

平成14年度

緊急課題委員会  
前期政策提言書

～ 浜松再生の足がかり～  
( 前期提言 )

平成14年8月



浜松商工会議所青年部  
政策提言系 緊急課題委員会

## その1

### 「W杯サッカーイベント後の施設利用、集客等について」 ～大規模イベント後の継続的集客、 土地施設利用について提言～

- . 提言理由 ……1
- . W杯サッカーでのアンケート結果と分析 ……1
  - 1 W杯来訪者へのアンケート集計結果
  - 2 アンケート結果の分析
  - 3 当日試合観戦をしたメンバーの意見
  - 4 エコパの分析と活用の提言
- . 大規模イベント後の施設利用、集客等について ……11
  - 1 「国体」
  - 2 「園芸博の跡地」
  - 3 「トイレはどこに？」
  - 4 「浜松再生の足がかり」となるために

## その2

### 「中心市街地活性化における松菱百貨店跡地 の有効利用について」 ～産業再生問題を経済的視点から捉え提言を行う～

- . 始めに ……1
- . 魅力ある中心市街地であるために ……1
  - 1 楽しく、出かけやすい街中
  - 2 利用しやすい駐車場
  - 3 魅力ある商品、サービスであれば、顧客は買いにくる
- . 点と点を結んで ……4
  - 1 ショッピング・モールの形成
- . 松菱跡地利用 ……7
  - 1 市役所誘致
  - 2 デパートの誘致
  - 3 浜松こどもの城
  - 4 全国から観光客を集客する施設の誘致
  - 5 「映画館博物館」

## 「中心市街地活性化における松菱百貨店跡地の有効利用について」

### ・始めに

2001年11月14日に破産した松菱百貨店は、戦前・戦後を通じて浜松のシンボルであり我々にとっても幼少の思い出のある場所でした。昨年破産し無くなってしまったのは実に残念ですが、これを一つの契機とし浜松の中心市街地活性化を模索したいと思います。

### ・魅力ある中心市街地であるために

大都市圏を除いた地方都市での都心商業から郊外商業への移行は、中心市街地衰退の原因の1つです。浜松市の場合も中心部では西武(1997/12)、丸井の撤退(1994/7)、松菱の破産に対し郊外ではショッピングセンターの新設、増設が相次ぎ、中心部から郊外へというながれはますます加速しているように見受けられます。近年の中心市街地は交通の要所である浜松駅、アクトを中心とする文化施設、市役所、法務局などの行政機関そして商業施設、娯楽施設が徒歩圏で集積しています。定住人口増加を目的に都市型高層集合住宅の供給もすすんできました。このようにハード面での整備が進行してもなぜ郊外化の流れは変わらないのでしょうか?その答えとして過去の調査報告、アンケート、提言書には集約すると次の2点が必ず課題として提起されています。

#### 1. 楽しく、出かけやすい街中

まず、「楽しい街中」ですが、購買者の購買意欲を満足させる店舗、品物が充実していることはもちろん、買物などの目的がなくても出かけたくなるような街中ということです。次に「出かけやすい街中」ですが、自家用車で駐車場を利用する場合の課題が繰り返し指摘されています。いくら「楽しい街中」でも「出かけやすい街中」でなければ集客は困難です。全国的にも自動車保有率が高く(資料1)利用割合の高い(資料2)浜松市では利用しやすい駐車場は、中心市街地においても必要不可欠なものです。

資料1：都道府県別自動車保有台数

平成13年	1	2	3	4	5	6	7	8	9
愛知	東京	神奈川	大阪	埼玉	北海道	千葉	福岡	兵庫	
4,681,239	4,623,017	3,859,225	3,770,763	3,705,010	3,590,674	3,256,555	2,987,865	2,854,689	
10	11	12	13	14	15				
静岡	茨城	長野	広島	新潟	群馬				
2,646,623	2,258,997	1,789,114	1,740,977	1,717,759	1,643,894				

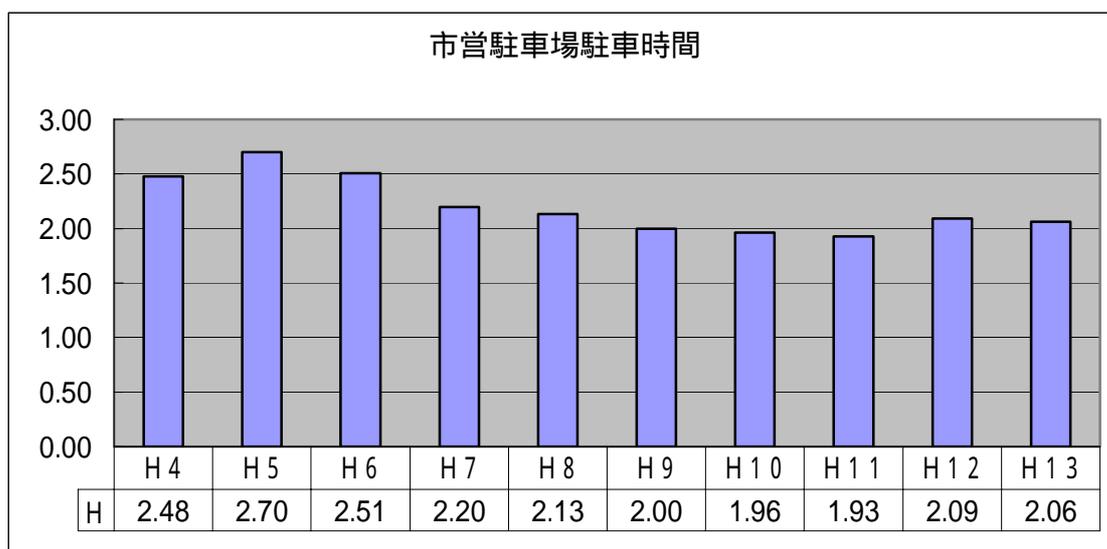
資料2：静岡県における乗用車数(平成13年4月1日)

乗用車数						
浜松	静岡	沼津	清水	熱海	三島	
233,297	189,779	86,526	83,717	11,919	40,001	

## 2. 利用しやすい駐車場

過去の市民アンケートでも、駐車場の増設と低料金化は例外なく指摘されています。近年の市街地では再開発事業などにより駐車収容台数は以前と比較してかなり増加しましたが、料金においては数年前の値上げ以降一部を除きほぼ横並びの状態です。仮に駐車料金がさほど負担と感じられないほどの設定であった場合、どのようなことになるのでしょうか？利用者の増加は当然として、街中滞留時間（資料3）の増加も考えられます。今までより時間を気にせずに用事を済ませることができるようになり、今まで覗くことのなかった店舗に入ってみるかもしれません。また、更に料金を弾力化することはできないのでしょうか？街中の商業地の駐車場は土曜と休日の昼間が利用のピークです。（資料4）平日の昼間や夜間の稼働率を上げるための割引制度は考えられないのでしょうか？高速道路の収益に関するプール制が議論されていますが、築年数が古く投資の回収が進んだ駐車場の利用料金をおもいきった料金に下げることができないのでしょうか？現状においては、立地にもよりますが、設備が新しく償還途中であろう駐車場のほうが既存の築年数の経過した駐車場と料金設定が同等か安価であるように思われます。郊外化の流れが止まらない現在、日本全国どこの地方都市でも実行したことの無いような、思い切った方策が中心市街地には必要な状況です。

資料3



### 2 - 1 . 今日だけ市営駐車場無料サービスでい

1日ぐらいこのような日があってもいいかもしれません。なにしろ課金されないのですから入庫と出庫にいくら時間がかかろうが問題はありません。実施に伴い、出入口付近の道路は混雑が予想されますので、地元自治会や警察、民間駐車場などとの綿密な事前対応が不可欠です。しかし、仮に民間駐車場が通常料金で営業していても、一定額の買物をして駐車料金の負担を軽減しようとする利用者や混雑を避けたい利用者はそちらを選択するのではないのでしょうか。

