

ちば国際コンベンションビューロー 第5次中期計画

《平成28年度～平成30年度》



平成28年3月

第5次中期計画

目次

I	計画策定の趣旨	1
II	計画策定の背景	2
1	世界の動き	
2	国内の動き	
3	千葉県の現状と課題	
III	施策展開	4
1	オール千葉による MICE 誘致・開催支援の実施	4
(1)	MICE 誘致の新たな展開	
(2)	誘致競争力の強化	
(3)	誘致マーケティングの見直し	
2	国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくり	9
(1)	中核組織としての機能の強化	
(2)	多文化共生時代のネットワークづくり	
(3)	安心・安全な生活確保のための外国人支援	
3	MICE 適地「千葉」ブランドの確立	10
(1)	「千葉」ブランドの確立	
(2)	千葉県の有する魅力ある MICE 資源を PR	
(3)	海外向け広報活動の強化・拡充	
(4)	情報発信の連携を強化	
4	効率的な事業運営の推進	12
(1)	効率的な事業運営を図るための組織体制の整備	
(2)	自主財源確保の強化	
(3)	人材の確保及び育成	
(4)	経費削減	
	(資料)	
	第4次中期計画の実行による CCB-IC の成果	13
(1)	MICE 事業	
(2)	国際交流センター	
(3)	効率的な事業運営の推進	

第 5 次 中 期 計 画

I 計画策定の趣旨

公益財団法人ちば国際コンベンションビューローは、千葉県や県内市町村、各種団体、企業、個人・ボランティアの方々とのネットワークを通じ、MICE（*）の誘致・支援、プレ・ポストコンベンション等による地域振興や国際的な交流事業による国際社会との協働を積極的に図るために創られた法人である。

MICE 関連産業は、経済の活性化や税収増など地域振興に寄与する成長分野であることから、アジア諸国をはじめとした海外の有力国が MICE 誘致に力を入れ、MICE 誘致競争が激しくなっている。日本でも、観光庁が中心となり、観光立国実現の一環として、国を挙げた MICE の振興が着実に推進されている。

千葉県は、日本の玄関口である「成田空港」と国際線の充実が進む「羽田空港」とのアクセスに優れ、さらに首都・東京に近接するという地理的優位性を有しているほか、変化に富んだ海と緑豊かな丘陵などの自然や多様な観光資源に恵まれており、MICE 主催者に大いに PR できる MICE 資源を備えている。

さらに、2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催が決まり、千葉県における事前キャンプや国際大会の開催などが見込まれ、それらの誘致にとって重要な時期を迎えているほか、近年は国の観光立国政策の推進と相まって、訪日外国人旅行者数が大幅に増加しているところである。

そのような状況のもとで、国内外の厳しい MICE 誘致競争を勝ち抜くためには、千葉県の魅力を発信・訴求するとともに、千葉県全体として、MICE の誘致・開催支援を行うことが必要であり、加えて誘致競争力の強化、マーケティング力の向上などの有効な施策を展開していかなければならない。

また、国際交流分野においては、県内に居住する 11 万人を超える外国人にとって、豊かで住み良い社会環境を整え、また、前述のとおり増加が想定される訪日外国人旅行者にも配慮しつつ、国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくりを進めることが求められている。

そこで、当財団では、時代の変化に対応した MICE の誘致・開催支援及び国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくりの計画的な実施を目指し、新たな中期計画を策定する。なお、急激な社会・経済環境の変化にも的確に対応できるよう、計画期間は、平成 28 年度から平成 30 年度までの 3 年間とし、進捗状況を随時検証するとともに、必要に応じて見直しを行うこととする。

(*）MICE（マイス）

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）、イベント、展示会・見本市（Event/Exhibition）の頭文字のこと。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。

II 計画策定の背景

1 世界の動き

近年は、グローバル化の進展により世界規模の活動が恒常的なものとなり、国をまたいだビジネス、観光、就労、留学などが活発化し、一国又は一定の地域の経済動向が国際経済に大きく影響したり、国境をまたぐ疾病の流行、テロや領土問題に起因する国際的な緊張や、多数の難民が発生するなどの状況が認められる。

