

# 国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau  
National Diet Library

論題 Title	MICE の振興と基盤整備
他言語論題 Title in other language	Promotion and Infrastructure Construction of MICE
著者 / 所属 Author(s)	山崎 治 (Yamazaki, Osamu) / 国立国会図書館調査及び立法考査局専門調査員 国土交通調査室主任
雑誌名 Journal	レファレンス (The Reference)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
通号 Number	795
刊行日 Issue Date	2017-04-20
ページ Pages	1-26
ISSN	0034-2912
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
摘要 Abstract	多額の消費を伴う旅行として期待が高い MICE を振興することのメリット等を確認した上で、オリンピック開催を機に、特に海外からの旅行者の誘致を図るための方策、解決すべき課題を探る。

\*掲載論文等のうち、意見にわたる部分は、筆者の個人的見解であることをお断りしておきます。

# MICE の振興と基盤整備

国立国会図書館 調査及び立法考査局  
専門調査員 国土交通調査室主任 山崎 治

## 目 次

はじめに

- I MICE がもたらす効果
  - 1 MICE 振興のメリット
  - 2 MICE の負の側面
- II 日本における MICE 振興策
  - 1 政府の施策
  - 2 主な都市の戦略
  - 3 空港等の対応
- III 諸外国における MICE 振興策
  - 1 米国
  - 2 英国
  - 3 シンガポール
- IV MICE 振興における課題
  - 1 展示会場・国際会議施設の整備
  - 2 ユニークベニユ어의推進
  - 3 人材の育成
  - 4 MICE 関連情報の利用環境の整備

おわりに

## 要 旨

- ① 近年、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの MICE（M は「企業等の会議」、I は「企業等の行う報奨・研修旅行」、C は「国際機関・団体、学会等が行う会議・総会」、E は「展示会・見本市、イベント」の意）関連の旅行者が世界的に増加し、日本の観光産業においても期待が高まっている。
- ② MICE では、経済的恩恵が及ぶサプライヤーの範囲が広い。MICE によってビジネスチャンスが増えるサプライヤーには、ホテル、会議場のほか、会議を専門に運営する会社、展示会専門の会社、当日の会議・イベントの運営を専門に行う会社が含まれる。MICE の経済効果には、これらのサプライヤーが生み出す直接効果のほかに、間接効果と誘発効果があり、多くの付加価値が発生すると考えられている。
- ③ MICE を誘致する場合と一般旅行者を誘致する場合ではマーケティング戦略が異なる。MICE を誘致する際の働きかけは、参加者ではなく、主催者に対して行われる。働きかける手法には、a) トレードショー、b) ワークショップ（ショーケース）、c) ロードショー、d) ファムトリップ、e) サイトインスペクション、f) アンバサダープログラム、がある。
- ④ 観光庁は、MICE 誘致・開催推進を図るため、a) グローバル MICE 都市／グローバル MICE 強化都市の選定、b) MICE 誘致アンバサダーの委嘱、c) ユニークベニユーの開発・利用促進、d) MICE 国際競争力強化委員会の設置、e) MICE 相談窓口の設置等の取組を行ってきた。
- ⑤ MICE 先進国が採っている特徴的な施策としては、米国における MICE 振興財源の確保スキーム・人材育成、英国における官民の連携を重視した MICE 振興策の展開、シンガポールにおける統合型リゾートの整備・大型イベント開催を容易にする支援制度、が挙げられる。
- ⑥ 今後の課題としては、a) 国際競争力のある展示会場・国際会議施設の整備、b) ユニークベニユーの推進、c) 人材の育成、d) MICE 関連情報の利用環境の整備、が挙げられる。各地域で MICE 振興を図る際には、その地域に合ったタイプ・規模の MICE を選択することが必要になる。多くの地域に共通する難題が MICE 振興財源の確保で、解決に向けた検討が急がれている。

## はじめに

2016（平成 28）年の訪日外国人旅行者数は 2403 万 9 千人（前年比 22% 増）に達した<sup>(1)</sup>。訪日外国人旅行者数は、2015（平成 27）年の時点で、2020（平成 32）年の目標としていた 2000 万人に迫っていたため、政府は、2020（平成 32）年の目標を 4000 万人（訪日外国人旅行消費額は 8 兆円）に引き上げ、インバウンド（海外からその国への入国）観光振興を図っている<sup>(2)</sup>。

引き上げられた目標を達成するためには、訪日外国人旅行者数を倍増させることが必要になるが、それと同等の経済効果は、消費額が大きい旅行者を誘致することによっても生み出される。そして、消費額の大きい旅行者として最初に考えられるのは FIT<sup>(3)</sup>旅行者である。また、消費額が大きいという点では、MICE<sup>(4)</sup>旅行者にも高い期待を寄せることができる。2015（平成 27）年の 1 人当たり旅行中消費額を見ると、MICE 目的の訪日外国人は 141,828 円で、観光・レジャー目的の訪日外国人の 134,521 円を上回っている<sup>(5)</sup>。特定の地域に限れば、更に大きな開きが現れたデータも公表されている<sup>(6)</sup>。

MICE においては、①ビジネス・イノベーションの機会の創造、②地域への経済効果、③国・都市の競争力向上という効果が見込まれており、日本でも MICE の柱となる国際会議の開催・誘致が図られてきた<sup>(7)</sup>。その結果、国際会議協会（International Congress and Convention Association: ICCA）が公表している 2015 年の国別国際会議開催件数<sup>(8)</sup>において、日本は 355 件と過去最高を記録するに至ったが（世界全体では 7 位<sup>(9)</sup>、都市別では東京の 28 位が国内最上位<sup>(10)</sup><sup>(11)</sup>）、国際会議開催件数は世界的に増加傾向にあり、更に件数を伸ばす余地が残されている。

\* 本稿におけるインターネット資料の最終アクセス日は 2017（平成 29）年 3 月 13 日である。

- (1) 「石井大臣会見要旨」2017.1.10. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/report/interview/daijin170110.html>>
- (2) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議「明日の日本を支える観光ビジョン—世界が訪れたくなる日本へ—」2016.3.30, p.2. 同上 <<http://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>>
- (3) FIT とは、「Foreign Independent Tour」又は「Free Individual (Independent) Traveler」の略で、団体ツアーや個人旅行パッケージを利用せず、個別手配により自らの嗜好に合わせた旅程を組む旅行を指す。訪日外国人 1 人当たりの旅行中消費額は、一部例外の国はあるが、個別手配者が、個人旅行パッケージ利用者、団体ツアー参加者よりも大きくなる傾向がある（国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向—訪日外国人消費動向調査結果及び分析—平成 27 年 年次報告書」p.12. <<http://www.mlit.go.jp/common/001173130.pdf>>）。
- (4) MICE（マイス）とは、企業等の会議（Meeting）、企業等が行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関（国家が構成員）、国際団体（非政府組織（NGO）が構成員）、政府、学会等が行う会議・総会（Convention / Conference）、展示会・見本市、イベント（Exhibition / Event）の頭文字を取った造語で、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。
- (5) 国土交通省観光庁 前掲注(3), p.13.
- (6) 例えば、京都市が平成 25 年度に京都で開催された国際会議の参加者に対して行ったアンケート調査によると、MICE 参加者の消費額は、一般旅行者と比べると、日本人で約 1.4 倍、外国人で約 1.8 倍であった（京都市産業観光局観光 MICE 推進室「京都市 MICE 戦略 2020」2014.10, p.5. <[http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000186/186495/MICE\\_HP1.pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000186/186495/MICE_HP1.pdf)>）。
- (7) 「MICE の開催・誘致の推進」国土交通省観光庁ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html>>
- (8) International Congress and Convention Association, “2015 ICCA Statistics Report: Public Abstract,” 2016.6, pp.15-23. <<http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1951>>
- (9) 日本より上の 1 位から 6 位にランクインした国は、順に米国（925 件）、ドイツ（667 件）、英国（582 件）、スペイン（572 件）、フランス（522 件）、イタリア（504 件）であった。日本はアジア地域ではトップであるが、8 位の中国（333 件）と 13 位の韓国（267 件）が迫っている。

2020（平成 32）年に東京オリンピック・パラリンピックが開催されることにより、今後、海外のマスコミが日本関連の情報を取り上げる場面は増えると予想される。そのようなチャンスを活かして MICE を含めた外国人旅行者を誘致しなければ、同年に訪日外国人旅行者を 4000 万人に増やすという目標を達成することは難しい。近年、訪英外国人旅行者数が増加傾向にある英国も、2012 年のロンドン・オリンピック・パラリンピック開催前に策定された観光政策において、MICE 旅行者の誘致を重要な柱としていた<sup>(12)</sup>。また、第 192 回国会で成立した「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」（平成 28 年法律第 115 号）において「特定複合観光施設」<sup>(13)</sup>として一体的に運用される施設に会議場施設と展示施設が含まれており、MICE に対する注目度が一層高まっている。そこで、本稿では、MICE 振興のメリットを確認した上で、主に海外からの旅行者の誘致を図るための方策、解決すべき課題を探ることとしたい。

## I MICE がもたらす効果

### 1 MICE 振興のメリット

#### (1) MICE とは

MICE の M が「企業等の会議」、I が「企業等が行う報奨・研修旅行」、C が「国際機関・団体、政府、学会等が行う会議・総会」、E が「展示会・見本市、イベント」を意味しているのは、既に説明したとおりである。各々についてより詳しく説明したのが表 1 である。

M、I、C、E の各々の市場規模については、特に M と I の現状把握ができておらず、正確なデータを得るのは難しい。各々の定義も統一されておらず、この 4 つとは別の分類に従ってデータを集計しているケースも見られるが<sup>(14)</sup>、米国についてはこの 4 つの分類に比較的近いデータを得ることができる（ただし、旅行、イベント等のデータは含まれておらず、会議関連のデータだけを 2009 年について集計）。国によって得意分野の違いがあるため、米国の例を典型例とみなすことはできないが、MICE 先進国の米国の状況を示すと、図 1 のようになる。

(10) アジア地域における都市別順位をみると、156 件のシンガポール（7 位）、117 件のソウル（13 位）、112 件の香港（15 位）、103 件のバンコク（16 位）、95 件の北京（19 位）、90 件の台北（22 位）が 80 件の東京（28 位）を上回っている。

(11) MICE には小規模な会議も含まれるが、把握が難しいため、一般的に公表される開催件数のデータは、比較的規模が大きい会議を対象としたものになっている。ICCA のデータは、開催国を含め 3 か国以上の国が参加し、参加者数が 50 人以上の国際会議について集計したものである。国際会議開催件数については、国際団体連合（Union of International Associations: UIA）も集計データを発表している。UIA の集計には、国際機関・国際団体の本部が主催又は後援した会議（参加者 50 人以上、参加国 3 か国以上、開催期間 1 日以上）のほかに、国内団体又は国際団体支部等が主催した会議（参加者 300 人以上で主催国以外の参加者を 40% 以上含む、参加国 5 か国以上、開催期間 3 日以上）が含まれる。UIA の集計による 2014 年の上位 5 か国は、米国（858 件）、ベルギー（851 件）、シンガポール（850 件）、韓国（636 件）、日本（625 件）であった。（日本政府観光局インバウンド戦略部編『2014 年国際会議統計』2015, pp.14-16. 日本政府観光局（JNTO）ウェブサイト <[http://mice.jnto.go.jp/doc/data/cv\\_tokei\\_2014\\_2shou.pdf](http://mice.jnto.go.jp/doc/data/cv_tokei_2014_2shou.pdf)>）

(12) 山崎治「英国の観光政策・戦略—オリンピック開催の経験を踏まえ—」『レファレンス』765 号, 2014.10, pp.41-43. <[http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo\\_8779799\\_po\\_076502.pdf?contentNo=1](http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_8779799_po_076502.pdf?contentNo=1)>

(13) 特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律における特定複合観光施設とは、カジノを含む統合型リゾート（Integrated Resort: IR）のことを指す。カジノ施設及び会議場施設、レクリエーション施設、展示施設、宿泊施設その他の観光の振興に寄与すると認められる施設が一体となっている施設で、民間事業者が設置及び運営をするものをいう。

(14) 例えば、英国では後掲注(8)のような形の集計を行ったケースが見られる。

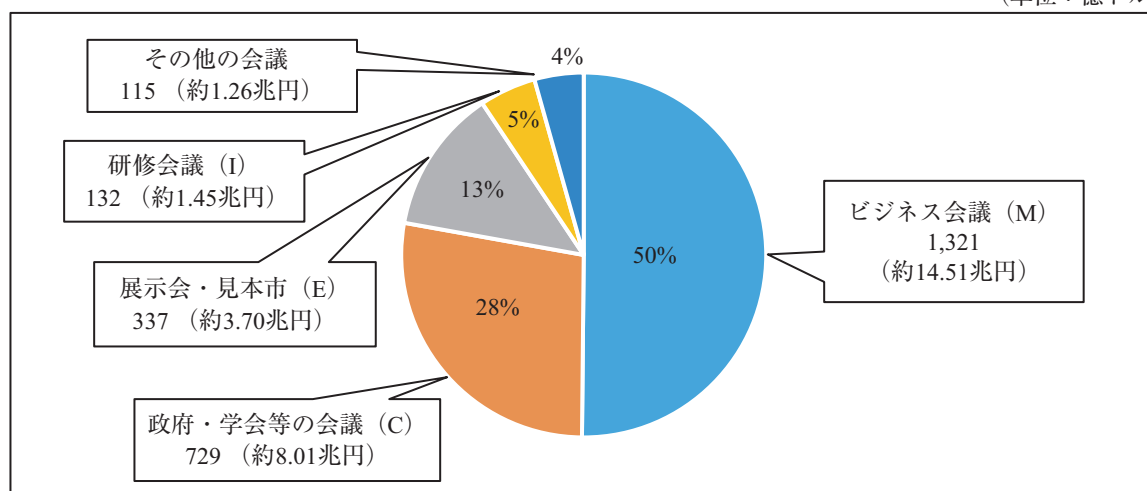
表1 MICE の分類

企業等の会議 (M)	○社員教育・研修のためのセミナー、シンポジウム ○投資家を増やすためのセミナー、シンポジウム ○グループ企業の役員会議
企業等が行う報奨・研修旅行 (I)	○営業成績優秀な社員、代理店等への報奨イベント ○自社社員の士気向上、取引先顧客への販売促進等を目的とした旅行
国際機関・団体、政府、学会等が行う会議・総会 (C)	○学会・協会が主催する国際会議、研究会、地方会、大会 (例：2017年9月に京都で開催予定の第23回会議において120～130か国から7000名程度の参加が見込まれている世界神経学会議) ○政府、自治体、国際機関が主催する会議 (例：主要7か国首脳会議)
展示会・見本市、イベント (E)	○展示会 (例：2016年開催時には3,197社 (うち海外から1,935社) が出展し、76,532人 (うち海外から9,365人) が来場したFOODEX JAPAN)、物産展 ○見本市 (例：2015年開催時には81万人以上が参加した東京モーターショー) ○スポーツ大会 (例：オリンピック・パラリンピック、ワールドカップ)

