

横浜JCマニフェスト

第19回 横浜経済人会議



2005年度運営テーマ

しあわせの選択

社団法人 横浜青年会議所



目次

ごあいさつ	4
横浜JCマニフェストの基本的な考え方	5
横浜JCマニフェスト概要	6
横浜JCマニフェスト実現への流れ	7
政策1	8
政策2	10
政策3	12
政策4	14
政策5	16
政策6	18
第19回 横浜経済人会議について	20
参考資料	22

ごあいさつ



社団法人横浜青年会議所 理事長 黒川 勝

(社)横浜青年会議所(横浜JC)は1983年以来、過去18回の横浜経済人会議を開催しMM21地区の開発、国際ベンチャー大学構想、F1グランプリの横浜誘致、首都圏第三空港の誘致など数々の議論と提言を行ってまいりました。いままで横浜JC発の提案が他の団体などと協働して横浜のムーブメントとなり、結実したのも横浜スタジアムの建設や赤レンガ倉庫の保存活用、ワールドカップサッカー横浜開催など数多くあります。

本年度は「しあわせの選択」という言葉を運営テーマとして、運動を展開しています。情報が溢れ、便利になったと同時に社会はどんどん複雑になり、私たちはさまざまな場面で難しい決断を迫られています。多くの選択肢がある中で、目先の利益にとらわれたり、楽しそうだからということではなく、将来的にそれが「しあわせ」につながるのか、というものさしで正しい判断をしていこうという思いを込めました。横浜のため、横浜市民のため、(社)横浜青年会議所のため、私たちの会社のため、家族のため、自分自身のための「しあわせ」を実現するために、横浜のみらいはこうあるべきだ、こうありたいという姿を描き、具体的に数値目標や期限を明らかにして、今までの提言を一步進化させてマニフェストというかたちにして発信します。

横浜JCがこのマニフェストを通して何を発信するのか、何を実現させることができるのか、ということは今後の(社)横浜青年会議所の存在意義として重要なことです。われわれの政策発信能力を高めていくための良い挑戦でもあります。新しいビジネスの可能性にチャレンジする、民の力を発揮するための社会のあり方、文化芸術を生活に根付かせることなどマニフェストに盛り込みました。私たちは政治家でも、首長でも、行政職員でもありませんが、市民として青年経済人の集団として私たちが願うみらいの横浜のあるべき姿を公に示し、様々な手法を駆使して実現を目指します。

この横浜JCマニフェストがきっかけとなり、市民が自らつくるマニフェストのさきがけとなることを確信しています。最後になりましたがマニフェスト作成においてご協力、ご助言をいただきました各方面の第一線でご活躍の方々にお礼を申し上げます。

今後とも我々(社)横浜青年会議所活動へ、より一層のご支援ご協力を賜りますよう心よりお願いを申し上げてご挨拶とさせていただきます。

横浜JCマニフェストの基本的な考え方

一般にマニフェストとは国政選挙や首長選挙において各政党（ないしは候補者）が有権者に対して、政策の目標（何を）、手法（どのように）、期限（いつまでに）を具体的に記述したもので、市民の皆さんに対して示される「契約書」ととらえることができます。

これは従来から日本にある「選挙公約」と似ていますが、わが国の選挙公約の多くは「あれもやりますこれもやります」式の、具体性のない“願望リスト”にとどまっています。これに対して「マニフェスト」は数値を用いて具体的に記述している点が特徴です。

最近では市民や市役所などが自らマニフェストを作成する動きもでています。経済活性化を目的として彦根のグランドデザイン研究会、浦安のグランドデザイン研究会など、経済の主体たる市民が行政にたよらず、自ら考えてまちのあるべき姿を描いて行動しようという動きもあります。

横浜JCマニフェストはその動きの一步先にすすみ、「こんなことを考えてみました」式の具体性のない提言ではなく、横浜の目指すべき方向性、あるべき姿を明示することを目的にして横浜の経済活性化と文化芸術の発展について私たちが望むまちのかたちを具体的目標や方法期限を記載した6つの「政策」という形で掲げました。



横浜JCマニフェスト概要

我々(社)横浜青年会議所では、本年度「しあわせの選択」というテーマのもと運動しています。

「しあわせの選択」とは、ますます複雑化し判断基準が多様化する社会において決断を迫られたときに目先の利益にとられるのではなく、その決断が将来「しあわせ」をもたらすかどうかという、言うなれば「しあわせのものさし」で測ってみようというビジョンを表現しています。

グローバルスタンダードが「ものの豊かさ」を尺度とした価値基準であるとすれば、「しあわせのものさし」で測る「こころの豊かさ」を尺度とした新しい時代にふさわしい価値基準「横浜スタンダード」を、市民・企業・行政が心をひとつにして構築することこそが、いまの横浜には必要なことなのではないでしょうか。

これからは誰かがやってくれるのを待っている時代ではなく、自らが率先して行動する時代です。(社)横浜青年会議所はその先頭に立って、この横浜JCマニフェストを発信し行動していきます。

まちに活気があるためには経済が活発でなければなりません。まちの独自性、横浜らしさを活かすためには、歴史も踏まえて文化芸術面でも際立ったものを持っているべきであると考えます。このふたつの思いから、経済活性化と文化芸術を通じたまちづくりをテーマの中心に据え、6つの政策にまとめました。

個々の政策を通して、ご賛同いただける多くの方々と共に、横浜全体に市民によるまちづくりのムーブメントをおこし、横浜がより良いまちとなることを目指しています。

政策1 民間経済人で組織する地域政策シンクタンクを設立します。

政策2 「横浜スタンダード型企业認定」を規範とする信頼性の高い証券市場を創設します。

政策3 特定都市との都市間自由貿易協定を締結します。

政策4 日本を代表する市民アートネットワークを創出します。

政策5 歴史的建造物の有効利用により「憧れのまち横浜」を実現します。

政策6 横浜におけるコンテンツ産業の集積と活性化を推進します。

横浜JCマニフェスト実現への流れ

「しあわせのまちヨコハマ」実現へのフローチャート

2005 ● 2006 ● 2007 ● 2008 ● 2009

以後も継続的に
取り組み

2009
開港150周年

第1期 理念の普及・啓蒙期

「しあわせのまちヨコハマ」の理念を広く一般に広め、企業・市民・行政の倫理観を高めるための活動を行う

横浜市経済局の事業について外部評価と政策勉強会の実施

横浜スタジアムと市民ファアンドの設立

JCのネットワークを活かした都市間FTA法制を求める運動

トリエンナーレを活用した芸術活動の啓蒙

開港記念会館での先駆的取り組み開始

プロデューサーの育成、資金調達環境整備など

第2期 実行への試行期間

普及・啓蒙活動の成果を検証した上で、適用範囲を拡大し、2009年にむけての準備を行う

政策立案への民間人関与と行政ポストへの民間人登用

横浜債券市場の設立

法案提出のための運動
特定都市との経済交流強化

アートマーケット、建築基準、アースポットなどの施策

ナショナルアートパーク内建造物の活用方法提案

コンテンツ関連外資企業の誘致、コンテンツ産業への投資研究

第3期 「しあわせのまちヨコハマ」が主体のまちづくり

企業・NP0・市民が主体的に政策を立案し、行動する真の意味において「民」が主役の経済社会を形成。横浜スタジアムに則った高い倫理観を有する企業が集まる「世界のお手本の都市へと成長する

