

Ⅲ. 国内外事例等調査

1. 世界の展示場の整備面積、販売面積の推移調査

世界の展示場の整備面積、販売面積の推移調査の概要と結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 世界の展示場整備、販売面積の状況を把握し、大型MICE施設の整備計画等の参考とすることを目的に調査を実施した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 世界の展示場動向はUFI(国際見本市連盟)が発行する報告書により調査した。 国内の展示場動向は、UFI(国際見本市連盟)発行の報告書に加え、各施設HPIにより情報収集を行った。
調査時期	2019年10月～2019年12月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

展示場数、整備面積

- 整備面積、施設数ともにシェアが最も大きいエリアはヨーロッパとなっている。
- 2011年～2017年の間に、世界の他エリアは展示場数、整備面積ともに大きな変化はないものの、アジア・太平洋エリアでは整備面積が大きく増加し、大型施設の立地が進んでいる。
- 以上より、アジア・太平洋エリアは展示会場の拡大が急速に進んでいることがわかる。

展示場サイズ

- 全世界の傾向として、2011年～2017年の間に、既存施設の拡張と推察されるMEDIUMサイズの施設(20,000㎡以上100,000㎡未満)の増加がみられるが、アジア・太平洋エリアにおいては、全てのタイプにおいて施設数が増加している。
- 世界的な傾向としては、中規模展示会場ニーズの増加への対応が行われたと考えられるが、アジア・太平洋エリアにおいては、全てのサイズの展示会場ニーズが増加した結果と考えられる。

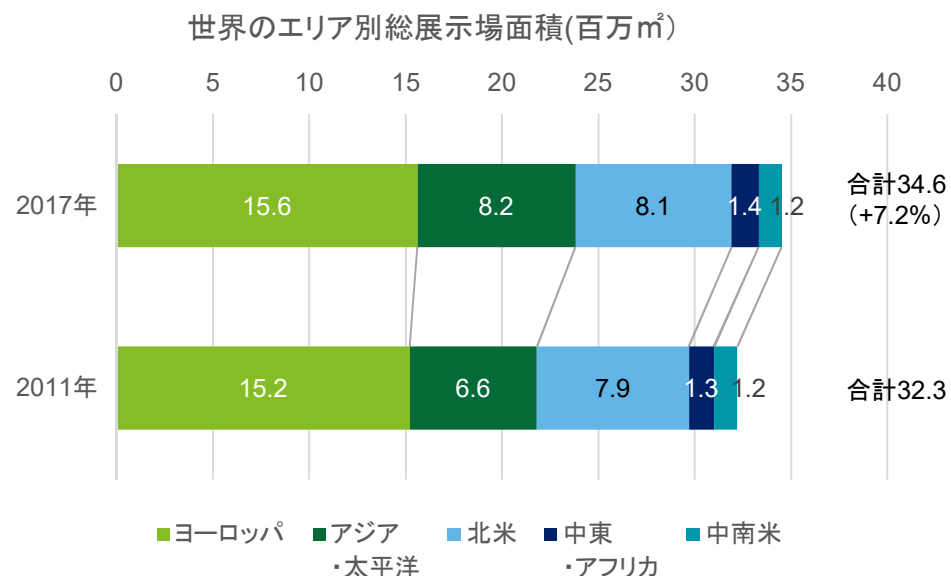
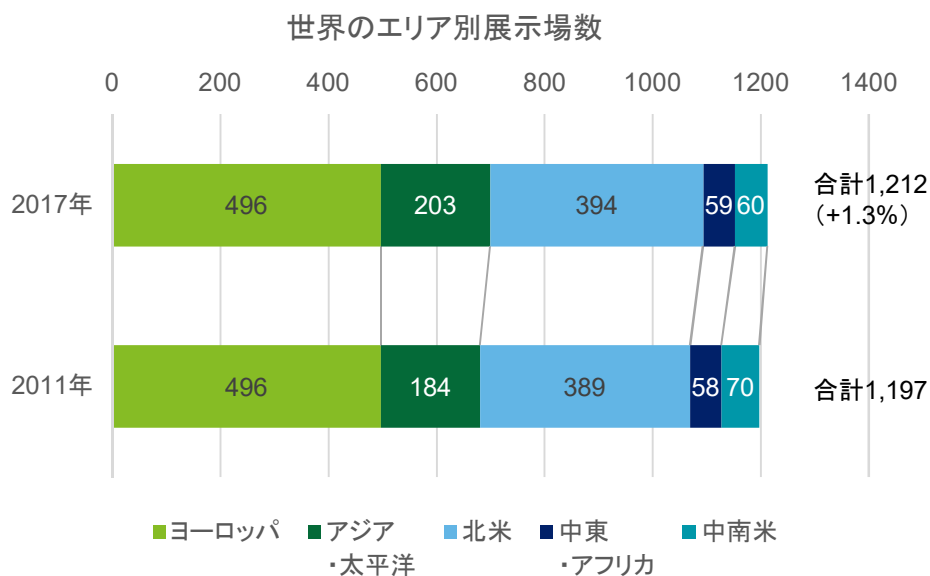
販売面積

- 全世界で2012年～2018年の間に、販売面積が10%増加しているが、アジア・太平洋エリアは50%以上の大きな増加がみられる。販売面積からもアジア・太平洋エリアの展示会ニーズが高まっていることが推察される。
- アジア・太平洋エリアの整備面積、販売面積ともに中国が圧倒的なシェアを占めている。日本はいずれもエリア2位だが、中国と比較して整備面積は約1/16、販売面積は約1/6と大きく差がついている。整備面積の差に対し販売面積の差がそこまで大きくないことから、受け皿施設が少ないにも関わらず、日本での展示会開催ニーズが高いと考えられる。

(1) 世界の整備面積・施設数の推移

世界の整備面積・施設数の推移(2011年と2017年の比較)

- 2017年時点において、5,000㎡以上の想定展示場面積を有する施設は1212施設、それらの総展示場面積の合計は3460万㎡となっており、2011年と比較して施設数は+1.3%、総展示場面積は+7.2%増加している。施設数の伸びよりも面積の伸びが大きいことから、大型施設が増加したことが推察される。
- 2011年、2017年時点のいずれにおいても、施設数、総展示場面積ともに最も多いエリアはヨーロッパである。2011年から2017年の間に施設数の増加は見られないものの、展示場面積は増加している。
- アジア・太平洋エリアは、2011年から2017年の間に大きく施設数・総展示場面積ともに増加し、2017年時点では総展示場面積につき北米エリアを抜き世界2位のエリアとなっている。展示場数では北米エリアを大きく下回ることから、アジア・太平洋エリアは大型施設が多く立地していることがわかる。



出所: UFI World Map of Exhibition Venues 2017, 2011より作成
注: 総展示場面積が5,000㎡以上の施設を対象に集計

(2) 展示場面積が上位国・地域の整備面積推移

展示場面積が上位国・地域の整備面積推移(2011年と2017年の比較)

- 2011年から2017年間に総展示場面積が最も増加した国は中国であり、100万㎡近い面積を整備している。
- その他、10万㎡以上の面積増加がみられる国はカナダ、ロシア、トルコの3か国である。
- ドイツ、オランダは面積が大きく減少しており、ドイツは約15万㎡、オランダは約25万㎡減少している。
- 日本は2011年から2017年間に約2万㎡の展示場面積が増加しているものの、ランクに変動はない。

■ 展示場面積上位国・地域(UFI基準)

国・地域	2017年				2011年		2011→2017	
	ランク	施設数	総展示場面積(㎡)	面積シェア	ランク	総展示場面積(㎡)	増加面積(㎡)	増加率
アメリカ	1	326	6,850,426	19.8%	1	6,712,342	138,084	2.1%
中国	2	110	5,753,724	16.6%	2	4,755,102	998,622	21.0%
ドイツ	3	60	3,228,020	9.3%	3	3,377,821	-149,801	-4.4%
イタリア	4	43	2,304,748	6.7%	4	2,227,304	77,444	3.5%
フランス	5	93	2,192,508	6.3%	5	2,094,554	97,954	4.7%
スペイン	6	44	1,526,319	4.4%	6	1,548,057	-21,738	-1.4%
カナダ	7	34	840,376	2.4%	10	684,175	156,201	22.8%
ブラジル	8	31	788,011	2.3%	8	701,882	86,129	12.3%
ロシア	9	28	768,276	2.2%	11	566,777	201,499	35.6%
オランダ	10	42	709,701	2.0%	7	960,530	-250,829	-26.1%
イギリス	11	31	668,248	1.9%	9	701,857	-33,609	-4.8%
トルコ	12	20	602,030	1.7%	14	433,904	168,126	38.7%
スイス	13	13	495,798	1.4%	12	500,570	-4,772	-1.0%
メキシコ	14	34	480,088	1.4%	15	431,761	48,327	11.2%
ベルギー	15	19	455,462	1.3%	13	448,265	7,197	1.6%
日本	16	12	365,575	1.1%	16	345,763	19,812	5.7%
インド	17	14	354,945	1.0%	19	278,010	76,935	27.7%
ポーランド	18	16	346,860	1.0%	20	268,068	78,792	29.4%
オーストリア	19	11	327,854	0.9%	17	287,475	40,379	14.0%
韓国	20	10	301,774	0.9%	18	280,190	21,584	7.7%
タイ	21	7	236,943	0.7%	27	200,174	36,769	18.4%
スウェーデン	22	10	232,965	0.7%	24	217,060	15,905	7.3%
南アフリカ	23	11	229,504	0.7%	29	178,432	51,072	28.6%
ギリシャ	24	9	223,400	0.6%	23	223,400	0	0.0%
シンガポール	25	4	219,970	0.6%	26	203,600	16,370	8.0%

注: 総展示場面積が5,000㎡以上の施設を対象に集計

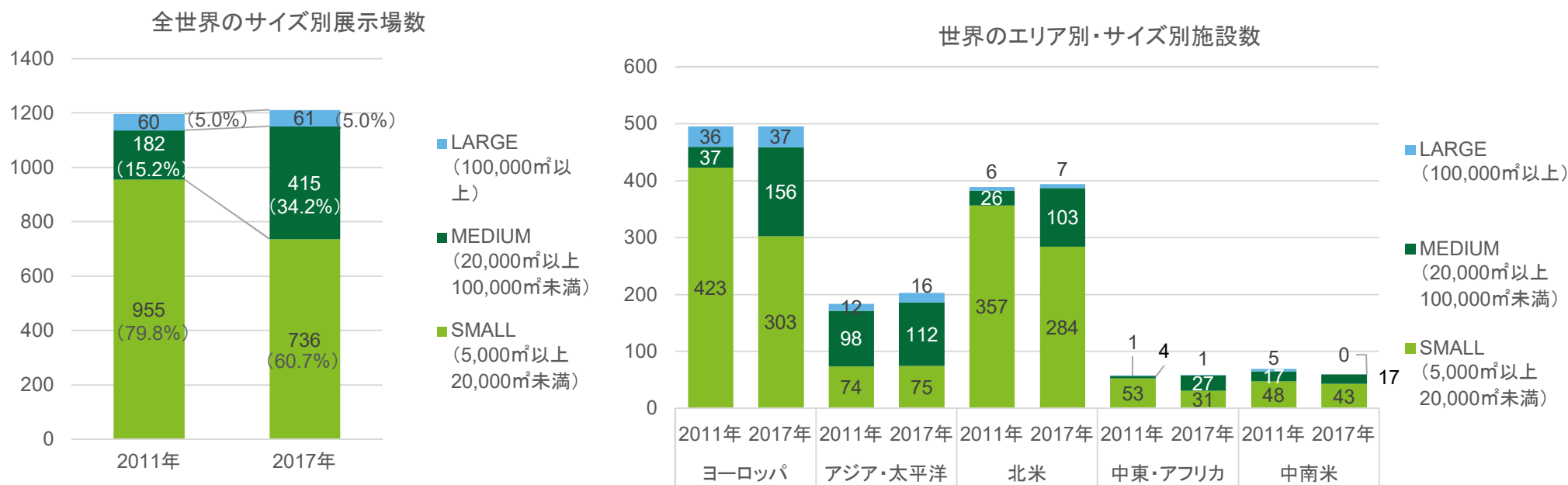
出所: UFI World Map of Exhibition Venues 2017, 2011より作成

注: 総展示場面積が5,000㎡以上の施設を対象に集計

(3) 世界のサイズ別展示場施設数の推移

世界のサイズ別展示場施設数の推移(2011年と2017年の比較)

- サイズ別展示場の施設数では、2011年から2017年にかけてSMALLサイズの施設が約19%減少し、MEDIUMサイズの施設が約19%増加している。施設総数に大きな変化はないことから、既存施設の面積拡張が進められていることが推察される。
- この傾向は特にヨーロッパ、北米で顕著であり、大幅にMEDIUMサイズの施設数が増加している。
- アジア・太平洋エリアにおいては、上記傾向と異なり、全てのタイプにおいて施設数が増加している。



出所: UFI World Map of Exhibition Venues 2017, 2011より作成

注: 総展示場面積が5,000㎡以上の施設を対象に集計

(4) アジア・太平洋エリアの施設整備状況

アジア・太平洋エリアの施設整備状況(2011年と2017年の比較)

- アジア・太平洋エリアにおいては、中国が圧倒的シェアを占めている。
- LARGEサイズ(10万㎡以上)の展示場を複数有する国・地域は中国のみであり、韓国、タイ、シンガポールは各1施設を有している。日本及びインドは展示場面積は2位と3位に位置するものの、LARGEサイズの施設はない。
- 多くの国は施設のサイズバリエーションがあるが、香港、シンガポールはMEDIUMサイズの施設のみを所有している。
- 2011年との比較では、上位6か国のうち、中国とインド、タイの面積増加が大きい。

■アジア・太平洋エリアの上位国・地域の整備状況(UFI基準)

国・地域	2011年		2017年		総展示場面積 (㎡)	増減率	面積 シェア	施設数	SMALL (5,000㎡以上 20,000㎡未満)	MEDIUM (20,000㎡以上 100,000㎡未満)	LARGE (100,000㎡ 以上)
	ランク	総展示場面積 (㎡)	ランク	順位 変動							
中国	1	4,755,102	1	(-)	5,753,724	21.0%	70.0%	110	23	74	13
日本	2	345,763	2	(-)	365,575	5.7%	4.4%	12	7	5	0
インド	4	278,010	3	(+1)	354,945	27.7%	4.3%	14	6	8	0
韓国	3	287,475	4	(-1)	301,774	5.0%	3.7%	10	5	4	1
タイ	6	200,174	5	(+2)	236,943	18.4%	2.9%	7	5	1	1
シンガポール	5	203,600	6	(-)	219,970	8.0%	2.7%	4	0	3	1
オーストラリア	-	-	7		215,491	-	2.1%	9	4	5	0
香港	-	-	8		149,820	-	1.8%	2	0	2	0
ロシア(アジアパート)	-	-	9		140,413	-	1.7%	-	-	-	-
マレーシア	-	-	10		119,842	-	1.5%	5	3	2	0
台湾	-	-	11		112,880	-	1.4%	4	2	2	0
インドネシア	-	-	12		106,619	-	1.3%	5	3	2	0

注: 総展示場面積が5,000㎡以上の施設を対象に集計

2017年データ出所: UFI World Map of Exhibition Venues 2017, The Trade Fair Industry in Asia August 2019(UFI・BSG)より作成

2011年データ出所: UFI World Map of Exhibition Venues 2011より作成 * 展示場施設数、サイズは不明

注: ロシア(アジアパート)の施設数データなし

(5) アジア・太平洋エリアにおける2019年・2020年の整備予定

アジア・太平洋エリアにおける2019年・2020年の整備予定

- UFIによれば、アジア・太平洋エリアにおいて下記4施設の2019年、2020年に整備される予定となっている(一部整備済み)。いずれも沖縄県がマリンタウンMICEエリアで整備を計画する大型MICE施設と同等又はそれ以上の規模となっている。

国・地域	施設名	展示場面積	ホール数	整備年(予定)
中国 三亜	Sanya International Cultural Expo Center	不明	不明	2019
中国 深圳	Shenzhen World Exhibition & Convention Center	400,000㎡	19	2019
中国	Xiamen Fliport Convention and Exhaibition Center(XICEC)	30,000㎡	2	2019
インド ニューデリー	India International Convention & Expo Centre (IICC)	51,700㎡	2	2020

(6) 国内展示場の施設整備状況

国内展示場の施設整備状況

■ 既存施設

- 国内の主要な展示場施設は以下の通り。そのうち、3施設の増設が進んでいる。
- 東京ビックサイトの増設により、2019年7月に国内初の10万㎡以上(LARGEサイズ)の施設が誕生している。
- 2011年～2017年の間にランキングの変動はないが、東京ビックサイトは展示場面積の拡張が行われている。

■ 新設施設(展示場1万㎡以上のもの)

- 新設展示場施設は以下の通り。

■ 日本の主要な展示場施設(UFI基準トップ10)

ランク	都市	名称	建設年	2011年 展示場面積(㎡)*	2017年 展示場面積 (㎡)**	増設予定***	
						時期	拡張後面積 (㎡)
1	東京	東京ビックサイト(東京国際展示場)	1996年	80,660	95,420	2019年7月	115,420
2	千葉	幕張メッセ	1989年	72,000	72,000	-	-
3	大阪	インテックス大阪	1985年	70,079	70,079	-	-
4	名古屋	ポートメッセ名古屋(名古屋市国際展示場)	1973年	33,946	33,946	-	-
5	横浜	パシフィコ横浜	1991年	20,000	20,000	2020年4月	約28,000
6	石川	石川県産業展示館	1972年	17,718	17,718	-	-
7	神戸	神戸コンベンションセンター(神戸国際展示場)	1981年	14,812	14,812	-	-
8	東京	サンシャインシティコンベンションセンター	1979年	12,513	12,513	-	-
9	福岡	マリメッセ福岡	1995年	9,100	9,100	2020年4月	約14,000
10	仙台	夢メッセみやぎ	1995年	7,910	7,910	-	-

* 2017年にランクインした施設の改修状況を確認して反映

** UFI World Map of Exhibition Venues 2017

*** 経済産業省資料及び各施設HP

群馬県高崎市

: 群馬県コンベンション施設

- 2020年供用開始予定。
- 展示場面積10,000㎡、会議室面積約2,300㎡。
- 展示場は20,000㎡への増設を見込んでいる。

愛知県常滑市

: Aichi Sky Expo

- 2019年8月30日供用開始。
- 展示場面積60,000㎡、会議室面積3,400㎡。
- 国内第4位の規模となる。

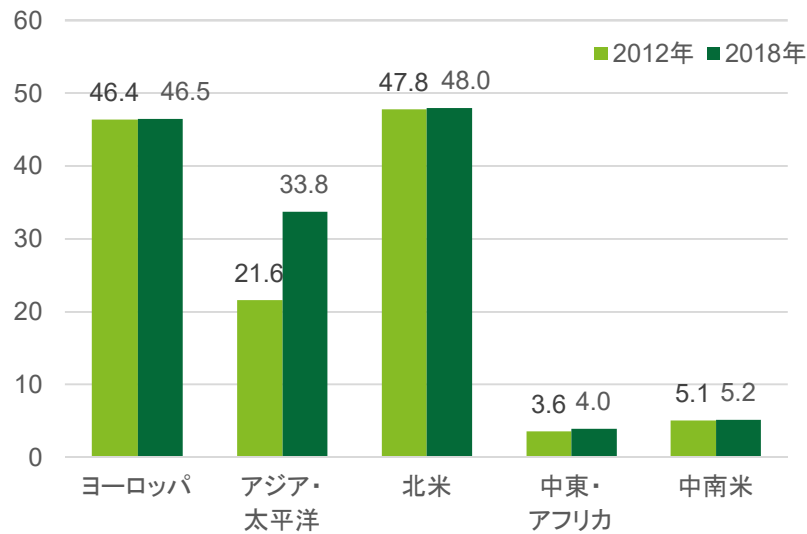
出所: 観光庁、経済産業省資料、施設HPを参考に作成

(7) 世界の展示場販売面積の推移

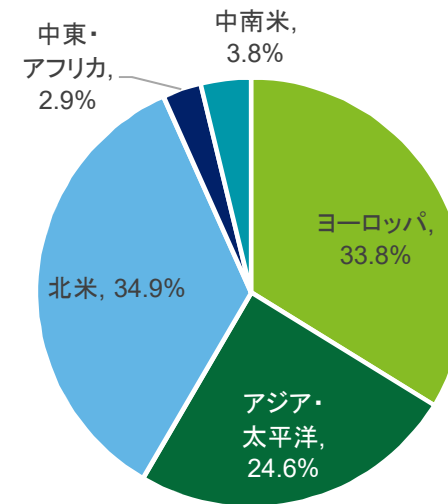
世界の展示場販売面積の推移(2012年と2018年の比較)

- 2012年から2018年の間、世界全体で約10%程度の販売面積増加がみられる。
- エリア別の状況を見ると、ヨーロッパ、北米、中南米エリアは微増傾向、中東・アフリカエリアは世界全体の傾向と同様の約11%増加、アジア・太平洋エリアは約56.5%増と突出して大きな増加となっている。
- 2018年時点の販売面積シェアでは、ヨーロッパ及び北米エリアが30%以上と大きなシェアを占め、続いてアジア・太平洋エリアが約25%のシェアとなっている。

世界のエリア別販売面積(百万㎡)



2018年の販売面積シェア



	ヨーロッパ	アジア・太平洋	北米	中東・アフリカ	中南米	世界合計
2012年	46.4	21.6	47.8	3.6	5.1	124.5
2018年	46.5	33.8	48.0	4.0	5.2	137.5
増加率	0.2%	56.5%	0.4%	11.1%	2.0%	10.4%

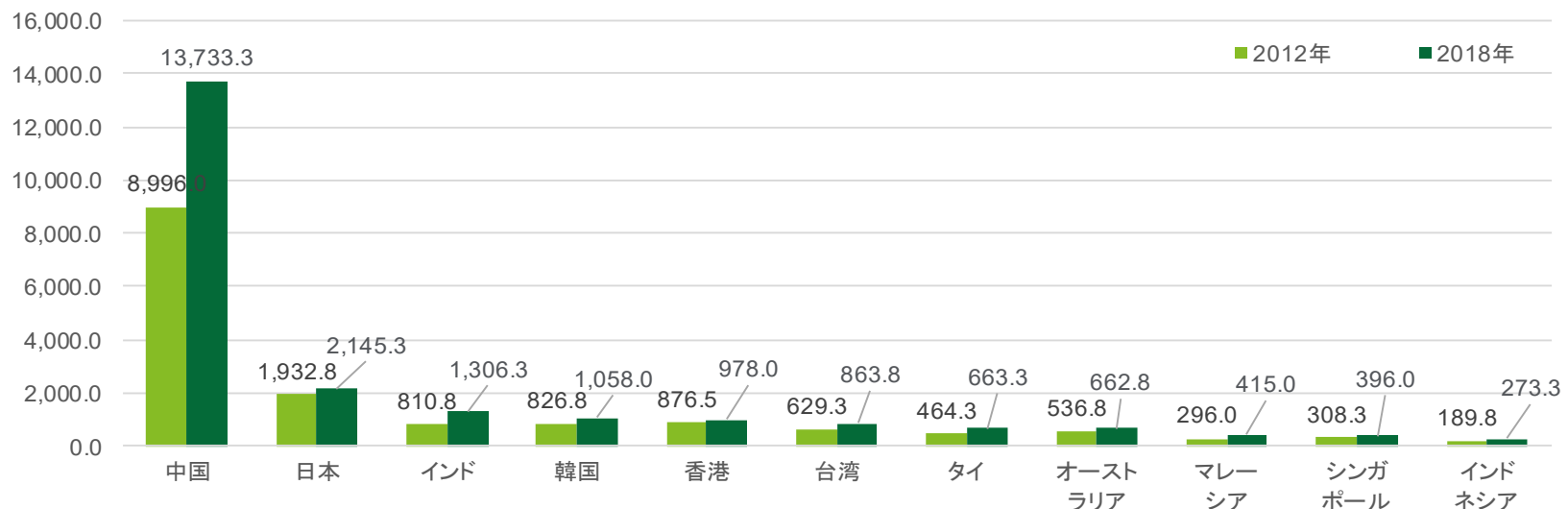
2018年データ出所: Global Economic Impact of Exhibitions 2019 edition(UFI, Oxford Economics)より作成
 2012年データ出所: Global Exhibitor Industry Statistics March 2014(UFI)より作成

(8) アジア・太平洋エリアにおける販売面積の推移

アジア・太平洋エリアにおける販売面積の推移(2012年と2018年の比較)

- ・ アジア・太平洋エリアにおいて、いずれの国も2012年から2018年の間に大幅に販売面積を増やしている。
- ・ 2012年、2018年ともに中国が圧倒的な販売面積(量)となっており、6年間の増加率も52.7%と非常に大きい。
- ・ 2番目に販売面積が大きな国は日本となるが、2018年においては中国の約1/6の販売面積に留まっている。また、日本は2012年から2018年の増加率が11.0%と下記に記載した主要国の中で最も小さい。
- ・ 調査時点が異なるため、正確な比較はできないが、いずれの国も整備面積の増加率よりも販売面積の増加率が大きい。

アジア・太平洋地域の主要国における推定販売面積(千㎡)



