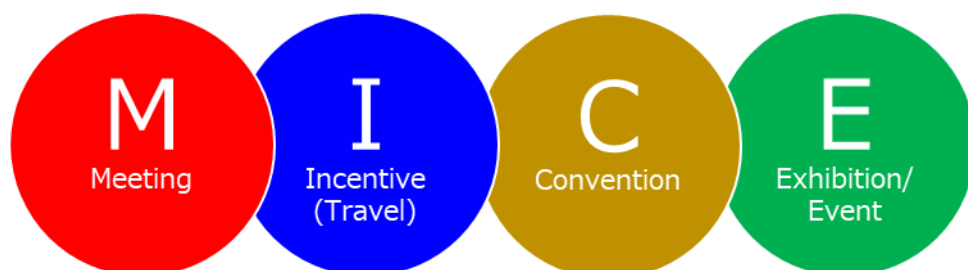


---

# 広島県における MICE を活用した地域活性化

－ 広島らしいエリア MICE の実現を目指して  
One Team で取り組む！－  
【提言書】

---



2026（令和8）年3月



広島経済同友会  
観光振興委員会

# 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（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称である。

	<b>M</b> Meeting	<b>I</b> Incentive (Travel)	<b>C</b> Convention	<b>E</b> Exhibition/Event
概要	●主に企業がグループ企業やパートナー企業などを集めて行う企業会議、大会、研修会等の会合（＝コーポレートミーティング）	●企業が従業員やその代理店等の表彰や研修などの目的で実施する旅行のことで、企業報奨・研修旅行と呼ばれる	●いわゆる国際会議であり、学会や産業団体、政府等が開催する大規模な会議を一般的に指す	●国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビジョンや、スポーツ・文化イベントなど大小さまざまなものが含まれる広範な概念である
例	●商品販売会、投資家向け金融カンファレンス、企業役員会議、周年イベント等	●優秀営業職表彰パーティ、優秀販売店表彰式、観光交流行事等	●G7 広島サミット、IMF 世界銀行年次総会、世界建築会議、国際眼科学会等	●大阪・関西万博、ジャパンモビリティショー、世界陸上競技選手権大会、東京国際映画祭等

出典：観光庁 HP をもとに作成

- MICE 開催の効果、意義としては、①高い経済効果、②ビジネス機会等の創出、③都市ブランド・競争力向上、④交流人口の平準化、⑤レガシー効果（地域愛の醸成、国際感覚の涵養、地域産業の PR、交通インフラの整備等）などがあげられる。

### ①高い経済効果

・MICE 開催を通じた主催者、参加者、出展者等の消費支出や関連の事業支出は、MICE 開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出す。MICE は会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また滞在期間が比較的最長と言われており、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出すことが期待される。

### ②ビジネス・イノベーションの機会の創出、学術の発展等

・MICE 開催を通じて国内外から企業や学会の主要メンバーが開催地に集うことは、その地域の関係者と地域外の関係者のネットワークを構築し、新しいビジネスやイノベーションの機会を呼び込むことにつながる。

### ③国・都市のブランド力・競争力や国際的プレゼンスの向上

・国際会議等の MICE 開催を通じた国際・国内相互の人や情報の流通、ネットワークの構築、集客力などはビジネスや研究環境の向上につながり、ひいては都市の競争力向上につながる。また、サミットやオリンピックに代表される大規模な MICE は、開催国・都市の名称を冠したイベント・文書等（例：京都議定書）を通じて世界中の人々の記憶に残るなど、国際社会でのプレゼンスを高める効果がある。

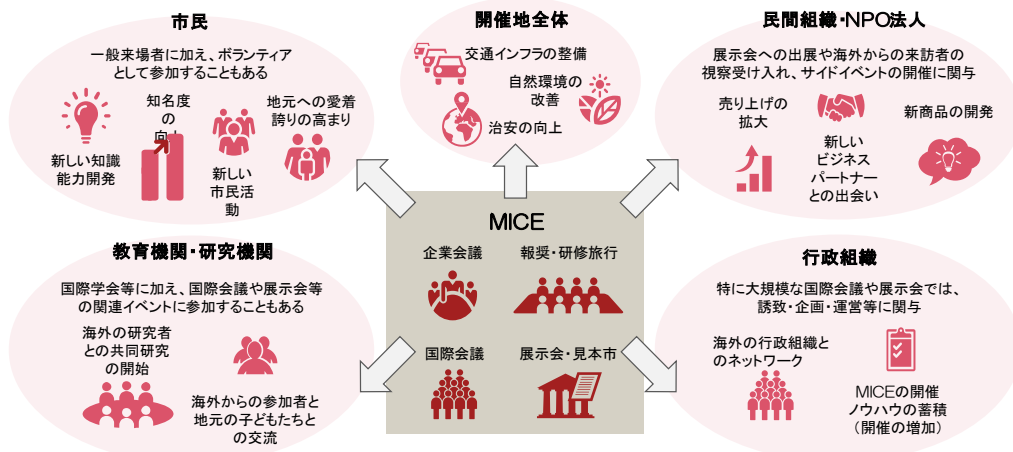
### ④交流人口の平準化

・ビジネス目的の MICE は平日開催が多いことから、レジャーを目的とした主に土日祝日や連休の旅行者とは訪問時期が異なり、開催地における交流人口の平準化につながる。

### ⑤レガシー効果

・MICE 開催のために整備されたインフラや、構成された組織、関係する人々に与えた意識変化などのポジティブな効果は、当該 MICE の終了とともに消えるものではなく、それ以降も受け継がれていくものとなる。

### レガシー効果の波及イメージ（一例）



出典：観光庁 HP

## 2

## 国・各地域における MICE の現状



## ①国による積極的な MICE 戦略

- 2008 年の観光庁発足後、国際会議等政策に対する体制強化が図られ、2010 年の「Japan MICE Year」を契機に、国際会議（C）だけでなく、MICE 全般の振興へと政策の舵を切り、「グローバル MICE 都市」の育成、「ユニークベニュー」の活用など、今日の MICE 戦略の根幹をなす新戦略を打ち出した。

## ②各都市での特色ある MICE の展開

- 各都市の誘致戦略をみると、立地特性や保有施設を活かし、産業集積や過去の実績等に基づいて、自らの都市が強みを発揮できる分野（例：医学、製薬、バイオ、防災、自然/健康関連、環境エネルギー等）をそれぞれ明確化するなど、優位性が高いと考えられる分野に絞った設定が行われている。さらに、先行している都市では、国際会議（C）や展示会（E）に加えて、企業等の会議（M）、報奨・研修旅行（I）についても重点ターゲットを設定している。
- 地域振興の視点では、MICE と地域産業の人的・技術的交流を促すことにより、ビジネスマッチングやイノベーション機会の創出等を目指す都市が多い。
- MICE のうち、企業等の会議（M）、報奨・研修旅行（I）分野は、市場の大きさや短期的に誘致が可能な特性に注目し、直行便が就航している国・地域を対象に海外 M・I 誘致を強化する都市がみられるほか、他県と広域的に連携・協力して視察先等をメニュー化する例もみられる。
- 各都市とも MICE 誘致に積極的に取り組む中で、近年の傾向として、その街らしさや、地域の強み・資源を活かしたユニークベニュー、エクスカージョンプログラムの開発・利用促進に力を入れている。
- 基本的にどの都市も、MICE 開催補助金を設けているほか、近年では MICE 誘致・開催において、企画から運営、実施までを一つの窓口で包括的に支援するワンストップサービスを売りにする都市が増えている。
- 各都市において、MICE 誘致・振興を目的とした、官民連携、官学連携や、産学官連携の取り組みが進んでいる。
- ハード面については、新アリーナの建設を含め、全国的に施設整備競争の様相を呈している。
- MICE 施設として最も理想的な形態とされる、コンベンション機能・展示機能・宿泊機能などを併設する大規模施設は諸外国に比べて少ない。こうした中、必要な MICE 機能が 1 か所に揃っていない場合に、先行する幾つかの都市では、【エリア MICE】と称して、都心部の複数の街の機能を連携させ街全体で国際 MICE イベントを誘致・開催する取り組みに着手している（東京・大阪）。

