



地域を売り込め!

～MICE 開催による国際都市としての発展～

国際会議や見本市などに代表される MICE は、新たなビジネスの創出だけでなく、外国人ビジネス客の取り込みなど地域経済にもたらす効果は測り知れない。今年 5 月には、三重県で主要国首脳会議（伊勢志摩サミット）が開催され世界各国から注目を浴びることから、日本の各地域が国際的なプレゼンスを向上させ、さらなる外国人誘客を図るチャンスはまさに今であると考えます。本特集では、現在の日本の MICE 状況とともに、海外を含む各地域の国際都市としての発展策について紹介する。〔(一財)自治体国際化協会ソウル事務所〕

1

日本における MICE 施策の現状と課題

国土交通省観光庁国際会議等担当参事官室

1 MICE について

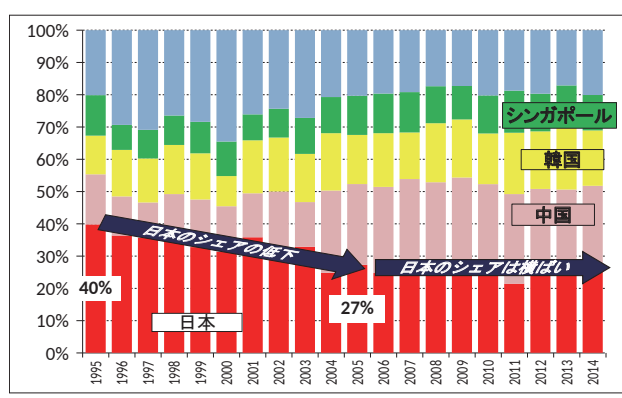
企業ミーティング (Meeting)、インセンティブ旅行 (Incentive)、国際会議 (Convention) や展示会・見本市 (Exhibition/Event) といったいわゆる「MICE」の誘致・開催は、ビジネス客や研究者などを呼び込むことを通じて、新たなビジネス機会・イノベーションの創出や開催地域に対して大きな経済波及効果を生み出すものである。例えば 1.7 万人規模の国際会議が日本で開催される場合、約 82 億円の経済波及効果が見込まれる (MICE 開催による地域別経済波及効果簡易測定モデルによる試算)。また、これに加え、MICE は国や都市の

国際的な競争力・ブランド力を向上させるツールとして極めて重要な効用を備えている。

近年、このような MICE の効用に着目し、アジア諸国をはじめとした海外の有力国・都市が官民挙げて MICE 誘致・開催に取り組んでおり、競争は年々激化している。MICE のうち、特に国際会議 (C) に着目してみると、日本は、1990 年代前半まではアジアのなかでも圧倒的な開催件数シェアを誇る国際会議開催先進国であったが、域内競合国である韓国・中国・シンガポール・オーストラリア、そして最近ではマレーシアやタイ、インドなどが国際会議誘致の取り組みを強化している。ICCA (International Congress and Convention

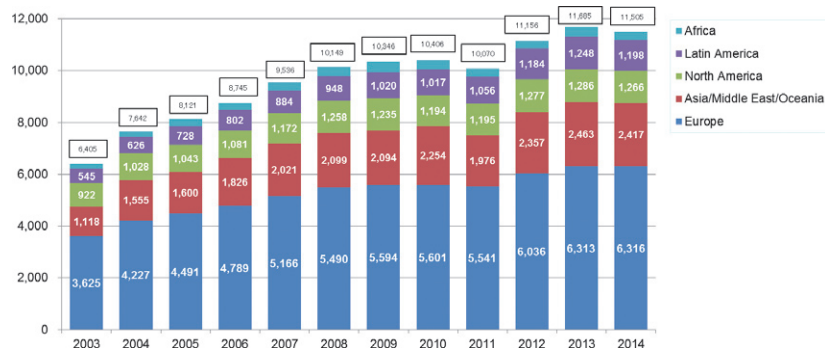
順位	国名	件数
1	米国	831
2	ドイツ	659
3	スペイン	578
4	英国	543
5	フランス	533
6	イタリア	452
7	日本	337
8	中国	332
9	オランダ	307
10	ブラジル	291
11	オーストラリア	287
12	カナダ	265
13	オーストラリア	260
14	スウェーデン	238
15	ポルトガル	229
16	スイス	226

出所) ICCA (国際会議協会) 統計より作成



アジア・太平洋の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1995～2014)

世界における国別の国際会議開催件数 (2014)



出所) ICCA 統計より作成
 ※ ICCA データベースは ICCA 会員の申請・登録によって作成されているため直近年の数値は今後も増加する可能性がある
 ※国際会議の定義：(1) 参加者総数 50 名以上、(2) 定期的に開催される、(3) 3 カ国以上での持ち回りあり

世界および地域別の国際会議開催件数の推移

Association：国際会議協会) が毎年発表する国際会議開催統計によると、日本は3年連続でアジア地域内での1位となっているが、各国が取り組みを強化しているなか、日本は厳しい状況におかれている。

2 観光庁の取り組み

観光庁の施策について、ここではC(国際会議)を中心に述べたい。観光庁においては、2013年6月に、東京、横浜、愛知県名古屋、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市を「グローバル MICE 都市」として選定し、我が国の MICE 誘致の牽引役として2年間の集中支援を実施してきた。さらにグローバルレベルの MICE 誘致力を有する都市の裾野拡大を図るとともに、中規模程度の MICE の受け皿を充実させるため、札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市を、2015年6月に、新たに「グローバル MICE 強化都市」として選定した。選定後、海外の MICE 専門家を各地域に派遣し、そこで把握した地域の現状を下にコンサルティングを行い、我が国の都市の競争力強化を図るため支援を行っている。

アクションプログラム2013

・海外競合先との誘致競争に打ち勝つため、国際会議等のMICE分野の国際競争力強化を図る必要がある。
 ・我が国のMICE誘致の牽引役として、誘致ポテンシャルが高い都市に対して、潜在需要の掘り起こしや海外MICE専門家の知見等を活用したマーケティング能力の向上支援等の国の支援や都市自らの努力により、誘致能力・体制・受入環境において世界トップレベルのMICE都市を育成する。

