

高松市M I C E振興戦略（仮称）

（素案）

高松市

目次

はじめに	1
第1章 「高松市MICE振興戦略（仮称）」策定の意義	2
1 MICE（マイス）とは	3
2 本市におけるMICEの意義	4
3 MICEの市場動向	6
4 本市のMICEの現状と課題	8
第2章 基本戦略	16
1 本市の目標とするMICE	17
2 本市のMICE目標指標	20
第3章 「高松市MICE振興戦略（仮称）」の重点施策	21
1 受入環境の整備	22
2 誘致強化	31
3 MICE振興のための産官学連携	39
4 MICEの創出	42
第4章 戦略スケジュール	46
【資料編】	
1 高松市MICE振興戦略策定懇談会	47
2 MICE用語集	48
3 MICE施設一覧	50

はじめに

市長挨拶と写真

第1章 「高松市M I C E 振興戦略（仮称）」策定の意義

本市は、2016年に「第6次高松市総合計画」を策定しました。その中の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・M I C Eの振興」を掲げ、本市の特性をいかしてM I C Eの誘致に積極的に取り組むことが重要であるものとしています。

また、本市の人口減少を抑制する戦略として策定した「たかまつ創生総合戦略」においても、M I C Eの誘致促進の必要性を掲げています。

そこでM I C Eを戦略的に振興するために、「高松市M I C E 振興戦略（仮称）」を策定し、本市のまちづくりを推進します。

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）（Incentive Travel）、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を異にする部分が多いものです。このため、MICEについて観光振興という意味でのみ捉えるのではなく、「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に対する認識を高める必要があります。

<MICEとは>

Meeting 企業等のミーティング等。 例：海外投資家向け金融セミナー グループ企業の役員会議 等	Incentive(Travel) 企業が従業員やその代理店等の表彰や研修などの目的で実施する旅行のこと。企業報奨・研修旅行とも呼ばれる。 例：営業成績の優秀者に対し、本社役員によるレセプション、表彰式等を行う。
Convention 国際団体、学会、協会が主催する総会、学術会議 等。 例：九州・沖縄サミット、世界水フォーラム、国際サンゴ礁シンポジウム、国際解剖学学会、アジア心身医学会 等	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、世界陸上競技選手権大会、アジアバスケットボールリーグ、東京モーターショー、国際宝飾展 等

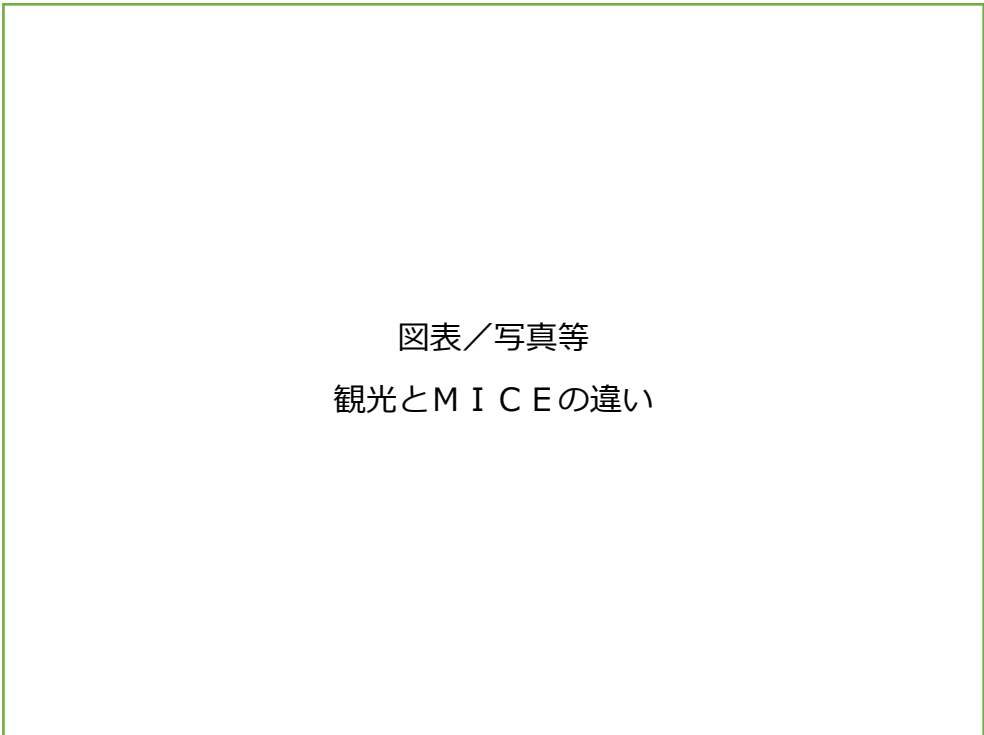
出典：観光庁資料より作成

2 本市におけるM I C Eの意義

M I C E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

M I C E開催を通じた主催者、参加者等の消費支出や関連の事業支出は、M I C E開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出します。M I C E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に長いため、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されます。



図表／写真等
観光とM I C Eの違い

(2) 交流人口や観光客の増加

M I C Eの開催は、国内外のビジネス客(M I C E開催により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観光サービスの提供を促します。

同時に、本市を訪れた国内外のビジネス客に、本市の観光や文化芸術、瀬戸内海が多島美などの魅力を発信し、観光・M I C E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好循環が生まれ、さらなる交流人口や観光客の増加が期待できます。

本市の人口は現在増加で推移しているものの、今後は減少傾向が予想されることから、交流人口を増やすことは重要であり、M I C Eの開催はその機会を得るためにも必要と考えられます。

図表／写真等

交流人口の拡大の必要性を説明するグラフ

（３）ビジネス・イノベーションの機会の創造

M I C E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、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ます。そのためには、本市の強みをいかしたM I C E振興が必要です。また他の事業者も、M I C Eの開催を通じ、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、産業の活性化に役立つと考えられます。

（４）都市のブランドイメージの向上

M I C E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、M I C Eを都市競争力やブランド力向上の手段とし、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努めます。

3 MICEの市場動向

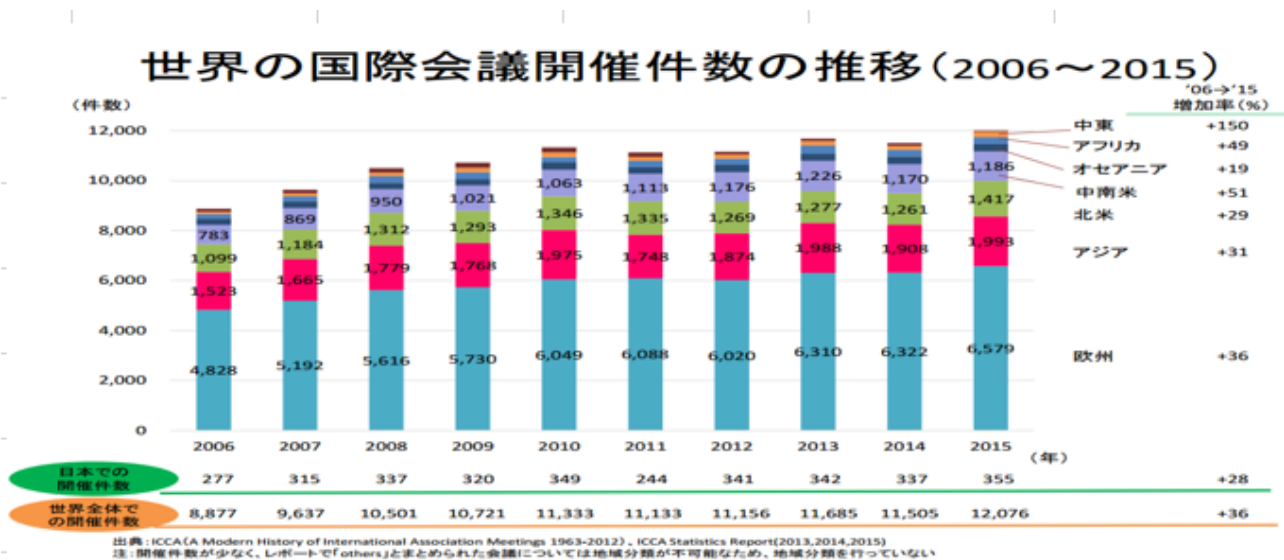
アジアにおけるMICEの動きの活発化により、世界のMICE市場が大きく変わろうとしています。国内においても、観光庁主導によるMICE振興支援の選択と集中が進んでいます。このようなMICEを取り巻く環境の変化を把握した上で、本市のMICE振興を図る必要があります。