特に MICE を取り巻く状況に目を向けると、MICE の重要性に対する認識が高まり、アジア諸国をはじめとした海外の有力国・都市が MICE 誘致に官民を挙げて力を入れており、日本はかつてアジア域内で極めて高い誘致競争力を有していたが、その地位も相対的に低下しつつある。

2 国内の動き

国は、平成 25 年 6 月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を策定し、その目標の一つとして「国際会議等（MICE）の誘致や投資の促進」が掲げられた。また、同じ月に閣議決定された「日本再興戦略」においても「2030 年にはアジア No. 1 の国際会議開催国として不動の地位を築く」とされており、国を挙げて MICE 誘致競争力の向上が施策として推進されている。訪日外国人旅行者数は、平成 27 年に過去最高の約 1,974 万人となっており、国の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」は、将来の訪日外国人旅行者数を 3,000 万人と想定し、全国的に外国人の受入体制の整備が進められている。

また、2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定を受け、その事前キャンプや国際的なスポーツ大会・イベント等を誘致する動きも活発化している。

一方、国際交流分野においても、前述の訪日外国人旅行者数の増加や 2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、国際交流の活発化が予想されるほか、平成 27 年末現在、全国の外国人登録者数は約 212 万人と日本の総人口の 1.67% を占めており、外国人留学生や外国人労働者の受入れが進み、生活基盤を得た外国人の定住化が進み、その生活基盤が築かれていく中で、就労、教育など様々な分野で多くの課題を抱えている。この結果、各地域で生活者としての外国人を支援する必要性が高まり、国際交流・国際協力を促進していくとともに多文化共生社会の実現が求められている。

3 千葉県の現状と課題

これまで県内では、MICE の誘致支援が積極的に行われてきているが、日本有数の MICE 施設である幕張メッセを有する千葉市でも、その国際会議開催件数は、全国第 16 位（日本政府観光局(JNTO)2014 年国際会議統計より）となっており、その順位は近年低下する傾向にあ

る。そこで、千葉市をはじめ千葉県全体を対象として国内外の MICE 誘致活動の充実することが求められており、併せて「千葉」のブランドを確立していくことが必要となっている。

2020 年東京オリンピック・パラリンピックにおいて、幕張メッセは一部の競技の開催会場となっていることから、開催会場及びその周辺の都市施設の整備が見込まれるが、これは MICE 誘致活動にとっても好材料となることが期待できる。

また、前述のオリンピック等の事前キャンプの実施や国際的なスポーツ大会・イベント等の開催も見込まれることから、千葉県は平成 27 年度にスポーツコンシェルジュ運営事業を開始し、その事業を当財団に委託して誘致の体制の整備を図っている。その一方、幕張メッセについては、前述のオリンピック等の一部競技の開催期間やその前後は、MICE 開催のために利用することが困難になると想定され、それが今後の MICE 誘致活動にどのような影響を及ぼすかを注視する必要がある。

このような中、観光庁は、平成 27 年 6 月に千葉県と千葉市を「グローバル MICE 強化都市」(*)に選定し、千葉県と千葉市に対する MICE 誘致力の向上を目的とする支援の実施を決定している。

なお、平成 27 年 10 月に策定された「千葉県地方創生『総合戦略』」では、その中の重要業績評価指標として平成 31 年度の国際会議開催件数 100 件が掲げられている。

千葉県の外国人登録者数は、平成 26 年末現在 111,355 人で、県人口の 1.8%を占めている。その増加割合は、平成 23 年の東日本大震災による影響が一時的にあったものの、この 20 年間で 1.97 倍、10 年間で 1.13 倍と、全国平均を上回っている。成田国際空港を擁し、首都・東京に隣接している地理的条件もあり、その国籍は 153 と、多岐にわたっている。また、千葉県には大学も多く、留学生もここ数年、5 千人台で推移している。

県内には、千葉県国際交流センターのほか 34 の市町に国際交流協会（基金）があり、国際交流・国際協力の促進や在住外国人支援に取り組んでいる。また、約 150 の民間国際交流・協力団体や、約 150 の日本語教室があり、多くのボランティアが国際交流・国際協力の促進や在住外国人支援の場において活躍している。

