

MICE推進関係府省連絡会議
観光庁 説明資料

1. 政府におけるMICEの位置づけと 今後の目指す形

MICEとは

■ MICEとは、ミーティング、インセンティブ、コンベンション、エキシビション/イベントを総称した用語である。これら個々の大まかな概念は下記の通りである。

- ミーティング (M) : 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会議、大会、研修会等の会合 (=コーポレートミーティング)。
- インセンティブ (I) : 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。
- コンベンション (C) : いわゆる国際会議であり、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。
- エキシビション・イベント (E) : 国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビションとスポーツ・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。

Meeting
企業等のミーティング等。
例: 海外投資家向け金融セミナー、グループ企業の役員会議 等

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報奨旅行のこと。企業報奨・研修旅行とも呼ばれる。
例: 営業成績の優秀者に対し、本社役員によるレセプション 等

Convention
国際団体、学会、協会が主催する総会、学術会議 等。
例: 北海道・洞爺湖サミット、国連防災世界会議、世界水フォーラム、国際眼科学会、世界牛病学会 等

Exhibition / Event
文化・スポーツイベント、展示会・見本市。
例: 東京国際映画祭、世界陸上競技選手権大会、国際宝飾展、東京モーターショー 等

※ インセンティブやコンベンションを含めて広義のミーティングとも一般的に呼称される。
欧米諸国などではMICE全般を指してビジネスミーティング、ビジネスイベントと称する場合も多い。

(1) 高い経済効果

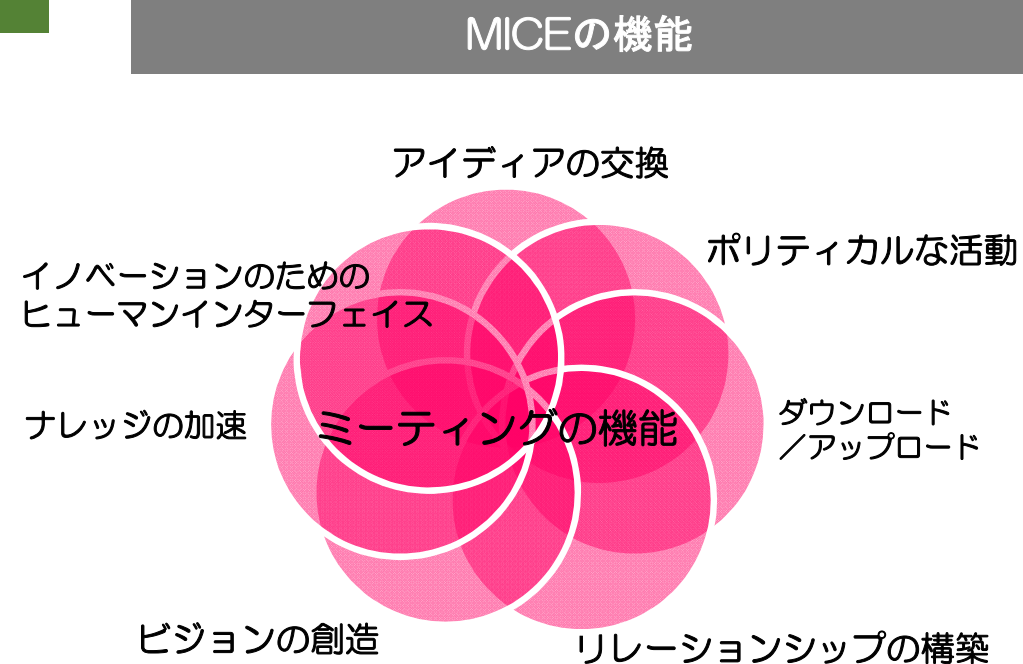
MICE開催を通じた主催者、参加者等の消費支出は、開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出す。

(2) ビジネス機会やイノベーションの創出

MICE開催は、ビジネスや研究分野の海外参加者と我が国参加者の人的ネットワーク形成や知識・情報の共有に大きな効果。これらを通じて、新たなビジネス機会を生み出し、科学技術の発展・イノベーションの創出に大きく資する。

(3) 都市の競争力・ブランド力向上

MICEを通じた人や情報の交流・流通、ネットワーク構築の容易さなどは、都市の競争力・ブランド力向上に寄与する。



出所)ICCA2012総会におけるPricewaterhouseCoopers講演より作成

「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」について

明日の日本を支える観光ビジョン構想会議

訪日外国人旅行者数2000万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標の設定とそのために必要な対応の検討を行う。

- 【議長】 内閣総理大臣
【副議長】 内閣官房長官、国土交通大臣
【構成員】 副総理兼財務大臣、
地方創生担当大臣、
一億総活躍担当大臣、
総務大臣、法務大臣、外務大臣、
厚生労働大臣、経済産業省、民間有識者



〈会議で挨拶する安倍内閣総理大臣〉

第1回（平成27年11月9日）
第2回（平成28年3月30日）



平成28年3月30日
「明日の日本を支える観光ビジョン」決定

訪日外国人旅行者数

2020年： **4,000万人**
(2015年の約2倍) 2030年： **6,000万人**
(2015年の約3倍)

訪日外国人旅行消費額

2020年： **8兆円**
(2015年の2倍超) 2030年： **15兆円**
(2015年の4倍超)

地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： **7,000万人泊**
(2015年の3倍弱) 2030年： **1億3,000万人泊**
(2015年の5倍超)

外国人リピーター数

2020年： **2,400万人**
(2015年の約2倍) 2030年： **3,600万人**
(2015年の約3倍)

日本人国内旅行消費額

2020年： **21兆円** 2030年： **22兆円**
(最近5年間の平均から約5%増) (最近5年間の平均から約10%増)

「明日の日本を支える観光ビジョン」(MICE関連部分抜粋)

現状・課題

- 国際会議・国際展示会等(MICE)は、開催地を中心に大きな経済波及効果を生み出すものの、認知度が低く、関係者のサポートが得られにくい。
- レセプション用のユニークベニューやポストコンベンション/展示会向けの施設等が少ない。
- 各国間の誘致競争において、財政的支援の面で日本が敗れるケースが多い。



◆明日の日本を支える観光ビジョン (明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 平成28年3月30日)

- **政府レベルのMICE支援体制を構築**するため、**関係府省連絡会議を年内に新設**し、以下の取組を実施。
 - ・レセプションでの国立施設の使用許可
 - ・ポスト・コンベンション/展示会向け施設の拡充
 - ・グローバル企業のビジネス活動を支える会議施設等の整備への支援 等
- 将来的に、**官民連携横断組織によるオールジャパン体制での支援を実施。**

海外におけるMICE官民連携横断組織の事例

「Business Visits & Events Partnership (BVEP)」 (官民連携団体)

