

MICE誘致・開催の取組について

平成25年7月31日(水)
観光庁

MICEとは

※MICEとは、企業等の会議（Meeting）、国際会議（Convention）、展示会（Exhibition）等のビジネス系イベントの総称。

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：九州・沖縄サミット、世界水フォーラム、
国際解剖学学会、アジア心身医学会 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、東京モーターショー、国際宝飾展 等

MICEの意義

(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) 国・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、国・都市の競争力・ブランド力向上に寄与する。

具体例①： 2012年第67回IMF・世界銀行年次総会

IMF世銀総会 概要

- ・ 会 期：2012年10月9日～10月14日
- ・ 開催地：東京（東京国際フォーラム、帝国ホテル、ホテルオークラ）
- ・ 参加者数：11,600名（非公式参加者を含めれば約2万人）



- IMF・世銀総会は、毎年秋に、全加盟国（現在188カ国）の財務大臣・中央銀行総裁が集う会議。金融関係者、報道関係者等、民間セクターからも多くの人が集まり、セミナーやシンポジウムを通じて、対話とネットワークの機会を提供。

関連会議・イベント

- 期間中は大小約200の会議が開催された。

10月10日：「防災と開発に関する仙台会合」、東日本大震災の被災地の現地視察

10月11日：G7財務大臣・中央銀行総裁会議 等

10月12日：年次総会本会議 等

10月13日：国際通貨金融委員会、世銀・IMF合同開発委員会 等



テクニカルビジット(工場・施設見学)

民間企業等の協力の下、中小企業、エネルギー、水、鉄道、自動車等の分野を中心に、計17本の見学コースを設定。日本の最先端技術・オペレーションを各国政府の代表団にPR。

具体例②： 国際幹細胞学会、sibos 2012 Osaka

国際幹細胞学会 第10回年次総会

- 会 期：2012年6月13日～16日
- 開催地：横浜（パシフィコ横浜）
- 主 催：国際幹細胞学会 国内委員会
委員長 京都大学 iPS細胞研究所 山中 伸弥 所長
- 参加者数：3,589名



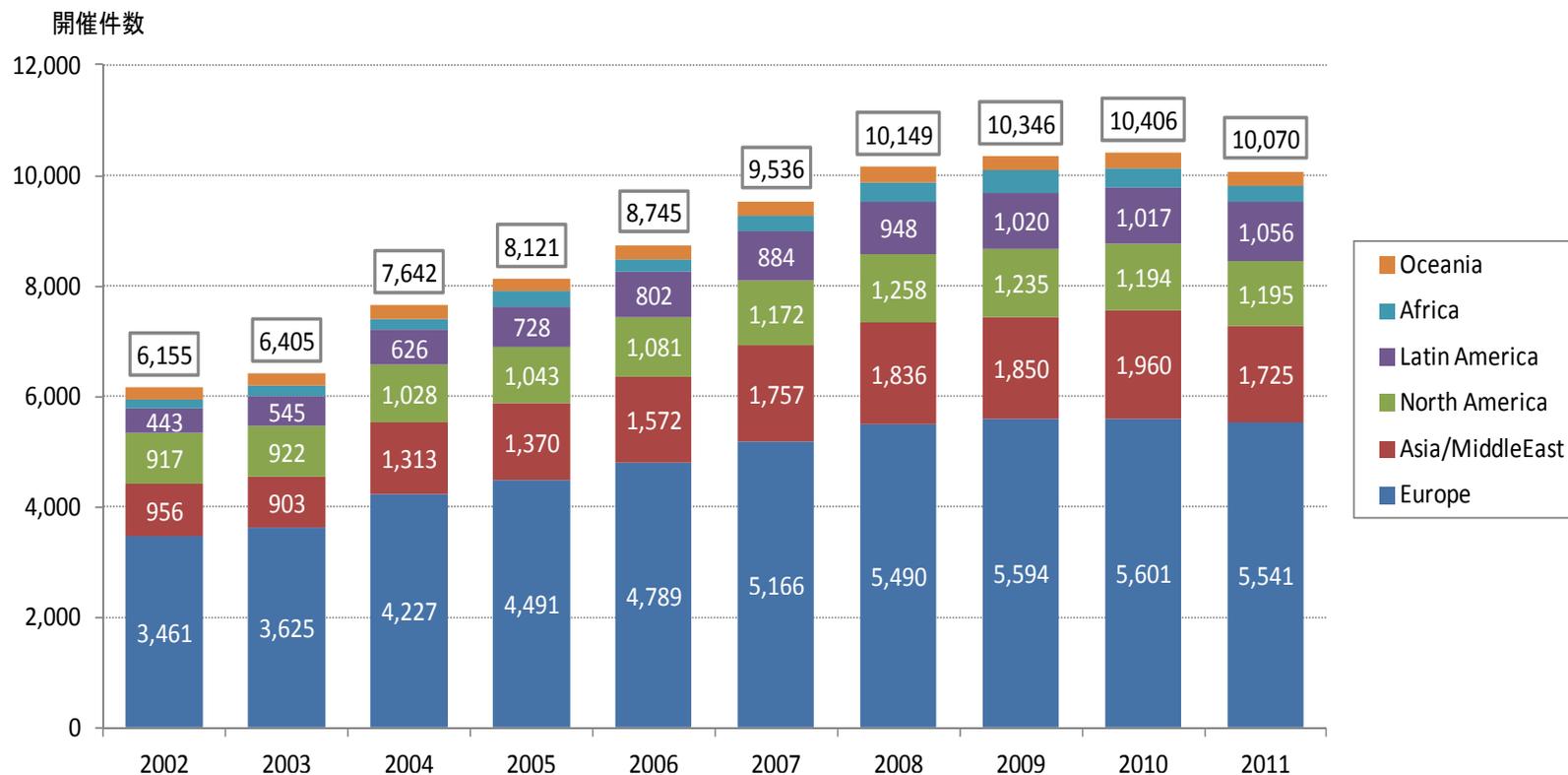
sibos 2012 Osaka

- *SIBOS：SWIFT International Banking Operation Seminar
- 世界最大級の国際金融グローバルフォーラム。
国内外の金融機関や有識者が多数参加。
 - 会 期：2012年10月29日～11月1日
 - 開催地：大阪（インテックス大阪）
 - 主 催：SWIFT
(Society for Worldwide Inter Bank Financial Telecommunication)
 - 参加者数：世界137カ国、6,240名

国際会議開催トレンド 世界及び地域別の開催状況

- 世界全体の国際会議の開催件数は年々増加。
- 国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めているものの、急速な経済成長を背景にアジアや南米地域は特に開催件数の伸びが高い。
 - 過去10年間の開催件数増加率では、欧州が1.6倍程度となっているのに対し、アジア・中東地域は2倍程度に増加している。

