

平成30年度
MICEによるレガシー効果等調査事業
レガシー効果事例集

平成31年3月

観光庁

1. 調査の概要及び本資料の活用方法	2
2. レガシー効果の定義と分類体系	8
3. 調査対象催事の詳細	15
4. 受益者別レガシー効果事例	57
5. 今後の取り組みの方向性	74

本調査の背景・目的

- 日本で開催されるMICEには数多くの海外ビジネス客が参加している。MICE開催に際して、その参加者が支出する宿泊、交通、飲食等の消費以外にも、企画・運営費や施設利用費設営費、プログラム費等、多額の主催者消費額が発生する。また、展示会・見本市等の一部催事においては出展者等の消費も見込まれる。このような多様な主体による消費増加効果が期待できるMICEは、その開催地や日本に大きな経済波及効果を与えている。
- 観光庁では2016年度(平成28年度)に「MICEの経済波及効果及び市場調査事業」において、日本で開催された国際会議(Convention)の経済波及効果等の算出を実施している。また、2017年度(平成29年度)には「MICEの経済波及効果算出等事業」において、企業会議(Meeting)、企業の報奨・研修旅行(Incentive)及び展示会・見本市等(Exhibition)の経済波及効果等を算出し、国際会議(Convention)の数値と合算することで、2016年(平成28年)に国内で開催された国際MICE全体の経済波及効果を算出している。
- 一方で、MICEがもたらす効果は経済波及効果だけではなく、ビジネス機会やイノベーションの創出、研究促進等の経済波及効果以外の効果(以下、レガシー効果という)も生み出し、開催地域を中心に開催後も中長期的に好影響をもたらすとされている。しかしながら、こうしたレガシー効果についてはこれまで定性的な情報は多くあったものの、具体的かつ整理された情報がない状況である。
- 本調査では、MICEの誘致・開催により企業や地域にもたらされるレガシー効果について詳細に調査を行い、レガシー効果によってもたらされるメリットを明確化することで、MICEの誘致・開催の必要性や意義を開催地域だけではなく幅広い産業へ普及啓蒙することを目的とする。

本資料の構成

・ 本資料は、以下のような内容で資料が構成されている

1. 調査の概要及び本資料の活用方法

2. レガシー効果の定義と分類体系

3. 調査対象催事の詳細

4. 受益者別レガシー効果事例

5. 今後の取り組みの方向性

資料イメージ

1 調査の概要及び本資料の活用方法

(参考) 本調査の実施概要

本資料に収録されている事業実施の調査概要

実施概要

実施概要

実施概要

実施概要

実施概要

2 レガシー効果の定義と分類体系

本調査における「レガシー効果」の定義

レガシー効果の分類体系

MICEの誘致・開催に伴う効果

経済波及効果

経済波及効果

経済波及効果

経済波及効果

経済波及効果

3 調査対象催事の概要

①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)

1. イベント概要

開催地

開催期間

開催趣旨

開催内容

開催趣旨

開催内容

開催趣旨

開催内容

4 受益者別レガシー効果事例

市民へのレガシー効果事例 (1/6)

受益者別

受益者別

受益者別

受益者別

受益者別

受益者別

5 今後の取り組みの方向性

レガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

MICEによるレガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

MICEによるレガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

MICEによるレガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

MICEによるレガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

1 調査の概要及び本資料の活用方法

本資料の主要な索引パターン

本資料の主要な索引パターン

本資料の主要な索引パターン

本資料の主要な索引パターン

本資料の主要な索引パターン

2 レガシー効果の定義と分類体系

レガシー効果の分類体系

レガシー効果の分類体系

レガシー効果の分類体系

レガシー効果の分類体系

レガシー効果の分類体系

3 調査対象催事の概要

①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)

2. レガシー効果の概要

レガシー効果の概要

レガシー効果の概要

レガシー効果の概要

レガシー効果の概要

4 受益者別レガシー効果事例

行政組織へのレガシー効果事例 (1/3)

行政組織へのレガシー効果事例

行政組織へのレガシー効果事例

行政組織へのレガシー効果事例

行政組織へのレガシー効果事例

5 今後の取り組みの方向性

(参考) MICEのレガシー効果に関するシドニーCBIの取り組み

MICEのレガシー効果に関するシドニーCBIの取り組み

MICEのレガシー効果に関するシドニーCBIの取り組み

MICEのレガシー効果に関するシドニーCBIの取り組み

MICEのレガシー効果に関するシドニーCBIの取り組み

主な内容

- ・ 本調査の背景・目的
- ・ 本調査の実施概要
- ・ 調査対象催事一覧
- ・ 本資料の主要な索引パターン
- ・ 本調査におけるレガシー効果の定義
- ・ レガシー効果の分類体系
- ・ 開催地のレガシー効果が発生する仕組み
- ・ 受益者別のレガシー効果事例集
- ・ 一目でわかるMICEのレガシー効果
- ・ 調査対象催事ごとの催事の詳細・レガシー効果事例集
- ・ 本調査から得られた気づき
- ・ レガシー効果の活用・最大化に向けた方向性
- ・ シドニーCBIによるレガシー効果への取り組み

ページ

p. 4~

p. 8~

p. 15~

p. 57~

p. 74~

(参考) 本調査の実施概要

本資料に掲載されている事例調査の実施概要

調査方法	文献調査	<ul style="list-style-type: none"> 過去に国内外で開催された催事のうち、特にレガシー効果が幅広く発生している可能性が高い催事を調査対象として特定するため、開催実績や内容について公開情報を元に情報収集 調査対象として特定された催事について、開催内容や関連イベントに関する情報を収集
	ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象催事の誘致・企画・運営に関わった開催地の関係者や、関連イベントの関係者に対して、把握されている開催地へのレガシー効果についてヒアリングを実施
	アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象催事の開催当時、開催地に在住または在勤していた市民に対して、当該催事のレガシー効果に関するアンケート調査を実施(一部の催事のみ対象)
調査対象	調査対象選定基準	<ul style="list-style-type: none"> 国内及び海外において過去に開催された催事の中から、<u>開催都市や開催分野が偏らないよう配慮し、幅広い関係者の関与や多様な関連イベントの実施が確認できた催事</u>を中心に選定 開催直後だけでなく数年後にレガシー効果が発生・継続する可能性もあることから、特に国際会議【C】及び展示会・見本市【E】については、<u>開催後5年以上が経過している催事</u>を中心に選定
	調査対象催事	<ul style="list-style-type: none"> (次ページに一覧を掲載)

調査対象催事一覧

- 前述の調査選定基準に基づき選定した10の催事について、レガシー効果をまとめた

開催地	#	種類	催事名	分野	催事の概要	参照ページ
グローバルMICE都市	1	C	第4回・第5回 アフリカ開発会議 (TICAD)	社会	アフリカの開発をテーマとする国際会議。1993年以降、日本政府が主導し、国連等と共同で開催。関連事業は、横浜市のほか、地元関係団体、NGO・NPO等種々の主催者により行われ、関連イベントは数十にのぼる	p. 18
	2	E	テクニカルショウ ヨコハマ	産業機械全般・異業種交流	神奈川県下最大の工業技術・製品に関する総合見本市。展示会の他に、中小企業経営に関するセミナーや開催年で注目されているテーマに関するセミナーを多数開催	p. 21
	3	E	バリアフリー	健康・福祉・美容	福祉に関する幅広い情報を提供する西日本最大級の総合福祉展。ワークショップやセミナー等、福祉関係者向けのイベントの他、「おむつコーナー」等、広く一般の来場者に向けたブースも多数設置	p. 25
グローバルMICE都市以外	4	M	香川県における 企業会議	主に芸術	主に芸術による地方創生をテーマに、世界各国の行政関係者を受け入れ、関係施設等の視察や行政関係者間の会議やワークショップを開催	p. 30
	5	I	福島県における 報奨・研修旅行	主に復興・防災	主に震災復興や防災をテーマに、学生から社会人等幅広い団体の研修旅行を受け入れ、被災した市民との交流やボランティア活動の機会を提供	p. 32
	6	C	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	科学・技術・自然	学術研究成果発表を通じて火山研究の発展や研究成果の普及を目的とした国際学会。会期中は一般市民にも公開されたシンポジウムや国内外の火山紹介、体験のできる「ふれあい火山フェア」等を同時開催	p. 34
	7	C	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	芸術・文化・教育	世界中から盆栽・水石のバイヤーや愛好者らが参加する国際会議。開催期間中、盆栽作家らによるデモンストレーションや講座等の他、盆栽のオークション、産地見学、栗林公園のライトアップ等を開催	p. 39
	8	E	びわ湖環境 ビジネスメッセ	環境・エネルギー	関西地域を中心とした環境ビジネスに取り組む企業・団体が環境製品、技術、サービス、ビジネスモデルを展示。環境関連ビジネスに関するセミナーや地域の企業訪問等も開催	p. 43
海外	9	C	SIGGRAPH ASIA 2017	科学・技術・自然	世界最大級のコンピュータグラフィックスとインタラクティブ技術に関する学会・展示会のアジア版。関連分野に関する論文発表やシンポジウムの他に、展示会や各種イベントも開催	p. 47
	10	E	London Tech Week	デジタル・テクノロジー	官民一体となってロンドンで開催されるヨーロッパ最大のテックフェスティバル。期間中には、それぞれ異なる団体が、市内中でネットワーキングイベントから、会議、展示会等の大小の無数のイベントを運営	p. 50

本資料の主要な索引パターン

- 本資料は、利用者が用途や場面に応じて最適な索引方法でレガシー効果の事例情報を参照することを目的とし、主に以下の3つのパターンにより、調査対象催事のレガシー効果事例（エピソード）の索引が可能となっている

本資料の主要な索引パターン

① 「受益者」索引

情報の掲載場所：

「4. 受益者別レガシー効果事例」

4. 受益者別レガシー効果事例

市民へのレガシー効果事例 (1/6)

レガシー小項目	催事	受益者	受益内容	詳細
2. 文化・芸術・スポーツ	パリアフリー	障がい者の市民	障がい者の市民は、展示会が開催されたことによって、地域のパリアフリー化が促進され、障がい者の市民が参加しやすくなった。	
4. 国際交流	国際交流	外国人の市民	外国人の市民は、展示会が開催されたことによって、地域の国際交流が促進され、外国人の市民が参加しやすくなった。	
5. 治安・防犯	防犯	市民	防犯意識が向上し、市民の安全が確保された。	
7. 福利厚生	福祉	高齢者の市民	高齢者の市民は、展示会が開催されたことによって、地域の福祉が促進され、高齢者の市民が参加しやすくなった。	

- 受益者種類ごとにレガシー効果事例が整理されているため、特定の受益者についてのみレガシー効果の事例を索引することが可能

② 「レガシー効果分類」索引

情報の掲載場所：

「3. 調査対象催事の詳細」

3. 調査対象催事の詳細

催事別レガシー効果事例対応表

※ 最終ページでは、調査対象催事ごとに、以下の表の黄色で示されているレガシー効果項目について、具体的な事例（エピソード）を紹介している

レガシー効果項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1. 自然環境の維持・改善																			
2. 交通・都市インフラの改善																			
3. 防災・防災力の向上																			
4. 国際交流の促進																			
5. 治安・防犯の向上																			
6. 福祉・高齢者の生活の向上																			
7. 教育・人材育成																			
8. 経済・産業の活性化																			
9. 観光・観光客の増加																			
10. 社会貢献・市民参加の向上																			

- 「催事別レガシー効果事例対応表」から、事例を参照したいレガシー効果について該当する催事を索引することが可能

③ 「催事タイプ」索引

情報の掲載場所：

「3. 調査対象催事の詳細」

3. 調査対象催事の詳細

本章の位置づけと調査対象催事一覧

※ 本章では、調査対象の催事ごとに詳細な開催概要とレガシー効果を記載している

※ 開催地や開催分野等、催事の特徴からレガシー効果を参照する際に活用することを目的としている

開催地	開催名	分野	レガシー効果の概要	市民	外国人	高齢者	子ども	障がい者
大阪府	大阪府国際交流フェスティバル	C	国際交流の促進	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府防災フェスティバル	E	防災力の向上	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府福祉フェスティバル	E	福祉・高齢者の生活の向上	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府教育フェスティバル	E	教育・人材育成	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府経済フェスティバル	E	経済・産業の活性化	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府観光フェスティバル	E	観光・観光客の増加	○	○	○	○	○
大阪府	大阪府社会貢献フェスティバル	E	社会貢献・市民参加の向上	○	○	○	○	○

- 開催都市や催事種別、開催分野等の特徴から、レガシー効果を参照したい催事を索引することが可能

次ページにて、上記の索引パターンを利用した目的別活用方法例を提示

本資料の目的別活用例

- 本資料は、前述の3つの索引方法を用いて、例えば以下のような場面で活用することを想定している
- その他、用途や場面に応じて、記載内容をカスタマイズして利用する素材として位置付けている

	レガシー効果について伝える相手	伝える目的	必要な受益者情報 (「誰にとっての」 レガシー効果を伝えるか)	左記の用途における 本資料の活用方法 (例)
<活用例①> 地域住民への 理解醸成	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の市民 • 開催地のメディア 	<ul style="list-style-type: none"> • 地域内でのMICE開催意義の理解 (機運醸成) • 交通規制等への理解醸成 	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の市民 	① 「受益者」索引 「4. 受益者別レガシー効果事例」から、「市民へのレガシー効果事例」ページの記載内容を参照 (p.59~)
<活用例②> 民間企業への 協力依頼	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の民間企業 • 開催地のメディア 	<ul style="list-style-type: none"> • テクニカルビジット等の受け入れ依頼 • スポンサー協力依頼 	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の民間企業 	① 「受益者」索引 「4. 受益者別レガシー効果事例」から、「民間組織へのレガシー効果事例」ページの記載内容を参照 (p.65~)
<活用例③> レガシー効果 最大化のための MICE企画	<ul style="list-style-type: none"> • 地方自治体・コンベンションビューロー 	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地へのレガシー効果が最大化されるようなイベント内容の企画 	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の全受益者 	③ 「催事タイプ」索引 「3.調査対象催事の詳細」から、自地域や誘致・開催予定の催事の特徴と共通点のある催事を特定し、当該催事の記載内容を参照 (p.16~)
<活用例④> 行政機関内部 でのMICE振興 (予算策定 含む)	<ul style="list-style-type: none"> • 地方自治体関係部署、首長、議員 	<ul style="list-style-type: none"> • MICE誘致・開催に関する意思決定・予算獲得 • MICE開催意義を周知することによる、部局間の連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> • 開催地の市民 • 開催地の団体 (民間企業、研究・教育機関、その他) • 地方自治体 	① 「受益者」索引 「4. 受益者別レガシー効果事例」から、特に重視したい受益者種類に関する記載内容を参照 (p.58~) ② 「レガシー効果分類」索引 「3.調査対象催事の詳細」内の「催事別レガシー効果事例対応表」から、特に発生させたいレガシー効果について、該当する催事を特定し、当該催事の記載内容を参照 (p.16~)
その他	必要に応じて利用者が設定			本資料の記載内容を素材として カスタマイズ

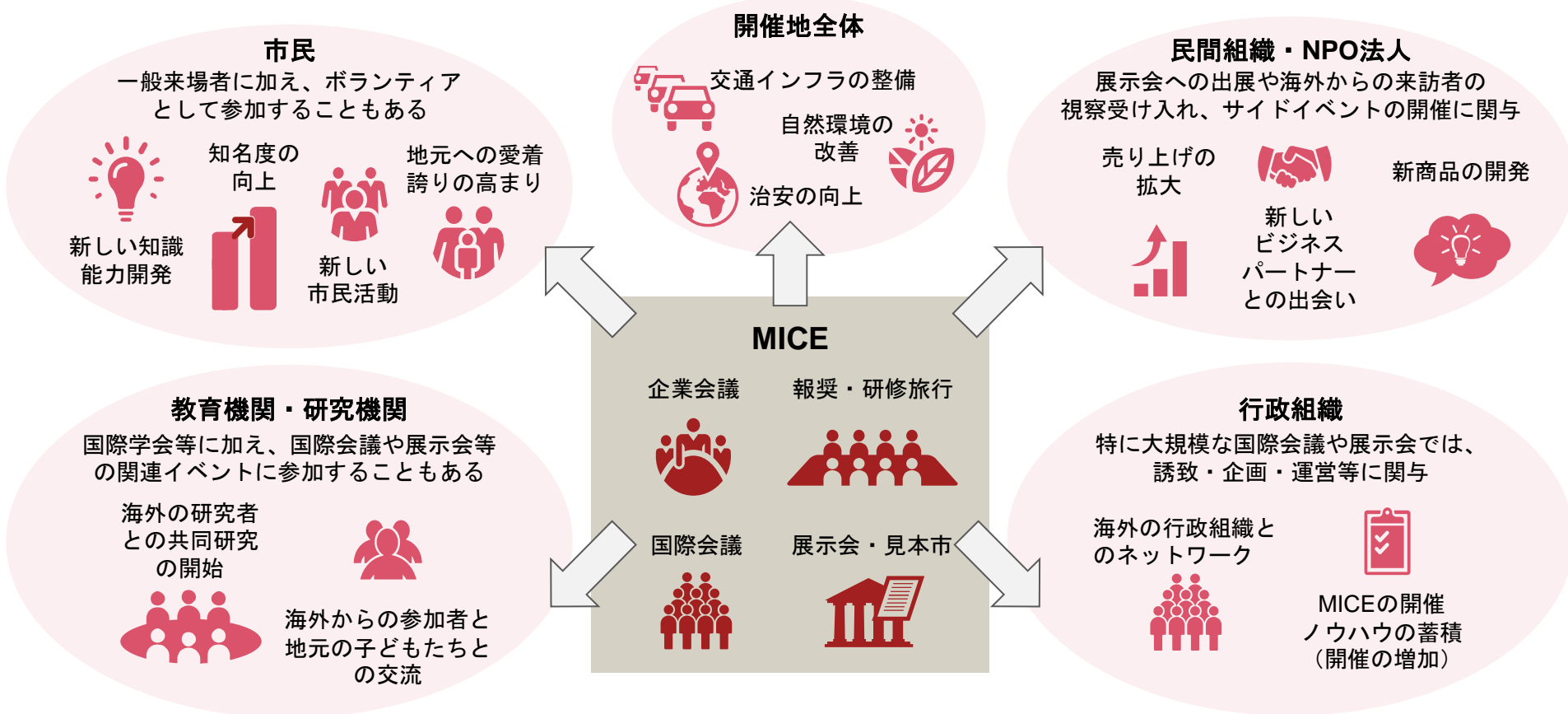
1. 調査の概要及び本資料の活用方法	2
2. レガシー効果の定義と分類体系	8
3. 調査対象催事の詳細	15
4. 受益者別レガシー効果事例	57
5. 今後の取り組みの方向性	74

