



Japan. Meetings & Events
New ideas start here

第12回国際会議等の北海道開催の推進に係る各省庁連絡会議

MICEの誘致・開催の取組について

平成30年5月28日

観光庁MICE推進室

- 1. 観光を取り巻く現状**
- 2. MICEの現状**
- 3. 政府におけるMICEの位置付けと具体的施策**
- 4. MICEの今後**

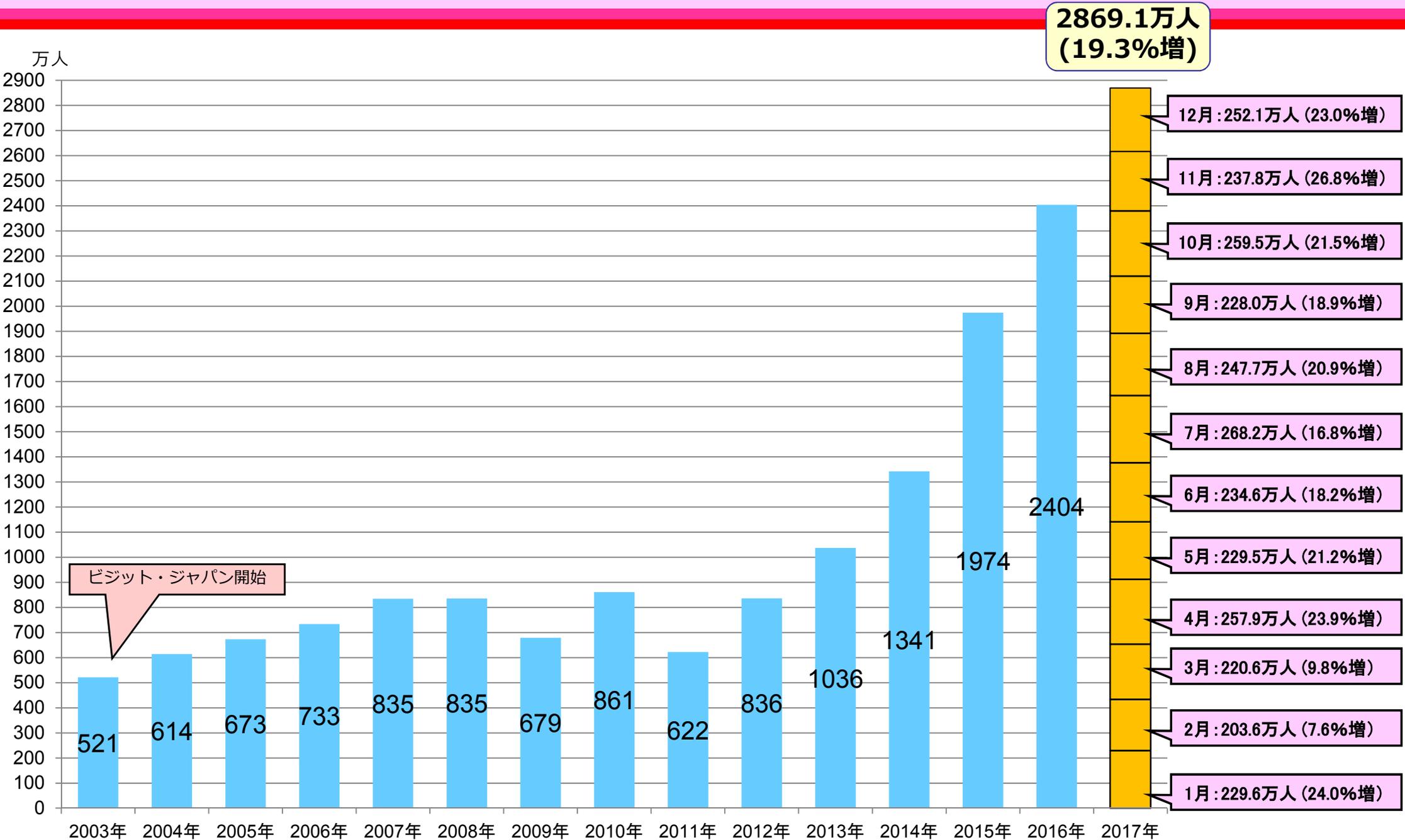
1. 観光を取り巻く現状

2. MICEの現状

3. 政府におけるMICEの位置付けと具体的施策

4. MICEの今後

訪日外国人旅行者数の推移

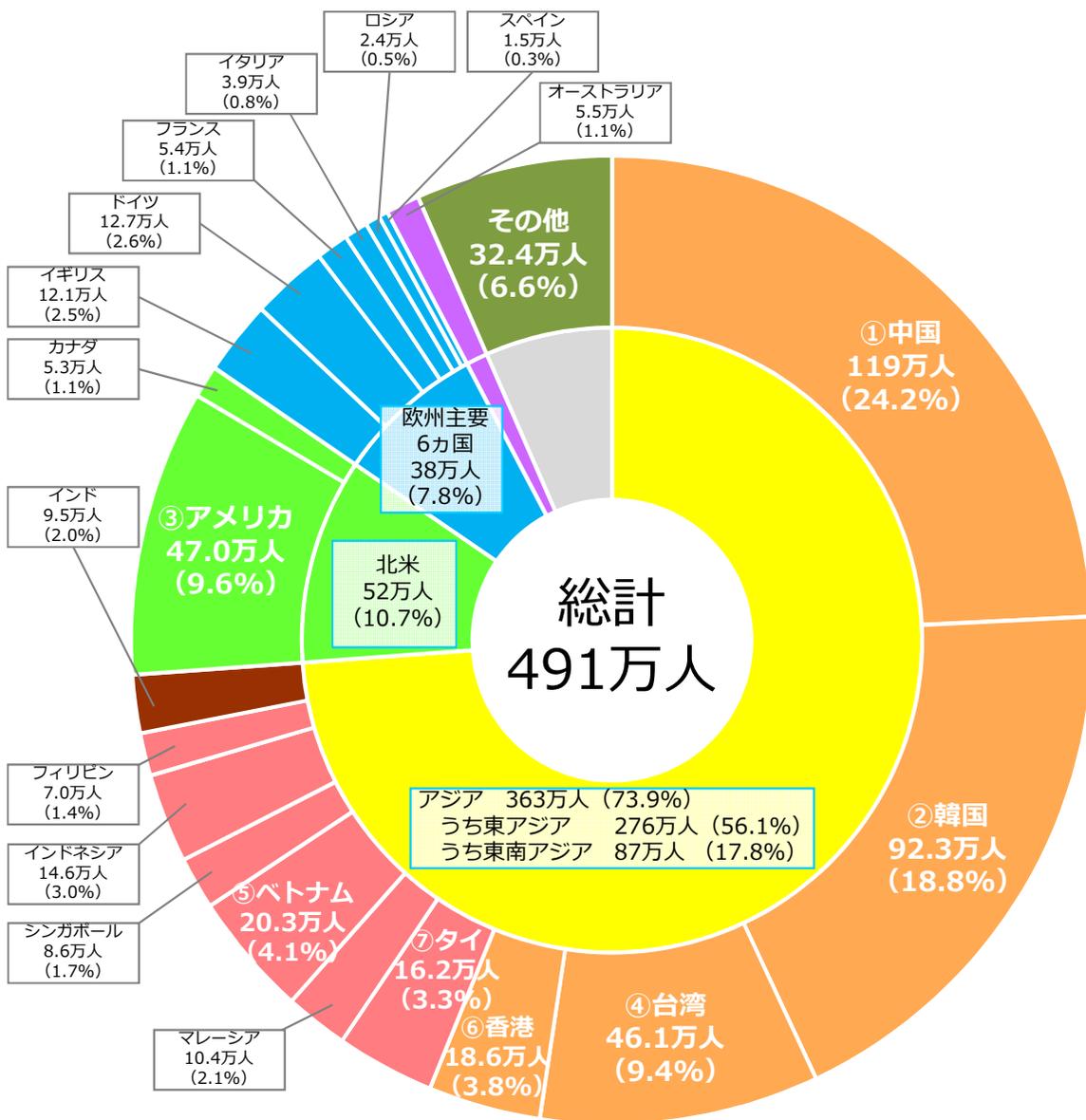


注) 2016年の値は確定値、2017年1~11月の値は暫定値 %は対前年同月比

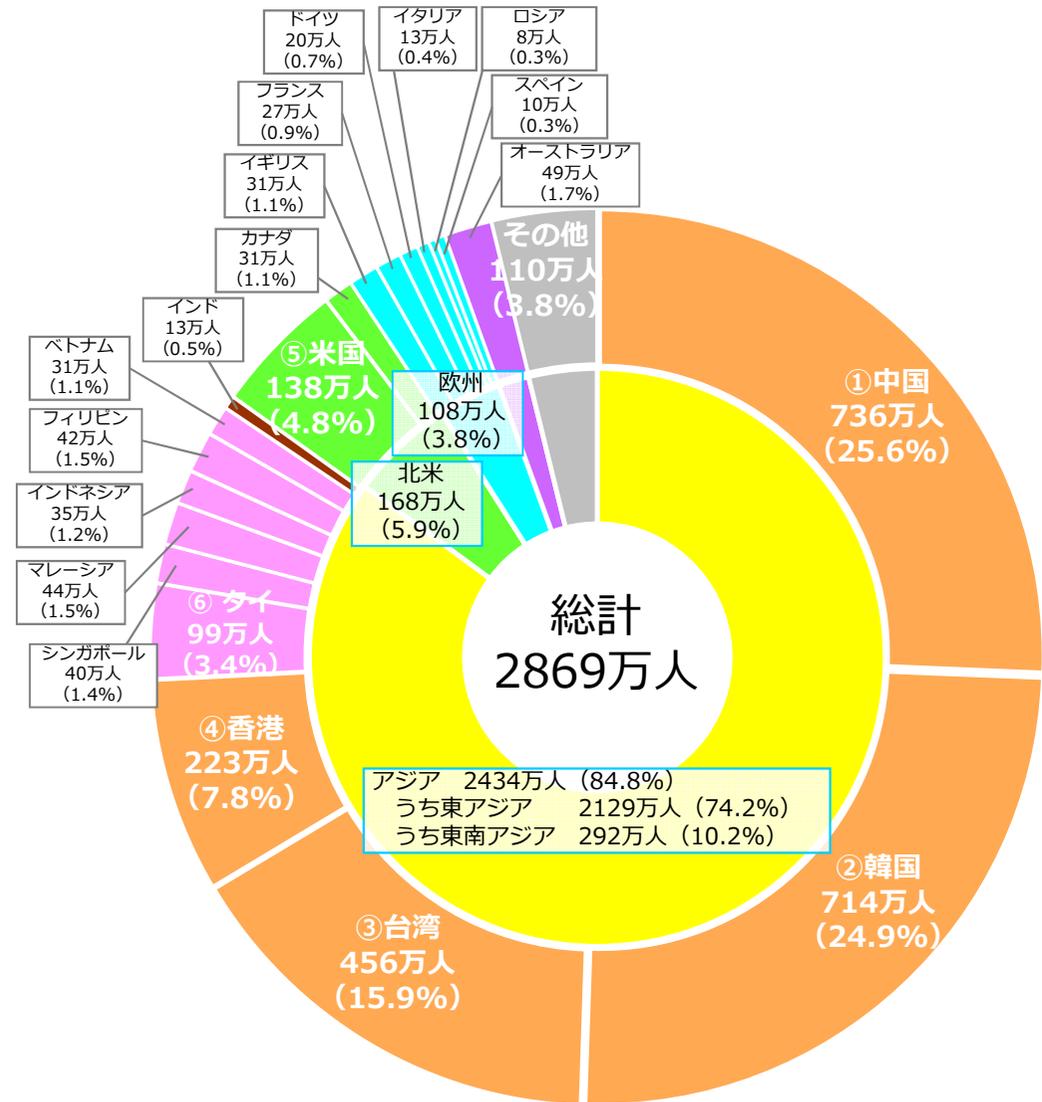
出典：日本政府観光局（J N T O）