世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



出所)ICCA「Statistics Report2002-2011」より作成

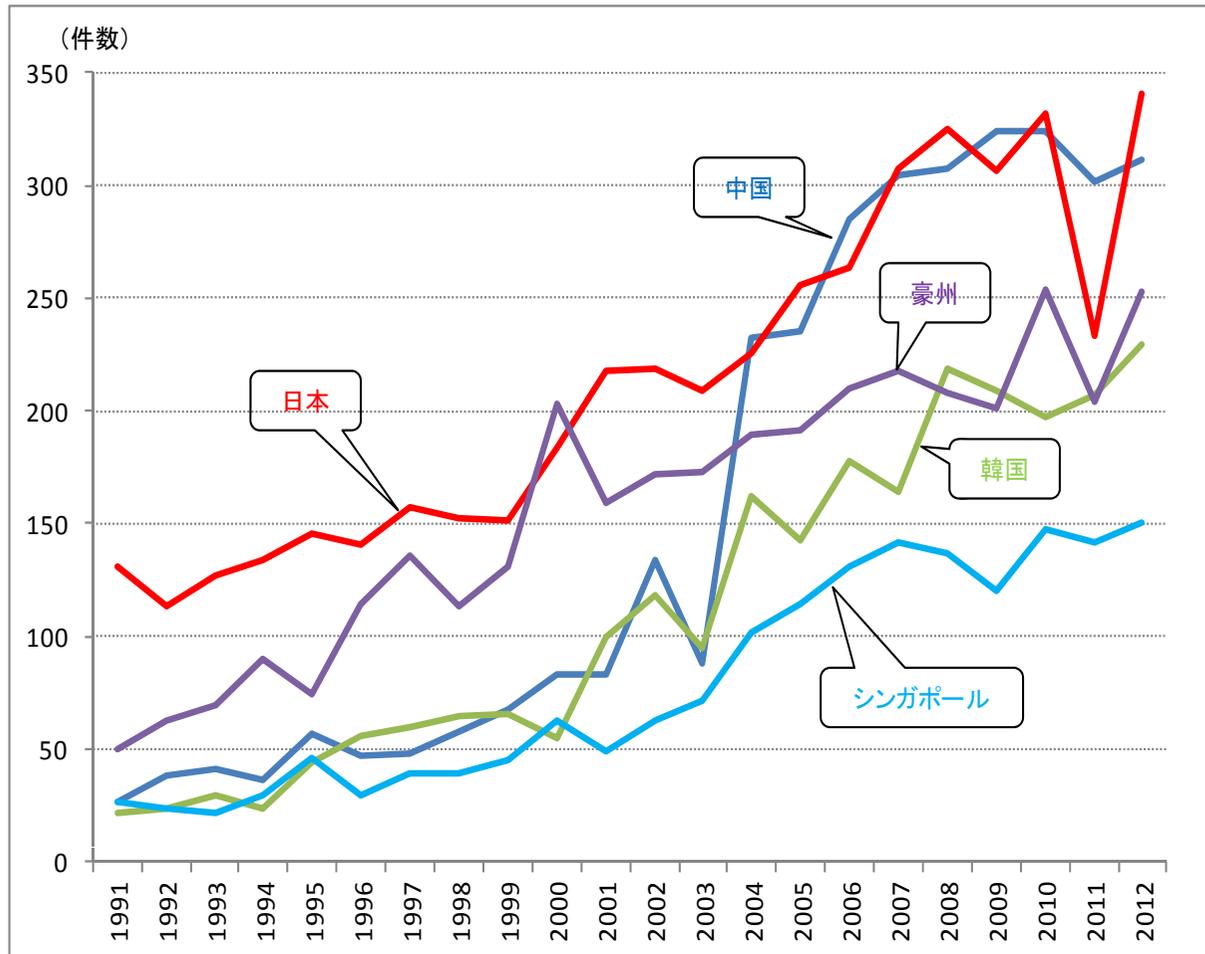
※ICCA(International Congress and Convention Association)は国際会議関連団体・事業者を会員とする国際団体

※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため直近年の数値は今後も増加する可能性がある

国際会議開催トレンド アジア主要国と我が国の開催状況

- アジア太平洋地域を国別に見ると、我が国を含む主要国は近年全て開催件数を伸ばしている。
- 90年代は域内では日本が圧倒的な存在感を示していたが、2000年前後から中国、韓国、シンガポール等の主要国が開催件数を大きく拡大しているところ。

アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数(1991～2012)



世界における国別の国際会議開催件数(2012)

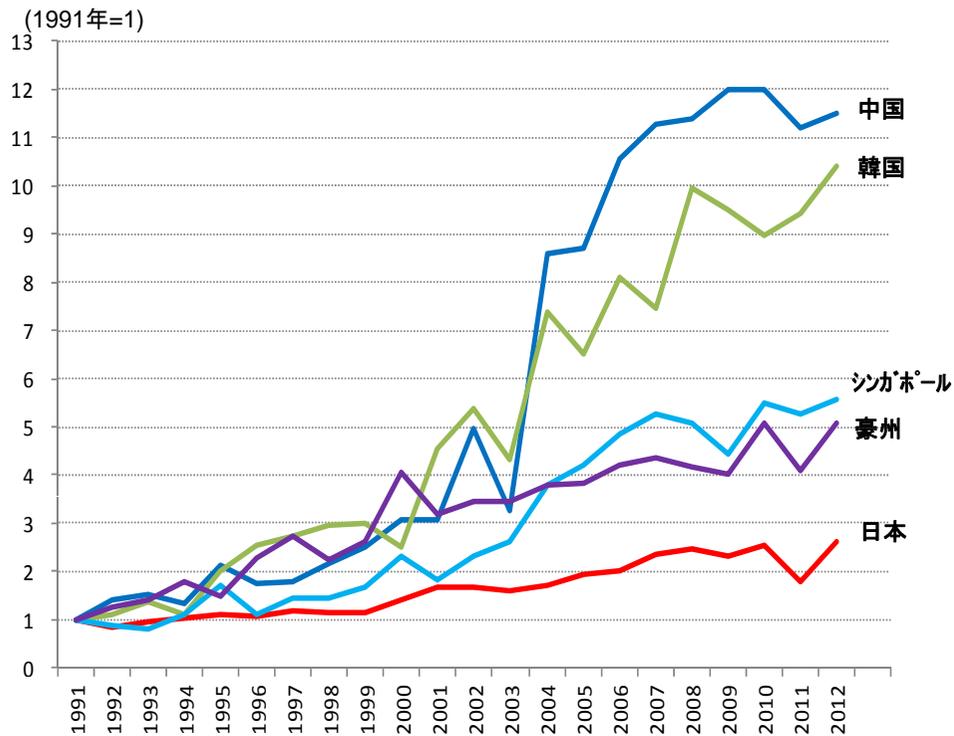
順位	国名	件数
1	米国	833
2	ドイツ	649
3	スペイン	550
4	英国	477
5	フランス	469
6	イタリア	390
7	ブラジル	360
8	日本	341
9	オランダ	315
10	中国	311
11	オーストリア	278
12	カナダ	273
13	オーストラリア	253
14	スイス	241
15	スウェーデン	233
16	韓国	229

