

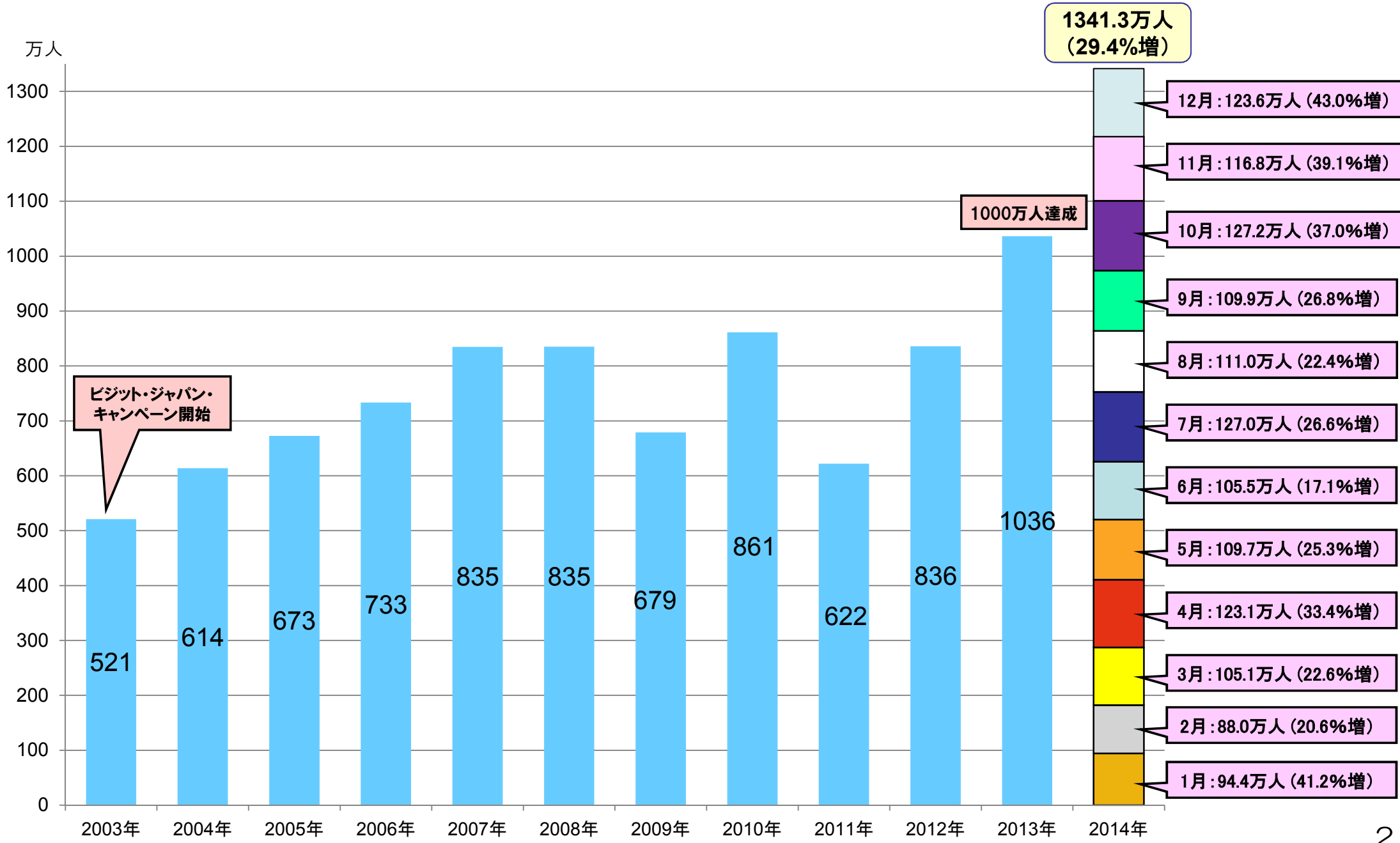
# MICEの誘致・開催の取組について

---

観光庁MICE推進担当参事官室

平成27年4月23日

# 訪日外国人旅行者数の推移

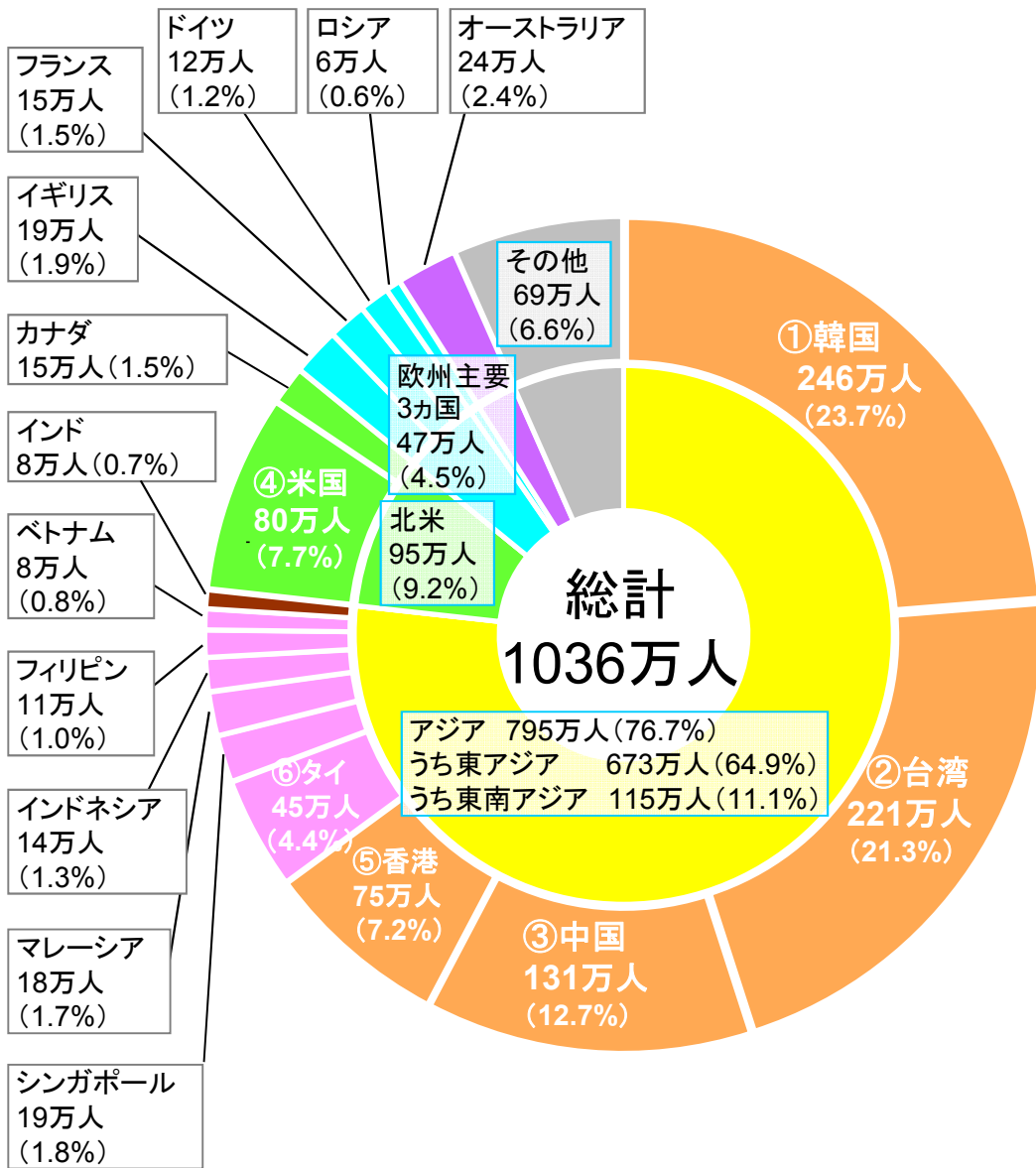


注) 2013年以前の値は確定値、2014年の値は暫定値、%は対前年(2013年)比

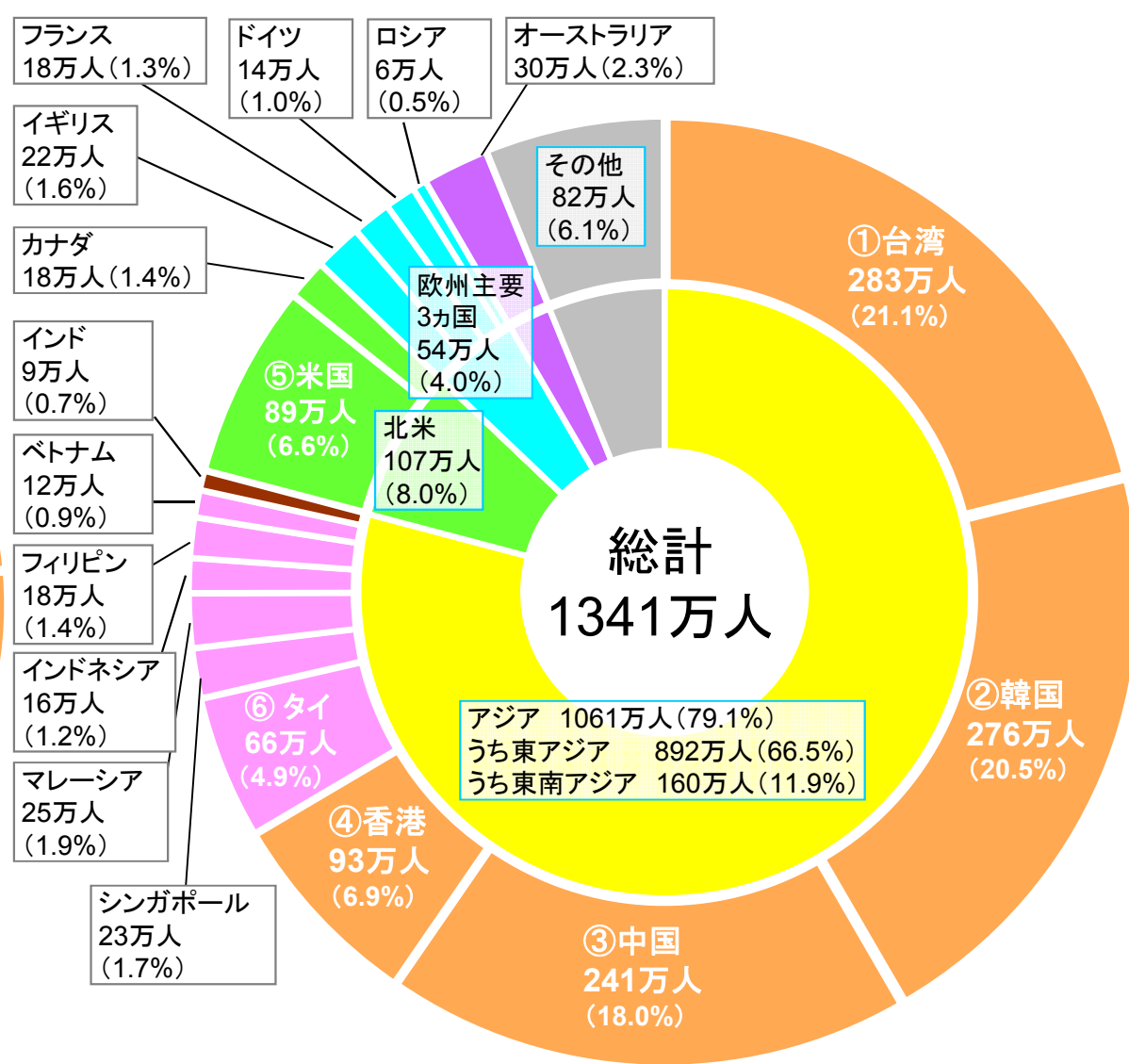
出典: 日本政府観光局(JNTO)

# 訪日外国人旅行者数及び割合(国・地域別)

## 【2013年(確定値)】



## 【2014年(暫定値)】



※ ( )内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
 ※ 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)資料より観光庁作成

# 2014年 訪日旅行者数1万人以上の国・地域

順位	国・地域	訪日旅行者数 (人)
1	台湾	2,829,821
2	韓国	2,755,313
3	中国	2,409,158
4	香港	925,975
5	米国	891,668
6	タイ	657,570
7	豪州	302,656
8	マレーシア	249,521
9	シンガポール	227,962
10	英国	220,060
11	フィリピン	184,204
12	カナダ	182,865
13	フランス	178,570
14	インドネシア	158,739
15	ドイツ	140,254

順位	国・地域	訪日旅行者数 (人)
16	ベトナム	124,266
17	インド	87,967
18	イタリア	80,531
19	ロシア	64,077
20	スペイン	60,542
21	マカオ	47,315
22	ニュージーランド	41,622
23	スウェーデン	40,125
24	オランダ	39,866
25	スイス	33,150
26	ブラジル	32,310
27	メキシコ	30,436
28	ネパール	24,008
29	フィンランド	19,661
30	ベルギー	18,934

順位	国・地域	訪日旅行者数 (人)
31	イスラエル	18,808
32	デンマーク	17,901
33	ポーランド	17,883
34	モンゴル	16,927
35	オーストリア	15,398
36	ノルウェー	15,230
37	トルコ	14,766
38	ポルトガル	14,439
39	スリランカ	14,051
40	ミャンマー	13,774
41	アイルランド	12,596

