあわせの村」の機能と経営	吉田 寛
市民福祉の展望と総合福祉施設	高橋 良雄
地域福祉と医師会の将来像	森 脇 潤
老人病と地域医療施設	磯 典 理
複合福祉施設の設計	多 胡 進
市民福祉振興協会活動の今後の展開	神 品 尚 平
在宅福祉と中間施設	芦 田 勝

コンベンション都市政策

「コンベンション都市」については27号でポートピア'81の終了をまわって、その成果を分析する特集企画を行った。今、「コンベンション都市政策」として再度特集テーマを組んだのは、それ以後のコンベンション都市への全国的ひろがり、当研究所が政府系シンクタンク・総合研究開発機構（NIRA）から「コンベンション都市への政策ビジョン」について研究助成を受けて、改めてコンベンション都市への政策研究を行ったからである。

コンベンションは今や流行語の域を脱し、地域政策における有力な政策目標となりつつある。日本の産業全体としてサービス産業化が深まるにつれて、各都市にあってもサービス産業の比重は高まりつつある。

ことに工場流出の続く大都市や、観光客の頭打ちがみられる温泉都市など、コンベンション都市への転換をめざして環境整備に力を入れつつある。さらに、コンベンションは観光と違って全国のすべての都市がコンベンション都市の素質をもっているため、その都市間競争激化が予想される。

しかしコンベンション都市が新しい経済戦略であるのみでなく、第2次産業などと異なりそれほど明確に経済成果を指標化することがないため、各都市ともその政策化を模索している状況にあるのが偽らざる事実である。

この研究報告もコンベンション政策のこのような曖昧な状態に鑑み、地域開発の戦略としての“市民権”を獲得するために、その実態解明から政策の有効性を導き出そうとしたのである。

第1に、コンベンションとは何かという定義からはじまって、コンベンションが経済・文化の両方を兼ね備えた政策であること。またコンベンション活動の経済効果が、投資過程における乗数効果よりも、投資後の産出効果としての所得創造、雇用定着、産業刺激、文化振興、環境創造効果にあって優れており、また、波及効果の裾野もかなり広いことをかなりの確信につかむことができた。

だがコンベンション都市の形成は容易ではない。まず、コンベンション施設としてのホテル、会議場、展示場などの3点セットが地域、機能的にバラバラにつくられている。また、政策推進の中核となるべきコンベンション・ビューローの設立が遅れているなどである。さらに都心機能の整備、一日・広域観光圏の形成、学術文化機関の創設、ショッピング産業の成熟、イベントの創造など、多くの環境づくりが迫られているのである。

■ 特集 コンベンション都市政策

産業構造とコンベンション	新野 幸次郎	3
日本における国際会議の諸課題	佐久間 健治	13
コンベンション・シティと		
・コンGRES・オーガナイザー	松井 澄	27
北方圏構想とコンベンション	種村 諄三	43
神戸・コンベンション都市の現況	是常 福治	55
コンベンションの経済効果	高寄 昇三	66
コンベンション・シティへの政策		
・コンベンション・シティ研究会		80

■ 潮流

都議選定数判決 (97)

国鉄再建の方向 (99)

INS (101)

接遇行政と住民監視 (103)

■ 行政資料

コンベンション開催主体へのアンケート調査結果

(財)神戸都市問題研究所
コンベンション・シティ研究会 105

■ 新刊紹介 150

産業構造とコンベンション

新野 幸次郎

(神戸大学経済学部教授)

1 産業構造の変化と「ソフト化」

最近とみに国民経済のサービス化、ないしソフト化ということが注目されるようになった。かつて、コーリン・クラークが経済的進歩に伴って、諸産業の中で第3次産業の比重が増大するという有名なペティ法則を実証していたことを考えると、何をいまさらという感じもしないではない。しかし、最近のサービス経済化という言い方は、産業構造のうち単に第3次産業の比率が増大するだけでなく、第2次産業の比率が減少しはじめている点に注目し、その点を強調しようとしている。例えば、昭和58年度『経済白書』は、サービス経済化を、第3次産業の比率が50%をこえるようになり、しかも、第2次産業の比率が低下しはじめていたことを示すものと定義しようとしている。

同様な接近は、いわゆる経済のソフト化といわれているものにも見出せる。大蔵省の「経済の構造変化と政策の研究会」の提唱するいわゆる「ソフトミックス」によると、就業人口および国民所得に占める第3次産業の比率が50～60%以上になることを経済の「ソフト化」と称し、そのことは産業のソフト化率の増大と、諸産業とくに、第2次および第3次産業におけるソフト化率の増大に顕著に現われているとしている。すなわち、いま生産のために支出された「非物的投入額に人件費を加えた額」を各産業の生産額で除した比率でソフト化率を測定するとし、この比率が40%未満の産業をハード産業、40%以上の産業をソフト産業というとするれば、第2次産業ではこの意味のソフト比率は40%でほぼ頭打ちで、60%で上限となるが、第3次産業ではこの比率は非常に高くなっているという。しかも、注目すべきは、このソフト化率が60%よりも高い

「高ソフト産業」が、昭和40年にはただの10.5%にすぎなかったのに、昭和55年には31.3%へと3倍近くその比重を増大させていることである。いうまでもなく、以上の非物的支出の中には、広告・宣伝のための支出やデザイン・マーケティングおよび研究開発のための情報収集費用などが含まれており、ソフト化率の増大は、生産におけるエネルギーおよび物質的財貨の支出よりも、知識情報ないしノウ・ハウの役割が増大しつつあることを示している。

われわれが、ここでとりあげようとしているコンベンションもまたこの産業構造のソフト化と不可分の関係をもっている。小論では、とくに、こうしたことを意識しながら産業構造とコンベンションとの関係について若干の問題をとりあげてみたい。

2. 経済発展——ノウ・ハウの重要性とコンベンション

(1) 経済発展とノウ・ハウ

経済学では古くから土地・労働および資本を生産の3要素と呼び、一国の、もしくは、一企業の生産量の大小はこの3つの生産要素の多寡に依存するものとして説明してきた。この考え方は、たとえば、K. E. ボウルディングもいのように、所得の機能的分配を説明するには好都合であった。なぜなら、土地の所有者である地主と、労働力の提供者である労働者と、資本の所有者である資本家とが、純生産物のうちどれだけを受けとればよいのかをきめるのには、生産に寄与する生産要素として、以上の3つをとりあげておくことは、きわめて合目的であるからである。こうした考え方に最初に疑問を投げかけたのは、A. マーシャルである。かれは、1890年代になって、物としての上記3つの生産要素よりも、生産量の決定には知識としての産業組織の方が現に重要な機能を果たしてきつつあり、今後はその重要性がより一層大きくなるであろうと力説した。かれが、そこで産業組織というのは、(1)企業の組織(分業、協業、企業形態、人事管理のしかた等々)、(2)狭義の産業組織もしくは市場の組織(独占、競争など)、(3)産業構造、および(4)政府の組織などであり、これらは明らかに、単なる物財ではなくて、人間がそのノウ・ハウによってつくり出したソフ

ト・ウェアに他ならない。K. E. ボウルディングはこの考え方をさらに進めて、真の生産要素といわれるべきものは、(1)エネルギーと(2)物質的財貨と(3)ノウ・ハウの三つであるといい、伝統的な3要素も実はこの三つに分解できるとのべている。この議論は、今日の先進国と途上国との経済発展の差やローマ・クラブの『成長の限界』以来、とくに注目されるようになったエントロピーの経済学的発想との関連できわめて興味深い問題提起をしている。すなわち、数年前にR. G. ウィルキンソンはその著『貧困と進歩』(邦訳『経済発展の生態学』)において、途上国の経済発展を阻害しているのは、伝統的にいわれてきた生産の3要素の欠如ないし不足によるのではなくて、何よりも発展のためのノウ・ハウの欠如であると断定している。ボウルディングはまた、同じような発想から、エネルギーと物質的資源の点では、きわめて恵まれていない立場にある日本が、スタグフレーションに悩む先進国の中で依然として成長を続け、その世界経済における地位を増大させてきた主たる原因は、何よりも日本人が過去において蓄積し、開発してきた多面的なノウ・ハウの結果であるという。しかもかれは、こうしたノウ・ハウは一朝一夕に蓄積できないという意味で、あえて「遺伝的生産要素」とまでいっている。

この彼の主張は、エネルギーと物質的資源の限界のために成長の限界をのべたローマ・クラブの発想と関連しても、また、同じことであるが、いわゆるエントロピーの経済学的発想と関連しても興味深い問題を提起している。すなわち、なるほど本源的な生産要素としてのエネルギーと資源の不足ないし有限性は、経済成長の重要な制約条件とはなるが、幸か、不幸か、ノウ・ハウだけはかなりの程度無限の発展可能性をもっている。また、ノウ・ハウは、その展開の仕方如何によっては、エントロピーを減少させながら生産量の増大を可能にする方法を見出させる。その意味では、このノウ・ハウに着目した生産要素論は、現代経済社会の一つの発展可能性への道を暗示しているようにも見える。

(2) ノウ・ハウとコンベンション 前掲の『経済発展の生態学』(1970年)の第10章で、このようにして、この「遺伝的生産要素」の重要性が述べられている。そこで、ここでいうコンベンションとは何かを一義的に定義することは難かしい。われわれは、さきに『神戸・コンベンション都市への政策ビジョン』(神

戸都市問題研究所編)において、それを一応「物・知識・情報などの交流のための人の集まり」と考えてみた。この種のコンベンションの中には、固有の意味のコンベンション、すなわち、学界・業界・組合・同窓会などの大会のほか、セミナー・フォーラム、いわゆるメッセ、またはショー、博覧会などのイベント等々が含まれる。容易に判るように、この中には、たんに、同窓会や趣味の会のような集まりのように、友情・人情などの集まりであって、かならずしも、経済活動と結びついたノウ・ハウの交流とは無縁のものも多い。しかし、どのようなコンベンションであれ、そこに人が集まり、色々な知識や情報を交換することから、人々のノウ・ハウは蓄積され、開発される可能性がある。いうまでもなく、研究・開発に関連した技術的ノウ・ハウなどは、偶然的なコンベンションなどによって開発されるとはいえない。それらは何よりも大学や各種研究所などにおいて行なわれる系統的な研究を前提とする。しかし、最近の異業種交流への着目が暗示しているように、専門を異にする、あるいは、業種を異にする人々が集まって色々な経験を交流することが、自分の専門および業種についてのきわめてユニークな着想を生み出すきっかけになることは否定できない。そういう意味で、学会とかセミナーとか、業界の報告会などのコンベンションは、それ自身、今後のそれぞれの活動に役立つノウ・ハウの蓄積と開発に直接的な効果をもつことが考えられる。

もっとも、たとえば、メッセとか、ショーなどは、たんにノウ・ハウの開発のみでなく、各企業の製品の販売および購入を直接の目的とするコンベンションではある。しかし、何れにしても、コンベンションを通じてのノウ・ハウの交換や開発が、今日のソフト化時代の重要な契機となっていることは否定できない。

すなわち、先述した大蔵省の研究会の「ソフトノミックスの提唱」においては、最近のソフト化社会の特徴として、かかわりあいを重視した生活の質的拡大・情報化の進展と分散型社会の展開可能性などをとりあげているが、コンベンションの驚くべき増大は、こうしたソフト化社会の一つの象徴と考えてよいのかもしれない。もし、そうだとすれば、コンベンションはここでとりあげよ

うとする経済発展や産業構造との関連においてのみでなく、より根源的に人間生活の基本的な展開過程との関連において、究明されることが必要となるであろう。

3 コンベンションと産業構造

(1) コンベンションの作用関連
 コンベンションには、さきに強調しておいたように、何よりもまず第1に、一定のノウ・ハウをもった人々が集まることを契機として、特定地域へのノウ・ハウの蓄積と刺激効果が発生する。また、第2に、企てられるコンベンションの規模と性格によっても異なるけれども、往々にして、コンベンションが開かれようとしている地域住民をも含んだ一種のコーポラティズムを形成することになることが多い。そのよい例が国民体育大会である。ある県知事さんは、国民体育大会の主催県となって、それがいかに県民全体の意識的または無意識的な共同体意識に基づいたボランティア活動を醸成することになるかに、あらためて感銘をうけたと述べておられた。これは、良かれ悪しかれ、祭りが祀り事と連なることの多いことを示している。もしそうだとすれば、地域、もしくはその構成メンバーの共鳴を呼ぶコンベンションは、のちののべるような諸効果とは独立に、その組織の活動の活発化に不可欠の要因である協同意識の形成と強化に大きな役割を果すことになるであろう。

第3に、こうしたことと関連して、われわれが、先述した『神戸・コンベンション都市への政策ビジョン』で産業刺激効果と呼んだ効果も発生する。すなわち、各種コンベンション、とくに、メッセ・見本市・展示会などを通じて物と知識の交流が図られることによって、当該地域の産業活動の向上に必要な刺激効果があるのみでなく、第2のこととも関連して、地域のイメージ・アップに結びつき、地域外で活動していた諸産業・諸企業の進出の契機になることがある。ポートピア'81以後、神戸市が開発中であった西神工業地帯への企業進出が活発になったことなどは、その典型的な事例と考えてよいであろう。

第4には、さらに、文化振興効果があげられる。所得水準の上昇につれて、

単に生活の量的側面ではなくて、質的側面に関心が強まり、文化的ニーズの充足が求められるようになることはよく知られている。各種のコンベンションの開催にあたって、その地域の文化施設の充実のみでなく、そこに集まる人々に対してより高度な文化的なニーズの充足が可能となるイベントが企画されることが多い。また、イベントを通じて市民は、より豊かで、秀れた文化に接触し、自らの文化理解力を向上させるとともに、文化的雰囲気とそのための条件作り積極的に関心をもつようになる。

第5に、以上のことと関連して、われわれが環境創造効果と名付けた機能も作用する。それは、二重に現われる。一つは、コンベンションの経済効果でもふれるような都市環境整備ないし、コンベンション施設そのものの設備投資効果をも含んだものであり、もう一つは、先述したコンベンションのコーポラティズム効果とでもいうべき市民全体の環境美化ないし保存意欲の増大である。

(2) コンベンションの経済効果

以上は、しかしながら、コンベンションによって、もたらされると思われる主な非経済的效果ないし波及作用である。小論の主題であるコンベンションと産業構造との関連を考察するためには、それだけではなくて、さらに、その経済効果にふれておくことが必要である。

コンベンションの経済効果は、(1)コンベンション施設そのものと、そのための関連基盤のための投資による効果と、(2)これらの設備のうえで展開されるサービスとしてのコンベンションそのものの効果とに大別することができる。前者は、コンベンションのための施設、たとえば、会議場、展示場、ホテル等々のほか、既存の地域からそこへ至るための交通手段、用地などの建設にもなる効果であり、後者はこれらの施設が完成されたあと、開催されるコンベンションそのものへの参加者による支出から生ずる効果のことである。

これらへの投資および支出は、何れも、直接および間接の所得および雇用の創出効果をもっている。すなわち、たとえば、コンベンション施設となる会議場、展示場、スポーツ・センター、ホテル等々の設備投資をした場合、その所得および雇用創出効果は、産業連関の大きさにしたがって、それらの直接投資

額のみではなくて、それらの間接的波及額をも含めて算出されなければならない。その場合、もちろん、そこでの投資額のすべてが地域内企業によって地域内で生産されている訳ではないから、当該地域内での所得および雇用の産出量は、それらの投資額の地域内での充足率のいかに依存する。こうした施設関係の財貨および労働力の供給能力をもたない地域でのコンベンション施設づくりが、当該地域への直接・間接の波及効果を少ししかもたらさないことがあることは十分留意しておかねばならない。

その点、できあがったコンベンション施設の上で展開されるコンベンションのサービスに関連した所得および雇用の産出効果は若干事情を異にする。なぜなら、コンベンション・サービスのために雇用機会を獲得する人々の多くは、当該地域に生活する人々であり、コンベンションに参加する人々の消費は、概して地域内でのサービスの消費という形態をとることが考えられるからである。もっとも、より厳密に言えば、そこで実現された所得が、地域内と地域外とにどのような比率で配分されるかによって、その波及効果に差が出ることは十分自覚しておかねばならない。

また、これらと関連して、きわめて重要な点は、折角コンベンション施設が建設されても、それらの施設の利用度、ないしは、利用可能性のいかによって、経常的なサービス消費量には根本的な差が発生することは、同じように留意しておかねばならない。

(3) コンベンションと産業構造

最近の産業構造の顕著な変化は、はじめにもふれておいたように急速なサービス経済化の進展である。ちなみに、わが国の戦後の産業構造の変化を、就業者数を尺度として測ってみると、表一1のごとくになり、1950年に比べて1982年は、第1次産業の就業者比率のきわめてドラスティックな減少と、第3次産業のそのこれもまた顕著な増加とを示していることが判る。ことに、注意すべきは、製造業の動向で、80年代に入ってからは、その比率を低下させつつある。いわゆるソフト化の進展である。

こうした傾向は、とくに大都市において顕著である。たとえば、例を神戸市

表一 1 わが国の産業構造の変化

(ただし、就業者数で測る)

(単位：%)

区 分	第 1 次産業	第 2 次 産 業		第 3 次産業
			うち製造業	
1950	48.3	21.9	16.0	29.8
1960	32.6	29.2	21.8	38.2
1970	19.3	33.9	25.8	46.8
1982	9.7	34.2	24.5	56.1

注) 日本銀行『国際比較統計』

にとってみても、昭和47年を基準にして、昭和56年に、就業者数の増加している産業は、率では不動産業 (33.4%)、サービス業 (31.8%)、農林水産業 (22.9%) となるが、絶対数ではいうまでもなく、サービス業の増加数が圧倒的に大きくて34,119人となり、それは全産業の就業者数の増加数30,301人を上廻っている。いいかえれば、神戸市内全産業の就業者数の増加は、もっぱらサービス業の増加によってリードされているといってもよい。ちなみに、同じ期間に、神戸市の製造業の就業者数は19.5%、運輸・通信業のそれは 8.3%、電気・ガス・水道業のそれは 5.4%それぞれ減少している。

こうした動向はいうまでもなく、大都市の産業構造が、脱工業化するのをそのまま放置してよいことを意味しない。また、さらに、国民経済的レベルにおいても、サービス経済化の動向を伸長させるだけで十分であることを意味しない。かつて、N. カルダーは、イギリス経済の低成長の原因を論じた教授就任講演の中で、その最大の原因を、イギリス経済が、他国とくに、日本や西独に比べて第3次産業比率が大きい点に見出していた。なぜなら、周知のように、諸産業の中で労働生産性上昇率の一番高いのは第2次産業であり、第3次産業のそれは多くの場合一番低い。したがって、労働生産性が一番低く、その上昇率も低い第3次産業比率の高い国であるイギリスは、労働生産性上昇率が最も高い第2次産業に第1次産業から労働力が大量に流入し、しかも、第3次産業比率の相対的に低い日本に比べて、どうしても低成長にならざるをえないのだ

と主張しようとした。エネルギーと工業用資源を大量に輸入しているわが国の場合、貿易収支の均衡を維持しようとするれば、どうしてもある一定量の輸出を可能にする状態を存続せざるをえず、その中心はどうしても第3次産業ではなくて、第2次産業でなければならない。そのためには、第2次産業の労働生産性の上昇率を、国際的にみてある一定水準以上に維持できる構造が維持できることが不可欠の条件となる。

もっとも、そうはいいながら、最初にのべたように、大都市はいうまでもなく、国民経済レベルにおいても、サービス経済化およびソフト化は一つの潮流となりつつある。いいかえれば、この傾向は、所得弾力性、すなわち国民所得の伸び率に比べたこれらの需要の伸び率でみるかぎり、きわめて顕著である。しかも、最近では、都市再開発と関連して、経済開発は単なる伝統的な産業開発方式では不十分であって、何よりも地域社会開発ないし文化開発と結合した文字通りの「地域経済」開発でなければならないといわれるようになった。その点、高寄昇三氏も力説しているように、コンベンション・シティを指向することは、産業開発を社会開発・文化開発、したがって、総合的な地域経済開発に結びつける可能性をもつものとして注目してよい。

(4) コンベンション型産業構造実現の条件

ところで、以上のような観点からコンベンションに多少ともウエイトのかかった産業構造を特定地域で実現しようとするとき、いくつかの制約条件があることについてふれておく必要がある。その第1は、コンベンションの性格によって根本的に異なっているが、その地域が特定のコンベンションのための自然環境の条件を備えていることが必須となる。第2に、同じように、コンベンションの目的・性格によって異なるが、それに必要な会場・宿泊施設などのいわゆるコンベンション・コンプレックスが存在するのみでなく、その地域へのアクセスの可能性、ことにその容易性が保障されていなければならない。空港・港湾・道路・鉄道の便宜性などはその代表的なものである。第3に、その地域の企業・住民・行政などによるコンベンションの受け入れ体制、いいかえればコンベンション・クライメイトが整備されていることが、肝要であるのみでな

く、さらに第4に、何よりも、当該地域に目的とされるコンベンションと関連した相当レベル以上のノウ・ハウを蓄積もしくは開発をしているソフト機能が存在していることが条件となることが多い。いわゆるソフト化時代に直面して、もし特定地域もしくは国が、国内的もしくは国際的なコンベンションの中心となろうとすると、一朝一夕に実現の困難なこうした条件の確保に真剣な努力をして行くことが望まれる。

しかし、考えてみると、従来でも、着想力豊かな実業家は、ビジネスとして、この種のコンベンションを利用してきた。電鉄会社が、コンベンションの中心となる施設を郊外につくり、またその施設をコンベンション・サービスを提供する場にすることによって、その施設自身の経常的収支関係を良好に維持するとともに、その企業自身のイメージ・アップと企業経営の発展に役立ててきた。コンベンションは、所得水準の上昇や科学・技術の発展に伴う情報と物の交流のための不可欠の事象になりつつある。しかし、コンベンションを成功させるための条件を確保することはきわめて難しい。

日本における国際会議の諸課題

佐久間 健 治

(国際観光振興会・国際協力部長)

はじめに

国際会議は、ヨーロッパにおいて比較的古い歴史をもっている。多くの国や勢力が狭い地域にひしめきあい、興亡を繰り返す中で、それぞれが共存を図っていくためには、話し合いの場、即ち国際会議が重要な役割りを果たして来た。従って、かつての国際会議は、政治、外交的会議が中心であった。会議が現在のようにコミュニケーションの新しい一手段として、政治、外交以外の分野でも盛んになったのは、欧米でも最近のことである。ましてや、有力なサービス産業の一つとして注目を集め出したのは更に新しく、僅か半世紀足らずのことである。

日本における国際会議となるとその歴史はなおのこと新しい。国際的コミュニケーションの一手段としての活用も、ようやく始ったばかりであり、産業としての位置づけも、今盛んに試みられている段階である。この歴史の浅さに加えて、日本の置かれた地理的条件や、歴史、社会的背景の特殊性などからして、国際会議について日本が抱えている問題は少なくない。国際会議の先進国である欧米の例と比較しながら、これを見てみたい。

1. 受入態勢に関連して

既に幾つかの調査等で指摘されていることであるが、国際会議を開催する際に、主催者は少くとも次の5項目を考慮すると言われている。即ち、「良い会議施設」、「十分な宿泊施設」、「交通の便」、「開催地の魅力と受入姿勢」、「経費」である。この5項目を中心に、日本の場合どのような問題をはらんでいるかをみることにする。

(1) 良い会議施設

世界で国際会議に使用されている施設は、会議の内容や規模に応じて様々であるが、大きく次の4つに分類出来る。

- ① 最初から会議を主目的に建設された、総合的コンベンション・センター（ホール）
- ② ホテルの催物会場
- ③ 大学、学術研究機関の講堂、教室
- ④ 劇場

①にいう総合的コンベンション・センターとは、大会議場（収容人数2,000人程度以上のもの1～2室）、中会議場（500人～700人収容のもの2～3室）、小会議室（20名～50名収容のもの4～10室）、展示／催物場、同時通訳・放送・通信等関連設備、それに銀行・郵便局・エアライン／トラベルエージェンツ等のサービス関係の施設を有するものを指し、日本でこれに相当するようなセンターは、京都国際会館のみである（神戸国際会議場は、付帯施設の面では兎も角、規模の点で、国際水準にはないと言わざるを得ない）。

ところで、日本で国際会議に頻繁に利用されている施設は表一1の通りであり、これは、専門会議場、ホテル、及び大学・研究機関の3つに分類出来る。この中で目立つのは、経団連会館をはじめ、大都市の商工会議所会館やその他の大型ビルディング内につぐられた小・中会議場の利用の多いことである。その理由として考えられるのは、サイズが手頃であることと、使用料が安いことである。

ホテルの催物会場も、宿泊と一緒にしている便利さから、海外でも日本でも国際会議場として頻繁に利用されているが、外国との決定的な違いは、会場使用料が外国の場合大体無料であるのに対し、日本の場合にはそれが極端に高いことである。これは以前から指摘されていることであり、日本のホテルでも、オフシーズンには大巾割引きをするなど、可成りフレキシブルに対処している模様であるが、依然として、日本のホテルで国際会議を開催する際の問題となっている。

表-1 主要会議場別開催件数及び参加者数(1982年)

会議場及びホテル	件数	参加外客数	国内参加者数	参加者総数
経団連会館	51	2,542	10,244	13,036
国立京都国際会館	26	3,006	8,447	11,453
ホテルニューオータニ	19	3,803	5,558	9,361
大阪商工会議所	18	174	5,265	5,439
神戸国際会議場	18	763	2,735	3,498
日本プレスセンター	14	213	2,146	2,359
ホテルオークラ	13	508	1,534	2,042
京王プラザホテル	11	2,026	5,123	7,149
外務省	10	330	338	668
東京商工会議所	10	313	1,889	2,202
横浜国際会議場	10	217	1,327	1,544
国際連合大学	8	190	99	289
北方圏センター	8	115	415	530
名古屋商工会議所	8	50	237	287
大磯プリンスホテル	7	305	349	654
神戸商工会議所	7	27	256	283
東京プリンスホテル	6	1,091	1,168	2,259
日本都市センター	6	864	2,677	3,541
日本海運倶楽部	6	388	981	1,369
笹川記念会館	6	373	1,063	1,436
芝弥生会館	5	90	93	183
サンシャインシティプリンスホテル	5	75	1,644	1,719
国際文化会館	5	63	291	354
サンホテルフェニックス	4	1,316	5,439	6,755
高輪プリンスホテル	4	281	799	1,080
帝国ホテル	4	146	343	489
京都ホテル	4	102	837	939
富士教育研修所	4	43	110	153
ロイヤルホテル	4	12	842	854
上智大学	4	5	84	89
ホテルマウント富士	3	522	474	996
箱根プリンスホテル	3	161	100	261
国立民俗学博物館	3	64	388	452
ホテルグランドパレス	3	56	232	288
東京大学	3	50	180	230
ワールドインポートマート	3	26	109	135
その他	178	5,742	39,617	45,359
合計	502	26,052	103,433	129,735

(JNTO資料)

日本の大型総合会議場不足を、ビル内会議場とホテル催物会場が補って来ているが、前者は規模が小さいこと、展示場やその他の付帯施設が欠けていること等の欠点があり、後者は使用料が高いことの外、展示場不足といった問題を抱えている。また、日本で開催される国際会議は小型のものが多い、という数字があるが（日本で開催された国際会議の約86パーセントが500人未満——1982年、JNTO調べ。世界では、約76パーセントが500人以下——1982年、UAI調べ。）これも、大型総合会議場不足と無関係ではあるまい。

(2) 十分な宿泊施設

十分な宿泊施設と言うことは、会議場の“至近距離”に十分な宿泊施設が必要ということである。日本の宿泊施設そのものは、外国と較べて質の上でも（広さには一部問題があるが）量の上でも遜色のないものである。しかし乍ら、最初から国際会議場とのつながりを考慮して建設されたものは極めて少ない。京都国際会館の最大のネックは、至近距離に宿泊施設がないことである。その結果は、市内のホテルとの交通のために、会議主催者、参加者が余分な時間と費用を費やすこととなっている。因みに、ヨーロッパの会議都市59市で結成している欧州会議都市連盟のパンフレットには、^{*}会議場から歩いて10分以内に宿泊施設3,000室……、といった形で宣伝・紹介されている例が少なくない。

(3) 交通の便

ジェット機の登場や通信手段の発達により、世界は狭くなった。今日の国際会議の隆盛も、大型高速旅客機の発達に負うところが大きい。極東の国、日本も、さ程遠い国ではなくなった。この意味では、交通の便は最早国際会議開催の問題ではなくなったと言えるかも知れない。しかし、遠い国日本が近くなった時、近い国はより近くなったのであり、極東の島国日本までの旅行に要する時間と経費は、多くの国際会議の場合、日本のハンディキャップとして残っている。

このハンディを増幅しているのが、日本のメイン・ゲートウェイとなっている成田空港から、東京は兎も角、地方の会議開催地までの交通の不便さである。国内線や列車乗換えのため東京に1泊余計に宿泊せざるを得なくなる例が

表一2. マーケティング上考慮すべき要素

需 要 マーケット セグメント	旅 行 距 離 (旅 費)	業 務 離 脱 期 間	参 加 経 費 (総 額)	開 催 地 の 魅 力	社 交 的 目 的 ・ 斬 新	ベ ー ジ ャ ー モ ー シ ョ ン テ ー ム	ホ テ ル 宿 泊 タ リ ー	著 名 な ス ピ ー カ ー	展 示 会	設 備 と シ ョ ン テ ー ム 視 聴 覚	レ プ ロ グ ラ ム
法 学 医 学 等 専 門 科 学	△	◎	△	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	◎
純 粋 科 学	◎	◎	◎	△	◎	△	◎	◎	○	◎	△
行 動 科 学	○	○	◎	◎	○	○	○	△	△	○	△
社 会 科 学	◎	◎	◎	△	○	○	○	△	△	△	△
商 工 業	△	◎	△	◎	△	◎	◎	△	△	△	◎
観 光 事 業	△	◎	△	◎	△	◎	◎	△	○	△	◎

註) △=「重要ではない」あるいは「設問が不適当な」要素

◎=「極めて重要な」要素

○=「どちらとも言えない」要素

(US Travel Service 資料)

多いのである。国際会議参加者にとっては、参加に要する経費と同様、或はそれ以上に、費やすこととなる時間が大きな関心事となっている（表一2参照）。

(4) 開催地の魅力と受入姿勢

開催地の魅力には、観光的魅力だけでなく、温暖な気候、スポーツ、科学・学術・文化・政治的背景、治安まで含めて考えられている。日本の場合、スポーツ等の面で若干の工夫が必要かも知れないが、魅力は充分持っていると言える。

一方の受入姿勢では、先ず会議に参加する人は誰でも入国出来るかどうか、という国レベルの姿勢が問題となるが、日本の場合、他国と比較して特別に問題が多いということはない。では、開催地となる市町村レベルではどうか。

海外の国際会議都市と目されている都市には、例外なく、所謂コンベンション

ン・ビューローがあり、誘致活動とともに、主催者と参加者に対し数々のサービス活動や側面援助（宣伝・PR活動、関連業者の斡旋、スピーカーや会場の斡旋、観光情報の提供、登録受付、ホテル予約、観迎メッセージ、レセプション等）を行っている。

日本の場合はどうであろうか。日本人は、外国人に対して親切で、ホスピタリティに富んだ国民だと言われており、外国人を気持よく迎える下地は充分にあると思われる。また、開催地の県や市町村がケースバイケースで、種々の観迎の行事を催したり、側面援助等を行ったりしてはいる。しかし、残念ながら、これらが組織的に行われるような体制にはなっていないため、会議主催者が開催地の決定に当って、予めプラス要因として考慮に入れることは出来ないのが現状と思われる。また、主催者が会議の準備と実施の際に、外国ではコンベンション・ビューローを通じて無料で受けられるサービス活動や側面援助も、日本では組織的には受けられないため、有料で業者に委託したり、日本の受入団体の負担で行わざるを得ないこととなる。結局、日本での国際会議は高いものとなり、或は、国際会議の受入れは金がかかるだけでなく、大変面倒で煩わしいものとなっている。

(5) 経 費

国際会議は金がかかると言われている。実際その通りであろう。また、金を使わないような国際会議であっては、誘致してもあまり意味がないということにもなろう。しかし乍ら、日本の国際会議が外国と比較して極端に高かったり、出費額が、日本での会議によって主催者或は参加者が得るものよりも多いと思われるならば、日本での会議開催は敬遠され、参加者数も少なくなるであろう。

日本で会議を開催した場合、他国と較べて余分に経費を必要とするものには、次のようなものがある。

- ① 欧米からの参加者にとっては航空運賃
- ② 成田空港からの地方への乗継ぎ
- ③ 同時通訳、翻訳の経費
- ④ ホテルの会場費

- ⑤ 宴会及びエンターテイメント
 - ⑥ コンベンション・ビューローがないために独自にやらねばならぬ諸活動
- これらのものは、完全に解決するとまではいかないまでも、軽減する方法はあると思われるし、また見つけなければならないことである。

2 誘致に関連して

世界では毎年約6,600の国際会議が国際団体によって開催され、また、約10,500の国際的会議が企業によって開催されており、合せて約17,100の会議に約650万人が参加していると推計されている(1979年の推計, Fred Lawson)。この国際会議と国際的催物・展示会の誘致や、国内会議の国外持出しを狙って、多くの国や都市が熾烈な誘致合戦を繰り広げている。では、誘致の面での日本の問題は何かであろうか。

(1) 宣伝・誘致活動の実施母体と役割

国際会議のマーケティング活動は、その実施母体により4つの段階に分けて考えることが出来る。

① 先ず、自分の州や国、-或はそれに準ずる広域を、国際会議適地及び観光目的地として宣伝・PRする国もしくは広域レベルでの活動がある。宣伝は、潜在顧客である国際団体や学会等、広範囲を対象に行われ、その実施母体は公的観光及びコンベンション宣伝機関、国レベルでの観光協会、コンベンション・シティ連盟、コンベンション・センター協会等である。ビジネス客を重視する航空会社も、コンベンション・デスティネーションとしてこの国の宣伝を盛んに実施している。宣伝の一般的な方法は、コンベンション業界誌や専門誌を通じての広告・PR、潜在顧客へのダイレクトメール等である。

② 次いで、一地方の会議施設、関連サービス、一般的観光魅力の宣伝を行う市町村レベルでの宣伝・誘致活動がある。国レベルとほぼ同様、潜在顧客に対する広告・PR、ダイレクトメール等に加えて、各市(町村)のマーケティング戦略により選別された団体や企業、及び開催国は決まってい

も、開催地までは決定していない団体に対し、直接セールス活動も実施する。実施するのは地方商工会議所、コンベンション・ビューロー、ホテルなどの業界団体である。この中で外国にあって日本にない組織がコンベンション・ビューロー（名称は市町村によって若干異なるが、多くの場合、Convention and Visitors Bureau と呼ばれている）である。

このコンベンション・ビューローは殆んどの場合、会員制の非営利団体であり、運営資金は会費の他に、市町村からの補助金を充てている。この市町村レベルのコンベンション・ビューローが推進母体となって実施する宣伝・誘致活動が、最も盛んなのが外国の通例である。

③ 3つ目は、個々の会議・催物施設のレベルで行われる活動である。②の場合と同様な手法と範囲で、自分の施設と付帯サービスの宣伝を行ないながら、より選別された団体、企業、行催事プロモーター、コンベンション・オーガナイザー等に対し、また、開催国（都市）は決定していても会場が未定の団体に対し直接セールス活動を行なう。このレベルでの活動の推進母体はコンベンション・センター（ホール）、展示会場、ホテル、大学等の施設管理運営者である。コンベンション・センターの中には、宣伝、セールス活動を地元のコンベンション・ビューローに全面委託している例もみられる。

④ もう一つの段階は、それぞれの会議、行催事の受入実施母体のレベルで行われるものである。それぞれのモチベーションから、特定の国際団体（受入母体が所属しているか、深い関連をもった団体であるのが一般的）の会議の招致を決意し、立候補→誘致活動を行う場合である。働きかける対象は開催地決定権が誰にあるかによって異なり、全会員、委員会メンバー、或は理事会メンバーであったり、事務局長、担当役員、会長であったりする。実施母体は受入母体となる国内対応団体や、コンベンション・オーガナイザーである。開催が決定した会議、行催事への参加・出展等の勧誘も、主催者だけでなく受入母体やコンベンション・オーガナイザーも行なうのが普通であり、それに航空会社、旅行業者も参画して来る。

表一 3. レベル別コンベンション宣伝誘致活動

レベル	主な活動範囲	関係団体
① 国或は広域	コンベンション開催適地／観光目的地としての国、地域のPR、宣伝。市場調査。	観光局、観光協会、コンベンションセンター（シティ）協会、国レベルのコンベンション・ビューロー、航空会社。
② 市・町・村	地区内のコンベンション施設と観光宣伝。コンベンション・オーガナイザー、各種団体・協会、学会、大企業等選別されたターゲットに対する宣伝・誘致活動。市場調査。	市・町・村観光部・課、観光協会、コンベンション・ビューロー、業界団体。
③ 各会議施設	より選別されたターゲットに対する各施設についての宣伝、セールス活動。	会議場（センター）、展示会場、ホテル、大学等の管理・運営者。
④ 各会議・行催事の受入実施母体	特定の国際団体（受入れ母体の所属している、或は関連している団体）に対する誘致活動。開催が決定した会議・行催事への参加、出展勧誘。	主催者、受入母体、コンベンション・オーガナイザー、行催事プロモーター、航空会社、旅行業者。

国際会議のマーケティング活動を成功させるには、この4つのレベルの関係団体がそれぞれの役割りを充分果たすことが先ず必要であるが、同時に、各レベル間の協力・共同が肝要である。海外の例をみると、それぞれのレベルでの活動が活発であるため、結果として大きな相乗効果を挙げている。

(2) 日本の誘致・受入体制

日本のこれまでの国際会議誘致体制をみると、前述の①、③及び④のレベルでの活動は充分とは言えないまでも行われて来た。またこの3者間では連携プレイも一応実施されて来た。

