

# 滞在したくなる新大阪

## その為の中核施設「MICE会場」

2021年8月19日

(公財)大阪観光局

MICE政策統括官 田中嘉一

# 1. MICE会場が中核施設になる理由

## 滞在する「目的」を創る施設だから

### ① 大阪の使命

- 日本全体の発展とリスクヘッジのため、もう一つのエンジンになる
- 東京一極集中に終止符をうち、地方都市発展のトップランナーとなる
- 2025万博、IR誘致等を経て、関空からの訪日外国人の増加が確実。全国に送客する都市となることで発展を目指す



### ② 新大阪駅の使命と、それを実現するMICE

- 国内屈指の交通結節点となる新大阪を「通過点」ではなく、世界中のビジネスパーソンが「集まり、滞在する場所」にする。その「目的」を創るのがMICE。
- 海外では、MICE会場は空港、港、道路と同じ経済インフラ・集客装置と認識（日本は貸館ビジネスと捉え、稼働率だけを追求…）
- MICE会場は多目的空間。新作発表会、商談会、見本市、コンサート等、多彩に活用可能。それゆえ、産業・観光振興、企業集積の観点でも有効。
- 空間規模が大きいので、街のシンボルに（ドイツ、アメリカ、シンガポール…）。

## 2. MICEは今後どうなるのか？

### 本質的価値は変わらない

- ① 人・モノ・情報を一堂に集め、商売、イノベーションを生み出すMICEの価値は普遍的（不変）

以下のような価値は、オンライン技術で代替困難。

- 商取引・購買（手で触って、確かめてから、買いたい）
- 確かな人脈構築（高額商品の取引、新規取引など信頼関係構築が必要）
- 非日常空間（日常の業務から切り離されて、集中して参加したい）



- ② オンライン技術はMICEの価値を高める「ツール」

オンライン技術はMICEとの対立概念ではない。参加者の数や範囲を拡大し、MICEの価値を高める道具である。

- 1995年ごろインターネット普及時、「インターネットによって展示会や国際会議は無くなる」と言われたが、むしろ逆の結果に。すなわち、インターネットのおかげで、MICEのプロモーションが効率的、安価で行えるようになり、参加者が劇的に増え、MICEは世界中で開催件数が年々増え続けている。



- 2000年ごろのITバブルの時期。オンライン会議やバーチャル展示会のソリューションが多数出現したが主催者は使用せず。その理由は、リアル開催の方が参加者を圧倒的に満足させられるから。現在は人と人が出会うことが難しい状況なので、多くの主催者はやむをえずオンライン技術を選択。コロナが落ち着いたらどうなるか？
- オンライン技術は今後も進化させ、主催者はMICEの価値向上の道具として積極的に利用すれば良い。（例）時間的・物理的等の理由で参加できない人に、一部のメリットを提供、将来の来場意欲を高めてもらう手段として。また、MICEでの出会いの精度を上げるツールとして（会いたい人、見たい製品に出会う、濃い商談を行う）。

### ③ 長期的にMICEは再び成長軌道に。「会場が大きいほど、より多くの、より大きなMICEを誘致できる」という原則も不変。

全国の主要MICE主催者・運営事業者によるヒアリングから得られた事実。

- Exhibitionの主催者は、スペース代から利益を得る現在のビジネスモデルを手放そうとしていない。人材募集も積極的。
- オンライン開催となった学会主催者の殆どが、「コロナが落ち着いたらリアルで開催したい」と言っている。2022年以降の学会・国際会議の案件も決まり始めている。
- ほとんどの主催者は、すでに予約している2021年度以降の会場をキャンセルしておらず、依然として会場が予約しづらい状況。
- 世界の調査も市場拡大を報告、主要主催者の動きもリアルでのMICE再開が主流。

# 3. 既存のMICE施設と競合しないか？

**NO !**

- 世界と比べ、大阪（日本）の展示面積は圧倒的に少ない。
- コロナ禍を受けても、2021年度以降、インテックス大阪、グランキューブ、大阪城ホールも依然として会場が取りづらい状況であり、多くのMICE案件を大阪は逃している。
- 従って、そもそもMICE会場が大阪にできることは、既存の需要を食うという状態ではなく、機会損失を防ぐうえで大きな利点がある。

