

2018年度【第8回】学生観光論文コンテスト

テーマC：我が国の MICE(マイス)競争力強化に向けて、私の提案

大学 MICE 教育の課題

～世界に負けない MICE 人材育成の在り方～

桜美林大学

ビジネスマネジメント学群 渡邊康洋ゼミ

須藤 正美

百花 朗生

<目次>

はじめに.....	2
第1章	2
1-1 研究の目的.....	2
1-2 研究の意義.....	3
1-3 研究方法.....	4
1-3-1 日本の大学の MICE 教育	4
1-3-2 海外の場合	5
第2章 先行研究	6
第3章 MICEの概要とその意義	7
第4章 MICE教育の現状	9
4-1 日本の大学.....	10
4-2 海外の大学.....	11
第5章 分析	12
5-1 インプット型講義とアウトプット型講義.....	12
5-2 MICE関連講義の内容の分類.....	13
5-3 日本と海外の学部の数の違い.....	14
5-3-1 大学の中で観光系学部が占める割合.....	14
5-3-2 観光系学部の中で MICE 関連の学部が占める割合.....	15
第6章 考察	15
第7章 学生が望むMICE教育とは	17
参考文献	18
別紙付録 調査対象大学一覧 (国内・海外)	

はじめに

今回の学生観光論文コンテストでは「我が国の MICE 競争力強化に向けて、私の提案」がテーマとなっている。私たち観光を学ぶ学生にとっても、MICE は詳しくはよく分からないものの、大変関心のある分野であるため、現在の MICE 教育がどのように行われているかについて調査し、将来あるべき日本の MICE 教育の姿を考えた。

「観光先進国」への新たな国づくりに向けて、平成 28 年 3 月 30 日、政府は『明日の日本を支える観光ビジョン』¹を策定した。訪日外国人を 2020 年までに 4000 万人誘致するなど、新たな目標に向かって進んでいる。また、観光立国基本計画では日本はアジア主要国での国際会議件数の 3 割の開催を目指すとしている。これらの目標を達成するため、政府の政策のひとつに MICE 誘致の促進がある。この計画には、誘致活動や MICE 施設の整備はもちろんだが、MICE 産業を支える人材の確保も重要だ。しかし、人材の育成といっても短期間で行うことは困難である。したがって、大学をはじめとする教育機関で、実践的に MICE の仕事を学び、それを活かすことができる人材の育成が求められる。

以上のことから日本の MICE 競争力強化には大学での MICE 教育が重要であると考え、日本の大学における MICE 教育の現状を分析し、これからの MICE 人材育成の在り方を論じていく。

第 1 章

1-1 研究の目的

この研究では、日本の大学での観光教育における MICE に関連した講義の提供状況を調べ、それらを海外の大学の状況と比べて、どのような差異があるかを明らかにする。おそらく差異といっても、MICE 振興の歴史が浅い日本の MICE 教育は海外と比べて先進的ではないことが予想される。

MICE が日本の観光界で取り沙汰されるようになったのは 21 世紀に入ってしばらく経ってからである。2008 年に観光庁が発足し、日本が観光立国を目指すようになり、観光の効用が語られるようになった。特に、観光の経済効果については社会の関心を大きく集め、少子高齢化が進む日本において、大いに期待されている。

その中でも、ビジネス旅行である MICE に参加する旅行者は、図 2 でも示したように消費額が大きいので、世界各国はこぞって MICE 旅行を誘致しようと画策している。世界的な MICE 競争が起きているといえる。

当然のことだが、ビジネスの拡大には、その分野に精通した人材が必要である。したがって、もし国が MICE を振興するのであれば、MICE 人材の育成が求められる。教育は社会の根幹であ

¹ 観光庁『明日の日本を支える観光ビジョン』

り、ビジネスの原動力である。

果たして、日本の大学は MICE 拡大に資する人材を送り出せているのだろうか。MICE ビジネスを知り、運用するための実践的スキルを教える体制を大学は備えているのかを明らかにする。

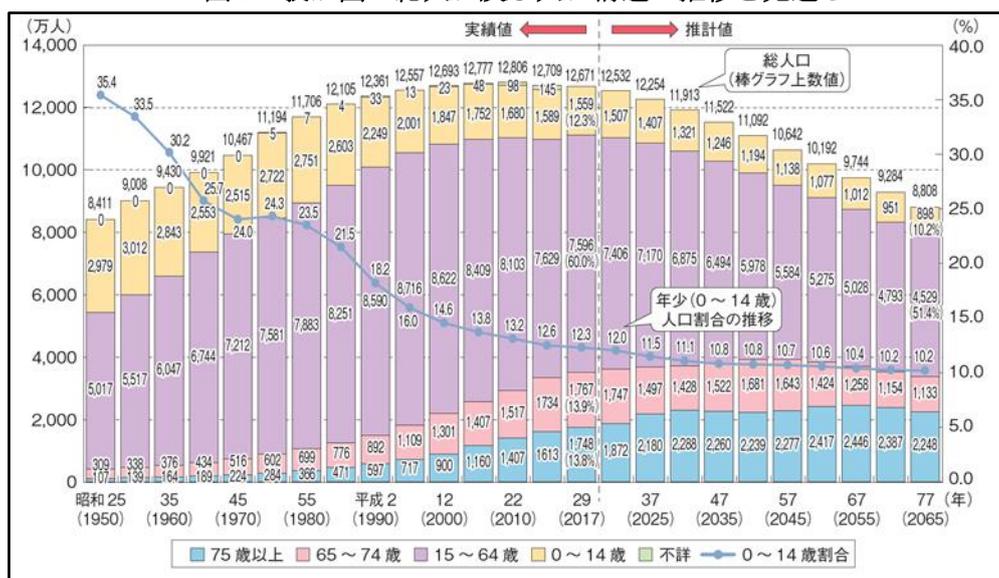
同様に、MICE 先進国である世界の国々はどうだろうか。海外の大学についても、どのような MICE 教育が行われているかを調査する。そして、日本と海外との MICE 教育の違いを明らかにし、もし、日本の教育に不足があるとしたら、それはどのような内容の不足なのか、また、海外の大学ではどのような優れた MICE 講義を提供しているのかを提示する。

