

沖縄MICE振興戦略

《2017年度～2026年度》

Meeting
Incentive
Convention
Exhibition / Event

Conference
Congress
Forum
Symposium
Excursion
MICE destination
Pre/post tour
Technical visit
Business events
Unique venue



沖縄県

目 次 Contents

第1章 MICE振興の意義

(1) MICEとは	2
(2) 戦略策定の背景	3
(3) 沖縄MICE振興戦略の位置づけ	4
(4) 沖縄MICE振興戦略の計画期間	4
(5) MICE振興の意義・効果	5

第2章 MICEを取り巻く国内外の動向

(1) MICE市場の動向	10
(2) 主要MICE施設の状況	16
(3) 沖縄県内におけるMICE受入状況	19
(4) 主催者等による沖縄の評価	22

第3章 沖縄MICEの課題と展望

(1) ミーティング (M)、インセンティブ旅行 (I) の課題と展望	24
(2) コンベンション (C) の課題と展望	26
(3) 展示会・イベント (Ex/Ev) の課題と展望	28
コラム① 沖縄県内の研究者の学会加入状況	30
コラム② 沖縄科学技術大学院大学 (OIST)	31

第4章 MICE振興戦略

(1) MICE振興の基本的な考え方	34
(2) MICE振興の方向性	34
(3) MICE振興の目標	35
(4) 基本戦略	36
(5) MICE誘致方針 (分野別)	37
(6) MICE開催地“OKINAWA”の価値・魅力の提案	39
(7) MICEの推進体制	40
(8) 戦略の効果的推進	41
コラム③ 沖縄県アジア経済戦略構想におけるMICE活用のイメージ	42

第5章 具体的施策

(1) マーケティング調査・情報分析力の強化	47
(2) 誘致・プロモーションの展開	47
(3) M I C E 施設の機能強化	51
(4) M I C E 誘致・受入の体制強化	56
(5) M I C E 誘致・開催に関する支援の充実	58
(6) M I C E プレーヤーの育成・高度化	59
(7) M I C E を活用した新たな産業の振興	60
(8) 国内外のM I C E 都市との協力体制の構築	61

第6章 M I C E エリア戦略

(1) M I C E エリアの設定	64
(2) 各エリアの特徴と方向性	67

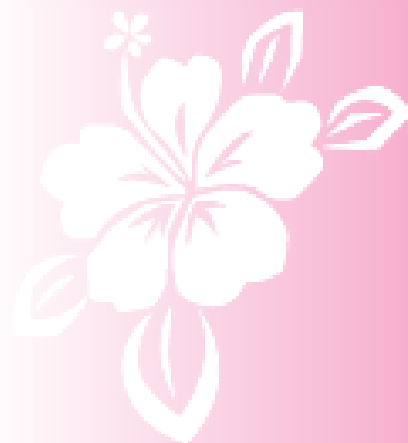
参考資料

(1) 沖縄M I C E 振興戦略策定の経緯	74
(2) 沖縄M I C E 振興戦略検討委員会委員	74
(3) コンベンションの定義・分類等	75
(4) 展示会の定義・分類等	78
(5) 沖縄県のM I C E 経済波及効果	80
(6) M I C E 事例調査	83

用語解説

用語解説.....	88
-----------	----

第1章 MICE振興の意義



第1章 MICE振興の意義

(1) MICEとは

MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市・商談会などのイベント（Exhibition/Event）を総称した造語で、企業・組織が課題の解決を目的に開催するという点で、一般観光とは明確に性質が異なるものとして定義されています。

また、MICEの昨今のトレンドとして、企業が社員報奨旅行を兼ねて社員ミーティングを行ったり、国際会議において小規模な展示会が開催されたりするなど、単純に分類できない複合的な概念となっています。

区分	項目	定義	事例
 Meeting	企業系会議	企業が目的に応じて関係者を集めて行う会議	■外資系企業の支店長会議 ■車両販売代理店のミーティング ■海外投資家向けのセミナー
 Incentive	企業の報奨 研修旅行	企業が、従業員や代理店等の表彰、研修、顧客の招待等を目的で実施する旅行	■営業成績優秀者に対する表彰 ■会社設立〇〇周年記念旅行
 Convention	会議	国際機関・団体、学会等が主催または後援する会議	■九州・沖縄サミット（G8） ■太平洋・島サミット ■国立病院機構総会
 Exhibition /Event	展示会・ イベント	国際機関・団体、学会、民間企業等が主催または後援する展示会、見本市、イベント	■沖縄大交易会 ■離島フェア ■IT津梁まつり

〔沖縄大交易会の風景（会場：沖縄コンベンションセンター）〕





(2) 戦略策定の背景

① これまでのMICE誘致・推進の取組

沖縄県におけるMICEの取組については、観光分野とコンベンション分野を統合一元化した官民一体型の推進母体として1996年に発足した沖縄観光コンベンションビューローを中心に、旅行会社、ホテル事業者など観光関連事業者との連携のもと沖縄のリゾート性を強みにインセンティブ旅行や各種コンベンションの誘致を推進してきました。

こうした中、1998年に政府が発表した「21世紀の国土のグランドデザイン」では、アジア・太平洋地域における人、物、情報の結節点となる広域国際交流圏の形成を掲げ、沖縄県は「太平洋・平和の交流拠点（パシフィック・クロスロード）」として位置づけられました。この国際的な交流拠点としての位置づけが、2000年の九州・沖縄サミットの開催へと繋がっていきました。

九州・沖縄サミットは、沖縄におけるMICE振興の最初の転換点となりました。サミットを契機に国は「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議」を設置し、政府全体で各種会議の沖縄開催を後押ししたことで「太平洋・島サミット」や「地球温暖化防止とサンゴ礁保全に関する国際会議」など、沖縄の地理的・自然的な特性を生かした国際的なコンベンションが開催されてきました。

他方、学術・研究分野では、国際的に卓越した科学技術に関する教育及び研究を推進する機関として、沖縄科学技術大学院大学が2010年に設立され、サンゴのゲノム研究をはじめ様々な分野で世界最先端の研究が行われ、その成果を発表する国際学会等の学術イベントも年々増加傾向にあります。

こうした国・県・民間・大学等による取り組みにより、沖縄の地域特性を生かした国際会議や魅力ある観光リゾート資源を活用したインセンティブ旅行は着実に増加し、沖縄県はリゾート型のMICE都市として一定の評価を得ています。

② MICE振興の新たなステージに向けて

世界のMICE市場では、アジア・太平洋地域における経済発展の流れに連動する形でMICE需要が増大し、催事内容も多様化・大型化しています。シンガポール、韓国、タイなどでは、産業競争力を高める都市戦略や経済戦略の一環として、国を挙げてMICEの誘致に取り組むなど、国際的なMICE誘致の競争は激しさを増しています。我が国でも「2030年には、アジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」（日本再興戦略）との目標を掲げ、政府全体でMICE誘致の支援体制を強化する取組が進められています。

こうした中、沖縄県内では、経済界を中心として大規模な展示会等の開催ニーズが近年高まっており、沖縄県ではアジアをはじめとする国内外の様々なMICE需要を積極的に取り込むため、中城湾港マリンタウン地区内に3万㎡の展示場を備えた新たなMICE施設の建設に向けた取り組みを進めています。

この新たなMICE施設は、沖縄におけるMICE振興の新たな転換点になると期待されています。沖縄におけるMICE振興を次のステージへと引き上げるためには、産業界や大学等との連携体制を強化し、大規模展示会や国際的なコンベンションの開催実績を積み重ね、MICEを通じた産業振興や地域活性化を図ることで、経済的・社会的波及効果を最大限に高めていくことが極めて重要です。そのためにも今後のMICE振興の基本方向や中長期的な取組方針を明確にし、関係者が一丸となってMICE振興に取り組むためのビジョンや戦略の策定が求められています。

(3) 沖縄MICE振興戦略の位置づけ

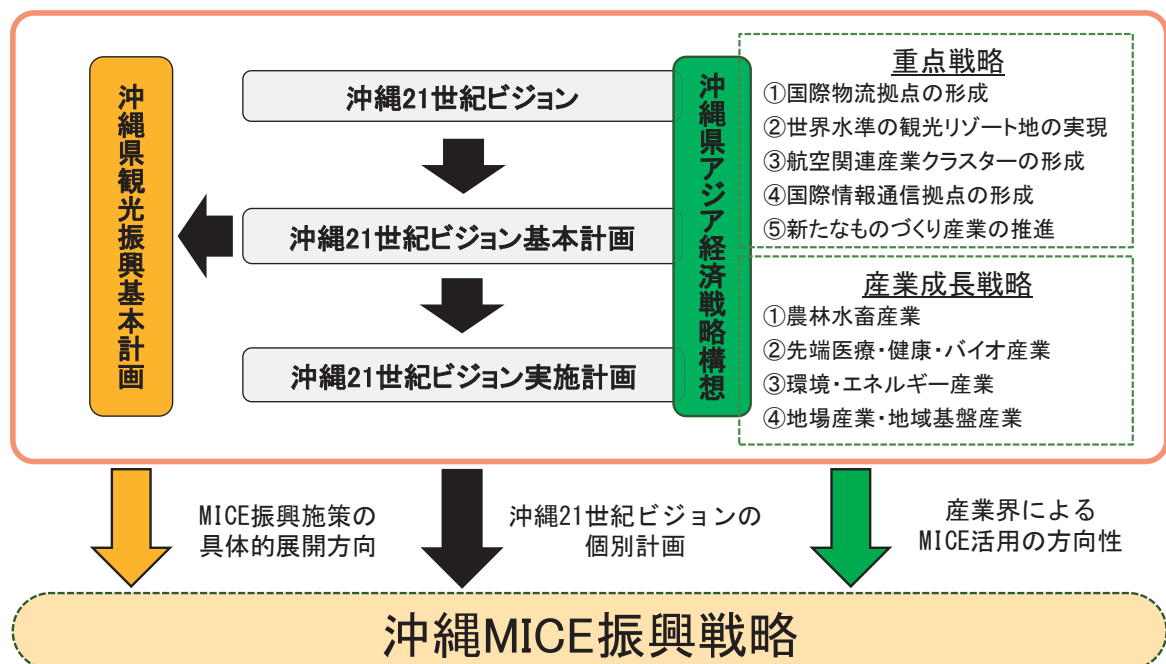
沖縄県では、2010年に県民が望む沖縄の将来像を示した「沖縄21世紀ビジョン」を策定し、2012年に今後の沖縄振興分野を包含する総合的な基本計画である「沖縄21世紀ビジョン基本計画」及び具体的取組をまとめた「沖縄21世紀ビジョン実施計画」に基づき各種事業を推進しています。

また、これらを補完、強化し促進する構想である「沖縄県アジア経済戦略構想」（2015年策定）を踏まえ、観光リゾート産業や国際物流拠点産業、情報通信関連産業などの分野でアジアの巨大なマーケットの中心に位置する沖縄地理的優位性を生かし、アジアの活力を取り込む施策を展開しています。

さらに、沖縄のリーディング産業である観光分野の基本計画である「沖縄県観光振興基本計画」を2017年に改定し、MICE振興によるビジネスツーリズムを沖縄観光の新機軸と位置付け、観光分野を中心としたMICE振興の取組強化を図っていくこととしています。

本戦略は、これらの計画等に表示される沖縄県のMICE振興に関する施策を体系的に整理し、取りまとめるとともに、MICEの推進・活用による県経済の発展及び国際的なMICE開催地としての地位確立に向けた基本的な考え方や施策の展開方向等を具体的に示したものです。

[沖縄MICE振興戦略の位置づけ]



(4) 沖縄MICE振興戦略の計画期間

沖縄MICE振興戦略は、MICEによる集客・交流の機能を最大限に発揮し、MICE開催を通じた学術・ビジネス分野の交流拠点の形成及び県内産業への波及効果を高めるための中長期的な戦略であることから、計画期間は2017年度から2026年度までの10年間とします。



(5) MICE振興の意義・効果

① 観光庁におけるMICE振興の意義・効果

MICEの意義について、観光庁は『MICEは、企業・産業活動や研究・学会活動等と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ものです。このため、観光振興という文脈でのみ捉えるのではなく、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大局的な意義についての認識を高める必要があります。』としており、具体的には、以下に掲げる3つの主要な効果が期待できるとしています。

1) ビジネス・イノベーションの機会の創造

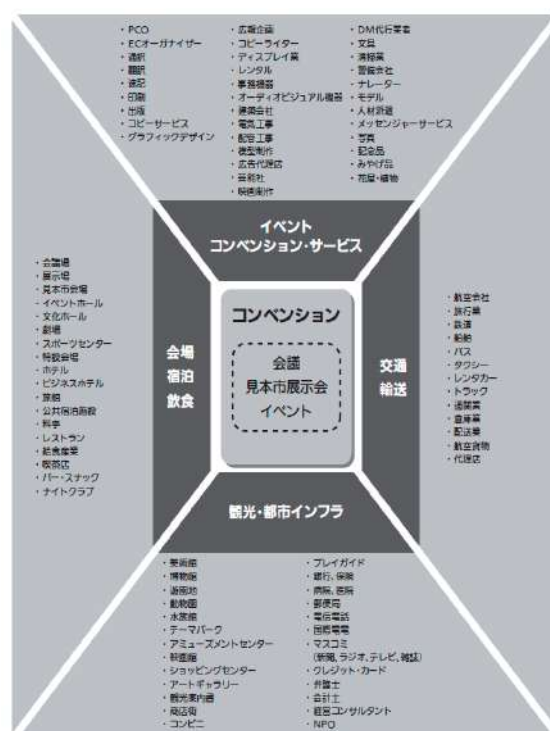
MICE開催を通じて世界から企業や学会の主要メンバーが我が国に集うことは、我が国の関係者と海外の関係者のネットワークを構築し、新しいビジネスやイノベーションの機会を呼び込むことにつながります。

2) 地域への経済効果

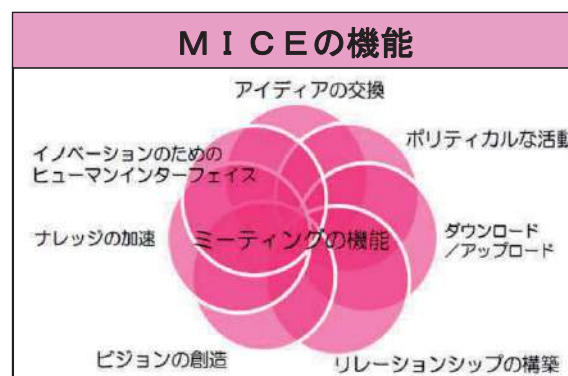
MICE開催を通じた主催者、参加者、出展者等の消費支出や関連の事業支出は、MICE開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出します。MICEは会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また滞在期間が比較的長いと言われており、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出すことが期待されます。

3) 国・都市の競争力向上

国際会議等のMICE開催を通じた国際・国内相互の人や情報の流通、ネットワークの構築、集客力などはビジネスや研究環境の向上につながり、都市の競争力、ひいては国の競争力向上につながります。海外の多くの国・都市が、国・都市の経済戦略の中で、その達成手段の一つとしてMICEを位置付け、戦略分野／成長分野における産業振興、イノベーション創出のためのツールとして国際会議や見本市を活用しており、我が国においても、MICEを国・都市競争力向上のツールとして認識し、活用することが重要です。



出所) ジェイティービー能力開発(2006年)
『イベント&コンベンション概論』より



出所) ICCA2012総会におけるPricewaterhouseCoopers講演より
観光庁作成

②沖縄県におけるMICE振興の意義・効果

1) 沖縄21世紀ビジョン実現への貢献

沖縄県は「沖縄21世紀ビジョン」において、「時代を切り拓き、世界と交流し、ともに支え合う平和で豊かな『美ら島』おきなわ」の実現を目標に掲げています。その実現のため、“自立”、“交流”、“貢献”の3つを基本的指針に据え、「日本と世界の架け橋となる強くしなやかな自立型経済の構築」に向けて、各種施策を積極的に推進しています。

MICEは、人、モノ、情報、企業が集まるという意味でビジネス交流のプラットフォーム機能を有しています。日本とアジアの結節点に位置する沖縄がMICE都市として発展することは、日本や世界から集うMICE参加者相互の交流の架け橋となり、21世紀における「万国津梁」として世界の発展に“貢献”していくことにもつながります。

さらに、中小零細企業がほとんどの県内企業にとって、MICEは、沖縄にしながら世界の先端的な技術や知見に触れ、イノベーション創出の機会が生まれるだけでなく、自社の商品・サービス・技術力を世界に発信する絶好のチャンスとなります。MICEによる交流とイノベーションの積み重ねにより、短期的には県内企業の成長が促進され、中長期的には、沖縄県が掲げる「日本と世界の架け橋となる強くしなやかな自立型経済の構築」にも寄与していくことが期待されます。

2) 観光リゾート産業の高付加価値化

MICEは、参加者による消費支出に加え、主催者等による会議運営、宿泊、飲食・レセプション、交通等に係る事業支出があり、MICE開催前後に観光を楽しむ人も多いため、経済・消費活動の裾野が広く、周辺地域も含めて大きな経済効果を生み出すことが期待されます。一方で、MICEはビジネス目的で開催される“ビジネスイベント”であり、M/I/C/Eごとに主催者・参加者の属性も異なるため開催地に求めるニーズも様々です。中には、レジャーや保養が主目的の一般観光では体験できないオリジナルの観光サービスを求める主催者も少なくありません。

このような主催者・参加者の多様なニーズに応え、MICEを成功へと導くためには、観光事業者も新たなMICEコンテンツを開発・提供していくことが極めて重要です。こうした新たな顧客層を獲得するための創意工夫による取組の結果、沖縄観光の生産性やサービスの質が向上し、観光消費額の増大へと繋がっていくことが期待されます。

また、MICEは、航空運賃や宿泊代が割高な観光ピーク時や休日を避けて開催される傾向にあり、沖縄観光の閑散期にMICEを積極的に誘致することで、入域観光客数の平準化に寄与する効果が期待されます。加えて、大規模な催事では3～5年前に開催地が決定されるため、旅行トレンドや為替変動等の影響を受けにくく、キャンセルが少ないことも特徴の一つです。ホテルなど民間事業者が将来の収益を担保するMICEを積極的に受け入れることで、経営の安定化につながるメリットもあります。

さらに、社会的影響力や情報発信力の高いMICE参加者が世界に沖縄の魅力を発信するPR効果や、一般観光客として再来訪するといった二次的効果も期待されます。



3) 産業競争力や都市ブランド力の向上

MICEは一定期間に多くの人が集まることから、観光振興の面で利点があることに加え、世界的にも知名度の高いMICEが開催されることにより、国際都市としてのブランドが向上するというメリットがあります。海外のMICE先進都市である香港、シンガポール、シドニー、ドバイなどでは、都市を発展させる経済戦略の中で、その達成手段の一つとしてMICEを位置づけ、産業振興やイノベーション創出のツールとして国際会議や展示会、商談会を活用し、知的交流やビジネス交流を通じた地域産業の活性化と都市の競争力を高めることに成功しています。

沖縄県では、「沖縄県アジア経済戦略構想」において、アジアの活力を取り込み、日本とアジアの架け橋として、ビジネス交流の拠点となることを目指しています。MICEが持つプラットフォーム機能を沖縄の各産業分野の成長実現の手段として積極的に活用することにより、国内外の参加者のネットワーク構築や産業分野における技術革新、企業集積等が促進されます。これにより、同構想が目指す“モノ・情報・サービスが集まる沖縄”、“国内外から企業が集う沖縄”、“国内外からひとが集う沖縄”の実現にも寄与し、ひいては、アジアにおけるビジネス交流拠点としての沖縄のブランド力を高める効果が期待されます。

4) 学術・産業分野における研究活動への貢献

沖縄県内の学術・産業分野の研究者が、最先端の研究者らと交流し、優れた研究成果に触れることにより、新たなアイデアや共同研究などのコラボレーションが創出され、地域内にイノベーションが起こる可能性が期待されます。特に、沖縄の強みを生かせる健康・長寿、環境・エネルギー、亜熱帯・海洋性資源、平和・交流などの分野は、県内大学をはじめとする各研究機関において調査研究が伸展しており、これまで培ってきた沖縄の知見を国内外の専門家と共有することで、世界規模での共通課題の解決に貢献することが期待されます。

5) 地域・住民へもたらされる効果

展示会や見本市の開催により地域住民にも最先端の商品・知見・技術に触れる機会が提供されます。また、コンベンションや展示会・見本市等の開催時に、主催者が市民講座等を開催することで、地域住民との交流や多様な教育機会の確保が期待できます。

沖縄県内で国際的なMICE開催が増えると、開催地域には多くの外国人参加者が訪れるため、地域が積極的にMICE参加者と交流することで、異文化理解の促進や国際的な慣習等を理解し、地域のグローバル化の進展が期待できます。

また、MICEを通じたまちづくりに地域全体で取り組むことで、交通利便性の向上や商業施設の充実など、地域の賑わい創出につながるだけでなく、地域住民のホスピタリティや開催地としての魅力が国内外からの参加者を通じて世界に情報発信される機会が増えるため、地域の認知度が高まる効果も期待されます。

特に、沖縄本島東海岸に予定されている大型MICE施設の整備にあわせて、周辺エリアでのホテル建設など様々な民間投資が促進され、その効果は周辺自治体にも波及することから、東海岸全体の活性化による県土の均衡ある発展にも寄与します。

このように、MICEの推進により、地域・住民に様々なレガシー（財産）がもたらされることから、MICEの効果を地域の人々が理解し、MICE受入の環境づくりに積極的に関わっていくことが、ひいては国際的なMICE開催地としての地域の誇りにつながるため、地域の活性化や地域ブランド形成の観点からもMICEは極めて有効なツールと言えます。

第2章 MICEを取り巻く国内外の動向



第2章 MICEを取り巻く国内外の動向

(1) MICE市場の動向

① 世界のMICE市場の状況

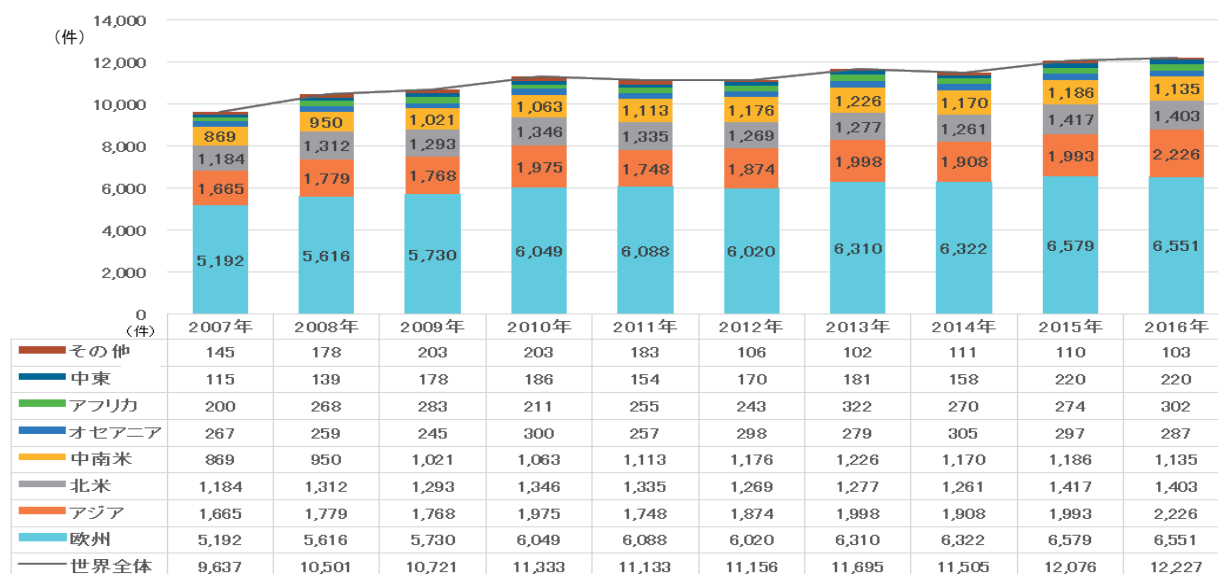
1) コンベンション（国際会議）

国際会議協会（ICCA）の発表では、世界の国際会議の開催件数は過去10年間で微増ながら着実に件数を増やし、2016年は12,227件と対前年比で151件の増加となっています。最も開催件数が多い地域は欧州で、次いでアジア、北米、中南米の順となっています。

国際的な学協会の本部やグローバル企業の本社機能は欧州に多く所在し、企業ミーティングや年次総会は欧州での開催が多い状況ですが、アジア諸国の経済成長に伴い、シンガポール、中国、香港などアジアの拠点地域における国際会議の開催件数は他の地域よりも伸びてきており、世界のコンベンション市場の成長を牽引していると言えます。

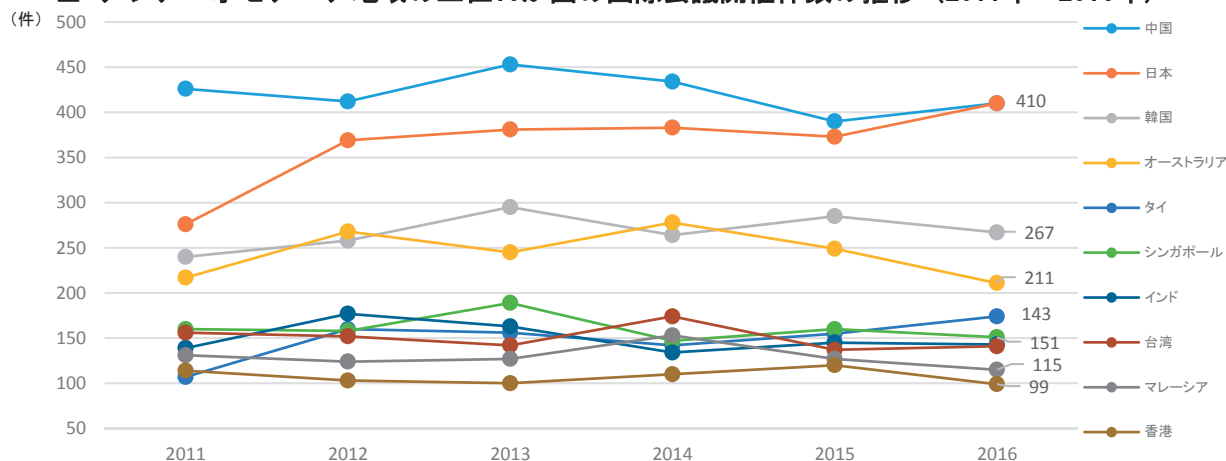
日本では、2011年から順調に国際会議開催件数が増加しており、2016年は過去最高の410件で、中国と並んでアジア・オセアニア地域で第1位となっています。

■ 世界の国際会議開催件数（2007年～2016年）



出所）ICCA統計を基に日本政府観光局（JNTO）作成

■ アジア・オセアニア地域の上位10か国の国際会議開催件数の推移（2011年～2016年）



出所）ICCA統計を基に日本政府観光局（JNTO）作成

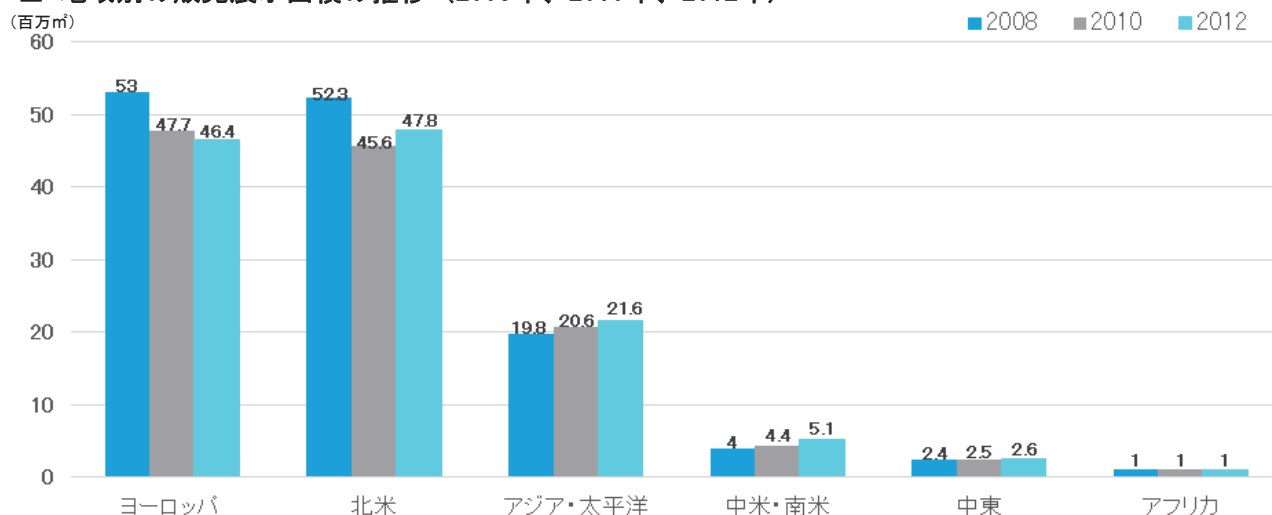


2) 展示会・イベント

世界見本市連盟（UFI）の発表では、2012年に世界で開催された展示会の開催面積（販売展示面積）は、北米が1位（47.8百万㎡）で、2位がヨーロッパ（46.4百万㎡）、アジア・太平洋は3位（21.6百万㎡）となっており、展示会市場は、北米・ヨーロッパが世界の中心となっています。近年では、北米・ヨーロッパの展示会需要は減少傾向にある一方で、アジア・太平洋地域の販売展示面積は増加傾向にあり、アジアの経済発展にあわせて展示会の開催需要が高まっています。

こうした展示会需要を取り込むため、展示場施設の規模も大型化する傾向にあり、ドイツのハノーバー国際見本市会場（約46万㎡）や中国の上海新国際博覧中心（約20万㎡）といった巨大な展示場施設も存在しています。UFIによる国別総展示場面積（2011年）では、アメリカ、ドイツ、イタリア等の北米・ヨーロッパ勢が上位を占める中、2位に中国が台頭し、世界での存在感を高めている一方、日本の総展示場面積は16位となっており、経済規模に比べて日本全体の展示場面積が小さいことが指摘されています。（P.13～P.15 「(2) 主要MICE施設の状況」参照）

