

Working Paper No.11

国際会議場の便益測定と
国際会議場戦略に関する研究¹

同志社大学
社会資本研究会
(代表 八木 匡)

¹ 本研究は、文部科学省科学研究費補助金（課題番号 12430014）による助成を受けて実施したものである。

1. 21世紀に求められる国際会議場の新たな役割

グローバル化が急速に進展した20世紀が終わり、時代は21世紀に移り変わってきている。グローバル化は国家を越えた相互依存関係を深化させ、情報技術の進展は瞬時に国境を越えた情報の伝播をもたらすようになった。このような環境変化に伴い、21世紀は国際会議を通じた政治的利害の調整、国際的企業の国境を越えた合従連衡、経済面における国際協調、NPOおよびNGOの国際政治への参加、地球環境問題をはじめとした地球規模の問題、急速に進化する科学技術と研究成果の国際的共有といった問題がより重要となることが予想される。このような問題解決のために、国際会議場が果たす役割はさらに高まり、国際会議場のあり方も変化することが求められている。国際会議場は、単に会議の場を提供するのではなく、1) 会議の計画段階から主催者をサポートし、2) 会議を成功に導くためのノウハウを提供し、3) 会議が効率的かつスムーズに運営され、会議参加者が議論を的確に把握でき、快適かつ有意義な時間を過ごすことができるようなサービスを提供し、4) 会議情報を世界に瞬時に発信でき、5) 会議関係者に会議への参加意欲を引き起こさせるような環境を提供し、6) 会議開催国の文化を世界に発信し、会議開催国の国際的地位の向上に寄与し、7) 経済・社会発展のための触媒機能とコーディネーション機能を発揮するという役割を求められている。

欧米ではこのような新しいコンセプトに基づいた国際会議場がすでに建設・運営され、高い国際会議招致実績を誇る国際会議場も少なくない。日本においても、国立京都国際会館をはじめとして、これまで多くの会議実績を残してきている国際会議場がいくつか存在しているものの、新しい時代に求められる会議場の機能を十分に果たし得る施設とスタッフを満足できる国際会議場は十分とは言えない。特に、NPOおよびNGOを巻き込んで巨大化している政府間交渉会議では、報道関係者を含めて数万人規模となるものもあり、このような大型化する会議にも対応できる施設が求められている。さらに会議情報をリアルタイムで発信できるIT設備、会議を効率的かつスムーズに運営するための音響・映像設備、そして円滑な会議運営を支えるソフト面での人的サービスなども極めて高い水準を要求されるようになってきている。このような条件を満足できない国際会議場で国際会議を招致することは困難になってきており、日本の国際会議場の国際競争力を強化しなければ、日本が国際会議のホスト国としての役割を果たすことはできなくなっている。これは、日本の国際政治、経済、文化、学問、科学技術といったあらゆる分野での国際的地位の低下と情報発信機能および影響力の低下をもたらす危険性を孕んでいる。つまり、国策としての国際会議場戦略は、国際会議の誘致戦略即ち外交政策の上からも重要な意味を持っているのである。そして、会議開催が学術・科学技術水準の向上につながることは、同時に産業の発展、国民生活の質的向上をもたらすものでもある。まさに、国家の経済再生の鍵をも握ると言えよう。

しかしながら、会議場を新たに建設し、運営を行うことは、極めて厳しい政府の財政事情の下では容易なことではない。会議誘致を戦略的に進めるための具体的なビジョンが無い

まま巨大な国際会議場を建設しても利用率は低迷すると予想され、財政的危機を深めることとなる。このような意味で、新しい時代に求められる会議場機能を十全に発揮でき、国際的にも斬新なコンセプトを持った国際会議場とはどのようなものであるのか、どのように情報発信機能を進化させるのか、会議誘致のための戦略として具体的にどのような方法が必要でありかつ有望であるのか、また国際会議場の建設が日本の経済、文化、社会、国際的地位に及ぼす影響を与えるかについて分析を行い、日本の国際会議場戦略に関して提言を行う。

本報告書の構成は次のようである。第2章では、日本で唯一国立の国際会議場である国立京都国際会館が生み出す社会的便益を計測し、会議招致がもたらす経済効果についても計測する。第3章では、国立国際会議場の存在意義について分析する。第4章では、国際会議場戦略と日本の国際的地位について議論し、第5章では世界も最も国際会議を招致しているパリ国際会議場を分析する。

2 . 国際会議場の経済価値²

2.1 国際会議場が創造する社会的便益

国際会議場が独立採算で運営可能であるかという問題とは別に、国際会議場が社会的にどれほどの価値を創造しているかを調べることは、国際会議場建設に関する社会的合意を形成する上で重要となる。もちろん独立採算が可能であることは、社会的に見て国際会議場が外部不経済を持っていない限り、便益が費用を上回っていることを意味しており、純便益が正であることを意味している。しかしながら、経営的に赤字が発生している場合でも、社会的に純便益が正となる可能性はあり、その場合には会議場建設の妥当性が存在することになる。

では、国際会議場が創造する社会的便益とはいったいどのようなものであろうか。本報告書では、私的な会合および商業目的とした会議を除いた、地域および国際社会の発展と安定、社会問題の解決、学術水準の向上といった社会的目的を持った会議が生み出す便益を社会的便益と考える。もちろん、私的および商業目的での利用においても、消費者余剰が発生し、純便益が正となることはあり得る。しかし、国際会議場建設の本来の目的が社会的厚生の上にあると考えることができるため、この目的に合致した会議から生み出される便益に限定して計測を行うことにする。