一目でわかるMICEのレガシー効果

MICEが開催地にもたらす幅広い「レガシー効果」

MICEの開催は、開催地に大きな経済波及効果を生み出すだけでなく、幅広い関係者にビジネス機会や研究促進等の経済波及効果以外の効果（以下、レガシー効果という）を生み出し、中長期的に好影響をもたらす

レガシー効果の波及イメージ（一例）

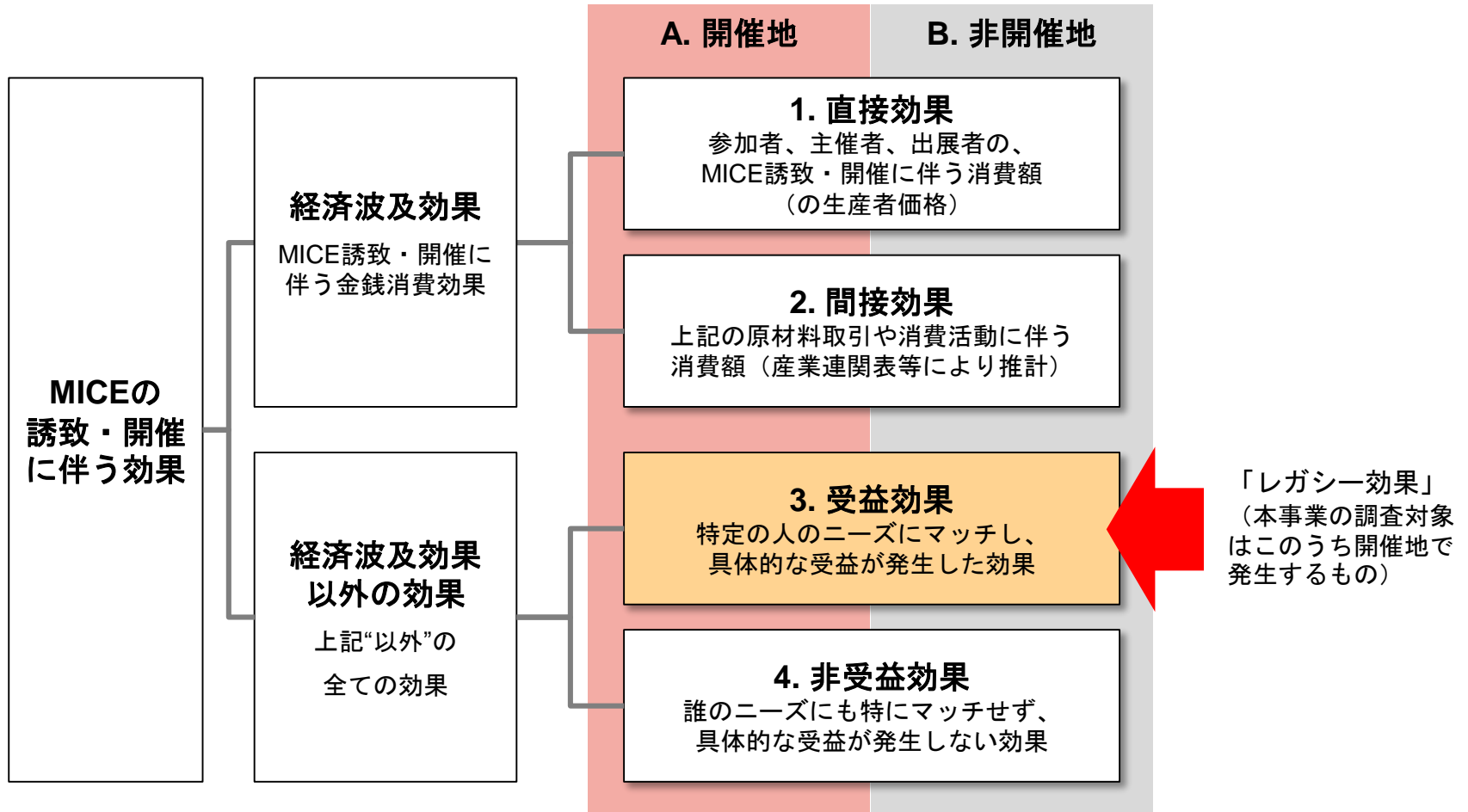


【MICE（マイス）とは...】

企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称です。

本調査における「レガシー効果」の定義

- 本調査における「レガシー効果」とは、下記における「3. 受益効果」であると定義し、本資料で記載している事例は、そのうち「A. 開催地」で発生するものを主としている

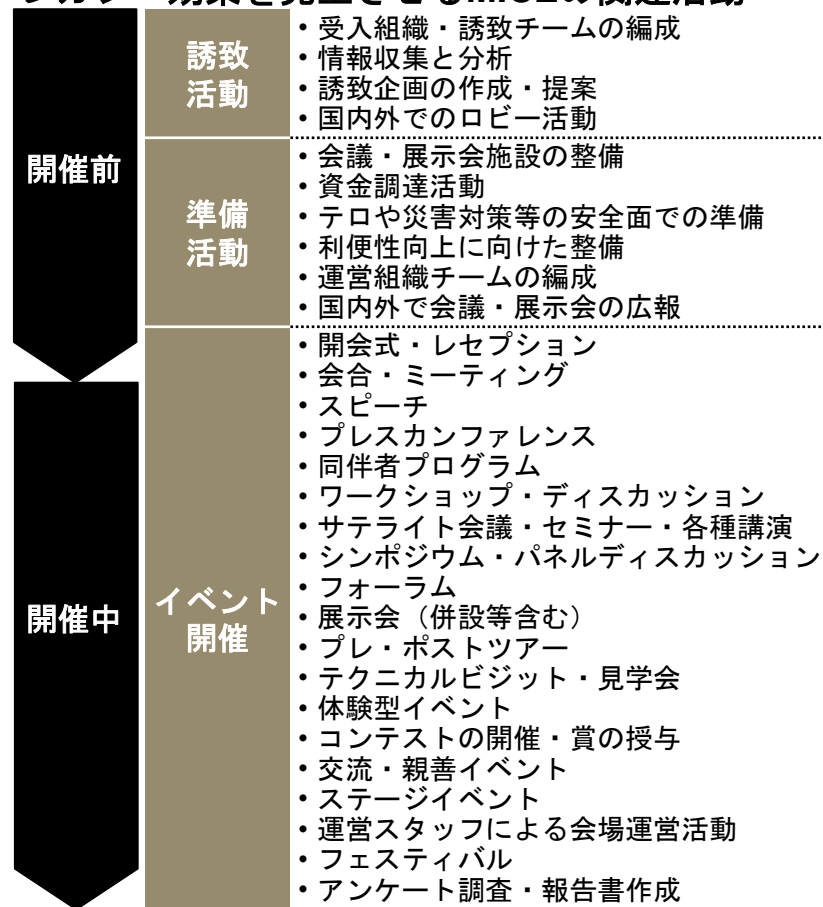


開催地のレガシー効果が発生する仕組み

- 開催地のレガシー効果は、MICEに関する開催前～開催中の様々な活動を通して、関与した様々な人に対してレガシー効果が発生する

開催地のレガシー効果発生の仕組み

レガシー効果を生じさせるMICEの関連活動



左記からの影響

関係者への影響

MICEの活動に何らかの形で関与する団体・個人

団体

- 行政組織
- 公益財団法人
- NPO・NGO
- 出展企業
- 協力企業
- 研究機関等



個人



- 運営委員
- 関連イベントの関係者等

- 一般来場者
- ボランティアスタッフ等



- 地域の生活者（在住者、在勤者等）

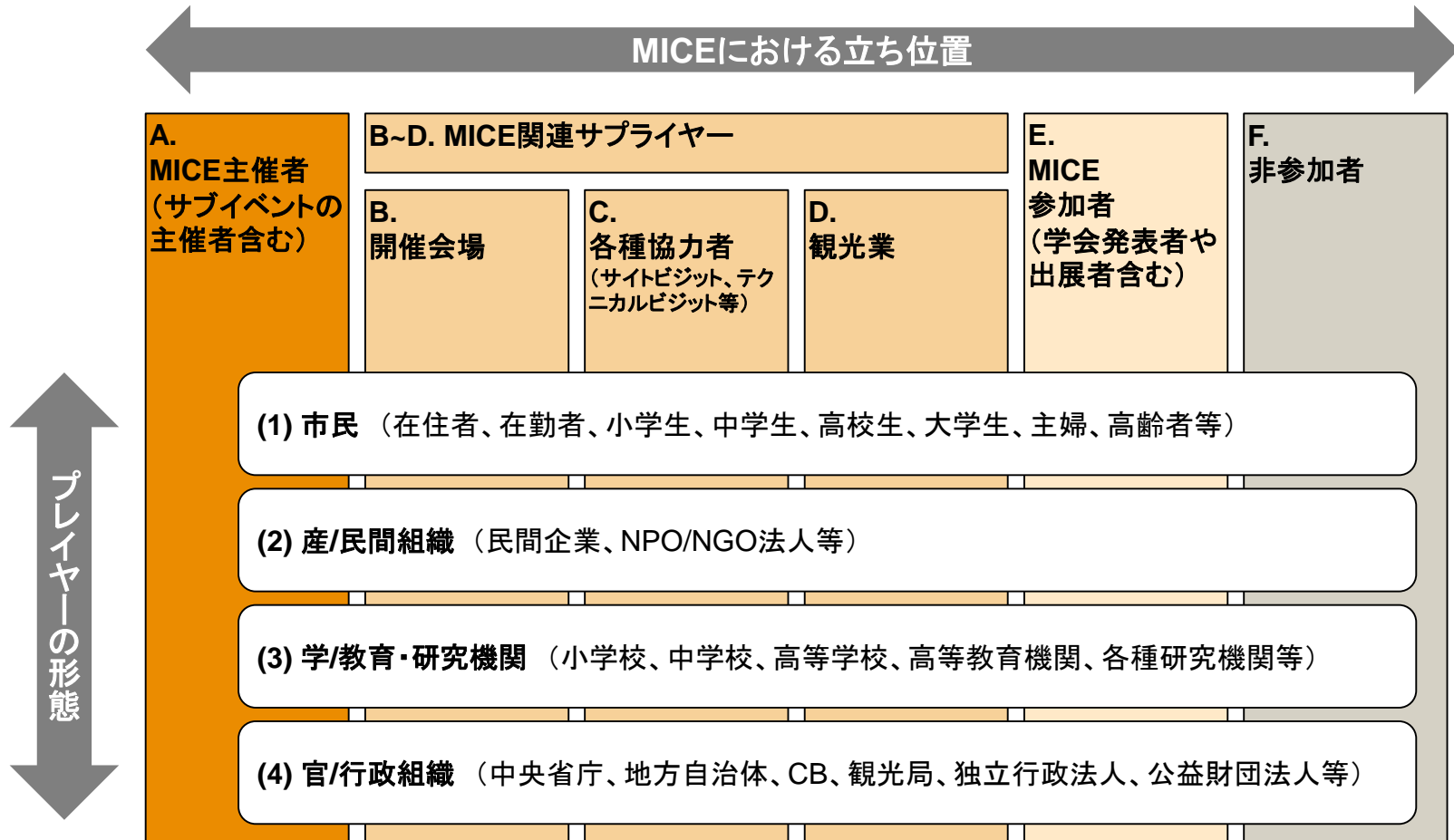
特定の団体や個人のニーズにマッチした効果

レガシー効果

MICE関係者の分類体系

- MICEの活動に何らかの形で関与する団体や個人は、以下のいずれかに該当する
- 関係者は、MICEにおける立ち位置と団体・個人、産学官といった形で種類別に分類される

MICE関係者の分類体系



レガシー効果の分類体系

- 本調査事業におけるレガシー効果の定義に該当する事象が、いずれかの項目に該当するようなレガシー効果の分類を、以下の通り体系化した
- 具体的に発生するレガシー効果には、催事分野や規模等によって固定化されたパターンがあるわけではなく、催事の企画内容（サイドイベントの有無等）や関係者の種類・規模等により、いずれのレガシー効果も発生し得る

※受益者分類の「個人」は、開催地の生活者や勤労者、「団体」は開催地の民間企業・民間組織、教育・研究機関、行政組織等を指す

主な受益者分類 (※)	#	小項目	レガシー効果の概要
A. 団体・個人両方が 受益者になり得る 効果	1	自然環境の維持・改善	開催を機に道路や街頭の植栽整備や環境保全が進むことで、自然環境が改善される
	2	交通・都市インフラの充足	開催に向けて電車の本数の増加や道路の整備等により、インフラが向上する
	3	衛生環境の維持・改善	開催に向けて町の清掃が行われることで、町がより清潔になる
	4	災害リスクの低減	開催を機に災害対策が強化されたり防災意識が高まることで、災害リスクが軽減される
	5	治安維持・改善	開催に際して犯罪やテロへの対策が強化されることにより、地域の治安が向上する
B. 主に個人が 受益者になり得る 効果	6	雇用機会の獲得	イベントへの関与や参加を通して、新しい仕事を見つける機会を獲得する
	7	能力開発・視野拡大機会の獲得	関連分野に関するスキルが向上したり、新しい考えや視点を獲得する
	8	能力活用機会の獲得	準備活動やイベントに関与することで、持っている能力を発揮する機会を獲得する
	9	知名度の向上	イベントをきっかけに、地域や開催分野の業界で個人の名前が知られるようになる
	10	地域や社会への愛着・ 帰属意識の形成・強化	地域でMICEが開催された事実や関連活動への関与・参加を通じて、開催地への愛着が高まる
	11	地域や社会への参加・ 貢献機会の獲得	ボランティア活動や募金活動等への参加を通じて、地域や社会に貢献する機会を得る
	12	健康維持・増進	イベントへの関与や参加を通して健康関係の知識を得たり、心身の健康が改善される
C. 主に団体が 受益者になり得る 効果	13	収入・売上の向上	補助金の獲得や新しい販路拡大の機会を獲得し、売上や収入が向上する
	14	コストの低減	より安価な調達先を見つけたり、新しい技術の開発によって、経営・運営コストが削減する
	15	知名度・ブランドの強化・安定化	イベントに参加した地元企業や組織が開催分野に関連づいたイメージが醸成される
	16	設備基盤の強化・安定化	イベントを機に、これまで使えなかった施設や設備が整備・修復・開放される
	17	人材基盤の強化・安定化	イベントへの関与や参加を通じて、人材のスキルや知識が向上したり、人材の発掘・採用につながる
	18	社会貢献・貢献力の向上	イベントへの参加や関与を通じて、組織が何らかの形で社会に貢献する能力や水準が向上する

(参考) 企業会議【M】及び報奨・研修旅行【I】のレガシー効果

- 企業会議【M】及び報奨・研修旅行【I】は、国際会議【C】や展示会・見本市【E】と比べ、一般的に開催地に発生するレガシー効果が限られる傾向がある
 - 基本的に企業内活動であるため、その内容は社外に公開・公表しない傾向がある
 - その結果、活動がホテルの会議室や特定の訪問施設に限られていることが多く、開催地での活動や関係者との接点が一般的に少なくなる
 - 催事への参加人数規模が相対的に国際会議【C】や展示会・見本市【E】より少ないことも一因か
- 開催地にレガシー効果が発生するのは、以下のような場合と考えられる
 - 企業会議【M】や報奨・研修旅行【I】の一環として、開催地の関係者と会議やワークショップ等を通じた交流が設定されている
 - 開催地でのボランティア活動やCSR活動等が旅程に組み込まれている
- 本調査では上記の観点から、開催地のレガシー効果が認められた日本国内の受け入れ地域を紹介している

1. 調査の概要及び本資料の活用方法	2
2. レガシー効果の定義と分類体系	8
3. 調査対象催事の詳細	15
4. 受益者別レガシー効果事例	57
5. 今後の取り組みの方向性	74

本章の位置づけと調査対象催事一覧

- 本章では、調査対象の催事ごとに詳細な開催概要とレガシー効果を記載している
- 開催地や開催分野等、催事の特徴からレガシー効果を参照する際に活用することを目的としている

主な受益者
(◎は特に注目すべき受益者)

開催地	#	催事名	種類	分野	レガシー効果の概要	主な受益者				
						市民	産	学	官	
グローバルMICE都市	神奈川県	1	第4回・第5回アフリカ開発会議(TICAD)	C	社会	幅広い立場の関係者を巻き込んだ多彩な関連イベントを通じて、地域の子供や若者が視野拡大や能力開発の機会を享受し、地域の国際交流施設においてアフリカ関連イベントが増加するきっかけになった。	○	○	◎	○
	神奈川県	2	テクニカルショウヨコハマ	E	産業機械全般・異業種交流	地域の中小企業が、自社の製品・技術を来場者にPRし、出展者同士でもネットワーキングを進めることで、将来的な商談成立につなげている他、社内人材の育成も実現。また地域の市民も、普段では得られない最新情報に触れる貴重な機会を得ている。	○	◎	○	○
	大阪府	3	バリアフリー	E	健康・福祉・美容	業界関係者と一般の方々の交流と、その場を支える多数のボランティアの活躍によって、出展者は、国内外の販路拡大の他、消費者から直接介護におけるニーズを把握し、来場者も、福祉関連の器具や介護の方法等の最新の情報を入手している。	○	◎	○	○
グローバルMICE都市以外	香川県	4	香川県における企業会議	M	主に芸術	世界各国の行政関係者に対して、香川県の施策をPRすることで、香川県知名度を向上させている上に、地方自治体同士の交流のきっかけを作っている。	○			◎
	福島県	5	福島県における報奨・研修旅行	I	主に復興・防災	海外からの訪問者に福島県の正確な現状を知ってもらうことで、福島県のイメージを改善している他、防災関連のワークショップやボランティア活動を通じて、開催地の関係者が新しい刺激を受け、施策やのちの活動に活かしている。	◎	○		○
	鹿児島県	6	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	C	科学・技術・自然	火山防災関係者間の連携緊密化により地域の火山防災水準が向上し、火山研究が促進されたことに加えて、地方自治体による火山防災分野における国際的な活動が強化された。	○		◎	◎
	香川県	7	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	芸術・文化・教育	開催地の既存特産品(盆栽)の輸出量の増加に加え、市民の間でも盆栽を楽しむ人の裾野が広がり、盆栽を楽しむ・学ぶために海外から来訪する人が増加した。また、学生や地域住民が、地域への貢献活動を通じて地域とのつながりを強化した。	○	◎	○	○
	滋賀県	8	びわ湖環境ビジネスメッセ	E	環境・エネルギー	地域の環境関連企業や研究機関がマッチングする場を通じて、出展者は、国内外の販路拡大、来場者は最新の環境技術に関する情報入手の場を継続的に獲得しており、地方自治体は、地域の環境産業を支援する自治体としての地位を確立している。	○	◎	○	○
海外	バンコク	9	SIGGRAPH ASIA 2017	C	科学・技術・自然	開催地の業界関係者から学生まで幅広い層が、世界の最先端の情報に触れる機会を入手し、かつタイの関連業界としても世界に発信する貴重な場を得ることで、MICE誘致・参加に関する知見や積極的な姿勢が、産学官の関係者間で広がっている。	○	○	◎	○
	ロンドン	10	London Tech Week	E	デジタル・テクノロジー	London Tech Weekの傘の下で、団体や個人が独自にイベントを主催することで、ベンチャー企業や学生等幅広い関係者が、情報収集やPR機会を獲得している他、結果的にロンドンの業界のハブとしての地位が向上している。	○	◎	○	○