2013年6月 グローバルMICE都市を選定(7都市)

東京、横浜、愛知県名古屋、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市

○支援概要(2年間)

- ・外国人専門家によるコンサルティング
- ・海外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、セミナーの開催、など

アクションプログラム2015

中規模程度のコンベンションの受け皿を充実させるため、新たに「グローバルMICE強化都市」を4都市程度選定する。

2015年6月30日 グローバルMICE強化都市を選定(外部有識者委員会による選定)

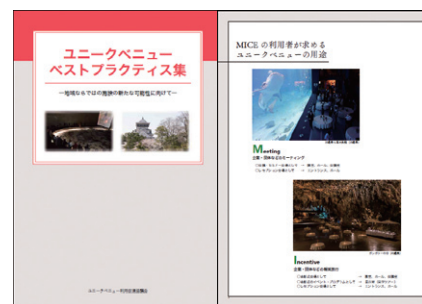
○選定都市(5都市)

札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市

また、海外ではMICE開催に際して、美術館・博物館、歴史的建造物など、本来の目的とは異なった施設を利用したレセプション等の開催が一般的となっている。その中には世界遺産に登録されている美術館なども含まれており、こうした施設は「ユニークベニュー」(特別な場所)と呼ばれている。特にヨーロッパでは積極的に施設活用が進められている。日本には、博物館や美術館はもとより、神社仏閣や日本庭園、城郭などユニークベニューと

【観光庁の取組】

- モデル事業を実施
- ユニークベニューとしての利用円滑化のための手引きやベストプラクティス集をとりまとめ
- ユニークベニュー候補施設をリスト化(日英)
 観光庁 HP にリスト化施設を掲載 http://www.mit.go.jp/kankocho/page07_000020.html



ユニークベニューベストプラクティス集

The Saito Family Summer Villa	Historic building, Garden	新潟市旧藩邸家別邸	歴史的建造物・庭園
<p>Address: 新潟県新潟市東区</p> <p>Capacity: 100名</p> <p>Price: 100,000円</p>	<p>Address: 京都市東山区</p> <p>Capacity: 50名</p> <p>Price: 50,000円</p>	<p>Address: 新潟県新潟市東区</p> <p>Capacity: 100名</p> <p>Price: 100,000円</p>	<p>Address: 京都市東山区</p> <p>Capacity: 50名</p> <p>Price: 50,000円</p>

ユニークベニューホームページ

してのポテンシャルの高い施設は多いものの、競合国と比べると施設の開放が進んでいない状況にある。観光庁では、ユニークベニユーの開発・利用促進を進めるため、平成25年に「ユニークベニユー推進協議会」を立ち上げ、モデル事業の実施や各地での好事例を集めた「ベストプラクティス集」の作成、施設のリスト化などを進めてきた。ユニークベニユーの積極的な活用や開放は、MICE開催地としての魅力向上につながり、MICE参加者に対しても日本や開催地域を強く印象づけることから、地域の特徴を活かし競争力を強化するためにも、施設管理者の理解や関係者間への普及促進が望まれる。

3 日本の課題

MICEの誘致・開催には、国、自治体、コンベンションビューロー、学術機関、宿泊施設、会議運営事業者、MICE施設事業者、旅行事業者など、多くのステークホルダーが関わっており、これら関係者間の連携を図ることが重要である。例えば、札幌市と航空会社が協力し、2015年より、MICE参加者向けのMICE割引運賃を導入している。また、大阪観光局では関連事業者が集まったアライアンス組織が立ち上げられるなど、官民が協力した体制の強化が各地域で進められている。

また、日本政府観光局においては、具体的な国際会議の日本への誘致活動を行っている方々を「MICE誘致アンバサダー」に認定し、その誘致活動に対する支援を行っている。その他、東北大学と仙台市、京都大学と京都市など、大学と自治体などとの連携も各地で進められているが、今後さらにこうした各関係者間の連携を強め

ていく必要がある。

そして、MICEの誘致にあたっては、国際的な傾向を分析することが必要であり、関係者との国際ネットワークを構築することが重要な手段の一つである。MICE誘致は人的な国際ネットワークが大きく影響を与えることが多いが、海外の関係者からは、日本の場合、担当者がすぐに変わってしまいネットワークが継続しづらい状況という声もある。日本においては、各地域のコンベンションビューローがMICE誘致・開催の根幹を担っているが、コンベンションビューローは行政の外郭団体であることが一般的であり、人材も地元自治体や関係業界からの出向者が多く、長期間固定された人材の確保が困難であり、海外の競合先と渡り合える人材の育成が難しい状況にある。

また、C（国際会議）の分野に関しては国際的な組織などにより一定の定義付けがなされているため、市場動向などがつかみやすい一方、M（企業ミーティング）やI（インセンティブ旅行）については、企業のビジネス活動の一環として実施されているため、国際会議と比べると実態を把握することが難しいが、C以外の分野を強化することで、「観光からMICEへ」、「MICEから観光へ」というプライベートとしての観光と、ビジネスとしてのMICEの好循環を構築することが必要である。

これらは、直ちにその見直しや強化を行うことは非常に難しい課題である。しかし、国際競争力が激化していく中では長期的に取り組む必要がある課題であり、その成果は必ずしも短期的に得られるものではないが、日本再興戦略に掲げられた目標を達成するため、MICE誘致の国際競争力の強化に向けた取り組みを不断に続けていきたい。

2

伊勢志摩サミットに向けて

三重県伊勢志摩サミット推進局

1 はじめに

本年5月26日、27日、三重県・伊勢志摩で主要国首脳会議「伊勢志摩サミット」が開催され、三重県に新たな歴史が刻まれることになる。

伊勢志摩は、日本人の代表的な心の「ふるさと」として、伊勢神宮や海女文化に代表される日本の精神性、豊

かな文化・伝統、御食国（みけつくに）の歴史をもつ食に触れていただき、英虞湾に代表される日本の原風景ともいえる美しい自然を感じていただける地域である。

サミット開催は、本県、東海地域の国際観光地としてのレベルアップや知名度向上につながる千載一遇のチャンスであり、また地域の総合力向上につながるものと考えている。



サミット会場予定地の賢島
(提供：一般財団法人伊勢志摩国立公園協会)

