

M I C E 誘致戦略プラン

【概要版】

令和6年3月 改訂版

公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

○戦略策定の目的と期間

鹿児島市（以下、本市という）において、ポストコロナを見据えて MICE 誘致力の強化を図るため、これまで中心に行ってきたコンベンション（C）の開催支援だけでなく、企業ミーティング（M）やインセンティブツアー（I）、イベント（E）の誘致・支援や先進的テクノロジーの活用についての検討も行い、鹿児島市の優位性（強み）を活かした MICE 誘致の指針となるプランを策定する。ポストコロナにおいて、コンベンションを含めた MICE 誘致に戦略的に取り組み、さらなる交流人口の拡大と地域経済の活性化等を図ることを目的とする。

本戦略の期間は 2021 年度から 2025 年度までの 5 年間。同期間中に本市で策定予定の第 4 期鹿児島市観光未来戦略や第六次鹿児島市総合計画に合わせて適宜見直しを行う。

○MICE の定義

本市では、「M I C E」を以下の定義に基づき MICE 誘致戦略を検討した。

【MICE の定義】

<u>M</u> eeting	<ul style="list-style-type: none">主に企業がグループ企業やパートナー企業などを集めて行う企業会議、大会、研修会等の会合を指し、なお、スポーツ合宿も含める。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none">▶ グループ企業の役員会議、管理職研修、新商品発表会、代理店会議、ビジネスマッチング・商談会 スポーツキャンプ・合宿 等
<u>I</u> ncentive (Travel)	<ul style="list-style-type: none">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で、企業報奨・研修旅行と呼ばれる。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none">▶ 優秀社員に対するレセプション・表彰式 等
<u>C</u> onvention	<ul style="list-style-type: none">国内外の会議であり、学会や産業団体、政府等が開催する大規模な会議を一般的に指す。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none">▶ G7サミット、国際眼科学会、国際サンゴ礁シンポジウム、国際解剖学学会 等
<u>E</u> xhibition/ <u>E</u> vent	<ul style="list-style-type: none">国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビションや、スポーツ・文化イベントなど大小様々なものが含まれる。 <p><例></p> <ul style="list-style-type: none">▶ 東京国際映画祭、世界陸上競技選手権大会、サッカーワールドカップ、各種 LIVE・コンサート、各種フェスティバル 等

