

M I C E 誘致戦略プラン

令和6年3月 改訂版

公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

— 目 次 —

第1章 策定の背景と目的	1
1. 戦略策定の背景と目的	1
2. MICE の定義	2
3. 期間	2
第2章 MICE の概況	3
1. MICE の現況	3
2. MICE の効果	5
3. MICE 主催者の二一ズ	10
4. 先進事例の取組	13
第3章 現状と課題	19
1. 現状	19
2. 課題	36
第4章 基本的な方向性	37
1. 目指すべき将来像	37
2. 戦略検討の視点	38
3. 重点ターゲット分野と成果指標	39
4. 基本戦略	41
第5章 基本戦略の具体的展開	43
戦略1 重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開	43
戦略2 地域資源の MICE 活用促進による来訪者消費単価の向上	44
戦略3 社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤の構築	45
戦略4 機動力と柔軟性のある推進体制の整備	46
第6章 戦略の推進に向けて	47
1. MICE 誘致に向けた活動の流れ	47
2. MICE 関係者の役割分担	48
3. 進行管理	49
4. スケジュール	50

第1章 策定の背景と目的

1. 戦略策定の背景と目的

(1) 背景

国においては、2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略」にて「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という姿勢が明確に掲げられた。

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」では「国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進」が主要施策として位置付けられ、国内の各都市において、MICE施設の新規整備や拡張、各種誘致施策の強化が進められている。

2017年8月にはMICE国際競争力強化委員会による「中間とりまとめ」が公表され、国際会議に加え、これまで具体的施策が講じられていなかった企業ミーティングやインセンティブトラベル、展示会を含めたMICE全体の施策拡充が検討されている。

鹿児島市においては、2017年3月に「鹿児島の経済成長のエンジンとなる稼ぐ観光の実現」を基本目標とする「第3期鹿児島市観光未来戦略」を策定し、この中でMICEについては、「新しい魅力づくり～世界から選ばれるKAGOSHIMAを目指して～」を基本戦略の1つに掲げ、「MICEの誘致強化」として「多様なニーズに対応したMICE・教育旅行などの誘致」を重点施策と位置付けている。

一方で、2020年入り後、世界的な新型コロナウイルス感染症拡大により今年度予定されていたMICEの大半が開催できずに、中止又は延期となっており、関係者間では状況を見極めながら、今後の安心・安全な開催に向けた新たな手法も含めて検討が進められている。ポストコロナにおいては、国内の人口減少に伴う地域間競争がさらに激しくなることが予想され、MICE誘致に向けた戦略的なプラン策定の必要性が高まっている。

(2) 目的

本市においては、ポストコロナを見据えてMICE誘致力の強化を図るため、これまで中心に行ってきたコンベンション（C）の開催支援だけでなく、企業ミーティング（M）やインセンティブツアー（I）、イベント（E）の誘致・支援や先進的テクノロジーの活用についての検討も行い、鹿児島市の優位性（強み）を活かしたMICE誘致の指針となるプランを策定する。

ポストコロナにおいて、コンベンションを含めたMICE誘致に戦略的に取り組み、さらなる交流人口の拡大と地域経済の活性化等を図ることを目的とする。

2. MICE の定義

「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）の頭文字であり、これらのビジネスイベント等の総称であると定義されている。本市では、以下の定義に基づき MICE 誘致戦略を検討する。

【MICE の定義】

<u>M</u> eeting	<ul style="list-style-type: none"> 主に企業が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（＝コーポレートミーティング）を指し、なお、スポーツ合宿も含める。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none"> 海外投資家向け金融セミナー、グループ企業の役員会議、管理職研修、新商品発表会、代理店会議、ビジネスマッチング・商談会 スポーツキャンプ・合宿 等
<u>I</u> ncentive (Travel)	<ul style="list-style-type: none"> 企業が従業員やその代理店等の表彰や研修などの目的で実施する旅行のことで、企業報奨・研修旅行と呼ばれる。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none"> 優秀社員に対するレセプション・表彰式 等
<u>C</u> onvention	<ul style="list-style-type: none"> 国内外の会議であり、学会や産業団体、政府等が開催する大規模な会議を一般的に指す。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none"> 世界水フォーラム、G7 サミット、OPEC 総会、国際眼科学会、国際サング礁シンポジウム、国際解剖学学会、アジア心身医学会、IMF・世界銀行グループ年次総会 等
<u>E</u> xhibition/ <u>E</u> vent	<ul style="list-style-type: none"> 国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビションや、スポーツ・文化イベントなど大小様々なものが含まれる。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none"> 東京国際映画祭、世界陸上競技選手権大会、国際宝飾展、東京モーターショー、F1、サッカーワールドカップ、各種 LIVE・コンサート、各種フェスティバル 等

資料：観光庁 HP 等より作成

3. 期間

本戦略の期間は、2021 年度から 2025 年度までの 5 年間を対象とする。なお、同期間中に本市で策定予定の第 4 期鹿児島市観光未来戦略や第六次鹿児島市総合計画に合わせて適宜見直しを行う。

第2章 MICE の概況

1. MICE の現況

「MICE」について、一般参加もあり得る「CE」と企業活動でクローズドである「MI」では、実際には情報の把握度に大きな差がある。MICE の開催件数としてよく引用される JNTO 国際会議統計では「MI」の件数を捕捉することはできず、全体の状況が不明瞭なものとなっている。

(1) CE の状況

国際会議「C」の規模は 200 人までが小規模とされており、年々国際会議の件数は増加しているが、参加人数規模別にみると、特に 100 人未満の小規模の国際会議の割合が高まっている。

【国際会議「C」の規模の目安】

規模	目安となる参加者数	会議例
小規模	～200 人まで	国際機関の理事会や委員会、学術会議など
中規模	200 人超～1,000 人まで	各種の学術会議、団体総会
大規模	1,000 人超～3,000 人まで	大型学会、大会等
超大型	3,000 人超	大型学会、業界団体・経営者団体の大会等

資料：JNTO「国際会議統計」

【参加人数規模別国際会議「C」の件数の推移】

参加者総数	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2018年 1件あたりの 平均外国人参加者数
100人未満	571	584	499	601	648	694	850	980	1,170	1,176	17.4
100～199人	547	579	538	655	721	726	743	813	859	834	33.4
200～299人	300	300	228	285	300	358	334	389	380	386	51.5
300～399人	182	178	136	182	172	180	184	203	181	216	85.5
400～499人	87	86	73	88	92	100	114	116	109	121	92.4
500～599人	56	68	53	80	78	79	91	103	87	94	86.5
600～699人	37	38	45	49	48	54	59	67	53	89	114.0
700～799人	28	27	33	33	29	25	46	33	36	37	144.1
800～899人	33	27	24	38	40	31	33	44	39	39	129.1
900～999人	12	18	15	23	22	13	31	17	25	40	123.5
1000～1099人	43	45	44	43	31	44	29	37	58	71	142.2
1100～1199人	12	9	10	13	12	10	11	16	17	19	207.5
1200～1299人	20	24	18	19	20	19	26	21	21	21	127.7
1300～1399人	7	3	11	13	6	7	12	8	18	9	292.2
1400～1499人	8	5	6	6	7	8	5	6	13	18	235.6
1500～1599人	12	19	13	16	16	18	25	18	18	17	87.8
1600～1699人	9	7	5	10	10	6	6	14	9	16	101.3
1700～1799人	4	4	3	7	6	4	14	5	5	6	67.7
1800～1899人	4	6	6	6	6	15	9	16	14	10	28.2
1900～1999人	0	4	3	3	4	7	7	2	5	4	26.3
2000人以上	150	128	129	167	159	192	218	204	196	210	240.9
合計	2,122	2,159	1,892	2,337	2,427	2,590	2,847	3,112	3,313	3,433	61.1

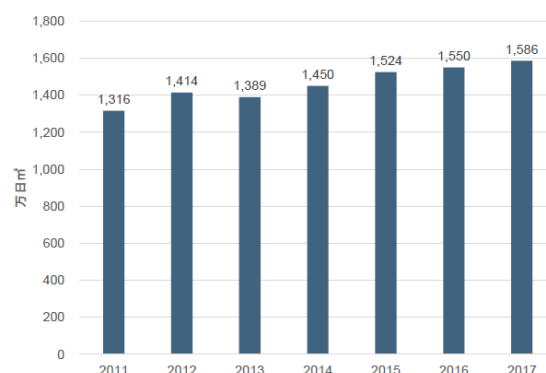
資料：JNTO「国際会議統計」

展示会「E」の定義は、国際見本市連盟（UFI）の定義では以下の通りとなっている。国内では日本展示会認証協議会（JECC）が、UFI 公認認証機関として国際展示会の認証を行っており、展示会「E」の開催規模は年々拡大している。

【展示会「E」の定義】

分類	認証基準	
展示会	①国際展示会	海外来場者 5%以上又は海外出展者 10%以上
	②一般展示会	規定なし
	③展示会	規定なし
展示会に類する “イベント”	フリーマーケット、路上販売	

【展示会「E」の開催規模の推移】



資料：観光庁「平成 29 年度 MICE の経済波及効果算出等事業」（平成 30 年 3 月）

（２）M I の状況

観光庁「平成 29 年度 MICE の経済波及効果算出等事業」では、企業会議「M」の条件として「10 人以上が参加」「4 時間以上の開催」「外部施設の利用」が定義されている。報償旅行「I」については、「個人の報酬を目的としたもの」とされており、外形的には区別が付きにくいものとなっているため、その条件としては同様に「10 人以上が参加」「4 時間以上の開催」「外部施設の利用」が設定されている。

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」（平成 30 年 3 月）によると、海外の「M」「I」主催者による取扱規模は 101～500 人が最も多く、50～100 人が 36%となっており、501 人以上は 18%にとどまっている。

【企業会議「M」の区分】

		主たる参加者	
		社員・販売員、販売代理店 サプライヤー	顧客
主たる目的	会議・商談	①企業ミーティング	
	教育・情報発信 (研修・セミナー)	③研修・視察 (報奨・研修旅行は含まない)	②顧客セミナー
	祝賀・交流 (パーティ・表彰)	④式典	
	その他	⑤その他	

資料：観光庁「平成 29 年度 MICE の経済波及効果算出等事業」（平成 30 年 3 月）

2. MICE の効果

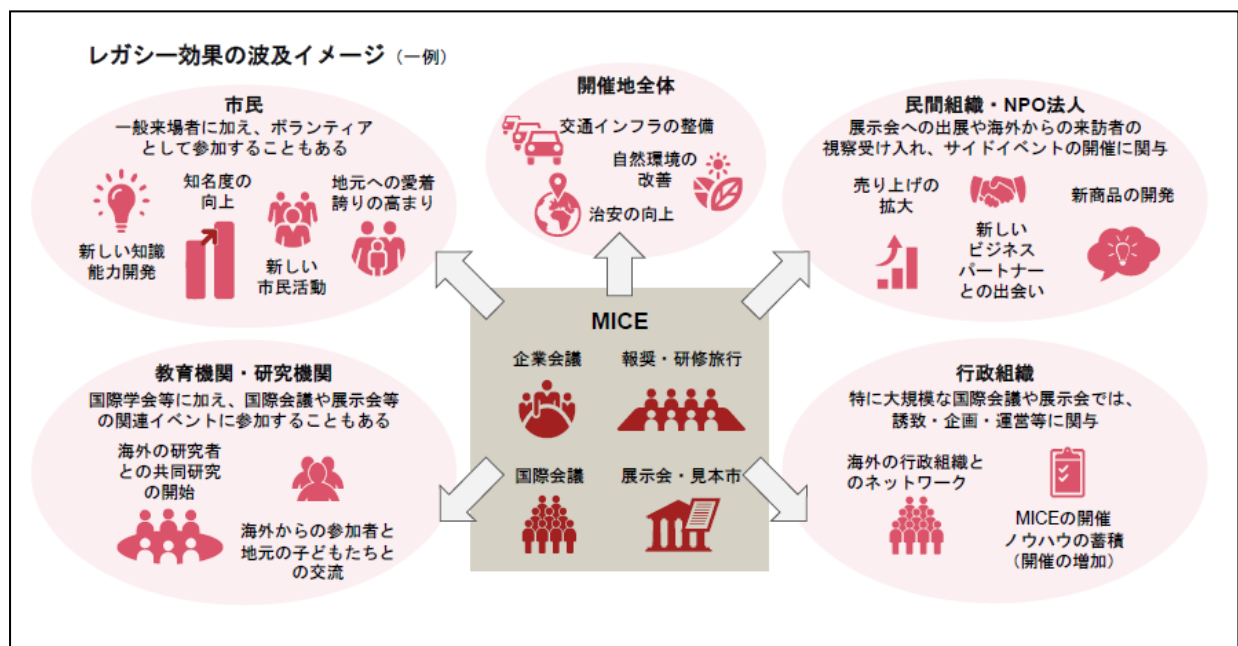
観光庁では、MICE の効果として「ビジネス・イノベーションの機会の創造」「地域への経済効果」「国・都市の競争力向上」の3点を挙げている。

(1) ビジネス・イノベーションの機会の創造（レガシー効果）

観光庁では、ビジネス・イノベーションの機会の創造（レガシー効果）について、経済波及効果以外の効果であり、具体的な受益が生じるものと定義しており、その波及イメージは、開催地全体に加え一般市民や教育・研究機関、民間組織・NPO 法人、行政組織等に幅広く、中長期に生じるとしている。

観光庁では、「企業会議」「M」及び報償旅行「I」は、国際会議「C」や展示会「E」に比べ、一般的に開催地に発生するレガシー効果が限られる傾向がある」と指摘している。その理由として、「M」「I」は基本的に企業内活動であるため、その内容を社外に公開・公表しない傾向があることから活動が特定箇所に限られること、参加人数規模が相対的に国際会議「C」や展示会「E」より少ないことなどが挙げられている。

【MICE が開催地にもたらす幅広い「レガシー効果」の波及イメージ】

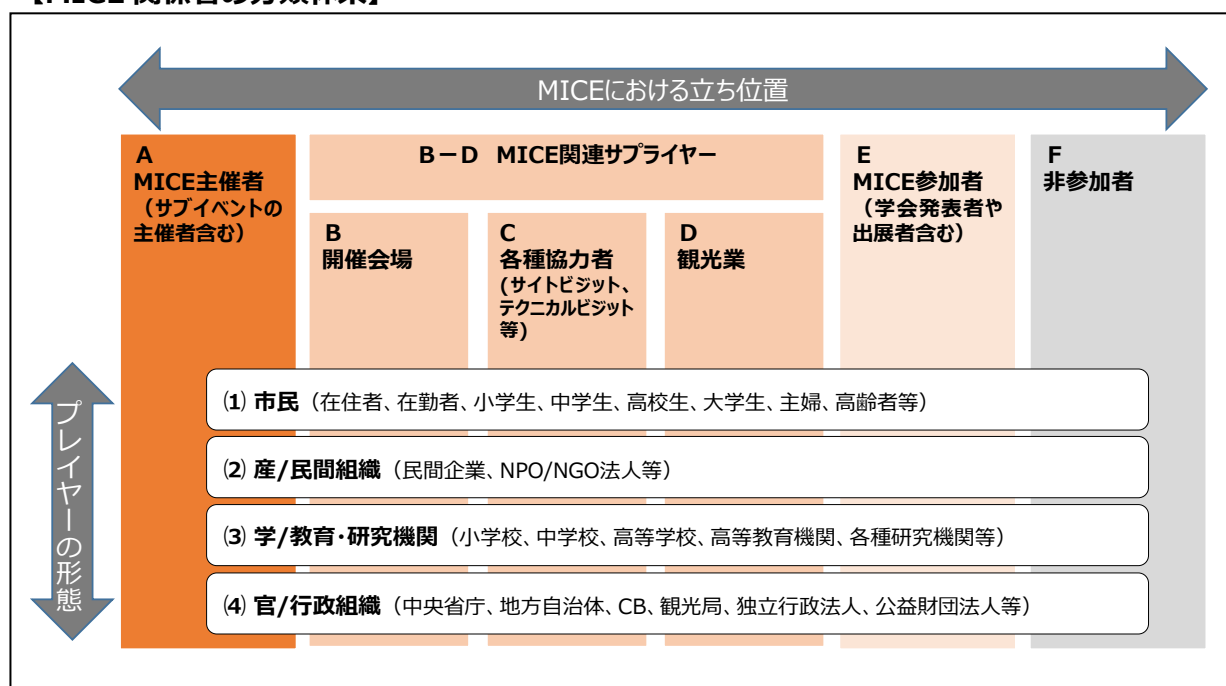


資料：観光庁「平成 30 年度 MICE によるレガシー効果等調査事業」（平成 31 年 3 月）

また、「平成 30 年度 MICE によるレガシー効果等調査事業」（観光庁）では、MICE 関係者（効果の受益者）の分類体系として、下記の図表が示されている。

MICE の活動に何らかの形で関与する団体や個人は、以下のいずれかに該当し、関係者は、MICE における立ち位置と団体・個人、産学官といった形で種類別に分類される。さらに、MICE に参加していない人も受益者に含まれる、幅広い概念で整理されている。

【MICE 関係者の分類体系】



資料：観光庁「平成 30 年度 MICE によるレガシー効果等調査事業」（平成 31 年 3 月）

（２）経済波及効果

１）国際 MICE による 1 人当たり消費額

国際 MICE による 1 人当たり消費額についてみると、国際会議【C】では、主催者消費額は三大都市より、その他都市の方が多くなっている。参加者消費額は日本人ではその他都市の方が、外国人では三大都市の方がそれぞれ多くなっている。出展者消費額は三大都市医療以外が最も多くなっている。

企業会議【M】では、主催者消費額が 183,428 円、外国人の参加者消費額が 141,641 円となっている。

報奨・研修旅行【I】では、主催者消費額が 248,120 円、参加者消費額が 71,600 円となっている。

展示会・見本市【E】では、主催者消費額が 8,881 円、参加者消費額が日本人 18,031 円、外国人 237,606 円、出展者消費額が 28,406 円となっている。なお、展示会・見本市【E】による日・㎡当たり消費額では、主催者消費額が 2,881 円、出展者消費額が 26,293 円となっている。