民間政策シンクタンクによる地域経済政策の実現

上場審査機関を独立組織とした信頼性の高い横浜証券市場の創設

都市間FTA法制の施行と10都市との都市間FTA 締結

市民アートネットワークの創出と市民版国際芸術展の開催

民間による歴史的建造物の有効活用と経済効果の創出

コンテンツ産業を横浜の中心的産業へ

自立した企業・市民が自主的に「しあわせのものさし」を用い、心の豊かさを基準とした持続可能な社会を形成し、多様な人々がいきいきと暮らすことのできる真の意味での「自由都市」「しあわせのまちヨコハマ」が誕生する。

政策1

民間経済人で組織する 地域政策シンクタンクを設立します

「政策は行政がつくるもの」という既成概念を覆し、横浜市の経済政策を立案する民間経済人による地域政策シンクタンクを設立します。

目標

現行、横浜市の経済政策を100%立案している経済局から、一部の政策立案機能を移管するために独立、非営利の地域政策シンクタンクを設立し、2009年までに50%以上の政策を立案し、「民の活力」が十分に活用できる地域経済を実現します。

【用語解説】

シンクタンク(THINK TANK)

政策立案・意思決定の調査と分析を行う機関で「〇〇総合研究所」「研究所」という名称を持つが、直接自然科学、人文科学、社会科学の研究は行っていない（広義には研究となる）。研究所と共通した組織構造を持つ。

ポリティカルアポインティ

政治家（首相、市長など）が政策を作成させるために民間人を官吏として政治的任命（登用、任用）すること。

【参考資料】

【市場化テスト】 P.22参照

【ローカル・マニフェスト推進ネットワーク】 P.22参照

【構想日本による事業仕分け】 P.22参照

方法・期限

第一期（～2006）

- ・ 横浜市の経済政策における既存事業につき、外部移管可能または廃止すべき事業の評価を実施します。（2005年度実施済み→構想日本による事業仕分け）
- ・ 経済人、市民、行政から構成される政策勉強会「横浜スタンダード推進協議会」を発足し、定例での政策勉強会を実施します。また横浜市経済局の制度融資や補助金政策に関しても積極的に提言を行います。
- ・ 下記4事業については重点的に調査・研究します。
 - ▶横浜型金融システム、都市間自由貿易協定、コンテンツ産業の集積、歴史的建造物の有効活用

第二期（～2008）

- ・ 既存事業の外部評価を発展させる形で、政策の立案段階から民間人が関わり、立案だけでなく政策実現についての協力体制も構築します。また2009年以降に実現可能な民間への政策移管等についても協議します。
- ・ 民間経済人と行政との相互理解を深めるとともに、より確実な政策実現を目指し、ポリティカルアポインティ（政治任用）を活用した行政主要ポストへの民間人登用をはじめとする人事交流を促進します。

第三期（～2009）

- ・ 地域経済政策を専門に扱う、日本で初めての地域政策シンクタンクを設立します。（複数設立されることが望ましい）

政策2

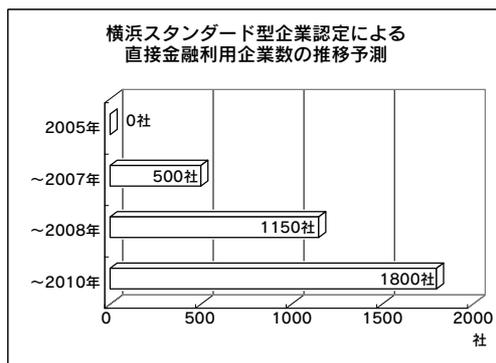
「横浜スタンダード型企业認定」を規範とする 信頼性の高い証券市場を創設します

財務指標の厳格な審査はもちろんのこと、「横浜スタンダード型企业認定」を規範とする企業倫理を上場基準に採用し、世界でも有数の信頼性を誇る証券市場を横浜に創設します。

目標

企業倫理の規範となる「横浜スタンダード型企业認定」を上場基準に採用することにより、より持続可能性の高い企業が集結し、投資家に対して高い信頼性とステータスを約束する証券市場を創設し、東京証券取引所への一極集中を是正するとともに、上場廃止が相次いでいる外国企業の日本離れを阻止します。

なお、横浜証券市場は市場運営と上場審査を明確に別組織に分離し、市場の公平性と透明性を確保します。



【用語解説】

ファンド

投資家から資金を集め、企業などに投資するための入れ物のこと。プロであるベンチャーキャピタルにその投資判断及び企業育成など運営を任せることにより、一般投資家も企業などの投資に参加できる。

間接金融と直接金融

間接金融とは、銀行などの金融機関からの借入によって資金を調達すること。直接金融とは、資金を必要とする企業が株式や債券などを発行して投資家から資金を集めること。

【参考資料】

「横浜スタンダード型企业認定」基準(案)の骨子 P.22参照

方法・期限

第一期（～2007）

- ・ 横浜スタンダード推進協議会内に金融問題を専門的に研究するために横浜型金融システム分科会（仮称）を立ち上げます。
- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」制度を開始します。（政策1の民間人による政策立案と同期）
- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」取得企業の優遇制度として、制度融資優遇、入札条件緩和、随意契約枠の拡大などを開始します。
- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」取得企業向け中小企業型ファンドを設立し、市民に対して地元経済活性化のための地元企業への投資家としての参画を広く呼びかけます。
- ・ 上記の中小企業ファンドの利用により新規に500社の中小企業の直接金融利用を実現します。
- ・ 第一期計画実践の成果として企業信頼性が向上し新規に850社の中小企業の無担保融資を実現します。

第二期（～2008）

- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」を規範とした中小企業型横浜債券市場を創設します。
- ・ 中小企業型横浜債券市場においては横浜市が積極的に購入に当たります。
- ・ 上記の中小企業型横浜債券市場への中小企業の社債流通によりさらに650社の中小企業の直接金融利用を実現します。
- ・ 中小企業の無担保融資をさらに350社増やし累計1200社の無担保融資を実現します。