概要

- 英国におけるMICEを統括し、政府組織や関連団体を一つの傘下におさめるMICE産業の包括的な組織。文化・メディア・スポーツ省等、政府関係機関や国際会議協会、会議運営会社団体、展示会関係団体、政府観光局等、幅広くMICE分野をカバーする25機関がメンバーとなっている。



- MICEの重要性を示す経済効果等各種調査を実施
- ベストプラクティスの収集
- 政府等にMICE施策の充実・強化に関する働きかけ・**提言**

政府内の
MICE組織組成の
必要性を提言

○英国の
「Department for Culture, Media and Sport」 (DCMS)へ
※英国の文化・メディア・スポーツ省

国家行政機関であるDCMSは、英国におけるMICEの価値を認識し、適切な投資を呼び込み、長期的に持続可能な成長を遂げるため

「**Business visits & events strategy**」
(MICEの重要性と関連する政策提言が盛り込まれたレポート)を2015年3月に発表。

記載例：政府レベルの支援措置

- ・ 誘致案件に対する政府のバックアップの啓蒙
- ・ 大臣クラスのレター発出
- ・ 遺産などの政府管轄建造物のユニークベニューとしての利用許可
- ・ 先5年から10年先の間に誘致可能なMICEリストを作成し、英国が推進する特定産業分野にフォーカスした戦略的なガイドライン策定
- ・ GUCF (GREAT UK Challenge Fund) への積極的なMICE関連案件の申請奨励

具体的
活動



英国にとって、「ミーティング&イベント」が重要な理由等、明記した提言集を作成



「Meeting and Events Manifesto for Britain」

出典：BVEPホームページ <https://www.businessvisitsandeventspartnership.com/>

海外におけるMICE官民連携横断組織の事例

UK Events Industry Board (EIB):英国のMICE連携体制

概要

○ 英国の文化・メディア・スポーツ省 (DCMS) に設置された組織であり、MICEに関連する複数の政府機関・協会を横断する任意団体である。その役割は、英国にとって有益なビジネス機会を見極め、より多くのMICEを英国に誘致することであり、そのためのインフラ投資や財政政策、ビザの規制緩和などに関して政策提言を行うこととし、所属メンバーは、政府観光局、コンファレンス施設、展示会関係事業者、民間団体等。

DCMSにより、提言された「**Business visits & events strategy**」内容一部参照

- ・世界的に重要あるいは英国内で重要であり、投資効果が高いと考えられるイベントとして政府レベルで支援をすべきMICE案件を特定する。
- ・Business Visits and Events Strategyの執行を監督する。
- ・MICEセクターの支援に関して、政府横断的に取り組むべき事項や課題について検討する。

UK Events Industry Board(EIB)の設立

○ EIBによる政府レベルでのMICE開催・誘致を集中支援。

「GREAT UK CHALLENGE FUND」

基金の設置
(事務局：
Visit England)

主催者へ財政支援
年間200万ポンド

144の国で英国のブランドをプロモーションをするために
英国の教育・観光・貿易・投資に関する組織が
海外マーケットでの成功するために支援するファンド
(MICE振興に関する支援案件も支援対象に含む)

- 2015年度は下記のMICEに関連した3件が支援対象として選定
- ・イングランド中部地域をアメリカ東海岸地域にプロモーションするキャンペーン。
支援額は50,000ポンド (約820万円)
 - ・ロンドン及び英国のテクノロジー産業クラスターをプロモーションするキャンペーン。
支援額は、5,000ポンド (約1,230万円)
 - ・中国から世界スヌーカーチャンピオンシップへの参加者を誘致するプロモーション。
支援額は97,000ポンド (約1,590万円)

具体的支援

「Event Support Programme」

概要：英国の産業や科学分野の知識と提携し、新しいまたは既存の国際的なビジネスイベントの魅力的な成長・発展を支援するプログラム。
支援対象は、DMO、ベンチャー、DMOと活動しているイベントオーガナイザー。

- 支援内容：● 英国への国際ビジネスイベントの招請に対するサポート
- 実施するイベントの経済的な価値の拡大をサポート
 - 新たな国際的なビジネスイベントを創出するサポート

- ・マーケティング・マンチェスター「欧州科学オープンフォーラム2016」
マンチェスター空港到着ターミナルでの5週間にわたるビルボード
広告掲載、マンチェスターピカデリー駅での都市案内ブローシャー配布
- ・ニューキャッスル・ゲーツヘッド「BIMショーライブ2017」
英国内及び海外からの参加者のためにBIMウェブサイト内に
プラットフォームを構築 (ウェブサイトの拡充) 他、5つの支援案件有り

出典：平成27年度調査事業「観光政策に関する海外事例調査事業報告書」参照
<https://www.visitbritain.org/event-support-programme-overview>
<https://www.visitbritain.org/visitbritain-announces-first-successful-applicants-event-support-programme>

海外におけるMICE官民連携横断組織の事例

「CIC (Convention Industry Council)」 (民間団体)

概要

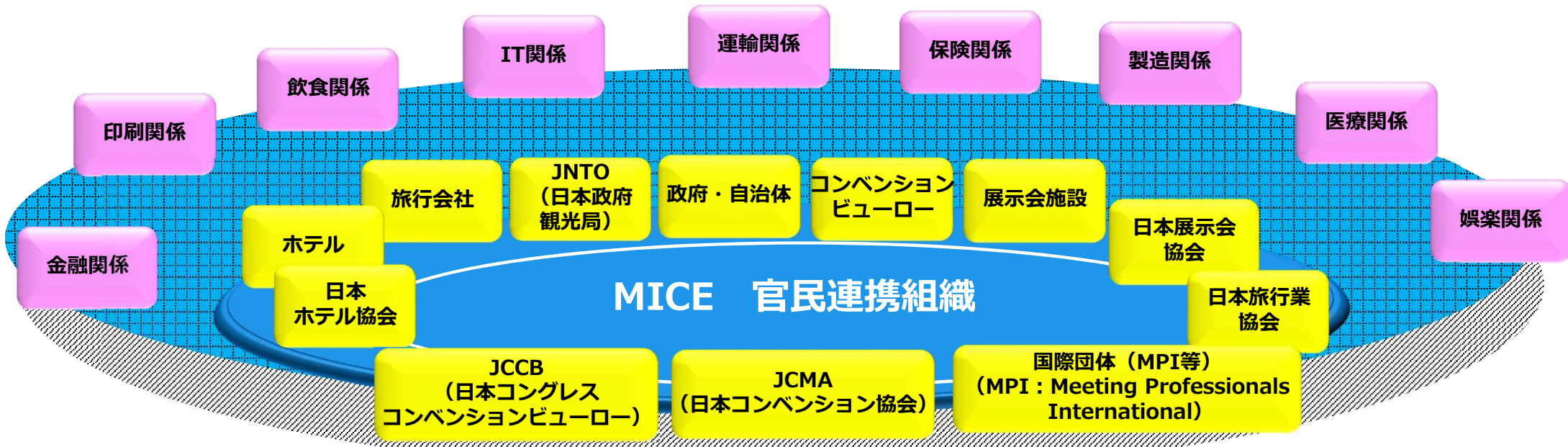
- 米国バージニア州に本部を置くMICE産業の業界団体で、所属機関は国際会議協会、会議運営会社団体等合計33機関。ホテル・旅行会社・ミーティングプランナー・DMO・コンベンションセンター等MICE産業に関わるセクターが会員となっている。

