

WEEKLY

ツーリズムビジネス専門誌
週刊トラベルジャーナル

2023年7月24日発行(毎週月曜日発行)
第60巻第28号通巻3363号
1964年9月17日第三種郵便物認可

59th
ANNIVERSARY

TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine

観光立国を支えるすべての人々に向けて

2023
7/24

ようこそ ビジネス客

観光の領域超える外客誘致



誌上セミナー

今日からできる120%予算達成術
当たり前を超えたところに

好評連載

視座

高橋伸佳

(JTB総合研究所)

ヘルスツーリズム研究所ファウンダー

観光学の扉

鮫島卓(駒沢女子大学観光文化学類教授)

黒須靖史のミステリーショッパー

人力車に乗れば財布のひもも緩む

注目の事例

案内人に時を委ねる

余白力発電所

関西電力発ベンチャーが引き起こす新たな旅

早急に求める 実効性と具体化

川島久男 川島アソシエイツ代表／VISIT JAPAN大使

今回政府が発表した「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」は、観光客を呼び込むことを中心とした従来の施策から、ビジネス、教育・研究分野の国際的な人的交流を拡大する方向へと施策の捉え直しが行われ、グローバルMICEの推進はその中心的な取り組みとなっている。

世界の多くの国がMICE推進に力を入れてきたのは、高い経済効果だけが理由ではない。国際的なネットワークの拡大や最新の知見の共有、ビジネスチャンスの獲得を通して、国に新たな価値の創造をもたらすからである。だからこそ、こうした国々は大規模なMICE施設などハード面の整備に加えて、規制緩和を含む顧客支援、人材の育成、コンベンションビューローの体制強化などソフト面の充実もスピード感を持って企図してきた。

そうした中でも、日本は国際会議開催件数では長い間、アジアでトップの座を守ってきた。その競争力の源泉は、レベルが高く層の厚いビジネス（産業界）とアカデミア（学界、研究機関）の存在である。しかし、その領域においても、近年、発展著しいアジア諸国との差は急速に縮小し、競争力の源泉も精彩を欠きつつある。それに加えて、政府がMICE振興にそれほど力点を置いてこなかったこともあり、19年にはアジアトップの座を中国に明け渡すこととなった。

こうした環境の中、学会・協会主催の国際会議とインセンティブツアーの振興が中心だった従来のMICE政策から一歩踏み込み、グローバルな企業会

議や国際展示会にも焦点を当てた総合的なMICE振興に政府が本腰を入れる姿勢が見えてきた。

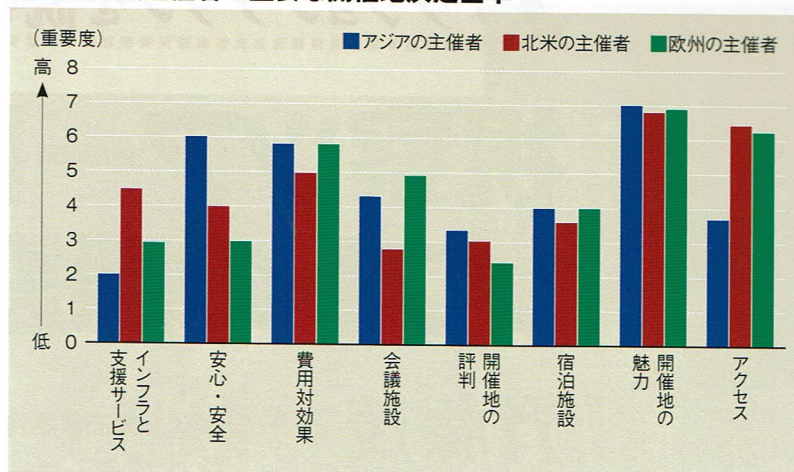
立ち足は厚い壁

しかし、よくその内容を見てみると、参加者へのビザ発給や入国の円滑化など具体策も見られる一方、関係府省が現在取り組んでいる施策に若干の手直しをただけのものが多く、具体性のある取り組みが少ないといった印象を受ける。