	中国	日本	インド	韓国	香港	台湾	タイ	オーストラリア	マレーシア	シンガポール	インドネシア
2012年	8,996.0	1,932.8	810.8	826.8	876.5	629.3	464.3	536.8	296.0	308.3	189.8
2018年	13,733.3	2,145.3	1,306.3	1,058.0	978.0	863.8	663.3	662.8	415.0	396.0	273.3
増加率	52.7%	11.0%	61.1%	28.0%	11.6%	37.3%	42.9%	23.5%	40.2%	28.4%	44.0%

※参考:整備面積

2017年	5,753.7	365.6	354.9	301.8	149.8	112.9	236.9	215.5	119.8	220.0	106.6
2011→2017年増加率	21.0%	5.7%	27.7%	5.0%	-	-	18.4%	-	-	8.0%	-

2. 国内外事例調査

国内外事例調査の概要と結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 海外事例調査では、整備手法が特徴的なMICE施設の事例と、沖縄県のMICE施設と競合する可能性のあるアジア及び太平洋地域のMICE施設の事例を把握する目的で整理した。 国内事例調査では、主要都市のMICE施設のうち、沖縄県の大型MICE施設の現状計画と類似規模の事例を把握する目的で整理した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 各施設運営者に対し、調査表を配布し記入してもらうことに加え、各施設HP等により情報収集を行った。
調査時期	2019年10月～2019年12月

調査結果

- 本調査により本事業において参考となる事項は以下のとおり。

MICE施設整備運営

- 催事需要や都市の成熟とあわせ、展示場面積を段階的に増やす、段階開発の手法が取られる事例も多い
- MICE運営における民間からの資金（運営権対価等）をストックし、運営支援に充てる事例も存在する
- プロフィットシェア・ロスシェアを活用するなど、施設稼働状況に合わせた官民間の協力が図られる事例もある

周辺との連携

- 観光税・ホテル税などを導入し、周辺開発からの収益をMICE振興に充てることで一体的なエリア成長を図る事例がある
- 交通対策として乗車券の提供などにより公共交通の利用を図ると同時に、利用者のアクセス性を高めている事例もある
- 隣接ホテル等と、会議室やバンケット等の施設供用や、ケータリングなどの連携により、地域一体でワンストップサービスを提供している事例もある

MICE誘致

- 設備や備品の他、会議運営のサポート機能を施設側で用意することで、利用者負担の削減や、利用者満足度を向上し、誘致につなげている施設も海外には多くある
- 特にリゾート型のMICEエリアでは、ホテルやビーチなどの周辺施設との連携や、観光施設等との連携を密に行うことで、MICE誘致につなげる取り組みが進められている
- ワンストップ窓口を設置することで、MICE企画者側のニーズを把握し、実施に繋げる手法をとる施設も存在する

国内外事例調査の調査方法は以下の通りである。

調査方法

Web デスクトップ調査	<ul style="list-style-type: none"> ・各施設のホームページなどより情報を収集 <p>【収集する情報】 施設名称、アクセス、二次交通、周辺エリアの状況、年間催事スケジュール等 ※施設面積などについては、各ホームページにて表記のブレなどがありわかりにくいことから、フロアマップなどを入手の上整理する</p>	
書面調査	資料入手	<ul style="list-style-type: none"> ・フロアマップ、利用規則などが記載されたパンフレット等をコンタクト先から入手 <p>【収集する情報】 施設規模(建築・延床面積、階高、階数、部屋数等)、料金体系、開館時間、その他利用にあたっての制約等</p>
	アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ・事業スキームや事業収支、各種利用推進策等についてアンケート票を作成し、確認 <p>【収集する情報】 事業スキーム(所有形態、運営形態、PPP手法の活用有無等)、施設整備費用、主な増改築(時期、内容)、事業収支、その他(規制緩和、利用推進策等)</p>

国内外事例調査のアンケート調査項目は以下の通りである。

アンケート調査項目

質問No	主な質問内容
1.MICE施設概要	
1-1	MICE施設の敷地面積、建築面積、総延床面積
1-2	MICE施設の機能ごとの面積 <(1)会議室、(2)会議場、(3)展示場・多目的ホール、(4)その他>
2.事業スキーム	
2-1	当該MICE施設の所有形態、運営主体 <選択肢>(1)国政府機関、(2)地方政府機関、(3)公的団体が出資する機関、(4)民間企業、(5)その他
2-2	当該MICE施設の所有権者、運営主体の名称、契約等の条件
2-3	PPP手法等の活用有無
2-4	施設拡張・増設の状況有無
3.事業収支等	
3-1.当該MICE施設の整備費用、事業収支	
3-1-1	当該MICE施設の整備費用
3-1-2	当該MICEの直近年度の事業収入総額
3-1-3	当該MICEの直近年度の事業費用総額
3-2.施設稼働率	
3-2-1	当該MICEの年間利用件数
3-2-2	当該MICEの稼働率 ※稼働面積を(365日×総面積)で除して求める「面積稼働率」を基本
3-2-3	MICEの利用目的
3-2-4	催事主催者の国内・国外比率
3-2-5	催事主催件数の多い上位3国
3-2-6	主要な催事の具体的内容、開催誘致に向けた工夫
4.その他	
4-1	当該MICEにおける各種規制緩和の状況有無 (1)展示物品持込みに係る保税措置の適用、(2)展示物品販売に係る免税措置の適用、(3)VISA申請関連、(4)その他
4-2	当該MICEの利用推進策の実施有無 (1)プロモーション活動、(2)二次交通等に係る工夫、(3)利用減免措置、(4)助成金等の支援策
4-3	当該MICEの利用推進策に必要な財源確保策の状況有無 (1)観光税の活用、(2)周辺施設からの還元利益の活用、(3)寄付金の活用

海外事例調査の対象とした整備手法が特徴的な施設は以下の通りである。

①整備手法が特徴的なもの(できる限り大型MICE施設と類似規模であり、カジノが併設されていないものを選定)

NO	手法分類		国	施設名	特徴	施設所有	管理運営	整備資金調達	展示場面積合計
1	公設 公営	公社 設置	アメリカ	Boston Convention & Exhibition Center	<ul style="list-style-type: none"> ボストンのウォーターフロントに位置。施設所有・運営者である公社はBCECの他、州内のMICE施設や観光施設等も運営 	Massachusetts Convention Center Authority	Massachusetts Convention Center Authority	特定財源債権(確認中)	約48,000㎡
2	公設 民営	目的 税充 当	アメリカ	Moscone center(SOUTH,NORTH,WEST)	<ul style="list-style-type: none"> 1981年、1991-92年、2003年の3期にわたって整備。さらなる拡張も検討中 	San Francisco市	施設運営会社 SMG	目的税を活用	展示場2つ (41,063㎡、 8,980㎡)
3		—	香港	Hong Kong Convention and Exhibition Centre	<ul style="list-style-type: none"> 3期に渡って拡張整備されたMICE施設 コンベンションセンター+超高層事務所ビル、ホテル、コンドミニアムを整備 	香港貿易発展局	Hong Kong Convention and Exhibition Centre (Management) Limited	香港貿易発展局	55,700㎡ (精査中)
4	PPP/PFI		オーストラリア	Melbourne Convention & Exhibition Centre	<ul style="list-style-type: none"> 周辺との一体開発の事例 25年間のDBOTプロジェクト、アベイラビリティペイメント型※ 	Victoria州	Melbourne Convention & Exhibition Trust	民間資金(公がPPP企業に25年の割賦払い)+補助金	39,000㎡
5			フランス	Reims Events Centre des Congrès	<ul style="list-style-type: none"> 25年間のDBFOMプロジェクト、アベイラビリティペイメント型 	Reims Métropole	GL Events(+ Eiffage)	民間資金+一部公共補助(イニシャルコストは80MEUR)	約12,150㎡
6	民設 民営		シンガポール	Suntec Singapore Convention and Exhibition Centre	<ul style="list-style-type: none"> 政府が民間事業者に対して、当時埋立地であったエリアへの投資を打診。長江実業グループが中心となり、施設の整備、運営を独自採算で実施 	長江実業グループ等	長江実業グループ等	民間資金	22,600㎡

※アベイラビリティペイメント型:施設利用状況に依存せず、運営管理における提供サービスに対する民間事業者のパフォーマンスに応じて対価を支払う方式

海外事例調査の対象とした立地特性が類似の施設は以下の通りである。

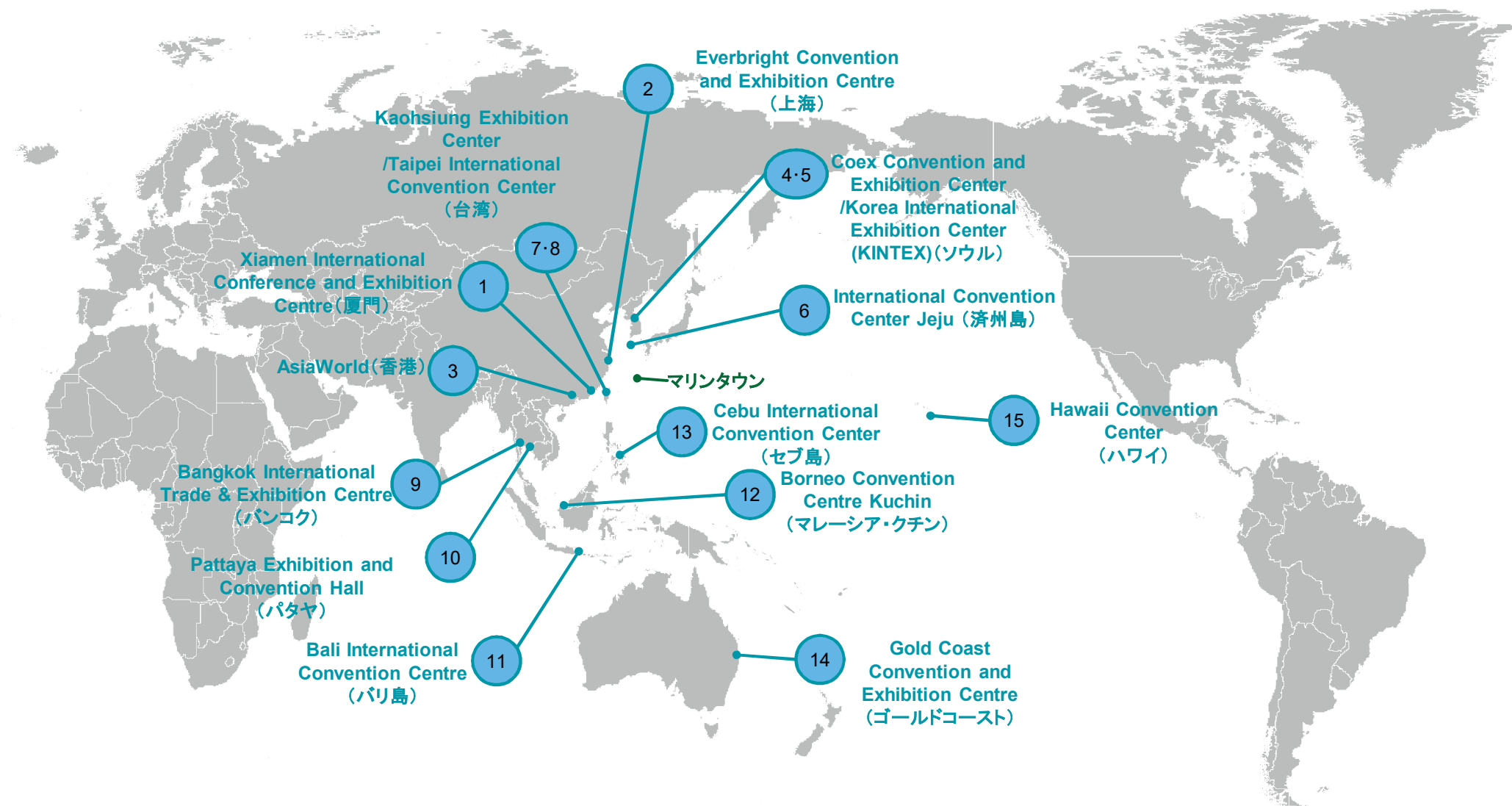
② ①以外のアジア及び太平洋に立地する展示場で、近接又はビーチリゾートに立地するもの(立地特性が類似)

NO	国	施設名	展示場面積	選定の視点	
				近接(競合)	リゾート
1	中国(厦門)	Xiamen International Conference and Exhibition Centre	47,000㎡	●	
2	中国(上海)	Everbright Convention and Exhibition Centre	30,000㎡	●	
3	中国(香港)	AsiaWorld - Expo	70,000㎡	●	
4	韓国(ソウル)	Coex Convention and Exhibition Center	36,007㎡	●	
5	韓国(ソウル)	Korea International Exhibition Center (KINTEX)	53,541㎡	●	
6	韓国(済州島)	International Convention Center Jeju	2,395㎡	●	●
7	台湾	Kaohsiung Exhibition Center	25,100㎡	●	
8	台湾	Taipei International Convention Center	56,602㎡	●	
9	タイ(バンコク)	Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)	57,339㎡		●
10	タイ(パタヤ)	Pattaya Exhibition and Convention Hall (PEACH)	6,925㎡		●
11	インドネシア(バリ島)	Bali International Convention Centre	11,132㎡		●
12	マレーシア(クチン、ボルネオ)	Borneo Convention Centre Kuching	2,793㎡		●
13	フィリピン(セブ島)	Cebu International Convention Center	8,968㎡	●	●
14	オーストラリア(ゴールドコースト)	Gold Coast Convention and Exhibition Centre	6,345㎡		●
15	アメリカ(ハワイ)	Hawaii Convention Center	18,954㎡		●

※立地は次頁にプロット

海外事例調査の対象とした立地特性が類似の施設のプロット図は以下の通りである。

② ①以外の東南アジア及び太平洋に立地する展示場で、リゾート地に立地するもの(立地特性が類似)



国内事例調査の対象とした屋内展示施設10,000㎡以上の県外MICE施設は以下の通りである。

屋内展示施設10,000㎡以上の県外MICE施設

NO	所在地	施設名	屋内展示施設
1	千葉県	幕張メッセ	72,000㎡
2	東京都	東京ビックサイト	138,660㎡
3	神奈川県	パシフィコ横浜	20,000㎡
4	石川県	石川県産業展示館	17,718㎡
5	愛知県	名古屋市国際展示場(ポートメッセ名古屋)	33,946㎡
6	大阪府	インテックス大阪	70,078㎡
7	兵庫県	神戸国際展示場	13,600㎡
8	福岡県	マリンメッセ福岡、福岡国際センター	14,152㎡

3. 国内外現地調査

(1). 海外現地調査

海外現地調査の概要と結果は以下の通りである。

調査概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアの差別化戦略、土地利用計画、個別施設計画、事業スキーム等の検討にあたり、海外における事例を調査すべく、海外MICE施設の運営者及び開発事業者、関連自治体、旅行代理店を訪問し、ヒアリング及び現地確認を実施した。 <p>【対象業種】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 施設運営者 <ul style="list-style-type: none"> ✓ MICE施設の運営状況、運営における工夫や課題、事業採算性、稼働率、プロモーション活動等を確認 ● 開発事業者 <ul style="list-style-type: none"> ✓ MICE施設周辺の面的一体開発や、段階開発について確認 ● 関連自治体 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 官民連携の事業スキームにおける事例や課題を確認 ● 旅行代理店 <ul style="list-style-type: none"> ✓ オーストラリアにおけるMICE動向や、オーストラリアからの旅行者の意識や嗜好性について確認
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 先方に沖縄県及びデロイトが訪問の上、ヒアリング及び現地確認を実施。
調査時期	2019年11月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

MICE施設運営

- オペレーターは、施設の運営のみならず、壁面や床の色、素材についての指定や、必要設備についての注文等、施設設計にも積極的に関与していた。
- 周辺施設へ利益をもたらす装置としてのMICE施設ではなく、政府からの助成金なく、施設単体での収益化を目指す運営方針が見受けられた。
- また、広告、デザイン、撮影、プレゼンター支援等、幅広い収益源を模索する姿勢も見られた。

面的開発

- 開発にあたり、政府が基礎インフラの整備等先行投資を実施することで、結果的に政府の投資1に対してその約84倍の民間投資を喚起することに繋がっていた。
- 官民間で積極的な対話を持つことにより、市場に合わせた契約形態の採用や計画の変更等、柔軟な対応が可能となっていた。
- 政府による長期的な土地管理により、当初の計画通りに開発が行われるかを管理でき、かつ政府としても開発後利益の享受が可能となっていた。

官民連携の事業スキーム

- 明確なコンセプトなく施設運営を民間委託したことにより、イベント開催時以外は施設が閉鎖されてしまい、施設の有効活用がなされず、想定通りの収益を上げられない結果となる事例も見受けられた。
- 運営に政府が関与しにくい事業スキームを採用したことによって、政府が運営リスクを負いながらも、運営改善に着手できなかった事例が見受けられた。
- したがって、官民連携に当たっては、明確なコンセプトを持った上で、かつ政府が運営に関与できる事業スキームを採用することが重要であると確認できた。

海外現地調査の訪問先一覧は次の通りである。

海外訪問先一覧

観点	訪問先	都市	ヒアリング日	ヒアリング内容
施設運営	ICC Sydney／ 運営会社:AMS Global(旧AEG)	シドニー	2019年11月22日	<ul style="list-style-type: none"> ICC Sydneyの運営について
	Melbourne Convention & Exhibition Centre (MCEC)／ 運営会社:MCET	メルボルン	2019年11月25日	<ul style="list-style-type: none"> MCECの運営について
面的・段階的開発	Lend Lease(デベロッパー)	シドニー	2019年11月22日	<ul style="list-style-type: none"> Barangaroo地区の開発について
	Development Victoria (州政府下の不動産開発機関)	メルボルン	2019年11月26日	<ul style="list-style-type: none"> Docklands (Victoria Harbour)の再開発について
官民連携の事業スキーム	Victoria州政府／Precincts and Suburbs	メルボルン	2019年11月26日	<ul style="list-style-type: none"> Showgrounds再開発の事業スキームについて MCEC整備・運営の事業スキームについて
オーストラリアのMICE動向	JNTOシドニー	シドニー	2019年11月21日	<ul style="list-style-type: none"> オーストラリアにおけるMICE動向について MICE施設の在り方について
	JTBシドニー／MICEセクション	シドニー	2019年11月22日	<ul style="list-style-type: none"> オーストラリアにおけるMICE動向について オーストラリアからの旅行者の意識・嗜好性や動向について

(2). 国内現地調査

国内現地調査の概要と結果は以下の通りである。

調査概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアの差別化戦略、土地利用計画、個別施設計画、事業スキーム等の検討にあたり、国内における事例を調査すべく、国内MICE施設の運営者及び関連自治体を訪問し、ヒアリング及び現地確認を実施した。 <p>【対象業種】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 施設運営者 <ul style="list-style-type: none"> ✓ MICE施設の運営状況、運営における工夫や課題、事業採算性、稼働率、周辺エリアとの関り等を確認 ● 関連自治体 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 官民連携の事業スキーム、運営スキーム、計画・開発・運営における課題等を確認
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 先方に沖縄県及びデロイトが訪問の上、ヒアリング及び現地確認を実施。
調査時期	2019年11月～2020年3月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

整備スキーム	<ul style="list-style-type: none"> 施設整備における工期短縮・コスト縮減を重視しDB方式を採用するケースや、利用者側の意見を取り入れるためにECI方式を採用するケースが見られた
施設運営	<ul style="list-style-type: none"> コンセッションの場合、指定管理と比較した際に、事業期間が長いこと、利用料金の設定に自由度が高い(届出のみで足りる)という点にメリットがある
施設需要	<ul style="list-style-type: none"> 各施設において、コンサート、展示会、学会、スポーツイベント等、需要の中心となる施設利用が明確になっている その一方で、当初想定した利用が十分になされていないケースもあり、運営者や協議会を通してプロモーションを行っている
周辺との関り	<ul style="list-style-type: none"> 周辺民間収益施設等との連携を重視し、開発に関わる企業グループ設立による周辺都市開発と一体でのMICE施設開発や、施設とホテルとの一体公募などの形が取られた

国内現地調査の訪問先一覧は次の通りである。

国内訪問先一覧

NO	観点	施設名	所在	開業(予定)	ヒアリング調査日	ヒアリング内容
1	民間収益施設との一体整備	パシフィコ横浜ノース	神奈川県横浜市	2020年4月	2019年11月15日	<ul style="list-style-type: none"> 事業スキーム、運営スキーム
2	運営スキーム 新設施設の稼働状況	愛知国際展示場 (Aichi Sky Expo)	愛知県常滑市	2019年9月	2019年11月13日	<ul style="list-style-type: none"> 施設の概要、規模や設備の設定 計画、開発における課題
3	面整備	宇都宮コンベンションセンター	栃木県宇都宮市	2022年8月	2020年2月13日	<ul style="list-style-type: none"> 運営状況、開発進捗状況
4	事業スキーム 隣接施設の稼働状況	沖縄市多目的アリーナ	沖縄県沖縄市	2020年10月	2020年3月4日	<ul style="list-style-type: none"> 事業採算性、稼働率等 施設の需要予測、プロモーション エリアマネジメント 等

IV. ヒアリング調査

1. 事業者ヒアリング

事業者ヒアリング調査の概要は以下の通りである。

調査概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアの差別化戦略、土地利用計画、個別施設計画、事業スキーム等の検討にあたり、大型MICE施設及び民間収益施設の整備・運営における、民間の意見を確認するため、ヒアリング調査を実施した。 <p>【対象業種】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ホテル運営者(6社) <ul style="list-style-type: none"> ✓ マリンタウンMICEエリアにおけるホテル運営可能性、運営規模等を確認 ● 開発事業者(4社) <ul style="list-style-type: none"> ✓ マリンタウンMICEエリアにおける開発可能性、整備可能性のある施設、事業スキーム等に対する意見を確認 ● PCO(会議運営専門会社)(3社) <ul style="list-style-type: none"> ✓ マリンタウンMICEエリアにおける大型MICE施設の運営可能性、施設仕様や事業スキームに対する意見、他エリアとの連携可能性等を確認 ● PEO(展示会運営専門会社)(2社) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 大型MICE施設での展示会開催可能性や開催規模、施設仕様に対する意見、運営への参画可能性等を確認
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 過去のサウンディング結果及び類似開発業務への参画実績を踏まえ、対象業種の企業を抽出。 先方に沖縄県及びデロイトが訪問の上、ヒアリングを実施。
調査時期	2019年10月～2020年2月

調査結果

- 各事業者の意見については、各社のアイデア、ノウハウに係る内容を含むため、掲載を差し控えます。

2. エンドユーザー調査

エンドユーザー調査の概要と結果は以下の通りである。

調査概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 本調査と同時期に実施した「沖縄県既存複数MICE施設への公共施設等運営権制度導入調査」の結果を活用し、MICE施設利用者となるホスト(MICE主催者側)とゲスト(MICE招待者側)の意向を踏まえ、マリンタウンMICEエリアの形成に向けた論点を抽出した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 「沖縄県既存複数MICE施設への公共施設等運営権制度導入調査」において、MICE施設利用者となるホスト(MICE主催者側)とゲスト(MICE招待者側)の意向を確認するため、MICE企画の実績があり、情報を集約的に把握しているMICEプランニング企業(6社)に対して行われたヒアリング結果から、マリンタウンMICEエリアの形成に向けた論点を抽出した。
調査時期	2020年3月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

ホスト	開催地選定のポイント	<ul style="list-style-type: none"> 東南アジア島嶼地域のMICE施設と競合することを踏まえ、沖縄ならではの特性やファシリティの充実を訴求していくことがポイントとなる。
	設備・施設・サービス	<ul style="list-style-type: none"> 県内には収容力のあるMICE施設がないことが難点となっており、コンベンションや展示会のニーズを踏まえると、1開催あたり5,000㎡程度は必要との具体的な要望がある。
ゲスト	属性・規模	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄ならではの、MICE前後の過ごし方を求める声が上がっている。
	アクセス	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄全体の課題として、交通利便性の改善が求められている。

3. 事業説明会(合同マーケットサウンディング)

広く民間事業者からの意見を収集するため実施した事業説明会及び合同サウンディングの概要は以下の通りである。

事業説明会及び合同サウンディングの概要

項目	内容
開催趣旨	沖縄県与那原町及び西原町内中城湾港マリンタウン地区に整備を目指す大型MICE施設及び民間収益施設(宿泊施設、商業施設、娯楽施設等)の整備基本計画、要求水準及び民間資金等を活用した事業スキームの整理に向けた調査検討並びにマリンタウンMICEエリアの活性化等に向けた方策について民間事業者の意見を募るため、合同サウンディングを実施した
日時	2020年2月6日 第1回 10:00～、第2回 14:00～
場所	デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社 セミナールーム (東京都千代田区丸の内)
プログラム	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアの形成に向けた事業の概要説明 合同サウンディング(複数社と同時に対話するワークショップ形式)

		参加企業
第1回	Aグループ	開発事業者 1社 MICE関連事業者 1社 旅行会社 1社 IT・テクノロジー系企業 2社
	Bグループ	建設会社 1社 MICE関連事業者 2社 IT・テクノロジー系企業 2社
第2回	Aグループ	開発事業者 1社 ホテル運営者 1社 旅行会社 1社 IT・テクノロジー系企業 1社
	Bグループ	建設会社 1社 MICE関連事業者 1社 旅行会社 1社 IT・テクノロジー系企業 1社