## 近隣都市との会場面積比較

	会場名	2020年現在	2040年予想	都市の合計	備考
東京	東京ビッグサイト	14.18	12.9	12.9	青海棟(仮設)取り壊し+体操会場
千葉	幕張メッセ	7.2	7.2	7.2	
大阪	インテックス大阪	7	7	10	
	IRのMICE施設	—	2		
	新大阪駅のMICE施設	—	1		
名古屋	AICHI SKY EXPO	6	6	14	ポートメッセを建替え拡張。2会場の相互連携を推進
	ポートメッセなごや	3.4	8		
ソウル	KINTEX	10.8	10.8	14.4	KINTEXは将来20万㎡へ
	COEX	3.6	3.6		
北京	New China International Exhibition Center (NCIEC)	10.68	10.68	15.98	
	China International Exhibition Center (CIEC-Beijing)	5.3	5.3		
上海	National Exhibition and Convention Center (Shanghai)	40.44	40.44	67.23	
	Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)	20	20		
	Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center	6.79	6.79		
香港	AsiaWorld-Expo	7.21	7.21	13.81	
	Hong Kong Convention & Exhibition Centre	6.6	6.6		
台北	Taipei Nangang Exhibition Center, Hall 1,2	7.56	7.56	10.28	
	Taipei World Trade Center	2.72	2.72		
シンガポール	Singapore Expo Convention and Exhibition Centre	10	10	20.96	単位：万㎡。 展示面積1万㎡以上の施設
	Suntec Singapore	4.2	4.2		
	Marina Bay Sands	3.18	3.18		
	Changi Exhibition Centre	3.58	3.58		

# 大阪の主要な展示会場

今までカバーできていなかった5,000㎡～1万㎡の中規模展示会・イベントの誘致が可能に。

施設名	開業年	展示面積	最大収容人数 (会議室)	会議室数
インテックス大阪	1985年 1993年	70,000㎡	294名	12室
<b>このレンジの面積を持つ会場が、大阪に無い</b>				
ATCホール	1995年	5,550㎡	150名	10室
マイドームおおさか	1987年	4,843㎡	144名	7室
大阪城ホール	1983年	3,500㎡	13,000名	3室
大阪国際会議場	2000年	2,600㎡	2,754名	25室
コングレコンベンション センター	2013年	1,700㎡	1,750名	12室
大阪国際交流センター	1987年	2,280㎡	1,006名	12室