出所)ICCA(国際会議協会)統計より作成

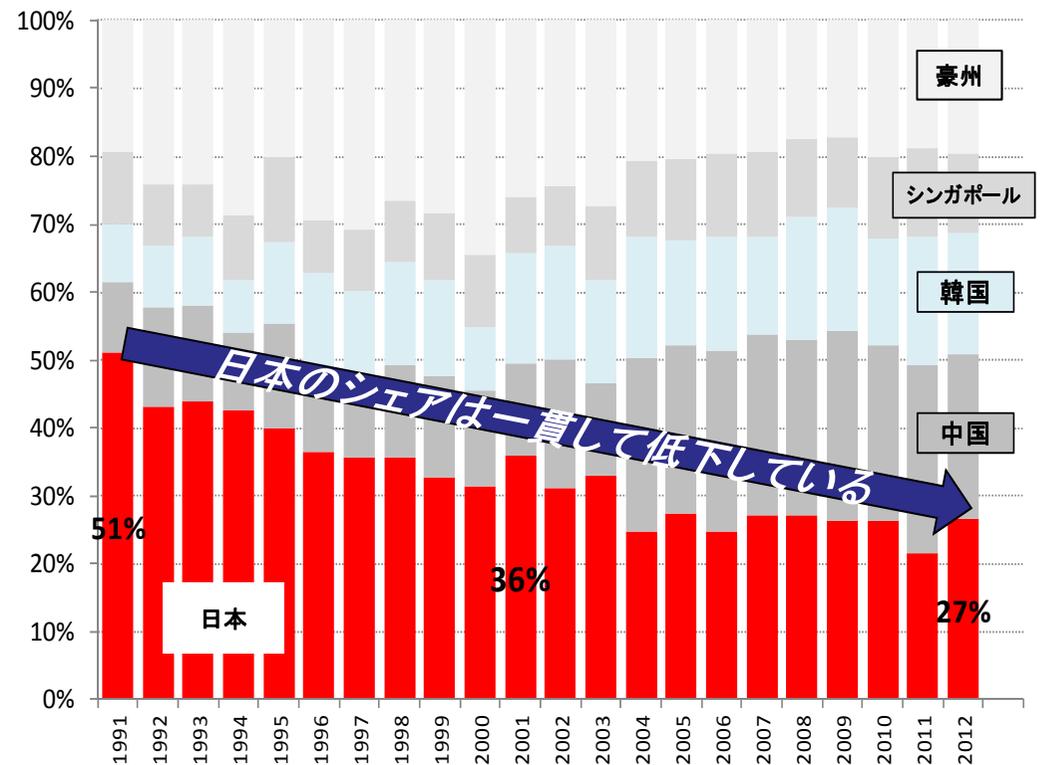
国際会議開催トレンド アジア・大洋州主要国の状況

- アジア太平洋地域は国際会議の開催件数の増加率を国別で比較すると、アジアの主要国は全て我が国よりも急速に増加。特に過去10年、中国、韓国等が大きく開催件数を伸ばしている。
- 域内の主要5ヶ国(日本、中国、韓国、シンガポール、豪州)の総開催件数に占める我が国のシェアを見ると、20年前には5ヶ国の開催数の51%を占めていたところ、その後一貫して低下し続け昨年は27%にまで落ち込んでいる。
- アジア域内の成長に伴って我が国の占める割合がある程度低くなるのはやむを得ない面もあるが、それ以上に我が国の誘致競争力が落ちつつある証左とも懸念される。

アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数増加率



アジア・大洋州地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1991~2012)



出所)ICCA(国際会議協会)統計より作成

国際会議開催トレンド 都市別ランキング

- アジア・大洋州地域の都市別の国際会議開催件数ランキング(2012年)を見ると、我が国では東京の8位が最高。(世界の都市順位では31位)
- 我が国は、他の競合国に比べて国際会議を誘致する都市数が多く、開催件数が分散しているためもあるが、都市のMICE競争力やブランド力の観点からは懸念される状況。

アジア・大洋州地域の都市別国際会議 開催件数ランキング (ICCA 2012)

2012年 アジア・大洋州順位	2012年 世界順位	都市	2012年 開催件数
1位	6位	シンガポール	150件
2位	13位	北京	109件
3位	16位	バンコク	105件
4位	17位	ソウル	100件
5位	23位	香港	96件
6位	24位	シドニー	86件
7位	26位	台北	80件
8位	31位	クアラルンプール	69件
8位	31位	東京	69件
10位	35位	上海	64件
11位	36位	京都	61件
12位	39位	メルボルン	54件
13位	46位	ニューデリー	48件
14位	48位	パリ	47件
15位	56位	ブリスベン	40件
16位	71位	済州	33件
17位	72位	釜山	32件
18位	74位	マニラ	31件
19位	97位	福岡	23件
20位	100位	神戸	22件
20位	100位	パース	22件

MICEの意義 MICE開催による経済波及効果 地域の経済波及効果

- MICEの開催は、会議開催、宿泊、飲食、その他を通じて開催地域、さらにその周辺地域に対して大きな経済効果を及ぼす。
- こうした経済波及効果は、MICE開催都市や関連施設によって様々に試算されている。神戸市では平成19年度に市内で開催されたコンベンション※における市内への経済波及効果を約1,447億円と推計しており、市内産出額の1.4%、観光産業全体の経済波及効果の約30%に相当すると推計している。
※ミーティング(M)、インセンティブ(I)は含んでいないため、MICE全体の経済波及効果はより大きくなると考えられる。
- 東京ビッグサイトや横浜パシフィコでも、見本市や国際会議開催を通じた経済効果を試算しており、東京ビックサイトでは都内の経済波及効果は約4,626億円、全国への波及効果は約7,547億円、パシフィコ横浜では同様に690億円、1,929億円となっている。

神戸市におけるMICE開催による経済波及効果

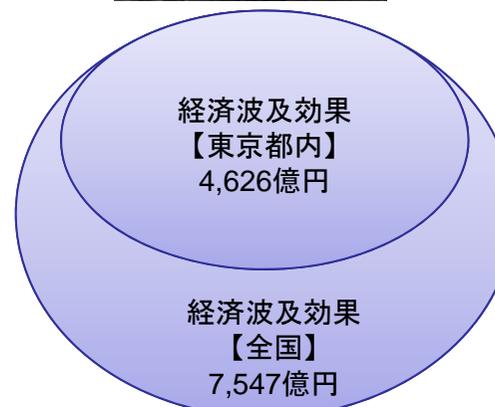


※上記数値は市内に発生した「直接効果」「経済波及効果」

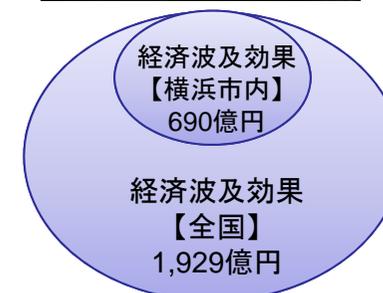
出所) 市内コンベンション経済効果調査報告書(神戸市)(2009年)