ビジネス目的の訪日外国人人数（国・地域別）

【2017年（ビジネス目的）】



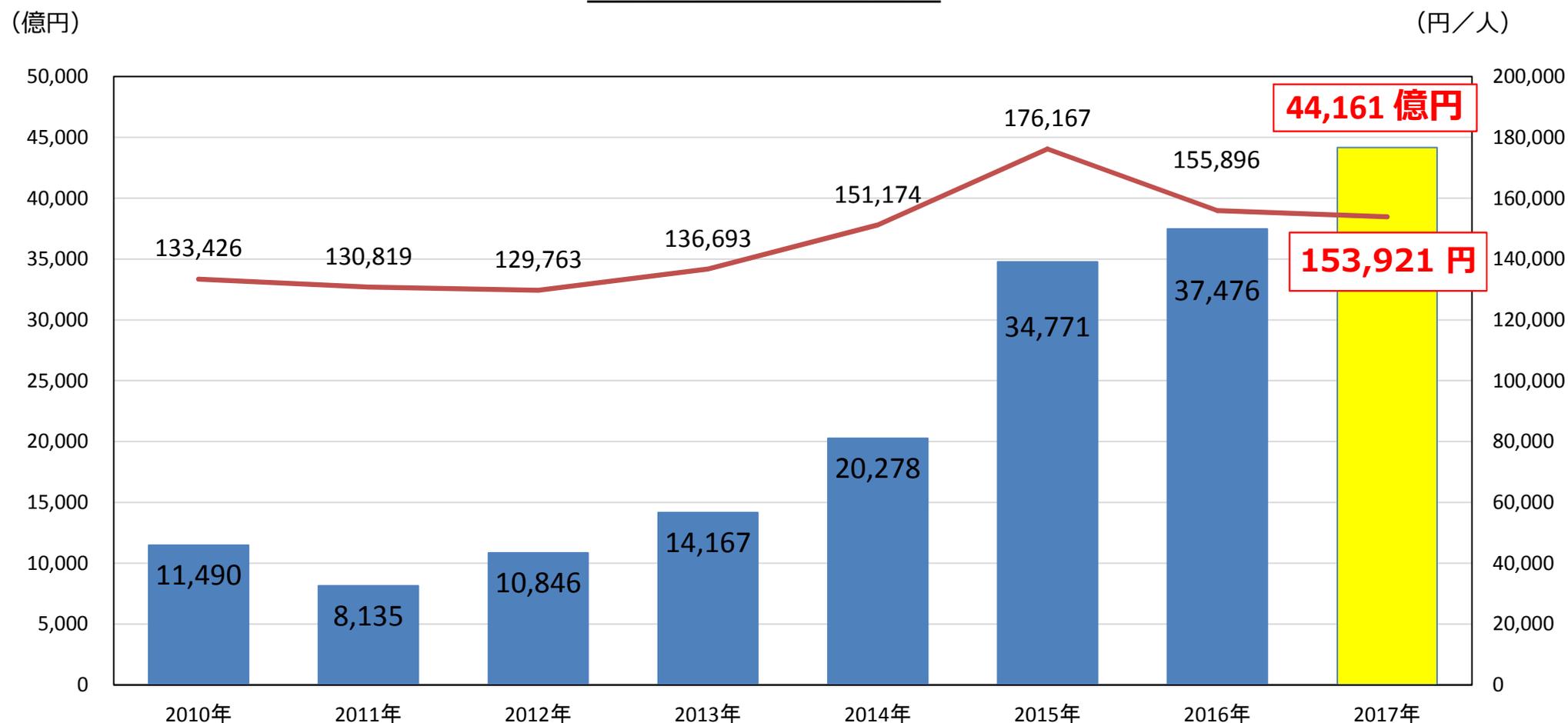
【2017年（総数）】



※ () 内は、それぞれの旅行者数総計に対するシェア
 ※ ビジネス目的は「訪日外国人消費動向調査（観光庁）」において、企業ミーティング/インセンティブツアー/研修/国際会議/展示会・見本市/イベント/その他ビジネスを訪問目的と申告した者を推計
 ※ その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる
 ※ 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある
 ※ 日本政府観光局（JNTO）統計資料より観光庁作成

- 2017年の訪日外国人旅行消費額は、前年比17.8%増の4兆4,161億円となり、過去最高であった。
- 1人当たり旅行支出は前年比1.3%減の15万3,921円となった。

