

# M I C E 推 進 ア ク シ ョ ン プ ラ ン

国 際 交 流 拡 大 の た め の M I C E 推 進 方 策 検 討 会 報 告 書

観 光 庁

平 成 2 1 年 7 月

— 目 次 —

はじめに .....	2
1. 本報告書の性格 .....	4
2. M I C Eについての基本認識 .....	5
3. M I C E各分野について国の関与の基本的考え方 .....	6
(1) M (Meeting) .....	6
(2) I (Incentive Travel) .....	7
(3) C (Convention) .....	8
(4) E (Event / Exhibition) .....	8
<b>I. 基本的課題と方向性</b>	
1. 効果的なM I C Eプロモーションの実施 .....	9
2. M I C E推進の意義・効果の普及 .....	10
3. 国等による誘致・開催支援 .....	10
4. M I C Eへの誘客 .....	12
5. M I C Eの実態の把握 .....	13
6. 人材の育成 .....	14
7. 関係主体の効果的な連携 .....	15
8. 法律・制度等の整備、施設の整備	
(1) 法律・制度等の整備 .....	16
(2) 施設の整備 .....	17
<b>II. 国際交流拡大に資するM I C E推進アクションプラン</b> .....	20
O M I C E全般プロモーション	
1. 効果的なM I C Eプロモーションの実施	
2. M I C E推進の意義・効果の普及	
O誘致・開催に関する環境整備・支援	
3. 国等による誘致・開催支援	
4. M I C Eへの誘客等	
O M I C Eを支える基盤の強化、環境の整備	
5. M I C Eの実態の把握	
6. 人材の育成	
7. 関係主体の効果的な連携	
8. 法律・制度等の整備、施設の整備	
おわりに .....	24
国際交流拡大のためのM I C E推進方策検討会   メンバー .....	25
国際交流拡大のためのM I C E推進方策検討会   検討経緯 .....	27

## はじめに

平成19年1月より施行された観光立国推進基本法に基づき、政府は観光立国の実現に関するマスタープランとして「観光立国推進基本計画」を策定した（平成19年6月29日閣議決定）。この計画の中の基本的な目標の一つとして、「我が国における国際会議の開催件数を平成23年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す」ことが示された。この目標を達成するためには、官民を挙げて取り組んでいく必要があり、政府としても国際会議開催・誘致拡大局長級会合において「国際会議の開催・誘致推進による国際交流拡大プログラム」を策定し、この数値目標の達成に向けて、国・自治体・経済界・学会等の有する資源を集中的に投入し、国を挙げて国際会議の開催・誘致を推進してきたところである。

様々な意義、大きな効果を持つ国際会議の誘致・開催については、これまでも観光庁が重点的に取り組んできた施策であるが、シンガポール、韓国等のアジア内の誘致競合国や米国、豪州等においては、国際会議のみならずMICE（Meeting, Incentive, Convention, Event / Exhibition）全般の振興に積極的に取り組んできているところである。例えば、シンガポールにおいては、政府観光局が中心となり、MICE全般を対象に財政的支援を含めた各種支援を行うビジネスイベント報奨制度を実施しており、その推進に力を入れている。また、豪州では、政府観光局の一部門として「ビジネス・イベント・オーストラリア」を設置し、観光業界と協力して豪州へのMICEの誘致活動を行っているところである。

このように各国では、企業・団体等の会合、企業等が行うインセンティブ旅行、イベント・展示会・見本市といったMICE全般の誘致・開催に積極的に取り組んでいるところであり、これら国際会議以外のものについても訪日外国人旅客の増大、経済効果、地域の国際化・活性化等に大きな意味を持つことから、観光庁としても国際会議だけではなくMICE全般を推進していく必要がある。

これについては、平成21年3月にまとめられた観光立国推進戦略会議の報告書にもうたわれており、国際会議の誘致施策の新たな方向性として、狭義の国際会議から広義の国際会議（MICE）の誘致・開催について施策の対象とすべしとの指摘があったところである。

このような状況を踏まえ、観光庁の主宰により開催された「国際交流拡大のためのMICE推進方策検討会」は、MICE各分野をリードする第一線の有識者及び関係省庁からの幅広い参加を得、平成21年3月から計4回にわたり精力的かつ集中的な討議を行った。そこでの議論を踏まえ、MICE推進のために、MICE各分野それぞれの特性に応じつつ、国及び関係主体が具体的に果たすべき役割や活動内容、時期等について「アクションプラン」としてとりまとめることとした。

このアクションプランが今後の我が国のMICE誘致・開催の一層の成功、発展に寄与するとともに、今後の国際社会における我が国のプレゼンスの向上につながることを強く期待する。

観光庁

## 国際交流拡大に資するM I C E 振興方策に関するアクションプラン

### — 国際交流拡大のためのM I C E 推進方策検討会報告書 —

#### 1. 本報告書の性格

平成21年3月から6月までの間、計4回にわたり観光庁の主宰により開催された「国際交流拡大のためのM I C E 推進方策検討会」（以下「検討会」という。）では、M I C E 各分野の有識者が参画し、真摯な意見交換が行われた。

本報告書は、「国際交流拡大のためのM I C E 推進方策検討会」における議論を踏まえ、我が国におけるM I C E 推進のための基本的な課題・方向性及び将来必要となる具体的なアクション（行動）を、観光庁の責任においてとりまとめたものである。

