

MICE国際競争力強化 に関する提言

2018年7月10日（火）

一般社団法人日本コンベンション協会



1. 提言にあたり

わが国のMICE推進については、「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」（2013年6月）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」との目標設定がなされ、さらに「観光立国推進基本計画」（2017年年3月）においては、2020年に向けた中期目標が設定されるなど、政府全体として取り組む課題となっている。

観光庁においても、先の国全体の流れに先立ち、MICEの誘致や開催に関する活動や競争力強化に向けた取り組みを抜本的に強化し、その環境整備等を図る方策を議論するため、2012年に「MICE国際競争力強化委員会」が発足。4回にわたり開催され、2013年8月には最終とりまとめが策定された。その後、一時休止していたものの、2016年8月に第5回委員会が開催され、2017年8月には中間とりまとめの発表がなされた。

「MICE国際競争力強化委員会」の開催と並行し、観光庁にてわが国における国際MICE開催による経済波及効果が初めて算出されるなど、定量的なデータが徐々に整備され、今後は、MICEに関するより具体的な目標設定が可能となっている。

私ども一般社団法人日本コンベンション協会（以下「JCMA」という。）は、2015年の発足以来、わが国のMICE推進における中核としての役割を担うべく、「MICE国際競争力強化委員会」への参画とともに、MICE国際競争力の強化に向け傾注してきた。MICEのプロ集団を自認する我々JCMAは、MICE国際競争力強化に資する具体策を取りまとめ、ここに提言する。

1. MICE開催によりもたらされる効果

MICE：各界の「最新の情報」と「旬の人」が集まる重要な社会インフラ

- ・ 地方創生
経済効果
都市ブランディング
地域の国際化



- ・ ビジネス機会の創造
- ・ 研究開発、イノベーションの促進
- ・ 人材育成機会の創出

MICEは、主催者、そして開催地にとって**戦略実現のために積極的に取り組む仕掛け**であり、より活用すべき**戦略実現ツール**である



このようにMICEが広く活用され、開催されることにより

MICEという仕事の意義が認知されることによる社会的評価、企業地位の向上

人材確保、産業としての活性化・振興につながる

市場が拡大する — ビジネスの活性化

企業の成長が社会貢献につながる — SDGs においても有効

等の効果が期待できる

2. JCMAの目指すもの

設立4年目を迎えるJCMAは、MICE開催によりもたらされる効果を最大化し、かつ掲げるビジョン「**グローバル経済と世界平和への貢献**」を実現するため、特に以下の点に注力した活動を推進する。

- ① コンベンション事業分野を産業として確立する
- ② グローバル戦略を推進する
- ③ 次世代人材の確保と育成へ向けた取り組みを推進する

認識する課題

- ・ 開催分野に直接関係する企業以外への訴求が十分でない
⇒ MICEの認知度・理解度の向上による、経済界からのMICE開催への支援・参画
- ・ 多岐にわたる関連企業が関わりすそ野が広い業界とされるものの、さらなる拡大を図りたい
⇒ ICT企業等、他業界からの参入やコラボレーションによる活性化
- ・ ジャパンMICEブランドの浸透もさることながら、日本そのものの存在感の低下
⇒ 国際本部の要職への人材送り込み、国際本部やアジア本部の誘致、学術団体の国際化等によるステイタスの維持・向上
- ・ 学生をはじめとする社会での認知度の低さ、観光学科では、旅行やホテルに関する講座が中心
⇒ 一般学生への訴求機会の確保等による、職業・産業としての認知度向上への働きかけ

2. 提言

MICE推進における課題認識を踏まえ、MICE立国日本の実現のため、JCMAは以下の3点の取り組みについて提言する。

1. MICE業界の認知度向上とともに、産業としての強化を図る

我々は、MICE開催によりもたらされる効果が社会的に認識され、MICEが戦略実現ツールとして積極的に活用されることにより、MICE業界そのものの認知度が向上することを目指している。