調査結果

- 各事業者の意見については、各社のアイデア、ノウハウに係る内容を含むため、掲載を差し控えます。

V. 基礎事項の追加調査

1. 不動産マーケット調査

不動産マーケット調査の概要と結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアの不動産開発ポテンシャルの確認、ヒアリング対象の事業者(主にデベロッパー)の検討の参考資料とするため、不動産マーケット情報の調査を実施した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄県資料、関連省庁HP、不動産情報サイト(athome等)、不動産情報提供企業資料より情報を収集し、取りまとめた。
調査時期	2019年9月～10月

調査結果

- 本調査により、以下のとおり今後の事業性検討等の基礎資料となる不動産関連情報が整理された。

項目		価格等	調査方法	
土地価格	マリンタウンエリア内	鑑定評価額	45,000円/㎡～55,000円/㎡ 鑑定評価(県が取得) (2015年10月6日)	
		公示地価	商業地	105,000円/㎡ 国土交通省 土地総合情報システム(2019年度)
			住宅地	65,700円/㎡
		相続路線価	74,600～79,600円 国税庁HP 財産評価基準書(2019年度)	
		実勢価格	取引事例なし	
住宅価格	マリンタウンエリア内	マンション	400,000円/㎡	
		戸建て	300,000円～450,000円/㎡ Ahome等 (2019年9月5日時点)	
賃料	マリンタウンエリアおよび周辺地域	オフィス	900円/㎡～1,200円/㎡	
		店舗	900円/㎡～2,900円/㎡ うちなーらいふHP (2019年9月5日時点)	
		住居	1,200円/㎡～1,300円/㎡ Ahome等 (2019年9月5日時点)	
		駐車場	3,000円/台	
ホテル	沖縄県内	4～5スター	ADR 25,000～28,000円 稼働率 80～85% 各種不動産情報提供企業資料 (2019年9月時点)	
		3～4スター	ADR 16,000円台前半 稼働率 75～85%	
	那覇市内	3～4スター	ADR 16,000円台前半 稼働率 75～85%	
		3～4スター	ADR 16,000円台前半 稼働率 75～85%	
工事費	沖縄県内	工事費水準	宿泊施設 330,000円/㎡ 店舗 170,000円/㎡ 事務所 160,000円/㎡ 共同住宅 210,000円/㎡ 不動産情報提供企業資料 (2014年～2018年の着工した用途別整備費実績を集計)	
		工事費水準	宿泊施設 330,000円/㎡	
		工事費水準	店舗 170,000円/㎡	
		工事費水準	事務所 160,000円/㎡	

対象地の不動産鑑定評価

鑑定評価

- 対象地の不動産鑑定評価額は、45,000円/㎡～55,000円/㎡である。



	地点①	地点②	地点③	地点④
名称	MICE施設 建設予定地	バスセンター用地	緑地	マリーナ施設用地
面積	132,039㎡	11,157㎡	36,580㎡	18,083㎡
鑑定評価額	54,550円/㎡	44,600円/㎡	54,800円/㎡	50,900円/㎡

対象地周辺の土地価格

地価公示

- ・ マリントウン内の地価は商業地で105,000円/㎡、住宅地で65,700円/㎡である。

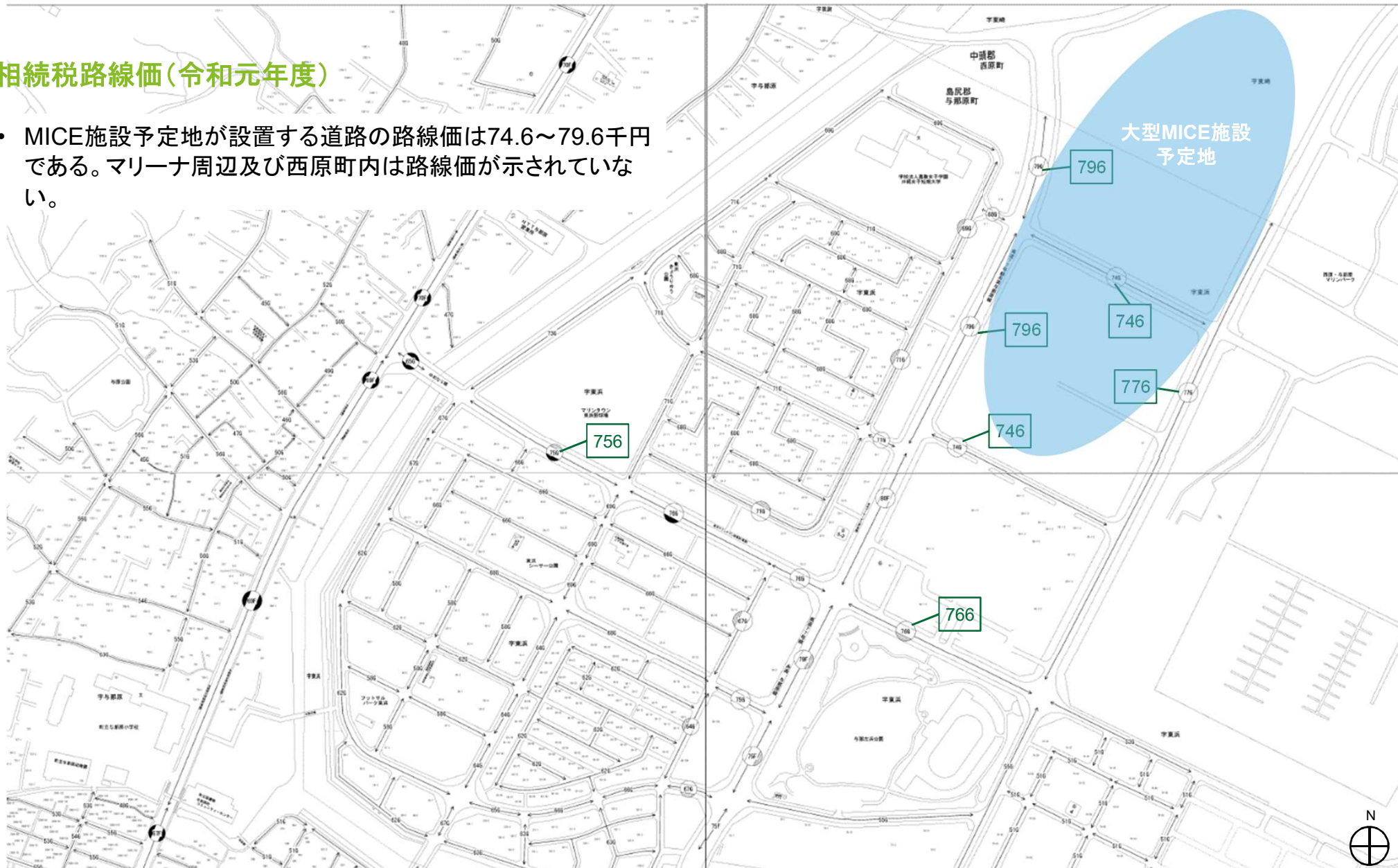


地点①	国土交通省地価公示(標準地)
調査基準日	平成31年1月1日
所在	沖縄県島尻郡与那原町字東浜23番2
用途区分	商業地
価格	105,000(円/㎡)
利用現況	事務所
前面道路	幅員30.0m(県道)
用途地域	近隣商業地域、準防火地域
建ぺい率・容積率	80%・300%
地点②	国土交通省地価公示(標準地)
調査基準日	平成31年1月1日
所在	沖縄県島尻郡与那原町字東浜78番56
用途区分	住宅地
価格	65,700(円/㎡)
利用現況	共同住宅
前面道路	幅員8.0m(町道)
用途地域	第二種中高層住居専用地域
建ぺい率・容積率	60%・200%

対象地周辺の土地価格

相続税路線価(令和元年度)

- MICE施設予定地が設置する道路の路線価は74.6～79.6千円である。マリーナ周辺及び西原町内は路線価が示されていない。



対象地周辺の分譲戸建て・マンション価格

成約事例

- 対象地周辺のマンションの相場はおおよそ400千円/m²程度であり、戸建ての相場はおおよそ300千円/m²～450千円/m²程度と考えられる。



	地点①	地点②	地点③	地点④
種別	マンション	戸建て	戸建て	戸建て
所在	島尻郡与那原町字東浜	島尻郡与那原町字東浜	島尻郡与那原町字東浜	島尻郡与那原町字東浜
竣工	2010年10月	2012年4月	2008年10月	2012年8月
階数	10階/12階	2階	2階建	2階建
成約価格	29,000千円	49,600千円	36,800千円	41,500千円
面積	76.73m ²	106.92m ²	115.62m ²	93.4m ²
m ² 単価	378千円/m ²	464千円/m ²	318千円/m ²	444千円/m ²
坪単価	1,250千円/坪	1,534千円/坪	1,052千円/坪	1,469千円/坪

対象地周辺の不動産賃料相場(オフィス)

成約事例

- 対象地周辺のオフィス用不動産賃料の相場は、おおよそ900円/㎡～1,200円/㎡が目安と考えられる。



	地点①	地点②
所在	島尻郡与那原町字与那原	島尻郡与那原町字与那原
築年	1988年1月	—
階数	1階/2階	1階/3階建
募集賃料	200,000円	50,000円
面積	214.88㎡	39.67㎡
㎡単価	903円/㎡	1,260円/㎡
坪単価	3,076円/坪	4,166円/坪

対象地周辺の不動産賃料相場(店舗)

成約事例

- 対象地周辺の店舗用不動産賃料の相場は、おおよそ900円/㎡～2,900円/㎡まで幅がある。築年数が新しいほど価格が高くなっている模様である。



	地点①	地点②	地点③	地点④
所在	西原町東崎	与那原町東浜	与那原町与那原	与那原町与那原
築年	2010年7月	2006年4月	1989年8月	1959年
階数	1階/3階	1階/3階建	1階/3階建	1階/3階建
賃料	301,320円	167,400円	110,000円	200,000円
面積	102.48㎡	81.0㎡	100.8㎡	214.21㎡
㎡単価	2,940円/㎡	2,066円/㎡	1,091円/㎡	934円/㎡
坪単価	9,720円/坪	6,833円/坪	3,608円/坪	3,086円/坪

対象地周辺の不動産賃料相場(住居)

成約事例

- 対象地周辺の居住用不動産賃料の相場は、おおよそ1,200円/㎡～1,300円/㎡が目安と考えられる。

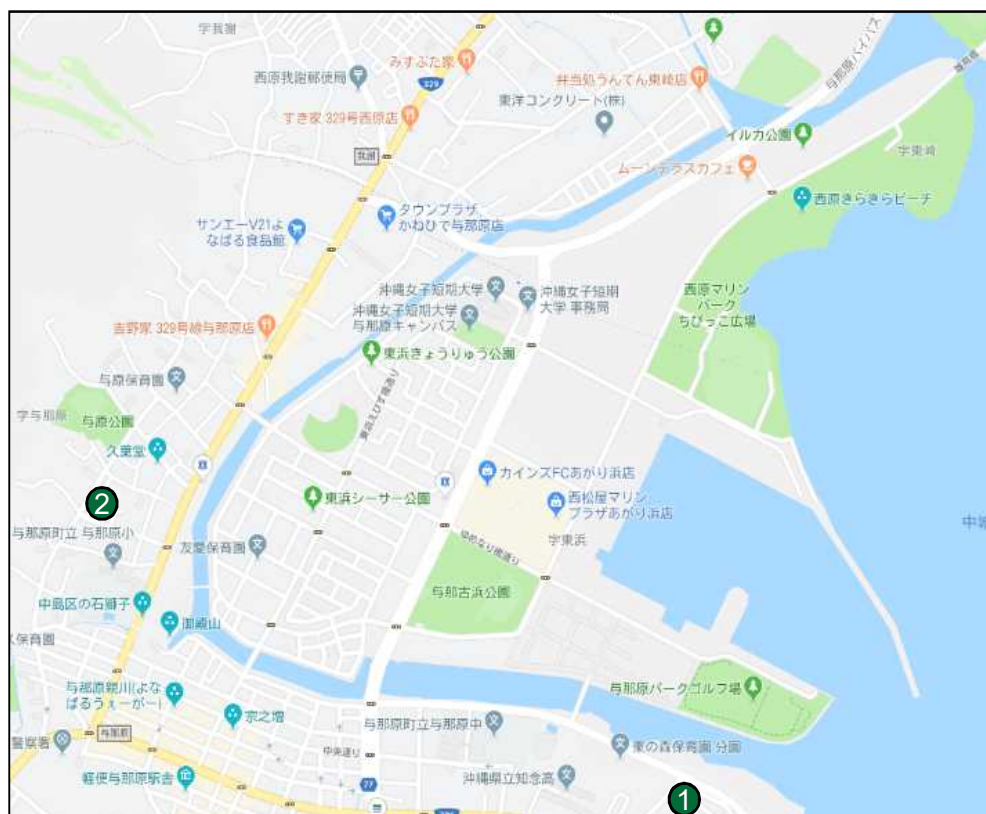


	地点①	地点②	地点③	地点④	地点⑤
所在	島尻郡与那原町 字東浜	島尻郡与那原町 字東浜	島尻郡与那原町 字東浜	島尻郡与那原町 字東浜	島尻郡与那原町 字与那原
築年	2011年3月	2012年2月	2016年5月	2017年6月	2010年4月
階数	2階/3階	3階/4階	4階/4階	4階/6階	1階/6階
成約賃料	56,000円	58,000円	53,000円	58,000円	51,000円
面積	46.09㎡	50.82㎡	40.87㎡	41.63㎡	48.00㎡
㎡単価	1,215円/㎡	1,141円/㎡	1,297円/㎡	1,393円/㎡	1,063円/㎡
坪単価	4,017円/坪	3,773円/坪	4,287円/坪	4,606円/坪	3,512円/坪

対象地周辺の不動産賃料相場(駐車場)

募集事例

- 月極駐車場の賃料は月額3,000円/台が目安と考えられる。



	地点①	地点②
所在	島尻郡与那原町字板良敷	島尻郡与那原町字与那原
募集賃料	3,500円/月	3,000円/月
タイプ	平置き	平置き

対象地周辺のホテル運営指標①

ホテル事例

- 県内に所在するホテルのうち、4～5スター、3～4スターレベルの主要ホテルのKPI(客室1室あたり販売単価、稼働率)を調査した。



4～5スターホテル

	名称	開業年	総客室数	主要客室面積	施設構成
1	沖縄マリオットリゾート&スパ	2005年4月	361	45～46㎡	レストラン・バー7軒、宴会場148～299㎡、プール、ネイルサロン、コンビニ等
2	インターコンチネンタル 万座ビーチリゾート	1983年6月	400	32㎡	レストラン・バー8軒、宴会場136～486㎡、ヨット、プール、テニスコート等
3	シェラトンホテル沖縄サンマリーナリゾート	1987年4月、2016年6月リブランド	246	36㎡	レストラン・バー3軒、宴会場66㎡×3室、クーラー、プール、テニスコート等
4	ヒルトン沖縄北谷リゾート	2014年7月	346	35～37㎡	レストラン・バー4軒、宴会場36～450㎡、プール等

3～4スターホテル

	名称	開業年	総客室数	主要客室面積	施設構成
5	ダブルツリーバイヒルトンホテル那覇首里城	1973年8月、2016年7月リブランド	333	30㎡	レストラン・バー4軒、宴会場86～568㎡、結婚式場、プール、エステ、コンビニ等
6	ハイアットリージェンシー那覇	2015年7月	294	28～32㎡	レストラン・バー4軒、宴会場27～55㎡、プール、ジム
7	ダブルツリーバイヒルトンホテル那覇	2012年4月	225	18～20㎡	レストラン・バー1軒、エステ
8	ロアジュールホテル那覇	1993年2月	533	28～34㎡	レストラン・バー7軒、宴会場73～1,142㎡、結婚式場、プール、ネイルサロン

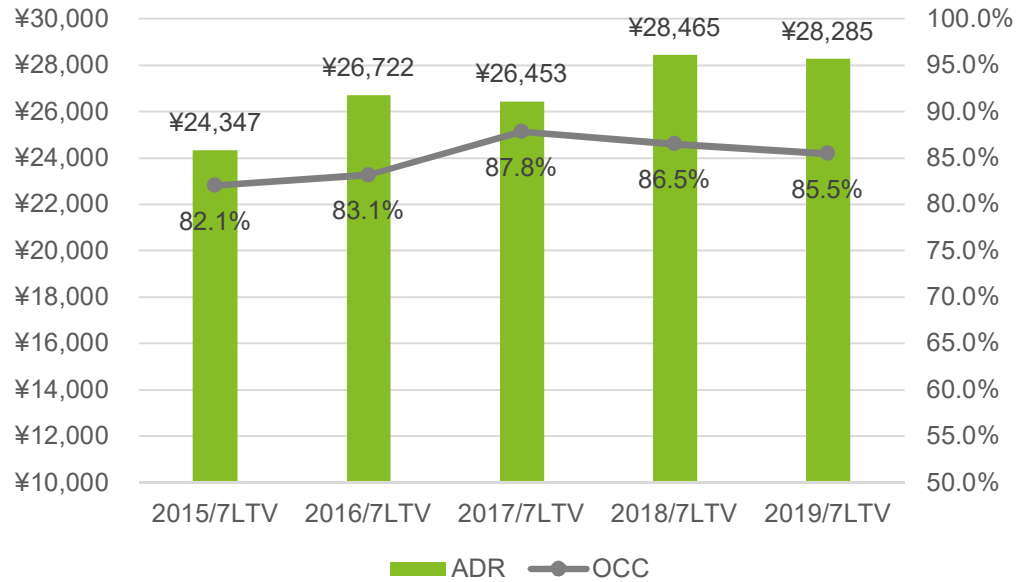


対象地周辺のホテル運営指標②

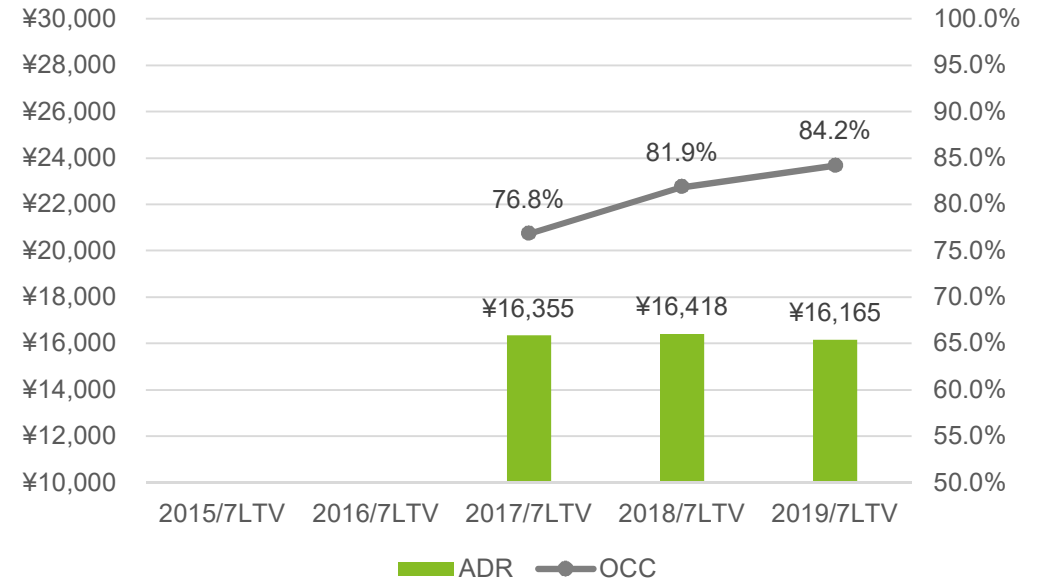
ホテル事例

- ・ 4～5スターホテルは徐々に販売単価を上げており、稼働は80%台後半で推移している。
- ・ 3～4スターホテルは16,000円台前半で安定的に推移し、稼働は上昇傾向にある。

4～5スターホテル平均



3～4スターホテル平均



※LTV: Last Twelve Monthの略で、直近12か月分の値を示す。

沖縄県内の工事費水準

用途別工事費水準

- ・ 沖縄県内にて2014年～2018年に着工した用途別建築物の工事費水準は以下の通りである。
- ・ 中位の総工事費参考価格は、宿泊施設(規模の大きなホテルの平均値と想定)で約33万円/㎡(約110万円/坪)、店舗で約17万円/㎡(約56万円/坪)、事務所で約16万円/㎡(約51万円/坪)、共同住宅で約21万円/㎡(約69万円/坪)となっている。
- ・ 以下に整理した工事費は過去5年間の平均値であるため、今後着工する建築物の工事費は、近年の工事費高騰の状況より下記よりも高い水準となる可能性が高い。

用途	データ数	構造	延床面積 (㎡)平均値	建築面積 (㎡)平均値	敷地面積 (㎡)平均値	平均 地上階数	総工事費			
							平均値 (円/㎡)	参考価格[四分位](円/㎡)		
								上(75%値)	中(50%値)	並(25%値)
宿泊施設	5	RC造	18,186.80	5,440.28	80,507.94	7.40階	379,750	481,969	331,580	288,248
店舗	3	S造	4,321.23	1,614.28	10,505.71	3.00階	168,923	175,957	169,098	161,976
事務所	4	S造	1,800.61	782.51	2,516.74	2.75階	158,594	168,182	155,006	147,212
共同住宅	16	RC造	3,460.98	460.30	7,323.30	9.55階	209,518	225,310	208,223	178,048

2. 需要推計調査

需要推計調査の構成は以下の通りである。

需要推計調査の構成

- 本調査の構成は以下のとおり。
- (1)にてMICE主催者が求める会場選定の基準、(2)にてMeeting／Incentive の需要実態を踏まえた沖縄開催のポイント整理、(4)にて過年度の調査においてExhibition/ Eventの主催者等から大型MICE施設の利用意向を確認した催事(Aランク催事)の追跡調査を実施することで、大型MICE施設の機能等を再検討するための基礎情報とする。

(1) MICE主催者による 開催地選定基準の調査

- MICE主催者側におけるMeeting、Incentive、Convention、Event/ Exhibitionそれぞれを実施する際の施設の選定基準を確認することを目的として実施した
- 県が過年度実施した大型MICE施設機能等関連整理業務におけるUNWTO(2012)水準による調査より該当部分を整理したうえで、MICE企画運営者へのヒアリングを通じ取りまとめた。

(2) 海外からの誘客を対象とした ミーティング及びインセンティブの 需要実態

- 国内外のM・I主催者に対し、過去訪日M・Iを開催したことで、結果として自企業の活動・取組に裨益した事例、及び課題についての観光庁調査より考察される沖縄に対する論点を整理した。
- 観光庁調査では、「海外に拠点を有する企業」「訪日M・I未開催の企業」「訪日M・Iを企画・運営するMICE 関連事業者・団体等」の3カテゴリーに分類し、それぞれ複数の企業へアンケート又はヒアリングが実施されている。

(3) Aランク催事 需要調査

- 大型MICE施設を整備した際の当該施設に対する利用需要および催事規模を確認することを目的として調査した。
- 過年度の調査において、既存イベントや新規展示会、コンサートのうち、大型案件の主催者等から大型MICE施設の利用意向を確認した催事(Aランク催事)について、再度主催者等にヒアリングすることで追跡調査し、現時点での需要の程度を把握した。

(1).MICE主催者による開催地選定基準の調査

MICE主催者による開催地選定基準の調査の概要と結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> MICE主催者側におけるMeeting、Incentive、Convention、Event/Exhibitionそれぞれを実施する際の施設の選定基準を確認することを目的として実施した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 過年度実施した大型MICE施設機能等関連整理業務におけるUNWTO(2012)水準による調査より該当部分を整理したうえで、MICE企画運営者へのヒアリングを通じ取りまとめた。
調査時期	2019年10月～2019年12月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

Meeting	<ul style="list-style-type: none"> 会場は対象企業およびその業種に所縁のある場所が選択され易く、イノベーティブな会議が実施できる非日常感を感じられるものが好まれる ホテルと一体的に活用できることに優位性がある アクティビティの多様性を重視する傾向がある 直行便があるなど、アクセス性も必要な点となる
Incentive	<ul style="list-style-type: none"> ユニークさが期待される他、相応のハイクラスホテルの立地が求められる ホテルと一体的に活用できることに優位性がある アクティビティの多様性を重視する傾向がある 直行便があるなど、アクセス性も必要な点となる
Convention	<ul style="list-style-type: none"> 目的地に魅力がある事が求められる他、相応のハイクラスホテルの立地が求められる ホテルと一体的に活用できることに優位性がある 複数の柔軟性のあるスペースがある事が好まれる
Event Exhibition	<ul style="list-style-type: none"> 近隣に企画に合致した企業がある、バイヤーが来るなど、ビジネスの成立性が重要となる。(Exhibition) ホテルに対しては、一定の宿泊客の収容力が求められる 効率的かつ柔軟性のあるステージや展示場が好まれる 来場客のアクセスの容易さも重要な点となる

(2). 海外からの誘客を対象としたミーティング及び インセンティブの需要実態

海外からの誘客を対象としたミーティング及びインセンティブの需要実態の調査の概要と結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 国内外のM・I主催者に対し、過去訪日M・Iを開催したことで、結果として自企業の活動・取組に裨益した事例、及び課題についての観光庁調査より考察される沖縄に対する論点を整理した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 観光庁によって過年度実施されたミーティング及びインセンティブ効果等調査事業における該当部分を整理したうえで、当該調査から考察される、沖縄がM・I開催地として選ばれるための論点をまとめた。
調査時期	2019年10月～2019年12月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

