

第1章 「高松市MICE振興戦略」策定の意義

本市は、2016年にまちづくりや市政運営の基本となる「第6次高松市総合計画」を策定しました。「第6次高松市総合計画」における目指すべき都市像の実現に向けたまちづくりの目標の一つである「産業の活力と文化の魅力あふれる創造性豊かなまち」を実現する上で、「訪れたくなる観光・MICE(マイス)の振興」を掲げ、本市の特性を生かして、MICEの誘致に積極的に取り組むことが重要であるとしています。

また、「たかまつ創生総合戦略」においても、人口減少を抑制する戦略としてMICEの誘致促進の必要性を掲げています。

国においては、MICEの積極的な誘致・開催に向け、グローバルMICE都市及びグローバルMICE強化都市を選定するなど、MICE誘致力の向上に取り組んでいます。MICE振興においては、このような国の政策を見据え、広域的な視点から取り組んでいくことも必要となります。香川県を始め、グローバルMICE都市／強化都市や瀬戸・高松広域連携中枢都市圏を形成する市町等との連携により、広域的な魅力を創出するとともに、本市の都市機能や魅力を補完し、生かすことができます。

また、都市機能は、主催者がMICE開催地を決定する際の重要な要素です。そのため、サンポート地区の高松市文化芸術ホール(愛称：サンポートホール高松)や、かがわ国際会議場、周辺の宿泊施設などの既存施設や、同地区に建設が決定した新県立体育館の活用などの施設間連携、国内・国際定期路線の充実、高速鉄道ネットワークの整備検討などの交通アクセスの向上といった受入環境の整備にも取り組む必要があります。

本市の特徴である瀬戸内海を望むシーフロントの魅力を生かしたMICE振興を推進することで、環瀬戸内海圏の中核都市としての拠点性を発揮することができます。

このように、本市のまちづくりにMICEを積極的に活用するため、「高松市MICE振興戦略」を策定します。なお、本戦略は2017年度から2023年度までの7年間の本市におけるMICE振興の方向性を示すものとします。

■高松市MICE振興戦略の位置付け



① MICE(マイス)とは

MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ・ツアーアー)(Incentive tour)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称です。

MICEは、企業・産業活動や研究・学会活動等と関連している場合が多いため、一般的な観光とは性格が異なります。そのため、MICEを観光振興という視点で捉えるのではなく、「人が集まる」という直接的な効果はもちろん、交流から生まれる付加価値や経済効果、安定した誘客等の効果を生みだすものとして、認識を高める必要があります。

MICEとは

(M)ミーティング、(I)インセンティブ・ツアーアー、(C)コンベンション、(E)エキシビション／イベントの総称

Meeting

企業や団体のミーティング等。

例)海外投資家向けの金融セミナー、
グループ企業の役員会議 等

Convention

国際団体、学会、協会が主催する総会、
学術会議等。

例)世界水フォーラム、各種学会 等

M I

C E

Incentive tour

企業が従業員やその代理店等の表彰や
研修等の目的で実施。

企業報奨、研修旅行とも呼ばれる。

Exhibition/Event

文化・スポーツイベント、展示会・見本市。

例)東京国際映画祭、世界陸上、
東京モーターショー 等

出典:観光庁MICEの意義より作成

② 本市におけるMICEの意義

MICEを誘致・開催することにより、地域への経済波及効果、交流人口や観光客の増加、ビジネス・イノベーションの機会の創造や、都市のブランドイメージの向上など、まちづくりの活動全体に大きな効果があります。

(1) 地域への経済波及効果

MICE開催を通じた主催者、参加者等の消費支出や、それに関連した事業の実施、周辺イベントの開催などの事業支出は、MICE開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出します。MICEは会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また、滞在期間が比較的長いため、一般的な観光客以上に周辺地域への経済波及効果を生み出すことが期待できます。

