

日本のMICEの 国際競争力向上に向けて

一般社団法人MICE総研 主席研究員 紫富田 薫
上級研究員 管埜 寛之

韓国を代表する展示場であるKINTEXは今年9月、従来の53,541㎡の展示場に加えて同規模の第2展示場を開業。昨年シンガポールにMarina Bay Sandsがオープンしたのは記憶に新しいところだが、各国で大規模施設の開発がつつぎ、アジア各国のMICE市場では熾烈な競争が繰り広げられている。そこで今回は、海外のMICE事情に詳しい当法人（一般社団法人MICE総研）の紫富田薫主席研究員と管埜寛之上級研究員に、日本のMICEの国際競争力について語ってもらった。（進行は当法人・事務局）



韓国とシンガポールの成功要因

—— 国をあげてMICE振興に取り組んでいる韓国。ソウル市は世界で第5位のコンベンション都市をめざすと宣言し、計画より前倒しで達成*した。その成功要因はどこにあるのだろうか。*UIA（国際団体連合）統計より

管埜 韓国が成功を取めているポイントのひとつは、各都市が特色を出そうとしている点にあります。例えば釜山であれば、IT、金融、ロボットに特化している。「この分野のイベントだったらぜひ釜山で」と

いうことを明確に打ち出しています。ひとつの例として、東京ゲームショーと姉妹関係にあるイベント「G-STAR」は当初ソウルで開催されていましたが、2009年より開催が釜山に変更されました。一方、空港のあるインチョン市は、ハイテク、ロボティクスに特化しています。都市としてのグランドデザインをもって戦略的に展開している点が、韓国の大きな特徴といえます。

—— ここ数年で急成長を遂げている韓国のMICE業界だが、工夫や努力なしにこのような成果が得られた訳ではない。

管埜 結局、人材をどう育ててきたかということが非常に大きいと思います。先日、韓国のGlobal PCO Forumに参加した際にお会いしたハリム大学院のファン先生は韓国でも著名なコンベンション専門の教授ですが、そういう先生の下で学んだ大学の卒業生が韓国の現在のPCO業界の中心メンバーとなっています。長年の取り組みが、いま結実しつつある。また、各国で開催されるMICE関係のイベントに行っても、この国だったらこの人という人がいるわけです。日本だと、なかなかそういう人材はいません。

—— 韓国と並んでMICE先進国として知られているのがシンガポールだ。

紫富田 シンガポールはアジアのハブといえる立地で、多くの組織のアジア本部があります。ジュネーブなどと同じで、機能があるからこそ会議があるという側面があります。

—— 日本に国際本部を誘致し、関連する会議を誘致する戦略も考えられるが。

紫富田 まず、キーパーソンの存在が必要であり、言葉の問題もあります。日本の医学会をはじめ、科学技術のレベルや経済の力を考えると、もっと国際会議を誘致できるはずですが、実現できていないのが現状です。

管埜 シンガポールの成功要因のひとつに、政府観光局が力を入れており、大きな費用負担をしている点あげられます。同国で開催する際のメリットを相当アグレッシブに訴えている結果で、MICEを誘致する仕組みが整っています。

—— 日本は海外に向けて、どんな情報発信ができてきているのだろうか。

紫富田 海外のMICE施設の関連書

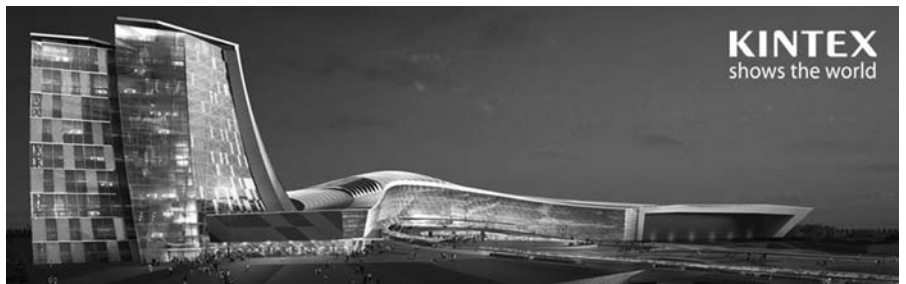
籍をみても、ほとんど日本の情報がないのが実状です。そうした点を改善するために、日本のMICE施設を載せてもらうよう我々も海外のMICE関連の出版社に働きかけていますが、まだ十分とはいえません。積極的な情報発信については、先日、おもしろい例がありました。ある日本のドクターが国際会議の誘致に成功したのですが、それを聞きつけたアジアのリゾート地の施設からセールスのメールが届いたのです。会議をその国で開催したら物価も安いし、ぜひやりましょうと。日本がそこまで積極的に活動しているかということ、どうでしょうか。海外に目を向けたセールスができてきているかということ、必ずしもできていません。フットワークの軽さや情報発信など、日本が見習うべきことがたくさんあります。

—— 施設面からみた国際競争力という意味では、海外からの人材を積極的に登用しているかどうかという点も大きい。

管埜 韓国の大規模MICE施設であるCOEXにはオーストラリア人の海外対応マネジャーがいます。中国・北京の国家会議中心にも同様のマネジャーがいます。両施設とも、効果的な海外対応とPRを重視した体勢をとっているのです。

—— 管埜研究員の話では、MICE施設のタイプにはヨーロッパ型とアメリカ型の2つのパターンがあるということだ。

管埜 ヨーロッパ型の代表は、ドイツのフランクフルトにあるMesse Frankfurt。もともと展示場として作られた施設ですが、会議ニーズも満たすため、隣接して会議施設ができています。一方で、アメリカ型は展示場と会議場がほぼイコールになったタイプ。つまり、あるときは会議場になり、ある時は展示場になる。代表格であるアメリカ・サンフランシスコのMoscone Centerは非常にうまく仕組みになっていて、基調講演の会場にもなるし、展示場にもなる。日本



の多くの施設は、どちらのタイプにもなりきれていません。

国際競争力強化に向けた展望

—— それでは、勢いのある韓国やシンガポールのMICE業界に対して、日本のMICE業界はどこに活路を見出せばよいのだろうか。

紫富田 以前に比べれば、かなり状況はよくなっています。監督官庁である観光庁ができ、大学の学科も増えています。ただ、これは強く言いたいことですが、いい人材が集まるためには、MICE関連の仕事が「あこがれの職業」になることが大切。そうすると、いい人材がもっと集まって業界全体のレベルが上がります。また、国際会議の運営業務については、入札で業者が決まってしまう今の状況がつづくとも価格競争となり、業界全体が疲弊してしまいます。

国内で疲弊して国際的に勝てる力がつくわけがありません。

管埜 私が20年前に展示業界に入ろうとしたときは、日本語のろくな資料も大学の学科もありませんでした。人材育成にしても、コンベンションの学科なりカリキュラムを作ってくれる大学に補助金を出すとか、国が認定して推薦制度を設けるとか、グランドデザインを描いた上で進めることが必須だと思います。



MICE 総研の主力業務

- ① 国際会議・国内会議・展示会に関する各種支援事業
- ② PFI・PPP（官業民営化）の推進
- ③ 会議施設・文化集客施設開発の企画・調査
- ④ 海外 MICE 関連事業調査
- ⑤ MICE 関連の広報・出版活動