違いを明らかにして提示することにより、これからの日本の大学における MICE 教育が具体的にどのような内容の講義を実施していくべきなのか、その方向性を提示する。これにより、日本の MICE 教育の質的向上が図れるような環境づくりに貢献することが本研究の目的である。

1-2 研究の意義

日本は少子高齢化が進んでいる。図 1 に示されているように少子高齢化は深刻で、2025 年には総人口の約 30.5%と、およそ 3 人に 1 人が 65 歳以上になると見込まれる。少子高齢化は社会の活力を減少させる原因である。

図 1 我が国の総人口及び人口構造の推移と見通し



出典：内閣府 平成 30 年版 少子化社会対策白書

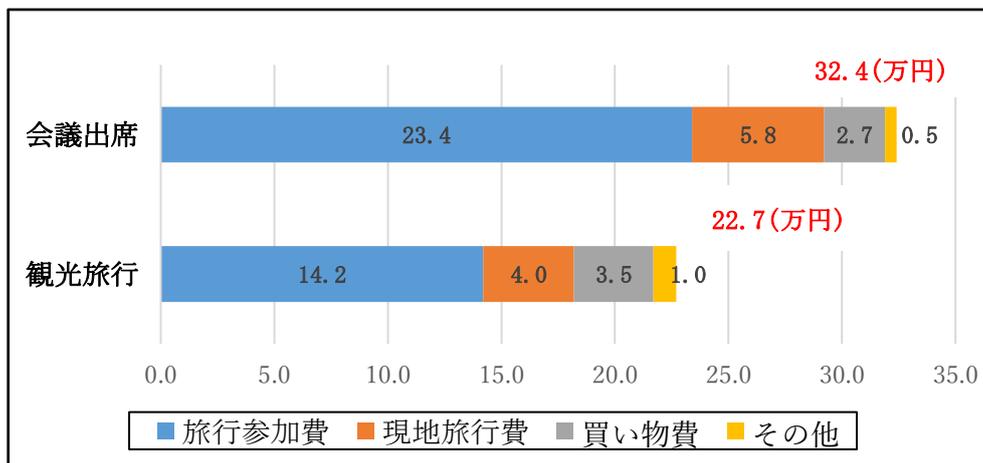
一方、観光の経済効果は大きい。「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」²によると 2015 年の観光消費額 25.5 兆円がもたらす経済波及効果を産業連関表によって推計すると、生産波及効果で 52.1 兆円、付加価値効果で 25.8 兆円という規模になる。加えて、雇用効果は 440 万人と我が国の総雇用の 6.7%を占める。また、海外旅行の例ではあるが、図 2 に示した通り、一般観光客よりもビジネス客の方が消費額が大きい。このため観光の経済効果を拡大するためには、ビジネス

² 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(2017.3)

客の取り込むことが重要であるといわれている。特に MICE は、旅行会社やイベント会社などの企業がマーケットに働きかけて需要を作り出すことも可能であるため、法人旅行の中では重要な役割を担っている。

本研究は、より効果的な MICE 教育を実施するための方向性を示すものであり、少子高齢化が課題である日本社会の解決策に貢献するという意義も持つ。

図 2 旅行目的別 旅行費用 (2017 年)



出典：JTB 総合研究所「海外旅行実態調査」(2018.7)より著者作成

1-3 研究方法

まず、日本の大学の MICE 教育の現状を調査した。それを海外の大学の MICE 教育と比較した。そこで本節では、日本と海外の大学の MICE 教育の現状を把握する方法について述べる。

1-3-1 日本の大学の MICE 教育

大学の MICE 教育の把握方法として、講義名と講義内容から MICE 教育の内容を抽出し、その結果を現状とみなすことにする。

① 調査対象

MICE 関連の講義の提供状況は下記の大学を調査対象とした。

- ・日本旅行業協会「数字が語る旅行業 2018」、のうち「観光学及び隣接分野を学ぶ大学リスト」に掲載されている各大学
- ・著者の所属である桜美林大学
- ・イベントプロデュース学科を持つ東京富士大学

② 抽出方法

各大学のホームページから MICE 関連の講義の実施有無を下記の手順で検索した。

- ・各大学内のシラバスを参照し講義を検索した。
- ・シラバスの検索画面(図 3)の下方にあるキーワード検索で、順に“MICE”、“コンベンション”、“イベント”と入力

なお、概ね講義の回数は全 15 回であるが、その中の数回だけしか MICE 関連の講義をしていない場合は標本とせず、各回で実施している講義のみに限定した。

図 3 桜美林大学のシラバス検索画面例（桜美林大学の場合）

シラバス検索	
下記フォームに検索したい語句を入力の上、最後に「検索」ボタンを押してください。	
開講年度	2018 年度▽
開講学期	春学期▽
授業コード	<input type="text"/> 例：20000
科目	<input type="text"/> 例：キリスト教入門
担当教員	<input type="text"/> 例：桜美林 太郎
キーワード	<input type="text"/> 例：キリスト教 聖書

