

# 福山市MICE戦略

---



## 1 戦略策定の趣旨

## 2 MICEを取り巻く現状

- (1) MICEとは
- (2) MICEがもたらす効果
- (3) 国際的な現状
- (4) 国内の現状
- (5) 福山市におけるMICEの現状

## 3 福山市MICE戦略

- (1) 福山市MICE戦略
- (2) 9つのプロジェクト

## 4 推進体制

## 【背景】

- 今後の人口減少や少子高齢化に伴い、経済規模の縮小が懸念されています。
- 本市においては、約46.9万人の人口（2020年2月末現在）が2040年までの20年間で約2.9万人減少することが見込まれます。
- 経済規模の縮小は、更なる人口減少をもたらし、都市の活力低下の悪循環につながります。
- 本市の強みを生かした都市ブランド力の向上による新たな地域経済の活性化が求められています。

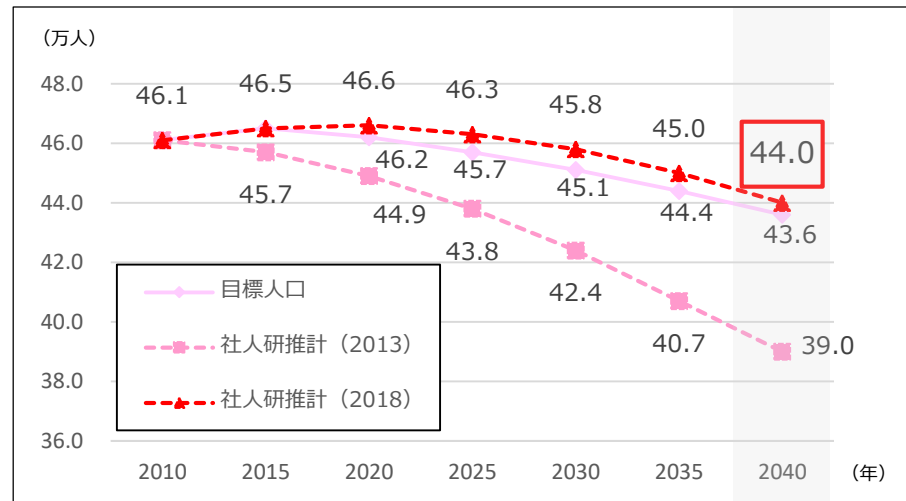
## 【MICEに取り組む目的】

- ✓ MICEの開催は、宿泊や飲食、交通など複数の分野における経済波及効果が期待されます。
- ✓ 交流人口の拡大による新たなビジネスやイノベーション※1の創出が期待されます。
- ✓ 新たなビジネスやイノベーションは、更に人や企業を惹き付けるといった好循環を生み出します。

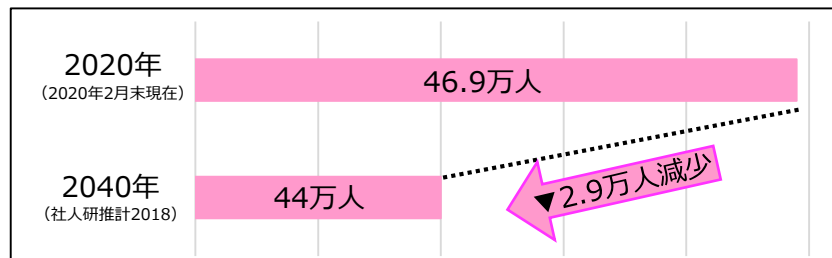
## 【策定の趣旨】

- 本市では、これまで（公社）福山観光コンベンション協会が中心となり、誘致活動や受入支援を行ってきました。今後、都市間競争が激化する中で、本市が更なる経済活性化を実現するためには、MICEの推進に官民が一体となって取り組む必要があります。
- 「福山市MICE戦略」は、今後MICEを推進して行くために、本市がMICEに取り組む上でのめざす姿や戦略などについて取りまとめたものです。
- 本戦略をMICE推進のための共通認識としてスタートすることで、官民横断的な連携を図り、本市経済の活性化を促進する手段の一つとして「MICE」を推進します。

## ■福山市における人口減少の状況



## 【2040年推計人口】



## 【三区分別人口の割合】



企業が行うMeeting（ミーティング）、営業成績優秀者、従業員等を対象としたIncentive（報奨旅行）、政府・国際機関・学協会等が主催するConvention（会議）、トレードショーなどに代表されるExhibition/Event（展示会、イベント）の頭文字で、ビジネスイベントの総称です。

# M

## Meeting

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（＝コーポレートミーティング）を指す。

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

# I

## Incentive

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。

例：営業成績の優秀者を集めた旅行 等

# C

## Convention

いわゆる国際会議であり、学会や産業団体、さらには政府等が開催する大規模な会議を一般的に指す。

例：北海道・洞爺湖サミット、国連防災世界会議、世界水フォーラム、世界牛病学会 等

# E

## Exhibition /Event

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さまざまなものが含まれる広範な概念である。

例：東京国際映画祭、世界陸上競技選手権大会、国際宝飾展、東京モーターショー 等

MICEは、企業・産業活動や研究・学会活動などに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。このため、観光振興の視点のみで捉えるのではなく、MICEについて、「人が集まる」という直接的な効果はもちろん、人の集積や交流から派生する付加価値や、地域全体の経済効果につながる活動である認識を高める必要があります。

