

Ⅲ-4 集客交流施設、MICE

1 集客交流施設

遊園地・テーマパークは過去最高を更新
積極的なイベント開催や施設充実への展開

(1) 遊園地・テーマパークの売上高、入場者数などの推移

●売上高、入場者数とも過去最高

14年度の遊園地・テーマパークの売上高は6,288億6,200万円(前年度比6.8%増)、入場者数は7,994万人(前年度比4.7%増)であり、2000年の調査開始以降最も多かった。また、従業者数は36,946人(前年度比2.9%増)と前年度を上回った(表Ⅲ-4-1-1)。主要施設の入場者数もほとんどの施設で前年度から増加した(表Ⅲ-4-1-2)。14年4月に消費税率が5%から8%に引き上げられ、入園料や飲食料金を引き上げた施設もあったが、ファミリー層やシニア層を中心として底堅い需要があることを背景に、新規イベントの実施や新規エリアのオープンなどによる効果があったものと考えられる。また、円安を背景とする外国人観光客の来訪増も好調の要因と考えられる。

(2) 遊園地・テーマパークの動向

●施設充実への投資継続、新施設建設の動きも

14年度も多くの遊園地・テーマパークで施設充実への投資が展開された。

遊園地では、東武動物公園(埼玉県宮代町)で街をテーマとしたアトラクションエリア「ハートフルタウン」が、鈴鹿サーキット(三重県鈴鹿市)で冒険・発見・体験をテーマとした「アドベンチャービレッジ」が14年3月にそれぞれオープンした。14年7月には東京サマーランド(東京都あきる野市)で、高さ約19mのスタート台から4~6人乗りの専用ボートで最大斜度約47度のファンネル形状のコース斜面などを水流に乗って滑走する、全高約24m、コース全長約131mの大型アトラクション「DEKASLA(デカスラ)」がオープンした。

テーマパークでは、14年4月に全国で5カ所目となるアンパンマンをテーマとしたミュージアム「福岡アンパンマンこどもミュージアムinモール」がオープンした。14年7月にはユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府大阪市)で、総額450億円が投じられた、米ユニバーサル・オーランド・リゾートに続く世界で2カ所目の「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」がオープンした。14年9月には東京ディズニーランド(千葉県浦安市)で、ジャングルクルーズが「ジャングルクルーズ：ワイルドライフ・エクスペディション」としてリニューアルオープンした。同施設は世界のジャングルクルーズで初めて、アトラクション全体にオリジナルの音楽を導入し、また夜間だけしか味わえないナイトクルーズも実施している。

新施設としては、デンマークの玩具メーカー、レゴ社のブロックを使った屋外型テーマパーク「レゴランド・ジャパン」の建設が愛知県名古屋市内で15年4月にスタートした。9.3万㎡の敷地にアトラクションや飲食店、物販店などを設ける予定で17年春の開業を目指している。

●主要テーマパークの動向(表Ⅲ-4-1-2)

<東京ディズニーリゾート>

14年度の入園者数は約3,138万人と、東京ディズニーランド開業30周年に当たる13年度に記録した約3,130万人をさらに上回る、過去最高の入園者数となった。一方、入園者単価は、10,955円と前年度比1.1%減であった。

入園者数の主な増加要因としては、東京ディズニーランドで導入された新ナイトエンターテイメント「ワンス・アポン・ア・タイム」や新アトラクション「ジャングルクルーズ：ワイルドライフ・エクスペディション」などの効果に加え、ディズニー映画「アナと雪の女王」の人気の高まりを受け、新規スペシャルイベント「アナとエルサのフロズンファンタジー」が高い集客効果を発揮したことなどが考えられる。

東京ディズニーリゾートを運営する株式会社オリエンタルランドの14年度の売上高は4,663億円(前年度比1.5%減)、営業利

表Ⅲ-4-1-1 遊園地・テーマパークの売上高などの推移

	売上高 (百万円)		入場者数 (人)		従業者数 (人)	
		前年度比 (%)		前年度比 (%)		前年度比 (%)
2010年度	444,287	1.6	67,174,455	0.9	33,479	△ 0.2
2011年度	458,713	3.2	66,924,043	△ 0.4	34,181	2.1
2012年度	505,649	10.2	72,150,405	7.8	34,659	1.4
2013年度	588,871	16.5	76,371,049	5.8	35,897	3.6
2014年度	628,862	6.8	79,940,464	4.7	36,946	2.9

※前年度比は、2015年1月の調査対象の見直しによる数値の不連続を調整した数値であるため、表中の数値を計算したものと必ずしも一致しない。

資料：経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

表Ⅲ-4-1-2 主要施設の入場者数の推移

(単位：万人)

施設名	開業年	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
東京ディズニーリゾート（千葉県浦安市）	1983	2,537	2,535	2,750	3,130	3,138
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（大阪府大阪市）	2001	816	880	975	1,050	1,270
ハウステンボス（長崎県佐世保市）	1992	174	180	192	248	290
ナガシマリゾート（三重県桑名市）	1964	637	619	623	620	1,505 ^{※1}
鈴鹿サーキット（三重県鈴鹿市）	1962	196	195	198	197	199
富士急ハイランド（山梨県富士吉田市）	1969	186	189	196	216	227
よみうりランド（東京都稲城市）	1964	95	102	128	136	146
沖縄美ら海水族館（沖縄県本部町）	1979	284	264	277	304	323
東京都恩賜上野動物園（東京都台東区）	1882	268	471	383	349	369
名古屋市東山動植物園（愛知県名古屋）	1937	218	203	208	223	227
旭川市旭山動物園（北海道旭川市）	1967	206	172	163	165	165
東京ドームシティ アトラクションズ（東京都文京区）	2003	605	204	429	468	495

※1) 2014年度よりアトラクション施設も含んだ数

資料：新聞・雑誌記事および聞き取り調査により（公財）日本交通公社作成

益は1,106億円（前年度比3.4%減）であった。減少の主な要因は、13年の東京ディズニーランド開業30周年の関連商品の販売終了や宿泊客の減少などが考えられる。

15年4月には、東京ディズニーランド、東京ディズニーシーの今後の開発構想の方向性が発表された。東京ディズニーランドの「ファンタジーランドの再開発」は、複数のエリアで構成しその一部をディズニー映画『美女と野獣』『ふしぎの国のアリス』をテーマとする方向性に、東京ディズニーシーの「新テーマポート開発」は、一部のエリアをディズニー映画『アナと雪の女王』の世界をテーマとし、全体テーマを「北欧」とする方向性が発表された。