(1) 世界のMICEの潮流

MICEの国際機関である国際会議協会（ICCA）の統計（世界の国際会議開催数）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、継続して増加していることが見受けられます。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。



出典：ICCA 発表より日本政府観光局（JNTO）作成

（２）国内M I C Eの状況

①M I C Eに関する政府の政策

急速な経済成長を背景に、アジアや南米地域でM I C E開催件数の伸びが大きくなっているなど、わ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M I C E戦略・強化都市」(現「グローバルM I C E都市」)を7都市（東京、横浜市、愛知県名古屋市、京都市、大阪府大阪市、神戸市、福岡市）選定しました。

また、2015年に「グローバルM I C E強化都市」として、さらに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、M I C E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、誘致活動のための一部費用を支援したりしています。

政府の施策により、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M I C E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M I C Eの市場動向

政府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及び都市のブランド力向上のためにM I C Eを活用する動きが活発になっています。

政府によるM I C E振興の動きとは別に、東京五輪を控え、2020年までに完成をめざす国際会議場を始めとするM I C E施設の新設や増床が相次いでいます。そのため、国内においてもM I C E誘致の競争は激化しており、差別化の動きによる戦略の見直しや新規戦略策定が進み、都市をあげてのM I C E振興が展開されています。

③香川県のM I C E推進の状況

香川県は、国際会議、国内大会及び学会等、いわゆるM I C Eの誘致を一層進めるため、2016年3月「香川県M I C E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M I C Eの誘致推進組織として、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、今年度、香川県が事務局となる香川県M I C E誘致推進協議会が設立されました。

また、同じく2016年4月、香川県高松市の「かがわ国際会議場」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。サミットとして情報通信大臣会合の開催は21年ぶりのことで、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M I C Eの現状と課題

本市のM I C Eの現状を分析し、主要な課題を整理して戦略の目標を明らかにします。

(1) 「高松市M I C E振興戦略」策定にあたっての背景

①「第6次高松市総合計画」及び関連する計画

本市のM I C E振興戦略は、「第6次高松市総合計画」に掲げられている、本市が目指す「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M I C E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、“まちづくりの目標”の実現に向けた施策の大綱の1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・M I C Eの振興」に取り組み、M I C Eによるビジネス客や観光客の誘致の推進に努めます。M I C Eの振興により、国際・国内交流の推進や移住・交流を促進することで、「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、『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「多核連携型コンパクト・エコシティの推進」等の施策とも深く関係するため、これらとも連携した戦略を目指します。

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、この国際会議観光都市認定による効果を最大限にいかし、M I C E振興を進めています。

(2) 本市のM I C Eの現状

①現状

現在本市は、「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」、「第11回アジア太平洋盆栽水石大会(ASPAC)」などを開催できる施設と運営能力を持ち合わせており、競争力ある実績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ウォーターフロントのサンポート周辺の「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施設や、近隣の宿泊施設を始めとする現状のM I C E施設の集積をいかし、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、その多様な魅力をいかしきれていない状況にあります。M I C E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)高松コンベンション・ビューローにおいては、M I C E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。さらに香川県においても「香川県コンベンション誘致対策補助金制度」があるなど財政支援体制は整備されています。

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。これは本市が高いM I C Eの潜在力を持ちながら、本市の強みをプロモーションや誘致に十分発揮できていないと考えられます。

図表／写真等
主要国際会議開催リスト

図表／写真等
コンベンション件数推移グラフ

②M I C E開催における本市のポテンシャル

本市の強みであるウォーターフロントにおけるM I C E施設や観光資源をさらに活用するためには、国内外からのM I C E参加者の玄関口となる高松空港からウォーターフロントのコンベンションエリアへの交通アクセスが重要となります。

現在、高松空港は、台北、上海、ソウル、香港への航路が就航しています。国際会議等で海外からのM I C E参加者を受け入れるためには、海外航空路線の誘致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。

五色台からサンポート、「屋島」、志度湾へと続く東西のラインと、中央通りから「栗林公園」、高松空港へと続く南北のライン「高松Tゾーン」は、本市のM I C E振興においても、重要な要素です。複数の施設が集まるウォーターフロント（サンポート地区）を中心として、東西に広がる「屋島」を始めとする観光資源、高松空港へとつながる南北のラインを重視していきます。



ウォータ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の学術上貴重なことから、昭和9年に天然記念物の指定を受けているほか、古くから屋島独特の歴史が育まれ、文化が形成されてきており、その結果、「古代山城屋嶋城」「屋島寺」「源平合戦古戦場」など数多くの貴重な歴史的・文化的資源が残され、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、昭和9年にわが国初の国立公園「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、高松平野の至る所から、「屋島」を望見することができ、ランドマークとしての役割を果たしてきたことから、「屋島」は、本市におけるシンボリック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、アフターコンベンションやユニークベニューで活用できます。

現在、屋島山上において、観光・M I C E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、瀬戸内海の景観をいかした、特別なM I C E施設としても活用できます。



「屋島」の他にもウォーターフロントには、瀬戸内海の多島美や「男木島」「女木島」「大島」などの離島、「史跡高松城跡 玉藻公園」「中央商店街」「盆栽」など、本市の多様なM I C Eコンテンツが存在しています。また、県が建設を計画している「新県立体育館」を本市に誘致できれば、既存のM I C E施設と連携したM I C E施設としても活用できます。5,000人規模の「新県立体育館」が誘致されることで、大規模M I C Eの誘致にも取り組むことができます。



図表／写真等

本市のユニークベニューリスト

③本市の持つ強み、弱みと外部環境（機会と脅威）

今後、M I C E 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、M I C E 関連設備の充実、豊富な観光資源の活用など、本市が持つ強みと資源をいかすことで弱みを強みに変える取組が求められます。

SWOT 分析によるまとめ



【強み】

- ・ウォーターフロント（サンポート地区）を中心としたM I C E 施設集積
- ・国際会議の実績蓄積
- ・強力なM I C E コンテンツの存在

【弱み】

- ・M I C E の意義として注目されるイノベーションの視点が弱い
- ・M I C E 推進体制が弱い
- ・M I C E 施設間の連携が不十分

【機会】

- ・M I C E 開催の急増（特にアジアでのグローバルなM I C E 開催の拡大）
- ・M I C E 振興の機運（政府が推進する地方創生や日本版 DMO 設立）

