

琉球銀行創立50周年・沖縄タイムス社創刊50周年事業
- 第2回 アジア・太平洋地域経済交流可能性調査 -

コンベンションアイランドをめざして

1999年11月

琉球銀行

調査部

琉球銀行創立50周年・沖縄タイムス社創刊50周年事業
第2回 アジア・太平洋地域経済交流可能性調査

「コンベンションアイランドをめざして」

琉球銀行と沖縄タイムス社は、それぞれの創立50周年、創刊50周年を記念して共同企画事業『「道をひらく」 - アジア・太平洋地域経済交流可能性調査』を実施した。同調査は、アジア・太平洋地域を対象に県経済の活性化につながる経済分野での交流の可能性を探ることを目的とし、第1回の昨年度は、中国の健康食品業界を調査し報告書にまとめた。

第2回となる今年度は、コンベンション産業の現状を探るべく、今年の9月12日から18日にかけて、シンガポールとマレーシアを現地調査した。シンガポールは沖縄本島の面積の半分ほどの小国ながら、パリ、ロンドン、ウィーンといった名だたるコンベンションシティに次いで世界6位の国際会議開催実績をもち、アジアではナンバーワンの地位を不動のものとしている。一方、マレーシアも観光とともにコンベンション産業を国の重要政策として掲げ、ハード面を急速に充実させてきている。

本県も観光産業を経済自立化の柱のひとつとして位置づけ、観光客誘致のため様々な施策を展開しているが、これまでのような専ら観光入込み客の数的な増加を目指した誘客だけでは近い将来限界が来ることが懸念されている。今後はコンベンション誘致の推進をはじめとし、量より質を重視した観光政策への転換が望まれている。本稿では、現地調査を踏まえ、本県の観光の課題とその課題解決のひとつとしてのコンベンション産業の可能性について考察する。

なお、今回のシンガポール・マレーシア調査に際しては、沖縄県シンガポール駐在員事務所に多大な協力を頂きました。所長の嘉手苅氏には訪問先のアポイントメント取付から関連資料収集、通訳の手配にと奔走して頂いたうえに、お忙しい中、調査にも同行して頂きました。ここに心よりお礼を申し上げます。

1999年11月

琉球銀行
調査部

コンベンションアイランドをめざして

<要旨>

国際コンベンションの開催状況を見ると、世界および日本において、開催件数、参加人数とも増勢にあり、今後ともコンベンション産業は、その重要度を増すものと思われる。

シンガポールはコンベンション政策について、観光政策「ツーリズム・アンリミテッド」構想や「ツーリズム 21」で戦略を明確に示し、シンガポール政府観光局（STB）やシンガポール・エキシビション・アンド・コンベンション・ビューロー（SECB）を中心に政策を着実に実行に移している。その結果、世界で16年連続10位以内、アジアの都市では1位の座を守り続けている。

シンガポールではコンベンション産業を一般に MICE 産業と呼び、政府観光局のエキシビション・コンベンション・マーケティング部がマーケティング戦略の立案・推進を担当している。

エキシビション・コンベンション部は対外的には SECB と名乗り、シンガポール・コンベンション展示会サービス供給業者協会とシンガポールホテル協会といった業界団体の協力の下、様々なキャンペーンを実施し、MICE 産業拡大に寄与している。シンガポールが MICE 産業に注力するのは主に次の理由からである。

- ・ MICE 参加外国人は、観光客に比べ滞在日数が長く、消費額が多い。
- ・ 観光客数の入込みの減少により総観光消費額が減っても、MICE 関連の消費額はそれほど減少しない。
- ・ 国際収支における旅行の収支状況が悪化しており、観光客より単価の高い MICE 客の誘致に力を入れている。
- ・ 他には国際コンベンション開催による自国のイメージアップやコンベンション産業の裾野の広さなどが理由としてあげられる。

シンガポールは、次のような要素を備えることによりコンベンション誘致競争を優位にすすめ、アジアナンバーワンの地位を維持している。

- ・ 物理的・地理的条件
- ・ 官民の質の高いサービスとプロモーション活動
- ・ 充実したコンベンション施設
- ・ アフターコンベンションの充実
- ・ 語学力（英語など）

特に、アフターコンベンションでは、近隣国に投資しリゾート開発をすすめ、国内のコンベンションとセットで売ることにより自国の不利性を克服している。

シンガポールは、自国の投資先としての価値を高めるため、また、観光誘致で優位に立つため、緑化政策を国家の重要戦略として取り組んできた。

マレーシアは観光政策の一環としてコンベンションを振興している。施設面では充実度が増してきており、シンガポールに対抗できる力をつけつつある。

マレーシアでは、観光客、コンベンションの増加を目指し、リゾート開発のある段階で、APECのような首脳級の国際会議を招致している。

沖縄県は、現在観光入込み客数の伸びが好調である反面、次の様な課題を抱えており、課題解決のひとつの手段としてコンベンションの振興が望まれる。

- ・ 1人当たり観光消費額が伸び悩んでいる。
- ・ 観光入込み客に占める県外客（国内客）の割合が圧倒的に多い。
- ・ 観光のオンシーズンとオフシーズンの差が大きい。
- ・ 2～3泊中心で滞在日数が短い。
- ・ リピーター客が多く、旅行者の嗜好の多様化への対応を迫られている。

県内のコンベンション開催状況は、総じて国内・国際会議とも増加傾向にあるが、規模的にはこれからといった状況にある。

沖縄コンベンションセンターは、今後とも県内コンベンション機能の中心であり、今回決定した中小会議室の増設を含め、さらに改善に向けての取り組みが必要とされる。また、サミット会場の万国津梁館は、今後、リゾートコンベンションというコンセプトでの誘客が期待される。

コンベンション誘致の中心的な推進機関である沖縄観光コンベンションビューローは、シンクタンク機能（情報、調査、企画）の強化、官民の役割分担の明確化、民間活力の活用を軸に組織基盤、機能の強化が課題となっている。

昨年、県内の11の企業による沖縄県コンベンション事業協同組合が設立され、本格的なPCO組織として実績をあげている。このことは、県内において、コンベンションが産業としての広がりを見せはじめたことを意味しており、非常に意義深いことである。

今回のシンガポール、マレーシア調査で感じたことは、沖縄の観光行政に明確な戦略が不足していることである。沖縄県がこれからの観光の在り方を含め、観光予算規模、推進体制をもう一度見直し、観光に対するスタンスをはっきりさせる必要がある。

本レポートでは、コンベンション誘致のための目標設定について提案したい。まず、ポストサミットの目標を明確にするため2003年までにAPEC首脳会議を招致し、2003年までに国際会議開催件数において、国内の都市別ランキング（JNTO基準）でトップ10入りを目指すこととする。また、コンベンション専門人材の育成のため、行政（OCVB）と民間のPCO、ホテルから若干名を英語圏での長期研修に派遣し、同時に英語のプロを養成する。

<目 次>

1 . はじめに	4
2 . 世界とわが国のコンベンション開催状況	5
3 . シンガポール、マレーシアのコンベンション産業への取組み	8
(1) シンガポールのコンベンション政策について	8
(2) なぜコンベンションビジネスか	15
(3) コンベンション誘致の決定要素	18
(4) 最近の動き	21
(5) 緑化政策	21
(6) マレーシアの取組み	26
4 . 本県のコンベンションの現状と課題	28
(1) 沖縄観光の現状	28
(2) 本県のコンベンションの現状	30
(3) 過去のコンベンション調査の概要	34
5 . 提言	36
(1) 観光施策	36
(2) 予算の確保	37
(3) 人材の育成	38
(4) 目標の設定	38
6 . さいごに	40

1. はじめに

沖縄県の観光・リゾート産業は復帰以降、海洋博覧会後の落ち込みがあったものの、順調に進展している。1998年には入域観光客数412万人を記録し、過去最高となった。1999年も1月から8月までで300万人を上回るなど好調に推移しており、前年を上回る勢いである。また、観光関連収入も5千億円に近づき、県民総支出（名目）に占める割合も10%余まで伸びている。

戦後、米軍の統治下27年、本土復帰から27年を数え、21世紀を目前にして沖縄県は重要な時を迎えている。その21世紀に向かって、国は全国総合開発計画「21世紀の国土のグランドデザイン」（平成10年3月）を策定し、そのなかで沖縄の振興を特定課題として掲げ、「アジア・太平洋地域における人、物、情報の結節点となる広域国際交流圏の形成を図る」こととし、沖縄を「太平洋・平和の交流拠点（パシフィック・クロスロード）」と位置づけている。更に「沖縄振興21世紀プラン」の中間報告において、観光・リゾート産業は、加工交易型産業や情報通信産業などとともに、沖縄県経済の自立発展のための主要産業として掲げられている。

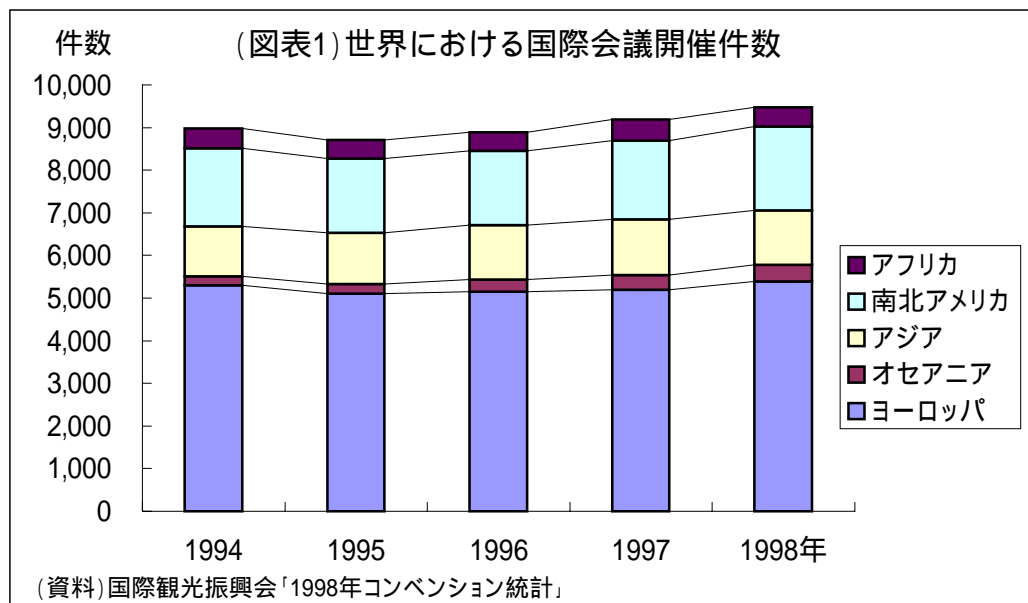
21世紀の入り口にあたる2000年7月には九州・沖縄サミットの首脳会議が名護市で開催されることになった。サミットは沖縄県の歴史、伝統、そして産業を世界に発

信する絶好の機会である。サミット開催による世界における知名度のアップをいかに県経済の振興に役立てるか、県民が知恵を結集する時である。

沖縄タイムス社と共催の「アジア・太平洋地域経済交流可能性調査」は、今年で2回目となった。今回は、サミット後の観光・リゾート産業が裾野を広げ、サミット効果を十分に発揮するためにもコンベンション産業の振興が重要との観点から調査を実施した。コンベンションやアフターコンベンション産業の先進地であるシンガポール、マレーシアの事例を調査・紹介することにより、沖縄県のコンベンション産業のあるべき姿を考察したい。

2. 世界とわが国のコンベンション開催状況

国際団体連合（UAI）がまとめた国際会議統計によると、1998年に世界で開催された国際会議は9,468件で前年比3.4%、件数で273件増加した（図表1）。94年から95年にかけて件数で約3%減少したものの、その後は98年まで増加を続けている。

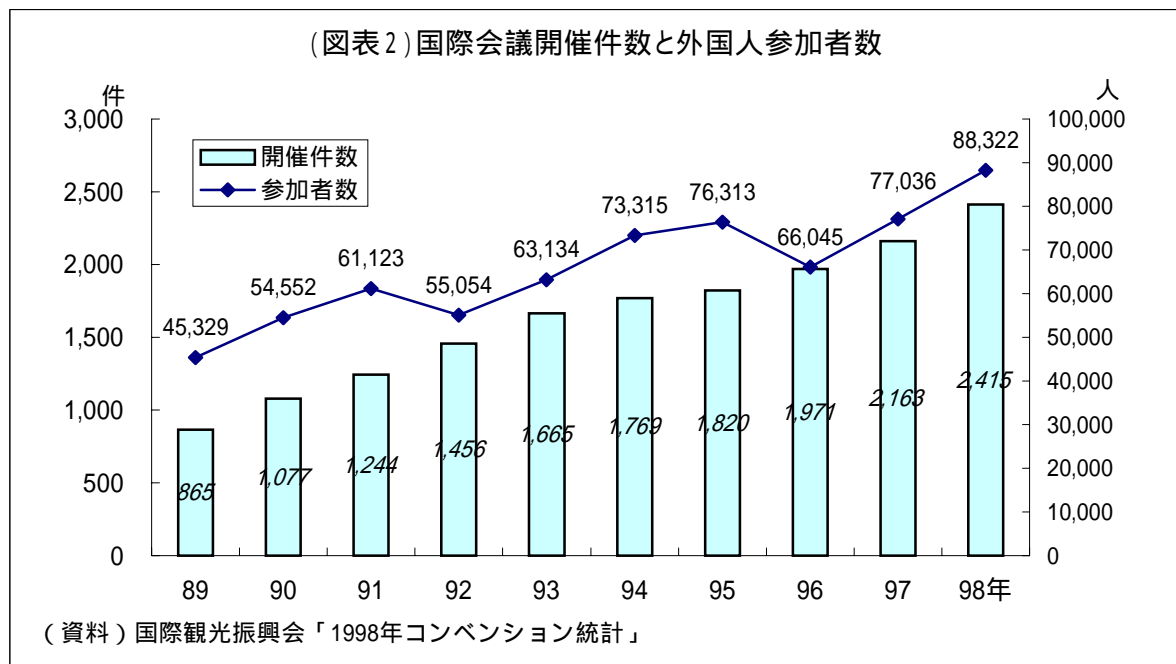


一方、国際観光振興会（JNTO）によると、1998年に日本で開催された国際会議の件数は、前年比11.7パーセント、252件増の2,415件となった（図表2）。国際会議への外国人参加者数については、前年比14.6%、11,286人増えて88,322人となった。1989年から1998年までの10年間で開催件数は約2.8倍に増加し、国際会議の参加者総数についても、98年は前年比27.0%、約24万人増の112万人となり、史上初めて単年で100万人の大台に乗った。このように、コンベンションビジネスは、世界および日本において拡大傾向にある。