## ③広島県における MICE の現状

- 広島市は、中心部のコンパクトなエリアに複数の施設があり、参加者 10,000 人を超える会議等も開催可能。2023 年 5 月、広島市で、主要 7 か国首脳会議（G7 広島サミット）が開催され、広島の様々な魅力（会議開催地としての魅力を含む）を世界に発信する絶好の機会となった。
- 広島市で開催される C（国際会議）を分野別にみると、全国と比べて「平和」の割合が高いことが特徴。「科学・技術・自然」と「医学」の割合が高い点は全国と共通する。
- 広島観光コンベンションビューローは、海外及び国内の会議・大会等の各種コンベンションやインセンティブ旅行等を広島市へ誘致するため、各種の誘致・支援事業を推進している。特に国際会議（C）の分野では、継続的な誘致活動、産学公の連携強化等により、多くの実績をあげている。
- 福山市では、初の本格的な国際会議として、2025 年 5 月に世界パラ会議福山大会が開催された。福山市が推進するエリア MICE の初めてのケースでもあり、福山城など福山ならではの魅力が発信された。
- 福山市は、地域にゆかりの深い産業をターゲットにした「産業 MICE」の推進とともに、MICE のための大型施設を前提とせず市内に点在する既存の文化施設や民間宿泊施設などをエリアで捉えた市内周遊型 MICE を「エリア MICE」として推進しており、世界パラ会議はその初めてのケースとなった。

## 各都市・地域の MICE の特長比較

札幌市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域連携を推進しており、MICE 誘致のため、札幌市は小樽市、倶知安町、ニセコ町と覚書を締結。また道内の各都市と連携して北海道 MICE 商談会を実施するほか、DMO 芝東京ベイとも連携して協力関係を構築。</li> </ul>
仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内向けの企業系会議・報奨旅行等（M・I）に対する助成制度を創設し、その後、国外からの M・I も対象とするよう制度を拡充。また MICE 開催中や開催前後に訪れる県内の視察先等をメニュー化し、その後、対象を東北地方の他県まで拡大（仙台広域 MI 誘致協議会）。</li> <li>・多様なコンベンションが開催され、参加者の回遊が促進されるよう市内で会場を分散して行われるコンベンションを支援（分散開催助成、地下鉄一日乗車券利用支援）。</li> </ul>
千葉市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道路占用特例（国家戦略道路占用事業）が 2016 年に承認され、幕張メッセ内で開催される大規模かつ国際的な会議・イベント等の実施に合わせて道路空間を活用。</li> </ul>
東京都	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都心部の街の中にある多数の国際 MICE イベント開催関連機能を連携させた「エリア MICE」を実施するため、各エリアの DMO 等が、各施設の調整機能、プロモーション機能、サービス提供機能、コンサル機能を担っている。さらに、より高次のイベントについて、複数のエリア間の連携を調整するオーガナイザーとして、2020 年に東京都心部エリア MICE ネットワークを設立。</li> </ul>
横浜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE 開催による社会的効果の拡大に注力しており、市内教育機関との連携や次世代育成プログラムの提供（最先端の技術・情報・研究者と子どもや若者が触れ合う機会）、MICE 開催効果を市民が実感できる取り組み（市民参加型イベント、市民ボランティア等）などを実施。</li> </ul>
名古屋市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業集積の強みを生かし、圏域企業に対し、見本市・展示会への参加のみならず MICE 開催時の協働・参画を積極的に働きかけ。</li> <li>・トヨタ産業技術記念館やリタケの森など、豊富な産業観光施設と連携した情報発信や産業観光施設のユニークベニュー等への活用を推進</li> </ul>
京都市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統産業・伝統文化や食等の京都ならではの魅力の体験等を通じて、参加者の満足度を向上させ、京都への再訪を促進。</li> <li>・所有者了解のもと、寺院・神社等をユニークベニューとして活用し、その収益を保全・継承に係る経費に還元させるなど、MICE による文化の継承を促進。</li> </ul>
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア MICE として、府内の主要会場を中心とした各エリア（北摂、梅田、中之島、大阪城、堺筋本町、ミナミ、ベイエリア、堺、KIX りんくう）において、受け入れ環境整備、施設連携を強化。</li> </ul>
神戸市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸 MICE のブランドを積極的に活用し、4 つの強み（港湾、福祉・防災、医療、新産業）を軸に統一的なプロモーションを行い、MICE 都市・神戸のブランド認知・向上を図っている。</li> </ul>
北九州市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北九州観光コンベンション協会が北九州メッセ（西日本総合展示場新館）等を運営しており、貸館営業としてエンターテインメント等への営業を強化。また主催展示会事業として、課題解決 EXPO、西日本陶磁器フェスタのほか、将棋、手づくり品、俳句イベントを実施。加えて、韓国の釜山コンベンションセンター（BEXCO）と連携し、主催事業の相互出展などに取り組んでいる。</li> </ul>
福岡市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市戦略の策定・推進を行う産学官民の連携組織、福岡地域戦略推進協議会（FDC）の観光部会の提案に基づき、福岡観光コンベンションビューローの誘致部を組織強化し、MICE の誘致・受入・企画に特化した、専門性の高いワンストップ機能を有する「Meeting Place Fukuoka（MPF）」を 2014 年に設立。</li> <li>・MICE 主催者や関連事業者と連携し、大学生などを対象に、MICE 実務に関する講義や運営現場の体験、また業界への就職につながるよう最終プログラムとして、MICE 関連企業説明会を実施。</li> </ul>
沖縄県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学官連携組織「沖縄 MICE ネットワーク」のもと、多様な関係者がお互いの垣根、競争・競合関係を超えて、MICE 振興に関する協働した取組を推進。沖縄県の MICE の中で最も開催件数が多いインセンティブ旅行（I）については、民間事業者を含め多くの関係者が統計調査に協力することで、データに基づいた取組を推進。</li> <li>・沖縄コンベンションセンター、万国津梁館などの MICE 施設に加え、首里城公園、美ら海水族館といった観光地を施設管理者の積極的な協力のもとでユニークベニューとして活用し、広域的に MICE を受け入れている</li> </ul>
広島市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グローバル MICE 都市間で比較すると、国際会議の開催総数は少ないものの、広島の特徴である平和をテーマとした国際会議の開催数は多く、その他、医学系学会も数多く開催されている。大規模 MICE 施設は無いものの、中規模 MICE 施設が市内に集積している。また、ユニークベニューなどの活用が進みつつある。</li> <li>・広島産学公連携 MICE 推進協議会等を通じた産学公の連携強化などに取り組んでいる。特に大学との連携強化については、広島市、広島大学、広島観光コンベンションビューローが、「コンベンション誘致・開催のための連携・協力に関する協定」を締結し、国際会議開催支援説明会の開催、広島大学の若手教員が主催する会議等への助成などを実施。</li> </ul>
福山市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE のための大型施設を前提とせず、市内に点在する既存の文化施設や民間宿泊施設などをエリアで捉え、市内周遊型の MICE を推進（エリア MICE）。福山市初の本格的な国際会議として、2025 年 5 月に開催された世界パラ会議福山大会は、福山市が推進するエリア MICE の初めてのケースでもあり、福山城や商店街など福山ならではの特色を生かしたユニークベニューが高く評価された。</li> <li>・ものづくりのまちとして発展してきた特徴を生かして産業 MICE 戦略を掲げている。鉄鋼・繊維など市内企業にゆかりのある産業や、今後、成長が期待される産業など、産業分野に特化した MICE 誘致を展開。</li> </ul>

