

大都市における国際競争力強化に向けた官民連携
の現況及び情報発信方策に係る検討調査

報告書

平成28年3月

国土交通省 都市局

はじめに

今後の大都市においては、国内の大きな市場規模のみに頼るのではなく、国際的なビジネス・生活環境を改善し、外国企業・高度外国人材が安心して快適に活動できる環境を備え、また、シティセールスなど世界に魅力を発信し、人や情報を惹きつける、国際競争力の一層の強化が求められる。

また、都市の国際競争力強化を図るための海外展開を推進する上では、我が国の優れた都市基盤技術等の浸透・普及を図ることが不可欠である。一方、優れた都市基盤技術等は民間が多く有しており、官民で連携して取り組むことが重要である。

本調査は、これらの点を踏まえ、都市再生緊急整備地域等を対象に、各取組の分析を行い、課題の抽出及び解決方策を検討するものである。また、都市基盤技術等の情報発信については官民連携による体制等、具体的な実施方策を検討することにより、我が国の都市の国際競争力の一層の強化に向けた施策の検討に活用するものである。

1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討

都市再生緊急整備地域の内、都市の国際競争力強化に特に有効な地域である特定都市再生緊急整備地域を対象に、外国企業等と呼び込むために実施している、地域の外国語情報の発信やWi-Fi環境の充実等の国際的ビジネス環境等改善に資する取組及びシティセールスに係る取組の詳細を整理し、目標達成に対する効果を分析した。具体には「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に係る取組を主体に、関連して実施されている地域独自の取組も含め、ヒアリングやアンケート等によりこれらの取組内容と実施状況、関連データ等を把握し、目標や戦略への貢献について分析を行なった。

また、地方公共団体や民間事業者等（エリアマネジメント団体や任意協議会等を含む）の取組状況を把握するため、都市再生緊急整備地域（63地域）等を対象とした調査（アンケートおよびヒアリング）を実施した。調査結果については、官民それぞれの役割と主体等の観点に着目し、取組み状況（主体、取組み内容等）をリスト化するとともに、取組みの必要性や課題などを分析・整理し、その解決方策及び国による支援方策の検討を行なった。

2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討

我が国の優れた都市基盤技術等を効果的に海外へ情報発信していくため、情報発信の必要性と考え方、官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方を整理した。情報発信に係るニーズ・課題把握のために企業ヒアリングを実施し、Webサイト等へ反映すべき点、都市基盤技術分野について整理した。これらの結果を受けて、今後の情報発信の立ち上げに必要なマスター・サイトを作成した。さらに、Webサイトへのアクセス誘導方策の整理、今後の課題、留意事項について検討を行なった。

目次

はじめに

要 旨・・ 要旨(1)

1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討・・・・・・・・	1
(1) 特定都市再生緊急整備地域における支援事業等の実施と効果・・・・	1
1) 特定都市再生緊急整備地域と支援事業の概要・・・・・・・・	1
2) 対象地域の概要と特徴・・・・・・・・	11
3) 地域の国際競争力強化への地域戦略と戦略に基づく各事業への取組み状況・・・・	27
4) 取組事業の成果と目標達成への貢献・・・・・・・・	51
5) 都市の国際競争力強化に向けた課題と拡充方策・・・・・・・・	72
(2) 都市再生緊急整備地域の取組み等・・・・・・・・	76
1) 公共団体のwebサイト（HP）の多言語化の状況・・・・・・・・	78
2) 取組み状況のリスト（主体、取組み内容等）・・・・・・・・	81
3) 外国人や外国語に関する取組みの必要性等・・・・・・・・	95
4) 主体、取組み内容等の傾向・・・・・・・・	101
5) 取組みの「特徴、工夫」など・・・・・・・・	110
6) 取組みの「課題」など・・・・・・・・	123
7) 解決方策及び国による支援方策の検討・・・・・・・・	130
2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討・・・・・・・・	134
(1) 情報発信の必要性と考え方・・・・・・・・	134
(2) 官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方・・・・・・・・	136
(3) 情報発信に係るニーズ・課題把握のための企業ヒアリング・・・・	137
(4) 都市基盤技術分野の整理・・・・・・・・	150
(5) マスター・サイトの作成・・・・・・・・	153
1) マスター・サイトの作成方針・・・・・・・・	153
2) マスター・サイト（日本語、英語）の各ページ画面・・・・・・・・	155
(6) Webサイトへのアクセス誘導方策の整理・・・・・・・・	166
(7) 今後の課題、留意事項・・・・・・・・	167

要 旨

I. 調査の目的
<ul style="list-style-type: none">○ 本調査は、都市再生緊急整備地域等を対象に、国際的なビジネス・生活環境の改善やシティセールスなど取組の分析を行い、課題の抽出及び解決方を検討するもの。○ また、都市基盤技術等の情報発信については、官民連携体制による情報発信のあり方の検討、Web サイトの作成等の具体的な実施方を検討するもの。
II. 調査の内容
1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討
(1) 特定都市再生緊急整備地域における支援事業等の実施と効果
<ul style="list-style-type: none">○ 都市再生緊急整備地域の内、都市の国際競争力強化に特に有効な地域である特定都市再生緊急整備地域を対象に、外国企業等と呼び込むために実施している、地域の外国語情報の発信や Wi-Fi 環境の充実等の国際的ビジネス環境等改善に資する取組及びシティセールスに係る取組の詳細を整理し、目標達成に対する効果を分析した。○ 具体には「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に係る取組を主体に、関連して実施されている地域独自の取組も含め、ヒアリングやアンケート等によりこれらの取組内容と実施状況、関連データ等を把握し、目標や戦略への貢献について分析を行なった。
(2) 都市再生緊急整備地域の現況と課題の整理等
<ul style="list-style-type: none">○ 地方公共団体や民間事業者等（エリアマネジメント団体や任意協議会等を含む）の取組状況を把握するため、都市再生緊急整備地域（63 地域）等を対象とした調査（アンケート等）を実施した。○ 調査結果については、官民それぞれの役割と主体等の観点に着目し、取組み状況（主体、取組み内容等）をリスト化するとともに、取組みの必要性や課題などを分析・整理し、その解決方策及び国による支援方策の検討を行なった。
2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討
<ul style="list-style-type: none">○ 我が国の優れた都市基盤技術等を効果的に海外へ情報発信していくため、情報発信の必要性と考え方、官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方を整理した。○ 情報発信に係るニーズ・課題把握のために企業ヒアリングを実施し、Web サイト等へ反映すべき点、都市基盤技術分野について整理した。○ これらの結果を受けて、今後の情報発信の立ち上げに必要なマスター・サイトを作成した。さらに、Web サイトへのアクセス誘導方策の整理、今後の課題、留意事項について検討を行なった。
III. 調査の成果
1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討
(1) 特定都市再生緊急整備地域における支援事業等の実施と効果
<ul style="list-style-type: none">○ 特定都市再生緊急整備地域 12 地域のうち、平成 26 年度から「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」を実施している 4 地域と平成 27 年度から同事業を実施している 3 地域を対象にしたアンケートとヒアリングを実施し、本支援事業を活用した取組みと独自事業の詳細と進捗状況、地域戦略と地域戦略内での個別戦略の達成へのこれらの貢献を把握、分析し、本事業の拡充に向けた課題を整理した。○ 調査結果の分析・整理の結果は以下の通り。 都市の国際競争力強化に向けた課題と拡充方を整理した。<ul style="list-style-type: none">①課題 認知度向上への基本的な取組み、効果的な事業推進に向けた官民連携推進、地域戦略実現へ有効事業の選定と検証の取組み、インバウンド対策の強化、外国企業の適確な誘致対策につながる情報収集②拡充方策 認知度向上にも有効な観光分野などへの展開の許容、官民連携を背景に支援対象者の柔軟化

(2) 都市再生緊急整備地域の取組み等

- アンケート調査では、全 63 地域において、「外国人や外国語に関する取組み」について、以下の 1)～6) のような諸情報（動向や現場の考え方、認識など）が得られた。
 - 1) 公共団体の web サイト（HP）の多言語化の状況、2) 取組みリスト（主体、取組み内容等）
 - 3) 外国人や外国語に関する取組みの必要性等、4) 主体、取組み内容等の傾向
 - 5) 取組みの「特徴、工夫」など、6) 取組みの「課題」など
- 調査結果の分析・整理の結果は以下の通り。
 - i) 外国人や外国語に関する取組みの進捗状況
 - ・ 全地域において、『地上・地下、ビル内における外国人の移動環境の整備や改善』と『プロモーションツールの整備』が進捗。とくに、「特定地域」および「東京」における進捗が大きい。
 - ii) 取組を進めるにあたっての課題
 - ① 外国企業等の誘致に資するビジネス環境とそれを支える生活圏の形成
 - ② 幅広い担い手の参画による多様な官民連携の促進
 - ③ 自立的（自律的）かつ持続的な取組み主体の育成
 - iii) 解決方策及び国による支援方策
 - ① 特定地域以外との役割分担も視野に入れた生活環境づくりの先導
 - ② より多様な官民連携の実現に向けた協議会のあり方の検討
 - ③ 持続的な取組みを支える運営スキーム構築の支援

2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討

(1) 情報発信の必要性と考え方

まず、都市基盤技術の総合的な情報発信の必要性を整理した。次に、様々な業種の民間企業との官民連携で取り組むことの必要性を整理し、2020 年を目指して情報発信を実行する有効性を整理した。

(2) 官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方

まず、既存の官民連携組織を活用した官民連携のプラットフォームによる取組みの必要性を整理した。次に、Web サイトによる情報発信のあり方及び 2020 年に向けた Web サイトの運用、充実を踏まえ、ポータルサイトとして整備することの必要性を整理した。

(3) 情報発信に係るニーズ・課題把握のための企業ヒアリング

具体的なサイトのあり方の検討に先立って、様々な業種にまたがる民間企業 37 社のヒアリングを実施し、国内外への取組み、Web サイトへの意見等を聴取し、反映すべき点を整理した。

(4) 都市基盤技術分野の整理

情報発信する都市基盤技術分野について、既存の分類例をレビューし、本分類設定の考え方に基づき 7 分野を設定した。

(5) マスター・サイトの作成

企業ヒアリングでの意見や都市基盤技術分野の整理結果に基づき、Web サイトの作成方針を整理し、今後の具体的なサイト構築に繋げるための基礎となるマスター・サイト（日本語・英語）を作成した。

(6) Web サイトへのアクセス誘導方策の整理

企業ヒアリングにおいて多くの企業から意見があった Web サイトへのアクセス誘導方策について、一般的な手法を整理した。

(7) 今後の課題、留意事項

まず、Web サイトの公開に向けての留意事項を整理した。次に、Web サイトへのアクセス誘導のための官民連携での活動の必要性及び他の海外展開やシティセールスの動きとの連携について整理した。

■ 調査実施方針・調査フロー

本業務は、直接的には次の2つの業務内容を行い、これらの実施を通して、我が国の都市の国際競争力の一層の強化に向けた施策の検討等に活用することを視野に入れ実施する。

1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討

(1) 特定都市再生緊急整備地域における支援事業等の実施と効果

特定都市再生緊急整備地域（12 地域）のうち、平成 26 年度から「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」が実施されている 4 地域と、平成 27 年度から同事業を実施している 3 地域を対象にアンケートとヒアリングを実施し、本支援事業と独自事業の外国企業・高度外国人材の誘致への効果を分析し、本支援事業の今後の拡充に向けた課題を整理する。

(2) 都市再生緊急整備地域の取組み等

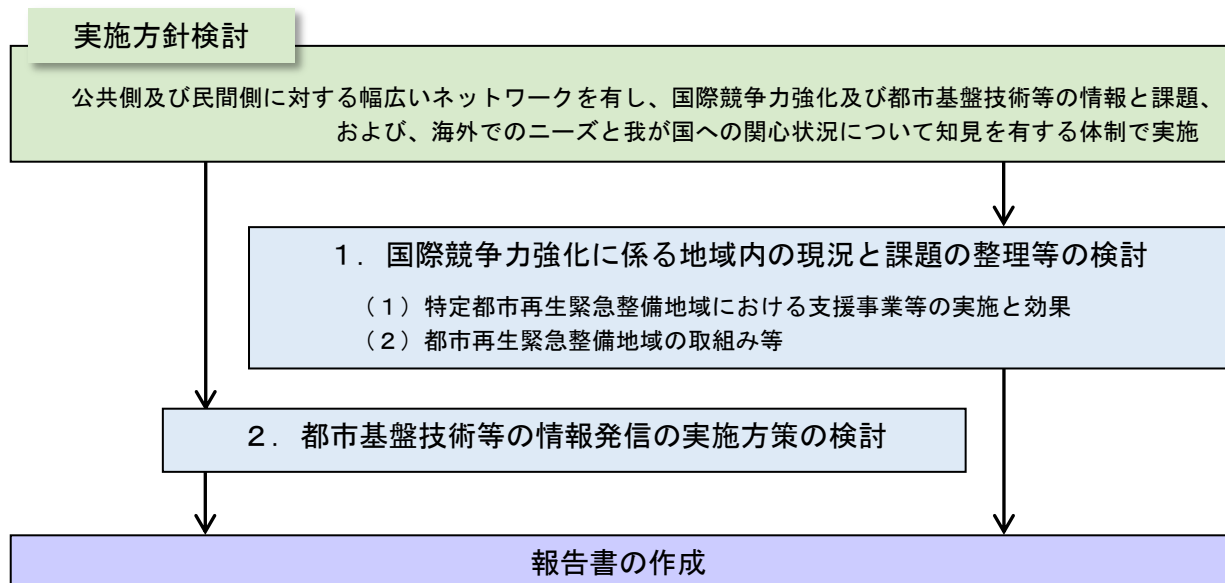
都市再生緊急整備地域（63 地域）等を対象とした調査（アンケート等）を実施し、外国人や外国語に関する取組み状況（主体、取組み内容等）を幅広く把握し、分析・整理する。

2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討

○我が国の優れた都市基盤技術等を効果的に海外へ情報発信していくため、情報発信の必要性と考え方、官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方を整理する。

○情報発信に係るニーズ・課題把握のために企業ヒアリングを実施し、Web サイト等へ反映すべき点、都市基盤技術分野について整理する。

○これらの結果を受けて、今後の情報発信の立ち上げに必要なマスター・サイトを作成する。さらに、Web サイトへのアクセス誘導方策の整理、今後の課題、留意事項について検討を行なう。



【調査フロー】

1. 国際競争力強化に係る地域内の現況と課題の整理等の検討

(1) 特定都市再生緊急整備地域における支援事業等の実施と効果

(「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」)

1) 特定都市再生緊急整備地域と支援事業の概要

① 特定都市再生緊急整備地域

昨今の成長が著しいアジア諸国の都市と比べ我が国の都市の国際競争力の相対的低下が懸念されているなか、国全体の成長をけん引する大都市について、官民が連携して市街地の整備を強力に推進し、海外から企業・人等呼び込むことができるような魅力ある都市拠点形成することが、重要な課題になっている。このため、国では、平成23年4月に「都市再生特別措置法」を改正し、「選択と集中」の観点から、既に高いポテンシャルを有している地域を絞り込み、支援資源を集中投下させるため、「特定都市再生緊急整備地域」制度が創設された。都市再生緊急整備地域をベースにしつつ、官民が連携することにより事業の円滑性を高めること及び都市開発事業をスピード感を持って進めることが都市の国際競争力の強化を図るうえで特に有効な地域を「特定都市再生緊急整備地域」として、平成28年3月現在、全国で計12地域が指定されている。

特定都市再生緊急整備地域内では、都市再生緊急整備地域における特例措置に加え、整備計画に基づく都市拠点インフラ整備の重点的かつ集中的な支援、都市計画決定の迅速化、課税の特例措置等が行われている。

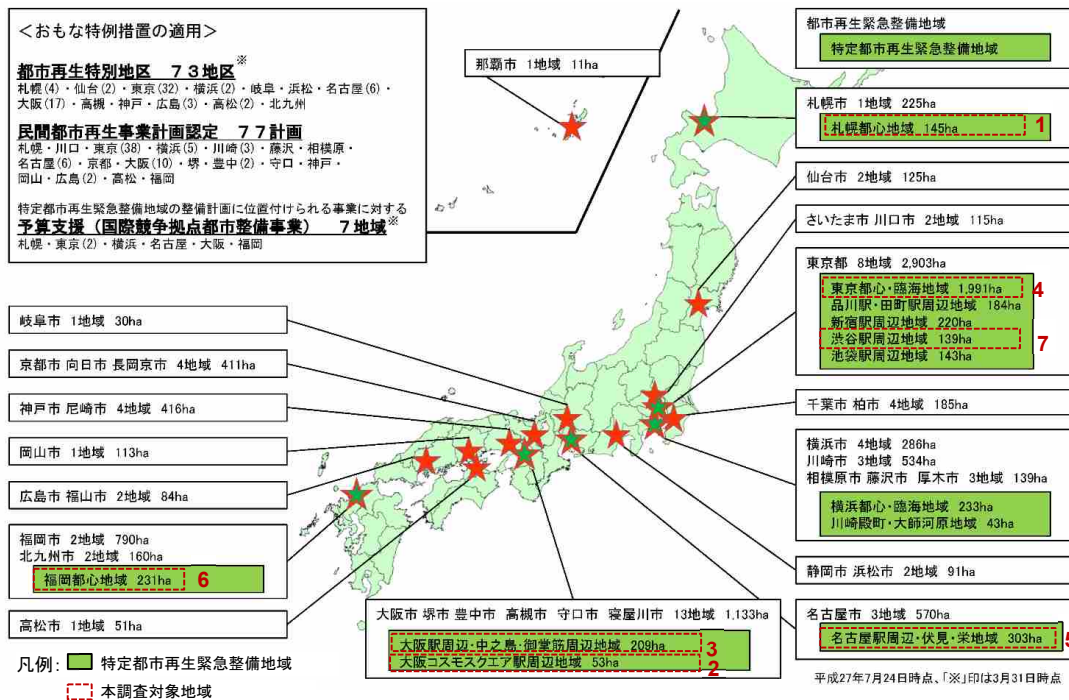


図1-(1)-1 特定都市再生緊急整備地域と本調査対象地域

②「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」の概要

「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」（以下、本支援事業）は、特定都市再生緊急整備地域において、外国企業等呼び込むための取組について支援する補助制度として、平成26年度に創設された。これは、外国企業及び高度外国人材を呼び込むことにより我が国の大都市の国際競争力の強化を図るため、特定都市再生緊急整備地域において、官民により構成された都市再生緊急整備協議会が行う外国企業等呼び込むための戦略検討、地域の外国語情報の発信やWi-Fi環境の充実等の国際的ビジネス環境等改善に資する取組及びシティセールスに係る取組み等ソフト・ハード両面の取組について、総合的に支援を行うものである。

本支援事業は、平成26年度では、東京都心臨海地域（大手町・丸の内・有楽町地区）、大阪駅周辺地域、大阪コスモスクエア駅周辺地域、札幌都心地域の4地域、平成27年度から新たに、渋谷駅周辺地域、名古屋駅周辺・伏見・栄地域、福岡都心地域の3地域が本支援事業を活用しており、平成28年度3月現在、計7地域で地域の国際競争力強化のための様々な取組みを支援している。



図1-(1)-2 国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業の概要

【事業実施のフロー】

本支援事業に係る事業実施までのフローと必要な地域戦略・整備計画の概要を以下に示す。

本支援事業を活用する地域においては、外国企業等呼び込むための地域の取組みと方向性を示した「地域戦略」を策定してもらう。一方、都市再生特別措置法に基づき、特定都市再生緊急整備地

域において、官民により構成された都市再生緊急整備協議会は、地域整備方針に基づき、地域の国際競争力の強化を図るために必要な都市開発事業及びその施行に関連して必要となる公共公益施設等に関する「整備計画」を作成することができる。本支援事業を活用した、地域の国際競争力強化に向けた取組みは、この「地域戦略」と「整備計画」に基づいて実施される。

表1-(1)-1 事業実施までのフロー

項番	項目	計画等の根拠法令
1	交付申請・交付決定(協議会開催・計画作成)	
2	「 <u>外国企業等を呼び込むための地域戦略</u> 」の検討 大都市の国際競争力の強化を図ることを目的として、外国企業及び高度外国人材を呼び込むための次に掲げる事項を記載した地域戦略を <u>地域内の官民で構成された協議会</u> において検討 ・地域の特性を踏まえた目指す姿 ・目指す姿に向けた施策と役割分担 ・目指す姿に向けたロードマップ策定	国際競争力強化促進事業制度要綱 第4条の1の二
3	「整備計画」の作成 外国企業等を呼び込むための地域戦略に基づき、整備計画の「その他、都市の国際競争力の強化のために必要な都市開発事業及びその施行に関連して必要となる公共公益施設の整備等の推進に関し必要な事項」の欄に本事業を活用する取組みを記載し、都市再生緊急整備協議会において作成	都市再生特別措置法 第十九条の二
4	「事業計画」の提出 外国企業等を呼び込むための地域戦略及び整備計画に基づき、事業計画を作成し、地方整備局長等を経由して、国土交通大臣に提出。	国際競争力強化促進事業制度要綱 第5条
5	交付申請・交付決定(計画に基づくソフト・ハード事業)	—
6	計画に基づくソフト・ハード事業の実施	—

出典：国土交通省ホームページ

表1-(1)-2 各地域の地域戦略及び整備計画策定状況

地域名	地域戦略	整備計画
①札幌都心地域	平成26年8月7日	平成26年8月7日
②大阪コスモスクエア駅周辺地域	平成26年8月11日	平成26年8月15日
③大阪駅周辺地域	平成26年9月26日	平成26年9月26日
④東京都心・臨海地域 (大手町・丸の内・有楽町地区)	平成27年3月16日	平成27年3月16日
⑤名古屋駅周辺・伏見・栄地域	平成27年3月25日	平成27年3月25日
⑥福岡都心地域	平成27年3月27日	平成27年3月27日
⑦渋谷駅周辺地域	平成27年7月1日	平成27年7月1日

出典：国土交通省ホームページ

2) 調査の概要

①本調査の目的

本調査は、本支援事業が実施されている地域を対象に、当該地域で行われている、本支援事業の活用のみならず独自による、国際競争力強化に向けた取組みについて、その詳細と進捗を把握するとともに、これらの取組みが、地域戦略の最終ゴールでもある、外国企業・高度外国人材の誘致へどのように貢献するかを明らかにし、本支援事業の今後の拡充に向けた課題を整理することを目的としている。

②調査方法

本調査は、平成27年9月時点で、支援事業が実施されている全7地域を調査対象とし、当該地域における自治体又は都市再生緊急整備協議会など、実質的な取組み主体へ調査票の配布とヒアリング等を行った。

<調査票>

調査票は、実施事業に関する調査票Ⅰと地域戦略と事業効果に関する調査票Ⅱの2種類を配布している。各調査票の趣旨と目的及び調査項目について以下に述べる。

【調査票Ⅰ：実施事業に関する調査票】

「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標（案））に関する調査票
****地域 ①実施事業

		取組のロードマップ		短期			中期	長期	達成の目標	
				～H25	26	27	28-29	H30-34		H34～
外国人を呼び込むための 地域戦略 (対応戦略に番号記入)	1									
	2									
	3									
	4									
主な関連主体										
事業種類	項目	実施事業	事業主体	対応戦略	事業実施期間				今年度達成度(%)	事業効果(評価指標(案))
					短期	中期	長期			
支援事業 関連取組み	協議会開催									
	計画作成									
	計画に基づくソフト事業									
	国際的ビジネス環境等改善に資する取組み									
	シティセールスに係る取組み									
	計画に基づくハード事業									
独自の 取組み	ソフト事業									
	国際的ビジネス環境等改善に資する取組み									
	シティセールスに係る取組み									
	ハード事業									
事業実施における課題と要望事項										
.										
.										
.										

図1-(1)-3 調査票Ⅰ：実施事業に関する調査票

調査票Ⅰは、対象地域内で、独自・支援事業関連両方の実施事業の詳細な内容（事業名・実施時期・事業主体、現時点での進捗率、成果等）と共に、実施事業の地域戦略上の位置づけを体系的に把握することを目的としている。各実施事業は、都市の国際競争力強化に向け、外国企業等の呼び込みのために各地域が策定した地域戦略に基づき行われている。

調査票Ⅰでは、各実施事業の詳細な内容と実績のみならず、地域戦略との関係性、ロードマップ上の実施期間などを把握することで、実施事業のより体系的な運営とその効果を示すための基礎的資料とすることを目標としている。

【調査票Ⅱ：地域戦略と事業効果に関する調査票】

「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票
Ⅱ ***地域 ②地域戦略及びロードマップ

主な関連主体					
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標	各戦略に対する目標値の達成率				
	短期 (H26~29年度)	中期 (H30~34年度)	長期 (H34年度~)	備考	
	数値目標：**	数値目標：**	数値目標：**		
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考
		短期 (H26~29年度)	中期 (H30~34年度)	長期 (H34年度~)	
戦略1：***		短期目標値：**	中期目標値：**	長期目標値：**	
		短期達成率：**	中期達成率：**	長期達成率：**	
(1) ***	***				
(2) ***	***				
(3) ***	***				
戦略2：***		短期目標値：**	中期目標値：**	長期目標値：**	
		短期達成率：**	中期達成率：**	長期達成率：**	
(1) ***	***				
(2) ***	***				
(3) ***	***				
戦略3：***		短期目標値：**	中期目標値：**	長期目標値：**	
		短期達成率：**	中期達成率：**	長期達成率：**	
(1) ***	***				
(2) ***	***				
(3) ***	***				

図1-(1)-4 調査票Ⅱ：地域戦略と事業効果に関する調査票

調査票Ⅱは、地域戦略で掲げられている数値目標値（例：外国企業誘致件数等）に対する、支援事業関連及び独自の取組みの内容を示すことを目的としている。

地域戦略においては、外国企業及び外国高度人材の誘致数などを戦略の目標値としている。この目標の達成には様々な要因が影響しており、個別の実施事業の成果との直接的な因果関係を示すことは必ずしも容易ではないと考えられる。また、個別実施事業の場合、将来的に継続してその効果を検証していかなければならないものという課題もある。

従って、調査票Ⅱでは、外国企業誘致というゴールを達成するための地域戦略上の施策テーマに関して関連するサブ指標を設定することで、その達成率と外国企業誘致件数の達成率との関係を把握することで、支援事業並びに各取組みの効果を定量的に示すことで地域戦略と各事業の関係性を体系的に捉えることを目的としている。

<ヒアリング調査>

以上の2種類の調査票によるアンケートと並行して、各地域におけるヒアリング等も実施している。ヒアリングでは、主に以下の内容を中心に聴取が行われた。

<地域戦略の目標設定について>

- ・実施事業の詳細な内容と実施体制
- ・国際競争力強化に向けた今後の課題と計画
- ・支援事業への評価及び要望事項

③本支援事業の基本的考え方（地域戦略と整備計画の関係）

本支援事業は、外国企業・高度外国人材を呼び込むことを目標として、地域で行われている様々な取組みを支援している。特に、それぞれの取組み事業は、地域戦略に基づきロードマップに沿って、取組みが行われている。

本調査では、地域戦略と個別の実施事業の関連性、また、外国企業・高度外国人材誘致の目標達成のために、各施策分野における目標や支援事業及び取組み事業の効果を定量的に評価することを目標にする。

そのため、まず、地域の取組みの基礎となる地域戦略の考え方と本支援事業の仕組みを整理する。

【地域戦略】

地域戦略は、特定都市再生緊急整備地域において、官・民、複数の主体からなる都市再生緊急整備協議会が、外国企業等の誘致のために、地域の特徴を分析し、国際的ビジネス環境、シティセールス、多様な都市機能の充実など地域が取り組むべき国際競争力強化を図る戦略を立案するもので、官民の取組主体も記載しており、都市の国際競争力強化に向けての目標を体系的に示している。

具体的には、それぞれの地域の目指す姿と強み・弱みといった特性を反映したうえで、課題を設定すると共に、それに対応したかたちで施策と役割分担が策定される。すべての実施事業は、すべて施策・役割分担における戦略テーマの何れかに対応しており、ロードマップ上の各事業フェーズ（短期・中期・長期）に合わせて体系的に行われる。

