

県庁内ベンチャー

コンベンション誘致等
による賑わいの創出

提 言 書

平成 1 8 年 9 月

目 次

1	はじめに	1
2	検討課題	1
3	「コンベンション」とは何なのか。 ～さまざまな定義～	1
4	コンベンションを誘致・開催する意義 ～地元にもたらす効果～	2
	(1) 地域のイメージアップ効果	2
	(2) 住民生活の向上・地元産業等の活性化	2
	(3) 観光振興への効果	3
	(4) まちづくりに対する効果	3
	(5) 集客による消費経済効果	3
5	コンベンションに関する現状	4
	(1) コンベンションの開催状況	4
	(2) コンベンション施設・宿泊施設の状況	5
	(3) 各都道府県のコンベンションの開催・誘致に向けた取組み状況	7
6	現状からみた課題	7
	(1) コンベンション施設・宿泊施設の面からみた課題	7
	(2) 情報発信・情報収集の面からみた課題	8
	(3) 誘致の組織体制の面からみた課題	9
7	誘致の基本方針	9
	～ターゲットを絞った誘致 福井にあったもの・効果の高いものを～	
	(1) ターゲットを絞った誘致の必要性	9
	(2) 考えられるターゲット	10
8	コンベンション誘致増に向けた改善策	12
	(1) 情報の入手 ～情報収集力・情報発信力の強化～	12
	(2) ターゲットの絞込み ～地域が一体となった誘致～	14
	(3) 誘致のための訪問活動 および 開催支援	14
	(4) ～将来の課題～ コンベンション誘致体制の強化	17
9	誘致もよいがコンベンションをつくって人を呼べば	18
	(1) 新たなコンベンションの創出	18
	(2) コンベンションの具体例	19
10	アフターコンベンションへの誘導	22
	～福井県で楽しんでもらいさらに賑わいを増すためには～	
11	一度福井県に来た人に再度福井を訪れてもらうには	23
	～コンベンション開催時のもてなしが何よりも大切～	
12	まとめ	24
	[資料] ・各都道府県のコンベンション開催状況、財政援助制度	25
	コンベンションビューロー等の状況	
	・「コンベンション誘致による賑わいの創出」検討会メンバー	27

1 はじめに

「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律」いわゆる「コンベンション法」が平成6年9月に施行され、コンベンションビューロー事業の拡充など、国と自治体が一体となった誘致、受入体制の整備が開始されてから12年が経過した。

また、同法の規定に基づき国土交通大臣から「国際会議観光都市」に認定された都市は、福井市をはじめ全国50都市を数えるまでとなった。

人口減少が進む今日、交流人口の拡大こそが、地域活力の向上、また、楽しみや魅力あるまちづくりに必要不可欠であり、その手段として、福井県への観光客誘致やコンベンションの誘致・開催がますます重要になっている。

県庁内ベンチャー「コンベンション誘致等による賑わいの創出」では、人・物・情報の交流を盛んにし、地域にもたらす経済効果やその文化的役割の大きいコンベンションの誘致のための仕組みづくりなどについて検討を行った。

2 検討課題

検討に当たっての課題は、「いかにして国際規模、全国規模のコンベンションを誘致するか?」、つまり、県下全域での開催に向けた取組み、コンベンション誘致のための仕組みづくり、また、仕組みをいかに普及させ、実践に結びつけていくかということであると考えた。

そこで、このベンチャーでは、コンベンションの誘致に関する効果、現状を明らかにした上で

(1) コンベンションの誘致方法

(2) 福井県の特長(健康長寿・高い出生率・地場産業)などを活かしたコンベンションの提案・誘致

(3) アフターコンベンションへの誘導

について検討することとした。

3 「コンベンション」とは何なのか。 ～さまざまな定義～

まず、最初に検討対象となる「コンベンションを明確に定義付けることから始めよう。

田部井正次郎の『コンベンション 新時代のためのガイド』(サイマル出版会・1997年)によれば、「運輸省(現在は国土交通省)ではコンベンションを『非日常的な人の集まりを核とした物、知識、情報などの交流のための集まりであり、ある国、地域へ人、物、知識などを呼び込むシステム』と捉えています。また、通商産業省(現在は経済産業省)ではほぼ同じ内容の概念を『イベント』という表現を用いて『目的をもって、特定の期間に、特定の場所で、対象となる人々をそれぞれに、個別的に、直接的に刺激を体験させるメディアである』と定義づけています。」とされているが、これではいったい何のことを指しているのか具体的なイメージが得られない。

海外に目を向けると、国を挙げてコンベンションの振興を図っているシンガポールを始めとしたアジア・ヨーロッパ諸国ではコンベンションビジネスを「マイルス (MICE) マーケット」という表現を使って捉えている。

MICEとは、M=Meeting (会議)、I=Incentive (報奨のための催し)、C=Convention (大会)、E=Exhibition (展示会) のことである。

これを「狭義のコンベンション」とすれば、これに「スポーツ大会や各種イベント」を加えたものが「広義のコンベンション」ということになるだろう。

今回、各都道府県を調査してわかったことだが、一口に「コンベンションビューロー」と言っても、「広義のコンベンション」を対象に活動しているところ、スポーツ大会やイベントは「コンベンション」と捉えていないところ、そもそも国際会議しか対象にしていないところなどさまざまであった。つまり、同じように「コンベンションビューロー」を名乗っていても、それぞれのコンベンションビューローによってコンベンションの捉え方は異なるということである。

そこで、当ベンチャーでは、(財) 福井観光コンベンション協会の活動対象を参考に「**会議、大会をまず念頭に置きつつ、展示会、スポーツ大会や各種イベントを加えた広義のコンベンション**」を検討対象とすることとしたい。

4 コンベンションを誘致・開催する意義 ～地元にもたらす効果～

それでは、コンベンションを誘致・開催する意義、また地元にもたらす効果としてはどのようなものが考えられるのだろうか。その意義と効果を5つの視点でまとめてみた。

① 地域のイメージアップ効果

コンベンション施設ができ、そこで開催されるコンベンションがメディアを通じて国内外に露出されるようになると、それらを通じた地域イメージアップ効果が期待できる。新聞やテレビに開催地、開催施設が報道され、これら報道によって街が全国、世界に露出することは巨額の広告宣伝費に換算できる。コンベンション開催による地域イメージ向上は、開催後のプロモーション活動の好循環にも役立つ。

② 住民生活の向上・地元産業等の活性化

全国的あるいは国際的な会議 (学会)・大会・スポーツ大会を誘致すれば、開催地の住民は誰でも公開型の催しに参加できる。例えば、最近、多くの学会が開催地での住民向けに公開講座を開く等、地元の人たちが参加できる機会が増えている。医学系の学会では健康相談・医療に関する講習などが併催されることも多い。

また、コンベンションにあわせて世界や日本のトップクラスの頭脳 (研究者) や肉体 (スポーツ選手) がやってくる。つまり、福井にいながらにして最先端の知識・技が吸収できる。世界や日本の第一人者の片言隻語等からすばらしいアイデアをつかむこともあるだろう。

地元産業等の活性化の面から見てみると、例えば東京都大田区では、地元の中小企業の新技術や製品を募集し、優れたものに、同区の産業会館で開催される産業展示会への出展機会（優遇措置）を提供している。優良なハイテク企業集積地ならではのコンベンションを利用した産業活性化策と思われる。国際会議や学会、最近では企業コンベンションでも地元産業の視察が組み込まれることが多くなった。コンベンションは、地元の産業を世界にアピールする好機でもある。神戸市ではコンベンションの開催を通じてトップセールスを行ったことで、産業団地の分譲に成功したという。このようにコンベンションを上手に利用すれば、地元産業等の活性化も期待できる。

③ 観光振興への効果

これからの観光振興に必要なことは、「個への対応」つまり「観光客一人一人の嗜好への対応」である。これは旅の価値観の多様化に応える知恵が求められることにほかならない。既に、福井でも、こうした傾向に対応するため、福井ならではの「歴史や産業を学ぶ・体験する」、「文化を体験する」等のソフトを観光資源として発掘している。

いわゆるアフターコンベンションへの誘導によって、観光客増を図ることはもちろん、地元にとっては、産業・文化など、新しい観光資源を多くの人に体験してもらう絶好の機会、観光資源の販路開拓の近道となる。