2 首脳会議誘致の経緯

首脳会議の誘致活動においては、官民一体となった誘致組織、「2016年みえ伊勢志摩サミット誘致推進協議会」を立ち上げ、関係市町をはじめ協議会のメンバーの方々と協力しながら、誘致活動を行った。美しい自然や、豊富な伝統・文化、先端技術など日本の存在感を高め、日本の魅力発信に貢献する世界に冠するコンテンツがある三重県がサミットを開催するのに最適の場所であることを国に対してアピールを行った。菅官房長官、岸田外務大臣、加藤官房副長官、世耕官房副長官などにサミットを開催するための諸条件が整っていることを訴える要望活動も行い、昨年6月5日、安倍首相がエルマウ・サミット出発前の羽田空港での会見において、伊勢志摩でのサミットの開催を発表された。



サミット開催決定後の会見にて

3 安全・安心なサミット開催の支援

本県では、昨年6月26日に設立した「伊勢志摩サミット三重県民会議（以下、県民会議）」を中心に、首脳会議や配偶者プログラムなどの国の公式プログラムだけではなく、県民会議が取り組む事業や、企業・団体・個人、県、県内市町などが独自に実施する関連事業も含めたものを、伊勢志摩サミットの全体像と捉え、サミットの成功に向けて取り組んでいる。

サミットの成功には、まずは、首脳会議が安全・安心に開催され、来訪される方々に加え、地域住民の安全が確保されることが必要である。

昨年11月にパリで同時多発テロが発生したが、伊勢志摩サミットの開催を控える本県にとっても、対岸の火事ではない大変憂慮すべき事態であり、国を始めとする関係機関が連携して、万全の対策を講じる必要がある。

本県では、昨年10月末に、三重県警察本部が中心となって官民一体でテロ対策を協議する「テロ対策三重パートナーシップ推進会議」が設立され、行政、公共交通機関などの41機関が連携を強化し、テロ対策に向けた意識の向上や警備体制の強化などを図っている。

また、会議の円滑な実施や地域の安全の確保に向けて、1月27日には「伊勢志摩サミット開催時の対象地域及び対象施設周辺地域の上空における小型無人機（ドローン）の飛行の禁止に関する条例」が施行された。

さらに、各国首脳、政府関係者、メディア関係者などが安全で円滑に移動できるよう、県管理道路の整備や景観整備などの各種インフラ整備を行っている。

そして、地域住民の皆さんが抱える不安を解消するため、警察や海上保安庁、地元4市町などと連携し、警備なども含めたサミット開催に関する情報を提供する住民懇話会を開催している。

4 全県的な取り組みに向けて

伊勢志摩地域のみならず、三重県全域、また東海地域にも効果が及ぶような取り組みとなることも重要である。

昨年10月、ジュニアサミットが4月に三重県の桑名市を主会場として開催されることが発表された。主会場となる桑名市を中心に県内各地で視察、交流イベントを行う形で実施される予定である。また、外務省などの主催も含む10回以上の海外プレスツアーを全県的に実施



伊勢志摩サミット三重県民会議シンボルマークの発表



三重テラスでの150日前イベントでトークセッションを行う知事

する予定であり、海外メディアの方々にはこの機会に愛知県や岐阜県にも訪れていただければと考えている。

また、多くの県民の皆さんにサミットに関わっていただけのように、昨年8月下旬から事業の協賛や応援、寄附の募集を開始するとともに、サミット開催に際して、海外メディア関係者の円滑な取材・報道活動を支援する外国語案内ボランティアの募集を行い、多くの方からの応募をいただいている。

さらに、サミット開催200日前、150日前及び100日前における節目イベントの開催、クリーンアップ活動のキックオフイベントの実施、カウントダウンボードの県内外への設置、県民会議シンボルマークの作成、ポスターや各種ノベルティの作成など、開催機運の醸成に向けて、さまざまな取り組みを行ってきた。

今後も、クリーンアップ活動や花いっぱいおもてなし

運動、節目イベント（サミット開催50日前、30日前、10日前）など、さまざまな取り組みに多くの方々に参加いただき、全県的な取り組みとしていきたい。

5 次世代にサミットの資産を残すために

サミットを一過性のものとせず、次世代にサミットの資産を残すこともサミット成功には重要であり、国際理解・国際交流の取り組みや三重県の知名度向上に向けた情報発信の取り組みを進めている。

国際理解・国際交流の取り組みとして、サミット開催が、特に若い世代が世界に視野を広げて、活躍できる契機となるよう、前述のジュニアサミットの開催支援に加え、三重県内の学校などにG7各国に詳しい講師を派遣する「国際理解・国際交流プログラム」などを行っている。

三重県の知名度向上に向けた情報発信については、首都圏での駐日外交団、海外メディアなどを対象としたセミナーとレセプションの開催、三重県知事による日本記者クラブ、日本外国特派員協会及び関西記者クラブでの会見やニューヨーク経済セミナーでのプレゼンテーションなどを通じて、伊勢志摩、三重の魅力を国内外に発信した。

また、国の公式プログラムなどにおける県産食材などの活用の働きかけや海外の富裕層を対象とした情報発信などにも取り組んでいる。

さらに、サミット開催時に国が設置する国際メディアセンターにおいて、三重の伝統・文化、先端技術など、東海地域のものづくりをPRできるよう、国に働きかけを行っている。



日本外国特派員協会での会見

6 ポストサミットの取り組み

また、これらの取り組みによるサミットの資産を三重の未来に生かすことも重要であり、ポストサミットの取り組みを進めている。

三重県におけるポストサミットとは、次世代に残すサミットの資産、すなわちサミットの「レガシー」を、三重の未来に生かすことである。本県では、現時点で想定される伊勢志摩サミットのレガシーを、「①知名度等の向上、②会議自体の成果、③地域の総合力の向上」の3つに整理している。

