

第9回MICE国際競争力強化委員会

議事録

日時：平成30年4月13日（金）14時00分～16時30分

場所：海運クラブ3階 304・304号室

出席者：

【委員長】（敬称略）

西村 幸夫 神戸芸術工科大学 教授

【委員】（50音順、敬称略）

赤塚 稔 (一社)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 (一社)日本展示会協会 会長

(代理) 越野 滋夫 副会長

上田 正尚 (一社)日本経済団体連合会 産業政策本部 本部長

糟谷 範子 京都市 観光政策監

定保 英弥 (株)帝国ホテル 代表取締役社長

鈴木 誠司 東京都 観光部 観光振興担当部長

鈴木 隆 (株)横浜国際平和会議場 代表取締役社長

清野 智 (独)国際観光振興機構 (JNTO) 理事長

(代理) 小堀 守 理事

武内 紀子 (一社)日本コンベンション協会 (JCMA) 代表理事

玉井 和博 大妻女子大学 教授

古野 浩樹 (株)JTB 常務執行役員 法人事業本部 副本部長

【観光庁】

田村 明比古 長官

瓦林 康人 審議官

井上 学 MICE推進担当参事官

滝澤 朗 MICE室課長補佐

1. 開会

■開会挨拶（田村観光庁長官）

■委員紹介

2. 資料説明（JNTO小堀委員、井上参事官）

3. 委員会メンバーによる意見交換（各委員）

（定保委員）

- ・ J N T Oで、在外の日本商工会議所や在外公館、J E T R Oなど、海外の拠点を通してM I C Eに関する具体的な誘致活動をされているようなら、もう少しお伺いしたい。また、現地のオーガナイザーや海外でM I C Eの企画や取りまとめをしている方々との具体的な接点や実施内容について教えていただきたい。

（小堀委員）

- ・ J N T Oは新しく設立した事務所も含め、在外公館から手厚い支援をいただくと同時に、J E T R O、J F、商工会議所と会合などを行い、一緒に活動している。具体的に言えば、各ビューローがまとめている支援メニューやツールを海外事務所と共有して、それを商工会議所等で説明する機会を持ち始めている。また国際会議やインセンティブ、企業会議を日本で開催していただきたいと口頭で説明してもわかりづらいため、既存の日本語ツールの加工やJ N T Oウェブサイトの利便性向上など日本の情報がわかりやすく伝わるよう取り組みを始めたところである。しかし、浸透は十分ではないので、ブランディングキャンペーンとあわせて、事務所が汗をかくという活動をしていきたい。

（赤塚委員）

- ・ 30年度予算の中でも、「ローカルホストサポーターニングスキル」や「マーケティング機能高度化」などに進んでいると感じる。J C C Bの会員である日本中にある73のコンベンションビューローにとって、新しいマーケティングの強化事業は非常にありがたい。

- ・ 魅力的で多様なMICE商品開発ということでSDGsという論点も持ってもらった。日常的なコンベンションビューローの活動では、例えば有機農業とか色々要素の国際会議の卵がいっぱいあるという認識があるので、SDGsの論点で、多角的、多様な論点の国際会議を目指すという流れをつくっていただきたい。
- ・ 官民連携横断組織というのはイギリス型なのか米国型なのか。またどのようなイメージをしているのか。
- ・ 強化委員会を拡大強化していくのはよいが、ビジネスインバウンド推進協議会はどういった位置づけになるのか。
- ・ ビジネスインバウンドという言葉は、浸透力あるのか。MICE議論の中でビジネスインバウンド推進協議会がどういった形でシンクロしていくのか。

(井上参事官)

- ・ 国際競争力強化委員会の体制強化は、どちらかという政策調整型で今後の取り組みをいろいろな形で、官民で議論していくということ。ビジネスインバウンド推進協議会は、それをどのように普及していくかというアドボカシー活動の協議体という位置づけ。
- ・ MICEというと学会系の活動があるので、その学会系の活動とは切り離れた、あくまでBtoBのビジネスインバウンドにフォーカスした取り組みを中心として協議会をやっていくというイメージ。

(玉井委員)

- ・ KPIにあるように、アジアで不動の地位を作るためには、MICEのビジネスモデルに、地域社会が観光という視点を組み合わせ、いかに受入体制を構築できるか。
- ・ MICEを観光という視点から見たとき、東京や京都などMICEを有効に受け入れられる都市は良いが、観光やMICEで地域活性化を目指す地方都市では、基本的には宿泊施設が中心になるだろう。
- ・ 宿泊施設がコア施設となり、いろいろなステークホルダーが絡む産業アライアンスを構築する体制が重要である。
- ・ 前回も話したが、MICEに対する個別ステークホルダーの皆さんの理解度が重要。マクロの数字はある程度整理されているが、MICE誘致がそれぞれのステークホル