出典：桜美林大学シラバス検索ページを参考に著者作成

1-3-2 海外の場合

日本の調査方法と同様、海外の大学についても各大学の講義計画の内容を参照した。

① 調査対象国の選定

調査にあたり、まずどの国の大学を調査するのか決定する必要がある。多くの会議等が開催される国では、MICE 教育が進んでいるであろうとの想定に基づき、2017 年の国際会議開催件数³で日本を除く上位 10 か国を抽出した。

② 抽出方法

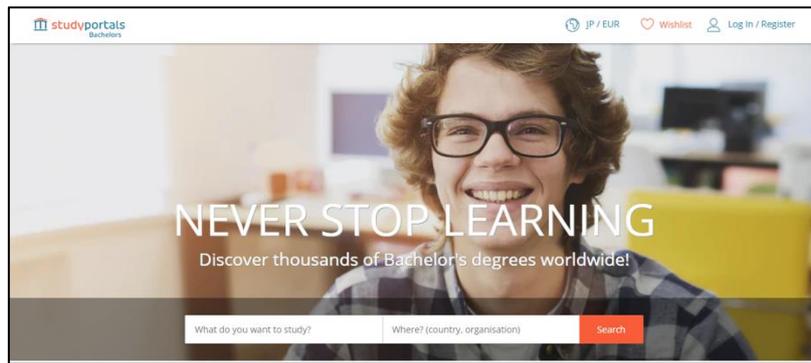
- 抽出した国の中で、どの大学を選定するかにあたっては、海外の教育機関や学部を検索できるサイト、“Hot courses International”⁴ と “Study portals”⁵ を利用した。
- 選出された各大学のホームページ内では、海外の大学の多くに用いられている「Event Management」のキーワードで講義を検索し、その検索結果を標本とした。
- 偏りのない、広範な検索を行うために、これらふたつの検索サイトを利用した。
- しかし、スペイン、イタリア、フランス、オランダ、ポルトガルに関しては、“Event Management”で検索結果が表示されなかったため、“Tourism & Leisure”で再検索したものを採用した。
- 検索の後には、各大学の授業検索システムを用いて MICE に関する授業の有無を調査した。
- 日本と同様、検索ワードは順番に “MICE”、“convention”、“conference”、“event” と入力

³ ICCA "2017 ICCA Statistics "

⁴ " Hot courses International " <https://www.hotcoursesabroad.com/>

⁵ " Study portals " <https://www.studyportals.com/>

図 4 Study portals の検索画面 例



出典：Study portals

以上の調査方法に基づき、各国、各大学における MICE 関連の講義の開講状況を調査した。これらの分析については第 4 章に示す。

第 2 章 先行研究

本章では、当研究テーマである「大学の MICE 教育の課題」に関連した先行研究について述べる。MICE による経済効果や地方への MICE 誘致策に関する研究は、多くの研究者により発表されているが、MICE を支える人材の確保、育成に焦点を当てた研究は少ない。そのため、本章では日本の MICE 事業全般について述べている先行研究から人材育成に関して記載されているものを紹介する。

宍戸(2017)は『国際観光コンベンションフォーラム 2017 in 新潟 地域の魅力で MICE を創造で！』⁶ で、MICE に関する学習について述べている。自身が勉強をしていた際、コンベンションに係るいくつかの教材は出ていたものの、MICE を統括的に捉えた教材はなかったと述べた。MICE に携わる人材を育成する、人材育成論が言われているが、初学者は何を身につけなければならないのか、明確に理解できていないことに疑問を抱いた。教える側と教わる側の両者が、お互いに必要なスキルを理解しているのか定かではないと考え、きちんとした「カリキュラム」の作成が不可欠であると言及している。宍戸は内在化しているものを、どういう形で伝えていくべきかを重点に置きつつ、MICE 人材育成教育には、産学が一緒になって、官も含めてやる必要があると主張している。

浅井(2012)は『求められる MICE 事業の未来を担う人材育成』⁷ で、MICE は①ハード(宿泊施設、コンベンション・センター、空港、道路、アクセス、交通網等)、②ソフト(規則、ルール、運営マニュアル、プロセス)、③ヒューマン(人材)の三つの視点から捉えなければならず、MICE を開

⁶ 日本コンベンション研究会『国際観光コンベンションフォーラム 2017 in 新潟 地域の魅力で MICE を創造で！』(2017)

⁷ 立教大学観光研究所ニューズレター観光研究所だより『求められる MICE 事業の未来を担う人材育成』(2012)

催す際は、受け入れる側にも受け入れられる側にもプロフェッショナルな人材が必要だと述べている。また、MICE 産業における関連団体の一番大きな役割は Education(教育)にあるとも考えている。日本と海外の人材教育は異なり、日本企業では年度のジェネラリストの育成は出来ても、スペシャリストの育成にまでは及んでいない。そのため、通年で数々のセミナーや勉強会を運営し、MICE 事業各分野のスペシャリストの育成を目指すべきであるとしている。

松尾(2014)は『2030年の観光産業を支えるコンベンションビジネス』⁸で、観光とMICEはノウハウについても共通する部分が多く、一般的に密接に関連していると考えられる傾向があるが、MICEにおいては、参加者が観光を行うまでに極めて多くの実施すべき事項があると述べている。国際会議の誘致活動や国際会議の参加者を増やすための広報等はMICE特有である。一般の観光振興に関わる業務の知識と比べて、MICEに関わる知識はより広く、深いものが要求される。すなわち、観光に熟知した者がコンベンションビジネスを行おうとしても容易ではない。つまり、MICEによって訪日客数を増加させるには、MICEに特化した人材の育成は不可欠であると言及している。

