

沖縄型MICEの確立

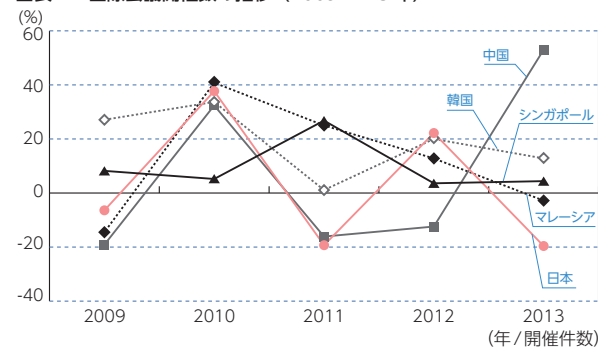
～世界標準のMICEを確立するには～

国は、観光立国推進基本計画（2012年）の中で、今後5年間で国際会議の開催件数をアジア最大にする計画だ。同時に、周辺諸国でも国を挙げて同様の取り組みがされている。沖縄県では今年5月に大型MICE施設建設地が決まり、施設や周辺整備に向けた動きがようやく始まりそうだ。今回は、世界の中における新MICE施設の位置づけの把握と、沖縄県型MICE確立するための取り組みについて模索してみた。

日本の地位は低下している

日本では、2012年以降の5年間で国際会議の開催回数でアジア最大を目指し、国際会議誘致に取り組んでいるところである。その一方で、アジアの競合国も国策として強力にMICE誘致を押し進めている。2009年以降の国際会議開催件数は、中国、韓国、シンガポールは増加傾向にあるが、日本は大きく増減を繰り返している（図表1）。2013年の日本の国際会議開催件数の伸び率は、前年比マイナス19.6%であった。

図表1：国際会議開催数の推移（2009 - 13年）



国	2009	10	11	12	13
シンガポール	689	725	919	952	994
日本	538	741	598	731	588
韓国	347	464	469	563	635
中国（香港・マカオ含む）	225	298	250	219	335
マレーシア	71	100	125	141	137

（出所）JNTO資料を基に弊社にて作成

競合国では新しい大型施設の建設も進んでおり、施設に課題を抱える日本（図表2）は、MICE誘致に関して後れを取っていると言えそう

だ。世界のMICE関係者も日本に対して、他国に比べ特段優位な見方はしておらず（図表3）、日本はMICE推進を強力に進めなければ世界における日本の地位は低いままになる可能性がある。

図表2：日本のMICE施設の課題

- 会議施設の展示規模不足
- 稼働率が高く予約が取りづらい首都圏MICE施設
- 大規模会場の不足
- MICEに求められる宿泊施設の不足
- バンケット施設の不足
- 稼働率・都市機能集積に課題を抱える地方施設

（出所）観光庁資料「MICE誘致戦略・施設のあり方に関する調査報告書・MICE施設のあり方」

図表3：日本に対する世界の見方

- 90年代の日本は圧倒的な存在感を示していた。現在はシンガポール、韓国など多くのライバルが躍進を遂げ日本の独占市場ではなくなった。
- アジアにおけるMICE開催地としての競争力は1位：ソウル、2位：上海、3位：シドニー、4位：東京の順番。
- 日本は強い経済力を持ち、ハイテク、医学等の分野では競争力がある。しかし、他の分野では、特に日本で開催する理由も見当たらない。主催者にはソウル、釜山、シンガポールの方が魅力的に映るだろう。
- 日本はMICE開催地としてのイメージを今後の3～5年で回復させることが何よりも重要である。その間にも、韓国、シンガポール、マレーシアもMICEへの投資を拡大しており、差は開きつつある。