### 1 高い経済効果

- MICE開催を通じた主催者・出展者・参加者等の消費支出は、開催地域を中心に大きな**経済波及効果**となる。
- レジャー目的（一般観光）よりも高い経済効果を生み出す。

### 2 ビジネス機会等の創出

- 国際会議・展示会の機会を活用した**ネットワーク販路拡大**
- グローバル企業との**共同研究**や世界の**先進的研究者との交流創出**
- インセンティブにおける現場体験を通じて、日本の技術力や商品・サービスに対する認知・理解を深め、**日本製品の購入**や地域の**産業振興**を推進

### 3 都市ブランド・競争力向上

- 世界都市ランキング（国際会議件数など）
- MICEを通じたネットワーク構築により都市の競争力向上

### 4 交流人口の平準化

- 観光（休日型）
- MICE（平日型）

経済波及効果(2018年(平成30年)4月18日公表)

- 平成28年の国際MICEによる経済波及効果  
**約1兆590億円**
- 新たに生じた雇用創出機会  
**約96,000人分**
- 税収効果  
**約820億円**
- 外国人参加者1人当たりの平均消費額  
**約33.7万円**  
(航空賃込み)

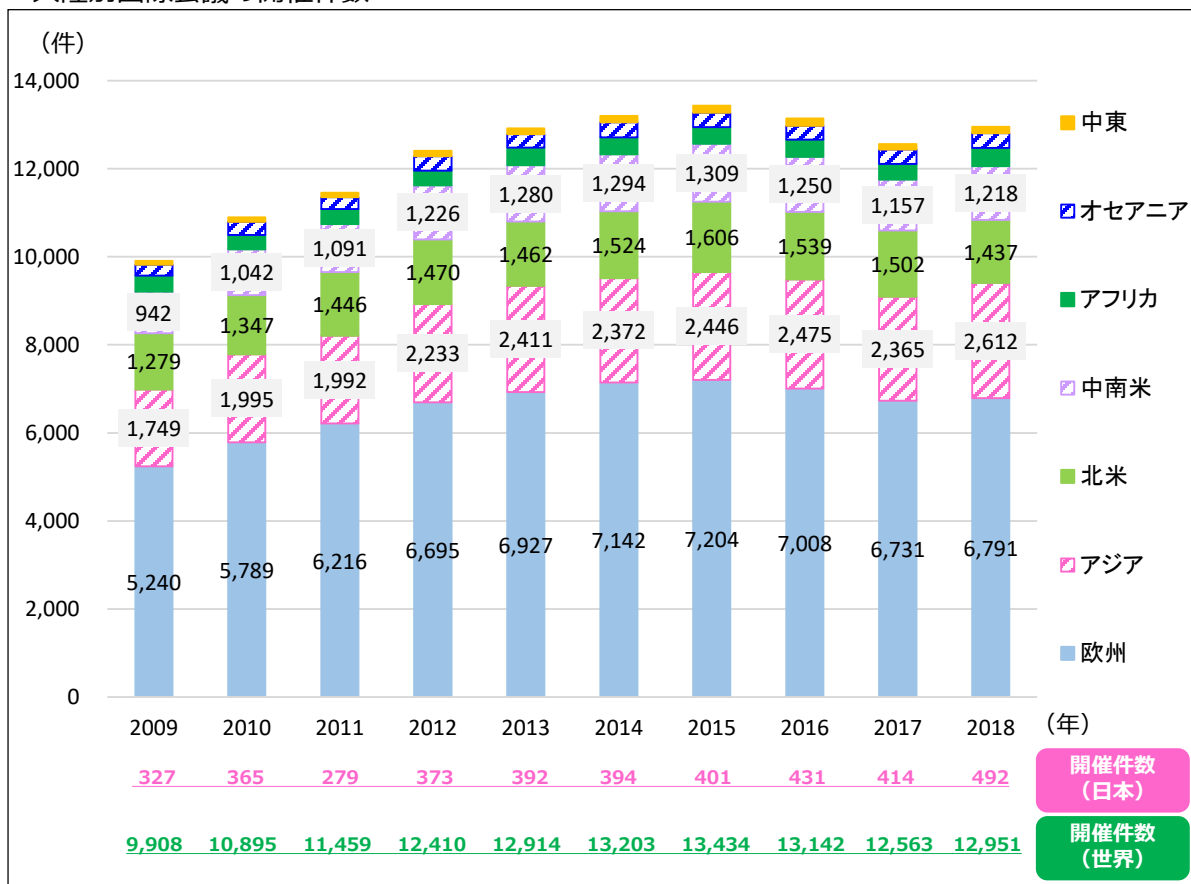
【参考】

一般観光による訪日外国人1人当たりの平均消費額  
約15.6万円

## 2. (3) 国際的な現状

- ✓ JNTO（Japan National Tourism Organization：日本政府観光局）の『2018年国際会議統計』によると、2018年（平成30年）の世界全体における国際会議開催件数は12,951件でした。
- ✓ 1963年（昭和38年）から2013年（平成25年）までは、10年ごとに開催件数が2倍となるなど急増してきました。今後、MICE市場が更に成熟した状態に移行していくことから、増加のスピードは緩やかになっていくものと考えられています。
- ✓ 日本における国際会議開催件数は、492件で世界7位であり、これは、アジア大洋州主要5か国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）における国際会議の開催件数に占める30.3%にあたります。