本報告書は、「Ⅰ. 施策の基本的課題と方向性」と「Ⅱ. 国際交流拡大に資するM I C E 推進アクションプラン（アクションプラン）」との二つの部分に分けられる。

Ⅰ. は、M I C E の推進のために解決すべき課題あるいは施策の方向性についての、検討会での議論を踏まえた、観光庁としての「認識」である。「国際会議、国際文化・スポーツイベント等を通じた観光交流拡大のための検討会報告書（平成18年7月）」に指摘されていたものもあるが、当時は取り上げられなかった新たな課題等も今般の検討会において抽出されたところである。

Ⅱ. は、Ⅰ. の認識を元に、国及び関係主体のとるべき具体的なアクションを列挙した「アクションプラン」である。

「アクションプラン」については、国（観光庁）が自ら取り組むものを中心に列挙しているが、J N T O、地方自治体、コンベンションビューローなど国以外の主体が取り組むべきアクションも記載している。これら国以外の主体の「アクション」については、観光庁としては、M I C E 推進のための各主体における取り組みを推奨、期待するとともに、各種の機会をとらえアクションに向けた働きかけを行っていく。

また、本報告書では、MICE全般の推進を図る観点からのアクション等を記述したものであり、従来から国として取り組んできた国際会議の誘致・開催についての施策は必ずしも網羅的には記載されていない。しかし、国際会議の誘致等は観光庁のMICE施策の中で引き続き中心的地位を占めていくものであり、本報告書に記載されていない国際会議の誘致等に関する施策についても、不断に見直しつつ、より効果的・効率的な施策実施をしていくものである。

なお、本報告書に記載されているアクションについては、観光庁を中心に、アクションプランに記載されている「連絡協議会」等を活用して、MICE関係主体と十分連携を取りつつ実施していく。

## 2. MICEについての基本認識

これまで我が国は、主に国際会議の開催・誘致に取り組んできたところである。この結果、国際団体連合（UIA）の2007年の統計で、世界第5位となるなど一定の成果を上げてきた。

しかし、世界各国の状況を見ると、例えば、シンガポールでは、国際会議のみならず、MICE全般の振興を積極的に進めており、2015年までのツーリズム・マスタープランである‘Tourism2015’でもMICE振興が主要な柱であると位置付けられ、‘Be in Singapore’などのMICEに関するプロモーションを実施している。この他、韓国などの他のアジア各国等もしのぎを削って、国を挙げてのMICEの振興に力を注いでいるところである。

このようにMICEの振興は、各国との激しい競争に晒されているが、訪日外国人旅客の拡大、経済効果、我が国のソフトパワーによる国際貢献、地域の国際化・活性化の観点から大きな意義を持つものであり、今後我が国が、競合国の後塵を拝することのないよう国を挙げて積極的に推進していく必要がある。

### 3. M I C E各分野について国の関与の基本的考え方

M I C Eの各分野は、ある程度共通する部分も多いが、開催に至るまでのプロセス、関係者の範囲、態様等において異なる部分も相当程度ある。以下、各分野を概観しつつ、それぞれの分野における国の関与の基本的な考え方を示す。

なお、本報告書において観光庁の政策の対象となるM I C Eの概念は、あくまで相当程度の海外からのインバウンドをその構成要素とするものであり、例えば、純粋な日本企業内のミーティングや、専ら国内からの参加者を想定したような各種イベントなど、相当規模のインバウンドを伴わないものについては、広い意味ではM I C Eという概念に入り得るものとは言えるが、本報告書の中で、推進の対象となるM I C Eには含まないこととする。

#### (1) M (Meeting)

ミーティングという概念は、M I C Eの他の概念より幅広く、他の概念に当てはまらない会合を広く包含するなど補完概念としての側面も持っており、その中には多種多様な種類のものが包含されるが、典型例としては、国際的企業がグループ企業やパートナー企業などを各国から集めて行う、または企業がその拠点となる国以外の外国において、(多くの場合当該外国の関係者も交えて) 行う会議、大会、研修会等の会合(米国では「コーポレートミーティング」と呼ばれる)が挙げられる。また、国際的な団体が主催する会合で、いわゆる国際会議の範疇には入らないものもこの中に含まれる。通常、コーポレートミーティングの情報は、外部に出ることはなく、その実態を把握することは困難である。

他方、我が国でのこのような会合が、海外からのインバウンドに資するものであることも事実である。また、特に国際的な団体の会合については、会合の開催地を複数の候補都市の中から選択するというプロセスを経るものもある。したがって、企業ミーティングを重要な誘致対象としている国内の自治体も存在している。

以上のように、ミーティング分野は、一般的には、個別具体的な国の誘致活動や開催

支援の対象となるケースは少ないと考えられるため、個別具体的なミーティングの支援といった形での、国の役割分担は想定しがたいが、我が国が会合などを行う適地であることをアピールするなどの一般的なMICEのプロモーションの対象とはなり得るものであり、また、実態把握、人材育成といった我が国MICE推進の基盤となる領域においても一定の国の役割が考えられる。

また、インセンティブとミーティングの境界は必ずしも明確ではなく、インセンティブ誘致のためのプロモーションがミーティングの誘致のためのプロモーションとなる場合もあるため、このようなプロモーションの実施に際しては、この分野も十分に念頭におきつつ進める必要がある。