便益には、使用価値の他にオプション価値等の受動的な使用価値がある。オプション価値とは、具体的に国際会議場を使用しない場合でも、将来使用するかもしれないという可能性を評価した場合に発生する。図書館等の社会資本の場合には、地域住民がこのオプション価値を見いだすことにより、図書館周辺の地価が上昇するということがあり得る。この

²本章で用いる便益測定手法および社会的便益についての詳細な解説については、伊多波(2000)を参照のこと。

場合には、図書館の存在により地価がどの程度上昇するかを計測することによりオプション価値を推計することが可能となる。しかし、国際会議場の場合には、極めて大きなオプション価値が存在していると推測できるものの、誰がオプション価値を持ち、どれだけのオプション価値を得ているかを測定することは容易ではない。これは、地域住民以外に世界中の人々が将来的に国際会議場を使用する可能性をもっており、この可能性までを評価することが困難であるからである。そこで、本調査では使用価値に限定して便益を測定する。

この場合にでも、使用価値が生み出す便益をどこまで考えるかが問題となる。例えば、米国人の医者が、米国の学術助成財団から海外出張費の助成を受けて、京都国際会館で開催された国際医学学会に出席したとする。この医師が国際医学学会に出席する目的は、個人的地位と名声を高めるためという側面があるかも知れないが、主として学術水準の向上とそれによる社会的厚生水準の向上にあると言えよう。学術助成財団が助成を行う理由は、社会的恩恵を医学学会参加によって期待できるからである。そこで、この医師が6日間の日程で、往復40万円の航空運賃を払い、一日4万円稼ぐことができたであろう所得を放棄して会議に参加したということは、会議に参加することにより得られる価値額が少なくとも40万円 + 4万円 × 6日 = 64万円を越えていると判断したからと考えられる。もちろん社会的目的のための参加である場合には、この例のように費用の一部を社会的に負担する場合もあり得る。すなわち、この会議からの使用価値として、この医師一人で最低64万円が生み出されたと考えることができる。会議場無くして会議開催は不可能であるため、会議場が生み出す社会的価値として考えることができよう。

しかしながら、使用価値には、今の例で示されているような便益以外にも、社会的便益が発生している可能性がある。例えば、気候変動枠組条約第3回締約国会議（地球温暖化防止京都会議：COP3）が国立京都国際会館で開催された時には、地球温暖化問題に対して、日本がホスト国となることで世界の中でのリーダーシップを発揮でき、日本の存在感を高める効果を持ち、京都の名前を世界に広める効果を持った。このような会議場が生み出す便益は、参加者が生み出す便益とは別のものと考えられるが、計測することは容易ではない。本調査では、残念ながらこの種の便益を計測するに至ってはいない。

本調査では、国立京都国際会館を対象に国際会議場が生み出す社会的便益を計測した。以下では、便益測定の方法と結果について説明を行う。

2.2 分析手法

本調査では、トラベルコスト法を用いて社会的便益の測定を行った。トラベルコスト法の考え方は、上述した医師の例のように、会議参加から得られる便益は、少なくとも実際に支払われた直接旅行費用と機会費用の和よりも大きいというものである。トラベルコストは会議参加に対する自発的支払い額の最低金額を表していると言える。なお、費用 - 便益分析においては、会議場利用料金は、会議参加者にとってみれば便益の減少になるが、

会議場にとってはコストの減少になるため、便益から費用を差し引いた純便益では相殺されて影響を与えないことになる。

トラベルコスト法によって便益測定する場合には、旅行時間および滞在時間の機会費用を含めた旅行費用を会議参加に対する顕示された最低限の支払い意志額を示していると解釈し、それを基に会議に対する需要曲線を推定し、実際に支払った費用との差から消費者余剰を推計するという手続きをとる。この消費者余剰の参加者全員に関する総和を会議参加者の純便益と考える方法が一般的となる。しかしながら、調査を進める過程において、会議場の便益測定の方法として、需要曲線から消費者余剰を推計する方法にはいくつかの問題が存在していることが明らかとなった。第1に、訪問回数については参加者が主体的に決定するのではなく、会議の主催者が開催回数または頻度を決定していることである。図書館からの便益を測定する場合には、図書館の訪問回数を利用者が主体的に決定しており、訪問回数とトラベルコストから右下がりの需要曲線を導くことが可能となる。しかし、会議参加回数は、主体的に決めることができない部分が多く、会議場訪問回数とトラベルコストとの間には、何ら関係を導くことができなかった。第2に、会議によっては、各地域からの参加者数を主催者の方で決定している場合が多く、トラベルコストと参加意志とは独立に決定している可能性が排除できない。例えば、青年会議所総会のケースでは、各都道府県から代表が集まっており、距離と参加者比率との間での右下がりの関係を導くことができなかった。公園の便益測定のように、距離と訪問比率を比較的容易に計測できる場合にはゾーントラベルコスト法を用いることができるが、会議場の場合には、距離と参加意志とが無関係である場合が多く、ゾーントラベルコスト法を用いることもできない。実際、「さらに遠い場所で会議が開かれた場合に、会議に参加する意志があるか」という質問に対して、ほぼ全員が「参加意志有り」と答えている。これらの理由より、たとえゾーントラベルコスト法を用いたとしても、訪問率とトラベルコストとの関係を表す需要曲線が導出できない、あるいは意味を持たないこととなる。

