

我が国の MICE 国際競争力の強化に向けて
(提言)

平成30年7月

MICE 国際競争力強化委員会

I. はじめに

世界の貿易・投資・人の移動の拡大を背景に経済のグローバル化が飛躍的に進展し、国際競争が激化している中、近隣アジア諸国をはじめとした世界の主要国は、企業ミーティング (Meeting)、インセンティブ (Incentive Travel)、国際会議 (Convention)、展示会 (Exhibition) からなる MICE について、人が集まることでの直接的な経済効果、ビジネス・イノベーション機会の創出、国・都市の競争力向上という観点から、経済発展及び知の集積促進のためのツールとして戦略的に取組を展開している。このような動きに伴って MICE 誘致を巡る国際競争もますます活発化している状況を踏まえ、観光庁では、我が国の国際会議誘致政策について大幅な見直しが必要との認識の下、平成 24 年にコンベンションビューロー (以下「CB」と言う。)、自治体、関連事業者、有識者等の関係主体から構成される「MICE 国際競争力強化委員会」を立ち上げ、翌年、国際会議誘致における各 MICE プレイヤーが果たすべき役割や、都市の誘致競争力の強化等のための具体的な施策等について整理した「MICE 国際競争力強化委員会最終とりまとめ」を作成し、以降、これに基づいて、国際会議誘致を中心とした各種施策を展開してきた。

その後、更に、国全体としても MICE に係る取組を一層推進する必要があるとの認識が高まり、「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」(平成 25 年 6 月閣議決定)において「2030 年にはアジア No. 1 の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という国際会議誘致政策に係る新たな目標が設定された。

そして、「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成 28 年 3 月 30 日「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」決定)においては、「政府レベルで支援する体制を構築するため、関係府省連絡会議を年内に新設し、(中略)将来的に、官民連携の横断組織を構築し、オールジャパン体制での支援を実施」するとの取組方針を定め、「観光立国推進基本計画」(平成 29 年 3 月閣議決定)においても、2020 年に向けた中期目標を設定するなど、MICE 推進は政府全体として取り組むべき課題と位置づけられている。

現状において、平成 29 年の我が国の国際会議開催件数は引き続きアジアで一位を維持したものの、前年には中国が日本と並んで一位となるなど、近年、他のアジア諸国から激しい追い上げを受け、MICE 誘致における我が国の相対的なプレゼンスが低下してきている面があることは否めない。

こうした背景を踏まえ、日本の MICE 誘致について更なる国際競争力強化を図るため、平成 29 年 8 月、我が国の国際競争力強化策に関する「国際競争力強化委員会中間とりまとめ」(以下「中間とりまとめ」と言う。)を策定した。中間とりまとめは、MICE 誘致・開催に係るこれまでの施策に対する評価・成果及び国際競争力強化委員会・同企画小委員会における議論を踏まえ、国際会議 (C) の誘致

に係る日本の更なる誘致力強化を目的とした効果的な施策のあり方を追求するとともに、施策対象をこれまでの国際会議誘致に加え、具体的施策が講じられていなかった企業ミーティング（M）、インセンティブ（I）、展示会（E）を含めた MICE 全体に拡充することを検討したものである。

中間とりまとめは、MICE 政策における新たなる第一歩として、今日に至るまで、そこに整理された具体的な施策について、各関係機関・組織による主体的な取組が行われてきた。一方で、前述のように、アジア及び欧米豪諸国においては、引き続き、MICE の国際競争力強化に向けた積極的な取組が進められていること、また、アジア一位の地位も不安定になりつつあることに鑑みれば、我が国においても更なる MICE 国際競争力強化に向けて不断の取組を進めることが重要であり、中間とりまとめの策定後も、関係業界・関係府省庁・関係機関等間においてそのための議論を継続し、検討を重ねてきた。

本提言は、こうした MICE を巡る状況・関係主体による議論を踏まえ、我が国の MICE 国際競争力強化に向けた取組についてとりまとめたものである。これらの戦略に基づく具体的な施策にオールジャパン体制で取り組むことにより、我が国における国際的 MICE 開催の一層の発展につながることを期待する。

なお、先般の第 196 回国会において「特定複合観光施設区域整備法」が成立しており、将来的に同法に基づく施設の設置地域及び詳細が具体化された段階において、目標の変更も含め更なる検討を行う必要がある。

