

新型コロナウイルス収束後の
M I C Eのあり方に関する調査等業務

公開報告書

令和3（2021）年3月

国土交通省 観光庁国際観光部参事官（M I C E）

目次

1. 業務概要	2
1.1. 業務背景・業務目的（業務開始時点）	2
1.2. 業務内容.....	2
2. 業務実施報告	3
2.1. 業務 I：調査業務	3
2.1.1. 概要	3
2.1.2. （1）ウィズコロナおよびポストコロナ時代の会議のあり方の調査	4
(1) コロナ禍を迎える直前までの国際会議の潮流（概観）	5
(2) 有識者インタビューにより得られた示唆.....	6
(3) ケーススタディにより得られた示唆.....	31
2.1.3. （2）ツールリストの作成	38

1. 業務概要

1.1. 業務背景・業務目的（業務開始時点）

2020年初めから続く新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大に伴い、多くの参加者が長距離移動を伴って1カ所に集合するMICEは、それ以前の形態での開催が難しくなった。一部の会議体はオンラインミーティングに移行し、その利便性と合理性が実感を伴って参加者に理解されると同時に、実際に開催場所に訪れて参加するミーティングの価値、機能、意義がMICE主催者と開催地の双方に、改めて問い直されている。

国際間移動を伴うグローバルMICEに関しては、新型コロナウイルスの感染症の動向次第ではあるものの、アジアや欧州といった「地域」内からの参加者が集まるRegional MICEや、国内参加者のみが集う国内MICEは、参加者の地域的ばらつきの相対的な少なさから、グローバルMICEよりも比較的早期に復調するであろうとの見通しもある。

今後、短期的には開催件数・規模の縮小が見込まれることに加え、オンライン参加を可能とするハイブリッドミーティングとして開催されるMICE案件が、特にCとMの分野で増加する可能性は高い。誘致・開催にあたっては主催者のニーズを読み、主催者にメリットのある形で開催地域・施設のサービスを提示することが必要であるが、MICEの誘致・開催において国際的な競争はさらに激しさを増すことが予想される中で、ハイブリッドミーティングへの対応と、参加者が開催地を実際に訪問する場合の満足度の向上につながる開催地の特性のアピールと必要な感染症対策が、今後必要とされることは想像に難くない。

参加者が開催地を実際に訪問する形態でのMICE実施は、地域外からの訪問者増に伴う地域経済へのメリットのみならず、地域社会に情報、人的ネットワークとイノベーションをもたらす。グローバルMICE案件が一時停滞している今こそ、ウィズコロナおよびポストコロナ時代のニーズに合わせたMICEの形態変化に対応しつつ、これまで実現できなかった従来型MICEの技術革新を進める好機である。

本業務では、主に国際会議（CとM）を念頭に、MICE事業者、各ベニュー、コンベンションビューローをはじめとした国際会議（CとM）に関わる主体に対し、ウィズコロナおよびポストコロナ時代の国際会議（CとM）のあり方とその実現に有用であるサービス・テクノロジーを取りまとめて提示して活用を促すことで、新たな環境に適応した国際水準のMICEの実現とそれを通じた国際競争力強化を目的とする。

1.2. 業務内容

本業務は下記の3つの業務により構成されている。ほか仕様書に示されている共通事項等の業務についても観光庁と受託事業者による協議のもとに詳細を確定し、履行された。

- ① 業務Ⅰ：調査業務
 - (1) ウィズコロナおよびポストコロナ時代の会議のあり方の調査
 - (2) ツールリストの作成
- ② 業務Ⅱ：実装事例収集業務
- ③ 業務Ⅲ：調査結果周知・広報業務
 - (1) ウェビナー実施業務
 - (2) 報告書作成業務

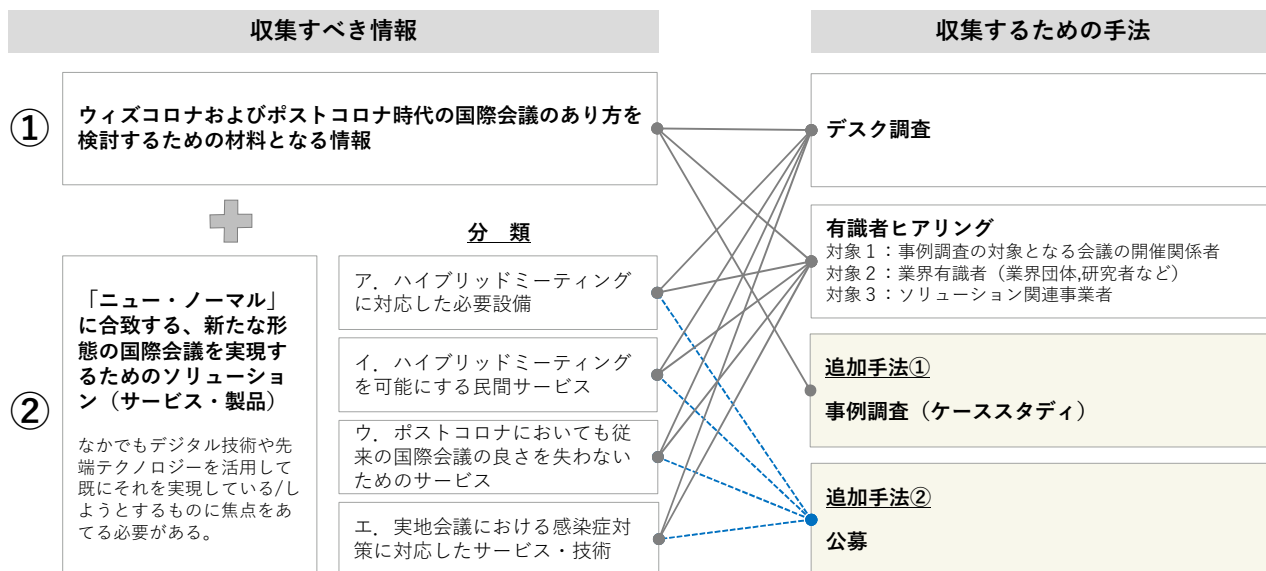
なお、本資料においては、業務Ⅰにおける報告書内容全てを掲載している。

2. 業務実施報告

2.1. 業務 I : 調査業務

2.1.1. 概要

- 本業務では、以下に示す通りに収集すべき情報に対して適切な手法を選択し、調査業務を遂行した。

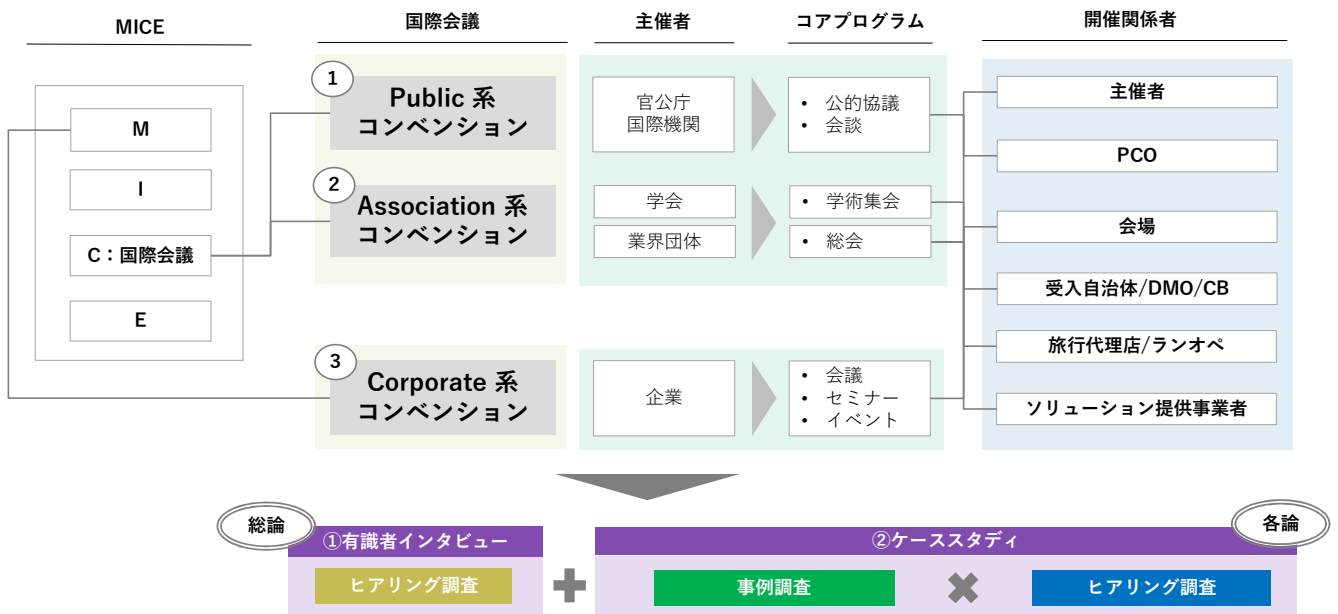


- 本報告書においては、「ウィズコロナ時代」及び「ポストコロナ時代」の語義を以下のように定義する。なお、これらは本業務において、国際会議のあり方を論じるために便宜上、設定したものであり、一般通念や他の学問分野における定義とは、必ずしも一致しないことに留意されたい。

ウィズコロナ時代 (With COVID-19 Era)	COVID-19を主たる原因として、現地開催またはハイブリッド形式による国際会議の開催に何らかの制約が伴う期間	
	フェーズ 1	ロックダウン(市民の外出や行動を制限する措置の総称)などによって、事実上、現地開催またはハイブリッド形式による国際会議を開催すること自体がかなわない期間
	フェーズ 2	開催規模に関する上限の設定などによる制約は存在しながらも現地開催またはハイブリッド形式による国際会議を開催すること自体は可能である期間
ポストコロナ時代 (Post COVID-19 Era)	COVID-19が収束へと向かい始め、国際会議の開催に対するCOVID-19による制約が安定的に軽微なものとなるか、またはその制約自体が消失して以降の期間	

2.1.2. (1) ウィズコロナおよびポストコロナ時代の会議のあり方の調査

- 本調査においては、Convention (国際会議) と一部の Meeting (国際的ミーティング) に対象を絞り、有識者ヒアリングとケーススタディを組み合わせてそのあり方に関する調査を実施した。



- 本調査においては、「国際会議の開催に不可欠な資源」をそのあり方を規定する諸要素と位置付け、整理軸とした。また、それらがどのように変わらざるを得ないのか(受動的変化)、もしくは変わってゆくべきなのか(能動的変化)という観点のもとに分析を進め、今後の国際会議のあり方に関する考察を行った。

国際会議の開催に不可欠な資源



(1) コロナ禍を迎える直前までの国際会議の潮流（概観）

国際会議の開催件数は10年スパンで見ると世界的にも概ね増加傾向にある。国際機関や学会本部が多く立地する欧州はやはり優位であるが、次いで開催地としてのアジアの成長は顕著である。様々な主体による積極的な活動が実を結び、我が国における開催件数(参照:ICCA 国際会議統計)は着実に増加しており、国別開催件数に着目しても欧州主要国に次ぐ水準まで増加している。なお、アジア太平洋地域内においては、2017～2018年は1位であったが、2019年は中国に次いで2位となっている。

一方、社会のデジタル化の進展に伴い、インターネットによる情報共有が一般的になるなかで国際会議の価値が変化するとともに新たな課題が生じており、コロナ禍を迎える前においても「国際会議のあり方」は少なからぬ変化を求められていたと言える。その方向性については、川島久男氏(川島アソシエイツ代表)などの協力を得て、JNTOが編集・発行した「国際会議開催マニュアル(主催者向け)」¹⁾においても以下のとおり指摘されている。

国際会議の価値の変化

ITの発達を背景とした情報共有環境の変化により、討議・情報共有・知識の習得に加え、ネットワーキングがより重視されるようになる

1. インターネットによる情報共有が当たり前になり、**国際会議に参加しなくても情報を取得できる現代社会では、国際会議のコンテンツにも変化が生じている。**
2. フェイス・トゥ・フェイスの交流がかなう場であるからこそ、**より効果的なネットワーキング環境が求められ、その充実度によって国際会議の価値が測られる。**活発なネットワーキングが実現すれば、国際会議の開催意義をさらに高めることもできる。
3. 加えて近年では、持続可能性への取り組みも求められている。SDGs*に見られる環境や人権などに対する**社会的責任は、国際会議の開催や運営の際にも念頭に置く必要がある**、主催団体に対する評価への影響も年々高まっている。

2020年度時点における新しい課題と対策

1

SDGsへの取り組み

2

ITの活用

3

ユニークベニユーの活用

2019年度は日本国内でも様々な大型イベントが実施されたが、国際会議としてはG20大阪サミット及び同関係閣僚会合が代表的な開催事例であると言える。なかでも、G20北海道(倶知安観光大臣会合)、観光が世界経済の牽引役であるという位置づけのもと、初めて正式な関係閣僚会合として開催されたものであり、上記の変化や課題も踏まえながら実施された取り組みの一部を以下に示す。

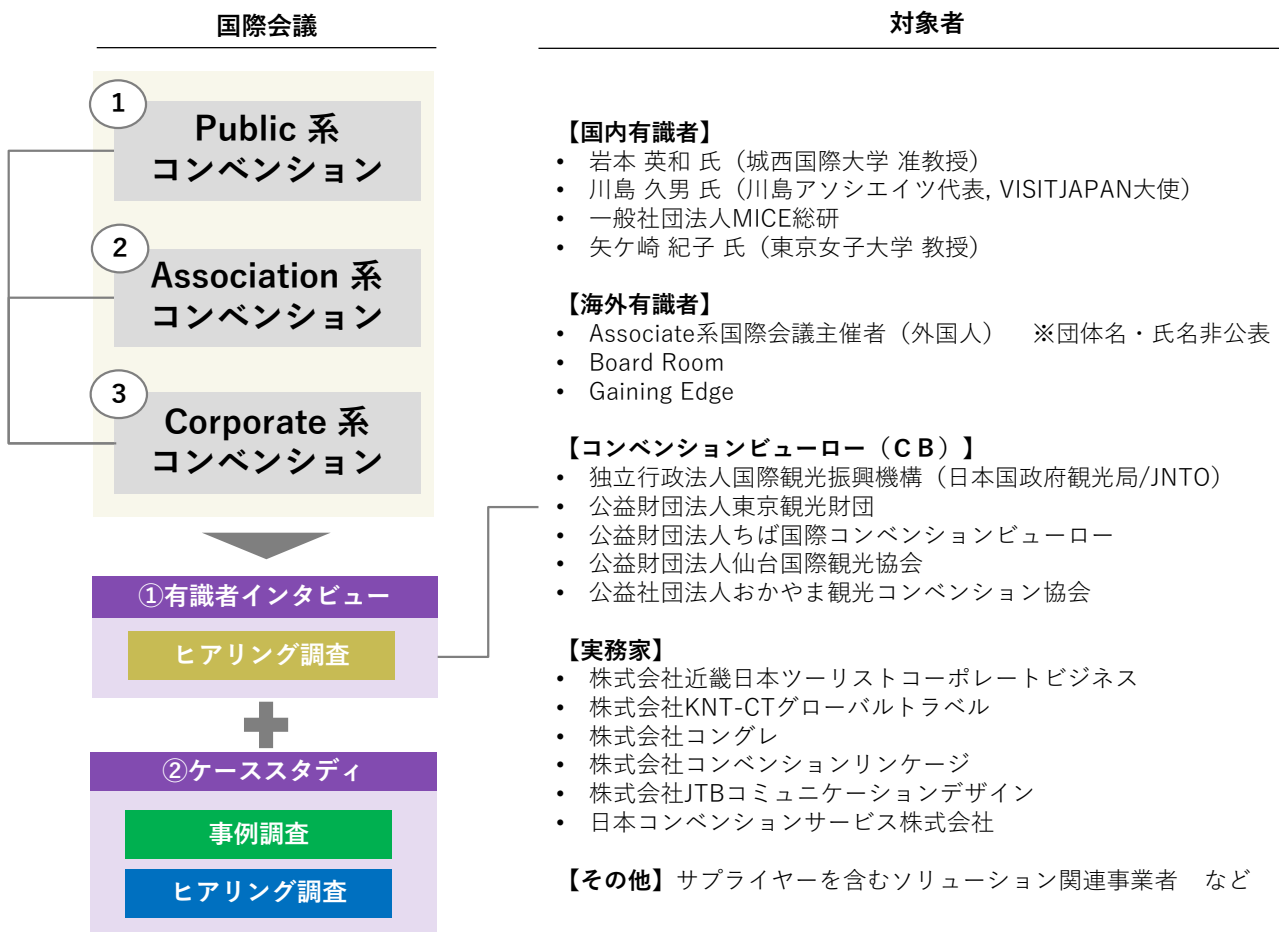


1	国際的スキーリゾートとしてブランディングを進めるニセコエリアを印象付けるユニークベニユーであるスキー場のロッジが会場として活用された。
2	地元の旅行代理店などからエクスカーションのプランを公募により募り、代表団に対して特色豊かなコースが複数提供された。
3	地元の高校生(倶知安農業高校)がその専門性を生かして、地場産品を用いたメニューを開発し、代表団に対しても提供された。
4	会合のテーマのひとつである「観光産業における官民連携の促進」という方向性に即して、ピッチコンテストにより選ばれた事業者が代表団に対して直接、その取り組みを紹介するという機会が設けられた。また、その他にも優れた実績やソリューション(サービス・製品)を有する事業者に対して、発表や展示の機会を設けることにより、会合テーマの具現化と機運醸成にも寄与した。
5	

¹⁾ JNTO (2020年3月), 国際会議開催マニュアル(MICE 主催者向け), JNTO, Tokyo, <https://mice.jnto.go.jp/document/manual/> (最終閲覧日:2021年3月26日)

(2) 有識者インタビューにより得られた示唆

- ・ 総論の把握を目的として、以下に示す業界有識者に対してヒアリング調査を実施した。なお、ヒアリングは概ね2020年度第三四半期(10~12月)に実施されたものであり、有識者による各発言要旨の内容は必ずしも本報告書が公開される時点の最新の状況を踏まえたものではないことに留意されたい。



ア. 現状認識と今後の大まかな展望について

- 2020年度第三四半期(10月～12月)時点における有識者の現状認識は、以下の通りであった。COVID-19 の感染拡大による人流の停滞がもたらす影響は甚大であり、春から夏にかけては、まず変化に対する受動的対応が主となっていた。しかし、夏から秋にかけて具体的な案件の開催を通じて、能動的な動きが現れつつあり、COVID-19 のパンデミック(世界的な感染拡大)から約1年を経て、後者の動きが加速化するなど「今後の国際会議のあり方」を関係各者が前向きに模索している状況にあると考えられる。

現状の厳しさに関する意見

- ・ 非常に厳しい。(10月中旬、CB)
- ・ 今までの常識が通用しない。(10月下旬、実務家)
- ・ 最悪の状態から徐々に脱却するための努力が続けられている。(10月下旬、国内有識者)

コロナ禍という経験を踏まえた上での意見

- ・ 業界にとって不幸ではあったが、チャンスでもある。(10月下旬、CB)
- ・ 業界全体が変わっていくタイミングであり、今こそ構造改革を実現すべきである。(10月下旬、国内有識者)
- ・ チャレンジが求められている。(10月中旬、実務家)
- ・ これまでの方法を見直す新たな機会と捉えている。(11月中旬、実務家)
- ・ 180度変わるビジネスモデルに対応していく。(10月中旬、実務家)
- ・ 会議のオンライン化・デジタル化が顕著だ。(11月中旬、CB)
- ・ 業界においてもデジタルトランスフォーメーションを加速せざるを得なくなっている。(11月中旬、海外有識者)

- 今後、国際会議が回復していくまでに要する期間に関する有識者の認識は、以下の通りである。先行きは未だ不透明であるという点で概ね共通しているが、その上で主に国内関係者からは【2021年度下半期】、海外関係者からは【2022年度上半期】以降に回復が実現するとの見通しが示された。日本においては、当時、COVID-19の感染拡大防止を目的としたイベント開催に係る収容率や人数上限の制限の段階的緩和が進んでおり、国内向けには対面形式の会議や集会等も開催されていたが、海外では本格的なロックダウンによる行動制限の下、現地開催による国際会議を開催できる環境には、まったくないという国・地域も少なくなかった。そうした環境の差によっても、国内と海外主催者及び海外からの参加者の意識や感覚にギャップが生じていたと考えられる。

展望① 2021年度下半期以降の回復

- ・ 当初は2020年度のみ影響で収まると予測していたが、影響は2021年度にも残る見込みである。(10月中旬、CB)
- ・ 世界経済自体が大打撃を受けているため、国際会議についてもV字回復は見込めず、徐々に回復していくことになるだろうと想定している。(10月下旬、国内有識者)
- ・ コロナ禍がここまで長引くとは正直、想定外であった。影響の性質自体はSARSやMARSのときと大差ないが、影響を受ける期間と規模が明らかに異なる。回復時期の見通しは難しいが、COVID-19自体が終息に向かいさえすれば、ある程度のスピードで回復は進むと見込んでいる。(11月上旬、実務家)
- ・ いつ頃になれば復活するか推測することは難しい。現状としては、2021年後半の案件をどのような形態で開催するかという検討が進んでいる状況である。(11月中旬、CB)