ダーや地域住民の方にどれほど身近な効果をもたらしているか、次のステップで明確に分かるように開示していただきたい。

(古野委員)

- MICEの目標設定にあたっては、単に参加人数だけではなく、例えばMICE開催後のリピーターの増加とか、地域住民のホスピタリティー向上度合など、MICE開催による効果という視点を加えるべきではないか。昨今、インバウンド公害、観光公害とも言われ個人的に心を痛めているが、大型MICE誘致にあたっては、MICEが地域に貢献することを、地域住民に理解を深めることが必要であり、地域住民にも喜んでいただくような指標を目標として持つべきである。
- 毎年サンフランシスコで行われるセールスフォースドットコムドリームフォースは17万人以上が登録し、全世界1,000万人以上がWEB参加している。「毎年同じ場所で開催される知名度の高いMICE」「日本を代表するMICE」、それを何にするかという議論もあるべきではないか。

(鈴木(隆)委員)

- MICEプレーヤーにおける人材育成・強化。中間とりまとめの12ページに記載はあるが、もう一步深掘りしてもいいのではないか。特に国際会議、国際イベントを誘致するにはスペシャリストを育成すること。地方のコンベンションビューローはスペシャリストを抱えていない。プロパー職員が育っていないため、プロパー職員をどのように育成するかもう少し焦点を絞って考えるプログラムがあってもよい。プロパー職員を集めて研修やJNTOと地方と交換人事、人事交流などを行うなどはどうか。そうは言ってもプロパー職員を雇えないというのが多くのコンベンションビューローの事情だと思う。自主財源をどう作るか、本来なら自治体が支援をしないといけないが、自治体を支援する国が何かアクションを起こし、プロパー社員を育成させる仕組み作りが大事だと思う。
- 11ページにあるコンセッション方式導入促進。MICEインフラを充実させることは大事でコンセッション方式でやっている実態はあるが、全国の大型のMIEC施設は1990年代に出来ているものばかりがほとんど。30年近く経つので非常に傷んできており、大規模な改修がなされない限り早晚使い物にならなくなるという深刻な

状況である。自治体によってはお金があればなんとか改修ができるが、お金がない場合はそれができないという非常に厳しい状況にある。国家的にMICEを推進するのであれば、インフラであるMICE施設に対する何らかの支援もあったら良いのではないだろうか。

(武内委員)

- MICEのフィールドに、新たに仕事を求め、職業としてMICEを捉えていただける人も増やしたい。
- アンバサダー制度もあるが、主催団体に対する財政的な支援があることは誘致に際し安心感に繋がる。財政面での更なるバックアップ強化も重要である。
- 国内学会へ外国人参加者を誘致し、アジアや世界における学会の地位を高めていきたいという考え方も強くなっている。国内学会の国際化には、同時通訳や海外でのプロモーション費用等の課題もあるため支援策を検討いただきたい。
- スポンサー集めが難しくなっているという声もあるため、MICE開催による人的交流や戦略的な活用方法等、スポンサーになるメリットを伝える方法も考えていかなければならない。

(鈴木(誠)委員)

- 東京都で今後、国内会議の国際化にも取り組んでいこうとしている。もともとの国際会議の誘致に加え、昨年から新たに立ち上げ型の国際会議等、いろいろなケースにMICEで対応できるように、今東京観光財団と一緒に取り組み始めている。
- どのような支援策が良いのか検証を重ね、今後さらにブラッシュアップしていきたい。観光庁をはじめ、色々相談をしながら、施策を充実させていきたい。
- ユニークベニューについては施設側や人員体制の問題、将来の需要等、難しい問題もあるといった話があった。私は、3月まで都立の美術館や博物館等施設側の文化振興の仕事をやっていたが、まだまだユニークベニューというのは、概念は理解しているが、一体どうすれば良いのか手探りの部分があるように思う。そういう中で、国が積極的に開催にかかわる会議において、ユニークベニューを活用しているのは、非常によい取り組みだと思う。
- 東京都も今年度の予定として、今後ユニークベニューとして施設を利用したい方と、

実際の都内の公共、民間を含めた施設を結びつけるような、ワンストップサービスの
ようなものを今後立ち上げていこうと思っている。

(糟谷委員)