（UAI と JNTO の国際会議認定基準について）

UAI は、国際団体本部ならびに国際団体の支部が主催した会議で、かつ、参加者300人以上参加者の40%以上が外国人 参加国数5カ国以上 会期3日以上を対象にしている。JNTO は、参

加者数 20 名以上、かつ、参加国数が日本を含む 2 カ国以上、または、参加者数 20 名以上、かつ、外国人参加者数 10 名以上としている。UAI 基準の方がかなり厳しい。



インターネットに代表されるような高度情報化、ネットワーク化が急速に進む現代においてもコンベンションの重要性はさらに増していくものと推測されている。その理由はいくつか考えられるが、ここでは次の二つを挙げる。まず、情報化、高速ネットワーク化が進めば進むほど情報の共有化が加速され、人々の持つ情報には格差がなくなってきた。そこで、コンベンションのような生の情報交換の場でこそ、より新鮮で、陳腐化していない情報、つまり、経済的価値の高い情報が得られるという状況が生まれていることである。

また、どんなに通信手段が発達しようとも人はやはりフェイス・ツー・フェイスのコミュニケーションを根源的に求めていると思われることである。通常は効率性を重視し、インターネット会議のような方法で済ましていても、年に一度くらいは実際に集まって議論する場が持たれることがあるのもコンベンションのコミュニケーション機能によるものであろう。コンベンションが活字や電波に対して「第三のメディア」といわれているのもこうしたことによる。

田部井正次郎著「コンベンション」によれば、わが国のコンベンションビジネスは、94年現在直接効果で年間4兆7千億円、波及効果を含めると3倍の11兆4千億円に達しているという。さらに、わが国のおかれた国際的な立場から経済をはじめ、あらゆる面でより積極的な対外対応が要求されており、必然的に各分野の国際会議やコンベンションが発生し、コンベンション市場は、今後、時代の進展とともにますます拡大すると述べている。

3. シンガポール、マレーシアのコンベンション産業への取組み

今回の海外調査ではシンガポール、マレーシアを訪問し、政府のコンベンション担当者、都市緑化担当者、民間のコンベンション施設担当者、リゾートホテル運営者等に各国のコンベンション産業あるいは都市緑化計画への取組みの実状をヒアリングした。現地調査の考察においては、関連情報の量とアクセスの容易さなどの理由から、シンガポールに関してかなりのスペースを割いている。

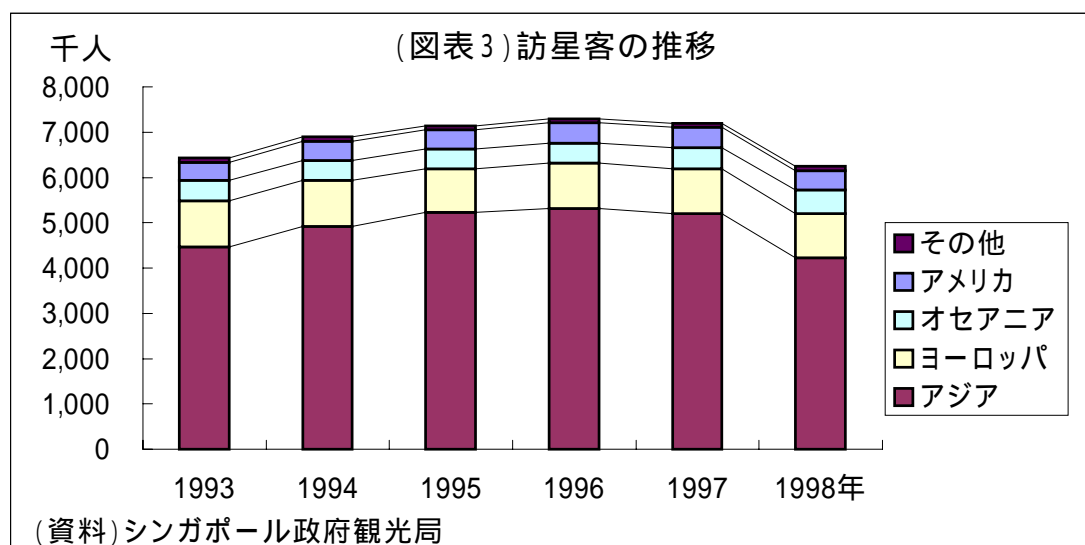
また、単にコンベンションという場合、一般的に、会議や展示会、商品見本市、イベントなど広く人の交流を目的とする営みを含むことが多い。このレポートにおいても特に言及しない限りコンベンションは広い意味で用いることとする。

(1) シンガポールのコンベンション政策について

シンガポールは赤道の北約 137 km に位置し、国土の面積約 647.5 km² と日本の淡路島とほぼ同じ大きさで、沖縄本島の面積 1,201 km² と比べても半分ほどの小国である。しかし、シンガポールは、1965 年にマレーシアから分離独立してわずか 35 年ほどで中継貿易を主体とした経済から現在のような製造業、金融・情報産業中心の経済構造へと見事に転換を果たし、アジアでも有数の経済大国へと発展を遂げている。

シンガポールの観光動向を見ると、観光入込み客数は 80 年代前半の 280 万人から 1996 年の 729 万人までは順調に伸びたが、97 年はアジア通貨危機により前年比微減となり、98 年にはその後のアジア全体の景気の落ち込みや 97 年後半のインドネシアの山火事による煙の騒ぎから、特にアジアからの入込みが悪く、前年比 13.3% も減少した(図表 3)。実際 98 年は、アジアからの入込みが前年の 520 万人から 422 万人へと 20% 近くも減少している。日本はインドネシアと並び、シンガポールにとって観光の最大の顧客であるが、98 年は日本側の景気の低迷から、訪星邦人数は前年の 100 万人余りから 84 万人へと約 23% も減少している。

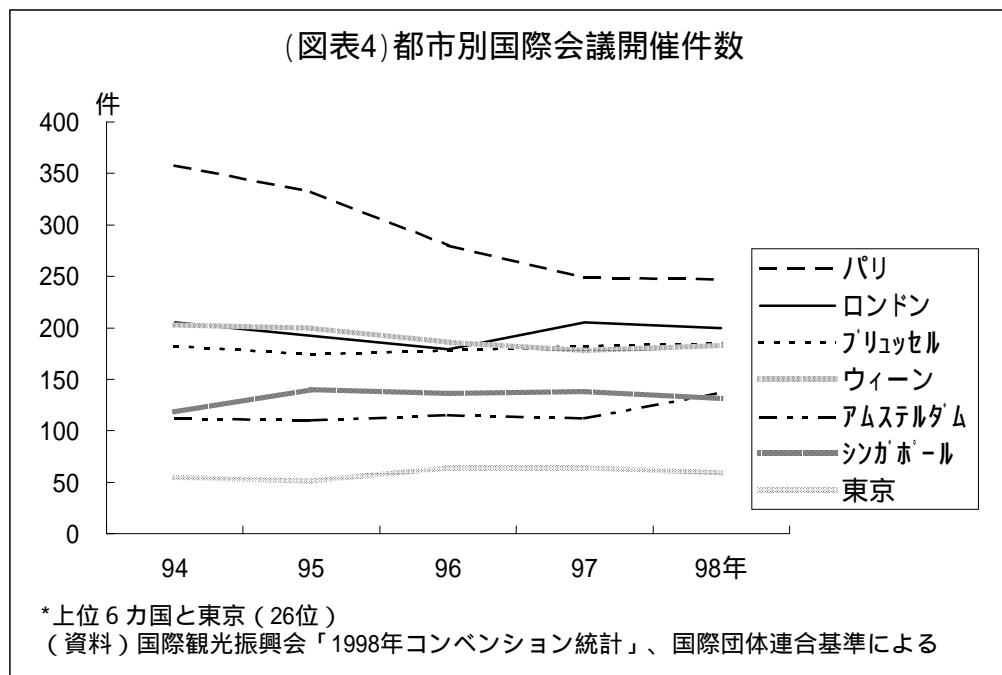
一方、同国のコンベンション開催実績を、前出の UAI の都市別国際会議開催件数で



見ると、1983 年より 16 年連続して 10 位以内、アジアの都市では 1 位の座を守り続けている。特にアジアの景気が低迷し観光入込み客が激減するなか、1998 年も前年に引

き続き 6 位にランクされたことは、コンベンションシティとしてのシンガポールの強さを強烈に印象づけるものとなった（図表 4）。

このように、シンガポールはコンベンションにおいてアジア随一の地位を保持してきたが、それは単に同国が歴史的に交易の要衝に位置するという地理的な条件からだけではなく、次に見るように、その優位性を最大限に生かすための国としてのビジョンがあってこそ可能になったと言える。



シンガポールのコンベンション政策のベースとなる観光政策「ツーリズム・アンリミテッド」構想や「ツーリズム 21」、シンガポール政府観光局（STB）の機能、観光関連予算の概要については（財）自治体国際化協会の「シンガポールの産業政策」に詳しく記載されている。よって、当論文から当該部分をほぼ引用させてもらい、観光局運営のインターネットホームページや観光局発行の観光関連の統計資料等により適当に加筆するかたちでシンガポールの観光政策の概観を試みたい。

STB のホームページは、STB の観光リソースセンター業務の充実化の一環としてメンテナンスがなされており、ツーリズム 21 はじめシンガポール観光政策の説明のほか、観光関連データや関連情報提供、プレスリリースなどを積極的に行っている。

ツーリズム・アンリミテッド

シンガポール政府観光局の政策の骨格となっているのが 1994 年に打ち出された「ツーリズム・アンリミテッド」である。この構想は、シンガポールの地理的な制約、乏しい資源、国内市場の狭小さ、労働力の不足といった不利な条件を克服するため、安く大量な労働力を必要とする労働集約型産業を近隣諸国へ移動させ、他国の資源を借用した近隣諸国への投資を促進していくというシンガポールの国家開発戦略である「シンガポール・アンリミテッド」をそのまま観光政策に持ち込んだものである。

その概念は、協力のコオペレーション (cooperation) と競争のコンペティション

(competition)からのコオペティション(co-opetition)という造語で表される。競争ならぬ「協争」というわけである。同構想は「世界をシンガポールへ」と「シンガポールを世界へ」という二つの部分からなる。まず「世界をシンガポールへ」というのは、観光産業、レストラン産業等にシンガポールを新商品のテストの場として利用させ、その後、シンガポールをベースに、その商品の近隣諸国への輸出を促進するというもので、シンガポールをアジア域内におけるビジネス基地とする戦略を応用したものである。

また、「シンガポールを世界へ」とは、観光客の多様化するニーズに対応するため、シンガポールに欠けている自然、リゾート等の観光資源を近隣諸国で開発し、シンガポールの大都市としての魅力と組み合わせることによって新たな観光商品を生み出そうというものである。これに基づいて、シンガポールベースの観光産業に対し、近隣諸国への観光投資を奨励し、開発された観光資源をシンガポールとセットにして、新たな観光商品を開発することが進められている。

ツーリズム 21

シンガポールの観光政策である「ツーリズム 21」は 1996 年 7 月に発表された。その目標は、2005 年の年間観光客数を 1,000 万人(95 年の年間観光客 714 万人)、また、観光受取額を年間 160 億シンガポールドル(円貨換算で約 1 兆 2 千 3 百億円、95 年の観光受取額 118 億シンガポールドル)としている。なお、ツーリズム 21 は次の 6 つの柱からなっている。

(a) 観光の再定義

これまでのようにシンガポールを観光の目的地(デスティネーション)として誘客を行うだけでなく、観光関連ビジネスの中心地として、また、アジア域内観光のハブとしての位置づけを与えるというものである。シンガポール政府観光局は、観光関連企業に対しアジア地区本部をシンガポールに設置するよう誘致活動を展開している。

(b) 観光商品の再構成

既存の観光アトラクションの再編成や再開発の実施を行うもので、この中には国内各地にそれぞれのテーマを与え、これに従った観光開発を行う計画や各種イベントの育成、体験型ツアーの計画、旅行者向けのスマートカードの開発などが含まれている。

(c) 産業としての観光の開発

観光アトラクションやクルーズ、イベントなどの集客に直接関わる産業のみならず、旅行業者、ホテル業界などの関連産業を含めた産業群単位での開発を目指すもので、他省庁の政策の活用などを図りつつ、情報技術の活用、観光産業に関わる人材育成などによる事業効率化など、広範な開発を行う。その一環として、シンガポール最大のエキシビション施設であるシンガポール・エキスポが今年 3 月にオープンした。

(d) 新しい観光空間の創出

アジア域内への観光開発投資を促進するための政府間提携やミッションの組織、シンガポールの観光ハブ化を目指す。

(e) 協力体制の強化

異なった業種を含む観光産業群全体の発展、近隣諸国への観光投資の促進を図るために、政府間協力、他省庁との協力関係の強化などの省庁間協力、政府・民間部門の相互協力、民間部門間での業界間協力を進め、異なった部門・部局が一堂に会する評議会などの設置を進める。