○MICE の効果

観光庁では、MICE の効果として「ビジネス・イノベーションの機会の創造」「地域への経済効果」「国・都市の競争力向上」の 3 点を挙げている。

○MICE の現状と課題

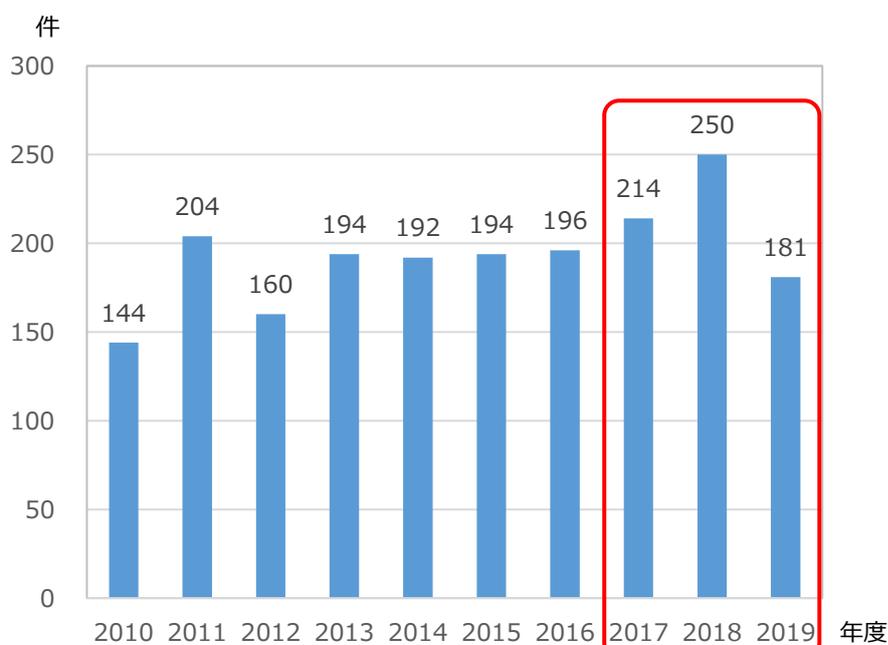
(1) 鹿児島市における MICE 開催の実績

2019 年度に鹿児島市で開催された大会・会議等の件数は 181 件。2011 年度は九州新幹線の全線開業、2018 年度は NHK 大河ドラマ「西郷どん」の放映等の影響により 200 件を超えている。

過去 3 年間の MICE 開催実績の内訳をみると、どの年度も「国内大会・会議【国内 C】」が最も多く、次いで「展示会・見本市【E】」となっており、この 2 分野で 9 割を超えている。なお、「国際会議【国際 C】」は 10 件前後にとどまっており、「企業等の会議【M】」や「報奨・研修旅行【I】」については、当協会の実績としてはほとんどみられていない。

【鹿児島市における MICE 開催の実績】

○鹿児島市における大会・会議等の開催件数の推移



○過去 3 年間の MICE 開催実績の内訳

分野	2017 年度		2018 年度		2019 年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
M	4	2%	5	2%	3	2%
I	1	0.5%	0	0%	0	0%
国内 C	125	58%	146	58%	95	52%
国際 C	12	6%	8	3%	11	6%
E	72	34%	91	36%	72	40%
合計	214	100%	250	100%	181	100%

資料：公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

(2) 鹿児島市で開催された MICE 参加者 1 人当たり消費額

鹿児島観光コンベンション協会の独自調査結果に基づく試算によると、学会・大会等【C】における参加者 1 人当たりの消費額は 43,321 円で、その内訳は、宿泊費 (17,813 円) が全体の約 4 割を占め最も多く、次いで飲食費 (11,473 円 同 26.5%)、土産購入費 (6,886 円 同 15.9%) などとなっている。スポーツ大会を含むイベント等【E】における参加者 1 人当たり消費額は 81,691 円となっており、その内訳の割合は学会・大会等の消費額とほぼ同様の傾向にある。

【学会・大会等【C】とイベント等【E】の各参加者 1 人当たりの消費額 (2 か年平均値)】

○学会・大会等【C】			○イベント等【E】		
	消費額	構成比		消費額	構成比
交通費	4,508 円	10.4%	交通費	8,909 円	10.9%
宿泊費	17,813 円	41.1%	宿泊費	34,186 円	41.8%
飲食費	11,473 円	26.5%	飲食費	19,046 円	23.3%
土産購入費	6,886 円	15.9%	土産購入費	13,851 円	17.0%
観光入場料	2,640 円	6.1%	観光入場料	5,699 円	7.0%
合計	43,321 円	100.0%	合計	81,691 円	100.0%