II. MICE 国際競争力強化に向けた取組方針

1. MICE 全体として官民挙げて目指すべき目標の設定

(1) 官民挙げた目標を掲げる必要性

従前、MICE について国が設定した目標は、これまでの施策が国際会議の誘致を主眼としていたことを踏まえ、国際会議の開催件数のみを対象としていた。今般、施策の対象を MICE 全体に拡充する一方、企業ミーティング、インセンティブ、展示会は企業活動の一環で実施される特徴も鑑み、官民挙げた挑戦に向けた各主体の取組の強化を喚起するために、MICE 分野全体の動向を示す具体的な数値目標を明確に定義・設定し、目指すべき姿を明らかにすることが適切である。

(2) 目標設定の考え方

今般、国際会議に限らず、MICE 全体に係る目標を設定するに当たっては、企業ミーティング、インセンティブ、国際会議、展示会がそれぞれ独立して実施されている形式になっているものの、実態としては複合的に実施されていることを鑑みれば、同じ基準によるカテゴリー毎の数値を合算することで、MICE 全体の数値として差し支えないと考えられ、また、MICE が我が国の経済にどのように貢献しているかを数値で端的に示すわかりやすい指標とすることが望ましい。

なお、一般の観光と異なり、MICE については、その開催が開催年の数年前にすでに決定されていることが多いため、本提言に基づき取り組む施策の効果が実際に我が国での MICE 開催となって発現し、統計上把握されるまでには数年単位の長期のスパンが必要となるという特性も考慮する必要がある。

以上を踏まえれば、MICE 全体の訪日外国人消費相当額（注）を使用することが適当である。MICE 全体に係る訪日外国人消費相当額を目標として使用することにより、「明日の日本を支える観光ビジョン」において掲げられた訪日外国人旅行消費額全般に関する目標との関係で、インバウンド全体の中で MICE が果たしている役割・貢献がより明確なものとなることが期待される。

（注）訪日外国人消費相当額＝（MICE の外国人参加者が直接支出する消費額（宿泊費、飲食費等）＋（会場関係費、開催に伴う人件費等を外国人・日本人の参加者数で按分した上での外国人参加者に係る額）

(3) MICE 全体について官民挙げて目指すべき目標

以上の考え方及び現在の消費相当額の水準（2016 年約 1,500 億円）、UNWTO におけるアジア大洋州へのビジネス・研究者の訪問数予測（注）を踏まえ、具体的な目標

としては、2030年のMICE全体の訪日外国人消費相当額として**8,000億円**を目指すこととすべきである。また2020年の訪日外国人消費相当額の目標は、2030年の途中経過を評価する指標として**3,000億円**を目指すこととすべきである。

(注) UNWTOにおけるアジア大洋州への訪問者数予測 (2017年)

2020年 6,100万人、2030年 8,800万人

(4) 目標実現に向けた取組の進め方

1. で掲げたMICE全体に係る目標は2030年に向けた中長期的なものであり、その達成に必要となる施策は、現時点で定めるものに固定化させることなく、今後の海外・国内の経済状況・政策状況等に応じ、柔軟に立案・見直し等が行われる必要がある。

このことを前提として、長期的に取り組むべき方向性を意識しつつ、短中期的に取り組む必要がある施策を進めるにあたっては、以下の点を留意すべきである。

① 4つのアウトプット

○開催件数の増加

我が国で開催されるMICEの件数を増加させるため、誘致の司令塔となるCBの機能強化や関係者との連携強化など、総合的な国際営業力の強化に取り組むことが必要である。

○外国人参加者の増加

我が国で開催されるMICEの外国人参加者数がより多くなることで、開催1件当たりでより大きな経済的・文化的等効果が期待される。このため、国内で開催される国際会議の更なる「国際化」や参加者満足度向上等に取り組むことが必要である。

○外国人滞在消費額の増加

我が国で開催されるMICEの外国人参加者による旅行消費単価がより高くなることで、外国人参加者1人当たりでより大きな経済的効果が期待される。

特に、観光目的の訪日外国人旅行消費単価より、MICE目的での単価の方が高いというMICEの特性を踏まえれば、これにより、我が国経済に対してMICEが果たす貢献を最大化できると考えられる。