(f) 政府観光局の役割強化

調整機関としての政府観光局の役割を強化するとともに、観光リソースセンターの業務充実を通じた観光関連産業情報や統計情報の一般への提供強化を進める。また、民間部門との共同によるマーケティング、観光パッケージの開発、インターネット等の活用などを挙げている。

MICE 産業

シンガポールではコンベンション関連産業を一般にマイス（MICE）産業と呼んでいる。これは、企業ミーティング（Meeting）、企業インセンティブ（Incentive）、コンベンション（Convention）、エキシビション（Exhibition）のそれぞれ英語の頭文字をとったものである。

MICE の頭文字とは対応しないが、シンガポール政府観光局の統計調査においては MICE は、コンベンション、企業インセンティブ、エキシビションの3つに分類される。さらに、コンベンションは単一の企業による集まりであるコーポレート・ミーティングと同じ専門分野間あるいは似通った専門分野間の意見交換や情報交換のための集まりであるアソシエーション・ミーティングに分けられる。

企業インセンティブとは、企業が従業員のやる気を引き出すため、あるいは目標を達成した社員に対して与える企業主催の報奨旅行やイベントのことを言う。日本における企業主催の慰安旅行や社員旅行はこの範疇に入る。特に欧米では、営業成績を向上させるマーケティング手法として重要視されている。企業インセンティブは、その性格から観光との関わりが特に強い。シンガポールにおいても観光とセットでのインセンティブの誘致に力を入れている。日本からのインセンティブ関連の旅行者はシンガポールの最大顧客でもある。前年より多少減少したが、1998年のインセンティブ参加者の約43%は日本人で占められている。

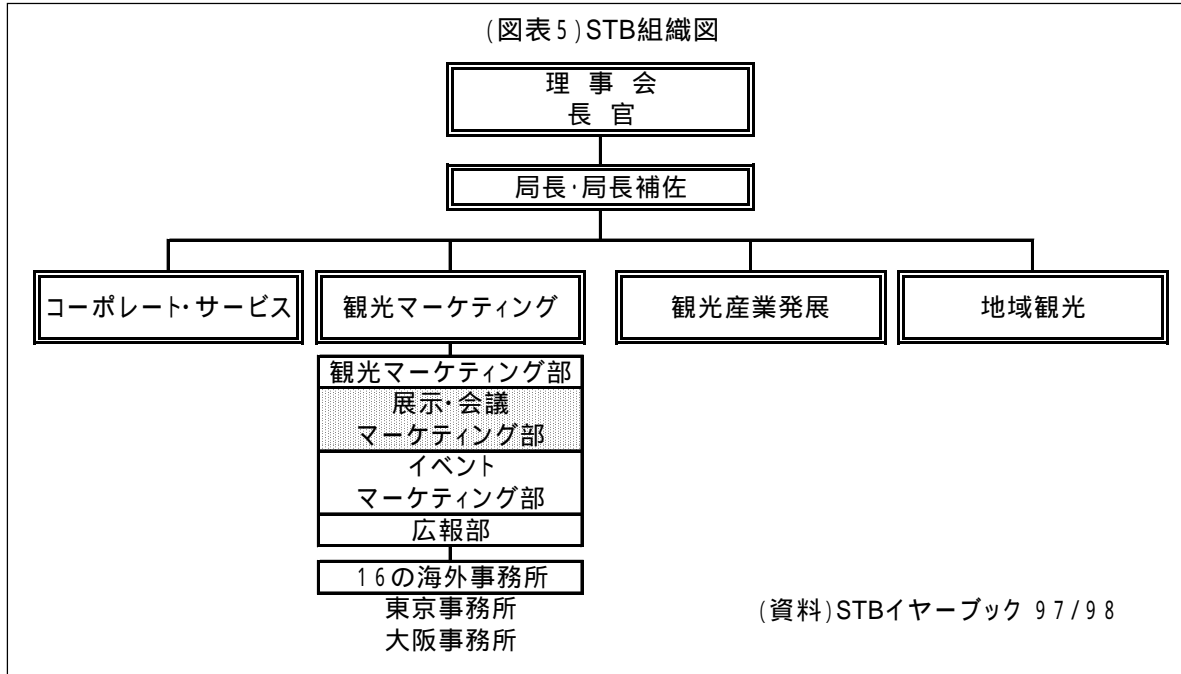
エキシビションには展示会や総合見本市、トレードショーやトレードフェアといった主として商品の販売促進や商談成立を目的とした集まりが含まれる。

シンガポール政府観光局

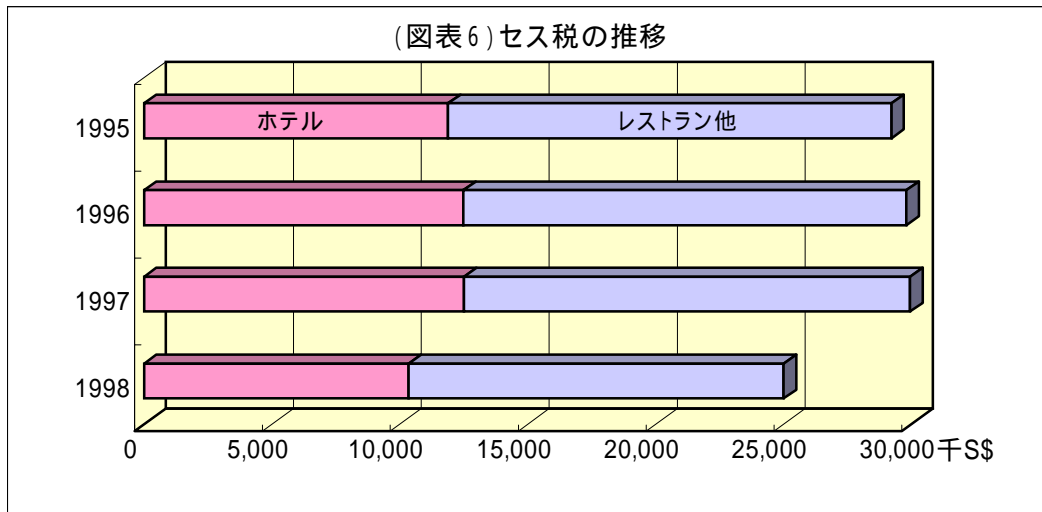
通商産業省傘下において、シンガポールの観光政策を担うシンガポール政府観光局（STB）は、97年度版イヤーズブックによると総スタッフ数409名、うち81名は16の海外事務所に配置されている（図表5）。管理職数は77名で女性管理職が48名となっている。なお、観光局の主要業務には、次のようなものがある。

(a) 海外におけるマーケティング

- (b) イベントの企画開催
- (c) コンベンションの誘致
- (d) 観光ビジネスの促進
- (e) アジア域内観光投資の促進



観光関連予算と規模



	1995年	1996年	1997年	1998年
CESS 税(千 S\$)	29,228	29,822	29,970	25,015
予算規模(試算)	116,912	119,288	119,880	110,060
円換算(百万円)	9,096	9,281	9,327	7,785

(資料) Yearbook of Statistics Singapore, 1998

(注) 為替は 98 年の平均レート S\$1=¥77.8

シンガポールの観光関連予算は、セス (CESS) 税と呼ばれる自主財源と政府の補助からなっている。「シンガポールの産業政策」によると、CESS は 1973 年に成立した「観

光振興（CESS 徴収）法」を根拠として、ホテル法で観光ホテルと認定された施設や、関税法により第一級施設の免許を受けたレストラン、飲食店、パブ等から徴収される。税率は、利用料金・飲食料金の 1% で、施設利用者が負担することになる。おおむね観光客が使用すると思われる施設が徴収対象となっていることから、観光関連費用を受益者負担でまかなおうとするものであると言える。

CESS の税率は、かつては 4% であったが、1994 年の消費税導入に伴って、1% に引き下げられた。ただし、差額である 3% 相当分の減収分については、政府から補てんが行われている。政府観光局の 1994 年度事業収入（予算）は 1 億 1,385 万 S ドル（約 87 億 7,800 万円）である。図表 6 は、CESS 税の推移とシンガポール政府観光局の事業収入規模をイメージするため、単純に CESS による税収の 4 倍を事業収入と仮定して試算したものである。それによると、政府観光局の事業収入は、95～97 年は 90 億円程度であったが、アジア不況により 98 年には 80 億円を割り込んだ。ちなみに沖縄県の観光関連予算（99 年度当初）は 47 億円で、本県はシンガポールの CESS 税のような観光関連の自主予算の制度はない。

シンガポール・エキシビション・アンド・コンベンション・ビューロー

シンガポールにおける MICE 産業は、シンガポール政府観光局の観光マーケティング・グループのなかのエキシビション・コンベンション・マーケティング部が担当している（前掲図表 5 の網掛け部分）。エキシビション・コンベンション・マーケティング部のアシスタント・デレクターのエレイン・アン史への聞き取り調査では、当部が対外的にはシンガポール・エキシビション・アンド・コンベンション・ビューロー（SECB）として活動するということである。

したがってシンガポールにおいては、本県や他に一般的に見られるようなコンベンション・アンド・ビジターズ・ビューロー（本県では沖縄観光コンベンションビューロー）のような政府から独立した組織は存在しない。元来、コンベンション・アンド・ビジターズ・ビューローという概念は、米国からきたものであるが、シンガポールは歴史的に英国の影響を強く受けている関係から、政府観光局はヨーロッパで一般的な政府観光局内にビューローがある現状のシステムを踏襲しているものと思われる。

通常コンベンション・アンド・ビジターズ・ビューローは、政府や地方公共団体がコンベンション施設（コンベンション・センター）を建設する際にその公的な管理運営団体として設立される。一方、シンガポールでは、コンベンション施設建設の際、建設費を政府が支払い、管理・運営は基本的に当初から民間が行う。そして経営が軌道に乗るまでの間、政府がある程度の援助をする、というシステムをとっている。よって、SECB は政府コンベンション施設の管理・運営に直接携わることはなく、コンベンションマーケティングに専念する仕組みとなっている。

スタッフ 24 名のエキシビション・コンベンション・マーケティング部、つまり SECB には大きくふたつの機能がある。ひとつは、会議・展示運営業者に対し関連情報の提供や申請書類作成の手伝い、施設業者等への紹介、場合によっては資金的な援助を含

めた、会議・展示を容易にするための様々なサポートを行うことである。

もうひとつは、コンベンション産業振興のための具体的なプロモーションを策定することである。現在は「グローバル・ミート 2000 シンガポール」を実施中であるが、このような短期的なプロモーションプログラムは、SECB のメンバーが中心となって策定され、観光局内で承認がなされる。その後、キャンペーンの実行段階で、SECB はまず業界団体である後述の SHA や SACEOS に対し内容を伝え企業のキャンペーンへの参加を促す。団体の構成企業は、協賛企業となった場合のメリット、デメリットを個々に判断し、参加・不参加を決定するのである。

また、コンベンションの誘致に関する海外事務所の役割も非常に大きい。海外事務所は、日頃からビジネス誌、トレード誌への宣伝広告掲載や視察旅行組成（コンベンション施設を実際に見学させるツアー）などの広報、宣伝活動における各種情報の提供を通じて世界各地でコンベンション誘致活動を行っている。

シンガポールコンベンション展示会サービス供給業者協会とシンガポールホテル協会

シンガポールコンベンション展示会サービス供給業者協会（Singapore Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers、SACEOS）は、1980 年にシンガポール政府観光局の後押しにより政府と傘下会員間の意思疎通と会員間の利害調整などを目的として設立された。その後 1983 年に設立されたシンガポール貿易開発局（TDB）が特に貿易の振興のため、エキシビション開催者に対する種々の政府サイドのサポートを行っている。

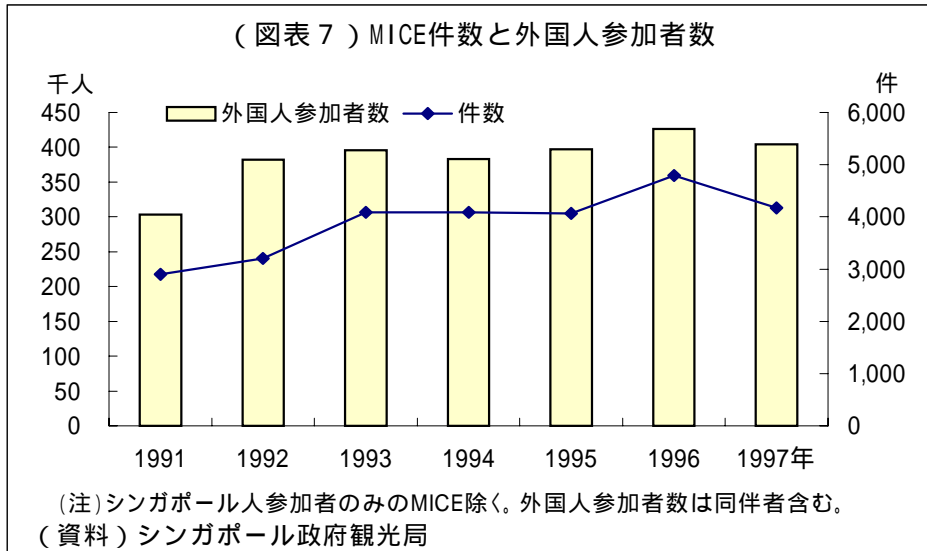
SACEOS の会員は、プロフェッショナル・コンベンション・オーガナイザー（PCO）、プロフェッショナル・エキシビション・オーガナイザー（PEO）と施設運営会社、ホテル、物流業者、旅行業者、通訳・翻訳業者、装飾業者、スタッフ派遣業者などのコンベンションサプライヤー業者から成る。98 年版の協会名簿によると、会員数は全部で 95 となっており、会員構成は PCO が 9、PEO が 18、ホテルが 22、そしてコンベンション施設業者として国内最大級のコンベンション施設であるシンガポール・インターナショナル・コンベンション・アンド・エキシビション・センター、それから国内最大の展示施設であるシンガポール・エキスポやワールド・トレード・センター・シンガポールを運営する PSA コーポレーションなど 3 社が加盟しており、あと各種サプライヤー業者等が 43 となっている。人材育成の面では、SECB および TDB 公認の会議・展示専門のマネージメント育成用のプログラムを運営している。