④ まちづくりに対する効果

コンベンションの開催時に、主催者等は、誘導サイン、看板、季節の花等、来訪者を歓迎する数々の仕掛けにより、非日常の風景を現出させ、コンベンションを演出することが必要になる。会場計画によっては、道路を遮断して、日常とは異なる動線を設定し、来場者を誘導しなければならないこともある。このような「非日常の現出」を通じ、コンベンションは、開催地に対し、交通、景観をはじめとした従来の都市の規制等を再考するきっかけを与える。また、開催地では、弱者への配慮等も当然欠かせない。つまり、「来場者に優しいコンベンションづくり」という視点が、利用者の視点に立脚した「ひとにやさしい街づくり」の在り方を示唆することとなる。

⑤ 集客による消費経済効果

集客による消費として、宿泊・買物・飲食・交通費等、また、コンベンション開催による消費として、パンフレットの印刷、記念品の調達、運送、会場設営費用、広告企画、人材派遣、物品のリース、通信、保険等がある。コンベンションの誘致は、開催地に大きな経済波及効果をもたらす。

〔福井県でのコンベンションの開催に伴う経済波及効果〕

平成13年3月に（財）福井コンベンションビューローが発行した「コンベンション経済波及効果調査報告書」によれば、福井県内でコンベンションを年間200件開催した場合（平成17年度のコンベンション開催実績は166件）、約21.6億円の県内生産額を誘発（コンベンション1件当たり1.6億円）できると推計されている。

コンベンションの誘致・開催は地域の起爆剤的な役割を果たし、地域に賑わいをもたらす。ここでは、コンベンションを誘致・開催する意義と効果を取り上げたが、誘致・開催に当たっては、それらを十分発現できるよう常に念頭に置いておく必要がある。

5 コンベンションに関する現状

いったい全国、また、北陸三県ではどのくらいの数のコンベンションが開催されており、その中で福井県はどのような位置を占めているのだろうか？

また、福井県内のコンベンション施設や宿泊施設の状況等はどうか？

福井県を中心としたコンベンションの現状を探る。

① コンベンションの開催状況

● 全国のコンベンション開催状況

- コンベンションの定義でも述べたように、各コンベンションビューローにおいて誘致対象としているコンベンションの範囲が一律でないため、各都道府県に対してコンベンションの開催状況を照会したが、開催件数の正確な比較はできなかった。

各都道府県の開催件数の把握状況を整理するとは以下のようなになる。

(単位：都道府県)

区 分		都道府県全域について把握	一部の地域または誘致に関わったもの等のみ把握
把握している	開催件数を把握している都道府県 (都道府県によって調査対象が多少異なる。)	21	10
	会議・大会(スポーツ大会・イベントを除く)のみ把握している都道府県	7	1
	国際会議のみ把握している都道府県	3	—
把握していない			5

(平成 18 年福井県観光振興課調べ)

- 日本コンGRESS・コンベンションビューロー(JCCB)(12ページ参照)が作成したコンベンションデータライブラリー(2004年)に登録されているコンベンション(内容は会議・大会)は1,561件(参加者数不明のもの36件を含む)、総参加者4,392,428人となっている。

参加者規模別では、参加者499人までのものが1,026件(65.7%)、500~999人212件(13.6%)、1,000~1,999人132件(8.5%)、2,000~4,999人78件(5.0%)、5,000人以上77件(4.9%)、不明36件(2.3%)となっている。

- 『E&Cマーケティング2006』(日本実務出版(株)発行)に掲載されている「イベント・コンベンションデータ」によれば、全国125主要会場(福井県では産業会館とサンドーム福井の2か所)の平成17年の「イベント・コンベンション」開催件数は、7,328件(うち会議・大会・式典1,667件、見本市・展示会4,329件、イベント1,332件)となっている。

- 国際会議については、(独)国際観光振興機構（JNTO）が全国調査をしており、開催状況は、次のとおりである。

2000～04年（5年間）の国際会議の開催件数 (単位：件)

年・年度	全 国	福井県
2000年（平成12年度）	2,689	8
2001年（平成13年度）	2,737	10
2002年（平成14年度）	2,683	9
2003年（平成15年度）	2,554	8
2004年（平成16年度）	2,896	10

※全国についてはJNTO調べ（暦年）、福井県については(財)福井観光コンベンション協会調べ（年度）

● **北陸三県のコンベンションの開催状況（平成17年度）** (単位：件、人)

県名	会議・大会		展示会等		スポーツ大会等	
	件数	延べ参加人数	件数	延べ参加人数	件数	延べ参加人数
福井県	112	40,407	3	40,000	51	51,097
石川県	324	80,760	未調査		未調査	
富山県	139	34,824	2	95,000	93	176,213

※福井県の開催件数については、参加者数不明のもの11件を含む。

(平成18年福井県観光振興課調べ)

● **福井県におけるコンベンションの規模別開催状況（平成17年度）** (単位：件、人)

参加人数	会議・大会		展示会等		スポーツ大会等	
	件数	延べ参加人数	件数	延べ参加人数	件数	延べ参加人数
1～99人	21	1,283	—	—	4	265
100～199人	37	4,962	—	—	11	1,507
200～499人	31	9,221	—	—	4	1,039
500～999人	14	9,411	—	—	7	4,386
1,000～1,999人	6	7,633	—	—	9	11,400
2,000～4,999人	1	3,000	1	3,000	2	6,500
5,000人～	2	4,897	2	37,000	3	26,000

※上記の他に参加者数不明のものが11件ある。

((財)福井観光コンベンション協会のデータをもとに作成)

② コンベンション施設・宿泊施設の状況

● **福井県内の主要なコンベンション施設の状況**

収容規模	施設名（収容人数）
5,000人以上	サンドーム福井 9,000人
1,000人以上 5,000人未満	フェニックスプラザ 2,000人
	大野有終会館 1,350人
	敦賀市民文化センター 1,200人

1,000人以上 5,000人未満 (続き)	越前市文化センター 鯖江市文化センター 福井市文化会館	1,200人 1,020人 1,162人
500人以上 1,000人未満	小浜市文化会館 敦賀市きらめきみなと館 プラザ萬象 福井商工会議所ビル ハートピア春江 越前陶芸村文化交流会館 生活学習館・ユーアイふくい 福井市民福祉会館 織協ビル など	936人 900人 870人 800人 756人 714人 700人 587人 500人
500人未満	福井県自治会館 福井県国際交流会館 など	420人 300人
(主に展示場として使用)	福井県産業会館	

- 福井県にはさまざまなコンベンション施設がある。2,000人を超える収容人数のものは限られているが、1,000人程度までのコンベンションの受入れ可能な施設は県内各地に多く存在している。

● 北陸三県の県庁所在市の宿泊施設状況（石川・富山県との比較）

(単位：軒、室、人)

県庁所在市	ホテル・旅館			ホテルの シングル・ツインの客室数	
	軒数	総客室数	宿泊可能人数	シングル	ツイン
福井県福井市	50	3,382	8,913	1,074	196
石川県金沢市	128	7,359	13,564	3,821	1,874
富山県富山市	136	5,982	不明	1,806	733

(国際観光振興機構調べ(平成17年9月現在)等による)

- 宿泊施設についてみると、コンベンション参加者が利用することの多いシングルまたはツインの客室数は金沢市・富山両市に比べて少ない。
また、通常、各ホテルは1つのコンベンションに最大でも客室の80%程度しか提供しないため、1つのコンベンションで利用可能な福井市内のホテルのシングルルームは800室程度、ツインルームを入れても1,000室程度にしかならない。
ちなみに県内最大の温泉地であるあわら温泉の宿泊可能人数(収容人数)は8,161人(平成17年あわら市観光商工課調べ)である。
- 福井市には金沢市、富山市と比べ、1,000人以上を収容するホール(コンベンション会場)を備えたホテルが少ない。調べてみたところ、金沢市には最低3か所、富山市には4か所あるが福井市には1か所しかない。