比較項目	一般観光	MICE
誘致対象	不特定	特定
意思決定者	個人	機関・団体、企業
開催地決定要因	観光資源、経済性	会場、立地、宿泊施設、都市機能、キーパーソン、ブランド等
プロモーション	行政、観光協会、観光業界等	コンベンション・ビューロー、行政、主催事務局、PCO等
都市滞在期間	1都市1～2泊	会議開催中は1都市滞在
旅程	主要観光地を周遊	会議開催地からプレ・ポストツアーの実施
支出傾向	宿泊・交通費・飲食費・おみやげ等	宿泊・交通費・飲食費・おみやげ等 +主催者による会議場・宴会場・通訳等々の利用あり
景気の影響	景気の影響を受けやすい	数年前に開催が決定されたため、開催自体は景気等に左右されにくい

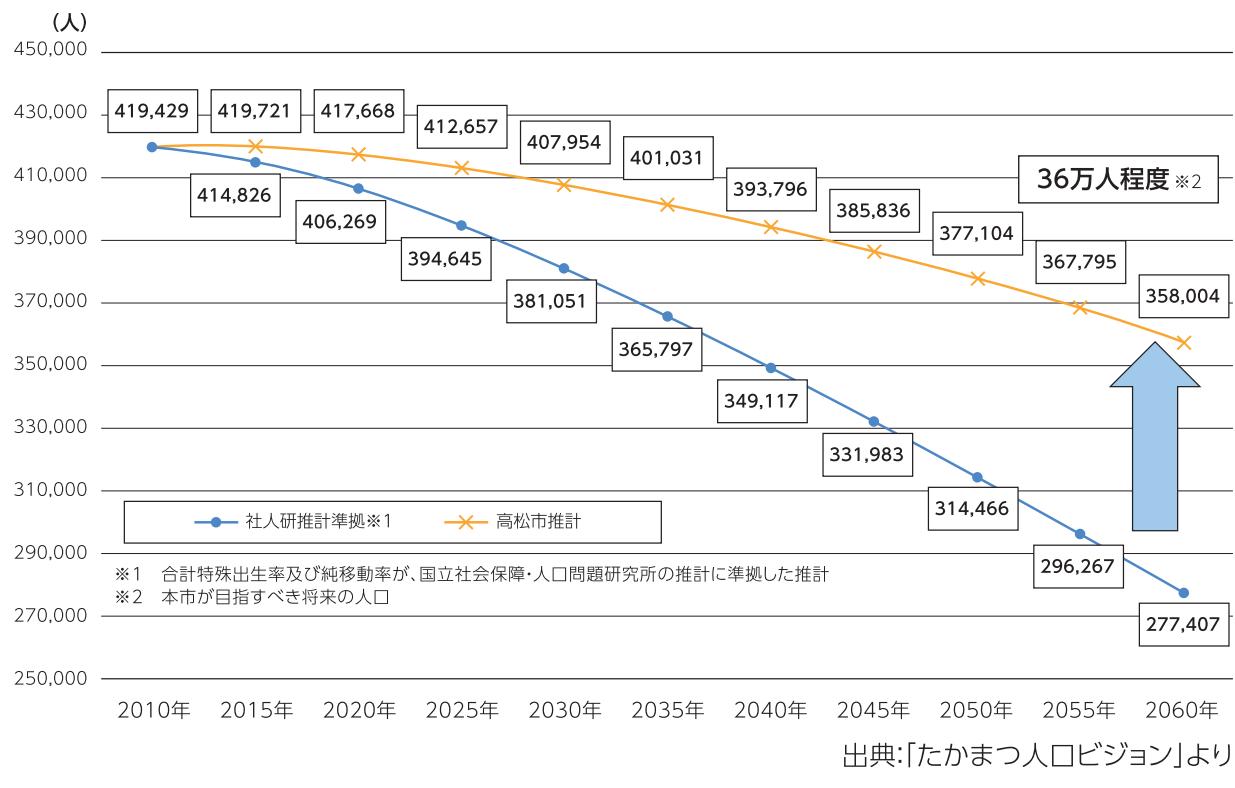
出典:「MICEの誘致・開催の促進」(2016年2月、観光庁)を一部修正

(2) 交流人口や観光客の増加

MICEの開催は、国内外のビジネス客(本市に来訪する主催者や参加者)の誘致につながり、新たな観光資源の開発やサービスの提供を促します。同時に、本市を訪れたビジネス客に、本市の観光や文化芸術、瀬戸内海の多島美などの魅力を発信し、観光・MICE都市としてのブランドイメージを向上させることにより、ビジネス客が観光客としてリピーターになるなどの好循環を生みだし、更なる交流人口や観光客の増加が期待できます。