サミットは、三重の知名度などを高めるチャンスであるばかりでなく、地域住民が郷土に対する愛着や誇りを高めたり、自分が暮らす地域に対する理解を深める契機にもなる。サミット開催に向けた全県的な取り組みは、地域住民がサミットの成果を地域の発展のために生かそうとする行動や、地域をより良くしようとする行動へとつながる。そのことにより、地域の活力・魅力が高まり、観光やビジネスなどのさまざまな分野で三重、東海地域が世界から選ばれるようになり、それが次世代の希望につながっていくという「正のスパイラル」が生まれ、地域の持続的かつ自立的な活性化が図られる。

このように、サミットのレガシーを最大限に生かし、三重の未来を「地方創生のモデル」として持続的に発展させていくことが、本県のポストサミットの基本的な考

え方である。

サミット開催後、わが国での次のサミット開催地が決定するまでを、本県のポストサミットの期間と捉え、長く効果が持続すると期待されるさまざまな取り組みを展開していく予定である。そして、同じく国内外からの注目を集める「第63回神宮式年遷宮」に向けて、つなげていきたいと考えている。具体的には、先に述べた3つのレガシーに対応し、「①人と事業を呼び込む、②成果を発展させる、③次世代に継承する」という3つの観点から、国際会議をはじめとするMICEの誘致やインバウンドの促進などに取り組む。今後、サミットの開催結果なども踏まえて、引き続きポストサミットの取り組みを検討していきたい。

7 おわりに

サミットという世界最高峰の国際会議の経験は県民の皆さんが郷土に対する愛着や誇りを高め、自分が暮らす地域に対する理解を深める契機になるだけでなく、本県が世界に開かれ、さまざまな交流やビジネスが拡大し、地域が自立的かつ持続的に活性化していく、まさに地方創生の先駆けになる。

サミット開催まで残すところ3か月程であるが、三重県、東海地域で一丸となって準備を一層加速させるので、ご理解とご協力をお願いしたい。

3

地域密着型のMICE産業 ～韓国・大邱広域市～

(一財)自治体国際化協会ソウル事務所所長補佐 飯伏 雅輝 (鹿児島県派遣)

1 大邱コンベンション 観光ビューローについて

大邱コンベンション観光ビューローは2003年に韓国第1号のコンベンションビューローとして官民合同で設立された。これまで十数年間にわたり、大邱地域への国際会議や国際見本市などの国際行事の誘致業務を行っており、2001年に開館した地方初のコンベンションセンター「EXCO」と共に韓国のMICE産業をリードしている。大邱広域市は2005年にソウル特別市・

釜山広域市・済州特別自治道と共に韓国政府より国際会議都市に選定され、2012年には大邱MICE・観光振興センターが設立された。近年においては韓国MICE業界で初めて「ISO200121(イベント持続可能性経営システム)」認証を取得し、未来志向的なMICE誘致を推進している。

2 大邱広域市における MICEと地域産業

大邱広域市は自動車、繊維、ICT融複合、先端医療、

ロボット、再生エネルギー、水などの特化産業に重点をおいた産業基盤都市である。大邱広域市の MICE 育成戦略は、これらの地域基盤産業とコンベンションが融合した新たなモデルを開発することであり、地域産業に「国際交流の場」「ネットワーキングを通じた新技術」「学術交流の場」を生み出すコンベンションを継続的に開催するため努力している。

特に近年では、エネルギーや水関連の国際会議の誘致に傾注しており、世界エネルギー総会（2013年）や世界水フォーラム（2015年）、世界太陽エネルギー総会（2015年）の開催や、世界ガス総会（2021年）を誘致するなど、数千～数万人規模の関連会議の誘致・開催が活発に行われている。

こうした戦略の下、大邱コンベンション観光ビューローは2013年より中小規模の行事における育成システムに取り組んでいる。一般開催支援、インキュベーション、特化コンベンション、代表コンベンションという4段階の支援システムを運営し、2015年には地域代表育成コンベンション4件、地域特化コンベンション4件をそれぞれ選定し育成している。今後、コンベンション誘致はもちろんのこと、地域密着型の国際会議の企画・開発を通じた都市マーケティングを中枢戦略事業として活用していく計画である。

参考1) 選定された地域代表育成コンベンション(2015年)

グローバルオプトメトリーカンファレンス
国際ロボット専門家フォーラム
大邱コーヒーフォーラム
大邱慶北国際ソーシャルネットワークカンファレンス

参考2) 選定された地域特化コンベンション (2015年)

2015 グローバル先端繊維ビジョンフォーラム
第15回国際情報ディスプレイ学術大会
第4回アジアロボット大腸手術キャンプ
第1回国際水融合学術会議

3 MICE 効果を波及させる取り組み

大邱コンベンション観光ビューローでは、先述したような国際会議などの誘致や育成だけでなく、MICE 開催にあたり地域を訪れた会議参加者の満足度を高めるとともに、彼らの地域内での消費力を地域経済の活性化に結びつけるため、「消費振興活性化事業」に取り組んでいる。

「消費振興活性化事業」は「MUST Dos in DAEGU



大邱市内を観光する会議参加者



大邱の郷土料理を満喫する会議参加者

シリーズ」、「同伴者増大活動」、「会食観光プログラム」、「現地（会場内）販売・運営」の4つのプログラムから構成されている。

「MUST Dos in DAEGU シリーズ」は、参加者が大邱市広域市を訪問した際に、ぜひ行ってみたいところ（MUST GO）、買うべきもの（MUST BUY）、食べるべきもの（MUST EAT）という3つのテーマにおいて訪問先や商品を提案し、滞在期間は短いものの、消費額が大きい MICE 参加者の特性を考慮したニーズ対応型プログラムを支援する事業である。2015年は、代表的な大型コンベンションである IMID（国際情報ディスプレイ学術大会）や ELSA（アジア太平洋内視鏡腹腔鏡外科学会）などの行事を中心に広報を行った。また参加者には、オンライン電算システムが設置された「大邱カード^(注)」を使用してもらうことによって、使用者の国籍、年齢、性別などのさまざまなデータを得られ、消費行動や、移動経路、選好度などを調査する際の有用なデータベースを確保できるようにした。