そのためには、MICEの誘致及び開催における経済界とのつながりが、直接的に関係する分野の企業に限定される現状から、より経済界全般に広がり、MICEについての理解が深まるための戦略的なアプローチが必須と考える。

MICE開催により、SDGs等社会的な意義が具現化する効果を活かし、国及び地域、民間企業が一体となったMICEへの支援体制の醸成へとつなげられないか。

一方、MICE業界の特徴として、多様な業種の企業が関わり、すそ野が広いことが挙げられる。さらにここに、独自の技術を持つICT企業等が新たに参入することで、業界の活性化、ひいては競合国との差別化へとつながることが期待される。

社会一般、そして経済界において広くMICEへの理解が促進され、産業としての強化が図られることが求められている。

①開催効果の高いMICEへの支援等誘致・開催への取り組みと、そのための基準の設定

現在、わが国の、世界とりわけアジア地域における相対的地位の低下、またMICE新興国による国を挙げての支援の強化等により、MICE誘致において必ずしも優位な立場にはない。特に大型MICE開催に関しては、競合諸国との対抗上劣位にあることは否定できない。

投下できる予算が限られる中、外国人参加者数、開催予算、開催分野、開催地に与える影響等を勘案し、開催効果が高いと判断されるMICEへの集中的な支援が求められている。

また、この判断のために、支援対象とするMICEの基準についても検討すべきと考える。

②MICEの誘致・開催による高い経済効果についての訴求

MICE開催により、開催地はもとよりわが国全体に高い経済波及効果を生み出すことは、昨年度観光庁により実施された調査によっても明らかである。（MICEに関する調査事業 平成29年度実施「MICEの経済波及効果算出等事業」）

MICE業界の認知度向上を図り、MICEへの関心を喚起するために、これら定量的な数値を社会一般、特に経済界に対し、強力に発信すべきである。

そして、そのためにも毎年度継続して算出することが望ましいと考える。

③大学でのMICE講座開設への支援

MICEに関する理解度の低さは、学生においても同様である。近年、大学において、観光に関する講座は増加しているが、MICEについての体系化された教育は不十分な状態にある。

MICE業界を目指す学生の母数を増やすことが重要であり、そのためには、大学等におけるMICEに関する魅力ある教育プログラムの提供が不可欠である。

観光関連の学科等を持つ大学に、MICEに関する講座の開設を積極的に働きかける必要がある。

2. MICEを活用したわが国の国際的ステータスの向上

わが国がMICE開催地に選定されるということは、ひとえにわが国が国際的に注目されているため、と言える。その分野における存在感が際立つ、との理由も考えられる。

言わば、国際競争のひとつの形としてMICE誘致が行われているのが実情であり、特に、開催効果が高いとされるMICEの誘致は、国としての確固とした戦略と連動すべきである。

①国際本部の要職ポストの確保、及び国際本部・アジア本部等の誘致

わが国が国際的ステータスを維持し、より一層向上させるためには、あらゆる分野、その中でも特に戦略として強化を考える分野の学協会が、国際的な存在感を発揮することは大変重要である。

国際本部の要職に日本人を送り込む、さらには、国際本部そのものを誘致する、もしくはアジア本部を開設または誘致する等により、その分野におけるわが国のプレゼンスを高めるための戦略が求められる。

逆に、この戦略との連動なしにはMICE誘致は促進されない、とも言える。

②学術団体の国際化と、国内MICEのグローバル対応への支援

開催件数、参加者数ともMICE業界におけるビジネスの中での高いシェアを占め、一定の市場規模を有するわが国の国内MICEは、近年国際化への注力が著しい。その主催者である学協会の活動の国際化とともに、特にアジア地域でいかにイニシアチブを取るかは、団体の喫緊の課題となっている。