＜ユニバーサル・スタジオ・ジャパン＞

14年度は、開業初年度（01年度）に記録した年間入場者数最高記録（1,103万人）を上回る集客となり、前年度比21.0%増となる1,270万人となった。7月のハリー・ポッターの新エリアや、15年1月～6月までの期間限定で開催した新イベント「ユニバーサル・クールジャパン」が人気を集めた。新エリア開業以降は、関東や海外など関西圏以外からの集客が伸び、特に外国人観光客は6割以上伸びた。

15年3月にはファミリーに人気のエリア「ユニバーサル・ワンダーランド」をリニューアルオープン、4月から「ザ・リッツ・カールトン大阪」「ホテルオークラ神戸」「三井ガーデンホテル大阪プレミア」の3ホテルがパートナーホテルとして加入、5月には世界最新3Dライド「ハリー・ポッター・アンド・ザ・フォードダウン・ジャーニー」をオープンするなど、さまざまな集客策およびその高まる需要への対応策を講じている。

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、16年春に約100億円を投じ、恐竜を題材にしたジェットコースターの新設、新たなテーマパークを沖縄県に建設する方針を15年3月に明らかにしており、大阪以外の事業拠点を設けることも含め、積極投資を推進することとしている。

＜ハウステンボス＞

14年度の入場者数は290万人で前年度比16.9%増となった。14年9月期（13年10月～14年9月）の売上高263億円（前年同期比21.4%増）、営業利益が74億円（前年同期比51.9%増）、また、15年9月期の第2四半期まで（14年10月～15年3月）の売上高が148億円（前年同期比10.6%増）、営業利益が48億円（前年同期比14.7%増）と好調な業績で推移している。

好調の要因としては、イルミネーション展開1,000万球超とハウステンボスでしか体験できないスケールの「光の王国」に加え、国内最多650品種を取りそろえた「チューリップ祭」を14年2月からスタートさせたことで相乗効果が生まれ、冬の時期に日中から夜まで充実したコンテンツが提供されたこと、さらに、春以降「花の大祭典」「芝桜展開」「初夏の光の王国」「100万本のバラ祭」「あじさい祭」といった光と花をテーマとしたイベントを、夏の時期に「ゲームの王国」「水の王国」「ふわふわランド」といったファミリー層をターゲットとしたコンテンツを提供したことが考えられる。

(3) 大規模商業施設の動向（表Ⅲ-4-1-3）

14年オープンの施設で最も大きなものは、都内2番目の高さ247mの超高層ビル「虎ノ門ヒルズ」である。同施設はオフィスやマンション、国際会議場、商業施設、ホテルなどからなる複合施設で、ホテル「アンダーズ東京」はハイアット・ホテルズ・コーポレーションが手掛けるラグジュアリーブランドホテルである。同施設のある環状二号線新橋・虎ノ門間（新虎通り）は、東京都の「東京シャゼリゼプロジェクト」に指定されており、幅広い歩道を活かしたオープンカフェの立地などにより、外国人ビジネスマン・観光客も含めた国際色豊かなにぎわいを生み出していくことが期待されている。

外国人旅行者の取り込みとしては、外国人旅行者向け消費税免税制度が14年10月に改正されたことを受け、大規模商業

施設やテーマパークでも免税店認可への対応が進んだ。

大規模商業施設では、新たな形態を導入することによる魅力づくりも行われた。15年4月にオープンした「新宿東宝ビル」は、ホテルとシネマコンプレックスを核に、飲食・物販店もそろえた施設であるが、ホテルにゴジラルームを設けるなど東宝株式会社とのコラボレーションも行われた。また、同年4月に完成し

た二子玉川ライズの第2期事業「二子玉川ライズ・ショッピングセンター・テラスマーケット」は、「ライフスタイルを買う家電店」をコンセプトとし、商品を体感したりコンシェルジュに相談したりできる新たな形態の店舗「葛屋家電」が核テナントとして整備された。

(守屋邦彦)