このような中で、多様な文化・生活様式を深く認識しつつ、在住外国人を「生活者」、「地域住民」としてとらえていく視点が求められている。

(*) グローバル MICE 強化都市

国による MICE 誘致力向上のための支援事業が実施される都市。国は、国際会議の誘致競争力を強化するため、2 年間にわたるグローバルレベルの MICE 都市育成のためコンサルティング、広告宣伝によるプロモーション、各都市とのステークホルダーとの連携構築及び強化の支援事業を実施する。

Ⅲ 施策展開

【基本方針】

- 1 オール千葉によるMICE誘致・開催支援の実施
- 2 国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくり
- 3 MICE適地「千葉」ブランドの確立
- 4 効率的な事業運営の推進

【施策】

1 オール千葉による MICE 誘致・開催支援の実施

(1) MICE 誘致の新たな展開

千葉県及び千葉市が観光庁により「グローバル MICE 強化都市」に選定されたことを受け、当財団は設立以来 28 年にわたり蓄積してきた人的ネットワークやノウハウ等を活用し、国際会議観光都市（千葉市、成田市、木更津市及び浦安市）をはじめとする県内の関係市町村や、幕張メッセ・かずさパーク・県内のホテルなどの関連施設、県内の大学・研究機関や経済界その他の関係団体等との連携体制を構築・強化し、「オール千葉」による MICE 誘致活動を国内外に展開していく。

ア MICE 誘致

県内への誘致が決定した MICE の件数を MICE 誘致活動の指標とし、次のとおりその目標値を設定する。

【MICE 誘致件数の目標値】

	MICE 誘致件数	うち JNTO 基準(*)を満たす 国際会議の誘致件数
平成 26 年度（実績）	94 件	37 件
平成 30 年度（目標）	100 件	75 件

(*) JNTO 基準の国際会議

次の①～④を全て満たす会議

- ① 主催者： 国際機関・国際団体（各国支部を含む）又は国家機関・国内団体（各々の定義が明確ではないため「特定企業の利益を追求することを目的とした会議」の主催者を除く全てが対象）
- ② 参加者総数： 50 名以上
- ③ 参加国： 日本を含み 3 か国以上
- ④ 開催期間： 1 日以上

次に掲げる「重点誘致 MICE 採択基準」のいずれかに該当する MICE については、特に積極的に誘致を行うこととする。

- 国際会議総参加者数 600 人以上かつ外国人参加者数 120 人以上
- ICCA 基準(*)を満たし、かつ、JNTO 基準を満たす 300 人以上の中・大型国際会議
- 国際インセンティブ旅行 総参加者数 500 人以上
- 国・政府間・国際機関の会議
- 千葉県及び国際会議観光都市等の関係市町村の施策に合致するもの

(*)ICCA 基準の国際会議

国際機関・国際団体（各国支部を含む）、または国家機関・国内団体（各々の定義が明確でないため、民間企業以外は全て）が主催する会議で、以下の条件を満たしていること。

- ①参加者総数が 50 名以上
- ②定期的に行われる（1 回だけ開催されたものは除外される）
- ③3 か国以上での会議持ち回りがある

また、「千葉県地方創生『総合戦略』」（平成 27 年 10 月）においては、千葉県内での国際会議開催件数として平成 31 年度に 100 件という指標が掲げられている。その指標が達成されるように、当財団としても今まで以上に積極的に誘致活動を展開する。

イ 「千葉らしい」国際的なスポーツイベントの誘致

関係行政機関及び開催施設等と連携を図り、次に掲げる国際イベントについて誘致・開催支援を行う。

- ・スポーツ系国際イベント（ゴルフ大会(Corporate Golf 等の国際大会)、ライフセービング世界大会、ウィンドサーフィン世界大会等)

ウ 千葉県スポーツコンシェルジュ運営事業（受託事業）

県からの受託事業であり、2020 年東京オリンピック・パラリンピックに係る事前キャンプや国際大会等を誘致し、県内のスポーツツーリズムの推進を図るため、県内のスポーツ施設、宿泊施設等を紹介する一元的窓口・ワンストップセンターとしての機能を果たすとともに、さらにスポーツ分野における会議等の招致にも努める。