■大陸別国際会議の開催件数



■2018年国・地域別国際会議の開催件数 (件)

順位	国	開催件数
1	アメリカ	947
2	ドイツ	642
3	スペイン	595
4	フランス	579
5	イギリス	574
6	イタリア	522
7	日本	492
8	中国 (香港, マカオ除く)	449
9	オランダ	355
10	カナダ	315

<ICCA国際会議統計の選定基準>

※JNTOとは基準が異なる。

- (1) 参加者総数：50名以上
- (2) 開催期間：定期的に開催  
(1回のみ開催した会議は除外)
- (3) 開催国について  
3カ国以上で会議のローテーションがある。  
(2カ国会議, 政府系会議, 国連主催の会議は除外)

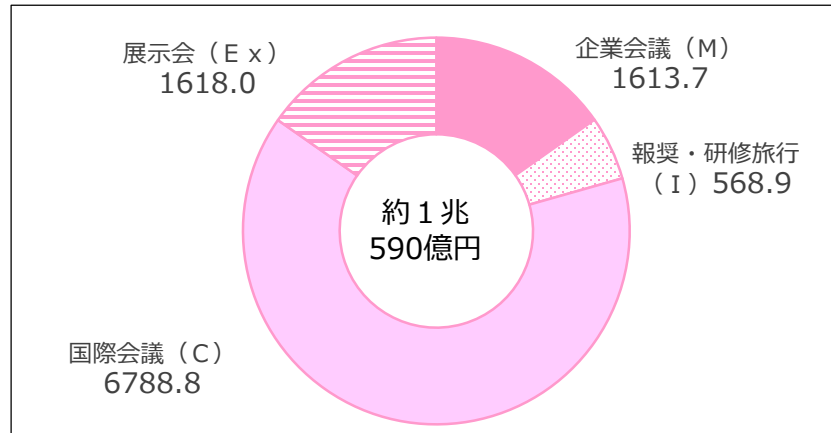
出典：JNTO『2018年国際会議統計』（ICCA国際会議統計資料に基づきJNTOが作成）

注：ICCA※2では、国際会議の件数を過去に遡って常時更新している。図表数値は作成時に把握した暫定値を掲載。

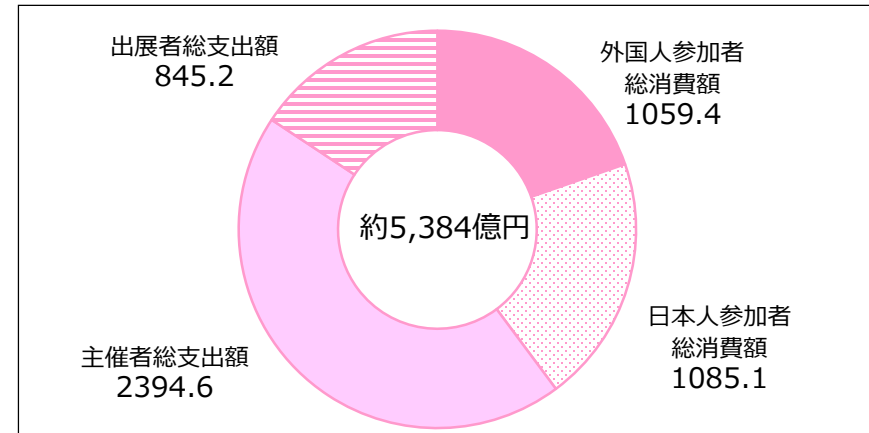
## 2. (4) 国内の現状

- ✓ 観光庁は、「日本再興戦略-JAPAN is BACK-（2013年閣議決定）」において、「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標を掲げており、官民一体となって国際会議の誘致促進を一層強化しています。
- ✓ 2017年度（平成29年度）には、2016年（平成28年）に国内で開催された国際MICE全体の経済波及効果等の算出を初めて行い、外国人参加者1人あたりの消費額を平均33.7万円と発表しました。これは一般的な外国人観光客の1人あたりの消費額15.3万円（2018年（平成30年）観光庁統計）の約2倍にあたります。