ここでは、図1-(1)-5を参考に、各地域戦略の項目について述べる。

ア) 地区の長所（活かすべき強み）

外国企業・高度外国人材からみた地域の強みを抽出。例えば、ビジネス環境の側面として、関連産業の企業集積度、オフィス環境、優れた主要空港からのアクセス性、国際会議誘致に適したMICE施設・宿泊施設の充実さ、国際的水準の文化・衣・食・住環境や治安の良さなど、国際競争力強化の観点からみた更なる強化が望まれる地域の強み。

イ) テコ入れすべき点 (克服すべき弱み)

国際競争力の観点からみた地域の課題を記載。

例えば、外国人受入体制の弱さや英語通用度の低さ、国際的知名度の低さなど、都市の国際競争力の観点からみた、克服すべき地域の弱み。

ウ) 施策・役割分担

地域の課題に対応する、具体的な施策方針と取組み主体について記載。

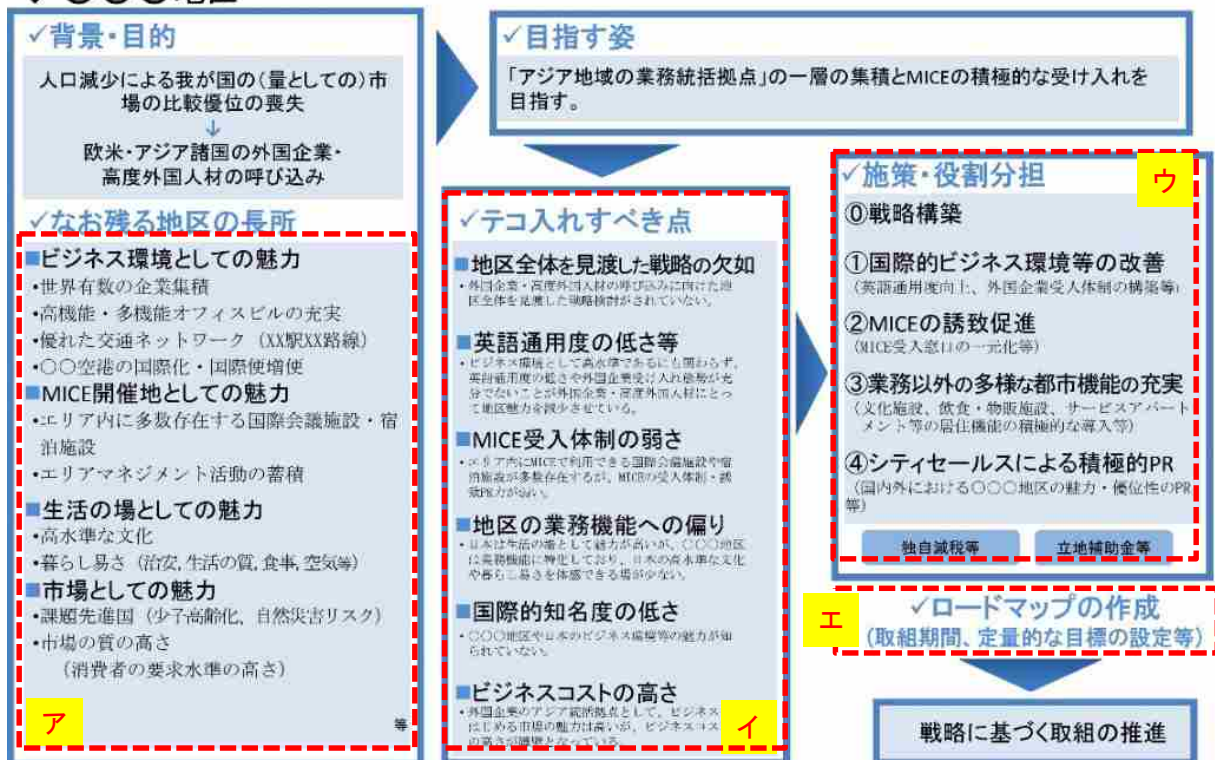
施策では、「国際的ビジネス環境の整備」、「MICE誘致の促進」、「シティセールスによる積極的PR」「ビジネスを支える多様な都市機能の充実」などといった、地域として重点的に取り組むべき戦略テーマを掲げ、それぞれの戦略を達成するための具体的な実施事業を記載する(図表1-(1)-6参照)。

エ) ロードマップと数値目標の設定

ロードマップでは、各事業フェーズに応じて、短期(～平成29年度)、中期(平成30～34年度)、長期(平成34年度～)区分を設け、取組み事業の実施期間と定量的な評価のための数値目標を設定する。

数値目標としては、本支援事業の目標である、外国企業等の誘致件数などといった地域共通の指標に加え、国際会議開催数などといった地域固有の戦略目標に係る指標が設定される。

◆ ○○○地区



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-5 「外国企業等呼び込むための地域戦略」の検討フロー(イメージ)

「外国企業等呼び込むための地域戦略」に基づく取組(イメージ)

◆ ○○○地区

外国企業・高度外国人材呼び込むための地域戦略の策定

- 欧米・アジア諸国の外国企業を対象とした「アジア地域の業務統括拠点」の一層の集積と「MICE」の積極的な受け入れを目指す。
- 世界有数の企業集積や、多数存在する国際会議・宿泊施設、エリアマネジメントの活動の蓄積等の地域の特徴を踏まえ、①国際的ビジネス環境等の改善、②MICEの誘致促進、③業務以外の多様な都市機能の充実、④シティセールスによる積極的PR等を実施。

①国際的ビジネス環境等の改善

①コンシェルジュ機能の強化

- ・現在行っている外国企業向けの事業展開支援の他に、外国企業向きの交流拠点としての機能を追加予定。
- ・取組主体：○○○県
- ・H26年度以降実施予定



①インキュベーション オフィス)の拡充

- ・今後メインターゲットとする海外成長企業等のために、ビジネス支援のなかでも顧客紹介機能を拡充予定。
- ・取組主体：○○○会社
- ・H25年秋以降実施予定



①海外企業等支援センターの整備・運営

- ・日本国内での成長を期待できる海外成長企業等を見つけ、誘致からビジネス開発支援までをワンストップで実施。
- ・取組主体：○○○会社
- ・H26年度着工予定



①路上等の公共空間での外国語情報板・案内板の設置

- ・多言語で外国人が必要な施設や地域の情報を多数の外国人が利用可能な場所を提供。
- ・取組主体：○○協議会
- ・H26年度以降実施予定



①④外国語による地域の情報発信(HP、DVD、パンフレット等)

- ・多言語で外国人が必要な地域の情報を様々な媒体で提供。
- ・取組主体：○○協議会
- ・H26年度以降実施予定



④海外でのシティセールス

- ・MIPIM、ワールドシティサミットといった国際展示会等に出展。
- ・取組主体：○○協議会
- ・H26年度以降実施予定



②MICEの誘致促進

②ビジネスマッチングイベントの開催

- ・MICE実施時にMICEに参加している外国企業や日本企業のビジネスマッチングイベントを開催。
- ・取組主体：○○○会社
- ・H26年度以降実施予定

②③外国人向け宿泊施設の整備・運営

- ・アジア他都市との差別化を図り、敷地内で掘削する温泉を引き、おもてなし文化を象徴した「日本旅館」を整備。
- ・取組主体：○○○会社
- ・H26年度着工予定



③ビジネスを支える多様な都市機能の充実

③交通広場の整備

- ・景観・環境に配慮した交通広場として再整備し、交通結節機能を強化。
- ・取組主体：○○○県
- ・着工時期：調整中



③サービスアパートメントの整備・運営

- ・ビジネスを取組主体とした中長期滞在に対応出来る宿泊施設を整備。
- ・取組主体：○○○会社
- ・H25年度着工



④シティセールスによる積極的PR

外国企業・高度外国人材呼び込みに向けた相乗効果が発揮

- 当該地域の地方公共団体や民間事業者への受益
- 当該地域外を含めた広域的な雇用や経済効果の波及、新たな販路の創出等

- ：民間事業者の取組
- ：地方自治体の取組
- ：官民協議会の取組

出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-6 「外国企業等呼び込むための地域戦略」に基づく取組み(イメージ)

【地域戦略に基づく整備計画の作成】

- ・外国企業等呼び込むための地域戦略に基づき、都市再生特別措置法に基づく整備計画において現行の都市開発事業に加えて、ハード、ソフトが一体となった取組みを記載する(都市再生緊急整備協議会により作成)。
- ・具体的には、整備計画の「その他、都市の国際競争力の強化のために必要な都市開発事業及びその施行に関連して必要となる公共公益施設の整備等の推進に関し必要な事項」の欄に本事業を活用する取組みを記載する。

なく、外国人の受入体制を強化することで都市の国際競争力強化を図っている場合もある。

- シティセールスに係る取組み（本支援事業で取組みの一部を支援可能）

都市のインフラが整備され外国企業や外国人高度人材にとって魅力的かつ国際競争力のあるビジネス環境が整ったとしても、それだけでは激化する都市競争のなかで選ばれるには不十分である。各地域固有の立地的な強みや比較優位性を見極め、ターゲットを絞り海外に向けて積極的に情報発信する取組みが必要である。

例えば、地域の特徴や強みをアピールする映像やパンフレットなどのPRコンテンツを外国語で作成し、WEBを始め多様なチャンネルで情報発信をしたり、国内外で開催される都市分野に関する展示会などのイベントに参加出展したりして、地域の優位性や魅力を直接的に説明し、関心を喚起しつつニーズを捉える取組みをしている。

- 都市開発事業に係る取組み

地域の国際競争力強化に向けて、新たな都市開発の中で整備するハード事業のことを指す。

例えば、交通の結節点における広場や歩道ネットワークなどの移動環境の整備事業や、サービスアパートメントといった外国人の滞在環境の整備、ビジネス環境を支えるためのBCP対応など、外国語対応の医療施設・教育施設や質の高い居住環境の整備（SA等）など、ビジネスを支える様々な都市機能・インフラの整備事業が含まれる。

2) 対象地域の概要と特徴

ここでは、本支援事業を活用して取組みを行った各地域の国際競争力に係る施設状況・立地企業数などの現況を示す。

① 札幌都心地域

【国際競争力強化に向けた基本方針】

札幌都心地域における、国際競争力強化のための基本方針は、優れたまちづくりを通じて世界都市となることを目指すとともに、災害にも強く、国際的な活動の拠点にふさわしい市街地を形成するとともに、これらの優れたまちづくりの展開をパッケージとして国内外に情報発信することとしている。

具体的施策として、

- ・4つの骨格軸（駅前通、大通、創成川通、北三条通）と展開軸（東4丁目線）、3つの交流拠点（札幌駅、大通、創世）を中心とした都市開発事業や公共公益施設の整備により、国際水準の業務、商業、宿泊、文化芸術、交流、居住、医療・福祉、スポーツなどの機能の集積と高度化を図る。
- ・自立分散型エネルギー供給拠点の整備やスマートエネルギーネットワークの検討等を行い、環境にやさしく、災害にも強い国際的にモデルとなりうるまちづくりを実現する。
- ・地上地下のオープンスペースや道路などの基盤整備、路面電車等の公共交通機関の整備を通じ、交通・回遊機能のネットワークを充実・強化することで、国際交流拠点としての構造強化を図る。
- ・都市機能、都市空間を活用するエリアマネジメント組織の形成、強化を進め、国際交流拠点にふさわしい多様な活動の創出を促進する。

特に、既に国際競争力を有している国内外の観光産業を軸に、ビジネスパーソン誘致やMICE誘致の強化など、集客交流都市として国際競争力の向上を図っていることが特徴的といえる。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-9 札幌都心地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 225ha 特定都市再生緊急整備地域 145ha
交通アクセス	新千歳国際空港まで約40分（電車）

■主要企業

主要外国企業名	業種	従業員数(外国人)
(株)ディンプレックス・ジャパン	電気機器卸売	90
日本アイビーエム・ソリューション・サービス(株)	情報・システム・ソフト	—
日本ニューホランド(株)	機械卸売	580
富士ゼロックス北海道(株)	電気機器卸売	453

出典：東洋経済 外資系企業総覧2013から抜粋

■主要会議施設

施設名	主な会議場の面積（収容人員）
札幌コンベンションセンター	<ul style="list-style-type: none"> ・大ホール 2607㎡（最大2,500人） ・特別会議場 692㎡（同700人） ・中ホール 564㎡（同600人） ・小ホール 193席（固定）ほか
北海道大学	<ul style="list-style-type: none"> ・学术交流会館（ホール310席、ホール196席、会議室6室） ・クラーク会館（ホール510席、会議室165㎡）
ロイトン札幌	・ロイトンホール1607㎡
ホテルさっぽろ芸文館・ニトリ文化ホール	・2,300席
札幌市教育文化会館	・大ホール、1100席

■主要宿泊施設

施設名	客室数（室）
JRタワーホテル日航札幌	350室
ノボテル札幌	228室
ホテルオークラ札幌	147室
札幌全日空ホテル	147室

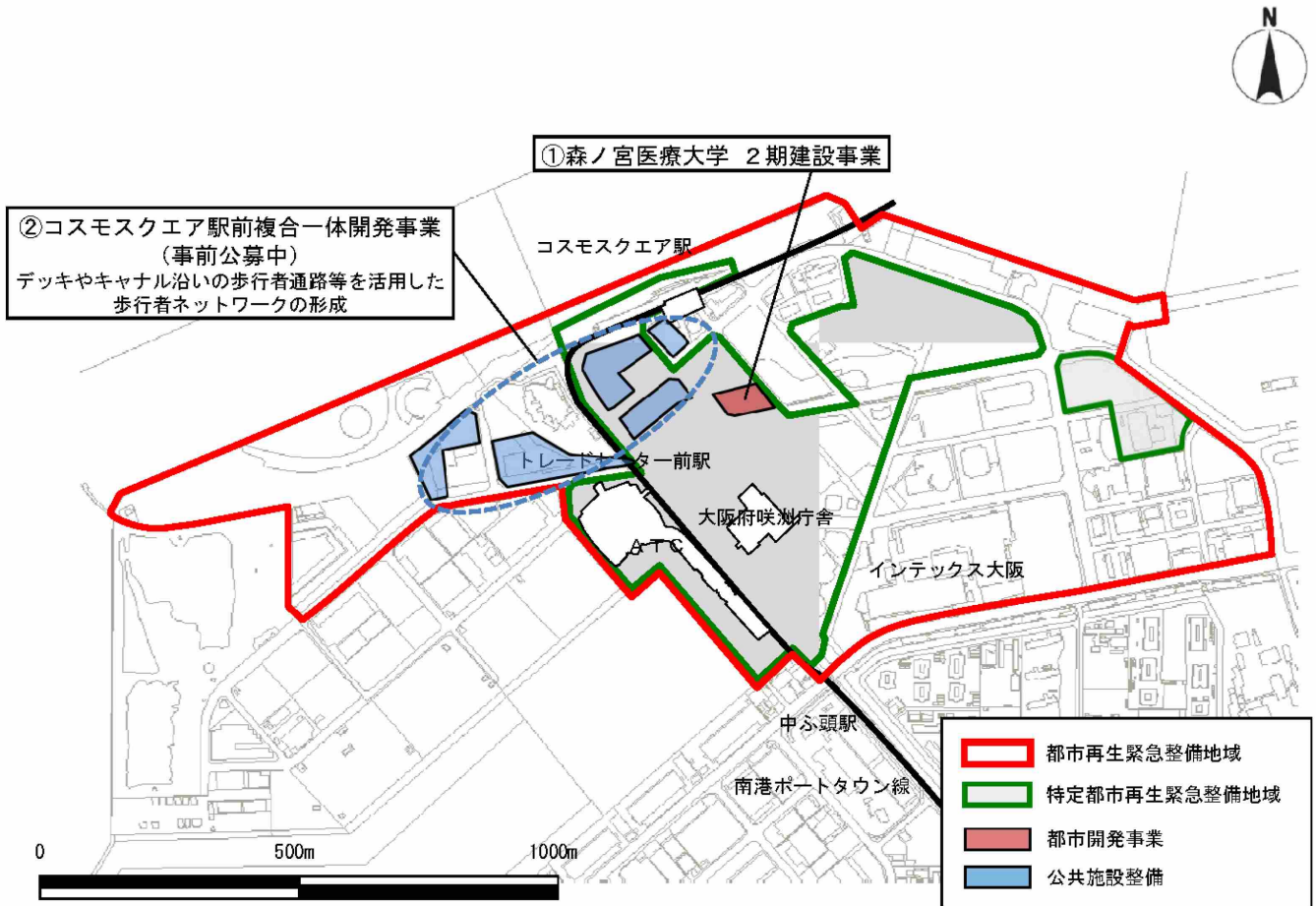
② 大阪コスモスクエア駅周辺地域

【国際競争力強化に向けた基本方針】

大阪臨海部に位置する大阪コスモスクエア駅周辺地域は、鉄道ネットワークによる大阪都心部とのアクセス性、高速道路ネットワークによる広域的なアクセス性に優れており、また、ウォーターフロントという立地的特性と大阪港の港湾施設を活かした、国際交易・交流、先端技術開発のための研究拠点、情報通信等の多様で高度な都市機能の充実を図っている。

また、国から「関西イノベーション国際戦略総合特区」の指定を受けており、環境やエネルギー分野のスマートコミュニティ技術開発のベシオン実践の拠点として、関連企業の集積を図る。海外か

らのインバウンドの誘致を視野に入れて、交流拠点となるインテックス大阪を中心としたMICE機能の強化を図り、国際的な交易・当地域の主要な複合施設であるATCを中心に、国際交易・交流、商業・業務機能等の集積・強化とともに地区全体の活性化、快適で魅力向上に向けた取り組みを進めている。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-10 大阪コスモスクエア駅周辺地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 154ha 特定都市再生緊急整備地域 53ha
交通アクセス	関西国際空港から約30分（自動車） 新大阪から約30分（自動車、電車）

■主要企業

ファナック、ミットヨ、西部自動機器、日本IBM、住友生命情報通信センター、野村総合研究所、NTTドコモ関西、日立造船、日本経済新聞社、アステラス製薬、いであ、ミズノ、LIXILなど

出典：Invest Osaka HP 資料から作成

■主要会議施設及び宿泊施設

施設名	施設種類別規模の合計
ハイアット・リージェンシーオーサカ	国際会議場 : 5,350席
ホテルコスモスクエア国際交流センター	展示場 : 80,975平方メートル
インテックス大阪	宿泊施設 : 820室
大阪咲洲庁舎	レストラン : 63店舗
ATC(アジア太平洋トレードセンター)	駐車場 : 7,436台

■その他：文化・集客施設

アートグレイススウェンディングコースト、インテックス大阪、大阪咲洲庁舎、ATC、森ノ宮医療大学、金剛学園、大阪エンタテインメントデザイン専門学校 など

③ 大阪駅周辺地域

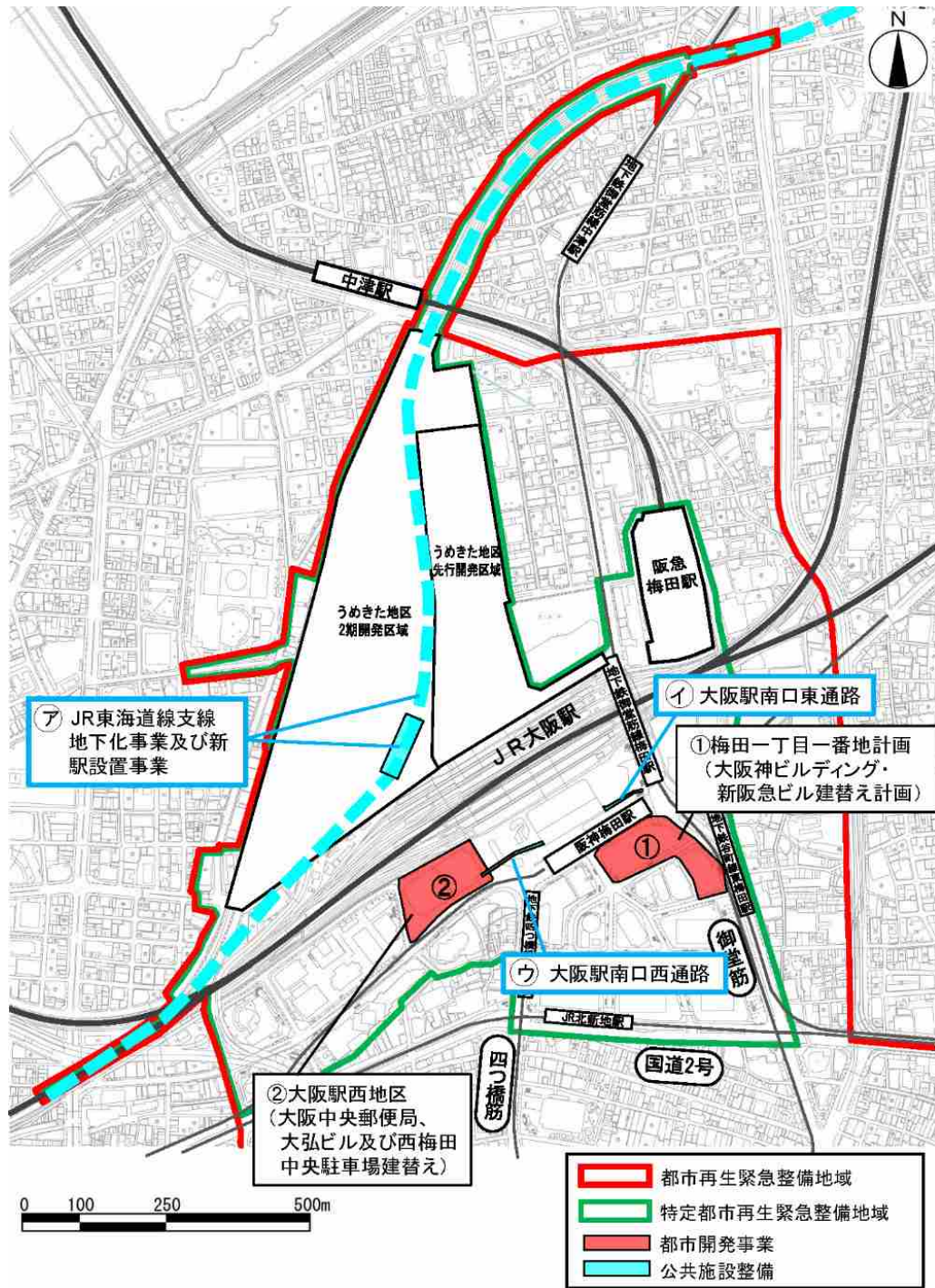
【国際競争力強化に向けた基本方針】

大阪駅周辺地域は、1日に約250万人が行き交う西日本最大のターミナルを有し、関西の主要都市とのアクセス性に優れ、都市圏の中核に位置し、関西圏のなかでも、企業の集積や都市基盤の整備が高度に進展したエリアである。

近年、西梅田地区開発や、大阪ステーションシティ（JR大阪駅ビル）増床、阪急百貨店建替え等、民間開発が着実に進んでおり、当該エリアの更新・拡充がなされている。平成25年4月には、大阪駅北側に位置し、「うめきた地区（24ha）」の先行開発区域がまちびらきし、その他にも様々な民間開発が予定されている。今後、うめきた地区における新駅の設置により、アジアをはじめとする世界のゲートウェイである関西国際空港とのアクセス性のさらなる向上が期待されている。

また、当地域は、国から「関西イノベーション国際戦略総合特区」の指定を受けており、国際的な医療サービスと医療交流の促進、先制医療等の実現に向けた環境整備・研究開発促進、診断・治療機器・医療介護ロボットの開発促進などの取組みを進める。

うめきた地区先行開発区域の中核施設であるナレッジキャピタルは、感性と技術が融合し新たな知的価値を創り出すことをめざしており、大阪市もナレッジキャピタル内に「大阪イノベーションハブ」を開設し、イノベーションにつながるプロジェクトを創出・支援するなど、公民連携の体制で取組みを進めている。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-11 大阪駅周辺地域の範囲及び整備計画位置図

【地域の現況】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 490ha 特定都市再生緊急整備地域 209ha 大阪駅周辺地域区域面積 約82ha
交通アクセス	関西国際空港から約60分、新大阪駅か約5分（電車）

■主要企業

主要外国企業名	業種	従業員数（外国人）
アストラゼネカ	医薬品	3,000
インスター・イツ・ジャパン	情報・システム・ソフト	-
バイエル薬品	医薬品	2,800
エーケーティー(株)	電気機器	-
日本メドラッド	精密機器	-
ヒルトン大阪	ホテル業	345

出典：ビジネス向けエリア紹介HP(Grow with Umeda) の現況データから作成

■主要会議施設

施設名	最大収容人数（人）
ナレッジキャピタル コングレコンベンションセンター	1,750
ザ・リッツ・カールトン大阪	1,500
ホテル阪急インターナショナル	1,000
ハービスHALL	1,000
梅田スカイビル イベントホール	1,000
サンケイホールブリーゼ・ブリーゼプラザ	912
大阪新阪急ホテル	800
梅田センタービル クリスタルホール	700
ホテルグランヴィア大阪	530
ナレッジキャピタル イベントラボ	500
インターコンチネンタルホテル大阪	486
オーバルホール	486
ナレッジキャピタル ナレッジシアター	381
新梅田研修センター	350

■主要宿泊施設

施設名	客室数（室）
大阪新阪急ホテル	922
ホテルグランヴィア大阪	716
ヒルトン大阪	525
大阪第一ホテル	460
ウェスティンホテル大阪	303
新阪急ホテルアネックス	302
ザ・リッツ・カールトン大阪	292

梅田OSホテル	283
インターコンチネンタルホテル大阪	272
ホテルモントレ大阪	194
ホテル阪急インターナショナル	168

*地区内には、525戸の超高層分譲マンション・オーナーズタワーや、インターコンチネンタル大阪ではサービスアパートメント（57戸）が立地。

■その他：主要オフィス

施設名	ワンフロア貸室面積（㎡）
梅田阪急ビルオフィスタワー	2,800
グランフロント大阪	タワーA：2800 タワーB：2700 タワーC：1700
梅田センタービル	2,110
阪急グランドビル	1,580
大阪ステーションシティ	1,500
ハービスOSAKA	1,500
ハービスENT	1,400
アプローズタワー	1,218
ナレッジオフィス（グランフロント北館内）	（延床面）88,200