第三期（～2010）

- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」を規範とした横浜証券市場を創設します。
- ・ 上場審査機関として地域政策シンクタンクの関連組織が上場審査を担当します。
- ・ 市内上場企業数を300社にします。
- ・ 上記の横浜証券市場への中小企業の上場も含め、さらに650社の中小企業の直接金融利用を実現します。
- ・ 中小企業の無担保融資をさらに300社増やし累計1500社の無担保融資を実現します。
- ・ 東アジア統一証券市場の創設にむけた動きを開始します。

政策3

特定都市との 都市間自由貿易協定を締結します

港を中心とする市内経済を活性化し、世界から人の集う「魅力ある横浜」を実現するため、世界の主要港を有する都市との都市間自由貿易協定（都市間FTA）を締結します。

目標

文化や歴史認識の違いなど、経済以外の要因に阻害されがちな国家対国家のFTA政策に先んじて、より実情に即した形での貿易の活性化を図るために、2010年までに姉妹都市、姉妹港を中心に10都市との都市間自由貿易協定を締結します。またこれに伴って外国人が暮らしやすい環境整備も進め、外資系企業の誘致も推進します。

【用語解説】

W T O	世界貿易機関	148の国と地域	既存のWTOルールの中にはまだ内容が不十分であり今後見直しが必要とされているものもある。
F T A	自由貿易協定	国 対 国	WTOで実現できる水準を越えた、あるいはカバーされていない分野における連携の強化を図る手段。
都市間FTA	都市間自由貿易協定	都市対都市	都市間の経済交流協定や覚書の内容を一步進める形で経済活性化に寄与する。

W T O (WORLD TRADE ORGANIZATION) (世界貿易機関)

GATT（関税と貿易に関する一般協定）ウルグアイ・ラウンドにおける合意に基づき、1995年1月に発足した。世界貿易の秩序維持を目的とし、2005年2月現在148の国と地域が加盟している。

F T A (FREE TRADE AGREEMENT) (自由貿易協定)

二国間または地域間の協定により、関税や数量制限など貿易の障害となる壁を相互に撤廃し、自由貿易を行なうことによって利益を享受することを目的とした協定のこと。

横浜市の姉妹都市、姉妹港

姉妹都市 8 都市 サンディエゴ（アメリカ）、リヨン（フランス）、オデッサ（ウクライナ）、バンクーバー（カナダ）、ムンバイ（インド）、マニラ（フィリピン）、コンスタンツァ（ルーマニア） 上海（中国）
姉妹港 6 港 バンクーバー港（カナダ）、オークランド港（アメリカ）、大連港（中国）、上海港（中国）、メルボルン港（オーストラリア）、ハンブルク港（ドイツ）

【参考資料】

【FTAをめぐる現状とFTA推進の必然性】 P.23参照

方法・期限

第一期（～2007）

- ・ 都市間FTA法制の実現を念頭においた法律に関する調査・研究を実施します。
- ・ 議員立法を実現するために賛同する国会議員からなる都市間F T A推進議員連盟（仮称）を設立します。
- ・ 全国の青年会議所のネットワークを活用し、主な港湾都市、政令指定都市に対して都市間FTAに関する法案提出の運動を展開します。
- ・ 国際都市として外国人が暮らしやすい、滞在しやすい環境整備を進めます。

第二期（～2008）

- ・ 都市間F T A基本法（仮称）を制定します。—— 上記議員連盟を通じて国会における立法を促進します。
- ・ 都市間FTAに先駆けて、貿易手続きの簡素化や人材交流など、国外特定都市との経済交流強化を実現します。
- ・ 都市間FTAを目指す都市との相互の企業誘致活動を進め、様々な優遇措置をお互いに設け市内企業の海外進出を推進します。横浜市内の外資系企業を現在の172社から300社（約7割増）に引き上げます。

第三期（～2010）

- ・ 都市間FTA基本法（仮称）の施行に伴い、姉妹都市、姉妹港を皮切りに、世界の主要港を有する都市など、国外特定都市10都市との都市間FTAを締結します。
- ・ 都市間FTAによる都市相互の取引強化により市内外資系企業数を300社から500社（約6割増）に引き上げます。

政策4

日本を代表する 市民アートネットワークを創出します

世界でも有数の文化芸術都市創造のために、アーティスト、市民、経済人による日本を代表する市民アートネットワークを創出します。

目標

- ・ 市民、経済界、芸術系市民活動団体、アーティスト、合計2,000人の市民ネットワークを形成します。(2005年現在約250人)
- ・ 2009年に開港150周年を記念し、新しい文化・芸術の潮流を横浜から世界に向けて発信する国際芸術展(市民主導型トリエンナーレ)を、市民アートネットワークの手により開催します。

【参考資料】

【横浜アートマーケット（仮称）のビジネスモデル】 P.23参照

方法・期限

第一期（～2005）

- ・ 市民、経済界に対する芸術活動への興味・理解の促進、啓蒙の手段として、横浜トリエンナーレを活用します。ボランティアとしての市民参加を呼びかけると同時に、市内小中学生のトリエンナーレへの招待、市内企業への企業PRツールとしての活用提案等を通じ、現代アートを市民に根付かせていきます。
- ・ 横浜アートネットワーク設立準備委員会(仮称)を設置します。

第二期（～2008）

- ・ 現代アート等、クリエイティブ活動のプレゼンテーションに対して出資者を募る形式の作品マーケット(仮称：横浜アートマーケット)を開設し、市民、経済界にも呼びかけて、アーティストが活動しやすい環境を整えます。
- ・ 建築基準法や建築に関する条例の規制緩和(容積率など)により、建築の際に生じた余剰財源を活用して、現代アート作品を建築物に対して付置義務化して、現代アート作品溢れるまちづくりを展開します。
- ・ 市民団体、経済団体協働により、歴史的建造物等を活用した市民向けアートスポットを拡充します。
- ・ 市民団体、経済団体協働により、芸術ワークショップを実施します。
- ・ トリエンナーレ2008を行政、市民アートネットワーク共催で開催します。

第三期（～2009）

- ・ 市民、経済界、芸術系市民団体、アーティスト、合計2,000人の市民ネットワークを形成します。
- ・ 横浜から世界に新しい文化・芸術の潮流を発信する国際芸術展(市民主導型トリエンナーレ)を市民アートネットワークが開催します。

政策5

歴史的建造物の有効活用により 「憧れのまち横浜」を実現します

横浜の歴史を育んできた市内各所の歴史的建造物を発掘し、市民の憩いの場と、観光資源、またクリエイティブ活動の拠点として再生することで、歴史、現代アート、市民生活と経済活動が融合した「憧れのまち横浜」を実現します。