エ 地域特性を生かしたイベントの誘致・開催支援

グローバル MICE 強化都市である千葉市の幕張新都心を例に挙げると、幕張メッセ、幕張新都心まちづくり協議会、幕張メッセ関連企業懇談会、幕張新都心賑わいづくり研究会などと連携を強化し、大型イベント（レッドブルエアレース、サマーソニック、

幕張ビーチ花火フェスタ、サイクルモード同時開催屋外レースイベント等)をより魅力的なイベントにグレードアップする支援を行う。

また、幕張新都心においては、特にその規模に相応するイベントの新規誘致・継続開催につながる取り組みを行う。それ以外の地域についても、同様にそれぞれの地域がもつ特性に適したイベントの誘致・開催支援を進める。

(2) 誘致競争力の強化

ア 誘致の確率を高める誘致プログラム

(ア) 各種助成制度を効果的に活用した誘致

誘致交渉において有効である次の開催助成制度等を活用し、誘致を効果的に実施する。

- ちば国際コンベンションビューローコンベンション開催助成金制度
- ちば国際コンベンションビューローコンベンション開催準備資金貸付制度
- 千葉県国際会議開催補助金制度
- 千葉市国際会議開催補助制度
- 千葉市大規模コンベンション開催補助制度
- 成田市コンベンション開催事業補助金制度
- (仮称)ちば国際コンベンションビューロー国際コンベンション誘致助成制度(新規)

(イ) 海外プロモーション活動の強化

MICE適地「千葉」をPRするため、海外で開催されるMICE見本市・商談会・セミナー等の中で効果が期待できるものに、国際会議観光都市やMICE施設などと積極的かつ継続的に出展し、その後の誘致活動に繋げていく。また、海外のMICE関係者の招請に努め、千葉県内における視察、体験、地元との意見交換会などを行い、千葉の魅力を伝えて誘致活動に繋げる。

(ウ) 「千葉らしい」MICE支援プログラムの開発及び充実

県内市町村、経済団体、観光物産協会等関係団体と連携を強化しつつ、県からの受託事業(フィルムコミッション運営事業、スポーツコンシェルジュ運営事業等)を通じて得た知見等を利用し、「千葉らしい」開催支援プログラム(開閉会式、レセプション等に用いられるユニークな会場の発掘、アトラクションの提供等)の開発や充実を行い、誘致・開催支援に活用するとともに、自主財源の確保に結び付け

る。また、SNSなどのメディアの活用を通じ、MICE開催支援の新たな手法についても検討する。

イ MICE 関連団体・企業との連携の強化

(ア) 国際会議観光都市等の関係市町村との連携強化

国際会議観光都市（千葉市、成田市、木更津市及び浦安市）や、MICE誘致に積極的に取り組む市町村との連携を深め、誘致・開催支援の活動を効果的に実施する。

(イ) 県内の大学、研究機関、MICE施設、企業、メディア等との連携強化

国際会議の主催者となり得る、大学教員・研究者、企業人等との連携を強化し、誘致・開催支援の活動に対する協力を要請する。また、県内のMICE関係者を対象として、情報共有、意見交換、視察の共同受入れ、連携協定の締結など、誘致・開催支援に資する活動を強化する。

(ウ) 観光庁のMICEアンバサダーの活用

MICEを戦略的に誘致するために観光庁はJNTOと共に産業界や学術分野に於いて国内に対し、発信力やネットワークを有する方々を「MICEアンバサダー」として委嘱している。この方々の持つ、人的ネットワークや主催者側としての誘致活動の経験を千葉への誘致活動を強化するために活用してMICE開催の促進を図る。

(3) 誘致マーケティングの見直し

ア MICE開催情報の収集

MICE主催者、MICE施設、国内外のコンベンションビューロー及びMICE関連国際機関（ICCA（International Congress and Convention Association）、PCMA（Professional Convention Management Association）、SITE（Society of Incentive Travel Excellence）、MPI（Meeting Professionals International）、DMAI（Destination Marketing Association International）等）並びにPCO（会議運営専門会社）とのネットワーキングにより、幅広くMICE関連情報の収集を行う。