④ 東京都心・臨海地域

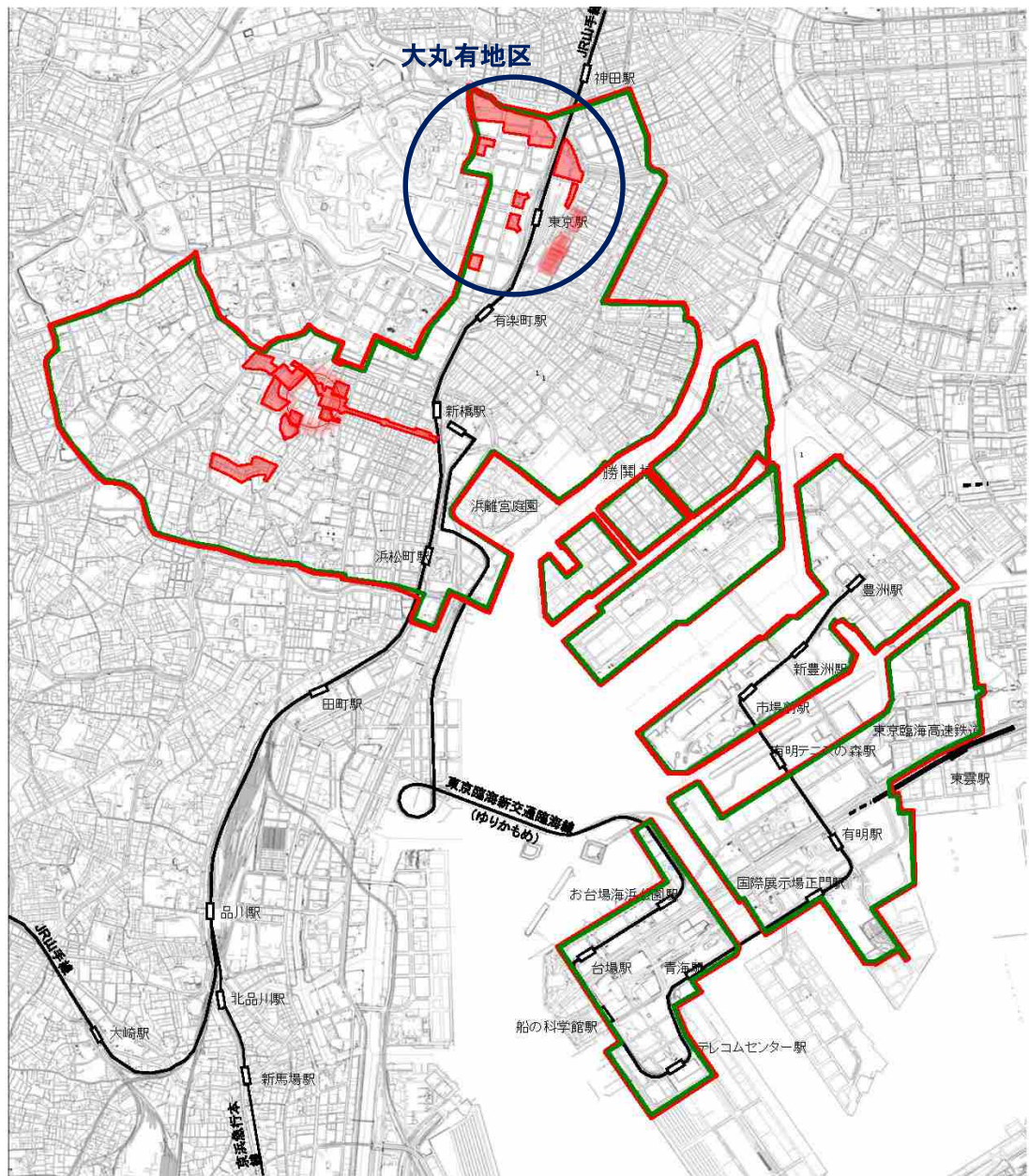
【国際競争力強化のための基本方針】

東京都心・臨海地域の大手町・丸の内・有楽町地区（120ha）は、皇居と東京駅に挟まれた区域面積約120haのエリアである。

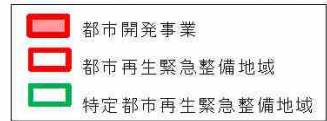
我が国における、経済・ビジネスの中心地として本社機能の高度な集積や国内外へのアクセス機能などの優位性を活かして、国際競争力向上に資する先進的なビジネス支援機能の導入促進、外国人就業者が働きやすい就業環境の充実など、外国企業誘致等に資する取組を一体的に推進している。

特に、従来からの強みである高次の中核業務機能に加え、商業、文化、交流など多様な都市機能の集積を図ると共に、大丸有エリアマネジメント協議会、大丸有地区まちづくり懇談会等の活動の充実を通じて、国際的なビジネス機能等を備えた外国企業誘致の取組の拠点としてふさわしいにぎわいと魅力のある都市空間を形成が図られている。

また、エリアは、国家戦略特区の一部として指定されており、イベント開催におけるカフェ、ベンチ等の設置を可能にした道路法特例を利用し、道路空間を活用した国際的イベントの開催なども行われている。



この地図は、国土地理院長の承認(平19国地開公第377号)を得て作成した東京都地形図(S=1:2,500)を複製(23都市基文第257号)して作成したものである。無断複製を禁ずる。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-12 東京都心・臨海地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 1,991ha 特定都市再生緊急整備地域 1,991ha 大丸有地区区域面積 約120ha
交通アクセス	羽田空港から約30分、成田空港から約60分（電車）

■主要企業

主要外国企業名	業種	従業員数（外国人）
アール・ビー・エス証券会社	証券	350
UBS銀行	銀行	—
AIU保険会社	損害保険	3844
ノボルディスクファーマ	医薬品	980
JPモルガン・アセット・マネジメント	投資・投資顧問	535
カーギルジャパン	食品卸売り	344

出典：東洋経済 外資系企業総覧2013から抜粋

■主要会議施設

施設名	概要
丸ビルホール・コンファレンススクエア	314席数（ホールのみ）他、研修室6室
東京国際フォーラム	8,774席数 他、展示ホール
KDDIホール	200席数
よみうりホール	1,100席数

■主要宿泊施設

施設名	客室数（室）
ザ・ペニンシュラ東京	314
パレスホテル	290
フォーシーズンズホテル丸の内東京	57
ホテルメトロポリタン丸の内	343
シャングリ・ラ・ホテル東京	20
東京ステーションホテル	150

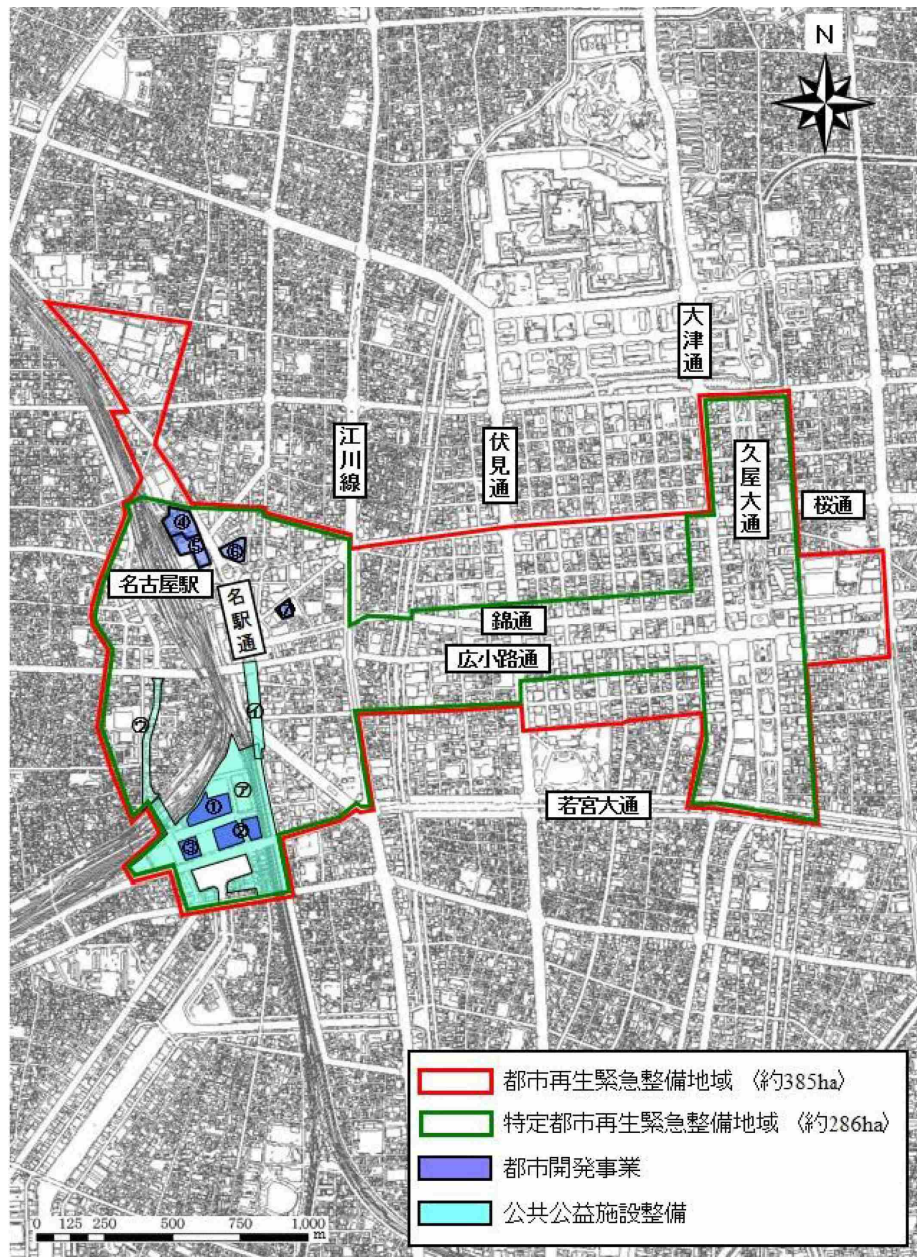
⑤ 名古屋駅周辺・伏見・栄地域

【国際競争力強化のための基本方針】

名古屋駅周辺地区においては、リニア開業の機会を最大限に発揮するため、乗換え利便性向上に資するターミナル機能を強化しつつ、土地の高度利用を進め、広域的・国際的な商業・業務機能や文化機能等の集積を図るとともに、交通結節点としての機能を改善する道路など回遊性の向上・賑い創出に資する基盤整備を進めることにより、活力があり魅力あふれる都市空間の形成を図る。

ささしま地区においては、大規模貨物駅跡の土地利用転換を進め、ビジネス・国際交流等の舞台となる都市拠点の整備を図る。名駅南地区やささしま地区での交流人口の増加に対応するため、名古屋駅からの歩行者空間の改善・拡充を行い、回遊性の高い歩行者ネットワークの形成を図る。栄・伏見地区においては、文化・観光・交流機能等の導入による、うるおいとにぎわいのある空間の形成を通じた、広域的・国際的な商業・業務機能の集積の促進を図る。先進的な環境技術や省エネルギー化な

どの実施により街全体での環境負荷低減を進め、あわせて持続可能な都市の形成を目指す。都市の防災性能を高める施設の整備や地域などの連携により災害対応力の強化を進め、安全安心な都市拠点の形成を図る。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-13 名古屋駅周辺・伏見・栄地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 401ha 特定都市再生緊急整備地域 303ha
交通アクセス	中部国際空港から約35分（電車）

■主要企業

主要外国企業名	事業内容
アボットジャパン（株）	診断薬・機器、医薬品、病院用製品、栄養剤製造
ポストンサイエンティフィックジャパン(株)	医療機器製造
イケア・ディストリビューションサービス（株）	家具・生活雑貨商品の物流業

出典：名古屋市資料等から作成

■主要会議施設

施設名	概要
名古屋国際会議場	3,012席数（センチュリーホールのみ）他、ホール4、会議室22
ウインクあいち	801席数 他、小ホール1展示場1会議場49
愛知県芸術劇場	4630席数

■主要宿泊施設

施設名	客室数（室）
名古屋マリオットアソシアホテル	774
ヒルトン名古屋	450
名古屋観光ホテル	369
ストリングスホテル 名古屋	126

⑥ 福岡都心地域

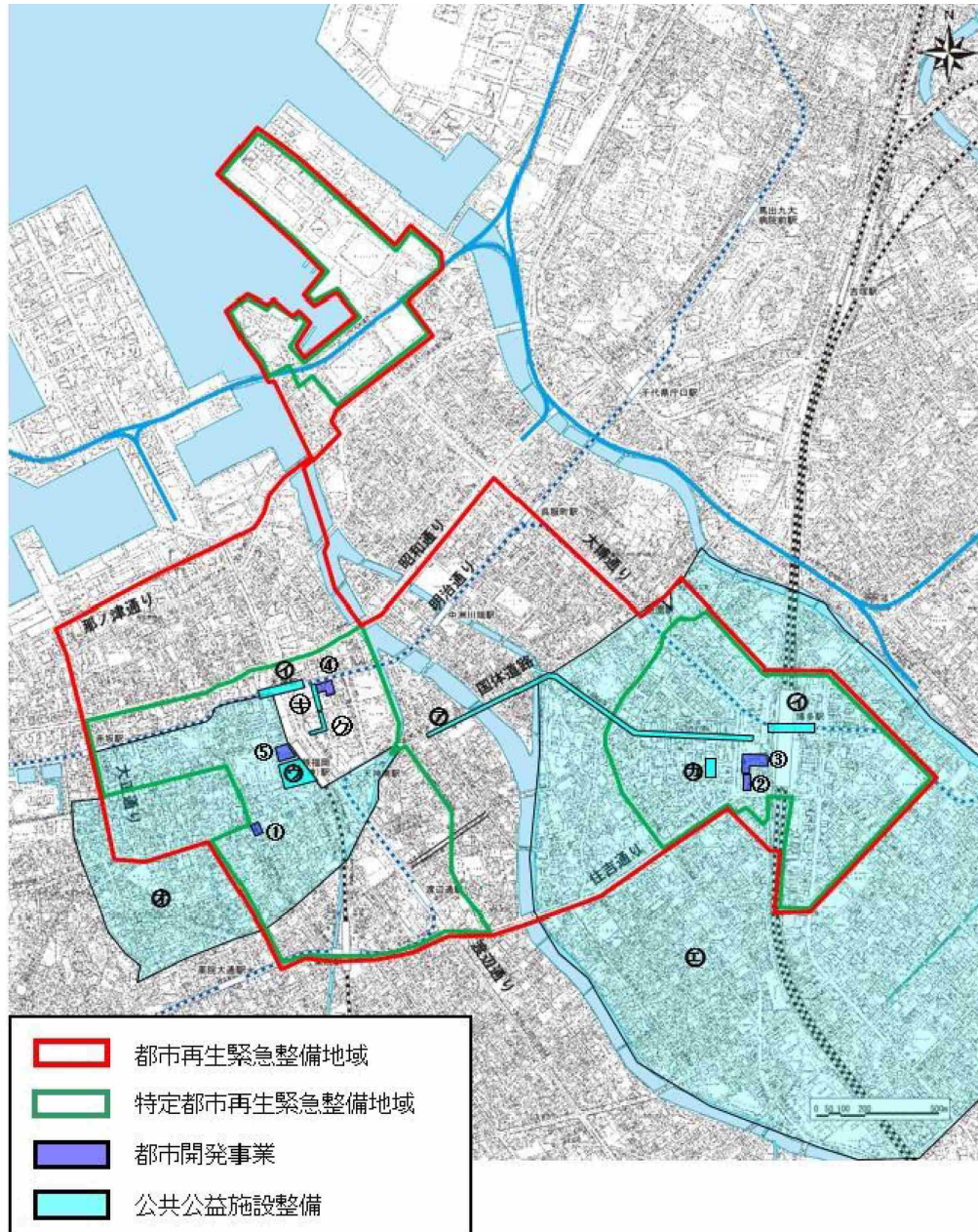
【国際競争力強化のための基本方針】

福岡都心地域では、老朽化した建築物の建替え等の更新期を捉え、官民共働で高質なビジネス環境や広域から人を集める魅力づくりを推進し、都心部の国際競争力を高め、商業、文化、国際ビジネスなどの集積を促進する。特に、都心部の核となる天神・渡辺通、博多駅周辺、ウォーターフロントの3地区について、それぞれの都市機能高めるとともに、回遊性の向上を図り、地区間相互の連携を高める。

- ・鉄道駅や高速バス等の広域交通の拠点となる博多駅地区や天神地区では、建築物の更新期を捉え、駅周辺施設（歩行者通路、駐車場・駐輪場、人工地盤等）を整備するなど交通結節機能の充実強化を図るとともに、地域内に位置する国内外の主要都市と直結する博多港国際ターミナルや新幹線博多駅並びに、近接する福岡国際空港の交通拠点機能の更なる強化を図ることで、快適で利便性の高い国際的な拠点都市を目指す。特に、海の玄関口として国内最大の乗降客数を誇り、日本海側拠点港湾にも位置づけられる博多港において、大型クルーズ船の入港などアジアからの人流拡大に対応した国際ターミナル機能の強化を図る。
- ・国際的な集客・交流・観光・アジアビジネスをつなぐ拠点として、商業業務機能が高度に集積する天神・渡辺通地区、博多駅周辺エリアでは、建築物の更新期を捉え、ハイクラスのオフィス環

境を備えた業務ビルや魅力ある商業・賑わい空間の高度な集積を図る。

- ・ウォーターフロントに集積する既存のコンベンション機能とあわせ、国際的なビジネス、会議などの国際交流の場を提供し、快適性を高める交通・商業・文化・交流・宿泊機能等の強化を図る。
- ・国際業務拠点の形成を支える、質の高い居住機能、医療機能の導入を図る。
- ・災害時でも都市機能の継続性を確保できる高度な防災機能の強化を図る。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-14 福岡都心地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 455ha 特定都市再生緊急整備地域 231ha
交通アクセス	福岡空港から約6分（博多駅）、12分（天神駅）（電車）

■主要企業

主要外国企業名	概要
日本ベーリンガーインゲルハイム(株)	医薬品の研究開発・輸入・製造・販売、医薬品原末および中間体などの輸出入・販売、健康補助食品の輸入・販売
住友スリーエム(株)	粘着テープ、窓用フィルム、反射材、内外装用装飾フィルム、接着フィルム等
デュポン(株)	デュポン製品の製造と輸出入、販売、研究開発、技術サービス および合弁会社の設立に関する業務

出典：福岡市資料等から作成

■主要会議施設

施設名	概要
アクロス福岡	3,065席数(ホールのみ) 他、 展示場1会議室15室
キャナルシティ劇場	1,144席数
福岡国際会議場	3,000席数 他、会議室19
マリンメッセ福岡	15,000席数(ホールのみ) 他、 展示場4会議室16

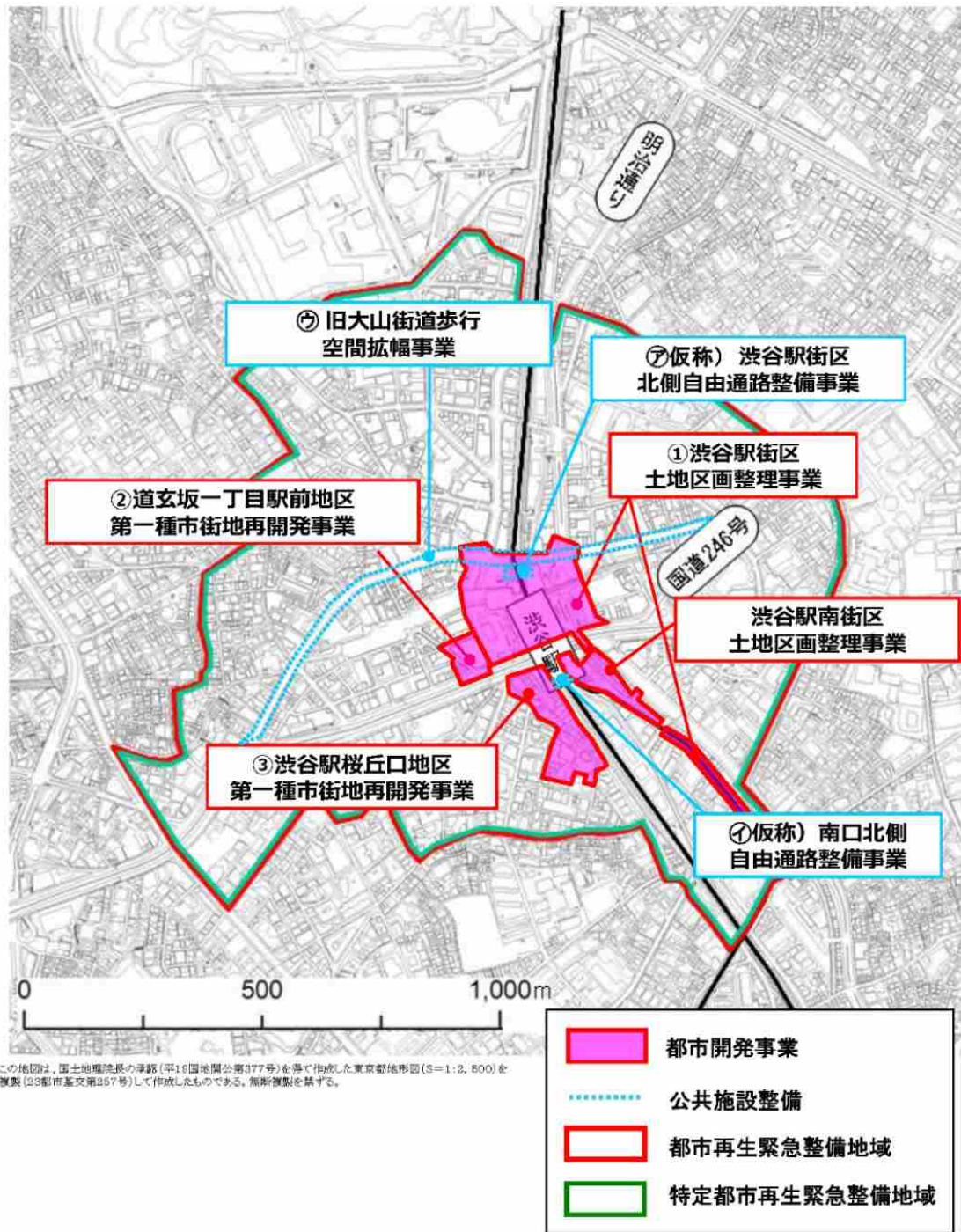
■主要宿泊施設

施設名	客室数
ハイアット リージェンシー 福岡	244
ヒルトン福岡シーホーク	1,053
ホテル日航福岡	360
グランド ハイアット 福岡	370

⑦ 渋谷駅周辺地域

【国際競争力強化のための基本方針】

渋谷駅の機能更新と周辺基盤の再編を契機に、魅力ある都市機能の充実・強化などにより、次世代による先進的な生活文化等の世界に開かれた情報発信拠点の形成を推進する。また、世界に開かれた文化・交流・発信機能、クリエイティブコンテンツ産業等の先進的な業務機能、産業育成機能に加え、観光支援機能や宿泊機能など国際競争力強化に資する都市機能の集積と、公共施設と建築物との一体的整備による交通結節点機能の再編・強化により、情報発信拠点にふさわしい高い利便性を有し、わかりやすい快適な都市空間を形成する。



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-15 渋谷駅周辺地域の範囲及び整備計画位置図

【地域現況データ】

■基礎データ

地域面積	都市再生緊急整備地域 139a 特定都市再生緊急整備地域 139ha
交通アクセス	羽田空港から約35分（電車）

■主要企業

主要IT関連企業名	事業内容	社員数
(株)ディー・エヌ・エー	ゲーム、eコマース	2,424
L I N E (株)	コミュニケーションアプリ	1,019
GMOインターネット(株)	インターネットインフラ事業 他	3,872
(株)ミクシー	ソーシャル・ネットワーキング サービス	513

出典：渋谷区資料等から作成

■主要会議施設

施設名	概要
Bunkamura オーチャードホール	2,150席
渋谷ヒカリエホール	1,116席
国連大学	474席 他、展示場1会議室
セルリアンタワー東急ホテル	1,400席

■主要宿泊施設

施設数	客室数
セルリアンタワー東急	411
渋谷エクセルホテル	408
渋谷東武ホテル	205

3) 地域の国際競争力強化への地域戦略と戦略に基づく各事業への取組み状況

外国企業及び高度外国人材を呼び込むことにより各地域の国際競争力の強化を図るための「地域戦略」及び本支援事業を活用して実施した取組み、その他各地域が独自に実施している取組みを下記に示す。

① 札幌都心地域（平成26年8月7日地域戦略策定）

■ 地域戦略

背景・目的

- ▶ 北海道全体の人口減少
⇒ 道内需要に依存した札幌経済の縮小・市民所得減少
- ▶ 生産年齢人口減少 ⇒ 将来の札幌経済を支える人材の不足
- ▶ グローバル化の進行 ⇒ 国際的な都市間競争の激化

グローバル化の潮流をチャンスと捉え、市民や企業の国際化を促進し、成長著しい世界の活力を取り込むことで、都市全体の魅力・ブランド力をいっそう高め、国際競争力の向上を図ることが必要不可欠

目指す姿

人と企業が世界中から集まり 創造性と活力があふれるまち

札幌の魅力に惹きつけられた多くの外国の人々や企業が影響しあい、まちの多様性を高め、雇用の創出や人材育成、地元企業の販路拡大による経済活性化のみならず、新たな文化・産業・活力を創出することで、海外ブランド力・国際競争力の向上を目指していく

地域の特性

- ▶ 海外での高い認知度とブランドイメージ
- ▶ 少ない自然災害
- ▶ 冷涼な気候条件
- ▶ 多様な文化を受け入れる寛容な気質と、進取の気風
- ▶ 自然と都市が共存し、都市インフラが整った良質な環境
- ▶ 低いビジネスコスト
- ▶ 企業本支店・行政機関・都市機能等の集積
- ▶ アジア諸国との交通アクセスの良さ
- ▶ 大学などの高等教育機関の集積
- ▶ まちづくり会社によるエリアマネジメント活動の蓄積



平成26年8月7日時点

課題

▶ **海外とのネットワーク、誘致・受入体制の脆弱さ**
海外の投資関連機関とのネットワークの構築や、外国企業の多様なニーズに柔軟に対応できる体制の整備が必要

▶ **グローバル人材の不足**
札幌の国際化や情報化の進展のほか、グローバルな経済活動を支える人材の誘致・育成が必要

▶ **環境整備の遅れ**
外国企業が求めるビジネス環境、外国企業の従業員・家族が安心して生活を送ることができる環境の整備が必要

▶ **ビジネスの場としてのブランドイメージの向上**
観光地としてだけではなく、ビジネスの場としての知名度や好感度を向上させることが必要

施策・役割分担

① 海外とのネットワーク、誘致・受入体制の構築
国や道、ジェトロなど関係機関との連携を強化し、**ターゲットとする地域の投資関連機関とのネットワークを構築、営業活動を展開するとともに、外国企業の誘致・受入や、進出企業のニーズに即したサポートのための体制作りを行う。**
※主体：札幌市、国、北海道、ジェトロ等

② グローバル人材の確保
グローバル人材としての活躍や、札幌市の国際化への寄与が期待される留学生の誘致などにより、外国企業が求める国際的な視野を持ったグローバルな人材を誘致・育成していく。
※主体：札幌市、大学等



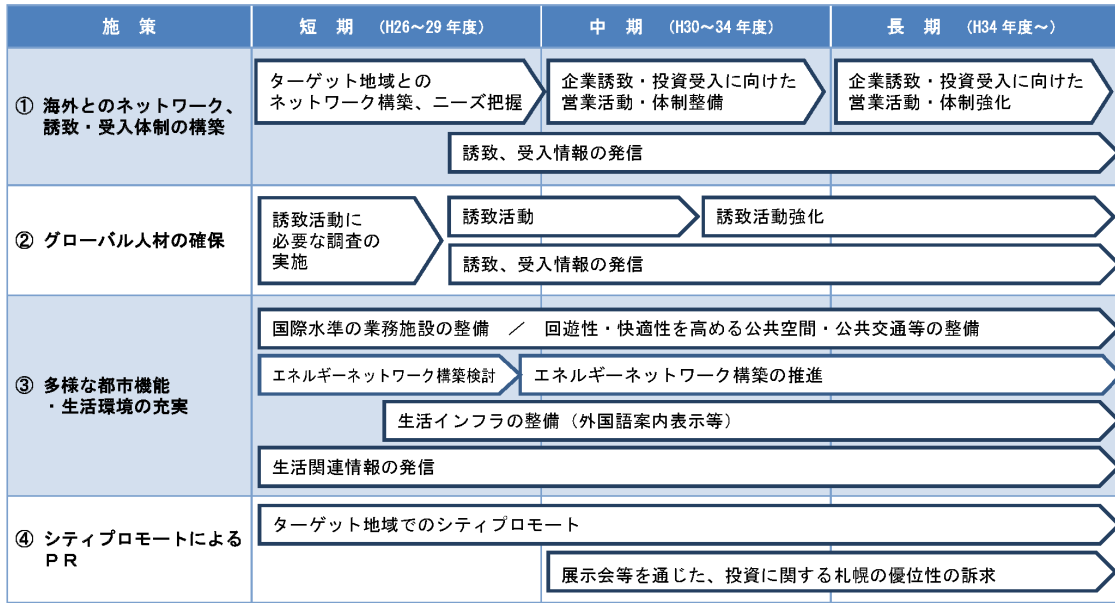
③ 多様な都市機能・生活環境の充実
国際的に通用する業務施設のみならず、**公共空間、公共交通のネットワークを充実するとともに、自立分散型エネルギーネットワークの構築等によるBCD^{*}の実現に向けた取組を進める。**
また、在住外国人のニーズを踏まえ、生活・医療・教育支援を強化するとともに、**生活関連情報の発信や案内表示等の機能強化により、外国人でも暮らしやすい環境を整備する。**
※主体：札幌市、国際プラザ、民間事業者等

④ シティプロモートによるPR
ターゲットとする地域に対し、**シティプロモートを強化し、札幌都心地域の魅力を発信し、企業誘致・人材誘致の**下地作りを行う。
※主体：札幌市



