
令和5年度「無人自動運転等のCASE対応に向けた実証・支援事業
(MICE × MaaSによる発展可能性調査)」報告書

2024年(令和6年) 3月

株式会社ダン計画研究所

目次

【事業概要】

- 事業の目的 2
- 検討フロー 3

【「ビジネス・バイウェイ」の定義付けと認識拡大】

- 1. 基本認識 4
- 2. 「ビジネス・バイウェイ」の定義 5
- 3. 「MICE」との親和性検討の視点 6
- 4. 「ビジネス・バイウェイ」に期待される効果(狙い) 7
- 5. 「ビジネス・バイウェイ」の3つの概念案 8
- 6. 「MICE」における「ビジネス・バイウェイ」により想定される親和性、インパクト（深掘りすべきターゲット） 9
- 7. 「ビジネス・バイウェイ」の寄り道（＝バイウェイ）先 候補 10
- 8. 「ビジネス・バイウェイ」で展開される組合せ、期待される効果（狙い） 11

【「ビジネス・バイウェイ」で生まれる新たな移動需要に対する MaaS のあり方検討】

- 9. 「ビジネス・バイウェイ」に求められる「MaaS」の役割・機能 12

【「ビジネス・バイウェイ」モデル地域の深堀】

- 10. モデル地域（地域一体型オープンファクトリー）で展開された モビリティ・サービス 14

【公開討論会(シンポジウム)の開催】

- 11. ビジネス・バイウェイ シンポジウム ～MICE×MaaSからイノベーション～ 15

○ 事業の目的

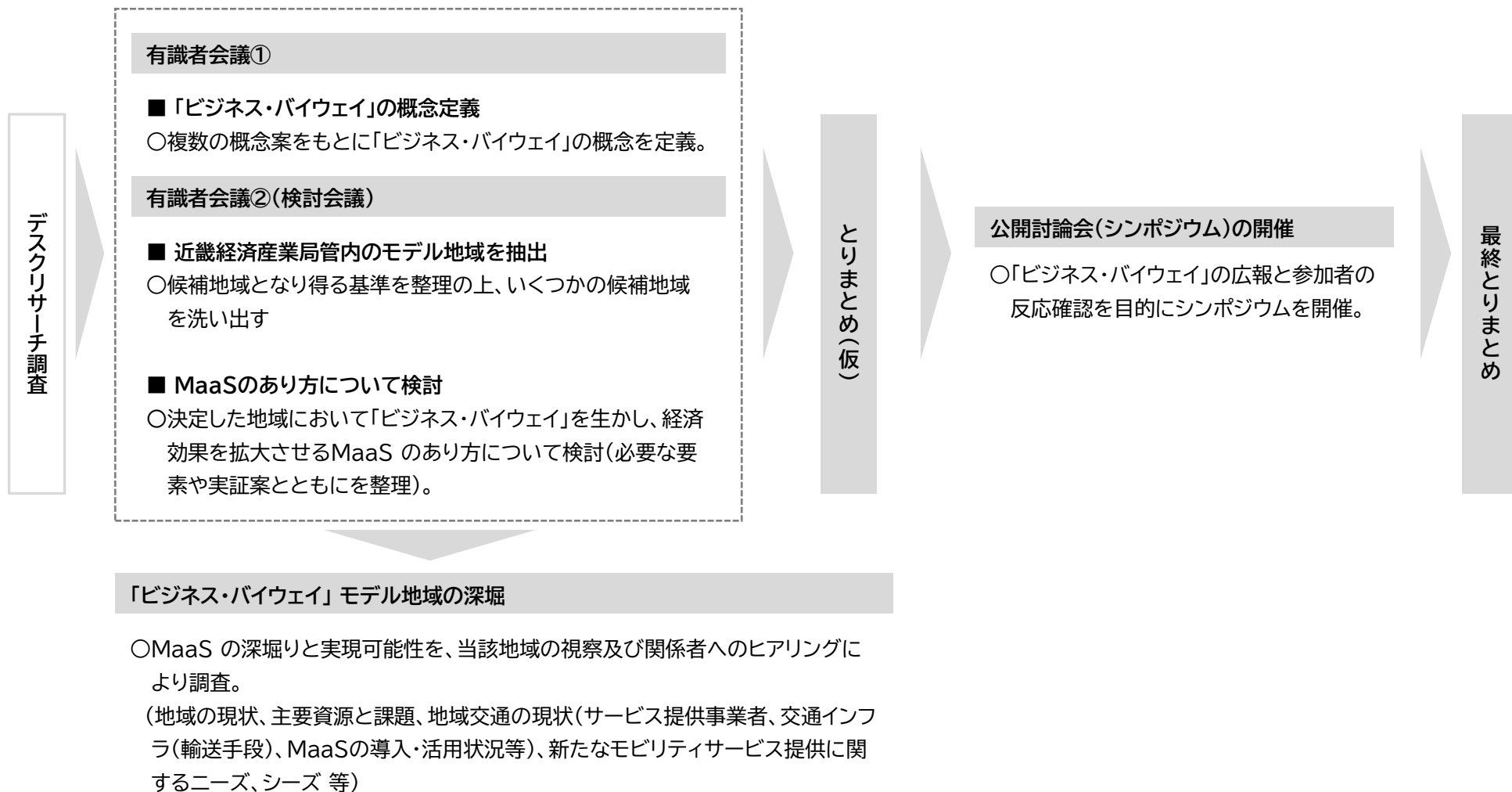
昨今、MICE（会議、研修等のインセンティブ旅行、学会等の国際会議、展示会・イベント）をはじめとした主にビジネスを目的として、日本各地へ訪れる者が生み出す経済効果（インバウンドを含む）に、政府や各地域の期待が寄せられている。