③ 各都道府県のコンベンションの開催・誘致に向けた取組み状況

● コンベンションビューロー等の設置状況

全国 44 都道府県（山梨県・佐賀県・大分県を除く） 68 団体…日本コンGRESS・コンベンションビューロー（JCCB）の会員数

● コンベンションの開催・誘致に向けた支援策の状況

（単位：都道府県）

支援策の内容	実施している都道府県数	福井県の実施状況
コンベンションビューローに対する人的・財政的支援	36	○
県庁担当課にコンベンション担当のスタッフを配置	21	○
コンベンション主催者に対する開催助成金制度 （コンベンションビューローが一部地域等を対象に実施しているものを含む。）	35	○
コンベンション主催者に対する開催費用貸付金制度 （コンベンションビューローが一部地域等を対象に実施しているものを含む。）	23	※
コンベンションに関する講演会、セミナー等を開催	6	○
コンベンションの運営・演出等のアドバイザーを設置	2	×
主催者に対するアンケート調査	2	×

（平成 18 年県観光振興課調べ・J N T O 調べ等に基づき作成）

※(財)福井観光コンベンション協会では、平成 2 年度から開催費用貸付金制度を設けていたが利用が低調であったため、制度を廃止している。

6 現状からみた課題

① コンベンション施設・宿泊施設の面からみた課題

● コンベンション施設について

本県は、参加者が 2,000 人を超えるコンベンションを受け入れ可能な施設は、サンドーム福井しかない。さらに、いくつもの分科会に分かれるコンベンションでは、その会場をどう確保するかが問題となる。参加者や分科会の数が増えるほど、単一の施設に複数の分科会会場を確保することが困難となることから、メイン会場のほかに複数のサブ会場を利用しなければならない。会場間の移動はシャトルバスの運行等により対応しなければならない。主催者側としては、参加者の利便性、事務の煩雑さ等を考慮すると、複数施設の利用は、なるべく避けたいと考えるところである。

● 宿泊施設について

福井市でコンベンションを開催する場合、市内で手配できる宿泊施設（ホテルのシングルルームを中心した場合）は700～1,000人分であり、宿泊を必要とする県外からの参加者が多い場合、いかに宿泊施設を確保するかがポイントとなる。場合によっては、あわら温泉を利用することも考えられるが、あわら温泉から福井市内の会場までのシャトルバスの手配、公共交通機関との連絡など、アクセスの面で不利であることは否めない。

また、丹南、嶺南で開催する場合には、さらに宿泊施設は少なくなり県外から多くの参加者がある全国規模のコンベンション誘致には課題が多い。

② 情報発信・情報収集の面からみた課題

● (財)福井観光コンベンション協会のホームページについて

現在、多くの情報が、ホームページを通じて発信されている。ホームページの大きな利点は、新聞やテレビのように情報量の制限がなく、また、閲覧者が空いた時間を利用して、好きなだけ閲覧することができることであり、今や社会生活に不可欠のツールとなっている。

コンベンションの主催者も、開催地を決定する際にはホームページでの情報収集を行っていることは容易に想像できる。

今回、メンバーで手分けして全国のコンベンションビューロー等のホームページを検索し比較してみたが、(財)福井観光コンベンション協会のホームページは、文字データが多く、他県のホームページと比較すると見せる工夫に欠けているように思われる。

● キーパーソンについて

コンベンションの1つに学会が挙げられる。UMIN*が公開しているホームページによれば、平成18年度に医学医療関連で全国単位の学会が開催する学術集会は、少なくとも935あり、医学医療分野以外の学会も合わせると、かなりの数の学会が存在すると思われる。

学会を福井に誘致する際には、県内の大学のキーパーソンを調査し、そのキーパーソンを相手に誘致活動を行うことが効果的であると考えられるが、学会長はほとんどが大都市に在住しており、県内には少ない。

福井県立大学教員の学会等役職就任状況（主なもの）

役職名	役職についている延べ人数
副会長	3人
支部長	1人
副支部長	1人
大会事務局長・事務局長	3人
運営委員	3人
常任理事・理事	15人
常任幹事・幹事等	7人
会計幹事	2人
評議員	34人

・福井県大学・私学振興課調べ（平成18年7月現在）

（注）UMIN 大学病院医療情報ネットワーク（University Hospital Medical Information Network = UMIN）のこと。全国42の国立大学病院のネットワーク組織。東大病院内にセンターが設置されて、全国に最新の医学・医療情報の提供、医学・医療上の交流の支援を行っている。

● 福井の魅力について

平成15年に公表された地図出版社の帝国書院が小学生を対象に行った調査によると、本県は全国で最も印象の薄い県という調査結果が出ており、少なからずショックを受けた方も多いのではないだろうか。「福井は金沢に向かう廊下」。このような言葉がある。関西方面からの観光客は、福井を通過して金沢に向かい、福井は単なる通過点であるという意味であり、コンベンション誘致に際しても、ここに大きな壁があるものと思われる。他の都市と比較して都市そのものに魅力がなければ、観光客もコンベンションも来ない。そもそも福井を知ってもらわないことには誘致できないのであり、著名な都市に比べるとこの点はハンディキャップになると言わざるを得ない。

③ 誘致の組織体制の面からみた課題

（財）福井観光コンベンション協会は、コンベンションの誘致、支援等を行っているが、肝心の誘致を行うマンパワーが不足している。例えば、（財）高知県観光コンベンション協会は、県の観光連盟の機能を併せ持っているとは言え、44人もの職員がいる。一方、（財）福井観光コンベンション協会の職員は10人、そのうちコンベンション誘致担当はわずか2人である。

それぞれの団体の事業内容・規模に応じて適正な職員数は決まるのであり、決して職員が多ければよいというわけではないが、コンベンションの誘致に当たっては主催者側の要求に的確に応えられるための体制の整備、職員の育成等が必要不可欠である。

7 誘致の基本方針

～ ターゲットを絞った誘致 福井にあったもの・効果の高いものを～

① ターゲットを絞った誘致の必要性

前章で述べたとおり、本県は、コンベンション施設や宿泊施設等の面で決して他の都道府県と比較して有利な状況にはない。このような現状の下で、コンベンションの地方持ち回り開催を待っているだけの受身の姿勢では決して誘致数は増えない。

これまで県内で開催されたコンベンションは、主催者側から持ちかけられたものも多い。全国の地方公共団体がコンベンション誘致に力を入れている中、現状維持では誘致件数、誘致できるコンベンションの質は下がっていく一方である。

そこで、積極的な誘致活動が必要になってくるが、人員その他の資源に限りがある中で、誘致数を増加させるためには、まずターゲットを明確にしてピンポイントで地域ぐるみで攻めることを提言したい。

ここでは、規模、参加者、内容の面から考えてみたい。

② 考えられるターゲット

● どういった規模のコンベンションをメインターゲットとすべきか？

参加人数が多くなればなるほど、経済効果、PR効果は高くなるが、現状ではコンベンション施設、宿泊施設の規模から考えて、参加者が800～1,000人程度の規模のコンベンションをメインターゲットにしてはどうだろう。

● どういった人が参加するコンベンションを誘致すべきか？

○ 単独の参加ではなく、家族や配偶者が同行してくることが多い層（児童、小学生、高所得者）が集まるもの

家族が付き添いとして、また、応援のために来県することが期待できる。また、高所得者層が集まるコンベンションでは、配偶者が同行することが多いと予想される。純粋なコンベンション参加者だけでなく、付加的な来県者数の増加が見込める。家族で参加すれば旅館等の利用も増えると考えられ、ホテルのシングルルームが少ないという宿泊施設の課題にも対応できる。

○ 地域のオピニオンリーダー的な存在が参加するもの

集落の区長や婦人会、農業生産組織のリーダー等が参加するものは、コンベンションの経済効果だけでなく、二次的な観光、PR効果が期待できる。大規模なものはもちろんだが、中小規模のものも視野に入れるべきである。

○ 県内での消費額が多い参加者が集まるコンベンション

経済効果を考えれば、参加者が多いに越したことはないが、1人当たりの消費額が高いと思われる参加者が集まるものを誘致のターゲットとしてはどうだろう。例えば、購買意欲が比較的高いと思われる女性層、40～50代の自分の時間ゆとりをもてるようになった層は、土産物等の購入など観光消費額が高い。

また、コンベンション会場で土産物販売をしている業者からの聞き取りでは、女性の方が土産物を多く買っていくとのことである。

観光客（県外客）の平均消費額

年齢層	平均消費額
全体平均	15,618 円
10代	8,100 円
20代	10,300 円
30代	13,700 円
40代	16,300 円
50代	17,600 円
60代	18,700 円
70代以上	21,800 円