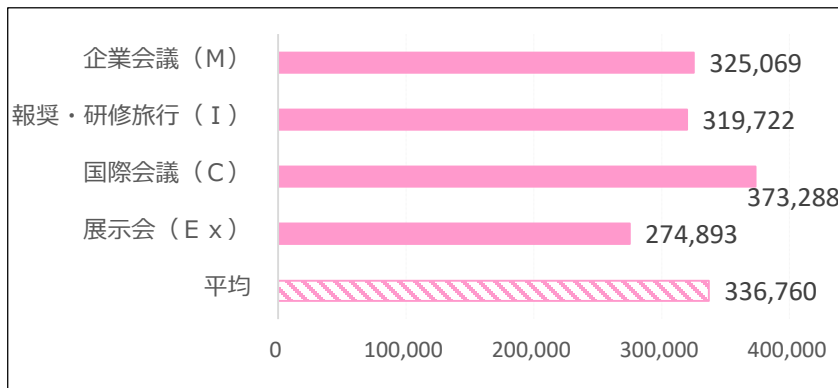
■ 国際MICE全体による経済波及効果の内訳（億円）



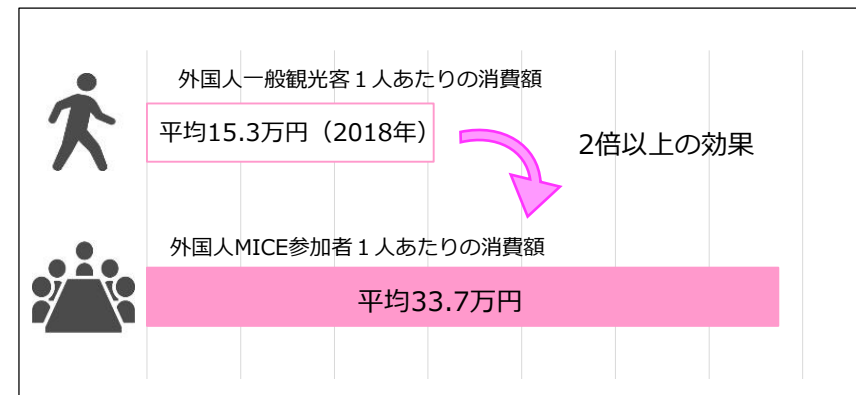
■ 国際MICE全体の総消費額の内訳（億円）



■ 主催者等負担分も含めた外国人参加者1人あたりの総消費額（円）



■ （参考）外国人の一般観光客とMICE参加者の消費比較



出典：観光庁『平成29年度MICEの経済波及効果算出等事業報告書』

注：「外国人参加者1人あたりの総消費額」には、国際線航空券代を含む。



## 2. (4) 国内の現状

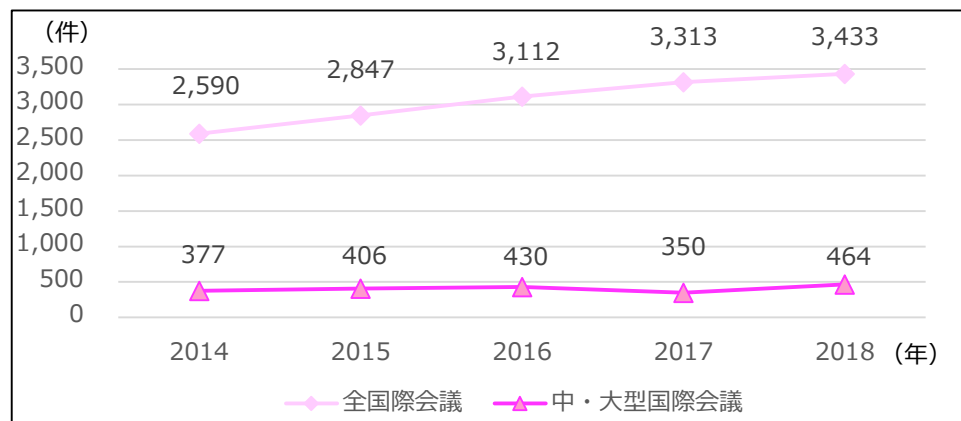
### ◆日本国内で開催される国際会議の傾向

- ✓ 2017年（平成29年）は、300人以下の小規模会議の開催総数が全体の7割を超え、拡大傾向にあります。一方で中・大型国際会議（外国人参加者数50人以上、および、参加者総数300人以上の会議）の開催件数は減少しました。
- ✓ 2018年（平成30年）には、中・大型国際会議の件数が、前年比33%増の464件となり、過去最高を記録しています。

■規模別 国際会議の開催件数（2014年～2018年）（件）

参加者総数	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
100人未満	694	850	980	1,170	1,176
100～199人	726	743	813	859	834
200～299人	358	334	389	380	386
300～399人	180	184	203	181	216
400～499人	100	114	116	109	121
500～599人	79	91	103	87	94
600～699人	54	59	67	53	89
700～799人	25	46	33	36	37
800～899人	31	33	44	39	39
900～999人	13	31	17	25	40
1000～1099人	44	29	37	58	71
1100～1199人	10	11	16	17	19
1200～1299人	19	26	21	21	21
1300～1399人	7	12	8	18	9
1400～1499人	8	5	6	13	18
1500～1599人	18	25	18	18	17
1600～1699人	6	6	14	9	16
1700～1799人	4	14	5	5	6
1800～1899人	15	9	16	14	10
1900～1999人	7	7	2	5	4
2000人以上	192	218	204	196	210
合計	2,590	2,847	3,112	3,313	3,433

■全国国際会議の開催件数と中・大型国際会議の開催件数（2014年～2018年）



■2018年国内都市別国際会議開催件数（件）

順位	都市	開催件数
1	東京（23区）	645
2	神戸市	419
3	京都市	348
4	福岡市	293
5	名古屋市	202
6	横浜市	156
7	大阪市	152
8	北九州市	133
9	仙台市	116
10	札幌市	109