【脅威】

- ・国内外の都市によるM I C E 誘致の競争激化
- ・「G7 香川・高松情報通信大臣会合」開催による主催者の施設機能等への期待値増大

（３）本市の課題

① ポテンシャルの活用

本市における盆栽に代表されるM I C EのコンテンツをいかしたM I C E誘致を図るためには、M I C Eの開催情報の収集や管理と、M I C E施設の空きや組み合わせを効率よくできる仕組みづくりが求められます。「G7 香川・高松情報通信大臣会合」などの影響力が大きな国際会議の開催運営の実績を誘致にいかせる体制づくりが必要です。

また、サンポート地区のM I C Eエリアにおいては、サンポート北側街区が遊休地となっており、有効に使われていません。現在、香川県が建設を予定している「新県立体育館」の誘致が実現することで、M I C E振興にも活用できます。

② プロモーションの強化

本市におけるM I C E開催の優位性や必然性を明らかにし、M I C E向けの情報発信を積極的に行うために、誘致に特化したホームページ、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の上、誘致の連携などいわゆる総合的なマーケティングによるM I C Eブランドの確立が必要になります。

③ 組織的対応

M I C Eの誘致においては、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、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、さらに市民団体との連携が不可欠です。本市においても、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M I C E誘致推進協議会やM I C E施設間との連携を始め、産官学市民が一体となった組織的なM I C E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M I C E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、複数にまたがるM I C E施設間の連携を取り、施設に関する窓口の一本化が求められており、さらにM I C E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。

M I C Eに求められるインフラ（公衆無線 LAN の拡充やM I C E施設の機能向上）を整備するとともに、市内のM I C E施設やM I C E関連事業者の組織化や主催者目線での対応、サービスの水準をグローバルなレベル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

M I C E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、新しいビジネスも創出できます。

盆栽に関する国際会議「アジア太平洋盆栽水石大会（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、盆栽に続くM I C Eコンテンツをいかした本市ならではのM I C Eを新しく開催することで、産業活性化につなげ、ビジネス機会の増大や新しいビジネスの創出を可能にする創造的な環境づくりが課題となります。

図表／写真等
本市におけるM I C Eの整理の表

第2章 基本戦略

本市のMICE振興を推進していくための未来像を明らかにし、MICEを推進する主体が共通の目標に向かって取り組めるように、目指す方向性や重点分野を設定します。

これまでのMICE誘致を強化するとともに、主催者目線での対応や本市独自のMICEコンテンツや地域特性をいかしてMICE開催に当たっての付加価値を生み出すことにより、誘致競争力を高めていきます。

また、MICEの開催により、ビジネス・イノベーションの機会の創造や人材育成につなげるなど、MICEの開催効果の最大化を図り、「高松らしいMICEの創出」を行っていきます。

1 本市の目標とするMICE

本市が目指す将来のMICE振興の姿を次のように設定し、MICE関係者と共有しながら、戦略的にMICE振興を図ります。

(1) MICEの形態

「第6次高松市総合計画」における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」を実現するため、本市におけるMICEの意義の達成を目指して、MICEの積極的な誘致に努めます。

MICEの中でも、本市におけるMICEの意義でも掲げた開催効果がいずれも高い「C」の国際会議や学会を中心に誘致を進めます。また、「地域への経済波及効果」が高いインセンティブ・ツアーや、ビジネス効果の高い展示会など、開催効果の高いMICEをはじめとする「C」以外のMICEについても誘致を行います。

(2) MICEの分野

MICE誘致において、競争力を持ち差別化しやすいMICE分野として、本市ならではの学術分野や産業分野のMICEコンテンツを重視します。

①本市ならではのMICEコンテンツ

例) 「高松盆栽」「屋島」「コンパクトシティ」「商店街」

②本市にある大学における重点研究分野

例) 香川大学の研究分野である「ナノテクノロジー」「バイオ」「環境」「希少糖」

(3) 規模

サンポート地区のMICE施設である「高松市文化芸術ホール」や「かがわ国際会議場」などの収容能力から、500人～2,000人規模のMICE誘致に重点をおきます。また、必ずしも1施設の収容能力ではなく、ウォーターフロントにある複数のMICE施設の一体利用時の収容能力によるMICEの規模を優先します。さらに「新県立体育館」の誘致によって、5,000人規模のMICE誘致を実現するための周辺環境整備に努めます。

（４）高松らしいM I C Eの創出

①開催効果の最大化

M I C E開催に当たっては、本市の強みである文化芸術などの持つ創造性をいかしながら、教育・啓発活動などの関連事業や周辺イベントの企画、運営を進め、M I C Eとしての開催効果の最大化を図ります。

M I C Eの開催により、短期的にイノベーションや経済波及効果が現れるわけではありませんが、産業の活性化や人材育成など、本市の長期的な競争力向上のための重要な取組となります。

②ウォーターフロントのM I C E施設の集積を活用、都市機能の連携

M I C E施設は、「M」「I」「C」「E」のそれぞれが使用する会場のことで、本市ではウォーターフロント、特にサンポート地区の「高松市文化芸術ホール」、「かがわ国際会議場」、近隣の宿泊施設を中心に、周辺の「レクザムホール（香川県県民ホール）」、「玉藻公園」や「高松Tゾーン」内の「サンメッセ香川」や「屋島」、「栗林公園」などのユニークベニユーの各拠点などを言います。

本市の強みでもあるウォーターフロントのM I C E施設の集積を活用するとともに、「高松Tゾーン」内のM I C E関連施設の連携や高松空港からウォーターフロントへの交通アクセスなどを活用して、本市の都市機能や各M I C E施設を最大限に活用した、高松らしいM I C Eを重視します。

③本市のシンボル「屋島」の活用

本市のシンボルである「屋島」の固有かつ多様なポテンシャルを活用し、他地域との差別化を図ることは、本市ならではのM I C Eを振興する上で、不可欠な要素です。

本市ウォーターフロントの重要拠点でもある「屋島」は、前述したとおり、天然記念物の指定を受けているほか、古くから屋島独特の歴史や文化が形成されています。また、わが国最初の国立公園に指定される決め手となった、山上からの多島海の優れた景観や豊かな自然環境など、固有かつ多様な価値を有する「屋島」は、本市のシンボルとなっています。

平成25年1月には、「屋島活性化基本構想」を策定し、市民と一体となって、その特性や価値の保存と地域資源としての有効活用を図り、「屋島」を世界に誇れる本市のシンボルとして、さらなる魅力の向上を図っています。

コンベンションエリアであるサンポート地区と「屋島」の回遊性を確保するとともに、山上からの景観や自然環境などの多様な魅力をいかした懇親会や「屋島」の夕・夜景を楽しむミニツアーの商品開発など、アフターコンベンションとしての活用も多面的に取り組んでいくものとします。

また、現在、整備を進めている「屋島山上拠点施設」を核として、屋島山上や周辺の施設を活用しながら、香川県、四国、瀬戸内海といった広範なエリアにおけるMICE拠点として、グローバルMICE都市等とも連携して、サテライト会場やエクスカーションとしての活用も検討します。

このように多様な価値を持った「屋島」は、本市ならではのMICEを提供するために、必要不可欠な要素です。「屋島」をMICE活用することで、MICEにはユニークベニューやアフターコンベンションによる本市ならではの付加価値を、「屋島」にはMICE参加者によるにぎわいを創出することができます。