### 2 - 2 . 1 時間 200 円、ドコモお買い物 1000 円以上で 1 時間無料化

過去のアンケートで、駐車料金の低下を望む声は毎回多数あります。安ければ安い程、限りなく無料に近い程ということですが、1時間200円ではどうでしょうか。

資料4

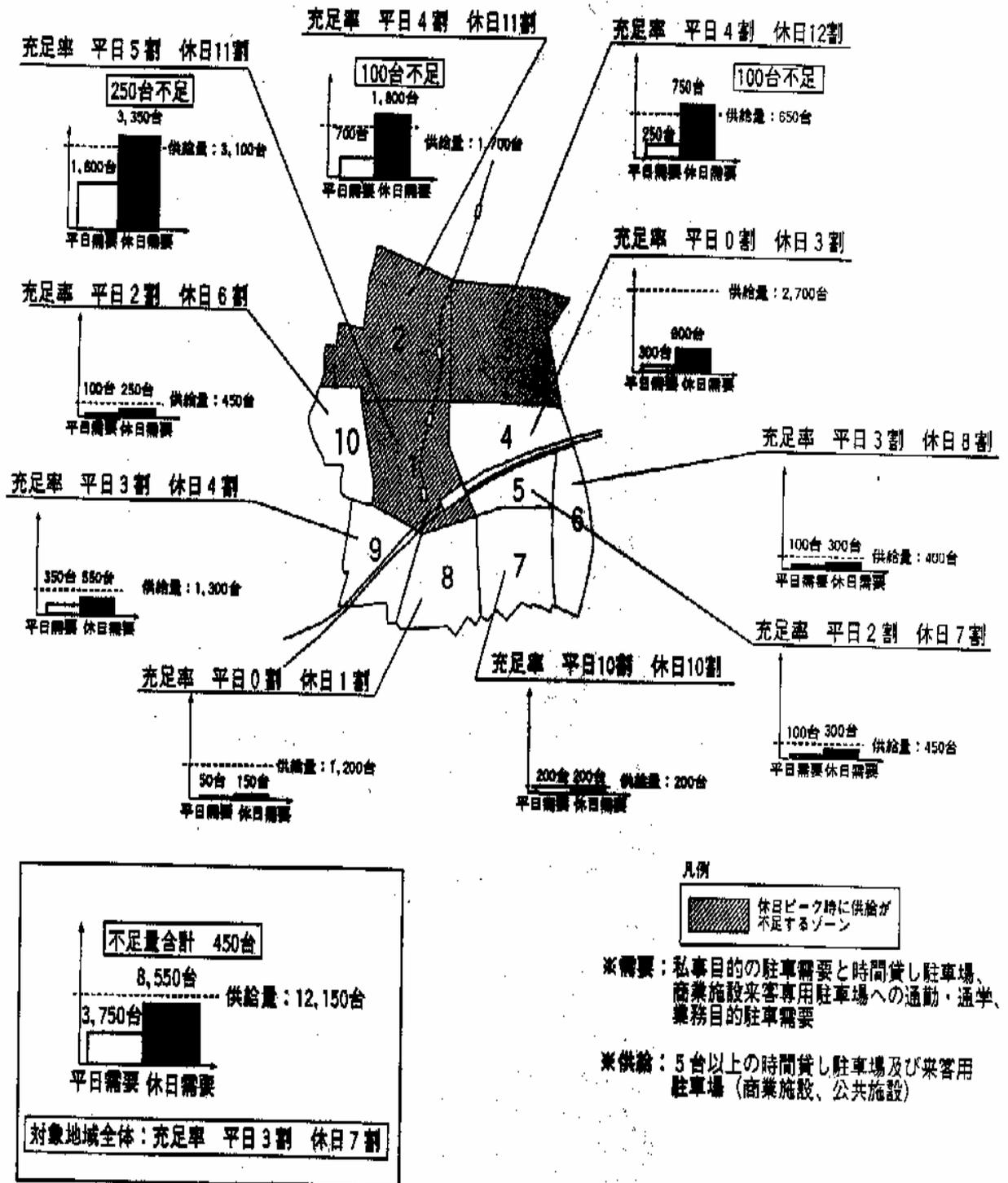


図 推計による現況の需給バランス

現行の3分の2の水準です。計算も簡単です。ここで重要なのは最初の30分間も同様に100円と

ということです。

この料金体系に従来からのお買物金額による無料化を組み合わせ、今までは各個店、大型店別におこなっていた無料駐車サービスを統一し「加盟店のどこでお買物をしてその合計額で駐車料金サービス」というような方法をとれば利用者の負担はかなり軽減されるのではないのでしょうか。例えば、加盟店で合計 5000 円の買物をしたとします。これで 5 時間分は駐車料金が無料になるとすればほとんどのお客様には十分な時間を提供できます。

## 2 - 3 . どこでも、いつでも 1 時間 100 円

きわめて明快に 1 時間 100 円ではどうでしょう。これくらいの料金水準なら、お買物金額による無料サービスは併用せず必ず利用者に駐車料金を負担していただいたほうが全体のバランスがとりやすいのではないのでしょうか。例えば、買物額により利用客が受け取っていた相当額を直接加盟駐車場へ実績に応じて還流し、間接的に駐車場料金を低下させるような方法を前提に検討しなければなりません。しかし、どの方法をとるにせよ、実行するための資金、駐車場固定資産税の軽減などの間接的な支援、民間駐車場経営者、加盟店の協力が不可欠であります。期間を定めた試行実施、春、夏、秋祭りなど他のイベントと補完し合うような単発的实施により問題点を明らかにしていくことも判断材料を得るうえで重要です。

## 3 . 魅力ある商品、サービスであれば、顧客は買いにくる

これは当然のことです。交通手段に対価を払っても店頭に出向き、買物をするにより顧客は満足を得るわけです。負担感を満足感が上回っているからだととらえることができます。この負担感をより少なくすれば、相対的に満足感は上がるはずで、通信販売の場合も同様です。通常は注文する人は送料を負担します。しかし、よく見受けられる、一定額以上の買物の場合は送料無料というサービスがありますが、これはまさしく定額以上買物時の駐車場無料のサービスと同様です。双方ともに顧客の負担を少なくするという共通点があります。「楽しい街中」であるために、売り手側の努力が必要なのは当然ですが、中心市街地までの交通手段に約半数が自家用車を利用し、極端に郊外型商業の集積がすすんだ浜松市においては、どのような方法をとるにしろ、市民にとって負担感を感じない水準まで駐車料金が低下し、市民が気軽に楽しさを享受できることこそが、今後の最優先の課題であると考えます。

## ・ 点と点を結んで

大きな箱物（百貨店）だけが人が集まり、人が回遊せずに帰ってしまうのはそれが街と言えるのでしょうか。それでは郊外の店舗と変わらないでは。街と呼ぶには大きな箱物（百貨店）だけではなく、その間を結ぶ通りの店舗に魅力が無ければいけないと思います。

### 1 . ショッピング・モールの形成

松菱単体で客を呼び込むというよりも、周辺地域・メイワン～ザザシティまでの区間のショッピングモールの形成と平行して計画を展開するのがベストと考えます。

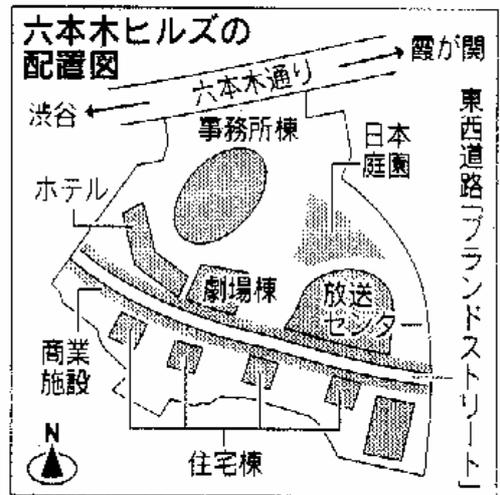
最近の良い例として、2002年6月26日の日経（資料5）に出ていた森ビル「六本木ヒルズ」の計画は、基本的には松菱を中心とした市街地の活性化にあてはまると考えます。

資料5

独ヒューゴボス／仏バカラ…

# 海外ブランド 六本木に60店

森ビルは二〇〇三年春に開業を予定する再開発事業「六本木ヒルズ」(東京・港)の商業施設部分の概要を固めた。全二百店のうち、紳士服の独ヒューゴボスや高級クリスタル製品の仏バカラなど約六十の海外ブランド店が出店。東京・銀座などに対抗する高級店舗街に育てる狙いだ。



## 森ビル「ヒルズ」テナント固まる 通り沿いに集結

商業施設の合計店舗面積は約四万平方メートル。物販で百二十店、飲食で六十店、サービス施設で二十店が入居する。各店は六本木ヒルズ内を横切る東西道路と呼ぶ地区に出店、この東西道路が「ブ

ランドストリート」となる。海外ブランドで出店するのはヒューゴボスのほか伊高級衣料のロロ・ピアーナ、仏婦人服のクリスチャン・ラクロワやレオナールなど。米バッグブランドのコーチも出店を前向きに検討している。

傘を扱うなどユニークな専門店も集める。

各ブランドとも六本木ヒルズの店舗を日本での中核店舗と位置づける。ヒューゴボスは売り場面積五百平方メートルの大型店を設ける。

六本木ヒルズはオフィスビルや住宅棟など十二

棟の建物を建設する大規模事業。年間米場者は二千四百万人を見込んでいる。

他の有力ブランドとも交渉中。国内企業では宝飾品のミキモト(東京・中央、御木本豊彦社長)など、高級ブランドが中心となる。

**食品表示検査  
定期的の実施**  
百貨店と食品業界  
日本百貨店協会(小柴

メイワンからザザまでの裏ストリートアーケード化します。

この区間は店舗が少なすぎます。もっと魅力あるアーケードを形成しないと、客足は遠のくと思われれます。

具体的には、ラスベガスのショッピングモール(資料6)のような作りが人気を呼ぶのではと考えています。毎月アトラクションを催すなどの企画を常に考え、魅力あるアーケードを形成します。

