

大阪M I C E戦略（仮称） <たたき台>

令和3年11月

目次

・ 大阪MICE戦略（仮称）について	・ ・ ・	2
・ 大阪の現状・課題	・ ・ ・	3
・ 今後の見通し	・ ・ ・	4
・ MICE開催により期待される効果	・ ・ ・	5
・ 取組方針	・ ・ ・	7
・ 具体的な取組み項目	・ ・ ・	8

【目的】

- ・「大阪都市魅力創造戦略2025」において、めざすべき都市像の1つに「**世界水準のMICE都市**」を掲げ、国内外の都市に伍する競争力を備えたMICE都市をめざすこととしている。
- ・MICEの開催により、人々の交流が増え、企業や大学などの活動も活発になり、街が賑い、経済の好循環が生まれ、都市の成長へとつながっていく。また、国際会議等の開催は、住民の都市への関心が向上し、まちへの愛着と誇りの醸成にもつながる。
- ・大阪ならではの魅力や強みを活かし、大阪が世界中のMICE主催者から積極的に選ばれ、数多くのMICEが開催される都市となるよう、新たに「大阪MICE戦略（仮称）」を定め、まずは、アジア地域でのナンバーワンMICE都市を目指し、府、市、経済界が一体となって取組みを進めていく。

【戦略の期間】

- ・「世界水準のMICE都市」を実現するための指針として、2022年度から**今後10年を見据えた**方向性を示す。
- ・特に、2025年大阪・関西万博を見据え、**2022年度～2026年度（5年間）**を**アクションプラン推進期間**とし、「世界水準のMICE都市」の実現に向けた具体的な取組みを明確化。
- ・2027年度以降の取組みについては、万博開催のレガシーやIRの誘致、ポストコロナの姿を踏まえて、あらためて検討。
- ・アクションプラン推進期間中においても、**コロナウイルス感染症の状況の変化等を踏まえ、随時見直し。**

【現状（実績）】

都市別国際会議開催ランキング（ICCA基準）（2019年）：大阪府は世界第95位（アジア・大洋州地域22位）相当
府内国際会議開催件数（JNTO基準）（2019年）：300件（前年比+60件）
（東京都（581件）、福岡県（464件）、兵庫県（461件）、京都府（398件）を下回る）

【現状（これまでの主な取り組み）】

- ・大規模施設でなくても開催できる300～500名規模の工学系国際会議を主要ターゲットとした誘致
- ・一定のMICE施設が集まっているエリア（MICEクラスター）での施設間連携や情報交換
- ・新型コロナウイルス感染症拡大後、全国に先駆けて大規模展示会の再開に向けて取り組み ほか

【課題（MICE施設の状況や開催支援状況など）】

- ・府内各地には、大小さまざまな規模の施設が数多く立地。
- ・コロナ前は様々な種類・規模の催事が多数行われており、主要施設である大阪府立国際会議場の稼働率は80%を超えるなど、主催者が開催を希望する時期に予約が取りづらい状況。
- ・一定規模以上の展示場と会議場が一体的に整備されたMICE施設が不足。
- ・特に都心部においてMICE施設の新設・増床を行えるスペースが限られている。
- ・エリアMICE(※)については、エリアによって施設間の連携状況に差があり、取り組みは途上。

※エリアMICE：「大阪におけるMICE推進方針」（H29.3）において「MICEクラスター」として記された取組みの後継であり、府内の主要会場を中心に8つのエリア（北摂、梅田、中之島、堺筋本町、ミナミ、ベイエリア、堺、KIX泉州）を設定し、エリア内の施設間やエリア間の連携・協力を図る仕組み。

【大阪におけるMICE関連の動き（予定）】

2022年	府市大学統合による新大学「大阪公立大学」開設
2024年	うめきた2期まちびらき、中之島未来医療国際拠点開業（いずれも一定規模の会議室等の設置予定有）
2025年	大阪・関西万博開催、大阪公立大学森之宮キャンパス開設
2027年	万博記念公園にアリーナ開業（事業予定者提案：収容人数18,000人、延床面積69,550㎡）

- ・ 夢洲へ誘致を進めているIRに、世界水準の競争力を備えたオールインワンMICE拠点の形成をめざしている
 <施設規模（事業者提案）>
 - ・ 国際会議場…最大会議室6,000人超収容、及び同数以上が収容可能な中小会議室群
 - ・ 展示場… 2万㎡

※展示等施設の段階整備…開業後15年以内に6万㎡以上、事業期間内に10万㎡以上の計画を事業条件 段階整備の時期・規模等については必要に応じて見直し

【国内他都市におけるMICE関連の動き】

- ・ 国内競争都市では、近年新たなMICE施設の設置や、既存施設の増改築・機能強化が進む。
 〔 実施済：京都国際会館（2018）、東京ビックサイト・愛知県国際展示場（2019）、パシフィコ横浜（2020）、マリンメッセ福岡（2021）
 実施予定：ポートメッセなごや（2022、2026）
 このほか、常設の保税展示場（※）の設置や（愛知県国際展示場）、誘致助成金の強化を行う都市（京都市等）もある。〕

※保税展示場：特定の国際展示会・見本市など、外国貨物を展示する会場に使用する場所として、税関長が保税を許可した展示場のこと。海外から到着した貨物に関税をかけることなく簡易的な手続きのみで展示できる。

【新型コロナウイルス感染症の影響】

- ・ 国際会議については延期・中止となっていたが、オンラインによる開催から再開。2020年夏以降はリアルとオンラインを併用するハイブリッド型の開催が徐々に増加。
- ・ 展示会については、国内は大阪から再開の動き。欧米でもリアルでの開催が進む。