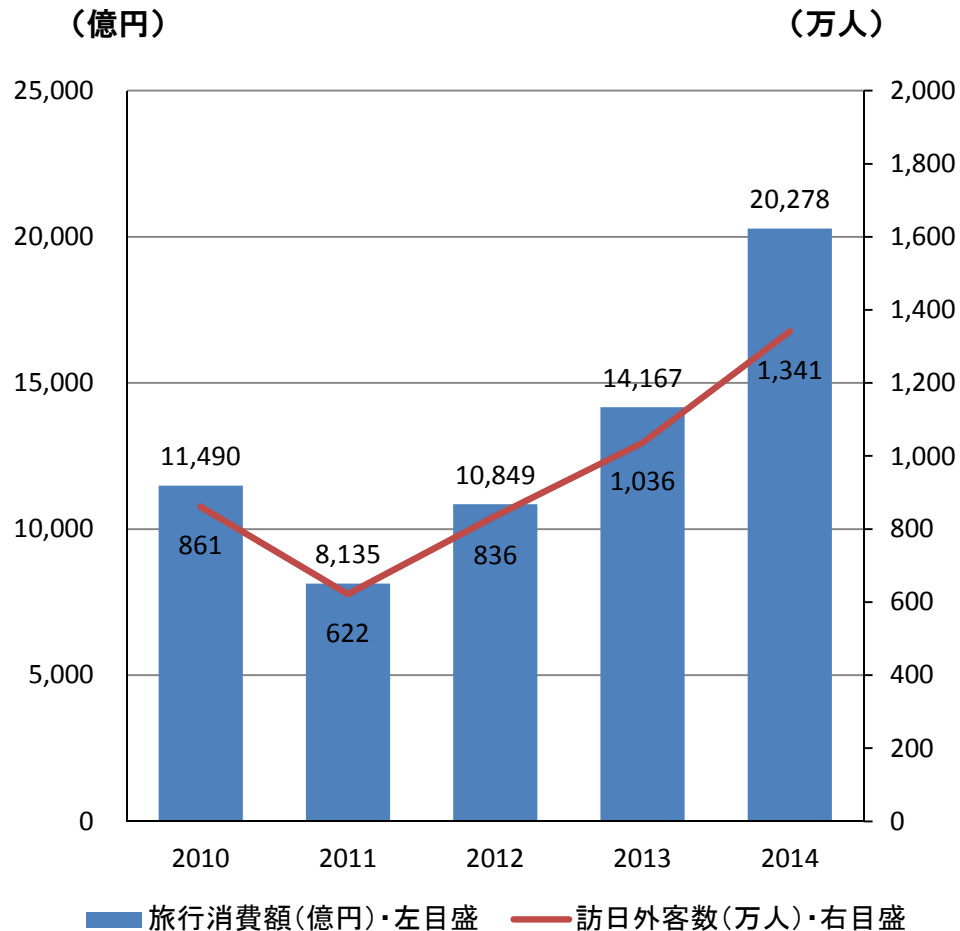
※V J事業プロモーション対象市場  
 水色：重点市場  
 黄色：潜在市場

(注)訪日外国人旅行者数は暫定値  
 出典：JNTO(日本政府観光局)

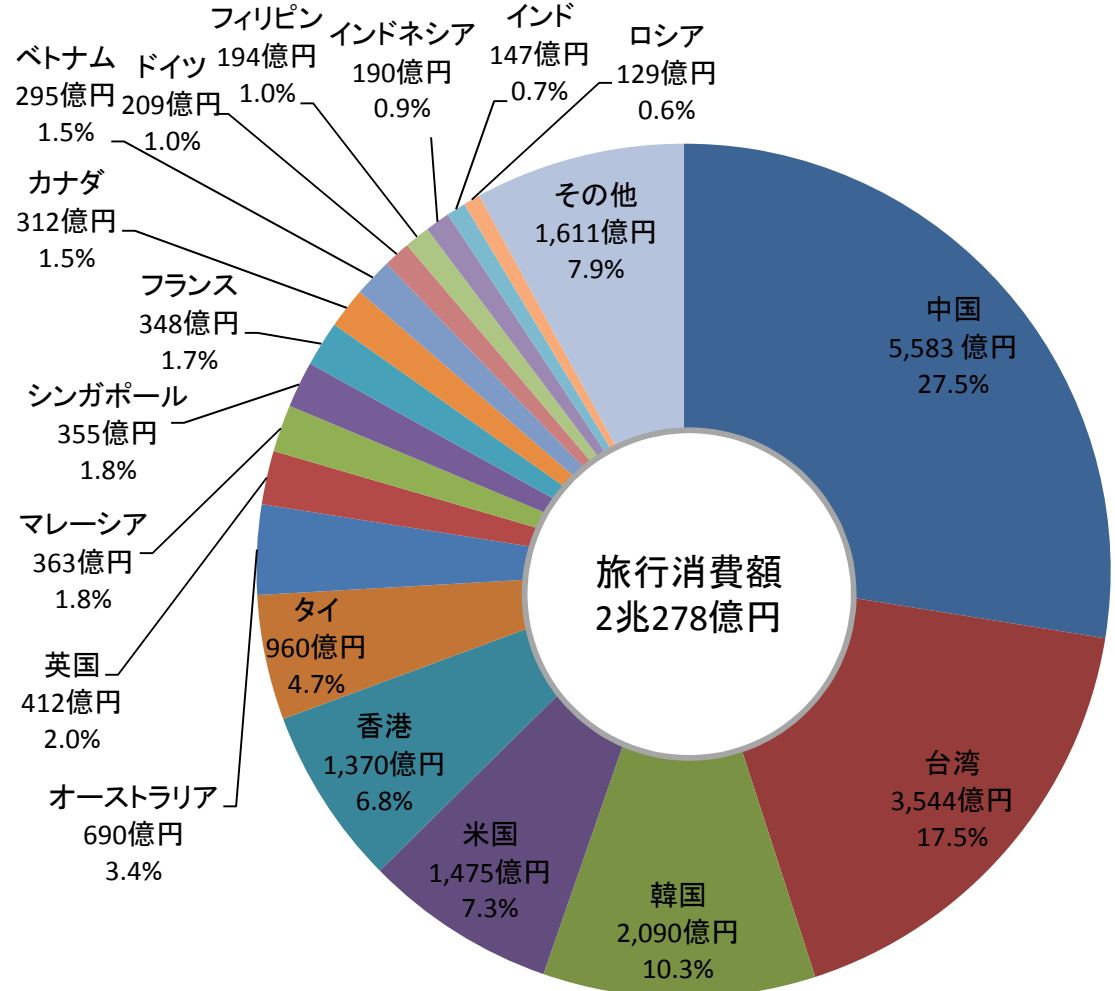
# 2014年の訪日外国人旅行消費額について(国籍・地域別)

- 2014年の訪日外国人の旅行消費額は、2兆278億円と推計。  
前年(1兆4,167億円)と比べ43.1%増となり、過去最高額。
- 国籍・地域別では、中国が、対前年2倍を超える5,583億円となり、総額の4分の1を超える。  
タイ、台湾、マレーシアなどが、対前年で大幅な増加となった。

## 旅行消費額と訪日外客数の推移



## 旅行消費額の国籍・地域別構成比



# 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: 九州・沖縄サミット、世界水フォーラム、国際解剖学学会、アジア心身医学会 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。

# MICEの意義

## (1) 高い経済効果

MICE開催を通じた主催者、参加者等の消費支出は、開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出す。

### 経済波及効果の算出例

日本で1.7万人規模の国際会議が開催された場合

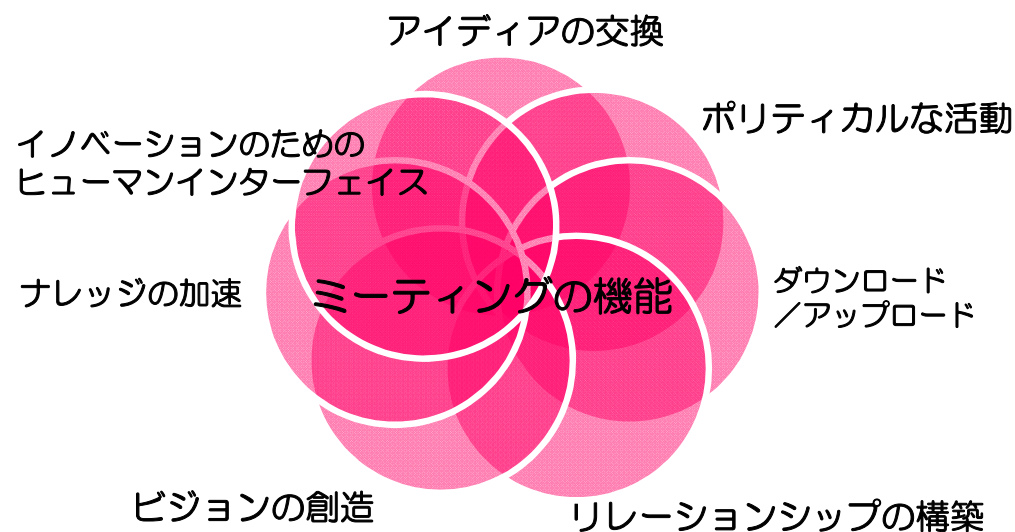
- ・経済波及効果 : 約 82 億円
- ・誘発税収額 : 約 4.4億円(国税)