表Ⅲ-4-1-3 2014年1月以降にオープンあるいはリニューアルなどを行った主な集客交流施設

施設名	所在地	整備主体	事業費(約)	開設日	施設内容
コレド室町2、コレド室町3	東京都中央区	三井不動産(株)	1,265億円(A、B街区全体)	2014.3	2010年10月開業の「コレド室町」に続き、2014年3月に「コレド室町2、3」がオープン。日本橋再生計画の一環として誕生した複合商業施設で、再開発地区全体の面積は約2万1,000㎡。江戸時代の日本橋の活気を再現しようという試みで、街区に面した通りはのれんやあんどんをモチーフにした外装デザインに老舗名店が軒を連ね、街歩きを楽しむ演出している。
柏の葉スマートシティセンター街区「ゲートスクエア」	千葉県柏市	三井不動産(株)	約1,000億円(148街区第1期開発までの計画確定済み)	2014.4～7	つくばエクスプレス「柏の葉キャンパス駅」周辺にエネルギー、防災、交通、健康、疾病・介護予防、ビジネス環境、国際交流空間など、さまざまな都市機能を高度化して集約した日本初の複合開発型スマートシティ。その先導エリアの「ゲートスクエア」には、イノベーションオフィス「KOIL」や地域一帯のエネルギーを管理する「柏の葉スマートセンター」、国際会議場まで対応する「柏の葉カンファレンスセンター」などが段階的にオープン。また、公・民・学連携の新しい教育研究拠点も開設された。
虎ノ門ヒルズ	東京都港区	森ビル(株)	2,340億円(道路含む)	2014.6	都心と湾岸を結ぶ幹線道路の環状2号線と一体で、総事業費2,340億円をかけて開発。地上52階建て、高さ247mの超高層ビルは、都内2番目の高さ。オフィスやマンション、国際会議場などが入る複合施設で、47～52階には高級ホテル「アンダーズ東京」が入居する。
名古屋ゼロゲート	愛知県名古屋市	(株)パルコ	16億円	2014.10	都心中低層商業施設ゼロゲートとしては、渋谷、心斎橋、道頓堀、広島に続く5番目の開業となり、5施設のなかで最大規模。多くの大型商業施設や路面店舗が立ち並び「大津通」に位置し、栄エリアのさらなるにぎわいへつなげる。
JRおおいたシティ	大分県大分市	九州旅客鉄道(株)(JR九州)	約200億円	2015.4	売り場面積計約3万6,000㎡のJR大分駅ビルで、日本最大級という約4,500㎡の屋上庭園にミニトレインや展望台、鉄道神社を設置。商業施設「アミュプラザおおいた」の他に、大分産の農産物や工芸品を扱う「豊後にわさき市場」「JR九州ホテルブラッサム大分」、地上80mの屋上露天風呂がある天然温泉の温浴施設「シティスパてんくう」などから構成される。
新宿東宝ビル	東京都新宿区	東宝(株)(株)コマ・スタジアム	232億円(投資額)	2015.4	東京・歌舞伎町の「新宿コマ劇場」「新宿東宝会館(新宿プラザ劇場)」跡地に開業。計970室の大規模ホテル「ホテルグレイスリー新宿」と、都内最大級12スクリーン約2,300席のシネマコンプレックスを核とした、エンターテインメントによる再開発事業。屋外テラスに設置された原寸大の「ゴジラヘッド」は新たなランドマークとなっている。
大分県立美術館	大分県大分市	大分県	約100億円	2015.4	建築界のノーベル賞と呼ばれる米ブリツカー賞を受賞した坂茂氏が設計を担当し、上層部に竹工芸を想像させるデザインを施したことなどが特徴。地下1階地上3階建てで、1階の外壁はガラス張りの折り戸とし、高さ約6mまで開閉できる開放的な構造。1階展示室の壁は可動式で、企画展に合わせて多様な展示方法が可能となっている。
さいたま新都心「コクーン2」	埼玉県さいたま市	片倉工業(株)	約155億円	2015.4	JRさいたま新都心駅前に新ショッピングセンター「コクーン2」がオープン。2004年開業の「コクーン1」(コクーン新都心から名称変更)、2015年7月にリニューアルオープンした「コクーン3」とともに「コクーンシティ」の中核を担う施設。全体では総営業面積7万3,000㎡の巨大商業エリアとなる。
二子玉川ライズ・第2期事業「二子玉川ライズ・ショッピングセンター・テラスマーケット」	東京都世田谷区	再開発組合(東京急行電鉄(株)、東急不動産(株))	392億円	2015.4	「二子玉川ライズ」全体の再開発事業施工地区面積は約11万2,000㎡で、うち第1期事業(約8万1,000㎡)は2011年3月に完成している。二子玉川公園をつなぐ歩行者専用通路沿いに、新業態の「葛屋家電」など商業店舗やシネマコンプレックス、広場空間を設けることで、回遊性の高い集客施設となった。6月の第2期事業完成後は、30階建ての高層棟も供用開始、高層部にはホテルが入る。
ゆめタウン廿日市	広島県廿日市市	(株)イズミ	205億円	2015.6	廿日市市が推進する、国や地方施設、民間施設、都市整備事業が連携した都市計画「シビックコア」のシンボル施設として、廿日市市役所周辺地区に開業する中国地方最大のサーキットモール。河口の立地を生かし、店舗裏には親水公園や広場を設置している。

※事業費が確認できるもののみ。およそ15億円以上を対象。

資料：新聞・雑誌記事をもとに(公財)日本交通公社作成

2 MICE

MICE各分野で堅調に増加
国がMICEの新たなブランドを決定
各都市でMICE施設整備が具体化

* MICE：企業などの会議 (Meeting)、企業などの行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体・学会などが行う会議 (Convention)、展示会・見本市/イベント (Exhibition/Event) の頭文字。概念としては外国人参加者の有無を問わない。

(1) MICEの現況

①ミーティング (M)、インセンティブ (I) の現況

ミーティング、インセンティブ分野は、統計データも未整備であり各分野の全体的な現況把握は困難である。しかし海外から日本を訪れるインセンティブ分野については、独立行政法人国際観光振興機構 (以下、日本政府観光局 [JNTO]) 各現地事務所が把握している情報に限定されるものの、主要な市場に関する動向が毎月「市場動向トピックス」として発表されているため、この内容をもとに、主要な市場別の日本へのインセンティブ旅行の現況を整理する。

<東南アジア>

東南アジアからのインセンティブ旅行は、タイ、インドネシアが活発であった。

タイからのインセンティブ旅行は、企業のインセンティブ旅行が2~3月に好調であり、60人以上の団体が2月は5団体 (計約500人)、3月は22団体 (計約2千人) であった。3月の22団体のうち、9団体は100人以上の規模で、業種は保険、製薬、化粧品、銀行、タイヤメーカーなどであった。また、訪問先としては北海道の人気が高く、22団体のうち10団体が北海道であった。5~6月は旅行のピークシーズンのほざまでであることから企業のインセンティブ旅行が活発化する時期である。5月はタイ陸軍のクーデターによる公務員の渡航自粛を受けて一部の政府系団体のインセンティブ旅行が中止となったが、60人以上の団体が15団体 (計2,066人。うち100人以上の規模は4団体) であった。業種は製薬、自動車、タイヤメーカーなどで、行き先は東京、箱根などであった。6月は民間企業のインセンティブ旅行は堅調に推移し、60人以上の団体が9団体 (計1,052人、うち100人以上の規模は5団体) であった。業種は銀行、建設会社などで、行き先は東京・箱根が6本、札幌・富良野・小樽が3本であった。10月は政府系組織のインセンティブ旅行が活発で、60人以上の旅行が12本催行された。行き先は東京・富士・箱根が9本のほか、ゴールデンルート、日光・仙台・東京、博多・阿蘇・湯布院・有田がそれぞれ1本であった。11月も好調でありインセンティブ旅行が20本催行された。行き先は東京・鎌倉・横浜・箱根が4本、名古屋・郡上八幡・大阪が6本、名古屋・郡上八幡・京都・大阪、名古屋・伊勢・熊野・和歌山が各4本、ゴールデンルート、博多・小倉・山口・淡路・鳴門・大阪が各1本であった。

インドネシアからのインセンティブ旅行は、航空券やツアーの 프로모ーション料金が設定されやすい2月に、日系企業のみならず、現地の金融系企業においても20~30人規模の訪日イン

センティブが活発であった。観桜ツアーのピークを過ぎた4月中旬以降は、企業のインセンティブ旅行が好調で、金融、自動車、医療、飲食などの業種で、50~200人規模のグループが多かった。さらに5月もインセンティブ旅行が好調で、2年置きに大規模インセンティブ旅行を行う電動工具の製造販売会社が14年に400人弱の旅行を催行した他、外資系保険会社も旅行を催行した。

インドネシアは日本車のシェアが96%を占めることから、隔年で秋に開催される東京モーターショーに合わせたインセンティブ旅行が活発である。今年は開催年でないことから、インセンティブ旅行が前年同月比1,000人以上の規模で減少した。