例えば、共同宣伝印刷物“Convention Services Directory in Japan”の作成や、コンベンション開催地としての日本を宣伝する特集記事に併せて、会議

関係施設、サービスの広告を実施したり、会議関連誌の記者を日本の魅力の取材に招請した際に、施設についても取材して貰ったりしているのがその例である。また、①と④が協力して日本で開催が決定した会議、行催事へ参加勧誘を行ったり、出展を勧めたりもして来ている。

国際会議先進国である欧米と比較した場合、不活発であったのが②の市町村レベルでの活動である。②のレベルでも政策的意図を持った国際会議が、単発的に企画・開催されたり誘致されたりすることはあった。また、地元で行われる国際会議に対し、市町村として歓迎の意志表示を行うことも少なからずあった。しかし乍ら、これまで市町村レベルで、国際会議の誘致・受入れを戦略的、組織的に継続して来た例はなかったと言ってよい。極く最近になって、地方の時代、地方の国際化の流れの中で国際会議が注目を集め、幾つかの都市で、その位置づけが試みられ、且つ、組織的な取組みをようやく始めたばかりである。

市町村レベルで国際会議の推進を図るためには、その中心母体となる組織、欧米のコンベンション・ビューローに相当する組織を結成する必要があるだろう。

3 背後にあるもの

(1) 資金と税制

このようにみて来ると、日本における国際会議の課題は、総合的大型国際会議場の建設と、市町村レベルでのコンベンション・ビューローの設置の2つに要約出来そうであるが、ここで当然出て来るのは経費の問題である。即ち、会議場の建設と運営費、ビューローの活動・運営費をどうするかということである。

総合的国際会議場の建設には、先ず広大な土地を必要とするが、その土地は交通の便がよく、宿泊施設をはじめ、多くの都市機能を充分備えたところであればならず、従って、極めて高価なものとなろう。また、設備も今後半世紀或は、それ以上長期の使用に耐える規模と内容のものであればならず、これもまた、高価なものとならざるを得ない。加えて、その維持、運営の経費も多額にのぼろう。

この建設費及び運営費は、使用料を中心とした会議場からの直接収入で賄われることが望ましいが、そのためには使用料を相当高く設定しなければならず、それでは会議主催者、或は国内受入団体の負担に耐えないものとなるばかりか、国際競争に勝つことも出来ないこととなる。誘致の観点からは使用料は出来るだけ安いことが望ましい。

このように、総合的国際会議場の建設には膨大な投資を必要とし、その結果周辺には大きな経済効果を及ぼすが、会議場単独では採算をとるのは難かしい。従って私企業の投資には向かない。そこで世界の大会議場を有している国や自治体がとった方策は、施設の建設は公共投資事業として国、自治体或は商工会議所が行い、減価償却も含めた経営費の不足分は、会議場建設による最大の受益者と目される宿泊業から地元の自治体に入る税金の一部をもって補うという方法である。同様に、コンベンション・ビューローの活動費についても、国際会議開催によりふえたと思われる税収入から補助金を支出しているのが通例である。

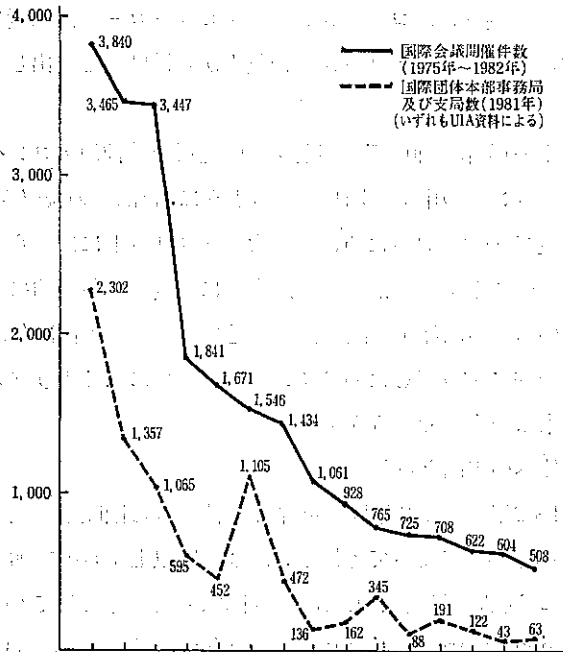
ところが日本の場合、神戸都市問題研究所発行の「神戸・コンベンション都市への政策ビジョン」の中で指摘しているように、自治体の税収入がふえても、地方交付金制度で調整されるためあまり大きなメリットにはならない仕組みとなっている。このことが、自治体が国際会議に投資し、積極的に取り組むことを躊躇させている。自治体が、国際会議を通じて、地域の国際化、経済の活性化・拡大に積極的に取り組むためのインセンティブになるような方向で、税制の見直しは出来ないものであろうか。

(2) 国際団体への参画と貢献

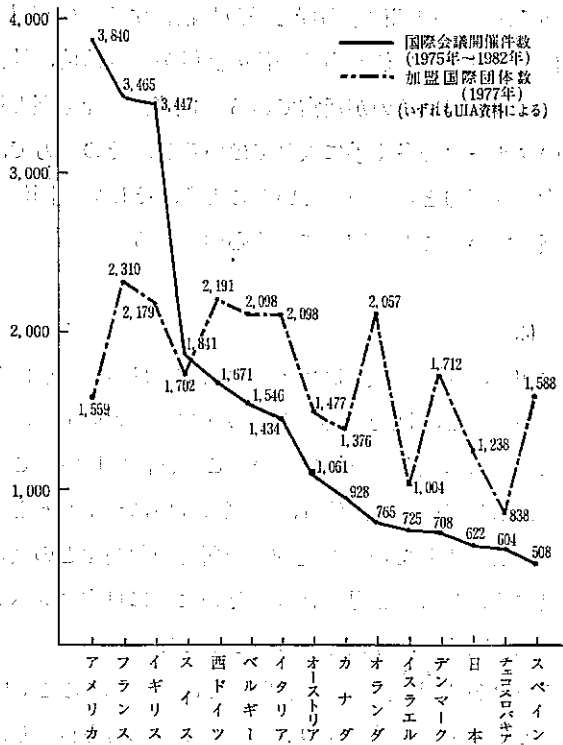
1975年から1982年までの8年間に世界で開催された国際会議(ここで言う国際会議とは、国際団体によって主催され、3カ国以上からの参加のあったものである。これには政府間会議や企業による国際会議は含まれていない)の数は、UIA (Union of International Associations, 国際団体連合) の統計で、32,641件(年平均約4,080件)、そのうち日本で開催されたものは622件(年平均約78件)で、全体の約1.9パーセントである。

この1.9パーセントというシェアは日本にとって一体多いのだろうか、それとも少ないのだろうか。GNPが世界全体の10パーセントを占める経済大国日本にしては、如何にも少ない感じがする。また、相互依存関係が強まっている世界の中でも、他国への依存度が特に高い日本にとって国際交流、相互理解は国家存立の基本条件となっている。従って、相互交流、理解の場としての国際会議はもっと多くならなければならないと思われる。ところで、国際会議を頻繁に開催する団体は、一般的に言って日常活動も活発であり、その活動の拠点として常設の事務局を持っているのが普通である。このような、国際団体の事務局（本部及び支局）の数は1981年現在約11,400存在する。この事務局数と国際会議開催件数トップ15カ国の国別件数との関係を

表4 国別国際会議開催件数と国際団体事務局数



表一五 国別国際会議開催件数と加盟国際団体数



みたのが表一四である。この表から言えることは、国際会議の開催件数と、開催国にある事務局数との間に相関関係がみられることである。

表一五は、トップ15カ国の国別会議件数と、その国(の団体)が加盟している国際団体数との関係を表わしたものである。国際団体の会議を誘致するには、その団体に加盟している国内団体が、且つその国内団体に受け入れの意志のあることが決定的な要因であるが、表一五でみると、加盟団体の数の多寡は、必ずしも会議件数の多寡とは結びついていない。加盟している国際団体の数よりも、国内団体とそのメンバーが如何にアクティブに国際団体に参画しているかによるものと推測出来る。

国際会議誘致の最も確実な方法は、国際団体の事務局を誘致することにあると言えそうであるが、国際団体事務局を誘致し維持するのは容易なことではない。国、自治体、或はそこに住む当該団体の会員が、経済的、社会的な面で何らかの負担と貢献をしているのが通常である。国際会議先進国と目される国々は、国際会議のフルーツを多く手に入れてはいるが、その一方で、フルーツを育てるために大きな努力と貢献をしていることを、そして、団体の日常活動にも積極的に参画していることを知っておく必要がある。

おわりに

最初に述べた如く、国際会議の歴史の浅い日本には研究し解決しなければならない問題は多い。最近、関連業界のみならず自治体の間で国際会議を都市政策の中でとらえ、これに取り組み始めていることは喜ばしい。こうしたコンベンション都市を目指している自治体は、将来お互いにライバルとなるかも知れない。しかし、今必要としている基礎的調査研究や税制などの共通した問題には連携して対処するのが得策と思われる。そのために日本コンベンション都市連盟のような組織の結成も、今後考えるべきことであろう。

与えられたテーマが“国際会議の諸課題”であるので、ここでは国際会議のみを中心に述べて来たが、自治体がコンベンション都市を目指し、会議場を建設し、コンベンション・ビューローを設置する時に重視しなければならないのは国内会議である。特に採算性の点では国内マーケットが中心となり、国際会議は全体の1割程度の比重となるであろうことをつけ加えておきたい。

コンベンション・シティと

コンgress・オーガナイザー

松本 井 澄

(日本交通公社グループ
国際会議事務局取締役・関西支局長)

はじめに、神戸市が「コンベンション・シティ神戸をめざして」の提言を行ったのが一昨年の9月、また日本初のコンベンション・センターとしての3点セット（会議場、展示場、ホテル）を完成させたのも神戸市である。この「コンベンション」とは会議、大会、見本市などの催物だけでなく、スポーツ、音楽、芸術祭、レクリエーションをも含むあらゆる“集い”、さまざまな人々の交流の場である。神戸市では、1981年に「ポートピア'81」が盛大に開催され、世界各国、全国各地より1,600万人をこえる入場者で成功裡に終了したのはまだ記憶に新しく、2年後の1985年には、この神戸市で世界の若者のスポーツの祭典「ユニバシアード夏季大会」が開催され、世界各国より大勢の若者が“集う”ことになる。このように、神戸市が時代の先取りをし、行政・企業そして市民が一体となって世界にひらかれた「コンベンション・シティ」をめざしているのは、国際交流の重要性・国際情報化時代が叫ばれている折から心強いものを感じている。こと承知のように、京都市には昭和41年にわが国における唯一の国立国際会議場が建設されてすでに17年の年月がたち、数多くの国際・国内会議を誘致してきた。また、大阪市も築城400年祭を皮切りに、“大阪21世紀計画”で長期イベントの幕を開けようとしている。地方の時代を反映して鹿児島、宮崎、長崎、横浜、仙台、札幌等の各都市もコンベンション・シティを宣言し、学術関係の学会をはじめ企業のインセンティブの“集い”にまで積極的に呼びかけをはか

り、それぞれ、かなりの成果を収めている。

コンベンションは都市経済の振興と活性化に大きな役割を果たすことが期待されているが、世間一般的にはコンベンションという言葉は、まだ充分理解されていない現状でもある。そこで、私自身が過去、仕事を通じて得てきたコンベンションに関する情報・知識・経験をもとに、以下、所見をのべるが、都市の新しい方向づけの一助になれば幸いである。

1 私とコンベンションとの出会い

「コンベンション・シティ」とか「コンGRESS・オーガナイゼーション」という言葉は、日本でここ数年来流行しだしたものである。私が約20年前、当時はまだ海外渡航が自由化されていない頃だが、関西の繊維業界の欧米視察団に同行し、ニューヨークの宿泊ホテルでチェックインする折、胸にネームプレートをつけた大勢の人々が広いロビーに溢れんばかりだったのを憶えている。その時、このようなお祭りさわぎのような人々の“集い”に疑問をいただき、確かめたところ、コンベンションだとの説明。日本では経験していなかった場面であり、また、馴染みのない言葉でもあった。その時、「所変れば、品変る」で矢張りアメリカには日本と異なった習慣があるのかなあ、とぐらいにしか受けとめていなかった。

その後、海外渡航が自由化され、盛んになるにつれ、業務の都合で毎年何度か海外出張するようになり、また、海外への団体旅行の手配、斡旋を手伝う機会が多くなったが、アメリカ、ヨーロッパ諸国のホテルや航空機の手配に際し、先方から、コンベンションですでに満員だ、と云う返事に何度も接し、その都度、初めて経験したニューヨークのホテルのロビーでの状況を思い出したことである。

年を追うにしたがい、アメリカではコンベンションを中心に、ヨーロッパ諸国ではメッセ（見本市）を中心に、世界各国から大勢の人々が集い、日本からも学会出席や見本市参加のツアーを企画し、私自身も日本交通公社の担当者として、コンベンション参加のツアーを数多く企画・斡旋し、添乗業務にも従事

し、コンベンションに対する認識を深めてきた次第である。なかでも、1967年のモントリオール万国博開催時には、日本より建築業界のツアーを企画し、現地モントリオールでは宿泊施設が許容限度をこえ、我々、数十名はホテルでなく、トレーラーハウスに分宿せざるを得ない破目になったり、1969年5月のハワイでのロータリー国際大会でも矢張りホテルの不足から、2人部屋に4人が泊った経験をし、大きなイベントの折にはさまざまな問題が提起されるものと痛感した。1975年のFDI（国際歯科学会）でシカゴのマコーミック展示場を訪ね、展示場規模の巨大さとシカゴ市がコンベンションに力を注いでいる姿勢に感心したのもだった。そして、日本ではこのような大きなイベントがなぜ開催されないのか？又、開催されていても自分自身が無関心だったのか？自問自答したものだった。よく考えてみると、日本でも、すでに東京オリンピックが開催され、大阪では万国博も成功裡に終わっていた。

すなわち、日本も第2次大戦のあとかたもなくなり、経済成長とともに豊かな文化生活を楽しみ、旅そのものも自己実現を求めたものが現われ、最新の知識・情報・技術等の相互交流を求め、人々が“集い”、“語らい”そして“憩う”場を求めているのである。

旅行者である㈱日本交通公社も、これからはコンベンションの時代であると判断し、国際的・国内的に相互コミュニケーションをはかるための“集い”が、さまざまな形で盛んになってくるため、ICS (INTERNATIONAL CONGRESS SERVICE) ・ ㈱国際会議事務局を全額出資の別会社として設立し、あらゆる“集い”をサポートするエキスパート集団としてスタートさせた次第である。尚、私も一昨年10月に㈱日本交通公社より出向し、現在、㈱国際会議事務局勤務でコンベンション産業の一端を担っている。

2 コンベンション・シティの条件

コンベンション・シティとして各種の会議をはじめ展示会、見本市、催物やイベントすなわち“集い”を開催、誘致し、受入れるためには、ハードウェア部門とソフトウェア部門の両面にわたり、条件が整備されていなければならない。

まず、ハードウェア部門では次の条件が必要である。

(1) 会議場

国際・国内会議をはじめ各種のイベントには欠かすことの出来ない最低限必要な設備である。開会・閉会式や全体会議に使用するメインホールをはじめ、同時開催の分科会・セッション用に各種の中・小会議室も併設されていることが望ましい。

(2) 展示場・見本市会場

展示・見本市などの本来の目的に使用されるだけでなく、広いフロアーを活かした大集会にも利用される。また最近の学会・会議等には展示も同時に催行され、そのメリットを求めるケースが増えている。

(3) ホテル（宿泊施設）

“集い”には宿泊は必ず附随するものである。海外からのコンベンション参加者にとって、ホテル事情は大きな関心事の一つでもある。また、ホテルの宴会場・レストラン・会議室を利用することにより、コンベンションを効果的に催行することが出来る。

以上の会議場・展示場・ホテルの3点を一カ所にまとめ、神戸市ではコンベンション・スクエアと呼んでいる。

(4) スポーツ・観劇施設

相互理解、親睦をはかるためにはスポーツ競技が大きな柱の一つとなる。そのための施設であり、最近の体育館は音響効果などにも配慮しているので、種々の催物に使用することが出来る。

(5) 交通・輸送・通信手段

国内・外からの交通利便がコンベンション誘致に大きな影響を与える。コンベンション開催都市へのアクセスと、市内からコンベンション施設のアクセスとの2つの交通アクセスが考えられる。したがって、各種の鉄道網、ハイウェイ、空港等の条件整備が望まれる。また、ホテルと会場間、分科会など会場が複数にわたる場合は各会場間の、それぞれの移動手段、移動に要する時間、経費等も考慮に入れる必要がある。

つぎにソフトウェア部門では、以下の条件が必要である。

(1) kongress・オーガナイザー

コンベンション開催に際し、会場の選定、会議形式・方法や事務局代行にいたるまで、“集い”に関して企画、運営等あらゆる面でコンサルトする業種である。このkongress・オーガナイザーについては後程、詳しく説明する。

(2) コンベンション・ビューロー

コンベンションを誘致し、地域の経済的、文化的発展に寄与することを目的とした組織である。通常は会員制の非営利団体であり、国家単位の全国型のものと、地域単位の都市型のものがある。なお、このコンベンション・ビューローとkongress・オーガナイザーとの関連についても、後程、詳述する。

(3) 情報・文化の蓄積

会議のテーマに関し、国際的レベルの情報、文化を有していることが必要なのは言うまでもない。

(4) 地域住民の意識

コンベンションをはじめあらゆる“集い”を誘致するためには、行政が先頭に立ち、音頭をとるのは当然ではあるが、開催地の地域住民もコンベンションの意義を充分理解し、積極的に協力すべきである。コンベンション・シティとして成功するには官民一体となり、誘致、受け入れに尽力すべきである。

(5) 治安、出入国手続等

世界各国から、また全国各地からの参加者が、“集い”に一番関心を寄せるのが治安である。内乱、暴動等でゆれ動いている国や地域ではコンベンションはあり得ない。また、開催国・開催地への出入国に際し、煩雑な手続きを要する場合は、参加することに二の足をふむ。

(6) 脱日常性が豊富であること

学術・研究を目的としたコンベンションであれ、レクリエーションを目的とした会合であれ、あらゆる“集い”に参加する動機の中には、日常生活の中で経験出来ないことを求めている一面がある。コンベンション参加のついでに観光をしたり買物を楽しむのがその表われであり、“次のことが考えられる。

- 見物箇所が豊富なこと
 - レストラン、食堂が完備され、適正な価格で、その土地の料理が楽しめること
 - ジョウロウ遊びを楽しめること
 - ナイトライフも一要素
 - 文化、教養、趣味等を充たす行事、催物
- 以上、コンベンション・シティとしての条件を列記したが、“集い”の目的により条件整備すべき事柄は他に種々あり、ここでは主なものだけを取りあげた。

3 コンgress・オーガナイザーとは

ソフトウェア部門を担当するコンgress・オーガナイザーという言葉も、ごく一部の特定の人々の間で使われてきたのみであるが、コンベンションとコンgress・オーガナイザーは切っても切れない関係であるので、今後は一般化してゆくであろう。

コンベンションの開催には、会場の選定、会議の告知、招待状の発送から会議開催中の運営、最後のパーティ、会議内容のレポート作りまで、運営上諸々の実務が付随する。会合の規模や参加者の範囲が拡大するにつれ、その作業は膨大な量に達する。

コンgress・オーガナイザーは、こうした業務を一切引き受け、コンベンションの成功を裏側から支える業者である。したがって、コンベンション誘致のアプローチの段階から、専門のコンgress・オーガナイザーの力量が成功の可否を大きく左右するのが実状といえる。

コンgress・オーガナイザーの業務内容を、(株)国際会議事務局に例をとり、表一1で紹介する。

4 コンgress・オーガナイザーの活用

前項でのべたように“集い”に関するあらゆる業務を総括的に取り扱う企業

表-1 ICS・(株)国際会議事務局の営業種目

項 目	内 容
会議 運 営 業 務	<p>国際・国内会議、大会、行事などの企画、実施について、次のような業務を行ないます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 会議招致のための協力活動（日本交通公社ネットワークと連携）。 ● 会議準備スケジュール、予算、組織図の作成。 ● 海外からの参加者誘致のためのPR活動。 ● 会場設営、同時通訳、語学要員の（準備）派遣、会議の進行管理。 ● 会議に必要な案内書、その他ドキュメント類の翻訳、作成、発送。 ● 招宴、社交行事などの企画、設営、進行管理。 ● VIP 招聘の手配、幹旋、接遇。 ● 関係機関との折衝、広報活動。 ● 学術、商業展示の企画、運営。 ● 事務局業務の代行（事務所、要員、登録事務、財務、庶務など）。 ● ホテル予約、バス輸送、視察旅行、レディスプログラム・PRE & POST TOUR の企画、手配と運行（日本交通公社と連携）。
通訳、翻訳事 務請負業務	<ul style="list-style-type: none"> ● 商談、会合等に必要の各国語通訳の手配 ● 各国語の翻訳、タイプ印書、および印刷業務。 ● タイピストおよび各種機器オペレーターの手配。
国際会議場の 運営に関する 業務	<ul style="list-style-type: none"> ● 国際会議場の設計及び運営のリサーチ ● 同時通訳装置等の導入の設計及びコンサルティング。 ● 同時通訳装置・ビデオ等のレンタル業務。
企 画 製 作	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種展示の企画、設営と進行管理 ● 各種イベントの企画、設営と進行管理。 ● グラフィック・映像・ポスター等の製作
旅 行 業 務	<p>ICS は日本交通公社の代理店（運輸大臣登録旅行業代理店第2530号）として、次のような各種旅行を取扱います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 外人旅行 ● 海外旅行 ● 国内旅行 <p>海外で開催される国際会議へのご参加旅行をはじめ、学会、団体、企業などで招聘される各種グループ、VIP に対して特別企画と完璧な体制で満足のいく手配、幹旋を行ないます。</p>
出 版 業 務	<ul style="list-style-type: none"> ● 科学、技術関係、およびその他の編集、出版。 ● 会議、視察旅行などのレポート制作。 ● 学会誌、専門誌などの編集、制作。 ● 外国向け出版物の編集、制作。

資料出所：株式会社国際会議事務局「営業カタログ」

表一-2 国際会議事業協会加盟のコングレス・オーガナイザー

団体/企業名	代表者	施設または業務内容	住所	電話番号
㈱アイ・エス・エス・インターナショナル	金 児 義 久 (代表取締役社長)	国際会議、展示等の設計、運営管理、専門コンソーシオン業務、業務機器等コンピュータシヨンの設計、同時通訳装置、同時通訳業務、同時通訳機器のリース業務	〒105 港区芝公園2-2-21 新川ビル 5 F	東京 (03)434-3596
㈱ インターグループ	小 谷 泰 造 (代表取締役社長)	国際会議の企画から運営まで総合サービス、同時通訳、制作業務、登録管理、同時通訳者養成	〒530 大阪府北区茶屋町6-23 松栢ビル 〒107 東京都港区赤坂8-5-32 赤坂山勝ビル	大阪 (06)372-8048(代) 東京 (03)479-5311(代)
㈱ 国際会議事務局	中 山 英 一 郎 (代表取締役社長)	日本交通公社と連携して各種会議の準備、運営業務を総合的に引受け、国際会議大会、行事の企画運営を専門的に行っている	〒103 中央区日本橋2-7-4 竹扇ビル 5 階 (関西支局) 〒600 京都市下京区堀小路通新町西入 新京都センタービル	東京 (03)272-8011(代) 京都 (075)341-1618(代)
日本コンベンションサ ー ビ ス ㈱	近 浪 廣 (代表取締役社長)	国際会議及び国内学会、企画、運営、通訳、翻訳、事務受請業務、音声多重2カ国語放送	〒100 千代田区内幸町2-2-1 日本プレスセンタービル 8 階 (大阪支社) 〒530 大阪府北区西天満4-14-3 住友生命御堂筋ビル13F	東京 (03)508-1211(代) 大阪 (06)311-2131(代)
㈱ サ イ マ ル ・ イ ン タ ー ナ シ ョ ナ ル	村 松 増 美 (代表取締役)	国際会議、イベント、企画・準備・運営、会議通訳、文書翻訳、制作、出版、同時通訳用機器レンタル	〒107 港区赤坂1-8-10 第9 興和ビル (関西支社) 〒541 大阪市東区北浜4-14 淀屋橋ホワイイトビル 3 F	東京 (03)582-4224(代) 大阪 (06)223-0313(代)

資料出所：国際会議事業協会発行「国際会議・展示会開催の手引」

をコンgress・オーガナイザーと称している。

国際会議の本部の過半数が存在するヨーロッパにおいては、かなりの歴史をもった会社もある。わが国においても、近年、ホテル産業が著しく伸びてきたように、コンgress・オーガナイザーも成長し、現在では国際的に活躍し、実績をあげている企業もある。

会議、大会、イベント等を主催する当事者は、会議開催の専門家であるこれらコンgress・オーガナイザーの提供するサービス業務を上手に利用すれば、人的および時間的労力の軽減をはかることが可能である。

参考のため、国際会議事業協会 (JAPAN ASSOCIATION OF CONVENTION INDUSTRIES) に加盟しているコンgress・オーガナイザーを表-2で紹介する。

5 国際会議事業協会とICCA, UAI

コンgress・オーガナイザーの果す役割を詳細に亘り説明したが、わが国において、この業界の健全な発達と国際会議の振興をはかり、国際情報、文化の交流と国際協調の伸展に資することを目的に設立されたのが国際会議事業協会である。同協会の詳細については、表-3を参照されたい。また、国際的な協会としてICCAとUAIの機関があるのでその概要を表-4、表-5でそれぞれ紹介する。

6 コンベンション・ビューローとコンgress・オーガナイザー

コンベンション誘致は「都市を売る」ことであるといわれている。都市の魅力を総合的に発揮し、コンベンションを強力に誘致するには「コンベンション開催地の条件」で指摘したようにハードウェア部門とソフトウェア部門の両面で諸条件を整備してゆくことが必要である。ソフトウェア部門のなかで、コンベンション・ビューローの機能とコンgress・オーガナイザーの役割が共通した部分も考えられるので、コンベンション・ビューローの組織および業務についてのべてみる。

表-3 国際会議事業協会の概要

名 称	国際会議事業協会 JAPAN ASSOCIATION OF CONVENTION INDUSTRIES
事務局所在地	東京都港区虎の門3-3-3 加古ビル 4F TEL 03 (433) 7 8 5 5
設 立	1981年3月
目 的	わが国における国際会議関連産業の健全な発達と国際会議の振興をはかり、もって国際観光と国際協調の伸展に資することを目的とする。
事 業	<p>第4条 本会は、前条の目的を達成するため次の事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 国際会議関連産業の発達に影響を及ぼす国内外の諸条件の調査、及び情報収集とこれに基づく対応策又は改善策の探究 (2) 国際会議産業におけるノウハウ、技術及びサービスの向上改善 (3) 国際会議事業従事者の研修 (4) 国際会議関連産業に関する広報宣伝 (5) 国際会議に関係する国内外の団体等との連絡協調 (6) 国際会議関連産業の発達について国内外の関係機関等に対する意見の具申 (7) その他本会の目的を達成するために必要な事業
会 員	<p style="text-align: center;">第2章 会 員</p> <p><会員></p> <p>第5条 本会の会員は、次のとおりとする。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 正会員 (2) 特別会員 <p>2. 正会員は、わが国における国際会議開催に関連する、会議場、展示場、宿泊事業、コングレス・オーガナイザー、旅行業、輸送事業、広報事業等に従事する企業又は団体を代表する者で、理事会の承認を得たものとする。</p> <p>3. 特別会員は、前項に該当する者以外のもので、本会の目的に賛同する者のうちから、理事会において推薦したものとする。</p> <p><入会></p> <p>第6条 正会員になろうとする者は、入会申込書に、正会員2名以上の推薦書を添えて、本会に申し込むものとする。</p>

資料出所：国際会議事業協会発行「こくさいかいぎ」No.1

表-4 ICCAの概要

名 称	International Congress and Convention Association (ICCA)
事務局所在地	J. W. Brauwersplein 27, Amsterdam, Netherlands
設 立	1964年
目 的	会議・コンベンション・展示関係企業を主たる会員として組織し、会議・行催事の情報を収集し、会員に提供することにより、会議・展示産業の促進と発展をはかる。又、国際機関の会議開催についてのコンサルティングを行ない、円滑な開催と会員の利益を促進する。
主な事業活動	Congress Bulletin の発行により、会議開催予定を速やかに会員に伝達する。この Congress Bulletin は会議名毎に一つのファイルとし、過去における開催年、都市、実績を記載。又、次回開催予定の期日、場所、参加見込数及び、必要な情報を盛ってある。ただし、調査票送付のアンケート形式で資料を収集している為か、回答のない部分も多いが、統計的には利用価値は高い。年次総会を開催し（ヨーロッパ、又はその他の地域）会議運営上の諸問題について検討を行なう。又業種カテゴリー別のミーティング、Region 別のミーティングも行なわれている。
会 員	会員は9つの業種別に別かれ原則として1業種当たり1地域・1団体としている。 A)旅行業 B)航空会社 C)PCO D)政府機関 E)輸送業 F)ホテル G)会議場・展示場 H)その他会議関連業者 I)名誉会員
日本の企業で 会員になって いるもの	阪急交通社、ISS INT'L、JAL、JNTO、JTB、国立京都国際会館、サイマルインターナショナル（7社）日本支部の組織がある。
会 費	DFL 2,503（カテゴリーによって異なる）

資料出所：国際会議事業協会発行「こくさいかいぎ」No. 4

表-5 UAIの概要

名 称	Union des Association Internationales (UAI)
事務局所在地	1 Rue aux laines, Brussels, Belgium
設 立	1910年 1910年に国際的、かつ非官庁組織の非営利団体として、ベルギーに設立された。1951年に国連のFCOSOCの諮問機関、1952年にはUNESCOの諮問機関として認められ、現在はILO、FAOの諮問機関でもある。
目 的	国際政府機関及び民間団体の国際会議及びそれらの活動に関するデータ・バンクの機能を保持する。会議に係る管理及び運用面での問題点について調査、研究、または、企画を行なう。各団体間相互の連繋を推進し会議開催を促進する。
主な事業活動	資料収集 国際機構及びこれに関する出版物のリスト作成。各国で開催される会議に関するカレンダー作成。会議カレンダーは年1回発行され、大陸（アフリカ、アメリカ、アジア、太平洋、ヨーロッパ）国・都市別の索引と、開催年・月・日順、及び会議名をアルファベットで整理され、リトリーブを容易にしている。機関紙“International Transnational Associations”（英・仏語で掲載）を発行し研究結果、調査、及び情報を伝える。（会議カレンダーの補足・追加も併記）月刊。Year Book of Int'l Organizationsを、2年毎に刊行している。出版活動を活発に行なっている。
会 員	正 会 員—個人会員で各国の代表的人物が会員総数 250名以内 賛助会員—個人会員で国籍の如何を問わず UAI 事業に関心のある人を会員とする 準 会 員—団体会員でコンベンション・ビューロー、航空会社、旅行業者、コンGRESS・オルガナイザー等が会員 関連機関—UAI を援助し、そのサービスを利用しようとする団体が会員で、国際機関本部が殆ど
日本の企業で 会員になって いるもの	インターグループ、JAL、JNTO、JTB、国立京都国際会館、東京プリンスホテル（6社）
会 費	Minimum: BF 15,000

資料出所：国際会議事業協会発行「こくさいかいぎ」No. 4

コンベンション・ビューローは、会議、大会、集会、展示会、見本市その他の諸行事を誘致し、地域の経済的、文化的発展に寄与することを目的として設立される団体または組織である。通常は会員制の非営利団体で、国家単位の全国型のもので、地域単位の都市型のものがある。全国型のものでは、フィリッピンやシンガポールのように政府の強力な支援で設立されたものが多く、都市型コンベンション・ビューローも、欧米においては地方自治体の全面的なバックアップのもとに殆んどの主要都市に設立されている。

わが国においては、全国的コンベンション・ビューローに該当するものとして、国際観光振興会コンベンション・ビューローがあり、また1981年3月には民間の業界が中心となって、業界全体の推進組織として、国際会議事業協会がスタートし、会員として、会議場、展示場、宿泊事業、コンGRES・オーガナイザー、旅行業、輸送事業、広報事業等コンベンション関連業界100余社が加盟している。

国際観光振興会コンベンション・ビューローの調査によると、コンベンション・ビューローの組織および業務は表一6のとおりである。

また、都市型コンベンション・ビューローは、全国型コンベンション・ビューローと基本的には同じで、組織も、

- ① 広報宣伝部門
- ② 調査、マーケティング部門
- ③ プロモーション部門
- ④ 会議等運営部門

等であり、業務内容も表一6のとおりである。

これらの業務以外に米国の都市型コンベンション・ビューローでは、宿泊予約などを行うことが一般的である。ヨーロッパ諸国や日本では、これら宿泊予約を伴う旅行業務は、本来、民間専門業者が行うべき業務であり、コンベンション・ビューローのような半官半民の非営利団体がこれらのサービスを無料で提供すれば、サービス業務が拡大する一方、コンベンション・ビューローの人員費をはじめ諸経費が増大し、地方都市財政を圧迫する結果となる。片や、コ

表 6 コンベンション・ビューローの組織及び業務

① 広報宣伝部門
<ul style="list-style-type: none"> i コンベンション都市（あるいはコンベンションランド）としての一般広報 ii 広報宣伝用各種印刷物の作成配布 iii 会議等に関わる情報提供とコンサルティング iv 中央・地方政府機関等に対するPR・ロビイング v 市民に対するPRによる国際会議への理解を広める活動
② 調査、マーケティング部門
<ul style="list-style-type: none"> i コンベンション招致のための市場調査・情報収集 ii 招致戦略の企画 iii 各種展示会・見本市・イベントの企画開発 iv プレ・ポストコンベンション・ツアーの企画開発 v インセンティブ・ツアー（報奨旅行）の企画開発
③ プロモーション部門
<ul style="list-style-type: none"> i 招致可能性のある特定団体に対するアプローチなど招致戦略の実施 ii 招致に成功した会議への参加勧誘キャンペーン iii 運輸機関、ホテル、旅行業者等関連企業との連絡、共同プロモーション iv 会議主催国際団体幹部など開催地決定に関与する関係者を対象とした視察ツアー（Familiarization Tour）の実施 v プレ・ポストコンベンション・ツアー、各種展示会などのプロモーション
④ 会議等運営部門
<ul style="list-style-type: none"> i 受付、登録、案内、参加者リストなど会議資料の作成サービス、同時通訳の斡旋 ii 各種展示会・見本市の運営
⑤ 宿泊部門
<ul style="list-style-type: none"> i 会議参加者用ホテル・ルームの事前確保 ii 会議参加者用宿泊予約サービス
⑥ 一般管理部門

資料出所（特殊法人）国際観光振興会発行

「国際会議の現況、国際会議招致、国際会議会議場に関する諸問題」

ングレス・オーガナイザーや旅行業者などにとり、コンベンション・ビューローは全く魅力のない存在になってしまう、という理由で、米国型の方式には批判的である。コンベンション・ビューローは、本来の目的であるコンベンションを誘致すべく、マーケティング、売り込み及び公的な立場でのサポート業務を行うにと

以前は、旅行に対する考え方の中で、“旅”の一部として“集い”が存在するという考え方であったが、最近では、人々の価値観の多様化や、文化・教養志向が強まり、本物を求めてのダイレクト・コミュニケーションをはかるための“集い”や“イベント”が増大の一途を辿っている。このようなことから今後は、“集い”が原点、主体であり、旅行は“集い”に付随するものであるという考えに変えざるを得なくなった。したがって、これからはトラベル・エージェン트가イベント志向をめざし、コンgress・オーガナイザーへの道を進む旅行業者も増加してくるであろう。ただし、コンgress・オーガナイザーの業務内容は、今まで詳細にわたり述べてきたように“集い”を企画・演出するというもので、旅行業のノウハウと共通する面もあるが、全く異なる知識・経験、ノウハウの蓄積を必要とする。

おわりに

交通・通信網の著しい発達により、世界各国間の距離は時間的に短縮され、衛星中継による電波で情報、ニュースが瞬時にして世界中のすみずみにまで流れる便利な時代となった。科学の発達は、コミュニケーションの方法にも幅を広げ、一堂に会することなく、テレビ会議開催も可能になった。

しかしながら、このような科学万能の時代になっても、人間は、より完璧なものを求めるものである。すなわち、本物志向である。ブラウン管を通じてのコミュニケーションでは満足出来ず、真の相互理解のため人間と人間が直接、対面で、お互いの表情を確かめ合い乍らのダイレクト・コミュニケーションを求めるようになる。そこに、“集い”が生まれ、コンベンション産業は、ますます重要なものになってくるであろう。

北方圏構想とコンベンション

種 村 諄 三

(（社）北方圏センター調査委員)

1 「キャリア12年の北方圏交流

北海道における“地域の国際交流運動”として、北方圏交流が具体化してから12年の歳月が流れた。北方圏交流を推進する民間団体としては、社団法人・北方圏センター（会長 東条猛猪 北海道 拓殖銀行相談役）があり、昭和53年（1978）4月発足以来活動しているが、その前身は昭和46年（1971）4月に設立された社団法人・北方圏調査会（会長 堂垣内尚弘 前北海道知事）である。したがって、両者を通算して、今日、北海道で展開されている北方圏諸国、諸地域との国際交流は10年を超えるキャリアがあり、565万道民の間に「北方圏とは」「北方圏交流とは」といった趣旨や意図はおおむね理解され、浸透しているとみてよいだろう。事実、この10余年の間に実践された北方圏交流に関連する経済、社会、文化、スポーツ、その他いろいろな面での住民参加の交流は数えきれないほどだし、北方圏構想普及に結びついた講演会や展示会といった催しも数千回に及んでいる。