目標

- ・ 横浜市民に『ジャック』の愛称で親しまれている「横浜市開港記念会館」を横浜市民、経済人により文化・芸術・クリエイティブ活動の育成、発信、産業化の拠点として有効活用します。
- ・ 横浜市の構想であるナショナルアートパークエリア内の各施設の活用方法について、エリアとしてのつながりを重視したものとします。
- ・ 市内各所の歴史的建造物を発掘し、PFI、横浜アートマーケット（仮称）、横浜債券市場等を活用し、民間運営による全市的な「横浜アートパーク」を実現します。

【用語解説】

ナショナルアートパーク構想

横浜市では、芸術や文化が持つ「創造性」を活かして、都市の新しい価値や魅力を生み出すために、文化芸術・経済の振興といったソフト施策と、横浜らしい魅力的な都市空間形成といったハード施策を融合させた新しい都市ビジョン「文化芸術創造都市（クリエイティブシティ・ヨコハマ）」を掲げている。

その戦略プロジェクトの一つが「ナショナルアートパーク構想」で、そのねらいは、都心臨海部を今以上に市民に親しまれる場とするとともに、開港都市としての歴史や文化等の資源を生かしながら、文化芸術活動の積極的な誘導により、その創造性を活かした新しい産業の育成や観光資源を発掘すること。まちの魅力を高め、都市の活性化、横浜経済の発展を図ること。公園や緑地・道路などのオープンスペースに加え、創造的な活動の場としての建物、通り等すべての都市空間において、展開する。

歴史的建造物認定制度

横浜には、開港以来の近代建築や西洋館、土木遺産が残されている。また、郊外部には農村の風情を伝える古民家や社寺が残されている。これらの歴史的資産を再評価し、まちづくりの資源として位置づけ、その保全と活用を積極的に図っていくため、横浜市で昭和63年に「歴史を生かしたまちづくり要綱」が施行された。

所有者の協力を得て、主に建築物の外観を保全しながら活用を図ることを目的としており、要綱に基づいて「登録」「認定」を進めている。認定を受けた歴史的建造物については、外観の保全改修や維持管理に対して助成をすることができる。平成9年から耐震改修（構造補強）に対する費用助成制度も設置した。また、所有者・関係部局との調整により可能な場合には、横浜市が歴史的建造物を取得し、市民利用施設として整備公開を図っている。歴史的建造物の選考については「歴史を生かしたまちづくり要綱」の規定により、保全すべき部位とその意匠・材料・色彩及び活用方法等を「保全活用計画」として定めて、市長が認定する。

【参考資料】

【指定管理者制度】 P.23～24参照

方法・期限

第一期（～2007）

- ・ 横浜市開港記念会館を指定管理者制度の適用により、市民主体の施設運営、管理とし、歴史的建造物活用の先進的事例とします。

第二期（～2008）

- ・ 横浜市開港記念会館をはじめとする、横浜市が提唱するナショナルアートパーク内の各歴史的建造物の活用方法について、市民アートネットワークが主体となり、文化・芸術・クリエイティブ活動の育成、発信、産業化の拠点として提案します。

第三期（～2010）

- ・ 横浜市内各所の歴史的建造物を発掘し、認定件数を200件とします。（2001年度55件）
- ・ 歴史的建造物の活用方法については、PFI、横浜アートマーケット（仮称）でのファンド利用、横浜債券市場での債券発行など、横浜JCが提案する様々な資金調達手法を活用し、産業化により地域循環のビジネスモデルを構築します。

政策6

横浜におけるコンテンツ産業の集積と 活性化を推進します

映画、アート、音楽、ゲームソフト等に代表されるコンテンツマーケットの教育、育成、知的財産物としての保護、流通、誘致を横浜市民、経済人により推進し、横浜新産業として既存産業からの産業移転を推進し、横浜経済の活性化を推進します。

目標

- ・ 2015年までに市内コンテンツ産業を常用雇用者10万人を超える産業に育成します。
(1999年度 横浜市3千人、東京都10万人)
- ・ 制作コンテンツを世に送り出すプロデューサーを横浜の経済人から育成します。
- ・ コンテンツ制作者が安心して作品を流通出来る知財保護環境を整えます。
- ・ コンテンツ産業を横浜の輸出産業として展開します。
- ・ 市民のコンテンツ産業への直接投資機会環境を整備します。

【参考資料】

[コンテンツ産業] P.24参照

方法・期限

第一期（～2007）

- ・ 制作コンテンツを世に送り出すプロデューサー教育団体を設立します。
- ・ 知的財産流通・保護についての条項を、「横浜スタンダード型企業認定」基準に盛りこみます。
- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」取得企業向け中小企業型ファンドや、横浜アートマーケット(仮称)を通じて、コンテンツ産業が資金調達しやすい環境を整備します。

第二期（～2009）

- ・ コンテンツ関連外資企業を積極的に誘致し、世界のコンテンツ貿易拠点としての地位を確立します。
- ・ 中小企業型横浜債券市場にコンテンツ産業専門の研究機関を設け、産学共同での投資リスク診断の研究に取り組みます。

第三期（～2015）

- ・ 「横浜スタンダード型企業認定」を規範とする横浜証券市場において、コンテンツ産業を中心的産業と位置づけ、世界のコンテンツ企業の集積と上場を促進します。
- ・ 従来型産業からの産業移転も含め、市内常用雇用者10万人を超える産業へと育成します。

第19回 横浜経済人会議について

(社) 横浜青年会議所が1983年に第1回を開催して以来今年で19回目になります。

● 青年会議所とは

青年会議所(JC)は、“明るい豊かな社会”の実現を同じ理想とし、次代の担い手たる責任感をもった20歳から40歳までの指導者たらんとする青年の団体です。青年は人種、国籍、性別、職業、宗教の別なく、自由な個人の意志によりその居住する各都市の青年会議所に入会できます。

54年の歴史を持つ日本の青年会議所運動は、めざましい発展を続けておりますが、現在727の都市に43,000人余の会員を擁し、全国運動の総合調整機関として日本青年会議所が東京にあります。全世界に及びこの青年運動の中核は国際青年会議所ですが、98カ国に国家青年会議所があり、26万人以上の人々が国際的な連携をもって活動しています。日本青年会議所の事業目標は、“社会と人間の開発”です。その具体的事業としてわれわれは市民社会の一員とし、市民の共感を求めた社会開発計画による日常活動を展開し(自由)を基盤とした民主的集団指導力の開発を押し進めています。さらに日本の独立と民主主義を守り、自由経済体制の確立による豊かな社会を創りだすため、市民運動の先頭にたつて進む団体、それが青年会議所です。

