
平成 26 年度
コンベンション開催動向調査事業

< 報告書 >

平成 27 年 2 月

周 南 市

(事業委託先: 中央開発株式会社)

～ 目 次 ～

■ 調査概要 ■	1
1. コンベンション主催者のニーズ分析調査	3
1-1 調査概要	3
1-2 調査結果	10
2. コンベンション実態調査	22
2-1 調査概要	22
2-2 調査結果	25
3. 市の現状分析	38
4. 誘致戦略の方向性の整理	42
4-1 周南市におけるコンベンションの分類と誘致ターゲット	42
4-2 誘致戦略	45
4-3 効果的なアプローチ	47
4-4 市の強みや優位性による差別化や独自性からみたアピールポイント	49
4-5 誘致活動の強化策	52
5. 市の特性を活かした魅力ある誘致提案メニュー	55
5-1 スポーツ大会向けプロモーション・ツール	56
5-2 ビジネス大会向けプロモーション・ツール	61

■ 調査概要 ■

< 背景及び目的 >

周南市では、コンベンションの定義を「各種大会、企業や学会等の会議、研修会、講演会、展示会など」と広義に捉え、コンベンションの誘致・開催により、交流人口の増加を通じて、地域経済の活性化や賑わいの創出を図ることを目的として、平成 24 年度から「周南コンベンションシティの推進」に積極的に取り組んでいる。

これまで、コンベンション開催補助金の創設やノベルティグッズ等の作成をはじめとした開催支援メニューの充実を図るとともに、コンベンション参加者への観光パンフレット等の提供、コンベンション会場における特産品販売等のおもてなし対応、受入体制の強化を行ってきた。

平成 26 年度は、コンベンション主催者等のニーズ分析や実態調査を行うとともに、一般財団法人周南観光コンベンション協会をはじめとした関係団体と連携し、官民一体となってコンベンション誘致に向けた取組を重点的に実施する。

このような中、本調査事業は、コンベンション誘致に向けた基礎情報の収集と効果的な誘致活動を行うための誘致戦略の方向性、提案メニューを定めることを目的とし、コンベンション主催者のニーズ分析及び実態調査について、下図の実施フローに従って行った。

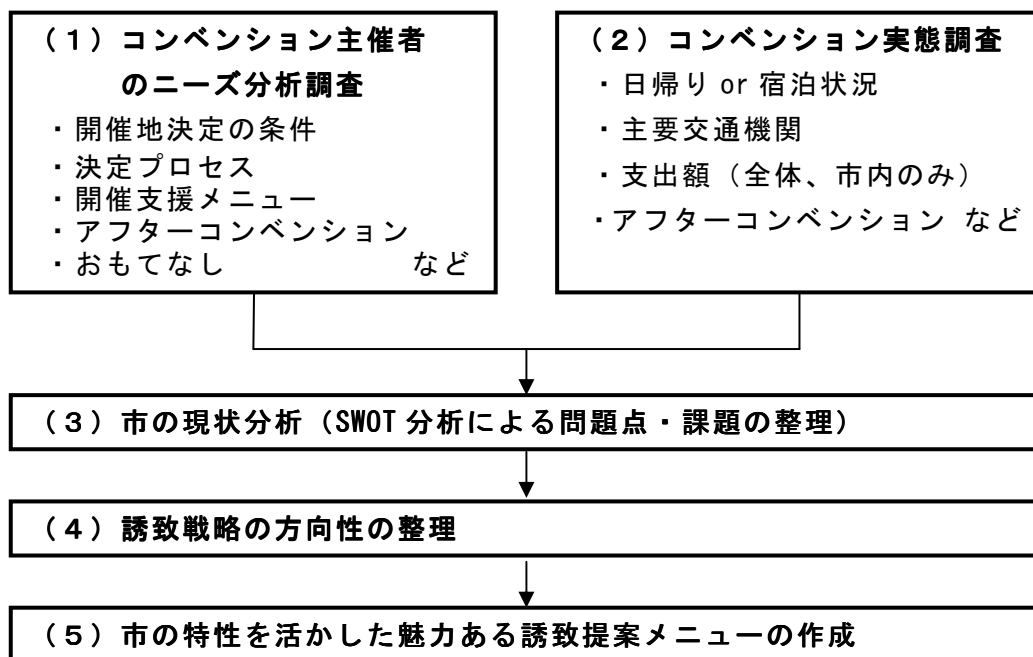


図 業務実施フロー

< 参考：コンベンションの開催効果 >

コンベンションの開催による効果は、買物、食事、宿泊等の経済的な効果にとどまらず、参加者と地域の交流等による賑わいと活気の創出、都市イメージの向上など、社会的な効果も大きく、その効果は広範囲に及びます。

また、コンベンションの誘致は、総じてプロモーション効果が高いことから、マスメディア等を通じて市の知名度の向上にも繋がり、シティーセールスの面でも高い効果があります。

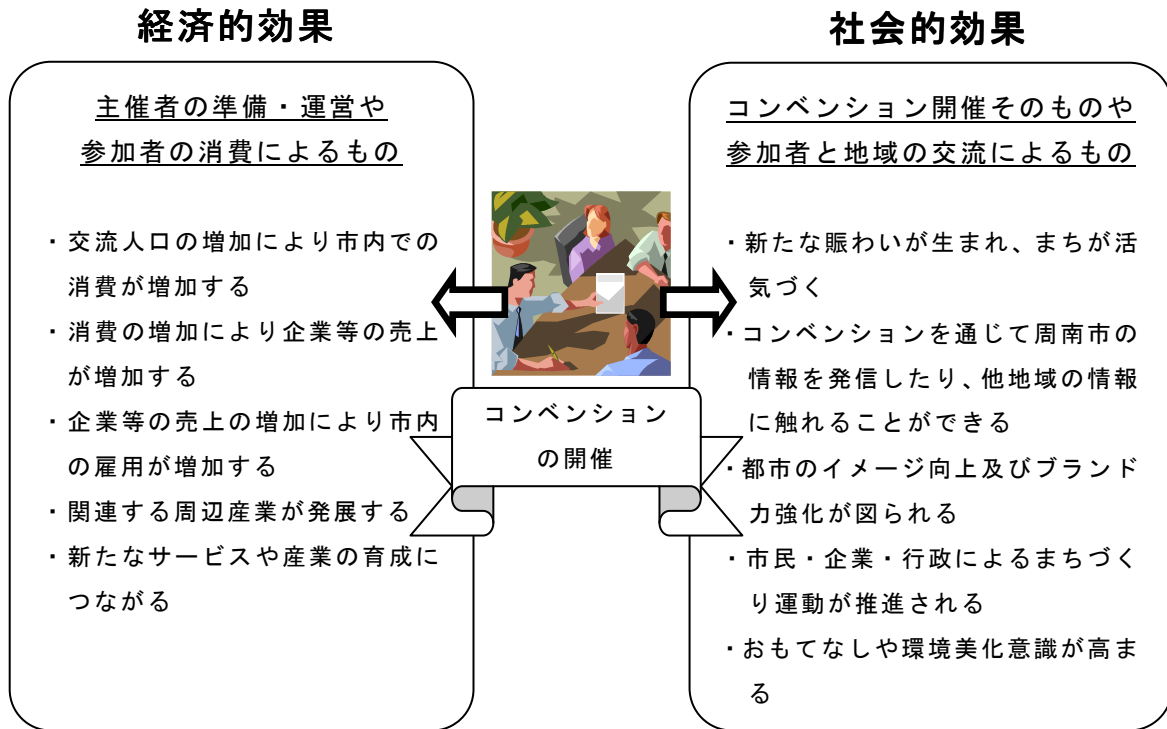


図 コンベンションの開催効果

この経済的効果の例として、平成 26 年度に周南市内で開催されたコンベンションの経済波及効果を試算してみたところ、以下のような結果となった。

表 平成 26 年度に周南市内で開催されたコンベンションの経済波及効果

名称	主催等	期間	参加者数 (人)	経済波及効果 (万円)	税収効果 (万円)
第66回都市計画全国大会・全国都市計画担当課長会議	公益財団法人都市計画協会、国土交通省	H26年10月29日～31日	800	5,030	390
第6回中国大学バスケットボール新人大会	中国大学バスケットボール連盟	H26年6月13日～6月15日	1,300	3,700	300

※観光庁 MICE 開催による経済波及効果測定モデルを使用

※経済波及効果・・・コンベンションが開催されたことによる直接効果、第一次効果、第二次効果の合計

1. コンベンション主催者のニーズ分析調査

本調査は、コンベンションの開催場所の決定プロセスや開催地への期待、ニーズなど、主催者側の意向を把握することを目的として実施した。

具体的には、市が調査対象に選定した首都圏等の主催者に対して、アンケート調査の実施や電話等によるヒアリング調査を行った。

1-1 調査概要

ア 調査対象 : 次の項目を参考に周南市が選定

① 中国大会以上の規模のコンベンション

② スポーツ系、ビジネス系※それぞれ 10 件ずつ

※ビジネス系は、企業や学会の会議、業界団体等の総会や定期大会、研究発表会
研修会、展示会、商談会など幅広い概念で捉えている。

③ 周南市が誘致ターゲットとしている参加者 300 人～1000 人

④ 東京近辺に事務局等が所在

⑤ 地方都市での開催が可能

⑥ 周南市内での開催実績のある主催者に限定しない

イ 数 量 : 20 件（スポーツ系 10 件、ビジネス系 10 件）

ウ 方 法 :

① アンケート調査票を対象主催者に送付

② 調査票の到着確認及び協力依頼のため架電

※状況に応じて②→①の順序でも実施

③ 1) 調査票を F A X にて回収

2) 初回電話時に調査票をベースに聞き取り

3) 必要に応じて訪問してヒアリング調査

4) 回答拒否の場合、その理由の聞き取り

④ 実施期間 : 第一期 9 月中旬～10 月下旬
第二期 11 月上旬～12 月中旬

エ 内 容 : 調査票は下記項目に従って作成したが、回答者の負担に配慮し、
A3 両面（A4 で 4 枚）以内とし、次の項目について調査した。

① 開催地決定の条件

② 意思決定（開催地、時期等）のプロセス

③ 必要な開催支援メニューの内容

④ 望ましいアフターコンベンションの内容

⑤ 求められるおもてなし対応

⑥ その他コンベンション開催に必要な事項

表 1-1 調査対象 依頼・回収リスト

スポーツ系コンベンション		
コンベンション名	団体名	回収
全日本綱引フェスティバル	日本綱引連盟	○
第__回フットボールカンファレンス	日本サッカー協会	○
全国レディス交歓大会	日本グラウンド・ゴルフ協会	
キンボールスポーツジャパンオープン・フレンドリーカップ	日本キンボールスポーツ連盟	○
全国FD指導者講習会	日本フォークダンス連盟	○
高松宮記念杯第__回全日本社会人ハンドボール選手権大会	日本ハンドボール協会	○
日本卓球リーグ	日本卓球リーグ実業団連盟	○
日本少年少女オープンヨット大会	ジュニアヨットクラブ連盟	
第__回全日本登山体育大会	日本山岳協会	
全日本社会人ゲートボール大会	日本ゲートボール連合	○
ビジネス系コンベンション		
コンベンション名	団体名	回収
紙パルプ技術協会年次大会	紙パルプ技術協会	○
日本アフェレシス学会学術集会	日本アフェレシス学会	
学術大会	日本地質学会	○
友の会全国大会	日本絵手紙協会	○
歴史教育者協議会 全国大会	歴史教育者協議会	
計算力学講演会	日本機械学会計算力学部門	
日本小児整形外科学会	日本小児整形外科学会	
マスコミ倫理懇談会全国大会	マスコミ倫理懇談会全国協議会	
全国高等学校生徒商業研究発表大会	全国商業高等学校長協会	○
全国酪農青年女性酪農発表大会	全国酪農業協同組合連合会	○

【選定基準】

- ・中国大会以上の規模のコンベンション
- ・スポーツ系、ビジネス系を等分に設定
- ・周南市が誘致ターゲットとする参加者300人～1000人
- ・所在地が東京近辺
- ・地方都市での開催があり得る
- ・周南市内での開催実績のある主催者に限定しない

2014 年 9 月 17 日

●●●●大会事務局 御中

「コンベンション主催者のニーズ・実態調査」へのご協力をお願い

拝啓 時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、現在、中央開発株式会社では、コンベンションの誘致、開催に積極的に取り組んでいる山口県周南市より委託を受け、「コンベンション開催動向調査事業」を実施しております。具体的には、今回ご依頼する「コンベンション主催者のニーズ・実態調査」を行うとともに、別途、周南市を実際に訪れるコンベンション参加者に対してアンケート調査も実施します。

つきましては、唐突なお願いごとで恐縮ですが、調査票を同封いたしますので、ご協力、ご回答のほど、よろしくお願いいたします。

調査内容は、各種大会等の開催地決定の条件、ニーズ、あるいは決定の経緯などをお聞きしており、事務局等の立場として可能な範囲でお答えいただけると幸いです。

なお、調査票はそのまま FAX にて回収させていただく方式となっておりますが、直接お伺いし、お話しをお聞きする方が良い場合などは日程調整後、訪問させていただきます。

また、メールでの回答をご希望の場合は、Word で作成した調査票をお送りしますので、ご連絡ください。

本アンケート調査の回答〆切は、10 月 3 日(金)です。

ご回答後、下記問合せ先の FAX、あるいはPDFにて下記メールアドレスに添付の上、ご返送いただけると幸いです。郵送でも結構です。

ご多忙のところ、急なお願いで恐縮ですが、何卒、ご協力のほど、よろしくお願いいたします。

敬具

【お問い合わせ先】

■本調査に関すること

中央開発株式会社 社会開発部

〒332-0035 埼玉県川口市西青木3-4-2

TEL 048-259-6313 FAX 048-259-6315

メール syakai@ckcnet.co.jp

■事業全体に関すること

周南市 地域振興部 観光交流課

コンベンション・国際交流推進担当

TEL 0834-22-8372

図 1-1 調査依頼文（アンケート調査票の送付時に同封）

問2 貴団体が大会等を開催するに至った経緯について、「いつ、誰が、どのように開催地を決めるのか」といった“決定プロセス”等についてご回答ください。

問2 1 開催地を検討し始めるのは、開催日の約何カ月前ですか？ ・ 約 _____ ヶ月前

問2 2 開催地を決定するのは、開催日の約何カ月前ですか？ ・ 約 _____ カ月前

開催地は、だれが、どのように決定しますか？ 以下の質問により、開催地の決定プロセスを教えてください。例えば、「実行委員会のメンバーが候補地を選考し、多数決後、理事会で決議」、あるいは「旅行会社からの提案後、会長が決定」、「開催地の地元関係者からの自薦後、運営委員会で多数決」など。

問2 3 開催地を選定、決定する際、ルールや配慮事項がありますか？ 当てはまるものを全てお選びいただき、その他の事項もあればご記入ください。

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1. 近年の開催地との隣接や重複は避ける | 2. “持ち回り（順番）”ルールがある |
| 3. 立候補制 | 4. 特に無い |
| 5. その他（ _____ ） | |

問2 4 開催地の候補は誰が推薦、選定しましたか？ 当てはまるものを1つ、お選びください。

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. 実行委員会や事務局メンバーが候補地を推薦 | 2. 旅行会社からの提案 |
| 3. 開催地関係者からの自薦 | 4. 今回開催地の関係者が次回候補地を提案 |
| 5. その他（ _____ ） | |

問2-5 開催地を最終的に決定するのは誰ですか？ 当てはまるものを1つ、お選びください。

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| 1. 会長や理事長などの代表者に一任 | 2. 実行委員会や事務局等の決議（多数決） |
| 3. 会員やメンバー全員の投票 | 4. 今回開催地の関係者が次回開催地を指名 |
| 5. その他（ _____ ） | |

問2-6 開催地の“決定プロセス”において、上記のような設問や選択肢に当てはまらない場合については、貴団体の開催地決定プロセスについて概略をご記入ください。

図 1-3 主催者へのアンケート調査票②

問3. 貴団体の大会等を開催する場合、必要な開催支援メニューとしてどのようなものがありますか？ 下記より望ましい項目をお選びいただき、順位を付けて5位まで回答欄にご記入ください。また、その理由等もあればご記入ください。

【開催支援メニュー（選択肢）】

- | | | |
|-----------------------|---------------------------|------------------|
| 1. 会場の紹介 | 2. 開催費等の補助 | 3. 受付や誘導等の人的支援 |
| 4. 機器、機材、装飾品、備品の支援 | 5. 駅や空港などの主要な交通拠点からの送迎支援 | |
| 6. 設営や印刷、製作等の関連事業者の紹介 | 7. 手話や通訳、速記等の手配支援 | |
| 8. 宿泊施設のあっ旋、紹介 | 9. 食事関係のあっ旋、紹介 | |
| 10. 飲食街や商店街の割引クーポン | 11. 観光情報の提供 | 12. 記念品や土産品等の提供 |
| 13. 地元の人々との交流 | 14. 警備などの安全面の確保 | 15. 必要な許認可申請等の支援 |
| 16. 歓迎看板やのぼりの設置 | 17. プレスリリースなどの広報活動の支援 | |
| 18. 市の後援名義等の行政機関との調整 | 19. ユニークベニュー*など、独自の企画、特別感 | |
| 20. その他（ | | ） |

*ユニークベニューとは：歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

1 位	2 位	3 位		4 位		5 位
【上記順位の理由】						

問4 貴団体の大会等の終了後、オプションの企画として、主催者として参加者にお薦めする際に相応しいアフターコンベンション（※）の内容を下記項目よりお選びいただき、順位を付けて5位まで回答欄にご記入ください。また、その理由等もあればご記入ください。

※アフターコンベンションとは：コンベンションの後の催しや懇親会のこと。

【アフターコンベンション・メニュー（選択肢）】

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. 開催地近辺でのパーティーや食事 | 2. 開催地近辺での観光や温泉、各種体験 |
| 3. 開催地近辺での散策や買い物 | 4. 開催地近辺の関連施設見学・訪問 |
| 5. 開催地の人々との交流 | 6. 周辺有名観光地でのパーティーや食事 |
| 7. 周辺有名観光地への観光や温泉、体験 | 8. 周辺有名観光地での散策や買い物 |
| 9. 有名観光地間の周遊 | 10. その他（ |
| | ） |

1 位	2 位	3 位		4 位		5 位
【上記順位の理由】						

図 1-4 主催者へのアンケート調査票③

問5 コンベンションを誘致する場合、「おもてなしが重要」と言われますが、貴団体の大会等を開催するにあたって、開催地に求める「おもてなし」を下記項目よりお選びいただき、順位を付けて5位まで回答欄にご記入ください。また、その理由、あるいは理想や希望などもご自由にご記入ください。

【おもてなし項目（選択肢）】

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. 歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード | 2. 地元関係者等のお出迎え、お見送り |
| 3. 歓迎会（歓迎の挨拶）等の実施 | 4. 市長等からの歓迎メッセージ |
| 5. 会場での観光情報コーナーの設置 | 6. 会場での土産品販売コーナーの設置 |
| 7. 会場での伝統芸能などの実演 | 8. 地元の地域性のある食事（懇親会の食事や弁当など） |
| 9. 飲食や土産などの買い物割引クーポン | 10. 地元企業や団体等への表敬訪問、視察等の受入 |
| 11. 観光パンフレット等での情報提供 | 12. 紙バッグやボールペン等のオリジナルグッズの提供 |
| 13. 会場や施設、機器、機材等の手配協力 | 14. 施設周辺や沿道等の花壇や植栽による環境づくり |
| 15. ホームステイの受入 | 16. 緊急時の対応や体制 |
| 17. 現地視察先のアレンジ | |
| 18. その他（ | ） |

1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
【上記順位の理由、あるいは理想や希望】				

問6 その他、貴団体の大会等を開催するにあたって必要事項、特殊事情などがあればご記入ください。

--

問7 今回、周南市のコンベンションに関するご案内もお送りしましたが、そのパンフレットをご覧いただいた上での感想、あるいは貴団体の大会等を周南市で開催する場合の可能性、問題点、課題、確認事項などがあればご記入ください。または、その他の自由なご意見、ご示唆をいただくと幸いです。

--

問8 最後に、今後、貴団体の大会等の開催を検討するに当たり、周南市からのご案内を希望しますか？

1. 希望する（後日、周南市担当者からご連絡させていただきます） 2. 希望しない

～ ご協力ありがとうございました。～
お手数をお掛けしますが、本調査票をそのままFAXにてお送りください。

図 1-5 主催者へのアンケート調査票④

1-2 調査結果

コンベンション主催者に対してニーズ分析調査を行った結果、調査対象 20 件に対して回収数 12 件、回収率 60%であった。

(1) 回答団体について

回収した 12 件の回答結果は表 1-2 のとおりである。件数が少ないことから量的データとしての解釈のみに頼りすぎるのではなく、代表的な意見として捉えることが望ましい。

一方、主催者としての傾向を把握することも重要であることから、コンベンションの内容等により、スポーツ系（7 件）、ビジネス系（5 件）に大別して回答結果を整理した。