（出所）観光庁資料「MICE推進検討委員会中間とりまとめ（案）」

新MICE施設の広さは十分なのか？

沖縄県が計画している施設規模は、展示場の広さ約2万㎡、収容人数約2万人で、コンベンショ

ンセンターに比べ、広さが約3倍、収容人数は約4倍になる。ちなみに、東京ビッグサイトが8万㎡で日本最大の広さであるが、世界では70位にとどまる（図表4）。

図表4：世界の展示会場の広さ

順位	会場名	面積（㎡）	国
1	ハノーバー国際見本市会場	46万6,100	ドイツ
2	フランクフルト見本市会場	34万5,697	ドイツ
3	フィエラ・ミラノ国際見本市会場	34万5,000	イタリア
4	中国出口商品交易会琶洲展示館	33万8,000	中国
5	ケルン・メッセ国際見本市会場	28万4,000	ドイツ
6	デュッセルドルフ見本市会場	26万2,704	ドイツ
7	パリ・ノール見本市会場	24万1,582	フランス
8	マコーミックプレイス	24万1,524	アメリカ
9	バレンシア見本市会場	23万602	スペイン
10	ポルト・ド・ヴェルサイユ見本市会場	22万8,211	フランス
～	～	～	～
70	東京ビッグサイト	8万	日本
85	幕張メッセ	7万2,000	日本
88	インデックス大阪	7万	日本
	沖縄コンベンションセンター	2,500	日本

（出所）UFI報告書「The 2011 world map of exhibition venue」

新施設を建設する意義として、需要の取りこぼしなど沖縄がかかえる課題解決だけでなく、日本に対する世界の見方を変えるくらいのメリットを創出する必要性はないだろうか？

そもそも世界に向けたMICE誘致を行う準備ができていいのか？世界のMICE市場の趨勢の把握や様々な情報を収集・分析し、沖縄でMICE開催する意義や優位性を確立する必要があるはずだ。

専門人材の育成と予算の確保が必要

そのためには、ぜひとも専門人材の育成や確保が重要だ。世界ではMICE誘致にあたり、開催内容等を企画するミーティングプランナー（図表5）などの強い影響力を持つ専門人材を活用するのが常識だ。そのような人材を育成するにあたり世界的な認証制度もある（図表6）。海外ではこれらの認証を積極的に取得しているが、国内ではほとんど取得者がいない。専門知識が無い状態では、世界を相手に誘致活動を展開するのは難しい。新施設建設を契機に、沖縄県は他の都道府県に先駆け、世界レベルのMICE専門人材の育成に力をいれてはどうだろうか。

【KRIアウトLOOK：沖縄型MICEの確立】

図表5：ミーティングプランナーの主な役割

- マネジメント全般に深く関わる重要なポジション
- 会議開催のための企画立案や組織づくりなど、初めから全ての案件にたずさわる。
- すべての中枢となる、例えば実行委員会の事務局として、参加者登録等のオペレーション業務や会場・宿泊等の手配、広報活動、さらには財務などもつかさどり、高い接客スキルが求められる。
- 寄付や募金活動

（出所）トラベルボイスHP「ミーティングプランナーの重要性とは？」

図表6：MICE関連の国際認証取得者数

	世界（人）	日本（人）
MPI（国際ミーティングプランナー）	24,000	55
CMP（国際的なミーティングプランナー認証制度）	14,000	2
SITE（インセンティブ旅行要職者協会）	21,000	2

（出所）観光庁資料「MICEで今後取り組むべき政策課題」

MICE誘致を図る国々では、専門人材が海外主催者やICCA（国際会議協会）やIAPCO（国際PCO協会）等と積極的にコミュニケーションをとり情報収集・情報発信を行っているが、日本は行ってない。「MICEを誘致したい」という思いだけでなく、世界のMICEネットワークに参入し情報収集しながら、沖縄で主催するメリットを主張できなければ十分な誘致戦略は構築できないだろう。

更に、十分な予算も必要だ。タイやシンガポールでは10億円単位の予算を費やしているが、日本はその半分以下である（図表7）。香港やシドニーは、都市レベルで日本の予算と同等またはそれ以上である。

図表7：各国のMICE関連予算

国名	2010年予算	都市名	年間予算
タイ	約20億円	ソウル	約3.8億円
シンガポール	約12億円	香港	約4.1億円
韓国	約8.5億円	シドニー	約6.7億円
日本	約4.5億円	日本各都市	最大数千万円

（出所）MICE JAPAN HP「MICEの国際的動向」

新施設建設はインフラの整備だけでなく、どのように運用していくかが重要なポイントではないだろうか。世界的にMICE市場は速いスピードで変化し、拡大している。新施設の完成予定時期を見越し、常に先手を打つ取り組みが必要ではないだろうか。（海邦総研事業支援部研究員／中山禎）