

苫小牧市MICE誘致推進方針策定調査業務

調査報告書

令和5年3月



Chap.1

MICEに関するマーケティング調査

1. MICE誘致の意義、効果の整理

(1) MICEの開催効果

1) MICEの開催効果の概要

観光庁では、MICEは開催地に対して、以下のような効果をもたらすと整理している。

- 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

またこれらの3点に加えて、MICEには、より幅広い効果があるとして、経済波及効果以外のMICE開催による中長期的な好影響について「レガシー効果」として整理している。

2) ビジネス・イノベーションの機会の創造

MICEが開催されると、世界中・日本中から、企業や学会の主要メンバー（各分野の最先端の人材）が開催都市に集うことになる。そこに開催地の産業界や経済界、研究者などのメンバーが加わり、新たなネットワークを構築することで、開催地内においても、新規ビジネスやイノベーションの創出に繋がる。

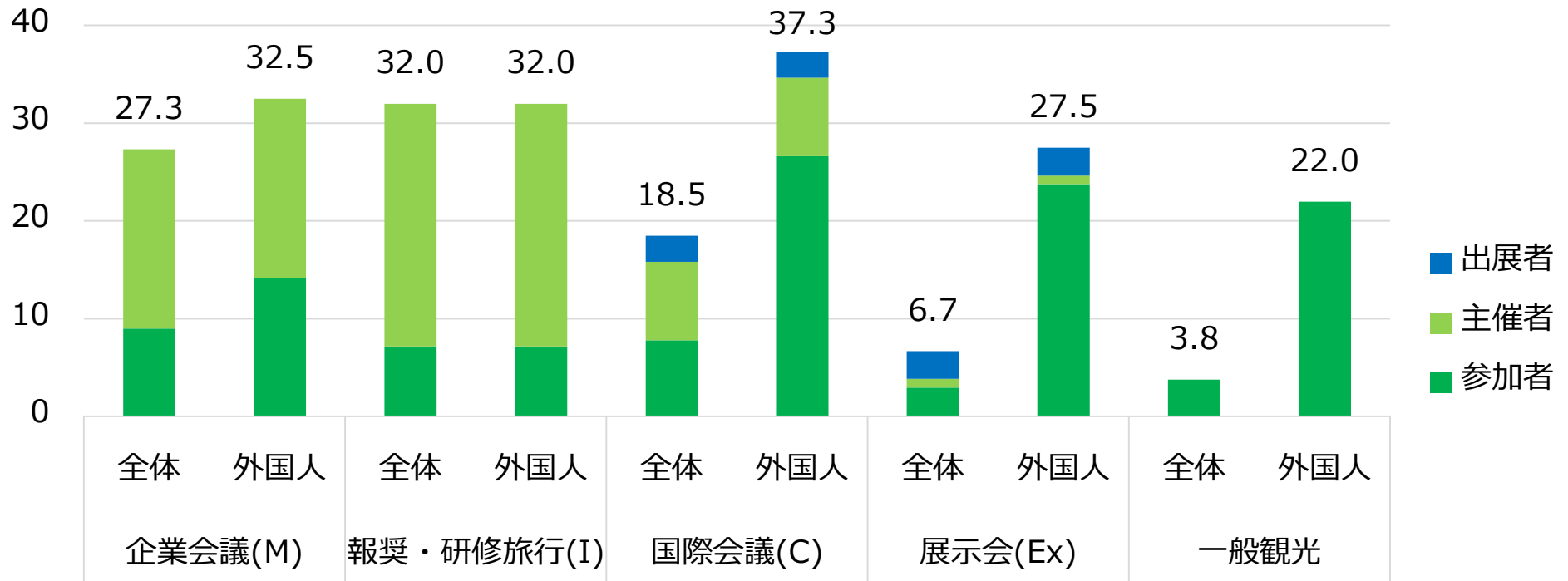


1. MICE誘致の意義、効果の整理

2) 地域への経済効果

MICE開催による主催者、参加者等の消費支出や関連支出は、地域に大きな経済波及効果を生み出す。滞在期間が長期にわたる点や消費活動の裾野が広いことによる幅広い分野での消費、比較的グレードの高い施設の利用が多いこと、主催者側が負担する費用があるため参加者の消費がプラスαの消費として増加しやすいなど、様々な要因によって、一般観光と比べて高い経済効果を生み出している。

MICE参加者と一般観光客が生み出す消費額の比較（一人あたり）



※企業会議(M)は日本人参加者の消費額を捕捉していないため、日本人参加者消費額は0円として試算。

※報奨・研修旅行(I)は調査対象が全て外国人参加者であったため全体と外国人が同じとなっている。

※一般観光全体の消費額は、日本人と外国人の消費額合計を総旅行者数で除して算出。

出所：観光庁 平成29年度MICEの経済波及効果算出等事業報告書
観光庁 旅行・観光消費動向調査平成29年年間値（確報）
観光庁 訪日外国人の消費動向平成29年年次報告書

1. MICE誘致の意義、効果の整理

3) 国・都市の競争力向上

MICEが開催されることで、国・都市の競争力が向上する。直接的・短期的な効果としては、知名度の高いMICEが開催されることで、都市の知名度が飛躍的に向上するという効果がある。例えばサミットの開催都市、日本であれば洞爺湖や伊勢志摩などがあげられるが、それらの都市はサミットが開催されたことで、知名度は飛躍的に上昇した。またスイスの山奥のスキーリゾートの一つでしかなかったダボスは、世界経済フォーラムが開催されることで、世界中の多くの人々が知る都市へと変貌を遂げた。加えて、MICEにはその分野のトップ（最先端）の人材が参加するため、それらの参加者にその都市を強く印象づけることで、都市のプレゼンスの向上につながりやすい。

また中長期的な視点では、MICEによって、自都市の産業が活性化されることで、都市の経済力や産業競争力が高まり、競争力の向上につながるという側面もある。

4) レガシー効果

一目でわかるMICEのレガシー効果

MICEが開催地にもたらす幅広い「レガシー効果」

MICEの開催は、開催地に大きな経済波及効果を生み出すだけでなく、幅広い関係者にビジネス機会や研究促進等の経済波及効果以外の効果（以下、レガシー効果という）を生み出し、中長期的に好影響をもたらす。

レガシー効果の波及イメージ（一例）



出所：観光庁「MICEによるレガシー効果等調査事業 レガシー効果事例集」

3つの効果以外にもMICEには様々な「レガシー効果」があることが整理されている。市民生活や教育に好影響を与えたり、地域産業の活性化やインフラの整備など、MICE開催によって都市は様々な効果を楽しむことができる。

一方で、それらの効果をより多く享受するためには、MICEに地域が積極的に関わることが重要となる。例えばノーベル賞を受賞するような研究者が、開催地域の小学生と交流したいと希望していても、それを受け入れる教育機関がなければ実現は難しい。MICEのレガシー効果を最大限享受するためには、地域が一体となって、MICEを迎えることが重要となる。

1. MICE誘致の意義、効果の整理

(2) 苫小牧市がMICEを推進する意義

1) 苫小牧市の現状

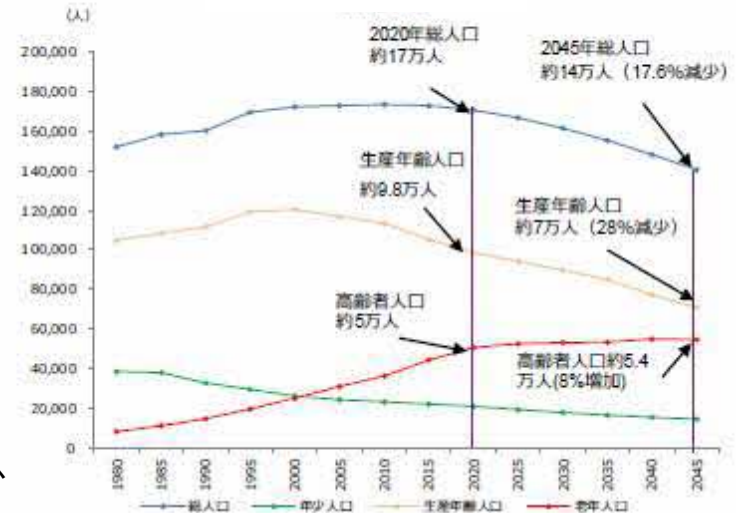
苫小牧市は、人口減少という大きな課題を抱えており、特に生産年齢人口においては、大きな減少を見せている状況である。一方で本来人口を下支えすると考えられる「雇用」においては、苫小牧市の基幹産業である製造業の従業者数は、緩やかではあるが増加傾向を示している。

それが全ての要因というわけではないが、雇用が増加しているにも関わらず、生産年齢人口における人口減少が大きいということは、雇用のミスマッチが発生していると考えられる。すなわち、未来を担う若い労働力が求めている「仕事」の内容と、市の基幹産業である製造業が生み出す「雇用」がマッチしていない可能性が高いと考えられる。

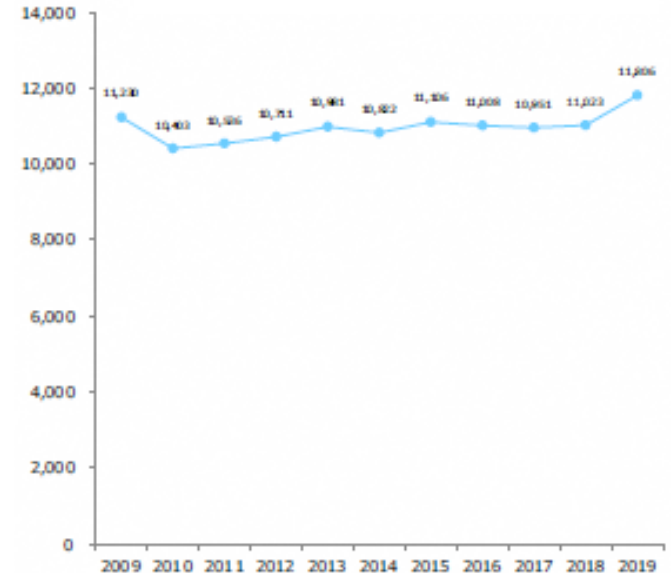
製造業の「工場」が生み出す「雇用」は、いわゆる「ブルーカラー」であり、日本の製造業自体に対しても将来性の観点などから、多くの懸念が生まれていることもまた事実であり、若い世代において敬遠されがちな業種・職種となりつつある。

このような課題を解決するためには、イノベーションなどを促進し、旧来の工場労働のイメージから脱却し、新産業の創出や新しいビジネスのイメージを苫小牧市が持つことが重要となる。また労働者の市外流出を減らすためにも、若者が住みたいと思うまちづくりを進めていくことも必要である。

苫小牧市の人口推移



苫小牧市の製造業における従業者数



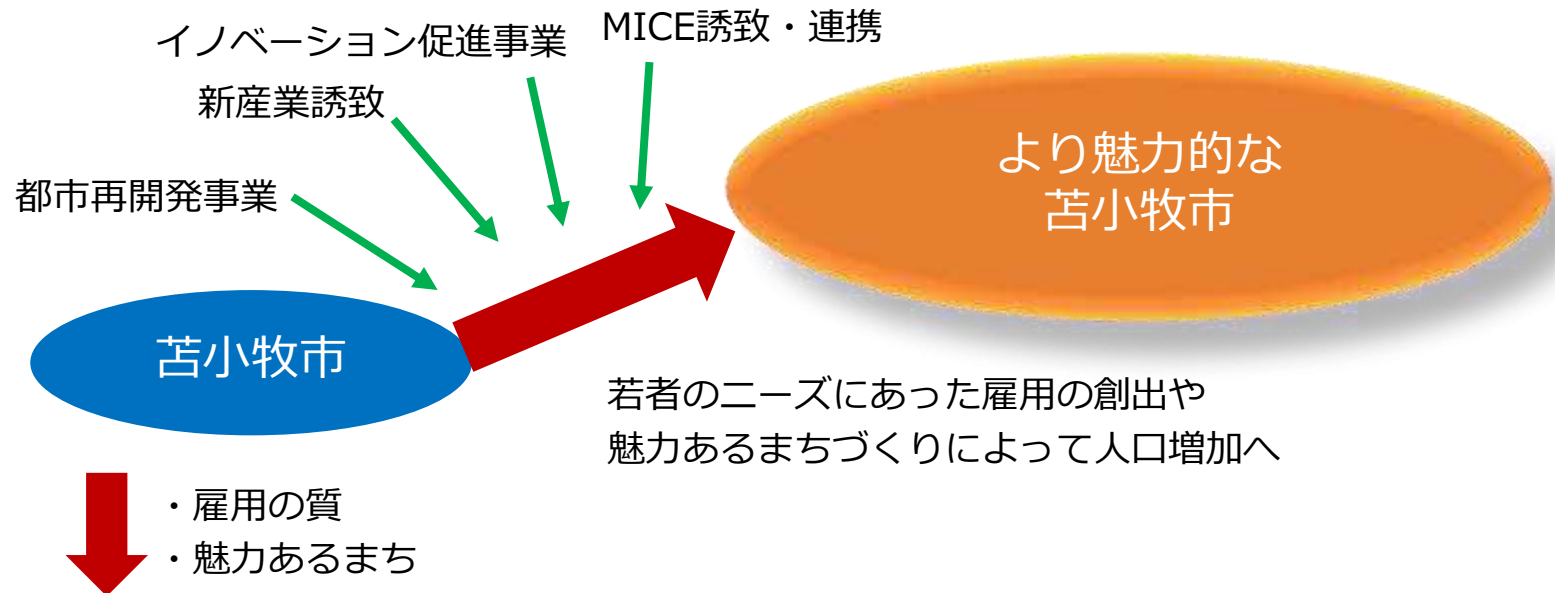
1. MICE誘致の意義、効果の整理

2) MICEが苫小牧市にもたらす効果

苫小牧市の現状で整理した通り、苫小牧市の人口減少という最大の課題は、他の人口減少に悩む自治体とは、性質がやや異なるのではないかと考えられる。すなわち、「雇用の量」ではなく、「雇用の質」が人口減少の原因になっている可能性が高い。また生産年齢人口となる若年層が「住みたい」と思うまちであるかも大きなポイントであると考えられる。

MICEには、経済効果のほかに、都市内産業のイノベーションの促進や、魅力あるまちづくりを実現するための様々なレガシー効果がある。つまり、MICE誘致を推進し、それらの効果を最大限取り込むことで、「雇用の質」を向上させたり、若年層にとって魅力あるまちを実現するための一つのエンジンになる可能性がある。

一つ一つのMICEだけで見れば、必ずしも効果は大きくない場合もあるが、それらが積み重なり、また他の要素とも絡み合うことで、苫小牧市の課題解決に貢献できるのが、MICEであると考えられる。



1. MICE誘致の意義、効果の整理

3) 直接的な経済効果

MICEによって、交通、宿泊、飲食、物販、映像・音響、設営・施工などの事業者が直接的な消費効果を受ける。場合によっては通訳などの事業者も含まれる。そして会議を運営するための、「人」も当然必要となるため間接的には「人材派遣」や「警備」などの産業にも波及し、地元での雇用が創出される。それらを束ねるのがMICEオペレーターとなる、PCO（会議運営会社）や旅行会社である。

また近年では、通信、IT、運輸（物流）などの事業者も直接的な効果を得ることが増えてきている。

一方で、会議運営には、特殊（独特）なノウハウが必要であるため、それぞれの事業者、特に映像・音響、設営・施工、人材・警備、などの産業は、大都市圏（例えば札幌）などの業者が利用されてしまうケースが多い。

但し、交通費や輸送費などを勘案すると、コスト的には本当は地元事業者に依頼したいのが、主催者やMICEオペレーターの本音である。







- ・開催地での経済効果を高める
 - ・開催地としての魅力を高める
- ためにも・・・

地元事業者のMICEへの理解と協力、そしてノウハウの蓄積・人材育成が重要

2. 国内外のMICE 市場の動向

MICEとは

企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

M Meeting	主に企業がその従業員やグループ企業やパートナー企業などを集めて行う企業会議、大会、研修会等の会合 例：全社員総会、グループ企業の役員会議、セールス会議・研修製品発表会・説明会、投資家向け金融セミナー 等		主な主催者 企業
I Incentive	主に企業がその従業員や代理店等の表彰や研修などの目的で実施する。旅行の形態が多く、報奨旅行や研修旅行とも呼ばれる。 例：営業成績優秀社員を集めた旅行、周年記念旅行、代理店報奨旅行、お得意様招待旅行 等		
C Convention	国際機関、学会、協会、産業（業界）団体等の総会・学術集会や政府が主催する大規模な会議。 例：G7・G20サミット、国連防災世界会議、世界水フォーラム、日本医学会総会、国際眼科学会、全国保育士会研究大会 等		学会・協会
E Exhibition /Event	国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビジョンや、文化イベントなど大小さまざまなものを含む。 例：東京モーターショー、国際宝飾展、企業の展示即売会、東京国際映画祭、就職活動フェア 等		業界団体 展示会会社

MICEに期待される効果

ビジネス機会や
イノベーションの創出

国・都市の競争力向上

地域への経済波及効果

+

レガシー効果

2. 国内外のMICE 市場の動向

(1) ミーティング及びインセンティブ

1) 世界企業イベント（M及びI）のトレンド

世界市場でのビジネストラベルマネジメント（BTM）最大手である、American Express社が世界中のミーティングプランナーを対象に行った調査と専門家へのインタビューを元に発行している、「Global Meetings and Events Forecast」に基づいて、ミーティング及びインセンティブ（以下、「企業イベント」という。）の世界的なトレンドについて整理する。

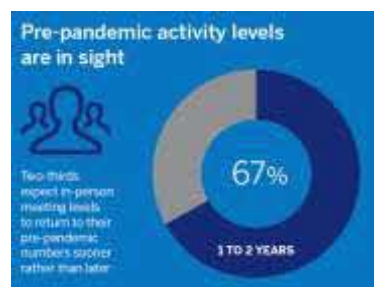
「2019年時点（コロナ禍まで）での市場予測」

- ・ミーティングプランナーが関わる企業イベントの開催件数は、全体的に増加傾向と予想されていた（表1）
- ・主催者支出額についても、増加傾向が予測されていた（表2）
- ・参加者数や期間の長さも増加傾向が予測されていた（表3）



「2021年時点（コロナ禍以後）での市場予測」

- ・67%のミーティングプランナーが、コロナ禍以前の活動レベルにあと1~2年の間に回復すると見込んでいる。



出所：AmericanExpress Global Meetings and Events Forecast 2020

2. 国内外のMICE 市場の動向

2) 世界の企業イベント（M及びI）の今後の市場の予測

- ・企業イベントの市場規模全体としては、それ自体には大きな変化はないと考えられる。
- ・企業イベントは「実施するか」ではなく「どのように」が検討の主題となっている。
- ・オンライン、ハイブリッドなども含め、様々な開催形態が目的や状況に合わせて検討をされることになるが、対面イベントへのニーズがなくなっているわけではない。

表4

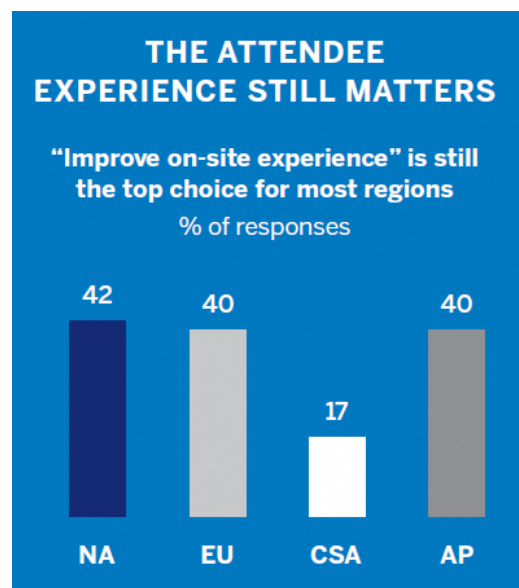


表5

Preferred Area of Investment

(if overall meetings budget increased 10%)

2021

With more budget, respondents would prioritize improving the on-site experience and increasing the use of technology.

	NORTH AMERICA	EUROPE	CENTRAL/S. AMERICA	ASIA PACIFIC
Increase number of meetings	10%	11%	10%	7%
Increase number of attendees at meetings	7%	9%	9%	2%
Increase number of days for meetings	1%	1%	7%	4%
Improve on-site experience	42%	40%	17%	40%
Improve content delivery	8%	9%	17%	7%
Increase use of technology	25%	26%	36%	37%
Other	0%	2%	1%	0%
Don't know	8%	2%	2%	2%

出所：AmericanExpress Global Meetings and Events Forecast 2021

ミーティングプランナーに対して、仮に会議全体の予算が10%増加した場合、何に最も投資をするかという設問において、ほとんどの地域において40%以上が「Improve on-site experience」（現地での経験の向上）と回答している。

2. 国内外のMICE 市場の動向

3) 世界の企業イベント（M及びI）の今後の開催形態

- ・ 2022年時点においても、何らかの対面要素を含むものが81%以上を占めると予想されている。
- ・ 一方で、完全なオンライン開催は減少するものの、その要素は依然として利用されるものと考えられる。

Meeting Format

Percent of meetings

More than 81% of meetings in 2022 are expected to have an in-person component, whether exclusively in-person or hybrid.

	NORTH AMERICA	EUROPE	CENTRAL/S. AMERICA	ASIA PACIFIC
2021				
2021: In-person only	31%	25%	22%	27%
2021: Hybrid (virtual attendees and in-person attendees)	18%	18%	25%	24%
2021: Hybrid multi-hub (two or more in-person meetings connected via a virtual platform)	13%	15%	21%	22%
2021: Virtual-only	38%	41%	33%	27%
2022				
2022: In-person only	54%	48%	34%	33%
2022: Hybrid (virtual attendees and in-person attendees)	20%	19%	22%	24%
2022: Hybrid multi-hub (two or more in-person meetings connected via a virtual platform)	13%	14%	21%	24%
2022: Virtual-only	12%	19%	23%	19%

Source: North American, European, Central/South American, and Asian Pacific Surveys from American Express Meetings & Events, June-July 2021.

2. 国内外のMICE 市場の動向

4) 世界の企業イベント（M及びI）の主催者の変化

①企業イベントにおける予算が増加した場合の投資先（何により費用を使うか）の比較

ミーティングプランナーに対して、仮に会議全体の予算が10%増加した場合、何に最も投資をするかという設問に対する回答について、コロナ禍以前（2020版）とコロナ禍（2021版）での比較をした。

多くのプランナーが「開催地での体験（経験）を向上させる」と回答していることは変わらないが、その比率はコロナ禍においてより上昇している（中南米地域除く）。これは**主催者ニーズとして、依然として現地（リアル）での開催ニーズ**が高いことを示している。

一方で、「最新技術（テクノロジー）の利用」の比率も飛躍的に増えており、プランナーが感染拡大などの社会情勢を見ながら、リアルとオンラインの双方を活用しながら、顧客に最適解を提供しようと動いていることがわかる。

	北米	欧州	中南米	アジア・パシフィック		北米	欧州	中南米	アジア・パシフィック
会議の数を増やす	18%	17%	22%	24%		10%	11%	10%	7%
参加者数を増やす	19%	21%	20%	14%		7%	9%	9%	2%
会議の日数を増やす	8%	16%	3%	13%		1%	1%	7%	4%
開催地での体験（経験）を向上させる	35%	30%	33%	38%	▶	42%	40%	17%	49%
コンテンツ（実施プログラム等）の発信方法を改善する	8%	8%	8%	2%		8%	9%	17%	7%
最新技術の利用を増やす	9%	9%	14%	10%		25%	26%	36%	37%
その他	0%	2%	0%	0%		0%	2%	1%	0%

出所：American Express「2020及び2021 Global Meetings and Events Forecast」より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

②対面イベント（リアル開催）に影響を与える主な要因

対面イベントの開催に影響を与える要因については、感染防止対策等の安心安全な開催に関わるルールが信頼できるものであるか、柔軟に対応ができるサプライヤーの存在、キャンセルポリシーの柔軟な運用、といった点が特に比率が高くなっている。

クライアントが求める安心安全の水準を満たすということが第一になりながらも、特に北米や欧州のプランナーは費用的なリスクを回避するという観点から、キャンセルポリシーに関して柔軟な運用を強く求めている。これは欧米では、元々キャンセルポリシーがかなり厳しく運用されていることも関係していると思われるが、いずれにせよ、コロナ禍によって状況が刻々と変化する中で、**企業イベントに限らずMICE全般において、会場費等のキャンセル料は主催者の大きなリスク**となっている。

また地域のサプライヤーが、顧客が求める要件（感染防止対策やハイブリット会議への対応などが考えられる）へ柔軟に対応できるかも、開催地に今後求められるポイントとなってくる。

	北米	欧州	中南米	アジア・パシフィック
安心安全に関するルールへの信頼性	66%	69%	69%	63%
料金の割引	16%	14%	21%	24%
柔軟なキャンセルポリシー	78%	79%	37%	43%
限定の特別オファー（無料ギフトやティナークーポン、VIPラウンジへのアクセスなどの特典を含む）	0%	0%	18%	21%
顧客のイベント開催要件に対応できるサプライヤーの柔軟性	37%	39%	54%	48%
その他	3%	0%	1%	1%

出所：American Express「2021 Global Meetings and Events Forecast」より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

③企業イベントのコロナ禍の影響のポイント

American Express「2021 Global Meetings and Events Forecast」では、コロナ禍によって企業イベントは「実施するか」ではなく「どのように」の検討が主題となっていると示唆されている。

ニーズの変化としては、「どこで」という検討に加えて、「どのように」というポイントが増えたことによって、完全にオンラインで開催されるもの以外は、様々な開催形態に柔軟に対応できる都市がより選ばれる可能性が高くなることになる。

その中でも特に主催者やミーティングプランナーは、以下の点を求めていると整理できる。

- ・ **開催地での体験（経験）の向上（従来からあるニーズではあるが、より高まっている）**
- ・ **柔軟なキャンセルポリシー**
- ・ **最新技術の活用も含めた、開催地のサプライヤーの様々な対応力**

また別の観点から見た場合、コロナ禍によって企業のビジネス環境が厳しくなる中、企業の事業活動の合理化が積極的に進むものと考えられる。当然、企業イベントの実施についても、よりROI（費用対効果）が求められることになる。そのため、開催都市としても、その都市で開催されることで「どのようなメリットが企業にあるのか」、すなわち「なぜその都市で（リアルまたはハイブリッドで）開催するのか」についての整理と提案が、これまで以上に強く求められることになると考えられる。

2. 国内外のMICE 市場の動向

5) 日本のミーティング及びインセンティブのトレンド

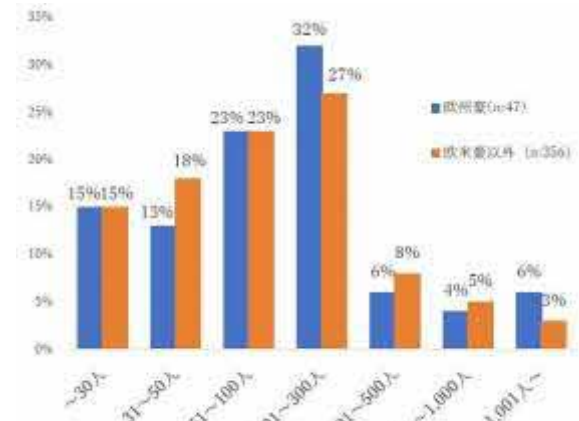
ミーティングやインセンティブといった企業イベントは、基本的にはクローズで行われる内向きのイベントであるため、その開催自体については、把握が難しく、統計的な情報は基本的には存在していない。

そのような状況下で、国やいくつかの自治体では情報を整理しており、それらの情報をもとに、企業イベントの市場動向について整理する。

①訪日企業イベントにおける規模別開催状況

訪日企業イベントでは、300名までの開催規模のものが8割以上を占める。企業イベントの場合、企業は限られたコストの中で最大の効果を出すために、参加者を絞る傾向があるためである。また日本特有の点としては、海外からのアクセスがほぼ空路のみとなるため、一度に大人数が移動することには限界がある。日にちをずらして開催したり、臨時のチャーター便を利用したりするケースもあるが、一部の例外的な事例である。日本において企業イベントのマーケティングを行う上では、念頭に入れておくべき点である。

訪日企業イベントの規模別の開催状況



出所：観光庁「MICEのミーティング及びインセンティブにおける海外顧客ニーズ調査報告書」より抜粋

②訪日企業イベントにおける業種別開催状況

業種別では、欧米豪の企業が主催となる企業イベントでは、自動車産業の比率が特に高く、欧米豪以外では保険業界の開催の比率が高い。日本と欧米豪、双方の主力産業である自動車産業が多い理由は、視察的な意味合いや、日本企業との資本関係から、テクニカルビジットの意味合いも強い企業イベントが行われているためと推測される。これは訪問する場所の産業が企業イベントの開催地決定に大きく関わっていることを示している一つの傾向と言える。

訪日企業イベントの業種別の開催状況

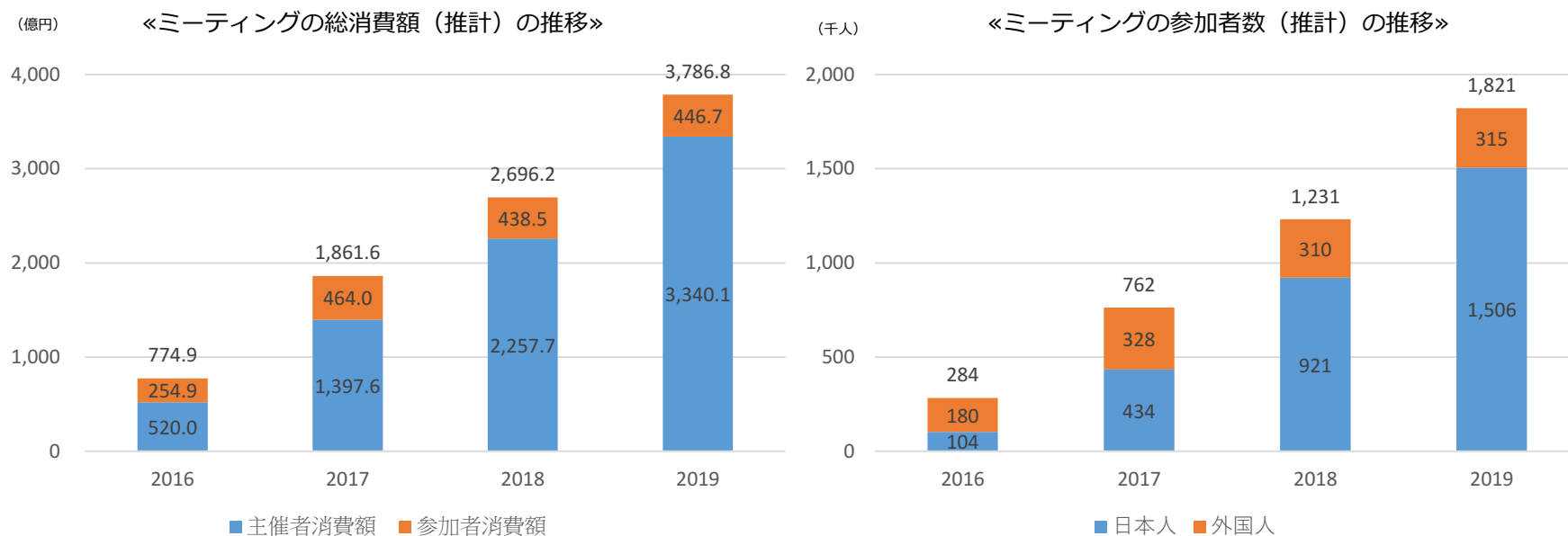


出所：観光庁「MICEのミーティング及びインセンティブにおける海外顧客ニーズ調査報告書」より抜粋

2. 国内外のMICE 市場の動向

③ミーティング（M）の総消費額と参加者数の推移

日本で開催されるミーティングについては、年々その総消費額や参加者数は増加しており、市場規模としては順調に成長していることがわかる。



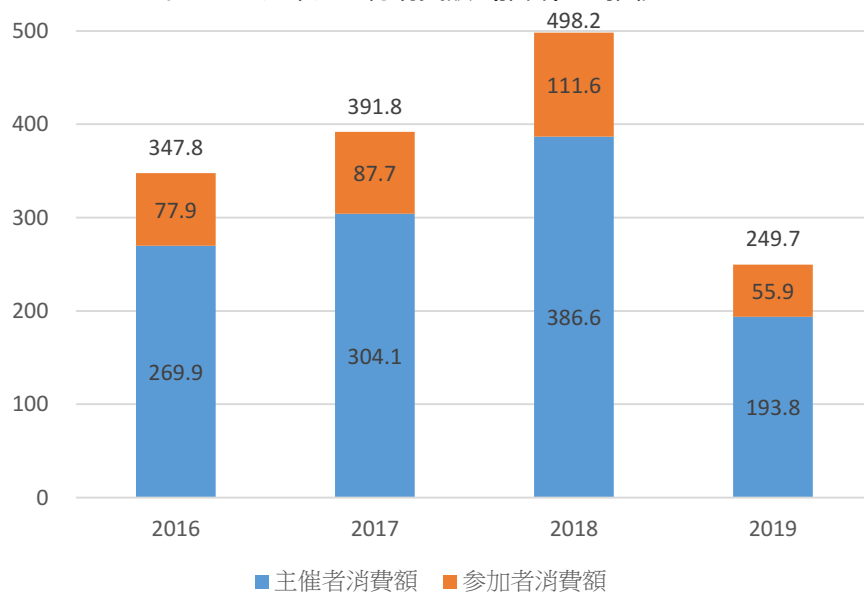
出所：観光庁「令和2年度MICE総消費額等調査事業報告書」より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

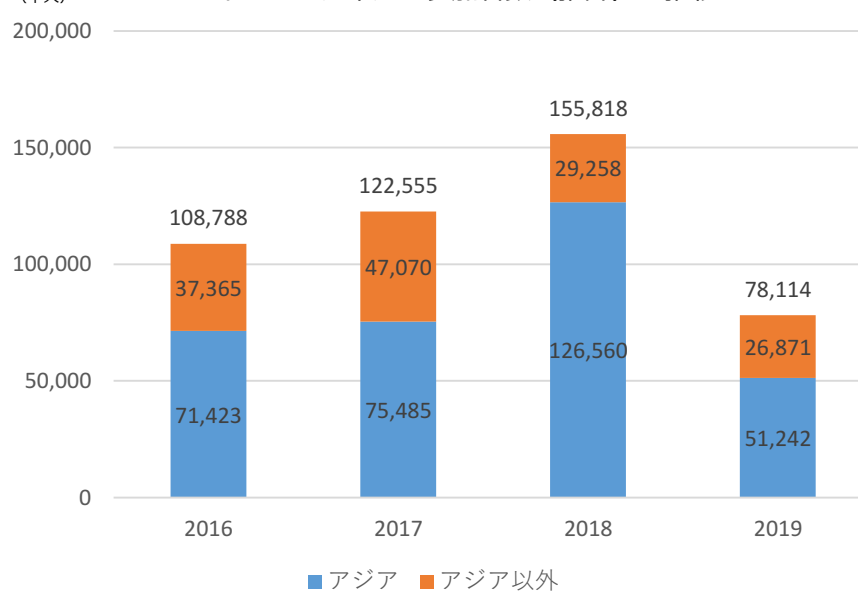
④インセンティブ（I）の総消費額と参加者数の推移

インセンティブについても、同様に年々その総消費額や参加者数は増加しており、市場規模としては順調に成長していたが、2019年については、大幅な減少を示した。但し、これは調査報告書内にも特定の旅行会社による取扱いが大幅に減少したことに起因した値であることが示されており、必ずしも市場全体で大幅な減退が発生したということではない。

（億円） 「インセンティブの総消費額（推計）の推移」



（千人） 「インセンティブの参加者数（推計）の推移」



出所：観光庁「令和2年度MICE総消費額等調査事業報告書」より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

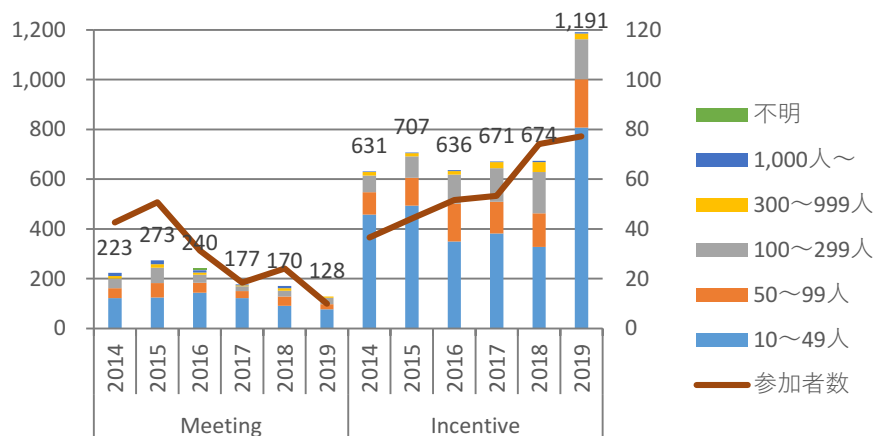
6) 各都市のミーティング及びインセンティブの傾向

インセンティブツアーの誘致支援実績を公開している都市からミーティング及びインセンティブの傾向を把握する。

沖縄では、ミーティングについては、件数、人数ともに減少傾向となっている。一方、インセンティブについては、件数、人数ともに増加傾向にある。また小規模なものが増加傾向にある。大阪では、インセンティブツアーの件数、人数とも増加傾向となっている。なお、2016年以降は公表されていない。福岡では、インセンティブツアーの件数は減少傾向にあるが、人数は増加している。これは大型のインセンティブツアーの誘致に力を入れている成果が出てきているものと考えられる。2018年以降は件数を公開していない。

