

(全体鳥瞰図)

資料2

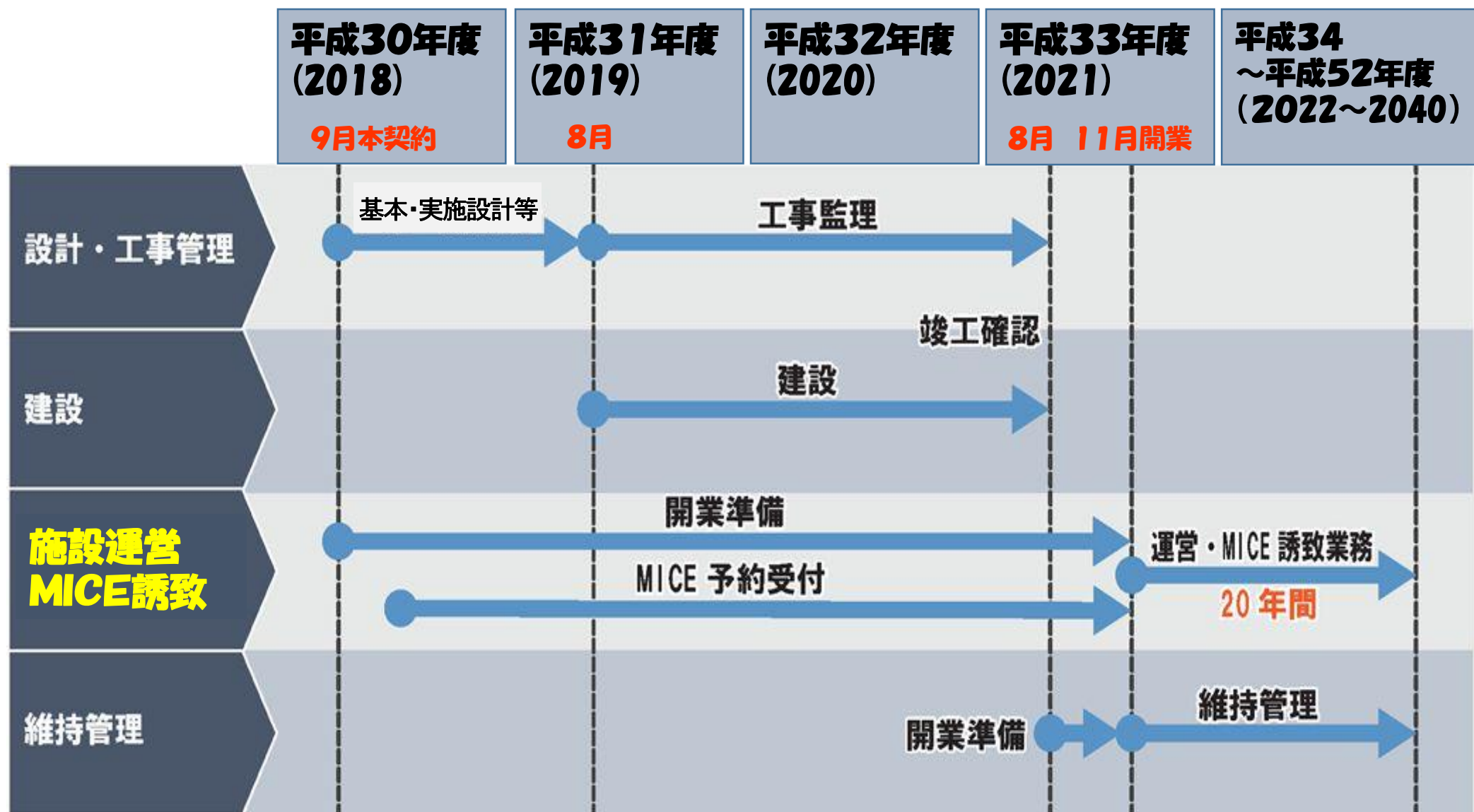
マーケティング委員会

MICE振興





2021年11月開業にむけたスケジュール



MICE振興

1 誘致活動

他都市との差別化を図るための

- 誘致戦略の策定と実践
- 誘致体制強化

2 開催支援

- 財政支援
- 視察受入
- 関連業者紹介
- アトラクション提案
- 受入体制強化

3 情報交換、人材育成

- 協議会等への参画、情報交換会の開催
- 実務研修等の受講
- MICE人材育成



ターゲットの絞り込み

MICEに関する需要量

長崎MICE誘致推進協議会
平成28年4月～7月調査

アンケート
約2,500件



JCCBリスト
(全国持ち回り・地方開催)
約2,500件



コンベンション統計
約4,600件



約9,600件

学会

最重点
ターゲット
17件

重点
ターゲット
988件

ターゲット
70件

大学や長崎国際観光コンベンション協会と連携し、県内に存在する学会主催団体の役員等を通じた働きかけや協力依頼等、また学会のキーパーソンへの直接のセールスを行い、積極的に誘致に取り組む