大型MICE施設における、MICE開催による経済波及効果

【東京ビッグサイト】



【パシフィコ横浜】

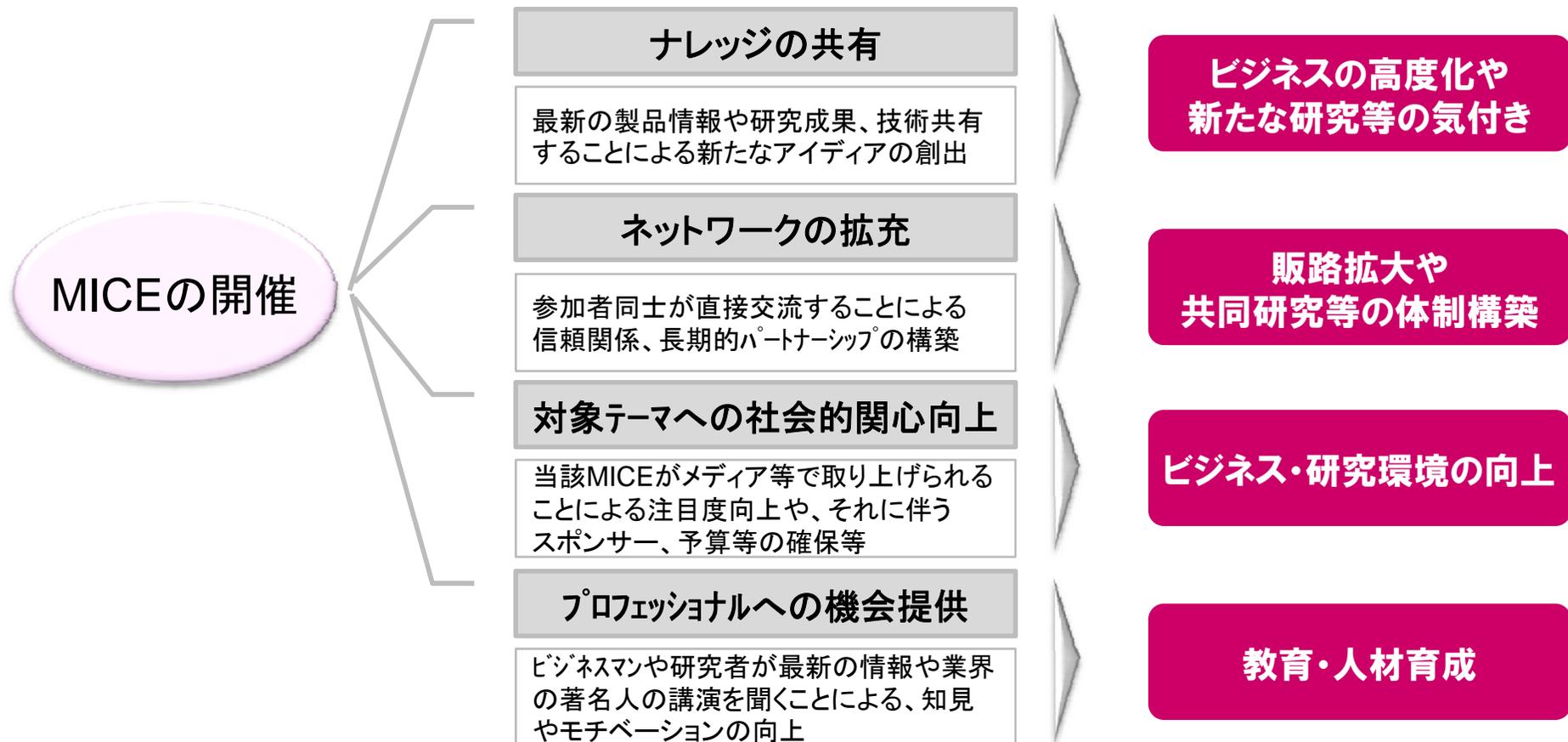


出所) 各社各施設HP、報告書等より作成

東京ビッグサイトは平成18年度、パシフィコ横浜は平成19年度の値

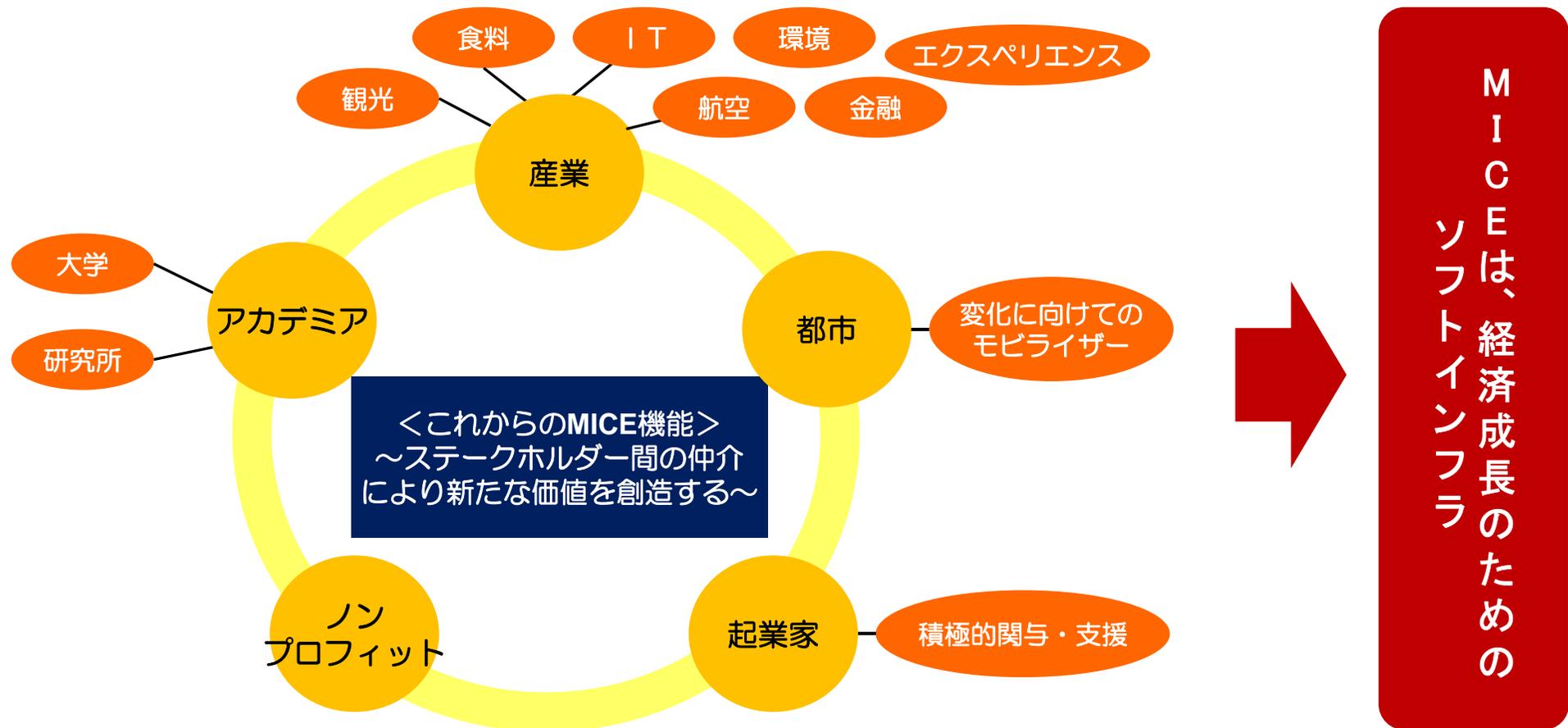
- MICEの開催は多様な人々の交流を促し、ビジネス・科学技術振興等に必要不可欠な様々な効果を生み出す。
- 観光と異なるこうしたビジネス的な側面を重視して、MICEの推進を図る国・都市も多く、MICE誘致の主体となるコンベンションビューローが都市の経済部局の下にある場合も多い。
- 例えば、豪州シドニー市ではMICEが有する上記の機能を重視し、そのためにMICE誘致に力を入れている。下図は、同市のレポートで分析しているMICEによる効果の一例。

MICE開催による効果



MICEの意義 MICEの機能～MICEは新たな価値の創造を行う場を提供する、経済のソフトインフラ～

- MICEの開催は、ネットワークの構築、知識や情報の共有等を通じて、ビジネス機会やイノベーションを創出し、都市の競争力・ブランド力向上に寄与するとともに、地域経済に大きな経済効果を与えるもの。
- 近年、製造業やサービス業中心の経済からナレッジ経済化への移行が進んで行くにつれ、様々な分野間、さらにはステークホルダー間を結びつけて新たな価値を創造する必要性がとみに指摘されている。MICEは、まさにこうした新たな価値を生み出す場を提供するビジネスであり、経済成長を支えるソフトインフラの機能を有する。
- 海外のMICEビジネス関係者の間では、こうしたMICEの機能に着目し、積極的に対応していくための議論が活発化している。