展望② 2022年度上半期以降の回復

- ・ 今から18ヶ月後、すなわち2022年の4月が分岐点となるのではないかと。2021年度は少なくとも秋までは大きく状況が変わることなく、その後、ようやく様々な制約の緩和が進み始め、2022年度のスタートとともに平時に戻ってゆくという見通しを持っている。(11月中旬、海外有識者)
- ・ 2022年度の案件はオンライン部分についても検討や準備が進められており、それらはそのままの内容で開催される見込みである。(11月下旬、海外有識者)

- 回復までには一定期間を要するという見通しがなされているものの、対面形式による国際会議は、大きな人流を生み出すものとして、なお期待されている。しかし、コロナ禍を経験した社会において、海外から多数の参加者が来日することが世論に広く受け入れられるためには、安全の確保と安心感の醸成によって、主催者や参加者のみならず、開催地の意識にも配慮する必要がある。その観点からも人々に心理的な変化をもたらす、転機となる「きっかけ」が必要であるという指摘は広くなされているところであり、国内関係者は主に先行する成功事例となる大規模イベントの開催を、海外関係者はワクチン接種の世界的な進展を重視している。

トリガーとしての、安全・安心を確保した開催事例（特に大規模イベント）に対する期待

- ・ 本当ならば東京五輪が国際交流復活の契機になり、MICEの開催地として海外に対してもアピールするための良い材料になることを期待している。（11月中旬、CB）
- ・ 2021年度前半まで状況はそれほど改善しないと見込んでいる。しかし、後半にはオンサイト部分を中心とする形式に回帰してもらいたい。もし東京五輪が成功裏に終われば、そうした動きの後押しにもなるだろうと期待する声は大きい。（10月中旬、CB）
- ・ MICEに限らずとも例年、開催されてきたような祭りやイベントが元通りに開催されるようになることも重要だ。（10月中旬、CB）
- ・ 契機となるような、象徴的な開催事例は重要だと考えている。（10月中旬、実務家）
- ・ ウィズコロナ・ポストコロナ時代の開催地として、日本のプレゼンスを示してゆくに当たり、東京五輪は試金石と言える。これから先の国際誘致活動にとって強い追い風となることを期待している。（10月上旬、実務家）

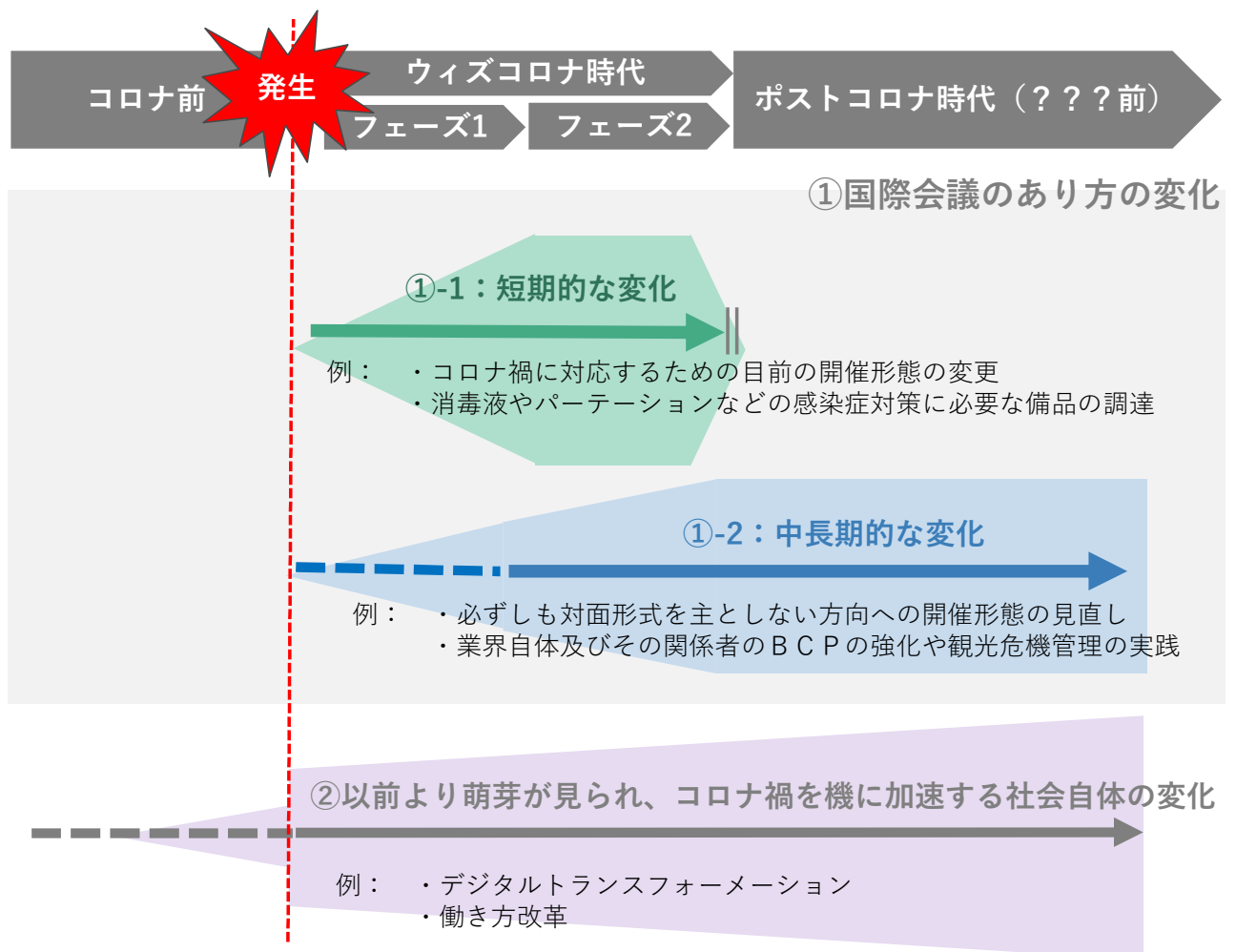
トリガーとしての、新型コロナワクチン接種の進展に対する期待

- ・ 移動制限が緩和され、かつワクチンが広く流通するようになるとオンサイトでの出席者は増えるが、ほとんどの国際会議にはバーチャルな要素が常に存在すると考えている。（11月下旬、海外実務家）
- ・ 臨床試験によっても高い効果の期待できるワクチンが予想以上に早く出てきたという報道により、トンネルの先に光が見えてきた。（11月中旬、海外実務家）
- ・ SARS が収束していった過程を思い返すと旅行しても大丈夫だと分かった途端、人々はすぐに旅行を再開した。感染拡大状況は異なるが、COVID-19についても同様の傾向が生じると考えている。（11月中旬、海外実務家）

イ. 国際会議の開催に不可欠な諸資源の変化について

国際会議のあり方とは、その開催に不可欠な諸資源(ヒト・モノ・カネ・コト)によって形成されると考えられる。そこで、ウィズ・ポストコロナ時代における国際会議のあり方を考察するため、それらの諸資源の変化の方向性をヒト・モノ・カネ・コトという整理軸のもと、それらを構成する具体的な要素ごとに、業界有識者から得た示唆を通じて整理する。

なお、本稿においては、変化の性質を大まかに①国際会議に係るものと、②社会自体のそれとに分類している。また、①はさらに①-1:短期的なもの①-2:中長期的なものに区分される。例えば、消毒液やパーテーションを用いた感染症対策は、概ね①-1に該当し、必ずしも中長期的に追求すべき変化ではないと考えられる。変化への対応にあたっては、その性質を見極め、優先順位と取組みのレベルに濃淡をつけながら、対応を模索する必要がある。対面形式で一堂に会することを前提としたこれまでの国際会議のあり方は、感染症リスクへの対応という観点においては脆弱であり、そうしたリスクを管理するために従来、十分な設計がなされてきたとは言えない。そのため、ウィズ・ポストコロナ時代の国際会議のあり方は、感染症をはじめとするリスクを織り込むことを基本とするような形へ「再設計」が必要となると考えられる。



(ア) 「ヒト」の視点

A. 主催者

コロナ禍の発生による主催者の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生による主催者の変化
<p>① 短期的には、開催に伴う様々なリスクに直面し、責任を負う主体として主催者には少なからず逡巡が見られる。</p> <ul style="list-style-type: none">主催団体に対する風評被害の発生などの影響を懸念し、世間の目を気にする顧客は少なくない。自社としては優れた開催事例も示しながら安全の醸成にも努めているが、それでも「ファーストペンギン」にはなりたくないという主催者は多い。(10月下旬、実務家)世論の状況は重要であり、開催という判断が本当に妥当なのか、十分に検討しなければならない。主催者は世間からバッシングを受けることを懸念しており、主催団体としての評判に係るレピュテーションリスクが意識されている。(11月中旬、海外実務家)現在、誘致段階にある案件について、RFP(提案依頼書)自体は必ずしもコロナ禍を踏まえたアップデートがなされているということでもない。ただし、今後、感染症に対する「安全・安心」や「デジタル化」という観点におけるアピールも求められるようになるという印象である。(11月中旬、CB)2021年度に東京オリンピックが、仮に規模を縮小したとしても成功裏に開催されることで、それを契機として、主催者の意識も前向きになることを期待している。(10月中旬、実務家)
<p>② 一方、開催に対する主催者の基本的なマインド自体には変化は見られない。</p> <ul style="list-style-type: none">コロナ禍を経ても主催者の開催意欲は、総じて衰えていない。主催者として浴する名誉はもとより、誘致・開催に至るまでの道のりにおける苦労を経験した上では、できれば開催したいという意向は基本的には変わらない。(10月中旬、実務家)従来と変わらずにまずは、その開催目的を考える必要がある。目的とはつまり、収益の拡大、会員獲得、認知度向上、影響力向上などであり、コロナ禍においてこれらを最大化するためにはどういった手法が良いか、また具体化出来るかということだけであろう。(10月下旬、CB)コロナ禍における自社事例として、あるインセンティブ案件が挙げられる。感染拡大防止の観点から地方ごとに会場を設けて分散させ、それらをオンラインで繋げる形式の食事付き懇親会を実施した。顧客の強い開催意欲に配慮するため、どうすべきかを模索しながらの企画・運営であったが、自社としても良いケーススタディになった。また、長年の付き合いによる信頼関係があつてこそ、開催にこぎつけることができたと感じる。(10月下旬、実務家)
<p>③ 中長期的な視点から、主催する会議自体のあり方について、オンライン化なども含む見直しに対する意識が見られる。</p> <ul style="list-style-type: none">バーチャルに移行することで、はるかに大きなオーディエンスに門戸を開くことができ、国際会議への参加するための時間もお金もなかった人やこれまでは参加しないだろうと思われていたような層にもリーチすることができる点は主催者としても魅力的な変化であり、反応も良好である。(11月下旬、海外実務家)オンライン開催であれば参加者の行動履歴がより詳細に取得できるため、そのデータを基にプログラムの内容をブラッシュアップすることができる。また、この変化はスポンサーに対する価値を高めるという点も活用できる。(10月下旬、有識者)



主催者の変化を踏まえた他の主体の対応
<p>主催者に対する情報発信や支援(特に海外向け)を強化する。</p> <ul style="list-style-type: none">ブランディングや情報発信という観点では、香港や台湾、シンガポールが先行している。例えば、こうした国では情報が英語で発信されている。日本の場合、英語で情報を発信している都市も非常に少ない。グローバル MICE 都市等でも実績が日本語では多数載っているが、英語では載っていない状況である。こうした観点は一見小さく見えるが、実際のところ格段の差があり、主催者にとっての信頼獲得につながる。また、実績だけでなく、将来的に受注している案件についても発信していただきたい。(10月下旬、有識者)主催者として、開催自体に対する意識は前向きだが、安心・安全を担保することに不安を感じている。だからこそ開催地としても、主催者とともにどうすれば開催できるかを考えてゆきたいという想いを有しており、そうしたサポートも行っている。ともに前に進めていくことが重要であると認識している。(10月上旬、CB)

主催者に対して自らが提供できる価値を再考する。

(関連事業者の課題)

- ・ オンライン形態の場合、Zoom などを活用すれば、お金をかけなくても会議自体は出来てしまう。そのため、クライアントとしては、会議のクオリティを上げるために PCO や施設、設備を使っていると受け止めている。そのため、PCO としては、付加価値をどこまで提供するかが重要になってくると考えている。(10月中旬、実務家)
- ・ 某国立大学におけるフォーラム開催に係るコンペが実施されたが、映像制作会社が受託した。会議運営を行うところには PCO が強みだが、そういった動画をどのように魅力的に見せるかという観点で、今までコンペティターにもなっていなかったような映像制作事業者が受託したという例であり、競合環境が変化していると感じている。(10月中旬、実務家)

(開催地の課題)

- ・ 財政面・非財政面(情報の提供やビジネスの進めやすさなど)両面でのサポートについて、海外から、日本はいずれも十分とは言えないという評価も受けてきたなかで、コロナ禍を上手く転換点として、今後、どのような働き掛けを行ってゆくことができるかが重要だ。(11月下旬、海外実務家)

- 主催者は、安全な開催に対して責任を負うため、ウィズコロナ時代においては、主催する国際会議が COVID-19 の感染拡大に繋がらないようにしなければならないということが、その最大の関心事である。主催者がその点について確信できなければ、対面方式を含む形での開催という判断には至らない。そのため、開催地や関連事業者には、安全な国際会議の開催に向けて、特に以下に示すような努力が求められる。
 - ✓ 第1に主催者に対する情報提供は、平時より充実・強化される必要がある。特に開催地がどのような状態にあるのか、刻々と変化する情勢をタイムリーに把握することを主催者は求めており、アーンドメディア(earned media)、オウンドメディア(owned media)、ペイドメディア(paid media)をそれぞれ効果的に組み合わせつつ、特に海外に向けては英語による発信を行うことが期待される。また、主催者が安全な開催手法に対する具体的なイメージを持てるよう、サプライヤーは自らが携わった開催事例やソリューション(サービス・製品)の活用事例を動画なども活用しながら、それらの情報をより効果的に訴求することが期待される。
 - ✓ 第2に、COVID-19 による影響は2021年度も継続すると見込まれるため、関連事業者においては、主催者にとって「安心」の根拠となる、安全な開催手法の開発やソリューション(サービス・製品、取り組み)の提供及び磨き上げに引き続き取り組む必要がある。2020年度は多くの案件が延期もしくは中止となったが、その要因には、集会の制限に加え、安全な開催手法が確立されていなかったことが挙げられる。「安心」の根拠については、①その時点の感染拡大状況を踏まえて公衆衛生上の観点から最低限必要とされる感染症への取組と、②追加的な措置を行うことにより「安心感」を醸成することを目的とする取組とがあり、主催者の求める水準は必ずしも①とは一致しないという点に留意する必要がある。
- ウィズコロナにおいて、延期・中止を避けるための当面の緊急避難的な措置として採用され始めたオンライン形式が開催手法として急速な広がりを見せ、主催者にとって開催方法の選択肢として一般化しつつある。また、対面とオンラインを組み合わせたハイブリッド形式による優れた開催事例も多数現れている。
- また、コロナ禍の経験を経て、主催者の今後の開催意義の追求に対する意識は少なからず高まりを見せるものと考えられる。ポストコロナ時代において、開催地・関連事業者は、こうした主催者ニーズに応えるべく、開催効果をより高めるという視点に立った主催者支援も含め、支援のあり方を検討する必要がある。つまり、コロナ禍を機に、開催地・関連事業者と主催者との関係は、従来の取引関係に加えて、①ウィズコロナ時代という困難な時期にいかに関わることができたか、そして②今後、そうした深い支援を実行し得る能力を有するか否かによって大きく変化し得ると言え、開催地・関連事業者には、その機会を自らにとっての好機とするための努力も求められている。

B. 参加者

コロナ禍の発生による参加者の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生による参加者の変化
<p>① オンラインによる参加という選択肢が増え、よりフレキシブルになったことは、参加者に概ね歓迎されている。</p> <p>② 一部の参加者は既にオンライン参加に慣れ目が肥えてきていることを前提とした企画・運営が求められる。</p> <ul style="list-style-type: none">参加者は現状、移動すること自体への不安が大きく、それゆえにオンラインでも参加が可能であることは歓迎されている。（1月下旬、有識者）オンライン参加枠を設けたところ、時差がある海外からの参加もあったと聞いており、遠隔地からの参加者に対しては大きなメリットとなっている。（1月下旬、有識者）参加者はオンライン参加を経験し、会議の性質やその参加目的によっては、既にそれで十分であったと受け止めている可能性もある。もし主催者が開催目的に照らしてオンサイトの価値を重視するのならば、参加者がオンサイトで参加したくなるような魅力的なプログラムの企画とその提供にこれまで以上に注力しなければならないだろう。（10月下旬、有識者）オンライン参加という選択肢が一般化するということはすなわち、意義が感じられなければオンサイト参加という選択肢が採られなくなり得ることを意味する。（10月中旬、有識者） <p>③ オンライン参加については、交流に関する一部不満や注意力が持続しづらいなどの課題もある。</p> <p>（参加者間の交流に対するもの）</p> <ul style="list-style-type: none">オンサイト参加者とオンライン参加者とのインタラクティブな交流は現状、不足している。（1月下旬、有識者） <p>（いわゆる「デジタルライフ疲労」に対するもの）</p> <ul style="list-style-type: none">今や、人々はコンピュータの画面の前でずっと過ごすことに疲れている。（11月中旬、海外有識者）人間の注意力が持続する時間は案外短く、オンライン参加の場合、参加者の関心はすぐに薄れてしまう。また、自宅やオフィスから参加する場合には、気が散ることも少なくない。そうした事実に対応するため、プログラム構成も以前と比べて変化しており、具体的には1つのセッションの所要時間は1時間から90分程度で細かく休憩をはさむといったトレンドが見られる。（11月下旬、海外有識者）ある学会の参加者アンケートでは、集中するためにオンサイト参加を選択するとの声も多かった。オンライン参加にもメリットはあるものの、そうしたニーズを必ずしも満たすものではない。（10月中旬、実務家）オンライン参加者の飽きを防ぐ必要性を感じている。具体的には1つのセッションの所要時間を短くすることや、著名な登壇者のアレンジといった工夫が必要である。（10月下旬、国内有識者）今はまだ移動に係る制約が残る状態にあり、参加者に対してはフラットに「オンライン参加とオンサイトのいずれか」という選択肢が与えられているわけではない点に留意すべきだ。現状はオンライン参加がトレンドとなっているが、コロナ禍が収束した後、移動に係る制約が解かれた上で人々がどのような参加行動をとるのかは、まだ判断し得ない。（10月中旬、実務家） <p>④登壇者や発表者を兼ねる参加者に対しては、これまでとは異なる質・量の負荷がかかる場合もある。</p> <ul style="list-style-type: none">モニターでの登壇とオンサイトでの登壇では、やはりコミュニケーションのとりやすさに差があり、各々のインターネット接続環境が異なることから音声の聞き取りやすさにも差が生じる。また、言語以外の情報を用いたノンバーバルコミュニケーションが弱くなることにより、パネルディスカッションにおける発言のタイミングの段取りなどの難しさは従来と異なるものであるが、いずれ慣れていくのかもしれない。また、事前の接続テストを含むリハーサルなどに要する時間も従来以上にかかる。（1月下旬、国内有識者）

上記を踏まえた他の主体の対応

- オンライン形式やハイブリッド形式が一般化することにより、従来から存在したが必ずしも満たされていなかった参加者ニーズの一部が新たに充足され、そうした参加者からはオンライン参加の普及は歓迎されている。オンライン参加という選択肢によるフレキシビリティの向上は、一般参加者に直接的な参加機会の拡大をもたらすとともに、多忙な閣僚・政府高官や著名人オンライン登壇者として招聘しやすくなるという側面もあり、プログラム自体の充実が参加者に対する更なる価値提供に繋がるような事例もある。
- オンライン参加者はオンライン MICE プラットフォームを介して会議に参加するため、主催者は参加者のオンライン上の行動や反応を定量的、かつより精緻に把握することができる。こうしたデータをもとに、参加者に対する価値提供を更に深化させることも可能となる。