これらの先行研究では、MICE開催において、人材の育成は必要であるが、明確な教育方針がなく、効果的な人材育成ができていないことが明らかになっている。後述するが、MICE開催における業務内容は、単に会場の運営をするだけには留まらない。主催者への訪問や交渉、広報など、様々なステークホルダーとの結びつきによって成り立っている。だからこそ、大学でMICEに関する実践的な学習を提供すべきだと考えられる。

第3章 MICEの概要とその意義

そもそも日本にMICEの誘致をすることで何が得られるのだろうか。本章では、MICEの概要と意義、そして実際にMICEを開催にあたっての流れや業務内容について述べていく。

(1) MICEの概要

MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を取ったもので、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称である。(観光庁『MICEの意義』より)一般的に旅行業界では、MICEが目的の場合や日程に含まれる旅行をMICEと呼んでいる。

(2) 意義

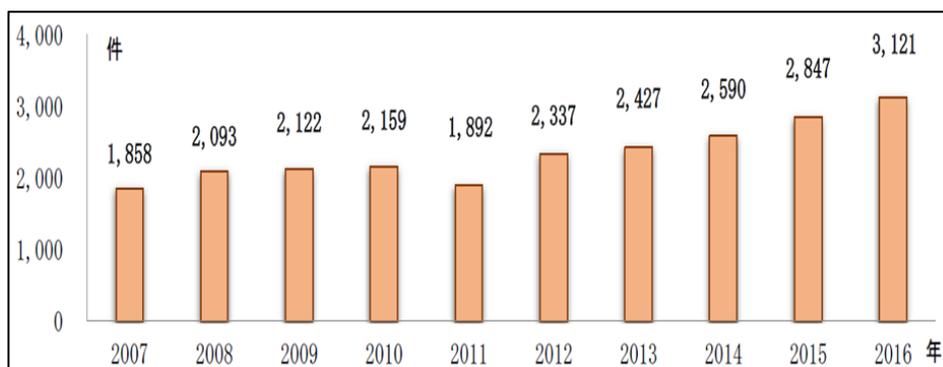
MICEの経済波及効果は非常に大きい。観光庁『国際MICEの経済波及効果 算出結果』⁹によ

⁸ 千葉商科大学 CUC view & vision 38, 24-30, 『2030年の観光産業を支えるコンベンションビジネス』(2014)

⁹ 観光庁 『国際MICEの経済波及効果 算出結果について』(平成28年開催分)

ると、主催者等負担分も含めた外国人参加者 1 人当たりの総消費額の平均は、約 33 万円と言われている。小規模な国際会議であっても、一般観光より多くの経済効果が得られる。地方で国際会議を誘致すれば、地域にも高い経済効果が得られ潤いが生まれる。これにより、地域の活性化にも繋がり、少子高齢化の影響を軽減することも可能である。また、現在、日本で開催される国際会議の数は増加していることから今後も成長の余地があるといえる。(図 5)

図 5 日本の国際会議開催件数 (2007 年～2016 年)



出典：日本政府観光局 2016 年の「日本の国際会議 開催件数」

(3) MICE 開催の流れと業務内容

では、実際に MICE に含まれる各催しは、発案からを開催するまで、どのような過程を辿るのであろうか。日本政府観光局(JNTO)『国際会議開催マニュアル(MICE 主催者向け)』によると MICE を運営する組織は主に、「財務・募金」、「プログラム」、「広報」、「登録」、「会場・当日運営」、「社交行事・接遇」、「展示」、「宿泊・旅行」、「編集・制作」に分けられる。(表 1)

表 1 MICE 開催における組織の業務内容

組織	主な業務内容
財務・募金	収支予算の編成、会計監査、寄附金・補助金対策
プログラム	日程の決定、主題の選定、座長の選任
広報	会議開催告知、関連団体との連絡、プレスリリース
登録	登録方法の決定、ネームカード作成、参加者リスト作成
会場・当日運営	会場の選定、会場使用計画、運営マニュアル作成
社交行事・接遇	招待者・VIP 選定、レセプション企画、救急対策
展示	展示場選定、出展募集計画、小間販売
宿泊・旅行	ホテル選定、輸送計画、テクニカルツアー計画
編集・制作	開催趣意書、ポスター設置、報告書、礼状・感謝状作成

出典：日本政府観光局『国際会議開催マニュアル(MICE 主催者向け)』より著者作成

また、松尾は MICE 業務に携わる人材に欠かせない能力として、次の 10 項目を挙げている。

- ① 動向を読む力と政策に振り回されない判断力
- ② 地域に実態、対象の組織、ステークホルダーを知る能力
- ③ インセンティブを創造できる能力
- ④ 簿記会計、経営知識と意思決定職
- ⑤ マーケティング能力、高いプレゼンスキル
- ⑥ 企画力、再構成能力
- ⑦ 危機管理能力、リスク分析能力
- ⑧ コスト管理、生産管理力
- ⑨ 過去にとらわれない強い臨機応変
- ⑩ 人材育成力を向上させる能力