(出典) 「MICE の開催・誘致の推進」国土交通省観光庁ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html>> 等を基に筆者作成。

図1 米国で開催された会議の参加者の消費額 (2009年)

(単位：億ドル)



(注) 日本円には、2016年の年間平均為替レート (1ドル = 109.84円) で換算。

(出典) “The Big News about Meetings,” *Association Meetings*, 2011.4, p.20 を基に筆者作成。

## (2) MICE の経済効果

MICE では、経済的恩恵が及ぶサプライヤーの範囲が広い。川島アソシエイツ代表の川島久男氏は、MICE によってビジネスチャンスが増えるサプライヤー (サービス提供者) として、ホテル、会議場のほか、会議を専門に運営する会社 (Professional Congress Organizer: PCO)、展示会専門の会社 (Professional Exhibition Organizer)、当日の会議・イベントの運営を専門に行う会社 (Destination Management Company) を挙げている。<sup>(15)</sup>

MICE の経済効果としては、これらのサプライヤーが生み出す直接効果のほかに、間接効果 (直接効果を生むサプライヤーに財・サービスを供給する産業で発生する消費) と誘発効果 (直接効果、

(15) 川島久男「11 MICE—日本における取組と課題—」早稲田大学商学部監修、長谷川恵一編集『観光立国日本への提言—インバウンド・ビジネスのチャンスをとらえる—』成文堂、2016、p.269。

間接効果によって得られた所得の家計等による消費)がある。例えば、2012年の米国のMICE産業の生産額は7704億ドル(約84兆6098億円<sup>(16)</sup>)と試算されている(表2)。

みずほ総合研究所経済調査部の風間春香氏は、2020(平成32)年の東京オリンピック・パラリンピック開催を、それ自体が大規模なイベントであることに加え、MICE開催地としての日本の魅力を国内外に発信できる絶好の機会ととらえ、経済効果の試算を行った。国際会議(ICCA基準)が235件増加する等の前提を設けて行った試算では、東京オリンピック・パラリンピック開催に伴うMICE需要の増加による経済効果が8149億円と見込まれている。内訳は、国際会議場の新設による効果が4395億円、国際会議の開催を通じた効果が3754億円である。風間氏は、MICE効果を最大化するためには、MICE施設の整備・改修に加え、規制緩和などビジネス環境の整備・強化が必要であるとしている。<sup>(17)</sup>

表2 米国におけるMICEの経済効果(2012年)

経済効果	産業全体の生産額 (百万ドル)	GDPへの寄与(付加 価値)(百万ドル)	雇用数 (人)	労働所得 (百万ドル)
直接効果	280,403	115,615	1,787,000	66,892
間接効果	276,267	156,889	2,080,000	99,139
誘発効果	213,706	121,280	1,440,000	68,608
合計	770,375	393,784	5,307,000	234,639

(出典) PricewaterhouseCoopers LLP, “The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy: Interim Study Update for 2012,” p.7, Table 4. <<http://www.pcma.org/docs/default-source/default-document-library/cic-meetings-ess-update-executive-summary-final.pdf?sfvrsn=2>> を基に筆者作成。

### (3) MICEの誘致方法

MICEを誘致する場合と一般の旅行者を誘致する場合ではマーケティング戦略が異なる。一般の旅行者の場合、旅行代理店等が仲介するとしても、どこに旅行するかの決定権は旅行者個人にある。それに対して、MICEの場合、開催地を決めるのは主催者であって、参加者ではない。したがって、MICEを誘致するための働きかけは主催者に対して行われることとなり、一般の旅行者に対するものとは異なった戦略が求められる。

前述の川島氏は、主催者に働きかける手法として、①トレードショー：コンベンションビューロー(国内外から国際会議を誘致する組織)、ホテル等が、MICE業界の見本市に出展し、自らの地域の魅力の宣伝、主催者情報の収集、商談等を行う、②ワークショップ(ショーケース)：自らの地域がMICEに適していることを知らせるため、会議、セミナー、シンポジウム、展示会を行う、③ロードショー：コンベンションビューロー等が潜在的な顧客(主催者)がいると思われる地域を回るプロモーション・ツアーを行う、④ファミトリップ<sup>(18)</sup>：MICE開催地としてアピールするため、複数の潜在的な顧客(主催者)を自らの地域に招き、開催場所等を見てもらう、⑤サイトインスペクション：特定の主催者を招待し、その要請に応える形でじっくりと地域や開

(16) 2016年の年間平均為替レート(1ドル=109.84円)で換算。

(17) 風間春香「オリンピック経済効果シリーズ⑧MICE(マイス)需要の増加」『みずほインサイト』2014.9.16, pp.1-3. <<http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/insight/jp140916.pdf>>

(18) 「Familiarization Trip」の略。

催場所を見てもらう、⑥アンバサダープログラム：コンベンションビューロー等が、将来 MICE を主催する可能性が高い学会・ビジネス界の実力者を「アンバサダー」に指定し、MICE を誘致してもらう（コンベンションビューローが誘致提案書の作成等も行う）<sup>(19)</sup>、を挙げている。<sup>(20)</sup>

## 2 MICE の負の側面

### (1) 国際会議の不正利用

MICE では、信頼度が高い国際会議が不正に利用される可能性があるということも認識しておく必要がある。例えば、不法入国目的と考えられる次のような不正が発生している。

2015（平成 27）年の春に日本で開催された医学系国際会議の事務局に対し、ナイジェリアにある医学系関連学会の担当者と名乗る者（以下「現地学会担当者」）から、政府関連団体の幹部 5 人が会議に参加するため、ビザ申請用レターを発送してほしいとのメールが届き、幹部の名前、航空会社の予約メール、パスポートのコピーが送付されてきた。それらを受け取った事務局は、PCO に依頼して作成したビザ申請書類をナイジェリアにある医学系関連学会に送付し、ホテルの予約を行ったが、会議当日になっても幹部は現れなかった。事務局から現地学会担当者にメールを送っても連絡はつかず、ホテルのキャンセル料は事務局が肩代わりすることになった。日本政府観光局（JNTO）<sup>(21)</sup>は、このようなトラブルを避けるため、①未知の学会又は不審な団体からビザ申請の支援を依頼する連絡を受けた場合、当該学会に電話やメールで問合せを行うか、他の信頼できる団体に該当する学会名や個人名を知らせ、その存在や評判を確認する、②宿泊予約等、キャンセル料が発生する予約を代行する際は、相手方のクレジットカード情報等を得てキャンセル料の支払先を確保する、という対応を取ることを求めている。<sup>(22)</sup>

### (2) 採算が合わない MICE 施設の整備

MICE では、会議、展示会、イベント等を行う施設が必要となるが、身の丈を超える規模の施設は、整備費のみならず維持費の点でも自治体等に負担をもたらす。MICE 施設については、地域経済の活性化につながる、文化度向上に寄与する等の理由から、施設単体で収支を考える必要はない（施設の利用料収入で収支が黒字にならなくても問題とは言えないケースがある）とする意見もあるが、地方財政が厳しさを増す中、全ての住民を納得させることは難しい<sup>(23)</sup>。後述するように、日本でも他国と競争可能な規模の施設の整備が望まれる面はあるが、日本の至るところでそれが必要なわけではない。施設単体で考えるにしろ、統合型リゾート全体で考えるに

<sup>(19)</sup> 観光庁は、2013（平成 25）年からアンバサダーの委嘱を行っているが、アンバサダーの指定は、自治体レベルでも行われている。例えば、福岡市は、福岡市が掲げる 6 つの誘致重点分野（次世代産業、クリエイティブ、スポーツ、食、医療・医学、アジア）において国際会議や大会、展示会の誘致に影響力を持つキーパーソン 10 人を、2016（平成 28）年から 2 年間の任期で「福岡市 MICE アンバサダー」に任命した（「福岡市 MICE アンバサダーのご紹介」『MPF のワンストップサービスのご案内』公益財団法人福岡コンベンションビューローウェブサイト <[http://www.welcome-fukuoka.or.jp/image/2016/meeting/pdf/FUK\\_ambassador\\_Ja.pdf](http://www.welcome-fukuoka.or.jp/image/2016/meeting/pdf/FUK_ambassador_Ja.pdf)>）。

<sup>(20)</sup> 川島 前掲注(15), pp.274-275.

<sup>(21)</sup> 日本政府観光局（JNTO）は通称で、JNTO は「Japan National Tourism Organization」の略。正式名称は「独立行政法人国際観光振興機構」。前の東京オリンピックが開催された 1964（昭和 39）年に、特殊法人国際観光振興会として発足した（独立行政法人国際観光振興機構になったのは 2003（平成 15）年）。JNTO は、世界の主要都市に海外事務所を持ち、インバウンド観光（外国人の訪日旅行）のプロモーションやマーケティングを行っている。（「プロフィール」日本政府観光局（JNTO）ウェブサイト <[http://www.jnto.go.jp/jpn/about\\_us/profile/index.html](http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/index.html)>）

<sup>(22)</sup> 「ご注意ください！知らない間に不法入国を手伝っている場合があります」『JNTO コンベンションニュース』No.46, 2015.6. 同上 <<https://mice.jnto.go.jp/data/mag/1506.php>>



しろ、持続的に収益を上げられる可能性が高いことが前提となる。新規施設については、適切なデータを使用して費用対効果分析等を行った上で、その建設の是非を議論することが必要となるだろう。

## II 日本における MICE 振興策

### 1 政府の施策

MICE は、2013（平成 25）年に閣議決定された「日本再興戦略」において、海外から日本に対して多くの人や優れた知見、投資を呼び込む手段と期待された<sup>(24)</sup>。また、2013（平成 25）年以降、観光立国推進閣僚会議<sup>(25)</sup>が策定している「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」において、観光立国実現に向けた主要な柱の一つとして位置付けられている<sup>(26)</sup>。観光庁は、MICE 誘致・開催推進を図る取組として、①グローバル MICE 都市／グローバル MICE 強化都市の選定、② MICE 誘致アンバサダーの委嘱、③ユニークベニュー（unique venue）の開発・利用促進、④ MICE 国際競争力強化委員会の設置、⑤ MICE 相談窓口の設置等を行ってきた。<sup>(27)</sup>

①は、海外との厳しい競争に打ち勝ち、日本を牽引することができる実力を持った都市を育成することが必要だと考えて打ち出された施策である。2013（平成 25）年 6 月に、「グローバル MICE 戦略・強化都市」（2015（平成 27）年度以降は「グローバル MICE 都市」と改称）として 7 自治体（東京都、横浜市、愛知県名古屋市<sup>(28)</sup>、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市）が選定され、観光庁は、MICE 誘致力向上を図るための支援事業（アドバイザー派遣、プロモーション支援、ステークホルダーの連携促進等）を実施してきた。また、2015（平成 27）年 6 月には、「グローバル MICE 強化都市」として新たに 5 自治体（札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市）が選定され、観光庁は、外国人専門家によるコンサルティング、海外 MICE 専門誌の記者招請等による広告宣伝、ステークホルダー連携支援等を行っている。

②について、観光庁は、2013（平成 25）年に、産業界や学術分野において国内外に対し発信力やネットワークを有する人材を日本の「MICE アンバサダー」として委嘱する「MICE アンバサダープログラム」を開始した。2015（平成 27）年 8 月には、名称を「MICE 誘致アンバサダープログラム」と変更し、国内における国際会議開催の意義に関する普及啓発活動に加え、それぞれの専門分野において具体的な国際会議の日本への誘致活動を依頼している。

③のユニークベニューとは、歴史的建造物を含めた文化施設や公的空間等で会議・レセプシ

<sup>(23)</sup> 例えば、2015（平成 27）年 1 月 25 日に開催された熊本市の MICE 施設整備事業に関する市民意見交換会において最も質問が多かったのは、新たなハコモノの必要性や収支見通しに関連するものであった（「MICE 施設整備の精査・再検討に関する市民意見交換会」熊本市ウェブサイト <[https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c\\_id=5&id=7751&sub\\_id=1&flid=51176](https://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=7751&sub_id=1&flid=51176)>）。

<sup>(24)</sup> 「日本再興戦略—JAPAN is BACK—」（平成 25 年 6 月 14 日閣議決定）pp.85-86. 首相官邸ウェブサイト <[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou\\_jpn.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf)>