本市の人口は2017年3月現在、42万人規模を維持しているものの、今後は減少傾向が予測されることから、交流人口を増やすことは重要であり、MICEの開催は、その機会を得るためにも必要です。

■本市の人口推移と長期的な見通し



(3) ビジネス・イノベーションの機会の創造

MICE開催を通じて、国内外から数多くの企業や学会などの関係者が本市を訪れることで、市民及び市内の企業関係者と海外の関係者とのネットワークを構築する機会が増加します。世界の最新情報や先端技術等に触れることで、新しいアイデアやヒントが得られ、新しいビジネスの創造や地域産業のイノベーションの機会となり、産業の活性化につながります。

(4) 都市のブランドイメージの向上

MICE開催を通じた国際・国内相互の情報の流通、ネットワークの構築などは、ビジネスや研究環境の向上、都市のブランドイメージの向上につながります。本市においては、MICEを都市競争力やブランド力向上の手段として活用し、関係者や他都市との連携も図りながら、創造都市としての成長につなげます。

また、本市の都市ブランドイメージの向上は、市民の本市に対する誇りや愛着、いわゆるシビックプライドが高まることにもつながります。

③ MICEの市場動向

アジアにおけるMICEの動きの活発化により、世界のMICE市場が大きく変わろうとしています。国内においても、観光庁によるMICE振興支援の選択と集中が進んでいます。このようなMICEを取り巻く環境の変化を把握した上で、本市のMICE振興を図る必要があります。