■ 地域別の販売展示面積の推移（2008年、2010年、2012年）



出所) UFI: Global Exhibition Industry Statistics (2014)を基に作成

■ 国別総展示場面積（2011年：展示面積上位30位）

No	国名	総展示面積	世界シェア	No	国名	総展示面積	世界シェア
1	アメリカ	6,712,342	20.6%	17	オーストリア	287,475	0.9%
2	中国	4,755,102	14.6%	18	韓国	280,190	0.9%
3	ドイツ	3,377,821	10.4%	19	インド	278,010	0.9%
4	イタリア	2,273,904	7.0%	20	ポーランド	268,068	0.8%
5	フランス	2,094,554	6.4%	21	オーストラリア	257,990	0.8%
6	スペイン	1,548,057	4.8%	22	チェコ	252,700	0.8%
7	オランダ	960,530	2.9%	23	ギリシア	223,400	0.7%
8	ブラジル	701,882	2.2%	24	スウェーデン	217,060	0.7%
9	イギリス	701,857	2.2%	25	デンマーク	216,070	0.7%
10	カナダ	684,175	2.1%	26	シンガポール	203,600	0.6%
11	ロシア	566,777	1.7%	27	タイ	200,174	0.6%
12	スイス	500,570	1.5%	28	イラン	198,980	0.6%
13	ベルギー	448,265	1.4%	29	南アフリカ	178,432	0.5%
14	トルコ	433,904	1.3%	30	U A E	177,000	0.5%
15	メキシコ	431,761	1.3%	31	その他	2,792,863	8.6%
16	日本	345,763	1.1%	全世界合計		32,569,276	100.0%

出所) UFI: the 2011 world Map of Exhibition Venues (2011) を基に作成。なお、同統計は最低5,000㎡の屋内展示スペースが対象。

② アジア・オセアニアのMICE都市の取組

アジア・オセアニア地域のMICE都市においては、海外からの投資を呼び込み、産業振興を図る戦略の一つとしてMICEを位置付けており、地域産業の強みを生かした特徴ある国際会議や展示会・見本市等を積極的に誘致・開催しています。

■ アジア・オセアニア地域の主なMICE都市の取組

都市名	取組や特徴
シンガポール	- 海外からの民間投資の呼び込みを国家的課題として掲げ、その一環でMICEを振興 - 金融、バイオ・医療、環境・水、IT等の分野を国の重点産業と位置づけ、同分野の国際会議・展示会を積極的に誘致 2010年に、シンガポール政府が観光誘致を目的として設立した統合型リゾート「マリーナベイサンズ」が完成したことにより、国際会議件数も大きく増加
上海	- 世界の中でも海外からの直接投資が多い都市で、中国経済の中心 - 大規模コンベンション施設（上海国際会議中心、上海新国際博覧中心等）の建設や、2001年のWTO加盟により、国際会議件数が増加
ソウル	- ソウル市の経済発展計画で重視されている再生可能エネルギーや鉱物資源、林業、漁業等の自然資源分野のMICEを積極的に誘致 - KINTEX（Korea International Exhibition Center）のような大型展示施設のほか、MICE関連施設が集積した国際会議場COEX（Convention & Exhibition）のような都心型MICE施設を整備 - 英語教育や独自の資格制度による人材育成に注力する等、国際会議の受け入れ体制を強化
メルボルン	- メルボルンが強みを有する医学、自然科学、バイオテクノロジー、デザイン、金融産業等のMICEを積極的に誘致 - アンバサダープログラムの先駆都市で、各学術分野の著名な研究者をアンバサダーとして任命し、メルボルンのPR及び国際会議の誘致活動を委嘱する「Club Melbourne」を実施
シドニー	- グリーンテクノロジー、ツーリズム、デジタル産業等の分野のMICEを積極的に誘致 - ダーリングハーバーの再開発プロジェクトにより、シドニー・コンベンション・エキシビション & エンターテイメント地区の中で、新規にシドニー国際会議場を建設
クアラルンプール	2009年に設立されたMICE推進機関であるMyCEB（Malaysia Convention & Exhibition Bureau）により、国際会議開催件数が近年増加 - 国際的な学協会に属する、医者、エンジニア、教育者、大学教員等を「Kesatria（大使）」に任命し、MICEを誘致してもらうプログラムを実施
バンコク	2004年に設立されたMICE推進機関であるTCEB（Thailand Convention and Exhibition Bureau）により、国際会議開催件数が近年増加 - アジア・太平洋地域の中で東京に次いで国際機関の所在数が多く、関連する国際会議が多い - アジア有数の観光リゾートとして人気のデスティネーション（目的地）であり知名度が高い
台北	- 台湾の経済部国際貿易局により、MICE産業の品質の向上、台湾MICEのブランドイメージ・国際競争力の強化、MICE開催地としての台湾の地位向上等を掲げた「台湾MICE産業グローバル化計画」が2013年から2016年にかけて実施 - 台湾のMICEブランド「MEET TAIWAN」のマーケティング戦略や、展示会の人材育成を強化

出所）観光庁「国際会議誘致ガイドブック」（2014）及び各都市のMICE関連組織（コンベンションビューロー等）の情報を基に作成



③ 国内のMICE市場の状況

1) コンベンション（国際会議・国内会議）

国際会議協会（ICCA）の発表では、国内都市別の国際会議開催件数（2016年）は、東京が95件（1位）、京都が58件（2位）、大阪が25件（3位）、福岡が23件（4位）、神戸が21件（5位）となっており、観光庁のグローバルMICE都市に選ばれた都市が上位を占めています。

一方、沖縄県内ではICCAの基準を満たす国際会議は、那覇市、宜野湾市、名護市、恩納村、西原町で分散して開催されており、県内開催件数を合計すると13件でこれは国内10位に相当します。

また、国内会議の都道府県別開催件数（2016年）では、日本コンgres・コンベンションビューロー（JCCB）が把握している国内会議3,182件のうち、東京が1,121件（1位）と全体の35.2%を占めており、続いて大阪府が185件（2位）、北海道が157件（3位）、愛知県が143件（4位）、京都府が123件（5位）となっており、国内会議においてもグローバルMICE都市が上位を占めています。沖縄県は39件（16位）と中位に位置しています。

■ 日本の都市における国際会議開催件数（ICCA統計：2015年、2016年）

順位 (前年順位)	都市	件数 (前年件数)	順位 (前年順位)	都市	件数 (前年件数)
1(1)	東京	95(80)	9(11)	奈良	15(8)
2(2)	京都	58(45)	10(9)	仙台	13(9)
3(4)	大阪	25(23)	10(8)※	沖縄県	13(13)
4(3)	福岡	23(30)	11(15)	広島	9(4)
5(8)	神戸	21(13)	12(13)	金沢	8(6)
5(5)	横浜	21(22)	13(14)	北九州	7(5)
7(6)	札幌	17(18)	14(9)	つくば	6(9)
8(7)	名古屋	16(14)	15(12)	千葉	5(7)

出所）ICCA Statistics Report 2016 より作成。沖縄県の順位は他の都市と比較するため県内市町村で開催された催事の合計を記載。

■ 都道府県別の国内会議開催件数（JCCB統計：2016年）

順位	都道府県	件数	割合	順位	都道府県	件数	割合	順位	都道府県	件数	割合
1	東京都	1,121	35.2%	16	沖縄県	39	1.2%	31	奈良県	21	0.7%
2	大阪府	185	5.8%	18	富山県	38	1.2%	31	徳島県	21	0.7%
3	北海道	157	4.9%	19	長野県	37	1.2%	35	鳥取県	20	0.6%
4	愛知県	143	4.5%	20	熊本県	30	0.9%	35	宮崎県	20	0.6%
5	京都府	123	3.9%	21	山形県	28	0.9%	37	高知県	19	0.6%
6	福岡県	117	3.7%	21	茨城県	28	0.9%	37	大分県	19	0.6%
7	神奈川県	109	3.4%	23	福島県	27	0.8%	39	島根県	18	0.6%
8	宮城県	89	2.8%	24	群馬県	25	0.8%	39	山口県	18	0.6%
9	兵庫県	79	2.5%	25	長崎県	24	0.8%	39	鹿児島県	18	0.6%
10	石川県	64	2.0%	25	秋田県	24	0.8%	42	福井県	15	0.5%
11	千葉県	63	2.0%	27	青森県	23	0.7%	43	佐賀県	14	0.4%
11	広島県	63	2.0%	27	岩手県	23	0.7%	44	山梨県	11	0.3%
13	岡山県	53	1.7%	27	香川県	23	0.7%	44	滋賀県	11	0.3%
14	静岡県	52	1.6%	27	愛媛県	23	0.7%	44	栃木県	11	0.3%
15	埼玉県	44	1.4%	31	岐阜県	22	0.7%	47	和歌山県	9	0.3%
16	新潟県	39	1.2%	31	三重県	22	0.7%	合計		3,182	100.0%

出所）日本コンgres・コンベンション・ビューロー（JCCB）発行「国内会議の開催調査2016」のデータを基に沖縄県が集計・作成

※なお、同データは、JCCBが主催団体へアンケート調査を実施し、回答が得られたもののみ集計されているため、国内で開催された国内会議の総件数が網羅されているものではない。

2) 展示会・イベント

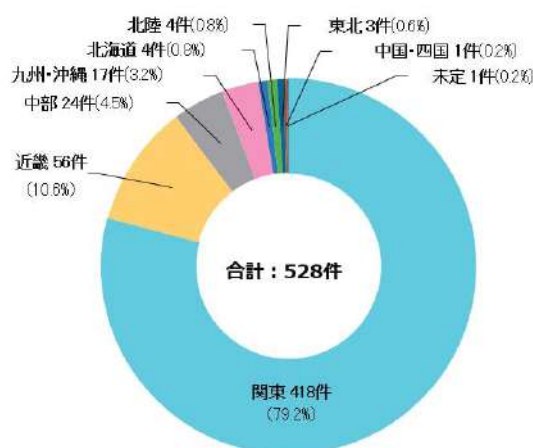
㈱ピーオーピーによると、国内における展示会・見本市の開催実績は2015～2016年の2年間で528件となっており、うち94.3%が三大都市圏（東京圏、大阪圏、名古屋圏）で開催されています。特に東京を中心とした関東での開催が多く、全体の79.2%を占めています。一方、九州・沖縄エリアは17件にとどまっています。

また、国内展示会の来場者数は、「1万人以上～3万人未満」が114件（38.0%）と最も多く、次いで「3万人以上～5万人未満」が52件（17.3%）、「5万人以上～10万人未満」が39件（13.0%）となっており、1万人以上の催事の割合が高いのが特徴です。

業種別の開催件数について、生産財部門では280件のうち「IT・情報・オフィス機器」が40件と最も多く、次いで「環境・エネルギー」が38件となっています。消費財部門では248件のうち「食品・飲料」が30件と多く最も多く、次いで「ファッション・革製品」が25件、「健康・福祉・美容」が21件の順となっています。

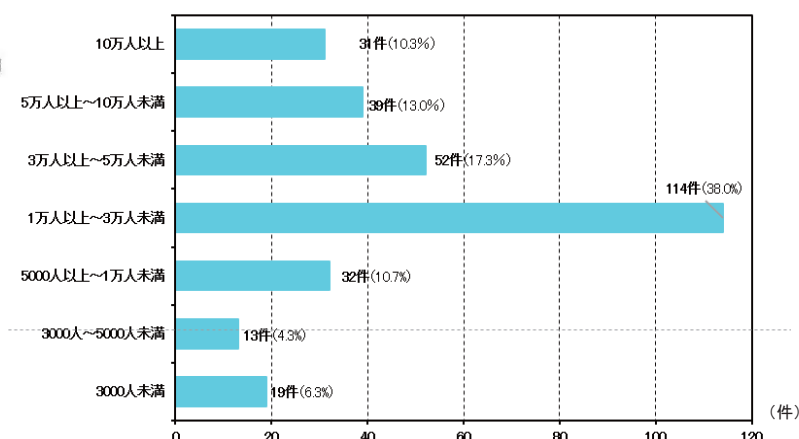
IT・情報処理、環境、健康・福祉・美容、食品・飲料などの業種は関連事業者が沖縄県内にも一定程度集積していることから、展示会・見本市の開催地として潜在力があると考えられます。

■ 国内展示会の開催件数（2015年～2016年）



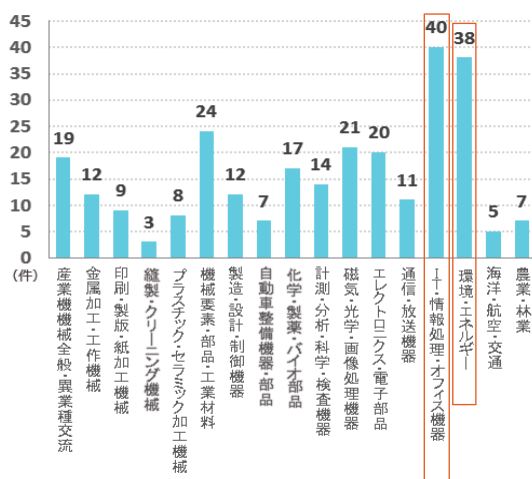
出所) ㈱ピーオーピー「展示会データベース2016年度版」を基に作成

■ 国内展示会の来場者数（2015年～2016年）

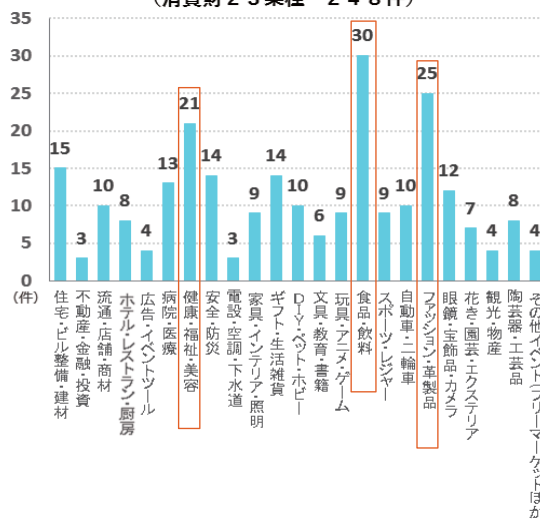


■ 業種別開催件数（2015年～2016年）

（生産財 18業種 280件）



（消費財 23業種 248件）



出所) ㈱ピーオーピー「展示会データベース2016年度版」を基に作成



④ 国内都市によるMICE推進の取組

観光庁のグローバルMICE都市に選ばれた国内都市では、MICEを成長戦略の一つに位置付け、MICE振興のための様々な取り組みが行われています。近年の傾向として、地方都市が独自にMICE戦略を策定し、誘致ターゲットを明確にするとともに、産学官連携の協議会や組織を設立するなど、MICEの誘致・受入体制の強化が進められています。

■ 国内都市の取組

都市名	MICEに関する取組	主な誘致分野	
札幌市	2015年に、札幌の都市の魅力を十分に生かした MICE の推進に取り組み、地元への直接的な経済波及効果、札幌のブランド力向上と観光を含めたリピーター確保、学術レベルの向上や発展、市民における創造性の育成等を図ることを目的とした「札幌MICE総合戦略」を策定 - コンベンション関連企業やその札幌内企業、関連団体等が中心となり、MICEの受入れに向けた検討、人材育成、まちづくり等を行うことを目的とした「NPO法人コンベンション札幌ネットワーク」が2001年に設立。さらに、官民一体でMICEを誘致していくための組織として、「さっぽろMICE推進協議会」を設置	国際会議	国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議
		報奨旅行	東アジア・東南アジアからのインセンティブ旅行
		文化・スポーツイベント	札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベント
横浜市	- 横浜市では、2013年にMICEの拠点都市として国際的な地位を確立することを目的とした「中長期MICE戦略素案」を作成し、「横浜市中期4か年計画2014～2017」において、経済活性化の視点からMICEの各種施策を展開 - 横浜市は、経済効果だけではなく、社会的効果にも力を入れており、誘致した国際会議への地元学生参加や、アウトリーチの取り組み等、地域への教育的効果も意識した施策を推進	報奨旅行	IT関連の企業インセンティブ旅行等
		国際会議	経済波及効果の高い中大型の国際会議や医学会議
大阪市 大阪府	- MICE推進体制の構築や誘致活動、役割分担・機能強化の方向性を定め、大阪の経済活性化や都市魅力の向上を図ることを目的として、2017年3月に『大阪のMICE推進方針』を策定 - 大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、観光集客を促進するエンジン役として、2013年に大阪観光局を設立 - 大阪観光局では、従来行政主導型であったMICE推進を見直し、MICE産業の更なる活性化に向けた民間主体のMICE誘致・支援のネットワーク組織である「大阪MICEビジネス・アライアンス」を設立 2017年は、国際会議や展示会を官民で誘致するため、大阪府、大阪市、経済団体、大阪観光局を中心とした「大阪MICE推進委員会」を設置予定	企業会議	環境・新エネルギー、ライフサイエンス、情報通信等に関連する会議
		報奨旅行	近隣アジア諸国からの大型インセンティブ旅行
		国際会議	環境・新エネルギー、ライフサイエンス、情報通信等に関連する学術会議、国連等政府系会議
		展示会	環境・新エネルギー、ライフサイエンス、情報通信、食、スポーツ等に関連する展示会
福岡市	- 福岡市では、「世界No1のおもてなし都市福岡 福岡 観光・集客戦略2013」において、関係者との連携によるMICEの誘致・支援体制の強化、施設・交通面など受入環境を強化、人材育成の指針を策定 - 都市戦略を実施する福岡地域戦略推進協議会(FDC)の部会内の提案に基づき、(公財)福岡観光コンベンションビューロー内に、MICEの誘致・受入、企画に特化した専門性の高いワンストップ機能を有する「Meeting Place Fukuoka」を2014年に設立	国際会議	【海外】 大規模案件、政府機関や国際機関の会議など情報発信力の高い案件、アジア関連の会議・学会 【国内】 医学系学会など経済効果の高い大規模案件、展示会併設型の学会等
		展示会	医療・健康関連、サービス関連、ファッション、観光・旅行、自動車、環境、農業・水産関連、ゲーム、物流など福岡・九州の産業特性に寄与するB to B分野の展示会



(2) 主要MICE施設の状況

① アジア・太平洋地域のMICE施設

近年のMICE施設の傾向として、①国際会議場と展示場の一体整備、②展示場規模の大型化、③アフターコンベンション機能も含めた複合施設化、が主流となっています。アジア・太平洋地域のMICE施設の規模は2万㎡～6万㎡の施設が多いものの、展示総面積が10万㎡を超える超大型施設もあります。また、空港からのアクセスが良い施設や、周辺で宿泊や飲食・ショッピング等が可能な施設が主催者等に好まれる傾向にあります。

■ アジア・太平洋地域の主なMICE施設

国名	都市名	施設名	展示総面積
中国	北京	中国国立会議中心	40,000㎡
	上海	上海新国際博覧中心	200,000㎡
	香港	香港コンベンション&エキシビションセンター	66,000㎡
		アジア・ワールド・エキスポ	70,000㎡
台湾	台北	台北世界貿易中心南港展覧館	45,000㎡
		台北国際コンベンションセンター	56,602㎡
韓国	ソウル	COEXコンベンション&エキシビションセンター	36,007㎡
		キンテックス	53,541㎡
	釜山	釜山・エキシビション&コンベンションセンター	26,508㎡
タイ	バンコク	バンコク・インターナショナル・トレード&エキシビションセンター	50,400㎡
		インパクト・ムアントーン・ターニー	140,000㎡
	パタヤ	パタヤ・エキシビション&コンベンション・ホール	7,000㎡
マレーシア	クアラルンプール	マレーシア・インターナショナル・エキシビション&コンベンションセンター	38,000㎡
		ゲンティン・インターナショナル・コンベンションセンター	15,633㎡
		ブトラ・ワールド・トレードセンター	23,375㎡
シンガポール	-	マリーナベイ・サンズ・シンガポール	120,000㎡
		シンガポールEXPO・コンベンション&エキシビション・センター	100,000㎡
		サンテック・シンガポール・コンベンション&エキシビション・センター	22,600㎡
インドネシア	ジャカルタ	ジャカルタ・コンベンション・エキスポ	50,000㎡
		インドネシア・コンベンションエキシビション	50,000㎡
	バリ	バリ・インターナショナル・コンベンションセンター	11,132㎡
オーストラリア	シドニー	インターナショナル・コンベンションセンター・シドニー	35,000㎡
	メルボルン	メルボルン・コンベンション&エキシビションセンター	30,000㎡
	ブリスベン	ブリスベン・コンベンション&エキシビションセンター	25,000㎡

出所) 各都市のMICE施設HPを基に作成 (2017年5月現在)



② 国内都市のMICE施設

■ 国内都市のMICE施設

都市名	各都市の主要MICE施設				周辺地域 総客室数(室)
	施設名	収容人数(人)	展示総面積 (㎡)	その他の会議 室・ホールの総 室数(室)	
札幌市	札幌コンベンションセンター	－	3,832	18	25,043
仙台市	仙台国際センター	6,898	3,000	16	14,816
	夢メッセみやぎ	1,576	8,795	7	
千葉市	幕張メッセ	－	75,098	22	7,312
東京	東京国際フォーラム	－	8,686	41	142,065
	東京ビックサイト	－	96,540	22	
横浜市	パシフィコ横浜	－	21,350	50	14,063
	横浜アリーナ	17,000	8,000	2	
名古屋市	名古屋国際会議場	10,000	4,295	27	21,549
	愛知県産業労働センター	6,300	3,000	51	
	名古屋市国際展示場	2,270	33,946	10	
京都市	国立京都国際会館	－	8,820	60	26,260
	京都市勧業館	－	9,650	8	
	京都府総合見本市会場	－	8,526	10	
大阪市	インテックス大阪	81,969	70,078	24	—
	大阪府立国際会議場	－	2,600	25	
	大阪城ホール	16,000	5,030	16	
神戸市	神戸コンベンションセンター	13,000	13,600	29	9,088
福岡市	福岡国際会議場	3,000	2,700	19	23,871
	マリンメッセ福岡	15,000	11,351	6	
	福岡国際センター	10,000	5,052	2	
沖縄県	万国津梁館	1,004	1,164	5	32,277 ※
	沖縄科学技術大学院大学	1,073	－	8	
	沖縄コンベンションセンター	6,922	2,500	13	

出所)JNTO「日本コンベンション都市ガイド」(2015年版)及び各都市HPを基に作成

※沖縄県の周辺地域総客室数は、那覇市、浦添市、宜野湾市、沖縄市の合計

■ 国内MICE施設の整備・拡張計画

自治体	整備・拡張計画
富山市	展示会と会議等の複合催事の開催や、現展示場と合わせ展示面積を2倍以上に拡充することで、現展示場(3,363㎡)と新展示場(3,634㎡)を一体的に活用が可能な多機能型展示場を整備【2017年開業予定】
横浜市	みなとみらい地区に、新たに国内最大規模の多目的ホール(6,377㎡)、全42室の大中小会議室を備えた施設(みなとみらいコンベンション施設)を計画【2020年開業予定】
高崎市	高崎市の高崎競馬跡地に展示場面積10,000㎡(最終的には20,000㎡まで拡張)や、ホール、大中小の会議室等の総面積3,400㎡のコンベンション施設を計画【2020年開業予定】
愛知県	中部国際空港セントレアに近接した展示面積60,000㎡の展示場施設(愛知県国際展示場)を建設予定【2019年建設予定】
名古屋市	名古屋市国際展示場の第1展示館の立替整備として、2019年を目標に展示面積20,000㎡の新第1展示館を建設予定
京都市	京都・宝ヶ池の国立京都国際会館エリア内に最大5,000名規模収容(約2,000㎡)の多目的ホールの拡張整備を検討
奈良市	奈良県営プール跡地に、大会議室(2,160㎡)、中会議室(350㎡×4室)、ホワイエ(1,016㎡)等を含むコンベンション施設建設を計画【2020年開業予定】
神戸市	神戸コンベンションセンターの老朽化を踏まえ、2022年までにコンベンションゾーン全体で15,000㎡～20,000㎡程度の展示ホールを有したコンベンションセンター施設整備を計画
姫路市	JR姫路駅の東に、2019年以降に展示場(4,000㎡)、野外展示場(1,600㎡)、大ホール(2,000席)、中ホール(700席)等の交流拠点施設建設を計画
福岡市	ウォーターフロント地区(中央ふ頭・博多ふ頭)に、新たに約5,000㎡規模の第2期展示場建設を計画【2021年開業予定】
熊本市	市街地再開発事業の1つとして、多目的ホール(1,000㎡)、イベント展示ホール(約1,800㎡)、大中小の会議室を備えた熊本城ホールの施設建設を計画【2019年開業予定】
長崎市	長崎市尾上町地内にコンベンションホール(約3,000㎡)、イベント・展示ホール(約4,000㎡)、会議室20室(計2,500㎡)の交流拠点施設建設を計画【2021年開業予定】
薩摩川内市	川内駅東口にホール(約1,000㎡)、会議室(900㎡)等のコンベンション機能を核とした複合的な拠点施設建設を計画【2020年開業予定】
沖縄県	大規模な展示会や国際コンベンションに対応するため、大型展示場(30,000㎡)、多目的ホール(7,500㎡)、中小会議室(20～30室)を備えた大型MICE施設の整備を計画

出所) 各都市のMICE施設整備計画等を基に作成(2017年5月現在)

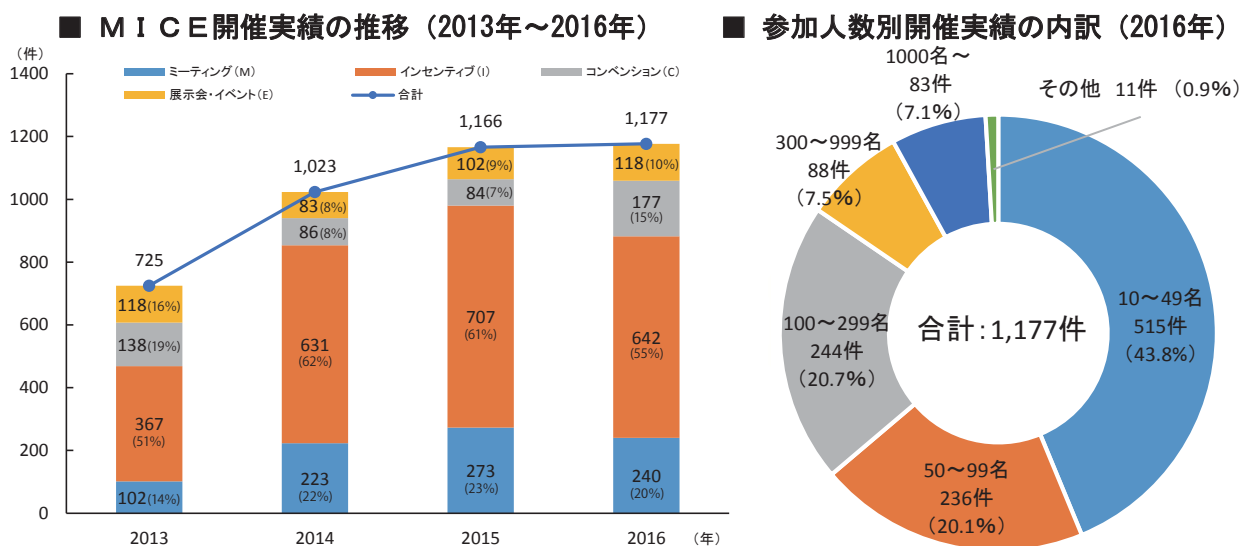


(3) 沖縄県内におけるMICE受入状況

① MICE開催実績

沖縄県内のMICE開催件数は増加傾向にあり、2016年には過去最高の1,177件が開催されました。その内訳は、インセンティブ旅行が642件（55%）と最も多く、続いてミーティングが240件（20%）、コンベンションが177件（15%）、展示会・イベントが118件（10%）と、沖縄の観光リゾート地としての実績や認知度から、企業のインセンティブ旅行の開催割合が高くなっています。また、2016年は2015年と比べてコンベンションの開催実績が大幅に増えているのも特徴です。

参加人数別開催実績（2016年）は、50人未満が515件（44%）、50～99人が236件（20%）となっており、100人未満の小規模MICEが全体の64%を占める一方、1,000人以上の催事は83件（7%）と施設規模の制約から中～大規模催事が少ないのが現状です。



出所 「沖縄県MICE開催実態調査事業」（2016）より作成。

※本調査では「県外または海外から10名以上の参加者がいる催事」を調査対象としている。

■ 沖縄県内でのMICE開催事例

開催事例	区分	会 期	主な会場	参加者数 (うち海外)
ライオンズクラブ国際協会337-D地区 第62回地区年次大会	M	2016/4/23	ているる	800人
フランス最大手レンズメーカー 取引先招待旅行	I	2016/5/9～13	クラブメット・カピラ (石垣市)	65人 (65人)
大手自動車メーカー70周年記念旅行	I	2016/6/20～7/6 (4グループに分けて開催)	万国津梁館 ブセナテラス	948人
第6回太平洋・島サミット	C	2012/5/25～26	万国津梁館、宮古島市	565人 (125人)
アジア弁理士協会総会	C	2015/11/13～17	沖縄コンベンションセンター	1,565人 (1,300人)
第70回国立病院機構総会	C	2016/11/11～12	沖縄コンベンションセンター 宜野湾市立体育館	7,000人
第3回沖縄大交易会	E	2016/11/21～22	沖縄コンベンションセンター	2,200人 (200人)
第7回万国津梁大異業種交流会	E	2016/12/11～14	沖縄セルラーパーク那覇	2,000人 (300人)