<sup>(25)</sup> 内閣総理大臣が主催し、全閣僚が構成員となっている会議。会議には、必要に応じ、その他関係者の出席を求めることができる。（「観光立国推進閣僚会議の開催について」（平成 25 年 3 月 26 日閣議口頭了解）同上 <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kankorikkoku/konkyo.html>>）

<sup>(26)</sup> 2016（平成 28）年に策定されたプログラムでも同様（観光立国推進閣僚会議「観光ビジョン実現プログラム 2016—世界が訪れたくなる日本を目指して—（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2016）」2016.5, pp.31-32. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/001131373.pdf>>）。

<sup>(27)</sup> 「MICE の開催・誘致の推進」前掲注<sup>(7)</sup>

<sup>(28)</sup> 愛知県と名古屋市が共同で応募したという意味。同段落に記されている大阪府大阪市、千葉県千葉市も同様。

ンを開催することにより、特別感や地域特性を演出するものであり、海外の MICE 先進都市では一般的に行われている<sup>(29)</sup>。日本でも観光庁が、文化施設や公的空間等のユニークベニューとしての利用の活性化等を促すことを目的に、2013（平成 25）年に「ユニークベニュー利用促進協議会」<sup>(30)</sup>を設置し、ユニークベニューの開発・利用促進を図っている。

④の MICE 国際競争力強化委員会は、MICE 誘致活動における日本の地位が相対的に低下している主因は誘致の取組がグローバル・スタンダードから後れをとっていることにあるとの問題意識から、誘致競争力を抜本的に強化する方策を検討するため、2012（平成 24）年 11 月に有識者、MICE 関係者等を委員として観光庁に設置された。同委員会が 2013（平成 25）年 8 月に公表した最終とりまとめ<sup>(31)</sup>では、国が支援すべきテーマとして、a) 都市の誘致競争力の強化、b) MICE プレイヤーの強化、c) チームジャパンの誘致体制の構築、d) 国・都市の戦略実現ツールとしての MICE の活用、が挙げられた。

⑤の MICE 相談窓口は、MICE の誘致・開催に向けた地域の MICE 誘致活動を支援するため、観光庁及び JNTO に設置されたものである。自治体、コンベンションビューロー、民間事業者等からの MICE の誘致・開催に関する相談を受け付けている。

## 2 主な都市の戦略

表 3 は、グローバル MICE 都市／グローバル MICE 強化都市の主な MICE 戦略及びそこに掲げられた数値目標をまとめたものである。都市戦略、観光戦略の中に MICE 戦略を盛り込んでいる自治体が多いが、MICE に焦点を当てた戦略を策定している自治体もある。本節では、MICE 誘致に力を入れている自治体で行われている特徴的な取組、注目される動向を紹介する。

### (1) グローバル MICE 都市

東京都は、国際会議の東京開催を検討している誘致団体に向け、①誘致資金助成（誘致活動に伴う経費を最大 400 万円助成）、②開催資金助成（国際会議開催時に会場借上費等を最大 3000 万円助成）、③開催支援プログラムの提供（国際会議開催時に、都内観光ツアー等の支援プログラムを提供）というメニューを設け、国際会議の誘致・開催にかかる活動を一体的に支援している。2016（平成 28）年度からは、誘致資金と開催資金の助成の上限額を引き上げ、特に大規模な国際会議に対する支援を強化するとともに、支援対象要件の外国人参加者延泊数を 400 泊以上（従来は 800 泊以上）に引き下げた。<sup>(32)</sup>

(29) 例えば、ロンドンでは、自然史博物館（“Venue hire.” Natural History Museum website <<http://www.nhm.ac.uk/business-services/venue-hire.html>>）、ナショナル・ギャラリー（“Venue hire at the National Gallery.” National Gallery website <<http://www.nationalgallery.org.uk/support-us/venue-hire-at-the-national-gallery>>）、大英図書館（“Conferences and events at the British Library.” British Library website <<http://www.bl.uk/food-and-drink/conferences-and-events-at-the-british-library>>）等の施設がユニークベニューとして利用されている。

(30) 観光庁、文化庁の担当者のほか、東京国立博物館等の施設関係者、日本ホテル協会等の観光事業者、コンベンション関係者、自治体関係者等が委員となっている。

(31) MICE 国際競争力強化委員会「我が国の MICE 国際競争力の強化に向けて—アジア No.1 の国際会議開催国として不動の地位を築く—」2013.8. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/001006763.pdf>>

(32) 東京都産業労働局・公益財団法人東京観光財団「【募集案内】コンベンション誘致・開催支援事業 報奨旅行等誘致・開催支援事業」2016.3.31. <<http://www.metro.tokyo.jp/INET/BOSHU/2016/03/22q3v100.htm>>; 「コンベンション誘致・開催支援事業／イベント誘致・開催支援事業について」公益財団法人東京観光財団ウェブサイト <<http://businesseventstokyo.org/ja/bid-preparation-support/>>

表3 グローバル MICE 都市、グローバル MICE 戦略都市の主な MICE 戦略

自治体	主な MICE 戦略	MICE 関連の数値目標	
グローバル MICE 都市	東京都	東京都「東京都 MICE 誘致戦略～揺るぎないプレゼンスの確立を目指して～」2015.7. < <a href="http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/tourism/mice/pdf/150903honbun.pdf">http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/tourism/mice/pdf/150903honbun.pdf</a> >	おおむね平成 36 年頃までに年間 330 件の国際会議 (UIA 基準) を開催する (平成 26 年との比較で約 5 割増)。
	横浜市	横浜市文化観光局「中長期 MICE 戦略素案～国際的な MICE 開催都市としてのブランドの確立へ～」2013.3. < <a href="http://www.city.yokohama.lg.jp/bunka/kancon/senryaku/senryaku/soan.pdf">http://www.city.yokohama.lg.jp/bunka/kancon/senryaku/senryaku/soan.pdf</a> >	誘致ターゲットとする中大型国際会議 (参加者 300 名以上、うち外国人参加者 50 名以上) の開催件数を 32 件 (平成 23 年) から 65 件 (平成 29 年) に増やす。
	愛知県 名古屋市	愛知県「あいち観光戦略 2016-2020」2016.2. < <a href="http://www.pref.aichi.jp/kanko/kankose/keikaku/024.pdf">http://www.pref.aichi.jp/kanko/kankose/keikaku/024.pdf</a> > 名古屋市総務局企画部企画課「名古屋市まち・ひと・しごと創生総合戦略」2016.3. < <a href="http://www.city.nagoya.jp/somu/cmsfiles/contents/0000080/80550/sougousennryaku.pdf">http://www.city.nagoya.jp/somu/cmsfiles/contents/0000080/80550/sougousennryaku.pdf</a> >	愛知県で開催される国際会議 (JNTO 基準) の件数を 179 件 (平成 26 年) から 200 件 (平成 32 年) に増やす。名古屋市で開催される国際会議 (JNTO 基準) の件数を 163 件 (平成 26 年) から 180 件 (平成 31 年) に増やす。
	京都市	京都市産業観光局観光 MICE 推進室「京都市 MICE 戦略 2020」2014.10. < <a href="http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/000186495.html">http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/000186495.html</a> >	国際会議 (ICCA 基準) の開催件数で平成 32 年までに世界 35 位 (平成 25 年は 55 位) を目指し、国際会議 (JNTO 基準) の外国人参加者比率で国内都市 1 位を堅持する。
	大阪府 大阪市	大阪府・大阪市「大阪都市魅力創造戦略 2020～世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速～」2016.11. < <a href="http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/18716/00000000/strategy2020.pdf">http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/18716/00000000/strategy2020.pdf</a> >	国際会議 (JNTO 基準) の開催件数を 253 件 (平成 26 年) から 340 件 (平成 32 年) に増やす。
	神戸市	神戸市「神戸創生戦略 第 2 版」2016.3. < <a href="http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/innovation/sousei/img/280329_senryaku2.pdf">http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/innovation/sousei/img/280329_senryaku2.pdf</a> >	国際会議 (JNTO 基準) の開催件数を 82 件 (平成 26 年) から 110 件 (平成 31 年) に増やし、中・大規模の国内会議の開催件数を 50 件 (平成 26 年) から 60 件 (平成 31 年) に増やす。
	福岡市	福岡市「「グローバル創業都市・福岡」ビジョン」2015.3. < <a href="http://f-tokku.city.fukuoka.lg.jp/wp-content/uploads/2015/04/Fukuoka-Vision.pdf">http://f-tokku.city.fukuoka.lg.jp/wp-content/uploads/2015/04/Fukuoka-Vision.pdf</a> >	戦略 4 に「MICE イノベーション創出環境をつくる」とあるが、数値目標は設定されていない。
グローバル MICE 強化都市	札幌市	札幌市観光文化局観光コンベンション部観光企画課「札幌 MICE 総合戦略～札幌の魅力あふれる“ONLY ONE” MICE 都市～ 2015～2019」2015.4. < <a href="http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/mice/senryaku.html">http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/mice/senryaku.html</a> >	国際会議 (JNTO 基準) の開催件数を 89 件 (平成 25 年) から 120 件 (平成 31 年) に増やす。
	仙台市	仙台市「仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略 (人口ビジョン及び総合戦略)」2016.3. < <a href="http://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/zaise/kekaku/documents/sendai_sougousenryaku.pdf">http://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/zaise/kekaku/documents/sendai_sougousenryaku.pdf</a> >	国際会議 (JNTO 基準) の開催件数を 80 件 (平成 26 年) から 250 件 (平成 31 年まで) に増やす。
	千葉県 千葉市	ちば国際コンベンションビューロー「第 5 次中期計画《平成 28 年度～平成 30 年度》」2016.3. < <a href="http://www.ccb.or.jp/media/chuki_5.pdf">http://www.ccb.or.jp/media/chuki_5.pdf</a> > 千葉市「千葉市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」2016.3. < <a href="https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/kikaku/documents/jinkovisiongaiyouhonpen.pdf">https://www.city.chiba.jp/sogoseisaku/sogoseisaku/kikaku/documents/jinkovisiongaiyouhonpen.pdf</a> >	千葉県で開催される国際会議 (JNTO 基準) の件数を 37 件 (平成 26 年度) から 75 件 (平成 30 年度) に増やす。 千葉市で開催される国際会議の件数を 28 件 (平成 26 年度) から 65 件 (平成 31 年度) に増やす。
	広島市	「ひろしまビジターズ・インダストリー戦略行動計画～住んでよく、訪ねてよい、千客万来の都市の実現～」広島市ウェブサイト < <a href="http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1301652040963/index.html">http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1301652040963/index.html</a> >	MICE 関連の数値目標は設定されていない。
北九州市	北九州市「北九州市観光振興プラン～「北九州市に観光にいこう！」と言われる観光都市を目指して～」2014.5. < <a href="http://www.city.kitakyushu.lg.jp/files/000171721.pdf">http://www.city.kitakyushu.lg.jp/files/000171721.pdf</a> >	MICE 関連の数値目標は設定されていない。	

(注) JNTO 基準の国際会議とは、①国際機関・国際団体 (各国支部を含む) 又は国家機関・国内団体 (民間企業以外は全て) が主催し、②参加者総数が 50 名以上、③日本を含む 3 か国以上が参加し、④開催期間が 1 日以上の国際会議を指す。

(出典) 各自治体のウェブサイト等を基に筆者作成。

横浜市は、2013（平成 25）年 3 月に発表した MICE 戦略において、自らの強みである医学系会議や国際会議の開催実績を活かし、経済波及効果が大きい中大型（参加者 300 名以上、うち外国人参加者 50 名以上）の国際会議や医学系会議を最優先としつつ、バイオ等のライフイノベーション、IT 関連など、市内への波及効果が見込まれるものを誘致ターゲットとしている<sup>(33)</sup>。横浜市には、みなとみらい地区にパシフィコ横浜（最大 5,002 席の会議ホール等を備える）という MICE 施設があるが、そこで満たしきれない需要に対応するため、隣接する市有地に地上 6 階・地下 1 階の MICE 施設を建設している（2020（平成 32）年 4 月開業予定）<sup>(34)</sup>。また、MICE 参加者を見込んだホテルの建設も進められている。

京都市が 2014（平成 26）年 10 月に発表した MICE 戦略では、目標を達成するための施策として、①開催支援メニューの充実、産学公連携の強化、宿泊・飲食・会場施設等をコーディネートする組織やワンストップサービス<sup>(35)</sup>の窓口を開設するなど、主催者が京都を選択しやすい環境を整える、②京都にふさわしい MICE 誘致の強化を図る。とりわけ、ミーティング・報奨旅行対策の強化など MICE による経済効果を最大にする、③環境・科学・文化・歴史など世界の平和や人類の未来に貢献する国際会議の誘致を図る、④ MICE の開催を通じて都市の活力を向上させる、が挙げられている<sup>(36)</sup>。京都市は、大規模な MICE を開催できる会場整備の一環として、国立京都国際会館に 2,500 人規模の新ホールの建設を始め、その整備に合わせ、MICE の開催情報を把握する京都大学との情報共有化を本格化させている<sup>(37)</sup>。

福岡市は、MICE に関するリサーチ力やセールス機能を強化するため、2014（平成 26）年 4 月、福岡観光コンベンションビューローの誘致部を組織強化し、Meeting Place Fukuoka を発足させた。組織強化に伴って活動資金が大幅に増額されたことにより、海外見本市出展事業の対象拡大、招へい事業の強化、パンフレットやビデオ、産業マップ等のツールの新設・充実など、MICE 誘致活動の内容拡充が可能となった<sup>(38)</sup>。

また、福岡市では、2016（平成 28）年 6 月 24～28 日に、約 38,000 人（うち外国人約 13,000 人）が参加したライオンズクラブ国際大会が開催された。福岡市は、同大会開催の経済波及効果を、福岡市で約 52 億円、全国で約 112 億円と試算している。福岡市は、同大会に向けて専門部署を設置し、飲食店や宿泊施設向けの海外客受入セミナー等を開催し、受入態勢を整えたことから、受入準備等により得られたノウハウの蓄積を更なる MICE の誘致につなげることを検討している。<sup>(39)</sup>

(33) 横浜市文化観光局「中長期 MICE 戦略素案～国際的な MICE 開催都市としてのブランドの確立へ～」2013.3, pp.6-7. <<http://www.city.yokohama.lg.jp/bunka/kancon/senryaku/senryaku/soan.pdf>>

(34) 横浜市都市整備局みなとみらい 21 推進課ほか「みなとみらい 21 Information」Vol.87, 2016.3, p.15. <<http://www.city.yokohama.lg.jp/toshi/mm21/pdf/info87.pdf>>

(35) MICE で複数の会場や宿泊施設を使う場合、主催者は個別に調整を行う必要があるが、窓口の一本化やルールの共通化が可能になっていれば、主催者の負担は大きく減じられる。

(36) 京都市産業観光局観光 MICE 推進室「京都市 MICE 戦略 2020」2014.10, pp.15-18. <[http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000186/186495/MICE\\_HP2.pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000186/186495/MICE_HP2.pdf)>

(37) 「京都・門川市政 3 期目へ 観光政策 次の一手は」『日本経済新聞』（地方経済面・京都・滋賀版）2016.2.9.