【国際 MICE による 1 人当たり消費額】

○国際会議【C】の 1 人当たり消費額

	（三大都市医療）		（三大都市医療以外）		（その他都市医療）		（その他都市医療以外）	
	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人	日本人	外国人
主催者	67,014円		56,084円		152,422円		103,931円	
参加者	52,933円	344,151円	34,085円	294,806円	78,327円	251,469円	74,536円	159,237円
出展者	12,356円		53,780円		3,752円		7,802円	

○企業会議【M】、報奨・研修旅行【I】、展示会・見本市【E】の 1 人当たり消費額

	企業会議【M】		報奨・研修旅行 【I】	展示会・見本市【E】	
	日本人	外国人		日本人	外国人
主催者	183,428円		248,120円	8,881円	
参加者	0円	141,641円	71,600円	18,031円	237,606円
出展者	－		－	28,406円	

※日本人参加者の個人的な消費は極わずかであることが予想されるため 0 円と設定。

○展示会・見本市【E】による日・㎡当たり消費額

	展示会・見本市【E】	備考
主催者	2,881円	（総展示面積換算）
出展者	26,293円	（総出展面積換算）

資料：令和元年度 MICE 総消費額等調査事業 報告書（令和 2 年 3 月 観光庁）

2) 鹿児島市で開催された MICE 参加者 1 人当たり消費額

(公財) 鹿児島観光コンベンション協会が、独自に 2018 年度と 2019 年度に鹿児島市で開催された MICE 参加者を対象に行ったアンケート調査結果から、学会・大会等【C】とイベント等【E】の各参加者 1 人当たりの消費額（2 か年の平均値）を試算してみた。

学会・大会等【C】における参加者 1 人当たりの消費額は 43,321 円で、その内訳は、宿泊費（17,813 円）が全体の約 4 割を占め最も多く、次いで飲食費（11,473 円 同 26.5%）、土産購入費（6,886 円 同 15.9%）などとなっている。

また、スポーツ大会を含むイベント等【E】における参加者 1 人当たり消費額は 81,691 円となっており、その内訳の割合は学会・大会等の消費額とほぼ同様の傾向にある。

なお、イベント等【E】の参加者 1 人当たりの消費額が学会・大会等【C】の消費額を大きく上回っている理由としては、開催期間が長いイベント等が多いことなどが挙げられる。

【学会・大会等【C】とイベント等【E】の各参加者 1 人当たりの消費額（2 か年の平均値）】

○学会・大会等【C】

	消費額	構成比
交通費	4,508 円	10.4%
宿泊費	17,813 円	41.1%
飲食費	11,473 円	26.5%
土産購入費	6,886 円	15.9%
観光入場料	2,640 円	6.1%
合 計	43,321 円	100.0%

○イベント等【E】

	消費額	構成比
交通費	8,909 円	10.9%
宿泊費	34,186 円	41.8%
飲食費	19,046 円	23.3%
土産購入費	13,851 円	17.0%
観光入場料	5,699 円	7.0%
合 計	81,691 円	100.0%

資料：(公財) 鹿児島観光コンベンション協会独自調査結果より作成

3) MICE の経済波及効果

ここでは、公益財団法人とっとりコンベンションビューローが 2020 年 5 月に策定した「2019 年度コンベンション経済波及効果推計結果報告書」より直接・間接（一次、二次）の経済波及効果についてみてみた。

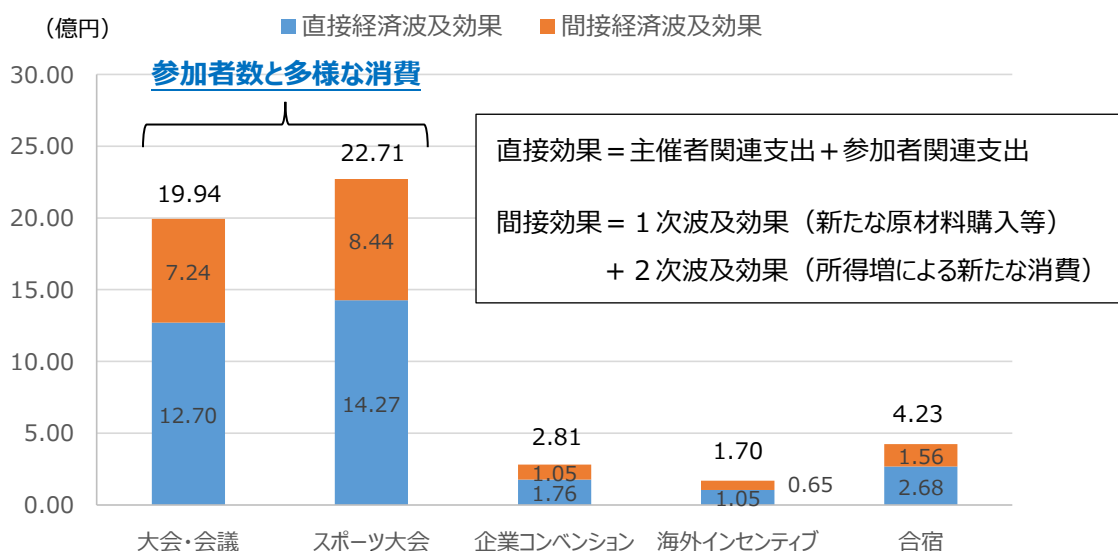
【2019 年度鳥取県内開催コンベンションの経済波及効果】

○2019 年度鳥取県内開催コンベンション

単位：件、人

	大会・会議	スポーツ大会	企業コンベンション	海外インセンティブ	合宿	合計
全開催件数	116	61	7	33	108	325
全参加者数	22,799	33,816	4,740	1,314	10,921	73,590

○上記コンベンション開催に伴う経済波及効果



○1 人当たり参加者支出 (大会・会議)

	県内参加者	県外参加者	
		県内宿泊	その他※
宿泊費	2,190	14,199	0
飲食費	810	9,929	2,129
土産代	0	5,813	2,400
交通費	429	3,158	1,412
観光・娯楽費	0	1,317	188
その他	48	886	82
合 計	3,477	35,302	6,211
参加者内訳数	6,399	15,413	987

○1 人当たり参加者支出 (スポーツ大会)

	県内参加者	県外参加者	
		県内宿泊	その他※
宿泊費	7,688	24,724	0
飲食費	7,500	11,284	2,682
土産代	2,313	8,157	4,773
交通費	1,188	3,799	2,091
観光・娯楽費	188	2,019	273
その他	1,000	2,608	682
合 計	19,877	52,591	10,501
参加者内訳数	12,615	19,887	1,314

※県外参加者の「その他」：日帰り・県外宿泊

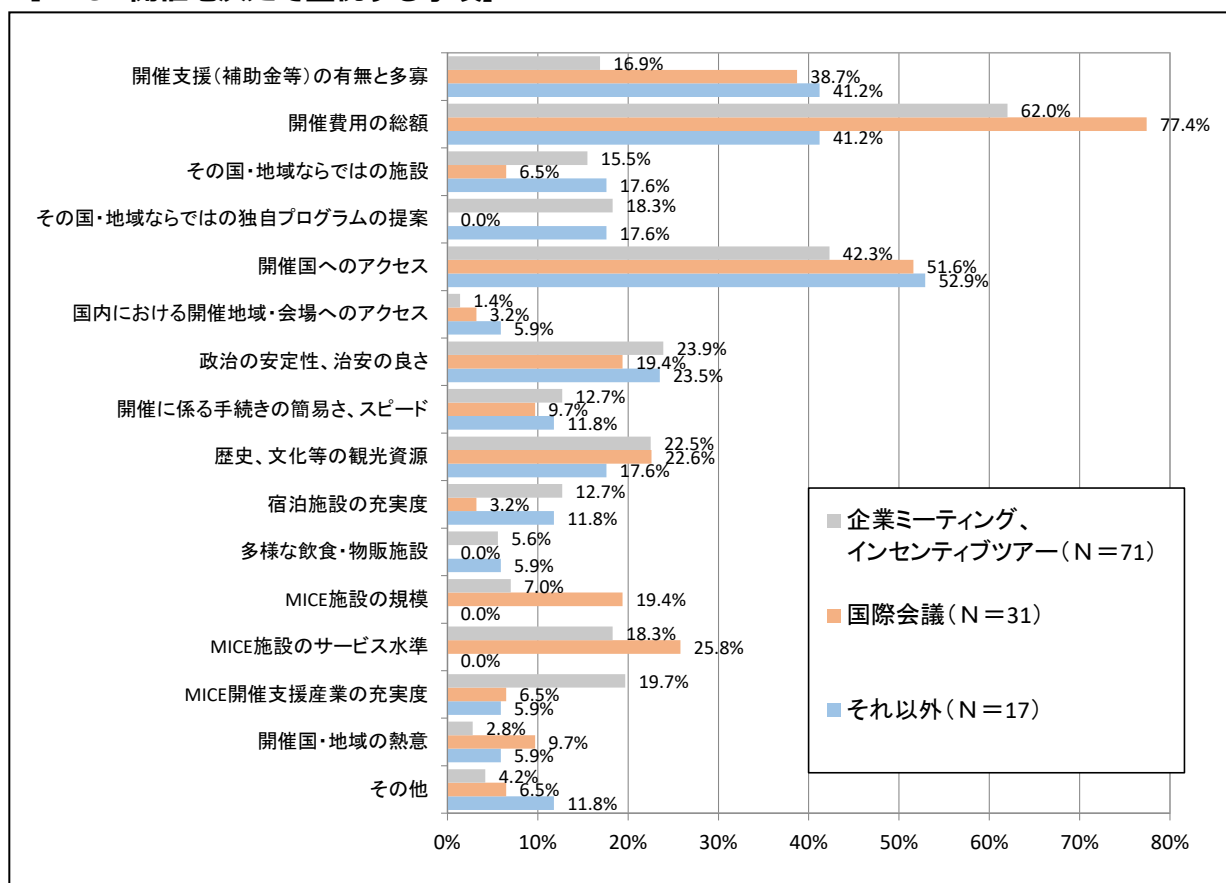
3. MICE 主催者のニーズ

観光庁「MICE マーケティング分析と関連事業評価調査」（平成 25 年 3 月）結果から、海外の MICE 主催者が開催地決定で重視する事項、MICE 開催地としての日本の強みと弱みについて整理した。

（1）MICE 主催者が開催地決定で重視する事項

海外の MICE 主催者は、「開催費用の総額」と「開催国へのアクセス」を重視しており、国際会議とそれ以外の主催者では、「開催支援（補助金等）の有無と多寡」も重視していることがうかがえる。

【MICE 開催地決定で重視する事項】

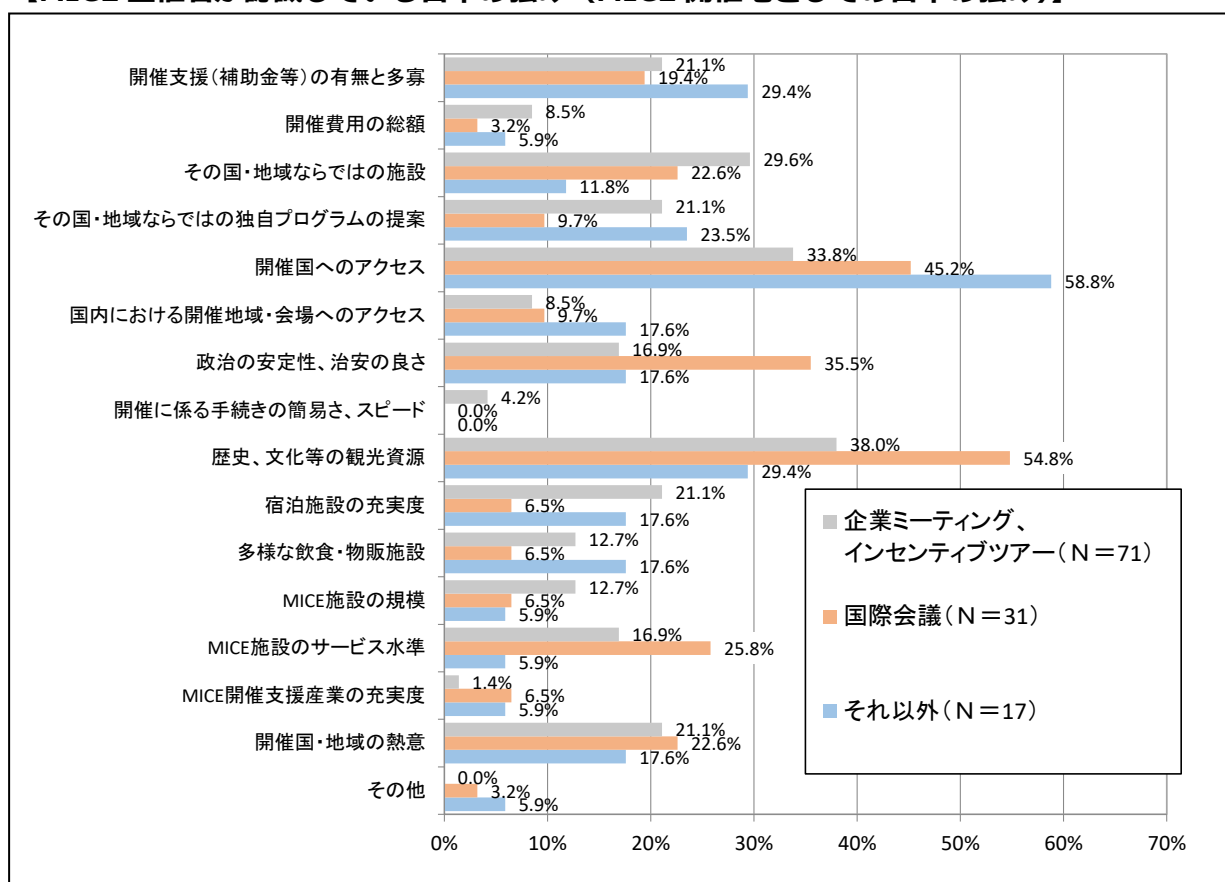


資料：観光庁「MICE マーケティング分析と関連事業評価調査」（平成 25 年 3 月）

（２）MICE 主催者が認識している日本の強み

MICE 開催地としての日本の強みとして、企業ミーティング・インセンティブツアーでは「歴史、文化等の観光資源」、「開催国へのアクセス」、「その国・地域ならではの施設」、国際会議では「歴史、文化等の観光資源」、「開催国へのアクセス」、「政治の安定性、治安の良さ」、それ以外では「開催国へのアクセス」、「歴史、文化等の観光資源」、「開催支援（補助金等）の有無と多寡」がそれぞれ上位に挙げられている。

【MICE 主催者が認識している日本の強み（MICE 開催地としての日本の強み）】

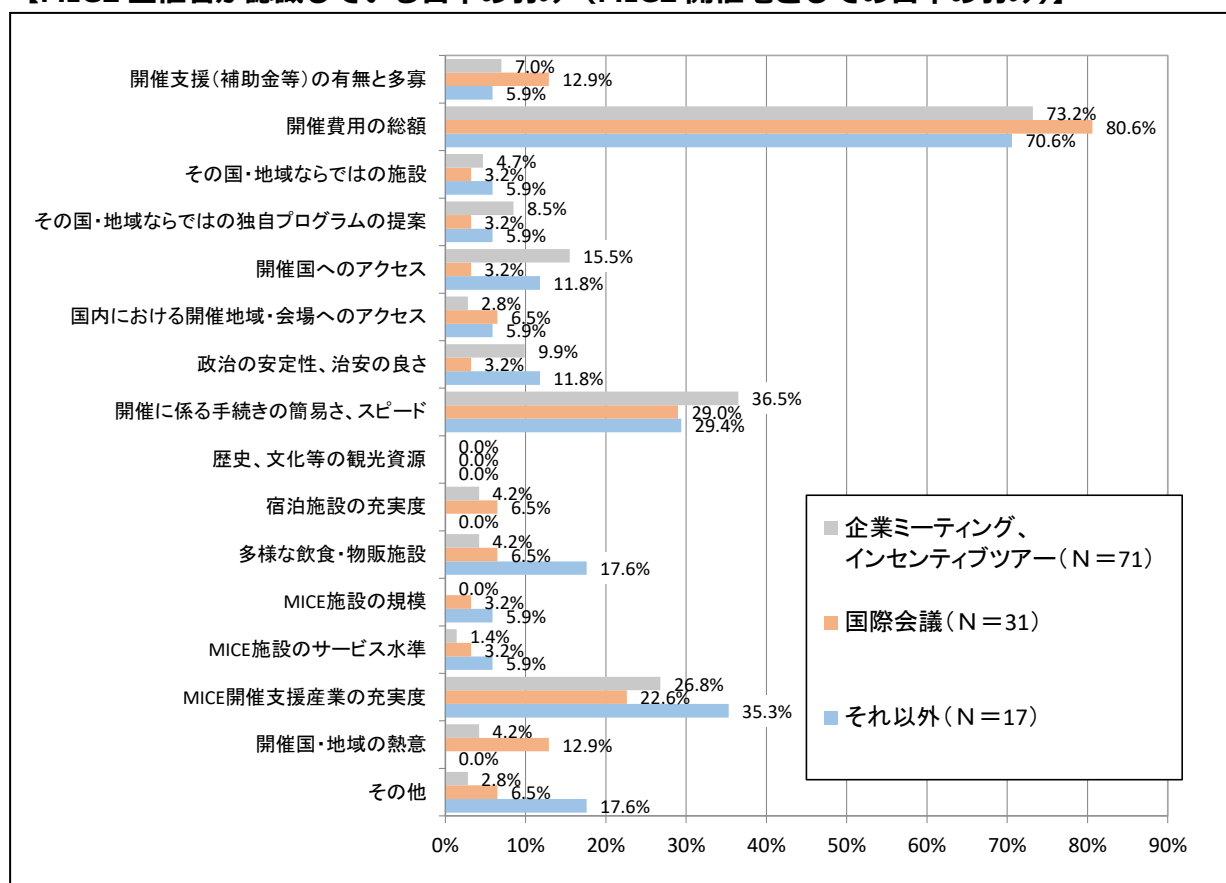


資料：観光庁「MICE マーケティング分析と関連事業評価調査」（平成 25 年 3 月）

（３）MICE 主催者が認識している日本の弱み

MICE 開催地としての日本の弱みとして、「開催費用の総額」が突出して多く挙げられており、次いで「開催に係る手続きの容易さ、スピード」、「MICE 開催支援産業の充実度」などとなっている。