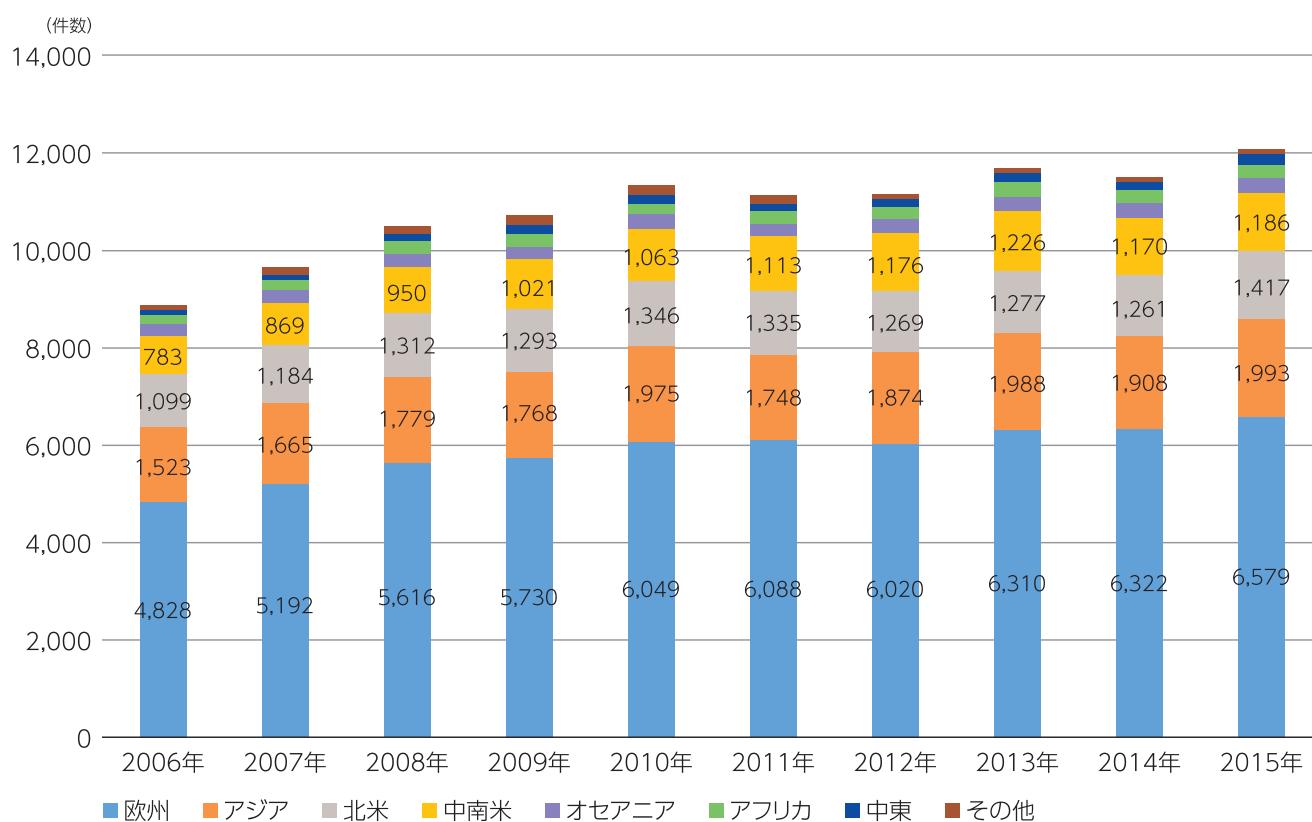
(1) 世界のMICEの潮流

国際会議協会(ICCA)の統計によると、2015年に世界で開催された国際会議は12,076件、前年より571件の増加となり過去最高の件数になりました。2006年の8,877件と比較しても増加していることがわかります。また、アジアで開催された国際会議件数も、1,993件と前年に比べ85件増加しています。

シンガポールやソウルなどアジア・オセアニア・中東地域の競合都市では、大型MICE施設の整備や産業力の強化と結びつけた積極的な誘致活動の展開など、MICEを都市戦略や経済成長戦略のツールとして活用し、都市の存在感を高めています。

特に、シンガポールでは産業育成の視点から、また、香港では都市のブランドイメージ強化の視点からMICEを戦略的に活用しています。

■世界の国際会議開催件数



出典:国際会議協会(ICCA)発表より日本政府観光局(JNTO)作成

(2) 国内MICEの状況

①MICEに関する国の政策

急速な経済成長を背景に、アジアや南米地域でMICE開催件数の伸びが大きくなっているなど、我が国と他国との競争が激しくなってきたことから、観光庁は選択と集中を図るための取組として、2013年にグローバルMICE都市を7都市(東京、横浜市、愛知県名古屋市、京都、大阪府大阪市、神戸市、福岡市)を選定しました。

また、2015年にグローバルMICE強化都市として、更に5都市(札幌市、仙台市、千葉県千葉市、広島市、北九州市)を選定し、MICE誘致力向上のために海外からのコンサルティングの機会を設けたり、誘致活動のための費用を支援したりしています。

さらに、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役として、地域の多様な関係者を巻き込んだ日本版DMOの設立が進んでいます。また、それに合わせてMICEによる地方創生を目指し、各地で産官学市民連携の動きが始まっています。

②国内のMICEの市場動向

国が推進する地方創生の流れの中で、多くの都市では産業振興に結びつく交流人口の拡大や都市のブランド力向上のために、MICEを活用する動きが活発になっています。

国によるMICE振興の動きとは別に、東京五輪を控え、2020年までに完成を目指す国際会議場を始めとするMICE施設の新設や増床が各地で相次いでいます。そのため、国内においてもMICE誘致の競争は激化しており、戦略の見直しや新規戦略策定が進むなど、都市をあげてのMICE振興が展開されています。

③香川県のMICE推進の状況

香川県は、MICEの誘致を一層進めるため、2016年3月に「香川県MICE誘致推進方策」を取りまとめました。その中で、官民一体となったMICEの誘致推進組織として、香川県、本市と関係機関が連携した「望ましい取組み体制を検討」することが示されており、2016年11月に香川県MICE誘致推進協議会が設立されました。