また、道内主要都市のうち、旭川、士別、網走、紋別、広尾など北の寒冷地の暮らしに特に深い関心を寄せる都市には「北方圏交流協会」が設けられ、北方圏センターと密接に連結している。一方、北方圏諸国との友好団体として「北海道スウェーデン協会」「北海道フィンランド協会」「北海道カナダ協会」「北海道アラスカ協会」「北海道日ソ友好文化会館」「スウェーデン交流センター」などがそれぞれあって、互いに横の連絡をとりながら、北方に視点を置いた国際交流の輪を広げている。北方圏交流は「北海道において展開されている地域の国際交流」として、全

国で各種の活動を行っている“地方の国際交流”のなかでは極めてユニークなものを持っているといえるだろう。それは北海道が独自に育て上げた自前の国際交流なのである。

2 北海道開発の反省のなかから

北海道がなぜ北方諸国、諸地域に重点を置いた国際交流に熱心なのか一。

それは北海道が「日本の北辺に位置する」特性によることが、第1にあげられる。加えて、明治の開拓使以来、110余年の北海道の開発の歩みを反省するなかで、北海道が過去に、とかく中央志向、本州志向にとらわれ、戦前には住民の定住意識も“希薄”とまでいえなくとも“出かせぎ”意識をぬぐいきれなかつた面があり、その脱皮を図るうえで、北方志向の住民意識を定着させる必要が求められたことがあげられよう。

北海道には「開拓2世」「3世」といった言葉がある。明治7年に屯田兵制度創設による北海道への開拓入植が始まったことと前後して、旧武士団や農漁民たちによる明治初期の北海道への拓地植民にたずさわった人々を「開拓1世」とみて、それらの子、孫、曾孫…と、北海道内に定着した人々を開拓2世、3世、4世といった呼び方をする。

一般的にいて、今日、北海道を“ふるさと”とする人たちは、すでに3世、4世の世代に入っているわけだが、明治、大正、昭和前期の北海道開発の足どりのなかでは、その定着率は決して芳しいものではなかった。国の北海道に対する見方・考え方が、時代によってネコの目のように変わってきたこともあり、北の風土に慣れない住民は、よりよい土地、より住みやすい土地を求めて右往左往した面がないとはいえないのである。

そのことは、北海道の人口動態のなかに明らかに看取される。

明治2年、蝦夷が北海道と改まった時点における北海道の和人の総数は、おおむね5万8千人ほどであった。開拓使を設け、ホーレス・ケブロンら多くの外国人顧問団を招へいして「開拓使10年計画」に取り組み、開拓使制度が廃止される段階（明治15年）での人口は24万人となった。明治8年「千島・樺太交

換条約」の調印で、南下を図る帝政ロシアとの間で懸案の国境策定問題が一段落すると、防衛の見地から急いでいた北海道の開拓は、新たに興った資本主義的経済開発の方向へと転進する。

明治27～28年の日清戦争景気に乗って人口は70万人台に向かうが、100万人台に乗せるのは明治34年となる。同37～38年の日露戦争による好況に支援されて、明治末年には170万人台に乗り、第1次大戦中に200万人台乗せが実現する。

しかし、この前後から、わが国は大陸経営に力を注ぎ出し、北海道開発は地盤低下を余儀なくされてくる。明治43年から昭和元年に至る第1期拓殖計画時代、北海道の収容人口目標は「300万人」とされたが、終了時点では244万人であった。第2期拓殖計画(昭和2年～21年)では、目標人口「600万人」に対し、20年の太平洋戦争終了段階では352万人にとどまった。

そして迎えたのが、戦後の緊急開拓時代である。

敗戦というみぞうの事態に直面した日本は、朝鮮、台湾、千島、樺太、満州などの旧領土ないし植民地を失い、北海道、本州、四国、九州の四つの島に閉じ込められる。そして、海外からの引揚者、軍人たち、国内にあふれた戦災人口、失業人口に当座の食と落ちつき先を与えなければならなかった。

この緊急の難題に対処して「戦後緊急開拓事業」が取り上げられたのだが、全国で155万ヘクタールを目指した開墾面積のうち、70万ヘクタールを分担したのが北海道である。帰農戸数目標は全国で100万戸、うち20万戸が北海道であった。開拓地としては、国有の未墾地、旧軍用地、農地改革による買収地などが当てられたが、敗戦後の混乱期、米軍占領下の入植だけに、入植者を送り出す側も、受け入れる側も、態勢不十分で、緊急入植者は慣れない土地の慣れない営農で、血みどろの苦闘を強いられることになる。

このうち北海道では、冷害も重なり、入植者の脱落があいついだ。それは明治初期の一般入植者と似た状況下に置かれ、開拓農民の棄民化と開拓地の荒廃化が小康を得るのは、昭和30年代に入ってからになる。

このように、国の北海道に対する姿勢は、時代によって大きく揺れ動いた。戦後の日本経済が、朝鮮動乱による特需をバネとして高度成長時代に突き進ん

でいくようになると、東海道ベルト地帯に労働人口が集中した結果、敗戦直後の緊急入植候補地の北海道は、一転して「過疎」の悩みをかこつ地域になってしまう。農村や炭鉱で働いていた人たちが他府県の重化学工業地帯に流れ込み、北海道では昭和44、45年と引き続いて人口の社会減現象に見舞われる始末であった。

3 もっと北方に目を向けよう

今日、国土政策の基本志向を決定づけている「第三次全国総合開発計画（略称「三全総」）の中において、北海道は東北地方と並んで“将来性に富む産業誘導地域”と想定されている。この考えは、昭和61年からスタートさせる予定の四全総にも引き継がれることになるだろう。

だが、そうした将来構想と現地である北海道の産業開発の実態との間には、かなりのひらきがあることは否定出来ない。それはまた、明治以来の北海道開発の沿革をさかのぼってみた場合、いつの時代の開発計画にも当てはまることなのであった。

地域の開発計画、さらに広げて、長期的な国土計画の策定に当たって、将来の理想とする目標値と現実に進行していく開発事業の実績との間に“ひらき”の出るのはやむを得ないことかも知れない。しかし、地域開発の場合は、国の方針が変わるようなことがあると、そのことは直ちに地域住民生活の周辺に影響してくる。北海道が、明治以来の開発推進に当たって中央政府の意向に大きく左右されてきたことが、ひいては北海道の中央に対する過度の依頼心醸成、すなわち中央志向の地域開発計画策定へと傾斜していったことは否定出来ない一面の現実であった。

中央の政財界とのパイプを太く持つことが、北海道の首長としての力量評価に直結するような仕組みが、たたくまずして出来ていったのが“明治100年”の北海道の開発行政である。このことは折にふれて反省を求められながら、容易に改善されることはなかった。

特に戦後の北海道開発行政が、昭和25年の北海道開発法の公布と北海道開発

庁の設置、翌26年の開発公共事業実施官庁としての北海道開発局の発足という事態を迎えたことは、明治2～14年の開拓使時代と並んで、国の影響力が直轄に現れる開発行政機構の設置であり、北海道にとっては極めて大きな出来事であった。まして、このことが、戦後の地方自治意識の育成期と並行して北海道の地域開発に影響力を広げていっただけに、北海道民にとって初めのうちの受け止め方は複雑だった。

“国に頼る”ということと“自立精神を涵養する”ことのジレンマ。終戦直後の北海道が年若い革新系知事を選んだときの出来事だけに、国の開発行政直轄の政策が、一時期、深刻な政治問題化したことは、よく知られるところである。だが、時代が推移するうちに、政治的な問題は別にして、膨大な国費を注ぎ込んで進む“開発の効果”に対する批判の論議の方が盛んになってくる。戦後から昭和33年度予算までの北海道開発費は、明治以来、太平洋戦争までに投下された開発投資の総額とほぼ等しい（稲葉論文）とまでいわれただけに、開発計画の「目標と実績のへだたり」について、しばしば各方面から批判の意見が聞かれるようになった。その代表的なものは“雪の博士”といわれた北大の中谷宇吉郎教授（故人）が、32年4月号の「文芸春秋」誌上に発表した『北海道開発に消えた800億円——われわれの税金をドブに捨てた事業の全ぼう』であったろう。

こうした論争が繰り返されることになった原因はどこにあるのか。それは北海道に対して、エネルギー、資源、土地など、いわゆる天然資源に対する評価と期待が大き過ぎたことにあるといえるだろう。そして漠然と、北海道は日本における開発のホープだとか、中核であるような評価がまかり通っていただけに、開発のためのインフラさえ進めば、すぐにも収穫があるような錯覚に陥る人が少なくなかったのである。終戦後の経済や国民生活がきわめて不安定な状態に置かれていたことが、そうした判断を招いた、といえるかも知れない。

新しい北海道のあり方は、広く全日本的視野から判断しなければならない。その上でさらに、北海道は地理的にも自然環境の面でも他府県とはひとあじ違

った「北方の寒冷地」としてある、との認識をはっきりと持って、北海道という地域の開発に取り組むことがなによりも必要である。

「北方認識」を深めるということは、北の高緯度の国々、諸地域との交流をひんばんにし、寒冷地の暮らしの先輩国であるこれらの国々の「北に生きる知恵と行動」を学び取ることが第一だ。交流の中から互恵平等のつきあいが広がり、北海道に経済的な刺激を与える問題も起こってくるだろう。北海道の新しく生きる道は、そうしたなかから切り開かれるのではないか――。

このような自省が広がってきたのは、昭和40年代に入ってからである。それは、これまで数々の開発論争を通して触発された「北海道開発の反省」のなかから生まれてきたといってよい。こうして、昭和46年に策定された第三期北海道開発計画の一項に「北方圏交流の拡大推進」が初めて明文化され、登場したのであった。

4 交流基金制度で財政的裏付け

ところで、昭和46年は地方選挙の年。北海道はそれまで3期・12年続いた保守系の町村金五知事のあとを継いで、同じ保守系の堂垣内尚弘氏が新知事の座についた。堂垣内知事は、前身が北海道開発庁事務次官の職にあり、長い間、北海道開発事業の第一線に立っていた人だが、その体験を通して「北方圏交流」の必要性を持論として提唱していた人でもあった。

堂垣内道政と並んでスタートを切った「三期計画」の中に北方圏交流が登場したわけだが、交流を推進する機関として「北方圏調査会」が46年4月、任意団体で発足、これは47年1月、社団法人として認可された。堂垣内知事は迎えられて北方圏調査会の会長となり、一方、道政の一翼として、北方圏交流事業の調整と推進に当たらせる機関を道の機構内に設けた。47年4月に道の開発調整部内に設置された「北方圏調査室」がそれである。

知事は2期・8年間北方圏調査会の会長職にあり、知事としても北方圏交流の前面に立って動いたが、交流推進機関を全道民的機構にする必要性を痛感、53年4月、北方圏調査会の組織替えを行って、新たに社団法人「北方圏センタ

一」を發足させた。会長には、堂垣内氏に代わって、前北海道拓殖銀行頭取の東条猛猪氏が就任、道内経済界とのパイプ役として、同センターの体制強化の先導的立場に立った。

この組織替えに当たって注目されたのは、交流事業を推進する上でなによりも不可欠な、センターの財政基盤を確固としたものにするのであった。このため、財団法人「北方圏交流基金」が53年7月に設立され、社団法人の北方圏センターと“車の両輪”の形で活動を始めたのである。北方圏交流基金制度は、いわば北方圏交流を側面から支えるもので、その目的に「北方圏諸国との生活、文化、学術、スポーツなどの交流事業に対して、資金的な援助を行う」とことがうたわれている。

基金はまず、北海道からの初回出資金3千万円をベースにスタート。道からの逐年の増資と一般の寄付金を積み重ね、今日、3億2千万円ほどにふくらみ(当面の目標 5億円)、13人の評議員、5人の審査委員の下、運用財産を基に、必要な交流事業や同助成に当たっている。いわば政府出資の国際交流基金の北方圏版であり、都道府県単位でこの種の基金を持つのは珍しいとされる。

なお、北方圏センターは会員制で、会社・団体などの会員は1口・1万円単位、個人会員は1口・5千円単位で年間会費を支払い、センターの事業の運用に当てている。北方圏調査会発足当時の会員は87社だったが、58年7月1日現在で、北方圏センターの会員は法人及び団体会員が1,755、個人会員が2,065の計3,820となっている。

5 北方圏の範囲に関連して 北方圏の範囲は、道民の間に、**“道民総意”**の北方圏構想であり、北方圏交流ではあるが、ではいつたい「北方圏」とは具体的にどこからどこまでを指すのか。国際交流の基本になるべき、交流の範囲について、当然、疑問が起こるだろう。北方圏という言葉の「北方」という語句は、どの辞書にも見当たらない。北極圏は北緯66°33′以北の地、北極点から半径1,000km以内の極北の区域とあるが、さて北方圏とは――である。

「北方圏」は造語である。この言葉は、北海道が積雪、寒冷など気候風土が似通った国々との交流をもとに豊かな郷土づくりを行おうとして用い出した新語である。

北方圏調査会がスタートする以前に「北方圏」という字句が使われていた例は、いくつかある。地元の文芸雑誌にも「北方圏」と名付けたものが戦前にあった。「北方圏の家」という著書もみられた。しかし、今日のように、あすの北海道づくりを目指した明るい語感で「北方圏」が一般的に呼ばれるようになったのは、やはり昭和40年代以降ということになる。そして、具体的に北方圏交流が動き始めてから、学者たちの手によって、北方の動植物相から割り出した「北方圏地図」＝本稿末尾掲載＝が作られ（1974年4月）、また、海外からみた日本人としての北方圏の定義づけなども試みられたりしている（1978、8、機関誌「北方圏」24号・スウェーデン・ウプサラ大学研究員、龍田恵喜二博士）。が、要は、北方の寒冷諸地域や国々の生活、文化を鏡として、北海道の人たちが自分たちの足元を再点検し、北海道独自の生活文化圏を築こうではないか、ということで始めた地域としての国際交流運動が「北方圏」交流なのである。北海道コンベンションとしての北方圏交流といってよいであろう。さらにわかりやすくいえば、例えば、北海道での生活にとりて、冬や寒さを忌避しては始まらない。それが避けられない自然の条件である以上、むしろ前向きに受け止めて、冬や雪を楽しいものとして暮らしのなかに組み入れる方がよい。ソ連や北欧、カナダ、アメリカ北部などでは、北海道と比べるならば、はるかに厳しい冬を克服し、豊かな国づくりをしているのではないか。日本の北端に位置しているからといって「内地」（北海道では本州以南の地をこう呼ぶ人がまだ多い）の方に気をひかれるような生活態度は改めるべきではないか——、こうした考えが北方圏交流の根底には流れている。そして北海道が第1回北方圏環境会議を関係国に呼びかけて、道都・札幌市で開催した1974年（昭和49）9月17～19日に集まった国々は、アメリカがアラスカ州など8州、カナダがアルバータ州など8州、北欧はフィンランドのヘル

シンキ市、ノルウェーのオスロ市、スウェーデンのストックホルム市の関係者と、主催地・北海道のメンバー。国数にすれば6カ国だが、海外からの来道者は夫人や随行者を入れると56人に達した。また、同時に開いた北方圏環境展の方には、ソ連も参加した。

北海道としては“北方圏の関係国”として、ひんぱんに接触のある国々や地域として、一応、次のように考えている。まず、隣のソ連をはじめとして、カナダ、アラスカ、北欧5カ国（スウェーデン、ノルウェー、フィンランド、デンマーク、アイスランド）、それに中国・東北地方などだ。しかし、固定した枠があるわけではなく、第2回の北方圏環境会議をカナダが主催して、アルバータ州のエドモントン市で開いた1979年（昭和54）9月には、カナダ、アメリカ、フィンランド、日本のほか、新たに中国と韓国からの参加をみ、6カ国、22地域の代表46人（随員を入れると130人）が一堂に集まって、交流の輪を広げたのである。こうして、北方圏環境会議は、おおむね3年ぐらいの間隔で、関係国が持ち回り開催する約束がなされている。が、肝心なのは、北海道をキー・ステーションとする北方圏諸国・諸地域の日常茶飯の国際交流が、年を追って活発となり、今日、北海道にはデンマークやカナダ、スウェーデンなどから企業進出や、自国商品の出陳、寒冷地医学の交流、その他具体的な経済、学術、文化、スポーツなど各面での接触が目立つようになった、ということである。

このような交流の広がりに対処して、58年1月、札幌に「北方圏経済交流協会」が設立され、北海道と北方圏諸国との経済交流を拡大するため、地元経済界があげて協力する体制が敷かれた。そして、6月初旬、北方圏センターに、カナダ、デンマーク、スウェーデン、ノルウェー、フィンランドなど北方圏5カ国の在日機関の代表6人を招き、造成中の石狩湾新港地域を視察したうえ、地元の経済界代表ら30余人が参加してシンポジウムを開き、経済交流拡大を図って意見交換を行った。

北海道は早くから、デンマークとの間では酪農振興を図っての交流に積み重ねがあり、近くは、デンマークを代表するバイオインダストリー(生命科学産業)

のノボ・インダストリー社の石狩湾新港地域への進出も決まらている。「北海道は冷却水のコストが低い」(キム・A・フーク、ノボ生化学工業社長)という工場進出の弁だが、北海道が風土的に母国と似通っている点が「親しみ易い」ともいう。

その他、北欧家具企業の直接、間接の進出も具体化しており、北海道から北方圏諸国に向けた特産品の輸出拡大と相まって、経済交流の輪は年を追って広がりをみせている。北方圏交流の具体的な成果が、ようやく実を結び出したこのごろ、といえるようである。

そして、このような交流の実態は、毎年、北方圏センターで発行する「年報」で詳しく全会員に紹介されているが、催しのつど、新聞、ラジオ、テレビなどマスコミ諸機関を通して好意的報道がなされ、期せずして、北方圏交流の内容は、道民の間に広く周知、浸透しているのである。ゆくゆくは、アラスカの天然ガスやオイル、カナダの天然ガス、サハリンのガスやオイルといった大型商談が日本経済に大きく影響するようになる時期もあるとみられ、“北方の接点”としての北海道の将来性は洋々としている、といえるだろう。

6 開発途上国との協力も

最後にひとこと触れておきたい。それは今日、北方圏として捕えられている北方圏諸国・諸地域は、いずれも先進国であるということだ。明治の初め、わが国が欧米先進諸国に追いつき、追い越すことを目標に懸命の努力を払っていたころ、日本の立場は、今日いうところの“開発途上”の国としてあった。

特に、開拓使を置いた北海道は、多くの“お雇い外国人”の指導を受けながら、未墾の林野にクウ入れする苦闘の歩みを通して、地域開発を軌道に乗せていった。そして100年を経たいま、わが国は先進国の一員として確固とした国際的地位を築き上げ、開発途上の国々の経済的、文化的浮揚に手を差し伸べるべき立場にいる。100年前、ケプロンやクラークらの外国人顧問団に先導された北海道は、このことを忘れてはならないと思う。

1958年4月の地方選挙で、北海道はこれまで24年間続いた保守道政に代わって、

革新系の横路孝弘知事を選んだ。新知事は「静かなる改革」をうたって、道政の新しいカジとりに乗り出している。

そのなかで、知事は「北方圏交流はいままでどおり進める。が、新たに南方も含めた視野の下に、北海道としての国際交流の展開を考えたい」とっている。風光明媚(び)な北海道をサミットの開催地に推している知事でもあるが、今年はそうした手始めに、東南アジア諸国の在京関係者を札幌に招いて、今後に予定する“南方交流”についての意見を聞くことにしている。

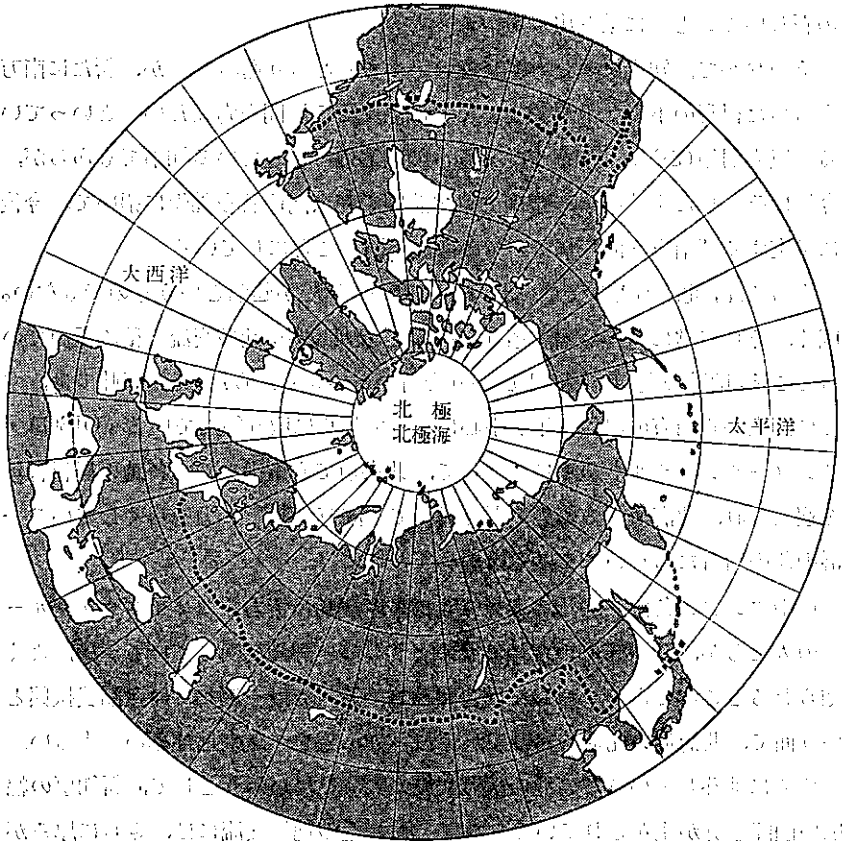
もちろん、北海道としては“北方圏交流一本槍”が建前というものでもない。広く、そして常に清新な国際感覚を持って、民間交流、地域交流を積み重ねていってこそ、地域の発展が深みと広がりを持つといえるからだ。その意味では、すでに関東から西方の農村青年が中心になって熱心に取り組んでいる「OISCA・インターナショナル」運動に共鳴して、北海道でも東南アジア各地の農村青年を迎え入れ、北海道での農業実習を通して“南方交流”に力を尽くしている一群の北の若者たちがいることを指摘しておきたい。

東南アジアの各国、各地の農村で食糧増産運動に協力するオイスカ・グループの人たちが、それぞれの現地でどのような高い評価を受けているかは、よく知られるところである。そして南方諸地域の農村で最も遅れている酪農振興という面で、北海道の先進的酪農業が今後、力を貸すべき余地は極めて大きい。

すでに萌芽しているこの種の南方交流の実績を足がかりとして、新知事の幅広い国際感覚が生かされていくなれば、北海道の地域交流には、さらに厚みが増すであろう。

北方圏交流でユニークさを身につけた北海道の「地域の国際交流」は、これから先、開発途上の国々の浮揚にも手を差し伸べることによって、新たな展開をみせることが期待される。

「北方圏地図」



点線より北を北方圏としている

北海道大学の辻井達一助教授が札幌市からの依頼を受け、昭和49年に作成した「北方圏地図」によると、「北方圏とは、1月の平均気温が氷点下5℃以下、1年のうち4か月以上降雪があり、降水量は年間1,000mm以下。動植物相は、北方的性格を象徴的に表す寒帯針葉樹林帯、ツルコケモモ・イノバラがあり、ヒグマ・オオハクチョウがすむ地域」を基準にしている。これによると、ラインは北海道・アメリカ北部・ノルウェー・スウェーデン・ソ連北半分、それにモンゴルの一部を通っている。

北方圏センターが発刊している資料では「大体・北海道と同じくらいの緯度で、しかも雪が降り、相当期間寒冷な冬を持つ地域」を北方圏としている。

神戸・コンベンション都市の現況

是 常 福 治

(神戸都市問題研究所常務理事)

1. コンベンションの概念

コンベンション・シティあるいは会議都市という言葉は、マスコミで盛んに使われるようになったが、コンベンションの概念そのものが明確でない。当研究所がNIRAの研究助成を受けてまとめた『神戸・コンベンション都市への政策ビジョン』（昭和58年3月）は、全国ではじめてのコンベンションへの総合研究報告書であるといえる。

そこでこの論文では、先の報告書にもとづいてコンベンションの概念を明確にするために、神戸市のコンベンション・シティの現況を素材にして論述してみよう。なお、「コンベンションと産業構造」については本号で新野幸次郎神大教授が、また、「コンベンション・シティへの政策」については当研究所コンベンション・シティ研究会がそれぞれ論述しているので参照されたい。

さて、コンベンションの明確な定義はない。コンサイス英和辞典によれば、①集会、会議（アメリカでは年次総会）、②仮条約、協約、③しきたり、因襲、等となっているが、もちろんここでいうコンベンションとは、①の集会、会議である。

しかし、コンベンション・シティのめざすコンベンションとはそれより、より広義の定義がなされなければならないが、同時に、コンベンション・シティ政策の視点からは一定の枠をはめ、単なる近隣社会の集会などを除外するなどその特徴からまず概念を定めていくことが考えられる。

その第1の特徴としては、人を中心とした、物・知識・情報・人情などの交流のための集会である点である。人々は集まって都市をつくったといわれるが、

実に多彩な不特定多数の人が集まることになった。政治集会・市民大会、学際的研究・セミナー・シンポジウム・学会、見本市・即売会などである。

その第2の特徴としては、コンベンション・シティとしてのコンベンションは、政策的には地域外からの人・物・情報・知識の呼び込みでなければならない。コンベンションの参加のすべてが地域外の人というのではなく、地域内の人々のみが集まっての会合は経済的には市内消費の増加には寄与することは少ない。

コンベンションの定義を明確にしていくための1つの方法として、具体的な集会・事業をあげてみる。一応、外来語の組合せで考えられる。

その1つとして、本来の大会 (convention, congress, conference) がある。業界、学界、組合などの全国的大会がその代表である。

その2として、セミナー (seminar, symposium; forum) といわれる研修会、学習会がある。セミナーには純粋なセミナーから慰労のセミナーまでさまざまあるが、社会変化のテンポが早くなるにしたがって政府、自治体、企業、機能・利益集団などにあってセミナーはスケールの大小を問わず盛んにならざるをえない。

その3として、メッセ (messe, fair, show) がある。そのなかには日常的な即売会や商品ショーも含まれるであろう。欧米のメッセは日本ではかつての万国博、最近のポートピア'81と同じような規模の常設展示場をもっており、年間をつうじて何らかの展示会が行われている。

その4つとして、イベント (event, festival) がある。そのなかには日本的な祭りも含まれる。イベントの典型が博覧会であり、近年、ポートピア'81の成果に刺激され、各地で開催されており、地域外からの入場者をはじめ、そこでのパビリオンなどの催し物などをつうじての文化、経済刺激効果も十分に見込まれる。

その5つとして、セレブレーション (celebration, meeting, assembly) 日本語的表現でいう祝賀会、発表会の類があり、それらが有料化すると映画祭、歌謡ショー、政党パーティーなどに変質する。このような会合は、市民の社会的

交流がひろがるにしたがってますます多くなりつつある。以上のように、一応、コンベンションの類型化は可能であるが、近年、混合化、複合化しつつあることである。ただコンベンションの範ちゅうに入るかどうかで問題なのが観光である。

観光は本来のコンベンションの概念の範ちゅうには入らない。なるほど日本にあってはコンベンションと観光との相関性は強く、コンベンションが一本立していない要素がある。ことに東京をのぞく地方開催の場合は、コンベンションのうちかなりの件数が観光的要素を背景にもっている。

また、観光自体がかつての物見遊山的観光、自然資源の風光を吸引力とした古典的観光から、社会的資源を活用した“つくられた観光”へと変質するにしたがって、多分にイベントのなかの催し物、メッセのなかの即売的要素との接近がみられつつある。

なお観光とコンベンションの類似・相異点を図表化すれば表一1のようになる。

表一1 観光とコンベンションの類似点と相異点

1. 類似点

- (1) 観光・コンベンションともに市外から人を集め、経済的・文化的効果を追求する。
- (2) コンベンション産業は、観光産業の殆どすべてに、コンベンションを誘致創造しサービスする産業が加わるのみであり、産業面でも重複している。

2. 相異点

項 目	観 光	コンベンション
1. 誘致に際し働きかける対象	原則として全国の不特定多数の一般客	原則として特定の開催主体事務局
2. 誘致方法	一般宣伝	個別協議
3. 意思決定	個人	機関決定
4. 意思決定時期	随時	1年以上前のものが多い
5. 誘 因	観光資源	コンベンション施設 (観光資源は加速化要因)
6. 事務局サポート業務	不 要	必 要
7. 来 客	一般大衆 (神戸の場合若者が多い)	各界のリーダーが多い (中高年)

『神戸・コンベンション都市への政策ビジョン』23頁

2 コンベンション施設の現況

コンベンション・シティ形成への中核は、何と云っても、コンベンション施設である。コンベンションをどのように概念づけるかによって、コンベンション施設の範囲は違ってくるが、一応、次のように分類することができるであろう(表一2参照)。

第1は、会議場である。会議場のみの施設もあるが、他の貸室などが付設している施設も少なくない。神戸の施設では文化ホール、国際交流会館などである。

第2は、見本市会場などであり、国際展示場、サンボーホールなどが神戸市では該当する。もともと利用の仕方は、新年名刺交換会、叙勲祝賀パーティなど、物産展、メッセなどの本来の利用方法のみではないが、広いフロアを活かした大集会にも利用されている。

第3は、スポーツ施設で、屋内の体育館と屋外の競技場がある。王子競技場、市立体育館が該当する。なお、最近の体育館は音響効果などにも配慮しているもので、種々の催物に使用することが可能である。

第4は、ホテルである。ホテルは宿泊用施設であるが、すべてが宴会場、会議室をもっており、コンベンション施設として貴重な存在で神戸ポートピアホテル、オリエンタルホテルなどが該当する。

表一2 コンベンション施設の分類

会 議 場	市民ホール、国際会議場
展 示 場	見本市会場、物品展示場
ス ポ ー ツ 施 設	体育館、競技場
ホ テ ル	宴会場、ホール
都 市 ビ ル	会議室、教室、センター
文 化 施 設	児童会館、大学、庁舎

第5は、都市ビルのなかの会議室などである。都市ビルの会議室は施設水準としては低いかも知れないが、何んといっても、交通至便で立地上は抜群の利

点をもっており、しかもかなり大きな会議室もあり、研修、大会、式典などにかなり利用されている。

第6が、大学、官公庁、本社ビルなどの会議室、教室、講堂がコンベンションホールとして利用される。

神戸市内の主要コンベンション施設の現況は、200人以上の施設だけでも52施設もある。施設数としては、十二分にあるといえよう。コンベンションの内容が高度化して、施設について様々のニーズが発生するとき、それへの対応が非常にむずかしくなってくる。大会のホールと数カ所の分科会場、ホテルと会議場の近接性、会議室と展示場スペースなどのニーズが組合せておこってくるとき、その利用施設は限られてくる。

3 コンベンション施設の経営

神戸市のコンベンション施設の経営状況の核心は、施設運営の収支均衡を如何にして図っていくかにある。神戸市の6つの代表的な施設の経営状況について、一般的な特徴としては、次のようなことがいえる。

第1に、株式会社であるポートピアホテル、国際会館が黒字であり、市立の施設である文化ホール、国際会議場、国際展示場などが赤字である。ことにポートピアホテルは、建設後2年目で巨額の償却があるにもかかわらず、黒字基調を保っているのは注目に値する。一方、市立の公的施設は、ランニングコストの収支がすでに赤字であり、償却を見込むと赤字は巨額に達する。公益施設であることの制約があるにしても、やはり経常の維持運営費の黒字までは、運営方法の改善、経営努力がのぞまれる。

第2に、コンベンション施設も他の施設と同じように当初の償却がかなりの負担である。株式会社である国際会館も現在は黒字であるが、かつては赤字に悩まされた。その理由は償却費の圧迫である。また、財団法人であるサンボホールも当初は赤字基調であったが、現在は償却後も黒字になるようになった。このことは、年月がたつにつれて、償却の負担が軽くなるとともに、経営状況いいかえれば利用率も上昇してくるからである。施設に対するニーズが地域

で高くなってくると、他の同種の施設との競合があってもそれをオーバーして利用需要が大きくなっていくからで、現在、赤字の施設も徐々に経営状況の回復が見込まれる。

第3に株式会社の民間施設は、その付属施設・付帯事業で収益を上げて、本体である業務部門の赤字をカバーしている。ポートピアホテルは宿泊部門の赤字を宴会・食堂部門で、国際会館はホールの赤字を子会社による食堂、舞台装置サービス、ビル経営などで、それぞれ埋めてなお収益を上げている。この点、公立施設はさまざまな制約条件があって、付帯事業の収益がほとんどみられない。

第4に、公立施設については、維持運営費のコストがかなり経営圧迫の要因となっている。経営赤字は使用料金が低く抑えられていることも無視できないが、経営コストが割高であるための方が大きい。ことに、このようなコンベンション施設の管理において、官庁の直営方式を踏襲している部門にあってはかなりの圧迫となっている。現在、外郭団体方式によって徐々に転換を図りつつあるが、早急な効果は期待できない。

4. コンベンションの開催状況

神戸市に限らず、いずれの都市にあってもコンベンションの開催状況は年々、増加の傾向にあるはずである。ところが統計的には集計されていないため、それが顕在化していないだけである。神戸市にあっても年次の開催状況を知ることとはできないが、57年中の開催状況は表一3のとおりである。その特徴は、次のようにいえるであろう。

第1に、国際会議が少ないことである。国際会議は30件に満たず、うち本格的なものは10件前後である。また、日本における開催件数比率でも、神戸市はわずか2.3パーセントしか占めていない。

第2に、全国レベル、近畿圏レベルの会議が少ないことである。表一3にみられるように全国レベル50、近畿・西日本レベルも41と少ない。神戸市にあっても近年、コンベンション施設の整備、ポートピア基金による開催援助などに

努力しているが、都市間競争時代を迎えて、コンベンションの誘致は容易でない。しかし、神戸市の場合、広域圏の中心ではなかったためこれまでコンベンションの開催地から外されていた点を考えると、観光の魅力、交通の利便、施設の整備水準からみて、十分にその将来性が見込まれ、増えることはあっても減ることはない。

表一3 1982年神戸開催コンベンション状況

(単位:件)

区分	国際会議					全国会議					近畿、西日本等 ブロック会議				
	2,000 人以上	1,000 人以上	500 人以上	500 人未満	小計	2,000 人以上	1,000 人以上	500 人以上	500 人未満	小計	2,000 人以上	1,000 人以上	500 人以上	500 人未満	小計
件数	—	—	2	25	27	4	3	9	34	50	2	3	7	29	41

全県会議					計					備考	
2,000 人以上	1,000 人以上	500 人以上	500 人未満	小計	2,000 人以上	1,000 人以上	500 人以上	500 人未満	計	参加人数	
11	14	17	27	69	17	20	35	115	187	126,185	

注1. スポーツ大会・即売会はのぞく。

2. 200人以上の市内コンベンション施設、商工会議所及び大学対象。

3. 各施設管理者よりの報告に基づく。

しかも最近では、昨年以來の誘致運動がようやく効果を発揮しだし「ケミカルシューズ見本市」以外に、「82全日本プラスチックフェア」「第1回神戸国際ボートショー」「外食産業フェア」「惣菜展」など全国規模の見本市が相次いで開かれている。

第3に、規模別でみると、表一4にみるように500人未満が61.5パーセントと半分以上を占めている。特定の全国大会などを除いて、参加数はそれほど多くない。これがある意味ではスポーツ・文化大会、展示会などと本来のコンベンションとの相違ともいえる。

第4に、県庁所在都市の関係もあるが、圧倒的に全県レベルのコンベンションが多いことである。表一4では69件あるが、施設ごとの関係では、県下レベ

ルはかなり多い。

第5に、国際展示場、サンボーホールという見本市会場にあって、本来の見本市よりも、消費者を対象とした即売会が、利用件数としては多いことである。

また、市民文化ホールなども、広域的コンベンション施設というよりも、市民の文化活動の拠点といえる。57年10月中で全国的コンベンションは'82消費者問題神戸会議程度である。

第6に、施設の機能分担、いいかえれば市内レベルのコンベンションと広域レベルのコンベンションの開催施設が分れつつあること、また、営利と非営利のコンベンションの利用施設もわかれつつある。すなわち広域・国際会議は国際会議場に集中し、国際会館などは歌謡ショー、音楽会、演劇などの劇場化しつつある。

第7に、文化・スポーツ、展示会・見本市関係をみると、業種別にはあまり偏りはみられない。また、スポーツでは全県の大会が圧倒的に多い。

表一4. 会議レベル別分類

単位：件（％）

規 模 レベル	2,000人 以上	1,000人 以上	500人 以上	500人 未満	合 計
国 際 会 議	—	—	2 (1.0)	25 (13.4)	27 (14.4)
全 国 会 議	4 (2.1)	3 (1.6)	9 (4.8)	34 (18.2)	50 (26.8)
近畿・西日本等 ブロック会議	2 (1.1)	3 (1.6)	7 (3.7)	29 (15.5)	41 (21.9)
全 県 会 議	11 (5.9)	14 (7.4)	17 (9.1)	27 (14.3)	69 (36.9)
計	17 (9.1)	20 (10.7)	35 (18.7)	115 (61.5)	187 (100.0)

ただコンベンション関係の統計は不正確で、神戸市内で全県レベル以上のコンベンションは1日に1件以上は必ず行われているはずであるが、調査で把握できたのは、表一4の187件に過ぎなかった。

5. コンベンション・シティの運営組織

神戸市において、既存の組織の中に欧米に見られるような包括的なコンベン

ションの推進運営組織はない。現在コンベンションにきわめて関連の深い公共的機関として、神戸市経済局貿易観光課、(財)神戸国際交流協会、(社)神戸国際観光協会、(財)ポートピア記念財団、神戸商工会議所があり、民間機関として、神戸新聞社文化事業局、日本交通公社等の関連機関があるのみで、まとまった動きをしていない。