MICEの推進をめぐる最近の動き

◆ 日本再興戦略（閣議決定 平成25年6月14日）

（本文（抄））

二. 戦略市場創造プラン

エネルギー制約や健康医療などの社会課題は、今後確実に巨大なグローバル市場を形成。日本はこれら課題の先進国であり、高度な技術力で市場を獲得する潜在力を有するが、

- －規制制度や慣習に縛られていること、
- －ビジネスを展開するインフラが未整備であること、

などにより市場形成に至っていない。世界でも最先端の研究開発でしのぎを削っている分野での取組の遅れは、容易に取り戻すことが困難である。このため、世界や我が国が直面している社会課題のうち、「日本が国際的に強み」を持ち、「グローバル市場の成長が期待」でき、「一定の戦略分野が見込めるテーマ」として、以下の4テーマを選定し、集中改革期間経過後の「2020年」、中期的な政策展開の観点から「2030年」を時間軸とし、研究開発から規制緩和に至るまで政策資源を一気通貫で集中投入するための「ロードマップ」を策定する。

テーマ1：国民の「健康寿命」の延伸

テーマ2：クリーンかつ経済的なエネルギー需給の実現

テーマ3：安全・便利で経済的な次世代インフラの構築

テーマ4：世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

（一部、略）

② 観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会

（一部、略）

さらに、海外から日本に対し、多くの人や優れた知見、投資を呼び込み、**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。**

○国際会議等(MICE)誘致体制の構築・強化

・**選択と集中の下で世界トップレベルの誘致能力・体制・受入環境を持つ「グローバルMICE 戦略都市」を育成する。**このため、潜在需要の掘り起こしや海外MICE 専門家の派遣等を通じたマーケティング能力の向上支援等を国として実施する。また、国・都市の成長分野をターゲットとした会議誘致を行うとともに、魅力ある会議開催地としての都市機能を強化する。

・**主要分野の国際的リーダーを中心とした MICE 誘致体制を年内に構築する等、産業界や大学等との連携体制を整備し、オールジャパンの視点による誘致を促進する。**

・**国や自治体の文化施設・公共空間等の利用開放等を進め、イベントの活性化を図る。(ユニークベニュー(※)開発、利用促進)。**そのため、民間事業者を含めた関係者による協議会を年内早期に設置する。

※ 歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

（以下、略）

観光立国実現に向けた取組

- 2013年に訪日外国人旅行者数1,000万人の目標を達成し、さらに、2,000万人の高みを目指すべく、観光立国実現のための取組を強化する。
- 現場や関係者の声を聞いて、有効な施策や訪日外国人旅行者を増加させる上で様々な隘路となっている事項を解決するための施策について議論する。

国土交通省における取組

国土交通省観光立国推進本部

- 第1回 平成25年1月29日
- 第2回 平成25年4月25日
- 第3回 平成25年6月11日

国土交通省観光立国推進本部 ワーキンググループ

- 第1回 平成25年2月15日
- 第2回 平成25年2月28日
- 第3回 平成25年3月12日
- 第4回 平成25年3月27日
- 第5回 平成25年4月23日

インプット

政府一体的な取組

観光立国推進閣僚会議

- 第1回 平成25年3月26日
- 第2回 平成25年6月11日

観光立国推進本部 ワーキングチーム

- 第1回 平成25年4月10日
- 第2回 平成25年4月17日
- 第3回 平成25年5月20日
- 第4回 平成25年6月7日

中間とりまとめ

観光立国推進
有識者会議
平成25年4月23日

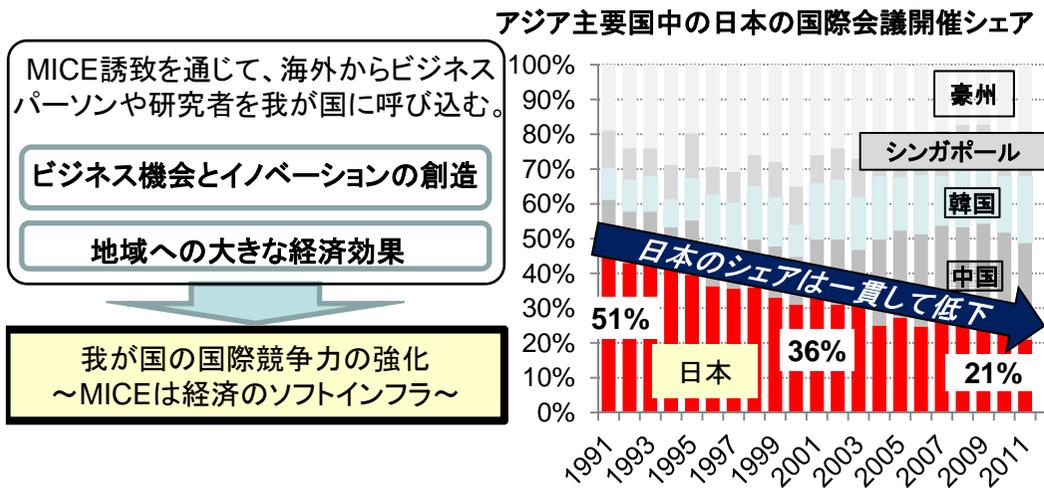
平成25年4月25日 とりまとめ

平成25年6月11日 アクションプログラム策定

訪日外国人旅行者数1,000万人の達成、さらに、2,000万人の高みを目指す

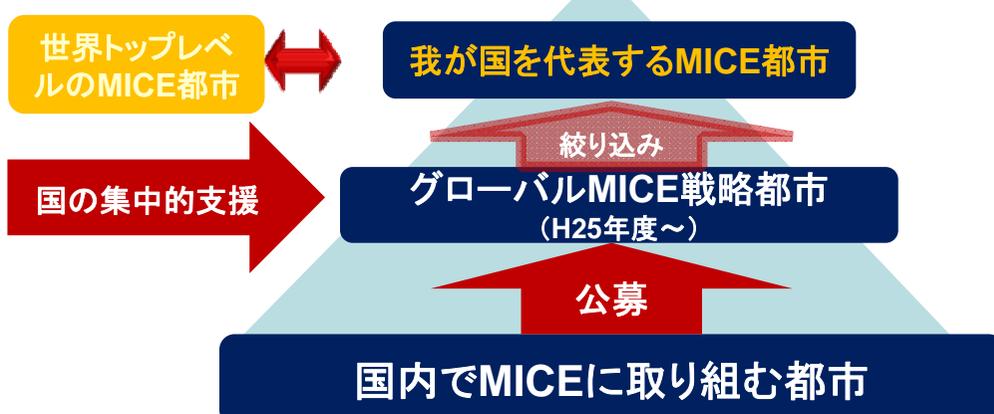
国土交通省観光立国推進本部とりまとめ より

- 海外競合国・都市との厳しい誘致競争に打ち勝つため、勝てるポテンシャルのある都市を選定して集中的に支援しつつ、グローバルレベルの誘致競争力を有する都市を育成する。
- また、国や都市の競争力強化の有力ツールとしてMICE(=国際会議、展示会などのビジネス系イベント)を位置づけ、産業育成やイノベーション創造の推進を図る。あわせて、MICE誘致に向けた各種施策を総合的に実施する。



