

## 新しい日本のMICEブランドについて

MICE 開催適地としての日本のプロモーション活動を、積極的に展開・強化するために、昨年度より有識者による検討会議において、日本の新しい MICE ブランドの構築・ブランディング事業をおこなってまいりました。その結果をうけ、本年度より新しい日本の MICE ブランドを市場に導入するとともに、観光庁、日本政府観光局、自治体、コンベンション推進機関等の MICE 業界関係者が一体となり、かつ海外での日本の MICE ブランドの認知向上を図り、MICE の誘致・開催の促進についての取組を一層強化してまいります。

新しい MICE ブランドを有効に活用していくことで、2013 年の「日本再興戦略」における「2030 年にはアジア NO.1 の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標を実現する後押しをしていくことを目指しています。

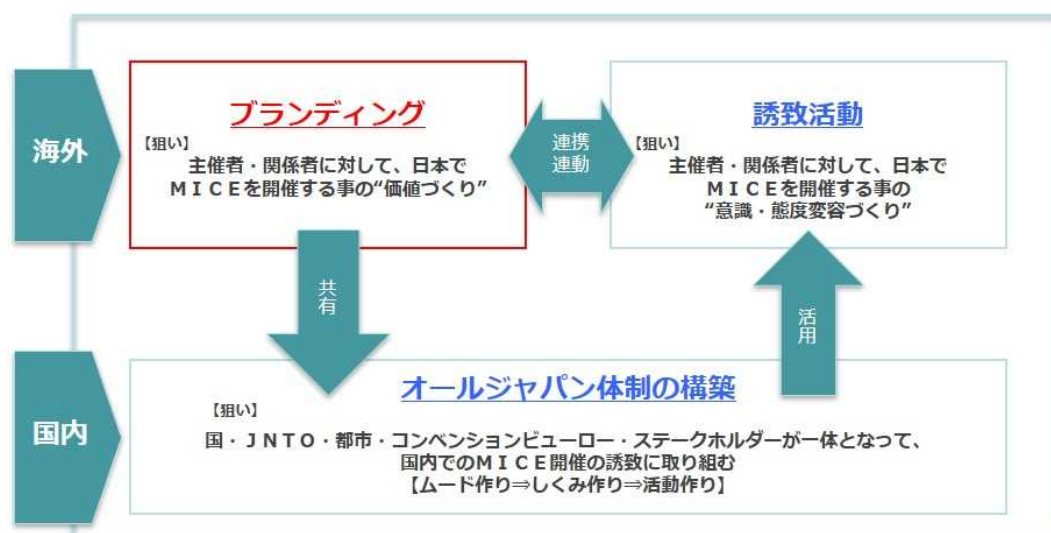
### 1. ブランディングの目的

#### ブランディングの目的と役割



#### 目的

- 1) <中核概念>に基づく日本MICEブランドの魅力が海外の主催者に注目・共感され、MICEディスティネーションとして期待を集め、日本への価値を高める。
- 2) 日本の価値が高まることで、国内ステークホルダーそれぞれの活動や情報へのスムーズな誘導を可能とし、プロモーション効果を高める。
- 3) 国内ステークホルダーがブランディングに参画、行動することでオールジャパン体制構築に貢献、誘致に結びつける。



日本の MICE ブランドの主たる役割は、海外の主催者等に対する日本での MICE 開催を誘致するための広報活動を支援するとともに、日本の MICE 関係者等が一体となって誘致・開催を推進していくための「分かりやすく力強い呼びかけ」や「理念や目標を象徴する旗印」となるものです。