## (2) I (Incentive Travel)

インセンティブ(トラベル)とは、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ものである。必ずしも同じプロセスを経て決まっていくものでもないが、我が国でのインセンティブ(トラベル)の典型的なプロセスとしては外国企業の「ミーティングプランナー」(MP)と呼ばれる専門家が旅行会社、ホテル、コンベンションビューロー等にコンタクトをとり、具体的な旅程を決めていくというものである。

コーポレートミーティング同様、私企業が行うものであるため、実態も把握しづらいという側面もあり、一般の団体観光旅行としての要素も含むものであるが、従業員等のモチベーションを高めるために執り行うものであるため、一般的にその消費単価は通常の旅行に比し高いと言われており、地域への経済効果が期待されるため、特に大型のものを中心に各自治体(コンベンションビューロー)による誘致の対象となる場合もあり、自治体の中には、積極的な誘致活動を行っているところもある。必ずしもそれほど大きな会場が必要な要素とされているわけではないので、東京、大阪といった大都市以外の地方都市にも誘致の可能性があることが特徴として挙げられる。

国の役割としては、一般的なプロモーション活動のほかに、国際会議誘致と同様、誘

致に向けた環境整備、誘致自治体への側面支援といったものが考えられる。また、人材育成等の基盤強化についてもミーティングと同様一定の役割を担うことができる。

### (3) C (Convention)

国際会議は、一般的に誘致の対象となるものが多く、また実態の把握も相当程度なされているものであるため、従前から国が積極的に役割を果たしてきたところである。

これまで行ってきたとおり、引き続き誘致・開催の支援活動、人材育成等の基盤強化等の幅広い分野で役割を果たしていく必要がある。また、このほかにも、国内会議として行われてきた会議を新たに国際会議として創造するためのサポートや、最近増加している会議と展示会を組み合わせた国際会議への対応など、新たな領域における役割も想定される。

### (4) E (Event / Exhibition)

イベントについては、スポーツイベント、文化的イベントなど大小、多種多様なものが含まれ、MICEの中でももっとも広範な概念であり、エキジビションは、国際見本市、展示会、博覧会などと呼称されているものである。前述の通り、いずれも相当程度のインバウンドを見込んでいるものが本報告書での対象となる。

イベント、エキジビションとも、オリンピックのような大規模スポーツイベント等の例外を除き、基本的には、国内主催者がゼロから作っていくものが多く、国際会議のように数年に一度というように定期的に世界各都市で開催しているものを日本に誘致するという構造のものは多くはない。

従って国の役割としては、イベント、エキジビションを目的としたインバウンドをどのように促進するというところが中心となってくる。

## I. 基本的課題と方向性

### 1. 効果的なMICEプロモーションの実施

2007年の国際団体連合（UIA）の統計によると、日本での国際会議の開催件数は世界で第5位、アジアに限ってみればシンガポールに次いで第2位と、国際会議の開催国としての一定の地位を占めているものの、我が国の総合的な国力及び様々な分野における国際的なポジションから鑑みると、将来的にも伸びが期待できるものと考えられる。これはMICEの国際会議以外の分野においても同様であり、今後とも国を挙げてその推進に取り組んでいくことが必要である。

諸外国に対しては、日本がMICEデスティネーションとしていかに適しているか、その観光資源、ファシリティ、ホスピタリティ等の魅力について強くアピールしていくことが重要であるため、これまで国際会議分野を中心に行ってきた、見本市への出展、専門誌への広告、ツールの作成等についてもMICE全般を誘致し得るものへとシフトしていくことが適切である。その際、マーケットのターゲットを絞ったり、誘致競合国の動向を注視し、これへの対応を行ったり、また、他の機関と協同歩調を取るなどしてよりコストコンシャスなものとするなど、これまで以上に戦略的な実施を図ることが必要である。さらに、海外に対し、日本が国を挙げてMICE誘致を推進していくことを強くアピールするために、例えば、APECやCOP10開催で世界中の注目が集まる2010年を“Japan MICE Year”として設定し、各種キャンペーンを実施することなども考えられる。

海外へのアピールと車の両輪で国民に対する周知活動も重要である。MICE推進の意義・効果については広く国民に流布しているとはいいがたい状況にあるため、例えば、自治体、コンベンションビューロー等の協力によるDVD等の映像資料を活用した説明の実施や、MICE分野で功績のある方を「Yokoso! Japan 大使」として任命し、あらゆる場面でMICE推進の意義等を語っていただくなどの取り組みを行っていくこと

も必要である。

## 2. M I C E 推進の意義・効果の普及

国際会議、国際展示会・見本市、国際イベントなどに代表されるM I C Eを我が国において開催することは、外国からの来訪者の増大、これに伴う経済活動の機会の増加、外国からの来訪者とのふれ合いによる市民の国際感覚の涵養など様々な効果をもたらしている。

しかしながら、このような多岐にわたる意義・効果を持つM I C Eの推進については、政府としてその重要性の認知が十分と言えなかったため、その意義等については積極的にアピールしていなかった。これは、M I C Eが単に経済活動の一環でしかないという側面からの見方をしていたためであった。