★グローバルレベルのMICE都市の育成

- ・MICE誘致支援の主体となる我が国都市の誘致体制・取組は、海外競合国に比べて脆弱。
- ・「グローバルMICE戦略都市」を選定し、国が集中的に支援するとともに都市の自律的取組を促し、グローバルな誘致競争に打ち勝つ都市を育成する。



- ・都市のMICE誘致体制の強化
 - ・都市のMICE誘致戦略の策定・高度化
 - ・関係者(自治体、地元産業界、ホテル・旅行業、大学等)の連携体制の構築
 - ・MICE開催都市としてのブランド化
- 等

★国や都市の戦略実現ツールとしてのMICEの活用

- ・国や都市の戦略的ツールとして国際会議等のMICEを位置づける。会議誘致を通じて世界のビジネス/科学技術をリードする人やナレッジを世界から集め、ビジネス振興・イノベーション創造の促進を図る。



国土交通省観光立国推進本部とりまとめ より

★国を挙げたオールジャパンの誘致体制構築

・自動車分野を含む幅広い国交省所管分野での積極的誘致を推進する。同時に、各省所管分野での積極的なMICE誘致・開催を図る。

「もっと国際会議」計画

- ・国交省全体で誘致可能性のある案件をカレンダー化
- ・国際部門内に国際会議開催の「相談窓口」を設置し、各局に対する会議誘致を働きかけると共に、相談・質問に対応。ロジ・サブ両面で各局を支援。

★大学、産業界等との連携

- ・大学、学会、産業界等の有力者をMICEアンバサダーに任命。国内での誘致立候補案件の掘り起こしから海外でのロビーイング活動までをアンバサダーが支援する制度を構築。
- ・多忙で国際会議誘致に取り組みづらい研究者に対するサポート環境の整備を通じて、各種国際会議の誘致を推進。

★運輸事業者との連携

- ・MICE誘致のためJNTOやコンベンションビューローと運輸事業者の連携を促進し、会議主催者の事前視察への共同対応や会議参加者に対する商品造成等を共同で行う。

★文化施設・公共空間等を利用したイベントの活性化 (ユニークベニューの整備)

- ・文化施設・公共空間での会議レセプションの開催など、海外に比べて後れている我が国のユニークベニュー利用を促進。
- ・国交省所管の施設等をユニークベニューとして積極的に活用。



【フランスの事例】
ルーブル美術館
を利用してレセプ
ションを開催。



★ミーティング・インセンティブ誘致の推進

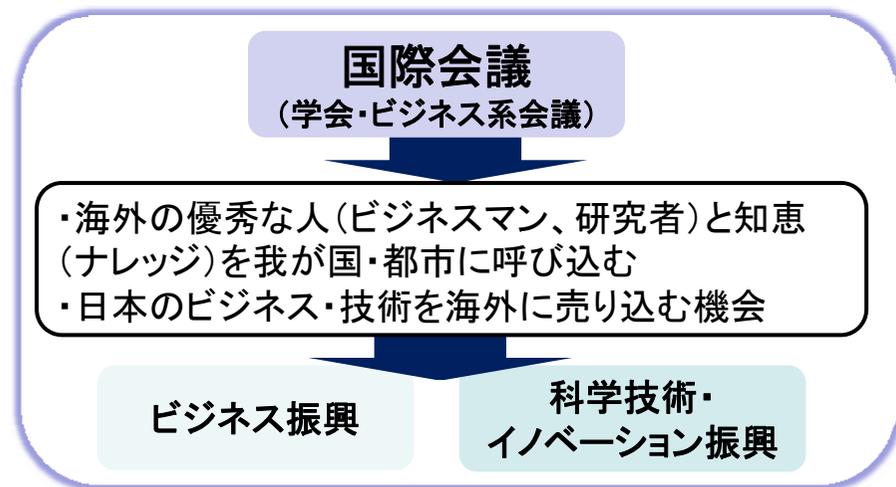
- ・企業が主催するミーティングやインセンティブ旅行(報奨旅行)を我が国に誘致するため、メディア招請、モニターツアー等の各種プロモーションを実施する。

★MICE開催地としての都市機能強化

- ・海外の競合国に比べて機能性等で後れをとっている会議関連施設や宿泊施設等について、機能強化のための各種取組の検討や関係者への働きかけ等を実施する。

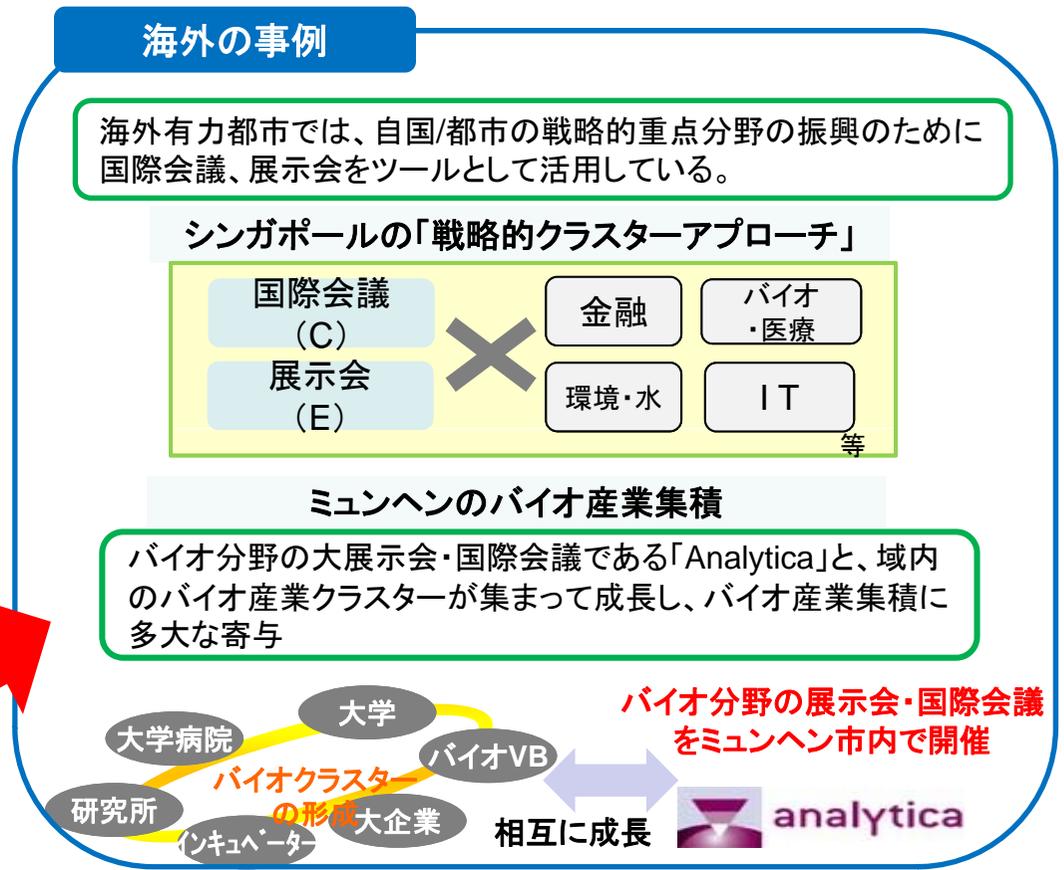
MICEの戦略的活用 ～国・都市の重点分野とMICE誘致の連携～

- MICE(国際会議、展示会)開催を通じて世界の研究者やビジネスパーソンを我が国に呼び込むことで、イノベーションやビジネス機会を創出。国際会議はイノベーション／科学技術やビジネスの振興に有益であり、一方の展示会は商談を通じたビジネス振興に資する。
- MICEのこのような機能を活かすため、海外の有力都市では、戦略的な重点育成分野の振興のために当該分野の国際会議や展示会の誘致・開催を行っている。