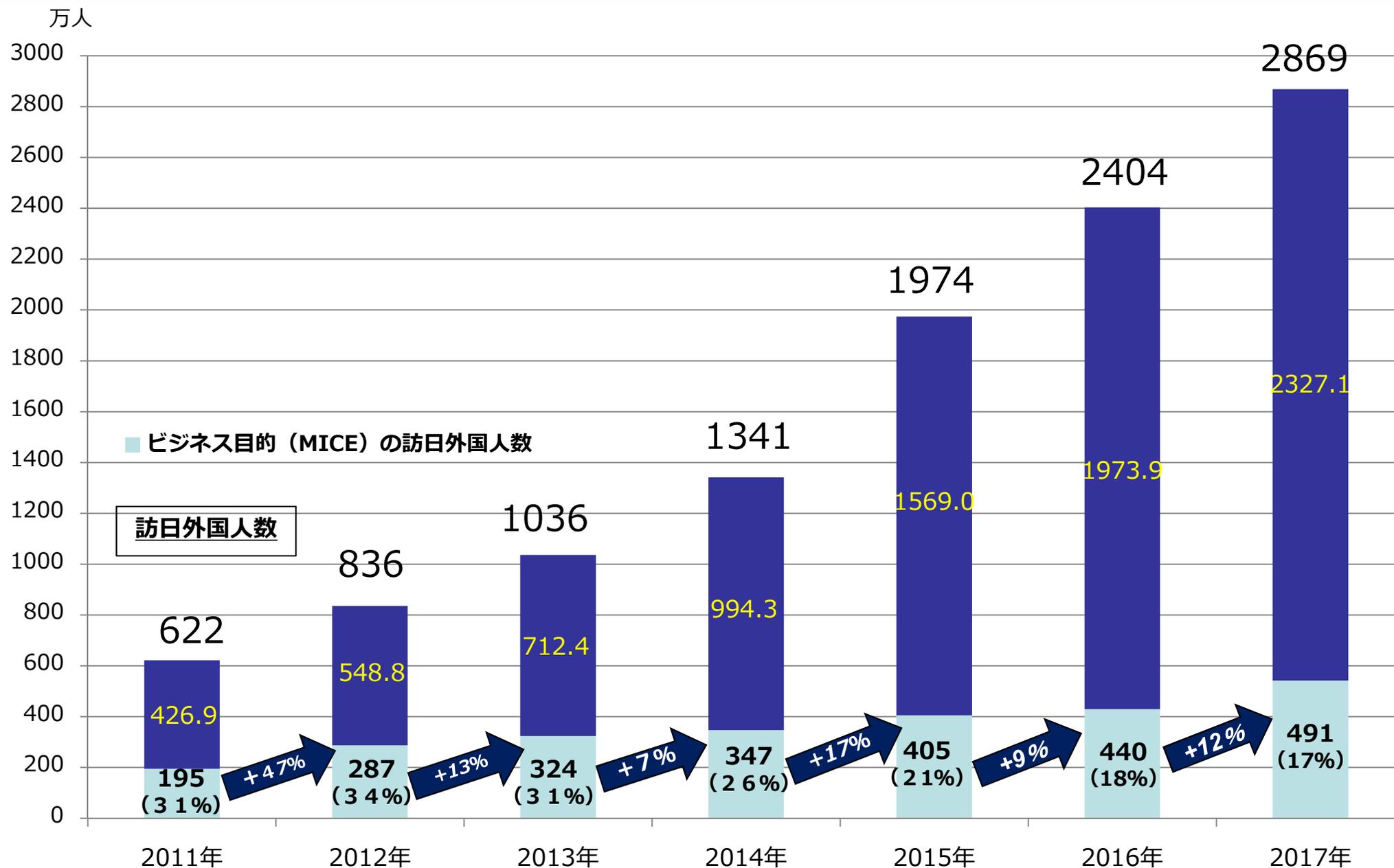
旅行消費額の推移



■ 旅行消費額 (億円) ・ 左目盛

— 一人当たり旅行支出額 (円/人) ・ 右目盛

ビジネス目的の訪日外国人数の推定値



※ 訪日外国人数は、日本政府観光局 (JNTO) 資料より観光庁作成。

※ ビジネス目的 (MICE) は、「訪日外国人消費動向調査」(観光庁)において、社内会議/商談等その他ビジネス/研修/インセンティブ/国際会議/展示会・見本市/イベントを訪問目的と申告した者とし、推計。

※ ()内の数値は、訪日外国人数に対するシェアを指す。

1. 観光を取り巻く現状
- 2. MICEの現状**
3. 政府におけるMICEの位置付けと具体的施策
4. MICEの今後

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、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。

戦略的活用の具体例①

国際会議

第12回アジア栄養学会議

平成28年度JNTO国際会議誘致・開催貢献賞
【国際会議開催の部】受賞取組

- 【日 程】2015年5月14日～18日
- 【会 場】横浜（パシフィコ横浜）
- 【主 催】（公社）日本栄養・食糧学会
- 【参加者】50カ国、3,769名（うち外国人1,149名）
- 【会議テーマ】
アジア地域の社会の発展、人々の生活の質の向上、
栄養と食品に関する諸問題の解決、健康福祉への貢献

【効 果】

機能的食品及び医療機器等の
展示会を併催し、
商談の機会を創出。



コンgresディナー



市民公開講座



教育ツアー

戦略的活用の具体例②

展示会

第28回日本ものづくりワールド

- 【日 程】 2017年6月21日～6月23日
- 【会 場】 東京ビッグサイト
- 【主 催】 リード エグジビジョン ジャパン(株)
- 【出展社】 17ヶ国、2,454社
- 【来場者】 47ヶ国、88,554名



【効 果】

多くの海外バイヤーを誘致することで
海外への販路を拡大（特に、零細企業への
効果大）。



戦略的活用の具体例③

たくみこころのたび

インセンティブ

LEXUS 中国 匠心之旅シリーズ

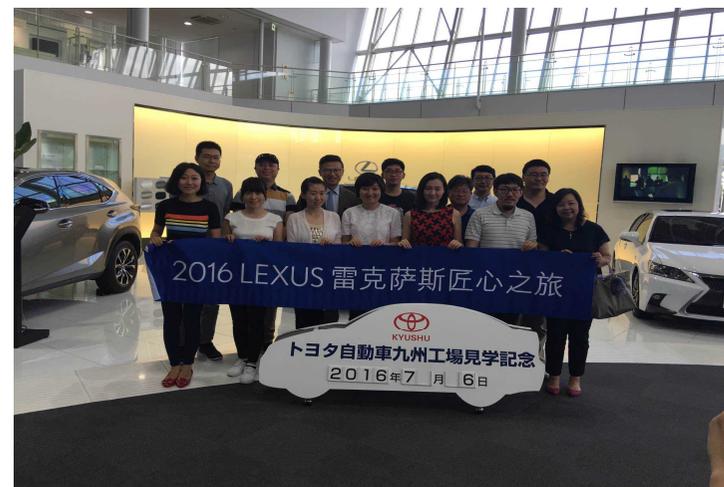
【日程】全4回、各回5~8日間 計72名
【訪問地】福岡、山口、岡山、広島、仙台、東京、他
【参加者】自動車販売代理店（営業担当他）

【目的】

- ディーラーの販売意欲向上。
- Lexusの製造現場見学に加え、日本の工芸品の職人技を体験することにより、日本の匠の精神の理解を深め、中国国内での更なる販売強化につなげる。

【効果】

中国市場で10万台の販売実績を達成する等、中国市場における販売促進に貢献。



MICEがもたらす効果①

(1)高い経済効果

- MICE開催を通じた主催者・出展者・参加者等の消費支出は、開催地を中心にした大きな**経済波及効果**となる。
- レジャー目的（一般観光）よりも高い経済効果を生み出す。

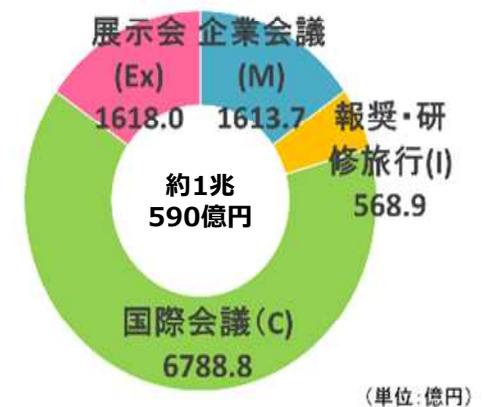
経済波及効果（平成30年4月18日公表）

- 平成28年の国際MICEによる経済波及効果
約1兆590億円
- 新たに生じた雇用創出効果
約96,000人分
- 税収効果
約820億円
- 外国人参加者1人当たりの平均消費額
約33.7万円
(航空賃込み)

【参考】

一般観光による訪日外国人1人当たりの平均消費額
約15.6万円

国際MICE全体による経済波及効果(催事別)



MICEがもたらす効果②

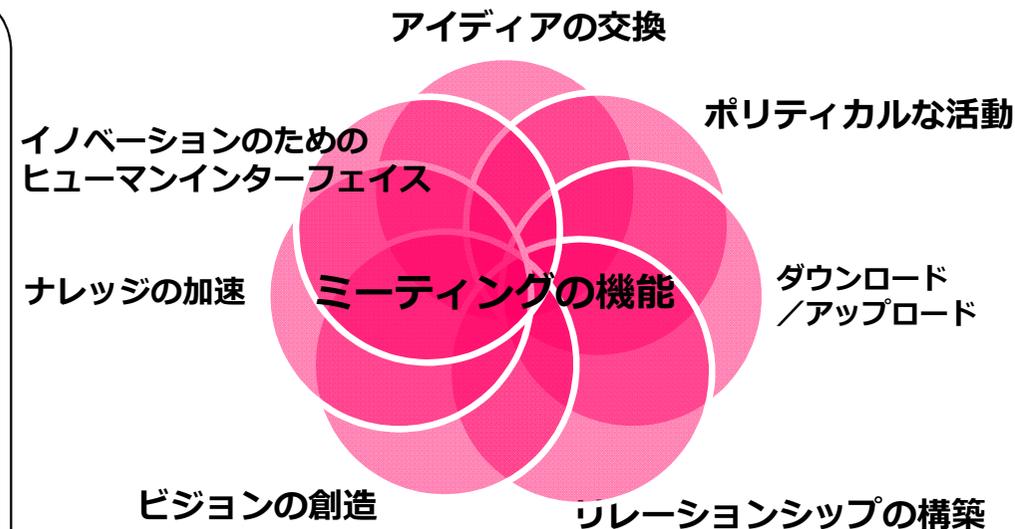
(2) ビジネス機会等の創出

- 国際会議・展示会の機会を活用した**ネットワーク販路拡大**
- グローバル企業との**共同研究**や世界の**先進的研究者との交流創出**
- インセンティブにおける現場体験を通じて、日本の技術力や商品・サービスに対する認知・理解を深め、**日本製品の購入**や地域の**産業振興**を推進