本市のシンボルである「屋島」をMICE振興に活用するとともに、現在取り組んでいる屋島活性化に関する事業により、「屋島」の魅力が向上することは、その相乗効果で、本市全体の活性化につながります。



2 本市のMICE目標指標

戦略の数値目標を次のように設定し、計画的に達成すべき施策を進めます。

<コンベンション開催件数>

現状（２０１５年）	目標（２０２３年）
２１７件	３０６件
（公財）高松観光コンベンション・ビューローの集計基準に基づき、国際会議の開催件数だけではなく、学会や大会、スポーツ大会やスポーツ合宿、教育旅行などを対象とし、本市だけではなく近隣の自治体開催のものを一部含みます。 （集計基準の詳細は巻末の用語集を参照）	

<国際会議開催件数>

現状（２０１５年）	目標（２０２３年）
６件	１０件
本市の目標の達成度を測る指標として、日本政府観光局（JNTO）の集計基準による国際会議開催件数を目標として設定します。	

第3章 「高松市M I C E振興戦略（仮称）」の重点施策

本市のM I C E振興を推進していくために、「受入環境の整備」「誘致強化」「M I C E振興のための産官学連携」「M I C Eの創出」の4つの具体的な施策を実施する必要があります。

1 受入環境の整備

M I C Eを振興するためには、M I C E開催時における主催者や参加者から高い評価を得ることが必要であり、それによりさらに誘致に有利になるような好循環を生み出します。同時に大きな開催効果を本市にもたらす仕組みを作ります。さらに主催者がM I C Eの目的を達成することに集中できる環境を提供するとともに、参加者が安心して快適に、移動、滞在、観光ができる受入環境を整備します。

M I C E振興の前提となる国内外から来訪する主催者や参加者を迎え入れるための交通アクセス、M I C E施設などのインフラを始めとするハードの整備及び主催者が求める運営、情報交換、人脈づくりに求められる支援やサービスなど、受入環境を整える必要があります。

(1) MICE施設

①既存MICE施設連携

高松の強みをいかせるMICEを数多く誘致し開催するためには、MICEを複数の会場で同時に行えることが望ましく、MICEエリアとなるサンポート地区の「高松文化芸術ホール」などを含めた複数のMICE施設の一体利用や、市内及び周辺市町のユニークベニユーの有効活用を図り、そのためのサービスを一本化して提供できるように努めます。

【主な取組】

- ・サンポート地区のMICE施設を一体利用した場合の収容能力、利用条件や価格等の仕様を決定し移動のための二次交通手段の提示を含めたMICEの分野別施設利用商品を開発
- ・MICE施設利用商品のプロモーション資料の作成
- ・施設関係者のMICE振興に対する意識共有、連携強化

②MICE開催に必要なインフラの整備

MICE開催時の公衆無線LANによるインターネット接続環境は、MICEを開催する上で欠かせず、各MICE施設で快適に利用できる必要があります。そのためにはまず、施設内の各空間において十分な通信帯域の確保に努め、さらに主催者からの要求レベルに対応できるように図ります。

また、高松空港からの交通アクセスや、会議場や展示場間の移動などの二次交通手段の提供を検討します。

【主な取組】

- ・市内のMICE施設やユニークベニユーの空間別公衆無線LAN整備状況の調査と設置
- ・公衆無線LANの拡充整備及びコンテンツの開発（参加者が持参する端末のアプリを通じて提供する館内案内、MICEの催事情報や周辺の飲食店情報など）
- ・MICE施設間移動のための二次交通手段の検討

③施設不足による機会損失対策

M I C Eの規模によっては、現状のM I C E施設が収容能力不足となり機会損失が生じることも考えられます。そのため、サンポート地区のM I C Eエリアにある複数のM I C E施設の同時利用による最大収容能力から開催可能な規模のM I C Eを提案できるようにするなど、予め対応策を検討します。

さらに将来的には、香川県が計画する「新県立体育館」の収容能力を含めた開催可能規模を提案できるようにします。

【主な取組】

- ・ M I C E 施設需要拡大時への対応策の検討と対策
- ・ 会議場不足時の複数M I C E 施設一括利用の予約、運営、輸送等の検討
- ・ 「新県立体育館」のM I C E 会場としての活用検討
- ・ 将来のM I C E の動向に沿った本市における需要調査
(需要予測、宿泊施設誘致、M I C E 施設の再整備・新設、PFI 手法等)

(2) 支援・サービス

①主催者支援、参加者への対応

主催者がM I C Eを成功できるように、開催前の準備、開催中、開催後におけるサービスの提供及び支援ができる仕組みづくりに取り組みます。

主催者及び参加者に対しては、本市及び開催施設に到着するまでの不安解消に努めます。開催中は的確な運営と快適な滞在環境により成果を高められるように図ります。開催終了後には、市内周辺の観光や旅行に関する情報や支援ができるようにし、本市の魅力を体感できるように努めます。

【主な取組】

- ・ M I C E開催までの参加者の不安を解消させる、都市機能を中心とした生活情報の提供
- ・ M I C E開催中の滞在を快適にさせる、食べる、楽しむ、買い物などの利便性を高める情報を提供

②ワンストップ窓口の設置

大規模M I C E開催では、M I C E施設の利用が1つの施設の利用にとどまらないことが多いため、近隣にある複数のM I C E施設を一元的に予約利用できるようなワンストップ窓口を設置するなど、主催者や会議運営会社の負担を軽減し、利便性の向上に努めます。

また、施設の予約にとどまらず、M I C E運営に関する支援や、市内滞在における支援等も同じワンストップ窓口を設置することで、主催者や参加者のストレス緩和に努めます。

M I C E施設や（公財）高松観光コンベンション・ビューロー、香川県M I C E誘致推進協議会と連携して、施設利用上のルールや申請書類を共通化するなど、主催者目線に立ったワンストップ窓口の実現を目指します。

【主な取組】

- ・ 主催者からの施設予約及び開催に関する問い合わせ等に一元的に対応する（公財）高松観光コンベンション・ビューロー内ワンストップ窓口の設置を検討
- ・ M I C E施設や（公財）高松観光コンベンション・ビューロー、香川県M I C E誘致推進協議会と連携した施設利用上のルール（予約受付等）や申請書類の共通化の検討

(3) アフターコンベンション

M I C E 終了後の観光を促すために、多くの参加者向けに本市周辺の多様な観光プランを提供することで、滞在期間が延び経済波及効果を高めることにつなげ、観光都市としてのブランドイメージを向上します。さらにリピーターとして再訪につながるような仕組みづくりに取り組みます。

主催者が提供するM I C Eの主題に沿ったエクスカーションとは別に、「屋島」を始めとする本市独自の観光プランや回遊を促す旅行を提案することで、主催者が本市の自然や歴史、文化、料理などさまざまな観光の魅力を発信できるように努めます。

【主な取組】

- ・ M I C E 開催前、又は開催中に求められる観光情報の効果的な提供方法や媒体の検討
- ・ 開催するM I C Eのテーマに関係する観光プランや小規模旅行の観光商品の開発及び宣伝ツールの制作
- ・ 瀬戸内沿岸の七県が連携する「せとうち・海の道」などの広域観光周遊ルートの活用
- ・ 「屋島」の魅力を最大限にいかした観光周遊ルートの活用・宣伝告知