シンガポールホテル協会（Singapore Hotel Association 略称 SHA）の会員ホテルの客室数はシンガポールの全ホテルの 95% をカバーしており、その組織率は高い。協会は、1983 年よりシャータックと呼ばれる評価の高いホテル従業員育成センターを運営している。

(2) なぜコンベンションビジネスか

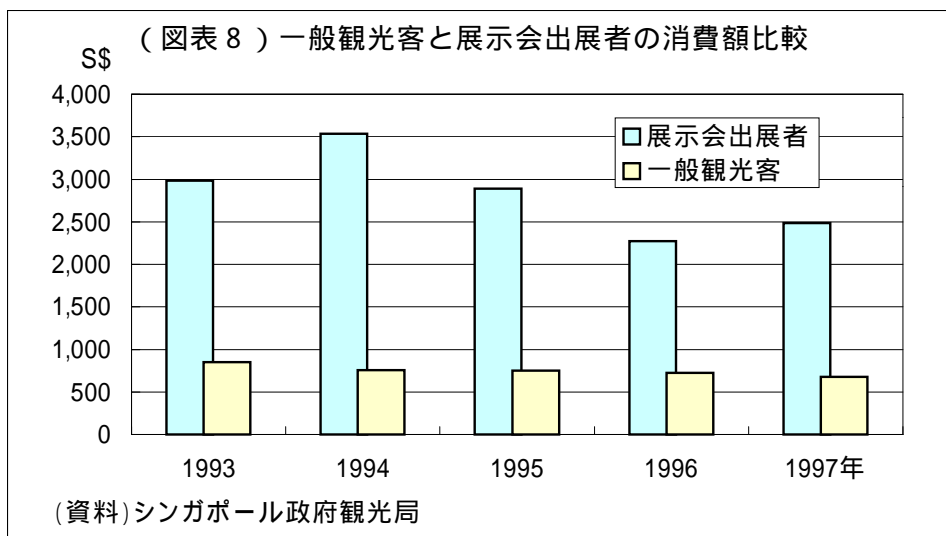
滞在日数と消費額

コンベンションの一般観光に対する経済的な優位性は何と云ってもコンベンション主催者や参加者が様々な場面でもたらす直接的な消費額の多さであろう。STB の MICE 関連の統計書 (Statistics on the Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions Industry in Singapore 1997) によると、1997 年の MICE 件数は全体で 4,174 件、外国人参加者は 403,940 人となった (図表 7)。



同統計書の MICE 外国人参加者調査によれば、97 年における外国人参加者の 1 人当たり平均直接消費額は、アソシエーション・ミーティングで S\$2,263、展示出展者が S\$2,488、展示会参加者が S\$2,277 となっている。同じ年に観光客全体での 1 人当たり平均直接消費額が S\$680 であり、MICE 参加者は一般観光客に比べおよそ一人当たり平均 3.3 から 3.7 倍も消費額が多いという結果となっている (図表 8)。

1 人 1 日当たりの消費額では、アソシエーション・ミーティングが S\$345、展示会出展者で S\$346、展示会参加者が S\$353 となっている。一般観光客の消費額が 1 人 1



日当たり S\$206 なので、MICE 参加者は一般観光客に比べ、1 人 1 日当たりおよそ 1.7 倍も多く消費していることになる。

1 人 1 日当たり消費額に平均滞在日数を乗じたものが 1 人当たりの消費額である。そこで、先ほどの MICE 参加外国人の 1 人当たり消費額と 1 人 1 日当たり消費額から平均滞在日数を逆算すると、6.5~7.2 日となり、一般観光客の 3.3 日よりおよそ 2 倍長いことになる。ちなみに、STB 調査では MICE 参加者の平均予定滞在泊数（97 年）が掲載されているが、それによると、アソシエーション・ミーティングが 5.58 泊、展示会出展者が 6.29 泊、展示会参加者が 5.47 泊となっている。

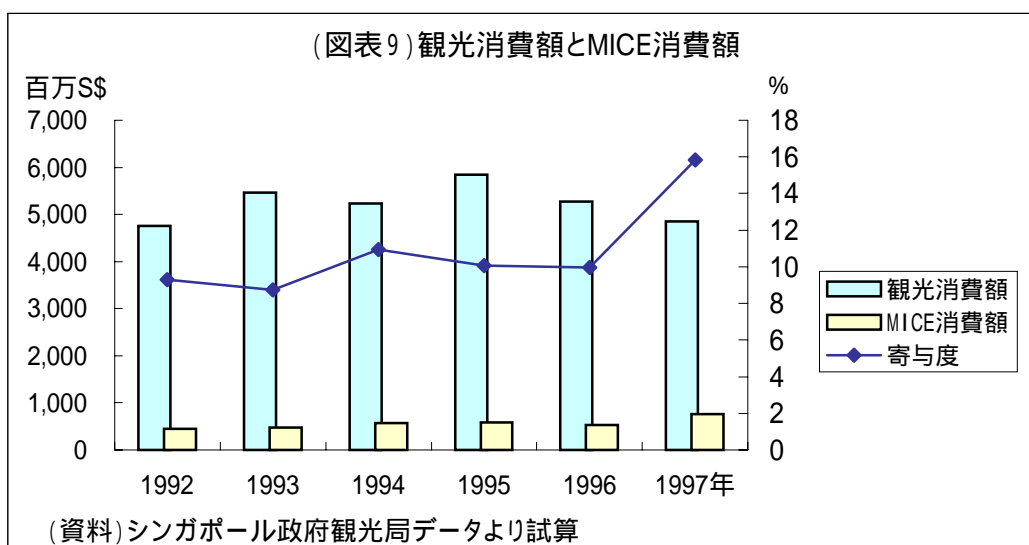
このように、シンガポールにおけるコンベンションへの外国人参加者は、その滞在日数の長さから、総消費額が一般観光客と比較して 3 倍以上と多く、かなりの経済的効果があることがわかる。

MICE 産業の貢献度

総観光消費額は、1 人当たり平均消費額に観光入込み客総数を掛けて求められる。97 年の入込み客は 719.7 万人であるので、総観光消費額は 4,893 百万 S ドルとなる。一方、MICE 関連の総消費額にあたるものが公表されていないため、おおまかな MICE 産業の貢献度をイメージするため、MICE 統計書の数字を基に総消費額の把握を試みた。

試算の方法は、まず、外国人の MICE 参加数のうち、国際展示会者と展示会参加外国人は人数、消費額とも調査が行われているので、(人数)×(一人当たり消費額)により総消費額を算出する。コンベンション参加者は、アソシエーション・ミーティングとコーポレート・ミーティングからなるが、統計調査ではアソシエーション・ミーティング参加者の消費額しかないので、(アソシエーション・ミーティング消費額)×(コンベンション参加者数)とする。最後にインセンティブについては、消費額調査自体がないため(一般観光客の一日当たり消費額)×(インセンティブ旅行者の予定平均滞在日数)×(参加者総数)で求めることとする。以上の総和を MICE 関連の総消費額とする。

試算した総 MICE 消費額と総観光消費額をグラフ化したものが(図表 9)である。グラフから、シンガポールへの全体の観光入込み客数が落ち込み、総観光消費額が減少



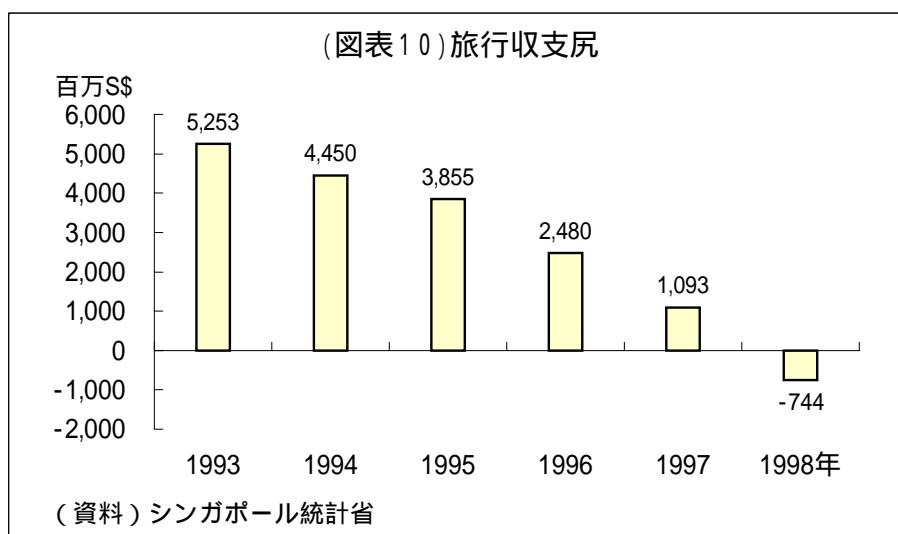
すると MICE 消費額の寄与度（MICE 消費額の総観光消費額に占める割合）が相対的に高くなることが分かる。96 年から 97 年にかけて観光消費額は 5,278 百万 S ドルから 4,849 百万 S ドルへ 8.1% 減少したが、MICE 消費額は逆に 527 百万 S ドルから 767 百万 S ドルへと増加し、寄与度も 10% から 15.8% へと伸びている。同じように 93 年から 94 年に観光消費額が減少した時も MICE 貢献度は上昇している。ただし、95 年から 96 年にかけて観光消費額が 5,851 百万 S ドルから 5,278 百万 S ドルへ減少した時は、MICE 消費額が減少し、寄与度も 95 年の 10.1% から 96 年の 10.0% へ微減となった。以上のことからコンベンション産業は、景気などの影響により全体の入込み客が落ち込んだ際にそのバッファとして機能するということができよう。

STB の MICE 統計書には 97 年までのデータしかないが、シンガポールは 98 年も UAI による都市別国際会議開催ランキングで昨年に続き 6 位にランクされた。98 年はアジア全体の不況のあおりを受け、シンガポールへの観光入込み客数が前年比 13.3 パーセントも減少する不振の年であった。そのなかにおいて、MICE 産業が底堅い動きを見せたことは、コンベンション産業が景気の変動にそれほど左右されないことの裏付けとも言える。

コンベンションが景気に左右されにくい理由としては、コンベンションの持つ特性である「継続性」とも関係があると思われる。つまり、ある国が一度シンガポールで国際会議を開催し、それが成功をおさめると、次回からシンガポールでの開催が定期化するということである。また、観光が振るわない時期は、一般的に旅行商品が低廉化しており、コンベンション主催者に対し価格面でのアプローチがしやすくなることも一因と思われる。

国際収支における旅行収支の悪化

あまり触れられないが、シンガポールの国際収支における旅行の収支状況は悪化の一途をたどっている（図表 10）。入込み客数が激減した 1998 年は別にしても、豊かになったシンガポール国民が国土の狭いこともあいまって、盛んに海外旅行に出かけるようになったことが収支尻悪化の大きな要因と思われる。



この状況をいくらかでも和らげようと、シンガポール政府がツーリズム 21 を策定し、これまでのような誘客主体の観光政策から、より客単価や滞在日数といった観光の中身を重視する政策、そしてその一環として、コンベンションにより重点をおいた政策へ変更したとも推定されよう。

このほかにもコンベンションの効果として、世界的に名の通った会議を開催することにより、開催地の国際的信用が高まることや、比較的成本の安い一般観光のオフシーズンにコンベンションを誘致して繁閑の平準化を図り、施設の高稼働率化を促進する働きなどもよく言われているところである。

また、関連産業の裾野の広がりの大きさもコンベンション産業の特徴であろう。コンベンションを開催するには、ホテル業、飲食業、ケータリング業、ディスプレイ業、広告業、出版企画業、マスメディア業、旅行業、運輸業（バス会社、航空会社、レンタカー会社など）、リース業、通訳業、人材派遣業、警備保障業、通信、保険・金融業、記念品業など実に多種多様な産業の参加が不可欠になる。よって、コンベンションを積極的に推進することにより、逆にこのようなすそ野の広い関連産業を育成することができるとも言えよう。

（３）コンベンション誘致の決定要素

物理的条件

コンベンション誘致の際の決定要素は、まず、開催地がコンベンション開催のための物理的条件を満たしている必要がある。物理的条件とは開催地の治安状況、世界各地からのアクセスの容易さ、空港からコンベンション会場や参加者の泊まるホテルまでの距離、参加者や展示物の移動の容易さなどである。また、開催地の医療サービスの充実度といった公衆衛生のレベルも重要な要素である。

サービスの充実度とプロモーション活動

物理的な条件が揃えばコンベンションが当然とやって来るわけではない。次に重要となるのは、先ほど述べた SECB や海外事務所の様々な誘致のための活動やコンベンション主催者に対する各種のサービスである。シンガポールでは、政府観光局と通商との関わりが深いエキシビション分野においてはシンガポール貿易開発局（TDB）が SECB を全面的にバックアップしているのは既に述べた通りである。

政府レベルの支援体制に加え、民間レベルの組織の充実度も大切である。シンガポールでは PCO や PEO といった会議・展示専門民間業者が 30 社近く存在し、会議や展示に関する企画・立案から実際の準備・運營業務を一手に引き受け、主催者がスムーズにコンベンションを行えるように質の高いサービスを提供している。

充実したアフターコンベンション

多数の参加者を募り、コンベンションを成功させるためには、コンベンションプロ

グラムのひとつであるショッピングや旅行といったアフターコンベンションが充実している必要がある。シンガポールでは、同伴者（配偶者、家族）のためのソーシャルプログラムの開発やキャンペーンでの特典の提示、新しく開発したリゾートとセットにしてコンベンションを売り込むなど様々な工夫をこらしている。