しかし、神戸がコンベンション都市を宣言して以来、これらの機関の動きもようやく活発化しているが、コンベンションの視点からみてかなり問題がある。

第1のコンベンション・シティの推進組織として、まず神戸市経済局についてみると、貿易観光課は、他の都市と同じような観光宣伝業務を行っているが、次のような問題点がある。

観光とコンベンションは、共に市外から人を神戸に誘引する点で共通性を有している。コンベンションの立場から見ると、次のような問題点が指摘できる。

- ① コンベンション客を一つの観光客分野として位置づけ、(プレ・ポストロケーション)コンベンションツアーを企画開発すること。
- ② 歓迎受入体制については、観光とコンベンションの連携を緊密化を図ること。
- ③ コンベンションのうち、インセンティブツアーは観光の魅力が開催地決定要因となる場合が多いので、観光客の誘致宣伝にあたっては、共同宣伝に努めること。
- ④ 各種イベントの自催には、自ずから限度がある。イベントの大型化・魅力強化を図るために、現在行っているような各種イベントのオフ・サイト・としての機能を今後とも一層発展させること。

第2のコンベンション推進組織としての(財)神戸国際交流協会についてみると、同協会は、国際交流会館の管理運営と神戸貿易促進センターの管理運営事業、コンベンション推進本部の運営の3つを主たる業務としているが、次のような問題点がある。

交流協会は、国際会議場・国際展示場の管理運営者としては、着実にノウハウを蓄積しつつあり、高く評価されるべきである。神戸のコンベンション都市化の中心として期待されているが、施設そのものがコンベンションホール、見本市会場としては十二分でないため、コンベンション・ビューローとしての中核的活動に制約がある。

また、コンベンション推進本部は、担当職員4名を専従させて、コンベンション・ビューローの機能を果たしているが、次のような問題点が指摘できる。

- ① 推進本部は会員制の非営利団体ではなく、あくまでも、国際交流協会の組織であること。
- ② 臨時組織であり、長期的取組みがむづかしいこと。
- ③ 兵庫県、神戸商工会議所、関連業界との連けいが現時点では十分確立されていないこと。

第3のコンベンション・シティ推進組織としての(社)神戸国際観光協会についてみると、神戸市の観光協会も他都市の観光協会と同じような業務を行っているが、コンベンションの視点からみると、次のような問題点がある。

協会は会員制の団体であるが、収入の中に含まれる会費の割合が極端に低いことは、観光業界の弱さを示すものであり、本格的コンベンション・ビューローとして成熟していくためには、なんらかの再編成、改組がのぞまれる。

第4のコンベンション・シティ推進組織の1つであるポートピア記念財団についてみる。この財団はポートピア'81の収益金を基金として地域経済、国際交流などに寄与することを目的として設立された財団であるが、コンベンション推進の視点からみると、単なる基金の管理のみでなく、特定の分野、たとえば海運港湾、アジア問題などに対する研究など、研究の蓄積にもとづくコンベンション活動への貢献(補助など)が考えられる。

第5のコンベンション推進組織である神戸商工会議所についてみると、神戸商工会議所も他都市の商工会議所と同じ業務を行っているが、コンベンション都市の推進という視点からみると、コンベンション・ビューローとしての積極性が期待される。

すなわち、コンベンションの大きな部分は経済団体・業界・個別企業のコンベンションであり、会議所はこれについて、情報量も多く、公的立場で誘致活動を展開できる団体である。米国の例では、コンベンション・ビューローが会議所の組織の一部として設置されているケースがあるが、コンベンションと会議所活動の緊密さを示すものであろう。

コンベンションの実施主体としても、会議所は関連業界をオーガナイズし、経済界の窓口として機能する能力がある。神戸商工会議所は、特別委員会を設け鋭意コンベンションの取組みに積極的であり、コンベンション・ビューロー的機能とともに、実施主体としても神戸のコンベンション都市化を担う最有力団体である。

第6のコンベンション推進組織である神戸新聞社文化事業局についてみると、神戸新聞社文化事業局も他の新聞社と同じように多くの事業・催物を手がけているが、コンベンションの視点からは、文化事業局は非常に広範囲の文化事業活動を展開しており、今後一層神戸らしいコンベンションの開催誘致に力を入れ、神戸のコンベンション都市化の一翼を担うことが期待される。

第7のコンベンション・シティ推進組織である日本交通公社など大手旅行社4社についてみると、コンベンション・シティの視点からは大手旅行4社は世界的ネットワークを持っており、コンベンションの有力な情報源となっている。ただし、コンベンションの団体事務局は東京に集中していることもあり、コンベンションについての情報は東京本社営業本部が握り、支店はコンベンションの地元の開催に伴う業務を担当する関係にある。各支店がむしろ主体的に、神戸開催決定のコンベンションを成功させるための各種業務を担当し、コンベンション関連業務の重要な部分をになっていくように活動することが考えられる。

結論としていえることは、コンベンションの経済効果は神戸市経済の1割にも達していないが、その成長率を考えると、やはり低成長の今日、魅力ある地域開発手法の一つであることは間違いない。なお経済効果につき詳しくは別稿「コンベンションの経済効果」(高寄昇三神戸市市長室参事)を参照されたい。

く地域経済に「投資・サービス」がもたらす効果は、ある程度は把握されている。しかし、この「投資・サービス」は、**コンベンションの経済効果**（以下、コンベンション効果）として

認識されている。これは、コンベンション施設が、その建設・運営に際して、地域経済に与える効果を指し示すものである。以下、このコンベンション効果について、高寄昇三氏が論じている。

高 寄 昇 三

（神戸市市長室参事）

「投資・サービス」が地域経済に与える効果は、投資効果とサービス効果とに分けられる。投資効果は、建設費の支出による効果であり、サービス効果は、施設が運営されることによって、地域経済に与える効果である。

はじめに、投資効果については、コンベンション施設が、**コンベンション・シティ**の効果は経済効果には限られない。文化・福祉・環境効果と広汎に及ぶであろう。しかも、従来経済効果は公共投資のみに焦点をあてて検討されてきたが、サービスも投資と同じ効果を生ずるはずである。

したがって投資・サービスの両要素を含めた効果、いかにすれば交通事業などと同じ、施設を基盤としたサービス効果ということができる。

またこれまで公共投資の効果でも、需要誘発の乗数効果のみに関心がもたれてきたが、公共投資の重点がいわゆる「箱物」に移行するにしたがって、産出効果がより重視されるようになった。すなわち需要誘発という一過性の効果ではなく、半永久的な所得効果、経営収支効果、非経済効果などに関心が向けられるようになった。

たとえばコンベンションホールなどは建設費も大きいですが、それよりも地元経済に与える効果は、コンベンションをつうじての消費支出であり、そのことによってもたらされる所得創造効果で、需要誘発という単年の効果よりも継続的な消費によってもたらされる経済効果の方がはるかに大きいからである。

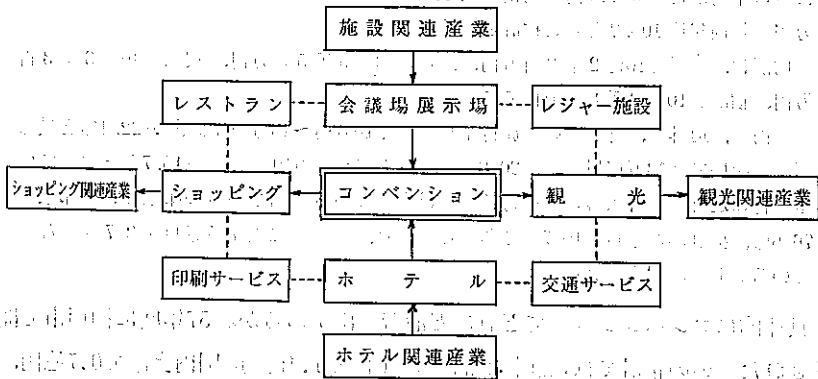
また、コンベンションが地域振興策として魅力あることはわかったにしても、具体的にどれほどの効果があるのか。これが政策としてキメ手を握っている。

コンベンションの経済効果としては、他の公共投資と同じように、コンベンション施設の建設をつうじての需要誘発効果として乗数効果、所得誘発効果、雇用（機会創出）効果が考えられる。

しかし、コンベンションの経済効果は、投資後のいわゆる「産出効果」の方

がはるかに大きくまた期待できる。所得創造効果、雇用定着効果、経営収支効果、非計量的（文化・経済刺激）効果にわかれる。しかし、前記の通り、しかも所得雇用効果にあっても、図一1にみられるように関連産業の裾野も広く地元経済への還元率は高いことに注目しなければならない。

図一1 コンベンションの経済波及効果



〈所得創造効果〉

第1の効果として所得創造効果がある。コンベンションをつうじての消費支出の結果、地元市民への所得をもたらすことである。この消費支出が如何に大きいかは、日光、白浜、別府などの観光・温泉都市を想像してみればよい。また、欧米のパリ、ロンドン、ローマ、さらにハワイなどの事例をみてもわかる。交通公社の調査（溝尾良隆「観光の経済効果」『月刊観光』57年10月参照）による沖縄の結果が次の様に報告されている。

「55年に行われた沖縄県の調査によると、54年の観光収入は1,786億円、第1次波及効果は682億円で、観光規模の総額は2,500億円に達し、50年のハワイの規模にはほぼ匹敵する。県内経済に対しては、県民総支出の20%の効果を生んでいる。沖縄振興開発審議会は第2次振興計画において、雇用吸収を図るには、観光産業を中心にした第3次産業が重要な鍵を握っており、その見直しをと提言している。高山市の調査によると、55年には高山市には203万人の人が訪れ、その消費は259億円であった。この第1次消費が各流通段階へ波及して、最終段階には2.33倍の603億4,700万円に達した。その額は高山市の56年度の一般会計予算の約5.2倍にのぼる。」

このように観光による消費が地域経済を支えている例は少なくない。もう一つの事例をイベントである「札幌の雪まつり」(昭和57年、第33回大会)についてみると、『雪まつり観客実態調査』(昭和57年3月、札幌市)によると、次のように推定されている。

「会期中の直接消費経済効果(札幌市内で使われたと考えられる金額)は、1人当たりの平均消費額6,263円(対前年比107.7%)で昨年より上回り総額94億3千8百万円(対前年比108.2%)と推計される。

内訳は、交通費10億2千2百万円、飲食費33億5千5百万円、買物費40億3千3百万円、宿泊費10億2千8百万円である。

道内客、道外客、外人客の総旅行予算額は『10万円～13万円未満』が22.4%と最も高く、次いで『13万円以上』が20.8%、『5万円～8万円未満』が16.7%となっている。特に道外客、外人客の総旅行予算が目立っている。雪まつりの印象では好印象が76.6%、批判的な意見は19.7%であった。また、施設等に対する意見が3.7%となっている。」(同報告書2頁)

具体的にコンベンションでどれほど消費支出があるか。57年度に神戸市で開催されたものの推計では、通常、国際会議1件で1.4億円、国内会議で0.7億円、見本市で1.8億円(会場設営費を含む)の実績となっている。

問題は東京をのぞいて大型コンベンションが少ないことで、500人未満が半分以上を占めているため、地元消費としての支出額はそれほど大きくない。

たとえば57年の神戸市の実績でみると、全県レベル以上の広域コンベンションは年間178件で参加者126,185人、1人当たり平均消費額10,000円とすると、12.6億円の消費となる。これに展示会、スポーツ大会、見本市などを加えると、参加者674,923人、1人平均5,000円として33.7億円、合計50億円にしかない。市内総支出3兆3,000億円のわずか0.15%に過ぎない。わずか50億円というのは前年度の“ポートピア'81”の反動で57年は特に全国大会などのコンベンションが低調であったためとコンベンション統計の漏れが少なくなったものである。

なお市内のみのコンベンションは約550億円の消費支出と推計され、市域外・市内を含む合計では約600億円となる。なお観光支出を『神戸観光白書』(56年版)でみると、55年は入込客数1,566万人、消費額1,707億円、56年入込客数

1,475万人(ポルトピア81関係除外)、消費額1,692億円となっており、コンベンションの約3倍の消費支出となっている。更に、民間の旅行業、観光業、コンベンション、観光の両者を合せてやると2,300億円、波及効果を入れても市経済の1割の経済シェアを占めるにすぎないが、それでも低成長の今日、やはり貴重な地元産業となりつつある。

表一 会議・見本市等開催に伴う経済効果

1. 国際会議	
(例) 1. 会議参加者	500人(外国人200人、日本人300人)
2. 平均会議日数	3.3日
3. 参加者消費額	3万円/日(宿泊30%、買物30%、飲食24%、交通費9%、その他7%)
4. 会議費	17.5万円/回/人(1回15~20万円の平均)
<総消費額>	
$[(3万円 \times 3.3日) + 17.5万円] \times 500人 = 1億3,700万円$	
→27.4万円/1人当り	
2. 国内会議	
(例) 「全国都市問題会議」	56年7月2日~3日
1. 参加者	1,308名(うち宿泊者8割 1,046名)
2. 開催経費	19,255千円(1人当り14,720円)
3. 宿泊者消費額	1,046名 × 2日 × 23,200円 = 48,534千円
4. 日帰参加者	262名 × 2日 × 6,200円 = 3,249千円
<総消費額>	
$(19,255千円 + 48,534千円 + 3,249千円) = 71,038千円$	
1人当り54,310円	
3. 見本市・展示会	
(例) <ポर्टアイランド機械機器見本市>	58年3月17日~20日
1. 開催費用	47,600千円(別添のとおり)
2. 出展者参加費用	平均出展料 コマ料の3~4倍=3.5倍 (150千円 × 3.5倍) × 220コマ = 115,500千円
3. 市内宿泊者	220名(出展者職員約660名 × 30%と推定) 220人 × 4日間 × 23,200円 = 20,416千円
<総消費額>	
$47,600千円 + 115,500千円 + 20,416千円 = 1億8,350万円$	
(例) <第5回食品関係フェア>	57年10月8日~10日
1. 開催費用	34,010千円(別添のとおり)
2. 出展者参加費用	コマ料の3倍と推定 (150千円 × 3 × 133コマ) + (70千円 × 3倍 × 108コマ) = 82,530千円
3. 市内宿泊者	約1,000人(出展者、参加者毎日500人ずつ) 1,000人 × 3日 × 23,200円 = 69,600千円
<総消費額>	
$34,010千円 + 82,530千円 + 69,600千円 = 1億8,610万円$	

個々のコンベンションについてみると、表一1のようになる。コンベンションは国際会議で1件1.4億円、国内会議で0.7億円、また、見本市ではそれぞれ1.8億円を支出している。大型コンベンション・見本市などではかなり巨額の市内消費がなされており、今後ともコンベンション都市化が地域経済のカサ上げとなるにはかなり多くの全国的大会の開催が不可欠である。

〈雇用定着効果〉

コンベンション、観光のみで地域経済をまかなっている地域は、日光・白浜・熱海などの観光都市に限られる。それでも一般的な都市でも次第にその比重は高まってくるのではなかろうか。

雇用定着効果をもても、コンベンションはサービス産業であるだけに大きい。たとえばポートピアホテルで500人近く雇用し、営業収入は80億円で市内の立派な中堅企業として成長しつつある。ちなみに、租税負担は料飲税5億円、固定資産税1.7億円など財政に与えるメリットは大きく、ホテルは工場をしのぐ地元

表一2 ホテル・旅館ベストテン

順位	社名	売上高 (百万円)	申告 (万円)	資本金 (万円)	従業員数																																																																				
1	㈱プリンスホテル	38,000	38,416	101,000	2,900																																																																				
		40,000	62,461			2	藤田観光㈱	36,964	165,538	324,500	2,650	38,458	93,706	3	国土計画㈱	34,708		10,495	2,700	35,000		4	㈱ロイヤルホテル	25,865	284,050	186,600	1,433	27,986	328,470	5	㈱ホテルニューオータニ	24,634	384,514	345,000	1,250	26,892	432,424	6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490	26,141	340,765	7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464
2	藤田観光㈱	36,964	165,538	324,500	2,650																																																																				
		38,458	93,706			3	国土計画㈱	34,708		10,495	2,700	35,000		4	㈱ロイヤルホテル	25,865	284,050	186,600	1,433	27,986	328,470	5	㈱ホテルニューオータニ	24,634	384,514	345,000	1,250	26,892	432,424	6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490	26,141	340,765	7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318				
3	国土計画㈱	34,708		10,495	2,700																																																																				
		35,000				4	㈱ロイヤルホテル	25,865	284,050	186,600	1,433	27,986	328,470	5	㈱ホテルニューオータニ	24,634	384,514	345,000	1,250	26,892	432,424	6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490	26,141	340,765	7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318												
4	㈱ロイヤルホテル	25,865	284,050	186,600	1,433																																																																				
		27,986	328,470			5	㈱ホテルニューオータニ	24,634	384,514	345,000	1,250	26,892	432,424	6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490	26,141	340,765	7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																				
5	㈱ホテルニューオータニ	24,634	384,514	345,000	1,250																																																																				
		26,892	432,424			6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490	26,141	340,765	7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																												
6	大成観光㈱	23,488	255,388	300,000	1,490																																																																				
		26,141	340,765			7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325	23,510	246,992	8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																																				
7	㈱東急ホテルチェーン	21,401	225,857	324,200	1,325																																																																				
		23,510	246,992			8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800	22,425	102,652	9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																																												
8	三井観光開発㈱	21,328	5,087	552,900	1,800																																																																				
		22,425	102,652			9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596	21,187	90,070	10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																																																				
9	㈱帝国ホテル	19,335	100,807	148,500	1,596																																																																				
		21,187	90,070			10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100	18,380	16,318																																																												
10	㈱京王プラザホテル	16,706	115,464	150,000	1,100																																																																				
		18,380	16,318																																																																						

『ホテル・旅館年鑑1982年版』446頁

経済を支える力となりつつある。参考までにホテル・旅館ベストテンは表一2のとおりで、さらに成長し大規模化していき、雇用能力はことに注目されてよい。このように、コンベンションは、都市の発展に重要な役割を果たしている。

〈事業・施設収支効果〉

つぎに、経営収支効果についてみると、経営収支効果は施設・事業の収支と、地方自治体の財政収支がある。周知のようにポートピア'81は60億円余の収支剰余をもたらした。多くのコンベンション、イベント、メッセなどは収支剰余をもたらすものである。しかし、一方、日本のコンベンション施設、ことに公共的施設の多くは赤字経営であり、コンベンション・シティ形成の上において避けて通ることのできない実務上の課題となりつつある。

いまコンベンションの経営収支効果を、ソフトな面としての事業自体とハードな施設そのものの収支にわけて考えてみる。まずソフトな事業面についてみると、昨年来神戸市で開催された典型的な見本市・展示会としてのケミカル・シューズ展、食品展、セミナーとしての博覧会セミナーは全部黒字となっている。

「全国都市問題会議」のケースでは、収入支出差引はゼロとなっているが、市の持出し分775万円がある。ポートピア'81の支援もあった協賛事業であることを考えると十分収支は償っている。また、食料品関係フェアは主催が民間であり、収支トントンと均衡しており、業界が定評のあるフェアを開催する限り、コマ料などの収入で収支見込は狂うことはない。

つぎに機械・機器展をみてみると、収支差引なしとなっているが、兵庫県、神戸市などから1億1,300万円の共催費が支出されている。これはポートピアの収益金のポートピア基金が財源となっており、これらのコンベンション開催のための支出のためにむしろ積立てられた基金であるから一概に持出しとはいえない。もちろんコマ料15万円は格安であるのは、神戸の第1回であり、また、将来の継続開催の意味もあって開催に協力したわけで、共催費なしの開催が必ずしも不可能ではない。

つぎに六つに施設についてみると、代表的な神戸市内のコンベンション施設の6つについてみると、その損益収支は表一三のとおりである。この表からいえることは、株式会社方式のコンベンション施設は経営収支がよいということと、次に建設時期が古く減価償却の負担の低い施設も経営収支が好転していることである。

表一三 コンベンション施設収支表（56年度）

（単位：千円）

施設名	収入	支出	うち減価償却	差引収支
国際会議場	120,825	257,611	—	△ 136,786
国際展示場	286,380	190,258	—	96,122
（株）ポートピアホテル	8,573,000	8,135,000	900,000	438,000
サンボーホール	116,836	112,556	7,479	4,280
（株）国際会館	1,481,185	1,399,145	—	82,040
神戸文化ホール	124,054	501,731	—	△ 377,677

経営収支効果のうち事業収支効果は、研究会、見本市にあっても参加費、コ

マ料などを徴収し、ほとんどの事業が独立採算的に行われている。問題は施設

収支効果で、公共施設の文化ホール、国際会議場などの中心施設となると年間

1～3億円の赤字を生じている。

コンベンション施設のうちホテル、展示場以外は市場ベースにのせることは

非常に困難で、これらの赤字はコンベンションの関連消費によって税の増収が

もたらされるので、地域全体のマクロ経済収支で収支均衡を考えざるをえない。

《財政収支効果》

コンベンションの開催によって、どの程度の税金が見返りとして地方公共団

体ごとに市町村にふえるかを、たとえば観光開発についてしてみると、次のこ

とを指摘しなければならない。

第1点は、工場誘致などと異なり、第3次産業であるだけにその波及効果の

測定はかなり困難であること。ことに市街地観光となるとその観がさらに深ま

る。しかし、結局は観光消費ということになり、コンベンションでは、参加者

の支出、大会当局の支出などフローの消費支出を前提として財政効果をつかむことになる。第2点は、財政効果といっても、国・県・市とか、観光収入・支出と他事業の収入・支出が入り組んでおり、その動向をつかむことが容易でない。

結局は観光客の落す消費というフローの効果をつうじての旅館・ホテル、観光案内業などの支払う固定資産税、事業税、住民税（法人分）とその従業員の住民税である。また、その間には、観光客が利用する、あるいは観光客が利用するおどのような2つの点から、観光開発と自治体財政については巨視的な財政把握をまず行って、その上で地域的のマイクロ収支をはじかなければならない。

観光開発によって税収は確かに増える。しかし、観光開発のみならず企業誘致も同じであるが、その増収分の7～8割近くが交付税の減収によって相殺される。市町村の事例でいえば、10億円の増収のうち2.5億円のみが純増となつてはね返ってくるに過ぎない。したがってこのような財政ベタスからみる限りでは、あまり観光開発に期待しない方がよい。つまり交付税の需要面にあつて、このような不確定な行政サービスはそれほど見込まれないので、収支バランスのメリットはそれほど大きくないことを覚悟しなければならない。

さらに、観光関連税は、市町村にあつて決してよい税目が税源配分において与えられていない。たとえば法人所得税関係は、国、府県がそれぞれ65パーセント、25パーセント近く占めており、市町村は1割以下である。また料理飲食等消費税、娯楽施設利用税などは府県税であり、市町村には観光開発によってそれほど大きな収入をもたらす税目はない。わずかに固定資産税が存在するのみである。しかも交付税に算定されない法定外普通税は、余程特別の財政需要の原因とならない限り、新設は困難である。ただ、熱海市の別荘税のように固定資産税の上乗せのような税は可能であるが、それも保養所などの市外法人を対象とする場合にのみ限定されるであろう。

したがって財政収支からみた限り、あまり大きな期待感を抱くことは却つて危険ですらある。たとえばポートピア'81で観光ブームに湧いている神戸市の例でみても、有馬温泉の入湯税が平年度1.3億円の倍近くふえたとして増収は

1億円である。交付税の基準財政収入額に算入されないから、増収分はそのまま純増となって、まだしも効果は及ぶ。ところが兵庫県の場合、料飲税が約10億円近く増収となったが、交付税への算入を考えると純増は2億円ばかりになってしまう。

しかしこのような交付税の財源調整機能を別にすれば、コンベンションの財政収支効果はかなり優れているのではなかろうか。先のポルトピアホテルの例でもわかるように料飲税5億円、固定資産税1.7億円など、ホテルは太工場並みの地方税を支払っていることになる。また、乗数効果を考えると経済効果は2倍となるので、税収も2倍となる。これは、地方財政にかなりの利益をもたらす。

いずれにしても、コンベンション施設の経営は、施設収支の採算という面からは殆んどバランスをとることは困難である。それでは、何故、赤字を出してでもコンベンション施設を建設し運営するかと云えば、結局、こうした施設があることによって開催されるコンベンションやイベントによってもたらされる、その地域の経済面、雇用への波及効果が大きいと思われるからである。それは、ひいては、その地域の財政にも何らかの形で寄与することが期待できるからである。こうした波及効果については、残念ながら現在のところ試算された実例はないが、外国の例として、西ベルリンにおけるコンベンション、メッセを担当している「AMKベルリン（博覧会見本市、会議運営会社）」の報告がある。以下に簡単に紹介をしたい（表14参照）。このAMKベルリンの1980年度の運営面での収支は、見本市部門で収入7,820万DMに対し、支出が1億2,880万DMとなっており差引5,060万DMの赤字になっている。また会議部門では、5,000万DMの経費に対して、賃貸料等の収入が約半分であるため、この部門でも約2,500万DM（2億7,500万円）の赤字となっている。赤字の穴うめは、すべて西ベルリン市からの補助をあおいでいるとのことである。

ところで、西ベルリンでの市経済への貢献度についてであるが、1978年度の報告によると、直接的波及効果は、トレードフェア関係では、ベルリンの外部からの参加者が21万3,000人で、この人たちがもたらした購買力寄与額は日本

円に換算して約 205 億円、会議関係では、外部からの参加者は22万人で、関連支出額約 280 億円にも達しているとのことである。こうした関連支出からもたらされた税収は38億円にもほってあり、このうち西ベルリン市への税の純増分は 6 億 2,000 万円とみられている。

表一 4 ベルリン国際会議センター調査の経済効果 (1978年)

	会 議	商 業 展 ・ 展 示 会
1. 参加(入場)者数 国別構成	220,000人 西ドイツ87%, その他13%	213,000人 西ドイツ83%, その他17%
2. 平均滞在日数	4.8日(4.3泊)	4.3日(3.8泊)
3. ベルリン外部からの来場者消費額と内訳	1日平均 204 ドイツマルク 宿泊・朝食 34% レストラン 27% 小遣い 17% 娯楽・教養 10% ベルリンでの交通費 5% 電話・電報 3% テレックス代 3% その他 4%	1日平均 179 ドイツマルク 26% 25% 18% 15% 6% 3% 7%
4. 主催(出展)者の消費額	平均 233 ドイツマルク	平均11,103 ドイツマルク
5. 購買力増加	2億6,610万 ドイツマルク 入場者によるもの 2億1,480万 DM 主催者によるもの 5,130万 DM	1億5,400万 ドイツマルク 来場者によるもの 1億700万 DM 出展者 3,010万 DM 従業員 1,690万 DM
6. 租税収入増加 (取引税・所得税)	約 1,790万 ドイツマルク	約1,690万 ドイツマルク

AMKベルリン資料より

なお、1ドイツマルクは100円前後

神戸商工会議所『コンベンション・シティ神戸をめざして』24頁

また、雇用面への効果としては、直接的には、約5,500人、間接的には約1,500人あわせて約7,000人もの雇用を促したとのことである。

マクロ経済的視点からみると、コンベンション収支のカギを握っているのは

財政収支ということになる。通常、地方税への経済支出の還元率は3～5%で神戸市のコンベンション（市域外分）50億円では1.5～2.5億円でやっとコンベンション施設関連の赤字を埋めることができる程度である。

以上のように、コンベンションやメッセについて長い歴史と伝統をもつヨーロッパにおいてすら、施設経営面での問題は、今日でも大きな課題となっている。しかし、それにもかかわらず、現在でも多くの国で、しかも国の各地域でますますコンベンションやメッセ施設が整備され、拡充されつつある実状をみると、そこにあるものは、決して単なる施設面の赤字、黒字だけの問題ではないような気がしてくる。しかし、だからといって施設運営に当って経営を考えなくていいわけではなく、やはり、それは前述したように、絶えずいろいろな努力を積重ねることによって、少しでも赤字が減少するような方策を見つけ、実行することが経営の健全化に一步でも近づける有効な方法であろう。それには、もちろん利用の効率化と利用率の向上をはかることが何より大切なことはすでに記したとおりであるが、やはりこの際、経営の合理化、一元化ということについても十分考慮しておく必要がある。神戸市の海上都市ポートアイランドには、市の施設として国際会議場、同展示場の他にスポーツセンターやプラネタリウム等の施設がすでに稼動しているが、この他にも現在建設中あるいは決定されているものとしては、科学博物館と1万人収容規模のスポーツ・アリーナがある。

現在稼動中の施設は、(財)神戸国際交流協会をはじめとする3つの市の外郭団体がそれぞれ別個に運営あるいは関与しているわけだが、効率的な運営を考える場合、果して、現在のような別々の組織体による運営方式が良いのか、あるいは、AMKバルツンのように、全てを一つの組織体が、全体をにらみながら運営するような方式が良いのかについては、今後の大きな課題として充分検討しなければならないであろう。

＜非経済的効果＞

第一は産業刺激効果である。コンベンションの効果は、メッセ、見本市、展

示会などをつうじて、地域経済の活動環境を整えることとなる。関連業者、卸・小売業者、商社、そして消費者との接触をつうじて、新製品の開発、販路の拡大、経営改善の手法など情報、知識の摂取が可能となる。さらに自家製品のイメージアップ、従業員の研修効果など副次的効果も見落せない。

さらにコンベンションの効果として測り知れない面は、都市イメージのアップ、人的交流の拡大をつうじて経済刺激効果もたらされることである。卑近な事例としてはポートピア'81をつうじて、神戸の都市イメージは全国的にPRされたこと、市長をはじめ都市首脳部の人的交流は、従来きわめて疎遠であった経済界、ことに関東財界との接触ルートがひらかれた。その結果、市が開発中であった西神工業団地(164ha)へはポートピア'81以後、このルートに乗って日本電気、ミノルタなどの進出がみられる。

さらにこのようなコンベンション(メッセ、見本市、展示会)の開催は、これからの企業立地条件の重要な1つとなってくるであろう。なぜなら、地元でコンベンションが開催されることは、地元であるという有利な条件を生かして、取引、PR、情報入手などに便利であるからで、さらにコストの面でも有利であるからである。

第2は文化振興効果である。1つは文化水準向上への刺激効果がある。イベントをつうじて市民は優れた文化、スポーツに接触し、自らの文化、スポーツ活動への意欲をかき立てられる。これらの刺激は単に水準の向上ではなく、活動層の底辺の拡大というパターンをとって都市全体の文化、スポーツ水準の向上・発展が図られることである。1985年に神戸市でユニバーシアードが開催されるが、この開催によって市内の陸上競技を中心としたスポーツ熱はさらに増幅されるであろう。これらの刺激効果について、『沖繩コンベンションホール建設構想調査報告書』は次のようにのべている。

「最初に指摘できる点は、外部の交流による人的・情報面での社会的ストックが累積されることであろう。国際的・全国的レベルでの人事・経験の交流が飛躍的に進展した今日の世界において、その交流の場を演出することができるならば、当該地域は

有形無形のさまざまな恩恵を受けることになる。たとえば、日本外科医学会のコンベンションが沖縄のコンベンションホールで開催されるとするならば、沖縄の外科医たちはもちろん医療関係従事者全体に大いに刺激となり、もっとも進んだ情報と経験を共有することができる。あるいはまた、PATA（太平洋地域観光協会、Pacific Area Travel Association）の大会が沖縄コンベンションホールで開かれると仮定すると、世界的な視野で沖縄の観光を見直すきっかけとなるだろう。このように、各種コンベンションの開催により、人的・情報面での社会的ストックを積み、種々の問題に対する開かれた視野を全社会的に得ることができる。

また、沖縄のもつ伝統や魅力について、コンベンションの場を通じて外部に広く知らせることができる。このことは、沖縄の歴史・文化についてのみいえるだけでなく、沖縄という社会そのものがかかえている種々の問題はもちろんのこと、沖縄の内発する可能性までを正しくアピールする好機となる。コンベンションにおける交流によって、外部世界を認識すると同時に、外部に対して沖縄を正しく認識させるという相互関係こそが、これからの交流には求められるのであり、その点で果すコンベンションホールの役割は大きい。

さらに、コンベンションホールは、とくに沖縄における国際交流の具体的な拠点として機能することであろう。現在の沖縄にはその拠点は皆無といってもよく、コンベンションホールをつくることによって、年来の課題を大きく前進させることが可能である。このことは、国際化時代における国際的視野をもった人材を、沖縄で育成するうえでも重要である。」（同報告書50～51頁）

2つは、文化的ニーズの充足度である。その施設の利用をつうじての文化的ニーズの充足度であろう。文化ホール、体育館などは文化財関連投資と異なり、その建築物そのものとしては他の道路投資などと異ならない。むしろその文化的効果は施設利用をつうじての効果といえる。すなわち施設の利用をつうじての文化的欲求の充足度である。

どれだけ利用されたかということは、産業基盤の場合でも効率的効果として上ってくるが、文化の場合はそのような経済的価値ではなく、その施設の利用をつうじて住民の知的欲望の充足とか社会的連帯心などの形成においてどれほど貢献したかということで、利用度・量をつうじて測るものである。前者の充足度が質的なものであるとすれば、この利用度は量的な側面といえる。

第3は環境創造効果である。コンベンション・シティの形成が、都市環境の保全にプラスの効果を及ぼすことは周知の事実ともいえる。まず、建造物とし

コンベンション・シティへの政策

(財)神戸都市問題研究所
コンベンション・シティ研究会

はじめに
コンベンション都市はすべての都市がその素質をもっているが、政策的にコンベンション都市を形成していこうとすると、観光行政よりもむずかしい。まして東京以外はすべての都市が都市間競争の状況にあるので、工場誘致と同じように誘致激戦のような厳しさがつくりだされつつある。

しかも東京以外は全国会議・大会は地域の持ち廻りのような暗黙のルールがあり、コンベンション都市の政策を導入したからといって、コンベンション開催件数が飛躍的に増加することにはならない。

しかし、コンベンション都市を1つの地域経済振興戦略として確立し、政策的に展開させていくならば、従来、開催が不可能であった大型コンベンションの誘致が決るとか、持ち廻り周期が早まるとかの事態によって、コンベンションの開催件数は確実に多くなる。

したがって、各都市がコンベンションの誘致に積極的な対応を示しつつあるが、工場誘致のようにその政策成果が明白に評価できるものでなく、また、単発の政策でその成否が左右されるものでもない。そのため総合的かつ長期的な政策展開が必要であるが、コンベンションが漠然とした経済政策であることを考えると、その背景はもちろん、ことに経済効果を十分に認識し、政策のウエイトづけを誤らないようにしなければならない。

ではなぜ今、多くの都市がコンベンション・シティをめざして、文化ホール、ホテル、博物館などの投資を高めているのか。

その理由の一つは、コンベンションが地域戦略の経済効果として内容をもつ

ているという積極的理由である。

コンベンションが従来の地域開発と違って、経済開発効果のみならず社会開発効果も内蔵した複合的効果を発揮することである。

コンベンション・シティの形成は、都市の自己実現ニーズの発揮をつうじて、所得を確保していこうとする最も高度な都市形態である。

コンベンション・シティが地域経済振興の手段として唱えられる第2の理由が、コンベンションが成長産業であることである。その背景には経済構造の変化があることが見逃せない。

コリーン・クラークの言をまつまでもなく、産業構造全体がサービス産業化しつつある。したがって、第3次産業の重要性は無視できない。

都市の成熟度によって、第2次産業のウエイトと成長率は違うが、今や多くの都市にとって第2次産業の低迷は避けられない事態となった。この第2次産業の停滞を地域社会にあってカバーしていこうとするのが第3次産業である。

しかもコンベンションは観光と違って、特定の都市だけがその素質をもっているのではなく、すべての都市が多かれ少なかれコンベンション・シティの潜在的素質をもっている。

しかも今日、どの観光都市もいわゆる物見遊山の観光客は衰退の一途をたどりつつあり、コンベンションなどの新しい入込客の発掘によってその危機を回避しようと、新しい観光政策の一環としてコンベンション政策が、近年、とりあげられつつある。

コンベンション・シティは今や、コンベンションを一つの先導的戦略として、工場誘致、文化産業振興、人口定着を図っていこうとする魅力ある価値をそこに見出しつつある。それだけに“都市間競争”も激しくなりつつある。

以下、コンベンション・シティの形成に必要とされる条件を述べてみる。

1 コンベンション・ビューローの設立

だが、コンベンション都市づくりは工場誘致のように容易ではない。それはハード、ソフト両面にわたるし、建設よりも運営が成功のキメ手を握っているからである。神戸市をベースにしてその政策ビジョンをのべてみよう。

その政策ビジョンの第1が、コンベンション・ビューローの設立である。

コンベンション・シティとして発展していくためには、施設などハードの面で、コンベンションセンター、空港、文化・観光施設など完備されていることとともに、ソフト面で、コンベンション・ビューローをはじめとする受け入れ組織が確立されていることが必要である。

都市型コンベンション・ビューローでは、ビューローの機能の第1は広報・宣伝であり、コンベンション都市としての一般宣伝、都市内のコンベンション施設の宣伝、市民等への広報を行う。

第2は、調査・マーケティング機能であり、コンベンション誘致のための市場調査・情報収集、誘致のための戦略企画等である。

第3は誘致活動である。開催主体事務局との個別協議や、ホテル・運輸機関などとの連携による、開催主体を集めてのプレゼンテーションセミナー等の共同プロモーション活動を行い、コンベンションを都市へ誘致することである。

機能の第4は、開催主体への地元での事務局サポート業務である。通訳、展示装飾業等コンベンションサービス業者のあっせん、開催が決定したコンベンションを成功させるための参加者誘致キャンペーン、地元行政機関との連絡調整等である。

コンベンション・ビューローと類似の組織として、コンベンション施設管理者やコンベンション・オーガナイザーがあるが、コンベンション・ビューローはより総合的な政策ビジョンの推進者であり、コンベンション・ビューローと施設管理者、コンベンション・オーガナイザーはそれぞれ補完的に別々の独立した分野で活動を行うものであり、コンベンション・ビューローが中心となって施設管理者、コンベンション・オーガナイザーをはじめとするコンベンション関連業者をオーガナイズするとき、地元をあげての強力な誘致・運営体制ができあがるものであるといえよう。

