

第1回大田区MICE推進会議 議事要旨（案）

日時：令和元（2019）年5月9日（木）14：30～16：10

場所：大田区役所 202 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：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

事務局から、開会が宣言された。

大田区産業振興協会のオブザーバー参加について、会長により了承された。また、坂口委員が退任し、新たに加藤委員が加わることが報告され、加藤委員から挨拶があった。

2. 昨年度の大田区MICE推進会議について

資料1「平成30年度 第3回大田区MICE推進会議 議事要旨（案）」と資料2「大田区MICE推進会議 中間報告書（平成30年度まで）」に基づいて、これまでの討議内容について事務局から説明が行われた。

また、第3回議事要旨（案）の発言内容等について意見がある場合は、5月14日（火）までに事務局に連絡するよう依頼があった。

（会長）

- ・ 昨年度第3回推進会議の議事要旨は、いつ頃公開される予定か。

（事務局）

- ・ MICE推進会議は非公開であるが、議事要旨については速やかに公開することになっているので、できるだけ早く対応する。

（委員）

- ・ 代理出席となっているが、当日は出席しており、修正いただきたい。

（委員）

- ・ 開催日が3月26日（金）となっているが、3月15日（金）の誤りであろう。

（事務局）

- ・ いずれも見落としがあり、申し訳ない。直ちに修正を行う。

3. 本年度の会議日程・検討内容について

資料3「本年度の会議日程・検討内容」に基づき、今後の会議日程や各回で予定している検討内容について、事務局から説明を行った。

（会長）

- ・ 本年度の会議日程と各回の検討内容につき全員了解ということで、各委員には、スケジュールの確保をお願いしたい。

4. 自治体によるMICE戦略の先行例について

資料4「自治体によるMICE戦略の先行例」に基づき、自治体によるMICE戦略の概要について、事務局から説明が行われた。

(会長)

- ・ 資料に記載のある「グローバルMICE都市」については選定委員だったので、当時の関係資料を提供できる可能性がある。

(事務局)

- ・ 昨年度の反省として、全国の潮流や他自治体による取組の動向の詳細等を提示しないまま、大田区らしいMICEの検討からはじめてしまった。
- ・ 本年度のゴールは、区のMICE戦略をとりまとめることとしたい。推進会議において検討する必要のある項目イメージを共有するため、他自治体の同種戦略に記載のあるような要素を整理している。

(委員)

- ・ 「グローバルMICE都市」とはどのようなものか。

(会長)

- ・ 国を挙げて国際コンベンションを獲得していくために、都市や地域という単位で対応していく必要があり、立候補都市に対するバックアップをつけている。具体的には、外国のマーケティング会社のスタッフを派遣するといった施策を進めている。
- ・ 当時はMICEという概念が浸透していなかったもので、観光物産展を意識した応募をする都市や、近隣の観光資源を活かそうとしない都市もあった。
- ・ 今後は地域でアライアンスを組み、お互いの資源を組み合わせる方向に進むのではないか。
- ・ インフラ等の制約を考え合わせると、国際的なコンベンションの開催可能な都市は限られる。誘致するMICEの規模についても考えなければならない。このような大規模なMICEを意識してしまうと大田区はかなり厳しいので、地域資源の活用からミーティングビジネス、MICEへと結び付けたほうがよいと考える。ここについて議論を行いたい。
- ・ 大田区らしさを検討するには、大田区の特徴がMICEにどう結び付けられるか議論しなければならないが、他自治体の戦略を整理するなかで、参考にできそうな都市・施策はないか。

(事務局)

- ・ 久留米市の戦略は、ユニークな戦略で目を引こうとしている点、隣接した大都市と連携を強化し相互に補完しあう点で参考になると考えている。大田区においても、東京というブランドを使いながら、一部を担うのが一つの手法ではないか。

(委員)

- ・ MICE戦略を構築している他都市は、ユニークベニューなどで地域らしさを打ち出していることがわかる。本年度の推進会議では「大田区らしさ」について改

めて議論していきたい。

- ・ 近隣都市の戦略で定められているターゲット像も参考としながら、大田区のターゲットを考えていきたい。

(会長)