これで新たな消費区画ができあがり、客が集まります。

アーケードに出店する店舗はブランド店が強いと思います。

ただし、ブランド店&そのアウトレットのみでアーケードを形成すると、中心街の活性化には効きますが、地元商店街の活性化という点には疑問が残ります。

他方、地元商店街のみでアーケード街を作るとすると、扱う品物を考えると郊外型大店舗と競合する品目が多く、駐車場が有料ということもあり、集客するにはかなり苦労すると考えられます。

よってアーケードの店舗は、賃貸による区分所有とし、ブランド店と地元商店を混在させる形式とします。お互いが切磋琢磨し、店としての魅力を形成します。

このとき大切なのはアーケードを形成した後も、訪れる客を飽きさせない企画を常に打ち出す努力を欠かさないことです。

よって、PFI(プライベート・ファイナンス・イニシアティブ)による運営が最適と考えます。

#### 資料6





## ・松菱跡地利用

### 1. 市役所誘致（資料7）

現在手狭になった市役所を、松菱跡地に移転したらどうでしょうか？職員を含め1日数千人の市場が街中に出来上がります。

現在の市役所

現在の市役所は取り壊し跡地を公園として市民の憩いの場とする。

松菱駐車場

公用車及び障害者・老人用とする。

来庁者用駐車場

現在の市役所地下駐車場を拡大し、市役所来庁者用とする。

駐車場の料金は来庁者に付いては基本的に数時間無料とし、市役所で多くの時間がかかる場合は他の証明で無料とする。

駐車場から市役所までの交通手段としては、徒歩・貸し出し無料自転車又は浜松市循環まちバス「く・る・る」とし、「く・る・る」を利用する場合は市役所で料金の払い戻しを受ける。

休み対策

平日は多くの人々が来ますが、土日祝日は休みのため人は来ません。その対策として市役所1階にイベントホール等を設置したらいかがでしょうか。

資料7

市役所・松菱跡地対比

	敷地 (㎡)	延べ床面積 1	延べ床面積 2	延べ床面積合計
松菱跡地	4,837	(本) 26,234	(新) 12,084	38,318
市役所	16,092	(旧) 9,142	(西) 26,916	36,058

市役所・松菱駐車場対比

	駐車台数合計	備考
松菱	2 1 5	
市役所	2 6 9	一般：1 9 2、公用（議員含む）：7 2、身障者：5

市役所車両（本庁関係）：1 5 0 台（駐車場：下水道部南・測候所横・日管パーキング）

市職員（本庁）：約 1, 5 0 0 人（非常勤含む）

来庁車両：約 1, 8 0 0 台 / 日

## 2 . デパートの誘致

浜松に 1 店舗のデパートでは実に寂しいです。是非とも他のデパートにきてもらい中心街の起爆剤となってもらいたいです。ただし在来型の百貨店で営業しようとする、容積が小さいので、高級ブランド店に出店していただきます。

コンサバティブな面を強く出しているのが高級ブランド店であるから、現行の松菱のファザードは充分使える。内装を高級化する事で対応可能だと考えます

### デパート誘致資金募集

現在の社会情勢ではデパートの方も来にくい状態だと思います。では、来やすくするにはどうしたらよいのでしょうか？

デパートの負担金を少なくする事だと思います。その方法として市民に出資金を募り資金を集め負担金を少なくする事は出来ないでしょうか。

たとえば 1 口 1 万円の出資金を 5 0 0 0 人から集めればそれだけで 5 0 0 0 万円となります。

## 3 . 浜松こどもの城

少子化が叫ばれて久しいです。子どもの減少とともに街中で子どもが遊ぶ場所が減少してきているように思います。私達が子どもの頃には、松菱の屋上・西部の屋上・やまたかやがありました。又少しはなれて児童会館。そんな楽しい場所があったから街中に行くのをせがんだものでした。ところが最近はどうでしょうか。松菱があった頃でもいつしか屋上の遊び場は無くなり児童会館は無くなり科学館は街中から離れ、街に行っても子どもの遊び場がいつしかゲームコーナー以外なくなっているのではないのでしょうか。

少子化の中、年よりは孫にお金を使うと言われてます。子どもが街中に行きたくなれば同伴者である親や年寄りと一緒に来て金を使い街中が活気つくのではないのでしょうか。

### 具体的

1 階：ギャラリースペース・公開スタジオとして貸し出す（待ち合わせ場所として利用）

（銀座 4 丁目日産ショールーム）

2 階以上浜松こどもの城

2 階：癒し館

熱帯魚・金魚館。(水族館は全国に多くあるが熱帯魚・金魚の展示館は少ない)

又、音でも癒せれる空間を作る。

### 3階：体験館

定年退職した人々に依頼し子ども達が身体を動かし自分達で考え・作る喜びを味わってもらおう。(例：竹笛製作・藁ぞうり製作・紙飛行機・木工製作等)

### 4階：デジタル館

光を使ったものの展示体験が出来るようにする。又、パソコンを使った学習スペースとする。

### 5・6階：おもちゃ館

玩具メーカーに協賛してもらいおもちゃを使って遊べる場所とする。

(レーシングカーサーキット場・プラレール・ベグレード等)

入場料：2階以上は入場料を取ることにする。(大人300円、幼児以下無料、小学生50円、中学生以上100円)

再入場：当日何度でも再入場が出来るようにする。

(再入場が出来る事によって、子どもが遊んでいる間に街中で買い物出来るようにする)

参考：子どもの城(東京青山)

## 4. 全国から観光客を集客する施設の誘致

・松菱跡地に全国的に有名となるような施設を作り、全国から観光客を集客する。その波及効果として中心市街地に集まる人を増やし、活性化につなげる。

### ・ターゲット

小学校・中学校・高校の修学旅行客を主なターゲットとする。

理由： 浜松は全国からアクセスしやすい場所にある。

温暖な気候を生かし、年間を通じた需要が見込まれる。

修学旅行生を対象とした新たなビジネスチャンスが生まれる。

修学旅行の目的に適した、既存の観光・見学施設が生かせる。

浜松のイメージアップにつながる(保護者の認知度も上がる)。

### ・調査

修学旅行にはどのようなところ(地域・施設)に行くのか(特に東京圏・関西圏の学校)の調査。

教育委員会等に、理想的な修学旅行先のヒアリングを行う。

父兄にとって「行かせたい」修学旅行先をアンケート調査。

修学旅行先として人気のある施設を訪問調査。

### ・参考とする施設イメージ

「三鷹の森ジブリ美術館」「手塚治虫記念館」「横浜ラーメン博物館」

## .. 跡地活用の具体例

5階建ての博物館（美術館）を建て、以下のように活用  
（「浜松」の特色だけにこだわり過ぎない）

フロア	テーマ	コーナー例
5 F	食文化 観光	食堂街、おみやげ、凧作り体験コーナー、「練り」体験コーナー
4 F	スポーツ	サッカー博物館、オリンピック博物館
3 F	産業 スポーツ	バイク博物館
2 F	産業	浜松産業博物館、ベンチャー起業体験館
1 F	歴史	浜松歴史村

- ・展示内容、イベント企画を定期的に変えていくことにより、修学旅行客はもちろん、地元客にとっても「いつ来ても家族で楽しめる」ことを目指す。
- ・「体験型」の施設を目指す。
- ・地元の各種みどころ（蛸塚遺跡、浜松城、楽器工場見学等）とのリンクを図る。
- ・上の例では、コンセプトが不明瞭で統一感に乏しいので、統一コンセプトを工夫する。

## 5 .「映画館博物館」

これは「映画の博物館」ではなく、「映画館の博物館」である。映画が誕生して100年余り、映画の歴史とは切っても切り離せないものがある。映画館である。リュミエール兄弟が世界で初めて、現在の映画館に最も近い形で映画フィルムを上映したのは1895年頃である。その後、映画の普及とともにその映画を上映する環境も大きな変遷をたどった。映画文化を語る時、創り手からみた映画作品そのものも重要だが、それを観る側の立場としての「映画館」もまた貴重な映画史の一面である。言ってみれば、映画文化の裏方としての映画側面史である。そこに焦点を当てて、博物館という形で研究・展示・紹介する、というのがこの「映画館博物館」の構想である。

