

第1回大阪 MICE 戦略会議 委員意見概要

日時：令和3年11月4日（木曜日）13時00分～15時00分

場所：エルおおさか 6階大会議室

出席委員：赤沼委員、川崎委員、楠本委員、武内委員、苗村委員、溝畑委員、南方委員

(50音順)

〔開会・出席者紹介・挨拶〕

〔座長選出〕

○互選により、溝畑委員を座長に選出

〔座長が欠けた場合の代理〕

○座長が苗村委員を指名

〔会議の公開について〕

○会議を公開することについて決定

〔戦略の策定に向けて〕

○資料3及び4により事務局から説明

○委員意見

溝畑委員（座長として、議論の進め方について）

- ・ 今後大阪がどのような分野に力を入れるのか、**M/I/C/E**をバランスよく議論してほしい。
- ・ 「大阪が開催地として選ばれるために何をすべきなのか」ということについては、歴史や地勢から、大阪を世界的立ち位置でどうみていくか。万博の開催都市として、未来社会のショーケースになることが求められる。**IR**の提案書では「世界水準の**MICE**」「大阪の**MICE**推進体制との連携」とある。うめきた2期まちびらき、大阪公立大学の開学、**IR**開業、新大阪の再開発、なにわ筋線や、京阪電車や**JR**桜島線の延伸などの交通体系もできるなど、**2030**年までに大阪のハブとしての都市・交通機能が大変強化される。
- ・ 「誘致体制」については、ネットワークや知見、ノウハウを持つ人材が要る。行政は短期で人事異動してしまうが、**MICE**誘致には長期にわたってネットワークと人脈を作る必要があり、高いスペシャリティ求められる。

赤沼委員

- ・ 大阪として「世界水準の **MICE** 都市」を目指すのであれば、追い風となる事業機会がこれだけある今が **MICE** 推進の絶好の機会ではないか。
- ・ 客観的に見て、大阪のようにここまで「ようこそわがまちへ」というメッセージが出せる国内の大都市は少ないと感じている。東京ではこのような雰囲気は出しにくく、大阪の強みだと考える。
- ・ 大阪の企業についても同様な傾向があり協力を得やすいと考える。一般企業を巻き込んで大阪オリジナルの誘客ネットワークや **MICE** モニタリングスキームを作ってはどうか。
- ・ 以前に **MICE** 誘致戦略に関わっていた際に **M/I** の実態が把握しにくいといった課題があった。例えば、この点を限定的にはなるが「大阪の企業においてはこれだけ **M** を実施しています」という企業情報を形にすることが「大阪に (**M/I** が) 来てほしい」という歓迎の意思や、**MICE** 都市を目指している本気度を示すことにつながるのではないか。

川崎委員

- ・ 大阪には関空があり、そこを起点としたゴールデンルートがあるなど、海外との窓口がある、アクセスの強みが、コロナ後にインセンティブツアーが戻ってくる時の大阪の強みとなるのではないか。
- ・ 今後、新たな様式での **MICE** ということで、従来の要件に加えて「安心・安全」は最低条件としてあり、さらにプラスアルファの価値が重要視される。
- ・ 大阪には、企業の集積や横の連携があり、インセンティブツアーの面でも、産業の強みを生かした企業訪問や産業観光が強みになるのではないか。
- ・ **C** では、特筆すべき分野に絞って「これが大阪の学術界の強み」というところが出てよい。**JNTO** の実施した調査では、阪大の免疫学（免疫学フロンティア研究センターがある）、スポーツ、ライフサイエンスが大阪の強みであり、これらを強調した取組みがあってもよいのではないか。
- ・ 会議の開催形態がハイブリッド化していくと、主催者にとっては運営、誘致に負担がかかるので、自治体やビューローによる支援が大事になり、マンパワーとして主催者を支えることについて期待が大きくなる。地域の人との連携によるサポートや、ビューローの支援が重要になってくる。