この先も会議開催件数を伸ばしていきたい日本政府は、これらの能力を持つ人材を確保することが必要である。日本における MICE 教育の現状を次章で論じる。

第 4 章 MICE 教育の現状

この章では、MICE 教育の現状がどうなっているのか、日本と海外に分けて調査を行った結果について述べる。

4-1 日本の大学

第 1 章の 1-3 研究方法に基づいた調査をすると、全 116 校が該当した。その中の全 36 校、全 82 講義で MICE に関する内容の講義を実施していたことが分かった。前述したように本研究では調査結果をより具体的にするため、各回で MICE に関連した講義のみを採用し、数回だけしか行っていない講義は除外した。その結果、日本で MICE に特化した講義を提供している大学は全 20 校、全 23 講義であった。(表 2)

表2 日本で MICE に特化した講義を提供している大学名と講義名 (五十音順)

大学名	講義名
【国公立大学】	
首都大学東京	MICE (隔年開講予定 2017 年度開講)
名桜大学	国際コンベンションビジネス
【私立大学】	
跡見学園女子大学	コンベンション管理 (MICE) / 国際文化交流論
	イベント・コンベンション論
桜美林大学	イベント・コンベンション(MICE)
大阪国際大学	イベント実務論
大阪成蹊大学	MICE ビジネス論
九州産業大学	コンベンション事業論
京都外国語大学	イベント・プランニング
杏林大学	イベント・コンベンション論
淑徳大学	イベント・コンベンション産業論
西武文理大学	MICE ビジネス論
帝京大学	イベント・MICE 経営論
	MICE 論
帝京平成大学	MICE ビジネス
東京富士大学	観光・コンベンションイベント
東洋大学	コンベンション論
新潟経営大学	地域とイベント
明海大学	ホスピタリティ・ツーリズム産業研究 E (MICE)
安田女子大学	イベント・コンベンション事業論
横浜商科大学	学科特論(観)A [実践 MICE 講座]
	MICE 論
	国際的 MICE の誘致・運営研究・国際ホテル計画論 II
立教大学	MICE の理論と実践

出典：各大学のシラバスを基に著者作成

MICE に特化した講義を提供している大学の割合は全体のわずか 17%である。昨今、観光系学部を持つ大学は全国に増えているが、MICE に特化した講義の数は多くない。

4-2 海外の大学

日本を除く国際会議開催件数上位の国、10ヶ国を調べると全57校、全237講義が該当した。
(1-3 研究方法で述べた方法による。)

表3 国際会議上位国におけるMICE関連講義の調査結果(上位順)

順位	国名	大学数	講義数
1	アメリカ	30	122
2	ドイツ	1	6
3	イギリス (※ロンドン)	6	60
4	スペイン	6	8
5	イタリア	1	2
6	フランス	1	0
(日本)			
8	中国 PR	1	0
9	カナダ	9	39
10	オランダ	1	0
11	ポルトガル	1	0
合計		57	237

出典：ICCA 国際会議開催件数2017と各大学の講義内容を基に著者作成

講義数では、会議開催件数1位であるアメリカに集中している。イギリスは、ロンドンだけの調査であったが、アメリカに次いで多い。特徴として1つの大学に複数のMICE関連講義が開講されている。なお、海外の大学ではMICEという言葉がほとんど使われておらず、全237のうち、MICEという言葉が使われていたのは、7講義(アメリカ：2、イギリス：2、スペイン：2、カナダ：1)だけであった。

表4 海外の大学でMICEという言葉を含んでいた講義一覧

国名	大学名	講義名
U.S.A	University of Missouri	Fundamentals of Conference and Events Industry
	Kendall College	(※1)
U.K	University of Greenwich	Strategic Management of Corporate Events
	University of Westminster	Meetings, Incentives, Conferences and Events (MICE)
Spain	University of Barcelona	Management of Event Business
	Ramon Llull University	Events Management
Canada	George Brown College	Special Event Planning and Delivery (※2)

※1 1つのコースとして設けられていた。

※2 MICEではなく、meeting, expositions, events, and conventions(MEEC)と記載されていた。

第5章 分析

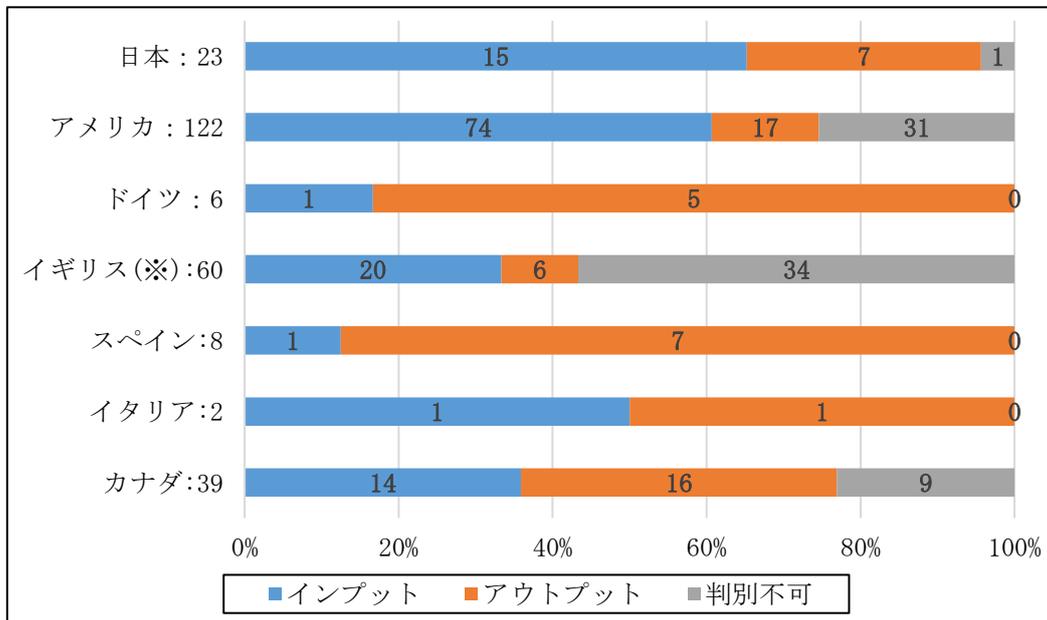
4章では、調査結果について述べた。この調査結果を更に細かく分析するため、本章では3つの視点から MICE 教育の特徴や日本と海外の差異を見ていく。