展示 映画館の歴史（映画小屋からシネコンまで、そしてデジタル映画配信へ）

展示 映写機の歴史（35mm、16mm、8mm、70mm）

展示 フィルムの歴史（セルロイドから不燃フィルムへ）

展示 スクリーンの歴史（布からシネラマ用スクリーンまで）

展示 映写技師の歴史

展示 活動弁士の歴史（日本独特の文化）

展示 映画字幕の歴史（字幕ができるまで）

設営 「理想のミニシアター」

客席100程度のミニシアターを博物館内に創り、定期的に映画上映・映画講座を開催していく。  
洋画・邦画を問わず、映画に関する全ての催し物を行います。

「浜松映画祭」を企画し、映画産業の需要を創出します。

洋画・邦画の再放映を行い、アミューズメント施設の充実を図ります。

スタジオを建設したり、市街地をロケで使用可能としたりして、若手映画人の創出、映画の町浜松としての性格を明確化して、日本映画産業の中心となります。

以上様々な企画を通して、松菱を日本における新たな映画産業の発信基地として活用を図ります。

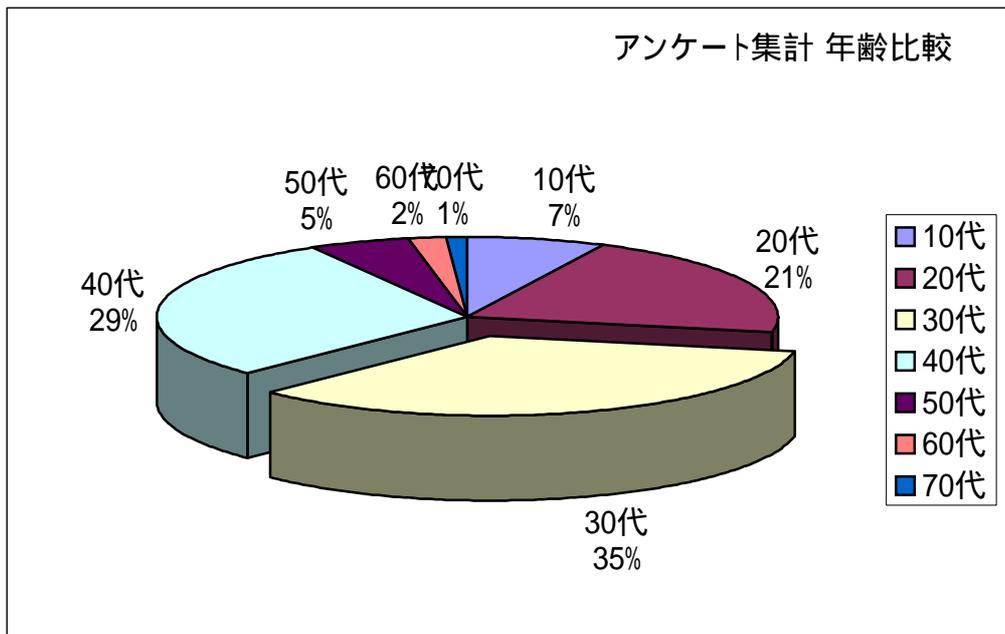
## 2、アンケート結果の分析

性別

- ・男性が多かった（サッカーだったからか？）

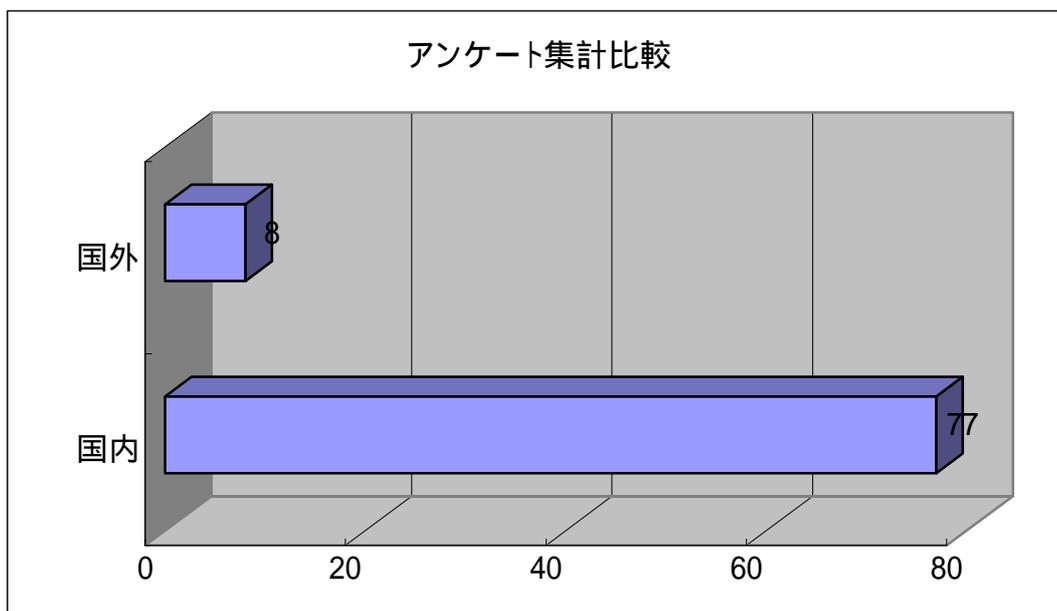
年齢

- ・30～40代の方は、家族観戦者もいた（10代の子供を連れた親子）
- ・20代は友人同士複数で来ていた。



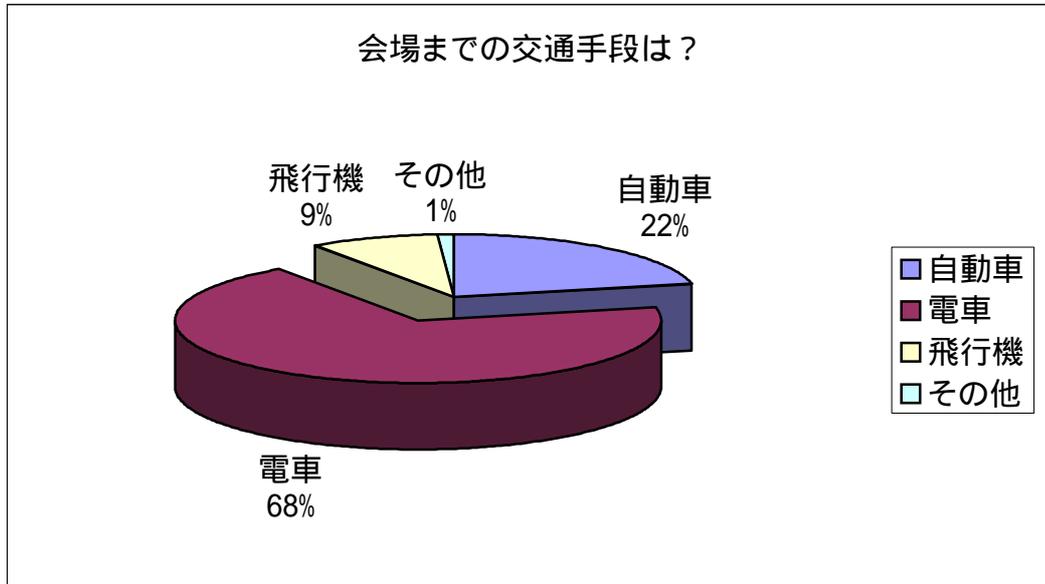
どちらから、お見えになりましたか？

- ・アンケートに回答いただいた人は国内の人が多かったが、実際エコパに観戦に来られた国外の人はどこに泊まったのかな？
- ・東京や名古屋かな（宿のPR不足か？国際空港の関係か？）



