

IRを活用したMICE誘致の効果等

2017年7月18日



代表取締役社長 **武内 紀子**

MICEの意義

■MICEとは

Meeting

企業等のミーティング等。
例：海外投資家向け金融セミナー、
グループ企業の役員会議 等

Incentive (Travel)

企業が従業員や代理店等の表彰や研修などの目的で
実施。企業報奨・研修旅行とも呼ばれる。

Convention

国際団体、学会、協会が主催する総会、学術会議等。
例：世界水フォーラム、各種学会等

Exhibition / Event

文化・スポーツイベント、展示会・見本市。
例：東京国際映画祭、世界陸上、
国際宝飾展、東京モーターショー等

■MICEの意義

- ビジネス・イノベーションの機会の創造
- 地域への経済効果
- 国・都市の競争力向上

出所：観光庁ホームページ

日本のMICEの現状

MICE市場における日本の国際競争力は相対的に低下している。

■MICE誘致競争に活かせる日本の強み

先端の学術、産業技術、
経済力

コンテンツの豊富さ
(歴史・文化、観光資源、和食など)

治安の良さ

各界のキーパーソンの存在

MICEの運営能力

■MICE競争力の低下が考えられる要因

海外競合国は先端の学術・産業技術・人材育成を国家資産と位置付けて、それに資するMICE開催環境整備を「国策」として推進

海外競合国は大規模MICE受入のために、MICE施設の整備を強化

海外競合国と比べ、アクセスに課題

海外競合国と比べ、M・I分野等、マーケティング力が弱い

MICEの受入環境整備を地方公共団体が負担しているため、財政面や人材面で限界

大規模MICEの受入可能な会場が不足

「ものづくり」などと比較し、観光・MICEなどサービス・ソフト産業への一層の注力が必要

