

2013.2.7

国際競争力向上・産業創出を担う「都心型MICE」

三菱地所 常務執行役員 合場直人



三菱地所株式会社

都市再生から「産業を創出する都市の形成」へ

都市再生により整備される
都市機能

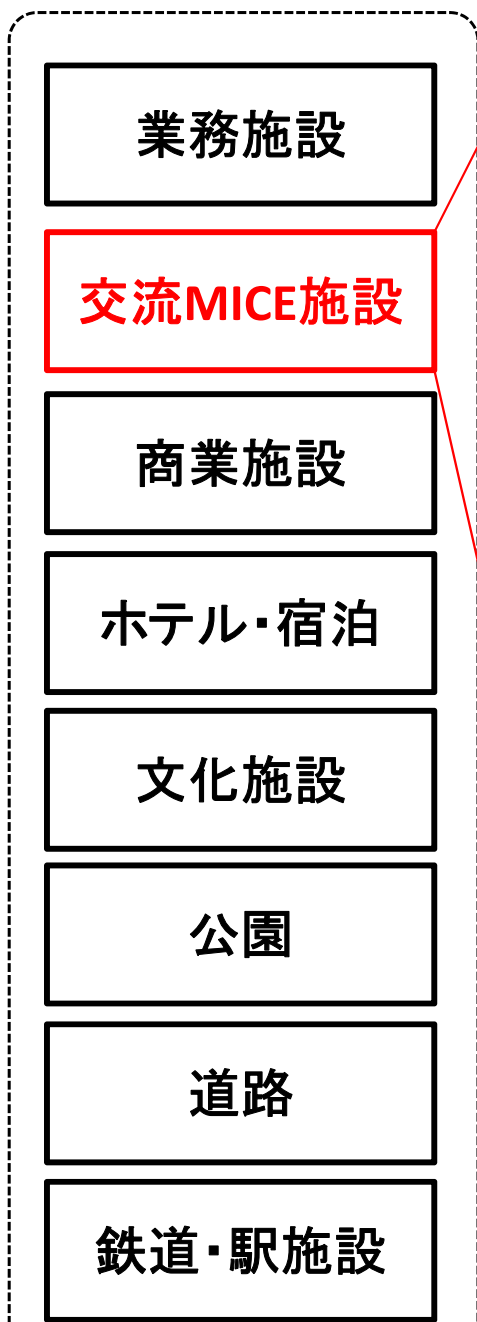
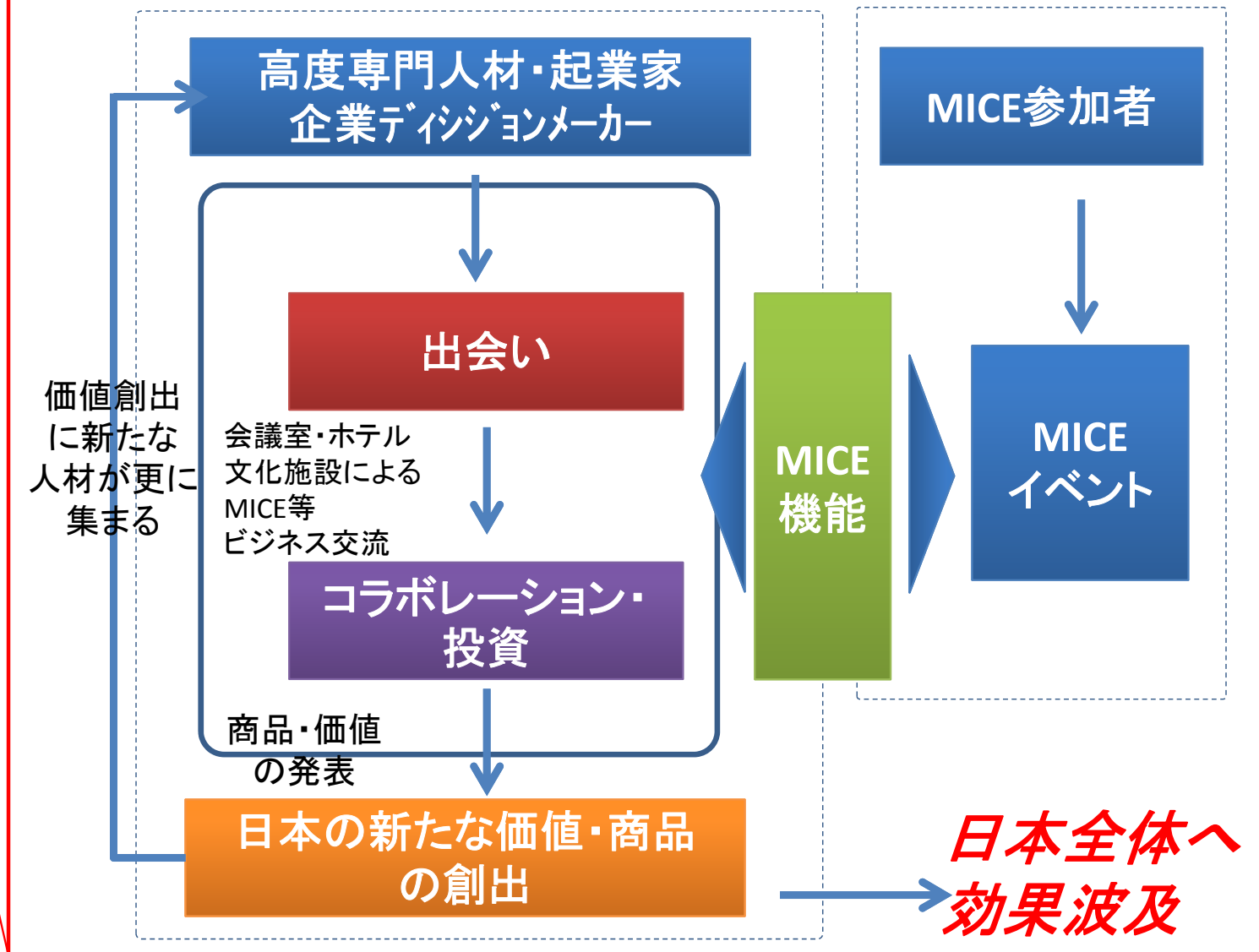