40代で全体平均を上回り、年齢が高くなるにつれて消費額も高くなる。

福井県観光振興課「平成16年度観光客動態調査」

● どういった内容のコンベンションを誘致すべきか

○ 福井の特徴が活かせるもの

本県は、近年話題の健康長寿＝平均寿命や出生率など、さまざまな指標で日本トップクラスに輝いている。これに加えてコシヒカリやカニ、水仙、恐竜、眼鏡、繊維関係、また、福井県が発祥の地であるソフトバレーボールやマレットゴルフ関係のコンベンションであれば、なぜ福井県で行うかといった理由が明確になりやすい。

特に、女性の社会進出に関するものや子供達にブームを巻き起こしている恐竜などは対外的にもアピールしやすい特徴ではないだろうか。

○ 「知名度が低い＝訪れたことがない」という“メリット”を活かせるもの

(コンベンション主催者や事務局からみると遠方だと参加者が減るのでは？という懸念があるが、) 行ったことがない、あまり知らないといった地域での開催は、何度もそのコンベンションに参加している人間にとっては嬉しい。福井県を初めて訪れる人が多いもの、福井で開催されたことのないものを誘致してはどうだろうか。

○ 今後の広がりが期待できるもの

健康、環境、子育て、エコ関係、団塊世代の第二の人生支援、食育を含んだ教育などテーマを含むコンベンション、こうしたコンベンションは今後、団体数や参加人数の増加が見込まれる。

また、インパクトのあるコンベンション(全国初開催、カジノ、ギャンブル関係等)は、その規模に関わらずマスコミに取り上げられやすいと考えられる。

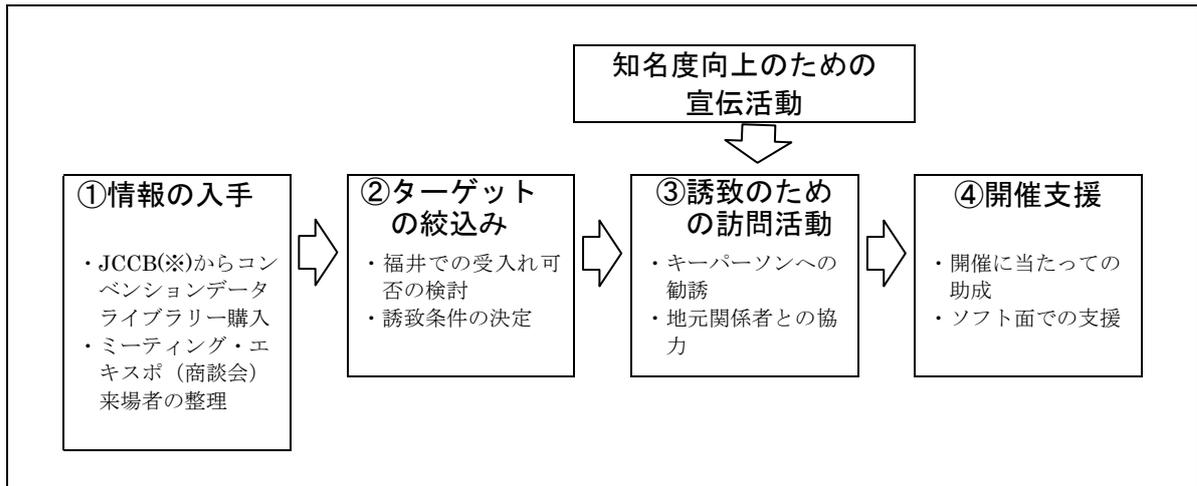
8 コンベンション誘致増に向けた改善策

前3章を通じ、「コンベンションに関する現状」、「現状からみた課題」および「誘致の基本方針」について考えてきた。

ここでは、コンベンションの誘致の各ステップにおける改善策を提案したい。

コンベンションの誘致の流れ

● これまでのコンベンションの誘致のフロー図



※JCCB=日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（平成7年6月、わが国のコンベンションをより一層振興させることを目的に、運輸省（現在は国土交通省）、国際観光振興会（JNTO、現在は独立行政法人国際観光振興機構）、コンベンション推進機関（都市、コンベンション・ビューロー）、会議施設、宿泊施設、旅行会社、運輸機関、コンベンション運営・企画・サービス等のコンベンション関連の各種事業者により設立された任意団体

① 情報の入手 ～ 情報収集力・情報発信力の強化～

コンベンションの誘致には、まず情報の収集と活用、誘致対象への積極的な情報発信が不可欠である。これまでは、(財)福井観光コンベンション協会では、

- ・ JCCB のコンベンションデータライブラリーの購入
- ・ ミーティング・エキスポ（コンベンション商談会）来場者の情報の整理
- ・ 関係する団体や大会等の事務局の調査
- ・ 事務局訪問（大会等の時期・規模・開催場所の選定方法、地元のキーパーソンを教えてください）。

といった方法で情報収集を行ってきたがまだまだ十分とは言えない。ターゲットを絞った誘致を進めるに当たってまず大切なのは、ターゲットになりそうなコンベンション開催の情報を多く得ることである。そこで次のような手法による「情報力」の強化を提案したい。

● 情報収集力の強化

○ キーパーソンリスト（学会長などのコンベンション開催責任者）の作成、キーパーソンへの情報提供

県内において、コンベンション開催が想定される学会等のキーパーソンは少ないが、少ないからこそできることがある。キーパーソンを対象とした「コンベンション開催の相談会」の開催、キーパーソンへのDMの送付など、支援体制を整えることで、県内でコンベンションを開催するメリットを理解し、開催意欲を高めてもらう必要がある。

○ 定期的な情報交換会の開催

現状では、(財)福井観光コンベンション協会と各種団体、コンベンション施設、宿泊施設、旅行会社との情報のやり取りは十分だとは言えない。そこで定期的な情報交換会を開催し、コンベンションに関する情報、地元団体で誘致を検討しているコンベンションの情報を共有する。また、こうしたことを通じてコンベンション誘致に関する地域の理解を深めることが大切である。

○ 県外在住者からの情報収集

県人会の会員など大都市圏で活躍している方からコンベンションの開催情報が得られるよう、こうした方々にコンベンションの誘致に関する支援制度や県の取組みを紹介し、情報提供を呼びかける。コンベンション開催に結びつく情報を提供した方に対する報奨制度の創設、福井県の特産品のプレゼントなど情報収集の仕組みを作ってもよいのではないだろうか。

● 情報発信力の強化

○ (財)福井観光コンベンション協会のホームページのリニューアル

コンベンションの主催者が、開催地を決める際の情報収集のために、まず手軽に利用するのはインターネットではないか。そこで、他県と比べて見劣りのする(財)福井観光コンベンション協会のホームページのリニューアルが現在、同協会が進められているが、全国への情報発信の基盤となるホームページの魅力向上は必要不可欠である。

・まず視覚的な改善を！

福井県の観光地やコンベンションの開催に当たって、コンベンション協会がコンベンション主催者に提供するグッズ（コンベンションバックや各種マップ等）の写真の掲載、また、コンテンツの整理を行い、見た目をきれいに見やすいものにする。

・サポートプログラムの掲載

現状の助成制度をもとに、コンベンション実施の検討・準備・実施・終了までのサポートプログラムを作成、掲載する。

・アフターコンベンションのコース掲載

所要時間、開催地ごとの模擬コースを作成し掲載する。（アフターコンベンションについては改めて「10 アフターコンベンションへの誘導」で扱う。）

・SEO（検索エンジン最適化）対策

最も利用者の多い検索サイト“Yahoo Japan”で「コンベンション」と入力した際に「(財)福井観光コンベンション協会」がヒットする順位はなんと117位。インターネットユーザーの8割は、ネット上での探しものに検索エンジンを使用しており、出てきた検索結果のうち、その2ページ目(20位)までしか見ない利用者が7割というデータもあることから、ホームページの作成方法を工夫するなど、SEO対策を行い上位表示を実現することで、注目度を高めていく必要がある。

○ コンベンション誘致の手引きの作成

県、市町の多くの部署で、コンベンションの開催予定団体との交流がある。また、現状のところ触れたように、県内には1,000人程度までのコンベンションが開催可能な施設は数多くある。それらを利用して各市町でもコンベンション誘致に取り組んではどうだろうか。コンベンションの誘致が県、市町にとっていかに重要か、福井に誘致する場合、売りとするのは何か、情報収集や誘致のきっかけづくりのコツなどを簡潔にまとめた「手引き」を作成し、誰でも気軽にコンベンションに関する情報収集や誘致のきっかけをつくれる体制を整えることは大切である。