(38) 観光庁「地域の特性を活かした MICE の推進に係る調査事業 報告書」2016.3, p.53. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/001125927.pdf>>

(39) 福岡市経済観光文化局「第 99 回ライオンズクラブ国際大会の開催結果について」2016.8.5, p.1. <[http://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/54758/1/04\\_ippan.pdf](http://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/54758/1/04_ippan.pdf)>; 「下旬に大規模国際イベント 福岡市内 ほぼ満室 広域誘導の連携課題」『日本経済新聞』（地方経済面・九州版）2016.6.3.

## (2) グローバル MICE 強化都市

札幌市は、2015（平成 27）年 4 月に発表した MICE 戦略において、①国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議、②主に東アジア・東南アジアからのインセンティブ旅行、③国内外に向けた PR 効果の高い政府系国際会議、④札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベント、を重点ターゲットとして設定した上で、a) 誘致・セールス、b) 開催支援・おもてなし、c) 人材育成・高度化、d) 組織・運営力強化、e) 施設・設備整備といった具体的施策を展開している。<sup>(40)</sup>

仙台市は、2012（平成 24）年 10 月、東北大学と「コンベンションの誘致・開催における連携・協力に関する協定」を締結した。東北大学の研究者が学会等を主催する際の負担軽減を図るため、仙台観光コンベンション協会（現在の仙台観光国際協会）と連携してワンストップサービスを提供する、東北大学の国際的な知名度やネットワークを生かして大規模国際会議の誘致を協力して進める等の連携が図られている<sup>(41)</sup>。また、仙台市は、2015（平成 27）年 4 月に仙台観光国際協会内に MICE サポートセンターを設置<sup>(42)</sup>、2016（平成 28）年 2 月に MICE 参加者用アプリ & ウェブサイト「Spending Time Sendai」をリリース等の取組を行い、MICE に関する情報発信や受入環境の整備を推進している。

千葉市では、大型コンベンション施設の幕張メッセがある幕張新都心地区において求めていた道路占用特例が、2016（平成 28）年 9 月 9 日に開催された国家戦略特区諮問会議<sup>(43)</sup>で認められた<sup>(44)</sup>。この特例により、幕張メッセで開催される国際会議やイベントに合わせ、JR 海浜幕張駅から幕張メッセ周辺の歩道に、関連するグッズの販売店や来場者が休憩するベンチを設置できるようになり<sup>(45)</sup>、大規模イベントの幕張新都心全体への波及が期待されている。<sup>(46)</sup>

広島市は、2015（平成 27）年 8 月、広島大学及び広島観光コンベンションビューローと「コンベンション誘致・開催のための連携・協力に関する協定」を締結した<sup>(47)</sup>。この協定は、広島大学及び広島観光コンベンションビューローが広島へのコンベンションの誘致・開催の促進を図り、広島市と広島大学の世界的なブランドイメージの向上に寄与することを目的としている。また、広島市では、旧日本銀行広島支店、広島城、マツダスタジアム（野球観戦以外でも楽しむこ

(40) 札幌市観光文化局観光コンベンション部観光企画課「札幌 MICE 総合戦略～札幌の魅力あふれる“ONLY ONE” MICE 都市～ 2015～2019」2015.4, pp.29-48. <[http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/mice/documents/micesennryaku\\_honnbunn.pdf](http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/mice/documents/micesennryaku_honnbunn.pdf)>

(41) 「東北大学と「コンベンションの誘致・開催における連携・協力に関する協定」を締結します（発表内容）」仙台市ウェブサイト <<https://www.city.sendai.jp/sesakukoho/shise/gaiyo/shichoshitsu/kaiken/2012/10/daigaku/index.html>>

(42) 「MICE サポートセンター」仙台観光国際協会ウェブサイト <<http://www.sentia-sendai.jp/conventionnavi/mice-supportcenter/>>

(43) 内閣総理大臣を議長、内閣官房長官、国家戦略特別区域担当大臣、内閣総理大臣が指定する国務大臣、内閣総理大臣が指名する有識者を議員とする会議。規制改革等の施策を総合的かつ集中的に推進する国家戦略特別区域の計画や規制改革メニューの追加などの重要事項について調査審議・決定を行う。（「国家戦略特区」首相官邸ウェブサイト <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/>>）

(44) 「区域計画の認定について」（第 23 回国家戦略特別区域諮問会議資料 1）2016.9.9, p.1. 同上 <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/dai23/shiryou1.pdf>>; 「第 23 回国家戦略特別区域諮問会議（議事要旨）」2016.9.9, pp.2-3. 同 <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/dai23/gijiyoushi.pdf>>

(45) 道路法（昭和 27 年法律第 180 号）において、公道にベンチ等を設けるのは止むを得ない場合に限定されている。

(46) 「幕張の道路占用を承認 戦略特区 露店など設置可能に」『日本経済新聞』（地方経済面・千葉版）2016.9.1.

(47) 広島市経済観光局観光政策部「広島市、広島大学及び広島観光コンベンションビューローによる「コンベンション誘致・開催のための連携・協力に関する協定」の締結及びシンポジウムの開催について」2015.7.29. <<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1438071315787/index.html>>

とができる「ボールパーク」、縮景園（広島藩主浅野長晟が1620（元和6）年に別邸の庭園として築成）等をユニークベンチャーとして活用することが検討されている<sup>(48)</sup>。

北九州市では、西日本総合展示場等を運営する西日本産業貿易コンベンション協会が、2015（平成27）年10月、MICEの誘致に向け、韓国の釜山コンベンションセンター（BEXCO）と協力協定を結んだ。この協定により、会議等の誘致及び施設運営のノウハウ等の情報交換、主催展示事業の相互出展の拡大及び新規展示会の開発、MICE人材育成のための人材交流が行われることになる。また、BEXCOをメイン、北九州市の国際会議場をサテライトとする大規模会議の誘致も検討されている<sup>(49)</sup>。

### （3）その他の自治体

さいたま市は、2013（平成25）年度以降、国際観光戦略「さいたMICE」を掲げ、国際シティホテルの誘致、コンベンションセンターの整備、国際レベルの会議・イベントの誘致等の活動を展開している<sup>(50)</sup>。特に大宮駅周辺の会議施設は高い稼働率が続いていることから、MICEに対する需要は高いと予想し、2,000～3,000人を収容可能なコンベンションセンターを整備することにより、地域経済の活性化を図ることを検討している<sup>(51)</sup>。

三重県は、2016（平成28）年5月に開催された主要7か国首脳会議（伊勢志摩サミット）の効果について、経済効果（直接効果）は県内で約483億円、県外で約587億円、国内外のメディアを通じたパブリシティ効果<sup>(52)</sup>は約3098億円と試算しているが<sup>(53)</sup>、観光面の効果は伊勢、志摩、鳥羽の3地域で濃淡があるとの指摘がされている<sup>(54)</sup>。そのような指摘も踏まえ、三重県は、サミット効果の地域的拡大と持続を課題ととらえ、サミットで向上した知名度を活かしたMICEの誘致に力を入れている<sup>(55)</sup>。

姫路市は、JR姫路駅の近くに文化・コンベンション施設（面積36,000㎡、概算事業費230億円）を建設する計画を進めている（建設工事は2018（平成30）年度開始予定）<sup>(56)</sup>。また、姫路市には、欧米からの個人客を中心とする外国人旅行者が多数訪れているが、日帰り客が多く、姫路城の

(48) 「MICEの誘致・開催支援」広島市ウェブサイト <<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1386917089739/index.html>>

(49) 「釜山コンベンションセンター（BEXCO）と協力協定（MOU）の調印をしました！」2015.10.14.西日本産業貿易コンベンション協会ウェブサイト <<http://www.convention-a.jp/info/釜山コンベンションセンター（bexco）と協力協定（mou）/>;「国際会議誘致で連携 北九州と韓国・釜山の団体」『日本経済新聞』（地方経済面・九州版）2015.10.9.

(50) 「国際観光都市戦略「さいたMICE」」さいたま市ウェブサイト <[http://www.city.saitama.jp/006/007/004/022/003/p035890\\_d/fil/2-1.pdf](http://www.city.saitama.jp/006/007/004/022/003/p035890_d/fil/2-1.pdf)>

(51) 「大宮駅西口のホテル誘致 企業に聞き取り調査 さいたま市 今秋の公募に向け」『日本経済新聞』（地方経済面・埼玉版）2016.8.11.

(52) パブリシティ効果とは、新聞・テレビ・ラジオなどマスコミにて取り上げられた報道量（記事面積、放送時間）を仮に広告として掲載・放送依頼した場合にかかる広告料に換算した額のこと（「滋賀県立芸術劇場びわ湖ホールの経済的効果の試算について」滋賀県立芸術劇場びわ湖ホールウェブサイト <<https://www.biwako-hall.or.jp/profile/report/report04.pdf>>）。

(53) 「伊勢志摩サミットに係る経済効果等の最終試算結果を発表します」2016.9.15.三重県ウェブサイト <<http://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0030500022.htm>>

(54) 「三重県知事 鈴木英敬氏 知名度向上 チャンス生かす」『日本経済新聞』（名古屋版）2016.5.25, 夕刊.

(55) 三重県は、公式ウェブサイトにて、2016年の主要7か国首脳会議の開催地であることをアピールした英語のMICE誘致ページを設けている（“MIE MICE Successful conferences in Mie: The venue of the G7 Ise-Shima Summit.” 三重県ウェブサイト <<http://www.pref.mie.lg.jp/INBOUND/HP/MICE/en/index.htm>>）。

(56) 「文化コンベンション施設について」姫路市ウェブサイト <[http://www.city.himeji.lg.jp/s70/\\_36695/\\_36792.html](http://www.city.himeji.lg.jp/s70/_36695/_36792.html)>

集客力を活かしきれていないという問題が指摘されている。「平成の大修理」を終え、2015（平成 27）年 3 月に再オープンした姫路城は、京都の二条城等とは異なり、ユニークベニューとして活用されていない。姫路市は、世界遺産の保護も重視すべきとの考えから、姫路城の MICE 利用には慎重な姿勢を取っているが、姫路城をバックに庭園でレセプションができれば、姫路市で大型会議を開きたいと考える企業・団体は多いとする意見も見られる。<sup>(57)</sup>

高松市のサンポート高松に国際会議場やホール等が集積している香川県<sup>(58)</sup>は、2016（平成 28）年 3 月、「香川県 MICE 誘致推進方策」<sup>(59)</sup>を公表した。同方策は、主催者支援、参加者対応の充実策として、主管窓口の設定や大規模 MICE でのルール共通化・連携、アフターコンベンション<sup>(60)</sup>の現況を把握した上での一層の活用と新たな開拓を挙げた。また、関係団体の間で行事情報を共有し、誘致活動、主催者支援等で官民が連携するための組織として、「MICE 誘致推進協議会（仮称）」の立ち上げを提案した。

沖縄県では、毎年 11 月に県内最大の食品専門商談会「沖縄大交易会」が開催され、回を重ねるごとに県外の食品メーカー、生産団体等の参加希望が増えているが、県内に大型見本市施設がないため、参加を断るケースが出ている。そこで沖縄県は、沖縄本島東海岸の中城湾港マリントウン地区に、展示場、多目的ホール、中小会議室等を備えた MICE 施設（面積 72,000㎡）の建設を計画している（2020（平成 32）年 9 月供用予定）<sup>(61)</sup>。この施設が完成すれば、沖縄大交易会の参加企業枠を増やし、食品に関連した包装機材など関連産業の商談会を同時に開催することが可能になると考えられている。東海岸地域は、沖縄美ら海水族館やリゾートホテルが集中する西海岸地域に比べ観光客が少ないことが悩みの種であったが、MICE 施設建設により、地元と国内外の企業、県産品と全国の産品、ビジネスと観光の融合が期待されている。<sup>(62)</sup>

### 3 空港等の対応

海外では、国際会議の参加者や重要ビジネス旅客の空港での入国手続の迅速化を図るため、入国審査エリアに専用通路（ファーストレーン）を設置するケースが多数見られる。国土交通省は、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に基づき、手始めとして成田国際空港と関西国際空港にファーストレーンを設置するための検討を関係者と行い、2016（平成 28）年 3 月 30 日に実現させた。ファーストレーンの設定は国主導で行われたが、その運用は、成田国際空港株式会社と新関西国際空港株式会社が行っている。<sup>(63)</sup>

航空会社の多くは、国際会議の参加者に自社の航空機を使ってもらえるよう、割引料金を設

<sup>(57)</sup> 「熱風インバウンド 世界遺産に脚光（上） 白鷺城 口コミで飛躍 地元、集客力どう活用」『日本経済新聞』（地方経済面・近畿版 A）2016.2.25.