また、2016年4月には、本市においてG7香川・高松情報通信大臣会合が開催されました。G7として情報通信大臣会合の開催は21年ぶりのことでの閣僚会合としては四国で初めての開催となりました。

④ 本市のMICEの現状と課題

本市のMICEの現状を分析し、主な課題を整理します。

(1) 「高松市MICE振興戦略」策定に当たっての背景

①「第6次高松市総合計画」との関係

本戦略は、「第6次高松市総合計画」に掲げた、本市の目指すべき都市像「活力にあふれ創造性豊かな瀬戸の都・高松」を実現するために、将来に向けたMICE振興の方向性を定めるものです。

「第6次高松市総合計画」では、目指すべき都市像の実現に向けたまちづくりの目標の一つとして「産業の活力と文化の魅力あふれる創造性豊かなまち」を掲げています。その実現に向けて、「訪れたくなる観光・MICE(マイス)の振興」に取り組み、MICEによるビジネス客や観光客の誘致の推進に努めます。MICEの振興により、国際・国内交流を推進することで、「地域を支える産業の振興と経済の活性化」、「国際・国内交流の推進と定住の促進」などの政策とも連携を図ります。

また、別のまちづくりの目標である「環瀬戸内海圏の中核都市としてふさわしいまち」における各政策とも深く関係するため、これらとも連携した戦略の推進を目指します。

②国際会議観光都市の認定

本市は、「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律(コンベンション法)」に基づき、1994年に国際会議観光都市に認定されました。

これにより、開催・誘致に向けて国の支援が受けられるようになりました。本市においては国際会議等の誘致に関する情報提供や、海外における国際会議観光都市の宣伝など、国際会議観光都市認定による効果を最大限に生かして、MICE振興に取り組んでいます。

(2) 本市のMICEの現状

①現状

本市は、G7香川・高松情報通信大臣会合や、第4回日仏自治体交流会議、第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会(ASPAC)などの国際会議を開催できる施設と運営能力を持ち合わせており、国際会議の実績や経験を蓄積しつつあるといえます。

本市の特色ある地域資源であるシーフロントのサンポート地区にある高松市文化芸術ホール、かがわ国際会議場などのコンベンション機能を有する施設や、近隣の宿泊施設を始めとするMICE施設の集積を生かし、施設間の連携を強化することで、世界で増加傾向にある国際会議への対応が可能になります。

本市には、瀬戸内海の島々や景観、史跡高松城跡(玉藻公園)、屋島を始めとする豊富な地域資源がある一方で、本市のシンボルである屋島については、観光客の減少傾向など、その多様な魅力を生かしきれていない状況にあります。MICEの振興においては、これら本市の特色ある地域資源を活用する必要があります。

(公財)高松観光コンベンション・ビューローにおいては、MICE誘致を促進するための開催支援補助金が制度として設けられています。また、香川県においても香川県コンベンション誘致対策補助金制度など財政支援体制が整備されています。

このように、知名度の高い国際会議の開催実績や、特色ある地域資源、開催支援制度を有しながらも、本市のコンベンション数や国際会議開催件数の推移は横ばい傾向にあります。本市が高いMICEの潜在力を持ちながら、その強みをプロモーションや誘致に十分活用できていないためと考えられます。