上述の理由から、需要曲線を導出して消費者余剰を求めることが困難であることが明らかとなった。しかし、実際に会議に参加していることは、少なくともトラベルコスト以上に支払い意思額が存在していることを意味している。そこで、本調査では、トラベルコストの額が表明されている最小限の支払い意思額であるという点から出発して、「北海道から来ている参加者も、大阪から来ている参加者も、会議に対する支払い意思額は等しく、大阪の参加者は大きな消費者余剰を得ている」という考えに基づいて消費者余剰の推定を行った。そして、1)トラベルコストの90%点以下の参加者について90%点での値と、実際のトラベルコストとの差を総計した値を計算し、さらに2)トラベルコストの平均値以下の参加者について、平均値と実際のトラベルコストとの差を総計した値を計算した。距離に関係なく等しい支払いを持っていると仮定した場合、トラベルコストの平均値は、支払い意思額の最小値と見なすことができ、参加者全員が少なくとも平均値の支払い意思額を持っていると考えることができる。従って、消費者余剰は平均値を基準に計算した値以上と

なると考えることは妥当であると考えられる。また、90%点を基準にして計算した消費者余剰は、消費者余剰の上限をほぼ与えていると見なして良いであろう。

2.3 調査実施会議と調査対象者属性

調査は、社団法人日本青年会議所 2001 年度京都会議、第 44 回日本糖尿病学会年次学術集会、第 9 回日本消化器関連学会週間の 3 つの会議を対象に行った。会議概要については、表 1 にまとめてある。

会議名	開催日	参加人数	調査対象者	回収数
青年会議所京都会議	2001.1.19 ~ 2001.1.21	約 8000	無作為に参加者の内約 2000 名を抽出し調査票を配布	422 部
日本糖尿病学会	2001.4.16 ~ 2001.4.18	6171	約 1000 名に配布	440 部
日本消化器関連学会	2001.10.17 ~ 2001.10.20	13007	宿泊者対象 約 1000 名に調査票配布	225 部

調査概要および調査票の質問項目については、付録 1 を参照して頂きたい。青年会議所京都会議への参加者は、青年会議所の各地方のメンバーであり、ほぼ 40 歳以下の自営業の方が多くなっている。日本糖尿病学会の参加者は医師のみでなく、栄養士・看護師や医薬品・医療関連企業の参加者も含まれており、参加者の職種も比較的多様となっている。そのため、年収のばらつきも大きくなっており、特定の属性を持った個人のみが参加する会議とは異なり、標準的な参加者構成と考えて良いと判断される。日本消化器関連学会では、宿泊者のみを対象として調査を実施した。そのため、関西からの参加者が調査対象からもれることになった。参加者の属性と調査対象の属性を考慮すると、日本糖尿病学会での調査結果が、最も信頼性が高い数値を出しているとは判断できる。

2.4 国際会議場からの便益推定

まず、本調査でのトラベルコストは次のように定義される。

$$\text{トラベルコスト} = \text{直接旅行費用} + \text{旅行時間機会費用} + \text{滞在時間機会費用}$$

ここで、直接旅行費用は、鉄道および航空等の往復運賃である。機会費用とは、旅行している時間を稼得に用いた場合に得ることができるであろう所得のことを意味し、機会費用の算定のために、年収から時給を計算した。ここでは、週労働時間は、日本における全労働者の平均週労働時間である 42.5 時間を用い、時給を年収/(52 週 × 42.5 時間) で計算している。この時給に往復の旅行時間をかけたものが旅行時間機会費用である。また、一日

8時間会議で拘束されると仮定して、滞在時間機会費用を時給より計算している。

日本糖尿病学会では、トラベルコストと会議参加意志との関係を調べるために、今回の会場よりも距離が遠くなった場合に参加する意志があるか否かを聞いている。参加意志の有無を、トラベルコストでどの程度説明できるかをプロビット分析で調べた。プロビット分析では、トラベルコストとして滞在の機会費用を含めた場合と含めない場合の双方を調べ、所得効果を除去するために所得を説明変数に入れて調べた。しかしながら、参加すると答える確率は、トラベルコストと正の関係にあることが示され、参加確率がトラベルコストの増大と共に減少するという結果が得られなかった。このことから、会議参加者は、会場までの距離に関係なく会議に参加していると判断できる。調査結果からは、9.1%のみが距離の増大によって会議に参加しないと判断していることが示されている。これは、トラベルコストの90%点を基準に消費者余剰を計算する一つの根拠となっている。

表2では、各会議別トラベルコストと消費者余剰を示している。青年会議所京都会議では、少なくとも一人当たり3万4千円の純便益が発生し、最大9万3千円程度の純便益が発生している可能性が示されている。これに参加者数を掛け合わせると、国立京都国際会館を舞台に青年会議所京都会議が生み出した純便益は少なくとも2億7千万円、最大7億5千万円に上ると推計される。同様に、日本糖尿病学会では少なくとも2億2千万円、最大8億8千万円の純便益が生み出され、日本消化器関連学会では、少なくとも5億5千万円、最大19億2千万円の純便益が生み出されたことになる。

表2 会議別トラベルコストと消費者余剰 単位：円

	青年会議所	糖尿病学会	消化器学会
日数	2.5日	2.76日	2.87日
参加人数	8,000人	6,171人	13,000人
一人当たりトラベルコスト	152,340	155,785	215,949
一人当たり消費者余剰(90%点以下 :CS(High))	93,566	143,378	147,333
一人当たり消費者余剰(平均以下 :CS(AVERAGE))	34,223	36,518	42,617
総便益(90%点基準)	748,528,000	884,785,638	1,915,329,000
総便益(平均値基準)	273,784,000	225,352,578	554,021,000
一人当たり滞在時間機会費用を除いたトラベルコスト	64,655	95,415	72,463
一人当たり滞在時間機会費用を除いた消費者余剰 :HDCS	50,153	45,935	45,126