表 1-2 回答いただいた団体

スポーツ系コンベンション	
コンベンション名	団体名
全日本綱引フェスティバル	日本綱引連盟
第 回フットボールカンファレンス	日本サッカー協会
キンボールスポーツジャパンオープン・フレンドリーカップ	日本キンボールスポーツ連盟
全国FD指導者講習会	日本フォークダンス連盟
高松宮記念杯第 回全日本社会人ハンドボール選手権大会	日本ハンドボール協会
日本卓球リーグ	日本卓球リーグ実業団連盟
全日本社会人ゲートボール大会	日本ゲートボール連合
ビジネス系コンベンション	
コンベンション名	団体名
紙パルプ技術協会年次大会	紙パルプ技術協会
学術大会	日本地質学会
友の会全国大会	日本絵手紙協会
全国高等学校生徒商業研究発表大会	全国商業高等学校長協会
全国酪農青年女性酪農発表大会	全国酪農業協同組合連合会

(2) 開催地決定の条件

- ・大会等を開催するにあたり、開催地を決定する条件として重視している項目を調査した結果、図 1-6 のとおり、スポーツ系、ビジネス系ともに「適切な施設」「交通の利便性が良い」「宿泊の確保が容易」の 3 項目が多かった。
- ・次いで、「地元からの引き受けの要望がある」といったこともスポーツ系、ビジネス系ともに半数程度となっている。
- ・スポーツ系では「安全性」や「開催支援のための補助」、ビジネス系では「開催地や周辺の観光の充実度」や「開催地の知名度」といった項目が選ばれており、これらはコンベンションのタイプ別の傾向と捉えることができる。
- ・一方、「宿泊施設のグレード」や「食事の対応能力」、「機材や支援スタッフの確保」、「開催地の記念品や土産の無料提供」等は、今回の結果からはそれほど重要視されていないものと判断できるが、回答団体以外からの要望等が想定される項目であることから、適宜、想定・検討しておくことが望ましい。
- ・団体別の順位では表 1-3 のとおり、スポーツ系、ビジネス系ともに「交通の利便性が良い」「適切な施設」「宿泊の確保が容易」といった項目が概ね 3 位以内に位置しており、この結果からも“コンベンション開催地決定に向けた 3 大要素”と捉えることができる。

- ・「地元からの要望」については、12 団体中 4 団体が 1 位としており、交通や施設、宿泊といったハード面のみではなく、“地元のやる気” “意気込み” “熱意” といった側面も開催地決定には必要な要素と捉えることができる。

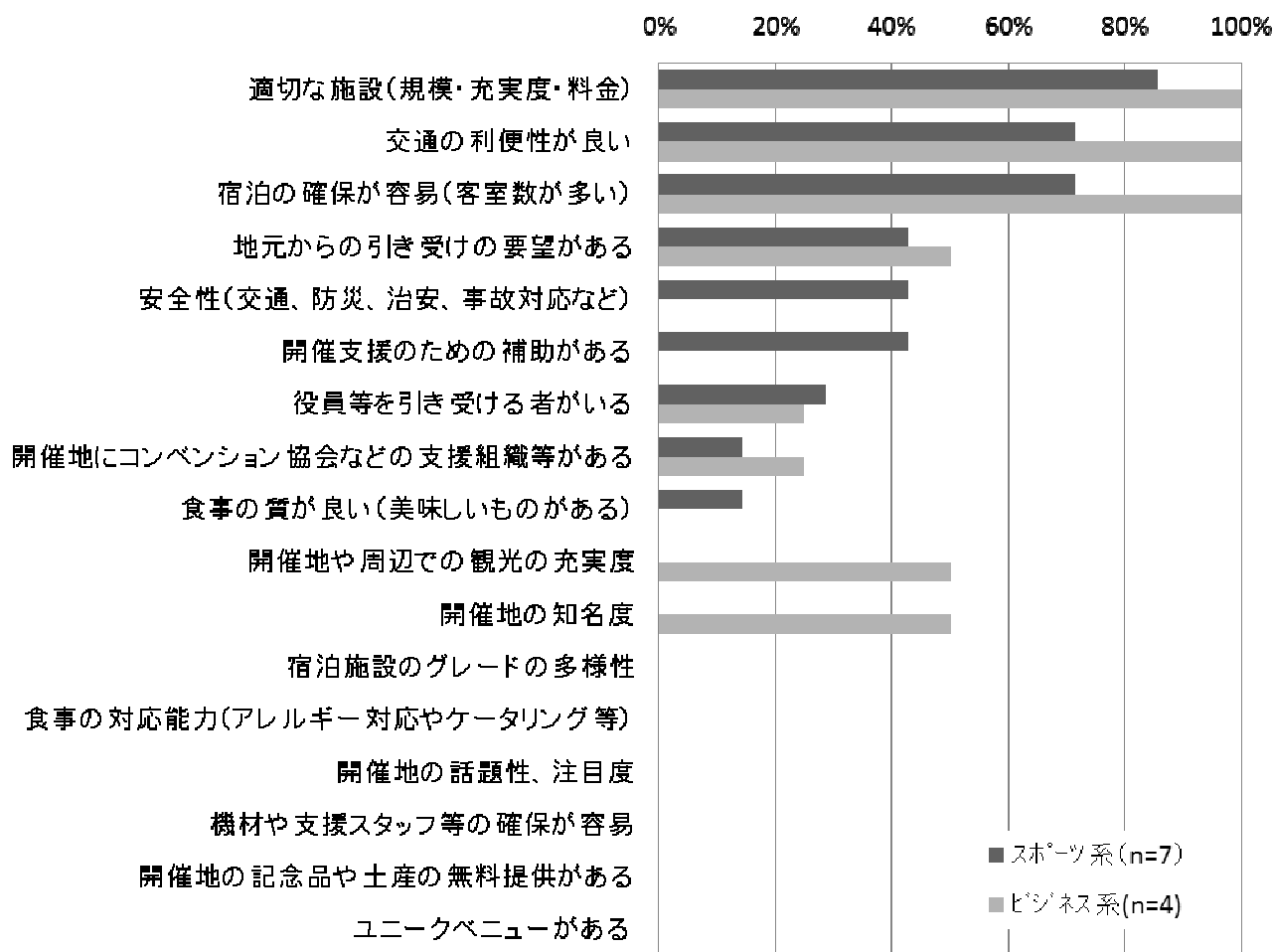


図1-6 開催地を決定する際に重視すること（複数回答）

表1-3 開催地を決定する際に重視すること（順位）

分類	規模	1位	2位	3位	4位	5位
スポーツ系	1500	適切な施設	交通の利便性	地元に関係者	安全性	
	1000	交通の利便性	宿泊の確保	開催支援補助	その他	
	800	地元からの要望	適切な施設			
	600	交通の利便性	宿泊の確保	適切な施設	食事の質	開催支援補助
	600	適切な施設	交通の利便性	宿泊の確保	地元からの要望	安全性
	500	適切な施設	支援組織	宿泊の確保	交通の利便性	地元に関係者
	300	地元からの要望	安全性	宿泊の確保	適切な施設	開催支援補助
ビジネス系	900	適切な施設	交通の利便性	宿泊の確保	観光の充実	支援組織
	900	地元からの要望	地元に関係者	適切な施設	交通の利便性	宿泊の確保
	800	地元からの要望	適切な施設	交通の利便性	宿泊の確保	知名度
	600	適切な施設	交通の利便性	宿泊の確保	観光の充実	知名度

(3) 開催地の決定プロセス

① 検討・決定のタイミング

- ・開催地を検討し始めるタイミングとしては、スポーツ系は概ね 30 ヶ月前、ビジネス系は概ね 33 ヶ月前という状況であった。
- ・決定するタイミングについては、スポーツ系は概ね 19 ヶ月前、ビジネス系は概ね 22 ヶ月前という状況であった。
- ・このような状況から、ビジネス系の方がスポーツ系より少し早いタイミングで調整しているものと推察できる。
- ・一方、両タイプとも最長では 4 年前に検討を開始し、3 年前には決定していることから、誘致に向けたプロモーション活動については「4 年前」を心掛けることが望ましい。
- ・「検討開始」から「決定」を引いた「検討期間」は表 1-5 のとおりであり、基本的には「1 年間」というスピード感で調整していることが確認できる。

表1-4 検討開始及び決定時期（単位：ヶ月）

分類	項目	検討開始	決定
スポーツ系	平均	30.4	19.0
	最大	48.0	36.0
	最少	15.0	12.0
ビジネス系	平均	32.8	22.2
	最大	48.0	36.0
	最少	20.0	12.0

表1-5 開催地の検討期間（単位：ヶ月）

分類	参加規模	検討開始	決定	検討期間
スポーツ系	1500	15	12	3
	1000	18	13	5
	800	48	36	12
	600	36	24	12
	600	48	24	24
	500	24	12	12
	300	24	12	12
ビジネス系	1000	36	24	12
	900	36	24	12
	800	48	36	12
	600	20	15	5
	400	24	12	12

② 開催地選定・決定に向けた配慮事項

- ・開催地を選定、決定する際のルールや配慮事項をみると、ビジネス系は5団体中4団体が「持ち回り制」となっている。したがって、ビジネス系については、誘致したい団体の開催地の情報を経年的に整理すれば、誘致の可能性やタイミングが概ね把握できるものと思われる。
- ・スポーツ系は7団体中2団体が「立候補制」、「特に無し」となっており、その都度検討する傾向が推察できる。したがって、当年の誘致に失敗しても、また翌年にはチャンスがある可能性が高いことから、継続的なプロモーションが重要であると考ええる。

表1-6 開催地決定に向けたプロセス

分類	参加規模	ルール・配慮事項	候補地の選定者	最終的な決定者
スポーツ系	1500	特に無し	実行委員会や事務局が推薦	会長や理事長などの代表者に一任
	1000	ケース・バイ・ケース	実行委員会や事務局が推薦	理事会
	800	立候補制	開催地関係者からの自薦	実行委員会や事務局等の決議
	600	重複回避	開催地関係者からの自薦	理事会
	600	持ち回り制	開催地関係者からの自薦	実行委員会や事務局等の決議
	500	特に無し	実行委員会や事務局が推薦	代表者会議
	300	立候補制	開催地関係者からの自薦	会長や理事長などの代表者に一任
ビジネス系	1000	持ち回り制	実行委員会や事務局が推薦	会長や理事長などの代表者に一任
	900	持ち回り制	支部で候補地を選定	理事会
	800	重複回避 ※	事務局と会長で選定	事務局と会長との話し合いの後 地元の方の了解を得て決定
	600	持ち回り制	実行委員会や事務局が推薦	会員やメンバー全員の投票
	400	持ち回り制	ブロックの中で決定	ブロックの中で決定

※重複回避とは「近年の開催地との隣接や重複は避ける」の略

③ 候補地の選定者

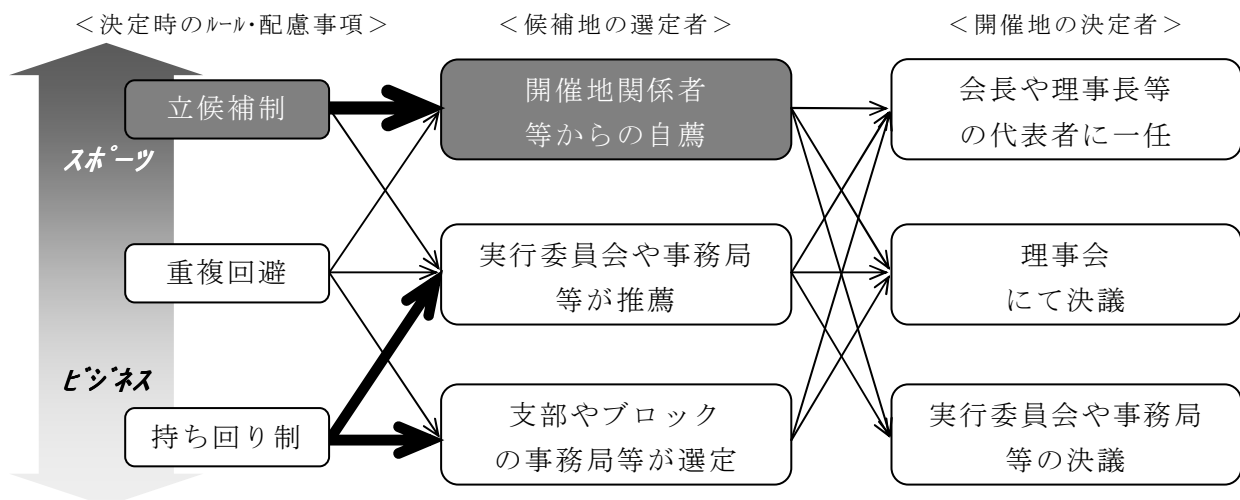
- ・スポーツ系については、7団体中4団体が「開催地関係者からの自薦」、3団体が「実行委員会や事務局が推薦」となっており、概ねこのどちらかによって候補地を選定しているものと思われる。
- ・ビジネス系では、5団体中2団体は「実行委員会や事務局が推薦」となっているが、3団体は「その他」となっており、その自由回答を見ると、「持ち回り制を踏まえた地方の支部等で選定」、あるいは「事務局と会長で選定」といった意見であった。
- ・このような状況から、先述の「開催地を決定する際の重視事項」として「地元からの要望」といった項目が上位にあったが、スポーツ系では特に「開催地関係者からの自薦」が重要である状況が確認できる。

④ 最終的な決定者

- ・スポーツ系とビジネス系といった区分による目立った相違は確認できない。
- ・実行委員会や事務局等が候補を選定し、そのまま決議するケースもあるが、その上部組織である「理事会で決議」、あるいはその代表者である「会長や理事長に一任」といったケースも確認できる。

⑤ 開催地決定プロセスの類型化

- ・上記の②～④を踏まえ、開催地の決定に至るプロセスの類型化を試みた結果、図 1-7 のとおり、最終的な「開催地の決定者」は各団体の状況に応じて様々であると思われるが、そもそもの“開催地決定に至る第一歩”としての「ルールや配慮」事項を見ると、スポーツ系は「立候補制」を重視し、「開催地の選定者」においても「開催地関係者等からの自薦」となるケースが多いものと推察できる。
- ・このような状況から、スポーツ系コンベンションの誘致に向けては、事務局等の団体に働きかけるとともに、地元関係者の意識を醸成し、一緒になって誘致プロモーションを展開することが望ましい。
- ・一方、ビジネス系コンベンションについては、「持ち回り制」のケースが多く、その上で「実行委員会や事務局等が推薦」、「支部やブロックの事務局等が選定」といった可能性が高いので、まずは開催地のローテーションを把握し、それを踏まえた上で各団体に提案することが誘致に向けては重要であると思われる。



（４）必要な開催支援メニュー

- ・スポーツ系、ビジネス系ともに最も多かったのは「開催費等の補助」といった金銭的な支援を望むものであった。
- ・ビジネス系については、それ以外に「会場の紹介」「歓迎看板やのぼりの設置」といった支援メニューを望む意見が多かった。
- ・スポーツ系は「会場の紹介」「宿泊施設のあつ旋、紹介」「機器、機材、装飾品、備品の支援」について若干高くなっているが、回答が分散している。
- ・「歓迎看板やのぼりの設置」については、ビジネス系ではそれを望む意見が多いが、スポーツ系は少ない。
- ・「受付や誘導等の人的支援」「飲食街や商店街の割引クーポン」については、スポーツ系は皆無であったが、ビジネス系は出現している。
- ・団体別の順位では表 1-7 のとおり、「開催費等の補助」や「会場の紹介」といった 2 項目を 1 位、2 位に位置づけることが多い。
- ・「宿泊施設のあつ旋、紹介」では、スポーツ系は上位に出現しているが、ビジネス系では位置づけられていない。先述の「開催地を決定する際に重視すること」ではビジネス系でも「宿泊施設の確保」は上位にあるが、開催支援メニューとしての必要性はそれほど感じておらず、各団体自ら確保できるといった意識が高いものと推察できる。
- ・その他の項目は各団体によって様々であることが確認でき、誘致に向けてはコンベンションのスタイルや状況に応じてニーズを把握し、対応することが必要である。

< 主要な自由意見 >

【ダンス系団体】

踊りの種目毎（フォークダンス・日本舞踊・スクエアダンス・ラウンドダンス・レクリエーションダンス）の会場と共に音響機器が必要である。

【学会】

会場の確保が重要であり、特に大学等の核となる拠点が無い場合には、会場施設の確保が困難であるため、候補地としての検討には至らない。100 人規模の会場が 10～12 室、200 人規模の会場が 2～3 室、300 人規模が 1 室というのが近年の実施体制である。

【ビジネス系団体】

少しでも補助金があると助かる。会場の下見時に往復交通費・宿泊費を負担してくれる観光協会が増え、一緒に会場をまわり、説明も聞けるので助かる。前年の開催地で翌年の開催地の観光パンフレットを配布するので、パンフとそれを入れるビニール袋を提供していただくことが多い。基本的には手作りの大会のため、大会看板など設置してくれる補助も助かる。

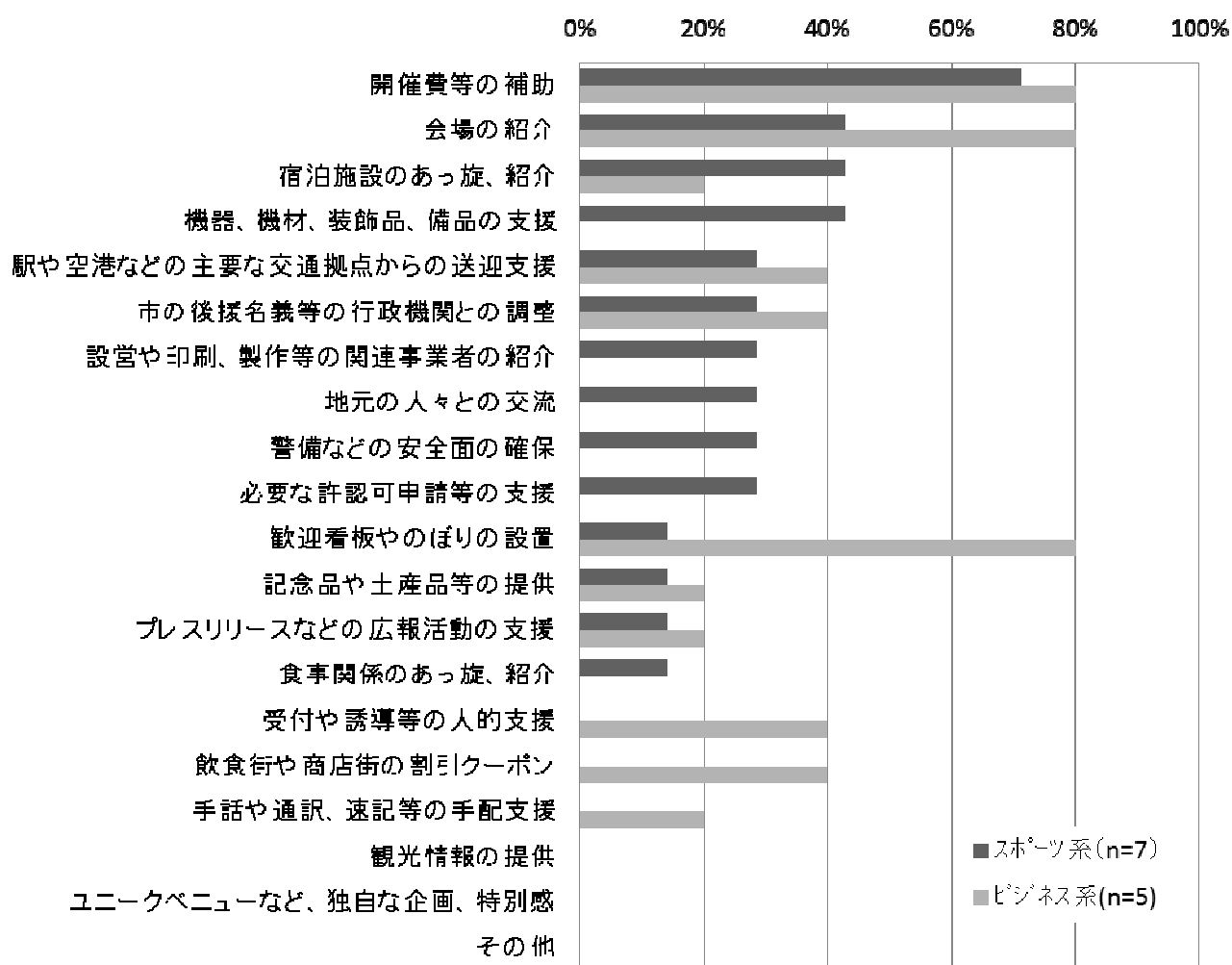


図1-8 必要な開催支援メニュー（複数回答）

表1-7 必要な開催支援メニュー

分類	参加規模	1位	2位	3位	4位	5位
スポーツ系	1500	開催費等の補助	会場の紹介	機器、機材、装飾品、備品の支援	許認可申請等の支援	設営や印刷、製作等の関連事業者の紹介
	1000	開催費等の補助	交通拠点からの送迎支援	警備などの安全面の確保		
	800	開催費等の補助	記念品や土産品等の提供	地元の人々との交流		
	600	会場の紹介	宿泊施設のあっ旋、紹介	機器、機材、装飾品、備品の支援	食事関係のあっ旋、紹介	設営や印刷、製作等の関連事業者の紹介
	600	開催費等の補助	プレスリリース等の広報活動の支援	許認可申請等の支援	機器、機材、装飾品、備品の支援	
	500	会場の紹介	宿泊施設のあっ旋、紹介	後援名義等の行政機関との調整	歓迎看板やのぼりの設置	開催費等の補助
	300	警備などの安全面の確保	後援名義等の行政機関との調整	宿泊施設のあっ旋、紹介	交通拠点からの送迎支援	地元の人々との交流
ビジネス系	1000	会場の紹介	開催費等の補助	受付や誘導等の人的支援	飲食街や商店街のクーポン	歓迎看板やのぼりの設置
	900	会場の紹介	プレスリリース等の広報活動の支援	歓迎看板やのぼりの設置	開催費等の補助	後援名義等の行政機関との調整
	800	開催費等の補助	会場の紹介	記念品や土産品等の提供	歓迎看板やのぼりの設置	手話や通訳、速記等の手配支援
	600	後援名義等の行政機関との調整	歓迎看板やのぼりの設置	交通拠点からの送迎支援	受付や誘導等の人的支援	飲食街や商店街のクーポン
	400	会場の紹介 / 開催費等の補助 / 交通拠点からの送迎支援 / 宿泊施設のあっ旋、紹介				

