

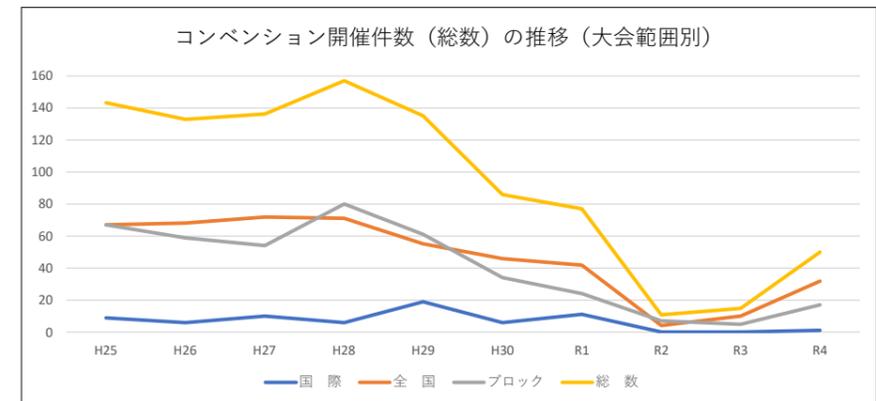
『松山観光コンベンション協会 MICE 指針』（令和6年度～令和10年度）（概要版）

1. MICE の現状

- ①国を挙げてインバウンド拡大の一つとして国際会議をはじめとした MICE を推進
- ②交流人口の拡大や経済波及効果など幅広い効果により国内でも誘致の都市間競争が激化

<松山の現状>

- ①松山では過去 10 年間で平成 28 年度をピークに開催件数が減少し、コロナ禍でリアル開催はほとんどなかった（右グラフ参照）
- ②主催者ニーズに対応した会場施設の減少に加え、飲食等の関連サービスまで考慮した場合の受入れ可能な規模が縮小
- ③地元ステークホルダー（協会賛助会員）対象に「MICEに係る実態調査」を実施した結果、MICE のメリットは理解できるが、
「人手不足で手が回らない」、「MICE 推進の取り組み方がわからない」、「受入環境が整っていない」、「情報共有や異業種間のネットワークを形成したい」などの声



2. 協会の取組内容

- ①主催者・参加者の皆様の視点で、地元サポート企業の皆様とワンストップサービスでおつなぎします。
- ②MICE 開催地として松山の魅力を十分に活かした企画のご提案、大会当日までのサポートをさせていただきます。
- ③魅力溢れる「愛媛・松山」をより多くの皆様に知っていただくため、積極的にプロモーション活動を行います。
- ④主催者・参加者に喜ばれる MICE 開催に向けて、地元サポート企業と共にオール松山で取り組みます。
- ⑤地域の皆様にも喜んでいただける持続可能な MICE に取り組みます。

3. MICE 別の方針

M・I	コンベンション受入・誘致で培ったコンテンツ・誘致・受入のノウハウ・人的なネットワークを活かした海外インセンティブの強化 【R6よりインセンティブ助成金制度を新設】
C	MICE 推進の中心として、本市の状況や競他市の受入環境を考慮した大会規模を設定し、受入体制やプロモーションを行うとともに、経済波及効果の高い国際会議等の誘致を強化 【R6よりコンベンション開催助成金制度の増額】
E	受入支援の強化によるおもてなしの向上や地元企業のビジネス機会の創出

4. コンベンション（C）推進の柱

- I 松山の魅力を活かした開催支援の充実
- II 誘致プロモーションの強化
- III 地域一体となった受入体制づくり

5. 具体的な施策

- I 松山の魅力を活かした開催支援の充実**
 - ①助成金制度等の拡充（主催者ニーズ対応・効果拡大）
 - ②ユニークベニュー等のコンテンツの磨き上げ（松山城、道後温泉本館など）
 - ③SDGs に配慮した大会づくり
- II 誘致プロモーションの強化**
 - ①受入環境に対応したターゲットニング
 - ②大会情報等の収集・分析の強化・DX 化
 - ③プロモーション機会の創出
 - ④PDCA のための大会情報等の収集強化
- III 地域一体となった受入体制づくり（行政、地元ステークホルダー、地元大学など）**
 - ①地元ステークホルダー等とともに MICE への理解を深め、地元ステークホルダーや大学関係者との連携を強化し、「開催支援の充実」及び「誘致プロモーションの強化」を実施
 - ②県内他市町、近隣県・都市と連携した国際会議・海外インセンティブ等への対応（瀬戸内海、四国遍路など複数都市で共有できる資源を活用した面的広がりを持つ受入など）
 - ③観光庁や JNTO の支援メニュー等の活用（コンテンツの磨き上げ、効果拡大支援事業など）

7. 目標（KPI）

- ①コンベンション開催（年間件数）
令和4年度：50件 ⇒ 令和10年度：160件
※参加人数が50人以上のコンベンション（スポーツ大会等は除く。）
- ②国際会議開催件数
令和4年度：1件 ⇒ 令和10年度：12件
※JNTO 基準の国際会議

6. 推進体制