一人当たり滞在時間機会費用を除いた消費者余剰 : ADCS	14,971	14,518	12,148
一人一日当たり滞在時間の機会費用	33,591	37,071	50,740
一人一日当たり滞在時間に関する消費者余剰 (90%以下 HSCS)	49,665	31,638	29,867
一人一日当たり滞在時間に関する消費者余剰 (平均以下 ASCS)	7,807	8,312	13,895
総支出額	1,181,078,989	357,967,973	2,138,858,740
一人当たり支出額	147,635	58,008	164,528
一人一日当たり支出額	59,054	21,017	57,327
波及効果を含めた経済効果	1,603,550,598	537,271,512	2,910,055,479
一人当たり経済効果	200,444	87,064	223,850
一人一日当たり経済効果	80,178	31,545	77,997

2.5 地域経済に対する経済効果

国立京都国際会館の存在は、様々なルートを通じて地域経済に影響を与えていると考えられる。一つには、会議場の存在が京都の知名度を引き上げ、知名度向上に伴う正の効果が生じていると考えられることである。しかし、最も大きな影響と考えられるのは、「フロー効果」と呼ばれるもので、会議出席者が京都で支出することに伴う経済効果である。本調査では、会議参加者が会議参加に伴い京都市で支出した支出額を質問している。支出額の内訳は、1) 宿泊費、2) 食費、3) 交通費、4) 娯楽費、5) ショッピング、5) その他である。これらの値を基に、京都経済に対するフローの経済効果を推計した。第2表では、会議別支出額および波及効果を含めた経済効果を示している。表から示されているように、最も支出額の少ない糖尿病学会においても、一人一日あたりで平均して2万1千円程度を支出しており、経済波及効果を含まない第1次経済効果はこの会議のみで3億5800万円発生している。京都府の産業連関表を用いて、波及効果まで計算に入れると最終的に約5億3700万円の経済効果があったと推定される。青年会議所会議および日本消化器関連学会での支出額は、一人一日あたり6万円近くの支出がなされており、波及効果まで含めた経済効果は、それぞれ16億円および29億円にも上っている。

2.6 年間便益総額および年間経済効果の推定

本調査では、1997年度における国立京都国際会館の利用状況データを基に、国立京都国際会館が1年間でどれだけの社会的便益と経済波及効果を与えているかを推計している。本調査では、社会的便益の測定に焦点を置いているため、個別企業の集会、商業活動等は除いた社会的目的を達成するための会議に限定して便益測定および経済効果の測定を行っている。推計結果として、年間純便益額は少なくとも53億円、最大191億円が生み出されていることが示された。さらに、波及効果まで含めた年間経済効果は137億円であると推計される。国立京都国際会館が生み出す年間純便益および経済効果を算定するにあたっては、過大推計を避けるため、糖尿病学会で推計された一日一人あたりの値(表2参照)を基礎として用いている。この点からも、今回計算された数値は信頼できる最低限の値を示していると考えられるが、それにも関わらず巨額の社会的便益と経済効果が生み出されていることは注目に値しよう。

国立京都国際会館が設立されてから、本年度(2003年)で37年が経過する。年率4%の割引率で計算した37年間に亘る純便益額の現在価値総和は、年間純便益額の約20倍で計算されるため、国際会館が生み出した社会的純便益は2002年時点での現在価値に直して、少なくとも1060億円、最大3820億円であると推計される。この値は、これから新規に国際会議場を建設する際に、一つの参考数値として考えることができよう。

2.7 国際会議場への公的支出の根拠

上述したように、国際会議場は文化・経済の発展に寄与しながら、巨額の社会的純便益を生みだしている。さらに、多くの会議参加者を迎えることによる経済波及効果も大きく、その意味でも国際会議場に対して公的支出を行う根拠は存在していると言えよう。ここでは、このような公的支出に対する本質的な理由とは別に、税金に対する影響に焦点を当てて公的支出の根拠について議論を行う。

2002年におけるGDPに対するマクロ租税負担率は、日本の場合22.9%程度であり、フロアの経済効果の年間総額にこの租税負担率をかけて計算した財政への貢献額は年間約31億円となる。年率4%の割引率で計算した37年間に亘る税金額の現在価値総和は620億円となり、国際会議場に対する公的支出は、最終的に620億円の税金の増収によってある程度賄うことができることになる。この税の増収効果は、国際会議場の利用料金を設定する際に、十分に考慮する必要がある点となる。国際会議の招致において、国際会議場の利用料金の水準は重要な要素である。年間の会議場運営費と建物の減価償却費をすべて料金収入のみで賄う場合には、利用料金は高額となり、会議招致の競争力を弱めることになる。会議招致の競争力が弱まり、会議招致数が減少すれば、会議参加者が減少し、会議場による便益創出および経済効果は小さくなり、それは会議場を通じた税金の増分を縮小させることになる。このため、料金に対する最適な補助率が存在すると考えられる。この最適補助率を算定する上では、他国における会議場利用料金水準も重要な要素となる。国際的な