資料：(公財) 鹿児島観光コンベンション協会の 2018 年度・2019 年度の調査結果より作成

(3) 課題

本市の MICE 誘致に向けた課題として以下のことなどが考えられる。

課題 1：推進・連携体制の構築

- ・オール鹿児島で関係者が一体的に連携・協働する体制が構築されていない。また、実際の誘致に繋げる専門性を持った人材がいない。

課題 2：戦略的な誘致活動

- ・誘致に向けた事前準備（動向把握、プロモーション活動の方向性の整理等）の取組が不足している。必要なターゲット（重点分野）を明確にした誘致活動ができていない。

課題 3：受入環境の整備

- ・MICE 開催を受け入れる、MICE 主催者等のニーズに応え、支援する仕組みが整っていないため、MICE 開催者に選ばれる環境となっていない。

課題 4：鹿児島市の優位性（強み・資源）の最大限の利活用

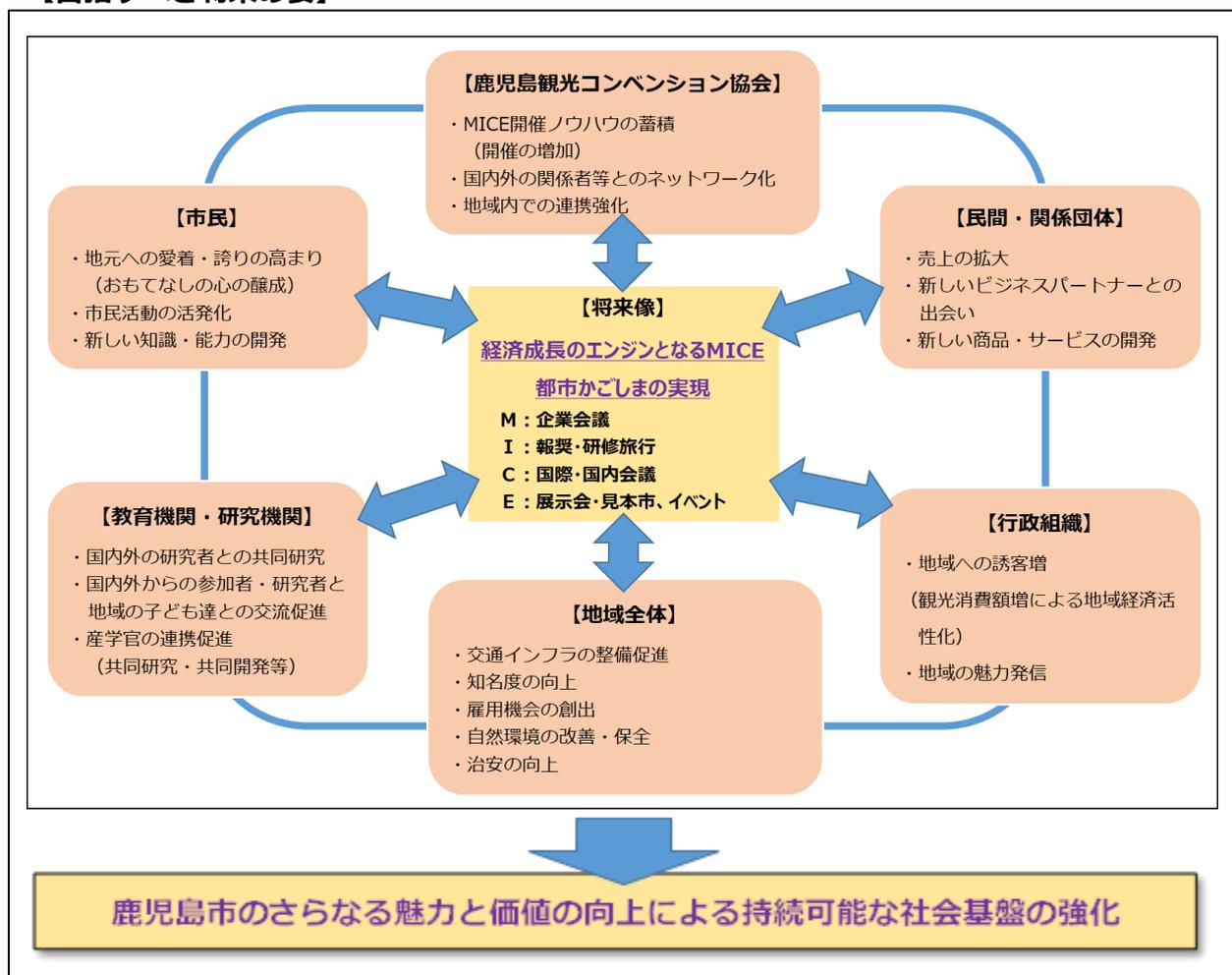
- ・食、交通、都市機能の集積、歴史・文化・伝統、人材など鹿児島市の優位性の利活用が一部に限定されている。施設についても多くが MICE 活用を想定していない。