② ターゲットの絞込み ～地域が一体となった誘致～

● 誘致ターゲット検討協議会の設置

これからのコンベンション誘致は地域が一体となった取組みを進める必要がある。そのため、地域の行政、関係団体等からなる「誘致ターゲット検討協議会(仮称)」を設立してはどうだろう。

この協議会では、共有化されたコンベンション関連情報やJCCBから購入したコンベンションデータライブラリーをもとに

- ・地元団体等の誘致に関する意向の確認
- ・「7 誘致の基本方針」を参考にした誘致ターゲットの絞込み
- ・関係機関が連携し誘致に向けた方針を検討

を行う(実際には、「情報交換+誘致ターゲット検討」を行うだけでも、足りるかもしれない。)

過去に誘致に成功した原子力関係会議(第36回原産年次大会(平成15年度))の例をみても関係機関と連携した活動が実を結んでおり、誘致に当たっては、こうした協議会の設置が必要である。

③ 誘致のための訪問活動 および ④ 開催支援

誘致に当たって最も大切なのは、コンベンション主催者の要求に応じたサービスを提供すること、主催者・参加者にとって魅力的なコンベンションを実現することである。誘致のための活動には開催に当たってどのような演出・支援が可能かを主催者に明確に提示する必要がある。誘致のための活動は開催支援と不可分なものと言える。

● 魅力的なコンベンションにするためのプロデューサーの育成

参加者を満足させるためには、コンベンションの公式プログラムと非公式プログラムを通じたトータルな演出が必要であり、そのためには全体を統括するプロデューサーの存在が不可欠となる。

しかし、現在、県内のイベント企画会社等に、そのようなプロデューサー的な役割を担える人材がいないため、福井でのコンベンション開催が決定した場合、(財)福井コンベンション協会は主催者に対して会場・資料等の印刷・宿泊・食事などの業者を紹介している。

そこで、コンベンションの演出に精通したコンベンション・プロデューサーを(財)福井コンベンション協会に設置する。プロデューサーを協会に設置すれば、誘致から運営までのトータルな演出も可能になるだろう。

また、日本のコンベンション業界ではプロデューサー的な人材が育つ土壌がない。というのは、旅行分野の資格制度が整備されているのに比べ、コンベンション分野の資格制度は全く整備されていない。これに対して米国では、CMP (Certified Meeting Professional : 認定ミーティング・プロフェッショナル専門士) や CMM (Certification Meeting Management : 認定ミーティング・マネジメント専門士) のような実務者の資格制度が確立している。

そこで、全国に先駆け、福井県で米国の CMP や CMM のような実務者資格制度を確立し、コンベンション・プロデューサーの育成を図ることも検討してはどうだろうか。

● ～ハードの弱さをソフトでカバー 福井県だけのサービスを～ 限られた施設をコンベンションに活用するための工夫

コンベンション開催のための大型施設が少なく、宿泊施設の収容人数も限られている福井県。しかし、その弱みを逆手にとり、福井ならではのものを活かして魅力的なコンベンションの提案することもできるはずである。そのための具体策としては次のようなものが考えられる。

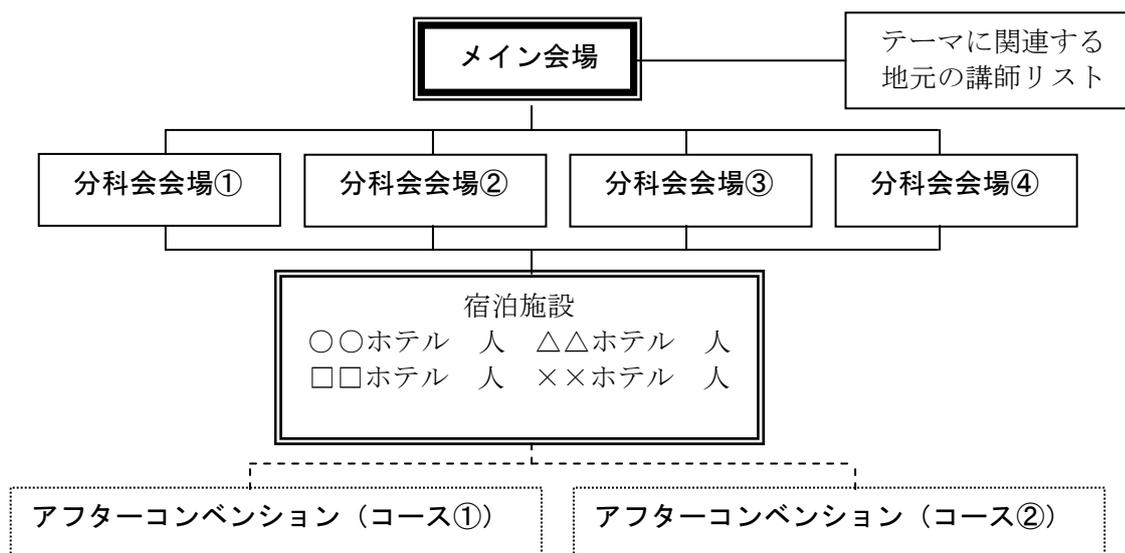
○ 「おすすめセット」での売込み

現在、他県のコンベンションビューロー等のホームページでは、参加人数と開催希望地域から会場を検索できるシステムを設けているものが多い。しかし、主催者側からすれば、会場だけを見てもコンベンション全体のイメージが持ちにくい。

そこで、会場施設が限られている本県では、誘致のメインターゲットである参加人数 800～1,000 人規模のコンベンションについて、会場+宿泊+アフターコンベンション等をセットにしてホームページ等や誘致活動の際に紹介するなど、主催者側にコンベンションのより具体的な全体像を提案する。

こうしたものは開催実績を積み重ねていくことで充実していく。当面、過去の 800～1,000 人規模のコンベンションの実績を参考にいくつか掲載することからはじめてはどうだろうか。

(「おすすめセット」のイメージ)



○ 「物語」の提案

コンベンションを魅力的にするために重要なポイントとして、しばしば挙げられるのが、「印象的な場の設定」。福井県内にも、他にはない魅力的な施設が数多くあり、それらをユニークな会場として提案する。

また、その場合も、単なる「印象的な場」として提案するのみでなく、コンベンションのテーマとの関連づけ、周辺施設や資源を組み合わせる（会場＋宿泊＋アフターコンベンション＋テーマに関連する地元の知識人（講師となり得る人）のリスト）ことにより、福井でしか開催できない「ストーリー性のあるコンベンション」を提案することが重要である。

※ 会場として活用が考えられる施設（例）

施設	テーマ	組み合わせが考えられる周辺施設・資源
県立恐竜博物館	歴史、生物、子ども、教育	平泉寺白山神社、越前大仏
県立音楽堂	音楽、芸術、文学	養浩館、美術館、博物館、図書館、足羽山
大野有終会館	水、歴史、環境	七間朝市、大野城、御清水
きらめきみなと館	海、港	敦賀港に停泊させた船、金ヶ崎周辺、気比神宮
おばま食文化館	食、歴史、海	社寺、三丁町、蘇洞門、ふぐ、

なお、こうした施設は条例等による制約により、目的外の利用が困難である場合が多い。県が中心となってそうした制約を緩和し、利用促進を図る必要がある。

● コンベンション開催・演出マニュアルの作成

以上のようなノウハウを整理して、主催者向けのコンベンション開催・演出マニュアルの作成を作成し、福井ならではのもてなし・演出（会議に使える県産品（お茶・ランチオンマット等）、アトラクションとして出演してもらえる伝統芸能）をまとめるなど、誘致のための訪問活動の際、わかりやすくPRしてはどうだろうか。

● コンベンション誘致宣伝隊を編成

ターゲットに対する誘致活動、大規模な学会や大会の会場でのPR活動やキーパーソンが集まるミーティング・エキスポ（商談会）等に参加する際には、市町の観光キャンペーン隊（お市の方、水仙娘など）からなるコンベンション開催宣伝隊を編成することも考えられる。