観光立国推進基本計画の策定以降、政府としても国際会議等の開催についての意義・効果の普及に努めているところであるものの、これまで国内においては必ずしも一般的にその重要性について国民の理解を得ているとはいいがたい状況にある。このため、そもそも「M I C E」という言葉を普及させることから始まり、前述のようなM I C Eの持つ様々な意義・効果についてM I C E推進のためのキャンペーンを国民に対し行い、その理解を得るようにすることが肝要である。

政府によるキャンペーンにおける国民のM I C E認知度向上に資するためのマスメディアを活用した直接的な発信を始めとし、関係省庁、M I C E関連産業界、学識経験者等からなる政府レベルのM I C E連絡協議会の開催、国際会議等の開催時に市民を対象とした公開講座の開設等を通じ、M I C Eの振興が経済効果だけではなく、文化・社会的な効果についても多大なものがあることに理解を求めていくこととする。

## 3. 国等による誘致・開催支援

政府自身が主催する国際会議については、これまでも主管官庁を中心にして政府が一

体となって開催に努めてきたところであるが、MICEの誘致に当たっては、国、関係機関、地方公共団体等各分野の特性や状況に応じた取り組み・支援を行っていく必要がある。国としては、各省庁及びその所管・関係団体が関係する国際会議の我が国への誘致に資するべく、関係府省庁の局長級からなる「国際会議開催・誘致拡大局長級会合」を開催し、当会合で策定された「国際会議の開催・誘致推進による国際交流拡大プログラム」に基づき各府省自らが積極的に国際会議を開催・誘致してきたところである。

観光庁においては、国際会議を日本に誘致するに当たり、国際会議開催決定権者への働きかけ等を行うために実施される説明会等の開催に係る国際会議誘致活動事業や、国際会議の誘致・開催地の決定に大きな影響力を持つキーパーソンを日本に招請するキーパーソン招請事業、さらに、国の行政機関が主催する国際会議において実施される観光交流事業について連携・共催を行うスキームを活用してその誘致等を図ってきたところである。

なお、数多くの地方公共団体においても、会議主催団体等に対する直接的サポートの窓口・実行部隊としてのコンベンションビューローを設立させ、国際会議等の誘致のために様々なインセンティブを用意するなど、会議主催団体等に対するサポートを強化しつつある。今後は、単に既存の国際会議等を誘致する活動だけではなく、既存の国際会議を世界的に高い評価となるようにする取り組みや、これまで国内会議として行われてきた会議を国際会議化していく取り組みを進めていくことが重要である。

また、観光庁としては、これまで国際会議の誘致に関連した事業に関してのみ行っている支援をMICEの各分野への適用に拡大することにより、国として果たすことが期待される領域におけるMICEの誘致に取り組んでいくことが必要である。

さらに、各地域におけるコンベンションビューローは、MICEの開催に当たり地域で重要な役割を果たしている。しかしながら、具体的に会議等を開催しようとしている団体においても、当該地区のコンベンションビューローが提供しているサービスの内容を十分に理解していなかったり、会議等の事務的手続き・作業を会議主催団体に代わり

行う会議実施支援事業者（PCO）の効果的活用ができずにいたずらに会議等開催のために自らの労力をかけてしまったりといった事例も数多く見受けられるところである。

なお、国際会議やインセンティブ旅行の誘致について、その会場を例えば、通常、一般の観光客では開催できないような文化財施設にする、いわゆる「ユニークベニュー」が重要な要素になっていることもあり、MICEにこれらユニークベニューが活用できるよう課題を整理し、活用に向けた検討を行うことも重要である。また、エクスカージョンの行き先をまとめた「ユニークリスト」についても同様の対応を行うものとする。

#### 4. MICEへの誘客

文化的な催しや祭りなどの催し物に関する情報については独立行政法人国際観光振興機構が、国際展示会・見本市に関するものは独立行政法人日本貿易振興機構が、イベントに関するものについては社団法人日本イベント産業振興協会がそれぞれある程度の情報を整理し、ホームページ等を通じて情報発信を行っているところである。

今後はこれらの情報をさらにアップグレードし、ユーザーにとってタイムリーかつ使いやすいものとしていくとともに、これらの情報を活用した当該イベントを組み込んだ旅行商品の造成を強化し、海外からのMICE参加者が国内におけるイベントへの参加につなげる取り組みが必要である。また、国際的レベルのイベントを継続的に実施していくことも、恒常的な外国人旅行者の日本への誘客につながる可能性もあることから有用な取り組みである。

また、イベントのほか、国際会議、国際的見本市・展示会等にも多くの外国からの誘客が期待できるところであり、旅程を固めてしまう前に積極的に観光情報を提供する等訪日及び滞在の長期化を促すための仕組みが必要である。

特に、我が国で開催される国際的見本市・展示会については、我が国の産業の成果を世界に向けて発信する重要な機会となっており、これを目的として訪日する外客数も増加傾向にあると言われているなど、国際的な人流の増大に寄与しているところである。

## 5. MICEの実態の把握

MICEの各分野を振興していくにあたり効果的な戦略を構築していくためには、各分野の実態に応じたデータの把握・整備が必要不可欠である。本来ならば、当然、MICE全体の実態を把握すべきであるが、例えば、インセンティブ、ミーティングについては私企業が行うことが多く、そのためデータの提供がなされないことも多く、その把握には限界もあることが多い。