現在、日本にあって、各都市でコンベンション・ビューロー的な組織は存在するが、本格的なコンベンション・ビューローはない。

表一1に各地域のコンベンション・ビューローを掲げたが、その特長は次の

ようにいえるであろう。

1つは、観光行政からの発展で、観光客の頭打ちの打開策または振興策の一環として設立されたケースがほとんどで、したがって事務局は観光課とか観光協会である。また本来のコンベンションよりも誘致活動が主体であって、受入れ体制としてのコンベンション・ビューロー機能の立遅れがみられる。

2つは、官公庁主導型であるといえる。まず県・市が中心であって、それに観光関連企業が会員として参加しているが、いわゆる会費・負担金収入は少ない。また、会員も観光関連が中心で、鹿児島市などでは大学も参加しているが、いわゆるコンベンション関係となるともっと広汎なメンバーが要求されるが、観光に偏りがみられる。そのなかで例外は仙台市のケースで、日本交通公社東北営業本部が中心となった民間ベースの団体である。

いずれにしても、地方税などの還元はないので大がかりなビューローとして本格的な活動はできない。また、大規模なコンベンションホールを拠点として、その管理運営のためのコンベンション・ビューローも現在のところは出現していない。ただ、日本の場合、大ホテルを中心としてコンベンション・ビューロー的機能がみられるのである。東京のホテルはもちろん、このなかで注目されるのが、宮崎フェニックス国際株式会社によるホテルフェニックス、シーサイドホテルフェニックス、サンホテルフェニックスの経営である。

コンベンション誘致のためスタッフ5名（課長1名、国内2名、国外2名）で、海外班は国際会議の誘致のため、4か月に1回の割合で、東南アジア、オーストラリア、ハワイなどへ出かけ、ロビー活動をしている。

また、国内班は、国内会議について、地元対応団体へのアプローチはもちろん、大会事務局の代行業務も引き受けてやっている。そこまでしないと会議が増えないのでコンベンション・オーガナイザー的機能も果している。ホテルがこのようにコンベンション誘致に力を入れるのは宿泊料、宴会料などをはじめとして営業面でのメリットが大きいからで、将来の直接取引的な活動はより活発となるであろう。

このようなコンベンション・ビューローとしてあと1つ注目されるのが、北

表-1 各都市コンベンション推進主体

都市名	大 阪 市	京 都 市	新 潟 市	鹿 児 島 市
推進組織	コンベンション推進委員会	京都コンベンション推進協議会	新潟市大会・会議誘致事務局	鹿児島市各種大会誘致委員会
発 足	57. 4	57.12. 9	55年度	42.3.22
事務局	大阪商工会議所内	京都市観光協会内	新潟市商工労働部商業観光課	鹿児島市観光課
組 織 構 成	<小委員会> シンポジウム、コンベンション・ビューロー、調査	京都府、京都市、京都商工会議所(社)京都府観光連盟、(社)京都市観光協会、(財)国立京都国際会館で構成	市、商業観光課、観光協会、市内ホテル業者で組成	市内観光事業関係者、大学などで構成
予 算	不 明	2,000万円(初年度負担金)	200万円程度(観光事業費の一部)	300万円(県、市)
活 動 内 容	<57年度の事業計画> 1 コンベンション・シンポジウムの開催 2 コンベンション・ビューロー設立の研究 3 手引書、ガイドブックの編集 4 関連業界との情報交換 <長期計画> 1 会議場・展示場の整備促進 2 関連業界の育成強化、観光資源の開発	1 会議都市機能整備・充実の調査、研究 2 誘致宣伝 3 受入態勢の整備促進及び歓迎業務 4 その他必要な業務	1 誘致活動年1回3泊4日のスケジュールで東京で実施。セールスチームをつくり約500件を目標 2 共同パンフの作成、配付「CONVENTION IN NIIGATA」の作成(57年度1,800部) 3 コンベンションカレンダーの作成 (今後の課題対象団体リストの電算化)	1 各種大会誘致情報の交換及び調査研究 2 観冷地及び諸施設の紹介、宣伝 3 各種大年の誘致 4 大会の助成 県外客100人以上の大会に対し、①会場借上料の一部又は全部 ②参加者1人当り140~150円の補助
備 考		現在事務局業務は、京都観光協会、国立京都国際会館より各1名が週3日間、観光協会へ出務 (58.1.19調)	(58.1.26調)	(58.1.20調)

宮 崎 市	仙 台 市	高 松 市	高 知 県
各種大会誘致推進特別委員会	コンベンション誘致仙台協議会	高松コンベンション・ビューロー部	高知県コンベンション・ビューロー
58.1.25	58.2.15	48年度	48年度
宮崎市観光協会	日本交通公社東北営業本部	高松観光協会	高知県観光連盟
宮崎市、会議所、観光協会各運輸機関などで構成。 委員会に、誘致部会、受入部会を置く	会長（同友会会長） (2.15、発足時107団体、今後の加入も含め、130団体目途)	観光協会内の任意組織 協会職員3名が兼任	高知県観光連盟内に「コンベンション・ビューロー部会」を設け、13団体（運輸、宿泊施設等）で構成
未 定	(会費 1団体3万円)	競輪場売上金	県補助金 100万円＋その都度の協力金
(誘致部会) 1 各種大会の調査研究 2 “ 誘致宣伝 3 各事務局への誘致展開 (受入部会) 1 各種大会の受入調整 2 主催者側の労力軽減 3 会議経費の軽減 4 大会補助金の支給 全国大会 4万円 西日本大会3万円 九州大会 2万円	(調査段階で具体的活動無し、当面行政の引込み、会員拡を大目標とする。) 1 誘致活動の強化 2 受入体制の強化 (特に国際会議場の設置促進) 3 共同PRの実施 4 コンベンション都市化啓蒙運動	1 宣伝、PR資料作成 2 誘致協議 年2回東京セールス 3 受入手配、運営 駅観迎看板、ミス高松花束、物産コーナーの特別設置 (上納金)	1 宣伝・PR資料の作成 パンフレット中心 2 受入手配、運営 3 誘致説明会の開催 従来、県内各支部代表者を集めて開催。来年度より県事務所所在地において説明会開催 (東京、大阪、名古屋、札幌)
(58.1.21調)	(58.1.24調)	(58.2.19電話照会)	連盟職員6名、ビューローは全員兼任 (58.2.19電話照会)

海道札幌の北方圏センターと（財）北方圏交流基金がドッキングしたコンベンション・ビューロー的活躍である。北方圏センターのユニークさは、国際会議場をはじめとする施設の管理だけでなく、専門調査研究を行っていることである。そしてそれらの活動を土台として国際交流、コンベンションにつなげていることで、単なる誘致活動のみに止まらない点である。しかもこれらの活動について、市民・企業・公共団体からなる「北方圏交流基金」によってその下支えを行っていることは注目に値する。

このようなセンター（協会）と基金という連合的処理方式は、地方自治体において近年、特にひろがりつつある。神戸市にあっては、国際交流協会が二枚看板的な形で、国際会議場とポートピア基金とを管理している。ただ神戸市の場合、調査研究などの活動が欠けており、国際交流という性格づけがなされているが、北方圏交流といった特定の目標付けがなされていない。今後の大きな課題である。したがって国際交流協会は、港湾、アジア、生活文化といった神戸の特殊性をいかした調査・研究部門を併設して、その上にたって交流、コンベンションをすすめていくべきである。

あと1つ、注目されるユニークなコンベンション・ビューロー的組織として、西日本貿易見本市協会がある。大阪、東京、名古屋が広域経済圏の中心として見本市会場を経営的に成立させるのは当然として、九州にあって本格的見本市会場を運営していくことはかなり困難といえる。それにもかかわらず民間ベースで立派に運営している。

この協会のユニークさは、事務局6人（次長1、担当5人：女3人、男3人）で、県・市など公共団体以外にマスコミ、銀行など民間からの出向も加わって運営されている点である。神戸市にあってはほとんどのコンベンション施設（ホテルなどを除く）が、市の外郭団体の経営にまかされ、出向職員が働いているが、施設はともかく、運営は民間ベースで行うのがベターであり、この点、民間の協力を如何に呼び込むか将来の課題である。

以上みてきたように個別目的施設ごとのコンベンション誘致ビューローはあるが、都市全体をカバーするようなコンベンション・ビューローはやはりない。

コンベンション誘致は「都市を売る」ことであるといわれている。都市の魅力を総合的に発揮し、コンベンションを強力に誘致するためには、都市全体を対象としたコンベンション・ビューローの設立が必要不可欠であるといえる。

神戸において、コンベンション・ビューローを設立することが必要である理由の第1は、日本の都市ではじめてコンベンション・ビューローを設立し、既に完成している日本初のコンベンションコンプレックスとしてのポートアイランド・コンベンションセンターの施設を活用し、ハード・ソフト両面でコンベンション誘致体制を確立し、コンベンション都市としての、神戸の地名度を内外に確立することが可能となるからである。

理由の第2は、全市を対象としたコンベンション誘致推進組織を設立することにより、神戸をあげての強力な誘致活動の展開が可能になり、個々の施設管理者ではできない会議・見本市等の誘致が可能となることである。

理由の第3は、コンベンション・ビューローの設置により、コンベンション開催主体に対する開催地での事務局サポート業務を行うことが可能になり、コンベンションを成功させ定着させる体制をつくりあげることが可能となることである。

理由の第4は、ビューローの設置により神戸開催を希望するコンベンションの潜在需要を神戸から逃がすことなく、神戸に定着させることが可能である。

理由の第5は、コンベンション・ビューローが中心となり、市内のコンベンション関連団体をオーガナイズする体制が可能となることである。コンベンションの誘致には、都市の総合力を発揮することが必要であるが、地元の関連団体を組織して、ビューローの会員とし、神戸全体の推進・情報収集体制が可能となり、業界の利益拡大にもつながることである。

このように、強力な誘致活動の展開と、事務局サポート体制による開催コンベンションを成功させるための体制づくりにより、神戸のコンベンション都市化をより一層進めることが可能となるのである。

ただ、具体的に神戸コンベンション・ビューローを設立しようとするというものの難点がある。

組織母体として考えられる既存組織は、それぞれ長所短所をもっていることである。神戸国際交流協会は施設管理団体の色彩が濃く、また、交流会館自体が欧米のコンベンションホールほど市内の中核的施設として抜きん出た施設ではない。また、神戸国際観光協会も同業者的組織という性格が固っており、コンベンションという新しい機能に対応していくにはやはり難点がある。さらに、兵庫県、神戸市、神戸商工会議所なども考えられるがやはり官製の団体であるため、あまり機動性を期待しえない。

このように考えてくると、アメリカの都市のようにホテル税などを財源とするコンベンション・ビューローしか設立の可能性がないようであるが、当面は、やはり交流協会を中心として、コンベンション・ビューローとしての実績を積み上げていくことである。

2 コンベンション施設の整備

コンベンション・シティの形成のためには、コンベンション・ビューローなどのソフトなシステムが必要であるが、一方、それらソフトなシステムを下支えし、さらに、都市の魅力度を増幅させ、コンベンション誘致の戦力を倍加させるために、ハードなシステムの整備もまた不可欠で政策ビジョンの第2である。

これらハードなシステムとしては、1つは、コンベンション施設そのものの整備がある。2つは、都市魅力としての景観保全も含めた都市環境の整備である。

このような視点からみて、神戸市がコンベンション・シティとして発展していく上において欠けているコンベンション施設は、見本市（メッセ）会場である。

神戸市は、ポートアイランドにコンベンションの3点セットを建設し、コンベンション・シティとしての基盤を固めると同時に、その拠点をつくった。しかし、能力的にみて一番隘路となっているのが、国際展示場である。ポートピアホテル、国際交流会館もたしかにピーク時とか利用の重複とかによって、物

理的に手狭なケースで不便をかこうこともあるが、これらの施設は市内の他の同種の施設によってカバーすることが可能である。

ところが国際展示場は見本市、メッセの場合本会場となる施設で、分散することは好ましくない。同種の施設としてはサンボホールがあり、さらに市立体育館の転用も考えられるが、距離的にみてもかなり問題がある。もっともケミカルシューズ見本市は、神戸を本拠とする地場産業の全国的見本市であって、国際展示場が建設されるまではサンボホールと市立中央体育館の2会場に分散して開催されてきた。しかし、ケミカルシューズ見本市は神戸の地場産業の見本市であるから、分散会場という不便を忍んでも開催されてきたが、これから見本市を誘致しようとする場合、そのような分散会場方式というシステムは受け入れられるはずがない。

理想をいえば、東京晴海、大阪南港のような本格的見本市会場が必要であるが、神戸の現在のコンベンション、メッセ開催能力からみて、年間をとおしてそのような大会場を見本市で埋めていくことは時期尚早といえる。これは神戸のみでなく東京、大阪をのぞく日本のほとんどの都市にいえることである。しかし、現在の国際展示場1つだけでは、利用状況の分析からして手狭であるし、重量物の搬入などからみても欠点が見られるので、隣接用地を活用して第2国際展示場の建設が不可欠である。

幸い現在の国際展示場隣接地は、駐車場などの用地があるので転用することが可能で、この第2展示場で重量物、長尺物など大型の展示会がより手軽に開催されることになる。具体的には機械展とヨット展などである。

神戸市がコンベンション・シティとして発展していくために、必要なコンベンション施設としては、本格的な大規模コンベンションホールである。

神戸市にあっても、都心軸の南のポートアイランドにポートピアホテルが建設され、営業中であり、また、都心には古くからのオリエンタルホテルがある。これに加えて都心軸の北に当る新神戸駅に近接(1分)して、旧神戸中央市民病院跡に、第3の本格的コンベンションホテルの建設計画がすすめられている。すでに用地購入済であり、60～62年開業をめざしている。

このホテルは、単なるホテルではなく、コンベンション大ホール、会議室、市民ギャラリー、サロン、アスレチックフロア、プールなどをもった、複合機能に対応するコンベンションセンターである。

都市ホテルが単なる客室の提供という時代は過ぎつつある。それは先にポートピアホテル経営においてみたように、客室宿泊料の全収入に占める割合（ルームレイト）が年々低下し、料飲、宴会部門等の収入率が増加して行く傾向を見ても、その重要性は見逃すことはできない。

ホテルは今や市民の文化活動の中心となりつつあり、そこでスポーツ、教養活動が行われつつあり、また、コンベンション施設として、客室、会議室の提供のみでなく、交通予約、郵便、印刷、観光ツアー、舞台装置など、あらゆる機能がホテルそのものによって提供される、コンベンション施設そのものであることがのぞまれるようになった。

表一 2 コンベンションホールの類型

類 型	使 途	地 域 的 特 徴	事 例
Aタイプ(会議中心型)	会 議 (MEETINGS)	リゾ ー ト 観 光 地 域	アカプルコ・ハワイ
Bタイプ(会議+展示型)	会 議 + 展 示 (EXHIBITION)	文 化 ・ 経 済 都 市	サンフランシスコ
Cタイプ(展示中心型)	展 示 + (会 議)	経 済 中 心 都 市	ロスアンゼルス

(財)沖縄地域科学研究所『沖縄コンベンションホール建設構想調査報告書』昭和54年12月 37頁

では、この新神戸コンベンションホテルは、どのようなタイプのコンベンションといえるのであるか。表一2にみられるように、コンベンションホールは通常3つのタイプにわけられている。Aタイプはハワイなどに典型的にみられるタイプであり、Cタイプはアメリカなどで近年、さかんに建設されているタイプである。新神戸コンベンションホテルはBタイプでICCベルリン (International Congress Center) などと同じである。しかし、六甲山系とは目と鼻の間であり、布引ゴルフ場とは数分であり、また、ポートアイランドの展示場とは、都市軸で結ばれた10数分の近接性を有しており、リゾート型も、またメッセ型とも性格をもっており、要は利用方法によって多目的コンベンションホテルとしての機能を発揮することができる。

ただ、現在、各都市でホテルラッシュがひろがっているが、同じようなホテルが数か所に建設され、コンベンションホールとしての機能は弱いことである。

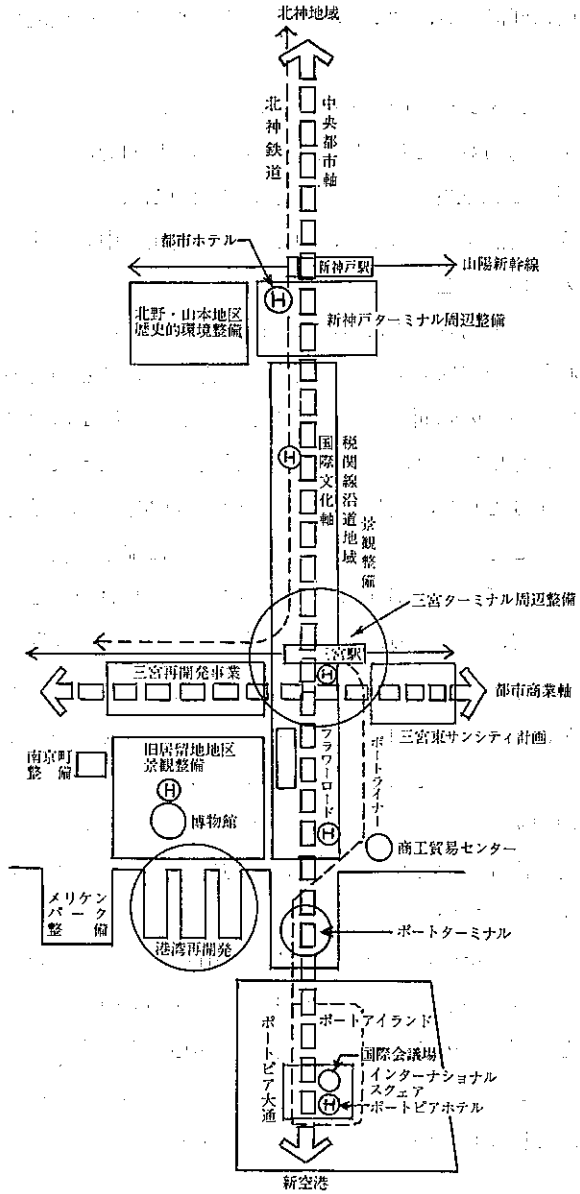
コンベンション・シティの形成のためには、コンベンション施設、交通アクセスの整備が即効的対策としては重要であるが、長期的には都市の魅力そのものの創造を図って潜在的なコンベンション誘因の拡大をめざさなければならない。そのような観点からみると、都心環境の美化を中心とするコンベンション周辺街区の整備が課題となる。

コンベンションで訪れる人たちに最も関りが深く、かつ、その印象を左右するものは都心環境の整備であろう。そうした意味での都心環境の整備については、さらにいくつかの側面から考えることができる。第1にはターミナル・交通拠点としての整備であり、又、第2には活力ある商業・業務機能等の集積である。さらに第3として、美しくうろおいのある物的環境、魅力ある文化施設の整備をあげることができる。もちろん、こうした都心環境としての諸機能はバラバラにあるのではなく、相互関連をもちながら、混然一体となって機能しているところが、又、都心環境の魅力を一層たかめるものであろう。

神戸市の都心軸は図一1にみられるように南北軸となり、新神戸駅は裏はすぐ布引の滝があり、また西側には北野異人館という観光地がある。さらに下ってフラワーロードに沿って都心三宮がひろがり、ショッピングに適しているし、旧居留地や博物館もある。さらにポートライナーでポートアイランドへ手軽にいけば、神戸港も観光資源としての潜在的魅力は大きく、メリケンパークなどの再開発がすすめられている。

コンベンションでその都市を訪ねる人の自由時間は、業界の大会などは観光目的のためかなり多いが、学会などは少なく、都心でのショッピング、観光、夜の飲食など手軽なものであり、その意味で都心整備は重視しなければならない。したがってショッピングも土産物的なものではなく、地元企業の本格的な商品の販売戦略を展開していくべきではなからうか。

図-1 神戸市都心軸



3 税財政システムの改正

コンベンションの政策ビジョンの第3として税財政システムの改革がのぞまれる。コンベンション政策は、ホテルなど特定事業者に多大の恩恵を与えることになるので、アメリカのようにベッド税を創設し、その何パーセントかをコンベンション・ビューローなどに還元するシステムがどうしても必要である。

日本にあってもコンベンション関連事業、ことにコンベンション・ビューローについては、何らかの税財政システムによる支援が求められる。いいかえれば目的税、法定外普通税、会費収入、さらには関連税からの援助・収入によって運営していくことがのぞましい。

日本の地方税財政制度でみると、目的税としては入湯税（1人150円）があり、温泉地の環境整備費などに充当されている。神戸市の実績でみると、市内に有馬温泉があるので、55年1億3,100万円、56年1億4,700万円の収入を上げている。この入湯税をホテルにまで拡大してコンベンション施設・ビューローの運営・整備財源に充当することが考えられる。どれほどの増収になるか推計してみると、約2.5倍とみて約2億5,000万円程度の増収となる。

次にコンベンション関連税としての大きな収入は、県税の料理飲食等消費税で、市内で55年度66億9,500万円、56年度81億730万円が徴収されていると推計される。この県税からコンベンション施設・ビューローへの還元が考えられる。市への還元方法としては娯楽施設利用税交付金（昭和55年神戸市実績4億7,400円）と同じ方式が考えられるが、さらに免税点を引き上げて宿泊税のような目的税を新設し、入湯税を廃止し、ホテルへの一般課税方式へ改正する方法もある。

要するに、入湯税のような目的税としない限り、4分の3は交付税の収入として、算定されてしまうので、料飲税のメリットはほとんどないといえる。

4 政策環境の条件整備

コンベンション・シティの形成のためには、コンベンション・ビューローや施設整備といった即効の効果を狙った施策とともに、コンベンション・シティ

の環境条件・経営基盤を豊かにするような政策展開が必要である。

その第1が、一日・広域観光圏の形成である。

観光開発はコンベンション・シティとしては2次的な施策の部類に入るが、先にもふれたように市域外からの入込客の誘致という点では、全く同じ対象を扱っている。そのためコンベンション・シティの形成のためには、観光入込客の増加を図り、コンベンション関連産業・施設の収益や拡充を可能にしていくことが無視できない。

ただ、都市産業として観光サービス業が経済的に潤うためには、宿泊観光客であることがのぞましく、そのためには一日観光圏をつくることが不可欠である。ことに、神戸の場合、観光地としては新顔で、須磨、六甲、有馬なども観光ルートにはめこんだ一日観光圏としては成熟していない。市街地型観光として急成長しつつある北野を中核として、既成市街地だけで一日観光圏を形成していなければならない。

そこで神戸市は、神戸港のもつ明治イメージとポートアイランドのもつ現代イメージを誘因要素として、観光都市神戸をPRし、具体的には北野一三宮一ポーアイというタテ軸で一日観光圏を形成しようとしている。

さらに国際会議・全国大会となると、神戸市を足場とした広域観光圏の形成がのぞまれる。そのため神戸を拠点として、京都・奈良といった日本文化のふるさとの結びつきによる広域観光とか、多島海としては世界的にも美しい瀬戸内海を汽船による海旅とか、東京にはない日本の良さを十分に盛り込んだ魅力ある広域観光ルートの設定が急がれる。

第2が、学術文化機関の創設である。

コンベンションを成功させるためには、施設・組織の拡充が施策として大切であり、しかも即効性をもっている。しかし、コンベンションの開催は、その都市のもっている経済力とか景観とかによっても左右される。ことにその都市のもっている文化機能によって左右されることは否定できない。その卑近な事例が大学の存在であり、学会をはじめとして文化研究会など、大学が誘引力となって開催される例が少なくない。

都市間競争時代に入って、京都・大阪とコンベンションを競うとき、京都市の文化蓄積度、大阪市の経済力に対応していくには、神戸市は経済開発とともに、研究機関、文化センター、観光施設などの整備を怠ってはならない。研究機関としては西神に研究学園都市を建設中であるが、文化センターとしては札幌の北方圏センターのような、神戸のユニークさを活かした研究開発機構がのぞまれる。したがって文化施設もつくるだけでなく、文化施設の運営をつうじて、文化活動をつうじて人材を育てていくことが必要で、民族学博物館などによき先例がある。

最近、大阪市が58年度にバイオテクノロジー（生物工学）の研究所をつくることを発表した。このような先端技術の研究は、単に産業開発に貢献することのみでなく、コンベンション・シティの底辺をひろくかつ深く下支えることになる。人材育成も含めた幅広いコンベンション政策の展開がまたれるのである。

もしこのような研究機関・研究者などの受け入れ機能がなければ、コンベンションによる刺激、情報、交流も都市経済、地域社会のなかで雲散霧消してしまつて何物も残らない。したがって観光と同じように金だけは落ちるがそれきりということになる。やはり成長性のある情報都市となるためにはコンベンションを糧として、それを都市の内部に蓄積し、知識創造性をもった社会でなければ、コンベンションの効果も上すべりに終ってしまう。

第3が、イベントの育成である。

ポートピア'81の開催期間中、神戸で多くのコンベンションが行われた。また、誘致側もポートピア'81を開催の誘因として利用した。日本のコンベンションが観光、イベントと完全に遮断されていない以上、開催に当っては何らかのイベントが催されている方が好都合といえる。

しかし、コンベンション・シティをめざすには、コンベンションそれ自身を育てていかなければならない。世界的に有名なカンヌ映画祭などと同じように、小さな市であっても、そこが独自のテーマでコンベンションを開催し、全国、全世界的なコンベンションへと成熟させていかなければならない。そのような意味で神戸が育てたコンベンションといえ、毎年秋に行われる消費者大

都議選定数判決

国鉄再建の方向

INS

接遇行政と住民監視

都議選定数判決

国ベースの議員定数不均衡については、51年4月、最高裁が衆院選で違憲の判決を出したが、地方議会ベースにあっても判決がはじめてだされた。

56年7月の東京都議会議員選挙をめぐり議員1人当たりの人口で、最過疎区の千代田区との比率が1対4.51だった江戸川区の住民が、「定数不均衡は投票価値の平等を保障した憲法14条（法の下での平等）などに違反する」と、都選挙管理委員会を相手取り、江戸川区の選挙無効（選挙のやり直し）を求めた選挙訴訟の判決が7月25日午後、東京高裁民事三部で言い渡された。森裁判長は、「投票価値の平等は憲法上の要請」とした51年4月の最高裁大法院判決を踏襲し、「この平等は、地方議会の議員選挙にもあてはまる」との判断を示したうえで、「議員1人当たりの人口で、最過疎区（千代田区）と最過密区（練馬区）の格差が1対5.15まで広がっている都定数条例の定数配分規定は、全体として人口対比での配分を義務づけた公職選挙法15条7項違反」と述べ、江戸川区の選挙を違法と断定した。また、判決は、「このような著しい格差が生じているのは、東京23区で人口の『ドーピング化現象』が続いているのに、定数配分を改正しなかったため」と、都議会の怠

慢を厳しく批判した。しかし、選挙無効の請求そのものについては「事情判決」を採用し、棄却した。

この訴訟の原告は銀林浩・明大教授、主婦の原貞子さんを代表世話人とする「行政の平等をめざし、定数格差の是正を求める江戸川区民の会」のメンバー15人。千代田区など都心の区とくらべ、江戸川区など周辺の区が教育、住宅、福祉厚生などあらゆる面で立ち遅れているのは、議員定数の格差によって住民の声が適切に都政に反映されていないためだとし、56年8月、訴えを起こした。

東京都の特別区の場合、財源も東京都が掌握しており、その配分によって特別区財政の受ける影響は大きく、都政は実質的には地域行政の一環を占めている。

判決はこのような実状をふまえて、定数配分の違法性を検討しているが、まず投票価値の平等性については次のようにのべている。

「選挙における投票価値の平等は憲法上の要請であり、それは住民の意思を忠実に反映すべき地方公共団体の議会議員選挙についてもあてはまる。都道府県議会議員の選挙区は都市（特別区を含む）の区域によるのが原則であり（公選法15条1項）、各選挙区への定数配分にあたっては人口が最も

重要な要素であるから、できるだけこれに正確に比例させて配分すべきだ。しかし、投票価値の平等も他の政策目的との関連で調和的に実現されるべきであって、具体的な特別の事情を考慮して地域間の実質的均衡をはかることまでも否定するものではない。そして、特別事情の考慮については議会に裁量権があるが、議員定数の配分にあたりその不均衡が一般に到底合理的とは考えたい格差に達しているときは、右裁量の範囲をこえていると推定すべきである。」

そして、違法性の具体性については、人口比配分につき政策目的が加味されるにしても、「4対1程度は当然許される」とした都選管側の主張について、「投票権の平等という憲法上の要請に照らし到底認められない」、と一定の基準を示し、千代田区と4.51対1の格差があった江戸川区の選挙を実質違憲と判断した。

ことに千代田区などに限れば人口を夜間人口でみるか昼間人口でみるかによって格段の差がある。この点につき判決は「千代田区などの都心区ではいわゆる昼間人口が著しく多いことや、歴史的に特別区を独立の選挙区として最低2人の定数配分してきたということは、いずれも右のように著しい定数不均衡を正当化するに足る特段の事情であるとはいえない」として違法性を阻却する事由ではないとしている。

判決後、菅沼元治・都議会議長が発表した談話は「判決を子細に検討し、各党派とも相談して慎重に対応してまいりたい。」議会構成上の重要問題なのに、字数にせずわづか60数字のコメントに止まっている。同じ議会内部の利害対立問題をはらんでい

るだけにその取扱いに苦慮している様子がかがわれる。

当然、当事者の見解も対立する。千代田区選出の木村議員（自民）は「判決はおかしいね。都議会議員ってのは地域の代表。世界で最も民主的なアメリカの上院でさえ、定数は人口約2千3百万人のカリフォルニア州も、約100万人のハワイ州も同じだ。それにだ、千代田区は夜間人口こそ5万人だが昼間人口は100万人を越す。それだけに行政需要が多いってことで、こんな選挙区はないよ。昼間人口からすれば、定数はあと7人必要。それを2人でやってる実情を、判決はわかってない」(58. 7. 26朝日)とのべている。一方、都議会全当選者の最低得票数の約5倍の3万7千余票をとりながら涙をのんだ滝沢勇氏（自民）は「都議定数は基本的には人口10万人に1人が妥当と思う。八王子は人口40万だから4人ということだな。他県になれば40万人といえば県庁所在地、県会議員定数は10人ぐらいいはいるよ。八王子はワリを食っているという感じがする。当然、現行の定数配分は納得できない。前回、私がとった得票なら127人の全当選者中、トップグループに入る。私に入れてくれた人の意向が都政に反映されないわけで……。判決はまだよく読んでいないが、当然のことを正しく言ってくれたよ。」(58. 7. 26朝日)と判決を評価している。

いずれにしても選挙区は機械的に算術的人口基準で配分されないにしても、連邦国家でない以上、人口の重みは大きく、そして昼間人口などの非常住人口は「選挙」という基本的な権利の行使にはやはり政策的

配慮の一要素に過ぎないだろう。またこのことは、市、郡、町村の連合選挙区が少ないことを考えると、選挙区は市町村などの行政区に準拠するのがぞましいがそれも絶対的な拘束要件ではない。

この判決によって、他の道府県議会などは、人口に比例してより厳格な定数配分を求められることになった。まして単なる行政区に過ぎない郡を単位とする一人区への風当たりも強くなるであろう。

現在、東京高裁に係争中の千葉県議会選挙では、有権者数で5.90対1の格差が生じている。この日の判決は、こうした議会の定数配分規定の違法性を浮き彫りにしたものである。

■ 国鉄再建の方向

57年7月の臨時行政調査会の答申を受け、58年6月国鉄再建監理委員会が設置され、同委員会は8月2日、現行制度のもとで経営悪化をくいとめるため、経営管理の適正化、事業分野の整理、営業収支の改善及び債務増大の抑制を内容とする緊急提言を行った。

昭和39年に赤字に転じて以来、国鉄再建が国家的な課題とされて既に久しい。これまで経営再建計画が数次にわたり策定されたが、いずれも挫折してきた。昭和55年に策定された「後のない再建計画」といわれる経営改善計画も達成が極めて困難だとされている。そして、昭和60年度においても欠損は約1兆4,000億円、累積欠損額は13兆5000億円、長期債務残高24兆円が見込まれている。このような破産状況をどう打開すべきかは、行政改革の大きな課題の一つ

であり、国鉄再建の舵とりを行う再建監理委員会が「行革のエース」として注目される所以でもある。

臨調は、国鉄再建の提言の前提として官業について次のような基本的な視点から検討を行っている。第1に、官業は市場経済の欠陥を補うなど、経済社会全体の効率を高める役割を果たしているが、官業が肥大化したり、変化への適切な対応を怠った場合には、民業を圧迫し、市場の活力を奪い去る危険性がある。この意味で官業の規模と役割は常に見直されなくてはならない。第2に官業は公共性のみでなく、企業性にも配慮して運営されなくてはならない。第3に官業は、いかに効率性の向上に努力しても官業である制約を免れず、期待された機能を発揮しえないことがある。(このような公社制度性悪説ともいふべき見方に対し、反論もある(たとえばジュリスト No 791高梨論文)。しかし国鉄の実態に即して考えると、公社形態を維持すること、公社の公共性を強調することに十分な説得力があるように思えない。しかし、こうした反論も、公社に対する政治支配を排除するという点では、改革の方向は一致している。さらに国鉄について、輸送体系の変化に適應できなかったこと、企業性が欠如していること、労使関係が不安定で職場規律に乱れがあること、異常に高い人件費比率、年齢構成のひずみからくる膨大な年金・退職金、累積債務に対する巨額の利子負担などが指摘されている。そして改革の基本方針として、緊急措置を講じるとともに抜本的な経営形態の変更を行うべきことを提案した。すなわち民営化と分割である。民営化

を行えば、経営者と労働者に企業意識をう
えつけ、政治や地域住民の過大な要求等を
排除できる。また、幅広く事業の拡大を図
ることによって採算性を確保できる。分割
は、現在の巨大組織は管理の限界を超えて
いる。全国的画一的な運営に陥りがちであ
るため、必要とされるとしている。そして
分割・民営化という新経営形態移行までに
緊急にとるべき措置として、(1)職場規律の
確立 (2)新規採用の停止及び要員合理化の
促進 (3)設備投資の抑制 (4)貨物部門の縮
小、合理化 (5)地方交通線の整理合理化が
あげられている。新経営形態は、全国を数
ブロックに地域分割し、当初は国鉄が現物
出資する特殊会社とし、地方公共団体及び
民間の出資を受けることとされ、このよう
な措置が可能となるためには長期債務の処
理、年金問題の処理が必須の前提となる。
また、改革にあたる組織として「国鉄再建
監理委員会」の設置が提案されていた。¹⁰⁾
こうした臨調の答申を受け、58年5月20
日「日本国有鉄道の経営する事業の再建の
推進に関する臨時措置法」が成立し、国は
臨調答申を尊重することが確認され、日本
国有鉄道再建監理委員会の設置が決まっ
た。同委員会は国鉄再建のための企画・審
議決定を行い、内閣総理大臣に意見を述
べ、勧告を行うことができる。また再建の
ための体制整備は62年7月31日までに
行い、国鉄予算等は委員会の意見を聴かねば
ならないとされている。同委員会は6月
はじめから活動を開始し、8月2日緊急提言
を行ったわけである。¹¹⁾
提言の企図するところは、国鉄が効率的
な経営形態を確立するには4年程度の歳月

を要するが、その間手をこまねいていたの
では、事態の悪化で再建自体が不可能にな
る。そこで現行制度のもとでもでき得る限
り経営悪化をくい止め、改善の方向を目指
すことである。具体的には、肥大化、硬直
化した管理機構の見直し、企業性の欠如し
た体質からの脱却、職場規律の確立が経
営管理の適正化としてあげられており、ま
た事業分野の整理として、①鉄道特性を有
する分野への特化 ②貨物輸送体制の転換
③営業体制の合理化などがあげられてい
る。¹²⁾
営業収支の改善、債務増大の抑制とし
て、①営業収支の改善 ②設備投資の抑制
③資産売却が指摘されている。そして、こ
れらが59年度予算に的確に反映され、提案
事項が原則として60年度までに実施される
ことを求めている。¹³⁾
提言の内容は臨調答申にそったもので特
に目新しいものではない。しかし、赤字ロ
ーカル線の廃止促進、地域別運賃導入、設
備投資の抑制などは論議を呼ぼう。赤字ロ
ーカル線の廃止促進、地域別運賃導入は、
地方からの反発が必至であるし、設備投資
の抑制は自民党、関連業界が神経をとがら
せている。具体的に凍結する事業名をあげ
かねるのが実情のようだが、それが今回の
提言が迫力を欠く原因となっている。(朝日
新聞58年8月3日)また、国鉄は提言を数
量化して実施すべきだという意見もある。
さらに、年金・退職金にメスが入れられな
ければなるまい。ローカル線の整理をはじ
めとして、国鉄再建は国民生活に大きな影
響を及ぼすだけに、国鉄再建監理委員会
の動きが注目される。¹⁴⁾

【 INS 構想の背景と現況】

INS 構想とは現在、電報、電話、加入電話、ファクシミリ、データ通信の5種類に分かれているわが国の電気通信のネットワークを統一し、情報を大量に送ったり多彩な情報利用ができるデジタル伝送網を築く構想で、高度情報通信システム (Information Network System) と呼ばれる。国際的には ISDN (デジタル総合サービス網) と呼ばれる。デジタル電送は人間の音声などの情報を数値化して送る方式で、高速、大容量伝送ができる。これに対し日常使っている電話などは、音声に応じて連続的に電圧が変化する電流で送受信するアナログ伝送方式である。ISDN の推進は先進各国で進められており、フランスではテレマーク構想として1990年初めに全国のデジタル化完了を計画、イギリスも今年中にロンドンで試験サービスを予定している。アメリカでは民間の各通信業者のデジタル化計画が進んでいる。

(1) INS 構想出現の背景

情報化社会の進展に伴い、多様な情報の大容量・高速な伝送が必要になってきている。

まず、データ通信であるが、電子計算機の発達に伴い電子計算機間、あるいは電子計算機と端末間とを結ぶ、文字符号、図形、画像などの情報伝達が急増している。ところが、データ通信が当然その性格から見てデジタル情報の伝達を行うものであるにもかかわらず、現在は、アナログ信号用である電話網を利用しており、必ずしもデータ伝送に最適の状態になっていない。