- 一方、オンライン参加に対する参加者の不満・課題も顕在化しており、主に、①参加者間の交流に関するものと、②いわゆる「デジタルライフ疲労」に関するものが挙げられる。それらに対しては、以下に示すような方向性による検討が求められる。
 - ✓ ①については、参加者だけでなく主催者が強い意思を有しているケースもあり、コロナ禍によって、オンライン形式やハイブリッド形式における交流のあり方はまさに喫緊の課題となっている。コロナ禍以前から、MICEに係るオンライン上での交流をより自然で双方向のものとするを志向したツールの開発は行われており、ウィズコロナ時代の国際会議においては、実際に採用されている事例もある。オンライン MICE プラットフォームに組み込まれている製品もあれば、単独で機能する製品もあり、コロナ禍を機にそれらの機能自体は更なる高度化が期待される。一方で、参加者がオンライン上での交流を、現地参加の際ほどには求めていない場合、現状の交流の水準で十分であると受け止められる可能性もある。そうした前提のもと、この不満に対しては、主催者や参加者が望む水準を案件ごとに見極め、その水準を満たす企画・運営がなされる必要があると言える。
 - ✓ ②については、海外有識者から踏み込んだ示唆が得られた。主催者がその開催目的を最大化するためには、人体の特性を踏まえた人間工学的な視点からも参加者の快適性や利便性を向上させなければならないといった問題意識が、海外の業界関係者のなかではある程度、広がっていることが窺える。
- 感染症の世界的な拡大に伴い、社会とそれを構成する人々の価値観をはじめ様々な物事のあり方が変化していると指摘されており、国際会議においても参加者のニーズ(特にオンライン参加に関する希望や持続可能性に配慮した運営手法に対する意識)の変化として、それらが顕在化するものと考えられる。コロナ禍が収束した後、移動に係る制約が解かれた上で人々がどのような参加行動をとるのかは、まだ判断し得ないからこそ、参加者等のニーズを捉えながら変わり続けることを前提として、社会に様々な機会をもたらす装置としての国際会議の価値を発揮していくことが求められる。

C. MICE 人材

- 国際会議の運営を担う MICE 人材について、(A)CBなどを中心とする開催地人材と(B)関連事業者の人材とに大きく分けて、整理した。
- MICE人材については、コロナ禍によって変化する国際会議のあり方に対応するだけではなく、コロナ禍以前から存在した様々な課題に引き続き向き合うことの重要性が、多くの有識者によって示された。例えば、業界のプレゼンス向上は従来から課題とされてきたが、今回のヒアリングによって、多くの有識者からMICE人材の採用(リクルーティング)という課題とそれを紐づけた示唆が得られた。ウィズコロナ・ポストコロナ時代においても、業界の持続可能性に直結する多様かつ優れた人材を採用するため、国際会議の開催が社会に果たす役割等を訴求し、業界のプレゼンスを向上させることに対する問題意識が高まっていると推察される。
- また、これまで当たり前のように存在した様々な業界慣習や文化のなかには、コロナ禍によってその妥当性を問い直されているものが、少なからず含まれていると言える。例えば、仮予約や取消料に関する商習慣などについては、コロナ禍への対応のなかで関係主体がそれぞれ問題意識を有しており、業界におけるスタンダードの見直しが急速に進展する可能性がある。そうしたこれまでの慣習にとらわれない価値観と、必要に応じてそれらを打破することのできる行動力も今後のMICE人材に期待されるところと考えられる。
- コロナ禍による変化として、オンライン形式の国際会議を企画・運営することのできるスキルは、より重要なものとなっている。しかし、それは従来指摘されてきた国際会議におけるテクノロジーの活用という課題がより喫緊のものとなった影響によるものであり、MICE人材のデジタルリテラシーの向上、多様なバックグラウンドを持つ職員の採用、他業種との連携などによる対応の強化が求められている。
- コロナ禍における延期・中止やオンライン形式への移行により、地域や事業者によってはウィズコロナ時代における現地参加を中心とする案件を経験する機会がごく限られていた。そうしたなかで開催された ICCA AP サミット(後述)は、ウィズコロナにおいて日本で開催された国際会議のなかでも、現地参加者を中心とする代表的な開催事例と言え、MICE 人材が広くウィズコロナ時代における国際会議を体験することのできる有意義な機会になった。各セッションの企画のみならずロジスティクス面においても「新たなミーティングモデルの確立」というテーマに沿った運営がなされ、本会議の主たる参加者である MICE 人材がコロナ禍による変化を学び、体感することのできるフィールドとしても機能とした。

- MICE産業のあり方について、「これまでアカデミアときわめて深く関与しながら成長してきたにもかかわらず、その知識は十分に体系化されてこなかった」との指摘もある。同様の課題感には日本に限られたものではなく、ICCAは2021年第3四半期にコンベンション業務従事者のための資格認証制度として、ICCA Skills を創設することを予定しており、「パンデミックを契機として、いったん立ち止まって、アカデミアとともに考える」ための対話プラットフォームとしてもその枠組みが活用されることで、MICE産業の未来が拓かれるとの期待もある。

(A) 開催地人材

コロナ禍以前から存在した課題
<ul style="list-style-type: none"> ● 開催地としての競争力を高めるという観点からの専門人材の育成・確保は重要だ。(10月下旬、学識者) ● 地域にMICEを誘致し、開催することの価値は示されていないながらも、この分野に通じた専門人材の育成や地域へのリクルートに対する意識は必ずしも高くない。(10月下旬、CB) ● CBにおけるプロパー人材の育成とその活躍のための環境を整える必要がある。また、個々の職員についても専門性を高めながら業務にあたらなければならない。(10月上旬、CB) ● 海外の関連事業者からのフィードバックとして、「そもそも英語が通じず、レスポンスも遅い。案件一ータルでの見積りがすぐに示されず、費用感も掴めない」といったものも正直ある。仕事にし辛いという評価に対しては、是正が必要と認識している。我々のCBには海外の関連事業者とも英語でビジネスを進めることのできるスキルを有する人材が数名所属しており、その両者間でのコミュニケーションには基本的な問題ない。しかし、関連事業者と地域のサプライヤーが直接やり取りを始める段階では、そうした不満が少なからず発生しており、開催地に対する印象や評価という点は人材起因でマイナスに働き得る。(10月下旬、CB)
コロナ禍による変化を踏まえた更なる課題
<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ禍を経て、海外の主権者や関連事業者のニーズに対して、情報発信による適切な働き掛けを行うことができるだけの語学力やコミュニケーションスキルを強化することが必須と考えた。また、ICTに関する知見もより重要なものとなった。(1月下旬、CB) ● 主催者に対してフェアで正しい情報を提供することができるように自らが持つ知識のアップデートを続けることは必要だ。(10月下旬、CB) ● 「受け皿」としての地力をより意識していかなければならない。その観点から地域のMICE人材については、より俯瞰的かつ戦略的に考える必要があるのではないかと。観光庁は令和2年度、女性のセカンドキャリア支援に取り組んでいるが、MICEプランナーという職業はその優れた選択肢となり得る。例えば、セカンドキャリアを求める地域の女性たちに始めはボランティアのような形からCB業務に従事してもらおうなどしてMICEに関連する知見を高めてもらい、その上で独立してもらおう。そうすることで地域のMICEを支える人材を増やしていくというような方向性も考えられる。(10月下旬、CB)

(B) 関連事業者人材

コロナ禍以前から存在した課題と対応
<ul style="list-style-type: none"> ● 様々なバックグラウンドを持つ人材の集積により、業界として更なる成長を遂げていく必要がある。(10月下旬、学識者) ● 海外需要を取り込んでいくためには当然、語学力やビジネスとして求められるコミュニケーション力が必要だが、若い世代にはそうした素養のある人材も多く、その点においては悲観していない。(10月下旬、CB) ● 業界団体の強化である。業界全体に横串を刺して広く連携をし、政府に対しても具体的な要望を上げていく必要がある。また、国際組織と連携した人材育成の強化にも取り組むべきである。(10月下旬、有識者)
コロナ禍による変化を踏まえた課題と対応
<p>業界プレゼンスの向上による、業界の持続可能性の向上を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● オーストラリアのBECA(The Business Event Council of Australia)は、ビジネスアソシエーション、イベントオーガナイザー、展示会業界、会議業界、コンベンションビューロー協会などが一堂に加盟するロビー団体である。組織として、ビジネスイベントが社会にとっていかに重要かを示す良いケースを提示するとともに、コロナ禍からのMICEの復興に向けたフレームワークとそのための戦略を提示するという役割を果たしている。(11月下旬、海外実務家) ● 地域の交流人口を増加させ、経済的・文化的メリットをもたらすという観点からこの人口減少社会において、業界の重要性は間違いなく増している。しかしながら、業界規模が限られており、我々のビジネス自体の認知度もそれほど高くないことが人材リクルーティングにも影響を及ぼしていないわけではない。業界の存在意義を社会に認知してもらうためには、その経済的インパクトを定量的にアピールすることが必要と考えている。(11月上旬、実務家) ● より良い人材の流入のためにも観光庁として日本社会におけるMICEの意義とその認知拡大に繋がる施策をぜひ推進してもらいたい。(10月中旬、実務家)

事業としてのレジリエンスの向上という観点から人材確保・育成について改めて考える。

- コロナ禍以前のやり方に必ずしも固執せず、何事も必要に応じて変えてゆく姿勢が重要と認識している。その意味では、若手にとってよりチャンスが多い時代になるのかもしれない。（10月中旬、実務家）
- 業界におけるノウハウの継承は重要だ。その性質上、伝統工芸品の職人を対象としたものも参考に、動画アーカイブによる見える化とその教材化を行うというアイデアもあるのではないか。そうすることでコア業務を効率化し、専門性を活かした新たな領域への事業展開なども期待できるのではないか。（11月中旬、CB）
- 国際会議の運営は自社にとっての事業の柱だが、より俯瞰的に街づくりへの貢献という観点から自社に興味を持ち、受験していただく新卒人材も増えている印象であり、そうした方向でもぜひ活躍してもらいたい。（10月中旬、実務家）
- 新卒採用では、テクノロジーの活用や論理的思考において優れる理系人材の確保も意識的に進めている。（10月上旬、実務家）
- CBとして、毎年春に地元で開催される国際会議の運営をサポートしてもらう学生を「コンベンション学生サポーター」として募っている。応募学生の動機は「海外の方と接する機会を持ちたい」というものが多いが、国際会議の運営というビジネスを通じてもそれが実現できることを認知してもらい、ゆくゆくは業界人材として活躍してもらいたいという期待もある。（10月中旬、CB）

(イ) 「モノ」の視点

A. 会場・施設

コロナ禍の発生による会場・施設の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生による会場・施設の変化
<p>主催者や関連事業者が求めるコロナ禍への対応に即した形態で開催できることが求められる。</p> <p>1) ハイブリッド形式のために必要な支援を行うことができる。</p> <ul style="list-style-type: none">会場・施設自体が、必要な水準のDXIに対応しなければならない。(10月下旬、学識者)オンライン形式による開催が今後、増加すると考えられる。会場・施設に対する評価において、交通アクセスの重要度が相対的に下がる可能性はあることから、ある会場・施設によっては機会となり得る。(1月下旬、有識者)安定したライブストリーミングを実施するための設備に対するニーズは、高まると考えている。シンガポールのマリーナ・ベイ・サンズに新設されたようなハイスペックのスタジオも注目を集めている。(11月中旬、CB)自地域における会場・施設の通信環境のスペックが、ハイブリッド形式に適切か問題意識を持っている。(11月中旬、CB)自地域における会場・施設のなかには、その音響・照明スタッフとして、元から業務委託契約をしているスタッフがいたが、映像の対応については現状、職員が手弁当で対応している状況であり、ハイブリッド形式への対応という観点においては、技術面・業務負担面ともに課題がある。(10月上旬、CB)ドイツ・ダルムシュタットでは、地元の工科大学と連携して会場・施設の通信環境の強化が進められており、その点を強みとした誘致活動が行われているといった事例も耳にしている。(10月中旬、実務家)(会場・施設に求められるものとして、)施設の広さのほかにも通信環境の強度や拡張性に加えて、オンライン配信を行う際に背景となる内装や映像の美しさに影響を及ぼす光環境、画角に移り込む外の風景などこれまでさほど重視されてこなかった要素の重要度も上がってくると認識している。(10月中旬、実務家) <p>2) 感染症拡大防止のために必要な支援を行うことができる。</p> <ul style="list-style-type: none">その会場・施設において、安全・安心な開催が可能であることを客観的に示すべきである。(11月中旬、CB)感染症拡大防止の観点から「密」を避けるために余裕ある運用が可能であるかという観点のもとでの会場の面積に対する意識や換気性能が注目されていると把握している。(10月中旬、CB)自地域の会場・施設においては感染症対策に必要な備品の調達を進めており、少なくともコロナ禍における必要最低限の設備として、無償貸与できるように準備を進めている。(10月上旬、CB)感染症拡大防止のために求められることは、必ずしもその会場・施設が大きなハコであることではない。(10月中旬、実務家)従来、それほど重要視されてこなかった要素としては、やはり換気性能が挙げられる。(10月下旬、CB)

上記を踏まえた各主体の対応

<p>会場・施設としての価値を再考する。</p> <ul style="list-style-type: none">ドイツなどでは、MICE 施設単体としては運営コストが赤字になっても構わないと考えられているケースもある。集客装置としての価値を重視し、そのように割り切るという方向性もある。(10月下旬、有識者)自地域では一般的な会議場以外のユニークベニューの開発を進めている。それが文化財ならば、あくまで文化財としての価値が損なわれないように化粧室の設置やバリアフリー化など必要な機能強化を行う必要が一般的にあると言えるだろう。自地域ではユニークベニューのひとつとして、城郭の開発を進めているが、そもそも空襲で大部分が一度、焼失した後に再建されたものであるため、文化財としての価値はもちろんありつつも、比較的開発がしやすく、使い勝手も良いという点を強みと位置付けている。(10月上旬、CB)会場・施設とは、顧客が持っている何らかの目的を実現するためのプラットフォームであることを今、改めて意識すべきだ。そうした視座に立つことで、具体的・こどのように取組むべきか自ずと整理されると考えている。(10月下旬、有識者)首都圏を開催地として選定する必要性は今後、薄まってくると感じている。地方都市の会場・施設であっても通信環境さえ整っていれば、配信基地としての機能を果たすことができるため、選定される可能性も高まる。従って、地方都市にとっても誘致のチャンスが増える時代となるだろう。(10月中旬、実務家)PCOでもある自社が運営する会場・施設では、いわゆる新しい国際会議のあり方への的確に合致させるための取組を進めるとともにその対応力をアピールすることに注力していきたい。(10月中旬、実務家)MICEの開催がままならないという環境にある今こそ、会場・施設として、どのように収益をあげるか、従来の枠にとらわれずに様々な方法を考えるべきである。海外では会議場がシェルターやテストセンター、医療センターへと既に転用されている例もいくつか把握している。(11月中旬、海外実務家)
--

- ウィズコロナ時代の会場・施設には、以下に示す取り組みが求められている。
 - 第1に、ハイブリッド形式の会議開催に必要な設備・サービス支援が求められている。特に通信環境の整備については、総じて対応が必要な状況にあると指摘されている。従来も会議の性質にあわせ、通信容量やセキュリティの観点から必要に応じて、スポットで回線の増設・増強がなされることは一般的であったが、常設回線の通信速度や電波強度といったスペックは、追求しようとすれば非常にレベルの高いものまで存在する。つまり、先述した感染症対策と同様に、①最低限の必要となる水準を満たした上で、②付加価値としてどこまで整備するかという戦略が、各会場・施設に求められていると考えられる。
 - 第2に、感染症拡大防止のための物品・サービス・機能の提供が求められる。会場・施設が実施し得ることとしては、各種感染拡大防止ガイドラインや既存法令の遵守、必要備品の調達・提供、施設の管理体制の構築等が挙げられる。また、ウィズコロナ時代の国際会議では、「3密」を回避できるよう、十分な余裕(席の間隔など)を確保した会場使用計画を検討する必要があるため、それが実現可能な施設構造であるかが問われることになる。各会場の広さや天井高については、従来と異なる視点で評価されるとともに、換気や動線管理の可能性についても注目され、施設側から主催者側への提案も期待される。また、施設の抗ウイルス・抗菌加工や施設内の清掃基準もポイントになり得る。感染症対策の国際基準は既に複数存在し、日本においても、既に会議施設・ホテルにおいて取得が進んでいる。
- コロナ禍を契機に、会場・施設においても自らの強み・提供価値の再定義を行い、その運営等に更なる戦略性が求められている。例えば、空間という資源とそれに伴うサービスを提供していることに着目し、会議という用途から離れて、異なる需要(例:試験会場など)に応えるといった方向性も考えられる。あるいは会議施設としての機能強化に注力し、PCO目線での使い勝手の良さを追求するといった方向性なども想定される。
- 公共施設として整備された会場は、設置目的に沿い、地域に価値をもたらす存在であることが求められる。コロナ禍を機に、地域社会におけるMICEの意義を改めて検討・確認し、それに呼応する会場・施設の提供価値とそのため必要な機能に関する整理を行うことで、会場・施設への適切な投資と地域連携が推進され、会場・施設と周辺地域が一体となって「競争力を持つ魅力的な開催地」として洗練されてゆくことが期待される。
-
- 開催地の行政・コンベンションビューローには、会場・施設の状況も踏まえて、ステークホルダー間の連携を支援することが肝要である。例えば、業界においても危機管理に関する取組の必要性が改めて認知され、そのために不可欠なものとしてBCP(事業継続計画)が挙げられる。BCPについては、個々の事業者のみならず、地域全体としての策定及び実践の重要性が指摘されているところである。地域全体としてのBCP策定や実践においては、シンプルな取引関係や親睦・交流を超えた、地域のMICEに関わる全ての主体の連携を欠くことができず、その部分において行政・コンベンションビューローが果たすべき役割は大きいといえる。

B. 開催地

コロナ禍の発生による開催地の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生による変化
<p>① 開催地の評価基準の一部が変わりつつあり、開催地としての日本の地位にも影響が及ぶ可能性がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 人口も多く、経済的にも成長を遂げるアジアは、経済的・学術的にも開催メソッドの大きな開催地として10年程度前から注目されてきた。コロナ禍においては欧米に比べて感染拡大が抑制されているという評価もなされている。従来の主要な選定基準としては、アクセシビリティ、観光地としての魅力、安心・安全、財政的支援、施設のキャパティに加え、見込み参加者数、新スポンサー獲得の可能性、メディア露出、ビジネス拡大の可能性等が挙げられるが、コロナ禍により、安心・安全という観点の重要性が増すとともに、持続可能性に対する意識も強調されるなど、選定基準は複雑化するだろう。(10月下旬、有識者) ● コロナ禍において、「マスクをする」「手を洗う」「うがいをする」といった日本に由来する根付く習慣自体が、COVID-19対策に効果的なものと世界から注目され、また評価されている。その感染拡大状況も相対的に見るとコントロールされているという印象は持たれていると言えるだろう。(10月中旬、実務家) ● 延期や中止という判断に伴い、従来のリージョンのローテーションにこだわっていられず、それ自体が変更される可能性も生じており、感染拡大状況が比較的落ち着いたアジア・パシフィック地域での開催が模索される事例も増えてくるのではないかと。(10月中旬、実務家) ● 日本にとって、観光地としてはもちろんMICEの開催地としても「安心・安全」という印象を持たれることが良いアピールポイントになると考えている。ただし、これを実際の誘致活動において、どのように訴求するかは難しい。(11月上旬、実務家)

- 日本はコミュニケーションプランがしっかりとしており、それゆえにコロナ禍という危機が収束するまで、ただ待つべきではないと考える。安全を確保するために実施していることを示しつつ、安全にMICEを開催することのできる開催地であることを訴求するプラットフォームを持つ必要がある。(11月下旬、海外実務家)
- 国内の一開催地としては、コロナ禍の前後でアピールポイントはそれほど変えておらず、また他地域で既に大きく変わっているという印象も受けない。しかし、元々存在する自地域のアピールポイントや資源に対する嗜好には変化が生じており、コロナ禍を経て、特に欧米からの「森林浴」や「リラククス」といったポイントに対する反応は、以前に増して良くなっている。(10月下旬、CB)

② 国際会議のオンライン・ハイブリッド化により、地域におけるその誘致・開催意義について、再考を迫られている。

- 開催地としては、国際会議の開催によって裨益する経済上・文化上のメリットを踏まえ、オンラインもしくはハイブリッド形態による開催を望んでおり、その点については他地域とも同様の想いである。行政を含む地域のカウンターパートに対しては、やはり経済波及効果を、開催支援を実施すべき根拠の軸と説明してきたため、今後、現地参加者の減少によってそれが目減りするとすると再考を余儀なくされる。そのため、経済波及効果のみならず、広義のレガシーを加えた2本柱で自地域における開催意義を定義し、説明・発信していくことになると考えている。(11月中旬、CB)
- 行政からの助成について、これまでは国際会議の開催による誘客に価値が見出されていたため、人流が停滞するなかで CB としての価値自体をいかに維持するかも課題として模索している。なお、今年度のCB会費については、大きな打撃を受けている会員から徴収を行うのも心苦しく、そもそもCBとしての事業を縮小せざるを得なかったということも踏まえて、納入不要とした。(10月中旬、CB)