● 第19回横浜経済人会議 概要

開催日時 2005年9月2日(金) 14:00~20:50
9月3日(土) 10:00~17:00

開催場所 パシフィコ横浜会議センター

「しあわせ座談会」

「しあわせフォーラム」

分科会①市民がつくるマニフェスト ~市民がつくる経済政策~

分科会②横浜型金融システム ~特区、構造改革による経済効果~

分科会③横浜FTA都市間自由貿易構想 ~特区、構造改革による経済効果~

分科会④いつの時代も文化を発信し続けるまち横浜 ~BankART1929の挑戦~

分科会⑤温故知新☆やつぱ、いいね横浜 ~学生の感覚で歴史的建造物の新発想~

分科会⑥横浜市開港記念会館再び! ~生まれ変わる横浜のシンボル『ジャック』~

分科会⑦横浜発現代芸術の国際展、開催迫る! 『横浜トリエンナーレ2005』

ヨコハマクリエイティブサロン~感性が生み出す創造をビジネスへ~

展示スペース

● 第19回横浜経済人会議 趣意書

テーマ「夢みる・集う・協働する!しあわせのまちヨコハマ」

横浜は、1859年の開港によって国内外の窓口として栄え、人々の夢や希望とともに文明や文化を導入し、人・物の交流が盛んなまちとして発展してまいりました。そして現代、横浜は人口も350万人を超える世界有数の都市へと成長しました。しかし、その反面、雇用問題や少子高齢化、外国人就労問題、都市間競争の激化など、都市としての課題が山積しています。このような状況下、横浜市では、「民の力が存分に発揮される都市・横浜の実現」という行政プランのもと、それら課題解決に向け、企業や市民・NPOなど様々な民の力との協働を推進していきこうと、既に活動を開始しています。

(社) 横浜青年会議所では、本年度「しあわせの選択」というテーマのもと運動しています。これは、ますます複雑化する社会において、決断を迫られたときに目先の利益にとらわれるのではなく「しあわせ」というものさしで測ってみようというものです。しかし、現実の企業活動においては難しいことであり、ましてや単独で行うことは困難なことです。行政・企業・市民が「しあわせ」というものさしで新しい価値観を横浜に誕生させ、ものの豊かさを中心とするグローバルスタンダードに代わる、こころの豊かさを基準とした新しい価値基準となる「横浜スタンダード」を構築することこそが、横浜にとって必要なことなのではないでしょうか?今こそ、行政・企業・市民が心をひとつに真のしあわせに向かって行動を起こさなければなりません。私たちは、これらの実現に向けて「夢みる・集う・協働する!しあわせのまちヨコハマ」をテーマに第19回横浜経済人会議を開催いたします。

本会議では、大規模な市場の存在、歴史ある横浜港、クリエイティブシティへの取り組み、国内外からの高い集客力そして多様な都市政策等の横浜ならではのポテンシャルを活かして、経済・文化・制度など様々な側面から世界中の人々と議論し、世界の事例に学び、横浜に新しい価値観を生みだすための基準「横浜スタンダード」を構築し、「横浜JCマニフェスト」として世界に発信いたします。行政に対しては横浜スタンダードの確立に必要な法改正や構造改革特区申請を見据えた行動、企業や市民に対しては横浜スタンダードの啓蒙や協働を目的とした協議会などの設置に向けた活動、文化面については、クリエイターをはじめとする多くの人々が集える交流サロン等が提供できるような環境づくりを目指し、開港150周年を見据え「横浜JCマニフェスト」の実現に向けて行動を開始いたします。そして、「しあわせのまちヨコハマ」の実現を目指します。

つきましては第19回横浜経済人会議を開催するにあたり絶大なるご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

● 横浜経済人会議のあゆみ

- 第1回** 1983年 テーマ「横浜経済の自立と発展」～未来都市横浜・MM21と横浜経済を語る
(MM21の基本構想、MM21に対する地元経済界の役割、MM21と交通基盤の整備)
- 第2回** 1984年 テーマ「新創経済の自立と発展」～横浜の都市づくりとアイデンティティ確立
(MM21と横浜の都市づくり、21世紀国際文化都市を求めて、横浜の活性化とイベントの有効性)
- 第3回** 1985年 テーマ「新創業時代に向けての横浜経済」～21世紀を先駆けるアーバニティの創造
(国際性とイベント戦略・F1グランプリ、HUMAN PORTをめざして、未来型情報ネットワーク都市をめざして)
- 第4回** 1986年 テーマ「国際文化都市横浜の再生と創造」～コミュニケーションポートをめざして
(ワールドコンベンションシティ・横浜、未来に伝えよう文化の息吹、ヒューマン情報都市・横浜)
- 第5回** 1987年 テーマ「国際化時代におけるヨコハマの都市戦略」
(都市基盤の整備、知的資源の活用・横浜国際合弁大学の誘致)
- 第6回** 1988年 テーマ「“らしさ”の探求」～国際文化都市横浜 その過去・現在・未来
(日本の国際化と横浜の都市戦略、横浜経済とイベント戦略、コンベンションシティ横浜・未来への展望)
- 第7回** 1990年 テーマ「ポータルネッツサンス横浜」～未来の「港」Seaport Airport and Teleport
(ベイエリアのアメニティーを探る、首都圏第三空港、テレポート構想)
- 第8回** 1991年 テーマ「夢への挑戦」～神奈川に第三空港はできるか！
(空港構想プレゼンテーション、パネルディスカッション)
- 第9回** 1992年 テーマ「神奈川空港行動宣言」～21世紀・神奈川は空港なしで生きられるか？！
(神奈川航空ネットワーク戦略、神奈川空港を実現するために)
- 第10回** 1993年 テーマ「国際情報文化都市・横浜の魅力づくり」
(スポーツイベントと横浜PR、横浜経済の国際化)
- 第11回** 1994年 テーマ「元気なヨコハマここに在り！」～交際・業際・国際
(スポーツによる地域パワーの結集、ニュービジネスの創造、海外ネットワークの構築)
- 第12回** 1996年 テーマ「BUILD UP `96」～ここに集い、「まちのみらい」を共に築こう！
(首都圏第三空港の早期開港に向けて、赤レンガ倉庫会議、熱闘スポーツ会議)
- 第13回** 1997年 テーマ「ポータルレボリューション」～活力ある港 賑わいのある都市を求めて
(文化振興会議、港のあるべき姿、都市政策会議、芸術文化が交流する賑わいのある新たな文化創造の拠点を整備する)
- 第14回** 1998年 テーマ「信頼と友愛」～ワールドカップに向け、文化交流の礎を築きたい
(2002年2ヶ国共同開催のワールドカップサッカーに向け、開催予定地の日本、韓国それぞれの10ヶ所の理事長が一同に会した)
- 第15回** 1999年 テーマ「千客万来の横浜をめざして」～東海道貨物支線の客線化と赤レンガ倉庫の文化的な活用
(横浜のイメージ戦略、京浜臨海部の再編整備、文化の創りだす賑わい、スポーツコンベンション)
- 第16回** 2000年 テーマ「スポーツコンベンション都市・横浜への挑戦」～元気な横浜実践フォーラム
(2002ワールドカップにむけて、4つの提言 横浜のホスピタリティーを世界にアピールするネットワークづくり、横浜国際競技場の愛称公募、横浜ベイブリッジ市民マラソン、横浜ボールパーク)
- 第17回** 2001年 新まちづくりフォーラム「横浜オリジナルへの指標」
(～「21世紀・横浜の生存条件」とは～)
- 第18回** 2003年「目覚めよ起業家精神！生まれよベンチャー育成都市 横浜」
(横浜経済を活性化させるには何が必要か。オンリーワンの都市横浜を誕生させるには何が必要か)