<sup>(58)</sup> 香川県は、2016（平成 28）年 4 月末に高松市で開催された主要 7 개국（G7）情報通信大臣会合の経済波及効果を約 8 億 4500 万円（運営経費等の直接効果 5 億 1990 万円 + 県産品販売など周辺産業の需要創出等の間接効果 3 億 2500 万円）と試算し、パブリシティ効果の 4 億 5924 万円（株式会社中国四国博報堂が算出）と併せ、MICE に対する期待を高めている（「G7 閣僚会合の経済効果 8 億円 香川県試算」『日本経済新聞』（地方経済面・四国版）2016.7.30.）。

<sup>(59)</sup> 香川県 MICE 誘致推進検討会「香川県 MICE 誘致推進方策」2016.3. <[http://www.pref.kagawa.lg.jp/content/etc/web/upfiles/wvekqw160329130602\\_f04.pdf](http://www.pref.kagawa.lg.jp/content/etc/web/upfiles/wvekqw160329130602_f04.pdf)>

<sup>(60)</sup> アフターコンベンションとは、会議日程終了後又は会議時間終了後に計画されている懇親会等の行事のこと。

<sup>(61)</sup> 「沖縄県大型 MICE 施設整備基本計画」沖縄県ウェブサイト <<http://www.pref.okinawa.lg.jp/site/bunka-sports/kankoseibi/seibi/documents/seibikihonkeikaku.pdf>>

<sup>(62)</sup> 「フォーカス 国際ビジネス 日本貿易振興機構（ジェトロ）沖縄貿易情報センター所長 石田達也氏 業界や地域超え連携」『日経産業新聞』2016.8.1.

定している<sup>(64)</sup>。国内線でも、株式会社 AIRDO が新千歳空港と羽田、仙台、名古屋（中部）、神戸、岡山、広島各空港を結ぶ6路線について、当該自治体で開催される MICE の主催者・運営者、参加者及び参加者の2親等以内の親族を対象とした割引運賃を実施している<sup>(65)</sup>。

### Ⅲ 諸外国における MICE 振興策

日本より多くの国際会議を誘致している国は、どのようにして MICE 振興を図っているのだろうか。本章では、特徴的な施策を展開することで多くの MICE 旅行者を誘致することに成功した国として、米国、英国、シンガポールを取り上げる。

#### 1 米国

##### (1) MICE 振興を図る財源の確保

米国のコンベンションビューローの多くは、自治体から財政支援を受けているが、その財源となっていた宿泊税（Transient Occupancy Tax: TOT）の用途が、自治体財政の逼迫から観光振興以外の目的のものにまで広げられるようになると、十分な支援を受けられないケースが増えてきた。そのような状況において、地域 DMO（Destination Marketing Organization）<sup>(66)</sup>等の観光振興組織が予算を確保するために利用しているのが、観光産業改善地区（Tourism Improvement District: TID）というスキーム<sup>(67)</sup>である。

TID は、参加事業者（最も多いのは宿泊事業者）が自らの収入に対し一定料率の賦課金を課し（宿泊事業の場合、実際に負担するのは宿泊客）、徴収された賦課金を参加事業者の利益に寄与する観光振興活動の費用に充てるものである。TID は特定地区の事業者から賦課金を徴収する受益者負担のスキームとなっているため、TID による賦課金収入は全てその地区のために使うことができる。毎年安定した予算を得られることは、コンベンションビューローが長期計画を立

(63) 「成田国際空港、関西国際空港にファーストレーンを設置」2016.3.18. 国土交通省観光庁ウェブサイト <[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03\\_000153.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000153.html)>

(64) 例えば、デルタ航空など20社が加盟するスカイチーム・アライアンスは、国際会議の参加者向けに「グローバルミーティング」というツールを提供している。このツールを使用することにより、1,050か所以上の就航都市で開催される国際会議、イベント等の参加者は、航空運賃を最大15%節約することが可能となり、主催者は参加者50名ごとに1枚の無料航空券を受け取ることができる（条件は、①飛行機を利用する参加者が最低50名以上、②参加者の出発国が2か国以上、③イベントの登録は開催の5年前から2か月前まで、④イベントの公式アライアンスネットワークとしてスカイチームをPRすることに合意）（「グローバルミーティング」Skyteamウェブサイト <<http://www.skyteam.com/ja/business-solutions/global-meetings/>>）。ユナイテッド航空、全日本空輸など28社が加盟するスターアライアンス（“Convention Organisers.” Star Alliance website <<http://www.staralliance.com/en/convention-organiser>>）と、アメリカン航空、日本航空など15社が加盟するワンワールド（「oneworld events: 主催者のお客様向けの特典」Oneworldウェブサイト <<https://ja.oneworld.com/flights/innovative-corporate-solutions/organiser-benefits>>）も、同様のサービスを提供している。

(65) 「MICE 割引運賃」AIRDOウェブサイト <<http://www.airdo.jp/fare/list/mice.html>>

(66) DMOとは、観光地域づくりを持続的戦略的に推進し、牽引する専門性の高い組織のこと。多様な関係者と協議しながら観光地経営の視点に立った戦略を策定し、戦略の実施に当たっては調整機能を果たす。コンベンションビューローがそのような役割を担うこともある。

(67) 特定地区で民間企業等が負担金を出資し、タウンマネジメント（地域の良好な環境や価値を維持・向上させるための、住民・事業者等による主体的な取組）を行うビジネス改善地区（Business Improvement District: BID）と呼ばれる仕組みを観光産業振興に適用したスキーム。「Tourism Marketing District」又は「Tourism Business Improvement District: TBID」と称されることもある。



案し、実施することを容易にする。2015年には米国の147の地区でTIDが実施され、2億5610万ドルの財源が確保された。<sup>(68)</sup>

TIDを導入している自治体が最も多いのはカリフォルニア州である。カリフォルニア州のTIDは、観光マーケティング地区 (Tourism Marketing District: TMD) と称され、州法である1994年土地・事業改善地区法<sup>(69)</sup>又は1989年駐車場・事業改善地域法<sup>(70)</sup>に基づいて実施されている。TIDの一般的な導入プロセスは、①運営委員会 (観光関係事業者、自治体関係者等が委員) の設立、②観光関係事業者への働きかけ (潜在的参加者データベースの構築)、③事業計画及び定款の策定、④参加事業者による事業計画及び定款の承認、⑤自治体による承認、⑥TIDの成立、というもので、賦課金の徴収料率は宿泊料の1~2.5%に設定されることが多い。<sup>(71)</sup>

サンディエゴ市は、カリフォルニア州でロサンゼルス市に次いで人口が多く (2015年7月1日時点の推計人口は139万4928人<sup>(72)</sup>)、サンディエゴ・コンベンションセンター (San Diego Convention Center: SDCC)<sup>(73)</sup>で開催されるMICEは、地元には大きな経済効果をもたらしている。そのサンディエゴ市でも、1964年に観光産業振興の特定財源として導入されたTOTが一般財源化され、2007年にはTOT税収の6%しか観光産業振興に回されなくなったため、TOTに代わる財源が求められた。宿泊事業者が作業部会を設置してTOTに代わる財源に関する検討を行い、TIDの設立が提案されると、サンディエゴ市議会は、2007年5月、「サンディエゴ観光マーケティング地区 (San Diego Tourism Marketing District: SDTMD)」という名称でTIDを設立することを認める手続を定めた条例<sup>(74)</sup>を可決した。サンディエゴ市は、その条例に従い、賦課金の徴収対象となる宿泊事業者の50%以上 (課税額ベース) が署名した申請書 (TIDの運用等を定めた地区管理計画 (District Management Plan) の要約を含む) の提出を受け、2007年12月に全宿泊事業者による投票 (宿泊事業者の納税割合に応じて票を加重) を行った。その結果、過半数の賛成が得られたため、2008年1月からSDTMDの運用が開始された。<sup>(75)</sup>

当初SDTMDに加わった宿泊事業者数は183、部屋数は38,908であった。賦課金は70室以上の宿泊事業者に課され、徴収料率は宿泊料の2%とされた (これと別に宿泊料の10.5%に当たるTOTも徴収)。SDTMDにより年間約2500万ドルの賦課金収入が得られるようになったため、サンディエゴ市は、観光支援予算を2008会計年度に530万ドル、2009会計年度に1060万ドル

(68) 観光庁「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」2016.3, pp.48-58. 国土交通省ウェブサイト <<http://www.mlit.go.jp/common/001136271.pdf>>

(69) Property and Business Improvement District Law of 1994. (California Streets & Highways Code § 36600 et seq.) California Legislative Information website <[https://leginfo.ca.gov/faces/codes\\_displayexpandedbranch.xhtml?tocCode=SHC&division=18.&title=&part=7.&chapter=&article=](https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displayexpandedbranch.xhtml?tocCode=SHC&division=18.&title=&part=7.&chapter=&article=)>

(70) Parking and Business Improvement Area Law of 1989. (California Streets & Highways Code § 36500 et seq.) California Legislative Information website <[https://leginfo.ca.gov/faces/codes\\_displayexpandedbranch.xhtml?tocCode=SHC&division=18.&title=&part=6.&chapter=&article=](https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displayexpandedbranch.xhtml?tocCode=SHC&division=18.&title=&part=6.&chapter=&article=)>

(71) California Travel Association, “Tourism Marketing Districts: Creating Jobs. Growing Our Economy,” p.2. Downtown Development Center website <<http://downtowndevelopment.com/pdf/74368-33688.tmd-overview.pdf>>

(72) “San Diego city, California.” United States Census Bureau website <<https://www.census.gov/quickfacts/table/PST045215/0666000,00>>

(73) 1989年開業。現在は、約57,200㎡の展示スペース、約19,000㎡の会議スペース等を備える (“Building Overview.” San Diego Convention Center website <<https://visitsandiego.com/facility/floor-plans-specs/building-overview>>).

(74) San Diego Tourism Marketing District Procedural Ordinance. (City of San Diego Municipal Code § 61.2501 et seq.) City of San Diego website <<http://docs.sandiego.gov/municode/MuniCodeChapter06/Ch06Art01Division25.pdf>>

(75) “History.” San Diego Tourism Marketing District website <<http://www.sdtmd.org/sdtmd-overview/history/>>

削減することができた。賦課金収入の 50% が観光関連団体の活動資金に充当され、残りの 50% がサンディエゴ・コンベンションビューロー (San Diego Convention & Visitors Bureau: ConVis) の予算として使われた。SDTMD は、非営利団体のサンディエゴ観光マーケティング地区会社 (San Diego Tourism Marketing District Corporation) により運用されているが、地区管理計画に従って資金が支出されているかどうかの管理はサンディエゴ市が行っている。<sup>(76)</sup>

カリフォルニア州において、TID は 5 年で更新される。サンディエゴ市議会は、2012 年 9 月に地区管理計画を改定する決議を、11 月に賦課金の徴収料率を改定する決議を採択し、2013 年 1 月から新たな SDTMD の運用が行われている。賦課金は全宿泊施設から徴収されるようになり、徴収料率は、29 室以下の宿泊施設が宿泊料の 0.55%、30 室以上の宿泊施設が宿泊料の 2% とされた。<sup>(77)</sup>

## (2) MICE 事業を担う人材育成

米国には、観光・ホスピタリティ経営を学ぶことができる大学が多数あり、多くの人材を観光産業に送り込んでいるが、中には、セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部 (Rosen College of Hospitality Management, University of Central Florida) のように、MICE に直結したカリキュラムを組み、イベント経営学士号 (Bachelor of Science in Event Management) の学位を取得できるようにしている大学もある<sup>(78)</sup>。

セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部の原忠之副学部長は、MICE 及びホスピタリティ産業におけるマネジメントとは、顧客を満足させ、物品サービスの再購入意欲を向上させてリピーターになってもらい、売上増、運営コスト減につなげることだと考えている。そして、その実現のためには、従業員の人事管理から会計、財務の効率化、顧客マーケティングに至る総合的な資源配分能力が求められるとしている。同学部でイベント経営学士号を取得するためのコースのカリキュラムは、MICE 業界からの多くの意見を聴取して開発されたもので、具体的な科目は表 4 のようになっている。<sup>(79)</sup>

## 2 英国

英国では、MICE が 2013 年に 391 億ポンド (約 5 兆 9323 億円<sup>(80)</sup>) の経済効果<sup>(81)</sup>をもたらした

(76) “San Diego Tourism Marketing District: Annual Report 2009,” p.6. San Diego Tourism Marketing District website <<http://www.sdtmd.org/wp-content/uploads/2011/09/TMDAnnualReport1027091.pdf>>; 松岡未季「ホテル事業者が主導する新たな MICE 振興財源捻出の仕組み—アメリカにおける Tourism Business Improvement District について—」『NRI パブリックマネジメントレビュー』114 号, 2013.1, p.5. <<https://www.nri.com/jp/opinion/region/2013/pdf/ck20130102.pdf>>

(77) “Renewal.” San Diego Tourism Marketing District website <<http://www.sdtmd.org/sdtmd-overview/renewal/>>

(78) セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部卒業生のホスピタリティ産業への就職率は約 65% に達している (原忠之「Boys, be Studious! (第 1 回) 米国における MICE・イベント経営・ホスピタリティ人材育成の内容と戦略分析 (前編)」『展示会と MICE』5 号, 2012.Aut., p.75.)。

(79) 原忠之「Boys, be Studious! (第 4 回・最終回) 海外研究者招聘し英語で授業と論文を社会人向け講座充実も一日本 MICE 教育への提言—」『展示会と MICE』8 号, 2013.Sum., p.74.