大会等

最重点
ターゲット
80件

重点
ターゲット
416件

ターゲット
1,513件

県内の主催団体の役員への働きかけに加えて、大会については支部等が存在することの重要性が高いことから、県内の主催団体の支部等への働きかけや、協力依頼を行い、積極的に誘致に取り組む。

国際
会議

医学、平和など長崎市の特色を活かした会議、政府系の国際会議などについて、国、関係機関との連携を図り、情報収集を行い、積極的に誘致に取り組む。

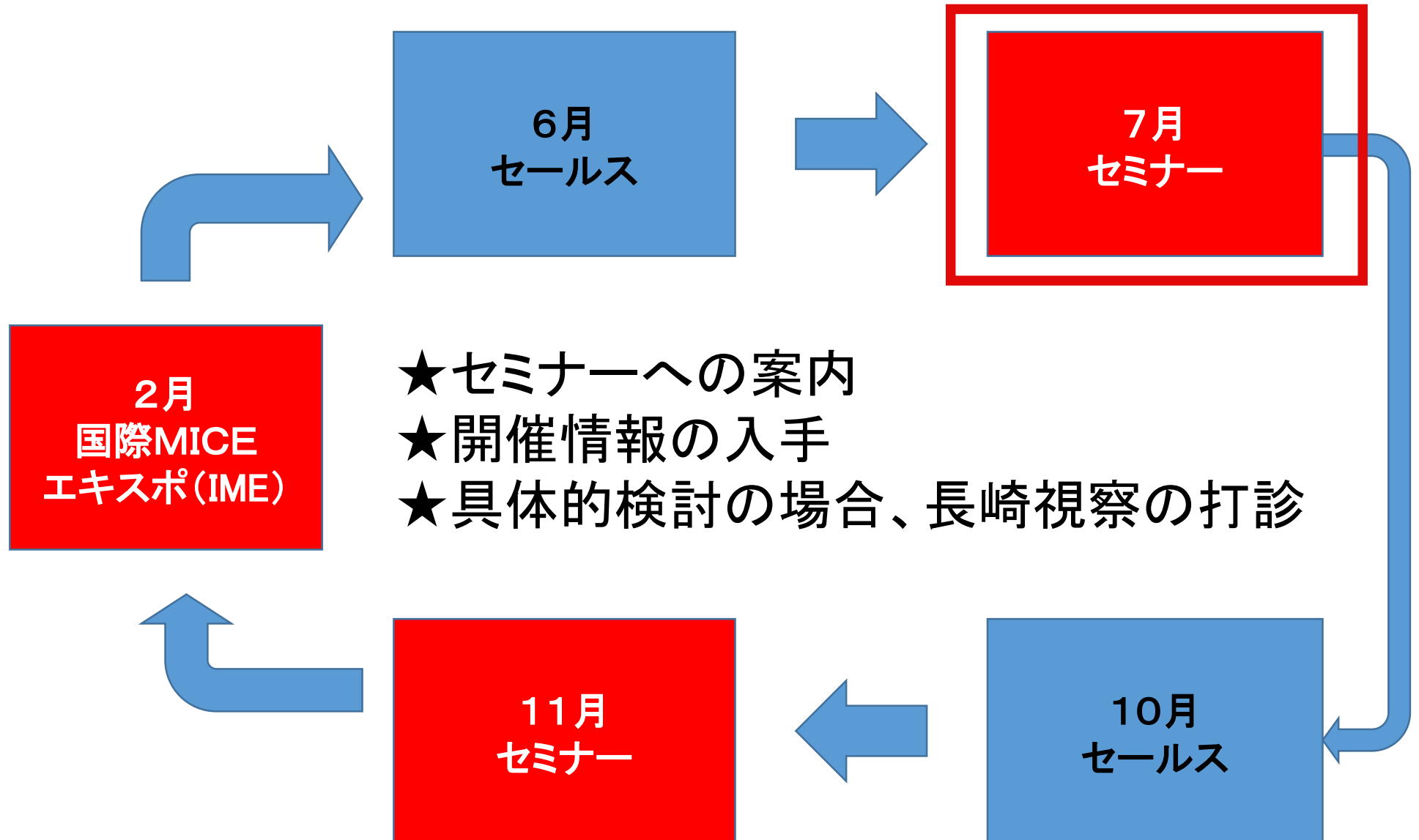
新規創出・
イベント等

民間や大学などと連携し、長崎での開催意義が高いMICEなどの掘り起しや新規創出、またこれまで施設の不足等から開催できなかった、規模を縮小して開催を行っていたイベント等について、地元マスコミ等と連携し、より多くの人の賑わいを創出する新たな催事の誘致に取り組む。