イ マーケティング戦略の策定等

千葉県及び千葉市が、観光庁により「グローバルMICE強化都市」に選定されたことに伴い、観光庁の支援及び指導の下で、グローバルMICE強化都市として相応しいマーケティング戦略を新たに策定する。また、必要に応じてそのマーケティング戦略の見

直しを行っていく。

ウ 「千葉」ブランドの確立

「千葉」のブランドイメージの確立のため、ブランディングの成功事例等に関する情報を収集し、必要な検討を行う。また、専門家の協力を得て「千葉」ブランドの確立を目指す。

エ 誘致活動の検証等

誘致活動の内容をデータベース化し、その結果について定期的に検証を行い、マーケティング戦略に反映させるための基礎データとして活用する。

オ MICE 開催実績統計の改善

MICE 開催実績統計について、大学・研究機関、企業等とのネットワークキング強化を図り、その実態把握の方法を見直して精度の向上を図り、マーケティング戦略の基礎資料として活用する。

2 国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくり

(1) 中核組織としての機能の強化

市町村国際交流協会をはじめとして、各市町村、JICA（国際協力機構）、NPO、国際交流・国際協力団体、ボランティア、大学などと問題意識の共有や情報交換を行う場を定期的に設けるなど、関係者・団体間の連携の強化を進める。また、これら連携を生かし、県内及び国内における国際交流・国際協力に関する情報を当財団のホームページ・会報等を用いて、積極的に広報する。

(2) 多文化共生時代のネットワークづくり

多文化共生の意義を広く啓発し、また、各種研修等を実施することにより、地域における人材の育成に努めるとともに、在住外国人の地域社会への参画を促し、地域住民との協働による多文化共生社会づくりを進める。

このため、多文化共生社会の推進役となるボランティア（日本語ボランティアを含む。）の確保と時代のニーズに即したボランティアのスキルアップのための研修を継続的に実施する。

特に日本語ボランティアについて、児童・生徒をはじめ全ての外国人が身近な場所で日本語を学べる環境づくりを進めていく。また、大学等教育機関との連携を強化し、若い世代の国際理解を促進するほか、国際交流・国際理解促進のための講座やイベントを開催する。

さらに、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定を契機に来日する外国人に対応するため、通訳ボランティア養成事業を県から受託し、その講座を開催する。

こうした事業を通して、当財団の賛助会員をはじめボランティア、関係団体とのネットワークの形成・連携強化を図る。

各種講座受講者数（目標）

目 標	国際理解促進のための講座	ボランティア向けの人材育成講座
平成 27 年度（実績）	2 講座、170 人	6 講座、222 人
平成 30 年度（目標）	3 講座、300 人	9 講座、290 人

(3) 安心・安全な生活確保のための外国人支援

千葉県に住み、働き、学ぶ外国人が安心して日々の生活を送れるよう、弁護士等の専門家を活用した相談業務の充実やホームページ等を用いた多言語による情報提供の強化を図る。

また、県からの受託事業として、外国人テレホン相談事業を実施する。

さらに、県、市町村、市町村国際交流協会やボランティア団体等と連携し、災害等の緊急時における外国人支援の強化を推進する。

3 MICE 適地「千葉」ブランドの確立

(1) 「千葉」ブランドの確立（再掲）

「千葉」のブランドイメージの確立のため、ブランディングの成功事例等に関する情報を収集し、必要な検討を行う。また、専門家の協力を得て「千葉」ブランドの確立を目指す。

(2) 千葉県の有する魅力ある MICE 資源を PR

ア 各種媒体を活用した広報の実施

キーパーソンとなる MICE 主催者向けに「千葉」を大いに PRするとともに、当財団の MICE の誘致・開催支援への理解と協力を得るため、賛助会員にとっても有益な、新鮮で正確な情報を定期的に配信する。また、MICE の意義・重要性を広く周知するため、一般市民に対する広報を行う。

(ア) 広報紙等

- ・ CCB-IC ニュース（賛助会員向けニュース） 随時発信

広告枠(会員同士のビジネス交流に活用)の賛助会員利用件数 年 12 件以上

- ・ 新聞広告
- ・ MICE 関連雑誌への記事広告（ケーススタディー紹介等）
- ・ 取材受入

(イ) 日本語版ホームページによる情報発信力の強化

- ・ 計画最終年度までにホームページ訪問回数（セッション数）年 60,000 件を達成
- ・ 閲覧者の滞在時間が長く、見てもらえるホームページを目指す。
- ・ 賛助会員情報専用スペースを用いた情報発信及びネットワークの強化