そのため、「国際会議・国際イベント等の実態把握のための予備的調査（平成19年3月）」における反省点を考慮しつつ、観光庁により新たに実態の把握のための調査を行い、MICE全般の現状把握のあり方を構築することが求められる。なお、調査を行うに際しては事前にスコープを決定しておくことが重要である。

また、MICE各分野の実態の把握の現状については、国際会議の分野においては、独立行政法人国際観光振興機構が国内における国・学会・団体等が主催する国際会議について統計を取っており、それにより日本国内の都市間比較が可能となっている。さらに、国際団体連合（UIA）による世界各国・都市における国際会議統計により世界各国・都市間における比較が可能となっているところである。

他方、国際会議の分野以外では、社団法人日本イベント産業振興協会による市場規模についての推計や日本展示会協会による試みの統計はあるものの、国際的な比較に資する客観的な指標については研究の段階にある。また、ミーティングやインセンティブについては、その実態について把握するための統計の手法は確立されていない状況にあるものの、団体が行うミーティング（いわゆるアソシエートミーティング）や日本企業が主催するインセンティブに限り当該主催団体の協力を得られるならば把握でき得る可能性はある。なお、MICE各分野の実態を把握する際には、各セクターにおいて抜けや重複がないことを確認することが極めて重要である。

## 6. 人材の育成

MICE誘致の経済的効果等に鑑みると、今後、各国との誘致競争も益々熾烈を極めることが予想されるところであり、国際競争力を発揮するためには専門的能力を持つ者が、地方公共団体、コンベンションビューローのみならず、MICE関連民間企業（会議実施支援事業者、旅行業者、イベント・見本市開催会社等）に必要とされている。

しかしながら、これまで国内においては、ミーティングプランナーやイベントプロデューサーなどMICE関係の専門家の絶対数が不足している状況にある。例えば、ミーティングプランナーの世界的団体であるMPI（Meeting Professionals International）のメンバーは2万4千人を超える会員が所属しているが、日本におけるその会員数はわずかに数十名にすぎない。このような人材の不足こそが、MICE誘致競合国との競争力の差であると言える。このため、日本におけるMICE分野の人材育成は喫緊の課題である。

そのため、人材育成の一環として、レベルの底上げやスキルアップのための研修を、観光庁、独立行政法人国際観光振興機構、日本コンGRES・コンベンション・ビューロー（JCCB）等が行っており、これにより、数年で異動することの多い、地方公共団体、コンベンションビューローの職員のノウハウの蓄積を図ることとしている。

また、国際会議等の誘致においては、情報収集能力、交渉力、プレゼンテーション能力を高めることがコンベンションビューロー職員等に求められており、これらを高めるためには、国際会議関連団体等の講師の招請による研修の受講による海外におけるスタンダード・事情等の把握や、海外における団体等との間にネットワークを構築し、人的関係を深めていくことも必要である。

そのため、短期的なMICE分野の人材育成の強化のためには、ICCA（国際会議協会）、IAPCO（国際会議支援事業者協会）等国际機関の講師派遣による研修への参加によるレベルアップ、MPIが認定しているCMP（Certified Meeting Planner）等資格の積極的取得、当該MICE関係機関への有資格者の招聘等が挙げられる。

さらに、中期的な対策としては、各団体において実施される資格・研修制度の充実・拡大・新設のほかに、大学の講座の活用が挙げられる。M I C E分野における人材の育成のためには、その裾野を広げることが重要であるため、観光に関連するカリキュラムを持つ大学の授業においてM I C Eを取り上げてもらうことなどにより、学生の業界に対する志向性を高める取り組みが有効である。その際、多岐にわたるM I C Eの分野を体系的に整理したカリキュラムの提供が課題となる。

## 7. 関係主体の効果的な連携

海外からのM I C E誘致においては、海外現地における情報収集が重要であるが、それには在外公館をはじめとし、独立行政法人国際観光振興機構、独立行政法人日本貿易振興機構等の団体の海外事務所の活用が重要である。とりわけ、各国におけるM I C E誘致のためのマーケティング戦略や、各国が主催者団体等にオファーしているインセンティブの内容などの情報の提供があることが望まれる。また、海外においては、これら機関の海外事務所と在外日系企業との関係が深いため、当該企業が行おうとするインセンティブ旅行の行き先を日本へと誘導するロビー活動の機会も多い。なお、在外公館、独立行政法人国際観光振興機構、観光関係事業者等が集うV J C現地推進会のアジェンダに日本へのM I C Eの誘致を視野に入れた推進活動、例えば、現地企業が海外で開催しようとしているミーティングやインセンティブ旅行の情報収集、現地旅行業者やミーティングプランナーに対しての日本のM I C E受け入れ態勢に関する情報提供の場の創設などを含めることにより、海外現地における誘致・誘客活動の強化が期待される。

また、基本的にコンベンションビューローは当該都市を売り込むために組織されているため、自らの都市をセールスすることのみに傾注しがちである。しかしながら、例えばインセンティブ旅行の誘致については、その旅行の範囲が一都市だけで完結するのではなく、ある程度の拡がりが可能であることを実施企業・プランナーに対しプレゼンテーションする必要があるため、他の周辺自治体等との連携が必須である。

なお、MICEの動向は、企業行動に大きく影響を受けるものであるから、経済団体等と連携し、MICEの推進の意義についてそれを共有することも重要になってくる。

## 8. 法律・制度等の整備、施設の整備

本検討会においては、法律・制度の整備や施設の整備に関し、以下に挙げる意見が出された。観光庁としてもこれらの課題についても問題意識を有しており、中長期的な課題としてこれらについてさらなる検討を続けていきたいと考えている。