具体的活動

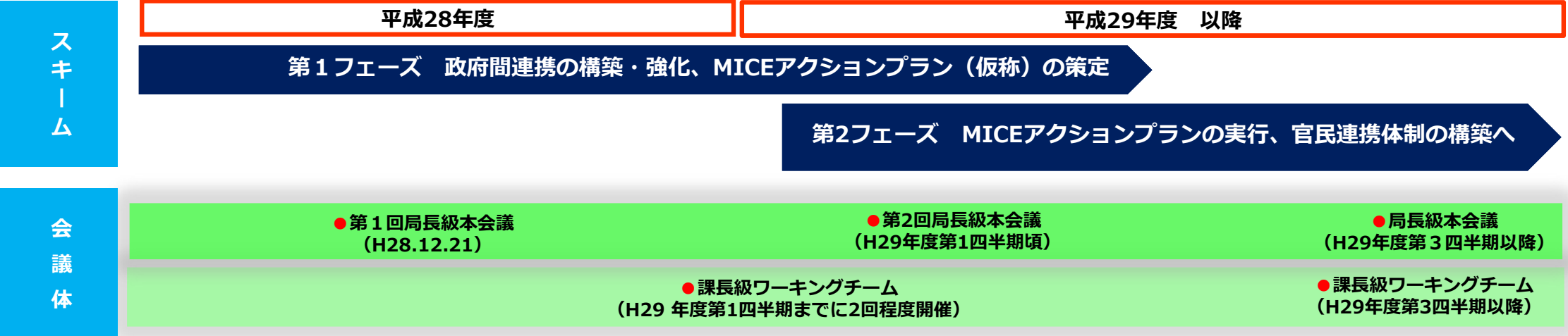
- CMP (Certified Meeting Professional) 資格制度の運営
ミーティングプランナーのプロフェッショナルを認定する資格、筆記試験の結果と、実務経験に基づき行われている。
- MICE業界向けへ業界標準「APEX (accepted practices exchange) Initiative」を作成、公開
業界全体の業務の効率化等を目的としている。
具体的なメリットとして
・ 時間とコストの削減 ・ コミュニケーションサービスやデータ共有の容易化 ・ 顧客サービスの向上等を挙げている。
内容は、業界用語集・標準RFP・ロジスティックスや会場設営等チェックリストなどを共有している。
- MICE産業の意義に関する調査と情報発信
 - 米国におけるMICE産業の経済波及効果の算出
「The Economic Significance of Meetings to the U.S Economy」
概要：米国におけるMICE産業の経済波及効果を算出した調査。MICE産業の経済的なインパクトの大きさを示すことにより、当該産業のアメリカ経済における重要性をPRしている。
 - 「FACE TIME : it Matters」キャンペーン
フェイストゥフェイスのミーティング意義を扱ったキャンペーン調査と情報発信
概要：フェイストゥフェイスのミーティングの意義（経済面以外の意義が中心）について、調査を行い、結果を発信するキャンペーン。

MICE官民連携横断組織のイメージ

- MICEの強豪国は、MICEに関わる幅広い官民の関係者を束ねた横断組織を通して、
 - 1) 一般に対するMICEに関する啓蒙普及活動
 - 2) 経済界に対するMICEの活用促進の働きかけ
 - 3) 行政・立法府に対するMICE支援に係る政策提言
 - 4) 1)～3)のために必要となるデータ収集・調査分析
 - 5) MICE業界横断で情報交換・人材育成することによる業界全体の質の向上を強力に展開してきている。
- 上記のような活動を展開するためには、M/I/C/Eの垣根を越えて横串を刺した横断的な組織によりMICEの声を大きくしていくことが必要であり、我が国においても、MICE横断的な官民連携組織を形成し、インバウンドにおけるMICEの位置付けをさらに高めて、MICEによる利益の増大を目指す。



MICE推進関係府省連絡会議 今後の進め方 イメージ



- アクションプラン策定に向けた、検討内容イメージ
- 関係府省におけるMICE誘致に向けた重点産業・重点学術分野の特定
 - 上記特定分野における教授等キーパーソンのリスト作成
 - 重点産業・重点学術分野における最新鋭の施設等、体験プログラムやエクスカージョンコンテンツの検討
 - 公的施設等をMICEにおけるレセプション等に開放
 - 政府レベルのMICE啓蒙・普及

第2回本会議開催

「関係府省 MICE支援アクションプラン」(仮称) 策定

- 平成30年度予算要求等へ反映、MICE国際競争力強化委員会と連携
- 重点分野のキーパーソンに対する戦略的なアプローチを行うガイドライン等作成（ロビー活動等）
 - 公的施設の活用やMICE向け体験プログラム等のMICE向けコンテンツの情報発信
 - 政府レベルのMICE啓蒙・普及の実施（関係府省のMICE統計分析連携・招請レター発出等）等

3. MICEを取り巻く現状

MICEの経済波及効果算出

- ◆ MICE開催による経済波及効果を適正に算出し、公表することはMICE開催の経済的重要性を明確にできる。
- ◆ 観光庁では28年度に日本国内で開催された国際会議（C）の経済波及効果の算出をするために「MICE国際競争力強化委員会経済波及効果算出に関する小委員会」を設置。
- ◆ 29年度は企業のミーティング（M）、インセンティブツアー（I）、展示会等(E)の経済波及効果の算出を予定している（予算要求中）。
- ◆ また、23年度より「MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル」を一般に提供している。現在までに約500の自治体や民間企業に送付した。

「観光ビジョン実現プログラム2016」（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2016）
 MICEの意義を幅広い層に説明する観点から、MICE主催者や参加者に対し、アンケート調査等によるデータの収集を行い、MICEの経済波及効果を調査する。

MICE開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル(観光庁)

モデル選択
地域選択
MICEデータ入力
日系アライメント/利用率/消費税率入力
消費原単位の設定

データ入力

①都道府県の選択
※都道府県を選択してください。
北海道

②都市の選択
※国際会議観光都市を選択してください。
札幌市

効果算出条件の確認

【経済波及効果試算の前提条件:参加者数と支出額】

項目	日本人	外国人	合計
IA参加者数	199,512	184,023	383,535
国内参加者数	4,417	0	4,417
海外参加者数	0	184,023	184,023
国内参加者数	1,988	0	1,988
海外参加者数	0	184,023	184,023
国内参加者数	1,429	0	1,429
海外参加者数	0	184,023	184,023
国内参加者数	1,429	0	1,429
海外参加者数	0	184,023	184,023
国内参加者数	1,429	0	1,429
海外参加者数	0	184,023	184,023