(80) 2016 年の年間平均為替レート (1 ポンド = 151.72 円) で換算。

(81) 内訳は、会議 199 億ポンド (全体の 51%)、展示会・見本市 110 億ポンド (同 28%)、報奨・研修旅行 12 億ポンド (同 3%)、企業イベント 12 億ポンド (同 3%)、屋外イベント 11 億ポンド (同 3%)、フェスティバル・文化イベント 11 億ポンド (同 3%)、音楽イベント 13 億ポンド (同 3%)、スポーツ・イベント 23 億ポンド (同 6%)。(Business Visits and Events Partnership, “Events Are Great Britain,” 2014, p.5. <<https://www.businessvisitsandeventspartnership.com/component/phocadownload/category/4-bvpep-research?download=189:events-are-great-britain-full-report>>)

表4 セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部イベント経営学士コースの科目

一般教養科目 (39単位)	○コミュニケーション(必修9単位)、○文化・歴史(必修9単位)、○数学・統計学(必修3単位+選択3単位)、○社会科学(選択6単位)、○自然科学(必修6単位)、○ホスピタリティ・観光産業入門(必修3単位)
専門必修科目 (55単位)	【ホスピタリティ産業経営コア科目】(全て3単位) ○ホスピタリティ産業財務会計、○ホスピタリティ産業&観光マーケティング、○ホスピタリティ産業人的資源経営、○宿泊運営、○ホスピタリティ産業経営会計、○ゲスト・サービス経営、○ホスピタリティ産業コミュニケーション、○ホスピタリティ産業財務 【インターンシップ】(3単位) 【イベント経営コア科目】(「料理仕出イベントのための調理実習」の4単位以外、全て3単位) ○料理仕出イベントのための調理実習、○イベント産業、○ホスピタリティ産業及びイベント危機管理、○イベント・プロモーション、○イベント・サービス、○イベント・セールス、○イベント経営、○イベント・テクノロジー、○料理仕出販売管理
専門選択科目 (15単位)	(全て3単位、この中から5科目、15単位を選択) ○ミーティング管理、○展示会・見本市の運営、○娯楽芸術・イベント、○フェア及びフェスティバル、○デステイネーション・マーケティング、○デステイネーション管理、○国際イベント、○上級見本市管理、○クラブ・イベント運営、○世界のワイン開発

(出典) “UCF Degree Programs: Event Management (B.S.)” University of Central Florida website <[https://hospitality.ucf.edu/files/2016/05/Event\\_Management\\_BS.pdf](https://hospitality.ucf.edu/files/2016/05/Event_Management_BS.pdf)> を基に筆者作成。

と考えられており、地域経済振興における MICE の役割が重視されている。国レベルでは、観光政策を所管する文化・メディア・スポーツ省 (Department for Culture, Media and Sport: DCMS) が 2015 年 3 月に「ビジネス関連訪問・イベント戦略 (Business visits and events strategy)」(以下「DCMS 戦略」)<sup>(82)</sup> を発表し、官民の連携を重視した MICE 振興策を展開している<sup>(83)</sup>。

DCMS 戦略は、MICE 産業に対しては、これまで英国貿易投資庁 (UK Trade & Investment: UKTI)、外務・英連邦省 (Foreign & Commonwealth Office: FCO) 等の支援が行われてきたが、包括的な戦略的アプローチは採られていなかったという問題を指摘した。DCMS 戦略は、そのような認識の下で、支援対象を 3 層に分けて整理し (表 5)、更なる支援に関する提案を、①政府、②インフラ

表5 DCMS 戦略における支援対象の分類

	支援対象となるイベント	政府の支援の方法等
1 層 (Tier 1)	○世界的に又は特定分野で広く知られ、英国の存在感を示すことができるイベント。 ○イベント開催中と将来的に、大きな投資が期待できるイベント。 ○例えば、G7、ワールド・エキスポ、欧州心臓病学会 (2015 年 8 月にロンドンで開催され、35,000 人の参加者が見込まれた)。	○優先すべき分野を考慮した上で、政府による支援が有効であると考えられるイベントを戦略的に特定する。 ○主に大臣レベルの支援を、イベントの誘致段階と開催時の両方で行う。 ○国内の都市の間でイベント誘致計画の調整を行う。
2 層 (Tier 2)	○英国における MICE 関連投資の大部分を占め、DCMS 戦略の中心となるイベント。 ○1 層と比べて低いレベルの支援を大臣が行うイベントから、政府の介入を必ずしも必要としない小規模イベントまで様々。	○既に英国貿易投資庁 (UKTI) や各地域の観光局が支援 (海外におけるマーケティング活動等) を行っており、政府レベルの追加支援は、イベントの誘致段階、開催時に MICE 関連企業が直面している課題の除去に焦点を当てる。 ○必要に応じて大臣が支援する (代表団の接遇等)。
3 層 (Tier 3)	○特定の地域に限定された小規模のイベントで、主に国内市場が対象。 ○1 層、2 層のイベントと比べて重要性が劣るものではないことを明確にすることが必要。将来的に 1 層、2 層のイベントとなる可能性があるものも含まれている。	○自治体による支援を促進し、自治体と MICE 関連企業を連携させる。 ○イベント開催が地域にもたらす経済的利益に注意を向けさせることと同様に重要であると考えられることから、ベスト・プラクティスを強調する。

(注) 本表における「イベント」は、MICE の「E」の一部ではなく、会議等も含む広い意味で使っている。

(出典) Department for Culture, Media and Sport, “Business visits and events strategy,” 2015.3.26, pp.15-17. GOV.UK website <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/417832/150326\\_BVE\\_Strategy\\_PDF\\_FINAL.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/417832/150326_BVE_Strategy_PDF_FINAL.pdf)> を基に筆者作成。

ストラクチャ及び資金、③ビザ及び入国審査優遇 (Visas and ‘welcome’)、④マーケティング及び戦略的パートナーシップ、⑤ベスト・プラクティスの共有、の5項目について行った(表6)。

表6 DCMS 戦略で提案された支援

	英国全体を対象	イングランドのみを対象
政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビジネス関連訪問・イベント委員会(以下「MICE 委員会」)を設置し、優先度が高い1層のイベントのリストアップ、戦略実施の監視、解決に地域・部門を超えた支援が必要な戦略的課題の検討を行う。</li> <li>○MICE 委員会のメンバーは、MICE 業界、関係する政府の省、英国政府観光庁(VisitBritain)、英国貿易投資庁(UKTI)、スコットランド、ウェールズ、北アイルランド、イングランドの各地域観光局の代表者。</li> <li>○MICE 委員会は、政府の GREAT プログラム委員会(GREAT Programme Board)に対し、組織間の連携に関する報告を行う。</li> <li>○優先リストには、今後5~10年間の誘致が考えられるイベント、現在は英国で開催されているが他国開催に変更される危険性があるイベントが含まれる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○イングランド観光局は、文化・メディア・スポーツ省(DCMS)と協力し、1層、2層のイベントに対して提供される政府誘致支援イニシアチブ(Ministerial Bid Support Initiative)による支援(イベント会社による国際会議の誘致に関する政府支援の要請等)の評価を行う。</li> </ul>
インフラストラクチャ及び資金	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自治体は、政府のチャレンジ基金(地域のニーズを踏まえボトムアップ方式で支援する基金)200万ポンドを利用可能。</li> <li>○2025年に開催されるワールド・エキスポの英国誘致を支援する。</li> <li>○MICE 委員会は、運輸省(Department for Transport: DfT)と協力し、MICE 産業への影響を考慮した交通インフラストラクチャの改善を図る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○イングランド観光局は、チャレンジ基金モデルを活用する。チャレンジ基金の基準を決めるため、地域成長基金(経済成長、継続的雇用確保につながる民間部門投資を支援する基金)のようなプログラムでパートナーを組む経験を活用することが考えられる。</li> </ul>
ビザ及び入国審査優遇	<ul style="list-style-type: none"> <li>○内務省(Home Office)は、MICE 関連企業が利用可能な単一窓口を設置し、1層のイベント開催時の参加者のビザ取得のような入国時の問題を計画段階で解消する。</li> <li>○国境管理局(Border Force)は、MICE 委員会が優先すべきと考えるイベントの入国審査について特別措置を採ることを含め、国境で必要とされる措置についてDCMSと協議する。</li> </ul>	
マーケティング及び戦略的パートナーシップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○英国政府観光庁は、GREAT キャンペーンの国際イベント用プロモーション・キットを作成し、国レベルの国際的なMICE プロモーションを行う。</li> <li>○英国政府観光庁は、イベントの開催者・参加者に対し、イベントを英国で開催することの利点等に関する情報を提供可能なMICE ポータルサイトを開設する。</li> <li>○UKTIは、政府機関、MICE 関連企業との連携を深め、英国にイベントを誘致する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○イングランド観光局は、UKTI 及び英国政府観光庁と協力し、イングランドが魅力的なMICEの目的地であることを広報する。</li> </ul>
ベスト・プラクティスの共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>○MICE 委員会は、1層、2層のイベントで活用できるよう、先進的な国・都市・イベント会場から収集したベスト・プラクティスの情報を公表する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ビジネス関連訪問・イベント・パートナーシップは、ウェブサイトを介して会員とベスト・プラクティスを共有する。イングランド観光局は、その支援の検討を行う。</li> </ul>

(注1) 本表における「イベント」は、MICEの「E」の一部ではなく、会議等も含む広い意味で使っている。

(注2) GREATプログラム委員会は、海外からの観光客と投資の誘致を目的として英国政府が2011年に開始した「GREATキャンペーン」において、複数の組織にまたがる取組を担っており、DCMS大臣が委員長を務める。

(注3) ビジネス関連訪問・イベント・パートナーシップ(Business Visits and Events Partnership)は、MICE関連企業の代表団体等がパートナーとなっている組織(“About BVEP,” 2012.6.26. Business Visits and Events Partnership website <<https://www.businessvisitsandeventspartnership.com/about-bvep/about-bvep>>)。

(出典) Department for Culture, Media and Sport, “Business visits and events strategy,” 2015.3.26, pp.18-22. GOV.UK website <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/417832/150326\\_BVE\\_Strategy\\_PDF\\_FINAL.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/417832/150326_BVE_Strategy_PDF_FINAL.pdf)> を基に筆者作成。

82) Department for Culture, Media and Sport, “Business visits and events strategy,” 2015.3.26. GOV.UK website <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/417832/150326\\_BVE\\_Strategy\\_PDF\\_FINAL.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/417832/150326_BVE_Strategy_PDF_FINAL.pdf)>

83) DCMS 戦略では「ビジネス関連訪問・イベント(business visits and event)」という言葉が使われ、MICEという言葉は使われていないが、その意味するところに大きな違いはないと考えられる。

DCMS 戦略で提案された「ビジネス関連訪問・イベント委員会 (business visits and events board)」は、実際の設立時には「イベント産業委員会 (Events Industry Board)」に名称が変更された。DCMS は、2015 年 10 月、ニック・デ・ボワ (Nick de Bois) 元下院議員をイベント産業委員会の委員長に任命し、2016 年 1 月に最初の会合を開いている。<sup>(84)</sup>

### 3 シンガポール

天然資源に乏しいシンガポールは、諸外国からの投資呼び込みを成長戦略の基軸に据えてきた。その方針は観光政策においても踏襲され、早くから MICE 推進を図ることにより、アジアで最も競争力のある MICE 開催地としての地位を確立した。シンガポールが MICE 開催地に選ばれる理由としては、①アクセスの容易性：アジア最大のハブ空港として機能するチャンギ空港を擁し、世界中から参加者が集まる国際イベントに適した立地条件を有する、②優れたインフラ：大規模コンベンション施設であるシンガポール・エキスポ (Singapore Expo)<sup>(85)</sup>、サンテック・シンガポール国際会議展示場 (Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre)<sup>(86)</sup>に加え、後述する統合型リゾートが整備されている、③充実したグローバル・ビジネス・ネットワーク：世界有数の外国為替取引センターがあり、多くのグローバル企業がアジア統括本部を置いているため、世界中からビジネスや知識が集約される、といったことが考えられる<sup>(87)</sup>。

シンガポールの観光振興においては、シンガポール観光局 (Singapore Tourism Board: STB)<sup>(88)</sup>が中心的な役割を果たしている。STB は、拡大するアジア・太平洋地域の観光市場で多くのシェアを獲得するため、1996 年に観光振興計画「ツーリズム 21—観光首都ヴィジョン— (Tourism 21: Vision of a Tourism Capital)」を発表した。6 億シンガポール・ドル (約 477 億円<sup>(89)</sup>) の当初予算が組まれた同計画では、将来的な成長が見込まれる MICE の振興が重視され、60,000㎡の面積を持つ展示施設の建設等が行われた。<sup>(90)</sup>

シンガポールは、このように早くから観光資源の開発、ビジネス客の誘致に取り組んでいたが、2000 年頃から近隣周辺国の観光産業が台頭してきたことにより、相対的な競争力の低下が問題視されるようになった。そのような状況への危機感から、カジノを含む統合型リゾート (Integrated Resort: IR) の開発構想に関する検討が行われ、2006 年 2 月にカジノ規制法 (Casino Control Act) がシンガポール議会で可決された。2008 年 4 月には、民間運営者に対するライセン

<sup>(84)</sup> “Events Industry Board.” GOV.UK website <<https://www.gov.uk/government/groups/events-industry-board>>

<sup>(85)</sup> 1999 年開業の総面積 123,000㎡の MICE 施設で、10 の展示場、17 の食事施設、2,500 台収容可能な駐車場を備える。隣接する国際会議場のマックス・アトリア (Max Atria) と共に、政府系投資会社のテマセク・ホールディングス (Temasek Holdings) の 100% 子会社のシングエクス社 (SingEx Holdings) が運営。(Singapore Expo website <<http://singaporeexpo.com.sg/>>; 「シンガポール最大の MICE 施設 SINGAPORE EXPO の視察」『CLAIR メールマガジン』2014.9. 自治体国際化協会ウェブサイト <[http://www.clair.or.jp/j/forum/c\\_mailmagazine/201409\\_1/5.pdf](http://www.clair.or.jp/j/forum/c_mailmagazine/201409_1/5.pdf)>)

<sup>(86)</sup> 1995 年開業のコンベンションセンター (開業当初の名称は「シンガポール国際会議展示場 (Singapore International Convention and Exhibition Centre)」)。22,000㎡の展示スペースと 15,000㎡の会議スペースを備え、1 万人が参加する会議を開催可能。現在のオーナーは、サンテック不動産投資信託 (Suntec Real Estate Investment Trust) (Suntec Singapore Convention & Exhibition Centre website <<http://www.suntecsingapore.com>>)。

<sup>(87)</sup> 新山公美子「シンガポールの MICE 誘致—優位性を活かした戦略的施策—」『自治体国際化フォーラム』282 号, 2013.4, pp.16-18.