「同伴者増大活動」は、MICE 参加者増大活動の一環



PR・販売ブースの様子

として、MICE 主催者側との事前協議において、MICE 参加者の家族など同伴者が利用できる観光プログラムや教育プログラムなどさまざまな特典を含めた広報を行ない、より多くの参加者が大邱を訪問し、韓国と大邱の文化を体験できるよう努めている。

「会食観光プログラム」は、忙しい会議日程により地域観光や郷土料理（ローカルフード）を経験する機会が少ない会議参加者のため、観光と食事の両方を楽しめるよう組み合わせたプログラムである。多様なツアーコースと地元で評判のレストランを紹介し、参加者の満足度向上、地域経済の活性化、地域文化に対する理解促進を目的として企画されている。

特に昨年 8 月に開催された IMID（国際情報ディスプレイ学会）では計 8 つの分科委員会に参加した約 100 人が、大邱市民に親しまれているスソ池やスパベリーといった観光地を巡ったり、マクチャン（ホルモン焼き）をはじめとした大邱の名物料理を楽しんだ。

2017 年大会では、分科委員会だけでなく修士・博士の参加者、家族同伴者も参加できる内容に企画を拡大・

多様化する予定である。また、プログラムも毎回新たな内容となるよう発展させることで、クチコミを通じて多様な文化とエンターテインメントが多い都市としての大邱を多くの人に認知してもらうことを目標としている。このような取り組みは、今後、他の国際会議を誘致する際にも有効に作用することが期待される。

「現地（会場内）販売・運営」は、国際会議場などの現地でブースを設け、来場者に大邱の代表的な特産品や商品を PR し、販売することである。PR・販売商品は多岐にわたり、大邱の代表産業である繊維産業をアピールするためのスカーフ、ネクタイ、バッグ、ポーチといった繊維商品に加え、大邱にある韓国最大の漢方薬通りである「薬令市（ヤンニョンシ）」の漢方薬や大邱で活動する工芸家や芸術家が制作したハンドクラフト製品などが商品として販売されている。

4 おわりに

このように大邱コンベンション観光ビューローは、MICE の誘致や開催による国際交流やビジネスの創出といった新たな経済効果を生み出すだけでなく、地域特化コンベンションを通じた産業育成や、消費振興活性化事業などにより経済効果を地域に波及・還元する取り組みを行うことで、持続可能で未来志向的な MICE 産業の発展に寄与しているといえる。

（注）大邱カード…韓国観光公社と「地域 MICE Kit 事業」の一環として協力して発行している優待カード。大邱をより深く楽しんでもらうため、大邱で開催された MICE 参加者に対し、加盟店（食堂や商店、観光地）にて利用時、割引（5～30%）が適用されるなど、さまざまな特典が付いている。

4

釜山広域市における MICE を通じた地域振興政策について

釜山観光公社 MICE 本部長 張 泰淳（チャン・テスン）

1 釜山観光公社について

釜山観光公社は韓国の地方所在の公企業として、外国人観光客の誘致、MICE イベント誘致、観光商品の開発および都市広報を目的に設立された。社団法人釜山コン



釜山観光公社ロゴ

世界 국제회의 도시 순위			아시아 국제회의 도시 순위		
City	A+C: total as % of meetings	A+C: total as % of world	City	A+C: total as % of meetings	A+C: total as % of world
1	Singapore, Singapore	1132	10.2		
2	Brussels, Belgium	442	4.0		
3	Vienna, Austria	348	3.1		
4	Seoul, Korea Rep	271	2.4		
5	Tokyo, Japan	233	2.1		
6	Barcelona, Spain	214	1.9		
7	Madrid, Spain	189	1.7		
8	Paris, France	187	1.7		
9	Busan, Korea Rep	166	1.5		
10	London, UK	147	1.3		
11	Sydney, Australia	135	1.2		
12	Hong Kong, Hong Kong	131	1.2		
13	Geneva, Switzerland	126	1.1		
14	Amsterdam, Netherlands	121	1.1		
15	Istanbul, Turkey	104	0.9		
16	Oslo, Norway	100	0.9		
17	Berlin, Germany	92	0.8		
18	Kuala Lumpur, Malaysia	91	0.8		
19	Jeju, Korea Rep	87	0.8		
20	Helsinki, Finland	86	0.8		
20	Montreal, Canada	86	0.8		

City	A+C: total as % of meetings	A+C: total as % of world
ASIA		
Singapore, Singapore	1132	10.2
Seoul, Korea Rep	271	2.4
Tokyo, Japan	233	2.1
Busan, Korea Rep	166	1.5
Hong Kong, Hong Kong	131	1.2
Kuala Lumpur, Malaysia	91	0.8
Jeju, Korea Rep	87	0.8
Dubai, United Arab Emirates	80	0.7
Beijing, China	67	0.6

国際会議開催件数ランキング 2014

(左：国際会議の都市別開催件数、アジアにおける国際会議開催件数)

ベンションビューロー (BCVB)、株式会社釜山シティツアー、ユースホステル・アルピナなどを統廃合し、2013年11月に開設された。

MICE誘致は釜山観光公社の組織のひとつである釜山コンベンションビューローで行っており、効率的なMICEイベント誘致のため、韓国内外の国際機構や韓国の学会・協会などとの緊密な協力体制のもと、釜山という都市の特性に合ったMICE行事を誘致している。

釜山は2014年に国際団体連合 (UIA) が発表した国際会議開催実績において、世界9位・アジア4位にランクインし、国際会議を通じた都市ブランディングに拍車をかけている。

展示会の開発と企画は主に韓国第2の展示場であるBEXCOで行っており、釜山観光公社は会議 (Meeting & Convention)、企業インセンティブ観光 (Corporate incentive travel) に注力している。

MICEの中でも新しい分野である企業インセンティブ市場を攻略するため、中国の大都市や東南アジアの主要都市を対象にMICE Road Showを開催しているほか、主要関係者を対象としたファムツアーも積極的に企画している。

2 MICE誘致・開催による効果

MICE行事は認知度が高いイベントであるため、重要な国際会議や展示会が開催される場合、都市のブランドイメージを向上させる効果が非常に大きい。

例えば、釜山で開催される海洋プラント関連の展示会「マリンウィーク (Marine Week)」では全世界の専門家たちが釜山に集結するため、市内のホテルは予約で

いっぱいになるほどだ。また、ゲームの展示会「G-Star」開催時も世界中から多くの青少年たちが釜山を訪れる。ゲームを楽しむのはもちろんのこと、美しい海とレクリエーション活動にも参加することで、釜山の魅力を堪能することもできる。