(3) 都市ブランド・競争力向上

- 世界都市ランキング（国際会議件数など）
- MICEを通じたネットワーク構築により都市の競争力向上。

MICEの機能

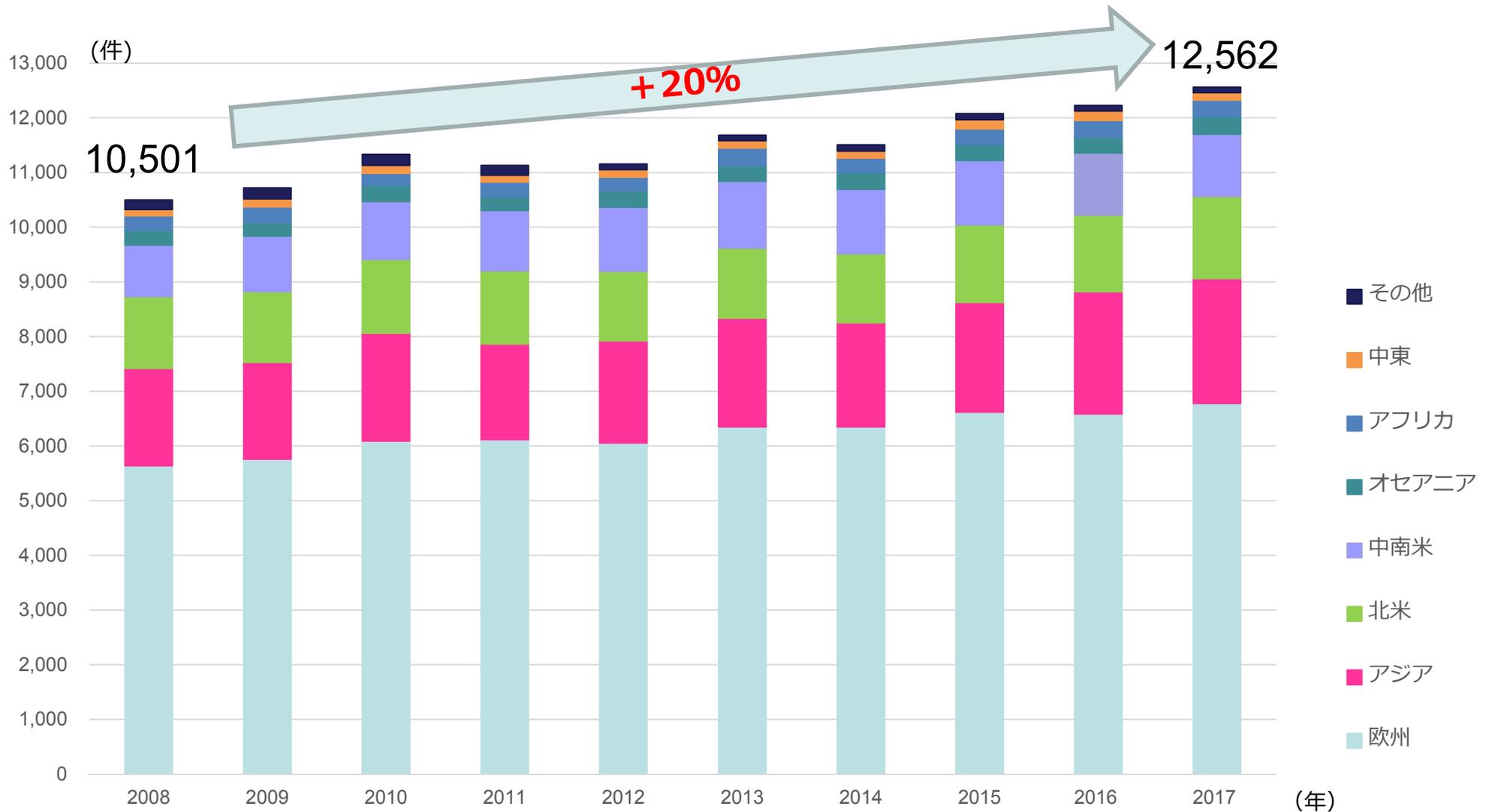


(4) 交流人口の平準化

- 観光（休日型）
- MICE（平日型）

世界の国際会議開催件数の推移 (2008~2017)

- 直近10年で、世界の国際会議は+20%の増加に対し、日本の国際会議は+23%増加。
- 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アジアとなっている



出典：ICCA (A Modern History of International Association Meetings 1963-2012)、ICCA Statistics Report(2013,2014,2015,2016,2017)
 注：ICCAは開催件数が4件以下の国は地域分類をしておらず、「その他」に一括計上されている。

国際会議開催件数上位10カ国（2017年）の順位推移

- 国際会議の開催件数が最も多い国はアメリカで、上位は欧州が占めている。
- 日本は、2013年から7位を維持し、2017年はアジア・大洋州地域において1位を維持。

| | 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|-----------|----------|-------|-----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| アメリカ | 1 | (878) | 1 | (877) | 1 | (833) | 1 | (829) | 1 | (831) | 1 | (925) | 1 | (934) | 1 | (941) |
| ドイツ | 2 | (657) | 2 | (626) | 2 | (649) | 2 | (722) | 2 | (659) | 2 | (667) | 2 | (689) | 2 | (682) |
| イギリス | 4 | (519) | 4 | (487) | 4 | (477) | 5 | (525) | 4 | (543) | 3 | (582) | 3 | (582) | 3 | (592) |
| スペイン | 3 | (561) | 3 | (496) | 3 | (550) | 3 | (562) | 3 | (578) | 4 | (572) | 5 | (533) | 4 | (564) |
| イタリア | 5 | (461) | 6 | (428) | 6 | (390) | 6 | (447) | 6 | (452) | 6 | (504) | 6 | (468) | 5 | (515) |
| フランス | 6 | (457) | 5 | (476) | 5 | (469) | 4 | (527) | 5 | (533) | 5 | (522) | 4 | (545) | 6 | (506) |
| 日本 | 8 | (349) | 14 | (244) | 8 | (341) | 7 | (342) | 7 | (337) | 7 | (355) | 7 | (410) | 7 | (414) |
| 中国 | 7 | (368) | 7 | (343) | 10 | (311) | 8 | (340) | 8 | (332) | 8 | (333) | 7 | (410) | 8 | (376) |
| カナダ | 10 | (283) | 11 | (268) | 12 | (273) | 11 | (290) | 12 | (265) | 10 | (308) | 10 | (287) | 9 | (360) |
| オランダ | 12 | (262) | 8 | (322) | 9 | (315) | 10 | (302) | 9 | (307) | 8 | (333) | 9 | (368) | 10 | (307) |

※括弧内は開催件数

アジア・大洋州都市別国際会議開催件数ランキングの推移

□ 都市別では、国内で開催件数1位の東京がアジア・大洋州では5位（昨年6位）、2位の京都が同13位（昨年11位）に留まる。

アジア・大洋州における国際会議開催件数ランキングの推移 ※（）は開催件数

2017年国際会議開催件数
世界数上位10都市

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| シンガポール | 1 (175) | 1 (142) | 1 (156) | 1 (151) | 1 (160) |
| ソウル | 2 (125) | 3 (99) | 2 (117) | 2 (137) | 2 (142) |
| 香港 | 6 (89) | 4 (98) | 3 (112) | 5 (99) | 3 (119) |
| バンコク | 4 (93) | 9 (73) | 4 (103) | 3 (121) | 4 (110) |
| 東京 | 7 (79) | 6 (90) | 8 (80) | 6 (95) | 5 (101) |
| 北京 | 3 (105) | 2 (104) | 5 (95) | 4 (113) | 6 (81) |
| 台北 | 8 (78) | 5 (92) | 6 (90) | 7 (83) | 7 (76) |
| シドニー | 4 (93) | 7 (82) | 7 (86) | 10 (61) | 7 (76) |
| メルボルン | 12 (52) | 11 (61) | 12 (54) | 11 (58) | 9 (67) |
| クアラルンプール | 10 (68) | 8 (79) | 9 (73) | 9 (68) | 10 (65) |
| 上海 | 9 (72) | 9 (73) | 11 (55) | 8 (79) | 11 (61) |
| ニューデリー | 65 (35) | 69 (35) | 64 (41) | 69 (39) | 12 (59) |
| 京都 | 14 (43) | 13 (47) | 13 (45) | 11 (58) | 13 (46) |
| マニラ | 18 (28) | 23 (22) | 14 (41) | 13 (46) | 14 (42) |
| バリ | 11 (55) | 15 (38) | 16 (40) | 14 (43) | 15 (40) |