<東アジア>

中国、韓国からのインセンティブ旅行も活発であるが、14年は外的要因による変動が大きかった。

中国からのインセンティブ旅行は、13年12月末の安倍首相の靖国神社参拝の影響で、1月の公務団体、国営企業、教育関係団体の一部のインセンティブ旅行でキャンセルが発生した。しかし、その後3~4月には訪日旅行の需要が大きく回復し、桜鑑賞を目的としたインセンティブ旅行も実施された。

韓国からのインセンティブ旅行は、14年4月に発生した韓国西南海域での旅客船沈没事故を受け、韓国国内で自粛ムードが広がったこともあり、インセンティブ旅行についてもキャンセルが発生した。

②コンベンション (C) の現況

コンベンション分野は、国際会議 (日本政府観光局 [JNTO] の選定基準に準ずる) の統計データが整備されているため、このデータをもとに現況を整理する (国内会議 [外国人参加者数が基準に満たない会議など] の統計データは未整備)。

●国際会議の開催件数・参加者数の状況

13年に我が国で開催された国際会議 (14年数値は未発表) の件数は2,427件 (前年比3.9%、90件増)、参加者総数は1,428,592人 (前年比3.0%、43,477人減) となった (表Ⅲ-4-2-1)。

参加者数の内訳は、国内参加者が1,292,039人 (全体の90.4%)、外国人参加者が136,553人 (同9.6%) であり、外国人参加者の構成比が昨年より1.1ポイント減少した。

月別では、6月の他に9~11月の秋のシーズンでの開催が多く、この3カ月で件数ベースでは35.3%、参加者ベースでは39.2%

表Ⅲ-4-2-1 国際会議の開催件数・参加者数の推移

	開催件数 (件)	参加者数 (人)				
		総数	うち国内	うち外国人	構成比 (%)	
2009年	2,122	1,252,545	1,143,616	108,929	91.3	8.7
2010年	2,159	1,130,631	985,663	144,968	87.2	12.8
2011年	1,892	1,069,506	977,713	91,793	91.4	8.6
2012年	2,337	1,472,069	1,315,155	156,914	89.3	10.7
2013年	2,427	1,428,592	1,292,039	136,553	90.4	9.6

資料：日本政府観光局 (JNTO) 「国際会議統計」をもとに (公財) 日本交通公社作成

を占めている。最も多かった月は、件数では11月(319件、全体の13.1%)、参加者数では10月(272,039人、同19.0%)であった(表Ⅲ-4-2-2)。

●分野別・規模別の国際会議開催状況

分野別では、「科学・技術・自然」が1,077件(全体の44.4%)で、12年同様他分野と比較して非常に多い。以下「医

学」(480件、全体の19.8%)、「政治・経済・法律」(285件、同11.7%)と続く。構成比の前年比較で増加したのは、「政治・経済・法律」(1.2ポイント増)、「科学・技術・自然」と「芸術・文化・教育」(各1.0ポイント増)、一方減少が大きかったのは、「社会」(2.6ポイント減)、「医学」(1.4ポイント減)であった。

規模別では、「100~199人」が最も多く721件、次いで「100人未満」が648件で、これら200人未満の規模の国際会議で全体の56.4%を占めている。前年差を見ると、増加しているのは「100~199人」の1.7ポイント増、「100人未満」の1.0ポイント増、「200~299人」の0.2ポイント増で、「300~399人」以上は微減となっている(表Ⅲ-4-2-3)。

●都市別の国際会議開催状況

都市別の開催件数は東京(23区)が531件と最も多く、次いで福岡市の253件で、上位2都市は変動していない。3位の横浜市と4位の京都市は昨年と入れ替わったが、5位から8位の大阪市、名古屋市、千里地区、神戸市は12年同様の順位である。参加者数で見ると、件数で3位の横浜市は228,559人と東京に次いで多く、以下福岡市119,927人、大阪市111,662人と続く(表Ⅲ-4-2-4)。

●会場別の国際会議開催状況

会場別では、開催件数はパシフィコ横浜が12年と変わらず128件で最も多く、2位は12年の3位から上昇した九州大学で

表Ⅲ-4-2-2 月別の国際会議開催件数・参加者数(2013年)

	2013年			2012年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)	参加者数(人)	構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	129	5.3	△1.8	54,338	3.8	0.8
2月	167	6.9	△0.3	64,298	4.5	0.3
3月	227	9.4	△2.0	127,871	9.0	3.1
4月	126	5.2	△0.2	118,403	8.3	△0.1
5月	191	7.9	△0.5	143,154	10.0	0.5
6月	261	10.8	△1.8	164,323	11.5	1.3
7月	190	7.8	△0.5	88,639	6.2	0.6
8月	153	6.3	△0.5	64,012	4.5	0.7
9月	243	10.0	1.3	135,403	9.5	△2.9
10月	297	12.2	3.0	272,039	19.0	0.6
11月	319	13.1	2.3	152,245	10.7	△3.2
12月	124	5.1	1.0	43,867	3.1	△1.6
合計	2,427	100.0		1,428,592	100.0	

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-3 分野別・規模別の国際会議開催件数

(分野別)

	2013年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
政治・経済・法律	285	11.7	1.2
科学・技術・自然	1,077	44.4	1.0
医学	480	19.8	△1.4
産業	119	4.9	0.2
芸術・文化・教育	253	10.4	1.0
社会	93	3.8	△2.6
運輸・観光	20	0.8	0.4
社交・親善	37	1.5	0.4
宗教	4	0.2	0.1
スポーツ	8	0.3	△0.1
その他	51	2.1	△0.2
合計	2,427	100.0	

(規模別)

	2013年		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)
100人未満	648	26.7	1.0
100~199人	721	29.7	1.7
200~299人	300	12.4	0.2
300~399人	172	7.1	△0.7
400~499人	92	3.8	△0.0
500~999人	217	8.9	△0.6
1,000~1,999人	118	4.9	△0.9
2,000人以上	159	6.6	△0.5
合計	2,427	100.0	

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議観光統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-4 都市別の国際会議開催件数

2012年				2013年			
順位(件数)	都市	件数(件)	参加者数(人)	順位(件数)	都市	件数(件)	参加者数(人)
1	東京(23区)	500	214,425	1	東京(23区)	531	298,473
2	福岡市	252	171,049	2	福岡市	253	119,927
3	京都市	196	114,257	3	横浜市	226	228,559
4	横浜市	191	225,951	4	京都市	176	96,020
5	大阪市	140	96,544	5	大阪市	172	111,662
6	名古屋市	126	126,500	6	名古屋市	143	70,677
7	千里地区	113	20,896	7	千里地区	113	22,475
8	神戸市	92	124,681	8	神戸市	93	47,165
9	仙台市	81	32,406	9	札幌市	89	51,777
10	札幌市	61	61,675	10	仙台市	77	47,500