③ 開催地全体の面的な受け入れ環境を整えることが求められている。

- 有事の際に情報を収集し、発信することはCBが担うべき重要な役割であると認識している。観光危機管理といっても事前に準備していないことや経験がないことを現場で急に対応することは難しいと考えている。自地域では過去の災害の経験を踏まえて、意識的にそのための備えを進めてきた。こうした取り組みは、コロナ禍を経て、重要性を増した「安心・安全」とも関わりが深いため、開催地としての自地域の今後のブランディングや誘致活動においてもうまく織り込んでいきたい。(10月中旬、CB)
- CB が中心となり、会場・施設はもとより地域の関連事業者とも連携をし、危機管理のタスクフォースを常設し、専門家の監修のもと、危機管理マニュアルの作成やセミナー、訓練などを行うことで面的な受け入れ環境を整えてゆけばよい。(10月下旬、有識者)
- 開催地とは、単に土地を提供するサプライヤーではなく、「開催地・デスティネーション」を提供する主体であることを自覚すべきだ。その上で自らの使命を理解し、主催者の目的達成を支援する意思を示さなければならない。そのためには、参加者や主催者に対してできるだけ強くコミュニケーションをとる必要がある。(11月下旬、海外実務家)
- 求められる変化に対応する上で最も重要なのは、開催地で MICE 産業に関わる全てのステークホルダーが手を取り合って協力し合うこと、そしてそれを開催地としての競争力に繋がる受け入れ力として訴求することである。(11月中旬、海外実務家)

対応の方向性

① 地域にとってのMICEの意味・機能・役割を整理する。

(開催地としての外部評価・現状を把握する)

- コロナ禍後に日本を訪れたいという外国人観光客は、多いと言われている。しかしながら、MICE の開催地としての評価はどうかと言えば、必ずしも同様ではないような印象も受けている。情報発信の強化が課題と言えるのではないかと。(10月下旬、学識者)
- 諸外国と比較した際の日本の差別化要素は、文化的なイメージが強いことであり、これが開催地としても最大の強みとなり得るのではないかと。現状、資源として使いこなせていないかもしれないが、その存在は大きなアドバンテージであると考えている。(11月中旬、海外実務家)
- 海外の関連事業者の立場から言えば、日本は必ずしも仕事しやすい土地ではない。しかしながら、日本でMICEを検討されている海外関係者向けに商慣習などの「文化」も的確に説明することで無用なミスコミュニケーションは軽減することができよう。(11月下旬、海外実務家)

(自地域の上位目標や上位計画における意義を見出す)

- 例えば、国内でも取り組みが広く見られ始めているシティプロモーションを推進するという方向性のなかで国際会議という機会は大いに活用可能である。(10月下旬、学識者)
- 自地域のCBは、観光協会・コンベンションビューロー・国際交流協会としての機能を併せ持っている。業務の性質上、観光部門とコンベンション部門は密接に連携しているが、国際交流部門との連携は必ずしもそうではない。しかしながら、国際会議の開催という機会をフックとし、シナジーによる新たな価値が創出できる可能性があるのではないかと考えている。(10月中旬、CB)

(国際会議のあり方の変化へ開催地としてどのように対応すべきか方向性を明確にする)

- 自治体・行政として自地域においてMICEをどのように位置づけるのか、ポストコロナ時代に向けては変化を踏まえたコミットメントが改めて求められている状況にあると言えるのではないかと。(11月上旬、実務家)
- あり方が変化する国際会議を通じて、開催地としてどう裨益するかということは、より踏み込んで考えていなくてはならない。例えば、オンライン参加者についても、将来的に自地域を訪れる可能性のある見込み顧客と捉えるなど、その位置づけを明確にした上で従来の戦略を見直してゆく必要もあるだろう。(1月下旬、有識者)
- 元々、自地域ではMICEのなかでもC(国際会議)を軸に取り組みされてきたところであるが、地域の関連事業者からはMやIなど比較

的、足の速くて予算規模も大きい案件に対する期待が大きくなってきた。そのため、そうした声を受けて2014年にM・Iに対応するためのチームを発足させるなどこれまでも変化に対応すべく、戦略的に進めてきた。(10月下旬、CB)

- CBとしては「地域を最優先に考える」ということを第一に意識している。例えば、3月頃から賛助会員と県内関連事業者へ連絡をとり、基本的には対面で訪問し、フォローアップやCBや行政が実施している宿泊割引等の支援制度説明、海外向けの英語の動画作成への協力のお願など接点を保ちながら、地域全体として変化への対応を模索している。(10月下旬、CB)
- 国際会議に関連するオーバーツーリズムへの対策という文脈においては、衛星都市を巻き込むという方向性も妥当である。つまり、それに限らず、コロナ禍による変化により、新たな機会を得る地域が現れるかもしれないということだ。(10月中旬、実務家)
- コロナ禍の影響が広く残るうちは単一の会場・施設だけでなく、ホテルや公共交通機関においても必要な防疫体制が面で整備されているかどうか重視されるだろう。また、都市ごとに独自の基準が定められているというよりも、国全体として妥当な共通基準がしっかりと履行されていると示すことのできる状態の方がよりシンプルである。こうした難しい環境のなか、複数の開催地を比較・検討の上、企画・運営に取り組まなければならない海外のプランナーの使い勝手という観点からもその点は重要だ。(11月下旬、海外実務家)

②開催地としての競争力を強化する。

(利点をのばす)

- その地域ならではの強みや特性を活かすことが益々重要になるだろう。(1月下旬、有識者)
- CBとしての誘致戦略においては、①自地域で開催する意義の高さや②自地域の特色との親和性の高さという観点をより意識していきたい。(10月上旬、CB)
- 私自身も日本を訪れたことがあるが、日本の「安心・安全」や「清潔感」といったイメージは、外国人の目から見てもその通りと言える。(11月中旬、海外実務家)
- 海外からの日本に対する認識は基本的には非常にポジティブであり、ユニークな文化、ライフスタイル、信じられないほどの魅力的な食事など、非常に魅力的な目的地となっている。日本は安全で清潔で親切な国であり、イノベーションの中心地であると考えられるのである。特にMICEの参加者は総じて「質の高い旅行者」であり、必ずしも物見遊山型の観光を目的としておらず、むしろ文化的な没入型の体験に興味を持っていたりもする。日本は特に芸術分野において、そうした体験を提供可能な資源を有するため、その点に注力することには大きな可能性がある。(11月下旬、海外実務家)
- 日本国内では、特にグローバルMICE都市に選定されている12都市が切磋琢磨し合っているところではあると思うが、コロナ禍においてはまずシンプルに日本全体として、その総合力を押し出すようなブランディングを強化するという方向性も考えられる。(10月下旬、学識者)
- 開催地の強みとして、今後は「安心・安全」も重要だが、それだけを押出すのでは弱いだろう。コロナ禍以前から存在する強みを変化も踏まえて改めて整理した上、ターゲットとする顧客から開催地として選ばれるための明確な理由を「安心・安全」の他にも見出し、先行してプロモーションを実行することで競争優位性を高める必要があるのではないかと。(10月下旬、有識者)

(弱点・課題に取り組む)

- 国内各都市における優れた取組や開催事例に関する情報発信は、日本語のみに限られている場合が多い。この点については十年來の大きな課題である。(10月下旬、有識者)
- 日本が現状、開催地として「コロナ禍における安心・安全」なブランドイメージを対外的に形成できているのか、個人的には疑問である。自地域ではガイドラインの策定に取り組んでいるところだが、その上で「このようなガイドラインが存在し、それが遵守されている」ということを積極的に発信しなければならぬと認識している。実際、海外関係者の関心も高い。(11月中旬、CB)
- コロナ禍の影響が残るうちは、対外的な発信やロビー活動は、必ずしも1企業や1開催地単位ではなく、国や業界全体で積極的に連携しながら行うべきだという方向性もある。なお、「安心・安全」と言われるが、「安全」はある程度、客観的にも判断可能なものだが、「安心」はどちらかと言えば主観的な問題であり、受け手によって尺度も異なることに十分留意しなければならない。つまり、受け手ごとに妥当なコミュニケーション戦略が必要であると言えることから、その実行上、連携による効率性を意識する必要もあると考えられる。(10月上旬、実務家)
- コロナ禍においては会場・施設の取消規定の運用が大きなピックとなっているが、自地域としてもケースバイケースで個別に配慮を行う場合があるも確かだ。ただし、国内だけを見ていても各都市がバラバラに対応している現状が海外関係者の目にもこのように映っているのか問題意識を有しており、私見だが、開催地としてのブランディング上は、必ずしも望ましい状態となっていないのではないかと捉えている。(11月中旬、CB)
- 単に英語による円滑な対応という語学面の問題のみならず、商慣習も含めてグローバルスタンダードへの対応が遅れていること自体が課題だ。(10月下旬、有識者)
- かねてより指摘されている開催地としての日本の懸念事項は、言葉と商慣習の違いである。また、端的に述べれば、日本は柔軟性に欠け、非常に高価な旅行先とみなされている。(11月下旬、海外実務家)
- 日本の弱みとして、関連事業者間の連携が必ずしも十分ではない点も挙げられる。(10月下旬、実務家)
- 国際的業界団体の重鎮からも「日本は国際会議を開催する能力は持っているが、フレキシブルな対応に欠く」との評は耳にするところだ。また、開催支援のなかでも特に開催経費に対する補助が十分ではないという印象も持たれている。日本が開催地として有する様々な魅力や現状の強みを押し出すだけでなく、改善すべきことを改善するという姿勢も重要だろう。(10月中旬、実務家)
- 日本の観光地としての魅力は、開催地としての競争力を高めてきた要素のひとつである。しかしながら、今後、増加が見込まれるオンライン参加者の比重が高い案件については、その強みが想定的に低下するというジレンマを抱えることになるだろう。(10月中旬、実務家)
- 日本が開催地として非常に魅力的であることに変わりはなく、コロナ禍の収束とともに案件は戻ってくると思われる。ただし、会場・施設に係る料金の高さなどの課題はそのまま放置すべきではない。(11月中旬、海外実務家)

- 少なくともウィズコロナ時代においては、公衆衛生上の要請から、開催地は、個々の会場・施設において感染症対策のために必要な措置が行われていることに加え、参加者が立ち寄るであろう施設も含む地域全体の感染状況や感染症対策の状況についても評価がなされることに留意しなければならない。業界団体のみならず、各地域でも独自にガイドラインが策定されるなどしているが、会議関係者はもとより地域住民に対しても的確に感染症対策に関する情報共有を図ることで、広く「安心」の醸成が求められている。なお、そうした取組の推進にあたっては、行政や地元コンベンションビューローに期待される役割が大きい。
- MICE 産業に限らず、コモディティ化(一般化)が進んでしまうと差別化は図りづらくなる。その状態を脱するためには、的確なブランド戦略やコミュニケーション戦略が必要となる。開催地として、脱コモディティ化を図る場合も同様であり、ウィズコロナ・ポストコロナ時代の開催地として、何で競ってゆくのか、強みをどのように尖らせるのかという意識を持つことも重要と言える。あわせて、開催地における各分野の課題やより上位の課題への貢献という観点から、国際会議という機会の価値を見つめ直すこともより重要になると考えられる。
- コロナ禍を経験した社会における様々な変化は、MICEの開催地としての地位にも影響を及ぼす可能性があり、国際会議に関わる様々な主体のニーズを踏まえつつ、①自地域はどのような開催地であるべきか、また②どのような開催地でありたいかという2点に関する検討を行うことは、あらゆる開催地にとって不可避と考えられる。特に国際会議のオンライン・ハイブリッド化の進展により、海外からの参加者の来日を前提とした国際会議の誘致・開催意義に関しては、再考を迫られている状況にある。そうした検討のなかで留意すべき事項は、以下の通りである。
 - ✓ 第1に、各開催地には、自地域にとってのMICEの意味・機能・役割を改めて整理することが推奨される。そのためには、まずコロナ禍を経た開催地としての自地域の現状と外部からの評価を的確に把握する必要がある。さらに自地域の行政上の上位目標や上位計画を踏まえたMICEの意義を今一度検討し、その上でどのように変化・対応していくべきかという方針を明確にする必要があると考えられる。なお、日本国内でもグローバルMICE都市を中心に、行政計画に示されている目指す都市像の実現を推進するべくMICEが果たす役割が既に定義されているケースもあるが、それらについてもコロナ禍を踏まえた更新が必要となる場合がある。
 - ✓ 第2に、開催地としての競争力をさらに強化してゆかなければならない。よって、国内諸都市においては、自地域における①利点をのばすとともに②弱点・課題に取り組むことが求められている。特にポストコロナ時代においては、国際会議に現地に参加することの意義やその価値に対する意識も高まると考えられることから、新たな資源の発掘や既存の魅力の磨き上げには、より積極的に取組まれるべきである。ただし、日本の場合、長らく指摘されている課題も明確であり、弱点・課題によってせつかくの利点が差し引かれることのないよう、業界全体の問題意識が高まっているこの機会を生かして、同時に国際的な競争力の底上げを図るような取組も期待される。

C. ソリューション

- 有識者ヒアリングにおいて言及された今後の国際会議に資するソリューション(製品・サービス)について、以下の通りに整理を行った。
- 象徴的なソリューションは「オンライン MICE プラットフォーム」である。参加者登録、講演の閲覧、オンライン展示の閲覧、参加者間のコミュニケーション機能などをワンストップで利用することができるもので、世界各国の各社から様々な製品がリリースされており、カスタマイズや他のアプリケーションとの連携など機能についても日進月歩である。その他、オンライン上での交流を深化させるためのソリューションに対する言及も多く見られた。
- ソリューションの開発・採用にあたっては、他業種とのコラボレーションや他領域における専門性の活用を意識することが、既存の課題や不満の解決を推進するために有効なアプローチであると言える。

(オンラインMICEプラットフォーム)

- 主催者より、全ての参加者が利用可能であることを担保してもらいたいとのオーダーはあるが、参加国・地域や企業によっては、該当ツールの利用がそもそも制限されている場合などもあり、参加者が多様になればなるほどその点は難しい。そのため、ダブルコストだがサブツールを手配し、代替手段として提供できるような体制をとる場合もある。(10月中旬、実務家)
- プラットフォームを介して参加者の行動履歴をトラッキングすることができる。参加者の追跡という意味では、事後アンケートの実施などが一般的であり、かつその程度に留まっていたと思われるが、リアルタイムで参加者の情報を定量的に取得できるようになっている。また、参加者のフィードバックを得るといった観点では、投票機能やライブ Q&A 機能なども有用である。(10月上旬、実務家)
- 多少の進歩は見られるが、まだ非常に不便である。一般的に業界では、関係性を発展させるという点で、ライブイベントで起こっていることを 100%再現することはできないと考えているが、一方ではテクノロジーは以前よりも良いプラットフォームを提供してくれている。(11月下旬、海外実務家)
- オンライン会議の間、プラットフォームには多くのデータが蓄積され、それを分析することもできる。誰がいつどのような行動をとっているのかというデータの場合によってはスポンサーにも提供することができるため、スポンサーに対する価値に繋げることもできる。また、主催者としてもプログラムやコンテンツのうち、何が参加者を引き付け、参加者がオンライン上で何をしているかを測定することができるようになった。(11月中旬、海外実務家)
- 2020年度はまさに緊急事態であったがために、ある程度、クオリティが低くてもオンライン開催にこぎつけられればという意識が見られたが、参加者自身がオンラインによる参加という体験に慣れてきた今、「ゲームのような没入感」の実現など、見聞かしている海外の先進事例を取り入れたいとの声もある。目の前の案件対応を行いながら、この開発を進めることが今後の課題となっていく。(10月中旬、実務家)

(その他、オンライン上での交流に関するソリューション)

- Avatari 社のアバターロボット「newme」を活用した avatar MICE というコンセプトの開催事例がある。(11月中旬、CB)
- オンライン上に仮想バンケットを設けて、そこで小グループに分かれて会話することができるソリューションとして、「Remo」や「HIS.pace」が挙げられる。(11月中旬、CB)
- 参加者同士をうまくマッチングさせる機能を仕組み化させることができればと思っているものの、まだ実現には至っていない。技術・ソリューションを持つ事業者とコラボレーションして新しいものを開発していくことが、こうした課題解決における近道。発想の転換として、別の目的に使われていたものや、他業種・他業界で使われていたものを取り入れることも重要。(10月中旬、実務家)
- 国際会議の価値としてとらえられてきた偶然の出会いやインスピレーションをオンライン会議において実現する方策については、既にある程度のレベルで実現できてしまっている以上、それよりも高いレベルを実現することは難しいと捉えている。(10月中旬、実務家)
- 学術会議等の質疑応答などはチャット機能などを使って実施しているが、これが対面よりも活発になってきた。時間も限られる中で座長が有意義な質問を優先的にピックアップすることができるようになったというメリットも聞いている。(10月上旬、実務家)
- 一部の企業は安価なソリューションを使用しているのに対し、他の企業はビジネスマッチングのための AI 技術やゲーミフィケーションの技術を活用した高価なソリューションに投資しており、参加者がオンサイト形態での会議に参加する際に期待するものと同じような経験を(オンライン上で)作り出そうとしていることが分かる。(11月下旬、海外実務家)
- 予め参加者一覧を閲覧することができたり、相互にアポイントメントの調整が容易にできたり、マッチング機能も持たせたいという声は主催者からよく聞くとこらだ。(10月中旬、実務家)

(その他、関連する示唆)

- シンガポールでは、優れたソリューションを有するベンチャー企業らに助成金を出すだけでなく、実証実験のフィールドを最優先で提供しようとするような仕組みがあると耳にする。日本においてもそうした支援が MICE という切り口のもとに行われれば、新たなソリューションの開発・浸透にも少なからず寄与するのではないかと。(10月中旬、実務家)
- マリーナ・ベイ・サンズに新設されたスタジオは、業界でも注目されている。配信ツール自体の機能もそうだが、演出の幅という観点から配信スタジオに対するこだわりというも出てくるのかもしれない。(11月中旬、CB)
- 参加者の利便性向上という観点から、手荷物の中からいちいちパスを探す手間を省いてチェックインできるようなシステムの開発に昨年取組んできたところだが、期せずして今日、感染症対策という観点からも評価いただくこととなった。(10月中旬、実務家)
- 自社としてはその事業上、オンサイトを中心とする従来の傾向にある程度、戻ってもらいたいという想いもあり、「ニュー・ノーマル」を実現するための新たなソリューションの導入については、暗中模索しているところだ。(10月下旬、実務家)
- 現地参加者同士はともかく、現地参加者とオンライン参加者との双方向交流をいかに実現するかという点については、多くの議論がなされているところである。現状の技術開発の動向としては、オンライン参加者のエンゲージメントを最大化するためのものに注力されている印象だ。(11月下旬、海外実務家)
- 日本のイメージとして、ハイテクというポイントは海外においても広く認知されている。それは日本の魅力のひとつと見なされているが、現状は実際に来日した観光客を失望させる水準に留まっている。(11月中旬、海外実務家)

(ウ) 「カネ」の視点

A. 費用と支出

コロナ禍の発生による費用と支出の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生による費用と支出の変化
<p>① 関係主体ごとに受けている影響の内容・程度は異なるが、オンライン・ハイブリッド形式導入による収支構造の変化に起因するところが大きい。</p> <p>(主催者目線)</p> <ul style="list-style-type: none">コロナ禍における国際会議の収支構造の変化について、まず中止や延期等に伴い発生する追加コストを何らかの手段で回収することができない場合、主催者の収益は基本的に減少せざるを得ない。また、ハイブリッド形式で開催することにより「ダブルコスト」となり、開催経費が増加しているとも聞く。案件によってはスポンサーを確保することでそうしたコストをカバーすることの可能な場合もあるだろうが、全ての国際会議がそうであるとは言えない。(10月下旬、有識者)まさに「緊急事態」である、という理由からスポンサー料に見合う価値を提供できなかったとしてもスポンサーを降りずに付き合いいただいたようなケースが2020年度は見られたものの、2021年度以降の案件に関してはスポンサーのあり方について、一部見直しも含む協議が不可避であると認識している。(10月中旬、実務家) <p>(サプライヤー目線)</p> <ul style="list-style-type: none">オンライン・ハイブリッド形式での開催のため、主催者・PCO 事業者ともに総じて必要工数が増加している。PCO 事業者としても模索中の事項が多く、手探りで考えながら進めていかなければならない状態にある。従来は、現場における「巻き返し」対応で処理できる事項も少なくなかったが、例えば、スピーカー1人ひとりに対する説明やそのための資料作成などの前広に済ませておく必要のあるタスクに伴う負担増が見られる。(10月中旬、実務家) <p>② 会議登録料のあり方が変化する兆しが見られる。</p> <ul style="list-style-type: none">完全にオンライン形式による開催となった場合、登録料を据え置く場合と引き下げる場合があると把握している。現状、トレンドとしてはシンプルな措置として引き下げに寄っていると感じられる。(10月中旬、実務家)例えば、我々が主催する国際会議においては、現地参加者とオンライン参加者との間に登録料の差は設けていない。なぜならば、「世界のリーダーが担当する各セッションを聴講する」という体験自体には、参加形態による差が生じないからだ。(11月中旬、海外実務家)現状は運営面の煩雑さもあり、主催者として我々も実施には至っていないが、プログラムを細かく分割し、セッションごとに個別に登録(販売)を可能とするといった選択肢があることは認識している。あくまで全プログラムを1つのパッケージとするという硬直性に対する改善が今後、オンライン参加に慣れた参加者側から要望として生じてくる可能性もあると考えている。(10月下旬、有識者)