# MICE主催者が会場を決定する要素

## ① 収容人数・展示可能面積（予約できるか）

- 圧倒的に重要。これが全体の99%と言って良い。予約できなければ他都市へ。

## ② アクセス（集まりやすいか）

- ターミナルからの時間（できるだけ便利に、短く）
- アクセス圏域の広さ（できるだけ広く集めたい）

## ③ 周辺の飲食・宿泊施設

- ホテルやレストラン等が充実すれば、宿泊など長い滞在を誘発できる。
- バンケットや会議室があれば、イベントの幅が広がる。

## ④ アフターMICE

- 文化・芸術鑑賞、スポーツ観戦、自然などアクティビティ、ショッピングなど。



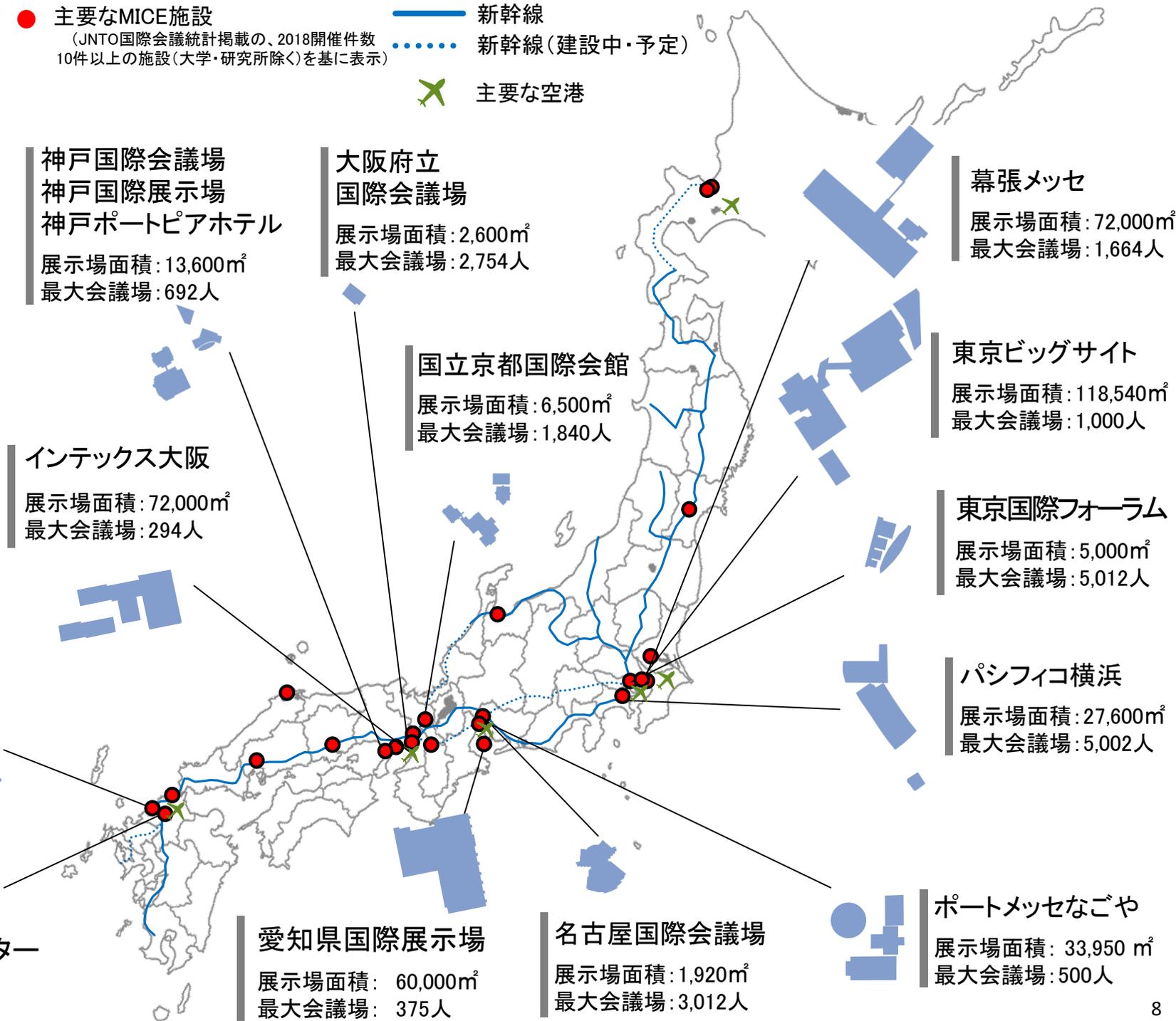
**新大阪駅が持つ、国内随一の広域交通基盤を最大限に生かせば、MICEエリアとしての大成功は確実！**

# 参考①：国内の主要なMICE 施設

※施設シルエットは全て同スケールで表示

都道府県	名称
北海道	札幌コンベンションセンター
	京王プラザホテル
	ロイトン札幌
宮城県	仙台国際センター
茨城県	つくば国際会議場
千葉県	幕張メッセ
東京都	東京国際フォーラム
	タワーホール船堀
	三田共用会議所
	東京ビッグサイト
	日本科学未来館
国立オリンピック記念青少年総合センター	
神奈川県	パシフィコ横浜
富山県	富山国際会議場
愛知県	名古屋国際会議場
	ウイングあいち
京都府	国立京都国際会館
	京都テルサ
	京都市勧業館みやこめっせ
大阪府	大阪府立国際会議場
	コングレコンベンションセンター
	千里ライフサイエンスセンター
	インテックス大阪
兵庫県	神戸国際会議場
	神戸ポートピアホテル
	淡路夢舞台国際会議場
	神戸国際展示場
	神戸芸術センター
奈良県	奈良春日野国際フォーラム
島根県	くにびきメッセ
岡山県	岡山コンベンションセンター
広島県	広島国際会議場
福岡県	北九州国際会議場
	福岡国際会議場
	アクロス福岡
	ヒルトン福岡シーホーク
	JICA九州
Fukuoka Growth Next	