リゾート開発の例では、フェリーで 45 分ほどの距離にある隣国インドネシアのピントアン島をビーチリゾートとして開発し、アフターコンベンションとして利用している。これは、ツーリズム 21 でも触れたように近隣諸国に資本を投下し、リゾート開発を積極的に進めることにより、シンガポール自体は観光のハブに位置し、自国の弱点（ここでは自国に海浜リゾートがないこと）をうまくカバーしている好例でもある。

語学力

国際コンベンションを開催する際には特にことばの問題が非常に重要となる。その点、英語が公用語であるシンガポールにおいては、一応言葉の問題はクリアしていると言える。

さらに、コンベンション施設としては国内最大のシンガポール・インターナショナル・コンベンション・アンド・エキシビション・センターにおいては同時通訳が最高 12 カ国語に対応できる設備を持つなど、コンベンション開催時における設備の言語対応能力も高い。

コンベンション施設の充実度

(a) 宿泊施設

シンガポールの宿泊施設数は、本県との比較において施設数は少ないものの、部屋数では本県を 1.8 倍ほど上回っており大型ホテルが多いことが分かる（図表 11）。実際、SACEOS 加盟の 22 ホテルの内 9 ホテルが部屋数 500 を超える大型ホテルである。ちなみに県内では 500 室以上のホテルは 2 ホテルある。また、シンガポールのホテル群はコンベンション機能が充実しているホテルが多数あり、SACEOS 加盟のうちコンベンション施設を持つ 18 ホテルの会議室数は合計 199 室である。

（図表 11）シンガポールの宿泊施設数

	ホテル数	部屋数	備考
シンガポール（1998 年）	207	35,126	
シンガポール（2000 年）	235	39,005	ホテル建設計画に基づく予想
参考 沖縄（1998 年）	279	19,071	

（注）沖縄は民宿、国民宿舎等除くホテル・旅館数

（資料）STB「Singapore Annual Report On Statistics 1998」

沖縄県観光リゾート局「98 年版観光要覧」

(b) コンベンション施設

シンガポール・インターナショナル・コンベンション・アンド・エキシビション・センター (SICEC)

SICEC はサンテックシティ商業地区内にホテル、シンガポール最大のショッピング・モール、マリーナ施設と一体の複合コンベンション施設として開発されている。SICEC の徒歩圏内には合計 3,000 室のホテル群と公共交通機関である MRT (地下鉄) 駅があり、チャンギ空港からもタクシーでおよそ 15 分というアクセスの良さを誇っている。SICEC の資料によると、1998 年のセンターの開催コンベンション総数は 706 件、年間平均稼働率は 66% となった。国内でのエキシビション開催件数が下降傾向をたどるなか、センターのエキシビション開催数は前年比 55.6% 増の 193 件となったことが記されている。

(図表 12) SICEC の施設概要

施設	面積 (m ²)	収容人員 (人)	備考
大会議場	12,000 (無柱)	シアター型 12,000 スクール型 5,442	3 分割可 3,300 m ² × 2 4,000 m ² × 1
展示場	12,000		4 分割可 2,000 ~ 3,890 m ²
ボールルーム	2,150	シアター型 1,800 スクール型 1,208	3 分割可 600 m ² × 2 950 m ² × 1
講堂		596 席	
会議室 25 室	76 ~ 253	シアター型 48 ~ 196	

(資料) SICEC のパンフレット等より

シンガポール・エキスポ

シンガポール最大のエキシビション専用施設が今年 3 月にオープンした。施設はチャンギ空港から車で 5 分の場所に政府が建設し、運営は世界貿易センター・シンガポール (屋内合計展示面積 24,000 m²) を所有・運営する PSA コーポレーションが行っている (図表 13)。さらに同一敷地内に 40,000 m² の展示場を拡張中である。シンガポールにおいては、このように政府が施設を建設し、経営がある程度軌道に乗るまでランニングコストの一部を負担する手法が用いられることが多い。

以上見てきたようなソフト面と施設の両方の充実ぶりが、シンガポールのコンベンションにおける世界 6 位の実力といったところである。

(図表 13) シンガポール・エキスポの施設概要

施設	面積 (m ²)	備考
大展示場	60,000 (無柱)	6 分割可 10,000 m ² × 6 天井高 10 ~ 16m
屋外展示場	15,000	

- ・他に 19 の会議場、2,200 台収容の駐車場あり。
- ・2001 年までには地下鉄完成予定。

(資料) シンガポール・エキスポ・ホームページほか

(4) 最近の動き

シンガポール政府観光局では、1998年が入込み客数で前年比13.3%減と悪かったため、99年の目標を635万人としている。中国、インド、タイ、韓国からの入込みの回復に期待する一方、インドネシア、マレーシア、日本からの観光客数の回復までにはまだ時間を要すると予想している。一般観光客のてこ入れのため、今年から2000年を祝うキャンペーンを始めている。

「千年に一度キャンペーン (Once-In-A-Millennium)」

99年7月から2000年8月までの観光客に対し毎日くじ引きを実施し、当選者にはシンガポール航空のシンガポール普通往復航空券、キャンペーン参加ホテルでの3泊無料券、スタークルーズ社のクルーズ券、買い物券などの懸賞を与えるというものである。このキャンペーンは特に日本人ファミリー客をターゲットにしたものでもある。

コンベンション関連でのキャンペーンでは、現在「グローバル・ミート 2000 シンガポール」が実施されている。シンガポールのコンベンションに対する意気込み同様にキャンペーンも充実したものになっている。

グローバル・ミート 2000 シンガポール

98年から2000年までの3年間にシンガポール開催されるコンベンションに対しコンベンション業界の協賛企業100社余りの宿泊料金の割引、歓迎プログラムの無料提供、設備の無償利用、無料のバスツアーやギフトの提供などサービスは多岐にわたっている。ただし、参加人員数、外国人参加者の割合などは基本的には国際団体連合(UAI)の基準を満たしていなければならず、コンベンションの誘致とともにUAIランキングでのランクアップも視野に入れたキャンペーンとなっている。

さらにグローバル・ミート・キャンペーンで呼び込んだコンベンション参加者のシンガポールでの滞在を延ばしてもらおうと、STBは今年の8月から2000年の8月まで「ドゥー・ザ・ダブル」と「カム・ビジット・アス・アゲイン」とのふたつからなるキャンペーンを開始している。

キャンペーンの内容は、開催期間3日以上コンベンション参加者が2泊の延泊をした場合、うち1泊がキャンペーン参加の30ホテルにおいて無料になり、同伴者に対しては、レストランやバー、旅行社、リゾートなどにおいて総額S\$100の割引が受けられるというものである。さらに、9ヵ月以内に再びシンガポールを来訪したコンベンション参加者に対し、同一ホテル(38ホテルが参加)の連続3泊目が無料となるというものである。

(5) 緑化政策

シンガポールは都市国家でありながら至る所に緑があふれ、常夏の日差しを和らげ、涼しげな印象を与えている。もちろん日陰がないと暑くて戸外の活動が制限されるのを緩和しようと緑化が推進されている面もあるだろうが、冒頭に述べたように、外資

導入を促進するために「安全できれいな都市」を国外の投資家にアピールする必要がある、という国としての戦略が背後にあることも事実である。

かつて「クリーン、グリーン、セーフティ」という標語とともに 60 年代より進められてきた緑化政策であるガーデンシティ・プログラムをシンガポール国家公園局の主席公園管理官のジョージ・テイ氏の説明と同局の 97 年度版アニュアルレポートをもとに概観したい。

ガーデンシティ・プログラム

シンガポールの緑化政策の骨格であるガーデンシティ構想は、正式には 1967 年に開始したが、そのルーツは、分離独立前の 1963 年に時のリー・クアンユー首相の掛け声の下に実施された植樹キャンペーンに溯るといふ。構想の基本的ガイドラインは次の 4 つから成っている。

- ・全ての道路への樹木や低木用側帯の設置。
- ・住宅地周辺への公園や遊び場用地の確保。
- ・高層ビル建設時の高木・低木用地の確保。
- ・政府による広大な公園用地確保。

これらのガイドラインに従い、まず、60 年代には成長の早い高木と低木を植え、急速な近代化による無機質な都市のイメージを和らげた。70 年代に入ると花をつける植物を導入し緑に彩りを加え、遊び場などのレクリエーション機能を付加し、公園を整備した。80 年代には実のなる木、香りのある木を植え、作業の機械化やコンピュータ導入による効率化を図った。

そして、緑化が一段落した 90 年代には生態系に配慮した公園づくりやテーマ性を持った公園づくりと政策が量から質へと変化している。年々膨らむ人件費の削減も大きな課題となっており、外国人労働者を積極的に活用している。

成熟するガーデンシティ構想

公園局では現在、パークコネクター・ネットワークというプロジェクトを実施中であるが、これは向こう 10 年間で、全ての公園・自然保護区を総延長 300 km の緑の歩道で結ぶというものである。計画では 2000 年までに総延長 34 km のパークコネクターが完成するという。さらに、公園内の土地を住民や学校に貸し出し、花や作物をつくってもらうプログラムやコンサートやイベントなどへのレンタルも実施している。

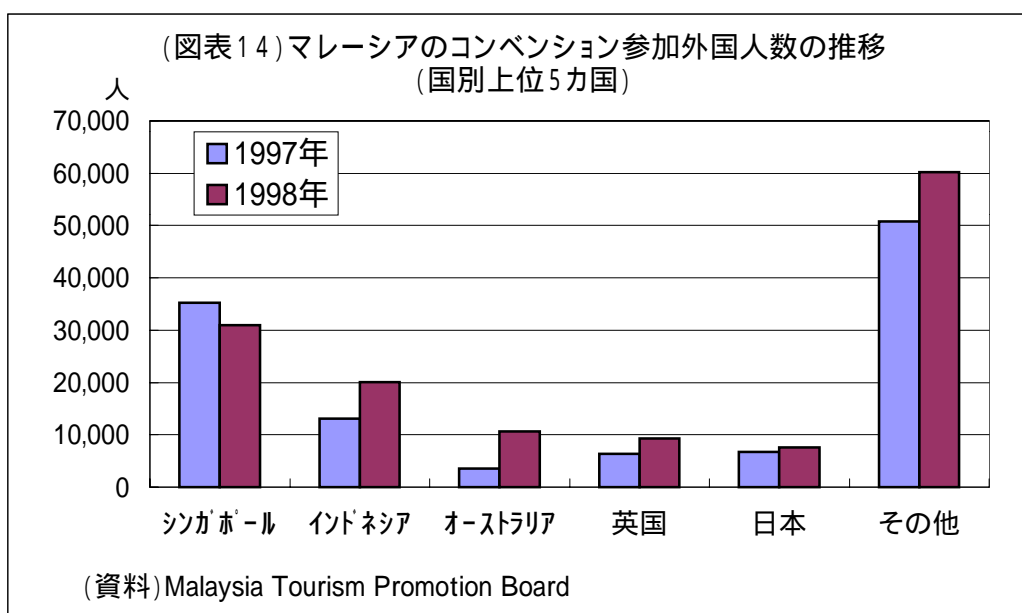
ガーデンシティ構想は、2010 年までに緑地面積を国民 1 人あたり 0.8 ヘクタールまで拡大することを目標にしているが、すでに 0.76 ヘクタールを達成しており、実施から 30 数年を経過し、構想は成熟へと向かっている。

シンガポールは、国全体をガーデンシティに変え、極言すれば、投資先としての自国の価値を高めるといふ構想を着実に実行してきた。それが一応の成功をおさめつつある現在、緑化政策の次なる段階として、市民を主体的に緑に関わらせることに構想の主眼が移ってきていると言える。

(6) マレーシアの取組み

マレーシアは、国土面積 33 万 km²。人口 2 千 2 百万人のうち 200 万人は首都のクアラルンプールに住む。98 年のマレーシアの観光は、入込み数が 550 万人（日帰り客含め約 1,000 万人）で、シンガポールと同様アジア不況により前年比 10.6%と落ち込んだ。同年の観光受取額も 11.2%減の 93 億リンギット、円換算で 3,069 億円（98 年平均レート RM1=¥33）となり、シンガポールの 6,666 億円の半分以下の規模である。

一方、コンベンション産業においては、特にオーストラリア、インドネシア、英国といった国々からの入込みが好調で、参加外国人客数は 138,826 人と前年比 19.9%の大幅な伸びを示している（図表 14）。



プトラ世界貿易センター

マレーシアのコンベンション産業を設立以来 10 年間にわたり支えているのがクアラルンプールにあるプトラ世界貿易センター（PWTC）である（図表 15）。エキシビションでは新設のマレーシア国際展示ショールームに主役を譲りつつあるが、特に大型の国際会議ではまだまだコンベンション産業の中心に位置している。センターは政府与党が所有し、運営を民間のプトラド・プロパティ・マネジメントに委託するという形態をとっている。

(図表 15) プトラ貿易センターの施設概要

施設	面積 (m ²)	収容人員 (人)	備考
展示場 1	3,883	シアター型 4,000 スクール型 1,500	天井高 3.6、6.1m
展示場 2	4,592	シアター型 3,000 スクール型 1,000	天井高 3.5m
展示場 3	2,768	シアター型 2,500	天井高 8m

		スクール型 750	
会議場 1	1,003	シアター型 1,000 スクール型 400	2 分割可
会議場 2	1,003	シアター型 1,000 スクール型 400	2 分割可
会議室 1～17	87～292	シアター型 80～250 スクール型 52～120	