## ④ 専門家、関係者等のヒアリング・講演

- 委員会委員、他都市（先進地）ヒアリング、卓話（講演）等で示された MICE 推進に関する取り組み情報・意見として以下が挙げられる。

<p><b>■ MICE の現状認識</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般的に、展示会は誘致に3年ほどかかり、かつ展示会に付随して商談が行われるため決裁権者がいる東京で開催される傾向が強い。地域の企業をはじめ、展示物の出展ニーズや商談ニーズが無いと展示施設は埋められない。</li> <li>・企業等の会議（M）や報奨・研修旅行（I）は、誘致から開催までの期間が数か月程度のものもあり、誘致効果が反映しやすい。</li> </ul>
<p><b>■ 既存施設の集積状況や施設整備計画の状況</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在ある施設で、会議、展示ができることが重要。その範囲内で実施するしかない。あるものを十分に活用していく視点も重要。</li> <li>・広島施設の整備は、長崎等の地方都市を見本とするのではなく、千葉・横浜クラスと争うべきだとする地元の意見は多いと感じる。</li> </ul>
<p><b>■ エリア MICE への展開状況</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・数百人レベル、千人規模の MICE も開催可能であるというラインナップを持ち、主催者等からの問い合わせに対し、開催メニューとしてすぐに出せるようにしておくことが重要。</li> <li>・パシフィコ横浜など、一体型施設だとすべての目的が中で完結し他の地域にお金落ちない課題がある。一方、天気が悪い時期の対応、着替えにホテルに一旦帰る等のプログラムもある場合もあり、オンオフを切り替えるために、「分散型」でも良いとする考えもある。</li> </ul>
<p><b>■ 地域資源を活かした MICE の取り組み状況</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広島らしい MICE として、現状の施設で色々なニーズに対応するための方策や、広域的なエクスカージョンを提供するための方策などを取りまとめたいのではないかと。</li> <li>・MICE を使ってどう回遊させるというロジックが必要である。外から引っ張ってくることばかりであるが、既に来訪している人をどう生かすか、楽しんでもらうかを考えた方がよい。</li> <li>・広島には、平和、ユニタール、スポーツ等の資源があり、イノベーション、自動車等の製造業などもある。ターゲットを明確にして、マッチングすることが重要。何でも来てくれという時代ではない。</li> <li>・グローバル MICE 都市においては、エクスカージョンを含め一都市内で完結することも可能であるが、広域連携をすることで、開催地域の魅力を高めながら、参加者の満足度や国際会議自体の価値を高めることができ、経済波及効果にも繋がる。</li> </ul>
<p><b>■ 組織・人材面での取り組み、推進・連携体制の構築状況</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビューローは、営業、海外 PR、地元勉強会等の取組が評価できる。今後も市民を巻き込んだ取組や情報のワンストップ化等に期待。</li> <li>・MICE を組織的に推進するために、目指す将来像や目標、ロードマップを作成し、関係者間で共有する必要がある。</li> <li>・イベントについては、運営側においては技能継承と担い手の継続性が懸念される。</li> <li>・MICE 推進はビューローが主となるが、例えば DMO、経済界などもっと多様なプレイヤーがいても良いと考えている。</li> <li>・テクニカルビジット（MICE 参加者が関心を持つ、地元企業などの産業技術や研究の実地視察及び受入企業等との交流を行うプログラム）について、もっと幅広く経済界の方々に協力してほしいと思っている。</li> <li>・学会、業界団体の会合などについて、企業がビューローに情報提供するなど、ビューローと経済界の協力体制が築ければよいと思う。</li> <li>・コロナ禍前から MICE 推進の取組はほぼ同じで、依然として会議の数を追っている状況である。今後はこうした動きだけではなく、経済団体、地元企業等に強み・ネットワークがある分野である、企業等の会議（M）や報奨・研修旅行（I）での消費拡大を期待している。</li> </ul>

## 3 広島県における MICE の現状分析



- 広島県の MICE を取り巻く状況について、「強み」「弱み」「機会」「脅威」の4つのカテゴリーで整理した。

<p><b>強み（内部要因・プラス面）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界的な知名度の高さ</li> <li>・平和記念公園や原爆ドームなど平和に関する歴史的なスポット</li> <li>・G7 広島サミット、世界バウ会議福山大会の成功</li> <li>・複数の会場を使用した広島市内中心部での大規模学会の開催</li> <li>・国際会議（C）分野における産学官の連携</li> <li>・新幹線、路面電車の移動のしやすさ</li> <li>・お好み焼き、もみじ饅頭、牡蠣、熊野筆など数々の特産品</li> <li>・瀬戸内の多島美、中国山地の景観、地域に根差す文化歴史</li> <li>・支社・出先機関の集積、自動車・造船・鉄鋼など製造業の集積</li> <li>・野球、サッカーなどスポーツ文化が定着</li> </ul>	<p><b>弱み（内部要因・マイナス面）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際会議（C）以外の MICE 分野に対する取り組み</li> <li>・大規模な専門的 MICE 施設が無い（会場分散化）</li> <li>・展示会開催環境が弱く、展示会開催実績が少ない</li> <li>・大規模アリーナ（グリーンアリーナ）の会場確保の困難さ</li> <li>・会場施設の老朽化</li> <li>・空港から広島市、福山市中心部までの距離感</li> <li>・ワンストップサポートの体制整備</li> <li>・MICE 施設間の連携</li> <li>・MICE 専門人材の不足</li> <li>・MICE に対する認知度不足</li> </ul>
<p><b>機会（外部要因・プラス面）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国による MICE 施策の推進</li> <li>・世界的な MICE 市場の回復と今後の拡大期待（特に M、I）</li> <li>・インバウンドの急拡大とそれによる受け入れ態勢の充実</li> <li>・新たな MICE 施設整備の検討（商工センター地区など）</li> <li>・都心部の再開発の進展（広島駅、紙屋町・八丁堀地区など）</li> <li>・社会全体の SDGs、DX の進展</li> </ul>	<p><b>脅威（外部要因・マイナス面）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少、高齢化、人手不足</li> <li>・各種コストの上昇</li> <li>・国際会議（C）以外の MICE 分野の公的統計未整備</li> <li>・MICE 推進に対する温度差（関係者と一般企業・市民）</li> <li>・他都市との MICE 競争激化（PR・誘致活動、環境整備）</li> <li>・一部地域におけるオーバーツーリズムの懸念</li> </ul>

4

広島県における MICE の目指すべき姿



広島らしいエリア MICE の実現を目指して One Team で取り組む！

- 広島県における MICE の目指すべき姿として、『広島らしいエリア MICE の実現を目指して One Team で取り組む！』を掲げる。具体的には、MICE 全般について地域特性を活かした多様な参加主体・テーマでの開催、MICE 施設・地域資源を繋げた広域的な活用、地域のステークホルダーが一丸となった取組を進める。これにより、MICE 波及効果を最大化させ、広島県の各自治体が掲げる将来像（例：広島市「国際平和文化都市」）の実現に寄与する。

(1) 国際会議 (C) だけでなく MICE 全般の振興の実現

- ・平和や医学・工学を中心に開催実績が豊富な国際会議 (C) の誘致に引き続き取り組むとともに、今後は、支社・出先機関・製造業等が集積する特性も踏まえ、市場拡大が期待される企業等の会議 (M)、報奨・研修旅行 (I) や、広島市の展示施設整備計画に伴い実施機会が拡大する展示会・見本市、イベント (E) の取組を強化し、MICE 全般の活性化を目指す。

(2) エリア MICE (広島モデル) ・広域連携 MICE (広域広島モデル) の実現

- ・広島市内には一定レベルの MICE 施設が整備されているものの、分散立地している現状を踏まえ、主催者・参加者のより多様なニーズに応えていくため拠点型 MICE に加え、「エリア MICE」を目指す。
- ・県内に分散する多くの観光資源を広く活用するとともに、広島市や福山市だけでなく県内全域に MICE 開催の恩恵を行き渡らせるためにも「広域連携 MICE」の形成を目指す。

(3) 地域のステークホルダーが一丸となった取組の実現

- ・広島ならではの魅力・価値を創出・提供する MICE の実現に向け、地域の力を結集して継続的な取組を目指す。



## 5

広島県における MICE を活用した地域活性化に向けた課題と方策 

## (1) 課題

- 「国・各地域における MICE の現状」「広島県における MICE の現状分析」等から、広島県における MICE の目指すべき姿の実現に向けた課題を以下の 5 項目に整理した。

## ① 誘致戦略

従来の国際会議（C）の取り組みに加え、今後は MICE 全般の振興に向けて、データに基づいたマーケティングを実施し、効果的な誘致活動を行うことが必要。また、活動を絶えず検証していくとともに、今後の活動へのフィードバックが必要。

## ② 受入環境整備

MICE 機能が都市内に分散する中、主催者・参加者のニーズに応えるためには、施設の充実化とともに、街の様々な機能を連携させ街全体で MICE を開催する取り組みが不可欠。さらに主催者・参加者への訴求ポイントとして、街の魅力（例：平和都市広島の世界的な知名度、新幹線交通の利便性、世界遺産宮島の隣接、プロスポーツ施設の都心部立地、質の高い水辺空間など）との関連付けが必要。

## ③ コンテンツ開発

MICE における広島の実力・資源の活用について、G7 広島サミットをはじめ多様な MICE 経験で成果をあげつつあり、今後も一層の開発と定着が求められる。加えて、瀬戸内海・中国山地など広域的な地域の魅力や、観光以外の地域資源（例：産業立地など）も MICE 全般で活用し、他都市との差別化を図ることが必要。