そのような中、MaaS は、上記のビジネス目的で訪れた者がビジネス以外を目的とした当該地域の滞在・周遊、つまり「寄り道（＝バイウェイ）」を促し、新たな経済効果を生み出す手法として期待できるが、地域の滞在・周遊は観光地を中心に検討されるケースが多く、対観光客を意識したサービス設計であることが多い。

今後、日本が MICE を推進し、さらなる経済効果を拡大させていくためには、ビジネス目的の移動に＋１（プラスワン）の行動変容を促す「ビジネス・バイウェイ」の考え方を広め、そこに MaaS を掛け合わせる事が重要。

そこで、本調査を通じて、①「ビジネス・バイウェイ」の定義づけを行い、その機運を醸成するなどにより、新たな移動需要を生み出す仕掛けの検討と②その新たな移動需要を満たす MaaS の実現手法を明らかとすることを目的とする。

○ 検討フロー



1. 基本認識

MICE(会議、研修等のインセンティブ旅行、学会等の国際会議、展示会・イベント)をはじめとしたビジネスを目的で訪れた者が、ビジネス以外の当該地域の滞在・周遊、つまり「寄り道(＝バイウェイ)」を促し、新たな経済効果を生み出す手法として期待。

(参考) シーニック・バイウェイ(Scenic Byway)

景観・シーン(Scene)の形容詞シーニック(Scenic)と、わき道・より道を意味するバイウェイ(Byway)を組み合わせた言葉。

「シーニックバイウェイ北海道【日本風景街道】」では、地域に暮らす人が主体となり、企業や行政と手をつなぎ、美しい景観づくり、活力ある地域づくり、魅力ある観光空間づくりに取り組んでおり、2022年12月現在、14の指定ルート、3つの候補ルートがあり、約500団体が活動。



(<https://www.scenicbyway.jp>)

観光をビジネスに置き換えて発想すると、

MICEでの来訪者の移動に
MICE+1(プラスワン)の目的地を想定することで、
行動変容を促す「ビジネス・バイウェイ」

×

そこに新たなモビリティサービスとして、
新たな移動需要を支える「MaaS」を掛け合わせる

新たな滞在・周遊を創出

経済効果

- ビジネス客の滞在・周遊の拡大による経済効果(地域消費の拡大)
- 新たなビジネス機会の創出
- 共創によるイノベーションの創出

移動革命

- 新たな移動需要の創出
- 新しいモビリティサービスの提供
- プラットフォームを支える担い手の拡がり

2. 「ビジネス・バイウェイ」の定義

「ビジネス・バイウェイ」とは、MICE※ など主としてビジネスを目的に出張する際に、**追加的に**訪れることが**業務として容認**される「国際社会的に魅力あるコンテンツ」を指す。

MICE※：会議、研修等のインセンティブ旅行、学会等の国際会議、展示会・イベント等

今後、MICEを訪れるビジネスパーソンや「**責任ある観光**」※の意識をもつ旅行者が「ビジネス・バイウェイ」先を訪問することで、イノベーション創造やビジネス機会の創出のきっかけともなり、地域消費貢献を通じて、**日本の産業や歴史に裏打ちされたサステナブルな**地域社会の形成に寄与することが期待される。

「責任ある観光」※：旅行先の地域コミュニティや環境に与える影響に責任をもち、旅行先に配慮する考え方として一般的に提唱されているが、本調査においては、「連綿と紡いできた産業の発展と社会形成を両立させる意義に焦点を当てた観光の意」として整理する。

3. 「MICE」との親和性検討の視点

「MICE」の各区分について、「ビジネス・バイウェイ」の概念案(類型)との親和性を検討するにあたっての視点、コミュニケーションの方向性、来訪者の多様性の軸について、以下に整理。