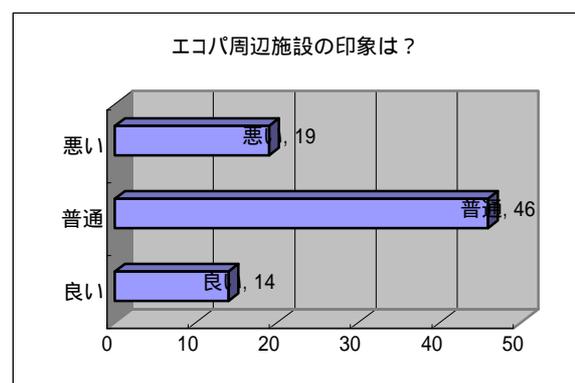
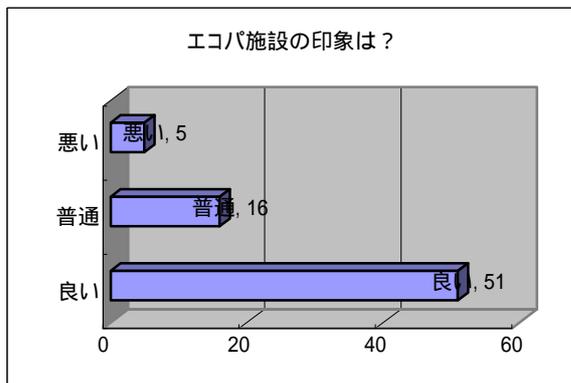
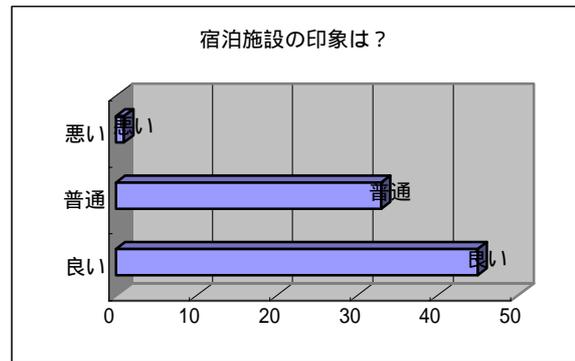
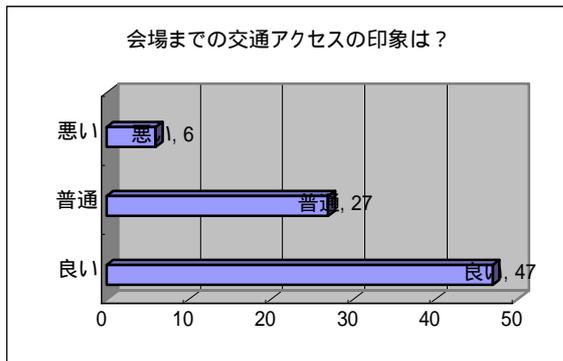
当地までの交通手段は？

- ・ 電車での来訪者が多かった。
- ・ 愛野駅がすぐ近くで電車の便が良かったか逆に他の交通手段が不便だったか？
- ・ 駐車場の施設が整っていれば、車で来る人が増えるのか？
- ・ シャトルバスを使った人もある。