産業連関表に基づく効果の算出/アウトプットの表示

1. 生産波及効果(産業効果)

項目	全国	北海道	札幌市	単位
11 経済波及効果(+/-)	1,491.7	919.2	793.5	百万円
12 観光効果	859.9	459.9	459.9	百万円
13 観光効果	459.9	193.3	151.9	百万円
14 観光効果	397.9	166.5	156.9	百万円
15 観光効果	793.5	459.9	459.9	百万円
16 観光効果	397.9	166.5	156.9	百万円

2. 税収効果

項目	全国	北海道	札幌市	単位
11 税収効果	62.1	26.1	22.9	百万円
12 税収効果	19.3	10.5	9.7	百万円
13 税収効果	14.9	10.0	8.9	百万円

日本のMICE施設における経済波及効果の算出事例 PACIFICO NEWS



2014年3月20日
パシフィコ横浜

各 位

2012年度に開催された催事の経済波及効果は、全国で約2,070億円(対前回1.07倍)
 うち横浜市内で、約870億円(対前回1.26倍)

2013年度の延べ総来場者数は、開業以来初の400万人超の約420万人の見込み
 1991年の開業以来の累計延べ総来場者数は、約6,090万人の見込み

パシフィコ横浜では、地域経済への貢献を測定するため、2012年度に開催されたMICE[®]による経済波及効果測定調査を実施いたしました。あわせて、パシフィコ横浜が存在することで、横浜市民に、MICEへの参加機会を提供してきた“価値”を測定し、可視化する調査を実施いたしました。パシフィコ横浜は、経済効果を目的とした産業インフラとしての役割のみならず、社会インフラとしての役割を通じて、横浜市民にも貢献しています。

出典:2012年度開催催事経済波及効果
(パシフィコ横浜・平成26年3月)

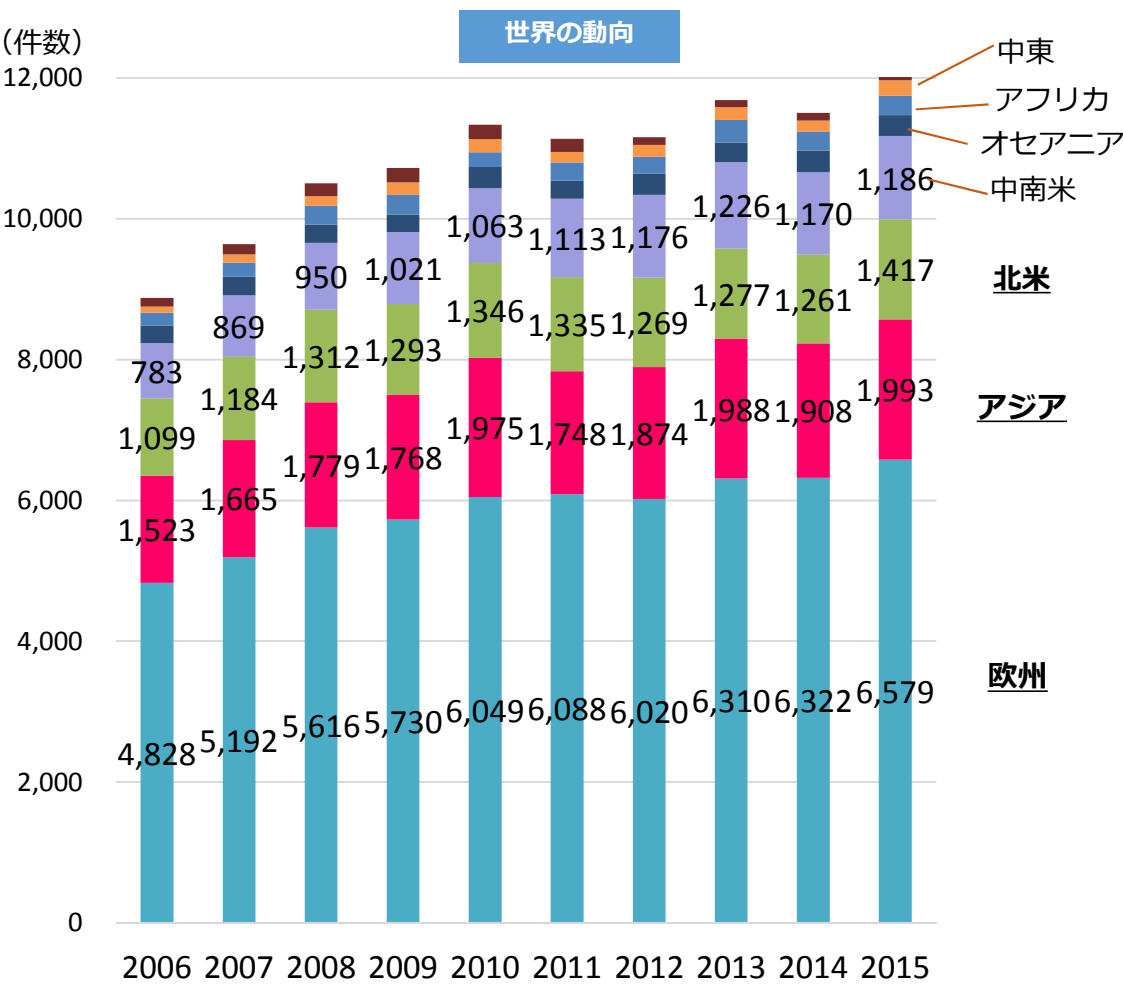
海外におけるMICE市場規模調査状況(欧米)

国	MICE市場規模	調査主体	出典
米国	29.5兆円 (2,800億ドル)	Convention Industry Council	The Economic Significance of Meetings to the US Economy Interim Study Update for 2012 (2014)
英国	6.0兆円 (397億ポンド)	MPI Foundation	The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry (2013)
カナダ	2.8兆円 (291億カナダドル)	MPI Foundation	The Economic Contribution of Business Events in Canada: Canadian Economic Impact Study (2014)
メキシコ	1.9兆円 (181億ドル)	CESTUR	The Economic Significance of Meetings in Mexico (2011)

注) 米ドル=105.2円(2014年(平成26年))、ポンド=151.6円(2013年(平成25年))、カナダドル=95.3円(2014年(平成26年))で換算
 出典:平成27年度 観光白書12