<sup>(88)</sup> 通商産業省 (Ministry of Trade and Industry) 所管の組織で、世界 22 都市に海外事務所を設置している。

<sup>(89)</sup> 2016 年の年間平均為替レート (1 シンガポール・ドル = 79.58 円) で換算。

<sup>(90)</sup> Centre for LiveableCities Singapore, *Urban Systems Studies: Planning for Tourism: Creating a Vibrant Singapore*, Singapore: Centre for LiveableCities Singapore, 2015, pp.62-63. <<http://www.clc.gov.sg/documents/uss/Plan-for-tourism.pdf>>

ス交付と監視を担う国の機関としてカジノ規制庁 (Casino Regulatory Authority) が設立され、2010年にマリーナ・ベイ・サンズ (Marina Bay Sands)<sup>(91)</sup>とリゾート・ワールド・セントーサ (Resorts World Sentosa)<sup>(92)</sup>が開業した。開業後は両 IR とも収益を上げており、2015年の IR 収入に占めるカジノ収入の割合は、マリーナ・ベイ・サンズが 73.9% (カジノ収入 23 億 1539 万ドル)、リゾート・ワールド・セントーサが 72.8% (同 17 億 4905 万ドル) となっている<sup>(93)</sup>。

また、STB は、2006 年に、MICE 振興を図るため、国際レベルの大型イベントの開催を容易にする BEiS (Business Events in Singapore) 制度を導入した。この制度により、イベント開催費用に対する助成金の支給や海外からの招待客や講演者に対する出入国手続の簡素化等の支援が行われ、国際レベルの大型イベントが招致された。この制度は、2009 年 2 月に、小規模の会議を含む観光産業全般を支援対象とする BOOST (Building On Opportunities to Strengthen Tourism) 制度の下に統合され、さらに多様な優遇措置を講じることが可能になっている (例えば、政府系ウェブサイトにおけるイベント広告掲載のような非財政的支援も支援対象となる)<sup>(94)</sup>。

#### IV MICE 振興における課題

日本政府は MICE を重視し、その振興を図っているが<sup>(95)</sup>、現時点でその基盤が盤石なものとなっているとは言い難い。本章では、早期の解消が望まれる課題を幾つか取り上げる。

##### 1 展示会場・国際会議施設の整備

日本は、その経済規模と比べると屋内展示会場の総面積が小さい。少々古いのが、展示会産業の国際協会である国際見本市連盟 (Union des Foires Internationales: UFI) が 2011 年 12 月に発表し

(91) 米国のカジノ・リゾート開発会社のラスベガス・サンズ・グループ (Las Vegas Sands Group) により都市中心部に開発された大規模複合施設。ホテル (2,560 室の客室があり、3 棟のタワーの屋上は、空中庭園、展望デッキ、プール等があるスカイパークで繋がれている)、アート・サイエンス・ミュージアム、劇場 (約 4,000 席)、ショッピングモール (総面積 74,000㎡)、カジノ (2,300 台以上のスロットマシン、350 台以上のテーブル)、コンベンション・センター (総面積 120,000㎡) 等から構成される。MICE の来訪者・関連イベントの誘致促進が重視され、シンガポール最大の多目的展示ブース (約 2,000) と会議施設 (250 の会議室、45,000 人以上収容可能な会議・展示スペース) を備えている。(Global Marketing website <<http://globalmarketing.co.jp/sands/index.php>>)

(92) マレーシアの企業であるゲンティン・グループ (Genting Group) によってセントーサ島の北側に開発された大規模複合施設。ホテル & スパ (1,500 以上の客室を持つ 6 つのテーマ・ホテル)、ユニバーサル・スタジオ・シンガポール (総面積 200,000㎡、24 のアトラクションのうち 18 はシンガポール独自)、水族館 (800 種類以上、10 万匹の海洋生物)、ショッピングモール、カジノ (2,400 台以上のスロットマシン・電子ゲーム機、500 台以上のテーブル)、会議場 (最大 6,000 人収容可能なイベント・スペース、全体で 35,000 人が利用できるコンベンションセンター) 等から構成される。(Resorts World Sentosa website <<http://www.rwsentosa.com/>>)

(93) Las Vegas Sands, “Annual Report 2015,” 2016.4, pp.45, 48. <[http://s1.q4cdn.com/133622603/files/doc\\_financials/2016/Las-Vegas-Sands\\_Annual-Report.pdf](http://s1.q4cdn.com/133622603/files/doc_financials/2016/Las-Vegas-Sands_Annual-Report.pdf)>; Genting Singapore, “2015 annual report,” 2016, p.69. <[http://media.corporate-ir.net/media\\_files/IROL/15/154917/AnnualReports/Genting%20Singapore%202015%20-%20Annual%20Report.pdf](http://media.corporate-ir.net/media_files/IROL/15/154917/AnnualReports/Genting%20Singapore%202015%20-%20Annual%20Report.pdf)>

(94) 「シンガポールの政策 (2015 年改訂版) (観光政策編)」2016.5.18, p.66. 自治体国際化協会ウェブサイト <[http://www.clair.org.sg/j/report/local/pdf/jichi\\_sin\\_4\\_kanko\\_2015.pdf](http://www.clair.org.sg/j/report/local/pdf/jichi_sin_4_kanko_2015.pdf)>; “Business Events in Singapore (BEiS).” Singapore Tourism Board website <[https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/pages/business-events-in-singapore-\(beis\).aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.stb.gov.sg/assistance-and-licensing/grants/pages/business-events-in-singapore-(beis).aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1)>

(95) 2016 (平成 28) 年度の観光庁の主な MICE 誘致策は、グローバル MICE 都市の育成、地域の MICE 誘致力強化 (ユニークベニユーの活用促進、MICE 経済波及効果の調査)、関係府省連絡会議の新設による横のつながりの強化、である (観光庁参事官 (国際会議等担当)「MICE の誘致・開催の取組について」2016.9, p.19. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001144243.pdf>>)。

表7 屋内展示会場の総面積が広い国

順位	国名	総面積 (㎡)	順位	国名	総面積 (㎡)
1	米国	6,712,342	11	ロシア	566,777
2	中国	4,755,102	12	スイス	500,570
3	ドイツ	3,377,821	13	ベルギー	448,265
4	イタリア	2,227,304	14	トルコ	433,904
5	フランス	2,094,554	15	メキシコ	431,761
6	スペイン	1,548,057	16	日本	345,763
7	オランダ	960,530	17	オーストリア	287,475
8	ブラジル	701,882	18	韓国	280,190
9	英国	701,857	19	インド	278,010
10	カナダ	684,175	20	ポーランド	268,068

(出典) UFI, “The 2011 World Map of Exhibition Venues,” 2011.12. <[http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi\\_world\\_map\\_of\\_exhibition\\_venues\\_december\\_2011.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf)> を基に筆者作成。

た調査によると、日本の屋内展示会場の総面積は 345,763㎡で、世界 16 位にとどまっている。総面積が広い上位 20 か国をリストアップしたのが表 7 である。個々の会場で見ても、日本で最も広い東京ビッグサイト（面積が 80,660㎡）は、世界 54 位（面積 100,000㎡）以内に入っていない<sup>(96)</sup>。全ての展示会が巨大な会場を必要とするわけではないが、国際競争の点で日本が不利となるケースが出てくることは十分に予想される。今後の MICE 需要の拡大に備え、総面積の増加、大規模施設の建設が必要になると考えられるが、自治体等が展示会場等の施設を含むインフラの整備のために計上できる予算は限られている。その意味でも、コンベンションビューローの運営費等も用途として認められる財源の確保が急務となっている。

展示会場と同様、国際競争力が不足していると考えられている国際会議施設<sup>(97)</sup>については、国土交通省が、2016（平成 28）年度予算に、国際会議施設を整備する事業者向けに融資を行う経費を計上した<sup>(98)</sup>。従来の融資対象は、道路、公園、防災施設等であったが、省令改正により国際会議施設も対象に加えられた。民間都市開発推進機構は、財政投融資の政府保証を活用して民間の金融機関等から低利で資金を調達し、融資を行う。融資対象となるのは、事業区域の面積が 10,000㎡以上の施設で、最大で総事業費の 5 割が融資される。貸付期間は 20 年以内で、建物の一部に会議場の面積が 1,000㎡以上ある施設も融資の対象とされた。<sup>(99)</sup>

<sup>(96)</sup> 上位 10 会場は、① 466,100㎡のメッセ・ハノーバー（ドイツ）、② 345,697㎡のメッセ・フランクフルト（ドイツ）、③ 345,000㎡のフィエラ・ミラノ（イタリア）、④ 338,000㎡の広州国際会議展覧センター（中国）、⑤ 284,000㎡のケルン・メッセ（ドイツ）、⑥ 262,704㎡のメッセ・デュッセルドルフ（ドイツ）、⑦ 241,582㎡のパリ・ノール・ヴィルバン（フランス）、⑧ 241,524㎡のマコーミック・プレイス（米国）、⑨ 230,602㎡のフェリア・ヴァレンシア（スペイン）、⑩ 228,211㎡のポルト・ドゥ・ヴェルサイユ（フランス）。(UFI, “The 2011 World Map of Exhibition Venues,” 2011.12. <[http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi\\_world\\_map\\_of\\_exhibition\\_venues\\_december\\_2011.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf)>)

<sup>(97)</sup> 世界的には、アジア・ワールド EXPO（香港）（最も大きな会議場の収容人数 13,500 人）、サンテック・シンガポール国際会議展示場（シンガポール）（収容人数 12,000 人）のような大型会議場の整備が進んでいるが、日本では、東京国際フォーラム（同 5,012 人）とパシフィコ横浜（同 5,002 人）が最大規模の施設となっている。

<sup>(98)</sup> 国際競争力強化施設の整備促進を図るための予算の一部で、外国人の生活環境を改善する施設（外国語対応医療施設等）の整備と合わせ、約 64 億円が計上されている。

<sup>(99)</sup> 国土交通省都市局・住宅局「都市再生特別措置法施行規則等の一部を改正する省令について」2016.9. <<http://www.mlit.go.jp/common/001145015.pdf>>; 「国際会議場、増設へ 国交省、今秋から低利融資」『日本経済新聞』2016.7.7.