○地域活性化効果の拡大

我が国で開催されるMICEが、地元企業の海外ビジネス拡大、地域住民のボランティアを含めたMICE参加により国際交流経験の獲得など副次的効果が考えられるなど、MICE開催により、より大きな地域・社会貢献が果たされ、それが我が国で開催されるMICEの強みとして育っていくよう取り組んでいく必要がある。

② 2つの機軸

○都市力の強化

国際的な都市間競争が激化している状況を鑑み、都市毎の競争力（以下「都市力」と言う。）の強化を中心に、日本全体での取組も併せて推進していくことによって、我が国としての MICE 誘致国際競争力の増大を図るべきである。なお、都市力強化の鍵となる主体は地域の中核となる CB であり、CB の機能強化を図るとともに、CB を中核とする地域連携を推進していくことで、地域の総合的な誘致力である都市力を飛躍的にレベルアップさせていく必要がある。

○TEAM JAPAN としての総力を挙げた推進

MICE については、MICE それ自体の開催だけが目的とされているというよりは、MICE 開催と合わせて、例えば農産品輸出なども含む主力産業の育成や、地域や国全体が持つ他のビジネス目的の達成が志向されていることも多いなど、ビジネス展開一般と広く重なり合う分野である。こうした理解に立てば、これからの MICE 推進施策は、これまでのいわゆる MICE プレイヤーや MICE 推進を直接担当する行政機関として認識されていた主体のみではなく、例えば我が国での企業ミーティング開催・インセンティブ実施等の主体になり得る外国企業等とのビジネスや交流の機会を有する経済団体や日本企業等と新たに連携するなど、幅広い主体を取り込んだ上で、官民一体となった総力を挙げた取組が不可欠である。

③ 4つの視点

○我が国の誘致力の更なる強化

多様化するニーズを的確に把握するマーケティングの高度化を図るとともに、MICE の特徴に応じたきめ細やかな誘致を実施する。

○国内関係者のチャレンジを後押し

次世代を担う若者を含め、我が国での MICE 開催に尽力する国内関係者のチャレンジを後押しする。

○我が国開催の魅力向上

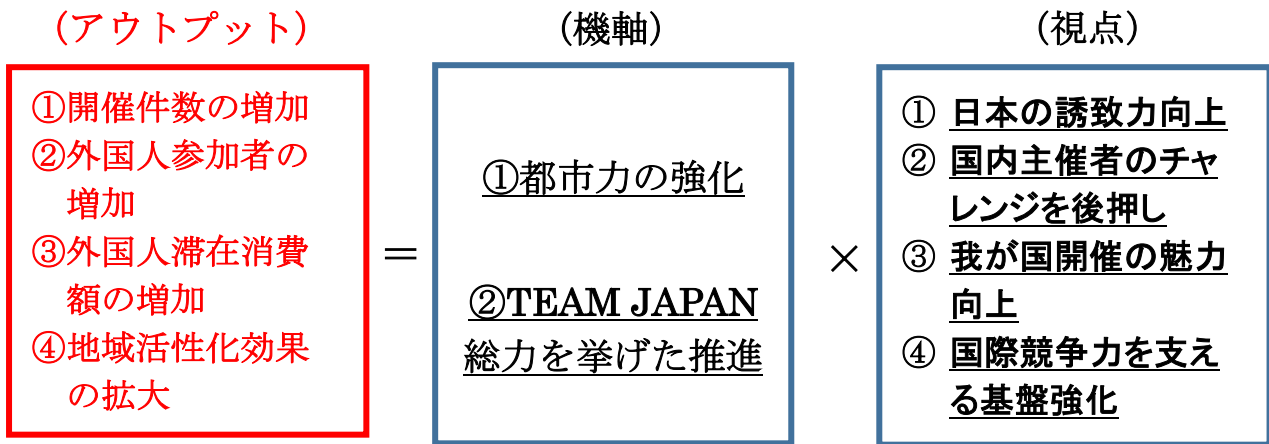
海外ニーズを的確に把握し、民間及び地域が持つ強みを最大限活用しながら、我が国の魅力を向上させる。

