

# MICE国際競争力強化委員会 更に委員会で検討すべき施策課題(主要例)

平成25年3月7日(木)

観光庁

# 1. 都市競争力の強化に向けたMICEの戦略的活用

- 海外の有力国・都市では、ビジネス系の国際会議や見本市などのMICEを、国や都市の産業振興のツールとして活用している事例も多い。
- シンガポールでは、自国における戦略産業・ビジネス分野の大型国際会議・見本市を毎年開催し、世界中のビジネス関係者を同国に呼び寄せつつ、自国の産業発展に戦略的に活用している。水産業の育成のために創出した「Singapore Water Week」は著名な例。
- ミュンヘンでは、域内のバイオ企業やバイオ研究で著名な大学、研究所が産業クラスターを構成しているが、その発展において同市で開催される「Analitica」という見本市・国際会議が、その産業集積に大きく寄与している。

## ビジネス関連MICEの創出事例 Analitica(ミュンヘン)

## ビジネス関連MICEの誘致事例 Sibos2012(大阪)

### 概要 ポイント

- 展示会主催企業のメッセミュンヘンが主催する世界最大規模のバイオ・化学関連のMICE
- 世界37の国から1,000社超が出展(内、35%海外企業)。110の国から3万人超のバイヤーが参加。
- ミュンヘンのバイオ関連の産業集積に多大な寄与

- SWIFT(国際銀行間通信協会)が主催する世界の金融業界で最大規模のMICE
- 世界各国から世界の金融機関幹部ら約6,200名が参加(うち外国人参加者4,500人)
- 誘致では大阪府・市に加え、関西経済同友会、メガバンクがトップセールスを実施。

### 期待される 効果

- 自地域のバイオ産業クラスターの強化
  - ✓ 世界中のバイオ関連の研究者・キーパーソンに対してミュンヘンの研究開発力・産業競争力をPR
  - ✓ 地元企業と海外企業の共同研究のきっかけづくり等

- 我が国金融産業の世界的なプレゼンスの向上
  - ✓ 我が国の金融業界人材が最新の知見に触れる機会提供
  - ✓ 交流による我が国金融業界と世界の金融業界の人的ネットワークの構築・強化

- MICEは、ビジネス振興・産業集積やイノベーション環境整備に大きな効果を有する戦略的ツール
- 都市の経済政策の中で、MICEを戦略的に活用するという視点が求められる

## 2. MICEプロダクトの整備 ユニークベニューの利用環境整備

- 海外都市においては、ユニークベニューを利用したレセプション等の開催は一般的となっている。その一方、我が国においては一部で文化施設や歴史的建造物等をユニークベニューとして開放する事例は見られるもの、その数は限定的。
- 開放されていても、利用手続きの煩雑さ等使い勝手が悪いため、十分に活用されていないケースも多い。
- MICE開催地として選出されるためには、ユニークベニューを利用した“特別感”、“地域特性”に富んだレセプション等の提案も必要とされるが、ユニークベニューの利用が進んでいない現状は、我が国の国際的なMICE誘致競争力の押し下げ要因の一つとなっている。
- 今後、ユニークベニューの利用環境整備を進めるにあたり、障壁となっている事項について整理するとともに、その解決方策を検討する必要がある。

### 海外事例

#### ● 豊富・多様なベニューの開放

世界遺産でのレセプション



出所：CIBTM2013webサイトより

#### ● 利用者視点に立った情報発信・利用手続き・利用ルール

例＝Unique Venues of London  
(ロンドンのユニークベニュー協会組織)