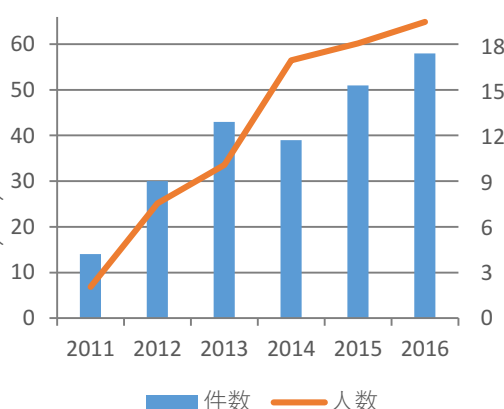
総じてインセンティブツアーについては、増加傾向にあると言える。ミーティングについては、沖縄しか調査・公表していないため、評価は難しいが、沖縄についても市場が減少しているということではなく、調査を毎年継続していることで、回答者の理解が進み、特に定義が難しいミーティングについて、調査上の定義が周知されることで、数値が落ち着いてきたということが考えられる。

沖縄のM・Iの誘致支援件数と人数の推移



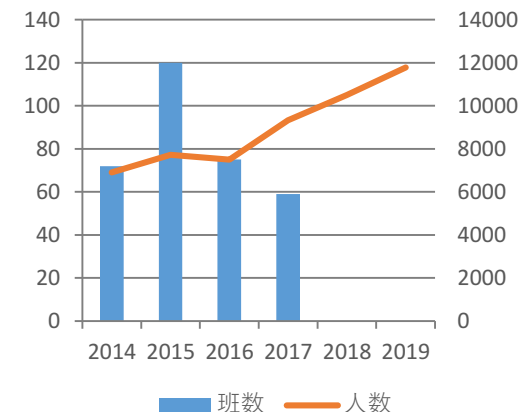
出所：沖縄県MICE開催実態調査より作成

大阪のIの誘致支援件数と人数の推移



出所：大阪観光局事業報告書より作成

福岡のIの誘致支援件数と人数の推移



出所：福岡観光コンベンションビューロー事業報告書より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

(2) コンベンション

1) 国際会議について

本調査では国際会議については、主に2つの資料（国際会議協会[ICCA]Database、日本政府観光局[JNTO]国際会議統計）に基づいて分析を行う。

それぞれの国際会議の定義については、下記の通りである。

【ICCAにおける国際会議の定義】

- ①参加者総数50人以上
- ②定期的に開催（1回限りの会議は対象外）
- ③3カ国以上をローテーション（2国間会議は対象外）

【JNTOにおける国際会議の定義】

- ①「国際機関・国際団体」又は「国家機関・国内団体」
- ②参加者総数：50名以上
- ③参加国：日本を含む3カ国以上
- ④開催期間：1日以上

2) 世界と日本の国際会議開催件数の推移

国際会議の開催件数は、世界でも日本でも増加傾向にあり、世界での伸びと同様に日本での開催件数も伸びている。2011年のみ東日本大震災の影響で日本での開催件数は大幅に減少した。



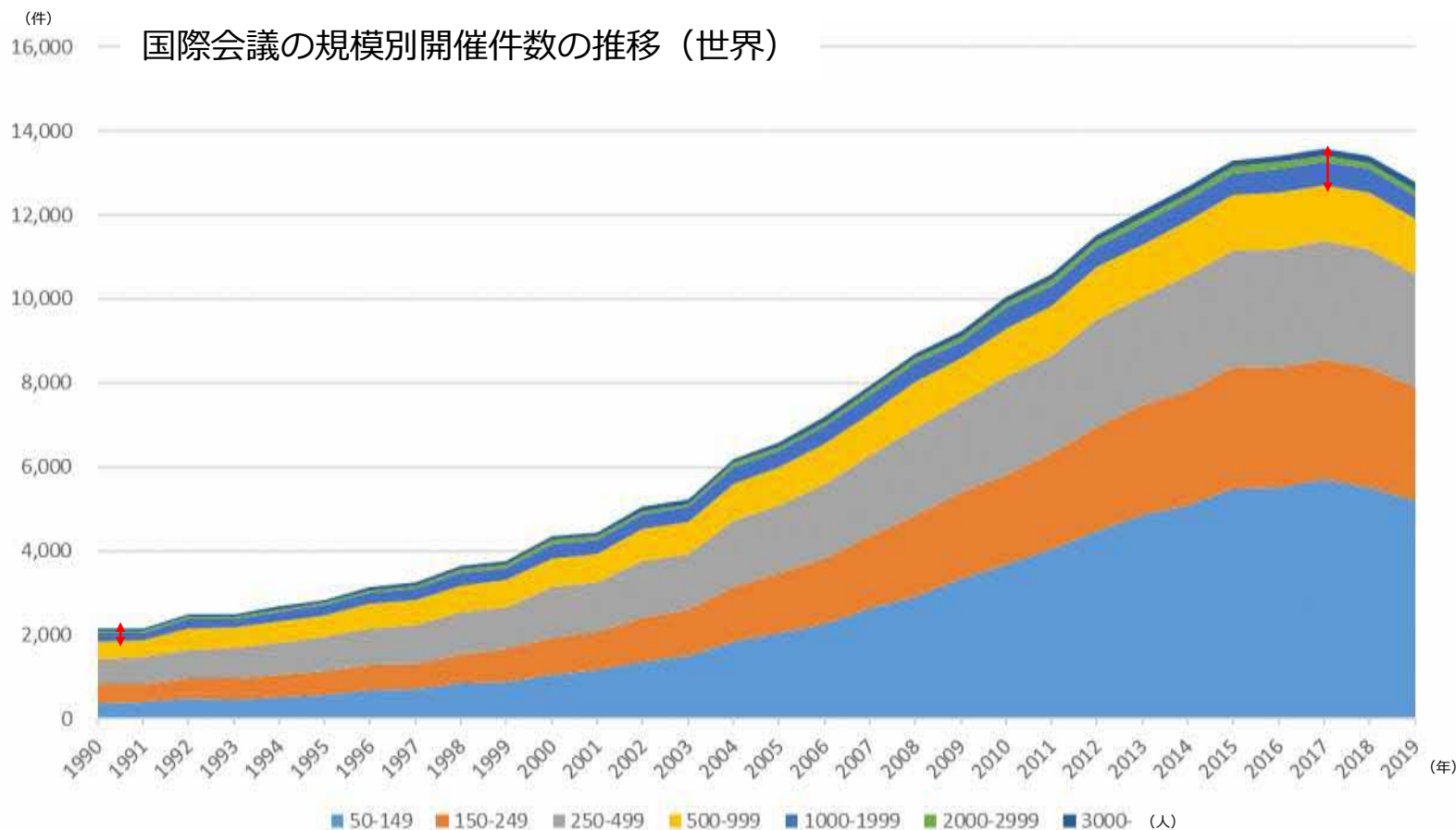
出所：ICCA Databaseより作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

3) 国際会議の規模別開催件数の推移（世界）

国際会議の開催件数を規模別でみた場合、500名以下の小規模な会議ほど、大幅に増加している傾向にある。これには様々な要因があるが、近年は国際会議のテーマがより細分化されてきており、従来の会議から派生した会議が多数開催されるようになってきていることが大きな要因としてあげられる。

一方で、1000名以上の大規模な国際会議も増加している。これは長年続き定着した会議では、参加者が徐々に増加する傾向にあることが要因の一つであると考えられる。



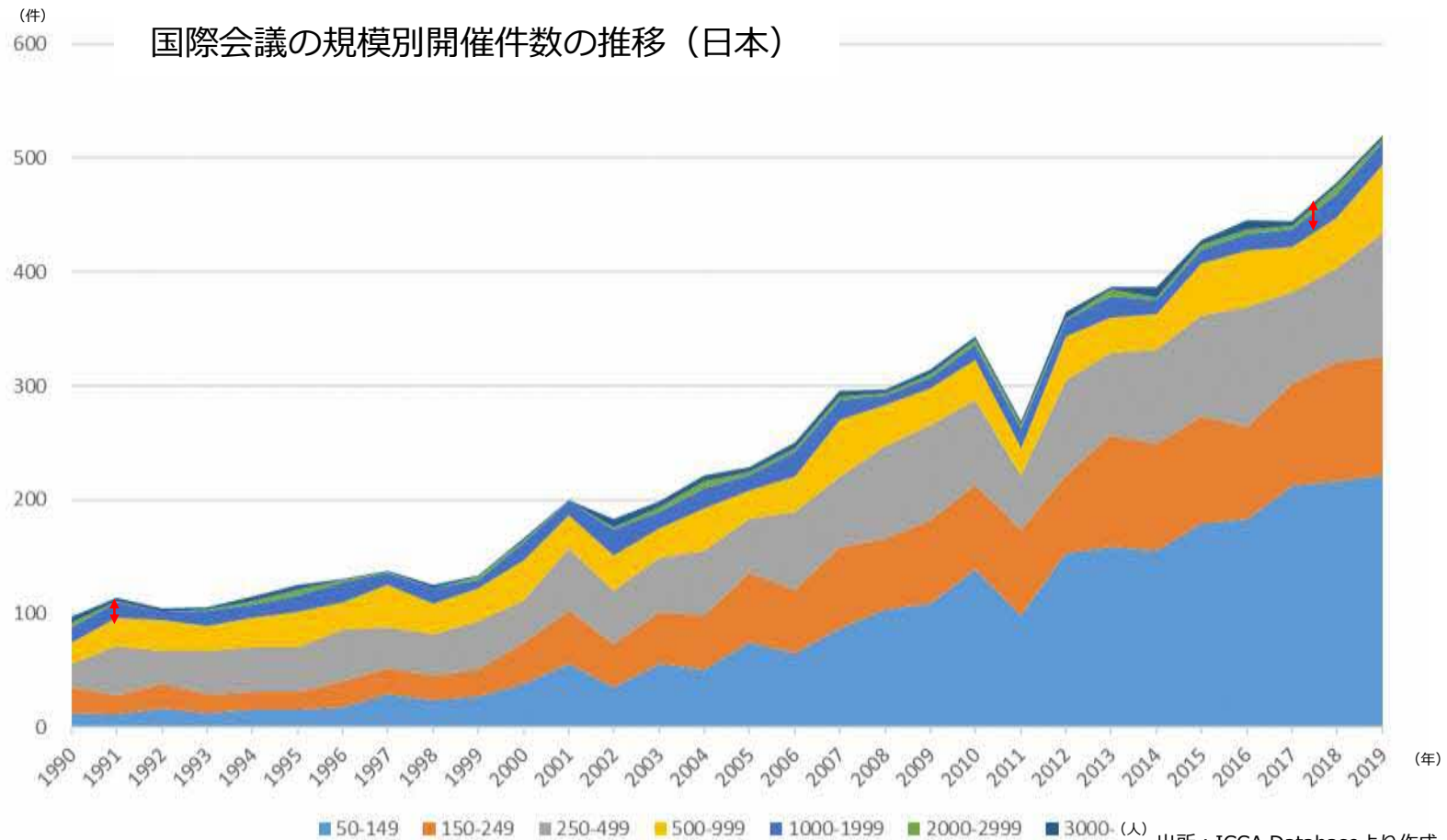
出所：ICCA Databaseより作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

4) 国際会議の規模別開催件数の推移（日本）

日本でも同様に、500名以下の小規模な会議ほど、大幅に増加している傾向にある。一方、1000名以上の大規模な国際会議については、世界ほど大きな伸びは示していない。

これは諸外国に比べ、日本に大規模なMICE施設が少ないこと、欧米諸国からの距離（アクセス利便性）に課題があるため、大規模な国際会議が開催しづらいという点などが影響しているものと考えられる。

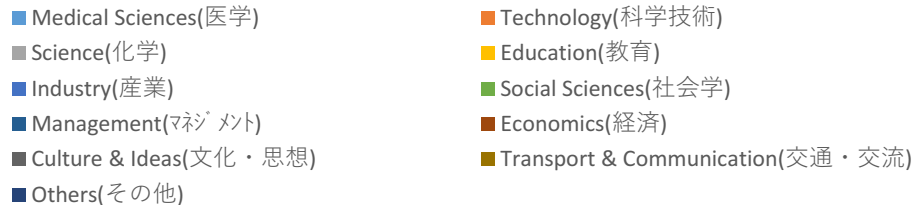
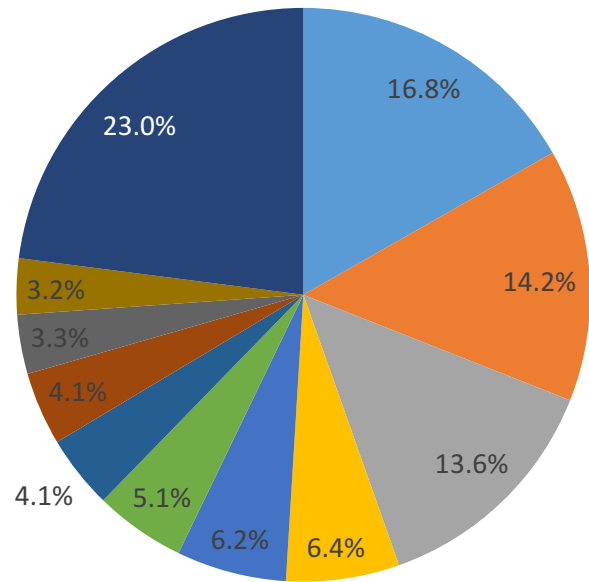


2. 国内外のMICE 市場の動向

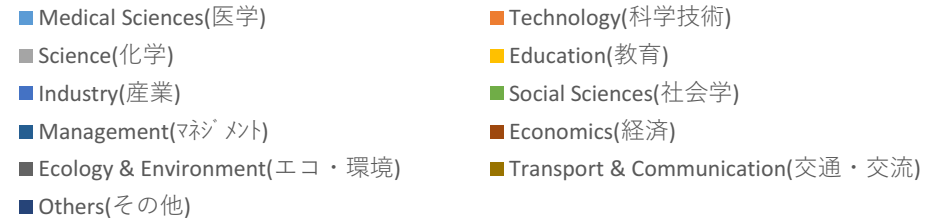
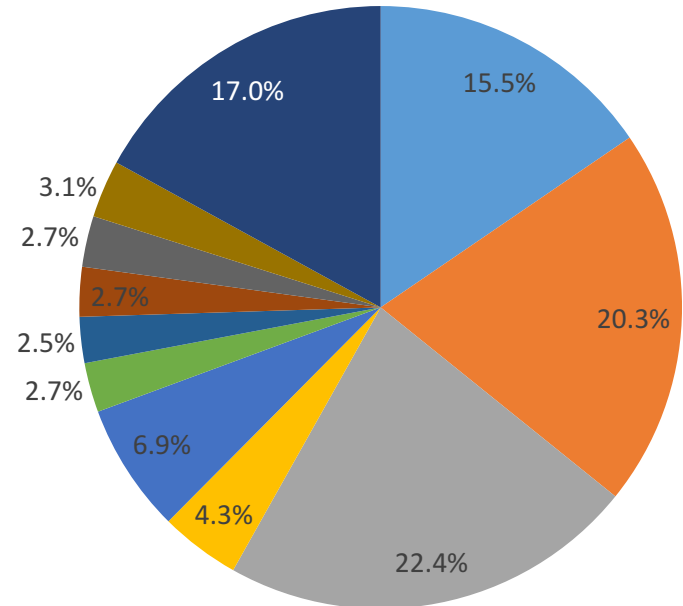
5) 国際会議の分野別の開催件数の比率

分野別の開催件数では、日本は世界と比べると、テクノロジー（科学技術）、サイエンス（科学）の分野における比率が極めて高くなっており、メディカル（医学）も含めて、6割近い比率を占めている。またインダストリー（産業）も、比較的高い比率となっている。

国際会議の分野別の開催比率（世界）



国際会議の分野別の開催比率（日本）

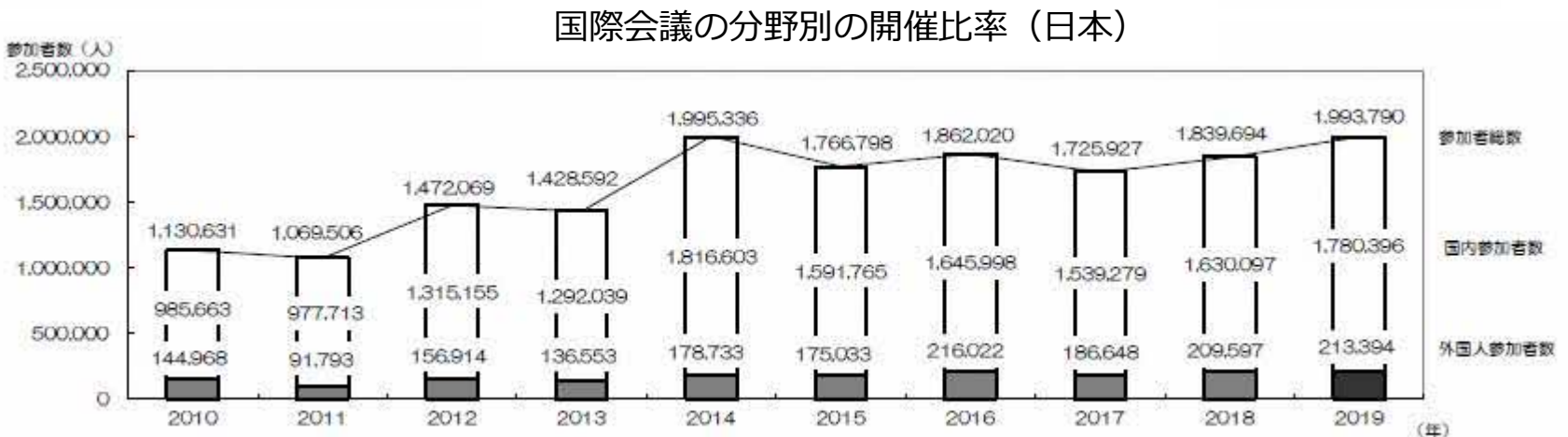


2. 国内外のMICE 市場の動向

6) 日本の国際会議の開催件数と参加者数の推移

日本国内における国際会議の統計である、JNTO国際会議統計においても、開催件数は増加している。また参加者数も大型国際会議が複数開催された2014年を特異年として、それ以外については増加傾向にある。

なお、2011年については東日本大震災の影響により、件数・人数とも減少したが、すぐに回復している。

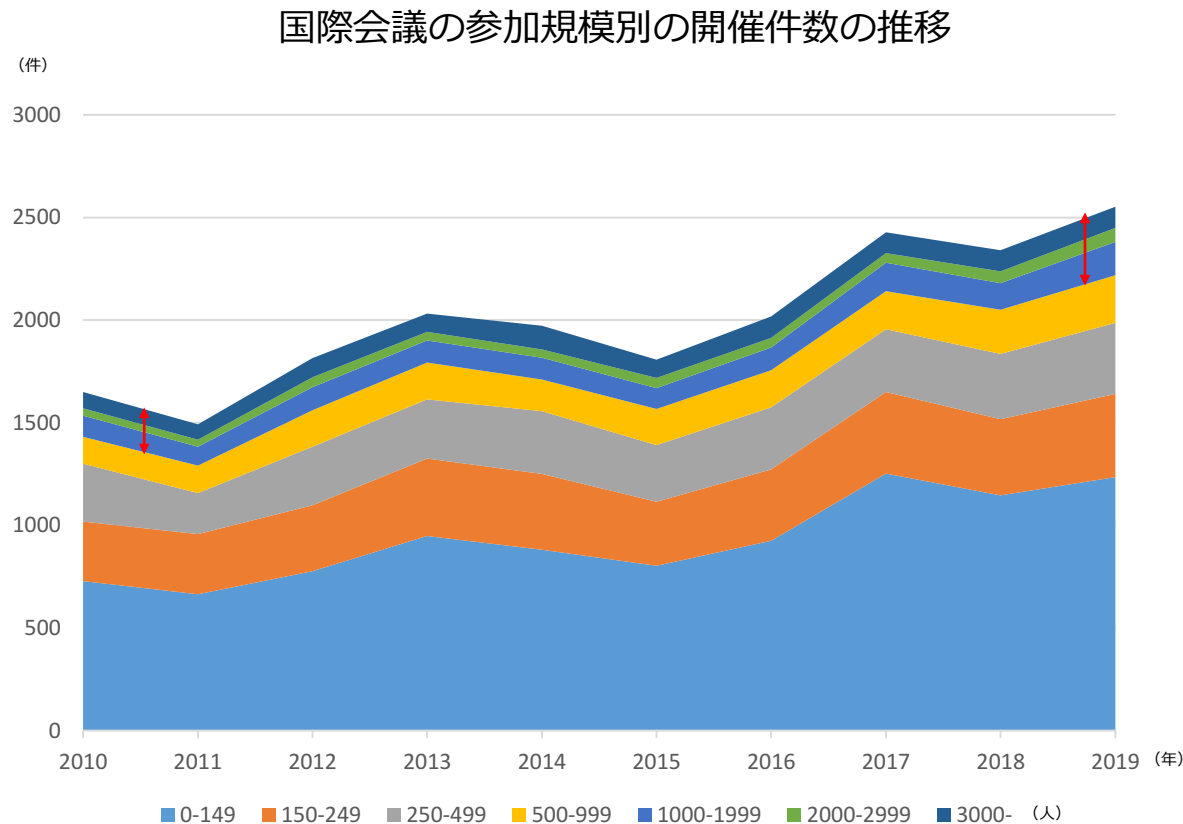


2. 国内外のMICE 市場の動向

7) 日本の国際会議の参加規模別の開催件数の推移

JNTO国際会議統計でも同様に、小規模な国際会議の開催件数が増加している。また1,000名以上の大規模な国際会議も増加しており、日本国内における統計では、大規模な国際会議も緩やかにではあるが増加している傾向にある。

※JNTO国際会議統計資料編3に基づいて作成しているが、非公開案件が含まれていないため、合計数は、JNTO国際会議統計本編とは異なる。



出所：JNTO国際会議統計 資料編3より作成

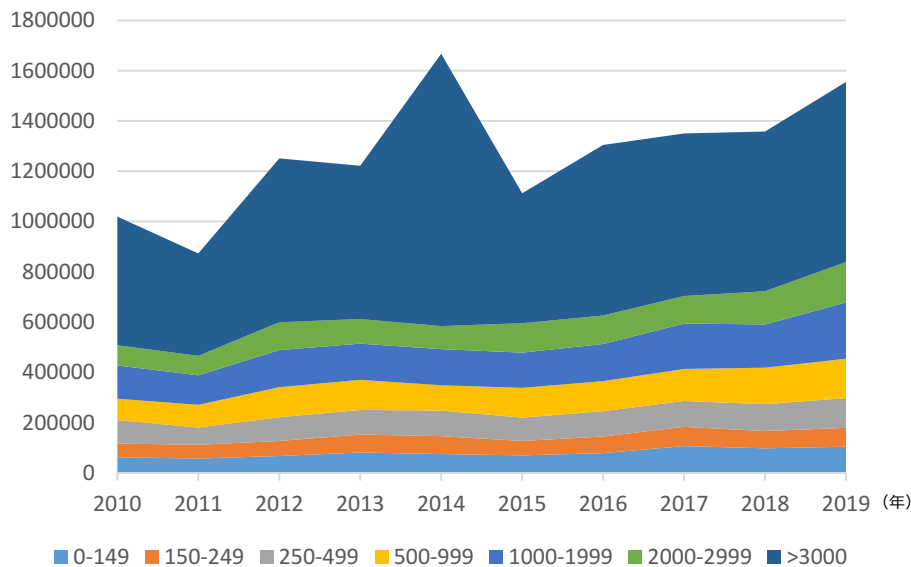
2. 国内外のMICE 市場の動向

8) 日本の国際会議の参加規模別の参加者数の推移

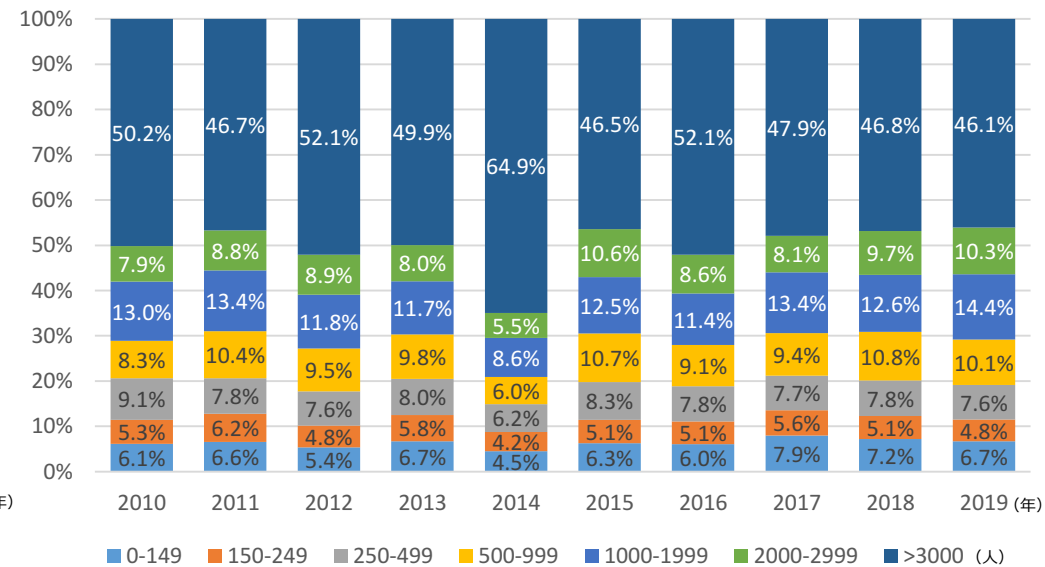
小規模な国際会議は、件数としては大幅に増加しているものの、参加者数で見ると、大幅な増加はしていない。一方で、参加者数は、大規模な会議ほど増加をしている傾向にある。

また日本で開催される国際会議参加者の5割程度は、3000人以上の大規模国際会議の参加者であり、1000人以上の規模まで広げると、参加者の7割程度を占めている。

(人) 国際会議の参加規模別の参加者数の推移



国際会議の参加規模別の参加者数の比率の推移



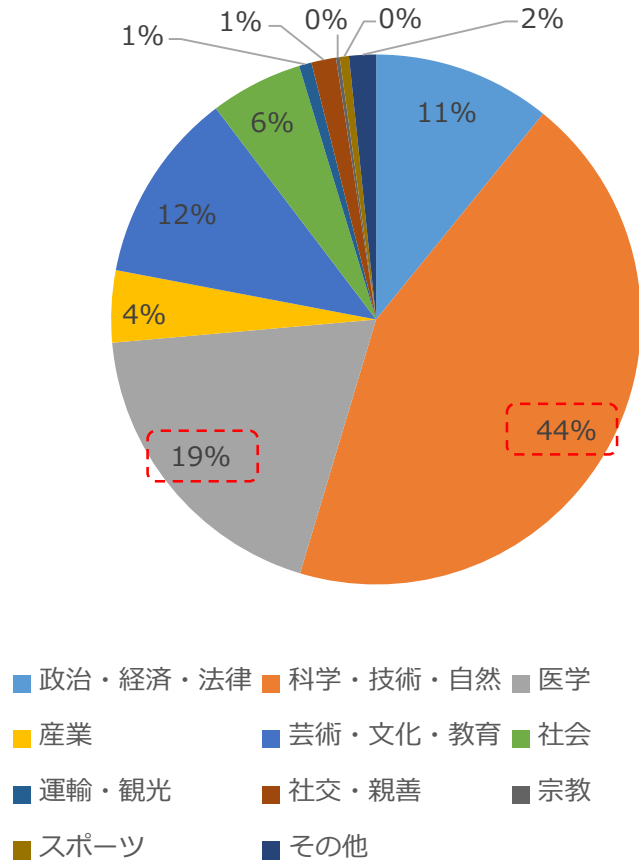
出所：JNTO国際会議統計 資料編3より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

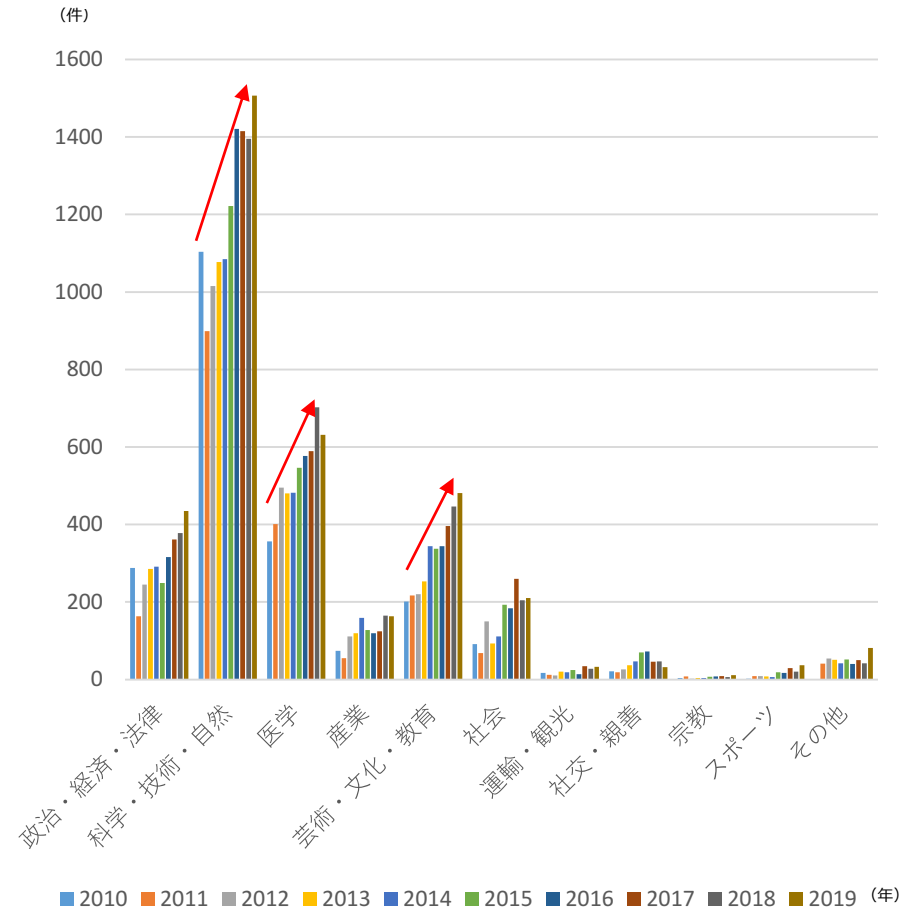
9) 日本の国際会議の分野別開催件数の傾向と推移

国際会議の分野は、理工系（科学・技術・自然）と医学系が特に多く、全体の3分の2程度を占めている。増加傾向も、理工系と医学系が特に顕著に増加しているのに加え、芸術・文化・教育分野も比較的多く増加している。

国際会議の分野別の開催比率



国際会議の分野別の開催件数の推移



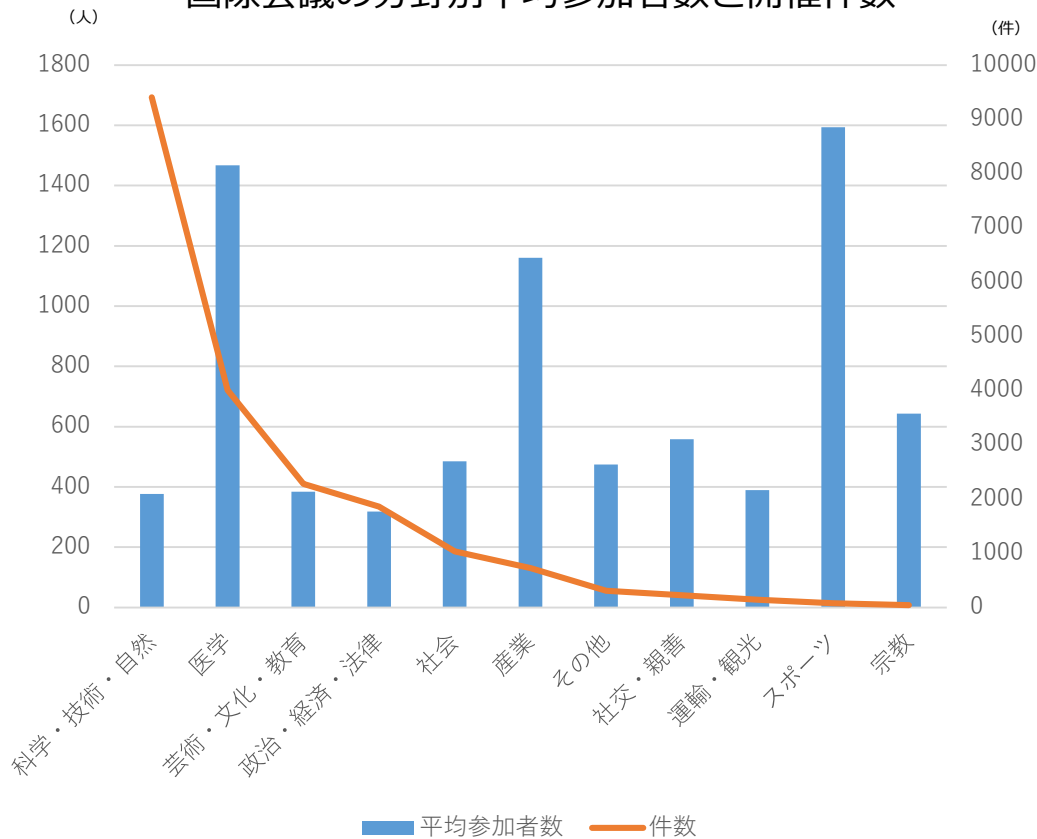
出所：2019年JNTO国際会議統計より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

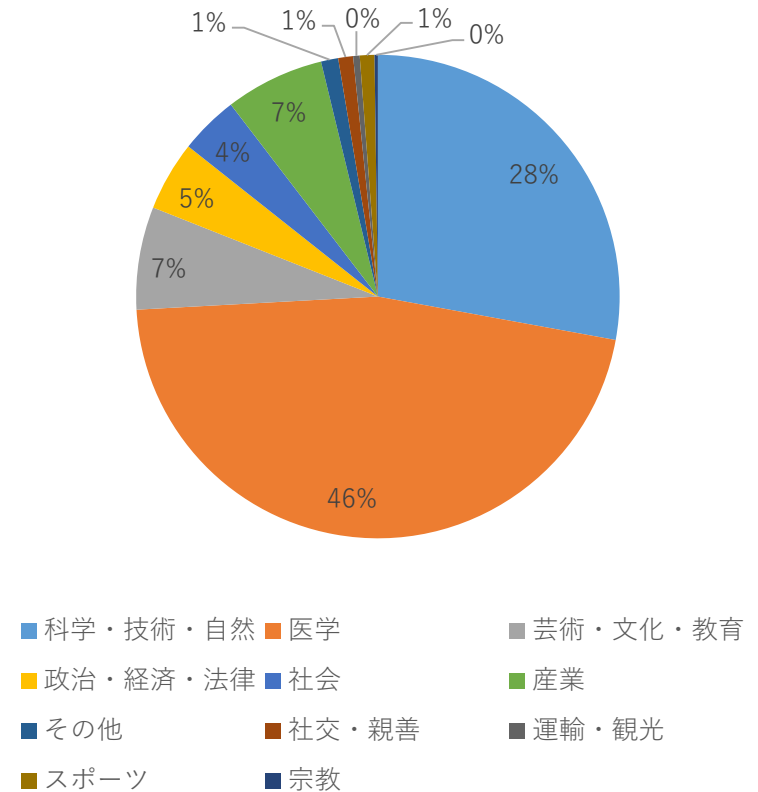
10) 日本の国際会議の分野別平均参加者数

理工系は開催件数は圧倒的に多いが、1件あたりの参加者数は比較的少ないことがわかる。一方医学系の会議は開催件数は理工系に比べれば多くはないものの、参加者数は非常に多く、国際会議参加者数全体の半分近くを占めている。その他、産業系やスポーツ系の国際会議も、1件あたりの参加者数は多い傾向にある。