(5) 望ましいアフターコンベンション

- ・大会等が終わった後、主催者として参加者にお薦めする際に相応しいアフターコンベンションについて調査した結果、図 1-9 のとおり、回答を得たスポーツ系 4 団体、ビジネス系 4 団体ともに全て「開催地近郊での観光や温泉、各種体験」を選んでいた。
- ・次いで、両系とも「周辺有名観光地への観光や温泉、体験」が高くなっており、上記も含めてアフターコンベンションでは「観光」等への期待が大きいものと推察できる。
- ・ビジネス系では、回答 4 団体中全てが「開催地近辺の関連施設見学・訪問」を回答していることが特徴的であり、「開催地近辺」や「周辺有名観光地」での「散策や買い物」も若干、スポーツ系より高くなっている。
- ・スポーツ系では、「開催地近辺でのパーティや食事」が特徴的な項目となっており、試合後の祝賀会、懇親会といったニーズが想定できる。
- ・各団体の順位は表 1-8 のとおり、「開催地近辺での観光や温泉、各種体験」は概ね 1 位、2 位に位置づけられ、「周辺有名観光地への観光や温泉、体験」より上位にあるところが多い。したがって、「観光」に対するニーズが高いことに加え、“開催地志向”も「ある」ことが推察できる。
- ・他の項目においても、「周辺有名観光地」より「開催地近辺」の方が上位にある傾向があり、この状況からも一定の“開催地志向”は確認できる。
- ・一方、これらの項目は、本設問では個別の選択肢になっているが、「開催地近郊で関連施設を訪問した後に食事をとり、周辺有名観光地に行く…」といった一連のツアー・コースのように組み立てることも可能であり、主催者側のニーズに対して臨機応変に対応、提案していくことが重要であると考ええる。

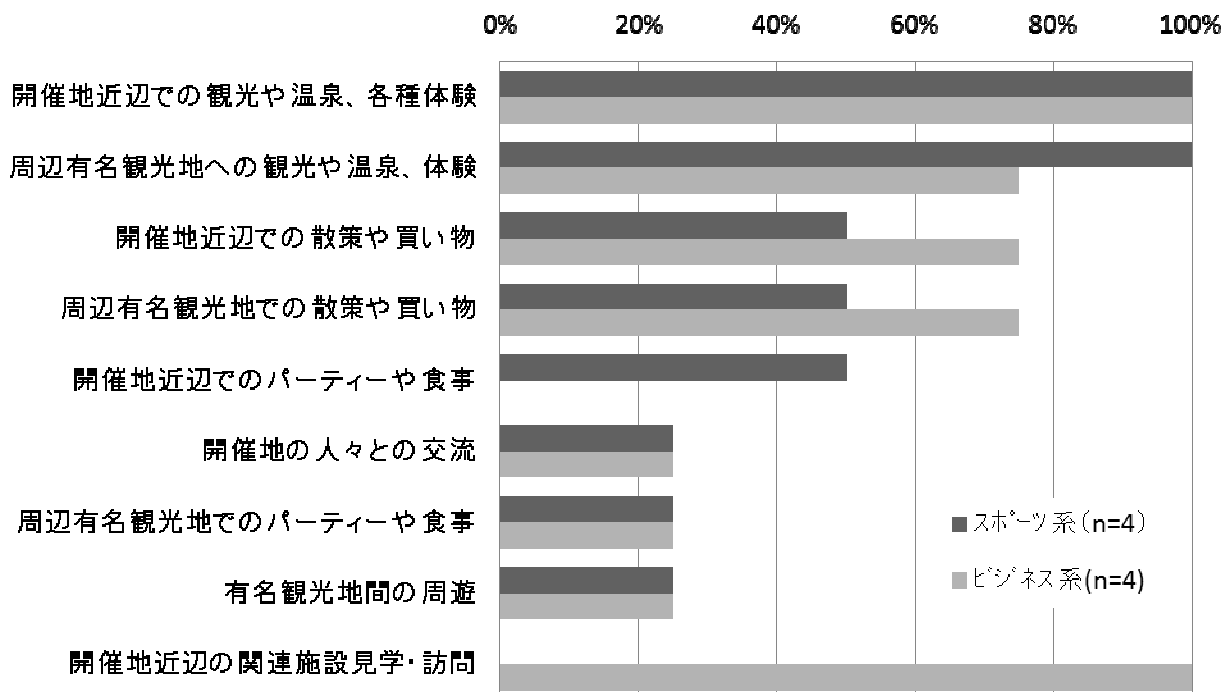


図1-9 参加者にお薦めするアフターコンベンション（複数回答）

表1-8 参加者にお薦めするアフターコンベンション（複数回答）

分類	参加規模	1位	2位	3位	4位	5位
スポーツ系	1500	開催地近辺でのパーティーや食事	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	開催地近辺での散策や買い物	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	周辺有名観光地でのパーティーや食事
	800	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	開催地近辺での観光や温泉、各種体験			
	600	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	開催地近辺での散策や買い物	開催地近辺でのパーティーや食事	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	周辺有名観光地での散策や買い物
	300	開催地の人々との交流	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	有名観光地間の周遊	周辺有名観光地での散策や買い物
ビジネス系	1000	開催地近辺の関連施設見学・訪問	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	開催地近辺での散策や買い物	周辺有名観光地での散策や買い物	有名観光地間の周遊
	900	開催地の人々との交流	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	開催地近辺での散策や買い物	開催地近辺の関連施設見学・訪問	周辺有名観光地への観光や温泉、体験
	800	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	開催地近辺での散策や買い物	周辺有名観光地での散策や買い物	開催地近辺の関連施設見学・訪問
	600	周辺有名観光地への観光や温泉、体験	周辺有名観光地での散策や買い物	開催地近辺での観光や温泉、各種体験	開催地近辺の関連施設見学・訪問	周辺有名観光地でのパーティーや食事

（６）開催地に求める「おもてなし」

- ・スポーツ系は「会場での土産品販売コーナーの設置」が最も多く、次いで「歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード」、「市長等からの歓迎メッセージ」、「緊急時の対応や体制」については半数を超えている。
- ・ビジネス系は、回答を得た４団体全てが「歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード」、次いで「観光パンフレット等での情報提供」、「会場での伝統芸能などの実演」となっており、スポーツ系とは回答傾向が異なる。
- ・各団体の順位では、スポーツ系では「歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード」が１位というのが７団体中３団体あり、「緊急時の対応や体制」や「市長等からの歓迎メッセージ」、「会場や施設、機器、機材等の手配協力」も上位にあるが、「会場での土産品販売コーナーの設置」については順位が分かれている。
- ・ビジネス系でも「歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード」が上位にあるほかは、特に偏った傾向はない。
- ・「歓迎看板や横断幕、のぼり等」は、先述の「開催支援メニュー」ではビジネス系はそれを望む回答が多く、スポーツ系は少ないといった状況であったが、「おもてなし」としてはスポーツ系においても好印象を持っているといった状況が確認できる。

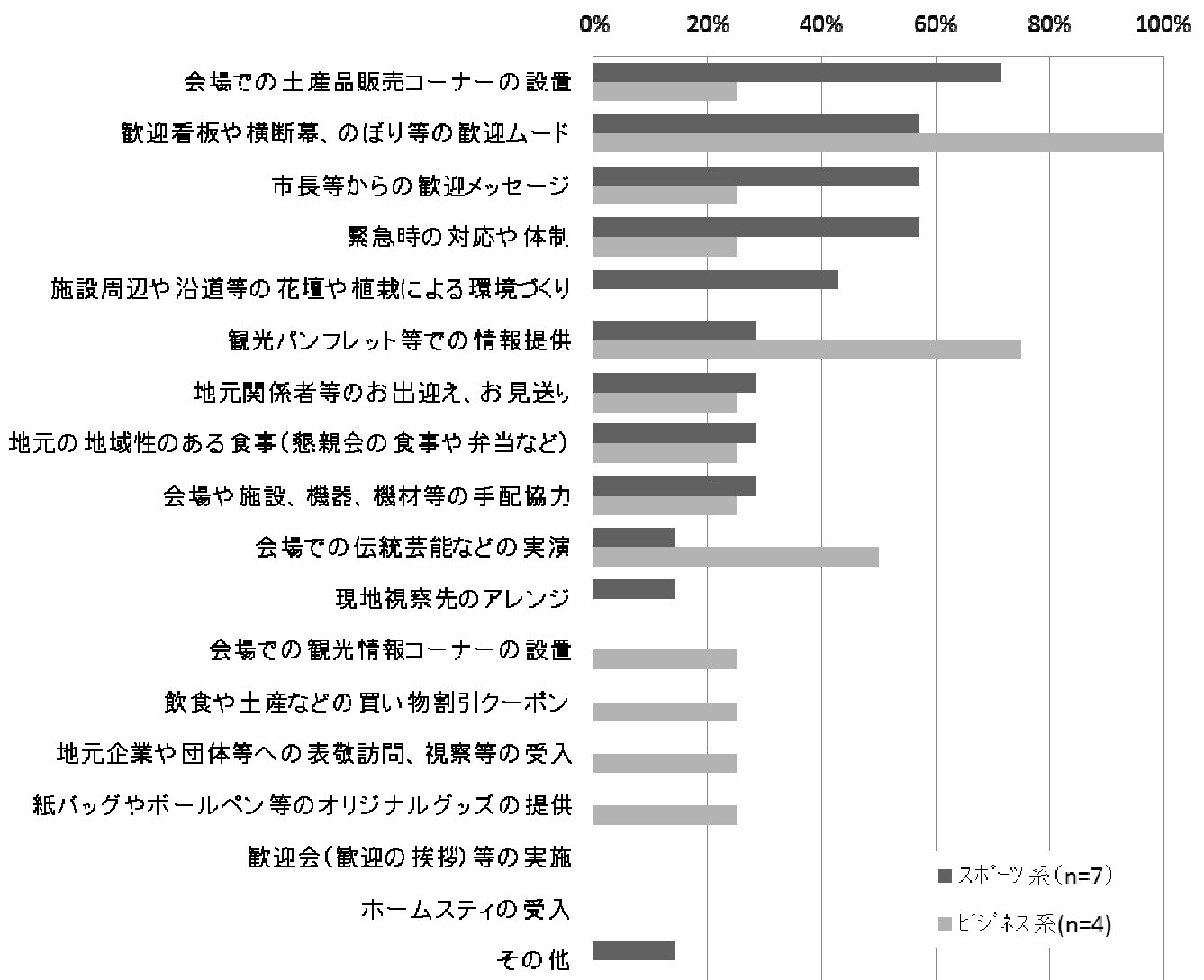


図1-10 開催地に求める「おもてなし」（複数回答）

表1-9 開催地に求める「おもてなし」（複数回答）

分類	参加規模	1位	2位	3位	4位	5位
スポーツ系	1000	地元の地域性のある食事	会場での土産品販売コーナーの設置	現地視察先のアレンジ		
	800	会場や施設、機器、機材等の手配協力	市長等からの歓迎メッセージ	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード		
	600	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	地元関係者等のお出迎え、お見送り	会場での土産品販売コーナーの設置	会場での伝統芸能などの実演	観光パンフレット等での情報提供
	500	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	会場や施設、機器、機材等の手配協力	市長等からの歓迎メッセージ	会場での土産品販売コーナーの設置	緊急時の対応や体制
	300	市長等からの歓迎メッセージ	緊急時の対応や体制	地元関係者等のお出迎え、お見送り	会場や施設、機器、機材等の手配協力	施設周辺や沿道等の花壇や植栽による環境づくり
	—	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	緊急時の対応や体制	観光パンフレット等での情報提供	会場での土産品販売コーナーの設置	地元の地域性のある食事
	—	緊急時の対応や体制	会場や施設、機器、機材等の手配協力	市長等からの歓迎メッセージ	会場での土産品販売コーナーの設置	その他
ビジネス系	1000	会場や施設、機器、機材等の手配協力	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	会場での土産品販売コーナーの設置	飲食や土産などの買い物割引クーポン	地元企業や団体等への表敬訪問、視察等の受入
	900	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	地元の地域性のある食事	紙バッグやボールペン等のオリジナルグッズの提供	観光パンフレット等での情報提供	緊急時の対応や体制
	800	地元関係者等のお出迎え、お見送り	市長等からの歓迎メッセージ	会場での伝統芸能などの実演	観光パンフレット等での情報提供	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード
	600	会場での伝統芸能などの実演	歓迎看板や横断幕、のぼり等の歓迎ムード	観光パンフレット等での情報提供	会場での観光情報コーナーの設置	

< 主要な自由意見 >

【学会】

地元からのおもてなしは勿論ありがたいが、研究交流の場として、使い勝手のよい会場と適切な規模の宿泊施設、それらを結ぶ交通の利便性（全国から参集する交通も含む）があれば基本的に問題ない。

【スポーツ系団体】

最寄り駅より会場までのぼり等を出して誘導、あるいは当該スポーツを“知らない方”に興味を持ってもらう。来場された方に安心して観戦、あるいは参加する選手が安心してプレーできるように緊急時の対応や体制をしっかりと組んでおくこと。来場された方々には、当該スポーツのみではなく、開催地ならではの楽しみ方（お土産等も含み）を広報して欲しい。

【ビジネス系団体】

地元実行委員会（約 100 人）を組織し、空港や駅でのお迎えを実施してほしい。大会式典には市長にもご臨席いただき、挨拶をもらう（近年は知事の場合もある）。大会プログラムには、地元の郷土芸能の公演が入ることがほとんどである。

（７）その他の必要条件、特殊事情、周南市での開催の可能性

- ・大会の誘致に向けては、その運営に携わる体制として当該団体の「地元支部」等の存在を重視するといった意見が確認できる。
- ・地方都市で開催する場合、その団体の活動の普及、理解促進も重要であることから、広報に対して期待している状況も確認できる。
- ・アクセスについては、周南市は新幹線の駅や高速道路の IC も 4 箇所あるほか、山口宇部空港や岩国錦帯橋空港から車の移動であれば 1 時間半程度でアクセス可能であるが、公共交通を乗り継ぐ場合には便利な場所といった印象は薄く、逆に不便といった意見もある。したがって、空路による交通アクセスについては、恵まれている環境にはないと言える。また、徳山駅から会場までのアクセス（２次交通）の改善を期待する意見もある。

＜主要な自由意見＞

- ・学会 a: 会期中に地元及び周辺市民に対する普及行事をいくつか開催している。例えば、「周辺地域の情報展」、「市民講習会」、「フィールドワーク・実地調査」、「生徒発表会」など。このような行事に多くの市民が参加していただければありがたい。これらのことに対し、宣伝・広報のバックアップがあればありがたい。
- ・学会 a: 周南市のコンベンションのパンフレットの情報では、当学会が求める会場の確保は難しいと思う。会場規模が一カ所、または隣り合った施設であることが必須である。
- ・スポーツ系団体 b: 開催告知や結果報告等の地元メディアへの対応を協力して欲しい。大会運営を行う方々の多くは教員等であり“試合だけをしている”ことが多く、集客、広報などが二の次になり、“おもてなし”が足りないように思う。
- ・スポーツ系団体 b: 周南市で当該大会を行う場合は、「キリンビバレッジ周南総合スポーツセンター」になると思うが、施設としてはコートが 3 面取れて非常に良いが、県外からの来場者には会場までのアクセスが今ひとつ悪いように思う。
- ・スポーツ系団体 c: 開催に向けては、都道府県単位の連盟（支部）が必要であり、支部の要望（立候補）が最重要である。周南市での開催の可能性としては現在、山口県支部がないことがネックになる。
- ・スポーツ系団体 d: 周南市は、全国から人が集まるには不便さを感じる。
- ・スポーツ系団体 e: 交通の便が良くない。場所の認知度が低い。行き方が分からない。大会役員の確保が難しい（山口県の連盟の協力が希薄なため）。それに代わる行政等の支援があれば検討できるかもしれない・・・という程度である。
- ・ビジネス系団体 f: 周南市については、現在のところは開催地の候補にはあがっていないが、今後、開催環境や地元の方の声があれば候補地として検討できる。

2. コンベンション実態調査

本調査は、コンベンション参加者の消費実態を把握することを目的として実施した。

具体的には、今年度、周南市内で開催されるコンベンションを対象とし、その参加者に対して直接、会場にてアンケート調査を対面式又は配布式で実施した。

一方、この調査への協力依頼を行った際、主催者側の指示又は協力が得られた場合には、主催者側の配布物に調査票を同封して回収するといった方法でも実施した。

2-1 調査概要

ア 調査対象 : 次の項目を参考に周南市が選定

- ① 平成 26 年度に周南市内で開催されるコンベンション
- ② ビジネス・学会系、スポーツ系それぞれ 5 件ずつ
- ③ 参加者数が 200 人を上回ることが見込めるもの
- ④ ビジネス系については、市が主催等に関係しているもの
- ⑤ スポーツ系については、(公財)周南市体育協会に事前相談し、候補となったもの

イ 数 量 : 10 件

ウ 方 法 : 会場での対面・配布型アンケート調査
(配布目標は 200 件以上)

※主催者側の指示、協力が得られる場合は配布資料と同封する
等で実施

エ 内 容 : コンベンション来場者に対して、参加や旅行に要した経費について調査する。なお、回答者の負担軽減のため A 4 片面、選択式とし、個人情報是最小限とした。

表 2-1 調査対象リスト

時期	名称	主催者等	会場	想定参加者数	回収数	分類		
						スポーツ	ビジネス	学会その他
7月25日 ～26日	第61回全国国公立幼稚園 教育研究協議会	全国国公立幼稚園長会	文化会館	1,000	157			○
8月8日 ～10日	第44回中国中学校 バスケットボール選手権大会	周南市バスケットボール協会 山口県中学校体育連盟	総合SC	600	144	○		
8月21日 ～22日	第12回中国地区 知的障害教育研究大会	中国地区 知的障害教育研究協議会	さくらホール他	400	126			○
10月30日 ～31日	第66回都市計画全国大会	(公財)都市計画協会	文化会館	750	79		○	
11月13日 ～14日	第8回ソフトバレー 生涯現役フェスティバルin山口	山口県 ソフトバレーボール連盟	総合SC	300	45	○		
11月22日 ～23日	第49回中国実業団 バスケットボール選手権大会 兼 全日本実業団 バスケットボール予選会	周南市バスケットボール協会	総合SC	500	70	○		
12月6日 ～7日	中国地区小学生 インドアソフトテニス選手権大会	周南市ソフトテニス連盟	総合SC	200	139	○		
12月13日 ～14日	第5回スポーツひのまるキッズ 中国小学生柔道大会	周南市柔道協会	総合SC	1,000	147	○		
1月21日	平成26年度 コンビナート懇談会	経済産業省中国経済産業局 周南市	サンルート	300	15		○	
1月23日 ～24日	見守り活動 全国研修サミットin周南	(社福)周南市社会福祉 協議会／周南市	文化会館 徳山大学	1,000	64			○

【選定基準】

- ・平成26年度に周南市内で開催されるコンベンション
- ・ビジネス系、スポーツ系それぞれ5件ずつ
- ・参加予定者が200人を確実に上回るもの
- ・ビジネス系については、市が主催に関係しているもの
- ・スポーツ系については、周南市体育協会に事前相談し、候補となったもの

会議・大会等のコンベンション参加時における消費実態調査（ご協力のお願い）

調査日： 月 日

整理
番号

この度は岡南市にお越しいただき、ありがとうございます。現在、岡南市ではコンベンション（各種大会、企業等の会議、講演会、展示会、イベントなど）の誘致、開催に積極的に取り組んでおります。本アンケート調査は、この活動の基礎情報として参加者の消費実態を把握させていただくものです。なお、本調査の実施は中央開発株式会社へ業務を委託し、岡南市シルバー人材センターの協力のもと、実施しております。

是非、ご協力のほど、よろしくお願いいたします。

岡南市地域振興部観光交流課

■回答者について（個人を特定するものではありません）■

住所	(都・道・府・県)	(区・市・町・村)	性別	1. 男性 2. 女性
年齢	1. 10歳代 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳以上			

問1. 今回の大会参加は日帰りですか、宿泊ですか。もし、宿泊の場合は、総宿泊数、そのうち岡南市内、市外県内では何泊されるか、その宿泊数もご記入ください。

1. 日帰り 2. 宿泊	a. 総宿泊数 泊 → (b. その内岡南市内 泊、 c. 市外県内 泊)
	※岡南市内、市外県内の宿泊が無い場合、bとcは記入不要

問2. 今回利用された主な交通機関（距離や所要時間が最も長いもの）を1つ、お選びください。
なお、飛行機をご利用の場合は、到着時の利用空港もご回答ください。

1. 新幹線 2. 鉄道 3. 貸切バス 4. 高速バス 5. 飛行機	【到着時の利用空港】
6. 船 7. レンタカー 8. 自家用車、社用・公用車	a. 岡国線等橋空港
9. その他 ()	b. 山口宇部空港
	c. その他 () 空港