G7香川・高松情報通信大臣会合

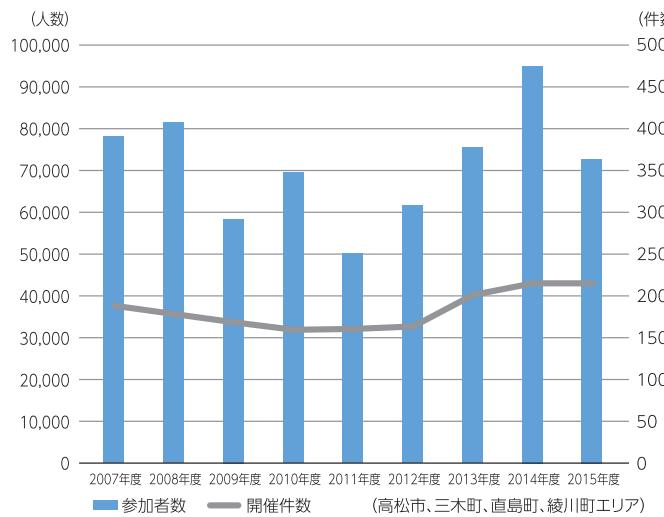


第4回日仏自治体交流会議

■本市における主な国際会議開催状況

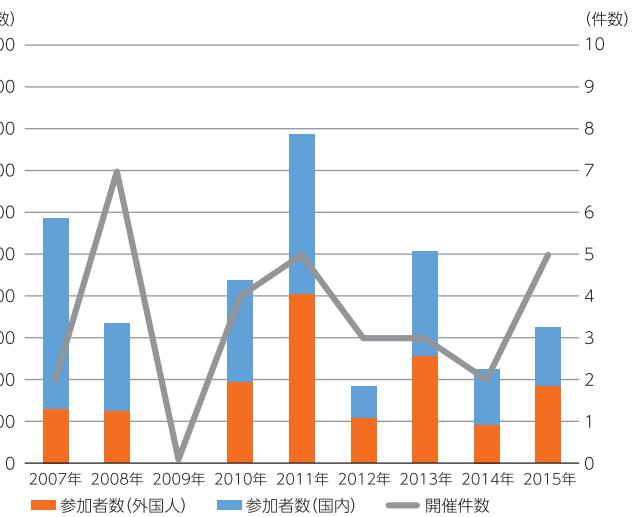
開催年月	会議名	参加者数
2016年4月	G7香川・高松情報通信大臣会合	160名
2015年10月	The Third Conference of East Asian Environmental History (EAEH 2015) (第3回東アジア環境史学会)	250名
2015年6月	16th IEEE/ACIS International Conference on Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing (SNPD2015) (第16回ソフトウェア工学、人工知能、ネットワークおよび並列／分散コンピューティングに関する国際会議)	105名
2014年12月	第6回荷電粒子の蓄積装置を用いた基礎物理に関する国際会議(TCP2014)	110名
2014年11月	第14回日中韓環境産業円卓会議	30名
2014年10月	第4回日仏自治体交流会議	約160名
2014年7月	The 10th Asia-Pacific Conference on Vision (APCV 2014) (第10回アジア・環太平洋視覚会議)	336名
2013年11月	第51回飛行機シンポジウム/アジア太平洋航空宇宙技術国際シンポジウム2013(APIS AT 2013)	700名
2012年9月・10月	みなみまぐろ保存委員会第7回遵守委員会会合(9月)、第19回年次会合(10月)	96名
2011年11月	第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会(ASPAC)	37,600名 ※国別登録者数:974名
2011年6月	第9回日ASEAN次官級交通政策会合	44名
2010年12月	第25回日韓観光振興協議会	62名

■コンベンション開催件数及び参加者数



出典:(公財)高松観光コンベンション・ビューロー調べ

■国際会議開催件数及び参加者数



②MICEにおける本市のポテンシャル

2017年3月現在、高松空港には、ソウル、上海、台北、香港への国際定期路線が就航しています。国際会議等で海外からのMICE参加者を受け入れるためには、国内・国際定期路線の充実等とともに、海外からの訪問客の受入環境の整備も必要となります。

また、本市の強みであるシーフロントにおけるMICE施設や観光資源を更に活用するためには、国内外からのMICE参加者の玄関口となる高松空港からシーフロントのコンベンションエリアへの交通アクセスも重要となります。

五色台から、県内有数のコンベンション施設等が集まるサンポート地区を経て、屋島、志度湾へと続く東西に広がるシーフロントという希有の資源と、そのサンポート地区を起点として南に続く中央通り、栗林公園、高松空港、そして塩江温泉郷を望む、県内随一の都市機能が集積した「高松Tゾーン」を、本市のMICE振興においても重視し、活用していきます。