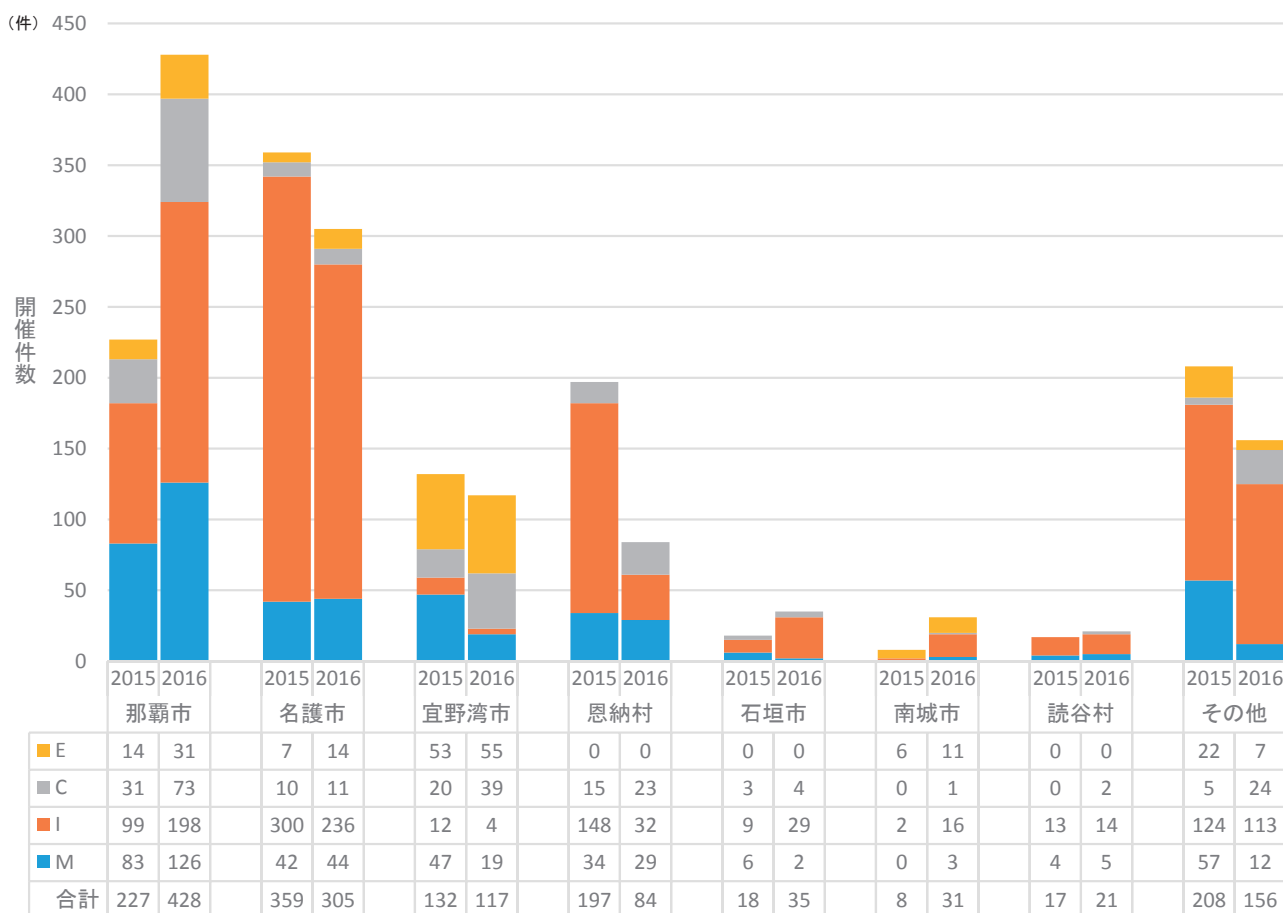
② 県内主要MICE施設・地域の状況

沖縄県内では、県内最大規模の沖縄コンベンションセンター（宜野湾市）や、2000年の九州・沖縄サミットでメイン会場となった万国津梁館（名護市）、世界各国から研究者が集まる沖縄科学技術大学院大学のカンファレンスセンター（恩納村）を中心に、様々な分野のMICEを受け入れています。さらに、設備の整った県内ホテルでは企業インセンティブ旅行を中心に企業ミーティングや各種会議、研修などが開催されています。

市町村別の開催実績（2016年）は、沖縄県市町村自治会館、沖縄産業支援センター、那覇市ぶんかテンブス館等の会議施設や大小様々なホテルが集積している那覇市が428件と最も多く、次いで名護市305件、宜野湾市117件、恩納村84件の順になっています。この4市村で全体の約8割を占めています。また石垣市や南城市など、インセンティブ旅行の開催件数が大幅に伸びている地域も出てきています。

近年、複数のイベントを同時開催するケースや、展示会・商談会の一環として講演会・セミナー等を行う催事も増えるなど、MICE自体の規模が大型化する傾向にあるため、沖縄県では、沖縄本島東海岸に3万㎡の無柱空間の大型展示場や多数の分科会を一度に開催できる中小会議室、4,000名規模のレセプションが開催可能な多目的ホール等を備えた大型MICE施設の整備計画を進めています。

■ 地域別の開催実態件数（2015年～2016年）



出所)「沖縄県MICE開催実態調査事業」(2016)より作成



③ 航空アクセス

1) 航空路線の現状

沖縄県への国内航空路線は、東京、大阪、名古屋を中心に国内27都市から1日123便の直行便が運航されており、国内航空路線数は羽田、関空、新千歳に次ぐ第4位となっています。

また、国際線についても、著しく増加しており、台湾、韓国、中国、香港、タイ等の主要都市から1日25便、週199便の直行便が運行されています。

■ 沖縄県への主な都市の直行便（国内線）

空港	発着空港名	発着便数/日
那覇空港	羽田空港	30
	成田国際空港	8
	中部国際空港セントレア	11
	大阪国際空港(伊丹)	5
	関西国際空港	12
	神戸空港	6
	福岡空港	21
	その他都市	17
宮古空港	羽田空港	2
	関西国際空港	1
	中部国際空港セントレア	1
石垣空港	羽田空港	4
	中部国際空港セントレア	1
	関西国際空港	3
	福岡空港	1
合計		123

(2017年6月現在)

■ 沖縄県への主な直行便（国際線）

空港	国名	発着空港名	発着便数/週
那覇空港	台湾	台北桃園国際空港	60
		台中空港	4
		高雄国際空港	6
	韓国	仁川国際空港	49
		釜山・金海国際空港	6
		大邱国際空港	5
	中国	香港国際空港	24
		上海浦東国際空港	21
		北京首都国際空港	4
		天津滨海国際空港	2
		杭州蕭山国際空港	4
		南京禄口国際空港	5
		西安咸陽国際空港	2
	タイ	バンコク・スワンナプーム国際空港	7
合計			199

(2017年6月現在)

2) 主要国際空港からのトランジットによる市場開拓

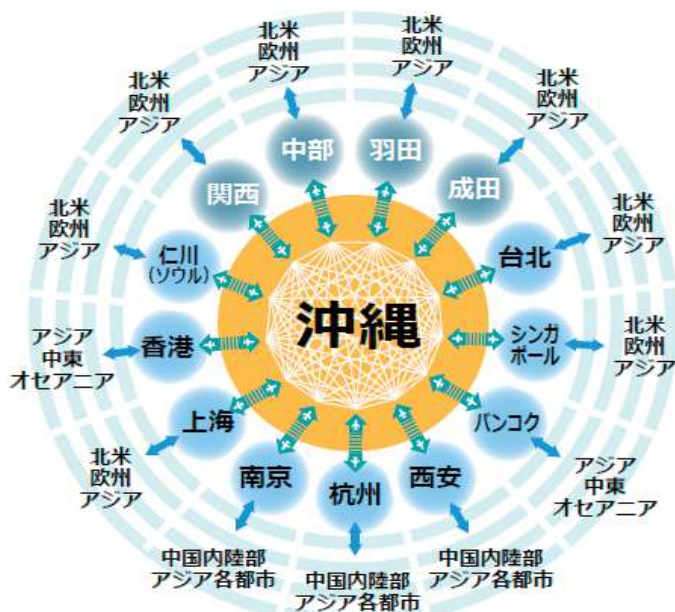
沖縄県と直行便で結ばれているソウル仁川国際空港、上海浦東国際空港、台北桃園国際空港、香港国際空港などアジアの主要空港は世界中の主要都市に路線が就航していることから、これら主要空港との路線の拡充や、経由便（トランジット）を利用したMICE誘致により、北米やヨーロッパ等からの新規市場を開拓していくことが重要です。

■ 国際空港における就航路線都市数

国名	発着空港名	就航路線都市数
台湾	台北桃園国際空港	161
	台中空港	49
	高雄国際空港	69
韓国	仁川国際空港	206
	釜山・金海国際空港	64
中国	香港国際空港	211
	上海浦東国際空港	273
	北京首都国際空港	317
	天津滨海国際空港	154
	杭州蕭山国際空港	156
	南京禄口国際空港	101
タイ	バンコク・スワンナプーム国際空港	170
	バンコク・スワンナプーム国際空港	216
合計		2,147

(2017年6月現在)

■ 国際空港を経由したMICE市場の新規開拓のイメージ



(4) 主催者等による沖縄の評価

本戦略の策定にあたって、県外・海外のMICE主催者やPCO/PEO等のMICE専門事業者に対して、沖縄の強みや弱みに関する聞き取り調査を実施しました。主な意見は以下のとおりです。

① 沖縄の評価

- 美しい海とサンゴ礁、オーシャンビューのロケーション、ビーチと接続した宴会場が魅力。
- 屋外でのビーチパーティ等、アフターMICEに沖縄らしさを感じられた。自然体験メニューが豊富なのも良かった。
- リゾートMICEが実現できた国内唯一の開催地。特にインセンティブ旅行については企業側の開催ニーズは高い。
- アジアとの繋がりが強く、国際的な展示会を開催するには優位な位置にある。
- 言語（特に英語）の対応ができる人材が多いことや中国、台湾に近い点は強み。
- アジアから東京に行くより沖縄に行った方が費用的・時間的にもメリットがある。
- 学会にとって、沖縄は生物多様性を象徴する場所として大きな魅力である。
- ホテル、スパ、IT・コールセンターなど沖縄の強みを生かせる分野がある。
- 沖縄のホスピタリティは喜ばれている。国際イベントを沖縄で開催すると発表したときから沖縄の評判は良かった。
- 官民一体となつての積極的な誘致活動が良かった。

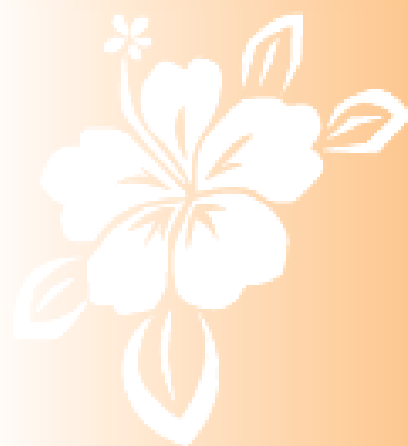
② 沖縄の課題

- 空港から会場までのアクセスの問題。渋滞が多く時間が読めない。
- 展示場施設が小さく、来場者を集めるのが課題。ミーティングとコンベンションについても会場数・規模の不足から誘致できなかった事例がある。
- 那覇市内にMICE向けの大型ホテルやVIP向け施設が少ない。
- マーケットが小さく電気工事、装飾、映像・音響、コンパニオン・スタッフなど、展示会に対応した業者が少ない。複数の展示会を同時開催した場合に対応できない可能性がある。
- 主催者側の認識として、沖縄はリゾート地の認識が定着しているため、“沖縄＝ビジネス”というイメージが想起されない。
- 宿泊費について海外は1部屋あたりの料金であるのに対し、日本は1人あたりの料金となっている。また、ケータリング費、人件費、印刷費もアジアと比べ高く価格面で不利。
- 滞在期間中の台風襲来時や雨天時に旅程プランが立てづらい。（全天候型施設が少ない）
- 臨時的に予定変更があった場合の宿泊施設の選択肢が限られている。

③ その他意見

- 沖縄県の展示会開催の競合地を考えた場合、東京、横浜、大阪などの大都市圏ではないのは確か。地理的には香港や台湾、中国が競合地ではないか。
- インセンティブ旅行の場合、国内主催者だと北海道や九州、ハワイ、グアム、サイパンなどが、海外主催者だとタイ、インドネシア、ベトナムなどが比較対象の都市となっている。
- はじめは小さい規模でいいので健康食品関連でキーバイヤーを招聘し、継続させることで“健康食品素材＝沖縄”というイメージをつけると展示会として育つ可能性がある。
- 香港は背後に抱える中国マーケットが大きな魅力だが、それ以上に保税エリアのメリットが大きいので宝飾品や酒類の国際展示会が盛んである。沖縄でも免税制度が実現すれば可能性は大きく高まる。

第3章 沖縄MICEの課題と展望



第3章 沖縄MICEの課題と展望

(1) ミーティング（M）、インセンティブ旅行（I）の課題と展望

① 開催の傾向や特徴

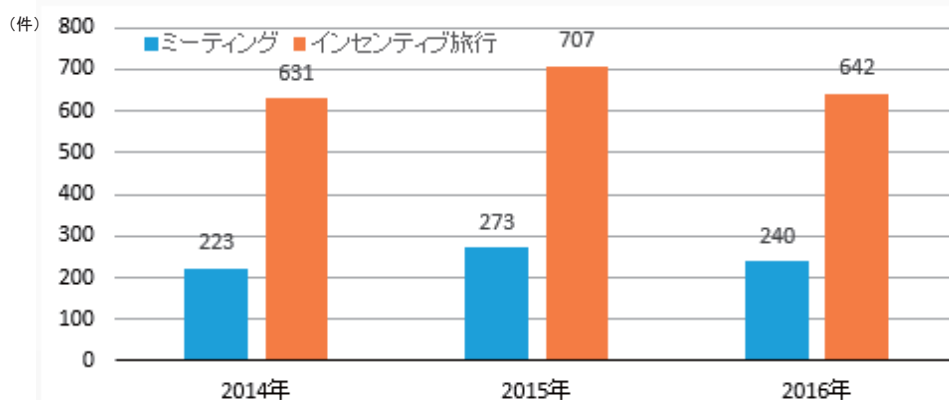
ミーティング・インセンティブ旅行は、リゾート系のホテルを中心に開催されており、2016年はミーティング240件、インセンティブ旅行642件と、MICE全体（1,177件）に占める割合は約75%となっています。

また、参加人数別割合は、50人未満の催事がミーティング・インセンティブ旅行ともに過半数を超えており、100人未満ではミーティング183件（76.3%）、インセンティブ旅行507件（79.0%）とそのほとんどを小規模な催事が占めており、300人を超える規模の催事はミーティング18件（7.5%）、インセンティブ旅行18件（2.8%）にとどまっています。

業種としては「サービス業（他に分類されないもの）」を中心に、「製造業」、「卸売業・小売業」、「情報通信業」、「生活関連サービス業」、「建設業」、「金融業・保険業」など様々な産業分野の企業が沖縄県内でミーティングやインセンティブ旅行を開催しています。

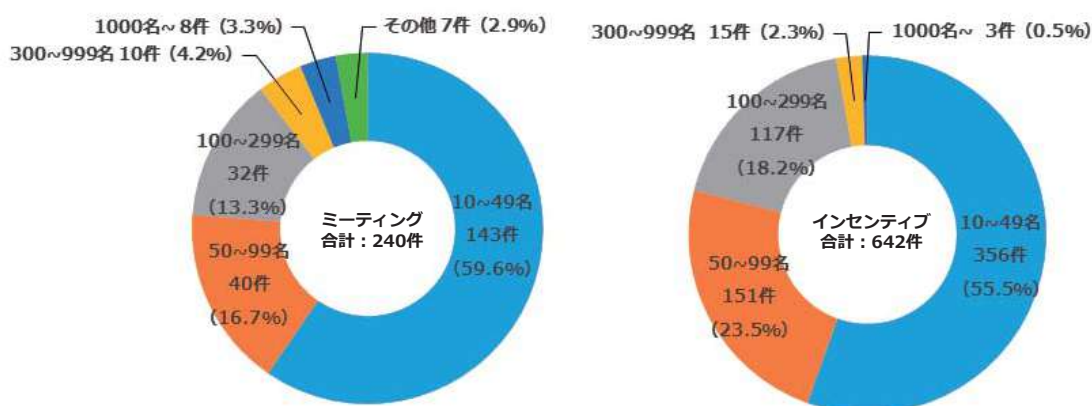
インセンティブ旅行は企業の社員の士気や結束力を高めたり、成績優秀者への報奨等を目的としているため、レセプションや体験プログラムなどが日程に盛り込まれるケースが多く、開催日数は長くなる傾向にあります。沖縄県の調査によると3日以上開催した催事が2015年の101件から2016年は324件と大幅に増えているほか、特に海外からのインセンティブ旅行では開催期間が4日以上と、国内よりも長いのが特徴です。

■ 沖縄県のミーティング・インセンティブ旅行の件数推移（2014年～2016年）



出所 「沖縄県MICE開催実態調査事業」 (2016) より作成

■ ミーティング・インセンティブ旅行の規模別開催状況（2016年）



出所 「沖縄県MICE開催実態調査事業」 事業」 (2016) より作成



■ ミーティング・インセンティブ旅行の産業別開催件数(2016年)

主催企業産業分類名		ミーティング(件)	インセンティブ旅行(件)
A)	農業、林業	1	7
B)	漁業	0	3
C)	鉱業、採石業、砂利採取業	1	8
D)	建設業	2	38
E)	製造業	11	81
F)	電気・ガス・熱供給・水道業	2	5
G)	情報通信業	16	31
H)	運輸業、郵便業	8	18
I)	卸売業、小売業	3	56
J)	金融業、保険業	6	25
K)	不動産業、物品賃貸業	1	14
L)	学術研究、専門・技術サービス業	13	9
M)	宿泊業、飲食サービス業	2	4
N)	生活関連サービス業、娯楽業	34	59
O)	教育、学習支援業	48	3
P)	医療、福祉	14	30
Q)	複合サービス事業	6	2
R)	サービス業(他に分類されないもの)	57	246
S)	公務(他に分類されるものを除く)	15	3
合計		240	642

出所)「沖縄県MICE開催実態調査事業」(2016)より作成

② 主な課題(主催者聞き取りによる)

- 海外の競合地と比べると航空運賃や宿泊費が割高。
- 修学旅行シーズンと重なると飛行機やホテル、バスの手配が難しい。
- 海外からの直行便数や国内都市から離島への就航便数が少ない。
- 雨天時のオプションツアーが少ない。
- 大規模なインセンティブ旅行の場合、複数ホテルでの受入や大宴会場の確保が必要になるための調整に時間がかかる。

③ 今後の展望

沖縄県は、国内有数の観光リゾート地として培ってきたノウハウ・実績があり、国内主要都市及びアジアの主要ハブ空港との直行便が就航していることなどから、国内のみならず海外(特にアジア市場)からのインセンティブ旅行の誘致に成功しています。

成功の要因としては、ホテル事業者や旅行会社など誘致主体が多いこと、ビジネスホテルから外資系ホテルに至る様々なグレードのホテルがあること、ユニークベニューや体験プログラムが充実していることなどがあり、多くの主催者や旅行会社等に高く評価されています。

一方で、時期によっては航空便やホテル客室等の確保が難しくなるなどの課題もありますが、今後、那覇空港の滑走路増設に伴う直行便数の増加やホテルの新規開業等による客室数の増加に加え、大型MICE施設の整備を踏まえた受入容量の拡充等が見込まれることから、県内外の旅行会社やホテルなど民間事業者との連携を強化し、エリアの分散化や開催時期の平準化を重視しつつ、新規顧客の開拓に取り組んでいくことが重要です。

また、新規顧客やリピーター確保のため、MICE限定の“特別な体験”を提供できる新たな商品開発やユニークベニューの開発を促進するなど、沖縄の魅力を更に高めていくとともに、高い経済波及効果が期待できる300人以上の中～大規模の催事や、滞在期間の長い海外案件を誘致し、質の高いインセンティブ旅行の開催地としてブランド力を高めていくことが重要です。

(2) コンベンション (C) の課題と展望

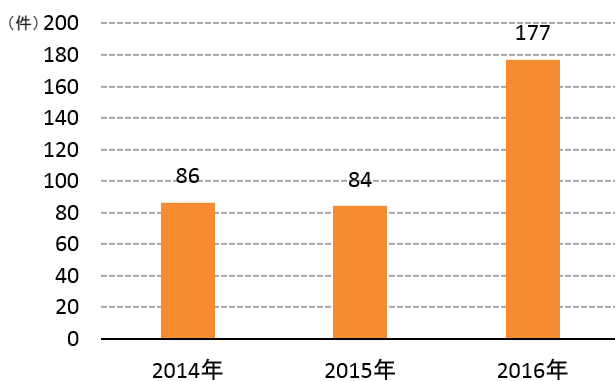
① 開催の傾向や特徴

沖縄県内における2016年のコンベンションの開催実績は177件と、2015年の84件に比べて2倍以上増加しています。特に、参加者1000人以上の催事件数は18件で対前年比で3倍となっています。分野別では、芸術・文化・教育が57件（32%）、医学系が49件（28%）、科学・技術・自然系が18件（10%）となっています。

施設別では沖縄コンベンションセンターが38件、沖縄科学技術大学院大学（OIST）が19件となっており、OIST主催の国際的な学術セミナーを中心にOISTカンファレンスセンターでの催事も増加傾向にあります。

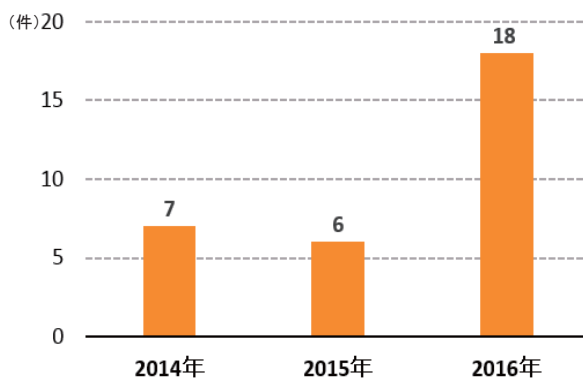
2016年に全国で開催された国内会議件数は年間3,182件（JCCB集計）で、都市別では東京都が圧倒的に多く全体の約35.2%（1,121件）を占めています。次いでグローバルMICE都市が所在する都道府県が上位を占め、沖縄県は39件で全国16位に位置しています。また、国際会議の開催件数では東京都を筆頭に主要な政令市が上位を占める中で、沖縄県は国内10位（13件）となっています。

■ 沖縄県のコンベンションの件数推移
(2014年～2016年)



出所)「沖縄県MICE開催実態調査事業」(2016)より作成

■ 参加者1000名以上の開催件数推移
(2014年～2016年)



■ 県内公共施設でのコンベンション開催実績

施設	2015年 (件)	2016年 (件)	開催された主な催事
沖縄コンベンションセンター	19	38	アンテナ伝搬国際シンポジウム(ISAP2016) 第70回国立病院総合医学会
沖縄科学技術大学院大学	14	19	Pacific Graphics 2016、OISTワークショップ
沖縄県市町村自治会館	12	13	九州臨床心理学会、ICEE2016 Okinawa
琉球大学	0	6	日本爬虫両棲類学会第55回大会
万国津梁館	6	5	第21回国際脳腫瘍治療研究会議
那覇市ぶんかテンブス館	6	4	第19回WUB世界大会
沖縄県立博物館・美術館	3	4	第21回 九州地区聴覚障害教育研究大会
沖縄産業支援センター	1	4	若者リーダーフォーラム(九州ブロック)
久米島町具志川農村環境改善センター	0	3	第7回沖縄ハワイ海洋エネルギーシンポジウム
浦添市でだこホール	0	2	第56回九州地区公立学校教頭会研究大会
沖縄大学	0	2	第25回日本禁煙推進医師歯科連盟学術総会
国立沖縄青少年交流の家	0	2	九州ブロック青少年体験活動フォーラム
名桜大学	0	2	第28回NPO法人日本リハビリテーション看護学会学術大会
石垣市民会館	2	1	第13回日本血管腫血管奇形学会
沖縄国際大学	1	0	2015年度日本語教育学会秋季大会

出所)「沖縄県MICE開催実態調査事業」(2016)より作成



■ 都道府県別の国内会議開催件数（JCCB統計：2016年）

順位	都道府県	件数	割合	順位	都道府県	件数	割合	順位	都道府県	件数	割合
1	東京都	1,121	35.2%	16	沖縄県	39	1.2%	31	奈良県	21	0.7%
2	大阪府	185	5.8%	18	富山県	38	1.2%	31	徳島県	21	0.7%
3	北海道	157	4.9%	19	長野県	37	1.2%	35	鳥取県	20	0.6%
4	愛知県	143	4.5%	20	熊本県	30	0.9%	35	宮崎県	20	0.6%
5	京都府	123	3.9%	21	山形県	28	0.9%	37	高知県	19	0.6%
6	福岡県	117	3.7%	21	茨城県	28	0.9%	37	大分県	19	0.6%
7	神奈川県	109	3.4%	23	福島県	27	0.8%	39	島根県	18	0.6%
8	宮城県	89	2.8%	24	群馬県	25	0.8%	39	山口県	18	0.6%
9	兵庫県	79	2.5%	25	長崎県	24	0.8%	39	鹿児島県	18	0.6%
10	石川県	64	2.0%	25	秋田県	24	0.8%	42	福井県	15	0.5%
11	千葉県	63	2.0%	27	青森県	23	0.7%	43	佐賀県	14	0.4%
11	広島県	63	2.0%	27	岩手県	23	0.7%	44	山梨県	11	0.3%
13	岡山県	53	1.7%	27	香川県	23	0.7%	44	滋賀県	11	0.3%
14	静岡県	52	1.6%	27	愛媛県	23	0.7%	44	栃木県	11	0.3%
15	埼玉県	44	1.4%	31	岐阜県	22	0.7%	47	和歌山県	9	0.3%
16	新潟県	39	1.2%	31	三重県	22	0.7%	合計		3,182	100.0%

出所）JCCB（日本コンgres・コンベンション・ビューロー）発行「国内会議の開催調査2016」のデータを基に沖縄県が集計・作成

※なお、同データは、JCCBが主催団体へアンケート調査を実施し、回答が得られたもののみ集計されているため、国内で開催された国内会議の総件数が網羅されているものではない。

② 主な課題（主催者聞き取りによる）

- 施設規模の制約から複数分科会を同時開催する大型学会の受入に限界がある。
- 医学系、理工系の大学が少なく、キーパーソン（大学教員）や学協会との連携も弱い。
- リゾートホテルが多いため、宿泊費用が相対的に割高。
- 学会時期（11月頃）と修学旅行のシーズンが重なると飛行機やホテルの確保が難しい。

③ 今後の展望

国内のMICE都市と比べ、理工系大学が少ない点は弱みである一方、日本国内にいながらにして海外のリゾート感が味わえることから学会参加者の評判も良く、沖縄県東京事務所や沖縄観光コンベンションビューローによる大学教員等へのサポートもあるため、県内にローカルホストがいなくても学会等の開催地として選ばれています。このことは他の都市にはない沖縄ならではの強みと言えます。

また、OISTによるサンゴ礁のゲノム解析や創薬技術に関する国際水準の研究活動をはじめ、沖縄県内では健康・長寿、亜熱帯・海洋性生物資源、情報通信関連技術、島嶼型エネルギーといった分野において地域特性を生かしたユニークで先端的な調査研究の蓄積があり、こうした研究成果を発信する国際的な学術会議の開催ポテンシャルは高いと言われています。

さらに、沖縄県内の10の大学・高専で構成される“大学コンソーシアム沖縄”をはじめ、県内大学との連携体制を構築し、学会等の誘致・開催に向けた各大学における取組を活性化させていくことが重要です。

産業界においては、世界に貢献できる独自技術を積極的に発信するための国際セミナー開催や、産業にイノベーションをもたらす先駆的な技術者・経営者を招聘しての国際会議を企画するなど、コンベンション開催を通じた産業振興の可能性を検討することが必要です。

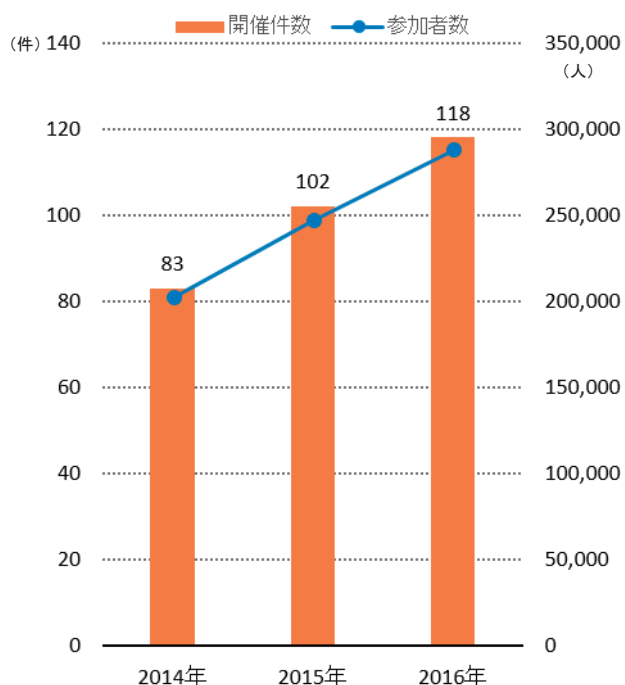
(3) 展示会・イベント（Ex/Ev）の課題と展望

① 開催の傾向や特徴

沖縄県内における2016年の展示会・イベントの開催実績は118件と対前年比116%となっています。会場別では2,500㎡の展示場を備えた沖縄コンベンションセンターが54件と全体の約46%を占めています。

また、分野別では、コンサートや興業イベントなどの生活関連サービス・娯楽業の催事が69件と大半を占め、教育、学習支援業9件、複合サービス事業7件、情報通信業3件、農業、林業1件、卸売・小売業1件、宿泊業・飲食サービス業1件、医療・福祉1件と、多くの分野が一桁台にとどまっています。

■ 沖縄県の展示会・イベントの開催推移
(2014年～2016年)



出所) 「沖縄県MICE開催実態調査事業」 (2016) より作成

■ 産業別開催件数 (2016年)

主催企業産業分類名	件数
A) 農業、林業	1
B) 漁業	0
C) 鉱業、採石業、砂利採取業	0
D) 建設業	0
E) 製造業	3
F) 電気・ガス・熱供給・水道業	0
G) 情報通信業	3
H) 運輸業、郵便業	0
I) 卸売業、小売業	1
J) 金融業、保険業	0
K) 不動産業、物品賃貸業	0
L) 学術研究、専門・技術サービス業	2
M) 宿泊業、飲食サービス業	1
N) 生活関連サービス業、娯楽業	69
O) 教育、学習支援業	9
P) 医療、福祉	1
Q) 複合サービス事業	7
R) サービス業(他に分類されないもの)	16
S) 公務(他に分類されるものを除く)	5
合計	118

出所) 「沖縄県MICE開催実態調査事業」 (2016) より作成

■ 主な公共施設での開催実績 (2015年～2016年)

施設	2015年 (件)	2016年 (件)	開催された主な催事
沖縄コンベンションセンター	53	54	沖縄大交易会、アジア地域国際航空路線商談会
浦添市てだこホール	7	4	ITフェア、サンテレホンICT総合展示会2016
万国津梁館	5	8	高級外国車展示会
那覇市ぶんかテンブス館	3	5	国際児童・青少年劇場フェスティバルおきなわ
宮古島市文化ホール (マティダ市民劇場)	2	1	インターナショナルフラコンペティション
沖縄セルラーパーク那覇	2	1	第7回オキナワベンチャーマーケット

出所) 「沖縄県MICE開催実態調査事業」 (2016) より作成



② 主な課題（主催者聞き取りによる）

- 展示場施設の規模が小さく、主要都市圏から遠いためバイヤーや来場者の収容力・集客力が弱い。
- 域内の市場規模は小さく、産業構造も第3次産業に偏っている。
- 人員、物資の輸送コストが割高である。
- 展示会等の開催ノウハウのある事業者が県内に少ない。

③ 今後の展望

展示会・イベント等の中でも特に展示会は経済波及効果や産業育成効果が高いことから、沖縄県内の経済界を中心に開催・育成が望まれてる分野です。一方で、国内の展示会開催件数は500件を超え、そのほとんどが大都市圏での開催となっており、展示会の開催にあたっては、展示場の施設規模と集客力が最も重要な要素であると言われています。

沖縄県は、海に囲まれた島嶼地域ですが、国内外から多くの観光客が来訪する国内有数の観光リゾート地であることや、アジアと日本の中心に位置する地理的優位性があり、航空アクセスの利便性は年々向上し、大型クルーズ船も多数寄港していることなどから、海外（特にアジア地域）からの観光客やバイヤーをターゲットとした展示会・見本市の開催可能性を秘めています。