利用料水準に比して相対的に高い利用料金を課す場合には、国際会議場が料金以外の面で強い競争力を持つ必要がある。しかし、例えば価格面以外で相対的に強い競争力を持っていたとしても、料金に対する公的補助を行い、料金水準を引き下げるとは、より多くの国際会議を招致し、より多くの会議参加者を迎え入れ、より多くの便益と経済効果を創出する上でプラスとなると考えられる。公的支出1億円が税収を1億円以上増大させるようなケースにおいては、もちろん公的支出は強い根拠を持つが、例えばそれほどの税収増が無い場合においても、社会的便益の創出および経済効果の創出という側面を考慮に入れると、公的支出の根拠は十分に存在していると考えられる。

3. 国立京都国際会館の存在意義

都市戦略としてのコンベンションの意義は全国的にみてもその価値が高く認知され、結果としてコンベンション都市の乱立状況が生じている。国内でコンベンションを開催できる都市が数多く存在することは総じて望ましいが、現時点では施設が国内でのコンベンション開催数に対して供給過多であるのも事実である。この問題に対しては、本邦への更なるコンベンション誘致を進めていく戦略を考えていく必要があるが、それぞれの会議施設の役割に基づいた位置付けを明確にしていく作業も必要と考えられる。

会議施設の国内での位置付けと役割が明確化した後、次に必要となるものは、国家戦略としてコンベンションをどう捉えるかであろう。現在、都市戦略として近視眼的に捉えられがちなコンベンションを、国策としてどう取組むのかを再度考慮する時期に来ている。自治体主導でのコンベンション政策と国主導での国際会議誘致戦略とが有機的に結ばれることが望まれる。このような観点から、国立京都国際会館の存在意義を検討する。

まず考慮すべきは、自治体が建設している国際会議場が存在している状況で何故国立の国際会議場が必要であるかという点である。その第1の理由として、国際会議を招致することによる国家の国際社会における地位向上を挙げることができる。最も典型的な例としては、97年12月に京都で開催された気候変動枠組条約第3回締約国会議(COP3、京都会議)を挙げることができる。この会議では、先進国及び市場経済移行国の温室効果ガス排出の削減目的を定めた京都議定書が採択され、日本が地球温暖化問題に対して重要なイニシアティブを国際社会で発揮していることをアピールする効果を持った。このような会議開催の効果は単に京都という地域に限定されるだけでなく、日本の国際社会における存在感を高め、一国全体において政治、経済など様々な面でプラスの影響を与えることになる。このような一国全体に波及する外部性が存在していることが、国立の国際会議場が存在する重要な理由の一つとなっている。

第2の理由は、国際会議場によるサービス提供のノウハウを開発し、蓄積する役割を国立国際会議場が果たす必要性が高まっている点にある。現在、多くの自治体が国際会議場を建設し、会議サービスを提供している。しかし、多くの場合、ロジスティックは会議専門会社に委託され、国際会議場自体が、施設面での開発とサービスの質的向上をリンクさ

せながらサービスの高度化とノウハウの蓄積を行っているところは数少ないと言われている。この点は、後にパリ国際会議場に関する説明でも触れるように、日本の国際会議場が国際競争力を強化していく上で、重要な点となっていくと考えられる。パリ国際会議場が強い国際競争力をもち得ている最大の理由は、国際会議場とスタッフが保有する経験と膨大なノウハウの蓄積であり、技術進歩を迅速に取り入れながらサービス内容を高度化していくための研究開発力にあると言える。リアルタイムの情報発信を可能にする IT 施設とスタジオ施設を、有効に機能させるためには、会議場専属の高度にトレーニングされたスタッフと会議場が持つノウハウの蓄積が必要となる。会議場自体がノウハウと経験を蓄積することにより、クライアントに対して有効かつ独創的な会議コンセプトを提案でき、クライアントの信頼を得ながら会議招致を可能にできることになる。会議招致において、会議場による企画提案力は今後重要な要素となっていくと考えられ、会議場自体がロジスティックを含めて、サービス内容の高度化と差別化を図っていくことが競争力強化に繋がる。日本への巨大会議誘致を図るためには、パリ国際会議場に代表される国際的に先端的な会議場に対する競争力強化を図る必要があるが、このレベルでの競争力を自治体レベルで得ることは困難であり、国立の国際会議場がその役割を果たしていくことが効率性の観点から必要となっている。すなわち、研究開発力と高度なノウハウの蓄積を可能にする人的資源を、国立の国際会議場に集中させることが、日本の国際会議場の国際競争力強化と巨大会議招致にとって重要であると考えられる。

国立の国際会議場が必要となる第3の理由は、国際会議場の持つ文化・産業活性化のための触媒機能およびコーディネーション機能にある。この一つのヒントは、ミラノにある巨大見本市（FIERA MILANO）とミラノの発展との関係にある。FIERA MILANO は、1920 年以來の長い歴史を持ち、26 のパビリオンと総計 380,000 m²の展示会場面積を有する欧州最大で、世界的にも最大級の巨大展示会場である。年間約 70 の大規模展示会が開かれ、1999 年には年間 420 万人の来訪者があり、31000 の企業・団体が展示に利用している。また、会議場施設としても頻繁に用いられ、1999 年には 764 のイベントおよび会議が開催され、149 の国際会議が開催されている。FIERA MILANO の存在は、イタリアおよびミラノの産業を、製造・販売の分野のみならず、情報発信機能の面においても世界の中心に押し上げる役割を果たして来ている。そこでは、単に商品の展示がなされるだけでなく、生産者と顧客が直接交渉し、取引までされる場を提供し、マーケットのニーズに関する情報を生産者に伝える役割をも果たしているといわれている。FIERA MILANO はグローバルな規模で、アパレルをはじめとして数多くの産業分野において、多くの生産者と多くの消費者との間における情報交換を迅速に拡大するためのコーディネーション機能を果たしていると理解できる。