	類型	内容	主催者、来訪者像（参加動機等）
M	企業等の会議 (Meeting)	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)を指す。	* 企業等が主催し、社員やステークホルダー等、一定の関係性を有する主体が来訪。社内のインナーブランディングに資する交流促進や教育等にウェイトが置かれ、交流や関係性強化につながる楽しみや学びの要素も付加。
I	報奨・研修旅行 (Incentive Travel)	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。	* 社員等のモチベーション向上や人材育成等が主目的。企業等会議と同様、交流や関係性強化につながる楽しみや学びの要素も付加。 * 新たな成長や飛躍の動機づけにつながる出会いの創出も有効なオプション。
C	国際会議 (Convention)	学会や産業団体、さらには政府等が開催する大規模な会議を一般的に指す。	* 研究者、技術者、学生等が参加し、最先端の考え方やナレッジが共有され、事業課題解決につなげられるとともに、中長期的な成果、それを生む人的なポテンシャル向上の機会としての期待も大きい。 * 海外からの参加者は、家族等の帯同者の同行も一般化。
E	展示会・見本市 (Exhibition/Event)	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。	(Ex) * テーマに応じて、産官学の各セクターから多様な主体が参加。新たな技術や製品・サービス等の発表の場ともなり、新たな商取引創出の目的意識も高いビジネス・パーソンに来訪が主となる。 (Ex) * イベントでは、エンドユーザーを含む多様な主体が参加し、観光・エンターテインメント要素とも高い

コミュニケーションの軸

（内向き）
インターナルコミュニケーション

エクスターナルコミュニケーション
（外向き）

多様性の軸

小

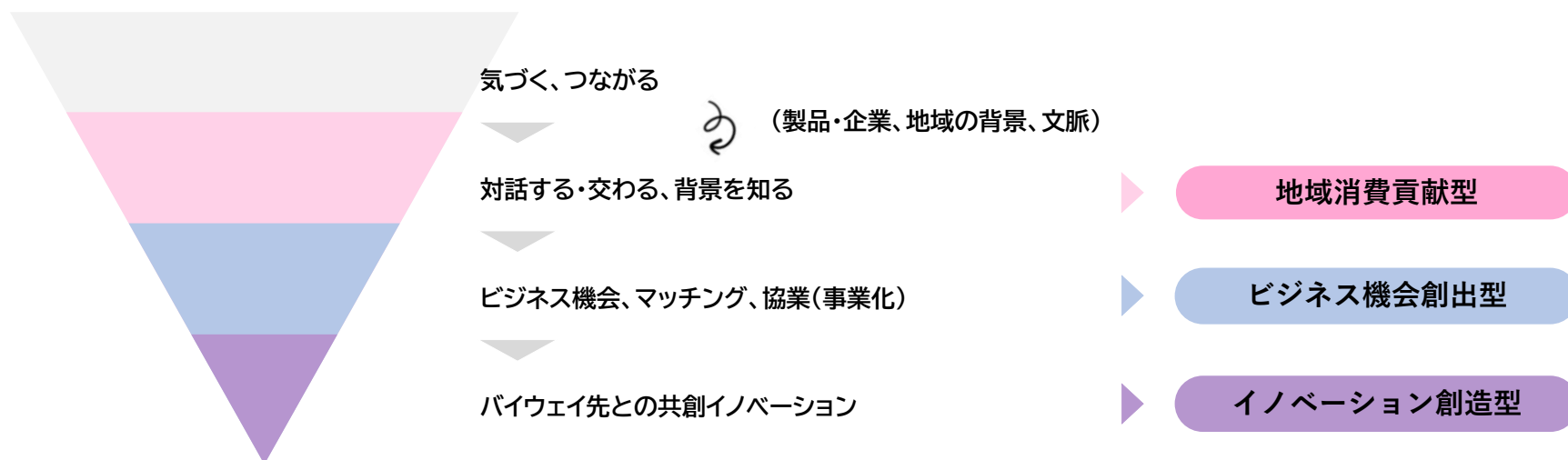
参加者の多様性

大

4. 「ビジネス・バイウェイ」に期待される効果(狙い)

多様な主体による消費増加効果が期待できるMICEは、その開催地や日本に大きな経済波及効果を与える。一方、MICEがもたらす効果は、経済波及効果だけではなく、ビジネス機会やイノベーションの創出など経済波及効果以外の効果(レガシー効果)も生み出し、開催地域を中心に開催後も中長期的に好影響をもたらすとされる。(観光庁「平成30年度 MICEによるレガシー効果等調査事業」レガシー効果事例集)。