○基本的な方向性

(1) 目指すべき将来像

本市の優位性を最大限に活かし、MICE 関係者の役割分担を明確にして、さらなる交流人口の拡大と地域経済の活性化につながる取組を展開することにより、「経済成長のエンジンとなる MICE 都市かごしまの実現」を目指す。

【目指すべき将来の姿】



(2) 戦略検討の5つの視点

戦略を検討するにあたっては、以下の5つの視点を重視した。

- 主催者視点（主催者にとっての価値とは何か）
- 安心・安全の確保（開催地の安心・安全が担保されていることが前提）
- 経済効果を高める仕組みづくり（受入の質を高めて消費単価を増やす仕組みづくり）
- 鹿児島市の“場”の価値の向上（鹿児島島のゲートウェイ機能を活かした広域連携）
- 先進的テクノロジーの活用（AI、ICT等のデジタル技術の積極的な活用）

(3) 重点ターゲット分野と成果指標

1) 重点ターゲット分野

重点ターゲット分野については、「現時点で一定の実績を有する分野をさらに強化するもの」、「広域連携の中で期待されている本市の役割の強化につながるもの」を満たすものとし、M（企業会議）、I（報奨・研修旅行）については、それら分野で来訪した企業向けのプロモーションを強化し、誘致を進めるものとする。それらを前提に、本戦略の期間において重点的に誘致を進めるべきターゲット分野を以下のとおり設定した。

【3つの重点ターゲット分野】

- 重点ターゲット分野1：医学系、理工学系、教育学系の会議・大会（C）
- 重点ターゲット分野2：スポーツ分野の大会・会議・イベント・合宿（C、E、M）
- 重点ターゲット分野3：上記2分野で来訪した企業等の会議、報奨・研修旅行（M、I）

2) 成果指標

本戦略の計画期間において、以下の6つの成果指標を設定し、重点ターゲット分野へアプローチすることにより、その目標値達成を目指す。

【成果指標】

成果指標	基準値	2025年度目標値	
①医学系、理工学系、教育学系の会議・大会の開催件数	28件	60件	
②スポーツ分野の大会・会議・イベント・合宿の開催件数	97件	200件	
③企業会議（M）、報奨・研修旅行（I）問合せ件数	0件	20件	
④参加者の満足度	—	80%	
⑤主催者の満足度	—	80%	
⑥参加者1人当たり消費額	【C】	43,321円	10%増
	【E】	81,691円	10%増

注1：①、②、③の基準値は、過去10年間（2009年度～2018年度）の平均値。

注2：④の参加者の満足度は、MICE開催時に実施するアンケート調査結果の総合評価の「満足」割合の平均値。

⑤の主催者の満足度は、アフター調査結果の総合評価の「満足」割合。「—」は、初回の参加者アンケート調査・主催者アフター調査結果を基に設定。

注3：⑥の参加者1人当たり消費額は、2018年度及び2019年度のアンケート調査結果を基に設定。

(4) 基本戦略

本市の課題等を踏まえ、目指すべき将来像の実現に向けて、「誘致機能の強化」、「受入・支援機能の強化」、「観光消費額の向上」を最重要課題とし、その克服に向けて4つの基本戦略と具体的施策を設定した。

戦略1：重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開

- ・本市の施設の現状やこれまでの開催実績等から情報収集を行い、重点分野のターゲットを設定した上で、資源を集中的に投入し、MICE 誘致活動の効果を高めていく。

施策	(1) 重点分野におけるターゲットの設定 (2) プロモーション実施体制の構築 (3) 効果的な誘致活動の展開 (4) 中長期的視点に立った誘致活動の強化
----	--

