

## 第2回大田区MICE推進会議 議事要旨（案）

日 時：令和元（2019）年7月4日（木）14：30～16：40

場 所：大田区役所 602 会議室

委員出席者：玉井会長、荻原委員、加藤委員、児玉委員、小橋委員、小山委員、濱田委員、細島委員、宮澤委員、横内委員 ※ 五十音順（会長除く）

オブザーバー出席者：鈴木大田観光協会事務局長代理出席 小林氏

小貫大田区文化振興協会事務局長

柏原大田区スポーツ協会事務局長

佐藤大田区産業振興協会事務局長代理出席 斉藤氏

### 1. 開会

事務局より、開会が宣言された。

### 2. 前回の討議内容について

資料1「令和元年度 第1回大田区MICE推進会議議事要旨（案）」に基づいて、前回の討議内容について事務局より説明が行われた。

また、第1回議事要旨（案）の発言内容等について意見がある場合は、7月9日（火）までに事務局に連絡するよう依頼があった。

### 3. 大田区MICE戦略骨子（案）について

資料2「『（仮称）大田区におけるMICE誘致の戦略とあり方』骨子（案）」に基づき、大田区におけるMICE誘致の戦略について、事務局から説明が行われた。

（会長）

- ・ 区としては、今回の戦略のポイントはどこだと考えているのか。

（事務局）

- ・ MICEを推進する体制等をつくっていくことが重要なポイントだと考えている。

（会長）

- ・ 推進体制が組織された場合、委員の皆様も参加していただけるとありがたい。
- ・ 施策2にあるように区民の協力を得て、今は顕在化していないユニークベニュー等の資源を探し出す必要があると考えている。

（荻原委員）

- ・ MICEの開催について、現在は、貸館、運営、宿泊、運輸などの企業が別々に活動しているが、その連携の実現及び関連産業の期待感を高めるために、MICEを新規事業の創出として捉えてはどうかと考えている。「新規事業が創出されることで、MICE関連産業にとっても価値が創造される」と、意義や目的に記載していただきたい。

(会長)

- ・ MICE関連産業にとって価値創造がなされるとのメッセージは重要である。
- ・ 他都市のMICE戦略と差別化するためには独自の視点が必要であり、他都市と同様、ユニークベニユーの活用から独自性を出そうと考えてきた。
- ・ より長期的にMICEを推進していくためには、SDGs(※)の17の目標からMICEを捉えることも考えられる。ただし、この場合には、あまりにターゲット層を広げすぎないように、SDGsの目標から1つに絞るべきである。SDGsの17の目標からMICEの目標を定めるならば、都内初というメッセージを打ち出すことができる。

※SDGs：Sustainable Development Goalsの略で、「持続可能な開発目標」。貧困や飢餓の撲滅、教育等、17の目標と各目標に紐づく169のターゲットからなる。(参考資料：外務省「SDGsとは」)

(事務局)

- ・ MICEを新規事業創出として位置づけることで、参画する事業者や協力する地域住民の広がりが期待できると感じた。
- ・ SDGsという観点については、区としても理解が追いついていないが、MICE戦略に、何らかのアピールポイントを付与できたら良いと考えている。

(会長)

- ・ 東京都がどのような目標を立ててMICEに取り組んでいくのかを受けて、大田区でも方向性を定めることができれば良いと考えている。経済合理性も検討する必要があるが、それだけでは独自性を打ち出せない。大田区のMICEとして、まずキーになるものを見つけ出してから、ビジネスとして結び付ける順序が良いと考えている。
- ・ MICE戦略の構成は、大きく変わることはないと思われるため、本日の骨子案を前提として進めていきたい。

#### 4. MICE誘致に係る大田区のイメージ、産業、地域資源について

資料3「MICE誘致に係る大田区のイメージ、産業、地域資源について」に基づき、大田区のイメージや地域資源について、事務局から説明が行われた。

(会長)

- ・ 一般の方からは、工業が強みとイメージされているが、実際のところはどうか。

(事務局)

- ・ 毎年の工業展では、区内の企業が開発し、世界でも広く使われているものが多く出品されている。これらの製品や技術に対し、区ではよく「オンリーワン」という言葉を使っている。工業展のニュースを見聞きすることで、工業が強いとのイメージを持っているのではないか。

(会長)

- ・ 優れたイメージを、MICEとどのように結びつけていくか。

## (事務局)

- ・ M I C E開催地を決める際、平和をテーマとした場合は広島、デジタルをテーマとした場合は渋谷や秋葉原など、対外的な情報発信力が高まるイメージを持つ街を選びやすい。ここでは大田区がM I C Eを誘致する際に結びつけられるイメージを取り上げている。