- ・ 「大田区らしさ」は、住民と一緒に探し出さねばならない。

(委員)

- ・ 久留米の事例は、商店街含め町ぐるみで取り組んでいる印象がある。様々な人を巻き込む仕組みについても今後議論したい。
- ・ 類似自治体の戦略を参考にすれば、「大田区らしさ」も見えてくるだろう。

(会長)

- ・ 大田区には羽田空港があるが、航空会社では、羽田空港を活用する中で「大田区」を意識しているのか。

(委員)

- ・ 羽田空港は、大田区というより、日本の玄関口としての位置づけである。

(委員)

- ・ 羽田空港の展望台は飛行機や景色を撮影される方も多く、ユニークベニューとして活用できないか。
- ・ ユニークベニューを選定し、具体的な魅力について発信しなければ議論が発散してしまう。区民のイメージと一致するかはわからないが、空港も候補の一つではないか。

(会長)

- ・ 区民と密着した地域金融機関としては、どう区民とMICEを結び付けていくか意見をいただきたい。

(委員)

- ・ 少し話が変わるが、昨年度の会議で、海外では3年前から予約を受け付けているという話があった。品川区のきゅりあんも、区で日程をおさえ、空いたら区民に貸し出すスタイルを取っているが、大田区でもこのような取組は行わないのか。

(事務局)

- ・ 大田区の管理する施設では、1年以上前からの予約はできない。一方、MICEに利用できる会場は区有施設だけなのかという視点もある。例えば、東京都のユニークベニューパンフレットには、池上本門寺が記載されている。区有施設の先行予約の問題と民間施設の活用を、双方考えていかねばならない。
- ・ 区有施設には区民のためという前提があり、特定の事業者のために先行予約を可能とすることは提案しにくい状況だが、工夫できないか考えていきたい。
- ・ オブザーバーとして大田区産業振興協会が出席しているので、施設の先行予約について話を伺いたい。

(大田区産業振興協会)

- ・ 区有施設の利用率は高く、リピーターが約9割という状況で、今後も区有施設でMICEを開催するには、ルールの中かで予約してもらえない。区民優先という現在の規定では、先行予約を認め過ぎても弊害が出る。

(委員)

- ・ 大田区で開催可能となるMICEの規模から考えると、ターゲットは絞られてくる。現在の状況を理解すると、具体的なアイデアが出るのではないかと考えている。

(委員)

- ・ MICEを推進する意義を、地域の方々に理解していただくことで、施設が確保できない問題も若干は解消されるのではないかと考えている。
- ・ 本推進会議の内容も広く公開し、MICEには経済的なメリットがあり、それが大田区民の誇りを高めることにもかかわっていると伝えたい。

(委員)

- ・ 羽田空港以外の地域資源や、大田区らしさが区民に知られていないのではないかと考えている。これが絞られれば、ターゲットも決まってくるのではないかと考えている。

(委員)

- ・ 区有施設の予約は原則1年前からという制約があり、企業からはもっと先の予定を確保したいという話が聞かれる。区内企業も法人としての区民であり、少なくとも区内企業は施設を活用できるようにすることを検討してほしい。
- ・ どの先行事例も大田区には難しいが、羽田空港などユニークベニユーの活用から見ると道が見えるのではないかと考えている。

(会長)

- ・ MICEのうち、大規模なCやEだけを意識して議論を展開すると、区内に適切な会場がないなど、かなり厳しい状況となる。「ものづくり」などの「大田区らしさ」を切り口として「ユニークベニユー」や「観光」といった視点を扱い、具体的な仮説やモデルを立てながら議論を進めたい。

(委員)

- ・ 大田区で開催可能なMICEは限られると考えているが、可能なものを組み合わせれば誘致の可能性が見える。大田区の持つ魅力など、情報整理が必要である。

(会長)

- ・ MICEからは外れるが、観光という視点から、大田区を外国人に見てもらい、日本人には気が付かない資源を見つけてもらうような取組はされているかと考えている。

(事務局)