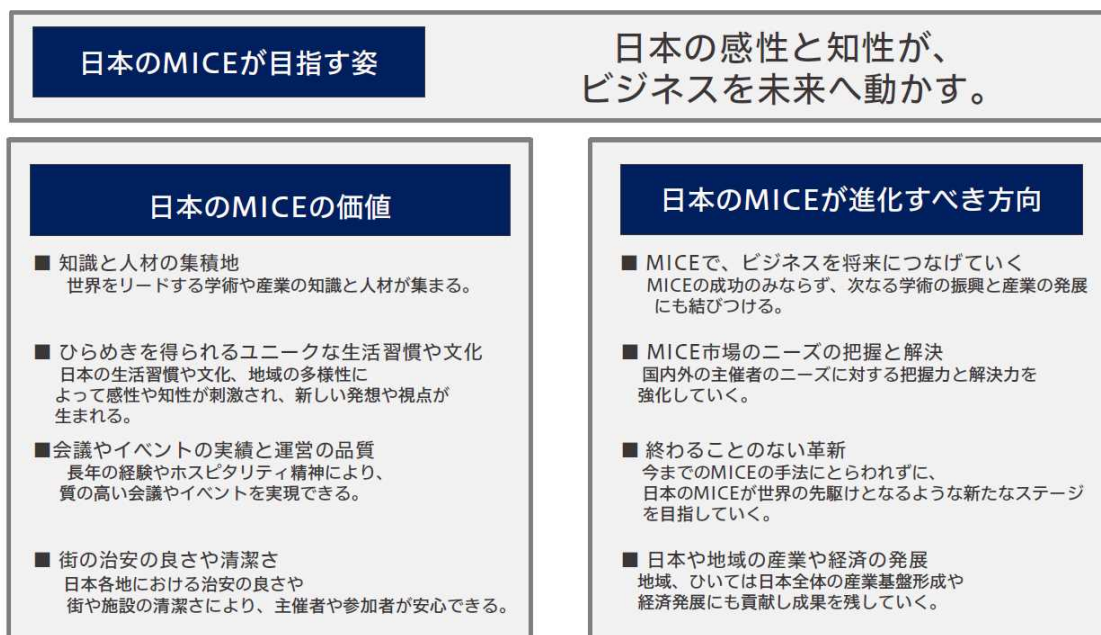
### (1) ブランドコンセプト、タグライン

#### ● ブランドコンセプト

日本の MICE ブランドの役割を踏まえ、「日本の MICE の価値」の訴求だけに留まらず、今後「日本の MICE が進化すべき方向」やその結果達成される「日本の MICE が目指すべき姿」を合わせた概念で、ブランドコンセプトを表現していきます。

「日本の MICE の価値」を「日本の MICE が進化すべき方向」へ深めていくことにより、もたらされるあるべき姿を「日本の感性と知性がビジネスを未来に動かす」という言葉で表現しました。

日本の MICE ブランドのコンセプトは、次のような図式で表現します。



● タグライン

日本の MICE ブランドのコンセプトを一言で表現する言葉として、使用していきます。

## *New ideas start here*

海外向けタグラインとしては、「日本独自の文化、日本の先端技術、コミュニティにおける新しい交流が、参加者にインスピレーションやひらめきを与え、学術や産業を、さらに進化させる」、国内向けタグラインとしては、「MICE に関わる産学官関係者に、日本にはユニークな芸術や文化、先進的な学術研究、革新的な技術や製品の創出があることの再認識を促す」「MICE は将来につながる学術の振興と産業の発展を生み、地域及び日本の経済を成長させることの理解や共感を高める」という意味を込めています。

(2) ブランド名称

海外における日本の MICE 事業の認知向上のため、事業内容を分かりやすく伝えることを目的とし、主に海外向けプロモーションで使用します。

## Meetings & Events

(3) ブランドロゴ

日本の MICE ブランドのコンセプトを視覚的に象徴するものとして使用します。これにより、海外へのジャパンプランド形成の一翼を担うと共に、MICE 開催地としての魅力的な日本を発信していきます。



**Japan. Meetings & Events**  
*New ideas start here*

2. 今後の展開予定

国内の MICE 関係者に周知を図るとともに、海外の MICE 主催者に PR し、誘致活動を行ってまいります。また、海外にむけては、5 月に開催される IMEX2015 Frankfurt にて新しい日本の MICE ブランドの発表を予定しており、MICE 誘致・開催に向けて国内関係者が一丸となって取り組む姿勢を示していきます。

(本発表資料のお問い合わせ先)

観光庁 MICE 推進担当参事官室

担当者：篠原、佐藤

電話：03-5253-8938 (直通)