(ウ) プレスリリース 随時発信

(エ) メディア掲載件数 年 45 件以上

(オ) MICE 開催に係る広報協力件数（CCB-IC ニュース、プレスリリースメディアの取材・視察受入、主催者インタビュー、MICE 主催者団体との相互 PR など） 年 30 件以上

イ 千葉県フィルムコミッション運営事業（受託事業）

県からの受託事業であり、映像産業を通じて千葉県の知名度、情報発信、文化の向上を図り、観光客の来葉促進等に寄与することを目的として、国内外における映画やテレビ番組などの映像制作の誘致、ロケの支援等を行う。

「千葉県 映画・テレビ等撮影支援事業補助金制度」の活用を図り、県の魅力をより具体的に発信することができる作品の誘致を図り、その撮影実績を取り込んだ観光客の誘致に繋がるフィルムツーリズムを推進する。

撮影の適地に関する情報の収集・提供を強化し、制作会社との密度の濃い支援体制を構築することにより、支援内容の充実を図る。

撮影依頼件数：年 280 件以上

撮影支援件数：年 80 件以上

(3) 海外向け広報活動の強化・拡充

海外の MICE 主催者及びメディアに「千葉」を積極的に訴求し、最大限にメディアを活用する。

ア プレスリリース 随時発信

日本政府観光局（JNTO）海外事務所をはじめとし、国内外の MICE 関連メディア等へ積極的な情報発信を行い、特集や掲載を行って頂くような取組みを行う。

イ CHIBA UPDATE 年 6 回配信

ウ メディア掲載件数 年 30 件以上

エ 英語版ホームページの充実強化

- ・計画最終年度までにアクセス数 年 10,000 件を達成
- ・閲覧者の滞在時間が長く、見てもらえるホームページを目指す。
- ・ニュース配信件数 年 12 件以上

オ 中国語（簡体字）版ホームページの安定的な運用

- ・閲覧者の滞在時間が長く、見てもらえるホームページを目指す。

(4) 情報発信の連携を強化

県などの関係団体、他コンベンションビューロー、民間企業などと相互にメリットがある情報発信体制を確立し、効果的な情報発信を行う。（例：共同記者発表、一つの情報素材を複数の広報媒体を通じて発信）

特に、幕張メッセ、日本政府観光局（JNTO）その他関係機関、主催者などと定期的に情報共有等を行うこととし、関係者・団体間の連携の強化を進める。

4 効率的な事業運営の推進

限られた予算を効果的に投下し、効率的な事業運営の推進を図る。また、より効率的なマネジメント体制の確立に努める。

(1) 効率的な事業運営を図るための組織体制の整備

近年の職員の増員を踏まえ、適正な人員配置のもとで事業の効率化を図る。

(2) 自主財源確保の強化

ア 賛助会員の理解を得られるような事業展開を図り、賛助会員の維持及び獲得を目指す。

賛助会員数（平成 28 年 2 月末現在） 985 件 →増加を目指す

イ MICE 主催者のニーズに合わせた有料支援サービスの拡充・促進を図り、収入増を図る。

平成 27 年度の収益（2 月末現在） 193 千円 →増加を目指す

ウ MICE の誘致・開催支援に関連する事業や、国際交流・国際協力の促進、多文化共生社会づくりに寄与する事業を受託し、その効率的運営に努める。

(3) 人材の確保及び育成

ア 国内外の研修などを活用し、職員の意欲向上と能力開発を図る。

イ MICE の誘致・開催支援及び国際交流・国際協力の促進と多文化共生社会づくりを推進するため、語学を始めとする専門能力をもった職員の確保・育成に努める。

ウ 海外における MICE 展示会・商談会等に積極的に参加し、グローバルな感覚を養うことにより世界で通用するビジネスパーソンの確保・育成に努める。また、それらのノウハウを組織的な共有を図る。