- コロナ禍での中止・延期やオンライン化により、国際会議開催にかかる費用と支出の内容は変化しているが、主体によって受けている影響や課題の中身は異なる。特に、中止や延期等に伴うコストやハイブリッド開催のために必要なコストについて、主催者側の負担が増えている場合があり、まずは主催者の収支構造の変化と具体的なニーズの把握が必要であると考えられる。
- 単位取得に係る以外でのオンラインでの参加料金設定は、主催者により据え置くか、引き下げるかの対応が分かれており、業界全体での共通見解は今のところ確立されていないように見受けられる。参加者収入が主催者の収入面に占める割合の大きさを踏まえ、オンライン又はハイブリッド形式の収支構造を把握する上で、オンライン参加者の参加料の設定方法は注視すべきポイントである。
- スポンサーを得て開催される国際会議については、オンライン形式とする場合にスポンサーに対して支援内容に見合うメリットを提供することができるか、改めて検討を要する。例えば、オンライン形式ならではのメリットとして、配信プラットフォーム上での参加者動態データから広告への接触の程度を定量的に示すことができるようになるといったことも挙げられるが、他方で併設展示による効果という面などでは未だ課題も見受けられる。よって、国際会議に対するスポンサーが、今後スポンサーの意向によりどのように変化・推移するのか、注視する必要があると言える。

B. リスクヘッジ

コロナ禍の発生によるリスクヘッジの変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍の発生によるリスクヘッジの変化
<p>①(国際間の人の移動を前提とした)国際会議の脆弱性が顕在化し、開催地等の関連する主体がキャンセルのリスクにいかに対応すべきか問題意識が広がっている。</p> <ul style="list-style-type: none">国際会議のキャンセルのリスクについては、何が可能で何ができないのか、何が目的地としてのリスクになり、何がリスクにならないのか、柔軟性と透明性を持ってコミュニケーションをとるべきである。(11月上旬、海外実務家)
<p>②中止・延期時のキャンセル料や変更手数料などの取扱い方に関する問題意識が拡大している。</p> <ul style="list-style-type: none">会議・施設の運営や指定管理も実施している事業者の目線としては、コントラクト(契約)における中止・延期に関わる取り決めを、特に取消料についてはより綿密に行う必要があると再認識している。(10月中旬、実務家)今後、開催の検討若しくはその準備を進めるにあたり、最大のリスクは COVID-19 の感染拡大に伴う中止・延期時の会場・施設のキャンセル料である。(11月上旬、実務家)中止・延期時のコスト面でのリスクとしては、会場・施設(宿舍を含む)のキャンセル料が最も大きい。PCO事業者としては、その発生期限も含めて判断のマネジメントを行うようになっているがそれを肩代わりできるわけではない。(10月中旬、実務家)

上記を踏まえて各主体に求められる対応

<p>①リスク管理に必要な定石的手法を採ることでリスクヘッジに対応する。(狭義)</p> <ul style="list-style-type: none">パターン分けによって、リスクを整理することが重要である。具体的には、ステークホルダーにおけるどの部分にどのようなリスクが存在するのか、また発生し得るのかを考え、その上で軽減・回避・転嫁・受容のいずれかの対処法を選択しなければならない。(10月下旬、学識者)観光業界全体としても事業継続計画(BCP: Business Continuity Plan)に対する意識と取組が足りていないことが改めて顕在化した。事業者ごとの BCP に加えて、地域ごとの BCP という視点からも取組が必要であることを認識する機会として生かしてゆくべきである。(10月下旬、学識者)各関係主体によるリスク管理が重要であることは言うまでもない。その重要性を浸透させるための努力が求められている。(10月下旬、学識者)
<p>②リスクヘッジを検討する。(広義)</p> <p>(キャンセル料に係る規定の見直し、免除等)</p> <ul style="list-style-type: none">当 CB と関係の深い会場施設では、コロナ禍による中止に伴うキャンセル料は主催者側から收受しないという判断をし、相当額を地元行政より補填をいただいている状況である。中長期的にまいずれまたこの地域での開催を検討いただける可能性を考慮し、そうした判断に至った。(10月上旬、CB)顧客である主催者との関係性を育んでおくことの重要性を再認識した。そうした関係性が CB としてのリスクヘッジになるという考え方もできるだろう。(10月上旬、CB)ある会場・施設ではコロナ禍を機にキャンセル料規定をいわゆるグローバルスタンダードに沿う内容へと改めると取組している。従来、キャンセル料規定は日本の商習慣もあり、簡素な取り決めで留まっていたが「再予約条項」を盛り込むなどするということだ。そうした取組により、海外の主催者・関連事業者とのトラブルも減らすことが期待できる。(10月下旬、有識者)東日本大震災やコロナ禍における事例を見比べるとキャンセル料は概ね、地元行政から補填され、主催者はもとより会場・施設運営者も負担しない仕切りとなっている。ただし、予算編成方針が毎年度見直される以上、いつでもそうした対応を期待できるわけではない。よって、予めそうした事態においては地元行政が負担するという握りがあれば、主催者・関連事業者ともに安心して誘致や準備に取組むことができる。(10月中旬、実務家)
<p>(MICE 保険)</p> <ul style="list-style-type: none">MICE 保険について、リスクヘッジの観点からコロナ禍においても活用できるのではないかとといった問合せは確かにある。しかし、保険会社としても影響が見通せない感染症に関する内容を引き受けることに基本的には乗り気ではない。つまり、少なくともコロナ禍におけるリスクヘッジのための有効な打ち手として、MICE 保険が広く機能しているとは言えないだろう。むしろアナログな手法だが、開催準備期間自体を短くすることによるリスクヘッジは見聞かしている。(10月中旬、有識者)イベント保険はそれなりに活用されているが、運営スタッフや参加者への傷害保険としての色合いが濃い。興行中止に伴うリスクをカバーする、ある程度手離れの良い保険商品も存在しているが、あまり利用されていないのではないかと。また、そのためのリスクをカバーする保険プランを1から設計し、付保するとなると手間だけでなく相応の保険料も必要となる。(10月上旬、実務家)

- 感染症の流行なども含めたリスク対応は短期間ではなしえず、平時からBCPの策定による防災・減災に取り組むことをはじめ、あらかじめ関係する自治体・主催者・会場施設等のステークホルダーにおいてリスク発生時の対応策や役割の協議・ルール策定などを行っておくことによって、開催地及び主催者双方のリスク発生時の影響を抑えることが期待される。こうしたリスクへの備えを十全に行うにはコストがかかるが、備えなかったことによる被害が大きいこと等を鑑みれば、リスク対応に関する先進事例の収集やノウハウの伝播、危機管理対応体制の強化などの取組を推進することは必要であると考えられる。

C. 投資

コロナ禍の発生による投資の変化に関する示唆は、以下の通りである。

コロナ禍を踏まえた投資の変化
<p>① 当面の感染症対策への投資が急務となっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 開催経費や感染症対策への支援について、行政サイドがどの程度、主催者が抱えるリスクに対してケアすることが可能であるか問題意識を持ちながら対応にあたっている。(1月下旬、CB) <p>② コロナ禍以降においては、従来の投資戦略の妥当性が必ずしも維持されない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 世論等を考慮するとCBとしてプロモーション活動は積極的に行いづらい。しかし、そうした状況下でも立ち止まらずに出来ることを探しながら取り組んでいる。(1月下旬、有識者) ● ホームページはあくまで受け身のメディアである。そのため、ウェビナー開催や海外 PCO への営業活動など異なる手法により、能動的な働き掛けを行うことも必要である。(1月下旬、有識者) ● 当初はオンライン形式が予定されていたもののコロナ禍の影響を受け、オンライン・ハイブリッド形式に変更された国際会議に対しては参加人数や人泊数をベースに補助金を出すスキームが適用できずもどかしさを感じている。そうしたなかで京都 CB や横浜 CB などは特別予算を編成し、安心・安全な開催に必要な対策のための補助金を新設している。やはり、MICE に注力してきた都市の動きは総じて速い。(10月中旬、実務家) ● オンライン参加者に対する働き掛けの成果は、数値で表れにくいいため、税金を活用した助成は課題がある。(10月中旬、実務家) ● 従来、外国人の人泊数に対して、国際会議の開催に対する財政的支援を行ってきたが、今後ハイブリッド形式が主流になっていくことを見据え、補助制度のあり方の変更について既に検討を進めている。地域に対する経済波及効果が第一であり、CB としては地域にお金が回る仕組みづくりをすることが最も重要な役割であることから適切なスキームを見出したい。(10月下旬、CB)

上記を踏まえた各主体の対応

<p>短期的・長期的な変化の性質を見極めて、今後の投資戦略を改めて検討する。</p> <p>(感染症対策に対する投資については、限られた人的・金銭的リソースの中で対応を検討する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 必ずしも、新品や最先端のものを、時間をかけて用意する必要があるわけではないことに注意すべきである。有り物を活用するなどして、過度な投資を避けつつ、諸外国と横並びで評価されるレベルに達することができれば、他の魅力で十分に競争することができる。(10月下旬、学識者) ● ポストコロナ時代においてはある程度人が現地参加できる状況に戻ると見込んでおり、これらの状況を勘案すれば巨額の投資をすることよりも、コロナ禍と折り合いをつけ、地道な感染症対策を徹底していくことなどの方が重要になる場合もある。(10月下旬、CB) <p>(開催地における MICE 開催の意義や地域の強みなどについて、改めて整理する)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 観光業界は自分の地域にある資源が出发点になる。そこが起点にはなるが、マーケットインした後に、市場と対話した上で、うまく地域の資源をブラッシュアップしていくことが重要。(10月下旬、学識者) ● いわゆる MICE の開催に伴うレガシーについて、経済的なメリットに加えて、社会的・文化的なメリットが大きい。単に人が来て消費活動を行うために経済効果が大い、というだけではなく、ハイエンドかつハイレベルな、その業界のトップクラス・中堅クラスが集まることで、学術・経済・文化等、様々な観点においてその地域の中長期的な発展に寄与することができ、単に交流人口が増えるだけではなく、より中長期的なメリットがあると認識して、国際会議誘致にあたることが重要である。(10月下旬、有識者) ● 経済効果以外のメリットを定量的に示すことは重要ではあるとは思いますが、難しい点である。(10月下旬、有識者)

(ステークホルダーのニーズを捉える)

- 2020年度は設けられなかったが、2021年度はハイブリット形態の開催に対しても助成できるような仕組みを作りたい(10月中旬、CB)
- 小規模施設であっても施設に配信を行うための通信環境を用意することが大事になる。(10月中旬、実務家)
- 新たなICTソリューションを活用するためにはそれを可能とする通信環境が求められる。(11月上旬、実務家)
- 主催者や事業者のニーズにあった補助や助成は行いたいと考えている。(11月中旬、VB)
- 託児サービス補助金は、10年ほど前に主催者側からの要望がきっかけで用意したものであり、全国でも他に例がない(10月上旬、CB)
- PCO 事業者からは、今までの人泊数基準の補助金がオンライン開催になったことで対象外になってしまい困っているという声がある。ただ、オンライン開催を全面的に支援することは地域目線では難しい。その中で支援したいの思いから実施したのが感染症対策支援金という形になる。(10月上旬、CB)
- 日本に不足している点としては、金銭的サポートも弱い。デンマークやオーストラリア、アジア諸国と比べても補助金の桁が日本とは違う状況である。今までは補助金の弱さがありながらも、日本の学術的ポジションの高さや、日本の観光地としての魅力で誘致レースに勝ってきたが、今後は学術面では韓国や中国などの競合国のプレゼンスがさらに増すことが予測されており、補助金や情報発信といった弱点が誘致に与える悪影響が大きくなることを危惧している。(10月中旬、実務家)
- イベントに0%のローンを提供することのニーズは大きい。(11月中旬、海外実務家)
- ハイブリット形式を選択する場合、開催コストが増大するケースがあるため、デスティネーションによる金銭的なサポートはやはり期待されるところである。(1月下旬、有識者)

(従来、存在していた課題解決の好機とする)

- 働き方改革という観点では、2019年度にオフィスを移転し、これに合わせて業務改革プロジェクトを進め、ペーパーレス化を行った。このタイミングでコロナ禍になったために在宅勤務への移行が非常にやりやすかった。また、この取り組みは女性活躍という観点でも非常に良かった。(10月中旬、実務家)
- システムを内製化することで、長期的なコスト削減やサービスの安定性につながるため、取り組んでいきたい。当社では、元々コロナ禍がなくても、新規にシステム子会社を立ち上げるなど取り組んできた。(10月中旬、実務家)
- 人材育成面でも、こうした待遇面の改善は必須である。実際に若手を育成し、十分に育った時点で引き抜かれてしまうような事例が近年何度か生じている。(10月下旬、CB)
- 出向者がトップだとプロパーを採用したとしても、なかなかプロパーが育たない現状がある。現在のCBの業務内容では、顧客のニーズを把握し、それに対応したサービスの提供には至っていない現状にある。これを補うためには人材育成が重要であると考えている。そのためには財源確保も大事であり、例えば宿泊税を増税し、その増加分をCBに割り当てるなどの案が考えられる。(10月下旬、有識者)
- CBとしてはコンテンツの磨き上げの時期として割り切っている。(11月中旬、CB)

- ウィズコロナ期における対応として、感染症対策のための備品やガイドラインの整備、会場施設における最低限の通信設備環境の整備のための投資は急務であるとの認識が、業界全体で広く共有されている。一方で、こうした受入環境整備への投資や、オンライン会議用のプラットフォーム等のシステム開発に対する投資の程度は、各者のウィズコロナの展望によって様々である。ポストコロナ期に向けて、開催地や関連事業者らが自ら描くべき姿を実現するために限られた資源を適切に配分することが重要である。
- 地方自治体やCBでは、国際観光交流が止まった今だからこそ、地域の持つ観光資源の磨き上げを図り、観光交流復活時の地域間競争に向けた準備が見られる。また、MICE イベント開催の地域への大きな意義として注目されてきた経済波及効果が少なくとも短期的には大きく縮小することを受け、社会的・文化的意義の客観的な評価に関する取組を国全体として進めることを求める声もある。
- PCO 事業者や CB、有識者など、業界全体を通して人材育成・獲得への投資の重要性を説く有識者も多い。人材育成・獲得において重視される要素としては、コロナ禍によりその重要性が増した IT への対応だけでなく、海外主催者やコアPCO事業者ともコミュニケーションできる語学力、主催者のニーズが多角化することを踏まえた企画提案力などが挙げられており、自律的な人材の必要性が増すことが伺える。

(エ) 「コト」の視点

A. 開催形態

コロナ禍の発生による開催形態の変化に関する示唆は、以下の通りである。

変化
<p>①開催形態の選択肢が拡大し、中でもオンライン形式やハイブリッド形式が社会においても既に一般化した。</p> <ul style="list-style-type: none">3・4月頃の海外におけるバーチャルシフトの事例や、6月頃の株主総会のオンライン化の事例があったことで、国内の学会主催者も、オンライン開催の可能性に気が付き始めた。(10月中旬、実務家)政府系の案件でセキュリティという面で、今までは会場内の別の場所ですら回線上にデータを乗せることを避けてきたセキュアな会議においてもオンライン開催になっている。(10月中旬、実務家)情報発信やその共有を会議の主目的とする場合、時間・場所に関係なく参加者が参加できるオンライン会議のメリットが非常に大きい。(10月中旬、実務家)こうしたコロナ禍を契機とした変化はある程度、恒常的なものだと認識している。これは、オンライン開催に移行することによって、参加者が増えたという話は多く聞いており、移動しなくても国際会議に出席することができるというメリットを参加者が認識したことによる。そのため、完全に元の形には戻らず、何らかいハイブリッド型になるのではないかと考えている。(10月上旬、実務家)参加者にとって、時差さえ我慢できれば時間・場所を問わずにアクセスできるというメリットは非常に大きい。(10月上旬、実務家)オンライン形式やハイブリッド形式が選択される理由は、主催者側の意向の他、渡航制限や会場への入場人数制限など公的な制限状況の影響が大きい。(10月上旬、実務家)ハイブリッド形態は、コロナ禍がなくとも数年あれば広まっていくはずだったものが今回急速に広まっていくはずだと感じており、ハイブリッド形態はあるべき姿だと考えている。(11月上旬、実務家)ハイブリッド形態はポストコロナ時代においても残っていくと見込んでいる。今まで、健康問題や時間的な問題で参加できなかった参加者が会議に参加できることはハイブリッド形態の大きなメリットである。(10月中旬、実務家)
<p>②対面形式による MICE の価値が改めて見直されている。</p> <ul style="list-style-type: none">国際本部や主催者は、多くのブレイクアウトルームを作成したり、人々が小グループになるように強制したり、あるいはゲーミフィケーションの要素を含めるなどしているが、それでも、対面形式とそこで起こりうるすべての並列的な側面を上回ることはできない。(11月中旬、海外実務者)国際会議におけるセンディビリティやネットワーキング機能は重要であり、本来であれば、対面で意見交換できるような状況が望ましい。ただ、オンラインでそうした意見交換を実現することは難しい。(10月下旬、実務家)国際会議の主催者からは、オンライン形態を試行すると、意外とメリットがあるという声は聞いている。コロナ禍が終息してもこうした良さは維持される方向に向かっていくと考えている。一方で、オンサイト開催の会議に参加し、対面で交流することを期待する声も聞く。(10月中旬、CB)オンサイト形態ならでのセンディビリティが失われることを危惧する声もあり、両方の良さを保つようにハイブリッド形態での開催を模索することが主流になる。(10月中旬、実務家)オンラインで交流した際に心を動かす手段がまだ提供できていない。(10月中旬、実務家)
<p>③オンライン・ハイブリッド形式と対面形式では、オペレーションの定石や重視されることが異なる。</p> <ul style="list-style-type: none">政府系の案件では使用するツールのクオリティなどよりも、セキュリティ要件や通信の冗長性を満たすことが重視されている。(10月中旬、実務家)今までライブでのイベント運営に焦点を当てていたため、トラブルが生じても現場での対応で成功に導くことに関する知見の蓄積に MICE 業界は特化してきた。一方で、オンラインになるとこれまで問題が起きて現場での対応で対処できていたものについて失敗が許されなくなり、一発で対応しないとイケなくなっている。そのため、テスト試行や参加者の通信環境の必要性が重要視されるようになってきた。オンラインのための回線やシステムの手配、テストや施行のための PCO 事業者の人的・金銭的コストは増加している。(10月上旬、実務家)オンライン対応において、音響設備などは重要だと認識している。オンライン会議の場合、音質の高度差、特に音声はっきり聞こえることは重要である。映像についての着目が進んでいるが、音声の方がより非常に重要ではないかと考えている。(学識者、10月下旬)国際会議運営のオペレーション自体は変わらざるを得ないし、変えないといけない。(10月下旬、CB)今までは会場内だけで参加者の行動管理をすることが必要だったが旅程全体でのマネジメントが求められている。(10月中旬、実務家)オンライン参加者比率が増加すれば、宿泊施設やレセプションの重要度は相対的に下がるのではないかと。(CB、11月中旬)

対応

開催目的に即した妥当な開催形態を採用し、可能性を広げる。

(オンライン形式・ハイブリッド形式の普及)

- 今後の展望について、大きな国際会議は今後もオンサイト開催されるかもしれないが、重要ではないものや、バーチャルで開催する方が簡単なものは、バーチャルで開催されると考えている。現在起きている大きな変化は一時的なものではなく、恒常的なものだと認識している。(11月中旬、実務家)
- デジタル化と安全・安心が重視することの二軸となり、ハイブリッド開催が主流となるであろう。(11月中旬、CB)
- 開催形態の決定要因は、その会議や感染状況にも大きく依る。今後、オンライン形態、よくてもハイブリッド形態と言う状況が当面は続く。(10月上旬、CB)

(オンサイト形態の復活の可能性)

- 最終的には、やはりオンサイト形態が8割程度には回復し、サブ的な要素として、ハイブリッド開催も選択肢として残る、という感覚が生じていると考えている。やはり定期的に、顔を合わせて話したいと望む国際会議参加者は多いため、中心はオンサイト形態になると考えている。(10月下旬、実務家)
- 完全なオンライン形態にはなってもほしくないというのが開催地の意向であることは間違いない。また、今後の展望として、完全なオンライン形態が主流になるとは想定していない。オンサイト開催と併せてハイブリッドが主流になると考える。(10月下旬、有識者)
- オンライン形態、オンサイト形態の両方が一つのコンベンションの中に組み込まれ、参加者にとっては参加の仕方の選択肢が増えるような状態が最も望ましい。(10月中旬、実務家)
- 関連する著名人との出会いやインスピレーションを得られること、オンサイトの価値となる。(学識者、10月下旬)
- 実態として、オンライン形態ではいわゆる「化学反応」が起こすことには難しい状態にあると言える。「化学反応」は国際会議に参加することの醍醐味であることから、オンサイト形態によってこそ実現できる価値は変わらずに大きい。(CB, 10月下旬)

(マルチサイト開催の可能性)

- 私見ではあるが、今後の国際会議の開催形態について、ハイブリッド形態かつマルチサイト開催を検討してもよいと考えている。既に、台湾の高雄で実施される今年の ICCA 総会では、世界中からは集まらないためオンライン参加に加えて、世界のいくつかの都市を接続し、各参加者が一番行きやすい都市で参加する形態が採られている。(10月中旬、実務家)
- 必ずしも国際会議の開催場所を東京のような大都市や大規模の施設に集中させる必要はなくなっていく。(10月上旬、実務家)

