

# ◎コンベンション・ビューローの機能と役割

■森岡朋子

## 1—コンベンション・ビューローとは

### ①—コンベンションとは

「コンベンションとは、「人がある目的をもつて集まること」と一般的には定義されています。具体的には、①高度な専門的情報交換を目的とした学術会議系（政府系会議含む）、②展示会・見本市系、③イベント系と約三種に大別されます。そこには人だけでなく、モノや情報も集まります。コンベンションという言葉についても、「英語では、『カンファレンス（conference）』とは会議を意味し、『コンベンション（convention）』とは大会という意味である」とか、「運輸省が『コンベンション』と定義しているものを通産省では『イベント』とする」というように、関係する団体や個人によって呼び方や認識が違っています。また、コンベンションのなりたちを考えますと、ある期日、ある人達が、ある場所で集まるといったことは一つのアウトプットであり、そこに至るまでには、さまざまな個人・組織（団体）の活動や多種多様な産業或いは社会

状況・構造が密接に関わっています。コンベンションはそれ自体で成立するものではなく、成立の基盤・過程は複雑に入り組んでいます。

### ②—コンベンション・ビューローとは

コンベンションを誘致し、開催支援する公的機関がコンベンション・ビューローです。なぜ公的機関かといいますと、コンベンションを誘致することは、コンベンション開催に自分の都市が適していることを、つまり都市をコンベンション都市として、主催者に売り込むことです。それは個人やコンベンション施設、ホテル、旅行代理店、PCO（会議運営会社）だけで出来ることではなく、国や都市の行政にバックアップされた組織が必要となつてきます。その実行機関が、コンベンション・ビューローです。

### ③—日本のコンベンション・ビューロー

世界で最初のコンベンション・ビューローは、一八九六年アメリカのデトロイトで始まったもので、本来は都市単位です。日本では、

1—コンベンション・ビューローとは  
2—財）横浜観光コンベンション・ビューロー（YCVB）について  
3—ビューローの使命

注1—一九九四年運輸省が「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光振興に関する法律」（略称：コンベンション法）に基づき全国の四十五都市（地区）を「国際観光会議都市」に認定した。

一九六五年日本コンベンション・ビューローが任意団体としてスタートしました。一九九四年六月、四十五の国際観光会議都市（地区）が運輸省によって認定され（注1）、現在日本には、国際観光会議都市を含め、コンベンション推進機関は合計で六十一あり、それぞれが自都市のコンベンション開催の優位性や観光魅力を売り込み、競争は激化しています。大型コンベンション施設を中心に宿泊施設も充実している都市から、観光資源を中心にした中・小規模都市まで様々です。

## 2—（財）横浜観光コンベンション・ビューロー（YCVB）について

### ①—YCVBについて

一九八八年十一月二十二日、（財）横浜観光コンベンション・ビューローは横浜市及び横浜商工会議所を中心とした地元企業、東京の関連企業、神奈川県から出捐を受け、二百四十六社からなる会員制度のもと産声を上げ

写真-1 コンベンション機能の中核〈パシフィコ横浜〉手前の展示ホールが倍に拡張される



ました。今年四月には(社)横浜国際観光協会と合併して(財)横浜観光コンベンション・ビューローとなりました。

## ② コンベンション誘致

コンベンション・ビューローの事業を実際の活動に即して説明します。

「コンベンション開催必須三条件」があります。①コンベンションセンター(通常、会議場、展示ホール、ホテルの三点セット)、②宿泊施設、③アクセスですが、これらがあればコンベンションが即来るわけではありません。海外では東京、京都の知名度は格段に高く、海外でも、パリ、ウィーン、ロンドンなど国際会議開催件数が毎年世界のトップクラスにあるコンベンションシティは世界一級の観光地でもあります。観光魅力が非常に大きな要素なのです。

昨年ある大型の医学系国際会議誘致の際、国内の選定時に、「コンベンション開催必須三条件」では横浜が優れていたのに、「京都でなければ外国からの参加者の増大を望めない」という理由で京都に負けたことがありました。したがって横浜の知名度を高めること、広報・宣伝は必要不可欠かつ急務です。