(「ビジネス・バイウェイ」によって生まれる出会いの質)



※ファネル(漏斗)の下にいくほど、その成果が生まれるまでに、時間を要する。また、生まれるインパクトは大きいですが、その実現の確率は低い可能性。

5. 「ビジネス・バイウェイ」の3つの概念案

「ビジネス・バイウェイ」の概念案として、「イノベーション創造型」、「ビジネス機会創出型」、「地域消費貢献型」の3タイプに区分。

イノベーション創造型

- 多様な参加者からなるE(展示会・見本市)やC(国際会議)と地域一体型オープンファクトリー等の異業種メンバーが参加するバイウェイ先では、「多×多」の掛け合わせが生まれ、セレンディピティ(非予定調和)型のイノベーション創出の可能性が高まる。
- 国際会議のうち、学術集会・研究会等々の研究者・技術開発者等の参加者が学術・産業技術分野の等の研究を行う 大学等を訪問することによる「研究開発型のイノベーション」を生む可能性も大きい。

狙い（求める出会いのかたち）

実り(成果)までの
時間軸

▷ セレンディピティ志向
(オモシロイに出会いたい)

3~10年
(中長期)

ビジネス機会創出型

- 訪問先選定の目的志向性が高く、単一企業(もしくはグループ会社)や関係取引先など限られたステークホルダーが参加するMICE参加者が企業単体で開催する「テクニカルビジット/企業単体型オープンファクトリー」を訪れることで、企業間の密度の濃い対話・交流が促進され、協業等のビジネス機会創出・発展が期待される。

▷ ターゲティング志向
(スゴイに出会いたい)

1~2年
(短期)

地域消費貢献型

- 多種多様なステークホルダーが地域や地域産業、商材に触れることにより、上記の事業化につながる地域の文脈、産業・事業の背景についての理解を深める機会となるとともに、地域消費に貢献する。

▷ マーケット志向
(有名・人気に出会いたい)

即時

6. 「MICE」における「ビジネス・バイウェイ」により想定される親和性、インパクト（深掘りすべきターゲット）

「MICE」と「ビジネス・バイウェイ」の概念案との関連性について整理。C(Convention)、E(Exhibition/Event)とイノベーション創造型ビジネス・バイウェイ、ビジネス機会創出型ビジネス・バイウェイの掛け合わせに可能性。

* 想定される親和性の強弱 (● > ◎ > ○)、インパクトの大小 (● > ◎ > ○) をウェイトづけ。

* 「M」「I」は、事前に行き先をプログラム化することが必要で、「ビジネス・バイウェイ」との親和性は小さく、可能性が大きいのは「C」「E」の列。

偶発性によるイノベーション・ビジネス創出の可能性の広がり期待できる「多対多」の交流機会に可能性。「地域消費貢献型」は、「MICE」全体の来訪者の購買促進等に寄与。

	(事前にプログラム化することが必要)			(ビジネスバイウェイの可能性が大)			
	M 企業等の会議 (Meeting)	I 報奨・研修旅行 (Incentive Travel)		C 国際会議 (Convention)			E 展示会・見本市 (Exhibition/Event)
		報奨旅行	研修	学会	ビジネス系	政府系	
イノベーション創造型 (セレンディピティ)	○		○	(テーマに応じた 多対1)			(多対多から生まれる偶発性)
ビジネス機会創出型 (ターゲット)	◎ (1対1)		◎				
		(アウトサイトでの地域課題解決)					
地域消費貢献型 (マーケット)	◎	◎ (観光にウェイト)	◎	◎	◎	◎	◎

7. 「ビジネス・バイウェイ」の寄り道（＝バイウェイ）先 候補

<1> 共創パートナーやステークホルダーとなる企業・工場群等

	バイウェイ先 候補	概要
1	地域一体型オープンファクトリー/ オープンファーム	ものづくりに関わる中小企業や工芸品産地など、産業集積がみられる地域を中心に、企業単独ではなく、地域内の企業等が面として集まり、生産現場を公開したり、ワークショップ等でものづくりを体験してもらう取組。
2	テクニカルビジット(単体オープン ファクトリー/オープンファーム)	企業が単体で取り組むオープンファクトリー。付加価値を生み出す現場の体感や企業や地域の歴史についても学ぶ機会を提供する取組。
3	企業系ミュージアム	企業が設置する、その企業の活動にまつわるものを展示、紹介する博物館・美術館など。
4	ファクトリーショップ	工場と併設された直販ショップ。製造の様子を見学した後、製造された商品に触れてその場で購入ができる。
5	地域商社	地域内の特産品や商品を販売するショップ。