出所)MICE開催による地域別経済波及効果簡易測定モデルにて試算

## (2) ビジネス機会やイノベーションの創出

MICE開催は、ビジネスや研究分野の海外参加者と我が国参加者の人的ネットワーク形成や知識・情報の共有に大きな効果。これらを通じて、新たなビジネス機会を生み出し、科学技術の発展・イノベーションの創出に大きく資する。

### MICEの機能



## (3) 都市の競争力・ブランド力向上

MICEを通じた人や情報の交流・流通、ネットワーク構築の容易さなどは、都市の競争力・ブランド力向上に寄与する。

出所)ICCA2012総会におけるPricewaterhouseCoopers講演より作成

# 今後開催される1,000人規模以上の国際会議

開催予定	会議名	開催都市	会場	参加人数
2015年4月	国際生殖医学会学術集会2015	横浜市	パシフィコ横浜	2,500
2015年5月	第12回アジア栄養学会議 (ACN2015)	横浜市	パシフィコ横浜	4,000
2015年5月	第15回国際放射線研究会議	京都市	国立京都国際会館	1,200
2015年6月	第18回日本臨床救急医学会	富山市	富山県民会館他	2,000
2015年7月	第23回世界スカウトジャンボリー	山口市	きらら浜自然観察公園	30,000
2015年8月	第24回国際冷凍学会議 (ICR2015)	横浜市	パシフィコ横浜	1,000
2015年11月	世界工学会議	京都市	国立京都国際会館	3,000
2015年11月	第94回IETF横浜会議	横浜市	パシフィコ横浜	1,200
2016年4月	第13回国際人類遺伝学会	京都市	国立京都国際会館	3,000
2016年5月	第19回国際細胞学会議	横浜市	パシフィコ横浜	5,000
2016年6月	2016 ライオンズクラブ国際大会	福岡市	福岡国際会議場・福岡国際センター・マリメッセ福岡・福岡サンパレス	25,000
2016年6月	第58回日本老年医学会学術集会	金沢市	石川県立音楽堂	1,504
2016年7月	第31回国際心理学会議	横浜市	パシフィコ横浜	7,000
2016年8月	国際分析心理学会	京都市	国立京都国際会館	1,000
2017年4月	第8回世界盆栽大会	さいたま市	大宮ソニックシティ他	1,000
2017年9月	第23回世界神経学会議	京都市	国立京都国際会館	7,000
2018年7月	第43回錯体化学国際会議	仙台市	仙台国際センター	1,200
2018年9月	第11回国際水協会 (IWA) 世界会議	江東区	東京ビックサイト	6,000
2021年10月	第22回国際栄養学会議	千代田区	東京国際フォーラム	4,500



# 最近の政府の動向・取組(全体像)

## 政府全体の動向

### 日本再興戦略

(平成25年6月14日閣議決定)  
(改訂:平成26年6月24日閣議決定)  
2030年にアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く

### 観光立国実現のためのアクション・プログラム

(平成25年6月11日観光立国推進閣僚会議決定)  
(改訂:平成26年6月17日 同上 決定)  
MICEを重点分野の1つとし、具体的な施策を列挙

### MICE国際競争力強化委員会最終とりまとめ

(平成25年8月2日発表)  
MICE誘致の国際競争力強化が必要  
アジアNo.1の国際会議開催国を目指す

## 施策実行の段階へ

## 進行中の主な施策

### ①グローバルMICE戦略都市

～グローバルなMICE誘致競争に打ち勝つ都市を育成～  

- 平成25年6月に戦略都市を選定(東京、横浜、京都、神戸、福岡)
- 同年8月に国による集中的支援(海外アドバイザー派遣等)を開始

### ②アンバサダープログラム

～誘致対象の戦略的な掘り起こし～  

- これまでに主要分野の国際的な有力者13名をMICEアンバサダーに任命
- MICEアンバサダーにはMICE開催意義の普及・啓発、日本のPR等を担って頂く

### ③ユニークベニュー

～ユニークベニューの開発、利用促進～  

- 平成25年8月に官民の「ユニークベニュー利用促進協議会」を設置
- 三菱一号館美術館、文化学園服飾博物館、国立新美術館でモデルイベント実施
- 博物館・美術館のユニークベニュー利用ハンドブックの作成

## 今後の課題・・・2020年オリ・パラを契機とした日本らしいMICEの創出

- 「C」に加え、「M」、「I」及び「E」それぞれの取組と、その包括的な連携の強化
- MICE戦略都市事業の経験等を踏まえた各地域におけるMICEの取組と地域間連携の強化
- JNTOのMICE誘致体制の整備

# グローバルレベルのMICE都市の育成

## ■グローバルレベルのMICE都市の育成

- ・我が国のMICE誘致競争を牽引する都市を育成するため、平成25年度にグローバルMICE戦略都市(5自治体)及びグローバルMICE強化都市(2自治体)を選定し、集中的な支援を実施。
- ・支援の結果、各都市に予算・体制の強化に向けた動き、ステークホルダーとの連携強化等の一定の成果。
- ・平成27年度は一定水準以上の誘致能力を有する都市を新たに選定し、支援を実施する。

### グローバルMICE戦略都市

海外との誘致競争に互角に戦えるMICE誘致ポテンシャルをもつ都市。

今後、世界トップレベルを目指していく。

○東京 ○横浜 ○京都 ○神戸 ○福岡



### グローバルMICE強化都市

MICE誘致ポテンシャルを有し、戦略都市への成長に取り組んでいく都市

○大阪 ○名古屋

### 国の支援

- ・海外アドバイザーの派遣
- ・市場/競合都市の調査分析
- ・ステークホルダーの連携支援 等



- コンベンションビューローの予算・人員体制強化、ICCA加盟
- 地元の有力国立大学との連携強化
- ホテル、事業者等からなるMICEビジネスアライアンスを発足
- MICEの国際ネットネットワーク Best Cities Allianceへの加盟
- 国家戦略特区においてMICE誘致・促進を標榜
- 国際会議施設の拡張計画の進展

世界のトップレベルのMICE都市に匹敵する、我が国を代表するMICE都市への成長

# MICE誘致に向けた都市の取組の強化

- 近年、都市やコンベンションビューローによる新たな取り組みや、産学官民が一体となってMICE誘致に取り組む事例が見られる。
- ここでは大阪と福岡の取組事例を紹介。

