



# コロナ禍における MICE 誘致・インバウンド推進 ～プロモーションアドバイザーと自治体とのオンラインクロストーク②～

(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課 主査 児玉 兼輝 (宮崎県派遣)

## 第 2 回オンラインクロストーク開催

クレアでは、専門的知見、ノウハウ、経験をもつ専門家（プロモーションアドバイザー、以下「PA」）を 31 社（名）登録しており（令和 3 年 2 月末現在）、自治体の海外プロモーション支援のため、PA の自治体への派遣や、PA と自治体との意見交換会を実施しています。

特に令和 2 年度については、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み、PA のオンライン派遣などの新たな取り組みも行っておりますが、PA と自治体職員との直接交流を目的として例年開催している「PA との意見交換会」については、集合型セミナーが実施できない状況を踏まえ、中止せざるを得ませんでした。

そこで令和 2 年 8 月、PA と自治体がオンライン上でざっくばらんに情報交換することができる座談会（以下、オンラインクロストーク）を試行的に開催したところ、PA からさまざまな提言・情報提供があり、参加自治体にも好評であったため、この度第 2 回を開催いたしました。

以下、第 2 回オンラインクロストークの内容をご紹介します。ご参考にしていただき、是非、プロモーションアドバイザー事業活用についてご検討ください。

**開催日時：**令和 2 年 12 月 2 日（金）  
**開催方法：**オンライン（Zoom）  
**主 催：**（一財）自治体国際化協会  
**テ ー マ：**「コロナ禍における MICE 誘致および  
 インバウンド推進について考える」

### 参 加 者：

〈PA〉  
 (株)コングレ 専務取締役執行役員  
 コンベンション事業本部長 紫富田 薫 氏  
 (株)JC プラン 常務取締役 宮井 利之 氏  
 〈自治体〉  
 宮崎県、長野県

## インバウンドの現状

まず、インバウンドの現状について、(株)JC プランの宮井氏から、次のように説明いただきました。

「最近の訪日客の動きとしては、観光目的ではない中長期滞在者の入国が活発化しようとしており、令和 2 年 10 月現在の速報値では、約 4 万人の外国人（主にレジデンストラックなどを利用する中長期滞在者）が入国している。その中でも、再入国者の数より留学生などの新規入国者の方が多いため、中国・台湾・香港のエージェントから、留学生来日後の隔離用ホテルに関する問い合わせが多い。中長期滞在者のコロナ陽性率が上手く抑制されていけば、徐々にインバウンドも再開してくると思われるが、国際線の発着が当面は羽田、成田、関西に限られていて LCC 国際線再開の目処も立たないため、その時期を予測するのは難しい。しかし再開後は、まず個人の観光客（FIT）がターゲットとなり、そこから団体客へと続いていくのではないかと。」

また、東京オリンピックにも言及され、「ワクチン開発の動向などにもよるが、オリンピックがどのように開催されるのかによっては、同イベントがインバウンド再開の 1 つのトリガーになる可能性はある」とのご意見もいただきました。

## MICE の現状

次に MICE の現状について、(株)コングレの紫富田氏から、以下のようにお話しいただきました。

「会場型の大規模会議は、令和 2 年 2 月に開催したものが最後だった。本来であれば春秋が MICE 開催のピークだが、令和 2 年の春については、医学会議が延期あるいはオンライン開催、国際会議や企業のイベントは中止・延期、政府主催の会議もほとんどが延期という状況。そのような実情を受けて、夏頃からリアルとオンラインを融合さ

せたハイブリッド MICE の実施に取り組んでいるところ。]

また、リアルとオンラインのメリット・デメリットにも言及された上で（以下写真参照）、MICE 実施方法の今後の動向について、以下のような見解をいただきました。

「コロナ禍においてはリアルが減少し、ハイブリッドやオンライン開催が増加していくであろうが、コロナ収束後は、やはりリアルが再び増えていくと考えている。観光庁も、会場の安心・安全担保に向けた国際的な認証取得のサポートなど、今後、リアルの MICE をどのように実施していくかという方針のもと動いている印象。今はオンラインやハイブリッドで PR をしつつ、リアルに回帰した時に日本、そして国内の各地域が、どういった優位性を示せるかが重要だと考えている。例えば、リアルからハイブリッドまで、さまざまな実施方法に対応できる体制があれば、自治体としての強みになるのではないかと。また、東京オリンピックがこういった形であれ開催されれば、その後のリアルでのイベント開催の後押しになると思う。」



	リアル	オンライン
メリット	没入感 得られる情報量（五感利用） 偶然の出会い テクニカルリスク小	時間に縛られない 参加者の増減への対応 経費節約（旅費・会場費）
デメリット	時間の制約 経費大（旅費・会場費）	情報量の制約 通信トラブルのリスク 参加者・発表者の IT 環境依存