近年、韓国観光公社が発表したMICE産業統計によると、釜山で開催されたMICE行事は合計19,420件、総参加者は245万人に達している。

1人当たりの支出は韓国人が約76万ウォン、外国人参加者は約300万ウォンで、MICE支出規模は合計2兆1千億ウォンに達する。

3 MICE効果を波及させるための取り組み

釜山で開催される重要なMICE行事では、参加者が釜山において観光・ショッピングを楽しむ際の利便性向上を図るため、「訪ね行く観光案内所」の運営、ニーズ対応型の観光プログラムなどを支援している。

MICE参加者たちは非常にタイトな日程のため、会議開催地域を観光する機会がほとんどなく、会場-交通機関-空港という動線ができてしまう。そこで、短い日程でも釜山を観光できるように、豊富な情報を提供することで地域観光への積極的な観光を促進している。

また、MICEツアープログラムを開発し、MICE参加者のためのニーズ対応型観光プログラムやガイドに関する情報を提供している。例えば、MICEキットクーポンブックを制作し、会場付近の店舗で割引を受けられるクーポンと観光情報を併せて提供するという取り組み



MICEキットクーポンブック配布

である。モバイル版も制作し、スマートフォンでも必要な情報を得られるようサポートしている。

釜山地域の PCO (Professional Congress Organizer: 会議専門会社)、PEO (Professional Exhibition Organizer: 国際展示企画業者)、ホテル、旅行会社、主要施設などが加入する Busan MICE Alliance を通じ、MICE 行事に関するあらゆる情報を共有し、共に協業するシステムを運営している。

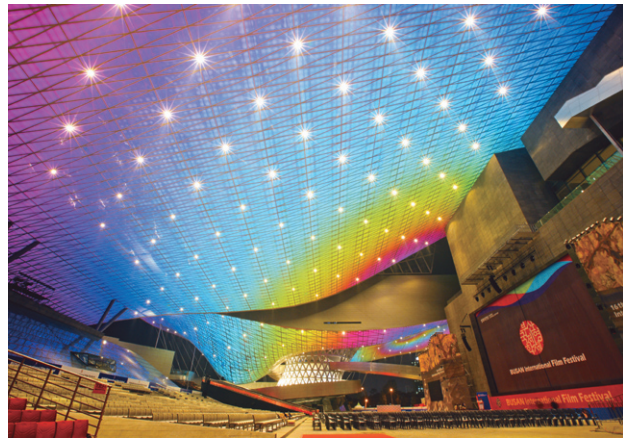
4 今後の展望について

釜山観光公社は 2013 年より国際会議誘致を目的に、世界的に名望のあるグローバル人材を対象とした MICE Ambassador を運営している。

このネットワークを通じて国際会議の情報を収集し誘致に総力を挙げている。



釜山 MICE Ambassador



無柱空間施設「映画の殿堂」

最近では伝統的な MICE 施設であるコンベンションセンターよりも、特設会場 (Special Venue) が世界の MICE 産業界で話題となっている。もっと特別かつ個性的な場所で MICE 行事を開催しようという欲求が徐々に強くなってきているからである。そのため、釜山各地のユニークな会議施設を探し出し、会議やイベントを行う機会を提供していく予定である。

釜山にはアクアリウム、クルーズ、ヨットを楽しめる施設や、毎年 10 月に釜山国際映画祭が開催され、ギネス記録も保持している世界最大の無柱空間施設「映画の殿堂」など、ユニークな施設が点在している。こうした施設を絶え間なく発掘し、国際会議を誘致するために積極的に活用していく予定である。

5

地域の強みを活かした会議誘致 ～音楽の街・ナッシュビル～

(一財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所所長補佐 建道 文子 (広島市派遣)

ナッシュビルとは？

「Nashville (ナッシュビル)」という都市をご存知だろうか。アメリカ南東部のテネシー州に位置し、人口約 60 万人の州都である。国際的な知名度は決して高くはないが、近年、アメリカ国内での会議開催都市としての評価が急上昇しており、注目すべき都市である。

綿とタバコの生産地として発展を遂げた同市は、カントリーミュージックの聖地として知られ、別名「Music

City」と呼ばれている。4 月にナッシュビル映画祭、9 月にライブ・オン・ザ・グリーン音楽祭、11 月にカントリーミュージック協会賞 (CMA アワード)^(注1) など、年間を通じてさまざまな音楽関連イベントが行われている。ダウンタウンの南西に位置する大通りミュージック・ロウには、大小、合わせて 200 近くの音楽スタジオやライブハウスが並び、古びた店内には過去に出演した歴代スターの写真やサインが所狭しと飾ってあり、歴史の深さがうかがえる。

音楽産業だけでなく、金融業や印刷業といったビジネスの中心地でもあり、経済誌「フォーブス」において「2013年ビジネスやキャリアに良い都市」第5位にランクインしている。音楽を取り入れた観光産業全体は同市に年間約50億ドルの経済効果を与え、税収の半分近い40%は会議開催やイベントから来ていると言われていいる。いかに会議開催がナッシュビルおよび周辺地域の経済に影響を与えているかが分かるだろう。

大都市と肩を並べる 「ミュージックシティ」

ナッシュビルは、全国紙「USA TODAY」の読者らを選んだ「2014年ベスト・コンベンション・シティ（表1）」第3位^(注2)、イベント関連情報サイト「Cvent」が発表した「2015年アメリカ国内会議開催都市ランキング（注3）（表2）」第9位にランクインするなど、近年、会議開催地として高い評価を受けている。この両方のランキングでベスト10に入った都市は、ナッシュビルのほかは、アトランタ、シカゴ、ワシントンDCという世界的な知名度を誇る大都市である。ナッシュビルがこれらの大都市と肩を並べて、多くの会議誘致に成功している要因は一体何であろうか。