エ 国内外の MICE セミナー等に積極的に参加し、継続的な人的ネットワークを強化する。

オ 経験豊かな職員のスキルやノウハウの継承など、次代を担う職員の育成に努める。

カ より効率的なマネジメント体制の確立のため、ゼネラリスト職員の確保・育成に努める。

(4) 経費削減

適正な予算管理を行うとともに、事務・事業の見直しにより業務運営の効率化を推進し、事務経費の更なる削減に努める。

(資料) 第4次中期計画の実行によるCCB-ICの成果

第4次中期計画の実行の結果、MICE 事業については、千葉県による財政支援の増加などがその成果につながった。しかし、長期的な観点からは、千葉県内の国際会議開催件数（JNTO 発表）が減少傾向にあるなど、より激化している MICE 誘致競争にどのように対応していくかが課題となっている。

また、国際交流センターにおいては、ほぼ目標どおりに事業を推進することができた。

(1) MICE 事業

ア 第4次中期計画で掲げた目標値（平成27年度の取扱件数126件、誘致件数81件）を達成するため、激化する国内外の厳しい誘致競争の中、県内大学や関係団体との連携により、国際会議等の誘致・支援活動を実施した結果、平成26年度にその目標値を達成した。平成27年度もその目標を達成する見込みである。

	取扱件数	誘致件数 ※
平成25年度	111件	52件 (25件)
平成26年度	181件	94件 (37件)
平成27年度 (2月末現在)	143件	79件 (39件)

※ () 内の数字は、JNTO基準に該当する国際会議の件数

イ 千葉県からの受託事業である千葉県フィルムコミッション運営事業について、平成26年度に人員体制及び事業内容の一層の充実を図り、目標値（平成27年度の撮影依頼件数280件以上、撮影支援件数80件以上）に対して次のとおりの成果をあげている。

	撮影依頼件数	撮影支援件数
平成25年度	172件	51件
平成26年度	270件	69件
平成27年度 (2月末現在)	333件	92件

ウ 千葉県から千葉県スポーツコンシェルジュ運営事業を平成27年度から新たに受託し、同事業を立ち上げた。

エ 賛助会員の加入促進の状況

新規加入会員数

平成25年度	団体	7件	個人	1件
平成26年度	団体	19件	個人	0件
平成27年度 (2月末現在)	団体	12件	個人	1件
会員総数 (平成28年2月末現在)	団体	343件	個人	3件

(2) 国際交流センター

ア JICA、CCB-IC、大学等との共催による「国際フェスタCHIBA」を実施した。

参加者数

平成25年度 約1,200人

平成26年度 約 900人

平成27年度 約2,100人

イ 無料法律相談を毎月実施、「災害時外国人サポーター養成講座（平成25年度～平成27年度）」の実施など在住外国人のための事業を充実させた。

ウ 日本語学習支援やコミュニティ通訳など外国人の地域生活支援を行うボランティアの養成を行った。第4次中期計画で掲げた目標値（平成27年度の国際理解促進のための講座：3講座350人、ボランティア向けの人材育成講座：3講座150人）

国際理解促進のための講座

ボランティア向けの講座

平成25年度 3講座 284人

3講座 110人

平成26年度 5講座 558人

4講座 125人

平成27年度（2月末現在） 2講座 170人

6講座 222人

エ 賛助会員の加入促進の状況

新規加入会員数

平成25年度 個人 40件 団体 1件

平成26年度 個人 76件 団体 2件

平成27年度（2月末現在） 個人 88件 団体 0件

会員総数（平成28年2月末現在） 個人 541件 団体 96件

(3) 効率的な事業運営の推進

ア 組織体制の整備

MICEを中心とする積極的な事業拡大に伴い、職員の増員と組織体制の整備を併せて行った。

イ 自主財源確保の強化

MICEに係る有料支援プログラムやユニークベニュー（開閉会式やレセプションなどにつかわれる、ユニークな会場）の内容充実及び新規開発を行った。

平成25年度 61,001千円

平成26年度 56,950千円

平成27年度（2月末現在） 51,595千円

ウ 人材育成

MICEに係る海外の展示会や商談会等について、若手を含む担当職員が継続的に参加し、グローバル感覚の習得、誘致活動につながる人的ネットワークの強化を通じ、能力向上を図った。