シーフロントの東部に位置する屋島は、メサと呼ばれるテーブル状の台地などが学術上貴重なことから、1934年に天然記念物の指定を受けているほか、古代山城屋嶋城（こだいやましろやしまのき）、屋島寺、源平合戦古戦場など数多くの貴重な歴史的資源が残され、史跡としても指定を受けています。

また、山上からの多島海の優れた景観や豊かな屋島の自然環境が、1934年に我が国で最初の国立公園「瀬戸内海国立公園」として指定される決め手となりました。

一方、海上や高松平野の至る所から、屋島を見ることができ、ランドマークとしての役割を果たしてきたことからも、屋島は本市におけるシンボル的存在となっています。

その他、屋島山上の新屋島水族館や周辺の四国村などの施設は、本市ならではの特別な観光資源として活用することができます。

現在、屋島山上において、観光・MICEの拠点として、屋島山上拠点施設の整備が進んでいます。屋島山上拠点施設は、建築物そのものや、その周辺空間自体が屋島の自然環境に調和し、文化芸術性に富み、人々を惹きつけるような優れたデザインとなるよう設計が進められており、計画段階から注目されています。

完成後においては、屋島山上からの夕景・夜景や瀬戸内海の景観を生かした、特別なMICE施設として、アフターコンベンションやユニークベニューなどでも活用できます。

屋島の他にも本市のシーフロントには、瀬戸内海の多島美や男木島、女木島、大島などの島々、史跡高松城跡（玉藻公園）、高松丸亀町商店街など、多様なMICEコンテンツが存在しています。

また、サンポート地区に香川県が建設を予定している新県立体育館は、既存のMICE施設と連携したMICE施設としても活用できます。観客席5,000席以上のメインアリーナを有する新県立体育館が建設されることで、大規模MICEの誘致にも取り組むことができます。シーフロントの魅力を生かしながら、サンポート地区の機能強化を図ることができます。

ユニークベニューとは

歴史的建造物、文化施設や公的空間など、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場をユニークベニューといいます。魅力的な地域資源を特別に開放し、有効活用するというこの取組は、すでに海外を中心に定着しており、我が国でもその積極的な開発を推進しています。

史跡高松城跡（玉藻公園）にある披雲閣は、国の重要文化財に指定されている歴史的建造物であり、観光庁の「ユニークベニュー ベストプラクティス集」にも掲載されています。和と洋の共存ができる場所での会議やランチ、レセプションの開催など、ユニークベニューとしての活用が期待できます。

史跡高松城跡（玉藻公園）
披雲閣



■本市ならではのアフターコンベンション・ユニークベニュー例



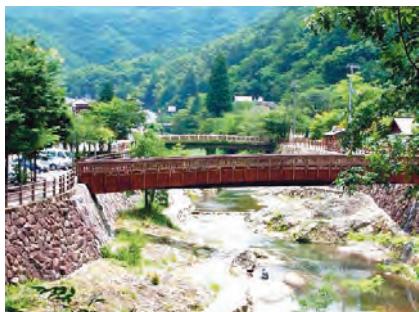
史跡高松城跡(玉藻公園)披雲閣



栗林公園 商工奨励館



屋島山上拠点施設(イメージ)



塩江温泉郷



瀬戸内海の島々(男木島 男木交流館)



高松丸亀町商店街

③本市の持つ強み、弱みと外部環境(機会と脅威)

今後、MICE振興を推進していくためには、都市機能を高めると同時に、MICE関係施設の充実、豊富な観光資源の活用など、本市が持つ強みと資源を生かすことで、弱みを強みに変える取組が求められます。