問3. 今回の大会参加に関連して、あなたご自身が支払う一人分の費用について、これから使う予定も含め、全体と岡南市内に分けて項目別に支払額をご記入ください。なお、回答は分かる範囲で結構です。

	a) 全体の支払額 (一人分)	b) 岡南市内での 支払額(一人分)	備考、選択肢、詳細
1. 合 計	円	円	2～8の計
2. 交通費	円	円	ガソリン代や駐車料金も含む
3. 宿泊費	円	円	選択肢：a. 夕食込 b. 朝食込
4. 土産代	円	円	具体的に：
5. 飲食費	円	円	具体的に：
6. 入場料	円	円	具体的に：
7. 移動費・雑費	円	円	具体的に：
8. その他	円	円	具体的に：

問4. 大会が終了した後、岡南市内での観光等の予定の有無についてお選びください。

なお、「有る」を選択された方は①・②のいずれかをお選びいただき、その消費予定額もご記入ください。

1. 予定が有る	① 観光：	円
	② その他：	円
2. 予定が無い		

問5. 今回の大会の満足度（おもてなし等）はいかがでしたか。

1. 満足 2. ふつう 3. 満足していない	☆☆ ご協力ありがとうございました ☆☆
-------------------------	----------------------

図 2-1 コンベンション参加者アンケート調査票

2-2 調査結果

(1) 回答者について

- ・回答者数の総計は 986 件に達し、その居住地をみると、山口県が 33.1%、次いで広島県 13.3%、島根県 10.9%、岡山県 9.5%、鳥取県 4.8%と続き、これら中国地方の計で 71.6%（約 7 割）であった。
- ・中国地方以外では九州地方や四国地方のほか、愛知県（1.8%）や東京都（1.6%）といった大都市圏からの来訪も確認できた。
- ・回答者の性別は男性 40.4%、女性 57.7%となっており、男女比は 4 対 6 であった。
- ・年代別では男女による傾向の相違は少なく、男女とも 30～50 歳代で 8 割前後に達し、男女とも 40 歳代が最も多く男性 33.9%、女性 38.8%であった。

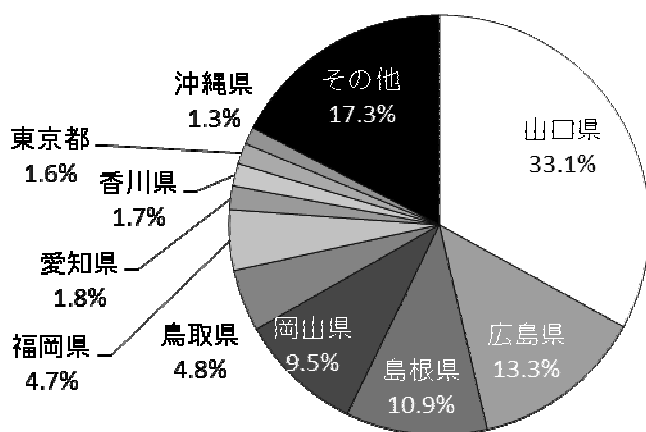


図2-2 回答者の住所 (n=986)

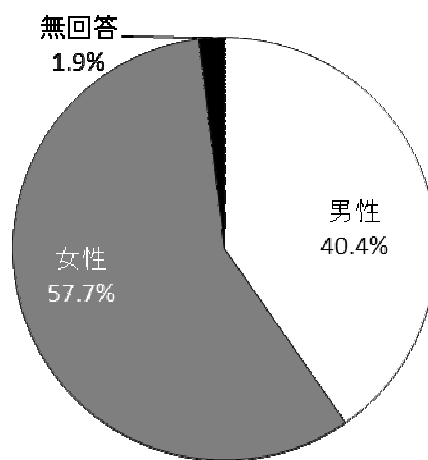


図2-3 回答者の性別 (n=986)

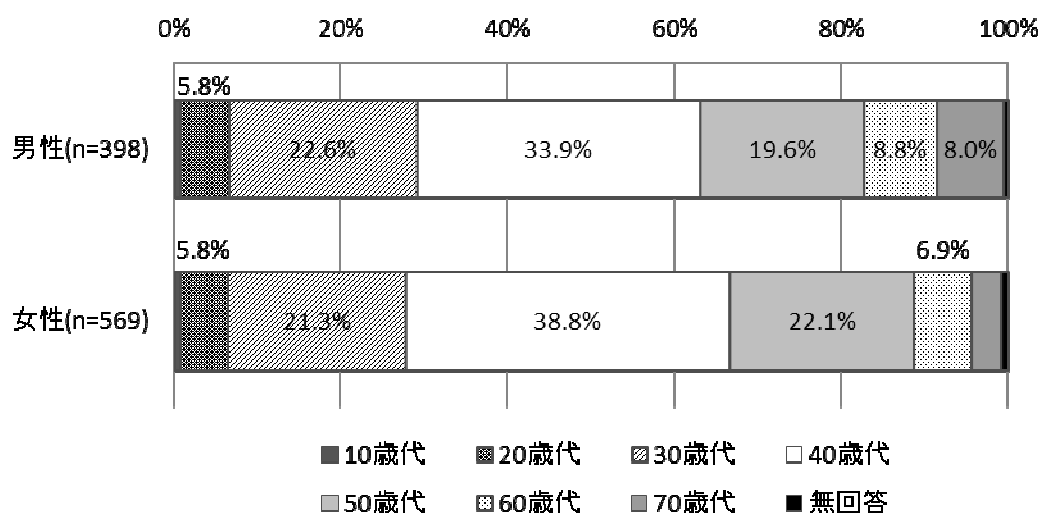


図2-4 回答者の性年代別構成比

これ以降の調査結果については、回答結果から傾向や特異点等を把握することを目的とし、下記の区分をもとに整理する。

- 大会のジャンル別（スポーツ系 5 件 545 サンプル、ビジネス系 5 件 441 サンプル）
- 大会の人数規模別（500 人以下 5 件 395 サンプル、501 人以上 5 件 591 サンプル）
- 回答者の居住地別
（山口県内 326 サンプル、中国地方（山口県含まず）380 サンプル、その他全国 280 サンプル）

（２）宿泊の有無について

- ・総計では「宿泊」が 61.9%、「日帰り」37.5%となっており、「宿泊」の方が多い。
- ・ジャンル別にみると、スポーツ系の「日帰り」「宿泊」が概ね半々であったのに対して、ビジネス系は「宿泊」73.7%と 7 割を超え、明らかに「宿泊」を含む参加が主であることが確認できる。
- ・人数規模別の回答傾向の相違はほとんどないが、居住地別では移動距離・時間による状況が明確に分かれており、山口県内の「日帰り」が 85.9%であるのに対して、中国地方からの「宿泊」は 83.2%、その他全国の「宿泊」は 90.7%となっている。

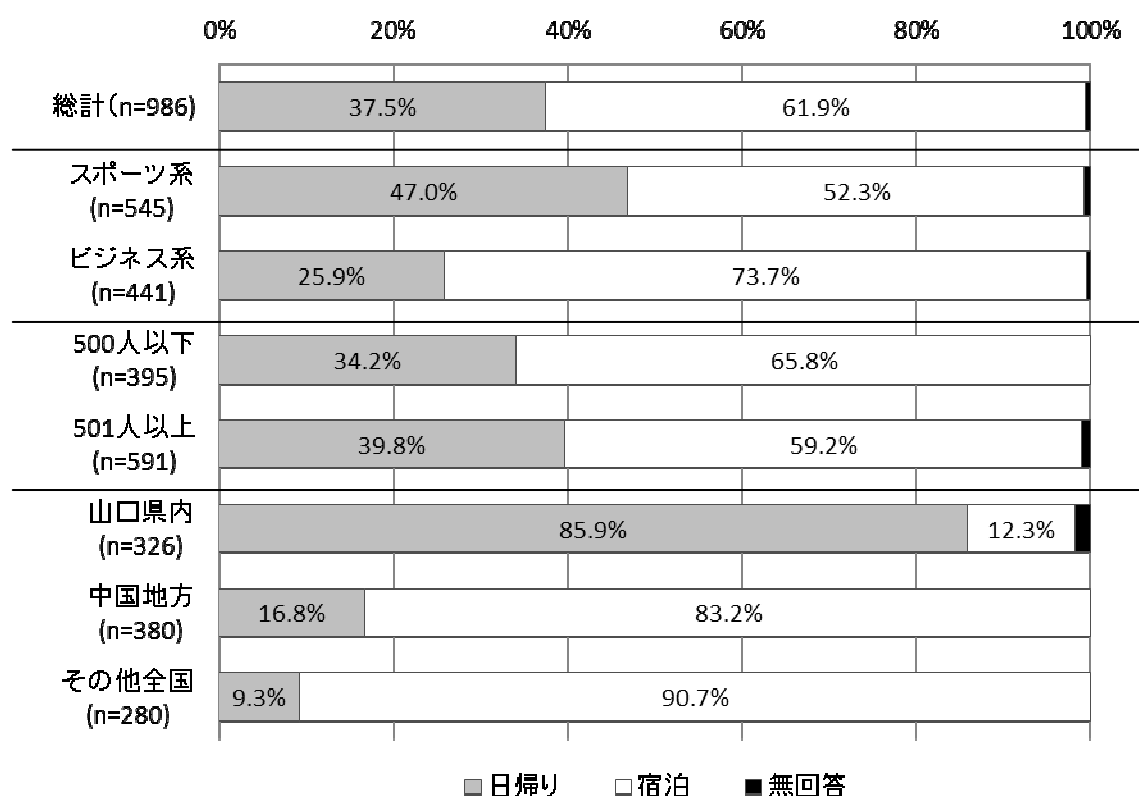


図2-5 宿泊の有無

- ・「宿泊」の内、総宿泊数については図 2-6 のとおり、「1泊」が 64.3%と最も多く、次いで「2泊」が 28.9%あり、「1～2泊」の計で 9 割を超える。
- ・ジャンル別では、スポーツ系の「1泊」が 75.4%、ビジネス系の「1泊」も 54.5%と半数を超えているが、ビジネス系の「2泊」も 37.8%あり、スポーツ系より長期滞在傾向がある。
- ・人数規模別では、500 人以下は「1泊」が 85.8%と大半を占めるが、501 人以上になると「1泊」「2泊」が概ね半々になっており、大規模大会の方が宿泊を伴う可能性が高いことが推察できる。
- ・居住地別では、山口県内、中国地方ともに「1泊」が最も多く 8 割前後に達するが、その他全国は「1泊」と「2泊」が概ね半々になっている。

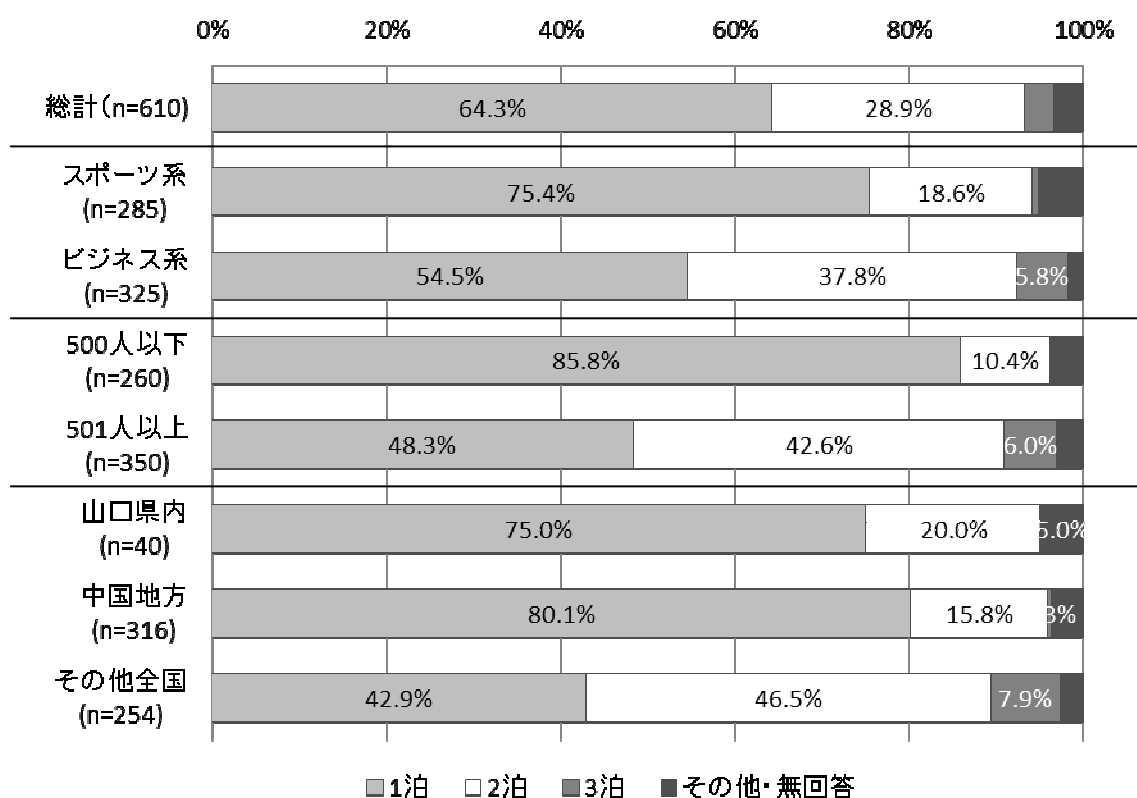


図2-6 総宿泊数

- ・周南市内での宿泊数は図 2-7 のとおり、「1泊」50.2%、「2泊」26.4%、「3泊」1.3%となっており、「その他・無回答」の 22.1%には周南市外での宿泊者が含まれることから、宿泊者の 8 割程度が周南市内に泊まった状況が確認できる。
- ・一方、山口県内での周南市外の宿泊数は図 2-8 のとおり、「501 人以上」「ビジネス系」「その他全国」において周南市以外で宿泊する人が 1 割弱と若干高くなっている。
- ・このような状況から、周南市にとっては、コンベンションが開催されると、「5 割程度の方が市内に宿泊する可能性がある」といった経済効果が予想できる。
- ・また、表 2-2 ように分類別の宿泊率、連泊率をみると、「ビジネス系・501 人以上・その他全国」の宿泊率は 99.5%、さらに 2～4 泊といった連泊率は 69.6%と明らかに高くなっていることから、ビジネス系で全国から集うような大規模な大会を誘致することは効果的であると推察できる。

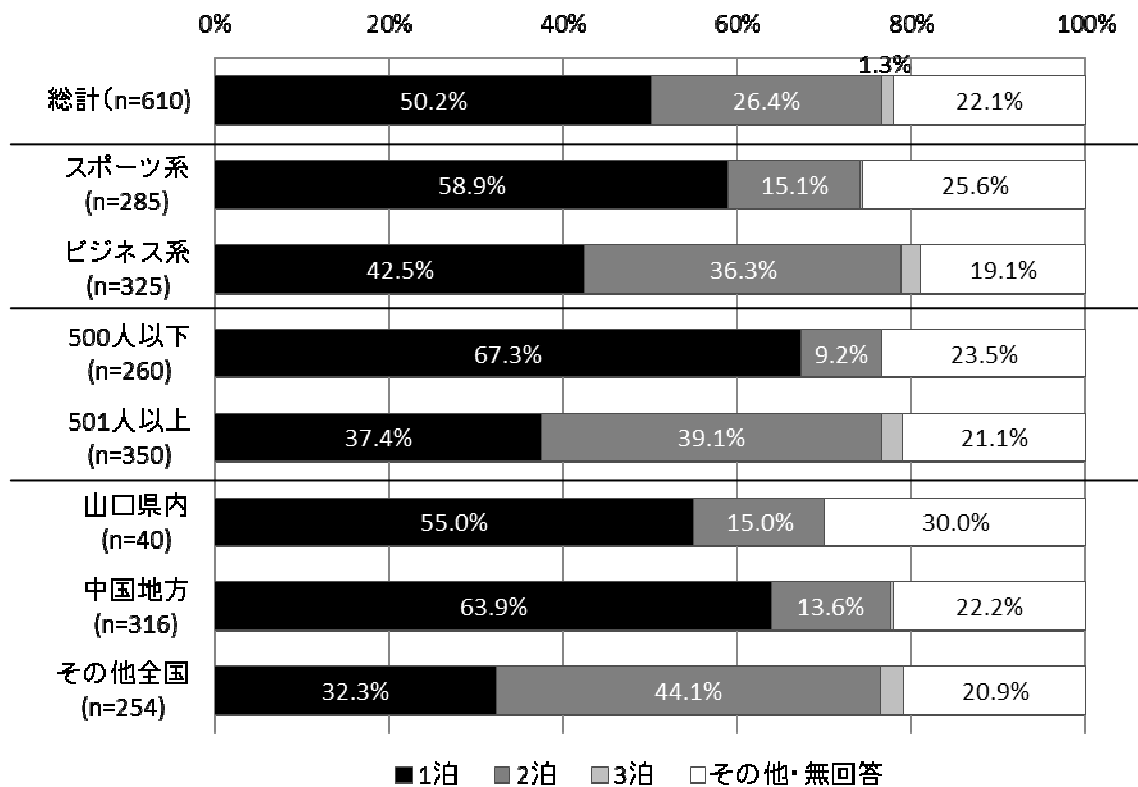


図2-7 周南市内での宿泊数

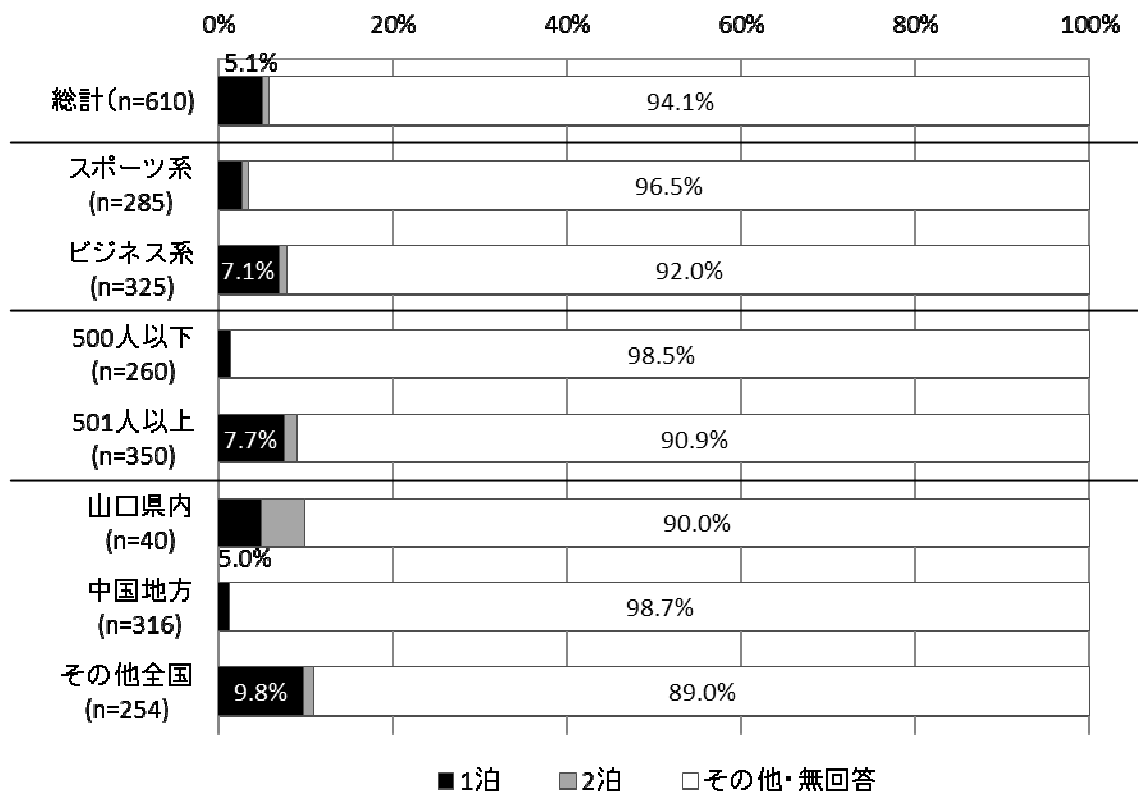


図2-8 市外県内での宿泊数

表2-2 分類別宿泊率、連泊率

分類	件数	宿泊率	連泊率
スポーツ系	545	52.3%	10.1%
500人以下	254	65.7%	9.4%
山口県内	91	14.3%	0.0%
中国地方	136	95.6%	16.9%
その他全国	27	88.9%	3.7%
501人以上	291	40.5%	10.7%
山口県内	126	7.1%	5.6%
中国地方	115	68.7%	17.4%
その他全国	50	60.0%	8.0%
ビジネス系	441	73.7%	32.9%
500人以下	141	66.0%	2.1%
山口県内	37	29.7%	2.7%
中国地方	95	78.9%	1.1%
その他全国	9	77.8%	11.1%
501人以上	300	77.3%	47.3%
山口県内	72	9.7%	0.0%
中国地方	34	94.1%	20.6%
その他全国	194	99.5%	69.6%
総計	986	61.9%	20.3%

