

梅田エリア MICE 誘致・観光促進研究会（2020 年度第 1 回） 講演概要

1. 日時：2020 年 10 月 1 日（木） 15:00～17:00
2. 場所：阪急ターミナルビル会議室
3. 演題：大阪観光局による MICE の取り組み
4. 講師：大阪観光局 MICE 政策統括官 田中嘉一様
5. 内容：

（1）はじめに

私は2020年4月に大阪観光局に着任したのですが、そこで掲げた目標は、2025年に日本ナンバーワンの MICE 都市大阪を目指すということです。これを私は本気で実現しようと思っていますし、実現できるとしております。

私は大学の中から、学習塾、旅行会社を立ち上げて経営をするというようなことをやっておりました。その後、展示会の主催会社に 23 年間勤めていました。そこでは、展示会の出展誘致、

セミナーの構築・運営、それから情報技術、広報の責任者、退職直前は常務取締役ということで管理部門の統括をやっておりました。日本展示会業界という団体では、会長補佐、広報委員ということで、さまざまな全国の自治体のアドバイスや MICE のロビー活動、助言等を行ってまいりました。うめきたとの関係も、この時に関わらせていただきました。

今年 4 月から東京から大阪に飛び込んできたわけなのですが、東京にずっと住んでいながら、この国が非常に東京一極集中で、非常にひずみがあると思っています。東京に何かがあると、日本全体がおかしくなるような状況、まさに新型コロナウイルス感染がそうだなと思っているのですが、東京の感染者数が少なくならないから日本全体がなんだかすごく塞ぎ込んでる感じがする。地方の活性化が不可欠だと。これからは地域活性化に力を、人生を費やそうと思い、まずはこの大阪をグローバルレベルに上げていきたいなと、強く決意をしております。

（2）講演の構成

講演は 3 章構成で、第 1 章は『「再始動」への取り組み』です。大阪観光局が、私が 4 月に着任してから約半年間ですけど、何をやってきたのかということを説明させていただきます。第 2 章「大阪観光局 MICE 推進戦略」、最後に、私からの 5 つの提案、提案というよりはメッセージになりますけれども、最後に述べさせていただきます。

梅田エリアMICE誘致・ 観光推進研究会

- ◆ 講演：大阪観光局によるMICEの取り組み
講師：大阪観光局MICE政策統括官 田中嘉一様

休憩：約10分

- ◆ 意見交換会：これからのMICEに求められる価値

2020年10月1日

本日の内容

- 第1章 「再始動」への取り組み
- 第2章 大阪観光局 MICE推進戦略
- 第3章 ウメキタへの5つの提案

きたいと思います。なお、本日は梅田エリアを「うめきた」という言葉で統一しています。

(3) 「再始動」への取り組み

コロナ禍で私がどう反応したかということですが、1 つめは大阪だけが被害を受けているわけではなく、世界中全部が今被害を受けています。2 つめ、日本は比較的抑えられていること、3 つめ、大阪は東京よりダメージ少ないこと。こう考え、今こそ大阪が目立つチャンスだと思ったんです。ナンバーワンになるチャンスだと。

ではナンバーワンになるためにはどうすればいいか。他より早く再始動しちゃえということです。

そのためにでは何をやったかという、ガイドラインを作りました。なんでこのガイドラインを作ったのか。1 つめの目的は、大阪は MICE を歓迎しているっていうメッセージを出したいからでした。