楠本委員

- ・ コロナ禍があり、**MICE** の開催方法が変わってきている。今までは **MICE** の誘致は主催者に対して誘致を進め、開催決定すれば、おのずと参加者は集まってくるという状況であったが、これからは参加者にもメリットを感じてもらえないといけないのではないか。
- ・ 偶然の出会いから生まれるビジネスや、イノベーションの創出に期待し、リアルでの参加者を増やしたい。そのためには、参加者に「大阪に来たい」と思わせないといけない。主催者だけでなく、参加者にも

継続して大阪に来たいと感じてもらわないといけない難しさはあるが、戦略ではそこに触れていけないといけない。

- ・ また、会議の開催により生じる経済波及効果に加えて、まちへ繰り出して楽しんでもらうところも必要。大阪全体の魅力を作り、リアルに呼び込めるようにできれば。

溝畑委員

- ・ **MICE** の効果である、都市の魅力や住民の愛着という観点から、**KPI** や **KGI** で、住民の意識というのも視座に持たないといけないのではないかと考える。重要なカギとなる。

武内委員

- ・ **M/I/C/E** のどれをやるのかということに関して、**C** のポイントである、都市格の向上、ブランド、誇りや、産業・学術の振興はいずれも大阪に欠かせない。展示会についても、そこでビジネスが発生するので、力を入れるべきである。関空があるので **M/I** も力を入れるべきだと考える。大阪は **M/I/C/E** 全部に取り組めるだけの都市格があるし、この規模の都市だからこそ民間の力を活用でき、それぞれの分野に強い人もいるので、広く **MICE** 都市としての取組みをすることが可能ではないか。
- ・ 阪大など、医学系の学部があるのも強みである。医学系はコンベンションが多く、スポンサーも付く。各国でもパワーのあるところはライフサイエンス、メディカル、ヘルスケアは欠かせない取組み分野となっている。大阪は万博のテーマとの親和性もある。
- ・ 製造業も強いし、誘致するにも企業・業界がそれなりの規模で集積しており、ネットワークの強みがあるので、業界に協力要請していけばよい。
- ・ スポーツ分野も集積しており、ネットワークをパワーにして誘致に取り組むべきである。
- ・ 主催者としても、どれだけ集客できるかに注目する。学会支部がパワフルであり、参加者を集められるのでという理由で開催地が決まることもあり、関西を含めて大阪はそのような力が生かせるところがある。
- ・ **SDG s** については、京都や北海道、東京などは感度が高く印象づけられているが、大阪は前面に出てこない。**SDG s** はどこでも取り組んでいるので、「取り組んでいないと（開催地として）選ばれない」ということになってきている。企業の工夫やエネルギー対策に関するアピールなど、アピールできる内容を意識的に出していくことが重要。
- ・ 誘致体制について、行政、ビューロー、ホテル、**PCO** 等関係者を巻き込み、「チーム大阪」を作ってやっていく。その基盤があるのが大阪であり、民間も巻き込んで強みを発揮できるのではないかと考える。関西・大阪はいろいろな巻き込み方ができるし、広域の魅力や観光なども活用して、お互いにウィンウィンの形で動けるのではないかと考える。

溝畑委員

- ・ **24** 時間都市や歴史文化があるのが大阪の強みである。
- ・ 誘致体制については、誘致体制をきめ細やかにしたら、もっと巻き込めるところがあるのではないかな。
- ・ **SDG s** は最大の要件になる。