次にファクシミリ通信であるが、近年一

般企業を中心に急速に普及しており、今後電々公社のホームファックスで示されるように家庭内まで導入されようとしている。このファクシミリ通信もデジタル信号によって処理する方が高速に伝送できる。

最後に映像通信であるが、これは静止画や動画を伝送するものであり、最近では特に会話型の画像情報システムが注目をあびている。現在、実験中のシステムとして、CAPTAIN (静止画)、VRS (動画) などがあるが、いずれも大容量かつ高速の伝送システムが必要である。

以上のような新しいニーズに対して、既存の通信網は充分な対応ができない。特に全面的なネットワークを利用するには電話網しかないが、その電話網は利用上において次のような問題点がある。

○電話網はアナログ伝送路であるため、デジタル信号を送るには高価なモデムが必要

○リンク数が増すほど通信品質が劣化

○伝送速度が遅く、接続時間が長い

これらの問題を解決するため、最近DDX、あるいはファクシミリ通信網が徐々に整備されつつあるが、より総合的なネットワークの形成を目指して、デジタル通信を中心としたINSが考えられるようになった。

(2) INS の目的

ア ネットワークのデジタル化
デジタル化により伝送コストが軽減され、伝送効率も高まり、品質劣化もおこらなくなる。

イ ネットワークの統合
デジタルネットワークにより、データ、

ファクシミリ、電話などの通信がすべて同一のネットワークで可能になる。

ウ ネットワークの普及

デジタル化によって、スピード・サイズ・伝送手順等の通信処理機能がユーザーで簡単に扱えるため、ユーザーもすべての端末を用意しなくともよくなった。

エ 料金体系の一元化

ネットワークがデジタルで統一されるため料金の計算はすべて情報量の単位(ビット)で行うことができる。

オ 情報処理との融合

通信と情報処理の融合により、データベースのオンライン化、キャプテン、VRS等の情報検索サービスが可能になり、総合的なシステムが実現する。

(3) INSの影響

ア 家庭への影響

電子機器の低価格化により、家庭へコンピュータが導入されつつあり、今に家庭内の様々な実務をコントロールするようになると思われるが、これが外部ネットワークと結ばれることにより、外出先からの遠隔制御、預金の残高照合等の在宅銀行利用、在宅ショッピング等々、ホームオートメーションといわれる総合的な家庭内情報システムが構築されるようになるだろう。

また、火災・ガスもれ、盗難などに対して、センサーが検知し、異常を知らせることは当然としても、最寄りの警察等へも連絡してくれるようになり、家庭のセキュリティシステムの構築にも大いに役立つことになる。

イ 企業への影響

現在各企業で進められているOAも、I

NSが構築されると、企業内だけのシステムから企業外も含めたトータルシステムになる。例えば、企業外のデータバンクへのアクセス、画像通信を利用したTV会議などはその一例であるが、在宅勤務についてもその実現がより一層助長される。

ウ 行政への影響

家庭にいながらにして、住民票等諸証明をとることができ、知りたい情報が即時に知れるようになると思われるため、窓口事務・広報広聴活動は大巾な変革を余儀なくされよう。これはほんの一例で、市民サービスの方法等に関し行政体の各部門に大なり小なり影響はあると思われる。また、企業への影響と同じことが行政にもあることはいうまでもない。

(4) INS推進計画

INSは昭和56年から20年計画で進められている。第1ステップは昭和56年から59年までであり、個別デジタル網の形成を考えている。第2ステップは60年から69年の10年であり、INSの全国的拡大期と位置づけられている。第3ステップは70年から75年であり、成熟期として、個別ネットワークのINSへの統合、あるいは映像網の統合を行い、総合通信網の確立を目指している。

第1ステップとして、INSのモデルシステムを東京都の武蔵野、三鷹地区に構築し、59年9月に実験を開始する予定であるが、そのモニター募集に定員300人の7倍以上の約2200件の応募があり、INSに対する関心の強さが示されている。

また、近々、大阪府が、高度情報化社会における大阪の産業の進むべき道を探ると

同時に、それに対応して、自治体として今後どう施策を展開していくのかを調査・研究するため「INS研究会」を設置する予定で、民間だけでなく、行政でも本格的に取り組み始めている。

■ 接遇行政と住民監視

高度成長における放慢経営のツケが、行政に対する住民不信として「構造的汚職」、「公費天国」告発キャンペーンという形で爆発したことは、未だ記憶に新しい。

また、最近の危機的財政状況下において、国・地方を問わず「行政改革」の実質的断行が声高に叫ばれているが、住民サイドにおいても、情報公開による市民参加の拡充、市民統制の手段としての監査制度の改革などの要求とあわせて、行政への住民監視が一層強まってきている。

こんな中で、自治体の「接遇行政」をめぐって、あたかも住民感情を逆なですするような審判が相次いで出された。

まず第1は、大阪府水道部が「架空接待」で公金67万円を違法・不当に支出したとして、府水道企業管理者ら幹部職員4人を相手どって公金返還を求めた住民監査請求である。

監査請求をしたのは、公認会計士植田肇氏ら住民団体「市民オンブズマン」の府民7人。この団体は55年に発足し、大阪を中心に行政監視を続けているもので、この種の組織としてはわが国の草分け的存在といえる。

今回の請求の発端となったのは、57年11月の府議会で、56年度1年間で水道部だけで約2,400万円が接遇費として支出された

こと、実際には接遇していない他自治体幹部職員の名前を使って事務処理がなされていたことなど「架空接待」が明らかになったためであるが、府議会で判明した分（のべ8回、計134万円）に関する監査請求については「発生の日から1年以上経過し、請求の要件を満たしていない」（地自法第242条2項）として却下されている。このため、独自の調査で“時効”1日前の57年5月30日決済分の接遇を捜し出し、監査請求していたものである。

監査の結果、57年5月6日と10日、埼玉県と岐阜市の職員を4回にわたって接待し計67万8,000円を「会議費」として支出したとの事務処理が行われていたこと、しかし、実際には56年5月から57年2月までの間に、府議会議員や厚生省、近畿地建幹部職員らを8回にわたって接待したほか、府職員同士の懇談（2回）にもあてていたことが判明した。大阪府監査委員（小泉周治代表監査委員ら4人）は、監査結果の判断にあたって、「このような、事務処理が行われた理由は、接待のツケがたまり、まとめて支払う便法としてやむなく別の会議を設定、他府県の職員名を借用したもので、決して許されない事務処理であり、きわめて適正を欠く」と決めつけたにもかかわらず、接遇行政そのものの是非については、「水道部の業務を円滑に遂行するため、上司が判断した。また、その費用も常識的な範囲を超えていない」として、公金返還請求は退けている。

第2の事例は、千葉県市川市の住民が市長を相手どり、市長が予算獲得のため公金を使って県の出納長らをもてなしたのは違

法として、損害賠償を求めた住民訴訟（代位請求）の控訴審判決である。

判決で東京高裁民事二部香川保一裁判長は「①地方自治法は自治体の出納職員らの公金支出などに関する損害賠償責任について243条で特則を定めた。②その趣旨は、職務の特殊性などから賠償責任を特殊な責任とし、違法な会計事務の是正を簡易迅速な自治体の内部手続きにゆだねることにある」（58.8.31日経）などとし、自治体の接遇行政の是非については何らの判断を下さないうまま、住民側の請求を「門前払い」の形で却下したものである。

これら2つの事例は、行政の暗部ともいわれる「接遇行政」の実態を明らかにするとともに、住民監視・チェックの強化により行政の質の向上を図ろうとする住民の意図がこめられている。

日本の社会風土の特質ともされる接遇行政については、予算獲得や業務遂行の円滑化、そのための人間関係の構築などの名目のもとに「必要」あるいは少なくとも「必要悪」という見方が依然根深い。

大阪府の監査結果をみても、接待を業務を円滑に遂行するために「必要」かつ「常識の範囲内」としているが、例えば議会対策として議員を接待することにより業務の円滑化を図ることは理事者、議会の間に緊張がなくなり、馴れあい化することを意味する。つまり、長と議会との相互のチェックアンドバランスが崩壊することに直結するものである。

自治体の公金や財産は、納税者たる住民が税その他の形で納付したのによって形成され、また住民の信託をうけて自治体が

事務事業を行うものである。また、「住民、納税者から行政を“信託”されている首長、自治体には、税金がどのように使われているか、財政状態はどうであるかについて、住民にわかりやすく具体的に明らかにする責任がある。すなわちアカウントビリティ（会計責任）がある」（加藤均「自治体—倒産の危機」）との指摘もなされている。

この意味で、現行監査委員制度について、監査委員の独立性・専門性を実質的に確保していくための機能の充実強化とともに、行政に経営感覚を導入していくためにも弁護士、公認会計士など外部専門家の登用を積極的に行っていかなければならない。

さらに現状では、監査そのものも余程明白な違法性が認められない限り、請求を却下・棄却する例が多い。この救済を裁判所に求めるみちが住民訴訟であり、自治体の財務会計上の違法是正という本来の趣旨に加えて、津市地鎮祭訴訟、田子の浦ヘドロ訴訟、川崎市退職金支払無効住民訴訟などにみられるように、違法な財政支出の原因となった自治体の行為の適否にまで裁判所の審理のワクをひろげていこうとするのが最近の傾向である。千葉県市川市の住民訴訟に関する東京高裁判決は、この流れに逆行するかの印象を与えた。

自治体行政を、公正かつ創意にみちたものにし、真の住民自治に立脚した行政としていくためには、住民の日常的監視が不可欠であり、自治体行政における非合理的、恣意的な部分の克服がなされなければ達成は不可能である。行政の最暗部にクサビを打ちこんだこれらの事例の今後の推移に注目したい。

この調査は、当研究所がNIRAの57年度助成をうけ実施した「神戸・コンベンション都市への政策ビジョン」研究の一環である。ここでは本報告書の第6章にあたるアンケート結果の概説と、調査票、単純集計及びクロス集計結果の一部を紹介する。

第1節 開催主体へのアンケート概要

1 沖縄コンベンションアンケート

本調査は、主としてコンベンションを誘致する立場からコンベンションの実態を把握するために行ったもので、「学会・総会・大会」及び「見本市・展示会」を対象としている。学会・総会・大会などの会議は、国際会議と国内会議に大別されるが、国際会議については、国際観光振興会コンベンション・ビューローが年1回刊行する「国際会議統計」や、ICCA、UIAなどのデータにより開催主体に関する情報は比較的豊富である。しかし、国際会議は開催頻度もさほど多くなく、かつ誘致にも手間がかかり、コンベンション施設管理者の立場からみて、国際会議のみで施設の有効活用をはかることは必ずしも容易ではない。

一方、国内会議は国際会議に比べ、開催頻度も高く、規模も比較的大きな集会等も少なくかつ誘致アプローチがしやすいという意味で、コンベンション都市をめざす場合に、まず国内会議で施設の安定需要を確保することが得策であろう。

国内会議の開催主体として、企業・学会・同業組合・宗教団体・官公庁等があり、これを内容的にみれば、総会・大会などの一般の会議と、いわゆるインセンティブ・コンベンションに分けることができる。国内会議の開催実態についての総合的な調査データはまださほど多く見うけられないが、総会・大会については、つとに沖縄地域科学研究所が実施したすぐれた調査がある（『沖縄コンベンションホール建設基本計画調査報告書』沖縄地域科学研究所、昭和55年11月）。この調査は総会・大会等の開催主体に対し、開催頻度、規模、過去の開催地及び開催施設、参加者内容などについての実態をアンケート調査し、コンベンションの現況、沖縄開催コンベンションへの潜在需要を把握しようとしている（400団体にアンケート調査を実施し、419団体が回答）。

今回の調査では沖縄での調査実績をふまえてさらに一歩進めて、具体的にコンベン

ションを誘致しようとする団体の参考とするため、開催地及び開催施設決定のメカニズム、開催の内容、事務局業務の外注化、開催地市町等への要望事項等に重点を置いて調査を実施した。従って今回の調査と沖縄での調査とをあわせてみるときコンベンションの動向の全貌をとらえることができよう。今回の調査の分析に入る前に沖縄での調査結果を上記報告書にもとづき概観してみると以下の通りである。

- ① 総会は代表者（18.6%）や役員（6.0%）などのデレゲーションよりも、圧倒的に全会員の参加するもの（46.3%）が多い。
- ② ほとんどの団体が年1回の総会を開催している（87.1%）。
- ③ 総会の規模は500人未満のものが約半数（55.4%）を占めているが、500～1,000人規模が約2割（19.7%）、1,000～5,000人規模が23.3パーセントもあり、5,000人をこえるものも1パーセントは存在しており、大型コンベンションがかなり高い比重を占めていることが注目される。
- ④ 総会の開催地以外からの参加者の割合がかなり高く、7割以上が40.7パーセントもあり、5割以上で57パーセントにおよんでいる。したがって、コンベンションの開催地ではかなりの数の入込客を期待できる。
- ⑤ 総会の開催地として東京・大阪・京都などの主要都市に限定しているものは2割（19.1%）、本部所在地に限定しているものが2割5分（25.3%）、合わせて4割5分は開催地が固定しているが、各都道府県持ち回り開催型（31.4%）や「その他」（24.2%）など可動的なコンベンションも5割強存在することに注目すべきであろう。ことに、各都道府県持ち回りの地方開催型が約3割におよぶ点にも留意する必要がある。
- ⑥ 総会の会場として最もよく利用されているのは、県民会館・市民会館などの公共施設であり（35.8%）、ついでホテル会議室（22.0%）が目立つが、民間会議専用施設の利用は意外に少ない（16.3%）。体育館などのスポーツ施設を利用した例が2.4パーセントあるが、おそらく会議場施設に収容しえない大型コンベンションであろう。
- ⑦ 総会の開催日数は3日以内が圧倒的に多く（81.9%）、ついで3～5日が多い（11.4%）。
- ⑧ 総会の開催に付帯して展示会・見本市が開かれるかどうか、という設問に対して、5割強（53.1%）の団体は全く伴わないと回答しているが、常時伴うと答えたのが2割（20.3%）、ときどき伴うとしたのが2割弱（18.2%）、合わせて4割弱が展示を伴う点がとくに注目される。この点はヒヤリングの結果と合わせて

考えると、総会開催のスポンサーづくりとも関連した近年の新しい傾向であることがわかる。会議専用施設として建設された京都国際会館が、4,000平方メートルの展示フロアをもつ施設づくりを進めているのも、上記の傾向を直接反映したものである。

- ⑨ 総会の準備・運営等は、本部事務局のみ(37.4%)と、本部事務局と開催地支部の共同(36.5%)が最も一般的な方法であり、実行委員会を特設したり(12.3%)、開催地支部のみ(6.9%)で担当するケースは少ない。
- ⑩ 開催費用は、自己財源でまかなわれる場合がほとんどで(71.6%)、寄付金や補助金・助成金に依存するケースは予想外に少ない(21.8%)。だが、⑥で指摘したように、寄付金などの開催資金づくりが2割強もある点は、展示付帯とスポンサーづくりの問題に一定の示唆を与えている。
- ⑪ 総会の開催地は、可動的な地方開催型の場合、1年前に決定されるのが大部分で(50.0%)、2年前(18.6%)、3年前(4.9%)に決定されることは少ない。この点は、コンベンション誘致活動に一定の示唆を与えている。なお、「その他」24.5パーセントは、⑥で指摘した開催地限定型と一定の関連があるとみられる。
- ⑫ 総会以外に、支部大会(26.6%)や地区大会(18.3%)を開催する傾向があり、また、国際会議も意外に開催されている(14.1%)点が注目され、さらに他団体との合同大会が実施されるケース(9.5%)の存在も着目しておきたい。

2 学会・総会・大会等開催動向

(1) 調査の概要

この調査は、学会・総会・大会等(以下「会議」という)の開催現況を把握するため、国内にある開催主体事務局に対し、会議開催地・開催施設はどのような条件を重視して、いかに決めているのか、また、会議の規模や企画運営はどのように行っているか、会議開催地の行政当局にどのようなサービスを期待するか、などについてアンケート調査を実施したものであり、調査の要領は次の通りである。

(i) 調査時期 昭和57年10月～11月

(ii) 調査対象 「全国各種団体名鑑'82(第10版)」より

- ① 専従職員4名以上の事務局をもち
- ② 会員の数が500以上の団体、及び

③ 上記①②の条件に該当しなくても、過去の実績等からみて、本調査の調査対象となる調査委員会を比較的よく開催していると目される団体 787団体の中から、無作為に 500団体を抽出した。

(iii) 調査方法 郵送により調査票を配付・回収した。

(iv) 回収率 送付数 500に対し、回答数は 254であり、回答率は50.8パーセントである。団体区分別の送付・回答状況は第VI-1表に示す通りである。なお、集計はコンピュータを利用し行ったため、集計作業後に送付された回答 5件は、全体の集計に計上していない。アンケート調査の結果は付表の通りである。

第VI-1表 送付・回答団体別内訳

団体区分	A 送付数	B 有効回答数	C = B/A 有効回答率
1. 国 際	21件	8件	38.1%
2. 行 政・司 法	4	2	50.0
3. 産 業・経 済 I	47	19	40.4
4. 産 業・経 済 II	41	22	53.7
5. 産 業・経 済 III	36	20	55.6
6. 社 会・厚 生	30	12	40.0
7. 教 育・文 化	119	56	47.1
8. 学 術・研 究	202	115	56.9
計	500	254	50.8

産業・経済I：経済団体連合，産業経済全般，経営労務，財務金融，貿易，商業全般

産業・経済II：商工業

産業・経済III：農林漁業，建設，運輸，通信，観光

また、回答団体を業態別・規模別にみれば、それぞれ第VI-2表、第VI-3表の通りである。

第VI-2表 業 態 別 回 答 団 体

順位	業 態	件 数	比率(%)
1	学 会	117	46.1
2	教 育 研 究 団 体	47	18.5
3	同 業 組 合	18	7.1
4	社 会 厚 生 団 体	4	1.5
5	そ の 他	66	26.0
6	不 明	2	0.8
	計	254	100.0

第VI-3表 規模別回答団体

規 模 (会員数)	団体数	比率(%)
500人未満	35	13.8
500~999人	43	16.9
1,000~1,999人	49	19.3
2,000~2,999人	26	10.2
3,000~4,999人	23	9.1
5,000~9,999人	23	9.1
10,000人以上	45	17.7
不 明	10	3.9
計	254	100.0

(2) 会議の基本動向

(i) 会議の規模

会議の規模は、第VI-4表に見る通り、500人未満が過半数の55.9パーセントをしめており、次いで500人~999人が17.3パーセントであり、1,000人未満中型の会議が73.2パーセントをしめている。また、1,000人~5,000人の会議は22.4パーセント、

第VI-4表 会 議 の 規 模

分 類	会 議 規 模 (人)	件 数 (件)	比 率 (%)
1,000人未満の会議	500未満	142	55.9
	500~699	23	9.0
	700~999	21	8.3
	小 計	186	73.2
1,000人~4,999人の会議	1,000~1,999	31	12.2
	2,000~2,999	13	5.1
	3,000~4,999	13	5.1
	小 計	57	22.4
5,000人以上の会議	5,000~9,999	5	2.0
	10,000以上	3	1.2
	小 計	8	3.2
不 明		3	1.2
計		254	100.0

5,000人～10,000人の大型会議は2.0パーセントあり、さらに1万人以上の超大型会議も1.2パーセント存在している。1,000人以上の大型会議は25.6パーセントとかなり存在していることが注目される。

第VI-5表 開催主体別会議規模 (単位：%)

	500人未満		500～ 999人	1,000～ 4,999人	5,000～ 9,999人	10,000人 以上	不 明		計
学 会	60	51.3	1815.4	3429.0	4 3.4	1 0.9	0 0	117	100.0
教育研究団体	25	53.2	714.9	1429.8	0 0	0 0	1 2.1	47	100.0
同業組合	12	66.7	422.2	211.1	0 0	0 0	0 0	18	100.0
社会厚生団体	2	50.0	125.0	125.0	0 0	0 0	0 0	4	100.0
その他	41	62.2	1421.2	6 9.0	1 1.5	2 3.0	2 3.0	66	100.0
不 明	2	100.0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	2	100.0
計	142	55.9	4417.3	5722.4	5 2.0	3 1.2	3 1.2	254	100.0

開催主体別会議規模では、1,000人以下の会議が最も多いのは第VI-5表の通り同業組合88.9パーセント、社会厚生団体75.0パーセント、教育研究団体68.1パーセント、学会66.7パーセントとなっている。1,000人以上の会議が最も多いのは学会で33.3パーセント、次いで教育研究団体29.8パーセントとなっている。同業組合は11.1パーセントにすぎない。

また、5,000人以上の会議は全体で8件(3.2%)あったが、これらの会議開催主体の会員数もすべて5,000人以上であったことは当然であろう。

(ii) 開催地

過去3回の開催地では第VI-6表の通り、3回とも東京で開催したものが26.0パーセント、2回開催したものが10.2パーセント、1回開催が31.1パーセントとなっており、過去3回のうち1回以上東京で開催したものが合計で67.3パーセントに達しており、会議開催地としての東京の実力を示している。これは、開催主体の事務局が東京に集中しており、東京で開催する場合には事務局移動の必要がないこと、東京には多様な会議施設がありいかなる需要にも対応できることなどのためであろう。一方、過去3回とも東京で開催したことがない団体が29.5パーセントあり、これに東京1回開催分を加えると60.6パーセント、2回開催分を加えると70.8パーセントに達しており、地方都市開催の会議が多いことをも示している。

また、開催地の移動状況を見ると、第VI-7表の通り、「毎回地方もちまわりで移

第VI-6表 過去3回の開催地

過去3回の開催地		件数	比率(%)
東京開催	3回	66	26.0
	2回	26	10.2
	1回	79	31.1
東京開催なし		75	29.5
不明		8	3.2
計		254	100.0

動するもの」が第1位で39パーセント次いで、「開催地は毎回決っている」ものが26パーセント、「東京・大阪などの大都市のみで開催する」ものが8.2パーセントとなっている。

第VI-7表 「会議」の開催地

順位	回 答	件数	比率(%)
1	毎回地方もちまわりで移動する	99	39.0
2	毎回決っている	66	26.0
3	東京・大阪などの大都市のみで開催する	21	8.2
4	その他	67	26.4
5	不明	1	0.4
	計	254	100.0

開催主体別にみると、学会では全体の約半分の47パーセントが「毎回地方もちまわりで移動する」であり、「毎回決っている」が11.1パーセントである。会員の所在大学をもちまわりで開催することが多いためであろう。一方、教育研究団体では、「毎回地方もちまわりで移動する」が38.3パーセントであり、「毎回決っている」が31.9パーセントと迫っている。また、同業組合では「毎回地方もちまわりで移動する」と「毎回決っている」がそれぞれ同数の33.3パーセントとなっている。

「毎回地方もちまわりで移動する」会議について開催規模別にみれば、第VI-8表及び第VI-1図の通り、500人未満の会議では28.9パーセント、500人以上700人未満の会議では39.1パーセントとなっているのに対し、1,000人以上5,000人未満の会議では59.6パーセント、5,000人以上の会議では50パーセントとなっており、「地方も

「ちまわりで移動する」会議ほど大型であることを示している。地方で会議場を建設する場合に配慮しておくべきデータであるといえよう。もっともサンプル数が少ないので断定はできないが、傾向としてはいえる。

第VI-8表 毎回地方もちまわりで移動する会議の規模別シエア

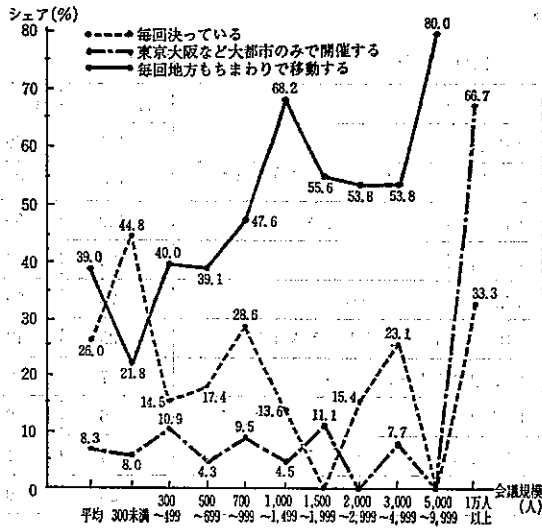
分類	会議規模(人)	①全体件数(件)	②毎回地方もちまわりで移動する会議件数(件)	③=②/① 比率
1,000人未満の会議	500未満	142	41	28.9
	500~699	23	9	39.1
	700~999	21	10	47.6
	小計	186	60	32.3
1,000人~4,999人の会議	1,000~1,999	31	20	64.5
	2,000~2,999	13	7	53.8
	3,000~4,999	13	7	53.8
	小計	57	34	59.6
5,000人以上の会議	5,000~9,999	5	4	80.0
	10,000以上	3	0	0.0
	小計	8	4	50.0
不明		3	1	33.3
計		254	99	39.0

(iii) 開催地決定方法

会議開催地決定は第VI-9表の通り「本部指名依頼」が33.5パーセントで最も多く、「開催地立候補制」が15パーセント、「会長・実行委員長などの所在地」13.4パーセントと続いており、「票決による決定」は2.0パーセントにすぎない。「その他」の決定方法では、「立候補地の中から本部で指名依頼」「理事会決定」「会長の意向」「話し合い」「事務局所在地限定」「一定のルールで全国ブロックをまわる」「総会で出席者にはかる」「本部所在地」などが目立っている。

開催主体別では「本部指名依頼」、「開催地立候補制」は各主体ともほぼ同じ比率であるが、「会長・実行委員長などの所在地」では、学会が19.7パーセントであるのに対し、他はすべて5.6~9.1パーセントであり、学会が特定の会長・実行委員長の所在地で開催される比率が高いことも興味ぶかく、かつ、誘致にあたり留意すべき事項である。

第VI-1図 会議規模別開催地移動状況



第VI-9表 開催地決定方法

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	本部指名依頼	85	33.5
2	開催地立候補制	38	15.0
3	会長・実行委員長などの所在地	34	13.4
4	票決による決定	5	2.0
5	その他	90	35.4
6	不明	9	3.5
	計	254	100.0

注) 複数の回答をした団体については、それぞれの回答らんに計上している(以下同じ)。

(iv) 開催地決定条件

開催地を決定するにあたり考慮する条件は、第VI-10表の通り、①「良い会議施設がある」(59.8%) ②「受入・運営ができる支部の所在地」(53.5%) ③「開催地への交通の便」(50.8%) が上位3条件であり、以下、④「本部所在地」(33.9%) ⑤

「宿泊施設が整っている」(29.9%) ⑥「開催地の市や町の協力がえられる」(13.8%)
 となっている。

第VI-10表 開催地決定条件

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	良い会議施設がある	152	59.8
2	大会の受入事務・運営のできる会員・支部の所在地	136	53.5
3	開催地への交通の便が良い	129	50.8
4	本部所在地	86	33.9
5	宿泊施設が整っている	76	29.9
6	開催地の市や町の協力がえられる	35	13.8
7	開催地のイメージが良い	7	2.8
8	開催地で大きなイベントが開催される	6	2.4
9	観光的に見るべきものが多い	4	1.6
10	そ の 他	25	9.8
11	不 明	3	1.2
	計	254	100.0

注) 複数回答

開催地決定条件を米国で調査した結果は、第VI-11表、第VI-12表の通りであり、①「会議開催に必要なホテル・他施設」、②「交通の便」、③「個々の参加者よりの距離」、④「輸送コスト」、⑤「気候」、⑥「レクリエーション施設」の順位である。

今回の調査と米国での調査結果は非常に類似しており、ともに、会議施設、交通の便、宿泊施設がきわめて重視されていることは、今後コンベンション都市をめざして施設整備をはかる場合大いに参考になる。

また、今回の調査で、「受入・運営ができる支部の所在地」(53.5%)が2位、「本部所在地」(33.9%)4位、「開催地の市や町の協力」(13.8%)6位、という結果は、会議開催をスムーズに行うための「事務局をサポートする業務」の重要性を意味している。未知の土地で全国から会員が参加する大会などを行う場合に、会議を企画・運営する事務局にとり、当該開催地の支部や市町など行政の協力がなければ、会議運営にあたり何かと不便をきたすこととなる。会議開催地において、事務局をサポートする業務を行うために、欧米では都市単位で、コンベンション・ビューローが設置されている。我国において、都市単位のコンベンション・ビューローを設置し、開

第VI-11表 米国における開催地決定条件
(一般コンベンション)

開催地選定の条件	比率(%)
1 会議に必要なホテル・他施設	70
2 交通の便	62
3 個々の参加者よりの距離	42
4 輸送コスト	38
5 気候	32
6 レクリエーション施設	23
7 見学場所・文化催物等のアトラクション	9
8 開催地自体の魅力・イメージ	8

第VI-12表 米国における開催地決定条件
(インセンティブ・コンベンション)

開催地選定の条件	比率(%)
1 レクリエーション施設	68
2 気候	65
3 会議に必要なホテル・他施設	61
4 開催地自体の魅力・イメージ	58
5 見学場所・文化催物等アトラクション	56
6 交通の便	40
7 輸送コスト	32
8 個々の参加者よりの距離	23

国立京都国際会館調査課「会議マーケティングの手法～そのトライアル」(「月刊ホテル旅館」1982年2月号)

催事事務局を開催地でサポートする業務が、施設・交通などのハード面の整備とともに必要であろう。

また、開催地決定にあたり、開催地のイメージ・観光資源はさほど評価されていないことも注目すべきであろう。我々の調査では、開催地決定条件として「開催地のイメージが良い」(2.8%)、「大きなイベントの開催」(2.4%)、「観光的に見るべきものが多い」(1.6%)と下位である。米国の調査においても「見学場所・文化催物等アトラクション」「開催地自体の魅力・イメージ」は下位である。このことは、一般の会議においては、開催地の魅力・イメージ・観光資源はさほど開催地決定にあたり有力な条件とはなりえないことを示している。

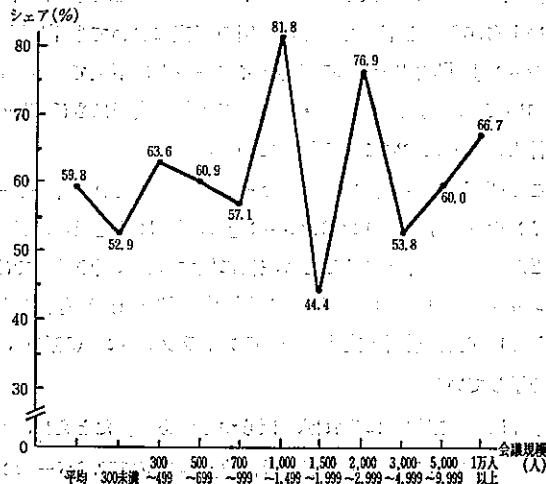
ところで、この開催地決定条件は、メーカーが得意先企業やディーラーなどを招待し開催する「インセンティブ・コンベンション」の場合には逆転し、都市のイメージ・観光資源などが重要な条件となることも注目に値する。米国の調査では、順位が、①レクリエーション施設(68%)②気候(65%)③施設(61%)④開催地自体の魅力・イメージ(58%)⑤見物場所・文化催物等のアトラクション(56%)、と娯楽的要素が強いことを示している。

開催地決定条件は開催主体別にみれば、ばらつきがある。たとえば、学会では、「大会の受入・運営のできる会員・支部の所在地」が1位で72.6パーセントであるのに対し、同業組合では5位で22.2パーセントにすぎない。また、「開催地のイメージ

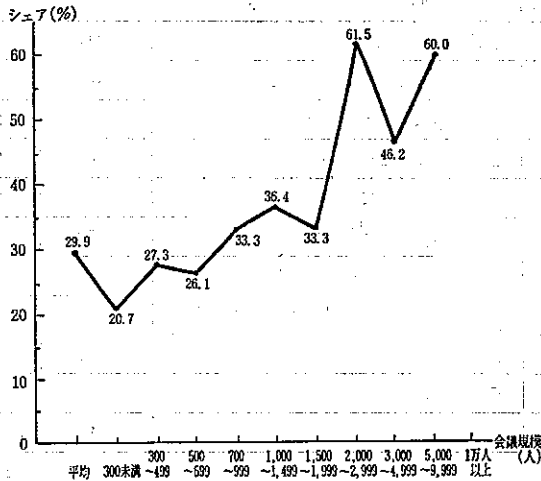
が良い」は学会では0であるのに、同業組合では11.1パーセント、「宿泊施設が整っている」も学会では26.5パーセントであるのに、同業組合は44.4パーセントが重視しており、「観光的に見るべきものが多い」も学会では0であるのに対し同業組合では11.1パーセントとなっている。このことは学会の誘致にあたっては、地元の大学や研究機関を通じて行うことが必要であり、同業組合の会議の誘致にあたっては、宿泊施設、開催地のイメージ、観光プログラム等を整備する必要があることを示唆している。

ところで、会議施設と宿泊施設は会議開催地において整備すべき基幹施設であるが、会議規模別にこれらの施設との関係を見ると、第VI-2図及びVI-3図にみる通りである。「良い会議施設がある」ことに対しては、会議の規模は関係なくほとんどの規模の会議は4割5分から8割の割合で「良い会議施設」を重視している。ところが「宿泊施設が整っている」という条件は会議の規模が大きいものほど重視している。すなわち、第VI-3図の通り、2,000人未満の会議では、宿泊施設の整備を重視しているのは2割～3割強(20.7%～36.4%)にすぎないのに対し、2,000人以上の大型会議では5割～6割(46.2%～61.5%)とほぼ倍の割合となっており、大規模会議開催

第VI-2図 会議規模別開催地決定条件(良い会議施設がある)



第VI-3図 会議規模別開催地決定条件（宿泊施設が整っている）



時の宿泊収容能力を重視している。大規模会議が地方もちまわり開催の可能性が高いのは既にもてきた通りであるが、今後大規模な会議を誘致しようとする地方都市において、会議施設はいうに及ばず、多くの会議参加者を受け入れる宿泊施設の整備も重要な課題であるといえる。

(v) 開催施設決定条件

開催施設決定にあたり考慮する条件は、第VI-13表の通り、①「会議施設の使用料が安い」(43.7%) ②「会議施設までの交通が便利である」(40.6%) ③「メイン会場と分科会場の近接」(27.2%) ④「会議場が予約しやすい」(25.6%) ⑤「会議施設が立派である」(21.7%) ⑥「会議施設の備品整備」(20.5%) ⑦「事務局の作業がしやすい」(20.1%) となっている。

使用料が安いこと、交通が便利であること、メイン会場と分科会場が近いことは当然の結果であるといえるが、「会議場が予約しやすいこと」が第4位で、「施設が立派であること」や「施設の備品が整備されている」ことよりも上位にあることは注目すべきであろう。一般に会議開催に当り使用料が安い公的施設を利用することが多いが、公的施設の場合は使用申込予約受付の時期が遅く手続も複雑であることが多い。公的施設の予約方法の簡素化、予約受付時期の早期化が望まれる。

(三) 第VI-13表 開催施設決定条件

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	会議施設の使用料が安い	111	43.7
2	会議施設までの交通が便利である	103	40.6
3	総会用のメイン会場と分科会用の会場が 近接している	69	27.2
4	会議場が予約しやすい	65	25.6
5	会議施設が立派である	55	21.7
6	会議施設の会議運営のための備品等が整 備されている	52	20.5
7	主催者側の事務局の作業がしやすい	51	20.1
8	会議施設から歩いて行ける距離に宿泊施 設・展示施設がある	35	13.8
9	会議施設の利用に際し、融通がきく	32	12.6
10	そ の 他	22	8.7
11	不 明	17	6.7
	計	254	100.0

注) 複数回答

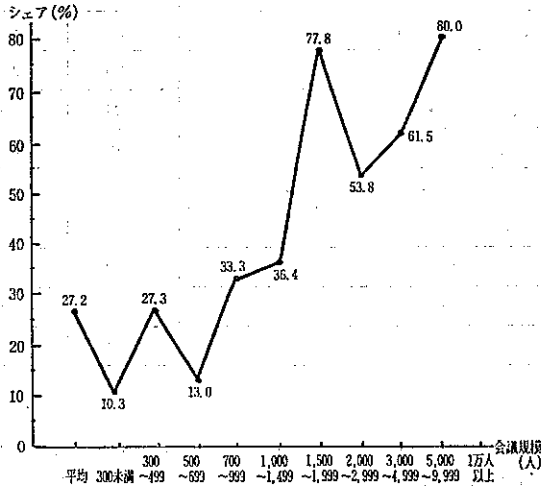
開催主体別に決定条件をみると「会議施設の使用料が安い」という条件は、学会では55.6パーセントと半数以上が重視しており、教育研究団体でも40.4パーセントと相当重視しており、それぞれの優先順位は1位であるが、同業組合では5位で11.1パーセントにすぎない。ところが同業組合は、「会議施設が立派である」を第2位、38.9パーセントときわめて重視しているのに対し、学会では7位14.5パーセントにすぎないことも注目される。施設決定にあたり開催主体が考慮する中味は、会議により異なっているのである。会議誘致にあたり、会議の内容に応じたキメの細かい対応が必要であろう。

ところで、開催施設決定条件と会議規模についてみると、「会議施設の使用料が安い」こと及び「会議施設までの交通が便利である」ことは、各規模の会議ともおおむね高い率で重視されているが、「総会用のメイン会場と分科会用の会場が近接している」ことは、第VI-4図に見る通り会議規模が大きくなるほど重視されている。すなわち、1,500人未満の会議については、メイン会場と分科会場の隣接については1割～3割5分(10.3%～36.4%)程度しか重視されていないのに対し、1,500人以上の会議では5割5分～8割(53.8%～80.0%)までが重視していることである。大型会議の場合には特に会場移動が困難であるためであろう。施設の大型化と1カ所への集中配