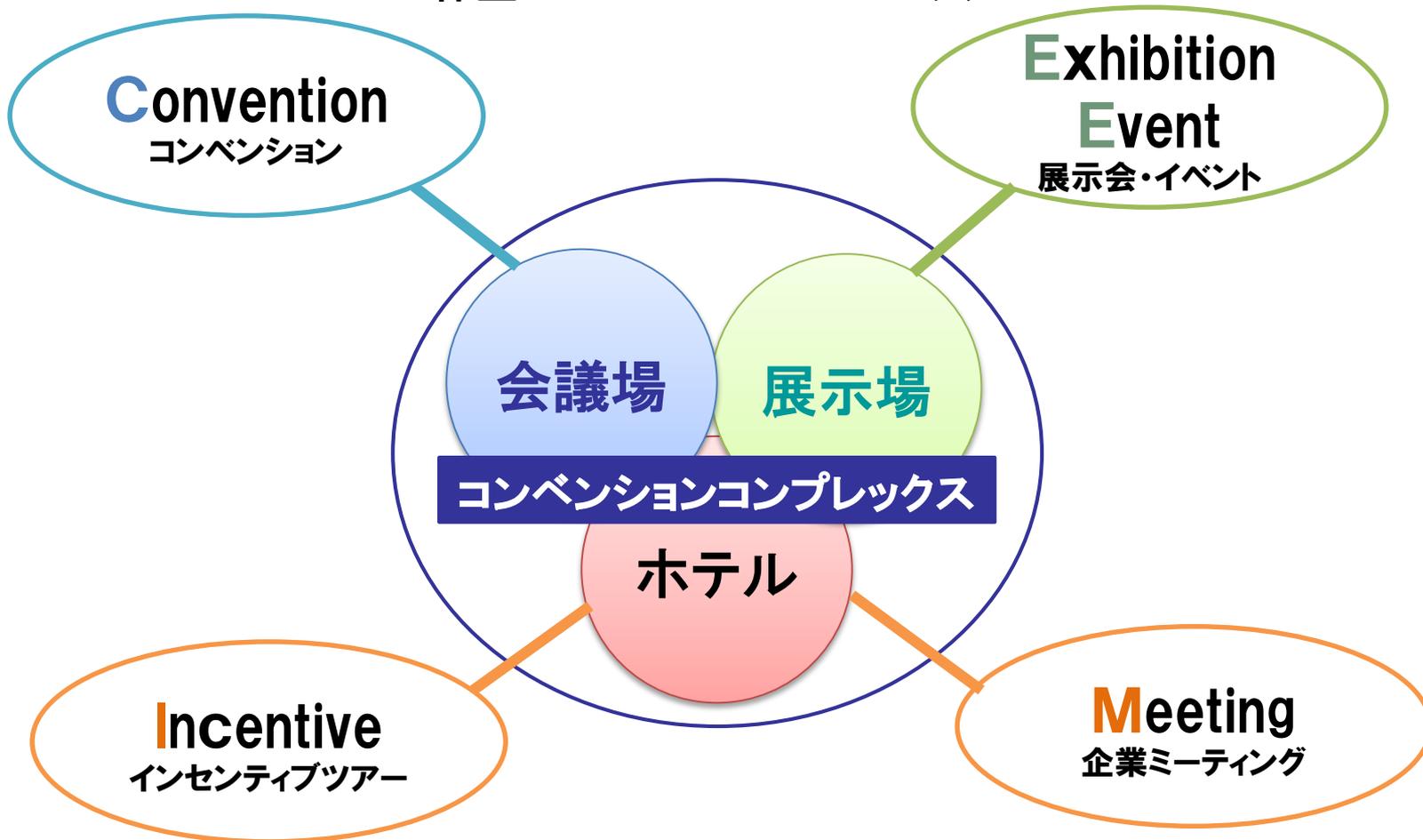
MICEの夜間のエンターテインメントが不足

MICEの主催者、参加者にとって、英語が通じにくいことによる不便、コストアップ

MICEがIRに期待すること

【MICE開催エリアに必要な施設】

会議場・展示場・ホテルの3点セット
— 一体型コンベンションコンプレックス —



【MICE開催エリアに必要な施設】 MICEの種類と主として使用される施設の種類の種類

MICEの種類 施設の種類の種類	Meeting	Incentive	Convention		Exhibition/Event	
	企業ミーティング	研修、報奨旅行	総会・大会 式典等	学会等	展示	イベント コンサート等
	<ul style="list-style-type: none"> ・パーティや宿泊を伴う、海外からの大規模な企業研修やインセンティブツアーなど ※収容人数や会場グレード、ケータリング能力等を重視、会場周辺に観光資源が求められる。 		<ul style="list-style-type: none"> ・全体会議と多数の分科会を伴う、大規模な学術会議や国際会議 ・業界団体や多国籍企業等による、大人数が一堂に会する大規模な総会、大会、式典 ※複数施設に分散すると各種の負担大 ※「Pharma Code」により開催の敬遠あり 		<ul style="list-style-type: none"> ・業界展示会見本市、企業販促商談展示会などBtoBの大規模展示会 ・併催されるカンファレンスのための会場のニーズも高い 	
会議場 (多目的ホール含む)	○	○	◎		△	△
展示場	×	△	○	△	◎	○
宴会場 (ホテル)	◎		○		△	×
劇場ホール	×	×	○	△	×	◎
アリーナ	×	△	○	×	○	◎