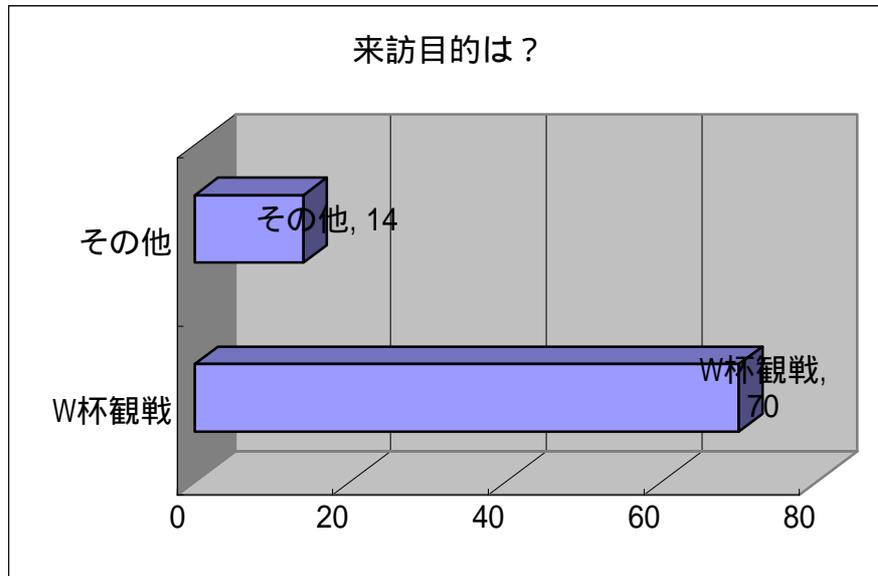
交通アクセス・宿泊施設・競技場施設・周辺施設の印象は？

- ・ 交通アクセス・宿泊施設・競技場施設の印象は、良い印象が多かったが周辺施設の印象は悪いという答えが多かった。



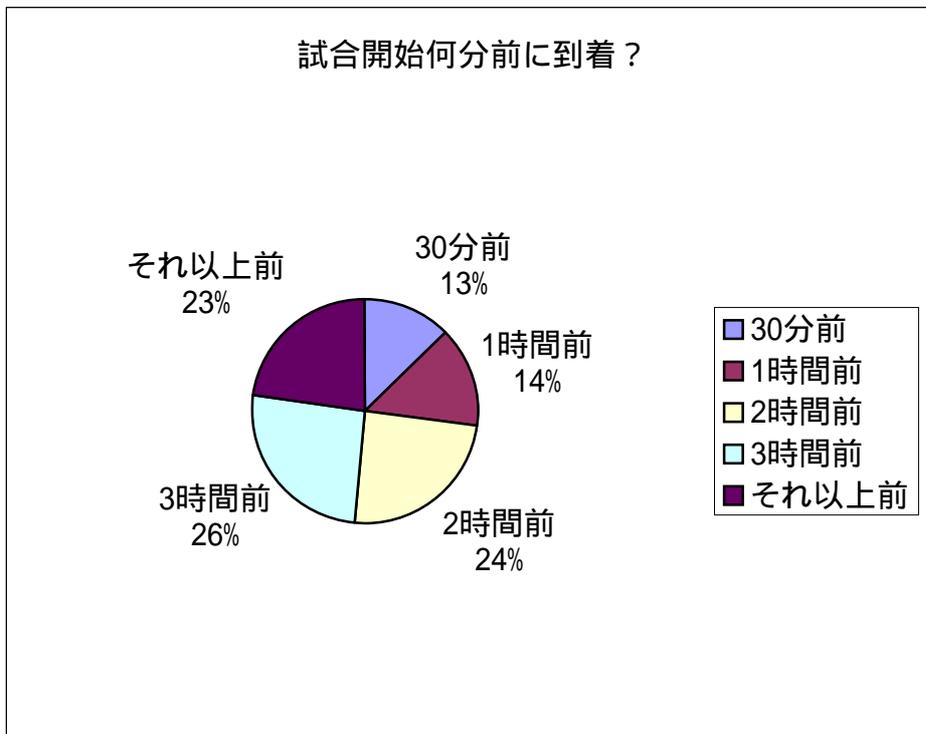
今回、来訪された目的は？

- ・ほとんどの人が、W杯観戦の為に来訪された。
- ・その他の観戦目的ではなく取材等大会関係者で全く関係のないひとは1～2人だった。



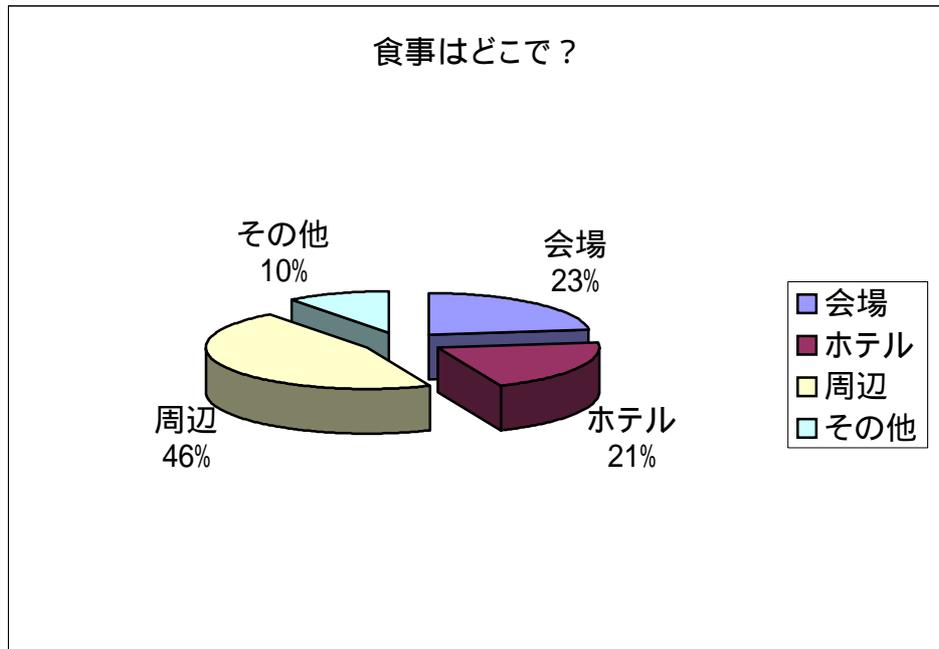
W杯観戦者に質問です。エコパへ到着したのは、いつ？

- ・70%近くの人(3万人)が2時間以上前に来て、飲食・トイレ等はどうだったか？
- ・2時間くらい余裕を見ないとアクセスに不安だったか？



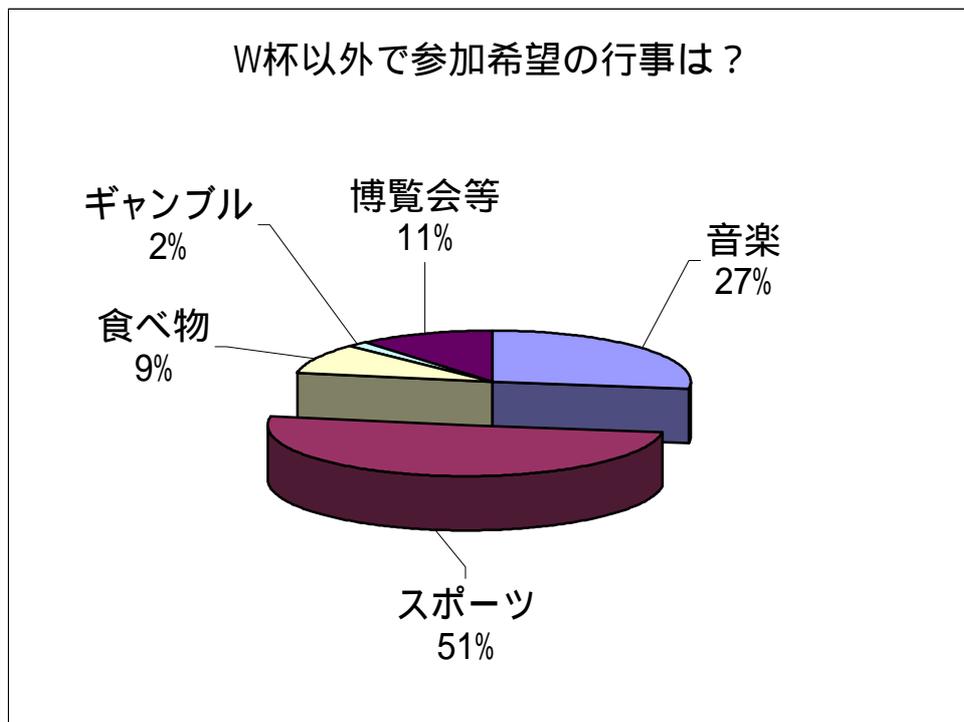
当地域内でお食事をされた方に質問です。どちらで食事を済ませましたか？

- ・浜松駅周辺で食事をした人が多かった。
- ・その時、飲食店の印象はどうだったか？



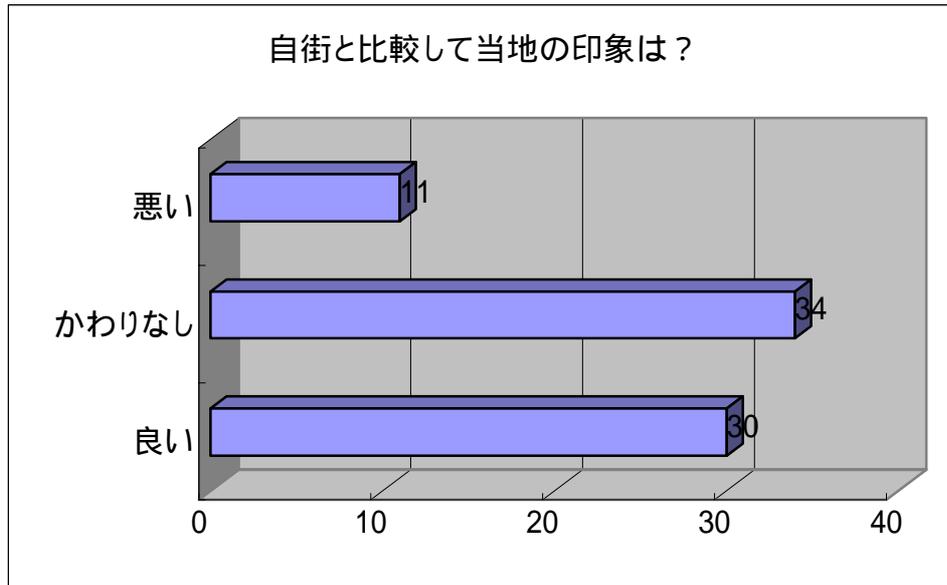
今後、貴方の行ってみたい・参加してみたいイベントを教えてください。

- ・スポーツのイベントだった為、今後のイベントもスポーツという回答が多かった。
- ・次に多かった音楽というのは、人気アーティストのコンサートを期待するのか？



貴方の住んでいる街と比べて、当地の印象は？

・変わらないと言うのは、特色がなかったということか？



・悪いと回答された方からのご意見

1. 東京と比較しても、飲食店の値段は決して安くない。これでは、客が根づかないのでは？
2. 安いチェーン店ではない居酒屋が多い
3. ドラックストア等、専門店が少ないと思う。
4. 夜、食事をする所が少なすぎる。
5. 浜松のロータリーは、私達のようなベビーカー族には歩きにくいです。地上で反対側に渡るのが大変でした。
6. W杯会場に行く迄の間にゴミ箱が無かったのが不便でした。
7. W杯にしては小さすぎる。(香港人)
8. 英語を話せる日本人がもっと必要(スペイン人)  
貴方の住んでいる地域の自慢の場所を教えてください。

・万博公園・競技場・ガンバ・埼玉スタジアム2002・匠の宿・ショッピング天国(シンガポール)・ニュルンベルグ(ドイツ)・等々力競技場(川崎フロンターレ)・エジンバラ城(スコットランド)・ホテルメルカークラブ(香港)・蔵王連峰・松島・青葉山・田んぼ・砂浜の美しい海・静かで自然が残っている事・東京へのアクセスの良さ・郷土文化がある・大山・海・永平寺・東尋坊・横浜国際競技場・さいたま新都心・中華街・長浜城・チェジュアイランド(韓国)

以上のご意見をいただきました。

郷土文化的なもの、自然、W杯のイベントだけに地元のスタジアム、この3点に集約されていると思われます。

## 『アンケートの総論』

・今回のアンケートの中で、今後のイベントの集客という観点から、必要とされることは以下の事と考える。

- 1．エコパという施設は良いが、周辺の施設がまだ充実していない。よって今後エコパでの各種イベントに来訪する人が待ち時間・愛野駅から会場迄の道程・トイレ・飲食等に不便を感じさせないようにエコパ・愛野駅周辺の整備が必要だと思われます。
- 2．国際的イベントとなれば、国外の来訪者にも宿泊してもらう為に静岡空港周辺施設の充実が必要です。
- 3．イベント会場周辺施設の一つとして地元を売り込む施設が必要でしょう。

## 提言 その1

### 「W杯サッカーイベント後の施設利用、集客等について」

#### ・提言理由

平成14年開催の「ワールドカップサッカー大会」を皮切りに平成15年に「New わかふじ国体」平成16年に「浜名湖国際園芸博覧会」と浜松市周辺地域での大規模イベントが目白押しです。このような状況の中、「イベント後の集客(リピート)と土地施設の有効利用」が今後の課題となります。

迫りくるイベントに対して、浜松市とその周辺地域の魅力を探り必要であればソフト・ハードに関らず魅力となるものを作り出すことも念頭に置いて、本年6月に行われた「ワールドカップサッカー大会」の状況を調査研究をし、大規模イベント後の施設利用や集客のあり方について緊急且つ具体的な提言をおこないます。

#### ・W杯サッカーのアンケート調査結果と分析

6月11日、14日、21日に「エコパ」で行われた「W杯サッカー」には、国内外から多くのサポーターがエコパ周辺地域の宿泊施設を利用しました。宿泊施設の数や利便性の面で浜松市内の宿泊施設を利用された方も多く、我々は主要宿泊施設にお願いをしてアンケートを実施致しました。その結果分析と当日観戦者の感想意見を集約しました。



## 1、W杯来訪者へのアンケート集計結果

.性別           **男性 63名      女性 25名**

.年齢           (10代) 7名 (20代) 20名 (30代) 33名  
                  (40代) 18名 (50代) 5名 (60代) 2名 (70代) 1名

.どちらからこられたか

**日本 77名** (千葉・長野・静岡・神奈川・名古屋・埼玉・東京・兵庫・横浜  
宮城・岐阜・三重・広島・大阪・香川・川崎・島根・鳥取・長崎・滋賀)

**海外 8名** (ドイツ・韓国・クロアチア・フランス・香港  
シンガポール・スコットランド・スペイン)

.交通手段

**自動車 20名 電車 63名 飛行機 8名 その他 1名**

.下記の案内等の印象は？

・ 交通アクセス	(良い) 47名	(普通) 27名	(悪い) 6名
・ 宿泊施設	45名	33名	1名
・ 競技場施設	51名	16名	5名
・ 周辺の施設	14名	46名	19名

.来訪された目的は？

**W杯観戦 70名      その他 14名**

.W杯観戦者に質問 エコパへの到着は？ 試合開始前？

30分前	9名	1時間前	10名	2時間前	17名
3時間前	18名	それ以上	16名		

.お食事は？どちらで済ませましたか？

会場内 18名    ホテル内 16名    周辺の飲食店 36名  
その他 8名 (一兆・木船寿し・浜松駅近辺)