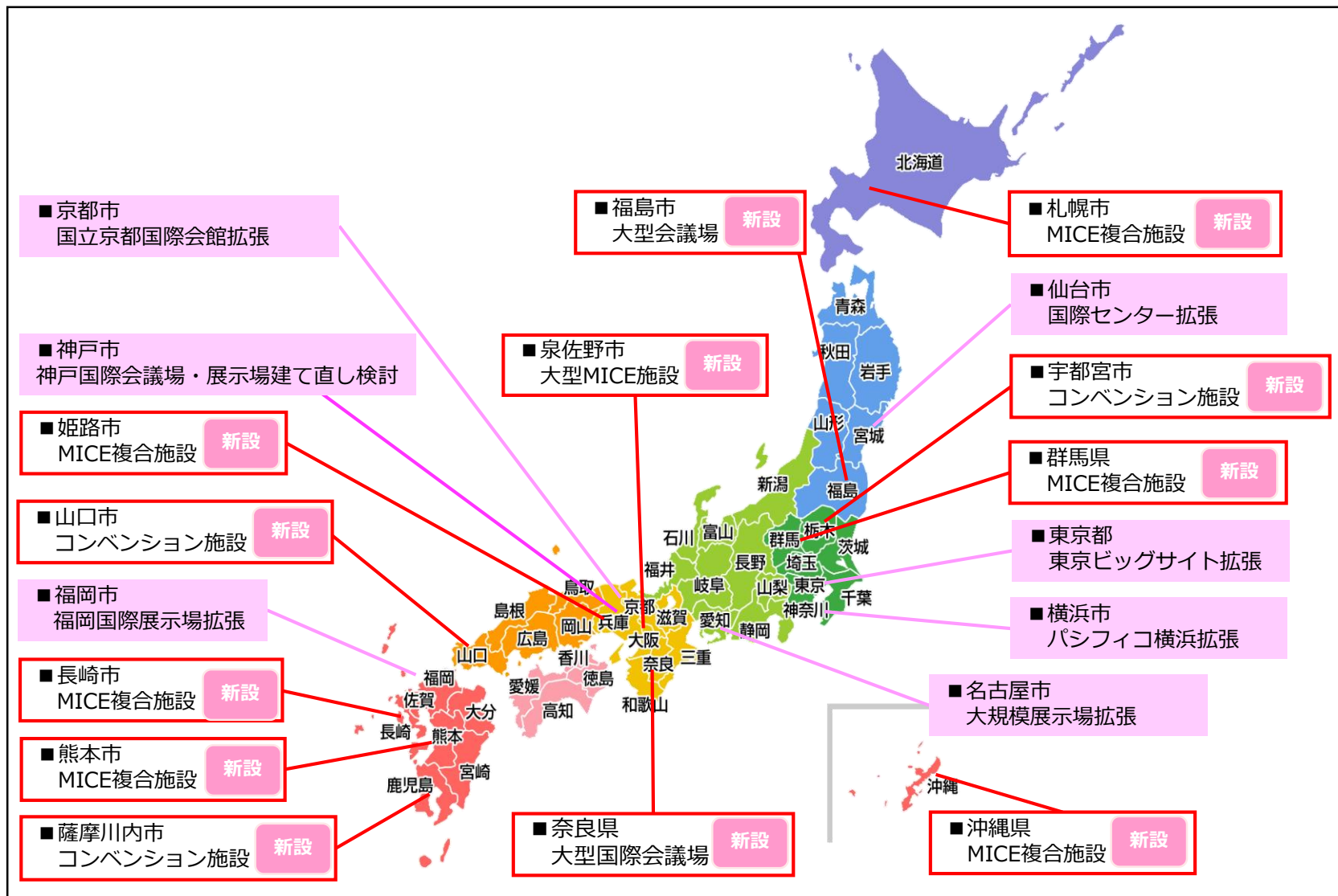
- <JNTO 国際会議基準>  
 ※ICCAとは基準が異なる。  
 (1) 主催者：「国際機関、国際団体（各国支部を含む）」又は、「国家機関・国内団体」（各々の定義が明確ではないため、「公共色を帯びていない民間企業」以外は全て。）  
 (2) 参加者総数：50人以上  
 (3) 参加国数：日本を含む3居住国・地域以上  
 (4) 開催期間：1日以上