日本ではコンベンションに関して歴史は浅いのですが、欧米ではコンベンション・ビューローやコンベンションセンターが数多く存在し、それらが一堂に会して主催者を集めて売り込む、コンベンションの見本市がいくつもあります。国際団体が多く、国際会議が数多く開催されるヨーロッパ、広大な国土の中で国内集会やインセンティブが基本であ

る米国など、その成り立ちには背景の違いや内容の違いがありますので、YCVBでは毎年ヨーロッパと北米の代表的なコンベンションの見本市(注2)に出展しています。そこは商談の場としてのみならず、(日本には京都と東京だけではなく)「横浜というあなたのコンベンション開催にうってつけの都市がありますよ、横浜にはこんなものがあって、こんな素晴らしい街ですよ」と来場した主催者に、ビデオやポスター、パンフレットで直接アピールする場として重要なわけです。

一方(直接アピールする)といえ、主催者に自分の目で横浜の地、施設をみてもらうことほどわかりやすく効果的な訴求場面はありません。横浜を開催地候補として検討している主催者(団体)の視察を受け入れ、横浜のプレゼンテーションを総合的に行うこともYCVBの業務の一環です。昨年、二〇〇二年に開催される大型会議の開催地を決定する際、日本の受け入れ団体は横浜開催で合意していたのですが、国際本部の理事に諮るといものがありません。この場合、国際本部へのアピールは勿論のこと、受け入れをする日本の先生方にも「横浜で開催して大丈夫!」と思えるデモンストレーションも必要です。この際、あまりでしゃばっても逆効果です。日本の主催者をサポートする立場、あくまで黒子に徹することが重要です。

そもそもYCVBが国際大型会議を第一優先のターゲットとするのは、横浜の都市としてのアイデンティティに国際性が合致することとは別に、その情報発信性、国際交流の促進、経済効果、市民への文化影響力等を鑑み

てのことです。国際会議を横浜(日本)で開催してもらうには日本の受け入れ団体が望むことが大前提で、日本の主催窓口(国際〇〇学会の日本支部、日本〇〇学会)が国際会議を誘致する気がなければ、成り立たない話です。日本の窓口団体が立候補を決意したら、初めてその団体と一緒に誘致活動に取り組めるわけです。

国内選考で横浜が選ばれ、海外の都市と争った或る医学系国際会議の例を紹介します。通常三〜五年に一度開かれる国際会議では、前回(もしくは前々回)の会議で次回(もしくは次々回)の開催地が決定されます。その前回会議地のバンコクへ乗り込んだ私達は、「相手はシドニー、ニューデリー」といった情報収集や「シンガポールの〇〇先生はぼくが担当するから、イギリスの△△教授はM先生、お願いします」というロビー活動を学会の先生方に任せて、横浜の魅力をアピールできるキット(ビジュアル要素も折り込んだ手作り横浜紹介冊子)を用意したり、日本に有利な立候補プレゼンテーション案を練ったり、会議会場の一角にブースを設けてポスターやビデオ、パンフレットでPRをして、側面的なお手伝いをしました。結果は横浜勝利!このように主催者と、実際の誘致活動の苦楽を共にすることは、勝つにしろ、負けるにしろ、後の活動への大きな財産となります。そのためには、日頃から日本の主催者への地道な活動があつてはじめて横浜開催が実現することは言うまでもありません。

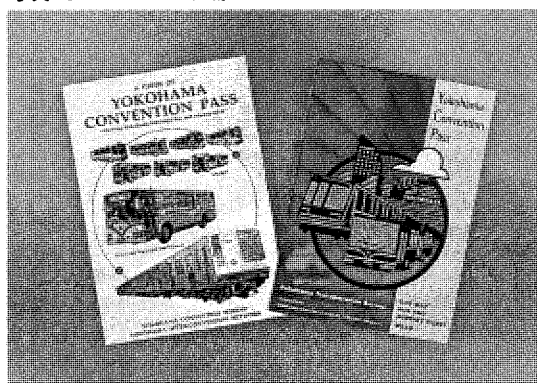
例外的に、ある金融分野の会議で、これは前出のヨーロッパの見本市で主催者と最初の

写真-2 1998年のEIBTM(ジュネーブ)



注2 毎年五月にジュネーブで開催されるEIBTM(European Incentive & Business Travel & Meeting Show)は九月から十月にシカゴで開催されるIT&ME(Incentive Travel & Meeting Executive) Show