【MICE 主催者が認識している日本の弱み（MICE 開催地としての日本の弱み）】



資料：観光庁「MICE マーケティング分析と関連事業評価調査」（平成 25 年 3 月）

4. 先進事例の取組

ここでは、数値目標の設定、ターゲットの設定、関係機関との連携、MICE 開催ガイドラインの作成に関する先進事例の取組、MICE 誘致・開催における先進的テクノロジーの活用について整理した。

(1) 数値目標の設定

他都市における成果指標の設定状況をみると、JNTO「国際会議統計」における国際会議開催件数や経済波及効果額のほか、特定の会場における MICE 開催件数、ターゲットとしている MICE の開催件数や開催支援件数などが挙げられている。

本業務では、ターゲットとする MICE 開催支援件数、経済波及効果額、主催者や参加者の満足度等を成果指標とし、数値目標を設定していきたいと考えている。

【他都市における成果指標の設定状況】

自治体	成果指標
札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・国際会議（JNTO 基準の暦年）の開催件数 ・コンベンションセンターにおける全国規模の国内会議・大会の開催件数 ・海外インセンティブツアーの誘致・支援件数 ・新たに誘致する大規模なスポーツ全国大会や国際大会の件数
さいたま市	<ul style="list-style-type: none"> ・（仮称）東日本連携支援センターでの商談、打合せ件数 ・関東ブロック以上のコンベンション開催件数 ・2020 年度までに新たな展示会・見本市・スポーツ大会を誘致
横浜市	<ul style="list-style-type: none"> ・中大型国際会議の開催件数
京都市	<ul style="list-style-type: none"> ・開催件数、参加者数、平均宿泊日数、経済効果や雇用創出効果等を指標とし、数値目標を設定
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> ・都市別国際会議開催ランキングの順位 ・大阪府域の国際会議開催件数 ・国際会議、インセンティブツアーの経済波及効果
益田市	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE 開催支援件数
高松市	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンション開催件数 ・国際会議開催件数
久留米市	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE 開催支援件数 ・MICE 宿泊数 ・MICE 参加者数
熊本市	<ul style="list-style-type: none"> ・経済波及効果額 ・熊本城ホールで開催されるイベントに対する満足度

資料：大田区 MICE 推進会議資料より作成

(2) ターゲットの設定

先行的に MICE 誘致に取り組む自治体のターゲットをみると、立地特性や保有施設を活かし、経済効果の高い MICE について戦略的な誘致を目指すほか、産業集積や過去の実績等に基づいて、優位性が高いと考えられる分野に絞った設定が行われている。

【先行的に MICE 誘致に取り組む自治体のターゲット】

自治体等	ターゲット
東京都	<ul style="list-style-type: none"> ・大学や研究機関の集積を生かした <u>医歯薬・理工学系の国際会議</u> (C) ・集積する <u>情報通信、金融</u> や、成長産業である <u>健康・医療、環境・エネルギー、危機管理、ロボットなどの産業分野での国際会議</u> (C) ・「世界一のビジネス都市」の実現に資する <u>金融(再掲)、ライフサイエンス、スマートエネルギーなどの産業分野での国際会議</u> (C) ・東京でのビジネス拡大やネットワーク構築を目指す欧米やアジアを中心とした <u>海外企業(海外拠点等を有する国内企業を含む)の企業系会議</u> (M) ・コストよりも東京の都市としての多様な魅力を重視する <u>海外企業(海外拠点等を有する国内企業も含む)の報償・研修旅行</u> (I)
さいたま市	<ul style="list-style-type: none"> ・開設が予定されている(仮称)東日本連携支援センターを活用した <u>東日本連携関連事業</u> (M, I) ・経済波及効果が高く市内での開催割合の高い医学系の学会・会議や、大学や医療施設、研究所等の立地を生かした <u>医学系・理工学系の会議・大会</u> (C) ・全国的に知名度の高いスポーツイベントの開催実績や、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の競技会場の指定等のブランド力を活かした <u>スポーツ分野の会議・大会・イベント</u> (C, E) ・「次世代自動車・スマートエネルギー特区」を活用した先駆的な取組や、市内事業者の技術力やネットワーク等を活かした <u>環境分野の会議・大会・展示会</u> (C, E)
千葉県・千葉市	<ul style="list-style-type: none"> ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会関連のキャンプ誘致で培ったノウハウ等を活かし、<u>国際的なスポーツ大会やスポーツをテーマとした MICE</u>
横浜市	<ul style="list-style-type: none"> ・経済波及効果の高い <u>中大型の国際会議や医学会議</u> を最優先 (C) ・<u>バイオ等のライフイノベーション、IT 関連、企業インセンティブ</u> (I)
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> ・福祉に関する幅広い情報提供する <u>総合福祉展</u> (ワークショップ、福祉イベント、企業展示) (E)
高松市	<ul style="list-style-type: none"> ・芸術分野の地方創生をテーマに、国内外行政関係者を受け入れる、<u>企業会議やワークショップ</u> (M) ・世界各国から <u>盆栽・水石のバイヤー、愛好家が参加する国際会議</u> (C)
熊本市	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>医療系の国内会議、熊本の特性を活かせる国際会議</u> (C) ・熊本で初開催となる <u>芸術・文化・スポーツ等のイベント</u> (E) ・<u>小・中規模のインセンティブツアー</u> (I)

資料：各都市の誘致戦略や事業計画等から抽出、整理

（３）関係機関との連携

各都市において、MICE 誘致・振興を目的とした産学官連携の取組が進んでおり、地元大学との間での協力協定の締結、地元企業・経済界や MICE 関連企業が一体となった組織の立ち上げなどの動きが見られるようになってきている。

中には、これまで行政とコンベンション・ビューロー（CB）や協会が担ってきた誘致機能について、民間主体で自主的に担ってもらうなど、個別企業の資力・人材活用に成功している都市も出てきている。

【関係機関との連携】

自治体	取組内容
札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・官民連携の MICE 誘致促進のため、市、観光経済団体、民間事業者から構成する「さっぽろ MICE 推進委員会」を設立。 ・コンベンション受入れに向けた検討や人材育成、まちづくり等を行うことを目的に、コンベンション関連企業や市内企業、関連団体等が集まり 2001 年に「コンベンション関連産業札幌ネットワーク」を設立、2004 年に「NPO 法人コンベンション札幌ネットワーク」に発展。会員数は約 100 社に及び、コンベンションビューローと緊密に連携し、市の MICE 振興の中核組織となっている。行政からの補助は受けておらず自主財源で運営されている。
仙台市	<ul style="list-style-type: none"> ・東北大学との間で「コンベンションの誘致、開催における連携・協力に関する協定」を締結。教育研究機関が集積する「学都」としての強みを生かしたコンベンション都市を目指している。
京都市	<ul style="list-style-type: none"> ・京都大学との間で「国際学術都市としての魅力向上に関する連携協定」を締結。国際会議の誘致・開催促進のほか、海外からの留学生誘致の連携プロモーションや観光分野の人材育成などの取組を実施。
広島市	<ul style="list-style-type: none"> ・市、広島大学及び公益財団法人広島観光コンベンションビューローの間で、コンベンションの誘致・開催の促進を図り、市及び広島大学の世界的なブランドイメージの向上に寄与することを目的とした「コンベンション誘致・開催のための連携・協力に関する協定」を締結。
福岡市	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションビューローの誘致部門を組織強化し、「Meeting Place Fukuoka (MPF)」を設立。活動資金及び人員を大幅に増強した。 ・市及び産学官民で設立した福岡地域戦略推進会議（FDC）において多様な主体が関与する形で MICE 振興を推進。 ・コンベンションビューローの会員の中で、人的・資金的に MPF の活動を強くサポートする会社を「戦略的パートナー」とする制度の導入により活動資金の拡充を図っている。

資料：「さいたま市 MICE 誘致戦略」（2018 年 3 月 さいたま市）より作成

（４）MICE 開催ガイドラインの作成

ここでは、一般社団法人日本コンベンション協会と公益財団法人大阪観光局が策定した MICE 開催のためのガイドラインについて整理した。

1) 一般社団法人日本コンベンション協会策定のガイドライン

MICE 主催者が今後 MICE を安全にそして安心して開催してもらうために、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための MICE 開催ガイドラインを 2020 年 6 月 23 日に策定（第 1 版）し、さらに同年 7 月 6 日には第 2 版の改訂版を発行している。

【「新型コロナウイルス感染症禍における MICE 開催のためのガイドライン」の構成】

- I. MICE 開催の意義・特徴
- II. 感染リスクの洗い出し
 - II. 1. 「接触感染」のリスク
 - II. 2. 「飛沫感染」のリスク
 - II. 3. 集客装置としてのリスク
- III. 参加者の安全対策
 - III. 1. 会期前・準備段階
 - III. 1-1 [感染症対策における関係者間での方針策定]
 - III. 1-2 [パブリックアナウンスメント]
 - III. 2. 会期中
 - III. 2-1 [参加登録受付]
 - III. 2-2 [クローク]
 - III. 2-3 [セッション会場]
 - III. 2-4 [併催展示会]
 - III. 2-5 [パーティ・懇親会会場]
 - III. 2-6 [パブリックスペース（ホワイエ等一般導線等）]
 - III. 2-7 [有事対応]
 - III. 3. 会期後
- IV. 運営関係者の安全
- V. 開催施設への依頼事項
- VI. 開催自治体、コンベンションビューローの依頼事項
- VII. 検証と連携体制の構築

2) 公益財団法人大阪観光局策定のガイドライン

大阪観光局では、2020 年 4 月上旬に本ガイドラインの策定に着手し、政府の対策方針、MICE 主催者の意見、他業界や海外の事例などを参照し、感染症専門家とともに現実的で、国内環境に適した基準となるよう検討を重ね、同年 6 月 3 日に初版を発表した。その後緊急事態宣言後に日本で初めて開催された展示会で本ガイドラインの検証を行い、一部を改訂しており、今後も最新の状況等を反映しながら改訂していくとしている。

【「感染症拡大のリスクを抑え、MICE を開催するための主催者向けガイドライン」の構成】

MICE ガイドライン作成の理由

1. MICE は、経済発展・地域活性の「エンジン」
2. コロナ禍からの経済回復のため、MICE 開催を推進！

MICE 開催前の実施事項

1. 感染症対策の方針・組織の整備
2. 会場・協力会社との共同準備
3. 参加者への周知

MICE 会期中（設営・撤去日を含む）の実施事項

1. 発熱者・体調不良者の入場を防ぐ
2. 衛生環境を維持する
3. 密閉させない
4. 密集させない
5. 密接させない

各項目について、セルフチェックリストとしても活用できるように、☐チェックボックスを用意している。

大阪観光局による主催者へのサポート

- 会場付近の保健所・医療機関に関する情報提供
- マスクなどの衛生用品の販売、サーモカメラ・体温測定機器のレンタルサービスなどを提供する事業者の紹介
- 緊急時のコールセンター連絡先、情報提供 WEB サイトの案内
- その他、各種情報の提供

（５）MICE 誘致・開催における先進的テクノロジーの活用

2018 年度の観光庁の調査結果によると、MICE 誘致・開催において主催者や参加者ニーズが高い ICT サービスについて以下のように整理されている。

【主催者・参加者ニーズと時系列ごとの ICT サービスの活用事例】

	誘致活動	開催前	開催中	開催後
主催者	<ul style="list-style-type: none"> ■開催地選定のため施設や周辺観光地の下見をリモートで行いたい ⇒VR、Web での MICE 施設及び周辺観光地確認ツール ■会場の空き状況、広さ、収容人数など把握し、予約を行いたい ⇒MICE 施設予約システム ■研究開発者、イベント企画・運営者、メーカー等を繋ぐ環境を整備し、魅力あるコンテンツを生み出したい ■政府や自治体（CB 含む）と積極的に意見交換ができる場があるといい ⇒マッチメイキングツール 	<ul style="list-style-type: none"> ■エコが流行りなので、取り入れたい ⇒エコロジカルなテクノロジーツール ■出席者の出欠管理、移動・宿泊管理等を一括して行いたい ⇒出席者管理システム ■参加者のビザの必要・必要書類等を一元管理したい ⇒ビザ申請管理システム ■施設のレイアウト等の確認をリモートで行いたい ⇒会場レイアウト確認ツール ■出展者を募集する際に、ライトパーソンを特定しコンタクトをしたい ⇒出展者検索システム ■会場案内（把握）を効率化したい ⇒デジタルサイネージ 	<ul style="list-style-type: none"> ■複数の関係者と英語でコミュニケーションを取りたい ⇒通訳システム ■登壇者等の所在を把握したい ⇒位置情報確認ツール ■Wi Fi 環境が整備されているといい ⇒無料高速 Wi Fi ■パンフレット等を電子でやり取りしたい ⇒資料等閲覧アプリ ■コミュニケーションを活性化したい ⇒当事者同士のコミュニケーションツール 	<ul style="list-style-type: none"> ■効果的かつ効率的にアンケートを収集したい ⇒アンケート集計ツール ■MICE で収集したデータをマーケティングに活用したい ⇒マーケティング用データ分析ツール
参加者		<ul style="list-style-type: none"> ■手荷物を預ける場所がない ⇒手荷物保管サービス 	<ul style="list-style-type: none"> ■トイレがいつも混んでいる ⇒AI 等を活用したトイレの空き状況確認ツール 	<ul style="list-style-type: none"> ■駐車場が混雑して帰宅に時間がかかる ⇒駐車場管理ツール
		<ul style="list-style-type: none"> ■イベントのスケジュール管理やセミナー会場の場所把握などをアプリで確認したい ⇒ワンストップサービス提供イベントアプリ ■空港からの移動や施設間の移動をスムーズに行いたい ⇒外国人向け交通（案内）サービス 		

注：■ … 主催者・参加者の主なニーズ ⇒ … 解決するための ICT サービス

資料：「MICE 誘致・開催における先進的テクノロジー海外活用事例等調査事業」（2019 年 3 月観光庁）より作成

第3章 現状と課題

1. 現状

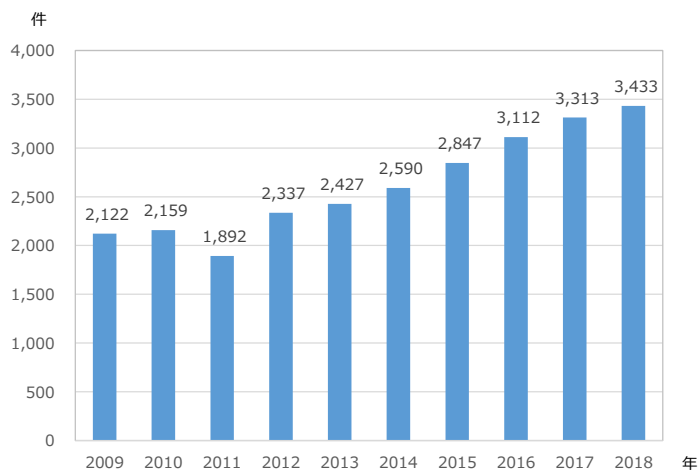
(1) 日本における国際会議の開催状況

2018年に日本で開催された国際会議の件数は3,433件となっており、2009年以降の推移をみると、東日本大震災のあった2011年を除くと一貫して増加傾向にある。

2018年の開催件数を分野別にみると、「科学・技術・自然」が約4割を占め最も多く、「医学」「芸術・文化・教育」「政治・経済・法律」「産業」は過去10年間で最多記録を更新している。

また、同年の規模別開催件数の割合をみると、「300人未満」が約7割を占めている。

【年別国際会議の開催件数の推移】



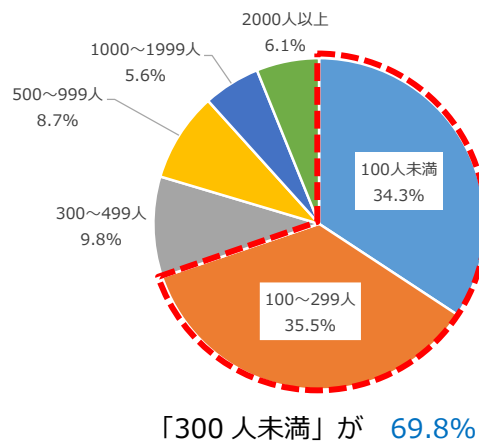
＜対象の国際会議＞

- 主催者は、国際機関・国際団体又は国家機関・国内団体
- 参加者総数 50 名以上
- 参加国数は日本を含む 3 居住国・地域以上
- 開催期間は 1 日以上

【分野別開催件数（2018 年）】

	開催件数	構成比
政治・経済・法律	378	11.0%
科学・技術・自然	1,395	40.6%
医学	702	20.4%
産業	165	4.8%
芸術・文化・教育	446	13.0%
社会	204	5.9%
運輸・観光	28	0.8%
社交・親善	47	1.4%
宗教	6	0.2%
スポーツ	20	0.6%
その他	42	1.2%
合計	3,433	100.0%

【規模別開催件数の割合（2018 年）】



資料：「国際会議統計」（日本政府観光局（JNTO））

九州・沖縄における 2018 年の県別国際会議開催件数は、「福岡県」が 427 件で突出しており、次いで「沖縄県」(35 件)、「熊本県」(17 件)、「鹿児島県」(12 件) の順となっている。

