

北海道におけるMICE戦略 (戦略的方向性)

北海道MICE誘致推進協議会

平成29年1月

1 策定の趣旨

背景

- ◆ 世界では国際会議開催件数が増加しており、アジアでの開催も拡大している。
- ◆ 日本では、インバウンド拡大への貢献を目的に、コンベンションから対象領域を広げたMICE推進に積極的に取り組んでいる。
- ◆ 北海道では、2020年を目途に外国人観光客500万人を目指している。
- ◆ 国内におけるMICE誘致推進活動の激化により、協議会事業の見直し・体制強化が必要となっている。

策定経緯

- ◆ 「北海道コンベンション誘致推進協議会」は、誘致対象分野をコンベンションに特化していたが、近年の国内外でのMICE誘致活動の激化や道内におけるインセンティブツアーの増加等の状況変化を鑑み、誘致対象分野をMICE全体に拡大するため、本年6月、協議会の名称を「北海道MICE誘致推進協議会」に変更したことから、協議会が、今後、取りこんでいくMICE戦略の戦略的方向性を定めることとした。

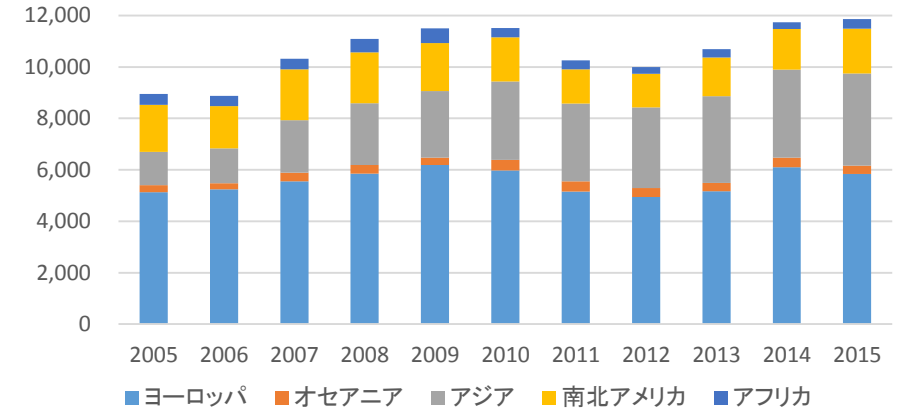
趣旨

- ◆ 本道の特性や優位性を活かし、民間等関係機関との連携により、事業の拡大・レベルアップ、MICE誘致の推進を図る。

MICE誘致推進の意義

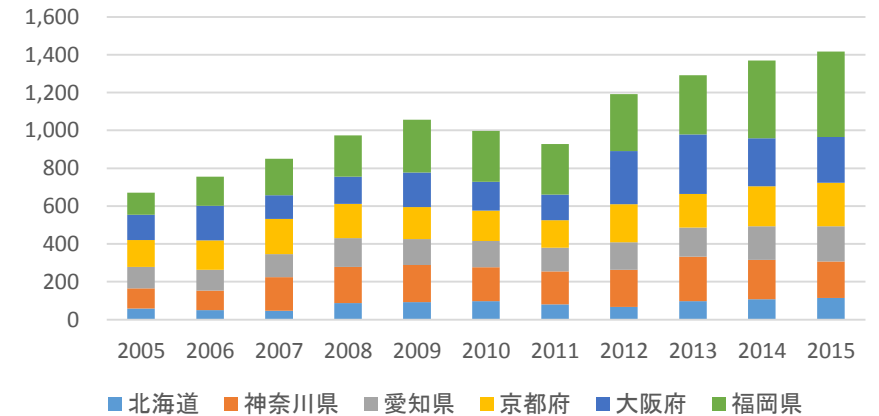
- ◆ 北海道における国際観光振興への寄与
- ◆ 道と自治体等が協働で事業を実施することによる北海道全体としてのMICE環境の底上げ・強化
- ◆ 各地域ならではの特性を活かし、地域活性化に貢献