写真-3 コンベンション・パス



コンタクトがあり、数年越しで誘致中の案件ですが、国際本部（ブリュッセル）の意向が強く反映され、開催地の決定権も本部にあるという場合もあります。

以上は国際会議の例。しかし国際会議だけがYCVBのターゲットではありません。宿泊者が多く、開催日数が長いもの、期間中に市民公開講座を併催するもの、毎年、毎回横浜で開催してくれるものは国際会議や国際イベントでなくても、地元への経済効果や市民への文化還元効果を考えると、プライオリティーは高くなります。また、二〇〇二年のワールドカップサッカー、二〇〇〇年のサミット（先進国首脳会議）など包括的な取組が必要な大型イベントの誘致にも関わり、横浜に招致するための活動の一翼を担っています。

### ③—コンベンション支援

横浜開催が決まったコンベンションに対して提供するYCVBの支援サービスは、主催者のリクエストに応じてタイミングも内容も様々です。ボランティア制度や貸付金制度など直接YCVBが業務に関わるものと、補助金の交付をはじめとした行政機関（横浜市や神奈川県）や施設の紹介など関連施設、関連事業者と主催者の間に入って調整、運営のサポートを行うものがあります（コンベンション誘致・開催支援のフロー参照）。一九八九年横浜では他の都市に先駆けて、コンベンションを支援するボランティア制度をスタートさせ、受付・通訳応援や日本文化紹介等に実績をあげています。一九九六年からはホーム

ステイファミリー制度によってコンベンション参加者の宿泊費軽減の便宜もはかっています。コンベンションに関わる経費の軽減策は主催者や参加者にとって大きな関心事ですが、YCVBでは市内のホテルに働きかけて、一九九五年からコンベンションレートというコンベンション特別宿泊料金を設定・提供をしてもらっています。また、国際会議へ参加する外国人参加者を対象にした、市営バス・地下鉄一日乗車券を格安で販売するコンベンション・パスも交通局のバックアップや協賛各社の協力を得て一九九六年の完成以来、順調に売り上げを伸ばしています。

### 3—ビューローの使命

#### ①—誘致と支援は両輪

コンベンション主催者にアピールする個別の支援サービスメニューの開発や企画、それらを完成させて運営することは、コンベンションの誘致と共に私たちの重要な仕事です。ありがたい支援が得られたという開催地としての評判が、次のコンベンションを横浜に引き寄せるツールとなる、つまり有効な支援サービスをもっていることが、他ならぬ誘致の強力な決め手となるわけです。

#### ②—横浜には何が必要か

日本のみならず世界のコンベンション都市間競争は年を追うごとに激しくなっており、ハードや、どの都市でも手がけている既存のサービスでは競争に勝てないのが現状です。

とりわけ歴史的な観光魅力で圧倒的な知名度を誇る京都や首都東京など、今までの日本の看板都市に対抗するには、独自の強力なコンベンションサポート策を打ち立てる必要があります。それはYCVBだけでは到底なれないことで、ボランティア制度は市民の、コンベンションレートはホテル（＝関連企業）の、コンベンション・パスは交通局（＝行政）・地元団体企業の協力があってスタートすることができたものです。

「市内のホテルを巡回するバスはないのか」「地元の商店街で使えるクーポンのようなものはないのか」「イベントをさらに盛り上げるための手だてはないのか」といった具体的な要望に応えることは単に一地域だけでなく、市内を統一的に連関をもたせて活性化するための効果的な方策につながります。都市あげてのコンベンション支援システム作り、いかにすればホスピタリティをシステム化すること、それを魅力的な観光資源につながりをもたせること、これが観光コンベンション都市として、競争に生き残り、勝ち抜くために必要不可欠です。

横浜をPR・セールスすると同時に、観光目的であれ、コンベンションの開催地であれ、横浜が魅力的な目的地となるために何をすべきかを考え、それを実行する「目的地マーケティング」が私たち横浜観光コンベンション・ビューローの役割なのです。  
 △（財）横浜観光コンベンション・ビューロー  
 コンベンション部主任▽

コンベンション誘致・開催支援のフロー（国際会議の場合）