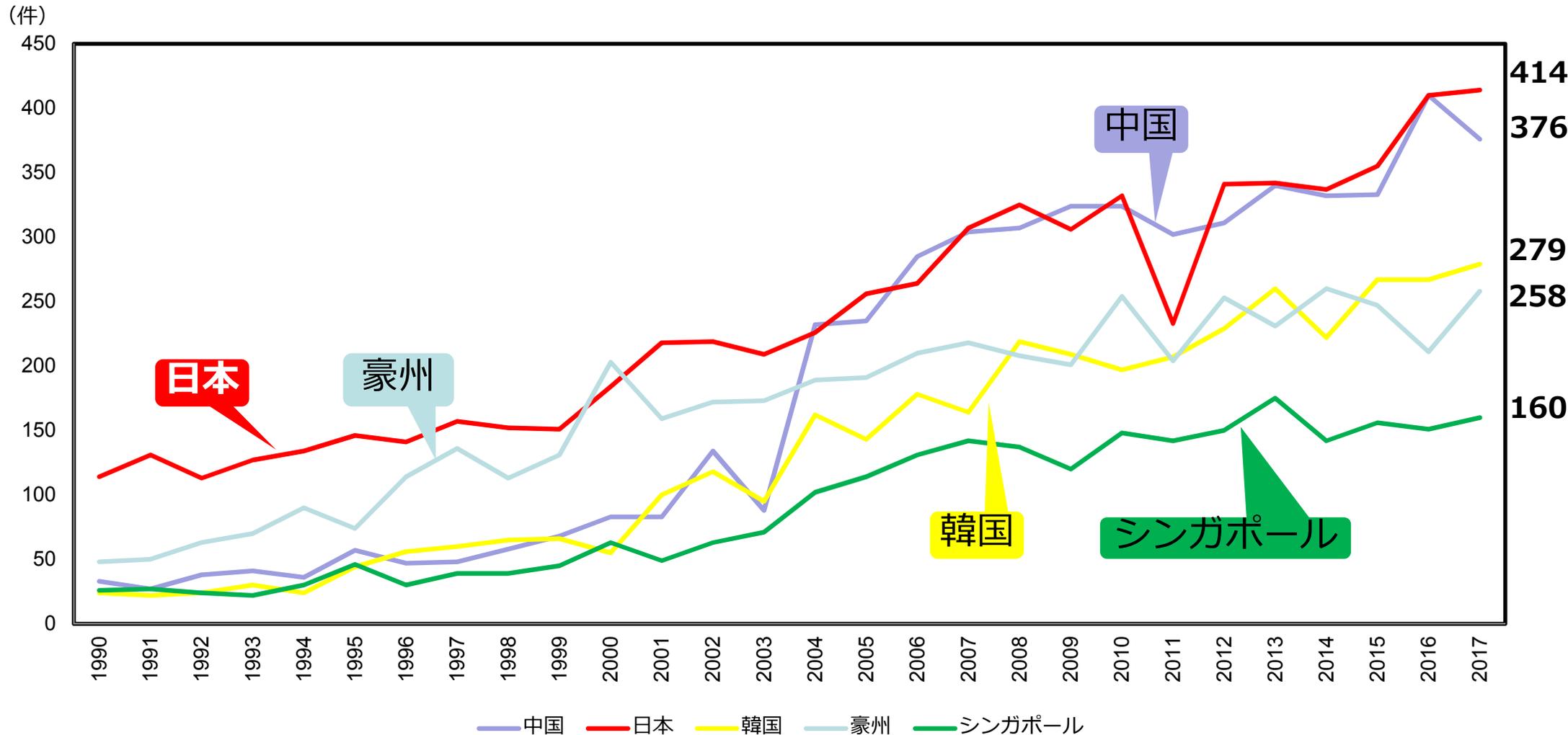
| 順位 | 都市名 |
|----|----------|
| 1 | バルセロナ |
| 2 | パリ |
| 3 | ウィーン |
| 4 | ベルリン |
| 5 | ロンドン |
| 6 | シンガポール |
| 7 | マドリッド |
| 8 | プラハ |
| 9 | リスボン |
| 10 | ソウル |
| 11 | ブエノスアイレス |
| 12 | ブダペスト |
| 13 | 香港 |
| 14 | ダブリン |
| 15 | コペンハーゲン |

※東京は18位、京都は50位

※名古屋は21位、札幌は22位、福岡・大阪は32位

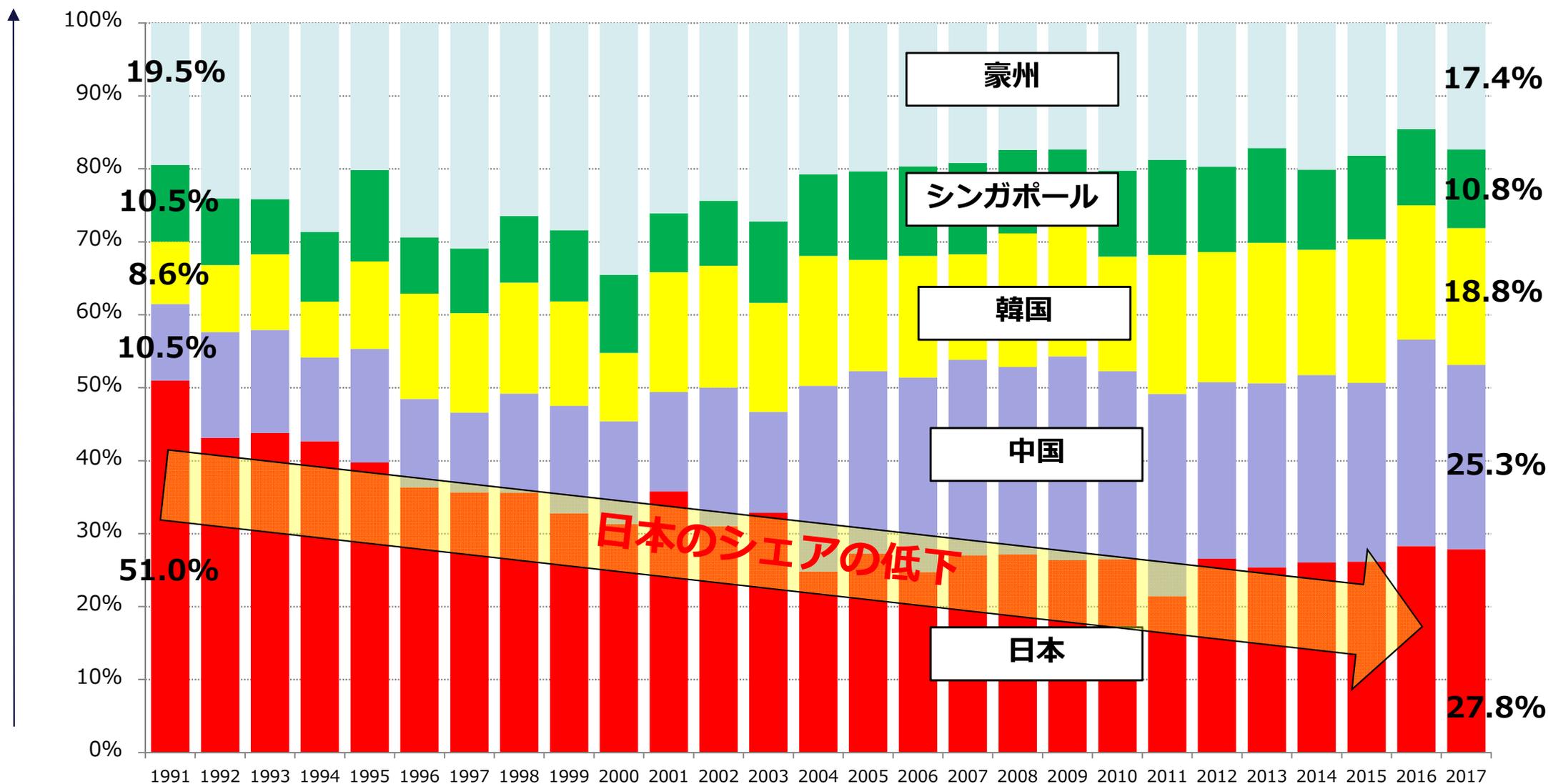
アジア・大洋州主要国の国際会議開催開催件数(1990~2017)

- アジア太平洋地域の主要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414件（2017年）まで増加し、2017年はアジア・大洋州で国際会議開催件数が単独1位となった。



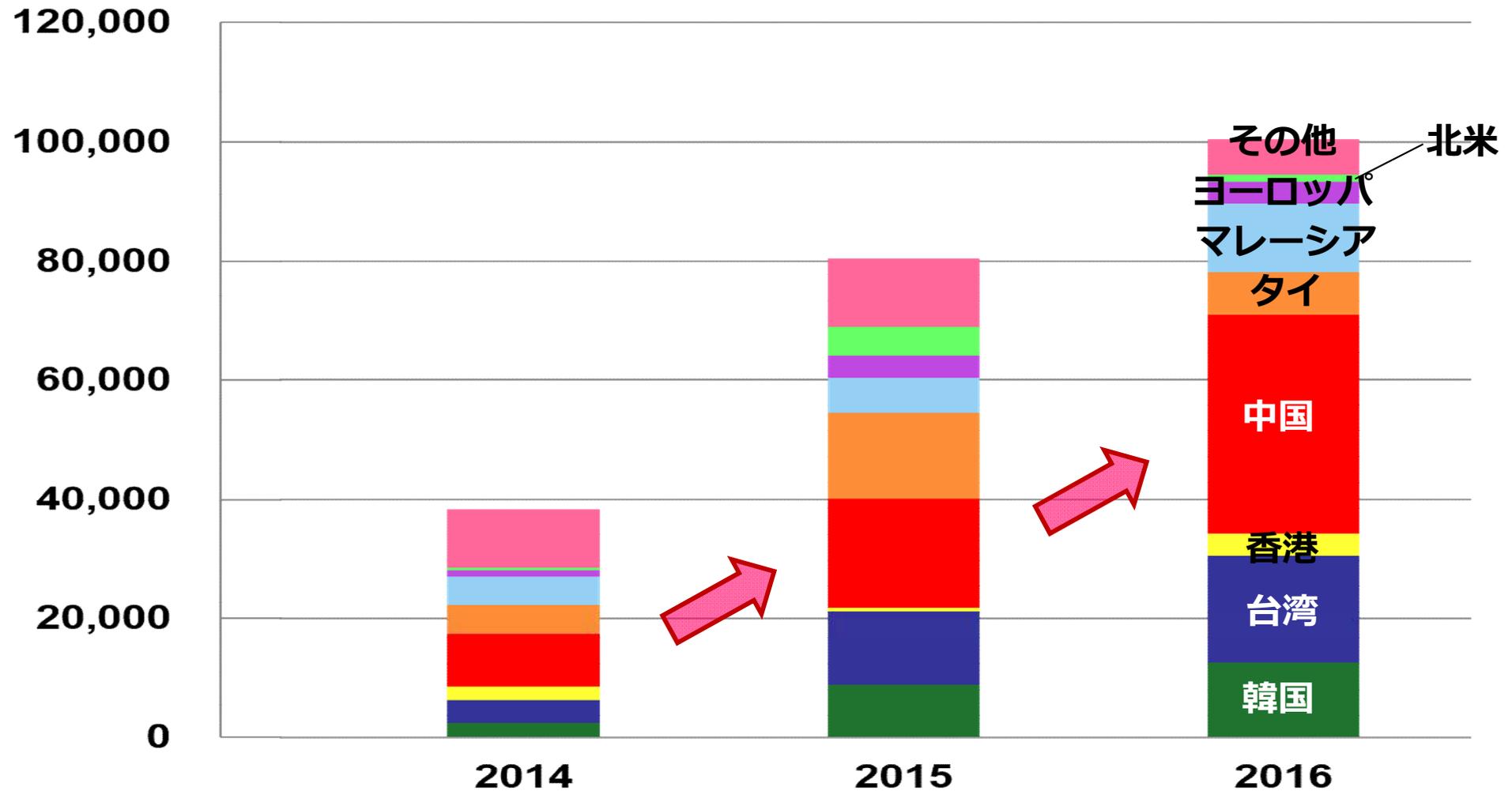
アジア・大洋州主要国における日本の国際会議シェア推移

□ 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、2017年は27.8%に落ち込んだが、シェア率は1位を維持している。