置については、「参加人員を収容しうる規模の会場があること」「会議場と宿泊施設が隣接していること」「会議場と懇親会場が隣接していること」等の条件が開催地決定条件としてきわめて多く付記されている。

最近、会議場、展示場、ホテルなどのコンベンション施設が大型化しかつ1カ所に集中的に建設される動向がみうけられるが、今回のアンケートでもこの傾向をうらづけている。

第VI-4図 会議規模別開催施設決定条件（総会用のメイン会場と分科会用の会場が近接している）



(vi) 会議開催事務

近年、コンGRESS・オーガナイザー、旅行代理店、広告代理店などが会議開催の場合の事務局業務を代行するケースがみうけられる。アメリカにおいては、ミーティング・プランナーと呼ばれる専門業者が、会議の企画、予算の作成、ホテル・会議施設の選定、開催地の選定などを会議開催主体に代行する場合がある。

会議開催運営にあたり、準備運営業務を事務局が既に外注している業務は、第VI-14表の通り、①「会場設営・看板作成」(40.2%) ②「開催地での現地雇アルバイトの雇用」(13.4%) ③「輸送」(12.6%) ④「観光プログラム作成」(11.0%) ⑤「事務局の事務的業務」(10.2%) ⑥「大会の進行管理」(9.4%)、と続いている。また、

「大会開催にかかるコンサルタント業務」を外注している団体が 7.1パーセントとなっている。

会議規模別にみると、規模が大きい会議ほど事務を外注する傾向が多い。

第VI-14表 会議開催の準備運営で既に外注している事務

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	会場設営・看板作成	102	40.2
2	開催地での現地雇アルバイト雇用	34	13.4
3	輸 送	32	12.6
4	観光プログラム作成	28	11.0
5	事務局の事務的業務	26	10.2
6	大会の進行・管理	24	9.4
7	輸送手配	19	7.5
8	大会開催にかかるコンサルタント業務	18	7.1
9	寄付金等の免税手続	2	0.8
10	そ の 他	20	7.9
11	不 明	94	37.0
	計	254	100.0

注) 複数回答

会議の準備運営業務で、今後外注したい業務は、第VI-15表の通り、①「会場設営・看板作成」(20.5%) ②「事務局の事務的業務」(9.8%) ③「大会の進行・管理」(7.9%) ④「開催地での現地雇アルバイト雇用」(5.5%) ⑤「観光プログラム作成」(4.7%) の順である。「事務局の事務的業務」「大会の進行管理」等の業務を専門業者に外注する意向が多いということは、今後我国においても専門の会議業務代行業者が定着する可能性を示している。

(vii) 会議開催地に期待するサービス

開催主体事務局所在地以外で会議を開催する場合に、開催地の行政当局の協力がえられるとすれば事務局にとりこれ以上心強いものはない。一般に事務局が地方へ会議を移すことに消極的であるのは、未知の土地で開催するよりも「東京で開催しておけばボロを出さずにすむ」との心理があるためだといわれている。

開催地の事務局に対し希望するサービスは、第VI-16表の通り、①「地元マスコミ

第VI-15表 会議開催の準備で、今後外注したい事務

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	会場設営・看板作成	52	20.5
2	事務局の事務的業務	25	9.8
3	大会の進行・管理	20	7.9
4	開催地での現地雇アルバイト雇用	14	5.5
5	観光プログラム作成	12	4.7
6	輸 送	10	3.9
7	輸送手配	10	3.9
8	大会開催にかかるコンサルタント業務	8	3.1
9	寄付金等の免税手続	1	0.4
10	そ の 他	9	3.5
11	不 明	156	61.4
	計	254	100.0

注) 複数回答

第VI-16表 会議開催地に対し希望するサービス

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	地元マスコミへの広報	79	31.1
2	知事、市長、商工会議所会頭などの祝詞・祝電	59	23.2
3	観光パンフレット提供	54	21.3
4	地元県・市などの後援名儀	46	18.1
5	郷土芸能などの公演のあっせん	26	10.2
6	駅や商店街の歓迎看板	21	8.3
7	観光のあっせん	16	6.3
8	郷土みやげ等の販売	7	2.8
9	安心して利用できるナイトツアーのあっせん	3	1.2
10	地元を代表する女性による花束贈呈	0	0
11	不 明	117	46.1
	計	254	100.0

注) 複数回答

への広報」(31.1%)②「知事・市長・商工会議所会頭などの祝詞・祝電」(23.2%)③「観光パンフレット提供」(21.3%)④「地元県市などの後援名儀」(18.1%)⑤「郷土芸能などの公演のあっせん」(10.2%)が上位をしめている。これらの業務は、コンベンション・ビューローが存在する場合はすべてビューローが行うものであり、ビューローの設立が望まれるゆえんである。

開催主体別の動向をみると、学会では、①「地元マスコミへの広報」(27.4%)②「観光パンフレット提供」(26.5%)③「知事・市長等の祝詞・祝電」「地元県市の後援名儀」(それぞれ10.3%)となっており、地元行政当局への要望度はさほど高いとはいえない。教育研究団体では、①「地元マスコミへの広報」(38.3%)②「地元県市の後援名儀」(31.9%)③「知事・市長等の祝詞・祝電」(29.8%)と地元へのサービス期待度がかかなり高い。同業組合の会議では、①「知事・市長等の祝詞・祝電」(50.0%)②「地元マスコミの広報」(44.4%)と非常に要望度が高く、次いで③「地元県市などの後援名儀」「観光パンフレットの提供」「駅や商店街などの歓迎看板」(それぞれ16.7%)となっており、地元をあげての歓迎体制への期待度が強い。学会と同業組合の開催地に対し希望するサービスは第VI-5図に示す通りである。

「地元を代表する女性による花束贈呈」に対する希望が皆無であったことや、「観光のあっせん」の希望が6.3パーセントと低いことも注目すべきであろう。

(viii) 会議に付随して行う行事等

会議開催に付随して行う行事等で最も多いのが第VI-17表の通り「レセプション」であり、約4割(38.6%)の団体が実施している。全国から会員が集る会議において会員相互の懇親を深める必要があるためであろう。学会はレセプションを行う比率が最も高く、同業組合がこれに次いでいる。

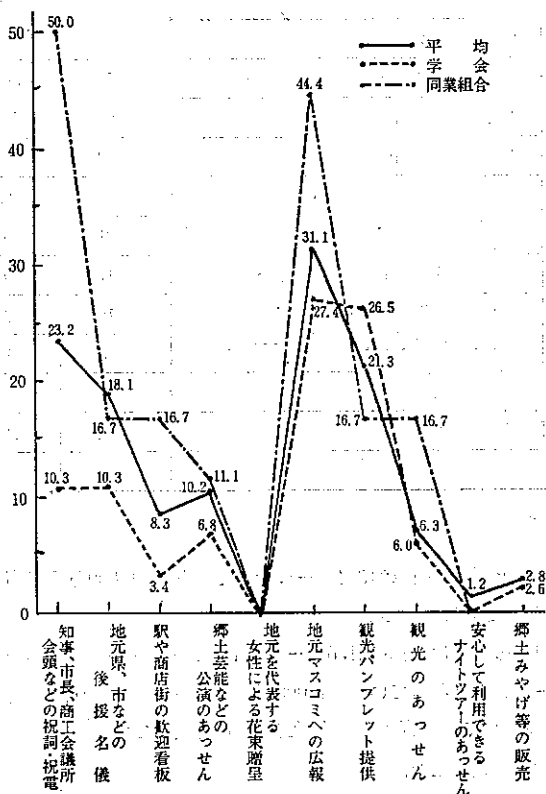
付随行事で次に多いのが「会場での関連出版物の販売」(30.7%)であり、学会は4割以上(40.7%)が実施しており、教育研究団体(34.0%)が次いでいる。同業組合は11.0パーセントにすぎない。

3番目は「大会報告書の出版」(26.4%)で、開催主体別では教育研究団体が約半数の46.8パーセント、学会24.8パーセントとなっている。

4番目は、展示会・見本市の併設(24.4%)である。このうち、「事務局が主催する展示会・見本市」が最も多く、次いで「事務局と関連民間団体の共催」「関連民間団体主催」の順となっている。

展示会・見本市併設が最も多いのは学会で30.8パーセント、次いで同業組合で27.9パーセントとなっている。

第VI-5図 開催地へ希望するサービス（学会と同業組合の比較）



5番目は「終了後の団体観光ツアー」(16.9%)であり、主体別では同業組合が最も多く44.4パーセントがこれを実施している。

これ以外に、会議開催にあたり併設する行事として、「講演会」「レクリエーション大会」「表彰式」などがあげられている。

(ix) 会議開催経費

会議開催経費(会員の宿泊経費・旅費・個人負担の観光ツアー等を除く)は99万円以下(25.2%)が最も多く、100~299万円(20.5%)、300~499万円(11.8%)と続いており、500万円未満の経費の会議が全体の約6割の57.5パーセントをしめている。

第VI-17表 会議開催にあたり実施する行事等

順位	回 答	件 数	比率(%)
1	レセプション	98	38.6
2	大会会場での関連出版物の販売	78	30.7
3	大会報告書の出版	67	26.4
4	大会終了後の団体観光ツアー	43	16.9
5	事務局が主催する展示場・見本市	24	9.4
6	事務局と関連民間団体が共催する展示会・見本市	21	8.3
7	関連民間団体が主催する展示会・見本市	17	6.7
8	郷土みやげ等の販売・あっせん	10	3.9
9	安心して利用できるナイトツアーのあっせん	3	1.2
10	そ の 他	18	7.1
11	不 明	54	21.3
	計	254	100.0

注) 複数回答

500～999万円の会議は全体の13.4パーセントであり、1,000万円未満の会議が全体の7割(70.9%)をしめている。

1,000万円以上の会議は全体の21.6パーセントであり、そのうち、3,000万円以上のものが62パーセントとなっている。1,000万円以上の会議を行う開催主体が最も多いのは学会(24.8%)で、教育研究団体(23.4%)と次いでいる。

(x) 会議開催経費調達方法

会議開催経費調達方法を団体別に平均値でみたものが第VI-18表である。

自己財源が51.2パーセントで最も多く、次いで参加者登録料38.9パーセントと続いており、補助金・助成金は5.9パーセント、寄付金は4.6パーセントとなっている。資金の自己調達比率(自己財源及び参加者登録料)は平均で83.8パーセントであり、同業組合では、自己財源(70.5%)、参加者登録料(27.1%)となっており、この両者で97.6パーセントをしめており、自己調達比率が最も高いのに対し、学会では、自己財源(40.6%)、参加者登録料(38.8%)の合計は79.4パーセントであり、教育研究団体では、自己財源(46.1%)、参加者登録料(41.3%)の合計は87.4パーセントとなっており、学会は外部依存比率が最も高くなっている。

第VI-18表 会議開催経費調達方法別構成比

(単位：%)

開催主体	1 自己財源	2 参加者登録料	3 補助金助成金	4 寄付金	5 その他	計
全体	51.2	32.6	5.9	4.6	5.7	100.0
学会	40.6	38.8	3.9	7.6	9.1	100.0
教育研究団体	46.1	41.3	7.8	3.8	1.0	100.0
同業組合	70.5	27.1	1.7	0.7	0.0	100.0
社会厚生団体	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
その他	62.9	20.5	9.2	1.9	5.5	100.0
不明	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

3 見本市、展示会開催主体

(1) 調査の概要

調査の対象は、「展示会ガイド」、「展示会情報」の両出版物から、東京、大阪で開催されている主な団体220団体と、神戸市内開催分30団体計250団体を選定してアンケート調査を行なった。回答のあった団体は77団体、回収率31パーセントであった。

今回の調査では、次の3点に焦点をあてて実施した。

- ① 国内開催の主要な見本市、展示会の開催状況
- ② 見本市、展示会の開催地定着度と開催地移動の可能性
- ③ 今後の見本市、展示会の開催見通し。とくに新規地方開催の潜在需要

(2) 調査結果

今回の見本市、展示会の回答数が十分でないで、それを考慮して判断する必要はあるが、おおまかな方向は示されていると思われる。アンケート調査の結果を集計したものが刊末の附表のとおりである。それからおおよそ次の特徴を指摘することができる。

- ① 主な展示品目は、記入のあった121品目のうち、機械類(35品目)、雑貨(19品目)、精密・電子機器(17品目)、住宅関連(16品目)、繊維・衣料・靴(16品目)の順に多く、これら5品目分類の催しが全体の85パーセントを占めている。
- ② 開催地会場の移動の有無では、定地開催65パーセント、移動ありが35パーセントであった。催しの中心は定地開催型が中心となっていること。

- ③ 開催地決定要因は、開催地が定着している(49%)、開催地に事務局がある(47%)、規模的にその場所しかない(47%)、展示施設・機能が良い(37%)などが高い割合を占め、次いで一般入場者、出展者や得意先が多いなどがあげられており、会場の物理的条件と開催地の市場性が決定要因として高い率を占めている。
- ④ 開催時期は、春と秋の集中化傾向がみられ、開催頻度は年1回(54%)、隔年(24%)、年2回(17%)の順が多い。
- ⑤ 開催日数は、2日間(28%)、4日間(21%)、3日間(20%)、5日間(18%)の順で多く、10日以上も2件(3%)あった。開催曜日は、平日が36件(51%)と過半数を占め、土・日曜日も34件(40%)とかなりの割合を占めている。一般的に取引型は平日の開催が多く、展示型は一般入場者の入場の期待できる土、日曜日が多い。
- ⑥ 開催時の一日平均事務局配置人員は、30~50人(38%)、30人以下(37%)で、この両者で75パーセントと圧倒的に多く、100人以上も10パーセントあった。一方出展者の配置人員は、500~1,000人(35%)、100~500人(25%)、100人未満(23%)の順で多く、1,000人以上(17%)も2割近い割合となっている。
- ⑦ 出展コマ数は、100~500コマ(52%)が最も多く、次いで500~1,000コマ(23%)、100コマ未満(16%)となっている。また、2,000コマを越えるものが2件と僅かであるが大規模なものが一部にあるのが注目される。
- 一方、展示使用面積は、5,000平方メートル以下の催しが62パーセントと過半数以上を占め、次いで5,000~10,000平方メートル(21%)が多い。また、大規模な見本市等で30,000平方メートルを越えるものが4件みられた。
- 全体的に見て、機械関係の催しの規模は大きく、雑貨、衣料、住宅関連の催しは規模が小さい。
- ⑧ 開催のためのオーガナイズは、直営が50件(70%)と大部分を占め、次いで直営と外部委託の併用が16件(23%)を占めている。このように、見本市・展示会の主催者は、直営主導型が中心と言えよう。
- ⑨ 会員と非会員のコマ料を別料金にしているのが28件(50%)あった。会員のコマ料は、15万円未満が31件(54%)と最も多く、次いで15~30万円のもの19件(33%)を占めた。高額のものでは、40万円を越えるものが2件あった。
- ⑩ 来場者は1万人未満が29件(40%)と最も多く、1万~5万人が16件(22%)の順となっている。また30万人以上は4件(6%)あるが目立った。また、来場者の内訳では、取引先と一般入場者のものが44件(62%)と過半数を占め、次いで取

引先のみが22件（31％）となっている。

前記来場者との関係では、1万人未満のものは取引先のみがほとんどであり、5万人以上では取引者と一般入場者の来場が中心となっているのが目立っている。

- ⑬ 取引先招待者の経費分担の「主催者負担なし」が3分の1と少ない。主催者は、記念品34件（48％）、バス代12件（17％）など何らかの経費を負担しているのが多い。
- ⑭ 見本市・展示会の開催目的は、取引・商談中心が42件（50％）と過半数を占め展示発表会32件（38％）となっている。いずれにしても、市場拡大、販売促進の手段として出展していることは確かであろう。
- ⑮ 「展示と会議の併催あり」が39件（55％）、「見本市、展示会のみ」が32件（45％）となっており、全体として、併催する傾向がみられる。
- ⑯ 「東京、大阪、神戸以外の他都市開催のなし」が39件（55％）、「あり」が26件（37％）で、地方開催のないのが過半数を占めた。
- ⑰ 現在、神戸、大阪、東京開催分の開催地移動の可能性では、「移動の予定なし」39件（55％）、「より良い開催地があれば移動したい」21件（30％）となっている。全体として、現在の開催地に満足しているが、3分の1が開催地の移動の余地のあるのが注目される。
- ⑱ 展示会開催数・規模の今後の見通しでは、「現状のまま」が32件（41％）と最も多かった。しかし、「規模を拡大したい」22件（28％）、「地方開催を増やしたい」9件（11％）、「専門分化を図りたい」7件（9％）の3つの増加要因の合計が38件（48％）に達する。

見本市・展示会は、今日の低経済成長下という厳しい環境にあるにもかかわらず、一定の成長、発展性を有する分野であることを示している。

- ⑲ 開催に伴う収入は、コマ料収入が80パーセント以上を占めるのが23件と有効回答数33件の70パーセントを占め、収入面では、コマ料収入がベースになっているのが読みとれる。

一方、支出経費で、会場装飾費が最も高い割合を示し、これに次いで会場費、広告費、人件費などが10パーセント以上の経費分担となっている。

大規模な見本市では主催者の予算だけで数億円が計上されており、催し物の開催に伴う地元経済への波及効果がいかに大きいか理解できよう。

I 学会・総会・大会に関するアンケート調査

A 調査票と単純集計結果

質問 1. あなたの団体は次のどれに該当しますか。

	件	%
1) 学 会	117	46.1
2) 教育研究団体	47	18.5
3) 同業組合	18	7.1
4) 労働組合	—	—
5) 社会厚生団体	4	1.6
6) その他	66	26.0
不明	2	0.8
合計	254	100.0

質問 2. あなたの団体の会員数は何人ですか。

	件	%
1) 299人未満	24	9.4
2) 300～499人	11	4.3
3) 500～699人	18	7.1
4) 700～999人	25	9.8
5) 1,000～1,499人	33	13.0
6) 1,500～1,999人	16	6.3
7) 2,000～2,999人	26	10.2
8) 3,000～4,999人	23	9.1
9) 5,000～9,999人	23	9.1
10) 10,000人以上	45	17.7
不明	10	3.9
合計	254	100.0

以下貴団体が主催される学会・総会・大会などでの会議（以下「大会」という）についておたずねします。主催される会議が複数の場合は、そのうちもっとも規模が大きいもの、又は全国規模のものについてお答え下さい。

質問 3. 以下ご回答いただく「大会」の名称は何ですか。 _____

質問 4. 「大会」の規模はどれくらいですか。

	件	%	
1) 299人未満	87	34.3	
2) 300~499人	55	21.7	
3) 500~699人	23	9.1	
4) 700~999人	21	8.3	
5) 1,000~1,499人	22	8.7	
6) 1,500~1,999人	9	3.5	
7) 2,000~2,999人	13	5.1	
8) 3,000~4,999人	13	5.1	
9) 5,000~9,999人	5	2.0	
10) 10,000人以上	3	1.2	
	不明	3	1.2
	合計	254	100.0

質問 5. 「大会」の開催地についておたずねします。最近3回の開催地及び開催年をお書き下さい。

1. 最も新しいもの	開催地	(開催年 昭和 年)
2. 次に新しいもの	開催地	(開催年 昭和 年)
3. その次に新しいもの	開催地	(開催年 昭和 年)

質問 6. 大会の開催地は毎回決っていますか。移動しますか。

	件	%	
1) 毎回決っている	66	26.0	
2) 東京大阪など大都市のみで開催する	21	8.3	
3) 毎回地方もちまわりで移動する	99	39.0	
4) その他	67	26.4	
	不明	1	0.4
	合計	254	100.0

質問 7. 大会の開催地はどのようにして決定しますか。(3つまで) (複数回答可)

	件数	%	
1) 本部指名依頼	85	33.5	
2) 開催地立候補制	38	15.0	
3) 票決による決定	5	2.0	
4) 会長・実行委員長などの所在地	34	13.4	
5) その他	90	35.4	
	不明	9	3.5
	合計	254	100.0

質問 8. 「大会」の開催地を決める場合に次のどの条件を考慮しますか。(3つ答えて下さい)

	件数	%	
1) 本部所在地	86	33.9	
2) 大会の受入事務・運営のできる会員・支部の所在地	136	53.5	
3) 良い会議施設がある	152	59.8	
4) 開催地への交通の便が良い	129	50.8	
5) 開催地のイメージが良い	7	2.8	
6) 宿泊施設が整っている	76	29.9	
7) 観光的に見るべきものが多い	4	1.6	
8) 開催地で大きなイベントが開催される	6	2.4	
9) 開催地の市や町の協力がえられる	35	13.8	
10) その他	25	9.8	
	不明	3	1.2
	合計	254	100.0

質問 9. 開催施設を決める場合次のどの条件を重視しますか。

	件数	%
1) 会議施設が立派である	55	21.7
2) 会議場が予約しやすい	65	25.6
3) 会議施設の使用料が安い	111	43.7
4) 会議施設から歩いて行ける距離に宿泊施設、展示施設がある	35	13.8
5) 会議施設までの交通が便利である	103	40.6
6) 総会用のメイン会場と分科会用の会場が近接している	69	27.2
7) 会議施設の会議運営のための備品等が整備されている	52	20.5

件数	割合	件数	割合
8) 会議施設の利用に際し融通がきく(弁当もちこみ、閉館時間等)	32	12.6	
9) 主催者側の事務局が作業しやすい(作業室、コピー、電話)	51	20.1	
10) その他	22	8.7	
不明	17	6.7	
合計	254	100.0	

質問 10 「大会」開催の準備、運営で既に外注している事務は次のどれですか。

件数	割合	件数	割合
1) 大会開催にかかるコンサルタント業務	18	7.1	
2) 輸 送	32	12.6	
3) 輸送手配	19	7.5	
4) 観光プログラム作成	28	11.0	
5) 事務局の事務的業務(名簿作成、発送業務等)	26	10.2	
6) 大会の進行・管理(当日の受付、案内、進行等)	24	9.4	
7) 会場設営・看板作成	102	40.2	
8) 寄付金等の免税手続	2	0.8	
9) 開催地での現地雇アルバイト雇用	34	13.4	
10) その他	20	7.9	
不明	94	37.0	
合計	254	100.0	

質問 11 「大会」開催の準備運営で、今後外注したい事務は次のどれですか。

件数	割合	件数	割合
1) 大会開催にかかるコンサルタント業務	8	3.1	
2) 輸 送	10	3.9	
3) 輸送手配	10	3.9	
4) 観光プログラム作成	12	4.7	
5) 事務局の事務的業務(名簿作成、発送業務等)	25	9.8	
6) 大会の進行・管理(当日の受付、案内、進行等)	20	7.9	
7) 会場設営・看板作成	52	20.5	
8) 寄付金等の免税手続	1	0.4	
9) 開催地での現地雇アルバイト雇用	14	5.5	

	件	%	
10) その他	9	3.5	
	不明	156	61.4
	合計	254	100.0

質問 12 「大会」開催地に対し、どんなサービスを希望しますか。上位3つをお答え下さい。

	件	%	
1) 知事、市長、商工会議所会頭などの祝詞・祝電	59	23.2	
2) 地元県・市などの後援名義	46	18.1	
3) 駅や商店街の歓迎看板	21	8.3	
4) 郷土芸能などの公演のあっせん	26	10.2	
5) 地元を代表する女性（ミス〇〇等）による花束贈呈	—	—	
6) 地元マスコミへの広報	79	31.1	
7) 観光パンフレット提供	54	21.3	
8) 観光のあっせん	16	6.3	
9) 安心して利用できるナイトツアーのあっせん	3	1.2	
10) 郷土みやげ等の即売	7	2.8	
	不明	117	46.1
	合計	254	100.0

質問 13 「大会」の開催経費は総額いくらですか。（会員の宿泊経費、旅費、個人負担の観光ツアー等の経費は除いて下さい）

	件	%	
1) 99万円未満	64	25.2	
2) 100～299万円	52	20.5	
3) 300～499万円	30	11.8	
4) 500～699万円	22	8.7	
5) 700～999万円	12	4.7	
6) 1,000～1,499万円	17	6.7	
7) 1,500～1,999万円	5	2.0	
8) 2,000～2,999万円	17	6.7	
9) 3,000～4,999万円	8	3.1	
10) 5,000万円以上	8	3.1	
	不明	19	7.5
	合計	254	100.0

質問 14 「大会」開催にあたり次のどれを実施しますか。

	件	%	
1) 事務局が主催する展示会、見本市	24	9.4	
2) 関連民間団体が主催する展示会、見本市	17	6.7	
3) 事務局と関連民間団体が共催する展示会、見本市	21	8.3	
4) 大会終了後の団体観光ツアー	43	16.9	
5) 大会会場での関連出版物の販売	78	30.7	
6) 郷土みやげ等の即売・あっせん	10	3.9	
7) レセプション	98	38.6	
8) 大会報告書の出版	67	26.4	
9) 安心して利用できるナイトツアーのあっせん	3	1.2	
10) その他	18	7.1	
	不明	54	21.3
	合計	254	100.0

質問 15 もしおさじつかえなければお答え下さい。大会の開催費用はどのように調達していますか。(調達方法が1位のもの)

	件	%	
1) 自己財源	91	35.8	
2) 寄付金	5	2.0	
3) 補助金・助成金	6	2.4	
4) 参加者登録料	70	27.6	
5) その他	9	3.5	
	不明	73	28.7
	合計	254	100.0

B クロス集計結果—団体の主体別

1. 団体の会員数

		299 人	300 人	500 人	700 人	1,000 人	1,500 人
		未 満	499 人	699 人	999 人	1,499 人	1,999 人
団 体 の 主 体 別	学 会	—	2 (1.7)	12 (10.3)	15 (12.8)	22 (18.8)	10 (8.5)
	教育研究団体	8 (17.0)	2 (4.3)	2 (4.3)	5 (10.6)	3 (6.4)	2 (4.3)
	同 業 組 合	4 (22.2)	1 (5.6)	1 (5.6)	2 (11.1)	—	2 (11.1)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	—	—	—	1 (25.0)	—
	そ の 他	12 (18.2)	6 (9.1)	3 (4.5)	3 (4.5)	7 (10.6)	2 (3.0)
	不 明	—	—	—	—	—	—
合 計	24 (9.4)	11 (4.3)	18 (7.1)	25 (9.8)	33 (13.0)	16 (6.3)	
		2,000 人	3,000 人	5,000 人	10,000 人 以 上	不 明	合 計
		2,999 人	4,999 人	9,999 人			
団 体 の 主 体 別	学 会	15 (12.8)	16 (13.7)	11 (9.4)	14 (12.0)	—	117 (100.0)
	教育研究団体	4 (8.5)	2 (4.3)	2 (4.3)	9 (19.1)	8 (17.0)	47 (100.0)
	同 業 組 合	1 (5.6)	1 (5.6)	3 (16.7)	3 (16.7)	—	18 (100.0)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	1 (25.0)	1 (25.0)	—	1 (25.0)	—	4 (100.0)
	そ の 他	4 (6.1)	3 (4.5)	7 (10.6)	17 (25.8)	2 (3.0)	66 (100.0)
	不 明	1 (50.0)	—	—	1 (50.0)	—	2 (100.0)
合 計	26 (10.2)	23 (9.1)	23 (9.1)	45 (17.7)	10 (3.9)	254 (100.0)	

2. 「大会」の規模

調査開始年度 1970

		299 人 未 満	300 人	500 人	700 人	1,000 人	1,500 人
団体 の 主 体 別	学 会	29 (24.8)	31 (26.5)	9 (7.7)	9 (7.7)	14 (12.0)	6 (5.1)
	教育研究団体	14 (29.8)	11 (23.4)	3 (6.4)	4 (8.5)	4 (8.5)	1 (2.1)
	同 業 組 合	10 (55.6)	2 (11.1)	2 (11.1)	2 (11.1)	1 (5.6)	—
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	2 (50.0)	—	—	1 (25.0)	—	—
	そ の 他	30 (45.6)	11 (16.7)	9 (13.6)	5 (7.6)	3 (4.5)	2 (3.0)
	不 明	2 (100.0)	—	—	—	—	—
合 計	87 (34.3)	55 (21.7)	23 (9.1)	21 (8.3)	22 (8.7)	9 (3.5)	
		2,000 人	3,000 人	5,000 人	10,000 人 以 上	不 明	合 計
団体 の 主 体 別	学 会	6 (5.1)	8 (6.8)	4 (3.4)	1 (0.9)	—	117 (100.0)
	教育研究団体	5 (12.8)	3 (6.4)	—	—	1 (2.1)	47 (100.0)
	同 業 組 合	1 (5.6)	—	—	—	—	18 (100.0)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	1 (25.0)	—	—	—	4 (100.0)
	そ の 他	—	1 (1.5)	1 (1.5)	2 (3.0)	2 (3.0)	66 (100.0)
	不 明	—	—	—	—	—	2 (100.0)
合 計	13 (5.1)	13 (5.1)	5 (2.0)	3 (1.2)	3 (1.2)	254 (100.0)	

3. 大会の開催地

		毎回決っている	東京・大阪などの 大都市のみで 開催する	毎回地方もまわ りて移動する	そ の 他	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	13 (11.1)	9 (7.7)	55 (47.0)	40 (34.2)	—	117 (100.0)
	教育研究団体	15 (31.9)	3 (6.4)	18 (38.3)	11 (23.4)	—	47 (100.0)
	同業組合	6 (33.3)	2 (11.1)	6 (33.3)	4 (22.2)	—	18 (100.0)
	労働組合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	1 (25.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	—	—	4 (100.0)
	そ の 他	30 (45.5)	6 (9.1)	18 (27.3)	11 (16.7)	1 (1.5)	66 (100.0)
	不 明	1 (50.0)	—	—	1 (50.0)	—	2 (100.0)
合 計		66 (26.0)	21 (8.3)	99 (39.0)	67 (26.4)	1 (0.4)	254 (100.0)

4. 開催地の決定

		本部 指名 依頼	開催地 立候補 制	票決 による 決定	会長・実行委員長 などの 所在地	そ の 他	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	40 (34.2)	17 (14.5)	3 (2.6)	23 (19.7)	35 (29.9)	3 (2.6)	117 (100.0)
	教育研究団体	17 (36.2)	8 (17.0)	—	4 (8.5)	17 (36.2)	2 (4.3)	47 (100.0)
	同業組合	7 (38.9)	3 (16.7)	—	1 (5.6)	7 (38.9)	—	18 (100.0)
	労働組合	—	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	1 (25.0)	—	—	2 (50.0)	1 (25.0)	4 (100.0)
	そ の 他	21 (31.8)	9 (13.6)	2 (3.0)	6 (9.1)	28 (42.4)	2 (3.0)	66 (100.0)
	不 明	—	—	—	—	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)
合 計		85 (33.5)	38 (15.0)	5 (2.0)	34 (13.4)	90 (35.4)	9 (3.5)	254 (100.0)

5. 開催地決定条件

		本部所在地	大会の受入事務・運営のできる会員・支部の所在地	良い会議施設がある	開催地への交通の便が良い	開催地のイメージが良い	宿泊施設が整っている
団体の主体別	学 会	24 (20.5)	85 (72.6)	72 (61.5)	64 (54.7)	—	31 (26.5)
	教育研究団体	17 (36.2)	22 (46.8)	30 (53.8)	20 (42.6)	1 (2.1)	15 (31.9)
	同業組合	8 (44.4)	4 (22.2)	12 (66.7)	11 (61.1)	2 (11.1)	8 (44.4)
	労働組合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	1 (25.0)	—	3 (75.0)	3 (75.0)	—	1 (25.0)
	その他	36 (54.5)	25 (37.9)	33 (50.0)	31 (47.0)	3 (4.5)	20 (30.3)
	不明	—	—	2 (100.0)	—	1 (50.0)	1 (50.0)
	合 計	86 (33.9)	136 (53.5)	152 (59.8)	129 (50.8)	7 (2.8)	74 (29.9)
		観光的に見るべきものが多い	開催地で大きなイベントが開催される	開催地の市や町の協力がえられる	その他	不明	合計
団体の主体別	学 会	—	3 (2.6)	9 (7.7)	11 (9.4)	1 (0.9)	117 (100.0)
	教育研究団体	—	1 (2.1)	11 (23.4)	7 (14.9)	1 (2.1)	47 (100.0)
	同業組合	2 (11.1)	—	2 (11.1)	—	—	18 (100.0)
	労働組合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	—	1 (25.0)	—	—	4 (100.0)
	その他	2 (3.0)	2 (3.0)	11 (16.7)	7 (10.6)	1 (1.5)	66 (100.0)
	不明	—	—	1 (50.0)	—	—	2 (100.0)
合 計	4 (1.6)	6 (2.4)	35 (13.8)	25 (9.8)	3 (1.2)	254 (100.0)	

6. 開催施設決定条件

		会議施設が 立派である	会議場が 予約しやすい	会議施設の 使用料が安い	会議施設から歩い て行ける距離に 宿泊施設がある	交通が便利である	会議施設までの 交通が便利である	総合用のメイン会 場と分科会用の会 場が近接している
団体の 主体別	学会	17 (14.5)	34 (29.1)	65 (55.6)	11 (9.4)	44 (37.6)	39 (33.3)	
	教育研究団体	11 (23.4)	9 (19.1)	19 (40.4)	9 (19.1)	18 (38.3)	17 (36.2)	
	同業組合	7 (38.9)	2 (11.1)	2 (11.1)	3 (16.7)	8 (44.4)	1 (5.6)	
	労働組合	—	—	—	—	—	—	
	社会厚生団体	1 (25.0)	—	1 (25.0)	—	3 (75.0)	1 (25.0)	
	その他	18 (27.3)	19 (28.8)	22 (33.3)	12 (18.2)	30 (45.5)	11 (16.7)	
	不明	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	—	—	—	
合計	55 (21.7)	65 (25.6)	111 (43.7)	35 (13.8)	103 (40.6)	69 (27.2)		
		会議施設の会議連 堂のための備品等 が整備されている	会議施設の利用に 際し融通がきく	主催者側の事務局 の作業がしやすい	そ の 他	不 明	合 計	
団体の 主体別	学会	22 (18.8)	14 (12.0)	24 (20.5)	13 (11.1)	9 (7.7)	117 (100.0)	
	教育研究団体	8 (17.0)	8 (17.0)	7 (14.9)	3 (6.4)	3 (6.4)	47 (100.0)	
	同業組合	5 (27.8)	—	2 (11.1)	1 (5.6)	—	18 (100.0)	
	労働組合	—	—	—	—	—	—	
	社会厚生団体	2 (50.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	—	1 (25.0)	4 (100.0)	
	その他	15 (22.7)	9 (13.6)	16 (24.2)	5 (7.6)	4 (6.1)	66 (100.0)	
	不明	—	—	—	—	—	2 (100.0)	
合計	52 (20.5)	32 (12.6)	51 (20.1)	22 (8.7)	17 (6.7)	254 (100.0)		

7. 既に外注している事務

（単位：千円）

団体 の 主 体 別	大会開催にかかる コンサルタント 業務	輸 送	輸 送 手 配	観 光 プ ロ グ ラ ム 作 成	事 務 局 の 事 務 的 業 務	大会の進行・管理	
	14 (12.0)	18 (15.4)	9 (7.7)	15 (12.8)	11 (9.4)	18 (15.4)	
	3 (6.4)	8 (17.0)	5 (10.6)	17 (14.9)	8 (17.0)	2 (4.3)	
	—	—	—	5 (27.8)	—	—	
	—	—	—	—	—	—	
	—	—	—	—	1 (25.0)	—	
	11 (1.5)	6 (9.1)	5 (7.6)	1 (1.5)	6 (9.1)	4 (6.1)	
	—	—	—	—	—	—	
(合)	計 18 (7.1)	計 32 (12.6)	計 19 (7.5)	計 28 (11.0)	計 26 (10.2)	計 24 (9.4)	
	会場設 置・看 板 作 成	寄 付 金 等 の 免 税 手 続	開 催 地 で の 現 地 雇 用 ア ル バ イ ト 雇 用	そ の 他	不 明	合 計	
	38 (32.5)	1 (0.9)	25 (21.4)	9 (7.7)	44 (37.6)	117 (100.0)	
	20 (42.6)	—	2 (4.3)	4 (8.5)	17 (36.2)	47 (100.0)	
	10 (55.6)	—	—	1 (5.6)	7 (38.9)	18 (100.0)	
	—	—	—	—	—	—	
	2 (50.0)	1 (25.0)	—	—	2 (50.0)	4 (100.0)	
	31 (47.0)	—	7 (10.6)	6 (9.1)	23 (34.8)	66 (100.0)	
	1 (50.0)	—	—	—	1 (50.0)	2 (100.0)	
(合)	計 102 (40.2)	計 2 (0.8)	計 34 (13.4)	計 20 (7.9)	計 94 (37.0)	計 254 (100.0)	

8. 今後外注したい事務

		大会開催にかかる コンサルタント 業務	輸 送	輸 送 手 配	観 光 プ ロ グ ラ ム 作 成	事 務 局 の 事 務 的 業 務	大会の進行・管理
団 体 の 主 体 別	学 会	6 (5.1)	6 (5.1)	4 (3.4)	4 (3.4)	13 (11.1)	11 (9.4)
	教育研究団体	1 (2.1)	2 (4.3)	1 (2.1)	3 (6.4)	6 (12.8)	1 (2.1)
	同 業 組 合	—	1 (5.6)	1 (5.6)	4 (22.2)	1 (5.6)	1 (5.6)
	労働組合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	1 (25.0)	2 (50.0)	—	—	—
	そ の 他	1 (1.5)	—	2 (3.0)	1 (1.5)	5 (7.6)	7 (10.6)
	不 明	—	—	—	—	—	—
合 計	8 (3.1)	10 (3.9)	10 (3.9)	12 (4.7)	25 (9.8)	20 (7.9)	
		会 場 設 営 ・ 看 板 作 成	寄 付 金 等 の 免 税 手 続	開 催 地 で の 現 地 雇 用 アル バ イ ト 雇 用	そ の 他	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	17 (14.5)	1 (0.9)	9 (7.7)	3 (2.6)	79 (67.5)	117 (100.0)
	教育研究団体	14 (29.8)	—	2 (4.3)	3 (6.4)	27 (57.4)	47 (100.0)
	同 業 組 合	3 (16.7)	—	—	—	10 (55.6)	18 (100.0)
	労働組合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	1 (25.0)	—	—	—	1 (25.0)	4 (100.0)
	そ の 他	16 (24.2)	—	3 (4.5)	3 (4.5)	38 (57.6)	66 (100.0)
	不 明	1 (50.0)	—	—	—	1 (50.0)	2 (100.0)
合 計	52 (20.5)	1 (0.4)	14 (5.5)	9 (3.5)	156 (61.4)	254 (100.0)	