1	インディアナポリス	6	デンバー
2	ボストン	7	ニューオリンズ
3	ナッシュビル	8	ワシントンDC
4	ソルトレイクシティ	9	ミネアポリス
5	アトランタ	10	シカゴ

表1 2014年ベスト・コンベンション・シティ

1	オーランド (2)	6	ワシントンDC (8)
2	ラスベガス (3)	7	ニューヨーク (6)
3	シカゴ (1)	8	ダラス (7)
4	サンディエゴ (5)	9	ナッシュビル (10)
5	アトランタ (4)	10	フェニックス (11)

※()は前年度順位

表2 2015年アメリカ国内会議開催都市ランキング

会議開催都市としての3つの魅力

①市をあげての大規模なインフラ整備

会議開催都市としてのナッシュビルの直接的な魅力

は、2013年に完成した大規模コンベンションセンター「Music City Center（写真1）」である。総面積約11万平方メートル（東京ドーム約2.3個分）、施工費6億5千万ドルをかけて建設された同センターは、1,800台の駐車スペースを完備し、地域に根ざしたアーティストの作品が飾られた常設展示スペースや60のミーティングルームが設置されている。ギター丸みを表現したウェーブ状に設計されたデザインは、建築プロジェクトの優秀賞を数多く受賞している。同施設完成後、国内会議開催都市ランキングの順位が14位（2013）から9位（2015）へ急上昇した。

このほか、市内には130のホテルがあり、小規模な会議であれば、ホテル内に併設された会議室で行うこともできる。また、2000年以降、鉄道「ミュージック・スター」や市営バスの中継地など、市をあげてのインフラ整備が進められてきた。

②環境に優しいコンベンションセンター

ナッシュビルは、環境情報サイト「GreenBiz」が発表した「2014環境に優しい会議開催都市（注4）」第6位にランクインにするなど、環境面でも高い評価を受けている。Music City Centerには、太陽光をより多く取り入れやすい構造に加え、LED照明やソーラーパネル、グリーンルーフ（写真2）が設置されており、2013年には環境部門における州知事賞（Governor's Environment Stewardship Award）を受賞している。表2の上位3都市いずれも、このランキングの5位以内に入っていることから、環境に配慮した取り組みも会議を



写真1 「Music City Center」の外観

出典：Music City Center
サイト <http://www.nashvillemusiccitycenter.com/photos>（写真2同様）



写真2 「Music City Center」に設置された
グリーンルーフ^(※)

※屋根に植物を植えることで、太陽光や雨水の利用を通じて、建物内部の温度調節に役立ち、省エネになるといわれている。

誘致する上での重要なポイントと考えられる。

③音楽で溢れるユニークな街づくり

アメリカでは会議に出席する際に、家族を同伴することも多いため、会議を誘致するためには、会議施設だけでなく、都市としての魅力が重要である。元々、ナッシュビルは音楽で有名な都市であったが、現在でもその強みを活かして、絶え間ない努力が行われている。2009年には、ナッシュビルの音楽産業をさらに発展させ、カントリーミュージックだけでなく、ジャズやポップスといったどのジャンルの音楽に従事する人でもビジネス拠点にしたいようになるような、世界で最も魅力的な街にすることを最終目標とする「Music City Music Council (MC2)^(注5)」という組織が設立された。これは、ナッシュビル市長室、ナッシュビル地区商会議所及びナッ



写真3 ナッシュビルダウンタウンの光景

シュビル観光コンベンションビューローの連携によるもので、音楽を取り入れた教育プログラムや街のプロモーション動画を作成するなど「音楽」という地域固有の強みを広くアピールする狙いが含まれている。

ダウンタウンを走るバスには、「Music City」と書かれたポップなロゴがプリントされ、街中に設置されたポスト型の箱からはさまざまなジャンルの音楽が流れてくる。ダウンタウン西南のカンバーランド川沿いには2015年新たに2つの公園が誕生し、市民の憩いの場となっている。どちらの公園にも6,500人収容可能な野外音楽堂が設置されており、公園でくつろぐ傍ら野外ライブの華やかな演奏が聞こえてくる。このように、ナッシュビルは同伴家族をも魅了するユニークな街づくりに取り組んでいる。

終わりに

12月に筆者自身が州政府協議会の年次総会に参加するために同市を訪れた際には、会議の合間に開催されるレセプション（立食形式のパーティー）で著名なカントリーミュージック歌手を招いた生演奏が行われるなど、地域の魅力を余すことなく参加者へ伝えていた。ナッシュビルが数多くの会議誘致に成功し、地域の活性化へつなげている最大の要因は、インフラの整備、環境への配慮に加え、地域の強みである音楽という文化財をまちづくりに最大限に活かしていることではないだろうか。

(注1) 全米におけるカントリーミュージック最大の授賞式。受賞者はカントリーミュージック協会会員による投票で決まる。

(注2) 10 USA TODAY <http://www.10best.com/awards/travel/best-convention-city/>

(注3) Cvent's Top 50 Meeting Destinations in the United States http://www.cvent.com/en/supplier-network/top-50/2015-top-destinations-us.shtml?i_cid=701o0000000dCjjAAE#rank-one

(注4) GreenBiz <http://www.greenbiz.com/blog/2014/01/02/top-10-us-cities-green-meetings-2014>

(注5) Music City Music Council (MC2) <http://musiccitymusiccouncil.com>

【江蘇省揚州市の概要】

人 口：約 460 万人（省内第 10 位）

面 積：約 6,600km²

日本の友好都市：唐津市（佐賀県）、

*クリア調べ 厚木市（神奈川県）、

奈良市（奈良県）

グローバル化の時代において、地方都市にとっての MICE 誘致は、グローバル・ガバナンスの一手段に留まらず、都市の魅力を全世界にアピールするチャンスと捉えられている。近年、世界の経済成長の重心が東側にシフトするに伴い、アジアは国際会議開催地として注目を集めている。そのような中、揚州市は、都市づくりのレベルアップ、都市の競争力・影響力の強化、そして都市 PR による知名度向上を目的に、歴史、文化、観光資源、交通などの優位性を生かした MICE 誘致を推し進めている。