催事別レガシー効果事例対応表

- ・ 後続ページでは、調査対象催事ごとに、以下の表の で示されているレガシー効果項目について、具体的な事例（エピソード）を紹介している

 後続ページに事例が紹介されているレガシー効果

レガシー効果項目			調査対象催事									
大項目	#	小項目	①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)	②テクニカルショーヨコハマ	③パリアフリー	④香川県における企業会議	⑤福島県における報奨・研修旅行	⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	⑦第11回アジア太平洋盆裁水石大会 (ASPAC)	⑧びわ湖環境ビジネスメッセ	⑨SIGGRA PH ASIA 2017	⑩London Tech Week
A. 団体・個人両方が受益者になり得る効果	1	自然環境の維持・改善										
	2	交通・都市インフラの充足										
	3	衛生環境の維持・改善										
	4	災害リスクの低減										
	5	治安維持・改善										
B. 主に個人が受益者になり得る効果	6	雇用機会の獲得										
	7	能力開発・視野拡大機会の獲得										
	8	能力活用機会の獲得										
	9	知名度の向上										
	10	地域や社会への愛着・帰属意識の形成・強化										
	11	地域や社会への参加・貢献機会の獲得										
	12	健康維持・増進										
C. 主に団体が受益者になり得る効果	13	収入・売上の向上										
	14	コストの低減										
	15	知名度・ブランドの強化・安定化										
	16	設備基盤の強化・安定化										
	17	人材基盤の強化・安定化										
	18	社会貢献・貢献力の向上										

①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)

1. イベント概要

主な受益者			
市民	産	学	官
○	○	◎	○

催事の基礎情報	
名称	第4回(2008年)・第5回(2013年) アフリカ開発会議 TICAD IV, V (The fourth/fifth Tokyo International Conference on African Development)
分野	社会
開催地	神奈川県横浜市
主催者	日本政府(外務省等)
参加者数	4,500人以上
参加国数	85か国(第4回)、8か国(第5回)
開催時期	第4回:2008年5月28日 - 5月30日 第5回:2013年6月1日 - 6月03日
概要	<ul style="list-style-type: none"> アフリカの開発をテーマとする国際会議で、1993年以降、日本政府が主導し、国連、国連開発計画(UNDP)、アフリカ連合委員会(AUC)及び世界銀行と共同で開催 2008年の第4回アフリカ開発会議は、東京以外の都市で行われた初めての回。横浜市は、同年5月の1か月間を「アフリカ月間」と決め、アフリカに関連する企画を集中的に実施。関連事業は、横浜市のほか、外務省や国際機関、地元関係団体、NGO・NPO等種々の主催者により行われ、イベントの数は全体で80以上にのぼる

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



各国首脳が集まる様子



都筑区とボツワナの交流



(横浜市提供)




TICAD学生プロジェクト参加者が、TICADの会議で発表する様子

出所：外務省アフリカ開発会議HP、内閣広報室、横浜市(写真提供)、TICAD学生プロジェクトHP、他公開情報

①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)

2. レガシー効果の概観

サイドイベントを通じて、地域の子供や若者が視野拡大や能力開発の機会を享受し、国際交流施設ではアフリカ関連イベントが増加した

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得  子供たちに 交流の意義 について説 明する様子	横浜市内の小学生	アフリカに関する知見向上、世界への視野拡大	<ul style="list-style-type: none"> TICADのサイドイベントをきっかけに地域の国際交流施設が開始した、アフリカと横浜市内の小学校の絵画交換事業（「都筑・ボツワナ交流児童画展」）を通して、多くの小学生がアフリカへの関心を高めた【これまでに600名以上の小学生が参加】
		関東圏を中心とする全国の大学生	アフリカに関する知見向上、世界への視野拡大	<ul style="list-style-type: none"> 大学生が主体となってサイドイベントの企画・運営を行った「学生プロジェクト」の参加学生の多くが、その後、アフリカや開発に関連した職業に就いた【100名以上の日本人学生がプロジェクトに関与】
行政組織 (地方自治体・CB等)	#15 知名度・ブランドの 強化・安定化 #18 社会貢献・貢献力の 向上	横浜市のMICE関係団体	MICE開催地としてのPR	<ul style="list-style-type: none"> 大規模な国際MICEが開催できる自治体としてのブランディングが向上し、横浜市のMICE関係団体が他のMICEを誘致する際の強いアピール材料を得た
		横浜市内の国際交流施設	地域イベント数の増加、知名度向上	<ul style="list-style-type: none"> 地域の国際交流施設が、TICADのサイドイベントで親交を深めたアフリカ諸国の大使館等から協力を受け、アフリカ関連イベントを以前よりも活発化させた

①第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)

3. レガシー効果に関する声

大型国際イベントを通じて、市民は、地域の治安改善だけでなく、知名度の向上や地域への愛着を感じている

市民アンケートの回答 (n=150)

#5 治安維持・改善

犯罪やテロ等に対してより安全な街になった

- 街中に警察官の姿が見えるようになった (40代、男性)
- 世界的なイベントが行われることで、行政機関に安全に対する使命感が出たように思う (40代、男性)
- 警備をしっかりとするようになり、ノウハウが身に付いたと思われる (20代、女性)

#9 知名度の向上

自分の町でイベントが開催されたことで、町や学校、会社等が今までより有名になった

- イベントを主催した企業が地元の広報誌に取り上げられたことで、一般への知名度が上がったと感じた (40代、男性)
- 今まで以上に行政機関が努力していることが実感できた (60代、男性)
- 会議名称が新聞・テキスト等に紹介されて、会議の内容が世界にとって大切な内容であると理解できた (50代、男性)

#10 地域や社会への愛着・帰属意識の形成・強化

自分の町にこれまで以上に愛着がわいた

- 大きな国際会議が開催されるという事に自分の住んでいるエリアが使われるのは誇らしい気持ちになる (30代、女性)
- これまでより更に知名度とイメージアップにつながったと感じました。 (40代、女性)
- こうしたイベントが行われている都市ということを誇りに感じる (30代、女性)

アンケート調査概要

対象催事：第4回・第5回アフリカ開発会議

対象者：開催時に、開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの方

回答者数：計150人 (対象事例を認知している回答者を中心に回答を収集)

配信日：2018年12月22日から12月27日まで

出所：アンケート調査

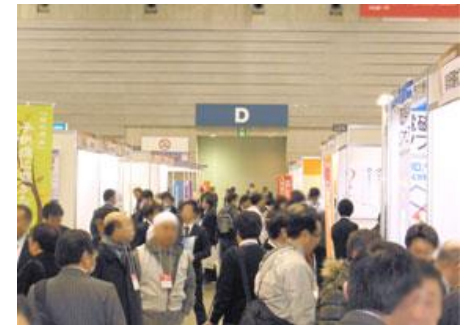
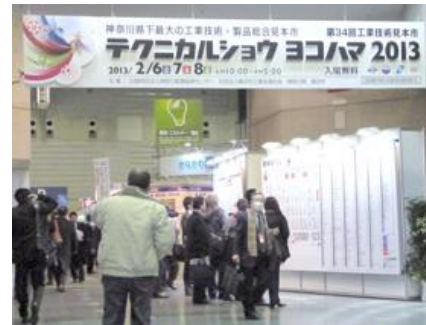
②テクニカルショウヨコハマ

1. イベント概要

主な受益者			
市	産	学	官
○	◎	○	○

催事の基礎情報	
名称	テクニカルショウヨコハマ
分野	産業機械全般・異業種交流
開催地	神奈川県横浜市 パシフィコ横浜
主催者	神奈川産業振興センター、横浜市工業会連合会、神奈川県、横浜市（2018年）
参加者数	29,118人（2013年） 36,056人（2018年）
出展者数	498社（2013年） 800社（2018年）
開催時期	1980年から毎年2月に開催
概要	<ul style="list-style-type: none"> 神奈川県下最大の工業技術・製品に関する総合見本市。エレクトロニクス関連、ソフトウェア、産業用機器、環境・防災・エネルギー関連機器等、各種産業の動向に大きな影響を与える最新技術・製品を紹介してきた 展示会の他に、中小企業経営に関するセミナーや開催年で注目されているテーマに関するセミナーを多数開催 近年では、ものづくりや製造業に対する理解を深めるため、神奈川県内の高校生を対象に、ものづくり企業紹介フェアを開催し、中小企業経営者の講演と展示会の見学会を実施している

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



会場の様子

多くの出展ブースがあり、業界関係者や一般の方々であふれている



セミナーの様子



来場した高校生に製品を説明

②テクニカルショウヨコハマ


2. レガシー効果の概観 (1/2)

地域の中企業がPRや人材育成の貴重な機会を得ている他、学生等の市民が地域産業や製造業への理解を深める場として活用している

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細(★)後続ページに詳細情報あり
市民	#6 雇用機会の獲得	神奈川県 の学生	雇用機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 地域の学生が、「ものづくり企業紹介フェア」や実際の展示会を回覧することで、実際の就職先候補を見つけたり、就職活動時に有意義な情報を収集している
	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	神奈川県 の高校生	製造業に関する 知見向上、地域 への愛着強化	<ul style="list-style-type: none"> 地域の高校生が、「ものづくり企業紹介フェア」にて実際に地域の中小企業で働く方々から話を聞き、その後展示会も回ることで、普段の日常生活では触れる機会のない地域の製造業や中小企業について知見を深めている【参加者数百名】
		神奈川県 の大学生	製造業に関する 知見向上	<ul style="list-style-type: none"> 地域の大学生が、展示会でアンケートを行って結果を分析し、主催者に対し今後の方向性を提案する活動を通じて、学外で社会現象を学習する貴重な機会を得た
		定年退職した 市民	製造業に関する 知見向上	<ul style="list-style-type: none"> 定年退職された方が、展示会回覧を通して、地域の企業の動向やモノづくりの技術に関して最新情報を収集し知見を高める貴重な機会を得られた
民間組織	#13 収入・売上の向上	神奈川県 の製造業者	新しい販路・商 談機会を獲得	<ul style="list-style-type: none"> 約3万人の来場者、及び出展企業に対して、自社製品・技術をPRすることで、新しい販路を確保する貴重な機会を得、実際に将来的な商談成立につなげている【毎年80%以上の出展者は「成果があった」とアンケートにて回答】
		神奈川県 の製造業者	新しい販路確保 の場の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 出展者同士が出展を機にお互いのネットワーキングを進めて情報交換を行い、国内外の大規模な別の展示会に地域横断のコンソーシアムを組んで参加することで、新たな販路確保の場を更に拡大している(★)

②テクニカルショウヨコハマ

2. レガシー効果の概観 (2/2)

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細(★)後続ページに詳細情報あり	
民間組織	#15 知名度・ブランドの強化・安定化	神奈川県 製造業者	PR機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 従来出展していなかった地域の中小企業が、出展企業から出展ノウハウを学んで出展を促され、自社製品・技術のPRの機会を得ている(★) 	
	 <p>開催年時に話題性の高いテーマでセミナーを開催</p>	#17 人材基盤の強化・安定化	神奈川県 製造業者	人材育成機会を獲得	<ul style="list-style-type: none"> 出展企業が、自社の社員に商品をPRさせ社外の人に触れさせることで、下請け的な視点の強い社員を、よりマーケットニーズへの感度が高い社員に育成している(★)
		神奈川県 製造業者	人材獲得機会の入手	<ul style="list-style-type: none"> 高校生や専門学校生向けの「ものづくり企業紹介フェア」をサイドイベントとして開催することで、地域のものづくり企業への興味を高め、実際に紹介された企業に就職した学生も出てきている(★) 【2018年度は当該フェアに約200名の高校生が参加】 	
		神奈川県 製造業者・全国企業	社員が情報収集機会を獲得	<ul style="list-style-type: none"> 参加者が、展示会の多数のセミナーに参加することで、最新の技術や業界動向情報に詳しい社員に習得し、自社に持ち帰っている 	
行政組織 (地方自治体・CB等)	#18 社会・貢献力の向上	同イベントの 主催団体 (公的機関)	展示会運営ノウハウの獲得	<ul style="list-style-type: none"> テクニカルショウヨコハマの主催者が、長年の展示会運営ノウハウを別の展示会の広報等に活かしている 	

②テクニカルショウ ヨコハマ

3. レガシー効果例

地元製造業者は、展示会への参加を自社の販路開拓・人材育成だけでなく、地域の同業他社を巻き込んだ活動にも活かしている

参加背景

- 従来の親会社に依存した体質（下請け体質）で、ビジネスを継続することが難しくなった
- 新しく販路を確保するには、**社の情報を発信する機会が必要**だった
- 普段は**社内にとどまっていた社員の目線を社外に向け、視野を上げてもらおう**と考えた



地元製造業者
社長

「当初は、来場者・顧客との交流がメインになると思っていたが、**普段はあまり関わりあうことのない地元企業と交流し、ビジネス関係を構築することができたのは予想外のいい効果だった**」

結果

- **新規ビジネスを獲得**している
 - テクニカルショウは、実際に図面等を開いて、商談をその場で開始できる雰囲気がある
 - 来場者だけでなく、**出展者同士の交流も**ビジネス関係構築に活かしている
- **人材育成・人材確保**につながっている
 - 社外の方と交流する貴重な機会を確保
 - 地域の高校生200名に対する、会社の取組等紹介を通じて、製造業に興味を持ってもらうだけでなく、実際に入社した高校生もいる
- **出展ノウハウを獲得**した
 - 出展していない中小企業にも出展ノウハウを提供し、出展への高いハードルをなくした
 - 他地域で開催の展示会の出展へも積極的に
 - ネットワーキングとノウハウを活かして、ミラノの展示会に出展

地域の同業他社を巻き込んだ活動

- **展示会への参加を通じて、出展する効果と意義を確認**
- 地域の製造業をより活性化すべく、国際的な発信機会として地域の企業合同の団体でミラノサローネに出展
- 展示会参加を通じて培った出展における**ノウハウを活用した**
- 予想以上に**国際的に評価をされ、自信がついた**
- デザイナーから製品の作成依頼も来るようになった



ミラノサローネ
2017の様子

③バリアフリー（高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）

主な受益者			
市	産	学	官
○	◎	○	○

1. イベント概要

催事の基礎情報	
名称	バリアフリー （高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）
分野	健康・福祉・美容
開催地	大阪府大阪市 インテックス大阪
主催者	大阪府社会福祉協議会、テレビ大阪、テレビ大阪エクスプロ（2018年）
参加者数	93,290人（2013年）、88,260人（2018年）
出展者数	309社・団体（2013年） 382社・団体（2018年）
開催時期	1995年から毎年4月に開催
概要	<ul style="list-style-type: none"> 福祉に関する幅広い情報を提供する西日本最大級の総合福祉展。高齢者・障がい者が自立した生活、快適な生活を営むための機器・製品・情報等を広く展示している より幅広い福祉の関係者に展示会に来ていただくために、慢性期医療展、看護未来展、在宅医療展を併設している 展示会の中には、ワークショップやセミナー等、福祉関係者の向けのイベントも多数開催されている他、「おむつコーナー」等、広く一般の来場者に向けたブースも多数設置されている

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



会場の様子

実際に福祉機器を使ったデモンストレーション等も実施



「おむつコーナー」の様子



セミナーの様子

③バリアフリー（高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）

2. レガシー効果の概観（1/2）

出展者・一般来場者間での活発な交流と、多数のボランティアの活躍により、相互に福祉の最新情報を入手する場として活用している

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細(★)後続ページに詳細情報あり
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	福祉を専門とする学生	介護に関する 情報収集	<ul style="list-style-type: none"> 学生が普段学習している福祉や介護の内容に関する最新の情報や、実際に介護を必要としている人の生の声を聞く機会を得ている
		福祉業界関係者	介護に関する 情報収集	<ul style="list-style-type: none"> 業界関係者が、ワークショップやセミナー、展示会回覧を通じて、介護関連の法案の情報や実際の職場で活かせるスキルを獲得している 【定員300名のような大規模なシンポジウムでも、立ち見が出る】
		福祉業界関係者	ネットワーキング、 最新情報入手	<ul style="list-style-type: none"> セミナー参加者同士で、ネットワーキングが進み、毎年一回集まる機会が設けられることで、お互いに介護に関する最新の情報を交換する機会を得ている
		関西地域の製造業者・全国企業	社員が情報 収集機会を獲得	<ul style="list-style-type: none"> 参加者が、展示会の多数のセミナーに参加することで、最新の技術や業界動向情報に詳しい社員に習得し、自社に持ち帰っている
	#11 地域や社会への参加・ 貢献機会の獲得	関西地域の専門学校を中心とする学生	ボランティアの 機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 毎年、地域の専門学校等の学生が、ボランティアとして展示会運営に携わることで、実際に介護を必要としている人の支援をする機会を獲得している
		福祉業界関係者	ボランティアの 機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 展示会における「おむつブース」では、福祉関連団体の関係者が毎年約150名ほどボランティアとして参加し、来場者のはいせつに関する悩みを聞き、助言している(★)