日本

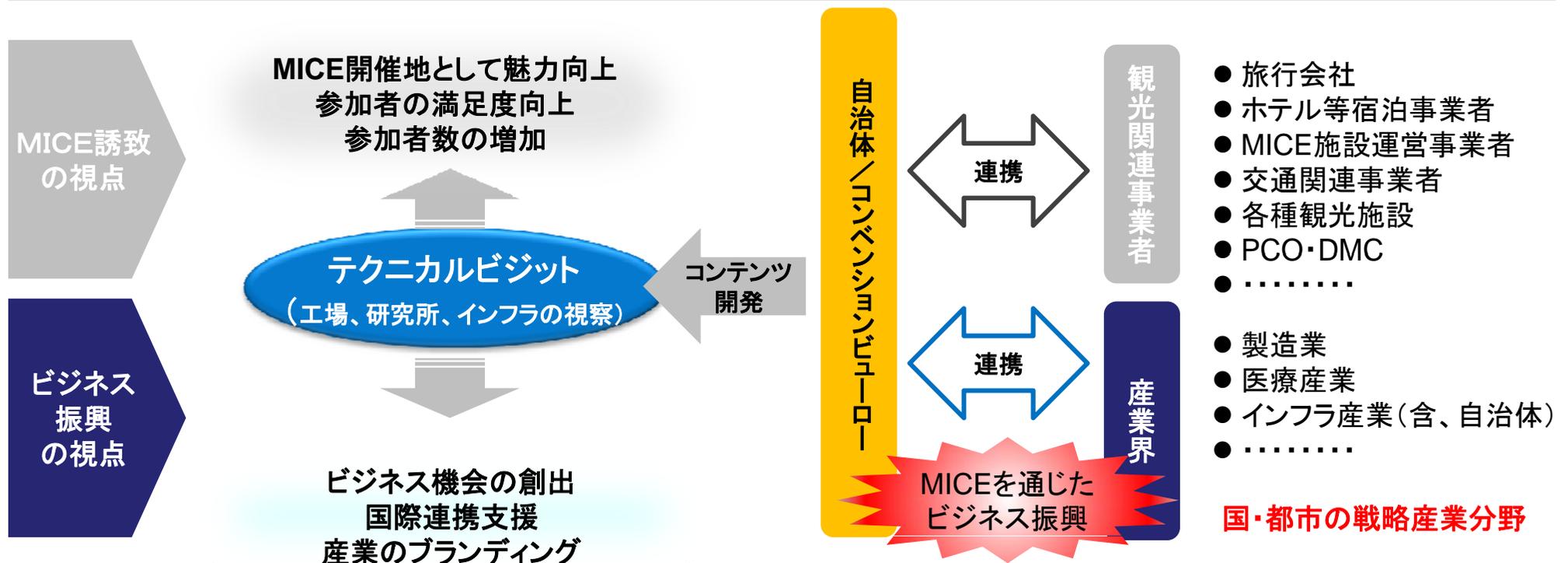
我が国では、国や都市の戦略分野とMICE誘致の連携に対する意識が低い。



MICEの戦略的活用 ～テクニカルビジット等を通じた我が国からの情報発信～

- 開催される会議分野の有力企業や研究機関、関連施設(プラント等)を紹介するテクニカルビジットは、会議参加者の満足度を高めるとともに、会議そのものの付加価値の向上に貢献。
- 「日本の最先端技術を知りたい」といった日本の技術力や製品に対する関心は高い。開催地域にとっても、PRの良い機会。
- テクニカルビジットの実現に向けては、これまで観光業界を中心に構築されてきたMICE受入体制の枠を、産業界および自治体等も含めた地域や国全体へと拡大することが必要。

国内産業との連携によるテクニカルビジット等を通じた産業振興



グローバルレベルのMICE都市の育成

- 我が国のMICE誘致競争を牽引する都市を育成するため、MICE誘致ポテンシャルを有する都市に対して集中的な支援を行い、自律的な取り組みを促していく。
- 6月28日に、グローバルMICE戦略都市(5自治体)及びグローバルMICE強化都市(2自治体)を選定。
- グローバルMICE戦略都市・強化都市は、MICEマーケティング戦略の高度化、MICE誘致能力・体制の強化、受入環境の整備等に取り組む。