参考資料

〔市場化テスト〕

官民競争入札、官業の民間開放のこと。行政改革の一環としてこれまで「官」が独占してきた「公共サービス」分野で民間に任せられることができるものについて「官」と「民」が対等な立場で競争入札に参加し、価格・質の両面で最も優れた者が、そのサービスの提供を担っていく制度です。市場化テストの先進国、イギリスやアメリカ、オーストラリアなどでは、救急車の手配から刑務所の運営まで、さまざまな分野で市場化テストが行なわれています。日本でもハローワークの職業紹介、社会保険庁の保険料徴収などへ市場化テストの導入が議論されています。市場化テストの導入目的は「公共サービスの質の向上」「公共サービスの効率化」「民間のビジネスチャンスの拡大」があげられます。

〔ローカル・マニフェスト推進ネットワーク〕

マニフェストは2003年の統一地方選挙と総選挙に取り入れられ、日本の政治においても市民権を得ました。これを更に意義あるものとするには、国民にとって身近な地方選挙、特に自治体の首長選挙において、マニフェスト型選挙を実践することが重要です。今後は、そうして選ばれた首長がリードし、各地域が自立し国と対等な関係を築き上げる時代になります。それは同時に有権者の意識を高め、国の政治の大変革をも促します。

そのためには、首長選挙の全候補者がマニフェストを作成し、それを広く有権者に開示し、課題を提起した上で、自分の政策を明確にするプロセスが必要です。首長が自ら率先してマニフェスト型選挙を実践することにより、有権者の側もマニフェストを手がかりにリーダーを選ぶという本来の民主主義を創り上げることが出来ると考えます。

以上のような趣旨のもと、市民サイドの組織として全国各地で「ローカル・マニフェスト推進ネットワーク」が結成されました。2005年6月には横浜JC黒川理事長も発起人の1人として、かながわローカル・マニフェスト推進ネットワークが結成され、青年会議所からは神奈川ブロック協議会の会長を副会長として輩出しています。「ローカル・マニフェストへの市民提案の橋渡し」を事業内容に盛りこんだことで特色を出しています。

かながわローカル・マニフェスト推進ネットワーク事業内容

- ローカル・マニフェストの普及・推進
- ローカル・マニフェストの研究
- ローカル・マニフェストの研修
- ローカル・マニフェストへの市民提案の橋渡し
- 「市民による政策提案プール」の設定
- 「市民政治対話集会」の開催
- 市民・NPOによる政策形成支援
- 市民やNPO等によるローカル・マニフェストに向けた政策形成への支援を行う。

〔構想日本による事業仕分け〕

横浜市経済局の「事業仕分け」作業が平成16年12月実施されました。

目的は行政のスリム化等、横浜市が進めている改革に具体的に資するよう、外部の視点から、個々の事業についてその主体ややり方（民間との協働等）などを見直すこと。さらに、「三位一体」改革など行政改革の進展をはばむ、地方に対する「国のコントロール（関与・規制）」を個々の事業に沿ってリストアップされました。

見直し議論は平成16年度の「経済局」事業（一般会計の100事業、約639億円）を対象に見直しが行われました。参加者は横浜市職員、他市職員/議員（構想日本のネットワーク）、「21世紀の風運動」の会、（社）ニュービジネス協議会メンバー・関係者（5班で実施）。主催が構想日本、「21世紀の風運動」の会と（社）ニュービジネス協議会。そもそも論として事業数のうち58%は不要または民間が行うべきとの仕分け結果になり、現実論として事業数のうち45%は不要または民間が行うべきとの仕分け結果になりました。

平成17年5月の横浜市の外部評価のまとめでは不要とされた44事業についてまとめられました。

廃止した事業6事業、見直しを行った事業7事業、18年度予算に向けて検討する事業が26事業ありました。

〔横浜スタンダード型企业認定基準（案）の骨子〕

「物質的豊かさからこころの豊かさへ」

利益、効率最優先から脱却し、本業をとおした社会貢献していくための企業指標

従来からの企業指標の項目だけでなくRQ（Reputation Quotient：企業評価指数）のように、企業の評判を測定するための標準化された指標、外側からみた企業の長所や弱点、競合他社の評判、それを左右する要因などの項目も考慮します。

- | | | |
|----------------|--------------------|------------------|
| 指標 1： 「企業倫理」 | 指標 6： 「社会支援」 | 指標11： 「女性が働きやすい」 |
| 指標 2： 「経営の健全性」 | 指標 7： 「環境保護」 | 指標12： 「障がい者雇用」 |
| 指標 3： 「消費者志向」 | 指標 8： 「個人情報保護」 | 指標13： 「家族重視」 |
| 指標 4： 「地域との共生」 | 指標 9： 「知的財産の流通・保護」 | 指標14： 「国際化」 |
| 指標 5： 「情報公開」 | 指標10： 「社員にやさしい」 | 指標15： 「横浜らしさ」 |

[F T Aをめぐる現状と F T A推進の必要性]

経済グローバル化が進展する中、自由貿易体制の維持強化が重要で、WTOの果たす役割は依然として大きく、WTOで実現できる水準を越えた、あるいはカバーされていない分野における連携の強化を図る手段としてFTAを結ぶことは、日本の対外経済関係の幅を広げる上で大きな意味があります。

EU、米は大規模な地域経済貿易網の構築と、WTO交渉の両方を睨んだ政策を追求しており、今回の新ラウンドは、このような大規模地域統合が構築される前の最後の多角的貿易交渉と言えます。日本としても、WTO交渉のみならず、FTAの動きも視野に入れた対外経済関係の強化を行う必要があります。