● 限られた予算で効果的な開催助成制度を

コンベンション開催に対して助成を行うことは、コンベンション誘致のための大きな戦力である。助成金や提供するサービスが多いほどよいに違いないが、ここでは、限られた予算で効果的な助成を行う方法を提案したい。

○ 誘致のターゲットに絞った開催助成

協議会でターゲットに選定したコンベンションに対しては優先的に助成を行うことを検討する。

○ 経済波及効果が高いコンベンションに対する助成金加算

宿泊を伴うコンベンションは、アフターコンベンションも含め、経済効果が高いコンベンションである。そこで、参加者の延べ宿泊数が〇〇泊以上のコンベンションに助成金を加算してはどうだろうか。

○ 移動に係る費用に対する助成

大規模なコンベンションの場合、旅行会社の方に聞いたところ移動時間が1時間以内であれば、会場・宿泊施設として設定することは可能であり、そうしたことが行われたことがあるとのことである。

しかし、移動に必要な時間と費用が開催地選定の際、マイナスに働くことは明らかである。そこで、会場と宿泊施設のとの間の移動、あるいは、アフターコンベンションでの移動に必要なピストン輸送用のバス等に対する補助を行えば、マイナス面をカバーすることができ、得策であると考えられる。

⑤ コンベンション誘致体制の強化 ～将来の課題～

コンベンションの誘致競争は熾烈であり、誘致には5年～10年といった長い時間のかかるものもある。効果的な誘致活動を継続して行い、誘致件数を増やすためには、他県と比べて十分とはいえない現在の誘致体制を見直し強化を図る必要がある。そこで、将来的には次のような手法による(財)福井観光コンベンション協会の体制強化を提案する。

●協会への民間からの人的協力（派遣）による組織の強化

実際のコンベンション運営にあたる旅行会社やイベント企画会社など、民間企業との連携を強化し、人的な協力を得ることは、全国的の多くのコンベンションビューロー（全国で20）で既に行われている。

こうしたことによって、誘致活動に専念できる人員を確保になることはもちろん、各種サービスやアフターコンベンションのプログラム等を民間と共同で開発することにより、より主催者側のニーズに合った魅力的なコンベンションを提案することが可能になると考えられる。

●福井県観光連盟と（財）福井観光コンベンション協会との連携強化等

県外向けのPR等やコンベンションの誘致に当たっては、「福井県全体についてのコンベンション誘致」を行っている（財）福井観光コンベンション協会が（社）福井県観光連盟や市町との協力関係を強化することも必要ではないだろうか。

9 誘致もよいがコンベンションをつくって人を呼べば…。

① 新たなコンベンションの創出

コンベンションの開催は、既に触れたように、地域のイメージアップ効果など大きな効果をもたらす。例えば福井で全国大会や世界大会が開催されることによる効果「フクイ」の3文字が全国、世界のメディアに露出する効果は計り知れない。

これまで、コンベンション誘致に向けた改善策について述べてきたが、福井県がコンベンションの誘致において、他の都道府県に先んずるためにはどのようにすればよいのだろうか？

コンベンションは交通至便で、施設も充実した「都会」で開催されることが多い。すなわち、コンベンションが開催しやすいところでコンベンションは開催され、コンベンションの開催により経済効果が大きくなり、ますます「都会」はコンベンション誘致のための（人的・物理的）体制に力を入れる。一方、コンベンションが誘致しにくい「田舎」はコンベンション誘致のために注ぎ込む資源がないため、コンベンションは呼べず、呼べないからますます体制整備に注ぎ込む体力がなくなり、結果としてさらにコンベンションが誘致できなくなる。そして結局は、いわゆる「持ち回り」のコンベンションを「誘致」という形になる。つまり、コンベンション誘致においても、「世界システム論」的な様相を呈することになる。

では、現在、ある意味「コンベンション最貧県」福井県はどうすればよいのか？「都会」に太刀打ちできるコンベンション誘致体制を整備する。いままで提案してきたように、専門スタッフを育成し、施設、交通等のインフラの不足を補う工夫を進めなければならないが、まだ何かできることはないか？何かを起こすことはできないのか？

「コンベンションは、作ればよいのだ！」

例えば、各地で音楽祭、映画祭等が開催されて盛況を呈している。(別府アルゲリッチ祭、宮崎国際音楽祭、サイトウ・キネン・フェスティバル松本、PMF 音楽祭、めいほう高原音楽祭等。武生国際音楽祭も一定の成果を挙げている)。

「コンベンション」という言葉、語源はラテン語の *con-venire*、英語では *together-come*、“Come Together!”。つまり「いろいろな人が集まって、何かおもしろいことしようぜ！」という意味なのである。コンベンション誘致のために、地方公共団体やコンベンションビューロー間では血で血を洗う「仁義なき闘い」が繰り広げられているが、福井県はコンベンション誘致には、しっかりエントリーし、「近頃、福井では大きなコンベンションがないんですよ。今度は福井にひとつ花をもたせてくださいよ！」とかなんとか言って、ちゃっかりいただきつつ、新たなコンベンション創造の道を歩むことを提案したい。

「何を寝ぼけたことを！」とは言わないでいただきたい。何も、突拍子もない夢物語を言っているわけではない。福井県に現に材料は存在しているが、コンベンションに結びついていないものを題材にコンベンションを仕立てあげてしまおうというわけである。

② コンベンションの具体例

● 恐 竜

例えば、恐竜はどうだろうか。恐竜はいつの時代も、こどもに大人気である。また、日本産のほとんどは福井県産であるのは周知の事実（本当に知られているのだろうか?）。さらに、世界有数の規模と展示内容を誇る福井県立恐竜博物館もある（本当に知られているのだろうか?）。それなら、全国の小、中、高校（生）あるいは世界の子供に呼びかけて「ふくいこども恐竜会議」を4年に1度の割合で開催してはどうだろうか。毎年開催となると負担も大きくなるが、4年に1度ならば、県、市町、企業、住民等が力を合わせれば、なんとか開催できるだろう。4年に1度ならば、最初、小学4年生で参加したこどもが次は中学2年生で参加することになり、受験を考えても、最低2回は参加の機会があるため、コンベンション・リピーターとなることも期待できるし、当然、福井県へのリピーターになることはなおのこと期待できる。もちろん、こどもには、おとなが同伴することになるため、通常のコンベンションよりも経済波及効果は期待できる。

さらに、オリンピック形式でやる以上は、「世界恐竜検定」を会議にあわせて同時開催することで、全世界からの恐竜ファンを福井に集結させることも考えられる。ここ数年、地域の歴史、文化、食などの地域の魅力に関する知識を試験のかたちで試すご当地検定が急速に広がっている。その背景はいろいろ考えられるが、一番の要因は日本人の試験好きがあるだろう。自分の勉強した知識の達成度を試し、全体の中での位置付けを知りたいという欲求が受験社会を生きてきた日本人には多いように思われる。そこで、恐竜検定試験をまず全国や世界に先駆けて始めるのである。そして、英語版も作成し、4年に1度は世界レベルでやることにより世界における「恐竜王国ふくい」のブランドを確立し、ヘビーリピーターの獲得につなげるのである。

● 健康長寿

次に、「健康長寿」はどうだろうか。健康長寿はふくいブランドの代表格であるが、これに様々な要素を加えることで面白いコンベンションを仕立てられる。

1つ目は、「健康長寿」と「運動」である。「全国健康老人サミット」と銘打って、福井県立大学を会場に開催する。福井県立大学には700人収容の交流センター講堂や大小多数の教室を有し、1か所で開催できるコンベンション会場としては県内最大ではなかろうか？また、福井県立大学には健康長寿研究推進機構があり、看護福祉学部の柳田昌彦教授は「ふくいイッチョライダンベル体操」を考案している。健康長寿の県の大学に「健康老人」が集まって、「長生き」について語り、研究者が「健康管理」の秘訣を解説するのである。

2つ目は、「健康長寿」と「食」である。最近、国内の宿泊旅行者10,000人を対象に「じゃらん宿泊旅行調査2006」アンケートが実施された。これによると、「おいしい食べ物が多かった」都道府県のランキングで福井県は堂々のトップとなった。「味覚の旅は福井」である。そこで、ふくいの食と健康長寿を端的に結びつけた売込みを考える。