- 専用HPの運営等ワンストップ窓口業務
- ガイドブックの作成、立地・用途・キャパシティ等でのベニュー検索システム
- 加盟施設の品質の維持・向上

### 日本の現状・課題

#### ● ベニュー開放の遅れ

- ポテンシャルの高い施設はあるものの、ユニークベニューとしての開放は進んでいない
- 公的施設の民間(貸切)利用に対する、施設管理運営者・市民等の抵抗感

#### ● 限定的な利用、煩雑な手続

- 利用条件、利用スペース、準備作業時間等の制限
- 施設管理運営者、保健所、消防等、多数の申請窓口

#### ● 情報発信不足

- 利用可能施設に関する情報の不足
- 利用ルール・基準等の整備・公表が不十分

### 対応の方向性

#### ● 施設管理運営者の理解

- MICE振興の意義・効果、自主財源の確保や利用者数の増加等ベニュー開放がもたらす施設へのメリットに対する理解の促進
- 保存に留まらない活用への転換

#### ● 利用のしやすさ向上

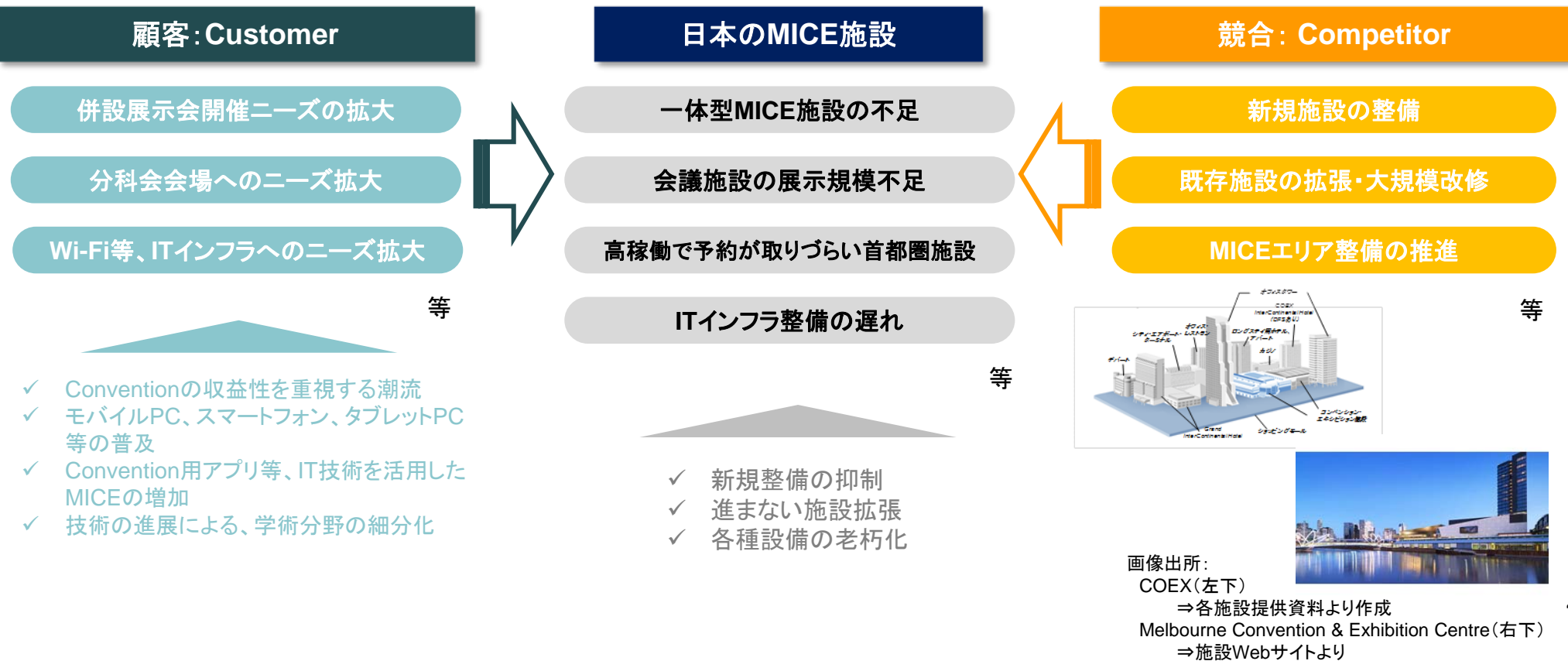
- 商品化(売り物としていつでも提供できる状態)
- ワンストップ窓口の設置
- 利用者視点に立った情報発信
- 消防法、食品衛生法及び関連条例等に関わる運用面の見直し