沖縄がM・I開催地として選ばれるために	訴求ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 特徴ある琉球文化・日本文化がある 大海原に面し非日常的なユニークでイノベティブな発想のできる環境がある ゲストへの魅力訴求効果や特別感を醸成することができる リゾート地として外来者の受け入れ体制や一般市民の意識的な基盤が国内他地域よりも高度である
	取り組むべきポイント	<ul style="list-style-type: none"> 本件施設でターゲットとする産業分野や地域の特定、主に創出されるビジネス機会の産業分野を確認(施設規模、主催者側にかかる資金的負担等を勘案しターゲットを取捨選択する) このエリアでしか得られない文化・アクティビティ等コンテンツの確認、連携を準備・設計する 参加者に特別感を醸成できる環境作り、リゾートとして高品質化を図る 県内ユニークベニューの発掘、当該施設保有者の理解促進、MICE主催者への認知方法設計 県民、関係企業(交通、観光、飲食等)への理解促進

(3). Aランク催事 需要調査

Aランク催事需要調査の概要と調査結果は以下の通りである。

調査の概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設を整備した際の当該施設に対する利用需要および規模を確認することを目的として調査した。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 過年度の調査において、既存イベントや新規展示会、コンサートのうち、大型案件の主催者等から大型MICE施設の利用意向を確認した催事(Aランク催事)について、再度主催者等にヒアリングすることで追跡調査し、現時点での需要の程度を把握
調査時期	2019年10月～2020年2月

調査結果

- 本調査により明らかとなった事項は以下のとおり。

催事需要

- Aランク催事のうち既存展示会は開催時期が重なる傾向がある。一方、大型MICE施設で開催が期待される新規展示会の開催時期は業界の商慣習等の影響を受けるとされており、コンサートは時期を選ばず開催可能とされている
- 大型MICE施設における初回開催規模は5,000㎡～10,000㎡、コンサートは30,000㎡で、県外・国外からの集客が期待される催事ほど将来の拡大可能性が高くなっている

大型MICE施設

- 規模においては、県民利用催事の主催者要望は1万㎡程度が多く、催事規模も現状維持で様子を見るとの回答が多かった
- 一方、県外・国外から集客する展示会主催者の要望は1万㎡から5万㎡まで幅があり、大規模を求める傾向にあった。また、最低規模で整備する場合は拡張する余裕をもつことが重要であるとの意見もあった
- コンサートについては、施設収容人数の違いにあわせて県内施設の利用を棲み分けるとことが可能との意見があった
- その他の仕様等においては、スペースや設備要件など、多様なニーズに対応できる柔軟性が求められる一方、先端技術の導入については、陳腐化を懸念し、施設側での実装は慎重に対応すべきとの意見もあった
- 運営においては、利用料減免の他、施設側からのMICE開催支援サービスを期待する声もあった

周辺環境

- マリンタウンエリア内においては、交通環境の改善の他、エリア内にワーケーション対応施設やアフターMICEに対応可能な施設の整備を求める意見もあった
- その他エリア内外においては、来場者・スタッフ分のホテル確保の必要性が指摘された

3. 事業性の検討

事業性検討の構成は以下の通りである。

事業性検討の構成 ※ 本調査終了後も基本計画の策定に向け引き続き精査・検討を重ねる予定

- 本調査の構成は以下のとおり。
- (1)にて想定される複数パターンの大型MICE施設の整備費を算定の上、(2)にてパターン別の概算収支を算定、(3)にて、(1)および(2)の条件のもと、民間活力を導入した際のVFM等を算定した。また(4)にて民間収益施設(ホテル事業)の構成、収支等について算定した。
- なお(5)以降では大型MICE施設の需要を安定化させるための方策として、保税・免税制度、MICE開催支援メニュー、回遊性向上策の事例等に関して調査を行った。

■ 事業費の検討

(1) 大型MICE施設の整備費の試算	• 大型MICE施設の複数の整備パターンを仮設定し、それぞれの整備パターン毎の整備費の試算を行った。
(2) 大型MICE施設の収支の試算	• 大型MICE施設の複数の整備パターンを仮設定し、それぞれの整備パターン毎の収支の試算を行った。
(3) 大型MICE施設のVFM等の算定	• 上記の結果を踏まえ、VFM及び運営権対価の仮算定を行った。
(4) 民間収益施設の収支等の試算	• 民間収益施設(ホテル事業)の構成を仮設定し、収支予測、施設調達価格、投資効果の試算を行った。併せて事業実現性を高める支援策を整理した。

■ 需要安定化策の検討

(5) 保税展示場に関する調査	• 愛知県国際展示場で導入事例のある保税・免税制度について調査した。
(6) MICE開催支援メニューの調査	• 全国的に行われているMICE開催支援メニューについて調査した。
(7) 回遊性向上策の事例	• MICEエリアの回遊性を高めるアクセス事例を調査した。

(1).大型MICE施設の整備費の試算

大型MICE施設の整備費の試算の概要は以下の通りである。

試算概要

項目	内容
試算目的	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の整備パターンに応じて想定される事業規模を把握する為、試算を実施
試算手法	<ul style="list-style-type: none"> 施設整備費の試算においては、過年度検討していた施工単価をベースとして概算 展示場の規模、柱形状、コンサート実施の際の防音機能等、10通りのパターンで整備費を試算
試算時期	2020年2月

試算結果

- 本調査における整備費の試算結果は、県が事業規模を検討するための内部情報であり、事業者公募の際には提案事業者が独自に検討すべきものであることから、提案事業者間の競争性を維持するため、公表は差し控えます。

(2).大型MICE施設の収支の試算

大型MICE施設の収支の試算の概要は以下の通りである。

試算概要

項目	内容
試算目的	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の整備パターン毎の事業性を検討する為、試算を実施
試算手法	<ul style="list-style-type: none"> 収支の試算においては、過年度検討していた需要推計をベースとして概算 展示場の規模、コンサート実施形態等、6通りのパターンで収支を試算
試算時期	2020年2月

試算結果

- 本調査における収支の試算結果は、県が事業規模を検討するための内部情報であり、事業者公募の際には提案事業者が独自に検討すべきものであることから、提案事業者間の競争性を維持するため、公表は差し控えます。

(3).大型MICE施設のVFM等の算定

大型MICE施設のVFM等の算定の概要は以下の通りである。

算定概要

項目	内容
算定目的	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の整備パターン毎で事業性を検討する為、パターン別のVFM(Value for Money)及び運営権対価を試算し比較検討を行った
算定手法	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の整備費及び収支を試算したパターンの組み合わせのうち、2通りのパターンを抽出して算定
算定時期	2020年2月

算定結果

- 本調査におけるVFMの算定は、県が事業規模や事業手法を比較分析するための中間段階として試算したものであり、今後、改めて詳細に確認・算定する必要があることから、現段階での公表を差し控えます。
- また、運営権対価の試算は、県が事業規模や事業手法を検討するための内部情報であり、事業者公募の際には提案事業者が独自に検討すべきものであることから、提案事業者間の競争性を維持するため、公表は差し控えます。

(4). 民間収益施設の収支等の試算

民間収益施設の収支等の試算の概要は以下の通りである。

試算概要

項目	内容
調査目的	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の周辺に整備を推進する民間収益施設(ホテル事業)の事業性を検討する為、施設構成を設定し、収支を試算して比較検討を行った。
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> 官民対話を踏まえ、H1ゾーン及びH3-Tゾーンの民間収益施設(ホテル事業)の構成を仮設定し、収支予測、施設調達価格、投資効果の試算を実施 事業実現性を高める支援策を整理
調査時期	2020年2月

試算結果

- 本調査における民間収益施設の収支等の試算結果は、県が事業規模や事業手法を検討するための内部情報であり、事業者公募の際には提案事業者が独自に検討すべきものであることから、提案事業者間の競争性を維持するため、公表は差し控えます。

(5). 保税展示場に関する調査

保税・免税制度について

日本における保税・免税制度の概要

	展示品を日本に保税扱いで搬入する手続き	展示品を日本で販売する場合の手続き
保税展示場の許可	<ul style="list-style-type: none"> 展示場が所轄税関長から保税展示場としての許可を得ていれば、出展者は、船舶や航空機から荷卸した展示品を保税品として、当該展示場に搬入することが可能。 搬入のためには、出展者は、展示等申告書を税関長に提出して承認を受ける必要がある。 基本的には展示会ごとに許可を受ける必要があり、東京モーターショー等の大型展示会も開催の都度許可を受けている。 ただし、2019年8月30日に開業した愛知県国際展示場(Aichi Sky Expo)は日本初となる常設の保税展示場が用意され、主催者側による都度保税展示場の許可手続きは不要となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会の期間中に保税扱いとなっている展示品が展示場内で販売される場合、その販売は輸入と見なされる。 展示品の引渡し前に、その展示品が置かれている場所を管轄する税関に用途外使用等承認申請書を提出し、次いで輸入(納税)申告書を使用して輸入申告を行い、関税や消費税等を管轄税関に納付する。これにより展示品は内国貨物となり、自由に販売可能となる。
ATAカルネ (*概要は次頁)	<ul style="list-style-type: none"> 出展する外国業者がATAカルネを取得していれば、関税納付や担保の差し入れなしで、出展物を保税の状態で一時的に日本国内に持ち込むことができる。 	
一時輸入 手続き	<ul style="list-style-type: none"> 展示会場が、保税展示場の許可を受けていない場合、出展者は各自、1年以内に再輸出の条件付き輸入で、博覧会、展覧会等に出品するための物品について、展示する外国貨物の免税額に見合う担保を所轄税関長に差し入れることで、展示会場に保税で搬入可能となる。 	

保税・免税制度について

ATAカルネの概要

- ATA条約(物品の一時輸入のための通関手帳に関する条約)に基づき、職業用具、商品見本、展示会への出品物などの物品を仕事のために外国へ一時的に持ち込む場合、外国の税関で免税扱いの一時輸入通関が手軽にできる通関手帳。
- ATAカルネは外国への輸入税の支払いや保証金の提供が不要となる支払保証書でもある。一通のATAカルネで通関手続きの異なる数か国の税関でも使用可能である。
- 展示会への出展にあたり物品を外国に持ち込む場合、持込先の国が展覧会条約に加盟していれば(又は非加盟であっても国内法令又はイスタンブール条約附属書に基づきカルネ使用が認められていれば)、ATAカルネを利用することができる。
- 主要各国のATA条約への加盟状況は下記の通り。

■ ATA条約への加盟状況

[2019年1月現在]

	一時免税輸入		
	商品見本条約	職業用具条約	展覧会条約
日本	○	○	○
アメリカ	○	○	×
EU	○	○	○
中国	●	●	○
香港	○	○	○
韓国	○	○	○
台湾	×	×	×
フィリピン	×	×	×
インドネシア	×	●	●
マレーシア	○	○	○
シンガポール	●	●	●
タイ	○	○	○
オーストラリア	○	○	○

- <凡例>
- : 当該条約に加盟
 - : 当該条約には非加盟であるが、国内法令または、イスタンブール条約附属書に基づきカルネ使用が認められている。
 - ×: 当該条約に非加盟

※台湾では、日本・台湾間で締結された民間協定に基づいて発給される台湾向けの特別手帳「SCCカルネ」が使用可能

保税・免税制度について

愛知県国際展示場における常設保税展示場設置の仕組み

- 愛知県国際展示場が立地する空港島は、日本の空港で唯一の「**総合保税地域**」(中部国際空港総合保税地域)として税関より許可を受けている。
- 愛知県国際展示場においては、総合保税地域における外国貨物取扱事業者として、国際展示場を運営するSPCが認められたことにより、常設での保税展示場設置が可能となっている。
- 展示会・見本市の催事主催者等は、展示場運営会社に対し保税展示場としての利用申し込みを行う。その後、展示場運営会社は、催事主催者や出展者等からの利用計画の届出を受け、必要に応じて内容調整・指導を実施する。
- 展示会開催時には、展示場運営会社は外国貨物の積卸し、運搬、蔵置、内容の点検、仕分その他の手入れ、及び外国貨物の展示又はこれに関連する使用の業務を行い、出展者等から費用を徴収する。

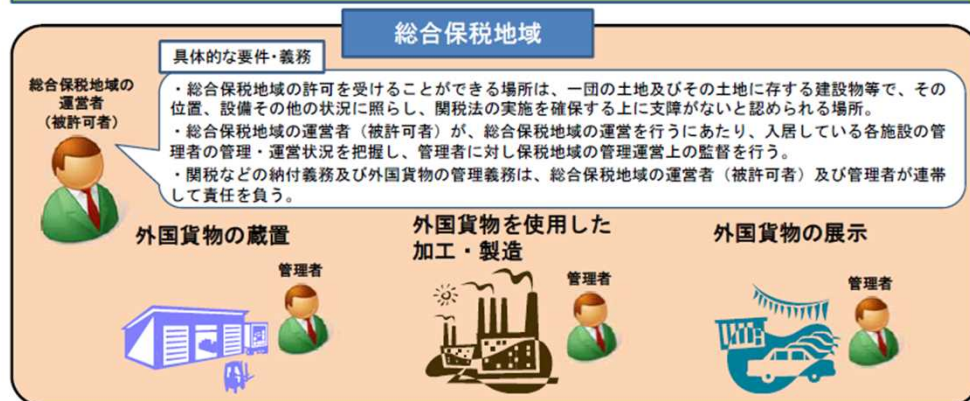
※「総合保税地域」とは

- 輸入の促進や対内投資事業の円滑化などの動きを背景として、各種の輸入インフラの集積のメリットを助長するため、保税蔵置場、保税工場、保税展示場の施設が集積する地域に対応する保税制度として創設されたもの。
- 総合保税地域では、地域内において様々な機能を有する各種施設を弾力的に配置することができ、地域内の各施設の間では、手続を必要とせず外国貨物の移動ができるなど、手続の簡素化が図られることになる。
- 総合保税地域の蔵置期間は2年間だが、延長が可能となっている。

総合保税地域について

- 保税蔵置場、保税工場、保税展示場の各保税地域における外国貨物の蔵置、加工、製造、展示などの各種機能を総合的に利用できる地域として、申請により税関長が許可した地域。
- 地域内では運営者により各種施設を弾力的に配置できるほか、地域内における各施設間の移動は同一の保税地域内の移動であることから税関手続を要しない。

総合保税地域は保税地域であり、外国貨物のすり替えや輸入許可前の外国貨物の消費等が行われないよう、適正な保税地域の管理・運営が行える場所・区域であることが必要不可欠。



保税・免税制度について

展示会・見本市出展物に関する保税・免税制度の比較(海外MICE調査対象国) 1/2

		アメリカ	EU	中国	香港	韓国	台湾
保税展示場制度		○	○	○	×	○	×
ATAカルネ		×	○	○	○	○	× 日本-台湾間は民間協定による特別通関手帳(SCCカルネ)が利用可能)
一時輸入手続き	手続き概要	<ul style="list-style-type: none"> Temporary Importation under Bond:TIB制度。 輸出入時に申請書等の提出が必要。 TIBの適用については特定の物品および用途に限られている。 	<ul style="list-style-type: none"> 出張者が展示会出品貨物などの携行品を申告する場合、原則として、口頭による簡易申告が認められている。 ただし、一時輸入する物品リストの提出は必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 香港で行われる展示会(および見本市)に出展する貨物は香港法例の規定により、輸出入申告書の提出が免除となる。 税関から要求された場合は、積荷目録等の提示が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 公表情報からは確認できず、現地税関等に直接確認を要する 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出入時に申請書等の提出が必要。
	輸入時の担保	<ul style="list-style-type: none"> 必要。 輸入の都度担保を支払うSingle Entry Bondと年度を通じて担保を提出するContinuous Bondがある。 	<ul style="list-style-type: none"> 口頭及び申請書による申請ともに担保が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会貨物に関わらず、全ての品目に関税がかからない。 	<ul style="list-style-type: none"> 公表情報からは確認できず、現地税関等に直接確認を要する 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会場が保税地域の場合、担保は不要。 保税地域でない場合は必要。
	再輸出期限	<ul style="list-style-type: none"> 1年以内。 	<ul style="list-style-type: none"> 原則24カ月。 	<ul style="list-style-type: none"> 一時輸入許可は、最高3回、1回につき6カ月延長できる。 	<ul style="list-style-type: none"> — 	<ul style="list-style-type: none"> 公表情報からは確認できず、現地税関等に直接確認を要する 	<ul style="list-style-type: none"> 税関が定めた期間(最長輸入日より6カ月間)。
展示会で輸入した展示品を販売する場合		<ul style="list-style-type: none"> 展示品を販売する場合は、通常の輸入手続きが必要となる。販売する時点で速やかに通常の輸入申告を行い、関税およびその他諸税を支払う。 	<ul style="list-style-type: none"> 公表情報からは確認できず、現地税関等に直接確認を要する 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入者は検疫検査に合格していることを確認した後でなければ販売不可。 量的制限の範囲内であれば、サンプルとしてそのまま提供可能。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会用貨物は、展示会終了後に香港内で販売あるいは廃棄しないことが条件になっている。 香港では、通関業務が簡素化されていることから、展示会後の販売や廃棄が予測される場合は、通常の輸入通関手続きを経て貨物を持ち込む方必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 公表情報からは確認できず、現地税関等に直接確認を要する 	<ul style="list-style-type: none"> 一時輸入販売日から30日以内に輸入地の税関にその旨の申告を行い、免除されていた関税や営業税を納める必要がある。

保税・免税制度について

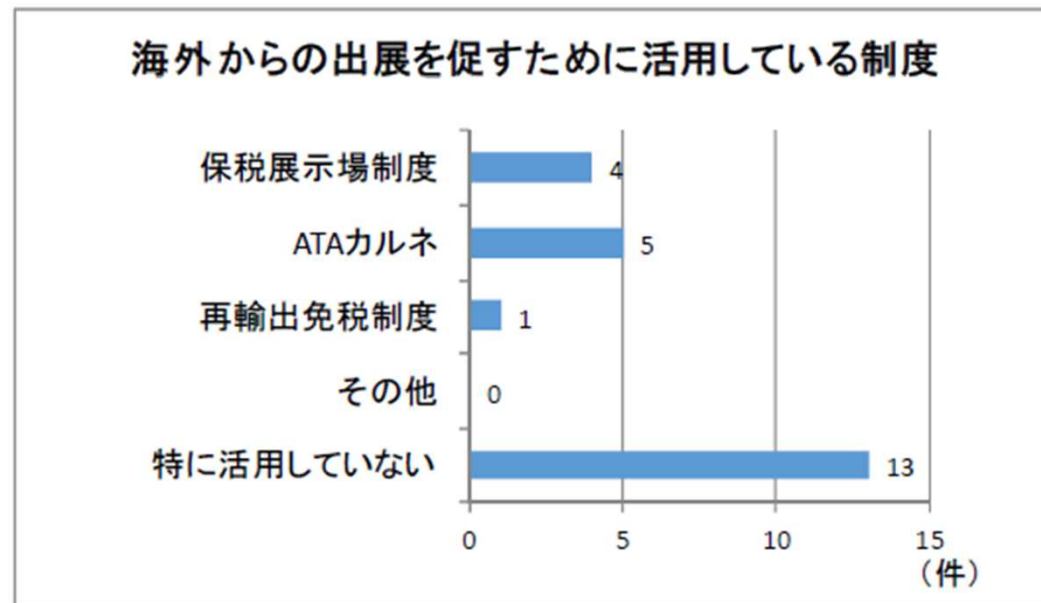
展示会・見本市出展物に関する保税・免税制度の比較(海外MICE調査対象国) 1/2

		フィリピン	インドネシア	マレーシア	シンガポール	タイ	オーストラリア
保税展示場制度		○	○	○	○	○	○
ATAカルネ		×	○	○	○ (ATA条約非加盟だがイスタンブール条約付属書に基づき使用が認められている)	○	○
一時輸入手続き	手続き概要	<ul style="list-style-type: none"> 免税措置を受けることができるのはフィリピン国際センター(CITEM)により開催される展示会や見本市に限られている。それ以外の展示会等出品のための輸入の際は、一時輸入時の免税措置はない。 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> Temporary Import Scheme: TIS制度。 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> TIB(Temporary Importation Bond)制度。 輸出入時に申請書等の提出が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸出入時に申請書等の提出が必要。
	輸入時の担保	<ul style="list-style-type: none"> 当該輸入品の関税および諸税の1.5倍に相当する担保が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 関税およびその他諸税額に相当する額または税関が認める額の担保が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 通常輸入した場合にかかる関税額またはそれ以上の額が担保として必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 関税およびその他諸税額に相当する担保(銀行保証もしくは保証保険)が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 税関が定めた担保(現金または銀行保証)が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 関税およびその他諸税額に相当する担保(現金または銀行保証)が必要。
	再輸出期限	<ul style="list-style-type: none"> 輸入申告の日から起算して6カ月以内。(関税局の承認を受けた場合に限り、さらに6カ月の延長が可能)。 	<ul style="list-style-type: none"> 最長3年。 	<ul style="list-style-type: none"> 3カ月間(最大12ヶ月まで延長可。更なる延長は輸入地の税関長の許可が必要。) 	<ul style="list-style-type: none"> 税関が定める期間内(最長6カ月)。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入申告の日から起算して6カ月以内。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入した日から起算し12カ月以内。
展示会で輸入した展示品を販売する場合		<ul style="list-style-type: none"> 事前に財務省に対して販売計画を報告し、承認証書を受け取る必要がある。 販売後に関税、付加価値税を支払った後でなければ、展示会場からの搬出はできない。 	<ul style="list-style-type: none"> 保税展示場以外の場合は、<u>関税やその他の諸税の支払いおよび関税額と同等の罰金の納付</u>が必要。 保税展示場の場合は、通常の輸入申告書により、<u>関税やその他諸税を納付</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> <u>免税されていた関税、物品・サービス税の支払い義務と罰金</u>が科される。 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会で販売された展示品は、展示会終了後14日以内に販売した貨物のリストを輸入地を管轄する税関に提出し、関税、物品税等を支払う。 	<ul style="list-style-type: none"> 税関との担保契約期間内に販売された展示品については、輸入した日の課税税率および関係法令に基づいた追徴金を支払う。 	<ul style="list-style-type: none"> 輸入者は輸入地を管轄する税関に<u>関税およびその他諸税を支払う</u>。

保税・免税制度について

日本における展示会主催者が利用する保税・免税制度

- 平成26年に日本展示会協会に加盟する主催者会員57組織に行ったアンケートでは、展示会主催者が海外からの出展を促すにあたり、過半数以上が制度の活用は行っていないことが把握されている。一方で活用されている制度は、「保税展示場制度」「ATAカルネ」となっている。



<自由回答等>

- 保税展示場を申請するのにかかる費用が高い。また、リスクがすべて主催者にかかるため、申請しづらい。
- 保税展示場制度は申請手続きが煩雑かつ膨大である。
- 地方では海外からの出展が多くないため、制度を活用することがない。

(6).MICE開催支援メニューに関する調査

MICE開催支援メニューについて

主な国内都市における海外からのMICE誘致・開催支援

- 多くの自治体において、MICE誘致、開催準備、開催時に対する助成金が用意されている。下記に記載した以外に各自治体とも、ソフト支援メニューも多数用意されている。
- 沖縄同様、名古屋ではインセンティブツアーに対する助成金が用意されている。

	財政支援
東京都	<ul style="list-style-type: none"> 誘致資金助成制度(一定の基準を満たした国際会議の主催者に対して、その誘致活動経費の一部をサポート。(上限150~600万円)) 開催資金助成制度(一定の基準を満たした国際会議に対して、対象となる開催時の運営資金の一部をサポートする制度。(上限400万~1.1億円)) 立ち上げ準備/開催資金助成事業(一定の基準を満たした国際会議を東京都内で立ち上げようとする主催者に対して、準備経費や開催時の運営資金の一部をサポートする制度。(上限200~800万円))
札幌市	<ol style="list-style-type: none"> ①コンベンション誘致促進助成金(札幌へ誘致を目指すコンベンションが対象で、最大1,000万円を助成。) ②コンベンション開催資金貸付金(開催経費の20%以内で最大300万円。貸付期間は最大2年間。(現在は実質無利子)) ③シャトルバス助成金(コンベンション会場等を結ぶシャトルバスの借上げ費の50%以内で、最大50万円。)
仙台市	<ol style="list-style-type: none"> ① 大規模国際コンベンション開催助成金(上限1,000万円)、国際会議助成(上限500万円)、小規模国際学術会議助成(上限20万円) <ul style="list-style-type: none"> 条件を満たした国際会議に対して、開催経費を助成。 ② シャトルバス等補助制度 <ul style="list-style-type: none"> 市内で開催される2会場以上に分散するコンベンションに対して、50万円を上限として会場間移動のためのシャトルバス等の運行経費を補助。 <p>【貸付金制度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内で開催されるコンベンションの主催者に対し、開催準備に要する資金を、200万円を上限として無利息で貸付(最長2年間)。
千葉(千葉市/成田市/木更津市/浦安市)	<ol style="list-style-type: none"> ① 千葉県国際会議開催補助金制度、千葉市国際会議開催補助金制度及び大規模コンベンション開催補助金制度、成田市コンベンション開催事業補助金制度 <ul style="list-style-type: none"> 日本最大規模の「国際会議開催補助金」(最大2,000万円)制度【県単独では最大1,000万円(市町村による補助がある場合には合算して最大2,000万円) ② (公財)ちば国際コンベンションビューロー コンベンション開催助成金制度(上限200万円) ③ (公財)ちば国際コンベンションビューロー 開催準備資金貸付制度(上限500万円)