国際会議の分野別平均参加者数と開催件数



国際会議の分野別参加者数の比率

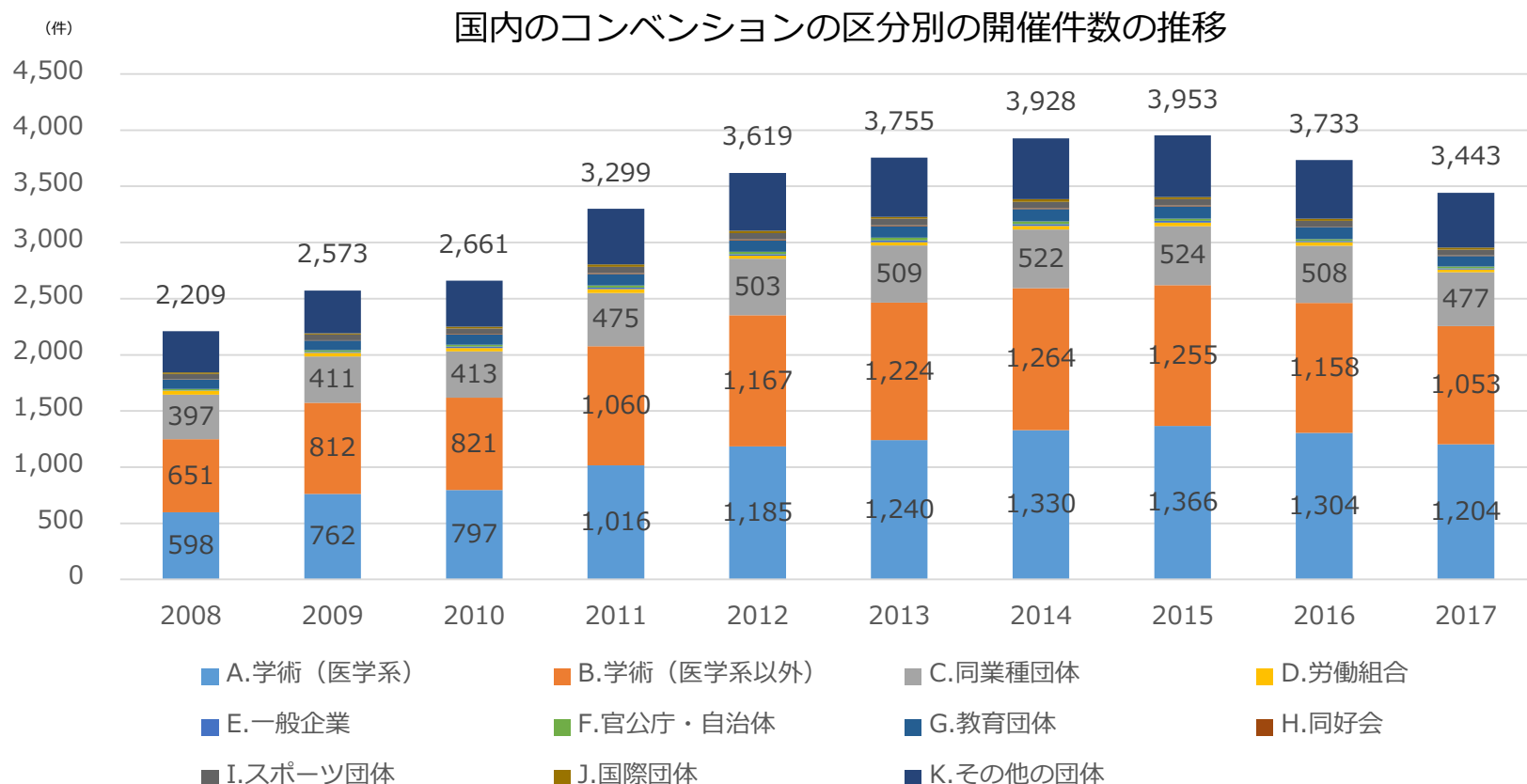


2. 国内外のMICE 市場の動向

1 1) 国内で行われるコンベンションの区分別の開催件数（2008－17年の10年間）の推移（参考）

国内で行われるコンベンションの開催件数も、国際会議同様増加傾向にある。学術系団体によるコンベンションの件数が圧倒的に多く、特にその中でも医学系が多い傾向にある。次いで同業種団体（業界団体）の件数も多い。

開催件数が増加している理由は、学術系の会議において分野が細分化（派生）される傾向にあることが大きく影響していると考えられる。

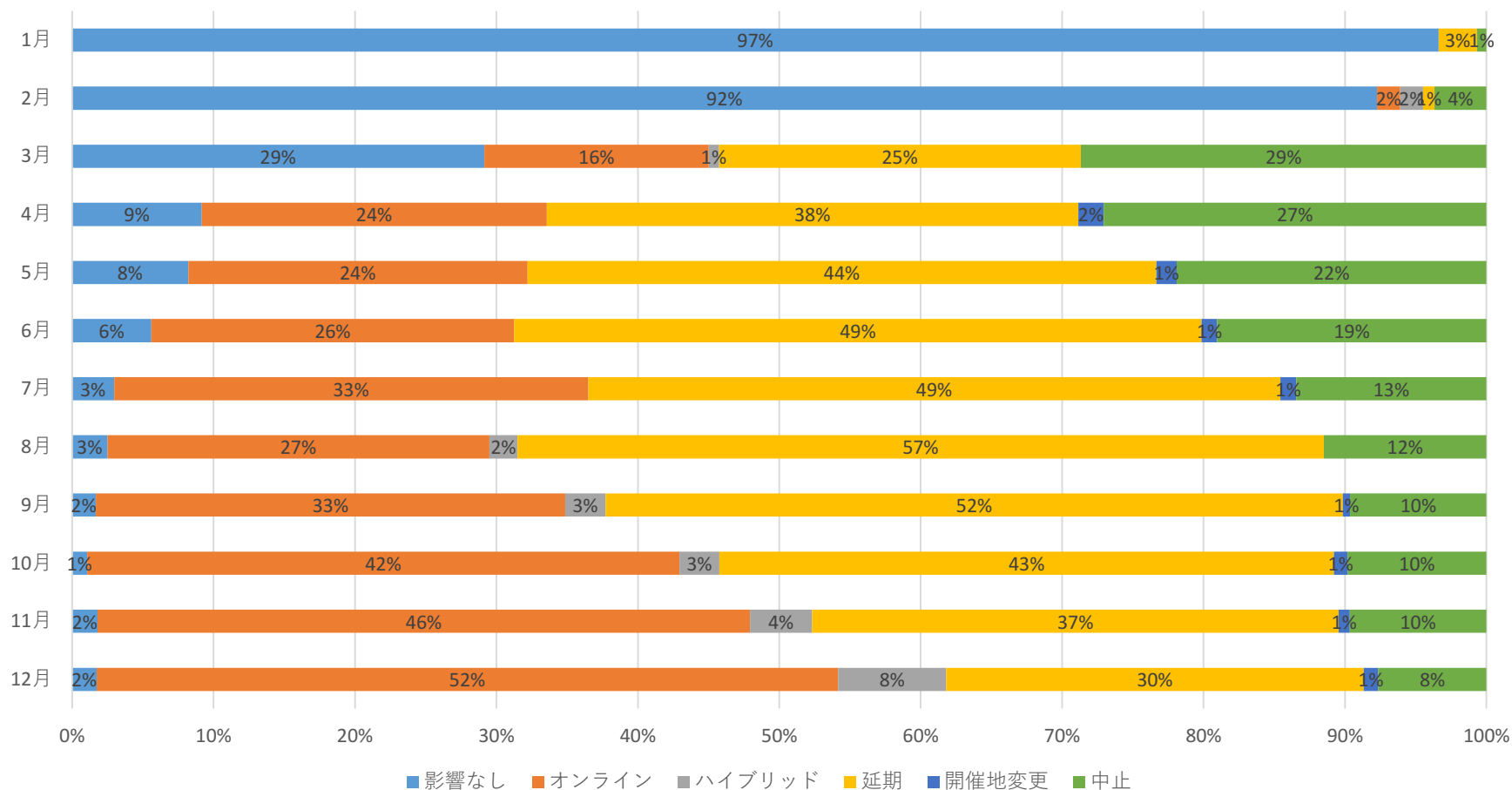


2. 国内外のMICE 市場の動向

1 2) コンベンション (C) の開催形態の変化

開催月別で見ると、年の後半になるにつれて、オンラインでの開催が増加し、延期や中止は減少している。また徐々にハイブリッドでの開催も増加してきていることがわかる。国際会議については、国境をまたぐ移動が困難であるため、現状はオンライン開催が中心となっているが、渡航制限の緩和に伴い、ハイブリッド化が進むことが想定される。

2020 年の国際会議の開催状況（月別）



2. 国内外のMICE 市場の動向

1 2) コンベンション (C) の主催者の変化

①ヨーロッパ・アジア・アフリカの約200の国際会議主催団体への調査結果（2020年5月及び9月）

ICCA（国際会議協会）が行った、国際会議主催団体への調査では、多くの主催者がハイブリッド化など会議のあり方の変化を示唆している。

一方で、対面に比べてその効果は限定的と考えており、リアル開催への高い欲求も伺うことができる。またそのような流れの中で、デジタル要素を含んだ開催となった場合には、多くの国際会議主催者が参加者は全体（リアルとオンラインの合計）としては増加すると回答しており、テクノロジーの導入によって会議参加者の増加するという効果が期待されている。

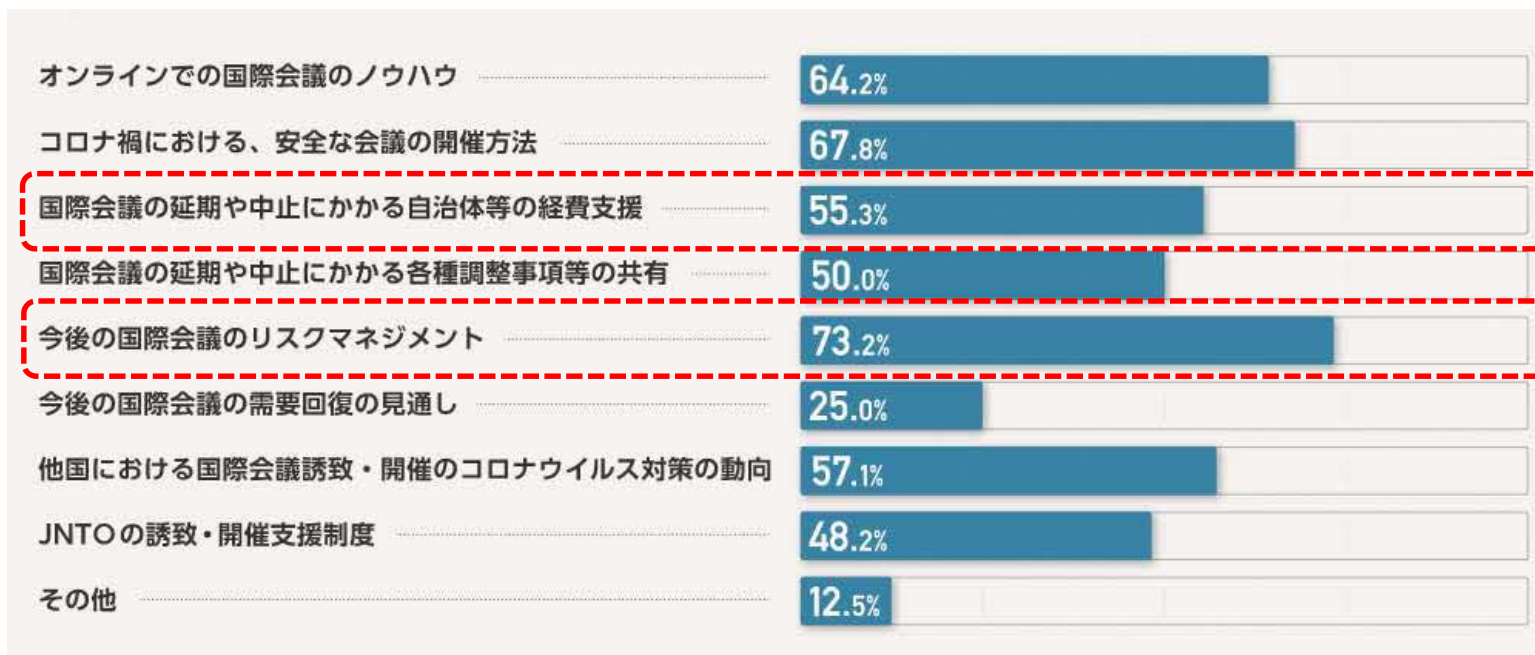
その中で、**受け入れ都市や事業者には柔軟性やイノベーションを求められる**ようになると示唆されている。

開催する国際会議の将来の運営方法が根本的に変化する	66%
実際に開催する国際会議の運営方式を見直している	47%
メンバーシップの設計を見直している	42%
ハイブリッド開催などのデジタル要素を含んだ開催を検討しており、その場合、全体の参加者が増えると考えている	84%
オンライン開催は、対面での開催に比べて、成果は限定的である	60%
オンライン開催でのネットワークづくりは、対面での開催に比べて限定的である	81%
会議運営会社の起用を検討	78%
テクノロジーによって会議開催方法が変化した	88%
オンラインまたはハイブリッド開催のためのソリューションは低コストのものである	51%

2. 国内外のMICE 市場の動向

②コロナ禍における国際会議の誘致・開催に関して、必要となる情報は何か

特に主催者（ローカルキーパーソン）が必要としているのは、国際会議に関するリスクマネジメントに関する情報である。また**延期や中止にかかる経費支援も比較的高い比率**であり、開催中止に伴うリスク（主にはキャンセル料と思われる）に対する行政の支援も期待されていることがわかる。



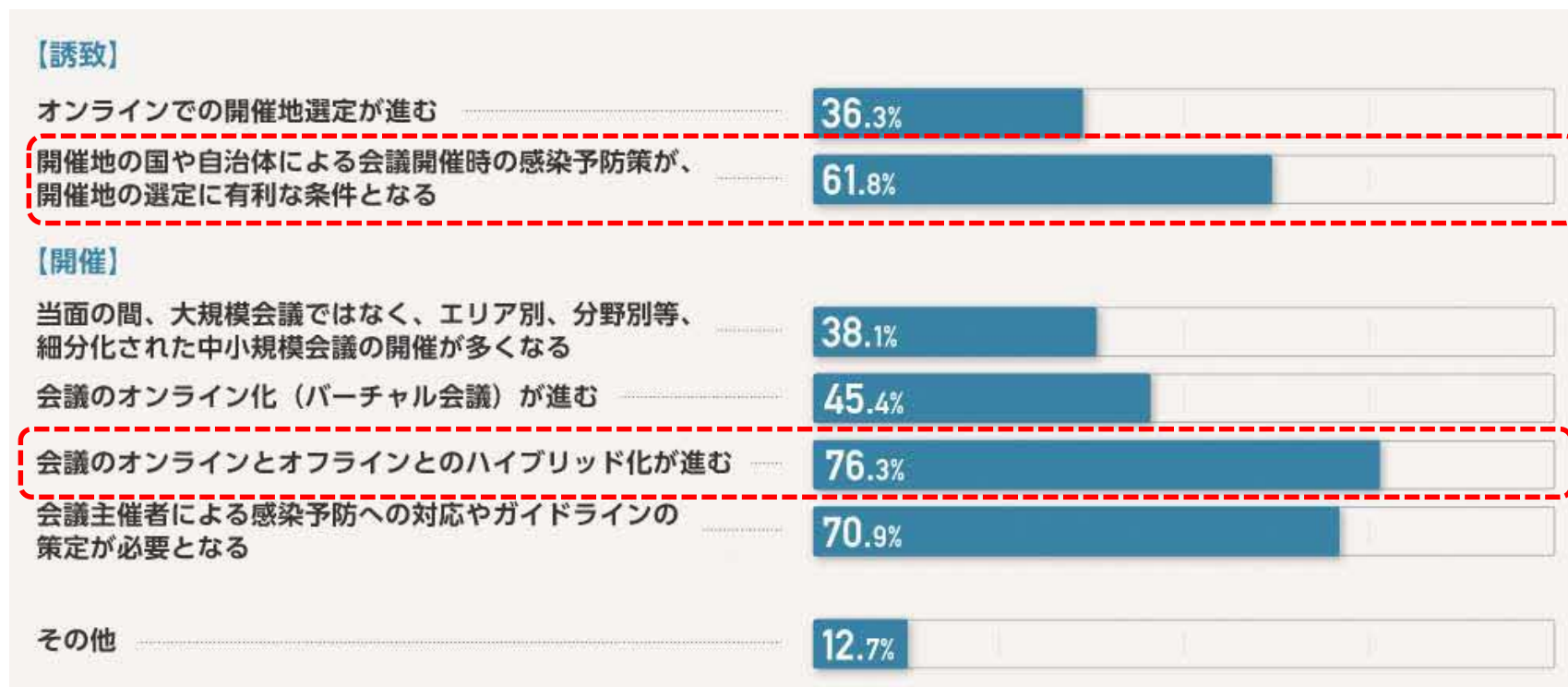
出所：JNTO Webサイト（MICEアンバサダーへのアンケート調査結果）

2. 国内外のMICE 市場の動向

③今後の国際会議の在り方にどのような変化が生じるか

誘致に関しては、自治体による感染防止対策が開催地の選定に有利な条件になると、多くの主催者（ローカルキーパーソン）が回答している。

また開催にあたっては、ハイブリッド化が進むことが示されていて、オンライン化よりも多い比率となっており、テクノロジーの活用は進むものの、今後も国際会議の「現地開催（リアル）」部分は、残っていくことが示唆されている。



出所：JNTO Webサイト（MICEアンバサダーへのアンケート調査結果）

2. 国内外のMICE 市場の動向

④開催都市・会場の新しい選択基準

コアPCO（国際本部の運営を担っているPCO）の1社である、ICS社のマティアス・ポッシュ氏は、国際会議の開催都市の選定基準について、以下のような変化が起こると示唆している。

- ・ 新型コロナウイルスの影響により、開催都市の選定基準として**“安心安全”がより重視される**ようになる。これは一時的なものではなく、今後も一定程度続く可能性がある。
- ・ **バーチャルでの会場視察が常識**となり、**高品質のAV機器も重要な要素**となる。
- ・ 感染防止対策として、**会場を分けてイベントを開催**するPCOもある。
例) 参加者2,000名の会議を1カ所で開催する代わりに、500名ほどの小規模な会議を4回、地域を変えて開催、大陸ごとにハブ会場を設けて開催するマルチハブ開催 など
- ・ 会場側に柔軟性が求められる。
※ソーシャルディスタンスの必要性から座席数の半分しか使用できないが、それに伴う追加コストを請求するのは短絡的な判断であり、ビジネスでは裏目に出る。**主催者の予算が赤字となるようでは、開催自体がなくなってしまう**ので、どちらにとってもいい結果にはならない。
※ICSでは必ず会議施設に対して埋め合わせを考えている。会場をキャンセルした際は、そのイベントを2022年か2023年に開催するようにしている。主催する側と受け入れる側、誰もがお互いにこの状況をやり過ごせるよう、気を配る必要がある。

すなわち “**「安心・安全」とともに、「柔軟性」が重要視される**”

出所：JNTO Webサイト 変化の時代における国際会議のカタチとは
～コアPCOが考えるこれからの国際会議～ より
ICS社社長マティアス・ポッシュ氏のインタビューより抜粋

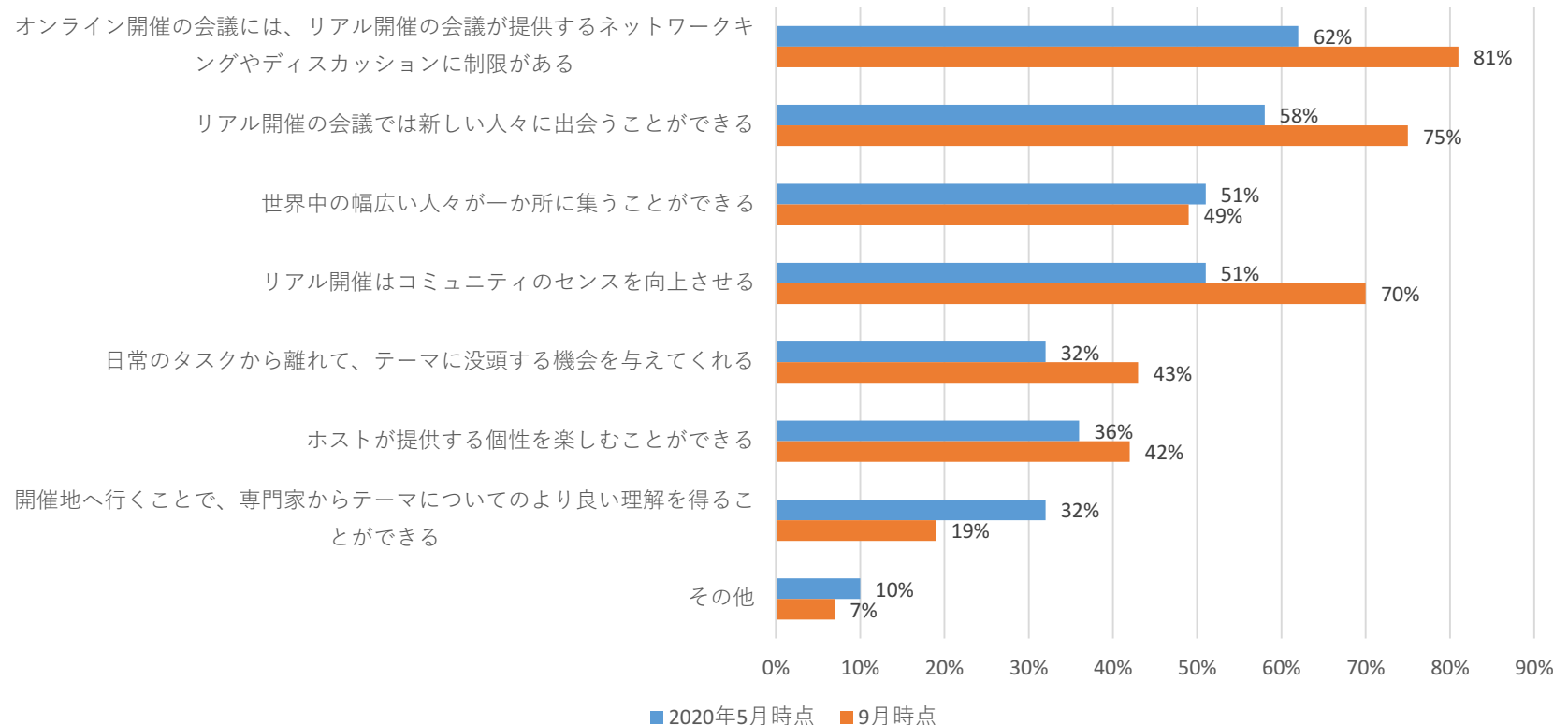
2. 国内外のMICE 市場の動向

⑤主催者のリアルイベントへの期待

以下のグラフは、ICCAがAssociation（学協会）に対して行った調査で、所属メンバー（=会員、国際会議主催者となり得る存在）はFace to faceのイベント（リアル開催）に対して、どのような価値を持っているかという設問について、2020年5月時点の回答と9月時点の回答を比較したものである。

多くの国際会議主催者が、様々な観点からリアル開催の価値を強く認識しており、ある程度オンライン開催の実績ができた9月時点の調査の方が、より値が高いことから、コロナ禍の影響によるオンライン開催は一時的なものであり、リアル開催が無くなるということは考えにくいと言える。

Face to faceのイベント（リアル開催）の価値



2. 国内外のMICE 市場の動向

⑥コンベンションのコロナ禍の影響のポイント

オンラインの定着

オンライン開催の利便性に
気付き、手放せなくなる



コロナ禍が収束したあとも
社会に定着する



対面機会とオンラインの利便性、双方を
兼ね備えた**ハイブリッド開催が主流**に

リアルとオンラインの参加者の合計では、従来よりも参加者数は増加する



開催都市が取り組むべきポイント

誘致	開催
オンラインでも主催者がストレスなく開催地を検討できる仕組みの整備	不測の事態に備え柔軟な対応が取れる体制の構築
ハイブリッド開催に対応した環境の整備	ハイブリッド開催についての主催者支援
主催者のリスクとなるキャンセルポリシーなどについての柔軟な対応とサポート	オンライン参加者へ来訪を促すプロモーションの検討
参加者が現地で参加したいと思える魅力的なローカルコンテンツの磨き上げ ※主催者もできるだけ現地で参加して欲しいという想いは同じであるため、その魅力が強い都市は誘致競争上優位となる	参加者にできるだけ現地で参加してもらえるような仕掛け（プログラムや魅力的な特典の提供等）の構築
安心安全な開催に関するガイドラインや開催支援など、安心材料の提供	安心安全な開催に繋がる適切な感染防止対策のポリシーの整備や機材等の現場への支援

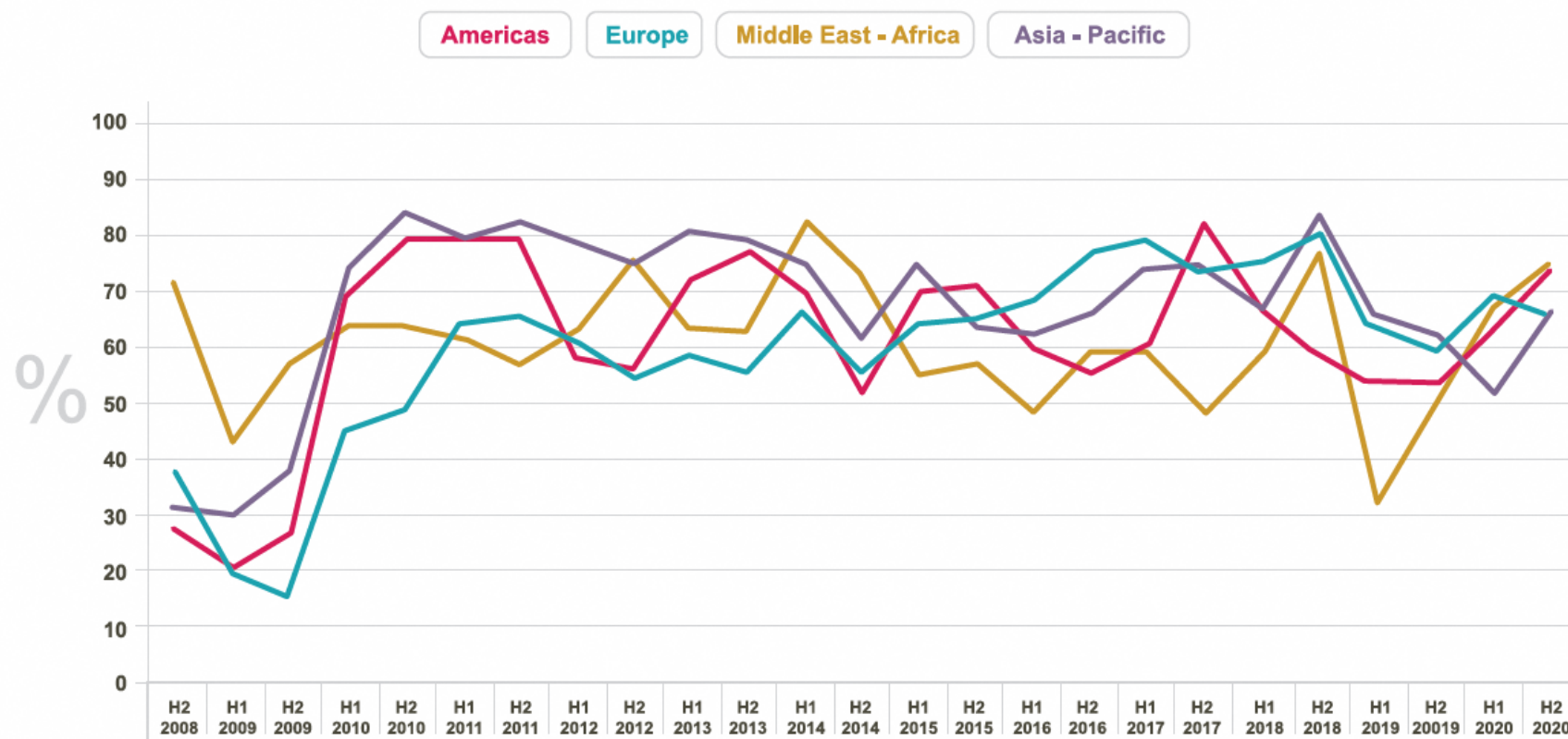
2. 国内外のMICE 市場の動向

(3) 展示会

1) 世界の展示会マーケットの状況

国際見本市連盟（UFI, Union des Foires Internationales）が発行している、「UFI Global Exhibition Barometer」によると、例年、展示会関連企業（主には展示会主催会社）の半数（50%）以上が、前年と比べて売上高が増加すると回答している。これは展示会産業が全体として、成長をしていることを示していると言える。

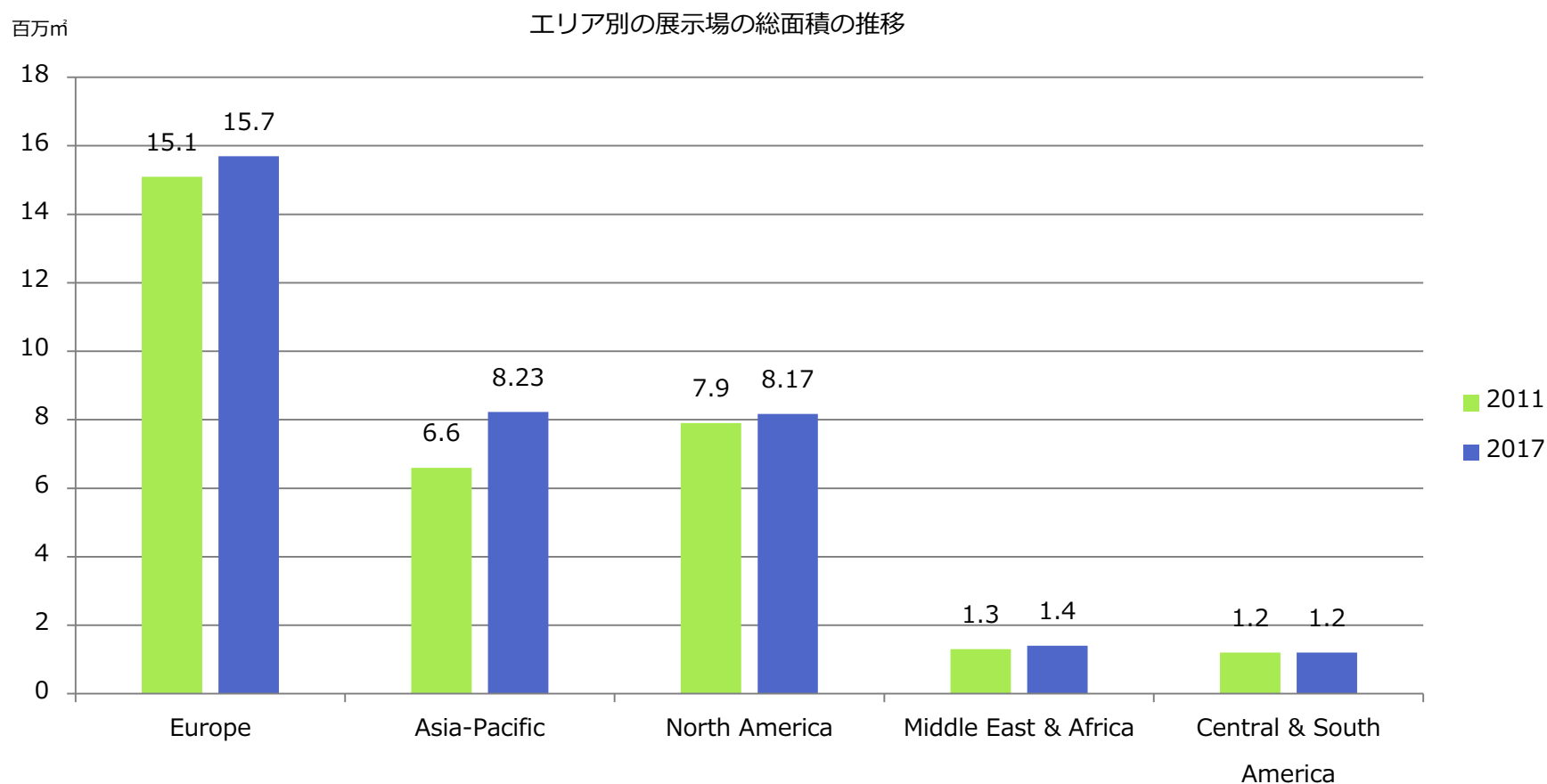
前年同期比で売上高が増加すると回答した企業の割合



2. 国内外のMICE 市場の動向

2) 世界の展示場の総展示面積の推移

各地で展示場の総展示面積についても、増加傾向にある。施設が増加しているということは、言い換えれば新たな施設が必要となるだけの開催需要があるということであり、展示会自体の需要も増加していることの証左と言える。

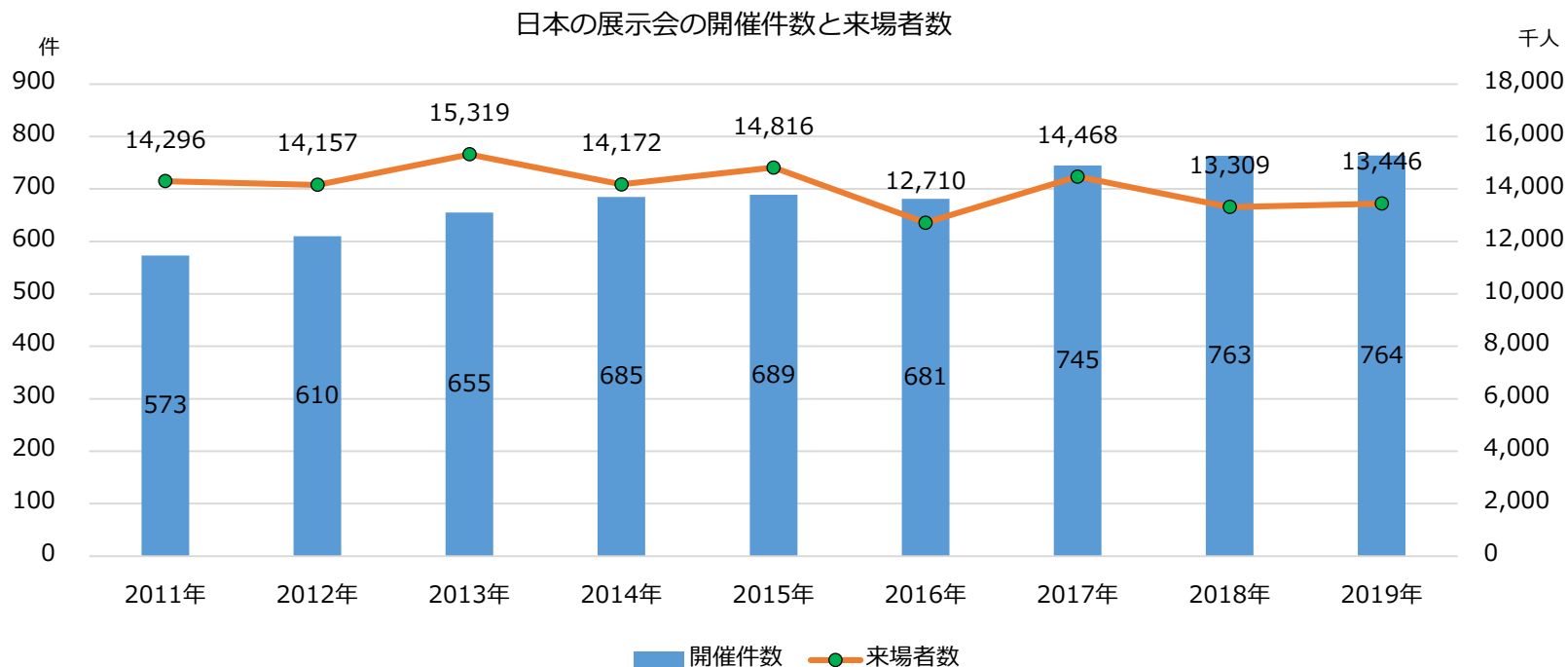


2. 国内外のMICE 市場の動向

3) 日本における展示会の市場動向

全国の展示会の開催件数は、一時的な減少はあるものの、全体としてはゆるやかな増加傾向にある。展示会産業は、近年の積極的な経済政策や新産業分野の創出を背景に、新規の展示会も多く開催されており、今後も成長を続けていくと考えられる。

来場者数に関しては、統計上は横ばいからやや減少の傾向が続いているが、これは展示会主催会社が発表する来場者数が「実数」に近づいてきている影響も大きい。慣習的に展示会の来場者数は複数回の来場をカウントして延べ人数で計上するなどして、多く見せる傾向にあったが、近年は延べではない、実人数で発表されるケースが増えてきている。そのため、統計上は減少していても、開催件数の増加に伴い、実質的には来場者数も増加していると考えられる。

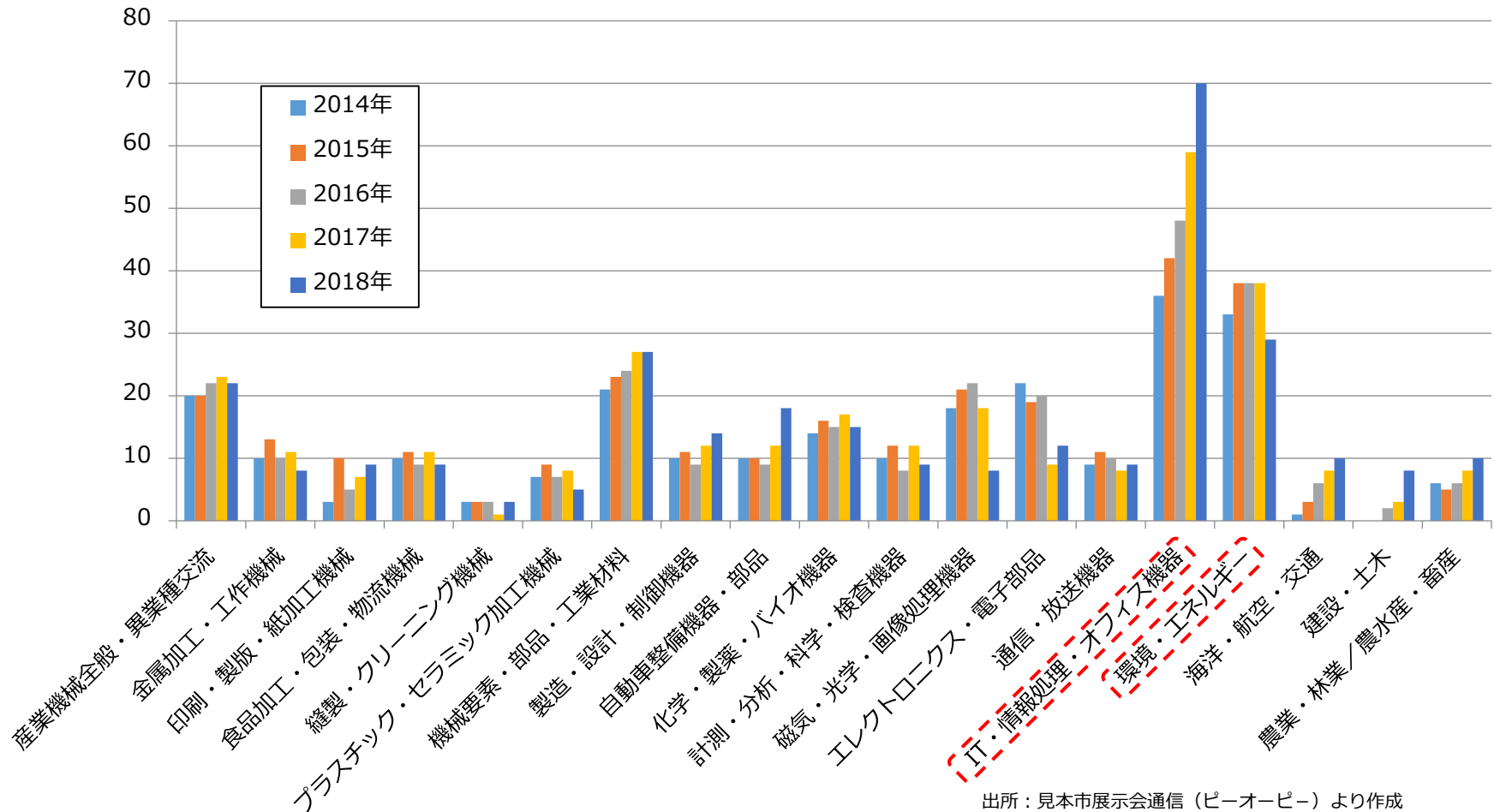


2. 国内外のMICE 市場の動向

4) 日本における展示会の分野別の開催動向

生産財関連分野では、「IT・情報処理・オフィス機器」や「環境・エネルギー」の件数が多い。特に、「IT・情報処理・オフィス機器」の件数が著しく増えている。ITを通じた国内サービス産業の進展・高度化による影響と考えられる。