（４）開催効果最大化のための連携

M I C E開催時にM I C E開催主催者や参加者等が経済界や市民と数多くの交流機会をつくるためには、M I C E主催者との事前の情報共有や準備が必要となります。それを実現するために、香川県M I C E誘致推進協議会と連携して、市内のM I C E関連事業者とのつながりを強化し、主催者情報の共有、事例情報などの交換ができる仕組みづくりを図ります。

また、交流の場を企画・運営するM I C E関連事業者にとって、参加者の満足度を高めるためには専門的な対応が求められ、M I C E関連事業者の技術力やサービス力によるところが大きくなります。M I C E関連事業者の企画力や技術力の向上が求められるため、M I C E専門人材の確保や育成の支援を検討します。

【主な取組】

- ・ M I C E関連事業者の組織化を検討（情報共有、連携促進、ノウハウ伝承）
- ・ M I C E関連事業者向けの研修の実施の検討（スキルアップ）

（５）ＭＩＣＥ商品開発

① ＭＩＣＥ施設連携商品開発

現状ＭＩＣＥ施設の稼働率が高い中で、全館の貸し切り利用となるＭＩＣＥ開催を増やすことが必要です。施設内の空間の活用方法や組み合わせによる利便性向上など、具体的かつ高度な利用方法を主催者に提案することで、実質的な稼働率が高められ、経済波及効果も高まります。近隣の複数の施設の一体利用を増やすために、必要な連携条件等を仕様にまとめ、具体的なＭＩＣＥ施設商品として提案できるように努めます。

また、主催者の求める特別な会場要求に対しては、通常時には会議場として使用しない空間が会議場となるＭＩＣＥ商品の開発も検討します。

【主な取組】

- ・ サポート地区のＭＩＣＥ施設を一体利用する場合の収容能力、利用条件や価格等の仕様を決定。移動のための二次交通手段の提示を含めたＭＩＣＥの分野別施設利用商品を開発（再掲載）
- ・ 会議場以外の空間を会議場として活用するＭＩＣＥ商品の開発

② エクスカーションなどの開発

ＭＩＣＥ開催の成果を高めるためには、ＭＩＣＥ開催の中に公式プログラムとして組み込まれる技術視察や小旅行であるエクスカーションが、主催者を通じて本市で多く実施されることが重要です。またＭＩＣＥ誘致にあたっては、本市にある研究施設や生産施設、生産現場への視察が効果的な場合があります。本市ならではのＭＩＣＥ商品を提示したり、提案したりできることが誘致力を高めることにもつながります。そのため、主題別に実施が可能な技術視察などのＭＩＣＥ商品を予め準備できるように施設や事業者へ働きかけ、主催者にいつでも提案できるよう努めます。

同様に主催者によって、主題に関連した景観、体験施設、美術館や博物館のような観光施設をまわる小旅行が組み込まれることがあります。そのため、本市ならではの施設や体験を小規模な旅行プランとして、誘致から準備の間いつでも提案できるようにします。この場合は本市のみならず周辺自治体やグローバルＭＩＣＥ戦略・強化都市等を含めた広域なプランを目指します。

【主な取組】

- ・ エクスカーション向けの商品開発（広域プランも含む）
- ・ 本市ならではの技術視察商品の開発

③ユニークベニユーの開発

主催者や参加者にとって会議施設とは違い、ユニークベニユーでのパーティーがもっとも高松らしさを体験できる貴重な機会となり、長く記憶に残る可能性が高いと考えられます。

現在、観光庁による利用可能なユニークベニユーとして、「栗林公園商工奨励館（庭園）」「史跡高松城跡 玉藻公園（歴史的建造物・城郭・公園）」「高松琴平電気鉄道株式会社（電車・工場）」がリスト化されています。今後は、本市の誘致力を高め、開催効果を大きくするため、それぞれの所有者と連携してユニークベニユーの満足度を高め、さらに充実させる必要があります。合わせて、新規開発ができるユニークベニユーを発掘しMICE商品となるように検討します。その中で、「屋島」をはじめとする本市の観光資源をユニークベニユーへ転換させる方法なども検討します。

【主な取組】

- ・ユニークベニユーの新規商品開発
- ・ユニークベニユーメニューの充実

栗林公園/玉藻公園/高松琴平電気鉄道/高松市美術館/高松市水道資料館

- ・ユニークベニユー向け規制緩和や利用ガイドライン作成の検討
- ・ユニークベニユーデータベースの構築
- ・宣伝ツールの制作、宣伝活動

④本市のシンボル「屋島」の活用

サンポート地区のMICEエリアと連携し、本市のシンボルである「屋島」をMICE振興に活用することで、MICEにおける本市ならではの強みや他地域との差別化を図ることができます。

最大の資源である山上からの眺望や、源平の史跡・遍路道、自然・地形遺産などの多様な観光資源を活用した、本市ならではのコンベンションや、懇親会・ミニツアーなどのアフターコンベンションにおいて、「屋島」を活用することが、「屋島」の活性化だけでなく、本市全体の競争力向上につながります。

また、「屋島」はその多様な価値から、香川県、四国、瀬戸内海といった広範なエリアにおける拠点として、グローバルMICE都市等と連携して、サテライト会場やエクスカージョンとしての活用も検討します。

さらに、サンポート地区のM I C Eエリアと「屋島」との回遊性の確保が求められ、屋島ドライブウェイを無料化・市道化とともに、駐車場の確保やシャトルバスの運行など交通アクセシビリティの強化を行っていく必要があります。

【主な取組】

- ・「屋島山上拠点施設」の整備
- ・「屋島」を活用したユニークベニュー、エクスカーション等の開発
- ・ 交通アクセシビリティの向上

2 誘致強化

M I C E開催に関連する情報収集力の強化、M I C E誘致を促進するための効果的なツール類の制作等、M I C E誘致体制の整備に努めます。本市でのM I C E開催の必然性や成功のイメージをどのように主催者に伝えるべきか、という視点から誘致を計画的、組織的に推進します。

（１）誘致推進体制

① M I C E 主催者への誘致活動

M I C E は一般的な観光の集客手法とは異なり、誰が、どのように、対象となる主催者にアプローチをするかが重要です。M I C E 開催を決定する主催者（国際事務局、学会・協会、会議運営専門会社（PCO）、民間企業など）に対する専門的な誘致活動が求められます。そのため M I C E の誘致では人脈づくりが大きな影響を持ちます。特に国際会議や学会の誘致は長期に携わる必要があることから、同じ担当者による活動が効果的であり、本市においても M I C E 専門の窓口と専門の担当者の設置を検討します。

また、（公財）高松観光コンベンション・ビューローや香川県 M I C E 誘致推進協議会と連携して、誘致活動を実施します。

【主な取組】

- ・本市の M I C E 専門の窓口と専門の担当者の設置の実施
- ・誘致活動の進捗情報の一元管理
- ・誘致担当者を固定化させた人脈の構築
- ・誘致専任担当の確保、育成、スキルアップ、グローバル対応
- ・（公財）高松観光コンベンション・ビューローの体制強化

② 誘致における効果的な連携

誘致活動が活発化し競争が激化しているため、香川県を始め M I C E に関する産官学市民が連携した、誘致のための連携体制を整え、誘致活動を今まで以上に強化することを重視します。同時に香川県 M I C E 誘致推進協議会と連携して、さらに効果的な誘致に努めます。