## 大阪MICEビジネス・アライアンス

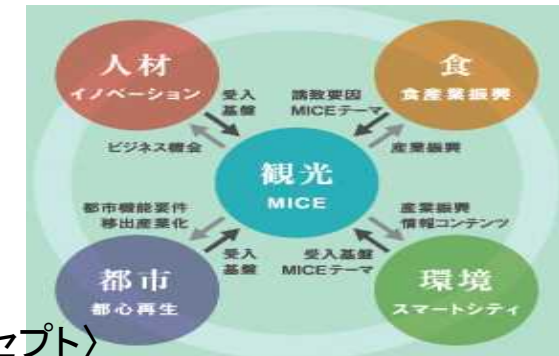
- 大阪観光局（（公財）大阪コンベンション協会）では、従来行政主導型であったMICE推進を、官民一体となったオール大阪としての取組へ移行し、MICE産業の更なる活性化に向けて「大阪MICEビジネス・アライアンス」を設置。
- 活動の一環として、昨年12月、会議主催者とMICE関連産業との商談等の機会として「大阪MICEディスティネーション・ショーケース」を開催



〈大阪MICEディスティネーション・ショーケースの様子〉

## 福岡地域戦略推進協議会(Fukuoka.D.C.)

- 福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka D. C.）  
福岡の新しい将来像を描き、地域の国際競争力を強化するために、地域の成長戦略の策定から推進までを一貫して行うために設立。  
5つの部会（観光・環境・人材・都市再生・食）を設置し、観光部会の重点テーマは「福岡都市圏のMICE戦略MICE推進のワンストップ機能構築」。
- MICEビューローの設立  
これまで（公財）福岡観光コンベンションビューローでは、観光とMICEを一緒にやってきたが、コンベンション施設、ホテル等との一体的な誘致・マネジメント体制の確立を目指し、平成26年4月、同ビューロー内にMICEビューローを設置し、MICEに特化して産学官民の共働により運営。



〈Fukuoka.D.C.のコンセプト〉

# MICEアンバサダープログラム 概要

## プログラムの目的

- 海外の主要国・都市では、国際会議等の開催適地としてのプレゼンス向上のため、学識、名声があり、専門分野において影響力のある人材をアンバサダーに任命し、国・都市の広報活動や国際会議の誘致活動にご尽力いただいている。
- 我が国でも、名だたるビジネスパーソンや有力な学会・研究機関等が数多く存在しており、特に国内外に影響力のある方に国際会議誘致の誘致促進委員会委員(通称MICEアンバサダー)にご就任いただき、「日本の顔」として、国内外にMICE開催国としての日本の広報活動や国際会議の誘致活動に寄与して頂く。

## アンバサダーの選出基準

学術分野から以下3区分に応じて選出。

平成26年度は、個別の国際会議の誘致活動の支援に重点を置き、③の区分を中心に新規アンバサダーの委嘱を進めることで主催者の掘り起こしを行い個別の誘致活動の強化を目指す。

①MICE誘致・開催の意義を理解し、国内外において広範かつ強力な影響力を有する方

②主要分野の学会・協会に対して強い影響力を有し、当該分野の国際的なネットワークを有する方

③今後、学会・協会の中心となり、国際会議を誘致する可能性がある方

## アンバサダーへの支援内容

立候補書類作成支援、プレゼンテーション資料作成支援、ビデオメッセージ、及びプロモーション映像の作成、MICEアンバサダーとしての活動にかかる旅費支給、MICEアンバサダー同士の意見交換の場の提供(誘致促進委員会開催) 等を行う。

## 【誘致促進委員会の実施】

### ・第1回誘致促進委員会

日時:2013年12月9日(金)  
MICEアンバサダー委嘱式、  
第1回MICE誘致促進委員会を実施

### ・第2回誘致促進委員会

日時:2014年9月2日(火)  
MICEアンバサダー委嘱式、  
第2回MICE誘致促進委員会を実施



## MICEアンバサダー

### ■25年度委嘱アンバサダー

- 池田 康夫 早稲田大学特命教授  
(2011年、国際血栓止血学会を成功裏に開催)
- 大西 隆 内閣府日本学術会議 会長
- 長村 義之 国際医療福祉大学大学院 教授  
(2016年 国際細胞学会の誘致に成功)
- 木村 正 公益社団法人日本産科婦人科学会 理事
- 小宮山 宏 三菱総合研究所 理事長 / 東京大学 総長顧問  
(前東京大学 総長)
- 水澤 英洋 国立精神・神経医療研究センター病院理事・病院長  
(2017年 世界神経学会議の誘致に成功)
- 宮澤 陽夫 東北大学大学院農学研究科・農学部 教授  
(2015年 第12回アジア栄養学会議、  
2021年 第22回国際栄養学会議の誘致に成功)
- 山谷 泰賀 独立行政法人放射線医学総合研究所  
分子イメージング研究センター チームリーダー

### ■26年度委嘱アンバサダー

- 浅間 一 東京大学大学院工学系研究科精密工学専攻教授
- 栗原 祐司 東京国立博物館総務部長
- 陳 隆明 兵庫県立リハビリテーション中央病院 参事 兼  
ロボットリハビリテーションセンター長・  
リハビリテーション科部長
- 原科 幸彦 千葉商科大学 政策情報学部 学部長・教授
- 福山 秀直 京都大学 大学院医学研究科教授



# ユニークベニューの開発・利用促進

## 【ユニークベニューとは】

- 国際会議等のMICEの開催に際し、博物館や美術館、歴史的建造物、世界遺産などをレセプション会場、イベント会場として使用するケースが増えている。このように特別に開放された会場を「ユニークベニュー」(Unique Venue：特別な場所)という。
- ユニークベニューでのイベントは、話題を呼ぶとともに参加者に文化や歴史的な体験を提供する機会を与え、会の成功と開催地を強く印象づけることができる。

## 【観光庁の取組】

- 全国主要都市の歴史的建造物、神社仏閣、城郭、庭園・公園等の施設に対して、MICE開催時のレセプションやイベント等の会場としての利用開放意向調査を実施し、ユニークベニュー候補施設をリスト化し、情報発信する。
- ユニークベニューとしての利用円滑化のための手引きやベストプラクティス集をとりまとめる。
- ユニークベニューに関する制度・運用上の課題・解決策について検討する。



【神社仏閣の活用】増上寺  
TABIHAKU NIGHT 2013 で活用



【世界遺産の活用】宮島  
IPEC Hiroshima 2014 - ECCE Asia で活用



【博物館の活用】  
地底の森ミュージアム(仙台)  
国連防災世界会議のサイドイベントで活用 14

# MICEブランディングの構築

- 日本のMICEブランド戦略を新たに構築するため、ブランドコンセプト、ブランド名称及びロゴ等を作成するブランディング事業を実施。
- MICE関係者に対し共通の理念や目的意識を統一することで、オールジャパン体制によるMICE誘致・開催を醸成し、海外の主催者に対し日本のMICEブランドの認知度向上と差別化を図ることで、日本でのMICE開催を誘致するための広報活動の支援を図る。

## MICEブランディング戦略の対象



“学会”や“企業”（意志決定者）を対象

## MICEブランディング戦略の事業プロセス



自治体等のステークホルダーと共有化、及び海外へのメッセージ発信

# 日本のMICE開催地としての認知度向上

○海外における主要MICE見本市にブースを出展し、日本における受け入れ体制等を紹介するとともに、コンベンションビューローやサプライヤー等の共同出展者の商談をサポート。