- オンライン形式やハイブリッド形式が主流になりつつある状況下においては、時間・場所を選ばずに会議に参加できるというメリットを多くの人々が体験している。他方、かつては国際会議参加の目的の一部といわれていた、偶然の出会い(セレンディビティ)やネットワーキング、インフォーマルな意見交換の機会が失われていることが課題視されていることも事実である。現状、この課題は解決には至っていないが、今後オンラインミーティングのツールの改善で解決していくのか、現地開催形式への回帰が生じるのか、注視が必要である。
- オンライン形式やハイブリッド形式による開催が主流になったことにより、会議運営にあたりオンラインツールをはじめとする高度な ICT の利活用が求められることに対する技術的な負荷や、オンライン配信を行う上での技術的な検証に係る時間的な負荷が増加し、PCO の人的コスト、金銭的成本が増大している。また、特にハイブリッド形式の場合は、ツール類の配備やネットワークの冗長化に代表される ICT 環境の整備が、会場費等に追加で生じている。それらの経費は主催者の負担となっているが、登録料等を通じて参加者が負担することを含め、このようなコストを誰が負担していくのかについては、関係者間での議論の余地があると考えられる。

B. プログラム

コロナ禍の発生による【プログラム】の変化に関する示唆は、以下の通りである。

変化
<p>ウィズコロナ時代においては、感染拡大防止のための制約のなかで実施できるプログラムに限定される。</p> <p>(制約1:集合)</p> <ul style="list-style-type: none">リアル参加者の数が絞られている会議では参加者の従来の満足度は期待しにくい。セレンピティの兼ね合いであるとオンラインの参加者人数が減るとその分、接する情報量が減ったり、機会が薄くなったりするとも言える。惰性では無くオンラインのメリットを意識し、訴求する努力が求められる。(有識者、1月下旬)モニターでの登壇とオンラインでの登壇では、やはりコミュニケーションのとりやすさに差があり、各々のインターネット接続環境が異なることから音声の聞き取りやすさにも差が生じる。また、言語以外の情報を用いたノンバーバルコミュニケーションが弱くなることにより、パネルディスカッションにおける発言のタイミングの段取りなどの難しさは従来と異なるものであるが、いずれ慣れていくのかもしれない。また、事前の接続テストを含むリハーサルなどに要する時間も従来以上にかかる。(1月下旬、国内有識者) <p>(制約2:開催地の位置づけ)</p> <ul style="list-style-type: none">従来は開催地ならではの「食」も重要視されていた。(CB、10月中旬)開催地は会場・施設の単なる場所貸しだけでなく、地域性を帯びたプログラムなどを通じて、ならではの価値を参加者に提供するような取組が「期待されること」から「競合のために必要なこと」へと変化するだろう。(学識者、10月下旬)開催地としてはオンラインを希望するが、潮流としてはそうではないことも認識している(10月下旬、CB) <p>(制約3:時差)</p> <ul style="list-style-type: none">オンライン特有のデメリットとしては、時差の問題もある。日本開催の場合、欧米と大きな時差があり、どこかの地域からアクセスしている人にとって不都合な時間に国際会議やそれに付随する交流を行ってもらうことになってしまう。(10月上旬、実務家)



対応
<p>制約のなかで、開催目的に即したプログラムを実現するための工夫を行う。</p> <p>(あるべき姿勢)</p> <ul style="list-style-type: none">開催の前後で参加者に対して、何らかの変化を生じさせることが国際会議の果たすべき役割であるとの前提に立つならば、主催者や関連事業者は偶然の出会いを「必然的に」起こすための企画・運営に努めなければならない。(CB、10月下旬)CBとしては、オンライン参加者が得られるメリットに対して、どのように貢献することができるか意識している。(CB、10月中旬)コロナ禍による変化ではなく、本来国際会議のプログラムにおいて、魅力的でないプログラムを提供してはいけないと考えている。オンライン形態だからコンテンツを磨かないといけない考えではなく、オンライン形態であってもコンテンツの魅力は検討されるべきである。(11月上旬、実務家) <p>(地域のアプローチ)</p> <ul style="list-style-type: none">誘致活動の手法としても従来は B2B 的な発想で良かったが、今後は B2C 的な発想も併せ持ち、参加者がわざわざ現地に行こうと思うようなコンテンツを提供できる魅力的な都市にならなくてはならず、またそうした魅せ方もより意識しなければならないと考えている。(CB、11月中旬) <p>(オンライン上での体験の充実)</p> <ul style="list-style-type: none">ライブ感の演出など、ホログラム、VR・AR 等の技術を上手く活用し「そこにいるような感覚」を演出するといった体験の提供については、やはりアメリカが先進的である。(10月上旬、実務家)オンライン上での体験による意識の変容や知覚価値の変容について研究している最中である。(10月中旬、実務家)ハイブリッドなイベントをデザインし、異なる空間にいる参加者とデジタルの要素をいかに融合させて人々を惹きつけるかがより重要になる。(11月中旬、海外実務者)オンライン開催であれば、多少退屈なコンテンツがあったとしても、会議の参加率が著しく下がることは考えにくい。オンライン開催の場合、面白くないセッションがあると簡単に退出してしまうというデメリットもあるため、こうした娯楽的な要素も含めて、コンテンツの良さ・面白さは重要であると認識している。(10月中旬、実務家)

- オンライン形式と、現地開催形式とではプログラムの仕様において留意する点異なる。例えば、一般的に現地開催形式に比してオンライン形式では、より短時間のプログラムにしないと参加者が集中力を維持することが難しいという意見もあり、国際会議の効果の最大化を図る観点から、主催者は十分留意する必要がある。
- プログラムの合間のネットワーキング、プレ/ポスト MICE コンテンツについても論点になると考えられる。特に、ネットワーキングについては、国際会議参加の利点の一つであることから、オンライン形式による開催の場合においてどのように実現するかが課題であり、オンライン上での実施手法の研究や試行錯誤が引き続き必要であると考えられる。プレ/ポスト MICE コンテンツについては、現地開催形式に限定せず、オンライン形式やハイブリッド形式においても、開催地域の魅力を知ってもらうためのオンラインツールズコンテンツを提供する等の活用方法を模索することも有用と考えられる。
- オンライン参加者の行動変容を実例から分析し、異なる空間からの参加者が一体感を持つことができるプログラムの様態を追求しつつ、その様態を実現する ICT ソリューションの開発を並行して実施することが期待される。

C. 持続可能性

コロナ禍の発生による【持続可能性】の変化に関する示唆は、以下の通りである。

変化
<p><u>大きな人流を生み出す国際会議は、コロナ禍においては COVID-19 の拡大防止の観点から必ずしも開催地に歓迎される存在ではなくなったことに伴い、地域住民の理解に対する業界の意識はより高まりを見せている。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能な MICE を実現するためには、開催地の住民の理解は非常に重要である。(10月中旬、有識者) ● 国際会議の誘致・開催にあたっては、その意義や重要性に関する住民理解を醸成することがそもそも重要だ。従来、観光公害の絡みでその必要性が指摘されてきたところだが、コロナ禍においては、より強く意識されなければならなくなっていると言えるだろう。(10月下旬、有識者) ● ポストコロナ時代に向けては開催地、つまりそこに暮らす住民の理解を得ることも非常に重要であると考えている。例えば、観光地として著名な国内の某自治体の首長からは、「観光への依存度が高い地域は、地域住民が観光客を再び歓迎できなければ、絶対に復活し得ない。現在をそのための準備期間と位置づけ、取り組むべきこととして、インナーブランディングの強化を進めている」と聞いている。国際会議の開催によって直接裨益するわけではない事業者も含めて、地域住民に対する働きかけは広く行い、理解の促進を図るという水準に留まらず、外国人を受け入れ続けるためのインフラとして、地域全体の「心持ち」を育むということまで目指すことができると望ましい。(10月下旬、学識者) ● 理解の醸成には、地域住民を「参加」を通じて具体的に巻き込んでゆくことも有効である。そのための手法として、イメージしやすいところでは語学力や日本の伝統文化に関わる趣味を生かしたボランティアとしての運営への参画を募るなど、仕掛けは様々に考え得る。(10月下旬、学識者) ● 国際的な業界団体としても単なる「土地借り」ではなく、開催地の住民を国際会議に具体的に関与させるような取組みの実践がコロナ禍以前より推奨されていたりもするが、国内全般としてはまだ途上である。(10月下旬、CB) <p><u>コロナ禍以前から存在していた、国際会議の企画・運営における持続可能性に対する意識はより強まっている。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 国際会議の企画・運営にあたっては、主催者や参加者の CSR や SDGs に対する意識を踏まえた具体的な取組みが求められていると言えるだろう。コロナ禍以前にもそうした傾向は見られたが、今後、より深化してゆくと思定している。また、実際問題として、誘致活動に際してもそうした取組みを絡めた提案内容の方が、主催者の反応がより良いというケースも少なくないことから開催地としても意識的に取り組むこと自体のメリットは認識している。他方、持続可能性に対するそうした意識が現時点では、必ずしも社会に広く浸透しているとはまだ言えない点にも留意すべきであると冷静に受け止めている側面もある。(10月下旬、CB) ● 「持続可能な国際会議の実現」についてはコロナ禍以前から存在する、業界として向き合わなければならないテーマである。しかし、コロナ禍を経験し、我々が目の当たりにしているのは従来と異なる世界である。つまり、国際会議もその世界における価値観に即した「最も持続可能な方法」によって再開されるべきではないか。特に1980年代以降に誕生した若い世代は、地球環境や健康に対する意識も高く、関連事業者のビジネスもそうした点にも影響を受けながら変化しなければならぬ。(11月中旬、海外実務家) ● 開催地ならではのコンテンツについては、SDGsの観点も踏まえた開発が必要であると認識しており、かつそれらを実際に提供できる体制を今後はとることができるよう準備を進めている。(CB、11月中旬)

対応

国際会議の開催が地域にもたらすメリットを打ち出し、それが社会に求められる存在であり続けるための工夫を意識する。

(開催地目線)

- 従来、国際会議の誘致に際して、開催地にとっての主たるメリットと位置づけられてきた経済波及効果だが、コロナ禍の終息まではそれを望むこともできない。国際会議のあり方自体が変化するなかで開催効果やそれによるレガシーを各開催地は今後、どのように位置づけるか、まず再考すべきタイミングを迎えているとの認識である。(10月中旬、CB)
- CBという立場からは、参加者として多くの人々が来訪することを国際会議に対する支援の必要性の主たる根拠として、地域の行政に対してこれまで説明してきたが、今後はそれ以外のメリットも示すことができなければならないと考えている。ただし、それらは定性的なものとなりがちでもあるため、国として定量的な指標も用いながら MICE のレガシーや開催のメリットを周知するための取組みをぜひ強化してもらいたい。(10月中旬、CB)
- 単なる場所貸しといった受け身の姿勢ではなく、例えば地域住民がその国際会議のテーマについて学ぶことのできる機会を創出するなど、地域住民への付加価値の提供を通じて、国際会議自体に対する理解を深めるように開催地が意識的に関わることも重要である。CB や関連事業者は、地域と主催者・参加者を単に繋ぐに留まらず、その上で何らかの価値を生み出す機会を創出する役割を果たさなくてはならないと考えている。(10月中旬、実務家)

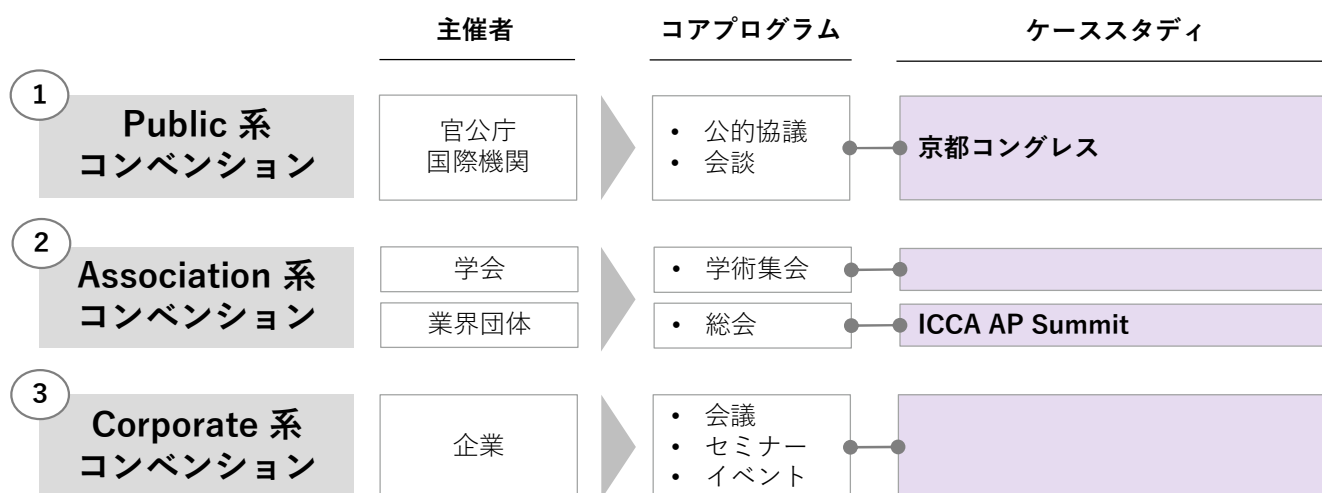
(関連事業者目線)

- PCOとして国際会議運営の企画提案を行う際には、地域住民向けのプログラムを盛り込むように心がけている。例えば、国際会議が終了した後、地元の子供向けに会場をそのまま半日ほど公開するという工夫は毎回提案しており、高評価を得られている。また、会場周辺の商店街を懇親会会場としてアレンジし、参加者が地元の人々に交じってローカルな店舗での飲食を体験することや、着付け等の文化体験を楽しむというプログラムを実施したこともある。地元の CB の協力を得ながら、開催地ならではのコンテンツを追求することには近年、益々注力しているところだ。(10月中旬、実務家)

- コロナ禍以前より、国際会議の運営における持続可能性への配慮の必要性は、特に環境に対するものを中心に認識されていたが、COVID-19 の感染リスクを回避するという観点から、一時的であっても、現地開催形式による国際会議が開催地の住民に必ずしも歓迎されない存在となったこととあわせて、国際会議の開催に伴う多面的な「負荷」についても再認識された。
- 一方、今後、国際会議の開催形態は、オンライン形式やハイブリッド形式など多様化し、開催地や関連事業者の裨益の形も変化することが想定されることから、レガシーを含めて開催によるメリットを最大化するとともに、開催による「負荷」を低減することで持続可能性を高めていく必要がある。社会全体の意識の変化に連動した「持続可能な国際会議」に対する意識の高まりは一過性のものではないと考えられるため、継続的な取組として推進されることが期待される。

(3) ケーススタディにより得られた示唆

具体的な開催事例に注目し、「ウィズコロナ時代の国際会議のあり方」を整理するとともにそこに表れる変化の方向性も踏まえて、「アフターコロナ時代の国際会議のあり方」を考察する。



ア. 第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット2020 (ICCA AP サミット)

開催概要

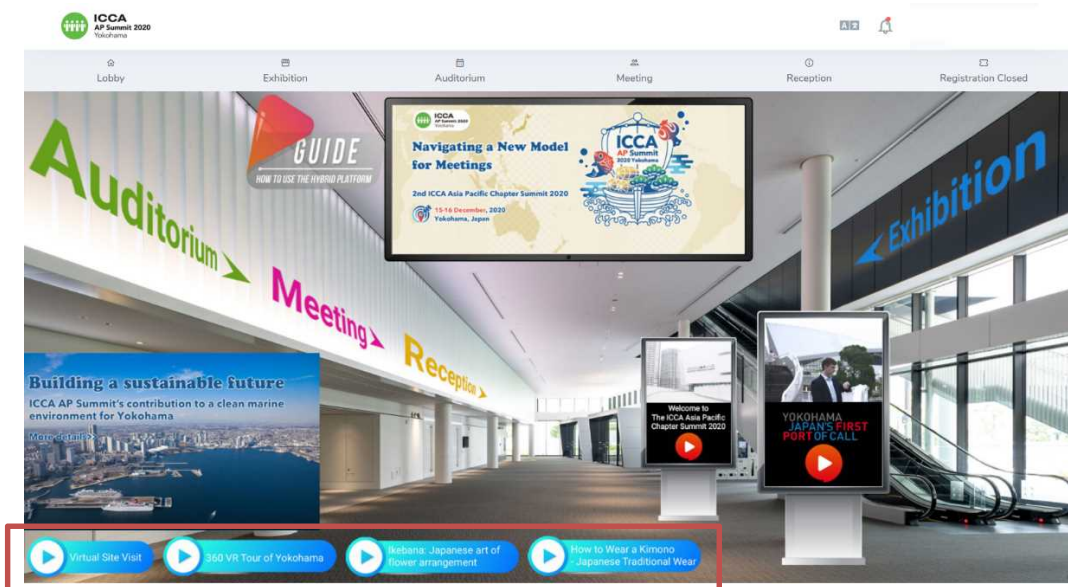
名称	日: 第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット2020
	英: 2nd ICCA Asia Pacific Chapter Summit 2020 Yokohama
開催日	2020年12月15日(火)、16日(水) 2日間
主催者	ICCA Asia Pacific Chapter
	ICCA Asia Pacific Chapter Summit 2020 実行委員会 (横浜市、(公財)横浜観光コンベンション・ビューロー、パシフィコ横浜)
会場	パシフィコ横浜ノース (神奈川県横浜市)
参加者	ICCA 会員を中心とするMICE関係者 15の国・地域から294名
開催形態	ハイブリッド形態 ※現地:オンライン比率=6:4
概要	ICCA(国際会議協会)の地域部会のうち、16の国と地域からなる300以上の会員数をほこる最大のアジア・パシフィック部会のメンバーのために、2019年にマレーシア・ペナンで初開催されたものであり、第2回は「新たなミーティングモデルの確立」をテーマに日本・横浜において開催された。参加者に対し、教育セッションを通じて最新の業界トレンドを学ぶ場とともに、メンバー同士の情報交換やネットワーキングを通じてビジネス機会を拡大させる機会を提供すること、さらには世界に向けてアジア・パシフィックの存在感を示すことを目的としている。

調査協力者

主催者	ICCA Asia Pacific Chapter 副会長 西本恵子氏
開催地	・横浜市役所 文化観光局 MICE振興部 MICE振興課 ・公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー MICE振興部
会場	株式会社横浜国際平和会議場 (パシフィコ横浜) 営業推進部 誘致推進課
PCO	株式会社コングレ

オンライン参加者に対する価値提供

全参加者のうち、42%を占めたオンライン参加者には、オンライン上の「会場」として、カスタマイズの上、構築された「ICCA AP Summit オンラインプラットフォーム」が提供された。各セッションのライブ配信(会期後1か月間はオンデマンド視聴も可能)を軸として、オンライン参加者に対する価値提供のため、特に動画コンテンツの充実が図られた。例えば、現地参加者向けには COVID-19 の感染拡大防止に留意し、「Outside the Box」として無料のエクスカージョンが企画・実施されたが、それに参加することの出来ないオンライン参加者向けにも市内の名勝・日本庭園である三溪園の英語ガイド付き動画やみなとみらい地区を周遊するセグウェイツアーを体感できるハイライト動画などが提供された。



① 文化体験動画

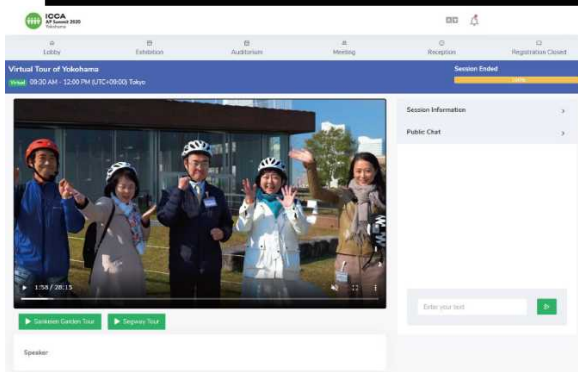
横浜観光コンベンション・ビューロー職員制作・出演による、三溪園鶴翔閣にて撮影した日本文化体験動画（いけばな・着物の着付け動画）