また、沖縄県は、国際物流関連産業、観光リゾート産業、航空機整備関連産業、情報通信産業、ものづくり産業、先端医療・健康・バイオ産業、環境・エネルギー産業などの分野でアジアの活力を取り込むための産業振興施策が進められていることや、産業界において香港・台湾・シンガポールなど海外との経済連携覚書（MOU）が多数締結されていることは、今後、アジアのMICE先進都市との連携により、展示会・商談会等のビジネスイベントを創出する上で大きなアドバンテージとなります。

今後、沖縄県内において様々な展示会等を開催していくためには、大型展示場を整備することはもちろんのこと、多くの出展者や来場者が集まり、かつ高い商談成約率が望める魅力的な開催環境を作り出せるかどうか重要です。沖縄大交易会をモデルとし、産業界と行政とが協力し、産業振興のためにMICEを活用する仕組みを構築することで、国際的なビジネス交流拠点として、日本とアジア・太平洋地域の経済的発展に貢献する地域の形成を目指します。

《コラム①》 沖縄県内の研究者の学会加入状況

沖縄県内の高等教育機関に在籍する研究者の学会加入状況（2016年時点）は、科学・技術・自然分野や医学分野の学会に所属する研究者が多くなっています。

また、「サンゴ礁」「平和」「観光」などの沖縄ならではの研究分野に関する学会加入者も多いことから、沖縄の強みを生かした調査・研究の成果を発表する学術会議やコンベンションの開催に向けて、大学教員等と協力して積極的な誘致活動を展開していくことが重要です。

■ 県内研究者が加入している主な学会（2016年12月現在）

区分	学会	加入人数	区分	学会	加入人数
科学・技術・自然	電子情報通信学会	23	医学	日本看護科学学会	23
	日本生態学会	18		日本心理学会	15
	日本機械学会	17		日本看護研究学会	13
	日本建築学会	13		日本公衆衛生学会	10
	情報処理学会	13		日本心理臨床学会	8
	日本数学会	11		日本母性衛生学会	8
	日本物理学会	11		日本精神保健看護学会	7
	日本サンゴ礁学会	11		日本助産学会	7
	土木学会	10		日本小児看護学会	6
	日本農芸化学会	10		日本看護学教育学会	6
	日本動物学会	9		日本老年看護学会	6
	日本森林学会	9		日本看護管理学会	5
	人工知能学会	7		日本心身医学会	5
	電気学会	7	政治・経済・法律	日本経済政策学会	10
	応用物理学会	7		日本財政学会	8
	アメリカ地球物理学連合	6		日本政治学会	8
	日本化学会	6		日本経済学会	8
	日本菌学会	5		日本会計研究学会	7
	日本暖地畜産学会	5		日本商業学会	6
	IEEE	5		日本私法学会	6
	日本地球化学会	5		日本地方財政学会	6
	日本地質学会	5		日本経営学会	6
	日本食品科学工学会	5		日本公法学会	6
	日本ベントス学会	5		憲法理論研究会	5
	日本海洋学会	5		日本簿記学会	5
芸術・文化・教育	日本教育学会	12		全国憲法研究会	5
	日本語教育学会	11	社会	日本社会福祉学会	12
	日本教育心理学会	10		日本社会学会	8
	日本保育学会	10		日本社会心理学会	6
	沖縄民俗学会	9		西日本社会学会	5
	日本英文学会	9	スポーツ	日本体育学会	15
	日本言語学会	8		日本体力医学会	5
	大学英語教育学会	7	その他	日本平和学会	10
	日本文化人類学会	7		日本観光研究学会	12
	全国英語教育学会	7	運輸・観光	日本観光学会	5
	日本看護学教育学会	7			
	社会言語科学会	6	<県内大学> ・ 沖縄科学技術大学院大学 ・ 沖縄キリスト教学院大学 ・ 沖縄県立看護大学 ・ 沖縄県立芸術大学 ・ 沖縄工業高等専門学校 ・ 沖縄国際大学 ・ 沖縄女子短期大学 ・ 沖縄大学 ・ 名桜大学 ・ 琉球大学		
	日本文学協会	6			
	日本教師教育学会	6			
	日本教育方法学会	6			
	日本国語教育学会	5			
	異文化間教育学会	5			

出所）県内各大学が公表している研究者HP及びResearch mapを基に作成



《コラム②》 沖縄科学技術大学院大学（OIST）

沖縄科学技術大学院大学（OIST）は、5年一貫制の博士課程を置く大学院大学で、教員と学生の半数以上を外国人で占めており、国際的に卓越した科学技術に関する教育及び研究を実施することにより、沖縄の自立的発展と、世界の科学技術の向上に寄与することを目的として設立された機関です。

OISTのカンファレンスセンター（講堂）は、最新技術を導入した会議施設で、学術会議やコンベンションの開催場所として人気が高く、学術イベントの開催数は近年大幅に増加しています。

また、OISTでは、国際会議の開催を促進するため次のような取組を行っています。

- ・ 海外の優秀な研究者との学術ネットワークの構築と発展を最重要課題の一つと位置づけ、教員に対しての評価軸に「国際的に評価の確立した優良な国際会議を誘致することで、その分野の学術的ネットワークを強化すること。」を含めている。
- ・ カンファレンス・ワークショップセッションという専門の部署を設置し、会議の運営等を行うことで教員の負担を減らす取り組みを実施している。

■ OISTで開催された学術イベントの推移



出所）沖縄科学技術大学院大学公式ウェブサイト

■ 教員所属学会一覧

Society for Neuroscience	日本発生生物学会
Deutsche Physikalische Gesellschaft	北米神経科学会
日本神経回路学会	日本生理学会
日本神経科学学会	日本神経科学会
神経科学学会	英国生理学会
International Neural Network Society	日本癌学会
International Society for Systems Biology	日本分子生物学会
American Society for Cell Biology	米国細胞生物学会
日本生物物理学会	International Society of Neuroethology
American Institute of Physics	International Society of Developmental Biologists
Optical Society of America	International Society of Differentiation INC.
応用物理学会	The International Society for Optical Engineering
Biophysical Society	Federation of European Neuroscience Societies
日本動物学会	

第4章 MICE振興戦略



第4章 MICE振興戦略

(1) MICE振興の基本的な考え方

今後10年間のMICE振興に向けては、次の4つの基本的な考え方のもと、基本戦略、誘致方針、具体的施策等を展開します。

- ①産学官連携や施設間連携による受入体制を構築し、**離島も含めた沖縄県全体でのMICE振興**を図る
- ②MICE(特に展示会・商談会)の開催を通じて**県内産業の成長**を図る
- ③MICEに関わる**多様な人材の育成・確保**を図る
- ④国内外MICE都市との連携・協力体制を構築し、**日本全体のMICE振興に寄与**する

(2) MICE振興の方向性

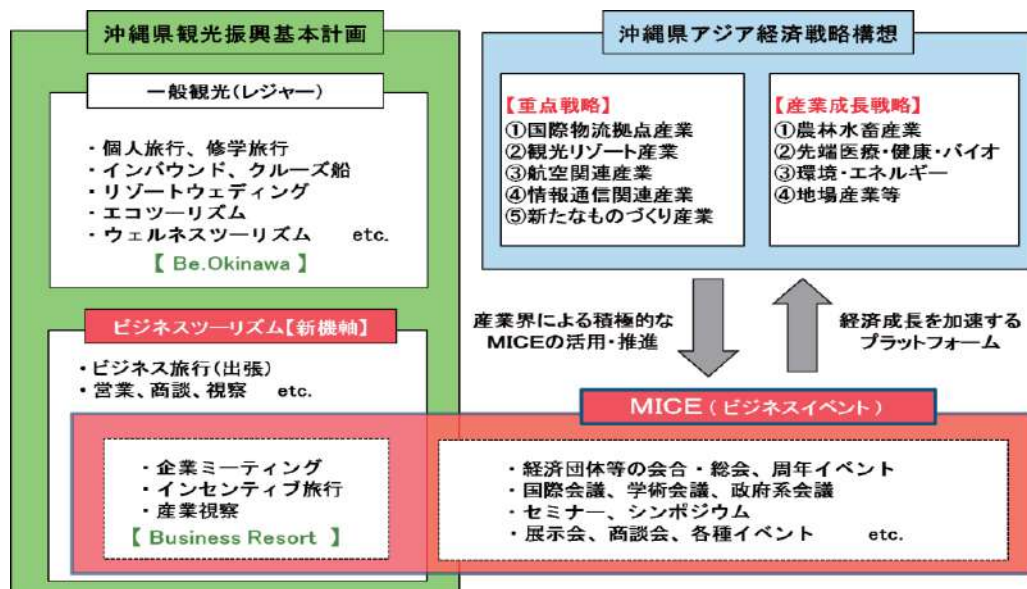
これからのMICE振興に向けては、アジア・太平洋地域の活力を取り込む“沖縄経済成長のプラットフォーム(ソフトインフラ)”としてMICEを位置付け、経済界・産業界、大学等研究機関、学会・協会、NPO等の各種団体と行政関係団体の連携体制を構築し、戦略的なMICE振興を図ります。

リーディング産業である観光分野では、ビジネスツーリズムを沖縄観光の新機軸に掲げ、沖縄のリゾート資源を生かした企業ミーティングやインセンティブ旅行の誘致を展開します。

また、情報通信関連産業、国際物流関連産業、農林水産業、ものづくり産業、飲食・小売業、建設業、サービス業といった様々な産業分野においても、MICEを積極的に活用できる仕組みを構築し、MICEを活用した産業振興に取り組むほか、MICEから派生するビジネスの振興によるMICE関連産業の創出を図ります。

こうした取り組みを通じて、アジアにおけるビジネス交流拠点としての沖縄のブランド力を高めるとともに、MICEがもたらす社会的・経済的波及効果の最大化に向け、県民がMICEによる効果を実感し、MICEに積極的に関わる環境づくりを整備することにより、我が国を代表する国際的なMICE都市としてのブランド形成を目指します。

[沖縄県の産業振興におけるMICEの役割]





(3) M I C E 振興の目標

① 目 標

日本とアジアの架け橋となり、アジア・太平洋地域の持続的発展に貢献するM I C E都市として、確固たる地位を確立する。

② 成果目標

区分	指標	基準年 (2016年)	5年後 (2021年)	10年後 (2026年)
MICE共通 (M/I/C/E)	MICE開催による直接経済効果※1 (参加者消費額+主催者支出額+出展者支出額)	209 億円	413 億円	722 億円
	MICE開催による経済波及効果(間接効果)※2	252 億円	506 億円	889 億円
	沖縄MICEネットワーク会員数	0 団体	130 団体	160 団体
	1,000名以上の催事件数※3	85 件	134 件	231 件
インセンティブ (I)	県外・海外からの参加者が300名以上の インセンティブ旅行件数	17 件	40 件	68 件
コンベンション (C)	国際会議の開催件数※4	13 件	20 件	30 件
	国内会議の開催件数※5	39 件	50 件	90 件
展示会/イベント (E)	参加者数 5,000名以上の展示会/イベントの 開催件数※6	9 件	増加	増加

※1 「沖縄県MICE開催実態調査」によるMICEごとの参加者数に一人当たりの「参加者消費額」、「主催者支出額」、「出展者支出額」を乗じて算出。

※2 観光庁の「MICE開催による地域別経済波及効果測定のための簡易測定モデル」を基に算出 (P81~82を参照)。

※3 1,000名以上の催事件数(基準年)は、複数グループに分けて開催されたインセンティブ旅行で合計が1,000名を超える催事(2件)を含む。

※4 ICCA(国際会議協会)の基準を満たした国際会議の件数を基に算出。ICCA基準は、世界全体の国際会議開催状況を把握する統計として注目されている基準であり、国際機関・国際団体または国家機関・国内団体が主催する会議で、①参加者総数が50名以上、②定期開催(1回のみ開催は除外)、③3か国以上での会議持ち回り(2か国間会議は除外)が条件。

※5 JCCB(日本コンgres・コンベンション・ビューロー)発行「国内会議の開催調査2016」のデータを基に算出。

※6 展示会に関する数値目標は、今後、沖縄県で展示会開催に係る調査・検討を行った上で成果目標を設定することから、5年後、10年後の数値目標は「増加」と記載している。

③ 参考指標

区分	指標	基準年 (2016年)	5年後 (2021年)	10年後 (2026年)
ビジネス目的の 国内来訪者数	「仕事」目的の来訪者数※7	92 万人	144 万人	増加
	「会議・研修」目的の来訪者数※7	66 万人	120 万人	増加

※7 沖縄県「沖縄県観光統計実態調査」(2016年)において、沖縄県への来訪目的として「仕事」、「会議・研修」とした観光客数の割合に入域観光客数(国内客数)を乗じて算出。なお、2021年以降の入域観光客数の目標値は設定されていないため、10年後の目標値は「増加」と記載している。



(4) 基本戦略

戦略Ⅰ

マーケティングに基づくプロモーションの展開

沖縄観光コンベンションビューローを中心とした誘致主体のマーケティング力、市場分析力を強化し、MICE主催者のニーズを踏まえた誘致やプロモーションを展開します。

誘致にあたっては、MICEの量的・質的拡充を図る観点から催事内容、規模、開催効果といった要素も重視し、M/I/C/Eごとに誘致ターゲットを設定した上で、効果的なセールス活動を実施します。また、MICE商談会等への出展、MICE情報誌への掲載等を通じて沖縄のMICE開催環境のプロモーションに取り組みます。

特に、大型MICE施設で開催されるMICEの誘致に向けては、大学や産業界と連携した誘致活動に早期に取り組むとともに、アジアへの近接性という沖縄の地理的優位性と県内産業の強みを生かした展示会・商談会等の開催を支援します。

さらに、沖縄独自のMICEブランドコンセプトやメッセージを世界に向け継続的に発信し、沖縄MICEのブランドイメージの構築を図ります。

戦略Ⅱ

大型MICE施設を核とした全県的な受入体制の構築

国内外から大規模なMICE需要を取り込むため、大型MICE施設の整備を着実に推進するとともに、様々なMICE需要に対応できるよう、ホテルや会議施設などのMICE施設間の連携により、受入体制を強化します。また、周辺エリアのまちづくりによる交流、賑わいのある豊かなまちづくりを推進します。

沖縄本島の北部、中部、南部、東海岸エリア及び離島など地域の特色を生かしたMICEメニューの開発・提案により主催者の満足度や参加者の周遊性を高め、沖縄全体でMICEを受け入れる仕組みを構築します。

産学官で構成する沖縄MICEネットワークを設立し、MICEに関する総合的支援体制や産業横断的な受入体制を構築するとともに、国際的なMICE都市にふさわしいインフラ整備や受入環境整備に取り組みます。

地域・住民のMICEに対する理解と関心を高め、地域住民参加型のMICE開催地として、県民全体でMICE開催を歓迎する気運の醸成に努めます。

戦略Ⅲ

MICEに関わるプレーヤーの育成・確保

ホテル、PCO/PEO、DMC・旅行会社、交通・運輸業者、MICE施設事業者、その他多くの民間事業者がMICEプレーヤーとして活躍できるよう、各種セミナーや実践的な研修等により高度で専門的な人材の育成・確保に取り組みます。

大型MICE施設の供用開始後は、これまでにない規模の展示会や世界中から参加者が集う国際会議が開催され、主催者が開催地に求めるニーズは多様化・高度化することから、MICE誘致や開催支援の中心的役割を担う沖縄観光コンベンションビューローの機能強化やMICEの開催・運営を担う事業者の高度化を図るとともに、MICEビジネスに取り組む幅広い民間事業者を発掘・育成することにより、MICE関連産業の裾野を広げていきます。

将来のMICE関連人材を育成・確保するため、大学等と連携し多様なMICE人材を育成する仕組みを構築するほか、通訳や観光ガイドなど様々なボランティアスタッフが活躍できる環境整備に取り組みます。



(5) MICE誘致方針（分野別）

方針Ⅰ

リゾート資源を生かした企業ミーティング、インセンティブ旅行の誘致

沖縄県は日本最南端に位置する亜熱帯海洋性気候の島嶼県であり、温暖な気候と美しい海に囲まれた国内有数の観光リゾート地として、確固たる地位を築いています。

この優位性は、企業ミーティングやインセンティブ旅行を誘致する際の強みとなることから、観光客の誘客と受入実績がある観光関連事業者を中心とした誘致・プロモーションを展開するほか、質の高い観光リゾート資源を活用した観光コンテンツや独自のMICEプログラムの提供により、他のMICE都市との差別化を図ります。

誘致にあたっては、沖縄県の県外事務所（東京、大阪）や沖縄観光コンベンションビューロー及び沖縄県産業振興公社の海外事務所と連携し、国内外の主催企業や旅行会社等への誘致活動を展開します。

【ターゲット分野】

- ①国内市場 ⇒医療系、自動車販売業、保険業、情報通信関連、化粧品販売業等といった、沖縄でのインセンティブ旅行の開催実績が多い分野
- ②アジア市場⇒アジア経済戦略構想に掲げる重点戦略（国際物流、観光リゾート、航空関連産業、情報通信関連、ものづくり関連）の分野を中心とする日系企業や日本市場に展開しているグローバル企業等
- ③欧米市場 ⇒東京、大阪など直行便が就航する都市へのインセンティブ旅行を取り扱う旅行会社等

方針Ⅱ

大学・産業界との連携による質の高いコンベンションの誘致・開催

大型MICE施設の供用開始を見据え、医学系学会など会員規模の大きな学協会とのネットワークを構築し、コンベンションの誘致活動を強化するとともに、沖縄科学技術大学院大学（OIST）や琉球大学など県内学術研究機関の優れた研究成果を発信する学会や学術イベントの開催を支援します。あわせて、県内産業の高度化や国内外とのビジネスネットワークの構築に寄与する各種会議の開催を促進します。

沖縄のMICE都市としての評価や認知度を高めるため、政府系国際会議の誘致に向けた国等への働きかけや、国際会議協会（ICCA）や国際団体連合（UIA）の基準を満たした国際会議等の誘致に取り組めます。さらに、世界水準のコンベンションを創出・育成する観点から、沖縄で発展するポテンシャルの高い分野のある会議等については、定期開催化や規模拡大をサポートします。

コンベンション誘致にあたっては、沖縄の自然、伝統文化、リゾート資源、アクセス性といった沖縄の魅力をアピールするだけでなく、県内学術研究機関の優れた研究活動や沖縄県内の各種産業の成長可能性、さらには、沖縄で開催することで主催者・参加者にどういったメリットを提供できるのか、主催者のニーズを事前に調査・分析した上で沖縄開催の意義・効果について魅力的な提案を行い、誘致成功率を高めていきます。

【ターゲット分野】

- ①アジア経済戦略構想に掲げる重点戦略分野
⇒ 国際物流、観光リゾート、航空関連産業、情報通信関連、ものづくり関連
- ②県内で先駆的な調査研究が進められている分野
⇒ 先端医療・健康・バイオ関連、環境・エネルギー関連、平和・安全保障関連等



方針Ⅲ

アジアの活力を取り込む展示会・商談会等の誘致・開催

展示会・商談会などのビジネスイベントは、企業同士が商談を行ったりビジネスパートナーを発掘するためのマッチング商談会や、一般の消費者を対象とした展示会・見本市、さらにはビジネス関係者と一般消費者の双方を対象にした展示商談会など多種多様です。

展示会や商談会の特徴として、コンベンションのように各都市が持ち回りで開催されるのではなく、毎年、同一時期・同一地域で開催しながら、産業の発展に連動して徐々に規模が拡大していく傾向にあり、主催者もバイヤーなど来場者がどの程度見込めるかを基準に開催地の選定を行っています。

沖縄県は海に囲まれた島嶼地域で人口や市場規模が小さいものの、国内外から870万人を超える入域観光客が来訪していることから、こうした観光客を対象にしたイベントの開催は十分可能です。また、展示会主催者によると、沖縄大交易会に代表される国際的なビジネス商談会、ジュエリー・装飾品などの小型商品の展示会・見本市、アジアでの市場拡大が進展している情報通信関連のコンテンツ制作・配信技術の展示会などは、海外とりわけアジアからバイヤーを集めやすく沖縄の地理的優位性を発揮できる分野であり、大型MICE施設が整備されれば展示会開催のポテンシャルは高いと言われています。

このため、沖縄県アジア経済戦略構想に掲げる重点戦略（国際物流、観光リゾート、航空関連産業、情報通信関連、ものづくり関連）の分野を中心に、各産業の強みを生かし、アジアと日本の中心に位置する地理的優位性が発揮できる新たなビジネスイベントの開催に向けて、産業界と連携した誘致活動を展開します。

こうした誘致活動に加え、県内産業界、経済団体が主体となり、県内・県外・海外から質の高い参加者（バイヤー、出展者、来場者等）が動員可能なイベントを多数創出していけるよう、沖縄MICEネットワークと連携し、沖縄発の展示会・商談会の開催に取り組む業界団体等に対し、イベントの企画から開催・運営に至る一連のノウハウの提供といった各種サポートを実施することにより、沖縄を代表する展示会・商談会として成長発展できるよう支援を行います。

【ターゲット分野】

①アジア経済戦略構想に掲げる重点戦略分野

⇒ 国際物流、観光リゾート、航空関連産業、情報通信関連、ものづくり関連

②アジア経済戦略構想に掲げる産業成長戦略分野

⇒ 農林水畜産業、先端医療・健康・バイオ、環境・エネルギー、地場産業・地域基盤産業



(6) MICE開催地“OKINAWA”の価値・魅力の提案

沖縄県は、ビジネス交流に必要な都市機能と亜熱帯海洋性気候の島嶼リゾートという二つの環境を兼ね備えた国内では唯一の、アジアでも稀なMICE都市として、多くの人々を迎え入れるにふさわしい環境を有しています。

MICEを誘致する際は、こうした沖縄独自の開催環境に加えて、多くの主催者が抱く素朴な疑問「何故沖縄か？(WHY OKINAWA?)」の問いに対し、主催者目線に立ち沖縄開催の意義やメリットを提案し、共感してもらうことが重要です。

このため、日本とアジアの架け橋としての貢献可能性、世界最先端の学術機関の存在、癒しと安らぎの提供など、MICE開催地として沖縄側から主催者に提供できる価値・魅力をMICE関係者で共有し、主催者の目的を達成する上で沖縄が最適な候補地であることを提案していきます。

【提案Ⅰ】人・知識・文化の融合する海邦交流拠点

日本と東南アジアとの中間に位置する沖縄は、かつて琉球王国の時代、日本、中国をはじめ東南アジア等に至る広範な地域で中継貿易を展開してきた海邦交流拠点としての歴史があります。

そして、現在、飛行機で4時間圏内に約20億人の人口（市場）を抱える地理的特性により、沖縄は、我が国におけるアジアの玄関口に位置付けられ、経済、学術・文化、健康・長寿、自然環境、スポーツ等の分野で世界との多元的交流と連携を深化させるフロントランナーとして、日本及び世界とともに発展する地域を目指し独自の成長を続けています。

【提案Ⅱ】世界最高水準の教育研究機関 沖縄科学技術大学院大学

沖縄科学技術大学院大学（OIST）は、国際的に卓越した科学技術に関する教育研究を実施することにより、沖縄の自立的発展と世界の科学技術の向上に寄与することを目的としています。「世界最高水準」、「柔軟性」、「国際性」、「世界的連携」、「産学連携」を基本コンセプトに、世界中から集まった教授陣、学生、研究者たちが協働で研究を行い、科学技術の未来を切り拓こうとしています。想像力豊かな学究精神と最先端の研究設備によって、OISTは沖縄と世界の発展の原動力となる科学的発見を生み出し続けていくでしょう。

沖縄県は、OISTの研究領域に関連する国際学会や最先端の研究成果を実用化に結び付ける様々なビジネスイベントの開催をサポートします。

【提案Ⅲ】アジア・太平洋地域における平和協力外交地域の形成

第二次世界大戦末期の沖縄戦は、島々の穏やかで緑豊かな風景を一変させ、貴重な文化遺産のほとんどを破壊し、20数万人余の尊い命を奪い去りました。この悲惨な戦争の体験こそが、平和を希求する沖縄の心の原点です。戦後、この沖縄の心をよりどころに、県民が安心して生活できる経済基盤を作り、復興と発展の道を懸命に歩んできました。

沖縄県民は、世界の国々と協調し、平和の創造と維持に取り組んでいくことが重要だと考えており、戦争の経験が息づく沖縄で、アジア・太平洋地域の安定と平和に資する国際的な政府間会議や国際シンポジウム等の開催拠点となることを目指しています。

【提案Ⅳ】リゾート性を備えた都市機能

海洋性のリゾート資源をはじめ魅力ある地域資源に支えられ、沖縄の観光リゾート産業は飛躍的に成長し、ホテル、レジャー・文化施設、飲食施設、国際空港、クルーズ港など国際的な観光リゾート地として国内外の方々を迎え入れるための都市機能が整備されてきました。

今後も、大型MICE施設の整備、那覇空港の滑走路増設、沖縄都市モノレールの延伸、本島東海岸への道路網の整備、西普天間住宅地区跡地における沖縄健康医療拠点構想などの交流・物流の拠点としてのインフラ整備に加え、ホテルなどの民間企業の新規投資も活発なことから、展示会・コンベンション都市として必要な都市機能はより一層高度化されていきます。

【提案Ⅴ】沖縄の魅力支える個性豊かな離島

沖縄県は、東西約1,000km、南北約400kmに及ぶ広大な海域に散在する160の島々、39の有人離島から成り立っています。どの島も個性豊かで、離島ならではの大自然、島民とのふれあい、そこでしか味わえない様々な体験は、非日常で特別な時間を演出してくれます。こうした離島の存在は、他にはないユニークで魅力的な開催環境であり、主催者・参加者が満足する特別なMICEコンテンツの提供が可能です。

【提案Ⅵ】癒やしと安らぎの空間と時間を提供

MICE参加者は、高い目的意識を持ちつつも、沖縄の自然、風土、文化といった地域特性が醸し出す日常と異なる環境のもとで、心身ともにリラックスした状態で催事に参加することにより、交流を通じた“気づき”と“学び”さらには“多様な価値観の融合”により新たなアイデアが創出され、日頃抱えている問題の解決につながります。

また、沖縄という自然豊かな開放された空間で行うチームビルディングや、独自の伝統文化をテーマにした体験プログラム等のバラエティも豊かで、参加メンバーの団結力を高め、モチベーションのアップが期待できるプログラムも提供可能です。

(7) MICEの推進体制

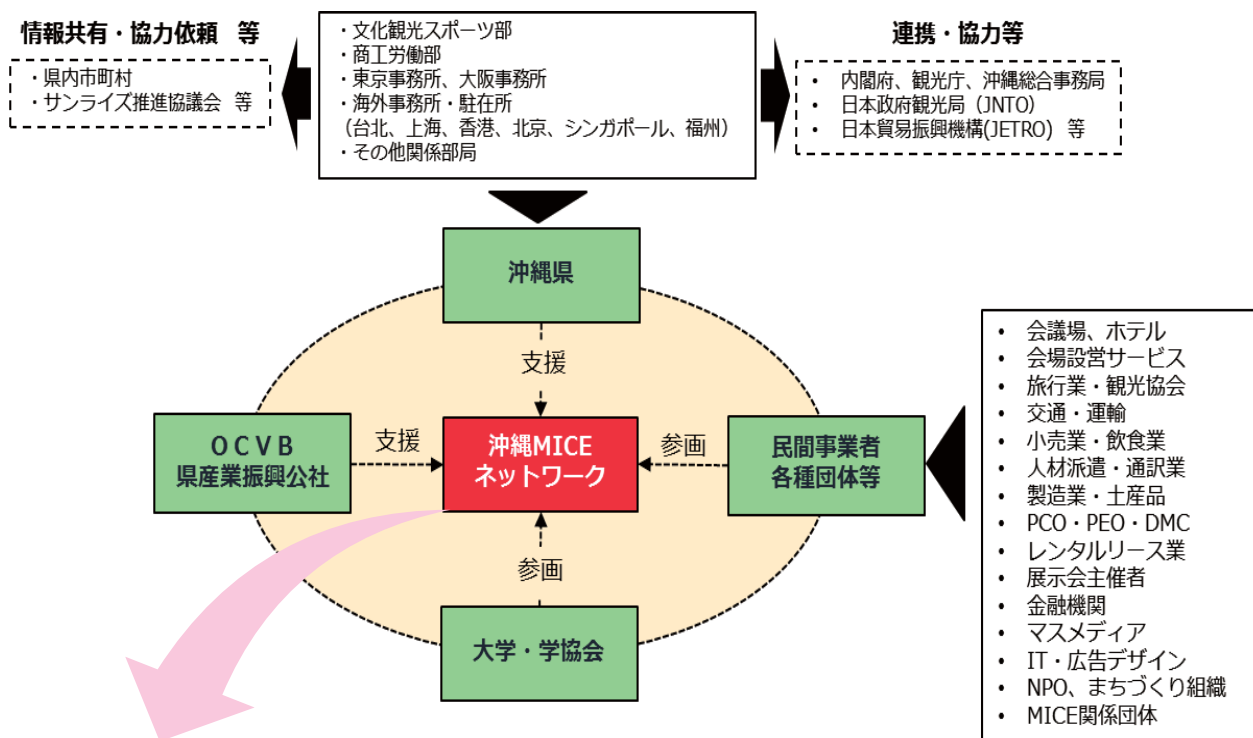
沖縄MICE振興戦略を効果的に推進していくため、MICE誘致や開催支援の中心的役割を担う沖縄観光コンベンションビューローの人員体制とスタッフのスキルアップに努めるとともに、沖縄県関係部局、沖縄県産業振興公社の連携・協力のもと各種施策を展開します。

全県的なMICE推進体制を強化するため、県内経済界、産業団体、大学、行政機関等が参画した「沖縄MICEネットワーク」（P.41、P.56参照）を設立し、民間のネットワークを生かしたMICEの誘致・開催や、大規模催事の円滑な受入体制の整備、MICE関連ビジネスの創出、専門人材の育成など、MICEに関する各種課題の情報共有と解決に取り組みます。