○国際競争力を支える基盤強化

MICE 関係者以外のステークホルダー（地域住民・企業等）の関与を深化させ、地域力を向上させるとともに、MICE に携わる人材の強化にも努めるなど、MICE を支える基盤を強化する。

2. 官民挙げた具体的取組

1. (4) に掲げた4つのアウトプットを意識しながら、2つの機軸及び4つの視点に基づき、以下の事項に取り組むべきである。



(1) 国際営業力強化：日本の誘致力向上

① 観光庁・JNTO・CBの役割分担の徹底、JNTO体制の強化

各都市のCB・JNTO・観光庁の役割分担を明確化し、各々が効果的・効率的に施策を講じられるよう整理することが重要である。また、日本全体のMICE司令塔であるJNTOの体制の強化も必要である。

● 観光庁の役割

- ・観光庁は、我が国全体のMICE誘致戦略を策定し、これに基づく施策を総合的に実施するとともに、経済波及効果等市場調査・普及啓発活動等を行う。
- ・観光庁は、CBの組織体制強化を促進するため外部人材の登用を含む専門スタッフ増強、MICE部門在籍期間の長期化等の自治体によるバックアップ体制が為されている地域について、集中的に支援を行う。
- ・観光庁は、欧米豪等諸外国のMICE誘致・開催における戦略・支援内容や施策等の調査を行い、定期的に国内のステークホルダーへ情報共有を図ることで、国内ステークホルダーの国際競争力の強化を図る。

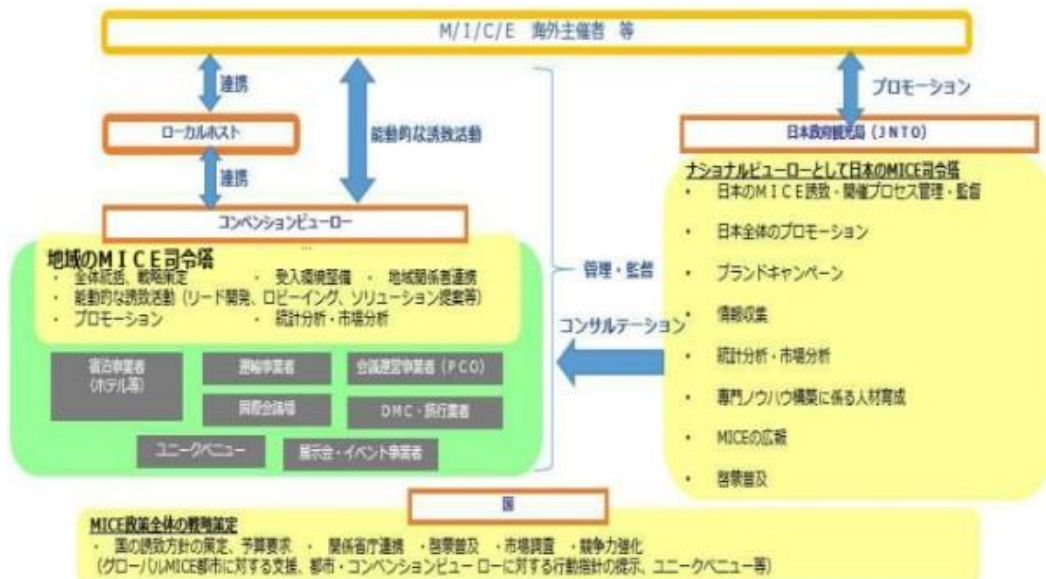
● JNTOの役割

- ・JNTOは、ナショナル・ビューローとして、実務的観点から、日本全体のマーケティング、統計・市場分析、CBへのコンサル、組織強化のための人材育成支援、誘致プロセスの管理・監督、情報収集・分析等を行う。外部人材の登用を含む専門スタッフ増強、MICE部門在籍期間の長期化など体制の強化も行う。

● CBの役割

- CBは、地域における MICE の司令塔として、地域における重要分野の市場分析・能動的な誘致活動の実施（リード案件発掘・効果的なロビーイング活動の実施等）、地域関係者（ステークホルダー）との連携強化を図る。
- CBは、JNTO と連携し、各地域独自の産業や研究、資源等都市の地域特性を活かしたコンテンツ情報を共有し、地域の魅力向上に向けた取組を行う。
- 自治体は、CBによる上記活動の効果的な実施を可能とするため、財政・人的側面から必要なバックアップを行う。