## ④ 推進体制整備

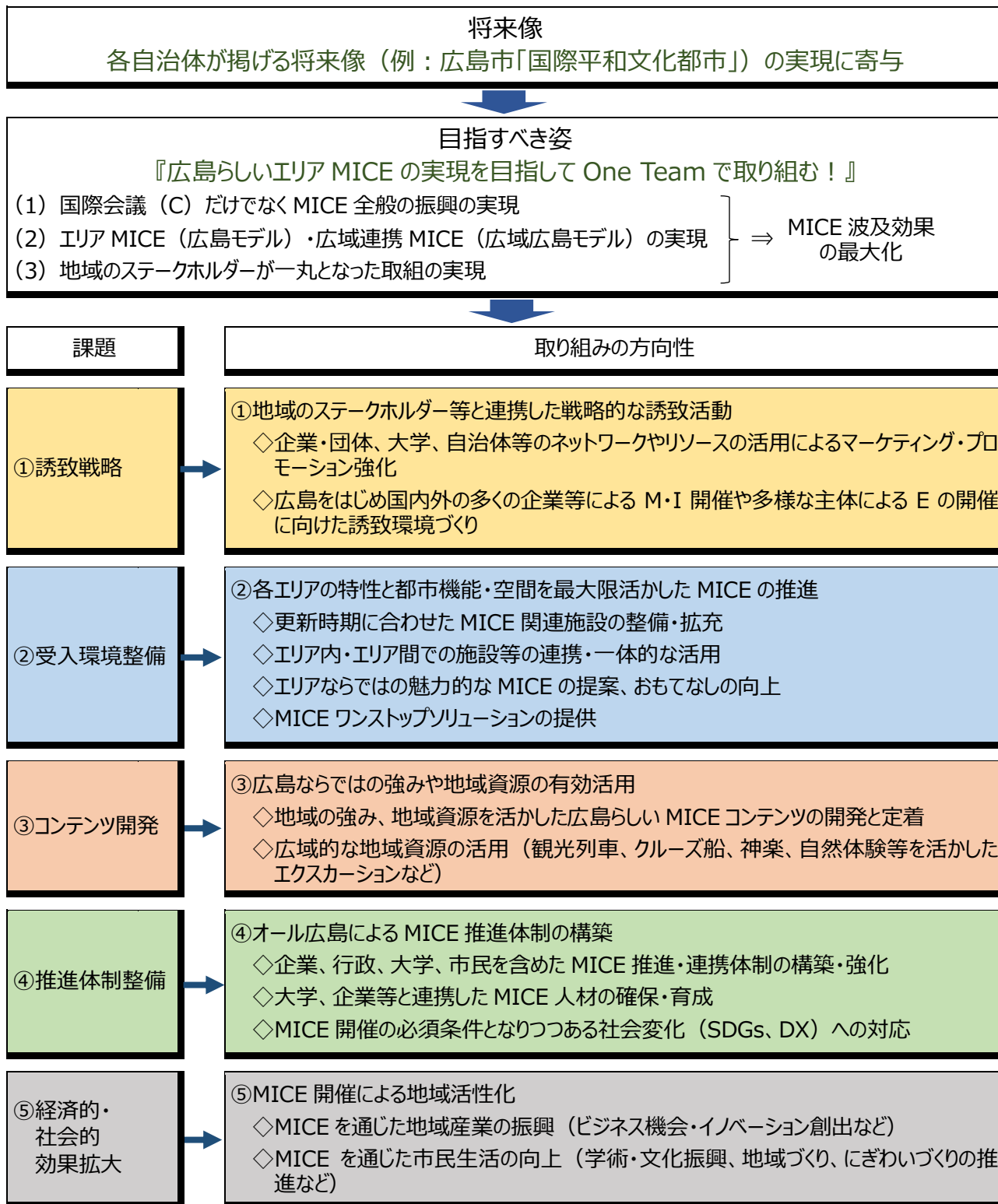
大学や MICE 関連事業者との連携は一定の成果をあげており、今後は、他都市の先進的な取り組みを参考に、経済界や地域団体・まちづくり団体等と連携を強化し、地域一丸となった推進体制を構築することが求められる。また若者を中心に人口減や人手不足が深刻化する中で、将来を見据えた MICE 人材の確保・育成が不可欠。

## ⑤ 経済的・社会的効果拡大

MICE の一般的な認知度が低い中で、MICE の推進を幅広く地域活性化につなげるためには、MICE に直接関係しない企業や地域住民に対し、MICE 開催効果の理解促進を図るとともに、企業の MICE ニーズの掘り起こし、公共施設・空間の MICE 利用に向けた民間開放を促進するなど、より多くの経済的・社会的効果をもたらすための取り組みが必要。

## (2) 方策の体系

- 広島県における MICE を活用した地域活性化に向けた方策の体系は以下の通りである。現行取組の継続・拡大とともに、新規取組については、スモールスタートによる成功体験の積み重ねなど、最適な手法・体制で挑戦していくものとする。さらには、こうした活動を通じて、経済界・市民等を含む関係者の協力の輪を広げ、地域全体で継続的に取り組む体制を確立していくものである。



### (3) 具体的な取組

#### ①地域のステークホルダー等と連携した戦略的な誘致活動

・これまで取り組んできた国際会議（C）の誘致経験を活かし、MICE 全般の誘致に向けて、行政、企業をはじめ関係機関が連携して、戦略的な誘致活動に取り組む。

主な取組	<p>◇企業・団体、大学、自治体等のネットワークやリソースの活用によるマーケティング・プロモーション強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○企業・経済団体（M・I）、主催者・運営会社（C・E）等からの情報やデータによる開催情報の把握・分析とターゲットの強化（M、I、C、E）【コンベンションビューロー、経済界】</li> <li>○首長や大学教授、経済団体幹部等によるトップセールスをはじめとした国際会議（C）の継続的な誘致活動の推進と、より一層の活動の展開（C）【市、県、コンベンションビューロー、大学、経済界】</li> <li>○国際的な招致・営業活動など専門的スキルを持つ MICE 外部人材や専門コンサルタントの活用等（M、I、C、E）【広島市、コンベンションビューロー】</li> <li>○地元企業、大手企業の広島支店、各種団体広島支部等への国内・国際会議、インセンティブツアー、展示会・見本市、イベント等の働きかけ（M、I、C、E）【経済界】</li> </ul> <p>◇広島をはじめ国内外の多くの企業等による M・I 開催や多様な主体による E の開催に向けた誘致環境づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○M・I 開催・受け入れの意識醸成を目的とした企業、地元観光事業者等に対する好事例の紹介・横展開、セミナー・勉強会の実施（M、I）【コンベンションビューロー、経済界】</li> <li>○E の誘致・開催に向けた業界団体・展示会専門会社等を招いた地元企業・関係者に対する勉強会の実施、官民連携のあり方の検討（E）【市、県、コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul>
------	---

#### ②各エリアの特性と都市機能・空間を最大限活かした MICE の推進

・広島市では、コンパクトなデルタ市街地に集積する数多くの MICE 資源を活用し、エリア全体で MICE を推進する。福山市においても、市内に点在する既存施設等を活用し、市内周遊型 MICE を推進する。

主な取組	<p>◇更新時期に合わせた MICE 関連施設の整備・拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○広島市中小企業会館、広島県産業会館等老朽化する既存施設の建替を含めた機能更新、多様な MICE 施設の整備（C、E）、更には施設整備効果を発揮させるためエリア全体でのにぎわいの創出【市、県】</li> </ul> <p>◇エリア内・エリア間での施設等の連携・一体的な活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○各 MICE 施設所有者・管理者間の連携強化による施設の相互利用・共同利用の体制整備（予約情報の共有など）（M、I、C、E）【市、コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul> <p>◇エリアならではの魅力的な MICE の提案、おもてなしの向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○MICE 施設周辺の宿泊・飲食・交通・観光事業者やまちづくり団体・地域団体等との連携による MICE プログラムの提案、滞在サービス・利便性の向上（M、I、C、E）【市、コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul> <p>◇MICE ワンストップソリューションの提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○会場間の利用調整、MICE 開催に対する助成や、飲食・宿泊・交通・観光等のコーディネートについて主催者側に寄り添ったサポートを一元的に実施（M、I、C、E）【コンベンションビューロー】</li> </ul>
------	--

#### ③広島ならではの強みや地域資源の有効活用

・広島県は、広島・宮島だけでなく、芸北、備北、備後など幅広い地域にわたって魅力的な地域資源を数多く有しており、MICE 開催にあたっては、周辺地域を含め、広域的に地域資源を活用する。