苗村委員

- ・ 大阪はあらゆるコンテンツがそろっており、**M/I/C/E** のすべてを誘致できる環境にある。
- ・ その中でも **C/E** を両輪で走らせる体制が大切。**C/E** は規模が大きく、開催期間も長い。それゆえ経済効果大きい。**E** はリピーターと開催地固定化の効果を期待できる。**C** においては実績が次の誘致に有利な展開となりうる。**C/E** はパブリック性が高いので、住民へ訴求し、産学官を巻き込みやすい。効果がわかりやすく、それをステークホルダーが具体的に感じられるのは大きい。また、**C/E** は小学校・中学校・高校・大学での関連シンポジウムの開催等教育効果も期待できる。（開催に向けて）アクセス、インフラなどの環境整備も進みやすい。**C/E** の開催の強化により **M/I** へも波及効果があり牽引することとなる。
- ・ **MICE** には経済波及効果があり、知名度の向上や雇用の効果があるといわれてきたが、住民やステークホルダーが **MICE** 開催の効果を身近に感じるには距離があったのではないかな。また、コロナ禍の中で経済波及効果も滞っている。経済波及効果には直接効果とレガシー効果がある。今年の春に開催され、コロナ禍における初の大型国際会議であった京都コンgres（国連犯罪防止刑事司法会議）では、国連の会議として初めてハイブリッドを実施した。また、成果文書として「京都宣言」が採択され、その実施にリーダーシップを発揮すべく、「法の文化のためのグローバルユースフォーラムの展開」、「アジア太平洋刑事司法フォーラムの創設及び定期開催」の積極的展開があったと聞いている。こういったレガシー効果をはっきり出していくことが必要。（**2019** 年の）**G20** サミットでもブルー・オーシャン・ビジョン（の共有）などを行ったが、その後コロナ禍でレガシー効果の展開までは至っていないようである。
- ・ 大阪ではこれまでに **APEC** 首脳会議、**Sibos**、**G20** サミットなど他都市では開催が難しい大型会議の実績がある。**G20** サミットでは約 **1** 週間前から交通規制に協力を求められたように、住民と行政が一致して取り組まないと誘致・開催ができない会議がある。今はコロナ禍の状況なのでリアルでの大型 **MICE** の開催は延期や規模縮小等多くが制限を受けているが、ポストコロナに向けて各国とも新たな展開を模索しつつ準備を進めている。
- ・ 当面はこれまでのように **MICE** の経済波及効果の大きさを強調することは難しく、今後、社会的波及効果や国際文化交流的な側面、アートや文化観光と **MICE** という観点からも取り組んでいってもよいのではないかな。大阪という都市を大きな舞台装置として、そこからどんな情報を発信していくの

かという発想である。これまではインバウンドの増加を主としたデスティネーション・ブランディングに焦点があったが、加えて今は都市全体の価値を高める「プレイス・ブランディング」という視点を持ってしっかり取り組む時である。人口減少の中で経済活動の維持・発展のためには、中長期滞在人口をいかに取り込むかということにおいて、留学生の増加、駐日国際機関や海外企業の日本オフィスの取込など、関係人口を増やす仕掛けが必要である。

- ・ どういう方向で誘致するかということについては、医療、ライフサイエンス、スポーツ、AI、金融関係等は重点項目。スポーツイベントは大型のものは大都市でしか開催できず、他都市との差別化につながる。こうしたものには他よりもインセンティブを付けるといったくらいのことがあってもよいのではないか。
- ・ 開催地選定では、よりプロフェッショナルなビューローとの連携が求められており、C/E については可視化できる体制の構築が必要である。MICE は観光の要素に加え、会議や展示会の開催などで経済効果が大きくなる。しかし、C の主催者にとってコンベンションは観光のために開催するのではなく、学術に関する意見交換や発表の場であり、また国際交流の促進となる場でもある。グローバルな課題等、開催分野での日本のリーダーシップの向上、世界での都市格の向上が産業の発展と結びつき、観光においてもよい影響を及ぼし結果として経済が活性化すること、また国際的に活躍できる人材の育成のためにも不可欠であることをしっかり意識していく必要がある。
- ・ おもてなしやユニークベニューは大切だが、それだけでは MICE は誘致できない。どこの国も心掛けていることであり、それがちゃんと相手に伝わるかどうかということが重要。一番のおもてなしは、多くの人が関心を寄せ、住民が開催を心から歓迎する気風を作ることである。MICE 開催には、パブリック・ディプロマシー、広報や文化交流を通じて、国と国ではなく人から人へと直接働きかける外交活動という面もあると考える。
- ・ MICE 誘致が世界での都市間競争として激化するなか、意欲と自信をもって取り組みたい。

溝畑委員

- ・ 中長期的視座からのご意見。
- ・ 2030 年を見据え、大阪がどのように機能を発揮するかということにつながる。
- ・ 人材育成は大事である。MICE は狭い分野としてとらえがちであるが、本当はさまざまな分野にまたがっている。体制も幅広に考えないといけない。