観光庁・JNTO・CB 役割相関図



②JNTOによるマーケティングの精緻化及びMICEにおける特徴に応じたきめ細やかな誘致強化【継続：早期強化】

- 平成 26 年度に策定した MICE ブランドコンセプト「日本の感性と知性がビジネスを未来へ動かす」を浸透させるためのグローバルキャンペーンを展開する。キャンペーンにおいては、海外の MICE 主催者、国内の国際会議主催者及び国内のステークホルダーをそれぞれターゲットとし、デジタルマーケティングを中心に、サプライヤーとバイヤーが商談や交流を行う場の創出、ベストプラクティスの共有に努める。
- 国際会議の誘致強化策として、戦略的なプロモーションの実施（国際本部や業界団体をターゲットとした露出効果の最大化等）、分析力の強化（外部人材の登用等現地専門スタッフの増強等による潜在的なニーズの把握等）、国内外のステークホルダーとの連携強化（海外 MICE ネットワーク及び国内外の MICE 主催者ネットワークとの積極的な連携等）を行う。
- 企業ミーティング・インセンティブの誘致強化策として、グローバルキャンペー

ンの本格展開による認知度の向上、情報収集・市場分析力の強化（海外コンサルのデータバンクや調査力、現地ネットワークの活用等）、国内外のステークホルダーとの連携強化（経済団体、政府関係機関等を活用した海外での情報発信等）を行う。

- ・ ICCA や MPI、IAPCO、PCMA 等国際協会及び国際団体等と連携を強化し、国内外の MICE 業界の交流を深化するとともに海外での日本の露出度を拡大する。
- ・ デジタルコンテンツを駆使した海外プロモーション活動の先鋭化や MICE 参加者の動向把握、デジタルマーケティングを効果的に活用するためのデータマネジメントプラットフォームの整備を検討する。

③MICE 推進モチベーションの高い都市を対象とした CB 機能高度化

【継続：本年度強化】

- ・ グローバル MICE 都市以外の都市においても、MICE 誘致・開催により高い経済的・文化的等効果がもたらされるとの認識の下、CB と自治体を中心となり、MICE 誘致活動に意欲的に取り組んでいる都市が出てきている。観光庁は、そのような意欲的な取組を進める都市を対象に CB 機能高度化支援を図り、我が国国際競争力の底上げを図る。

④広範なステークホルダーの連携も含めた戦略的プロモーションの実施

【継続実施】

- ・ 観光庁と経団連は連携の上、2 国間連携等の場を活用し、日本での企業ミーティング開催やインセンティブの実施、国際会議の誘致・開催、展示会への出展など日本への誘致 PR 活動を行う。その際、円滑な誘致活動を可能とするためのツールキットを整備する。
- ・ 観光庁は、在外日本人商工会議所等の会合の場を活用し、JNTO の海外事務所と連携し、訪日インセンティブ旅行促進等の情報提供や海外日系企業に対する働きかけを実施する。
- ・ 観光庁は、国内の各地域商工会議所と連携した各地域の独自の産業や観光資源等、地域の先鋭的なコンテンツの情報を共有し、地域の魅力向上に向けた情報発信強化を図る。
- ・ 観光庁・JNTO・JERO は連携し、海外旅行会社・メディア等のファミトリップにおいて、JETRO による産業観光情報を提供し、地域の魅力向上に繋がる情報発信の強化を図る。

⑤海外ネットワークの抜本強化及びプレゼンスの向上【継続：早期強化】

- ・ JCCB、JCMA、日本展示会協会等国内の MICE 関連団体及び国内の会議運営事業者は、国際協会・団体（ICCA・IAPCO・UFI 等）等海外のステークホルダーとの連携

(海外 MICE ネットワークの強化及び海外の MICE 主催者ネットワークとの積極的な連携等)を強化するとともに、国際協会・団体の要職ポストへ日本関係者を配置するなど、諸外国関連機関における我が国のプレゼンス向上に努める。

- ・ MPI ジャパンチャプターのような国際団体の日本支部形式の団体については、ジャパンメンバーを増やすことで、各国際団体における我が国のプレゼンス向上に努める。