*BCD (Business Continuity District)
：災害時に事業継続が可能な地域

ロードマップ



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-16 札幌都心地域の地域戦略

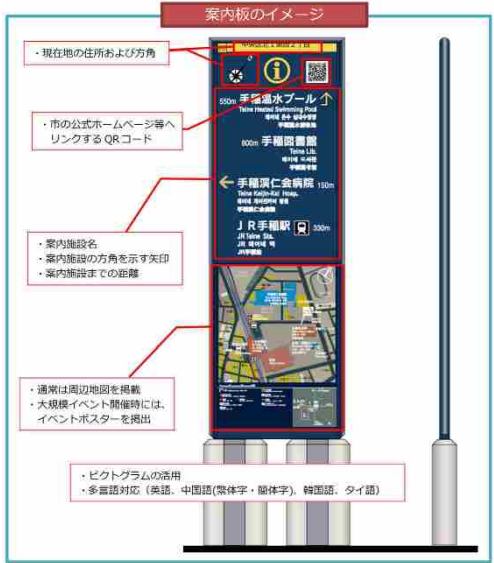
■主な関連主体

主な関連主体	札幌市、札幌市都市再生緊急整備協議会、札幌市国際プラザ、ジェトロ、JICA、札幌大通りまちづくり株式会社、札幌駅前通まちづくり株式会社、民間事業者、北海道
--------	---

■支援事業関連取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況																												
ソフト事業																														
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略4B〉平成26年度 外国語公式ホームページの再構築／札幌市	平成27年3月1日に一部リリース、同月30日に全部リリース（現在も公開中）。プロモーション期間中のアクセス件数6万件。																												
シティセールスに係る取組み	〈戦略4A〉平成26年度 海外シティプロモート推進事業（インドネシア）／札幌市	平成27年3月1日～同月31日に実施。インドネシアにおけるビジネスマン層をターゲットにしたプロモーション活動状況は下記の通り。 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>媒体</th> <th>数量</th> <th>単位</th> <th>期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>地上波TVスポット</td> <td>610</td> <td>GRP</td> <td>3/1～31放送</td> </tr> <tr> <td>有料放送TVスポット</td> <td>100</td> <td>本</td> <td>3/1～31放送</td> </tr> <tr> <td>新聞広告KOMPAS</td> <td>1</td> <td>回</td> <td>3月26日掲載</td> </tr> <tr> <td>バス停広告TJ Shelter</td> <td>1</td> <td>ヶ月</td> <td>3/1～31掲出</td> </tr> <tr> <td>Google Web/バナー広告</td> <td>1</td> <td>式</td> <td>3/1～31掲出 （但し、63,000クリック到達時点で終了）</td> </tr> <tr> <td>YouTube 動画広告</td> <td>1</td> <td>式</td> <td>3/1～31掲出 （但し、173,000回再生時点で終了）</td> </tr> </tbody> </table> <p>認知度調査結果（前後）：インドネシア（7.7%上昇）</p>	媒体	数量	単位	期間	地上波TVスポット	610	GRP	3/1～31放送	有料放送TVスポット	100	本	3/1～31放送	新聞広告KOMPAS	1	回	3月26日掲載	バス停広告TJ Shelter	1	ヶ月	3/1～31掲出	Google Web/バナー広告	1	式	3/1～31掲出 （但し、63,000クリック到達時点で終了）	YouTube 動画広告	1	式	3/1～31掲出 （但し、173,000回再生時点で終了）
媒体	数量	単位	期間																											
地上波TVスポット	610	GRP	3/1～31放送																											
有料放送TVスポット	100	本	3/1～31放送																											
新聞広告KOMPAS	1	回	3月26日掲載																											
バス停広告TJ Shelter	1	ヶ月	3/1～31掲出																											
Google Web/バナー広告	1	式	3/1～31掲出 （但し、63,000クリック到達時点で終了）																											
YouTube 動画広告	1	式	3/1～31掲出 （但し、173,000回再生時点で終了）																											

	<p>〈戦略4A〉平成27年度 ベトナムにおけるシティプロモート事業／札幌市</p> <p>平成27年度事業実施予定。札幌都心地域の魅力を発信し、企業誘致・人材誘致の下地作りを行うことを目的に、ビジネスの場としての札幌の認知度と好感度を向上させるため下記シティーセールス実施。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>媒体</th> <th>数量</th> <th>単位</th> <th>期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>フェイスブック ※タレント等、発信力がある媒体を活用</td> <td>1</td> <td>式</td> <td>契約期間中</td> </tr> <tr> <td>地上波TV</td> <td>23</td> <td>回</td> <td>平成28年3月中</td> </tr> <tr> <td>新聞</td> <td>1</td> <td>本</td> <td>平成28年3月中</td> </tr> <tr> <td>WEBニュース</td> <td>3</td> <td>本</td> <td>平成28年3月中</td> </tr> <tr> <td>イベントスペースでの動画放映 ※イオンモールLONG BIEN店</td> <td>3</td> <td>日</td> <td>平成28年3月11日～13日</td> </tr> </tbody> </table>	媒体	数量	単位	期間	フェイスブック ※タレント等、発信力がある媒体を活用	1	式	契約期間中	地上波TV	23	回	平成28年3月中	新聞	1	本	平成28年3月中	WEBニュース	3	本	平成28年3月中	イベントスペースでの動画放映 ※イオンモールLONG BIEN店	3	日	平成28年3月11日～13日
媒体	数量	単位	期間																						
フェイスブック ※タレント等、発信力がある媒体を活用	1	式	契約期間中																						
地上波TV	23	回	平成28年3月中																						
新聞	1	本	平成28年3月中																						
WEBニュース	3	本	平成28年3月中																						
イベントスペースでの動画放映 ※イオンモールLONG BIEN店	3	日	平成28年3月11日～13日																						
	<p>〈戦略4B〉平成27年度 シティセールスツール(パンフレット)の制作事業／札幌市</p> <p>平成27年度事業実施予定。札幌都心地域のビジネス・生活環境の魅力や在住外国人への支援策などをPR。</p>																								
	<p>〈戦略4A〉平成27年度 シティセールスツール(映像コンテンツ)の制作事業／札幌市</p>																								
ハード事業	<p>〈戦略3D〉平成27年度 外国語案内板の設置／札幌市</p> <p>平成27年度、地区内に外国語案内板35基新設。地下からの出口や外国人が通過・滞留しやすい場所などに設置。</p>  <p>案内板のイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在地の住所および方角 ・市の公式ホームページ等へリンクするQRコード ・案内板名 ・案内施設の方角を示す矢印 ・案内施設までの距離 ・通常は周辺地図を掲載 ・大規模イベント開催時には、イベントポスターを掲出 ・ピクトグラムの活用 ・多言語対応(英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、タイ語) <p>出典:札幌市</p>																								

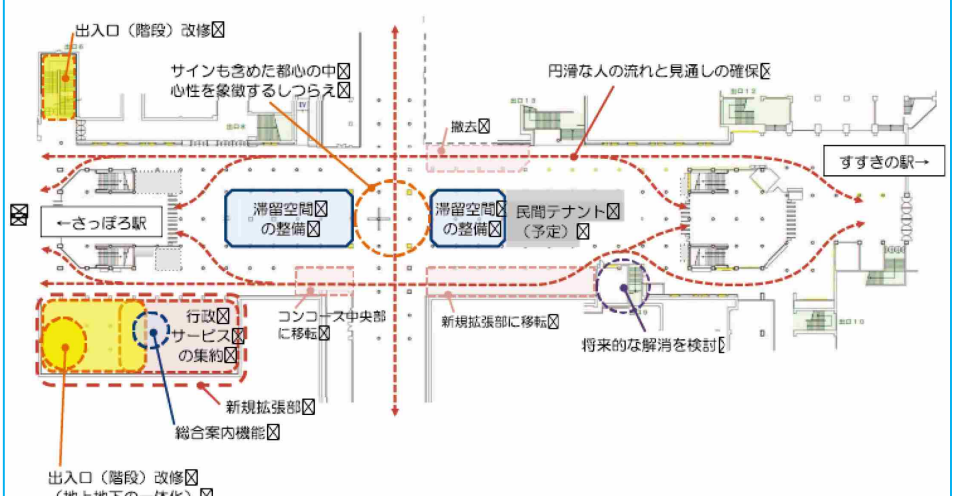
■独自の取組み


※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略3C〉外国人生活支援に係る活動／札幌市	交流サロンにて、札幌での生活情報、外国籍市民・留学生向けの情報、情報交換等実施中。交流サロンの外国人来館者数(平成26年度):2,911人。外国籍市民相談会(平成26年度):計10回開催 123人参加。※弁護士・司法書士による法律相談、税理士による確定申告相談など

シティセールスに係る取り組み	〈戦略4A〉「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略」の策定／札幌市	策定。URL: http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/
	〈戦略1A〉平成25年～MICE関連の取り組み(インセンティブツアーなど)／札幌市、札幌国際プラザ	札幌市内MICE施設での国際会議開催件数(2014年)。合計開催件数101件。総参加者数40,330人(うち外国人7,566人)
	〈戦略1B〉海外拠点ネットワーク(北京事務所)を活用した情報発信／札幌市	実施中。下記HPに北京事務所活動の簡略な紹介。URL: http://www.sapporo-pek.cn/

ハード事業	<p>〈戦略3A〉北3条広場の整備(愛称:アカプラ)</p>  <p>新しい広場には3つのコンセプトがあります。</p> <p>誰もが気軽に立ち寄ることができること。市民や札幌を訪れた人たちが多様な活動を通して交流できる。そしてまちのイメージや地域経済の振興・向上を図り、高質な都市空間を実現するため、3つのコンセプトを掲げていきます。</p> <p>大人の文化を享受できる空間 札幌の美しさを感じられる空間 四季を通じて思い楽しめる空間</p> <p>高層に立ち寄り眺望できる観心地のいよほ「北海道庁東庁舎の旧庁舎」や「イデック東本館」など、札幌を象徴する建築を盛り込んだ広場づくりを策み、札幌の魅力と活力を高めていきます。</p> <p>【札幌市北3条広場の概要】 〔名称〕札幌市北3条広場 〔位置〕札幌市中央区北2条4丁目 及び 北3条西4丁目(西5丁目線から札幌駅前通までの区画) 〔延長〕約100m 〔幅員(車線)〕約7m 〔面積〕約2,500㎡ 〔アクセス〕JR札幌駅 徒歩5分 地下鉄南北線「さっぽろ」駅 徒歩2分 地下鉄東豊線「南七条」(大通) 駅 徒歩5分</p> <p>【札幌市北3条広場の歴史】 ここは札幌後通の発祥の地。北3条通がつくられたのは明治初期のこと。当時札幌は「さっぽろ」の中心地として発展し、北3条通は札幌の発展を支える重要な道路となっていました。1924(大正13)年には北3条通沿いの商店街が「札幌駅前通」に改称されました。当時の景観に基き、北3条通に由来する本場製菓は現在もその一部が広場周辺の店舗の下設されています。この本場製菓は1928(昭和3)年に札幌市がたてあげた北3条通沿いの商店街の歴史を伝える「北3条通の歴史」に記されています。</p>	<p>人と環境を重視した空間として整備。</p> <p>出典:札幌市</p>
-------	---	--

〈戦略3A〉大通交流拠点地下広場の整備	 <p>出入口(階段)改修区 サインもぎめた都心の中 心性を象徴するしつらえ区 滞留空間の整備区 滞留空間の整備区 民間テナント(予定)区 行政サービスの集約区 コンコース中央部に移転区 新規拡張部に移転区 将来的な解消を検討区 出入口(階段)改修区(地上地下の一体化)区 撤去区 円滑な人の流れと見通しの確保区 すすきの駅→</p> <p>出典:札幌市</p>	実施中。
---------------------	---	------

〈戦略3A〉Free Wi-Fi(チ・カ・ホ&AKAPLA)の整備／札幌市	<p>平成27年度整備。</p>  <p>出典:札幌駅前通まちづくり株式会社</p>
---------------------------------------	--

〈戦略3A〉札幌駅前通公共地下歩道及び地下鉄さっぽろ駅東豊線連絡通路改修

実施中。

札幌駅前通公共地下歩道及び地下鉄さっぽろ駅東豊線連絡通路改修事業について

資料 3

(1) 事業の目的

- ◆国内外からの来街者にもわかりやすい歩行者動線の確保
- ◆地下歩行空間ネットワークの充実強化
- ◆周辺施設と調和のとれた世界都市さっぽろの玄関口にふさわしい高質な空間の形成
- ◆新たなにぎわいや回遊性の創出

国際交流拠点としての構造強化

(2) 事業概要

延長:

- 札幌駅前通公共地下歩道 (地下鉄南北線さっぽろ駅部) 約175m
- 地下鉄さっぽろ駅東豊線連絡通路部分 約245m

内容:

- ・歩行空間、案内サイン整備
- ・(仮称) やすらぎ広場整備
- ・欄柵去
- ・欄柵去に伴う関連システム改修等

(3) 想定事業費

約13億円

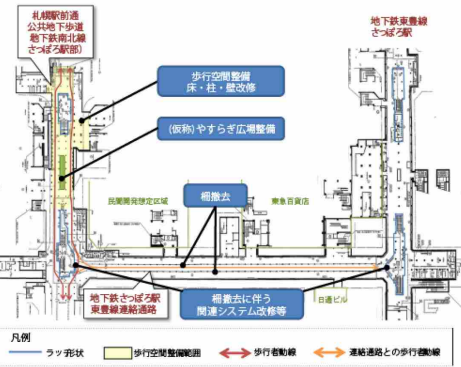
(4) スケジュール

- 平成27年度 工事実施設計 システム改修等着手
- 平成28年度 工事着工 システム改修、機器開発
- 平成29年度 供用開始 (11月予定)



(5) 詳細整備内容

- 札幌駅前通公共地下歩道 (地下鉄南北線さっぽろ駅) 部分
- 歩行空間整備
 - ・床、柱、壁を、チカホ整備に伴い拡張した部分と同様の整備内容により統一して整備
 - 案内サイン整備 (駅構内全体)
 - ・外国語対応など
 - (仮称) やすらぎ広場整備
 - ・豊かな時間を過ごすことのできるような滞在空間を整備
- 地下鉄さっぽろ駅東豊線連絡通路部分
- 改札内外を隔てる柵の撤去
 - 欄柵去に伴う関連システム改修等
 - ・既存改札機・精算機改修等

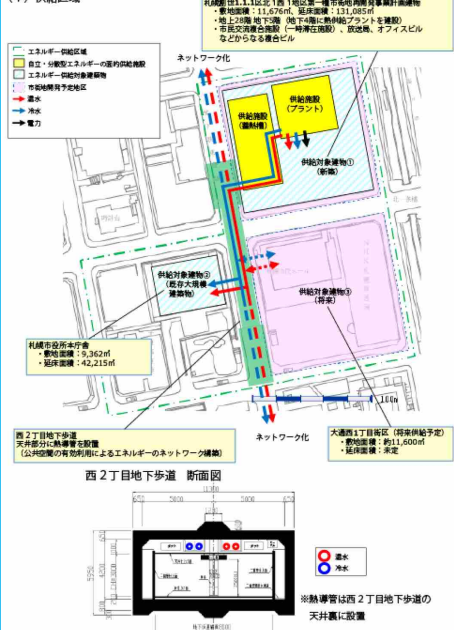


出典:札幌市

〈戦略3B〉北2西4周辺地区、札幌創世1.1.1区北1西1地区地域冷暖房施設整備(BCD)

実施中。

(1) 供給区域



(2) スケジュール

設計	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
設計	実施設計	実施設計		
施工		工事	工事	
供用開始			供用開始	

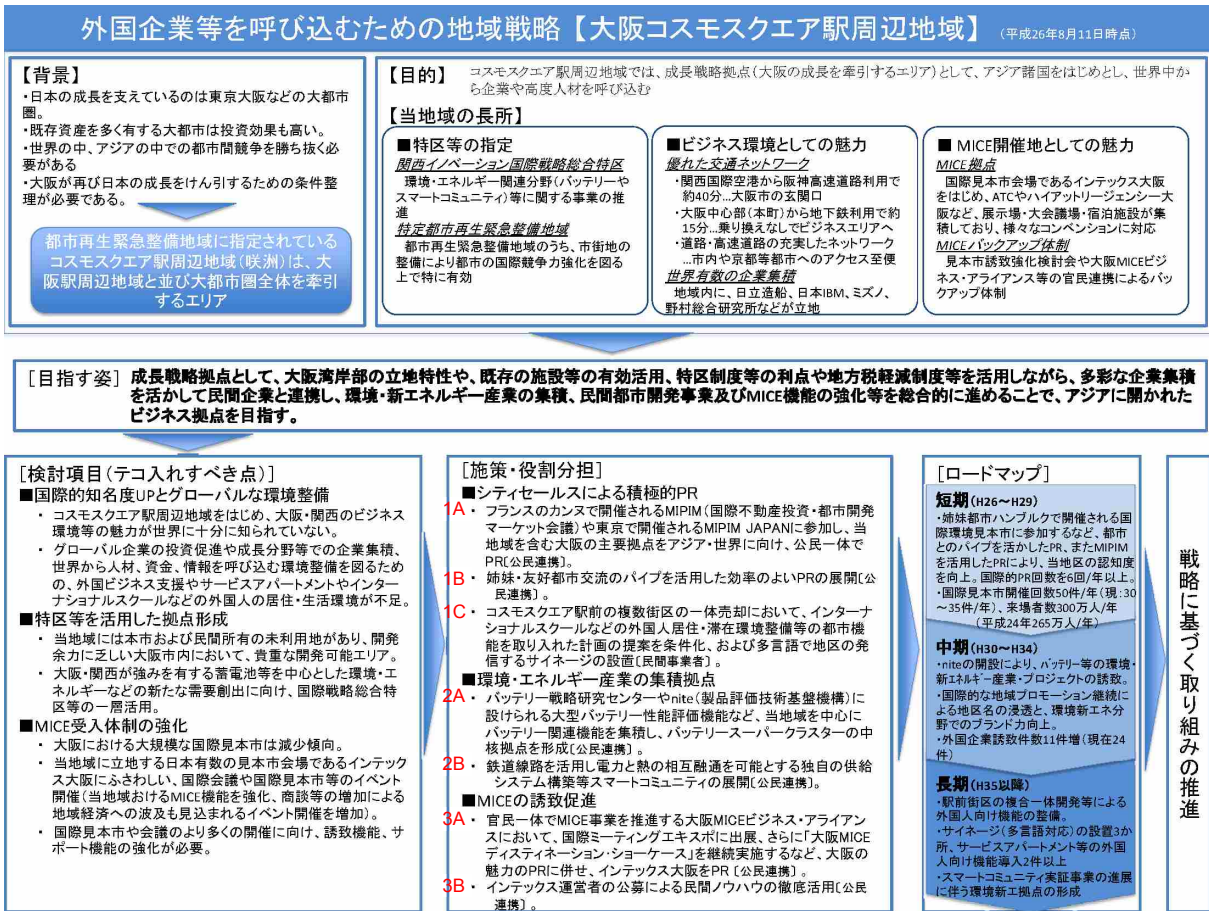
(3) エネルギー供給体制

- ・天然ガスコージェネレーションを設置した地域供給プラントから北1西1再開発建物内へ電力・温熱・冷熱の供給を行う。
 - ・また、西2丁目地下歩道に整備する熱導管を通じ、札幌市庁舎へ温熱・冷熱の供給を行う。
 - ・これにより、エネルギーの自立化・多量化に資するエネルギー面的ネットワークが構築され、市役所や市民交流複合施設等、災害時に重要な役割を担う建物から構成される当該街区全体での業務継続機能が確保される。
- ① 災害時のエネルギー供給
- ・機密冷地においては、厳寒期に災害が発生するケースが想定されるため、重要な建物への電力供給のみならず温熱の供給も継続できる体制とする。
- | 災害時の供給内容 | 電力 | 温熱 | 冷熱 |
|----------|-----|-----|-----|
| 市民交流複合施設 | 1/3 | 1/4 | 1/3 |
| 放送局 | 1 | 1/2 | 1/2 |
| オフィス | 1/3 | 2/3 | 1/4 |
| 札幌市庁舎 | 1 | 2/3 | - |
- ② 平常時の省エネ・CO2削減効果
- ・エネルギーの面的利用により、一般的なガスセントラル方式と比較して19% (約3,500t-CO2/年) のCO2排出量の削減及び、15% (約42T/年) の一次エネルギー消費量の削減が可能となる。

出典:札幌市

② 大阪コスモスクエア駅周辺地域（平成26年8月11日地域戦略策定）



■地域戦略



	<p>〈戦略1B〉平成27年度 新エネルギーやライフサイエンス分野での、現地プロモーション実施等／大阪市</p> <p>〈戦略1A〉平成27年度～ MIPIM(不動産プロフェッショナル国際マーケット会議)への出展参加／大阪市</p>	<p>平成27年度実施。大阪バイエリア見学会は、H28.3/niteの大型蓄電池システム試験評価施設(NLAB)に関する講演や特区プロモーション、バスでの現地見学 など。</p> <p>平成27-29年度実施予定。</p> <p>・H27: 東京・香港・カンヌに出展(PR・プレゼンなど) MIPIM JAPAN(東京)出展 H27.5 MIPIM ASIA(香港)出展 H27.12 MIPIM(カンヌ)出展 H28.3</p> <p>・H28: MIPIM JAPAN(大阪)開催予定 H28.9</p>
ハード事業	〈戦略1C〉平成27年度_デジタルサイネージを設置(中埠頭駅付近、4カ国語表記の案内)／協議会	平成27年度に対象施設の4カ国語表記の変更済。

■独自の取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略2B〉外国人移動環境・情報環境の整備(咲洲地区スマートコミュニティ実証事業の運営、niteの整備など)	<p>大型蓄電池の性能及び安全性に関するグローバルな試験・評価が行える施設(安全性試験設備、振動試験設備等)を整備し、我が国産業の国際競争力強化に貢献。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>■位置図</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>■完成予想図(イメージ)</p>  </div> </div> <p>出展：独立法人 製品評価技術基盤機構資料から作成</p>
シティセールスに係る取組み	〈戦略3A〉展示会等への出展・PR	<p>平成26-27年度。</p> <p>大阪MICEディスティネーション・ショーケース</p> <p>・H27: 9月3日(木)東京会場 12月3日(木)・4日(金)大阪会場</p> <p>・H26: 8月21日(木) 東京会場 26社のMICE関連企業の出展、270名超の参加 12月3日(水)・4日(木) 大阪会場</p>

③ 大阪駅周辺地域（平成26年9月26日地域戦略策定）

■ 地域戦略

外国企業等呼び込むための地域戦略
(平成26年9月26日時点)

◆ 大阪駅周辺地域

✓ 目的 ソフト・ハードのホスピタリティ・アメニティ強化によるビジネス及びインバウンド外国人の誘引

✓ 地区のポテンシャル

- **イノベーション拠点としてのポテンシャル向上**
 - ナレッジキャピタルの設置、国際戦略特区、国際戦略総合特区の指定。「知の拠点」としての位置づけ
- **関西と世界をつなぐビジネス拠点**
 - 優れた交通ネットワーク（日本橋・カサノバ駅）
 - 高機能オフィスビルの充実・計画（ケラカト大阪、梅田阪急ビル、大阪駅西地区、梅田1丁目計画等）
 - 発祥の伝統とイノベーション機能の充実（カブス・ドール等の実績）
 - 京大・阪大・神大を中心とした世界レベルの大学集積
- **多種・多彩な都市アメニティの魅力**
 - 京阪神を中心に世界遺産の集積とユネスコ無形文化遺産である「和食」の集積
 - 日本トップクラスの商業・飲食施設の集積
 - 文化芸術（音楽・演劇・文楽等）、アメニティ施設（劇場等）
 - アジア系コミュニティ等による親近感、親和性の高さ
 - 「うめきた2期」「みどり」環境の充実等
- **都心型MICE開催地としての魅力**
 - 地区内及びその近隣に多岐にわたる国際会議場、宿泊施設やエンタメ機能（劇場、ホール等）
- **地域協議会関係者間の連携体制とホスピタリティ**
 - 梅田地区エリアマネジメント推進協議会（西日本旅客鉄道、阪急電鉄、阪神電鉄、グラフロント大阪TMO）等の事業者連携体制
 - インフォメーションセンターの整備等
 - 関西人・大阪人の他者を受け入れるホスピタリティとコミュニケーション能力

✓ 地区の課題

- **英語通用度の低さ**
 - ビジネス環境や都市アメニティの環境は高水準にも関わらず、多言語対応の遅れが外国人にとっての魅力減少させている
- **ニーズにあった環境整備**
 - 地下・地上・ビル内の移動など複雑な移動経路が外国人に分かりにくい
 - 安心して楽しみ、働くことのできる案内や受け入れ体制、防災・防犯環境が求められる
- **国際的知名度の低さ**
 - 海外での梅田・大阪の知名度が低い
 - オフィス街としての大阪駅周辺地域の知名度が低い
 - 大阪駅周辺地域の魅力が十分に知られていない
- **ニーズに対応する体制の構築**
 - 外国人ビジネスマップ、旅行者・留学生等のニーズを的確に把握できる体制がない
 - アジア系コミュニティや留学生等が多いにも関わらず、そのポテンシャルを十分に活用できていない
 - 大阪駅周辺のまちづくりの方向性に関する計画はあるが、外国人誘引に特化した地区全体の戦略は検討されていない

✓ めざす姿 ○外国人が“訪れたい・働きたい・楽しみたい”居心地のよいまち（「人環境」を重視したまちづくり）
○世界で通用し、憧れを持たれる梅田・大阪ブランドの形成

✓ ターゲット ○外資系企業・団体・機関（新エネルギー・ライフサイエンス関係等）

✓ 施策・役割分担

- 国際的ビジネス環境整備（協議会）
 - 国際的イノベーションの推進
 - 国際的イノベーション拠点としての機能強化
 - 国際イベントの開催等により、大阪駅周辺地域の国際的イノベーション拠点としての機能を強化。
 - 国際的人材との交流促進
 - 国際的人材との交流促進により大阪・関西の人材のグローバル化を推進。
 - 外国人の移動環境・情報環境の整備
 - サイン・案内板の整備
 - 外国人の円滑な移動を支援するためサイン・案内板を整備。
 - 大阪駅周辺地域のマップの多言語化
 - 大阪駅周辺地域のマップの多言語化を推進。
 - デジタルサイネージ情報の多言語化
 - エリア内設置のデジタルサイネージの多言語化を推進。また新たなデジタルサイネージの設置を検討。
 - 訪日外国人向けWi-Fi環境の整備
 - 訪日外国人が必要な情報を容易に取得できるよう、公共的空間を中心にWi-Fiを整備。
 - 外国人へのインフォメーション対応の充実
 - 案内所向きの連携のさらなる強化を図ると、訪日外国人に向けたインフォメーション対応を充実。
- シティセールス（協議会）
 - プロモーション・ツールの整備
 - HP等の整備
 - 外国企業や外国人材に大阪駅周辺地域への関心を持ってもらうためのHPを作成しPR。
 - 情報誌等のPR
 - 外国人向け情報誌や機内誌等によりシティセールスを展開。
 - パンフレットの整備
 - 展示会出展等の際に大阪駅周辺地域の魅力を伝えるためのパンフレットを作成。
 - 都市模型の制作
 - 大阪駅周辺地域を紹介するためのコミュニケーションツールとして都市模型を制作。
 - 国内外におけるシティセールスの展開
 - 国内外の展示会等への出展
 - 国内外の展示会（MIPIM等）へ出展し、外国企業等の誘致に向けた大阪駅周辺地域のシティセールスを実施。
 - 大阪駅周辺への企業誘致体制の整備
 - 大阪駅周辺へ企業を誘致するため、関係施設・関係機関の連携を強化。

3. 都市機能の充実（民間事業者） **3B** **3C**

3A うめきた2期区域開発 **梅田1丁目1番地計画** **大阪駅西地区**

独自減税等・国際戦略総合特区における地方税の特例制度（大阪市）

✓ ロードマップ

- **短期（H27～29年度）**
 - ビジネス環境整備及びシティセールスにより、当地区の認知度及び満足度を向上し企業の立地を促進。
 - 【数値目標】外資系企業・団体等進出件数・5件程度/年
- **中期（H30～34年度）**
 - 大阪駅周辺地域への外資系企業の立地がさらに進む。
 - 国際的なビジネス拠点・イノベーション拠点の形成に向けた国際交流が進む。
- **長期（H35年度以降）**
 - うめきた2期の完成により都市魅力が向上。
 - 大阪駅周辺地域への外資系企業等の集積が形成。