③バリアフリー（高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）

2. レガシー効果の概観（2/2）

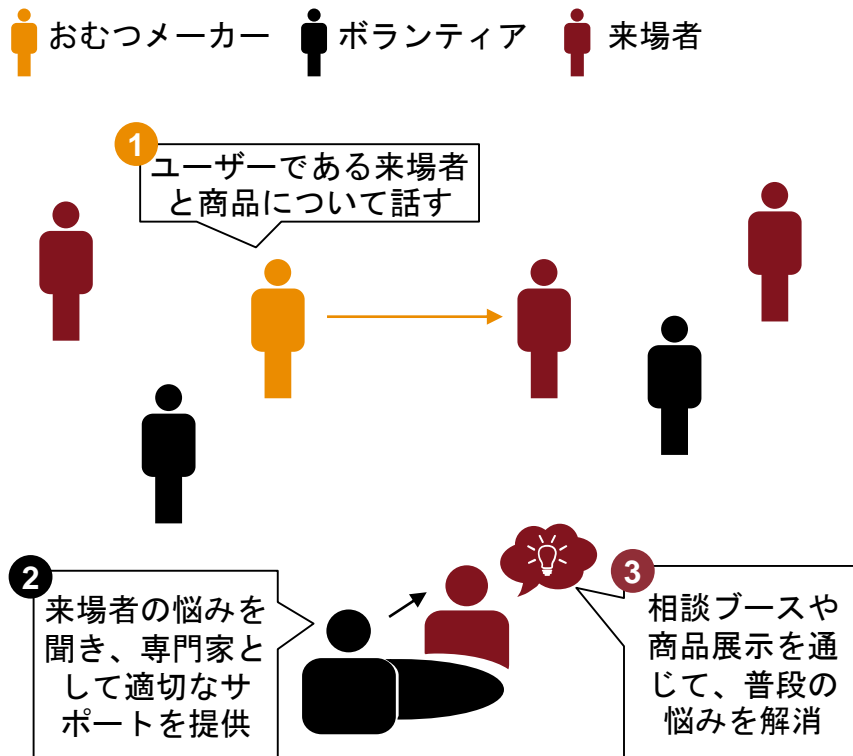
受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細(★)後続ページに詳細情報あり
市民	#12 健康維持・増進	一般の 来場者	普段の介護の 悩みを解決	<ul style="list-style-type: none"> 一般の来場者が、普段の介護関連の悩み等を専門家の方や出展者に相談し、適切なアドバイスを得る貴重な機会を獲得している(★)
民間組織	#13 収入・売上の向上	福祉関連 企業	消費者ニーズ 把握	<ul style="list-style-type: none"> 福祉機器のメーカーが、通常はなかなか収集することが難しい製品に対するエンドユーザーのニーズを、出展ブースに訪問する来場者との交流や「おむつ総合選挙」等のイベントを通じて把握している 【毎年1,500人程度来場者からおむつ製品に関するニーズを聴収】(★)
	#15 知名度・ブランドの 強化・安定化	福祉関連 企業	企業PR	<ul style="list-style-type: none"> 近畿地域を中心とする毎年10万人程度の来場者に対して、自社の技術・製品をPRすることで、将来的な商談につなげている 【8割以上がビジネス拡大のチャンスを実感】
行政組織 (地方自治 体・CB等)	#18 社会貢献・貢献力の 向上	関西地域の 福祉関連団 体	福祉活動頻度 の増加	<ul style="list-style-type: none"> 地域の福祉関連団体が、出展やセミナーを通じて、福祉に関する情報を提供する他、当活動により団体の知名度を向上させ、普段の相談件数を増加させることに成功している

③バリアフリー（高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）

3. レガシー効果例

「おむつブース」では、メーカーや来場者が展示会でしか収集できない情報を獲得する他、全国各地からのボランティアも活躍している

バリアフリー展におけるおむつブースの様子



① おむつメーカー

- おむつを実際に利用されているユーザーから直接商品についてのニーズを聞いている
- 「おむつ総選挙」を通じ、他社の製品と比較して、自社の製品がユーザーにどのように評価されているか確認できている



② ボランティア

- 毎年全国各地から、排泄の研修を修了した医療、介護関係者150人以上がボランティアとして参加
- 市販中のおむつ類の詳しい知識を得ることができ、来場者の悩みを直接解決できる機会を獲得している



③ 来場者

- 普段の介護に関する悩みについて、はいせつ総合研究所の方やボランティア、おむつメーカーの方から直接話を聞いている



③バリアフリー（高齢者・障がい者の快適な生活を提案する総合福祉展）

4. レガシー効果に関する声

バリアフリーの情報の発信により、地域における福祉施設や設備の導入が進み、高齢者や障がい者の生活水準向上につながっている

市民アンケートの回答（n=150）

#2 交通・都市インフラの充足
自分の町の交通が便利になった

- ・ **バリアフリーになったことで、バスが利用しやすくなった**（30代、男性）
- ・ 乗車時に傾くバリアフリー車両が増えた（50代、男性）

#7 能力開発・視野拡大機会の獲得
自分の能力や世界を広げる機会があった

- ・ **今まで知らなかったバリアフリーの考え方や実践事例を知る**ことができた（60代、男性）
- ・ 自分はバリアフリー展に行けなかったが、他の社員が**入手した資料、情報を部内を回覧により共有**できた（50代、男性）

#12 健康維持・増進
心身の健康が改善された、改善される機会があった

- ・ 障害のある友人がイベントに参加し、**自分の生活や身体にプラスとなる情報を得て**普段の生活をよりよくするための行動を始めている（30代、女性）
- ・ バリアフリー展で紹介された商品等の活用場所が多種多様に広がった（30代、女性）

#16 設備基盤の強化・安定
これまで使えなかった施設や設備が使えるようになった/増えた/改善された

- ・ **車いす対応や多目的用途でのトイレが増えたり、古いトイレや設備が改善・更新**された（30代、男性）
- ・ 福祉施設で必要な送迎車で、普通車タイプのものがあり、従来のものより操作がしやすく、**施設長が購入に前向き**になった（40代、女性）

アンケート調査概要

対象催事：バリアフリー

対象者：開催時に、開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの方

回答者数：計150人（対象催事を認知している回答者を中心に回答を収集）

配信日：2018年12月22日から12月27日まで

出所：アンケート調査

④香川県における企業会議

1. 取り組み概要

主な受益者			
市	産	学	官
○			◎

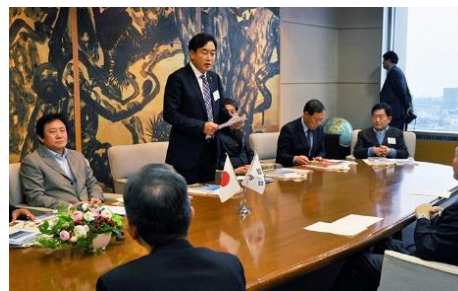
香川県における企業会議の概要

- 香川県は、瀬戸内国際芸術祭等、**芸術を核とした地方創生**に取り組み、**世界的に注目**されている
- 香川県はこれまで、**60か国以上の行政機関や芸術関係団体の研修・視察旅行**を受け入れ、地域の行政や芸術の関係者と**芸術をテーマにした地域創生や芸術祭**に関して**意見交換会やワークショップ**を開催している
- 上記に加え、実際に瀬戸内国際芸術祭で活用されている施設等を案内するケースも多く、その中で、**地域の方々が伝統芸能等を海外からの訪問者に披露する機会**もある

海外から香川県に訪問時の活動の様子



UAEの芸術家とのパブリックアートについてディスカッション
(企画・運営・写真：一般社団法人ジャパンプロモーション)



香川県の浜田知事と韓国の行政関係者との会議の様子
(写真：毎日新聞提供)

海外からの視察・企業会議を受け入れている関係者の声



香川県庁職員

「海外の行政関係者の方がいらっしゃることをきっかけに、**地方自治体同士で継続的に交流**できることを期待している」



公益財団法人職員

「海外からの視察などを通じて、**芸術を活かした地方創生の取り組みを海外の方々に知って**いただいている他、芸術を通じて**地域の方々と海外の方々の交流のきっかけ**ができています」

④香川県における企業会議

2. レガシー効果の概観

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細	
市民	#11 地域や社会への参加・ 貢献機会の獲得	香川県市民	伝統芸能披露 の機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 芸術による地方創生の取り組みを学びに来た海外の訪問者に対して、地域の伝統芸能等を披露する機会を獲得した 	
行政組織 (地方 自治体・ CB含む)	#15 知名度・ブランドの強化	香川県	香川県のPR	<ul style="list-style-type: none"> 香川県の芸術を活用した地方創生の取り組みを海外の行政関係者に周知することで、香川県のイメージや知名度を向上させた 	
		地域振興団体 (公益財団法人)	地域振興活動 の正しい伝達	<ul style="list-style-type: none"> 世界各国のアーティストや美術館を運営する芸術関係者に対して、芸術のみならず、地域とのつながりを重視した地方創生の活動について正確な情報を伝えることができた 	
		#18 社会貢献・貢献力の向上	香川県	多言語表示の 推進	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの視察旅行者を受け入れるにあたって、地域の観光地や外国人が訪れる場所において、多言語表示を進めるようになった
		地域振興団体 (公益財団法人)	新しいMICE の開催	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの視察訪問者とのコネクションを活かして、アジア各国・地域でアートによる地域づくりに取り組む人々が集い学び合うフォーラムを開催するに至った 	
	アジア各国から集い学び合う フォーラムの様子 (四国新聞 2016年 10月19日付22面)	地域振興団体 (公益財団法人)	活動ノウハウ の蓄積	<ul style="list-style-type: none"> 地域振興団体が、世界各国の芸術関係者や行政関係者と、組織運営の在り方や活動内容について意見交換会を開催し、芸術による地方創生に関する知見が向上した 	

⑤福島県における報奨・研修旅行

1. 取り組み概要

主な受益者			
市民	産	学	官
◎	○	○	○

福島県における報奨・研修旅行の概要

- 福島県観光局は、福島のありのままの姿や復興に挑戦し続ける人々との出会いを通して、震災・原発事故の教訓、復興、逆境を乗り越えるとは何かを訪問者に考えてもらうツアーとして「**ホープツーリズム**」を推進
 - 教育旅行、企業等の人材育成、エクスカージョン・視察、個人参加型の4つのカテゴリで実施
 - 既に国内外の多数の学校や企業がモニターツアー等を通じて体験実績がある
 - 今後、外国人旅行者もターゲットに推進していく予定
- 「ホープツーリズム」以外でも、被災地を視察する目的で海外から多数の団体が福島県を訪問し、海外から年間20団体以上を受け入れている県内のNPO法人もある
- 海外からの視察旅行を受け入れているNPO法人では、各団体の希望に応じて、福島県内での被災者との交流の場やボランティア活動の機会を提供している

被災地を訪れる海外からの視察旅行者の活動の様子



福島のNPO法人による
清掃ボランティア
活動の案内



福島のNPO法人の方と共に、桜の植樹をする様子

海外から「ホープツーリズム」や被災地視察を受け入れている関係者の声



福島県庁職員

「福島県の**正確な現状を海外の方に知っていただく**ということに関して、関係者の方々にもご理解いただけている」



NPO法人職員

「海外からいらっしゃる方には、『**もう一度来たい**』と言ってもらえたり、海外の方を**受け入れるボランティアの方にも、非常に喜んでもらえている**」

⑤福島県における報奨・研修旅行

2. レガシー効果の概観

福島県の現状を外部に発信する機会だけでなく、海外の方から刺激や情報を受け取る機会も獲得している

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	福島県の 高校生や 大学生	視野の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 地域の高校生や大学生は、海外から研修や視察旅行で福島県を訪問した外国人と交流することで刺激を受け、交流後自分たちも海外に行き、諸外国や日本について勉強する機会を得た
		福島県の 住民	防災に関する 新しい視点の 獲得	<ul style="list-style-type: none"> 地域の住民同士では煮詰まっていた防災に関する議論等が、視察・研修旅行で福島県を訪問した外国人による新鮮な意見により活発化し、新しい視点を得た
	#11 地域や社会への参加・ 貢献機会の獲得	福島県の ボランティア	地域における 社会貢献機会 の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 国内外からの訪問者に対して、被災地の本当の現状を解説したり、共同で農作業や桜の植樹等のボランティア活動に従事する機会を獲得した
民間組織	#15 知名度・ ブランドの強化	福島県の NPO法人	団体の活動の 周知	<ul style="list-style-type: none"> 海外からのボランティアの団体や旅行者が、日本のNPO法人の活動を知ることによって、当法人の活動が世界的に周知されたと同時に、その活動に関する評価を向上させた
行政組織 (地方 自治体・ CB含む)	#15 知名度・ ブランドの強化	福島県	福島県のイ メージ改善	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの訪問者が、地域施設の見学やセミナーへの参加を通じて福島県の現状を知ることによって、福島県の原発事故に関連するイメージを払拭する機会を得た
		福島県	防災施策に関 する知見の獲 得	<ul style="list-style-type: none"> 福島県庁の職員が、視察旅行で福島県を訪問したタイの大学関係者と実施した防災に関するワークショップの中で、多言語での防災対応等、日本人とは異なる視点や意見を受け、防災施策の充実化に役立てた

⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)

1. イベント概要

主な受益者			
市民	産	学	官
○		◎	◎

催事の基礎情報	
名称	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI) (及び桜島大正噴火100周年事業)
分野	科学・技術・自然
開催地	鹿児島県鹿児島市
主催者	特定非営利活動法人日本火山学会 (桜島大正噴火100周年事業は鹿児島県・市の職員で構成される実行委員会事務局)
参加者数	1,200人
参加国数	40か国
開催時期	2013年7月20日 - 7月24日
概要	<ul style="list-style-type: none"> 火山災害における過去の教訓を後世に伝えるとともに、火山に関するさまざまな情報を発信し、市民の防災意識を高めることを目的として実施された、桜島大正噴火100周年事業の一環として、国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI) が開催された IAVCEIは、火山学関連の学術研究成果発表を通じて、火山研究の発展と研究成果の普及や情報発信を行うことを目的とした、おおむね4年ごとに開催される国際学会。会期中は市民にも公開されたシンポジウムや国内外の火山紹介・体験のできる「ふれあい火山フェア」等が同時開催された

開催期間中の主な活動・イベント



桜島大正噴火100周年事業と併せて開催され、一般市民向けのイベントも鹿児島市内の図書館や文化施設等、様々な場所で多数行われた

⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)

2. レガシー効果の概観

関係者間の連携緊密化により火山防災水準が向上し、国際的な活動も活発化したことに加え、火山研究が促進された

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細 (★)後続ページに詳細情報あり
市民	#4 災害リスクの低減	鹿児島県内の生活者・勤労者	火山防災に関する情報取得	<ul style="list-style-type: none"> 学術総会のイベントやサブイベントにおける交流を通じて、桜島の噴火情報を発信するNPO法人と研究機関や自治体の関係が密になったことで、市民がより有用な情報を受けることが可能になった(★1)
		鹿児島県内の生活者・勤労者	防災教材・資料の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 学術総会も含めた桜島大正噴火100周年事業の一環として、鹿児島市内の教育機関や公共施設が利用することのできる、桜島の噴火を伝えるパンフレットや映像が作成された【現在も教材や資料として配布・活用されている】
	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	若手火山研究者	著名研究者との交流によるキャリアへの刺激	<ul style="list-style-type: none"> 最も権威のある学会が国内で開催されたことにより、火山分野の若手研究者が、世界中の著名な研究者と交流する機会やキャリアの刺激を受ける機会を得た
		火山研究関係者	海外との共同研究	<ul style="list-style-type: none"> 市街地からアクセスの良い活火山として、桜島の世界的な評価が高まり、国内と海外の研究者の共同研究が増加した
行政組織 (地方自治体・CB含む)	#18 社会貢献・貢献力の向上	鹿児島市・その他火山防災政策関係者	火山防災に対する連携緊密化・防災体制強化	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体や研究所等で構成される桜島火山連絡会の関係者が、イベントを通じて交流を深めることで、火山防災に関する情報交換をより頻繁に行うようになった【現在は2か月に1度】
		鹿児島市	防災のノウハウの獲得	<ul style="list-style-type: none"> 自分達の火山防災対策が世界的にも高水準であることを認識した鹿児島市が、国際的な活動を活発化させた(★2)【インドネシアのスレマン県との火山防災に特化した覚書等】
		鹿児島市内の公共施設	防災教材の市民への配布	<ul style="list-style-type: none"> 同催事をきっかけに鹿児島市が作成した桜島の噴火を伝えるパンフレットや映像を、鹿児島市内の公共施設で市民へ配布している

⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)

3. レガシー効果例 (1/2)

IAVCEIを通じて地元の桜島関連NPO法人と火山関係者との連携が密になり、市民がより有益な噴火情報を得ることが可能になった

★1「市民がより有用な情報を受けることが可能になった」の詳細

地元桜島関連NPO法人への効果

- 団体概要：
 - 桜島に関する情報の収集・発信やエコツアー・イベントの企画・運営、普及・教育活動等を行う地元のNPO法人
- IAVCEIとの関わり：
 - 同法人理事長が、ウェルカムパーティやフェアウェルパーティ等のパーティ、市民向けのイベントである「ふれあい火山フェア」の開催準備を担当
- 受益したレガシー効果：
 - **開催準備を通じて、行政の防災関係者・京大観測所の関係者とのコネクションができ、その後の市民への桜島火山活動に関する情報収集・情報発信に非常に役立った**
 - 2015年に桜島の噴火警戒レベルがレベル4まで引き上げられた際、**マスコミがまだ入手できない情報を、IAVCEIを通じて親しくなった行政機関や観測所からいち早く取得し、オンライン上で分かりやすく発信することができた**
 - 専門家が発する難しい情報をわかりやすく砕いた情報発信として高く評価され、**火山学会から「普及啓発賞」を受賞**

地元NPO法人の情報発信活動



- 8月15日 11:02 いいね！479件 コメント25件 シェア201件
- **桜島の噴火警戒レベルが4になったらどうなるの？と思っている方へ**
- 現在の火山活動の状況を考えて、大正噴火クラスの大噴火が起こる可能性は低いと思います(個人の感想です(^_^))。今、考えられるのは、いつもの噴火より少し大きめの噴火が起こり、麓まで大きな噴石が降ってくる可能性があることです。この範囲は火口から3km以内と想定されているようです。火口から3kmにある集落は、有村、古里の2地区のみで、ほかの地区は3kmよりも外側です。レベル4では、要保護者の方々が避難をはじめます(一般人より避難が主要なため)。そのほかの人は噴火に注意して、避難の準備をしましょうという状況です。つまり、普通の住民は避難の準備のみで、**避難はしません。**この要保護者の避難が行われる地域も有村、古里の2地区のようです。詳しいことが分かりましたら、またお知らせします(^_^)

- 噴火警戒レベル4の際も、SNS等を通じて、鹿児島島の日常風景と共に噴火状況をわかりやすく解説
- 最大で計10万人程度にリーチ

⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)

3. レガシー効果例 (2/2)

鹿児島市は、火山防災対策が世界的にも高い水準のものであることを認識し、火山防災における国際的な活動を活発化させた

★2「鹿児島市が、国際的な活動を活発化させた」の詳細

火山防災の水準の高さを認識

鹿児島市では、IAVCEI開催等の国際イベントを通じて、**地域では当たり前だと思われていた取り組みが「国際的に評価される」と実感し、海外にも発信**していこうという機運が高まった。結果、国内外に情報発信するとともに、防災力のさらなる向上を図る他、火山そのものの魅力を活かすための「鹿児島市火山防災トップシティ構想」を策定するに至った