(注) 千里地区：大阪府豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市

資料：日本政府観光局(JNTO)「国際会議観光統計」をもとに(公財)日本交通公社作成

127件であった。参加者数でもパシフィコ横浜が210,200人と最も多く、2位は12年5位の大阪国際会議場で79,702人、3位は福岡国際会議場の72,241人となっている。開催件数では上位11会場（10位が2会場）のうち大学が8つを占めるが、参加者数では上位10会場のうち会議場施設が8つあった（表Ⅲ-4-2-5）。

●国際的に見た日本のコンベンションの開催状況

ICCA（国際会議協会：International Congress and Convention Association）が発表した、14年に世界で開催された国際会議数の統計によれば、世界全体の開催数は11,505件（前年比180件減）であった。このうち日本での開催数は337件で、前年より5件減であったものの、アジア・大洋州では3年連続1位となり、世界での順位は前年同様の7位であった。14年の世界全体の開催数が、リーマン・ショック以後の世界経済不況の余波の他、途上国での開催の減少などによる減少基調のなかで、日本についてはほぼ現状維持の件数であった。

都市別に見ると、アジア・大洋州のトップはシンガポールで142件（世界第7位）であった。日本でアジア・大洋州のトップ10に入ったのは東京のみ（アジア・大洋州第6位、世界第22位）で

あった。13年は、アジア・大洋州で東京より順位が1つ上の香港と10件の開催件数の差があったが、14年はアジア・大洋州第3位のソウルと9件の開催件数の差となっており、アジア・大洋州のなかでの東京の位置づけが高まっていることがうかがえる結果となった（表Ⅲ-4-2-6）。

③エキシビジョン（E）の現況

●展示会の開催件数・出展小間数・参加者数の状況

14年に我が国で開催された展示会の件数は685件（前年比4.6%、30件増）であった。また、出展者数104,532社（前年比9.4%、8,958社増）、出展小間数151,261小間（前年比10.8%、14,698小間増）、来場者数14,171,872人（前年比7.5%、1,147,374人減）と、来場者を除く項目で前年を上回った。来場者の減少については、東京、名古屋、大阪のモーターショーが非開催年であることが主な要因と考えられる（表Ⅲ-4-2-7）。

月別に見ると、全ての項目で10月が最も多く、展示会件数114件（全体の16.6%）、出展者数13,781社（同13.2%）、出展小間数26,994小間（同17.8%）、来場者数2,031,499人（同14.3%）

表Ⅲ-4-2-5 会場別の国際会議開催件数、参加者数

2012年			2013年		
順位	会場	件数(件)	順位	会場	件数(件)
1	パシフィコ横浜	84	1	パシフィコ横浜	128
2	大阪大学	82	2	九州大学	127
3	九州大学	80	3	大阪大学	84
4	京都大学	65	4	名古屋大学	76
5	東京国際フォーラム	53	5	京都大学	59
6	名古屋大学	52	6	北海道大学	50
7	国立京都国際会館	47	7	東京大学	44
8	国際連合大学	46	8	大阪国際会議場	43
9	つくば国際会議場	41	9	東北大学	39
10	東京大学	37	10	国際連合大学	37
	東北大学	37		東京ビッグサイト	37

2012年			2013年		
順位	会場	参加者数(人)	順位	会場	参加者数(人)
1	パシフィコ横浜	185,518	1	パシフィコ横浜	210,200
2	福岡国際会議場	101,976	2	大阪国際会議場	79,702
3	国立京都国際会館	84,755	3	福岡国際会議場	72,241
4	神戸ポートピアホテル	80,339	4	国立京都国際会館	66,621
5	大阪国際会議場	68,962	5	東京ビッグサイト	60,156
6	神戸国際会議場	65,473	6	幕張メッセ	48,053
7	幕張メッセ	56,262	7	名古屋国際会議場	40,624
8	東京国際フォーラム	41,100	8	東京国際フォーラム	34,978
9	東京ビッグサイト	39,945	9	京王プラザホテル	31,205
10	名古屋国際会議場	28,546	10	リーガロイヤルホテル大阪	31,080

資料：両表とも日本政府観光局（JNTO）「国際会議観光統計」をもとに（公財）日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-6 アジア・大洋州の都市別国際会議開催件数（順位上位の都市）

順位	2012年			2013年			2014年		
	都市名	件数(件)	世界順位	都市名	件数(件)	世界順位	都市名	件数(件)	世界順位
1	シンガポール	150	6	シンガポール	175	6	シンガポール	142	7
2	北京	109	13	ソウル	125	9	北京	104	14
3	バンコク	105	16	北京	105	18	ソウル	99	15
4	ソウル	100	17	バンコク	93	20	香港	98	16
5	香港	96	23	シドニー	93	20	台北	92	20
6	シドニー	86	24	香港	89	23	東京	90	22
7	台北	80	26	東京	79	26	シドニー	82	25
8	クアラルンプール	69	31	台北	78	28	クアラルンプール	79	28
9	東京	69	31	上海	72	29	バンコク	73	29
10	上海	64	35	クアラルンプール	68	33	上海	73	29

※2014年データ、5月20日発表

資料：日本政府観光局（JNTO）発表資料およびICCA発表資料をもとに（公財）日本交通公社作成

となっている。また全ての項目で8月、12月が少ないが、これは本統計が商談性の高い展示会、すなわちビジネスパーソンの来場者が多い展示会を対象としていることが理由と考えられる(表Ⅲ-4-2-8)。

●2014年に開催された主な展示会

14年に開催された展示会で最も来場者数が多かったのは「東京オートサロン2014 with NAPAC」(会場：幕張メッセ)の296,714人であった(昨年は282,659人で第3位)。これは、昨年第1位の東京モーターショー(会場：東京ビッグサイト)、昨年第2位の大阪モーターショー(会場：インテックス大阪)が今年是非開催年であったことが主な要因として考えられる。最も出展者数が多かったのは昨年に続き「FOODEX JAPAN2014(第39回国際食品・飲料展)」(会場：幕張メッセ)の2,808社・団体(昨年2,544社・団体)であった。なお、出展者数が2,000社・団体を越えた展示会は同展示会および「第78回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2014」「第77回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2014」(会場：ともに東京ビッグサイト)の3つのみであり、この状況は過去3年間と変わらない。