例えば「企業が行うグローバル会議の日本への招致」は、経済産業省が取り組んでいる外資系企業の誘致を目的とする「対内直接投資の推進策」から導き出されたものだろう。企業誘致によって本社機能、支店、子会社、工場や研究開発拠点等が設置され、協力会社、投資家や顧客なども集結すれば、会議開催の機会が増える。グローバルな企業会議の大多数が首都圏で開催されている主な理由でもある。しかし、企業会議の種類は幹部研修会、投資家向け説明会、新製品発表会など多岐にわたるうえ、欧米企業とアジア企業では開催地に求めるものが異なる。開催地を決める動機には地域の魅力や開催支援策、費用対効果などもあり、「企業誘致策」をベースにしながら地方開催の可能性も視野に入れた「会議誘致策」の策定が求められる。

また、「新たな研究領域を創出して、関連する大規模な国際学会を定期的で開催する」という施策は、文部科学省が進めている「新学術領域研究」から導

●企業会議主催者の主要な開催地決定基準



※国連世界観光機関（UNWTO）の調査を基に筆者作成

き出されたものだろう。しかし、新たな研究領域を創出した研究者が実際に国際会議を開催できるようにする具体策が欲しい。例えば、大学内の会議施設整備や研究者の会議準備・運営にかかる実務負担軽減のための支援体制の強化、国際学会本部役員などへの就任や海外トップサークルへの加盟推進のための財政的支援などである。

アクションプランの最終頁には「関係府省連絡会議を活用しつつ、さらなる取り組みの具体化や充実を引き続き図っていく」とあり、今後に向けてさらなる具体化を期待したい。

19年時点で世界8位の国際会議開催件数を30年までに5位以内にする目標については、歓迎すべきことと思うが、実現は簡単ではない。ICCA（国際会議協会）によれば、22年の日本の順位は新型コロナの入国制限が長期化したこともあり、8位から12位に後退した。一方、6位までを占める欧米各国の顔ぶれにコロナ禍前との変化はなく、底堅い強さを維持し、日本の前に厚い壁として立ちはだかっている。

また、国際会議の誘致から開催までの期間は最低3年、大型会議では早期に会場や開催資金確保のめどを立てなければならず10年近くかかるものもあるため、現在誘致中の会議の大半が27年以降に開催予定と思われる。従って、30年までに5位以内にするには、アクションプランを早急に実効性のあるものにして、進行中の誘致活動に役立てなければならない。

民間も動くべき時

政府の動きを加速し本格化するためには、民間事業者も傍観しているだけでなく積極的に動くことが期待される。参考とすべき海外の事例がある。

スイスの著名な会議運営会社ケネス・グループは世界中のヘルスケア分野の新たな研究を綿密に調査し、新領域を切り開いた有望な研究者に対し、定期的にその分野の国際会議を開催できるようにするプラットフォームを提供している。会議のテーマやプログラム作成、会場やスポンサーの確保、財務

管理、集客、会議運営など包括的なマネジメントを行う。新たに創出された国際会議は40以上に及び、いずれも定期的に世界中で開催されている。3月に61カ国から4113人の参加者がスウェーデンに集結した国際アルツハイマー・パーキンソン病会議はその一例である。日本の会議運営会社も経営のグローバル化を進めることができれば、このような手法で国際会議を創出して国際本部を国内に設置し、理事会や役員会を国内で毎回定期的に開催し、国際会議は日本と海外のローテーション制で開催することも可能となる。

また現在、海外からのホテル投資が急増しているが、こうした経営者のMICEビジネスへの関心は高い。国内の宿泊事業者は国際的なホテルアライアンスに積極的に参加したり、事業者間の情報共有強化、MICEに対応できる人材育成や体制強化など、経営陣の意識の変化も求められる。

現在は会議や展示会の運営事業者などが中心となって構成されているMICE関連の事業者団体も、政府がMICE振興に本格的に取り組む姿勢を示し始めたこの機を逃さず、政府の後押しを受けながら、MICE業界を横断的にカバーする官民連携のアンブレラ組織の結成に動く時だ。政策提言、調査分析、MICEの理解促進、人材育成等を積極的に行い、MICE振興に一層の拍車をかけてほしい。



Profile

かわしま・ひさお ● MICE コンサルタント。MICE ブランディング有識者検討委員会座長、グローバルMICE都市マーケティング戦略高度化事業日本PT顧問、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議第1回WG委員など歴任。14年観光庁長官表彰受賞。