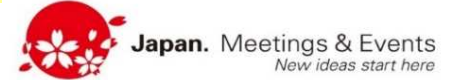


「アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標の達成に向けて、以下の方針によりプロモーションを行う。プロモーションの実施にあたっては、JNTO及びコンベンション・ビューローがMICEマーケティングの司令塔として役割を果たすべく、必要な人材育成を強化する。

1. 日本のMICEブランドを活用したMICE開催地としての認知度向上



MICE開催地として更に高みを目指すため「開催地としての日本の強み」を表現した日本のMICE統一ブランドを活用し、我が国初の年間を通じた大規模なグローバル・ブランド・キャンペーンを見本市、国際機関総会、広告事業等様々な場面で展開し、開催地としての認知度向上を図る。

2. 専門ノウハウを活用した誘致活動によるマーケティング力の強化

海外のMICE専門家による新規誘致案件発掘、最新市場動向の収集分析、競合国の戦略分析、誘致活動へのコンサルティング等を通じ、JNTO及びコンベンションビューローにおける人材育成・マーケティング機能の強化を図る。

3. 国際会議の誘致強化

アジア・大洋州において日本の開催件数は第1位となっているが、前年対比では韓国／タイが大きく開催件数を伸ばし日本全体・上位都市の位置を脅かす存在となりつつある。このため、海外見本市への出展等を通じてリード案件を確保するとともに、経済効果や参加人数が大きい大型会議及び開催件数の多い中型会議について、グローバルMICE都市等と連携した誘致活動やMICE誘致アンバサダーの支援により誘致を強化する。また大学・学協会等国内主催者に対するセミナーをMICE誘致アンバサダーも活用して実施する等、国内主催者支援を強化する。

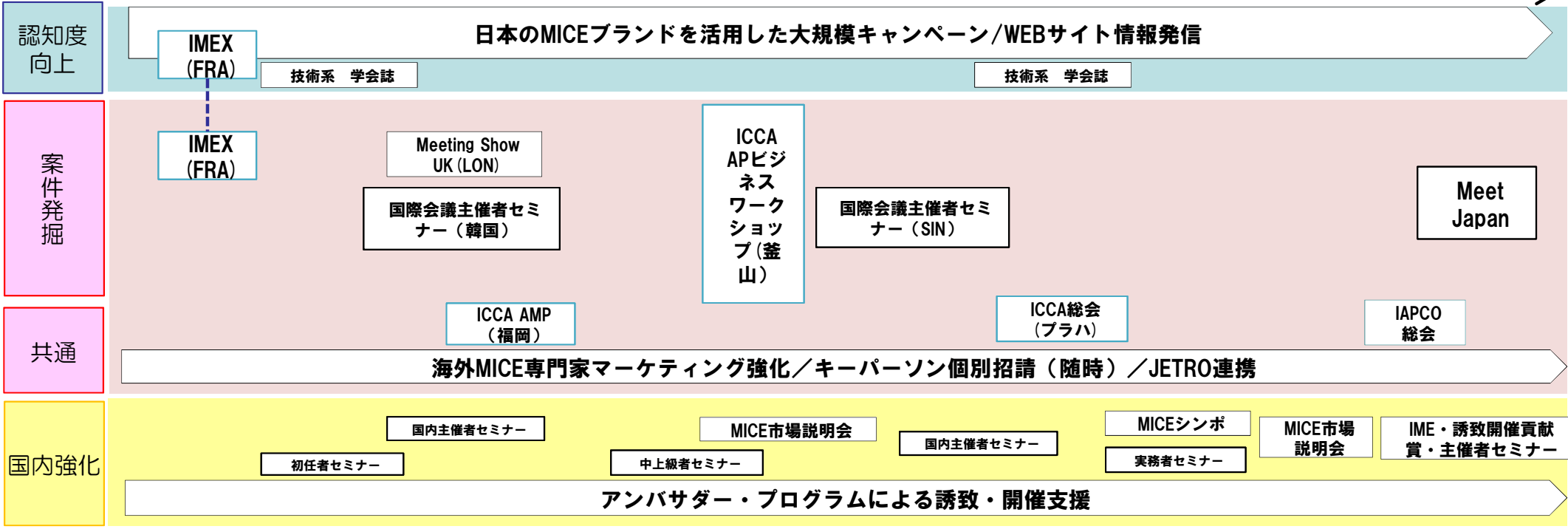
4. ミーティング&インセンティブの誘致強化

- ・世界規模での公的な市場動向に関するデータが存在しないことから、専門ノウハウを活用し市場動向調査・分析や新規案件発掘の強化を図る。また、経済成長が見込まれるアジア市場をボリューム層と位置づけ、訪問都市の多様化を図り、大きな経済効果が見込める欧米豪市場ではユニークベニュー等付加価値の高いコンテンツの訴求を図るため、プログラム開発のコンサルテーション、大手ミーティングプランナー向け商談会、WEBサイトと広告を組み合わせたプロモーション展開により誘致強化を図る。
- ・その他ジェットロ等とも連携し、日本で開催される国際会議や国際展示会等に参加する外国人向けにテクニカル・ビジット等の情報を提供する。

年間スケジュール

4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月

国際会議誘致



ミーティング&インセンティブ誘致