2 つめ、主催者にお墨付きを与えたかったということです。

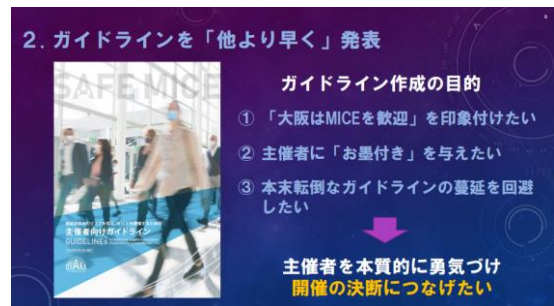
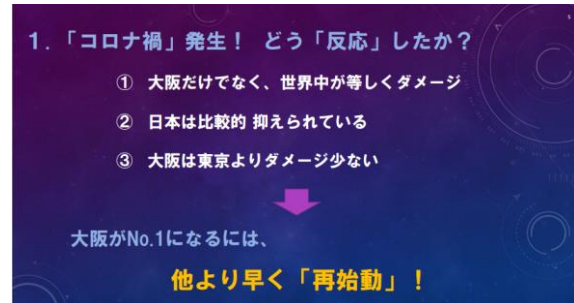
3 つめは、作る人がいろんな人から「これが入ってないよ」「あれが入ってないよ」って言われて、いろいろな内容が入って、結局、誰も読まなくなる。誰も読まなくなると、誰も何もやらなくなる。そんな本末転倒なガイドラインを回避したかったからです。そのために、非常にシンプルなガイドラインにしました。主催者がさまざま、多種多様な現場に合わせて自ら考えられるようにしているということを意識しています。主催者を本質的に勇気づけ、開催の決断につなげたいというのが意図していたところです。

(4) 行政の協力

その後何をしたかという、MICE は経済政策として世界中で推進しているんです。ですから、行政のトップが後押しをしてあげるとことはすごく大事なんです。そのため大阪府知事と大阪市長に3 つお願いをしました。1 つは「『MICE 推進します』と発信してください」。「記者会見とかあるいは SNS で発信してくれ」と言いました。

もう1 つは、「目に見えるかたちのイベントをやらせてくれ」。関西ホテル・レストランショーっていう展示会がちょうど4月の段階で7月末にやるっていうことが決まっていたから。大阪がちょうど協力団体に入っている展示会だったので、これをやらせてくれと言いました。

最後は「感染症対策の費用を主催者に助成してあげてくれないか」。私はとにかく雰囲気作りをしなきゃいけなかったんで、6月3日、記者会見をやりまして、ガイドラインを作ったということを報道しました。その結果、国内では14メディアが情報を発信し



てくれました。こういう形で世界中で「大阪が再始動した」ということが報じられたわけです。感動的だったのですが、それからわずか2週間後に、大阪市長が記者会見で「大阪から MICE を再起動!」と語ってくれたんですよ。3つのお願いの一つ目を叶えてくれたわけです。これが全国の MICE 主催者、みんなもうびっくり仰天で感動してくれました。行政のトップが MICE って言っていると。かつ、驚いたのが、インテックス大阪、大阪城ホールなどの使用料を半額にするということを決断してくれました。すなわち、3つ目のお願いも間接的に叶えてくださったんです。

これで多くの主催者が勇気づけられ、次から次へとイベントを再始動していく。再始動していくと、「ああ、なんだ、できそうだな」と。「やり方次第でできそうだな」というふうに思っていただけ。この好循環が生まれたのが大阪なんです。

(5) 目指す将来像

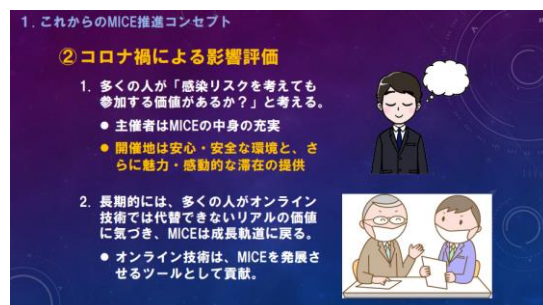
これからの大阪の MICE 戦略について。「2025 年、日本ナンバーワンの MICE 都市大阪」。これが戦略の目標ということで掲げました。じゃあ、何をもって日本ナンバーワンなのか。経済波及効果こそ、本当の景気にはなると思っております。やっぱりどれだけのお金が落ちるのか。どれだけのメリットをその開催地の方々、あるいは関わった方にもたらすことができるのかというのが非常に重要だと思っています。

そして、この日本ナンバーワンの MICE 都市とは具体的にどういう姿なのかということなんです。すなわち、目指す将来像。「今までの成果を土台に、万博や IR という千載一遇のチャンスを最大限に生かし、『アジアナンバーワンの都市ブランド 大阪』を実現する」。一方、今までの MICE というのは何人来たかということだけ重要な計画にはなったんですけども、そうではなくて質、これもこれから求められていくと思っています。都市と人々に長期的、広範囲にメリットを波及させる、そういう「高付加価値 MICE 都市」を目指していくことが大事だと思います。