○海外MICE専門誌に日本紹介の記事を掲載。



IT&CM China 2014(上海)の様子

## 【共同出展者】

自治体、コンベンションビューロー、DMC、ホテル 等

## 【26年度の出展見本市】

○ IT&CM China 2014 (上海)

○ IMEX 2014 (フランクフルト)

※ 出展したコンベンションビューロー等 : 東京、横浜、京都、神戸、福岡、名古屋、大阪、札幌、千葉、広島、徳島(県)、沖縄

○ IMEX America 2014 (ラスベガス)

○ EIBTM 2014 (バルセロナ)

○ AIME 2015 (メルボルン)



IT&CM China 2014(上海)の様子

会期 : 4月15日~17日

会期 : 5月20日~22日

会期 : 10月14日~16日

会期 : 11月18日~20日

会期 : 2月24日~25日



アジアを中心に見本市出展を拡大。特にM/Iのセールスを強化。



# IME2014（第24回 国際ミーティング・エキスポ）について

IMEとは、全国のコンベンションビューローやMICE関連事業者及び外国政府観光局等が出展し、各種学会や大会・企業会議・インセンティブ旅行を実施している学協会・大学関係者、企業・旅行会社向けのプロモーション、商談を行うMICE見本市。

## 【開催概要】

日時：平成26年12月9日（火）、10日（水）

場所：東京国際フォーラム 展示ホール1

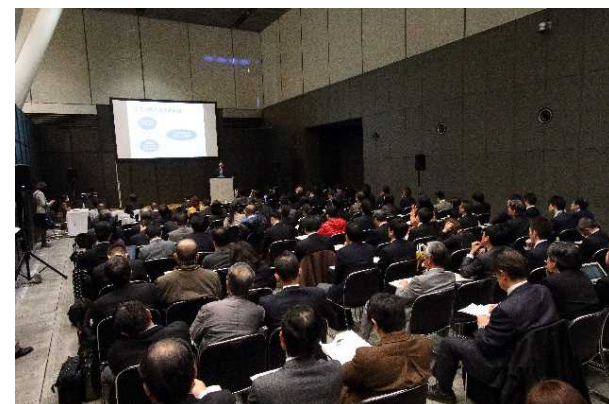
主催：観光庁、日本政府観光局（JNTO）、  
（一社）日本コンgres・コンベンション・ビューロー（JCCB）

出展者数：158団体、130小間

※ 海外からは、Busan Metropolitan City、釜山観光公社、香港国際旅行展示会主催者、  
MEET TAIWAN、トロント観光局、トルコ共和国大使館・文化広報参事官室 が出展  
来場者数：3,452名

## 【主なプログラム】

- ① 開会式・内覧会 12月9日（火）10:00～10:30
- ② 展示会・商談会 12月9日（火）10:30～19:00  
12月10日（水）10:00～17:00
- ③ 基調講演 12月9日（火）11:00～11:50  
「観光立国への戦略的視座」 寺島 実郎 氏  
（一財）日本総合研究所 理事長、多摩大学 学長、（株）三井物産戦略研究所 会長
- ④ JNTO国際会議誘致・開催貢献賞授賞式  
12月9日（火）13:30～14:30
- ⑤ MICEシンポジウム2014  
12月10日（水）13:00～16:30
- ⑥ インセンティブショーケース商談会  
12月10日（水）13:00～17:00



■「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」との目標達成のため、

①都市・地域のMICE誘致力を高めるとともに、②プロモーションを強化する。

## グローバルレベルのMICE都市の育成

アジアNo.1の国際会議開催国になるためには、

①大型国際会議の誘致によるブランド力向上

②中規模国際会議の確実・継続的な誘致

を実現できるグローバルレベルのMICE都市の育成が必要。



### グローバルMICE強化都市への重点的支援

一定水準以上の誘致能力を有する都市を「グローバルMICE強化都市」として追加選定し、

- ・市場/競合都市の調査分析
- ・海外アドバイザー派遣
- ・ステークホルダーの連携促進 等の支援を実施

## 地域の特性を活かしたMICEの推進

✓インセンティブ旅行、イベント・展示会等の多様なMICEを誘致・開催することで、地域経済の活性化が実現。

✓地域産業、観光資源、ユニークベニュー等の地域の特性や魅力を活かしたMICEを推進するため、マニュアルの作成、ベストプラクティス共有等によりモデル構築を図る。

《例》

- ・地域資源を活かしたユニークなインセンティブ旅行
- ・地域産業の展示会への外国人の誘客
- ・地域イベントへの外国人の誘客



### MICEを通じた地域活性化

## MICE誘致・開催のためのプロモーション

✓海外MICE専門見本市出展、商談会・セミナー、メディア等の招請、MICEアンバサダープログラム等のメニューを通じ、日本のMICE開催地としての認知度の向上、誘致案件の発掘を図る。

# MICE誘致・開催のためのプロモーション

訪日外国人旅行者数 2000万人の実現に向けて、JNTOの訪日プロモーション事業執行機関化に伴う海外事務所を含めた体制整備を契機として、より戦略的に国際会議等(MICE)の誘致・開催を促進する。

## MICE 開催地としてのセールス

### ○ メディア招請・記事広告

MICE 専門誌への記事掲載により、MICE 開催地としての日本の認知度向上を図る。

### ○ 海外でのセミナー・商談会開催

海外現地メディアや国際団体とタイアップして、セミナーや商談会を開催し、セールスを行う。

### ○ 海外MICE専門見本市への出展

自治体、旅行業者等とともに見本市に出展し、日本のセールスを行う。



## 開催地決定権者のとりこみ

### ○ 海外の有力MICEキーパーソンの招請

国際会議のキーパーソンだけでなく、ミーティング、インセンティブのディビジョン・メーカーも対象に、案件・誘致段階等により、グループ招請または個別招請を実施する。



## 国内主催者の強化・育成

### ○ MICEアンバサダープログラム

国内外に影響力のある者をMICEアンバサダーに任命し、「日本の顔」として、MICE 開催国としての日本の広報活動や国際会議の誘致活動を実施する。



### ○ MICEの主催者等の支援・育成

セミナー開催や誘致マニュアルの作成等により、国際会議等の主催者や誘致主体を支援・育成する。



# 参考情報

---

## 1. 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

- 「オリパラ」開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション
- 文化プログラムを活用した日本文化の発信
- 「東京オリパラ」開催効果の全国への波及
- 道の駅・郵便局・コンビニの活用を含めた、外国人旅行者への観光情報提供拠点の充実

## 2. インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組

- 様々な業種の参画による新たな取組の創出  
(エンタメ、ファッション、食、流通、IT等様々な業種を担い手に)
- 訪日プロモーションの戦略的拡大  
(中国沿岸部・内陸部、東南アジア、インド・ロシア等への展開)
- JNTOを実施主体とした訪日プロモーションの実施体制の整備

## 3. ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化

- 戦略的なビザ要件の緩和  
(インドネシア向けビザ免除、フィリピン・ベトナム向け実質ビザ免除等)
- CIQに係る体制整備  
(地方空港における緊急的な体制整備等)