注1: 連泊率は2泊～4泊と回答した人の割合

注2: 黒枠白文字は50%以上を示す。

（３）主な利用交通機関について

- ・総計では、社用車や公用車を含む「自家用車等」が最も多く 58.6%を占め、次いで「新幹線」が 24.9%となっており、この両方で８割に達している。
- ・スポーツ系では「自家用車等」が 84.4%となっており、「貸切バス」7.2%と合わせると 9 割超となる。
- ・ビジネス系については「新幹線」が 52.8%に達し、「飛行機」も 5.4%となっているが、「自家用車等」も 26.8%ある。
- ・飛行機を利用した方の利用空港について回答があったものは表 2-3 のとおり、宇部空港 11 件、福岡空港 11 件となっており、岩国錦帯橋空港の利用は今回の調査では確認できなかった。
- ・参加規模別では、501 人以上といった規模が大きいほど「新幹線」の利用が多い。
- ・居住地域別の利用交通機関では、移動距離による傾向が明確に現れており、山口県内といった近距離では「自家用車等」が 84.7%、中国地方といった中距離では「自家用車等」が 65.3%、「新幹線」が 21.1%、その他全国といった長距離では「新幹線」が 55.7%となっている。

表2-3 利用空港

利用空港	スポーツ系	ビジネス系
山口宇部空港	1	11
岩国錦帯橋空港	0	0
福岡空港	0	11
広島空港	0	1
伊丹空港	0	1

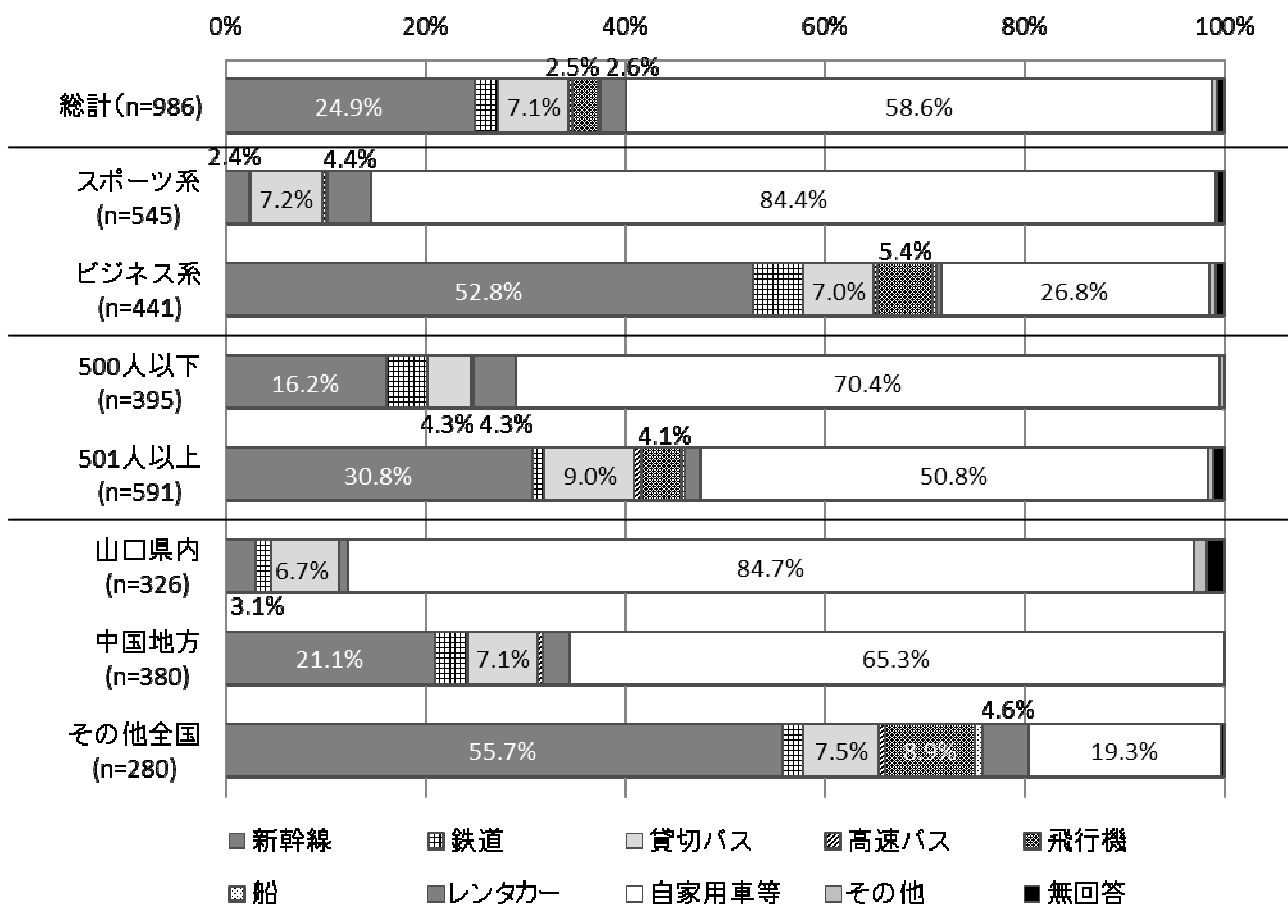


図2-9 主な利用交通機関

(4) コンベンション参加時の一人当たりの支払額について

A) 平均値 (表 2-4)

- ・コンベンションに参加した際の一人当たり支払額(平均)は全体では 23,913 円であり、周南市内に限定した一人当たり支払額(平均)は 16,194 円となっている。
- ・全体、周南市内での支払額ともに、ジャンル別ではビジネス系、参加規模別では 501 人以上、居住地別ではその他全国の方がそれぞれ高くなっている。全体額と周南市内での支払額の差を比較した場合も同様の傾向が確認できる。
- ・ビジネス系、501 人以上、その他全国の交通費の差額が高くなっており、交通費の全体＝周南市内以外＝発地で乗車券等を購入した状況が現れていると推察できる。
- ・一方、同じくビジネス系、501 人以上、その他全国の宿泊費については、全体と周南市内の差額は 300 円前後と少なく、大差がない状況が確認できるため、これらについてはほぼ周南市内に宿泊していることが推測される。
- ・スポーツ系、500 人以下、山口県内の宿泊費については、全体より周南市内の方が 1,000 円程度低くなっている。
- ・土産代と飲食代の総計をみると、全体と周南市内での支払額の差額はほとんどないが、ビジネス系、501 人以上、その他全国の方がそれ以外より高い傾向は確認できる。

表2-4 コンベンション参加時の一人当たりの支払額(平均)

平均		総計	スポーツ系	ビジネス系	500人以下	501人以上	山口県内	中国地方	その他全国
総額	全体	23,913	16,530	33,813	18,140	27,865	6,858	21,614	41,995
	周南市内	16,194	11,780	19,320	12,368	18,673	5,708	14,177	23,679
	差額	7,719	4,750	14,494	5,772	9,192	1,150	7,437	18,316
交通費	全体	13,572	7,536	21,740	9,138	16,354	3,990	10,189	25,844
	周南市内	8,557	6,960	9,612	5,768	10,104	3,990	6,894	11,704
	差額	5,015	577	12,129	3,370	6,250	0	3,295	14,140
宿泊費	全体	9,012	8,809	9,183	7,656	9,993	7,628	7,849	10,904
	周南市内	8,388	7,466	8,828	6,527	9,639	6,136	6,755	10,606
	差額	624	1,342	356	1,129	354	1,492	1,093	298
土産代	全体	4,798	4,119	5,335	3,046	5,399	4,071	3,728	6,043
	周南市内	4,798	3,770	5,203	2,995	5,399	2,786	3,572	6,017
	差額	0	349	132	52	0	1,286	156	26
飲食代	全体	5,118	4,135	6,205	4,940	5,215	1,770	5,380	7,114
	周南市内	5,118	4,123	5,936	4,897	5,215	1,770	5,279	6,579
	差額	0	13	269	43	0	0	101	535
入場料	全体	2,537	3,293	2,195	1,917	2,762	2,744	2,107	2,725
	周南市内	2,056	2,500	1,944	1,643	2,278	2,744	1,667	2,111
	差額	481	793	251	274	485	0	440	614
OP参加費	全体	2,679	1,675	2,915	1,175	3,032	1,900	1,500	3,211
	周南市内	2,355	—	2,355	1,000	2,506	—	1,500	2,721
	差額	324	1,675	560	175	527	1,900	0	489
その他	全体	4,574	3,779	5,130	3,700	4,787	2,624	3,724	5,988
	周南市内	4,574	3,779	5,063	3,700	4,650	2,173	3,724	5,314
	差額	0	0	67	0	137	451	0	674

注：全体-周南市内の差額「0」は、曖昧な回答によって現実的でない数値になったため、全体＝周南市内として補正を加えたところ。

＜具体的な記載、自由意見など＞

- ・土産の具体的な記載については、表 2-5 のように漠然とした回答が多いが、「菓子」、「いろいろ等」といったものが多く、次いで「日本酒」「ふぐ関係」などであったが、「周南市の土産」というより、「山口県の土産」としての購入が推察できる。
- ・飲食については、「夕食」「昼食」「弁当」「居酒屋」といった記載が多い中、具体的な店名も記載されていた。
- ・入場料の記載では「錦帯橋」3 件、「動物園」2 件、「みすず記念館」「秋芳洞」が 1 件ずつあった。
- ・オプションツアーについては、「夜景」について 4 件あり、青海島観光船は 1 件といった状況であった。

表2-5 土産品（自由回答より）

項目	件数
菓子	12
いろいろ・ようかん・豆子郎	11
日本酒・酒	6
ふぐ・ふぐ関係	5
まんじゅう	3
金子みすず関係	2
せんべい	2
わさび漬・わさび塩	2

B) 合計額

- ・周南市内の支払額の合計は約 758 万円であり、全体（約 1,954 万円）の約 4 割であった。
- ・項目別では「交通費」が最も高く、全体で約 859 万円であるが、周南市内は約 146 万円と約 2 割となっており、チケットやガソリン、貸切バスの手配などを発地で手配し、支払われていると推察できる。この状況は、居住地別のその他全国の全体で約 504 万円となっており、交通費全体の半数以上を占めている状況からも確認できる。
- ・「宿泊費」は全体で約 410 万円、周南市内では約 244 万円、「土産代」は全体で約 193 万円、周南市内で 115 万円、「飲食代」は全体で約 313 万円、周南市内で約 202 万円となっており、いずれも 6 割程度に留まっていることから、この 3 項目の周南市内での支払額を増やすことが経済波及効果を高める上では重要となる。
- ・「入場料」や「オプションツアー（OP）参加費」については、その額は未だ少ない状況と判断できるが、「飲食代」や「土産代」等を含むような「オプションツアー」をアフターコンベンション等で提供し、消費を促すことも考えられる。
- ・ビジネス系、501 人以上、その他全国の支払額が多く、交通費の割合が高いことも確認できる。
- ・「宿泊費」については、スポーツ系の周南市内での支払額が少なく、全体との差額も大きい。

表2-6 コンベンション参加時の一人当たりの支払額（合計）

合計		総計	スポーツ系	ビジネス系	500人以下	501人以上	山口県内	中国地方	その他全国
総額	全体	19,537,036	7,736,138	11,800,898	6,022,608	13,514,428	1,495,078	7,543,258	10,498,700
	周南市内	7,578,942	2,285,318	5,293,624	2,275,782	5,303,160	490,918	2,920,472	4,167,552
	差額	11,958,094	5,450,820	6,507,274	3,746,826	8,211,268	1,004,160	4,622,786	6,331,148
交通費	全体	8,591,344	2,743,150	5,848,194	2,229,680	6,361,664	586,590	2,965,100	5,039,654
	周南市内	1,463,270	473,250	990,020	351,830	1,111,440	214,460	441,240	807,570
	差額	7,128,074	2,269,900	4,858,174	1,877,850	5,250,224	372,130	2,523,860	4,232,084
宿泊費	全体	4,100,520	1,832,210	2,268,310	1,462,298	2,638,222	183,060	2,009,238	1,908,222
	周南市内	2,440,894	701,850	1,739,044	763,672	1,677,222	61,360	1,053,812	1,325,722
	差額	1,659,626	1,130,360	529,266	698,626	961,000	121,700	955,426	582,500
土産代	全体	1,933,560	733,200	1,200,360	313,760	1,619,800	199,500	652,360	1,081,700
	周南市内	1,153,260	237,500	915,760	185,660	967,600	39,000	350,060	764,200
	差額	780,300	495,700	284,600	128,100	652,200	160,500	302,300	317,500
飲食代	全体	3,126,948	1,327,428	1,799,520	1,066,970	2,059,978	245,988	1,479,460	1,401,500
	周南市内	2,018,818	606,018	1,412,800	705,120	1,313,698	117,358	907,960	993,500
	差額	1,108,130	721,410	386,720	361,850	746,280	128,630	571,500	408,000
入場料	全体	114,160	46,100	68,060	23,000	91,160	24,700	29,500	59,960
	周南市内	41,110	10,000	31,110	11,500	29,610	5,000	15,000	21,110
	差額	73,050	36,100	36,950	11,500	61,550	19,700	14,500	38,850
OP参加費	全体	56,250	6,700	49,550	4,700	51,550	3,800	7,500	44,950
	周南市内	23,550	—	23,550	1,000	22,550	—	4,500	19,050
	差額	32,700	6,700	26,000	3,700	29,000	3,800	3,000	25,900
その他	全体	233,254	79,350	153,904	37,000	196,254	26,240	63,300	143,714
	周南市内	119,140	28,000	91,140	21,500	97,640	13,040	31,700	74,400
	差額	114,114	51,350	62,764	15,500	98,614	13,200	31,600	69,314

C) 回答件数

- ・消費機会といった視点で回答件数の状況を見ると、全体の件数と周南市内の件数が同数になれば、100%その項目は周南市内で消費されたと推察できる。
- ・「交通費」については、全体で 633 件、周南市内 171 件と 7 割程度の減少となっており、周南市以外で支払う人が多い状況が確認できる。
- ・一方、「飲食代」も全体で 611 件と消費機会を得る人が多いが、周南市内 385 件と 4 割程度の減少であり、6 割程度の方が周南市内で消費したものと推察できる。
- ・「宿泊費」は全体で 455 件、「土産代」は全体 403 件と消費機会は「飲食代」より少ないと思われるが、傾向は「飲食費」と同じく 4 割程度の減少となっている。
- ・ビジネス系の「宿泊費」「土産代」「飲食代」については 2 割程度の減少に留まっており、周南市内での消費率が高いことから、誘致ターゲットとしては費用対効果が高いと思われる。
- ・逆に、スポーツ系の「宿泊費」「土産代」「飲食代」については 5 割以上の減少となっており、誘致しても半数程度は周南市外で消費している状況が推察できる。
- ・なお、「土産代」について、スポーツ系では会場内で市外の業者が出店するケースもあり、この場合、参加者は市内で消費するが、地元への経済波及効果としてはほとんどないことになる。

表2-7 コンベンション参加時の一人当たりの支払額（件数）

回答件数		総計	スポーツ系	ビジネス系	500人以下	501人以上	山口県内	中国地方	その他全国
総額	全体	817	468	349	332	485	218	349	250
	周南市内	468	194	274	184	284	86	206	176
	差額	349	274	75	148	201	132	143	74
交通費	全体	633	364	269	244	389	147	291	195
	周南市内	171	68	103	61	110	38	64	69
	差額	462	296	166	183	279	109	227	126
宿泊費	全体	455	208	247	191	264	24	256	175
	周南市内	291	94	197	117	174	10	156	125
	差額	164	114	50	74	90	14	100	50
土産代	全体	403	178	225	103	300	49	175	179
	周南市内	239	63	176	62	177	14	98	127
	差額	164	115	49	41	123	35	77	52
飲食代	全体	611	321	290	216	395	139	275	197
	周南市内	385	147	238	144	241	62	172	151
	差額	226	174	52	72	154	77	103	46
入場料	全体	45	14	31	12	33	9	14	22
	周南市内	20	4	16	7	13	1	9	10
	差額	25	10	15	5	20	8	5	12
OP参加費	全体	21	4	17	4	17	2	5	14
	周南市内	10		10	1	9		3	7
	差額	11	4	7	3	8	2	2	7
その他	全体	51	21	30	10	41	10	17	24
	周南市内	24	6	18	3	21	6	4	14
	差額	27	15	12	7	20	4	13	10

D) 性年代別の支払額

- ・支払額に対して個人差が出る可能性が高い「土産代（図 2-10）」と「飲食代（図 2-11）」について性年代別に傾向では、10 代及び 70 歳以上では支払額が少なく、女性より男性の方が高い。
- ・「土産代」の 20～60 歳代では、概ね年代が上ると支払額が高くなる傾向が確認でき、女性 50 歳代は平均 7,000 円弱と最も高い。男女別では 20～50 歳代までは女性、60 歳代は男性が若干高い。
- ・「飲食代」は、男性 50 歳代が特化して高く平均 7,000 円を上回り、30 歳代、40 歳代も男性の方が女性より高くなっている。この要因として、お酒関係の消費が多いことが考えられる。
- ・20 歳代、60 歳代の「飲食代」は女性の方が男性より高い。
- ・以上のようなことから、販促ターゲットとしては、大ざっぱに考えると土産は女性、飲食は男性といったことが想定できるが、提供する品々、メニュー等によっても異なるものと思われる。

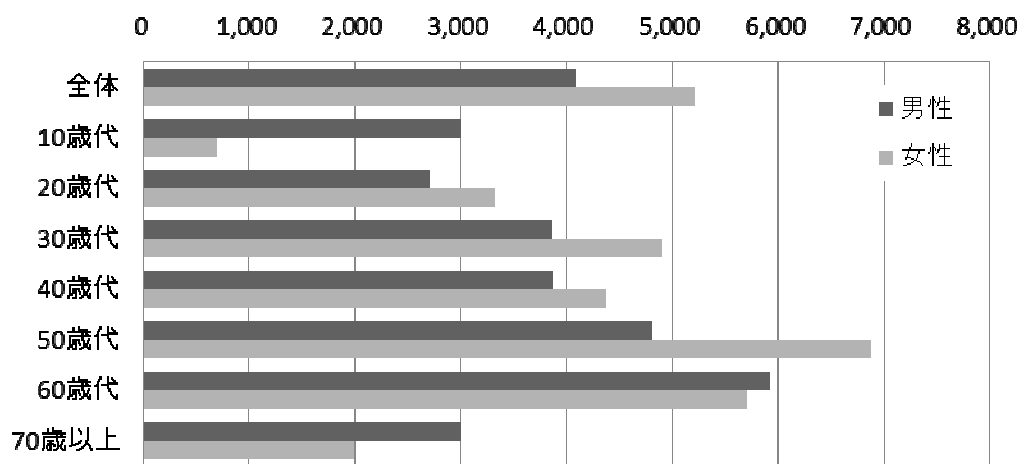


図2-10 性年代別 土産代 (平均)

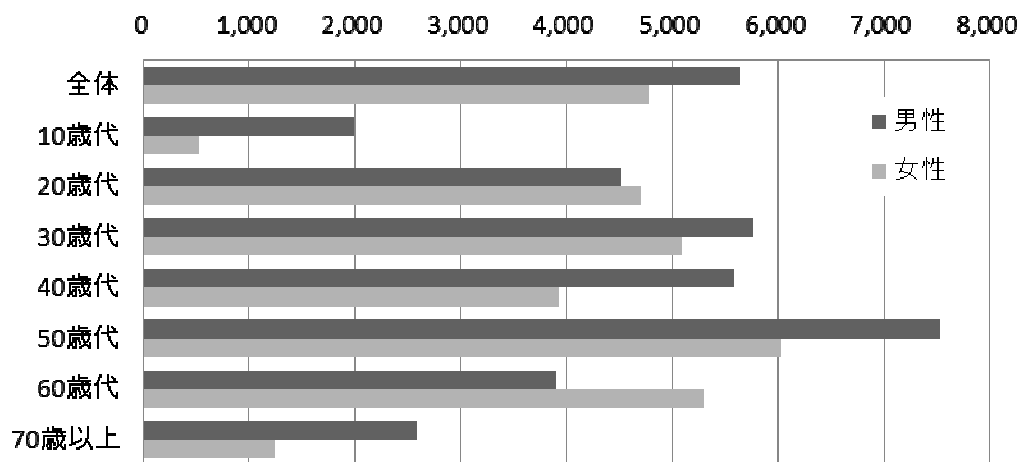


図2-11 性年代別 飲食代 (平均)

(5) コンベンション終了後の予定について

- ・図 2-12 のとおり、大会終了後の予定について、「予定が有る」は 7.4%と 1 割弱に留まり、9 割程度の大多数の方は「予定が無い」との回答であった。
- ・「予定が有る」のうち「観光」は 54.8%（図 2-13）であり、その行先の自由回答（表 2-8）では「周南市徳山動物園」6 件、「夜景見学」4 件とあり、回答件数は少ないものの、開催地周辺でアフターコンベンションを楽しもうといった兆しは確認できる。
- ・「予定が有る」の「その他」は、「知人訪問」、「懇親会」や「買い物」等であった。
- ・アフターコンベンションの消費予定額については、表 2-9 のとおり、「観光」では 6,571 円、「その他」は 6,333 円となっており、大差は無かった。