「鹿児島県」では、2015 年以降二ケタで推移している。

【九州・沖縄における県別国際会議開催件数の推移】

単位：件

	福岡県	佐賀県	長崎県	大分県	熊本県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
2009年	278	0	6	1	9	3	5	19
2010年	269	1	8	6	2	7	4	16
2011年	268	1	8	4	10	8	5	27
2012年	301	3	16	5	6	6	0	23
2013年	312	1	10	2	8	9	6	22
2014年	411	4	6	3	8	1	8	39
2015年	450	2	12	4	19	2	15	29
2016年	488	1	9	0	16	0	10	25
2017年	436	3	8	3	22	0	17	37
2018年	427	1	7	5	17	4	12	35

資料：「国際会議統計」（日本政府観光局（JNTO））

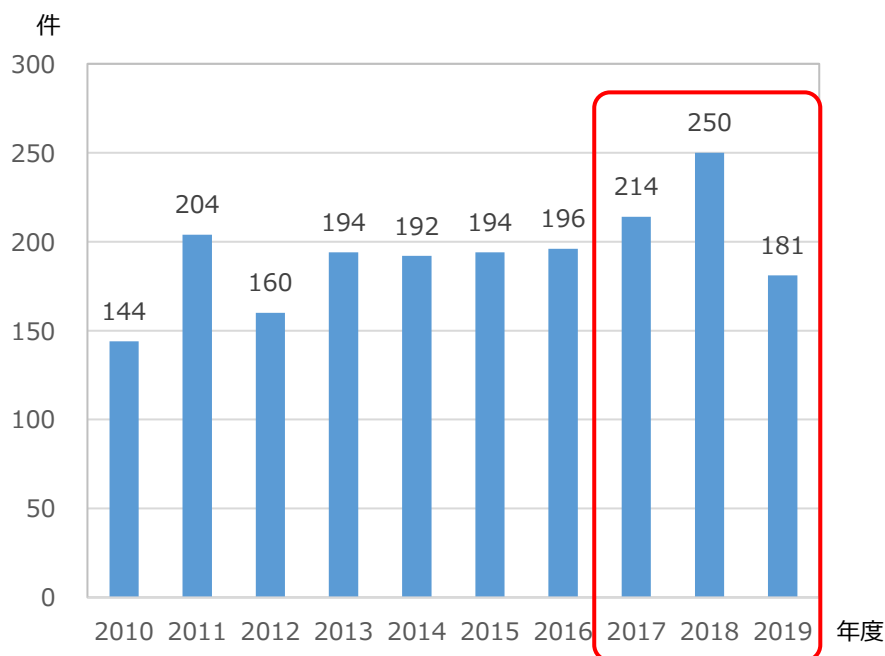
（２）鹿児島市における MICE 開催の実績

2019 年度に鹿児島市で開催された大会・会議等の件数は 181 件。2011 年度は九州新幹線の全線開業、2018 年度は NHK 大河ドラマ「西郷どん」の放映等の影響により 200 件を超えている。

過去 3 年間の MICE 開催実績の内訳をみると、どの年度も「国内大会・会議【国内 C】」が最も多く、次いで「展示会・見本市【E】」となっており、この 2 分野で 9 割を超えている。なお、「国際会議【国際 C】」は 10 件前後にとどまっており、「企業等の会議【M】」や「報奨・研修旅行【I】」については、当協会の実績としてはほとんどみられていない。

【鹿児島市における MICE 開催の実績】

○鹿児島市における大会・会議等の開催件数の推移



○過去 3 年間の MICE 開催実績の内訳

分野	2017 年度		2018 年度		2019 年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
M	4	2%	5	2%	3	2%
I	1	0.5%	0	0%	0	0%
国内 C	125	58%	146	58%	95	52%
国際 C	12	6%	8	3%	11	6%
E	72	34%	91	36%	72	40%
合 計	214	100%	250	100%	181	100%

資料：公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

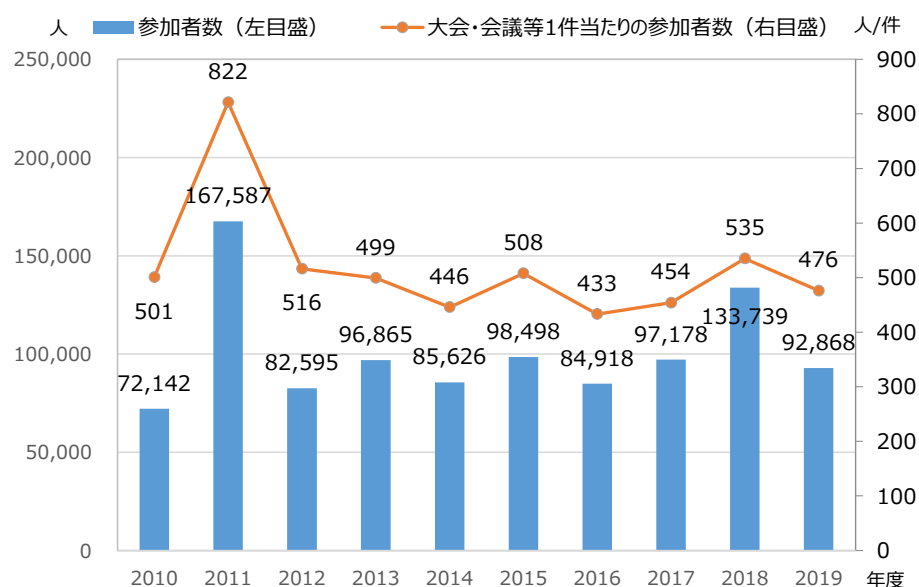
2019年度の鹿児島市における大会・会議等の参加者数は92,868人。2010年度以降の推移をみると、2011年度と2018年度を除くと、7万人～9万人台で推移している。

大会・会議等1件当たりの参加者数の推移をみると、2011年度を除き、概ね500人前後で推移している。

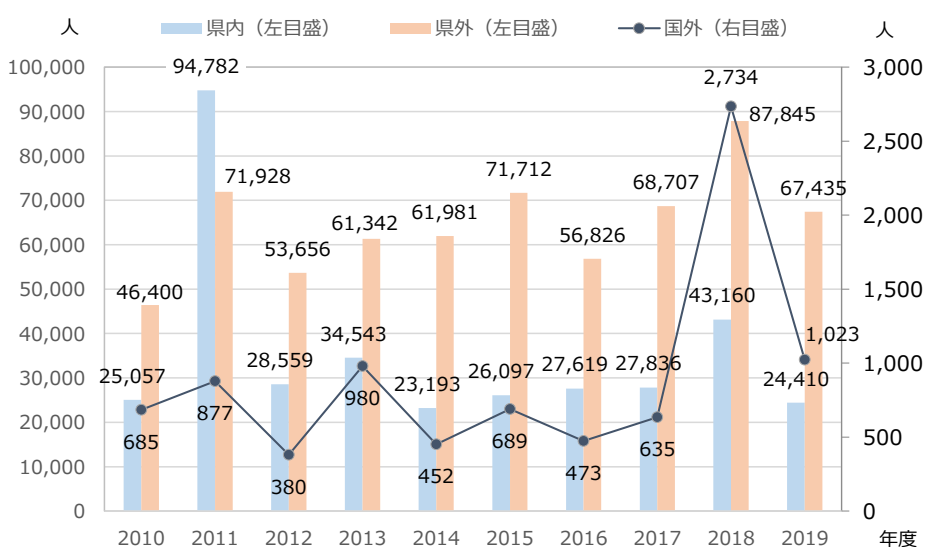
また、参加者数内訳の推移をみると、2011年度を除き、県外参加者数が県内参加者数を大きく上回っている。

【鹿児島市における大会・会議等の参加者数の推移】

○参加者数と大会・会議等1件当たりの参加者数の推移



○参加者数内訳（県内、県外、国外）の推移



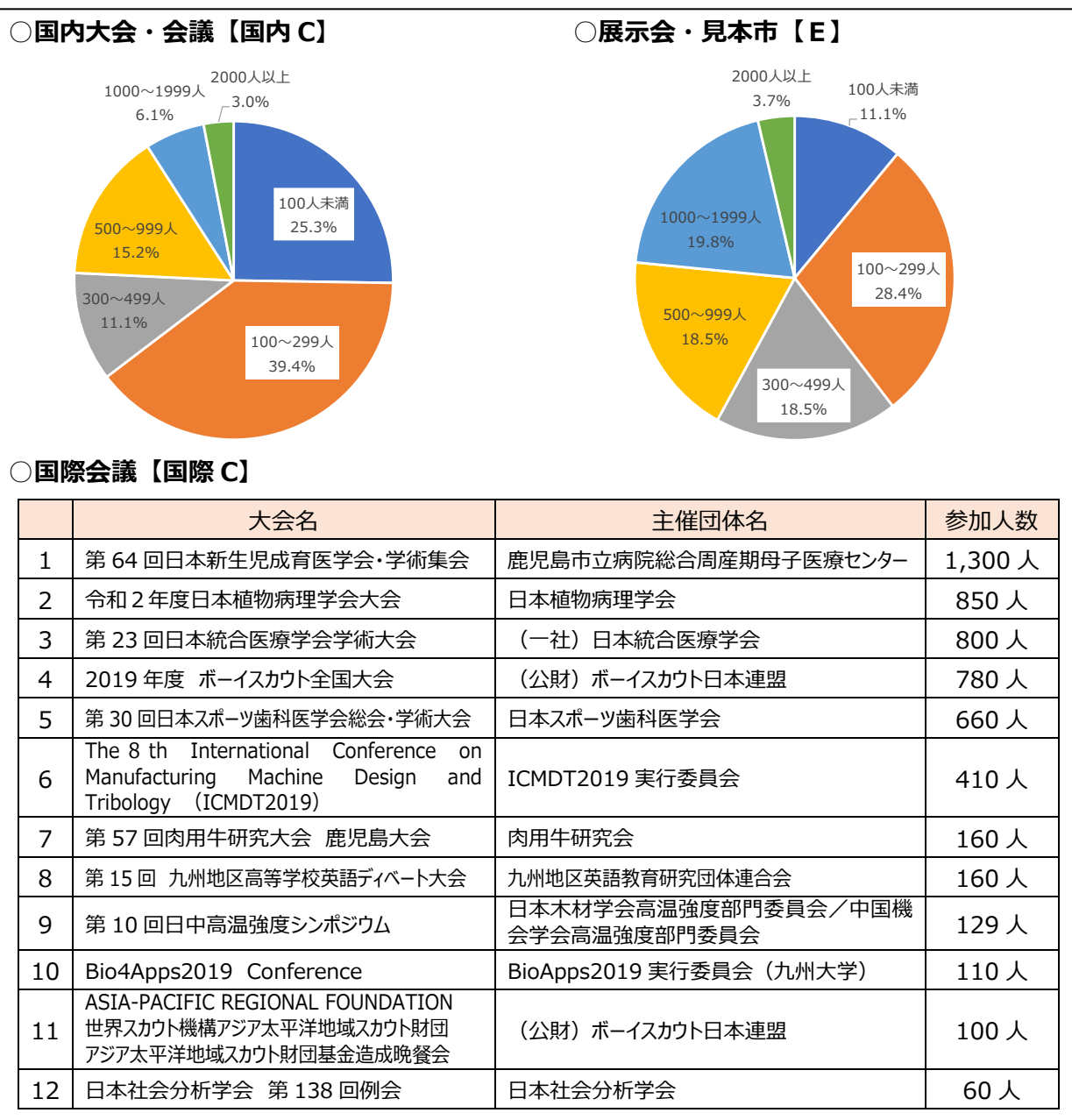
資料：公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

2019年度の「国内大会・会議【国内C】」の規模別開催件数の割合をみると、「100～299人」が39.4%で最も多く、次いで「100人未満」（25.3%）となっており、300人未満が6割を超えている。参加人数1000人以上では、産業、社会福祉、スポーツ系、参加人数500～999人では、医学（看護）、工学、社会福祉、教育学系、参加人数200～499人では、医学、教育学系の大会・会議がそれぞれ多くなっている。

同年度の「展示会・見本市【E】」の規模別開催件数の割合をみると、「100～299人」が28.4%で最も多く、次いで「1000～1999人」（19.8%）となっており、参加人数の規模に関係なく、圧倒的に多様なスポーツ系の大会が多くなっている。

同年度の「国際会議【国際C】」では、医学、理工学系の大会が多くなっている。

【規模別開催件数の割合（2019年度）】



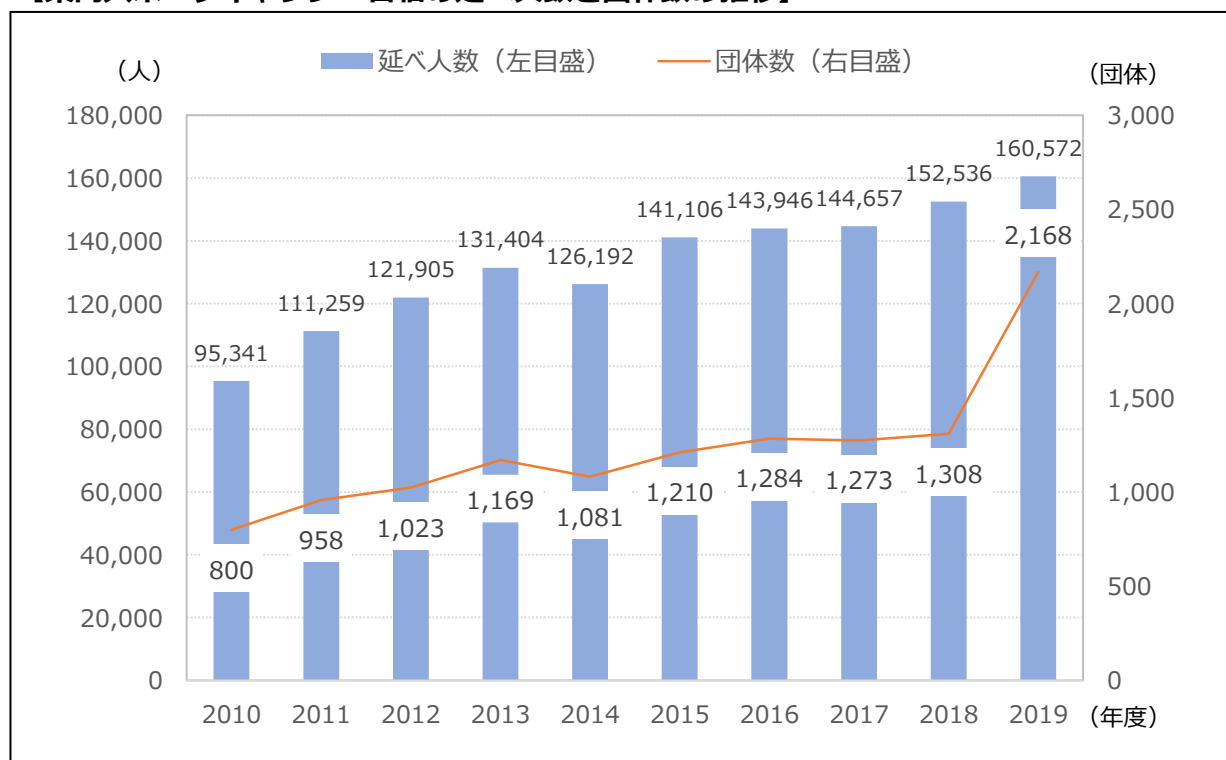
（３）県内のスポーツ合宿の実績

2019年度の県内スポーツキャンプ・合宿の延べ人数は160,572人で前年度比5.3%増加している。団体数も2,168団体で同65.7%増加し、ともに過去最高を更新した。

2019年度は、新型コロナウイルス感染症や日韓関係の影響による大会・合宿の中止などスポーツキャンプ・合宿の誘致においては厳しい環境であったが、7月下旬から8月中旬にかけて「南部九州総体 2019（令和元年度全国高等学校総合体育大会）」の6競技（体操、卓球、柔道、バスケットボール、フェンシング、カヌー）が鹿児島地域を中心に開催されたことに伴い、「高校生」が増加し、結果的に新型コロナウイルス感染症等の影響を補う形となっている。

また、これまで県・市町村及び宿泊事業者など官民一体となって国内外における誘致活動に積極的に取り組んできたことで、実業団チームへの誘致強化による「社会人」の増加やラグビーワールドカップ 2019 で優勝した南アフリカ代表チームの誘致に伴う鹿児島地域を中心にした「ラグビー」の増加がみられた。さらに、ジャパンアスリートトレーニングセンター大隅の供用開始に伴い、大隅地域を中心にした「陸上競技」の増加などの成果がみられている。

【県内スポーツキャンプ・合宿の延べ人数と団体数の推移】



資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（令和元年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

2019年度の延べ人数の団体別、発地別、競技種目別、市町村別内訳をみると、団体別では、「高校」が45.3%で最も多く、次いで「大学」、「社会人」となっている。

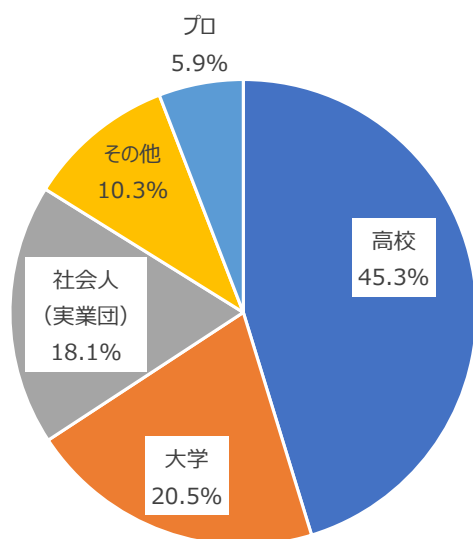
競技種目別では、「サッカー」、「陸上競技」、「野球」の順となっている。

発地別では、「九州・沖縄」が31.8%で最も多く、次いで「関東甲信越」、「近畿」などとなっている。

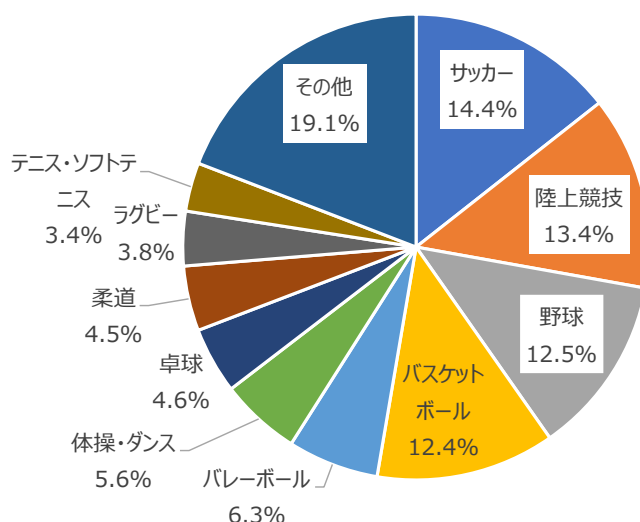
市町村別では、「鹿児島市」が24.2%で最も多く、次いで「鹿屋市」、「薩摩川内市」、「奄美市」、「志布志市」などとなっている。