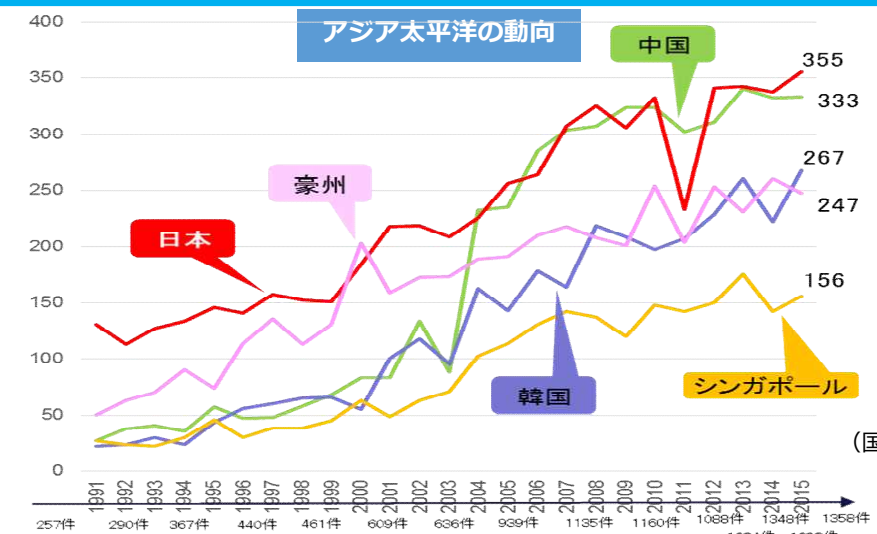
国際会議開催件数の動向

- 直近10年で、世界の国際会議は+36%増加したが、日本の国際会議は+28%の増加にとどまっている。
- 国際会議が最も開催されている地域は欧州で、最も開催の伸びが大きい地域は中東となっている

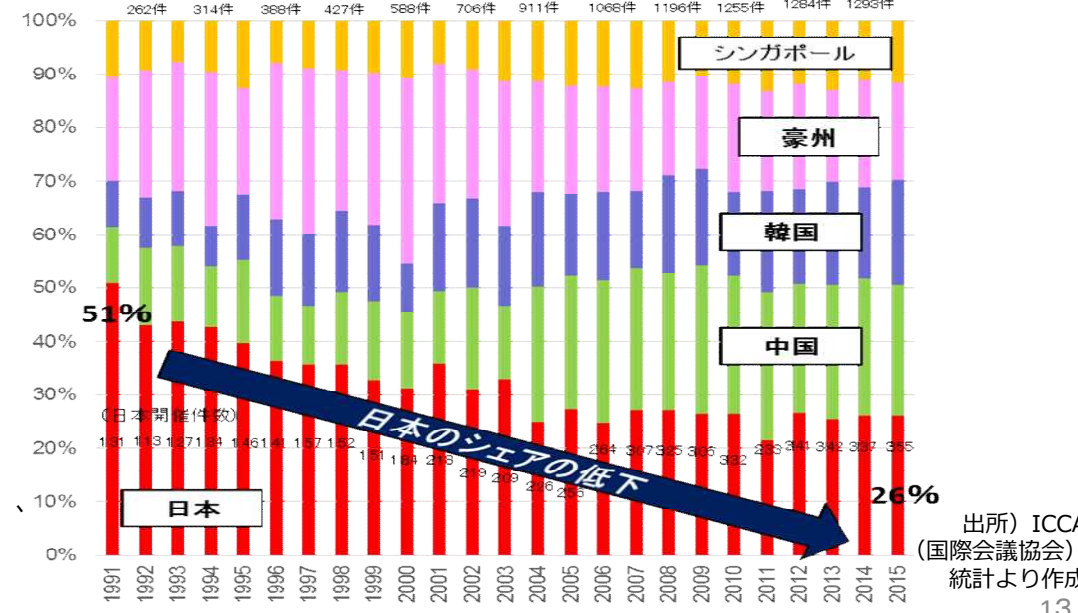


■ アジア太平洋地域を国別に見ると、我が国を含む主要5ヶ国（日本、中国、韓国、シンガポール、豪州）は年々開催件数を伸ばしている。（※日本の開催件数は131件（1991年）から355件（2015年）に増加）

■ アジア・大洋州主要5ヶ国の開催件数に占める我が国のシェアは、**1991年の51%**から低下を続け、**2015年は26%**に落ち込んだ。



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2006⇒2015 増加率(%)
日本の開催件数	277	315	337	320	349	244	341	342	337	355	28
世界全体の開催件数	8,877	9,637	10,501	10,721	11,333	11,133	11,156	11,685	11,505	12,076	36



出典：ICCA (A Modern History of International Association Meetings 1963-2012)、ICCA Statistics Report(2013,2014,2015)
 注：開催件数が少なく、レポートで「others」とまとめられた会議については地域分類が不可能なため、地域分類を行っていない

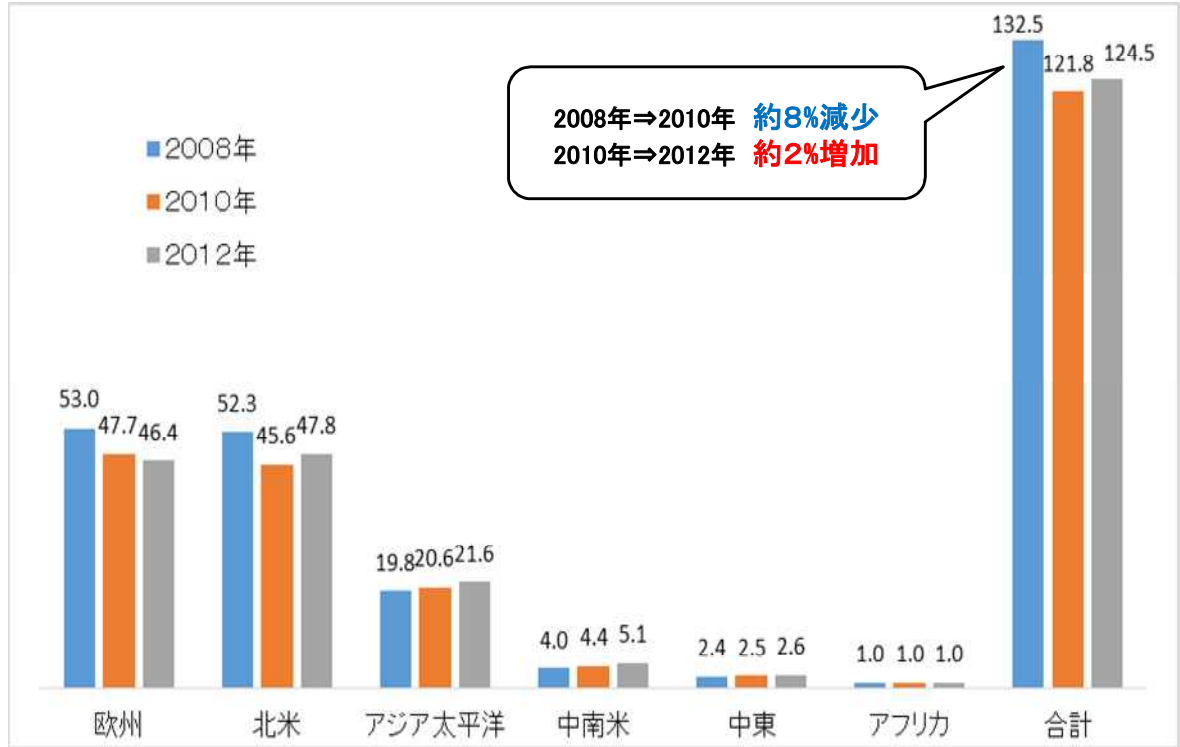
出所) ICCA (国際会議協会) 統計より作成
 出所) ICCA (国際会議協会) 統計より作成