<2> 人的リソースとも紐づいた知的資源（ナレッジ）

	バイウェイ先 候補	概要
6	大学等研究機関(公設試験所 等)	産業利用が可能な科学技術研究のシーズ等を蓄積。
7	共創空間、産業振興拠点 等	オープンイノベーション拠点、リビングラボ、インキュベーション施設等の創業者・起業家等、イノベーション・マインドの高い人が集う施設等。

<3> 文化、エンターテインメント、アミューズメント要素など、地域の文脈の理解を深める地域資源

	バイウェイ先 候補	概要
8	産業遺産・文化遺産	産業近代化の過程を物語る人工遺物、建造物、人間の居住地、自然景観及び都市景観、文書等。
9	博物館・美術館（ミュージアム）	サイエンス、テクノロジー、アート、あるいは地域史等の資産を所蔵・展示するとともに、学びの場を提供。

8. 「ビジネス・バイウェイ」で展開される組合せ、期待される効果（狙い）

ビジネス・バイウェイのタイプ毎に、MICEと訪問先の掛け合わせを整理。親和性が高く、インパクトも大きい「C/E」と「地域一体型オープンファクトリー」の掛け合わせに注目する。

イノベーション創造型



○異業種、異セクターと多種多様なステークホルダーが参加する「E (Exhibition/Event)」や「C (Convention)」と、企業群が一体となり開催する現場感の高い「地域一体型オープンファクトリー」の掛け合わせにより、非予定調和な出会いが数多く生まれ、偶然のもたらす大きな飛躍、すなわちセレンディピティ、イノベーション創出のきっかけとなることが期待される。

ビジネス機会創出型



*単一企業(もしくはグループ会社)や関係取引先など限られたステークホルダーが参加する「I (Incentive Travel)」と「M (Meeting)」と、企業が単体で開催する「テクニカルビジット/企業単体型オープンファクトリー」の掛け合わせにより、企業間の密度の濃い対話・交流が促進され、より確実性の高いビジネス機会創出・発展が期待される。

地域消費貢献型



*「M (Meeting)」、「I (Incentive Travel)」、「C (Convention)」、「E (Exhibition/Event)」と、「ファクトリーショップ」、「企業系ミュージアム」、「地域商社」等のエンターテインメント性、アミューズメント性のある要素の掛け合わせにより、多種多様なステークホルダーが地域や地域産業、商材について触れたり、理解を深めたりする機会が生まれ、地域消費への貢献が期待される。



*学術集会・研究会等「C (Convention)」の研究者・技術開発者等の参加者が学術・産業技術分野の等の研究を行う大学等研究機関の研究者・研究施設等を訪問することにより、「研究開発型のイノベーション」を生む可能性も期待される。



*創業者や起業家など、アイデアを持ち、イノベーションマインドの大きい新たな人との出会いや相互作用により新たな事業創出につながるものが期待される。



*MICE参加者の帯同者が滞在中に訪れるバイウェイ先としては、ストーリー性や現場感により、理解を促すバイウェイ先が想定される。

9. 「ビジネス・バイウェイ」に求められる「MaaS」の役割・機能

＊より確度の高いイノベーション、ビジネス機会の創出、経済効果の波及に向け、効果的なMaaSの実現イメージ、今後の取組の方向性について、以下の視点を踏まえて検討する。参考として、既存の地方都市型MaaS、観光型MaaSも示す。

	イノベーション創造型 MaaS	ビジネス機会創出型 MaaS	地域消費貢献型 MaaS	地方都市型MaaS (※)	観光型MaaS(※)
ユーザー		ビジネスパーソン(国内外)		生活者、ビジネス パーソン	観光客 (国内外)
モビリティの 課 題	- 希望する訪問先への交通手段の確保 - 複数の訪問先に訪問する際の効率的な交通手段の確保・ルートを選定 - 多言語での情報提供 - 決済システムの導入(海外通貨への対応含む)	希望する訪問先への効率的な交通手段の確保	- 希望する訪問先への交通手段の確保 - 複数の訪問先に訪問する際の効率的な交通手段の確保・ルートを選定 - 多言語での情報提供 - 決済システムの導入(海外通貨への対応含む)	- 自家用車への依存性・事業 - 採算性の低下 - 運転免許返納後の高齢者、自家用車非所有者の移動手段不足	- 地方部における二次交通の不足、観光交通の実現 - 急増する訪日外国人の移動円滑化 - 多様化する観光ニーズへのきめ細やかな対応
MaaS の導 入目的・期待 される効果	- 訪問地域の回遊の効率性の向上 - 訪問者・企業数の拡大 - 深い交わりと偶発性	訪問者・訪問企業数の拡大	- 訪問地域の回遊利便性の向上 - 訪問者・訪問企業数の拡大	- 地域活性化に向けた生活交通の利便性上 - 域内の回遊性の向上	- 観光客の回遊性の向上 - 訪日外国人の観光体験の拡大・向上
移動需要・ ニーズ	- 個人単位、少グループ単位で、複数地点を効率よく巡りたい - 地域内企業、地域のものづくりの背景等の情報を得たい - 予期せぬ出会い、偶発性への期待	- 訪問したい企業が明確でグループ単位での移動に対応 - 地域内企業、地域のものづくりの背景等の情報を得たい	- 地域の商材の背景等について深い情報を知りたい - 決済をスムーズに行いたい		
検索・予約・決済の統合					