■本市のMICE振興におけるSWOT分析

	プラス面	マイナス面
内部環境	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
	<ul style="list-style-type: none"> ○四国のゲートウェイ ○シーフロントのMICE施設の集積 ○雄大な多島美を持つ景観資源 ○コンパクトシティ ○雨天の少なさ(野外ユニークベニューの活用機会増大) ○国際会議の実績蓄積 (G7香川・高松情報通信大臣会合、第4回日仏自治体交流会議、第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会) ○高松盆栽、高松丸亀町商店街などのMICEコンテンツの存在 ○屋島山上拠点施設の整備 ○新県立体育館の建設 	<ul style="list-style-type: none"> ○誘致のグローバル対応 ○本市におけるMICE振興に対するアピール不足 ○誘致推進体制(人材やノウハウの不足) ○MICE施設間の連携 ○インバウンドインフラの整備 ○ビジネス・イノベーションの視点 ○補助金利用を前提とした誘致活動
外部環境	機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
	<ul style="list-style-type: none"> ○瀬戸内国際芸術祭のマザーポート ○インバウンド市場の急拡大 ○アジアでのMICEの急増 ○MICE市場の変革期(M、I、C、E複合化開催の流れ) ○日本版DMO新設の機運 ○地方創生の機運 	<ul style="list-style-type: none"> ○人口減少、少子・超高齢社会の本格的な到来 ○近隣都市とのMICE競争激化 ○2020年オリンピック後の日本への注目度の低下

※本市のMICE振興における強みと弱みを内部環境と外部環境に分けて整理

(3) 本市の課題

①ポテンシャルの活用

本市ならではのMICEコンテンツを生かしたMICE誘致を図るために、MICEの開催情報の収集や管理と、MICE施設の予約や効率的な組み合わせを提案できる仕組みづくりが求められます。また、G7香川・高松情報通信大臣会合などの知名度が高い国際会議の開催運営の実績や経験を誘致に生かせる体制づくりが必要です。

サンポート地区に新県立体育館が建設されることが決定しており、他のMICE関係施設と連携することにより、MICE機能の充実強化を図ることができます。同時に特色ある観光資源はもとより、優れたMICE施設・交通基盤等の都市機能など、シーフロントの魅力を生かしながら、MICEに求められるインフラ（公衆無線LANの拡充やMICE施設の機能向上等）の整備を図る必要があります。

②プロモーションの強化

本市におけるMICE開催の優位性や必然性を明らかにし、MICE向けの情報発信を積極的に行うために、誘致のためのホームページ、優位性を解説した小冊子、開催の成功をイメージさせるプロモーション映像などのツールの整備が求められます。

また、主催者情報の収集、関係機関との情報共有、誘致のための産官学連携などいわゆる総合的なマーケティングによるMICEブランドの確立に向けた取組が必要になります。



MICE施設が集積するサンポート地区

③組織的対応

MICEの誘致においては、自治体や地域のコンベンション・ビューローが単体で誘致活動を行うのではなく、学術分野では大学や研究機関などと、政府系会議では県や国と、企業系会議では地域の有力企業や経済・産業団体、さらに市民との連携が不可欠です。

本市においても、本市と(公財)高松観光コンベンション・ビューローを中心として、香川県MICE誘致推進協議会やMICE施設との連携を始め、産官学市民が一体となった組織的なMICE振興が求められます。この組織的な連携を効率よく進めるために、情報機器、データベースやインターネット技術の効果的導入やMICE振興に求められる人材の育成が必要となります。

受入環境の整備の一環として、MICE施設間の連携や、施設に関する窓口の一本化、更にMICE開催の問い合わせや見積もり依頼の総合窓口の設置など、(公財)高松観光コンベンション・ビューローを中心とする仕組みづくりが求められています。

また、市内のMICE施設やMICE関連事業者の組織化や、主催者目線での対応、サービスをグローバルな水準に引き上げることなどが求められています。

④産業活性化

MICEのイノベーションの機会を増大させる効果を本市の産業振興に活用することで、ビジネスの機会を増やすことができ、新しいビジネスの創出にもつながります。

第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会(ASPAC)開催が盆栽の魅力を世界へ発信する一助となったように、創造的な環境づくりとともに、本市ならではのMICEを開催することで、ビジネス機会の増大や新しいビジネスの創出など、産業の活性化につなげていく必要があります。



第11回アジア太平洋盆栽水石高松大会(ASPAC)の様子