

## 【1】戦略策定にあたって

- MICE需要の本格的な回復を見据え、大阪がグローバルなMICE誘致競争に打ち勝つためには、大阪の持つ強みや優位性を活かし、積極的な誘致活動を進めていくことが不可欠。
- 大阪・関西万博の開催や統合型リゾート(IR)の立地をインパクトとし、今後の10年は世界水準のMICE都市を実現するチャンス。そのための取組指針として『大阪MICE誘致戦略』を策定し、大阪府、大阪市、大阪観光局、経済界等の連携強化のもと、“オール大阪による戦略的な取組み”を加速していく。

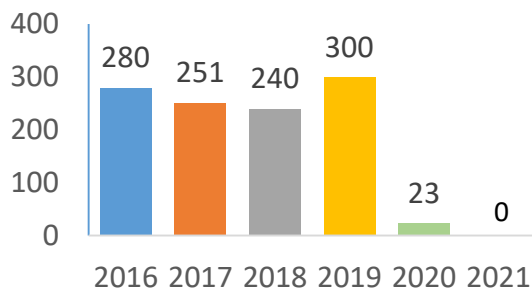
## 【2】MICEを取り巻く環境の変化

- MICEの開催状況は、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年以降、国内外において中止や延期が相次いだ。2022年以降、各国の入国制限の緩和等により実地開催が増加。ICTを活用したオンラインと実地開催を融合したハイブリッド開催も定着した。
- 国内のMICE施設では、首都圏等において新たな施設設置や機能強化が進むほか、DMOによる助成等、様々なインセンティブを用意。国外では、韓国やシンガポール等アジア地域で10万㎡を超えるMICE施設が整備され、MICEの開催が増加するなど、グローバルな競争力を有するに至っている。

## 【3】大阪の現状と課題

- 国際会議の件数は「G20大阪サミット」等が開かれた2019年に過去最高の開催件数(300件)となったものの、都道府県比較では5位にとどまった(東京都581件/1位)。2020年は、前年比で約9割減。以降、感染症の影響は続くが、オンライン開催が増加。2022年は、入国制限緩和等により実地開催も増加傾向にある。

[大阪の国際会議開催件数(JNTO基準)]



- インテックス大阪や大阪府立国際会議場等、大阪市内を中心にMICE施設が立地している。統合型リゾート(IR)や万博記念公園に開業する大規模アリーナ等、競争力を有するMICE施設の整備が予定される。
- 大阪観光局や施設運営者等による助成等のインセンティブが用意されている。

MICEの誘致促進に向けて、**大阪の持つ優位性を活かし、大阪が抱える課題を解決する取組み**が不可欠

### 活用すべき優位性

- ▶ 先進国一國並の経済規模、国内外からの交通アクセスが充実
- ▶ 優れたものづくりから最先端分野までの層の厚い産業と学術の集積
- ▶ 国際イベント等に対応できるMICE施設と豊富な開催実績(地域のにぎわいづくり等)
- ▶ 大阪・関西万博の開催、統合型リゾート(IR)の開業等によるMICE需要の高まり
- ▶ 豊かな都市魅力(文化・観光、地域のにぎわい)

### 解決すべき課題

- ▶ MICE施設の機能強化(老朽化対応、大規模会議対応、ICT環境整備等)
- ▶ 誘致のための支援制度の充実
- ▶ 国内外に向けた情報発信・マーケティングの強化(都市プロモーション、国際的なネットワーク等)
- ▶ MICE専門人材の確保・育成
- ▶ MICE誘致・推進体制の強化

## 【4】戦略の基本的な考え方と取組みの方向性

### 【基本的な考え方】

- MICE開催地として大阪が世界から選択されるためには、万博や統合型リゾート(IR)の効果を活かし、付加価値の高い交流・体験の機会提供や大阪の都市魅力を活かした取組みなど、MICE主催者や国内外のユーザーを惹きつけるオンリーワンの取組みと情報発信が不可欠。こうした観点から、グローバルな競合都市に先んじて、国内外からのMICE誘致を進め、アジア・大洋州地域でトップクラスのMICE都市をめざす。

### 【取組みの方向性】

＜方向性Ⅰ＞ 「大阪・関西万博」「統合型リゾート(IR)」のインパクトを最大限に活用する

＜方向性Ⅱ＞ 世界水準のMICE受入れ環境を整備する

＜方向性Ⅲ＞ 大阪の新たなまちづくり(コミュニティ・ブランディング)をけん引する

### 【重点分野と誘致ターゲット】

- MICEの誘致効果を最大化するため、  
⇒大阪が強みを有する5分野(「ライフサイエンス」「ものづくり」「環境・エネルギー」「国際金融都市」「スポーツ、食文化・エンターテインメント」)を重点分野として取り組む。  
⇒MICEのうち、経済波及効果が大きく、開催に伴う交流体験の機会や知的・人的ネットワークの創出、ビジネスチャンス等で特に期待される「C:国際会議」及び「E:展示会・イベント」を誘致ターゲットとする。

### 【数値目標(KPI)】

- 取組期間の10年を2つのステージ[第1期(2023～27年度)、第2期(2028～32年度)]に分け、それぞれ数値目標(KPI)として、「国際会議ランキング」「経済波及効果」を設定する。

#### 第1期(2023～2027年度)

大阪・関西万博のインパクトを活用し、世界中からMICE誘致をめざす

アジア・太平洋地域 トップ10(世界30位以内)

#### 第2期(2028～2032年度)

万博のレガシー、IR開業を活用し、MICE誘致をさらに加速させる

アジア・太平洋地域トップ5(世界20位以内)

## 【5】具体的な施策展開

- ＜施策①＞ MICE誘致・開催支援の強化
- ＜施策②＞ 情報発信・誘致プロモーションの強化
- ＜施策③＞ MICE施設の競争力強化
- ＜施策④＞ マーケティング・リサーチ機能の強化
- ＜施策⑤＞ 「エリアMICE」による受入れ環境整備、施設連携の強化
- ＜施策⑥＞ アフターMICEの充実
- ＜施策⑦＞ MICE人材の確保・育成
- ＜施策⑧＞ MICE効果の地域への波及、還元

## 【6】オール大阪による推進体制の構築

- 大阪府、大阪市、大阪観光局、PCO/PEO、ホテル・旅行団体、MICE施設、大学、経済団体等が参画する「オール大阪の推進体制」を構築
- MICE誘致の司令塔として本戦略を着実に実行するため、各主体の連携と役割に応じたMICE誘致活動を展開