これからの国際会議場は、産業・文化の情報を発信し、グローバルな規模で日本がビジネスおよび文化的影響力を拡大していくためにコーディネーション機能を求められることになる。日本の産業・文化の発展のための戦略的機関として国立の国際会議場を位置づけ

て、そこにこのようなコーディネーション機能を託するという考え方も成立すると考えられる。

4 . 国際会議場戦略

4.1 国際会議開催の意義

現在、日本で開催される会議比率が世界で開催される会議の 2.3%のみであることは、GDP、国連分担金負担率、ODA などに鑑みても著しく少ないことが明らかである（出典：国際団体連合:UAI「2001 年国際会議統計」）。同資料によると、日本における国際会議の開催件数は、中国、韓国、シンガポールと比べて僅かな差しか無く、日本がアジアの GDP の約 72%を占めるほどの経済的地位を有している点から見て不十分なものであり、日本の国際社会における発言権を拡大するためにも国際会議招致の増大を図っていく必要がある。

国際会議を日本で開催する意味は、いくつか存在している。第 1 に、日本の国際社会の発展と安定に対する責任である。日本の安保理常任理事国入り为国連や国際社会から支持されることの持つ意味は、更なる国際貢献を日本が求められることに他ならない。平和憲法を国是とする日本の国際貢献は、対話の場を提供すること、信頼醸成に寄与することであるべき。

第 2 に、日本の外交政策の戦略的ツールとして、日本における国際会議の開催があり得る。20 世紀が日米安保に象徴される日米二国間関係を中心とした時代であったならば、21 世紀はマルチ外交へのシフトにも力を注ぐ時である。とりわけ韓国、中国等の近隣諸国との関係強化は、最重要課題の一つとも言える。ASEAN、APEC、SAARC などの地域機構がアジアでも既に機能しており、20 世紀後半はリージョナリズムが再び注目を集めた時期でもあった。しかしながら、日本、韓国、北朝鮮、中国、ロシアなどが属する東アジア地域には、その地域の微妙な情勢ゆえに地域機構が存在していない。今後のアジア地域の更なる発展には、日本がそのイニシアティブをとって各国の友好的な連携を深化させてゆくことが望まれる。そのためにも、国際会議を主催することによって外交戦略上の優位性を保持してゆくことが、一層重要性を帯びてくるであろう。経済成長著しい韓国では、国際会議の開催件数も増加傾向にある。ソウルでの開催件数は、2000 年度 94 件から 2001 年度 107 件と増加している（国際観光振興会報道資料）。中国上海で、巨大国際会議場が建設され、経済的にも政治的にも中国がアジアにおける求心力を増している状況で、日本がアジアにおける強い影響力を維持していくためには、戦略的に国際会議を誘致し、国際社会におけるイニシアティブを発揮していくことの重要性は増していると考えられる。

第 3 に、国際会議の招致が、日本の文化を啓蒙し、日本に対する理解と尊敬をえていくために有効であると考えられることにある。現在、日本経済は中国等のアジア中進国の台頭によって産業空洞化が進み、日本製品の国際競争力が低下している。低賃金を背

景に、低価格を武器として競争力を増しているアジア中進国の製品に対して、日本の産業が生き残っていくためには、イタリアの中小企業が行っているような製品の高級化と差別化を進めることが必要となる。このような高級化・差別化された財の市場を創造し、国際市場での競争力を得ていくためには、フランスおよびイタリアの例に見られるような文化的影響力を拡大していくことが有効となる。国際会議場は、この文化的影響力の拡大を進める上で重要な役割を果たすことができると考えられる。特に、日本文化の中心である京都で国際会議を開催することは、日本文化の美を世界の人々に理解して頂く上で最も有効である。もちろん、単に国際会議を京都で開催するのみでは、その効果は十分なものとは言えず、システムの整備を図っていく必要がある。その一つは、日本文化の国際交流を進めている国際的な文化ネットワークの核としての役割を果たしていくことも必要となろう。

4.2 国際会議招致戦略

国際会議の招致が、国レベルおよび地域レベルで多大な社会的・経済的利益をもたらすことはすでに述べた。この点を考えると、国際会議の招致に関して、国及び自治体が国際会議場と協力関係を結ぶ必要性は大きいと言えよう。このような観点から、会議主催者に対して自治体が会議場使用料の補助をすでに行っているケースも少なくない。会議場使用料金を、他国における使用料金と照らし合わせながら戦略的に決定していくことはこれからも必要であり、その際に国および自治体が財政負担を受け入れる根拠も存在すると考えられる。しかしながら、価格面で競争力を向上させることと並んで、国際会議場が国際会議の招致に向けての戦略を検討していく必要性は大きい。ここでは、会議招致のための戦略を提案する。

(1) 会議開催団体とのネットワーク構築

会議招致を行うための重要なポイントは、会議開催団体に関する情報収集能力を高め、会議開催情報をいち早く入手することにある。このために、国際会議場の Web サイトを充実させながら、タイムリーに国際会議場ニュースレターを発行し、e-mail 等で会議場情報を発信すると共に、国内、国外の諸団体と連携しながら国際会議場がイベントを共同開催していくことも考えられる。例えば、国際的な文化交流ネットワークの団体と文化フェスティバルを開催し、国際的な知名度および協力関係を強化していくこともあり得よう。基本的には、会議開催可能性のある諸団体との人的ネットワークを強化するためのスタッフの強化および手法を模索し、諸団体の活動を活性化させるためのノウハウを提供したり、コーディネーション機能を提供したりしていくことが、国際会議場に対する信頼を醸成し、情報収集能力を高め、会議招致の可能性を高めることに繋がっていくと考えられる。