【2019年度の団体別、発地別、競技種目別、市町村別内訳（延べ人数）】

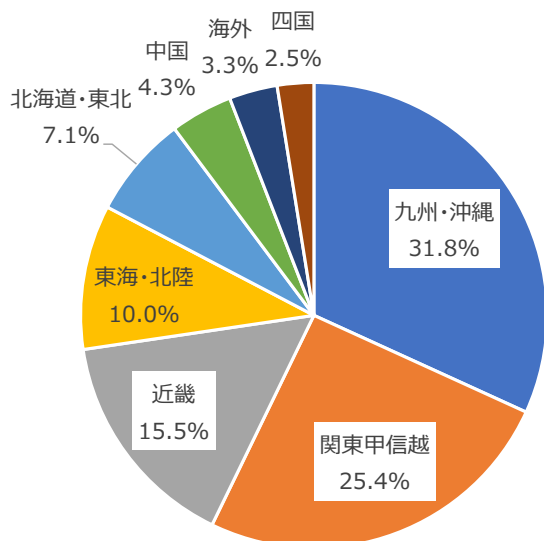
○団体別内訳



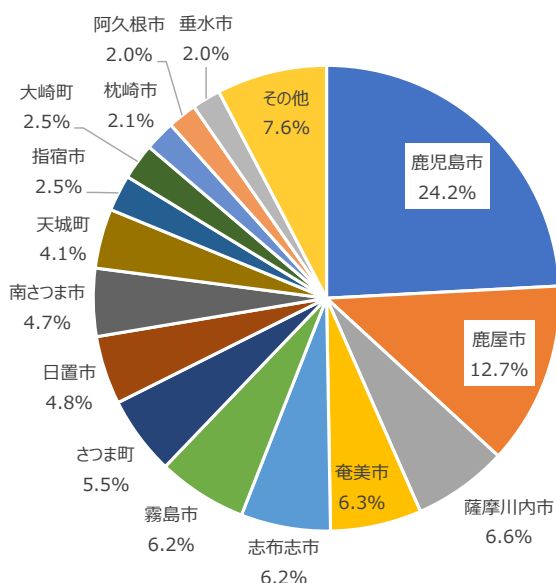
○競技種目別内訳



○発地別内訳



○市町村別内訳



資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（令和元年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

また、2019年度の団体別、発地別、競技種目別、市町村別の平均滞在日数をみると、団体別では「プロ」（9.9日）、競技種目別では「陸上競技」（7.7日）、発地別では「海外」（11.2日）、市町村別では「天城町」（13.3日）でそれぞれ最も長くなっている。

【2019年度と2018年度の団体別、発地別、競技種目別、市町村別にみた平均滞在日数】

○団体別内訳

	2019年度	2018年度
高校	3.8	3.4
大学	4.7	5.0
社会人（実業団）	6.8	8.3
その他	2.8	2.8
プロ	9.9	11.5
計	4.3	4.6

※単位：日（以下も同様）

○競技種目別内訳

	2019年度	2018年度
サッカー	3.8	4.0
陸上競技	7.7	8.0
野球	6.6	8.6
バスケットボール	3.9	2.9
バレーボール	3.2	3.5
体操・ダンス	4.5	2.7
卓球	4.9	3.2
柔道	3.7	3.2
ラグビー	5.1	4.2
テニス・ソフトテニス	3.0	3.6
その他	3.6	3.4
計	4.3	4.6

○発地別内訳

	2019年度	2018年度
九州・沖縄	3.1	3.0
関東甲信越	5.6	8.2
近畿	4.3	4.3
東海・北陸	5.9	7.9
北海道・東北	6.1	7.9
中国	4.6	4.2
海外	11.2	21.4
四国	4.6	5.4
計	4.3	4.6

○市町村別内訳

	2019年度	2018年度
鹿児島市	4.5	5.1
鹿屋市	3.3	3.6
薩摩川内市	5.1	6.1
奄美市	10.7	9.2
志布志市	3.4	4.0
霧島市	4.4	3.6
さつま町	3.7	3.4
日置市	3.0	3.9
南さつま市	3.9	4.3
天城町	13.3	11.2
指宿市	7.8	7.1
大崎町	5.5	6.8
枕崎市	2.0	3.4
阿久根市	6.7	9.1
垂水市	3.5	3.2
その他	5.3	4.0
計	4.3	4.6

資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（令和元年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

<参考：市町村別にみた団体別、競技種目別、月別の延べ人数（2018 年度）>

○団体×実施市町村（延べ人数）

・鹿児島市では、「大学」と「プロ」が中心。

	プロ	社会人（実業団）	大学	高校	その他	計
鹿児島市	3,401	1,012	8,945		3,431	16,789
日置市		2,063	3,472	4,911	2,470	12,916
いちき串木野市				523		523
枕崎市					155	155
指宿市	2,439	1,592	691	964	62	5,748
南さつま市	288	1,371	3,143	3,650	2,055	10,507
南九州市		289	686	321		1,296
阿久根市			2,790	123		2,913
出水市			840	461	369	1,670
薩摩川内市	2,833	1,529	5,642	1,446	667	12,117
さつま町	890	1,322	2,418	3,416	460	8,506
長島町				180		180
霧島市	1,874	993	1,874	1,391	2,863	8,995
伊佐市		521		749		1,270
始良市			1,050	300		1,350
鹿屋市	829	2,180	6,905	10,709	3,575	24,198
垂水市			869	988	1,196	3,053
志布志市			6,511	3,568	661	10,740
大崎町		601	316	120	292	1,329
南大隅町			547			547
肝付町			3,193			3,193
西之表市			333			333
中種子町	12	451		1,022	80	1,565
奄美市	1,466	7,854	2,906	1,035	273	13,534
宇検村			338	383		721
徳之島町	24	672	884	152	158	1,890
天城町	273	3,662	2,332			6,267
与論町					231	231
計	14,329	26,112	56,685	36,412	18,998	152,536

資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（平成 30 年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

○競技種目×実施市町村（延べ人数）

・鹿児島市では、「サッカー」が突出して多い。

	野球	サッカー	陸上競技	バレーボール	テニス	バスケットボール	ラグビー	ソフトボール	バドミントン	フットサル	その他	計
鹿児島市	1,160	9,342		420	2,710	175	782	640	165	911	484	16,789
日置市	3,680	2,491	1,969	219	823	687	132	337	1,600		978	12,916
いちき串木野市		523										523
枕崎市											155	155
指宿市	1,710	2,574	836	38	61				70		459	5,748
南さつま市	3,537	5,157	335		379	215		376	476		32	10,507
南九州市								1,296				1,296
阿久根市	2,913											2,913
出水市	1,186	189	104	135	12						44	1,670
薩摩川内市	3,502	501	1,984	2,853	545	368	369		133	618	1,244	12,117
さつま町		3,119		1,047	674	373	2,167				1,126	8,506
長島町				180								180
霧島市	1,574	2,580		1,090	183			659	15		2,894	8,995
伊佐市											1,270	1,270
始良市	1,350											1,350
鹿屋市		6,121	817	988	2,663	430	4,349	1,041	751		7,038	24,198
垂水市	471	2,120	36			308					118	3,053
志布志市	1,747	3,892			1,851	357		111	1,030	956	796	10,740
大崎町		154	1,175									1,329
南大隅町					100					99	348	547
肝付町		78		183	574	249				460	1,649	3,193
西之表市											333	333
中種子町		1,102	451	12								1,565
奄美市	4,682	100	7,624		180						948	13,534
宇検村			230	439							52	721
徳之島町	1,352			158							380	1,890
天城町	2,044		3,527								696	6,267
与論町		231										231
計	37,029	34,970	19,259	9,437	8,522	7,081	4,491	4,170	3,489	3,044	21,044	152,536

資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（平成 30 年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

○月×実施市町村（延べ人数）

・鹿児島市では、12月から3月にかけて集中。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
鹿児島市	104			200	1,122	1,279	372		3,431	1,460	3,802	5,019	16,789
日置市	418	963	620	944	2,423	169	431		552	1,523	1,887	2,986	12,916
いちき串木野市												523	523
枕崎市					155								155
指宿市		105			104	46	355	14	318	2,122	1,760	924	5,748
南さつま市	360	1,040	218	206	1,406	364	301	279	473	2,338	1,021	2,501	10,507
南九州市		301	122	229	321			323					1,296
阿久根市					123						1,320	1,470	2,913
出水市	62	84	186	76	120	78	58		146		770	90	1,670
薩摩川内市	548	509	174	323	2,777	606	1,549	441	117	380	2,594	2,099	12,117
さつま町	210	557	132	613	2,969	649	210	167	424	392	576	1,607	8,506
長島町					180								180
霧島市	363	219		117	444	248	304	342	279	1,490	1,298	3,891	8,995
伊佐市		115		224	263	24		143	501				1,270
始良市											750	600	1,350
鹿屋市	347	2,132	764	1,499	5,574	784	923	593	2,347	3,494	2,837	2,904	24,198
垂水市	195	185		90	708	90	485		211		471	618	3,053
志布志市		40		66	5,375	2,311				1,170	537	1,241	10,740
大崎町					120			38		298	343	530	1,329
南大隅町					448	99							547
肝付町					1,649	1,171					67	306	3,193
西之表市						333							333
中種子町	106	12		660	252				374		58	103	1,565
奄美市	266		18		100	342		1,771	915	3,965	2,909	3,248	13,534
宇検村				188	195						230	108	721
徳之島町		158			341	39				24	1,328		1,890
天城町					432		259	376	709	2,431	1,850	210	6,267
与論町				231									231
計	2,979	6,420	2,234	5,666	27,601	8,632	5,247	4,487	10,797	21,087	26,408	30,978	152,536

資料：鹿児島県スポーツキャンプ・合宿状況調査結果（平成 30 年度 鹿児島県文化スポーツ局スポーツ振興課）

（４）市内の主な会議施設・ホテル・スポーツ施設の整備状況

市内の主な会議施設・ホテルの整備状況については、以下の通りとなっている。

最大収容人数でみると、西原商会アリーナ（鹿児島アリーナ）が 5,700 人で最大となっており、次いで川商ホール（鹿児島市民文化ホール）1,990 人、城山ホテル鹿児島と鹿児島サンロイヤルホテル 1,800 人などとなっている。

【鹿児島市内の主な会議施設・ホテルの整備状況】

NO	施設等	最大収容人数	用途							
			コンベンション	会議	スポーツ	展示会	飲食可	講演会・セミナー	芸能・音楽	
1	西原商会アリーナ（鹿児島アリーナ）	鹿児島市	5,700	○	○	○	○		○	○
2	川商ホール（鹿児島市民文化ホール）	鹿児島市	1,990	○					○	○
3	かごしま県民交流センター	鹿児島市	590	○	○		○		○	○
4	宝山ホール（鹿児島県文化センター）	鹿児島市	1,502	○	○				○	○
5	城山ホテル鹿児島	鹿児島市	1,800	○	○			○	○	
6	鹿児島サンロイヤルホテル	鹿児島市	1,800	○	○			○	○	
7	谷山サザンホール	鹿児島市	806	○	○				○	○
8	鹿児島商工会議所ビル	鹿児島市	250	○	○				○	
9	鹿児島県歴史・美術センター黎明館	鹿児島市	245	○					○	
10	鹿児島県建設センター	鹿児島市	330	○	○				○	
11	鹿児島県市町村自治会館	鹿児島市	910	○	○			○	○	
12	鹿児島県産業会館	鹿児島市	380	○	○				○	
13	鹿児島県青少年会館	鹿児島市	400	○	○				○	
14	ホテルウェルビューかごしま	鹿児島市	800	○	○			○	○	
15	鹿児島市中央公民館	鹿児島市	712	○	○				○	
16	みなみホール	鹿児島市	300						○	○
17	温泉ホテル中原別荘	鹿児島市	200	○	○			○	○	
18	マリンパレスかごしま	鹿児島市	500	○	○			○	○	
19	鹿児島東急 R E I ホテル	鹿児島市	300							
20	アートホテル鹿児島	鹿児島市	400	○	○			○	○	
21	山形屋文化ホール	鹿児島市	380				○		○	○
22	サンプラザ天文館	鹿児島市	250	○	○			○	○	
23	サンエールかごしま	鹿児島市	400	○					○	○
24	T K P ガーデンシティ鹿児島中央	鹿児島市	266	○	○			○	○	
25	奄美の里	鹿児島市	1,000	○	○			○	○	
26	オロシティホール	鹿児島市	350	○	○		○		○	
27	天文館ビジョンホール	鹿児島市	100		○				○	
28	鹿児島県医師会館	鹿児島市	330	○	○				○	
29	マナーハウス島津重富荘	鹿児島市	200	○	○			○	○	

また、市内の主なスポーツ施設の整備状況については、以下の通りとなっている。

【鹿児島市内の主なスポーツ施設の整備状況】

NO	施設等	陸上	野球	サッカー	冬芝対応	ラグビー	テニス	ソフトボール	フットサル	水泳	バスケットボール	バレーボール	バドミントン	卓球	ハンドボール	柔道	剣道	弓道	相撲	レスリング	ゲートボール
1	県立鴨池公園 鹿児島市	○	○	○	○	○	○														
2	鴨池市民球場 鹿児島市		○																		
3	鴨池公園多目的屋内運動場（鴨池ドーム） 鹿児島市		○					○	○												○
4	鴨池公園水泳プール 鹿児島市									○											
5	鹿児島県総合体育センター体育館 鹿児島市										○	○	○	○	○					○	
6	鹿児島県総合体育センター武道館 鹿児島市															○	○				
7	鹿児島ふれあいスポーツランド 鹿児島市		○	○	○	○	○	○	○												○
8	県立サッカー・ラグビー場 鹿児島市			○	○	○															
9	かごしま健康の森公園 鹿児島市			○	○	○	○			○	○	○	○	○					○		
10	西原商会アリーナ（鹿児島アリーナ） 鹿児島市								○		○	○	○	○	○	○	○	○			
11	県立鴨池緑地公園運動施設 鹿児島市			○		○	○														
12	東開庭球場 鹿児島市						○														
13	南栄リース桜島グラウンド・南栄リース桜島広場（桜島溶岩グラウンド等） 鹿児島市			○				○													
14	南栄リース桜島アリーナ（桜島総合体育館） 鹿児島市										○	○	○	○							
15	吉田文化体育センター 鹿児島市										○	○	○	○	○						
16	吉田多目的屋内運動場（吉田ドーム） 鹿児島市						○		○												○
17	あいハウジングアリーナ松元、あいハウジングドーム松元、あいハウジンググラウンド松元等（松元平野岡体育館等） 鹿児島市						○	○	○		○	○	○	○							
18	郡山総合運動場 鹿児島市	○	○	○			○	○													
19	郡山体育館 鹿児島市								○		○	○	○	○	○						
20	喜入総合体育館 鹿児島市								○		○	○	○	○	○						
21	喜入総合運動場 鹿児島市	○	○	○			○	○											○		

（５）これまでの誘致活動等

１）これまでの誘致活動

鹿児島市においては、1995 年に鹿児島観光コンベンション協会を設立し、同協会が中心となり、主にコンベンションの誘致・支援を行ってきた。

これまで同協会が行ってきた誘致活動については以下の通りとなっている。

【これまで鹿児島観光コンベンション協会が行ってきた誘致活動】

① 首都圏の主催本部または地元支部へのセールス

- ・ 年間 5 回程度首都圏への出張
- ・ 鹿児島市内に点在する事務局支部への支援制度の説明と関係性の構築

② 他団体等との連携によるセールス

- ・ J T B 協定旅館ホテル連盟との連携
 - 年 1 回渋谷おはら祭参加に伴って、JTB 旅木連メンバー、鹿児島市東京事務所と共に 20 件程度の本部事務局にセールスを行う。
- ・ 7 都市情報交換会への参画
 - 全国 7 ブロックのコンベンション協会（旭川市、秋田市、前橋市、岐阜市、姫路市、松山市、鹿児島市）で情報を共有し、相互に主催団体を紹介し合うことで、誘致に繋げている。
 - 年 5 回の会議と年 1 回の懇談会を開催。懇談会では各都市で主催団体を招待し、各地の紹介を含めたプレゼンテーションを行うなど、セールスに繋げる狙いがある。
 - 懇談会はこれまで 24 回開催されている。
- ・ 九州・沖縄地区コンベンション推進団体連絡会への参画
 - 九州・沖縄地区のコンベンション協会と各種九州大会の開催状況を共有し、九州持ち回りのコンベンションに関して情報収集を行っている。
 - 総会と実務担当者会議に年 1 回ずつ参加している。

③ 国際 MICE エキスポ（IME）への参加

- ・ 年 1 回東京で開催される国内最大の MICE 商談会に参加し、複数の主催団体と商談を行う。
- ・ 例年 20 件程度の団体に対して PR を行っている。

④ セールス手法

- ・ 基本的には施設の紹介と支援制度の案内を行っており、今後の開催予定や決定方法など主催団体へのヒアリングが主になっているため、具体的に主催者が求めている費用感などは提示できていない。