(資料) PWTC パンフレットより

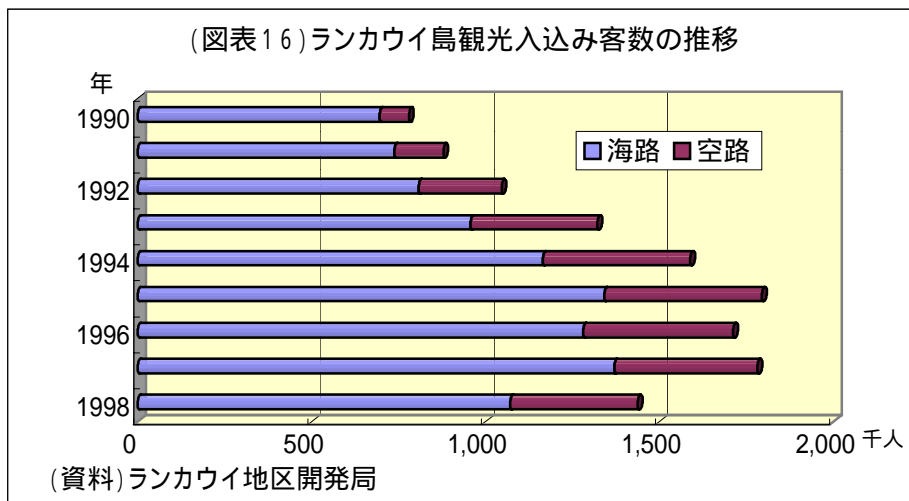
新しいリゾートの開発

マレーシアにおける新しいリゾートの開発を以下に紹介したい。ひとつは政府主導によるものと他方は民間デベロッパーによるものであるが、いずれの場合もリゾート開発のある段階で、APEC のような首脳級の国際会議を招致し、さらに観光客、コンベンションの増加を目指していることが注目される。

(a) ランカウイ島

マレーシア北部のタイ国国境近くのランカウイ島は、大小 99 の島々からなり人口約 62,000 人で、最大のランカウイ島の面積は 478.5 km² である。元来は農業と漁業が中心の島であったが、1987 年の自由貿易港への指定を機に非課税のショッピングを目玉とした本格的な観光開発が開始された。ランカウイ地区開発局によれば、島内への観光客は 90 年の 78 万人から 95 年頃の 180 万人までは順調に伸びたが、96 年から頭打ちとなり、98 年の観光入込みは前年と比べ 20% の大幅減少となった (図表 16)。

今年 5 月にはアジア太平洋経済協力会議 (APEC) 蔵相会議がランカウイ島最西端のリゾートホテルで開催された。ランカウイ地区開発局観光部長のヤジッド・ビン・ジャイス氏は、国際会議については一般客に比べ影響が少なく、堅調に推移しているとのことであった。一般観光客についても、今年は、APEC 開催効果もあり、少なくとも前年より伸びると見ている。ちなみに、今年 8 月までの入込客数は 96.7 万人で前年同期比 3.5% の増加となっている。



(b) マインズ・リゾート・シティー

マインズ・リゾート・シティーは、クアラルンプール市内から約 20 分、クアラルンプール国際空港から 25 分のマルチメディア・スーパー・コリドーに隣接する地域に民間デベロッパーによって建設された新しいリゾート地である。世界最大のホンファットすず鉱山跡地の 2 キロメートル四方を再開発した敷地内には、合計 38,000m²の展示スペースを持つ国内最大の展示・見本市専用施設である「マレーシア国際展示ショールーム」や最大 1,900 人収容の会議室などのコンベンション施設を完備する客室数 481 のホテル「パレス・オブ・ゴールデンホーセズ」などがある（図表 17）。一帯は、60 万 m²の広大な人口湖を取り囲むように、リゾート機能を持った客室数 180 のホテル、ビジネスセンタービル、ショッピングセンター、テーマパーク、ゴルフ場に先ほどのホテルと展示場を配し、各施設間を運河のように張り巡らせた水路をウォータータクシーと呼ばれるモーターボートが 1 日当たり延べ 4,000 人の客を乗せて行き来している。

98 年 11 月に開催された APEC 首脳会議の際には、パレス・オブ・ゴールデンホーセズが代表団の宿泊ホテルとなり、マレーシア国際展示ショールームはプレスセンターとして使用された。ちなみに首脳会談は開発の進むスーパーコリドー内の情報都市サイバージャヤのホテルで開かれた。また、リゾート内のゴルフ場は、今年の 11 月に開催されるゴルフの世界大会であるワールドカップゴルフの誘致にも成功している。

（図表 17）マレーシア国際展示ショールームの施設概要

施設	面積（m ² ）	備考 1	備考 2
展示場 A	3,584	天井高 12m	・ 最大合計展示面積 38,000 m ² ・ 13 の大小会議室 ・ 駐車場 1,000 台以上
展示場 B	5,056	天井高 12m	
展示場 C	4,032	天井高 12m	

（資料）マレーシア国際展示ショールームホームページ より

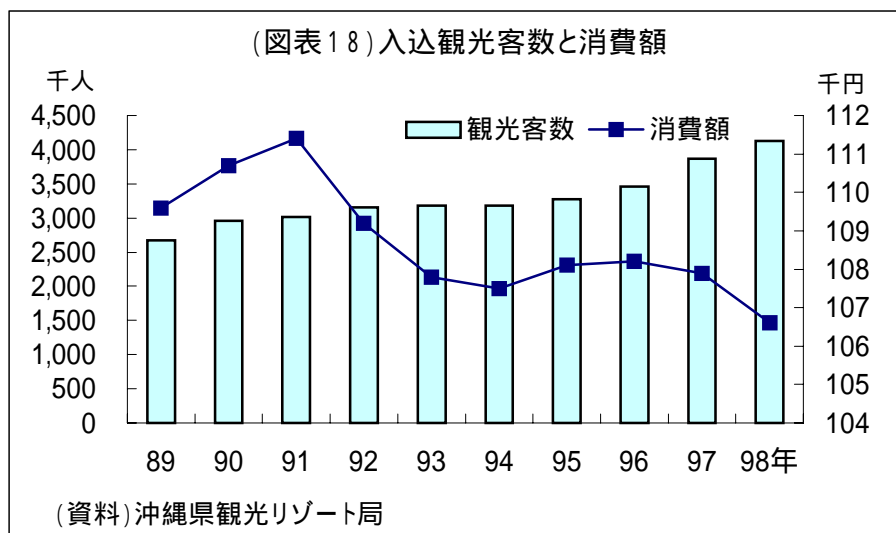
4. 本県のコンベンションの現状と課題

（1）沖縄観光の現状

好調な観光入込み客数と 1 人当たり消費額の減少

観光入込み客数に見る限り、沖縄の観光は順調に伸び、98 年は前年より約 26 万人、6.7%増え、史上初めて 400 万人台を突破した。昨年の観光入込み客数は 10 年前の 89 年と比べおよそ 1.5 倍に増えた。今年に入っても 9 月まで月間最高記録を 9 カ月連続して更新しており、まさに絶好調といえる状態が続いている。9 月までのペースでいくと 99 年の入込みは沖縄県の目標である 440 万人を上回りそうな勢いとなっている。

このように観光入込み客数は順調に伸びているが、一方においては、観光客の 1 人当たり県内消費額が減少傾向にある（図表 18）。98 年の消費額は、直近のピークである 91 年に比べ 4.3%ほど減少している。不況によるデフレ感が強まる中、観光消費額



のある程度の減少は避けられないだろうが、観光入込み客数増加の効果が減殺されており、さらなる消費額の減少傾向には歯止めを掛ける対策が取られるべきである。

圧倒的な県外客

98年の国内旅行人数が前年に比べ1.9%減少する中(日本交通公社調べ) 沖縄はひとり勝ちともいえる好調さで、県観光リゾート局の「沖縄のブランド化の進展」という表現もあながち的外れではない状況にある。

一方、沖縄への観光入込み客数は圧倒的に首都圏を中心とする県外客によって占められており(98年は96.6%) ひとり勝ちの理由は、航空費の低減に加え、旅行社やホテルといった業界全体の努力により、沖縄旅行が最近の売れ筋である「安・近・短」の範疇に入ってきたことが挙げられる。

よって、景気が本格的に回復傾向を示し、円高傾向が同時に進行するようになれば、旅行客の嗜好の変化から、海外シフトが起き、沖縄への入込みが減少する、といった悪い方のシナリオもこれからは心配しなければならないだろう。

高いリピーター割合

沖縄観光の特徴のひとつにリピーター割合が多いということが挙げられる。県観光リゾート局の旅客アンケート調査によれば、97年4月から1年間に沖縄を訪れた県外客のうち51.6%が2回目以上で、5回目以上も17.0%という結果が出ている。日本交通公社によると国民全体の4分の1が既に沖縄旅行を経験しているという。

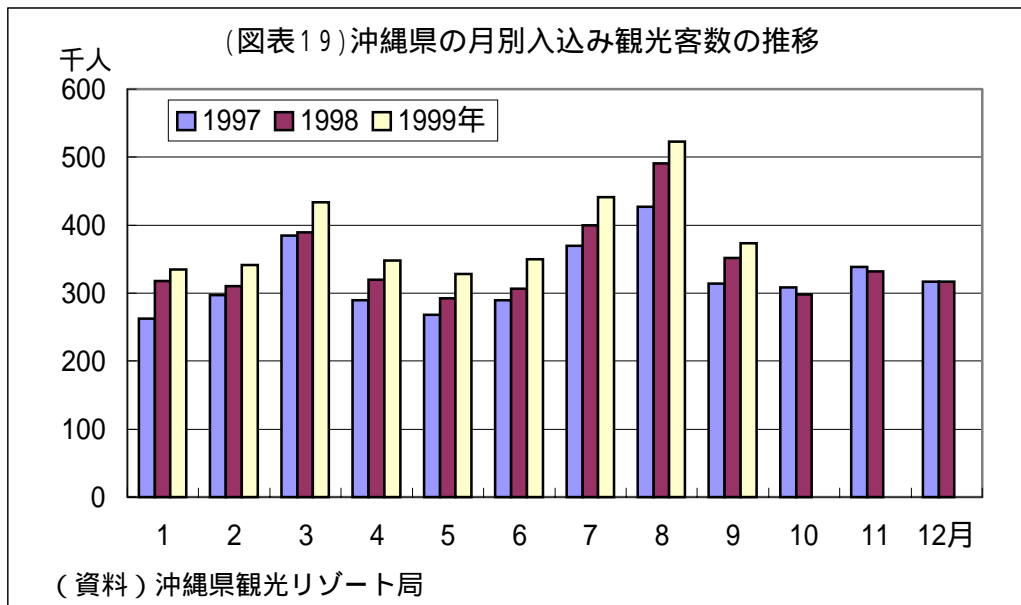
一方、リピーターの旅に対する要求は、より多様化し、専門化する傾向にある。従来のような大量消費型の旅行商品だけではリピーターの欲求を満たすことは難しいと思われ、旅行者の嗜好の変化を見極め、対応する旅行商品を開発することがますます重要になってきている。

シーズンによる繁閑の差が大きい

98年の月別の入込み客数を見ると、客数が最高であった8月と最低の5月では、人

数にしておよそ 20 万人もの開きがある（図表 19）。また、県観光リゾート局の年間月平均客数を 100 とした指数においても、8 月が 142.8、5 月が 85.0 とかなりの開きがあり、入込み客の平準化が沖縄観光の課題となっている。

また、滞在日数が比較的短いのも沖縄観光の特徴である。県のアンケート調査（98 年）によれば、一番多いのが 2 泊で全体の 46.1%、次に 3 泊が 31.6%と続いており、観光客の 8 割近くが 2～3 泊となっている。



一方、98 年に年間 22 万人の入込みのあった修学旅行は、3 泊の割合が全体のほぼ 6 割と滞在日数の長期化に貢献している。しかし、一部の見方では、県内への修学旅行の入込みはあと 2～3 年でピークアウトするとも言われており、それが現実になるとすると、修学旅行に代わるマーケットの開拓が急務となろう。

コンベンションは従来型観光の補完

以上のような沖縄観光の課題は、コンベンションを積極的に推進することによりある程度の改善が期待できる。観光が好調な今のうちに、コンベンションをはじめ、ウェルネス観光、エコツーリズムやグリーンツーリズム、ブルーツーリズムのような沖縄の自然・文化を活かした観光など、観光のすそ野を広げ、従来型観光の補完となるような次の手を打つ必要がある。

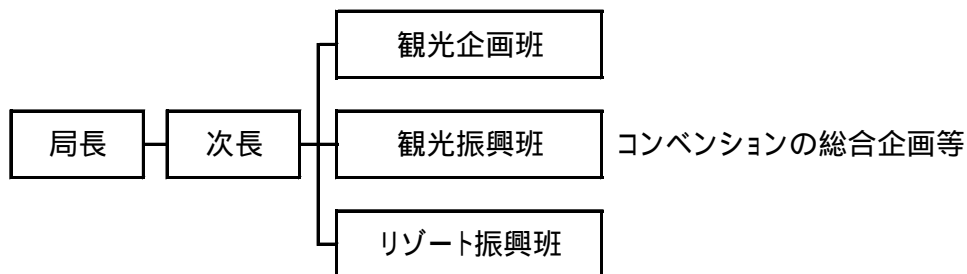
(2) 本県のコンベンションの現状

観光リゾート局と沖縄観光コンベンションビューロー

沖縄県では、商工労働部の観光リゾート局がコンベンションに関する総合企画部門を担当し、県の外郭団体である財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（OCVB）が企画の実施やコンベンションの誘致推進、コンベンション施設（沖縄コンベンションセンター）の管理・運営を担当している（図表 20～22）。OCVB は、観光リゾート局