「外国企業等呼び込むための地域戦略」に基づく取組（イメージ）

◆ 大阪駅周辺地域

外国企業等呼び込むための地域戦略

○外国人が訪れたい・働きたい・楽しみたい居心地のよいまち、「世界で通用し、憧れを持たれる梅田・大阪ブランドの形成」を目指す。
○海外の人材や企業等の誘致に向け、1. 国際的ビジネス環境等の改善、2. シティセールス、3. 都市機能の充実等に取組む。

1. 国際的ビジネス環境等の改善

(1) 国際的イノベーションの推進

- グラフロント大阪のカレッジキャピタル等を中心に、国際的イノベーション拠点としての機能強化を図るとともに、国際イベント等を通じて国際的人材と大阪・関西の人材の交流を促しグローバル化を推進する。
- 取組主体：大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会
- H26年度以降実施

(2) 外国人の移動環境・情報環境の整備

- サイン・案内板、多言語化マップ等、外国人の円滑な移動環境を整備するとともに、デジタルサイネージの多言語化、Wi-Fi環境、インフォメーション対応の充実により、外国人に必要な情報を取得しやすい環境を整備する。
- 取組主体：大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会
- H26年度以降実施

2. シティセールス

(1) プロモーション・ツールの整備

- 大阪駅周辺地域のシティセールスに向けてHP、情報誌、パンフレット、都市模型の制作を行う。
- 取組主体：大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会
- H26年度以降実施

(2) 国内外におけるシティセールスの展開

- 国内外の展示会（MIPIM等）へ出展し、大阪駅周辺地域のシティセールスを行う。また企業誘致に向けた体制の整備を行う。
- 取組主体：大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会
- H26年度以降実施

【参考】 支援制度

(1) 国際戦略総合特区における地方税の特例制度

- 大阪市内の国際戦略総合特区に進出する企業を応援する地方税（法人市民税、固定資産税、事業所税、都市計画税）の特例制度

3. 都市機能の充実

(1) うめきた2期区域開発

- H26年度：まちづくりの方針策定予定

(2) 梅田1丁目1番地計画

- 大阪神ビルディング及び新阪急ビル建替計画
- 取組主体：阪神電鉄株式会社、阪急電鉄株式会社
- H26年度着工予定

(3) 大阪駅西地区

- 大御中央郵便局、大並ビル及び西梅田中央郵便局建替等
- 取組主体：日本郵便株式会社、大塚ターミナルビル開発株式会社
- H28年度着工予定

出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-18 大阪駅周辺地域の地域戦略

■主な関連主体

主な関連主体	大阪市、大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会、梅田地区エリアマネジメント実践連絡会
--------	---

■支援事業関連取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
計画策定	平成26年度 大阪駅周辺地域の基礎データの収集・調査・分析／協議会	大阪駅周辺地域における国際化の状況(外資系企業立地状況等)のデータ収集。国際化に向けた関係機関の取組把握のため、関係機関のヒアリング及び結果分析を実施。
	平成26年度 社会実験の実施／協議会	大阪駅周辺地域における国際的ビジネス環境の課題等を把握するため、外国人モニター5名(アメリカ人2名、中国人1名、台湾人1名、韓国人1名)を同行して現地調査を実施し、課題検証及び改善点の提案を受領。
	平成26年度 他都市の事例研究／協議会	他都市における複数の事業者によるサインの共通化事例(横浜市)、無料Wi-Fi等の整備事例(京都市)、シティセールス事例(渋谷等)について調査。
	平成26年度 大阪駅周辺地域の特性分析・目指す姿・施策の検討／協議会	上記を踏まえ、地域戦略として地区のポテンシャル、課題、めざす姿、ターゲット、施策等について検討・整理。
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略1C〉平成26年度 サイン計画(マニュアル)の策定、外国語案内板等のモデル設置及び効果検証の実施／協議会	<p>・H26: 大阪駅周辺地域における案内サインの現状把握～課題抽出～仮説構築を実施。仮説に基づく外国語案内板のモデル設置。外国人モニター17名を同行して効果検証を実施し、全3回の検討会を踏まえてマニュアル骨子案を策定。</p> <p>・H27: 前年度策定のマニュアル骨子案を踏まえ、計画の位置付け、配置の考え方等を整理。マニュアル骨子案に基づくサインの効果検証を外国人モニター51名により実施。全3回の検討会を踏まえてガイドライン案を策定。</p>
	〈戦略1D〉平成26年度 外国語マップの改定／協議会	平成26年度実施。 配布箇所: 大阪駅、梅田駅、周辺商業施設案内所等。言語: 英語、中国語(繁体字・簡体字)、韓国語
	〈戦略1E〉平成27年度 大阪駅複合施設スマホサイトと連動した多言語コンテンツ整備／協議会	サイネージ接触数(平成27.10稼働)。 大阪駅複合施設に設置のタッチパネル型サイネージに、周辺広域MAP、周辺施設情報、サービス案内、JR鉄道情報等を多言語で表示。また表示された情報はQRコードによりスマホ読取が可能。

		<p>〈戦略1F〉平成26年度 大阪駅周辺地区の商業施設における外国人向け無料Wi-Fiサービスの環境整備／協議会</p>	<p>平成26、27年度サービス開始。 WiFiアクセス数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・HANKYU HANSHIN WELCOME Wi-Fi 8月:827人 ・Osaka Free Wi-Fi 4月:8,141件。5月:8,214件。6月:8,308件 7月:10,106件。8月:9,642件  <p>出典:グランフロント大阪</p>
<p>シティセールスに係る取組み</p>	<p>〈戦略2E〉平成26年度 海外企業との相互ビジネス交流の実施／協議会</p>	<p>SPI 2014(ラスベガス)への出展(2014/10/20-26):48ブース訪問。チャイナハイテクフェア2014(深圳)への出展(2014/11/17-21):49ブース訪問 PV EXPO 2015(東京)への出展(2015/2/25-27) MIPIM(カンヌ)への参加(2015/3/10-12)</p>	
	<p>〈戦略2E〉平成26-27年度 ニューヨーク市ブルックリンとの交流事業の実施／協議会</p>	<p>平成26年度:大阪駅周辺地区において国際会議および交流会を実施。平成27年度:第1回国際会議での出席者との更なる関係構築およびエリアマネジメントの取組を把握するため、2/10-2/15に現地(ブルックリン)にて、商工会議所、エリマネ団体とミーティングを実施したほか、5件のヒアリングおよび8か所の現地視察を実施。</p>	
	<p>〈戦略2A〉平成26-27年度 大阪駅周辺地区の魅力を発信するHPの制作／協議会</p>	<p>平成26年度制作。HPへのアクセス数は、平成27/4/1-9/30の期間中、24,009件(今年度のアクセス状況をもて、次年度、目標設定)。平成27年度、コンテンツマネジメントシステムを開発し、それを利用してプロジェクトを6件追加</p>	
	<p>〈戦略2B〉平成26年度 大阪駅周辺地区の商業施設の外国語版PR映像の制作／協議会</p>	<p>平成26年度制作。数件/月 ※平成27年10月現在:約15件程度(今年度のアクセス状況をもて、次年度、目標設定)</p>	
	<p>〈戦略2A〉平成26年度 大阪駅複合施設HPの多言語化／協議会</p>	<p>平成26年度実施。H26年度に整備した、英語版、中国語、韓国語版の大阪駅複合施設WEBサイトに、タイ語の追加。計59,094ページビュー(前年比131%、HP全体に占める外国語シェア1%⇒2%へ増加)。言語別(H28.1 :英54%、簡体20%、繁体17%、韓国9%)</p>	
	<p>〈戦略2C〉平成26年度 訪日外国人向けフリーマガジンへのプロモーション記事掲載／協議会</p>	<p>平成26年度、Good Luck Tripの記事掲載回数(目標1回)。平成27年度、Good Luck Tripの記事掲載回数(目標2回)</p>	
	<p>〈戦略2C〉平成26-27年度 大阪駅周辺地区のビジネス向けパンフレットの制作／協議会</p>	<p>平成26年度実施。(配布枚数集計中)</p>	

	〈戦略2C〉平成26年度 大阪駅周辺地区の商業施設の外国語パンフレットの製作／協議会	平成26年度製作。2,000部増刷し、約1,500部は配布、残り500部。
	〈戦略2C〉平成26年度 外国語UMEGLEリーフレットの製作／協議会	平成26年度製作。配布実績:12,400部。
	〈戦略2D〉平成26年度 大阪駅周辺の模型製作／協議会	平成26年度製作。模型活用実績(平成26:1回、平成27:1回)
	〈戦略2E〉平成26年度 海外見本市(MIPIM)への参加／協議会	平成26年度、MIPIMの各種プログラムに参加しPR。
	〈戦略2E〉平成26年度 国内見本市(PV EXPO 2015)への出展／協議会	平成26年度出展。ブース訪問数(目標30社、実績50社)
	〈戦略2E〉平成26年度 海外見本市(SPI2014)への出展／協議会	平成26年度出展。ブース訪問数(目標30社、実績48社)
	〈戦略2E〉平成26年度 海外見本市(チャイナハイテクフェア2014)への出展／協議会	平成26年度出展。ブース訪問数(目標30社、実績49社)
	〈戦略2A〉平成27年度 大阪駅複合施設HPの多言語化／協議会	平成28.2稼働予定
	〈戦略2E〉平成27年度 MIPIM JAPANへの出展／協議会	商談数(目標20社、実績26社・団体、37名と商談。後日引き合い1件)
	〈戦略2E〉平成27年度 MIPIM(カンヌ)への参加／協議会	平成28年3月予定。
	〈戦略2F〉平成27年度 メディアFAMトリップの実施／協議会	平成27年12月実施。海外ビジネス系メディア(新聞・雑誌等)記者を梅田へ招請し、梅田地区のビジネス拠点としての魅力を紹介、紹介記事の掲載など海外での情報発信。
ハード事業	〈戦略1C〉平成26年度 大阪駅複合施設のサイン改修／協議会	平成26年度実施(効果測定困難)。サイン改修台数:約400盤面。
	〈戦略1C〉平成26年度 梅田駅周辺案内サイン等の改善	平成26年度実施。多言語表記による外国人誘導円滑化。案内サイン改修台数:約70箇所。
	〈戦略1C〉平成26年度 大阪駅周辺地区の空港バスターミナル誘導サインの改修／協議会	平成26年度実施。多言語表記による外国人誘導円滑化。多言語標記誘導サイン改修台数:2箇所
	〈戦略1E〉平成27年度 多言語案内ボード整備／協議会	サイネージ接触数(平成28.2稼働予定)。(4か国語対応、整備台数:4箇所)
	〈戦略1E〉平成27年度 多言語対応LED案内表示機の整備／協議会	効果測定困難(平成28.2稼働予定)。多言語LED案内表示機整備台数:1箇所
	〈戦略1E〉平成27年度 多言語対応のデジタルサイネージ新設／協議会	サイネージ接触数(平成27.10稼働予定)。大阪駅複合施設に日英中韓対応2面新設
	〈戦略1E〉平成26年度 大阪駅複合施設のデジタルサイネージ多言語化／協議会	平成26年度実施。デジタルサイネージ多言語化(言語数、台数)

■独自の取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境整備	〈戦略1A〉イノベーション創出基盤整備・拡充	実施予定。うめきた2期計画
	〈戦略1B〉国際的人材との交流促進	実施中。ナレッジ・キャピタルにおける国際会議・イベントの誘致・開催(ナレッジサロン、シアター、プラザ、コングレ)
	〈戦略1G〉インフォメーション体制の充実	インフォメーション体制の概要紹介。「Umeda i ハーツ」の実施⇒来街者へのサービス向上にむけた案内所間連携強化のための取組。大阪駅周辺主要施設における案内所同士の情報交換会を定期的に開催。
シティセールスに係る取組み	〈戦略2A,B,C,D〉プロモーションツールの更新・拡充(HP、情報誌、都市模型の制作)	現状のプロモーションツールの将来における更新・維持作業
	〈戦略2E〉国内外プロモーションの継続実施	詳細な実施事業については検討中
ハード事業	〈戦略3A〉うめきた2期区域開発	実施中
	〈戦略3B〉梅田1丁目1番地計画	実施中
	〈戦略3C〉大阪駅西地区	実施中

④ 東京都心・臨海地域（大手町・丸の内・有楽町地区、平成27年3月16日地域戦略策定）

■地域戦略

平成27年3月16日時点

大丸有エリアのビジョンと戦略ターゲット

大丸有エリアは、**日本市場でビジネスを展開する外国企業の成長を加速させると共に、日本・東京市場全体へのエントリーをサポートするエリア**となることを目指す

- 日本・東京は、今後も世界有数の人口・経済規模を持つ巨大・先進マーケットとしての魅力を維持。
- ⇒大丸有エリアは、「企業本社の集積」「国内外への交通便利性の高さ」という強みを活かし、この巨大・先進マーケットとしての魅力を最大化する役割を果たすべき
- 〔⇒将来的には**先進国内市場での成功モデルをアジアへ展開**〕

エリアのビジョン

「日本市場でビジネスを展開する外国企業の成長を加速させると共に、日本・東京市場全体へのエントリーをサポートするエリア」

戦略ターゲット

「日本・東京のマーケットでの更なる成長と新規参入を目指す外国企業」（特に、B2B/B2B2C企業）

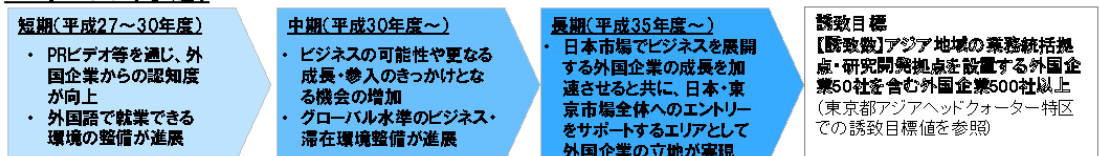
- 大丸有は、その企業集積と交通便利性を活かし、日本・東京の市場におけるビジネス拡大と、市場参入の入口としての機能を担うべく、巨大・先進マーケットとしての魅力を最大化するような、場・機会、環境を提供するとともに、その魅力を伝えていく。（**周辺エリアとの適切な役割分担・連携**）

大丸有地区として取り組むべき具体的なアクション

平成27年3月16日時点

アクション	必要な取組	主な取組/支援主体
①ビジネスの可能性を感じられ、更なる成長や参入のきっかけとなる機会の創出	1A ● 外国企業と国内企業のキーパーソン同士のビジネス交流イベント等の開催 1B ● 誘致・ビジネス開発支援機能の強化	● 公的団体 ● まちづくり団体 ● 地元企業
②グローバル水準のビジネス・滞在環境整備 <i>※周辺エリアと連携・役割分担して取り組む</i>	2A ● 各種税制優遇、規制緩和 2B ● 多様なタイプのオフィスの供給 2C ● 外国人が長期滞在できる環境の整備（SA・賃貸住宅等） 2D ● 外国語で就業（オフビジネス含む）できる環境の整備（英語メニュー・外国語サイン等） 【27年度着手】 2E ● “職住近接型ワーク・ライフスタイル”を可能とする環境の整備（自転車通勤に対応した駐輪場・シャワーの設置、コミュニティ活動等含む）	● 国・都 ● 都市開発事業者・地元企業 ● まちづくり団体 ● 公的団体
③シティセールスによる優れたビジネス環境の積極的PR	3A ● 外国企業に“ささる”PRビデオの作成と発信 【27年度着手】 （外国人にとって呼びやすく、印象に残るネーミングの検討も含む） 3B ● エリア情報を発信する外国語ウェブサイトの構築 3C ● エリア内プレスクラブからの情報海外発信（大丸有発信ニュースの増大） 3D ● 国内外でのPRイベントの開催、MICEイベントでの積極的なPR 3E ● エリア発の国際イベントの開催 （国際的アワードやランキングの発表、国際会議・国際イベントの開催）	● 公的団体 ● まちづくり団体 ● 国際記者クラブ

ロードマップ（予定）



①ビジネスの可能性を感じられ、更なる成長や参入のきっかけとなる機会の創出

①誘致・ビジネス開発支援機能の強化

◆海外企業等支援センターの整備・運営
 ・日本での成長を期待できる外国企業を誘致し、誘致からビジネス展開までワンストップで支援

◆ビジネスコンシェルジュ

東京の運営継続

・現在行っている外国企業向けの事業展開支援の他に、外国企業同士の交流拠点としての機能を追加

◆EGG JAPAN(日本創生ビレッジ)の運営

・ターゲットとする海外成長企業等のため、顧客紹介・マッチング機能を提供

③外国企業に“ささる”PRビデオの作成・発信【27年度着手】

・外国企業向けエリアPRビデオの作成、テレビ・SNS等での発信
 ・外国人にとって呼びやすく、印象に残るネーミングの検討

③エリア発の国際イベントの開催

・エリア発の国際的アワードやランキングの発表
 ・国際会議・国際イベントの開催

①外国企業と国内企業のキーパーソン

◆同士のビジネス交流イベントの開催
 ・大企業キーマンが参加するビジネスセミナー、ネットワーキングイベントの開催
 ・MICEと連携した戦略的なビジネスイベントの開催

②多様なタイプのオフィスの供給

・外国企業向けオフィスフロア(EGG JAPAN)の継続・拡充
 ・周辺地域と連携した、企業の成長段階に応じた様々な規模のオフィススペースの供給【都市更新に応じて整備】

②各種税制優遇、規制緩和

・国際戦略総合特区・国家戦略特区での法人税軽減、規制緩和

②外国人が長期滞在できる環境の整備

・中長期のビジネス出張に対応できるサービスアパートメント・賃貸住宅の導入
 ・周辺地域と連携した、幅広い価格帯の居住・宿泊施設の確保【都市更新に応じて整備】

②外国語で就業(オフビジネス含む)できる環境の整備【27年度着手】

・外国語対応できる医療機関・保育施設・商業施設・飲食店等の充実(英語メニューの普及促進等)
 ・地区内(地下含む)への外国語情報板・案内板の設置

③エリア内プレスクラブからの情報海外発信

・日本からの重要ニュースの発信場所が大丸有であることの定着
 ・東京の中心＝大丸有というイメージ醸成

③エリア情報を発信する

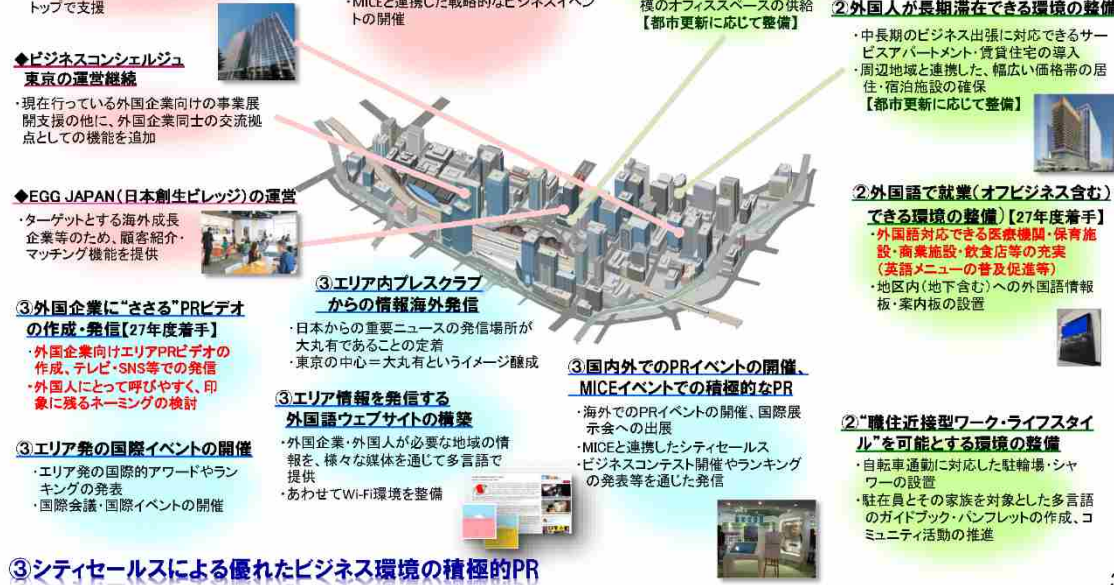
外国語ウェブサイトの構築

・外国企業・外国人が必要な地域の情報を、様々な媒体を通じて多言語で提供
 ・あわせてWi-Fi環境を整備

③国内外でのPRイベントの開催、MICEイベントでの積極的なPR

・海外でのPRイベントの開催、国際展示会への出展
 ・MICEと連携したシティセールス
 ・ビジネスコンテスト開催やランキングの発表等を通じた発信

③シティセールスによる優れたビジネス環境の積極的PR



出典:国土交通省ホームページ


図1-(1)-19 東京都心・臨海地域(大手町・丸の内・有楽町地区)の地域戦略

■主な関連主体

主な関連主体	東京都、千代田区、大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会、民間事業者
--------	--------------------------------------

■支援事業関連取組み

※〈戦略〉の番号は上記の地域戦略を参照

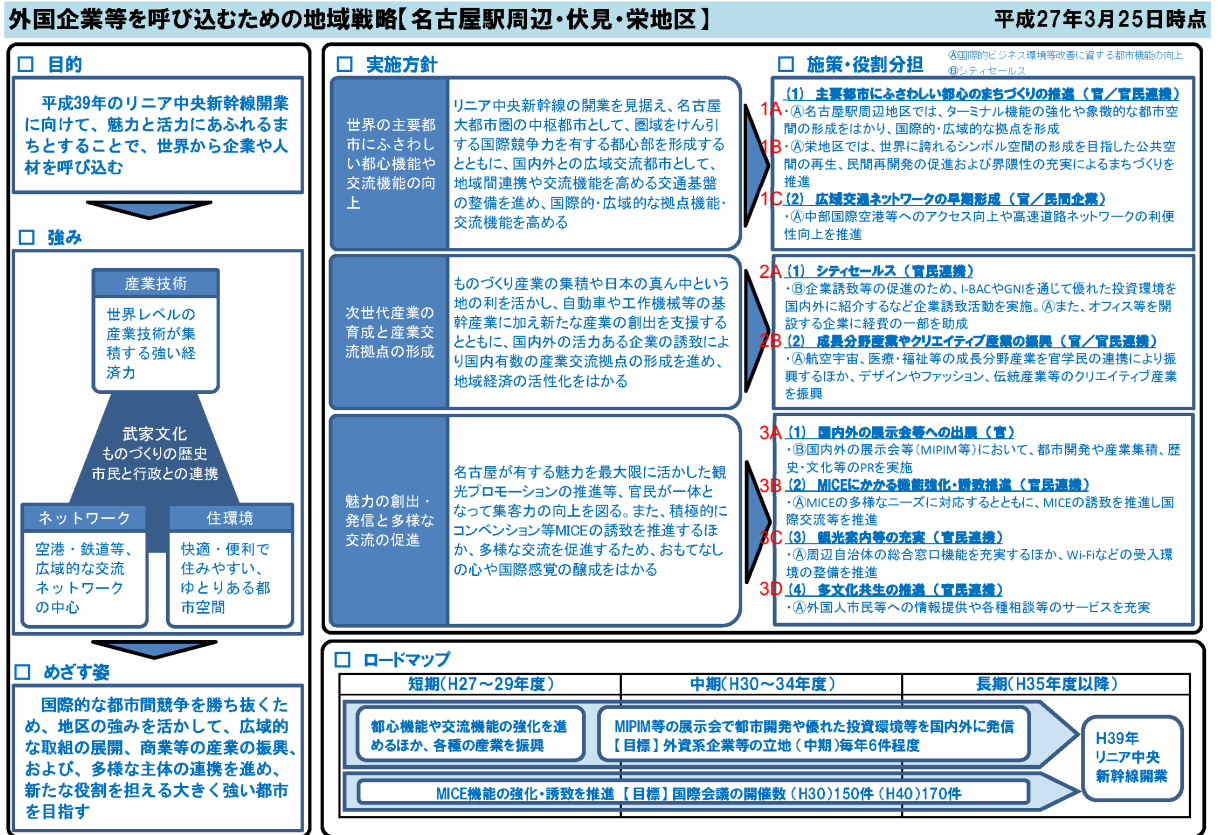
事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
計画策定	平成26_有職者勉強会「大手町・丸の内・有楽町地区における国際競争力に向けたエリア戦略検討勉強会」の実施 第1回:外国企業誘致に向けて何が必要か、第2回:外国企業誘致にむけて何をどう発信するか、第3回;外国企業誘致に向けた都市の情報発信のあり方/協議会	平成26年度実施。3回の勉強会を実施し、地域戦略を作成。
ソフト事業		
シティセールスに係る取組み	〈戦略3A〉平成27年度 外国企業向けPR映像制作と外国企業に適切に届くメディア(外国TV、ネット)を活用した発信/協議会	平成28年3月Euronewsでエリア紹介番組放送。視聴率12%達成 

■独自の取組み

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略1B〉EGG JAPAN(日本創生ビレッジ)運営①会員制ビジネスクラブ「東京21Cクラブ」②ビジネスサポートサービス付オフィス「ビジネス開発オフィス」／民間事業者	継続実施中。  写真：EGG JAPAN(出典：EGG JAPANホームページ)
	〈戦略1B〉ビジネスコンシェルジュ東京(ビジネス支援及び生活支援のワンストップ窓口。会社設立や販路開拓、市場調査協力等の無料サービス)／東京都	継続実施中
	〈戦略2D〉平成27年度 外国語で就業できる環境(英語メニュー、外国語サイン等)の整備に向けた体制構築／協議会、民間事業者	平成27年度より、商用接客に特化した翻訳アプリの開発着手。約1,000店舗を対象に平成28年2月下旬より試験期間、ニーズを収集後、11月より商業テナントに提供予定。
	〈戦略2C〉平成27年度 グローバル水準のビジネス・滞在環境整備に向けた周辺エリアとの連携体制の構築	平成27-29年度実施
	シティセールスに係る取組み	〈戦略3D〉平成27年度 国内外でのPRイベントの開催／協議会
	〈戦略3B〉平成27年度 エリア情報を発信する外国語ウェブサイト構築／協議会	平成27-29年度実施予定
ハード事業	〈戦略2C〉地区内の無料Wi-Fi環境の整備(例：Japan Free-WiFi)	実施中  写真：Japan Free-WiFi
	〈戦略2C〉国際級ホテルの整備(パレスホテル東京やザ・ペニンシュラ東京)、アマン東京(大手町、2014年12月)、星のや東京(2016年度)が開業予定／民間事業者	実施中
	〈戦略2C〉サービスアパートメント123室(鉄鋼ビルディング内、2015年秋)、129室(大手町パークビルディング内、2017年1月)が整備予定／民間事業者	実施中

⑤ 名古屋駅周辺・伏見・栄地域（平成27年3月25日地域戦略策定）

■地域戦略



出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-20 名古屋駅周辺・伏見・栄地域の地域戦略

■主な関連主体

主な関連主体	名古屋市
--------	------

■支援事業関連取組み


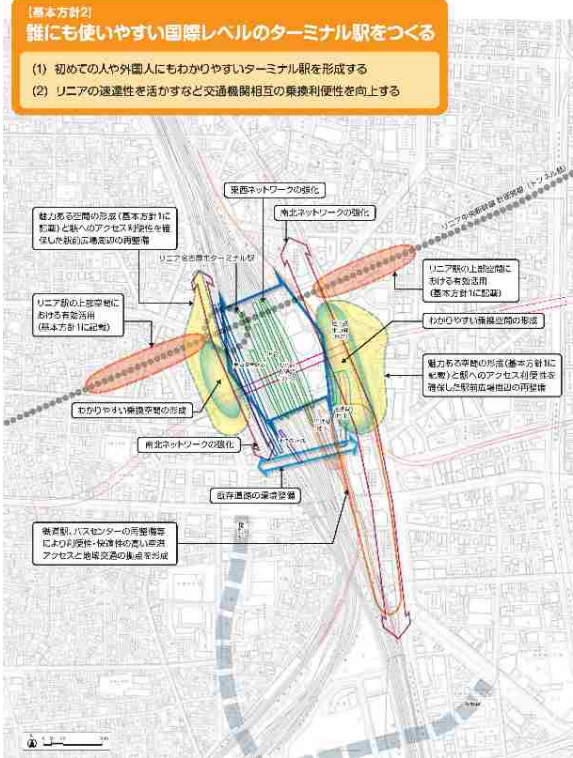
※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
シティセールスに係る取組み	〈戦略3A〉平成27年度 MIPIM JAPANへの出展／名古屋市	平成27-29年度実施。模型作成・展示によるPR