インドネシア・スレマン県との火山防災交流の促進

鹿児島市は2017年10月に、活火山ムラピ山を擁する**インドネシア・スレマン県と火山防災を中心とする交流促進に関する覚書を結んだ**。鹿児島市が海外の地域と防災を軸に連携するのは初めてであり、**IAVCEI開催時に鹿児島市長とスレマン県知事が交流したことも一つのきっかけ**となった。鹿児島市で開催された火山に関する危機管理セミナーへのインドネシアの火山防災関係者の招へいを行った他、今後は避難計画等の作成や訓練実施のノウハウなどを提供（支援）していく。

イタリア・ナポリの第10回火山都市国際会議への参加

2018年9月には、**イタリア・ナポリで開催された第10回火山都市国際会議に参加**し、鹿児島市長や市の担当課長が**桜島との「共生」を図るための防災や避難計画の取り組みについて発表**したところ、高く評価された。



鹿児島市とインドネシア・スレマン県は火山防災を中心とする交流促進に関する覚書を締結



イタリア・ナポリでの森博幸市長講演

⑥国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)

4. レガシー効果に関する声

IAVCEI開催は、桜島に対する関心が集めるきっかけとなり、地域の防災水準が向上したと同時に、住民の地域への愛着が高まった

市民アンケートの回答 (n=150)

#4 災害リスクの低減
より災害に強い町に
なった

- 噴火災害についての現状と対策について意識が高まった。具体的な対策について行政も刺激を受けたと思う (60代、男性)
- 今後予想される桜島の大噴火をはじめ、災害に対する備え、知識が増えた。(60代、男性)
- 桜島の大噴火を日常意識して備えている必要があると考え、避難経路等の確認をした (60代、男性)
- 大正噴火100年ということで、大正噴火について改めて検証がなされ、大規模噴火の際に想定されることをまとめた冊子が配布された。とくに学校等への配布もあったため、教育機関を中心に災害に対する認識が再確認されたと思う (30代、女性)

#10 地域や社会への
愛着・帰属意識の
形成・強化

自分の町にこれまで以
上に愛着がわいた

- 地元に住んでいながら、人に説明出来るほどのスキルもなく恥ずかしいところもありました。色々勉強する良い機会に恵まれて、県や市に対する歴史等学びました。次世代に繋げて行ければと思いました (50代、男性)
- 鹿児島は、桜島という火山の恩恵を受けていること。災害と火山の恩恵は、表裏一体であることを学んだ (50代、女性)
- 桜島が鹿児島にあることが非常に素晴らしいことで、誇りに感じる (60代、男性)

アンケート調査概要

対象催事：国際火山学地球内部科学協会学術総会

対象者：開催時に、開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの方

回答者数：計150人 (対象催事を認知している回答者を中心に回答を収集)

配信日：2018年12月22日から12月27日まで

出所：アンケート調査

⑦第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)

1. イベント概要

主な受益者			
市	産	学	官
○	◎	○	○

催事の基礎情報	
名称	第11回アジア太平洋盆栽水石大会
分野	芸術・文化・教育
開催地	香川県高松市
主催者	アジア太平洋盆栽水石大会高松実行委員会 (地元生産者等から構成)
参加者数	3,000人以上
参加国数	28カ国
開催時期	2011年11月18日 - 11月21日
概要	<ul style="list-style-type: none"> 世界中から盆栽・水石のバイヤーや愛好者らが参加する国際会議で、1991年にインドネシア・バリ島で第一回が開催されて以来、2年に1回、アジア各国で開催されてきた。2011年の高松大会は、日本で初めての開催となった アジアだけでなく、欧米諸国の国々も参加する、盆栽と水石の実演と展示では世界最大の国際大会 開催期間中、開催会場では、日本を代表する盆栽作家らによる盆栽のデモンストレーションや講座、ワークショップ等の他、盆栽のオークション、産地見学、栗林公園のライトアップ等が開催された

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



「産地見学会」

- 高松市鬼無、国分寺と盆栽園を回る見学会を行いました。



- 会場の様子。海外からも多くの愛好家が来場した



- ワークショップやデモンストレーション

出所：第11回アジア太平洋盆栽水石大会HP、他公開情報

⑦第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)

2. レガシー効果の概観

開催地の盆栽輸出量が増加した他、盆栽を楽しむ人の裾野が広がり、海外からの来訪者が増加した

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細 (★)後続ページに詳細情報あり
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	高松市民	盆栽を楽しむ 機会の増加	<ul style="list-style-type: none"> 一般市民向けの盆栽ワークショップの開催頻度が増えたり、開催場所が多様になり(商店街やコミュニティーセンター中心→ショッピングモールや企業の顧客感謝イベント)、高齢者に加え仕事帰りの女性等、参加者が広がった(★)
	#8 能力活用機会の獲得	高松市内の若者～高齢者	語学力活用機 会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 若い世代から高齢者まで、英語や中国語が得意な地域住民がボランティアとして力を発揮する機会を得た
	#10 地域や社会への愛着・ 帰属意識の形成・強化	高松市内の 大学生 (20数名)	地域貢献への 意欲の高まり	<ul style="list-style-type: none"> ASPACでの調査結果を基に設立された「Bonsai Girls」の参加学生が、地元市民への盆栽ワークショップの開催を通じて、継続的な地域貢献への意欲が高まった(★)
	#11 地域や社会への参加・ 貢献機会の獲得	高松市内の若者～高齢者	ボランティア 機会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 若い世代から高齢者までボランティア活動を通して地域社会へ参加する機会を得た
民間組織	#13 収入・売上の向上	高松の 盆栽業者	盆栽輸出量の 増加	<ul style="list-style-type: none"> 盆栽生産者が高松盆栽輸出振興会を設立し、海外バイヤーとのネットワーク強化の結果、輸出割合が増加した
			海外訪問者の 増加	<ul style="list-style-type: none"> 盆栽生産地だけを目当てに訪問する海外からの旅行者(盆栽マニア)が増えた
	#15 知名度・ブランドの 強化・安定化	高松の 盆栽業者	海外からの研修 者が増加(知名 度が向上)	<ul style="list-style-type: none"> 盆栽生産者が海外からの技能研修生の受け入れを増加させた
行政組織 (地方自治 体・CB等)	#18 社会貢献・貢献力の獲得	MICE関係者 (高松観光 CB等)	MICE開催 ノウハウの獲得	<ul style="list-style-type: none"> 高松のコンベンション関係者(政治家・行政を含む)が盆栽をテーマにした国際会議に可能性を見出し、2014年には高松盆栽大会が開催出来た

⑦第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)

3. レガシー効果例

ASPACをきっかけに開始された「Bonsai Girls Project」は、盆栽を楽しむ人の裾野を広げ、参加学生の地域貢献意欲を向上させた

香川大学の学生による「Bonsai Girls Project」の概要と効果

- 背景**
- 香川大学が**ASPAC会場**で**盆栽のイメージに関するアンケート調査**を実施した結果、「高齢者」「男性」「お金持ち」等が多いことが判明
 - 担当教授が**裏返しのイメージコンセプトの情報発信に着目**し、女子学生によるBonsai Girls Projectを設立

- 活動内容**
- 盆栽家から盆栽技術の習得
 - 地域住民（子供～高齢者）向けワークショップの開催
 - 当初は商店街の一角等での小規模な開催だったが、徐々に話題となり、最近では企業の顧客感謝祭等での開催も依頼される
 - 開催頻度は、**年間10回程度から30回程度まで増加**
 - SNSや雑誌を通じた**盆栽に関する情報発信**

- 効果**
- 地域住民：
 - 盆栽をより気軽に楽しむ機会が増加
 - 盆栽に対する評価が変化（学生の販売する盆栽；500円でも高いと言われていたが、2,000円でも売れるようになった）
 - 学生：
 - ワークショップの開催関係者との調整を通じて、**社会人としてマナー等、成長機会を獲得**
 - 継続的な地域貢献への意欲が向上**



学生による盆栽教室の様子



近隣のショッピングセンターの盆栽教室案内



香川大学 学生

「学生活動を通じて、**地域に対する貢献活動の意義を実感**し、社会人になっても地域貢献していきたいと思っている」



香川大学 教授

「ワークショップを通じて**盆栽は女子大生でも楽しくできるものであるというイメージを参加者に持ってもらっていると感じる**」

出所：ヒアリング調査、他公開情報

⑦第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)

4. レガシー効果に関する声

地域の特産品である盆栽が世界に注目されることで、市民が感じる地域への誇りや愛着が強化された

市民アンケートの回答 (n=150)

#9 知名度の向上

自分の町でイベントが開催されたことで、町や学校、会社等が今までより有名になった

- ・ 盆栽が高松と結びつき、**県外や国外の人に盆栽をアピール**することができた (50代、女性)
- ・ 海外からの観光客が訪れることにより、**世界に情報が発信されたから盆栽がより有名になった** (50代、男性)
- ・ 生まれ育った町が認知された (50代、男性)
- ・ 地名が世界に発信されたこと (50代、男性)

#10 地域や社会への愛着・帰属意識の形成・強化

自分の町にこれまで以上に愛着がわいた

- ・ **国際的な催しが自身の出身地で行われていることを誇りに思った**ため (20代、女性)
- ・ 県外で出身地の話題になると、うどん以外は語られなかったのが、盆栽も有名になって、**文化度が高まった**気がします (60代、男性)
- ・ そもそも香川県に、世界に誇れる、盆栽のようなものがあると思っていなかったの**で、世界大会が開かれるほどの資源あるということに誇りを感じた** (20代、女性)
- ・ 大きな催事が自分の町で開催されることで、**誇りをもつ**ことができる (20代、女性)
- ・ 盆栽の町鬼無町で警察官の仕事をしており、**世界的に有名になったのがうれしかった** (60代、男性)

アンケート調査概要

対象催事：第11回アジア太平洋盆栽水石大会

対象者：開催時に、開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの方

回答者数：計150人（対象事例を認知している回答者を中心に回答を収集）

配信日：2018年12月22日から12月27日まで

⑧びわ湖環境ビジネスメッセ

1. イベント概要

主な受益者			
市	産	学	官
○	◎	○	○

催事の基礎情報	
名称	びわ湖環境ビジネスメッセ
分野	環境・エネルギー
開催地	滋賀県長浜市 長浜バイオ大学ドーム
主催者	びわ湖環境ビジネスメッセ実行委員会
来場者数	34,740人 (2013年) 34,270人 (2017年)
出展者数	314企業・団体 (2013年) 292企業・団体 (2017年)
開催時期	1998年から毎年10月に開催
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西地域を中心とした環境ビジネスに取り組む企業・団体が環境製品、技術、サービス、ビジネスモデルを展示している ・ 来場者の8割以上が関西地域からであり、特に地域における市場開拓や販路拡大に向けて商談・取引が展開されている ・ 展示以外にも、環境問題や海外の環境関連ビジネスに関するセミナーや、地域の企業訪問等も開催している ・ 第20回目となる2017年のメッセでは、特別企画として、「びわ湖発・環境ビジネスデザイン大賞」や「20回連続出展者表彰」等を実施し、展示会の成果を広く周知した

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



会場の様子



セミナーの様子



ビジネストリップの様子



びわ湖発・環境ビジネスデザイン大賞表彰式の様子



来場者の中には、学生の姿も

出所：展示会データベース (POP出版)、びわ湖環境ビジネスメッセHP、他公開情報

⑧びわ湖環境ビジネスメッセ

2. レガシー効果の概観 (1/2)

地方自治体を中心とする主催者は、地域産業振興の一環として、地域の環境関連の民間組織や研究機関の貴重なマッチングの場を継続的に提供している

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	環境関連の業 界関係者	環境業界に関 する情報収集	<ul style="list-style-type: none"> 業界関係者が、出展ブース回覧やセミナー参加によって、環境技術の最新状況の理解を深め、自身の職場で活用している【9割以上の来場者が、「来場の成果があった」とアンケートで回答】
		琵琶湖周辺の 学生	環境に関する 学習	<ul style="list-style-type: none"> 琵琶湖周辺地域の大学生が、授業の一環として、展示会を訪れ、出展企業を回り最新の環境技術について学習し、理解を高めている【2013年度は約2,400人が来場】
	#9 知名度の向上	環境関連の業 界関係者	個人としての PR	<ul style="list-style-type: none"> 環境ビジネス業界の関係者の一人は、継続的な出展によって、個人としての知名度や信頼感が向上し、滋賀県の環境審議会のメンバーに選ばれ、地域の環境問題等に意見を述べる機会を取得した
民間組織	#13 収入・売上の向上	関西地域の環 境関連企業	販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> 地域の企業が、約3万人の来場者に対して、自社製品や取り組みをPRしており、顧客の新規開拓を実現している。サイドイベントの海外商談会等を通じて、海外における販路も開拓している【約6割の出展者が、「顧客の新規開拓」について満足と回答】
		関西地域の環 境関連企業	商品開発につ ながるネット ワーク	<ul style="list-style-type: none"> 出展者が、出展ブース同士の交流を通じて商品開発に活用できる資材を見つけ、最終的に特許を取得した商品を開発した【2017年に「びわ湖発・環境ビジネスデザイン大賞優秀賞」獲得につながった】

⑧びわ湖環境ビジネスメッセ

2. レガシー効果の概観 (2/2)

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
民間組織	#15 知名度・ブランドの 強化・安定化	関西地域の 企業	企業PR	<ul style="list-style-type: none"> 多くの出展者が、複数年に渡り継続して出展することで、競合他社も含めた幅広い関係者に、関連分野について強みを持っている地域の中小企業として認知を得ることに成功している
	#17 人材基盤の強化・ 安定化	関西地域の 企業	人材確保機会の 獲得	<ul style="list-style-type: none"> 地域の企業は、主催者及び関係機関が企画した新卒採用支援企画によって、人材確保の手段を増やしている【2018年度は約700人の学生が参加】
教育・ 研究機関	#13 収入・売上の向上	関西地域の 研究機関	研究パートナー・ 資金の確保	<ul style="list-style-type: none"> 地域の研究機関が、展示会で共同研究パートナーを見つけ、研究資金を確保し、最終的にパートナー企業が新しい商品開発への道を切り開いていくことに繋がった
行政組織 (地方自治 体・CB等)	#18 社会貢献・貢献力の 向上	滋賀県	地域産業支援機 会の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 開催地の地方自治体は、20年以上の展示会の開催を通じて、地域でも重要な産業の一つである環境産業の維持・発展を支援している

⑧びわ湖環境ビジネスメッセ

3. レガシー効果に関する声

イベントを通じて、市民は地域の環境に関する取り組みが強化されていると感じている

市民アンケートの回答 (n=150)

#1 自然環境の維持・改善
自分の町の自然環境が保たれた・良くなった

- **琵琶湖岸がきれいになった**と思う。また、護岸整備もされてきたと思う (50代、男性)
- 週1回会社周辺のゴミ拾いをする等、会社での美化活動の取り組みが行われるようになった (30代、男性)
- 琵琶湖周辺のゴミが減り水質が改善された (40代、男性)
- **自然環境をよくする意識がめばえた** (50代、男性)
- **地元企業が環境保全に取り組んでいることが認知**された (40代、男性)

#3 衛生環境の維持・改善
自分の町がより清潔になった

- 琵琶湖一斉清掃等、琵琶湖をキレイにしようとする活動が増えた気がする (60代、男性)
- **以前から清潔であったが更に強化された** (50代、男性)
- **町の美化に取り組む運動に参加**した (50代、男性)

#7 能力開発・視野拡大機会の獲得
自分の能力や世界を広げる機会があった

- **環境保全・対策に関する情報収集ができた** (50代、男性)
- 前まではそこまで気にしていなかったが、携帯のニュース等で、**琵琶湖の記事があると読むようになった** (30代、女性)
- 外国の人と話げできた (70代、男性)

アンケート調査概要

対象催事：びわ湖環境ビジネスメッセ

対象者：開催時に、開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの方

回答者数：計150人 (対象催事を認知している回答者を中心に回答を収集)

配信日：2018年12月22日から12月27日まで

@SIGGRAPH ASIA 2017 BANGKOK

1. イベント概要

主な受益者			
市	産	学	官
○	○	◎	○

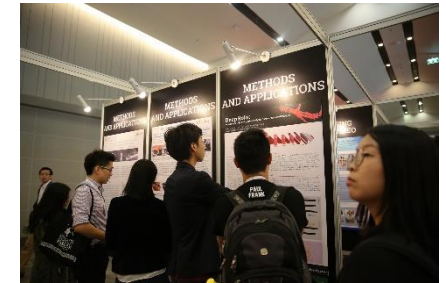
催事の基礎情報

名称	SIGGRAPH ASIA 2017 BANGKOK (The 10 th ACM SIGGRAPH Conference and Exhibition on Computer Graphics and Interactive Techniques in Asia)
分野	科学・技術・自然
開催地	タイ、バンコク
主催者	ACM SIGGRAPH
参加者数	6,526人
参加国数	58か国
開催時期	2017年11月27日 - 11月30日
概要	<ul style="list-style-type: none"> SIGGRAPHは、毎年北米の都市で開催されている世界最大級のコンピューターグラフィックスとインタラクティブ技術に関する学会・展示会で、SIGGRAPH ASIAは、そのアジア版であり、2008年のシンガポール大会から毎年アジアの都市で開催されている 関連分野に関する論文発表やシンポジウムの他に、展示会や“Emerging Technologies”といったイベントを通じて、最先端の技術を来場者に紹介した 初のバンコク開催ということもあり、開催地の企業や研究機関の関係者が多数参加した

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



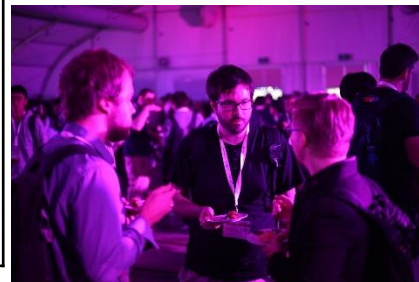
口頭及びポスターによる研究発表



タイの企業の出展ブース



VRを体験できるコーナーも



レセプションの様子




タイの文化の紹介

出所：SIGGRAPH Asia HP、他公開情報

@SIGGRAPH ASIA 2017 BANGKOK

2. レガシー効果の概観 (1/2)