## (会長)

- ・ 区の特性をアピールするために使うのか、それとも優れた産業を育成するための施策として進めるのか、今までの取組から説明して欲しい。

## (大田区産業振興協会)

- ・ P i Oでは、年間を通じて加工技術等の商談が行われており、会場では大田区の優れた技術等が紹介されている。大展示ホールでは年3回ほど行っており、明日も加工技術の展示商談会が実施され、100社程度がブース出展する予定となっている。

## (事務局)

- ・ 開催されているにも関わらず、宿泊や飲食の区内利用等、区内の活性化につなげることが弱い。

## (会長)

- ・ 現在M I C Eが開催されていることは評価できる。
- ・ パッケージプランをつくるなど、M I C Eの経済効果を波及させる施策は考えているのか。

## (事務局)

- ・ 現状、会場予約の部局で地域経済にM I C Eの効果を波及させるための取組は行われておらず、M I C Eの効果を波及させるための業務を担う窓口も設置できていない。

## (会長)

- ・ 宿泊事業者としてはこれまでM I C E開催に対しどのように関わっていたのか。

## (宮澤委員)

- ・ これまでは宿泊施設側でM I C Eの開催を調べ、宿泊需要を予想していた。
- ・ 事前にM I C Eの開催が告知され、過去の宿泊実績が情報として開示されれば、施設の協力も見込めるだろう。

## (会長)

- ・ 新たな取組を考えるよりも、このように顕在化している問題から対処していく必要がある。
- ・ エージェントは、M I C Eの効果を地域経済に波及させることに対し関与するのか。

## (濱田委員)

- ・ MICEを開催するホテルや会場からの売込がある。
- ・ MICE主催者にプロモーションするには、大田区の施設を使えば区内での宿泊やサービスが割り引かれる仕組みがあればよいと考えている。

## (会長)

- ・ 個々の事業者がMICE主催者にインセンティブを与えることは難しいため、区全体でインセンティブを与えないといけない。
- ・ 例えば海外の先進事例のように公共交通のフリーパスをMICE参加者に与えるなど、イベントごとにMICE関連産業がアライアンスを組む必要がある。そのための情報を流す核として、大田区が具体的な組織を作らなければならない。

## (事務局)

- ・ あらかじめ相談のあったMICEに対しては、積極的に協力できる。
- ・ 現在、大田区産業振興協会などは貸館業務に特化しており、かつMICEが開催されることを関係者に伝える窓口もない。
- ・ 窓口ができれば大型ホテル等への協力を依頼することなどが可能になるが、現在は貸館業務と宿泊等MICE関連産業に連携がないままMICEに対応している。

## (会長)

- ・ MICE推進組織があれば、過去のMICE開催実績を管理するシステムをつくり、MICEの需要予測などを行い、情報を活用することが可能となる。
- ・ エージェントとしては、大田区にMICE推進組織があった場合、一緒に取り組みやすくなるだろうか。

## (児玉委員)

- ・ 大きな展示会の運営業務を行っているが、仕様書に則って業務を進めていくことになるため、地域への波及効果に直接結び付けていくことはない。
- ・ 大田区への波及効果を広げるには、別の事業として行う必要がある。

## (荻原委員)

- ・ 区が持つイメージは、大田区の地域区分とどのように合致するのだろうか。地域ごとに特色が違えば、地域がうまく役割分担をする、または競争をすることで活性化に繋がると考えられる。地域別のイメージの特徴などは分析の中で出てきたのか。
- ・ 区民や通勤される人々等を巻き込んだ意識改革をしていけば、強い取組ができると感じる。

## (事務局)

- ・ 区のイメージに関する資料は、主に大田区が別事業で行った調査を引用しているもので、そこでは、区内地域別での調査は行われていない。
- ・ 「区内の特徴的な資源」として紹介している部分は、一昨年度に観光課が実施した調査を引用しているが、この部分では、区民だけでなく、大田区に通勤してい

る人も含めた区内の資源に対する評価を掲載している。

(荻原委員)

- ・ ユニークベニューなどの強みを整理して発信しなければならない。その際に、区内の地域ごとのイメージも発信すれば、MICE誘致に効果的な資料を作成できるのではないか。

(事務局)

- ・ 観光課として様々な事業を進めていく中で、下丸子・矢口に町工場が集積しており、羽田・糺谷に下町の住宅街がある、といった地域別のイメージは確認できており、エリアごとにテーマを設定することは可能だと考えている。

(荻原委員)

- ・ 地域ごとのイメージを発信することに価値があると考えている。地域が相互のイメージをアピールするような形になれば、魅力も作りやすい。

(事務局)

- ・ 大田区観光振興プランの中でも、各地域がそれぞれに異なる特色や特性を持っているとして、目標とする姿に地域単位での施策展開を掲げている。

(会長)