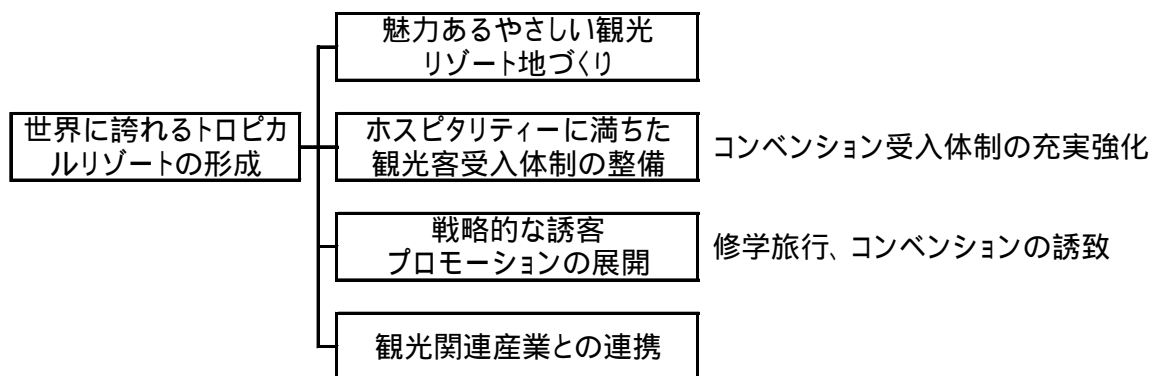
よりコンベンションの広報宣伝、誘致活動、調査研究、人材育成といった関連事業を一手に受託しており、実質的には観光リゾート局がコンベンション事業の予算を策定し、OCVB がコンベンション事業全般の推進を行うという体制となっている。

(図表20) 観光リゾート局の組織図とコンベンション関連の事務分掌



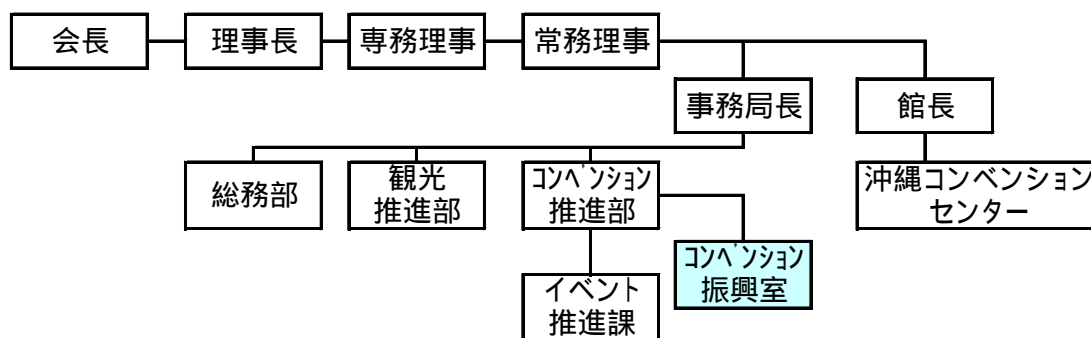
(資料)沖縄県観光リゾート局

(図表21) 平成11年度観光リゾート局重点施策の体系と主なコンベンション関連事業



(資料)沖縄県観光リゾート局

(図表22) 沖縄観光コンベンションビューローの組織図



(資料)沖縄観光コンベンションビューロー

OCVB のコンベンション調査報告書にも触れられているように、OCVB のコンベンション担当部署であるコンベンション振興室には 10 名の要員がいるが、直接採用職員は 3 人しかいない。よって、コンベンションに関する誘致や運営ノウハウが蓄積され

にくいという状況になっており、長期的な視野に立ち、直接採用の比率を高めることが必要となっている。

また、OCVB は旧沖縄県観光連盟や県観光開発公社などを統合した組織である。ただ、統合にあたっては、経済社会環境の変化に対応した組織機能の整備、事業の効率性などについての検討が不十分であった。結果として単なる組織統合に終わったきらいがあり、財政基盤の脆弱性、シンクタンク機能の弱さなどが目に付くようになっている。コンベンション誘致の中心的な推進機関である OCVB は、シンクタンク機能（情報、調査、企画）の強化、官民の役割分担の明確化、民間活力の活用を軸に組織基盤、機能の強化が課題となっている。

OCVB のコンベンション主催者への支援制度と支援実績

OCVB は物的支援として、コンベンション主催者にコンベンションの規模に応じて、空港歓迎看板、横断幕、花、コングレスバッグ、ガイドブックなどの支援を 30 万円相当を上限に提供している。98 年度は 95 件のコンベンションに対し物的支援を行った。これは全コンベンション件数の 46%となる。99 年度は実績も含め 102 件の物的支援を予定している。

OCVB は新たに 99 年度より、主に全国規模のコンベンションで県外参加者数が 1,000 人以上あるいは海外参加者が 10 人以上の国際コンベンションに対し、100 万円を上限に助成金を与える制度を新設している。

コンベンション関連業界の現状

98 年の 4 月に沖縄県コンベンション事業協同組合が設立され、本格的な PCO 組織が誕生した。このことは、沖縄県においてもコンベンションが産業としての広がりを見せはじめたことを意味しており、非常に意義深いことである。

設立には広告代理店業や映画・ビデオ制作業、ディスプレイ業、料理品小売、印刷、電気配線、花火卸売、物品賃貸、翻訳業者などの 11 の企業が参画し、既に国際会議では昨年 APEC エネルギー大臣会合（参加人員 560 人）や国内会議では 10 月に開催された中小企業団体全国大会（参加人員 5,000 人）などを共同受注しており、着実に実績を上げている。ほかにも数社の PCO が活動しており、コンベンション産業のすそ野が徐々に広がる状況にある。

コンベンション客受入れ側のホテル業界においても、海外においては一般的で、国内でも千葉や横浜で導入されているコンベンションレート（コンベンション主催者・参加者に対する割引室料）の設定など、業界としてのコンベンション推進への取り組みが期待される。

シンガポールで見られたように、県内においても OCVB が中心となりコンベンションの誘致活動を推進し、誘致したコンベンションを県内の PCO やホテル、供給業者といったコンベンション関連産業にスムーズにつなぐ体制を構築しなければならない。

コンベンション実績

OCVB によるコンベンション開催実績によると、98 年度の県内会議開催件数は前年比微増、県外参加者数は 7.1 万人で前年比 32.0% と大幅に伸びた（図表 23）。県外参加者数は過去 3 年間増加傾向にある。

内訳をみると、見本市・展示会への県外参加者が前年比 183.8%、人数にして 16,220 人と大幅増加しており、98 年度の県外参加者の増加は、ほとんどがこれによる増加だったことが分かる。

一方、98 年の国際会議開催件数は 30 件と前年に比べ大幅に伸びたが、参加人数は 9.9% の伸びにとどまった。このように、本県は、国内会議においては県外からの参加者数を増やしているが、国際会議に関しては件数の伸びはあったものの、参加人数はまだまだこれからといった状況にある。

（図表 23）沖縄県のコンベンション開催実績

	1996 年	1997 年	1998 年
県内会議開催件数	215	201	206
県外参加者	51,310	54,157	71,518
国際会議開催件数	5	11	30
外国人参加者数	83	736	809

（資料）OCVB。国際会議は JNTO。

施設概要

県内最大のコンベンション施設である沖縄コンベンションセンターは、1987 年に会議棟と展示棟、1990 年に劇場棟が供用開始されて以来、県内の大型コンベンションの会場として中心的な位置を占めてきた（図表 24）。OCVB の資料によると、98 年度の施設稼働率は、大会議室で 59.3%、展示場で 46.7% となっている。最近 5 年間の動きを見ると大会議室が 60% 前後、展示場が 50% 前後とほぼ横ばいで推移している。

沖縄コンベンションセンターの施設能力については、これまで、中小会議室、飲食施設、ビジネスセンター機能などの不足、空港からの道路混雑時のアクセスの悪さ、周辺宿泊施設、駐車場の不足などが言われてきたが、中小会議室の増築については予算化がなされており、施設能力向上による集客増が期待される。いずれにせよ、近い将来に現在のコンベンションセンターを上回る規模のコンベンション施設の新設がない限り、沖縄コンベンションセンターがこれからも県内コンベンションの中核として重要であることには変わりがない。よって、今回の増築を含めセンターの機能面での強化を今後も継続して図らなければならない。

来年完成するサミット会場の万国津梁館（国際友好会館）は、規模こそ大きくはないが、リゾートコンベンションというコンセプトで新たな顧客層にアピールすることが期待される。

(図表 24) 沖縄コンベンションセンター施設概要

施設	面積 (m ²)	収容人員 (人)
展示場	2,500	大会・集会 4,000
		イベント 3,500
大会議室	516	シアター型 500
		スクール型 250
中会議室	147	シアター型 100
		スクール型 60
小会議室 A	67	Uの字型 30
小会議室 B	48	Uの字型 30
劇場	8,849	1,709

(資料) 沖縄コンベンションセンターのパンフレットより

(3) 過去のコンベンション調査の概要

沖縄のコンベンション関連の調査はこれまでいくつか実施されているが、その中から ~ の調査報告書の一部概要を以下にまとめる。

沖縄開発庁「コンベンションを中核とした県勢振興調査報告書」(92年3月)

これからの沖縄のコンベンションが進むべき方向
<ul style="list-style-type: none"> ・ 東南アジアを対象とするコンベンション拠点 ・ リゾートと相乗効果をもつコンベンション拠点 ・ 島しょ性を生かしたコンベンション拠点 ・ 歴史・文化に根ざしたコンベンション拠点 ・ コンベンション・シティの形成
沖縄のコンベンションの改善点
航空輸送能力の拡大、航空運賃の低減化、国際航空路線の充実、コンベンション施設の拡充、会議場ネットワークの形成、コンベンションビューローの機能強化、コンベンションオーガナイザーの活用、コンベンション産業の融合化、情報システムの確立、コンベンションセンターへのアクセス道路及び駐車場の整備、公共交通機関の拡充、コンベンション都市としての機能強化及び景観育成、国家・国際機関の導入、大学・研究機関の活用など

沖縄観光コンベンションビューロー「沖縄県におけるコンベンション開催促進に関する調査報告書」(97年3月)

誘致戦略
<ul style="list-style-type: none"> ・ 潜在・顕在顧客のデータベース化 ・ 各種コンベンション関連団体への加盟 ・ 団体沖縄支部への誘致活動 ・ 沖縄独自の情報発信を通じた国際会議、大会、学会、国内会議の誘致 ・ ジャーナリストなどの関係者を沖縄へ招待するツアーの実施 ・ ビューローに各分野に人脈構築を図る長期専従を置く ・ コンベンション誘致・企画・運営のできるスペシャリストの養成

・ ボランティアバンクの創設
まとめ
<p>効果的なセールス</p> <p>自治体自らが先頭に立ちコンベンション誘致活動を推進することは、誘致効果を高め、さらに、コンベンションに対する県民や市民の理解も得られやすくする。さらに、コンベンション事業の推進に従事する実務担当者が誇りと責任を持って行動できる環境を形成する面でも効果的である。</p> <p>沖縄の香港・シンガポール化推進（一国二制度）</p> <p>沖縄全島または本島を特別法により国の「国際コンベンションアイランド」に指定し、コンベンション参加者ノービザ制度、コンベンション取引に対する非課税制度、自由貿易港化とフリートレードゾーンの指定などの施策をすすめる。</p> <p>大規模コンベンション・コンプレックスの建設</p> <p>現在の沖縄コンベンションセンターでは 1,000～1,500 人程度の会議規模が限界であるので、5,000 名規模の国際会議場を空港に近い那覇市に建設する。現在のコンベンションセンターはサテライト会議で使用する。全天候型ドームの建設も推進する。</p> <p>国際航空</p> <p>本県の国際化戦略を後押しするため、東南アジアの主要航空会社の沖縄乗り入れを積極的に推進する。</p> <p>人材育成</p> <p>沖縄観光コンベンションビューローのコンベンション振興室は、那覇市から 1 名、旅行会社と航空会社からの出向者が 6 名、直採職員 3 名の計 10 名で構成されており、中・長期的に考えると直採職員雇用増が求められる。また、ビューローとのパイプ役として県からの出向者を考慮する。直採職員を JCCB や PCO 等の外部機関へ一定期間派遣し、コンベンション・ノウハウの習得にあたらせるなどの人材養成を推進する。</p> <p>国際機関・団体のアジア連絡事務所・事務局の誘致促進</p> <p>国際熱帯木材機関（ITTO）を手始めに世界食糧計画（WFP）の誘致に成功し、各種国際会議の獲得競争を有利に展開する横浜市の例にならい、誘致を促進する。</p>
コンベンションの経済効果
間接的経済効果（生産誘発効果）は、直接的経済効果の 1.91 倍

運輸省「国際コンベンション都市形成推進調査報告書」（98年3月）

国際会議関連施設・機能等の整備計画の策定
<p>沖縄コンベンションセンター会議棟の中小会議室は 3 室で、国内外の施設に比べて少なく、誘致推進上の障害となっている。日本における国際会議の 9 割以上が、1,000 人未満であり、主会議場以外の利用室が 12 室程度あれば、500 人規模までの国際会議の約 9 割、1,000 人規模までの国際会議の約 8～9 割に対応が可能であるので、新たに 8 室程度の中小会議室棟を整備する。</p>
国際会議の誘致戦略
<p>人材の育成</p> <p>国際会議の誘致・開催で必要となる人的つながり、ノウハウを有する人材を育成するため、OJT に加え、国内外のコンベンションビューローの誘致担当職員によるセミナーの開催、沖縄観光コンベンションビューローの誘致担当職員の国内外の</p>

<p>コンベンションビューロー、国際観光振興会、PCO 等へ派遣する。また、語学力の向上も図る。</p> <p>誘致重点対象会議の選定</p> <p>沖縄の資源をテーマにした会議、沖縄に直行便のある地域を中心にアジアからの参加者が多い会議、沖縄にとって経済効果や宣伝効果の大きい会議、観光のオフシーズンに開催される会議を重点的に誘致する。</p>
<p>97 年度実施の国際会議誘致事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際会議誘致のシンポジウム開催（98 年 2 月：沖縄コンベンションセンター） ・ 国際会議のための宣伝会議（沖縄コンベンションフォーラム）開催（97 年 11 月：東京国際フォーラム） ・ 海外コンベンションメディアへの広告掲載（97 年 12 月～98 年 5 月に 4 回） ・ 海外コンベンションメディアの招請（97 年 10 月、98 年 2 月） ・ 海外宣伝パンフレット・ビデオの制作（98 年 3 月）
<p>沖縄コンベンションセンターの会議場新設計画（2000 年 6 月供用開始予定）</p>
<p>大会議場（304 人） 中会議場（102 人） 小会議場 5 室（49～63 人）</p>