学生から業界関係者まで幅広い層が、最新情報の入手と世界への発信の機会を得た。
また、MICE誘致・参加に地域としてより積極的になった

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
市民	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得  地元学生 がボラン ティアと して参加	バンコクを中心とするCGを学ぶ学生	最先端の情報入手、学習・キャリアへの刺激	<ul style="list-style-type: none"> 金銭的に余裕のない学生でもイベントのボランティアを通じて、普段勉強している学問の最先端や、現場での活用方法等の情報に触れ、学習やキャリアへの刺激を受けた
		バンコクを中心とするCGを学ぶ学生	ボランティア参加への関心と積極性の高まり	<ul style="list-style-type: none"> SIGGRAPHに参加した学生がMICEへの参加意義を感じ、それを友人に広めたことで、多くのタイの学生が2018年に東京で開催されたSIGGRAPHのボランティアに応募した
		CG・アニメーション業界関係者	国際的なネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> イベントを通じて開催地関係者が、海外の関連業界の関係者とコネクションを作り、相互に情報交換をしたり、研修の一環で人材派遣を行うようなネットワークが確立された
民間組織	#13 収入・売上の向上 #15 知名度・ブランドの 強化・安定化	タイの企業	政府より助成金の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 政府が、国内の企業が国際的な展示会に出展する意義に気づいたことで、2018年に開催された東京のSIGGRAPHにおいて、タイ企業の展示スペースを設立するにあたって、民間企業に多額の助成金を出した
		タイの企業	企業・業界のPR	<ul style="list-style-type: none"> 開催地の民間企業が、タイの業界団体から助成金を獲得し、併設展示会に出展したことで、自社の製品を海外の参加者にPRする貴重な機会を獲得した
		タイの企業	業界のPR	<ul style="list-style-type: none"> タイの業界団体が、タイのアニメ産業に関するセッションをイベント内に一つ設けることで、海外の参加者に対して業界全体をPRすることに成功した
		タイの企業	企業のPR	<ul style="list-style-type: none"> あるバンコクの企業は、SIGGRAPHのロゴの作成を担当し、バンコクのデザイン等の技術をウェブサイトやイベントの会場等、幅広い媒体で国際的に周知した

@SIGGRAPH ASIA 2017 BANGKOK

2. レガシー効果の概観 (2/2)

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
民間組織	#17 人材基盤の強化・安定化	タイの企業	社の人材が世界最先端の情報入手	<ul style="list-style-type: none"> バンコクの業界関係者は、普段入手することの難しい世界の最先端の技術や製品に関する情報に触れ、職場等で活用している
		タイの企業	人材確保	<ul style="list-style-type: none"> 出展企業が、世界各国からインターンをしたい学生を採用する貴重な機会を入手した
研究機関	#17 人材基盤の強化・安定化	タイの研究機関	研究機関の人材の知見向上	<ul style="list-style-type: none"> 開催地の研究機関関係者は、セミナーやポスター等を通じて、世界各国の業界研究者の研究を知ること、研究者としての知見を高めた
行政組織 (地方自治体・CB含む)	#18 社会貢献・貢献力の向上	バンコク政府	MICEの意義の認識	<ul style="list-style-type: none"> 政府はSIGGRAPHを通じて、国内の企業が国際的な展示会に出展する意義に気づき、2018年に開催された東京のSIGGRAPHIにおいても、タイ企業の展示スペースに、多額の助成金を出す結論に至った

⑩London Tech Week

1. イベント概要

主な受益者			
市	産	学	官
○	◎	○	○

催事の基礎情報	
名称	London Tech Week
分野	テクノロジー・デジタル
開催地	イギリス、ロンドン
主催者	KNect365, London & Partners, Tech London Advocates
参加者数	48,170人 (2017年)
参加国数	93か国
開催時期	毎年6月に開催
概要	<ul style="list-style-type: none"> イギリスの国際通商省やロンドン市長等も企画・スポンサーをしている、官民一体となって開催されるヨーロッパ最大のテックフェスティバル 期間中にはロンドン中でテクノロジー・デジタル関連のイベントが多数開催されており、イベントはネットワーキングイベントから会議、展示会に至る それぞれ異なる団体がイベントを運営されている点 (crowd-sourced event festival) が特徴。学生からスタートアップ、起業家等様々な人が参加可能で、ウェブやモバイルアプリから視聴することも可能

開催前・開催期間中の主な活動・イベント



レセプションの様子



参加者の様子



Future of Work Summitの様子



市長自らSNSを通じてイベントについて発信

⑩London Tech Week

2. レガシー効果の概観 (1/2)

団体や個人が独自にイベントを主催することで、ベンチャー企業や学生まで幅広い関係者が、情報収集やPR機会を獲得している

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細
市民	#6 雇用機会の獲得	ロンドンの学生	関連業界における就職先の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 学生を中心とする地域の市民は、イベントに出展している企業との接触によって、新しい就職先を見つける機会を獲得している
	#7 能力開発・視野拡大 機会の獲得	ロンドンの市民	最先端の情報入手	<ul style="list-style-type: none"> 地域の市民は、地元で開催されるテクノロジー業界における世界各国のリーダーたちのセミナーや展示会において、世界の最先端の情報を入手している
		テクノロジー業界関係者	国際的なネットワーク、最先端の情報入手	<ul style="list-style-type: none"> イベントを通じて開催地の関係者が、海外の関連業界のトップリーダーとコネクションを作り、相互に情報交換をしたり、無数のセミナーや展示会を通じて、世界各国の最先端のトレンドに関する情報を収集している
		ロンドンの小学生	国際的な視野の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 開催地の小学生が、オンライン教育プログラムを通じて、ニューヨークの小学生と算数の問題で競う経験を積むことで、国際的な視野を獲得した
	#9 知名度の向上	テクノロジー業界関係者	個人としての知名度・評価向上	<ul style="list-style-type: none"> 大規模な国際イベントにスピーカーや出展者として参加することで、個人としての知名度や評価が向上した
民間組織	#13 収入・売上の向上	ロンドンを中心とするベンチャー企業	投資の獲得	<ul style="list-style-type: none"> 開催地におけるベンチャー企業は、自社の技術や製品をPRすることで、投資家を見つけ、支援を確保している

⑩London Tech Week

2. レガシー効果の概観 (2/2)

受益者種類	レガシー効果小項目	受益者	受益内容	詳細 (★)後続ページに詳細情報あり
民間組織	#15 知名度・ブランドの強化・安定化	ロンドンを中心とする地域の企業	企業・業界のPR	<ul style="list-style-type: none"> ベンチャー企業から大企業まで、幅広い開催地の企業は、非常に安価に独自のイベントを開催したり、業界のリーダーたちが集まるイベントのスポンサーになることで、自社の製品や技術を、約5万人の参加者に対して、PRする貴重な機会を獲得している(★)
	#17 人材基盤の強化・安定化	ロンドンを中心とする地域の企業	人材獲得	<ul style="list-style-type: none"> 地域の企業は、世界最大級のイベントに集まる若い世代をリクルーティングする機会を獲得している
教育・研究機関	#15 知名度・ブランドの強化・安定化	ロンドンの教育機関	団体の活動PR	<ul style="list-style-type: none"> 開催地の小学生とアメリカの小学生を巻き込んだテクノロジーを活用した教育プログラムをイベントの中で開催することで、国内外のメディアに大きく取り上げられ、団体の名前と活動が広く世界的に周知された
行政組織 (地方自治体・CB含む)	#15 知名度・ブランドの強化・安定化	ロンドン市	業界のハブとして都市のブランディング	<ul style="list-style-type: none"> テクノロジー業界における世界最大級のイベントを開催することで、業界のハブとしてロンドンの評価を高めている【2018年開催時には、SNSにおいて約3億回イベントについて、言及された】(★)
	#18 社気貢献・貢献力の向上	ロンドン市	地域産業支援機会の獲得、MICE運営ノウハウの獲得	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体として、London Tech Weekを通じて、200以上のイベントを開催することで、開催地のテクノロジー業界を支援する機会を獲得する他、MICE開催のノウハウを蓄積している

⑩London Tech Week

3. レガシー効果例

世界中の業界のリーダーたちがイベントに集まり、その様子がSNS等で世界に発信されることで、ロンドンのイメージが向上している

London Tech Weekによるロンドンのイメージの向上の概要と効果

概要

- London Tech Weekは、イベントの主催・運営の方法として、**クラウドソースという形式を採用**
 - 個々の団体や個人が安価かつ独自に、London Tech Weekの傘の下で、イベントを主催可能
 - 結果、地域のテクノロジー業界の**スタートアップやベンチャー企業が多数参加**
- イベントの**参加者の内、35%はCEO、CFO、COO**といったC-Level以上の役員クラス
- 著名人や一般市民のSNSを通じて、イベントの情報が世界に発信されている

結果

- 2016年11月1日から2017年6月30日のソーシャルメディア(SNS)上のLondon Tech Weekに関する投稿を分析すると、約4万の投稿のうち、イベントやロンドンに対して、**ポジティブな内容の投稿が67%**を占めた
- 上記の投稿を通じて、**ロンドンの科学技術における投資、人材、革新について良いイメージが世界に発信された**
- テクノロジー業界のリーダーたちも、イベントを主催する**企業の多様性やイノベーションの可能性を評価**しており、業界のハブとしてのロンドンの地位が向上した



ロンドン市長

「London Tech Weekは、**ロンドンの活発かつ、多様なテクノロジー業界のエコシステムを全世界に発信した**」



London & Partners
職員

「London Tech Weekの様子が多様なメディアによって、世界に発信されることで、ロンドンを観光地・投資先・留学先といった多様な観点で**魅力度を上げて**いる」



Tech London
Advocates
President

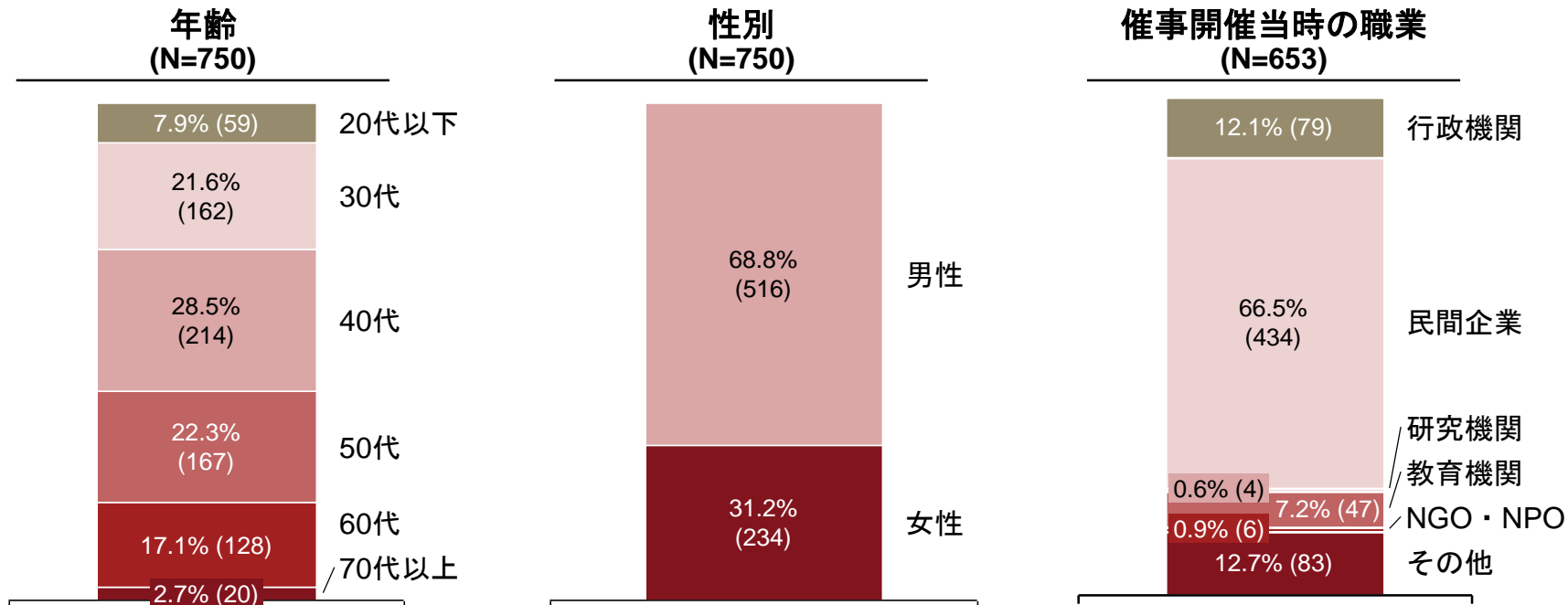
「London Tech Weekのイベント運営方法は、スタートアップやベンチャー企業にとって、**世界的な参加者にPRする大きなチャンス**となっており、そのような企業が地域で成長することが都市として、**イノベーションを生み出す上で非常に重要**だと考えている」

市民アンケート概要

- 本調査事業では、以下の概要で、一部の調査対象催事に関する市民アンケートを実施した

対象催事	第4回・第5回アフリカ開発会議、バリアフリー、びわ湖環境ビジネスメッセ、国際火山学地球内部科学協会学術総会、第11回アジア太平洋盆栽水石大会
対象者	上記対象催事開催時に、それぞれの開催地に在住ないしは在勤していた15歳から80歳までの市民
回答者数	計750人
実施期間	2018年12月22日～12月27日（オンライン配信）

回答者の属性



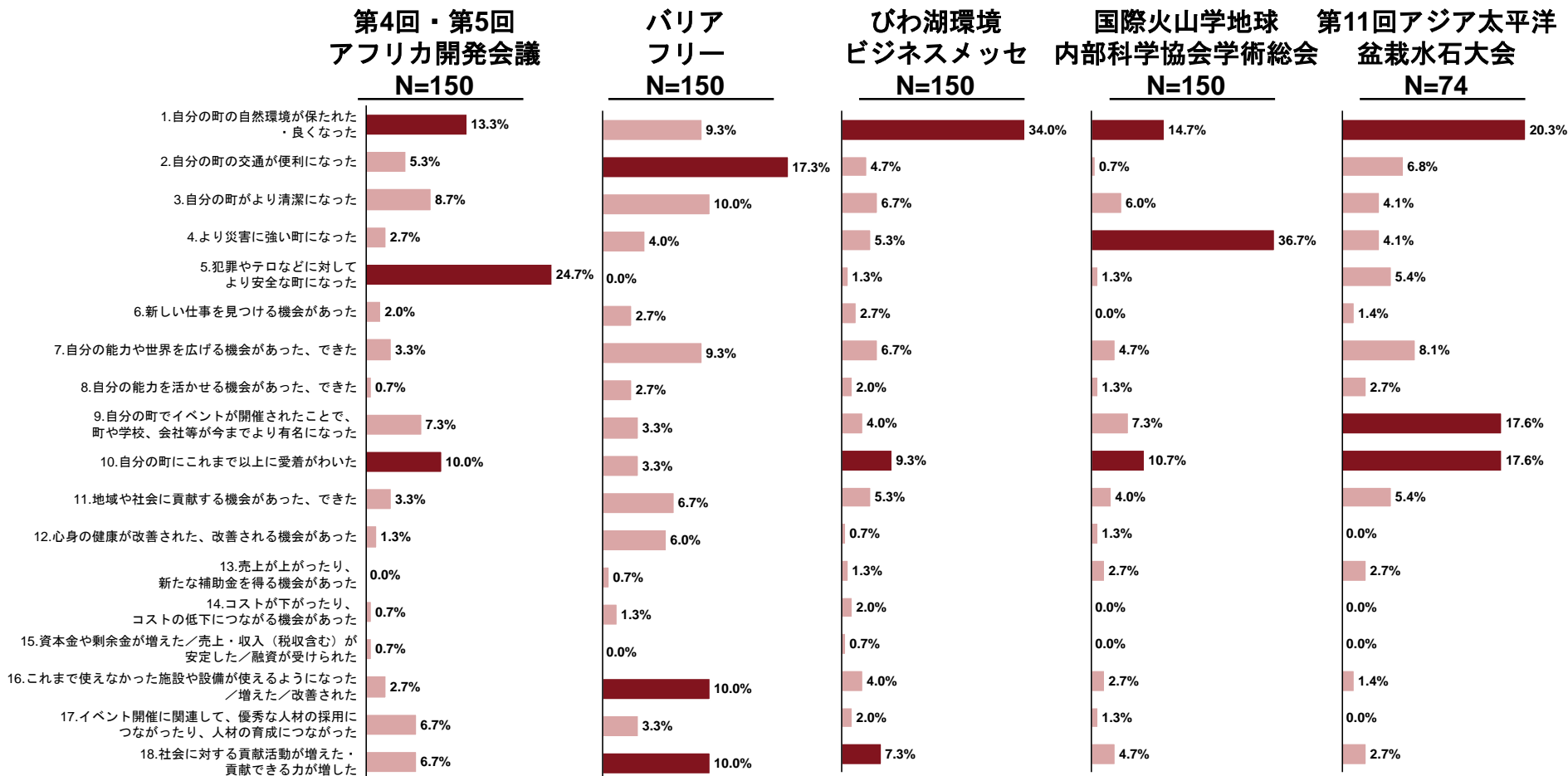
特に催事と関連性の強い影響（関与催事別）

- ・ 催事共通で、「1.自分の町の自然環境が保たれた・良くなった」「10.自分の町にこれまで以上に愛着がわいた」が関連性の強い影響として選ばれた
- ・ 催事別では、「第4回・第5回アフリカ開発会議」において「5.犯罪やテロなどに対してより安全な町になった」、「バリアフリー」において「2.自分の町の交通が便利になった」、「国際火山学地球内部科学協会学術総会」において「4.より災害に強い町になった」といった開催テーマに関連する項目が突出した