揚州市の持つ優位性 ～ハードとソフト～

(1) 交通インフラ

川と海に囲まれている揚州市は、その地理的優位性から、「長江デルタ都市圏計画」などの国家プロジェクトにおいて、華東地域の重要な中継都市として位置づけられるようになった。それにより、鉄道、橋、空港、港湾などの交通インフラを積極的に整備し、近代的交通ネットワークが形成されつつある。

(2) 施設

現在、揚州市内には、シャングリラ、クラウンプラザをはじめとする 5 つ星ホテルが 5 軒、4 つ星ホテルも 12 軒立地している。そして、1,000 人収容の会場 15 か所、500 人収容の会場 50 数か所、そして、大型のコンベンション・レジャー施設など、さまざまな施設を豊富に有しており、各規模の MICE イベント開催を可

能としている。

(3) 観光資源

揚州市は、名園、旧市街、偉人ゆかりの地などの観光資源を豊富に有しており「国家歴史文化名城^(注1)」のひとつにも認定されている。そのため、視察先としても絶好の地となっている。2,500 年以上の歴史を持つ揚州市には、いまなお多くの文化財が残されており、現在、保存または修復済みの博物館や遺跡などはおよそ 100 か所にものぼる。さらに、中国を代表する料理の一つである「淮揚料理」の発祥地でもあり、美食の街としても有名である。

地域の資源を生かした誘致手法

揚州市は、その豊かな歴史や文化を活用し、それらを基礎とした独自の「地域ブランド」をつくり、MICE 誘致を進めてきた。その主な例を 3 つ挙げよう。

(1) 歴史上の偉人との関係

揚州市は、唐の時代に中国文化を日本に伝えた鑑真の出生地である。これにちなみ、「鑑真国際ハーフマラソン」を企画し、10 年連続で開催している。この大会は、「中国 10 大スポーツ観光イベント」や「国際陸上連盟ゴールドラベルロードレース」に認定され、国際的認知度も高い。2015 年大会には、43 の国と地域からの約 3.5 万人もの選手が参加した。

このほかにも、元の時代に揚州で役人を務めたマルコ・ポーロや、崔致遠^(注2)などの歴史上の偉人が持つ



2014 年 鑑真国際ハーフマラソン

揚州市との関係性にちなんだ国際イベントを数多く企画・開催している。

(2) 運河文化

揚州市では、2007年から中国政府指導・協力のもと「世界運河名城博覧会」を開催している。これは、「運河」をテーマにした国際フォーラムであり、政治、経済、文化、技術などの分野について議論し、運河文化の繁栄と運河都市発展の促進を目的とするものである。8年間毎年開催してきたことが大いに奏功し、2014年に、揚州市を流れる「京杭大運河」の世界文化遺産登録が実現した。さらに、この博覧会は、古代建築、書画と曲芸、工芸品、民族習慣、衣食住など、市独特の文化と伝統を世界各国の参加者にPRする絶好の機会にもなっている。

(3) 美食

前述のとおり、揚州市は美食の街でもある。中国政府が打ち出した「一帯一路」構想^(注3)にちなみ、イタリアをはじめとするシルクロード沿線都市との交流と協力の強化を図るべく、2015年9月に美食をテーマとした「シルクロード沿線都市美食文化交流・揚州ウィーク」を開催した。8つのイベント、18項目のサブイベントからなる当事業には、イタリア政府代表をはじめ、在中国外交官、国際組織の代表など25か国から100人以上の来賓が参加した。また、「一帯一路」構想に関する講演会と揚州美食に関する研究報告会なども開催された。

MICE 誘致の変遷と実績

(1) 2国間から多国間へ

クレア主催「日中地域間交流推進セミナー（2009年8月）」や「中日友好21世紀委員会会合閉幕式（2010年2月）」が揚州市で開催された当時、本市で開催される国際会議の多くは、2国間関係を基盤とするものであった。しかし、2010年の「中国揚州・湾岸アラブ国家石油化学工業産業協力フォーラム」の開催を機に、本市が誘致する国際会議は、2国間から多国間へと次第にシフトしていった。

(2) 国際会議協会^(注4)への加盟

2012年12月に国際会議協会に加盟した。それ以来、国連、中国外交部^(注5)、全国対外友好協会などの国際機関や国家部門と積極的に連携し、MICE開催に向けた協力のネットワークを広げた。2013年には、MICE誘致を企業誘致、人材・知力誘致と同じ重要な位置づけとす



2011年 世界運河名城博覧会

る方針を打ち出し、国際会議協会のネットワークを活用しながら多くのMICEイベント開催に至った。

(3) 誘致の実績

2013年以降だけでも、国連アジア太平洋経済社会委員会貿易および運輸の円滑化会議、アジア欧州会議の未来発展方向フォーラム、世界グリーンデザインフォーラム揚州サミット、国連の持続可能な都市発展に関するハイレベルのシンポジウム、APEC 通信関係会議、第14回世界歴史都市連盟大会、第9回北東アジア賢人会議、アジア信頼醸成措置会議、中米青年リーダーフォーラムなど、さまざまな国際会議やイベントが相次いで開催されることとなった。

揚州市は、市が持つ優位性や特異性を十分に活用することによって多くのMICE誘致に成功してきた。また、開催を通じて世界に対し積極的に情報を発信し、海外の都市との関係を深め、さらなる誘致へと繋げてきた。MICE誘致という1つの目的が、都市機能の整備をさらに加速させ、揚州市の都市づくりにおいて大きな原動力となったと言えるだろう。

(注1) 中国の文化遺産保護制度の一つ。歴史的価値や記念的価値が高く、現在も継続して使われている都市を保護する制度。

(注2) 新羅末の文人。九世紀半ばに新羅から唐に渡り、その後揚州の書記官を務めた。中国文化を初めて韓国に伝えた人物と言われている。

(注3) 習近平主席が提唱した、中国から東南アジア、中央アジア、ロシア、ヨーロッパまでを網羅する経済圏構想。

(注4) 国際会議、イベント、コンベンションの振興を目的に、国際会議関連企業、政府機関、専門家集団らによって設立された非営利の国際機関。

(注5) 日本の外務省に相当する国家行政機関。