グローバルMICE戦略都市

海外との誘致競争に互角に戦えるMICE誘致ポテンシャルをもつ都市。

今後、世界トップレベルを目指していく。

- 東京都 ○ 横浜市 ○ 京都市
- 神戸市 ○ 福岡市



グローバルMICE強化都市

MICE誘致ポテンシャルを有し、戦略都市への成長に取り組んでいく都市

- 大阪府・大阪市
- 名古屋市・愛知県

※対象都市は、一定期間の後に見直しを行う予定。

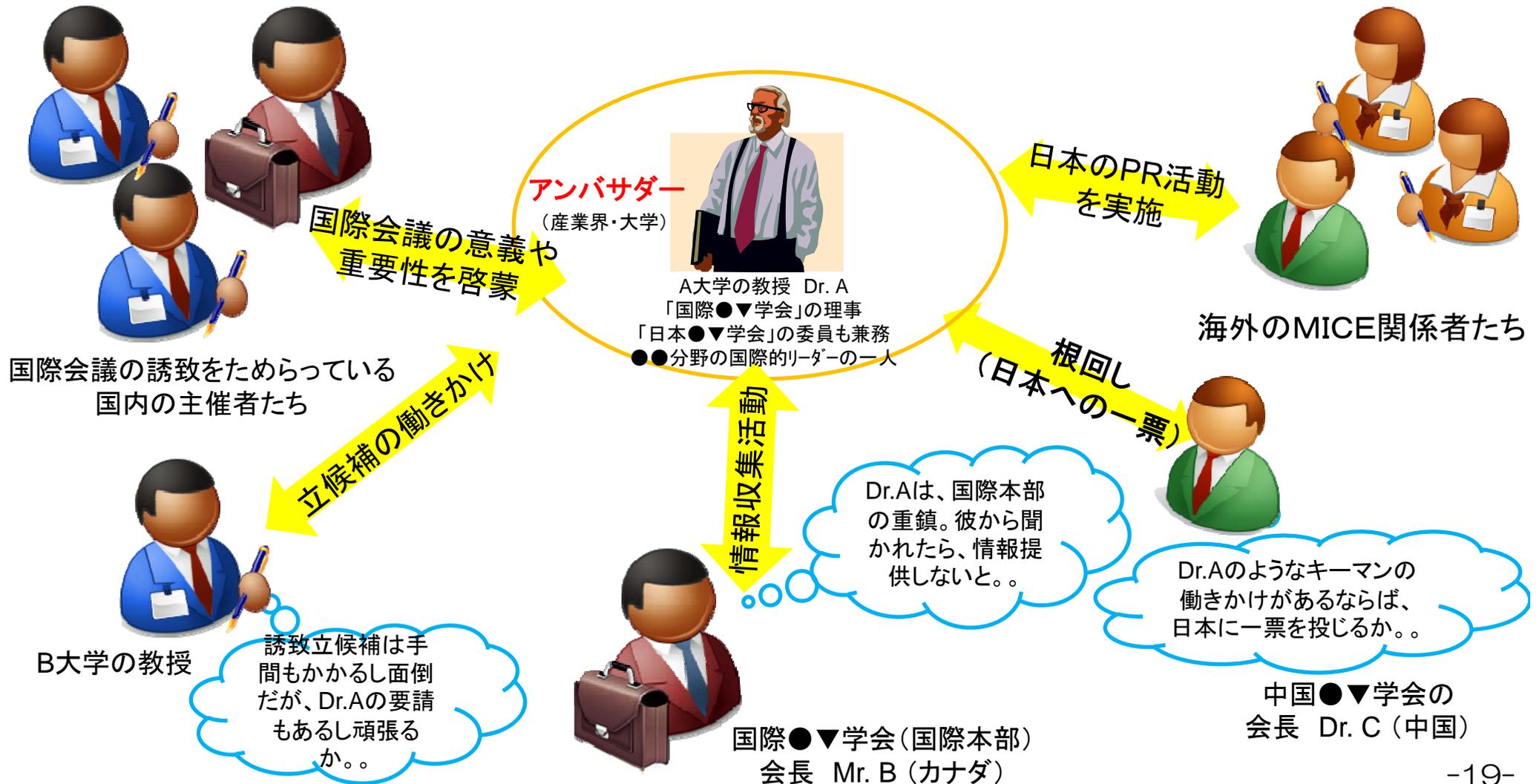
国の支援

- ・海外専門家派遣
- ・プロモーション支援
- ・ステークホルダーの連携促進 等

世界のトップレベルの
MICE都市に匹敵する
我が国を代表する
MICE都市への成長

アンバサダープログラムによる効果的誘致

- MICE誘致における我が国の最大の強みの一つが、世界トップ水準の研究者・ビジネスマンを有すること。国内外に強い影響力を有し、国際会議の誘致においてもキーとなる多くの人材や学協会が我が国に存在。
- その一方、こうした実力の高い国内の多くの研究者・ビジネスマンや学協会は、会議誘致経験の不足、業務多忙等の理由から、その多くが国際会議の誘致に積極的ではない。我が国への誘致に向けたリーダーシップが必要。



- 文化施設、歴史的建造物、公共空間等をイベント・賓客のおもてなし空間として活用するユニークベニユーの開発・利用は海外と比較して後れを取っており、我が国においてもその積極展開が求められる。
- 観光庁では、関係者を集めた協議会を設置し、具体的なアクションに向けた取組を行う。

海外事例

日本の課題

● 豊富・多様なベニユーの開放



○ フランス (ルーブル美術館)
ナポレオンホールでのレセプション



○ 中国
世界遺産でのレセプション



○ 米国
高級ブランドが建ち並ぶ公道を封鎖してレセプション

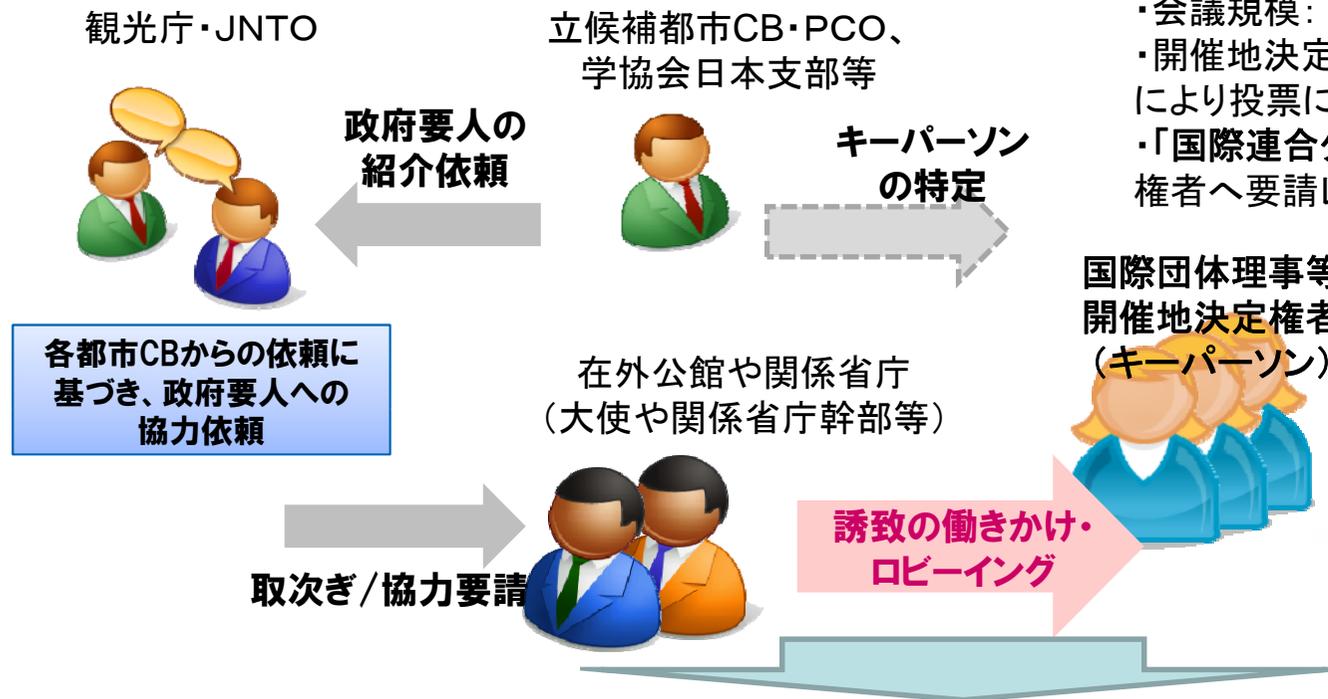
- 施設管理者
 - 国や自治体が所管する公的施設（美術館、博物館、公園等）の管理者は、施設のユニークベニユーとしての利用に対して、一般的に非協力的。
- 関連規制
 - 食品衛生法、消防法（及び関連条例）のために、ユニークベニユーとして利用したくともできない場合も多い。
- その他
 - 住民等地域の理解の促進

誘致活動における政府内の連携強化

- MICE誘致においては政府が積極的に誘致活動をサポートすることは極めて重要。
- 開催地投票権を有する各国キーパーソンに対して働きかけを行う際には、在外公館や関係省庁等の政府要人からの働きかけは大きな武器となる。
- また、誘致時における大臣クラスからの招請状の発行や、開催時、政府要人が開会式典等への出席・挨拶等を行うことも、参加者に対する強い歓迎の意を表すこととなるため、日本の印象に対して好影響を与える。

誘致活動・ロビーイングにおける政府内連携強化に向けて

タイ（バンコク）の事例(医学系国際会議)



- ・会議規模： 6000名
- ・開催地決定方法：1カ国1票。計93票。会議開催時により投票により決定。
- ・「国際連合タイ政府代表部」から、すべての投票権者へ要請レターを発送。会議誘致に成功。



- ・MICE誘致において、政府全体がオールジャパンで取り組むことが極めて重要。
- ・関係省庁及び観光庁が一体となって誘致活動を展開。このため、誘致関係者からの要請に応じて、観光庁から国際会議の関係省庁及び外務省に対して、協力要請等の活動を行う。
- ・迅速かつ効果的な誘致活動ができるよう、各省庁が窓口を設け、協力体制を構築しておく必要がある。