大陸別 国際会議の開催件数



<出典: JNTO 2015年国際会議統計>

上位都道府県国際会議開催件数推移
(東京23区除く)



<出典: JNTO 2015年国際会議統計>

2 北海道におけるMICE誘致の現状と課題

現状 1

- コンベンションからMICEへの対象領域の拡大に伴い、北海道の特性、各エリアの実情を踏まえた事業検討が不足
- 協議会としてMICE開催実績等データベースを整理・蓄積することによる事業の検討が不十分
- ターゲット設定による効果的なMICE誘致プロモーション活動の実施が不足



課題 1

- 北海道の特性、実情に沿った事業検討が必要である。また、各エリア・地域に適合した「M・I・C・E」それぞれの展開が必要
- 協議会としてMICE開催実績等のデータベースを整理・蓄積、活用していくことが必要
- データベース等を活用したマーケティング調査に基づく事業を展開していくことが必要

現状 2

- MICE関連民間事業者、教育機関、地域住民などとの連携・協働が不十分
- 地域MICE担当者の異動等により地域における人材育成が不十分
- 北海道でMICEへの理解を図る事業が不足



課題 2

- 高い専門能力を有する民間事業者、学生、地域住民などとの連携・協働が必要
- 地域担当者のMICE誘致・開催支援能力向上のための支援が必要
- 北海道におけるMICE誘致に対する機運の醸成が必要

現状 3

- 北海道MICE誘致推進協議会への参画地域が5都市に限られており、民間や学術機関も未参加
- 北海道全体としてのMICEに係る相談窓口がない(それぞれの地域が受入相談を受けている)
- 協議会構成自治体等間での情報共有等の機会が不足



課題 3

- 北海道MICE誘致推進協議会参画地域の拡大、民間や学術機関の参加による連携が必要
- 北海道全体のMICEに係る相談等を受けるワンストップ窓口が必要
- 協議会内における情報共有の機会をつくる必要がある

3 戦略の柱

(1) 戦略的誘致活動の展開

① 戦略的誘致活動の方向性

- 北海道全体の誘致活動と道内エリアでの誘致活動などを効果的に組み合わせ、MICEの開催地としてふさわしい地域を目指した事業の展開
- 開催実績のあるMICEの継続開催に向け、きめ細かな誘致活動の実施
- 北海道の地域資源を活かした、北海道らしいユニークなMICEの創出・発信

② ターゲットの選定

- コンベンションについては、統計等を活用し、北海道内の開催状況の傾向を把握することによりターゲットを選定
- 国際会議以外のMICE開催に係る統計データが不足しているため、関係機関からのヒアリング・情報収集を強化し、ターゲットを選定

③ 効果的なプロモーション活動の実施

- 「M・I・C・E」それぞれでアプローチが異なるため、ターゲットに応じたプロモーション活動を実施
- 民間事業者との連携により効果的なプロモーション活動を実施
- 協議会全体としての活動とエリアごとの活動との役割分担を明確化し、効果的に組み合わせるなどして事業を展開
- 開催するMICE参加者への独自アンケート調査を実施 など

M・I・C・Eそれぞれのターゲットと誘致活動(想定)