生産財関連分野の開催件数の推移

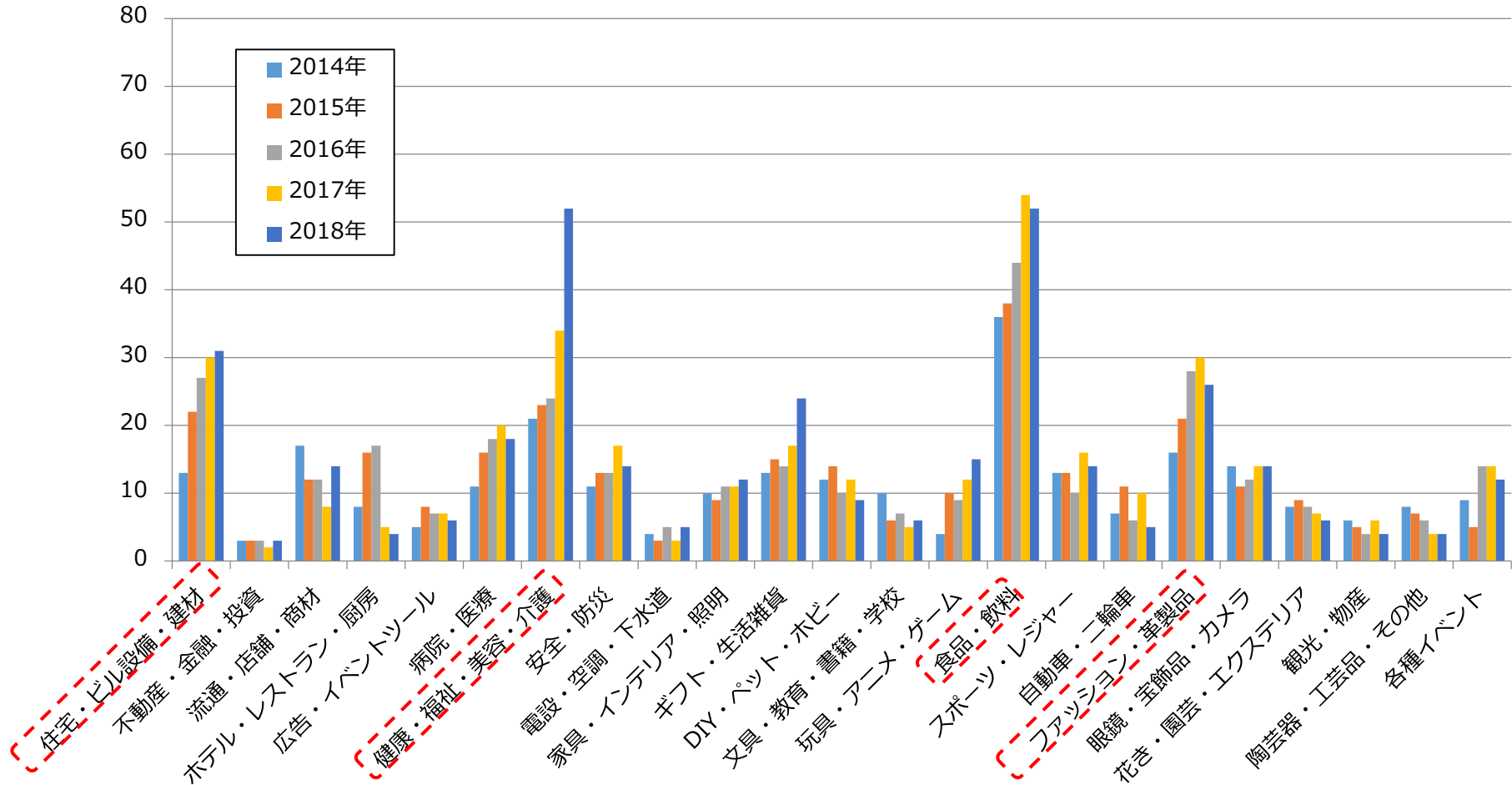


出所：見本市展示会通信（ピーオーピー）より作成

2. 国内外のMICE 市場の動向

消費財関連分野では、「食品・飲料」、「健康・福祉・美容・介護」、「住宅・ビル設備・建材」、「ファッション・革製品」の件数が多い。衣・食・住という生活必需品であることに加えて、ニーズの細分化により、これまで以上に展示会での効率の良い商品仕入にバイヤーが期待しているという側面もある。また「健康・福祉・美容・介護」については、高齢化に伴う需要の影響が大きいと考えられる。

消費財関連分野の開催件数の推移



出所：見本市展示会通信（ピーオーピー）より作成

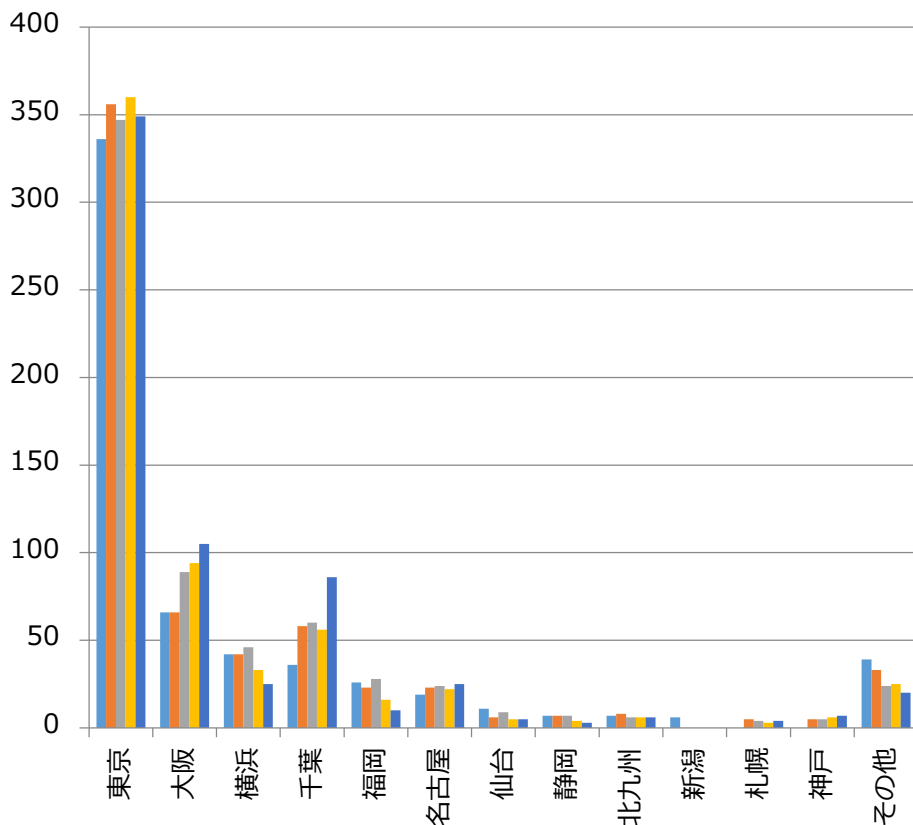
2. 国内外のMICE 市場の動向

5) 日本における展示会の都市別の開催動向

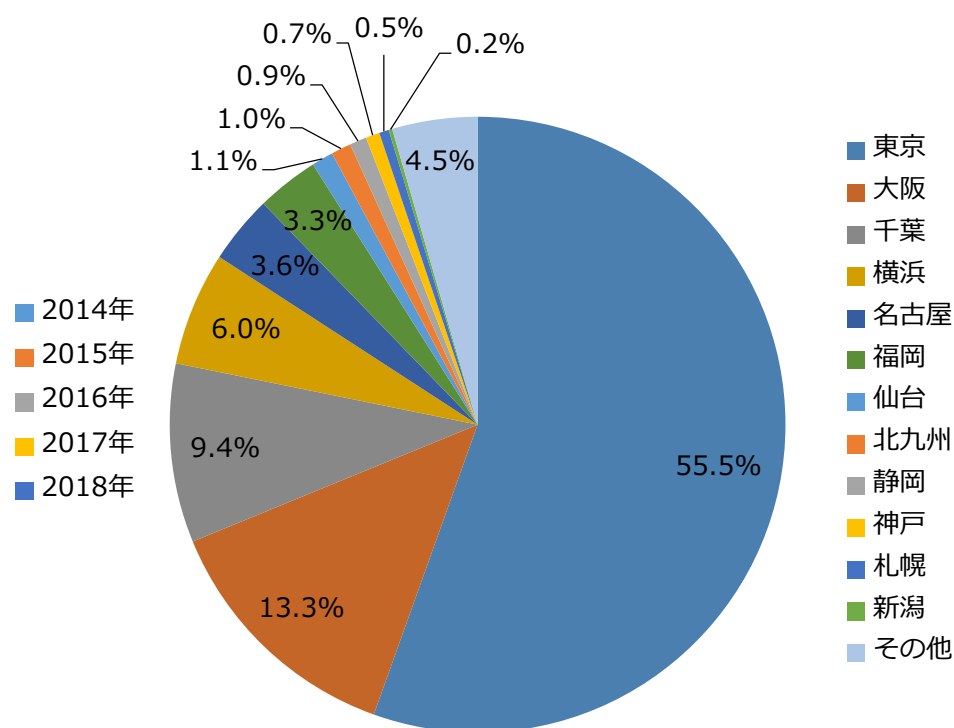
展示会（いわゆるBtoBの産業展示会を中心とした大型展示会）は都市別では東京での開催が50%を超え、首都圏の東京・千葉・横浜で約70%を占めている。東京を中心とした首都圏は、経済・産業の集積地であり、バイヤーや出展者が集まりやすいためと考えられる。一方で、東京や横浜での開催は、既存施設はリピーターによって稼働率が高く、新規展示会の入る余地がなく増加はしておらず、大阪が特に増加傾向にある。

またいわゆる大都市圏に開催が集中しており、地方都市での開催は数%程度となっている。

都市別の開催件数の推移



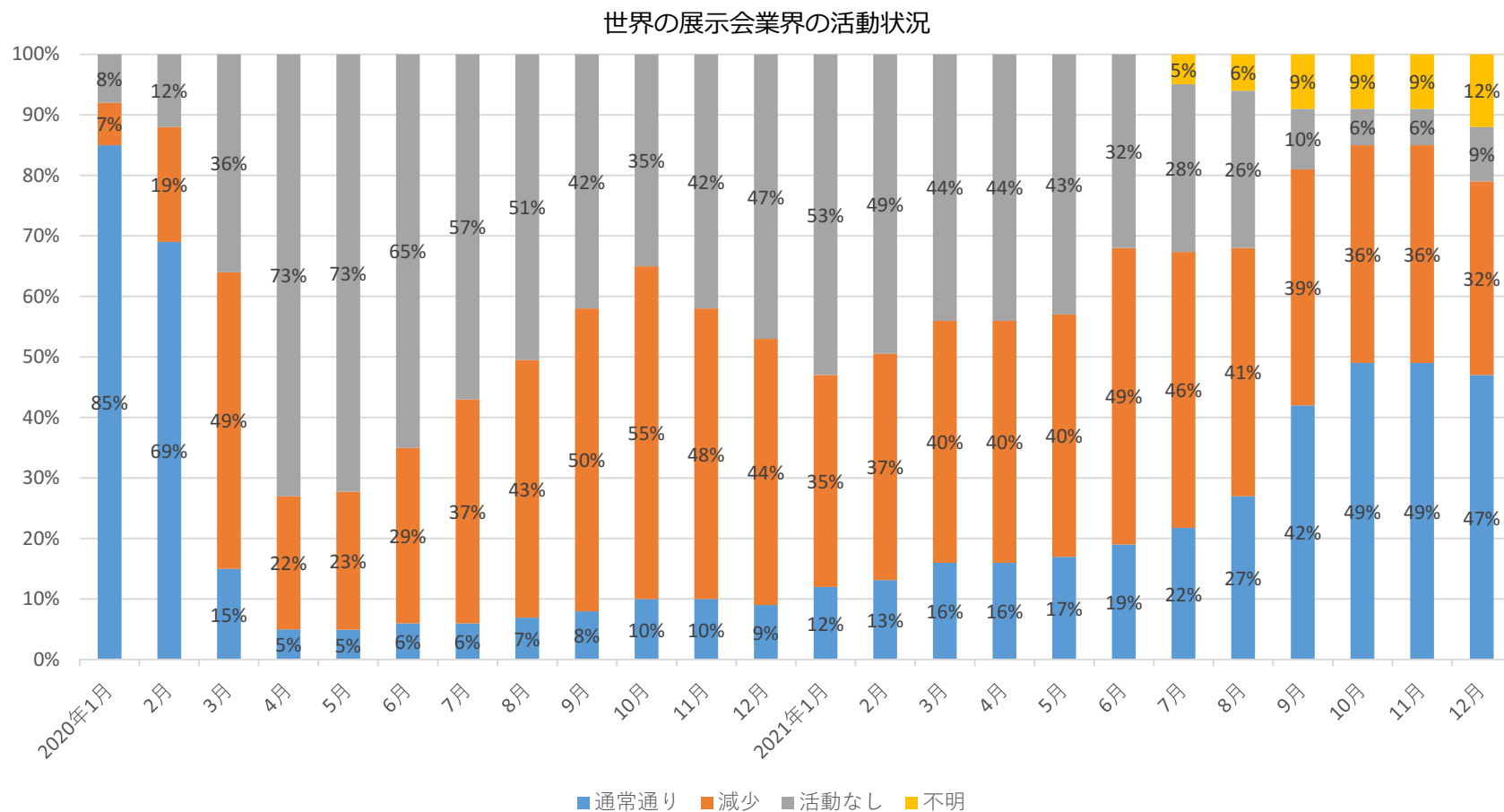
都市別の開催件数の比率



2. 国内外のMICE 市場の動向

6) 展示会へのコロナ禍の影響

UFIが世界の展示会に携わる企業に行った調査によると、2020年4月以降、Covid-19の影響により、展示会業界は大幅な活動減少を迎えたが、徐々に回復を見せ始め、2021年後半には予測ではあるが、約半数程度の企業が通常通りの活動状況に戻ると回答している。

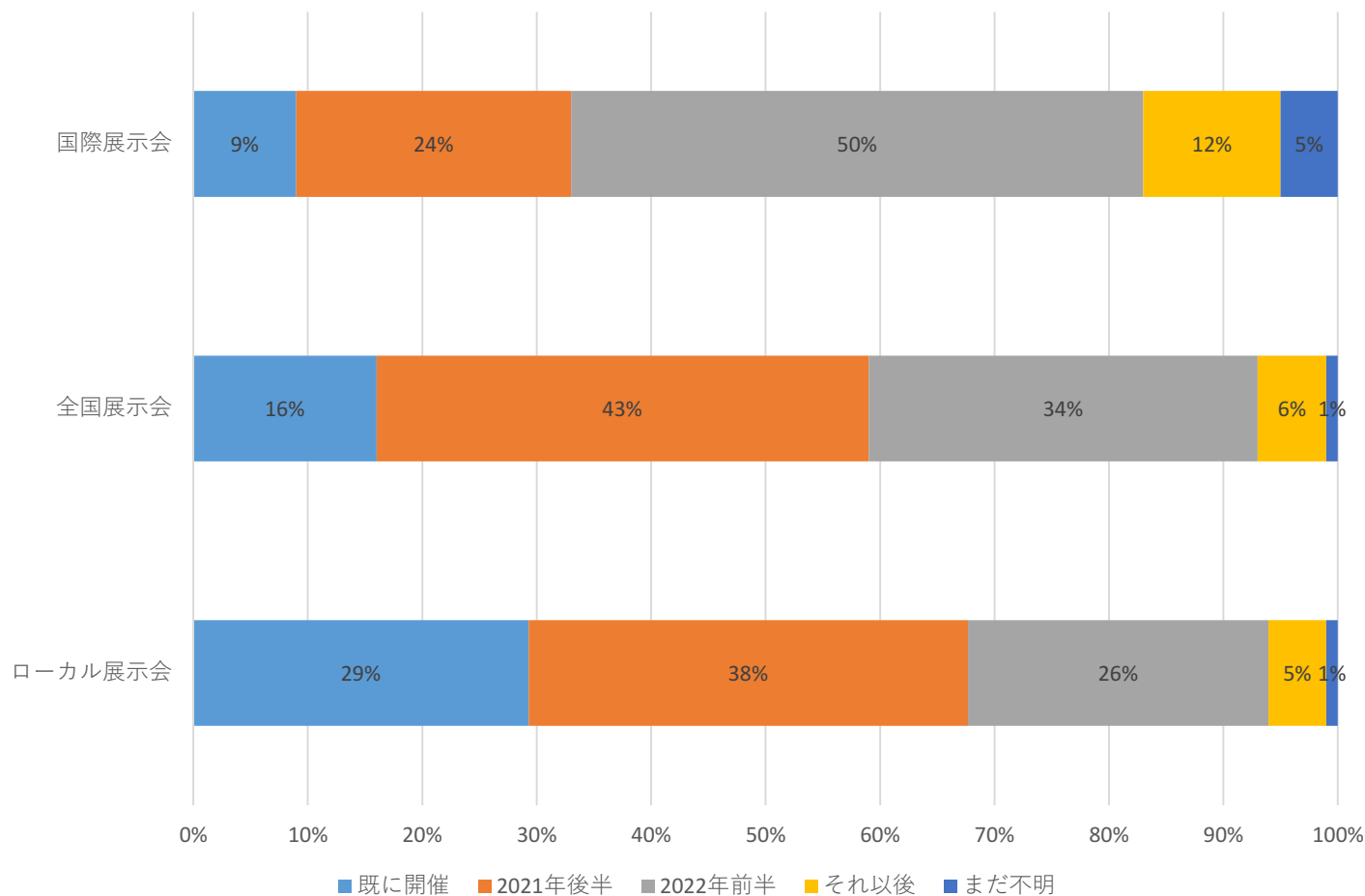


2. 国内外のMICE 市場の動向

展示会の再開時期については、いずれのカテゴリでも、2022年前半には8割～9割以上の展示会が再開される見込みであると、多くの事業者が予測をしている。

またローカル展示会については、既に3割程度が既に開催を再開しており、2021年後半には3分の2以上が再開する見込みであるとしている。

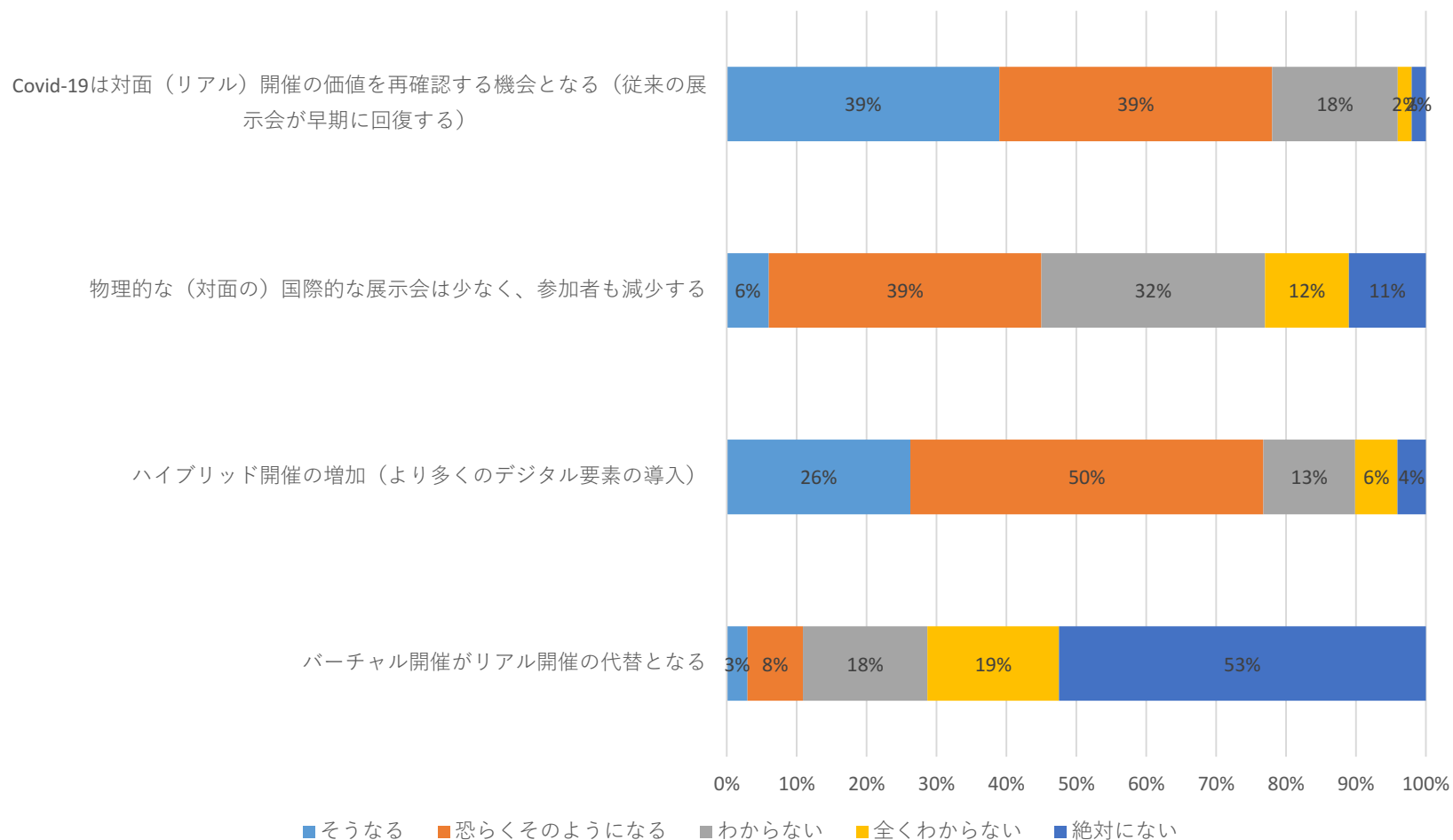
世界の展示会の再開時期の見込



2. 国内外のMICE 市場の動向

今後数年間の展示会の開催形式については、多くの事業者が対面イベントの価値が再認識されると考えており、ハイブリッド開催などデジタル要素の導入は進むものの、決してそれらがリアル開催の代替となるとは考えていないことが示されている。

今後数年間の展示会の形式



3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

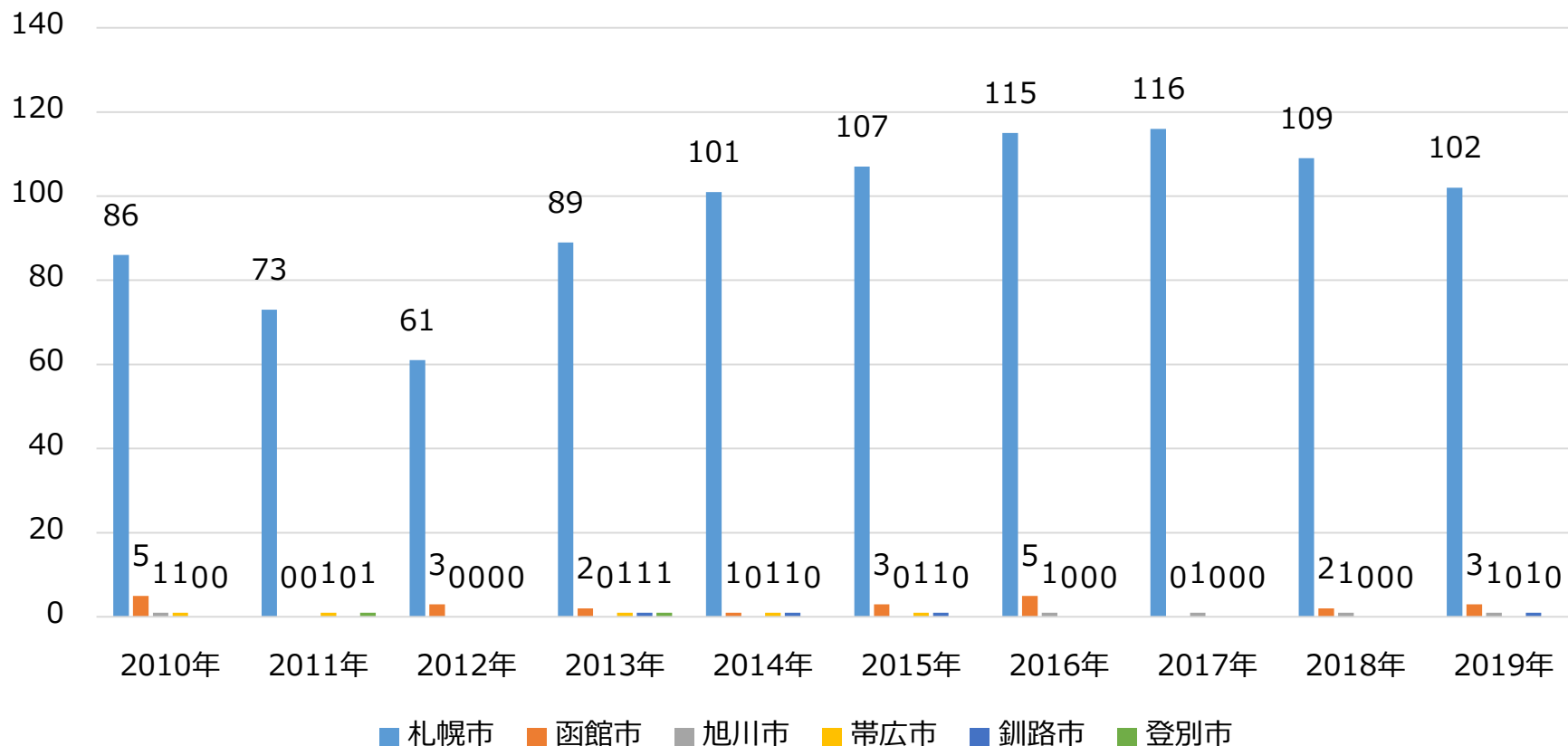
(1) 競合都市のMICE開催状況

1) 競合都市（北海道MICE誘致推進協議会加盟都市）の国際会議開催件数の推移

北海道の国際会議の開催件数は、多くが札幌市での開催によるもので、函館が年3件程度ずつ開催をしている状況で、その他の都市は、年によって開催があったりなかったりという状況である。

※北見市と苫小牧市はJNTO国際会議統計上には、開催件数の記録がなかった。

北海道MICE誘致推進協議会加盟都市の国際会議開催件数の推移

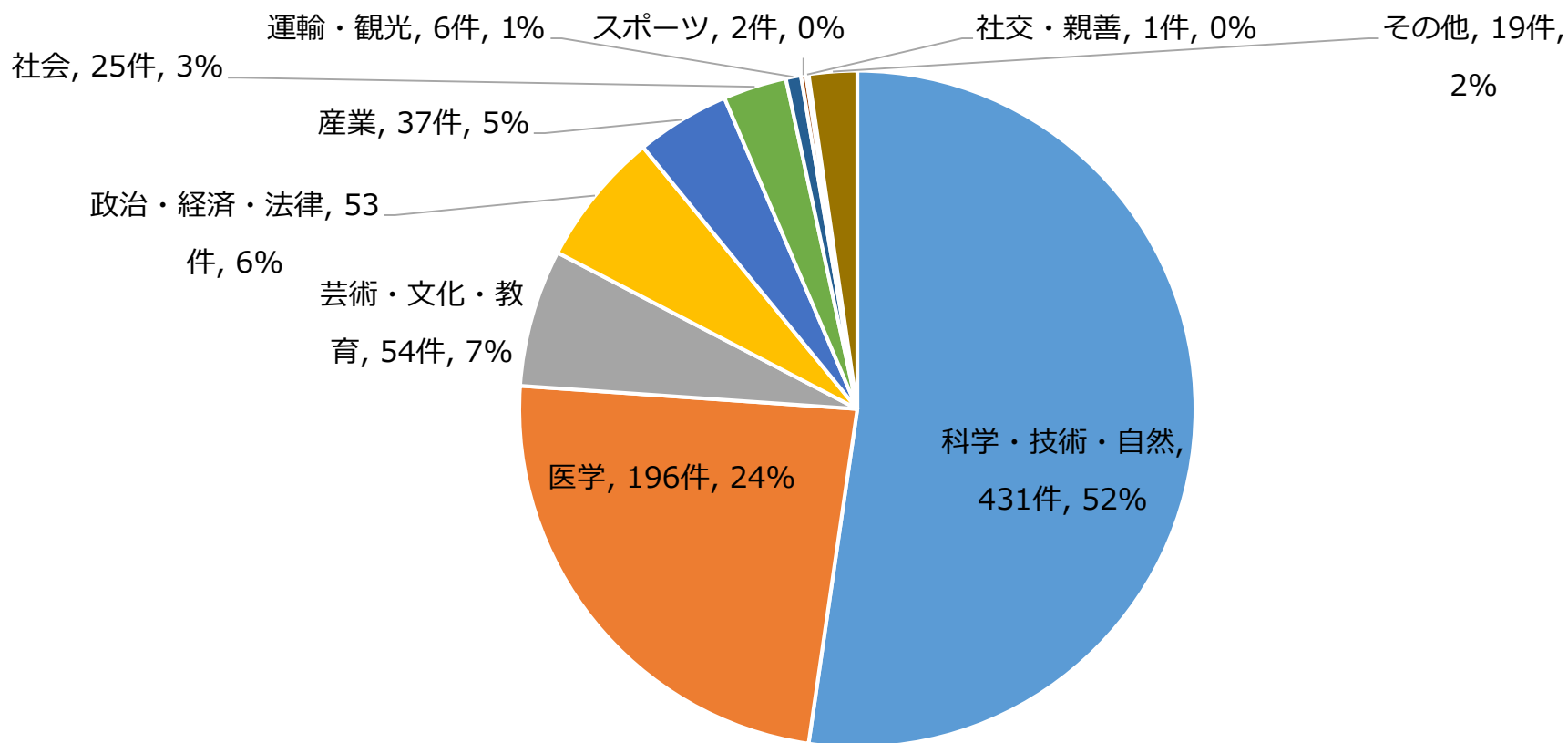


3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

2) 札幌市の分野別の開催比率

札幌市で開催された国際会議の分野別の比率をみると、ほぼ半数が「科学・技術・自然」の分野となっている。また「医学」の比率も1/4と、全体の傾向と比べても比較的高くなっている。

札幌市の分野別の国際会議開催比率



3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

3) 札幌市以外の競合都市の国際会議の開催状況

北海道の他都市での国際会議の開催事例は、札幌市と同様、多くが「科学・技術・自然」分野の、いわゆる理工学系の国際会議である。

一方で、「医学」はほとんど開催がない状況である。

また苫小牧市と親和性が高いと考えられる「産業」系の国際会議は、ほとんど開催の実績がない。

また規模感では、1000名未満の会議が多く、大規模なものはほとんどないことがわかる。

都市	会議名	分野	参加者総数
旭川市	第7回国際扁桃・粘膜免疫シンポジウム	医学	200
旭川市	第67回コロイドおよび界面化学討論会	科学・技術・自然	630
旭川市	ASEAN+3財務大臣・中央銀行総裁代理会議	政治・経済・法律	165
旭川市	10 Japan-China-Korea Joint Conference on MEMS/NEMS	科学・技術・自然	59
釧路市	釧路・生命倫理国際シンポジウム2013	医学	80
釧路市	第8回自動車リサイクラーズ国際会議 (IRT) 2014in釧路	産業	238
釧路市	東アジア・オーストラリア地域フライウェイ・パートナーシップ (EAAFP) 第8回パートナー会議	科学・技術・自然	104
帯広市	農研機構・北農研国際ワークショップ	科学・技術・自然	107
帯広市	第4回 精密農業アジア会議	科学・技術・自然	179
帯広市	第9回国際反芻動物生殖科学シンポジウム	科学・技術・自然	341
帯広市	第44回植物の新品種の保護に関する国際条約 (UPOV) 農作物技術作業部会	科学・技術・自然	57
登別市	第5回チューブハイドロフォーミング国際会議 (TUBEHYDR2011)	科学・技術・自然	78
登別市	第9回日中友好幾何学研究集会	科学・技術・自然	60
函館市	第2回世界料理学会 in HAKODATE	芸術・文化・教育	500
函館市	第2回国際サービスイノベーションデザイン会議	科学・技術・自然	100
函館市	市民講座「サステナビリティ水産科学の理論と実践」	科学・技術・自然	95
函館市	函館国際マリンバイオ・シンポジウム2010	科学・技術・自然	252
函館市	特別講義「フィッシング・ダウンとサステナビリティ水産科学」	科学・技術・自然	151
函館市	第3回世界料理学会 in HAKODATE	科学・技術・自然	500
函館市	国際幼児教育学会第33回大会	芸術・文化・教育	128
函館市	CIGRE国際電力システム会議	産業	78
函館市	第10回ヘテロ構造マイクロエレクトロニクスワークショップ	科学・技術・自然	113
函館市	第4回 世界料理学会 in HAKODATE	科学・技術・自然	1004
函館市	高温酸化・高温腐食国際シンポジウム2014	科学・技術・自然	154
函館市	第5回世界料理学会 in HAKODATE	その他	1204
函館市	第10回近接場光学に関するアジア太平洋会議	科学・技術・自然	230
函館市	国際頭足類シンポジウム並びにワークショップ (CIAC2015 HAKODATE)	科学・技術・自然	386
函館市	第18回マリンバイオテクノロジー学会大会	科学・技術・自然	214
函館市	AWAD2016	科学・技術・自然	159
函館市	IEEE A-SSCC2016 TPC Paper Selection Meeting	科学・技術・自然	105
函館市	第6回世界料理学会 in HAKODATE	その他	1204
函館市	第10回アジア水産音響学会年次大会	科学・技術・自然	115
函館市	第2回オーシャンノイズ・アジア大会	科学・技術・自然	102
函館市	第24回IEEE組込みシステム・実時間システムと応用に関する国際会議 ならびに第7回IEEE不揮発メモリスシステムと応用に関するシンポジウム	科学・技術・自然	150
函館市	CIGRE-IEC 2019 Conference on EHV and UHV (AC & DC)	科学・技術・自然	577
函館市	非線形解析と凸解析——最適化とその応用に関する国際会議	科学・技術・自然	300
函館市	PACLIC33国際大会	芸術・文化・教育	120

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

(2) 国内他都市のMICE施策等

1) 都市概要

① 道内他都市

都市名	都市概要
札幌市	北海道の知の拠点：ノーベル賞受賞者を輩出した北海道大学を始め、20を超える大学が集積する札幌圏。日本のビール発祥の地でもある札幌は観光地としても人気があり、北の拠点として国内外で高い人気を誇る開催地です。 都市と大自然が近接するロケーション：197万人が暮らす大都市でありながら、北海道の大自然と近接するロケーション。高度な都市機能のすぐそばで、豊かな自然を体感出来るMICE体験が可能。インセンティブ向けに雪を使ったチームビルディングやアクティビティも多数ご用意しています。 サステナブルな開催地を目指して：札幌は2008年洞爺湖サミットを契機として全国初の環境配慮型の学会支援をスタート。CSRを意識したチームビルディングメニューもイベントのニーズに応じて提案。レガシーを残すMICE開催を積極的に後押しします。
函館市	異国情緒あふれる観光都市：ミシュラン三つ星で知られる函館山の夜景、豊かな海産物を活かした食、そして歴史と異国情緒溢れる街並み。函館の成熟した観光都市の魅力はMICE開催地としても人気を集めています。水産業やAIの研究も盛んで関連学会も多く開催されています。 三つ星の夜景を生む景観：両端を海に囲まれるユニークな地形と、市内中心部に立地する函館山。自然と都市景観の調和が、函館の美を生み出しています。 豊かな自然を感じる近隣の大沼はリゾート地としても知られ、果物狩りなどのアクティビティも開催可能です。 充実したアクセスの北の玄関口：北海道新幹線開業に加え、函館市内に立地する空港からのアクセスも便利な、北の玄関口・函館。五稜郭外周ウォーキングや函館山登山など、歴史の魅力を活かしたチームビルディングも充実しており、ニーズに合わせたご提案が可能です。
旭川市	北北海道の拠点都市：北北海道の中核都市・旭川。会議施設や宿泊施設がコンパクトに集積され、国際空港である旭川空港は就航率99%以上。ラベンダーの富良野、美瑛の青い池、写真の街・東川など数々の景勝地に囲まれ、冬の海外からのスキー客で賑わう、北北海道の拠点都市です。 家具とデザインの街：豊かな自然環境や森林資源を活かし、家具や木材関連企業が集積する旭川。機能性とデザイン性を併せ持つ一大家具産地として知られ、家具のトリエンナーレ（IFDA）では世界から一流の家具職人が集まります。旭川デザインセンターはユニークベニューとして利用も可能です。 豊かな「食」の宝庫：旭川は大雪山連峰の伏流水の恵みと厳しい気候が高品質な農産物を育み、素材を活かした食品が数多く生産されています。国内有数の米どころ旭川の日本酒は全国的な知名度を誇り、有名な旭川ラーメンは、市内で150軒以上がしのぎを削っています。