9. 希望するサービス

		知事・市長、商工会議所会頭などの 祝詞・祝電	地元県・市などの 後援名義	駅や商店街の 歓迎看板	郷土芸能などの 公演のあっせん	地元を代表する 女性による花束 贈呈	地元マスコミへの 広報
団 体 の 主 体 別	学 会	12 (10.3)	12 (10.3)	4 (3.4)	8 (6.8)	—	32 (27.4)
	教育研究団体	14 (29.8)	15 (31.9)	7 (14.9)	9 (19.1)	—	18 (38.3)
	同 業 組 合	9 (50.0)	3 (16.7)	3 (16.7)	2 (11.1)	—	8 (44.4)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	1 (25.0)	—	—	—	1 (25.0)
	そ の 他	24 (36.4)	15 (22.7)	7 (10.6)	7 (10.6)	—	19 (28.8)
	不 明	—	—	—	—	—	1 (50.0)
	合 計	59 (23.2)	46 (18.1)	21 (8.3)	26 (10.2)	—	79 (31.1)
		観光パンフレット 提供	観光のあっせん	安心して利用できる ナイトツアーの あっせん	郷土みやげ等の 販売	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	31 (26.5)	7 (6.0)	—	3 (2.6)	60 (51.3)	117 (100.0)
	教育研究団体	11 (23.4)	4 (8.5)	1 (2.1)	2 (4.3)	17 (36.2)	47 (100.0)
	同 業 組 合	3 (16.7)	3 (16.7)	—	—	5 (27.8)	18 (100.0)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	2 (50.0)	1 (25.0)	—	1 (25.0)	2 (50.0)	4 (100.0)
	そ の 他	7 (10.6)	1 (1.5)	2 (3.0)	1 (1.5)	32 (48.5)	66 (100.0)
	不 明	—	—	—	—	1 (50.0)	2 (100.0)
	合 計	54 (21.3)	16 (6.3)	3 (1.2)	7 (2.8)	117 (46.1)	254 (100.0)

10. 開催経費

平成十一年三月三十一日現在

		99 万 円 未 満	100 万 円 ～ 299 万 円	300 万 円 ～ 499 万 円	500 万 円 ～ 699 万 円	700 万 円 ～ 999 万 円	1,000 万 円 ～ 1,499 万 円
団 体 の 主 体 別	学 会	34 (29.1)	22 (18.8)	8 (6.8)	8 (6.8)	6 (5.1)	7 (6.0)
	教育研究団体	12 (25.5)	7 (14.9)	7 (14.9)	6 (12.8)	1 (2.1)	4 (8.5)
	同 業 組 合	4 (22.2)	3 (16.7)	5 (27.8)	2 (11.1)	2 (11.1)	1 (5.6)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	1 (25.0)	2 (50.0)	—	—	—	—
	そ の 他	13 (19.7)	16 (24.2)	10 (15.2)	6 (9.1)	3 (4.5)	5 (7.6)
	不 明	—	2 (100.0)	—	—	—	—
合 計	64 (25.2)	52 (20.5)	30 (11.8)	22 (8.7)	12 (4.7)	17 (6.7)	
		1,500 万 円 ～ 1,999 万 円	2,000 万 円 ～ 2,999 万 円	3,000 万 円 ～ 4,999 万 円	5,000 万 円 以 上	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	4 (3.4)	9 (7.7)	5 (4.3)	4 (3.4)	10 (8.5)	117 (100.0)
	教育研究団体	1 (2.1)	4 (8.5)	2 (4.3)	—	3 (6.4)	47 (100.0)
	同 業 組 合	—	1 (5.6)	—	—	—	18 (100.0)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	—	—	—	1 (25.0)	4 (100.0)
	そ の 他	—	3 (4.5)	1 (1.5)	4 (6.1)	5 (7.6)	66 (100.0)
	不 明	—	—	—	—	—	2 (100.0)
合 計	5 (2.0)	17 (6.7)	8 (3.1)	8 (3.1)	19 (7.5)	254 (100.0)	

11. 併催行事

		事務局が主催する 展示会、見本市	関連民間団体が 主催する展示会、 見本市	事務局と関連民間 団体が共催する 展示会、見本市	大会終了後の 団体観光ツアー	大会会場での 関連出版物の販売	郷土みやげ等の 即売・あっせん
団 体 の 主 体 別	学 会	12 (10.3)	14 (12.0)	10 (8.5)	12 (10.3)	47 (40.2)	3 (2.6)
	教育研究団体	2 (4.3)	1 (2.1)	4 (8.5)	8 (17.0)	16 (34.0)	1 (2.1)
	同 業 組 合	1 (5.6)	1 (5.6)	3 (16.7)	8 (44.4)	2 (11.1)	2 (11.1)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	—	—	1 (25.0)	—	1 (25.0)
	そ の 他	9 (13.6)	1 (1.5)	4 (6.1)	14 (21.2)	13 (19.7)	3 (4.5)
	不 明	—	—	—	—	—	—
合 計	24 (9.4)	17 (6.7)	21 (8.3)	43 (16.9)	78 (30.7)	10 (3.9)	
		レ セ プ シ ョ ン	大会報告書の出版	安 心 し て 利 用 で き る ナ イ ト ン ア ー の あ っ せ ん	そ の 他	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	48 (41.0)	29 (24.8)	—	5 (4.3)	26 (22.2)	117 (100.0)
	教育研究団体	16 (34.0)	22 (46.8)	1 (2.1)	3 (6.4)	8 (17.0)	47 (100.0)
	同 業 組 合	7 (38.9)	3 (16.7)	2 (11.1)	2 (11.1)	2 (11.1)	18 (100.0)
	労 働 組 合	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	—	—	—	1 (25.0)	2 (50.0)	4 (100.0)
	そ の 他	25 (37.9)	13 (19.7)	—	7 (10.6)	16 (24.2)	66 (100.0)
	不 明	2 (100.0)	—	—	—	—	2 (100.0)
合 計	98 (38.6)	67 (26.4)	3 (1.2)	18 (7.1)	54 (21.3)	254 (100.0)	

12. 開催費用の調達

A) 調達方法が1位のもの

		自 己 財 源	寄 付 金	補 助 金・助 成 金	参 加 者 登 録 料	そ の 他	不 明	合 計
団 体 の 主 体 別	学 会	33 (28.2)	3 (2.6)	—	36 (30.8)	7 (6.0)	38 (32.5)	117 (100.0)
	教育研究団体	15 (31.9)	1 (2.1)	1 (2.1)	18 (38.3)	—	12 (25.5)	47 (100.0)
	同業組合	10 (55.6)	—	—	4 (22.2)	—	4 (22.2)	18 (100.0)
	労働組合	—	—	—	—	—	—	—
	社会厚生団体	2 (50.0)	—	—	—	—	2 (50.0)	4 (100.0)
	そ の 他	29 (43.9)	1 (1.5)	5 (7.6)	12 (18.2)	2 (3.0)	17 (25.8)	66 (100.0)
	不 明	2 (100.0)	—	—	—	—	—	2 (100.0)
合 計		91 (35.8)	5 (2.0)	6 (2.4)	70 (27.6)	9 (3.5)	73 (28.7)	254 (100.0)

Ⅱ 見本市・展示会の開催に関するアンケート調査

A 調査票と単純集計結果

質問 1 主な展示品目、大阪開催時（ない場合は東京開催時）の主な展示品目のベスト

3は………？

①

②

③

質問 2 開催場所、最近大阪（東京）で開催した会場名は………？

質問 3 開催地会場の移動、大阪開催（東京開催）地は同一会場で開催されていますか。

	件	%
1) 定地開催	46	65.0
2) これまでに開催地の会場移動あり	25	35.0
合計	71	100.0

質問 4 開催地決定要因、5つ以内を選んで番号に○印を入れて下さい。

	件	%
1) 開催地に事務局がある	33	46.5
2) 規模的にその場所しかない	33	46.5
3) 開催地が定着している	35	49.3
4) 開催地に出展者が多い	22	31.0
5) 開催地に得意先が多い	22	31.0
6) 一般入場者が集まる	24	33.8
7) 展示会場の環境が良い	24	33.8
8) 展示施設・機能が良い	26	36.6
9) 展示会場の料金が安い	17	23.9
10) 展示場の近くにホテルがある	9	12.7
11) 駐車場が十分ある	19	26.8
12) 観光が出来る	0	0

13) その他

	件	%
	4	5.6
合計	71	100.0

(注) 割合は有効回答数71件に対するもの

質問 5 開催時期と頻度

1. 開催時期は? _____ 月 頃

2. 開催頻度は? _____ 年 _____ 回

質問 6 開催日数と曜日

1. 開催日数は? _____ 日間

	件	%
2. 開催曜日は? 1) 平日開催 (該当するものに○印)	36	50.7
2) 土曜祝日を含む	34	47.9
不明	1	1.4
合計	71	100.0

質問 7 開催時の配置人員

1. 事務局配置人員 (アルバイトを含む) 一日平均 _____ 人

2. 出展者配置人員 (アルバイトを含む) 一日平均 _____ 人

質問 8 出展コマ数と面積, 最近開催した出展コマ数と面積は……?

1. 出展コマ数 _____ コマ

2. 使用面積 _____ 約 _____ m²

質問 9 開催のためのオルガナイズ, 開催時の企画, 募集, 広報宣伝などの業務は, 誰が行なっていますか……?

	件	%
1) 事務局直営	50	70.4
2) 外部委託	4	5.6
3) 両者の併用	16	22.5
不明	1	1.4
合計	71	100.0

質問 10 出展コマ料, 1コマ (9m²) 当りのコマ料は?

会員 _____ 千円 非会員 _____ 千円

質問 11 来場者 1. 来場者数は……? (展示会1回当たり) 人

2. 来場者の内訳について該当するものに○印をつけて下さい。

	件	%
1) 取引先のみ	22	31.0
2) 一般入場者のみ	3	4.2
3) 取引先と一般入場者	44	62.0
不明	2	2.8
合計	71	100.0

質問 12 取引先招待者の経費分担, 主催者の負担している経費は……?

該当するものにすべて○印をつけて下さい。

	件	%
1) 主催者負担なし	22	31.0
2) 記念品・粗品	34	47.9
3) バス代	12	16.9
4) 旅 費	4	5.6
5) 宿泊代	6	8.5
6) 観光ツアー	1	1.4
7) その他	12	16.9
無回答	7	9.9
合計	71	100.0

質問 13 開催目的, 該当する番号に○印をつけて下さい。

	件	%
1) 展示発表会	32	45.1
2) 取引, 商談中心	42	59.2
3) 即売中心	3	4.2
4) その他	7	9.9
合計	71	100.0

質問 14. 展示と会議の併催, 該当するものに○印をつけて下さい。

	件	%
1) あり	39	54.9
2) なし	32	45.1
合計	71	100.0

質問 15. 他都市開催の有無、東京、大阪以外での開催は……？

	件	%
1) あり	26	36.6
2) なし	39	54.9
不明	6	8.5
合計	71	100.0

質問 16. 開催地移動の可能性、現在、大阪（ない場合東京）開催分の開催地移動の可能性は……？

	件	%
1. 移動の予定なし	39	54.9
2. より良い開催地があれば現在の開催地を移動したい	21	29.6
その他	4	5.6
不明	7	9.9
合計	71	100.0

質問 17. 展示会開催数・規模の今後の見通し、貴団体が主催する展示会開催数・規模の今後の見通しは……？

	件	%
1) 地方開催を増やしたい	9	12.7
2) 規模を拡大したい	22	31.0
3) 開催の専門分化を図りたい	7	9.9
4) 開催回数を減らしたい	2	2.8
5) 現状のまま	32	45.1
その他・不明	7	9.9
合計	71	100.0

質問 18. 開催に伴う収支概算、概算額（又は%）で結構ですので、もしおさしつかえなければご記入願います。

(収入)	1. コマ料収入	約	万円 (%)
	2. その他	約	万円 (%)
	小計	約	万円 (%)
(支出)	1. 人件費	約	万円 (%)

2. 会場費	約	万円 (%)
3. 装飾費	約	万円 (%)
4. 広告宣伝費	約	万円 (%)
5. プロデュース費	約	万円 (%)
6. その他	約	万円 (%)
小計		約 万円 (%)

新刊紹介

タウンハウスの実践と展開 自治体のOAシステム 地域自治の改革構想 地域開発と社会構造 現代都市住宅政策

■タウンハウスの実践と展開

タウンハウスという言葉が使われはじめた10年余りとなるが、今ではすっかり市民にも定着した感がある。不動産広告にもごくあたりまえのように見られる。しかし、その内容が一様ではないように、一般の理解のしかたも様々なようである。時には、その名にふさわしくないものまでタウンハウスとして紹介されるため「単なる西洋長屋」という程度にしか認識されず、タウンハウスそのものの価値を下落させている事例も多い。

本書はタウンハウスを、建物の接地性・連続性に加えて、建物・私的空間・共有空間の間に有機的関連性をもつ空間的統合体であると明解に定義づけ、理論面と実践面で本物のタウンハウスのあり方について展開している。

本書の特徴は、まず第1に研究者と実践家の共同執筆によることである。研究者は、長年にわたって住宅に関わる幅広い研究を進めており、特に低層集合住宅については新しい提案も含めてその意義と役割を論じてきた第一人者であるし、実践家は国内で最も多くの供給例をもち大きな評価を得ている神戸市住宅供給公社の第一線に立つ人である。この2つの歯車がかみ合い、

思想のある実践論として片手落ちのない展開がなされている。

2番目に非常に多面的な視野でとらえていることである。第I部では魅力を演出すると題してタウンハウスの源流から国内のすぐれたプロジェクトの魅力分析、また地域社会とのつながりや集合住宅活性化のための仕掛けづくりがわかりやすく整理されている。第II部では実践の跡をたどるという題で、神戸市住宅供給公社の系統的なタウンハウス供給の流れがハード・ソフト両面での問題や工夫を折りまぜながら紹介されており、タウンハウスの市民権が一朝一夕に得られたものでないことがよく理解できる。第III部では典型的な4つのプロジェクトで実施されたアンケート調査の結果を基に、入居者の眼から見たタウンハウスの居住性、私的空間・共有空間評価、近隣関係とレイアウト等についての分析が行なわれている。

3番目の特徴として非常に時宜を得た刊行だということである。その理由として、住要求が量から質の時代に入っており、特に接地型住宅に対するニーズが強いこと。一方、長期的な住宅不況の中で接地型住宅というだけでは市民からソッポを向かれはじめていること。街並み・景観に対する一

般の関心が高まっていること。人口集中に悩んできた大都市が昨今では人口流出を引き止めるための施策が必要になり、魅力的な都市住宅の供給が不可欠になったこと。……等々。

本書は、実務としての官・民のデベロップーをはじめ、広く住宅の研究に関心をもつ人にも大いに参考となる水準の高い内容といえるし、一読後はタウンハウスが単なる西洋長屋ではなく大きな思想をもった環境の創造であることが理解できるであろう。

(近藤安弘・大海一雄編著)
鹿島出版会刊 3,900円

■ 自治体のOAシステム

早いもので「オフィス・オートメーション(OA)」という言葉が現代用語として頻繁に用いられるようになってもう数年になる(ただし、オフィス・オートメーションという用語は現在とは異なる意味で、古くは1950年代から用いられていた)。そしてこのOAブームも、当初はMIS(経営情報システム)同様、数年で鎮静化するなどと言われていたが、一向にその気配をみせないばかりかOA化の気運は、より一層高まりつつある。

特に、地方自治体のOA化は民間企業に比べ大幅に立ち遅れていたが、最近都道府県庁レベルから市役所レベルへと急ピッチで普及してきている。財団法人地方自治情報センター(近藤隆之理事長)の調べによると、現在全国の地方自治体で約4,000台のパーソナルコンピュータが使用されているが、その大部分は都道府県レベルであ

り、市役所では42市が約250台を使用しているに過ぎない。自治体ごとに市町村レベルでのOA化は、端緒についたばかりであるといえる。

一方、書店の店頭にはOAの入門書、専門書が所狭しと並べられ、まさにブームの観を呈しているが、民間ベースのものが殆んどであり、自治体ベースのものは皆無に等しい状況であった。こんな中で刊行された本書は、本格的な自治体職員向けOA入門書として、まことに時宜を得たものと言える。

本書は先ず第1章で、自治体でのOA導入についての意義、政策評価、費用効果分析、プライバシー保護等、導入に係る基本的問題について解説し、第2章ではコンピュータ・メーカーの専門家が、OA機器の活用方法など技術面を中心に、わかり易く解説している。そして本書の特徴が最も顕著に表われているのが第3章であり、ここでは自治体におけるOA導入の実践例として、東京都品川区(ワード・プロセッサ)、宝塚市(日本語オンラインシステムとOA)、広島市(住民基本台帳のオンライン処理)、日野市(図書館のコンピュータシステム)、我孫子市(地理情報システム)、静岡県(OAシステムの総合活用)の事例が体験を中心に詳述されており、各自治体のOA化の進展状況などが伺え、非常に興味深い。

自治体のOA化に対する考え方、具体的な導入方法等についてこれまで詳しく解説したものがなかっただけに、OAに関する専門家のみならず一般自治体職員にとってもわかり易い解説書である。

(高寄昇三・渡部 和編著)

(学陽書房刊 1,500円)

■ 地域自治の改革構想

現行の地方自治制度について、すでに多くの改革論議がなされてきた。機関委任事務、事務再配分、財源配分、補助金の整理合理化、直接請求制度、国の地方に対する行政的関与、条例制定権の範囲、広域行政などである。

本書は、これらの改革論の成果のうえに立って現在の地方自治法を全面的にあらためる「地域自治法案」を、要綱という法条に近い形で提示したものである。

構想の基本的視点として、次の点をあげている。まず都市型制度化である。現在の都市制度は農村型社会を前提につくられており、シビル・ミニマムを地域特性にそって空間的に構築していけるようなシステムになっていない。中央政府のタテワリ支配を廃絶することが必要なのである。第2に、分権型行政への転換である。国の指揮監督体制、後見主義をはらいのけ現地総合性をもった行政を自立的に行いうる制度的枠組が重要である。第3に、住民参加を各自治体が個性を活かしつつ自由に制度化できるシステムをつくることである。このような制度的骨格に加えて、行政技術の革新もとりいれられるべきだとする。たとえば、オンブズマン、住民直接立法投票、サンゼット立法等である。

著者の構想する地域自治法は「第2の憲法」たる地位と性格をもつとされる。そして、第1編総則では、「団体」から「政府」への位置づけの変革、三層行政（市区町村

は基層行政、都道府県は補完行政、国は基準行政）のシステムなどが規定されている。第2編では住民参加、選挙権の国籍制限の撤廃、住民主権の法制度化としての直接請求制度の改革などが定められている。第3編では、地域政府の地位と組織が定められ、地域組織自立への改革、監視調整機関などが盛り込まれている。第4編の財政は、自治体債発行の自由、連結決算などが規定され、第5編では広域協力機構、第6編政府間関係は、国に対する地域からの逆統制、地域政府の国政参加が謳われている。

兎に角、膨大な作業というべきであるが、著者によれば、この「地域自治法案要綱」は「権限、財源再配分特別措置法」の要綱の完成があってはじめて、現行制度の全面改革構想が実現するという。権限、財源再配分法の完成を待ちたいものである。

(菅原良長著)

(新紀元社刊 9,700円)

■ 地域開発と社会構造

列島改造時代の巨大開発はいま苦難の道を強いられている。日本経済の構造が素材産業から先端技術型に転換していったからである。

それでも先発組の鹿島、水島、堺、大分などのコンビナートは一応、ともかく企業進出をみた。しかし後発組の苫小牧、むつ小河原は当初の計画どおりの企業進出がなく、現状は先行投資の重荷に喘いでいるのが実情であり、そこには後発組が常に貧乏くじを引かなければならない悲劇が避けがたい宿命として背負わされている。

本書は苫小牧東部大規模工業開発を足かけ6年をかけてまとめた追跡調査の報告であり、主として政治、行政面に力点を置いてまとめられている。このような開発プロジェクトに対する抵抗運動のルポや批判ドキュメントは少なくない。しかしそこから開発の誤謬や抵抗の軌跡を説得力をもった論理として引き出すことはむずかしい。まして歴史的事実としての総合評価は不可能である。

本書のようなプロジェクトチームによる総合研究によって、苫小牧東部開発ははじめてその実像を的確に描き出されたといえる。

過密都市の分散と地域住民の生活保障をめざした大型プロジェクトはいつの間にか生産拡大、地域工業化の論理にすりかえられていった。それはまさに国内における「植民型開発」(internal colonialism)であった。

しかし注目すべきことは、このような実態を深刻化させたのは、地元推進側に独自の「哲学」や開発方式をもっていなかったことや巨額の先行的用地買収や漁業補償が強引な開発推進への促進剤となったことである。

しかも興味をそそられるのは革新政党や住民は反対一辺倒ではなかった。しかし市の開発への対応が立ち遅れたことがより上から開発を定着さすことになったことや、反開発側にあって対案を提示して地域の将来ビジョンを示しえなかったことが、市長選や事業内容においてその要求を実現することができなかった原因となったことなどである。

いずれにしても後発地であればあるほど、条件付賛成によって地域の浮上を図ろうとする住民の潜在意識は根強い。そのニーズにこたえられなかったことが開発プロジェクトをより一層、非市民的なものにしてしまったといえると、本書は結論づけている。

巨大開発にみる国、道、市、政党、住民の対応を豊富な事例追跡と具体的なアンケートによって固めていったフィールドワークとしての本書は、大型プロジェクトは一体何であるか、政治・行政のメカニズムはどのように実動するのかを見事に教えてくれる貴重な研究書である。

(元島邦夫・庄司興吉編)
東京大学出版会刊 3,800円

■ 現代都市住宅政策

住宅戸数が世帯数を上回り、住宅政策の重点が「量の確保から質の重視」へと転換したと言われてから、すでに10年の歳月が経過した。わが国の住宅事情は、欧米と比べても「平均的な室数や1室当たりの人員で見ると、まずまずの水準に達している」(国民生活白書昭和56年版)、との評価がなされているが、果たして現実はどうであろうか。

わが国の住宅事情を概観してみると、全国住宅総数の約半数を占める3大都市圏では、「最低居住水準」(4人世帯で住戸専有面積50㎡)未満の世帯は持家の7%、借家では30%をこえている。また、「平均居住水準」(同86㎡)に満たない世帯は、持家で48%、借家で87%にものぼるのが実状である(資料はいずれも総理府統計局「昭

和53年住宅統計調査」による)。

一方、長期化する不況の中で勤労者所得が伸び悩み、宅地・住宅価格の高騰に加え高金利という社会経済情勢のもと、住宅建設の減退が顕著になってきている。

本書は、このようにチグハグなわが国の住宅政策の現状に鋭くメスを入れ、住宅問題は質の面はもちろんのこと、量についてもまだまだ十分とは言えないという認識のもとに、憲法に規定された生存権の保障という観点から、住宅政策改革の方向を示唆するとともに新しい政策の理論づけを試みている。

著者は、「人間にとっての住宅=住居」の機能・役割を健康で文化的な生活を営み、「人間としての全人格を形成する場」として位置づける。そして、「欧米の先進諸国においては各種の公的介入を行って住宅に公共財的性格をもたせ、国民に住宅を保障してきている。ところが、わが国においては住宅の供給はまったく市場経済原理にゆだねられ、そのために住宅産業などの利潤追求の対象になってきた。……住宅価格と国民、なかでも勤労者の所得との乖離が進めば進むほど、国民はよい住まいを確保するのが不可能」になり、さらに「巨大都市圏での住宅問題とは、もはや個人の方では解決できないところにたちいたって

るわけで、……巨大、過密都市に対する住宅政策とは都市政策と同次元の問題として実施されるのでなければ解決に向かわない」として、わが国住宅政策の貧困を突くとともに、都市政策としての重要性を訴えている。

こうした基本認識の上に立って、「住宅政策を、人権と文化を守り育てるにふさわしい居住水準を保障させる内容にしていくことによってはじめて、わが国の住宅事情は明るい方向に歩み出すことになる」と結論づけている。

本書は、公共住宅政策を軸に、第1章「時代の貧困としての都市住宅問題」、第2章「社会政策としての都市住宅政策」、第3章「都市形成と公共住宅の役割」、第4章「住宅政策の成立と展開」、第5章「住宅政策の発展」で構成され、加えて「イギリスにおける公共住宅政策」が紹介されている。内外の文献、調査など膨大な資料をもとにした大著であり、著者の長年にわたるマスコミ人としての蓄積が随所に滲み出ており、また、新たな住宅政策理論の構築をめざした労作として関係者必読の好著である。

(本間義人著
三省堂刊 9,000円)

編 集 後 記

- ◇ OECD（経済協力開発機構）が、都市問題について調査・分析を行い、政策提言するための「都市レビュー（再評価）」の最初のカントリー・レビュー実施国に、日本が選ばれる見通しとなった。
- ◇ 欧米の巨大都市では、都心からの人口、企業の事務所、工場の郊外流出が続き、中心部が急速にスラム化する“インナーシティ問題”が深刻化しており、人口の回復、都市経済の活性化など「都市の再生」が共通の政策課題となっている。
- ◇ 日本の都市についてみても、大都市人口の伸び悩み、都心部の人口空洞化など、インナーシティ問題が顕著になりつつあるが、なお活力を維持しつづけていることがレビューの対象として注目されている点である。とりわけ、地方自治体レベルで先端産業の導入や地場産業の振興など、都市経済の活性化への意欲が高まっていることが評価されているようである。
- ◇ 地域経済政策の新しい方向の1つとして、最近特に話題を集めているのが「コンベンション都市」化政策である。札幌、仙台、横浜、長崎など地方中核都市を中心に動きが活発化している。
- ◇ 当研究所では、昭和57年度のNIRAの研究助成をうけ、全国ではじめてのコンベンション総合研究報告書「神戸・コンベンション都市への政策ビジョン」をまとめたが、今回は最近の動向も踏まえて、「コンベンション都市政策」を特集した。
- ◇ 巻頭論文は新野神大教授に産業構造のソフト化が進展する中で、総合的な地域経済開発政策の1つとしてのコンベンション政策の包含する諸課題を提起していただいた。
- ◇ 佐久間国観振・国際協力部長には、日本の地理的条件や社会的背景の特殊性などから国際会議について抱えている問題を、また、ICS・国際会議事務局松井関西支局長には、コンベンション・シティの諸条件、特に、コンベンション・ビューローとコンGRESS・オーガナイザーの役割について、今後の方向を示唆していただいた。ユニークな国際交流・コンベンション活動を展開している「地方圏センター」の経緯と今後の課題について、種村同センター調査委員に報告していただいた。
- ◇ 先の報告書にもとずいて、神戸市の現況を是常当研究所常務理事が紹介し、またコンベンションがもつ経済効果、非経済的効果については高寄神戸市市長室参事にまとめていただいた。コンベンション都市化を地域経済振興戦略の1つとして確立していくための政策方向についても提言を行っている。
- ◇ 次号は、高齢化社会の進行の中で、そのあり方が論議的になっている「総合福祉施設の将来像」について特集する予定である。

季 刊 都 市 政 策

第 33 号

印 刷 昭和58年9月25日 発 行 昭和58年10月1日

発行所 財団法人 神戸都市問題研究所 発行人 是 常 福 治

〒 651 神戸市中央区浜辺通5丁目1番14号（神戸商工貿易センタービル18F）

振替口座 神戸 75887 電話 (078) 252-0984

発売元 勁 草 書 房

〒 112 東京都文京区後楽2の23の15

振替口座 東京 5-175253 電話 (03) 814-6861

印 刷 田中印刷出版株式会社

都 市 政 策

- 第15号 特集 地域開発と産業構造 1979年4月25日発行
第16号 特集 上・下水道とエネルギー 1979年7月15日発行
第17号 特集 都市行政と家庭 1979年10月1日発行
第18号 特集 都市と公共投資 1980年1月15日発行
第19号 特集 都市と行政管理 1980年4月1日発行
第20号 特集 自治体の住宅政策 1980年7月1日発行
第21号 特集 都市とコミュニティ 1980年10月1日発行
第22号 特集 文化産業と都市観光 1981年1月1日発行
第23号 特集 都市と教育 1981年4月1日発行
第24号 特集 インナーシティ問題 1981年7月1日発行
第25号 特集 新しい福祉 1981年10月1日発行
第26号 特集 都市と健康 1982年1月1日発行
第27号 特集 コンベンション都市 1982年4月1日発行
第28号 特集 地方公営企業と下水道 1982年7月1日発行

下水道事業の経営/下水道サービスの性格と事業の位置/神戸市下水道事業からみた下水道財政のあり方/神戸市の下水道使用料体系の課題/下水道事業経営の都市間比較/西神ニュータウンにおける公社住宅供給の一方策—システムティックな総合戦略

- 第29号 特集 都市と廃棄物 1982年10月1日発行

都市と廃棄物/廃棄物処理と費用負担/廃棄物の再資源化について/廃棄物処理施設の立地問題/清掃労働の現状と課題/「ごみ」とまちづくり/第2臨調と地方自治

- 第30号 特集 都市と景観 1983年1月1日発行

都市景観と快適環境/都市再開発と景観形成/地域環境美化と景観/都市計画と景観行政/緑化と景観/都市景観と建築デザイン/地方自治体と情報公開Ⅳ

- 第31号 特集 都市と農業 1983年4月1日発行

都市と農業—神戸市の場合を事例として/神戸市における農村地域整備/都市農協の課題と展望/神戸ワイン・農業公園計画/六甲山牧場について/海づり公園について/第2臨調と地方自治Ⅱ

- 第32号 特集 都市と住宅 1983年7月1日発行

住宅政策の現状と課題/民間マンションの分譲戦略/自治体住宅政策の諸課題/神戸の住環境の現状と課題/神戸市における木質対策の現状について/人口定着とハウジング・チェーン/住公はいかにあるべきか

☆年間予約購読のおすすめ

書店にて入手困難な方は、当研究所へ直接お申込み下さい。

予約購読の場合、送料は当研究所が負担いたします。

ポートアイランド関係文献

(書店販売をしておきませんので、ご購入は直接当研究所へお申込み下さい)

■「ポートアイランド—海上都市建設の十五年」

(B5版・本編496頁・資料編214頁、定価7,000円・送料500円)

編集／ポートアイランド建設史編集委員会 発行／神戸市

■「山海へ行く—須磨ベルトコンベアの記録—」

(B5版・385頁、定価3,000円・送料400円)

編集・発行／神戸市開発局

■「神戸新交通ポートアイランド線建設誌」

(B5版・955頁、定価10,000円・送料500円)

編集／建設誌編集委員会
発行／神戸市

■「新神戸トンネル工事誌」

(B5版・本編604頁・資料15頁、定価12,000円・送料500円)

編集・発行／神戸市道路公社

ご購入申込先

〒651 神戸市中央区浜辺通5-1-14 神戸商工貿易センタービル18階

(財)神戸都市問題研究所 (078) 252-0984

地方自治通信

自治体革新の創造と
交流のための月刊誌

9月号

特集 「障害児」教育と自治体

△インタビュー▽可能性としての「障害児」

教育—教育の人間化と自治体の責任

正村 公宏／聞き手 渡辺 鋭気

「障害児」教育と自治体—就学問題から

自治体は何を汲みとるか 福田誠之郎

障害児を振り分けるものとその実態 山根 修一

義務化五年目の養護学校現場を取材して 杉本 章

△匿名座談会▽障害児教育と親の立場

—なぜ不信任をめぐえないか

△年表▽障害児教育をめぐる歴史

作成・北村 小枝

△資料篇▽国会における「障害児」教育論議

'78・2・'83 / 特殊学校在席者数と「判定

基準」法／長崎・諫早「障害児」就学裁判の

経過と論争点

発行所 地方自治センター

〒102 東京都千代田区隼町2-18 半蔵門 浅井

ビル2F TEL 03-2665-2775

B5版80ページ 定価5,000円 年間購読

6,000円

*本誌は直接販売のため、購読ご希望の方
方は右記までご連絡下さい。

地方自治職員研修・増刊・総合特集シリーズ

●掲載項目の一部●

●職員管理の本 ●エクスプローの本 ●大坂の本	●交際力を身につける本 ●上級とどうつきあうための本	●職員管理をみる本 ●異動管理の本	●地方公務員法を運用するための本 ●新本	●アメリカにみる本 ●国際公務員の本 ●新しい本
●歴史と学ぶ本 ●基本のの本	●職員の本 ●自治体職員の本 ●新しい本	●法律の年々の見方・考え方を身につける本	●「ソフト」の本 ●新本 ●新本	●広報の本 ●財政の本 ●職員の本
●定年退職研修の本 ●海外出張の本	●まちづくりイベントの本 ●新任研修の本	●行政法を学ぶための本 ●電子ファイルの本	●地方自治法を運用するための本 ●新本	●新入職員のための本 ●地方自治の歴史を学ぶ本
●コミュニケーションの本 ●新任職員の本	●職責を明確にするための本 ●職員を知る本	●経済を説明するための本 ●新本	●新本の本 ●新本の本 ●新本の本	●新本の本 ●新本の本 ●新本の本
●高齢化社会の本 ●自治体の発展の本 ●新本 ●新本・行本	●新本の本 ●自治体の発展の本 ●新本	●新本の本 ●新本の本 ●新本の本	●新本の本 ●新本の本 ●新本の本	●新本の本 ●新本の本 ●新本の本

★自治体版★

BOOK GUIDE 1000

A5・256ページ
定価1500円
掲載100項目
発売だちまち

大反響!!



公務職員研修協会

〒101 東京都千代田区神田神保町3-2
☎ 03(230)3701(代)振替口座東京6-154568

自治研修

編集

自治大学校・地方自治研究資料センター

〒106 東京都港区南麻布4-6-2

電話 (03) 444-3281

第一法規出版株式会社

〒107 東京都港区南青山2-11-17

電話 (03) 404-2251

振替口座東京3-133197

1983. 10 No. 282
10月号 毎月10日発行
定価 400円
年間購読料 6,345円

自治大学校創立30周年記念号

〔巻頭言〕

自治大学校創立30周年を
迎えるにあたって

〔座談会〕

花岡 圭三 (自治大学校長)

これからの自治大学校を語る
その回顧と展望

〔司会〕 花岡圭三(自治大学校長)、(出席者) 原田尚彦(東大教授)、阿部統(東工大教授)、立田清士(元自治大学校長)、小松美夫(校友会会長)、中村力康(現研修生代表)

〔オピニオン〕

これからの自治大学校に望むこと
沼田 武(千葉県知事、柴田十郎(秋田県角館町長)、中居武夫(兵庫県自治研修所長)、渡辺保男(ICU大教授)、富山芳雄(日本能率協会)、宮崎剛(佐賀市長)

〔講演〕

「国家財政の現状と課題」

長岡 実(元大蔵事務次官)

「日本経済の現状と課題」

竹内 宏(日本長期信用銀行)

〔すいそ〕 福田 健(話し方研究所長)

〔連載〕

自治体研修事例 (16) 崎 玉 梶 瀬 理 事 官
自治体大演習 研 究 事 務 部
自治体大ファイル

都市研究報告第7号

『神戸・コンベンション都市への政策ビジョン』

コンベンション・シティの形成が、新しい地域開発の戦略としてクローズアップされつつあるのは、それが従来の地域開発と違って、経済開発効果のみならず、文化・環境・福祉のすべての面にわたって波及する複合的社会的開発効果を内蔵しているためである。

本書は、コンベンション開催主体へのアンケート、施設経営分析などに基づいてコンベンション・ビューローのあり方、施設経営方式、税財政策などを具体的に提示する。

この研究は、財団法人神戸都市問題研究所が、総合研究開発機構（NIRA）の研究助成を受けて行ったものである。

目次	
第1章 コンベンション・シティの基本 概念	第1節 都市環境の整備 第2節 都市景観の保全
第1節 コンベンション・シティの背景	第5章 コンベンション・シティの経済 効果
第2節 コンベンション・シティの定義と現況	第1節 投資・サービス効果の内容 第2節 経済効果の実証的分析
第2章 コンベンション施設の現況	第6章 コンベンション開催主体へのアンケート調査結果
第1節 コンベンション施設の配置状況	第1節 開催主体へのアンケート概要
第2節 コンベンション施設の経営状況	第7章 コンベンション・シティへの戦略
第3章 コンベンション・シティの運営組織	第1節 コンベンション・ビューローの形成 第2節 コンベンション施設の経営確立 第3節 コンベンション・シティの環境形成 第4節 コンベンション誘致戦略
第1節 公共的運営組織	
第2節 公益・民間運営組織	
第4章 コンベンション・シティの環境整備	

☆昭和58年5月発行 ☆B5版 336頁 ☆定価 4,000円

編集・発行／(財)神戸都市問題研究所 コンベンション・シティ研究会
発売元／(株)勁草書房

■発売中—都市研究報告—

- ☆第3号『公共投資の効果に関する実証的分析』
(B5版・388頁、定価4,000円・送料300円)
- ☆第4号『地域住民組織の実態分析』
(A5版・187頁、定価3,000円・送料250円)
- ☆第5号『インナーシティ再生のための政策ビジョン』
(B5版・212頁、定価3,000円・送料300円)
- ☆第6号『神戸／海上文化都市への構図』
(A4変形版・248頁、定価3,500円・送料300円)

季刊 都市政策 第33号 0331-976603-1836

発売元 **勁草書房** 東京都文京区後楽 2の23の15
振替東京 5-175253 電03-814-6861

定価 500円