- 人材育成に力を入れていく方針ということに大変感謝している。各ビューローで人材が十分にいるかといえば、多分そうではないと思う。そのような中で、スキルアップや人員採用もしていかななくてはならず、専門性の高い観光やMICEで働けるような学生の育成から必要である。
- 長崎や新潟等、いろいろな都市がMICEに興味を持って力を入れていこうとしているということだが、MICE開催都市が増えるにつれ、それだけの人材がきちんといるのか。例えば同時通訳でも、地方都市開催の際、結局通訳は全員東京から来たということであれば、お金の落ちる先がその都市ではなく、東京となる。京都開催のイベントであっても例えば何千食のケータリングを京都で受けられず、大阪の事業者から仕入れれば、お金の落ちるのは大阪となる。都市として、どうMICEを生かしていくのかということ、もう少しきめ細かくお金の流れを見える化しながら、住民理解や行政投資も踏まえ、その都市に合ったMICEをきちんと開催しないといけないのではと思う。
- 京都市の場合は、色々なコンベンションで競合する都市が手を挙げていると、値引き競争や、補助金で競うようなことは消耗するので、あまり競合都市のないところを狙っている。日本国内の都市で無駄に争ってエネルギーを使うのはもったいない。JNTOや観光庁等が、日本として欲しい会議について、規模やテーマに応じて適する地域に交通整理をしつつ取りに行くような戦略的な誘致ができると良い。
- MICEの推進に大きな影響を持つと思われるIRについては、各都市に特色を持たせるなど、戦略的に全体を見通す中で誘導いただけるとありがたい。

(田村長官)

- IRについては、日本型IRなので、日本の魅力が発信できるような機能というものを備えること。あと、カジノにかかわるいろいろな要件が決まり始めている状況ですので、これから政府で詳細にかかわる法案を国会に出そうという状況である。地域が事業者と一緒に計画を作り、それを認定する作業というのは、あと何年か後に

出てくると思う。世界に対して競争力が持てるような総合的施設を観点とし、今要件をつくらうとしている。

(上田委員)

- 今、経団連で大阪万博の誘致活動を誘致委員会という外部組織と協力しながら進めている。万博というのは、一番巨大なMICEみたいなもので、まさしく政治、行政、経済界、地元地方自治体、それから市民、さらには在外の公館や、在外の経済関係の組織が全て連携しながら誘致に向けていろいろ活動、分掌しながらやっていくというストラクチャーができています。ここまでやって誘致できるかどうかという状況のため、MICE全体についても、このようなストラクチャーがないと本当は勝てないのではないかと感じている。例えば、経済界としていろいろな動きや支援を考えていても、現状、自治体やコンベンションビューローがどういうイベントを誘致しようとしているのか、そういう情報はあまりプラットフォーム的にはない。個別に働きかけが来て、初めて動くような形なので、プラットフォーム的な組織がないと実は協力もできないという状況。そのため、やはり連携のあり方というのを、今後検討したほうがいいのかではないか。
- 単にコンベンションの施設があるので、何でもいから会議を誘致したいという戦略はあまり魅力がなく、それぞれの自治体等でどういった分野に特化していくか、そして、単に誘致だけではなくて、やはりコアになるコンピタンスを自分たちでつくっていくという動きがもう少し必要ではないか。そういった意味では、グローバルMICE都市を選定する際にはどういった分野に特化するかという基準でも、ある程度は選んでいると思うので、その辺をもう少し意識して誘致全体のコーディネーションを図っていく必要があるのではないかと考えている。

(越野委員)

- MICEの経済波及効果で具体的な数字が出てきたということは本当にありがたい。ただ、この中の展示会等の金額については、実際は1,618億円よりも多く、実際私

どもが計算した経済効果では6,393億ぐらいの数字になっている。展示会というのは今や国際化しており、いかに外国のお客様に楽しんでいただくか、見ていただくかを日々議論している。

- 海外のお客様というのは中国、韓国だけではなくてヨーロッパの方々も増えている。そうすると、色々な意味で言葉の障害というのが散見しているように思う。私は日本包装技術協会という組織に所属しているが、例えばペットボトルにQRコードを貼って、スマホ等をかざすと、各言語でこれは何ですという説明が出るような形があり、そのような活動を企業自体が、今海外のお客様に対してすごく積極的にやっている。そういった観点からも色々な地域で言葉の問題というものをもう少しフォローしていただくと、より海外のお客様というのは増えていくのではないか。展示会も、最低でも中国語、韓国語、スペイン語、英語、ドイツ語ぐらいで表示しようという話も出ており、MICEもより語学的な面で盛り上げていただければと思う。

(井上参事官)

- 実際は500件ぐらい年間展示会があると思うが、認証制度で国際展示会と認証されているもの、また同様の基準を満たす国際展示会というのが今回の調査では25件あり、それをもとに算出したもの。そのため日展協様が出された経済効果とは規模が異なるものとなっている。

(定保委員)

- 官民連携横断組織について国際競争力強化委員会の対象を強化するという事で、例えば今日伺った内容でディベロッパーの団体がこの委員会に入ってくると、非常に有効なので、非常に期待できる。
- 色々今日ご提案いただいた取り組みを始めたもの、これからやる取り組みを具体的に動かしていくのが、このビジネスインバウンド推進協議会という意味合いなのか。ただ、協議会も大きくなると総花的になる懸念もあるため、具体的に一つ一つ動かしていくことが非常に重要だと思う。そのため、ある程度小回りのきくサイズで進めていったほうが良いのではないか。