出所：北海道MICE誘致推進協議会Webサイトより作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

都市名	都市概要
北見市	<p>挑戦の街：日本の地ビール発祥の地、北見。気鋭の精神から常に新たなチャレンジを続けています。ロコ・ソラーレの活躍で知られる常呂町ではカーリングのチームビルディングも可能。氷点下20度の野外で焼肉を楽しむ「北見厳寒の焼き肉まつり」など、世界でここだけの体験が可能です。</p> <p>北の果てのリゾート：北の果てのリゾートであり、日本最大の汽水湖であるサロマ湖。基重な植物の宝庫であるワッカ原生花園は北海道遺産に登録され、夕景の素晴らしさでも知られています。恵まれた研究環境から海洋関係の研究者が国内外から訪れることで注目を集めています。</p> <p>快適な気候と道東観光の拠点：北見はオホーツク圏に位置しており晴天率が高く、湿度の低い夏は学会のベストシーズンです。オホーツク圏の中核都市でもあり、知床、網走、紋別、釧路、阿寒、屈斜路も日帰り観光が可能。アフターコンベンションも充実しています。</p>
釧路市	<p>二つの国立公園がある街：釧路市は「釧路湿原国立公園」、「阿寒摩周国立公園」の二つの国立公園に囲まれた珍しい都市で、国内随一の自然環境の中でMICEの開催が可能です。豊富な水産物や農産物があり、夕日の美しさでも知られています。</p> <p>アウトドアとアドベンチャー：夏の最高気温の平均が21度程度と涼しく快適釧路。釧路湿原をはじめ、自然に囲まれたゴルフコースも人気。リゾートとして知られる阿寒湖にはアイヌコタンがあり、アイヌ文化を活かしたアドベンチャー・ツーリズムも盛んです。</p> <p>ひがし北海道の中核都市：釧路は徒歩10分圏内に複数のMICE施設が立地する利便性が高い都市です。周辺にはタンチョウ鶴が飛来する鶴居村や、神の湖としてアイヌに親しまれた摩周湖など、純粋な自然の魅力にあふれており、日帰りでの行き来が可能です。</p>
帯広市	<p>農村景観の中でのリアルな体験を：壮大なグリッドパターンの農村風景が印象的な十勝。良質な食材を使った絶品グルメや農家での収穫・料理体験など、五感を使った本物の体験が可能です。</p> <p>雄大な自然空間を活用したMICE提案：広大な十勝平野に位置する帯広には、のどかな田園風景や豊かな自然景観が広がっています。ポロシリキャンプ場では、グランピングでの屋外会議も開催可能であり、広大な緑地や公園を活かしたアウトドア会議をご提案します。</p> <p>開拓精神が根付く十勝エリア：日本初の民間ロケットの打ち上げが行われた大樹町では、サスティナブル住宅を活用した宿泊施設や、隈研吾氏など前衛建築が点在。新たな価値観を生み出すMICE開催地として最適です。</p>
登別市	<p>五感で感じる大自然のパワー：爆裂火口跡の「地獄谷」、源泉から湧き出た湯で作られた「大湯沼・奥の湯」、夜には満天の星空の下、耳をすませば温泉の湧き出る音が聞こえ、大自然のパワーを五感で感じられるMICE開催地です。</p> <p>北海道を代表する良質な温泉街：全て自然湧出の天然温泉によって賄われる、日本でも非常に希少な温泉地「登別温泉郷」。自然の中でのアクティビティも豊富で、ミシュランガイドの最高評価、5レッドパビリオンを獲得した滝乃家など、質の高い宿泊施設が揃っています。</p> <p>便利なアクセスを持った立地：登別は新千歳空港から車で1時間と、北海道内でもアクセスが便利です。周辺には「洞爺湖有珠山ジオパーク」や鉄の街・室蘭、そして中心地・札幌もほど近く、登別を拠点に魅力的なコースを組むことができます。</p>

出所：北海道MICE誘致推進協議会Webサイトより作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

②道外他都市




都市名	都市概要
富山市	富山県は3大都市圏からほぼ等距離にあります。北陸新幹線で富山ー東京間が2時間8分で結ばれ、富山きときと空港には、東京、札幌からの国内線や上海、台北、大連、ソウルからの国際線が就航しており、国内外から便利なアクセスとなっています。北陸新幹線が敦賀まで延伸すると、関西圏、中京圏などからのアクセスが飛躍的に向上します。県内には「立山黒部アルペンルート」「世界遺産五箇山合掌造り集落」など国際的な観光地をはじめ、歴史ある名刹や街並み、現代的な美術館など見どころは尽きません。さらに「国際会議観光都市」として国の認定を受けた富山市をはじめ、一円にさまざまな規模と機能を備えた低料金の会議施設が数多く整備されているほか、県・市町等の充実した支援制度があります。
金沢市	「加賀百万石の城下町」金沢は、藩政期の風情を随所に残しています。兼六園や金沢城、長町武家屋敷、三茶屋街といった伝統的な街並みに加え、金沢21世紀美術館や近江町市場などのさまざまな観光名所を有しており、さらに金沢の食文化や伝統芸能は、コンベンション参加者の皆さまを惹きつける要素となっております。アクセス面では、2015年3月に北陸新幹線が開業し、東京～金沢間が約2時間30分に短縮されました。また大阪・名古屋いずれからも約2時間30分でアクセスできます。また、2020年には金沢港クルーズターミナルや金沢城公園鼠多門・鼠多門橋が整備され、コンベンション開催時のユニークメニューとしても活用できます。開催助成金制度なども含めた多彩な支援メニューとおもてなしの心で皆さまをお迎えいたします。
大津市	母なる湖、緑豊かな山々、びわ湖。大津日本最大の湖、びわ湖。滋賀県全土の1/6の面積を占め、古くから人々の暮らしを守り、古都を育んできました。周囲に抱く山々は「近江八景」として浮世絵のモデルとなり、美しい景色を生み出します。春には桜が咲き乱れる社寺仏閣をめぐり、夏には山の上からの絶景を眺め、びわ湖でマリンスポーツを秋には湖上から360度紅葉に染まる山々を眺め、冬にはウインタースポーツを満喫する。豊かな自然と歴史的文化遺産を誇る大津で皆様をお持ちしております。大津市は、京都からJRで2駅9分、大阪から40分と都市圏からのアクセスが大変便利です。また、関西空港から90分程度、大阪国際空港（伊丹空港）から80分程度でアクセスでき、海外からお越しの方にストレスを与えません。
松江市	島根県出雲地方は古来より日本の神々が集う地と言われていました。出雲地方の中心である県都松江市は「国際会議観光都市」に認定されており、毎年多くの国内外のコンベンションが開催されています。交通アクセス、宿泊施設、会議施設等、環境も整っておりさまざまなコンベンションに対応できます。主催者に対する支援制度も充実しており、中でも補助金の金額は全国でもトップレベルを誇ります。「出雲大社」や「松江城」などエクスカーションの題材にも事欠きません。風光明媚な情緒あふれる松江市でコンベンションをお考えになってみませんか。
長崎市	観光と経済の拠点が、中心市街地に集約されたコンパクトシティ、長崎。開催施設だけでなく、街全体がひとつのコンベンション会場ともいえるユニークなロケーションは独特の地形や歴史的な背景によって育まれてきた、他の都市にはない、長崎ならではの魅力です。鎖国の時代、西洋に開かれた唯一の窓口であった、長崎・出島。多様なヒト、モノ、文化を受け入れ、交流の中から新たな価値を創造してきた長崎は各種大会、イベント、コンベンションの開催地としてふさわしい新しい時代の交流拠点としての魅力とポテンシャルに溢れた観光MICE都市です。
佐世保市	世界文化遺産と日本遺産、世界で最も美しい湾のある街、佐世保。佐世保市は、市面積約364km ² 、人口約25万人の街です。佐世保駅を中心にハウステンボスや九十九島パールシーリゾートまで車で約20分。コンベンション施設アルカスSASEBOは佐世保駅から徒歩約3分の場所に位置しており、アクセスが非常に便利です。全国でも有名な「佐世保バーガー」や佐世保発祥と言われる「レモンステーキ」、「海軍さんのピーフシチュー」、小ぶりですが、濃厚なおいしさの「九十九島かき」など海の幸、山の幸ともにお楽しみいただけます。
沖縄県	沖縄は国内唯一の亜熱帯海洋性気候に属し、年間の平均気温が約23度と暖かく、秋から春にかけての過ごしやすい気候は、MICE開催に最適です。沖縄へは国内29路線および海外19路線の豊富な航空便が就航し、特にアジア主要都市からダイレクトに来ることができる、優れたアクセス環境が魅力です。また「沖縄コンベンションセンター」や「万国津梁館」をはじめ、都市型からリゾート型まで、豊富なMICE開催の実績を持った施設が揃っています。

出所：JNTO MICE Webサイト「開催都市を探す」または各都市Webサイト等より作成




3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

2) 北海道内他都市の主要MICE施設

①札幌市

施設名称	札幌コンベンションセンター					
住所	札幌市白石区東札幌6条1丁目1-1					
アクセス	東札幌駅徒歩約8分					
規模	貸室面積合計	5,697㎡	最大会場面積	2,607㎡	最大室数	21室
施設概要	札幌のコンベンション施設の中核として数多くの国際会議・イベントが開催される、延べ床面積約20,000㎡の総合型コンベンションセンター。緑豊かな公園に隣接し、地下鉄の足まわりが良く市内中心部からのアクセスもスムーズ。パブリックスペースはゆったりとした広さを誇り、エレベータの混雑とも無縁。最大2,500名収容の大ホールをはじめ、4つのホール、15の会議室を持つ大型施設でありながら、コンベンション誘致のサポートからスケジューリングや広報、会場デザイン、警備、ケータリングなど、実施に関するきめ細かなサービスにも定評がある。					




②函館市

施設名称	函館アリーナ					
住所	函館市湯川町1-32-2					
アクセス	市電函館アリーナ前徒歩約3分					
規模	貸室面積合計	5,498㎡	最大会場面積	2,860㎡	最大室数	13室
施設概要	函館空港・函館駅からアクセス良好な函館・湯の川地区に各種スポーツ大会やコンサート、大規模なコンベンションが開催できる多目的施設です。メインアリーナは最大約5,000人を収容でき、多目的会議室、スタジオのほか隣接する市民会館の利用により、多様なセッションにも対応可能です。					




出所：JNTO Webサイト、各施設及び所管自治体Webサイト等より作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

③旭川市

施設名称	旭川市民文化会館			  		
住所	旭川市7条通9丁目					
アクセス	旭川駅徒歩約15分					
規模	貸室面積合計	4,061.76㎡	最大会場面積	1,548㎡ (人)	最大室数	12室
施設概要	市内中心部にあり、1,548席（うち車椅子席2席）の大ホール、318席の小ホール、598㎡の展示室の他、大小の会議室など、各種文化催事と中心に、人数に合わせた各種大会、集会、会議などに利用されています。隣接するホテルとの併用開催では特に学会関係者から好評を博しております。					




④北見市

施設名称	北見芸術文化ホール			  		
住所	北海道北見市泉町1丁目3-22					
アクセス	北見駅徒歩約3分					
規模	貸室面積合計	1,520㎡	最大会場面積	576㎡ (人)	最大室数	9室
施設概要	市民の自主的な芸術・文化活動や舞台芸術・音楽鑑賞の場として利用されている、オホーツク圏の芸術・文化の拠点施設です。室内楽や小編成オーケストラの演奏に最適な「音楽ホール」や演劇、ミュージカル、講演会など幅広い活動に利用されている「中ホール」のほか、各種リハーサル室、練習室、茶室を備えており、各種イベント、サークル活動、講演会、高齢者大学の活動など幅広い目的で利用されています。					




出所：JNTO Webサイト、各施設及び所管自治体Webサイト等より作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

⑤ 釧路市



施設名称	釧路市観光国際交流センター					
住所	旭川市7条通9丁目					
アクセス	旭川駅徒歩約15分					
規模	貸室面積合計	2,406.9㎡	最大会場面積	1793.49㎡	最大室数	11室
施設概要	JR釧路駅から約1km、徒歩約10分の市内中心部に立地し、周辺にはコンベンション施設を備えたホテルや釧路市生涯学習センター、釧路市交流プラザさいわい等のMICE施設も点在していますので、分科会や懇親会の会場確保も容易です。また、全室Wi-Fiがご利用いただける上、有線接続も一部を除き可能です。					

⑥ 帯広市

施設名称	ホテル日航ノースランド帯広					
住所	北海道帯広市西2条南13丁目1番地					
アクセス	帯広駅直結					
規模	貸室面積合計	1,585㎡	最大会場面積	974㎡	最大室数	8室
施設概要	十勝圏の玄関口JR帯広駅に隣接した絶好のロケーションに大地のリゾートのくつろぎ感を演出したやすらぎと感動のホテル、ホテル日航ノースランド帯広。十勝圏のビジネス・観光・文化・交流の拠点として、皆様をお迎えいたします。					

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

⑦登別市




施設名称	登別市民会館					
住所	登別市富士町7丁目33番地1					
アクセス	幌別駅徒歩約15分					
規模	貸室面積合計	不明	最大会場面積	700㎡（人）	最大室数	5室
施設概要	登別市民会館は、市民の文化教養の向上及び福祉の増進を図ることを目的に設置されています。					

出所：JNTO Webサイト、各施設及び所管自治体Webサイト等より作成




3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

3) 全国他都市の主要MICE施設

①富山市

施設名称	富山国際会議場			  		
住所	富山市大手町1番2号					
アクセス	市電国際会議場前徒歩すぐ					
規模	貸室面積合計	1,692㎡	最大会場面積	825㎡ (人)	最大室数	10室
施設概要	富山市の中心部、大手モールを軸に、富山国際会議場や富山市民プラザ、ANAクラウンプラザホテル富山、富山城址公園が点在する大手町界隈はMICEの心臓部。当会議場で開催されるコンベンションを中心に分科会やポスターセッション、懇親会、イベントが企画できるなど、大手モール一帯を組み入れたコンベンションも展開できます。					




②金沢市

施設名称	石川県立音楽堂			  		
住所	金沢市昭和町20-1					
アクセス	金沢駅徒歩約1分					
規模	貸室面積合計	2,687㎡	最大会場面積	1,560㎡ (人)	最大室数	3室
施設概要	オーケストラ・アンサンブル金沢の本拠地。クラシック専用のコンサートホール、廻り舞台等を備えた邦楽ホール、多目的使用の交流ホールの3つのホールがある音楽文化施設です。ANAクラウンプラザホテル金沢、ホテル日航金沢などの金沢駅前のホテルと一体的に利用することで、大規模なコンベンションにも対応できます。					




出所：JNTO Webサイト、各施設及び所管自治体Webサイト等より作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

③大津市

施設名称	びわ湖大津プリンスホテル					
住所	大津市におの浜4-7-7					
アクセス	大津駅バス約10分					
規模	貸室面積合計	5,307㎡	最大会場面積	2,940㎡	最大室数	21室
施設概要	びわ湖を眼下に地上136m高層38階建ての客室から四季折々の眺望をお楽しみいただけます。和・洋・中・ブッフェなどバラエティー豊かな季節の味をふんだんに取り揃えた7つのレストランをご用意しております。国内最大級のコンベンションホール「淡海（おうみ）」は、9室の部屋を合わせて利用できるホールとして、2,940㎡の広さをもっています。					

④松江市

施設名称	島根県立産業交流会館（くにびきメッセ）					
住所	松江市学園南1丁目2番1号					
アクセス	松江駅徒歩約7分					
規模	貸室面積合計	6,557㎡	最大会場面積	4,018㎡	最大室数	24室
施設概要	島根県立産業交流会館（くにびきメッセ）は、展示場・会議室の両方を備えた山陰最大規模を誇るコンベンション施設です。平成5年10月にオープンして以来、コンベンション、展示会、各種イベント等、様々な催し物を開催しております。					

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

⑤長崎市

施設名称	出島メッセ長崎					
住所	長崎市尾上町4-1					
アクセス	長崎駅徒歩すぐ					
規模	貸室面積合計	8,920㎡	最大会場面積	3,800㎡	最大室数	30室
施設概要	専用の展示場が無い長崎市では、初となる約3,800㎡のイベント・展示ホール。そして、約2,700㎡の平土間型のコンベンションホールは、4分割利用が可能で、フレキシブルに利用いただけます。また、20㎡から600㎡まで、大中小様々なタイプの会議室を24室配置し、大型MICEから小規模研究会まで、あらゆるニーズへ対応可能。					






⑥佐世保市

施設名称	アルカスSASEBO					
住所	佐世保市三浦町2-3					
アクセス	佐世保駅徒歩3分					
規模	貸室面積合計	3,980.1㎡	最大会場面積	2,000㎡ (人)	最大室数	16室
施設概要	長崎県内最大のコンベンション施設『アルカスSASEBO』。最新設備を整えており全体会議から分科会まで用途に応じてご利用いただけます。2,000人収容の大ホールでは、400インチの大画面が利用でき、中ホールは、シンポジウム・講演会等に最適。また、可動式座席でフラットフロアの利用可能なイベントホールは、パーティーや機器の展示に最適です。その他、大小の会議室を備えて、コンベンション開催をサポートします。					



3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

⑦ 沖縄県

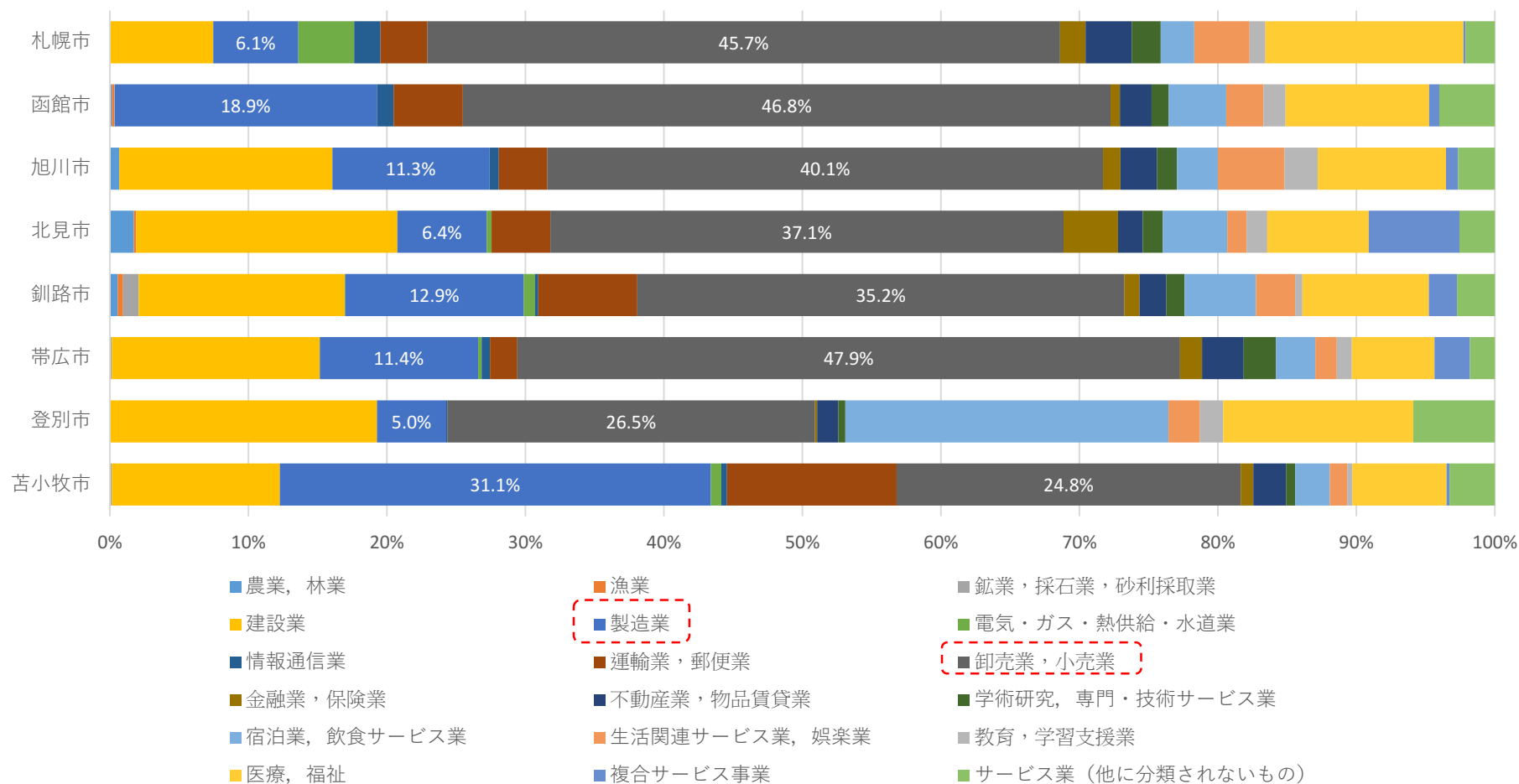
施設名称	沖縄コンベンションセンター					
住所	沖縄県宜野湾市真志喜 4-3-1					
アクセス	那覇空港からバス約50分					
規模	貸室面積合計	5,736㎡	最大会場面積	2,500㎡	最大室数	13室
施設概要	亜熱帯の自然が心地よいリゾートMICEエリアに位置し、展示場、劇場、会議場、分科会場など複数の機能を複合した県内最大規模のMICE施設です。参加者が笑顔で元気になれる場所を目指して、専門のコーディネーターがきめ細かいサービスを提供。あらゆるMICEのニーズに応えるサポート体制や、バックアップ機能も充実しています。					

出所：JNTO Webサイト、各施設及び所管自治体Webサイト等より作成

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

4) 北海道内の都市の産業特性（売上高）

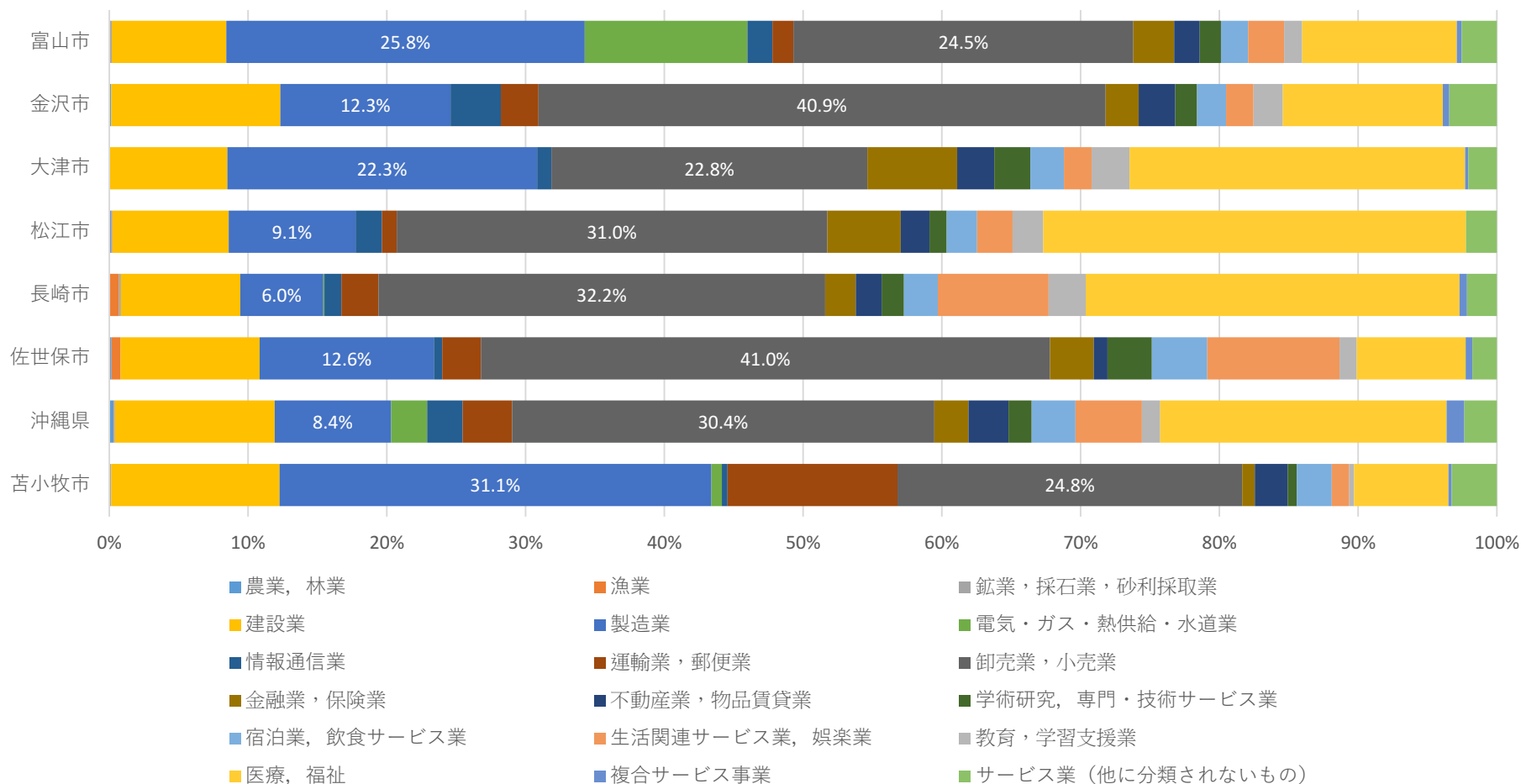
道内のMICE誘致推進都市の産業特性を比較したところ、特に苫小牧市の特徴的な部分としては、他都市に比べて製造業の比率が極めて高く、逆に卸売業・小売業が少ないという傾向にある。製造業系の企業立地が多く、都市の大きな特徴になっていると言える。また、海運産業が盛んなことから、運輸業の比率が高いことも他都市にはない特徴と言える。



3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

5) 国内他都市の産業特性（売上高）

国内の他のMICE誘致推進都市の産業特性との比較でも、製造業の比率が高く、逆に卸売業・小売業が少ない点は変わらない。また、海運産業が盛んなことから、運輸業の比率が高いことも同様である。道内での比較では顕著ではなかったが、医療、福祉系の比率が他都市に比べると低い傾向にあると言える。



3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

6) 北海道内他都市のMICE誘致の取り組み

都市名	主な誘致ターゲット	誘致組織 (窓口)	助成金	誘致活動	その他
札幌市	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 主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー 国内外に向けた PR 効果の高い政府系国際会議 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	公益財団法人札幌国際プラザ(札幌コンベンションビューロー)	上限1300万円(対象はコンベンションのみ、道市合計) 別途インセンティブツアーに関するサポート制度有	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)、FAMトリップの受入、IMEX(フランクフルト)への出展、IBTM(バルセロナ)への出展、ICCA関連行事への参加、海外インセンティブセミナーへの参加(JNTO等が主催)、海外旅行代理店へのダイレクトセールス、国内外へのMICE主催者へのダイレクトセールス	コンベンションボランティア制度を持ち、研修等を実施している
函館市	コンベンションが中心。特にここだて未来大学と連携して、工学系の会議を積極的に誘致している。	一般社団法人函館国際観光コンベンション協会	上限200万円(対象はコンベンションのみ、道市合計、3,500名以上の場合は、別途市長の定める額を助成)	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)、その他函館市職員と協力しながら主催者への直接営業等を実施	
旭川市	積極的な誘致支援対象は、国際・全国・全道規模の学会・大会等(コンベンション)が中心。企業コンベンションという言い方で一部市外に本店がある企業が行う会議も対象にしている。また産業視察の紹介をしている。	一般社団法人旭川観光コンベンション協会	上限40万円(道市合計) 令和5年度より10万円を上限に企業会議に対応する助成金を設定予定	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)、国内及び地元主催者への直接訪問、旅行エージェントとの誘致促進・協力活動、7都市情報懇談会(旭川市、秋田市、前橋市、岐阜市、松山市、姫路市、鹿児島市)による誘致活動	
北見市	特にターゲットが設定されている様子は無いが、基本的にはコンベンションを支援の対象としている。	一般社団法人北見市観光協会及び北見市観光振興室	上限110万円(対象はコンベンションのみ、道市合計)	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)	
釧路市	コンベンションを対象に開催支援サービスを展開。助成金等も基本的にはコンベンションのみ。	一般社団法人釧路観光コンベンション協会	上限200万円(対象はコンベンションのみ、道市合計)	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)、フォローアップセールスの実施	
帯広市	特に明確なターゲットが設定されている様子は無いが、基本的にはコンベンションを支援の対象として案内されている。	一般社団法人帯広観光コンベンション協会	なし	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)	
登別市	特にターゲットが設定されている様子はなく、Webサイト上にもMICEに関する特定の案内ページはない。	一般社団法人 登別国際観光コンベンション協会	なし	北海道MICE誘致推進協議会が関連する誘致イベントへの出展・参加(IMEや商談会等)	

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

7) 国内他都市のMICE誘致の取り組み

都市名	主な誘致ターゲット	誘致組織 (誘致主体)	助成金	誘致活動	その他
富山市	医学系学会・経済団体等の大型コンベンションや先進国首脳会議をはじめとする国際会議等の開催実績を有しており、今後も各学会、団体等へ富山市開催のメリットをアピールし、国際規模、全国規模会議をはじめMICE全般の誘致を強化していく。	公益財団法人富山コンベンションビューロー	上限1300万円(県市合計) 別途企業イベントへの助成も有	IMEへの出展、中部コンベンション連絡協議会が実施する都内での合同誘致活動への参加、コンベンション主催団体・大学等への直接誘致活動、- IMEX Frankfurtへ出展	コンベンションボランティア制度を持ち、研修等を実施している、富山型MICE塾を開催しステークホルダーの育成を実施
金沢市	「全国規模の学会や世界クラスの大会」の誘致を推進	公益財団法人金沢コンベンションビューロー	上限1200万円(対象はコンベンションのみ、県市合計)	IMEへの出展、地元の大学を中心に主催者への直接誘致活動を実施、県内視察旅費補助を活用した招聘を実施、大学や地元関係者向けにオンラインで開催支援の説明会を実施、全国の旅行会社へのプロモーションを実施、VISIT JAPAN Travel Martへ出展、JNTOが実施する海外商談会へ参加(インドネシア、マレーシア、台湾)、インセンティブ誘致の取り組み強化を実施	観光庁の「海外からのインセンティブ旅行誘致に関わるコンベンションビューロー等機能高度化事業」に選定
大津市	医学、自然科学及び理工学の分野の中小規模の国際会議や学会・大会などのコンベンションを主たる対象に、企業イベントを従たる誘致対象とする。	大津市MICE推進室	上限400万円(対象はコンベンションのみ、県市合計)	IMEへの出展、JNTOのプロモーション事業であるバーチャル視察動画事業へ参加(https://www.japanmeetings.org/virtualvisit/)、市内大学等のキーパーソンへの直接セールスを実施	20年度よりMICE推進室を立ち上げ、MICE誘致の取り組みを開始した自治体
松江市	これまでではコンベンションに注力してきた自治体だが、新たに国内外企業のインセンティブ(報奨旅行)誘致などの推進が掲げられた(観光産業のバージョンアップ・インバウンド強化プロジェクトとして)	一般財団法人くにびきメッセ(松江コンベンションビューロー)	上限1,000万円(対象はコンベンションのみ、県市合計)	IMEやMeet Japanといった国や関連団体が主催する誘致事業へ出展(参加)、独自のキーパーソン招請事業も行い、ファミトリップなどを実施、海外の国際会議商談会等にも参加(2021年にはオンラインでシンガポール等)、首都圏の誘致ターゲットに対しても直接セールスを実施	くにびきメッセファンクラブという過去に島根県で開催した主催者との交流会組織がある
長崎市	長崎大学の研究の強み・特徴を活かした分野(熱帯医学、放射線医学、海洋科学)や被爆の実相を広く伝える取組みを強みとして活かした分野(平和関係)など、他都市との差別化が可能な長崎の強みや特色を活かし、経済効果が高く、都市ブランドの向上につながる誘致ターゲットを設定し、誘致を展開。	一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会(DMO NAGASAKI)	上限310万円(対象はコンベンションのみ)	IMEやMeet Japanといった国や関連団体が主催する誘致事業へ出展(参加)、各種MICE関連メディアへの広告掲載などを積極的に実施、大学等の地元関連団体のほか首都圏や福岡の誘致ターゲットに対しても直接セールスを実施、海外商談会への出展も検討していたがコロナ禍により見合わせ	地元の金融機関と連携して、MICE関連人材育成のためのスクールを実施 観光庁コンベンションビューロー機能高度化事業の対象に選定
佐世保市	特定のターゲットは示していないが、コンベンション(学会・大会等)に対して助成金等が設定されている。	公益財団法人佐世保観光コンベンション協会	上限300万円(対象はコンベンションのみ)	特段積極的な誘致活動をしている様子は確認できない	
沖縄県	特定のターゲットではなく、MICE全般について、全方位的に誘致を展開している。	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー	上限1,000万円 別途企業イベントへの助成も有	IMEやMeet Japanといった国や関連団体が主催する誘致事業へ出展(参加)、海外のインセンティブ商談会への参加、キーパーソン招聘の実施、国内外のキーパーソンへの直接訪問セールスの実施、国際的な展示会への出展、	沖縄MICEトレーニングプログラムを実施し人材育成を行っている。

3. 国内外の MICE 誘致推進都市 の取組事例

8) 国内他都市のMICEによるまちづくりの例

都市名	環境整備の例	コンテンツ開発の例	まちとMICEの連携 (MICEと関連する都市計画)	産官学連携	スポーツ誘致
札幌市	地元事業者と連携したユニークベニュー開発の実施	地元事業者と連携したチームビルディングプログラム開発の実施	新たなMICE施設の整備計画があり(延期中)	北海道大学と札幌市でまちづくり全般に関する包括連携協定を締結。	スポーツコミッション事業を札幌国際プラザが所管している
富山市	飲食店等での外国語メニューの整備など受入環境整備、ユニークベニューガイドブックを作成しユニークベニューを体系化		富山おでかけMICEアプリを開発し、街への回遊促進をはかる(平成24年度)	アプリを富山県立大学を中心とした共同事業体と共同開発、富山県・富山市とも富山大学と包括連携協定を締結している	富山県中山間地域対策課が合宿誘致をしている。富山市は商工労働部観光政策課が担当(MICEと同部署)
金沢市	観光政策全般として積極的な受け入れ環境整備を実施している		ポケットサイズのガイド冊子「コンベンションナビ」を作成し、回遊を促進している。	金沢市と金沢大学で包括連携協定を締結。学内でMICE支援の説明会等を開催している。	金沢文化スポーツコミッションが担当。
大津市			びわ湖コンベンションストリート活性化協議会を立ち上げ、実証事業の誘致など、エリア全体としてのMICE誘致のバリューアップを目指して活動している。	滋賀医科大学や龍谷大学と独自にコネクションをつくり、MICE誘致に関する説明会等を実施	大津市 市民部 市民スポーツ課が担当。
松江市	MICE施設とCVBが一体的な組織となって運営されており、必要な受け入れ環境整備を随時対応していけることが強み			松江には有力大学が多くはないが、全国の大学と独自にネットワークを構築しており、東京の先生が松江で学会を開催するというケースもあるくらい全国の大学等と連携している。	スポーツ大会、合宿・研修等についても、くにびきメッセが誘致を担当している
長崎市	一般観光も含めて、公衆無線LANなどのネットワーク環境整備を積極的に行っている。またユニークベニューガイドブックの作成とともに、DMO長崎が積極的なユニークベニューの発掘・開発を行っている。		まちMICEをコンセプトに、DMO長崎(長崎国際観光コンベンション協会)が中心となって、まちとの回遊促進の取り組みを積極的に行っている。アプリやリーフレットの作成等。	長崎市と長崎大学で包括連携協定を締結。ふくおかフィナンシャルグループを中心とした産業界とも連携し、MICEスクールを行うなど、産官学の連携が盛ん。	長崎県スポーツコミッションが誘致を担当している
佐世保市					長崎県スポーツコミッションが誘致を担当している
沖縄県		株式会社DMC沖縄などの民間会社が積極的にコンテンツ開発を行っている。	東海岸エリアに新たなMICE施設整備を検討中で、MICEを東海岸振興の起爆剤に据えようと検討している。	沖縄MICEネットワークという組織を整備し、その中に沖縄科学技術大学院大学や琉球大学、産業界が入り、一体となって取り組みをしている。	文化観光スポーツ部スポーツ振興課が行政側窓口。主体はOCVBでMICEと同じだが、スポーツコミッション沖縄、スポーツアイランド沖縄という別ブランドを立ち上げている。