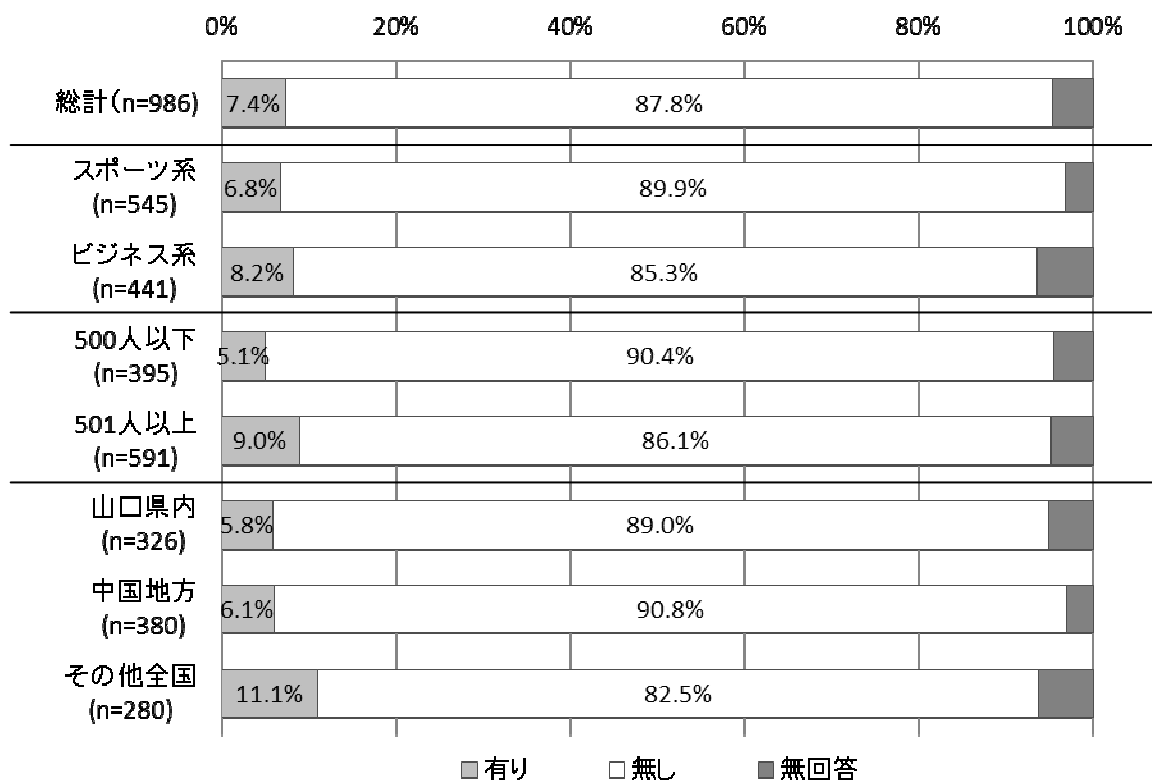


図2-12 周南市内での観光の有無

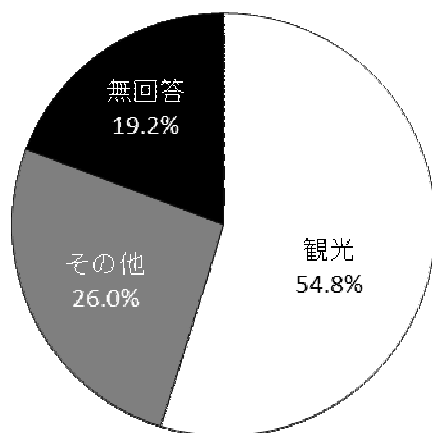


図2-13 大会後の予定の内容 (n=73)

表2-8 大会後の観光の行先（自由回答）

項目	件数
周南市徳山動物園	6
夜景見学	4
周南市	3
岩国市・錦帯橋	2
宮島	2
防府天満宮	2
湯野温泉、湯田温泉、秋吉台・萩方面 角島、美術館	1

表2-9 大会後の消費予定額（平均）

	平均額	回答件数
観光消費予定額	6,571	27
その他消費予定額	6,333	12

(6) 大会の満足度について

- ・総計より全体傾向をみると、大会に対して「満足」27.5%、「ふつう」26.2%となっており、「満足していない」は極わずかであったが、「無回答」が45.7%と約半数に達していた。
- ・「満足」について着目すると、ジャンル別ではスポーツ系の方がビジネス系より満足度が明らかに高いが、参加規模別や居住地別では目立った相違はない。

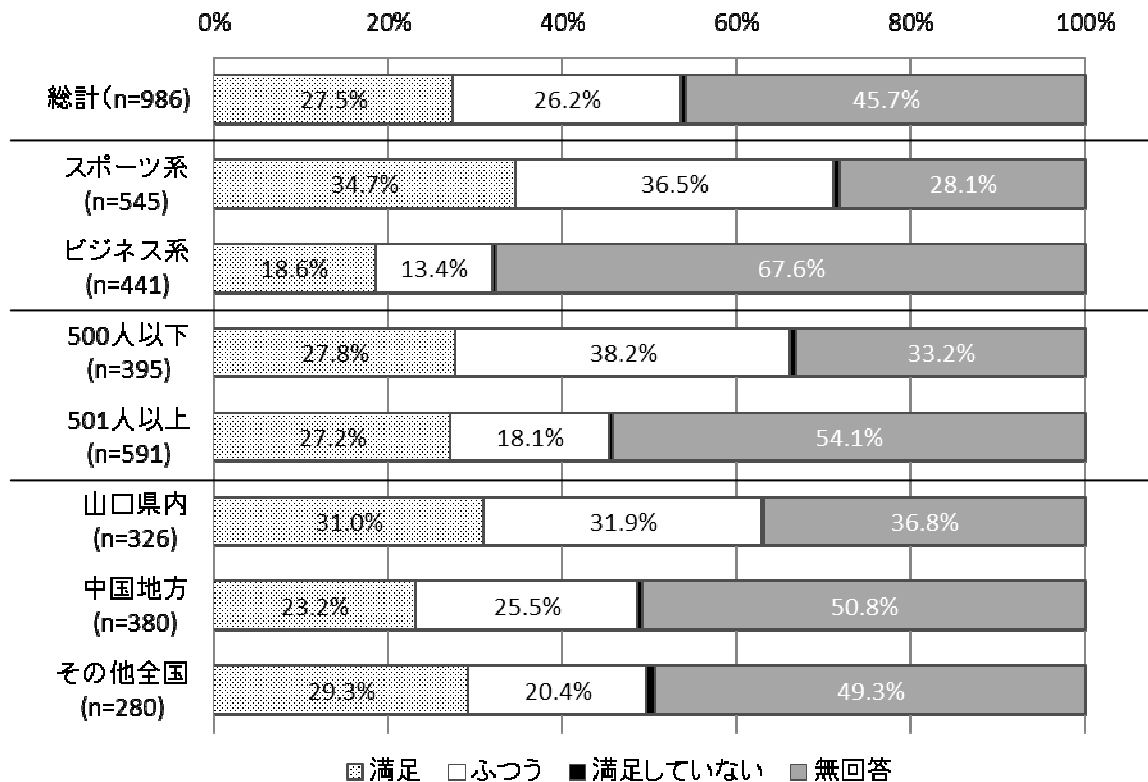


図2-14 大会の満足度

3. 市の現状分析

コンベンション主催者のニーズや参加者の実態等の調査結果を踏まえつつ、周南市の取組の現状や地域資源（施設、観光地、食材など）の分布状況、あるいは東京オリンピック等の開催決定、高速交通機関の整備状況といった社会情勢等を勘案し、周南市がコンベンションを推進する上での強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）といった視点からSWOT分析を行った。

	強み	弱み
内部要因	●適切なコンベンション施設 ●利便性の高い陸路の高速交通（のぞみ停車、市内4ヶ所の高速道路IC） ●JR徳山駅周辺に集中した手頃な宿泊施設 ●大会の開催地、宿泊、飲食、会食、買い物、散策がコンパクトな範囲で可能 ●コンベンションに係る取組を担う活動団体（周南観光コンベンション協会、体育協会など） ●先進的な技術を有する企業の立地（水素、港湾など） ●開催を支援する補助制度＆サポート体制 ●アフターコンベンションで活用可能な資源（工場夜景、大津島など） ●周辺の有名観光地（岩国、防府など） ●高い安全性（治安、災害等）	●周南市のブランド力が弱い（知名度、観光、土産品、情報発信不足など） ●他地域との差別化や独自性を発揮できる特徴的なおもてなしが確立されていない（ユニークベニューが未開発など） ●複数の分科会に対応した施設 ●VIPやハイグレード層向けの宿泊施設がない ●大学や病院等のキーパーソンとの連携が不十分 ●夜間、商店街で買い物できる店が少ない ●十分に活用しきれていないウォーターフロント（県施設としてポートビル建設の計画あり）
	機会	脅威
外部要因	●国における地方創生に向けた取り組みの活発化 ●国や山口県の積極的な観光施策（MICEやインバウンドの推進、クールジャパン・ブーム） ●東京オリンピック等に向けたスポーツ活動の活発化 ●山口県の有名土産品 ●NHK大河ドラマの放映（H27）、明治維新150年（H30年）による「長州」への注目度増 ●山口宇部空港におけるLCC乗入の開始 ●国内生産への回帰ムード ●アジア等周辺新興国の経済成長	●北陸新幹線の開通及び北海道新幹線の整備 ●コンベンションビューローの増加 ●景気の低迷や不安定な国際金融情勢 ●少子高齢化に伴う人材不足 ●IT化の進展

図 3-1 アンケート調査結果等を踏まえたコンベンション推進上の SWOT 分析

＜内部要因：強み、弱み＞

大会の主催者への調査結果では、開催地の決定条件として「適切な施設」「交通の利便性」「宿泊の確保」といった３大要素が確認できたが、その状況等を周南市に当てはめて検討した。

- ・「適切な施設」については、スポーツ系は「麒麟ビバレッジ周南総合スポーツセンター」が充実しており、ビジネス系でも「周南市文化会館」「周南市新南陽ふれあいセンター」「ホテル等の民間施設」等を活用することで、ある程度の対応は可能である。
- ・1,000人以上を超えるような大規模な大会等については、ホールでの対応は可能であったとしても、学会等でよくある複数の分科会を同施設内、隣接施設内で対応することが難しいため、現状では「弱み」である。しかし、徳山大学や徳山工業高等専門学校等の施設を活用できるのであれば複数同時開催の会議も可能となり、「強み」に移行する可能も十分にある。
- ・「交通の利便性」については、陸路は新幹線のぞみが停車する徳山駅があることは「強み」である。
- ・また、周南市への利用交通機関として自家用車等が約６割、貸切バスも１割弱であった状況を勘案すると、高速道路のＩＣの立地は「強み」である。しかし、高速道路移動による疲労等を考慮すると中国地方内、九州北部といった中距離移動までの効力であると考えられる。
- ・空路は、岩国錦帯橋空港や山口宇部空港から車で概ね１時間半程度でアクセスできるが、このことは「強み」であるとは言い難い。
- ・「宿泊の確保」は、市内中心部にビジネスホテルが多く立地しており、昨今ではニーズが高い「個室対応」が可能であり、利便性は高く「強み」といえる。しかしながら、通常の仕事目的（出張や定期修理など）による宿泊客も多いことから、予想以上に客室の確保が困難な場合も想定できる。
- ・大会等で団体の役員クラスが参加し、来賓等を招待するケースもあるが、そのようなVIPに対応したハイグレード層向けのホテルや旅館が無く、「弱み」といえる。
- ・主要な大会施設や宿泊、飲食街などは徳山駅から概ね車で１５分以内に立地していることから、コンパクトな開催が可能であることは「強み」であるが、路線バスでの移動を要する際には適切な誘導、配慮が必要である。
- ・大会等を誘致する場合、地元の自薦、やる気あるいはその体制としての支部の存在を重視するところもあり、そのようなスポーツやビジネス等の活動団体が多いということは誘致の第一歩として「強み」と位置付けることが可能であるが、キーパーソンとの連携を強化することが課題であり、現時点では「弱み」と考える。
- ・ビジネス系では、技術や科学といった分野の見本市、商談会、会議、研修なども含まれるが、周南市内に先進的な技術を有する企業が立地していることは他市には無い特徴であり、それ自体を「強み」と捉えることができる。
- ・周南市では、周南観光コンベンション協会と連携し、サポート体制を整えるとともに開催補助金等の支援も用意していることは「強み」と考えられるが、既に先行しているところもあり、周南市としての独自性、開催メリットを打ち出すことが課題でもあり、ユニークベニューが未開発であることを含めてこの点は「弱み」と考える。
- ・アフターコンベンション等の観光的な魅力としては、非日常的な工場夜景の鑑賞や離島観光である大津島、あるいは周辺の岩国、防府といった有名観光地があるといった

ことは「強み」と位置付けることができる。しかし、夜間の街歩きなどの散策を楽しむとしたとき、商店街付近に利用できる店が少ないことは「弱み」となる。

- ・コンベンションの開催地では、安全・安心に滞在できることが求められるが、周南市の治安の良さは「強み」と捉えることができる。
- ・開催地を決定する際、多数決などでは「～がある□□」、「～が美味しい○○」など、連想しやすくブランド力があることが有利になる。しかし、周南市は、現時点では知名度が低く、特産品、観光、温泉、独特な伝統芸能といった印象が薄く、情報発信不足といったことから、ブランド力は「弱み」になる。
- ・周南市の臨海部は工業地帯を形成しており、昨今はその夜景を資源として楽しむ動きがある。しかし、施設展開的には低利用であり、「ウォーターフロントの魅力」にまで至っていないことは「弱み」である。

＜外部要因：機会、脅威＞

- ・国の「地方創生」に向けた取組が動き出し、地方都市にとっても独自展開の可能性が広がることは「機会」として有望である。
- ・国や県が推進するM I C Eは施策的にも追い風になり、インバウンドの推進も期待できるところである。国際会議のアフターコンベンション等で山陽がコースになった際には、周南市は、広島・岩国と福岡などの中間点に位置していることから、「夜景でもてなして宿泊誘致」といった可能性もある。
- ・東京オリンピック等の開催は国内スポーツを活発化させ、事前の合宿誘致や大会等の機会が増える可能性もある。
- ・現時点では、周南市には、購買意欲を刺激するような土産品はないが、山口県としては「ふぐ」「うに」「ういろう」等があり、「機会」と考える。
- ・平成27年には、NHKの大河ドラマでは「幕末の長州」がテーマになることから、地域として注目度が増すことは「機会」として活かすべきではあるが、その放映効果は概ね1年程度と短期であることが予想される。
- ・山口宇部空港では国内線のL C Cが導入され、空路によるアクセス向上は、特にビジネス系コンベンションの開催誘致には「強み」になる。
- ・産業活動では、昨今では円安が進展し、さらに国内技術の信頼感、ブランド力といったことから国内生産への回帰ムードもあることから、技術分野の見本市や商談会、会議等が増加する可能性もある。
- ・アジア等の周辺新興国の経済成長や欧米等における日本ブーム（クールジャパン）、日本でのL C C（国際線）の本格化などは、国際会議の増加が見込まれることから「機会」として捉える。
- ・平成27年3月に北陸新幹線が金沢まで開通、さらに北海道新幹線の整備といった状況は、利便性の向上と話題性により、その方面で大会等を開催しようといった気運が高まることが予想されるため、「脅威」と考えられる。
- ・自地域への大会等の誘致活動を展開するコンベンションビューローといった団体は近年、増加傾向※を示しており、周南市にとって競合が増えている状況から「脅威」と考える。（※印は次頁参照）
- ・消費税の増税、アベノミクスの失速、国際金融情勢の悪化など、仮に景気が低迷した場合、ビジネス活動そのものが停滞し、会議や大会等も縮小する可能性もある。
- ・少子高齢化により、大会をサポートする人材が不足する可能性もある。

- ・IT化の進展によって時空を超えた展開が可能になり、「皆が一同に集う機会」が減少する可能性もある（テレビ会議など）。

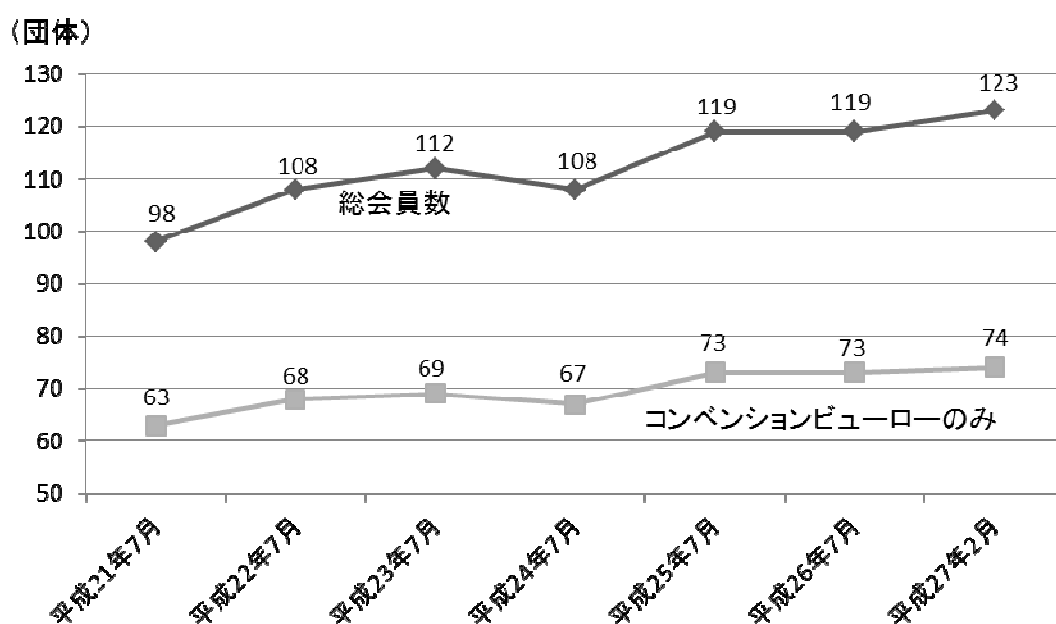
以上のような分析より、内部的な「弱み」を認識しつつ克服し、「強み」を活かしながら外部の「機会」を捉え、「脅威」を乗り越えられるような施策を検討することが重要であるとする。

※日本国内でのコンベンションビューローの増加傾向について

（一社）日本コンgress・コンベンション・ビューロー（JCCB）は、コンベンションの誘致を目指す団体、あるいは旅行、宿泊、通訳、企画、機器といったコンベンション関連企業が属する団体である。

下図はその総会員数と、その内のコンベンションビューローのみの加入団体数の変化を示している。

会員数は東日本大震災直後、一時的な減少を示したが、コンベンションビューローのみの件数に着目すると、平成21年当時から現在までの10年未満の間に10団体以上増加している状況が確認できる。



資料：一般社団法人日本コンgress・コンベンション・ビューロー（JCCB）からの情報提供

図 3-2 一般社団法人日本コンgress・コンベンション・ビューロー（JCCB）の会員数の推移

4. 誘致戦略の方向性の整理

1～3章の調査結果や分析結果等を踏まえつつ、国策の動向等も考慮し、周南市のコンベンション誘致戦略の方向性について整理した。

4-1 周南市におけるコンベンションの分類と誘致ターゲット

「コンベンションとは」の辞書的な意味は、本来は単に「会議」の意であったが、昨今は人、情報、知識、物などの交流の場、集りのこととして用いられている。

本業務では「コンベンション開催動向調査事業」として、主催者や参加者への調査対象はスポーツ系の大会（試合）、あるいはビジネス系大会等を中心に選定した。

一方、国（観光庁）では、観光目的以外の人流も活発化させ、ビジネス・イノベーションの機会の創造、地域への波及効果、国・都市の競争力の向上を目指し、MICEの誘致・開催を促進する動きがある。このMICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等が行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称として、下図のように捉えている。

そこで、ここでは調査対象に選定した視点とともに、下図のような広義のMICEといった視点、主催者の「開催地決定条件」を踏まえた先述のSWOT分析の結果、周南市が有するコンベンション関連施設等を勘案し、周南市におけるコンベンションの可能性について、図4-2のように分類した後、表4-1に示す評価を行った。



資料：観光庁ホームページ「MICEの開催・誘致の推進」より
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/mice.html>

図4-1 MICEの捉え方



図 4-2 周南市におけるコンベンションの誘致に向けた分類

表 4-1 周南市のコンベンション分類に基づく評価

	開催地決定の三大要素					稼働状況	施設の余力	地元素地
	適切な施設		交通の利便性		宿泊の確保	(現状)	(今後)	(団体・体制)
スポーツ系	◎	総合SC	◎	車	○	◎	△	◎
ビジネス系	◎	文化会館 他	◎	新幹線	○	○	◎	◎
国際会議	×	多言語	△	国際線	×	多言語	—	△
その他	○	各種施設	○	各種交通	○	○	○	—

上記の図 4-2 の分類をもとに表 4-1 のような評価を行うと、「国際会議」については、周南市は国際線が頻繁に発着する空港（福岡空港、関西空港等）からは遠く、コンベンション施設では同時通訳の設備や人材が必要であり、宿泊施設や交通機関、街中も含めた多言語表示の現状から、周南市の状況では現時点での誘致は難しい。

一方で、福岡県、広島県といった周辺地域で開催される国際会議のアフターコンベンション等を誘致する可能性があり、この場合には、環境系の国際会議であれば、臨海工業地帯の環境負荷の軽減に向けた取組を視察した後に夜景を楽しんだり、平和に関する国際会議であれば大津島を視察するとともに離島観光を楽しむといった可能性もある。

したがって、「国際会議」については、周南市単独の誘致ターゲットとして捉えるのではなく、周辺の広域ネットワークの中で位置づけ、状況に応じてアフターコンベンション等の誘致活動を展開することが考えられる。