出典：JNTO『2018年国際会議統計』

## 2. (4) 国内の現状

✓ 現在、国内各地でMICE施設の新増設が予定され、MICE誘致に向けた機運が高まっています。

### ■ 国内の主なMICE施設建設状況

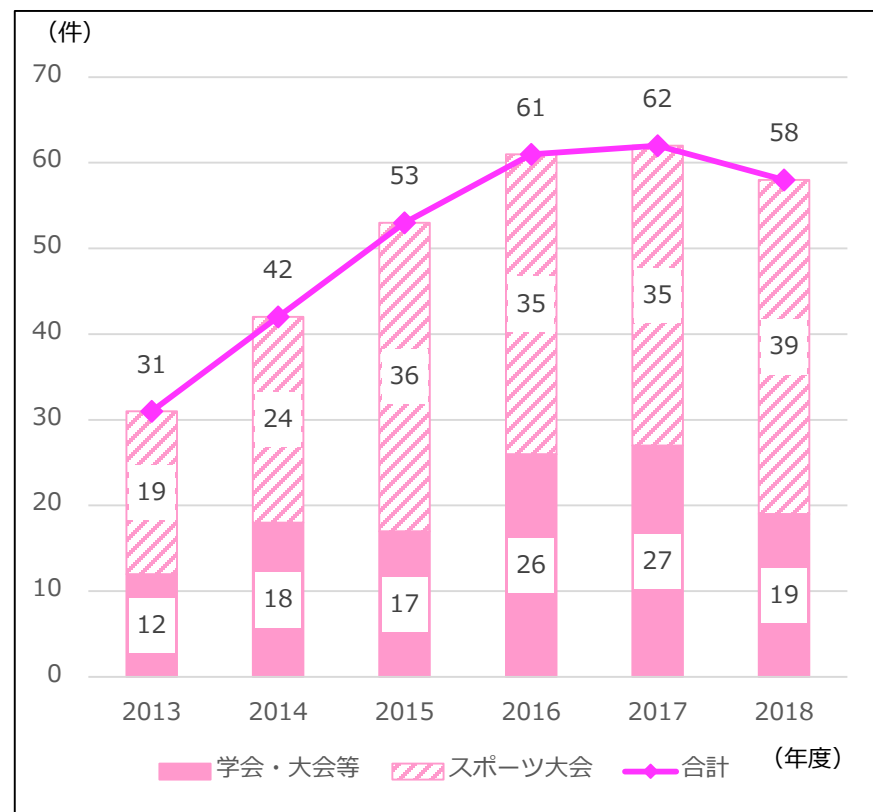


## 2. (5) 福山市におけるMICEの現状

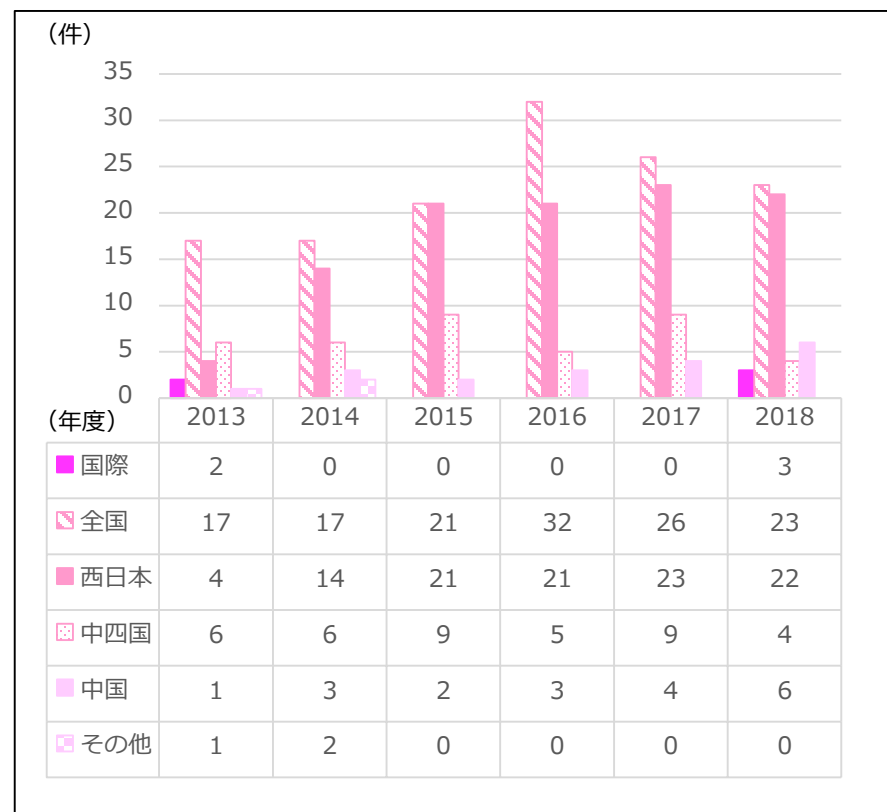
### ◆福山市のこれまでの取組

- ✓ (公社) 福山観光コンベンション協会が2013年度(平成25年度)から、誘致活動・受入支援等の活動を行っています。
- ✓ 2013年度(平成25年度)の本格始動以降、学会・大会等(C)の開催は、各年平均20件で推移しています。スポーツ大会を含んだ総件数は、近年60件前後で推移しています。
- ✓ 現段階では、2025年(令和7年)の「世界バラ会議福山大会」が次の国際会議となります。

### ■コンベンション事業総件数の推移



### ■開催規模件数の内訳



出典：(公社) 福山観光コンベンション協会『コンベンション事業報告書』  
 注：「開催規模件数の内訳」は同報告書から福山市で集計したものの。

## 2. (5) 福山市におけるMICEの現状

✓ MICE推進において、主催者が開催地を決定する要因ごとに福山市の強みと弱みを整理します。

開催地決定要因	強み	弱み
インフラ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2千名収容可能な大ホールを有する</li> <li>・福山駅周辺に中・小型の会議開催可能な施設を複数有する</li> <li>・今後も宿泊施設の建設が続く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際会議場が未整備</li> <li>・福山駅周辺にレセプション※3機能を有する宿泊施設が1軒のみ</li> <li>・施設の利用規制が柔軟ではない</li> </ul>
アクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新幹線「のぞみ」が停車する</li> <li>・広島空港・岡山空港まで車で1時間圏内</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設間の二次交通手段</li> <li>・大型バスの乗降所・駐車場機能が不足</li> </ul>
学術・研究機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な学部を有する3大学の存在</li> <li>・工業技術に関する広島県立総合技術研究所（東部工業技術センター）の存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学術界と産業界との教育研究・技術連携が十分ではない</li> <li>・MICE誘致件数が少ない</li> </ul>
産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造業が集積している</li> <li>・オンリーワン・ナンバーワン企業を多数有する</li> </ul>	
支援制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用のしやすさ</li> <li>・魅力的なアトラクションの紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際会議における助成金制度がない</li> <li>・多言語対応が十分ではない</li> </ul>
業務の容易さ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション担当職員の存在</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関係団体との連携など推進体制が弱い</li> <li>・MICEに関する理解の不足</li> </ul>
観光	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福山城、鞆の浦、神勝寺、大島能楽堂など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地としての認知度が低い</li> </ul>