(井上参事官)

- ビジネスインバウンド推進協議会のほうは、どちらかというアドボカシー活動なもののため、色々議論するというよりは、もう少しセミナーやイベント等が中心のイメージである。今回の国際競争力強化委員会では、じっくりと政策や取り組みを議論させていただく場で、インバウンド推進協議会はどちらかというそれを推奨しながら、関心ある業界の人がそのセミナーや、イベント等に参加して、色々な出会いがあるような場を作っていくことを想定している。

(田村長官)

- 基本的にここにお集まりの方は、学識経験者の方は別として、MICEを開催したり、誘致したりする側の方だが、スポンサーになることのメリットや、ユーザー側としてMICEにかかわることの意義等の理解が広がっていかないといけない。そういう意味で、いわゆるMICE関係者以外に地平を広げていこうというのが、このビジネスインバウンド推進協議会の趣旨。そのため、アドボカシー活動というのが中心になっている。誘致に対してどういう支援ができるのか、国としてどういう枠組みが必要なのか等、実際に色々な戦略を立てていくところは、今までどおり国際競争力強化委員会が中心になっていくが、そこにもう少し関係者側でも、プレーヤーを増やしてもいいのではないかというのが、今日のご提案である。

(鈴木(隆)委員)

- 経済効果も大事なことだが、経済効果以外の効果についても各界の方にご理解いただくことも大事だと思っている。横浜市が次世代育成効果と言っているが、パシフィコ横浜でイベントや国際会議が開かれる際に、高校生や中学生を参加させるプログラムを横浜市がつくっている。例えば、若い世代が山中教授と直接話ができる機会などを設けている。具体的な人数などはわからないが、少なくとも個別にアンケートをとると、最先端の研究者と話したことがきっかけで医者になる決意をして医学部に入ったという声があり、決して少なくない効果があるのだろうと思う。
- また、最近学会に付随して市民公開講座をやっており、例えばがんの末期の生活の考え方についてといったテーマで公開講座が行われると、周辺の市民の人たちで満員になるぐらい人が集まり、自分たちの問題としてそれを捉え、議論して帰っていくと、非常に知識や経験も豊富になるという効果がある。

- そのような効果の意義づけを明確にし、MICEを誘致することやMICE施設があることによる効果がうまく説明できればもう少し広がりがつくれるだろう。

(田村長官)

- 観光全般に言えることだが、観光もいろいろな良い効果があるが、やはり一般の方々に経済効果があると理解されないとまず関心を持っていただけなかった。そして近頃は他の効果もあるということも伝わるようになってきた。MICEもおそらく同じことだろうと思うが、経済効果もやはり少し前面に立てつつ、いろいろな効果もあることを知ってもらう工夫が必要である。

(井上参事官)

- 副次的効果についてご意見をいただいたが、ちょうど今年度からさまざまな波及効果についての調査研究行う予定である。ただし、それぞれの地域で状況や資源も異なるため、国としてはどのような指標があるかなどを議論させていただき、それを地域がそれぞれのどのような形でひろい、市民に啓蒙していくか考えていただくイメージでいる。

(玉井委員)

- 人材育成において大学生や若者に対してMICEをどう理解してもらうかということについて、大学ではMICE講座を行ったりもしているが、もっと効果があるのは、国際会議などで直接学生たちに手伝わせることである。
- 以前、東南アジアのウェブマーケティングの国際会議があり、そこにゼミ生を出してほしいという依頼があった。全て英語で行う会議のため、最初学生は尻込みしたが、実際に海外のトップがどんなことを考えているか、などを肌で感ずることは、私が何回講義するよりもよほど効果がある。現在はまだ先生との個人的な関係に頼っている面が多いと思うが、より組織的に大学、特に観光系の大学が連携できるような体制が必要である。

(糟谷委員)

- 京都でも、タクシーの車両はあるがドライバーがいない、宿泊施設も年間40日ぐら

い定休日をつくり従業員を休ませないと採用できないなど、観光全般が人材難である。そのため、経済効果の高いMICEを誘致すると、きちんと従業員の所得が上がるような仕組みをつくらなければ、結局誘致しても受け切れないという状況も起こりえるだろう。

(西村座長)

- これまで地域社会の側で、いかにMICEを受容したり、価値を実感できるような指標が若干少なかったと思う。地域社会というと、コンベンションビューローのことを議論するにとどまっているというレベルになっていたという面も否めないなので、地域社会のとらえ方をそれ以外にも広げて考えていただくことで、本日の皆様のコメントとつながっていくだろうと思う。

以上