主な取組	<p>◇地域の強み、地域資源を活かした広島らしい MICE コンテンツの開発と定着</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○観光事業者等との連携により、広島ならではの魅力を体感できるユニークベニュー、エクスカッション、ナイトタイムツアーの開発・提供、定着化（M、I、C）【市、県、コンベンションビューロー、経済界】</li> <li>○地域事業者によるテクニカルビジット（産業観光）等の受入拡充（M、I、C）【経済界】</li> </ul> <p>◇広域的な地域資源の活用（観光列車、クルーズ船、神楽、自然体験等を活かしたエクスカッションなど）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○開催都市の周辺自治体や、各観光協会・DMO、観光事業者等との連携による広域的な MICE プログラムの開発、提供（M、I、C）【市、県、コンベンションビューロー、経済界】</li> <li>○シームレスな移動を可能とする輸送事業者間の連携（空、海、陸）（M、I、C）【市、県、コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul>
------	---

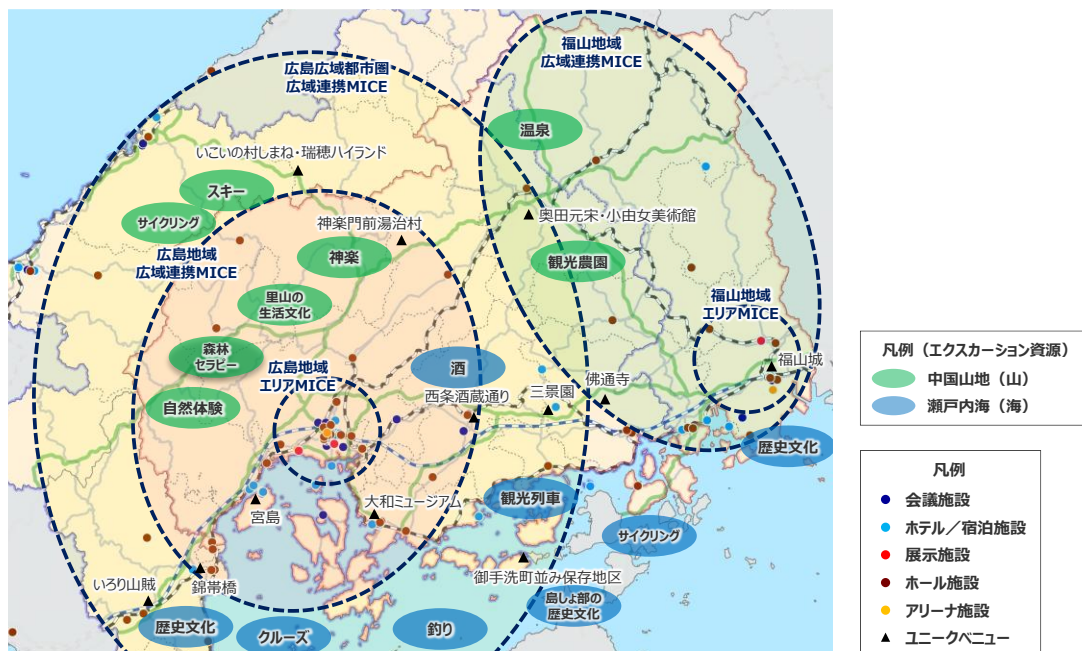
### 広島市内でのエリア MICE の展開例

①コンパクトな市街地の特長を活用	●コンパクトな市街地（概ね 5km 範囲）、明快な交通インフラ（JR、アストラムライン、広島電鉄電車、バス）と、徒歩圏内での多様な MICE 施設のデルタ市街地での集積を活かしたコンパクトな MICE が考えられる。
②エリア MICE の展開例	●デルタ市街地や都市内に面的に展開する MICE 施設をネットワークさせ、MICE の規模と内容に応じて、小エリア MICE（拠点型 MICE）、エリア MICE（市街地、都市内）を展開する。（多重、多層の MICE の連携を進める。） ●小エリア MICE 地区はそれぞれの個性的なブランド力を発揮するとともに、必要に応じて他の小エリア MICE と連携する。（規模の補完と質の面での分担連携。）
③エリア MICE の方向性例	●商工センター地区：大規模展示機能型:E（ビジネス MICE） ●基町地区：中規模総合型:C+MI（国際・学会 MICE） ●広島駅地区：医療系展示、医学系学会型:C+MI（交通拠点 MICE） ●平和記念公園地区：平和関係会議型:C+MI（平和 MICE） ●宇品地区：MI+C 型（宮島へのエクスカージョン）（瀬戸内海 MICE）



### 広域連携 MICE の展開例（地域資源の広域活用のイメージ）

- グローバル MICE 都市広島市や国際会議観光都市福山市はエリア MICE の拠点としての役割が期待される。また、両市の周辺地域の様々な地域資源等を広域的に活用することで、広域連携 MICE（広域広島モデル）の展開が期待される。



#### ④オール広島による MICE 推進体制の構築

・企業、行政、大学、市民を含めたオール広島による MICE 推進体制の構築に取り組む。

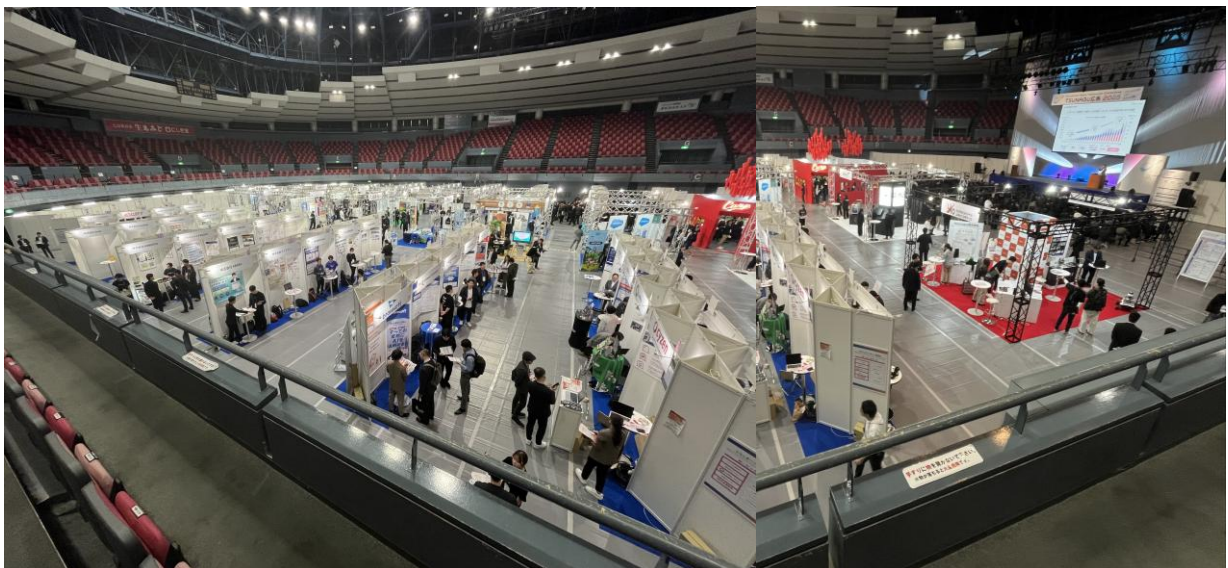
主な取組	<p>◇企業、行政、大学、市民を含めた地域一丸となった MICE 推進・連携体制の構築・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○民間企業、経済団体、まちづくり団体・地域活動団体等への働きかけによる連携体制（広島産学公連携 MICE 推進協議会など）の拡大、強化（M、I、C、E）【コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul> <p>◇大学、企業等と連携した MICE 人材の確保・育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○大学、企業等と連携したグローバル人材育成プログラム、MICE 業界セミナー・インターンシップの実施（M、I、C、E）【コンベンションビューロー、大学、経済界】</li> <li>○国際会議運営やインセンティブツアーの企画、展示会の戦略立案等、高度な専門知識やスキルをもつ人材の招へい、確保・育成（M、I、C、E）【コンベンションビューロー、市、経済界】</li> </ul> <p>◇MICE 開催の必須条件となりつつある社会変化（SDGs、DX）への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○MICE 関連事業者に対する SDGs、DX の意義や効果に関する好事例の紹介・横展開（C、E）【コンベンションビューロー、市、経済界】</li> </ul>
------	--