## 4. 世界に通用する魅力ある観光地域づくり

- 多様な広域ルートの開発・提供と発信
- 地域内の周遊観光をしやすくするための仕組みづくり
- 魅力ある空間の形成
- 和食文化の発信、農山漁村での滞在促進
- 観光振興による被災地の復興支援

## 5. 外国人旅行者の受入環境整備

- 免税制度の拡充を契機とした免税店の拡大
- 無料Wi-Fiの整備促進、多言語対応の強化
- ムスリム旅行者への適切な情報提供
- 安全・安心の確保(災害や病気・怪我への対応)

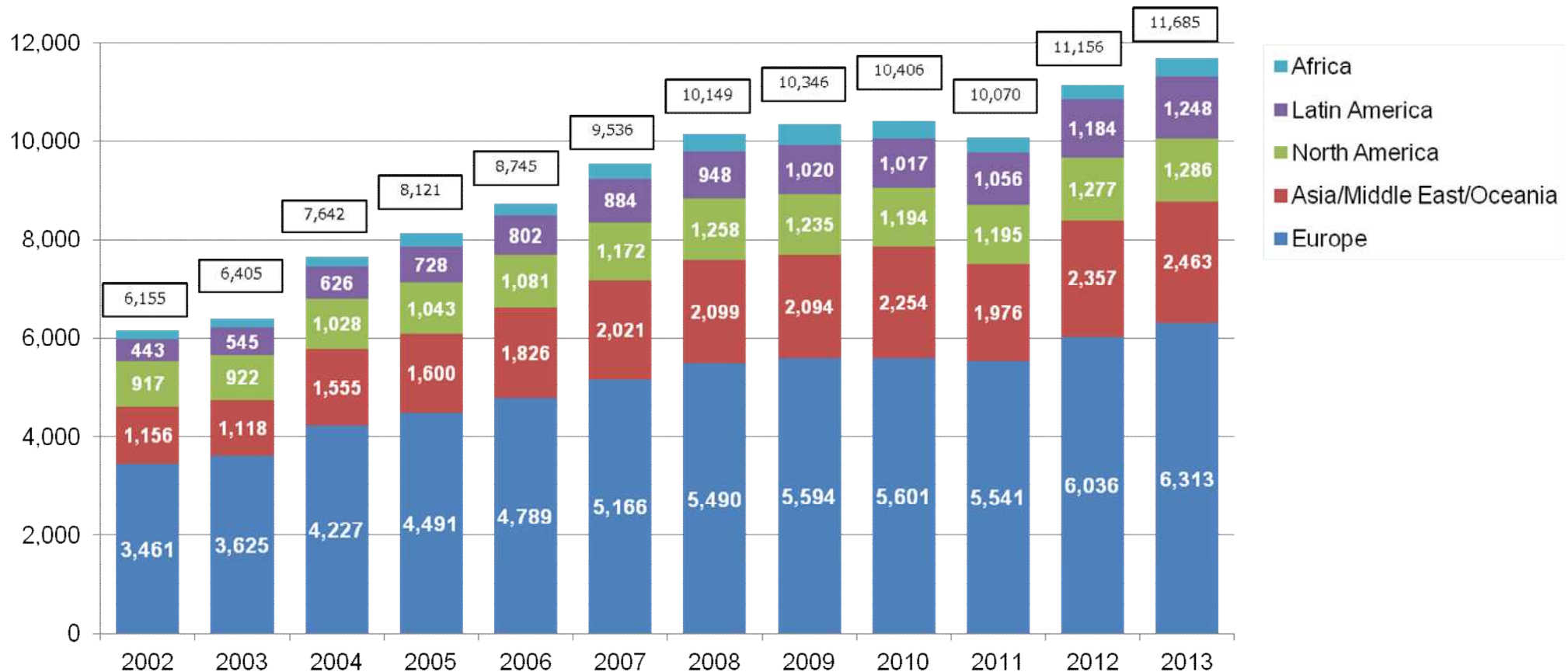
## 6. MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み

- MICEに関する取組の抜本的強化
- ファーストレーンの設置、「信頼できる渡航者」の自動化ゲート対象化
- IRについての検討

# 国際会議開催トレンド①

- 国際会議関連団体・事業者を会員とする国際団体のICCA(International Congress and Convention Association)の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は年々増加している。
- 開催地域別の開催件数の推移をみると、国際機関・学会の本部の多くが設置されている欧州が世界全体の約半数を占めているものの、急速な経済成長を背景にアジアや南米地域は特に開催件数の伸びが高い。
  - 2002年から2013年にかけての開催件数増加率では、アジア・大洋州・中東地域は約2.1倍増加している。

世界及び地域別の国際会議開催件数の推移



出所)ICCA統計より作成

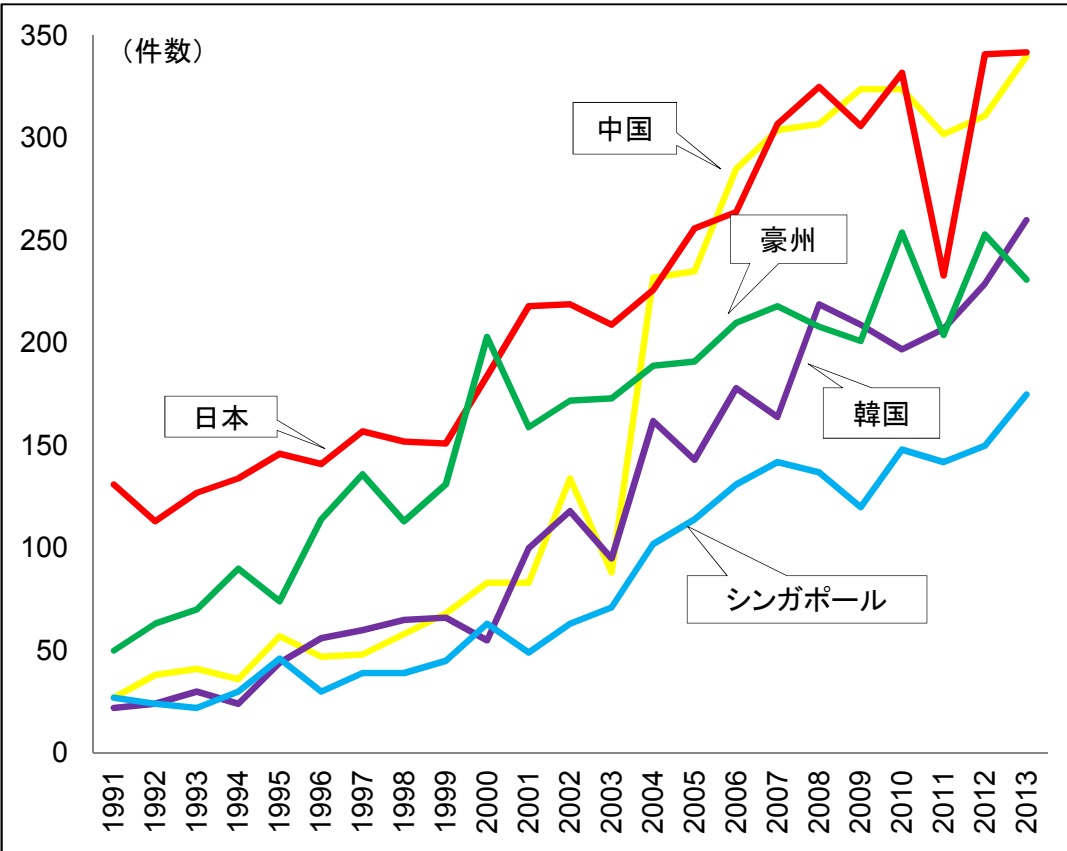
※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため直近年の数値は今後も増加する可能性がある