### (1) 法律・制度等の整備

MICEの誘致に当たり、諸外国においては、その参加者に対し入国時の優先レーンの設定を行うなど、国として参加者に対するインセンティブを付与している例がある。このような国としての「おもてなし」が発揮されることにより、参加者の満足感が高揚し、ひいては将来的なMICEの開催ベニューとしての評判が高まることにつながるものである。

我が国においても国を挙げてMICEを誘致しているという姿勢を明らかにするためにも、参加者に対する何らかのインセンティブの付与は必要不可欠である。また、国際会議参加者に限っても訪日外国人旅行者の2%を超える者が来訪しており、MICEのコンベンション以外の分野の目的でも来訪している者を含めれば、MICE関係で訪日する者がかなりの割合で存在することとなる。したがって、その実態をとらえるためには、訪日旅行者が入国時に提出するEDカードの項目の中にMICE関係の選択項目を設けることとするのも一考の余地がある。

さらに、MICEの開催に関連する事業者は非常に多岐にわたるが、MICEのうち、とりわけ「会議（Convention）」の開催に当たっては会議実施支援事業者（PCO）の果たす役割は大きいものがあるため、その社会的ポジション・責任について確立させるための法的措置の必要性、標準的な約款の整備等についても健全なMICE業界の発展のために今後検討すべき項目である。

またMICEやMICE産業の振興のための立法、施設に関する規制のあり方等の検討についても中長期的な課題である。

## (2) 施設の整備

会議場等の施設は、MICEの推進にとって大変重要な要素であり、シンガポール、韓国、中国といった競合国が大規模な施設の建設を進めているところである。

我が国においては、国際会議場については、東京などの大都市ではそのキャパシティが不足していると言われている。

展示場についても、諸外国においては10万㎡を超える展示場を有する施設もあり、それに比し我が国の多くの展示場スペースは、現時点において最大8万㎡と諸外国の大規模展示場と比較すると狭小であること等から、せつかくのビジネスチャンスを見すみず海外の競合国にさらわれてしまうというケースもあり得る。このような状況に対応するためにも、将来的に国際ニーズに対応する展示場を整備することは我が国のMICE分野におけるプレゼンスの向上に資するものである。

また、日本における国際会議場は、会議施設単体のみが整備されているものが多く、最近の国際会議のトレンドである会議に展示会を併催する形式のものには対応しきれない施設が多いため、現状の施設に展示会機能を付加することが強く求められている。

例えば、国立京都国際会館では、会議場自体のキャパシティ不足に加え、展示会場用の施設の大きさが十分ではなく、これが同施設における国際競争力を損ねていると言われている。

また、展示会・見本市において会議を併設する場合も多いため、展示場施設における会議場の併設、さらには、横浜のような宿泊施設、商業施設等も含めた「MICEゾーン」の整備及び更なる充実も重要であるという指摘もある。

他方、地方で国際会議を行う場合は、会議専用施設ではなくとも市民会館、大学等の施設を使用するなどの工夫をしながら開催している例もあり、地方におけるMICE施

設のあり方として参考になるものである。

なお、施設整備、改修等を進めるに当たっては、民間の活力の利用も含め、整備コストの低減のために必要な措置を関係者がとっていくことが必要である。



## Ⅱ. 国際交流拡大に資するMICE推進アクションプラン

アクションは、大まかに、

- MICE全般プロモーション
- 誘致・開催に関する環境整備・支援
- MICEを支える基盤の強化、環境の整備

に分けることができる。

アクション	具体的内容	主な実施担当者	時期
<b>○MICE全般プロモーション</b>			
<b>1. 効果的なMICEプロモーションの実施</b>			
国内外に向けた大規模なプロモーションの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 我が国がMICEを重視し取り組んでいることを内外にアピールするために、以下のような取り組みについて実施。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 従来から取り組んでいる各種プロモーション(見本市出展、広告、セミナー、ツール作成等)をMICE全般の振興に資するようグレードアップ。</li> <li>・ 日本でのAPEC開催年でもある2010年を「Japan MICE Year」に設定。ロゴの作成、各種キャンペーン等のプロモーションを行う。</li> <li>・ MICE分野でのYokoso!Japan大使の選定</li> <li>・ MICEの意義・効果を明らかにした資料(DVD)を作成し、自治体、CB等に配布し、関係者、市民等への説明等の際に使用して頂く。</li> <li>・ IME(国際ミーティング・エキスポ)を我が国のMICEの推進に資するよう集客、出展等のあり方を検討。等</li> </ul> </li> </ul>	観光庁・JNTO	22年度(一部は21年度)
プロモーションの戦略的な実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在国・JNTOを中心に行っているプロモーションについて、これまでの手法を見直し、ターゲットを明確にする等、これまで以上に戦略的な</li> </ul>	観光庁・JNTO	21年度事業から随時