国として国内MICEの国際化、それに伴う多くの外国人参加者を迎えるための施策に取り組む意義は大きい。

③ICCA総会の誘致実現

MICE業界自体の国際MICEは、さほど多くはない。規模も、開催効果の高いとされる大型MICEに比べ、決して大きくはないのが実情である。

しかしながら、MICEのプロが参加するMICEで高い評価を得ることは、あらゆるMICEの誘致の決め手となり得ることは、もっと重要視されるべきである。

本年2月のIAPCO総会に続き、C（コンベンション）分野のもうひとつの国際MICEであるICCA総会の誘致を実現し、成功させることにより、MICE開催地としての日本を最大限に訴求する機会としたい。

3. MICE開催のインセンティブが働く施策の実施

MICE開催のためには、主催者やステークホルダーの存在が欠かせない。彼らがMICE開催への強い意志を持たない限り、MICE誘致は実現しないのが実情である。

ついては、MICEの誘致・開催や、新たな立上げには相当なエネルギーが必要であることを理解し、これらに対する主催者へのインセンティブが働く施策の実施が望まれる。

①コンベンションの誘致主体となる大学等へのMICEを通じた研究および国際化支援

MICEのうち特にC（コンベンション）の学術会議は、大学等の研究者が自ら主催者となることがほとんどである。ただでさえ多忙な彼らが、MICEの誘致主体として積極的に関わるためのインセンティブが考えられないだろうか。

MICEの誘致や開催が、所属する大学等の研究機関における評価、科研費の申請時の評価等でプラス材料とみなされれば、アカデミアにおいてMICEに関する捉え方が確実に変わることが期待できる。

②スタートアップ案件による日本発MICE立上げへの支援

既存MICEの誘致に比べ、新たにMICEを立ち上げることは、より難易度が高いと言える。

組織体制、業務の繁忙、広報、信用度等の懸案事項の上、赤字のリスクを抱えて開催する現状では、なかなかスタートアップ案件は生まれない。

実績を評価して行う支援が一般的ではあるが、最も厳しい立ち上げの時こそ育成のための支援が望まれる。

③競合国の政策・制度の調査（アジア、欧州及び米国）、及びIR事業とMICE発展の可能性調査

本提言において、いくつか競合諸国の事例を示しているものの、我々はMICEにおける実際の支援内容の詳細を理解できてはいない。わが国全体においても、競合国のMICE政策・制度について共有されているとは言えない。

果たして実態としてどうなのかを調査し把握したうえで、より効果的な誘致戦略を練るべきではないかと考える。

IR事業とMICEの親和性についても、諸外国の導入事例の調査により定量的に把握したい。

1. MICE業界の認知度向上とともに、産業としての強化を図る

①開催効果の高いMICEへの支援等誘致・開催への取り組みと、そのための基準の設定を検討

現状

特に大型MICE開催に関し、国としての優遇制度が存在しない。誘致においても、競合諸国との対抗上劣位にある。
 MICEと観光の連携を生み出す仕組みにも欠け、高い消費額を期待できる外国人MICE参加者の消費機会を取り逃がしている。

要望

例えば以下の要件を満たす案件に、後述する優遇策を検討願いたい。

- ・参加人数、テーマ、開催形態等、開催により社会的インパクトが大きいと見なされること
- ・MICE業界にとって、参加者数、参加費等を勘案して開催メリットが大きいこと
- ・観光面においても、参加外国人人数が多く高い消費額が見込まれること

効果

社会的に開催メリットを提供することで、地域と一体となった支援体制を醸成でき、好かれるMICEの実現性が高まる。
 誘致段階においては、日本開催における優遇施策を訴求でき勝率アップが期待できる。
 また、参加プロモーションにおいて、大々的に訴求し、正参加者及び同伴者の参加人数の増加も見込める。高い参加者消費の誘発へとつながる。

