

TOPPAN

SOCIAL
BUSINESS
NEWS

創刊号

Special feature

MICEのその先へ

MICEの その先へ

Social Businessと「MICE」

ソーシャルビジネスとは、さまざまな社会的課題を市場としてとらえ、継続的なビジネスとして問題解決に取り組むことです。環境保護、高齢化社会、子育て支援など数ある課題の中でも、今、「地方創生」は重要なキーワードになっています。その有効な手段の一つとして注目を集めるのが「MICE」です。

地方創生が全国で注目され、各地で日本版DMOや新しい観光商品の開発など、さまざまな取り組みが積極的に行われています。そのような中、ビジネスイノベーションにつながるMICEに強い関心が寄せられています。今回の特集では、イノベーション効果を発揮させるためのMICEの考え方や施策について紹介します。



MICEとは Meeting:企業の戦略会議 Incentive:報奨旅行 Convention:国際会議 Exhibition/Event:展示会や商談会、イベント
上記の英語の頭文字から取った言葉で、国内外と地域の専門家の交流によるイノベーション効果を重視するビジネス活動の総称です。

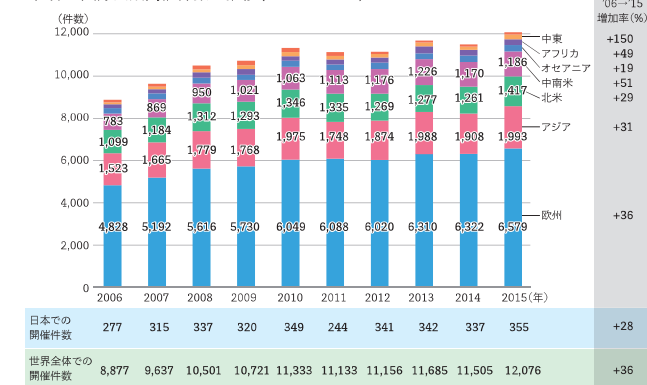


MICEの世界的動向

数字から読む「国際会議」

国際会議ビジネスの国際的ネットワークを形成している国際会議協会(ICCA)によると、2015年の世界全体における国際会議の開催件数は1万2,076件にのぼり、過去最高となりました。日本での開催件数は355件で、これは世界7位、アジア・オセアニア・中東地域では4年連続1位となります。

■世界の国際会議開催件数の推移(2006~2015)



出典:ICCA(A Modern History of International Association Meetings 1963-2012)、ICCA Statistics Report(2013,2014,2015)
注:開催件数が少なく、レポートで「others」とまとめられた会議については地域分類が不可能なため、地域分類を行っていない



アジアのMICE推進国、シンガポール

MICE先進国として知られるシンガポールでは、成長産業とMICEを連動させ、専門家の交流、イノベーションの創出、ビジネスの集積を戦略的に進めています。そのため狙うべきMICE誘致の分野が明確であり、MICEを創り出す試みも盛んに行われています。近年では新しくマリナー・ベイ・サンズの大規模コンベンションセンターが建設されるなど、ハードとソフトを統合した効果的なMICE施策が展開されています。



マリナー・ベイ・サンズは8,000人を収容する国際会議場や、2,500室以上を持つ大規模ホテルを有します



MICEの手法をスポーツイベントに応用

日本ではMICEは観光庁の所管となっているため、観光分野の中にMICEが位置付けられ、観光とコンベンションをまとめてプロモーションする組織が数多く存在します。しかし、ターゲット、誘致のシナリオ、開催効果などにおいて観光とMICEは全く性質が異なるものです。2020年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、その開催効果を最大限に発揮するため、MICEの手法をスポーツイベントに応用する試みが各地で始まっています。



スポーツイベントにおける開催効果をいかに高めるかが、地方創生の課題の一つとなっています

Q1

なぜ今MICEが注目されているの？

世界の国際会議の開催件数は、**年々増加傾向**にあります。MICEという国際会議が注目されますが、今、国際会議以外のMICEを含めたイノベーション効果に高い関心が寄せられています。特に地方自治体の数が半減するといわれる中で、**地方創生のエンジン**としてさまざまな自治体でMICEを活用する試みが始まっています。



Q5

日本版DMOとMICEの関係は？

日本版DMOとはDestination Management/Marketing Organizationの略で「経営」の意味が強く、観光地経営を行う組織のことを指します。観光協会の延長線上に考えられることが多いのですが、地域が観光で「稼ぐ力」をビジネスモデルに持つ「会社」のイメージでとらえたほうがよいでしょう。アメリカではMICE、特にコンベンションの誘致を目的にDMOが設置された経緯があり、MICE産業の育成を考えると本来の**DMOの経営手法**はとても参考になります。政府は2020年までにグローバルレベルの日本版DMOを約100育成することを目指していますが、観光というよりもMICEを主目的とする戦略的なDMOが生まれることを期待します。