●第三者認証を取得した展示会

日本では、12年度から「展示会統計に係る第三者認証制度」が導入されている。本制度は、展示会の「来場者数」または「来場数」「出展数」および「出展面積」について、展示会統計に係る認証制度のガイドラインで定めた定義と指標に基づき、展示会統計情報に利用可能な展示会として、独立行政法人日本貿易振興機構、大規模展示場連絡会、一般社団法人日本展示会協会を構成員とする日本展示会認証協議会(JECC)が認証するものである。14年に認証された展示会は12件で、15年6月末現在では合計28件の展示会が認証を取得している(表Ⅲ-4-2-9)。

なお、同制度は14年6月にUFI(国際見本市連盟: Union des Foires Internationales)により、同連盟が定めている基準に完全に即していることが承認された。さらに同年10月には、JECCがUFIの公認認証機関として承認され、JECCの認証を得た展示会に対してUFIが定める基準に完全に即している旨を証明する認証書(Audit Certificate)を発行できることとなり、日本の展示会主催者・団体のUFI加盟の手続きが簡便になった。

表Ⅲ-4-2-7 展示会の開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数の推移

	開催件数(件)		出展者数(社)		出展小間数(小間)		来場者数(人)	
		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)		前年比(%)
2012年	610	6.5	89,476	1.1	133,834	△ 1.0	14,157,197	△ 1.0
2013年	655	7.4	95,574	6.8	136,563	2.0	15,319,246	8.2
2014年	685	4.6	104,532	9.4	151,261	10.8	14,171,872	△ 7.5

(注) 調査基準

- ①主催事務局への電話調査もしくはHPIによる実数把握が可能なもの ※小間数は非公開のものを除く
- ②商談性の高い展示会 ③一般来場者をターゲットにするイベントにおいても事務局が出展者への営業活動を展開しているもの
- ④関係者のみの来場者のため数値を公表しない展示会でも聞き取りが可能なもの ⑤企業単独のプライベートショーは除く

資料：(株)ピーオービー「展示会データベース」「展示会とMICE」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-8 月別の展示会開催件数・出展者数・出展小間数・来場者数(2014年)

	開催件数			出展者数			出展小間数			来場者数		
	件数(件)	構成比(%)	前年差(ポイント)	社数(社)	構成比(%)	前年差(ポイント)	小間数(小間)	構成比(%)	前年差(ポイント)	人数(人)	構成比(%)	前年差(ポイント)
1月	58	8.5	0.4	8,356	8.0	1.7	10,041	6.6	0.7	1,500,671	10.6	1.8
2月	64	9.3	△ 0.2	11,713	11.2	1.4	24,625	16.3	6.5	1,709,399	12.1	1.5
3月	42	6.1	△ 0.9	6,950	6.6	△ 0.3	12,659	8.4	△ 2.2	1,052,315	7.4	△ 1.8
4月	62	9.1	0.7	6,094	5.8	0.0	8,386	5.5	△ 0.3	1,037,537	7.3	△ 3.7
5月	70	10.2	△ 1.7	11,577	11.1	△ 0.0	11,128	7.4	△ 2.1	1,714,098	12.1	0.1
6月	61	8.9	△ 0.1	7,266	7.0	△ 1.0	12,386	8.2	1.5	951,924	6.7	1.1
7月	71	10.4	2.6	9,322	8.9	0.9	7,388	4.9	△ 1.9	1,194,236	8.4	3.2
8月	18	2.6	△ 1.2	4,949	4.7	0.4	5,341	3.5	△ 0.9	360,449	2.5	△ 0.4
9月	58	8.5	△ 1.1	9,068	8.7	0.1	15,230	10.1	2.1	1,200,906	8.5	△ 0.2
10月	114	16.6	0.9	13,781	13.2	△ 0.0	26,994	17.8	3.6	2,031,499	14.3	2.9
11月	52	7.6	1.0	12,921	12.4	△ 2.8	10,927	7.2	△ 6.6	965,337	6.8	△ 2.5
12月	15	2.2	△ 0.4	2,535	2.4	△ 0.2	6,156	4.1	△ 0.5	453,501	3.2	△ 2.0
合計	685	100.0	—	104,532	100.0	—	151,261	100.0	—	14,171,872	100.0	—

(注) 構成比は四捨五入により合計100%にならない場合がある

資料：(株)ピーオービー「展示会データベース」「展示会とMICE」をもとに(公財)日本交通公社作成

表Ⅲ-4-2-9 これまでに第三者認証を取得した展示会一覧

	展示会名称 (略称)	主催者
2012年認証		
1	第22回フラインテックジャパン	リードエグジビジョンジャパン (株)
2	Bio tech 2012	リードエグジビジョンジャパン (株)
3	第9回国際フラワーEXPO 第6回国際ガーデンEXPO	リードエグジビジョンジャパン (株)
4	危機管理産業展2012	(株) 東京ビッグサイト
5	Japan IT Week 秋 2012	リードエグジビジョンジャパン (株)
6	コールセンター/CRM デモ& コンファレンス2012in東京	UBMジャパン (株)
2013年認証		
7	nano tech 2013	(株) ICSコンベンションデザイン
8	スマートエネルギーWeek2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
9	Japan IT Week 春 2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
10	日本ものづくりワールド2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
11	危機管理産業展2013	(株) 東京ビッグサイト
12	Japan IT Week 秋 2013	リードエグジビジョンジャパン (株)
13	コールセンター/CRM デモ& コンファレンス2013in東京	UBMジャパン (株)
2014年認証		
14	ネブコンジャパン2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
15	ネット&モバイル通販 ソリューションフェア2014in東京	UBMジャパン (株)
16	ENEX2014 Smart Energy Japan 2014	(一財) 省エネルギーセンター (株) ICSコンベンションデザイン
17	nano tech 2014	(株) ICSコンベンションデザイン
18	スマートエネルギーWeek2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
19	Japan IT Week 春 2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
20	ビューティーワールドジャパン	メサゴ・メッセフランクフルト (株)
21	インテリア ライフスタイル	メサゴ・メッセフランクフルト (株)
22	日本ものづくりワールド	リードエグジビジョンジャパン (株)
23	第1回ライブ&イベント産業展	リードエグジビジョンジャパン (株)
24	総務・人事ワールド2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
25	Japan IT Week 秋 2014	リードエグジビジョンジャパン (株)
2015年認証		
26	スマートエネルギーWeek2015	リードエグジビジョンジャパン (株)
27	第25回フラインテック ジャパン 第15回光・レーザー技術展 (Photonix2015) 第6回高機能素材ワールド	リードエグジビジョンジャパン (株)
28	Japan IT Week 春 2015	リードエグジビジョンジャパン (株)