以上のようにこれまでに著された調査報告書には、本県のコンベンションに関する課題と課題克服のための様々なアイデアが提示されている。一部については、沖縄コンベンションセンターの増築のように具体化し、関連予算 9 億円余が施設整備事業費として 99 年度に計上されているものもある。しかし、その他の多くの課題についてはまだ解決に至ってないものも多く、県や OCVB などの対応が待たれる。

5. 提言

コンベンションの最高峰ともいえる先進国首脳会議「九州・沖縄サミット」が来年本県にて開催される。周到に準備をすすめ、サミットを成功裏に終わらせることによって、沖縄が世界レベルのコンベンション開催地であるという事実が世界に知れわたることになる。同時にリゾート地としての魅力も世界有数であることを様々な機会をとらえて宣伝することも忘れないようにしたい。

サミット開催によって世界のコンベンション主催者やオーガナイザーの注目を集めることはできると思われるが、実際に沖縄でコンベンションを開いてもらうまでには、今から魅力的なパッケージを用意し、集中的なプロモーションを展開するなどかなりの努力が必要になるとと思われる。以下、沖縄県のコンベンションに対する施策を検証し、ポストサミットの目標を明確にするため、沖縄県のコンベンション誘致の具体的数値目標とコンベンションの成功を左右する人材育成などについて提案を致したい。

（1）観光施策

沖縄県は、1992 年度からスタートした第 3 次沖縄振興開発計画にあわせて同年 12

月に観光政策のマスタープランである沖縄県観光振興基本計画を策定した。計画は2001年度までの9年間にわたるもので、98年4月には、最終3年間のアクションプログラムとして観光振興計画後期行動計画（以下、後期計画）が策定されている。

後期計画によると、コンベンション関連では、重点施策の「ホスピタリティーに満ちた観光客受入体制の整備」の中で「沖縄観光コンベンションビューローの基盤強化」、「沖縄コンベンションセンターの整備充実」、「コンベンション受入体制の充実強化」の3つの事業が掲げられている。さらに重点施策「戦略的誘客プロモーションの展開」では「コンベンションの誘致・開催支援」と「スポーツコンベンションアイランド沖縄の推進」が挙げられている。観光客受入体制整備における最初の2つの中身は大部分がOCVBと沖縄コンベンションセンターの管理運営費補助であるので、残り3つが行政におけるコンベンション関連の主な具体的事業ということになる。

以下に後期計画の各事業と内容を一覧表にまとめてみた。これら事業のほとんどがOCVBによって実施される。比較のため、OCVBの99年度コンベンション振興事業を併記した。

（図表25）沖縄県のコンベンション関連の諸事業とOCVBのコンベンション振興事業

コンベンション受入体制の充実強化
国際会議観光都市との連携強化、関係業界等との連携、人材の育成、県内施設の把握、施設整備、啓蒙普及活動
コンベンションの誘致・開催支援
顧客管理システムの充実、マーケティング調査、セールス活動、広報・宣伝活動、JNTOとの連携、世界トレードショー参加、OCVB海外・県外事務所の活用
スポーツコンベンションアイランド沖縄の推進
情報収集活動、誘致活動、広報・宣伝活動、関係市町村との連携、施設整備要請、スポーツコンベンション推進協議会部会の活動強化
OCVBのコンベンション振興事業
コンベンション広報宣伝事業、コンベンション誘致活動事業、コンベンション調査研究事業、コンベンション人材育成事業、スポーツコンベンション推進事業、プロ野球教育リーグ事業

事業内容からも明らかなように、本県では、沖縄の温暖な気候を活かしてスポーツコンベンションの誘致が盛んであり、プロ野球のキャンプ誘致などにかなりの効果をあげている。一方、コンベンション誘致活動事業においては国際ミーティング・エキスポ（国際振興会主催）に出展するなど国内外の会議の誘致活動を行っているが、今後はポストサミットを見据え、国際会議誘致に焦点をあてたプロモーション事業を集中的に展開する必要がある。

（2）予算の確保

次に99年度の県の観光関連予算を見ると、おもにサミット準備関連費の伸び（国際友好会館建設事業に約21億円）などにより、前年度に比べ3倍近くの47億円とな

った。比較する年度は違うが、96年度の観光総消費額の県内総生産に対する貢献度(県内総生産に占める割合)はおよそ11.3%あり、さらに、県外受取の構成で見ると、観光収入が県外受取の17.1%を占めている。このことを考えると観光関連の予算は今のままでいいのかという議論がもっとあるべきである。

(図表 26) 沖縄県とシンガポールの観光予算額比較

	沖縄県(96年度)	シンガポール(98年)
GDP(名目)	3兆3528億円	10兆9866億円
観光総消費額	3795億円	3458億円
対GDP貢献度	11.3%	3.14%
観光予算額	47億円(99年度)	77億円

(資料) 沖縄県観光リゾート局

(注) 為替レートは98年平均レート $\$1 = ¥77.1$

単純な比較だが、シンガポールは観光総消費額の対GDP貢献度は3.1%ながら観光予算額は77億円となっている(図表26)。本格的に観光立県を目指すには、将来的にはシンガポールのセス税のような観光目的税制度の導入も検討されるべきである。

(3) 人材の育成

コンベンション専門の人材を育成するという観点から、シンガポールや米国といったコンベンション先進地へ人材を派遣する。派遣人員は、OCVBから1~2名とし、民間からはコンベンション運営の中核的な役割を果たすプロフェッショナル・コンベンション・オーガナイザー(PCO: 会議運営専門業者)を若干名、適当な養成プログラムへ派遣する。PCOはコンベンションの企画・立案から、実際の準備・運営業務を一手に引き受ける専門家であり、コンベンション成功のカギを握っている。さらに、コンベンション専門のホテル従業員の養成も県などが補助して行う必要がある。

また、国際コンベンションの円滑な運営には外国語つまりは英語が堪能である必要があるため、半年以上の長期研修を英語の話されている地域で行うことにより、語学のプロも同時に養成する。沖縄県人材育成財団のような留学制度にコンベンション養成プログラムを新設するなどして対応を図るのも一案である。

(4) 目標の設定

観光リゾート産業の県経済にとっての重要性や方向性を明確にするため、また、現在の沖縄観光の抱える課題の解決に向け、コンベンション産業を推進することとし、次の2つの具体的な数値目標を掲げる。その上で観光リゾート局と沖縄観光コンベンションビューローが一体となり、コンベンション関連業界と連携を密にし、目標を達成すべく全力を挙げる。

国際コンベンションの開催目標

2003年までに国際会議開催件数を98年の3倍の100件に増やし、都市別ランキング（JNT0基準）において国内のトップ10入りを目指す（図表27）。

（図表27）97、98年国際会議の都市別開催状況（カッコ内は開催件数）

98年都市別開催状況		97年都市別開催状況	
東京（436）	福岡（191）	東京（344）	神戸（170）
大阪（224）	横浜（121）	大阪（197）	横浜（100）
神戸（213）	千里（115）	名古屋（196）	千里（90）
京都（198）	札幌（95）	京都（195）	札幌（84）
名古屋（194）	広島（74）	福岡（188）	広島（74）
	番外 沖縄（30）		番外 沖縄（11）

（資料）国際観光振興会「1998年コンベンション統計」

その際、ポストサミットキャンペーンとして、JNT0基準を満たす国際会議については、歓迎プログラムの無料提供、設備の無償利用、無料のバスツアー、ギフトの提供、宿泊料金の割引など思い切ったパッケージを用意し誘致活動を推進する。

首脳級会議の招致

2003年までにAPEC首脳会議を招致する。その後、数年に1度、APECやASEM（アジア欧州首脳会議）のような国際首脳級会議の開催を目標にする。このような首脳級会議開催には政府レベルの協力が必要となるため、今から政府への働きかけを行う。

会場には沖縄サミット会場の万国津梁館（国際友好会館）をあてる。以下に今年APEC蔵相会議の開かれたマレーシアのランカウイ島のリゾートホテルと万国津梁館の施設比較を行うが、万国津梁館は、APECのような20カ国にのぼる首脳が参加する国際会議であっても隣接の民間リゾートホテルの施設を活用すれば十分対応可能と思われる。

（図表28）万国津梁館（国際友好会館）の施設概要

施設名	施設	面積（㎡）	備考
会議棟	会議室	441	同時通訳室（6.5㎡×4室）
	舞台	91	
ラウンジ棟	ライブラリーラウンジ	180	事務室 11㎡
レセプション棟	レセプションホール	144	事務所 36㎡
	貴賓室	40	
宿泊棟	コテージ 15～6室	44	居間＋ベッドルーム
ホテル	客室数 334		ザ・ブセナテラスビーチリゾート

（資料）万国津梁館パンフレットほか

(図表 29) ベルジャヤ・ランカウイ・ビーチ・アンド・スパ・リゾートの施設概要

施設	面積 (㎡)	収容人員 (人)	備考
大会議室	800	シアター形式 600 スクール形式 450	2分割可
会議室 12室	40~97	シアター形式 15~62 スクール形式 12~48	
ホテル機能 プレジデンシャル・スイート エグゼクティブ・スイート ジュニア・スイート ヴィラ 他にシャレー形式の普通客室		5棟 10棟 10棟 1棟 多数	ヴィラとスイートは APEC 蔵相会議の際の宿泊施設となった。

(資料) ベルジャヤ・ランカウイ・ビーチ・アンド・スパ・リゾートパンフレットより

6. さいごに

今回のシンガポール、マレーシア調査を通して感じることは、沖縄がポストサミットに向け、いかに明確な戦略を打ち出せるか、ということに行き着くと思う。沖縄県は観光を沖縄経済自立化のための柱のひとつとして位置づけているが、現時点ではサミット後の具体的目標はまだ見えてこないという印象を受ける。

本県のコンベンションに関する調査は、これまでに沖縄開発庁の「コンベンションを中核とした県勢振興調査報告書(92年3月)」や沖縄観光コンベンションビューローの「沖縄県におけるコンベンション開催促進に関する調査報告書(97年3月)」、最近では運輸省の「国際コンベンション都市形成推進調査(98年3月)」などすでに数多く実施されている。

これらの報告書に目を通すと、コンベンションに関する課題や問題点、あるいはこれら課題克服へのアイデアが既に提示されていることが分かる。あとは沖縄県が具体的なアクションプランを立て、実行に移すことである。そのためには、沖縄のこれからの観光全般の在り方を含め、観光予算規模、推進体制などをもう一度見直し、コンベンションなど観光行政に対するスタンスをはっきりさせる必要がある。

シンガポールをはじめとする世界に冠たる観光地は、空港を降り立ち、目抜き通りを歩いて目的地に到着するまで、道路にはごみや空き缶などは見受けられず、側には街路樹や草花が植えられ、街の景観がきれいに保全されているものである。

県内でもさまざまなボランティア活動をはじめとし、美化に対する意識は高まっており緑化のレベルも向上しているが、世界の観光地と比べるとまだ満足なレベルに達しているとは言い難い。来年のサミットに向け、今こそ沖縄観光コンベンションビューローが核となり、長期的な展望のもとに行政組織や関連団体との連携を密にしながら、かつてのクリーン・グリーン・グレイシャス運動のような市民レベルの緑化運動を再構築する絶好の機会である。

(久高 豊)

現地視察・調査日程

期間：		
平成11年9月12日(日)～9月18日(土)		
視察・取材先		
シンガポール		
9月13日(月): シンガポール・エキシビション・コンベンション ビューロー (S E C B)		
: 国家公園局 (National Parks Board)		
9月14日(火): シンガポール国際コンベンション・エキシビション センター (S I C E C)		
マレーシア		
9月15日(水): ベルジャヤ・ランカウイ・ビーチ・スパ・リゾート		
: ランカウイ地区開発局 (Langkawi Development Authority)		
9月16日(木): プトラ世界貿易センター (P W T C)		
9月17日(金): マルチメディア開発会社		
: マインズ・リゾート・シティー		
調査メンバー		
琉球銀行	調査部長	下地 玄康
	調査部調査役	久高 豊
沖縄タイムス社	経営企画室長	城間 辰彦
	編集局政経部記者	町田 かなえ

参考文献一覧

- ・ 国際観光振興会 (JNTO) 「1998 年コンベンション統計」(1999 年 8 月)
- ・ 田部井正次郎 「コンベンション」サイマル出版会 (1997 年 6 月)
- ・ 自治体国際化協会シンガポール事務所 「シンガポールの産業政策」(1998 年)
- ・ Singapore Tourism Board 「Singapore Annual Report on Tourism Statistics 1998」(1999)
- ・ Singapore Tourism Board 「Statistics on the Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions Industry in Singapore 1997」(November 1998)
- ・ Singapore Department of Statistics 「Yearbook of Statistics, 1998」(May 1999)
- ・ Singapore Tourism Board 「Year Book 1997/1998」
- ・ Singapore Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers 「SACEOS Directory 1998」
- ・ Singapore National Parks Board 「Annual Report 1997/1998」
- ・ 沖縄県商工労働部観光リゾート局 「観光要覧 (1998 年版)」(1999 年 7 月)
- ・ 沖縄開発庁沖縄総合事務局総務部調査企画課 「コンベンションを中核とした県勢振興調査報告書」(92 年 3 月)
- ・ 沖縄観光コンベンションビューロー 「沖縄県におけるコンベンション開催促進に関する調査報告書」(97 年 3 月)
- ・ 運輸省運輸政策局観光部 「国際コンベンション都市形成推進調査調査報告書」(98 年 3 月)