#### ● 住民理解

- MICE振興・ベニュー開放の意義・効果に対する理解の促進

## 2. MICEプロダクトの整備 MICE施設の整備

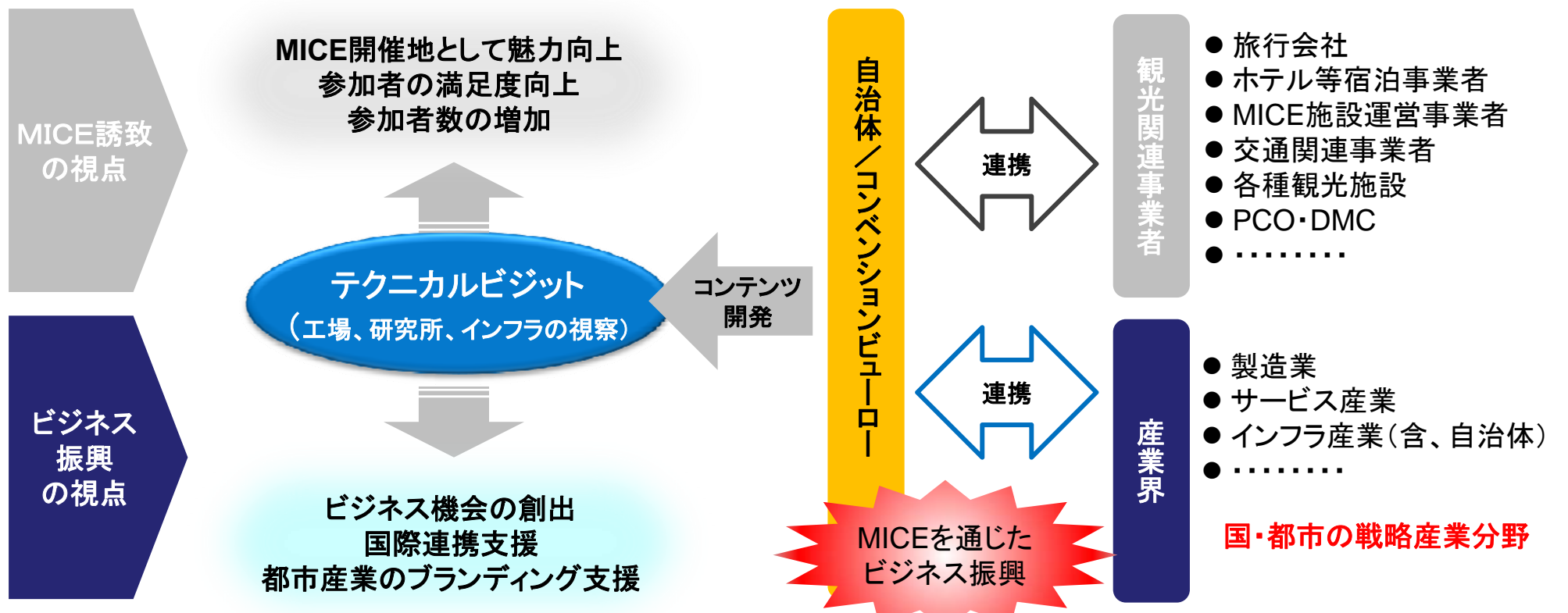
- 主催者ニーズの変化、競合国におけるMICE施設整備の促進等に対して、競合国よりも早期に整備されたものが多い我が国のMICE施設は、その規模・質において、競合国から後れを取っていると云わざるを得ない状況。
- 都心部に立地するMICE施設は、稼働率がほぼ上限に近いところにある。そのため、リピート利用ニーズへの対応で施設利用枠は飽和状態となっており、新規に利用枠を確保するのも難しい状態となっている。
- MICE施設のスペックは誘致競争に参加するための前提条件であり、MICE施設整備の推進は必須の課題と言える。



## 2. MICEプロダクトの整備 テクニカルビジット等の受入環境整備

- 開催される会議分野における有力企業や研究機関、関連施設(プラント等)を紹介するテクニカルビジットは、会議参加者の満足度を高め、会議そのものの付加価値の向上に貢献する。
- 「日本の最先端技術を知りたい」といった日本そのものの技術力や製品に対する関心は高い。開催地域にとっても、PRの良い機会となる。
- 但し、テクニカルビジットの実現に向けては、これまで観光業界を中心に構築されてきたMICE受入体制の枠を、他産業および自治体等も含めた地域全体へと拡大することが必要となる。