図: 都市の産業創出フロー



MICEは単なるイベント業ではない
グローバル都市に新たな産業と活力を生み出す不可欠な都市機能
国内に経済波及を拡げる「社会インフラ」



■概要

・IMF世界銀行総会

日 時: 2012年10月8日～14日

参加者: 1万人～2万人

会 場: 東京国際フォーラム、帝国ホテル

■地元地域としての取組み

- ・民間のインフォメーションを臨時設置
- ・丸の内仲通りを活用し、パレードやイベントを実施
- ・地元企業によるセミナー、シンポジウム、レセプション

■効果

- ・経済効果約100億円(新聞報道)
- ・国際的に国・地域の情報発信(メディア・参加者)
- ・開催期間中の様々なビジネスミーティング実施
- ・イベント・宿泊関連業の特需、帯同者の観光需要
- ・参加者の地方都市訪問

■評価

- ・都心の清潔さ、安全・安心、料理等が評価

■今後に向けた課題

- ・会議日程を把握した効果的なホスピタリティ、PR
- ・公的空間や文化施設等のイベント会場としての活用



■ MICE施設に関する世界的潮流

韓国(大規模展示場)



韓国ソウル KINTEX(108,761m²)

公設 第三セクター運営

シンガポール (大規模展示場)



シンガポール EXPO(100,000m²)

国設 民営

上海(大規模展示場)



上海 SNIEC(226,500m²)

公設 第三セクター運営

シンガポール



複合MICE施設(IR)