- ・ 今年度、観光ルートの開発に着手した。世田谷区の豪徳寺を開発したのと同じ手法で鉄道事業者と協力して、羽田空港または大田区観光情報センターを来訪した

外国人に同伴し、観光スポットになりうる場所を探す手法にとりかかっている。

(会長)

- ・ モニター調査は大田区内に限っているのか。

(事務局)

- ・ 大田区内に限定している。
- ・ また、昨年12月中旬から今年1月末にかけて、シンゴジラを含む特撮の作品展が区内の専門学校のギャラリーで行われた。映画ファンは撮影場所を訪れる傾向もあり、昨年3月にシンゴジラの撮影場所を巡るバスツアーを実施したところ、全国からのファンの申込みがあった。現在複数のテレビドラマと映画の撮影協力をしている。観光コンテンツとしては、このようなスポットも考えられる。
- ・ フィルムコミッションを組織している他の自治体ほどには力は注げていないが、こちらからアプローチをかけずともお声掛けをいただいている状況である。

(会長)

- ・ 区民おすすめの観光スポットを資源化する取組などはないか。

(事務局)

- ・ まだ実際の取組はないが、新しい観光振興プランの中には地域の協力を得て資源化するスタンスを記載している。

(会長)

- ・ 区民からの情報を用いて、埋もれている資源を組み合わせ、資源化したい。

(委員)

- ・ 区有施設の稼働率が高いのであれば、現在開催されているMICEによる経済波及効果をもっと考えてもよいのではないかと。現在は全国会議などの開催時に、宿泊者に大田区のPRがなされず、宿泊者がそのまま帰ってしまっている。魅力を集め、施設予約時などに紹介することで効果を生み出すことができる。

(会長)

- ・ 経済波及効果を生み出すための一つの例として、新宿駅南口の総合案内所はリアルタイムでいかなるニーズにも対応している。あらゆる案内をするという特徴的な場所を作っても良いのではないかと。
- ・ 現状では蒲田駅を出ても案内所がない。区だけで難しければ、都の補助金を活用し、関係者と協力して発信拠点をつくることはできないか。現在、羽田空港にはそうした案内所はあるのか。

(事務局)

- ・ 現在、羽田空港の東京都観光情報センターの一区画を大田区観光情報コーナーとして借り受けており、そこから平成29年、京急蒲田駅に開設した大田区観光情報センターに誘導している。ホテルや羽田空港の協力もあり、多くの方にご利用いただいております。着付け、生け花、書道などの体験教室をしています。SNS等の情報

により来ている方が多い。また、富士山に行きたい人も利用しているなど、日本の玄関口として機能している。

(会長)

- ・ 観光案内所の事業は区にとって直接的な便益が生まれるわけではないが、良いサービスをしているとの評判が巡りめぐって、大田区の「日本の玄関口」としてのブランドが高まっていくのだろう。
- ・ 都市を観光の資源としていくためには、星野リゾートが大塚にOMOというホテルを作ったように、特徴的な大田区の切り口をつくってもいい。そのために、ユニークベニューのようなものがあり、それがインセンティブになり、やがてコンベンションにつながればいい。

(委員)

- ・ 経済波及効果の位置づけを高めていただきたい。
- ・ MICEで呼び込むターゲットを整理しないと、単なる観光振興で終わってしまう。

(会長)

- ・ その視点は重要だが、ある程度観光に振れてしまっても致し方ないのではないか。純粋にMICEを誘致することは、大田区のポテンシャルでは難しい。

5. MICEビジネスを取り巻く概況について

資料5「MICEビジネスを取り巻く概況」に基づき、MICEビジネスを取り巻く概況について、事務局から説明が行われた。

(事務局)

- ・ 近年は、小規模MICEの開催件数が増加しているが、この範疇であれば大田区での開催も視野に入るのではないかと考えている。

(会長)

- ・ 観光庁が掲げるような国際MICEを意識した活動は、大田区では厳しい。
- ・ 当面のターゲットは、小規模MICEでよいと考える。その上で、ユニークベニューをどのように活用するかなど、具体的な対応モデルとして作り上げていくほうがいい。
- ・ 区民や外国人の意見も集めたうえで、資源活用をMICEに結び付ける方がいいのではないかと考えるが、意見はないか。