	財政支援
横浜市	<p><横浜市大型国際コンベンション誘致助成金></p> <ul style="list-style-type: none"> 横浜市は市内で開催される国際会議について、200万円から最大で1,000万円の助成金を交付。 <p><横浜MICE 開催応援プラン></p> <ul style="list-style-type: none"> 横浜市内の会議施設、ホテル、展示場等で開催されるMICE に対し、開催規模や日数に応じてコングレスバッグの提供、アトラクションの提供、会議機材費補助等、複数のメニューの支援を用意。
名古屋市	<ul style="list-style-type: none"> 一定の要件を満たした国際会議に対し、開催経費の一部を助成。(最大1000万円) 貸付金制度(最大500万円):開催準備に要する資金を会議開催の3年前から無利子で貸し付け、コンベンションの円滑な運営を支援。 大型インセンティブ旅行等開催助成金(名古屋市内で延べ宿泊者数×1千円(上限:4,000千円)、名古屋市内において名古屋の食文化を取入れた式典・交流事業を開催する場合、経費の10%(上限:1,000千円)を上乗せ) 研修・視察旅行等誘致推進事業助成金(名古屋市内での延べ宿泊者数×3千円(上限:750千円)、入国若しくは出国に中部国際空港を利用する場合、利用者数×1千円(上限:250千円)を上乗せ、同一年度内・同一申請者の助成額上限:1,000千円)
大阪府	<ul style="list-style-type: none"> 国際会議誘致開催助成金(財政援助)(~最大1500万円) 国際会議誘致開催支援(物的支援)(~最大50万相当額)
福岡市	<ul style="list-style-type: none"> 開催都市が未決定で、助成を行うことで福岡市での開催が促進される国際会議に対し、最大1,000万円を助成。
沖縄県	<ul style="list-style-type: none"> コンベンション開催支援事業(沖縄県外の参加者数に応じ、最大1,000万円を助成) コンベンション貸切バス等運行支援事業(①貸切バス:1台3万円まで、最大90万円(参加者数により上限変動) ②ジャンボタクシー:1台1万円まで、最大10万円) インセンティブ旅行支援事業(参加者1名あたり3,000円、最大150万円助成) 会場施設減免サービス(人数に応じ使用料を減免。)

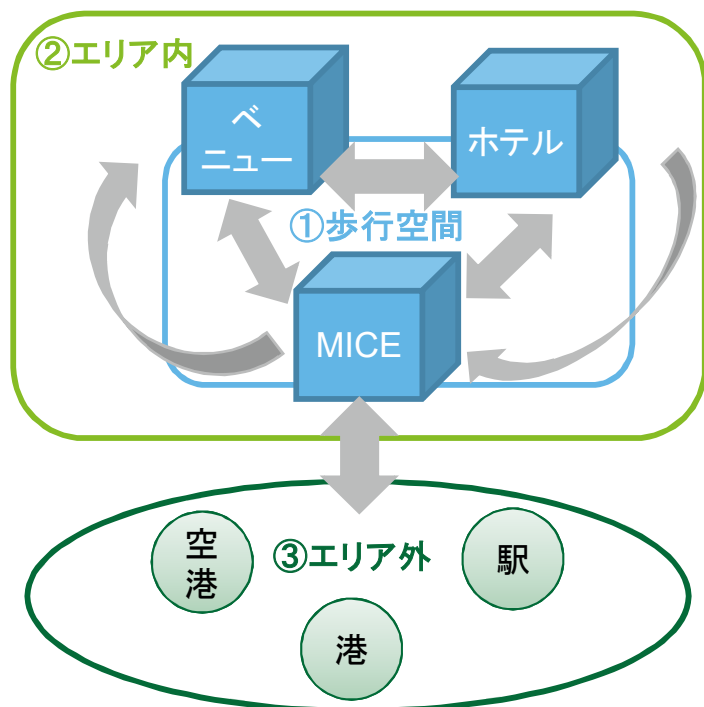
(7).回遊性向上策の事例

都市の回遊性は、歩行空間・エリア内交通・エリア外交通の3つのレイヤーから検討

回遊性のポイント

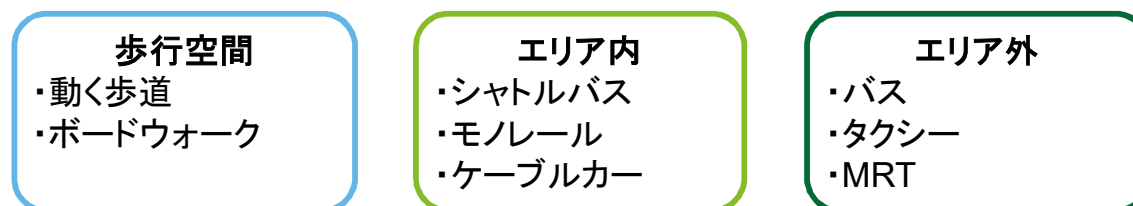
- 回遊性は近距離の建物への導線となる歩行空間、エリア内の交通、エリア外の交通の3種類の移動方法に大別される
- ①歩行空間では、スカイデッキや歩道橋、動く歩道など歩行者が円滑に各建物にアクセスできるよう有機的に接続する必要がある
- ②エリア内の交通では、巡回バスやシェアサイクルなど機動性が高いモビリティの活用が重要となる
- ③エリア外の交通では、空港や駅からのアクセスとして輸送量や運行回数などが重要となる

回遊性のイメージ



事例：リゾート・ワールド・セントーサ

- シンガポールの都心から近い、リゾート・ワールド・セントーサでは遊園地やカジノ、ホテルなど多くの施設が一体的に整備されており、回遊性を高めるため下記のような交通ネットワークを形成している



事例：みなとみらいの歩行空間

- 地区内には、桜木町駅方面から海に向かう「クイーン軸」、横浜駅方面から海に向かう「キング軸」、街の中央部でこれらをつなぐ「グランモール軸」の三つの都市軸を主要な歩行者軸とした多様な歩行者空間が整備されている。
- 地区内外を結ぶ歩道橋や「野毛ちかみち」などの地下道が整備され、快適で回遊性の高い歩行者ネットワークが形成されている。

参考資料：エリア内外の回遊性を高めるアクセス事例

エリア内の交通

シェアサイクル・自転車	グリーンスローモビリティ	レンタカー・自動車
<ul style="list-style-type: none"> 指定されたサイクルポート間を自由に移動できるモビリティ 	<ul style="list-style-type: none"> 電動で時速20km未満で公道を走る事が可能な4人乗り以上のモビリティ 	<ul style="list-style-type: none"> 短距離から長距離まで、利用者の足として自由に移動できるモビリティ
水上タクシー	水陸両用バス	巡回バス
<ul style="list-style-type: none"> 河川や港湾地域を連絡する船舶 	<ul style="list-style-type: none"> 水陸両用車を使用して、観光地などを周遊する観光ツアーを行う 	<ul style="list-style-type: none"> お買い物や、観光、ビジネスの足として所用エリアを巡回するバス

エリア外の交通

タクシー	バス・BRT	モノレール
<ul style="list-style-type: none"> 利用者に応じて発着地を自由に連絡する 	<ul style="list-style-type: none"> 空港などと各主要エリアを連絡する BRTでは、バス専用レーンや社外運賃支払いなどにより、高速移動を行う 	<ul style="list-style-type: none"> 高架化が容易な単軌鉄道で、各エリア定時運航で結ぶ
LRT	クルーズ客船	ヘリコプター
<ul style="list-style-type: none"> 低床式車両の活用や軌道・電停の改良による乗降の容易性などの面で優れた次世代の交通システム 	<ul style="list-style-type: none"> 大規模な旅客船で、国内外の港湾を連絡している 	<ul style="list-style-type: none"> 都心と空港間をヘリコプターで迅速に結ぶ

VI. 専門家委員会の実施

マリンタウンMICEエリアの形成に向けた知見を得るため開催した専門家委員会の概要は以下の通りである。

専門家委員会の概要

内容	
委員会設置目的	沖縄県マリンタウンMICEエリアの形成に向けたPPP導入可能性調査業務の実施にあたり、専門家の意見を聴取するために開催
第1回	<p>日時: 令和元年11月12日(火) 15:30~17:00 場所: 西原町役場 会議室 議事:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄県大型MICE施設の整備について ・ PPP/PFIの概要 ・ ホテルオペレーターヒアリングの状況 ・ マリンタウンMICEエリアの形成に向けたフロー ・ (ディスカッションペーパー) マリンタウン都市ビジネスモデル
第2回	<p>日時: 令和2年1月14日(火) 14:00~17:00 場所: 空手会館 会議室 議事:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第1回専門家委員会のまとめ ・ 事業者・PCOヒアリングの状況について ・ 海外視察のご報告 ・ (ディスカッションペーパー) マリンタウンMICEのあり方について
第3回	<p>日時: 令和2年3月23日(月) 13:30~17:00 場所: 沖縄県市町村自治会館 第5・6会議室 議事:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2回専門家委員会のまとめ ・ PEO、催事主催者ヒアリングの状況について ・ 合同サウンディングの状況について ・ (ディスカッションペーパー) 差別化戦略/土地利用計画/個別施設計画/事業スキーム/エリアマネジメントについて

専門家委員リスト		
専門分野	所属	氏名
MICE	松江コンベンションビューロー 一般財団法人 くにびきメッセ	事務局長 原 利一
MICE・観光	一般財団法人 沖縄観光 コンベンションビューロー	会長 下地 芳郎
地域振興	沖縄経済同友会	常任幹事 国際委員長 東川平 信雄 (株式会社おきぎん経済研究所)
法務	渥美坂井法律事務所・外国法共同事業	弁護士 前田 博
金融	株式会社みずほ銀行 プロジェクトファイナンス営業部	部長 井上 真
不動産	公益社団法人 沖縄県不動産鑑定士協会	専務理事 関根 俊雄 (一般財団法人日本不動産研究所那覇支所支所長)

(令和元年11月6日 専門家委員会設置要項制定時点・順不同)

第1回専門家委員会における委員意見は以下の通りである。

第1回専門家委員会(令和元年11月12日) 委員意見のまとめ

NO	項目	指摘内容
1	コンセプトの検討	<ul style="list-style-type: none"> ➤ マリントウンの開発の方向性を都市型とするのか、リゾート型とするのか決める必要がある ➤ 事業スキーム(手法)よりもまずはこちらが重要
2	差別化戦略・土地利用計画・個別施設計画の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➤ MICE施設及びエリアの最終的な目標は何かを見定めた上での検討が必要 ➤ インバウンドの誘致には空港とMICEの連携が重要である ➤ いかにかに収益をあげる施設をつくるかが重要であり、集客能力の高い施設整備が可能な事業者を見つける必要がある ➤ MICE施設以外の集客施設の検討が必要である ➤ マリーナ、ビーチ、ショッピングセンター、その他の未利用地などの集客力を向上させる検討も必要 ➤ エリア内の駐車場不足や交通渋滞などの影響も考慮した検討が必要 ➤ 地域の魅力をあげる施策が必要である ➤ リピーターを取り込むためには県外の人意見を取り入れることも必要である
3	プロセスの整理	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 都市ビジネスモデルの実現に向けたプロセスの整理が必要である
4	MICE施設整備計画の見直し検討	<ul style="list-style-type: none"> ➤ MICE施設について、どのような催事を呼び込むのか、だれのための施設とするのかを改めて検討すべき ➤ 大型コンサートを受け入れるかどうか検討が必要であり、開催規模に見合った機材手配会社があるかどうか確認する必要がある ➤ MICE施設は県外だけでなく、県内利用のニーズがないと成立しない ➤ 展示場のコスト削減や屋上利用、SDGsの観点なども入れて見直すことが必要である
5	事業スキーム・エリアマネジメントの検討	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 施設整備において、全て民間資金を期待するのではなく、民間投資を呼び込むために、あえて公共が先行して整備するという考え方もある ➤ 効果的な民間と公共の負担分担を検討した方が良い ➤ (スキームの検討と併せて)適切な運営者の誘致検討も必要である ➤ MICEオペレーターの視点を施設整備に活かすことは有益 ➤ これまでの議論の積み重ねがあるので、それを活かして早期に施設整備を進めるべき ➤ エリアマネジメントのエリアの範囲や、地元がどの程度関与していくのか明確にすべき

第2回専門家委員会における委員意見は以下の通りである。

第2回専門家委員会(令和2年1月14日) 委員意見のまとめ(1/2)

NO	項目	指摘内容
1	沖縄全体の動向の把握	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 沖縄の外部環境や全体の変化をもとに、今後このエリアがどのように発展していくかを踏まえた議論が必要である ➢ 中国からのクルーズ観光客の消費を喚起する方策の検討が必要である ➢ クルーズについては、オーバーナイトも増えてきており、動向を丁寧に分析する必要がある
2	県の観光振興についての整理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 沖縄県として人を呼びこめるようになるため、新たな観光資源を生み出す必要がある ➢ ホテルが需要以上に供給過多になっている点を考慮すると、新たな観光需要を喚起する必要があると考える ➢ 国内イベントを沖縄に持ってくる、沖縄での結婚式を観光産業として育てる等、国内客の誘致に注力すべきである
3	周辺エリアとの関り方についての整理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域振興含めた東海岸地域の活性化と、MICE施設の在り方については分けて考えるべきである
4	交通アクセスについての整理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 交通アクセスは非常に重要な論点であり、駐車場やアクセスの問題については、具体的に解決していく必要がある ➢ 沖縄へ来た人を東へ流すため、アクセス性の向上は必須である
5	コンセプトの検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光リゾートやエンターテインメントの醸成は難しく、沖縄ブランドで人を集めるのが大事である ➢ カジノのないIR施設という方向性を目指すべき ➢ MIは海外ユーザーが中心であり、かつ景気に大きく左右されるため、MIの需要を過大に見込まないほうがよい ➢ スマートシティをはじめとしたICTの発展と、SDGs等の環境面に対する配慮をどう本事業に活かすかを検討すべきである ➢ 交通面の整備をさらに進め、県内観光施設へのハブとなるMICEの位置づけが良いと考える
6	差別化戦略の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 新たな産業として、スマートシティに取り組む事業者を誘致してほしい ➢ 持続可能な観光開発と、MICEによるまちづくりをリンクさせていくべきである ➢ グーグルのトロント、NTTのラスベガスのように、マリンタウンでもスマートシティに取り組むのはどうか ➢ まちブランドを形成するのが最も良い施策だと考える ➢ MICEを主語とするのではなく、まずマリンタウンのあり方から考えるべきである ➢ イノベーション拠点の創出、まちブランドの形成には時間がかかるため、時間軸を入れて検討すべき ➢ もう1回戻ってきたいと思えるような街づくりをしてほしい

第2回専門家委員会における委員意見は以下の通りである。

第2回専門家委員会(令和2年1月14日) 委員意見のまとめ(2/2)

NO	項目	指摘内容
7	土地利用計画・個別施設計画の検討	<ul style="list-style-type: none">➤ 音の問題があるため、コンサートは実施しないということも1つの考え方である➤ シドニー・メルボルンのような冷たい無機質な施設ではなく、沖縄らしい温かい場所・施設を作ってほしい➤ 一般的に中心地より少し離れたMICE施設は展示場のみとなるケースが多いが、東海岸にメリットをもたらすためにも同様の作り方はしないほうが良い➤ 市場環境が変わる前に、段階的整備などは早めに確定させるべきである
8	MICE施設整備計画の見直し検討	<ul style="list-style-type: none">➤ 施設の収益シミュレーションについては、上振れ・下振れ両方のケースを想定する必要がある➤ 施設を使う主催者・参加者の満足度という質の面の議論も併せて進めるべきである

第3回専門家委員会における委員意見は以下の通りである。

第3回専門家委員会(令和2年3月23日) 委員意見のまとめ(1/2)

NO	項目	指摘内容
1	差別化戦略の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 差別化戦略のコンセプトと、施設整備のつながりを具体的にすべきである ➢ MICE後に人が集まってネットワーキング出来る場づくりのように、核になるものがないと人は根付いていかない ➢ IT産業の集積には、デジタル面での基盤を整備する必要がある ➢ ただハコを作るだけでなく、人の育成等事業目的でサポートをしていく必要がある ➢ IT企業がマリンタウンに定着する理由がない限り、IT企業とマリンタウンMICE施設は合致する点がないと考える ➢ インフラ面の整備と、施設整備については分けて議論すべきである ➢ MICEを作る前に解決すべき課題、作った後に解決すべき課題があり、そこを明確にするためMICEの方向性を改めて明確にすべきである ➢ 東海岸の持っている個性を活かしたMICE施設整備という、東海岸地域サンライズ推進協議会の検討を再確認すべきである ➢ 今後ICTの発展によって展示会のトレンドも変化していくと思われ、そのトレンドも反映すべきである ➢ ビーチ利用については、観光客と地元住民の利用の兼ね合いにつき地元住民の意見をヒアリングしたほうがよい
2	土地利用計画・個別施設計画の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 展示場1万㎡+多目的ホールというサイズでも、初期段階としては十分であるとする ➢ 当初から増床を見込むのではなく、パシフィコ横浜のように、必要に応じて増床するほうが無難である ➢ 事業計画について、数年後に黒字化ではなく、開業当初より黒字を目指していただきたい ➢ コンサートの需要については、沖縄市アリーナとの連携を考える必要がある ➢ ホテルの稼働率について、70~80%は高い印象を受けるため、もう少し精緻に検討する必要があると考える ➢ ホテルについては、MICE施設に隣接する形が最も理想的である ➢ コンサートについては、全国をツアーする形が多いため、最南端の沖縄での開催は魅力的である ➢ 一度配置計画なしの状態、事業者土地利用についてヒアリングすると良い ➢ 本来は1つの主体に、最適な全体配置を検討してもらうのが理想である ➢ ホテルについてはコロナウィルスの感染拡大以前よりピークアウトしているため、数値は安全目に見る必要がある ➢ 交通インフラの未整備や、渋滞・駐車場不足の問題を解決すべきである ➢ 学校は移住者を呼び込むツールとなりうる
3	事業スキームの検討	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 事業スキームについては、県がどこまでコントロールしたいかという点と、事業者側の事情が影響するため、事業者との対話の中で決めていくのが現実的である

第3回専門家委員会における委員意見は以下の通りである。

第3回専門家委員会(令和2年3月23日) 委員意見のまとめ(2/2)

NO	項目	指摘内容
4	エリアマネジメントの検討	<ul style="list-style-type: none">➤ エリアマネジメントについては、当初のエネルギーマネジメントという観点から、賑わい創出という方向性に変わりつつあるため、論点を明確に定義いただきたい➤ IT企業によるエリアマネジメントについてはラスベガスにおけるNTTのように、事例含め次フェーズ以降でより詳細に検討を進めていただきたい➤ 六本木ヒルズの再開発とは違い、マリンタウンにはすでに住民がいるため、本検討については彼らとも対話を行いつつ慎重に進めていただきたい
5	MICE施設整備計画の見直し検討	<ul style="list-style-type: none">➤ 今までのあり方をブレイクダウンするだけでなく、新しい計画を検討することも必要である➤ SDGs等環境への配慮が問われている中で、大型化の是非と、与那原町・西原町の発展に寄与する施設のあり方について再度検討する必要があると考える
6	今後の動向について	<ul style="list-style-type: none">➤ コロナウィルス感染拡大後2、3年の投資環境についても注視する必要がある➤ コロナウィルスの影響については、早々にPCO・PEOへヒアリングを実施すべきである

VII. 新たな計画に向けた検討

新たな計画に向けた検討結果は以下の通りである。本結果を踏まえ、次年度以降で具体的検討を行い、事業手法を絞り込んでいく予定である。

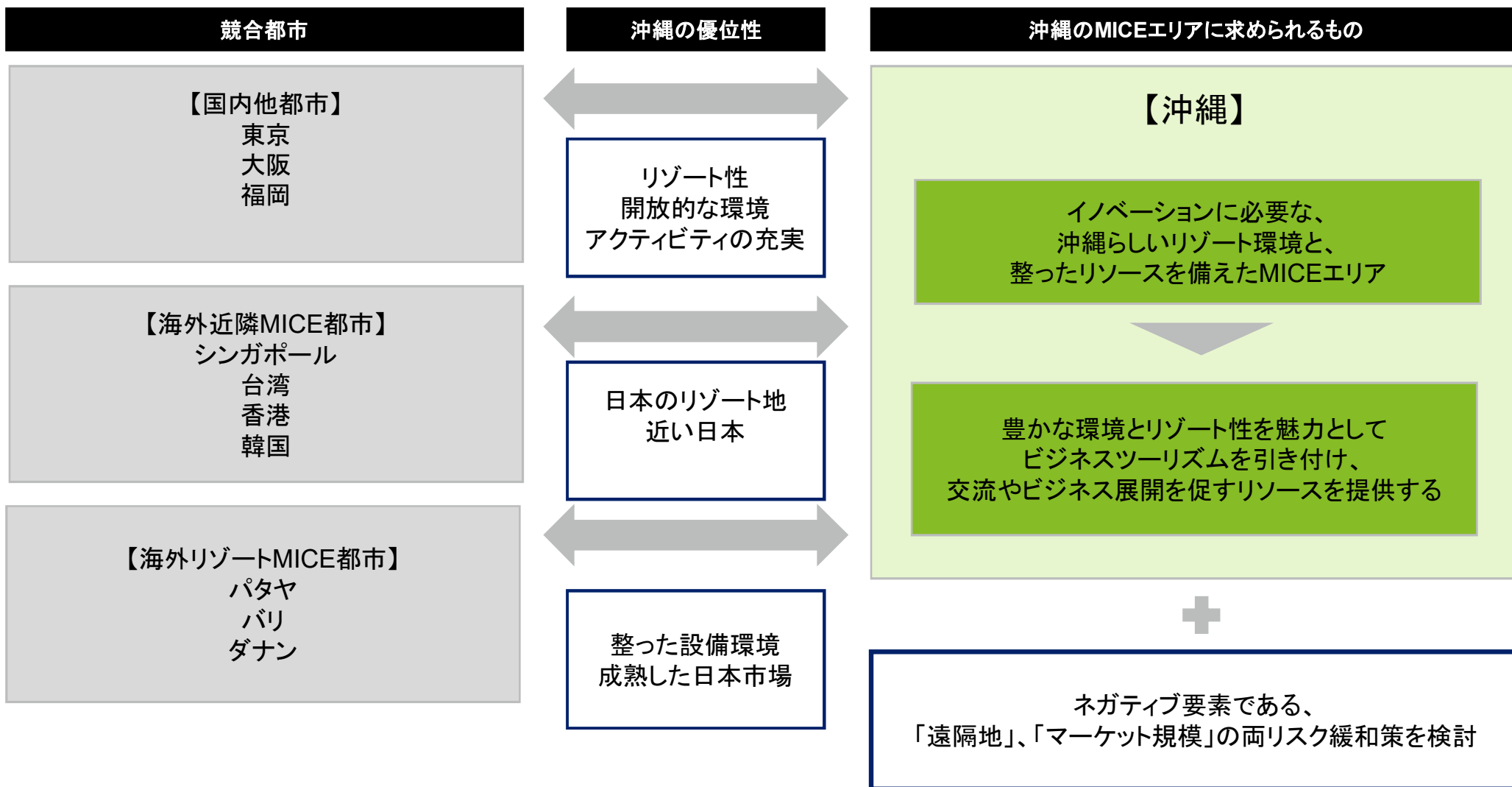
検討結果のサマリ

項目	検討結果	今後整理を要する事項
1. 差別化戦略	<ul style="list-style-type: none"> 国内外のMICE都市との比較を踏まえ、沖縄の強みである「リゾート」と「IT・テクノロジー」を活かしたエリア形成を検討 大型MICE施設を軸としながら、マリンタウン全体でMICE受け入れを行い、街全体をインタラクティブに活用できるものとすることで魅力を発揮し、差別化を図ることが有効 	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアに備えるべき具体的要素や実現方法の検討 エリア内の住民や既存事業者、地元市町村等との調整を行い、差別化戦略の具体化に向けた認識の共有や協力体制を構築
2. 土地利用計画	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者等へのヒアリングにより、現状のまちづくりビジョン、まちづくりデザインの考え方に加え、新たな土地利用の可能性を確認 	<ul style="list-style-type: none"> 事業性の高い土地利用計画を目指すため、引き続き民間事業者等の意見を集め、誘導用途の拡大や、それら用途が立地できる環境整備の検討を関係各所と調整
3. 個別施設計画	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設は大型催事の需要を喚起する施設、重点ターゲットとするC・Eに合わせた施設及び差別化戦略を象徴する施設とする方向性を整理 民間収益施設については、ホテル事業で事業性を検討し、一定の民間投資が期待できる結果を確認 	<ul style="list-style-type: none"> 差別化戦略や土地利用計画を踏まえ、エリア内個別施設の機能・規模を具体化 大型MICE施設及び民間収益施設の事業性を検討し、期待される民間投資の規模と経済効果を試算
4. 事業スキーム	<ul style="list-style-type: none"> 選択しうる官民連携(PPP)の事業スキームを整理 有効な段階的整備を実現しうる事業スキームも確認 	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者が参画でき、差別化戦略の効果が発揮しうる事業スキームを特定
5. エリアマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンMICEエリアのエリアマネジメントを具体化するための組織パターンを整理 エリアマネジメントによる活動内容の参考とするため、スマートシティの事例を整理 	<ul style="list-style-type: none"> スマートシティ導入なども含め、マリンタウンMICEエリア全体の活性化のための具体的なコンテンツを検討 エリア内の住民や既存事業者、地元市町村等との調整を行い、共通したエリアマネジメントの方向性を確認