出典：「開催地決定要因」PCMA※4（Professional Convention Management Association）による調査。

- ✓ 福山市は鉄鋼業や造船業、繊維産業がまちを支えてきた産業のまちであり、市内には多くのものづくり企業が集積しています。
- ✓ 福山の産業はこれまで市民生活を支える重要な基盤の一つであり、市民の愛着と誇りにつながっています。この分野でのMICE誘致は、本市の産業振興に大きく寄与するだけでなく、更なる市民生活の向上にもつながります。
- ⇒福山市の「強み」に注目し、強みを活かした「産業都市福山」のブランドを構築していきます。

ビジョン  
～めざす姿～

## MICEを通じ,新たな価値を創出・発信し続ける「産業界のパートナーシティ福山」 ～ Partner City for Business ～

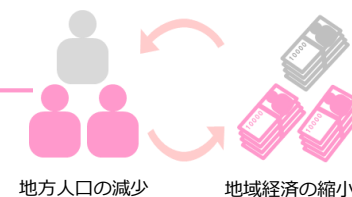
地域経済の活性化をもたらす手段の一つとして,本市の強みを生かした産業分野にターゲットを絞り,戦略的なMICE誘致で「産業都市福山」としてのブランドの構築をめざします。

### MICEを推進する意義

- ✓ 今後,人口減少や少子高齢化による経済規模の縮小が懸念
- ✓ 福山市人口 今後20年間で約2.9万人減少

### 「人口減少」⇔「地域経済の縮小」の悪循環をとめるには…

- 市全体の経済規模の拡大
- 新しい価値の創造,次世代・多様な人材の流入



## 福山市MICE戦略

- 戦略1** 産業MICE※5
- 戦略2** エリアMICE※6
- 戦略3** 次世代へ続く人づくり・仕組みづくり

- 誘致による経済波及効果
- 若い世代・女性の活躍の場の提供
- まちのにぎわい創出

- 市内産業のクローズアップ
- シビックプライド※7の醸成
- MICE開催に係るレガシー※8効果



産業の振興

めざす姿の実現に向け、強みを生かし弱みを補強するだけでなく、新たな魅力に変えていくために、3本の戦略に基づき、9つのプロジェクトを実施します。

## 戦略1 産業MICE

鉄鋼，繊維など市内企業にゆかりのある産業や，今後，成長が期待される産業など，**産業分野に特化したMICE誘致を展開**します。

- 【プロジェクト1】 産業界の課題やニーズを掘り起こすマーケティング
- 【プロジェクト2】 主催者（産業界）のビジネスパートナーとなる
- 【プロジェクト3】 国内外への情報発信



オンリーワン・ナンバーワン企業の存在

## 戦略2 エリアMICE ～周遊型MICEの提案～

MICEのための大型施設を前提とせず，**市内に点在する既存の文化施設や民間宿泊施設などをエリアで捉え，市内周遊型MICEを推進**します。

- 【プロジェクト4】 会場の発掘と磨き上げ
- 【プロジェクト5】 受入環境の整備
- 【プロジェクト6】 市全体での機運醸成

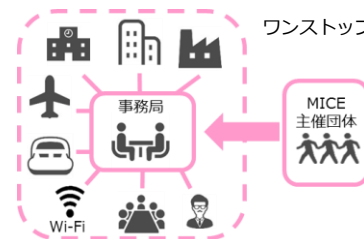


ユニークベニュー※9として文化財を活用

## 戦略3 次世代へ続く人づくり・仕組みづくり

MICEに関係する団体や機関など官民一体となった**協議会を設置**します。MICE開催・受入のための**ワンストップサービスを実現**します。また，MICEの専門家を招いた勉強会やセミナー等を開催し，**人材育成**につなげます。