自由貿易協定を推進する具体的メリット

経済上のメリット

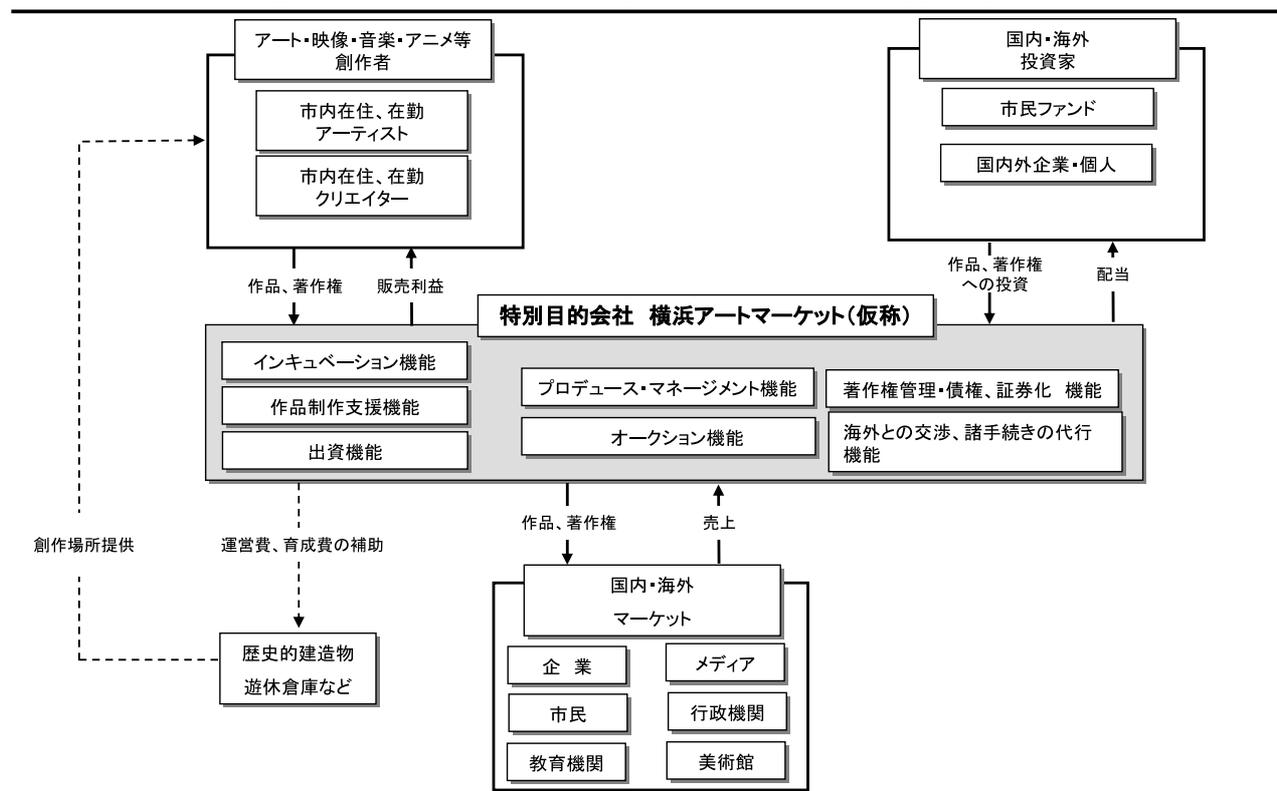
輸出入市場の拡大、より効率的な産業構造への転換、競争条件の改善の他、経済問題の政治問題化を最小化し、制度の拡大やハーモニゼーションをもたらします。

政治外交上のメリット

WTO交渉における交渉力を増大させるとともに、FTA交渉の結果をWTOへ広げ、WTOの加速化につなげる。また、経済的な相互依存を深めることにより相手との政治的信頼感も生まれ、日本のグローバルな外交的影響力・利益を拡大することにつながります。

[横浜アートマーケットのビジネスモデル]

横浜アートマーケット(仮称)ビジネスモデル概要(案)



[指定管理者制度]

地方自治法の改正と指定管理者制度

公の施設の管理に「指定管理者制度」を導入した地方自治法の一部を改正する法律が平成15年6月に公布され、同年9月から施行されたことを受けて地方自治体の施設にも、従来の管理委託制度に替わって指定管理者制度が適用させることとなりました。

制度の目的

「指定管理者制度」とは、多様化する住民ニーズにより効果的かつ効率的に対応するため、公の施設の管理に民間の能力を活用しつつ、住民サービスの向上を図るとともに経費の削減等を図ることを目的としています。

従来の管理委託制度から新しい指定管理者制度への変更

従来の管理制度では地方公共団体の出資法人、公共団体、公共の団体が管理受託者として公の施設の管理を行うというものでしたが、地方公共団体の指定を受けた者が「指定管理者」として管理を代行するもので、指定管理者の範囲として特段の制約を設けずとしており、指定管理者として民間事業者も含め、広く門戸が広がることとなります。

指定管理者制度の効用

1. この制度によって、住民にとっては公の施設を民間業者が一元的に管理運営することによって施設の効率的な運営管理がなされるほか、非営利活動団体（NPO）等が管理運営を担う場合には、住民が地域の施設の管理運営に主体的に参画することが強く期待できます。
2. 行政にとっては、上述した効用のほかに当該施設の管理に要する人員の削減や経費の削減が見込まれることが大きな利点といえます。
3. 官から民への流れを大きく汲み取り、同制度を活用しながら「住民自治」の意識高揚と醸成を図れます。

[コンテンツ産業]

映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、ゲーム、図形、色彩、動作、映像など、知的財産そのものを生産する産業。日本におけるコンテンツ産業の市場規模は2005年現在で約13兆円と推定され、今後も拡大が期待されます。しかし、コンテンツ産業を支える制作会社の多くは企業規模で言えば従業員が50人以下、資本金が3,000万円～5,000万円の企業であり、資金調達やコンテンツ流通経路、マーケティングなどに関して取り組むべき課題を多数抱えています。

コンテンツ産業の現状

日本のコンテンツ産業の市場規模は約13兆円、世界市場は約124兆円
日本のコンテンツ産業のGDPに占める割合（2%）は米国（5%）及び世界平均（3%）に及ばない。
コンテンツ産業は高成長産業（世界全体で2006年に6.5%、アジアでは7.5%で成長）
日本コンテンツの海外展開規模は3,258億円。世界のアニメの65%は日本製。対米輸出ではアニメは鉄鋼製品の3倍。アジアでは日本のポップカルチャーが人気。
韓国・台湾の追い上げ（国家戦略としてコンテンツ産業を支援。韓国・台湾ドラマが日本を上回る人気）
波及効果が大きいコンテンツ産業（「ポケットモンスター」は、ゲームソフト売上は930億円だが、アニメ、映画、キャラクター商品など波及効果全体は2兆3千億円）

