

### 第3回 MICE 国際競争力強化委員会 議事録

日時：平成 25 年 6 月 14 日 金曜日 10 時 00 分～11 時 45 分

場所：中央合同庁舎 2 号館 16 階 国際会議室

出席者：

#### 【委員長】

西村 幸夫 東京大学先端科学技術研究センター所長・教授

#### 【委員】

石井 清昭 日本コンGRES&コンベンションビューロー(JCCB)副会長

石積 忠夫 日本展示会協会会長

川村 益之 JTB コーポレートセールス 代表取締役社長

小堀 卓 パシフィコ横浜 代表取締役社長

玉井 和博 立教大学観光学部特任教授

近浪 弘武 日本 PCO 協会代表幹事

塚本 稔 京都市副市長

中西 充 東京都産業労働局長

生江 隆之 日本経済団体連合会 観光委員会企画部会 部会長

松山 良一 国際観光振興機構理事長

分部 日出男 日本コンベンション事業協会会長

#### 【オブザーバー】

芝田 政之 外務省大臣官房国際文化交流審議官

永山 賀久 文部科学省大臣官房国際課長

(代)吉田 耕一郎 経済産業省商務情報政策局 参事官

#### 【事務局】

井手観光庁長官

志村観光庁次長

高見観光庁参事官

河野観光庁総務課長

乾観光庁観光涉外官

## 1. 開会

### ■開会挨拶（井手長官）

## 2. 資料説明（高見参事官）

## 3. 委員会メンバーによる意見および事務局からの回答

### 川村委員

- ・資料は非常に良くまとめられている。ただ、顧客ニーズ(顕在・潜在)の分析はもう少し深くすべき。その分析結果を踏まえて、我々はどういう対応をすべきなのか、短期の課題、長期の課題、誰がいつまでにやるのか、それをまとめればきちんとしたアクションプランが出てくると思う。
- ・「ブランド」について、資料ではサラッと書かれているが、これは非常に重要だと思う。都市のブランドのアイデンティティは何か、それをもっと深く掘り下げるべき。それがソリューションにもつながっていく。これをやらなければ、情報発信しても伝わらない。シンガポールや韓国等、他国のブランドの強みはどんなところにあるのか、それに対して日本のブランドはどうしていくべきなのか、徹底的に比較分析しながら打ち出していくことが大切。

### 小堀委員

- ・資料には、「MICE 開催の意義」についての記載が不足しているのではないかと。国、自治体、施設もそうだが、市民に対して開催意義をもっと知ってもらう努力をすべきではないか。高額な MICE 施設を造ることに対して理解を得ることも必要だが、特に政府間会議の開催時は、交通が規制されるなど、市民生活への制限といった問題が起きる。勿論、開催時には理解を求める活動はするが、日頃から理解醸成のための取組が大切。
- ・資料には、MICE 施設に関することがあまり書き込まれていない。施設は単なる貸し館ではない。国際会議の開催にあたっては多くのステークホルダーと連携が必要となるし、時代に合った施設や設備に更新していかなければならない。国際会議開催にあたって、施設は重要な役割を持つことから、ホテルだけでなく施設関連業者がどんなことに注力しているか、または注力すべきか、ということについてもっと書き込んでおくべき。
- ・アンバサダー制度について。国際会議の誘致活動は重要だが、一方で一般の大学の先生・研究者が国際会議に頻繁に参加することによって、自国で国際会議を開催する意義を自ずと認識出来るようになることも将来の国際会議誘致を考える上では重要。大学改革の中に、研究者が国際会議に参加することが評価される仕組み、更には国際会議の誘致が出来たら更に評価ポイントが上がるといった仕組みが組み込めないか。
- ・CBの強化は重要。誘致活動は、自治体・CB・施設が観光庁やJNTOの支援を受けなが

ら取り組むわけだが、観光庁の支援は出来ることの範囲に限られる。自治体でも CB の方が予算の使い道にしても自由度が高いように、実行部隊であり、継続的な取組が可能な JNTO の予算や体制を強化すべき。国が CB 強化を率先垂範してもらうことで自治体の取組を促すことになる。

#### 事務局（高見参事官）

- ・顧客ニーズの分析は、確かに大切であると我々も理解しており、報告書（案）でもソリューションということを提言した。ブランド構築についても是非考えていきたい。
- ・市民への普及・浸透について、海外の CB ではミッションステイトメントの 1 番目に書かれているが、日本の CB では、そういったことは書かれていない。
- ・施設についての書き込みが不足しているのではないか、というご指摘に対しては、どのようなことが出来るのか勉強したい。

