

アメリカの地方都市の多くは、コンベンション施設を推進し、州政府、あるいは地方自治体がコンベンションセンターを建設し、施策を推進するケースも少なくありません。当事務所があるニューヨーク・マンハッタンでも、ニューヨーク州が所有するジャビッツ・コンベンションセンターがあり、年間を通してさまざまなコンベンションが開催され、地元経済への貢献もさることながら、文化、芸術、芸能の発信地として連日多くの人たちが訪れます。ここでは、アメリカのコンベンション施設の推進に大きな役割を担っているコンベンションセンターについて、その管理運営を中心に、コロラド州デンバー市郡 (City and



↑ジェイコブ・K・ジャビッツ・コンベンションセンター

County of Denver)の例を交えながら紹介します。

County of Denver)の例を交えながら紹介します。

## コンベンション施策

第二次世界大戦の終戦直後から、アメリカの各地の都市では住居や小売業をはじめとする経済活動が郊外へ移転し、一九六〇年代には都市中心部の空洞化と荒廃が問題となっていました。中心部に人とビジネスを呼び戻し、地域の活性化を図るため、地方政府は、市街地の荒れた建物を取り壊し、広大な土地を整備してコンベンションセンターをはじめとする大型集客施設を建設するようになりました。コンベンション施策の推進により、市街地の再活性化、雇用の創出、地域経済の活性化、さらには税収の増加を図ってきたのです。

現在も、コンベンションセンターの建設や拡張が行われており、新たにビジネス客を対

## 海外事務所 だより

# アメリカのコンベンション センターについて

ニューヨーク事務所所長補佐 阿波連 貴夫 (沖縄県派遣)

ニューヨーク  
事務所

象にしたホテルの建設や、コンベンション運営会社、小売店、レストランやケータリングサービスがコンベンションセンター周辺に集まることが期待されています。

## コンベンションセンター の管理運営

アメリカには数多くのコンベンションセンターが存在しますが、州政府所有は八%、郡政府は九%、市所有は三六%、複数政府所有は四・五%、そして民間所有は三六%となっています。民間所有を除いた公の主体が所有する施設の管理・運営は、公営 (public)、民営 (private)、準公営 (quasipublic) の三タイプに大別されます。

公営・民営は文字通りですが、準公営とは、コンベンションセンターの所有者である公が理事会のメンバーを任命し、理事会が運営方針を決定します。理事会は誘致計画、

人事、契約事務等、幅広い権限を持つこと  
になります。

民営については、アメリカでは施設の管理  
運営を主要業務とする会社が数社あり、一  
九七五年にルイジアナ・スーパードームの管  
理運営を民営化したのが始まりです。

### ■事例(コロラド州デンバー市郡)

#### (1)コロラド州デンバー市郡の概況

アメリカ第三八番目の州であるコロラド  
州は、ロッキー山脈に囲まれ、鉱物資源や  
牧畜で知られていましたが、一九九〇年代  
に入り、多くの軽工業の発展とその美しい  
景観と観光資源等を活かした観光産業に  
も力を入れ経済の多様化を図っています。

デンバー市郡は、コロラド州の州都で、商  
業、経済や運輸の中心で、市街地には連邦  
政府関係機関等が集まっています。

市郡は、重点施策の一つとして、ロッキー  
マウンテン等の観光資源を活かした観光産  
業に取り組んでおり、観光客等の外客誘致  
を図っています。その中で重要な役割を期  
待されているのがコロラド・コンベンション  
センターです。

なお、デンバー市郡には、世界で第一番  
目、全米で第五番目の稼働率を誇る二四時  
間空港のデンバー国際空港があります。

#### (2)コロラド・コンベンションセンターの概要

コロラド・コンベンションセンターは、総面積  
一九万八〇〇〇㎡で約七万㎡の会議およ  
び展示スペースを擁する全米でも有数の大  
型コンベンションセンターです。一九九〇年

にオープンし、  
一九九九年に  
は、高まる需  
要に対応する  
ため、コロラ  
ド州デンバー  
市郡民による  
住民投票を経  
た後、会議お  
よび展示スベ  
ースを二倍にする拡張工事を行い、二〇〇  
四年二月リニューアルオープンしました。



↑コロラド・コンベンションセンター

デンバー市郡が所有しており、その管理運  
営は、一九九四年より、民間の運営会社  
(以下、運営会社)に委託しています。市郡  
としては運営赤字の発生を想定しており、  
コンベンションセンターを外客誘致の手段と  
見なし、コンベンション客誘致によるホテル  
税、レンタカー税や消費税の収入増加に期  
待しています。

また、センター近くには、住民の通勤手  
段である簡易電車(light-rail)の駅があり、  
コンベンション参加者の移動手段ともなっ  
ています。向こう一〇年間で、空港と連結し、  
コンベンション客の移動の便をさらに図る  
ことを目指しています。