#### ⑤MICE 開催による地域活性化

・MICE 開催効果を最大限発揮させ、経済的・社会的効果の拡大を推進する。

主な取組	<p>◇MICE を通じた地域産業の振興（ビジネス機会・イノベーション創出など）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○MICE 主催者・参加者と地元大学・企業等との連携による研究開発の促進（C、E）【市、県、コンベンションビューロー、大学、経済界】</li> <li>○展示会・見本市の実施による地元企業のビジネス機会等の拡充（E）【市、県、経済界】</li> <li>○MICE 開催地周辺の商店街等への MICE 参加者の誘客（まち歩き MAP 作成、MICE 参加者向けクーポン配布等）（C、E）【コンベンションビューロー、経済界】</li> </ul> <p>◇MICE を通じた市民生活の向上（学術・文化振興、地域づくり、にぎわいづくりの推進等）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○MICE 開催に併せた、市民・学生向け公開講座等、市民参加型プログラムの提供（C、E）【市、県、コンベンションビューロー、大学】</li> <li>○MICE 開催時に来訪者をもてなし、運営を支援する MICE ボランティアの活用（C、E）【市、経済界】</li> <li>○エリア MICE 活動を通じて、多文化共生を含めた多様性を受け入れるインクルーシブな地域づくり、にぎわいづくり（C、E）【市、経済界】</li> </ul>
------	---

広島市都心部での MICE 開催の事例  
 (TSUNAGU 広島 25、2025.11.5-6、広島県総合体育館（広島グリーンアリーナ）)



# 【参考】 国・各地域・広島県などにおける MICE の現状データ M I C E

## (1) 他都市と比べ、広島は M・I の開催支援件数、展示会の開催件数は少ない

- 企業等の会議 (M) や報奨・研修旅行 (I) の全国的な開催実態は不明も、開催支援等の実績は福岡・札幌等が多い。

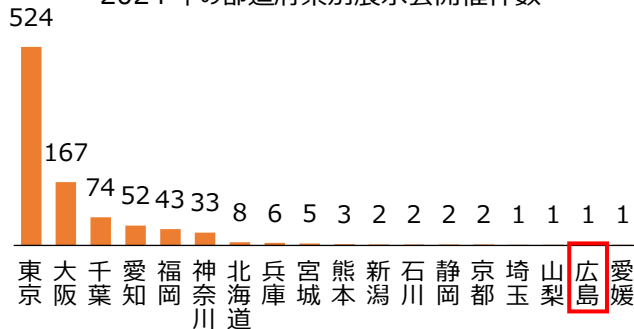
2024 年度の主な都市の M・I の開催支援件数

都市	件数	人数	備考
札幌	74 件	10,784 人	インセンティブツアー開催支援件数
仙台	9 件	1,316 人	「仙台企業系会議・報奨旅行等開催助成」件数
千葉	16 件	4,393 人	開催運営支援活動 個別案件 (M・I) の合計
東京	65 件	-	企業系イベント開催支援事業の件数
愛知・名古屋	7 件	2,656 人・人泊	大規模 MICE 開催支援事業 個別案件 (I) の合計
神戸	28 件	-	誘致件数 124 件、うち補助適用件数 28 件
広島	8 件	1,032 人	インセンティブ旅行の件数
福岡	※	14,066 人	※助成金交付件数 16 件、物的支援 84 件、伝統芸能等の提供 9 件

注：各都市の開催支援事業の内容・対象範囲が異なるため、単純比較はできない。  
資料：各都市の MICE 誘致・支援組織（コンベンションビューロー等）の事業報告書等

- 展示会は小規模のものは全国的に開催されているが、商談性の高い B to B 展示会は首都圏が多く、次いで関西圏が多い。

2024 年の都道府県別展示会開催件数



- ※調査基準
- ①主催事務局への電話調査もしくは HP による実数把握が可能なもの
  - ②商談性の高い展示会
  - ③一般来場者をターゲットにするイベントにおいても事務局が出展者への営業活動を展開しているもの（例「世界らん展」）など
  - ④関係者のみの来場者のため数値を公表しない展示会でも聞き取りが可能なもの
  - ⑤企業単独のプライベートショーは除く

資料：株式会社「Event Biz Vol.38 (2025 Spring)」 展示会の総合分析

## (2) 各都市とも国際会議の誘致に注力、広島は平和に強み

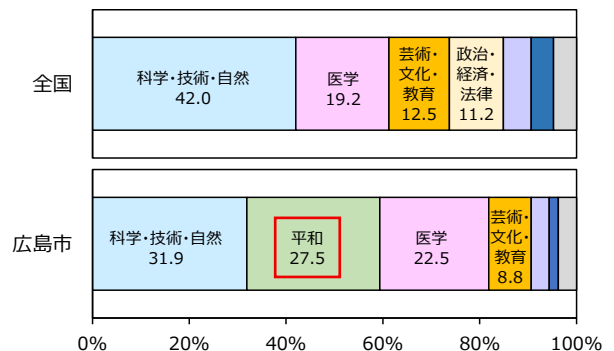
- 広島市の国際会議の開催件数はグローバル MICE 12 都市中 11 位、分野別にみると「平和」が多い点特徴。

2024 年のグローバル MICE 都市別  
国際会議開催実績 (件、万人)

順位	都市	件数	都市	参加者数
1	東京(23区)	351	横浜市	21.4
2	京都市	215	東京(23区)	19.1
3	福岡市	131	京都市	13.6
4	横浜市	103	福岡市	11.5
5	大阪市	89	神戸市	8.2
6	名古屋市	87	千葉市	7.9
7	仙台市	76	名古屋市	5.9
8	神戸市	63	大阪市	5.6
9	北九州市	50	札幌市	4.7
10	札幌市	47	仙台市	4.0
11	広島市	41	広島市	2.4
12	千葉市	25	北九州市	1.2

資料：JNTO 国際会議統計

2018~2022 年の  
分野別国際会議開催件数 (構成比%)

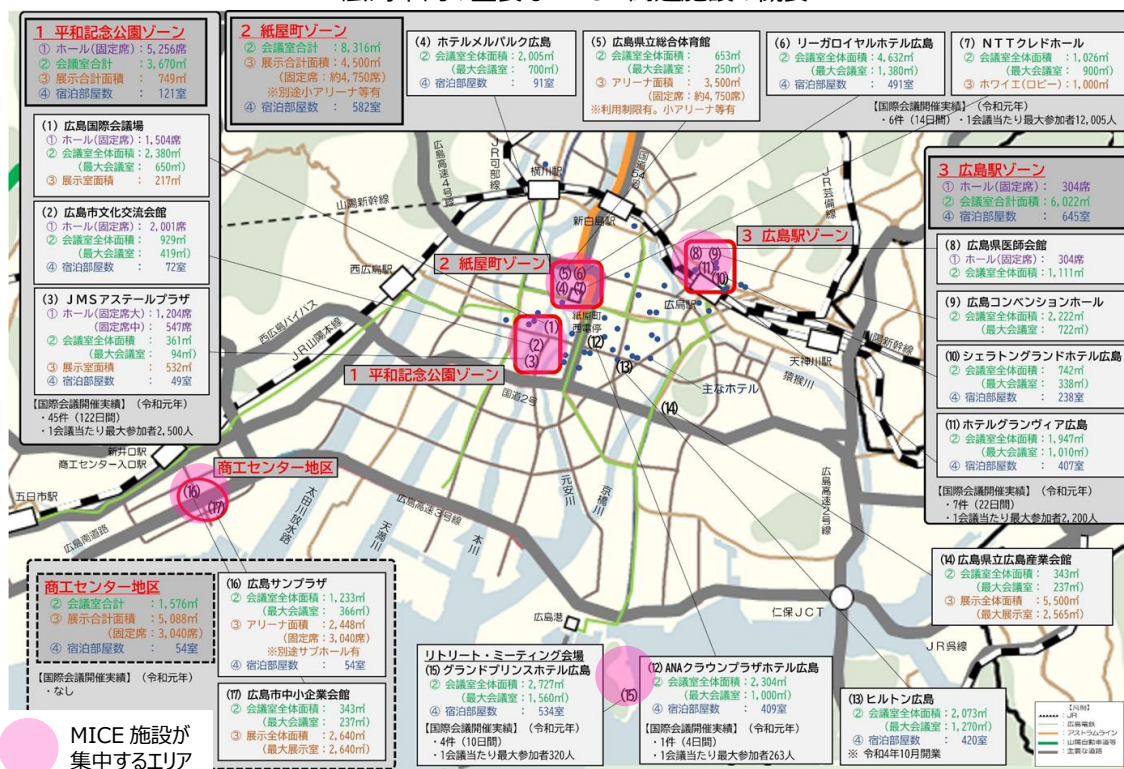


注：広島市は、全国の分野別会議件数から「平和」に関する会議を再分類したものである。  
資料：JNTO 国際会議統計、  
広島経済同友会観光振興委員会卓話資料（広島市）