1. 差別化戦略の検討

他のMICEエリアと比較した場合、魅力的なリゾート環境と、整ったファシリティが期待されている。

他のMICEエリアと比較して沖縄に求められるモノ

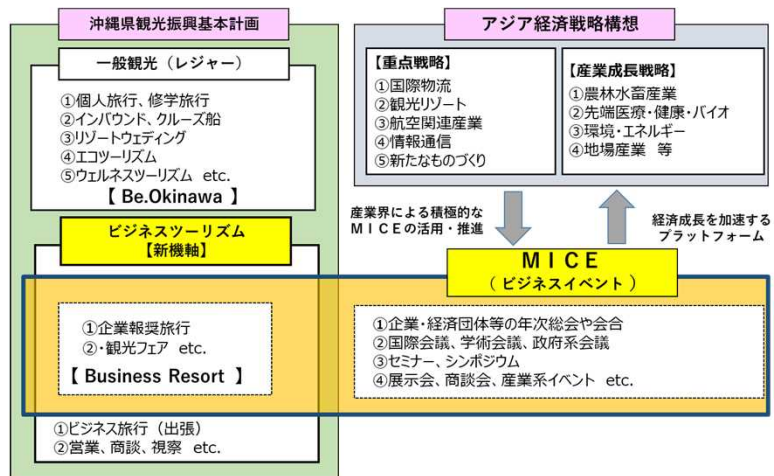


沖縄県では、リーディング産業である観光産業とIT産業を産業基盤とすべく、取り組みを強化している。

観光振興における取組み

『県民の「豊かで文化的な生活」の安定確保に寄与』することを目標とし、『バランスの取れた観光地』、『高付加価値サービスの提供』、『企業経営向上と観光産業のステイタス向上』を軸に施策を展開。

とりわけMICEにおいては、**MICEを沖縄経済発展のプラットフォーム**として位置付け、**県内産業界が積極的にMICEを活用し産業成長を図るための施策やMICE産業の裾野を広げ新産業の創出を図るための産業政策を推進。**



IT産業における取組み

沖縄県ではアジアマーケットとも近い立地環境を生かし、IT産業を新たな基幹産業として位置づけるため、県の支援と活動を充実させる取り組みを進めてきた。

現在、観光に並ぶリーディング産業となっており、県内他産業とのイノベーションを加速させることで、全産業に発展させることを目指している。

【主な施策】

ResorTech : Resort × Technology

ITと観光産業のみならず、沖縄の産業全体の発展と、地域に暮らす人々の生活を豊かにするテクノロジーの集積と新ビジネスの創出を目指す。

ISCO : 一般財団法人 沖縄ITイノベーション戦略センター

ビジネスマッチングや実証実験の場の提供などIT産業育成のためのビジネスプラットフォームを提供。

国際情報通信ハブ

官民連携したクラウド環境の整備とともに、沖縄本土間の通信コストの低減化支援。クラウドやビッグデータなどの活用技術に対応した付加価値の高いサービスや、アジアとの双方向ビジネスを創出する環境を提供。

IT津梁パーク

情報通信産業の企業誘致のための中心拠点。

私の旅は、次のステージへ

ツーリズムEXPO ジャパン2020

リゾート展 in 沖縄

2020 10/29(木)・30(金)・31(土)・11/1(日)

沖縄コンベンションセンター
ならびに周辺施設

※10/29(木)・30(金)・31(土)は県民向け特別企画のため、一般の方は入場できません。
主催：公益財団法人 沖縄観光振興機構
協賛：公益財団法人 沖縄国際観光振興機構、公益財団法人 沖縄国際観光振興機構

リゾート観光振興機構 × IT (Technology)

ResorTech OKINAWA

2020 10/29(木) ▶ 11/1(日)

会場：沖縄コンベンションセンター
(ツーリズムEXPOジャパン2020 リゾート展in沖縄会場内)

2020年10月には、「ツーリズムEXPOジャパン」と「リゾート・オキナワ沖縄国際IT見本市」を同時開催し、沖縄の観光産業と情報産業を一体的にプロモーションする展示会が予定されている。

MICEを通じて沖縄の強みである「リゾート」と「IT・テクノロジー」を体感できるマリンタウンMICEエリアの形成を検討する。

マリンタウンMICEエリアに求められる要素

■ 沖縄MICEブランドから導き出されるマリンタウンの方向性



いま世界のビジネスは、MICEで満ちあふれています。それはいつものオフィスから離れた場所で行うミーティング、会議、報奨旅行、学会、展示会などの総称で、日本でも盛んに開催されています。その開催地に、沖縄を。日本とアジアの間にあるこの島は、国を、人を、英知でつなぎ、新たな価値を創造する架け橋として役割を果たしてきました。そしていま沖縄は、あなたのビジネスを未来へとつないでいきます。

非日常の空間で柔軟な発想を、心躍るひらめきを。ビジネスに変化をもたらす風を沖縄で感じてみては。

事実、この島でのMICE開催は年間1000件以上。MICEを迎え入れる環境は万全です。そして今なお進化を続けています。沖縄は、あなたのビジネスの力になる。ビジネスが、新しい閃きと出会う日。OKINAWA MICE

「非日常」な空間の提供と「柔軟な発想」と「ビジネス」を構築する為のRソース提供を通じ、「Where inspiration meets OKINAWA Japan」を体現する

■ 沖縄のMICEエリアに求められるもの

豊かな環境とリゾート性を魅力としてビジネスツーリズムを引き付け、交流やビジネス展開を促すRソースを提供する

引き付ける要素

促す要素

リゾート性・コンテンツ
⇒ 観光産業

インフラ・ファシリティ
⇒ IT・テクノロジー産業

『MICE × ResorTech = ビジネスのプラットフォーム』リーディング産業である観光とITを活用し、MICEの為のコンテンツやインフラ・ファシリティを充実させることで、ビジネスのプラットフォームを構築する。

検討のPOINT①

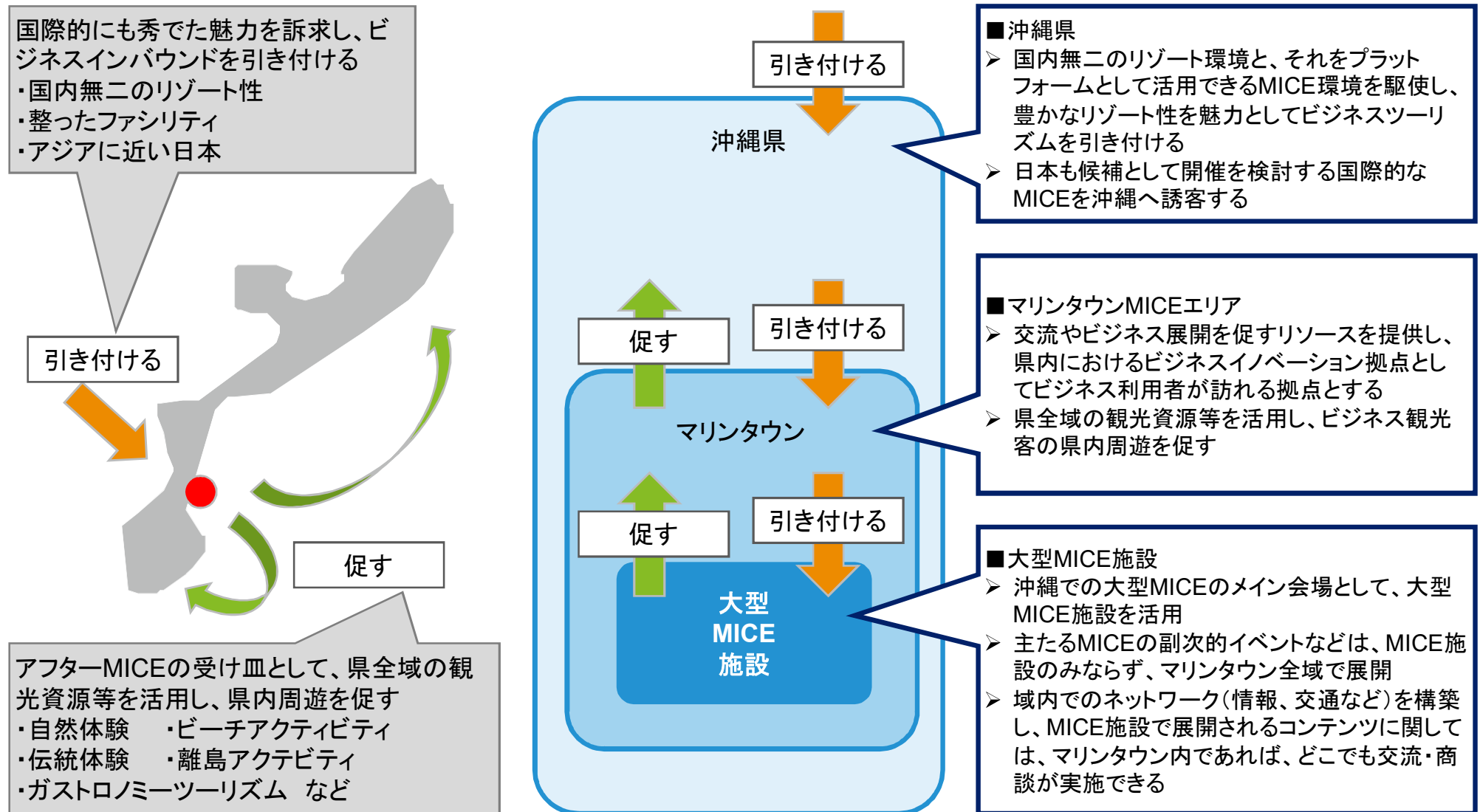
「リゾート」および「IT・テクノロジー」を活かした大型MICE施設のポジショニング

検討のPOINT②

「リゾート環境」に「IT・テクノロジー」が実装されたマリンタウンMICEエリアの形成

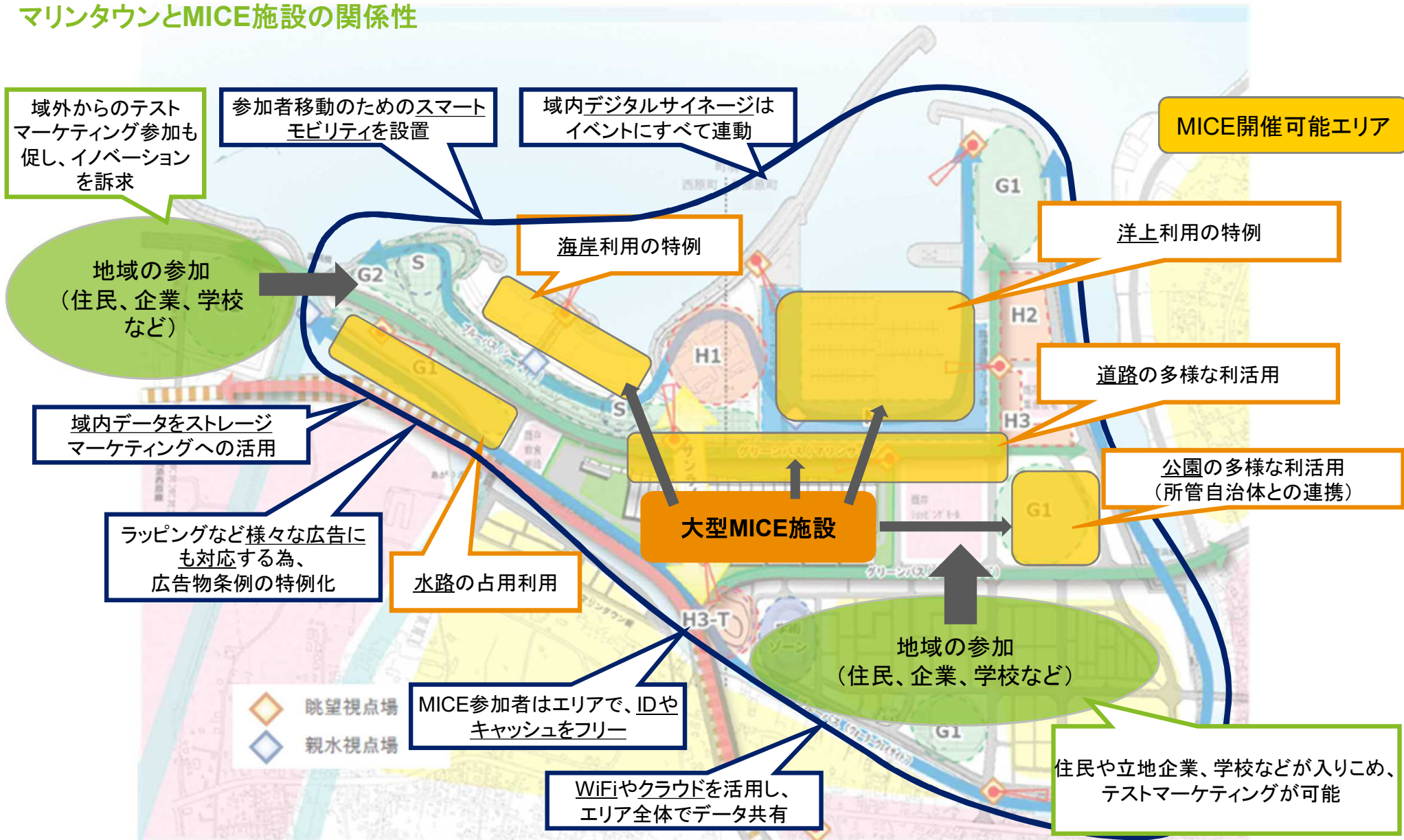
マリンタウンMICEエリアは、ビジネス交流の発信源としてビジネス観光客を引き付けた上で、県内リゾートの魅力を活用した県内周遊を促し、経済振興に繋げる。

沖縄県全体とマリンタウンの関係性



大型MICE施設を軸としながら、マリンタウン全体でMICE受け入れを行い、街全体をインタラクティブに活用できるものとする。

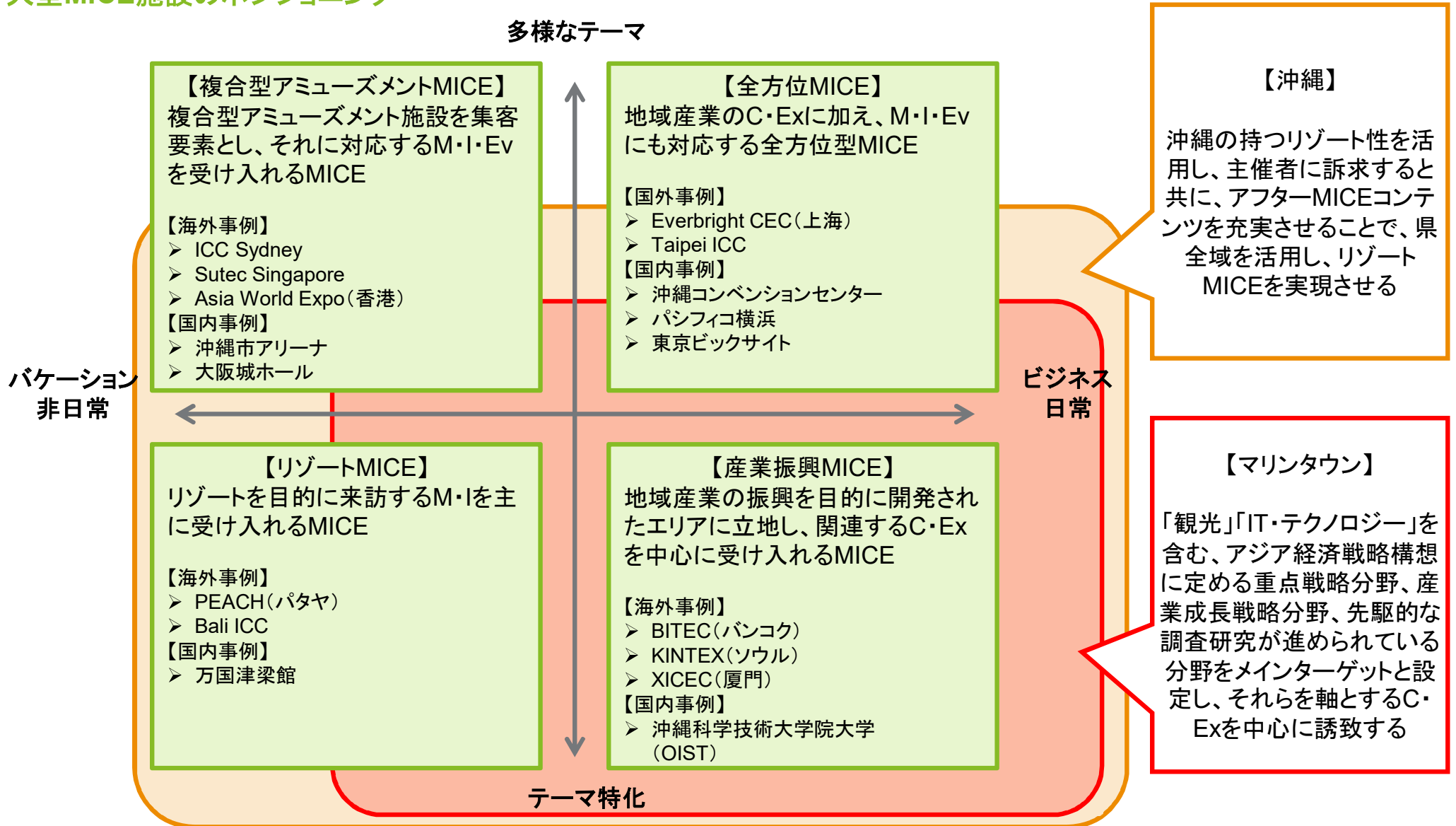
マリンタウンとMICE施設の関係性



【POINT 1】

沖縄の強みである「リゾート」「IT・テクノロジー」を活かした大型MICE施設のポジショニング

大型MICE施設のポジショニング

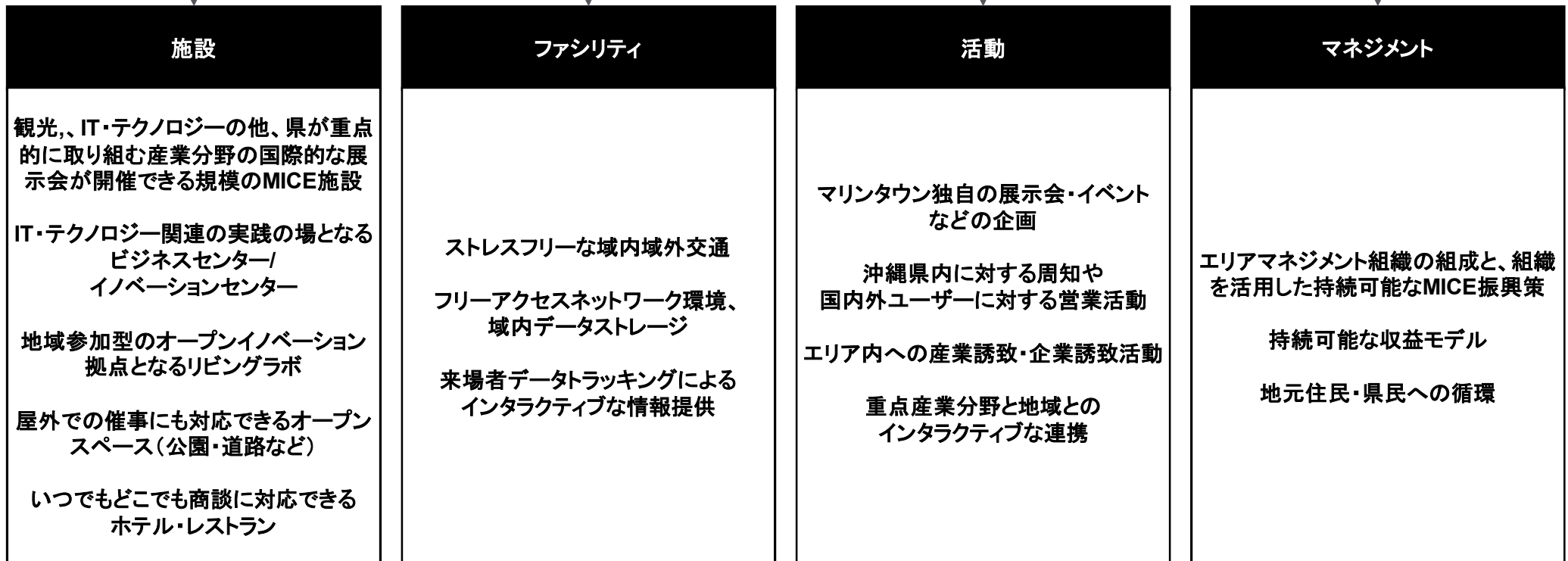


【POINT2】

「リゾート環境」に「IT・テクノロジー」が実装されたマリントウンMICEエリアの形成

マリントウンMICEエリアに備えるべき要素(例)

豊かな環境とリゾート性を魅力としてビジネスツーリズムを引き付け、
交流やビジネス展開を促すリソースを提供する



2. 土地利用計画の検討

マリントウンMICEエリア全体のデザインコンセプト・空間形成の考え方については、前フェーズでの検討を踏まえつつ、更なる検討を進めていく。

マリントウンMICEエリア全体のデザインコンセプト・空間形成の考え方

マリントウン MICE エリア全体のデザインコンセプトと空間形成の考え方を踏まえた導入機能と整備イメージ

デザインコンセプト

ホテル・商業施設等
(H1,H2,H3,H3-Tゾーン)

「H1ゾーン」
～ランドマークの形成（シンボル性の高い施設整備）～

- 大型 MICE 施設との連結、マリナーやビーチへの動線確保
- ランドマークとなるシンボル性の高い宿泊施設整備

「H2,H3ゾーン」
～魅力的なウォーターフロントとなる水辺・集客空間の創造～

- 低層部には、マリナーとの一体性を演出するレストランやカフェ、土産物屋等を備えた宿泊施設整備

「H3-Tゾーン」
～利便性の高い交通拠点の形成（交通ネットワーク）～

- 那覇方面及び東海岸地域内の交通結節点としての交通ターミナル機能を備えた宿泊施設整備

アジアと日本を結び 世界から選ばれるビジネスリゾート サンライズ MICE エリア

～琉球のスピリチュアルな空間でインスピレーションを創出する～



空間形成の考え方

1. 水と緑に囲まれた心地よい眺望空間形成
2. 緑を感じ水辺を楽しめるリゾート回廊空間形成
3. 伝統文化と創造が交差するビジネスリゾート交流空間形成
4. 満足度を高く維持する MICE エリアの形成



大型 MICE 施設

- 大規模展示会やコンサート、国際会議が可能な大空間の整備



大型 MICE 施設周辺

- 与那原バイパスからのアクセスを意識し、遠景からのシンボルとなるデザイン
- 防波堤突堤を視点場とした運玉森の緑線を確保するための施設配置

グリーンバス

「マリンスайд」
～緑の骨格の形成（緑のネットワーク）～

- サンライズバス、ブルーバスと連続したエリア内を快適に回遊する空間の創出
- 沖縄在来の植栽等により日影が連続する歩行空間等の整備



「タウンサイド」
～地域の交流拠点の形成（交流のある地域軸）～

- MICE 施設等の賑やかな空間の緩衝帯
- サンライズバス、ブルーバスと連続したエリア内を快適に回遊する空間の創出

サンライズバス

～拠点間の連結により変化のある眺望を楽しむ回廊空間演出～

- 運玉森や海などの変化のある眺望、朝日が望める場の設置
- 交流や賑わいが創出できる広場空間の設置
- 季節や時間に応じて変化する景観ライティングの実施

ブルーバス

～観水ネットワーク拠点の形成（観水ネットワーク）～

「シーサイド」
～海沿いの散策路、快適に朝日が望める場の設置

- 景観阻害要因（テナコト等）を視覚的に隠す施設整備



「ウォーターウェイサイド」
～親水性のある散策路として充実

- カヤック等の活用による賑わいの創出

緑地空間 (G1,G2ゾーン)

～MICE から創出される交流拠点の形成（創造を生み発信する交流空間）～

- 人の交流を生み出す広場空間
- 屋外空間と屋内空間の動線的・視覚的・空間的なつながり



集客施設 (Sゾーン)

～文化を感じられ、魅力的なユニークベニューとなる集客空間の創造～

- 植物園や水族館、観覧車などの集客施設の整備
- ビーチハウスやカフェなどの歩いて楽しめる施設の整備



参考資料：各ゾーンにおける法規制

各ゾーンの法規制の整理

ゾーン	敷地面積	用途地域	建蔽率／容積率	地区計画	防火／準防火	臨港地区	港湾計画	絶対高さ制限
大型MICE 施設ゾーン	14.5ha	近隣商業地域／ 準住居地域	300%/80% (準住居地域内は 200%/60%)	東崎商業地区／ 沿道商業地区	指定なし	指定あり	交流厚生用地	なし
H1ゾーン	3.47ha	準工業地域	60%/200%	なし	指定なし	指定あり	交流厚生用地	なし
H2ゾーン	1.56ha	第二種低層／ 中高層住居専用地域	60%/200% (二種低層地域内は 50%/100%)	東浜地区地区計画区域内／ 低層住宅地区	指定なし	指定なし	交流厚生用地	12m (第二種低層住居専用地域のみ)
H3ゾーン	0.83ha	第一種住居地域	60%/200%	東浜地区地区計画区域内／ 沿道住宅地区	指定なし	指定なし	交流厚生用地	なし
H3-Tゾーン	1.14ha	第一種低層住居専用地域	50%/100%	なし	指定なし	指定なし	都市機能用地	12m
G1ゾーン	約28ha	第二種低層／ 中高層住居専用地域	60%/200% (二種低層地域内は 50%/100%)	集合住宅地区／ 低層住宅地区	指定なし	一部指定あり	その他緑地／ 都市機能用地	12m (第二種低層住居専用地域のみ)
G2ゾーン	8.8ha	準工業地域	60%/200%	なし	指定なし	指定あり	その他緑地	なし
Sゾーン	約1ha	準工業地域	60%/200%	なし	指定なし	指定あり	その他緑地	なし
Mゾーン	7.1ha	準工業地域	60%/200%	なし	指定なし	指定あり	交流厚生用地	なし