### 国内産業との連携によるテクニカルビジット等を通じた産業振興

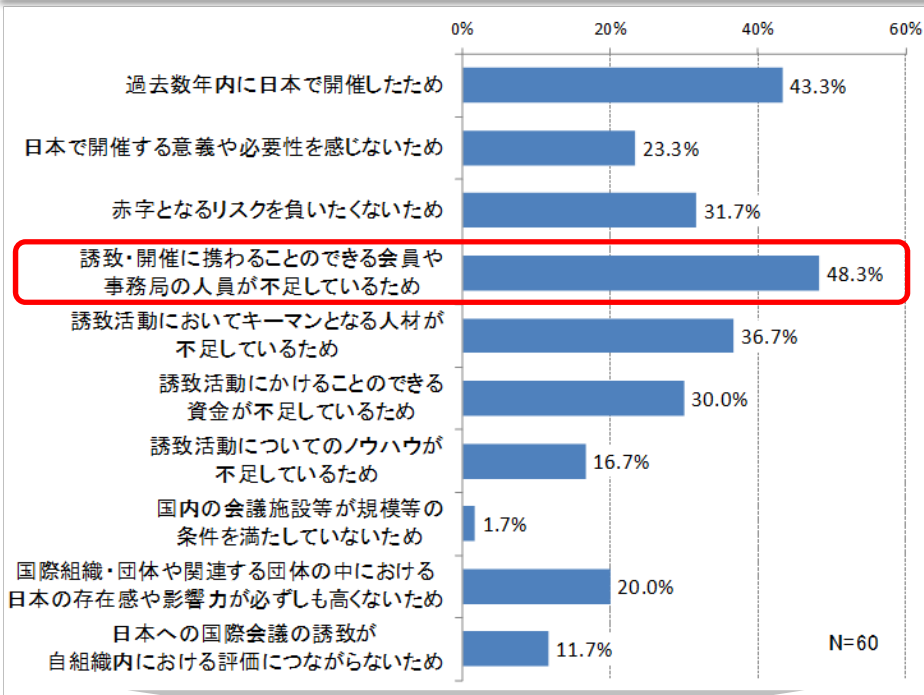




### 3. 誘致体制強化 学会(大学教員等)に対する誘致・開催サポート体制の充実

- 学術系の国際会議においては、日本国内の学会関係者(主催者)が会議誘致に向けて立候補することが第一歩となる。この主催者は、大学の教員や研究者であることが多い。しかしながら、大学教授・研究者は研究活動等で多忙であることから、会議誘致に踏み出しにくい状況となっている。
- 一方、海外の有力大学では、大学がカンファレンスサービスの機能を有しており、会議誘致・開催に伴う教員の事務負担を軽減するシステムができています。結果として、多数の会議誘致につながるとともに、教員の研究環境の向上が図られている。

#### 国際会議誘致に立候補しなかった理由



国際会議誘致に立候補しなかった理由として  
**“誘致活動のための人員不足”**が多数挙げられている

#### 海外大学におけるカンファレンスサービス事例

- 教員の国際会議誘致に関する事務負担軽減のためのカンファレンスサービスを大学組織として設置
- 主に学内で開催される会議について予算編成や会場選定、レジストレーション等の事務手続きをサポート
- 大学側にとっては多数の会議を誘致することで研究機関としての、知名度、ブランド向上に繋がるのがメリット