コンテンツ産業の課題

業界構造・取引慣行・流通事業者（放送局など）が制作事業者（プロダクション）を下請化していること。
資金調達が難しいこと。（制作事業者の資金力の弱さが下請化の原因）
コンテンツ制作者に対する評価・社会的認知度が低いこと。（クリエイターの給料が低く現場の「空洞化」が進行）
プロデューサー人材の不足。（優れた流通プロデューサーが不在。コンテンツがビジネスに結びついていない）
海賊版による被害が横行していること。（国際的な著作権の保護が急務。アジア地域での被害は2001年で9800億円、2010年には1兆6000億円に）

国の動き

平成16年5月に政府知的財産戦略本部が「コンテンツビジネス振興政策～ソフトパワー時代の国家戦略」を発表、国会では議員立法で「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」が成立しました。
国家戦略としてコンテンツビジネスは、今後の日本を支える産業の柱として位置づけられています。

編集後記

どうすれば横浜のまちは良くなるのだろう。横浜が都市として発展するためには、特徴を活かす必要がある。それでは横浜らしさとは何だろう、どうすれば横浜の良さを経済の活性化に活かせるのだろうという問いかけからはじめました。そして「横浜の特徴がいま明確でないのならば自分たちで明確にしていこう！自分たちが働いている、住んでいる横浜のまちがこうありたいという夢や希望を自分たちで描く必要がある。人任せにはしてられない」そう考え、それをマニフェストにとりまとめることにしました。

（社）横浜青年会議所がつくるマニフェストとはどんなものなのか、私たちにどのような事ができるのか、また何を約束することができるのか、私たちはこのように考えました。『横浜』Cが、自分たちだけで今すぐにできそうなことを、方法論から期限など記載してつくるのでは、単なる事業計画になってしまう。横浜』Cマニフェストは現実的ではないと思われるかもしれない。空想家と笑われるかもしれない。しかし賛同していただける皆さんと協力しながら一緒にやっていけば実現できる、そんな夢を描こう！そしてその中心となって行動を起こしていこう！横浜のみらいは我々が創るのだ！ということ約束しよう』

横浜のまちをみると、どうしても東京にたいする二番手の位置づけになっているものが多いのが現状です。なぜ企業やお金は東京に一極集中してしまうのか、その答えは現在の経済の判断基準にあります。いまのグローバルスタンダードでは効率を最優先に考え、物質的な豊かさを基準にしますが、その場合にはやはり東京が一番になります。

ではなぜ我々は横浜で仕事をしているのだろう、横浜に進出して来た企業はどうして来るのだろうかということ突き詰めていくと、横浜ならではの考え方があることが分かりました。それを研ぎ澄ませていき、グローバルスタンダードに代わるころの豊かさを基準にした新しい価値基準を「横浜スタンダード」と定義しました。

個々の政策では「横浜スタンダード」を実現するためにどうすればよいのかをまとめました。政策1では自分たちで横浜のみらいを描こうということシンクタンクの設立で表現しました。政策2では経済活性化のためには企業が元気にならなければならない、そのためのしくみのひとつとして金融システムに取り組みました。政策3では横浜らしさの追求としての港や海外の窓口としての横浜の顔があります。その特徴をさらに鮮明にするために必要なこととして貿易自由化を核に考えてみました。文化芸術面を考慮しながら政策4から6には市民アートネットワーク、歴史的建造物の有効活用、コンテンツ産業を盛り込みました。全体構成を考えた上でバランスの取れた良いものになったと思っています。

私たちはこの横浜』Cマニフェストをこんな思いをこめて作成しました、その中で、これからの横浜のまちにとって市民が自らマニフェストを作ることが必要不可欠なことであると実感しています。

この横浜』Cマニフェストにご賛同いただける皆さん、ぜひ一緒に活動していきましょう。それぞれの政策にむけて、私たちができることから取り組んでいきます。また皆さんもぜひ、横浜のあるべき姿や夢を思い描いてみて下さい！市民みんながあるべき姿を描き、実現に向けて努力をしていけばきっと横浜は魅力にあふれ、誰もが憧れる、輝いている「しあわせ」が一杯のまちになっていくと確信しています。

2005年度 社団法人 横浜青年会議所

まちづくり室	室長	大川 哲郎
横浜経済人会議企画運営委員会	委員長	飯島 啓晴
魅力ある横浜文化創造委員会	委員長	年友 貴志
輝きのある横浜経済創造委員会	委員長	西村 幸浩

第19回 横浜経済人会議担当委員会名簿

担当副理事長 江 森 克 治

まちづくり室 室長 大 川 哲 郎

横浜経済人会議企画運営委員会

委員	長	飯 島 啓 晴
副委員	長	岩 瀬 貴 育
副委員	長	相 馬 江 太
副委員	長	矢 澤 雄 太
幹事		上 曾 朋 広
幹事		廣 段 康 行
幹事		松 葉 信 一
アドバイザー		矢 川 修 紀
委員		家 田 昌 紀
委員		石 部 茂 治
委員		遠 藤 考 裕
委員		佐 久 川 裕 次
委員		柿 家 由 正
委員		澁 谷 道 一
委員		寺 道 貴 弘
委員		中 川 克 樹
委員		堀 合 英 樹
委員		堀 越 宏 之
委員		増 田 尚 成
委員		山 本 成 寿

魅力ある横浜文化創造委員会

委員	長	年 友 貴 志
副委員	長	小 島 大 顕
副委員	長	関 大 健 一
副委員	長	守 屋 恒 成
幹事		牛 山 朋 浩
幹事		鈴 木 浩 久
幹事		半 田 紀 光
アドバイザー		石 井 紀 光
委員		ナリシニアドバニ
委員		伊 東 洋 子
委員		今 井 誠 宏
委員		上 村 彰 宏
委員		大 野 彰 治
委員		大 川 淳 直
委員		洪 上 谷 一 樹
委員		高 橋 秀 一
委員		中 尾 和 謙
委員		山 口 謙 一
委員		横 山 清 行

輝きのある横浜経済創造委員会

委員	長	西 村 幸 浩
副委員	長	菽 原 雅 彦
副委員	長	矢 沢 孝 仁
副委員	長	脇 田 弘 幸
幹事		岡 本 央 典
幹事		小 野 哲 司
幹事		小 木 村 祐 光
アドバイザー		郡 司 山 武 靖
委員		相 山 本 芳 美
委員		岡 本 保 隆 幸
委員		川 久 原 武 三
委員		北 原 備 力 章
委員		吉 備 井 木 敦 健
委員		白 鈴 沼 田 大
委員		鈴 原 矢 田 萩 内
委員		沼 原 矢 山 依 珠
委員		依 田 珠 栄

横浜JCマニフェスト 第19回横浜経済人会議

発 行 社団法人 横浜青年会議所
〒231-0023
横浜市中区山下町2番地 産業貿易センター6F
TEL.045(671)7485~7 FAX.045(671)7489
URL:<http://www.yokohama-jc.or.jp/>

発行責任者 黒川 勝
発 行 日 平成17年9月3日