各ゾーンの土地利用について以下の通り整理した。引き続き、官民対話により情報を集め、地元市町村と連携し、更なる整理・検討を進めていく。

各ゾーンの土地利用の整理

	港湾計画法上可能な土地利用	デザインコンセプトで想定した土地利用	官民対話による土地利用の提案
大型MICE施設ゾーン	【交流厚生用地】 ・国内外の様々な交流活動を推進するとともに、港湾におけるレクリエーション活動の用に供する施設及びこれに付随する施設（例：ホテル、商業施設、公共施設等）	【大型MICE施設ゾーン】 ・大型MICE施設、及び付随する駐車場の整備	・各事業者の意見については、各社のアイデア、ノウハウに係る内容を含むため、掲載を差し控えます。
H1ゾーン	【交流厚生用地】 ・国内外の様々な交流活動を推進するとともに、港湾におけるレクリエーション活動の用に供する施設及びこれに付随する施設（例：ホテル、商業施設、公共施設等）	【ラグジュアリーゾーン】 ・大型MICE施設利用者をターゲットとしたハイクラスホテルの整備 ・大型MICE施設との連続性を確保	
H2ゾーン	【交流厚生用地】 ・国内外の様々な交流活動を推進するとともに、港湾におけるレクリエーション活動の用に供する施設及びこれに付随する施設（例：ホテル、商業施設、公共施設等）	【ファミリーゾーン】 ・リゾートスタイルのファミリー向けミドルクラス・エコノミークラスホテルの整備 ・低層部には飲食店・物販店等の商業施設	
H3ゾーン	【交流厚生用地】 ・国内外の様々な交流活動を推進するとともに、港湾におけるレクリエーション活動の用に供する施設及びこれに付随する施設（例：ホテル、商業施設、公共施設等）	【ビジネスゾーン】 ・ビジネス利用者をターゲットにしたミドルクラス・エコノミークラスホテルの整備 ・低層部には飲食店・物販店等の商業施設	
H3-Tゾーン	【都市機能用地】 ・都市機能の用に供するもの（例：住宅、商業施設等）	【交通ターミナルゾーン】 ・那覇空港、主要都市との交通ターミナル機能の整備 ・高度利用によるエコノミークラスホテルの整備	
G1ゾーン	【都市機能用地】 ・都市機能の用に供するもの（例：住宅、商業施設等） 【緑地】 ・緑地、広場、植栽等（例：公園、広場等）	【みどり交流ゾーン】 ・人の交流を生み出す芝生広場等の広場空間	
G2ゾーン	【緑地】 ・緑地、広場、植栽等（例：公園、広場等）	【みどり交流ゾーン・マリンアクティビティゾーン】 ・人の交流を生み出す芝生広場等の広場空間 ・ビーチ利用者への利便機能を整備	
Sゾーン	【緑地】 ・緑地、広場、植栽等（例：公園、広場等）	【マリンアクティビティゾーン】 ・植物園、水族館、観覧車などの集客施設の整備 ・ビーチハウスやカフェなどの歩いて楽しめる施設の整備	
Mゾーン	【交流厚生用地】 ・国内外の様々な交流活動を推進するとともに、港湾におけるレクリエーション活動の用に供する施設及びこれに付随する施設（例：マリーナ関連施設、ホテル、商業施設等）	【マリーナ活性化ゾーン】 ・マリーナとの一体性を意識した空間の演出 ・健康に配慮したレストランやカフェ、地場産品等の土産物屋 ・全天候型、ファミリーでも楽しめるE-スポーツ、遊園地などのエンターテインメント施設の整備	

3. 個別施設計画の検討

(1) 大型MICE施設の計画

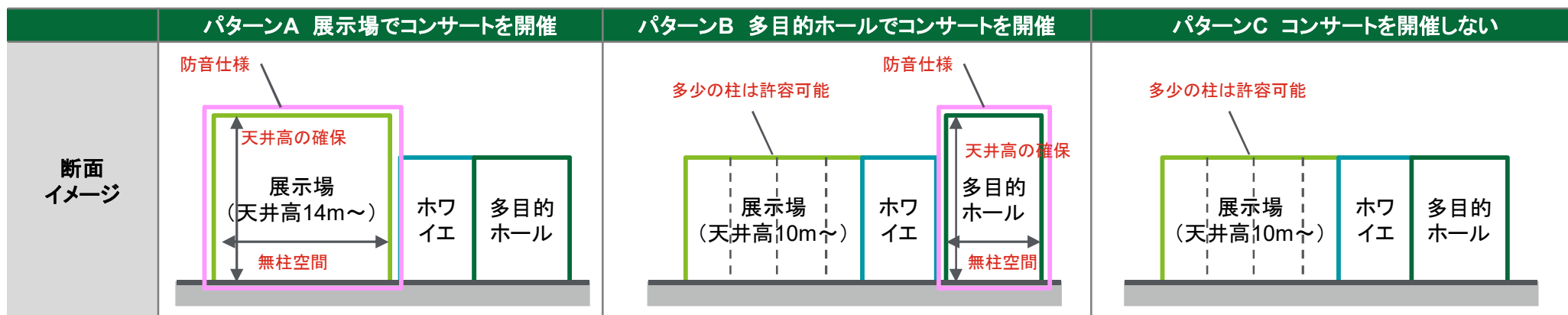
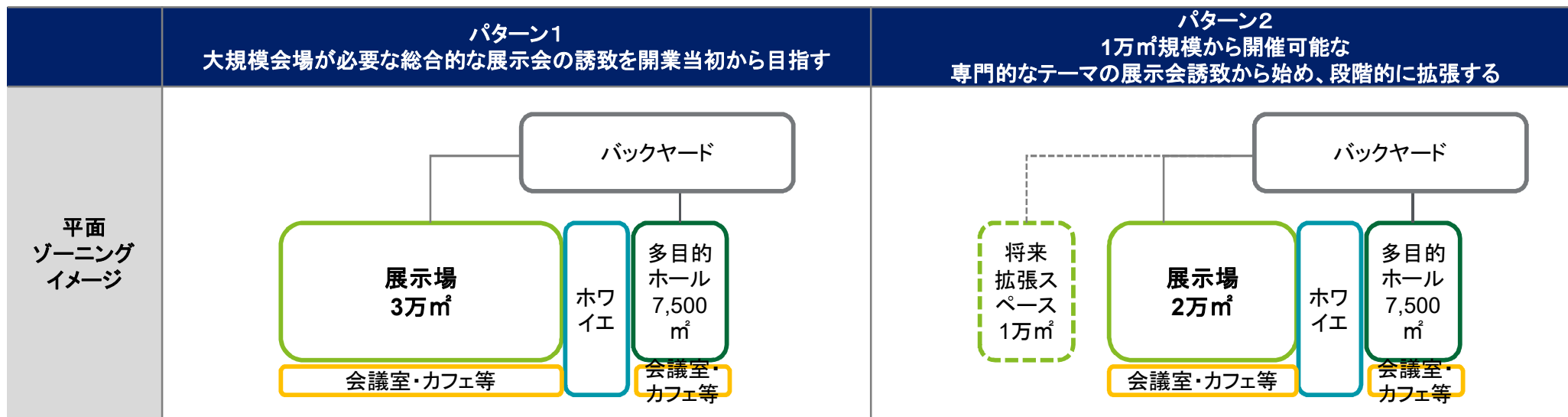
専門家委員、関連事業者の意見を踏まえ、大型MICE施設計画において、今後検討を要すると考えられる事項を以下の通り整理する。

大型MICE施設計画において今後検討を要する事項

	目指す方向性(案)	検討事項
<p>大型MICE催事の 需要を喚起する 新たなMICE施設計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 沖縄県全体で増加を目指す「C」「E」ニーズ、特にOCCでは受け入れることのできない大型催事の受け皿となる施設を検討する ✓ また、周辺ホテル等の連携により既存施設では受入れが困難であった大規模「M」「I」の誘致も可能な施設を検討する 	<p>施設構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 現状計画同様、展示場＋多目的ホール＋会議室の構成をベースに施設構成の検討を行う
<p>重点ターゲットと するC・Eに合わせた 施設計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 近隣アジア諸国からの来場者を見込むことが可能な規模・機能を持った施設計画を前提とする ✓ その上で、「C」「E」は多様な性格をもった催事が存在するため、重点ターゲットとする催事を明確にし、戦略的な催事誘致が可能な施設計画とする 	<p>施設規模</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 展示場規模は、ターゲットとする展示会種別により左右される。そのため、次頁にターゲットごとの施設規模の考え方を整理する <p>天井高設定・無柱空間・防音仕様</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コンサートを受入れるかどうかにより、左右される事項となるため、次頁にパターン分けを整理する
<p>差別化戦略を 象徴する 施設計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ マリントウンの中心施設として、差別化戦略を体現・発信する仕掛けを取り入れた施設整備を目指す 	<p>差別化戦略を象徴する施設として備えるべき機能</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 「リゾート」×「IT・テクノロジー」を表現する仕掛け(ビジネスインベーションセンター、リビングラボのラウンジ、先端技術のショーケース等)の設置を検討する ■ エリアの中心施設として、情報の集約・発信拠点機能とともに、アクセスの中心となるべく動線確保等(ペDESTリアンデッキ、エリア内交通のターミナルなど)を検討する <p>複合化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 差別化戦略の実現手法として、他用途(ホテル、交通拠点)との複合化の必要性・可能性を検討する <p>サービス連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ アフターMICEにおけるビーチ活用等、他施設との連携による他MICE施設との差別化、魅力づくりを検討する

誘致を目指す催事により、整備パターンの組合せを検討する必要がある。

施設計画のパターン



(2) 民間収益施設の計画

事業者ヒアリングを踏まえ、H-1~3及びH-3Tゾーンにおける具体的なホテルイメージを整理した。今後の官民対話により、ホテル以外の施設を含め、更なる検討を進めていく。

想定されるホテル像

H1、H2、H3、H3-T ゾーン

➤ イメージするホテル

MICE近接ホテルではフルサービスMICE対応型のアップスケール、宿泊主体型ではアップパーミッドスケール

➤ H1(アップスケール)

客室数400室

稼働率80%

平均客室販売単価20,000~25,000円程度

宴会場は中規模にとどめる(大規模宴会場はMICE施設側にて設置)

➤ H2、H3、H3-T

(アップパーミッドスケール)

稼働率80%

平均客室販売単価10,000~15,000円程度

【参考】ホテルブランドリスト

ホテルブランドリスト

グレード	欧米系					日系	在沖縄県内ホテル
	IHG-ANA	Accor	Hilton	Marriott	Hyatt	ホテルブランド名	
ラグジュアリー	InterContinental	Sofitel Raffles BanyanTree	Conrad Waldorf- Astoria,	The Ritz-Carlton JW Marriott Bulgari Edition St.Regis W Hotel	Park Hyat Grand Hyatt Andaz Hyatt Zilara	帝国ホテル、椿山荘 東京ステーションホテル オークラプレステージ ザ・プリンス キャピトル東急、 パレスホテル、ひらまつ	ヒルトン沖縄北谷リゾート マリオットリゾート&スパ沖縄 インターコンチネンタル石垣リゾート リッツカールトン沖縄
アッパー アップスケール	Hotel Indigo kimpton	Pullman M Gallery	Hilton Canopy Embassy Suites	Marriott Renaissance Westin Sheraton	Hyatt Hyatt Regency Hyatt Centric	オークラ、グランドプリンス、第一 ホテル、京王プラザ、 東急ホテル、リーガロイヤル シェラトン都ホテル(近鉄) マリオット都ホテル(近鉄)	シェラトンホテル沖縄サンマリーナリ ゾート ルネッサンス沖縄リゾート 宮古島東急ホテル&リゾート ホテル日航アリビラ ハイアットリージェンシー那覇
アップスケール	Crown Plaza ANA	Novotel	Doubletree Hilton Garden Inn	Courtyard by Marriott Residence Inn	Hyatt Place	グレイスリー、プリンス 三井ガーデン、モンレー ロイヤル、エクセル東急 都ホテル(近鉄)	ダブルツリーbyヒルトン那覇 沖縄ハーバービューホテル ロワジュールホテル那覇 ホテルモンレー沖縄
アッパー ミッドスケール	Holiday Inn	Mercure Adagio	Hampton	moxy TownePlace Suites		ワシントン、メッツ、ビスタ ヴィラフォンテーヌ、ザビー ソラーレ、コンフォート、	
ミッドスケール	Candlewood Suites Holiday Inn Express	Ibis	Home2 Suites by Hilton Homewood Sites by Hilton	Fairfield Inn		相鉄フレッサイン、ピアイン コンフォート、ベストウエスタン チサンイン、JR九州、 ウイングインターナショナル	
エコノミー		Ibis budget				バリューザホテル ホテルエコノ レッドプラネット	

4. 事業スキームの検討

1. MICE施設の整備スキーム検討にあたっての論点

① 県保有施設とするか、民間保有施設とするか

		特徴	留意点
①	県保有施設	一定程度デザイン性の高い施設とすることが可能 公益的な利用等について一定の制約をかけることが可能 固定資産税や都市計画税、不動産取得税が不要	一定程度、要求水準を細かく設定する必要がある イニシャルコストの削減が比較的困難 事業期間中の増改築に県の承諾が必要
②	民間保有施設	要求水準を簡素なものとし、大部分を民間に委ねることが可能 イニシャルのコスト削減余地が高い 事業期間中の自由な増改築が可能	デザイン性の高い施設とすることが困難 収益が優先されるため、公益的な利用が比較的困難 固定資産税や都市計画税、不動産取得税が課税される

② 運営事業者のノウハウの設計・施工への反映のさせ方

		特徴	留意点
①	EOI方式	要求水準設定段階で運営事業者のノウハウを反映可能	基本設計、実施設計、施工の段階での運営事業者のノウハウは反映しにくい
②	設計・施工・運営 一体方式	基本設計、実施設計、施工の各段階で運営事業者のノウハウが反映しやすい	一定程度の要求水準設定を公共が行う必要がある 施工事業者の交渉力が強い場合、運営の要望が設計に反映できない可能性がある

③ 施設整備費用の資金調達主体

		特徴	留意点
①	公共が起債	資金調達コストが低い	金融機関等からの事業計画のレビューが行われず、放漫な事業計画になりやすい
②	公共が一部出資	資金調達としては、公共が損失補償等をしない限りは、民間と同等の資金調達コストとなる	県が経営に関与する必要がある
③	民間が資金調達	金融機関等による事業計画のレビュー、モニタリング効果が期待される(ただし、施設整備費用の回収を県からの割賦による場合には、施設整備費用の縮減、効率化は見込まれない) 返済原資としては、サービス購入費として公共が一部または全額割賦にて支払うパターン、一部公共が最低収入保証を行うパターン、独立採算にて実施するパターンがある	資金調達コストが高い(ただし、施設整備費用の回収を県からの割賦による場合には、比較的条件的の良い資金調達が可能) 資金返済について、一部でも需要リスクが織り込まれる場合には、資金調達コストが非常に高くなる可能性がある(条件次第では、プロジェクトファイナンスでの資金調達が不可能となる可能性もある)

1. MICE施設の整備スキーム検討にあたっての論点__スキームの比較

		公共非保有型(民間保有型)			公共保有型+設計・施工・運営一体方式		公共保有型+EOI(Early Operator Involvement)方式									
		完全独立採算方式	パウチャー方式	JV方式		PFI方式	DBO方式	EOI・CM方式		EOI+PFI/DBO方式		EOI+DB方式				
検討体制	計画・構想策定	公共	公共	公共	民間	公共	公共	公共	民間	公共	民間①	民間②	公共	民間①	民間②	
	要求水準策定															
	設計・施工	民間	民間			民間	民間									民間②
	運営・維持管理										民間①	民間②			民間①	
業務範囲	施設所有	民間	民間	JV		公共	公共	公共	公共	公共 or 民間		公共	公共			
	資金調達	民間	民間	JV		民間	公共	公共	公共	公共 or 民間		公共	公共			
	設計・建設	民間	民間	JV		民間	民間	民間	民間	民間		民間	民間			
	管理運営	民間	民間	JV		民間	民間	民間	民間	民間		民間	民間			
スキーム	施設整備		独立採算			割賦払	一括払	一括払	一括払	割賦払or一括払		一括払				
	運営	独立採算	一部公共が最低収入保証支払	独立採算		独立採算(or混合型)+プロフィット・ロスシェア										
特徴・留意点	要求水準の柔軟性	民間所有施設であるため、必要最低限の要求水準を設定するのみで足りる				公共施設となるため、要求水準をあらかじめ公共側で設定する必要があり、場合によっては、オーバースペックとなりやすい		公共施設等なるものの、運営事業者が参画して要求水準を策定するため、必要十分な要求水準を設定することが可能								
	設計の柔軟性	民間所有施設であるため、民間の裁量による設計が可能				設計・施工・運営が同一事業者であるため、設計段階で運営事業者の意向を反映することが可能 ただし、設計・建設事業者の交渉力が高い場合には運営事業者の意向が必ずしも適切に反映されない可能性もあり		EOIがCMと民間コンソーシアムを組成し、設計・建設事業者を選定するため、運営事業者の意向を反映しやすい		EOI事業者と設計・施工事業者は別事業体となるので、一旦設計・施工事業者が決まってしまった段階では、運営事業者の意向は反映しにくい						
	公共側の事業リスク	原状回復、事業撤退リスクのみを負い、極めて事業リスクは低い	長期にわたる利用枠(パウチャー)購入のリスクがある	共同株主として、応分に事業リスクを負う必要がある		長期にわたる施設整備費用の支払いリスクがある	施設整備費用の資金調達を公共で負担する必要あり	施設整備に係る支払いリスクは一般に公共が負担する必要がある 事前に工事費用が確定せず、事後的に確定する								
	民間側の事業リスク	全事業リスクを負うため、極めて高い事業採算性が求められる	最低収入保証はあっても、基本的には施設整備・運営について高い事業性が求められる	共同株主として、応分に事業リスクを負う必要がある 公共が経営に関与するため、柔軟性が損なわれる可能性がある		施設費用のファイナンスリスクがあるが、割賦払いとなるため、整備面での事業リスクは小さい	施設費用が支払われるので、整備面での事業リスクは極めて小さい	詳細な積算ができない中でのCM業務の受注となるので、施設整備に係るリスクがある		施設整備に係る資金は公共が負担するため、施設整備に係るリスクは低い EOI及び施設整備事業者が別事業者となることから、調整が煩雑となる 施設のFMは別事業者が実施するため、EOIは運営に専念可能 施設のFMをEOIにて実施する必要がある						
		固定資産税・都市計画税、不動産取得税の支払いが必要														

2. MICE施設の運営スキーム検討にあたっての論点

① 県保有施設とするか、民間保有施設とするか

		特徴	留意点
①	県保有施設	公共施設であるため、一定程度施設の利用に係る制約を課すことが可能	自由度が低く、条件次第では事業採算性が低くなる可能性あり
②	民間保有施設	民間による自由な運営が可能	必ずしも県のMICE政策に合致した運営がなされない可能性あり

② (県保有施設の場合)財産区分をどうするか

		特徴	留意点
①	行政財産+公の施設	主に、県民利用を中心とした施設として位置付けられる公共施設となる	原則として私権の設定は不可となる(ただしPFI法に基づく事業の場合には緩和措置あり) 設置条例に基づく運用が必要となる
②	行政財産	特定の行政施策の達成を目的とした施設として位置付けられるが、必ずしも県民利用を中心とした施設としては位置付けない	原則として私権の設定は不可となる(ただしPFI法に基づく事業の場合には緩和措置あり)
③	普通財産	民間保有施設と同様に、収益目的、商用目的の施設として民間事業者運営に運営させることが可能 貸付等の私権の設定が可能となり民間による自由な運営が可能	借地借家法など、私法に基づく契約関係となるため、公共公益目的での制約を課すことが困難となる

③ 運営にあたっての権原をどうするか

		特徴	留意点
①	賃貸借契約	ほとんど制約なく、民間による自由な運営が可能	私法に基づく契約関係になる
②	公共施設等運営権+使用貸借	ほぼ制約なく、民間による自由な運営が可能であるが、運営権は行政処分であり、公営上の目的のための制約や権利の取消、停止措置などを課すことが可能	設置条例は必ずしも要さないが、実施方針条例などで一定の制約をかける必要がある
③	指定管理者+公共施設等運営権	設置条例に基づいて運営する必要がある、施設利用者に対しても、行政処分である使用許可による運用が不可欠 運営権を活用したバリューアップ投資などが実施しやすくなる	公の施設であることに伴う制約がある
④	指定管理者	設置条例に基づいて運営する必要がある、施設利用者に対しても、行政処分である使用許可による運用が不可欠	公の施設であることに伴う制約がある

2. MICE施設の運営スキーム検討にあたっての論点_スキームの比較

		公共非保有型 (民間保有型)	公共保有型				
			行政財産+公の施設		行政財産	普通財産	
			指定管理者	指定管理者+運営権+使用貸借	運営権+使用貸借	建物賃借	
業務範囲	利用者の利用	個別の契約に基づく	使用許可(行政処分)に基づく		個別の契約に基づく		
	利用料金設定	自由に設定可能	設置条例に基づき、承諾が必要	設置条例に基づき、届出が必要	実施方針条例に基づき届出が必要	自由に設定可能	
	第三者への転貸可否	可能	不可能(ただし、PFIIに基づく事業であれば、使用許可対象施設以外可能)	指定管理の許可対象施設以外の対象施設以外設定可能	可能		
	運営維持管理	独立採算が原則(一部利用権(パウチャー)購入などによる最低収入保証の余地はあり)	利用料金を収受し、指定管理料を得て運営維持管理を行うことが可能	利用料金を収受し、サービス対価を得て運営維持管理を行うことが可能	独立採算が原則(一部利用権(パウチャー)購入などによる最低収入保証の余地はあり)		
	改築更新	自らの意思・資金で実施	公共の意思・資金で実施	公共承諾のもと民間資金で実施		民間の意思・資金で実施	
	対価支払いの場合	借地料として支払い	納付金として支払い	運営権対価として支払い		建物賃借料として支払い	
特徴・留意点	運営の自由度・民間ノウハウ発揮度合	非常に高い	設置条例に基づく運営となるため、比較的制約がある 特に、使用許可対象施設については、柔軟な運用が難しい		契約に基づき、一定の制約はあるが、公の施設と比べて運営上の制約は少ない	非常に高い	
	改築等柔軟性	民間所有施設であるため、民間の裁量にて自由に改築等を行いやすい	公共施設となるため、一般的には、改築等においては公共側の承諾が必要となる				
	事業期間	借地期間と同期間で長期となる	県の運用等に照らすと、比較的短期となる	特段の制約はないが、事業開始時点で運営権対価を支払う場合や民間による投資が行われる場合には一般に長期となる(15-20年程度)	県の運用等に照らすと比較的短期となる		
	公共側の事業リスク	公共側の事業リスクは極めて低く、事業者による破綻リスク、撤退リスク及び上記に伴う原状回復リスクのみに留まる	需要リスクの一部、施設老朽化等の費用については、公共が負担する必要がある	需要リスクの一部は公共が負担する可能性があるが、一般的にアセットリスクは民間に負担させることも可能		アセットリスクは公共が負担する必要がある 運営に係るほとんどすべてのリスクを民間に移転することが可能	
	民間側の事業リスク	運営にあたっての全リスクは民間事業者が負担するため、極めてリスクが高い	需要リスクの一部、アセットリスクについては全て公共が負担するため、比較的民間の事業リスクは低い	一般的にアセットリスクを民間が負担するため、事業リスクはやや高い		アセットリスクは公共が負担するが、運営にあたっての全リスクは民間事業者が負担するため、リスクは比較的高い	
運営に係るトラックレコードがない状況であるため、施設運営に係る需要リスクが見通しにくく、運営リスクは高い							

3. 公有地活用スキーム検討にあたっての論点

① 売却とするか、賃貸借とするか、現物出資(LABV: Local Asset Backed Vehicle)とするか

		特徴	留意点
①	売却	もっともシンプルな活用の方法で、開発利益が最大化される余地が高い	購入にあたって多額の資金が必要となるため、民間事業者による参画が困難となる可能性もある
②	賃貸借	将来的に再度公共利用として活用することが可能	民間事業者による更地返還リスクや将来の解体工事費用の引き当てが必要となる借地期間内で、将来の解体工事費用を含めた投資回収が行われる必要がある分譲住宅など特定の事業では活用がされにくい
③	現物出資(Local Asset Backed Vehicle)	県自らが開発に関与し、利益を享受することが可能	現物出資の手続きが非常に煩雑 公共が開発事業そのものに関与するため、意思決定プロセスが煩雑となるとともに、必ずしも収益性の高い事業を実施できない可能性がある