#### 近浪委員

- ・MICE という言葉が閣僚会議で活字化されたことは大変嬉しい。今こそ、点を面にすべき。MICE 業界の総意を創り発言力を高めて引き続き官民の MICE を盛り上げる活動は続けていくべきだし、個人的にも尽力していきたい。
- ・国際競争力強化について、例えば ICCA のような国際団体の中に 1990 年代に存在したジャパン・コミッティのようなものを設置して、オールジャパンとして日本をプレゼンテーションしていくことが大事。

#### 石井委員

- ・資料は短い期間でよくまとめられているが、あとはこれをどう進めていくかが大切。是非、実現に向けて具体的なプログラムに落とし込んでほしい。
- ・国際競争力を深めるには、各地方の CB や各業界も含めて相対的に底上げしなければならない。裾野の底上げを図るような政策を考えてほしい。
- ・海外で開催されている会議の誘致を試みると、主催者からはしばしば「他の国ではその国の顔が見えるが、日本の顔は？日本は何が出来るのか？」と言われる。それが言えるメニューを JNTO には作ってほしい。

#### 石積委員

- ・前日も言ったが、どうも私の頭の中がもう一つクリアにならない。MICE 国際競争力強化と言うが、国際会議（C）についてばかり語られている。その他（M, I, E）については資料の一部で僅かに論じられているのみ。この会議の位置付けがそういったものだとしたら、最初にそれを書かないと読む側には疑問が多く生じる。例えば、私どもの会社には、年間 11 万人の聴講者が集まる。そのうち 8,000 人が海外から。展示会協会全

体では海外からの聴講者は約 4 万人。本当に MICE 国際競争力強化が目的なら、展示会等も入れないと不自然。会議の出席者は 50 万人、海外からは 4 万人の聴講者がいるが。世界中どこを見ても展示会と併催の国際会議が非常に多い。にもかかわらず、これを取上げないというのは何か特殊な事情でもあるのか。

#### 事務局（高見参事官）

- ・ ICCA ジャパンチャプターについて、国ごとの委員会があってそこが頑張る、というスタイルが実は日本にも 1990 年代にはあった。今一度取り組んでいきたい。
- ・ 具体的なアクション、全体の底上げという指摘があったが全くその通り。観光庁、JNTO も含め、リソース配分・順番付け等を考えながら取り組んでいきたい。また、国として出来ることのメニューが必要との指摘があったが検討課題としたい。
- ・ 第 1 回会議で、当委員会では国際会議に絞りたい旨確認した。M、I、C、E では、それぞれビジネスの実態も課題もプレーヤーも違うので、全てを取り上げると議論も拡散することから、日本の地位が最も落ちていると思われる C から始めた。また、ステークホルダーも課題も最も多く、パブリックなりデスティネーション全体でやらないと最もうまくいかないのが C だと思われる。今後は機会を見て C 以外のものも取り上げていきたい。

#### 石積委員

- ・ 是非それは資料の最初に書いてもらいたい。

#### 生江委員

- ・ 頭が整理しやすい良い資料。素晴らしい表題で、本文も強化・構築といった言葉が多くあって良いが、逆に言えば何も出来ていないのが現状ということでもある。しかし、この意志が大事。誰が見ても分かるように改めて出直すことを表明することは大変意義がある。
- ・ アクションプランはこれからだが、その前にどんな規模をイメージしているのかが大切。どんな規模のインフラか、どんな規模の施設か、仮定でも良いのでイメージを創ってもらおうと非常に分かりやすい。都市についてもどういう規模の都市をイメージしているのか。都市というとすぐ東京とか京都とか、都市行政が単位になりがちだが、世界的にはこの見方は違う。世界から見れば東京、横浜、川崎は同じエリアに見える。都市の規模を固定観念で見るのではなく、エリアをイメージする検討も大事。アクションプランの検討の中で進めてほしい。