2) MICE 主催者へのアンケート調査結果

鹿児島市で実際に大会・会議・イベント等を開催した主催者等を対象にアンケート調査を実施し、鹿児島市での開催理由や感想、課題等について把握した。

【MICE 主催者へのアンケート調査結果】

○質問項目

①当時、鹿児島を開催地として決定した理由、②実際に鹿児島で開催・参加してみて、感じたこと、③他の開催地と比べて鹿児島に足りないと感じたことの3項目

○回答結果

学 会	①	当学会の年次大会は、各都道府県の協会の協力が得られなくてはならないので、これまでの <u>開催地域のバランスや地区協会の協力のもとに決定</u> を致しました。
	②	大会会場も懇親会も大変立派な会場で参加者からはとても好評でした。
	③	施設の設備も立派だったので足りないと思った部分は特にございませんでした。会場（かごしま県民交流センター）から懇親会場（城山ホテル鹿児島）まで大会終了後タクシーを利用しなくては行くことができなかったのも、参加者はそれが大変だったかと思うくらいです。
ス ポ ー ツ 大 会	①	弊社は、サッカー大会を毎年開催しておりますが、開催地として、 <u>鹿児島は非常に魅力的なことがたくさんある</u> と考えております。具体的には、「天然芝の数 4 面が敷地内にあるため、アクセスも良い」、「3 月開催のため、温かい天候」、「宿泊補助金の充実」
	②	毎年、全国から約 16 チームが鹿児島へ来ておりますが、満足度も高く、毎年続けていることに満足しています。 <u>ホテル関係者、会場関係者共に協力的</u> で、大会を開催するにあたり非常に助かっています。
	③	大会を開催することにあたり、いろんな準備を必要としています。 <u>準備の段階で大会の担当者の方を設定</u> し、担当者が現場に顔を出したり、大会がより向上するため、 <u>意見交換などできればいい</u> と思います。今は、主催側に全任せ的なことがあると思います。
業 界 の 会 議	①	<u>工場見学が可能で、観光地もあり、食事・酒が美味しく、ゴルフ場がある</u> こと。
	②	九州の料理が美味しいのは知っていますが、鹿児島の料理がここまで美味しいとは思いませんでした。最高でした。特に鹿児島市内の魚の専門店が最高でした。
	③	<u>PRが足りない</u> と思います。工場、観光地、食事・酒、ゴルフ場の全てが素晴らしく、揃っているのに、関東の人間には、桜島や指宿温泉の印象が強く、他はあまりご存じない方が多いと思います。予算等あるとは思いますが、遠慮なさらず、ガンガン PR されて下さい。

【MICE 主催者へのアンケート調査結果（続き）】

○回答結果

旅行関係の大会	①	大会（全国旅館おかみの集い）の <u>総責任者である運営委員長が鹿児島県内の女将さんで、大会の鹿児島開催を望まれた</u> からです。
	②	（都内から複数回の打合せにおいて）距離のわりに、移動時間への負担はほぼありませんでした。コンベンション協会さんを訪問した際、パネルに来所をお待ちしていただきましたとのメッセージがあり、感心したのをよく覚えています。また、本会各地で開催していますが、本会規模の団体に対してかなり手厚い対応をいただきました。
	③	<u>文化財や公園活用の提案が地域としてあれば魅力が増す</u> と思います。 余談ですが、主催者側からみると「鹿児島観光コンベンション協会」という団体が、鹿児島全県の組織なのか、鹿児島市を基盤としたものなのか、分かりづらいと思います。このあたりも、やりとりのなかで上手に添えてあげるとよいかと思います。
文化系の大会	①	弊会の全国大会は年に1回、 <u>全国 20 都道府県本部で開催を引き受けていただいた所で開催</u> しています。鹿児島開催は丁度、錦城流流祖没後 40 周年に当たり、最も流祖との関係が深く、 <u>他の本部に比べ、組織力、動員力に優れ、且つ風光明媚な鹿児島である</u> ことより、問題なく決定した。
	②	参加された会員に大変喜んでいただきました。小生も何度も鹿児島に出かけ、その都度新たな発見もあり、何時も感じ入っております。
	③	<u>幕末・維新の歴史の県であり、見学・観光には事欠かず</u> 、全国大会のみならず、流祖の法事、指導者講習会、青年部の全国大会など数次に亘り鹿児島県で開催しました。ご協力に感謝いたします。今後とも再度の機会を設け、お伺い出来ますことを楽しみにしております。

3) MICE 補助金・助成金制度の都市別比較

他都市の MICE に関する補助金・助成金制度について既存の文献等により整理してみると、令和 2 年度現在では以下の通りとなっている。

【MICE 補助金・助成金制度の都市別比較】

	都市名	組織	制度		交付金額（最高）	内容
九州	鹿児島	コンベンション協会（市）	各種大会会議等開催補助金		100万円	①鹿児島県外からの参加宿泊者数（最大値）に応じて交付（最高50万円） ②海外に居住する参加者には1人につき5千円を上乗せして交付（最高50万円）
			コンベンション開催助成金		20万円	2か所以上の会場を結ぶシャトルバスの運行があった場合、またはコンベンション開催に伴うエクスカーションバスを運行した場合に交付
		県	助成制度なし		－	
	熊本	コンベンション協会（市）	誘致段階	コンベンション特別助成制度	1,200万円	開催地が未決定で、他都市との競合があり、開催2年以上前に誘致交渉・協議を行うものに対して交付
				コンベンション誘致活動助成制度	30万円	大会開催までに12カ月以上準備期間があるもので、その誘致活動に掛かる経費に対して交付
			開催段階	コンベンション開催助成制度	100万円	熊本県外からの宿泊者数に応じて交付
				郷土芸能披露助成制度	5万円	郷土芸能披露に要する費用に対して交付
				バス運行助成制度	30万円	2か所以上の会場間、もしくは視察研修旅行、エクスカーション等旅行の交通手段として運行させるものに対して交付
		県	助成制度なし		－	
	長崎	コンベンション協会（市）	コンベンション開催補助金		300万円	長崎市市内での延べ宿泊者数に応じて交付
			オフシーズン（12～2月）コンベンション開催助成金		20万円	12～2月に開催される大会に限り、上乗せして交付
			アトラクション出演料補助		10万円	コンベンション開催に伴うアトラクションに対して交付
		県	助成制度なし		－	
	福岡	コンベンションビューロー（市）	国際コンベンション開催助成金		1,000万円	開催都市が未決定で、助成を行うことで福岡市での開催が促進される国際会議に対して交付
			国内コンベンション開催助成金		300万円	開催都市が未決定で、助成を行うことで福岡市での開催が促進される国内会議に対して交付
		県	助成制度なし		－	
7都市	旭川	コンベンション協会（市）	助成制度なし		－	
		北海道	北海道コンベンション誘致促進助成金		300万円	北海道外からの参加者数に応じて交付
	秋田	コンベンション協会（市）	助成金制度		上限なし	県外参加者 1 人につき、1,000円を交付（制度改定中）
		県	助成制度なし		－	
	前橋	コンベンション協会（市）	誘致促進助成金		100万円	群馬県外からの参加者数に応じて交付
		群馬県	群馬のプラスワン応援事業費補助金		300万円	コンベンションに付随して行うエクスカーションの実施に必要なバス借り上げ費用に対し交付
	岐阜	コンベンション協会（市）	コンベンション開催助成金		60万円	参加者数に応じて交付（開催時期等に応じて別途加算制度あり）
			スポーツ大会開催助成金		60万円	参加者数に応じて交付
			小規模国際会議開催助成金		30万円	参加者数が20人以上100人未満で国外に居住する外国人参加者数に応じて交付
		岐阜県	岐阜県イベント・コンベンション誘致推進事業費補助金		1,000万円	全国からの誘客数が1万人以上見込まれるものに対して交付
			大規模イベント			
			大規模コンベンション		300万円	参加者数に応じて交付
			エクスカーション		上限記載なし	参加者1人あたり、千円を乗じた額を交付
	姫路	コンベンションビューロー（市）	コンベンション開催補助金		200万円	兵庫県外からの参加宿泊者数に応じて交付
			企業ミーティング開催補助金		50万円	兵庫県外からの参加宿泊者数に応じて交付
			シャトルバス補助金		25万円	姫路市内の2か所以上の会場間の移動に運行されるシャトルバス経費に対し交付
			観光バス補助金		25万円	姫路市内の2か所以上の観光地を訪問するために運行されるバス経費に対し交付
			エクスカーションバス補助金		25万円	姫路市外で開催される国際学会、全国大会等が姫路市へのエクスカーションを実施した場合に交付
		兵庫県	コンベンション等開催支援事業補助金		200万円	県内のホテル、旅館が運営する会議場等で開催されるものに対して交付
	松山	コンベンション協会（市）	コンベンション助成金		100万円	延べ宿泊者数に応じて交付
		愛媛県	愛媛県コンベンション開催支援事業助成金		50万円	延べ宿泊者数に応じて交付

2. 課題

これまでの取組等を踏まえ、本市の課題として以下のことなどが考えられる。

課題 1：推進・連携体制の構築

地域の機運を引出し、オール鹿児島で関係者が一体的に連携・協働する体制が構築されておらず、将来を見据えた MICE 誘致への取組が組織的に図られる体制が形作られていない。また、形作られた体制を有機的に運用し、実際の誘致に繋げる専門性を持った人材がいないなど、関係者の理解度（ひいては専門性）、当事者意識向上のみならず、専門性を持った人材確保に向けた取組が図られていない。

課題 2：戦略的な誘致活動

誘致活動はもとより、それに向けた事前準備（動向把握、プロモーション活動の方向性の整理等）の取組が不足している。また、これまでの取組はコンベンション（C）の開催支援が中心であったため、企業ミーティング（M）やインセンティブツアー（I）、イベント（E）の誘致・支援の方向性が不明確である。そのため、戦略的に MICE を推進する上で必要なターゲット（重点分野）を明確にした誘致活動ができていない。

課題 3：受入環境の整備

MICE 開催を受け入れる、MICE 主催者等のニーズに応え、支援する仕組みが整っていない。また、施設の多くの設備が十分な多言語対応や ICT 対応がされていないなど、その他取組も含め、ハード・ソフトともにグローバル対応が不十分な面があり、総じて、MICE 開催を受け入れる環境、MICE 開催者に選ばれる環境となっていない。

課題 4：鹿児島市の優位性（強み・資源）の最大限の利活用

鹿児島市の優位性については、食、交通、都市機能の集積、歴史・文化・伝統、人材などが想定されるが、現時点では利活用が一部に限定されている。また、施設についても、大半は市民利用を前提としており、MICE 利用を想定しておらず、その他多くの資源も MICE 活用を想定していない。そのため、MICE に活用できる強み等はあるものの、有効活用するとともに地域内での消費額を高める仕組み・仕掛けとなっていない。

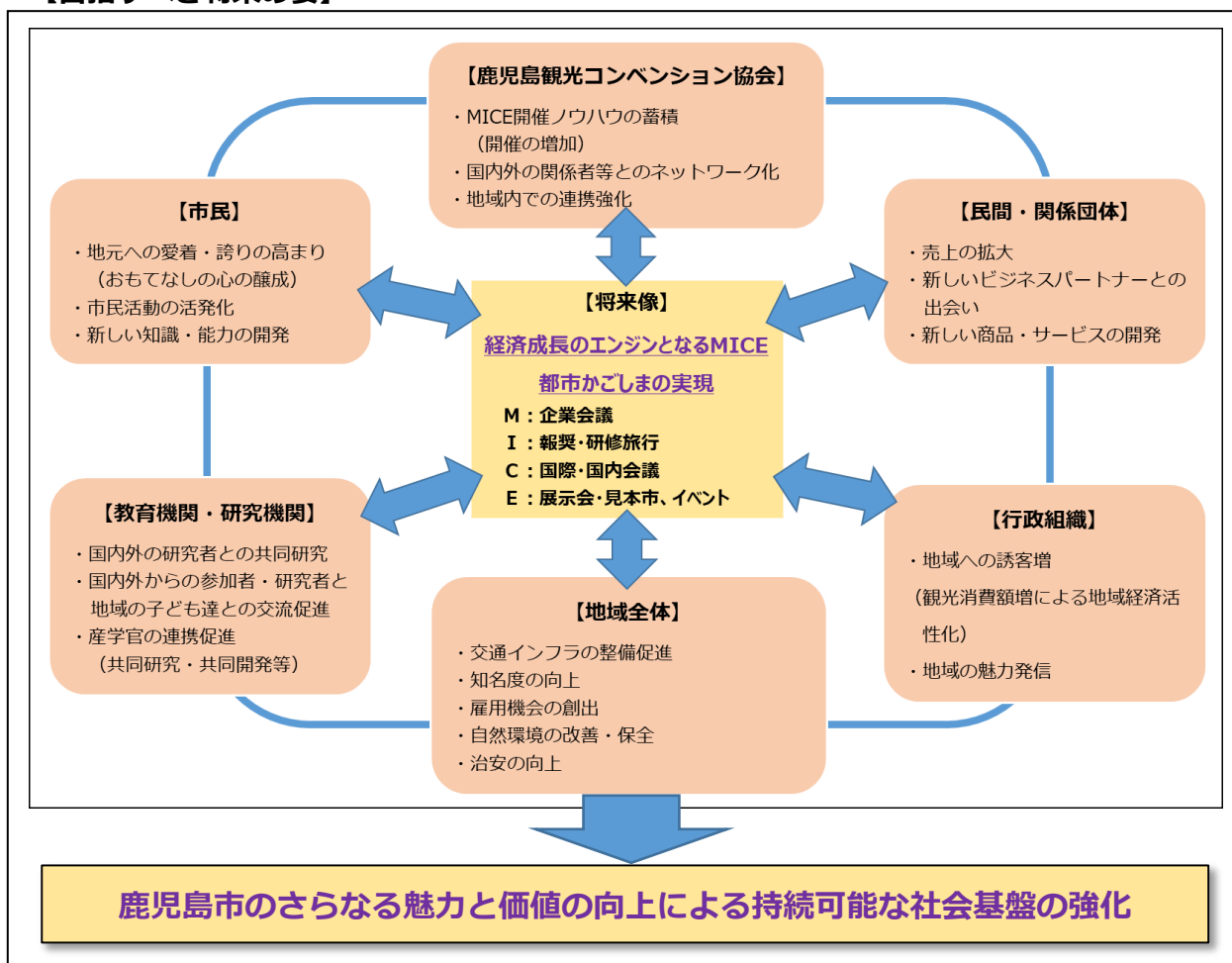
第4章 基本的な方向性

1. 目指すべき将来像

グローバル MICE 都市をはじめとする国内の多くの都市が MICE の開催・誘致を積極的に進め、MICE 誘致競争が年々激化してきている状況において、本市においては、2017 年 3 月に「鹿児島の経済成長のエンジンとなる稼ぐ観光の実現」を基本目標とする「第3期鹿児島市観光未来戦略」を策定し、この中で MICE については、「新しい魅力づくり～世界から選ばれる KAGOSHIMA を目指して～」を基本戦略の1つに掲げ、「MICE の誘致強化」として「多様なニーズに対応した MICE・教育旅行などの誘致」を重点施策と位置付けている。

そこで、本市の優位性を最大限に活かし、MICE 関係者の役割分担を明確にして、さらなる交流人口の拡大と地域経済の活性化につながる取組を展開することにより、「経済成長のエンジンとなる MICE 都市かごしまの実現」を目指す。

【目指すべき将来の姿】



2. 戦略検討の視点

戦略を検討するにあたっては、以下の5つの視点を重視した。

【戦略検討の視点】

○主催者視点

- ・主催者にとっての価値とは何かを考える必要がある。必ずしも本市の強みが主催者にとって価値があるとは限らない。

○安心・安全の確保

- ・これからの MICE 開催において、開催地域の“安心・安全が担保されていること”は前提条件となる。

○経済効果を高める仕組みづくり

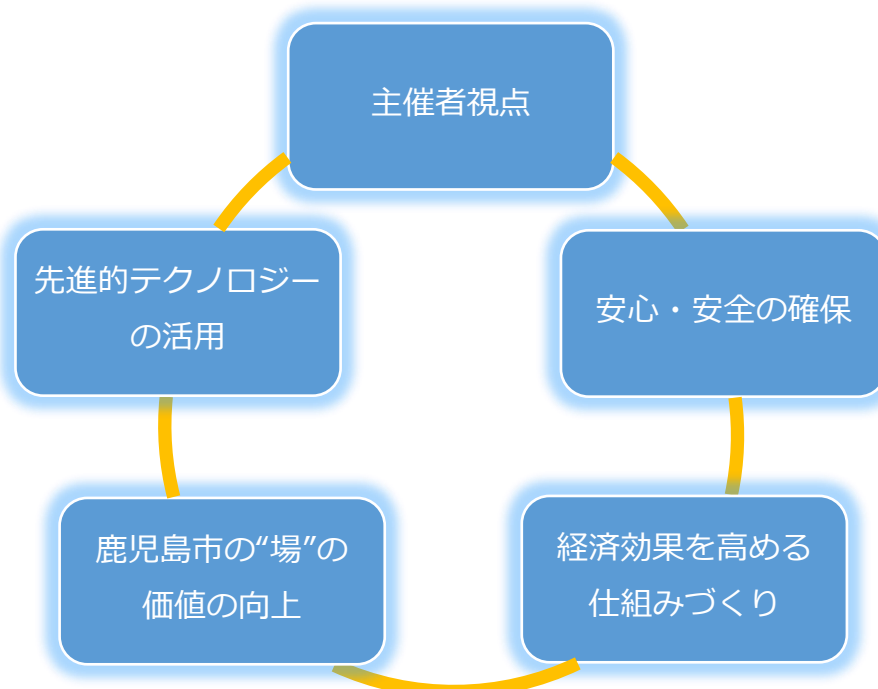
- ・「鹿児島までの移動費がかかる」「施設のキャパシティに限界がある」といった本市の弱みを踏まえると、一定規模の MICE をターゲットに、受入の質を高めて消費単価を増やすなど経済効果を高める仕組みづくりが必要である。