Chap.2

苫小牧市のMICE関連情報の整理

1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

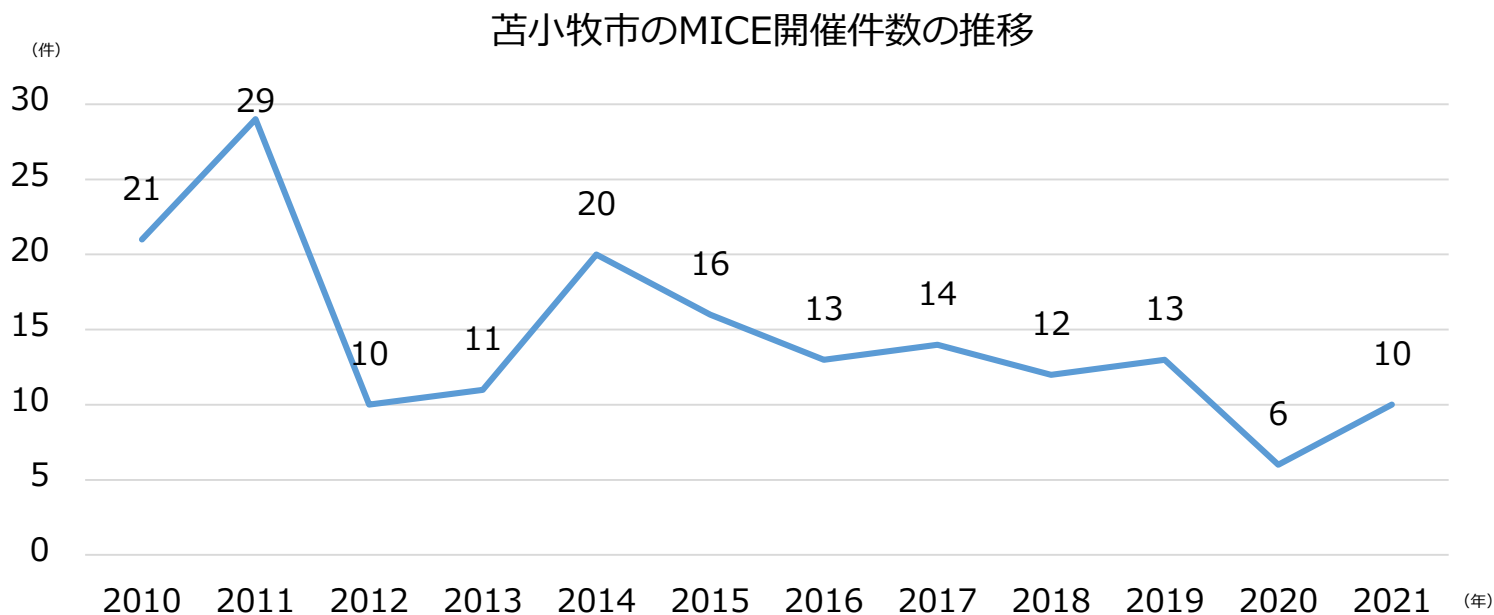
(1) 苫小牧市調査による開催状況

1) 調査データについて

苫小牧市が実施している「国際・全国・全道大会調査」に基づいて整理を行う。MICEについては、調査データから、スポーツ大会を除き、再分類した。

2) 2010年からのMICE開催件数の推移

20年はコロナ禍によって、大きく減少しているが、ここ10年の推移としては、緩やかに減少傾向になっていることがわかる。



出所：苫小牧市国際・全国・全道大会調査より作成

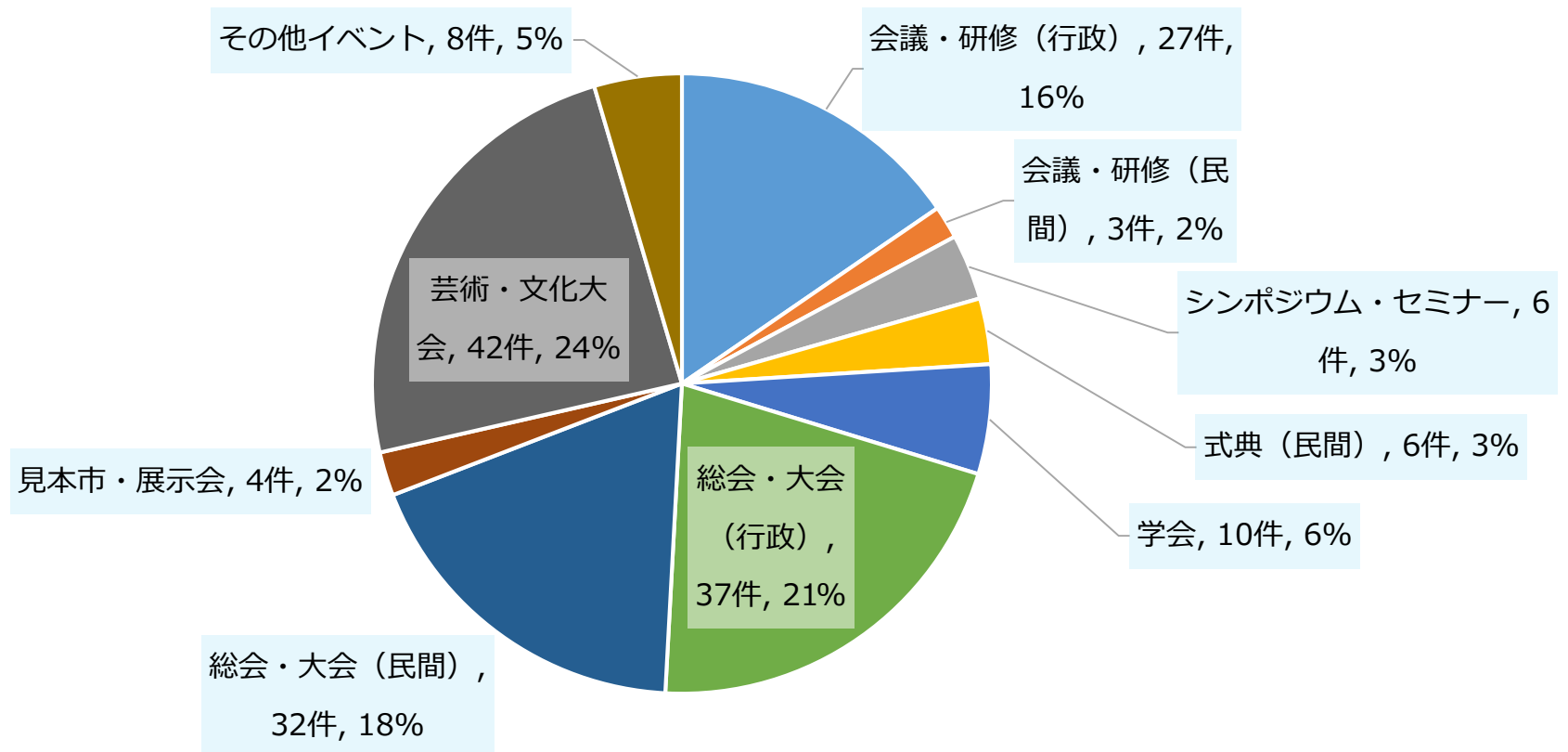
1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

3) MICEの分類の傾向

総会・大会を中心としたC（コンベンション）が約半数を占め、会議・研修などをはじめとしたM・I（企業イベント）と、芸術・文化大会を中心としたE（展示会・イベント）が、それぞれ1/4を占めている。

コンベンションは、他都市が誘致の中心に据える、学会や国際会議はあまり多くなく、行政関連や民間（業界団体等）の総会・大会が中心となっている。

苫小牧市で開催されているMICEの分類（2010～21年11年間累計）



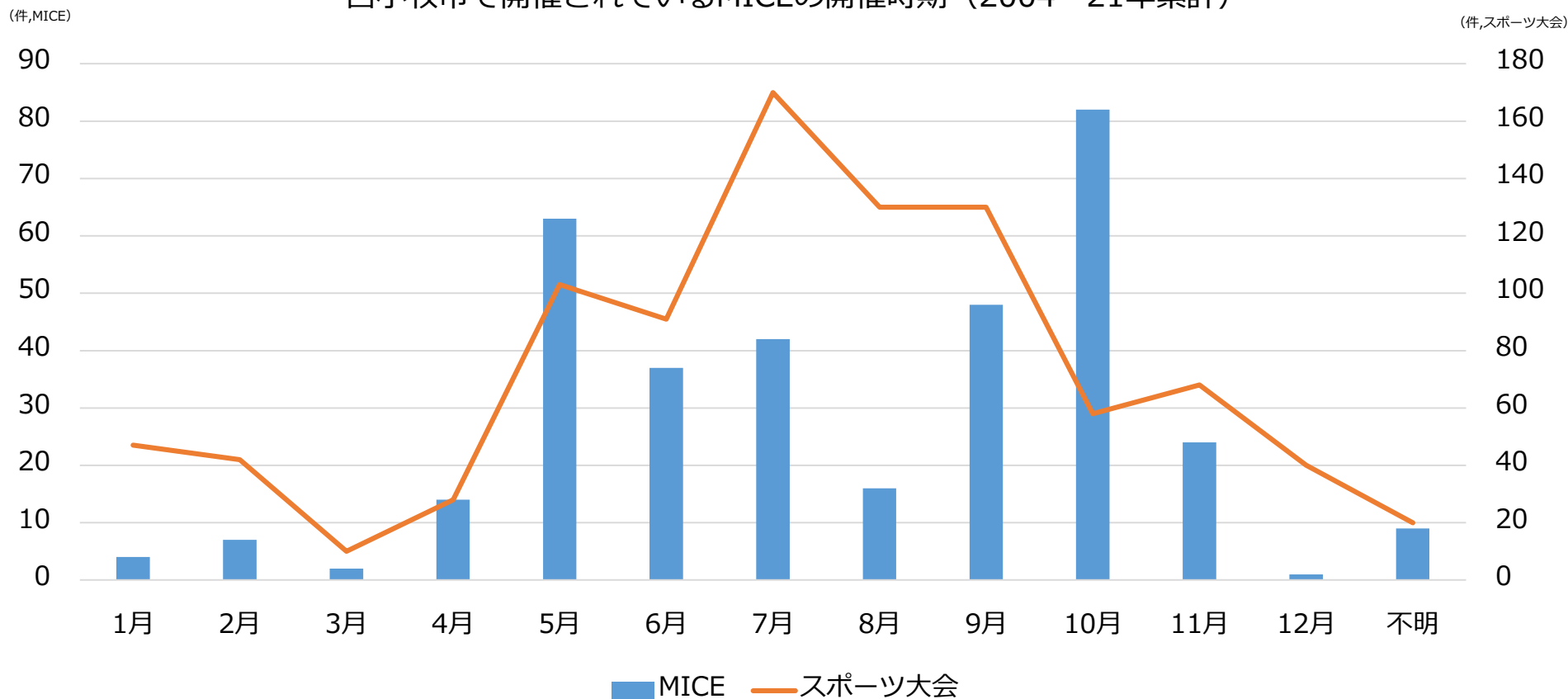
出所：苫小牧市国際・全国・全道大会調査より作成

1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

4) MICEの開催時期の傾向

スポーツ大会が夏に多く開催されるのに対し、MICEの開催のピークは秋や春である。ホテルの宿泊キャパシティなどの観点から考えても「スポーツ大会」と「MICE」の双方を誘致することは、相互の開催時期の偏りを補完する効果があるといえる。

苫小牧市で開催されているMICEの開催時期（2004～21年累計）



出所：苫小牧市国際・全国・全道大会調査より作成

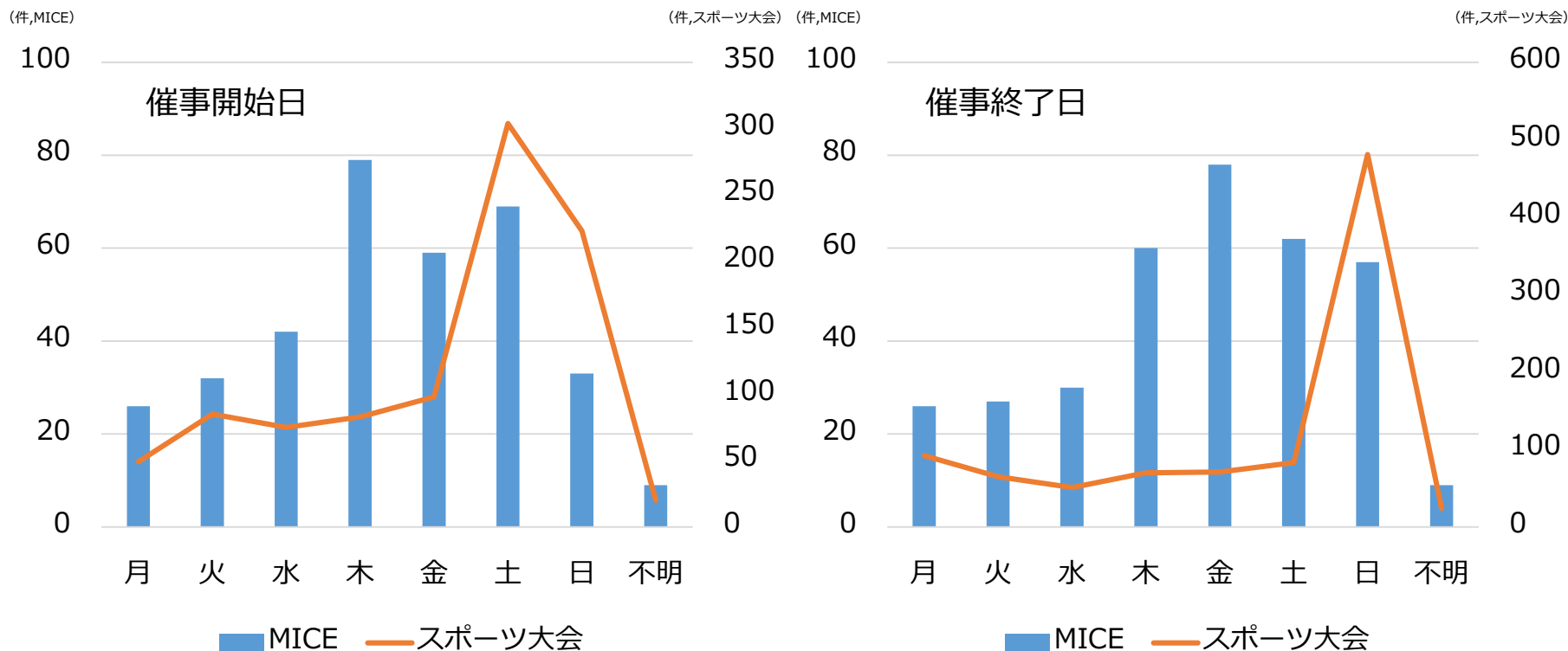
1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

5) MICEの開催曜日の傾向

スポーツ大会は開催日終了日ともに土日（特に終了日は日曜日）に集中するのに対し、MICEは土日も一定程度開催があるが、平日の開催が比較的多いことがわかる。スポーツ大会は、学校行事やプライベートと関係が深いため、週末にかかることが多くなり、逆にビジネス目的のMICEは平日が多くなる。

あくまでも開始日と終了日の比較かつ祝日を考慮していないので、期間の長いものなど例外もあるが、傾向としてはスポーツ大会は週末中心であり、MICEは平日中心と言える。開催時期同様、来訪者の受入の平準化という意味では、相互に補完性があるといえる。

苫小牧市で開催されているMICEの開催曜日（2004～21年累計）



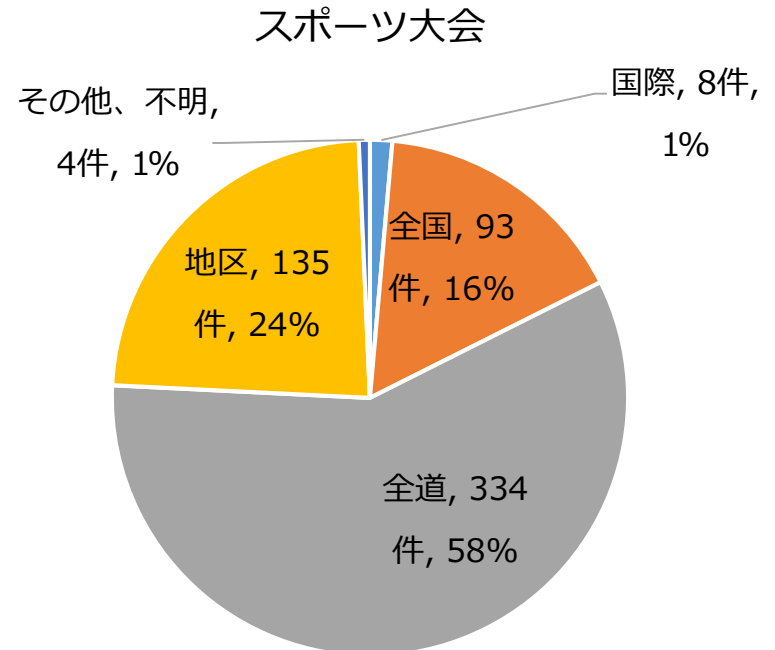
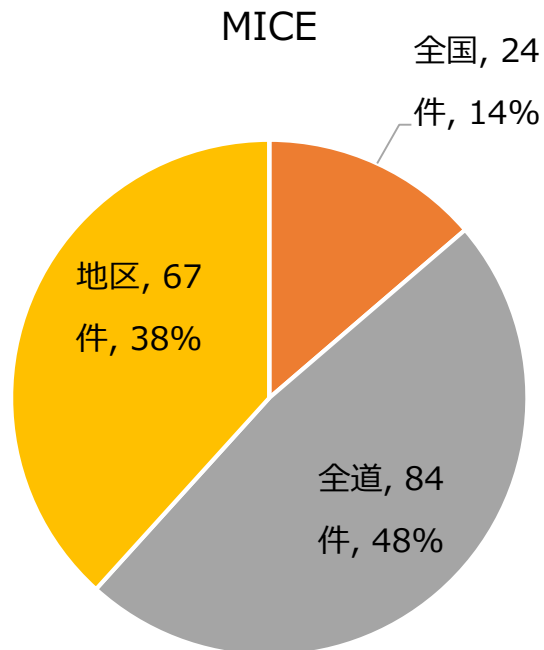
1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

6) MICEの大会規模（参加エリア）の傾向

MICEはスポーツ大会に比べると、やや地区大会規模のものが多く、全道や全国のもの比率が若干ではあるが少なくなっている。また国際案件についても、ほとんど実績がない状況である。

これはこれまで明確な誘致体制や活動がなかったために、地域内の活動を中心としたものがMICEの多くを占めているほか、行政機関や業界団体等で持ち回りで回ってくるものが中心で、こちらから誘致して実現しているものが少ないことに起因していると考えられる。

苫小牧市で開催されているMICEの開催曜日（2010～21年累計）

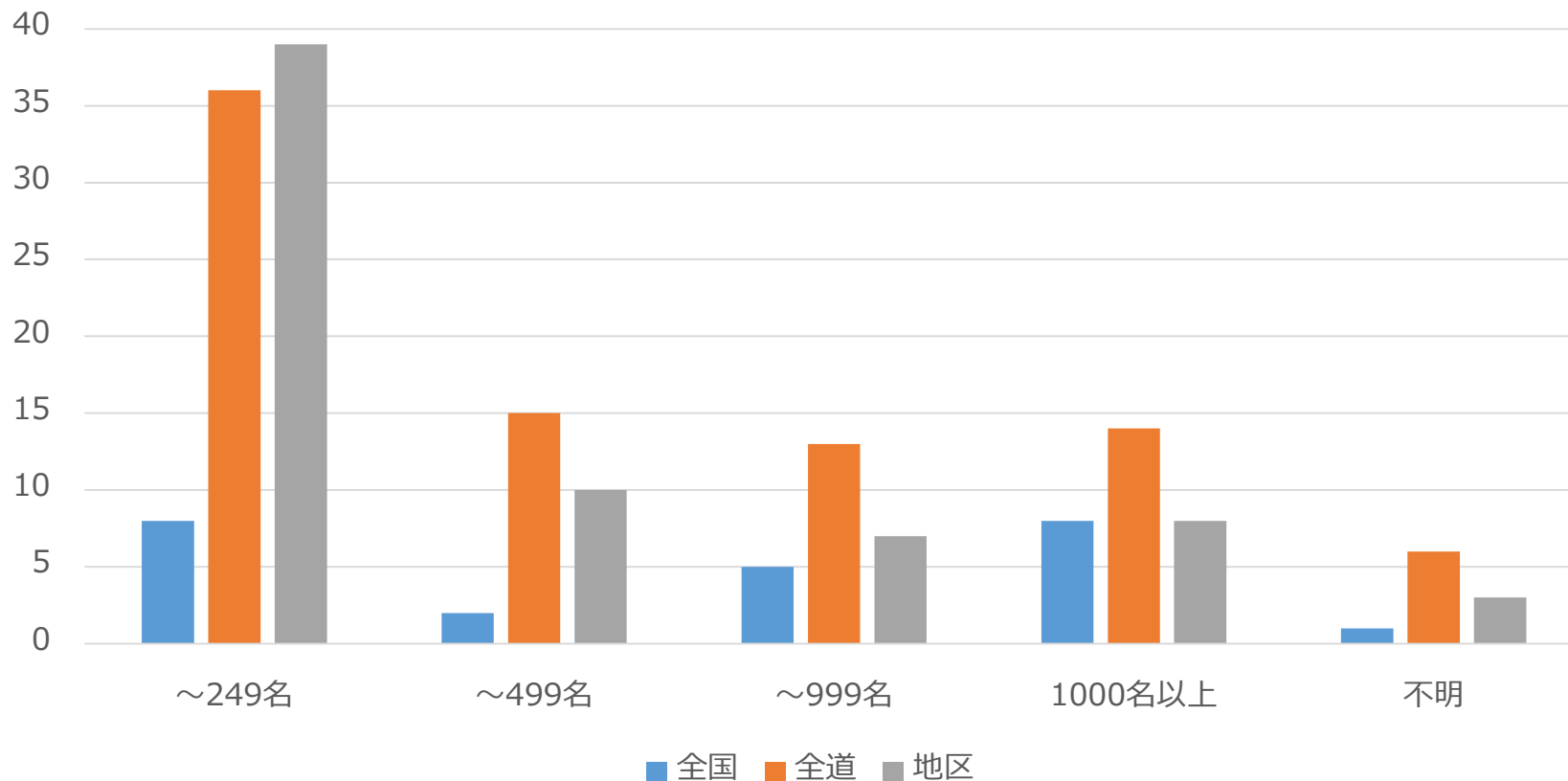


1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

7) MICEの大会規模（参加エリア）別の参加人数規模の傾向

地区大会は小規模なものが比較的多く、全国大会は1000名以上の規模のものが多くなっている。また250名未満の比較的小規模なものを除いて、それ以降は比較的同じような比率で分布しており、一般的にはどの都市でも大規模なものの比率が低くなる傾向にある中では、苫小牧市は比較的大規模なMICEが多い傾向にあると考えられる。

苫小牧市で開催されているMICEの参加人数の傾向（2010～21年累計）



1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

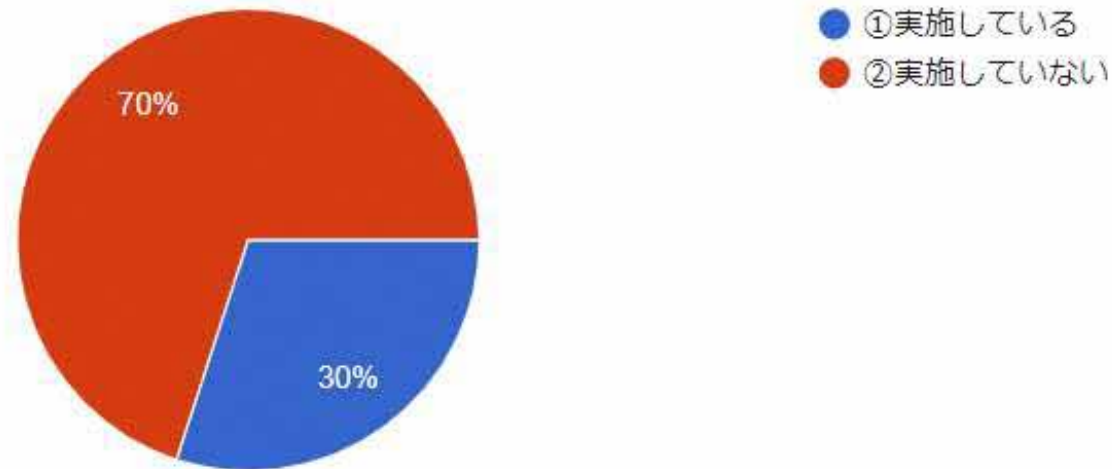
8) 苫小牧市内企業アンケートの実施

有効回答20件のうち、3割（6社）が企業イベントを実施していると回答。実施している企業は、年2回～15回までと、頻繁に実施していることもわかった。また、6社のうち3社は苫小牧でも実施しており、うち1社は年15回と頻繁に実施していることもわかった（王子製紙）。

また実施していないと回答した2社についても、過去に苫小牧市で実施したことがあることもわかった。

本社やグループ企業も含め、多人数が集まり実施する会議や研修、式典等を実施していますか？

20件の回答

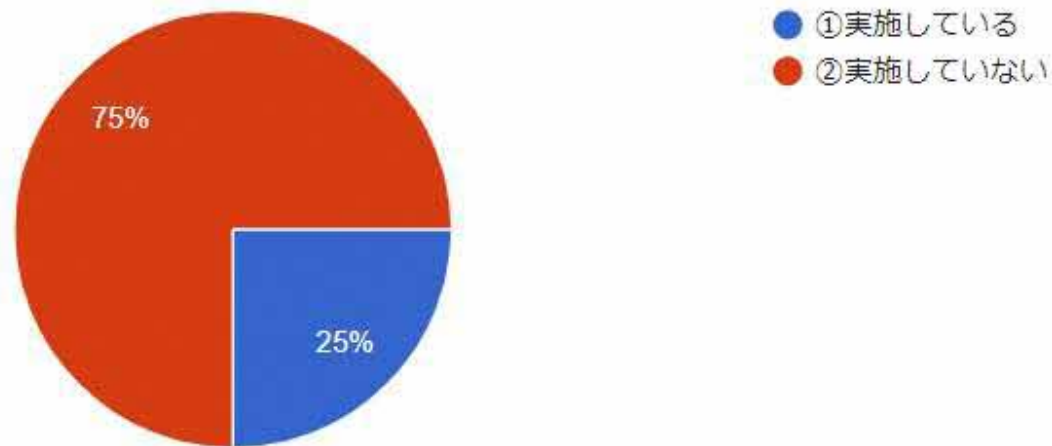


1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

有効回答20件のうち、25%（5社）が工場等の視察をしていると回答。うち2社は企業イベントをしていない会社で、工場等の視察はしているという結果であった。

苫小牧市内の拠点・工場等を、外部の方がグループで視察するような機会を設けて実施していますか？

20件の回答



何らかの会議や工場見学等の企業イベントを過去も含めれば、実施している企業は有効回答20件のうち半数の10社であることがわかった。今回の調査は、市内企業のごく一部であり、他にも実施している企業は多いと考えられる。

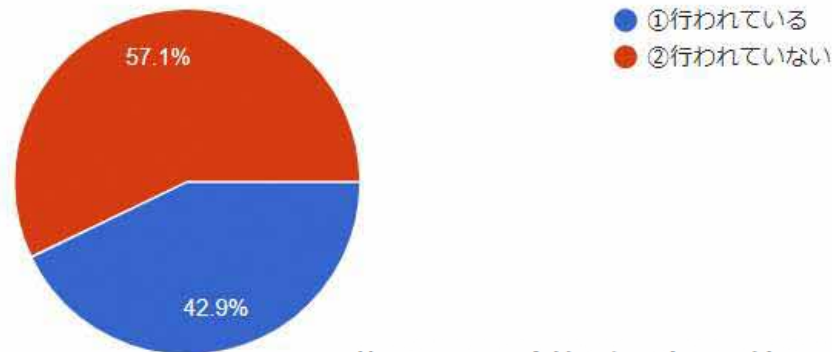
1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

このような企業イベントを行った際に、3社は飲食を伴う会が行われていると回答。過去に会食を行ったことがある企業も含めると、4社が飲食を伴う会を開催していることがわかった。

またいずれも実施しているケースでは、苫小牧市内で実施されている。

それらの機会に飲食を伴う企画（宴会や懇親会、会食等）が行われていますか？

7件の回答



苫小牧市で会食等を行ったことはありますか？

4件の回答



1. 苫小牧市のMICE開催状況の整理・分析

自由記述とした、苫小牧市で開催されない理由については、下記の通りとなった。

主には本社で実施されているといったニュアンスの回答であったが、逆に言えば苫小牧で実施する理由があれば、可能性があるものとも考えられる。

またリモート会議になっているという意見もあるが、世相が許せば、今後このあたりも戻ってくる可能性はあると考えられる。

いずれにしても、苫小牧が開催地として理由付けができる場所であれば、苫小牧で会議が行われる可能性は十分にあるとみることができる。

苫小牧で開催されていない理由

本社主催で開催するため

本社でないから

本社会議の為

本社が愛媛県で遠い。北海道から本社に研修に行くことはあるが、北海道に来るのは社長か常務くらい。

本社からの距離が遠い

本社（東京）主導となるため

多人数集まることが無い

北海道が遠隔地のため

遠隔地にあるため

実施が難しいわけではなく、大規模なイベント実施がないため。

リモート会議が中心となっている。

研修・講話などはコロナ以前からオンライン化している。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

(1) 会議室・ホール等

1) 苫小牧市民ホール（整備中）

① 基本情報

施設名称	苫小牧市民文化ホール（2026年3月供用開始予定）					
住所	苫小牧市旭町3丁目 ※現市民会館・現苫小牧東小学校敷地					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩15分、苫小牧市役所/徒歩5分					
規模	貸室面積合計	2,810㎡	最大会場面積	1,200㎡	最大室数	20室
付帯設備・ 周辺施設等	2026年3月開業予定。既存の市民会館・文化会館・労働福祉センター・交通安全センターの4つの施設を統合。市民のサードプレイスになるとともに、文化芸術交流拠点として苫小牧市の中核的施設となる。ゲートパークやシアターパークといった、魅力的な屋外スペースが設置される予定。					



② 利用想定シーン（活用可能性）

今後、苫小牧市における様々なMICEのメイン会場としての利用が見込まれる。また併設されるゲートパークやシアターパーク、隣接する科学センターをユニークベニューとして一体的に利用できるようにすることで、利用される催事の幅が広がるとともに、より魅力的な開催施設となり得るポテンシャルを持っている。特にこれまで苫小牧になかったホールBの平土間空間はフレキシブルに使えるため活用可能性が高い。

③ MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・ 予約期間（MICEのリードタイムに対応した、早期予約への対応）
- ・ 周辺施設との連携（科学センターなど周辺他施設を一体的に活用できる体制の構築）
- ・ 域外からの参加者の多いイベント時における苫小牧駅からや宿泊施設への二次交通の改善（例：シャトルバス等）または回遊性の向上（例：歩いて苦のない街づくり等）
- ・ ケータリング等館内での飲食を可能にし、できるだけ多くのスペースで設定することができるか
- ・ 200㎡～400㎡程度の中規模の会場が少ないため、周辺施設との連携の検討も重要（詳細は現市民会館の頁に記載）

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

2) 苫小牧市民会館

①基本情報

施設名称	苫小牧市民会館					
住所	苫小牧市旭町3丁目2番2号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩15分、苫小牧市役所/徒歩5分					
規模	貸室面積合計	2,514㎡	最大会場面積	1,630㎡	最大室数	17室
付帯設備・ 周辺施設等	苫小牧市文化会館、科学センターが隣接					



②利用想定シーン（活用可能性）

現状、苫小牧市におけるMICEのメイン会場としての利用が見込まれる。隣接する文化会館等と併用することで、3~5,000名規模の大型コンベンション等でも対応できる可能性がある。



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・周辺施設との連携（文化会館や科学センターなど周辺他施設を一体的に活用できる体制の構築）
- ・域外からの参加者の多いイベント時における苫小牧駅からや宿泊施設への二次交通の改善（例：シャトルバス等）または回遊性の向上（例：歩いて苦のない街づくり等）
- ・ケータリング等館内での飲食を可能にし、できるだけ多くのスペースで設定することができるか
- ・コンベンションの誘致を検討する場合は、200㎡~400㎡程度の口演会場・分科会場となる中規模の部屋が文化会館含めても少ないので、その点を解消し（例：市民活動センターの併用等）かつ利便性を高める（例：巡回バスを出すなど）必要がある

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

3) 苫小牧市文化会館

①基本情報

施設名称	苫小牧市文化会館					
住所	苫小牧市旭町2丁目8番19号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩20分、苫小牧市役所/徒歩5分					
規模	貸室面積合計	1,282㎡	最大会場面積	500㎡	最大室数	12室
付帯設備・周辺施設等	苫小牧市民会館、科学センターが隣接					

②利用想定シーン（活用可能性）

苫小牧市民会館をメインとした苫小牧市におけるMICEのサブ（第二会場以降）会場としての利用が見込まれる。また手頃な規模感であるため、中小規模の企業イベントでも利用が見込まれる。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・周辺施設との連携（文化会館や科学センターなど周辺他施設を一体的に活用できる体制の構築）
- ・域外からの参加者の多いイベント時における苫小牧駅からや宿泊施設への二次交通の改善（例：シャトルバス等）または回遊性の向上（例：歩いて苦のない街づくり等）
- ・ケータリング等館内での飲食を可能にし、できるだけ多くのスペースで設定することができるか
- ・ハードが老朽化していたとしても、舞台上の演出面の幅を広げて機能向上を図ることができれば、企業イベントの拠点にできる可能性がある

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

4) 苫小牧市民活動センター（ふれあい3.3）

①基本情報

施設名称	苫小牧市民活動センター					
住所	苫小牧市若草町3丁目3番8号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩15分、苫小牧市役所/徒歩5分					
規模	貸室面積合計	1,026㎡	最大会場面積	216㎡	最大室数	11室
付帯設備・ 周辺施設等	社会福祉センター・男女平等参画推進センター・消費者センター等市民活動にかかわる行政関連施設が入居。多目的ホールや市民ギャラリーのほか、音楽室・茶室・和室・美術工芸室・料理自習室などもある。苫小牧商工会議所が比較的近くに立地する。					



②利用想定シーン（活用可能性）

苫小牧市民会館等をメインとした苫小牧市におけるMICEの不足会場を補う会場としての利用が見込まれる。また小規模な企業イベントでの利用の可能性もあるが、施設の趣旨から利用が難しい可能性がある。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・メイン会場（市民会館等）からの移動の利便性を高める必要がある。徒歩10分程度という微妙な距離感のため、本来は歩くことを想定したいが、回遊性の高い場所ではないことが大きなネックとなる。
- ・市民利用との兼ね合いで、どの程度予約に融通を持たせられるか

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

5) 苫小牧商工会議所

①基本情報

施設名称	苫小牧商工会議所（経済センタービル貸会議室）					
住所	苫小牧市表町1丁目1番13号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩10分、苫小牧市役所/徒歩5分					
規模	貸室面積合計	345㎡	最大会場面積	239.3㎡	最大室数	3室
付帯設備・ 周辺施設等	商工会議所内の貸会議室。苫小牧市民活動センターが比較的近くに立地する。					



②利用想定シーン（活用可能性）

苫小牧市民会館等をメインとした苫小牧市におけるMICEの不足会場を補う会場としての利用が見込まれる。また小規模な企業イベントでの利用の可能性が高い。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・メイン会場（市民会館等）からの移動の利便性を高める必要がある。徒歩10分程度という微妙な距離感のため、本来は歩くことを想定したいが、回遊性の高い場所ではないことが大きなネックとなる。
- ・地元企業利用との兼ね合いで、どの程度予約に融通を持たせられるか
- ・現状は平日しか利用できないため、利用の大きなハードルになっている可能性が高い

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

6) 苫小牧市文化交流センター（アイビー・プラザ）

①基本情報

施設名称	苫小牧市文化交流センター					
住所	苫小牧市旭町2丁目8番19号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩20分、苫小牧市役所/徒歩15分					
規模	貸室面積合計	1,100㎡	最大会場面積	298.4㎡	最大室数	8室
付帯設備・ 周辺施設等						



②利用想定シーン（活用可能性）

苫小牧市民会館等をメインとした苫小牧市におけるMICEの不足会場を補う会場としての利用が見込まれる。また小規模な企業イベントでの利用の可能性もあるが、施設の趣旨から利用が難しい可能性がある。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・メイン会場（市民会館等）からの移動の利便性を高める必要がある。徒歩10分程度という微妙な距離感のため、本来は歩くことを想定したいが、回遊性の高い場所ではないことが大きなネックとなる。
- ・市民利用との兼ね合いで、どの程度予約に融通を持たせられるか。特に定期的に利用しているサークル等が多いことが、予約調整において懸念事項となる。
- ・他の会場施設と異なり、周辺に連携しやすい施設がないのも課題となる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

7) COCOTOMA - ココトマ -

①基本情報

施設名称	COCOTOMA - ココトマ -					
住所	苫小牧市表町5丁目11番5号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩1分、苫小牧市役所/徒歩15分					
規模	貸室面積合計	161㎡	最大会場面積	100㎡※	最大室数	2室
付帯設備・ 周辺施設等	キッチンスタジオ（73.19㎡）あり。苫小牧観光協会・観光案内所が併設。カフェも併設。 ※最大会場の100㎡は収容約100名から1名1㎡として概算算出					



②利用想定シーン（活用可能性）

苫小牧で開催されるMICEの参加者用のゲートウェイとして、案内所やウェルカムコーナー、イントロダクションコーナー、ミニセミナーの会場などとして活用ができる。街全体でMICEを開催するようなケースの場合の、街からの歓迎をあらわす企画を行う場所として最適。例えば、市内宿泊施設への荷物の配送サービスの拠点や、シャトルバスの待合スペースなどとしての活用もできる。併設のカフェを利用して、軽食の提供やウェルカムドリンクの提供なども可能性はある。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・単独としての利用は規模的に難しいと考えられるので、開催されるMICEの域外からの参加者へ向けたホスピタリティスペースとしての運用を検討する必要がある。
- ・駅前という立地上、活用の可能性は多いにあるが、主催者にコストをかけてでもここにホスピタリティコーナーを設置すると思わせる仕掛けが必要（例：駅の改札から、ココトマまでの間を三角バナーなどで飾りつけ、MICE参加者が迷わずにココトマにたどり着けると同時に歓迎ムードを演出。そしてココトマからシャトルバスに乗って会場まで移動するなど、わかりやすい動線構築になることを提示する等）
- ・スペースの性質上、完全に貸切利用が可能か。また特別なサービスをどこまで構築できるかがポイント

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

8) 苫小牧市総合体育館

①基本情報

施設名称	苫小牧市総合体育館					
住所	北海道苫小牧市末広町3丁目2番16号					
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩20分、苫小牧市役所/徒歩10分					
規模	貸室面積合計	3,070㎡	最大会場面積	2,448㎡	最大室数	3室
付帯設備・ 周辺施設等	会議室1室、トレーニング機器の入ったトレーニング室2室。					