② Yokohama site visit 動画

会議主催者が横浜を訪れた際に、パシフィコ横浜やその周辺のホテル・施設・観光スポットを視察することを想定した動画。

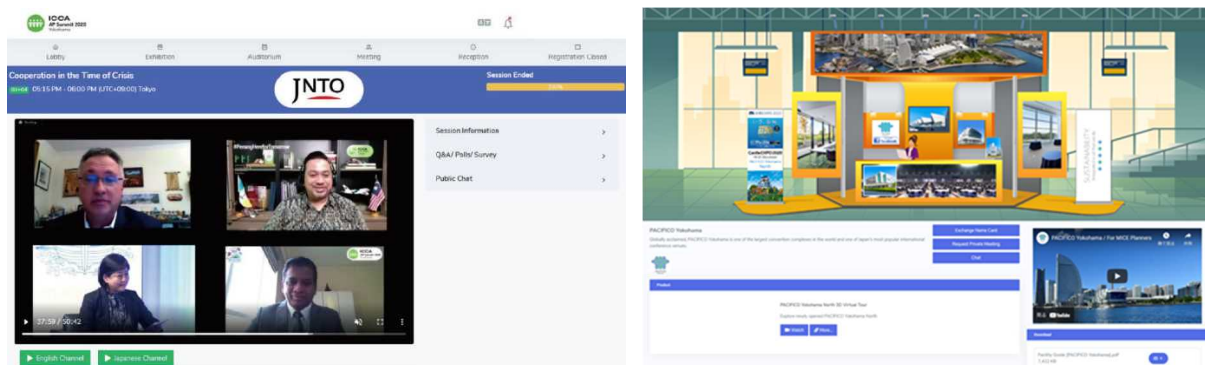
③ 市内観光スポット360°動画

横浜の街並みを紹介する動画。ストーリーを付けて3分程度にまとめたものと、視聴者が見たい方向を自由に操れるインタラクティブな動画の2種類を準備。



主催者は「現地開催でないと感じられない会議の臨場感を残しつつ、興味のあるコンテンツを自分の都合の良い時間に視聴できるというバーチャルハイブリッド開催の利点を生かす」ことに留意したと振り返る。今日の技術水準を踏まえると、オンライン参加者に対して、現地参加者とまったく同じ価値を提供することは難しいが、そうした環境のもとであっても、主催者の「オンライン参加者を取り残さない」という意識から、オンライン参加者も現地参加者とは異なる方法で同様の体験をできるようにするための配慮と努力が行われた。

なお、オンライン参加者にとっての「会場」であるMICE向けオンラインプラットフォームについては、様々な製品が存在し、日進月歩で開発が進められている状況にあるが、例えば、ICCA AP サミットにおいては、主催者による複数の製品に対する比較・評価を経て、「MICEAir」(本社:シンガポール)が採用された。案件の性質ごとに重点を置くべき比較・評価観点は当然異なるが、今回、特に重視されたのは、①提供事業者によるサポート体制の厚さと②運営側のそのツールに対する練度であった。また、海外からのオンライン参加者が想定される場合には、各国・地域ごとの通信制限にも留意すべきであり、どの国・地域からもアクセスが可能であるという意味において、「開かれた」国際会議となるようなツールを選択するという配慮も必要になる。



開催地人材が「垣根」を越えて、国際会議の準備・運営に取り組む経験

ICCA AP サミットの準備・運営に関しては、PCOに対してその業務が外注されるのではなく、PCOの支援を受けながら実行委員会及び推進委員会が主導するという体制がとられた。背景の一つとしてはコストの削減という課題があったが、結果として開催地の MICE 関係者が各者間の従来の「垣根」を越えて、ひとつの国際会議の準備・運営に協力して携わるという機会を得ることとなった。大半の調査協力者が「自ら主催者やPCOの立場となり、その準備や運営に携わるという経験は貴重であった」と振り返り、「それは横浜という開催地にとっても大きな収穫であった」と述べている。例えば、横浜では既に MICE 振興のための様々な支援が行われているが、今回の経験を通じて、現場で実際に求められる支援の具体的な中身やその使い勝手などのあり方についても開催地として、より理解を深めることができたという。開催地の行政やコンベンションビューローがそうした視点を持つことで、開催支援のあり方が一層洗練されるとともに、MICE 誘致・開催における競争力向上が期待される。

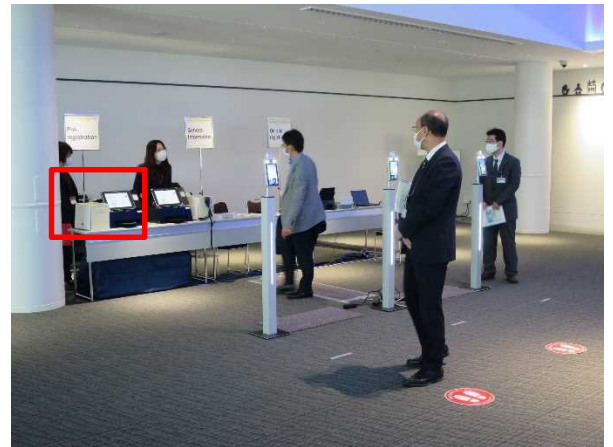
徹底した COVID-19 の感染拡大防止対策

ICCA AP サミットにおける COVID-19 の感染拡大防止のための対策は、開催地である横浜市が2020年10月に策定した「安全安心な横浜 MICE ガイドライン」²を踏まえて実施された。先述の通り、「新たなミーティングモデルの確立」をテーマとする運営を志向し、行われた工夫の一部を以下に示す。

<p>手法 (概要)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 検温は、受付前にスマホ型サーマルカメラを設置するとともに、会場入口には大人数に対応するサーマルカメラを設置するなど場面に応じた適切な機材を選定し、非対人式で実施。 参加登録者に対するパスの交付は、QRコード読み取り式の自動発行機「チェックインシステムらく受け」³(マイス・ワン)を選定し、非対人式で実施。 飛散防止のため、場面に応じてパーテーションやアクリルパネルを設置。 手指消毒用アルコールを会場施設内に配置。 演台、司会台、ドアノブ、手すりなどの消毒に加えて、演者が入れ替わるごとにマイクも消毒。 ソーシャルディスタンスを確保するために妥当な会場使用計画を立案し、実行。 同時通訳レシーバーは来場者数の2倍の台数を手配し、日ごとに全て入れ替えて配付。
---------------------------	---

² https://www.city.yokohama.lg.jp/business/kokusaikoryu/mice/yokohamade/guidelinesformice.files/guideline_ver20201022.pdf (最終閲覧日:2021年3月26日)

³ <https://www.mice-one.co.jp/service/service02/> (最終閲覧日:2021年3月26日)



会場となったパシフィコ横浜では、コロナ禍の拡大とともに必要と考えられる備品を速やかに調達し、ICCA AP サミットにおいてもそれらが効果的に活用された。COVID-19 の感染防止の観点から会場施設で一般的に用いられる代表的な備品として、「飛沫防止パネル」、「消毒液」、「サーモメーター」の3点が挙げられる。パシフィコ横浜の場合、特にサーモメーターは1人ひとりを測定するスマホ型の機材と大人数を同時に測定することが可能な機材の両方を戦略的に保有し、案件の性質やシーンごとに使い分けの提案を行っているという。また今後、セキュリティレベルの強化やシームレスの実現などに対応するため、顔認証機能を有するものなど更に高機能な機材が求められる将来も想定し、サーモメーターの調達に限ってもリース・レンタル・購入など複数の選択肢を見極めて行われている。

また、COVID-19 の感染拡大防止の観点から、人間同士の接触を避けるため、機械を用いた非対人化や無人化が進められる傾向が見られる。ただし、あえて人間が介在することによって、安全を確保するための運用がよりスムーズかつ感染リスクの低減が可能となるようなシーンも存在する。例えば、ICCA AP サミットにおけるコーヒープレイクに際しては、コーヒーマシンや関係備品に不特定多数が触れることを高リスクと捉え、1名のサブスタッフが常時手指の消毒を行った上で提供するという手法が敢えて採られた。主催者は「非対人の観点から無人化するという選択肢も含む熟議の結果、そのように判断した」と振り返る。感染症対策の観点から IC CA AP サミットが無事に終了したという実績はもとより、そうした経験がウィズコロナ・ポストコロナ時代の MICE 誘致・開催における競争力へ繋がってゆくものと期待される。感染拡大防止のための手法は、業界団体である一般社団法人日本コンベンション協会(JCMA)や各開催地が策定したガイドラインにて示されており、それらを具現化するためのソリューション(サービス・製品)はコロナ禍の発生から1年を経て、既に様々な選択肢が登場している。それらを活用し、開催目的や背景、その他の制約・条件などを踏まえて妥当な感染拡大防止策を提案・実現できるスキルが必要となることが、今回の主な参加者である MICE 人材に具体的に示された。

開催地が今後も MICE によって裨益するためには、という視点

従来の MICE 誘致においては、経済効果を中心とする開催地への開催効果が謳われてきた。ウィズコロナ時代におけるオンラインもしくはハイブリッド形式の国際会議の普及は、現地参加者の減少を意味するものと一般的には受け止められており、MICE の開催効果の縮小に対する懸念が開催地を中心に示されている。COVID-19 が収束した後に国際会議の参加者が実際にどのような行動をとるか現時点で判断することは難しいが、少なくとも自治体や CB がウィズコロナ・ポストコロナ時代において、公費を用いた MICE 誘致・開催支援を行う意義を改めて見直す必要があるという課題を抱えている。この問題意識は横浜においても同様である。

そうしたなかで横浜は、ICCA AP サミットの開催効果として、1点目は開催地としての国際的なプロモーション効果、そして2点目は実績となる経験を得ることと位置付けた。「当初、開催地となる予定であった中国・廈門の辞退を受け、日本・横浜で引き受けるということ自体に開催地としてのプレゼンスを高めるインパクトが伴うとともに、ウィズコロナ・ポストコロナ時代を代表するモデルケースを有する開催地としてのブランディング効果が期待できた」と振り返る。都市の特色と親和性の高いテーマの会議は、開催地の強みとして、今後の誘致がより優位に展開されるなど正のスパイラルが構築されてゆくことが期待される。例えば、横浜市は小学生から高校生を対象とした MICE 次世代育成事業を以前から実施している。国際会議や展示会の開催に合わせ、国内外で活躍する研究者等を講師に迎え、市内の児童・生徒を対象とした講演やワークショップなどの講座を開催する取組である。ICCA AP サミットでは実施されなかったが、国際的に活躍する研究者との交流や学校では体験できない特別な実習などを通し、次世代を担う子どもたちに最先端の技術や情報に接する機会が継続的に提供されている。

⁴ <https://www.city.yokohama.lg.jp/business/kokusaioryu/mice/yokohamade/jisedai/jisedaigaiyou.html> (最終閲覧日:2021年3月26日)

現地参加者向けの Outside the Box 企画として、資生堂の国内外の研究ハブであるグローバルイノベーションセンターS/PARK の訪問が企画された。従来型のシンプルな産業観光である施設見学だけでなく、これまでにない場面でのコラボレーションの可能性を持つ地域のステークホルダーと、今回のツアー造成を通じて関係構築が進んだことは、開催地にとっての収穫であったという。つまり、ICCA AP サミットの開催という機会は、「イノベーション都市・横浜」の推進という開催地にとっての上位課題に対するアプローチとしても機能したと評価できる。

「カネ」に関わる変化

コロナ禍によって国際会議のあり方が変化するなか、登録料に関する考え方についても議論がなされているが、ICCA AP サミットについても現地参加者(一般)は250ユーロ、オンライン参加者は180ユーロと登録料に差が設けられた。また、セッションのなかでも今後、開催が計画されている国際会議について、より細かなロジックのもとに登録料を設定することを検討しているといった事例の紹介がなされたところである。ICCA AP サミットはICCA会員を対象とする会合として創設されたものであるが、第2回である今回は ICCA 本部の承諾を得て、会員外にも門戸が開かれた。その工夫によって、日本国内から非 ICCA 会員の MICE 業界関係者の参加者が増加した。多くの国際会議に共通する一般的な開催目的として、組織強化・拡大や主催者・主催組織のプレゼンスの向上が挙げられるが、その点においても成功したと言えるだろう。

なお、コロナ禍の影響を踏まえて開催形態を変更したことにより例年よりも高収益を記録したというケースも確認されているが、それは一般的に①現地開催の場合よりも費用が低減した、②オンライン参加という選択肢が新たに設けられたことで参加者が掘り起こされたという背景によるものと考えられる。

コロナ禍における交流のあり方の模索

コロナ禍における国際会議の課題として、「交流をいかに実現するか」という点が挙げられる。COVID-19 の感染拡大防止のため、飛沫の拡散を避けるという観点から、現地参加者が存在する会議において飲食を伴う交流の機会をいかに設けるかという点は代表的な課題になっていると言える。そうしたなかで ICCA AP サミットにおいては、「新たなミーティングモデルの確立」をテーマとする運営のもと、現地参加者向けにウェルカムレセプションが実現された。各席にパーテーションを設置した着席でのレセプションには、80名が参加した。会話の際にはマスクを着用することがルールとされ、歓談をせず楽しめるような配慮として、地元で活躍するボーカルグループによるパフォーマンスを充実させるなどそのプログラム構成にも工夫が見られた。

他方、オンライン参加者に対する交流機会としては、オンラインプラットフォームにチャット機能を設けるとともに、休憩時には同水準の交流機会を提供すべく、バーチャルラウンジが設置された。MICE 会場におけるインタラクティブなコミュニケーションをオンラインでよりリアルに再現しようとするツールも存在するが、接続面での懸案とスマホ・タブレットに対応した確実な運用という観点が重視され、比較・評価の上で今回は汎用的なオンラインコミュニケーションツールである「Zoom」が採用された。また、会場の雰囲気や熱気をオンライン参加者にもシェアするための検討も実施され、従来型のニュースレターに限らず、動画の活用や撮影クルーを伴ってライブ配信などの手法が想定された。なお、ウィズコロナにおける開催事例として、2020年11月に台湾・高雄で開催されたICCA年次総会では、レポーターとして YouTuber を採用し、会場の様子を動画によって効果的に伝えるデイリーレポートが実施された。このことは業界関係者のなかでも強く印象づけられており、ICCA AP サミットでも同様の取り組みが検討されたが、コストと準備期間の観点から最終的に見送られた。

SDGs 推進のための取り組み

会場となったパシフィコ横浜は、以前よりセイラーズフォーザシー日本支局が推進するブルーシーフード⁵の普及に向けた取り組みにパートナーとして参画するなど、料飲提供においても隣接する横浜グランドインターコンチネンタルホテルなどと連携の上、意識的に工夫を行っている。今回の ICCA AP サミットにおいては、サステナブルシーフードの活用をはじめ SDGs の実践に積極的な地元事業者である「きじま」との連携が行われた。セッションにも同社が登壇し、「美味しい和食と豊かな海を、未来もずっと。」をスローガンとする取組について説明を行うとともに、現地参加者向けのウェルカムレセプションにおいても同社の弁当が提供された。食材として持続可能な水産物(MSC 認証・ASC 認証)が使用され、容器もプラスチックゼロの包材、箸も FSC 認証を受けたものが提供されるなど、プログラムを通じて開催地である横浜の、洗練された海洋都市としてのブランディングを図りながら、SDGs の推進に具体的に貢献するための工夫がなされた。

また、ICCA AP サミットは、横浜市独自の温暖化対策プロジェクトである「横浜ブルーカーボン・オフセット制度」を、初めて採用した国際会議となった。参加登録料のうち1人あたり5ユーロをクレジット購入代とし、電気使用等に

⁵ <https://sailorsforthesea.jp/blueseafood> (最終閲覧日:2021年3月26日)

より会場から排出される二酸化炭素や会議参加者の移動により排出される二酸化炭素をオフセットした。クレジット購入費用は同制度を通じて、わかめの地産地消・海水ヒートポンプの更新・タグボートのハイブリッド化といった海洋都市としての開催地の「豊かさ」を維持・向上させることに資する特色あるプロジェクトに用いられることとなり、ICCA AP サミットの参加者がSDGs推進へ貢献できる仕掛けとなっている。

イ. 第14回国連犯罪防止刑事司法会議（京都 कांग्रेस）

開催概要

開催日	2021年3月7日(日)～12日(金) 6日間
事務局	国連薬物・犯罪事務所 (United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC))
会場	国立京都国際会館 (京都府京都市)
参加者	犯罪防止・刑事司法分野の専門家及びその関係者 152か国から約5,600名が参加
開催形態	ハイブリッド形態 ※13か国から閣僚級が来日し、出席
概要	国連犯罪防止刑事司法会議(通称: कांग्रेस)は、5年に一度開催される犯罪防止・刑事司法分野における国連最大の国際会議。各国の司法大臣、検事総長等を含む世界中の犯罪防止・刑事司法関係者が同分野における各国の取組や国際協力の在り方について議論を行いつつ、その知見を共有するなどし、コミュニケーションを図ることで、より安全な世界を目指して協働することを目的とする。1955年以来、世界各国で開催されており、日本としては1970年に欧州以外の国として初めて京都で第4回 कांग्रेसが開催されて以来、およそ50年ぶり2度目の開催となった。

調査協力者

事務局(日本側)	法務省 大臣官房国際課
PCO(※)	日本コンベンションサービス株式会社 ※ 法務省から開催準備・会場設営・会議運営を受託し、担当

京都 कांग्रेसは、コロナ禍以降において、日本国内で開催された初の大規模国際会議と位置づけられる。当初は2020年4月に予定されていたが、コロナ禍による影響を踏まえて延期の上、2021年3月に開催された。 कांग्रेसは政治宣言を採択し、向こう5年間の犯罪防止・刑事司法分野における指針を示す場であると同時に、同分野の専門家及びその関係者が一堂に会し、ハイレベルを含む多くの参加者によるコミュニケーションの機会としてこれまで機能してきた。COVID-19の感染拡大防止の観点から第14回となる今回はハイブリッドという開催形態が採られたが、前述の開催意義を具現化するために実施された様々な工夫のうち、一部を以下に示す。

①主催者（国連）の「安心」を満たす感染症対策の徹底

今回、開催地となった京都市においては、COVID-19の感染拡大防止のための具体的な手順や手法を示すガイドラインとして、2020年10月に「ウィズコロナ社会における MICE 京都モデル(第1版)」⁶が策定されている。同ガイドラインでは、MICEの主催者のみならず、その参加者に対しても「留意いただきたいこと」を訪問前から開催後までの流れに沿って示されている点に特徴がある。2020年11月に策定された「京都観光行動基準(京都観光モラル)」⁷と同様、参加者を含む関係者それぞれが自律的に行動することによって裨益し合う観光や MICEのあり方を志向するものとして、観光領域におけるSDGsの推進にも資する取組とされる。

加えて、京都 कांग्रेसの開催に際しては、「来場参加者向け COVID-19 ガイドライン」⁸が策定されるなど主催者の要求する水準の「安全」を確保するため、開催地のガイドラインよりも更に踏み込んだ感染症対策が実施された。その具体的な手法の一部を以下に示す。

⁶ https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000276/276240/MICE_Kyoto_Model.pdf (最終閲覧日: 2021年3月26日)

⁷ <https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000277/277340/1127koho-kodokijun.pdf> (最終閲覧日: 2021年3月26日)

⁸ http://www.moj.go.jp/KYOTOCONGRESS2020/participants_info/download/countermeasure01.pdf (最終閲覧日: 2021年3月26日)

◇ **会場である国立京都国際会館（以下、KICC）内の滞在人数は、バッジを用いてコントロールする。**

- ①来場参加登録者用の個人用バッジと②参加者個人の氏名表示がない会議室ごとの代表団用フローティングバッジの2種類のバッジを発行する。②はKICCの屋外において、同じ代表団内での交換を可能とする。
- KICCへの入場には②を必要とし、全体会合が実施されるプレナリーホール用には1代表団あたり最大2枚、ワークショップが実施されるコミッティーホール用には1代表団あたり1枚発行されるフローティングバッジの携帯を求める。同じ時間・同じ会議のためにKICC内に滞在することができるのは、いずれかのフローティングバッジを携帯する参加者のみとする。※関係級参加者の直接随伴者に関しては一部、運用上の例外あり

◇ **着席した座席や出入りした会場に紐づけて、参加者の行動を記録する。**

- 参加者に対しては、各会議の冒頭もしくは着座時に「コンタクト・トレース・シート」への記入を求める。もし、記入事項に変更が生じた場合には、その内容も反映する。
- コンGRESのすべての会議の出席者記録及び座席表は、機密扱いで28日間保管される。それらは、COVID-19症例に関連した接触者追跡が必要な場合にのみ、ホスト国の保健当局に共有されるものとする。

◇ **感染者が発生した際に可及的速やかに必要な措置を講じることができるように体制を整備する。**

- KICC内に複数のポイントを設置し、体調不良者が発生した場合、移動動線が最低限に抑えられるようにする。
- 診療所として正式な認可を得て、KICC内に特設クリニックを開設する。常駐する医療チーム(医師・看護師)がPCR検査を含め、医療機関とも連携を図りながら不足のない対応を行うことができるようにする。
- 専用ホットラインを設置し、24時間対応を行う。
- 感染症対策の観点から特殊な内装を施した移送車を配置する。

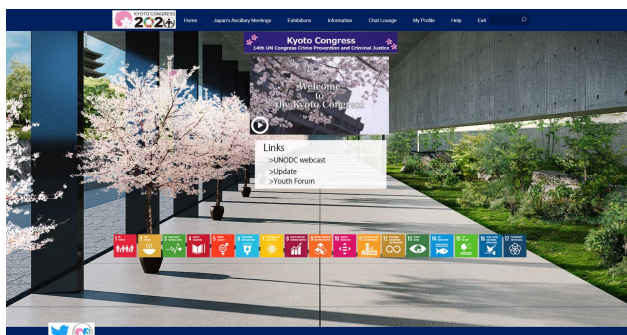
◇ **その他**

- UN基準のソーシャル・ディスタンス(2メートル)が確保されるように運営を行う。
- 物品の受渡しは極力、非接触形式にて実施し、取りきり・渡しきりとする。
- EU域内における統一規格であるEN規格を満たす高性能マスク(FFP2)を提供する。
- KICCのサービススタッフを含めて全ての運営要員に対して、PCR検査を事前に実施し、陰性者が確認された者のみを現場に配置する。