◎>○>△>× … MICE種別に対する大まかな適合度

MICEでは、主として使われる施設の他に、1案件で多様な施設が必要なケースが多く、特に大規模MICEでは、それぞれの収容力不足が敗因になることも多い。

【参考】海外のIRにおけるMICE施設の規模

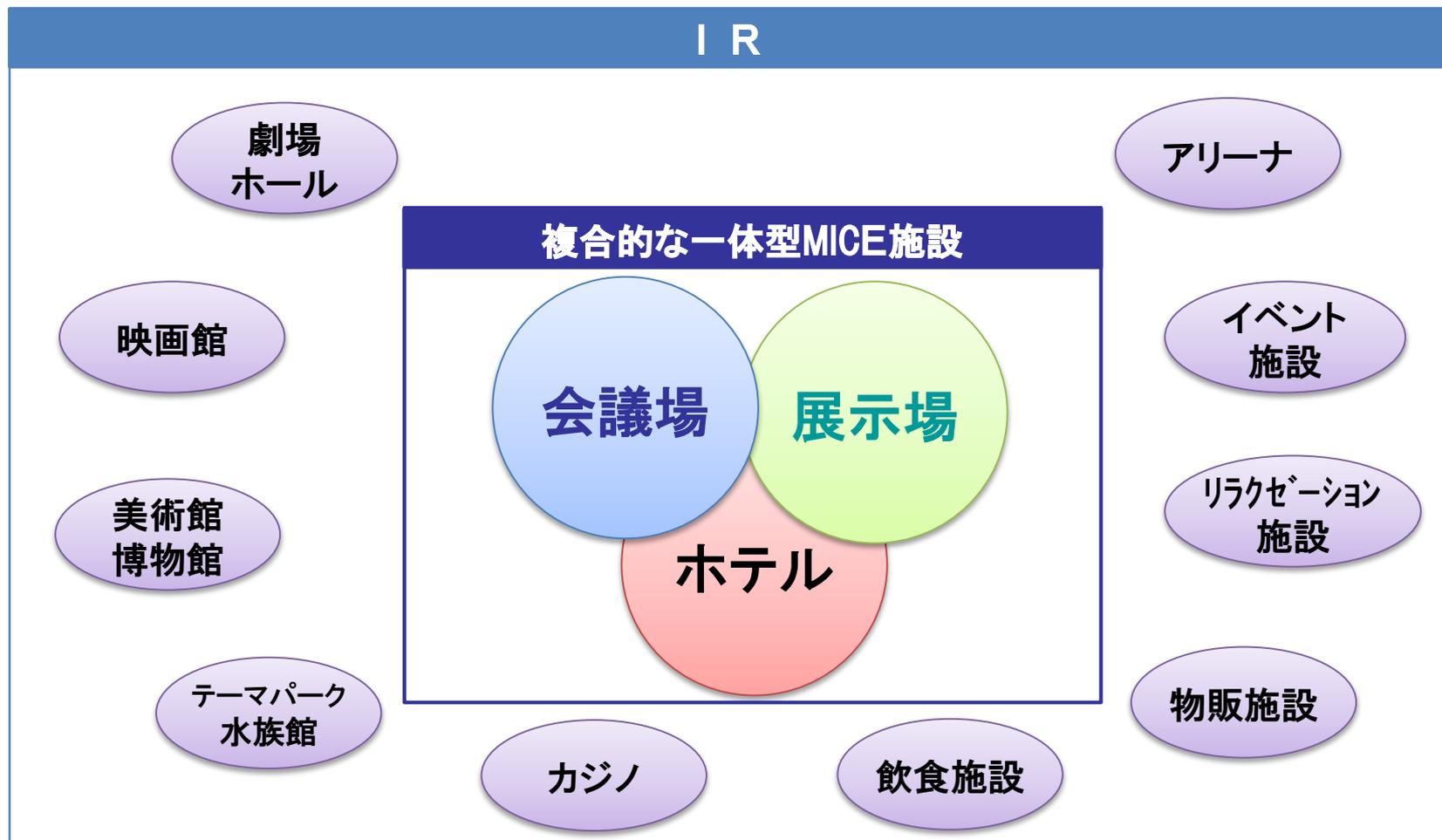
IR	MICE施設の規模
ザ・ヴェネチアン& ザ・パラッツォ (ラスベガス)	<p>会議場・展示場 合計：約21万㎡</p> <ul style="list-style-type: none"> 最大の会議場：約7,897㎡、最大8,500人収容 最大の展示場：約3.5万㎡
マンダレイベイ (ラスベガス)	<p>会議場・展示場 合計：約19万㎡</p> <ul style="list-style-type: none"> 最大の会議場：最大12,000人収容 ボールルーム：4つ(最大:9,290㎡)
ザ・ヴェネチアン・マカオ (マカオ)	<p>会議場・展示場 合計：約11万㎡</p> <ul style="list-style-type: none"> 最大の会議場：6,577㎡、最大7,248人収容 最大の展示場：約1.5万㎡
マリーナ・ベイ・サンズ (シンガポール)	<p>会議場・展示場 合計：約12万㎡ 最大45,000人収容</p> <ul style="list-style-type: none"> 最大の会議場：7,672㎡、最大8,000人収容 最大の展示場：約1.7万㎡
リゾート・ワールド・ セントーサ (シンガポール)	<p>会議場・展示場</p> <ul style="list-style-type: none"> 最大の会議場：最大6,500人収容 最大の展示場：最大3,000人収容