②利用想定シーン（活用可能性）

フロアを養生するなどの工夫は必要となるが、展示会や学会等の併設展示会やポスターセッションの会場として利用できるほか、大人数が一堂に会するような会議では、フロアに椅子を並べることで市内で最大の収容会場として利用することができる。（トイレなどのインフラを考慮しなければ、客席1,340名＋フロア2,000名程度で最大3,000名を超える収容会場にできると考えられる。）

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・フロアの養生の対応や椅子のレンタルなど、会場として利用するために必要な備品等を用意できるか、また設営等を行える業者がいるか等も含めて、検討していく必要がある。
- ・大人数が集まる催事に対応する場合、トイレや駐車場などのインフラが対応できるか、消防法上の問題がないか、駅からのシャトルバスによる輸送などの整理も必要となる。
- ・数年前からの予約に対応するなど、コンベンションや展示会で利用する場合、優先的な予約対応が必要となるが、トレーニング室の一般利用も含め、市民利用などとのすみ分けの整理が必要となる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

(2) ホテル（宿泊施設）

1) グランドホテルニュー王子

① 基本情報

施設名称	グランドホテルニュー王子							
住所	苫小牧市表町4丁目3番1号							
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩5分、苫小牧市役所/徒歩10分							
規模	貸室面積合計	2,810㎡	最大会場面積	1,200㎡	最大貸室数	20室	総客室数	207室
付帯設備・周辺施設等	苫小牧市の中心に位置し高さ80メートルの客室棟はランドマークとなっている。太平洋を一望出来るパノラマビューが自慢で、最上階のレストラン（朝食会場）からの眺めは苫小牧滞在の印象的なシーンの一つになる。							



② 利用想定シーン（活用可能性）

現状、苫小牧中心部における大規模バンケットはここしかなく、苫小牧市での MICE の「宴会」パートを一手に担う。また中規模会場を 3～4 室確保できる数少ない施設であるため、コンベンションの会場としての需要も見込まれる。大規模宴会に対応できる市内事業者が限られるため、今後は市内各地のユニークベニューでのケータリング対応や MICE のトレンドや顧客ニーズに対応したサービスを開発していくことで、より訴求力のある施設になることが期待される。

利用イメージ



③ MICE 利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・メイン会場となる公的施設等とのアクセス性を高める必要がある。二次交通の改善（例：シャトルバス等）または回遊性の向上（例：歩いて苦のない街づくり等）が必要
- ・ユニークベニュー等でのケータリング対応など、施設外での対応協力を検討していくことが必要
- ・SDGs に対応した各種取り組みやメニュー開発、地産地消など、顧客ニーズに合わせた取り組みを行うとともに、それらを外部へ訴求していくことが必要

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

2) ホテルウィングインターナショナル苫小牧

①基本情報

施設名称	ホテルウィングインターナショナル苫小牧							
住所	苫小牧市表町5丁目7番1号							
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩2分、苫小牧市役所/徒歩15分							
規模	貸室面積合計	661㎡	最大会場面積	199.08㎡	最大貸室数	4室	総客室数	182室
付帯設備・周辺施設等	苫小牧駅前に立地し、アクセス至便。							



②利用想定シーン（活用可能性）

駅前立地から、企業が行うミーティングや研修などで、域外からの参加者の多いものに、特に需要が高いと考えられる。

コンベンションでの利用は限定的になると考えられるが、市内を回遊させるような会場構成とした場合に、駅前に会場を設置できるというのは、検討要素になる可能性は高い。200㎡弱の会場を3室取れるのは、魅力的である。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・メイン会場となる公的施設等とのアクセス性を高める必要がある。二次交通の改善（例：シャトルバス等）または回遊性の向上（例：歩いて苦のない街づくり等）が必要
- ・企業の研修や会議での利用の際は別として、コンベンションでのバンケット利用は、食事のグレードを上げないと利用が難しいと思われる。
- ・料飲を利用しない形での宴会場の利用について、複数日にまたがる継続利用が可能かが、大きな調整要素となると考えられる（主催者は夜間に設備を撤去したくないが、ホテル側は夜間は宴会利用が入る可能性があるため、使えるようにしておきたい）

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

3) 新苫小牧プリンスホテル「和～なごみ～」

①基本情報

施設名称	新苫小牧プリンスホテル「和～なごみ～」							
住所	苫小牧市双葉町3丁目2番8号							
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩20分、苫小牧市役所/徒歩25分							
規模	貸室面積合計	386㎡	最大会場面積	315.7㎡	最大貸室数	3室	総客室数	88室
付帯設備・ 周辺施設等								



②利用想定シーン（活用可能性）

企業が行うミーティングや研修などで、「おこもり」系のものに需要が高いと考えられる。立地からコンベンションなどでの需要を取り込むことは難しいと思われる。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・企業の研修や会議での利用において、どの程度付加的なサービスをつけられるか（例：駅からの送迎や、ユニークメニューと組み合わせたような提案を行えるか等）
- ・宴会場はあるものの、飲食の提供機能が弱いため、そこをどのように補えるかが、企業研修等の需要を取り込む上でも課題になるとと思われる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

4) ホテルニドム

①基本情報

施設名称	ホテルニドム							
住所	苫小牧市字植苗430							
アクセス	JR苫小牧駅/車20分、苫小牧市役所/車20分							
規模	貸室面積合計	849㎡	最大会場面積	300㎡	最大貸室数	7室	総客室数	27棟(コテージ)
付帯設備・ 周辺施設等	レイクサイドリゾート。チャペルや飲食可能なガーデンも併設。宿泊棟となるコテージを利用した宴会等にも対応。またゴルフコースを併設している。天然温泉の大浴場も設備。							



②利用想定シーン（活用可能性）

インセンティブツアーをはじめとした企業イベントを中心に「特別感」のある場所での開催を検討している主催者にとって訴求力の高い施設。新千歳空港に近くアクセス性が高いことから、来道して最初のレセプションや最終日のラストパーティーなど、最もインパクトを求められる機会での活用可能性が高く、またそれに応えられる設備も持っている。

コンベンションでも会長招宴など、グレードの高い招待者クラスの宴会に適している。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・苫小牧市内と連動させる場合、市内中心部からの距離が大きな課題となることから、市内中心部とのシャトルバスの提供など、ソフト面でのカバーが必要になる。
- ・ゴルフやウェディングでの利用の他、企業に対してもホテル独自の営業網を持っていると考えられるため、そこに行政支援をどうフィットさせて、お互いにWin-Winになる関係性をホテル側と築くかがポイントと考えられる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

(3) ユニークベニュー

1) ウトナイ湖

① 基本情報

施設名称	ウトナイ湖
住所	苫小牧市字植苗156番地26（鳥獣保護センター）
アクセス	JR苫小牧駅/車25分、苫小牧市役所/車25分

施設の特徴等
環境省ウトナイ湖野生鳥獣保護センター、ウトナイ湖サンクチュアリネイチャーセンター、ウトナイ湖展望台、道の駅ウトナイ湖などの施設が付近に設置されている。特に鳥獣保護センターには、展示ホール、レクチャールーム、多目的室、市民ギャラリー、木製テラスなど、利用に適したスペースがいくつかあり活用が期待できる。



② 利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、汎用性の高い空間。ウトナイ湖というラムサール条約にも登録された日本でも有数の湖沼を軸とすることで、様々なストーリーが描けるため、企業研修のプログラムとしての提供の他、企業イベントやコンベンション開催時に、学びながら懇親を深めるようなセミナーと簡単なレセプションを組み合わせた企画なども検討できる。何よりこのような環境にありながら、設備面で整った施設が周辺にあることは、大きな強みになる。

利用イメージ



③ MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・ 環境省の管轄施設であり、目的外使用をどの程度交渉できるかが、大きな課題となる。
- ・ 苫小牧市内から徒歩でいける距離ではないので、移動手段も含めたパッケージを作る必要がある。
- ・ 飲食の提供や学習コンテンツの提供、演出など、現状のまま利用するのではなく、一つのプログラムパッケージとして、地元の様々な事業者と協力しながら、確立していく必要がある。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

2) キラキラ公園（北ふ頭緑地）周辺エリア

①基本情報

施設名称	キラキラ公園周辺エリア
住所	苫小牧市入船町3丁目1
アクセス	JR苫小牧駅/車5分、苫小牧市役所/車5分
施設の特徴等	レンガ敷きで整備された空間のほか、芝生広場などもあり、屋外イベントの開催場所として使い勝手がよい。トイレや駐車場も充実している。何よりもふ頭に立地していることで、船が目の前に着岸している光景を見ることができるのは、他都市にはないロケーションである。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、港湾都市苫小牧のシンボルとなり得る場所と考えられる。特に屋外での懇親会（パーティー）会場として、例えば夜間に着岸している船をライトアップしたり、船上を舞台に見立てた演出をしたりすることができれば、国内他都市には真似できない、魅力的なユニークベニューになる。

日中、企業イベントの研修プログラム（例：体を使ったレクリエーション）を行う会場としても、活用できる可能性が高い。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・魅力を最大限活かすためには、停泊する船舶を活用した取り組みを進めたい。
- ・公園であるため、占有には条件等あると思われるが、ある程度柔軟な対応ができることが望ましい。
- ・飲食の提供など、屋外に対応できる市内のケータリング事業者の育成も重要になる。
- ・雨天時の対応等については、検討する必要がある。
- ・アクセス面はシャトルバス等を活用するなどの工夫は必要となる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

3) 苫小牧国際コンテナターミナル

①基本情報

施設名称	苫小牧国際コンテナターミナル
住所	苫小牧市字弁天534番2
アクセス	JR苫小牧駅/車30分、苫小牧市役所/車30分
施設の特徴等	苫小牧を代表するコンテナターミナル。通常は立ち入り禁止区域であるが、特別感の演出として、夜間のコンテナターミナルは他都市から来られた方には魅力的なコンテンツとなる。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、港湾都市苫小牧のシンボルとなり得る場所と考えられる。特に屋外での懇親会（パーティー）会場として、コンテナやクレーン、船などをライトアップすることができれば、他には真似できない特別な空間になる。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・コンテナや機材等をライトアップする演出の技術が必要になる。
- ・通常立ち入り禁止の区域となるため、各種調整等のハードルが高い。
- ・飲食の提供など、屋外に対応できる市内のケータリング事業者の育成も重要になる。
- ・雨天時の対応等については、検討する必要がある。
- ・アクセス面はシャトルバス等を活用するなどの工夫は必要となる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

4) 市民文化公園（出光カルチャーパーク）

①基本情報

施設名称	市民文化公園
住所	苫小牧市末広町3丁目1番
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩20分、苫小牧市役所/徒歩10分
施設の特徴等	苫小牧市中心部にほど近いエリアに広がる総合公園。図書館、美術博物館、サンガーデン(植物園)などが設置されている。図書館には小規模ながら貸会議室が、サンガーデンには実習室もある。道内初のカルチャーパークとして、園内に彫刻などが配置されているのも特徴の一つ。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、公園部やサンガーデン、美術博物館を懇親会（パーティー）会場として活用ができる。特にサンガーデンや美術博物館は雨天対応できるユニークベニューとして魅力的である。また会議室や実習室を活用してミニセミナーなどの開催も可能である。

また広大な公園スペースを利用して、企業研修における体を動かすようなプログラムの会場として活用もできる。公園の彫刻の清掃を行うようなプログラムも他都市では人気である。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・サンガーデンや美術博物館での飲食の許可、公園の占有利用許可などが必要になる。
- ・飲食の提供など、屋外に対応できる市内のケータリング事業者の育成も重要になる。
- ・雨天時の対応等については、晴天時は屋外、雨天時はサンガーデンなどフレキシブルな提案ができるような体制をつくっておけると、活用の幅が大きく広がる。
- ・市内中心部のメイン会場からのアクセスも徒歩圏内であるが、あまり歩いて楽しいエリアにはなっていないのも事実なので、シャトルバス等の活用も検討することも念頭に入れる必要がある。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

5) ノーザンホースパーク

①基本情報

施設名称	ノーザンホースパーク
住所	苫小牧市美沢114-7
アクセス	JR苫小牧駅/車40分、苫小牧市役所/車40分
施設の特徴等	苫小牧を代表する観光スポットの一つ。乗馬体験などのアクティビティのほか、レストランも充実。新千歳空港から車で15分ほどで、空港からのアクセスが至便。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、懇親会（パーティー）会場として活用ができる。特に北海道ではバーベキューやジンギスカンは需要が高いため、人気のコンテンツになり得る。

また広大な敷地を利用して、企業研修における体を動かすようなプログラムの会場として活用もできるほか、乗馬体験などは、インセンティブツアーで人気のプログラムでもある。

但し、一般の団体旅行に提供している内容ではなく、一ひねりも必要になる可能性は高い。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・営業時間が夕方までであるため、夜のパーティー利用などについては、調整が必要となる（逆に貸切営業はしやすいと思われる）
- ・夜のパーティー時に楽しめる、アクティビティなどがあると、より一層魅力的になる。
- ・苫小牧市内と連動させる場合、市内中心部からの距離が大きな課題となることから、市内中心部とのシャトルバスの提供など、ソフト面でのカバーが必要になる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

6) 苫小牧ゴルフリゾート72

①基本情報

施設名称	苫小牧ゴルフリゾート72
住所	苫小牧市植苗341
アクセス	JR苫小牧駅/車25分、苫小牧市役所/車25分
施設の特徴等	苫小牧を代表するゴルフコースの一つ。レストランの規模が大きく、いくつかのコンペルーム（会議室）もあり、クラブハウスも使って、パーティーなど開催するスペースを十分に持っている。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、懇親会（パーティー）会場として活用ができる。またインセンティブツアーなどを中心に、企業系のイベントやコンベンションでもVIPを対象にゴルフプログラムは設定されることが非常に多いため、苫小牧市のゴルフコースのバリエーションの豊富さは、一つのアピールポイントにはなり得る。但し、単にゴルフをするだけでなく、+αの訴求をどのようにしていくかがポイントになる。

③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・ゴルフ場は通常夜間営業をしていないことが多いため、夜のパーティーでの利用の場合、調整ができるかが課題となる。
- ・夜のパーティー時に楽しめる、アクティビティやゴルフ場のライトアップなど、盛り上げ要素が追加できると、より一層魅力的になる。
- ・苫小牧市内と連動させる場合、市内中心部からの距離が大きな課題となることから、市内中心部とのシャトルバスの提供など、ソフト面でのカバーが必要になる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

7) 市内アイスアリーナ

①基本情報

施設名称	白鳥王子アイスアリーナ ダイナックス沼の端アイスアリーナ 等
住所	苫小牧市若草町2丁目4番1号 苫小牧市北栄町3丁目2番3号
アクセス	JR苫小牧駅/徒歩10分、苫小牧市役所/徒歩10分 JR苫小牧駅/車20分、苫小牧市役所/車20分
施設の特徴等	苫小牧市内の特徴の一つとして、年間通して利用可能なアイスアリーナが複数立地していることがあげられる。アイスアリーナは他都市にはあまり見られない特徴的な施設であるため、有効活用したい。



②利用想定シーン（活用可能性）

MICE開催時のユニークベニューとして、懇親会（パーティー）会場として活用ができる。スタンドで飲食をしながら、フィギュアスケートのアイスショーなどができれば、かなり魅力的なユニークベニューとなる。

またスケート体験などは、東南アジアなどのいわゆる雪が降らない地域などに向けた、インセンティブツアーなどを想定したコンテンツとして人気が出る可能性が高い。

その他にも、氷上という特性を活かした企画などができれば、アイスアリーナは魅力的なユニークベニューになる可能性が高い施設である。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・館内での飲食がどの程度まで許されるのか、ケータリング事業者の開発とともに幅を広げて対応したい
- ・アイスショーなどの氷上で提供できるコンテンツをどの程度用意できるかもポイントとなる。
- ・施設特性上様々な制限があることが想像されるため、それらを柔軟に相談しながら解決する方法を探る関係性を施設と築くことも重要になる。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

8) オートリゾート苫小牧アルテン

①基本情報

施設名称	オートリゾート苫小牧アルテン
住所	苫小牧市字樽前421番4号
アクセス	JR苫小牧駅/車30分、苫小牧市役所/車30分
施設の特徴等	236haのキャンプ場（テントサイト209区画、コテージ23棟）、天然温泉施設があるほか、錦大沼に漕ぎ出すカヌーベースなども設置されている。BBQ会場としても利用することができる。



②利用想定シーン（活用可能性）

企業イベントにおいて懇親を深める目的のプログラムの一つとして、BBQやフィールドを活用した研修プログラムなどでの利用が考えられる。また企業研修などであれば、コテージは宿泊施設としても活用できる。

近年はキャンプ自体が企業研修で取り入れられることもあるので、企業研修向けのパッケージなどができれば活用の幅は広がると思われる。

またMICE開催時のアクティビティの一つとして、カヌー体験は人気の高いコンテンツになり得る。

利用イメージ



③MICE利用にあたって想定される課題や必要な対応

- ・単にキャンプ施設だけでは、MICE主催者が利用を検討するのは難しいので、このフィールドで何ができるのか、組み合わせも含めて、パッケージ化していくことが望ましい（企業研修として中身となるコンテンツも含めてきっちり施設として提供できる状態にしておく）。
- ・よりMICE需要の取り込みを広く検討していくのであれば、グランピングなど、高付加価値な施設としていく必要がある。コンテンツとしてカヌーと温泉が既にあるので、宿泊施設としての価値を高めることで、需要を取り込みやすくなる可能性は高い。

2. 苫小牧市の MICE 関連 施設の整理・データベース化

(4) 全体マップ

苫小牧市役所を中心としたエリアにホール、会議室、体育館等が比較的コンパクトに集積をしており、MICE本体の開催場所として中心的な役割を担うことになる。但し、駅からのアクセス、宴会に対応できる宿泊施設との距離があるため、ユニークベニューを活用する場合も含めて、参加者の「足」を確保することが、苫小牧での開催においては、大きなポイントになる。



Chap.3

苫小牧市のMICE誘致推進の方向性の検討

1. 苫小牧市の特性の分析

(1) 苫小牧市の分析

1) MICE誘致におけるSWOT分析

STRONG (強み)

- ・豊富な企業の立地
- ・日本を代表する港湾
- ・先進的施策と連携した取り組み
 - CCS実証実験(CCUSへ)
 - CNP (カーボンニュートラルレポート)
 - 水素等の新エネルギー開発促進
 - 自動運転バス実証実験 等
- ・山や湖沼をはじめとした豊かな自然
- ・豊富なスポーツ関連施設
- ・空港からの距離の近さ

OPPORTUNITY (機会)

- ・公共施設の建て替え整備
- ・港湾やまちづくりに関する先進的取り組みの推進
- ・新たなまちづくり政策
- ・民間企業等によるリゾート開発
- ・新たな企業の進出 (苫東等)
- ・誘致条件におけるハードインフラのボーダー低下

WEAKNESS (弱み)

- ・ハード面 (老朽化、規模感、場所、構成等)
- ・市内2次交通の脆弱さ
- ・バンケットを持つグレードの高いホテルの不足
- ・グレードの高い飲食店の不足
- ・鉄道アクセスの不便さ
- ・都市としての知名度の不足
- ・有力大学の不在

THREAT (脅威)

- ・誘致競争における出遅れ (後発地域)
- ・他都市の積極的な誘致取り組み
- ・コロナ禍による開催自粛 (特に企業系)
- ・全国的なMICE施設整備の進行やまちづくりの取り組みの成熟化
- ・SDGsなどの新たな取り組みへの対応評価

1. 苫小牧市の特性の分析

SWOT分析から導き出される方向性

他都市に比べ誘致しやすいターゲット

- ✓産業政策としての先進的な取り組みや域内に企業立地が多いことを活かせるターゲット
- ✓2次交通などの公共交通インフラの利便性に依存しなくても誘致可能なターゲット
- ✓大学の有無や都市としての知名度に関係なく、都市自体にある魅力（テーマ性）が刺さるターゲット
- ✓スポーツ施設など苫小牧にあるフィールドを効果的に訴求できるターゲット



具体的なターゲットイメージ

- ・企業系の会議や研修旅行（M）やインセンティブツアー（I）のようなグループでバス等で移動するもの
- ・企業系の研修（M）など、スポーツ施設をフィールドとして活用できるもの
- ・企業としての視察がセットになるよっている会議や研修
- ・小規模でテーマ性の高いコンベンション

1. 苫小牧市の特性の分析

2) MICE誘致におけるポジショニングの検討

都市名	ターゲット
札幌市	<ul style="list-style-type: none">・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・主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー・国内外に向けたPR効果の高い政府系国際会議・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
旭川市	積極的な誘致支援対象は、国際・全国・全道規模の学会・大会等（コンベンション）が中心。企業コンベンションという言い方で一部市外に本店がある企業が行う会議も対象にしている。また産業視察の紹介をしている。
函館市	コンベンションが中心。特にはこだて未来大学と連携して、工学系の会議を積極的に誘致している。
北見市	特にターゲットが設定されている様子はないが、基本的にはコンベンションを支援の対象としている。
釧路市	コンベンションを対象に開催支援サービスを展開。助成金等も基本的にはコンベンションのみ。
帯広市	特に明確なターゲットが設定されている様子はないが、基本的にはコンベンションを支援の対象として案内されている。
登別市	特にターゲットが設定されている様子はなく、Webサイト上にもMICEに関する特定の案内ページはない。

企業系の誘致活動をしている、他都市はない。どの都市も**ほぼコンベンションに注力**。

一部企業系のイベントを誘致している都市はあるが、どちらかという市外の企業の来訪を促進しているもので、**地元企業と連携した、取り組みをしている都市はない**。

コンベンションの誘致についても、テーマ性をしっかり定めているのは札幌市のみであり、**自都市の特性を活かしたテーマ性**を元に誘致戦略を描けば可能性がある。

1. 苫小牧市の特性の分析

(2) 苫小牧市の都市政策の方向性

MICEに関連する苫小牧市の施策の方向性等

苫小牧市人口ビジョン及び総合戦略

- 地元企業と学生との“つながり”を強化し、地元雇用の確保・拡大を実現
- 産業競争力を高め、地域ブランド力を向上

第2次都市計画マスタープラン

- 産業立地の促進に向けた都市基盤などの整備
- 苫小牧市の顔となる都市拠点の形成
- 貴重な自然資源・海洋資源を活かした広域的な交流エリアの形成
- 市民参加による協働のまちづくりの推進

苫小牧観光振興ビジョン

- 地域の魅力の有効活用
- まちぐるみでの観光推進
- 新たな魅力づくり

都市再生コンセプトプラン

- 次世代産業の展開
MICE誘致への取り組み
- 国際交流推進による多文化共生の実現
MICE開催等における地元学生・企業の交流促進
- ウォーターフロントの魅力発信
MICE利用等（会議・パーティー等）を想定したスペースの検討

MICE開催への好影響 MICEが与える効果

都市の産業的特徴が誘致などでのアピールにつながるほか特徴的なプログラムの実施なども可能になる

MICEによってイノベーション等が促進され、地域産業の魅力が向上することで若者の雇用につながる

企業立地の集積や拠点整備、市民との協働等によって、よりMICE開催都市としても魅力的なまちになる

MICEが開催されることで、企業や市民に+αの価値を提供できるとともに、整備した拠点の利用活性化にもつながる

地域の魅力が高まることで、MICE開催地としての魅力も向上するとともに、一般観光で利用されるコンテンツや施設が充実することで、MICEでも活用可能性が広がる

MICE開催をきっかけとして開発したコンテンツが一般観光にも活用でき、地域の魅力向上につながるとともに、MICE参加者の再訪など、観光誘客のプロモーションにもMICEが貢献

ハード面の整備が進むことで、MICE開催の幅が広がり、開催地としての価値が向上するとともに、地元学生や企業と連携することで、他都市にはできない独自性のあるまちをあげて開催するMICEを実現する企画をつくることができる

地元の企業や学生にとって、MICE開催を通じて苫小牧に誇りを持ちまちとしての価値が高まるとともに、整備した施設のにぎわいの増進にMICEが貢献する

地元の産業と住民のつながり活かした、苫小牧ならではの「ALL TOMAKOMICE」が考えられる
MICEによる来訪者と地域の企業や住民が交わることで、イノベーションや地域力の向上を実現できる可能性がある
拠点整備による新たなまちづくりにMICEが有機的に関わり、地元の企業や住民が誇りに思うまち苫小牧につながる

2. 苫小牧市のMICE誘致の方向性の検討

(1) 苫小牧市の特性を活かした方向性

企業系 (M&I) ～地元企業と連携したMICE誘致をするまち苫小牧～

- 地元企業（支店）が全社的に行う会議等を苫小牧に戦略的に誘致する
- 企業活動をサポートし負担軽減することで、結果的に苫小牧への来訪の促進や苫小牧市での消費を増やす
- 地元企業と信頼関係を築き、市外企業へアピールする、産業視察コンテンツを開発し、発信。世界中から企業イベントの誘致を行う

コンベンション系 ～かゆいところに手が届く、主催者とともにコンベンションをつくるまち苫小牧～

- 件数を大きく増やすのではなく、1件1件に対して丁寧に対応し、1件の開催効果を高める取り組みを行う
- 地元企業との連携によるプログラムなど、イノベーションを促していくためのコラボレーションの企画を積極的に仕掛けていき、苫小牧に行くと面白いプログラムができるぞ、という地位を確立する
- 対外的にプロモーションは順次行い、苫小牧としてアピールできるものを徐々に増やしていく

展示会系 ～地元発のイベントを広げて、人が集まるイベントをつくるまち苫小牧～

- 地元の市民や子どもたちが参加できる、地元の企業や関係者などが集まる地元産業をテーマにしたフェスティバル的な展示会を行う
- 苫小牧の特徴や企業同士の交流が盛んに行われていることなどを地元や地域にアピール
- 開催を積み重ねていくことで、徐々に規模を広げていき、市外からも人が訪れるイベントへ育てる
- イベントの成長とともに、様々なイベントに自然と派生していくことを目指す

3. 苫小牧市のMICE誘致推進の効果

(1) 自治体への効果

観光分野への効果

- ・ MICEをきっかけにしてつくった産業観光やユニークベニュー、体験プログラムなどのコンテンツを一般観光にも応用し、都市の観光的魅力の向上につながる。
- ・ MICEでの来訪をきっかけに参加者が家族などを連れて、リピーターとしての来訪を見込むことができる。
- ・ インセンティブツアーなどの場合、SNS等による情報発信等も期待でき、都市プロモーションにも効果が期待できる。
- ・ 各分野で有力なコンベンションの開催地になることができれば、その分野の関係者の来訪を見込むことができる。

市民(定住)への効果

- ・ 市民公開講座など、市民の自己啓発等につながるMICEに付随するイベントが増えることで、市民の満足度が高まるとともに、テーマによっては、健康増進などによって都市の財政負担軽減につながるものなど、派生的な効果を生むものもある。
- ・ よりイノベティブな産業（仕事）がまちに増えることで、若者の移住や定住につながる。
- ・ ボランティア活動や国際交流などを通じて、若年層の貴重な経験の場を生み出すことができる。
- ・ 都市の価値が高まることで、資産価値が高まったり、都市への帰属意識や愛着度が高くなる。

産業分野への効果

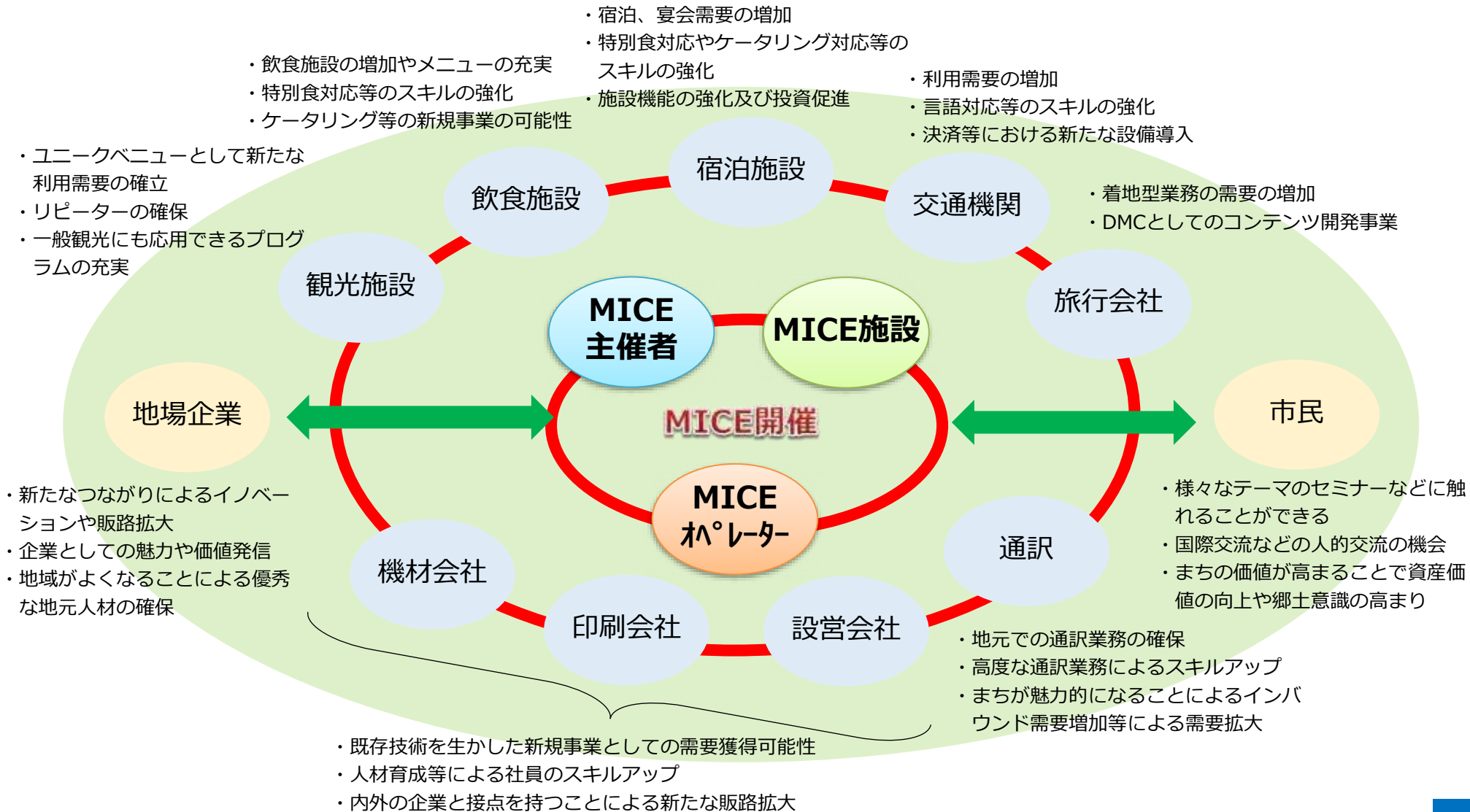
- ・ MICE参加者との接点を通じて、イノベーションや新たな販路開拓など、地元企業のビジネス力の強化につながる。
- ・ 産業観光などが行われることで、企業のブランドイメージが向上し、苫小牧に企業立地する一つのメリットとなる。
- ・ イノベーションなどを促進する都市としてのブランド力が高まることで、企業立地が促進されるとともに、若者などの移住や定住にもつながる。
- ・ 企業と行政がWin-Winの関係になることで、他都市では真似できない様々な取り組みを一緒に行うことができるようになる。

まちづくりへの効果

- ・ MICEは一般観光とは異なり、平日に開催のものも多く、一般観光振興と合わせて展開することで、需要の平準化などの効果を生み出し、安定的なまちづくりにもつなげることができる。
- ・ 新たに整備する施設等は、市内需要だけでは高稼働を実現するのは難しい場合があるが、域外からの需要を幅広く取り込むことで、安定的に施設を稼働させることができる。
- ・ 地元企業とコンベンション参加者や域外企業とがコラボレーションしたりすることで、様々な実証実験や取り組みがまち中でも行われ、にぎわい創出につながり、まち全体が活性化していく。

3. 苫小牧市のMICE誘致推進の効果

(2) 市内ステークホルダーへの効果



Chap.4

**苫小牧市のMICE誘致推進の手法
及び課題の整理と対応策**

1. MICE誘致推進における課題の整理

(1) ハード面の課題の整理

1) 公共施設

MICEを開催する場合、基本的には参加者の全員を収容できる、屋内の会場が必要となる。苫小牧市の場合、多くの人員を収容できるホールは現状もあるが、老朽化が進んでいることや、規模感もそれほど大きなものではないため、場合によっては条件を満たさない可能性がある。

但し、現在新しいホールを整備しており、使い勝手の面では、大幅に改善されることが予想される。

今後はそれらのホールやスポーツ施設等について、**MICE利用者が、早いタイミングで利用予約が可能となるかの、ソフト面の調整が重要**となる。

2) ホテル

宿泊者の収容という意味では、それなりの規模まで対応ができるものの、バンケット（宴会）の対応ができる、いわゆるハイグレードのホテルが少ない。実際、市内中心部で対応可能なのは、グランドニュー王子となるが、他都市に比べれば、グレードの面で劣ることは否めない。一方で、新たなホテル誘致は現時点では現実的ではないため、**事業者と行政が協力しながら、顧客のニーズに対して工夫で対応することで、可能性を見出す必要がある。ユニークベニューとケータリングの活用は、その可能性の一つである**と考える。

また郊外の二ドムなどを市内中心部とつなぐことで、活用する方法の検討も効果的である。

一方で今後、リゾート系のホテルなど、新たな整備が進んだ場合は、市場環境として大きく変化する可能性がある。

1. MICE誘致推進における課題の整理

3) 二次交通

駅と中心部、グレードの高い郊外のリゾートなど、市内にMICEの拠点となる施設が点在しているのが大きな課題となり、またそれらを結ぶ二次交通も脆弱である。

コンベンション開催時には、シャトルバスを助成するなどの方法で補いながら、2次交通に影響を受けないMICEを誘致ターゲットとして中心に据えることも効果的である。

今後スマートモビリティの活用など、**苫小牧が得意とする先進的な取り組みの実証地として、2次交通についても補うような取り組みができれば、話題性も含めMICE誘致に効果的**であると考ええる。

4) 飲食施設

参加者などがオフィシャルなプログラムを終えたあとに、気軽に行ける飲食店（居酒屋等）が不足（宿泊するホテル周辺等に少ない）している。軒数的な問題や、営業時間的な課題がある。またVIPの方などを別途接待するような、ハイグレードな飲食店も少ない。

まち全体として、ナイトタイムコンテンツには乏しいため、**今後のまちづくりにおいては、夜間消費を増やすための工夫もしていく必要がある**と考えられる。

1. MICE誘致推進における課題の整理

(2) ソフト面の課題の整理

1) 誘致主体の不在

誘致活動には、**窓口となる組織が必要**であるが、MICEを主に扱う組織は苫小牧市には現状ない状態であり、明確にわかるように整備する必要がある。

2) 助成制度等の不存在

他都市との誘致競争を勝ち抜くためには、一定程度の助成制度が必要となる。特に**北海道の場合、道の助成が市町村助成の上乗せ助成の形態をとっているため、助成制度がなければ、そもそも道の助成制度も活用できない**ということになる。

また**都市の弱点を補う、シャトルバス助成なども検討が必要**と考える。

3) プロモーションの不足

MICE誘致においては、MICEの観点で、主催者に訴求するプロモーションが必要となる。一般観光のプロモーションとは別で、会場としての特性や、主催者にどのようなサポートを提供できるのか、苫小牧で開催することでどのようなメリットをMICE側が得られるのかなど、ストーリー性を持たせながら、**実際にどのような開催が可能か、イメージしやすいプロモーションを展開**していく必要がある。

特に主催者は一般観光客と比べて、自ら詳しく情報へアクセスするということは稀であるため、**インパクトのある映像や、わかりやすい書面等で、苫小牧を印象付ける必要がある**。

また苫小牧には産業資源を中心に魅力的なコンテンツが多いにも関わらず、そのPRが上手くできていない印象があるため、特にMICEの主催者に対して訴求できるコンテンツとして、**地元企業と連携して視察などのコンテンツを整理し、MICE主催者に提供**していくことも重要かつ効果的なプロモーションとなる。

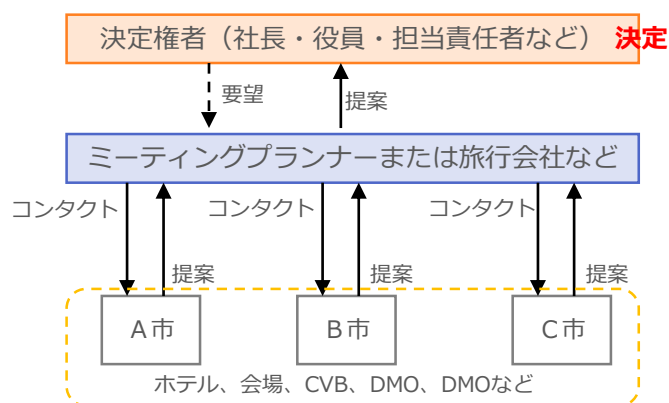
2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(1) MICEの開催地決定方法

1) 企業イベント（M及びI）

①開催地決定方法

企業イベントの開催地決定の方法は、基本的には企業内のキーパーソン（決定権者）が最終決定は行うが、**ミーティングプランナー（社内外ともに）や旅行会社からの提案に基づいて、その中から選択するという手法を採るケースが多い。**一部、自社の関連工場の視察を組み込むなどの指定事項（キーパーソン側からプランナー等への要望）がある場合もある。



出所：コングレ作成

そのため、開催都市へコンタクトを行うのは、多くの場合はミーティングプランナーや旅行会社である。彼らは自分の知識の中からイベントの趣旨に沿った都市を検討し、その都市のホテルや会場施設、コンベンションビューロー、DMC、DMOなど窓口となるところへコンタクトする。そのためそれらの地域内のプレイヤーに、行政としてできる支援などを適切に伝え、理解してもらうことが重要となる。また場合によっては、提案書の作成などについて支援できる体制を構築することも効果的である。