実は、福井県には不老長寿に関する伝説がある。平安時代、若狭に暮らす漁師の娘が、人魚の肉を食べたばかりに不老不死となり、800年諸国をめぐった末に陰陽師に見守られながら静かな死を手に入れるという話である（手塚治虫の『火の鳥』でも取り上げられている。ちなみに同じ作者の『アドルフに告ぐ』には敦賀が出てくる。）この伝説は全国的にも非常に有名であり、小浜市でもかつてこれに関連したサミットを開催しているが、最近再び全国で話題に上りつつある。そこで、こういった伝説をふくいブランドの健康長寿とからめ、食に関するコンベンションを開催することで集客効果が上がるのではないか。例えば、こうである。

・「人魚の肉で不老長寿に」 ～ 800年を生きた若狭の人 ～ を応用して、



「福井の食で健康長寿に」 ～ 80年を生きる福井の人 ～

・若狭の「八百比丘尼（びくに）」の伝説
⇒ 不老不死の人生は死ぬことを許されない長い長い年月であり、「幸せ」とはいえない。
を応用して、



・ふくいの若さ「八十ビキニ」の伝説
⇒ 健康長寿の人生は、美しく年を重ねることであり、80歳でもビキニが着られることを目指す。とても「幸せ」であろう（少なくとも本人は）
⇒ 寿命は10分の1だが「幸せ」は10倍
⇒ 人にやさしい健康長寿なふくい「健康」と「食」について考えよう！！

3つ目は「健康長寿」と「笑い」である。

最近「笑い与健康学会」が澤田隆治（「てなもんや三度笠」などのヒット番組を手がけた笑いの第一人者）を会長に発足した。メンバーには桂三枝や大村崑などが

いるが、基本的には笑いが身体に及ぼす免疫力低下を防止する効果等を科学的に解明する学術的な団体である。今後、注目される分野であり、問い合わせが事務局には殺到しているようである。

そして、大村崑氏は鯖江のめがね大使でもある。これらの点を何らかで利用し、発足したての「笑いと健康学会」を誘致することが方向としては面白い。大村崑だけに「崑ベンション」の対象としてはいけるのではないか。

● 原子力

次に、原子力発電所ではどうだろう。すぐ思い浮かぶのは「危機管理対策研究会」。自衛隊関係者や各方面の危機管理担当者および軍事評論家やミリタリーオタクに集ってもらい、図上演習でも、有事の際の道路封鎖の検討・訓練等を行ってもらえばよい。しかしながら、経済波及効果は期待できないかもしれない。

続いて、同じ原発ネタで「電気のふるさとサミット」。電気は雷のように決して空から降ってくるものではなく、人間が原料から機械を使って生産するものである。どのようなところでどのように作られているのかを消費地のみなさんに分かってもらい、なおかつ、電気のふるさとの自然や産物や観光地等、ふるさと全体を味わってもらおう。いわば（財）電源地域振興センターが平成17年度まで行っていた「電気のふるさと・じまん市」を地元で開催し、なおかつ会議、交流会等を合体させ、コンベンションとして仕立てあげるわけである。ねらいは、「電気のふるさと」をキーワードにして、福井に来てもらい、福井に親しんでもらい、願わくはリピーターになってもらうということである（電気の生産地と消費地の交流ということで同じく（財）電源地域振興センター主催の「エネルギープラザ」とは異なる。）。

● 松本零士

次は、「松本零士コミケ in 敦賀」！敦賀には、松本零士原作の「宇宙戦艦ヤマト」、「銀河鉄道999」の世界を再現したブロンズ像が27体もある。その敦賀で松本零士にちなむコミケを行い、同時に松本零士の世界について熱く語る会議を開催する。その期間中は映画館で松本零士のアニメを連日24時間上映する。これがきっかけになれば、敦賀市を鳥取県米子市の水木しげるロードのようにできる可能性がある。（ちなみに、水木しげるロードには119体の妖怪ブロンズ像があるが、大きさは敦賀市の「宇宙戦艦ヤマト」、「銀河鉄道999」のブロンズ像の方がずっと大きい！）

こういった取組みは、初めてだけに開催までには非常に時間とコストがかかることはもちろんである。だからこそ、既にあるブランドを活用し、コンベンションを仕立て上げることが重要なのである。その間、コンベンション誘致合戦に福井県はしっかりエントリーし、ちゃっかりいただくことが必要であることは言うまでもない。

しかし、新しいコンベンションは、情報内容の新鮮さ、その発信力ゆえにマスコミに大きく取り上げられる確率が飛躍的に高まり、コスト以上の多大なイメージアップ効果の創出が期待できる。

こうした福井の特徴を活かしたコンベンションの開催を関係団体に働きかけることを提案したい。

10 アフターコンベンションへの誘導 ～福井県で楽しんでもらい、さらに賑わいを増すためには～

過去には、コンベンション主催者が用意したコンベンション後の旅行コース（エクスカーション）には、多くのコンベンション参加者が参加した。しかし、現在は最少催行人数に達せず、中止になることが多い。知らない他人と行動を共にする窮屈な団体旅行よりも、気の合った者同士の気軽な個人旅行の方が人気が高いからと思われる。

旅行会社からの聞き取りでは、「北海道や九州を除いて団体型のエクスカーションは不人気（1万人近い人が全国から集まるような大会でも中止になっている。）である。しかし、その一方で、コンベンション期間中は、参加者からの問合せやパンフレットの希望は多い」とのことであった。このことから、コンベンション参加者が個人個人で開催地を観光していることがうかがわれる。

このようなコンベンション参加者をアフターコンベンションへ誘導するため、次のような提案をしたい。

● コンベンション開催案内時から始める観光情報の提供

コンベンション会場に福井の観光地をPRする資料を置き、観光案内コーナーを作ることも当然、必要であるが、コンベンション参加対象者が特定される場合には、コンベンションの案内時に観光パンフレット等を同封してもらい、あらかじめ福井の観光情報を提供しておくこと（「福井には、こんなおもしろそうところがある！福井に行ったついでに行ってみよう。」と思わせる仕掛け）が有用であると考えられる。

たとえば、今回、福井を観光してもらわなくとも、「今度は家族で『福井』に行ってみようか？」と思わせるようなPRにもつながる。

● 福井に興味を抱いた参加者へのモデルコースの提供

福井に来れば、こんな「物語」を探せる、または「滞在時間」と「興味の分野」でマトリックスを作った「モデルコース」を提供することも効果があるのではないだろうか。

● 商店街等（土産店、飲食店、交通料金等）の協力

地元で「お金」を落としてもらう一番よい作戦は、「エンクロージャー（囲い込み）」型コンベンションである。大韓民国の済州（チェジュ）島で国際コンベンションが開催される場合、コンベンション参加者は、たとえ物価が高くとも否応なしに済州（チェジュ）島内で買い物をせざるを得ない。地元で「お金」を落としてもらった場合、このような「エンクロージャー」型のコンベンションが一番適している。

これに代わるものとして福井では、コンベンション参加者をターゲットにした人たち、つまり商店街等（土産店、飲食店、交通事業者等）に協力してもらい、例えば、

- ・コンベンション参加者専用割引クーポンの作成・配布
- ・コンベンション参加者専用プランの設定
- ・コンベンション参加者特製メニューの開発等

を行うことが考えられる。

● エクスカーション実施方法の工夫

不人気な団体型エクスカーションに何とか参加者を呼び込むため、次のような工夫を行うことを提案したい。

○ コンベンション開催期間中に夕食とセットで実施

最終日に実施するのではなく、コンベンション開催期間中の夕方や夜に開催する。2～3時間程度の日程で、夕食付きのプランにする。例えば、初日はウェルカムパーティーとセットにする。ウェルカムパーティーや交流会を観光地へ移動して開催すればよい。2日目からは3時過ぎからバス観光と夕食をセット（だれでも夕食はとる）というプランが考えられる。

○ コンベンションと関連性の高いスポットや福井にしかない観光スポット、個人では行きにくい場所を組み込む

エクスカーションの行程にそのコンベンションと関連性の高いスポット（農業関係ならコシヒカリ発祥の地である農業試験場）、福井ならではの（隠れた）観光スポット、個人では、行きにくい場所（団体予約でないと絶対見られない産業施設や団体での永平寺の特別拝観など（幸いなことに福井県には予約しないと見られない施設がたくさんある）を組み込んではどうだろうか。