5-1 インプット型講義とアウトプット型講義

まず、MICE に関連する講義を2つのパターンに分類した。1つ目が MICE について座学で学ぶ「インプット型」、もう1つは、座学で学んだ企画立案方法や運営管理を活かし、実際に企画を作成・発表、ワークショップや職業体験等を通じて学ぶ「アウトプット型」である。

結果は以下の通りである。(図6、図7)

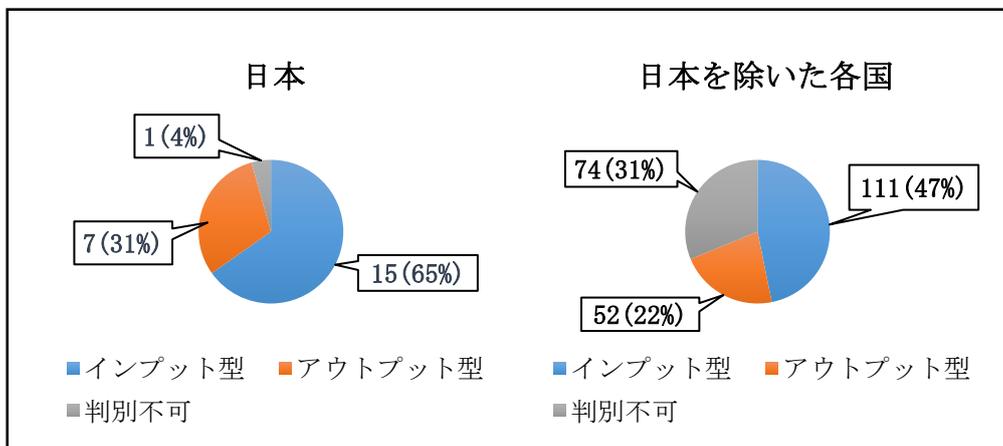
図6 各国の MICE 教育におけるインプット型とアウトプット型の比較



※ イギリスはロンドン市内の学校の数を用いた(図8も同様)

※ 講義数が0であった中国、オランダ、ポルトガルは除外した

図7 日本と各国のインプット型とアウトプット型の比較



日本の大学ではインプット型が6割以上を占めている。多くの講義でインプット型で学んだことを実践する機会が設けられていない。海外では、アメリカも日本同様、インプット型の割合が高いが、全ての講義情報が詳細に記載していたわけではないため、このような結果になったとも推測できる。一方でドイツ、スペイン、カナダは、アウトプット型の比率が高い。日本では見られなかったワークショップ型の講義や就業体験があった。

5-2 MICE 関連講義の内容の分類

次に各講義の内容について分析する。3章で述べたMICEを運営する組織の業務内容に基づき、それぞれ「概論」と「技術論」に分け、以下の9項目に分類した。(表5)

表5 MICE 関連講義の分類

	日本	海外
概論	概論	Introduction・Fundamental
技術論	スポンサー募集・宣伝	Sponsor・Promotion
	財務	Finance
	運営・企画	Operation・Design
	マーケティング	Marketing
	飲食・宿泊	Food & Beverage・Catering・Hotel
	戦略	Strategic
	危機管理	Risk Management
	その他	

出典：各大学の講義内容等を基に著者作成

前述したように海外の大学によっては、詳細な情報が出ていない場合もあるため、キーワードを参考に講義名や講義内容を参照し分類、比較を行った。(図8)なお、海外の大学については、図6の中で特に講義数が多かったアメリカ、イギリス、カナダに限定した。

図8 各国のMICE教育の講義内容

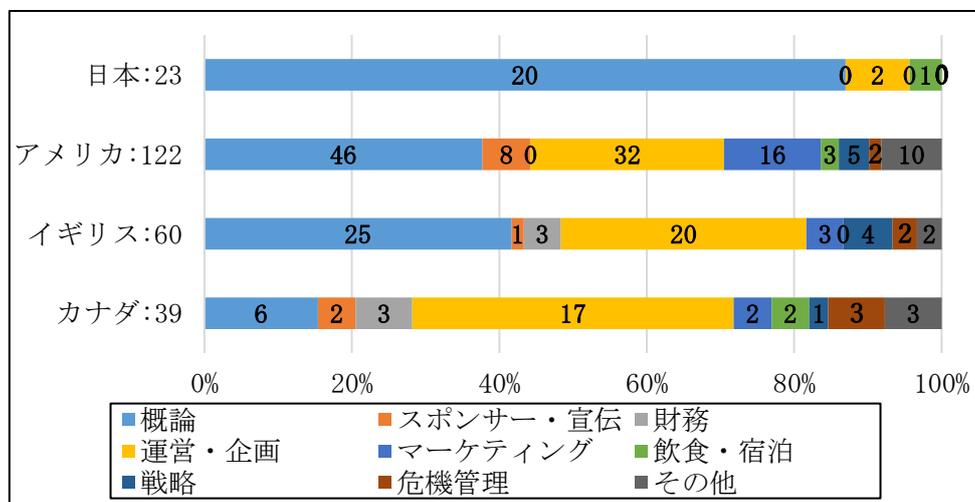


図 8 から、日本では概論に関する割合が極めて高いことが分かる。基本的な学習に特化しているといえる。反対に、アメリカも概論の割合は高いものの、運営・企画も高い。また、海外では日本にはない戦略や危機管理の分野もあり、幅広くカバーされている。