南方委員

- ・ 2000 年に大阪国際会議場がオープンしてから、懇親会が外で行われるようになってきた。大阪でも「夜のまちを開発しよう」と進めてきたが、コロナ禍で減少。
- ・ MICE 誘致については、北九州が熱心。先日、2021 年世界体操競技選手権が開催され、G 7

でも資源・エネルギー大臣会合に立候補しているが、「資源・エネルギー大臣会議といえばここ」といったイメージを作っていないといけない。

- ・ (大阪は) **G20** やサイボスの後が続かない。**2023** 年の **G7** に向けて、いかに誘致していくかということを見ると、北九州市は世界的なものをとってこうとしている。
- ・ 国際会議の開催件数について、大阪も阪大のようなところの会議や、免疫に関する会議、工学部系の小さい会議も挙げていけば実際の開催件数は結構あるのではないか。
- ・ 大阪の魅力をどう作るかということについては、大阪にとって **MICE** を伸ばすには夜のまちの新たな魅力づくりがある。大阪の名を上げるにあたっては、観光局の力が大きい。ホテルは **MICE** を誘致する立場ではなく、観光局や府市の力を頼るしかない。

溝畑委員

- ・ 大阪の売りは **24** 時間観光都市。深夜の電車の運行の計画もあったが、ロンドンのような街をめざしたい。

(いったんのまとめを含めて)

- ・ これまでは全般的に「待ち」の姿勢が強かったが、「攻め」に転換し、**MICE** をしっかり進める、**KPI** や **KGI** についても作っていく。
- ・ **C/E** と **I** は一蓮托生なので、**C×E×I** のできる都市が大事である。
- ・ 地方都市と違い、大阪にはクライマックスシリーズもくろし、関ジャニ∞のコンサートは連日満員。だが、イベントや展示会に関する **KPI**、**KGI** はない。国では経済産業省（展示会）、文部科学省（スポーツ関係）が所管しており、**MICE** を推進する観光庁（国土交通省）の所管ではないので **E** やスポーツは精査していないという。ならば大阪モデルを作ったらよい。万博や **IR** 誘致を見据えた大阪のミッションである。
- ・ 地場企業のマンパワーの活用ができていなかった。キーマンのネットワークを再構成し、誘致体制へ組み込むことがある。
- ・ (誘致には) マンパワーと財源があるが、これをどうしていくのかは調査検証が必要。
- ・ 「感染症対策プラスアルファ」としての **SDG s** の打ち出しは重要なテーマだろう。観光局では **LGBTQ** に関する取り組みや、留学生コンソーシアム、ユニバーサルツーリズム、みどりなどの取組みをしているが、これらはプラスアルファの部分とつながってくるし、万博のテーマにもつながる重点分野や得意分野も作っていく必要がある。
- ・ **MICE** はリアルがメインで、オンラインは補完的でないといけない。
- ・ 「顔の見える」ということが誘致体制にも必要。

武内委員

- ・ 万博があるということは、訴求力がある。万博では「大阪・関西」と打ち出しているが、大阪開催の **MICE** にかかるポスト・プレ **MICE** のほかに、他都市開催のポスト・プレ **MICE** も大阪に取り込むなど、（関西圏域での）広域連携も意識することが必要。
- ・ 観光を伴った訴求力や経済効果を **MICE** を活用して生み出す機会でもある。リアルに「行ってみる、会える」というところの強調が大事。

溝畑委員

- ・ 国においては、展示見本市は経済産業省、スポーツは文科省と分かれているが、大阪府市の都市魅力創造戦略の会議は経済・観光・文化・スポーツなど横串を刺している。**MICE** 戦略も横串であり、オール大阪の様々な政策につながるので、そこを縦串・横串で見ないといけない。

赤沼委員

- ・ 大阪は歴史面や機能面で魅力があることは衆知のことであるが、改めて地元では当たり前とされていることを見つめなおし魅力として具体化するのが取っ掛かりになるのではないかと。プラスアルファでは **SDG s** も大切であろう。例えばグローバル製薬企業などでは、まず **SDG s** の観点が押さえられているかどうかから **MICE** 実施検討が始まる事例が出てきている。大阪としてリアル **MICE** の復活をアピールした時と同様に、（**SDG s** や他のコンテンツについても）ひとつずつ具体的に積み上げることが必要だと思う。