(2) 国内主催者の取組支援強化：チャレンジを後押し

①国内主催者への支援強化【継続：本年度強化】

- ・ JNTO は、国際会議誘致活動に関わるキーパーソンのみならず、産業界・経済界等幅広い業界におけるインフルエンサー等、日本の認知度を向上させる目的で行う広報活動等に対する支援をする「MICE アンバサダー」支援制度の拡充を図る。また、大学や研究所等に所属する若手人材（次世代人材）の国際会議等へ関わる機会の提供等を検討する。

②国内で開催される国際会議の「国際化」に向けた支援の実施【継続：早期強化】

- ・ 国内で開催される国際会議には、参加者総数が多くても、そこに占める外国人数が比較的少ないものも多い。日本国内で国際会議を新たに立ち上げる意欲を持ちつつも、各種リソースが不足し、円滑な立ち上げに苦勞しているケースもある。
- ・ 観光庁及び CB は、国内で開催される国際会議の一層の「国際化」を目指し、外国人参加者の増加に資する必要な支援を行う。

③企業ミーティング、インセンティブ、企業視察等ビジネスインバウンドの普及啓蒙活用強化（ビジネスインバウンド推進協議会（仮称）の創設）

【新規：本年度実施】

- ・ 企業ミーティング及びインセンティブ・視察等の誘致強化を図るため、官民間・異業種間の連携促進、アドボカシー活動促進を目的とした官民横断的なビジネスインバウンド推進協議会を組成し、オールジャパン体制の素地作りと位置づける。

④展示会の地方開催促進【新規：来年度実施】

- ・ 経済産業省は、地方における展示会のビジネスモデル確立を図るため、地方での展示会または関連イベントの FS 調査を実施する。

⑤IME の活性化による国内外主催者及びステークホルダーとの連携強化

【継続：本年度強化】

- ・ JNTO 及び JCCB は、国内で唯一の MICE 商談会である「International MICE Expo」（以下「IME」と言う。）を活性化させるため、海外バイヤーを増やす取組を行うとともに、IME の出展事業者は国内外の幅広いステークホルダーに対して、出展意欲を喚起することで、セラーとバイヤーの更なる質の向上をし、効果的なビジネスマッチング機会を IME にて醸成する。

⑥研究者等の MICE 誘致活動活性化に向けた環境整備【新規：今後検討】

- ・ 現状、誘致に適した国際会議案件がある場合であっても、大学教員等は自らの研究活動が多忙であることや誘致活動が必ずしも大学での自身の評価につながらないことから、地元主催者（ローカルホスト）として国際会議に立候補する意欲を持つことができない環境となっている。
- ・ 観光庁は、関係省庁協力の下、大学教員等が国際会議の主催者として立候補しやすい環境整備の構築を検討する。具体的には、「大学・研究所等による通常の業務過多」、「誘致・主催できた際の、ローカルホストに対する大学業界からのインセンティブ等評価システムの欠如」等が問題点と認識されているため、「国際会議立候補時のサポート強化」、「大学等での MICE 誘致・開催することによる大学教授・研究者の評価のあり方」等を検討する。

⑦企業・個人等民間を含む資金支援等の拡充策の検討【新規：今後検討】

- ・ 企業及び個人等民間を含む資金支援の拡大は、国際会議等の開催を後押しする重要な要素である。観光庁と JNTO は、JNTO の交付金制度についての利用拡大も含め民間支援等を促すための仕組みについて検討を行う。

（3）様々なニーズに応え、満足度の高いコンテンツ及びプログラムの開発促進 ：我が国開催の魅力向上

①地域貢献型 MICE の普及・促進【新規：来年度実施】

- ・ 海外の地域では、MICE 開催の関連イベント・テクニカルビジット等として、MICE 参加者が地域の環境問題・社会福祉等の活動に携わるプログラムを提供し、MICE 開催の社会的意義を高めている。これにより、SDGs に係る取組が重視されている国際社会に対し、これらの国における MICE 開催について訴求を強めるとともに、開催地の地域住民等に対しても、MICE 開催の理解を深めることに繋がっている。
- ・ 観光庁は、地域の環境問題・社会福祉等社会的課題に貢献するプログラムを含む MICE 開催の普及・促進を図る。