最も関連性の高い影響

※全回答者が1人一つ項目を選択

■ 各催事の上位3項目



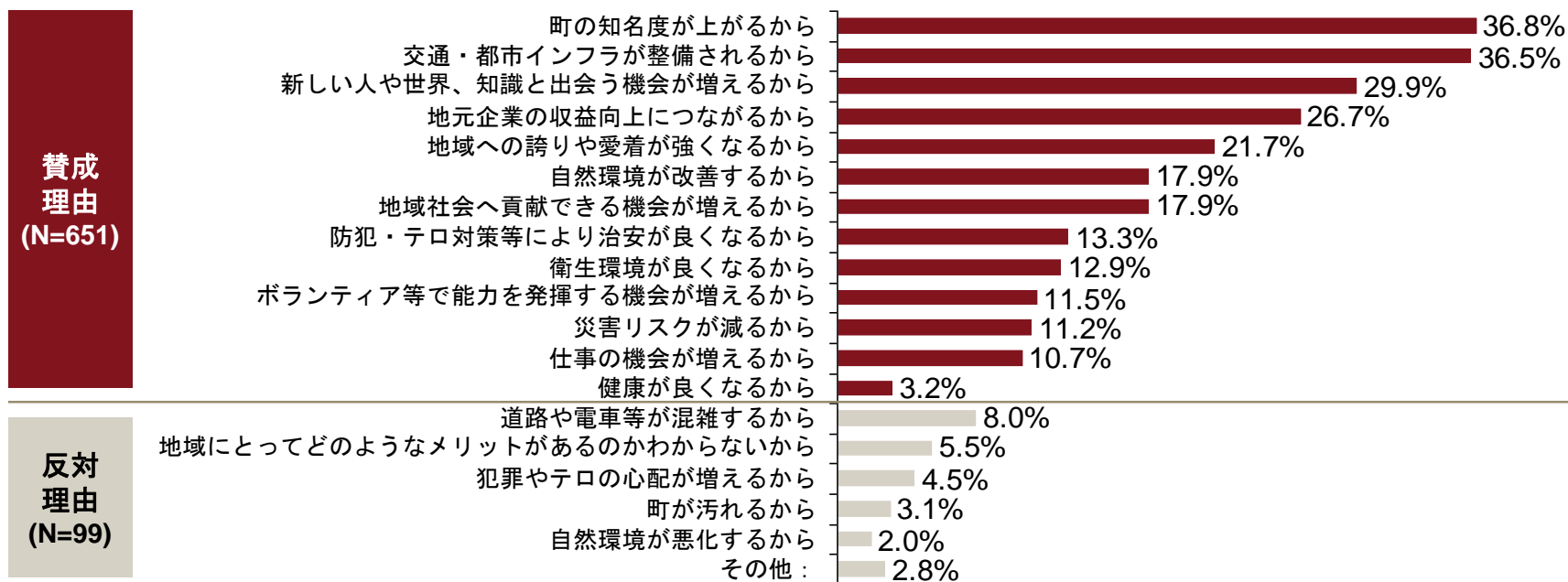
大規模MICE開催に対する賛否と理由

- 自分の住む町で、1,000人以上が参加する大規模MICEの開催には、85%以上の回答者が「賛成」と回答し、「町の知名度が上がるから」「交通・都市インフラが整備されるから」「新しい人や世界、知識と出会う機会が増えるから」等が主な賛成の理由として挙げられた
- MICE開催に反対した回答者の多くが、その理由として、「道路や電車等が混雑するから」と回答した

大規模MICE開催に対する賛否 (N=750)



賛否の理由 (複数回答)



1. 調査の概要及び本資料の活用方法	2
2. レガシー効果の定義と分類体系	8
3. 調査対象催事の詳細	15
4. 受益者別レガシー効果事例	57
5. 今後の取り組みの方向性	74

本章の位置づけ

- 本章では、下表で示されている受益者種類ごとに、本調査対象催事に関して把握した、顕著なレガシー効果のエピソードを、「レガシー効果の分類体系」の小項目（p.13）ごとに整理している
- 調査対象催事ごとの基礎情報やレガシー効果については、「3.調査対象催事の詳細」（p. 15～）に記載している

受益者種類

分類	表記名称	定義	主に該当する対象者・団体	参照ページ
個人	1. 市民	開催地に在住ないしは在勤する個人	在住者、在勤者、小学生、中学生、高校生、大学生、主婦、高齢者等	p. 59～
団体	2. 産/民間組織	開催地に所在する民間の団体	民間企業（出展者、PCO、サイトビジット等の受け入れ企業、MICE開催のための各種サプライヤー等）、NPO・NGO法人等	p. 65～
	3. 学/教育・研究機関	開催地に所在する、教育活動や研究活動を主目的とする団体（公的・民間団体を問わず）	小学校、中学校、高等学校、高等教育機関、各種研究機関等	p. 70～
	4. 官/行政組織	開催地に所在する行政組織及びそれに準ずる団体	中央省庁、地方自治体、コンベンションビューロー、観光局、独立行政法人、公益財団法人等	p. 71～

市民へのレガシー効果事例 (1/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
市民					
2. 交通・都市インフラの充足	バリアフリー	E	関西地域の市民	インフラのバリアフリー化	関西地域の市民は、展示会が開催されたことによって、地域でバス等のインフラのバリアフリー化が進んだと感じている（市民アンケートより）
4. 災害リスクの低減	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	C	鹿児島県内の生活者・勤労者	火山防災に関する情報取得	学術総会のイベントやサブイベントにおける交流を通じて、桜島の噴火情報を発信するNPO法人と研究機関や自治体の関係が密になったことで、市民がより有用な情報を受けることが可能になった
				防災教材・資料の獲得	学術総会も含めた桜島大正噴火100周年事業の一環として、鹿児島市内の教育機関や公共施設が利用することのできる、桜島の噴火を伝えるパンフレットや映像が作成された 【現在も教材や資料として配布・活用されている】
5. 治安維持・改善	第4回・第5回アフリカ開発会議 (TICAD)	C	神奈川県民	在住地域の治安向上	大規模な国際的なイベントを開催するにあたって、町の中の警備体制が整備されたことにより、市民は、地域の治安水準が向上したと感じた（市民アンケートより）
7. 能力開発・視野拡大機会の獲得	テクニカルショーヨコハマ	E	定年退職した市民	製造業に関する知見向上	定年退職後の市民が、展示会回覧を通じて、地域の企業の動向やモノづくりの技術に関して最新情報を収集し知見を高める貴重な機会を得られた
	福島県における視察旅行	I	福島県の住民	防災に関する新しい視点の獲得	地域の住民同士では煮詰まっていた防災に関する議論等が、視察・研修旅行で福島県を訪問した外国人による新鮮な意見により活発化し、新しい視点を得た
	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	高松市民	盆栽を楽しむ機会の増加	市民向けの盆栽ワークショップの開催頻度が増えたり、開催場所が多様になり(商店街やコミュニティーセンター中心→ショッピングモールや民間企業の顧客感謝イベント)、高齢者だけでなく仕事帰りの女性等、参加者が広がった
	London Tech Week	E	ロンドンの市民	最先端の情報入手	学生も含め、地域の市民は、地元で開催されるテクノロジー業界における世界各国のリーダーたちのセミナーや展示会を通じて、世界の最先端の情報を入手している

市民へのレガシー効果事例 (2/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
市民(続き)					
8. 能力活用機会の獲得	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	高松市内の若者～高齢者	語学力を発揮する機会の獲得	若い世代から高齢者まで、英語や中国語が得意な地域住民がボランティアとして力を発揮する機会を得た
11. 地域や社会への参加・貢献機会の獲得	香川県における企業会議	M	香川県市民	伝統芸能披露の機会の獲得	芸術による地方創生の取り組みを学びに来た海外の訪問者に対して、地域の伝統芸能等を披露する機会を獲得した
	福島県における視察旅行	I	福島県のボランティア	地域における社会貢献機会の獲得	国内外からの訪問者に対して、被災地の現状を解説したり、農業や桜の植樹等のボランティア活動に従事する機会を獲得した
	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	高松市内の若者～高齢者	ボランティア機会の獲得	若い世代から高齢者までボランティア活動を通して地域社会へ参加する機会を得た
12. 健康維持・増進	バリアフリー	E	一般の来場者	普段の介護の悩みを解決	一般の来場者が、普段の介護関連の悩み等を専門家や出展者に相談し、適切なアドバイスを得る貴重な機会を獲得している
高校生・大学生					
6. 雇用機会の獲得	テクニカルショウヨコハマ	E	神奈川県の子学生	雇用機会の獲得	地域の学生が、サブイベントである「ものづくり企業紹介フェア」や実際の展示会を回覧することで、実際の就職先候補を見つけたり、就職活動時に有意義な情報を収集している
	London Tech Week	E	ロンドンの学生	関連業界における就職先の獲得	学生を中心とする地域の市民は、イベントに出展している企業との接触によって、新しい就職先を見つける機会を獲得している

市民へのレガシー効果事例 (3/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
高校生・大学生(続き)					
7. 能力開発・ 視野拡大機会の獲得	第4回・第5回アフリカ開発会議(TICAD)	C	関東圏を中心とする全国の大学生	アフリカに関する知見向上、世界への視野拡大	大学生が主体となってサイドイベントの企画・運営を行った「学生プロジェクト」の参加学生の多くが、その後、アフリカや開発に関連した職業に就いた 【100名以上の日本人学生がプロジェクトに関与】
	テクニカルショウヨコハマ	E	神奈川県の高校生	製造業に関する知見向上、地域への愛着強化	地域の高校生が、サイドイベントである「ものづくり企業紹介フェア」にて実際に地域の中小企業で働く方々から話を聞き、その後展示会も回ることで、日常生活では触れる機会のない地域の製造業や中小企業について知見を深めた 【参加者数百名】
			神奈川県の大学生	製造業に関する知見向上	地域の大学生が、展示会でアンケートを行い結果を分析し、主催者に対し今後の方向性を提案する活動を通じて、学外で社会現象を学習する貴重な機会を得た
	バリアフリー	E	福祉を専門とする学生	介護に関する情報収集	地域の学生が、展示会に実際に訪れ、出展者や参加者に話を聞くことで、普段学習している福祉や介護の内容に関する最新の情報や、実際に介護を必要とされている方の生の声を聞く機会を得た
	福島県における視察旅行	I	福島県の高校生や大学生	視野の拡大	地域の高校生や大学生は、海外から研修や視察旅行で福島県を訪問した外国人と交流することで刺激を受け、交流後自分たちも海外に行き、諸外国や日本について勉強する機会を得た
	びわ湖環境ビジネスメッセ	E	琵琶湖周辺の大学生	環境に関する学習	琵琶湖周辺地域の大学生が、授業の一環として展示会を訪れ、出展企業を回り最新の環境技術について学習し理解を高めた 【2013年度は約2,400人が来場】

市民へのレガシー効果事例 (4/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
高校生・大学生(続き)					
7. 能力開発・ 視野拡大機会の獲得 (続き)	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	バンコクを中心とするCGを学ぶ学生	最先端の情報入手、学習・キャリアへの刺激	金銭的に余裕のない学生でも、イベントのボランティアを通じて、普段勉強している学問の最先端の内容や、現場での活用方法等の情報に触れ、学習やキャリアにおける刺激を受けた
			バンコクを中心とするCGを学ぶ学生	ボランティア参加への関心と積極性の高まり	SIGGRAPHに参加した学生が、MICEに参加する意義を感じ、その良さを友人に広めたことで、多くのタイの学生が2018年に東京で開催されたSIGGRAPHのボランティアに応募した
10. 地域や社会への 愛着・帰属意識の 形成・強化	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	高松市内の大学生(20数名)	地域貢献への意欲の高まり	「第11回アジア太平洋盆栽水石大会」での調査結果を基に設立された「Bonsai Girls」の参加学生が、地元市民への盆栽ワークショップの開催を通じて、継続的な地域貢献への意欲が高まった
11. 地域や社会への 参加・貢献機会の 獲得	バリアフリー	E	関西地域の専門学校を中心とする学生	ボランティアの機会の獲得	毎年、地域の専門学校等の学生が、ボランティアとして展示会運営に携わることで、実際に介護を必要とされる方の支援をする機会を獲得している
小学生・中学生					
7. 能力開発・ 視野拡大機会の獲得	第4回・第5回 アフリカ開発会議 (TICAD)	C	横浜市内の小学生	アフリカに関する知見向上、世界への視野拡大	アフリカ開発会議のサイドイベントをきっかけに地域の国際交流施設が開始した、アフリカと横浜市内の小学校の絵画交換事業(「都筑・ボツワナ交流児童画展」)を通して、多くの小学生がアフリカへの関心を高めた 【これまでに600名以上の小学生が参加】
	London Tech Week	E	ロンドンの小学生	国際的な視野の獲得	開催地の小学生が、オンライン教育プログラムを通じて、ニューヨークの小学生と算数の問題で競う経験を積むことで、国際的な視野を獲得した

市民へのレガシー効果事例 (5/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
特定の業界関係者					
7. 能力開発・ 視野拡大機会の獲得	バリアフリー	E	福祉業界関係者	介護に関する情報収集	業界関係者が、ワークショップやセミナー、展示会回覧を通じて、介護関連の法案の情報や実際の職場で活かせるスキルを獲得している 【定員300名のような大規模なシンポジウムでも、立ち見が出る】
				ネットワーキング、最新情報入手	セミナー参加者同士で、ネットワーキングが進み、毎年一回集まる機会が設けられることで、お互いに介護に関する最新の情報を交換する機会を得ている
	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	C	若手火山研究者	著名研究者との交流によるキャリアへの刺激	最も権威のある学会が国内で開催されたことにより、火山分野の若手研究者が、世界中の著名な研究者と交流する機会やキャリアの刺激を受ける機会を得た
				火山研究関係者	海外との共同研究
	びわ湖環境ビジネスメッセ	E	環境関連の業界関係者	環境業界に関する情報収集	業界関係者が、出展ブース回覧やセミナー参加によって、環境技術の最新状況の理解を深め、自身の職場で活用している 【9割以上の来場者が「来場の成果があった」とアンケートで回答】
SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	CG・アニメーション業界関係者	国際的なネットワーキング	イベントを通じて開催地の関係者が、海外の関連業界の関係者とコネクションを作り、相互に情報交換をしたり、研修の一環で人材派遣を行うようなネットワークが確立された	
London Tech Week	E	テクノロジー業界関係者	国際的なネットワーキング、最先端の情報入手	イベントを通じて開催地の関係者が、海外の関連業界のトップリーダーとコネクションを作り、相互に情報交換をしたり、無数のセミナーや展示会を通じて、世界各国の最先端のトレンドに関する情報を収集している	

市民へのレガシー効果事例 (6/6)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
特定の業界関係者(続き)					
9. 知名度の向上	びわ湖環境 ビジネスメッセ	E	環境関連の 業界関係者	個人としての PR	環境ビジネス業界の関係者の一人は、継続的な出展によって、個人としての知名度や信頼感が向上し、滋賀県の環境審議会のメンバーに選ばれ、地域の環境問題等に意見を述べる機会を取得した
	London Tech Week	E	テクノロジー 業界関係者	個人としての知 名度・評価向 上	大規模な国際イベントにスピーカーや出展者として参加することで、個人としての知名度や評価が向上した
11. 地域や社会への 参加・貢献機会の 獲得	バリアフリー	E	福祉業界関 係者	ボランティアの 機会の獲得	展示会における「おむつブース」では、ある福祉関連企業の関係者が毎年約150名ほどボランティアとして参加し、来場者のはいせつに関する悩みを聞き、助言している

民間組織へのレガシー効果事例 (1/5)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
民間組織					
13. 収入・売上の向上	テクニカルショウヨコハマ	E	神奈川県 製造業者	新しい販路・ 商談機会を獲 得	約3万人の来場者及び出展企業に対して、自社製品・技術をPRすることで、新しい販路を確保する貴重な機会を得て、実際に将来的な商談成立につなげている 【毎年80%以上の出展者は「成果があった」とアンケートにて回答】
	バリアフリー	E	福祉関連企業	消費者ニーズ 把握	出展者同士が出展を機に情報交換を行い、国内外の大規模な別の展示会に地域横断のコンソーシアムを組んで参加することで、新たな販路確保の場を更に拡大している 福祉機器のメーカーが、通常はなかなか収集することが難しい製品に対するエンドユーザーのニーズを、出展ブースに訪問する来場者との交流や「おむつ総合選挙」等のイベントを通じて把握している 【毎年1,500人程度の方々が気に入っているおむつ製品を選択】
	第11回アジア太平洋盆栽水石大会 (ASPAC)	C	高松の 盆栽業者	盆栽輸出量の 増加 海外訪問者の 増加	盆栽生産者が高松盆栽輸出振興会を設立し、海外バイヤーとのネットワークを強化した結果、輸出量が増加した 盆栽生産地だけを目当てに訪問する海外からの旅行者(盆栽マニア)が増えた

民間組織へのレガシー効果事例 (2/5)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
民間組織(続き)					
13. 収入・売上の向上 (続き)	びわ湖環境 ビジネスメッセ	E	関西地域の環 境関連企業	販路拡大	地域の企業が、約3万人の来場者に対して、自社製品や取り組みをPRしており、顧客の新規開拓を実現している。サイドイベントの海外商談会等を通じて、海外における販路も開拓している【約6割の出展者が「顧客の新規開拓」について満足と回答】
				商品開発につ ながるネット ワーク	出展者が、出展ブース同士の交流を通じて商品開発に活用できる資材を見つけ、最終的に特許を取得した商品を開発した【2017年に「びわ湖発・環境ビジネスデザイン大賞優秀賞」獲得につながった】
	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	タイの企業	政府より助成 金の獲得	政府が、国内の企業が国際的な展示会に出展する意義に気づいたことで、2018年に開催された東京のSIGGRAPHIにおいて、タイ企業の展示スペースを設立するにあたって、民間企業に多額の助成金を出した
London Tech Week	E	ロンドンを中心 とするベン チャー企業	投資の獲得	開催地におけるベンチャー企業は、自社の技術や製品をPRすることで、投資家を見つけ、支援を確保している	

民間組織へのレガシー効果事例 (3/5)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細	
民間組織						
15. 知名度・ブランドの強化・安定化	テクニカルショウヨコハマ	E	神奈川県 <small>の製造業者</small>	PR機会の獲得	従来出展していなかった地域の中小企業が、出展企業から出展ノウハウを学んで出展を促され、自社製品・技術のPRの機会を得ている	
	バリアフリー	E	福祉関連企業	企業PR	近畿地域を中心とする毎年10万人程度の来場者に対して、自社の技術・製品をPRすることで、将来的な商談につなげている【8割以上がビジネス拡大のチャンスを実感】	
	11回アジア太平洋盆栽水石大会(ASPAC)	C	高松の盆栽業者	海外からの研修者が増加(知名度が向上)	盆栽生産者が海外からの技能研修生の受け入れを増加させた	
	びわ湖環境ビジネスメッセ	E	関西地域の環境関連企業	企業PR	多くの出展者が、複数年に渡り継続して出展することで、競合他社も含めた幅広い関係者に、関連分野について強みを持っている地域の中小企業として認知を得ることに成功している	
	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)		C	タイの企業	企業・業界のPR	開催地の民間企業が、タイの業界団体から助成金を獲得し、併設展示会に出展したことで、自社の製品を海外の参加者にPRする貴重な機会を獲得した
					業界のPR	タイの業界団体が、タイのアニメ産業に関するセッションをイベント内に一つ設けることで、海外の参加者に対して業界全体をPRすることに成功した
					企業のPR	あるバンコクの企業は、SIGGRAPHのロゴの作成を担当し、バンコクのデザイン等の技術をウェブサイトやイベントの会場等、幅広い媒体で国際的に周知した
	London Tech Week	E	ロンドンを中心とする地域の企業	企業・業界のPR	幅広く、ベンチャー企業から大企業まで開催地の企業は、非常に安価で独自にイベントを開催したり、業界のリーダーたちが集まるイベントのスポンサーになることで、自社の製品や技術を、約5万人の参加者に対して、PRする貴重な機会を獲得している	