Q7

ユニークベニューとは何ですか？

ユニークベニューとは「特別な会場」を意味します。公式な会議場とは別に、歴史的建造物や美術館、博物館などの**特別な空間**で飲食をともないながら、リラックスした状態で参加者の交流や意見交換が行われます。**その地域を体感**できる貴重なMICE催事であり、MICEの開催効果を高める秘訣の一つといえるでしょう。演出による雰囲気づくりや地域の食材を使った料理の提供など、それらを事前にパッケージ化して、ユニークベニューの商品開発をしておきます。



Q2

MICEを一言で表すと？

一言でズバリ表すならば、「**イノベーション**」ではないでしょうか。MICEの基本は**Face to Face**であり、関係者が一堂に会し顔を突き合わせて議論すると、化学反応が起こり新しい気づきやアイデアが生まれることから、MICEのイノベーション効果が期待されています。

教えて
廣江さん

今さら聞けない

MICEのキホン

トッパンのMICE専門家に、おさえておくべきMICEの基本についていろいろ聞いてみました。



廣江 真

情報コミュニケーション事業本部
ソーシャルビジネスセンター
MICEエバンジェリスト

元PCO(会議運営事業者)の役員、MICE都市研究所長を経て現職。専門はデスティネーション・マーケティング、MICEによる地方創生、MICE商品開発、創出型MICEの企画、DMOでのMICE活用などを推進。観光庁や自治体のMICE政策関連の委員を務めるほか、MICEに関する講演および雑誌への寄稿多数。

Q8

スポーツイベントもMICE？

一般的なスポーツ観戦の多くはエンターテインメントであり、MICEには含まれません。しかし、開催都市での交流イベントの中で何かイノベーションを起こせそうな**「仕掛け」**を組み込めば、MICEと同じ効果が期待できます。スポーツビジネスでいわれる、**スポーツ・ホスピタリティ**がこれに該当します。2019年にラグビーワールドカップ、2020年に東京オリンピック・パラリンピックが日本で開催されますが、その**「仕掛けづくり」**が重要な課題となるでしょう。



Q3

MICEの開催効果を高めるには？

政府系の国際会議の場合は主催者が国連や政府であるため、開催地の都市は会議の内容に直接関与することはできません。そのため開催効果を高めるためには、**参加者と交流できる関連イベント**をどれくらい多様に開催できるかが重要になります。関連イベントの企画運営は経済効果やイノベーション効果を高め、さらに新たなビジネスが生まれることに繋がるチャンスとなります。

Q4

観光インバウンドとMICEの違いは？

インバウンド(訪日外国人旅行)よりもMICEの海外参加者の消費単価のほうが大きいことから、**経済効果**の違いが強調されています。しかし重要なのは、観光は観光資源を消費していくことに対し、MICEはイノベーション効果があることで、**新しい価値の創出**に役立つと考えられています。



Q6

地域でMICEを始めるには？

地域の産業活性のためにMICEを始めるには、その地域で海外からも専門家と呼べる強いコンテンツを選定します。もしなければ潜在力を秘めている分野を選びます。このMICEコンテンツをベースに、**グローバルな人脈**を持った核となりうる人物を探し出し、その分野のMICEを誘致できるように準備します。また、MICEの開催効果をより発揮させるための段取りを**組織的**に行うことが大切です。MICE戦略を立案し、目標の優先順位付けや、誘致の組織づくりを行い、産官学市民との連携を取りながら戦略を遂行します。

Q9

国内で先行している都市は？

全国に50都市以上ある国際会議観光都市とは別に、観光庁は2013年に**東京都、横浜市、愛知県名古屋、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市**の7都市を「グローバルMICE戦略・強化都市」(現「グローバルMICE都市」)に選定。続いて2015年には**札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市**が「グローバルMICE強化都市」に選ばれました。現在これらの都市が先行していますが、これに続く予備軍的な都市が確実に力をつけてきています。国内においてもMICEの都市間競争が激しくなり、より戦略的な動きが求められています。

Q10

なぜトッパンがMICEに取り組んでいるのですか？

MICEに取り組む理由は、トッパンは100年以上にわたる**マーケティング総合企業**であり、マーケティングの集積といえるMICEとの親和性が高いことです。また、いち早くデジタル化を進めたトッパンは社会的な課題に**デジタル技術**を応用するノウハウを蓄積していて、これはMICEの誘致や開催効果を高めることに力を発揮します。さらに、全国約300拠点に各地域の産官学市民の**ネットワーク**を構築しており、このネットワークはMICEを進めるうえで大きな強みとなります。