資料：日本展示会認証協議会ホームページ (15年6月末現在) をもとに (公財) 日本交通公社作成

(2) MICEをめぐる動き

① 国の動き

●「日本再興戦略」改訂2014に引き続きMICEが位置づけ

13年6月に閣議決定された「日本再興戦略」において、MICEは多くの人や優れた知見、投資を呼び込む重要なツールとして位置づけられた。14年6月に閣議決定された「日本再興戦略」改訂2014においては、同月に観光立国推進閣僚会議において決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」に基づき、「国際会議等 (MICE) の誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み」に取り組むことが位置づけられた。

●MICEのブランド化

観光庁は15年4月、新しい日本のMICEブランドを市場に導入するとともに、MICEの誘致・開催の促進についての取り組みを一層強化するため、新たなブランドコンセプトをもとにブランドロゴを決定した。新たなブランドコンセプトでは、「日本のMICEの価値」の訴求だけにとどまらず、今後「日本のMICEが進化すべき方向」を定め、その結果もたらされる「日本のMICEが目指す姿」を「日本の感性と知性が、ビジネスを未来に動かす。」としている。ブランド名称は、海外における日本のMICE事業の認知度向上のために、その事業内容をより正しく分かりやすく伝えることを目的に「Meetings & Events」とし、タグラインは、日本のMICEブランドのコンセプトを一言で表現し、海外と国内向けにそれぞれ働きかける言葉として「New ideas start here」としている。なお、ブランドロゴはジャパン・エンドレス・ディスカバリーと同様の桜をあしらったデザインである。

●グローバルMICE戦略・強化都市への支援事業終了と グローバルMICE強化都市の選定

観光庁は13年6月にグローバルMICE戦略・強化として7都市 (戦略都市：東京、横浜、京都、神戸、福岡、強化都市：大阪、名古屋) を選定し、2年間にわたり支援事業を実施してきた。14年度末に開催された「グローバルMICE戦略都市選定・評価委員会」では、2年間の事業報告および各都市の評価を行うとともに、グローバルMICE都市事業の今後のあり方について議論が行われた。その結果、7都市に対する観光庁支援事業は14年度で終了し、15～16年度の2年間、各都市において国際会議の誘致活動や体制強化などに自主的に取り組み、16年度末に改めて各都市の取り組みや実績の評価を同委員会で行うこととなった。

15年6月、観光庁は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(同月、観光立国推進閣僚会議決定) に従い、グローバルレベルのMICE誘致力を有する都市の裾野の拡大を目的に、「グローバルMICE強化都市」として札幌市、仙台市、千葉県千葉市 (千葉県と千葉市が共同応募したためこの表記)、広島市、北九州市を指定した。今後これらの都市に対して、外国人専門家によるコンサルティング、海外MICE専門誌の記者招聘などによる広告宣伝、ステークホルダー連携支援、セミナーの開催などの支援が行われる。

●新たなMICEアンバサダーの委嘱

観光庁が日本政府観光局 (JNTO) と共同で実施しているMICEアンバサダープログラムにおいて、14年9月、新たに5人を委嘱した (同月時点でMICEアンバサダーは計13名)。今回委嘱された5人は、それぞれの専門分野で国際的に影響力のある研究者や産業界のリーダーで、1,000人以上の参加者が見込まれる大型国際会議の誘致や開催の促進が期待されている。

●MICE開催による経済波及効果測定モデルをバージョンアップ

観光庁は14年7月、「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル」をバージョンアップした。具体的には、これまで全国のみでしか算出できなかった経済波及効果が、

全国・都道府県・国際会議観光都市別に算出可能となった他、国際会議の医学系、科学・自然・技術、その他の3区分への細分化、アウトプット形式に図の追加などが行われた。このモデル活用により、各自治体・民間企業などがMICEの経済波及効果を具体的に把握することが可能になり、MICE誘致・開催の取り組みが一層促進されることが期待されている。

●国際会議誘致ガイドブックを改訂

観光庁と日本政府観光局（JNTO）は、国際会議を誘致したいと考えている自治体、コンベンション推進機関や会議施設などを主たる読者と想定した「国際会議誘致ガイドブック」を09年に作成しているが、14年6月、国際会議の誘致を巡る最新トレンドなどを踏まえ改訂した。改訂されたガイドブックは、事例・データを紹介し、最新の観光庁および日本政府観光局（JNTO）の施策・取り組みなどを盛り込んだ内容となっている。

●ユニークベニューハンドブックの作成

観光庁では、文化施設や公的空間などのユニークベニューとしての利用の活性化などを促すことを目的に、施設関係者、利用事業者、自治体関係者などからなる「ユニークベニュー利用促進協議会」を13年8月に設置している。同協議会で検討の結果、ユニークベニューのケーススタディやユニークベニューとしての貸し出しまでのステップなどを示した「ユニークベニューHANDBOOK博物館・美術館編」が14年3月に作成された。同ハンドブックは、ユニークベニューとしての施設活用を多くの事例とともに紹介する第1部・入門編と、ユニークベニューとしての貸し出し条件の設定、情報提供などの実務を解説する第2部・実践編で構成されている。

②業界（企業）の動き

●大型国際会議の誘致決定相次ぐ

2,000人規模以上の大型国際会議の誘致決定が14年7～8月に相次いだ。まず7月には、参加規模2,500人（うち海外500人）の「世界音楽療法大会」（つくば国際会議場、17年7月開催予定）、および参加規模2,000人（うち海外1,200人）の「国際ゾント世界大会」（パシフィック横浜、18年6月開催予定）が決定した。8月には、参加規模6,000人（うち海外1,000人）の大型国際会議・展示会「シエグラフ・アジア」（神戸国際会議場・神戸国際展示場、15年11月開催）、および参加規模2,000人（うち海外1,500人）の「世界牛病学会」（札幌コンベンションセンター、18年8月開催予定）が決定した。いずれも日本の国際会議開催地としての魅力が評価されており、特に世界牛病学会については、北海道が国内でも産業動物臨床医や乳牛養頭数が多いという地域特性に対する評価の高さが、国際会議の誘致成功の大きな要因となった。

●「ジャパン・トラベル・ウィーク」の開催

14年9月に、初の試みとして、国内最大のインバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベルマート2014」およびインセンティブ旅行を中心としたMICE商談会「VISIT JAPAN MICEマート2014」が、旅のイベントである「ツーリズムEXPOジャパン」と同時開催された。海外バイヤーは347社（27カ国・地域）、海外メ