### (3) 大規模な MICE 施設が少なく、施設が分散している

- 広島市内の展示場は、総展示面積では広島県立広島産業会館（総面積 5,500 m<sup>2</sup>）が最大で、1 室最大展示面積では広島市中小企業会館（2,640 m<sup>2</sup>）が最大である。他の地方都市に比べて施設数、規模もやや少なく、かつ施設が集中するエリアが分散している。
- 広島市内デルタには、広島駅エリア、基町エリア、平和記念公園エリア、宇品エリア、商工センターエリアが、特徴ある MICE を展開している。
- 施設の特長を活かし、全体として連携・補完するなど相乗効果の発揮が課題である。

広島市内の主要な MICE 関連施設の概要



資料：商工センター地区まちづくりビジョン検討会配付資料(2023.12.20)

#### 西日本エリアにおける主な会議場・コンベンション施設 (人)

施設名	所在地	最大会場 収容人数	収容人数 合計
広島国際会議場	広島市	1,504	4,022
広島市文化交流会館	広島市	2,001	2,831
国立京都国際会館	京都市	1,840	10,384
奈良県コンベンションセンター	奈良市	2,000	4,000
グランキューブ大阪	大阪市	2,754	5,500
神戸国際会議場	神戸市	692	2,200
岡山コンベンションセンター	岡山市	720	2,686
海峡メッセ下関	下関市	1,300	4,071
サンポートホール高松	高松市	1,500	3,170
愛媛県民文化会館	松山市	2,725	4,656
北九州国際会議場	北九州市	585	1,405
福岡国際会議場	福岡市	3,000	5,000
出島メッセ長崎(コンベンションホール・会議室)	長崎市	2,628	4,563
熊本城ホール	熊本市	2,304	4,254
別府国際コンベンションセンター	別府市	8,000	10,000
シーガイアコンベンションセンター	宮崎市	3,300	3,300
鹿児島市民文化ホール	鹿児島市	1,990	3,400
沖縄コンベンションセンター(劇場・会議場)	宜野湾市	1,709	2,963

#### 西日本エリアにおける主な展示施設 (m<sup>2</sup>)

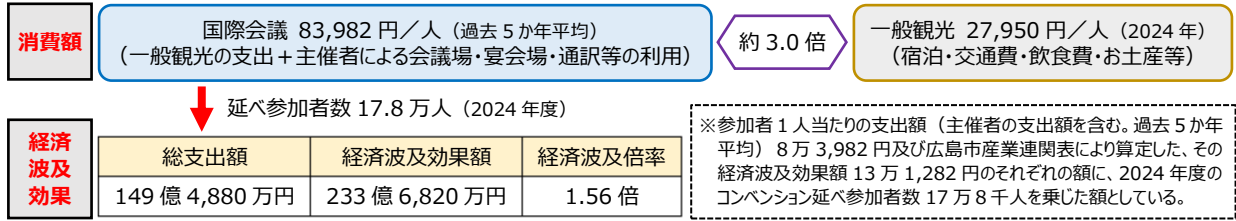
施設名	所在地	1 室の 最大面積	総展示 面積
広島県立広島産業会館	広島市	2,565	5,500
広島市中小企業会館	広島市	2,640	2,640
ビッグ・ローズ	福山市	4,476	4,974
みやこめっせ	京都市	4,000	9,763
インテックス大阪	大阪市	10,535	70,078
神戸国際展示場	神戸市	3,800	13,600
アクリエひめじ	姫路市	4,000	4,000
コンパックス岡山	岡山市	3,797	7,783
くにびきメッセ	松江市	4,018	4,018
海峡メッセ下関	下関市	1,873	1,873
サンメッセ香川	高松市	4,015	5,037
アステックしま	徳島市	3,000	3,000
アイテムえひめ	松山市	4,500	6,000
西日本総合展示場・北九州メッセ	北九州市	8,000	16,517
マリメッセ福岡	福岡市	8,000	14,100
出島メッセ長崎(イベント・展示ホール)	長崎市	3,800	3,800
グランメッセ熊本	益城町	8,000	8,000
沖縄コンベンションセンター(展示場)	宜野湾市	2,500	2,500

資料：日本政府観光局 (JNTO) 「日本コンベンション都市ガイド」、JNTO の WEB サイト、各都市の MICE 施設ガイド、各施設の WEB サイトをもとに作成

### (4) MICE は経済的効果に加え、地域にもたらす社会的効果が非常に幅広い

- MICE は、参加者の滞在期間が長く、一般観光客以上の高い消費額が期待できること等から経済波及効果が大きい。2024 年度の広島市のコンベンション開催に伴う経済波及効果は 230 億円超にのぼる。

広島市におけるコンベンション開催に伴う消費額・経済波及効果等



資料：令和 6 年度版 (公財) 広島観光コンベンションビューロー-事業報告書、令和 7 年版 (2025 年) 広島市観光概況 (令和 6 年 (2024 年) データ)

- 2025 年 5 月に福山市で開催された「世界バラ会議福山大会」では、市の開催経費の 2 倍にのぼる高い経済効果に加え、ビジネス・イノベーション機会等の創出、地域魅力の向上のほか、中長期的に地域にプラスの効果を及ぼす様々なレガシー効果がみられた。

「世界バラ会議福山大会」(2025 年 5 月 18~24 日) 開催による波及効果

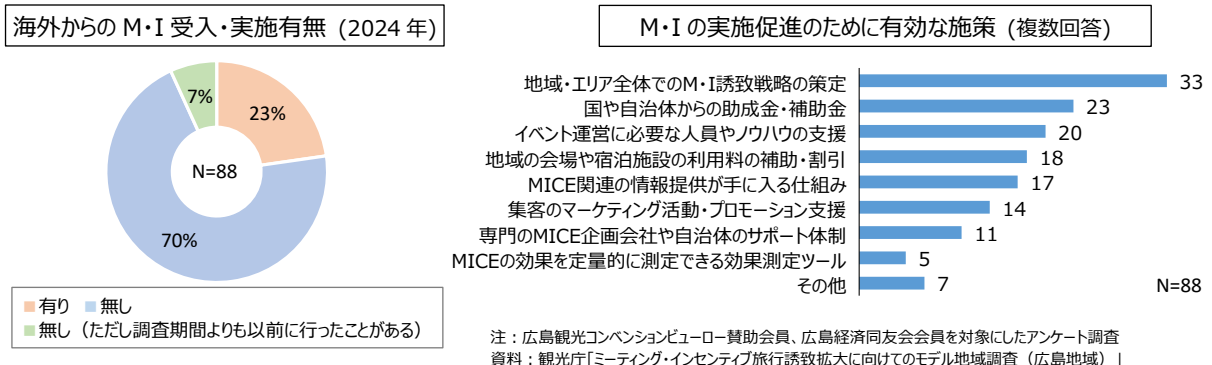
参加人数	・28 カ国・地域から 723 人が参加、開会式など各種行事には延べ 6,710 人が携わった。 ・関連イベント「Rose Expo FUKUYAMA2025」(17~19 日) の来場者は延べ 2 万 1 千人。	
経済効果	・世界バラ会議福山大会、Rose Expo FUKUYAMA2025 の市内への経済波及効果は推計 46 億円 →市が支出した開催経費 (約 23 億円) の 2 倍。	
ビジネス・イノベーション機会の創出、学術の発展等	・新品種コンテストを通じてバラの品種改良や栽培技術向上を促進 ・市民・企業提案型事業によって生まれた新商品は、大会期間中だけで 200 万円以上の売上を記録	
地域魅力の向上 (国・都市のブランド力・競争力や国際的プレゼンスの向上)	・福山市の「ばらのまち」としての国際的認知度が向上 ・新たな市民活動として、ばら花壇の管理やオープンガーデン登録制度※の取組が進展 ・数多くのメディアに登場 (2025 年 4-6 月: テレビ 35 件以上、新聞 269 件以上、Web 記事 1000 件以上)	
レガシー効果	開催地全体	・福山駅観光案内所やばら公園のリニューアル、多言語対応の案内サイン設置などインフラ整備が進展
	市民	・約 200 人の世界バラ会議福山大会ボランティアのうち、96 人が MICE ボランティアに登録し、今後も活動予定 ・新たな市民活動として、ばら花壇の管理やオープンガーデン登録制度※の取組が進展 ※市内の個人や団体、企業、学校などが管理する「ばら花壇」について、一般公開できる庭園の登録制度
	教育・研究	・世界バラ会議を契機として、全ての市立小学校が「Rose & Peace 教育」に取組 ・バラ栽培の市民リーダーを養成する福山ばら大学に、指導者育成の新講座を創設
	民間・NPO	・ばらのまち福山 ガーデンツーリズム協議会が、福山のばらの歴史や人とふれあうツーリズムを展開 ・新たな企業・団体活動として、ばら花壇の管理やオープンガーデン登録制度の取組が進展
	行政	・英総領事館から、大阪・関西万博の英国パビリオンを彩ったバラ 3 株の寄贈を受けるなど、国際交流が進展 ・福山市「ばらのまちづくり課」を新設し、市民活動やバラに関する振興活動を支援する体制を整備 ・市内の既存施設を活用した「エリア MICE」の手法を確立、今後の国際大会や大型イベントの誘致に活用