	実施を図る。		
<b>2. MICE推進の意義・効果の普及</b>			
国内外に向けた大規模なプロモーションの実施(再掲)	—	—	—
「MICE連絡協議会」(仮称)の定期的開催	○ 関係省庁、MICE関連産業界、学識経験者等からなる政府レベルのMICE連絡協議会を年間1~2回開催し、MICE関係者間の情報・課題の共有、意識の醸成を図る。	観光庁等	21年度中に初回立ち上げ
「MICE」の認識度の向上	○ 「MICE」を広く浸透させるため、「MICE」の意義・重要性を講演、施策文書等で積極的・継続的に普及・啓発していく。	観光庁・JNTO・自治体・CB	随時
経済効果推計モデルの策定	○ 国がMICEの経済効果を推計する計量モデルを策定。それを各自治体に提供し、各自治体においてそれぞれ具体的なMICE案件について経済波及効果を算出。	観光庁・自治体	推計モデルの策定:21年度以内 各自治体での活用:22年度から
市民へ還元するためのサイドイベント等の実施	○ MICE(特に国際会議)への市民の理解を深めるため、横浜市におけるTICAD開催時のアフリカ月間のようなサイドイベント等をMICE開催時に併催するよう努める。	自治体	随時
<b>○ 誘致・開催に関する環境整備・支援</b>			
<b>3. 国等による誘致・開催支援</b>			
国際会議誘致・開催支援策のMICE全体への拡大	○ 現在、国際会議に関連した事業にのみ行われている支援方策をインバウンドに資するような一定のMICE案件にも適用できるようにし、MICE全般の誘致・開催支援が行えるようにする。	観光庁	22年度から
日本発の国際会議の育成	○ 支援することにより将来的に国際会議となる可能性が高い一定の国内会議について、海外からのキーノートスピーカー・研究者等の招請等を行い、国内会議の国際会議化へ向けた支援を行う。	観光庁・自治体	22年度から
ユニークベニューの開放のための働きかけ	○ MICE誘致のポイントとなり得るユニークベニューの開放について課題を整理するとともに、具体的案件について必要に応じ開放に向けた働きかけを行う。	観光庁・自治体	随時
コンベンションビューローによる支援制度の見直し	○ 各自治体・CBにおける国際会議主催者への各種支援制度について、より使いやすい制度に向けた検討を行う。	自治体・CB	21年度以降

<b>4. MICEへの誘客等</b>			
MICE推進と一般の観光旅客増加のための事業との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 一般の観光旅客を誘致するために開催・実施される旅行・観光展への出展、キーパーソン招聘、セミナーの開催等について積極的にMICE分野とジョイントして実施する。</li> <li>○ 国際会議出席のために国外から来訪予定の者に対し、ウェブ等を通じ事前に観光情報の提供を行う。</li> </ul>	観光庁・JNTO・関係者	随時
イベント・展示会等情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既存のイベントカレンダー等の海外への情報発信をアップグレードし、日本でのイベント、展示会等の積極的な情報発信を行い、さらなる日本への誘致を図る。</li> </ul>	JNTO・JETRO	21年度中に検討、22年度に実施
イベント等へのアクセス性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 海外からの参加者が当該イベント等に参加しやすいように、イベントを組み込んだ旅行商品の造成を強化する。</li> </ul>	旅行者	随時
<b>○MICEを支える基盤の強化、環境の整備</b>			
<b>5. MICEの実態の把握</b>			
MICEに関する試行調査の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「国際会議・国際イベント等の実態把握のための予備的調査(19年3月)」における反省点をもとに、試行調査を実施する。調査結果を踏まえ、MICE各分野での既存の統計も参考にしつつ、MICE全体の実態把握のための仕組みを検討。</li> </ul>	観光庁・関係団体	試行調査:21年度以内 仕組みの検討:22年度から
国際会議開催情報の網羅的把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ICCAとJNTOのデータベースに準拠し、地域ローテーション型国際会議誘致データベースを構築する。</li> </ul>	観光庁・JNTO	21年度内
新たな目標設定のあり方の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在の国際会議誘致目標の設定年次である2011年をにらみ、新たにMICE全般にかかる目標設定の可能性を含む新たなMICE関連の目標設定のあり方について検討。</li> </ul>	観光庁	21年度から検討開始、 23年(2011年)度内に結論
<b>6. 人材の育成</b>			
国際機関との関係強化、国際的ノウハウの獲得	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 国際会議関連団体等の講師の招請による研修の実施やデータ・情報の交換により、国際機関との関係を強化し戦略的な誘致に役立てる。</li> <li>○ また、研修の実施により我が国関係者に実際的なノウハウの獲得を図る。</li> </ul>	観光庁・JNTO・自治体・CB	21年度から