戦略2：地域資源の MICE 活用促進による来訪者消費単価の向上

- ・地域の施設・インフラや体験型アクティビティなど、MICE に資する資源の活用方策を検討・整備することにより、来訪者の消費単価が向上していく。

施策	(1) 既存の体験・見学型資源等の MICE 資源化 (2) ユニークベニューの開発 (3) アフターコンベンション・エクスカーション等の充実 (4) 利便性や魅力を高める資源のパッケージ化
----	--

戦略3：社会変動等に対応できる強靱な MICE 基盤の構築

- ・ポストコロナを見据えて、主催者等に開催地として選ばれ、そして選ばれ続けるために、環境の変化に迅速に対応できる強靱な MICE 基盤を段階的に強化していく。

施策	(1) MICE 主催者等のニーズに応える支援体制の充実 (2) 新たな取組を支援する仕組みづくり (3) MICE 施設等に対するグローバル対応の支援 (4) 安心・安全な受入環境の整備
----	---

戦略4：機動力と柔軟性のある推進体制の整備

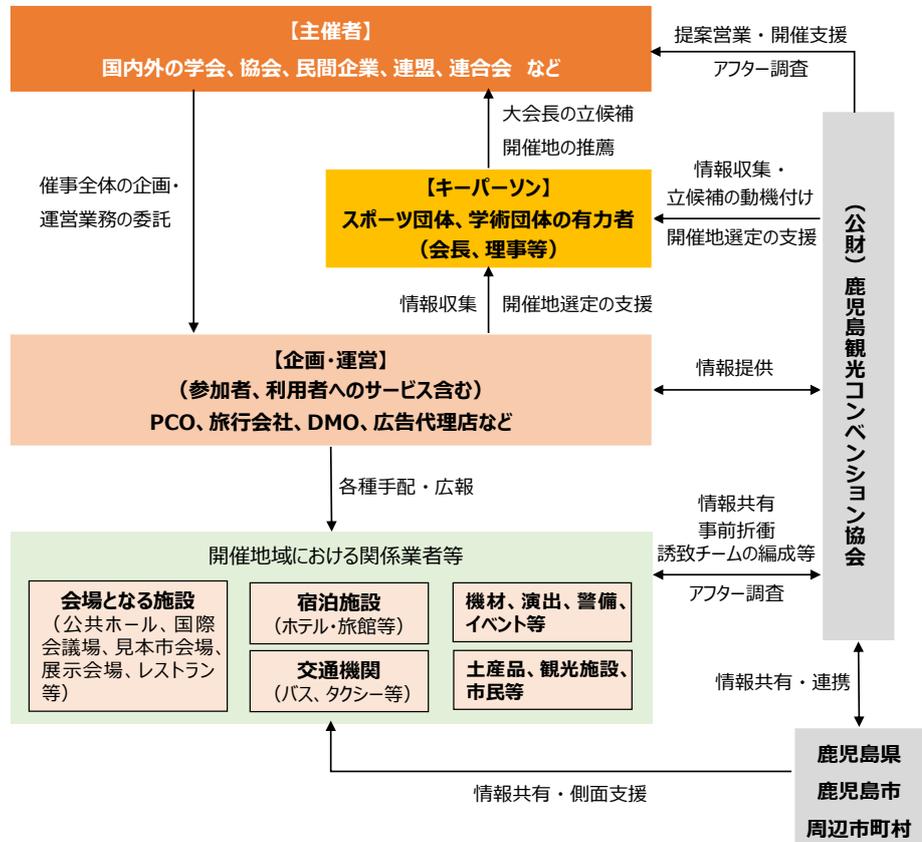
- ・主催者のニーズを汲み取り迅速に対応していくために、関係者が MICE に関する共通の認識を持ち、緊密な連携を図り、機動力と柔軟性のある推進体制を整備していく。

施策	(1) 民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等との連携強化 (2) MICE 開催に対する地域の機運醸成 (3) 専門性を持った人材の育成・確保と人的ネットワークの構築 (4) 周辺や関連の自治体等との連携による MICE 誘致力の強化
----	--