○鹿児島市の“場”の価値の向上

- ・広域連携による施設・サービス等の共同利用や各種体験観光などの仕組みを提供することで、鹿児島のゲートウェイとして本市の“場”の価値の向上を図る必要がある。

○先進的テクノロジーの活用

- ・主催者や参加者のニーズに迅速に応え、利便性を高めていくために AI、ICT 等のデジタル技術の積極的な活用を図る必要がある。



3. 重点ターゲット分野と成果指標

(1) 重点ターゲット分野

重点ターゲット分野については、「現時点で一定の実績を有する分野をさらに強化するもの」、「広域連携の中で期待されている本市の役割の強化につながるもの」を満たすものと設定し、M（企業会議）、I（報奨・研修旅行）については、それら分野で来訪した企業向けのプロモーションを強化し、誘致を進めるものとする。それらを前提に、本戦略の期間において重点的に誘致を進めるべきターゲット分野を以下のとおり設定した。

【重点ターゲット分野】

●重点ターゲット分野1：医学系、理工学系、教育学系の会議・大会（C）

・本市においては、医学系、理工学系、教育学系会議の開催実績があり、同分野の誘致強化を図る。また、コンベンション誘致において重要なキーパーソンを有する大学や医療施設等が複数存在しているため、引き続きこれら機関や県内の研究機関等と広域連携による同分野の誘致活動を展開し、新たなキーパーソンの発掘にも取り組む。

●重点ターゲット分野2：スポーツ分野の大会・会議・イベント・合宿（C、E、M）

・本市においては、先の実績でみたように、多様なスポーツイベントやサッカー・野球を中心としたキャンプ・合宿が開催されており、同分野の大会・会議・イベント・合宿等の更なる誘致強化を図る。合宿誘致の取組は、合宿→フェスティバル→交流試合→大会の開催につながると考えられる。

●重点ターゲット分野3：上記2分野で来訪した企業等の会議、報奨・研修旅行（M、I）

・上記の2分野で来訪した企業向けに本市の魅力、優位性をアピールするプロモーションを強化し、同企業や関連企業等の会議（M）、報奨・研修旅行（I）の誘致を図る。

（２）成果指標

本戦略の計画期間において、以下の６つの成果指標を設定し、重点ターゲット分野へアプローチすることにより、その目標値達成を目指す。

開催件数の目標値は、2025 年度で基準値の約 2 倍の件数を設定する。なお、開催件数、問合せ件数等の目標値については、2021 年度以降の新型コロナウイルス感染症の状況等を見極めながら随時見直しを行うものとする。

参加者の満足度は MICE 開催時に実施するアンケート調査、主催者の満足度は MICE 開催後のアフター調査によりそれぞれ把握するものとし、基準値は初年度の調査結果を基に設定する。

参加者 1 人当たり消費額は、大会・会議等【C】とイベント等【E】のそれぞれの現状値を基準値とし、目標値を基準値の 10%増と設定した。

【成果指標】

成果指標		基準値	2025 年度目標値
①医学系、理工学系、教育学系の会議・大会の開催件数		28 件	60 件
②スポーツ分野の大会・会議・イベント・合宿の開催件数		97 件	200 件
③企業会議（M）、報奨・研修旅行（I）問合せ件数		0 件	20 件
④参加者の満足度		—	80%
⑤主催者の満足度		—	80%
⑥参加者 1 人当たり消費額	【C】	43,321 円	10%増
	【E】	81,691 円	10%増

注 1：①、②、③の基準値は、過去 10 年間（2009 年度～2018 年度）の平均値。

注 2：④の参加者の満足度は、MICE 開催時に実施するアンケート調査結果の総合評価の「満足」割合の平均値。

⑤の主催者の満足度は、アフター調査結果の総合評価の「満足」割合。「—」は、初回の参加者アンケート調査・主催者アフター調査結果を基に設定。

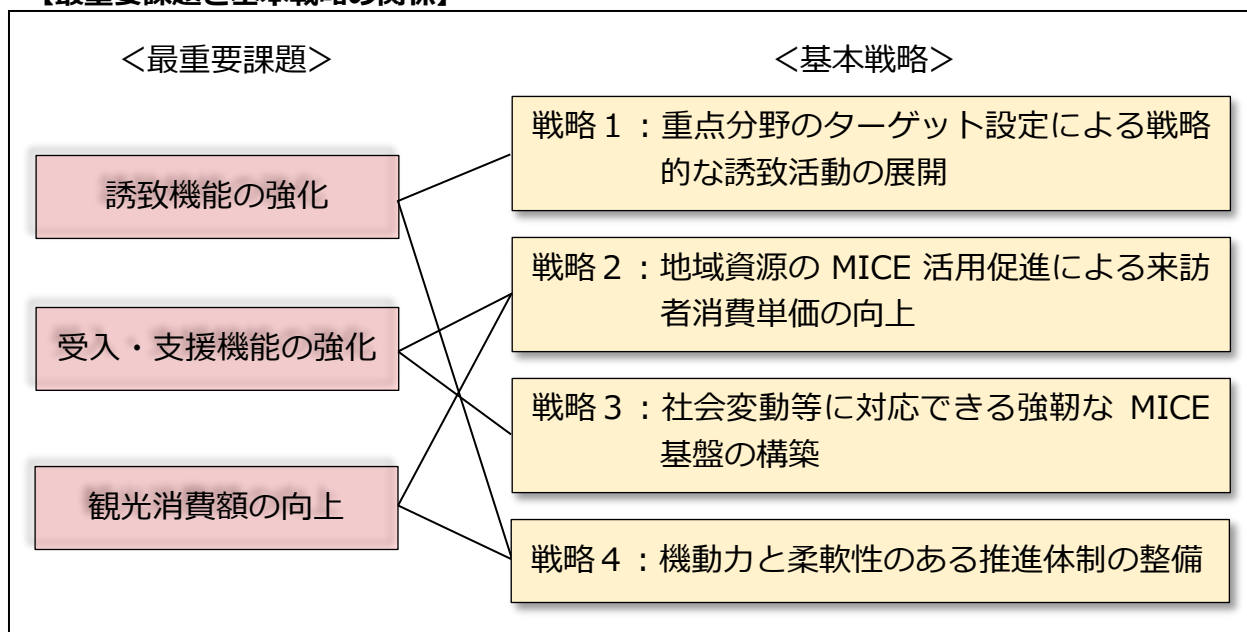
注 3：⑥の参加者 1 人当たり消費額は、2018 年度及び 2019 年度のアンケート調査結果を基に設定。

4. 基本戦略

(1) 基本戦略

先にみた本市の課題等を踏まえ、目指すべき将来像の実現に向けて、「誘致機能の強化」、「受入・支援機能の強化」、「観光消費額の向上」を最重要課題と設定し、その克服に向けて以下の4つの基本戦略を掲げた。

【最重要課題と基本戦略の関係】



【4つの基本戦略のポイント】

戦略1：重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開

- ・本市の施設の現状やこれまでの開催実績等から情報収集を行い、重点分野のターゲットを設定した上で、資源を集中的に投入し、MICE 誘致活動の効果を高めていく。

戦略2：地域資源の MICE 活用促進による来訪者消費単価の向上

- ・地域の施設・インフラや体験型アクティビティなど、MICE に資する資源の活用方策を検討・整備することにより、来訪者の消費単価が向上していく。

戦略3：社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤の構築

- ・ポストコロナを見据えて、主催者等に開催地として選ばれ、そして選ばれ続けるために、ウイルスや自然災害など環境の変化に迅速に対応できる強靱な MICE 基盤を段階的に強化していく。

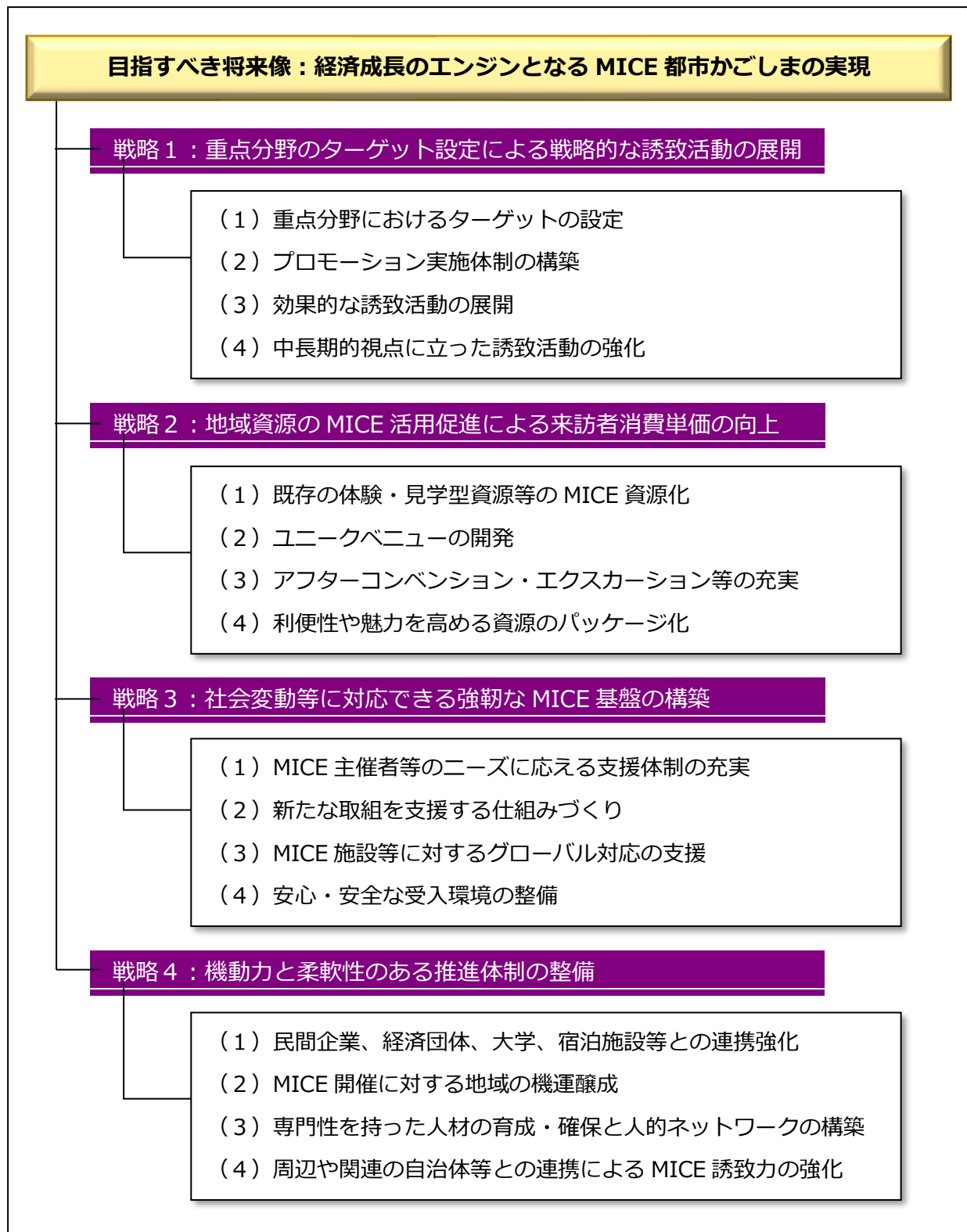
戦略4：機動力と柔軟性のある推進体制の整備

- ・主催者のニーズを汲み取り迅速に対応していくために、関係者が MICE に関する共通の認識を持ち、緊密な連携を図り、機動力と柔軟性のある推進体制を整備していく。

(2) 戦略体系

4つの基本戦略に基づく施策の体系は以下のとおりとなっている。

【戦略体系図】



第5章 基本戦略の具体的展開

戦略1 重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開

本戦略で設定した重点分野のうち、医学系、理工学系、教育学系の会議・大会とスポーツ分野の会議・合宿・大会・イベントに関する具体的なターゲットを設定した上で、施設事業者、旅行業者、大学等のステークホルダーや関係部署等との連携によるプロモーション実施体制を構築する。また、ターゲットに関する情報収集を行い、マーケットの動向を把握・分析し、有望な MICE 誘致に向けて中長期的な視点に立ち、デジタル技術を積極的に活用しながら効果的な誘致活動を展開する。

(1) 重点分野におけるターゲットの設定

MICE 誘致に関する市内の資源を把握・再整理し、重点分野に関する情報のデータベース化を行う。また、SWOT 分析やマーケティング手法を活用して重点分野における具体的なターゲットを設定し、MICE 誘致の推進における市の現状や課題等を関係者間で共有する。

(2) プロモーション実施体制の構築

PR ツール等の段階的な整備、誘致活動を行う場や手法の検討、施設事業者、旅行業者、大学等のステークホルダーとの連携、関係部署（観光プロモーション課、広報戦略室、スポーツ課等）との情報共有などプロモーション実施に向けた体制づくりを行い、市が進める関連施策等との相乗効果を図る。

(3) 効果的な誘致活動の展開

上記を踏まえ、ターゲットに関する情報収集と分析を行い、効率的にプロモーションを実施する。また、デジタル技術を積極的に活用するとともに、MICE 関係者と協働して企画書を作成・提案するなど効果的な誘致活動を展開し、重点分野におけるターゲットの誘致成功を目指す。

(4) 中長期的視点に立った誘致活動の強化

有望な MICE 誘致に向けては、中長期的な視点に立ち、求められる MICE 機能や付加価値の変化などターゲットに関するマーケットの動向等の調査研究や関係機関等との連携体制を強化し、継続的に粘り強く誘致活動を展開していく。

戦略2 地域資源の MICE 活用促進による来訪者消費単価の向上

本市では、以下に示すように多様な MICE 開催場所のほか、体験・見学型資源（交通システムや施設等）や国内外に誇れる資源等を有している。

【本市の MICE 利用が期待される地域資源】

資源	具体的内容
MICE 開催場所	鹿児島アリーナ、鹿児島市民文化ホール、民間ホテルなどの会議施設、県立鴨池公園、鹿児島ふれあいスポーツランド、かごしま健康の森公園などのスポーツ施設 等
交通システム	新幹線、在来線、バス、市電、高速船、フェリー 等
体験・見学施設	鹿児島市観光農業公園や海づり公園、市立美術館や県立博物館、維新ふるさと館やふるさと考古歴史館、旧島津氏玉里邸庭園や仙巖園尚古集成館、平川動物公園やかごしま水族館、魚類市場や青果市場 等
国内外に誇れる 資源	「桜島・錦江湾ジオパーク」（2013 年日本ジオパーク認定）、「明治日本の産業革命遺産」（2015 年世界文化遺産登録）、日本一企業、100 年以上続く老舗企業 等

これらの地域資源を活用した体験型アクティビティなど MICE に資する資源の活用方策を検討し、整備を行うことで、本市での MICE 開催の魅力化と来訪者の消費単価の向上を目指す。なお、併せて受け入れる MICE 施設の持続的な質向上を図ることが必要である。

（1）既存の体験・見学型資源等の MICE 資源化

上記に掲載した既存の体験・見学型資源等について、MICE 利用が促進される方策の検討を行う。その上で、資源のデータベース化（施設ごとのカルテ作成等）や予約・利用基準の緩和等を検討し、積極的な活用促進を図る。

（2）ユニークベニユーの開発

MICE 主催者等に訴求する、本市ならではの特別感や地域特性を演出し、会議等に使用できる唯一無二の施設・インフラの開発を行う。その際には、上記体験・見学型施設等の活用と併せて、桜島と錦江湾に代表される自然・景観、幕末から明治維新にかけての歴史・文化、温泉、焼酎・黒豚・黒牛・桜島大根をはじめとする豊富な食などの活用を図る。

（3）アフターコンベンション・エクスカーション等の充実

周辺の自治体や施設等とも連携し、本市ならではの魅力的なアトラクション等のメニューの充実を図り、アフターコンベンション・エクスカーション等の充実を図る。

（4）利便性や魅力を高める資源のパッケージ化

MICE 主催者等に利便性や魅力がより訴求できるよう、資源単体ではなく、連携・連結させて、資源を一体的に活用するパッケージ化を図り、本市での MICE 開催の価値を提供する。

戦略3 社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤の構築

ポストコロナにおいては、MICE 誘致に向けた地域間競争が激しくなることが予想される。本市では、MICE 主催者等が開催地として本市を選定し、その後も引き続きリピーターとなる（選ばれ続ける）ために、MICE 関係者が自らの役割を認識し、主催者等のニーズに迅速かつ柔軟に応え、支援する仕組みを構築する。

また、国外からも選ばれる MICE 都市となるため、関係者間の連携を強化し、MICE の誘致・開催に関するグローバル対応の充実を図る。

さらに、ポストコロナにおいては、開催地での安心・安全の確保が選定基準の1つとなることが考えられることから、医療や防災の関係者等と協力し、安心・安全な受入環境の整備を行い、社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤を構築する。

（1）MICE 主催者等のニーズに応える支援体制の充実

MICE 主催者等のニーズに迅速かつ柔軟に対応するため、MICE 主催者向け案内窓口の設置、支援ツールの開発、補助金・助成金制度の充実、コーディネート人材の配置など支援する仕組みを構築する。

なお、補助金・助成金制度の充実にあたっては、企業会議（M）と報奨・研修旅行（I）向けの制度の創設を検討する。

（2）新たな取組を支援する仕組みづくり

ウィズコロナ期における MICE 開催方法として、ハイブリッド開催という新たな取組へのチャレンジが始まっている。これらの取組を後押しするとともに、MICE を安全・安心に開催してもらうため、ハイブリッド開催や安心・安全対策など新たな取組を支援する仕組みづくりを行う。

（3）MICE 施設等に対するグローバル対応の支援

ポストコロナを見据えて、多言語対応や ICT 対応、通訳等に関する人材育成などが必要な MICE 施設等のグローバル対応を段階的に支援していく。

（4）安心・安全な受入環境の整備

ホテル、交通機関、会議施設など業界単位で MICE 開催のガイドラインを作成し、最新の状況等を見極めながら随時改訂していくとともに、地域の医療機関や防災関係者と協力し、MICE 主催者等に訴求する安心・安全な受入環境の整備を行う。