川崎委員

- ・ 住民意識の向上に関して。2018年度の **IEEE VR2019** 会議では参加者が黒門市場を楽しみ、地域をあげた盛り上げで成功した。そういった地域との交流の場が大阪ならではのものであり、既存の観光のプログラムでは体験できない。Cの参加者は出自がわかりインフルエンサーバリューのある人たちなので、限定して行うことができる。
- ・ インセンティブツアーの事例で、スポーツインストラクターと一緒にランニングをし、その結果に応じて寄付を行うというプログラムを実施したところもあるが、こうした「**MICE** 参加者が自分で何かをして、社会に貢献でき、その地域でしかできない経験」というメニューを大阪は提供できるのではないかと。
- ・ 住民意識を高めるとい点では、**MICE** で住民にもメリットがあると感じてもらえるような発信があるので、情報戦略も入れるべき。

溝畑委員

- ・ **2025**年の万博では、チーム **expo2025** プロジェクトがあり、イノベーションなどの取組みをしている。**MICE** のアフターコンベンションの中にも万博参加のきっかけを作れば普及啓発になる。「参加」することもその一つ。

楠本委員

- ・ 重点ターゲットは、**C**については医・薬・理工。これらは、混然一体となって産業と結びついている。未病・健康であるためのスポーツ分野。大阪にはスポーツメーカーが多く裾野が広いこと、楽しく、老若男女が絡むので、**C**や**E**で考えてほしい。さらに、**C**や**E**として、環境・新エネルギーの分野も入れてほしい。

苗村委員

- ・ ポストコロナでリアル開催をいかに増やすかについては、安心安全ということがキーワードになってくるが、これは、プロフェッショナルな対応とセキュリティの両方の意味がある。セキュリティはテロ対策等の他、感染症対策も含まれ、例えば東京、横浜、京都等ではすでに取得しているホテルや会議場があるように、**GBAC STAR**※などの国際認証資格の取得を働きかけ、打ち出すのを対応の**1**つとしてはどうか。

(※**GBACSTAR**：各国の社会保障機関・団体を会員とする国際社会保障協会 (**ISSA**)にて洗浄、消毒および感染症予防の protocols を実施する施設の運営基準を提唱している部門、グローバル・バイオリスク・アドバイザー・カウンシルによる国際的認証プログラム)

プロフェッショナルということについては、ミーティングプランナーや **CMP (Certified Meeting Professional)** を持った人がいるというのがアピールになる。誰もが理解しやすい資格や認証をとることは国際的にも有効な **PR** となりうるのではないか。

- ・ **SDGs** に関して、東京オリンピック・パラリンピックでの食品ロス問題は学会などでも起こりうること。**CO2** の削減、水や紙の削減についてどこまでできるのか、チェックリストを作って主催者にも協力してもらおう。**KPI**、**KGI** で「環境配慮の取組みをしてもらっている」ということをアピールできればよいのではないか。

溝畑委員

- ・ 防災の基準があるのかと聞かれたことがあるが、そういうものも取り込んでおく必要がある。プランを作っておく必要がある。

南方委員

- ・ 大阪観光局で **LGBTQ** の取組みをされているが、今後も続けてほしい。大阪府、大阪市にも。**LGBTQ** の会議を誘致することのだが。

溝畑委員

- ・ **2024** 年の **LGBTQ** ツーリズム総会をアジア初で誘致したいと考えている。今タイも考えている様子だが、順調にいけば大阪へ誘致できるかもしれない。セミナー、トイレの準備などもあるが、人権という切り口ではなく多様性のロジックで行政、民間を含め、住民にも理解を深めてもらいたい。

南方委員

- ・ 総会の誘致は実現してほしい。ホテルも協力する。

武内委員

- ・ **SDG s** もいかに魅力的に伝えるかがポイントであり、うまく発信することが重要。

溝畑委員

- ・ （発信は）タイミングと、誰が喋るかで変わる、誘致の 때가勝負であり、ご指導をお願いしたい。
- ・ 事務局の提案内容についてはこの方向で進めることとして、貴重なご意見を参考に取りまとめを進めてほしい。

以上