また、大規模な M I C E 開催においては、一部の開催会場を離れた都市で開催することもあり、そのような M I C E に対応するため、大規模 M I C E の開催の機会が多い、グローバル M I C E 戦略/強化都市である神戸市や広島市との連携も検討します。

【主な取組】

- ・官民一体の誘致体制の強化（大規模 M I C E 誘致対応）
- ・近隣自治体との広域連携（会場連携やエクスカーションなど）
- ・グローバル M I C E 戦略/強化都市との同時開催連携の検討

（２）マーケティングの強化

①誘致情報の収集・管理・共有

重点分野のＭＩＣＥ開催情報、主催者及び開催地決定権者の情報を入手し、市場の動向を把握できるように努めます。また、開催情報を定期的に収集することで誘致対象とすべきＭＩＣＥを絞り込み継続的な誘致活動にいかします。

収集したＭＩＣＥの開催情報や主催者情報を誘致に活用するには、情報の一元管理と本市、香川県、ＭＩＣＥ関係者での共有が必要なため、香川県ＭＩＣＥ誘致推進協議会などと連携することにより、情報運用の仕組みづくりに努めます。

【主な取組】

- ・ 定期的なＭＩＣＥ開催情報の収集
- ・ 情報収集のための人脈づくり
- ・ 本市、香川県、ＭＩＣＥ関係者での情報共有及びそのツールの検討
- ・ 東京事務所等への出向者によるＭＩＣＥ開催情報の収集

②誘致ツールの整備

開催地の選定を検討している主催者に、必要な情報と開催提案を伝える、誘致を支援する効果的なツールを整備することで、ＭＩＣＥの誘致の競争力を高めます。

そのために、開催地の選定に求められる情報を専門に掲載するＭＩＣＥ誘致専用ホームページ、誘致専用小冊子（ミーティング・プランナーズ・ガイド）、ＭＩＣＥ誘致専用のプロモーション映像等を新たに制作し、主催者に提供します。

誘致ツールの制作においては、それぞれを独立して制作するのではなく、媒体の特性をいかし、相互に補完できるような効果的なツール制作を目指します。

誘致ツールで発信する内容としては、本市のＭＩＣＥ施設や観光、文化・芸術・スポーツやアフターコンベンションに関する情報、補助金制度の案内等を盛り込むことで、本市開催による優位性や利点を伝え、開催の必然性と成功のイメージを理解できるようにします。

【主な取組】

- ・ ＭＩＣＥ誘致専用ホームページの制作
- ・ 誘致専用小冊子（ミーティング・プランナーズ・ガイド）の制作
- ・ ＭＩＣＥ誘致専用プロモーション映像の制作
- ・ ＭＩＣＥ誘致及び参加者向け市内ガイド専用情報端末ソフトの検討

(Webからの申込、会場施設利用料の見積等)

③経済波及効果算出のための調査及び分析

現在、(公財)高松観光コンベンション・ビューローによりコンベンションの開催件数による経済波及効果の計算が行われています。今後は、2014年から観光庁が利用を推奨する「MICE開催による地域別経済波及効果測定のための簡易測定モデル」による経済波及効果測定を導入し、その計算に必要とされる情報を定期的に収集し分析することを図ります。これにより他都市とのMICE開催による経済波及効果を比較できるようになります。

【主な取組】

- ・経済波及効果測定計算に必要な情報の収集（開催終了時の主催者/参加者アンケートの実施）
- ・コンベンション数総計の項目及び算出方法の再検討
- ・基礎情報の収集により観光庁算出計算式による算出・分析

④開催満足度調査・潜在ニーズ調査

本市でのMICE開催時に、主催者及び参加者に対し開催満足度調査・潜在ニーズ調査を実施し、結果を分析することで、今後のMICE開催における満足度の向上を図ります。また主催者による要求の時間点変化を分析することで、将来に求められる施設の機能や利便性を予測し、今後の施設の機能強化や拡張、さらには新規施設建設の検討に役立てます。

【主な取組】

- ・主催者、参加者へのアンケート及び重要人物へのヒアリングの実施

（３）誘致活動

① M I C E の形態別誘致活動

M I C E の形態別誘致の対象（「M」では企業、「I」では専門会社、「C」では主催者や PCO、「E」では協会や団体、展示会専門会社など）に合わせたアプローチにより誘致を推進します。

その中で「国際機関・団体、学会等が行う国際会議」にあたる M I C E の「C」の誘致においては、政府系会議、学術系会議、企業系会議と会議の形態に合わせて、主催者や重要人物にアプローチします。また、誘致活動を通じて、本市において開催可能性が高い M I C E の情報を収集し、今後の誘致活動に役立てます。

特に、政府系国際会議や大規模 M I C E については、香川県 M I C E 誘致推進協議会と連携して、誘致に取り組みます。

【主な取組】

- ・市内 M I C E アンバサダー（本市において主催者になりうる重要人物）の発掘、協力要請、共同誘致の検討、実施
- ・首都圏主要会議運営専門会社（PCO）、DMO、旅行会社、首都圏・近隣県の主催者、開催地決定権者、インセンティブ・ツアー受入専用会社への定期的な誘致活動
- ・四国内、県内大学への誘致活動・誘致人脈の構築
- ・国内外の M I C E 展示会、商談会への参加（観光庁主催 M I C E 見本市など）
- ・開催誘致提案書作成支援の検討
- ・トップセールスによる誘致活動の検討

②インセンティブ・ツアー商品開発

M I C Eの中で観光資源を最もM I C E向けに転換しやすいインセンティブ・ツアーの誘致のため、予め本市の強みをインセンティブ・ツアー向けに具体的にパッケージ化し、要求に応じていつでも提案できるようにする必要があります。

本市の特徴をいかせる、「屋島」「四国四県が連携するスピリチュアルな島 四国遍路」「瀬戸内海沿岸の七県が連携するせとうち・海の道」「瀬戸・高松広域連携中枢都市圏の各市町」などをインセンティブ・ツアーのコースに組み込みます。パーティー会場や屋外の空間を活用した表彰式など、求められるプログラムを組み込んだ商品開発への活用を図ります。

インセンティブ・ツアー向けの商品開発では、通常の観光延長線上に考える「企業の団体旅行」とは差別化し、主催者要求に対応させた商品開発を目指します。

特にインセンティブ・ツアーではユニークベニユーに求められる水準が高いため、効果的な演出や本市ならではの飲食の提供など、付加価値が高く差別化を強く打ち出せる商品の提供を検討します。

インセンティブ・ツアーの誘致においては、アジアとの価格競争とは別に、本市ならではの強みをいかしたコースやサービス水準を高めた提案力を重視することで、競争力を高めます。

【主な取組】

- ・本市のシンボル「屋島」の活用
- ・「四国四県が連携するスピリチュアルな島 四国遍路」の活用
- ・「瀬戸内海沿岸の七県が連携するせとうち・海の道」の観光資源をいかした商品開発
- ・「瀬戸・高松広域連携中枢都市圏の各市町」との連携
- ・本市ならではのうどんや盆栽を主題にした商品の開発
- ・インセンティブ・ツアー向けの効果的な雰囲気づくりや参加者の結束を高めるプログラム開発

③海外に向けた誘致活動

グローバルな誘致のための情報発信ができる仕組みづくりに取り組みます。そのために、すでに海外の交流実績がある姉妹都市や友好都市との連携による新たなM I C E開催の検討を行います。また、国際協力機構（JICA）や日本貿易振興機構（JETRO）などとの連携や、国際的なM I C E組織である国際会議協会（ICCA）への加盟を検討するなど、グローバルなM I C E誘致を図ります。