- 主要なMICE施設  
(JNTO国際会議統計掲載の、2018開催件数10件以上の施設(大学・研究所除く)を基に表示)
- 新幹線
- ⋯ 新幹線(建設中・予定)
- ✕ 主要な空港



## 参考② 国内MICE会場と新幹線駅からの距離

施設名	展示面積	最大会議場	新幹線駅	距離
東京ビッグサイト	11.9ha	約1,000人	東京 品川	6.0km 5.0km
東京国際フォーラム	0.5ha	約5,000人	東京	0.5km
パシフィコ横浜	2.8ha	約5,000人	新横浜	5.7km
愛知県国際展示場	6.0ha	約400人	名古屋	35.5km
ポートメッセなごや	3.4ha	約500人	名古屋	14.0km
福岡国際会議場	1.4ha	約3,000人	博多	2.3km
マイドーム大阪	0.5ha	約200人	新大阪	6.3km
インテックス大阪	7.0ha	約300人	新大阪	13.1km
新大阪駅の新MICE会場	1.0ha		新大阪	0km

## 4. 「滞在したくなる新大阪」への工夫

- 大規模な集客空間ができるだけでも価値があるが、これだけでは他と同じ。
- 集まるきっかけがMICEであっても、いったん訪れたら、しばらく滞在したくなるような、快適な空間が必要。
- キーワードは「癒し」であり、圧倒的な「緑」（住民が快適なら、訪問者にも快適）