スタンフォード大学 カンファレンスサービス



下記のようなサービスをワンストップで提供することで研究者の負担を軽減

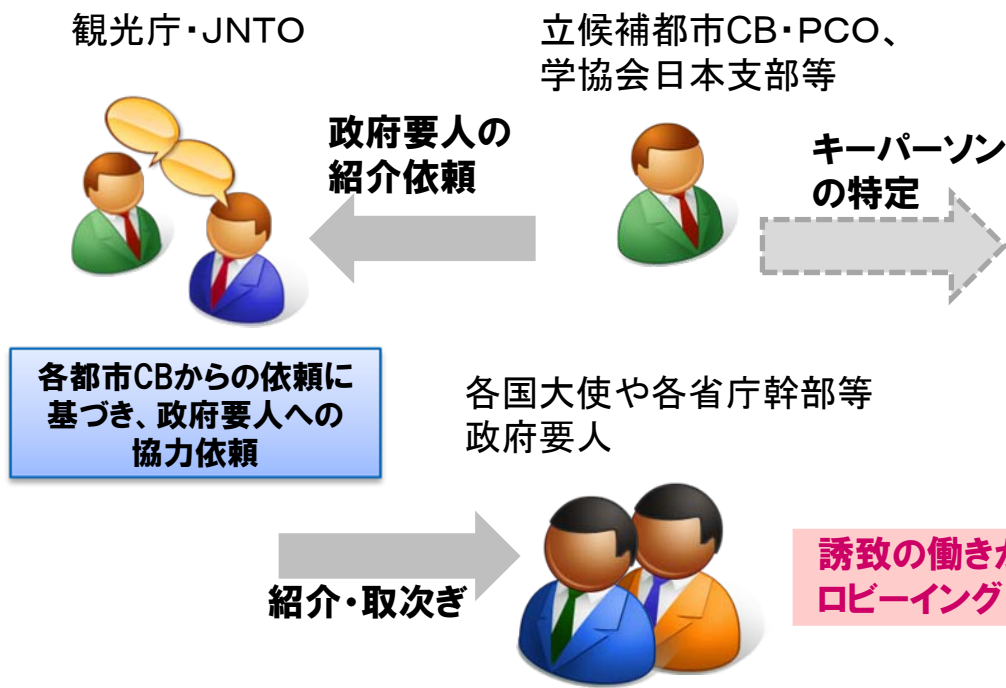
- 会議内容へのアドバイス
- 予算編成、契約関連のアドバイス
- 会場選定、準備
- スタッフの確保、派遣
- レジストレーション
- 飲食関係の手配 等

出所)スタンフォード大学ホームページ  
<http://www.stanford.edu/dept/rde/cgi-bin/drupal/conferences/>

### 3. 誘致体制強化 誘致・ロビーイングにおける政府内の連携強化

- MICE誘致においては政府が誘致に積極的である姿勢を見せることが有効である。開催地投票権を有する各国キーパーソンに対してPRを行う際には、政府の要人からの働きかけが大きな武器となりうる。国としての姿勢の提示に繋がるとともに、キーパーソンにとっても名誉なことと捉えられる。
- また、開催時、政府要人の開会式典等への出席・挨拶も、強い歓迎の意を表すこととなるため、国に対する印象にも好影響を与える。

#### 誘致活動・ロビーイングにおける政府内連携強化に向けて



#### タイ（バンコク）の事例(医学系国際会議)

- ・会議規模：6000名
- ・開催地決定方法：1カ国1票。計93票。会議開催時により投票により決定。
- ・「国際連合タイ政府代表部」から、すべての投票権者へレター発行した。

国際団体理事等  
開催地決定権者  
(キーパーソン)



# 3. 誘致体制強化 都市間の広域連携によるプロモーション・誘致の取組

- 誘致の初期段階では国対国で誘致競争を行うことがあり、MICE主催者やバイヤーに開催候補地としてアピールするには、「日本」というプロダクトを魅力的にプロモーションすることが重要。このような場合は、国内の都市が個別にプロモーション活動を行うよりも「チームJAPAN」としてプロモーションを行う方が効率的である。
- 国単位で考えると、一都市のみで独占的に誘致に取り組むだけではなく、時と場合によっては、より主催者のニーズに合致するような国内他都市に案件情報を提供又はお互いに交換できるような体制が望ましい。一方、都市側としても、プロモーションを共同で実施した方がリソースの有効活用に繋がる。