対象分野	ターゲット	開催決定プロセスと決定要因	協議会の誘致活動
Meeting	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業の社員研修・セミナー等 	<p>【プロセス】 ○主催者が決定</p> <p>【決定要因】 ○企業等の所在地、開催規模、ホテル、アクセス、観光魅力 など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 民間事業者との連携による情報収集、誘致・開催の可能性を探る ● ユニークベニユーの創出 など
Incentive (Travel)	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内及び東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー 	<p>【プロセス】 ○企業内のインセンティブ担当部門が決定。</p> <p>【決定要因】 ○開催規模に応じた施設能力、運営能力、ホテル、アクセス、観光魅力、ホスピタリティ など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 日系企業でのインセンティブツアー担当者への海外プロモーション活動・招へい事業 ● 東アジア・東南アジア市場において、JNTOが主催するセミナーや商談会への参加 ● インセンティブツアー出発地の旅行会社などへのプロモーション活動 など
Convention	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府系国際会議 ● 国内外の医学会・工学会等の学会 ● 全国大会等 	<p>【プロセス】 ○都市からの立候補を受け、主催者が決定 ○主催者の委託を受けたPCO等が決定 ○主催者トップの意向で決定</p> <p>【決定要因】 ○収容施設、会議運営能力、交通、宿泊、財政支援、観光魅力、ホスピタリティ など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ターゲットとする学会の開催地決定方法の仕組、構造等を把握した上でのプロモーション活動 ● 学術系会議の開催に大きな影響力を持つ道内大学研究機関のキーパーソンへのプロモーション ● 道内大学の教授等キーパーソンへの情報提供や支援 など
Exhibition/Event	<ul style="list-style-type: none"> ● スポーツ合宿・大会 ● イベント 	<p>【プロセス】 ○目的、特性に応じて主催者が決定。</p> <p>【決定要因】 ○開催地は場所で継続されることが多い。 ○施設は多くの来場者で結集できることが重要 ○アクセス など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 夏季の冷涼な気候や冬季の雪など北海道の特性を活かしたスポーツ分野での会議、大会、合宿。その他イベントの誘致に向けた情報収集、誘致活動 ● 主催者に向けたプロモーション活動 など

(2) 人材育成及び人材活用の取組強化

① 産官学・地域住民との連携・協働

- MICEに関するノウハウを持つ民間事業者等との連携により専門性を有する人材の有効活用
- 地域住民との連携(ボランティアなど)
- 学生によるインターンの受入等人材の活用・育成 など

② 人材育成のための研修会等の実施

- 地域行政MICE担当者への定期的な講習会などの開催
- MICE誘致プロモーション活動を通じたノウハウの蓄積
- 北海道内におけるMICE理解促進によるMICE誘致機運の醸成 など

(3) 推進体制の充実・強化

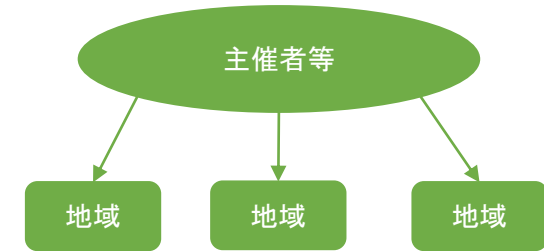
① 協議会参画機関の拡大

- 現構成機関以外の地域への参加促進・拡大
- PCO、学術機関、旅行会社、宿泊施設などMICE関連事業者との連携強化、オブザーバー参加

② ワンストップ窓口化に向けた機能強化

- 協議会構成機関のMICEに関するデータの整備
- 既存データベース、既存施設等の効果的・効率的な活用に向けた調査・分析
- 協議会ホームページの充実・整備
- 構成団体MICE関連情報の地域間共有
- MICEに関する専門知識を有するスタッフの配置 など

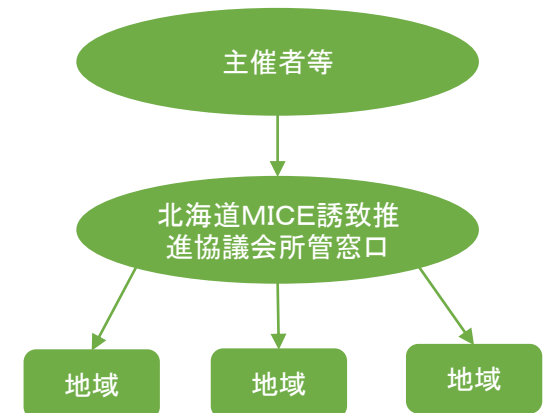
現在の相談窓口状況



主催者が各都市個別に照会



ワンストップ窓口のイメージ図



北海道窓口の設置によりニーズに合った都市の施設・宿泊施設等を紹介

今後の推進体制イメージ図(案)