民間組織へのレガシー効果事例 (4/5)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
民間組織					
16. 設備基盤の強化・安定化	バリアフリー	E	福祉関連企業	バリアフリー設備の導入	同展示会が開催されたことによって、企業がバリアフリー設備を導入することに前向きになったり、結果的に関連設備が導入された(市民アンケートより)
17. 人材基盤の強化・安定化	テクニカル ショウヨコハマ	E	神奈川県 の製造 業者	人材育成機会 を獲得	出展企業が、自社の社員に商品をPRさせ社外の人に触れさせることで、下請け的な視点の強い社員を、よりマーケットニーズへの感度が高い社員に育成している
				人材獲得機会 の入手	高校生や専門学校生向けの「ものづくり企業紹介フェア」をサイドイベントとして開催することで、地域のものづくり企業への興味を高め、実際に紹介された企業に就職した学生も出てきている【2018年度は当該フェアに約200名の高校生が参加】
				神奈川県 の製造 業者・全国企業	社員が情報 収集機会 を獲得
	バリアフリー	E	関西地域の福祉 関連企業	社員が情報 収集機会 を獲得	社員が、展示会の多数のセミナーに参加することで、最新の介護技術や業界動向情報に詳しくなり、自社に持ち帰っている
	びわ湖環境 ビジネスメッセ	E	関西地域の企業	人材確保機会 の獲得	地域の企業は、主催者及び関係機関が企画した新卒採用支援企画によって、人材確保の手段を増やしている【2018年度は約700人の学生が参加】
	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	タイの企業	社の人材が 世界最先端の 情報 を入手	バンコクの業界関係者は、普段入手することの難しい世界の最先端の技術や製品に関する情報に触れ、職場等で活用している
	London Tech Week	E	ロンドンを中心と する地域の企業	人材確保	出展企業が、世界各国からインターンシップへの参加を希望する学生を採用する貴重な機会を入手した
				人材獲得	地域の企業は、世界最大級のイベントに集まる若い世代を採用する機会を獲得している

民間組織へのレガシー効果事例 (5/5)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
NPO・NGO法人					
15. 知名度・ブランドの強化	福島県における視察旅行	I	福島県のNPO法人	団体の活動の周知	海外からのボランティア団体や旅行者が、日本のNPO法人の活動を知ることによって、当法人の活動が世界的に周知されると同時に、その活動に関する評価を向上させた

教育・研究機関へのレガシー効果事例

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
教育機関					
15. 知名度・ブランドの強化・安定化	London Tech Week	E	ロンドンの教育機関	団体の活動PR	開催地の小学生とアメリカの小学生を巻き込んだテクノロジーを活用した教育プログラムをイベントの中で開催することで、国内外のメディアに大きく取り上げられ、団体の名前と活動が広く世界的に周知された
研究機関					
13. 収入・売上の向上	びわ湖環境ビジネスメッセ	E	関西地域の研究機関	研究パートナー・資金の確保	地域の研究機関が、展示会で共同研究パートナーを見つけ、研究資金を確保し、最終的にパートナー企業が新しい商品開発への道を切り開いていくことに繋がった
17. 人材基盤の強化・安定化	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	タイの研究機関	研究機関の人材の知見向上	開催地の研究機関関係者は、セミナーやポスター等を通じて、世界各国の業界研究者の研究を知ることによって、研究者としての知見を高めた

行政組織へのレガシー効果事例 (1/3)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
地方公共団体					
15. 知名度・ブランドの強化・安定化	香川県における企業会議	M	香川県	香川県のPR	香川県の芸術を活用した地方創生の取り組みを海外の行政関係者に周知することで、香川県のイメージや知名度を向上させた
	福島県における視察旅行	I	福島県	福島県のイメージ改善	海外からの訪問者が、地域施設の回覧や、セミナーへの参加を通じて、福島県の現状を知ること、福島県の原因事故に関連するイメージを払拭する機会を獲得した
	London Tech Week	E	ロンドン市	業界のハブとして都市のブランディング	テクノロジー業界における世界最大級のイベントを開催することで、業界のハブとしてロンドンの評価を高めている【2018年開催時には、SNSにおいて約3億回イベントについて、言及された】
18. 社会貢献・貢献力の向上	香川県における企業会議	M	香川県	多言語表示の推進	海外からの視察旅行者を受け入れるにあたって、地域の観光地や外国人が訪れる場所において、多言語表示を進めるようになった
	福島県における視察旅行	I	福島県	防災施策に関する知見の獲得	福島県庁の職員が、視察旅行で福島県を訪問したタイの大学関係者と実施した防災に関するワークショップの中で、多言語での防災対応等、日本人とは異なる視点や意見を受け、防災施策の充実化に役立てた
	国際火山学地球内部科学協会学術総会 (IAVCEI)	C	鹿児島市・その他火山防災政策関係者	火山防災に対する連携緊密化・防災体制強化	地方自治体や研究所等で構成される桜島火山連絡会の関係者が、イベントを通じて交流を深めることで、火山防災に関する情報交換をより頻繁に行うようになった【2か月に1度で開催】
			鹿児島市	防災のノウハウの獲得	学術総会における発表等を通じて、鹿児島市の火山防災対策が参加者に高く評価されたことで、世界的にも高水準の防災政策を進めていることを認識した鹿児島市が、国際的な活動を活発化させた【インドネシアのスレマン県との火山防災に特化した覚書等】

行政組織へのレガシー効果事例 (2/3)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
地方公共団体(続き)					
18. 社会貢献・ 貢献力の向上 (続き)	びわ湖環境 ビジネスメッセ	E	滋賀県	地域産業支援機 会の獲得	開催地の地方自治体は、20年以上の展示会の開催を通じて、地 域でも重要な産業の一つである環境産業の維持・発展を支援して いる
	SIGGRAPH ASIA 2017 (タイ)	C	バンコク政府	MICEの意義の認 識	政府はSIGGRAPHを通じて、国内の企業が国際的な展示会に出 展する意義に気づき、2018年に開催された東京のSIGGRAPHに おいても、タイ企業の展示スペースに、多額の助成金を出す結論 に至った
	London Tech Week	E	ロンドン市	地域産業支援機 会の獲得、MICE 運営ノウハウの 獲得	地方自治体として、London Tech Weekを通じて、200以上のイベ ントを開催することで、開催地のテクノロジー業界を支援する機会 を獲得する他、MICE開催のノウハウを蓄積している
コンベンション・ビューロー					
15. 知名度・ ブランドの強化・ 安定化	第4回・第5回 アフリカ開発 会議(TICAD)	C	横浜市の MICE関係団 体	MICE開催地と してのPR	アフリカ開発会議を開催することで、大規模な国際MICEが開催で きる自治体としてのブランディングが向上し、横浜市のMICE関係 団体が他のMICEを誘致する際の強いアピール材料を得た
18. 社会貢献・ 貢献力の向上	第11回アジア 太平洋盆栽水 石大会 (ASPAC)	C	香川県の MICE関係団 体(高松観光 CB等)	MICE開催ノウ ハウの獲得	香川県のコンベンション関係者(政治家・行政を含む)が盆栽を テーマにした国際会議に可能性を見出し、2014年には高松盆栽 大会が開催出来た

行政組織へのレガシー効果事例 (3/3)

レガシー小項目	催事	種類	受益者	受益内容	詳細
その他公共団体・公営施設等					
15.知名度・ブランドの強化・安定化	香川県における企業会議	M	地域振興団体(公益財団法人)	地域振興活動の正しい伝達	世界各国のアーティストや美術館を運営する芸術関係者に対して、芸術のみならず、地域とのつながりを重視した地方創生の活動について正確な情報を伝えることができた
18.社会貢献・貢献力の向上	第4回・第5回アフリカ開発会議(TICAD)	C	横浜市内の国際交流施設	地域イベント数の増加、知名度向上	地域の国際交流施設が、アフリカ開発会議のサイドイベントで親交を深めたアフリカ諸国の大使館等から協力を受け、アフリカ関連イベントを以前よりも活発化させた
	テクニカルショーヨコハマ	E	同イベントの主催団体(公的機関)	展示会運営ノウハウの獲得	テクニカルショーヨコハマの主催者が、長年の展示会運営ノウハウを別の展示会の広報等に活かしている
	バリアフリー	E	関西地域の福祉関連団体	福祉活動頻度の増加	地域の福祉関連団体が、出展やセミナーを通じて、福祉に関する情報を提供する他、当活動により団体の知名度を向上させ、普段の相談件数を増加させることに成功している
	香川県における企業会議	M	地域振興団体(公益財団法人)	新しいMICEの開催 活動ノウハウの蓄積	海外からの視察訪問者とのコネクションを活かして、アジア各国・地域でアートによる地域づくりに取り組む人々が集い学び合うフォーラムを開催するに至った 地域振興団体が、世界各国の芸術関係者や行政関係者と、組織運営の在り方や活動内容について意見交換会を開催し、芸術による地方創生に関する知見が向上した
	国際火山学地球内部科学協会学術総会(IAVCEI)	C	鹿児島市内の公共施設	防災教材の市民への配布	同催事をきっかけに鹿児島市が作成した桜島の噴火を伝えるパンフレットや映像を、鹿児島市内の公共施設で市民へ配布している

1. 調査の概要及び本資料の活用方法	2
2. レガシー効果の定義と分類体系	8
3. 調査対象催事の詳細	15
4. 受益者別レガシー効果事例	57
5. 今後の取り組みの方向性	74

調査から得られた主な気付き

- 本調査事業を通して、MICEのレガシー効果に関する以下の気付きが得られた

1. レガシー効果の出現・拡大に影響を与える要素

- 本調査を通して、主に以下のような要素が、レガシー効果の出現に影響を与えることがわかった。レガシー効果の出現・最大化を図る上では、以下の要素に留意してMICEを企画・運営することが重要と考えられる
 - 関連活動・イベントの多寡（多いほどレガシー効果が出やすい）
 - 関係者の多寡・幅広さ（関係者が多く、幅広いほどレガシー効果が出やすい）
- 尚、実際に出現したレガシー効果には、上記の要素を満たす等して事前に意図されたものと、意図せず発生するものがある。意図しないレガシー効果でも、受益者にとってその後の活動を左右する大きなインパクトを与えることがある

2. レガシー効果に関する更なる調査の方向性

- 本事業をスタートラインとし、今後も幅広い関係者への普及啓蒙に向け、レガシー効果の継続的な把握や取り組みが期待される。本調査事業にご協力いただいた有識者の方々からは、特に、以下のような視点を踏まえた検討の重要性について意見が寄せられた
 - 開催地の都市戦略に対するMICEのレガシー効果：
 - 開催地がMICEを通してより多くのレガシー効果を受益するためには、各地域の都市戦略や目指す姿に合わせてMICEの開催目的を設定し、企画・運営することが望ましい
 - 上記を推進する上で、都市戦略とMICEの関係性や国内外のベストプラクティスについて調査・分析を行い、地域住民等への普及啓蒙に活用することが期待される
 - 医学分野におけるMICEのレガシー効果：
 - 「医学」分野は国内で開催される国際会議【C】の約2割を占め、「科学・技術・自然」分野に次いで多い。また、参加者や関係者の消費額がその他の分野に比べ高く大きい経済効果が期待されることから、今後もMICEにおける重要分野として注目されている
 - 今後、「医学」分野の催事に関するレガシー効果を重点的に調査・分析することで、開催地の機運醸成やレガシー効果の最大化を図り、MICEによる開催地への経済的及び社会的影響の波及に貢献することが期待される

レガシー効果の活用・最大化に向けた取り組みの方向性

- 前述の「調査から得られた主な気付き」を踏まえ、今後、MICE業界には主に以下のような方向性での積極的な取り組みが期待される

MICE業界に期待される取り組みの方向性

取り組みの方向性	詳細
<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> • MICEのレガシー効果に関する共通認識の醸成 	<ul style="list-style-type: none"> • 現状、MICE関係者の間でもレガシー効果の活用可能性に対する認識や理解が完全に共有されていない • 「レガシー効果事例集」をMICE業界の間で広く共有・活用すると同時に、レガシー効果についてMICE関係者が積極的に同業者へ啓蒙活動を行うことが期待される
<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> • レガシー効果に関するKPIの設定及び効果の把握・測定 	<ul style="list-style-type: none"> • コンベンションビューロー等のMICE関係者が、開催地域の実情や目指す姿（都市戦略）に即したレガシー効果を活動のKPI（重要業績評価指標）として設定し、定期的に把握することで、開催地に対するMICEのメリットを可視化し、改善点を把握することが望ましい（本資料で紹介しているBusiness Events Sydneyの例を参照）
<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> • レガシー効果を意識したMICEの誘致・企画・実行 	<ul style="list-style-type: none"> • MICEに伴うレガシー効果は、幅広い関連活動の開催や関係者の巻き込みにより拡大・最大化されることが多い • MICEの誘致・開催においては、波及させたいレガシー効果の内容や受益者を設定し、その実現が期待できる関連活動の企画や関係者の最適化を図ることが望ましい
<p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> • レガシー効果のベストプラクティスの共有 	<ul style="list-style-type: none"> • MICE業界において、レガシー効果の内容や活用方法、拡大・最大化に向けた工夫等の知見が早期に蓄積されるよう、各地域で把握・測定されたレガシー効果のベストプラクティスを、地域間で継続的に共有することが期待される

(参考) MICEのレガシー効果に関するシドニーのCBの取り組み

BESydneyによるレガシー効果の調査

- シドニーのコンベンションビューロー（CB）である Business Events Sydney（以下、BESydney）は、ニューサウスウェールズ州政府から金銭的援助を受け、シドニーのMICE誘致を担当している
- BESydneyは、ニューサウスウェールズ州政府に活動報告の義務を有し、MICEによる経済効果だけでなく、レガシー効果についても測定・報告している
- 経済効果に関しては、毎年公開されている、財務状況を中心とする報告書の中でまとめている
- レガシー効果に関しては、シドニー工科大学が調査を受託している（具体的な手法は非公開）



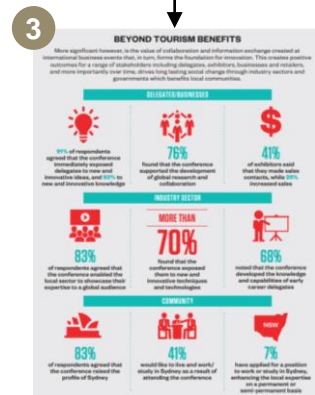
2017-2018
Financial Report

- 2016年には、国際会議によるレガシー効果を、アンケートを通じて測定しており、①「Conferences: Catalysts for Thriving Economies」として発表した
 - 2014年・2015年に開催された国際会議の参加者及び主催者にアンケート調査を実施
- ② 全体の報告書の内容から、政府（Government）、都市（Community）等、関係者別に関するレガシー効果を抜粋して作成された資料も発表
- ③ 報告書の内容を抜粋し、一目でわかりやすくレガシー効果を説明した資料も発表（詳細後述）

2016年のBESydneyによる国際会議のレガシー効果に関する調査結果の構成



2016年に発表された国際会議によるレガシー効果をまとめたレポート
（オンラインで公開されている）



関係者別のレガシー効果を上記の報告書の内容から抜粋した資料

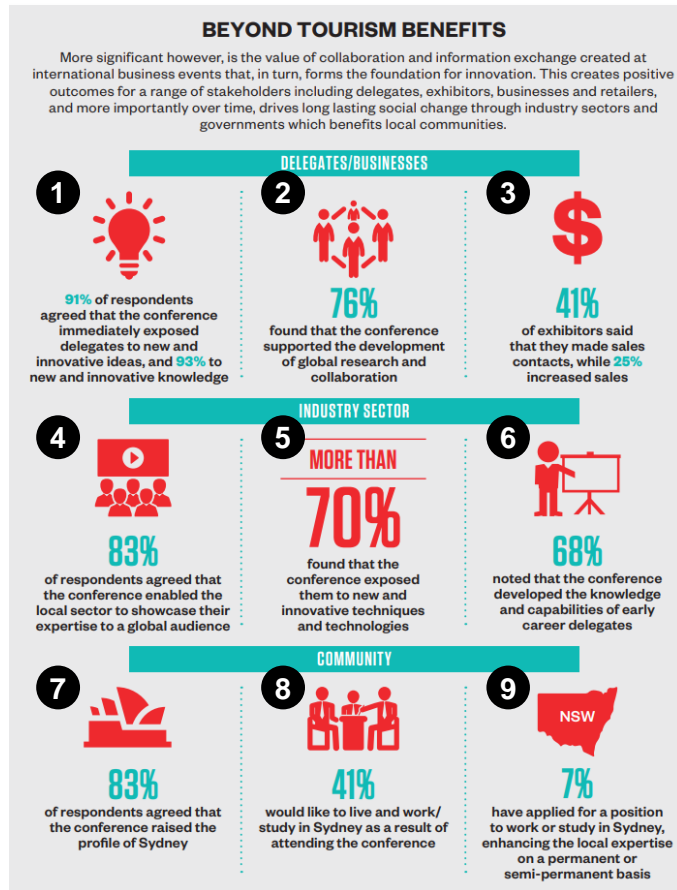
一目でわかりやすくレガシー効果を説明した資料（詳細後述）

(参考) MICEのレガシー効果に関するシドニーのCBの取り組み

- ・ 発表した報告書の中から、レガシー効果のいくつかの項目について、定量的なデータを抜粋し、一目でわかりやすい形で編集した資料を別途発表した

2016年のBESydneyによる国際会議のレガシー効果に関する調査結果（抜粋）

左資料の対訳



参加者や出展者 (Delegates/Businesses)

- 91%以上の回答者が国際会議に参加したことにより、**新しく革新的なアイデアに触れられた**と回答
- 76%の回答者が国際会議開催によって、**世界的研究や協働が進んだ**と回答
- 出展者の41%が**販路開拓できた**と回答し、25%が**売上向上につながった**と回答

業界全体 (Industry Sector)

- 83%の回答者が国際会議開催により**地元の業界が世界に発信できた**と回答
- 70%以上の回答者が、国際会議によって**新しく革新的な技術や技法に触れた**と回答
- 68%の回答者が、国際会議を通じて、特に**若年層が新しい知識や能力を得た**と回答

都市としてのシドニー (Community)

- 83%の回答者が、国際会議開催によって**シドニーの知名度が向上した**と回答
- 41%の回答者が、国際会議の参加を通じて、**シドニーへの移住や就職・留学をしたい**と感じたと回答
- 7%の回答者が、**実際にシドニーにおける職や留学に応募した**と回答

出所: BESydney Research, ヒアリング調査