具体的支援施策案

提案施策		MICEにおける現状の課題、本施策の効果等
誘致サポート	ジャパンナイトの開催、誘致用ビデオの作成、制作物の作成費用の負担	誘致決定の投票機会等における活動への全面的なサポートを要望する。 現状の、誘致主体者の支出を伴う2分の1の金額の助成では、結果的に主体者の予算に応じた誘致活動となってしまう、競合国・都市に対し優位性に欠ける。
	PCO等への誘致活動費の支援	コアPCOが仕切るMICE案件は、誘致が成功したとしても国内PCOにとっては運営に携わる業務が限定的となるため、誘致へのインセンティブが働かない。現状は、誘致活動費としても請求できない。
海外 プロモーション	渡航費、宿泊費、出展ブース関係費、制作物・ビデオ作成費等の補助	海外での参加プロモーション活動の充実は、海外参加者を増やすためには欠かせない。現状の支援制度は誘致時に特化しているうえ、主催者予算のみでは、海外出展によるプロモーションを何度も行うのは困難。
	運営事業者要員の渡航費、宿泊費等の補助	PCO等運営事業者にとっては、海外のMICE運営に触れることができる機会となる。 ステージ装飾、ITサービス、ホスピタリティサービス、プログラム、地元との連携等のトレンド情報を得る意味は大きく、人材育成面からも大変有効な施策となる。

具体的支援施策案

提案施策		MICEにおける現状の課題、本施策の効果等
会場費	誘致段階の予算書において、会場費の補助を明確に謳う	わが国のMICE誘致のネックと言われる会場費の高さは、競合国に対し完全に劣位にある。 既定料金そのものが高いために、誘致成功のための国・都市等による補填等の施策により、その差が歴然としているのが現状である。 認定MICEに関しては、特に誘致段階より会場費補助を明確に打ち出すことが戦略的に必要である。
多言語同時通訳	同時通訳者人件費、同時通訳機材費の補助	参加プロモーションのため、英語以外の言語の同時通訳を導入する。 例えば、中国からの参加者が一定人数を超えると中国語の同時通訳を導入とすると、中国人参加者を増やすための有効なプロモーションが可能となる。
多言語翻訳	翻訳費、印刷費の補助	参加プロモーションのため、例えば中国語やハングル版のリーフレット等を作成することで、中国人や韓国人等に対し母国語での開催案内ができ、よりプロモーション効果が高まる。

具体的支援施策案

MICEをテコに、観光においても大きな波及効果が期待される施策の導入も検討課題

提案施策		観光への波及効果等
WiFi環境の整備	MICE会場へのWiFi環境の整備	MICEにおける、伝統芸能等日本を印象付ける演出をSNSと連動させる。従来から必要性の高さが認識されているところだが、外国人参加者に、撮影したその場で投稿してもらい拡散させるには、会場がWiFi環境にあることが必要。
ビザ取得緩和	MICE参加者へマルチビザ発行	ビザが必要な国・地域からの外国人参加者は、MICEによる来日のみで終わっており、再来日を促す仕掛けがないと言える。 <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス目的での再来日によるビジネス機会の創出へとつながる。 ・家族同伴等での再来日による観光消費額の増大が期待できる。
二次交通利用料の優遇	無料ないし低廉な一律料金(1日3,000円等)で利用可能に	MICE参加者にとって、多様な観光資源を有し、二次交通網が発達するわが国のプレ・ポスト観光への期待は高いと考えられる <ul style="list-style-type: none"> ・プレ・ポスト観光でのMICE開催地以外への訪問へつなげる好機となり、宿泊日数の増加に伴い、消費額の増加が期待できる。 ・同伴者の来日が大いに促進される。

② MICEの誘致・開催による高い経済効果についての訴求

現状

MICEのマーケットに関するデータ整備が緒についたところ。
 昨年度、初めてM・I・C・E（「E」は展示に限定）全体による経済波及効果が算出された。

要望

経済波及効果に関しては、毎年度、既存の統計からの計算により、継続して算出することを要望する。また、適当な時期を判断のうえ、調査項目を追加し改めての調査を実施していただきたい。
 これら調査結果を業界外へ強力に発信し、MICEへの関心を喚起することを要望する。
 合わせて、対外発信のため各種データの英語版の作成も要望する。