MICEの今とその後 地方創生を支援する トッパンのMICEソリューション

未来を創るエンジンとしてのMICE

MICEという大規模な国際会議を思い浮かべますが、それにこだわる必要はありません。人と人が顔を突き合わせて議論することで新しいアイデアや気づきを得ることができれば、それは立派なMICEと考えられます。

最近、MICEを通して新しい考えや価値が創出されることが注目され、MICEはイノベーションの創出に役立つと考えられるようになりました。地方創生や地域産業の活性化、ビジネス機会の増大など、主にビジネス分野への活用が進んでいます。MICEは目的ではなく、手段です。未来のためにMICEをどのように活用するか。その視点が重要となります。

これからのMICEは「創出型」

国際会議場と有名な観光地さえあれば国際会議が誘致できた時代は終わり、都市をあげた連携体制がないとMICEを誘致することが難しくなりました。その一方で、誘致に多額の費用をかけたところで本当に開催の効果があるのか、その投資効果についても厳しく問われています。

そのような中、MICEのイノベーション効果を重視し、都市の集積度やその都市ならではの特性を活かした新しいMICEを創り出すことで、多くの成果をあげることが出てきました。このような創出型MICEでは、開催地としての独自性を発揮することで他の都市との差別化がしやすいという利点があります。また、はじめから開催効果を算出でき、開催時期を独自に設定できることからMICE開催の年間平準化が可能となります。これからのMICE振興の方法の一つとして、この創出型MICEが今、世界的に注目されています。

トッパンが提供する新しいMICE

トッパンのマーケティングノウハウは、都市の価値を高めるMICEの進行に貢献します。また、早くから進めてきたデジタル化の技術は効率的なプロモーションや交流、マッチングのレベル向上に役立てられます。さらに、トッパンの全国300の拠点における産官学市民のお客さまや企業団体のネットワークはMICE開催の告知や情報発信を支えます。

すでにトッパンでは、企業系国際会議や大規模展示会の運営実績がありMICEで重要視されるユニークベニューの分野では、観光庁や自治体向けの調査や開発、プロモーション事業において多くの実績を蓄積しています。各地域の特性を活かしてイノベーション効果を重視する新しい創出型MICEを提案するとともに、海外のMICE市場の動向に対応し、MICE推進のステップに合わせた戦略的な「MICEソリューション」を提供します。

トッパンのMICEソリューション

MICEの戦略策定

都市にふさわしいMICE戦略の立案や推進組織づくりなど、現状調査・解析から目標設定までをサポートします。

MICEの誘致

誘致のためのマーケティングから、都市のMICEブランド確立、プロモーション施策の提案・実行までをサポートします。

MICEの受入れ整備

MICEの主催者・参加者の満足度向上のためのインフラの整備から、都市をあげた組織的対応ができる仕組みづくりを行い、競争力強化をサポートします。

MICE開催の運営

MICEを成功させるために主催者に寄り添い、また、本来の目的を達成できるように地域のMICE関係者と緊密な連携を取ること、効果的な運営をサポートします。

MICE効果の最大化

イノベーションを誘発しビジネスの機会を増大させるほか、ユニークベニューをはじめとするMICE商品の開発をサポートします。

新しいMICEの創出

誘致競争激化の中で、競争を避け、かつ都市の強みを活かせるその都市ならではの新しいMICEを創出することで、強力かつ戦略的なMICEの差別化をサポートします。

MICE産業クラスターの育成

MICEを推進する都市にとって、地元との連携を得意とするPCOやDMOなどの新しいMICEビジネスの創出を支援し、MICE産業クラスターの育成までをサポートします。

MICEによる都市の発展 地方の創生

Toppan MICE Report

ケーススタディ 香川県高松市のMICE戦略策定

全国各地でMICEへの関心が集まっていますが、香川県高松市は過去に数々の国際会議の誘致・開催実績を持つMICE先進都市です。トッパンは高松市の委託を受け、地域の特性を活かしながら創出型MICEを盛り込んだ戦略策定の業務を進めています。

MICEのポテンシャル

瀬戸内海に面した高松市は、四国の入り口となる交通結節点です。JR高松駅と直島などの島々を結ぶ港のエリアには国際会議場、展示場、ホテルが集積しています。また、ソウル、台北、上海、香港のアジア4都市と定期航空路線により直結されており、海外からのアクセスも良い立地です。