資料：世界バラ会議福山大会実行委員会「第 20 回世界バラ会議福山大会 2025 公式記録」、福山市 WEB サイト、各種新聞報道等から作成

### (5) 観光庁アンケートによると、地域全体の誘致戦略の策定が M、I 推進に有効

- 海外 M・I 誘致拡大に向けての観光庁アンケート調査によると、広島地域では、少なくない事業者・団体が海外からの M、I を受け入れていることが窺われる。またアンケートでは、M・I の実施促進のために有効な施策として、地域やエリア全体で連携した M・I 誘致戦略などが必要との意見が多くあった。

海外からの M・I 誘致拡大に向けての観光庁アンケート調査 (広島地域)



# 広島経済同友会 観光振興委員会



## (委員長)

福谷 伸 爾 中国電力(株) 執行役員

## (副委員長)

飯田 稔 督 西日本旅客鉄道(株)中国統括本部 理事広島支社長	西尾 一 輝 (株)JTB広島支店 支店長
河野 高 信 己斐商事(株) 代表取締役	林 正 史 (株)山崎本社 取締役会長
小林 俊 介 三菱商事(株)中国支社 中国支社長	前 紅三子 (株)広交本社 代表取締役社長
増田 泉 子 (株)中国新聞アド 代表取締役社長	松藤 研 介 広島ガス(株) 代表取締役会長
高原 哲 也 丸紅(株)中国支社 支社長	三吉 吉 三 (株)広島ホームテレビ 代表取締役会長
中村 靖富満 (株)やまだ屋 代表取締役	

## (運営委員)

相原 伸 行 三菱商事(株)中国支社 総務・事業開発グループリーダー	棚田 健 司 (株)エネルギーL&Bパートナーズ 取締役社長
荒木 孝 治 (株)広島宮島ガーデン 代表取締役社長	谷口 雅 彦 (一社)中国経済連合会 専務理事
有賀 正 宏 (株)日本政策投資銀行中国支店 支店長	田村 智 康 広島観光開発(株) 代表取締役社長
石原 啓 介 (株)広島銀行 総合企画部広報・地域貢献室長	土屋 武 美 (株)晃祐堂 取締役社長
板床 俊 祐 野村證券(株)広島支店 支店長	津村 昌 史 戸田建設(株)広島支店 支店長
牛尾 孝 博 田中電機工業(株) 常務執行役員	出口 智 之 日本製鉄(株)中国支店 中国支店長
潮田 ま や ヒルトン広島 副総支配人営業推進担当	都成 信 宏 (株)クロスデータ 代表取締役
内堀 達 也 瀬戸内海汽船(株) 代表取締役社長	中野 裕 子 (株)八百金 取締役副社長
大井 博 文 (公財)中国地域創造研究センター 専務理事	中村 太 郎 (株)大広西日本 代表取締役
大柳 茂 成 日刊工業新聞社広島総局 広島総局長	中村 康 浩 広島国際空港(株) 代表取締役社長
大嶋 凡 門 (株)中国四国博報堂 代表取締役社長	西山 郁 也 TOPPAN(株)中国四国事業部 執行役員中国四国事業部長
大西 純一郎 東京海上日動火災保険(株) 広島自動車営業部長	長谷川 純 也 (株)N T T データ中国 顧問
岡部 患 二 (株)エネコム 取締役社長	平田 富美子 学校法人ひらた学園 理事長
小河原 康 治 サンデン・リテールシステム(株)中国支社 支社長	古川 英 樹 (株)竹中工務店広島支店 支店長
落合 央 範 広電エアサポート(株) 代表取締役社長	細川 謙 一 デリカウイング(株) 代表取締役専務
片桐 大 地 日本銀行広島支店 支店長	前橋 寛 三洋スーパーランド(株) 代表取締役
勝矢 博 (株)カツヤ 代表取締役会長	増井 慶太郎 ひろぎんキャピタルパートナーズ(株) 代表取締役社長
金井 正 樹 (株)はんべえ 代表取締役	松井 健 三井不動産(株)中国支店 支店長
仮井 康 裕 広島電鉄(株) 代表取締役社長	松尾 浩 一 N T T ドコモビジネス(株)中国支社 支社長
川上 伸 一 (株)テレビ新広島 常務取締役	三島 久 範 (株)G K デザイン総研広島 取締役都市環境・建築デザイン部部长
神原 歩 サントリー(株)中国・四国営業本部 執行役員中国・四国営業本部長	葛崎 功 一 (株)日本旅行広島支店 支店長
北山 貴 宏 全日本空輸(株)広島支店 支店長	三宅 朗 充 (株)ロウジユウ 代表取締役
久保 賢 司 広島ガスライフ(株) 取締役会長	三宅 靖 延 天宝商事(株) 代表取締役
桑原 史 憲 N T T 西日本(株)中国支店 中国支店長	宮田 裕 也 オタフクソース(株) 常務取締役共創本部本部長
小島 隆 広 (株)栗本ホールディングス 専務取締役事業部長	宮山 昌 一 富士フィルムビジネスイノベーションジャパン(株) 広島支社長
坂井 浩 司 (公財)ひろしま美術館 専務理事兼副館長	椋田 昌 夫 広島電鉄(株) 代表取締役会長
阪口 智 弘 日本航空(株)広島支店 支店長	山城 武 之 (株)フレスタホールディングス 顧問
柴田 公 房 A N A クラウンプラザホテル広島 総支配人	山本 恭 瑚 ス튜디오グリオット(有) 取締役
清水 秀 昭 伍光(株) 取締役副社長	山本 新太郎 山本・桧垣・松林司法書士事務所 所長
清水 慶 典 (株)あい設計 代表取締役社長	山本 美 香 新庄みそ(株) 代表取締役社長
水津 卓 也 中国計器工業(株) 代表取締役社長	李 志 翔 クレジオ・パートナーズ(株) 代表取締役社長
末松 辰 義 広島電鉄(株) 執行役員地域共創本部長	神田 佑 亮 呉工業高等専門学校 教授 (呉)
住吉 孝 予 (株)カノン 代表取締役	鶴田 幸 彦 (株)鶴田電設コンサルタント 代表取締役 (三原)
曾我 友 成 ツネイシカムテックス(株) 取締役会長	高垣 孝 久 (株)アクセ 代表取締役社長 (尾道)
寒川 起 佳 (株)紀陽 代表取締役社長	織田 誠 爾 (株)共栄店舗 代表取締役 (福山)
高本 孝 (株)中国新聞社 常務取締役	奥井 智 裕 (株)グリーンウインズさとやま 代表取締役 (備北)
田口 健 一 W H G 西日本(株)広島ワシントンホテル 総支配人	坂田 賀 昭 美和桜酒造(有) 代表取締役 (備北)
橘 和 人 (株)大広西日本 常務取締役	平田 真 一 (有)平田観光農園 代表取締役社長 (備北)
橘 哲 生 (株)電通西日本広島支社 執行役員支社長	松本 和 久 (株)サタケ 代表取締役社長 (広島中央)
立岩 和 則 (株)共和保険サービス 代表取締役	
田中 康 義 (株)アドブレックス 取締役社長	



広島県における  
MICEを活用した地域活性化  
-広島らしいエリア MICE の実現に向けて  
One Team で取り組む！ -  
提言書

発行：2026（令和8）年3月

広島経済同友会 観光振興委員会