国際展示会の開催状況

- 2012年に世界各国で開催された500㎡以上の展示会は、推定約31,000件、賃貸展示スペース面積は約124百万㎡。賃貸展示スペース面積は、2008年から2010年にかけて8%減少したが、2010年から2012年にかけては2%増加。地域別では、2008年から2012年の間に欧州は12%減少した一方、アジア大洋州は9%伸びている。
- 日本の5,000㎡以上の展示場面積は、2011年時点で約34万㎡で世界第16位であるが、賃貸展示スペースでは320万㎡と世界の主要展示会開催国の一つとなっており、中小の展示会場を含めて効率的に活用していることがわかる。

資料：国際見本市連盟（UFI）

地域別賃貸展示スペース面積の推移
※500㎡以上の展示会の賃貸スペース面積（単位：100万㎡）



資料：UFI(2014年(平成26年))"Global Exhibition Industry Statistics"に基づき観光庁作成

国別総展示場面積（5,000㎡超） 主要国別賃貸展示スペース面積
（2011年（平成23年）） （2012年（平成24年））

順位	国	面積(㎡)	割合	国	面積(100万㎡)
1	アメリカ	6,712,342	20.6%	アメリカ	41.1
2	中国	4,755,102	14.6%	中国	13.7
3	ドイツ	3,377,821	10.4%	ドイツ	8.7
4	イタリア	2,227,304	6.8%	イタリア	5.9
5	フランス	2,094,554	6.4%	フランス	5.7
6	スペイン	1,548,057	4.8%	スペイン	2.8
7	オランダ	960,530	2.9%	イギリス	2.8
8	ブラジル	701,882	2.2%	日本	3.2
9	イギリス	701,857	2.2%	ブラジル	3.0
10	カナダ	684,175	2.1%	ロシア	2.9
11	ロシア	566,777	1.7%	ベルギー	1.4
12	スイス	500,570	1.5%	トルコ	1.3
13	ベルギー	448,265	1.4%	メキシコ	1.3
14	トルコ	433,904	1.3%	16 日本	345,763
15	メキシコ	431,761	1.3%	17 オーストリア	287,475
16	日本	345,763	1.1%	18 韓国	280,190
17	オーストリア	287,475	0.9%	19 インド	278,010
18	韓国	280,190	0.9%	20 ポーランド	268,068
19	インド	278,010	0.9%	21 オーストラリア	257,990
20	ポーランド	268,068	0.8%	22 チェコ	252,700
21	オーストラリア	257,990	0.8%	23 ギリシア	223,400
22	チェコ	252,700	0.8%	24 スウェーデン	217,060
23	ギリシア	223,400	0.7%	25 デンマーク	216,070
24	スウェーデン	217,060	0.7%	26 シンガポール	203,600
25	デンマーク	216,070	0.7%	27 タイ	200,174
26	シンガポール	203,600	0.6%	28 イラン	198,980
27	タイ	200,174	0.6%	29 南アフリカ	178,432
28	イラン	198,980	0.6%	30 UAE	177,000
29	南アフリカ	178,432	0.5%	その他	2,839,463
30	UAE	177,000	0.5%	全世界合計	32,569,276
	その他	2,839,463	8.7%		
	全世界合計	32,569,276	100.0%		

資料：UFI(2014) "Global Exhibition Industry Statistics"に基づき観光庁作成

資料：UFI "The 2011 World Map of Exhibition Venues"に基づき観光庁作成

4. 関係府省における支援・連携のあり方

現在の主なMICE誘致施策

グローバルレベルのMICE都市の育成

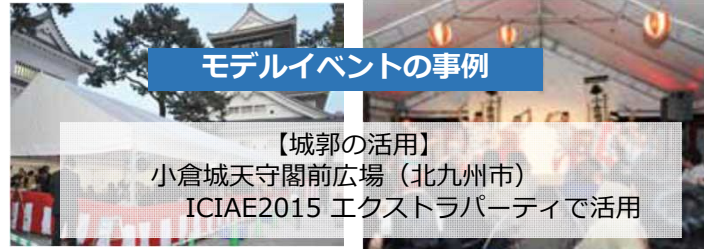
● グローバルMICE都市の育成

- 外国人専門家によるマーケティング戦略の策定、誘致活動についてのコンサルティング等を実施することにより、MICE誘致力を強化する都市を育成
(第1期：H25～26) 7都市
東京、横浜、京都、神戸、福岡、大阪、名古屋
(第2期：H27～28) 5都市
札幌、仙台、千葉、広島、北九州

地域のMICE誘致力強化

● ユニークベニューの活用促進

- 博物館や歴史的建造物、世界遺産等のユニークベニューを活用したMICE開催の普及啓発



● MICE経済波及効果の調査

- MICEの経済的意義を広く啓蒙・普及させるために、MICE開催による経済波及効果に関する調査を行う。

政府関係者連携による誘致力強化

● 政府の横断的体制の構築

- MICE推進関係府省連絡会議の設置

民間の有識者を交えた誘致力強化策の検討

● MICE国際競争力強化委員会

- 日本のMICE分野の競争力の抜本的な強化を図るための具体方策を検討し、我が国MICEの再生・強化を図る。
- 委員会+小委員会⇒都市、C V B等はじめMICE関連事業者、有識者等で構成。
- 検討課題
 - ・MICE市場動向等の現状分析
 - ・MICE分野のマーケティング戦略・取組のあり方
 - ・我が国のMICE誘致関係主体の国際競争力強化方策

