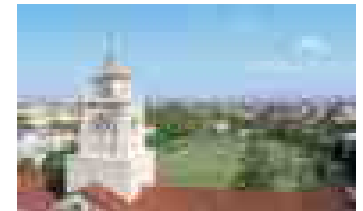


インバウンド需要を高めるためのMICEの役割

関西学院大学 経営戦略研究科
山本昭二
2017/12/3
東京オトナ大学

自己紹介

- 関西学院大学 専門職大学 経営戦略研究科 教授
- 専門: マーケティング、サービス・マーケティング、消費者行動
- サービス学会会長
- 日本学術会議 連携会員
- 経済産業省 産業構造審議会委員



本日のお話し

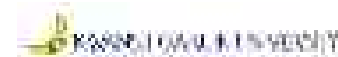
- サービス研究の進展とその周辺
- 基幹産業としての観光業
- インバウンド需要とMICEが持つ意味
- 神戸ポートピアホテルの挑戦
- 人材養成と地方における可能性

文部科学省高度専門職業人養成機能強化促進委託事業の成果を利用



サービス研究の進展とその周辺

- サービスマーケティング研究
 - サービスを含む様々な提供物のマーケティング
 - 伝統的なマーケティング理論の拡張
 - 多くのサービス企業で実践
- 従業員と顧客の新しい関係
 - 協力してサービスを生産する関係の調整
 - 従業員と顧客の訓練の重要性
- 基幹産業としてのサービス企業
 - サービスを提供する人間の問題
 - ICTの利用やAIの導入による段階的な効率化



サービス経済化の進展

- サービス経済化におけるサービスの役割
 - 経済における重要性の高まり
 - GDPの80%近くを担う
- サービスの定義の広がり
 - サービスの品質を高めるための要素
 - 従業員の力量を高め、顧客との共創性を管理
- 形の無い財から顧客に提供される「働きかけ」を指すようになってきている



基幹産業としての観光

- 全国の「観光地域」における観光関連の事業所(観光産業事業所)の概況
 - 事業所数 104.3万事業所、従業者数 845万5千人、売上高 90.6兆円
 - 観光客に対する売上割合: 17.5%
 - 観光地域経済調査 2012
- 雇用の吸収力→良い水準の高い給与
- 技術革新の利用→ICTやAIを含めた効率化の利用
- グローバル化への対応→海外からの誘客力



我が国の観光の現状



観光は稼げる産業になり得る

2016 通商白書



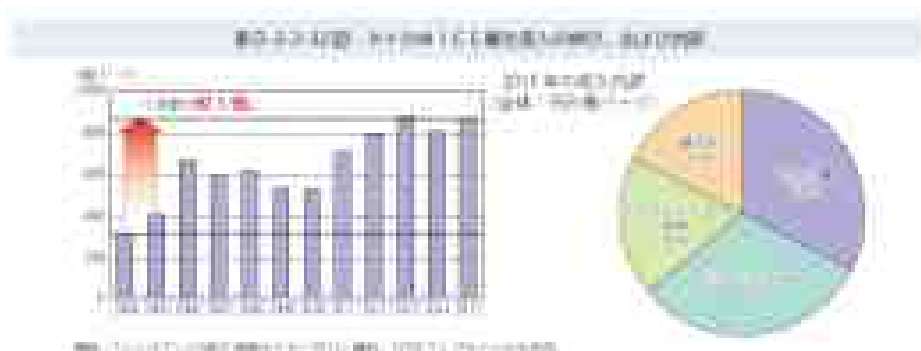
地方での訪問回数の改善が鍵



2016 通商白書



タイの国を挙げての誘致活動



2016 通商白書

政府専門会社 TCEBを中心に誘致活動



日本の国際会議誘致政策

グローバルMICE戦略都市

<都市名>

- 東京都
- 横浜市
- 京都市
- 神戸市
- 福岡市

<コンベンションビューロー>

- 東京観光財団 (TCVB)
- 横浜観光コンベンション・ビューロー(YCVB)
- 京都文化交流コンベンションビューロー(KCB)
- 神戸国際観光コンベンション協会
- 福岡観光コンベンションビューロー

グローバルMICE強化都市

名古屋市、大阪市、札幌市、仙台市、千葉市、広島市、北九州市



国際会議協会



インバウンド需要とMICE

- MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)
 - 各種の会合や催し物、研修等を指す
 - 継続的で計画的な収入が見込める
 - MICEでの来訪客は一般に観光客よりも多くの支出
 - 開催候補地間での誘致競争
 - 国際競争になるので日本の魅力が必要
 - 街の能力が誘致には欠かせない
 - ナイトライフを含めた来訪の楽しみ



神戸の認知度と再訪意図

- 神戸は認知度は高いが(50%)再訪意図が小さい(18%)
 - 認知度も低下気味でインバウンド顧客が取れてない。
- 神戸はゴールデンルートからも外れているし、姫路城や宮島といった観光資源が乏しい
- 多くのインバウンド顧客が大阪に宿泊するので神戸への恩恵が少ない。特にショッピングの魅力に欠ける