5-3 日本と海外の学部の数の違い

ここまで、講義形態と内容を見てきたが、MICE 関連の講義を扱う学部学科の数に差があるのではないと推測し分析を行った。

5-3-1 大学の中で観光系学部が占める割合

大学における観光系学部の割合について調査した。その結果、日本における観光系学部の割合は 43.5% であると判明した。一方、海外の国々は 1~6% であることから、観光系学部を持っている割合は日本の方が高い。

表 6 大学における観光系学部の割合

国名	大学数	観光系学部	割合
日本	768	334	43.5%
アメリカ	64,984	1,909	2.9%
ドイツ	442	16	3.6%
イギリス	17,870	867	4.9%
スペイン	374	23	6.1%
イタリア	159	4	2.5%
フランス	132	4	3.0%
中国	463	6	1.3%
カナダ	3,860	91	2.4%
オランダ	401	26	6.5%
ポルトガル	127	3	2.4%

※ 日本は旺文社 『2018 年度 日本の大学データ』の「社会学・観光学・メディア学」の学科数を参照

※ 海外の国々は " Study portals " の " Hospitality, Leisure & sports " の数を参照

5-3-2 観光系学部の中で MICE 関連の学部が占める割合

次に、観光系学部におけるイベントマネジメントコースの割合を調査した。表 7 とは対照的に 0.3%と最も割合が低い。観光系の学部の数は多くても、イベントマネジメント、すなわち、MICE に関連する学部そのものが少ないことが明らかである。

表 7 観光系学部におけるイベントマネジメントコースの割合

国名	観光系学部	イベントマネジメント コース	割合
日本	334	1	0.3%
アメリカ	1,909	52	2.7%
ドイツ	16	3	18.8%
イギリス	867	99	11.4%
スペイン	23	6	26.1%
イタリア	4	1	25.0%
フランス	4	1	25.0%
中国	6	1	16.7%
カナダ	91	6	6.6%
オランダ	26	1	3.8%
ポルトガル	3	1	33.3%

※ 海外の国々は "Hospitality, Leisure & sports" のうち、"Event Management" の割合を算出

※ スペイン、イタリア、フランス、オランダ、ポルトガルは表 4 の大学数から算出

第 6 章 考察

本研究は、我が国の将来に大きな影響力を持つ MICE の拡大のためには、MICE の知見や運営技術などを持った人材が必須であるという立場のもとで、現在の日本の大学 MICE 教育が、他国と比べてどのような状況にあるかを明らかにしようとしている。そして、日本の MICE 教育が、MICE 発展のために海外の MICE 教育から学ぶ点があるとすれば、それはどのような内容であるのかを見極めることが目的である。

4 章では、世界の MICE 開催ランキング上位国に所在する大学と、日本の大学の主に観光系学部における MICE をテーマとした講義の開講状況を明らかにした。そして、5 章では、抽出された、日本の MICE 系講義 23 件と、海外の MICE 系講義 237 件を 3 つの視点から分析した。1 つ目は講義の形態が受動的、能動的のどちらの講義が中心か、2 つ目は講義内容が、概論的な内容か、MICE 運営に関わる技術的な内容を調査した。そして、3 つ目に、そもそも日本には東京富士大学のイベントプロデュース学科にしかない MICE に特化した学部（イベントマネジメント等）の割合を見た。

これらの調査分析結果から以下のことが考察される。

(1) 日本の大学で MICE 関連の講義を開講している大学は少ない

本調査で、MICE に特化した講義は、全大学中 20 校だけであり、割合ではわずか 17%である。観光系学部はあっても MICE に関する講義を開講している大学が少ない。また、MICE に特化した学部の設置率も極めて低い。日本は MICE 先進国と比べて、MICE の重要性が認識されていない状況もしくは、MICE の促進のために、人材が重要であるとの認識が不足している可能性も考えられる。

いずれも、MICE の拡大を国の活力につなげていく目標にとって望ましくない認識であり、日本の大学教育の課題であるといえる。

(2) 日本の大学の MICE 授業はほとんどが、学生が受け身である講義形式であるのに対し、他国では、学生が主体的に活動するアクティブな授業の比率が高い

日本の MICE 関連講義の大多数が、インプット型である。唯一、杏林大学で開校されている「イベント・コンベンション論」では初回のオリエンテーションを除く、各回で企画トレーニングが実施されていた。一方、海外ではワークショップ型の講義や就業体験があり、実践的な学びの場が提供されている。

これらのことから日本と海外とで教育方針や思考の違いがあるといえる。

(3) 日本の大学における MICE 教育のほとんどが、その概論を教える講義である

MICE 系講義を開講している大学はあるものの、内容は、「MICE とはどのようなものか」、「MICE にはどのような効用があるか」など、いわゆる概論に終始しているものがほとんどである。このことが示唆することは、概ね 2 つあると思われる。1 つは、大学側が概論だけではなく、MICE の技術的な内容の必要性を認め、その講義を開講しようとしても、その内容を教育できる指導者がいないため、開講できない状況であることである。もう 1 つは、大学側にどのような MICE 技術をテーマとした講義を開講すべきかが現実的に判断できない状況にあることである。