戦略4 機動力と柔軟性のある推進体制の整備

MICE の関係者は、民間企業、経済団体、大学、宿泊施設、市民など広範囲にわたる。MICE 主催者等のニーズを汲み取りスムーズに対応していくためには、機動力と柔軟性のある推進体制の整備が重要となる。MICE 関係者それぞれが本市の取り組む MICE に関して共通の認識を持ち、緊密な連携が図れるように、鹿児島観光コンベンション協会が中心となって推進体制の整備、地域における機運の醸成、人材の育成・確保などを行っていく。

また、MICE 主催者等のニーズは多岐にわたり、その要求事項も多彩であることから、本市においてすべての要求に応えることは現実的ではなく、非効率であると考えられる。そのため、周辺や関連の自治体等との連携を強化し、多様な MICE に対する誘致力を高めていく。

(1) 民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等との連携強化

民間企業、経済団体、大学、宿泊施設、行政機関など MICE 関係者の緊密な連携が図れる体制を整えるとともに、本戦略に対する共通認識を深めてもらうための取組等を実施しながら、本市における一体的な MICE 誘致の基盤を構築する。

また、民間企業については、地域経済の活性化に向けて、できるだけ多くの事業者の参画を促していく（特産品等製造販売業者やネット通販会社等）。

(2) MICE 開催に対する地域の機運醸成

シンポジウムやパイロット事業等を実施し、MICE 開催の意義・効果を地域に発信することで、地域における MICE 開催の理解を得ながら、地域の市民や事業者等とともに推進を図っていく機運を醸成する。

(3) 専門性を持った人材の育成・確保と人的ネットワークの構築

MICE 誘致の実務に求められる専門性を持った人材を育成・確保するとともに、他県のコンベンション協会等との交流を図るなど幅広い人的ネットワークを構築し、誘致に向けて推進力を高めていく。

(4) 周辺や関連の自治体等との連携による MICE 誘致力の強化

周辺市町村や本市の友好・姉妹都市等との連携、交流や情報交換等を図ることで MICE 誘致力を高め、分散型の開催など単独では対応できない多様な MICE の誘致に取り組む。

第6章 戦略の推進に向けて

1. MICE 誘致に向けた活動の流れ

重点ターゲット分野における MICE 誘致に向けた活動の流れを開催前、開催中、開催後の活動段階別に整理すると以下のとおりとなっている。

【MICE 誘致に向けた活動の流れ（C、E）】

	活動段階	活動内容	主な役割	
			協会	その他関係者
開催前	誘 致	<ul style="list-style-type: none"> ・受入組織・誘致チームの編成 ・情報収集と分析 ・誘致企画書の作成・提案 ・国内外でのロビー活動 など 	◎	企画・運営会社 ・PCO、旅行会社等 行政 ・セールス等
	準 備	<ul style="list-style-type: none"> ・会議・展示会施設の整備 ・テロ、感染症、災害等安心・安全面での準備 ・利便性向上に向けた準備（移動、施設利用等） ・運営組織チームの編成 ・国内外で会議・展示会の広報 など 	○	地域の関係業者 ・会場、設営、宿泊、 交通、イベント、 等関連業者
開催中	開 催	<ul style="list-style-type: none"> ・開会式・レセプション ・会合・ミーティング（進行管理等） ・スピーチ ・プレスカンファレンス（記者発表会） ・同伴者プログラム ・ワークショップ・ディスカッション ・サテライト会議・セミナー・各種講演 ・シンポジウム・パネルディスカッション ・フォーラム ・展示会（併設等含む） ・プレ・ポストツアー ・テクニカルビジット・見学会 ・体験型イベント ・コンテストの開催・賞の授与 ・交流・親善イベント ・ステージイベント ・運営スタッフによる会場運営活動 ・フェスティバル ・参加者へのアンケート調査・報告書作成 など 	○	企画・運営会社 ・PCO、旅行会社等 地域の関係業者 ・会場、設営、宿泊、 交通、イベント、 土産品、観光施設 等関連業者 市民
開催後	フォローアップ	<ul style="list-style-type: none"> ・主催者へのフォローアップ（感想等の把握） ・施設へのアンケート調査（データ等の収集） ・地域関係者との情報共有（良かった点・悪かった点、参加者・利用者の声等） など 	◎	地域の関係業者

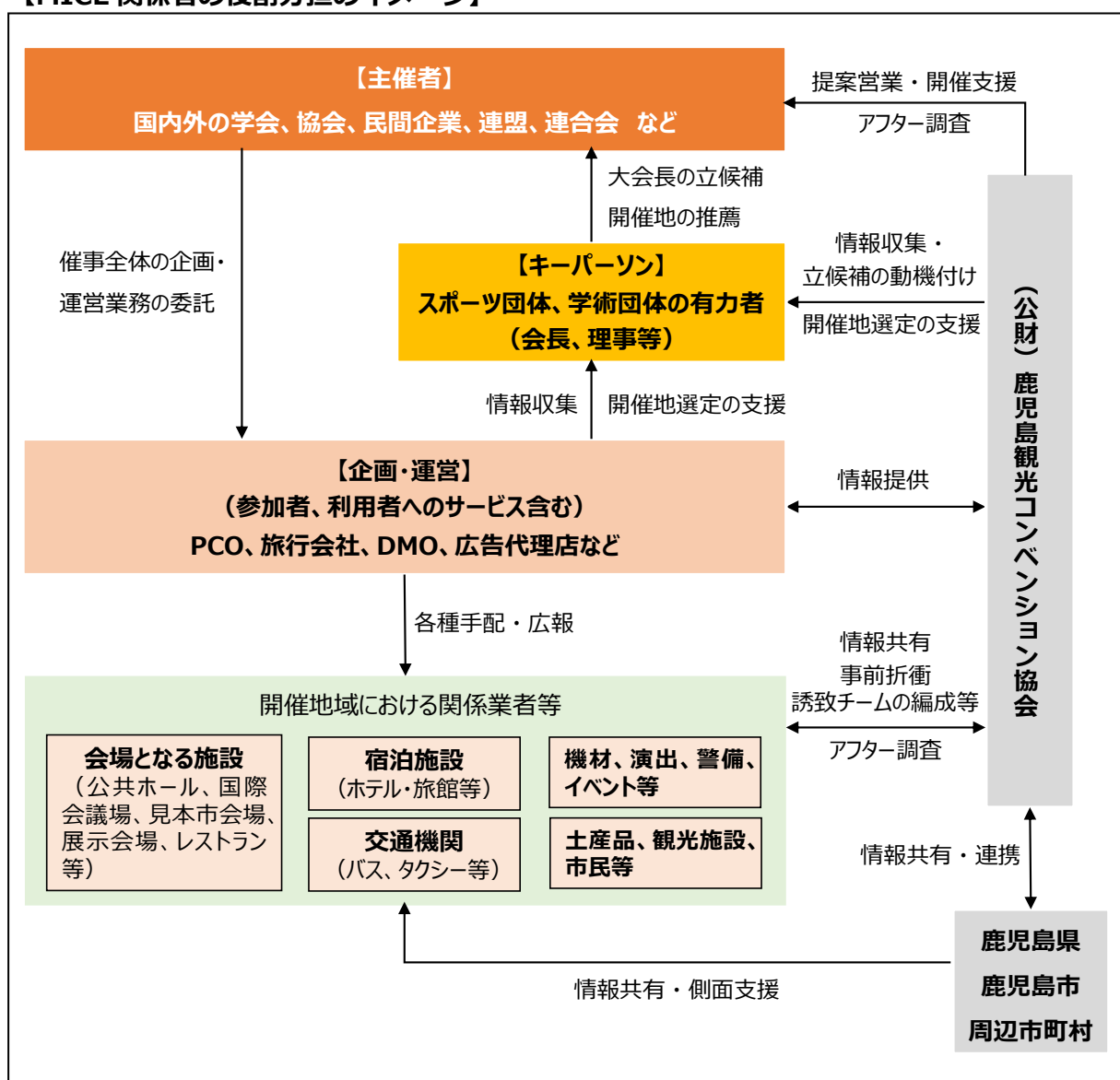
注：上記「協会」は鹿児島観光コンベンション協会。◎は中心的役割、○は主催者側を補助する役割を指す。

2. MICE 関係者の役割分担

MICE 関係者の役割分担としては、以下のようなことなどが想定される。

鹿児島観光コンベンション協会の役割としては、①スポーツ・学術団体の有力者とのパイプづくりによる情報収集と主催者への提案営業・開催支援、アフター調査、②企画運営業者（PCO、旅行会社、DMO、広告代理店等）との連携強化（双方向の情報提供）、③地元関係業者等との調整（情報共有・事前折衝・アフター調査）、④県や鹿児島市、周辺市町村との情報共有・連携強化などが考えられ、MICE 誘致に向けて中核的な役割を担うものとする。

【MICE 関係者の役割分担のイメージ】



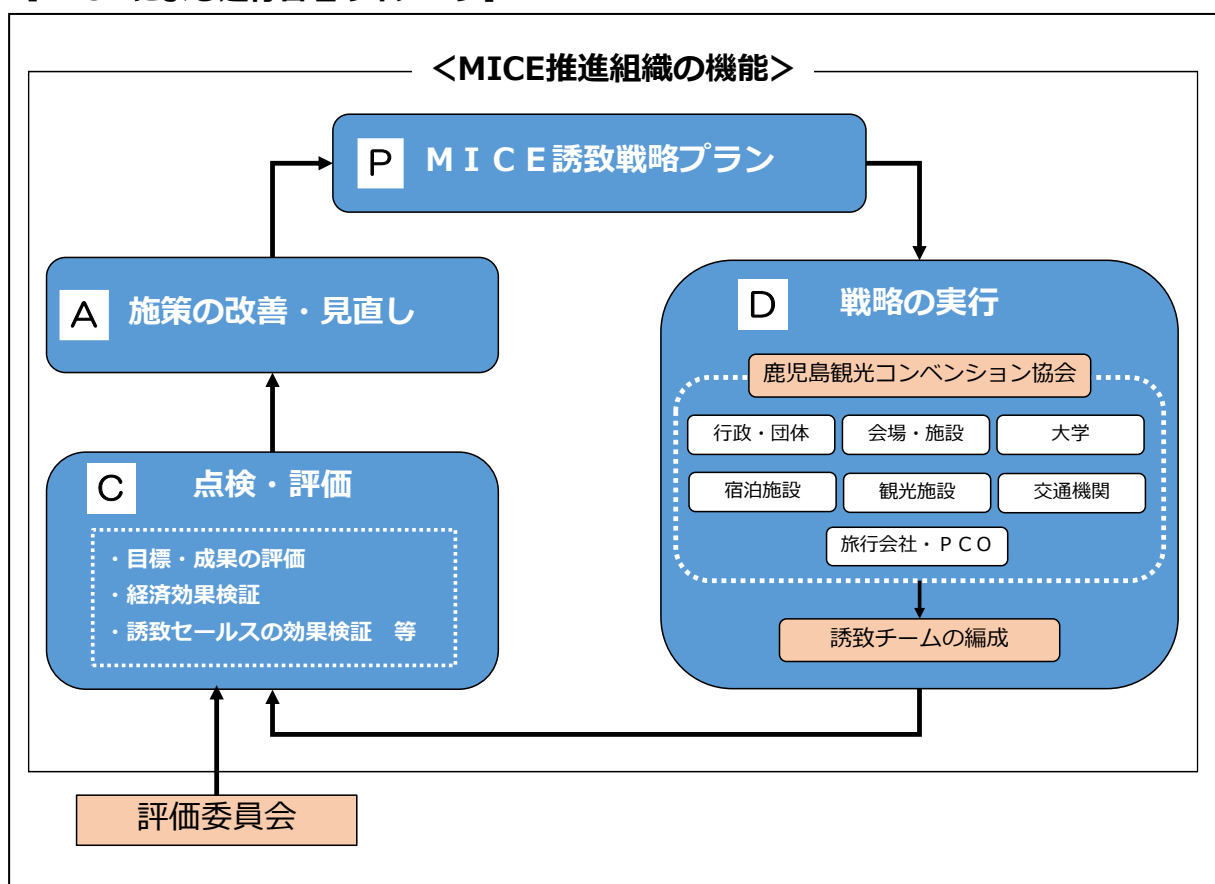
3. 進行管理

本戦略の進行管理については、鹿児島観光コンベンション協会が実施主体となり、参加者へのアンケート調査や主催者へのアフター調査の結果等を踏まえ、関連組織や事業者との意見交換等を積極的に実施しながら、展開施策の効果を検証する。

また、毎年度実施する成果指標に基づく点検・評価を踏まえて、施策の継続的な改善・見直しについて検討し、弾力的な運用を図っていくものとする。

さらに、今後、参加者へのアンケート調査や主催者等へのアフター調査の結果等に基づく経済波及効果を試算し、成果指標に組み込むことで効果検証（PDCA サイクル）の熟度を高めていくとともに、効果的かつ効率的に効果検証を行っていくため、ICT サービスの活用なども積極的に検討していく。

【PDCA による進行管理のイメージ】



4. スケジュール

アフターコロナによるMICE開催形態の変化、MICE主催者ニーズの変化を踏まえスケジュールを改訂する。本プラン策定当初は、4年目（2024年度）以降2年間を本格実践・拡大（ジャンプ）の期間と位置付けていたが、コロナ後のMICEのあり方がコロナ前に戻る途中なのか、これがニューノーマルなのかを見極める時期として、3・4年目でトライアルを繰り返し、さらなる“攻めの戦略”を展開する。また、令和4年3月に策定された第4期鹿児島市観光未来戦略の基本戦略および令和5年5月に発表された、国の「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」の施策を鑑み、ジャンプ期を令和8（2026）年度までとし、セールスエリア・件数・海外対象国などを捉えたMICE誘致戦略を展開する。なお、2026年度に2025年度の目標数値の検証を行い、新たな戦略を策定するものとする。

戦略	取組段階 （年度）	ホップ （体制・仕組みづくり）		ステップ （試行）		ジャンプ （本格実践・拡大）	
		2021	2022	2023	2024	2025	2026
戦略１：重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開							
	(1)重点分野におけるターゲットの設定	情報のデータベース化 ターゲット設定	データベースの活用 ターゲット分析	地域一体となった取組の展開	国内大都市圏セールスによる先行情報の収集と主催者との関係性構築 （セールス回数の増、ターゲットの選定）	国内大都市圏および東アジアを中心としたセールスの展開 （より効果的なセールス展開）	欧米を含めたターゲット設定 海外での MICE 商談会、見本市への出展およびセールス
	(2)プロモーション実施体制の構築	実施体制づくり プロモーションの実施	プロモーション活動の拡大				
	(3)効果的な誘致活動の展開	ターゲット情報の分析とアプローチ			国内 M I C E 商談会等への出展 （どの商談会が効果的なのか検証）		
	(4)中長期的視点に立った誘致活動の展開	アンケートによる調査・研究 関係機関等との連携強化			東アジアをターゲットとした商談会への出展と現地セールス （情報収集の後に、より効果的な商談会への出展）		
戦略２：地域資源の MICE 活用促進による来訪者消費単価の向上							
	(1)既存の体験・見学型資源等の MICE 資源化	地域資源の掘り起しと MICE 資源化		実践による資源の磨き上げ	県内ステークホルダー、各市町村との連携強化 （ラインナップの造成と拡大） 企業間のマッチング等による受入れ体制の構築	ユニークベニュー・M I C E 向けコンテンツ等の商品化と利用促進	M I C E 誘致に合わせた商品提案と消費単価向上に向けた取組み
	(2)ユニークベニューの開発	先進事例調査・研究 施設側への提案、調整			プログラムモニターツアーの実施 （トライアルとして地元ステークホルダー向けモニターを実施）	ナイトタイムエコノミーを意識した商品の開発 （セールスによる売り込み）	
	(3)ｱﾀｰｺﾝﾊﾞｰｼｮﾝ・ｲｷｬｰｼｮﾝ等の充実	周辺市町村を含めた施設との意見交換 等			消費額向上に向けた街なか誘引策強化 （MICE 向けサービス券、利用店舗の拡大）	周辺市町村と連携したコンテンツの開発	
	(4)利便性や魅力を高める資源のパッケージ化	資源のパッケージ化と主催者への企画提案 等					
戦略３：社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤の構築							
	(1)MICE 主催者等のニーズに応える支援体制の充実	主催者のニーズ把握 支援相談窓口の拡充 等		周知活動と実践による課題の検証	インセンティブツアー誘致強化のための M I C E 開催補助金制度見直し （情勢を含めより効果的な補助金制度を構築）	M I C E 施設・関係者を対象としたグローバル対応セミナー等の実施 鹿児島における持続可能な M I C E 開催施策検討	幅広い分野の関係者との関係性構築による M I C E 受入環境の整備
	(2)新たな取組を支援する仕組みづくり	多様化する MICE 開催への対策検討 等			メディアによる情報発信と受入れ機運醸成		
	(3)MICE 施設等に対するグローバル対応の支援	施設のニーズ把握 個別支援実施 等			国内エージェント向けのオンライン M I C E セミナーの実施 （情報発信としてのトライアル事業）		
	(4)安心・安全な受入環境の整備	ガイドラインの検討・作成 医療・防災関係者との協議 等					
戦略４：機動力と柔軟性のある推進体制の整備							
	(1)民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等との連携強化	体制づくり、勉強会の実施 誘致チームの編成 等		実践による体制の課題の検証	M I C E 人材育成のための、学生向けセミナーの実施 産官学連携体制の構築 全国の他団体との連携による情報収集と九州・沖縄エリアの広域連携強化 （他エリアコンテンツ把握による鹿児島のコンテンツブラッシュアップに繋げる）	M I C E フォーラム等の開催による地域機運醸成 周辺自治体との M I C E 誘致に向けた連携強化	県域での M I C E 誘致推進体制の構築

公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

〒890-0053 鹿児島市中央町 10 番地キャンセ 7F

電話：099-286-4700