#### (3)管理運営の形態

センターは、一九九〇年の供用開始から  
三年間、デンバー市郡の直営でしたが、市郡  
職員が慣れない運営業務に翻弄され、三〇  
〇万ドル以上の運営赤字を出すこととなっ

たため、市郡は、管理運営に当たり専門業  
者へ委託することを決定しました。一九九  
三年、複数企業からの提案を募り、運営会  
社への委託を決めたのです。同社は一九九  
四年の市郡との管理運営契約後、日々の業  
務内容を含めた従来の管理運営手法につき  
厳格な評価を行いました。管理運営の効率  
化を図るために、新たなソフトウェアや技術  
を導入し、人員を削減する等、結果として  
二〇〇〇年には、一八万ドルの純利益を上  
げることができました。この成功の背景に  
は、同社の管理運営改革に対して市郡が大  
きな規制を加えず、柔軟に対応したことが  
大きいといえます。市郡は、運営会社の運  
営に関しては、予算作成等の主要な方針を  
最終決定する権限を持っています。

センターの収入は、センター独自収入、市  
郡からの契約金、運営補助金で成り立って  
います。独自収入は、センター利用料のほ  
か、センター使用者に対するケータリングサ  
ービス、電気・インターネットの設置・供給  
サービス等からの収入のことです。センタ  
ー使用者は、これらのサービスについては、  
センターが契約する業者のみからの発注し  
かできないため、確実に収入を上げること  
ができます。

なお、州政府からの補助金等は一切あり  
ません。一九九〇年のセンター建設時には、  
州政府から三〇〇〇万ドルの補助金があり  
ました。センターの名称がデンバー・コンベン  
ションセンターではなく、コロラド・コンベンシ

コンベンションセンターとなつているのはそのためです。また、補助金の受取りに当たり、コンベンションセンター内に、企業誘致、観光等に係る州政府の常設展示スペースを提供することも取り決められました。



↑ネーミングライト(命名権)からの収入確保(写真上部にある企業がセンター内ホールのスポンサー企業)

市郡は、コンベンションセンターの管理運営の民への委託により、年間五〇万ドルの運営費削減につながつたといわれています。これらの削減要因は、新たなエネルギー管理プログラム、職員の質的向上、デンバー観光コンベンション局との連携強化によるマーケティングの機能拡充をはじめとした管理運営手法の改善によるものとされています。

#### (4) マーケティング等

センターで行われるコンベンションの誘致は、NPO法人で、市郡より観光コンベンションの推進および統計業務の委託を受けているデンバーメトロ観光コンベンション局と運営会社が連携して取り組んでいます。特筆すべきはその役割分担です。観光コンベンション局は、コンベンション開催地としてのデン

バーを売り込むために、開催日から一八か月以上先のコンベンションの予約を受け付けている一方、運営会社は、開催日から一八か月以内の、地元主体のコンベンションの予約を受け付けており、地域の人々の利用促進に力点を置いています。両者は常に、連携しており、円滑な営業を維持しています。運営会社は、施設の空き状況の情報を観光コンベンション局に提供しており、観光コンベンション局は、ホテルからの空室状況の情報と併せて、コンベンション主催者へのセールスに役立てています。

また、運営会社は、域外からのコンベンションの開催が期待できない閑散期には、会場使用料の割引を主要のインセンティブとして、同社のセールsteamがセールスを展開しています。毎年開催されるローカルイベント(ガーデンショー、オートショー等)は、地域住民をターゲットにしたもので、これらは毎年開催時期が決まっており、センターでの閑散期対策の一環となっています。

コンベンションセンターの使用料や設備費等の料金設定については、運営会社が提案し、市郡が最終決定するものの、市郡による上限設定等の規制はありません。運営会社は、毎年、他地域の同規模、同条件のコンベンションセンターの料金体制等を参考に、料金設定を見直し、都市間の競争に備えています。

#### (5) 行政の役割

デンバー市郡は、コンベンションセンターの

拡張を計画する際、債券を発行し市郡の負債を増加させること、ホテル税とレンタカー税を増税すること、およびその一部を返済に充てることの可否について、住民投票を行いました。一九九九年一月、投票の結果可決されたことにより、コンベンションセンターの拡張、機能拡充のための資金調達計画が具体化しました。その際、行政は拡張への住民の理解を得るため広報宣伝を行い、住民のコンセンサスの下、拡張事業がスタートしたのです。住民投票は、事業自体の可否を住民に問う意味でも重要であつたといえます。

## おわりに

アメリカでも日本と同じように、コンベンション誘致・開催の都市間競争のためコンベンションセンターの建設・拡張が繰り返されています。最近では大都市でのホテル料金の高騰により、中小都市が新たにコンベンション誘致に乗り出すケースもあります。コンベンションセンターの建設・拡張の際には、住民への増税等の説明がなされるとともに、施設の管理運営に当たっても公営、準公営や民間委託をはじめ効果的な手法を模索しています。日本でも新たに民間委託を含めた指定管理者制度が導入され、自治体が所有する施設の管理運営の効率化を図ることが期待されている中で、アメリカでの事例は参考になるものと思います。