効果

新たな施策により期待されるMICE件数、及び外国人参加者数の増加や、さらに観光との連携による外国人参加者の消費額等、定量的な数値をもとにMICE施策や目標達成度合いについて議論すべきである。
 特に、MICEに参加を契機に再来日する外国人の捕捉等、新たな調査の実施に際しては、JCMAとしても力最大限協力する所存である。

③大学でのMICE講座開設への支援

現状

MICEに関する教育や人材育成が不十分なため、学生のMICE業界への理解度が未だ低い。
 大学において、観光に関する講座はあっても、MICEについての体系化された教育はなされていない。

要望

大学等における、MICEに関する魅力ある教育プログラムの提供が不可欠であり、同時に、大学等に対する講座開設の働きかけも必須と考える。
 この状況を打開するため、JCMAでは観光関連の学科を持つ大学に対する寄付講座の開設を開始しているが、負荷は大きい。
 ついては、プログラム開発、資料作成等寄付講座開設に関する助成を要望する。

効果

MICEの認知度を高めるとともに、MICE業界を目指す学生の母数を増やすことが何よりも大事である。
 学生によるインターンシップやコンベンションボランティアへの登録等、MICEとの密接な関わりも期待できる。
 協会として、今年度の横浜商科大学における寄付講座の実績を活かし、優秀な学生に業界の門を叩いてもらうための活動には積極的に取り組みたい。

2. MICEを活用したわが国の国際的ステータスの向上

① 国際本部の要職ポストの確保、及び国際本部・アジア本部等の誘致

現状

国際会議を主催する学協会におけるわが国のプレゼンスの低下が明らかな現状、MICEにおいては、スポーツ庁の国際情報戦略強化事業（国際競技団体の役員ポスト倍増戦略）のような支援制度がない。
MICE誘致アンバサダーの取り組みは、案件ありきの発想のため効果は限定的。

要望

国際本部の要職に日本人を送り込み、誘致競争で優位に立てる支援策を要望する。例：ロビー活動の資金援助、投票機会におけるジャパンナイトの開催支援（資金提供、大使館公邸での開催や大使がホスト等）等。
それとともに、国際本部の要職に日本人を送り込むためには、日常的な学協会の国際活動への補助も必要。
合わせて、アジア本部等の開設や日本誘致に対する支援も要望する。

効果

誘致確率が高まるどころか、国際本部の要職に送り込んでこそ初めて誘致の可能性が生まれるとも言える。
過去には、学協会が独自の戦略で要職のポストを得たうえで、誘致競争に参画し成功へと導いた事例は多い。
アジア本部等の開設や日本誘致活動を含め、国としての支援が望まれる。
学協会においてMICE誘致機運が高まるばかりでなく、その分野におけるわが国のプレゼンスの向上に寄与することもできる。

②学術団体の国際化と、国内MICEのグローバル対応への支援

現状

近年、主要な医学会は国際化に注力しており、数百名が海外より参加する国内学会も増加している。しかしながら、JNTO定義に照らすと国際会議にあてはまるにも関わらず、これら学会への支援はほとんどない。

要望

一定基準を満たす国内学会への支援制度の導入を要望する。
 特に、海外でのプロモーションや通訳・翻訳等の言語サービスに助成があると、海外参加者を増加させるために大変有効な施策となる。
 海外参加者に対しては、若手研究者等を対象に、登録費への助成も有効。
 なお、東京都では本年度より同種施策を導入するが、全国的に同様の制度がなければ、継続した海外プロモーション活動を展開しづらい。

効果

支援対象として考えられる項目と効果は以下のとおり。

- ・海外プロモーション – 海外での同じ領域の学会で、研究者にダイレクトに訴求でき、日本の学会の認知度向上と参加プロモーションに有効
- ・同時通訳の導入 – 同時通訳セッションを増やすことにより、外国人が参加しやすくなる
- ・翻訳 – 外国人参加者のためにプログラム等の英訳は必須