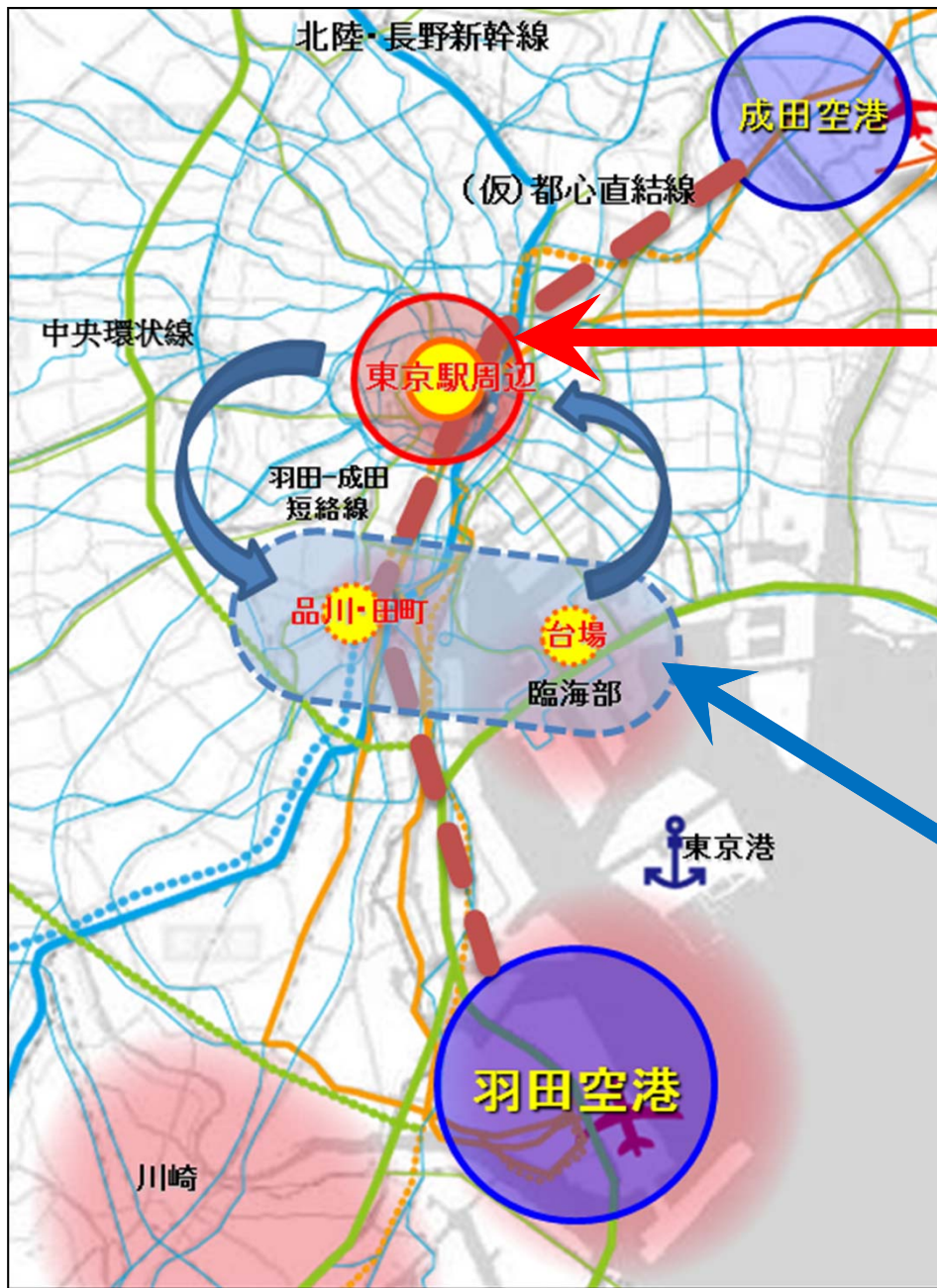
シンガポール マリーナベイサンズ(98,200m²)

民設 民営(※国が政策的位置づけ・支援を実施)