②開催地決定時期

開催地決定時期は、企業や内容によっても異なるが、長期的に決定されるものではなく、1～2年前より前の時期に決定されるようなものは少数である。逆に直前の時期になって相談があるようなケースもある。一般的にコンベンションなどに比べると、プログラムなどの提案から開催地決定、実施までの期間が短いのが特徴と言える。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

③行政としての企業イベント誘致のためのポイント（財政的な支援は除く）

ミーティングプランナーや旅行会社とのコネクションを作る

企業の最終決定権者とコネクションを作るとは難しいが、ミーティングプランナーや旅行会社は常に最新の情報収集を行っており、適切な準備を行い、コンタクトが可能な場所にさえ行けば、コネクションを作る機会は多い。例えば、旅行やMICE関係の展示会への出展や旅行会社への訪問営業などがある。国際案件であれば、JNTOが行うVJTM（VISIT JAPAN トラベル&MICEマート）なども活用できる。

ミーティングプランナーや旅行会社に（最有力候補として）提案してもらう

企業イベントにおいては、その時々で目的や趣旨は変わることが多く、同じ企業であっても毎年同じということはありません。そのため、プランナーや旅行会社から企業イベントの目的や趣旨を聞き出し、それらに沿った企画の提案を行うことが重要となる。そのためには、地域内にある幅広いコンテンツを把握し、揃えておき、目的や趣旨に沿った提案をできるようにしておくことが重要となる。

地域内のネットワークを構築

企業イベントでは、その企業が関連する工場や企業などへの訪問を含むケースが多い。そのため、自都市にある企業などと平日頃からネットワークを構築し情報収集を行うことで、例えば工場見学だけに立ち寄る予定であったところを、1泊滞在してもらう形に変更してもらう、などの提案も可能となる。またホテルなどにファーストコンタクトがあるケースも多いため、地域内の民間事業者と協力体制を構築し、行政として行うことのできる支援について、事業者に理解してもらってもらうこともポイントとなる。統計的な情報が少ない企業イベントは、自都市内で様々なネットワーク構築し、アンテナを高くすることが特に重要となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

2) コンベンション (C)

①開催地決定方法

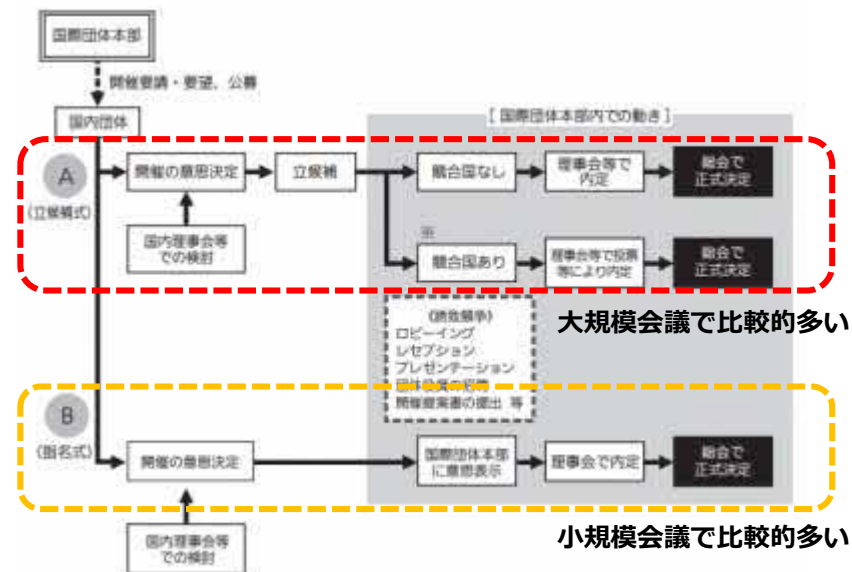
コンベンションの開催地決定の方法は、国際会議の場合は、国際団体から国内団体（キーパーソン）に打診や公募等があり、国内団体（キーパーソン）が立候補することで、日本での開催可能性が生まれる。日本のどの都市で開催されるかについては、立候補の時点で国内開催候補都市として決定しているケースがほとんどであるが、指名式の場合は、日本での開催決定後に、国内団体（キーパーソン）が改めて決定するケースも稀にある。

そのため、国内団体（キーパーソン）が立候補するかが、誘致においては初めの大きな要素となる点である。

また近年は、国際団体本部の事務局を行うコアPCOと呼ばれるPCOが開催地決定においても強い権限を有するケースが出てきている。

国内に関しても開催地決定の仕組みは基本的には同様であり、国内の統括団体に会長候補が立候補して開催地が決定する。**多くは会長の所属する機関の所在地で行われるケースが多いが、会場や宿泊施設のキャパシティや様々な事情で、他都市で開催されるケースもある。**開催地が固定されている会議も稀にある。

学会ではなく、業界団体などの組織系の大会などの場合は、47都道府県持ち回りなど、ある程度開催地決定のルールが定められている場合もある。



出所：観光庁「国際会議誘致ガイドブック」（第2版）より抜粋

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

②開催地決定時期

国内会議（年次総会等）の場合は、前回大会よりも前の約3年前に開催地が決定するケースが多い。国際会議の場合は、前々回大会時には開催地が決定するケースが多い。そのため、開催周期の長い催事の場合は長期的・戦略的に誘致・営業活動に取り組む必要がある。

誘致活動時期	国内会議（例） （大型医学系学会の年次総会の場合）	国際会議（例） （2年周期で開催する会議の場合）	国際会議（例） （3年周期で開催する会議の場合）	国際会議（例） （4年周期で開催する会議の場合）
開催9年前				●開催提案書の提出 ●プレゼンテーション 前々回の会議にて 開催地決定
開催8年前			●国内関係機関の調整、誘致の意思統一 競合状況の把握 ●キーパーソンへのロビーイング（根回し）	
開催7年前				
開催6年前	●会議情報の把握	●国内関係機関の調整、誘致の意思統一 競合状況の把握 ●キーパーソンへのロビーイング（根回し）	●開催提案書の提出 ●プレゼンテーション 前々回の会議にて 開催地決定	
開催5年前	●会議情報の把握誘致対象会議と決定 誘致活動開始			
開催4年前		●開催提案書の提出 ●プレゼンテーション 前々回の会議にて 開催地決定		●前回会議での開催PR 前回の会議
開催3年前	●会場使用計画等の提出 主催決定		前回の会議 ●前回会議での開催PR	
開催2年前	開催に向けた準備・組織づくり 基本方針策定	前回の会議 ●前回会議での開催PR		
開催1年前	前回の会議 前回会議でのPR （ポスター掲示等） 会議準備の本格化			
開催年度	国内会議の開催	国際会議の開催	国際会議の開催	国際会議の開催

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

③行政としてのコンベンション誘致のためのポイント（財政的な支援は除く）

国内団体（キーパーソン）が立候補しやすい環境を整える

国内団体（キーパーソン）は、立候補をしたくても様々な理由で立候補ができないというケースがある。財政的な理由（赤字になった場合のリスク）や日常の業務や研究に加えて発生する様々な事務負担などが理由としてあげられる。特に国際会議の誘致には、ビッドペーパーと呼ばれる開催提案書（立候補ファイル）の作成が必要となるが、本職ではないキーパーソンにとっては、大きな負担となる。そのため、その点に対する支援など、全てはできなくとも、できる限り負担を軽減する支援策を用意し、それらの支援についてキーパーソンとなり得る方々に周知し、立候補しやすい環境を整えることが、重要となる。

国際団体や国内本部へも積極的にアプローチを行い都市の印象を植え付ける

最終的な決定は、キーパーソンではなく、国際本部や国内本部などの上位団体が行う。そのため、都市の認知度が組織内で低い場合、キーパーソンのみでは誘致競争に負けてしまう可能性が高まる。展示会への出展や訪問営業などを通して、上位団体に対しても、都市の印象をあらかじめ植え付けておくことが重要となる。

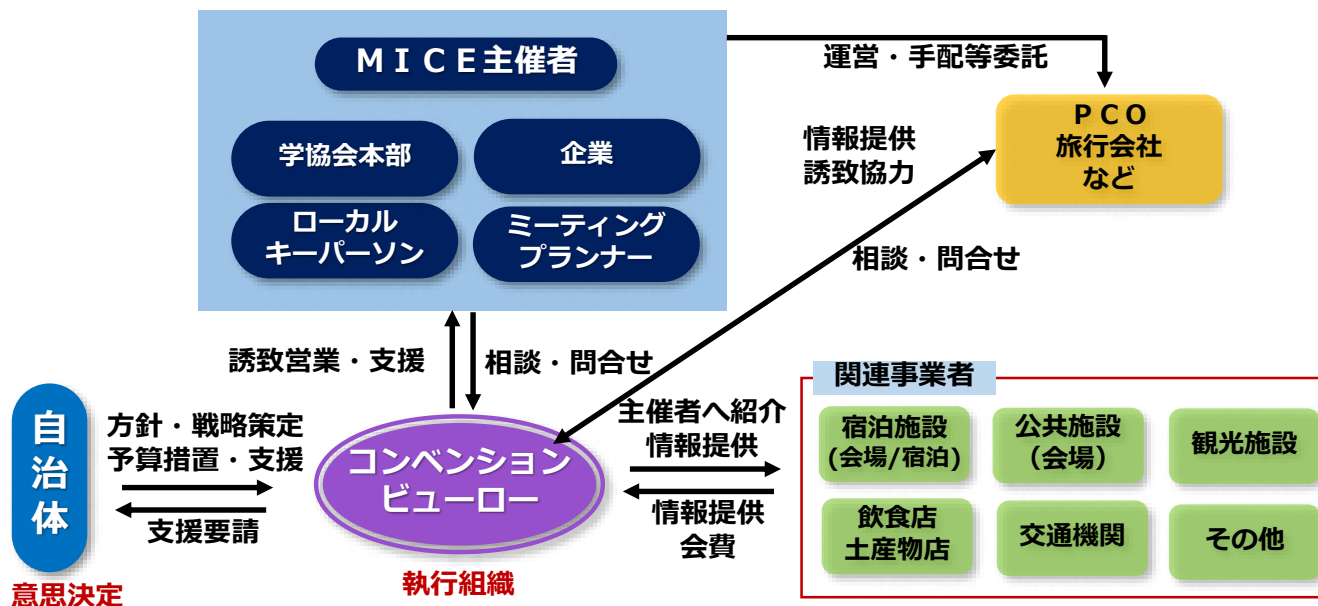
地域内のネットワークを構築

コンベンションは、決して行政だけ、会場となる施設だけ、で開催できるものではないため、例えばビッドペーパーを作成するにあたっては、様々な事業者の協力が必要となる。事業者にも誘致に成功した場合に様々なメリットがあることを説明し、積極的な協力を得られる体制を構築しておくことが、重要となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(2) 国内他都市のMICE誘致体制

1) コンベンション・ビューロー (CVB) を中心とした体制

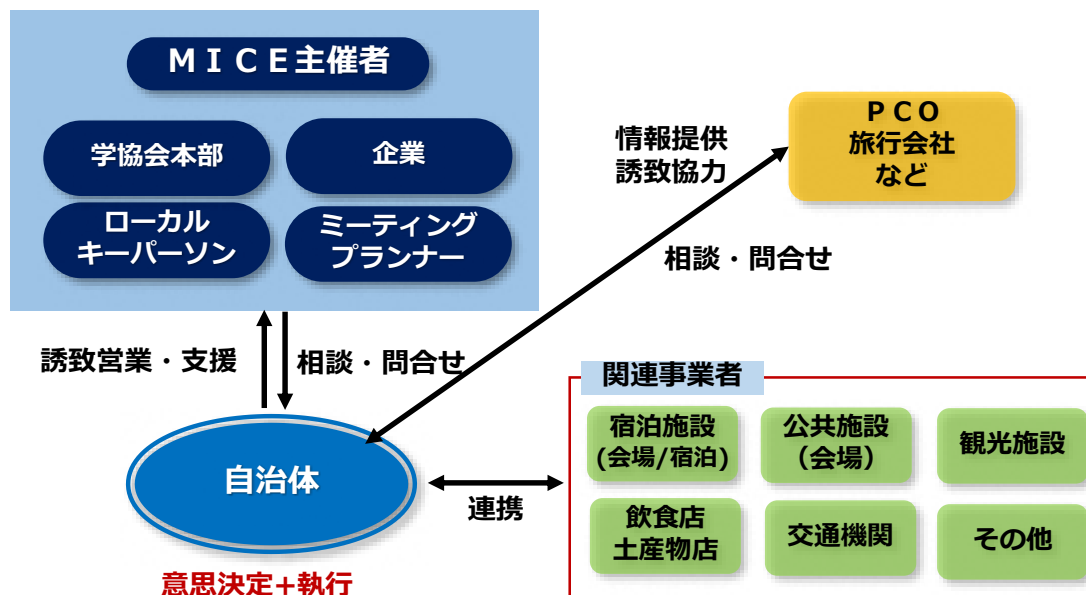


一般的には「コンベンション・（ビジターズ・）ビューロー（CVB）」と呼ばれる執行組織を外郭団体として設置し、MICE誘致の中心とする場合が多い。これには様々な要因があるが、MICEの誘致から開催までに、複数年のタイムラグがあるケースがあるため、自治体が窓口となった場合、人事異動で担当者が変わってしまい、主催者との継続的なコミュニケーションに齟齬が出るケースが多いためである。またMICE誘致にはある程度予算を機動的に活用する柔軟性が必要になることが多いことも、外部に組織を設ける大きな理由の一つである。

この場合、自治体の役割はMICE誘致の方向性（目標やターゲットなど）を定めるなどの戦略的な意思決定と、予算のコントロールが主なものになる。また当然誘致活動にあたっては、自治体でしかできないサポート（例えば、市長からの歓迎メッセージの作成や各種許可関係での支援など）も対応していく必要がある。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

2) 自治体を中心とした体制



自治体によっては、CVBを設置していないところもある。そういった場合は、自治体の方でCVBと同等の役割も担うことになるが、当然ながら人的リソースの負担は大きくなる。そのため、MICE誘致に関する取り組みの立ち上げ時などは別として、長期視点では一部業務を民間に外部委託するなどの工夫が必要となってくるが、現実的にはMICE誘致は単年度や単体事業で成果を図りにくい取り組みであり、また業務を切り分けると非効率や効果の減衰につながりやすいことから、結果的にCVBを設置した方が効果やコストの側面から優位であることが多く、あまり国内でもこのような体制を維持しているところは多くはない。

また前述の通り、MICE誘致は主催者との長期かつ個別の信頼関係構築が重要となる。一般観光行政のようなマスプロモーションではなく、主催者個々につながるダイレクトプロモーションが重要となることから、異動のある行政職員では、なかなか長期的な人対人の信頼関係を築きづらいため、誘致活動においてはどうしても印象的に良いイメージを持たれない場合も多い。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(3) MICE誘致推進組織の組成

1) コンベンション・ビューロー (CVB) のあり方

① 新たな組織の立ち上げ

シンプルに新たな組織を立ち上げる方法がある。但し、組織立ち上げの労力や、既存の組織等と業務の重複が発生したり、連携がうまくいかず非効率になったりすることもあるため、実際にゼロからCVB「だけ」を組織として新たに立ち上げる自治体はほとんどない。そのため、多くの自治体では、何らかの組織の機能の拡充で対応することが多い。国内では過去に神戸がこの形態に近かった（その後、神戸観光局と統合）。



② 観光協会機能の拡充

観光コンベンションビューロー（または協会）といった名称が用いられることが多いが、いわゆる観光協会（観光局）の一機能として、CVB機能を持たせるパターン。国内で最も多い形態。グローバルMICE都市であれば、横浜・名古屋・広島・福岡が観光CVB、東京・大阪・神戸は観光局の中に機能がある。またその他の地方都市でも、この形態（観光CVB）が多くを占めている。



③ 国際親善協会機能の拡充

国際親善を行う協会等の機能を拡充し、国際誘客機能を持たせる形で組成するパターン。札幌や仙台、千葉などがこの形態となっている。また、京都は少し異なるが、CVBが国際誘客・文化交流を担うという整理をしている。

国際MICEの誘致を意識した場合、海外とのコネクションや言語の問題等が発生するため、この選択肢はある意味では合理的で、マスプロモーションを観光協会が行い、ダイレクトプロモーションをCVBが行うという切り分け方ができ、それぞれの組織の強みを活かすことができる。



2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

④産業振興協会などの経済系の団体での拡充

産業振興や貿易関連の団体などが、CVB機能を持っているケースがある。これはその都市における拠点MICE施設が展示場である場合に多いが、いわゆる展示会による産業振興と合わせて、MICE誘致も行うことで、産業振興のさらなる強化を図るという観点から、組織化されている。

国内では、かつて北九州がこの方法であった（現在は観光協会と統合）。また地方都市では、島根県の松江コンベンションビューローがくにびきメッセ（施設）とのセットで設置されており、比較的こちらに近い形態となっている。



⑤その他の組成の特徴

これらの基本的な組成のほか、同じ組織内にフィルムコミッションやスポーツ大会誘致などの機能を持つ場合や、近年はDMOとしての認定を受けている組織も増えてきている。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

2) 自治体組織のあり方

① 観光系課内の一つのグループとして設置

最も多いパターンで、観光系の課の下にMICE担当が置かれる形。比較的地方都市では、このパターンが多い。



② 産業系の部局の一つの課として設置

グローバルMICE都市など、比較的MICE誘致に力を入れている自治体や施設を抱える自治体などは、このパターンであることがある。施設を抱える自治体の場合、課の下に、誘致担当と施設担当を置くケースがある。



③ その他

基本的には国内の自治体は、いずれかのケースであることがほとんどであるが、海外ではより産業寄りの部署の元に観光とは切り離して管轄が置かれているケースや、横断型の組織として、日本の自治体で言うところの「総合政策」的な位置づけの中に、MICE関連の部署が置かれているケースも稀にある。

また役所内にMICE誘致を推進をするための、横串組織として、“協議会”や“連絡会議”などを設置することが多い。MICE担当課のほか、観光担当や企業（産業）担当、総合政策担当を中心に、自治体によってはスポーツ担当やフィルムコミッション担当、教育旅行誘致担当などが入るケースも多い。“協議会”の場合は、地元のホテルや商工会議所などの民間ステークホルダーも入ることが多いが、CVBを設置する場合は、そちらの役割との整理（特に賛助会員との座組について）が必要であり、CVBも入れた座組を自治体側が主導しているところと、CVBの枠組みに自治体が参加する形と、両方の形が見られる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(4) MICE誘致推進組織の財源

1) コンベンション・ビューロー (CVB) の財源

CVBを設置した場合、その財源は主に右図のような構成になっていることが多い。自治体から支払われる年間予算や事業発注などによるものをベースとして、自主財源として賛助会員（ホテルなどの関連事業者）からの会費収入、それに加えて何らかの自主事業による収入を持っていることが多い。

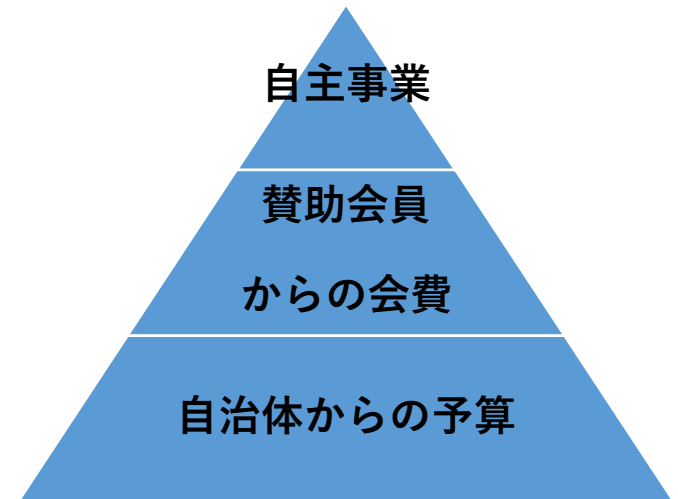
自主財源については、賛助会員にはコンベンション開催情報の提供や主催者への紹介、各種媒体への掲載などのベネフィットの提供をすることで、会費を得ることになる。自主事業は、それぞれの組織によっても異なるが、物販収入やイベント開催による利益などがあげられる。

海外では・・・

いわゆる宿泊税などの観光目的税を財源として、CVB機能に資本投入をしている都市や、TBID (Tourism Business improvement District) と呼ばれる仕組みを構築し、CVBの会費や観光目的税とはまた異なる財源で、CVBによるMICE誘致を支えている都市もある。

戦略的資金構築

国内でも予算の機動性や柔軟性をあげるため、基金を設置することで、CVB組織が誘致に比較的自由にお金を使えるようにしている自治体もある。これは誘致活動のリードタイムが長く長期間になるため年度で区切りづらいことや、より戦略的に、すなわち自都市にとって効果の高い「特に誘致したい案件」に積極的に投資ができるようにするためである。また基金までは設置しなくとも、それに近い効果を持たせるため、CVB組織は特に大都市では財団化されているケースが多い。



2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(5) 組織の役割

1) コンベンション・ビューロー (CVB) の役割 (業務内容)

一般的なCVBの役割 (業務内容) は、下記のように整理ができる。

① 誘致活動

基本的にはMICE等の誘致につながるよう、営業活動を行う。様々な機会を通して、主催者などのキーパーソンとコネクションを構築していきながら、長期的な視野で誘致活動を行っていく。

域内の企業やキーパーソン (大学関係者等) との関係構築も重要で、域内の営業も重要な活動である。

② プロモーション活動

コネクションを作るために、国内外の展示会や商談会といった場に参加してプロモーションを行うことも有益である。また近年はビジネスに効果的なSNS等のオンラインツールも豊富にあるため、そうしたツールを駆使したプロモーションを展開することも必要となる。

③ 各種支援の提供

開催助成金などがあれば、その管理や運用のほか、域内の主催者が開催地として立候補する場合の各種支援 (ビッドペーパーの作成支援やコンテンツの提供、各種調整等) など、MICEの誘致や開催にあたっての必要な支援を行っていく。

④ プロモーションツール作成

プロモーションに必要な、パンフレットをはじめ、近年ではその都市でのMICE開催をイメージしやすくなる動画コンテンツをつくる都市も多い。もちろん国際的な誘致を行うのであれば、多言語対応 (最低限英語) のWebサイトなども必要となる。また各種支援において必要となる、画像や地域を紹介する動画などをストックしておくことも重要となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

⑤ 会員企業への情報提供など連携構築や人材育成

賛助会員企業との連携やベネフィットの構築も重要な役割となる。特に会費に見合うだけのリターンがなければ、賛助会員を増やしていくことは難しい。MICE開催情報の提供や主催者への紹介、パンフレットへの掲載などのほかにも、MICEに関連するセミナーを開催して人材育成につなげたり、共同で誘致活動を行ったり、地元の事業者に対して、一緒に地域を盛り上げていく旗振り役として、積極的な取り組みを行っていく必要がある。

⑥ エリアマネジメント

ユニークベニューの開発や、エクスカージョンなどで使えるコンテンツなど、域内でMICEに活用できるコンテンツを発掘・開発していくことも大きな役割の一つとなる。特にユニークベニューなどは、施設管理者と事前に調整しておくことで、いざ問い合わせがあった際にスムーズに対応できる。そもそもこれまでそういった用途では使われてこなかった施設を使うことも多いため、ユニークベニューとして使えるようにしっかりと商品化していくことが重要となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(6) 苫小牧市のMICE誘致体制（提案）

1) 観光協会へのCVB機能の追加

観光協会にCVB機能を持たせることが、苫小牧市においては、もっともシンプルなMICE誘致の機能を作る方法であると考えられる。既にある市や観光協会の機能を再編し、観光協会内にマस्पロモーション的な動きなど観光地としての魅力向上と誘客を担うプロモーション部とスポーツ誘致やMICE誘致などのいわゆる「一本釣り」となるダイレクトプロモーションを担う誘致戦略部を設置し、それぞれのスペシャリストを育成していく。

2) 観光協会のDMO化（その中の要素としてCVB機能を持たせる）

DMOとして、苫小牧市のディスティネーションとしての包括的なマネジメントを行うという観点から、DMOのミッションとして、MICE誘致を持たせる方法。DMOとして一般観光のマネジメント、スポーツやMICE誘致等のマネジメントも含めて包括的に行う体制。多面的な観光地開発につながる反面、負荷は大きい。但し、DMO化することで、国の補助金等を活用できる可能性が高くなる。

3) スポーツ・MICEビューロー（コミッション）の設置

観光協会はそのまま残し、スポーツ関係の誘致とMICE誘致を担う「ビューロー」を新たに設置する。観光協会はディスティネーションの開発や一般観光向けのマस्पロモーションを中心に担い、新たに設置するビューローが、スポーツやMICEといった「一本釣り」が可能なダイレクトプロモーションが向くターゲットの誘致を中心に担う体制である。組織を分けることで機動力は高まるが、それぞれの業務が密接に連携をするので、協力体制の構築も同時に行う必要がある。



2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(7) 自治体組織の再構成（提案）

1) 観光振興課内にMICE推進室（担当）の設置

現状、産業経済部の中に観光振興課があり、また産業経済部から観光協会にも派遣をしている。そのため、観光協会の機能拡充という形で、MICE推進の役割を位置づけた場合には、観光振興課内にMICE推進の担当者を置くことが、最もシンプルなあり方になると考えられる。一方で総合政策部にスポーツ都市推進課やまちづくり推進課があり、これらの部署との連携を意識していくことも重要となる。

2) スポーツ都市推進課の新たな役割もしくは並列の課として

MICE誘致はスポーツ誘致に性質が近く、またまちづくりのコンセプトとも関連する部分も多いため、スポーツ都市推進課の機能を拡充し「スポーツ・MICE都市推進課」とするか、もしくは横並びで新たに「MICE都市推進課」を設置する方法が考えられる。この場合、産業経済部（観光振興課）との連携、観光協会との連携については、意識していくことが重要となる。

3) 観光・スポーツ・MICEが一つになった新部署の設置

産業経済部もしくは総合政策部内に、観光・スポーツ・MICEが一体となった新たな部署を立ち上げるのが、それぞれの事業や観光協会との総合的な「連携」を意識した場合には、最も効果的な方法として考えられる。観光・スポーツ・MICEを一体とすることは、それらの事業の関連性もあるが、いずれも都市にとって重要な「外需」を獲得する手段であることにある。外需を意識しながら、それをまちづくりに落とし込んでいくという意味では、これらをテーマとする担当者が一つの部署内で活動することは、効率のよいまちづくりを行っていく上で、大きなメリットがあると考えられる。



2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(8) その他の施策の提案

1) MICEに特化したパンフレットやWebサイト等の誘致ツールの作成

MICEに特化したパンフレットや全世界に向けて情報発信ができ窓口ともなるWebサイトの構築は、MICE誘致を行うにあたって、基本的な誘致ツールとして最低限必要になるものである。どれだけ口で誘致を言っても相手にはその場でしか伝わらないため、MICEのような長いタームでの誘致活動が必要なものに対しては、相手の手元に何らかの残る形で誘致ツールを提供することが重要になる。

そのため、窓口組織の構築とともに、これらの誘致ツールの作成は、MICE誘致の最初のステップと言え、最低限必要なベースの取り組みとなる。

2) MICEに特化した動画等のプロモーションツールの作成

1) の誘致ツールと同様に、近年は動画など印象に残すためのプロモーションツールが重要となってきた。書面ではなかなか伝わらない魅力を、動画などわかりやすい形で説明することで、相手に正確な情報を伝えるとともに、実際の開催イメージを想起させやすくなる効果がある。

そのため、大規模なコンベンションなど、実際の開催がある際に、ビジュアルなどを撮影しておき、実際の開催の様子を使ったイメージ動画などを作成することが重要になる。特に苫小牧市の場合、大規模なコンベンションは開催が限られるので、できる限りタイミングを逃さずに、実施しておく必要がある。

3) MICEに関する助成金制度等の検討

多くのMICE誘致先進都市が、開催助成金制度を持っている。但し、都市自体の財政規模にもよるため、無理のない範囲で設定をする必要はある。一方で、北海道の場合は、道が設定する開催助成金が市町村の助成金と同額を上乗せ助成する仕組みとなっているため、その効果を最大限取り込むためには、道が設定する金額が一つの目安となる。

また、都市の弱点を補う助成金、例えばシャトルバスの助成なども効果的である。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

4) MICE誘致時・開催時にサポートできるサポートメニューの洗い出しと新設の検討

MICE誘致・開催には、主催者との連携が欠かせない要素となる。現時点で行政として支援できるメニューを明確に提示できるようにしておくほか、主催者との対話の中で必要な支援を探りながら、対応できるものには対応し、サポートできるメニューを増やしていくことが重要となる。

最初は苫小牧へ来てもらうためのアピールに必要な写真や動画などの素材提供や、紙袋やノベルティなど、開催時に苫小牧市のアピールも兼ねて参加者にお渡しできるようなものの提供、ユニークベニューなどを利用するにあたって必要な行政手続きのサポートなどから始め、ゆくゆくはオリジナルのコングレスバッグの提供や駅前や会場での歓迎看板の設置、市民ボランティアの協力、物産ブースの調整対応など、地域も巻き込んだ支援をサポートできる体制を構築していくことで、開催地としてのバリューアップにつながる。

5) MICEに関わってくれる地元企業の発掘とコンテンツ開発

苫小牧市の特性を最大限に生かした方向性でMICE誘致を推進していく場合、鍵となるのは地元で立地している企業との連携である。地元で所在している企業と連携し、企業内で行われている会議の苫小牧への誘致や、企業と協力して、産業視察に対応できるコンテンツ開発をしていくことが、苫小牧らしいMICEにとっては、極めて重要な要素となる。

まずは地元で立地する企業と連携して、企業内で行われている会議を苫小牧で開催することでより魅力的にするための提案を行いながら、苫小牧での開催を支援していくことで、企業との関係性を構築する。

その後、外部の企業や研究者などが来訪した際に、工場見学や意見交換会などが実施できるような、「研修コンテンツ」を開発し、苫小牧として、MICE主催者へアピールしていくことで、他都市とは違ったMICE都市としての地位確立につなげることができる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

6) ユニークベニューの検討と開発

苫小牧市においては、ホテルの宴会場のグレードやバリエーションが他のMICE誘致推進都市に比べると弱い
ため、ユニークベニューを充実させることで、その弱点を補う必要がある。

苫小牧らしさを出せるユニークベニューは場所としては豊富にあるが、実際に利用の際には各種設備や料
飲のケータリングなど、持ち込みが必要となるものが多いが、それらを提供する事業者が必要となる。その
ため、まずはそれらの事業者を発掘し、会場と組み合わせることが必要となる。

加えて各会場とのすり合わせを行い、MICE開催時に、ユニークベニューとしての利用希望があった場合に
利用させてもらえるかの確認と、手続き方法等について、確認をしておき、主催者に伝えられるように調整
しておくことがポイントとなる。

その上で、ある程度利用目途が立ったユニークベニューが複数できれば、ユニークベニューガイドブック
のような形で、利用イメージを伝えることのできる、プロモーションツールを作成するのが良い。(MICE自
体のプロモーションツールとセットで作成するのも効果的である。)

またある程度利用が見込めるようになり、各ユニークベニュー会場で理解が進んだ場合には、会場側であ
る程度対応できるような設備導入を検討してもらい、それに対して補助金を設定するなどの施策も、ユニ
ークベニューを加速度的に増やしていくためには、有効な手段となる。

7) 苫小牧オリジナルのコンテンツの開発

苫小牧市の場合、立地企業以外にも、スポーツ施設が充実しているという特性がある。そのため、企業研
修などで、それらのスポーツ施設を利用することが考えられる。但し、スポーツ施設だけで、誘致プロモ
ーションをかけたとしても、他都市との差別化は難しいため、それぞれの施設で実施できる「研修コンテ
ンツ」をセットでアピールしていくことがポイントになる。

近年では、企業の運動会や研修のためのチームビルディングなどを行う事業者も多くいるため、それらの
事業者と協力して、コンテンツ開発をしていくことも、今後の取り組みにおいては、検討すべき点となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

(9) ロードマップ案

1) ロードマップ

時期	企業イベント (M・I)	コンベンション (C)	展示会 (E)
2022年度	誘致方策の検討		
2023年度	誘致ツール（パンフレットやWebサイト、動画等）の作成		
	実際のMICEに対して伴走支援を実施し実務上の課題を洗い出し		
	MICE誘致に関するイベント等への出展・参加等		
	誘致主体の検討・設置等		
STEP① (2024年度以降)	MICE誘致に関する助成金や支援メニュー等の体系化		
	誘致・プロモーションツールのブラッシュアップ		
	市内ステークホルダー（事業者）との勉強会		
	地元企業との勉強会	実施イベントやMICE支援の持続化・継続化のための検討	
STEP②	再生コンセプトプランによるまちづくりと連携した体験コンテンツやユニークベニュー開発		
	地元企業や地域と連携した苦小牧ならではのコンテンツ開発		地元企業のイベントへの積極的な参加呼びかけ
	海外のプロモーションイベント等への出展		国内・道内への地域イベントの発信
	地元企業との協業によるMICE誘致 (本社や支社等への内部セールス)		
STEP③	地元の既存宿泊施設等のインフラ整備に対する補助制度など、まちの魅力向上につながる施策検討		
	企業と連携した高度な視察コンテンツを開発し、外部企業等のMICEを誘致		海外への地域イベントの発信
	海外顧客への直接誘致セールス		

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

2) 2023年に取り組むべき内容

①誘致ツールの作成

- ・ MICE誘致用プロモーション動画の作成

MICEに特化したプロモーション動画を作成する。会場となる会議施設やホテル等はもちろんのこと、ユニークベニューなどの「苫小牧らしさ」を織り込むことが重要になる。可能であれば、「苫小牧らしさ」の目玉として、地元企業と協力し工場見学などの産業コンテンツも盛り込みたい。また実際に参加者がいるシーンでの撮影ができると、主催者としては開催をよりイメージしやすくなる。

- ・ MICE誘致用パンフレットの作成

MICE主催者の視点でパンフレットを構成する。MICE主催者は会場の規模（部屋ごとの広さ・収容人数や部屋数など）が最も気になる点になる。それらを簡潔にわかりやすく示すことが最初のポイントとなる。その上で全体の構成として「なぜ苫小牧で開催するのか」という視点で、苫小牧市が提供できる「ストーリー」を示すことが重要になる。例えば、多くの企業が立地し産業的の魅力が充実していたり、CCS（CCUS）などの先進的な実証事業を行っていたり、世界有数の港湾を有していることなど、一見MICEや観光（都市の魅力）と関係なさそうに思えることでも、他都市にはない点であれば、それが魅力となるのがMICEである。それらをMICE開催を有機的に絡ませることができることなどをアピールすることで、インプレッションの高いMICE誘致パンフレットを作成することができる。

②モデル事業の実施

- ・ エクスカーション等のアフターMICEとして魅力的なコンテンツの実証の実施

どのようなコンテンツがMICE参加者に受け入れられるかは、実際に試してみるのが最も効果的な方法である。苫小牧市のコンテンツを実際のMICE参加者に体験してもらい、アンケートなどによって生の声を収集し、苫小牧の現状を把握することが、今後どのような形でMICE誘致を推進していくかにあたって、また観光的魅力を増進していくにあたって、重要な要素となる。MICEの開催が予定されている場合は、積極的にその機会を活用できれば、参加者が何を求めているのかを直接知ることで貴重な機会となる。

2. 今後のMICE誘致推進の施策の検討

③コンベンション支援の実施（トライアル）

- ・コンベンション開催時に地域の魅力を生かしたコンテンツを提供

コンベンションの開催にあたっては、何もしなければ参加者は会場内に留まり、苫小牧市内を回遊したり、苫小牧の魅力に触れる機会というのは限られてしまうケースが多い。主催者と協力できる関係性にあるコンベンションが開催される機会があるのであれば、積極的に協力し、苫小牧の魅力をどのように差し込むかを、実際の開催で検証していく貴重な機会となる。

地元の市場と協力して会場内外でイベントを実施したり、ユニークベニューでのパーティーを提案するなど、参加者が自然な流れで苫小牧の魅力に触れる機会をつくるのが、大きなポイントとなる。

苫小牧の場合、助成金などのお金の支援ではどうしても財政規模等の観点から、他都市との競争には限界があることを考えると、主催者と協力しながら、開催地に行きたいと思う仕掛けを積極的に作っていくことで、金銭面以上の支援になる可能性がある。

④展示会の創出と育成

- ・市内の事業者と連携した展示会の立ち上げと育成

苫小牧市は産業が盛んで、多くの企業が立地し、大企業の工場なども多く立地している。一見それらの企業に目が行きがちであるが、大企業が立地している場合、それらを支えるサプライチェーンが産業として必ず地域に根づいている。それらの中小企業などは、近年新たな販路の開拓を積極的に行いたいと考えており、それらをサポートする手段が展示会である。特に苫小牧の場合、市内にも多くのバイヤーとなる大企業が立地していることから、中小企業と大企業のマッチングも含めて、市内で展示会を開催することで、新たな販路になったり、イノベーションが促進される可能性が高い。

しかし中小企業を中心とした場合、展示会を実施するのは、金銭的な面やマンパワーの面から困難な部分も多く、自治体のサポートが重要となる。一定程度の金銭的な支援やマンパワーのサポートができればベストであるが、それ以外にも会場の使用がスムーズにできるように便宜を図るなど、主催者側にかかる「手間」を行政のサポートで軽減するだけでも、かなり主催者の負担感を減らすことができる。また市民への周知など広報面でも行政のサポートは大きな力となる。

地域と一体となって展示会をつくり、それを継続的に支援し育成していくことで、地域の産業強化につながるるとともに、ゆくゆくは外から人を呼べるイベントへ成長させることで、関係人口の増加など、苫小牧市にとっても、大きなメリットを得ることができるようになる。