(※)「地方都市型MaaS」、「観光型MaaS」については、「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会(国土交通省)中間とりまとめ資料」から抜粋

9. 「ビジネス・バイウェイ」に求められる「MaaS」の役割・機能

移動・ モビリティ

- ▶ 移動の連続性・利便性、新しい移動体験
 - ▷ 個別に、行きたいところだけ行ける利便性（オンデマンド型）
 - ▷ 楽に、行きたいところへ行ける利便性（ツアー型）
 - ▷ 適切な移動手段の組合せ（マス交通、個別交通、シェアリング型の移動サービス等）

情報

- ▶ 目的地情報（体験価値の高いバイウェイ先情報）× 移動情報の一元化・可視化
 - ▷ デジタルプラットフォームの活用、新規アプリ利用の抵抗感を軽減（LINE活用等）
- ▶ バイウェイ先情報の事前提供、あるいはMICEプログラムへの組み込み
 - ▷ MICE主催者、旅行手配者、エリア編集者、バイウェイ先との連携
- ▶ 移動ルート選択の双方向・インタラクティブ性、ダイナミック・リアルタイム性の仕組み（誘導による企業参加）
 - ▷ 偶発性の演出（例：サイコロ・きっぷ（JR）等）
- ▶ インバウンドを対象とした多言語対応

人・コミュニケー ション

- ▶ ゲートキーパーとのコミュニケーション
 - ▷ モビリティハブやバイウェイ先のゲートキーパーによるガイド（リビングラボの例）
- ▶ 移動体験から生まれるコミュニケーション
 - ▷ 参加者同士のコミュニケーションの誘発（例：焼津・つなモビ）
 - ▷ 新しい移動空間の開発・活用（例：動くMaaSステーション・商談スペース等）

バイウェイ自体 の価値向上

- ▶ 「余白」時間の過ごし方の提案（あるいは、事前にプログラムへ組み込み）
 - ▷ イノベーションの誘発につながる偶発性の設計、効率的なマッチング、消費促進（決済連携）
 - ▷ 発地（MICE）での情報提供
- ▶ バイウェイ先で得られる情報や体験機会のMICEとの差別化により、相乗効果を創出
 - ▷ 新しい顧客とのリアル＆バーチャルの接点開発（例：veBee（高松）から派生したリアルイベント）、クーポンやスタンプラリーによるインセンティブ付与
- ▶ バイウェイ先の体験価値の向上とエリアブランディング
- ▶ サービス開発にもオープンに参加できる仕組み

地域（既存）のMaaSプラットフォームとの連携、その活用による持続性の確保

多様な主体の連携・共創による拡がりと支え

10. モデル地域（地域一体型オープンファクトリー）で展開された モビリティ・サービス

「地域一体型オープンファクトリー」を展開する地域のうち、ファクトリーショップも多数生まれ定常的な受け入れも整う地域一体型オープンファクトリー「RENEW」が開催される福井県鯖江市、越前市、越前町をモデル地域として、現地ヒアリングを行った。

【RENEW】福井県鯖江市、越前市、越前町

開始年：2015年 | 参加企業：101社、来訪者数：延べ3.7万人（2022年）

「RENEW(リニュー)」は、福井県鯖江市・越前市・越前町で開催される、持続可能な地域づくりを目指した工房見学イベント。

2015年に福井県鯖江市河和田地区で始まり、会期中は普段出入りできないものづくり工房の見学を通じて、作り手の想いや背景を知り、体験しながら商品の購入を楽しむことができる。現在は鯖江市・越前市・越前町の7つの産地、半径10km圏内で開催、国内最大規模のオープンファクトリーイベントに成長。



オープンファクトリーの開催を通じて、常設型のファクトリーショップも数多く開設され30以上に及び、通年観光が可能なまちとなっている。

【モビリティサービスの導入に至る経緯】

- * RENEW開催エリアの分散している7産地を周遊できる交通手段の確保は大きな課題。RENEW来訪者の7割が自家用車での来訪、3割が公共交通によるアクセス。集客イベント(大日本市)の開催にあわせ、2017年には、シャトルバスも運行したが、利用は低迷していた。
- * コロナ禍を受け、タクシー事業者の経営基盤強化のための観光客向けのタクシーチケット事業「迎車でGO!」により支援。RYDEPASS導入は「ふくいMaaS」への福井鉄道 福武線での導入がきっかけで、越前市職員からの働きかけが契機となった。