さらに、香川県と連携した海外航空路線の誘致や、海外からの訪問客の受入環境を整備に努めます。

【主な取組】

- ・ 海外からのM I C E視察の積極的受入
- ・ 日本政府観光局（JNTO）の海外M I C E向け誘致・開催支援機能の活用
- ・ 市長による招請状発行の仕組みづくり
- ・ 姉妹都市や友好都市等との連携によるM I C E開催の検討
（セントピータズバーグ市、トゥール市、南昌市、基隆市など）
- ・ 海外からの訪問客の受入環境の整備
- ・ 国際会議協会（ICCA）への加盟検討（人脈、情報交換、M I C E情報データベース等の活用）

（４）効果的な財政支援

現在、（公財）高松コンベンション・ビューローで開催支援補助金制度を運用しています。この補助金の投資効果を検証しながら、M I C E の振興を加速させる支援制度を目指し、現行補助金制度や、財政支援の仕組みを見直します。

さらに、開催決定後の支援だけではなく、開催が決まる前の段階においても、誘致を成功させるための海外誘致活動時や新規のM I C E を創り出すためなど、M I C E 振興に効果的な新しい財政支援が行えるよう検討を進めます。

【主な取組】

- ・開催支援補助金制度の見直し
- ・誘致活動を支援するための補助金制度の検討
（海外セールス渡航費、開催視察、誘致提案書作成等）

3 M I C E 振興のための産官学連携

M I C E 振興によるまちづくりを推進するためには、市民との連携を始めとするより強い産官学連携が求められます。

（１）M I C E 振興のための連携

誘致を始めM I C E 振興全体に関わる産官学連携が重要となります。特にM I C E 開催時の効果を高めるためには、多様なM I C E 参加者と産業や経済界、学術関係者、自治体関係者などとの交流機会の場を提供する関連事業や周辺イベントを多数用意する必要があります。そのため、香川県M I C E 誘致推進協議会と連携しながら、産官学連携による開催効果を最大化できる仕組みづくりに取り組みます。

また、M I C E を推進する都市では、M I C E コンテンツを多く持つ地域の大学とM I C E の誘致から振興に協力するための包括協定や契約を締結する例もあります。本市においても地域の大学とのM I C E に関する連携の強化を検討します。

【主な取組】

- ・香川県M I C E 誘致推進協議会と連携した産官学連携の仕組みの検討
- ・地域の大学とM I C E 誘致協力に関する協定などの検討
- ・DMO 的機能強化の検討（M I C E による地域経営的機能）

（２）戦略推進の実行体制

本戦略の推進にあたっては、本市、（公財）高松観光コンベンション・ビューローが中心となつて取り組み、誘致活動や開催効果最大化の鍵となる産官学市民の連携やM I C E 関連事業者間の連携を促進させ、組織的にM I C E 振興を推進できる実行体制を整備する必要があります。

実行体制は、県が事務局となる香川県M I C E 誘致推進協議会に参画し、M I C E の形態や主題によっては、観光庁や日本政府観光局（JNTO）とも連携しながら、誘致活動を進めます。特に、政府系国際会議や大規模M I C E については、香川県M I C E 誘致推進協議会と連携して、誘致に取り組みます。

また、開催効果を高める事業の実施、ユニークベニユーの開発などに対応できるよう体制強化に努めます。

【主な取組】

- ・ 高松市M I C E 版 DMO 設置の可能性調査と移行検討
- ・ 観光庁、日本政府観光局(JNTO)、香川県との共同誘致活動（政府系国際会議、大規模M I C E）の検討

図表／写真等

戦略推進の実行体制の組織図

4 MICEの創出

本市の地域特性をいかした高松らしいMICEを創出することにより、他都市との差別化ができます。

また、関連事業や周辺イベントの開催や、市民のMICE開催の効果に対する理解を深めることで、MICE開催の効果を最大化するとともに、本市が主体的にMICEをまちづくりに活用することができます。

（１）高松らしいＭＩＣＥの開催

本市の特徴を活かした高松らしいＭＩＣＥを開催することができれば、他都市との差別化ができるとともに、開催件数の少ない時期を開催期間とすることや、関連事業や周辺イベントを実施しやすくなるなど、本市のＭＩＣＥ振興において、大きな強みとなります。

高松らしいＭＩＣＥを開催するために、ＭＩＣＥ市場の動向と本市の実情、ＭＩＣＥ関係者間を調整できる人材の確保や仕組みづくりが求められます。香川県ＭＩＣＥ誘致推進協議会と連携しながら、本市の産業や経済界、学術関係者、自治体関係者、市民、市民団体などとの連携や情報交換ができる仕組みづくりを行い、高松らしいＭＩＣＥを開催できる人材の発掘や育成を図ります。

また、グローバル誘致に求められる多言語への対応や海外のビジネス習慣への理解など、誘致担当の能力向上を図ります。

【主な取組】

- ・ 将来、ＭＩＣＥを開催できる人材の発掘とその人脈づくり
- ・ 「希少糖」「K-MIX」のようなＭＩＣＥコンテンツになりうる素材の調査
- ・ 小規模ＭＩＣＥや類似ＭＩＣＥを集約することによる規模の拡大支援の検討
- ・ 誘致専任担当の招聘の検討

（２）開催効果を高める商品開発

M I C E開催の効果を大きくするために、多様な関連事業や周辺イベントを開催し、M I C Eの主催者や、参加者との交流機会を提供する必要があります。そのため、M I C E主題に沿った関連事業や周辺イベントを企画し、M I C Eの商品として提供できるように努めます。このようなM I C E商品の開発は広範囲に及ぶため、多くのM I C E関係者やM I C E関連事業者と連携して商品開発を進め、M I C E関連事業のビジネス機会を増加させることを図ります。

【主な取組】

- ・ M I C E開催に合わせた関連事業や周辺イベントの実施
（経済界、大学関係者、学生、市民、近隣行政関係者向けなど）

（３）機運の醸成

一般的に「ＭＩＣＥ」という言葉に馴染みがないため、観光やインバウンド（訪日外国人旅行者の集客）と同じに考えられるなどしていることから、ＭＩＣＥ振興やその効果に対する理解を深めるとともに、本市全体でＭＩＣＥを受け入れ、発展させる機運の醸成を図ります。

香川県ＭＩＣＥ誘致推進協議会と連携して、ＭＩＣＥの振興が本市の成長に必要であることが市民はじめＭＩＣＥ関連事業者に浸透するように、啓発活動に取り組みます。

また、開催されるＭＩＣＥの主題に関係した市民公開講座や市民向けの連携イベントを実施することで、市民が直接ＭＩＣＥに触れる機会や市民ボランティアによるＭＩＣＥへの直接参加する場の提供など、市内のＭＩＣＥ振興の機運の醸成に努めます。

【主な取組】

- ・市民向けＭＩＣＥ啓発のためのセミナー実施
- ・市内事業者向けＭＩＣＥによる事業展開の啓発研修の実施
- ・ＭＩＣＥの主題に関係した市民公開講座や市民イベントの実施

第4章 戦略スケジュール

本市の「高松市M I C E振興戦略（仮称）」は、「第6次高松市総合計画」で目指すまちづくりをM I C Eの手段により達成するため、次のような段階的な工程により戦略を具体化します。