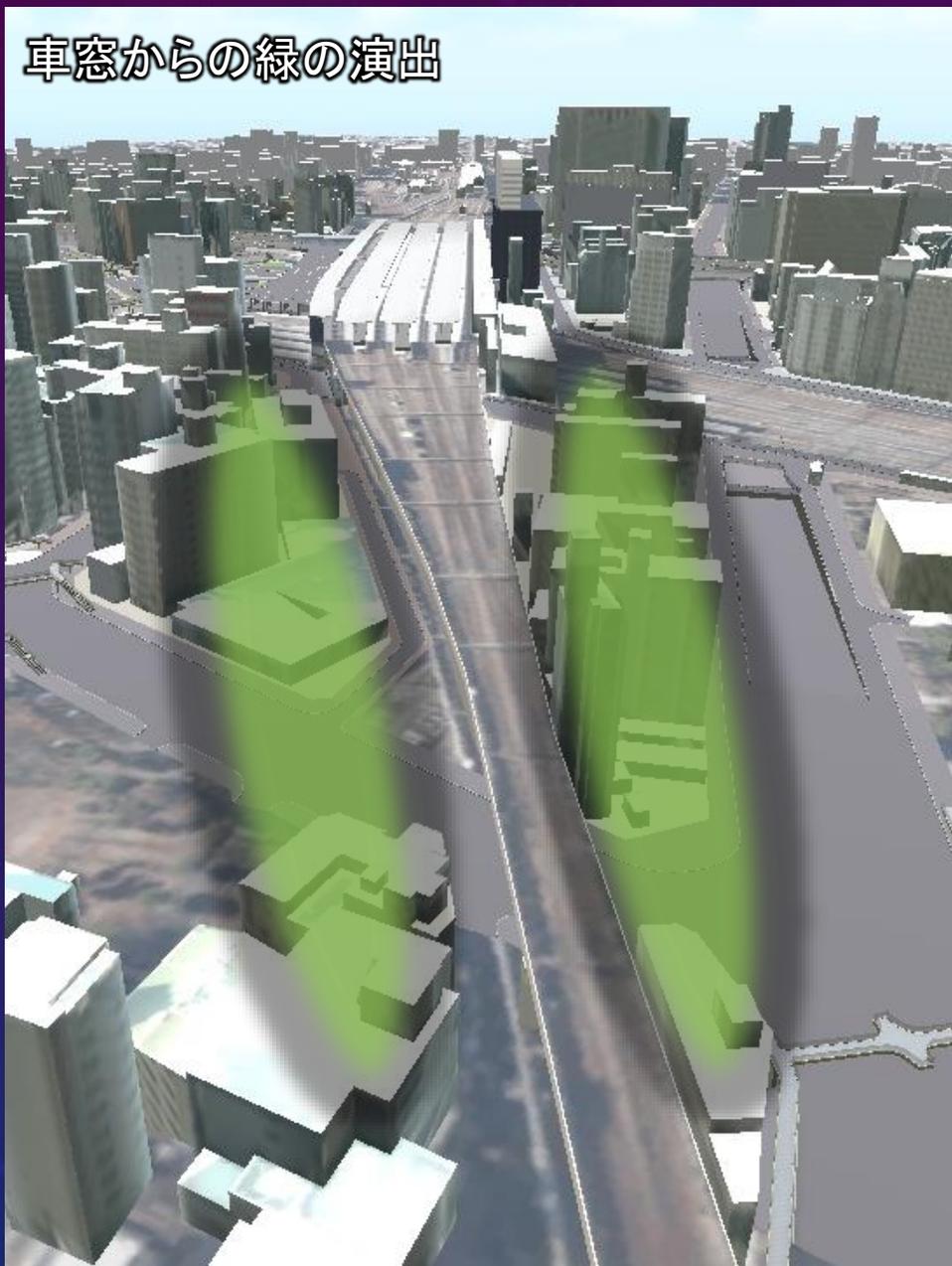
東京、新横浜、名古屋、京都・・・みな同じ車窓風景・・・



- ① 新大阪駅にアプローチする際、他の駅とは全く異なる車窓風景。
- ② 現在の新大阪駅のイメージを180度ひっくり返すほどの、空間的インパクト。

# ゲートウェイの演出

車窓からの緑の演出



改札を出るときの演出

北側



改札



南側



緑に覆われたMICE会場！

## 最後に

# MICE会場建設の際のポイント

## 1. できるだけ大きく作り、分割可能に！

- MICE（特にE）は継続開催、成功すれば年々拡大するもの
- 複数の異なるイベントを同時開催可能（開催時期は重なる）
- 「収容できるか？」が会場選択の最大のポイント

## 2. 単純な構造に！

- あらゆる類のイベントに対応できるよう長方形の単純空間に
- 10年後、20年後のイベントの進化にも対応できるよう、あえて「作り込まない」こと
- 照明、AV技術により空間は自由にアレンジ可能

# 大阪をハブとするテーマ型回遊ルート構築（広域連携）



アジアのゲートウェイとして、大阪が「日本の観光のショーケース」となるコースを構築

大阪からテーマで  
各地を結ぶ

HPでの情報発信  
（関西観光本部と連携）

ファミトリップと  
検証

- ①大阪～加賀市～長野県 （日本の自然とみどり・癒しテーマ）  
温泉・食事・森林浴など
- ②大阪～淡路島～四国（高知県）（伝統工芸・アート・景観をテーマ）  
大塚美術館・直島など
- ③大阪～東京 （ゲートウェイ機能を活かした双方向流動・地方循環）

- ★大阪と魅力あるコンテンツを持つ地域が連携補完
- ★世界を魅了する上質な回遊観光ルートを開発
- ⇒ 国際観光都市大阪の競争力強化
- ⇒ ゲートウェイ 都市機能強化

**グランドサークルプロジェクト**  
（北陸新幹線海外誘客広域連携）  
関西・北信越・関東12都府県  
情報発信、海外AGT向け商談等

## 連携提携実績

2019年 2月 加賀市（石川県）  
11月 長野県・長野県観光機構  
2020年10月 高知県・高知県観光  
コンベンション協会

**2021年 東京都・東京観光財団と連携予定**

2021年度以降予定  
瀬戸内・四国・北海道ほか

## 継続フェーズ

大阪ゲートウェイルートを「JAPAN EXPERIENCEルート」として開発

東京と連携した  
プロモーション

テーマで結ぶ大阪から各地へ

世界から大阪へ！