(2) 情報発信機能の強化

会議主催者が会議成果を発信し、国際社会全体で会議成果を共有できるようにサポートすることが、国際会議場の提供するサービスとして重要性を増すと考えられる。そのため、各ホールに遠隔操作可能な、固定式高性能デジタルビデオカメラとデジタルカメラを設置し、会議内容を録画、記録できるようにする。このようなシステムは遠隔室から専属の技術者が操作し、高い芸術性を求められる映像作成まで可能なものとする。会議終了後、会議主催者は撮影映像および写真を会議プロシーディングとして発売できるようにする。多くの場合、会議主催者はこのような映像撮影を必要に応じて専門の会社に委託するが、会議毎に異なった会社が異なったシステムを持ち込み、コスト増を招いているケースが多い。ホールの中に複数のビデオカメラを設置し、遠隔操作で異なったアングルの映像を撮影できるようにすれば、高品質の映像資料を低コストで作成できるようになる。また、会議によっては、会議関係者が、一般のホームビデオおよび普及型のデジタルカメラで会議記録を撮り、会議終了後に資料として使おうとしても、映像の質が低いために使いものにならないケースがしばしば起きている。このような場合に、会議記録を質の高い記録として残してほしいというニーズは大きいと言えよう。

上述のシステムは、リアルタイムで会議情報を国際社会に対して発信する上でも有効なシステムと言える。現在、映像データをインターネット上で発信する技術は進んでおり、学術、政治および社会性の高い会議情報のみならず、文化イベントおよびエンターテインメントのための会議場使用をも増大させると期待できる。

(3) 戦略的な価格設定と地域連携

国際会議の招致が、地域経済に多大な貢献を行うことはすでに示した。これは、会議招致のために、地域経済全体である程度の費用負担を行っても、それを上回る利益を生み出すことが可能であることを示している。会議招致で重要な役割を果たすのが、会議場使用料金の設定と参加者を迎える環境の整備である。使用料金に対して自治体が補助金を支出することも検討される必要がある。ホテル利用料金についても会議参加者割引を行うことも必要である。

京都の場合、歴史と伝統文化という他の都市には無い得難い資産を有しており、参加者を惹きつける魅力を十分に有していると言えるが、このような資産を有効に会議招致に結びつけるシステムが存在していない。一つの具体案として、会議開催中に、国際会議場で邦楽演奏、茶道、華道のデモンストレーション、京都伝統工芸の展示・販売を継続的に行えるようなシステム作りを検討することがあろう。京都の芸術家の水準は日本でもトップクラスにあり、一流の技を参加者に披露することは、京都文化および日本文化を世界にアピールする重要な機会である。京都の芸術家の層は厚く、交通費および若干のギャラ程度で協力を期待できる芸術家も少なくない。自治体が芸術振興と京都のア

ピールのために、このようなシステムに支出を行うことを検討する必要があると考えられる。

5. 諸外国の国際会議場戦略

本節では、世界で最も多くの国際会議を開催しているパリ国際会議場を紹介し、国際会議場の方向性について検討する。世界の諸国際会議場の詳細については、梅澤(1989)で丁寧な解説がなされており、そちらを参照して頂きたい。本節では、網羅的に世界の国際会議場を解説することを目的とせず、世界の先端的会議場がどのようなコンセプトで国際会議場の方向性を考えているかについて検討を行う。

5.1 パリ国際会議場

パリ国際会議場(Le Palais des Congres de Paris)は、年間 2000 以上のイベントが開催され、1100 万人以上が利用、400 以上の商業的および公的ショーが開催され、140 の国際会議を含む 360 の会議が開催されている世界でトップレベルにある国際会議場である(数値は2000年度実績)。パリ国際会議場は、1974年から営業を開始したポルトマイヨビル(Porte Maillot)の責任主管であるパリ商業・産業室(Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris:CCIP)が99%出資して設立された子会社であるパリ国際会議場開発会社(Societe D'Exploitation du Palais des Congres de Paris:SEPCP)によって運営されている。従業員数は200名を超え、320万ユーロ(約4億円)の資本金を有している。世界の代表的な115の会議場をメンバーとした国際会議場協会(The International Association of Congress Center:AIPC:日本では国立京都国際会館が唯一メンバーとなっている)の前協会長がパリ国際会議場から出ている点を考えても、世界における地位を理解することができる。

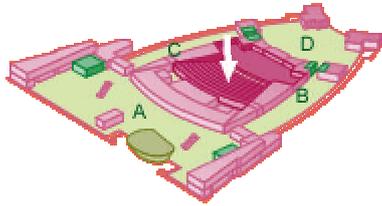
a. 施設規模³

地下1階地上4階建てであり、ホテルと隣接している。施設概要は次のようである。

円形劇場	客席数	階
Grand Amphithéâtre	3723	1 and 2
Amphithéâtre Bleu	826	2
Amphithéâtre Bordeaux	650	3
Amphithéâtre Havane	400	3