○戦略の推進に向けて

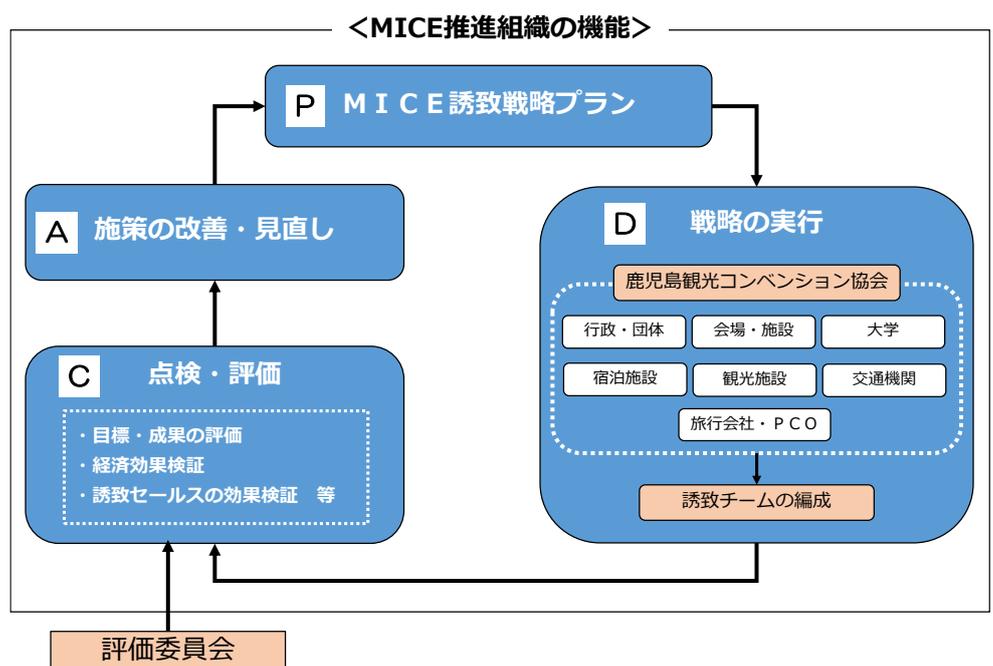
(1) MICE 関係者の役割分担

MICE 関係者の役割分担は、それぞれ以下のようなことなどを想定し、鹿児島観光コンベンション協会がMICE誘致に向けて中核的な役割を担うものとする。



(2) 進行管理

本戦略の進行管理については、鹿児島観光コンベンション協会が実施主体となり、関連組織や事業者との意見交換等を積極的に実施しながら、PDCAサイクルを回していく。



4. スケジュール

アフターコロナによるMICE開催形態の変化、MICE主催者ニーズの変化を踏まえスケジュールを改訂する。本プラン策定当初は、4年目（2024年度）以降2年間を本格実践・拡大（ジャンプ）の期間と位置付けていたが、コロナ後のMICEのあり方がコロナ前に戻る途中なのか、これがニューノーマルなのかを見極める時期として、3・4年目でトライアルを繰り返し、さらなる“攻めの戦略”を展開する。また、令和4年3月に策定された第4期鹿児島市観光未来戦略の基本戦略および令和5年5月に発表された、国の「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」の施策を鑑み、ジャンプ期を令和8（2026）年度までとし、セールスエリア・件数・海外対象国などを捉えたMICE誘致戦略を展開する。なお、2026年度に2025年度の目標数値の検証を行い、新たな戦略を策定するものとする。