## 2 ユニークベニユ어의推進

観光庁は、「ユニークベニユ어利用促進協議会」を立ち上げ、「MICE の誘致拡大に向けたユニークベニユ어의利用促進事業報告書」、「ユニークベニユ어 HANDBOOK—博物館・美術館編—」、「ユニークベニユ어ベストプラクティス集」といった資料<sup>(100)</sup>を公表し、ユニークベニユ어의開発・利用促進を図ってきた。MICE 先進国は公共施設の開放に積極的に取り組んでおり、例えばフランスのルーブル美術館やヴェルサイユ宮殿はパーティー会場として使われている。日本にもユニークベニユ어としての潜在力を有する施設は多数あり、実際に活用される事例<sup>(101)</sup>も増えてきているが、MICE 先進国と比べると遅れた状態にある。

英国のロンドンでは、ユニークベニユ어・オブ・ロンドン (Unique Venues of London: UVL) が、専用ウェブサイトを受け、ワンストップの窓口業務を行っている。1993 年設立の UVL は、ロンドン市、ロンドン観光局 (London & Partners)、英国政府観光庁の支援を受けている。UVL の会員は、大英博物館 (British Museum)、テート・モダン (Tate Modern) など 84 の施設で、会員施設の売上の一定割合を会費として徴収することによって運営されている。UVL は、会議の主催者等に対し、施設の所在地、電話番号、開催可能なイベント (レセプション、ランチ、ディナー、会議、展示等) 及び収容能力等の情報の提供、イベント供給業者 (料理、花、演出、映像制作等) の紹介・手配を行っている。日本でも同様の機能を持った組織が望まれる。<sup>(102)</sup>

シンガポールも、ユニークベニユ어に力を入れている。都市国家のシンガポールには、特に古い歴史を有する建築物が存在するわけではないが、英国統治時代に建てられたコロニアル様式の建造物が美術館、博物館、ホテル等に改装され、MICE で活用されている。例えば、20 世紀前半に建てられた旧最高裁判所と旧市庁舎を 5 億 3200 万シンガポール・ドル (約 423 億円) かけて改装し、2015 年 11 月にオープンしたナショナル・ギャラリー・シンガポール (National Gallery Singapore) (総面積 64,000㎡) には、多くのイベント会場がある (表 8)。会場の広さ、スタイルの選択肢が多いため、授賞式、セミナー、レセプションなど様々なニーズに対応することができる。レストラン・バーを MICE 用に貸し切ることも可能となっている。<sup>(103)</sup>

日本におけるユニークベニユ어活用はまだ緒に就いたばかりで、利用可能な施設を増やすのはこれからである。観光庁は、2016 (平成 28) 年度に MICE の誘致拡大に向けたユニークベニユ어活用促進事業の公募を行っている<sup>(104)</sup>。株式会社イベントサービス代表取締役の森本福

(100) 国土交通省観光庁「MICE の誘致拡大に向けたユニークベニユ어의利用促進事業 報告書」2013.12. <<https://www.mlit.go.jp/common/001032752.pdf>>; ユニークベニユ어利用促進協議会「ユニークベニユ어 HANDBOOK—博物館・美術館編—」2013.12. 国土交通省ウェブサイト <<https://www.mlit.go.jp/common/001032753.pdf>>; 同「ユニークベニユ어ベストプラクティス集」2015.3. 同 <<http://www.mlit.go.jp/common/001098973.pdf>>

(101) 例えば、2014 (平成 26) 年 5 月 18~21 日に広島で開催された国際会議「IPEC Hiroshima 2014 - ECCE Asia」の参加者が、宮島 (広島県廿日市市) において世界文化遺産の厳島神社の正式参拝 (49 人の VIP のみ)、日本文化体験等を行うことを可能にする「宮島 International Night」が 5 月 19 日に実施された (「世界遺産の厳島神社を擁する宮島において、ユニークベニユ어의開発・利用促進の一環として、「宮島 International Night」を実施しました」2014.6.13. 国土交通省観光庁ウェブサイト <[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07\\_000077.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000077.html)>)。また、大阪城西の丸庭園大阪迎賓館は、MICE の利用を促す広報を積極的に行っている (「グローバル MICE 都市 大阪市の中心に位置する迎賓空間 大阪城西の丸庭園 大阪迎賓館 MICE」大阪城西の丸庭園大阪迎賓館ウェブサイト <<http://osakacastle.jp/party/mice/>>)。

(102) Unique Venues of London website <<http://www.uniquevenuesoflondon.co.uk/>>

(103) 「コロニアル建築が魅力演出 インセンティブやユニークベニユ어で」『TRAVEL JOURNAL』53(38), 2016.9.26, pp.26-27.

(104) 「「MICE の誘致拡大に向けたユニークベニユ어活用促進事業」による支援案件が決定しました」2016.7.8. 国土交通省観光庁ウェブサイト <[http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07\\_000061.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07_000061.html)>



表8 ナショナル・ギャラリー・シンガポール内のイベント会場

会場名	床面積 (㎡)	収容能力	想定されるイベント
Auditorium	326	212 席 + 2 車椅子スペース	セミナー、授賞式、シンポジウム、映画の上映会等
Foyer	198	130 人	レセプション、分科会等
City Hall Verandah	134	65 人	カクテル・レセプション、夜のパーティー等
Coleman Deck	236	115 人	小規模企業イベント、夜のパーティー等
Glass Room	232	125 人	カクテル・レセプション等
Padang Deck	180	145 人	顧客感謝イベント、小規模企業イベント、夜のパーティー等
Supreme Court Terrace	330	265 人	カクテル・レセプション等
Seminar Rooms	126	14 人 (椅子だけを並べる場合は 27 人まで可)	ビジネス会議、分科会等
Padang Atrium	545	350 人	気軽な企業イベント、夜のパーティー等
Rooftop Studios	147	23 人 (スタジオ 1) 24 人 (スタジオ 2) 22 人 (スタジオ 3) 28 人 (スタジオ 4)	会議、研修、分科会等

(出典) “VENUE & EVENT SPACES.” National Gallery Singapore website <<https://www.nationalgallery.sg/content/about-venue-event-spaces>> を基に筆者作成。

夫氏は、ビジネスを目的としていない公的施設をユニークベニュー利用で開放させるには、観光庁や JNTO 等からの働きかけが欠かせないとの考えを明らかにし、公的施設の利用対価の支払いについては、主催者が会場費として料金を支払うという方法以外に、主催者が入場券を多数購入して各方面に配るという方法も考えられると述べている<sup>(105)</sup>。

### 3 人材の育成

海外都市との厳しい MICE 誘致競争で勝ち抜くためには、誘致・開催に係る専門的なスキルやノウハウを持った人材が必要となるが、人材の育成には時間を要する。地道に育成するしか方法はないが、実態を踏まえた講座を開講することにより効率的な育成を図ることは可能である。JNTO は、MICE 誘致・開催に取り組む自治体、旅行・宿泊・会議運営関係企業担当者等を対象に定期的にセミナー（基礎編・実践編の MICE セミナー、中上級者向けの国際会議誘致実務セミナー）を開催し、MICE の誘致・受入能力の向上を図っている<sup>(106)</sup>。地方レベルでも、多くの自治体が独自の MICE 人材育成講座を実施している。

日本の大学における MICE 教育については、2015（平成 27）年 1 月時点で全国 46 の大学に観光学部・学科があるが、MICE に関すると思われる科目を開講しているのは 18 大学にとどまるという調査結果が公表されている<sup>(107)</sup>。しかも、その 18 大学のうち、MICE の全 4 分野を対

(105) 「日本のユニークベニューを創造する（第 1 回）日本のユニークベニューの現状と課題」『EventBiz』Vol.4, 2016.Aut., p.71.

(106) 「人材育成」日本政府観光局（JNTO）ウェブサイト <<https://mice.jnto.go.jp/role/jinzai.php>>

(107) 「交流」、「サービス」、「地域」等の名称を持つ大学や学科内に「観光系コース」を持つ大学を含めれば、100 校を超えるが、それらは対象外とされた（横浜商科大学「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進＜観光分野＞ 地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成 事業報告書」（平成 26 年度文部科学省委託事業）2015.2.20, pp86-88. <<http://www.shodai.ac.jp/mice/img/houkoku2014.pdf>>）。

象とした科目を開講しているのは3大学だけで、7大学はコンベンション分野とイベント分野のみ、5大学はコンベンション分野のみ、3大学はイベント分野のみという状況である。

多摩大学グローバルスタディーズ学部の市岡浩子教授は、MICE人材の育成においては、英語によるコミュニケーション能力が「必須」で、「グローバル人材」、「国際交流」、「国際理解」等の視点で展開を図る必要があると考えている。そして、科目の拡充などを目的とした大学間連携、インターンシップ等の実務経験の場の提供、生涯教育としてのプログラム展開等で、教育機関はMICE向け人材の育成に貢献できるとしている。<sup>(108)</sup>

また、MICE業界には、公認会議業務管理者（Certified Meeting Professional: CMP）と呼ばれる会議プランナーの国際資格がある。これは、19,500の企業が所属する米国のMICE産業団体のコンベンション産業協議会（Convention Industry Council: CIC）が認証する資格で、マネジメントの観点から体系化されたコンベンションの実務知識を持った会議プランナーであることを認めるものである<sup>(109)</sup>。CICのウェブサイトには、世界55か国の約11,000人のCMP有資格者が登録されているが、日本における登録者は17人しかいない（2017年3月13日現在）<sup>(110)</sup>。CMP有資格者は、CICのウェブサイトに職場の住所、Eメール・アドレス、電話番号を載せることが可能で、会議の主催者は、姓、名、都市、国から有資格者の検索を行うことができる。国際会議の主催者が開催候補地として考えている都市にグローバル・スタンダードを理解した会議プランナーがいれば、安心度が高まり、開催地として選ばれる可能性が高まると考えられることから<sup>(111)</sup>、日本における有資格者の増加が望まれる。

#### 4 MICE 関連情報の利用環境の整備

英国では、英国政府観光庁がMICE関連の様々なデータを公表している。また、MICE関連企業が資金を提供し、毎年、「英国会議・イベント産業調査（British Meetings & Events Industry Survey）」と題する出版物が刊行されている。その2016/2017年版には、最近のMICE施設の選択傾向、法人・団体の会議のうち開催費用が予算化された率、計画済会議の予算額、MICEの将来的な事業規模見通し、ホテル・MICE施設が提供する優先予約報奨、計画済会議数の傾向等の情報が掲載されている<sup>(112)</sup>。日本で同様の情報が得られる出版物は一般に公表されておらず、MICEビジネスを展開する際に参考となる情報が限られている。的確なマーケティング戦略を立てるには正確なデータが必要となる。まずは公的に対応可能な統計の基盤整備が求められている。

<sup>(108)</sup> 「MICE人材育成「産官学が本気で連携を」—横浜商大シンポから」2015.3.26. トラベルビジョン株式会社ウェブサイト <<http://www.travelvision.jp/news-jpn/detail.php?id=66468>>

<sup>(109)</sup> 国土交通省観光庁「CMP（Certified Meeting Professional）試験のご案内」2012.3.15. <<http://www.mlit.go.jp/common/000204683.pdf>>

<sup>(110)</sup> UIAが集計した2014年の国際会議開催件数ランキングで日本より上位だった国のCMPの登録者数は、米国が9,647人、ベルギーが7人、シンガポールが41人、韓国が26人である（“CMP Directory.” Convention Industry Council website <<https://myaccount.conventionindustry.org/Public/Directory.aspx>>）。

<sup>(111)</sup> 西本恵子「CMP（Certified Meeting Professional）から考えるMICEのグローバルスタンダードと日本基準—Module 0: What is CMP?—」『MICE Japan』6(71), 2015.4, p.17.

<sup>(112)</sup> 2016/2017年版の調査は、CAT出版（CAT Publications）の委託を受け、MICE関連のコンサルティングを行っているライト・ソリューション社（The Right Solution Limited）が実施した。資金提供は、メッセ・フランクフルト（Congress Frankfurt）、国際コンベンションセンター・バーミンガム（The ICC Birmingham）、UVL等が行っている。（“The British Meetings & Events Industry Survey 2016/17 (BMEIS).” Meetpie.com website <<http://www.meetpie.com/StaticPageDisplay.aspx?code=BMEISMENU>>）

## おわりに

ここ数年の訪日外国人旅行者数の伸びは著しいが、一般の旅行者が今後も同じペースで増え続けることを期待するのは難しい。新たなターゲットを設定し、誘致を図ることも必要となる。その際に有望だと考えられるのが MICE の誘致である。ただし、MICE の規模は、統合型リゾート<sup>(113)</sup>から単独の会議施設まで様々である。MICE 誘致を地域振興策の一つとして選択する場合、自らの地域が持っている観光資源の優位性を正しく把握した上で、適切なタイプ・規模の MICE を選択することが必要になる。特に新たな施設整備を伴う場合は、信頼できるデータを用いて収益性等の分析を行うことが住民等から求められるであろう。その際に適切な判断を行えるようにするためにも、正確な MICE 関連データの整備・充実が望まれる。また、日本で法定外目的税や分担金<sup>(114)</sup>等の制度を用いて観光振興に用途を限定した財源を確保するのは難しいと考えられているが<sup>(115)</sup>、財源が不足している状況を改善しなければ、今後の MICE の発展は期待できない。財源確保問題の解決に向けた検討<sup>(116)</sup>が急がれている。

(やまざき おさむ)

<sup>(113)</sup> 統合型リゾートにおいて集客が期待される施設はカジノに限らない。例えば、コンベンション管理会社のシーベント社 (cvent) が 2016 年全米会議都市 (U.S. Meeting Destinations 2016) ベスト 50 のトップに選んだオーランド市 (フロリダ州) では、オーランド観光局 (Visit Orlando) が、ウォルト・ディズニー・ワールド・リゾート、ユニバーサル・オーランド・リゾート、シーワールドといったテーマパーク等によって築き上げられた観光リゾート地としての魅力をコンベンション・ビジネス需要に結び付けることに成功している。

<sup>(114)</sup> 自治体の条例により地方税法に定める税目以外の税として設けられる法定外税には、普通税 (用途が限定されていない) と目的税 (用途が限定される) がある。分担金は、自治体が、一部に利益のある事業の経費に充てるため、当該事業により特に利益を受ける者からその受益の限度において徴収するもの。

<sup>(115)</sup> 「第 10 回 DMO 研究会「観光地域づくり推進組織の財源について」」(講演録) 2015.9.25, pp.11-13. 日本観光振興協会ウェブサイト <<http://www.nihon-kankou.or.jp/home/dmo/pdf/study10.pdf>>

<sup>(116)</sup> 例えば、米国の自治体で活用されている特別地方税 (州法で規定された枠組に従って郡が適用内容を決定) の日本での導入に向けた研究をすべきと考えた前出の原忠之氏は、2014 年度に早稲田大学ホスピタリティ研究所招聘研究員を務めた時に、オーランド市があるオレンジ郡の特別地方税制度を紹介している (原忠之「ホスピタリティ産業公共インフラ整備のための特別地方税制度の考察と日本への導入戦略について—米国フロリダ州オレンジ郡における事例検証より—」『プロジェクト研究』9号, 2013, pp.1-15.)。