.今後、行ってみたい・参加してみたいイベントは？

音楽	32名	スポーツ	59名	食べ物	11名
ギャンブル	2名	各種博覧会	13名		

.貴方の住んでいる町と比べて、当地の印象は？

**良い 30名    かわりなし 34名    悪い 11名**

### 3、当日試合観戦をしたメンバーの意見

#### {単純にエコパの感想(ワールド杯)}

- 1、ただ楽しかった。
- 2、駅からスタジアムまで遠かった、
- 3、帰りが大変だった、
- 4、ボランティアは素晴らしかった。
- 5、JAWOC は許せん。
- 6、電車、駅が混むのは仕方ないとして、会場までのアクセスが遠い！（駅付近には店屋、付近の自治体の宣伝小屋くらいはあったが、その先にゆっくり見ながら歩く（時間を感じさせない）施設がない＝セキュリティーの問題で仕方ないか？）したがって余計遠く感じる。
- 7、入り口付近のセキュリティーチェック（これもずいぶん手前側）～会場入場までが更にぐるっと迂回しないと行けなかった。
- 8、会場の中、会場直近に施設がないので時間つぶしが出来ない（早く行った人がくつろげない）
- 9、施設は良い、綺麗！見やすいと思う
- 10、会場内が電波状況が悪い（携帯電話・携帯テレビ＝日本 VS チュニジア戦）
- 11、会場外にチケットを持たない人のための遊び場 町全体で盛り上がる雰囲気＝賑わい）がなかった（これも W 杯初心者のためか）
- 12、愛野駅から意外と距離がある わりに周りにお店がない
- 13、スポーツ公園だとすると駅の周りが公園らしくない（中途半端）
- 14、スタジアムの中はいすといすの間があり座りやすいしグラウンドも良くみえる
- 15、国立よりずっと良い
- 16、欲をいえば売店がもっとあればなお良い。

#### {今後エコパに期待するもの}

17、他府県の方 たぶん関東方面の方でしたが、エコパという会場の知識がなく電車から突然現れる会場に、ここもやっぱり田んぼの中の会場なんだと言ってました。交通の便が悪いなど、急遽作った駅だとか、たぶんワールドカップ終わったら一時間に一本だよ電車とかどちらかというと、どうしてここなのかな？という印象でした。

18、先日テレビで茨城スタジアムの話をしておりました。試合後の維持費がかかり、思い切ってつぶしちゃうかな？なんて過激な意見もでておりました。今後身障者のオリンピック会場として毎年活用し、茨城スタジアム＝身障者オリンピックというイメージ作りをしようという意見も出ておりました。多目的スタジアムではなく、ある特定の会場としての全国的イメージ作りを考えておるようです。

19、毎年大きなイベントが継続的に行われ、それによって地域の活性化を目指しているようです。例えば高校野球で毎年使われる甲子園が高校野球の聖地として有名であるように、静岡県 = ? 会場として活用したら良いと思います。

20、ブラジルがイングランドを破った記念すべき会場なので、毎年ブラジル代表対日本代表試合とか、イングランドのリベンジで毎年対決するとかどうかな？

21、エコパカップなんか作ってその年の最優秀選手の銅像や記念館も面白いかも・・・

22、大規模スポーツ公園とするなら駅をおりたら、家族でも楽しめるスペースをもっと作るべきで(たとえば芝生の丘があり、そこからソリで滑り落ちる場所)それも改札をでたらすぐにそんなものがあるとか

23、スタジアムに行くのにスポーツを楽しみながら行くとか(たとえばローラーブレード)若い二人に似合う木陰がいたるところにあって、芝生があって、何でも自由すべてOK(何を意味しているのだろう)

24、いろんなスポーツイベントを誘致するのはもちろんだけれど、コンサート等の芸能活動の誘致も積極的にして、なるべく若い世代にスポーツ公園にきてもらうようにする。世の中にあるスポーツというスポーツはエコパに行けばすべてあるぞみたいな。



・大規模イベント後の継続的集客及土地施設利用についての提言

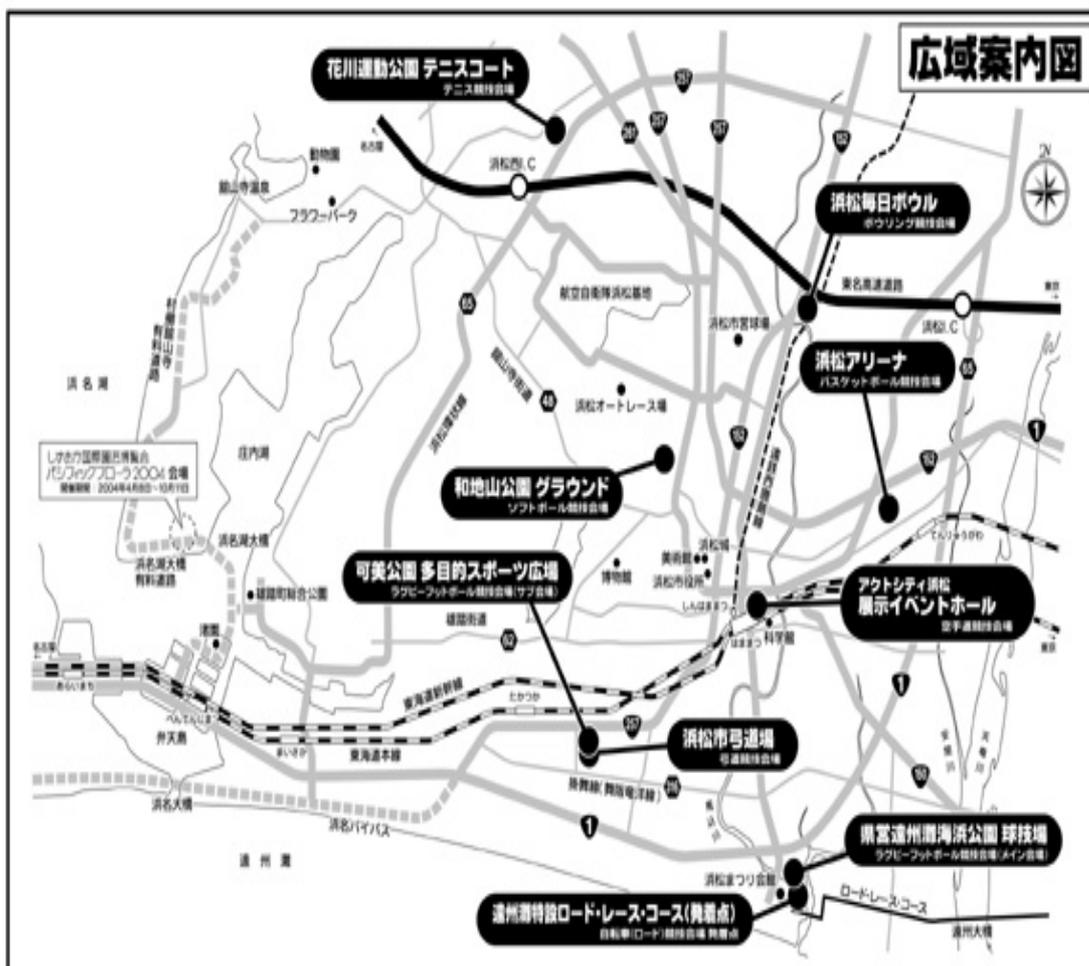
1、国体への提言

エコパのアンケートから見ても施設だけいくら良くしても周辺を含めた全体的印象が良くないとまたここに来たいという気持ちになれないのではないのでしょうか？

アクセス ↔ 宿泊施設 ↔ 周辺のイメージ ↔ 会場

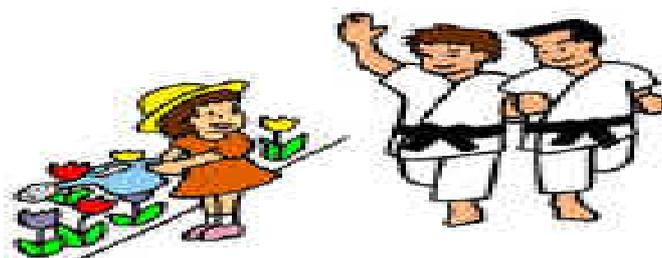
↓  
 トイレ・水飲み場・コインランドリー・薬局・病院  
 食事・コンビニエンスストア等の設備

〔 PS 先日のプレ国体（テニス都市対抗）では2人が熱中症で三方原へ運ばれました 〕



周辺の美化は(花や緑)人の心をなごませる。環境汚染防止のPRを兼ね刷紙を配布、選手や大会関係者、観戦者に協力してもらおう。

ゴミの片付けは行政でやるが最終的には税金でまかなっているのならゴミ有料制(1袋10円)の導入も必要。ゴミの処理にはお金がかかることを老若男女(理解)感じてもらおう事が大事(お金がかかるならなるべくゴミを出さないよう心掛けるのでは)