■独自の取組み

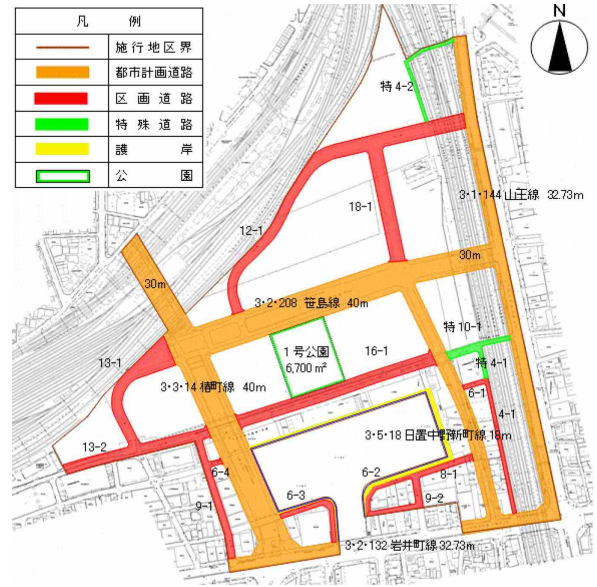
※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略1A〉名古屋駅周辺まちづくり構想の策定／名古屋市	平成25-26年度実施。リニア開業後のまちを見据えた概ね15年後を目標に、「国際的・広域的な役割を担う圏域の拠点・顔を目指す」「誰にも使いやすい国際レベルのターミナル駅をつくる」「都心における多彩な魅力を活かし、つないでいく」「リニア開通に向けて、行政と民間が一丸となって着実に構想を実現する」の4つの基本方針に沿って基本方針と具体的取組みを策定。
シティセールスに係る取組み	〈戦略2B〉なごやサイエンスパーク事業の推進／名古屋市	平成26-30年(短期)まで実施予定。サイエンスパークに集積した研究機関、大学、企業の研究者との連携交流を目的とし総合窓口として整備された複合型施設のサイエンス交流プラザの運営。  出典:公益財団法人 名古屋産業振興公社
	〈戦略2B〉航空宇宙産業新規参入・販路拡大支援事業／名古屋市	平成26-30年度(短期)まで実施予定。販路開拓(主に海外企業との取引)の方法や商談の進め方を学び、海外企業との取引が出来る能力を身に付けることを目的に実施。中小企業間でチームを組み海外企業と取引を始める機会を提供・提案し、国内の限られたビジネスのみではなく、海外企業との取引拡大となる機会を提供。
	〈戦略2B〉医療・福祉・健康産業の振興／名古屋市	平成26-30年度(短期)実施予定。「ウェルフェア2016」など研究会、講演会などを中心に医療・福祉・健康産業の振興と商取引の拡大を目的として開催。 成果:「ウェルフェア参加人数」毎回約70,000人参加規模 研究会・講演会5回開催(平成26年度実績)(名古屋市資料)
	〈戦略2B〉デザイン活用支援事業／名古屋市	平成26-30年度まで実施予定。「名古屋市デザイン活用支援事業 デザインアドバイス」は、名古屋市内の事業所を対象に、専門家を1人選びデザインアドバイザーとして企業へ派遣。アイデアの発想から試作品完成まで、デザインの視点からきめ細かく実施指導。成果:支援事業8社  実績例 特徴:ノックダウン(組立)方式の本棚。特許申請中ノックダウン方式で強度試験をクリアした。特許取得 出典:国際デザインセンター(IdCN)HP資料

		<p>〈戦略2B〉ファッション産業の振興／名古屋市</p>	<p>平成26-30年度(短期)実施予定。ナゴヤファッションコンテストの開催。成果:ナゴヤファッションコンテスト応募点数(H26 4,178点応募)</p>
		<p>〈戦略3A〉ユネスコ・デザイン都市なごやの推進。デジタルコンテンツ博覧会NAGOYAの開催／名古屋市</p>	<p>平成26-30年度まで実施予定。 地域産業の活性化に貢献するため、デザイン系教育機関と産業との連携を図り、多方面の分野とも連携を促すべく、出会いの場を創出。また、グローバルな視点に立ち、他の加盟都市とともに、次世代を担う若い人材と、新しい事業に挑戦。</p>  <p>「デザイン都市なごやを考える1日」</p> <p>出典:ユネスコデザイン都市なごやHP資料</p>
<p>ハード事業</p>		<p>〈戦略1A〉(仮称)名古屋駅周辺地下公共空間整備事業／名古屋市</p>	<p>平成27年度から整備実施予定。ささしま地区・名駅南地区方面への地下通路整備に向けた、出入口関連の設計等に取り組む中。</p>
		<p>〈戦略1B〉リニア開業を見据えた名古屋駅周辺まちづくりの推進(わかりやすい乗換空間の形成等)／名古屋市</p>	<p>平成26-35年度(中期)まで実施予定。名古屋駅周辺地区、栄地区を2核一体とする都心部において、高い国際競争力を発揮する都心部の形成。鉄道事業者始め多様な主体が連携してまちづくりを進めていくため、「名古屋駅周辺まちづくり構想」を策定。</p>  <p>【基本方針2】 誰にも使いやすい国際レベルのターミナル駅をつくる</p> <p>(1) 初めての人や外国人にもわかりやすいターミナル駅を形成する (2) リニアの速達性を活かすなど交通機関相互の乗換利便性を向上する</p> <p>東京ネットワークの強化 南北ネットワークの強化 リニア駅の上部空間に おける有効活用 (基本方針1に記載) わかりやすい乗換空間の形成 駅周辺の歩行者の利便性向上 (基本方針1に記載) 駅周辺の歩行者の利便性向上 (基本方針1に記載) 駅周辺の歩行者の利便性向上 (基本方針1に記載) 駅周辺の歩行者の利便性向上 (基本方針1に記載)</p> <p>出典:名古屋市</p>

〈戦略1A〉ささしまライブ24土
地区画整理事業／名古屋市

平成11-33年度まで実施予定。道路・公園などの都市基盤整備。



出典:名古屋市

〈戦略1A〉椿町線街路事業／
名古屋市

平成11-33年度まで実施予定。街路事業整備の実施。



出典:名古屋市

⑥ 福岡都心地域（平成27年3月27日地域戦略策定）

■地域戦略

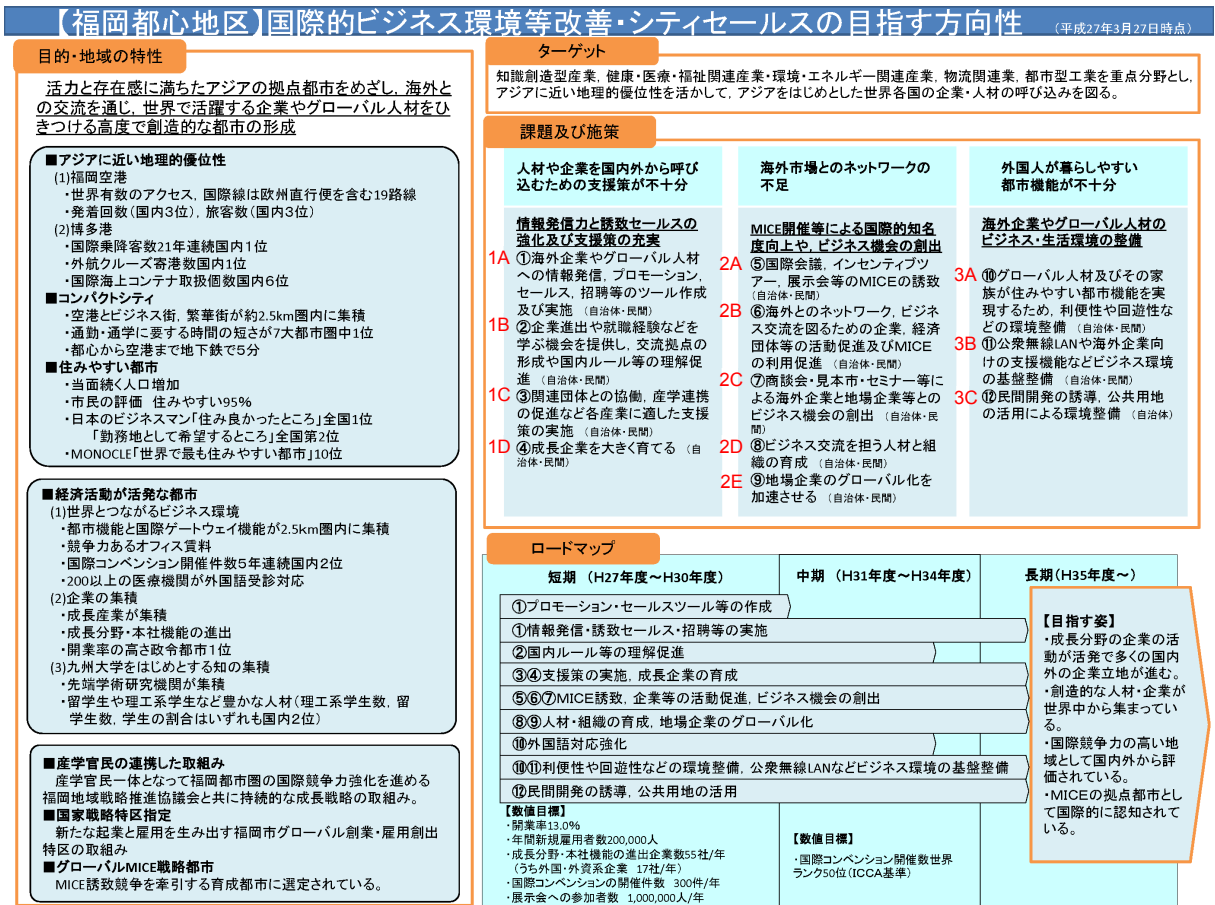


図1-(1)-21 福岡都心地域の地域戦略

■主な関連主体

主な関連主体	福岡市、(公財)福岡観光コンベンションビューロー
--------	--------------------------

■支援事業関連取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略3B〉平成27年度予定_公衆無線LAN整備／福岡市	平成27年度実施。マリンメッセ福岡全館及び、その周辺施設との間の通路について、Wi-Fiを整備予定。
	〈戦略3A〉平成27年度予定_おもてなしツール（飲食店ガイド等）作成／(公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度実施。外国人来訪者向けの飲食店等の情報を掲載したガイドブックを作成予定。

シティセールスに係る取組み	〈戦略2C〉平成27年度_ビジネスコーディネートの実施／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度より実施。アグロイノベーションブース設置(ブース訪問者数 平成27年度:368人)、国際ナショナル・ギフト/ビューティショー(商談件数:91件(速報値))
	〈戦略2A〉平成27年度_シンボリックな国際会議の誘致／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度実施。国際会議開催件数(平成26年:336件)
	〈戦略2B〉平成28年度_重点分野キーパーソンに対するBtoBイベント等誘致活動の展開／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成28-29年度実施。国際会議開催件数(平成26年:336件)
	〈戦略1A,2A〉平成27年度_インセンティブツアー等のキーパーソン招聘／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27-29年度実施。インセンティブツアー支援実績(平成26年度:6,572人)
	〈戦略2A〉平成27年度_ミーティング, インセンティブツアーの誘致活動の展開／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度より実施。インセンティブツアー支援実績(平成26年度:6,572人)
	〈戦略2C〉平成27年度_展示会への参加等／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度より実施。海外見本市商談件数(平成26年度:88件)
	〈戦略1A〉平成27年度_PRビデオ制作・配信／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	平成27年度実施。PRビデオ配信数:約150国・地域
	〈戦略1A, 2C〉平成28年度_ICCA関連経費, IME等出展／福岡市, (公財)福岡観光コンベンションビューロー	海外見本市商談件数(平成26年度:88件)
	〈戦略1A〉平成27年度_外国企業等誘致推進事業／福岡市	平成27年度実施。外国・外資系企業の進出数(27年度は12月末時点、11社)
	〈戦略2E〉平成27年度_グローバルスタートアップ誘発のための海外におけるトップセールス／福岡市	平成27年度実施。
〈戦略2C〉平成27年度_MIPIM JAPAN(5月)への出展／福岡市	平成27年度実施。H27年度5/21-5/22開催。 会場:ザ・プリンスパークタワー東京 内容:国際的な不動産投資・都市開発の交流会(展示&会議)に参加、ブースの出展やカンファレンスにて福岡市のPR。成果:コンタクト数 約240人	

■独自の取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略3A〉地図・案内サインにおける主要施設・交通拠点の4か国語表記／福岡市	実施中。外国人利用者が多い施設(主要施設・交通拠点):4か国語(日・英・中・韓)表記
	〈戦略3A〉デジタルサイネージを用いた観光情報提供(実証実験)／鉄道事業者	平成27年度実施。多言語対応のデジタルサイネージを設置、訪日外国人観光客へ情報を提供。 【期間】H27年8月-H28年3月 【場所】博多駅中央みどりの窓口内
	〈戦略3A〉商業施設における免税店、銀聯カード対応増強、フロアガイドやサイン、飲食店メニューの多言語対応／民間事業者	実施中。フロアガイドやサイン、飲食店メニューの多言語対応(開始時期不明)。 銀聯カード使用開始(H27.2-)。ライオン広場外貨両替所オープン(H27.7-)。免税店増加を目指し、各テナントへの働きかけ。外国人向け月間情報誌「FUKUOKA NOW」への情報掲載(H274回実施、H28継続実施予定)など
	〈戦略3A〉公共交通における駅構内の案内表示や車内案内(音声)の多言語対応／民間事業者	実施中 【バス】案内表示や車内案内(音声)の多言語対応(H16.4-) 【電車】①駅設置案内表示器多言語化／ H23.5- 大宰府 H25.3- 二日市・筑紫・柳川 H26.3- 福岡・薬院 H27.3- 大橋・久留米・大牟田 ②車内自動案内放送(英語)H22.9-
	〈戦略3A〉公共交通における外国人専用の企画乗車券造成／民間事業者	実施中。H28.5-6販売開始を予定、内容については検討中。
	〈戦略3A〉宿泊施設における多言語対応／民間事業者	実施中。館内サイン英語対応(H11.4-)、中国語・韓国語対応(H18.2-)。パンフレット多言語対応(H24-)
シティセールスに係る取組み	〈戦略1A〉外国企業等誘致推進事業／福岡市	平成27年度まで実施(平成28年度以降は検討)。外国・外資系企業の進出数(27年度は12月末時点、11社)

⑦ 渋谷駅周辺地域（平成27年7月1日地域戦略策定）

■地域戦略

外国企業等呼び込むための地域戦略【渋谷駅周辺地域】 （平成27年7月1日時点）

【背景】

- 東京は日本の成長を牽引する重要な役割を担っている。
- しかしながら日本に対する直接投資は諸外国と比較しても少ない。
- 東京の各エリアがもつポテンシャルを活かした個性ある都市が相互に連携し、大東京としての魅力アピールが必要である。
- ビジネス拠点としての渋谷のイメージ醸成。

【地域の特性】

■特区の指定等

特区の指定
国家戦略特区および国際総合戦略特区（アジアヘッドクォーター特区）に指定
都市再生緊急整備地域
駅周辺開発
オフィス面積22.7万㎡増加

■クリエイティブ・コンテンツ産業の集積

市場規模の拡大
世界のクリエイティブ産業の市場規模は2020年には現在の約2倍となると予想される。
渋谷への集積
・渋谷には全国のクリエイティブ産業の約15%の従業者が集積。

■都市型観光拠点としての知名度

都市型観光人気の拡大
渋谷・新宿など都市への訪問割合が75%を占める。
渋谷の観光競争力
スクランブル交差点やハチ公など知名度が高い。

【目指す姿】

海外からの来街者を惹きつけている知名度を最大限に活用し、開発によるオフィス供給の拡大およびビジネス環境としての基盤強化をPRすることにより、最先端の文化を生み出すクリエイティブ・コンテンツ産業の集積・成長を促し、世界に開かれたビジネス拠点を目指す。

【国際的ビジネス環境等の改善】

A ○外国企業にマッチしたオフィスの整備
少数での日本進出に対応する小規模で付加価値の高いオフィスや多様なビジネスサポートを提供する。

B ○交流環境の整備
企業間交流、異業種交流、国際交流等により新たなビジネスやアイデアを生み出すための、交流空間を提供する。

C ○基盤整備
空港アクセスや防災等都市基盤を強化する。多言語案内表示等生活インフラを整備する。

【シティセールスの強化】

2A ○街の将来像の認知
防災対応や交通ネットワークなど都市基盤整備がされ、ビジネス環境としても大きく変わる街の将来像を知ってもらうために、積極的なPRを実施する。

2B ○オフィス機能の向上
新たに供給されるハイグレードオフィスの認知度を向上させることで、働く街としてのイメージが低い現状を改善し、新しいワークスタイルを実現できる街として認識してもらう。

【グローバル人材育成環境の整備】

3A ○クリエイター・プロフェッショナル育成
新たなアイデア創出のための教育、実験環境を提供し、グローバル高度人材が集まる仕組みを構築する。

3B ○滞在・居住機能の整備
外国企業従業員や出張者の受け皿となる多言語に対応した宿泊・滞在機能を提供するとともに、滞在時の生活を支える医療や子育て等の生活支援機能を提供する。

短期（H26年度～H29年度）

- ・MIPIMへの出展による世界における認知獲得。
- ・シティセールス拠点となるインフォメーションの設置による街の将来像の認知度向上。
- ・ビジネス拠点としてのイメージ醸成。

中期（H30年度～H32年度）

- ・グローバル高度人材が活躍できる育成環境のスキーム構築。
- ・オリンピック・パラリンピックにあわせ最先端産業集積のプロモーション実施。

長期（H33年度～）

- ・竣工した開発街区における交流施設による各種イベントの開催。
- ・多言語対応を含めた生活支援環境が整備されたビジネス拠点として機能。

【数値目標：外資系企業・団体等の進出件数】 → 5件程度/年の達成

「外国企業等呼び込むための地域戦略」に基づく取組（イメージ） （平成27年7月1日時点）

◆渋谷駅周辺地域における外国企業等呼び込むための地域戦略

○海外の注目度が高い渋谷の知名度を最大限に活用し、開発によるオフィス供給の拡大及びビジネス環境を整備する。

○最先端の文化を生み出すクリエイティブ・コンテンツ産業の集積・成長を促し、海外の企業進出を高める機能を導入する。

1.国際的ビジネス環境等の改善

(1)外国企業にマッチしたオフィス環境の整備

- ・日本に進出する外国企業にとって慣習しやすい小規模で付加価値の高い事務所を整備する。取組主体：道玄坂一丁目再開発組合
- ・国内外企業が参加する国際的な会議や交流イベントを開催する産業交流施設や、大使館等と連携した産業・文化交流により外国企業誘致を図る国際交流施設を整備する。取組主体：駅街区（東急電鉄、JR東日本、東京メトロ）

(2)世界とのダイレクトアクセスを強化する来日ビジネスマン支援施設の整備

- ・駅前広場内に空港リムジンバス発着場を確保し、アクセス性向上を図るとともに、外資商社、交通機関や周辺施設案内等を多言語対応で行なうインフォメーション施設を整備する。取組主体：道玄坂一丁目再開発組合

2.シティセールス

あらゆる手段を善用した情報発信と国内外におけるシティセールスの実施

- ・渋谷駅周辺地域のシティセールスに向けて以下の整備及び制作を行なう。
 - ①変わりゆく渋谷の将来像の発信
VRの作成、インフォボックスの整備、アーバンデザインセンターの検討
取組主体：渋谷区、渋谷駅前エリアマネジメント協議会、渋谷駅周辺地区工事・工程協議会
 - ②都市模型、IT技術を活用した多言語対応マップ、パンフレット及び映像・AR等を活用したHP等の制作。
取組主体：渋谷駅前エリアマネジメント協議会
- ・国内外の展示会（MIPIM等）へ出展し、渋谷駅周辺地域のシティセールスを行なう。
- ・国際的なフォーラム「TED×TOKYO」等の誘致により、国際都市渋谷の魅力を発信していく。

3.人材育成・生活支援

(1)国内外のクリエイティブ人材の育成・交流支援

- ・映像、コンテンツ系等多様な国内外のクリエイティブ人材の育成施設やインノベーションを生み出す交流施設、成果等を披露する情報発信施設を整備する。取組主体：南街区（東急電鉄他）

(2)来日ビジネスマンを支える生活支援環境の整備

- ・多言語に対応した医療施設、滞在施設、子育て支援施設等の生活・コミュニティー支援機能を整備する。
取組主体：桜丘口再開発準備組合

出典：国土交通省ホームページ

図1-(1)-22 渋谷駅周辺地域の地域戦略

■主な関連主体

主な関連主体	渋谷区、渋谷駅前エリアマネジメント協議会、渋谷駅周辺地区工事・工程協議会、道玄坂一丁目駅前地区市街地再開発組合、渋谷駅街区、渋谷駅南街区事業推進者、渋谷駅桜丘口地区市街地再開発組合
--------	--

■支援事業関連取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
国際的ビジネス環境等改善に資する取組み	〈戦略1C〉多言語案内表示等生活インフラの整備／渋谷駅エリアマネジメント協議会	平成28-29年度に実施予定。平成28年度(予定) 平成27年度の渋谷駅中心地区サイン有り方検討会をふまえ、多言語案内およびそのインフラ整備について検討。
シティセールスに係る取組み	〈戦略2A〉平成27年度_VRの作成／渋谷区協議会	平成27年度実施。VR納品日平成28.3.11→平成28より活用。VR(一部)の体験者数:2015年10月8日 200人

■独自の取組み

※〈戦略**〉の番号は上記「地域戦略」を参照

事業種別	実施事業／事業主体	事業実施状況
ソフト事業		
シティセールスに係る取組み	〈戦略2A〉英語版パンフレット作製、ホームページの運営／渋谷駅エリアマネジメント協議会	実施予定。平成27年度 英語版パンフ A4版6ページ、2000部配布、HPにて、英語版パンフPDFを公開。
	〈戦略2A〉都市模型の展示／渋谷駅エリアマネジメント協議会	平成27年度渋谷駅周辺都市模型を展示予定。渋谷ヒカリエ11階スカイロビーにて渋谷駅周辺都市模型を展示(無料、通年※催事等により展示休止あり)
	〈戦略2B〉インフォボックスの整備／エリマネ協議会、CM協議会	平成28年2月SHIBUYA INFO VISION開設(CM協議会)、SHIBUYA INFO VISION開設告知(HP, ポスター)実施(エリマネ協議会)
	〈戦略2A〉MIPIM等国际展示会への出展／民間事業者	実施予定。平成26-28年度MIPIM、平成27年度MIPIMJ APAN出展(鉄道事業者)
ハード事業	〈戦略3B〉多言語対応医療施設・滞在施設・子育て支援施設等の生活・コミュニティ支援機能整備／民間事業者	実施予定。 ・平成32年度(予定) 外国人の医療・滞在・子育て支援施設の整備(桜丘口地区) ・平成31年度(予定)外国企業の進出支援施設(道玄坂街区)
	〈戦略3A〉クリコン人材の育成・交流・情報発信施設の整備／民間事業者	実施予定。 ・平成30年度(予定)映像系人材・産業・技術の育成を目的とした発信拠点(南街区) ・平成39年度(予定)企業・クリエイター等、産業文化の国際交流施設(駅街区)
	〈戦略1C〉駅前広場内空港リムジンバス発着場・インフォメーション施設の整備／民間事業者	実施予定。 ・平成31年度(予定)空港リムジンバス発着場、外国人ビジネスマン・観光客需要に対応する案内施設(道玄坂)

4) 取組事業の成果と目標達成への貢献

本節では、各地域の地域戦略と戦略に基づく取組み事業について、各事業の成果が地域戦略の最終目標である、「外国企業等の誘致」に向けての寄与度について検証する。

寄与度を示すには、外国企業等誘致という総合目標に向けたサブ的な小目標に分けて、個別戦略として評価することを提案する。ここでは、その概念と定義について述べる。

■用語の定義

【総合目標値】

総合目標値：外国企業・外国高度人材誘致件数/年（全地域共通指標）

本支援事業の目標である、外国企業・外国高度人材誘致に係る目標値を指す

本調査の対象となるすべての地域において、地域戦略上の数値目標として、外国企業の誘致件数/年を掲げており、共通目標としている。

総合目標値は、ロードマップ上の短期（H26～H29）・中期（H30～H34）・長期（H35～）の節目において、その目標値（例：5件/年など）に対して達成度（%）から、地域戦略の全体進捗度を評価する。

【アウトプット指標とアウトカム指標】

アウトプットとは、ある投入資源（予算・施策・戦略）に対して得られた結果物である。

一方、アウトカムとは、これらアウトプットを用いて生み出された効果・成果を指す。

例えば、シティセールスに係るパンフレットの製作事業の場合、配布枚数などの実績は、アウトプット指標、パンフレットが配布されたことによる地域の認知度向上・訪問者の増加、そしてこれらが結実した外国企業立地という総合目標値などの効果がアウトカム指標である。

本調査では、実施事業の効果測定のための新しく指標設定する場合、アウトプット指標とアウトカム指標を明確に区別し、効果に係る指標に関してはアウトカム指標を用いることとする。

【個別戦略目標値】

本調査では、地域戦略の達成目標である総合目標値に対して、各地域の特性や保有資源などを踏まえて個別に分けてその目標を達成することで、総合目標値に結実する体系を提案している。この各施策・役割分担のテーマを「個別戦略」と定義する。

この個別戦略の目標値の達成度を評価するには、各個別戦略の内容に沿った指標を設定する必要がある。

- ・指標例1) 戦略：国際的MICE機能の強化 →指標：国際会議・誘致件数・参加人数等
- ・指標例2) 戦略：シティセールスの展開 →海外の国際展示会出展における外国企業・団体からの商談件数等

① 札幌都心地域（平成26年8月7日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅱ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票
 Ⅱ 札幌都心地域 ②地域戦略及びロードマップ

主な関連主体		札幌市、北海道 国際プラザ、ジェトロ、大学 民間事業者			
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考
		短期 (H26~29年度)	中期 (H30~34年度)	長期 (H34年度~)	
		数値目標： ※短期数値目標（～29年度）が ございましたら記入お願いします。	進出企業数175社 (うち外資系企業10社)	数値目標： ※長期数値目標が ございましたら記入お願いします。	
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考
		短期 (H26~29年度)	中期 (H30~34年度)	長期 (H34年度~)	
戦略1：海外とのネットワーク、誘致・受入体制の構築		短期目標値：未設定	中期目標値：企業175社（うち外資系10社）	長期目標値：未設定	累計80社（うち外資系4社） (H24) ↓ 175社（うち外資系10社） (H34)
短期達成率：未設定		中期達成率：未設定	長期達成率：未設定		
(1) ターゲット地域とのネットワーク構築	札幌市 北海道 ジェトロ	ターゲット地域とのネットワーク構築 ニーズの把握			
(2) 企業誘致・投資受入に向けた 営業活動・体制整備	札幌市 北海道 ジェトロ	企業誘致・投資受入に向けた 営業活動・体制整備	企業誘致・投資受入に向けた 営業活動・体制強化	企業誘致・投資受入に向けた 営業活動・体制強化	
(3) 誘致、受入情報の発信	札幌市 北海道 ジェトロ	誘致、受入情報の発信			
戦略2：グローバル人材の確保		短期目標値：留学生2700人誘致(H29)	中期目標値：留学生3400人誘致(H34)	長期目標値：未設定	留学生1813人（H24） ↓ 3400人（H34）
短期達成率：68.9%（H26:1,860人）		中期達成率：54.7%（H26:1,860人）	長期達成率：未設定		
(1) 誘致活動に必要な調査の実施	札幌市 大学	誘致活動に必要な調査の実施			
(2) 誘致活動・誘致活動の強化	札幌市 大学	誘致活動	誘致活動強化	誘致活動強化	
(3) 誘致、受入情報の発信	札幌市 大学	誘致、受入情報の発信			
戦略3：多様な都市機能・生活環境の充実		短期目標値：-	中期目標値：-	長期目標値：-	
短期達成率：-		中期達成率：-	長期達成率：-		
(1) 国際水準の業務施設の整備/回遊性・ 快適性を高める公共空間・公共交通等 の整備	札幌市 民間 事業者	駅近周辺歩道の整備 H27 北3条広場整備 H27 Free Wi-Fi 整備 大連交流拠点 H27 外国語案内板の設置			H27 外国語案内板 新規25基設置予定
(2) エネルギーネットワークの構築推進	札幌市 民間 事業者	エネルギーネットワーク構築検討	エネルギーネットワーク構築の推進		
(3) 生活関連情報の発信	国際プラザ	生活関連情報の発信			くらしのガイド 年間配布数5000部 (H24)
戦略4：シティプロモートによるPR		短期目標値：ターゲット地域における札幌の認知度60%	中期目標値：未設定	長期目標値：未設定	
短期達成率：63%（H27インドネシア認知度37.8%）		中期達成率：未設定	長期達成率：未設定		
(1) ターゲット地域でのシティプロモート	札幌市	H26 海外シティプロモート事業（インド） H26 外国語HP再構築 H27 海外シティプロモート H27 シティセールスツール製作			ターゲット地域でのシティプロモート 認知度調査結果 (事前・事後) インドネシア (7.7%上昇)
(2) 展示会を通じた、投資に関する札幌の 優位性の訴求	札幌市	展示会を通じた、投資に関する優位性の訴求			