#### 中西委員

- ・ MICE、特に C の意義・重要性が語られているが、都庁内ではまだそれが十分には浸透

していない。MICE の誘致が成長につながっていくという考え方を庁内で広めたい。

- ・マーケティングの重要性を強く打ち出していることをありがたく思う。その上でお願いだが、最近の C について国際団体の本部が主導で開催地を決めることが多いと聞いている。その場合、通常の誘致活動とは異なったアプローチをしていく必要がある。本部主導で開催地が決まる会議がどの程度あるのか、データの整理に取り組んでほしい。
- ・エリアマネジメントについて、会議場、宿泊施設、などを集積したエリアが東京都にはいくつかある。我々はそれらを1つ1つのゾーンとして位置付け、関係する団体が一体となって MICE を受け入れる体制作りを進めることを図っていく。全国の都市の先行モデルになるようにしていきたい。
- ・ユニークベニューについて、日本、東京も不十分と言われた。都立の施設はいくつかあるので積極的に進めていきたい。国でも推進委員会を作って活動していくとのことだが、早くガイドラインを示していただければ、我々もそれを活かして活動していきたい。
- ・施設の整備について、競合するシンガポールや韓国の方が大きい施設を持っている。資料では施設の整備については都市が積極的にイニシアチブを取るように、と書かれているが、それは当然としても競合相手との施設の差はあまりに大きい。韓国は政府主導で施設の整備を進めているという実態も聞いている。MICE 施設整備を行う民間事業に対し、国の支援なども検討してほしい。

#### 塚本委員

- ・資料は大変分かりやすい。
- ・国の支援すべきことについて、京都市では3年前に MICE 戦略を策定し、昨年4月には従来の観光部を観光 MICE 推進室に名称変更し組織体制を強化。現在示されている17のアクションプランをしっかりと実施に移してもらいたい。また、今回はソフト中心の話だが、国際会議場等、ハード面についても是非取り上げてほしい。
- ・京都の場合は文化・伝統産業が根底にあるので、観光においてもどんどん盛り込んでいこうとしている。会議でも生け花やお茶のデモンストレーション、エクスカッション、神社の本殿や庭園でのレセプション、清水焼の器を使った京料理の提供等を実施し、京都の持つ文化を世界に売っていくことが大切と考えている。MICE ブランドの構築・強化に関連するが、日本の強みである文化をどんどん打ち出し、日本ブランドを強化していくことが、結局は MICE で勝つための源になっていく。

#### 事務局（高見参事官）

- ・ターゲット分析は、まさに取り組みの基本。グローバル MICE 戦略都市育成の中でも顧客の動向を捉えることこそ最も大事。資料にも市場分析について書かれているが、マーケットリサーチなくしてマーケティングはありえない。ここは我々も汗をかくし、オールジャパンで進めていきたいところ。

- ・エリアマネジメント組織についてはまさにご指摘の通りで、我々も今までこういう視点は持っていなかったが、今後は皆様と連携しながら進めていきたい。
- ・ユニークベニューについて、公的施設・空間なので関係省庁にも相談を始めているが、自治体レベルでどこまで動かしていただけるかだと思う。協議会には自治体にも入っていただき、指摘を受けた点についても協議していきたい。
- ・施設については今回はソフト面での議論中心だったので、深く検討できていないところもあるので勉強していきたい。
- ・戦略実現ツールとしての MICE について決して軽くしたつもりはない。観光関係者としては、とにかく海外からたくさんの人に来てもらって賑わいを創出するか、ということが中心になってしまいがちであったが、MICE を使って何を実現していくか、という視点が今まで足りなかったと思う。それで今回は戦略実現ツールとしての MICE の活用について盛り込んだ。
- ・規模のイメージについて、この報告書（案）をまとめる段階ではその議論は出来ていなかった。今回はCが議論の中心だが、どれくらいの規模のCをターゲットにするか、という議論は必要だと思う。どの程度の人数の会議が多いのか、ボリュームゾーンは統計で分かるので、どこを狙うのが効率的なのか等、勉強したい。
- ・広域的な取り組みについての指摘は全くその通りで、都市単位でぶつ切りにして良いとは思っていない。報告書（案）には広域連携的な視点が欠落しているようにも見えるかも知れないが、今後はそれも加味した都市間の連携を後押ししていきたい。

#### 分部委員

- ・報告書（案）では、個別の事業者では見通せないこと、言いにくいこともしっかりまとめられている。
- ・今後のことだが、具体的にこれを実現していくためにどうしていくかが大事。誰がどこまで情報共有するか、という問題が必ず現場では出てくる。そこをケアする仕組みが必要。強い指導力が望まれる。
- ・我々のような団体は多くあるが、これをまとめていくことが大切。団体自体にやれと言われてもなかなか困難。観光庁で音頭を取っていくことが大切。
- ・今後フォローアップしていく中で、大きな会議も必要だろうが細かい会議を日々やっていただいてコミュニケーションを深めていくことも大事。