出所：「第1回 特定複合観光施設区域整備推進会議」参考資料

少なくとも他都市のIRのMICE施設と同等程度の規模を目指し、収容力の面での競争力を確保することが望まれる。

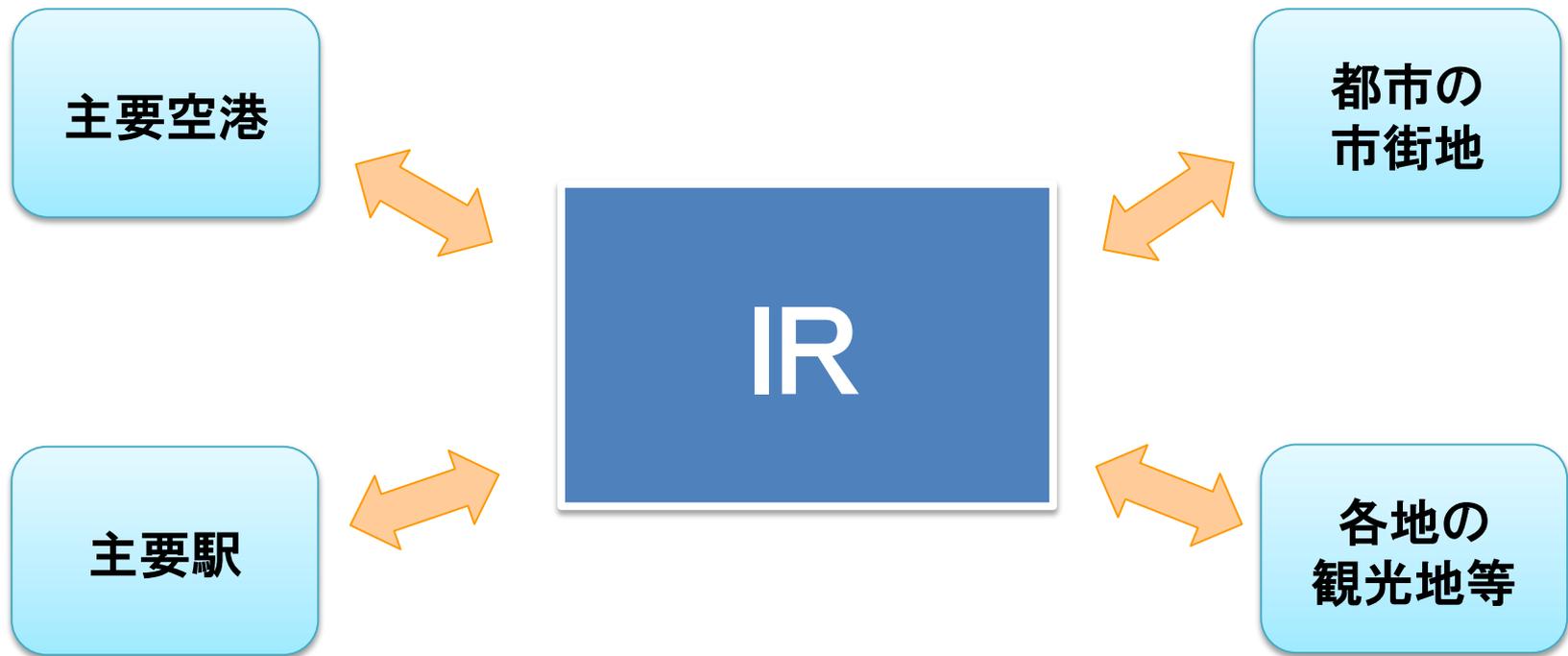
【エンターテインメント性の機能強化】

大規模MICE施設と各種機能の集約により、各種催事の誘致インセンティブが働き、催事数、参加者数の増加が見込まれる。
現在日本が弱いとされる夜間の飲食やエンターテインメント機能にも期待は大きい。