(6) コロナ禍による影響評価

今のこの状況をどう捉えているのか。コロナ禍での影響評価についてです。1つめは多くの方がわざわざ感染リスクを負ってでも MICE に参加する価値があるかどうかというふうに考えるようになってきております。これからは、開催地は安心・安全な環境とさらに魅力的・感動的な滞在を提供する。「もう1回行きたいな、大阪に」。



いろいろオンラインの開催が増えておりますけれども、長期的には多くの人がオンライン技術では代替できないリアルな価値に気づき、MICE は成長軌道に戻ると、私は思っています。インターネットとかICTのおかげで日本の大阪でやっていたMICEが、世界中で知れ渡るようになり、参加プロモーション、出展プロモーションが全部やりやすくなっているわけですね。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてくると、またリアルで開催したくなります、主催者も参加者も。じゃあ、オンライン技術はどうなるか。MICE を発展させるツール。リアル MICE を発展させたり価値を高めるツールとして残ります。

(7) 戦略の基本コンセプト

最後に、戦略の基本コンセプトです。1つは各エリアと連携して、大胆な誘致スキームを開発しようと思います。各エリアっていうのは、うめきたエリアなど7つ作りまして、そのエリアと大阪観光局が連携して大胆なMICEを誘致するスキームを開発することです。アイデアを出し合ってやりたいということです。しかも他より早いスタートをする。尖った戦略をやりたい。



2つめは、開催地として主催者に選択してもらうための環境整備。これを全力であげていくことが大事です。徹底した広報活動、まずは知ってもらうこと。もう情報量が勝敗を決めます。大阪は皆さん、情報量が少ないと思います。そして3つめは、MICE の開催効果を長期的かつ広範囲に伝播させるため、MICE 参加者の満足度を上げ、大阪に再訪したいと思ってもらう仕組みを構築する。こんなことを大きな方針と掲げています。

(8) 具体的な活動

① エリア戦略

具体的にはどういうことをやるのか。まずはエリア戦略です。そこでは2つの方針をやります。

1つは観光局の中に各エリアの担当を置きます。2つめは、アクションのフレームワークを作ります。

そのためにMICEを推進する組織を作る。メンバーとか誘致に向けた役割分担、定期的な情報共有ミーティング、この仕組みをまず作る。

次に戦略を作る。日本中、世界中の人に。ネーミングとかセールスキャッチを作るんです。このうめきたMICEの代名詞みたいなキャッチフレーズを作っていく。あるいは誘致、ターゲティング。どこを誘致していくのかとか、この魅力の資源の開発の云々。こういうのを関係者と一緒に考えていく。そして、大阪観光局による支援内容。大阪観光局は何をやったらいいいのかっていうことを、一緒に決めていかなきゃいけないです。

② MICE 参加者への観光エンターテインメント、レジャープログラム提供の強化

MICE っていうのはほとんどの場合、宿泊のホテルと MICE 施設との行き来で終わっちゃう人が多いんです。これをなるべくそうじゃなくて、エクステンドしてもらおうと。二次的な宿泊施設に移ってもらったり、あるいは延泊してもらおうということをやっていただく仕組みを作る。

③主催者に選ばれる会場の整備と次世代 MICE への挑戦

選ばれる原則は安心・安全。もっと正確にいうと、この安心・安全の「安全」って別に感染症だけじゃなくて、セキュリティも含まれています。日本は安全な国なので、あまり意識しないですけど、海外に行くとデモがあったりテロがあったりして開催できなくなるリスクがあるんです。MICE 誘致において、日本の都市が世界にもっとアピールすべきポイントです。

もう 1 つは次世代ということです。大阪には会場が少ないとか、言われますが、制約がある中でやり方次第でいろんなことができるんじゃないかと思ってます。新しい手法を生み出したい。例えばスペースがなくて出展できなかった企業にオンラインの出展を提供する。あるいは交通規制緩和。会場が点々としているんだったら、その会場をつなぐような MaaS。移動しやすい環境を関連する事業者が提携して作り上げてしまう。あるいは AR 案内などなど。

④徹底した情報発信と広報活動

とにかく情報発信する。「こんなこと発信しても価値がない」って思う必要はありません。ワンマン出しまくる。他が 10 発信しているとしたら、大阪は 50、100 発信する。ここが最も大事です。SNS とかもどんどん活用して配信する。ちなみに大阪観光局は「LinkedIn」というプロ同士のネットワーキングのサイトを立ち上げまして、是非ここで「大阪観光局 リンクドイン」で検索してフォローしてください。