インセンティブ旅行目的の訪日外国人の推移(国別)

- 全体的にインセンティブ旅行による訪日外国人の数は増えている。特に中国、台湾、韓国など東アジアからの伸びが顕著である。



1. 観光を取り巻く現状
2. MICEの現状
- 3. 政府におけるMICEの位置付けと具体的施策**
4. MICEの今後

「観光先進国」への「3つの視点」

視点 1

観光資源の魅力を極め、
地方創生の礎に

視点 2

観光産業を革新し、国際競争力を高め、
我が国の基幹産業に

視点 3

すべての旅行者が、
ストレスなく快適に観光
を満喫できる環境に

■ あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現

- ・ 欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
- ・ **MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善**
- ・ 首都圏におけるビジネスジエットの受入環境改善

■ 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

■ 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ

MICEの更なる国際力強化に向けた取組

官民

MICE国際競争力強化委員会
(都市、CVB、事業者、有識者)

政府

MICE推進関係府省連絡会議



抽出された現状・課題

誘致競争力の相対的な低下

専門人材の量的・質的不足（特に、海外セールス人材）

政府内・産学官における連携不足

ミーティング／インセンティブにおけるKPI設定の難しさ

MICE国際競争力の強化に向けた中間とりまとめ (平成29年8月に策定)

「4つの施策の柱」

MICE目標
の設定

“都市の誘致力”
の強化

幅広い業界と
連携した
誘致体制の強化

MICE人材の
育成強化

国際競争力強化委員会 中間とりまとめ 概要

【現状と課題】

国際会議

○誘致競争力の相対的な低下

- ・自治体のMICE・CBに対するバックアップ不足 (⇒CBの人的資源・財源の不足、定期的な人事異動による専門人材不足)
- ・多様なニーズに対応するための地域内のステークホルダー間の連携不足
- ・JNTOとCBの役割分担の不明確さ (⇒効果の薄いプロモーション展開)
- ・ユニークベニュー候補施設側に意義・メリット等の理解不足 (⇒新たな施設の開放・利用が限定的)

MICE全般

○政府内・産学官における連携不足

- ・招請レターや在外公館によるロビー活動等政府部内での連携が不十分
- ・海外のMICE先進都市に存在するような、政府関係者、MICEプレイヤーから構成される推進組織の不在

○専門人材の量的・質的不足

- ・専門ノウハウを中長期的に蓄積していくために必要な人材育成プロセスの欠如
- ・CBの定期的な人事異動による専門人材不足

企業ミーティング/インセンティブ/展示会

○ミーティング/インセンティブにおけるKPI設定の難しさ

(⇒ミーティング/インセンティブ関連の施策の不在)

具体的対策 (アクション)

(1) MICE目標の設定

- 国際会議誘致のみの目標 (現状)



Cに限らないMICE目標 (KPI) の設定へ【平成30年春】

(2) 誘致に係る“都市力”の強化

- グローバルMICE都市・都市力強化対策本部の設置【平成29年度10月目処】
- 観光庁によるモチベーションの高い都市への集中的な支援【平成29年度予算事業・平成30年度予算要求】
- CB主導によるMICE関連地域ネットワークの強化
- CB主導によるユニークベニュー開発・活用促進【平成30年度予算要求】

(3) 幅広い業界とのTEAM JAPAN組成による総力を挙げた誘致体制の構築

- MICE全般における政府一体となった取り組みの強化 (関係府省MICE支援アクションプラン中間とりまとめ本年7月策定)
- MICE全般における経団連、商工会議所等と連携した取り組み強化【早期実施】

(4) MICEプレイヤーにおける人材育成・強化を推進

- MICE人材育成協議会の設置【平成29年度10月目処】 (⇒業界を挙げた体系的な人材育成方法の検討)
- 学生インターンシップの受入強化支援の実施【平成30年度予算要求】

関係府省MICE支援アクションプラン中間とりまとめ (概要)

(1) TEAM JAPANによる総力を挙げた誘致体制の構築

- 国際会議の誘致に向けた円滑な支援体制の構築
- MICE推進関係府省連絡会議の活用

(3) 誘致力の更なる強化

- JNTO・JETRO・在外公館等の連携による海外広報強化
- 国際会議誘致に対する意識向上の促進
- 国際会議の誘致支援に向けた日本学術会議との連携
- 留学生OB人材へのアプローチの強化

(2) 開催地としての魅力向上

- 国が開催に関わる会議におけるユニークベニューの積極的活用
- 国立施設の円滑な利用に向けた取組
- 魅力的で多様なMICE (特にM・I) 商品開発に向けてのニーズ調査

(4) その他

- MICE施設の運営・整備のコンセッション方式の導入促進
- 大型スポーツイベントの日本開催を契機としたスポーツMICEへの取組
- 展示会分野でのインバウンド促進

- 中間とりまとめを踏まえ、①検討・調整項目について関係府省間で調整
- ②実施項目について関係府省が連携して実施
- 施策の追加について検討

関係府省MICE支援アクションプラン策定(平成30年3月頃)

来年春を目指す：MICE目標の設定・MICE支援メニューの充実・官民連携横断組織の構築

(1) MICE目標の設定

これまで

- C（国際会議）のみをターゲットとした目標の設定
 - ・ 「2020年までに国際会議開催件数をアジア主要5カ国において、全体の3割以上をしめるアジア最大の開催国の地位を維持する（平成28年度 観光立国推進基本計画）」
 - ・ 「2030年にはアジアNo1の国際会議開催国として不動の地位を築く」（平成27年 日本再興戦略2015）」

今後



- C（国際会議）に限らないMICE目標（KPI）の設定

- ・ **約1兆円の経済波及効果（2016）**
 - － MICEによる訪日外国人（57万人）

（*）ビジネス・研究者訪日数（2016）：440万人

（*）アジア等におけるビジネス・研究者インバウンド統計/予測（UNWTO）

2016年 4000万人（実績）

2020年 6100万人（予測）：1.5倍

2030年 8800万人（予測）：2.2倍

→伸びゆく需要をどの程度獲得していくか

(2) 誘致に係る“都市力”の強化

● 「グローバルMICE都市・都市力強化対策本部の設置」

グローバルMICE都市・都市力強化対策本部の開催

開催趣旨

- MICE誘致・開催における司令塔であるコンベンションビューロー（以降、CB）の機能強化に向けて、「グローバルMICE都市(※)」を中心とした各都市間の情報共有・課題抽出の場を設け、各都市が自律的にMICE競争力強化を図る機運を醸成することを目的として、グローバルMICE都市・都市力強化対策本部を設置。

※東京都、横浜市、京都市、神戸市、福岡市、名古屋市/愛知県、大阪府/大阪市、札幌市、仙台市、千葉県/千葉市、広島市、北九州市

第1回 グローバル都市・都市力強化対策本部 開催概要

- 日時：平成29年11月2日（木）15:30～17:30
- 構成員：
 - ・観光庁審議官（事務局長）
 - ・「グローバルMICE都市」の自治体・CB（自治体：局長級、CB：理事級）
 - ・経済産業省
 - ・国際観光振興機構（JNTO）
 - ・日本貿易振興機構（JETRO）
 計32名
- 事務局：観光庁
- 議事概要：
 - 各都市CB組織体制（人員・予算）KPI目標や先進的取組を共有するとともに、観光庁・経産省・JNTO・JETROの取組について説明。
 - その他、意見交換を実施。



今後

第2回 対策本部 開催予定

- 日時：平成30年5月中
- 議事概要
 - 「GMICE都市、政府、関係政府における平成30年度の取組について」等

(2) 誘致に係る“都市力”の強化

● 「観光庁によるモチベーションの高い都市への集中的な支援」

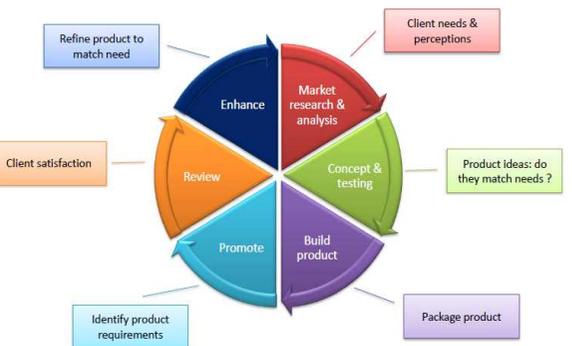
MICE誘致・開催プロジェクトマネジメント力強化支援事業

概要

自治体・CBのマネジメント等に対し、「プロジェクトマネジメント力」「チームマネジメント力」「問題解決力」「優先順位付けの力」「組織マネジメント力」の5つの観点から、CBのマネジメント力についてアドバイザーによるコンサルティングを実施。