MICE誘致・開催のためのプロモーション強化

MICEブランドの構築

● MICEブランドの構築

- 海外の主催者に対し日本のMICEブランドの認知度向上と差別化を図ることで、日本でのMICE開催を誘致するための広報活動の支援を図る

誘致対象掘り起こし

● 海外MICE見本市への出展

- 海外における主要MICE見本市にブースを出展し、コンベンションビューローやサプライヤー等の共同出展者の商談をサポート

● MICE専門誌の招請

- MICE専門誌等メディアを招請し、記事広告等を作成することで、MICE開催地としての日本の認知度を向上

誘致活動

● MICE誘致アンバサダープログラム

- 具体的な国際会議の誘致案件を持つ学会関係者等をMICE誘致アンバサダーに認定し、誘致活動を支援し、研究者等のMICE誘致環境を改善



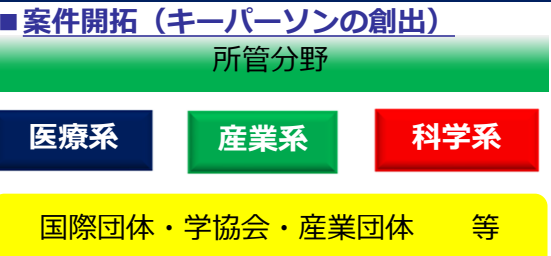
● MICEキーパーソン招請

- 国際会議の開催地決定権者等を日本に招請し直接的にPR

国際会議 誘致・開催スキームと役割

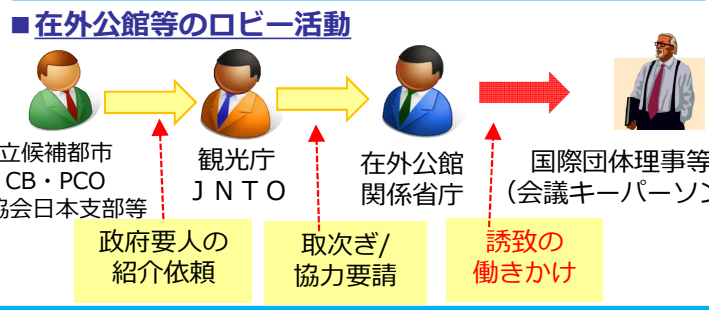
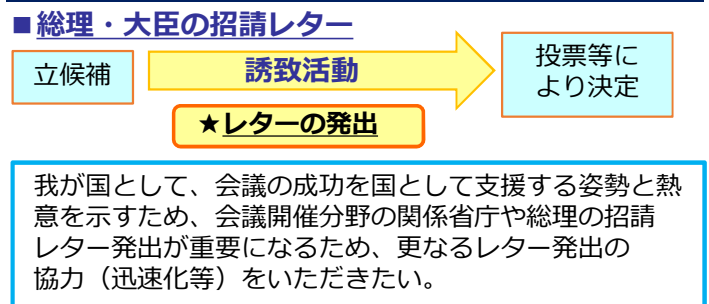


①案件開拓支援



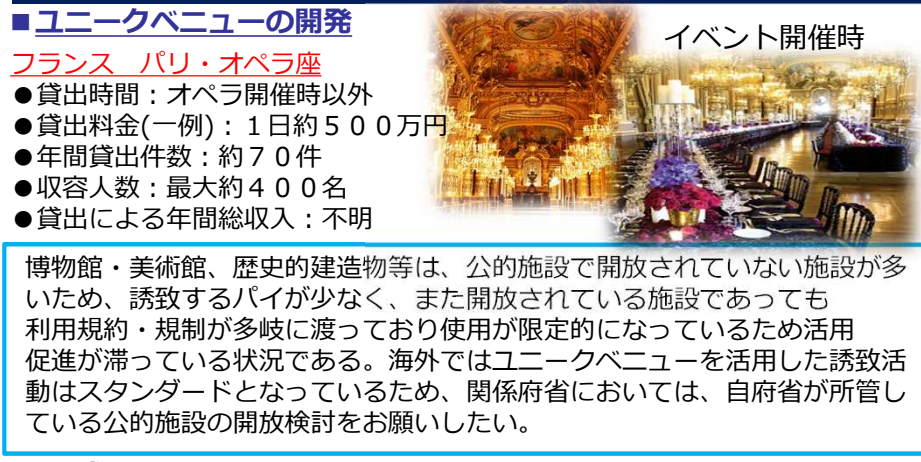
所管分野にネットワーク力のあるキーパーソンを発掘し、新規会議誘致へアプローチを行うことで国際会議のさらなる獲得を目指す

②誘致活動 支援

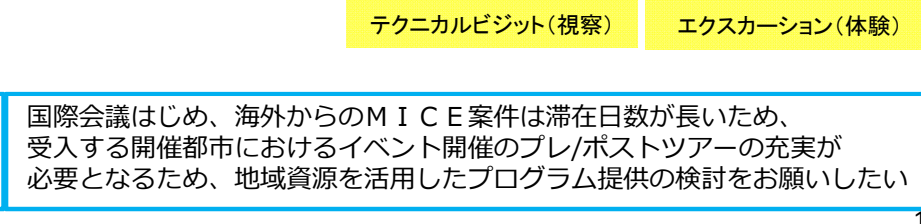


国際会議誘致のための、在外公館等によるロビー活動は非常に友好的な手法であるため、働きかけの協力をお願いしたい。

③受入体制支援



■地域コンテンツの開発



【参考】受入体制支援 コンテンツ開発(ユニークベニュー・地域資源活用)

ユニークベニューを活用した具体的事例

日本 東京国立博物館

明治5年に創立された、日本で最も歴史のある博物館。庭園内には江戸時代のお茶室などさまざまな様式の建築物が点在。

- 貸出時間：閉館後(17:30~24:00)
- 貸出料金(一例)：約150万円
- 年間貸出件数：約10件
- 収容人数：最大約300名
- 貸出による年間総収入：約1,200万円



迎賓館 赤坂離宮

◎『「4000万人」実現に向けた訪日ビジネス交流会』概要

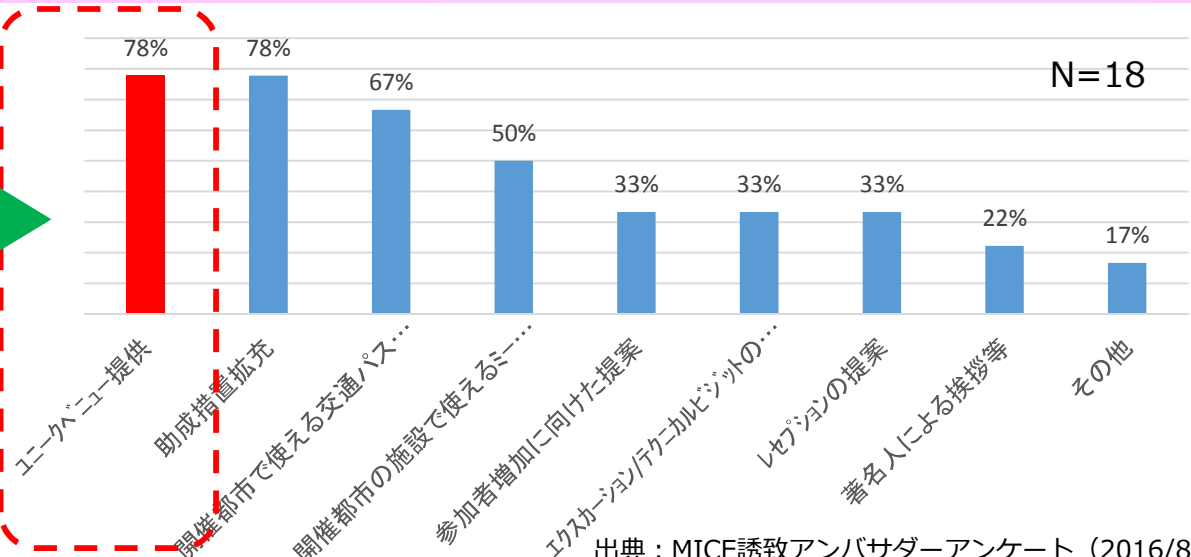
- 日時：11月22日(火) 19:00~20:30
- 主催：観光庁及び日本政府観光局
- 出席者：海外メディアや旅行会社等200名
- 迎賓館の特別な雰囲気を生かしながら、ヴァイオリンや箏曲の演奏や日本の観光映像の発信など和と洋が融合した日本独自の文化や地域の魅力を発信。