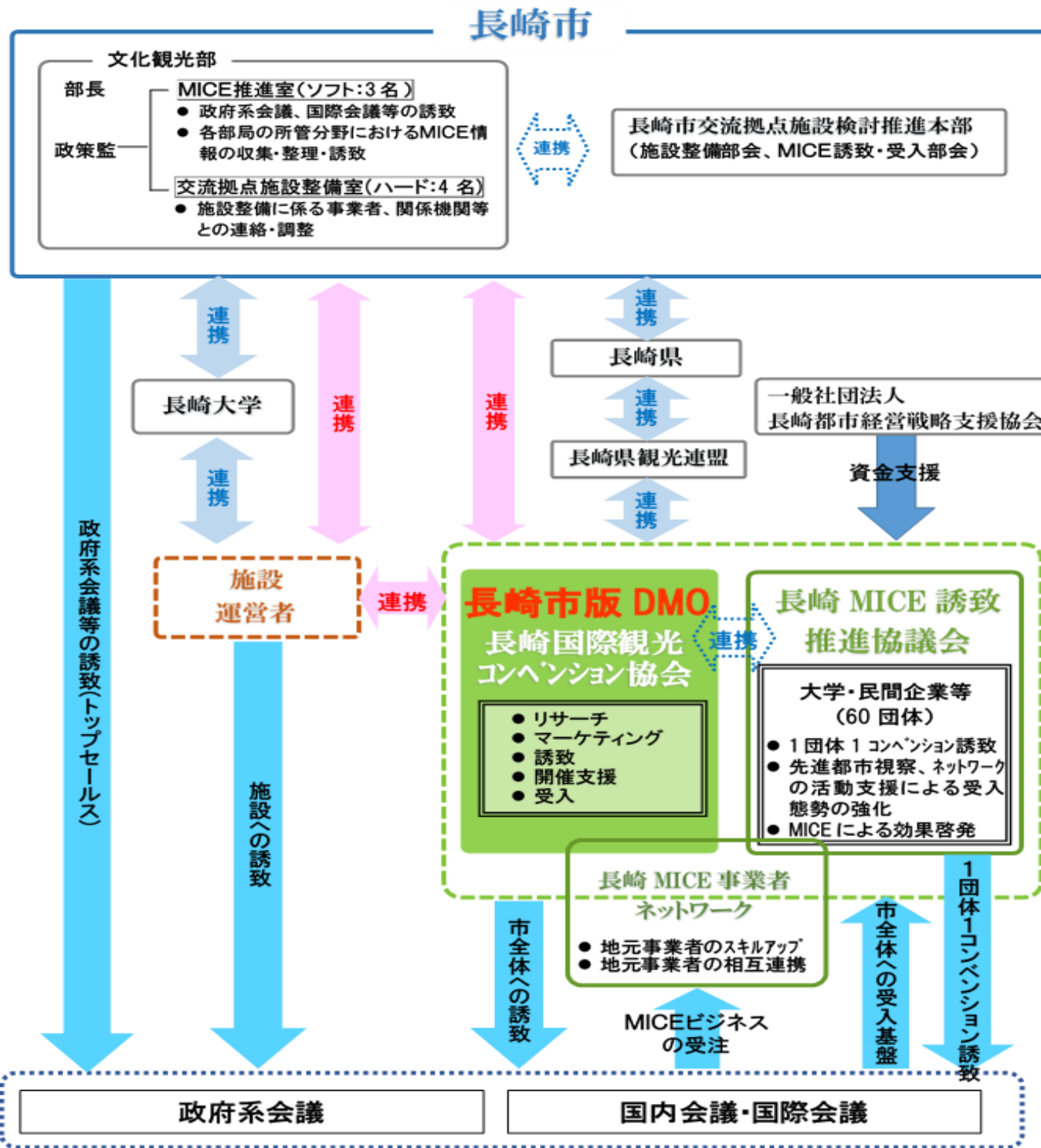


首都圏での誘致の取組み

首都圏でのセールス手法



オール長崎 の体制



長崎MICE全体の役割分担

- 1 MICE振興方針・戦略（アクションプラン）
策定、関係者との合意形成
- 2 誘致ターゲットの絞りこみ・共有
- 3 支援制度の見直し・検討
- 4 受入体制の検討
- 5 推進体制の強化
- 6 MICE施設
- 7 その他（議会等）

①業務の洗い出し

②役割分担

③作業スケジュール

④関係団体で共通認識

※現状のCV協会体制の中で実現可能な各種作業を、市、CV協会、関連団体で分担できるよう調整する。

