

### 第3回MICE戦略検討会議における主な意見

◇日時：令和5年1月25日（水曜日）10時15分～12時15分

◇場所：大阪府咲洲庁舎 2階咲洲ホール

◇出席委員：赤沼委員（JTB）、川崎委員（JNT0）、苗村委員（大阪成蹊大）、溝畑座長（大阪観光局）、  
南方委員（ロイヤルホテル）\*楠本委員（大商）、武内委員（コンベンション協会）は欠席

#### 【Ⅰ 現状と課題】 \*委員概ね了。「優位性」について委員意見を踏まえ検討（至急）

■多角的にポイントを押さえて整理できている。

■MICEを取り巻く環境変化をとらえ、スピーディに更新していくことが重要。

■国内のMICE施設のキャパシティは、国際MICEに匹敵するレベルに達していない。5,000人以上の規模に対応できる会議施設・展示の両方に対応できる施設整備が急務。

■大阪の競合都市はシンガポール（海外）や東京など主要都市。今後、府内施設における5つの重点分野のMICE開催状況等の把握が重要（競合都市と比較・分析も含めて）。

■アジアの国々はオールインワン施設を複数有しており、ハード面が整備されている。施設整備にあたっては、施設内の動線完備が重要。

■他都市にない優位性として、以下の点を記載しては。

▷交通アクセスの充実→「2つの空港」を有している点を追加

▷豊富な開催実績→「アジア開発銀行総会」「Sibos」（国際金融都市関連）を追加

▷豊かな都市魅力→伝統と最新文化が融合した魅力を記載しては（寺院、祭り、美術館、食等）。

#### 【Ⅱ 重点分野とメインターゲット】 \*委員了。IR開業に伴う重点分野について要検討（@オール大阪推進体制）

■大阪の強みを活かした「重点分野」としてきちんと分析できている。

■長期戦略であるため IR開業を見据えて分野のすみ分けも検討しては。

■貴重な情報・ヒトが集まる「C」「E」の開催により、「M」「I」は牽引されるものであり、実体験で実感。「C」「E」に絞ることは戦略的に分かりやすい。

#### 【Ⅲ KPI】 \*委員了。独自指標については、次年度以降、要検討（@オール大阪推進体制）

■「他都市と比較できる指標」と「大阪独自の指標」の2種類を検討しては。他都市比較データは素案です。独自指標については、「特定施設（インテックス大阪、国際会議場、ATC等）の経年データ（件数/参加者数等）」や「参加者満足度」「住民のMICE認知度」、「SDGsの達成度」等。

■「Eの実態把握（各施設の実施件数、参加者数等）」が困難。観光庁長官時代に指標づくり等を検討したが進まず、現時点も変わらず。大阪だけの問題ではなく国全体の課題。

■高いランキング目標設定は、チャレンジだが意気込みが重要。目標達成するためには「MICE人材の育成・確保」に早急に取り組むべき。喫緊の課題であり、予算措置は必須。

■「アジア・大洋州地域ナンバーワン」はスローガンとしてわかりやすい。オンリーワン（満足度）の指標化も検討してはどうか。

**【IV 具体的な施策展開】 \*委員概ね了。委員意見を踏まえ修正箇所等を要検討（至急）**

- 実施企画検討社（ミーティングプランナー）はインターネット上で情報収集するため、SEO対策（検索エンジン最適化）は急務〔②情報発信・プロモーション〕。
- 施設の定期改修はMICE強化の重要な取組み。特にインテックス大阪の機能拡充・魅力的な動線整備は必須。ぜひ予算化を〔③MICE施設の競争力強化〕。
- 施設のWi-Fi対応も重要。現在、SDGs対応により資料のデータ化が進んでおり、海外の方は携帯キャリアを使わないため、Wi-Fi整備は重要〔③MICE施設の競争力強化〕。
- SDGsの観点から安心・安全な施設であるという打ち出しも重要（国際資格/認証取得）〔③MICE施設の競争力強化〕。
- アジアナンバーワンMICE開催都市のシンガポールを超えるためには、分析評価をしっかりと行うマーケティングが重要。海外コンサルによる分析評価も大事〔④マーケティング・リサーチ〕。
- 大阪はエンターテインメント性が強く、「プレジャー」に適した地域。プレジャーに着目し、会議開催時の滞在を長期化させる取組みを進めては〔⑥アフターMICE〕。
- 営業だけでなく、広報・プレゼンができる人材を確保・育成することが喫緊の課題。海外他都市の取組みと比較し、大阪に不足しているパーツを把握することが重要〔⑦MICE人材〕。
- 将来のキーパーソンである若年層（学生）へのアプローチが重要。彼らは未来の「C」「E」のキーパーソンになる可能性大〔⑦MICE人材〕。
- MICEを歓迎する地域の人々の機運醸成が大事（住民誰もがMICEを知っている状況をつくる等）〔⑧地域還元〕。
- 大阪はLGBTQ等、多様性の取組み等が進んでいる強みをMICE誘致に活かしては〔⑧地域還元〕。
- アクセシビリティ対応（ハンディのある参加者対応）を検討してもいいのでは。“誰が来ても安心してMICEを開催できる都市”という情報発信が大事〔⑧地域還元〕。
- MICE誘致・開催することの成果について、地域住民にわかりやすい、メリットを感じてもらえるようなメッセージづくりが必要〔⑧地域還元〕。

**【V 推進体制】 \*委員了**

- オール大阪の体制構築は、大阪がMICEを歓迎することを対外的に示すことになり良い取組み。
- 推進体制において取組みを進めるにあたって、2030年（IRや万博記念公園アリーナ開業後）を見据えた短・中・長に分けて検討しては。