



# マドリード通信

## 第6回 MICE開催通じ都市の魅力アピール

今回は、国際的な観光都市を目指す各国の自治体を取り組む事例をいくつか紹介してみたい。

韓国ウルサンで2015年10月、国連世界観光機関(UNWTO)の「ユーロアジア山岳ツーリズム国際会議」が開催される。活性化が必要な山間地域の観光需要に光を当てる取り組みで、今回で2回目を迎える。

2018年の平昌(ピョンチャン)冬季オリンピックとポストオリンピックも見据えて、山岳地域のツーリズム活性化をめぐって議論が繰り広げられる見通しだ。1972年札幌大会と1998年長野大会の誘致に成功し、冬季オリンピックが2度にわたって開催されている日本からも、多くの参加が期待される。

今年4月には、スペインのビルバオで「世界フードフォーラム」が開催された。美食の町・サンセバスティアンの玄関口でもあるこの町に2009年に完成したバス・カリナリーセンターが、その中心的な役割を担う形となった。こちらも、2回目を以降の会議誘致に向け、美食の国・日本とのコラボレーションも期待されるといった。

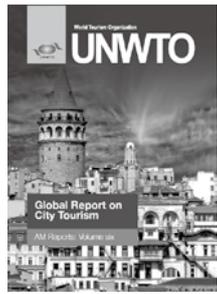
UNWTOは国連組織のため、原則として加盟国の観光政策を支援するのが基本となっているが、国連機関としてはUNWTOと国際労働機関(ILO)の

2つだけが、民間団体による加盟も可能な組織となっている。賛助会員には、自治体の観光局やデスティネーション・マーケティング・オーガニゼーション(DMO)も数多く名前を連ねており、ウルサンやビルバオの場合、そうした枠組みを活用したケースと言える。地域が光を当てたい国際観光の分野で国際会議を誘致・開催し、その後の観光活性化につなげていくという戦略だ。

国際会議に代表されるMICEの誘致・開催は、当該地域や都市の将来像を周到に描きながら進めていくべき案件なのだと思えて感じる。テーマや内容は何でもいから、開催を通じて経済的な果実を落とすとしてもらうということだけにどまらず、その地域の魅力をアピールしたり、その魅力を高めていくような会議やイベントの開催を通じて、会議を受け入れる地元側と会議を主催する組織・団体が相互に向上していくような展開こそが何より大切なのだということを感じざるを得ない。「カンヌ」高級「シンガポール」ビジネス「パリ」ファッションといったように、「○○の分野だから、是非とも日本のこの都市で開催したい!」と信じてもらえる長期的戦略を、官民の連携によって練り上げていくことが、極めて重要な鍵を握る時代になってきたと考えている。

国連世界観光機関(UNWTO)  
本部アジア・太平洋部門「コラボレーター」  
熊田 順一

MICEの誘致には、その開催を契機として都市のイメージを創り上げ、それを都市のブランド価値として高めていくという狙いがこめられており、そうした動きが世界的な潮流として着実に広がってきていると思う。



UNWTOでは同時に、都市観光のリーサーチ研究などについても、各都市の協賛を頂きながら研究者の派遣を実施してきている。アカデミックな分野での協力も知名度を上げていく上で重要な手法の一つであり、各都市が活用しているプロモーション手段の一つとなっている。

UNWTOでは、議論の場を提供する国際会議の誘致・開催への協力や、その研究をサポートするスキームも広く開放しているが、残念ながら日本ではこうした事情への認知が必ずしも十分ではなく、うまく活用されていないようだ。

日本の各都市には是非とも、地域の強みを発掘してUNWTOの枠組みを活用し世界の舞台へと羽ばたいていくことを目指し、そうした取り組みを生懸命にサポートさせていただければと考えている。

JTBパブリッシング

るるぶの旅行通販サイト

9月にリニューアルオープンした「るるぶショッピング」。国内・海外の定番&おすすめのお土産が気軽に買えます!ご当地ならではのアイテムのヒミツや開発ストーリーなどもご紹介!!見て、そして買って楽しめる通販サイトへぜひお越しください!

国内&海外の  
素敵なお土産を  
揃えました!!

# るるぶショッピング

お買い物はこちら <http://shop.rurubu.com/>

ここが楽しい①

日本中の  
名産品が買える!

思い出のあの場所の特産品が取り寄せOK!

ここが楽しい②

海外の人気  
アイテムが買える!

旅行前にお土産を手配すれば観光の時間が増やせます

ここが楽しい③

スマートフォンでも  
ショッピング!

お店で並ばなくても旅先でさっさとスマホでお買い物!