高松市では長年、独自の「多核連携型コンパクト・エコシティ構想」を推進しています。市内に定めた17カ所の拠点で公共交通や自転車などの環境に優しい交通手段で結ぶことで、有機的な回遊性をもたらしています。そして市の中心地にある丸亀町商店街は、その積極的な活動が全国の商店街関係者の模範となり、毎年多くの自治体関係者が視察に訪れています。

2010年に始まった瀬戸内国際芸術祭は、2016年で3回目の開催となりました。国内外の作家によるアート作品が灘島を中心に展示され、関連イベントも毎回話題を集めています。2016年の春・夏・秋会期(計108日間)での総来場者数は約104万人で、その約1割が外国人です。海外においても現代アートの祭典として人気が高く、このことから地域再生のモデルとして注目されています。

MICE都市としての実績を蓄積

2011年の第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会、2016年のG7香川・高松情報通信大臣会合、そして2018年に開催を控える地球大気化学の国際会議など、高松市は多様な国際会議の誘致・開催実績を持ちます。加えて、コンベンションエリアであるウォーターフロントのMICE複合施設を活かしたMICE戦略を策定することで、より一層のMICE振興を計画しています。

MICE戦略としては、国内外の専門家や市民たちの交流機会を増

加させ、高松市ならではのMICEコンテンツによる新しいMICEを創出することにより、「イノベーションが起きる創造都市」をMICEで創出することを目指し、「高松市のMICE都市」としての世界ブランドを確立することを目標としています。

トッパンは高松市のMICEを推進する戦略パートナーとして、MICEの振興に取り組んでいます。これまでも観光情報発信や、屋島の古代山城や高松城のAR・VRの制作などに協力してきました。さらに、マーケティング力やデジタル技術の展開力を活かしたMICEの専門家集団として、トッパンはこれからも積極的に高松市を支援していきます。

MICE戦略策定業務フロー



ソーシャルビジネスセンターについて

トッパンは1900年の創業以来、「印刷技術」を進化させると同時に、事業分野の拡大に努め、事業活動を推進する中で培われたマーケティング力、IT力、クリエイティブ力などのさまざまなナレッジを深耕することで、印刷だけではなく、調査分析、戦略策定から商品開発、コミュニケーションのプランニング、実施に至るまでの幅広いソリューションを提供してきました。

Advantage ①

マーケティング戦略策定、コミュニケーション企画立案・制作・実施までの一貫体制

Advantage ②

最先端のセキュリティ技術による媒体製造、個人情報管理などの現場運用力

Advantage ③

印刷のみならず、映像、VR、他言語対応など総合的なコンテンツ制作、管理、加工技術

近年、少子高齢化やまちづくりなどの社会的課題が大きくクローズアップされる中、政府が中心となり、地域サービスや社会インフラの再構築が進められています。自治体においても、個人番号カードが導入され行政サービスの電子化も進むなど、今後は市民目線でのサービスイノベーションが期待されます。

これまでの強みをベースにしながら、こうした社会課題に対応するビジネス創出機能が「ソーシャルビジネスセンター」です。さまざまな社会実証のノウハウと、省庁や有識者などからの情報・ナレッジを集約し、多種多様なプレイヤーをまとめるコーディネート力を駆使して、運用までを見越したトータルソリューションを提供していきます。

Social Business Center

産官学 ネットワーク

さまざまな実証事業を通じて培った有識者ネットワークと幅広い取引先との協業実績

自治体ソリューション 開発力

関係省庁の施策内容等に精通した専門スタッフが課題に即したソリューションを開発

全国規模の PDCA

国内外の成功事例の分析や検証を行うことで最適な施策をご提案

Business field

健康・ライフサイエンス

ヘルスケア

介護

子育て

教育・文化交流

スポーツ

文化芸術

教育

都市空間・モビリティ

観光

ICT街づくり

防災

エネルギー・食料資源

環境

食農業

エネルギー

地方創生をはじめ地域包括ケア、言語・文化の相互理解、観光振興次世代ICT街づくりなど社会課題に対し積極的に取り組んでいきます



お問い合わせ

凸版印刷株式会社 情報コミュニケーション事業本部 ソーシャルビジネスセンター

〒112-8531 東京都文京区水道1-3-3 MAIL sobc_news@toppan.co.jp

Social Business News 創刊号

発行/凸版印刷株式会社 情報コミュニケーション事業本部 発行責任者/阿部一也 制作/トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社
発行日/2017年2月28日

※本掲載記事の無断転載を禁じます。