また、「その他」については、民間の経済活動の中で開催されたり、市が誘致活動を行うメリットが少ないなどの理由から、誘致ターゲットから外すことが適当である。

このようなことを勘案すると、周南市にとっての誘致ターゲットは「スポーツ系」と「ビジネス系」の2者が考えられ、その規模等については以下のように考える。

■スポーツ系の誘致範囲と参加規模について

- スポーツ系は車利用者が多く、施設の近くに高速道路のＩＣがあるといった利便性の高さは優位な条件としてアピールできるが、参加者の移動距離・時間を考慮すると、中国大会、あるいは西日本大会といった範囲が現実的な誘致の対象と思われる。
- 参加人数を宿泊状況から試算すると、スポーツ系は日帰りと宿泊が概ね半々である。一方、徳山駅周辺にはシングル約 1,000 室が確保できるが、その半数が大会向けに対応できると仮定すると 500 人が宿泊できることから、その倍の 1,000 人を参加規模と想定することができる。

■ビジネス系の誘致範囲と参加規模について

- ビジネス系の参加者は新幹線の利用が半数に達することから、「のぞみ」の利用が可能であることは優位な条件としてアピールでき、さらに空港も 1 時間半程度でアクセスできることから、集客範囲としては全国大会まで対応可能と思われる。
- 参加人数については、上記と同様に宿泊状況から試算すると、ビジネス系は約 7 割が宿泊することから、500 人の宿泊想定から逆算すると、参加者数は 700 人程度の規模を想定することができる。

以上は、「シングルの客室の半数が大会向け」といった仮定上の試算であり、実際にはもっと多くの客室が確保できる可能性がある。また、ダブルの客室を加えると徳山駅周辺では計約 1,300 室となり、さらにエクストラベットの活用も含めると、参加規模の上乗せは可能である。

したがって、スポーツ系、ビジネス系も含め、参加規模の目安としては、コンベンション関係者間でも明確な目標として共有しやすい数値として「1,000 人程度まで」を誘致対象にするといった考え方が望ましい。

【周南市におけるコンベンションのターゲット像】

種類／規模、人数	規模(集客範囲)	参加人数
スポーツ系	中国大会、西日本大会	1,000 人程度
ビジネス系(※)	全国大会	

※ビジネス系 … 企業や学会の会議、業界団体等の総会や定期大会、研究発表会、研修会、展示会、商談会など

4-2 誘致戦略

周南市のコンベンション関連施設の稼働状況（縦軸）と、コンベンション誘致の目的である地域経済への波及効果（消費単価、横軸）といった2軸上で、図4-2で提示したターゲットを誘致戦略として位置づけると下図のようになる。

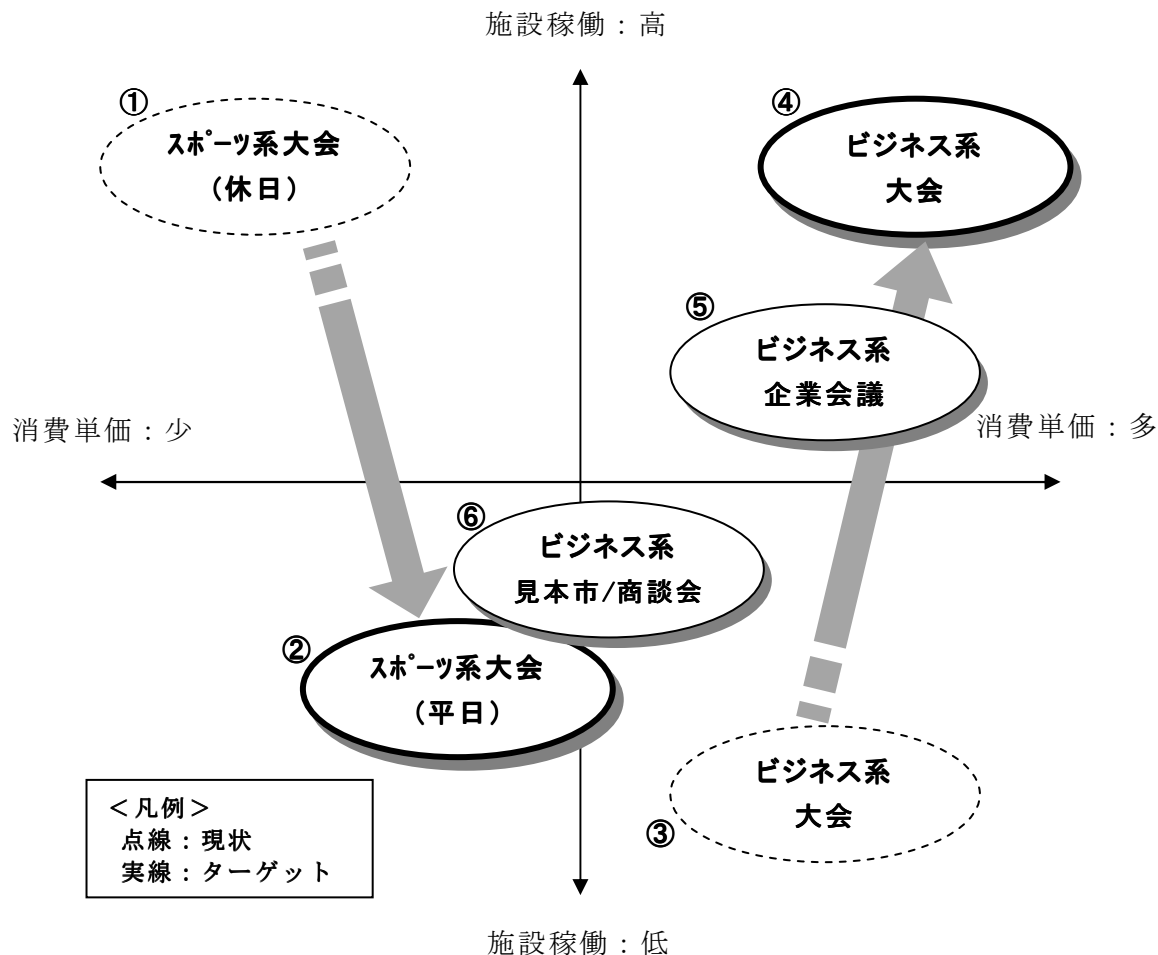


図4-3 周南市のコンベンション誘致戦略イメージ

【スポーツ系大会の誘致戦略】

- 現在、「キリンビバレッジ周南総合スポーツセンター」では、既に多くのスポーツ系大会が「休日」に開催され、地元団体のスポーツ活動の場でもあることも考慮すると「休日」開催による新規のコンベンション誘致には一定の制約がある（図4-3①）。
- そこで、更なる誘致に向けては「平日」開催（図4-3②）の大会を誘致することが望まれる。そのためには、社会人の大会であれば「休日」開催が求められる可能性が高いため、長期休暇を活用した学生の大会や合宿などをはじめ、シルバースポーツ大会など、「平日」開催が可能であるコンベンションの誘致を目指すことが望ましい。
- なお、この戦略は「これ以上の休日開催の大会誘致は容易ではない」ことを前提にしているため、少なくとも、現状を維持することが重要となり、その上での“上乗せ部分”として位置付ける（図4-4）。
- 一方、スポーツ系大会は参加者の消費単価が低いことから、地域経済への波及効果を高めるためには、消費機会の提供等を積極的に行うことが望ましい。

【ビジネス系大会の誘致戦略】

- 「周南市文化会館」の稼働状況は「休日」の開催も余地があるとともに（図 4-3③）、一般的にビジネス系の大会は「平日」開催が多いことから、周南市全体としての受入としては、現状の「休日＝スポーツ大会」に対して、「平日＝ビジネス系大会」（図 4-3④）といった“両輪”的な戦略が望ましい。
- ビジネス系大会の施設は、その規模に応じて対応可能な施設が市内に複数あることから、その稼働率向上のためにも積極的に誘致することが望ましい。特に、企業内・企業間の会議であれば数十人程度の会議室利用で対応できることから、現時点で稼働率の低い既存施設（会議室）を適宜に活用することができる（図 4-3⑤）。
- 見本市や商談会では展示スペース、ブース設置といったことも要するので「麒麟ビバレッジ周南総合スポーツセンター」の活用が望ましいが、これらもビジネス向けの場合は平日開催であるため、望ましい利用促進策といえる（図 4-3⑥）。
- 宿泊は、周南市で開催されれば周南市で宿泊する可能性が高く、さらに消費単価もスポーツ系より高いことから地域経済への波及効果が見込めるが、より一層消費を促すような仕掛け（飲食街への誘導、弁当・土産の販売など）も必要である。
- 特に、企業の会議、商談会ではその後の懇親会、交流会、接待といったケースも多くあることから消費単価の向上が期待でき、飲食街等との連携による“おもてなし展開”が効果を発揮する可能性もある。
- また、他地域との差別化や市の独自性を発揮できる特徴的なおもてなしとして、ユニークベニユーを定めることにより、効果的な誘致活動に繋げていくことが重要である。

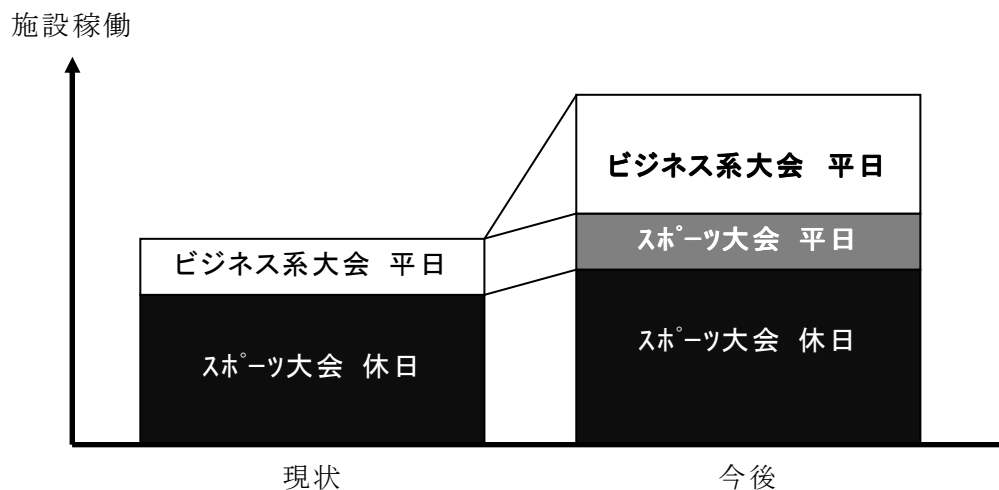


図 4-4 施設稼働からみた誘致戦略イメージ

4-3 効果的なアプローチ

(1) プロモーション開始のタイミングと確認事項

基本的には、開催地の「検討開始 3 年前」、「決定 2 年前」といったケースが多いと思われるが、早いところでは 4 年前から始動するところもある。今回の主催者アンケートでは「検討開始」のタイミングを調査しており、実行委員会等の公な体制ではなく、水面下では候補地選定を進めている可能性は否定できない。

以上のようなことを考慮すると、“選考レース”に途中参加することは難しく、参加してとしても不利な立場になる可能性があるので、「乗り遅れない」ためにも、主催者へのファースト・コンタクトのタイミングとしては「4 年前」を念頭に置くことが望ましい。

一方、確認事項としては、大会の概要として目的や規模、留意点等をヒアリングするとともに、上記のような開催地決定のタイミング、決定プロセス（持ち回り制、立候補制など）、決定権者などについても確認し、誘致ターゲット毎の情報として整理することが望ましい。

また、下記の確認事項の最後に「周南市開催の可能性・課題」と記したが、周南市の可能性や開催にあたっての課題を十分にヒアリングし、その回答機会として「次の提案」の余地を確保する。コンベンションの誘致は息の長い取組であり、最初からスムーズに周南市に誘致できる可能性が低いことから、「継続的にアプローチできる可能性」を維持することが重要である。

<プロモーション開始時の確認事項>

- ・ 概要：参加規模、開催時期・期間、これまでの開催地や会場
- ・ 目的：親睦・交流、発表、広報・普及、試合、練習、その他
- ・ 選考：検討開始・決定の時期、決定プロセス（ルールなど）、決定権者
- ・ 候補地（選考）の条件：施設、交通、宿泊、その他
- ・ その他：望まれる支援、独自の企画、周南市開催の可能性・課題

なお、企業等のビジネス系の会議、見本市、商談会等については、今回の調査結果からは得られていないが、昨今の変化の早い社会経済情勢に対応するため、数年先のことを予め決めるケースは少ない。そこで、プロモーションの開始のタイミングとしては、「2 年前」程度でよいと考える。

(2) プロモーションの相手先、売り込み方

<正攻法＝事務局にアプローチ>

周南市が実際にアプローチする際には、図 4-5 に示すように、今回の主催者へのアンケート調査と同様に、各団体の事務局に問い合わせることから始まる。その上で、開催地決定プロセスとしては、大会実行委員会等が検討し、理事会等の上層組織にて決議することが一般的な流れである。地方大会等においては、各団体の地方支部・ブロック等の事務局を紹介されるケースも考えられるが、その先の「大会実行委員会等から理事会等へ」といった流れは同じものと思われる。

このように考えると、「まずは、開催地候補になる」という意味では、大会実行委員会等に選考してもらうことが重要になるが、その委員会に出席したり、直接、委員長を

紹介してもらい、出向くといったケースは少ない。

したがって、基本的には事務局がアプローチ先になって周南市を売り込み、実行委員会に推薦してもらい、会議資料に入れてもらうといった間接的なプロモーションになるものと思われる。

<連携法＝地元支部・地元企業を経由して大会等を誘致>

一方、地方大会の開催には「地方支部」の位置づけが重要となり、特にスポーツ系の大会では地元（地元支部等）からの立候補制（自薦）を重視する傾向を勘案すると、図 4-5 内の点線のように、地元（周南市）の関連団体を経由して大会を誘致することが効果的である可能性もある。

この状況においては、周南市のプロモーション先としては地元関連団体と捉えることもできるが、関連団体と連携し、大会の誘致活動を行うといった売込み方が望ましいスタイルと考える。

一方、ビジネス系の会議、見本市等の誘致や開催においても同様に、まずは市内に立地する企業と連携して展開することが効果的であると考ええる。

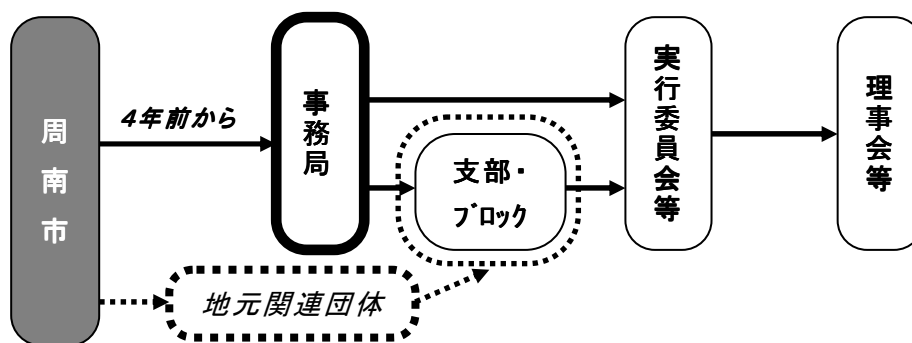


図 4-5 プロモーション先及び決定プロセスのイメージ

4-4 市の強みや優位性による差別化や独自性からみたアピールポイント

周南市が既に実施している開催補助金やノベルティグッズの提供、その他支援等を踏まえた上で、誘致ターゲット別にアピールすべきポイントを整理した。

【スポーツ系大会（中国～西日本大会クラス）】

●適切な施設：キリンビバレッジ周南総合スポーツセンターと周辺施設

屋内のメインアリーナや多目的ホールのほか、屋外の陸上競技場や野球場、サッカー場、テニス場など、多種多様なスポーツに対応可能である。但し、団体事務局へのアプローチの際には、先方の当該スポーツに合致した施設を中心にアピールする。

また、会議室や控室、食事関係についても問題なく対応可能であることを強調する。

●交通の利便性：徳山東ICを中心に高速道路からのアクセスの良さを強調

スポーツ系の大会はチームが団体で行動し、貸切バスや自家用バスで移動するケースが多いことから、高速道路からの利便性の良さは重要なアピールポイントである。車移動以外の参加者等への対応については、徳山駅から施設までの送迎など、個別対応可能な場合は適宜、アピールする。

●宿泊の確保：プライバシーを重視した豊富なビジネスホテルの客室

シングルユースで安価なビジネスホテルの存在をアピールする。

プライバシーを重視する年代の場合は良いが、小学生や中学生、高校生など、団体行動（＝大部屋ニーズ）の対応は今後の課題である。

●開催支援：地元体育協会加盟の35団体が大会の運営をサポート

スポーツ大会の準備、当日の運営サポート対応を提供できる体制の整備が望ましいことから、周南市体育協会加盟の35団体と連携可能であれば、アピールポイントになる。

【ビジネス系大会（全国大会）】

●適切な施設：小規模から1,800人規模の大会まで、幅広く対応可能

基本的には「周南市文化会館」へ誘導するが、「周南市新南陽ふれあいセンター」や「周南地域地場産業振興センター」、ホテルの宴会施設なども提示し、規模やプライベート感など、団体のニーズに応じて“各種展開可能であるといった多様性（選択肢）”をアピールする。

学会など多くの分科会を実施する場合への対応については、徳山大学や徳山高専のキャンパスが活用できるよう環境を整えておくことが望ましい。

見本市や商談会の開催は、「キリンビバレッジ周南総合スポーツセンター」の活用を促すことが適切である。

一方、企業活動を支援するような役員会議やリーダー研修、新人研修、営業マンに生産現場を体感してもらう全国営業会議、ビジネスを意識した見本市、商談会などについては、「周南市なら実現可能」といった具体案を提示することが重要である。

●交通の利便性：徳山駅は「のぞみ」も停車し、宿泊の確保も容易といったベーシックなポテンシャルをアピールすることを強調

徳山駅は新幹線駅であり、利便性が高い時間帯には「のぞみ」や「ひかり」も停車することを積極的にアピールする。

「山口宇部空港」や「岩国錦帯橋空港」の利用については、1時間半程度でアクセス可能であるが、競合する他都市と比較すると利便性が良いとはいえないが、空港からのアクセスについては、「岩国錦帯橋空港」や「山口宇部空港」からも便利、さらに今回の実態調査でも出現した「福岡空港」、あるいは「北九州空港」、「広島空港」といった多様な空からのアクセスの可能性といった面でアピールすることが効果的である。

ビジネスホテルが利便性の良い徳山駅周辺に豊富にあるといったことなど、基本的な開催地の決定条件は十分にクリアしていることをアピールする。

●おもてなしと楽しみ方：昭和を感じる商店街での山口の味覚をアピール

駅前周辺の商店街のアーケード通りは地方都市としては規模が大きく、大人世代には“どこことなく懐かしい雰囲気”もあることから、散策するには面白いエリアである。

ビジネスホテルは基本的には泊食分離であることを踏まえ、地域経済への波及効果を高めるためにも商店街のクーポン等を発行・配布し、飲食の誘導を図ることが望ましい。

一方、地元受入側は「おもてなしメニュー&料金」を展開し、コンベンション向け料金設定、地域外の人々が喜ぶようなメニューを提供することで誘客を図ることが必要である。

●周南市の特性を活かしたアフターコンベンションの提案

回天記念館を有する大津島への観光は船でアクセスすることから、普段、船に乗る機会がほとんど無い大都市部の参加者にとっては“非日常”的な体験であり、関心が高いと思われる。

一方、短時間に市内を楽しむ施設の一つとして動物園があるが、子ども連れ等の家族旅行なら良いが、大人旅では好まれない可能性もある。

仮に、主催者側が周辺観光を重視するようなケースにおいては、“大会の誘致”が最大の目的であることを再認識し、岩国や萩など他の有名観光地を案内することも選択肢の一つとして考えられる。換言すると、「アフターコンベンションの観光が楽しめない」と判断されて開催地の選考から外されるのであれば、周辺有名観光地と連携し、選考枠内に留まった方がよいといった考え方である。

今回の調査結果から、「関連施設見学・訪問」といったニーズも確認できた。したがって、必ずしも“観光”ではなく、誘致ターゲットとした団体に合致するような地元施設や団体等を紹介することも効果的である。

●ユニークベニユーの可能性で周南市の特徴を具体的にアピール

ブランド力の弱い周南市への誘致を実現するためには、“小回りが利いてユニークな地方都市”を印象づけるため、周南市での開催を象徴するようなユニークベニユーを企画し、周南市コンベンションの“フラッグシップモデル”としてアピールすることが効果的である。

例えば、コンビナートの夜景を楽しみながらの“ナイトクルーズ・パーティ”、ある

いは船上や周南市市長公舎での会議やパーティ、神社仏閣での会議、周南市徳山動物園でのナイトズー体験（貸切）などが考えられる。

このようなユニークベニューは、資源そのものの有効活用といった効果のほか、地元関係者の意識向上や展開の内容等によって周南市の観光や歴史性等をアピール効果が期待できる。

特に、企業活動においては学会等の実行委員会や理事会といった合議制による開催地の選考とは異なり、社長等の決裁で実施できることから、実現の可能性は高い。

4-5 誘致活動の強化策

以上のような誘致ターゲット、それに対する誘致戦略、アピールポイント等を踏まえ、今後、周南市がコンベンションを推進する上での強化策として、弱みの克服や展開の可能性等について整理した。