③ICCA総会の誘致実現

現状

2020年のICCA総会の誘致に失敗。All Japan体制の構築、自治体の開催助成金等の点における競合都市との差が敗因のひとつと考える。競合が激しい重要案件の場合、競合国の提案に比べ見劣りする。それだけでなく、数年先の案件の場合、単年度の予算制度であるが故、自治体の助成額を確約できないという課題も存在する。

要望

誘致に大きな意味のある案件だけでも、別枠での国としての助成制度の導入を要望する。予算面での劣位を解消する方策として、いざという時のためのMICE誘致用ファンドの設立ができないか。過去に誘致を失敗した要因としては、開催国及び開催都市の特別枠での億単位の資金提供や会場の無償提供等がある。

効果

IAPCO総会に続いての日本開催が実現すると、開催地としての魅力、開催能力の高さ等が認知され、あらゆるMICE誘致において優位性を発揮できる。特に大型MICEにおける誘致への効果は極めて高い。

3. MICE開催のインセンティブが働く施策の実施

① コンベンションの誘致主体となる大学等へのMICEを通じた国際化支援

現状

大学等の研究者にとって、MICEを誘致し主催者として開催する直接的なメリットに欠ける。
 ただでさえ多忙な中、MICEの準備に追われることは本来業務である研究や教育等の時間を削がれることを厭う傾向もある。

要望

MICEの誘致に成功した（もしくは開催した）成果を評価し、次年度の科研費申請時にプラス材料として評定要素に加える、といった研究者にとって直接的なメリットのあるインセンティブ制度の導入を要望する。
 MICE開催を通じた大学等の国際化にも資するため、学振や文科省との調整により是非実現していただきたい。

効果

誘致を目指す研究者が増えることにより、全体の誘致案件数が増加する。
 また、MICEに携わる研究者の数が増えることにより、誘致や準備業務の負荷が一部に集中することによるMICEに対しての意欲の減退を解消できる。
 そして、多くの研究者がMICE誘致や開催の実務に関わることによりノウハウが蓄積・継承され、次の誘致へとつながる可能性が高い。

②スタートアップ案件による日本発MICEの立上げへの支援

現状

スタートアップ案件の勧奨、育成策が制度として不十分である。リスクを冒して新たにMICEを立ち上げる主催者は非常に限定的。

要望

日本発として、開催を日本に特定するMICE案件の勧奨、育成のための支援を要望する。
 一定基準を満たせば初回開催から対象とし、継続した開催へとつながる制度を望む。
 基準案) JNTOの国際会議の定義に従い、参加者50名以上、3カ国以上、開催1日以上。

効果

予算的に立ち上げ時が最も厳しいため、初回開催から支援されると、新たなMICE立上げのインセンティブになる。
 既定の外国人参加者数等をクリアすると、翌年開催に対し支援を受けられれば、さらなる海外プロモーションに予算配分できる等、外国人参加者の増加が期待できる。
 継続開催へつながる好循環が生まれ、MICE案件自体の育成にも有効。

③競合国の政策・制度の調査（アジア、欧州及び米国）、及びIR事業とMICE発展の可能性調査

現状

大胆な助成策を採るアジア諸国と伍して戦いながら、競合国の支援内容の実態への理解が不十分。一方、欧州、米国における政策・制度がいかなるものかについても、十分に認識していない。
 また、IR事業がもたらす経済効果等について、MICEの観点からの調査は行われていない。

要望

わが国のMICE誘致政策をより競争力のあるものとするため、競合国の最新の政策・制度の調査を要望する。
 さらに、その調査内容や評価を可能な限り公開いただき、必要に応じ誘致戦略の見直しにも取り組んでいただきたい。
 また、IR事業については、業界としても高い期待を持っているものの、いかにMICE産業の活性化につながるかを定量的に把握したい。

効果

各国の政策・制度を知ることによって、MICE誘致における競合国に応じた誘致戦略の構築が可能となる。もちろん、誘致確率が高まることが期待される。
 さらに、IR事業とMICEの親和性を十分に発揮するため、まずは基本的な調査に団体として関わる意義は大きいと考える。