世界のMICE誘致競争には、国際水準の「施設規模」「複合的施設」が不可欠

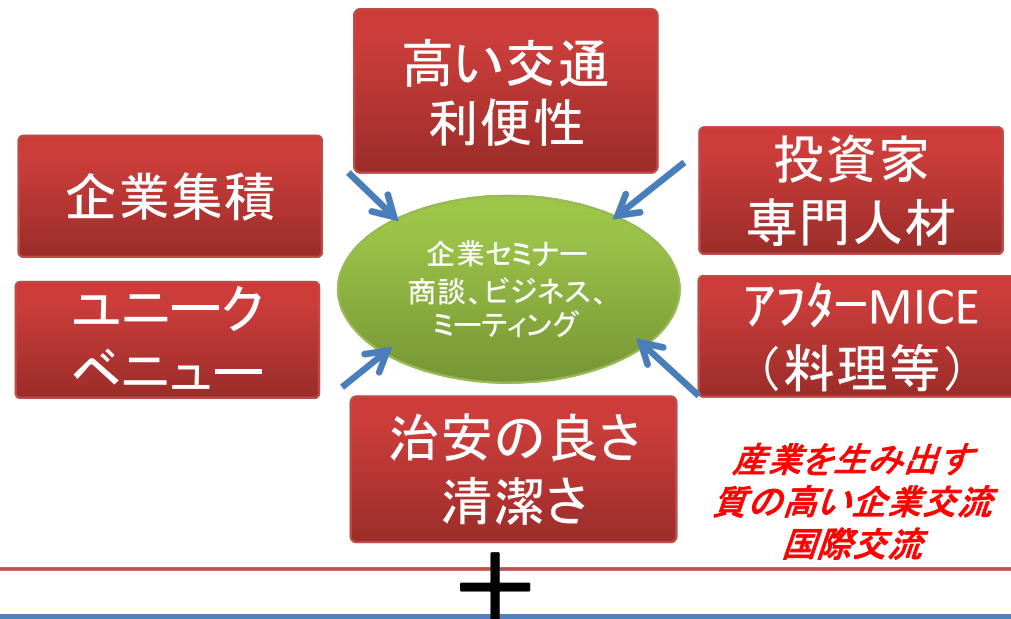
国家プロジェクトとして整備し、国・民間の公民連携により一体的に推進

■都市軸を意識した「MICEの推進」(都心型MICEと臨海部大規模MICEとの連携)

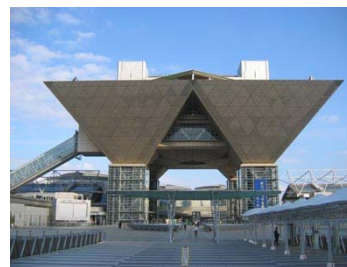


都心の交通利便性、企業集積、ユニークベニューを活用した 都心型MICE

交通結節点に近い利便性、主要企業の集積と近接、開催立地の象徴性、アフターMICEの充実により、カンファレンス・コンベンションに優位性があり、質の高い交流によりマッチング、産業創出を誘発



広大な土地を活用した 臨海部周辺大規模展示型MICE



東京におけるMICEの優位性・独自性は都心部・臨海部の「相乗効果」により推進

■都心型MICE推進に向けて~特別なイベント開催場所として「街全体」を活用(街をショーケースに)

東京駅・東京駅前広場

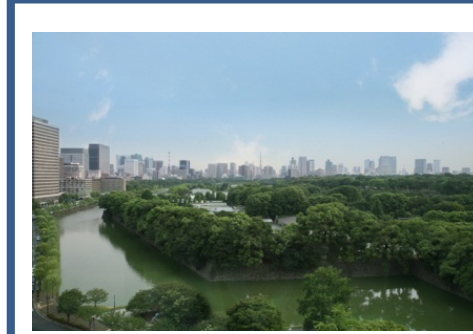
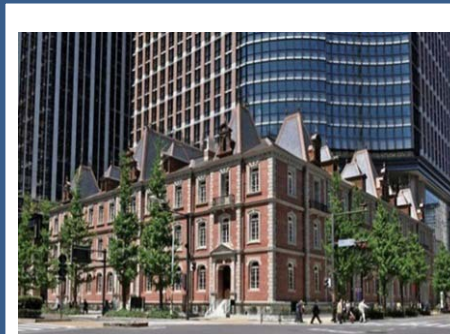