※『支援事業による取り組み』は の表示をしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-23 札幌都心地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

短期目標（H26～29）： 未設定
中期目標（H30～34）：進出企業数 175 社（うち外国企業数 10 社）
長期目標（H34～）：未設定
<ul style="list-style-type: none"> 札幌都心地域は、現況として他の対象地域に比べ企業集積（進出企業数 80 社、うち外国企業数 4 社）やビジネスサポート体制の面で弱みを抱えている。一方、観光資源や食の分野においては、国際的な優位性を有しており、それらの分野を長期的な視点からベースアップを図ることで、ビジネスに繋げていくことを目標にしている。 従って、短期目標（～H29）としての企業誘致件数は設定しておらず、短期の取組みの多くは、札幌市の認知度向上やニーズ調査などのようなベースアップ的活動が多く、これらの活動の効果が可視化されるのは、本格的な誘致活動が始まる中期以降（H30～H34）となる予想される。 中期目標としては札幌市内の立地企業 175 社（うち外国企業 10 社）を掲げている。

【個別戦略目標値の達成状況】*本支援事業で実施あるいは予定している事業は赤字表記（以後 同）

戦略 1	海外とのネットワーク、誘致、受入体制の構築	
目標	短期（H26～29）：未設定 中期（H30～34）：進出企業数 175 社（うち外国企業数 10 社） 長期（H34～）：未設定	H27 達成率：未定
	（1）ターゲット地域とのネットワーク構築（札幌市、北海道、ジェトロ）	
	<ul style="list-style-type: none"> 本格的な企業誘致活動の前段階として、将来、経済発展が期待される東南アジア地域をターゲットに、北海道、ジェトロと連携し、現地でのニーズ把握やネットワーク構築などを実施（短期～H29） 	
	（2）企業誘致・受入体制に向けた営業活動（札幌市、北海道、ジェトロ）	
	<ul style="list-style-type: none"> 上記（1）の実施以降、本格的な企業誘致に向けた体制の整備、誘致活動を行う予定。（H30～中・長期） 	
	（3）誘致・受入情報の発信（札幌市、北海道、ジェトロ）	
	<ul style="list-style-type: none"> 企業向けの誘致・受入情報の発信は、（1）のニーズ把握・ネットワーク構築と並行して、平成 29 年度から実施予定。（H29～中・長期） 	

戦略 2	グローバル人材の確保	
目標	短期（H26～29）：留学生 2,700 人誘致（H24 / 1813 人） 中期（H30～34）：留学生 3,400 人誘致 長期（H34～）： 未設定	H26 達成率 68.9% (1860 人/2700 人)
	（1）誘致活動に必要な調査の実施 実施主体：札幌市、大学	
	<ul style="list-style-type: none"> 札幌市内の大学と連携し海外からの留学生の誘致活動に向けた調査を実施（短期～H29） 	
	（2）誘致活動・誘致活動の強化 実施主体：札幌市、大学	

(3) 誘致・受入情報の発信	実施主体：札幌市、大学
<p>・札幌市は、市内の大学などと連携し留学生の生活支援・地元企業とのビジネスマッチング・就職支援などを行うと共に、市民との交流を通じて国際都市としてのベースアップを図っている。留学生が本国に帰った場合も、現地での海外の人材ネットワークを活用した、札幌市の認知度向上を目指している。</p> <p>・このような取組みの結果、留学生数は、平成 24 年時点の 1,813 人から、平成 26 年には 1,860 人と、増加傾向であり平成 29 年度の短期目標値 2,700 人に対して 68.9%の達成状況を示している。</p>	

戦略 3	多様な都市機能・生活機能の充実	
目標	短期・中期・長期目標：未設定	未設定
<p>支援事業関連の実施事業として、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語案内板 25 基の設置事業 (H27 実施中) <p>札幌市の独自事業としては、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Free Wi-Fi「チ・カ・ホ」の設置・運営 (H27.9 月設置) <p>整備計画にもとづく都市機能の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅前通の地下歩道の整備事業 ・北 3 条広場【AKAPLA】の整備事業 (H25~H26) ・大通交流拠点 (地下広場) の整備 (H25~H27) ・エネルギーネットワークの検討及び推進 (地域冷暖房施設整備事業、H25~) <p>外国人の生活支援として、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人のための生活関連情報誌くらしのガイド配布 (H24 実績 5,000 部) 		

戦略 4	シティプロモートによる PR	
目標	短期 (H26~29)：ターゲット地域における札幌市の認知度 60% 中期 (H30~34)：未設定 長期 (H34~)：未設定	達成状況：63%(H27) インドネシアにおける札幌市の認知度： 37.8%(H27)/60%(H29)
<p>・札幌市は、先述した通り将来的に経済発展が望まれる東南アジア地域をターゲット地域として絞り、認知度の向上のためのシティプロモーションに取り組んでいる。</p> <p>・本支援事業によるプロモート事業として、平成 26 年度には、インドネシアでシティプロモーションが行われ、平成 25 年度の調査時点で 30.1%であった札幌市の認知度は、平成 27 年には、37.8%に上昇し 7.7%の認知度向上という大きな成果を挙げている。</p> <p>・平成 27 年度は、独自事業として引き続きインドネシアでの PR を続けると共に、本支援事業によるターゲット地域として新たにベトナムでの PR 活動が行われている。</p>		

② 大阪コスモスクエア駅周辺地域（平成26年8月11日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅱ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票

Ⅱ-1 大阪コスモスクエア駅周辺地域 ②地域戦略及びロードマップ

事業種類	外国人を呼び込むための地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考
			短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
	達成数値目標		外国企業誘致件数（5件1）	外国企業誘致件数（11件1）	外国企業誘致件数（1件/年以上1）	
	主な関連主体	大阪市 大阪コスモスクエア駅周辺地域都市再生緊急整備協議会				
支援事業関連 進取組み 及び 独自の 取り組み	戦略1：シティセールスによる積極的PR		短期目標値：200社/年（投資有望企業との面談数） 短期達成率：100%（215社/H26年度）	中期目標値：200社/年 中期達成率：－	長期目標値：200社/年 長期達成率：－	※外資以外・他地区も含む
	①国内外の展示会等への出展・PR	大阪市				PR出展回数
	②姉妹・友好都市交流のハイブを活用したPR	大阪市				PR・交流回数
	③外国人居住・滞在環境整備	大阪市・民間事業者				外国人居住環境整備状況（サービスアパートメント戸数等）
	戦略2：環境・エネルギー産業の集積拠点		短期目標値：1件1（エネルギー関連施設の誘致数） 短期達成率：100%	中期目標値：1件1 中期達成率：－	長期目標値：1件1 長期達成率：－	
	①バッテリースーパークラスターの中核拠点の形成	公民連携				バッテリー産業関連企業立地数
	②スマートコミュニティの展開	公民連携				電力・熱源自給率
	戦略3：MICEの誘致促進	民間事業者	短期目標値：300万人/年（来場者数） 短期達成率：93%（280万人/H26年度）	中期目標値：300万人/年 中期達成率：－	長期目標値：300万人/年 長期達成率：－	
	①MICE事業の推進・展示会等への出展・PR	公民連携				国際見本市等開催件数
	②インテックス運営者の公募・民間ノウハウの活用	公民連携				※実施済

※『支援事業による取り組み』は の表示にしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-24 大阪コスモスクエア駅周辺地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

短期目標 (H26~29) : 外国企業誘致件数 5 件 (期間中)
中期目標 (H30~34) : 外国企業誘致件数 11 件 (期間中)
長期目標 (H34~) : 外国企業誘致件数 1 件/年程度
・環境・エネルギー分野やライフイノベーション分野関連の研究開発・生産機能の集積を推進中

【個別戦略目標値の達成状況】

戦略1	シティセールスによる積極的 PR	
目標値	短期 (H26~29) : 投資有望企業との面談件数 200 件/年 中期 (H30~34) : 投資有望企業との面談件数 200 件/年 長期 (H34~) : 投資有望企業との面談件数 200 件/年	H26 達成率 : 100% 215 件 (H26) /200 件
<ul style="list-style-type: none"> ・O-BIC と連携した企業投資促進セミナーの開催 (H26~) ・ハンブルグ、サンクトペテルブルグ、サンパウロ、バルセロナなど姉妹交流都市におけるシティセールスを積極的に開催 ・H26 年における投資有望企業との面談件数は 215 件と 100%以上達成 		

戦略2	環境・エネルギー施設の集積拠点	
目標値	短期目標 (H26~29) : エネルギー関連施設の誘致数 1 件 中期目標 (H30~34) : エネルギー関連施設の誘致数 1 件 長期目標 (H34~) : エネルギー関連施設の誘致数 1 件	H26 達成率 100% (1 件)
<ul style="list-style-type: none"> ・バッテリー戦略研究センターや nite (製品評価技術基盤機構) に設けられる大型バッテリー性能評価機能など、当地域を中心にバッテリー関連機能を集積・クラスター形成を目指す。 ・nite(製品評価技術基盤機構)は、大阪市と土地の売買契約を締結し、咲洲コスモスクエア地区に世界最大級の大型蓄電池の試験・評価施設を整備 (H26~) 		

戦略3	MICE の誘致促進	
目標値	短期目標 (H26~29) : 国際会議・展示施設への来場者数 300 万人/年 中期目標 (H30~34) : 国際会議・展示施設への来場者数 300 万人/年 長期目標 (H34~) : 国際会議・展示施設への来場者数 300 万人/年	H26 達成率 93% (280 万人 /300 万人)
<ul style="list-style-type: none"> ・国際ミーティングエキスポに出展、さらに「大阪 MICE ディスティネーション・ショーケース」を継続実施するなど、大阪の魅力の PR に併せ、インテックス大阪を PR ・民間による施設運営と官民連携 ・国際会議・展示施設への来場者数 280 万人 (H26) と 93%の達成率 		

③ 大阪駅周辺地域（平成26年9月26日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅰ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票

Ⅱ 大阪駅周辺地域 ②地域戦略及びロードマップ

本調査の回答は、大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会で合意したもではない。
指標については、当地域内における活動等の一部抽出である。

外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標	各戦略に対する目標値の達成率			備考
	短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
	数値目標： 外資系企業・団体等進出件数 5件程度/年 平成26年度/2件（達成率：約40%） 平成27年度/4件（達成率：約80%）※2/3現在 （参考：大阪市北区） 平成26年度/8件（達成率：約160%）	数値目標： 外資系企業・団体等進出件数 5件程度/年 ※協議会でオーソライズした目標数値では ない。	数値目標： 外資系企業・団体等進出件数 5件程度/年 ※協議会でオーソライズした目標数値では ない。	
主な関連主体 大阪市 大阪駅周辺・中之島・御堂筋周辺地域都市再生緊急整備協議会、梅田地区エリアマネジメント実践連絡会 O-BIC				

事業 種類	外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考
			短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
支援 事業 関連 取組 み	戦略1：国際的ビジネス環 境整備					
	(1) 国際的イノベ ーションの推進	協議会	指標：ナレッジ・キャピタルにおける国際会議・イベント の誘致・開催回数（ナレッジサロン、シアター、プラザ、 コングリ） 短期目標値：平成29年度/40件 短期達成率： 平成25年度/17件（達成率：約43%） 平成26年度/38件（達成率：約95%）	国際的イノベーションの推進は中・長期も取り組むが、 うめきた2期区域開発においてイノベーション機能の導入等を 検討しているため、同開発における民間提案等を 踏まえ、計測可能な指標設定等の検討を行っていく		
	①国際的イノベ ーション拠点としての機 能強化	協議会		●国際的イノベーション拠点 としての機能発揮		
	②国際的人材との交 流促進	協議会	国際的人材との交流促進 国際都市（ニューヨークブルックリン等）との交流事業			
	(2) 外国人の移動環 境・情報環境の整備	協議会	指標：大阪駅周辺地域の主要事業者である梅田地区エリア マネジメント実践連絡会の構成員が所有する施設における 移動環境・情報環境の整備率（4社平均（%）） ※4社アンケート結果 短期目標値：平成29年度70% 短期達成率：平成27年度53% ※2/3現在	基本的な方向性としては、大阪駅周辺エリア全体における移動環 境・情報環境の整備をめざしていく。 ただし大阪駅周辺には多くの建物が存在し所有者も多岐に渡ること から、移動環境・情報環境の現在の取組状況・今後の取組意向につ いて把握することは困難であることから、引き続き、効果的な指標 設定の方策について検討を行ってゆく。		
①サイン案内板の整 備	協議会	●サイン・ガイドライン作成・実証事業 H26 ガイドライン検討 H27 ガイドライン検討 H28 ガイドライン合意 実証事業 サイン維持管理方法等 検討 ●各者におけるサイン整備 H26～28 ・急増する訪日外国人に対応するため各者、ガイドラインの検 討と連携する形でサイン整備	●ガイドライン等を参考としたサイン整備（順次） ・各者サイン更新のタイミングでガイドライン等を参考としたサイン整備 等 H29～			
②大阪駅周辺地域の マップの多言語化	協議会	●基本的な移動環境・情報環境の整備 H26～ エリアマップ・パンフの多言語化（英・中・韓中心）	●よりニーズに合った移動環境・情報環境の充実 H30～ 増加する訪日外国人のニーズに対応したさらなる多言語化 （英・中・韓以外の言語） 利用者ニーズを踏まえたエリアマップ・パンフの改訂			
③デジタルサイネ ージ（DS）情報の多言語 化	協議会	H26～ エリア情報を紹介するデジタルサイネージの多言語化 H27～ 交通結節点等におけるデジタルサイネージの新規整備	H30～ 増加する訪日外国人のニーズに対応したさらなる多言語化 （英・中・韓以外の言語） 利用者ニーズを踏まえたサイネージ情報の充実・更新			
④訪日外国人向け Wi-Fi環境の整備	協議会	H26～ 訪日外国人向けWi-Fi環境の整備	H30～ Wi-Fiを活用したエリア情報提供の拡充			
⑤外国人へのイン フォメーション対応の 充実	協議会	●インフォメーション体制の充実 H26～ 大阪駅周辺主要施設における案内所同士の情報交換会・勉強会の開催 ⇒ 連携内容の拡充を図る			●外国人が不自由なく、 移動・情報を入手できる 環境へ	

支援事業 関連 取組み	戦略2：シティセールス				
	(1) プロモーションツールの整備		指標：外国企業誘致用HP「Grow with Umeda」のアクセス件数（平成27年4月～運用開始）		<p>现阶段で計測可能なプロモーションツールの指標は、HPのアクセス件数であるが、中・長期的な指標としてアクセス件数が適切なものか、他に計測可能な指標がないのか、引き続き検討を行う。</p>
			短期目標値：平成29年度/1万アクセス		
			短期達成率： 平成27年度/7,971アクセス（達成率：約80%） ※2/3現在		
	①HP等の整備	協議会	<p>●基本的な海外プロモーションツールの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> H26・27 外国企業誘致HPの新設・改訂 H26 HPの多言語化 	<p>●プロモーションツールの更新・拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> H28～ 利用者ニーズを踏まえたエリアHPの改訂 	
	②情報誌でのPR	協議会	<ul style="list-style-type: none"> H26・27 企業誘致用パンフの制作・多言語化 H26 リーフレット・パンフの多言語化 H26・27 訪日外国人向けフリーマガジンを活用した梅田のビジネス環境の魅力発信 	<ul style="list-style-type: none"> H28～ 利用者ニーズを踏まえたエリアマップ・パンフの改訂 H28～ その他、効果的と考えられる媒体等を通じたPRを展開 	
	③都市模型の製作	協議会	<ul style="list-style-type: none"> H26 都市模型の整備 	<ul style="list-style-type: none"> H28～ 都市模型の活用 	
	(2) 国内外におけるシティセールスの展開		指標：大阪駅周辺地域への外国人の視察団体数（ニナレッジキャピタル海外視察団体数）		<p>中長期にも「大阪駅周辺地域への外国人の視察件数」が適切と考えられるが、域内全ての視察件数を把握することは難しいことから、代表的な施設を指定することが適切と考える。</p> <p>今後、うめきた2期開発等に合わせ、新たな関連施設が導入されることが想定されるため、これらの動向とあわせて検討を進めていく。</p>
			短期目標値：平成29年度/45団体		
			短期達成率： 平成25年度/44団体（達成率：約98%） 平成26年度/36団体（達成率：約80%）		
①国内外の展示会等への出展	協議会	<p>整備したPRツールを国内外プロモーションで積極活用</p> <p>●国内外プロモーションの実証的展開 ※大阪駅周辺地域において効果的なプロモーション施策を見出す</p> <ul style="list-style-type: none"> H26 見本市への出展（PV EXPO（東京）、SPI（ラスベガス）、チャイナハイテクフェア（深圳）、MIPIM（カンヌ）） H27 見本市への出展（MIPIM（東京）、MIPIM（カンヌ）） H27 メディアFAMトリップの実施 <p>※大阪駅周辺地域において効果的なプロモーション施策を見出す</p>	<p>●国内外プロモーションの本格展開 ※各プロモーション手法の効果を見極めながら本格展開。</p> <ul style="list-style-type: none"> 国際的な見本市等の誘致・出展、PR 海外視察受入等の実施 うめきた2期等に関するシティセールス等 		
②企業誘致体制の整備	協議会	<p>●効果的な企業誘致体制の検証</p> <p>上記事業を通じた、民間事業者と大阪市、外資系企業誘致機関（O-EDC、大阪観光局等）との効果的な連携体制の検証</p>	<p>●官民連携による企業誘致体制の本格展開</p> <p>検証結果を踏まえた体制を構築し、官民連携による国内外の企業誘致・シティセールスを展開</p> <p>新たな関連主体の巻き込み（うめきた2期事業者等）</p>		
戦略3：都市機能の充実					
①うめきた2期区域開発	民間事業者	うめきた2期区域開発			
②梅田1丁目1番地計画	民間事業者	梅田1丁目1番地計画			
③大阪駅西地区	民間事業者	大阪駅西地区1			

※『支援事業による取り組み』は の表示にしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-25 大阪駅周辺地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

短期 (H26~29) : 外国企業誘致件数 5 件/年 (期間中) H26 : 2 件 → H27:4 件 (実績)
中期 (H30~34) : 外国企業誘致件数 5 件/年 ^{注)}
長期 (H34~) : 外国企業誘致件数 5 件/年 ^{注)} 注) 今後検討確定するため仮設定
<ul style="list-style-type: none"> ・外国企業誘致件数 5 件/年に対して、支援事業活用が始まった平成 26 年に 2 件、平成 27 年には 4 件と大きく上昇している。 ・企業の内訳としては、IT 系の企業、エネルギー産業関連企業などが多い。 ・また、集計地域を周辺地域 (北区) まで広げた場合、H26 年度/8 件と 160%の達成率になる。

【個別戦略目標値の達成状況】

戦略 1 - (1)	国際的イノベーションの推進 実施主体 : 協議会	
目標値	短期 (H26~29) : ナレッジキャピタルにおける国際会議・イベントの誘致・開催件数 40 件/年 中期 (H30~34) : 将来の整備状況を見据えた適切な指標設定の検討中 長期 (H34~) : 将来の整備状況を見据えた適切な指標設定の検討中	H25 : 17 件 (約 43%) H26 : 38 件 (約 98%)
<ul style="list-style-type: none"> ・ナレッジキャピタルでは、国内外の成長企業のビジネスサポートから、「サロン」を通じた国際交流会や、国際会議、イベントなどを開催している。 ・短期目標値国際会議・イベント誘致・開催件数 40 件/年に対して、17 件 (H26) →38 件 (H26) と大きな成果を挙げている。 ・中・長期の目標では、うめきた 2 期開発区域において、新しいイノベーション創出施設の整備が計画されていることから、将来の整備状況を見据えた指標設定が検討されている。 ・本支援事業を活用したニューヨーク市・ブルックリン地域との交流事業も引き続き行われており、相互訪問によるシティセールスを展開しており、地域間の連携方法について模索中。 		

戦略 1 - (2)	外国人移動環境・情報環境の整備 実施主体 : 協議会	
目標値	短期目標 (H26~29) : 実践連絡会メンバーの所有施設における関連環境整備率 70% (H29) 中期目標 (H30~34) : より適切な指標設定に向けて検討中 長期目標 (H34~) : より適切な指標設定に向けて検討中	H27 整備状況 53%
<ul style="list-style-type: none"> ・すべて本支援事業を活用した事業であり、主な取組み内容としては、エリアマップの多言語化多言語案内板の整備、デジタルサイネージの整備、無料 Wi-Fi の整備など。 ・実践連絡会の 4 社 (JR 西日本・阪急電鉄・阪神電鉄・グランフロント大阪 TM0) の施設内のサイン整備が多いが、より地域として統一されたサイン整備に向け、「サイン・ガイドライン」のための勉強会・実証実験を 3 か年計画で進めている。 ・短期指標としては、実践連絡会 4 社施設内の移動環境整備率 70%に対して、H27 年現在 53%達成率。 		

戦略 2 - (1)	プロモーションツールの整備	
目標値	短期目標 (H26~29) : 外国企業誘致用 HP へのアクセス件数 10,000 件/年 中期目標 (H30~34) : より適切な指標設定に向けて検討中 長期目標 (H34~) : より適切な指標設定に向けて検討中	H27 アクセス件数 7,971 件 (約 80%) (H27.4 HP 運営開始)
<ul style="list-style-type: none"> ・すべて支援事業を活用した取組みであり、外国企業向け HP (Grow with Umeda) の新設・改定、Umeda-ConnectHP の多言語化、企業誘致用パンフ製作、外国人向けフリーマガジンによる情報発信、都市模型製作など、多様なツールの整備を実施 (H26~H27) ・中・長期的には、より利用者のニーズを踏まえながらツールの更新・運営・拡充を行う。 		

戦略 2 - (2)	国内外におけるシティセールスの展開	
目標値	短期目標 (H26~29) : 大阪駅周辺地域における外国人の視察団体数 45 件 中期目標 (H30~34) : 将来の整備状況を見据えた適切な指標設定の検討中 長期目標 (H34~) : 将来の整備状況を見据えた適切な指標設定の検討中	H25 : 44 件 (約 98%) H26 : 36 件 (約 80%)
<ul style="list-style-type: none"> ・H26 には、数値としては減っているが、高い達成率 (%) を強調すると共に、支援事業による国内外でのプロモーションで得られたノウハウを活かした MIPIM JAPAN の大阪開催を大きな成果として捉える。 		

④ 東京都心・臨海地域（大手町・丸の内・有楽町地区、平成27年3月16日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

II 「国際的なビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票
 II 大手町・丸の内・有楽町地区 ②地域戦略及びロードマップ

事業種類	外国人を呼び込むための地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する達成率			備考 (アウトプット指標等)
			短期 (H26~29年度)	中期 (H30~34年度)	長期 (H34年度~)	
	外国人を呼び込むための地域戦略及び施策 達成数値目標		東京アジアHQ特区誘致目標として【誘致数】2016年度までに、アジア地域の業務統括拠点・研究開発拠点を設置する外国企業50社を含む外国企業500社以上 <2014年参考実績値> アジアHQ特区全体（30社） 東京都心・臨海地域実績値 21社（予定含む） (出典：東京都特区誘致案件HP資料 http://www.seisakukikaku.metro.tokyo.jp/invest_tokyo/japanese/case-studies/2014.html)	検討中	検討中	
	主な関連主体	東京都、千代田区 大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会 民間事業者				
支援事業関連取組み及び独自の取組み	戦略1：ビジネスの可能性が感じられ、更なる成長や参入のきっかけとなる機会の創出	東京都 民間	短期実績値：多言語翻訳アプリ導入試験実施的1000店舗（他エリア店舗を一括含む） 中期目標値：検討中 中期達成率：-	中期目標値：検討中	長期目標値：検討中 長期達成率：-	
	①外国企業と国内企業のキーパーソン同士のビジネス交流イベント等の開催	東京都	ビジネスコンシェルジュ東京			個別支援実績 (H24.10-H25.3) 情報通信（23件）、医療化学（4件）、金融証券（1件）など
	②誘致・ビジネス開発支援機能の強化	民間事業者	EGG JAPAN連盟 プレミアムフロア丸の内連盟			2015年度 EGG-JAPAN連盟企業 40社・49社（15%増加） うち外国企業（25社、56%） ・Egg-Japanからザ・プレミアムフロア丸の内に対し4社増 点稼
	③外国企業が長期滞在できる環境の整備（SA・賃貸住宅等）	民間事業者	地区内の無料Wi-Fi環境の整備 国際系ホテルの整備			無料Wi-Fi設置箇所 利用率等 客室数等
	④外国語で就業（オフビジネス含む）できる環境の整備（英語メニュー・外国語サイン等） ⑤“居住近接型ワーク・ライフスタイル”を可能とする環境の整備	協議会 民間事業者 民間事業者	外国語で就業できる環境の整備に向けた体験講座・メニュー多言語化等 グローバル水準のビジネス・滞在環境整備に向けた周辺エリアとの連携体制の構築 サービスパートナーの整備			グローバル水準の ビジネス環境 外国語情報案内板設置 英語版メニュー利用可能飲食店の割合 ・地域内住戸数（SA含む）
戦略3：シティセールスによる優れたビジネス環境の積極的PR	協議会	短期実績値：外国メディア放送における掲載率約12%（欧州を中心とした外国企業のマネジメント層（想定）対象の掲載率） 中期目標値：検討中 中期達成率：-	中期目標値：検討中	長期目標値：検討中 長期達成率：-		
①外国企業に“ささる”PRビデオの作成と発信 ②エリア情報を発信する外国語ウェブサイトの構築 ③外国人が長期滞在できる環境の整備（SA・賃貸住宅等）エリア内フレスクラブからの情報海外発信 ④国内外でのPRイベントの開催、MICEイベントでの積極的なPR ⑤エリア発の国際イベントの開催		外国企業向けPR映像制作・メディアを各局に発信 外国語ウェブサイト構築 国内外でのPRイベントの開催 国内外でのPRイベントの開催			メディアでの情報発信回数 海外からのアクセス件数 ビジネス環境の積極的PR 海外イベントでのPR回数	

※上記の項目には『独自の取組み』（点線囲み）も含めています。

図1-(1)-26 東京都心・臨海地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

<p>短期目標（H26~29）：2016年度までの東京都アジアヘッドクォーター特区における、アジア地域業務統括拠点・研究開発拠点を設置する外国企業50社を含む、外国企業500社</p> <p><2014年参考実績値></p> <p>アジアHQ特区全体（30社）</p> <p>東京都心・臨海地域実績値 21社（予定含む）</p> <p>（出典；東京都特区誘致案件HP資料</p> <p>http://www.seisakukikaku.metro.tokyo.jp/invest_tokyo/japanese/case-studies/2014.html)</p> <p>中期目標（H30~34）：検討中</p> <p>長期目標（H34~）：検討中</p>
<p>東京都心・臨海地域（大丸有地区）では、東京都におけるアジアヘッドクォーター特区の外国偉業誘致目標を地域の目標として取り組んでいる。2014年度における、特区全体の目標として、①業務統括拠点又は研究開発拠点設置企業20社、②日本で営業活動を行う拠点を初めて設置し、将来的に業務統括拠点又は研究開発拠点を設置予定の企業10社/目標10社に対して、業種別にIT（13社）、医療・健康（7社）、環境（6社）、電子・精密機器（3社）、観光（1社）の30社を誘致して100%を達成している。</p> <p>特に、大丸有地区が位置する、東京都心・臨海地域では、そのなかで21社（予定含む）を誘致しており、多くの貢献をしている。</p>