②「グローバル MICE 都市プラスワンプロモーション（仮称）」の実施 【新規：本年度実施】

- ・グローバル MICE 都市が、周辺地域等広域連携の中心となって、周辺地域の魅力を組み合わせたコンテンツを開発することで、シナジーを発揮し、地域の魅力の更なる強化を図る。

③先進的テクノロジーを活用した「ビヨンド MICE」の普及・推進

【新規：来年度実施】

- ・我が国の観光の現場では、AR/VR やプロジェクションマッピング等先進的テクノロジー技術等の活用が進められている。これら我が国が有する高い技術力・演出力等を MICE 誘致・開催においても積極的に活用し、我が国 MICE の他国に対する優位性として育てていく必要がある。
- ・観光庁は、従前の技術・演出等を活用した MICE を超え、最先端技術等を活用した MICE、所謂「ビヨンド MICE」の普及・推進を図る。

④「プレ・ポスト MICE」の促進【新規：来年度実施】

- ・我が国での MICE 開催の機会を最大限活用するためには、MICE 開催前後において実施されるテクニカルビジット等関連プログラムの提供により、あるいは MICE 参加後のプライベート旅行により、より長期間の滞在促進を図ることが重要である。このため、MICE 参加後のテクニカルビジット等を通じたビジネス機会の創出に向けて、関係団体と観光庁は連携して、訪問先発掘や受入に当たっての課題等把握・推進を図る。また、海外の MICE 先進都市で見られるような、MICE 参加とレジャー活動を組み合わせた取組の促進に向け、関係団体と観光庁は連携して、事例調査や必要な普及・促進に取り組む。

⑤CB 主導によるユニークベニュー開発・活用の促進【継続：本年度強化】

- ・地域の司令塔となる CB など地域 MICE 推進機関は、MICE 施設等関係者間のネットワークを構築・強化することによって、自律的かつ継続的なユニークベニュー開発・活用、ユニークベニューの質の向上を図る。また、有識者の知見を活用し、地域連携モデル構築・ユニークベニュー開発ノウハウの他地域への共有等を進め、全国的なユニークベニュー利用促進の機運醸成を図る。

⑥MICE 主催者・参加者の満足度向上【新規：来年度実施】

- ・海外では、MICE 主催者・参加者等の満足度向上のため、カンファレンスサービスの充実、出入国手続の円滑化など参加者のストレスフリーな滞在を支援するための措置を講じているケースがある。
- ・観光庁は、これら海外における MICE に関する先進的取組について調査し、情報提供することによって必要な環境整備を促す。

⑦DMC/旅行会社とCBの連携による商品開発促進【新規：早期実施】

- ・地域のDMC及び旅行会社等の商品開発・造成を行っている民間事業者が、CBと連携し、MICEのプレ/ポスト等で提供するMICE商品開発を促進する。本連携によって、地域の特性を活かした商品開発をし、地域の魅力を世界に発信できる手段の活用と、MICE参加者の訪日時における満足度向上の効果も期待される。

(4) 地域力及び人材力の強化：国際競争力を支える基盤強化

①MICE開催に係る地域社会への普及・啓蒙活動の強化【新規：本年度実施】

- ・MICE開催により地域等にもたらされる効果としては、MICEへの外国人参加者による消費等の直接的な経済波及効果のほか、MICE参加研究者との交流の活発化、技術イノベーションの発生、地域住民へのメリット等、所謂レガシー効果も挙げられる。
- ・観光庁は、これらの経済波及効果・レガシー効果について調査・把握し、関係業界・関係機関と連携して効果的な普及・啓蒙活動を実施する。

②人材育成強化【継続：本年度実施】

- ・JNTO、JCCB、JCMA、観光庁等は「MICE人材育成協議会」を活用し、CB等のMICE誘致担当者等を対象とした体系的な人材育成カリキュラム等について議論し、今年度中に推進主体毎のアクションプランを策定する。
- ・JNTOは、同協議会における議論を踏まえ、現在実施している研修のレベルアップやより効果的なプログラムについて検討する。