【モビリティ・サービスの導入状況、展開】

- * 2021年より、RENEW参加企業間を500円(市町内移動)または1,000円(市町間移動)で利用できる3日間限定タクシーチケットを販売・運行。RYDE PASSアプリの導入は2022年からスタート。
- * 越前市、鯖江市、越前町のタクシー事業者(11社)が協力し、3日間で407回の利用(2023年)。うるしの里会館⇄鯖江駅眼鏡(鯖江駅)間で主な乗車経路の半数近く(45%)を占めた。
- * アプリの導入により紙チケットのみに比べ、利用者の利便性が向上。全国で導入されるRYDE PASS会員が利用可能で、圏外の利用者の利用も確認された。
- * 来訪者やタクシー事業者だけでなく、RENEW企業からも継続希望の声があがっている。

【今後の方向性】

- * 将来的には、ジャンボタクシーでの乗合い型の導入の検討など、コスト低減のための方策についても必要性を認識。
- * 2023年はタクシー事業者の営業圏域をイベント期間中、特例的に取り扱う規制緩和も実施。南越前町も加わった4市町で、来訪者向けの「丹南地域定額タクシー」のタクシーチケット・サービスにつながった。

11. ビジネス・バイウェイ シンポジウム ～MICE×MaaSからイノベーション～

■開催概要

日時:2024年3月8日(金)14:00～16:45

場所:梅田スカイビルE-1会議室

主催:近畿経済産業局 共催:一般社団法人関西イノベーションセンター

プログラム:

- | | | |
|-------|--|--------|
| 基調講演 | 「MICE × MaaS から考察する『ビジネス・バイウェイ』とは」
一般財団法人計量計画研究所 理事 兼 研究本部 企画戦略部長 | 牧村 和彦氏 |
| 話題提供1 | 「『ビジネス・バイウェイ』としてのオープンファクトリーの可能性」
合同会社TSUGI 代表/一般社団法人SOE 副理事 | 新山 直広氏 |
| 話題提供2 | 「『ビジネス・バイウェイ』の可能性」
株式会社自動車新聞社 代表取締役/株式会社AMANE 代表取締役 | 井上 佳三氏 |
| 話題提供3 | 「2025年大阪・関西万博を契機とした「Tech Tours Kansai」」
一般社団法人関西イノベーションセンター | 益子 泰岳氏 |

トークセッション 「ビジネス・バイウェイを活かした価値創出に必要なポイント」

(パネリスト) 新山直広氏、井上佳三氏、益子泰岳氏、
近畿経済産業局 地域経済部地域連携推進課長 黒木啓良氏
(ファシリテート) 牧村和彦氏



MICE

Business a way

ビジネス・バイウェイ シンポジウム

～MICE×MaaSからイノベーションへ
Featuring 関西オープンファクトリーフォーラム Vol.21

2024年 **3月8日 金**
14:00～16:45
(受付13:30～)

参加費
無料

申込
先着順

ハイブリッド開催

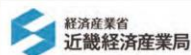
会場 梅田スカイビル E-1会議室 大阪市北区大淀中1-1-88
会場参加定員 40名 オンライン参加定員 50名

昨年、MICE(会議、研修等のインセンティブ旅行、学会等の国際会議、展示会・イベント)をはじめとした主にビジネスを目的として、日本各地へ訪れる方が生み出す経済効果(インバウンドを含む)に、政府や各地域の期待が寄せられています。

そのような中、MaaS(Mobility as a Service)は、上記のビジネス目的で訪れた方がビジネス以外を目的とした当該地域の滞在・周遊、つまり「寄り道(＝バイウェイ)」を促し、新たな経済効果を生み出す手法として期待できますが、地域の滞在・周遊は観光地を中心に検討されるケースが多く、対観光客を意識したサービス設計であることが多いのが現状です。

今後、日本がMICEを推進し、さらなる経済効果を拡大していくために、ビジネス目的の移動に、プラスワンの行動変容を促す「ビジネス・バイウェイ」について、有識者とともに検討を重ねてきました。

本シンポジウムでは、これまで検討してきた「ビジネス・バイウェイ」の概念について幅広い方にお伝えするとともに、「ビジネス・バイウェイ」やバイウェイ先への移動需要を満たすMaaSの実現方法をともに考える機会として開催します。