- ・ 観光面で強いイメージがあってもMICE誘致に結びつくものではない。ビジネスとしてのMICEと、アフターコンベンションの間を結びつける仕掛けが必要である。

(濱田委員)

- ・ 観光とMICEは異なった領域のものである。両者を結びつけようとする、どちらも不十分になることもあるため、MICEに特化するか、もしくは結び付けるための仕組みを別に整備することが大切になる。

(会長)

- ・ 前回会議において、MICEを検討するにあたって、観光から考えた方が考えやすいかと話したが、ものづくりや技術の分野では既に事例があるため、その部分から手を入れていくと良いだろう。

## 5. 区内MICE資源の特徴について

資料4「大田区MICE資源の特徴」に基づき、大田区内のMICE資源について、事務局から説明が行われた。

(会長)

- ・ ユニークベニューとしての活用について、池上本門寺とは話し合いの場は持たれているのか。

## (事務局)

- ・ 池上本門寺は積極的に周囲の寺院や朗峰会館を活用する意向を持っており、実際に会議で活用されている。収容人数が多く、通常の会場とは異なる雰囲気での会議ができると、人気を博している。

## (会長)

- ・ 大田観光協会は、池上本門寺との連携は取っているのか。

## (大田観光協会)

- ・ 定期的な観光ガイドやはしご乗りなど、池上本門寺と連携して行っている事業はあるが、MICE関連の事業は行っていない。

## (会長)

- ・ 今回のような会議を池上本門寺で開催するなどして、オフサイトミーティングがどのようなものかを理解することが、ステークホルダーには必要である。
- ・ 大田区の施設を利用するだけでなく、他の区市町村と大田区がアライアンスを組んで役割分担することも重要であるが、現在、いずれかの自治体とそのようなアライアンスは存在するのか。

## (事務局)

- ・ 現時点ではアライアンスは存在していないが、港区などで開催されたMICEのアフターコンベンションを、大田区で開催したいとの意向を大田区としては持っている。

## (会長)

- ・ エージェントとしては、他自治体とアライアンスを組むことに対しどう思われるか。

## (濱田委員)

- ・ 一つの施設でMICEが完結するケースはあまりない。
- ・ 例えば港区の会議室の使用料の相場はとて高く、予算によっては会議室業者が提供する格安の会場を提案する機会が多いものの、提案に対して主催者がホテル等格式の高い会場で開催したいと主催者に望まれることがある。使用料が安く、格式の高い施設が大田区内にあれば、提案の幅が広がる。

## (会長)

- ・ 大田区に存在する施設や、不足する施設を勘案し、他自治体と協力して欲しい。
- ・ 交通の利便性はMICE誘致のインセンティブになるだろうか。

## (加藤委員)

- ・ 区内では、大型バスは道が狭くは入れない場所が多い。また、会場が駅から近ければ、バスで輸送する必要はない。
- ・ ビッグサイトの場合は、東京駅や羽田空港からバスで会場まで参加者を輸送するほか、MICE会場からアフターコンベンション会場までの輸送も行っている。

(会長)

- ・ 参加者の送迎をする場合、富裕層にはタクシーではなくハイヤーを用意するなど、推進組織と交通事業者間の情報交換も必要となる。

(細島委員)

- ・ 羽田空港からの近接性はアピールポイントになる。
- ・ 自社では、全国のみならず九州地区の会議も、集まりやすい羽田空港で開催する。

(会長)

- ・ まさに空港MICEと言えるものではないか。
- ・ メディアという立場では、どのように発信できるか。

(横内委員)

- ・ 伝統産業など秀でているコンテンツがあれば、PRがしやすい。
- ・ 区内のイベントは区内を対象としたニュース番組で配信しているが、ケーブルテレビ会社であるため、契約先に対してのみ情報をながせている。

(会長)

- ・ 関連産業にMICEの情報が発信されることになれば、面白い試みとなる。

(荻原委員)

- ・ MICEの開催情報が分かる窓口と、窓口を持つ組織による情報の収集が必要なのではないか。

(会長)

- ・ 東京都では東京観光財団にワンストップで情報を集め、そこから事業者に情報を提供する仕組みを構築した。
- ・ 大田区としてもヘッドクォーターをつくれれば、MICEとユニークベニエーの情報を発信できるのではないか。

(小山委員)

- ・ 大田区の交通利便性は高い。
- ・ MICEによる大田区への来訪が区内企業に良い影響をもたらしているとの実感はない。
- ・ 区内の企業にMICEの情報が伝わる仕組みがあれば望ましい。
- ・ 視点は変わるが、羽田空港が大田区にあることが他の自治体の方に知られていないので、PRができればよい。