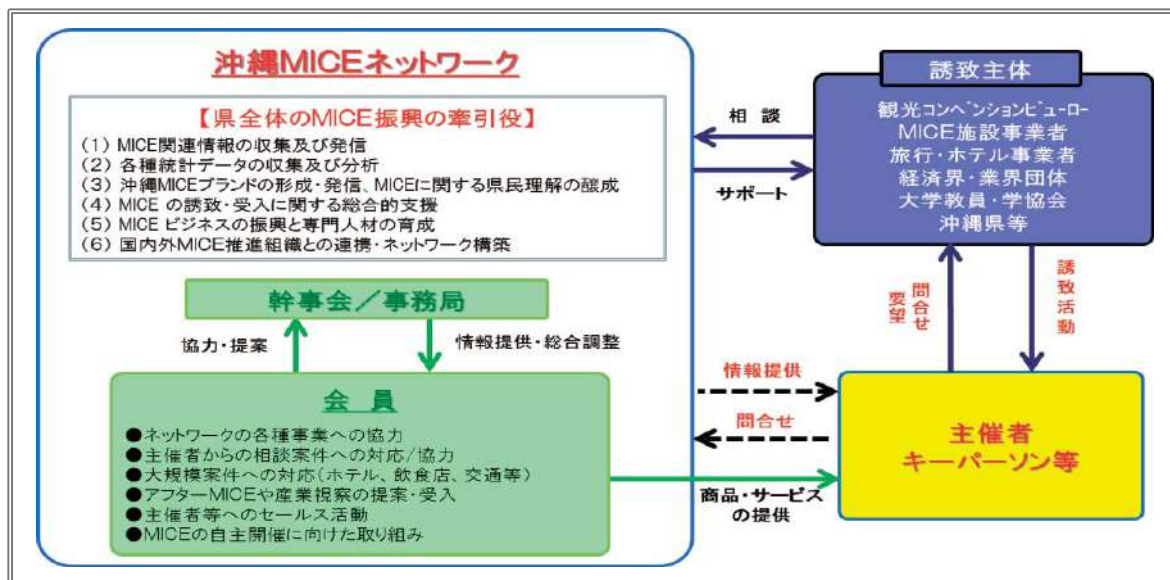
また、大型MICE施設周辺のまちづくりを推進する東海岸地域サンライズ推進協議会や県内市町村等と連携し、MICE施設周辺エリアの開発や地域住民も含めたMICE受入環境の整備を進めていきます。



MICE推進体制のイメージ



■ 沖縄MICEネットワークの役割



(8) 戦略の効果的推進

本戦略の計画期間である2017年度から2026年度までの10年の間に、国内・海外のMICEを取り巻く環境やMICE主催者のニーズは刻々と変化していくことが予想されます。

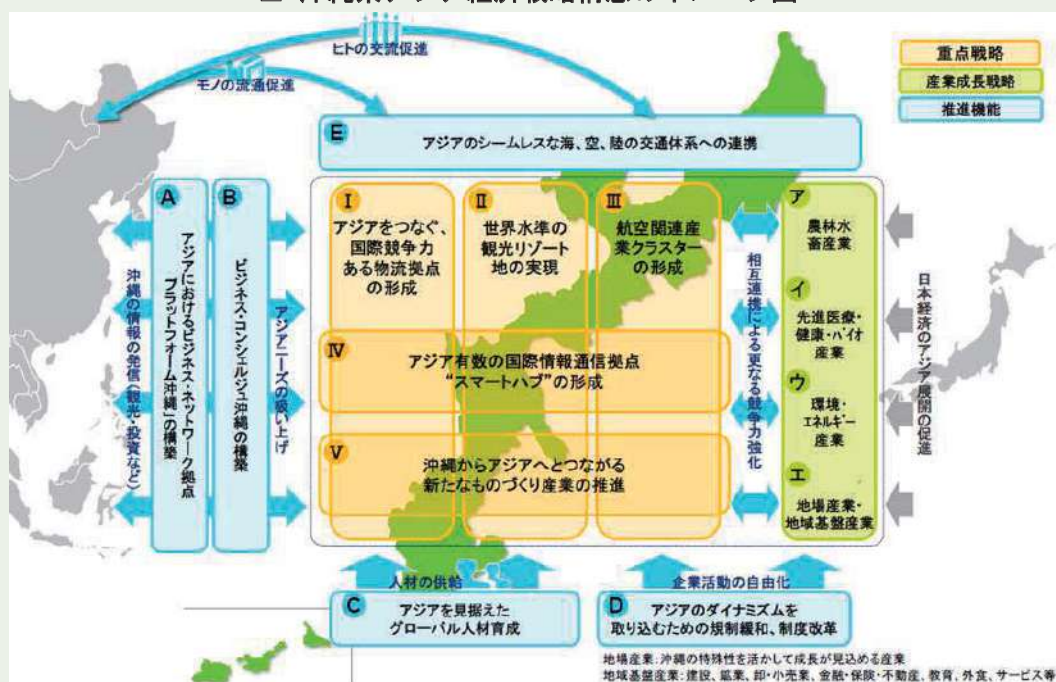
本戦略で示した目標や基本戦略、誘致方針等の方向性は維持しつつも、誘致ターゲットの設定や個別具体的な施策の実施にあたっては、MICE市場の動向や経済・社会情勢を踏まえ柔軟に見直し・改善を図っていきます。また、今後のMICE推進の取組状況や数値目標の達成状況、大型MICE施設の整備・運営の進捗等を勘案し、本戦略の改定についても検討します。

《コラム③》 沖縄県アジア経済戦略構想におけるMICE活用のイメージ

沖縄県アジア経済戦略構想は、沖縄21世紀ビジョンの実現に向けた政策を補完・強化し、アジア諸国の経済成長を取り込むために、沖縄21世紀ビジョン基本計画をベースに産業・経済の成長を加速化させるための構想です。

さらに、2016年に策定した同構想の推進計画では、戦略構想で示された5つの「重点戦略」、4つの「産業成長戦略」及び5つの「推進機能」に対し、目指す姿や現状と課題、取組方針、重点市場（国・地域等）への対応方針を整理するとともに、施策展開の実行にあたっての具体的な取組内容や工程を明らかにしています。

■ 沖縄県アジア経済戦略構想のイメージ図



I アジアをつなぐ、国際競争力ある物流拠点の形成

目指す姿	■ 沖縄周辺の東アジア・東南アジア地域は、世界の製造、消費、流通の一大拠点として成長を続け膨大な物流ニーズが発生しており、香港、シンガポール、上海、台湾、韓国等で多くのグローバルなハブ空港・港湾が成長を競い合っている。 ■ 沖縄が新たな拠点として成功するため、海外と競合するのではなく、沖縄の強みを活かし、これらの拠点をはじめとするアジアの主要都市を結ぶリージョナルハブとして有機的に共に発展する。 ■ これにより、沖縄が優れた機能を持つ物流拠点として機能することで、臨空・臨港型産業を展開し、県内のみならず日本全体及びアジアの経済・産業の成長に貢献する。
重点市場	■ (短期) 国内、香港、台湾、中国本土、シンガポール ■ (長期) 東南アジア、欧米

MICE活用の方向性	■ 物流拠点形成に寄与する見本市、学会、国際会議等を誘致する。具体的には、アジア全体を市場とし、沖縄を経由することで貨物の付加価値が高まる産業の集積に寄与するMICEを開催する。 ■ アフターコンベンションとして工場見学等の産業視察を充実させることにより、県内産業の紹介や投資環境の周知を行うことで、ビジネス・産業の創出と発展に繋げる。
想定されるMICEの具体例	■ 沖縄大交易会の規模拡大 ■ 工場設備、物流関連技術(輸送機械、車両、船舶、航空機、コンテナ、IT技術等)などの見本市 ■ 物流関連学会や国際物流をテーマとした各種会議 ■ フォワード等、物流関連企業のミーティング ■ プレ・ポストコンベンションとしての産業視察



II 世界水準の観光リゾート地の実現

目指す姿	■ アジア市場に加え、欧米等の長期滞在型のリゾート需要を取り込み、市場の多様化と滞在日数の延伸を図るとともに、海外富裕層をターゲットとして明確に位置づける。 ■ 沖縄の豊かな自然環境、特色有る島々、独自の歴史・文化など、国内外の観光客を魅了するソフトパワーを活用し、競合する他の観光リゾート地との差別化を図り、国際的な競争力を備えた、質の高い世界水準の観光リゾート地を形成する。
重点市場	■ (短期)台湾、香港、韓国、中国本土 ■ (中期)東南アジア諸国(タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア等) ■ (長期)アジア主要都市のハブ機能を活用した欧米、オーストラリア、ロシアのトランジット観光客



MICE活用 の方向性	■ ホテルや旅行会社はじめ県内に集積する観光関連事業者を対象としたBtoBの展示会・商談会や、外国人観光客等を対象にした物販イベント等を開催する。
想定される MICEの 具体例	■ 観光事業者と情報通信関連事業者とのマッチングイベント ■ 国際航空路線商談会 ■ クルーズ船旅客等を対象にした宝飾展示会 ■ 健康サービス産業博覧会 ■ 外国人労働者の獲得を目指した観光就職博覧会 ■ ダイビング、リゾートウェディングなど沖縄の強みを生かした博覧会、商談会

III 航空関連産業クラスターの形成

目指す姿	■ 今後20年で、アジアの航空需要は約2.5倍に拡大し、航空機整備市場も増大することが予想されている。また、那覇空港は、国内第2位の航空ネットワークを有するとともに、国際線やLCCの就航が急増しており、国内外の航空機整備需要を取り込むのに最適な条件を備えている。 ■ 航空機整備業は高付加価値の労働集約型産業であり、質・量の両面で大きな雇用効果が見込まれ、シンクタンクの調査によると、その周辺産業も含め約2,200人の雇用効果と370億円の経済波及効果が期待される。 ■ 那覇空港に航空機整備拠点を構築するとともに、これを核として国内及び海外の航空産業クラスターとの連携を図りながら、近隣地域に周辺産業を誘致し、伸長するアジアの航空市場をも取り込む航空関連産業クラスターを形成する。
重点市場	■ (短期)那覇空港に就航する国内航空会社の航空機整備 ■ (中期)LCCを中心とする海外航空会社の航空機整備 ■ (長期)航空機パーツセンター、装備品の整備・製造、航空エンジン整備等の周辺産業



MICE活用 の方向性	■ 那覇空港での航空機整備拠点構築及び航空産業クラスター形成に寄与するコンベンション、商談会等を実施するほか、関連企業の投資・誘致を視野に入れたミーティングの開催を促進する。
想定される MICEの 具体例	■ 航空関連製造業、航空会社等の誘致に向けた投資誘致セミナー ■ 航空産業関連の学会、国際会議 ■ 航空関連企業のミーティング ■ 航空機パーツや装備品の国際見本市、商談会の開催

IV アジア有数の国際情報通信拠点“スマートハブ”の形成

目指す姿	■ これまでの取組により形成された情報通信関連産業のクラスターを基礎として、国内及びアジアをはじめとする海外への戦略的施策を積極的に展開し、沖縄の認知度や誘引力を向上させ、よりいっそうの企業・人材・知識の集積を促進し、我が国とアジアを結ぶアジア有数の国際情報通信ハブ(= SmartHub)の形成を目指す。 ■ 先進技術を活用したビジネス創出の支援、情報通信インフラの拡充などに取り組み、情報通信関連産業の更なる集積を図り、他地域にはない特性をもつスマートな産業に成長させていく。
重点市場	■ アジア全般(中国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、ミャンマー、マレーシア、韓国等)



MICE活用 の方向性	■ 県内企業のアジア展開やアジア企業の国内展開等の拠点形成に寄与するイベントの開催 ■ 国際海底光ケーブルやクラウドデータセンターなど、沖縄のIT環境や先端的な研究開発を世界に発信するためのコンベンションやイベントを展開する。
想定されるMICEの 具体例	■ 県内情報通信産業と他産業との連携や海外と連携したビジネスの創出を図るための国際的なIT見本市や商談会の開催 ■ 国際海底光ケーブルの利活用事例を紹介するための国際シンポジウムの開催 ■ SDNとクラウド・コンピューティングを融合した実用研究に関する国際会議の開催 ■ 中国、ベトナム、ミャンマー、台湾等からIT企業の経営者等を招へいたビジネスマッチング ■ 小中高生や県民向けに実施しているIT津梁まつりの規模拡大 ■ 台湾との経済連携覚書(MOU)に基づく共同イベントの開催

V 沖縄からアジアへとつながる新たなものづくり産業の推進

目指す姿	■ 沖縄の地理的優位性や国際物流拠点産業集積地域における製造業の集積や若年技術者の人材育成の成果、独自に蓄積された技術を礎に、高付加価値の源泉となるものづくり産業の振興を目指す。
重点市場	■ (短期)香港、台湾、シンガポール ■ (長期)中国本土、東南アジア



MICE活用 の方向性	■ 国内で行われているものづくり関連の展示会等を誘致し、国内外からの来場客に対し、沖縄のものづくり産業への取組や環境を周知することで、新たな産業の創出及び人材交流の場を作る。
想定されるMICEの 具体例	■ ものづくりフェア等の展示会開催 ■ 県内で開発・生産したEV、電動カートの見本市(電動カートは大型MICE施設の施設内移動手段とすることで、来場客の利便性向上にも貢献可能) ■ サポートینگ産業・金型産業の技術力をアピールする展示商談会の開催

第5章 具体的施策



第5章 具体的施策

沖縄MICE振興戦略の施策体系

施 策 名	頁
(1) マーケティング調査、情報分析力の強化	P.47
(2) 誘致・プロモーションの展開	P.47
① MICEブランドの構築・発信	P.47
② 企業ミーティング、インセンティブ旅行の誘致	P.48
③ コンベンションの誘致	P.49
④ 政府系国際会議の誘致	P.49
⑤ 展示会、商談会、見本市等の開催・誘致	P.50
(3) MICE施設の機能強化	P.51
① 大型MICE施設の整備と周辺まちづくりによる賑わいの創出	P.51
② 既存MICE施設の機能強化による利便性の向上	P.54
③ MICE施設の機能強化に向けた交通体系の確立	P.55
(4) MICE誘致・受入の体制強化	P.56
① MICE推進組織の設立	P.56
② 大規模MICEの受入体制の整備	P.57
③ 地域内連携による周遊性の向上	P.57
④ 地域・住民のMICE参加の促進	P.57
(5) MICE誘致・開催に関する支援の充実	P.58
① MICE誘致・開催支援の充実	P.58
② 沖縄らしいMICEコンテンツの開発	P.58
③ MICE限定制度の導入	P.58
(6) MICEプレーヤーの育成・高度化	P.59
(7) MICEを活用した新たな産業の振興	P.60
① MICEを活用した地域産業の振興	P.60
② MICE関連産業の創出	P.60
(8) 国内外のMICE都市との協力体制の構築	P.61



(1) マーケティング調査、情報分析力の強化

MICE主催者が開催地を決定する条件は、催事種別や規模等により様々であり、決定のプロセスも異なるため、MICE誘致にあたっては綿密なマーケティングが必要不可欠です。また、主催者ニーズの変化や競合するMICE都市の動きにも適切に対応することが求められます。このため、国内外の主催者ニーズの把握、競合するMICE都市の取組状況等の情報収集など、徹底したマーケットリサーチを実施するとともに、県内のMICE開催状況を分析し、効果的な誘致活動や受入体制の整備に繋げていきます。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	県内のMICE開催実績の把握及び分析	継続	沖縄県、OCVB MICEネットワーク
2	MICE専門機関の統計データベースの活用・分析	2017～	沖縄県、OCVB
3	学協会、プランナー、主催企業等からの開催ニーズ把握	2017～	沖縄県、OCVB
4	PCO、旅行会社、MICE関連団体からの情報収集	2017～	沖縄県、OCVB
5	MICE専門の商談会や見本市等におけるMICE情報の収集	継続	OCVB

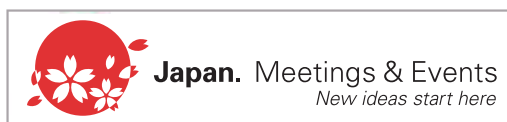
(2) 誘致・プロモーションの展開

① MICEブランドの構築・発信

沖縄県は、グローバル観光ブランドとして“Be.Okinawa”を世界共通のキーコピーとし、国・地域ごとに異なる旅行への「期待」に応じてサブコピーやキービジュアルを変えることで、効果的なブランドイメージの浸透を図っています。

MICEの振興を図る上においても沖縄MICEの独自のコンセプトや、開催地である沖縄が主催者にどのような価値を提供できるかを宣言するタグライン、世界観を表現したロゴマークを策定し、全ての関係者が共有し発信し続けていくことが重要です。

このため、本戦略を踏まえた独自のブランドコンセプトやロゴマークを関係事業者と協働して開発するとともに、継続的な広報宣伝活動を通じて沖縄MICEのブランドイメージの浸透を図ります。



【日本のMICE統一ブランド（観光庁）】

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	MICEのブランドコンセプト、タグライン、ロゴマーク策定	2017	沖縄県 MICEネットワーク
2	訴求力の高いプロモーションツールの開発	2017～	OCVB
3	誘致プロモーションにおいて沖縄MICEブランドイメージの継続的な発信	2018～	沖縄県、OCVB MICEネットワーク 民間事業者

② 企業ミーティング、インセンティブ旅行の誘致

インセンティブ旅行は、社員等のモチベーション向上や会社や組織の結束力を高めることを主な目的としています。このため、企業の社会貢献（CSR）活動に繋がるイベントの提案や生産性向上に資するチームビルディング等の体験プログラムの提供を促進するとともに、地域と連携してユニークベニユーの開発及び活用促進を図ります。

国内市場では、沖縄県でインセンティブ旅行の開催実績が多い業種（医療系、自動車販売業、保険業、情報通信関連、化粧品販売業等）を中心に、東京、大阪、名古屋など企業が集中している都市部で継続的なセールス活動を行うとともに、県内空港との定期便が就航している地方都市及びその周辺都市で個別企業訪問を行います。

海外市場では、開催コストよりも参加者の満足度を重視する日系企業やアジア企業等のミーティングやインセンティブ旅行を誘致するほか、アジア経済戦略構想に掲げる産業分野での企業誘致活動の一環として、グローバル企業等に対し、企業ミーティングやインセンティブ旅行の提案を行います。

欧米企業に対しては、東京など欧米からの定期便が就航している都市と連携し、国内外の商談会における共同プロモーション等により、新規市場を開拓します。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	インセンティブ旅行を専門とした商談会等への出展や主要都市でのMICE商談会の開催	継続	OCVB、民間事業者 MICEネットワーク
2	魅力ある体験プログラムの開発やユニークベニユーの活用促進	継続	OCVB、民間事業者 MICE施設事業者
3	キーパーソン招聘や視察商談会の開催（MICEプロジェクト）	継続	OCVB、民間事業者
4	首都圏を中心とした主催企業及び法人向け（MICE）商品を扱う旅行会社へのセールス活動	継続	沖縄県、OCVB 民間事業者
5	大型インセンティブ旅行の開催実績のある企業、旅行会社へのフォローアップ	継続	沖縄県、OCVB
6	外資系ホテルや海外旅行会社との連携による海外企業ミーティング等の誘致	2018～	沖縄県、OCVB 民間事業者
7	県外MICE都市との連携による共同プロモーション等の実施	2017～	沖縄県、OCVB



③ コンベンションの誘致

国内会議については、大学等に所属するローカルホスト（キーパーソン）による誘致活動の支援や、学協会、PCO、MICE施設事業者、コンベンション関係団体等と連携し、主催者等へ継続的に誘致活動を行います。特に医学系学会など規模の大きな学会や、アジア経済戦略構想に掲げる産業分野の成長に寄与する分野の学術会議については、重点的に誘致活動を展開します。

国際会議については、コンベンション専門の商談会・見本市等を活用した情報収集やプロモーション活動を展開し、新規市場の開拓に取り組みます。また、国際会議協会（ICCA）や国際団体連合（UIA）の国際会議データベースを活用して、誘致可能性の高い案件を絞り込み、主催者等に対してトップセールスも含めた効果的な誘致活動を展開します。

会議主催者及び参加者の満足度を高めるため、空港等において歓迎イベントを実施するほか、各種会議の内容に応じたエクスカージョンツアー（体験型視察）、県内研究機関及び企業の技術力をアピールするテクニカルツアー（産業視察）など、プレ・ポストコンベンションを提案します。また、沖縄開催の決定を後押しするため、コンベンション開催経費の助成等により、誘致成功率を高めていきます。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	県内大学、PCO等と連携した学術会議の誘致	2017～	沖縄県、OCVB、大学、MICE施設事業者等
2	首都圏における主催団体等への継続的なセールス活動	継続	沖縄県、OCVB 民間事業者
3	コンベンション専門の商談会・見本市への出展・参加	継続	沖縄県、OCVB MICEネットワーク
4	コンベンション専門誌などメディアを活用した情報発信	継続	沖縄県、OCVB
5	開催地決定に影響のある事業者・キーパーソンの招聘	継続	沖縄県、OCVB
6	沖縄版MICE誘致アンバサダー制度の創設	2018～2020	沖縄県、OCVB

④ 政府系国際会議の誘致

主要国首脳会合（G8サミット）や太平洋・島サミットに代表される政府系の国際会議は、国内外のメディアを通じて大きく取り上げられ、開催地の魅力を世界に発信する絶好の機会となることが期待されます。このため、平和・安全保障、環境・エネルギー、海洋・島嶼関連を中心とした沖縄の強みを生かせる分野の政府系国際会議や国連など国際機関が主催する国際会議の誘致に取り組みます。

政府系国際会議や国際機関主催の会議の誘致にあたっては、関係省庁への働きかけや連携強化が特に重要になるため、2000年6月20日閣議了解に基づき、国際会議等各種会議の沖縄開催を政府全体として推進するために設置された「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議」などの場において、沖縄開催の意義や開催地としての魅力等を関係省庁へ説明し、理解と協力を求めています。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	関係省庁等への沖縄開催の働きかけや国との連携	継続	沖縄県 MICEネットワーク
2	国内キーパーソン、関係団体等との共同による国際機関（主催者）への継続的なセールス活動やトップセールスの展開	随時	沖縄県、OCVB MICEネットワーク

⑤ 展示会、商談会、見本市等の開催・誘致

展示会、商談会、見本市は一定の期間に多くの参加者が訪れることから、経済波及効果が高く、我が国はもとより世界各都市において、誘致競争が激化している分野です。

また、展示会などのイベントは複数の都市で持ち回りで開催するコンベンションと異なり、毎年、同一時期・同一地域で開催しながら、産業の発展に連動してイベントそのものも成長していく特徴があります。

特に、規模が大きい会議やイベントになるほど開催地決定の時期が早く、催事の3～5年前には開催地を決定するケースも少なくないことから、大型MICE施設の供用開始を見据え、沖縄の産業競争力を生かせる分野を絞り込み、関係者が一丸となって早期に誘致活動を開始するとともに、受入体制の構築に取り組みます。

ターゲット分野は、アジア市場と日本市場の双方に近いという優位性を活かし、アジア経済戦略構想に位置付ける5つの重点戦略（国際物流、観光リゾート、航空関連産業、情報通信関連、ものづくり）に関連する分野を中心に、展示会主催者等に対する継続的なセールス活動や国内外での広告・プロモーション等により効果的な誘致・開催へと繋げていきます。

また、沖縄発の展示会・商談会を創出するため、産業界による主体的な取組支援や、主催者や展示会運営事業者等との連携・協働により、県外・海外からの質の高い参加者（バイヤー、出展者等）を呼び込める魅力あるイベントの定期開催を促進するなど、県内の産業振興に貢献する質の高いイベントの開催・誘致に取り組みます。

さらに、経済連携覚書（MOU）を締結している国や地域に対し、地域間連携によるビジネスイベントの共同開催を提案します。

No	具体的取組	実施期間	主な取組主体
1	展示会主催者、展示会関係団体への継続的なセールス活動及びネットワーク構築	2017～	沖縄県 MICE施設事業者 MICEネットワーク
2	展示会等の誘致に向けた課題の抽出や県内既存催事の規模拡大の可能性検討	2017～	沖縄県、産業界 MICEネットワーク
3	展示会専門の商談会への出展、メディアを活用した広告プロモーション	2018～	沖縄県 MICE施設事業者 MICEネットワーク
4	観光イベントやスポーツイベント(キャンプ等)などの集客効果の高い催事の開催に合わせた展示会・見本市等の開催	2019～	民間事業者 展示会主催者等
5	経済連携覚書(MOU)を締結した国・地域との連携による共同イベントの提案	2017～	MOU締結団体 沖縄県
6	展示会等の定期開催を促進する新たな支援制度の創設	2018～2021	沖縄県



(3) MICE施設の機能強化

① 大型MICE施設の整備と周辺のまちづくりによる賑わいの創出

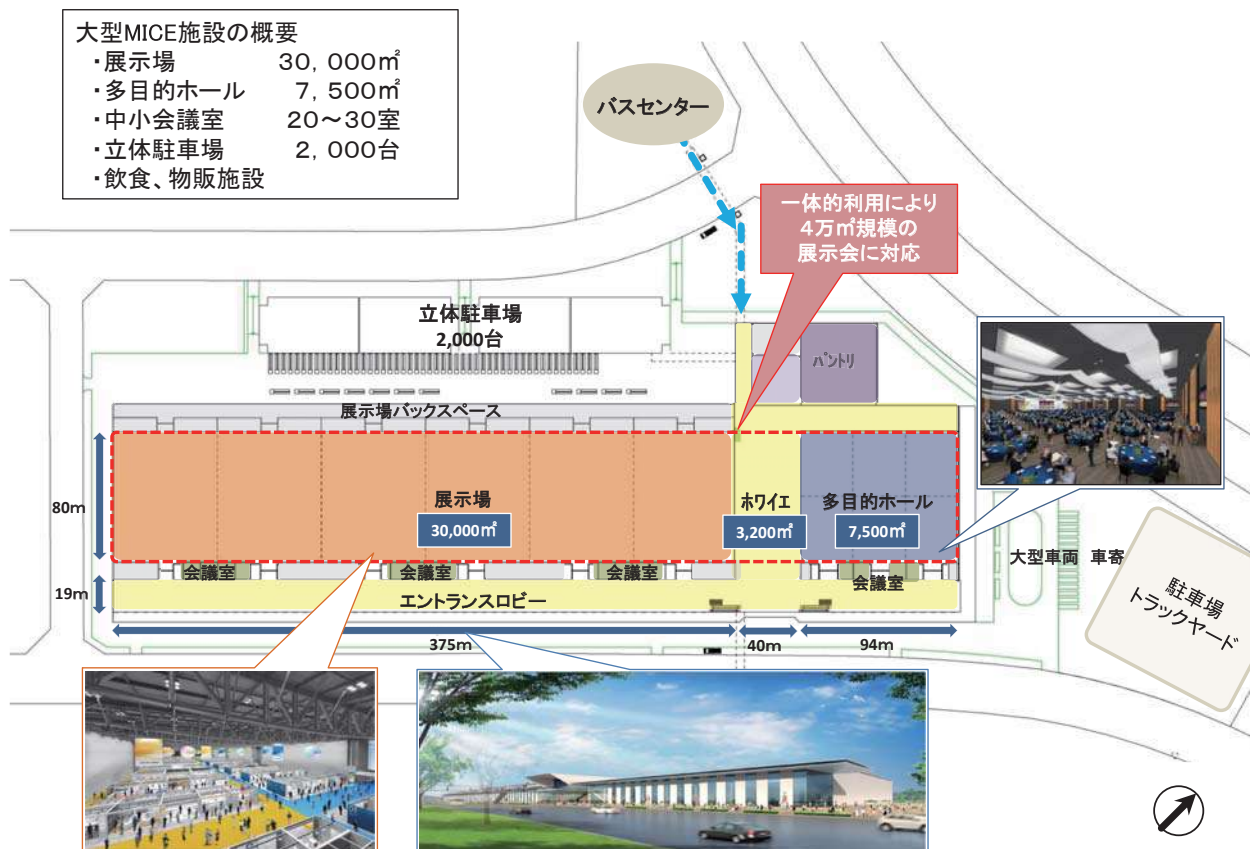
これまで対応できなかった規模の大きなMICE催事に対応するため、中城湾港マリンタウン地区に大規模展示場を備えた大型MICE施設を早期に整備します。

また、関係市町村と連携し、大型MICE施設周辺エリアにおける宿泊施設や商業施設の集積を図るとともに、周辺都市からの交通結節機能の強化や空港等からの交通アクセスの確保等による交通利便性の向上、海辺や緑空間の特性を生かした憩いの場の確保などにより、緑と海辺のアメニティーを活用した、交流、賑わいのある豊かなまちづくりを目指します。

大規模なイベント開催の際に想定される交通対策として、周辺交通環境に支障とならないよう駐車場利用車両、搬出入車両、送迎車両を明確に分けた動線計画を策定するほか、催事種別、規模等により、公共スペースや大規模商業施設を臨時駐車場として活用し、シャトルバス、貸切バス、タクシー、路線バス等も組み合わせた輸送計画を立てるなどのソフト対策によりMICE参加者等の円滑な移動を目指します。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	大型MICE施設の着実な整備と運営事業者による開業準備	継続	沖縄県 大型MICE施設事業者
2	マリンタウンMICEエリアまちづくりビジョンの実施に向けた関係機関との調整及び実施	継続	沖縄県、市町村、国

[大型MICE施設のイメージ]



マリンタウンMICEエリアまちづくりビジョンの基本方針

大型MICE施設周辺には、宿泊施設や複合商業施設等を適切に配置し、MICE利用者の利便性を高めるとともに、MICE開催時以外でも街の賑わいを創出する必要があります。

このため、「マリンタウンMICEエリアまちづくりビジョン」により、今後の土地利用や都市構造等まちづくりの目指す方向性を統一し、関係者との役割分担、取り組むべき事項を明確にし、関係者との連携体制を構築することで地域が丸となり大規模催事の受入環境整備を進め、MICEに必要な宿泊施設やMICE開催時以外でも賑わいを生む商業施設等の立地に取り組みます。

まちの
将来像

マリンタウンMICEエリア周辺一帯における、緑と海辺のアメニティーを活用した、交流、賑わいある豊かなまち

基本方針 1. 【 拠点性 】

沖縄の大型MICEの受入地域として相応しい拠点性と賑わいを兼ね備えた安心・安全なまち

基本方針 2. 【 周辺環境との調和 】
既存環境と新しく作り出されるものが共存す

既存環境と新しく作り出されるものが共存する調和のとれたまち

基本方針 3. 【体制づくり】

地域住民、民間事業者、行政等の多様な主体の連携・協働により、持続的に成長・発展していくまち

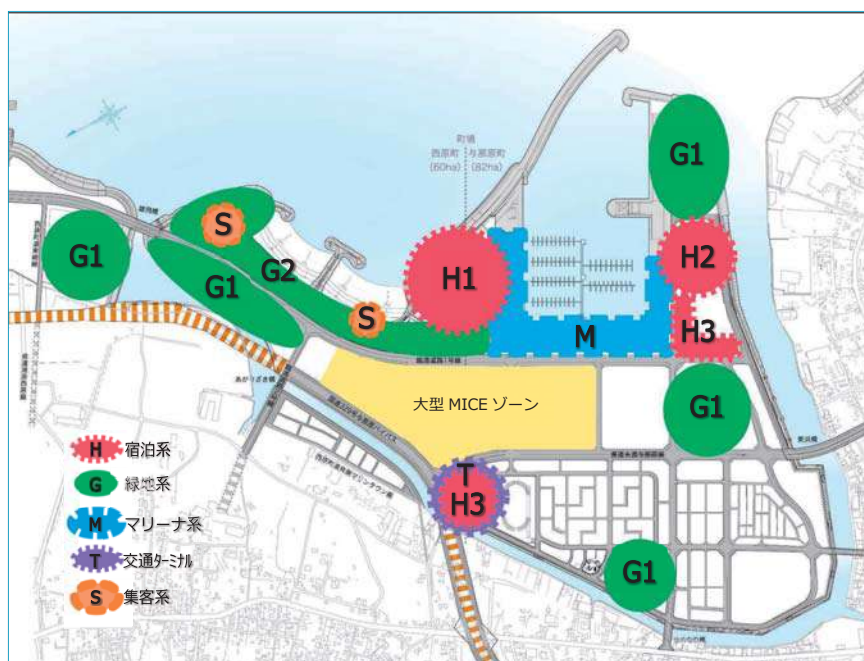




【ゾーンの考え方】

東海岸地域の国際交流拠点にふさわしい魅力あるエリアの形成を目指し、大型MICE施設を核とした賑わいがマリンタウンMICEエリア内に波及・浸透していくとともに、エリア外の周辺地域へも賑わいが連鎖されるようなゾーン展開を図ります。