(1) ブランド力の強化・育成

事務局や実行員会等の立場で考えた場合、大会等の開催地を選定、決定する際には、「その地で『開催することの意義』」が重要となる。

この「意義」の一つとして、周南市では開催補助金があり、支援メニューも充実しているといったことがあるが、それは団体等の事務局側からみたメリットはあるが、コンベンションの誘致活動を展開している競合他都市でも概ね同様のサービス等を提供している。

事務局等からすれば、「大会参加者が喜んでくれるか」「納得してくれるか」といったことに関心があり、その際に効果を発揮するのが「開催地のブランド力」と言える。つまり、大会参加者が「開催地に期待」出来るか、否かといった状況である。

したがって、コンベンションの誘致に向けては、開催地決定の3大要素である「適切な施設」「交通の利便性」「宿泊の確保」は当然のこととして、周南市のブランド力を強化し、育成することが重要と考える。

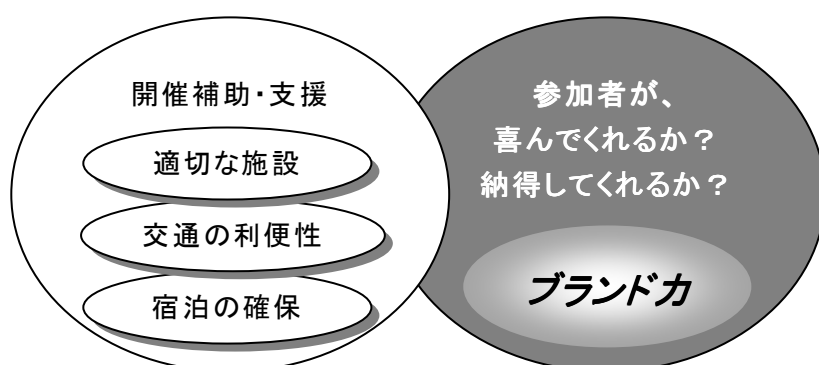


図 4-6 選考・決定時における「開催意義」イメージ

ブランド力とは、単に知名度等の向上のみではなく、先述の「期待」を持たせる魅力が必要であり、実際に訪れた際に参加者が感じる「満足」と捉えることができる。

しかしながら、事前の「期待」ばかりを高め、実際に訪れた際にがっかり（不満）するようなことがあれば、逆にブランド力を低下させることになる。

つまり、参加者にとって「事前にワクワクし、実際に訪れて納得し、さらに帰宅後に『良かったね！』と満足感を得る」ような状態を意識することが望ましい。

そのためには、「期待に沿ったワクワク情報」とともに、「実際に訪れた際に納得するような“おもてなし”」が重要となる。

「期待に沿ったワクワク情報」とは、コンベンションの場合、参加者は「大会に参加する」ことが主目的であることから、副次的な要素で期待を持たせることが必要であり、具体的には大会の合間に楽しめる“食”、アフターコンベンションの“観光等”、あるいは会議や懇親会そのもののサプライズといった“ユニークベニュー”と捉える

ことができる。

その上で、“おもてなし”については「ワクワク感の具現化」と位置付けることができ、食は地域産品を活用した料理メニュー（はも、ふぐ、たこ、じねんじょう、地酒等）、それを実際に楽しめる弁当、飲食街クーポンなどが考えられる。

観光については、周南市内では非日常的な工場夜景と離島観光（大津島）、家族で楽しめる動物園のほか、隣接する岩国や防府、さらにもう少し行けば宮島や山口も可能…といった広域観光ルートの中間点あることをアピールし、「大会後に有名観光地に行ける!」といったワクワク感を与えることが考えられる。

ユニークベニューの展開については、歴史的建造物、神社仏閣などといった施設の活用は昨今、競合他地域でも検討されおり、周南市においても周南市市長公舎や周南市徳山動物園などは活用の余地がある。その上で、さらに周南市の独自性と必然性からワクワク感を与えるためには臨海部の工場夜景、船上・離島ボートレースといった素材を活用し、具現化することが望ましい。

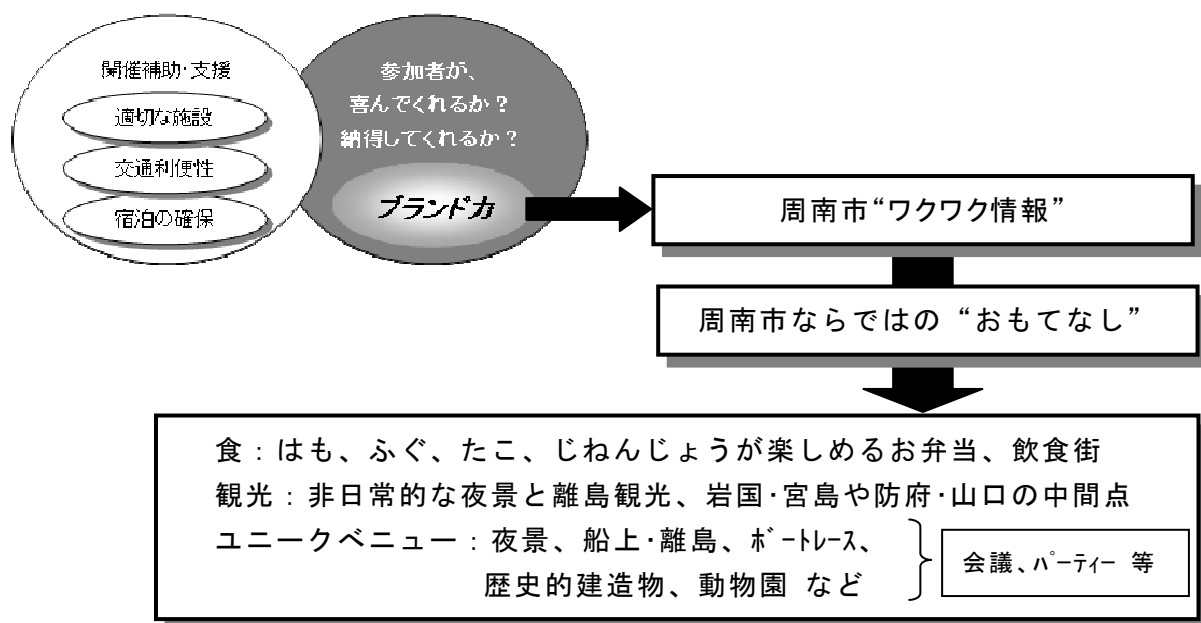


図 4-7 コンベンション誘致に向けた周南市のブランド強化・育成イメージ

（２）地元発の誘致活動

スポーツ系の大会の開催地決定に向けては、「地方支部」からの立候補制（自薦）を重視する傾向があることは先に述べたが、既にある地元（周南市）の体育協会の加盟団体と連携し、誘致活動を展開することが望ましい。

具体的には、各団体に対して大会の誘致に向けた自薦の可能性について調査し、立候補制であるが阻害要因がある場合には、それを解消する方向で協議する。

その上で、各団体と周南市が連名で事務局等にアプローチし、連携した誘致活動を展開する。つまり、周南市が前面に出るというより、「地元支部」をバックアップする戦略が効果的であると考ええる。

このような展開は、市民に対してコンベンションの誘致活動を推進する意味の理解促進にも寄与し、市民との共通の話題による成功体験を共有できるよい機会である。

一方、ビジネス系の会議等の誘致に向けては、地元商工会議所等と連携し、各事業者に対して会議開催に向けた補助制度の周知を図るほか、市内の同業他社とのネットワークを構築し、商品の見本市や商談会を開始することも考えられる。

以上のように、「飛び込み営業」的に大会事務局等にアプローチすることも重要であるが、地元発の誘致活動も実践し、誘致の可能性を高めることも重要である。

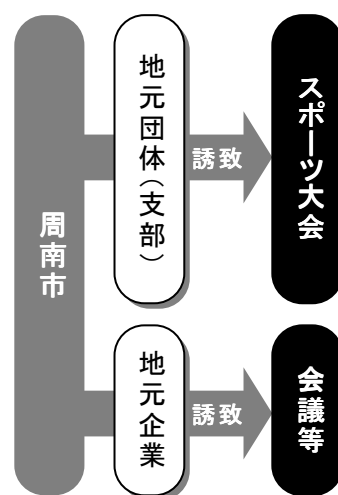


図 4-8 地元連携法による誘致活動のイメージ

（３）各種施策との連携した消費単価向上策

コンベンション誘致の目的は、参加者の消費活動によって地域経済を活性化させることであるが、そのためには消費単価を向上させることが重要となる。

しかし、大会の参加者の状況をみると、消費活動を実施する以前の問題として、消費機会が無い、消費したいものがない、つまり「買いたくても買えない」「買いたいものが無い」といった状況も推察される。

一方、周南観光コンベンション協会の特産品委員会では、地域特産品の活性化や開発、地域飲食の活性化を目指した取組（飲食店パンフレット、クーポン活用）が行われており、まさに大会参加者への消費機会の提供に直結するような展開を目指している。

このような観光分野の取組以外でも、都市計画やまちづくり等の分野では中心市街地の活性化が課題となっており、商店街への誘客方策、空き店舗の活用等はアフターコンベンションの楽しみ方の一翼を担うことで消費機会の提供ができるものと考ええる。

さらに、農林水産の分野では、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出や地域の農林水産物の利用促進を目指して地産地消を推進し、6次産業化と称して取組を活発化させている。このような展開に対して、大会会場等で販売ブース等を設置すれば、他地域からの来訪者に対するテスト・マーケティングの機会になる。

以上のように、コンベンション関連の取組は観光分野に留まることなく、行政の各種施策とも連携が可能であることから、複合的な展開を念頭に置くことで魅力的なコンベンションシティになり、その結果として参加者の消費単価も向上するものと思われる。

5. 市の特性を活かした魅力ある誘致提案メニュー

4章の検討結果を踏まえ、実際に周南市が主催者等に誘致活動を行う際に活用できるようなプロモーション・ツールを作成した。

具体的には、市の強み、独自性、開催メリット、支援内容、アフターコンベンション等の項目を盛り込んだ「企画提案書」スタイルのツールとし、今後、市や観光コンベンション協会にて適宜、アレンジ、更新して利活用できるようなものを作成した。

●●●●●●●●大会事務局 御中

【スポーツ系大会向け】

貴団体●●大会
周南市開催のご提案

SHUNAN CITY



きらめく街で、輝く知性！
魅力あふれるコンベンションの開催に向け
周南市が全面的に協力させていただきます。



● 周南市の紹介

SHUNAN CITY

Answer 1



- ・ 人口:約15万人
- ・ 面積:656.32平方キロメートル(東京23区、シンガポールと同規模)
- ・ 山口県の東南部に位置し、北に中国山地を背に、南に瀬戸内海を臨み、海岸線に沿って全国有数の石油化学コンビナートが立地
- ・ 伊藤繁雄(元卓球世界チャンピオン)、津田恒実(元プロ野球選手)、原田裕花(元バスケットボール選手)、田中達也(Jリーガー)の出身地
- ・ ふぐ、たこ、はもをはじめとする瀬戸内の海の幸を楽しむことができる

● 周南コンビナートについて

SHUNAN CITY

Page2



- ・ 環境に配慮した高度な産業技術が集積した石油化学コンビナート
- ・ 自家発電施設は国内トップクラス
- ・ 製造品出荷額は約1兆5千億円(※)で県内第1位(約4分の1)
- ・ 国内トップクラスの水素発生量を活用した先進的な取組
(平成27年に中四国初の水素ステーションがオープン)
- ・ 国際バルク戦略港湾の選定を受けた徳山下松港

(※)出典:平成24年経済産業省工業統計調査

● 周南市はアクセス抜群です！

SHUNAN CITY

Page3



● 西日本有数の集積を誇る充実したスポーツ施設

SHUNAN CITY

Page4

「麒麟ビバレッジ周南総合スポーツセンター」と周辺施設

- 園内のメインアリーナや多目的ホールのほか、園外の麒麟ビバレッジ周南庭球場、津田恒実メモリアルスタジアム（野球場）、陸上競技場、サッカー場など、多種多様なスポーツに対応できる施設です。
- メインの試合会場、練習用のサブ会場、ミーティングスペース、更衣室など、観戦に応じた利活用が可能です。
- 軽食・喫茶もあり、ご要望に応じてお弁当の手配も致します。
- これら施設は「周南緑地内」にあり、自然豊かな環境の中でスポーツが楽しめる他、待ち時間や帰場の方などは緑地内の散策も楽しめます。

「麒麟ビバレッジ周南総合スポーツセンター」



メインアリーナ



多目的ホール



サブアリーナ



軽食・喫茶



● 周南市の宿泊はキャパシティも充分！

SHUNAN CITY

Page5

- JR徳山駅周辺に約1,300室。
- ビジネスホテルが多く、シングルユースで1,000室。
- 夜は周南コンビナート（臨海部）の夜景がオススメです。



1人部屋を確保できれば、大切な試合前にも集中できます！

- 大規模な観望の場合はご相談ください。
- 宿泊型の体験・研修施設もあります！



体験型宿泊施設「大津島海の家」

● 豊富なアフターコンベンションを満喫！

SHUNAN CITY

Page 6

コンベンションが終わった後は、自慢の観光スポットや各種ツアー、食、地酒等を心ゆくまで楽しんでください。



● 周南市の夜は魅力がいっぱい！

SHUNAN CITY

Page 7

工場夜景、ぐるぐる山口地酒の会、充実した飲食店街…。
周南市の夜は心躍る魅力にあふれています。



昭和の雰囲気香る商店街

JR徳山駅北側に近接する船山商店街は、狭い通りに生鮮食品店等が立ち並ぶ中央街など、「どことなく懐かしい雰囲気」があり、昭和ノスタルジーに浸りながら散策できるエリアです。



● コンベンション開催協力の内容

SHUNAN CITY

Page 8

□ 補助金

市内開催のコンベンション参加者が市内宿泊施設に延べ50人以上宿泊された場合に、その人数に応じた額を主催者に対して補助します。

宿泊の延べ人数	補助金額
50人～99人	30,000円
100人～199人	50,000円
200人～299人	100,000円
300人～499人	250,000円
500人～999人	350,000円
1,000人～1,499人	400,000円
1,500人以上	500,000円

□ グッズ等の提供

コンベンションの開催の際に配布する観光パンフレットや紙バッグ、各種グッズ、写真素材等を提供します。

□ おもてなし

歓迎のぼりや横断幕、看板の作成・設置、会場での特産品等の販売など、各種のおもてなしに取り組んでいます。



コンベンションに関することなら何でもご相談ください！
周南市は、心のこもったおもてなしをお約束します。

●●●●●●大会事務局 御中

【ビジネス系大会向け】

貴団体●●大会
周南市開催のご提案

SHUNAN CITY



きらめく街で、輝く知性！
魅力あふれるコンベンションの開催に向け
周南市が全面的に協力させていただきます。



● 周南市の紹介

SHUNAN CITY

Figure 1



- ・ 人口:約15万人
- ・ 面積:656.32平方キロメートル(東京23区、シンガポールと同規模)
- ・ 山口県の東南部に位置し、北に中国山地を背に、南に瀬戸内海を臨み、海岸線に沿って全国有数の石油化学コンビナートが立地
- ・ 台湾総督を務めた児玉源太郎や詩人のまどみちおの出身地
- ・ ふぐ、たこ、はもをはじめとする瀬戸内の海の幸を楽しむことができる

● 周南コンビナートについて

SHUNAN CITY

Page 2



- ・ 環境に配慮した高度な産業技術が集積した石油化学コンビナート
- ・ 自家発電施設は国内トップクラス
- ・ 製造品出荷額は約1兆5千億円(※)で県内第1位(約4分の1)
- ・ 国内トップクラスの水素発生量を活用した先進的な取組
(平成27年に中四国初の水素ステーションがオープン)
- ・ 国際バルク戦略港湾の選定を受けた徳山下松港

(※)出典:平成24年経済産業省工業統計調査

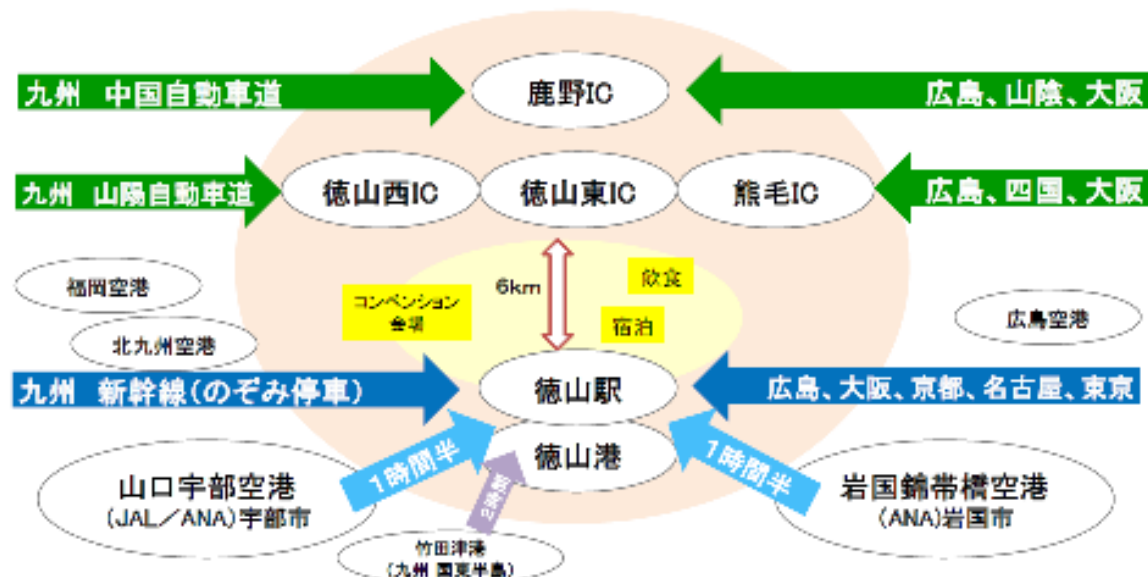
● 周南市へのアクセスは抜群！

SHUNAN CITY

Page 3

交通アクセスも良く、コンパクトな範囲でコンベンションを開催できます。

周南市は新幹線でも、車でも簡単にアクセスでき、飛行機は2つの空港が利用可能です。
JR徳山駅から、6km圏内に「コンベンション会場」「飲食」「宿泊」の全てが揃っています。



● 多様なニーズに応えるコンベンション施設

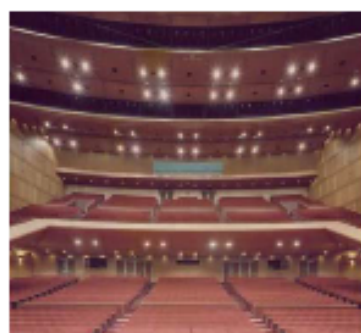
SHUNAN CITY

Page 4

周南市には 少数～1,800名 規模まで多様な選択肢があります。

- 1,800人収容可能な「周南市文化会館」：練習室3部屋、楽屋7部屋
- 1,000人収容可能な「周南市新南陽ふれあいセンター」：大中小会議室、展示室2部屋
- 300人規模の多目的ホールを有する「学び・交流プラザ」：会議室9部屋、アリーナ
- 100人規模の会議室や展示室を有する「周南地域産業振興センター」：会議室4部屋
- 大規模な見本市や展示会などは「キリンビバレッジ周南総合スポーツセンター」
- 人里離れた自然豊かな施設での秘密性の高い会議も可能
- 宿泊を要するような短期集中型施設も対応可能
- ホテルでの会議、研修なども可能

まずは貴団体の要望を教えてください。
最適な施設をご提案します。



● 周南市の宿泊はキャパシティも充分！

SHUNAN CITY

Page 5

- JR徳山駅周辺に約1,300室。
- ビジネスホテルが多く、シングルユースで約1,000室。
- 夜は周南コンビナート（臨海部）の夜景がオススメです。

新幹線(のぞみ)
が停車します。



● 豊富なアフターコンベンションを満喫！

SHUNAN CITY

Page 6

コンベンションが終わった後は、自慢の観光スポットや各種ツアー、食、地酒等を心ゆくまで楽しんでください。



● 周南市の夜は魅力がいっぱい！

SHUNAN CITY

Page 7

工場夜景、ぐるぐる山口地酒の会、充実した飲食店街…。
周南市の夜は心躍る魅力にあふれています。



昭和の雰囲気香る商店街

JR徳山駅北側に近接する船山商店街は、狭い通りに生鮮食品店等が立ち並ぶ中央街など、「どことなく懐かしい雰囲気」があり、昭和ノスタルジーに浸りながら散策できるエリアです。



● コンベンション開催協力の内容

SHUNAN CITY

Shunan City

□ 補助金

市内開催のコンベンション参加者が市内宿泊施設に延べ50人以上宿泊された場合に、その人数に応じた額を主催者に対して補助します。

宿泊の延べ人数	補助金額
50人～99人	30,000円
100人～199人	50,000円
200人～299人	100,000円
300人～499人	250,000円
500人～999人	350,000円
1,000人～1,499人	400,000円
1,500人以上	500,000円

□ グッズ等の提供

コンベンションの開催の際に配布する観光パンフレットや紙バッグ、各種グッズ、写真素材等を提供します。

□ おもてなし

歓迎のぼりや横断幕、看板の作成・設置、会場での特産品等の販売など、各種のおもてなしに取り組んでいます。



コンベンションに関することなら何でもご相談ください！
周南市は、心のこもったおもてなしをお約束します。