宿泊施設

- 5つの大型ホテルを除くと大規模な宿泊施設が限られている。
 - 神戸ポートピアホテル 744室
 - ホテルオークラ神戸 475室
 - 神戸メリケンパークオリエンタル 319室
 - ANAクラウンプラザホテル神戸 592室
 - オリエンタルホテル 116室
- ポートピアホテルはカンファレンスに特化した運営を行っているホテル



神戸コンベンションセンター



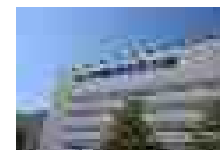
神戸ポートピアホテル

- 1981年に設立
- ポートピア博覧会と関連して開業
 - 中内力が創業(中内功の弟)
- 1988年に南館を設置
- 神戸コンベンションコンプレックスの中核施設



神戸コンベンションコンプレックス

- 神戸国際展示場
 - 1981年に開場
 - 1号館: 1F・2Fに展示室あり。面積は各3000m²
 - 2号館: コンベンションホール、会議室
 - 3号館: 同展示場最大の展示室。面積3800m²
- 展示会に利用→国際的な展示会にも利用

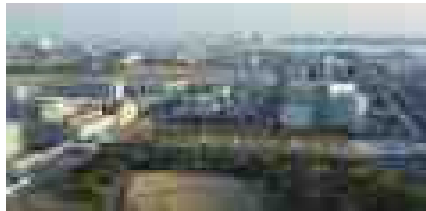


- ワールド記念ホール



神戸医療産業都市

- 先端医療産業特区(構造改革特別地域)
- **KBIC** : KOBE Biomedical Innovation Cluster
 - 2003年に指定され300社あまりの企業がこの地区に進出



神戸市立医療センター中央市民病院
兵庫県立こども病院
神戸大学医学部附属国際がん医療・研究センター
兵庫県立粒子線医療センター附属
神戸陽子線センター

理化学研究所



神戸ポートピアホテルの挑戦

- 1995年の震災が大きな転機
- 1997年にコンベンション部を設置

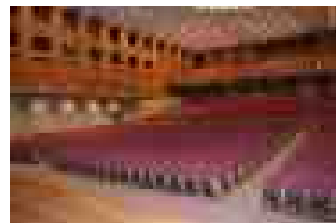
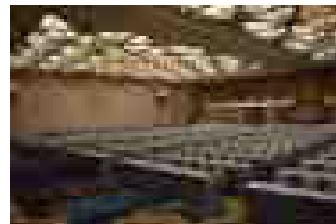
• ホテルのビジョン

私たちは、メディカルコンベンションで育むノウハウでお客様の笑顔と健康に貢献しアジアをリードする健やかカンパニーを目指します。



神戸ポートピアホテルの挑戦

- 大宴会場
 - 2000㎡、1200㎡
- ポートピアホール
 - 1997年に設置
 - 1702席 国内最大
- ホテルが保有することで対応が迅速にできる



神戸ポートピアホテルの挑戦

- 何故従来の仕組みではうまく行かないのか？
 - ホテル内での連携不足
 - 宿泊部門と宴会部門の連携ができない
 - 専門的な能力が不足する
- 時間の無い中で大きな案件に対応できるか
- 国際会議開催件数日本一(2012年~2016年)
- 2017年 RCEP(第17回東アジア地域包括的経済交渉会合)
 - 既に予約の入っていた企業・団体に他の施設に移って貰う



神戸ポートピアホテルの挑戦

- **メディカルコンベンションへのターゲティング**
 - メディカル分野は量的拡大が見込める
 - 大規模学会を対象にマーケティング
 - その際に必要なのは参加者満足だけではなく、主催者がどうすれば満足するのか？
 - 学会の収益に貢献する仕組みなどの開発
- **コンソーシアムの設立**
 - 官民の協力によってより多くのカンファレンスを誘致
 - 官は施設の運営者でもあるので、どうしても施設の運営効率を追求してしまい利益の高い会議を取り逃がしがち

神戸ポートピアホテルの挑戦

- **国際会議場・国際展示場**
 - 神戸コンベンションコンソーシアムが管理者
 - 日本コンベンションサービス
 - 神戸ポートピアホテル
 - 神戸国際観光コンベンション協会
 - 三位一体の取り組み
- 2015年 日本医学会総会
- 2018年 OCEANS'18
- 2019年 国際リハビリテーション医学会 7000人規模



人材養成と地方における可能性

- インバウンド需要は東京と大阪、京都に集中しており、それ以外の地域での可能性
- **施設管理の限界**
 - 展示場、会議場、ホテルの一体運営が不十分
- **人材の不足**
 - 官民一体の取り組みを実現できる人材育成
 - 実践的な教育プログラム
- **大型の国際会議の開催の経済効果**
 - MICEによる経済効果について理解不足
 - 政策立案上の問題点→インバウンド顧客を引きつけられる大学等への補助不足