#### 玉井委員

- ・MICE はいろいろなステークホルダーが絡む。例えば、PCO やホテルが単独で仕切れるようなものにはそれなりにデータもある。しかし、いくつかのステークホルダーが絡むとトータルなデータはなかなか整備されていない。これから検討するにはどこに問題があるかを明らかにしていくことが大事。国レベルや自治体レベルでやることは今までも

提示されているが、「民間事業者に期待される役割」について、どうしてうまくいかないか、小委員会ではいろいろな意見は出たが結論は出ていない。結局、ここできっちり国がリーダーシップを取らなければならない。単独ではどうにもならない案件に対してどこに相談したら良いのか、情報の共有・開示はどうしたら良いのか、それぞれ事情の異なるステークホルダーをきちっと整理しないと、なかなかアライアンスは組めない。

- ある研究グループが「観光協会を改革した例」として、このような報告を行ったことがある。「観光協会から行政出向者を引き上げ、民間出身者で構成する。更に行政から観光協会に各種委託を行わないこととした。この結果、観光協会には各種施設の紹介における公平性担保などの制約がなくなった。」アクションプログラムを作っていくには—こういう視点も必要。

#### 松山委員

- 提言自体はしっかりまとまっていて良いと思う。
- 安倍総理の観光立国アクションプランは大変心強い。MICE は市民権を得た、という印象。この追い風に乗って、是非、これからも皆さんと一緒に取り組んでいきたい。
- MICE は都市間競争力という指摘はその通り。都市自体が強い意志を持って自助努力で強くなることが基軸。そして、国をはじめとした各ステークホルダーがそれをしっかりサポートするオールジャパン体制が望ましい。JNTO も MICE における日本の顔として観光庁とタッグを組んでしっかり提言を実現したい。
- 今後、提言を実現するためのアクションプランが大切。卑近な例をあげると、出入国手続きの迅速化・円滑化について、他の殆どの国はファーストレーンの設置は既に行っている。ところが日本の場合には非常にハードルが高く、先月の TICAD ですらファーストレーンは出来なかった。私は接遇大使として各国の大統領をお迎えしたが、首脳クラス 40 名。羽田には専用の VIP ターミナルがあるが利用するのは 1 日 10 数人。あとは必然的に商用機となる。商用機は、成田ならいろいろ経験があるから導線は短くして車まで、という誘導は出来ている。しかし羽田では明確な導線はなく、つぎはぎ状態。経験と勘で導線を短くしている。大統領といえども一般のパスポートコントロールを通る導線しかない。大統領が先に行き、おつきの者が 20 数名後に続こうとすると、パスポートコントロールから「待て！」と言われて大統領が激怒されたとか、外国では考えられないようなことが起きているというのが現状。今、問題点を整理してもらっているが、これを実現するには相当な抵抗勢力と戦わなければならない力仕事が必要。
- 標題には「アジア No.1 の地位を築く」とあるが、本文にはそれが書かれていない。書いても良いのでは？

#### 事務局（高見参事官）

- アクションプラン等、フォローアップをしっかりやっていきたい。皆様にはひとつお願

いがある。MICE の誘致は観光庁だけでは無理であり、皆様のご協力をいただかなければならない。この場でお願いさせていただくとともに、むしろ我々を突き上げて、知恵をいただきながらやっていけばありがたい。課題は多く、情報共有ひとつ取っても簡単ではない。皆様にも動いていただきながら一緒に作っていきたい。

- ・細かい会議というお話があったが、確かに小さい会議・委員会等を経験することが、日本側の主催者にとってプラスになる。
- ・公平性の担保は、この分野での本質的な課題。公平性を担保するあまり誰も動けなくなり、海外に遅れを取っている。海外の CB の組織運営方法について、これから勉強していくことをこれからのアクションに入れている。民間に委託する・民間がガバナンスする等、海外の事例を勉強していきながら、日本のアクションはどうするかを提言したい。
- ・JNTO は最大のメインプレーヤー。出入国の件、確かに仰るとおり。関係閣僚会議で、法務省も含めて方向性を示している。
- ・アジア No.1 ということが本文にないという指摘については宿題としたい。

#### 4. 最終案の確定について

- ・本日いただいたご意見については事務局で整理し、報告書（案）を修正。最終的な報告書案の確定については委員長に一任することで合意。

以 上