## 都市間広域連携によるプロモーションの効率化の案

### 【チームJAPAN】



チームJAPANとして国内全体のプロダクトや受入体制をプロモーション

MICE主催者・バイヤー



- 「JAPAN」ブランドで知名度が向上
- 共同でプロモーションすることで、国内受入関係者の信頼性や確実性をアピールすることが可能

### 【グレーター●●】



グレーター●●として共通イメージによる共同プロモーション

MICE主催者・バイヤー

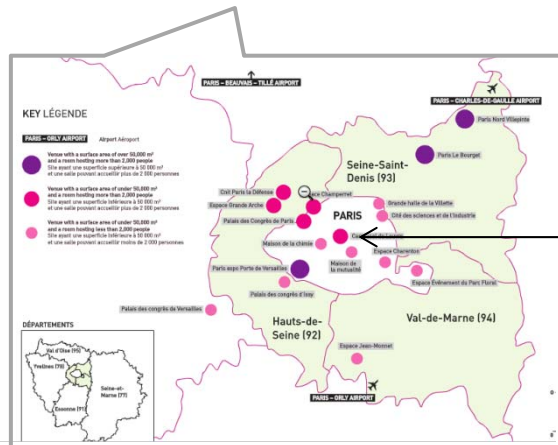


- 大都市や周辺都市それぞれの魅力を結集し広域エリアとしてPR
- 共同でプロモーションすることでより具体的な提案が可能

## 海外のプロモーション事例



パリのミーティングプランナーガイドは、パリ市のみではなく、周辺部を含む「グレーターパリ」を紹介している。



### パリ中心部



## 国内都市での実践に向けた課題・検討事項

- 都市・CB間の利害関係の整理
- 情報共有のメリットに関するデータ・資料づくり
- 国内都市・CB間での情報共有が可能な仕組み作り



### 3. 誘致体制強化 コンベンションビューローの財源確保

- 海外都市CBは、総じて国内都市CBより豊富な予算を有しており、その財源を元に様々な誘致競争力強化に資する活動を展開している。一方、国内CBの活動資金は少なく、本委員会で議論した活動を行うための十分な財源を有しているとは言い難い。
- 欧米を中心とした海外CBは、自治体からの交付金や会員企業からの会費収入だけでなく、自主事業やホテル事業者からの目的税等、様々な手法で活動資金を得ている。
- 多様な資金調達手法を備えることは、自治体の財政状況等に左右されにくい、安定的かつ長期的な活動をCBが行っていく上でも、重要と考えられる。