② 利活用の範囲、タイミングをどうするか

		特徴	留意点
①	個別の事業者が同一のタイミングで活用	多様な事業者の参画により、事業が途中で頓挫した場合の代替策がとりやすい	同一のタイミングで一斉に売却してしまう場合、公共側が土地の値上利益などのキャピタルゲインを得ることができなくなる可能性がある 同時多発的に事業が開始されるため、統一的なデザイン、ブランド形成を促すためには県によるしっかりとしたコントロールが重要となる
②	同一の事業者が一体で同一のタイミングで活用	用途の重複なく、統一的なデザイン、ブランド形成による敷地の活用が見込まれる	敷地が広大である場合、一度に活用しきれない可能性がある 同一のタイミングで一斉に売却してしまう場合、公共側が土地の値上利益などのキャピタルゲインを得ることができなくなる可能性がある 同一のタイミングで一斉に売却してしまう場合、事業が途中で頓挫した場合に土地が塩漬けとなってしまう可能性がある
③	個別の事業者が必要なタイミングで適宜活用	最適なタイミングで利活用を図ることができる 多様な事業者の参画により、事業が途中で頓挫した場合の代替策がとりやすい	敷地が広大である場合、一度に活用しきれない可能性がある 個別事業者による用途の重複や機能面での不便性が表出する可能性がある
④	同一の事業者が必要なタイミングで適宜活用	用途の重複なく、統一的なデザイン、ブランド形成による敷地の活用が見込まれる 必要なタイミングで事業に着手できるので、必ずしも一度に多額の資金が必要とならない	事業が途中で頓挫した場合であっても、他の事業者に切り替えることが可能 活用のタイミング次第では、地価の上昇などにより、当初提案が実現できない可能性がある

参考資料：面的一体的整備の例

大規模な面的一体的整備を同時に進めることは容易ではないため、統一的なデザイン・ブランド形成に配慮しつつ、開発を優先するエリアから段階的に整備することも可能とする方法が考えられる。

開発を優先するエリアから段階的に整備するパターンのイメージ

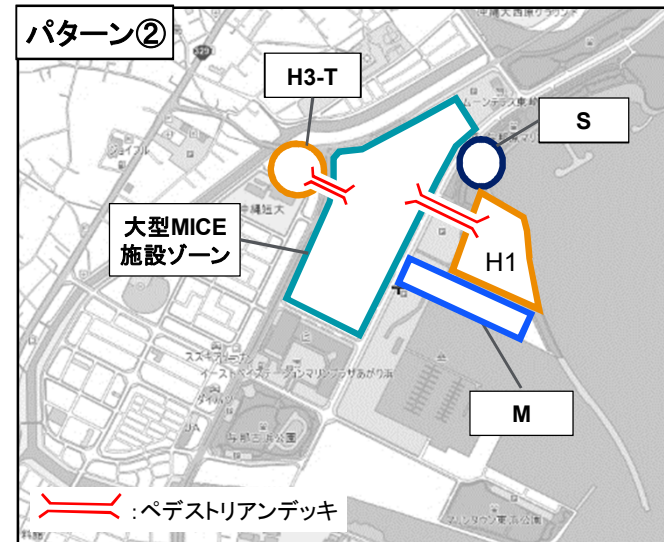
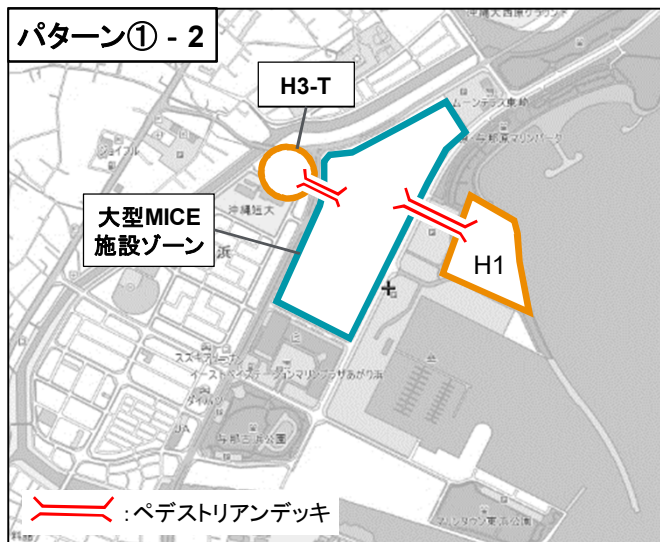
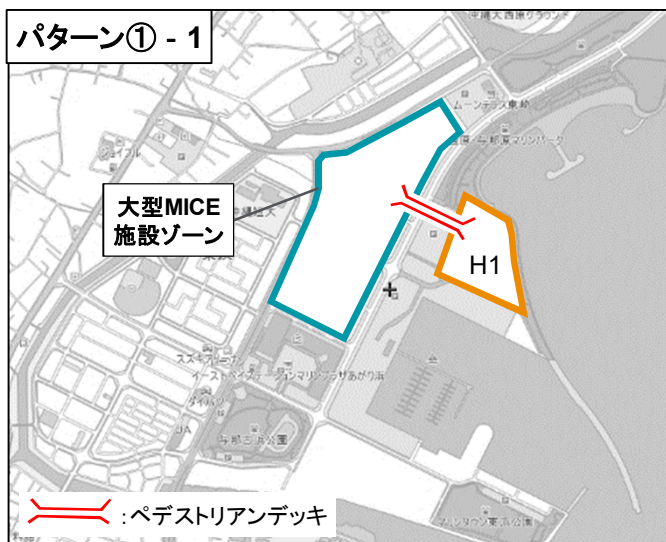
	パターン①-1	パターン①-2	パターン②
大型MICE施設ゾーン	●	●	●
H1ゾーン (宿泊施設)	●	●	●
H3-Tゾーン (宿泊・バスターミナル)	—	●	●
Sゾーン (集客施設)	—	—	●
Mゾーン (商業施設)	—	—	●
特徴	<ul style="list-style-type: none"> マリンタウンエリアでのMICE開催にあたり、必要最低規模の開発 その他の集客施設はなし 	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設の整備状況に応じて、H3-Tゾーンにバスターミナルを整備 	<ul style="list-style-type: none"> 大型MICE施設周辺に一部民間による収益施設を整備することで、エリア一体に賑わいを創出

【大型MICE施設ゾーン】

- 大型MICE施設の展示場は2万㎡～3万㎡程度を想定
- 大型MICE施設の初期的整備に応じて、H3-Tゾーンにバスターミナルの設置を検討

【民間収益施設】

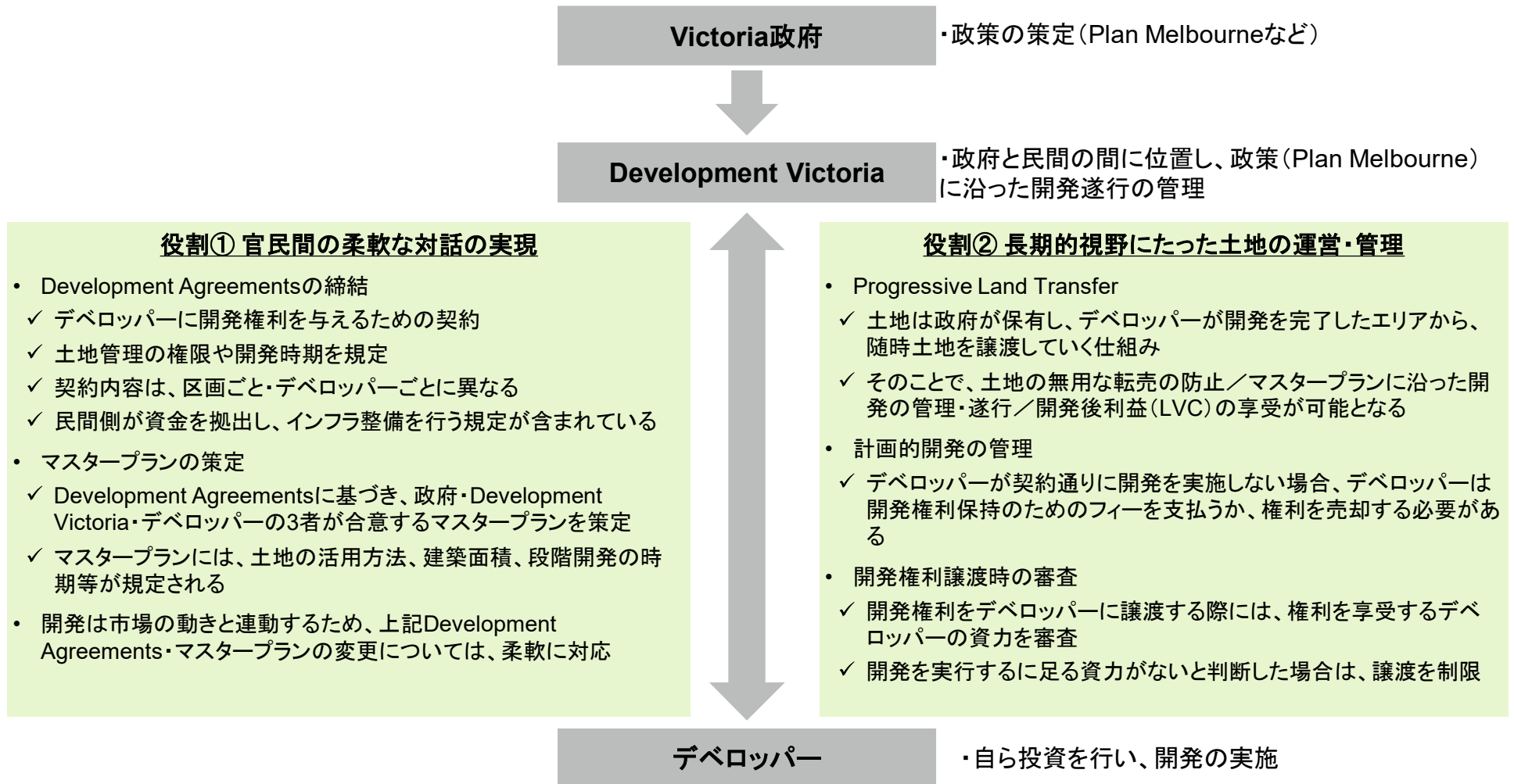
- H1ゾーン：300～400室程度のホテルを想定
- Sゾーン／Mゾーン：商業・集客施設を想定、具体的施設内容については民間事業者の提案を参考に検討
- その他(G1ゾーン)：公園の活用についても地元市町村と連携して対応



参考資料: Progressive Land Transferについて

都市開発に係る長期的な戦略パートナーシップのため、オーストラリアのVictoria Harborでは、段階的に都市の所有権を移転するProgressive Land Transferの仕組みが導入されている。

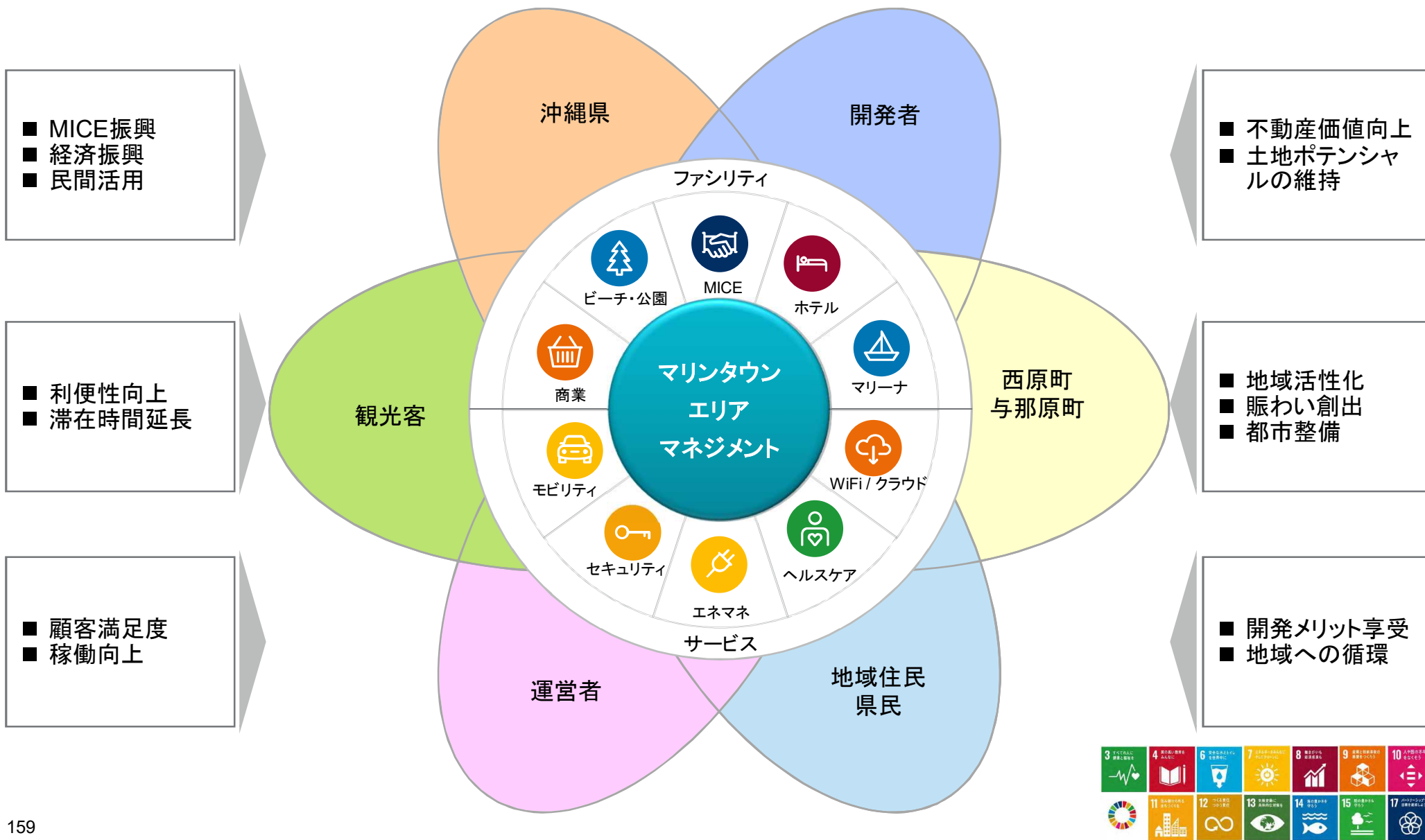
Progressive Land Transferの仕組み



5. エリアマネジメントの検討

マリンタウン立地施設が相互的に機能するには、関係するステークホルダー各々の視点に立ち、魅力向上・機能維持に資する策を展開するエリマネ組織が必要となる。

エリアマネジメントにおける論点



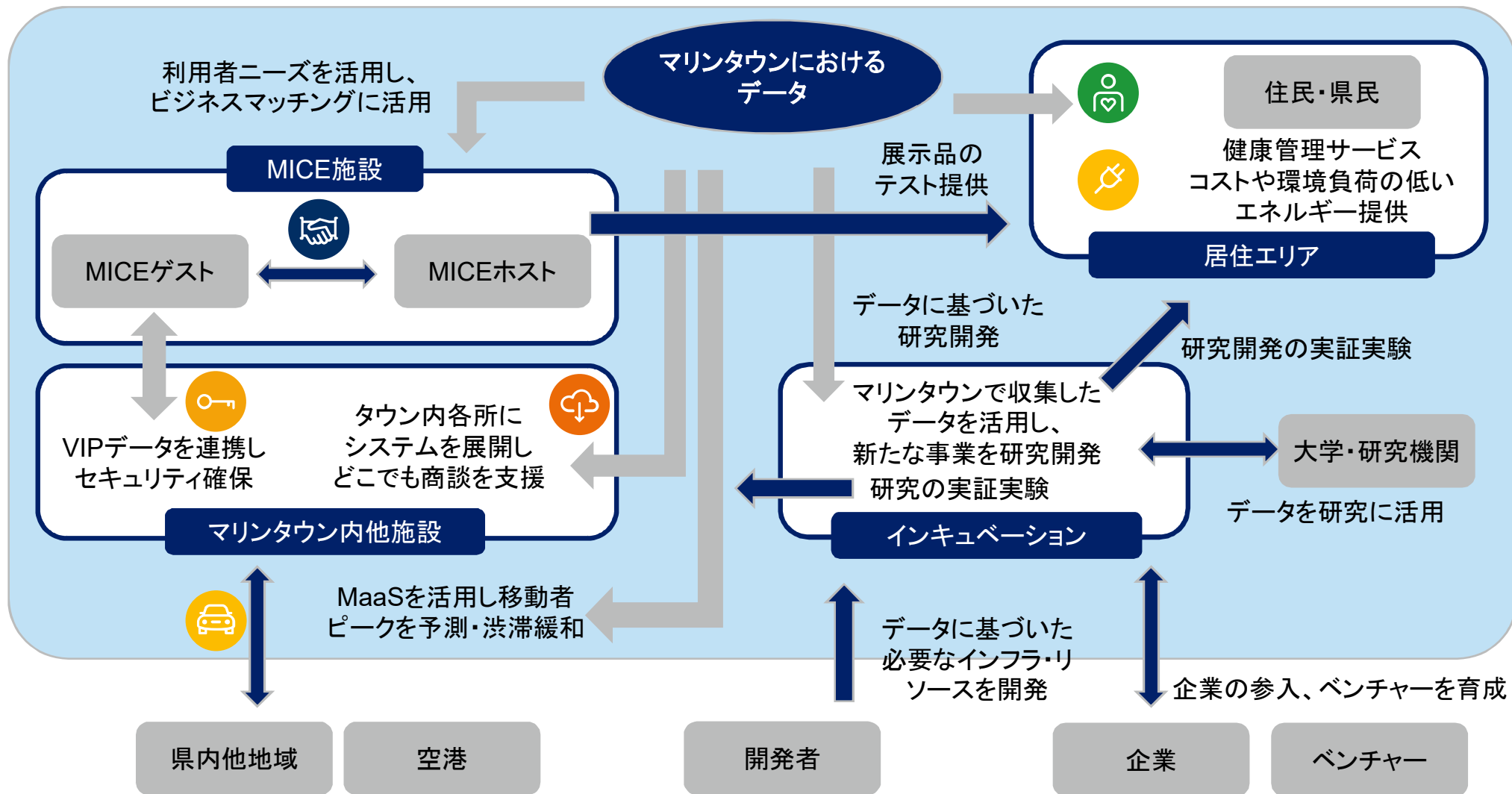
エリアマネジメント組織は複数パターン想定されるが、県は戦略的なMICEエリアとしてマリンタウンの中心施設である大型MICE施設を整備することから、いずれも、県の主体的関与は必要となる。

エリアマネジメント組織のパターン

	県主導形式	まちづくり会社組成形式	協議会形式
スキーム			
実行力	<ul style="list-style-type: none"> 情報の一元管理は行いやすい 県のコントロール下での対応となるため、事業者側は受け身的になる可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> 参画企業間での協議により事業実行がなされるため、意思決定が遅くなる可能性がある 不動産売買が発生した場合に、出資者の変更や、出資の取り下げなどが生じる可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> 業務執行者に権限を与え運営させるため、意思決定のスピードは速い 業務執行者が自ら行う事業もあり、コンテンツは充実する 業務執行者交代のリスクはある
段階開発での影響	<ul style="list-style-type: none"> エリアマネジメント組織と、事業者は分離した関係であるため、段階開発にも耐える 	<ul style="list-style-type: none"> 新たに参画する事業者は、まちづくり会社に出資を伴うため、出資比率が変わるなど、手続きが煩雑となる 	<ul style="list-style-type: none"> 段階開発により新たに参画する事業者も出資ではなく協議会に加入することができるため、段階開発でも対応しやすい 新たに参画する事業者には、これまでの協議会の状況を理解し、参画してもらう必要がある
資金力	<ul style="list-style-type: none"> 県の施策としての展開となるため、原則県の単費で対応することになる 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者間の合意が得られれば、出資先が複数あるため資金調達はしやすい 資産は原則会社が持つことになるため、事業実施のため増資する場合、各資産毎の持ち分比率を合わせるため、出資比率を合わせる必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 業務執行者単独の出資で対応するなど、資金調達のスピードは速い 協議会として資産を持つことはなく、参画事業者間で資産を持つなど、資産は分散する可能性がある

エリアマネジメント組織の活用内容の例として、マリンタウンにおける様々な情報を有効活用してエリアの魅力を向上させる、スマートシティの検討が考えられる。

スマートシティを活用したマリンタウンのネットワークイメージ



参考資料：都市を多様なサービス提供を創出させるプラットフォームとする例

スマートシティでのコンテンツ例(1/3)

情報連携

- 様々な都市情報を集約することのより、様々なサービスへの展開を行う
- カナダのトロントでは、Googleの親会社であるAlphabet傘下のSidewalk Labsが主導したスマートシティ開発「Sidewalk Toronto」。市民や観光客向けの無料Wi-Fiの提供(LinkNYC)や交通データのプラットフォーム(Coord)の提供など都市計画に関する取り組みからスタートし、20年以上の年月をかけて5ヘクタールの地域開発を行うものとしている

情報連携

- ロボット・AI・自動運転・MaaS・パーソナルモビリティ・スマートホームといった先端技術を人々のリアルな生活環境の中に導入・検証出来る都市整備
- トヨタは静岡県裾野市に「ウーブン・シティ(Woven City)」と呼ばれる実験都市を開発するプロジェクト「コネクティッド・シティ」を発表。約70.8万m²の範囲で街づくりを計画し、プロジェクト初期はトヨタの従業員や関係者をはじめとする2,000名程度の住民の入居を想定。将来的には、一般入居者の募集や、観光施設としての運営も期待されている

参考資料：データをマルチに活用することでスマートシティ実証エリアの域内、および域外交通を改善する施策の例

スマートシティでのコンテンツ例(2/3)

モビリティ(MaaS)

- スマートシティを実装するエリアにおいて、エリア内周遊を図るモビリティ、エリア外との接続を図るモビリティをそれぞれ検討することで、実効性・実現性の高い展開が可能となる
- ドイツ鉄道では、自社が展開するモビリティサービスに加え、他社モビリティサービスとも提携することで、広域交通も含めた移動に最適な検索および予約機能を提供

情報×モビリティ

- モビリティをベースとした利用者ニーズを把握することで、生活サービスに対する支援を多角的に提供することが可能となる
- シンガポールのGrabはライドシェアで築いたユーザー基盤を基に、あらゆる生活サービスを提供するローカルな“スーパーアプリ”を目指している

参考資料：情報データを活用することで、住民の健康管理や、新たな産業創出まで、さまざまな事業に展開する例

スマートシティでのコンテンツ例(3/3)

情報×ヘルスケア

- ヘルスケアデータをストックし、住民の健康管理を行うことで医療費削減などに繋がると同時に、データ活用からの民間側の新たなサービス展開を促すことで、官民相互で住民の健康支援を行うプラットフォームを形成
- 会津若松市では、行政が持つヘルスケアデータやウェアラブルデバイスなどのデータを活用し、健康診断結果や活動量の見える化サービスの検証や生活習慣病リスクの検証を行う。データ管理には、Amazon Quantum Ledger Databaseを用い、同基盤を国内で初めて運用するプロジェクトになる

情報×インキュベーション

- 集約した多様な情報をベースとし、課題やニーズを把握。それに対する解決策を、民間企業からの提案をベースに解決を模索する
- 並行して実証実験の場として、既存の都市を開放することで、事業のテストを行い街の利用者満足度の高めると共に、ベンチャー育成を実施

VIII. 略称一覽

略称一覧

ADR	Average Daily Rate／平均客室単価	OCC(施設名称)	Okinawa Convention Center／沖縄コンベンションセンター
CM	Construction Management／コンストラクションマネジメント	PCO	Professional Congress Organizer／会議運営専門会社
DBO	Design Build Operate／PPPにおいて民間事業者が対象施設の設計(Design)と建設(Build)及び運営(Operate)を一括して行う方式	PEO	Professional Exhibition Organizer／展示会運営専門会社
DMC	Destination Management Company／観光地経営会社。当該地域観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人	PFI	Private Finance Initiative／公共施設等の設計、建設、維持管理、運営に、民間の資金とノウハウを活用し、公共サービスの提供を民間主導で行うこと
ECI	Early Constructor Involvement／設計・施工予定者の先行決定	PPP	Public Private Partnership／公民が連携して公共サービスの提供を行うスキーム。PFIはPPPの代表的なスキームの一つ。
EOI	Early Operator Involvement／施設管理・運営者予定者の先行決定	PSC	Public Sector Comparator／従来型公共事業コスト
FM	Facility management／ファシリティマネジメント	SPC	Special Purpose Company／特定目的会社
ISCO(施設名称)	IT Innovation and Strategy Center Okinawa／沖縄ITイノベーション戦略センター	VFM	Value For Money／ $1-(PFILCC(PFI事業で行った際のLCC) \div PSC)$
JV	joint venture／共同事業体		
LCC	Life Cycle Cost／(対象事業の)生涯費用		

実施主体	沖縄県 文化観光スポーツ部 MICE推進課 沖縄県那覇市泉崎1-2-2
------	-------------------------------------------

受託者	デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー・梓設計共同体
-----	-------------------------------

【構成員】

名称	デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー 合同会社
所在	東京都千代田区丸の内3-2-3 丸の内二重橋ビルディング
設立年月	平成13年6月
資本金	300百万円
代表者	福島 和宏
人員数	915名(令和元年11月末現在)

【構成員】

名称	株式会社梓設計
所在	東京都大田区羽田旭町10-11 MFIP羽田3F
設立年月	昭和21年10月
資本金	90百万円
代表者	杉谷 文彦
人員数	615名(令和元年12月末現在)