- 【プロジェクト7】 人材育成
- 【プロジェクト8】 MICE推進体制の強化
- 【プロジェクト9】 情報収集・活用の強化

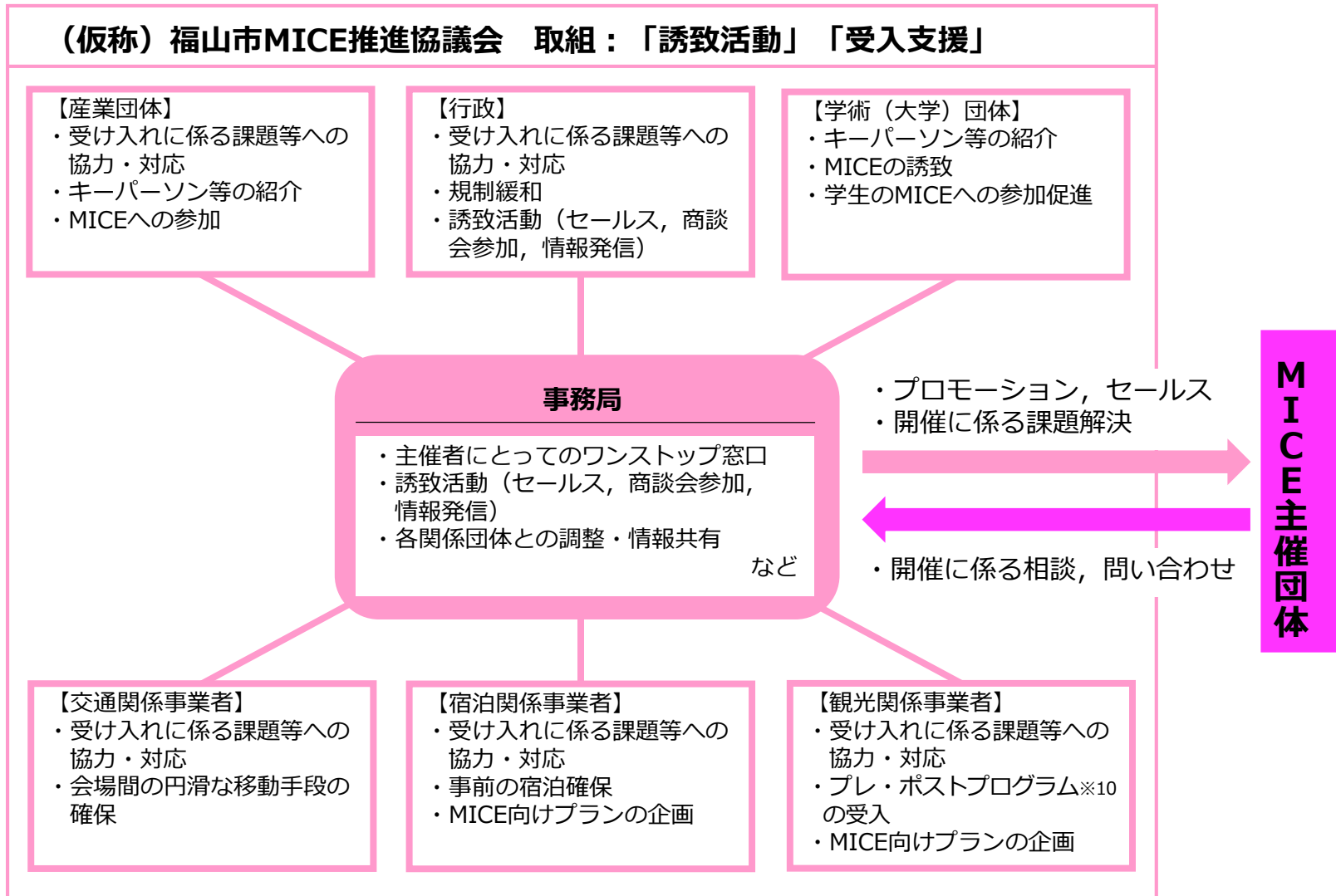


ワンストップサービスの実現

市全体でMICEを推進するにあたり、官民の役割分担を行い、横断的な連携組織体制として「（仮称）福山市MICE推進協議会」を立ち上げ、それぞれの強みや特性を活かした活動を行います。

（仮称）福山市MICE推進協議会では、事務局を中心に「誘致活動」「受入支援」について各業界と連携を図りながら、MICEを推進します。

■（仮称）福山市MICE推進協議会の取組・連携イメージ



1	イノベーション	まったく新しい製品やサービスを生み出すこと。技術革新。
2	ICCA	「International Congress and Convention Association（国際会議協会）」の略。ICCAは、1963年にオランダのアムステルダムで設立された非営利・非政府団体のこと。約100カ国の1,000以上の団体からなり、業界の国際的な交流と会員の地位向上を主な目的としている。「ICCA Statistics Report」を毎年発表している。
3	レセプション	「歓迎会」や「招待会」の意味で、MICE開催期間中に行われる式やパーティーのこと。
4	PCMA	「Professional Convention Management Association」の略。1986年に設立されたPCMAは、企業ミーティングプランナー及びアソシエーション（学会・協会）を中心に、世界35カ国以上7,000超の会員が参画し、アメリカ、カナダ、メキシコに17のチャプターを有している。教育を通じて世界中のビジネスイベントコミュニティを刺激し、つなぎ、革新させる活動を行う。
5	産業MICE	産業・技術などの分野をテーマとするMICEのこと。
6	エリアMICE	大規模一体型施設によるオールインワン型MICEに代わり、都心の会議施設、ホテル、商業施設等が連携して地域ぐるみでMICE機能を提供しようとするもの。様々な都市機能を活用した魅力的な都市サービスを楽しむ点に特色があり、競争力のある新たなMICE形態として期待される。
7	レガシー	後世に残る有形・無形の財産の意味。本来は過去に築かれた精神的・物理的遺産の意味だが、近年になって後世に残る財産の意味でも用いられるようになった。
8	シビックプライド	シビック（市民の、都市の）とプライド（誇り）を合わせた言葉で、「市民の愛着と誇り」を表す。「シビックプライド」には、思いだけにとどまらず「私たちのまちを私たちが支える」「自分たちが関わって自分たちが住むまちを良くしよう」という主体性を持って取り組む姿勢も含む。
9	ユニークベニュー	「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」などで、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。
10	プレ・ポストプログラム	会議前後に催される行事やイベント、又は自由行動としてのショッピングや娯楽等の活動のこと。



# 福山市MICE戦略

2020年（令和2年）3月策定

福山市  
（経済環境局経済部経済総務課）