都市の競争力

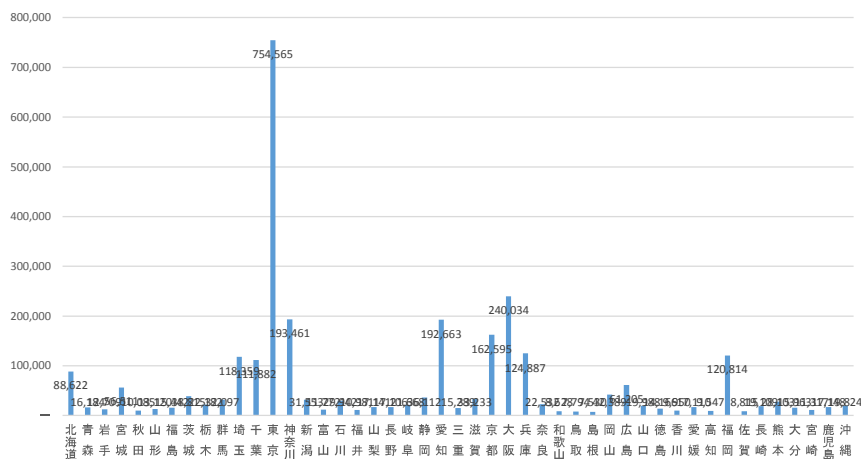
- サービス経済の進展による競争力の源泉
- **クリエイティブやクリエイティビティの集積**
 - 人々の集まる場所でMICEの可能性が高まる
 - 知的で社会を創造できる試み
- 自由で多様性のある都市の成立
- **中心になるのは大学やそれに付随する技術や才能**
 - 知的集積構造を都市内にネットワークとして創造



大学の地域的偏り 2017年

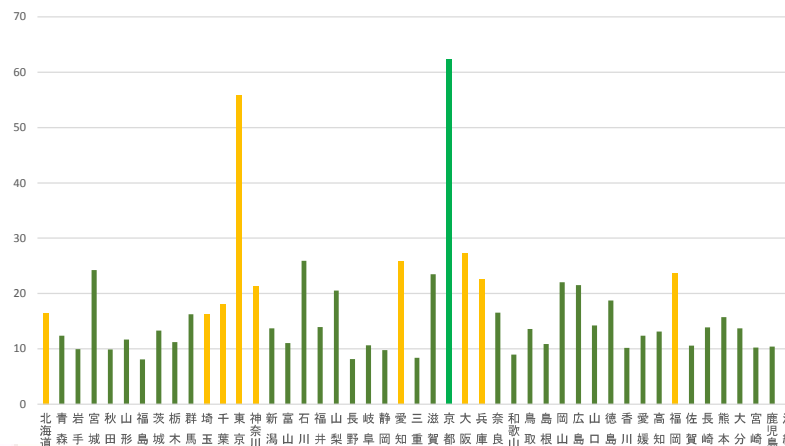
人口当たり都道府県別の学生数

都道府県別学生数



学校基本調査2017

都道府県人口千人当たり 学生数

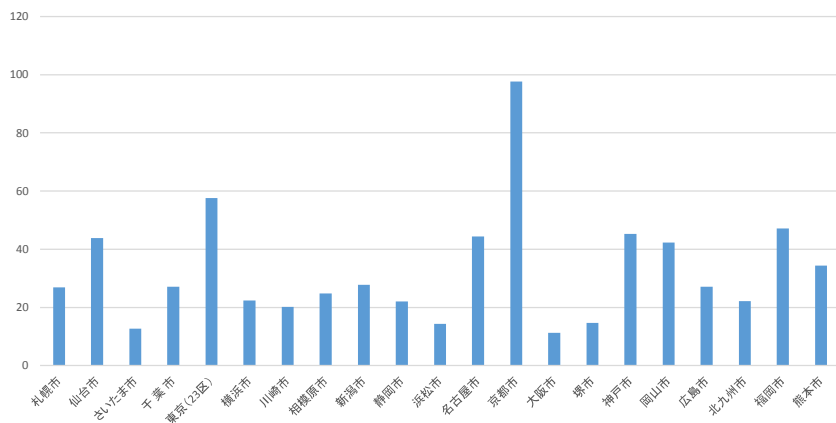


学校基本調査2017より作成

政令指定都市・23区

各都市の特性に合ったMICE戦略

政令指定都市・23区 人口千人当たり 学生数



学校基本調査2017より作成

・展示会

- ・大規模展示会は日本での集客が厳しくなっている
- ・メーカーが展示の主力を欧米や中国に移している
- ・東京: 規模の大きな施設があるが、定期的な企画に依存している→2020以降の明確な方向性
- ・横浜: みなとみらい地区の再開発の進展が無ければこれ以上の集客が難しい→施設とホテルの連携
- ・京都・大阪: 当面宿泊施設の限界を超えられない
- ・福岡: 施設が公共交通機関から離れている

人材育成の機会の確保

- MICEに関する経験を積む場所
 - 現在はOJTが中心なので、多様なMICEを経験する機会がほとんど無い
 - 各施設での定期的なインターンシップなどが必要であり、地方での人材不足を補う必要がある
 - 参加者満足と主催者満足、収益のバランスを追求する仕組みを理解する→体系的な教育や管理システムが必要
- 片手間でMICEをやろうとすると上記の条件が満たせない→無理に獲得しても低収益