(委員)

- ・ 会長の提案通り、小規模MICEを意識することから始めるのがよいと思う。

(委員)

- ・ 議論を重ねていくにつれて、ゴールが不明確になっていく印象を持っている。
- ・ 来年1月には誘致のあり方についての検討が予定されているが、ベニューを探すのか、それともターゲットを決め、会議が終わったら定期的にMICEを呼べる

形とする必要があるのか。最終答申のゴールのイメージはどのようなものか。

(会長)

- ・ 次回、事務局と協議したゴールイメージを共有し、第3回では具体的に実行すべきこと、第4回では戦略について協議するようなロードマップを想定している。
- ・ まずは「大田区らしいMICE」から少し視点を変え、ゴールの仮説を立てる。それについて事務局から資料を配布するということよろしいか。反対意見はないようなので、この方向で進める。

6. 全国スポーツクラブ会議 2019 in TOKYO について

資料6「全国スポーツクラブ会議 2019 in TOKYO 関連資料」に基づき、第13回全国スポーツクラブ会議 2019 in TOKYO について、事務局から説明が行われた。

(会長)

- ・ 推進会議として、参考にすべき点を説明してほしい。

(事務局)

- ・ 大田区では、小規模MICEでも支援していることを認識していただきたい。

(会長)

- ・ ケータリングは区内の業者か。

(事務局)

- ・ 設営を含め、ほとんど区内の業者を使っていただくことを条件としている。

(会長)

- ・ 大田区内で開催されるMICEとしては、1,000人は大きいのか。

(事務局)

- ・ 大田区民ホール・アプリコの収容人数が1,400人である。1,000人は少し高めの目標値のようだが、少なくとも800人程度の参加が見込めるイベントであることを考えるとかなり大きい。

(会長)

- ・ オプションツアーは実施するのか。

(事務局)

- ・ 国立競技場などのスポーツ関連施設をバスで見学するものを予定している。

(会長)

- ・ 委員から、この会議を見学したいという要望があれば対応できるか。

(事務局)

- ・ 申出があれば対応する。
- ・ 主催者からは、東京で行う場合、他の都市より集客できると伺っている。こうしたものこそ先行予約が必要な催しだと考える。

(会長)

- ・ 宿泊事業者としてはどう見るか。

(委員)

- ・ 興味深い。今回のイベントは主催者から東京都南部ホテル会に話があった。これまでも宿泊施設の稼働率は高かったが、イベントの情報は宿泊施設に伝わっていなかった。今後もそういった情報が流れると良い。
- ・ 今回は、宿泊手配こそしていないが、ホテルの名簿を配布し、各施設に予約が入れば対応するよう連絡している。どのような結果となるか注視したい。

(会長)

- ・ 今後とも区として情報を共有するには、ヘッドクォーターのようなセクションを置き、アライアンスをする仲間として情報を流すことが重要となる。
- ・ 今回のイベントにおいて、結果のデータは個々の施設から東京都南部ホテル会に集約されるのか。

(委員)

- ・ 主催者に報告をし、東京都南部ホテル会でも共有をする予定である。初めてのことであり、まだ宿泊需要が読み切れていない。今回の結果を踏まえ、効果を生むための施策等、軌道修正をしていきたいと考える。

(会長)

- ・ MICEの候補地としてコンペティションに参加する際に、ヘッドクォーターがなければ、どのような情報をアピールしていくのかというコントロールが難しい。また、経済波及効果も分からない。今後の課題となる。
- ・ 今回、東京都南部ホテル会に情報が入ることは素晴らしいこと。貴重なデータとなる可能性もあるので、興味のある方は事務局まで連絡をお願いしたい。

(委員)

- ・ 機内誌（国内線）の英語ページに蒲田の餃子店を3店、取り上げた。
- ・ 国内線も現在、外国人の需要が非常に高いので、読んでいただけるだろう。

(会長)

- ・ 3店に対するプロモーションやイベントなど、ただ取り上げられるだけではなく、大田区としてのプロモーションができれば、良い観光行政となる。

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