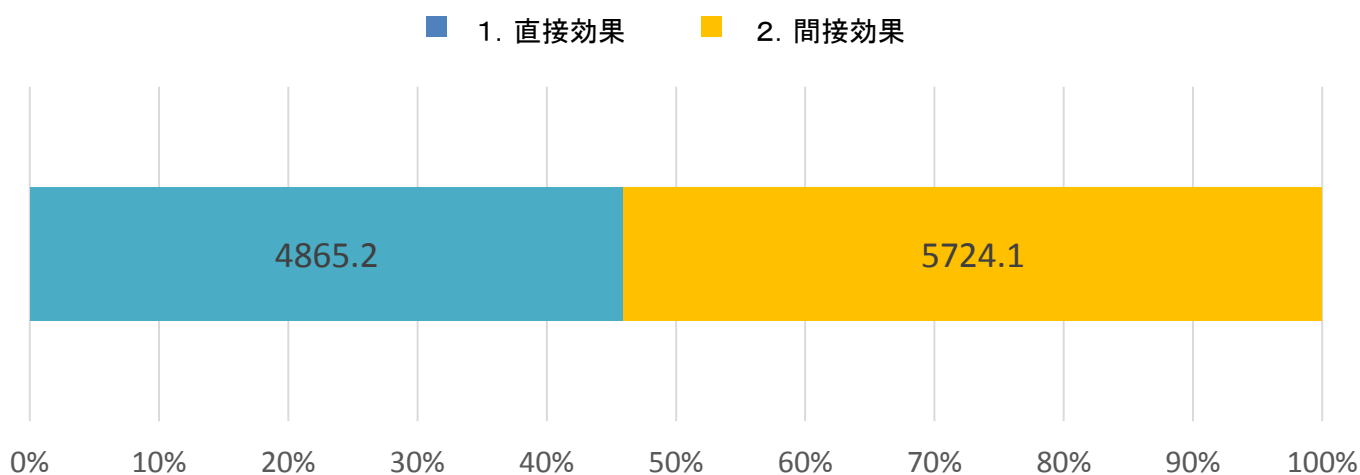


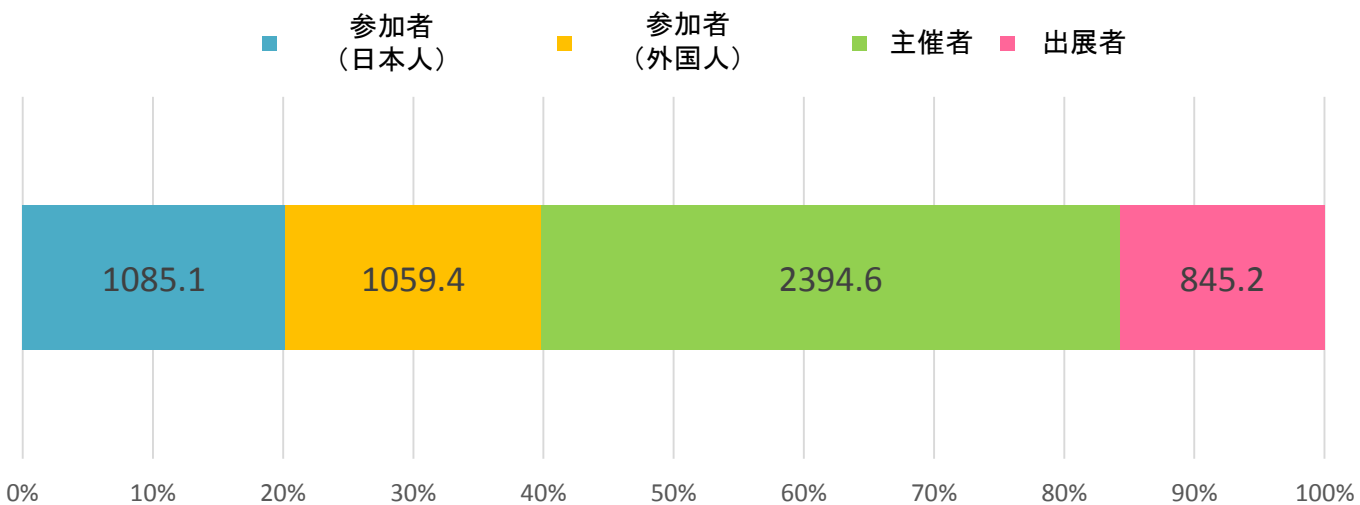
図表1 国際MICE全体による経済波及効果約1兆590億円の内訳

(単位:億円)