また、MICE施設・商業・宿泊・居住等をバランス良く配置することで、「交流、賑わいある豊かなまち」の具体化を図ります。



大型 MICE ゾーン

年間を通じた集客・賑わいを創出するゾーンとして、国内外からの来訪者を想定した多様な都市機能の充実を進め、活発な交流を促す環境の形成を図ります。



G1 みどり交流ゾーン

憩いや散策、健康増進など既存の利用方法を維持、充実に図ります。

将来的には、新たに増える国内外からの来訪者にも海辺・緑空間の特性を活かした散策、鑑賞、休憩などが体感できる賑わい・交流空間の形成を検討します。



H1 ラグジュアリーゾーン

大型 MICE 施設利用する国内外からの来訪者等をターゲットにするハイクラスの滞在環境の整備を図ります。多数の利用者が円滑に移動できるよう大型 MICE 施設との連続性を確保しつつ、敷地内では自然あふれる環境のなか、非日常の特別な時間が過ごせる、再び滞在したいと思わせるような空間の形成を目指します。



G2・S マリンアクティビティゾーン

憩いや散策、ビーチ利用者への利便機能など既存の利用方法を維持、充実に図ります。

沖縄県東海岸のエメラルドグリーンの海と白い砂浜、海浜植物等の鮮やかなグリーン等を活用した集客施設や、マリンレジャーの魅力を楽しめるビーチハウス等の賑わい・交流空間の形成を検討します。



H2 ファミリーゾーン

“沖縄らしさ”が感じられるリゾートスタイルのファミリー向けの滞在環境の整備を図ります。子ども向けの施設などの配置を検討し、家族みんなで滞在を楽しめる空間の形成を目指します。



M マリーナ活性化ゾーン

与那原マリーナの機能を損なうことなく、海辺を身近に感じる賑わい環境の整備を図ります。

穏やかな青い海、緑あふれる山を眺めつつ素敵なマリンライフを過ごせる商業環境の形成を目指します。



H3 ビジネスゾーン

MICE や地域産業に関連するビジネス利用者等をターゲットにする滞在環境の整備を図ります。快適に滞在が出来るように、ビジネス環境が充実した空間の形成を目指します。



T 交通ターミナルゾーン

那覇空港や県内の主要都市等との交通結節機能を整備するとともに、情報や公共的なサービスを提供する環境整備も図ります。国内外からの来訪者を快適な空間でお出迎えします。

また、高度利用により滞在環境の形成も検討します。



出所 沖縄県「マリンタウンMICEまちづくりビジョン」（2017）より抜粋

②既存MICE施設の機能強化による利便性の向上

県有MICE施設である沖縄コンベンションセンターや万国津梁館については、主催者等のニーズに応じた機能強化と適正な維持管理により施設利便性と利用者満足度を高めていきます。また、多種多様なMICE需要を県全域で取り込めるよう市町村や民間のMICE施設の整備促進に努めます。

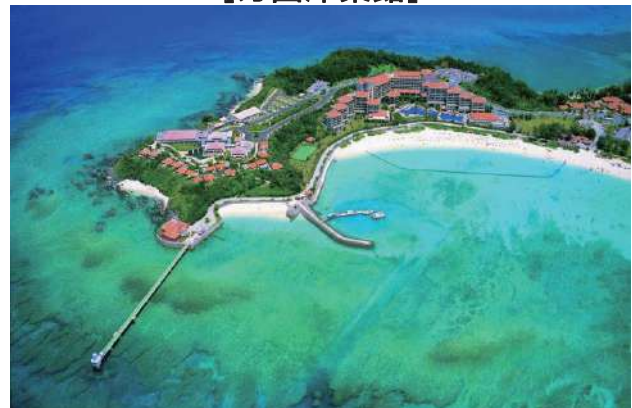
さらに、県有MICE施設、県内大学、ホテル等の民間会議施設の連携により、サテライト方式による中～大規模催事の誘致・受入の強化を図ります。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	沖縄コンベンションセンターや万国津梁館の適正な管理と主催者等の利便性向上に資する施設整備	継続	沖縄県 MICE施設事業者
2	地域におけるMICE施設の整備、機能強化	継続	市町村、民間事業者
3	主要MICE施設間の連携強化に向けた検討会の開催	2018	MICEネットワーク

〔沖縄コンベンションセンター〕



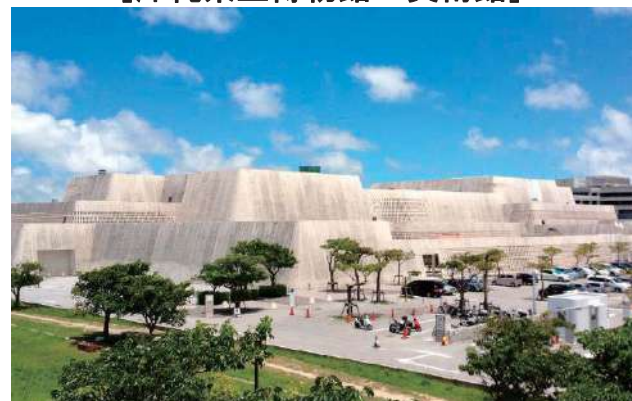
〔万国津梁館〕



〔沖縄科学技術大学院大学(OIST)〕



〔沖縄県立博物館・美術館〕





③ MICE施設の機能強化に向けた交通体系の確立

「沖縄21世紀ビジョン基本計画」及び沖縄県の総合的な交通体系のビジョンを示した「沖縄県総合交通体系基本計画」に基づき、道路交通渋滞を始めとする移動に関する課題改善に取り組みます。とりわけ、県民やMICE参加者等の移動に係る高速性、定時性、安全性の確保に加え、広域交流拠点と各圏域拠点間のアクセスの改善、公共交通機関の整備等、多様なニーズに対応した交通体系の充実に向けて、関係機関と連携して取り組んでいきます。

具体的には、那覇空港自動車道及び沖縄西海岸道路の早期完成に向けた整備を促進するとともに、南部東道路等の幹線道路の整備を引き続き推進し、本島南北軸・東西軸を有機的に結ぶ幹線道路網（ハシゴ道路ネットワーク）の構築を目指します。また、交通経路の分散化を図るため、環状道路等の整備を推進するとともに沖縄都市モノレール延長等の整備を推進します。

さらに、基幹バスシステムの導入や県土の均衡ある発展の支えとなることが期待されている鉄軌道を含む新たな公共交通システムと地域を結ぶ利便性の高い公共交通ネットワークの構築に向けた取組を推進するとともに、持続可能な公共交通サービスが提供できる環境の改善を図ります。

これら利便性の高い交通体系の構築により、主要MICE施設へのアクセス性向上やMICE施設間での連携強化によるMICE受入環境の強化を目指していきます。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	ハシゴ道路をはじめとする幹線道路ネットワークの整備	継続	沖縄県、国
2	利便性の高い公共交通ネットワークの構築に向けた取組	継続	沖縄県、市町村、国 交通事業者

■ 人及び環境に優しい都市構造を支える交通体系に関する施策展開後の姿（概念図）



出所) 沖縄県総合交通体系基本計画(平成24年6月)

■ 沖縄本島における観光拠点へのアクセス交通網（道路ネットワーク）の強化



出所) 沖縄県総合交通体系基本計画を基に作成

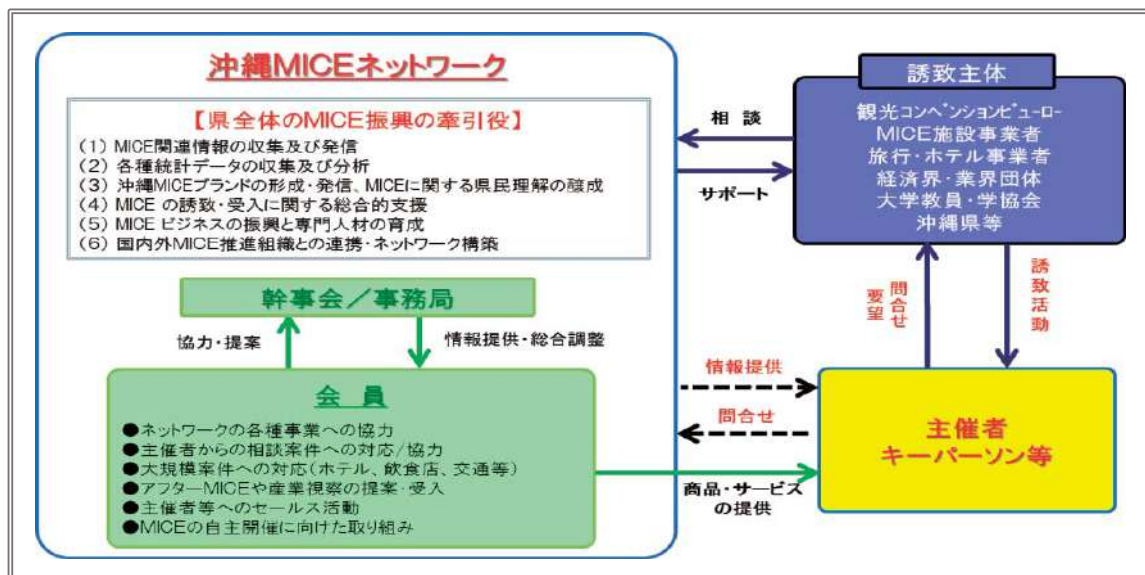
■ 体系的な幹線道路網の整備



(4) MICE誘致・受入の体制強化

① MICE推進組織の設立

経済界・産業界、大学、MICE関連事業者、観光関連事業者、行政機関、産業支援団体等で構成する「沖縄MICEネットワーク」を設立し、MICE関連情報の発信、MICE誘致・受入に関する総合支援機能、MICEを活用した産業振興に取り組み、沖縄県全体でMICEを推進する体制を構築します。





② 大規模MICEの受入体制の整備

数百～数千名規模の大型催事を円滑に受け入れるため、ホテル事業者間の相互調整による客室の確保や複数事業者の協働による飲食サービス、会場設営、交通・物流、駐車場確保などMICE開催に伴う様々なオペレーションを円滑に行えるよう、沖縄MICEネットワークに参画する事業者間の情報共有及び連携体制の整備に取り組みます。

③ 地域内連携による周遊性の向上

離島も含め沖縄県全域にMICE開催の波及効果を広げるためには、地域の魅力を生かしたMICEの誘致・受入に加えて、MICE開催の前後に実施される観光ツアーや体験プログラムを提供していくことが求められます。

このため、北部、中部、南部、東海岸エリア、離島などそれぞれのエリアにおいて、観光協会や事業者による様々な周遊プログラムの開発及びプロモーション活動を促進します。また、MICE開催を支援する観光施設・民間事業者と連携し、周遊パスなど割引クーポンを作成し、各地域・施設への効果的に誘客するなど、MICE参加者の周遊性を高めます。

④ 地域・住民のMICE参加の促進

地域全体でMICEを歓迎する気運を醸成するため、MICE振興の意義や地域にもたらすメリットについて住民理解を促す普及啓発活動を行います。また、MICEによる社会的効果を創出するため、主催者に対し、県民向け公開講座や地域・NPO等と連携した関連イベントの開催を働きかけ、住民がMICEに参加し、交流する機会の提供に努めます。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	沖縄MICEネットワークの設立・運営	2017～	沖縄県、OCVB 産業振興公社 県内産業界、大学
2	ワンストップ受入体制の構築に向けた研究会の開催	2017～2019	沖縄県、OCVB MICEネットワーク 民間事業者、大学
3	地域間・異業種の連携による周遊プログラムやMICE参加者を対象にしたMICE限定メニューの提供	2018～	市町村、観光協会 民間事業者
4	県民、地域、事業者等に対するMICE啓発イベントの開催	2017	MICEネットワーク OCVB、大学
5	MICE主催者による県民向け講座や関連イベントの開催促進	2017～	OCVB MICEネットワーク等

(5) MICE誘致・開催に関する支援の充実

① MICE誘致・開催支援の充実

沖縄でのMICE誘致・開催を促進するため、県内の産業関連団体、民間事業者、大学、学協会などの誘致団体に対して、誘致ノウハウの提供やコンベンション開催に関する各種サポートを実施します。

また、MICE主催者等に対して開催経費の一部助成や空港等での開催歓迎支援メニューを提供するほか、視察ツアーやMICE商談会を開催し、MICE開催地の決定に影響力のある主催者のキーパーソン、各種催事を企画・提案する旅行会社、プランナー、MICE運営事業者等を招聘し、沖縄のMICE開催環境をPRするとともに、質の高いコンテンツを提供する県内事業者とのマッチングを実施します。

② 沖縄らしいMICEコンテンツの開発

民間事業者等と連携し、MICE開催の前後に実施する産業視察や、自然・文化・芸能など沖縄の魅力を生かした体験プログラムなど、沖縄オリジナルのMICE関連商品の開発を促進し、主催者ニーズに応じた質の高いプレ・ポストコンベンションのコンテンツの充実を図ります。

また、歴史的建造物、文化施設や公的空間など、会議・レセプションの開催場所として、特別感や沖縄らしさを演出できる施設（ユニークベニュー）の活用を促進するため、施設所有者や一般利用者等への理解を深めるとともに、MICE利用に向けたルールづくりや民間事業者等による新たなユニークベニューの開発を促進します。

③ MICE限定制度の導入

沖縄の優位性や潜在力を生かし、日本のフロントランナーとして21世紀の成長モデルとなるため、展示会・商談会の開催時に、海外から展示販売等の商品を日本国内に持ち込む際の関税や消費税等の課税免除手続きの簡素化、MICE参加者の出入国手続きの迅速化に向けた新たな制度の導入可能性を検討します。また、県内におけるスムーズな移動を可能とする公共交通パスや飲食・物販施設で割引サービスが受けられるMICEパスの導入を促進します。

No	具体的取組	期間	主な取組主体
1	MICE開催に係る主催者コストの一部助成	継続	沖縄県、OCVB
2	大学等キーパーソンによる誘致活動への支援	2017～	OCVB、沖縄県
3	産業視察、ユニークベニュー、体験プログラムなどMICE商品、サービスの開発支援	継続	民間事業者 OCVB、産業振興公社 MICEネットワーク
4	公共施設のMICE利用に向けた関係機関との協議	2018～	沖縄県、OCVB MICE施設事業者
5	新たな展示会・商談会等の開催・定着化に向けた支援の検討	2018～	沖縄県
6	MICEプロジェクト(商談会、視察ツアー等)やビジネスマッチングイベントの開催	継続	OCVB、沖縄県
7	国際展示会等の開催に伴う税制優遇制度や規制緩和等の検討	2018～2021	沖縄県
8	MICEパスなどMICE参加者限定サービスの開発・提供	2018～	民間事業者 MICEネットワーク



(6) MICE プレーヤーの育成・高度化

MICEプレーヤーの質的向上を図るため、MICE誘致や開催支援の中心的役割を担う沖縄観光コンベンションビューローのスタッフの誘致スキル向上及び中長期的・継続的な誘致に向けた組織体制の強化に取り組みます。また、MICE開催の中核となるプランナー、会議運営コーディネーター、イベント業務管理士、通訳等を育成するための講座や先進都市への派遣研修や国際認証であるCMP(※)の取得支援に取り組みます。

MICEに関わる多様な人材の育成に向けては、ホテル、観光事業者、MICE施設事業者、物販・サービス提供事業者等の人材の確保・高度化を図るため、事業者ニーズの高い専門講座の開催や講師派遣等による営業力、提案力、実践力などのスキルアップを支援します。

また、沖縄MICEネットワークを中心に、学生から社会人に至る幅広い層を対象にしたMICE教育や専門カリキュラムを検討し、MICEに関する基礎知識を習得した人材が安定的に輩出・確保できる仕組みづくりに取り組みます。

あわせて、県民やボランティアなどMICE開催・受入を支える人材を育成するため、MICEに関する県民理解の醸成を図るセミナーや、ボランティア養成講座を開催するほか、通訳や観光ガイドなどのボランティアスタッフの安定的な確保に取り組みます。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	OCVBの組織体制強化、高度なスタッフの育成・確保に向けた検討	2018～	沖縄県、OCVB
2	ニーズの高いMICE専門人材を育成する講座・セミナー開催	継続	沖縄県、OCVB 民間事業者
3	大学、MICE事業者と連携した人材育成カリキュラムの開発	2018～	沖縄県、大学 MICEネットワーク
4	海外MICE都市への派遣等による中核的なMICE人材の育成	2020～	沖縄県、OCVB
5	県民、地域関係者向けの講座/セミナーの開催	2018～	OCVB MICEネットワーク
6	地域のボランティアスタッフを育成・確保する仕組みの検討	2019～	沖縄県

CMPとは

CMP (Certified Meeting Professional) とは、世界最大のMICE産業団体であるCIC (Convention Industry Council) が公認するMICE 業界の中で最も歴史のある資格の一つ。主にミーティング・プランナー向けの資格で欧米、特に米国を中心に約11,000名の有資格者が活動しています。

MICEのグローバルスタンダードを理解していることの証明になるため、CMP有資格者が多数いる都市は、国際的な商談やネットワークが非常にスムーズになり、また、海外の主催者・関係者の信頼を得ることができます。

日本では2017年3月時点で17名が合格しており、沖縄県出身者も1名合格しています。

(観光庁及び日本政府観光局資料を基に沖縄県作成)

(7) MICEを活用した新たな産業の振興

① MICEを活用した地域産業の振興

大型MICE施設の整備を見据え、沖縄大交易会など既存イベントの拡充等による展示会の発展可能性を検討するとともに、産業振興に資する新たな展示会・見本市の創出に向けた取組を支援するなど、地域産業界によるMICEの活用・推進を促進します。

また、産業界や各種団体等のネットワークを生かし、国内外の経済団体の年次総会など各種ミーティングや国際的なコンベンション、展示会・イベント等の誘致を促進するほか、県内事業者のビジネス拡大に繋がるテクニカルツアー（産業視察）の受け入れを支援します。

② MICE関連産業の創出

MICEによる県内への経済波及効果を最大化するためには、MICE開催時に主催者から県内事業者が受注できる業務を拡大していくことが必要です。このため、県内事業者に対してMICEから派生するビジネスの仕組みを理解するためのセミナー開催や、業界団体による勉強会・研究会への講師派遣等を支援します。

また、民間事業者に対して、魅力あるユニークベニュー、自然・文化・芸能など沖縄の魅力を生かした体験プログラム、主催者・参加者向けのMICE関連商品・サービスの開発を促進するとともに、MICE主催者、PCO/PEO等とのマッチングイベントの開催、産業人材の育成など、MICE関連ビジネスの獲得に向けた各種支援を通じて、MICE関連産業の裾野を広げます。

さらに、国際会議や学術会議、シンポジウム、展示会などMICE開催の企画・運営に関する総合サポート機能を持った事業者やMICE受入のコーディネート機能を有する専門事業者の県内立地を促進します。

No	具体的取組	実施時期	主な取組主体
1	業界独自のネットワークを活用したMICE誘致活動	2017～	産業関連団体 MICEネットワーク
2	MICE産業人材の育成に向けた研究会・セミナーの開催	継続	沖縄県 MICEネットワーク
3	新たな展示会の企画立案や既存イベントの拡充に向けた検討及び実施	2017～	産業関連団体 MICEネットワーク
4	県内事業者に対するMICE関連情報の提供やMICE主催者等とのマッチングイベント開催	2017～	MICEネットワーク 産業関連団体
5	ユニークベニュー、体験プログラム、産業視察などMICE向け商品・サービスの開発及び事業化への支援	継続	民間事業者 OCVB、産業振興公社
6	MICE先進都市への職員派遣等によるMICE関連事業者の高度化	2021～	沖縄県 民間事業者
7	PCO/PEOなどMICE専門事業者の県内誘致の働きかけ	2017～2020	沖縄県



(8) 国内外のMICE都市との協力体制の構築

MICE誘致の競争が国際的に激化する中、MICE分野における我が国の国際競争力を高め、多様化する主催者ニーズに対応するには、沖縄独自の誘致戦略を展開すると同時に、国内の他のMICE都市との連携・協力関係を構築していくことが重要です。

このため、MICE都市間の定期的な情報交換を通じて、個別MICE案件の情報や誘致活動に関する情報を共有し、共同プロモーションの実施や複数都市でのMICE開催の提案、人材育成プログラムの実施等に向けて取り組みます。

また、台湾、香港、シンガポール、済州島などの海外MICE都市については、MICE専門人材の派遣研修や受入等による連携可能性を検討するとともに、経済分野において経済連携覚書（MOU）を締結している国や地域を対象に、地域間連携によるビジネスイベントの共同開催を検討します。

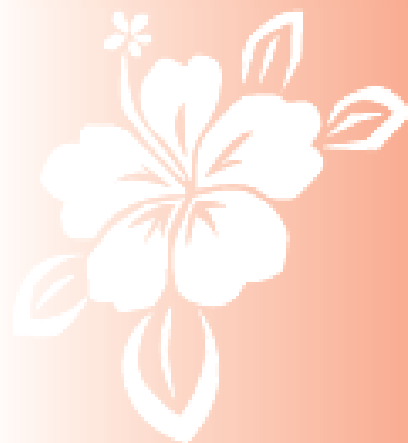
No	具体的取組	期間	主な取組主体
1	欧米からのインセンティブ旅行や海外コンベンションの誘致に向けた共同プロモーションの検討・実施	2017～	沖縄県、OCVB
2	国内外のMICE都市、MICEビューローとの連携可能性の検討	2018～	沖縄県、OCVB MICEネットワーク
3	経済連携覚書(MOU)を締結した国・地域と連携したイベントの共同開催等の提案	2018～	沖縄県 産業振興公社 産業関連団体等

■ 海外との経済連携覚書（MOU）を締結した事例

締結年	沖縄県団体	分野	提携先	
2014年	沖縄県産業振興公社	情報産業	台湾	財団法人資訊工業策進会
	OKINAWA J-Adviser	製造業	台湾	工業技術研究院
	琉球銀行、沖縄銀行	ビジネス全般 金融サービス	台湾	中国信託ホールディング
	沖縄観光コンベンションビューロー	観光	台湾	台湾観光協会
	沖縄県	貿易、観光	香港	香港貿易発展局
	沖縄県	貿易、観光	シンガポール	シンガポール・チャンギ国際空港
	琉球銀行	ビジネス全般	マレーシア	マレーシア・ハラル・コーポレーション(MHC)
2015年	琉球銀行	ビジネス全般	タイ	株式会社ジェイ・ウィル・インターナショナル、 J-Will International(Thailand)Co.,Ltd
	沖縄県発明協会	製造業 ビジネス全般	台湾	台湾発明協会
	那覇港管理組合	貿易、観光	台湾	台湾港務
	沖縄県、経済産業省	エネルギー	アメリカ	米ハワイ州、米エネルギー省
2016年	南西地域活性化センター 沖縄県県工業連合会	製造業	台湾	台湾経済研究院 台日商務交流協進会
	沖縄県情報産業協会	情報産業	台湾	中華民国情報サービス産業協会
	沖縄県産業振興公社	ビジネス全般	台湾	財団法人金属工業研究発展センター(MIRDC)
	沖縄県	貿易	中国	中国・福建省

出所) 沖縄県商工労働部資料をもとに作成

第6章 MICEエリア戦略

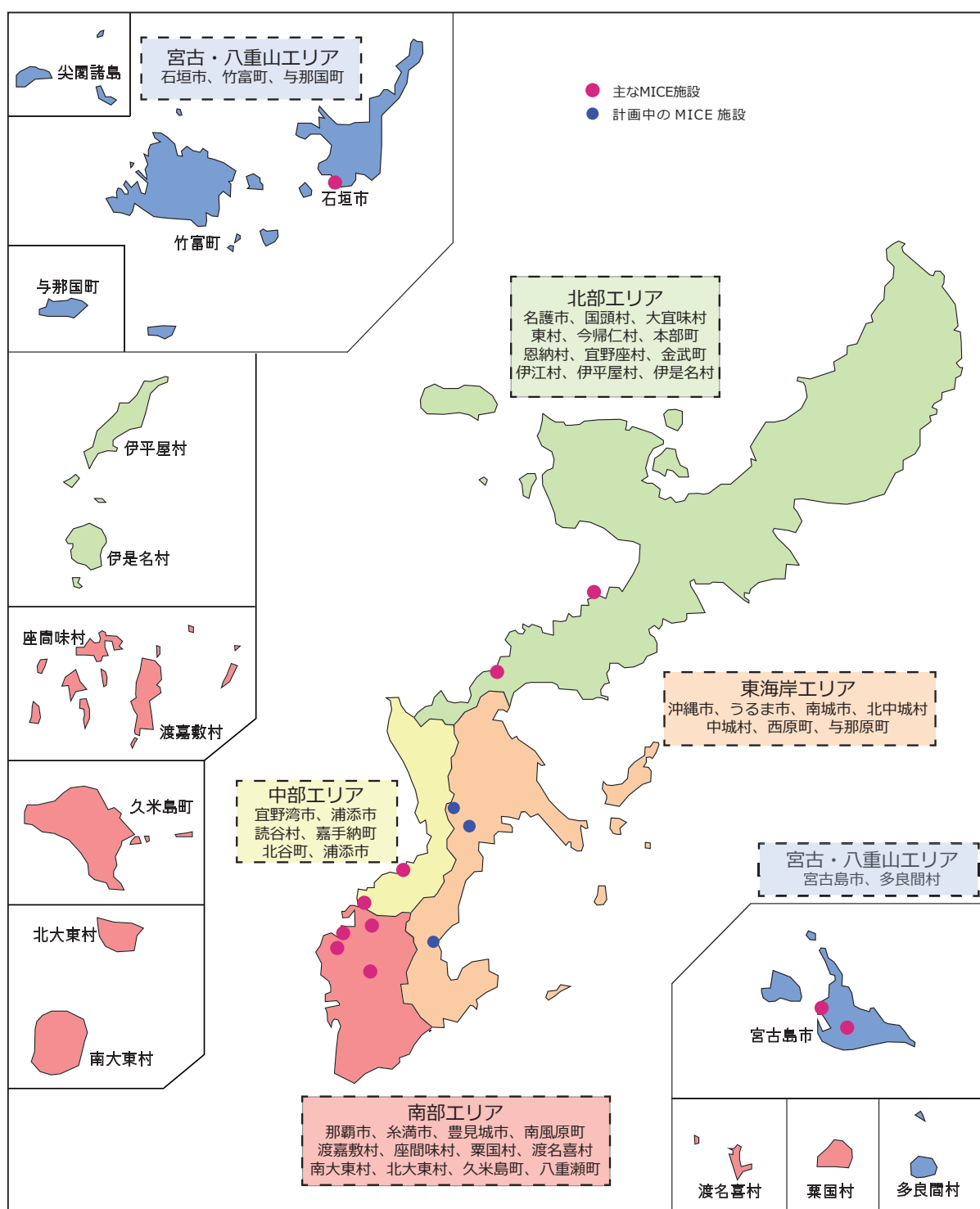


第6章 MICEエリア戦略

(1) MICEエリアの設定

本戦略では、全県的なMICE振興を目指す観点から、主要MICE施設を中心として、周辺ホテル、大学及び企業の集積状況、観光施設や自然環境といった地域特性を勘案し、5つのMICEエリア（「北部エリア」「中部エリア」「南部エリア」「東海岸エリア」「宮古・八重山エリア」）を設定し、エリアの特性に応じたMICEの振興方向を明らかにするとともに各エリア間の連携を通じて全県的なMICE受入体制の構築を目指します。

[MICEエリアの区分]





■ 各エリアの主なコンベンション施設

北部エリア	万国津梁館	名護市
	沖縄北部雇用能力開発総合センター	名護市
	名護市国際交流会館	名護市
	21世紀の森体育館	名護市
	沖縄科学技術大学大学院	恩納村
	宜野座村文化センターがらまんホール	宜野座村

中部エリア	読谷村文化センター	読谷村
	かでな文化センター	嘉手納町
	浦添市産業振興センター・結の街	浦添市
	浦添市てだこホール	浦添市
	国立劇場おきなわ	浦添市
	P'sSQUARE 貸会議室	浦添市
	宜野湾市民会館	宜野湾市
	宜野湾マリン支援センター	宜野湾市
	沖縄コンベンションセンター	宜野湾市

南部エリア	沖縄県市町村自治会館	那覇市
	沖縄県総合福祉センター	那覇市
	沖縄県男女共同参画センター ているる	那覇市
	沖縄セルラースタジアム那覇	那覇市
	沖縄セルラーパーク那覇	那覇市
	沖縄産業支援センター	那覇市
	那覇市ぶんかテンブス館	那覇市
	沖縄県青年会館	那覇市
	沖縄県立博物館・美術館	那覇市
	タイムスホール	那覇市
	那覇市パレット市民劇場	那覇市
	沖縄空手会館	豊見城市
	豊見城市立中央公民館	豊見城市
	国立沖縄青少年交流の家	渡嘉敷村
	イーフ情報プラザ	久米島町
	久米島町具志川農村環境改善センター	久米島町

東海岸エリア	石川地域活性化センター舞天館	うるま市
	うるま市石川会館	うるま市
	うるま市きむたかホール	うるま市
	うるま市民芸術劇場	うるま市
	沖縄商工会議所	沖縄市
	沖縄市産業交流センター	沖縄市
	沖縄市民会館	沖縄市
	沖縄市民小劇場あしびなー	沖縄市
	ミュージックタウン音市場	沖縄市
	沖縄市多目的アリーナ(仮称)*	沖縄市
	北中城多目的アリーナ(仮称)*	北中城村
	西原町町民交流センターさわふじ未来ホール	西原町
宮古・八重山エリア	ムーンテラス東崎sairaiin音楽堂	西原町
	大型MICE施設(仮称)*	西原町 与那原町
	南城市文化センター シュガーホール	南城市

宮古・八重山エリア	JTA宮古島ドーム	宮古島市
	宮古島市文化ホール(マティダ市民劇場)	宮古島市
	石垣市民会館	石垣市
	石垣市商工会館	石垣市

* 2017年6月現在で計画段階の施設

■ 各エリアのホテル集積状況 (2016年12月31日時点)