2万7千人の来県が見込まれる国体、浜松(地域)の特産物や名所を大いにPRして

又、浜松に を食べに行こう

を見に行こう

を聞きに行こう

“浜松って良い所だなー”という印象を皆に与えれば浜松の活性化にもつながるぞ

**心に残る 「 はままつ 」**

## 市民を観戦に

今までにスポーツに関心がなかった為見たこともないし興味のなかった競技でも近くで国内トップレベルの試合で情熱や感動をおぼえれば身近にこんな良い施設があるし自分もやってみよう、会社でサークルを作ろう、子供にやらせようと浜松の“やらまいか精神”が芽生えるぞ。（親子で観戦しよう……）



各スポーツに姉妹都市を作り（海外の都市とも）対抗戦を定期的に行う。

エキシビションマッチとしてプロ有名人を招待  
イベント化する。

スポーツだけでなくその後の 交流会

{ 海水浴  
花火大会  
マリンレジャー

トレーニング施設や宿泊施設を紹介し、合宿等の候補地に

**市民全員 スポーツにいそしもう**

国内トップレベルの試合

情熱 感動

親子で観戦

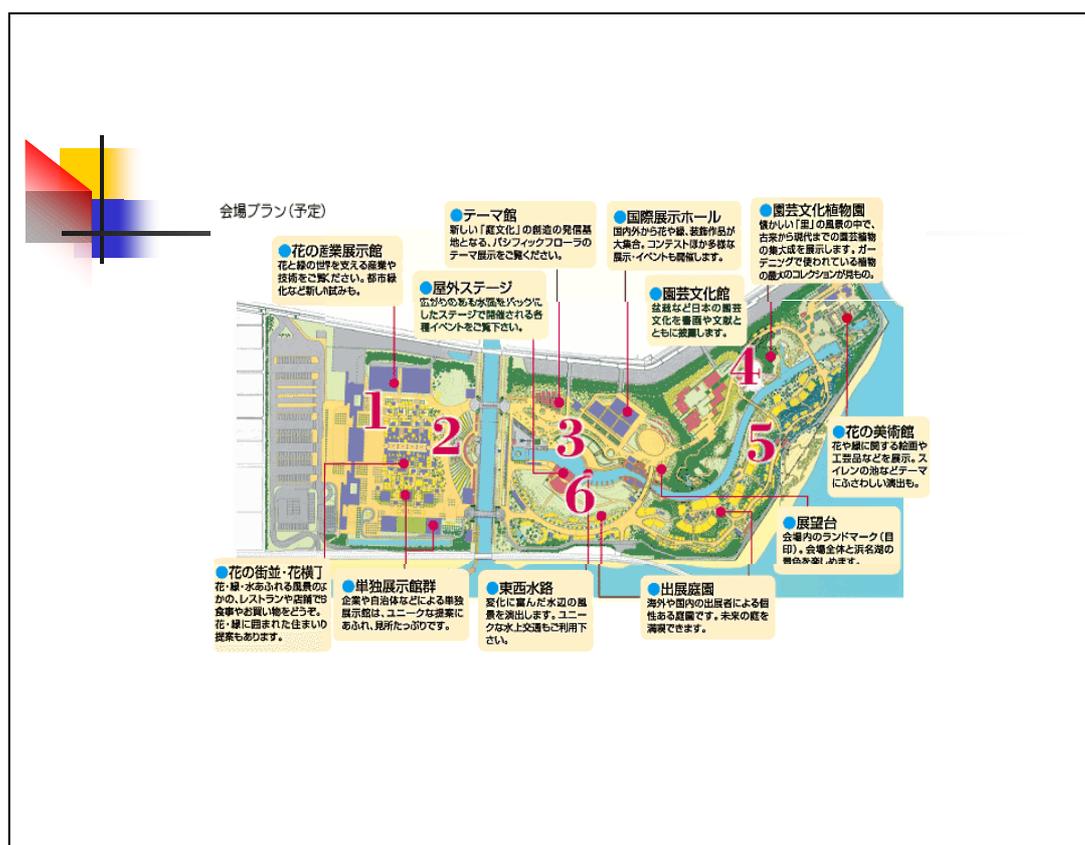
汗が情熱が人々の心に感動を呼ぶ！！

## 2、「園芸博の跡地」

- ・ 大規模イベント後、いちばん問題になるのは「土地施設の維持管理費」ではないでしょうか。

2004年に開催される浜名湖花博の会場になる浜名湖ガーデンパークも、例外ではありません。浜名湖ガーデンパークは、水路を挟み東エリアと西エリアに分かれています。県では、東エリアはそのまま都市公園として残し、西エリアは浜名湖花博の為に建設した「はこもの」は、全て取り壊し新たな利用を検討しています。

そこで、西エリアの跡地の利用について提言します。



ケータリングカーによる楽一・楽座

「ケータリングカー」とは、キッチンカー、移動販売車、移動厨房車、イベントカーの事をいいます。食品営業の許可も広範囲で取得できるよう設計されており、大規模イベントにフードサービスを提供する21世紀営業アイテムです。

そこで、ケータリングカーエリアを設け、自由に営業してもらいます。

営業するだけでなく、自分の店の商品のPRの場所としても利用できるのでは。



## 動く歩道

弁天島駅及新居町駅を下車したら、浜名湖ガーデンパークまで動く歩道で通じるようにする。景色を堪能しながら、気が付けば浜名湖ガーデンパークに到着しているなんて、素晴らしですね！！名所になるかも？！



## まとめ

「はこもの」の施設を建設すると、維持費がかかります。  
ケータリングカーによる楽一楽座なら、維持費がかかりません。  
場所を提供するだけで、色々な方が、色々な物及宣伝で、にぎわいをもたらしてくれます。各オーナーが、自分の商品を売る為、力をいれます。  
気が付けば、あそこに行けば色々な物が、手に入るよという具合になるかも？  
そうすれば、集客に繋がります。  
又、場所代を頂く事により、東エリアの維持管理費に役立つことでしょう。

### 3、トイレはどこに？

イベント等に参加していちばん気になるのは「トイレ」の存在です。

人間の生理現象は「出物腫れ物ところかまわず。」と言われるように押さえることが極めて困難なものです。今回のエコパにおける W 杯では電車を利用しての観戦が大部分をしめていましたが、今後行われる大規模イベント開催時には周辺の渋滞が問題になります。一時期のみ一過性のもので済んでしまうことかもしれませんが、イベント終了後継続的な集客を見込む上では渋滞時のトイレの確保や施設内・施設付近でのトイレの場所が非常に気になります。また、集客施設内での時間による集中もあります。イベント期間中多くの来訪者に地域や施設そのものの印象にも大きな影響を与えるでしょう。

そこで、イベント開催場所周辺や集客施設周辺のトイレについての提言を致します。

#### イベント用簡易トイレの考え方

「とりあえず」で現場工事用の簡易トイレでは芸がなさすぎると思います。浜松では、浜松祭り（凧）・七夕祭り・浜松秋祭り・冬のイベント等、毎年いろいろなイベントが月に 1 回程度開催されています。その都度、業者依頼の簡易トイレでは経費がかかります。また、既設のトイレを増やすことも維持管理費用を考えると難しいでしょう。

そこで...

#### 公共施設のトイレ利用

いまさらと言われるかも知れませんが、各公共施設のトイレを利用できないでしょうか？公共施設の維持管理は常に行われており、土曜日・日曜日に利用するにあたっては外からトイレのみに出入りできるようにすることも出来るのではないのでしょうか？今後建設される公共施設にはこのような特徴を備え地域全体で来訪者を「おもてなし」することが必要です。しかし現在、浜松市内にどのくらいの公共施設がどこにあるのか？...

そこで...

#### トイレマップの作成

観光マップ・特産品マップ等、直接利益につながるマップはいくらでも費用をかけて製作されていると思います。しかし、直接利益につながらない「おもてなし」に対する地域マップは皆無です。トイレの利用できる公共施設がマップになって来訪者に提供できれば安心してこの地域で観光や散策が出来るでしょう。

#### まとめ

「直接利益につながらない」けれども来訪者が困っている情報を提供し、この地域の多くの住民が同じ認識を持つことによって、今後おこなわれる「大規模イベント」での来訪者の印象になりイベント終了後「もう一度、浜松へ！」の意識が出てくるきっかけになるでしょう。

、「浜松再生の足がかり」となるために

イベントがある度に、来訪者に地元周辺の各種情報を与えていく事

イベント施設には、「はこもの」の施設を立てずに再利用する

競技施設に関しては、定期的な試合実施を確保する

エキシビジョンマッチとしてプロ有名人を招待し、イベント化する

来訪者に不便を感じさせないよう「おもてなし」の情報提供の充実

以上の事を考え浜松市周辺地域の整備を推進していく事が、再生の足がかりになるでしょう。