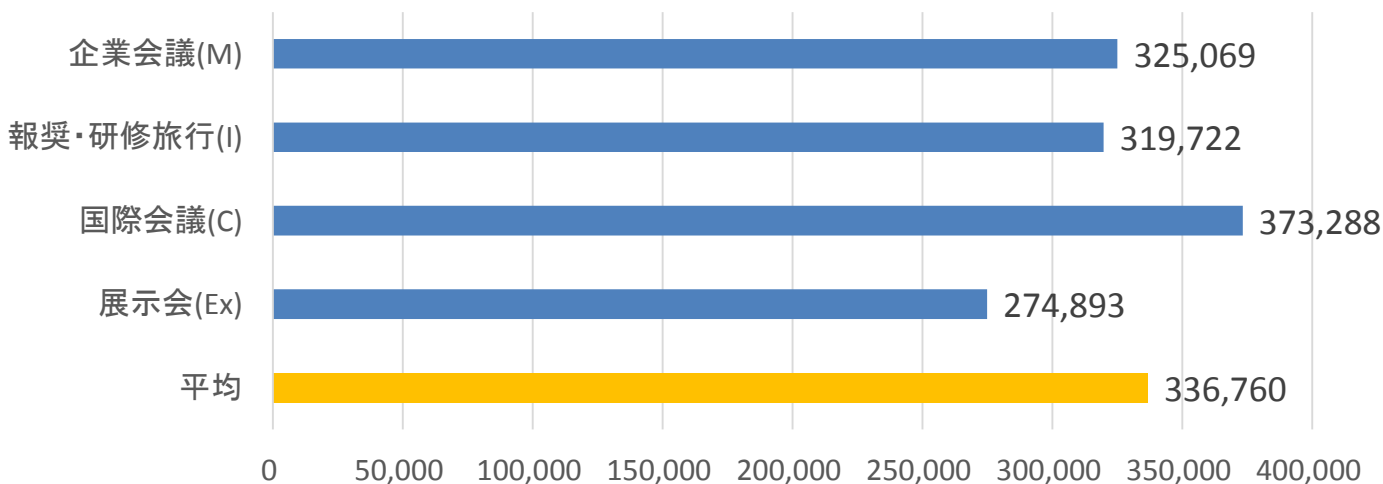
図表2 国際MICE全体の総消費額約5,384億円の内訳

(単位:億円)



図表3 主催者等負担分も含めた外国人参加者1人当たりの総消費額

(単位:円)



【調査概要】

1. 調査対象

本調査では、海外からの外国人参加者を含む等の一定基準を満たすMICEを対象とした。

(企業会議)

「参加者数10名以上(海外からの外国人参加者含む)」「4時間以上の開催」「外部の施設を利用」

(報奨・研修旅行)

「参加者数10名以上」「4時間以上の開催」「外部の施設を利用・訪問」「海外発日本着の催事」

(国際会議)

JNTO(日本政府観光局)の基準による国際会議を対象。JNTOによる国際会議の定義は「参加者総数50名以上」

「日本を含む3ヶ国以上が参加」「1日以上開催期間」の条件を満たした会議であり、日本国内では3,121件が該当する。

(展示会等)

日本展示会認証協議会(JCEE)により国際展示会の認証(海外来場者数5%以上または海外出展者数10%以上)を取得している展示会を対象。また、認証を取得していないものの同様の海外来場者・出展者数の基準を満たした展示会も対象とした。

2. 経済効果の算出方法

(1)MICE主体(参加者・主催者・出展者)の総消費額・総支出額を算出(国際線航空券代等も含む)

〈調査手法〉

催事	参加者	主催者	出展者
企業会議	・催事参加者への対面アンケート ・過去の催事参加者へのWebアンケート (基本的に外国人を対象)	・旅行会社(JATA会員、OTOA会員等)への郵送アンケート	—
報奨・研修旅行	・催事参加者への対面アンケート ・過去の催事参加者へのWebアンケート	・旅行会社(JATA会員、OTOA会員等)への郵送アンケート	—
国際会議※	・催事参加者への対面アンケート	・過去3年間に国内で開催された国際会議の主催者へのヒアリング及び郵送アンケート	・国内の上場企業及び国際会議へ出展実績の多い業種の非上場企業への郵送アンケート
展示会等	・催事参加者への対面アンケート	・主催企業・団体への郵送アンケート	・大規模展示会出展者への郵送アンケート

※平成28年度に実施した「MICEの経済波及効果及び市場調査事業」にて、国際会議による経済波及効果を算出

(2)直接効果の算出

参加者の消費額には、外資系航空会社の国際線航空券の費用が含まれる他、各主体の消費・支出の一部は海外からの輸入品で賄われていることから、前述の各主体の総消費額・総支出額からこれらの金額を減じ、国内で消費された金額を直接効果として算出。

(3)産業連関分析による波及効果の推計

平成23年度(2011年度)産業連関表を使用し、間接効果(間接1次波及効果、間接2次波及効果)及び粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額、雇用誘発数、誘発税収額等を算出。

《本調査におけるMICEの定義内のマーケット全体規模を把握するための推計方法》

- * 企業会議及び報奨・研修旅行は、旅行会社へアンケートを実施し、アンケート回答社の合計業界シェアから、旅行会社取扱分のマーケット全体を推計。
- * それに加え、企業会議はセグメント別の旅行会社利用率をアンケートし、旅行会社以外の取扱分(プランナー、会議場、ホテル等の直接取扱分)を推計。
- * 報奨・研修旅行は、旅行会社へのアンケート結果より、基本的に旅行会社取扱分のため、旅行会社取扱以外の推計は含まない。