3. 官民及び政府全体における MICE 推進プラットフォームの強化

(1) 各種プラットフォームの設置・拡充

① 拡大国際競争力委員会の設置【新規：来年度実施】

- ・観光庁は、関係省庁の協力の下、既存の国際競争力強化委員会の体制強化を図るため、更なる幅広いステークホルダーを巻き込んだ体制を構築する。具体的には、イベントプランナーやイベント産業界、外資系ホテル業界やディベロッパ業界等の構成員の追加を検討する。また、同委員会では、大型誘致案件に係る情報共有・連携強化等を図る。
- ・拡大国際競争力強化委員会・関係府省連絡会議・グローバル MICE 都市・都市力強化対策本部に係る重要事項（大型国際会議・イベント）の共有及び関連施策の総合調整を行うため、必要に応じ、3 会議の合同開催など会議間の連携強化を図る。

② グローバル MICE 都市を中心とした我が国誘致力の強化【継続：本年度強化】

- ・観光庁は、グローバル MICE 都市（12 都市）及び経済産業省（E を所管）・JETRO・JNTO など MICE 推進をリードする我が国関係者間の課題共有・先進事例共有等を効果的に推進するため、「グローバル MICE 都市・都市力強化対策本部」を定期的に開催し、これらの関係者間の連携強化を図る。
- ・同対策本部を活用し、我が国全体の MICE 国際競争力強化に向けた「グローバル MICE 都市制度」のあり方や、都市における経済界・産業界など広域な分野を巻き込んだ地域連携の促進等、都市力強化に当たって必要となる施策について検討を継続し、逐次実施する。

③ MICE 全般における政府一体となった取組の強化・支援策の拡充

【継続：本年度強化】

- ・MICE 全般における政府一体となった施策集（関係府省 MICE 支援アクションプラン）を策定し、MICE 誘致・開催における取組の強化・支援策の拡充を図る。（平成 30 年 7 月策定関係府省 MICE 支援アクションプラン：別紙参照）
- ・また、同アクションプランは毎年見直しを行い、各関係府省間の施策の連携強化を図ることで、MICE 誘致・開催を政府一体で推進する。

④ 「MICE 相談窓口」の設置・連携強化【継続：本年度実施】

- ・MICE の誘致・開催についての十分な情報提供や実施における課題への相談に対応する窓口を MICE 推進機関に設置することは必要不可欠である。
- ・現在、観光庁及び JNTO、一部自治体・CB に設置されている「MICE 相談窓口」に

ついて、相談者の利便性を高める観点から、連携を強化し、未設置の地域については導入を促す必要がある。また観光庁は、これにより把握された課題等を関係省庁と共有し、関係省庁は、当該課題等が国の規制に係るものである場合にはその趣旨を損なわないよう留意しつつ、その解決を可能とする方策について検討を行う。

⑤競争力のある施設運営能力の強化

○コンセッション方式の導入促進【継続実施】

- ・MICE 誘致にあたっては、特に公共 MICE 施設の場合は、民間の創意工夫を活用することにより、効率的かつ効果的に良好なサービスを実現のため、運営についてコンセッション方式の導入が重要である。
- ・今後施設の新設、運営の契約更新が行われる都市については、コンセッション方式を積極的に導入するとともに、観光庁は、関係省庁と連携して、コンセッション方式の先行事例の進捗状況、導入に向けての支援制度等を都市に積極的に提供し、導入を促す。

(2) PDCA サイクルの導入について

- ・ 1. で掲げた MICE 目標の実現のためには、観光庁・関係業界・関係機関それぞれが不断に取り組んでいく必要がある。その際、当該目標は 2030 年に向けた中長期的なものであることから、取組の実施状況・目標の進捗状況等の確認に加え、取組自体が目標実現に向けて適切なものとなっているか、前年の取組を踏襲するだけの硬直的な対応となっていないか、新たな課題に対応する改善が必要か等、取組の妥当性・効率性等について検証を行い、必要な見直しを行うことが必要である。
- ・観光庁及び JNTO など政府関係機関、関係業界、関係機関は、3. (1) に掲げる各種プラットフォームにおいて、PDCA サイクルに基づき取組の高度化を図るとともに、我が国総力を挙げた取組機運の醸成に努める。
ただし、MICE については、誘致施策の効果が発現するまでに数年単位の時間がかかること、検証自体が自己目的化することを避ける必要があること等から、検証のタイミングや手法は別途、適切に定めることとする。