## 6. 全国スポーツクラブ会議 2019 in TOKYO に伴う経済波及効果について

資料4「全国スポーツ会議に伴う経済波及効果について」に基づき、全国スポーツ会議に伴う経済波及効果について、事務局から説明が行われた。

## (会長)

- ・ 経済波及効果の全体数値に加え、個人が実感の持てる数値があると良い。

## (児玉委員)

- ・ 全国スポーツ会議は、集客に苦戦して、参加者数は600名と当初見込よりも少なくなった。
- ・ しかし、区内に宿泊する人が多く、また区内で懇親会を開くなど、参加者は街に繰り出していた。今回のイベントでは、参加者に蒲田の飲食店を紹介した。そのようなアクションを行えば、参加者も街に流れるのではないかと。

## (宮沢委員)

- ・ 直接の予約数は東京都南部ホテル会の7月度の会議で共有される予定であり、現時点では効果があったかはまだ分からない。
- ・ 肌感覚としては、直接の予約が増えた印象はないが、交通費込みの旅行パック商品を買われている方もおり、イベントによる効果を把握することは難しい。
- ・ MICEが開催されるという情報が事前に共有されたことは、良い取組であったと考える。以前は、ホテル側にはMICE開催の情報が届かなかった。MICE開催を事前にホテルに伝えることが、最初に取り組むべきことなのではないかと。

## (事務局)

- ・ 今回のイベントでは、主催者側が区内に経済効果を生みたいとの意向を持っており、区としても支援の条件として、宿泊場所が区内であることや、設営やケータリング等に区内の企業を使っていたらと伝えていた。
- ・ 参加者が区内に宿泊した場合にはおまけをつけるなど、ホテル側に便宜を図っていただくようお願いしたものの、区内宿泊施設は稼働率が高いこともあって、協力は難しいと断られたホテルもあった。
- ・ 区内に宿泊した参加者は79人、うち2泊した方も27人いるとのことで、しっかり取り組めば、もっと区内に参加者が留まったのではないかと考える。
- ・ 速報値では飲食・ホテル代として約400万円が区内で消費されたとのことである。

## (会長)

- ・ 支援にあたって条件をつけることは、有効な方策の一つである。

## (大田区スポーツ協会)

- ・ 全国スポーツクラブ会議の幹事は、大田区スポーツ協会の評議委員をされている方で、そのご縁もあって、大田区の観光課を紹介した。
- ・ 大田区の魅力を全国に波及させていく、有意義なイベントであったと考えている。

## (会長)

- ・ 大田区スポーツ協会が全国スポーツクラブ会議の幹事にアプローチしたように、ステークホルダー、MICE主催者にどのようにアプローチしていくかが肝要である。
- ・ 資料3にある、区外の友人・知人に勧めたい資源も積極的にPRされたのか。



(大田区スポーツ協会)

- ・ 大田スタジアムや総合体育館のパンフレットを配布し、二次効果にも協力した。

(会長)

- ・ 他に全国スポーツクラブ会議を開催したことによるプラスの効果はないか。

(事務局)

- ・ 実際に来訪したことで、空港から近く宿泊しやすいとの理解が生まれたため、多くの参加者から再訪したいとの回答をいただいている。

(小橋委員)

- ・ 羽田空港跡地第一ゾーン・第二ゾーンが今後完成し、川崎市側にあるキングスカイフロントも含めたエリアに、多くの外国人が高度医療を求めて来訪するようになる。羽田空港エリアの開発が進む機会に、強く大田区をイメージできるものが必要であると考えます。
- ・ 空港に隣接するエリアが持つ下町などのイメージがMICE誘致に繋がるかどうかは分からないが、有効なものはアプローチに活用すべきである。

(会長)

- ・ 大田区において、緊急事態に電話すべき先を紹介するカードを準備する、駅前をきれいにするなど、MICE主催者・参加者への小さな気遣いがあれば、好印象が積み重なり、誘致に繋がる。
- ・ 今回の会議のまとめになるが、MICEとユニークベニューの関係性を整理することが重要である。具体的には、ものづくり展など実際の事例を、MICEという視点と、観光やユニークベニューという視点でどのように結び付けられるかを考えることで、MICEの学習効果を生むことが可能となる。
- ・ 大田区のMICEはここを目指すというゴールを決めることも大切なことだ。
- ・ 区を中心に、大田観光協会などで、ワンストップの窓口を決め、その過程でMICEや観光の目標値を定めるとよいと考える。
- ・ 推進会議での議論だけでは方向を定めにくいので、まずは事務局において戦略のプロトタイプを提案してほしい。次回の推進会議では、そのプロトタイプにおいて、具体的な目標設定と方向性を中心に議論を進めていきたい。

## 7. 閉会

事務局から事務連絡が行われ、閉会が宣言された。

以上