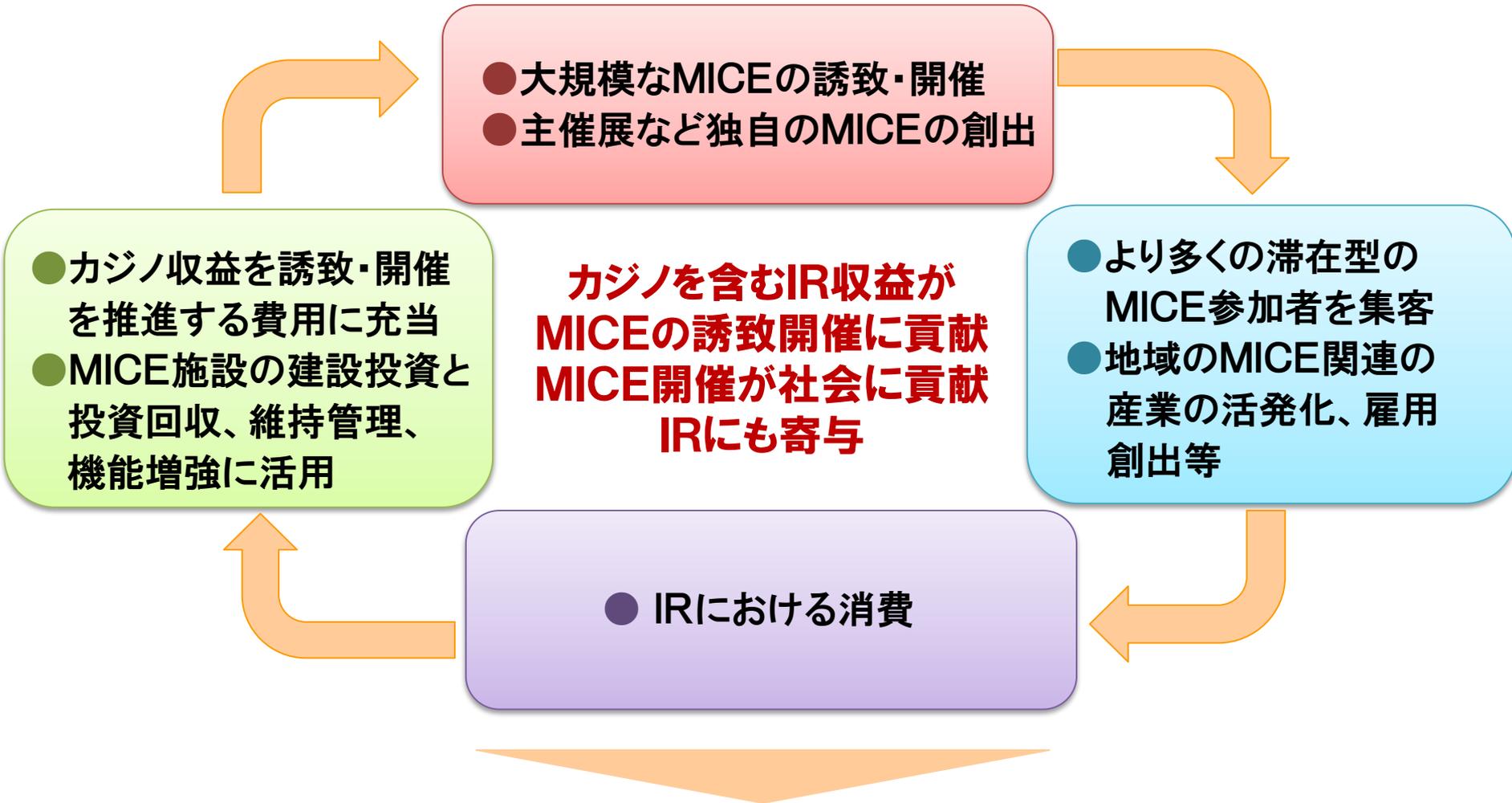


【IRに伴う都市インフラの整備】

IR開発とともに、交通インフラや地域の施設等の整備が進めば、誘致・開催時のアクセス面でのメリットとともに、各地への送客の利便性向上も期待できる。



【MICEの誘致・開催に資する資金調達】



カジノを含むIR全体が経済エンジンとなることで一層のMICE活性化の好循環が期待できる。

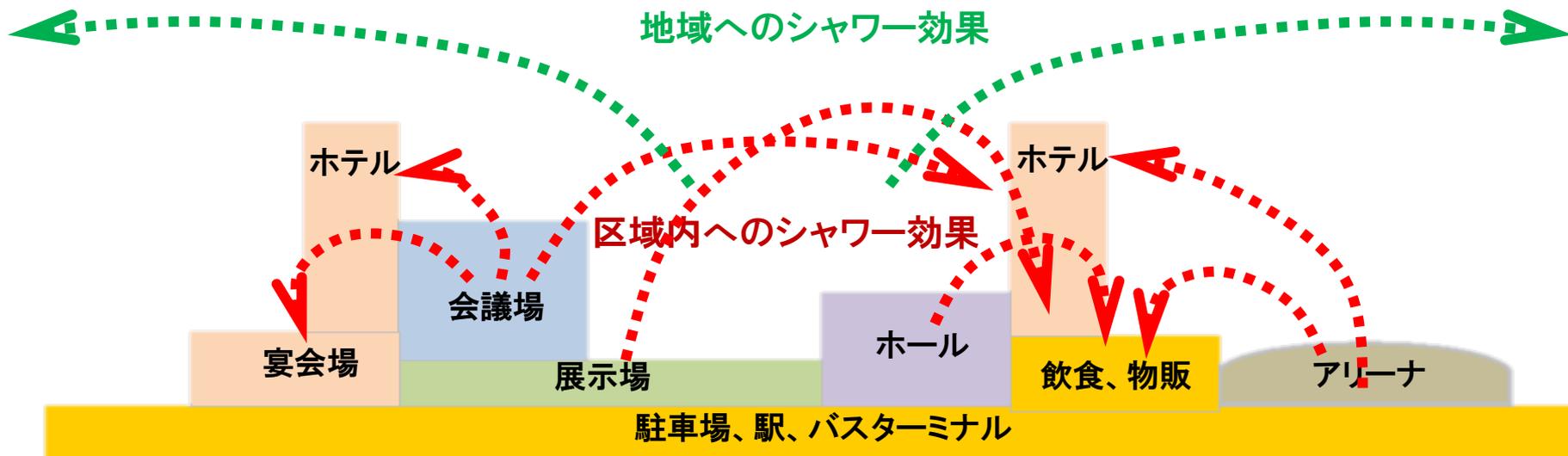
IRにより、大規模MICE誘致・開催時の従来の多くの課題が解決 ブレークスルーの絶好の機会に

- 大規模で多様なMICEの誘致・開催の競争力が向上
- エリア内で楽しめるエンターテイメント、ナイトライフの魅力が付加
- アクセス等、都市インフラ整備が進展し利便性が増す
- カジノを含むIR全体がMICE施設整備や誘致開催の経済エンジンとなり、競争力の向上に寄与
- カジノオペレーターの世界的マーケティング力、営業力活用