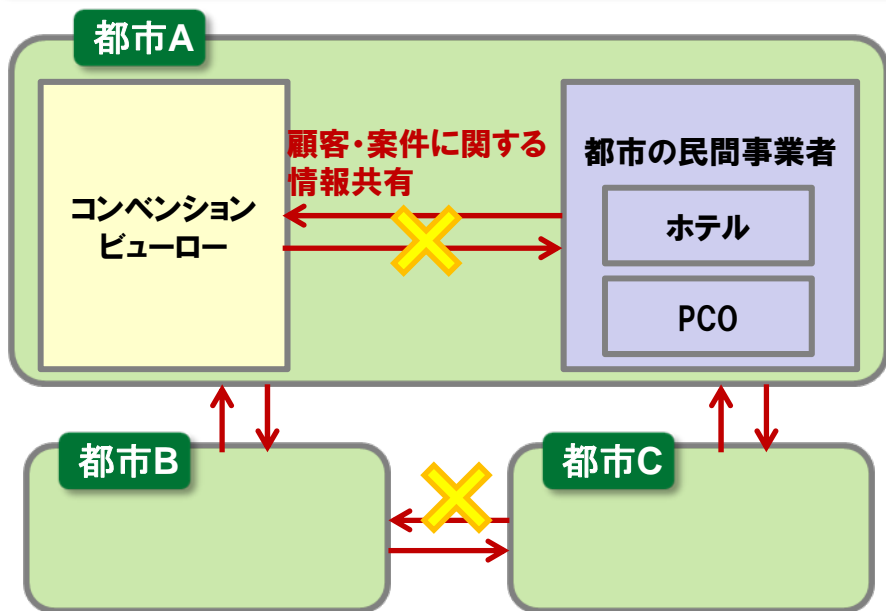
#### 海外各都市における財源確保に対する取り組み

財源確保手法	取り組み概要・事例
公的財源	<p><b>行政・議会に対してMICE開催が地域経済に与えるインパクトをアピールし、財源確保に注力</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓CBとしてMICE開催による経済波及効果を計測し、行政によるMICE振興の意義を定量化(ウィーン、オスロ、ベルリン、ストックホルム)</li> <li>✓IMEX等のMICE関連イベントに政治家等の意思決定者を招請しMICEの重要性をアピール(オスロ、ウィーン)</li> </ul>
CBによる自主事業収入	<p><b>CBとして一般観光関連事業やホテル予約サービス等の自主事業を展開</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓CBが交通パスや観光パス、オリジナルグッズの販売、ホテル予約サービス等の営利事業を展開。そこから得られる収益をCBの活動資金に充当(バルセロナ、ウィーン、ベルリン、オスロ)</li> </ul>
地元産業界等の拠出	<p><b>CB会員からの会費収入や、任意のスポンサーシップとして地元企業から受領</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ホテル客室数、MICE施設座席数等に応じた会費収入を活動資金に充当(バルセロナ、オスロ、ストックホルム、コペンハーゲン)</li> <li>✓地元企業からの寄付金等の収入を活動資金に充当(ウィーン)</li> </ul>
観光目的の地方税	<p><b>観光やMICEプロモーション等を目的とした目的税を自治体が課税</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓MICE施設周辺地区のホテルを対象に、客室売上に対する一定比率の課税を行い財源を確保。自治体を經由して、CB活動資金やMICE施設改修費用に充当(サンフランシスコ、ニューヨーク、オランダ等のアメリカの主要都市)</li> </ul>

# 4. マーケットリサーチの強化 誘致活動の取組事例・国内関係者の情報共有

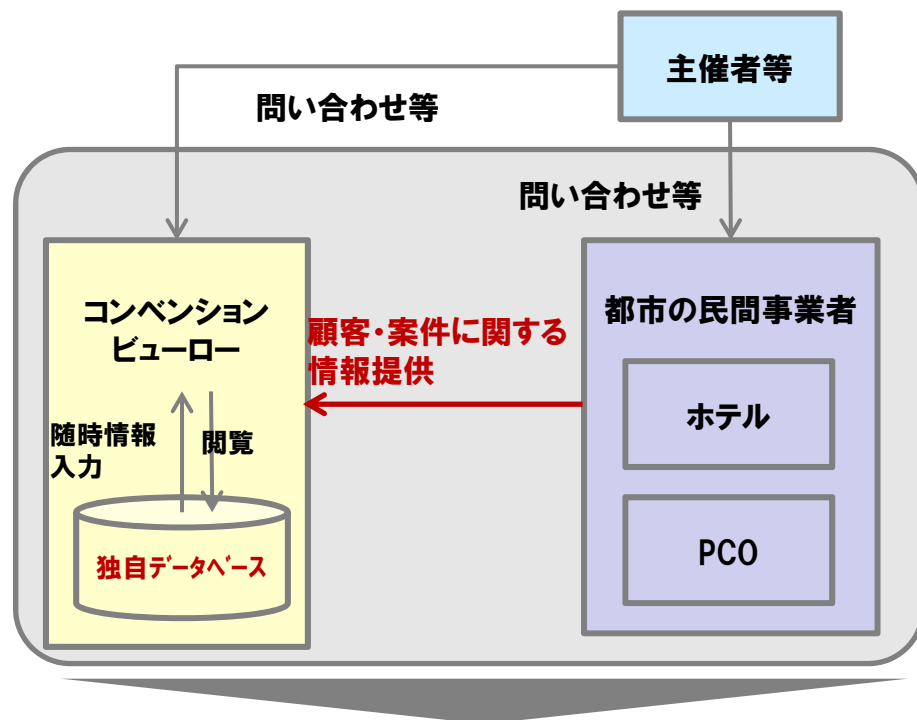
- ウィーンでは、都市内のホテル、PCO等の民間事業者と連携し、市内の国際会議開催に関連するすべての情報を独自に開発したデータベースで管理している。
- データベースの情報はコンベンションビューローのすべての活動の基盤となっており、民間事業者は活動の恩恵を受ける主体となるため、コンベンションビューローとの協力関係が生まれている。
- MICE開催に関連する情報を各主体が独自に抱え込むのではなく、一元的に把握することにより、案件情報の流通に関する全体最適が図られ、都市全体の誘致力向上につながっている。

## 国内の現状



- コンベンションビューローとホテル、PCO間での情報共有が不十分  
 ー 案件情報、競合国・都市情報、顧客情報 等

## 都市内民間事業者との情報共有(ウィーン)



国際会議誘致関連情報を各主体が独自に抱え込むのではなく、一元的に把握することで都市全体の誘致力を向上 <sup>10</sup>