1 1 一度福井県に来た人に再度福井を訪れてもらうには

コンベンション開催時のもてなしが何よりも大切

せっかく開いたコンベンションも参加者の満足度が得られないと、一時の経済的効果は得られるものの、負のPR効果が発生してしまい、観光面やイメージ面で逆効果になってしまう、問題は、「一度福井に来た人に再度福井に来てもらうには」ということであり、これが一番の難問である。

また、コンベンション開催時に、県外からの参加者に福井の魅力を伝えることができれば、次回は観光客として戻って来たり、福井をPRしてくれることが期待できる。

コンベンション開催時に、いかに福井をPRするか、どう魅力を伝えるかが重要である。

静岡県生活・文化部観光コンベンション室は詳細な『コンベンション主催マニュアル』とともに『コンベンション演出マニュアル～静岡県ならではのもてなし～』を作成している。また、「静岡茶」をテーマに、県民から「コンベンションおもてなしアイデア」を募集し、アイデアを実践している。

福井県においても、コンベンション参加者に福井のよさをわかってもらい、「もう一度福井を訪れたい」と思わせるようなコンベンション参加者への気配り、もてなしが何よりも大切だと考えるがどうだろうか。

12 まとめ

最後にもう一度、コンベンションの誘致に当たってのポイントをまとめる。

① 情報力と連携力の強化

コンベンションに関する情報を早く得ること、情報を得るために関係する団体が連携を深めること

② ターゲットを絞った地域ぐるみ誘致と助成

ターゲットを明確にして地域ぐるみで誘致・助成を行うこと

③ 福井の特徴を常にアピール

誘致活動、開催に当たっては、福井の特徴を常にアピールすること

④ 福井を楽しんでもらう工夫ともてなし

コンベンション参加者に福井を楽しんでもらうための工夫を積み重ねること
と開催地域の住民がもてなしの意識を向上させること

以上、4点である。

「コンベンション誘致等による賑わいの創出」について、このテーマは、一見簡単そうにみえて、始めてみるとコンベンションについて書かれた書籍もあまりなく、検討していくと、「これだ！」という手段・方法が見つからなかったり、また、各地域ともいろいろと工夫を凝らして誘致を図っているようであるが、目に見えて効果を上げている方策が見当たらない現状の中、なかなか難しい課題であった。

そのような中で、今回の報告書は、必ずしも十分な提言となっていない面もあると思われるが、この報告書が、今後、「コンベンション誘致等による賑わいの創出」のための事業企画の一役を担うことを期待したい。

各都道府県のコンベンションの開催状況、財政援助制度、コンベンションビューロー等の状況

	都道府県名	開催件数			財政援助制度の状況		コンベンションビューロー等の設置数	民間から職員を受入れているビューロー()内は数	JCCBの会員になっているコンベンションビューロー等
		16年度	17年度	把握状況	開催助成金制度(対象地域)	開催貸付金制度(対象地域)			
1	北海道	2,006	2,012	全域	○(道内全域)	○(札幌市)	○(4)		札幌、函館、旭川、北見、釧路
2	青森県	217	—	全域	○(県内全域)		○(2)		青森、弘前
3	岩手県	123	87	一部地域			○(1)		盛岡
4	宮城県	855	—	全域	○(仙台市)	○(仙台市)	○(2)	○(1)	仙台、気仙沼
5	秋田県	118	73	全域			○(1)	○(1)	秋田
6	山形県	103	88	一部地域	○(村山地域)		○(2)		山形、庄内
7	福島県	121	106	一部地域	○(県産業交流館を会場とするもの)		○(1)		郡山
8	茨城県	1,432	1,687	全域	○(つくば市、土浦市)	○(つくば市、土浦市)	○(1)		つくば
9	栃木県	145	173	全域			○(1)		宇都宮
10	群馬県	26	38	全域		○(前橋市)	○(1)		前橋
11	埼玉県	—	—	把握していない			○(1)		さいたま
12	千葉県	89	106	一部地域	○(県内全域)	○(県内全域)	○(1)	○(1)	ちば国際
13	東京都	740	—	国際会議のみ把握		○(都内全域)	○(1)	○(1)	東京観光財団
14	神奈川県	605	625	全域(スポーツ大会除く)	○(横浜市)	○(横浜市)	○(2)	○(1)	横浜、箱根
15	新潟県	629	604	一部地域(スポーツ大会除く)	○(県内全域)	○(新潟市)	○(2)		新潟、長岡
16	長野県	—	—	把握していない	○(長野市、松本市)	○(長野市、松本市)	○(2)		ながの、松本
17	山梨県	62	73	全域					
18	静岡県	367	327	一部地域	○(静岡市、浜松市)	○(静岡市)	○(2)	○(2)	静岡、浜松
19	富山県	219	232	全域	○(県内全域)	○(富山市)	○(1)	○(1)	富山
20	石川県	324	326	全域(スポーツ大会除く)	○(県内全域)	○(県内全域)	○(1)	○(1)	金沢
21	福井県	155	166	全域	○(県内全域)		○(1)		福井
22	岐阜県	6	5	一部地域	○(岐阜市、高山市)	○(岐阜市)	○(3)		岐阜、飛騨高山、南飛騨・下呂温泉

23	愛知県	203	—	国際会議のみ把握	○（名古屋市）	○（名古屋市）	○（2）		名古屋、豊橋
24	三重県	47	42	一部地域	○（伊勢志摩地域）		○（1）	○（1）	伊勢志摩
25	滋賀県	33	45	全域			○（1）	○（1）	びわこ
26	京都府	244	225	全域（スポーツ大会除く）	○（京都市）	○（京都市）	○（1）	○（1）	京都文化交流
27	大阪府	421	—	国際会議のみ把握	○（府内全域）	○（府内全域）	○（2）	○（1）	大阪、堺
28	兵庫県	336	296	全域（スポーツ大会除く）	○（神戸市）	○（神戸市）	○（2）		神戸国際、姫路
29	奈良県	97	108	全域	○（県内全域）	○（県内全域）	○（1）	○（1）	奈良
30	和歌山県	—	—	把握していない			○（1）		和歌山県観光連盟
31	鳥取県	129	128	全域	○（県内全域）		○（1）		とっとり
32	島根県	123	142	全域	○（県内全域）		○（1）		松江
33	岡山県	—	—	全域	○（岡山市）		○（2）		岡山、倉敷
34	広島県	272	313	一部地域	○（県内全域）	○（県内全域）	○（1）	○（1）	広島
35	山口県	—	—	把握していない			○（2）		山口、下関
36	徳島県	196	222	全域	○（県内全域）		○（2）		徳島、鳴門市
37	香川県	177	203	全域	○（県内全域）		○（1）		高松
38	愛媛県	369	472	全域	○（松山市）		○（1）	○（1）	松山
39	高知県	65	127	全域	○（県内全域）		○（1）	○（1）	高知県
40	福岡県	56	89	一部地域	○（福岡市、北九州市）	○（福岡市）	○（3）		福岡、西日本産業貿易、久留米
41	佐賀県	—	—	把握していない					
42	長崎県	41	50	全域（スポーツ大会除く）	○（長崎市）	○（長崎市）	○（4）	○（1）	長崎県観光連盟、長崎国際、佐世保、大村市
43	熊本県	292	304	全域	○（県内全域）	○（県内全域）	○（1）		熊本国際
44	大分県	112	119	全域					
45	宮崎県	202	204	全域（スポーツ大会除く）	○（県内全域）		○（1）	○（1）	みやざき
46	鹿児島県	141	162	一部地域	○（県内全域）	○（県内全域）	○（1）	○（1）	鹿児島
47	沖縄県	649	691	全域（スポーツ大会除く）	○（県内全域）		○（1）		沖縄

「コンベンション誘致による賑わいの創出」検討会メンバー

リーダー	福井県	産業労働部観光振興課	課長補佐	森川	正康
		産業労働部観光振興課	主 任	戸田	勝徳
		総務部広報課	主 事	小西	富美子
		産業労働部商業・サービス業振興課	主 事	小磯	三佳
		健康福祉部医務薬務課	主 事	富田	昌宏
		県立大学	企画主査	村上	佳宏
		農業試験場	技 師	中瀬	敢介
		総合政策部政策推進課	主 事	山田	恭央
	財団法人福井観光コンベンション協会	コンベンション誘致課		牧野	節子
	近畿日本ツーリスト福井支店	営業課	課 長	桃木	敬一