これらの課題の解決には、産官学の密接な情報共有が求められる。官が示す日本の MICE の方向性を産業がどのように具現化していくのかを提示し、それを大学側が受け止め、産業と共同の上で MICE 教育を実現していくことが要求される。

第7章 私たち学生の望む MICE 教育とは

ここまで、あらゆる視点から MICE の教育環境についてみてきたが、日本は先進国と比べ、学びの場が十分に設けられているとは言い難い。そのため、今後の日本における MICE 事業に携わる人材を確保するため、学生の立場である著者が望む、この先大学が行うべき MICE 教育について以下の3つを提案する。

(1) 各大学で MICE 事業に精通した専門家による講義の実施

日本の大学での MICE 講義の少なさは MICE を教える教員の不足に起因している可能性がある。そのため、現役 MICE 業界従事者が、さらに人材育成の意識を持ち、テキストの作成や自ら積極的に教えるべきである。松尾（2014）も述べるように観光に熟知した者がコンベンションビジネスを行おうとしても容易ではないため、MICE ビジネスに熟知した者から実体験等を踏まえ直接学びたい。また、海外の MICE 従事者を呼び先進的な施策を学ぶことも、現在、日本の MICE が置かれた状況からも重要である。

(2) 国が主体となった MICE 教育方針の作成

(1)で MICE に精通した者の直接的な講義を提案したが、大学の力では困難もある。そこで国主導で MICE 教育方針の作成に取り組むべきである。具体的には、観光系学部を持つ大学に対し、世界レベルの MICE 教育のカリキュラムの作成や発行、またはアクティブ授業に繋がる DVD 教材の作成、教員を対象とした勉強会開催等、国が積極的に動いていくことが求められる。国策である MICE 推進のもと、指導方針を各大学に任せるのではなく、国が主体的に働きかけることが今は重要である。

(3) 実践的な学びの場の提供

繰り返しになるが、日本には実践的な学びの場が少ない。一方、世界ではアクティブに学ぶ講義形態が顕著に現れている。MICE 関連講義に限ったことではないが、他国と比して日本は座学で受動的に学ぶ形態が特徴である。確実に知識を定着できるため、一概にこれが悪いというわけではないが、“百聞は一見に如かず”という言葉があるように、自らの目で見たからこそ分かることが必ずある。そのため、大学の「実習」講義の一環として MICE 講義を取り入れるべきだと考える。重要なのが、MICE 関連の施設の視察だけでなく、例えばイベント企画や会議会場の設営等を体験することである。このような「実習」が有効である。また、現在は限られている「インターンシップ」の機会を拡充し、学生が MICE 業にじっくりと触れることができる機会を増やすことが極めて有効である。

幅広い知識を持ったプロフェッショナルが集結し、1つのものを作り上げ、参加者を満足させる MICE 業務は学生にとって大きな魅力がある。施設がいくら立派でも、携わる人間の能力が低ければ、国際会議は成功しない。優秀な人材の育成には質の高い教育環境が必要である。今こそ産学官が連携した、優秀な MICE 人材の育成が急務である。

参考文献・資料

- ・観光庁『明日の日本を支える観光ビジョン』
<http://www.mlit.go.jp/common/001126601.pdf> (最終閲覧：2018.11.8)
- ・内閣府『平成30年版 少子化社会対策白書』
<http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2018/30pdfgaiyoh/pdf/s1-1.pdf>
(最終閲覧：2018.11.8)
- ・日本旅行業協会『数字が語る旅行業2018』
https://www.jata-net.or.jp/data/stats/2018/pdf/2018_sujryoko.pdf (最終閲覧：2018.11.8)
- ・桜美林大学シラバス検索
<https://www.obirin.ac.jp/syllabus/> (最終閲覧：2018.11.8)
- ・ICCA "2017 ICCA Statistics"
<https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=7436> (最終閲覧：2018.11.8)
<https://www.studyportals.com/> (最終閲覧：2018.11.8)
- ・日本コンベンション研究会『国際観光コンベンションフォーラム2017 in 新潟 地域の魅力でMICEを創造で!』(2017)
<http://japan-convention.net/report/nigata2017/2017nigata/12.pdf> (最終閲覧：2018.11.10)
- ・浅井新介、『求められるMICE事業の未来を担う人材育成』、立教大学観光研究所ニューズレター観光研究所だより(2012)
https://www.rikkyo.ac.jp/research/institute/it/qo9edr0000006gz4-att/newsletter_vol9_1.pdf
(最終閲覧：2018.11.10)
- ・松尾徳朗、『2030年の観光産業を支えるコンベンションビジネス』千葉商科大学 CUC view & vision 38, 24-30, (2014)
https://ci.nii.ac.jp/els/contentscinii_20181122201937.pdf?id=ART0010406158 (最終閲覧：2018.11.10)
- ・観光庁『MICEの意義』
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/MICE.html#igi> (最終閲覧：2018.11.8)
- ・観光庁『国際MICEの経済波及効果 算出結果について』
<http://www.mlit.go.jp/common/001231981.pdf> (最終閲覧：2018.11.10)
- ・日本政府観光局(JNTO)『2016年の日本の国際会議 開催件数』
https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/20171031_3.pdf (最終閲覧：2018.11.15)
- ・日本政府観光局(JNTO)『国際会議開催マニュアル(MICE主催者向け)』、
<https://MICE.jnto.go.jp/organizer-support/manual.html> (最終閲覧：2018.11.10)
- ・旺文社『2018年度 日本の大学データ』
<http://eic.obunsha.co.jp/resource/viewpoint-pdf/201807.pdf> (最終閲覧：2018.11.15)