主催：経済産業省 近畿経済産業局
地域経済部 地域連携推進課

共催：一般社団法人関西イノベーションセンター

近畿経済産業局「令和5年度 無人自動運転等のCASE対応に向けた実証・支援事業(MICE×MaaSによる発展可能性調査)」

PROGRAM

14:00～14:05 <主催者挨拶>

14:05～14:25 基調講演

MICE×MaaSから考察する『ビジネス・バイウェイ』とは
一般社団法人計画研究所
理事 兼 研究本部企画戦略部長
牧村 和彦 氏

MICE×MaaSから考察する『ビジネス・バイウェイ』とは
モビリティデザイナー、東京大学 博士(工学)、筑波大学客員教授、神戸大学客員教授。
都市・交通のシンクタンクに従事し、将来のモビリティビジョンを描くスペシャリストとして活動。
内閣府、内閣官房、国土省、経済省、環境省、大商等の委員を数多く歴任。
代表的な著書に、「MaaSが都市を変える(学芸出版社)」、不動産協会賞2021、「MaaS～モビリティ革命の先にある全産業のゲームチェンジ(日経BP、共著)」、「Beyond MaaS(日経BP、共著)、交通回書賞他」等多数。



14:25～14:45 話題提供 1

「ビジネス・バイウェイ」としてのオープンファクトリーの可能性
合同会社TSUGI 代表/
一般社団法人SOE 副理事
新山 直広 氏

「ビジネス・バイウェイ」としてのオープンファクトリーの可能性
京都府立大学デザイン学科建築分野卒業。2009年福井県鯖江市に移住。鯖江市役所を経て2015年にTSUGI LLCを設立。2022年に越前鯖江地域の観光まちづくりを行う一般社団法人SOEを設立。2023年にはこれからの地域デザインを探究するLIVE DESIGN Schoolを開校するなど、近年ではものづくり・まちづくり・ひとづくりといった領域で活動している。グッドデザイン賞特別賞、国土交通省地域づくり表彰最優秀賞など受賞多数。
RENEWティレクター(2015年～)、京都府立大学伝統産業イノベーションセンター特別研究員(2018年～)、一般社団法人SOE副理事(2022年～)



14:45～15:05 話題提供 2

「ビジネス・バイウェイ」の可能性
株式会社自動車新聞社 代表取締役/
株式会社AMANE 代表取締役
井上 佳三 氏

「ビジネス・バイウェイ」の可能性
2007年、(株)自動車新聞社入社。モビリティサービスの専門誌「LUGARE」(リガーレ)を立ち上げ、移動の質の向上がQOLの向上につながることをモットーに数多くのモビリティを取材。2018年からはLUGARE Newsを立ち上げ、「ひと・まち・モビリティ」に関わるニュースを配信。2019年に(株)AMANEを立ち上げ、モビリティサービスを活用したまちづくりや賑わいづくりの取り組み、モビリティハブの導入支援などクライアントを幅広くサポートしている。



15:05～15:25 話題提供 3

2025年大阪・関西万博を契機とした「Tech Tours Kansai」
一般社団法人
関西イノベーションセンター
益子 泰岳 氏

2025年大阪・関西万博を契機とした「Tech Tours Kansai」
一般社団法人 関西イノベーションセンターは、大阪・淀屋橋に開設する会員制イノベーション創出拠点「MULIC Kansai」の運営を目的に、2020年に設立。
「MULIC Kansai」では、「観光・イノベーションの新結合」をテーマに、「①場の提供(ファンリテイ)」、「②事業創出支援(課題解決プログラム)」、「③知の集積(イベント開催)」、「④新産業創出(スタートアップ支援)」の機能を提供している。



15:35～16:20 トークセッション <「ビジネス・バイウェイ」を活かした価値創出に必要なポイント>

■パネリスト

合同会社TSUGI 代表/
一般社団法人SOE 副理事
新山 直広 氏

株式会社自動車新聞社 代表取締役/
株式会社AMANE 代表取締役
井上 佳三 氏

一般社団法人
関西イノベーションセンター
益子 泰岳 氏

近畿経済産業局 地域経済部
地域連携推進課
黒木 啓良 氏

■ファシリテーター

一般社団法人計画研究所
理事 兼 研究本部企画戦略部長
牧村 和彦 氏

16:20～16:25 <クロージング>

16:25～16:45 <名刺交換会>(任意参加)

申込方法

右記の二次元コードより申込フォームを
入力しお申込みください。
申込締切: 2024年3月6日



お問い合わせ先

シンポジウム事務局

(株式会社タン計画研究所内) 担当: 榎本・新井・河野

TEL: 06-6944-8751(平日10時～17時) E-mail: mail@business-byway.go.jp
(近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課 津田・森川・古木)

アクセス 梅田スカイビル 大阪市北区大淀中1-1-88