戦略	取組段階 (年度)	ホップ (体制・仕組みづくり)		ステップ (試行)		ジャンプ (本格実践・拡大)	
		2021	2022	2023	2024	2025	2026
戦略1：重点分野のターゲット設定による戦略的な誘致活動の展開							
(1)重点分野におけるターゲットの設定	情報のデータベース化 ターゲット設定	データベースの活用 ターゲット分析	地域一体となった取組の展開	国内大都市圏セールスによる先行情報の収集と主催者との関係性構築 (セールス回数の増、ターゲットの選定) 国内MICE商談会等への出展 (どの商談会が効果的なのか検証) 東アジアをターゲットとした商談会への出展と現地セールス (情報収集の後に、より効果的な商談会への出展)	国内大都市圏および東アジアを中心としたセールスの展開 (より効果的なセールス展開) 欧米への進出を見据えたターゲット情報収集	欧米を含めたターゲット設定 海外でのMICE商談会、見本市への出展およびセールス 地域連携によるセールス活動	
(2)プロモーション実施体制の構築	実施体制づくり プロモーションの実施	プロモーション活動の拡大					
(3)効果的な誘致活動の展開	ターゲット情報の分析とアプローチ						
(4)中長期的視点に立った誘致活動の展開	アンケートによる調査・研究 関係機関等との連携強化						
戦略2：地域資源のMICE活用促進による来訪者消費単価の向上							
(1)既存の体験・見学型資源等のMICE資源化	地域資源の掘り起しとMICE資源化		実践による資源の磨き上げ	県内ステークホルダー、各市町村との連携強化 (ラインナップの造成と拡大) 企業間のマッチング等による受入れ体制の構築 プログラムモニターツアーの実施 (トライアルとして地元ステークホルダー向けモニターを実施) 消費額向上に向けた街なか誘引策強化 (MICE向けサービス券、利用店舗の拡大)	ユニークベニュー・MICE向けコンテンツ等の商品化と利用促進 ナイトタイムエコノミーを意識した商品の開発 (セールスによる売り込み) 周辺市町村と連携したコンテンツの開発	MICE誘致に合わせた商品提案と消費単価向上に向けた取組み	
(2)ユニークベニューの開発	先進事例調査・研究 施設側への提案、調整						
(3)アターラクション・イカサガ等の充実	周辺市町村を含めた施設との意見交換 等						
(4)利便性や魅力を高める資源のパッケージ化	資源のパッケージ化と主催者への企画提案 等						
戦略3：社会変動等に対応できる強靱なMICE基盤の構築							
(1)MICE主催者等のニーズに応える支援体制の充実	主催者のニーズ把握 支援相談窓口の拡充 等		周知活動と実践による課題の検証	インセンティブツアー誘致強化のためのMICE開催補助金制度見直し (情勢を含めより効果的な補助金制度を構築) メディアによる情報発信と受入れ機運醸成 国内エージェント向けのオンラインMICEセミナーの実施 (情報発信としてのトライアル事業)	MICE施設・関係者を対象としたグローバル対応セミナー等の実施 鹿児島における持続可能なMICE開催施策検討	幅広い分野の関係者との関係性構築によるMICE受入環境の整備	
(2)新たな取組を支援する仕組みづくり	多様化するMICE開催への対策検討 等						
(3)MICE施設等に対するグローバル対応の支援	施設のニーズ把握 個別支援実施 等						
(4)安心・安全な受入環境の整備	ガイドラインの検討・作成 医療・防災関係者との協議 等						
戦略4：機動力と柔軟性のある推進体制の整備							
(1)民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等との連携強化	体制づくり、勉強会の実施 誘致チームの編成 等		実践による体制の課題の検証	MICE人材育成のための、学生向けセミナーの実施 産官学連携体制の構築 全国の他団体との連携による情報収集と九州・沖縄エリアの広域連携強化 (他エリアコンテンツ把握による鹿児島のコンテンツブラッシュアップに繋げる)	MICEフォーラム等の開催による地域機運醸成 周辺自治体とのMICE誘致に向けた連携強化	県域でのMICE誘致推進体制の構築	

公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

〒890-0053 鹿児島市中央町 10 番地キャンセ 7F

電話 : 099-286-4700