これが大阪全体の大きな戦略です。当たり前なんだけれども、こういう当たり前のことをしっかりやっていくってことが実は勝てる方策だということを私は強調したいと思います。

(8) うめきたへの 5 つの提案

①うめきたにとって MICE は生命線

MICE は出展者を集める、来場者を集める。つまり、人集めなんです。「人っていうのは集まるんじゃないくて、集めるんだ」っていうことを是非強調したい。MICE っていうのは磁石みたいなもんです。しかも MICE はビジネスマンが集まります。ビジネスマンのいいところは平日に来てくれ、経済波及効果が大きい。うめきたに人が集まってくれないと、エリア内の店舗が営業できず、街全体が沈滞する。今回のコロナで、そのことを皆さんは実感したはずですよ。したがって、今までと同様、MICE を積極的に開催することが街の発展にとって不可欠です。

②MICE の普遍的な価値は変わらない

皆さんは今、不安に包まれていると思います。「これからどうなるんだろう」と。しかし本質的な目で、100 メートル、200 メートル上から今の状況を眺めていただきたい。つまり一言で言うと、「冷静になりましょう」っていうことです。普遍的なもの、とにかく何が変わっても普遍的なものは変わらない。では MICE の本質とは何か。いろいろ手段は変化するかもしれないけども、MICE の本質である人・モノ・情報を一堂に集める。そして、商売、イノベーションを生み出す

というこの役割は絶対に変わらない。展示会は、見て触って、自分で確かめてモノを買いたいという、この欲求は人間の本能です。すべてオンラインで完結するっていうことはありえません。

つまり、価値を変えるのじゃなくて、価値を高めるという発想を持つべきだと思います。MICEの量だけじゃなくて質へ。量から質じゃなくて、量だけではなく質へ。来た人の満足度とか、MICEそのものの価値を高める。あるいは来てくれた人を楽しませる。より楽しませるようにする。そういうことをやろうと。そういうことを発想しようとしていただくのが、私は正しい方向だと思っています。

③うめきたはMICEが成功する材料が揃っている

うめきたは、他に比べ、圧倒的なアドバンテージがあります。例えば絶好のアクセス。日本中、世界中から来れる。ビジネスの中心。こういう利点をフルに活用してください。

じゃあ、物事を前に進めるためにどうするかということですけども、次は実行です。MICEの専任チームを構築してほしいと思います。また感染症対策を徹底しているっていうことを、もっとPRしてください。「うめきたMICEは安心・安全」「是非開催してください」「安全です。安心です。是非開催してください」。これを是非やってほしい。

④MICE専任チームの構築

例えば、うめきたMICEコーディネーターみたいな方を専任していただく。この人たちがいろんな誘致のやり方、あるいは会場の手配。ホテルの手配とか、あるいはいくつかの会場の調整とか、主催者とのやりとり。そういうものを大阪観光局が支援・指南し、最終には、ちょっと言葉が直接的で恐縮ですけど、自立できるようになることを目指して欲しいと思います。

⑤MICEのリーディングエリアと認識

うめきたは、MICEのリーディングエリアだと認識してください。大企業が集積しており、それぐらいの実力と影響力があります。そして、攻めてもらいたい。影響力のある大企業が動いてくだされば、他が引っ張られます。他のお阪が引っ張られますし、それから大阪が元気になったら、日本全体が勇気付けられるし元気になる。そうなってくると、結局また大阪に富が戻ってきます。こういう循環をなんとしても生み出していきたい。そこを最後に強調させていただきたいと思います。

(9) まとめ

まとめになりますが、コロナ禍でも普遍的な価値は残ります、変わりません。それから、梅田の利点を最大限に生かして攻めていただく。そして、大切なのは今のこの現実はどう反応するか。決してネガティブになるのではなくて、ピンチはチャンスということです。いろんな再始動をしたら目立ちます。目立つと、この地域が動き出すと「おや？」ってみんな思い始めますよ、大阪全体を。そういう気概を持って動いていていただきたいと思います。以上が私の講演になります。ご静聴ありがとうございました。