エリア区分	ホテル数※1		会議・宴会場 施設数※2
	施設数	部屋数	
北部エリア	36	6,869 室	50
中部エリア	10	2,284 室	25
南部エリア	65	11,798 室	103
東海岸エリア	4	714 室	12
宮古・八重山エリア	32	4,482 室	29

※1 収容人員が150人以上のホテル施設が対象

※2 シアター形式で50人以上収容可能なホテル・パーティー会場等が対象

■ 各エリアのMICE受入規模

エリア		各エリアの主要MICE施設の収容人数規模(人)							
区分		100	～250	～500	～1,000	～2,500	～5,000	～10,000	10,000超
北部 エリア	M	万国津梁館							
	I	周辺ホテル							
	C	沖縄科学技術大学院大学							
	E								
中部 エリア	M	周辺ホテル				沖縄コンベンションセンター			
	I								
	C	国立劇場おきなわ 市町村コンベンション施設							
	E								
南部 エリア	M	周辺ホテル							
	I								
	C	沖縄県市町村自治会館 沖縄産業支援センター 市町村コンベンション施設等			沖縄県立武道館 (アリーナ棟)				
	E				沖縄セルラースタジアム那覇				
東海岸 エリア	M	周辺ホテル		大型MICE施設					
	I								
	C	市町村コンベンション施設、多目的アリーナ等							
	E								
宮古 八重山 エリア	M	周辺ホテル							
	I								
	C	石垣市民会館 宮古島市文化ホール				JTA宮古島ドーム			
	E								

※1 主要MICE施設及びホテルの受入規模については、OCVB発刊の「沖縄MICEプランナーズガイド2017」及び過去の受入実績を基に作成

※2 沖縄市及び北中城村の多目的アリーナ、JTA宮古島ドームの収容規模については、各市町村が公表している施設整備計画等を参考に作成



(2) 各エリアの特徴と方向性

① 北部エリア

北部エリアは、拠点都市である名護市を中心として、恩納村、金武町から北の本島北部とその周辺離島から形成されており、手つかずの自然が残るやんばるの森には、貴重な動植物が多数生息・生育しています。

また、美しい海岸を有し、沖縄海岸国定公園にも指定されている西海岸地域では多くのリゾートホテルが建ち並び、沖縄を代表する観光リゾート地を形成しています。さらに、第二尚氏王統発祥地である伊是名島や世界遺産に登録された今帰仁城跡、大宜味村喜如嘉の芭蕉布等、歴史的・文化的に優れた観光資源を有しています。

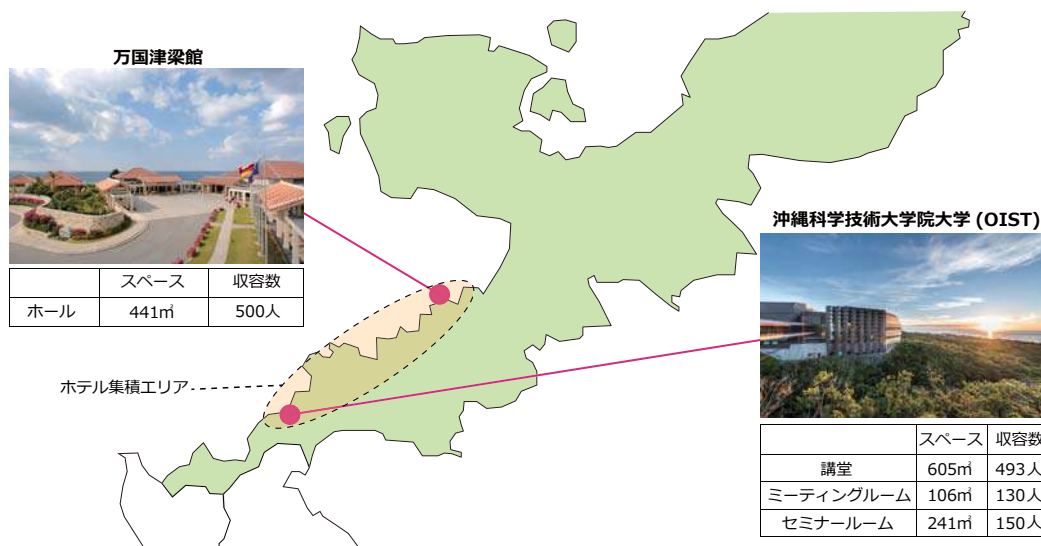
主要MICE施設としては、2000年に九州・沖縄サミットが開催された万国津梁館、世界水準の研究が進められている沖縄科学技術大学院大学（OIST）をはじめ、名桜大学、沖縄工業高等専門学校などの研究教育機関も立地するなど、政府系国際会議や国際的な学術会議の開催に適したエリアです。

また、恩納村にはリゾートホテルが集積し、北部エリア内の自然環境や歴史的・文化的にも優れた観光資源を強みとした国内外のインセンティブ旅行や企業ミーティングの受入や、プレ・ポストコンベンションのメニューも多数提供可能で、周辺離島を含めた周遊プログラムのポテンシャルが高いエリアとなっています。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模 ^(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	企業ミーティング	◎	○	—	—
I	グローバル企業のインセンティブ旅行	○	◎	△	—
C	国際学術会議、政府系国際会議	◎	◎	—	—
E	展示会、県民向けイベント	◎	○	—	—
その他	- 万国津梁館、OIST、ホテルを併用したサテライト方式のMICE開催 - エリア内の自然環境や歴史・文化遺産を生かしたプレ・ポストコンベンションの推進 - 周辺離島との連携強化による周遊プログラムの充実				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。



② 中部エリア

中部エリアは、宜野湾市から読谷村に至る西海岸を中心に、リゾートホテルや飲食・ショッピング、コンベンション、マリーナ、レクリエーション等の施設が集積し、都市近郊型のビーチリゾートが形成された国際色豊かな観光・コンベンションエリアです。

主要MICE施設としては、沖縄コンベンションセンターや国立劇場おきなわが立地しており、小規模コンベンションから大規模イベントまで、様々なタイプの催事が開催可能です。また、ビーチリゾートエリアを中心にホテル施設が集積しているため、小～中規模の企業ミーティング及びインセンティブ旅行の受入も可能です。

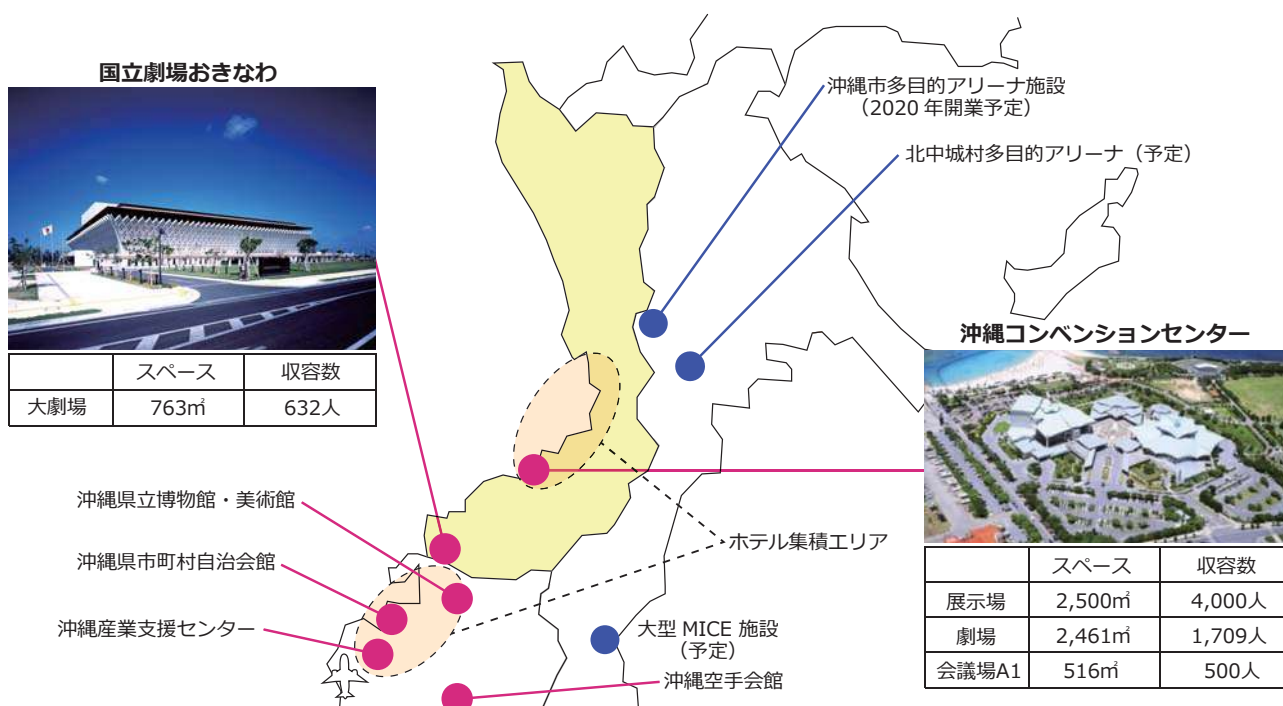
さらに、隣接する北部エリア、南部エリア、東海岸エリアにあるMICE施設とのサテライト方式により、中規模～大規模のイベント開催に適した地域です。

また、沖縄とアメリカの町並みが融合した異国情緒あふれる町並みの美浜アメリカンビレッジ（北谷町）や、琉球王朝の歴史や伝統文化を体験できるユニークベニュー（読谷村）も集積しており、プレ・ポストコンベンションや体験プログラムも楽しめるエリアです。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	大手企業ミーティング、経済団体の年次総会	○	◎	○	—
I	国内企業のインセンティブ旅行	○	◎	○	—
C	学術系会議、協会系会議	○	◎	◎	△
E	展示会・商談会、県民向けイベント	○	◎	◎	△
その他	・沖縄コンベンションセンター、ホテルを併用したサテライト方式のMICE開催 ・観光施設の集積を生かしたプレ・ポストコンベンションやチームビルディングの推進				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。





③ 南部エリア

南部エリアは、糸満市から那覇市まで市街地が連なり、沖縄の玄関口である那覇空港及び那覇港があるほか、国際通りなど中心市街地を中心に、高度な都市機能が集積する沖縄県内外の交流拠点となっています。

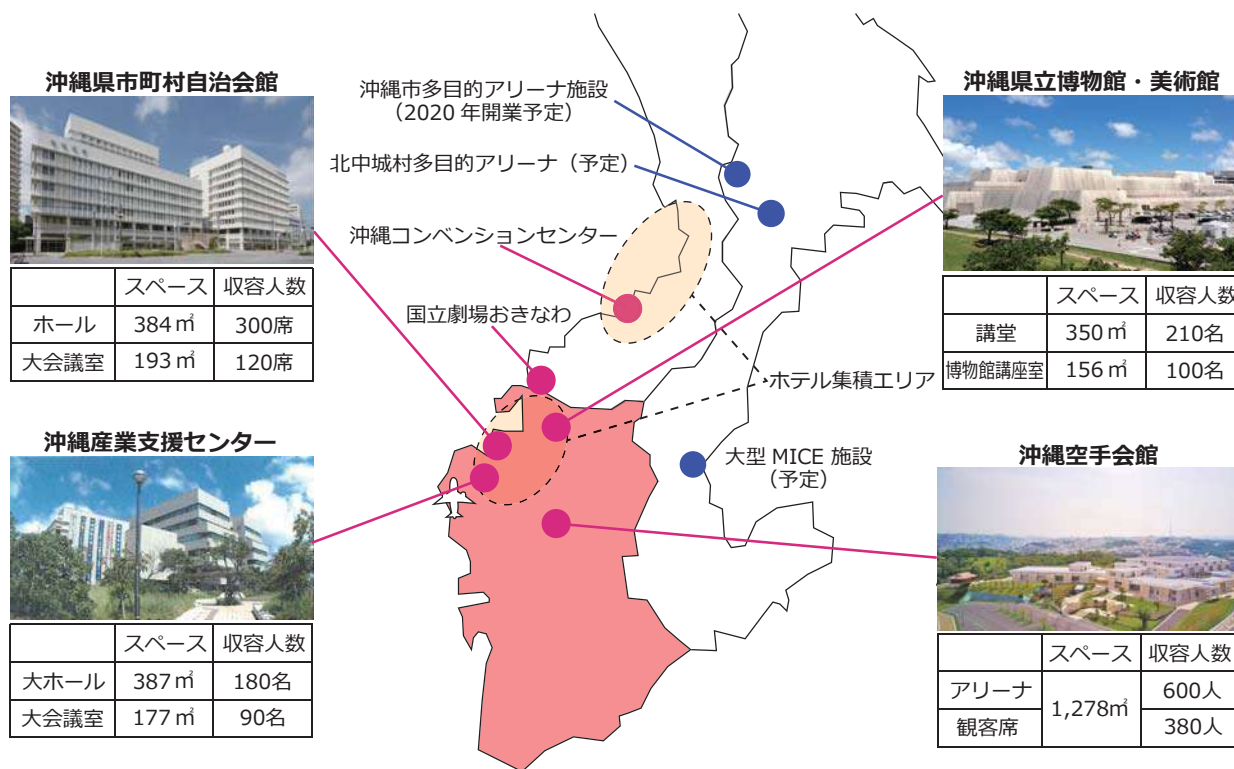
特に、ビジネスの中心地である那覇市には、多くの企業及び都市型ホテルが立地し、沖縄県市町村自治会館や沖縄産業支援センターなど企業系会議が開催可能なMICE施設も集積しているため、小～中規模の企業ミーティングやインセンティブ旅行の受入に適しています。

また、首里城、県立博物館・美術館、沖縄空手会館、平和記念公園等の沖縄の歴史・文化を伝える公共施設はユニークベニューとしての利活用が期待できるほか、国立公園に指定された慶良間諸島ではタイピング、ホエールウォッチング等も盛んで、歴史や自然及び文化を生かした様々な体験・滞在型観光のコンテンツをMICE参加者向けにアレンジすることでより付加価値の高いプレ・ポストコンベンションの推進が期待できます。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	企業向けセミナー、海外企業等のミーティング	◎	○	—	—
I	大手企業、外資系企業のインセンティブ旅行	◎	◎	○	—
C	経済団体等の各種会合、学協会主催セミナー	◎	○	—	—
E	企業商談会、マッチングイベント、県民向けイベント	◎	○	○	—
その他	・企業集積を生かした産業施設の受入 ・文化的公共施設のユニークベニューとしての活用促進 ・周辺離島との連携強化によるプレ・ポストコンベンションの推進				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。



④ 東海岸エリア

東海岸エリアは、人口規模で県内第二の沖縄市、第三のうるま市があり、都市機能が集積しているほか、中城湾港マリンタウン地区において大型MICE施設の建設が予定されており、周辺エリアも含めた地元自治体のまちづくりの取り組みにより、今後、ホテルや商業施設の集積や交通網の整備が進み、MICE受入に必要な都市機能や受入体制の充実が期待されます。

また、沖縄市や北中城村でも新たなアリーナ施設の建設が計画されていることから、他のエリアでは受入が困難な大規模催事（展示会・商談会、コンサート、スポーツイベント等）を中心としたMICEエリアとして発展していくことが予想されます。

さらに、世界遺産の中城城跡（中城村）、勝連城跡（うるま市）やガンガラーの谷（南城市）などのユニークベニューがあり、こうした施設を活用したプレ・ポストコンベンションの開催や、中部エリア、南部エリアとの結節点として新たな周遊ルートを創出することにより、参加者の満足度が高いコンテンツが提供可能なエリアとしての展開も期待されます。

（◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能）

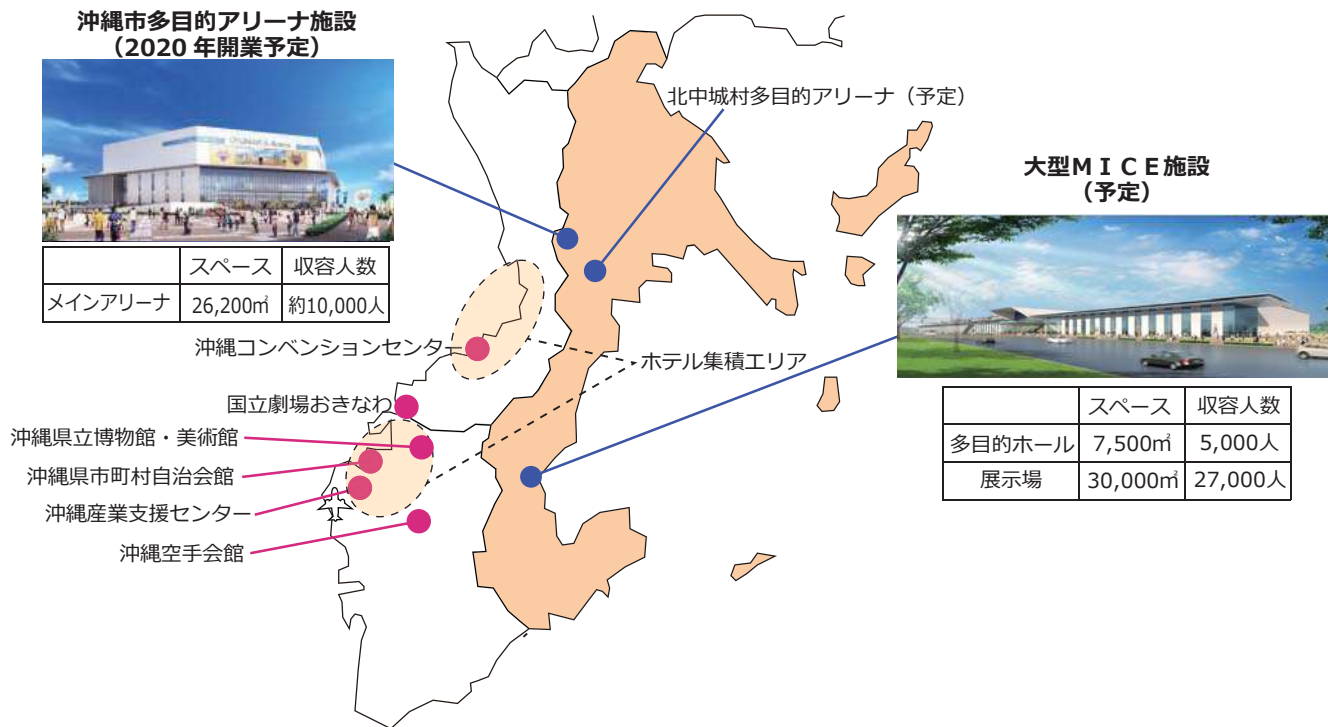
区分	想定ターゲット	受入規模 ^(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	県外・海外企業の年次総会	—	○	◎	◎
I	グローバル企業や大型のインセンティブ旅行	—	○	◎	◎
C	展示会併設型の学術系会議	—	○	◎	◎
E	展示会・商談会、コンサート スポーツイベント、県民向けイベント	○	○	◎	◎
その他	・東海岸の歴史・文化的な独自性を生かしたプレ・ポストコンベンションの充実 ・文化的公共施設等のユニークベニューの活用促進 ・周辺離島との連携強化による周遊プログラムの推進				

（注）受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。

沖縄市多目的アリーナ施設
(2020年開業予定)



	スペース	収容人数
メインアリーナ	26,200㎡	約10,000人



大型MICE施設
(予定)



	スペース	収容人数
多目的ホール	7,500㎡	5,000人
展示場	30,000㎡	27,000人



⑤ 宮古・八重山エリア

宮古・八重山エリアは、農地に囲まれた田園風景や、美しいサンゴ礁が広がる海などの恵まれた自然環境に加え、島々で異なる独特の伝統芸能が育まれており、魅力的な景観資源や文化資源を有する本県の代表的な観光リゾート地域の一つです。

とりわけ、宮古島市は県内唯一の環境モデル都市に選定されており、太陽光発電や風力発電など再生可能エネルギーを先駆的に導入しています。また、八重山地域は西表石垣国立公園に指定されているほか、西表島は世界自然遺産推薦地となっています。

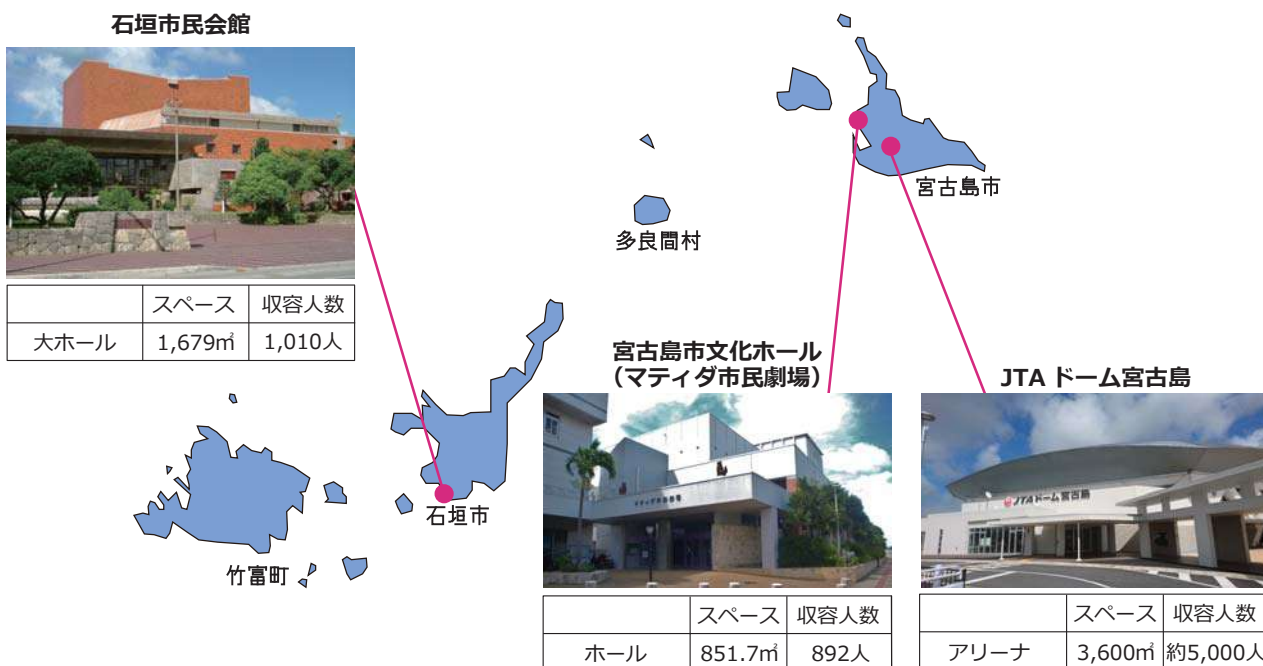
主なMICE施設としては、2017年にオープンしたJTA宮古島ドームや石垣市民会館のほか、多くのリゾートホテルも立地しており、インセンティブ旅行やスポーツイベントの開催地としての人気のエリアです。また、学術研究分野ではサンゴ礁をはじめとする生物多様性や再生可能エネルギー開発のフィールドとして選ばれていることから、島嶼エリアならではの特徴を生かした学術会議の誘致・開催も期待できます。

さらに、沖縄本島で開催されたMICEのプレ・ポストコンベンションとして、離島の美しい観光資源を生かしたチームビルディングや体験プログラム、離島周遊プログラムの推進など、ポテンシャルが高いエリアです。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模 ^(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	国内大手、外資系企業の研修・ミーティング	◎	○	—	—
I	国内企業のインセンティブ旅行	◎	○	—	—
C	亜熱帯・島嶼地域をフィールドとした学術セミナー	◎	○	—	—
E	スポーツコンベンション、県民向けイベント	○	◎	○	—
その他	・歴史・文化・自然等の独自性を生かしたプレ・ポストコンベンションの充実 ・周辺離島との連携強化による周遊プログラムの推進				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。



參考資料



(1) 沖縄MICE振興戦略策定の経緯

- ・本戦略を策定するにあたっては、MICEに関して専門的知見を有する学識経験者、専門家等で構成する「沖縄MICE振興戦略検討委員会」を設置し、専門的な立場から意見聴取を行うとともに、県民意見を戦略に反映させるため、パブリックコメントを実施した。

実施内容	詳細
沖縄MICE振興戦略検討委員会の開催	第1回（2016年 9月 9日） 第2回（2016年11月28日） 第3回（2016年 2月 3日） 第4回（2016年 3月15日） 第5回（2017年 6月20日）
パブリックコメントの実施	2017年 5月2日 ～ 6月1日 「沖縄MICE振興戦略(案)」に対する意見募集 県民意見：18件

(2) 沖縄MICE振興戦略検討委員会委員

(50音順・敬称略：役職等は、委員在職時のもの)

氏名	役職等	備考
石丸 修平	福岡地域戦略推進協議会 事務局長	
伊藤 成明	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル 執行役員MICE事業部長	～H29年5月
嘉手苺 孝夫	沖縄県文化観光スポーツ部 部長	H29年4月～
下地 芳郎	琉球大学観光産業科学部 観光科学科 教授	委員長
平良 朝敬	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 会長	
近浪 弘武	一般社団法人日本コンベンション協会 代表理事 (日本コンベンションサービス株式会社 代表取締役社長)	
徳田 博之	株式会社DMC沖縄 代表取締役社長	
前田 光幸	沖縄県文化観光スポーツ部 部長	～H29年3月
村上 淳一	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル 営業企画部 MICE市場戦略部長	H29年6月～
森口 巳都留	株式会社MICEジャパン 代表取締役社長	
山本 牧子	MPI Japan Chapter 会長	



(3) コンベンションの定義・分類等

① コンベンション（国際会議）の定義

- ・コンベンション（国際会議）で用いられる主な統計として、日本政府観光局（JNTO）の「JNTOコンベンション統計」、国際会議協会（ICCA）の「ICCA統計」、国際団体連合（UIA）の「UIA統計」が一般的に用いられている。

区分	JNTO コンベンション統計	ICCA 統計	UIA 統計	
条件	下記の条件をすべて満たすもの	同 左	主催者・後援者によって基準が異なる	
主催者	国際機関・国際団体（各国支部を含む）または、国家機関・国内団体（民間企業以外）	3カ国以上をローテーションする国際機関	国際機関・国際団体の本部が主催または後援した会議	UIAにより主催者が「国際機関・国際団体ではない」と判断した会議
総参加者数	50人以上	50人以上	50人以上	300人以上かつ主催国以外の参加者が全参加者の40%以上
参加国	日本を含む3カ国以上	—	3カ国以上	5カ国以上
開催期間	1日以上	定期的に開催	1日以上	3日以上

出所）観光庁（2014）『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』より

② コンベンション（C）の主催者分類

- ・コンベンションの主催者は、主に次のような分類となっており、コンベンションの誘致活動は、各会議の主催者に対して行われるのが一般的である。

主催者の区分		例	ポイント
公的機関	官公庁	政府間協議（主要国首脳会議（G8サミット）、APEC首脳会議）	・政治・経済等、政府間の調整を行うもの ・政府が取り組む重要事項についての協議等
	国際機関	加盟国・団体の協議、調整会議（国連防災、COP3、ITU全権委員会会議）	・加盟国・団体が、各テーマについて協議し、取り組みを決定する。 ・年次総会として、開催されることも多い。
学協会	学会	学術集会、研究発表会	・年次総会等、定期的に開催 ・テーマごとに必要に応じて開催 ・アカデミックもしくはテクニカルな内容が多い。
	業界団体	業界団体の年次総会、テーマごとの発表会	

出所）観光庁（2014）『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』を基に作成

③ コンベンション（Ｃ）の開催地決定のパターン

- ・コンベンションの開催地は主に以下のようなパターンで決定されており、コンベンションの誘致は、これまでの開催都市の傾向や、テーマ、プログラムといった会議の特徴等を踏まえて行われている。

開催地決定のパターン	特徴
世界持ち回り	・機関、団体の加盟国の都市のいずれかで開催 ・アメリカ（北米、南米）、ヨーロッパ、アジア・オセアニア等の地域ごとに開催周期が決められている。地域ごとの開催周期が時に無い場合でも、同地域が連続しないよう配慮されることが多い。
参加国持ち回り	・G8サミットなど参加国の輪番制による開催
地域内持ち回り	・アジア太平洋、アジア・オセアニア、東アジア、ASEAN等、それぞれの主要参加国間内で持ち回りとなるような国際会議 ・北海道地方、東北地方、関東地方、中部地方、近畿地方、中国・四国地方、九州・沖縄地方の地域ブロック間内での持ち回りとなる国内会議
開催都市を固定	・ダボス会議（スイス）や国連総会（ニューヨーク）など特定の都市で開催
関連会合と同地域で開催	・参加者の利便性等により、例外的に会議の開催地もしくはその周辺地域で開催（例：第8回国際エネルギーフォーラム（大阪）開催に合わせて、第121回OPEC総会を大阪の他施設で開催）
サテライト会議	・関連テーマの分科会として、会議の開催地とは別に、同一の都市圏内、国内もしくは近隣諸国で開催

出所）観光庁（2014）『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』を基に作成



④ コンベンション開催のプロセス

- ・コンベンションの開催のプロセスは、主に「誘致段階」と「開催決定後」に大別される。
- ・誘致段階では、学協会や産業団体等が誘致計画案を作成し、団体本部や理事会などのコンベンション開催地を決定する関係者に立候補の意思を伝え、誘致を働きかけていくプロセスを踏んでいる。なお、コンベンションビューローでは、学会や産業団体等と連携し、誘致が実現するよう、公的な立場で活動を展開している。
- ・開催決定後は、誘致したコンベンションを運営するための委員会（運営委員会）を組織し、主催する学協会や産業団体内に事務局を設置することが多いが、ローカルホストのいる大学に事務局を設置し、実質的な運営を行うケースもある。

(3年程度の準備期間を置く場合)



(4) 展示会の定義・分類等

① 日本における展示会の定義及び分類

- ・国際標準化機構（ISO）では展示会について「商品・サービス・情報などを展示、宣伝するためのイベント（ただし、フリーマーケットや路上販売は含まない。）」と定義している。
- ・日本では、来場者の集計方法や海外来場者の割合などの要素を踏まえつつ、ISOによる定義に準拠する形で次のように展示会进行分类している。

分類		認定基準	
		来場者の集計方法※	来場者、出展者
展示会	①国際展示会 (ISO基準及び国際展示会としての一定の基準を満たすもの)	会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計、その他ISO基準に準拠 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可)	海外来場者数5%以上、 または海外出展者数10%以上
	②一般展示会 (ISO基準を満たすが、国際展示会以外のもの)	会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計、その他ISO基準に準拠 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可)	(規定なし)
	③展示会	基準は定めないが、上記同様の集計を推奨する ※ただし、集計方法は数値とともにそれぞれ明記すること	(規定なし)
展示会に含まないもの (展示会に類する"イベント")		フリーマーケット、路上販売	