リアルとオンラインのメリット・デメリットについて

## ハイブリッド MICE の事例紹介

紫富田氏から、ハイブリッド MICE の事例を紹介いただきました。

「令和 2 年 8 月に京都で行ったハイブリッドの医学会議では、感染対策を第一に考え、セッション会場毎の出入りを QR コードでモニタリングしたほか、真夏の京都を歩いた後の検温では正常な測定ができない場合があるため、ドクターの助言に基づき、一旦クールダウンするためのスペースを設けるなどの工夫を加えた。さらに、会場での舞妓によるお出迎えや西陣織の展示など、自治体・DMO の協力を得て京都らしいおもてなしも実施した。また、同年 9 月に幕張で開催したドローンのハイブリッド型展示会では、商材のデモンストレーションや部品を実地で確認することが重要ということもあり、ほとんどの参加者が

現地に赴いて参加した（約 9,000 名）。やはりこういった展示会は顔を合わせての開催が良いと実感した。」

さらに、都内で 10 月に行われた国際会議の事例も併せて紹介いただき、国内からは会場参加、海外からはオンライン参加といったやり方が、国際会議においては主流になってきているとのことでした。

## これからの MICE 開催支援

さらに紫富田氏から、自治体や DMO による MICE 開催支援について、「今までは MICE 開催にあたり、人×泊数に応じた補助金などを支給する仕組みがメインであったが、オンライン開催やハイブリッド開催ではその効果が限定的となるため、地域住民や企業を巻き込んだレガシー作りも誘致のポイントとなってくるのではないかと。例えば、令和元年に開催された G20 大臣会合では、高校生が実際に会議に参加して提言を行うといった取り組みもあった」との提言をいただきました。

また、コロナ禍においては、会場のキャンセル料負担のリスクが主催者の大きな悩みの種でもあるため、キャンセル料に対する何らかの補助があるとありがたいのご意見もいただきました。

## スポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズムについて、東アジアでの受け止めはどうか？ 有効なプロモーション手法は？

スポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズムをフックに、東アジア向けの誘客に注力しようとする自治体に対して、宮井氏からご意見をいただきました。

「ターゲットにする国が、新規開拓の国か、すでに常連化している国かによってアプローチの仕方が違う。前者においては、各自治体が保有するコンテンツ、例えばゴルフやサイクリングを行う環境が、ほかの地域と比べてどれほど優れているのかを深掘りし、アピールすることが大事。後者においては、単に一般観光客のみを狙うのではなく、例えば、プロ・アマを問わず、ゴルフやサイクリングの国際大会の誘致に取り組むなど、川上からの視点に立ったアプローチをすると良いのではないだろうか。」

また、プロモーションについては、コロナ禍でも継続して行うことが重要であることを強調された上で、次のように言及されました。

「観光客は、アフターコロナの旅行先選びにおいて、特

に安心・安全を優先するものと思われる。今後、スポーツを行う際はもちろん、宿泊、移動時においても安心・安全な体制を整え、どのようにターゲット国に伝えるかがポイント。併せて、コンテンツのPRも大切だが、国内外のエージェントにとっては、そのコンテンツを扱うカウンターパート（窓口）が明示されているかも非常に重要。」

これに対して自治体からは、令和2年度、海外のエージェントと連携してオンラインツアーを企画したところ、実施後にツアーの様子を録画した動画がSNSで1万3千回以上再生されており、実際にプロモーションを継続することの大切さを感じたなど、現場の生の声が聞かれました。

## 中国インバウンド客に対するフェリーのプロモーションについて

特に中国について、宮井氏から、「中国人が日本国内を周遊する場合、現地エージェントがコストを非常に重視して集客することや、今後、新型コロナの影響で航空券の価格高騰が予想されることから、宿泊・移動を同時に行えて比較的廉価なフェリーは重点的に販売できると考えられ、そういった意味では、団体客向けにフェリーを活用したプロモーションを実施すると効果的かもしれない」という意見をいただきました。

## コロナ禍において、自治体はMICE誘致・インバウンド推進にどう取り組むべきか

コロナ禍でのMICE誘致・インバウンド推進について、

自治体は今後どのように取り組むべきか両PAに伺ったところ、紫富田氏から次のような意見をいただきました。

「これまではMICE主催者が開催地を選んでいましたが、ハイブリッドMICEが増えることで、オンラインで参加するのキャリアで参加するのかが参加者が選択することとなり、結果的に、開催地の魅力がより重要視されるようになる。観光地的な魅力だけではなく、ユニークベニューや会議のテーマにマッチする視察先、会議とコラボした商品など、この場所、このタイミングで参加するからこそ経験できる魅力を掘り起こし、情報発信していけば、ハイブリッドでも会場参加者を増やすことが可能ではないか。」

また宮井氏からは、「訪日客の目的をどのように達成させるか、その仕組みづくりをどのように行うかがポイント。自治体と民間業者が協力して、B to CだけでなくB to Bも視野に入れた受け皿を整備すると良いのでは。」と述べられた上で、やはりコロナ禍においては、リアルでなければ味わえない魅力をプロモーションすることが重要であるとの提言をいただきました。

## 最後に

今回のクロストークでは、PAからMICE・インバウンドの現状に関する情報提供や、コロナ収束後に向けたさまざまな提言をいただき、非常に有意義なクロストークとなりました。参加いただいた自治体からは、「とても勉強になった」、「コロナ禍でリアルに求められていることが分かり参考になった」などのお声をいただきました。



第2回オンラインクロストークの様子