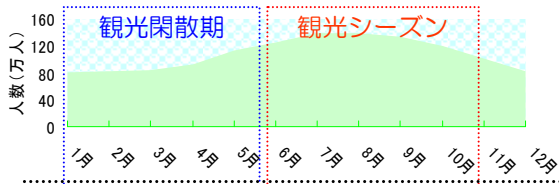


# 札幌MICE総合戦略（ダイジェスト）

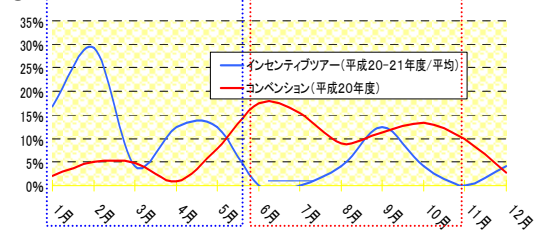
## I. 札幌MICEの特徴

- 観光に比して高い経済効果（購買単価が高く、滞在日数が長い）
- 経済情勢の変化の影響が少ない（不況に強い）
- 世界へ向けたPR効果（全世界から集客）
- 安定した通年需要（観光閑散期を補完するインセンティブツアー）

①: 観光客の月別入込人数（平成20年度）



②: 年間における月別のMICE開催比率



■直接消費  
MICEは観光の**3倍**

■経済効果（一人当たり）  
・国際顕微鏡学会：295千円 **18倍**  
・さっぽろ雪まつり：16千円

人材育成分野：4事業  
東アジアMICE関連：4事業  
グリーンMICE推進：4事業  
市民参加型：3事業 ほか

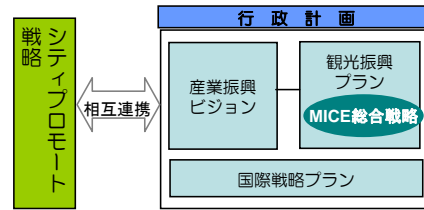


インセンティブツアーにおける雪だるま装飾コンテスト（広域連携の一例）

## 推進施策の体系

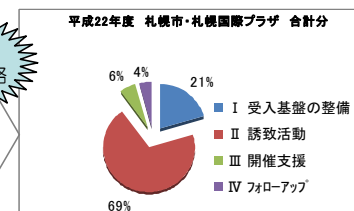
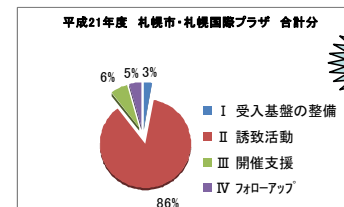
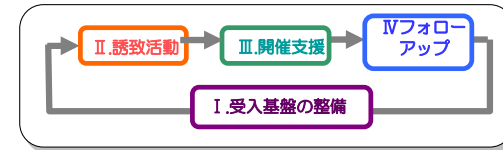
### (1) 施策の位置づけ