プロジェクトマネジメント研修

Product Development



『誘致・開催プロセスマネジメント』
ステークホルダーとのワークショップ
(平成29年9月1日)

コンサルタント

MIKE氏

MICEコンテンツ開発

Stakeholder engagement



『MICE向けコンテンツ開発』
ステークホルダーとのワークショップ

『MICE向けコンテンツ開発』
のための視察
(平成30年2月7日)

- ローカルホストとの連携に苦労している。
- コンベンションを誘致開催することで創出されるレガシー効果についてのケーススタディを調査し、啓蒙するべき。
- 地元主催者が抱く課題（財政面等）を払しょくするような内容を含めた誘致計画書を策定するべき。

(2) 誘致に係る“都市力”の強化

●CB主導によるユニークベニュー開発・活用の促進

ユニークベニュー セミナー開催

- MICEマーケットにおけるユニークベニュー利活用の有用性を伝え、今後の日本におけるユニークベニューを活用したMICE誘致をビジネスとしてより一層発展させることを目的に、東京・奈良のユニークベニュー施設においてビジネスセミナーを開催。

- 開催日程：平成30年2月14日（水）14:00～17:00
- 東京会場：清澄庭園 大正記念館
- 参加人数：約90名（イベント関連事業者等）



外観



琴演奏と会食用セッティング
によるユニークベニュー
演出再現（涼亭）

- 開催日程：平成30年2月16日（金）14:00～17:00
- 奈良会場：橿原神宮 橿原神宮会館
- 参加人数：約80名（イベント関連事業者等）



外観



和楽器演奏と連動した照明
によるユニークベニュー演出
再現（文華殿）

ユニークベニュー支援事業

< 29年度支援案件例 >

○対象会議：国際イノベーション会議 Hack Osaka 2018（平成30年2月26日） 前夜祭

○利用したユニークベニュー：大阪市立美術館（前夜祭のパーティ）

(2) 誘致に係る“都市力”の強化

●今後の取組

平成30年度事業 CB主導によるユニークベニュー開発・活用促進

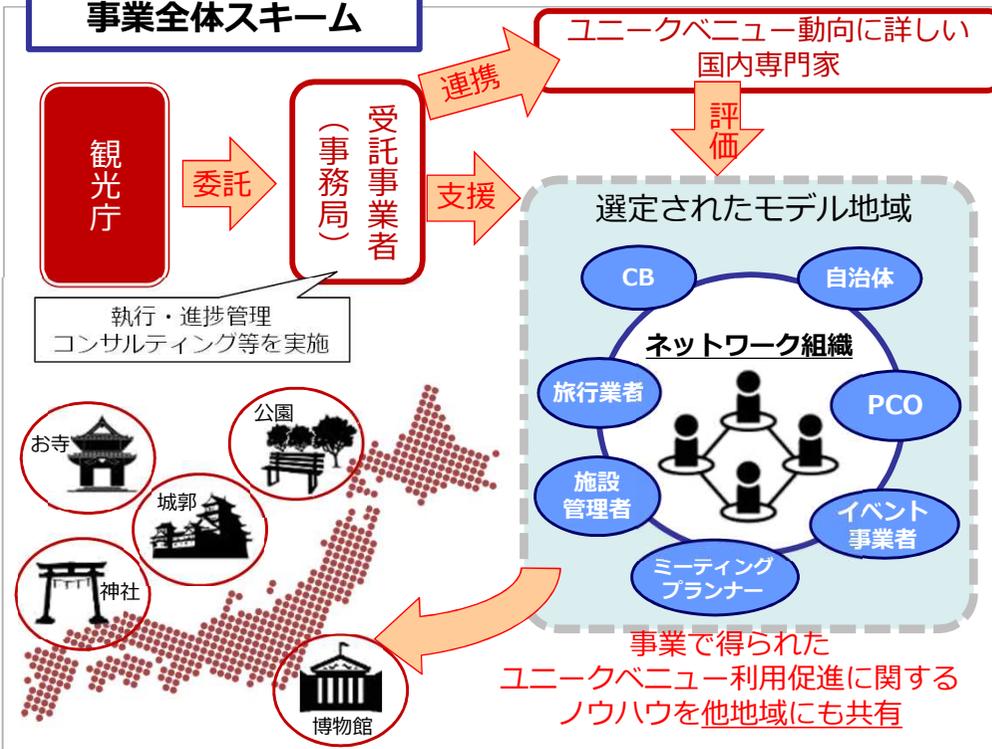
概要

- MICE誘致・開催にあたって、地域の司令塔となるCBと関係者間のネットワークを深めることで、自律的かつ継続的なユニークベニュー開発を促し、ユニークベニューの質の向上を図る。
- ユニークベニューに詳しい国内専門家を派遣し、採択地域の活動に対し「地域連携のモデル性」の評価を行う。
- 本事業を通じて得られたノウハウを他地域にも情報共有し、全国的なユニークベニュー利用促進の機運を醸成する。

応募主体

- CB・自治体を中心に、同一エリア内のMICE推進やユニークベニュー開発を目的に組成された、あるいは組成される見込みのネットワーク組織
- 【構成団体例】
CB、自治体、施設管理者、会議運営事業者、イベント企画・運営事業者、旅行業者、ミーティングプランナー 等

事業全体スキーム



募集期間

平成30年3月30日（金）～6月8日（金）



支援内容

- 1件あたり8,000千円（税込）を上限とし、3件程度を採択予定。

【支援対象事業】

- ① モデルイベントの開催
（ユニークベニューを利用したモデルイベントの開催、これに付随した効果検証等）
- ② ユニークベニュー普及啓発・情報発信
（地域の関係者を対象としたセミナーの開催、プロモーションツール作成、マーケティング調査等）
- ③ 本事業の実施にあたって必要な会議の開催
- ④ その他、観光庁が必要と認める事業

(3) 幅広い業界とのTEAM JAPAN による総力を挙げた誘致体制の構築

関係府省MICE支援アクションプラン「中間とりまとめ」(概要)

(1) TEAM JAPANによる総力を挙げた誘致体制の構築

- 国際会議の誘致に向けた円滑な支援体制の構築
- MICE推進関係府省連絡会議の活用

(2) 開催地としての魅力向上

- 国が開催に関わる会議におけるユニークベニューの積極的活用
- 国立施設の円滑な利用に向けた取組
- 魅力的で多様なMICE (特にM・I) 商品開発に向けてのニーズ調査

(3) 誘致力の更なる強化

- JNTO・JETRO・在外公館等の連携による海外広報強化
- 国際会議誘致に対する意識向上の促進
- 国際会議の誘致支援に向けた日本学会議との連携
- 留学生OB人材へのアプローチの強化

(4) その他

- MICE施設の運営・整備のコンセッション方式の導入促進
- 大型スポーツイベントの日本開催を契機としたスポーツMICEの取組
- 展示会分野でのインバウンド促進

● 「国が開催に関わる会議におけるユニークベニューの積極的活用

「持続可能な観光国際年」を踏まえた国際観光会議等実施事業におけるユニークベニューの活用事例



岡山城 (岡山)



海の博物館 (三重・鳥羽)



山形美術館 (山形)

(3) 幅広い業界とのTEAM JAPAN による総力を挙げた誘致体制の構築

「魅力的で多様なMICE（特にM・I）商品開発に向けてのニーズ調査

CSRを中心としたMICE商品海外事例調査事業

概要

海外先進4都市（コペンハーゲン・サラワク・タスマニア・チェジュ）のCSR活動を中心としたMICE商品開発・提供事例の調査を行う。また、このうち1つの都市を選定し、国内の地域CBを対象にCSRプログラムや研修を体験する海外事例研修を実施。ここで、得た知見を活かし、CSR活動を中心としたMICEコンテンツ開発の素地作りを行う。