【個別戦略目標値の達成状況】 *独自事業を主体としているため目標設定とその達成は検討中

戦略1	ビジネスの可能性が感じられ、更なる成長や参入のきっかけとなる機会の創出	
目標値	<p>短期（H26~29）：2016年度までの東京都アジアヘッドクォーター特区における、アジア地域業務統括拠点・研究開発拠点を設置する外国企業50社を含む、外国企業500社</p> <p>中期（H30~34）：検討中</p> <p>長期（H34~）：検討中</p>	<p><2014年参考実績値></p> <p>アジアHQ特区全体（30社）</p> <p>東京都心・臨海地域実績値 21社（予定含む）</p>
・上記の総合目標における説明と内容が同じため省略。		

戦略2	グローバル水準のビジネス・滞在環境整備	
目標値	<p>短期目標（H26~29）：多言語翻訳アプリ導入</p> <p>中期目標（H30~34）：検討中</p> <p>長期目標（H34~）：検討中</p>	<p>短期実績値：多言語翻訳アプリ導入試験実施約1000店舗（他エリア店舗を一部含む）</p>
<p>外国語で就業できる環境の整備のため、飲食店や店舗で利用できる多言語翻訳アプリを開発し、導入実験を実施して他地域を含め1000店舗が参加している。</p>		

戦略3	シティセールスによる優れたビジネス環境の積極的 PR	
目標値	短期目標 (H26~29) : 外国メディア放送における視聴率 中期目標 (H30~34) : 検討中 長期目標 (H34~) : 検討中	外国メディア放送における視聴率約12% (欧州を中心とした外国企業のマネジメント層 (想定) 対象の視聴率)
<p>・ 支援事業を活用した実施事業として、海外メディア (EuroNews) を活用して外国企業向けエリア紹介のプログラムを製作して、欧州地域を対象に発信を行い、ビジネス関連の視聴者が多い同番組の視聴率12%の視聴率を記録、大丸有地区の認知度を向上させるのに大きく貢献している。</p>		

平成 27 年度から本支援事業を実施した、⑤ 名古屋駅周辺・伏見・栄地域、⑥ 福岡都心地域、⑦ 渋谷駅周辺地域の 3 地域については、検討中のものを記載しているものである。

⑤ 名古屋駅周辺・伏見・栄地域（平成27年3月25日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅱ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票
Ⅱ 名古屋駅周辺・伏見・栄地域 ⑤地域戦略及びロードマップ

主な関連主体		名古屋市 I-BAC, GNI 民間事業者			
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標		各戦略に対する目標値の達成率			備考
		短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
		観光戦略ビジョン 第2期重点プロジェクト 外国人宿泊者数 69万人（27年度目標）	観光戦略ビジョン第2期重点プロジェクト 外国人宿泊者数 90万人（30年度目標）	外資系企業等の立地6件程度/年 観光戦略ビジョン第2期重点プロジェクト 外国人宿泊者数 90万人（30年度目標）	※H39年リニア中央新幹線開業
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考 (アウトプット指標等の例)
		短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
戦略1：世界の主要都市に匹敵する心機能や交流機能の向上					
(1) 主要都市に匹敵する心機能のまちづくりの推進	官/官民連携		リニアを考慮した駅周辺のまちづくりの推進		
戦略2：次世代産業の育成と産業交流拠点の形成					
		(なごやサイエンスパーク事業の推進) 短期目標値：推進	短期目標値：推進		
		(航空宇宙産業新規参入・販路拡大支援事業) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
		(医療・福祉・健康産業の振興) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
		(ファッション産業の振興) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
		(デザイン活用支援事業) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
		(ユネスコ・デザイン都市なごやの推進) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
		(デジタルコンテンツ博覧会NAGOYAの開催) 短期目標値：実施	短期目標値：実施		
(1) シティセールス	官民連携	MPM JAPAN への出展			ブース訪問者数、問い合わせ件数等
(2) 成長分野産業やクリエイティブ産業の振興	官/官民連携	なごやサイエンスパーク事業の推進			ゾーンについては、活用策を決定次第事業用地の再取得
		航空宇宙産業新規参入・販路拡大支援事業			
		医療・福祉・健康産業の振興			
		ファッション産業の振興			ナゴヤファッションコンテスト参加点数 20,000点
		デザイン活用支援事業			アドバイス・派遣社数 40社
		ユネスコ・デザイン都市なごやの推進			交流・PR事業、人材育成事業、啓発事業、ユネスコ創造都市ネットワークフォーラムの開催
		デジタルコンテンツ博覧会NAGOYAの開催			
戦略3：魅力の創出・発信と多様な交流の促進					
		短期目標値：国際会議の年間開催件数144件（27年目標） 観光戦略ビジョン 第2期重点プロジェクト 短期達成率：100%（25年実績 143件）	中期目標値：国際会議の年間開催件数150件（30年目標） 総合計画2018	長期目標値：国際会議の年間開催件数170件（40年目標） 総合計画2018	
(1) 国内外の展示会等への出展	官	MPM JAPAN への出展			出展回数、問い合わせ件数、外国人宿泊者数、契約ハウレット数、共同出展企業数
(2) MICEにかかわる機能強化・誘致推進	官民連携		MICE誘致の促進 国際会議場の機能強化		国際会議の年間開催件数
(3) 観光案内等の充実	官民連携		名古屋駅などにおける観光案内所の機能強化 無料公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の整備		観光案内所の利用者数
(4) 多文化共生の推進					

※『支援事業による取り組み』は MPM JAPAN への出展 の表示をしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-27 名古屋駅周辺・伏見・栄地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

短期目標（H26~29）：観光戦略ビジョン 第2期重点プロジェクト外国人宿泊者数 69万人（27年度目標） 中期目標（H30~34）：外資系企業等の立地6件程度/年 観光戦略ビジョン第2期重点プロジェクト 外国人宿泊者数 90万人（30年度目標） 長期目標（H34~）：

【個別戦略目標値の達成状況】

戦略1	世界の主要都市にふさわしい都心機能や交流機能の向上	
目標値	短期（H26~29）：検討中 中期（H30~34）：検討中 長期（H34~）：検討中	未定

戦略2	次世代産業の育成と産業交流拠点の形成	
目標値	短期目標（H26~29）：検討中 中期目標（H30~34）：検討中 長期目標（H34~）：検討中	未定

戦略3	魅力の創出・発信と多様な交流の促進	
目標値	短期目標（H26~29）： 国際会議の年間開催件数144件（27年目標） 観光戦略ビジョン 第2期重点プロジェクト 中期目標（H30~34）： 国際会議の年間開催件数150件（30年目標）総合計画2018 長期目標（H34~）： 国際会議の年間開催件数170件（40年目標）総合計画2018	短期達成率： 100%（25年実績143件）

⑥ 福岡都心地域（平成27年3月27日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅱ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票

Ⅱ 福岡都心地域 ②地域戦略及びロードマップ

主な関連主体		福岡市 （公財）福岡観光コンベンションビューロー 民間事業者			
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標	各戦略に対する目標値の達成率			備考	
	短期 （H26～29年度）	中期 （H30～34年度）	長期 （H34年度～）		
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策 達成数値目標	短期 （H26～29年度）	中期 （H30～34年度）	長期 （H34年度～）	備考	
	・成長分野・本社機能の進出企業数55社/年 （うち外国・外資系企業17社/年）	・成長分野・本社機能の進出企業数55社/年 （うち外国・外資系企業17社/年） ・国際会議開催件数世界ランク50位（ICCA基準） ・国際会議開催件数300件（JUNTO基準） ・展示会参加者数 100万人			
外国人を呼び込むための 地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考 （アウトプット指標等）
		短期 （H26～29年度）	中期 （H30～34年度）	長期 （H34年度～）	
戦略1：情報発信力と誘致サービスの強化及び支援策の充実		短期目標値：●●（例：開業率13.0% 外国・外資系企業17社/年） 短期達成率：●●	中期目標値：●● 中期達成率：●●	長期目標値：●● 長期達成率：●●	
(1) 海外企業やグローバル人材への情報発信、プロモーション、セールス、招聘等のツール作成及び実施	自治体、民間	PRビデオ制作・配信 外国企業等誘致推進事業			PRビデオ配信回数 外国企業向け説明会等の開催回数（27年度6回予定）
(2) ②企業進出や就職経験などを学ぶ機会を提供し、交流拠点の形成や国内ルール等の理解促進	自治体、民間	グローバルスタートアップ誘致のための海外におけるワーキング			
(3) 関連団体との協働、産学連携の促進など各産業に適した支援策の実施	自治体、民間	サイン計画策定と検討会			
(4) 成長企業を大きく育てる	自治体、民間				
戦略2：MICE開催等による国際的知名度向上や、ビジネス機会の創出		短期目標値： 短期達成率：国際会議開催件数世界ランクICCA基準（H26R：1640） 国際会議開催件数（H26年度：336件） 展示会参加者数（H26年度）100万人	中期目標値：国際会議開催件数世界ランク50位（ICCA基準） 国際会議開催件数300件（JUNTO基準） 展示会参加者数 100万人	長期目標値：●● 長期達成率：●●	
(1) 国際会議、インセンティブツアー、展示会等のMICEの誘致	自治体、民間	ランブロックな国際会議の誘致 MICEアンバサダーとの共同企画・プロモーション イオアイア一等のオホダカ招徠 ミラゴ、イオアイアの誘致活動の展開			国際会議開催件数 インセンティブツアー支援実績
(2) 海外とのネットワーク、ビジネス交流を図るための企業、経済団体等の活動促進及びMICEの利用促進	自治体、民間	MPJM（JAPAN）への出展 ICCA関連、IMEX出展等			
(3) 商談会・見本市・セミナー等による海外企業と地産企業等とのビジネス機会の創出	自治体、民間	ビジネスコーディネーター実施			「グローバル・ジャ」における アース訪問者数、 イオア・パフォー、キフトビュー ティーチャーにおける商談実績
(4) ビジネス交流を担う人材と組織の育成	自治体、民間				
(5) 地産企業のグローバル化を加速させる	自治体、民間				
戦略3：海外企業やグローバル人材のビジネス・生活環境の整備		短期目標値：●●（例：年間新規雇用者数20万人） 短期達成率：●●	中期目標値：●● 中期達成率：●●	長期目標値：●● 長期達成率：●●	
(1) グローバル人材及びその家族が住みやすい都市機能を実現するため、利便性や回遊性などの環境整備	自治体、民間	おもてなしシールド			
(2) 公衆無線LANや海外企業向けの支援機能などビジネス環境の基盤整備	自治体、民間	公衆無線LAN整備			
(3) 民間開発の誘導、公共用地の活用による環境整備	自治体				

※『支援事業による取り組み』は の表示をしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-28 福岡都心地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

<p>短期目標（H26~29）：成長分野・本社機能の進出企業数 55 社/年 （うち外国・外資系企業 17 社/年）</p> <p>中期目標（H30~34）：成長分野・本社機能の進出企業数 55 社/年 （うち外国・外資系企業 17 社/年）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議開催件数世界ランク 50 位（ICCA 基準） ・国際会議開催件数 300 件（JNTO 基準） ・展示会参加者数 100 万人 <p>長期目標（H34~）：</p>

【個別戦略目標値の達成状況】

戦略 1	情報発信力と誘致セールスの強化及び支援策の充実	
目標値	<p>短期（H26~29）：検討中</p> <p>中期（H30~34）：検討中</p> <p>長期（H34~）：検討中</p>	未定

戦略 2	MICE 開催等による国際的知名度向上や、ビジネス機会の創出	
目標値	<p>短期目標（H26~29）：検討中</p> <p>中期目標（H30~34）：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議開催件数世界ランク 50 位（ICCA 基準） ・国際会議開催件数 300 件（JNTO 基準） ・展示会参加者数 100 万人 <p>長期目標（H34~）：検討中</p>	<p>短期達成率：国際会議開催件数世界ランク(ICCA 基準)(H26 年: 164 位)。国際会議開催件数(JNTO 基準)(H26 年度: 336 件) 展示会参加者数(H26 年度)840 千人</p>

戦略 3	海外企業やグローバル人材のビジネス・生活環境の整備	未定
<p>短期目標（H26~29）：検討中</p> <p>中期目標（H30~34）：検討中</p> <p>長期目標（H34~）： 検討中</p>		

⑦ 渋谷駅周辺地域（平成27年7月1日地域戦略策定）

【地域戦略とロードマップ】

Ⅱ 「国際的ビジネス環境等改善・シティセールス支援事業」に関する実施内容と事業効果（評価指標）に関する調査票

Ⅱ 渋谷駅周辺地域 ②地域戦略及びロードマップ

主な関連主体		2023			
		各戦略に対する目標値の達成率			備考
		短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
外国人を呼び込むための地域戦略及び施策 達成数値目標			外資系企業・団体等の進出件数 5件程度/年	外資系企業・団体等の進出件数 5件程度/年	
外国人を呼び込むための地域戦略及び施策	事業主体	各戦略に対する目標値の達成率			備考 (アウトプット指標等)
		短期 (H26～29年度)	中期 (H30～34年度)	長期 (H34年度～)	
戦略1：国際的ビジネス環境等の改善		短期目標値：（例：地域内外国人従業員満足度等） 短期達成率：	中期目標値： 中期達成率：	長期目標値： 長期達成率：	
(1) 外国企業にマッチしたオフィスの整備	民間事業者 (道玄坂一丁目)	外資系企業産業支援機能等導入			
(2) 交流環境の整備	民間事業者 (駅街区)	クリエイティブ産業のイノベーション促進交流施設（1期）			
(3) 基盤整備	民間事業者 (道玄坂) エリアマネジメント協議会	リムジン発着場整備 多言語案内表示の整備			
戦略2：シティセールスの強化		短期目標値： 短期達成率：	中期目標値： 中期達成率：	長期目標値： 長期達成率：	
(1) 街の将来像の発信	渋谷区 エリアマネジメント協議会 CM協議会	VRの作成 アーバンデザインセンターの検討 アーバンデザインセンター活用 外資系パンフの作成 都市再生展示 インフォボックスの整備			
(2) 国内外の展示会出展	民間事業者 (東急電鉄、東急不動産)	MPRM出展			
(3) 国際的フォーラムの誘致	民間事業者 (東急電鉄)	TED×TOKYO誘致			
戦略3：グローバル人材育成環境の整備		短期目標値： 短期達成率：	中期目標値： 中期達成率：	長期目標値： 長期達成率：	
(1) クリエイター・プロフェッショナル育成	民間事業者 (南街区)	クリエイティブ人材育成・交流・発信施設の整備			
(2) 滞在・居住機能の整備	民間事業者 (桜丘口)	多言語対応医療・滞在・子育て支援施設等の整備			

※『支援事業による取り組み』は の表示をしています。また、上記の項目には『独自の取り組み』も含まれています。

図1-(1)-29 渋谷駅周辺地域の地域戦略とロードマップ

【総合目標値の達成状況】

短期目標（H26~29）： 中期目標（H30~34）：外資系企業・団体等の進出件数 5件程度/年 長期目標（H34~）：外資系企業・団体等の進出件数 5件程度/年

【個別戦略目標値の達成状況】

戦略1	国際的ビジネス環境等の改善	
目標値	短期（H26~29）：検討中 中期（H30~34）：検討中 長期（H34~）：検討中	未定

戦略2	シティセールスの強化	
目標値	短期目標（H26~29）：検討中 中期目標（H30~34）：検討中 長期目標（H34~）： 検討中	未定

戦略3	グローバル人材育成環境の整備	
目標値	短期目標（H26~29）：検討中 中期目標（H30~34）：検討中 長期目標（H34~）： 検討中	未定

【支援事業及び実施事業の定量的な評価のための今後の課題】

○地域戦略の策定段階で、戦略に合った個別戦略目標とその評価指標設定の必要性

本支援事業の全対象地域において、外国企業・高度外国人材誘致に関する総合目標としての数値目標については設定しているものの、支援事業および独自事業による各種の取組みから外国企業等誘致に至るまでを個別戦略として展開する際の間段階の指標は設定されていない場合が多かった。各実施事業のアウトカムとしての効果をチェックする意味でも中間段階の節目で個別戦略の達成を評価するための指標を設定することが望ましい。また、この各実施事業のアウトカム指標についても、PR資料配布実績やイベント開催件数などのアウトプット指標を効果として捉えている場合が多く、それらがどのように外国企業等誘致につながるのかの検証が難しい状況にある。

各実施事業の効果を定量的に捉えるためには、よりその内容にあった中間段階の目標値を設定することでその効果を捉えやすいと考えられる。

そのためには、地域戦略策定の段階で個別戦略目標と評価指標を予め設定する必要性がある。

○過年度での目標設定とPDCAサイクルによる取組み見直しの必要性

地域戦略や個別戦略のような中長期的な目標に加えて、各年度の目標を設定し、進捗状況の把握や取組みの効果分析を行い、次年度への目標および取組みを見直すPDCAサイクルを実施することも必要と考える。

○地域共通指標の有用性

実施事業は各地域の特性と個別戦略が反映されたものであり、基本的に地域ごとに固有の取組みと理解できるが、類似の個別戦略と目標値を設定している場合も見られることから、このような場合は共通の指標を設定することで、当該事業の有効性などを客観的に評価できる可能性がある。また、優良事例の横展開を図ることで、日本全体の国際競争力強化につながることを期待できる。

○複数の取組み主体の場合の個別戦略と実施事業での役割と責任徹底の必要性

自治体が主導する場合は、体系的かつ一貫した事業実施、指標設定と評価が行われることが多いが、複数の官民連携による地域においては、取組み主体によってそれぞれの実施事業における効果の把握と評価に対する認識や理解に差がでることがある。従って、地域戦略と個別戦略を設定する段階で、各事業者の役割分担と責任を徹底し、評価指標の設定から計測までを合意しておくことが必要である。

○総合目標値に対する個別戦略目標値の重みづけの必要性

外国企業誘致において、地域戦略のなかでも特に重点をおいている施策分野について、その重みづけを（%表示）することで、より費用対効果が大きい戦略分野や、重点的に行うべき分野を把握することが目的である。しかし、今回の調査では、複数の主体からなる地域の場合、実施事業に対する統一された観点からの重みづけをすることが困難であったため、今後の課題としている。

より客観的に重みづけをする方法としては、各施策に対する予算額ベースなどで重みづけする方法などが考えられる。

○外国企業・人材を呼び込むための取組み事業の効果に関する評価式（案）の提案

$$\text{総合目標値の達成度} = \Sigma (\text{貢献度}) \times (\text{重みづけ}) \times (\text{個別戦略の達成度})$$

支援事業と実施事業の定量的な評価のためのほか式を示す。総合目標値（外国企業・高度外国人材誘致件数）に対する達成度（％）に対して、それぞれの個別戦略目標値における達成度（％）と重みづけ（％）かけたものを独立変数とした、線形モデルとする。

それぞれの、施策の効果は、上記式を線形回帰して求められた貢献度として示される。

このように求められた各事業の効果について、実施事業の地域戦略上の重みづけ（優先順位）や事業費コスト)などの観点から評価することで、将来のより実効的な戦略策定において、その優先順位やターゲットの修正などに活用できることが期待される。

5) 都市の国際競争力強化に向けた課題と拡充方策

① 課題

本支援事業の取組み主体へヒアリング等を通して、都市の国際競争力強化に向けた課題として次のように整理される。

○認知度向上への基本的な取組み

海外から企業が立地や投資を検討するにあたっては、各種の情報とデータを収集した上で、様々なレベルでの市場性とリスクの検証分析のもとに判断するわけであるが、このためにはそもそも当該エリアを認知してもらうことが第一歩である。

本支援事業の対象地域である「特定都市再生緊急整備地域」は、国として国際競争力の強化を図るうえで特に有効な地域という位置づけを与え、都市開発を主体とする民間ビジネスを積極的に支援、推進するものであり、この意味では基本的ではあるが、当該地域の認知度向上へ官民で積極的に取組むことの意義は大きい。

○効果的な事業推進に向けた官民連携推進

本支援事業では官民で構成された都市再生緊急整備協議会が取組む場合も多いが、都市開発を含むいわゆる街づくりの計画は行政が主体となって策定するため、地域戦略にもそれが反映される一方、個別に取組む事業は民間が主体になるため、行政が単なる窓口となるのではなく、相互が連携して目標達成に向けた取組み体制の構築が求められる。

また、この場合、行政自身も窓口となる街づくり部局のみならず、経済部局、観光部局および国際部局などとも連携し、幅広い情報共有と総合力の発揮が望まれる。

○地域戦略実現へ有効事業の選定と検証の取組み

本支援事業の実施においては、外国企業の誘致という目標達成に向けて取るべき地域戦略を構築し、それを実現する事業を選定実施するというのが一連の取組みであり、本調査でもこれらを実態に即して可能な限り検証することを目的にしていたものの、地域戦略実現への実施事業によるアウトカムが明確に認識、計測する対応まで至るには、困難な面があったことは事実である。

確かに本支援事業は平成26年度からスタートしており、現時点では個々の事業を実施した段階であり、戦略遂行上は途中段階という理解もできるが、この場合でも地域戦略実現をロードマップとして展開し、そのために取組むことが有用と想定される事業を選定実施されているはずである。

初動期から事業実施というアウトプットと戦略実現への効果というアウトカムを結ぶ評価指標を検討し、節目毎にその検証を行うことで、事業や場合によっては戦略自体の見直しにも展開することが望まれる。

○インバウンド対策の強化

我が国のビジネス視点からの国際競争力の取組みとしては、「日本再興戦略 ―JAPAN is BACK―

(平成25年6月14日)」を背景とする「インフラシステム輸出戦略」(平成25年5月17日)に代表されるように、日本企業の海外受注、海外市場への進出に焦点を当てた、いわばアウトバウンド対策が主体といえる。

もちろん、インバウンド対策を検討するにあたって、当該国企業の海外進出可能性やその際の進出国に対する期待などを把握することが望ましいが、これらのバックグラウンドとなる相手国の海外展開に関する姿勢や実情やニーズを把握することも重要かつ有効である。このため、外国企業の訪日や投資を促進するために積極的に官民での海外へプロモーション展開していくことは重要であり、この意味ではアウトバウンドとの連携での対応と、情報発信やアクセス環境の向上など有効なインバウンド対策を強化していく必要がある。

ただし、主として新興国が対象となるアウトバウンド対策と、日本への企業誘致の対象となる国は必ずしも一致しない場合があることを認識しておくことも必要である。

○外国企業の適確な誘致対策につながる情報収集

前述の点とも関連するが、外国企業の誘致を考えた場合、最も効率的なのは海外進出意欲がある企業を抽出選定し、進出する場合の条件やニーズを直接的かつなるべく早い段階に収集、把握することである。

しかしながら、海外進出という投資活動は企業にとっては極秘情報の場合が多く、このような情報収集は現実的には困難な場合が想定されるため、多様なチャンネルを通しての周辺情報収集や、プロモーション活動に対して一定の関心を寄せた主体への継続的なフォローアップによって、確度を高めていくことが必要である。この場合、情報の取捨選択や精度確保の面からは専門的な知見、外国企業誘致の経験などを有する団体、企業、専門家などとの連携が有効かつ必要といえる。

② 拡充方策

国際競争力強化に向けて拡充すべき方策としては多岐に渡ることが想定されるが、ここでは本支援事業のさらなる活用やその有効性強化に向けての拡充方策に焦点を当てて整理するものとする。

○認知度向上にも有効な観光分野などへの展開の許容

本支援事業は「特定都市再生緊急整備地域」を対象にした、あくまでビジネス分野に焦点を当てた施策であり、外国企業などの誘致が目的であり純粋な観光分野は対象外である。

しかしながら、昨今の都市開発では単にビジネスだけでなく商業や文化などを含む複合開発による魅力獲得と集客、いわゆる都市観光の視点での取組みも不可欠となっている。また一方、先述した認知度向上という課題に対しては、対象地域を知ってもらう上で観光を含めてのPRと訪問喚起が有効との声が大きく、昨今の都市政策のトレンドであるMICEとの関連も指摘される。

さらには、ビジネス環境と連携して外国人就業者および家族に対する医療、教育、行政、余暇などに関する外国語での案内、提供、受入れなど、日常的な生活環境を充実することも国際競争力強化には必要である。代表的な取組みとしては、札幌市の外郭団体である(公財)札幌国際プラザによるMICE活動支援や外国語による生活情報提供、大丸有地区における聖路加国際病院分院「聖路加メディローカス」による国際外来対応、新宿区が設置している外国人相談窓口などが挙げられる。

このように現場ではこのビジネスと観光の境界を明確に区分することが困難な場面があることと、むしろ観光分野と連携することでビジネス分野での有効性につながる場合があること、また日常生活分野にも包括的に取組むことが必要であることから、一定の枠組みは必要であろうが支援の対象をこれらの分野まで拡充することも考えられる。また、このような柔軟化の一環として独自に取組んでいる事業への展開も検討していきたい。

○官民連携を背景に支援対象者の柔軟化

本支援事業の支援対象は先述のとおり自治体もしくは都市再生緊急整備協議会であるが、対象地域が複合的な取組みをしているほど、ビジネス分野のみならずや観光や生活などの多方面の分野で活動している団体や関係者も多く、官民連携でより効果的に展開可能なような運用の柔軟化が望まれる。

なお、地域として戦略的に連携して取組むためには、本来はこのような主体であれば協議会に参加することが原則であるが、手続きやタイミングなどの問題からその間の活動に対してもつなぎの役割としても機能することが想定される。

○効果検証の共有化

本検討の過程で最も議論になった課題が先述の地域戦略実現へ有効事業の選定と検証の取組みであり、その必要性和意義は理解できるものの直接的に、あるいは論理的に説明することが困難であると同時に、各地域で同様の戦略にもかかわらず独善的な評価になることで客観性を担保出来ないとの指摘もある。

このため、効果検証の考え方や評価指標（KPI）について最低限の共有化をすることを、本支援事業の実施の一環として位置づけて、そのための指針などを整備することも有効といえる。

ただし、これはある意味では各地域の特徴に応じて横断的に取組めるという、戦略や事業そのものまで制約してしまうような共有化は避ける必要がある。

なお、現時点では取組み実績に関わるデータなど蓄積できていないが故の困難もあるので、今後の取組みにも期待したいところではある。

○インバウンド対策を強化するアウトバウンド対策との連携

本支援事業にもとづく事業や活動の中にも、個々に海外でのセミナーや展示会への参加、出展などでPRや情報発信しているものがあるが、MIPIMに代表されるイベントのように、国と自治体および企業が連携して対象となる国やイベントを選定するなど、これをより体系的、戦略的に行うことで効果的かつ効率的に展開することが望まれる。この場合、新興国では経済発展を背景としたインフラ整備ニーズや海外観光ニーズが期待できる国が対象となり、先進国ではアジア拠点を他国に有する企業や日本企業と強い取引関係を持つ企業、既に日本進出している企業の本社などが存在する国を対象とすることが考えられる。

既に各省庁やJICAなどがアウトバウンド対策として実施している都市分野での海外展開セミナーで、プログラムの一環として自治体などの取組み事例を紹介することも実施されているが、都市開発の紹介を外国の立地企業側のニーズから実施することが考えられる。このためにはセミナー企画な

どの初動期から本支援事業の対象地域への声かけや情報提供を行い、外国企業へのプロモーションとビジネスマッチングまで包括できる企画立案が必要である。

○国内外における多様な情報収集活動への支援

課題で述べたように、我が国への進出意向がある外国企業へピンポイントでアクセスし、直接的な誘致対策を実施することは容易ではないが、多様な情報チャンネルの確保と情報収集の活動に対してより強力に支援することが望まれる。

具体の連携先としては海外の企業活動に関する知見を持つ国内外の団体、企業などが挙げられ、JETRO、現地支店を有する邦銀、守秘義務の制約はあるが進出支援実績がある法律事務所などが候補であるが、加えて実際に進出している外国企業に対して、どのようなニーズを持ち、進出決定に際してはどのような情報が有用だったかなど、実態把握をすることも支援対象とすることが考えられる。