## 海外生活 だより

ニューヨーク事務所

# 屋台で味わう ニューヨーク

ニューヨーク事務所 所長補佐 日野 貴広 (宮城県派遣)

## マンハッタンの定番

五番街を行き交うビジネスマン。その手には小さな茶色い紙袋。中に入っているのは彼らの朝食、おそらくはマフィンやリンゴ、そしてコーヒー。

平日朝のマンハッタンでよく見かける光景です。ニューヨークで手早く朝食を済ませようと思うなら、カフェやデリもいいとは思いますが、何と言っても最速は通りにあふれる屋台です。

ニューヨーク、特にマンハッタンには、それこそ数え



切れないほどの屋台があります。そこでは、マンハッタンの屋台についてお話ししたいと思います。

## 屋台あれこれ

ランチタイム、職場のあるミッドタウンでは、手軽なランチを求めて人々が屋台の前に並びます。ランチともなるとデリやレストランの方が一般的なようですが、それでも最速かつ安価な屋台に魅力を感じる人は少なくありません。

マンハッタンの屋台は時間帯に



よって顔ぶれが替わります。朝食向けのペーグルやマフィン、フルーツを扱う屋台は昼前には姿を消し、ポリウムのあるメニューを揃えた屋台がどこからともなく現れ、ランチタイムに合わせるようにいつもの場所に陣取ります。



↑火であぶられているジャイロと呼ばれるラム肉。金属製の棒のまわりをラム肉がゆっくりくるくる回っています

マンハッタンで頻繁に見かける定番とも言える屋台は、「ハラルフード」と書かれた屋台です。鉄板で焼かれたラム肉(ここではジャイロと呼ばれています)や鶏肉を、パンに挟んでサンドイッチとして、またはご飯の上に乗せてどんぶりのようにして食べるのができます。スパイシーな味付けが魅力の屋台です。

また、マンハッタンの南、チャイナタウンでは、一風変わった屋台を目にすることができま。焼きそば、焼きビーフン、フライドチキン、春巻き：日本人にはおなじみの、むしろ懐かしさすら覚えるような味が



楽しめず。店の人との会話が弾んだりすると、作りたての焼きそばを山盛りでもらえたりもします。何と言ってもうれしいのが、これらがすべて安いということ。ほとんどが一つ一ドルです。

### おやつもストリートで

屋台の中にはおやつの種類を扱うものもあります。定番はホットドッグ、ソフトプレッツェル、そしてピーナッツといったところでしょうか。そしてホットドッグやプレッツェルの屋台の多くでは、ケバブと呼ばれる長めの串に鶏肉を刺して焼いたものも売られています。例えて言うなら一回り大きな焼き鳥です。

そこかしこで見かけるホットドッグやプレッツェルの屋台、今では当たり前の風景になりましたが、ニューヨークにきた当初は新鮮な驚きがありました。

まずはホットドッグ。味や見た目は日本のものとそう違わないと思いますが、面白いのはその値段。同じマンハッタンでも、場所によって店によって値段が違います。私



が見つけた法則では、タイムズスクエアやエンパイアステートビルのように人が集まる場所だと二ドル、それ以外の場所なら一ドルが相場です。素材にこだわっているから高いというわけではないようです。

次はプレッツェル。これは味とサイズが驚きでした。私が日本で知っていたプレッツェルは小さくて甘かった記憶があるので、ニューヨークの屋台で出会ったそれは、一見して大きく、そして岩塩が散りばめられていました。食べてみると当然のように塩辛く、そしてかなり歯ごたえがありました。今ではこの塩辛さにもだいたい慣れましたが、当初はかなりの驚きでした。

### ストリートフェアは屋台天国

マンハッタンでは時々、ストリートフェアと呼ばれるイベントが開催されます。このストリートフェア、簡

単に言うとう週末の臨時歩行者天国です。一〇〜二〇ブロックほどの通りが歩行者天国になり、通りの両端は屋台で埋め尽くされます。日本で見ればちょうど縁日の屋台のイメージ



でしょうか。洋服やアクセサリ、雑貨の屋台もありますが、やはり目立つのは食べ物屋台。派手な看板と刺激的なおいで目と鼻を楽しませてくれます。普段見かけられないような屋台もありますが、ストリートフェアならではの屋台もあり、つつい足が向いてしまいます。

マンハッタンの高層ビルの谷間に突如現れる屋台の行列、一見の価値あります。



It's Yummy!

これらの屋台、実は屋台ごとに結構味が違います。私の知る限り、概して上品な味とは言えませんが、一度お気に入りの味に出会えたら病みつきになること間違いなしです。私のお気に入りには、職場の近くにあるハラルフード屋台のジャイロ・オーバーライス(四ドル)、そしてチャイナタウンにある中華系屋台の焼きビーフン(一ドル)です。これもまた一つのニューヨーク。お越しの際にはぜひお試しください。