産業競争力の強化

・イノベーションの創出と、ビジネスマッチングの促進

MICEを通じて得られる新たな知見や参加者・企業・大学・学会等の間で新たに構築されるネットワークを通じて、ビジネスや研究の環境が向上し、新たな価値創造につながるとともに、参加者のビジネスマッチングが促進され、商談金額が増加する。

・産業活性化の起爆剤

大阪が戦略的に強化したい分野のMICEを開催することで、その分野の活性化や、その分野における世界の主導的な拠点となることができる。

・幅広い分野への経済波及効果（観光消費の増大など）

会議等の設営・運営など開催そのものに関わる対応や国内外からの来訪者による宿泊、飲食、観光等の活動を通じた消費など裾野の広い効果が生まれる。

都市格の向上

・都市の魅力向上

MICEの誘致に向け、関連する施設やその周辺にある資源の魅力を再確認し、必要な整備や情報発信を行うことで、都市の魅力が向上する。

・都市の国際的認知度やブランド力の向上

MICEの誘致・開催を通じた情報発信や、国内外から多くの参加者・関係者が来訪し開催都市・大阪を体感することを通じて、開催都市の国際的な認知度が高まるとともに、MICEの開催・成功を通じてさらに多くのMICEが開催される循環が生まれ、MICE開催都市として、また重点分野の学術・産業等に秀でた都市としてのブランド力が向上する。

住民の関心向上、わがまちへの愛着と誇りの醸成

・住民の「わがまち」への愛着と誇りの醸成

都市魅力の向上や、MICE開催による都市の知名度の向上などにより、大阪に住み、働き、訪れる全ての人が感動を共有し、誇れるまちとなる。

・住民への啓発、機運醸成の起爆剤

MICEの開催、PRなどが入り口となって、住民のMICE開催関連分野への関心や理解が高まる。

(論点)

- ・ MICEを開催することにより期待される効果の内容（総論及びM/I/C/Eそれぞれの特徴について）
- ・ 大阪において特に期待される効果、大阪が追求すべき効果
- ・ 水都、食、歴史・文化などの魅力に加え、万博の開催、大阪公立大学のオープン、IRの誘致などのビッグイベントが続く大阪の強みを、今後のMICE誘致においてどう生かしていくべきか

【基本的な考え方】

戦略では、次の3つの方針（視点）に基づき、大阪におけるMICE機能の強化を進めていく。
SDGsの達成、ICTなど新たな技術の積極的活用も視野に入れて取り組んでいく。

I. 大阪で集い交流するMICEの実現

- ・人々が実際に会い、会話や情報交換をすることによって生まれる新たな発想が重要。
- ・人々が現地に集い交流し、新たなつながりや創造の促進、都市魅力の体感が可能である、リアルMICEを基本としつつ、需要が高まっているハイブリッド型開催もめざす。

II. 地元への経済波及効果の増大

- ・MICEの開催は、商談の機会やイノベーションの創出、高度人材の集積などの持続的な好循環につながる。
- ・エリアMICEの活動強化などによる誘致件数の増加の取組みや、大阪の持続的成長につながる重点分野のMICEの誘致・創出に注力するなどにより、長期にわたって経済波及効果が増大するような仕組みをつくる。

III. 都市格の向上につながるMICEの誘致・創出

- ・MICEの開催・成功を通じて開催都市としての国際的な認知度を高める。
- ・重点分野の学術・産業等に秀でた都市としてのブランド力の向上を図る
- ・府民のMICE開催関連分野への関心や理解が高まるよう、国内外で関心の高い分野や、注目を集めるテーマに関するMICEを誘致・創出する。

(論点)

- ・大阪ならではのMICE戦略として必要な「基本的な考え方」の内容や、特に力を入れるべき点など
 - ➔ M/I/C/Eのうち重視すべきもの、大阪がMICE誘致で狙うべき効果
 - ➔ あらゆる産業分野や大学がそろって「何でもあり」の大阪が設定すべき重点分野や誘致すべきMICEの条件など
- ・KPI/KGIの設定と活用（指標、5年後・10年後の到達点（目標））
- ・取組みの評価に当たっての個々の指標の活用方法(他都市との比較、大阪の経年比較など)

【1 MICE開催地として選ばれるための環境整備】

- < 1 - 1 受け入れ態勢の強化 >
- < 1 - 2 アフターコンベンションの充実・強化 >
- < 1 - 3 施設等の連携による環境の整備 >
- < 1 - 4 MICE効果の府民への波及・還元 >

(論点)

- ・ 会議の開催地として選ばれるために必要な要素
- ・ 多くの人にMICE都市として認識されるために必要な事項
- ・ (他都市のオールインワン化の中で) 府内の既存の主要展示施設・会議施設に求められる機能
- ・ MICE主催者が開催地に求める支援

【2 MICE誘致・創出の促進】

- < 2 - 1 重点取組み分野の設定 >
- < 2 - 2 世界的な大型イベントの誘致・創出 >
- < 2 - 3 各分野での誘致・創出に向けた手法 >

(論点)

- ・ 各分野のMICEを誘致・創出するための方法
- ・ (重点取組分野を設定する場合) 当該分野のMICE誘致にあたって特に求められる支援

【3 推進体制の構築】

- < 3 - 1 誘致推進体制の再構築・強化 >
- < 3 - 2 進捗管理・PDCAの仕組み >

(論点)

- ・ 行政やビューローに求められる役割と誘致体制、開催支援スキーム
- ・ (JNTOやICCA基準による国際会議開催件数のほか、) 関係者に対し、大阪でMICEを開催することの効果やメリットを示すことができるKPI・KGIの項目例