本総合戦略は、「産業振興ビジョン」の部門計画である「観光振興プラン」の一分野として位置付けられるものである。



### (2) 実施施策の体系

本総合戦略は、右図の4分野の体系の下で45事業（新規：21事業、強化：24事業）を展開する。



## II. MICE戦略策定の時宜（Why now）

### Japan MICE Year

日本政府によるMICE元年にいち早く呼応する形で施策展開を示すことで、国内でのリーディング都市としての地位を確立

### 大田コンベンションビューローとのMOU（覚書）締結

札幌MICE総合戦略に基づく具体的なプログラムを前提としたMOUの締結 \*別紙参照

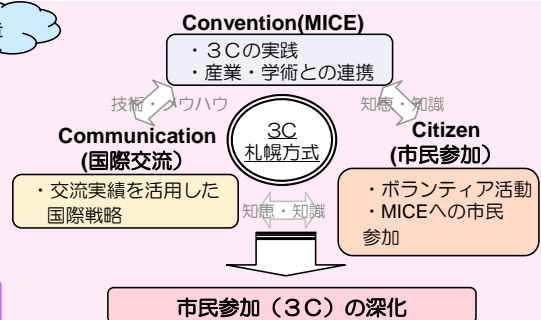
## III. MICE施策の方向性

### MICEへの市民参加

札幌国際プラザの運営哲学である3C（市民参加型事業）を更に深化させる。

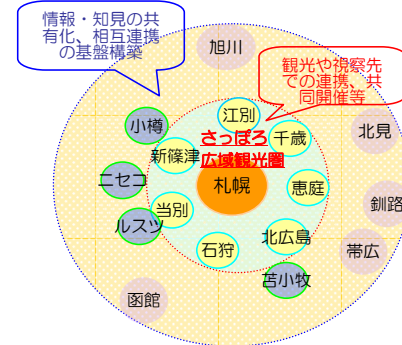
- ★MICEボランティアの参加枠拡大
- ★市民向け小冊子の作成
- ★MICE市民講座の開催
- ★MICEへの市民参加機会の設定

2007国連軍縮会議in札幌では中学生傍聴枠180名を設定



### (3) 広域連携によるMICEの推進

それぞれの地域が持つ資源・特性を札幌が提供できるメニューに含めてアピールするなど、道内他都市との連携体制を構築し、誘致活動を行う。



### (4) 戦略的事業

中国市場へのマーケティング強化

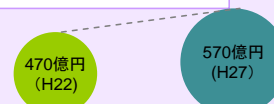
韓国大田コンベンションビューローとの共同によるMICE推進

札幌Greener Week の開催

## IV. 達成目標

アジア諸国においてMICE産業が急速に発展を遂げていることは、MICEが将来性の高い分野であることを示している。また、札幌MICEは観光オフシーズンである冬季の需要も多く、年間を通じた安定的な集客が見込まれるため、札幌にとって有望な産業といえる。よって、以下の目標を掲げ、計画的かつ戦略的にMICE推進に取り組む。

### 設定目標（数値）

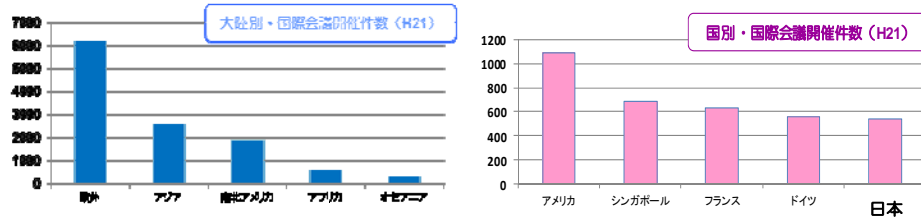


MICEの市場規模は、観光市場のおよそ1割であり、本市におけるMICE市場規模は約470億円と推計される。国際会議の年率5%成長と、観光閑散期におけるインセンティブツアーの5割増加等により、5年後の市場規模の目標を570億円（2割増）とする。

## MICEの現状（統計）

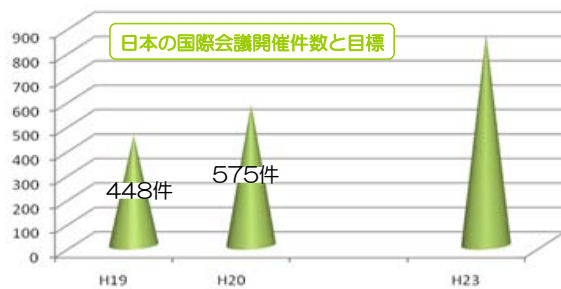
### 世界

世界においてアジア開催が拡大。シンガポール（世界2位、アジア1位）、日本（世界5位、アジア2位）、韓国（世界11位、アジア3位）などがアジア市場の牽引役。



### 日本

「観光立国推進基本計画」に基づき誘致を進めた結果、H20年度以降は急速な伸びを示している。H23年に向けて大幅（150%）増加を目標に取り組みを進める予定。



### 札幌

札幌は、「国際会議開催件数」において、平成19年度は第10位（44件、参加人数 19,034名）同20年度は第8位（77件、参加人数 39,910名）、同21年度は（81件、参加人数 50,044名、順位は未定）と着実に伸びてきている。