●ユニークベニュー開放の必要性

MICE誘致アンバサダー
へヒアリング実施

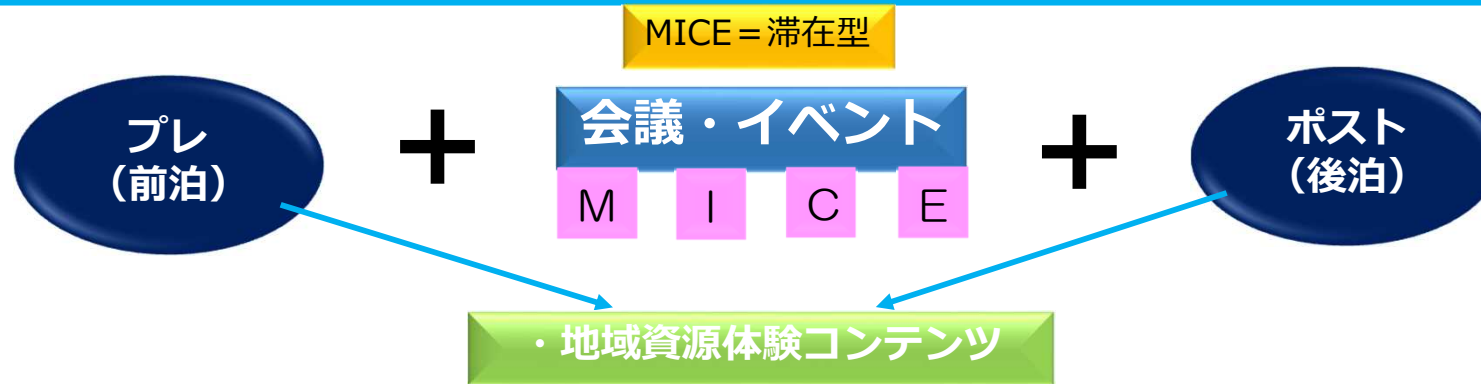
Q：国際会議誘致活動を
優位に進めるために追加で
必要な情報は？



【参考】受入体制支援 コンテンツ開発(ユニークベニュー・地域資源活用)

地域資源の活用

MICEは一般観光と比べ、滞在日数が多い傾向にあるため、開催候補都市の地域資源を活用した体験プログラムの充実はインセンティブ旅行はじめ、MICEの開催都市決定要因の一つである。



- 海外のMICE競合都市では、MICEイベントのプレ/ポストにおいてテクニカルビジット（重点分野等の工場見学）
 - ・エクスカージョン（体験）・チームビルディング等のアクティビティ（スポーツ）など、地域特有のリソースを活用したコンテンツを提供する事例が、グローバルスタンダードとなっている。
- 日本各地に現存する地域資源を活かした様々なコンテンツをMICEで訪日された参加者へ提供することで、プレ/ポスト コンテンツの幅を広げる。

地域文化・産業に触れることで、ネットワーキングを産み開催都市の産業等の発展を促し、都市経済の持続可能なことを**地方創生**にも寄与する。

・地域コンテンツ事例

- ・国内人口の縮小や、従来型産業のピークアウトにより、**内需が減少**
- ・コンテンツ、ファッション、地域産業、サービスなどの分野に注目
- ・日本の魅力を展開し、海外需要の獲得と共に関連産業の雇用を創出

経済産業省の役割：クールジャパン政策を民間のビジネスにつなげ、世界へ広げる



■出典：経済産業省
平成28年11月
九州：大分竹工藝の取材
「クールジャパン政策について」

関係府省にお願いしたい具体的支援活動のイメージ(案)

	お願いしたい支援活動例	支援スキーム
内閣府	<ul style="list-style-type: none"> 日本学術会議所属の教授等から、国際会議等開催の要望などの情報を収集し、観光庁に提供いただく 	①案件開発支援
外務省	<ul style="list-style-type: none"> 国際会議等の誘致活動に対して、在外公館による支援を行っていただく (大使によるトップセールスや公邸レセプションの開催等) 	②誘致活動支援
文部科学省	<ul style="list-style-type: none"> 科学・技術・芸術・文化・教育分野で国際的学会活動を展開している教授や研究者から、国際会議等開催の要望などの情報を収集し、観光庁に提供いただく 文化財や美術館等のユニークベニューの利用促進をバックアップしていただく スポーツ分野において国際的な活動を展開している研究者やアスリートから、国際大会等開催の要望などの情報を収集し、観光庁に提供いただく 	①案件開発支援 ②誘致活動支援 ③受入体制支援
厚生労働省	<ul style="list-style-type: none"> 医学分野で国際的学会活動を展開している教授や研究者から、国際会議等開催の要望などの情報を収集し、観光庁に提供いただく 医療分野の最新鋭施設等について、体験型エクスカージョン対象として活用できるようバックアップしていただく 	①案件開発支援 ③受入体制支援
経済産業省	<ul style="list-style-type: none"> 産業系分野で国際的学会活動を展開している教授や研究者から、国際会議等開催の要望などの情報を収集し、観光庁に提供いただく クールジャパン政策と連携した地域産業体験コンテンツについて、体験型エクスカージョン対象として活用できるようバックアップしていただく 	①案件開発支援 ③受入体制支援
国土交通省	<ul style="list-style-type: none"> MICE施設の整備に対する支援を推進していく 所管分野の最新鋭施設等について、体験型エクスカージョン対象として活用できるようバックアップしていく 	③受入体制支援

■ 上記に加え、関係府省の所管する政府系会議の誘致活動にもご協力をお願いしたい。

※2014年 日本で開催された国際会議の
分野別件数構成比(上位3分野)
「科学・技術・自然」：1,085件 41.9%
「医学」：482件 18.6%
「芸術・文化・教育」：344件 13.3%
出典：JNTO国際会議統計