学生に対するMICE業界の紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光のカリキュラムを持つ大学において講義内容にMICEを積極的に取り上げてもらうよう具体的ニーズを把握した上で、各大学に働きかける。</li> </ul>	観光庁・MICE関係者(TIJ等)・各大学	21年度以降
CB等における人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ CB等の担当者が短期に異動になるとことによりノウハウが蓄積されないきらいがあるため、例えば任期を長期化あるいはプロパー職員の育成に努める等組織として人材の育成に努める。</li> </ul>	自治体・CB	21年度以降
優秀なMICE人材への顕彰	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ MICEで顕著な業績を上げた者に対し、コンベンションマイスター(仮称)として表彰を行う(観光庁既存制度の活用又は既存の「JNTO国際会議誘致・開催貢献賞」の拡充等)。</li> <li>○ MICE分野でのYokoso!Japan大使の選定。(再掲)</li> </ul>	観光庁・JNTO・自治体	表彰制度:22年度以降
<b>7. 関係主体の効果的な連携</b>			
VJC現地推進会の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ VJC重点市場現地において開催されている現地推進会においても、MICEの誘致を視野に入れた現地における推進活動を実施する。</li> </ul>	観光庁・外務省・JNTO	現地推進会の開催時に随時
経済界への働きかけ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ MICE積極的誘致のため、経済団体等による傘下企業等への働きかけ</li> <li>○ VJC現地推進会等の場を通じ、海外現地の日系企業に対し、当該日系企業による日本へのインセンティブ旅行の実施を働きかける。</li> </ul>	観光庁・JNTO・経済団体	21年度以降随時
コンベンションビューロー間の連携の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 一般的にインセンティブ旅行の誘致については、一都市だけで完結するのではなく、ある程度の拡がりが必要なため、関係自治体等の連携により広域的な誘致事業を展開する。</li> </ul>	自治体・CB	21年度以降
<b>8. 法律・制度等の整備、施設の整備</b>			
法律・制度等の整備、施設の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 法律・制度の整備や施設の整備については中長期的な課題として、今後も検討を継続する。</li> </ul>	観光庁・関係省庁・関係団体	中長期的な課題

## おわりに

国際会議をはじめとした国際的なミーティング、インセンティブ、イベント・展示会・見本市の振興の促進は、国際相互理解の増進、国際交流を通じた地域振興、多大なる経済効果等数多くのメリットを我が国にもたらし、かつ将来的にも成長が期待される有望な分野である。本検討会の参加者は真摯な検討を通じ、改めてMICEの振興に対するその多様な意義・効果を確認するとともに、関係者による連携の重要性を認識したことで、各主体が速やかに取り組むべき具体的方策を観光庁としてアクションプランとしてとりまとめることができた。

今後、このアクションプランに記載された具体的方策を関係者の適切な役割分担のもと連携して進めることが重要であり、随時、適切なフォローアップをPDCAのサイクルで図っていくことが重要である。また、中長期的課題とされた項目についても、今後とるべき方向性や具体的アクションの方策について関係者間で検討を続けていくことが必要である。

本検討会によりとりまとめられたアクションプランの実行が一つの契機となり、国際会議のみならずMICE他分野の振興が一層進むことにより、日本と諸外国との人的交流が拡大することを期待する。

## 国際交流拡大のためのMICE推進方策検討会 メンバー

### (検討会委員)

- 石積 忠夫 日本展示会協会会長（リード・エグジビションジャパン株式会社 代表取締役社長）
- 太田 正隆 コンベンション総合研究所長（株式会社ICSコンベンションデザイン）
- 木村 正 社団法人日本イベント産業振興協会 専務理事
- 隈崎 守臣 日本コンベンション事業協会監事（株式会社コングレ 取締役社長）
- 小林 裕和 GMTツーリズム総合研究所長（株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル）
- 小堀 守 日本政府観光局（JNTO） コンベンション誘致部長
- 桜井 秀夫 株式会社横浜国際平和会議場（パシフィコ横浜） 常務取締役営業部長
- 谷内 拓生 社団法人日本ツーリズム産業団体連合会事業部長
- 近浪 弘武 日本PCO協会代表（日本コンベンションサービス株式会社 代表取締役社長）
- 東條 秀彦 財団法人ちば国際コンベンションビューロー 市場調査課長
- 戸田 加寿子 財団法人東京観光財団 コンベンション事業部誘致事業課長
- 野田 由美子 横浜市副市長
- 馬場 信 日本展示会協会理事（前会長）（産報出版株式会社 代表取締役社長）
- 山本 和彦 森ビル株式会社 取締役副社長

### (分科会委員)

- 荻 麻里子 財団法人札幌国際プラザ コンベンションビューロー 誘致支援課長
- 小池 律子 株式会社JTB首都圏コーポレートインバウンド推進室長
- 中村 富安 独立行政法人日本貿易振興機構 展示事業部長
- 朴 順花 財団法人大阪観光コンベンション協会 コンベンションチーム主幹
- 三澤 紀夫 株式会社日経BP 事業部長
- 森本 福夫 株式会社イベントサービス 代表取締役

(敬称略：50音順)

(関係省庁参加者)

西阪 昇 観光庁審議官  
大滝 昌平 観光庁参事官  
平田 徹郎 観光庁国際交流推進課長  
城福 健陽 経済産業省商務情報政策局参事官  
小沢 仁 外務省広報文化交流部総合計画課長

(事務局)

竹原 勇一 観光庁参事官付観光涉外官  
宮下 彰 観光庁参事官付コンベンション振興指導官  
山田 淳司 観光庁参事官付係長

## 国際交流拡大のためのMICE推進方策検討会 検討経緯

### 第1回会合（平成21年3月18日）

○「国際会議、国際文化・スポーツイベント等を通じた観光交流拡大のための検討会」

結論（H18）とそのフォローアップ

OMICE各分野の現状と課題について

### 第2回会合（平成21年4月16日）

OMICE全般に共通する課題について

### 第3回会合（分科会形式による開催）

Meeting／Incentive分科会（平成21年5月20日）

Convention分科会（平成21年5月20日）

Event／Exhibition分科会（平成21年5月21日）

### 第4回会合（平成21年6月24日）

○アクションプラン（案）について