行幸通り・仲通り



三菱一号館

皇居景観



都心における「街の資産」をイベントやレセプションの会場として積極活用
特に、「東京駅」・「皇居景観」は日本を代表する開催地区として独自性・インパクト大

公的空間活用の仕組み・体制づくりを早急に検討する必要がある

■都心型MICEの海外事例 【フランス カンヌ】 中心市街地全体でMICEを盛り上げ



【MICE都市 カンヌの事例】

■カンヌ

フランスにおけるニースに次ぐリゾート地
人口:約7万人

■主要産業

観光リゾート産業、MICE産業、気象衛星産業

■MICE開催地としての利点

- ・ニース国際空港から35kmの場所
- ・MICE会場から徒歩15分圏内に3000室のホテル
- ・風光明媚な風景、バカンスの街
- ・カンヌ国際映画祭による知名度向上
- ・イベント企画企業による国際イベントの企画
(TV番組、音楽、広告、不動産などの年間50の国際見本市・大規模イベント開催)



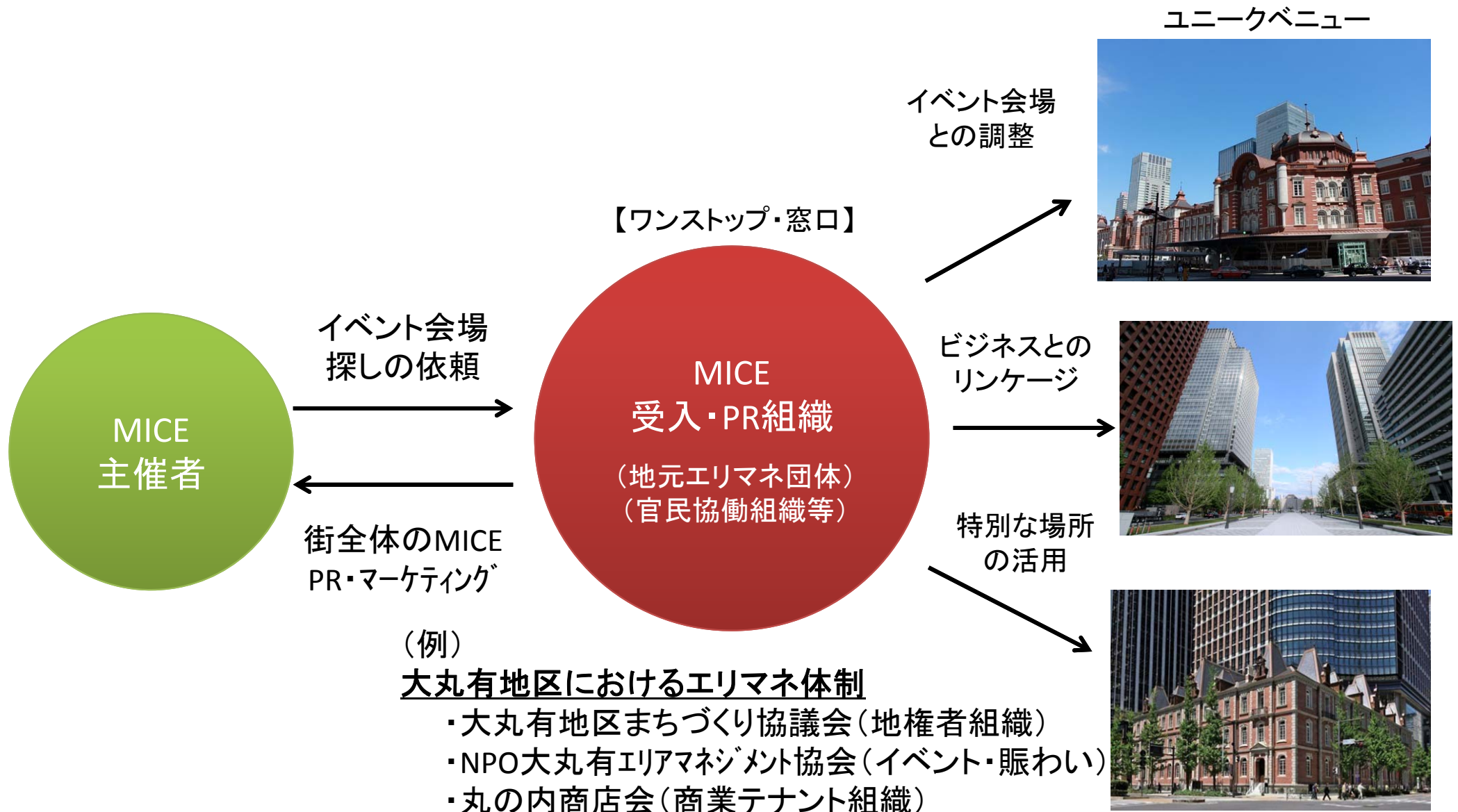
■成功要因

- ・市長が広告代理店出身者、市全体でMICE歓迎
- ・警察や商店等も対応に慣れ、街全体で盛り上げ
- ・映画祭の知名度で年間を通してイベントが盛況

中心市街地（旧市街地）の街なかにMICE施設を整備。
公民連携により、街全体で、MICEを誘致・盛り上げを推進。街全がショーケースに。

■ 都心型MICE推進に向けて～エリアマネジメント等による地域の受入・PR窓口の体制強化～

イベント誘致や街全体の活用に向けては、エリアマネジメント等による受入体制強化が必要



体制づくりには、活動の在り方検討・活動支援等が必要 (BID等による財源確保、税制緩和)

■都心型MICE推進による目的～産業創出・交流・事業マッチング等を誘発する都市づくり～

都心地区の交流ポテンシャルの活用(例:大丸有地区)

企業等のネットワークが生む