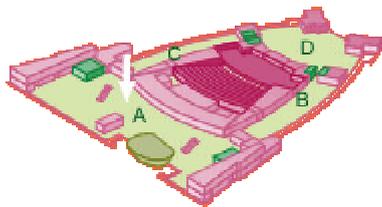
³ 本項で用いている図および写真は、パリ国際会議場の許諾を得て、パリ国際会議場のホームページ(<http://www.palaisdescongres-paris.com/>)から転載している。

Grand Amphithéâtre



展示会場	面積	階
Hall Passy	4 940 m2	1
Hall Ternes	2 300 m2	1
Hall Paris	1 100 m2	1
Hall Neuilly	1 100 m2	1
Hall Maillot	5 540 m2	2
Hall Havane	1 940 m2	3
Hall Bordeaux	1 060 m2	3

A Hall Passy



会議室	部屋数
120 seats	10
220 seats	6
280 seats	1
380 seats	3
Salle Passy	1
Salle Maillot	1

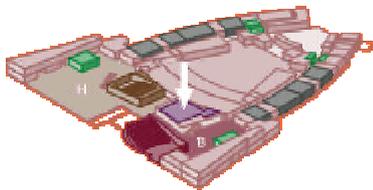


小会議室	部屋数
20 person	30
40 person	20
50 person	20



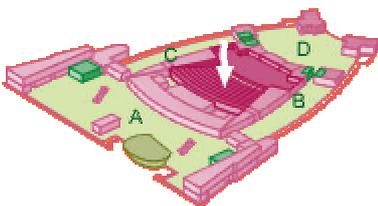
スタジオ	面積
Stage A	300 m ²
Stage B	30 m ²

 Grand Palais Images



大講堂	収容人数
Grand Amphithéâtre	3800
Amphithéâtre Bordeaux	650

 Grand Amphithéâtre



b. 主要設備

通信・ネットワーク

- ・ IP アドレスの供与
- ・ アドレスのグループ化
- ・ インターネットへの接続
- ・ Web 会議
- ・ 会議参加者に対する電子メールアドレスの付与

- ・電子メールサーバーの供与
- ・インターネットカフェの設置
ビデオ情報の配信
- ・テレビ情報の受信設備
- ・無線設備
- ・ビデオネットワーク(multipoint internal video network)
音響映像サービス
- ・スライド投影
- ・ビデオ装置
- ・カメラ設備、録画録音施設、ビデオ会議放送設備
- ・録画・録音編集設備
- ・映画投影設備
- ・ビデオ情報配信設備
- ・サウンドシステム
- ・同時通訳システム
- ・放送システム
劇場施設
- ・劇場用技術者（舞台係、大道具、音響係、電気係）
- ・ステージ係（ステージマネジャー、音響マネジャー、照明マネジャー）

c . パリ国際会議場の優位性

パリ国際会議場が何故世界で最も多くの国際会議を招致できているのかを検討する。パリ国際会議場の優位性は、次のような点にあると考えられる。

- 1 . 経験を積んだ有能なスタッフを200人以上抱えている
- 2 . 先端的大規模施設
- 3 . きめ細やかなロジスティック支援体制
- 4 . パリの持つ魅力と好立地条件
- 5 . 蓄積された実績と高い信頼
- 6 . 高級な文化的イベントと高度な情報発信機能を通じた広報効果
- 7 . 高度で洗練されたweb サイト
- 8 . 附設された利便性の高い宿泊施設とショッピングモール

日本の国際会議場と比して、決定的な違いはスタッフの豊富さにあると考えられる。日

本でこれだけのスタッフを擁する会議場はなく、最大のスタッフ数を有している東京国際フォーラムで約70名、国立京都国際会館では約40名となっている。もちろん膨大なイベントと会議を経験してきたことによるノウハウの蓄積が重要であるが、それ以上に、スタッフがかなり創造的な役割を果たしている点に注目すべきであろう。その中心となるのがイベント・会議のプロデュースである。ウェブサイトを経由したコンサルティングを通じてマーケットを全世界に拡げ、世界の様々な組織と連携を取り合いながらイベント・会議を創造している。このような創造的な役割は、単に施設に資金を投下したらからといって成功するものではなく、世界レベルにおける諸機関との交流および連携、マーケティング戦略の研究、人材の教育と訓練、組織内でのノウハウの共有化システムが必要となっている。パリ国際会議場は、国際会議場協会の機能を有効に利用しながら人的な能力を蓄積し、会議場の情報発信機能とプロデュース機能を強化していると言えよう。

6．結語

日本の経済的地位を再浮上させる鍵は、知識集約型、高付加価値産業の発展であり、消費者の人生を豊かにできる差別化され、高級化された財・サービスを生産していくことにある。このような産業の発展にとって必要な社会資本は、これまでのような道路・橋といったものだけではなく、情報発信および情報収集のネクサス（結節点）となり、経済および社会の発展のためのコーディネーター機能を発揮する国際会議場と言えよう。また、高級化および差別化された財を生産する時には、生産における投入要素として文化は重要な意味を持つことになり、グローバル市場における文化的影響力を拡大するための仕掛けが必要となってくる。この意味でも、国際会議場は文化発信機能を十全に発揮していく必要がある。経済停滞からの脱出が危急の課題となり、長期的な経済発展のビジョンを国民に対して明確に示していくために、国際会議場機能の再構築と発展のための具体的プランを一刻も早く全国民に提示していく必要がある。

参考文献

- 伊多波 良雄、2000、『これからの政策評価システム』、中央経済社
梅澤 忠雄、1989、『増補 コンベンション都市戦略』、日本地域社会研究所