②オンライン参加者に対する価値提供

全体会合(プレナリー)や第1・第2委員会(ワークショップ)の様相がオンライン上で配信されたほか、現地会場まで足を運ばなかった参加者に対しても開催価値を提供するため、特設されたオンラインプラットフォーム(NTTクラウドコミュニケーションズ・ジャパン株式会社が提供する「Intrado」をカスタマイズ)からのオンライン参加という選択肢が設けられた。オンライン参加者は、オンラインプラットフォームを介して、サイドイベントのライブ配信及びオンデマンド配信の視聴や講演資料の閲覧が可能となり、オンライン展示会への参加やチャットラウンジでのコミュニケーションも実現された。



2.1.3. (2) ツールリストの作成

- 国際会議(C と M)誘致の国際競争に勝てる/負けぬ技術、サービス、ツールを広く国内の MICE 関係者に紹介し、導入を促すこと(つまり、以下ツールリストは、我が国の MICE 関係事業者や MICE 施設管理者等が、ウィズコロナおよびポストコロナ時代の新たな MICE のあり方を実現するために必要なサービスを検討するための資料となる。)を目的に、以下に示すような民間サービスや技術に関するツールリストを作成した。【別添】
 - ① ハイブリッドミーティングに対応した必要設備
 - ② ハイブリッドミーティングを可能にする民間サービス
 - ③ ポストコロナにおいても従来の国際会議(C と M)の良さ(例:偶然の出会いなど)を失わないためのサービス
 - ④ 実地会議における感染症対策に対応したサービス・技術(例:非接触のための QR チェックインや追跡アプリ等)
- ツールリストへ掲載する優れたソリューションの把握を効果的に実施するため、以下に示す公募による調査を実施した。

名称	新たな観光交流及び MICE のあり方実現に資するソリューション等の募集	
スケジュール	<p style="text-align: center;"> 募集開始 10月2日(金) </p> <p style="text-align: center;"> 応募締切(当初予定) ⇒ 締切期間延長 11月6日(金) </p> <p style="text-align: center;"> 応募締切(最終) 12月4日(金) </p>	
募集内容	テーマ1	コロナ禍からの観光交流復活に資するソリューション(サービス・製品・取り組み等)
	テーマ2	「ニュー・ノーマル」に合致した MICE の実現に資するソリューション(サービス・製品・取り組み等)
応募総数	日本を含む4つの国・地域(日本、スイス、カナダ、アイルランド)より計58件の応募があった。なお、応募条件を満たさなかった1件(No.3)については正式な受理を見送った。	

【公募要領】

新たな観光交流及びMICEのあり方実現に資するソリューション等の募集



観光庁は、いわゆる「ニュー・ノーマル」（新しい生活様式）に合致し、コロナ禍からの観光交流復活に資する優れたソリューションを把握することを目的とした、公募による調査を実施致します。昨年のG20観光大臣会合に合わせて、観光×テックをテーマとするピッチコンテスト「G20 Tourism Innovation Pitch」を開催するなど、これまでも優れたソリューションによる、観光産業におけるイノベーションの推進を支援して参りました。今年度は、観光関連事業者やMICE関連事業者をはじめとした事業者の皆様による、新型コロナウイルスにより非常に厳しい影響を受けた観光産業の復活のために有効なソリューションを広く募集させていただきます。本公募要領をご参照の上、奮ってご応募下さいませ。

募集内容

コロナ禍からの観光交流復活に資するソリューション（サービス・製品・取り組み等）

テーマ
(1)

観光は「21世紀最大の成長産業」と位置づけられ、世界的に経済成長の重要な牽引役となってまいりました。一方新型コロナウイルスにより最も大きな影響を受けた産業の一つでもあります。ウィズコロナ・ポストコロナ時代における観光産業の再生と復活のためには、旅行前から旅行中、旅行後のあらゆる場面において、テクノロジーを活用した観光サービス変革の推進が急務となります。こうした背景から、観光交流復活に資する様々なソリューションを幅広く募集致します。

「ニュー・ノーマル」に合致したMICEの実現に資するソリューション（サービス・製品・取り組み等）

テーマ
(2)

参加者が一か所に集合するような国際会議等のMICEは、従来形式での開催が困難になる一方、代替手段であるオンラインやハイブリッド形式が普及しはじめています。現地に行かずとも参加できる等のオンラインのメリットが認知されつつあり、コロナ収束後も普及は進むと考えられます。他方、参加者や開催地双方にオンサイト開催の良さも見直されているところであり、コストを抑えつつ安全にオンサイト開催を行うための工夫が、ハイブリッド対応と同時に求められています。こうした背景から、新たなMICE、特に国際会議やミーティングの実施に必要なソリューションを幅広く募集致します。

応募にあたっての注意事項

- 応募は何らかの法人格を有している法人に限らせていただきます。日本国内に本店や主たる事務所を有する内国法人でなくとも構いません。なお、募集結果を公表する際に応募者として、その法人名等の情報を公開させていただく場合がございますので予めご了承下さいませ。
- 異なる法人格を有する複数主体（企業×企業、企業×団体など）による共同応募が可能です。
- 同一企業・団体より複数件応募いただくことが可能です。
- エントリー1件につき、応募可能なソリューションは1つまでと限らせていただきます。異なるソリューションを複数応募いただける場合には、お手数ですが1件にまとめて記載することはせずに1つずつ分割の上、応募下さい。ただし、サービス・製品等の組み合わせや統合（インテグレーション）によって価値を生み出すようなソリューションに関しては、構成するサービス・製品等が複数存在する場合であっても1件にまとめて応募いただいても構いません。
- 応募いただくソリューションは現状、具現化されていない（開発中・計画中等）ものでも構いません。ただし、その場合には、これまでの実績やデータなど客観的根拠に基づく実現可能性を併せて示して下さい。
- 応募されたソリューションのうち、本取り組みの趣旨にそぐわないものに関しましては、応募者様へ通知することなく、下記の特典の対象外とさせていただきます。なお、当該判断に関するお問い合わせには、応じられませんので予めご了承下さいませ。
- 応募いただいた情報は観光庁より関係省庁及び委託先企業等に対しても適宜、共有させていただきます。そのため、応募者様に秘匿性が高いと判断される情報については、予め応募書類へ盛り込まないようにご注意ください。また、取得した情報に関しては企画・運営事務局（株式会社クニエ）の定める個人情報保護方針に則り、適切な管理体制のもとに取り扱います。 <https://www.qunie.com/inquiry/privacy/>

応募方法

応募書類は、企画・運営事務局宛に【メール添付】にてご提出下さい。

- (1) エントリーシート 様式1
- (2) エントリーシート 様式2
- (3) ソリューションの内容理解に資するその他参考書類 ※様式や分量は問いません

tourism@qunie.com

メール1通あたりの容量によっては、正常に受信できない場合がございます。万一、送信エラーとなった場合には、恐れ入りますが企画・運営事務局へメールにてご連絡下さい。

【締切】

11月6日(金)
受信分まで

特典

- 観光庁及び関係省庁、委託先企業等より、会議・展示会・各種イベント等の機会における発表・展示や実証実験等の実施について、個別にご相談をさせていただく場合がございます。
- 応募いただいたソリューションは観光庁及び企画・運営事務局が精査し、観光政策・施策の立案及びその実行等において参考とさせていただきます。なお、それらの情報は関係省庁及び委託先企業等に対しても適宜、共有させていただきます。

問い合わせ先

企画・運営事務局（株式会社クニエ）

〒100-8101 東京都千代田区大手町2-3-2 大手町プレイスイーストタワー 11階

tourism@qunie.com 受付時間：平日10:00-18:00

※ 本事業は観光庁より委託を受けた株式会社クニエが実施しております。

Open Applications

New Solutions for Implementing Ideal Tourism and MICE



The Japan Tourism Agency is conducting a survey open to the public in order to collect ideas for solutions to revitalize tourism that meet post-COVID-19 “New Normal” demands. We have already been supporting for innovative industry solutions, such as the “G20 Tourism Innovation Pitch Contest” held in conjunction with the G20 Tourism Ministers Meeting in 2019. This year, the JTA is searching for effective solutions from tourism- and MICE-related businesses to aid in the revitalization of the tourism industry, which was severely impacted by COVID-19. Please follow the guidelines below to apply. We look forward to hearing from you!

Application Information

<p>Theme 1</p>	<p>Solutions (Services, Products, Plans, etc.) to Revitalize Tourism in Post-COVID-19 era</p> <p>Tourism is stated to be the largest-growing industry of the 21st century and is an important factor in economic growth worldwide. However, it is also one of the industries most affected by the COVID-19 pandemic. In order to revitalize the tourism industry during and after the pandemic, it is urgent that we use technological innovation to revolutionize tourism services available before, during, and after travel. We are currently accepting suggested solutions to these issues in order to realize this goal.</p>
<p>Theme 2</p>	<p>MICE Implementation Solutions (Services, Products, Plans, etc.) Meeting “New Normal” Standards</p> <p>Since it has become difficult to hold traditional MICE, such as international conferences, where participants gather in one place, online and online-offline alternative hybrid formats have become more widespread. The benefits of these formats, namely the ability to attend without traveling, are being recognized, and online meetings are expected to continue even following the pandemic. On the other hand, the benefits of on-site meetings are being reexamined by both participants and venues, along with simultaneously-held, hybrid-compatible meetings being sought to reduce costs and provide safer on-site meetings. We are currently accepting holistic solutions to address the above issues facing the MICE industry especially international meeting and conferences.</p>

Notes

- Only applications from entities with legal personhood will be accepted. Applicants are not required to be based in or have head offices in Japan. Note that information such as name of each applicant may be disclosed to the public upon announcement of this promotion's results.
- Joint applications from multiple different legal entities (two businesses, one business and one organization, etc.) are acceptable.
- Multiple applications from the same company or organization are acceptable.
- Each entry may only have one proposed solution. In case of multiple proposed solutions, please submit each solution in separate individual applications. However, solutions that produce added value through integration of multiple services/products, etc. may be submitted on a single application.
- Solutions that are not currently enacted (i.e. ones in planning or development) are acceptable. However, in such cases applicants are asked to include feasibility information based on past data and/or achievements.
- Any submitted solutions that are deemed inapplicable to this survey may be deemed exempt from the below benefits without any notification to the applicant. Note that we will be unable to respond to any inquiries regarding any such judgments.
- Submitted information will be shared with related ministries and agencies as deemed appropriate. Therefore, please refrain from including any information deemed to be highly confidential in your application. In addition, any information submitted will be handled in accordance with the privacy policy of the Secretariat (QUNIE CORPORATION). <https://www.qunie.com/inquiry/privacy/>

How to Apply

Submit your completed application to the Secretariat by email attachment.

- (1) Application Form 1
- (2) Application Form 2
- (3) Any other reference documents for the better understanding your solution
*Any style/quantity acceptable

tourism@qunie.com

Emails may not be received successfully depending on the message's size. In the unlikely event of any error in transmission, please contact the Secretariat via email.



Benefits

- The Japan Tourism Agency and/or its affiliated companies may contact you personally regarding the announcement or testing of your solution at meetings, exhibitions, and/or other events.
- Submitted solutions will be reviewed by the Japan Tourism Agency and/or the Secretariat and used as reference material when planning and implementing tourism policies and measures. In addition, any information submitted may be shared with related ministries and/or contractors as needed.

Inquiries

Secretariat (QUNIE CORPORATION)

OTEMACHI PLACE EAST TOWER 11F, 2-3-2 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8101 Japan

tourism@qunie.com Business Hours: Weekdays 10:00 AM – 6:00 PM

*QUNIE CORPORATION is managing this project by commission of the Japan Tourism Agency.

コロナ禍からの観光交流復活に資するソリューション等の募集

応募者情報

単一法人のみによる応募

複数法人による共同応募

代表法人名	
登記国・地域	
法人サイトURL	
共同応募法人名	代表法人以外の共同応募法人名を記載して下さい

【応募代表者】 本応募における責任者1名について記載して下さい。なお、法人の代表者である必要はありません。

氏名	
シメイ	
所属部署・部門	
役職	
住所	〒
電話番号	
メールアドレス	

【連絡担当者】 同上的場合には記載不要です。

氏名	
シメイ	
所属部署・部門	
役職	
電話番号	
メールアドレス	

Application Form
New Solutions for Implementing Ideal Tourism and MICE

Form 1

Applicant Information

- Single-entity Application
- Multiple-entity Application

Entity Name	
Country/Region	
Website URL	
Joint Applications	<i>Please list all entities applying jointly.</i>

Enter a representative's information below. The representative does not need to be an official representative from your legal entity

First Name	
Last Name	
Department	
Position	
Address	
Telephone Number	
Email Address	

Contact information: only fill out the below fields if contact information differs from the information above.

First Name	
Last Name	
Department	
Position	
Telephone Number	
Email Address	

コロナ禍からの観光交流復活に資するソリューション等の募集

ソリューションに関する情報

1	<p>名称を記載してください。</p>
2	<p>どのような機能的価値を有するかに留意しつつ、その概要を具体的かつ簡潔に説明してください。</p>
3	<p>類似ソリューション、または他事業者のそれと比較して、何らかの優位性があれば具体的に説明してください。</p>
4	<p>代表的な採用・導入事例（もしくは実証実験事例）を例示しながら、このソリューションが社会へ提供することのできる価値について説明してください。</p>
5	<p>上記の価値を持続的に提供し続けるためのビジネスモデルについて説明してください。</p>
6	<p>テーマ（1）：観光交流復活のためにはどのような課題を解決する必要があると考えますか。また、このソリューションがその課題解決へどのように貢献するのか説明してください。</p> <p style="text-align: center; color: red;">応募テーマに従い、いずれか一方のみご入力ください。</p> <p>テーマ（2）：「ニュー・ノーマル」に合致する国際会議を実現するためにはどのような課題を解決する必要があると考えますか。また、このソリューションがその課題解決にどのように貢献するのか説明してください。</p> <p style="text-align: center; color: red;">応募テーマに従い、いずれか一方のみご入力ください。</p>
7	<p>このソリューションについて、表彰歴やメディアでの露出歴はありますか。ある場合には具体的に記載してください。</p>

Application Form
New Solutions for Implementing Ideal Tourism and MICE

Form 2

Solution Information

1	Please enter your solution's name.

2	Please concisely explain the specifics of your suggestion.

3	What specific advantages over other methods does your solution offer?

4	Please explain how your solution can benefit society with reference to other representative examples of adoption (or experimental cases).

5	Please provide a business model that will allow for continuous provision of the above benefit.

6	Theme 1: What problems do you think must be resolved in order to revitalize tourism? How does your solution contribute to resolving them?
	Please answer only one question as applicable to the application's theme.
	Theme 2: What problems do you think must be resolved in order to allow for an international conference that meets "New Normal" standards? How does your solution contribute to resolving them?
	Please answer only one question as applicable to the application's theme.

7	Has your solution received any public recognition or media exposure? If so, please explain in detail below.

応募者一覧

No.	代表法人名	法人登記国	ソリューション名
1	株式会社プロアクティブ	日本	オンライン学会プラットフォームサービス
2	PRG 株式会社	日本	ライブ x オンライン x ドライブスルー型イベント
3	大宇陀・東紀州・松阪圏・サトシーイングサポート	日本	(注：応募条件を満たしていないため、正式な受理は見送りとした)
4	株式会社JTb	日本	抗体・抗原検査のスクリーニング機能を利用したMICEイベント
5	KOTOBUKI Services GmbH	スイス	Slow tourism instead of fast tourism
6	日本コンベンションサービス株式会社	日本	遠隔同時通訳プラットフォーム【RSI Exchange】
7	MCI-JCS Japan株式会社	日本	MCI CoDo
8	株式会社ジェーシーエス・コミュニケーションズ (JCSC)	日本	JCSC Live Webinar Service
9	株式会社トラベルテックラボ	日本	訪日外国人向けオンライン免税IoT宅配ロッカー"JaFun" (ジャファン)
10	Airbnb Global Services Limite	アイルランド	Airbnbオンライン体験
11	株式会社サン・プロンプト	日本	R-View
12	Orell Füssli Kartographie AG	スイス	Maps of UNESCO Global Geoparks of Japan
13	Orell Füssli Kartographie AG	スイス	Maps of National Parks of Japan
14	Orell Füssli Kartographie AG	スイス	JAPANWILDS.ORG
15	フォルシア株式会社	日本	汎用ダイナミックプライシング理論
16	Let's Meet	日本	Let's Meet
17	株式会社JTbグローバルマーケティング&トラベル	日本	5G通信及びドローンを活用したリモートトラベル事業
18	株式会社コングレ	日本	MICEイノベーション研究会
19	日本コンベンションサービス株式会社	日本	MICE向けJCS字幕翻訳サービス
20	日本コンベンションサービス株式会社	日本	オンラインでも参加者同士が繋がれる、交流ツールBuddyup!
21	凸版印刷株式会社	日本	TeleAttendプラットフォーム (ヨミ：テレアテンドプラットフォーム)
22	ユー・エム・サクシード株式会社	日本	城おこしプロジェクト ~歴史的観光資源が人を呼ぶ~
23	株式会社エイチ・アイ・エス	日本	H.I.Spaceコミュニケーション
24	株式会社エイチ・アイ・エス	日本	MICE運営によるパーソナルロボット「temi」の活用
25	株式会社エイチ・アイ・エス	日本	NEC 顔認証の共通ID化 (Digital ID) による手ぶら/タッチレスサービス
26	株式会社エイチ・アイ・エス	日本	H.I.Space Exhibition
27	株式会社ピースボーク	日本	AIを活用したリアルタイムのコミュニケーションプラットフォーム「BEBOT」(ビーボット)
28	株式会社エイチ・アイ・エス	日本	オンラインツアーによる「PORT」の活用
29	株式会社ぐるなび (LIVE JAPAN事務局)	日本	訪日外国人向け観光情報サービス「LIVE JAPAN PERFECT GUIDE」
30	株式会社ジェイアール東日本企画	日本	MaaS及びデジタルチケットのプラットフォーム「wallabee」(ワラビー)
31	リコージャパン株式会社	日本	ARサービス RICOH Clickable Paper を活用した『デジタルスタンプラリー』
32	avatarin株式会社	日本	avatar MICE
33	ジャパンメディアシステム株式会社	日本	Web会議・テレビ会議システム LiveOn (ライブオン)
34	GetYourGuide Japan株式会社	日本	観光DXソリューションによる観光商材の高付加価値化
35	シヤチハタ株式会社	日本	重ね捺しスタンプラリー
36	キャンノンマーケティングジャパン株式会社	日本	BriefCam
37	キャンノンマーケティングジャパン株式会社	日本	People Counter Pro
38	株式会社TENT	日本	企業向けアウトドア研修 CAMPANY
39	バリバラ・ツーリズム株式会社	日本	バリアフリーなマイクロツーリズム創出事業
40	株式会社バカン	日本	混雑(密)のリアルタイム可視化による観光地の安心・安全な環境を提供するソリューション
41	株式会社オマツリジャパン	日本	高付加価値旅行商品プログラム「祭り留学」
42	株式会社ABAL	日本	VRを活用したハイブリッドリアルプラットフォームによる地方送客の促進
43	株式会社リーゴ	日本	コロナ禍の今を救い、次を担う、観光特化Googleマップ解析&集客支援
44	株式会社ドコモ・インサイトマーケティング	日本	モバイル空間統計 人口マップ
45	株式会社ドコモ・インサイトマーケティング	日本	モバイル空間統計 人口マップ×Webアンケートパッケージ
46	株式会社ドコモ・インサイトマーケティング	日本	モバイル空間統計 観光客分析パッケージ
47	株式会社ロコガイド	日本	安全・安心な状況を可視化・3密回避ソリューション「混雑ランブ」
48	株式会社NTTドコモ	日本	3D計測・VRを利用した文化財における新たな展示手法
49	株式会社NTTドコモ	日本	文化遺産・産業遺産の自由視点3Dデジタルアーカイブ化、および観光商材へのVRコンテンツ展開
50	日本電気株式会社	日本	スマートホスピタリティサービス
51	株式会社Stroly	日本	Stroly (ストローリー)
52	旭化成株式会社	日本	3密見える化ソリューション
53	旭化成株式会社	日本	換気見える化ソリューション
54	森トラスト株式会社	日本	Pure wellness room
55	フォルシア株式会社	日本	宿泊施設・観光施設向け商品データ流通プラットフォーム
56	パリーズ株式会社	日本	ホテル旅館の安心・安全を旅行者に伝えるインフルエンサー・マッチングプラットフォーム【SOCIALPORT】
57	NEXTECH AR SOLUTION	カナダ	NEXTECH Virtual Conference/Tradeshaw with VR/AR solution
58	ピクプライズ合同会社	日本	訪日インバウンド・プロモーションのためのフォトコンテストプラットフォーム【PicPrize】