海外事例研修

■ 日時：平成30年2月22日～23日

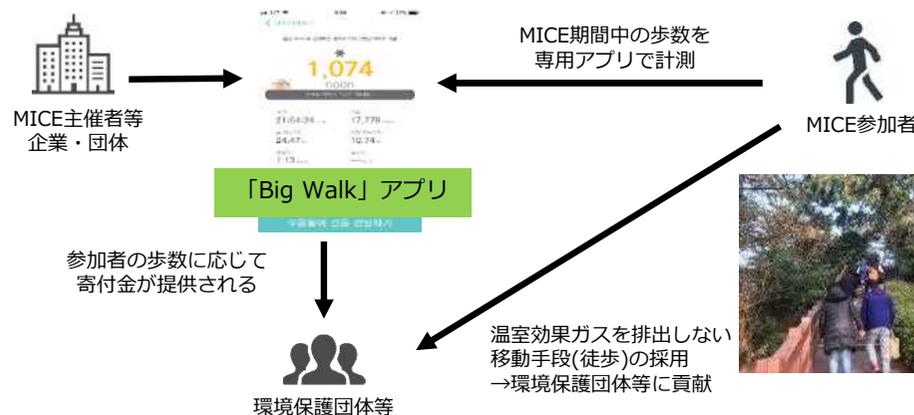
■ 場所：韓国チェジュ

■ 参加都市：札幌、北九州、沖縄

CSRプログラム事例①：社会福祉法人「平和の村」ソーセージづくり



CSRプログラム事例②：Big Walkプログラム



参考：地域ネットワーク組成事例 「グローバルMICE都市 12都市」

| 地域 | 名称 | 最新活動情報 | 地域 | 名称 | 最新活動情報 |
|--------|---------------------------------|-------------|-----|----------------------|------------|
| 東京 | 「東京都MICE連携推進協議会」 | 平成30年2月6日 | 札幌 | 「さっぽろMICE推進委員会」 | 平成29年4月27日 |
| 横浜 | 「MICEワーキング」 | 平成30年3月27日 | 仙台 | 「コンベンション推進専門委員会」 | 平成30年3月13日 |
| 愛知・名古屋 | 「愛知・名古屋MICE推進協議会」 | 平成30年1月31日 | 千葉 | 「千葉MICE DAY」 | 平成29年11月9日 |
| 京都 | 「京都市MICE会議」 | 平成30年3月26日 | 広島 | 「広島産学公連携MICE推進協議会」 | 平成30年3月29日 |
| 神戸 | 「神戸MICE誘致協議会」 | 平成30年1月26日 | 北九州 | 「北九州市グローバルMICE推進協議会」 | 平成30年3月20日 |
| 大阪 | 「大阪MICE推進委員会」 | 平成29年12月11日 | | | |
| 福岡 | 「Meeting Place Fukuoka 企画運営委員会」 | 平成30年3月13日 | | | |

(3) 幅広い業界とのTEAM JAPAN による総力を挙げた誘致体制の構築

● MICE全般における経団連、商工会議所等と連携した取り組み強化

「2国間経済合同委員会」を活用したプロモーションの実施

海外の企業及び参加本邦企業に対して、自社ミーティング・自社及び取引企業のインセンティブ旅行誘致活動を行うにあたり、国の代表企業が集う2国間経済合同委員会の場で、MICEプロモーションツールの配布等、プロモーション機会の醸成。

「日本・香港経済合同委員会」

- **概要**：貿易、投資、その他の経済協力の促進を目的に、
商社、物流、金融、貿易、製造業、ゼネコン、インフラ、技術、エンジニアリングなどの企業によって構成される。
- **日時**：第37回 2018年3月28日（水）
於：経団連会館
- **参加者**：香港・日本経済委員会参加企業 / 日本・香港経済委員会参加企業
- **スピーカー**：全日本空輸株式会社 前田隆平 常勤顧問

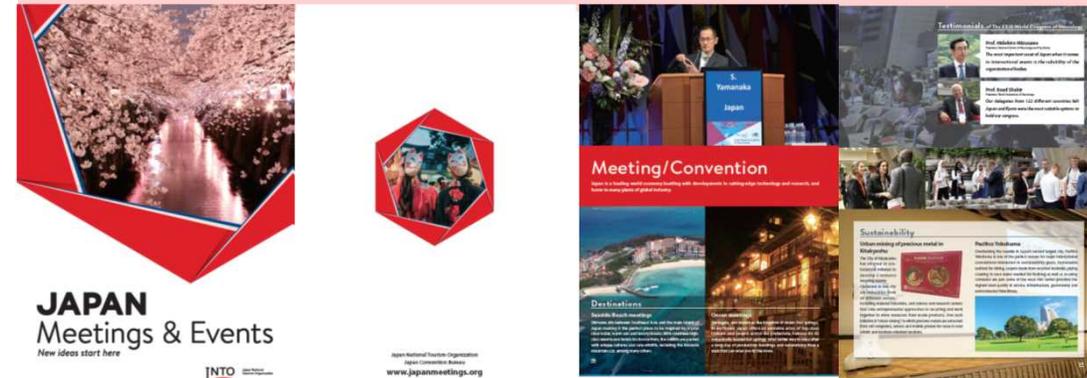
在外事務所を持つJNTO・JETRO・在外公館等の連携によるプロモーション活動の実施

日系企業へのアプローチ

世界83カ所の在外日本人商工会議所では、定期的に現法支社長クラス参加の委員会や講習会等を実施。この場を活用し、ミーティング・インセンティブの分野におけるプロモーションを実施予定。

在外日本商工会議所との連携

海外進出日系企業に対して、自社及び取引企業のインセンティブ旅行誘致活動を行うにあたり、多くの企業が集う在外日本人商工会議所で定期開催されるセミナーや、各部会でプレゼンの機会を作る。



MICEプロモーションツール

(3) 幅広い業界とのTEAM JAPAN による総力を挙げた誘致体制の構築

● MICE施設の運営・整備のコンセッション方式の導入促進

愛知県国際展示場



愛知県国際展示場外観イメージ

【決定優先交渉権者】

前田・GL eventsグループ
 代表企業：GL events SA
 構成企業：前田建設工業株式会社
 協力会社：株式会社KSAインターナショナル

【施設概要】

| | 展示ホール | 会議室 |
|------|----------------------------|---------------------------------------|
| 所在地 | 常滑市セントレア五丁目地内（一部 四丁目地内） | |
| 面積 | 約28.7ha（敷地面積） | |
| 施設規模 | A: 10,000㎡ B: 10,000×5室 | 300㎡×1室、200㎡×5室、100㎡×5室、50㎡×5室、30㎡×2室 |

【今後の主な予定】

平成30年 4月 実施契約の締結及び公表
 平成31年 9月 事業開始

みなとみらい 21 中央地区 20街区MICE 施設



20街区MICE施設外観イメージ

【運営事業者】

(株)横浜国際平和会議場

【施設概要】

| | 多目的ホール | 会議室 |
|------|---------------------------|------------------------------------|
| 所在地 | 横浜市西区みなとみらい一丁目9番ほか | |
| 面積 | 約21,000㎡（敷地面積） | |
| 施設規模 | 7,604㎡ (ホワイエ含め10,007㎡) | 6,562㎡ (大会議室8室、中会議室10室、小会議室12室) |

【今後の主な予定】

平成32年 4月 事業開始

<参考> 全国各地での公設MICE施設の拡張、新設

- ・ 札幌：MICE複合施設の新設
- ・ 仙台：仙台国際センター（3千m²拡張）
- ・ 高崎：MICE複合施設の建設
- ・ 東京：東京ビッグサイト（4万m²拡張）
- ・ 横浜：パシフィコ横浜（1万m²拡張）
- ・ 名古屋（大規模展示場6万m²の新設）
- ・ 京都：国立京都国際会館の拡張
- ・ 奈良：2000名規模の国際会議場の新設
- ・ 神戸：神戸国際会議場・展示場の立て直し検討
- ・ 姫路：MICE複合施設の新設
- ・ 福岡：福岡国際展示場（5千m²の拡張）
- ・ 長崎：MICE複合施設の新設
- ・ 熊本：MICE複合施設の新設
- ・ 沖縄：MICE複合施設の新設

● MICE関連団体による人材育成プログラムの役割分担と三者連携した「MICE人材育成協議会」の設置

MICE人材育成協議会の開催

観光庁、JNTO、(一社)日本コンgresコンベンションビューロー(JCCB)、(一社)日本コンベンション協会(JCMA)等から構成された「MICE人材育成協議会」を設置し、人材育成プログラム提供対象者及びカリキュラム内容、我が国のMICEプレイヤー育成モデル(あるべき姿とアクションプランの設計等)について検討。

MICE人材育成協議会 開催概要

- 日時：第1回 平成29年10月23日(月) 14:00~16:00
第2回 平成30年 1月26日(金) 14:00~16:00
- 構成員：JNTO・JCCB・JCMA・MPI・日展協・東京観光財団
- 事務局：観光庁



今後の取組

① MICE関連セミナーの情報共有化

- ◆ MICE関連団体間における各団体セミナーの開催内容の共有化。
- ◆ JNTOホームページにおいてMICE関連セミナーの実施団体の紹介

② 産学連携による中核人材育成

- ◆ 横浜商科大学が平成30年度「観光産業の中核人材育成・強化事業」(※)に採択されたことによるMICE人材育成協議会との連携。

③ インターンシップ受入推進事業

- ◆ 学生インターンシップの調査分析

1. 観光を取り巻く現状とMICEの意義
2. MICEの現状
3. 政府におけるMICEの位置付けと具体的施策
- 4. MICEの今後**

今後を考える上での視点

① 様々な変化

- 市民：外国人受入姿勢
- 政府：文化財で稼ぐ（文化庁「文化経済戦略」平成29年12月策定）
- 地方都市：MICE施設の新設・拡張、コンセッション方式の導入など

② 大型イベント

- RWC(2019)、東京五輪(2020)、マスターズ(2021)、大阪万博(2025)

③ 誘致型 + 創造型（日本主催・主導型）

- 輸出振興（インセンティブとのコラボレーション）、国際イノベーション会議（大阪）等
（*）国内イベントの国際化

④ 好かれるMICE（メリット享受の多角化）

- 市民セミナー、社会的課題解決（若者国際化、人生100年時代）等

⑤ beyond MICE

- テクノロジー・遊休資産などの活用、新たなニーズ対応(SDGsなど)

⑥ クラスタとしての集客



Japan. Meetings & Events
New ideas start here