周辺エリアへのMICEによる波及効果

MICE主催者・参加者の消費により、
大きなシャワー効果が期待できる。

➡ IR区域内はもとより、地域へも



MICE開催の効果

MICEは経済効果だけでなく、公益的な社会効果も期待できる。

経済効果

MICE施設の建設投資効果

建設による効果

維持管理や修繕等による効果

MICE開催の経済効果

参加者
消費支出

出展者 主催者
会場準備・運営、
制作などによる支出

- ・消費の増加
- ・多岐にわたる関連産業の広がり

雇用誘発

税收効果

生産誘発

付加価値誘発

産業誘発

企業等の誘致促進

来街者の増加

観光需要の平準化

社会効果

ビジネス機会・イノベーションの創出

各分野でのトップとの
人的ネットワークの形成

最新の知識・情報の集積
とネットワークの構築

新産業創出の可能性

都市の競争力
ブランド価値の向上

都市の知名度・認知度の
向上、イメージアップ

人・もの・情報と呼び
寄せる都市力の差別化

参加者と地域の
交流がもたらす効果

教育・文化への効果

環境への効果

市民や企業の
意識への効果

【参考】MICE開催の効果—消費額—

国際会議開催による1人あたりの消費は一般観光よりも大きい。

	国際会議	一般観光
主体(主催)	学協会等(主に法人)	個人
都市滞在期間	会議開催中は1都市滞在	1都市1~2泊
旅程	会議開催地から プレ・ポストツアーの実施	主要観光地を周遊
支出傾向	宿泊費・交通費・飲食費・おみやげ等 + 主催者による会議場・宴会場・通訳 等々の利用有 支出額:307,000円(US\$2,540)/人 資料:ICCA統計2004-2013(10年間平均)	宿泊費・交通費・飲食費・おみやげ等 支出額:151,174円/人 資料:訪日外国人消費動向調査(2014年)
景気の影響	数年前に開催が決定されるため、 開催自体は景気等に左右されにくい	景気の影響を受けやすい

出所:観光庁資料

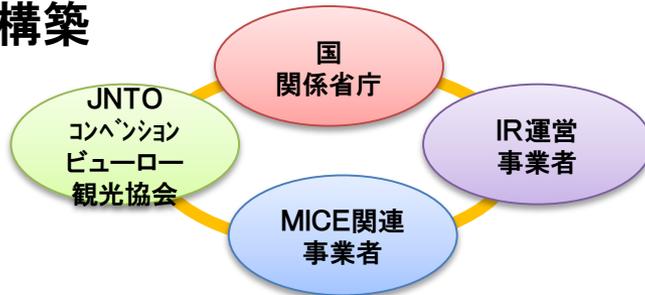
- 国際会議参加者は“クオリティ・ビジター” 観光より滞在期間が長い、参加者+主催者のダブル消費
- 通年の需要が見込める 国際会議は通年の需要、観光の閑散期も補完
- 経済不況の影響を受けにくい 主催者の多くは公的機関や団体、催事は定期開催
- ロコミ効果 発信力や影響力のある参加者による都市魅力のPR効果
- 再訪問につながる 気に入った開催地に旅行者として再訪問への期待

IRにおけるMICE誘致の効果を発揮させる取組

MICE開催や施設整備・運営参画を促進する施策や制度づくりが必要。

■誘致活動体制などソフト面の取組

- 関係者一体となった誘致体制の構築
・オールジャパン、オールエリアの体制構築



- カジノオペレーターの世界的ネットワークを活用した、マーケティング力、営業力の強化
- カジノ収益を、誘致活動の強化に再投資できるしくみの確立
- MICE開催やプレ・ポストMICEに誘導するインセンティブを検討

■施設整備などハード面の取組

- MICE開催中、前後の参加者ニーズに対応するために、観光やナイトライフ、ユニークベニューに関する施設等の一層の充実
- 交通インフラなど、地域への回遊を促進する都市機能の整備
- カジノ収益を、MICE施設の維持や機能強化等に再投資できるしくみの確立