M I C E振興戦略は2017年度から2023年度までの7年間で予定しています。その進捗は「高松市まちづくり戦略計画」の中で進行管理を行います。

図表／写真等 ロードマップ	
2017年度	誘致強化の環境整備
2018年度	誘致・プロモーションの拡大
2019年度	産官学市民連携によるM I C E振興
2020年度以降	M I C Eによる交流人口の拡大

まず、戦略推進の実行体制を整備し、戦略遂行の実施方法を明確にしていきます。そして、本市ならではのM I C Eの創出を開始し、誘致ツールの整備を行って誘致活動を強化していくと同時に受入環境の整備を行います。

次に、産官学市民との連携を図ります。

そして、M I C E関連事業者のサービス水準の向上、誘致にあたって提案力の強化を進めます。またM I C E開催においては、「地域への経済波及効果」「ビジネス・イノベーションの機会の創造」及び「都市のブランドイメージの向上」のさらなる達成を目指します。

最終年度である2023年度には、これまでの成果により「M I C E都市・高松」の知名度を向上させてブランドイメージを確立し、M I C Eの振興により「産業の活力と文化の魅力あふれる創造性豊かなまち」の実現を目指します。

【資料編】

1 高松市M I C E 振興戦略策定懇談会

本戦略の策定あたっては、本市のM I C E に関係する各分野で活躍する学識経験者、経済団体関係者、観光に関する事業者、M I C E に関する事業者などからなる「高松市M I C E 振興戦略（仮称）策定懇談会」を設置し専門的な立場からの意見聴取を行った。

「高松市M I C E 振興戦略策定懇談会」名簿（敬称略）

会長

村山 卓 香川大学大学院地域マネジメント研究科 教授

副会長

角谷 寿彦 公益財団法人高松観光コンベンション・ビューロー コンベンション推進部長

委員（五十音順）

安部 雅之 公益財団法人高松市文化芸術財団 常務理事

井上 知己 シンボルタワー開発株式会社 部長

鹿庭 弘百 一般社団法人 街角に音楽を@香川 代表理事

紀伊 雅敦 香川大学工学部安全システム建設工学科環境政策工学 准教授

坂口 祐 デザイナー／物語を届けるしごと

四之宮 和幸 四国旅客鉄道株式会社 営業部長

土居 邦壽 高松ホテル旅館料理協同組合 専務理事

西村 周子 高松青年会議所 専務理事

三村 和馬 穴吹エンタープライズ株式会社 取締役 指定管理者事業部長

宮武 寛 高松商工会議所 常務理事

矢田 博嗣 （一社）日本旅行業協会中四国支部香川地区委員会 委員長

オブザーバー

小幡 章博 四国運輸局企画観光部 部長（平成28年6月まで）

堤 俊哉 四国運輸局企画観光部 部長（平成28年7月から）

安松 延朗 香川県交流推進部 部長

2 MICE用語集

・コンベンション法

国際会議等の誘致開催を促進する法律で、平成6年に施行。正式名称は「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」。以下の条件が必要とされている。

- ・国際会議場施設等が整備されていること
- ・宿泊施設等が整備されていること
- ・国際会議等の誘致体制が整備されていること
- ・近傍に観光資源が存在すること

・アフターコンベンション

会議日程終了後、又は会議時間終了後に引き続いて計画されている各種の行事。自由行動としての周辺地域のショッピング、娯楽などの活動も含めるのが一般的。

・エクスカーション

会議公式プログラムの一部として、会議参加者及びその同伴者のために計画された、レクリエーションのための小旅行や遊覧。「ツアー」(Tour)ともいう。

・コンベンション・ビューロー (Convention Bureau)

コンベンション誘致等を目的として、地域のMICE関連事業者等とともに都市のマーケティング等を担う非営利組織。観光部門を持つ組織の場合は、コンベンション・ビジターズ・ビューローという。本市においては、(公財)高松観光コンベンション・ビューローがその役割を担う。

・DMO (Destination Management/Marketing Organization)

様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体。

観光庁が定義する日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役。多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備える。

- ・ PCO (Professional Congress Organize)

会議運営専門会社。あらゆる種類の集会、会議開催に関わる業務、又はこれに関連して派生する一切の行事に関わる業務を取り扱うための専門的能力を持った個人又は会社。

- ・ プログラム

行事のスケジュール。各イベント開催の時間と場所の詳細が示される。

- ・ ユニークベニュー

歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、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のこと。

3 MICE施設一覧

会場等のリスト

<コンベンション開催件数定義>

※（公財）高松観光コンベンション・ビューロー全国大会等開催補助金交付要綱より
一部抜粋
（定義）

第2条 この要綱に掲げる用語の意義は、次の各号に定めるところとする。

- （1）国際会議等とは、学術、文化、技術等の向上発展を図ることを目的とする団体が主体となって開催する学術、文化、技術等の研究の発表又は討論のための国際的な会議、スポーツ大会等をいう。
- （2）国内大会とは、会議、集会、セミナー等をいう。
- （3）国内学会等とは、学者により構成され、学術研究の向上発展を図ることを目的とする団体が主体となって開催する学術研究の発表又は討論のための会議、集会、セミナー等をいう。
- （4）スポーツ大会とは、その大会が行う競技の振興及び発展を目的とする競技団体又はその下部組織が主催、共催、後援等を行う競技大会をいう。
- （5）企業コンベンションとは、企業が主催するもので、インセンティブ、各種セミナー、スポーツ大会、体験学習等営利を目的としないものをいう。
- （6）教育旅行とは、学校等が主催するもので、見学、体験学習等の諸行事をいう。
- （7）合宿等とは、各種競技団体、学校等が技術向上、交流等を目的に開催するスポーツ合宿、文化活動等営利を目的としないものをいう。
- （8）外国人参加者とは、海外から参加する外国人をいう。
- （9）全国規模とは、全国30都道府県以上（香川県を含む）からの参加があるもの又は県外参加者の延べ宿泊数が1,000泊以上あるものをいう。
- （10）その他規模とは、3県以上（香川県を含む）から参加があるものをいう。
- （11）近隣町とは、三木町、直島町及び綾川町をいう。
- （12）エクスカージョンとは、大会等の主催者が計画し、実施する観光旅行、視察旅行等をいう。
- （13）賛助会員施設とは、当該年度4月1日（年度途中に入会した宿泊施設はその入会した日）に当財団賛助会員として加盟している高松市又は近隣町にある宿泊施設並びに宿泊施設で組織する同業種団体の加盟施設をいう。

<日本政府観光局（JNTO）基準>

【2007 年統計からの新基準】

* 以下の①～④を全て満たす国際会議を、「国際会議」とします。

- ①主 催 者：「国際機関・国際団体（各国支部を含む）」又は「国家機関・国内団体」（各々の定義が明確ではないため、「特定企業の利益を追求することを目的とした会議」の主催者を除く全てが対象となります。）
- ②参加者総数：50 名以上
- ③参 加 国：日本を含む 3 カ国以上
- ④開催期間：1 日以上

※参考

<国際会議協会（ICCA）統計の国際会議選定基準>

国際機関・国際団体（各国支部を含む）、または国家機関・国内団体（各々の定義が明確ではないため、民間企業以外は全て）が主催する会議で、以下の条件を満たしていること

- 1. 参加者総数が 50 名以上
- 2. 定期的に行われる（1 回だけ開催されたものは除外される）
- 3. 3 カ国以上での会議持ち回りがある（2 カ国間会議は除外される）