交流都市としての土壌形成

(仮)
成長戦略
センター
(対外資企業)

日本創生
ビレッジ
(対ベンチャー)

東京金融
ビレッジ
(対金融企業)

エコツツエ
リア
(対エコ企業、
専門家)

都市機能として分野ごとに企業コミュニティを形成

企業集積と都市再生のポテンシャル



MICE施設、再開発による都市機能、企業ネットワークを活用し、
都心エリアの産業創出・交流を促進させる都市を形成

政策的な位置づけによる強力な推進

総合特区等を活用したMICE推進地域の指定による都市開発の推進
国家予算の財政出動を抑えて、民間の活力でMICE施設の機能拡充が可能

【国家プロジェクトとしての位置づけ】

MICE推進を「国家戦略」としてあらゆる政策レベルで強化

【大規模MICE施設整備の主導】

「量」が求められる大規模MICE拠点機能は、国が主導して整備する都市機能として位置づけ、**国家プロジェクトとして整備の戦略**を立てることが必要。(大規模化・複合化)

【都心型MICEによる質の高い交流を推進】

「質」が求められるMICEでは、「企業集積」、「交通便利性」、「都市の魅力(歴史、トレンド)」により質の高い出会いを生み、**産業創出する場として「都心型MICE」が重要**

【政策強化】

- ・新たな「産業創出」を目指し、「MICE」を戦略誘致し、政策上の位置付強化
→「総合特区」等の政策を通じ、都心部のMICE推進地域指定

【施設支援・整備】

- ・公有地等における適地を見極め、国家的機能として、大規模・複合型MICE施設を建設
- ・都心においては、「都市再生特区」等を活用した民活によるMICE施設の整備・推進を奨励

【誘致強化、街全体の活用創出】

- ・地域としてのMICE受入・PR組織の運営支援強化(組織に対する減税・BID等財源確保)
- ・イベントの独自性を高めるため、MICE誘致に街全体の活用(公的空間活用)の規制緩和