ディアは12社（10カ国・地域）の参加であった。また、これらのイベントが開催される9月24日～9月30日までの1週間を「ジャパン・トラベル・ウィーク」と称し、今後もこの名称を用いて、これらイベントの国内外での認知度向上を図るとともに、イベント間で連携することにより相乗効果を高めることとなった。

●日本PCO協会と日本コンベンション事業協会が統合

一般社団法人日本PCO協会（JAPCO）と一般社団法人日本コンベンション事業協会（CPA）の2団体は、14年12月にそれぞれ臨時総会を開催し、15年に両団体が統合し、国内最大のコンベンション事業団体となる一般社団法人日本コンベンション協会（Japan Convention Management Association：JCMA）を発足させることを発表した。JCMAは「人が集うと世界が動く」を合言葉に、複数の専門委員会などを通じてMICE産業の発展と活性化、国際競争力の強化を推進していくこととしている。

③各都市での動き

●各都市でMICE施設の整備、検討が活発化

国のMICE推進の方針を受けるように、各都市ではMICE施設の整備に関する取り組みが進められている。

仙台市では14年7月、夢メッセみやぎの西に隣接する仙台港国際ビジネスサポートセンタービルの1階、2階部分が展示施設・会議施設に改修され、新たに「夢メッセみやぎ西館」としてオープンした。同施設は1,295㎡の展示場やシアター形式で670席のホールの他、複数の会議室や研修室を備えている。また同市では15年4月、既存の仙台国際センター隣に展示施設「国際センター展示棟」（展示面積3,000㎡）がオープンした。国際センターとは内部渡り廊下で連結されており、一体利用が可能となっている。なお、15年12月には新規開業する地下鉄東西線の新駅が同施設の近くに設置される予定となっており、開業後は仙台駅から地下鉄で4分の好アクセスを誇る施設となる。

東京都では、東京ビッグサイト拡張計画の具体化検討が進められ、14年10月に基本計画が策定された。同計画では、東京ビッグサイトの西展示棟南側に延べ床面積65,000㎡程度の新規拡張施設を建設することとしている。同施設は、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会期間中、メインプレスセンターとして利用される予定である。大会後は本来の展示施設として有効活用することが想定されており、拡張施設の展示面積は20,000㎡とされている。なお、同施設は2層の展示フロアの他、会議室や飲食施設、500台を収容できる立体駐車場、西展示棟と接続する連絡通路などを整備する計画となっており、遅くとも19年12月までの完成を目指すこととされている。また同月、東京ビッグサイトの東展示棟臨時駐車場に、延べ床面積20,000㎡程度（展示面積16,000㎡程度）の仮設展示場が16年中に整備されることが発表された。同展示場は1層の展示ホールの他、会議室などの整備が予定されている。

沼津市では14年7月、総合コンベンション施設「ふじのくに千本松フォーラム（愛称：プラサ ヴェルデ）」がグランドオープンした。同施設は13年に先行オープンした展示イベント施設「キラ

メッセぬまづ」(展示面積3,875㎡)、1,000人規模のコンベンションホールを有する「コンベンションぬまづ」、150室の客室を有する「ダイワロイネットホテルぬまづ」で構成されている。

富山県では、15年春の北陸新幹線の開業を一つの契機として、県内の大規模展示施設の今後のあり方を考えることを目的に、経済団体の代表、有識者などからなる懇談会が設置され、その検討結果が14年3月に「大規模展示施設・機能の充実のあり方について」として取りまとめられた。この提言を受け、富山産業展示館(テクノホール)新展示場の増築について検討が進められ、15年7月には、展示面積約3,640㎡のホール増築など、基本設計の概要が公表された。

福岡市では、15年2月MICE関連施設の整備方針案が明らかにされた。同方針案では、展示面積約5,000㎡の新たな展示場の他、2,500~3,000席規模のホール機能を有する施設や、VIP向けの質の高い部屋を備えた250~300室程度のホテル、駐車場、各施設をつなぐ歩行者デッキの整備が想定されている。なお、新たな展示場は20年度のオープンを目指している。

熊本市では15年5月、MICE施設を含む市街地再開発事業の施行が認可された。同再開発事業では、会議・展示施設を有する「熊本城ホール(仮称)」の他、商業施設やバスターミナル、約200室のホテル、164戸のマンション、駐車場などを建設する他、シネマコンプレックス(複合映画館)の誘致も目指している。なお、同事業は16年夏ごろに着工、18年秋の完成を目指している。

●東京都が「ビジネスイベント先進エリア」を指定

東京都は14年10月、会議・展示、宿泊施設などのMICE施設が集積するエリアで、関連する主体が一体となって受入環境整備に取り組む団体などを「東京ビジネスイベント先進エリア」として指定した。指定されたのは「一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会(指定エリア:大手町・丸の内・有楽町地区)」「Destination Marketing Organization

(DMO)六本木(指定エリア:港区六本木・赤坂・麻布エリア)」「臨海副都心まちづくり協議会(指定エリア:臨海副都心)」の3エリアで、指定期間は20年度末までの7年間となっている。特に14~16年度の3年間は重点支援期間として、公益財団法人東京観光財団によるMICE受け入れに必要なノウハウの提供や受入環境整備の取り組みに対する助言などの支援、また、地域が提案するMICEの受入環境整備に向けた取り組みに対する財政支援(補助限度額:1,000万円、補助率:補助対象経費の1/2)を行うこととなっている。

●札幌市がMICE総合戦略を策定

札幌市は10年に「札幌MICE総合戦略」を策定し、MICEの推進に取り組んできた。戦略策定から5年が経過した14年度に新たな「札幌MICE総合戦略~札幌の魅力あふれる“ONLY ONE”MICE都市~」を検討・策定した。同戦略は15~19年度の5カ年計画であり、重点誘致ターゲットを「国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議」「主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー」「国内外に向けたPR効果の高い政府系国際会議」「札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベント」とし、これらを誘致していくための具体的施策が位置づけられている。

(3) IRをめぐる動き

13年12月に超党派の「国際観光産業振興議員連盟(IR議連、通称:カジノ議連)」により取りまとめられた、ホテルやテーマパーク、劇場、ショッピング・グルメモール、MICE施設などにカジノを含んだ複合施設である統合型リゾート(Integrated Resort:IR)を推進する法案「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」は、14年の通常国会に提出され継続審議となっていた。14年11月の衆議院解散に伴い、いったん廃案となった。その後、15年4月に再提出された。

(守屋邦彦)