※来場者などの統計については、集計方法を明記の上、日本展示会協会等において集計

※展示会の統計（件数、来場者数、出展者数等の統計）については、集計方法が国際基準に準拠している展示会のみ対象
出所）経済産業省（2014）『展示会産業概論 ～はじめて展示会に関わる人のための入門書～』より抜粋

② 展示会の開催形態

- ・展示会の開催形態は、その目的方法などに応じて様々なタイプに分かれる。具体的には、特定の来場者（主にビジネス関係者）を対象とするもの、一般の来場者（消費者）を対象とするもの、その双方を対象とするものが目的となるものに区分される。

展示会の形態	具体例
特定の来場者（主にビジネス関係者）を対象	見本市・トレードショー、商談会 等
一般の来場者（消費者）を対象	一般消費者向け展示会（物産展、ゲームショー等）
特定の来場者と一般の来場者の双方を対象	業務用と家庭用の双方を扱うもの（電化製品、自動車など）

出所）経済産業省（2014）『展示会産業概論 ～はじめて展示会に関わる人のための入門書～』より作成



③ 展示会開催のプロセス

- ・展示会は、一般的に産業団体、新聞・雑誌社、展示会専門事業者（PEO）等が独立採算事業として、企画・運営を行っている。
- ・展示会主催者は、事前に事業収支計画、開催概要等を作成し、展示会が事業として成り立つかどうかの市場調査を行い、開催決定を判断している。特に、国際的な展示会は数年前から調査が進められ、実施までの準備期間も2～3年を要するのが一般的である。
- ・展示会の開催とテーマが決定した後、展示会の運営業務は、一貫した方針とスケジュールをもとに主催者の責任で実行される。



出所）株式会社ジェイティービー能力開発（2010）「イベント&コンベンション概論」の記載図を基に作成

(5) 沖縄県のMICE経済波及効果

①MICE開催による経済効果（直接効果）

- ・ MICEの経済効果(直接効果)は、参加者の消費額や主催者・出展者の支出額で構成されている。
- ・ 沖縄県では、県内で開催されたMICEの実態調査や主催者アンケート等により、1人当たりの参加者消費額（参加者原単位）、1人当たりの主催者支出額（主催者原単位）、一人当たりの出展者支出額（出展者原単位）を設定し、これに参加者人数を乗じることにより、2016年の経済効果（直接効果）を算出した。

[MICE開催による経済効果(直接効果)の算出式]

$$\begin{aligned} \text{MICEの直接的な経済効果} &= \underbrace{\left[\text{参加者原単位 (M/I/C/E)} \times \text{参加者人数 (M/I/C/E)} \right]}_{\text{参加者消費額}} + \underbrace{\left[\text{主催者原単位 (M/I/C/E)} \times \text{参加者人数 (M/I/C/E)} \right]}_{\text{主催者支出額}} + \underbrace{\left[\text{出展者原単位 (Exのみ)} \times \text{出展者数 (Exのみ)} \right]}_{\text{出展者支出額}} \end{aligned}$$

①「参加者原単位」

参加者原単位は、県内で開催されたMICEに参加した者が開催期間中に消費した額の総額(参加者消費額)※を参加者人数で除して求めた値。なお、原単位は参加者の属性に合わせ、県内・県外・海外の参加者属性に合わせた原単位を設定。

※ 参加者消費額は、宿泊費、県内交通費、土産・買物費、飲食費、娯楽・入場費、その他費用の総額。なお、沖縄県が集計する一般観光データと整合を図り、航空運賃は除く。

②「主催者原単位」

主催者原単位は、県内でMICEを主催した事業者が開催期間中に消費した額の総額(主催者消費額)を参加者人数で除して求めた値。

③「出展者原単位」

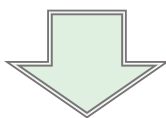
出展者原単位は、出展者が展示会の出展に消費した支出額総額から出展者数で除して求めた値。

④「参加者人数」

参加者人数は、沖縄県MICE開催実態調査に基づくMICEの参加者数であり、県内・県外・海外の属性別に集計した値。

⑤「出展者数」

出展者数は、沖縄県で開催された展示会の出展企業等の数を主催者発表に基づき集計した値。



区分	参加者消費額 (a)	主催者支出額 (b)	出展者支出額 (c)	直接効果 (d)=(a)+(b)+(c)
企業ミーティング(M)	6 億円	12 億円	—	18 億円
インセンティブ旅行(I)	18 億円	30 億円	—	48 億円
コンベンション(C)	36 億円	33 億円	—	69 億円
展示会(Ex)	9 億円	7 億円	1 億円	17 億円
イベント(Ev)	31 億円	26 億円	—	57 億円
合 計				209 億円



<参考> 経済効果(直接効果)に用いた各種数値

区分		参加者数 (人)			参加者原単位 (円)			主催者 原単位 (円)	一人当たりの 直接経済効果(円)		
		県内	県外	海外	県内	県外	海外		県内	県外	海外
								(a)			
企業ミーティング(M)		15,677	14,629	1,007	3,754	30,681	55,441	38,286	42,040	68,967	93,727
インセンティブ旅行(I)		584	43,185	7,773	3,754	27,258	78,178	58,895	62,649	86,153	137,073
コンベンション(C)		16,878	44,593	5,324	11,857	67,315	72,846	49,297	61,154	116,612	122,143
展示会・イベント(E)		198,379	75,014	14,269	4,614	34,561	38,292	11,470	16,084	46,030	49,762
(内 訳)	展示会(Ex)	21,258	9,996	613	7,700	71,354	98,646	20,708	28,408	92,062	119,354
	イベント(Ev)	177,121	65,018	13,656	4,244	28,904	35,583	10,319	14,563	39,223	45,902

②MICE開催による経済波及効果(間接効果)

経済波及効果(間接効果)は、「MICEの経済波及効果測定のための地域別簡易測定モデル」(以下、観光庁簡易測定モデル)を用いて算出した。

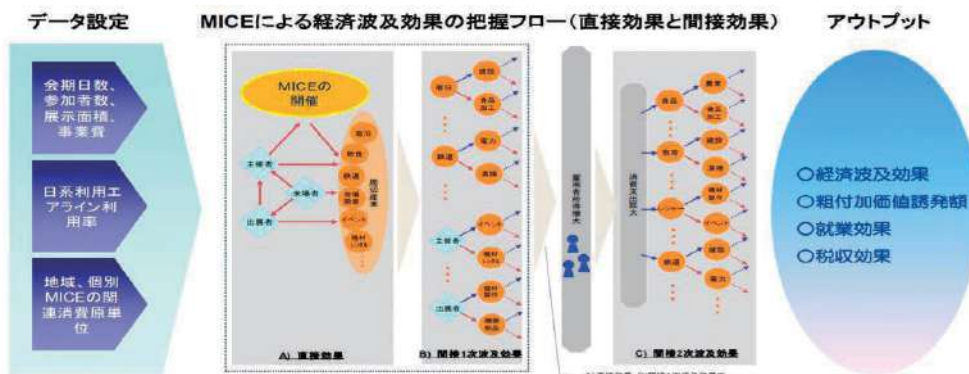
具体的には、2016年の開催実態調査から、1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等をM/I/C/E毎に算出し、観光庁簡易測定モデルを用いて、「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」をM/I/C/E毎に算出した。

算出した1催事当たりの経済波及効果(間接効果)と2016年のM/I/C/E毎の開催件数を掛け合わせることで、沖縄県全体のMICE経済波及効果(間接効果)を算出した。

[MICE開催による経済波及効果(間接効果)の算出フロー]

1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等の算出(2016年の実績データ)

観光庁簡易測定モデルを用いたM/I/C/E毎の「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」の算出



出所) 観光庁(2014)「MICEの経済波及効果測定のための「地域別簡易測定モデル」のご紹介」より一部抜粋 (<http://www.mlit.go.jp/common/001047383.pdf>)

MICE経済波及効果(間接効果) = 1催事あたりの経済波及効果 × 2016年のMICE開催件数

[MICE開催による経済波及効果(間接効果)の結果(2016年)]

① 1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等の算出(2016年の実績データ)

区分	会期日数	平均参加者数			主催者事業費	展示面積
		県内	県外	海外		
	①	②	③	④	⑤	⑥
企業ミーティング(M)	2日	65人	61人	4人	4,995千円	
インセンティブ旅行(I)	3日	1人	67人	12人	4,728千円	
コンベンション(C)	3日	95人	252人	30人	18,603千円	1,313m ²
展示会(Ex)	2日	2,123人	909人	56人	63,944千円	1,695m ²
イベント(Ev)	2日	1,636人	608人	128人	24,466千円	

※①～④は、「平成28年度 沖縄県MICE開催実態調査」の会期日数、参加者数の平均を求めた。

※⑤は、2016年の直接経済効果で算出した主催者原単位に、M/I/C/E毎の参加者数を乗じることにより算出した。

※⑥は、2016年に沖縄県で開催されたC及びExの各会場の面積から、C及びExに占める各会場の件数割合を考慮し、加重平均法を用いて算出した。

観光庁簡易測定モデルを用いた「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」の算出

② 1催事あたりの経済波及効果(間接効果)

指標	1催事あたりの経済波及効果(推計値)				
	M	I	C	Ex	Ev
経済波及効果(1+2+3)	9.3 百万円	8.6 百万円	38.0 百万円	188.0 百万円	82.3 百万円
直接効果(県内自給率考慮前)	7.6 百万円	7.0 百万円	29.9 百万円	157.8 百万円	70.7 百万円
1) 直接効果(県内自給率考慮後)	5.7 百万円	5.0 百万円	22.6 百万円	116.2 百万円	48.2 百万円
2) 間接1次波及効果	2.1 百万円	2.3 百万円	9.1 百万円	41.0 百万円	20.5 百万円
3) 間接2次波及効果	1.5 百万円	1.3 百万円	5.8 百万円	31.0 百万円	12.6 百万円

「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」×「2016年のM/I/C/E毎の開催件数」

③ 沖縄県全体の経済波及効果(間接効果)

指標	沖縄県全体の経済波及効果(推計値)					
	M	I	C	Ex	Ev	合計
経済波及効果(1+2+3)	23 億円	55 億円	66 億円	21 億円	87 億円	252 億円
直接効果(県内自給率考慮前)	18 億円	45 億円	53 億円	17 億円	76 億円	209 億円
1) 直接効果(県内自給率考慮後)	14 億円	32 億円	40 億円	13 億円	52 億円	151 億円
2) 間接1次波及効果	5 億円	15 億円	16 億円	5 億円	22 億円	63 億円
3) 間接2次波及効果	4 億円	8 億円	10 億円	3 億円	13 億円	38 億円



(6) MICE 事例調査

- ・ MICE振興戦略を策定するにあたり、国内外のコンベンションビューロー、PCO、旅行会社等に対して MICEの最新動向やMICE誘致に向けた各種取組等についてヒアリング調査を行った。

[ヒアリング先一覧]

調査対象		
海外	台湾	・Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) ・PCO2社
	香港	・Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC)
	シンガポール	・Singapore Association of Convention & Exhibition Organizers & Suppliers (SACEOS)
	マレーシア	・Malaysia Convention & Exhibition Bureau (MyCEB) ・PCO2社
	オーストラリア	・Canberra Convention Bureau (CCB) ・Melbourne Convention Bureau (MCB) ・Business Events Tasmania (BET) ・MICE専門のコンサルティング会社
	タイ	・Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
国内	インドネシア	・Ministry of Tourism, Republic of Indonesia
	札幌市	・札幌市経済観光局 ・(公財)札幌国際プラザ ・NPO法人コンベンション札幌ネットワーク
	東京都	・(一社)日本展示会協会 ・DMO六本木 ・民間PCO・PEO(3社)、旅行会社(2社)
	横浜市	・横浜市文化観光局及び経済局 ・(公財)横浜観光コンベンション・ビューロー ・(株)横浜国際平和会議場
	大阪市	・大阪市経済産業局 ・(公財)大阪観光局
	福岡市	・福岡市経済観光文化局 ・(一財)福岡コンベンションセンター ・福岡地域戦略推進協議会 (FDC)
国内	沖縄県	・(一財)沖縄観光コンベンションビューロー ・旅行会社(1社)、シンクタンク(3社)

1) MICE主催者の特性及び開催トレンド

区分	内容
企業ミーティング	● 会社として進出したいマーケットエリアを、ミーティングの場（開催地）として考える傾向がある。また、企業の協力会社・子会社が集積する地域で開催し、そこで彼らを招いて一緒に会議を行うこともある。その際に、例えば皆が楽しめるようなリゾート地で開催されるケースもある。 ● 開催企業側としては、コストを下げたいという希望があるため、旅行のハイシーズンである夏は避ける傾向にある。 ● 日本企業では、ミーティング及びインセンティブ旅行の区分の中では、「自動車関連」「金融業関連」「生命保険業関連」「製薬業関連」の業界が特にニーズがある。 ● 勢いのある業界、収益が向上している業界がミーティング及びインセンティブ旅行に予算を割けるため、その業界を狙っていくことが必要である。現在であれば、特に中国・台湾のIT業界には勢いがあり、参加者一人当たりの主催者単価も非常に高い。 ● 企業が開催地に対し重要視するポイントは、立地、交通、宿泊のキャパシティである。特に、出発地から直行便があるかどうかは重要である。 ● ホテルの収容力も重要である。例えば、参加者を2つのグループに分けると、ホテルのグレードの違いによりクレームになることがあるので、全員が同じホテルに泊まれることが望ましい。 ● 現在、沖縄へのミーティング・インセンティブ旅行は、主に金融・保険業、医療系の企業が来ているが、これらの業種は当初から「リゾート地」に開催地を絞っている傾向にある。
インセンティブ旅行	● インセンティブ旅行は、優秀なビジネスパーソンを奨励するのが目的であるため、その人達が本当に行きたいと思えるような場所が選ばれる。また、表彰の要素もあるため、決算後の5月及び11月前後に行われるケースが多い。 ● 大規模なインセンティブ旅行でない限り、その準備は短期間で行われる傾向にある。特に収益と連動して計画されることも多いため、早くて1年前、概ね半年～1年前からの企画が多い。 ● 近年では、インセンティブ旅行だけのプログラムではなく、会議や展示会も組み合わせたケースも見られる。 ● 全員を異なるランクのホテルに泊めると問題になるため、近い距離に同等レベルのホテルがある事が望まれる。 ● インセンティブ旅行は、比較的小集団で滞在日数が長い傾向があるので、“ユニークな空間”や“ローカル文化”を好む傾向がある。そのため、一般観光客が行くような場所ではない、特別な体験ができるプランは人気が高い。 ● 対象が時間や効率に重きを置くビジネス層であるため、出発地から直行便がある目的地の開催でなければ難しい。



区 分	内 容
コンベンション	● アジア太平洋地域での国際会議の開催数は増加傾向にある。特に、欧米での開催に飽きた団体が、アジア太平洋地域で開催するケース、またアジアで会員を増やしたい学協会等が開催する傾向にある。 ● 政府が開催する大型会議や学会では、地域産業と会議の目的が一致している場所が選ばれる傾向にある。 ● 参加者個人での手配となるため、移動の時間・コストに対してそれほど敏感ではない。 ● コンベンションの中で、小さな展示会を開催する等、複合的なMICEの実施が最近の傾向となっている。また、業種分野では、保険業界は潤っているため、コンベンションとインセンティブ旅行を組み合わせたツアー等がある。 ● (公財)福岡観光コンベンションビューローでは、MICEアンバサダー制度の導入を2016年度から行っている。 ● 会議誘致については、レガシー(開催後、開催地に何を残すか)が重視されつつある。例えば、マレーシアのサラワクで開催されたICCA(国際会議協会)の総会を誘致する際、「現在、マレーシア国内にコンベンションビューローは少ないが、ICCA会議を開催すればコンベンションビューローが設立され、ICCA会員になる可能性が高い。」といったレガシー効果をアピールしたことが評価されたケースもある。 ● コンベンションを開催する際、参加者は同じ場所に留まりたくないため、ユニークベニュー、アウトドアのイベント等、他のオプションを提示できるようにした方が望ましい。
展示会	● 展示会は一度開催されると、同都市(同施設)で継続的に開催されるものがほとんどであるため、一度開催すると継続的な開催が見込まれる。そのため、開催都市としてもメリットは大きい。他の地域で開催されている展示会を誘致するというのは非常に難しい。 ● 日本における展示会の4～5割が協会を含む業界団体が開催している。 ● 展示会開催に求められるものは、どれだけバイヤーを多く集められるかが重視されている。東京で展示会開催数が多いのは、バイヤーを多く集められるからである。しかし、地方開催でも、購買力のあるバイヤーが既に存在する場所で開催された展示会で成功しているケースもある。 ● 日本の場合、お披露目的な要素が強いが、本来、開催に際して主催者が求めるものは「商談のクロージング、商談成立」であり、展示会場で決定権を持つ人物が多言語(まずは英語)で対応できるかどうかは実は大きな要素である。 ● 近年では、インターネットでいろんな商品が購入できるが、宝石、化粧品、電化製品等、実際に手に取って購入したいと思う展示会が開催されやすい。医療・製薬の分野は、最新機器・新薬が毎年発売されるため、展示会が頻繁に開催されている。

2) MICE誘致に関する特徴的な取組

■【SAGEOS】(シンガポール)

- 自国の活動に留まらず、国際的にアジアの存在感を出すため、アジア・太平洋地域の国々(マレーシア、上海、韓国等)を招き、MICE人材の育成プログラムを実施している。
- MICE開催地としての知名度向上を目的として、MICEをテーマにした催事(MICEウィーク)を開催し、世界各国からMICEのバイヤー(PCO、旅行会社等)を招待している。

■【HKCEC】(香港)

- MICEの誘致促進のため、専門団体(IAPCO等)経由で世界各国のPCOを対象に、施設・周辺環境、エンターテイメント等、現地視察をしてもらうツアー(ファムトリップ)を実施している。
- 世界的に有名な団体・企業(UFI、IAPCO等)、MICEの業界専門誌(CEI)に情報発信を行い、世界中の主権者対し、コンタクトをとっている。
- 欧米で開催されている展示会のうち、まだアジア太平洋地域で開催されていないものにターゲットを絞って誘致している。

■【MyCEB】(マレーシア)

- 国際的な学協会に属する、医者、エンジニア、教育者、大学教官などを「大使」として任命し、彼らに会議を誘致してもらうプログラム(Kesatria 1 Malaysia Program)を実施している。
- 国内の学協会を活発にすることを目標の一つとし、国が推進している12の産業分野の学協会をターゲットに誘致を行っている。MICE開催による経済効果だけをみるのではなく、各産業のKPI(目標)を達成することや社会的に大きな影響を与えることができるイベントも積極的に誘致している。

■【MCB】(オーストラリア・メルボルン)

- 国際会議は、一度誘致すると、5～10年間は同じ場所で開催されない。そのため、世界の主要都市が情報交換のプラットフォームとして機能しているBest Cities Global Alliance に加盟し、世界の主要都市のコンベンションビューロー間で、誘致に関する情報交換を行っている。

■【札幌市】

- 国際会議案件は、市内に立地する大学教員が誘致するケースが多いため、市内大学の学問分野と相関性を意識した学会誘致を実施している。

■【DMO六本木】

- 周辺エリア全体でMICEを受け入れる体制づくり(エリアマネジメント)の取組も重要である。

■【横浜市】

- 横浜市内の大学教員向けの説明会を開催し、MICE開催の応援プランを紹介している。
- 誘致した国際会議の地元学生参加や、アウトリーチの取り組みによって、地元に対する教育面に与えるプラスの効果も意識している。



■【大阪市】

- 大阪市では、官民連携組織である大阪MICEビジネスアライアンスを立ち上げ、MICE関連企業が加盟し、そこで勉強会を実施している。
- 関西MICE3都市（京都、大阪、神戸）のビューロー会議を定例化し、情報交換を行っている。

■【福岡市】

- MICE誘致のキーパーソンを認定する、MICEアンバサダー制度を導入している。
- 各々の施設のキャパシティだけで考えず、エリア全体で受け入れる取組も重要。MICE参加者がエリアを周遊することで、商店街の魅力的な店舗が増えるなどの波及効果も得られる。

3) 沖縄県へのアドバイス等

- 沖縄県がMICE振興する上で、沖縄の成長産業をしっかりと把握した上で、MICEを推進していく必要があると思われる。
- 沖縄は、国内会議の開催地として魅力的と思われるが、国際会議の開催地としては、国際線の利便性向上（便数、直行便の有無等）が解決できないと、開催候補地に挙がらないこともありえる。
- MICEの中でも、まずはコンベンションを誘致し、開催地として良い評価を得ることが重要である。コンベンションで成功できれば、自ずと主催者側からアプローチが来るようになる。展示会を沖縄で開催するには、コンベンションに小規模の展示会を併設開催して実績を積み、それから大きな展示会を開催すると良いのではないかな。
- MICE分野は、「ビジネス向け」の属性が主たるターゲットとなるため、「レジャー向け」の一般観光とはマーケティング手法が異なる。そのため、一般観光とMICEの誘致手法は分けて考える必要があり、主催者等に対してビジネスの視点から沖縄開催の意義を発信することが重要である。
- 将来のMICE開催に結び付けるため、キーパーソンとなる世界各国のPCOを招待（ファムトリップ）する等、関係者に対するプロモーションを進めていくと良い。開催地としてどんなに適切な場所であっても、PCOが実際に行ったことがなければ、決定権者向けの企画提案書を作成することができない。
- 沖縄県はまだMICEの開催地としての知名度が低いいため、プロモーションが必要である。また、日本は滞在費が高いというイメージがあるため、もし東京よりもコストがかからないのであれば、その点をアピールした方が良い。
- その道の分野で世界的な有名人を、沖縄MICEを宣伝する大使として任命してはどうか。実際に、マレーシアはこの方法で、MICE開催地として知名度を上げた。
- 地域に存在する大学の専門分野に関する会議を、積極的に誘致するのはどうか。
- 近年の展示会トレンドとして、「ライフスタイル」の分野は重要な要素である。沖縄県は、「長寿の島」という特徴を生かし、健康食品系の展示会も開催可能性がある。

【A～Z】

DMC (Destination Management Company)

あらゆる種類の集会・会議開催に関わる業務、またこれに関連して派生する一切の行事に関わる業務を取り扱うための専門的能力を持った個人又は会社のこと。開催地に関する専門知識、情報、経営資源等を活用して、MICEに関わるプログラム、ツアー、輸送・運送計画等を企画・提案し、サービスを提供する。

ICCA (国際会議協会: International Congress and Convention Association)

国際会議の振興を目的にコンベンション関連機関や専門家が設立した国際機関。国際会議の情報収集、提供を行う。会議開催実績・予定を網羅したデータベースは、その利用価値において高く評価される。1964年設立。本部はアムステルダム。現在約60ヶ国、450団体の会員を擁する。

PCO (Professional Congress Organizer)

会議運営専門会社。あらゆる種類の集会、会議開催に関わる業務、またはこれに関連して派生する一切業務を取り扱うための専門的能力を持った企業または個人。

PEO (Professional Exhibition Organizer)

展示会運営専門会社。展示会にかかわるさまざまな業務や関連行事に関わる業務を取り扱う、専門的能力を持った企業または個人。

MICE アンバサダー

アンバサダーとは大使、使節のこと。観光庁では、国際会議をはじめMICEを日本に誘致・開催するため、日本の顔として海外へのPRや国内への普及活動を行う学術分野の著名な研究者等をMICEアンバサダーとして認定している。

MICE コンテンツ

MICE開催地としての魅力をプロモーションしていく際のセールス素材で、沖縄県では、ユニークベニュー、体験プログラム、エンターテインメントなどMICE主催者や参加者に提供できるMICE限定の商品・サービスを総称してMICEコンテンツと定義。

MICE 関連産業

MICE開催に付随するビジネスの総称。MICEは県外・海外から多くの参加者が来訪するため、宿泊、飲食、観光、交通といった観光リゾート産業が関連しているほか、会議施設、イベント企画・運営、広告・印刷、HP制作、記念グッズ販売、レンタル、司会、人材派遣、警備など様々な産業分野が関連する。

MOU (経済連携覚書: Memorandum of Understanding)

行政機関等の組織間の合意事項を記した文書であり、通常、法的拘束力を有さない。行政機関等の組織間の合意事項を記した文書を表す。了解覚書とも言う。

UFI (国際見本市連盟: Union des Foires Internationales)

世界85ヶ国の展示会主催者、展示会場、各国の展示会業界団体600社・団体で組織され、各国の主なショーオーガナイザーが加盟している最もグローバルな業界団体。UFIでは、来場者数、出展者数カウントの方法/国内、国際の分類を含むパーセンテージを明確に定義し、それが国際的に認められた唯一の基準となっており、同基準を満たす展示会を「UFI Approved Event」として認証している。

UIA (国際団体連合: Union of International Associations)

1907年にベルギー・ブリュッセルにおいて設立された非営利・非政府の団体。6万を超える組織団体等に関わる情報の調査・収集・分析を行っている。国際会議統計を例年6月に発行。

【あ行】

エクスカーションツアー

会議プログラムの一部として、会議参加者及びその同伴者のために計画されたリкреーションのための小旅行や遊覧のこと。(参考:「プレ・ポストコンベンション」)

沖縄県アジア経済戦略構想

2015年9月に沖縄県経済戦略構想策定委員会が策定。沖縄21世紀ビジョンの実現に向けた施策を補完強化し、アジア諸国の経済成長を取り込むために、沖縄21世紀ビジョン基本計画をベースに産業・経済の成長を加速化させる構想。これを受けて沖縄県は同構想の推進計画を2016年に策定。

沖縄 21 世紀ビジョン

2010年に沖縄県が策定。県民の参画と協働のもとに、将来(概ね2030年)のあるべき沖縄の姿を描き、その実現に向けた取り組みの方向性と、県民や行政の役割などを明らかにする基本構想。沖縄県として初めて策定した長期構想で、沖縄の将来像の実現を図る県民一体となった取り組みや、これからの県政運営の基本的な指針となるもの。2012年には同構想を推進する計画として同構想の基本計画及び実施計画を策定。

【か行】

グローバル MICE 都市

MICE誘致競争を牽引することのできる実力ある都市を育成することを目的としたMICE誘致向上のための施策により、観光庁により選定された都市。2017年4月現在、12都市が選定。

2013年6月選定(7都市)

東京、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市

2015年6月選定(5都市)

札幌市、仙台市、千葉市、広島市、北九州市



国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議

「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進について」(平成12年6月20日閣議了解)に基づき、国際会議等各種会議の沖縄開催を政府全体として推進するため、国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議。

コンベンションビューロー

都市や地域等に所属する非営利組織。観光部門を持つ組織もある。商用、レジャーその他目的を問わず、その都市あるいは地域を訪れる種類の来訪者に対して勧誘、便宜を与える機関。沖縄県では、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローがその機能を担っている。

【さ行】

サテライト方式(サテライト会議)

関連テーマの分科会として、本体会議とは別に、異なる施設で同時開催する会議方式のこと。サテライト会議の日程は、本会議と同日だけでなくその前後で開催されることもあり、開催地も本会議と同じ場合と別の都市の場合がある。

産業視察(テクニカルツアー)

MICE参加者にとって関心のある企業、工場等の現場を視察するツアー。MICE開催にあわせて沖縄県内の企業等の技術力やユニークな取組をMICE参加者にアピールすることで新たなビジネスチャンスにつながるメリットが期待される。

主要国首脳会合(G8サミット)

日、米、英、仏、独、伊、加、露8か国の首脳並びに欧州理事会議長及び欧州委員会委員長が参加して開催される首脳会議。ウクライナ情勢を受けたロシアのG8への参加停止により、2014年以降はG7サミットとなっている。

【た行】

太平洋・島サミット(Pacific Islands Leaders Meeting)

ミクロネシア、メラネシア、ポリネシアの国々からなる太平洋島嶼国との関係を強化する目的で、1997年の初開催から3年毎に日本で開催されている会議。太平洋島嶼国が抱える様々な課題について共に解決策を探り、太平洋島嶼地域の安定と繁栄を目指して首脳レベルで議論を行っている。

チームビルディング

仲間が思いを一つにして、一つのゴールに向かって進んでゆくことを目的とした組織づくりのこと。また、そのために開発された手法やプログラム、研修そのものをチームビルディングと呼ぶこともある。沖縄県内では、泡盛蔵見学や空手体験、カヌー体験などがMICE参加者のチームビルディングとして行われている。

地球温暖化防止とサンゴ礁保全に関する国際会議

2013年6月に沖縄科学技術大学院大学で開催された国際会議。島嶼生態系を有する地域として、沖縄県や島しょ国内の先進的事例を紹介しながら、温暖化防止やサンゴ礁保全への対応についての国際的な動向を踏まえつつ、環境と共生した持続可能なシマの社会のあるべき姿を検討し世界に発信していくことを目的に開催。

【な行】

日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(Japan Congress Convention Bureau; JCCB)

1995年に、運輸省(現国土交通省)、日本政府観光局(JNTO)、全国の都市、コンベンション・ビューローなど約200団体が官民一体で設立した任意団体。我が国のコンベンション産業の発展を目指し、国際ミーティング・エキスポの開催などの事業を行っている。

【は行】

プラットフォーム

本来、「壇上」、「高台」、「高い足場」の意味で、駅など人が多く行き交う場所もプラットフォームと呼ばれる。沖縄県では、MICEを開催することで国内外から多くの人、モノ、情報が集まり、交流を通じて新たなイノベーションの機会を呼び込む効果が期待されるため、MICEを沖縄経済成長のプラットフォームとして位置付けている。

プレ・ポストコンベンション/プレ・ポストツアー

会議開催前(プレ)あるいは会議終了後(ポスト)に計画された、会議出席者及び同伴者のための旅行プログラム。アフターMICEとも言われる。(参考:「エクスカーションツアー」)

保税エリア

一時的に関税の徴収を留保することが認められた場所のこと。特定の国際展示会・見本市など、外国貨物を展示する会場において税関長に保税が許可されると、出展者等の免税手続き等の負担が軽減されるといったメリットがある。

【ま行】

ミーティングプランナー

企業や組織の課題解決や目標実現のためにどのような会議・イベントがふさわしいかという視点からMICEを企画・設計し、準備、実施、運営等の手配業務等を総合的にコーディネートする人材のこと。

【や行】

ユニークベニユー

ユニークベニユーとは、歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、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特別な施設のこと。MICE誘致に大きな効果を発揮する各都市のユニークベニユーは日本においても積極展開が求められている。沖縄県内では、美ら海水族館やガンガラーの谷(鍾乳洞)などがユニークベニユーとして利用されている。



沖縄県

沖縄県文化観光スポーツ部観光整備課

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2

TEL:098-866-2077 FAX:098-866-2765

E-mail : aa081302@pref.okinawa.lg.jp

Okinawa Prefectural Government Tourism Development Division

1-2-2 Izumizaki, Naha, Okinawa, 900-8570

TEL:+81-98-866-2077 FAX:+81-98-866-2264



沖縄県

