

# かわさきTMO通信

<毎月おじゃまします・かわさきTMOタウンマネージャーです>

## 特別号 No.2

- 国際化を考える
- 国際化へのディスカッション
- 国際化の提言

発行元：川崎商工会議所  
 発行責任者：副会頭 深堀和子  
 編集責任者：タウンマネージャー 笹原克  
 発行日：2012年3月25日  
 ホームページに掲載用  
 ◆連絡先  
 TEL：044-540-3904  
 FAX：044-540-3900  
 E-mail：sasahara@kawasaki-cci.or.jp  
 「まちづくり情報交換誌」を目指して  
 います。タウンマネージャーにお気軽に  
 情報をお寄せください。  
 ご意見・ご感想・ご要望大歓迎です！

### ◇国際化を考える

羽田空港拡張に伴う羽田空港国際化は、多摩川を隔てた川崎市に強い影響を及ぼすことが十分に予想されます。しかし、その影響も、川崎側に受け皿なり受け入れの仕掛けがなければ、単に通過してしまふであろう。川崎駅周辺地区の国際化を考えた場合、様々な点で受け入れができていないとは言えず、幅広い議論と提案が求められています。さる二月二十九日に「川崎駅周辺地区の国際化に向けて」と題してシンポジウムを開催しました。第一部として原祥隆氏(財団法人国際観光サービスセンター専務理事)より、広範囲国際化について講演がおこなわれました。講演内容を整理します。

平成二十四年一月のインバウンド(訪日外国人)は、六十九万人で、昨年の大震災の影響から平成二十年の月八十六万人には及んでいません。しかし、政府の目標は年間九百万人(月で七十五万人)となっており、さらに平成二十八年に一千八百万人の目標となっています。このように、今後、さらに急激に訪日外国人が増える

ことが想定されています。

国際化という場合、気をつけなければいけないのが、国際化とグローバル化の違いです。国際化とは、人それぞれの国の文化や特性を認め合い相互に交流することで、グローバル化とは、国境を越えて地域がフラット化することです。地域独自の個性をなくすことをいいます。今考えることは、この国際化であることを明確にします。国際化にはコンセプトをしっかりと立てることが大切になります。地域の独自の個性が基本になるからです。



国際化の受入機能は、3不(不安、不便、不快)の解消が基本となります。その対応には、ハードでの対応、ソフトで対応、ヒューマンでの対応とがあります。特にハードウェアの場合、とかく箱モノ行政といわれるように、ただモノを作ればいいというものではなく、十分に建設後のソフト、運営を十分に配慮したものでなければなりません。特に、駅、ターミナル、空港は、外国人訪問者にとってその地域の最初に接する場であり、それは地域の顔となるものです。

国際化という場合、「内なる国際化」と「外なる国際化」を考える必要があります。外なるものは、ハードの施設や外国語表記などのことを言いますが、重要なことは内なる国際化で、「外国人を特別扱いをしない」ということです。外国人は、日本の地域が持っているものに接することを望んでいるのであり、外国に合わせることはないのである。よって、過剰な外国語表記などは必要がありません。外国人と接するときは、普通の日本人と同じように特別扱いをしないことが、大切になります。

(タウンマネージャー 笹原克)

◇デイスカッション

(1) 国際化の現状

- ・商店街として現在特に国際化に関しての対応はない
- ・市内のツアー客は1万人となっているが、国際化はまだ
- ・来街者（外国人を含む）をもてなす場がない
- ・市の事業で国際化と名のつくは多摩川マラソンと環境展くらいしか思いつかない
- ・川崎駅前観光スポットとなるものがない
- ・現状では、業者の外国人に対する意識が弱い
- ・男目線の街
- ・大師もこのままではだめになる。神戸市などは10年かけた年々観光を更新しており、いつも新しいニーズにこたえることが大切

(2) 国際化のコンセプト

- ・川崎のコンセプトが何か大切
- ・川崎駅周辺のポテンシャルは高い(7)
- ・市内ホテルのアンケートをみても川崎は観光による国際化よりはビジネスにからだ国際化

が強い

- ・特に公害の街から環境の街に変わったことは国際的にも評価が高くコンセプトになる
- ・大型店も羽田からの集客をねらっている
- ・ビジネス外国人へのアプローチ
- ・川崎は観光よりビジネスによる国際化が適している
- ・国際化のコンセプトとしては環境がいい
- ・川崎駅周辺には目立った大きな観光資源はないが、特徴ある観光資源がある（浮世絵、大島劇場、能楽堂等）ので、これを活かす
- ・工場地帯のナイトツアーは、大変好評であるが、川崎の一つの魅力は産業観光である
- ・これからは団体よりも個人旅行が増えてくる。川崎らしいものを提供できること
- ・「川崎に行かなければできない」ことをコンセプトにする

(3) 国際化の受入機能

- ・大型バスの駐停車場は当面の大きな課題である
- ・観光客の多い川崎大師にアンテナショップをつくる
- ・国際環境展では、中国から100名ほど来ており、その宿泊やレセプションの場所の手配などに苦労している
- ・羽田空港内に川崎の案内所を設ける
- ・商業としてどのように対応するか
- ・駅周辺にワンストップポイントが必要
- ・外国人に向けたマップが必要

(4) どこからはじめるか

- ・3不から始めるのは可能
- ・羽田空港は年間6000万人もあり、どのように呼び込むか
- ・イベントとツアーのマッチング
- ・アジアンフェスタなどはいいい機会である
- ・商店街からみれば、言葉が最大のネックであり、どこかに拠点があつて、通訳がすぐ来てくれるようなシステムができない

(5) 国際化へまとめ

- ・マイスに力を入れる(0)
- ・地図も沢山の言語で書かれる必要はなく、日本語でもいい。もし、英語がついているなら親切である
- 1 川崎の国際化は、ビジネスに関係した外国人来街者を基本的ターゲットとして考える
- 2 ビジネスの対象としては、産業コンファレンス等に参加する外国人市内企業との商談、研修等に参加する外国人
- 3 川崎の特性ある観光資源を発掘し情報発信する。例えば臨海部ナイトツアー、環境対応施設（太陽エネルギーなど）、文化施設（浮世絵、大島劇場、能楽堂等）
- 4 川崎の美味しい食事、お土産を紹介するマップ
- 5 ハードの整備としては、大型バスの駐停車、ワンストップ案内所の設置

(タウンマネージャー笹原克)