※国際会議の定義:(1)参加者総数50名以上、(2)定期的に開催される、(3)3カ国以上での持ち回りあり

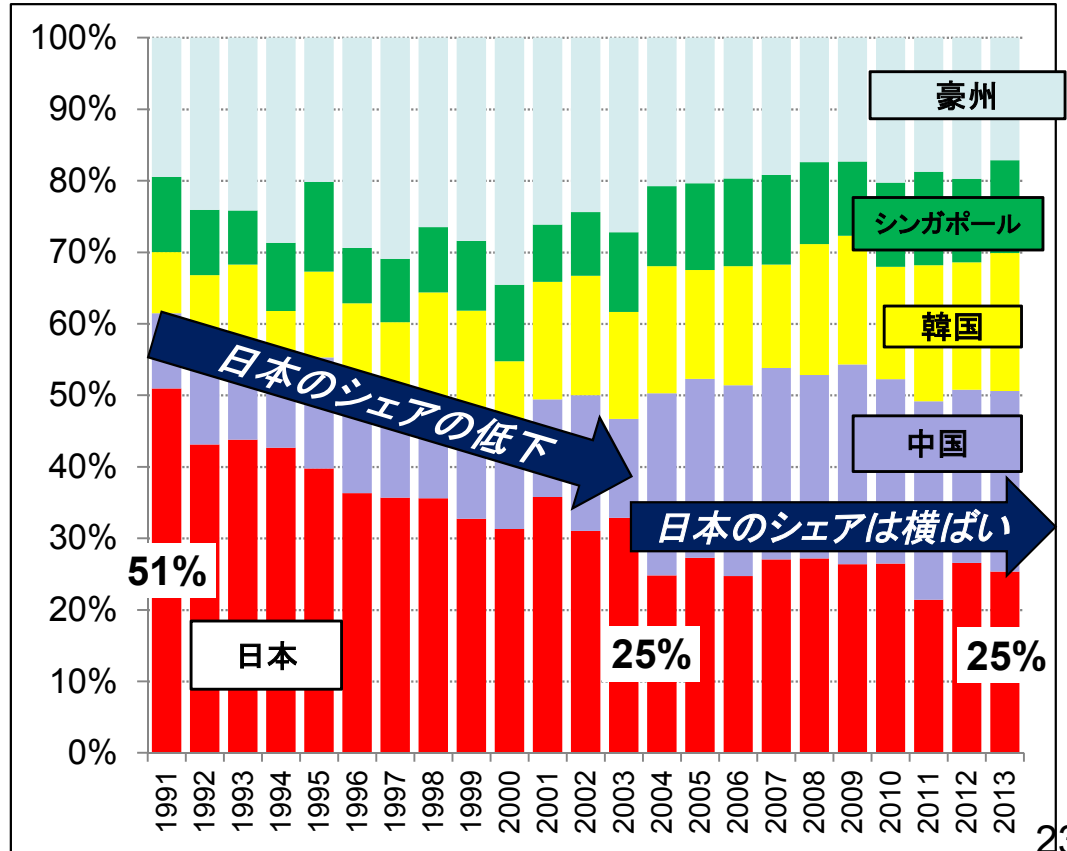
# 国際会議の開催トレンド

- アジア太平洋地域を国別に見ると、我が国を含む主要5ヶ国（日本、中国、韓国、シンガポール、豪州）は近年全て開催件数を伸ばしている。
- 域内の主要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、2004年は25%に落ち込んだ後、横ばいが続いている。

アジア・大洋州における主要国の国際会議開催件数 (1991~2013)



アジア・大洋州の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移 (1991~2013)



出所)ICCA(国際会議協会)統計より作成

# 国際会議開催件数ランキング

- アジア大洋州・中東地域の都市別の国際会議開催件数ランキング(2013年)を見ると、我が国では東京の7位が最高。(世界の都市順位では26位)
- 我が国は、他の競合国に比べて国際会議を誘致する都市数が多く、開催件数が分散していることもあるが、都市のMICE競争力やブランド力の観点からは懸念される状況。

世界における国別の国際会議開催件数(2013)

順位	国名	件数
1	米国	829
2	ドイツ	722
3	スペイン	562
4	フランス	527
5	英国	525
6	イタリア	447
7	日本	342
8	中国	340
9	ブラジル	315
10	オランダ	302
11	カナダ	290
12	韓国	260
13	ポルトガル	249
14	オーストリア	244
15	スウェーデン	238
16	オーストラリア	231

アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議開催件数ランキング (ICCA 2013)

2013年 アジア大洋州・中東地域順位	2013年 世界順位	都市	2013年 開催件数
1位	6位	シンガポール	175件
2位	9位	ソウル	125件
3位	18位	北京	105件
4位	20位	バンコク	93件
		シドニー	93件
6位	23位	香港	89件
7位	26位	東京	79件
8位	28位	台北	78件
9位	29位	上海	72件
10位	33位	クアラルンプール	68件
11位	40位	パリ	55件
12位	44位	メルボルン	52件
13位	52位	済州	45件
14位	55位	京都	43件
15位	63位	ドバイ	37件
16位	65位	ニューデリー	35件
17位	68位	釜山	34件
18位	89位	マニラ	28件
23位	117位	大阪	20件
28位	136位	神戸	18件
30位	148位	横浜	17件
35位	159位	名古屋	15件
42位	182位	札幌	13件
44位	193位	福岡	12件
		奈良	12件
55位	242位	沖縄	9件



# MICE関連情報の一覧

## 1. MICEにおける政府の方針

### ○「日本再興戦略」改訂2014 ―未来への挑戦―

・アベノミクス「三本の矢」により始まりつつある経済の好循環を一過性のものに終わらせず、持続的な成長軌道につなげるべく、平成26年6月24日、「日本再興戦略」改訂2014が閣議決定された。

本文：<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbun2JP.pdf>

### ○「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」

・平成26年6月17日に観光立国推進閣僚会議（主宰：内閣総理大臣）の第4回会合を開催し、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を決定した。

本文：<http://www.mlit.go.jp/common/001043606.pdf>

### ○MICE国際競争力強化委員会（最終とりまとめ）

・平成25年6月、委員会の報告書として、「我が国のMICE国際競争力の強化に向けて～アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く～」がとりまとめられた。

本文：<http://www.mlit.go.jp/common/001014471.pdf>

## 2. MICEの誘致促進

### ○グローバルMICE都市の育成

・「グローバルMICE戦略都市」として5都市「グローバルMICE強化都市」として2都市を選定し、都市のマーケティング能力の向上を支援。

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07\\_000049.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000049.html)

### ○MICEアンバサダープログラムの導入

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07\\_000031.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics07_000031.html)

### ○ユニークベニューの開発、利用促進

MICEの誘致拡大に向けたユニークベニューの利用促進事業報告書：<http://www.mlit.go.jp/common/001032752.pdf>

ユニークベニューHANDBOOK 美術館・博物館編：<http://www.mlit.go.jp/common/001032753.pdf>

### ○国際会議誘致ガイドブックの改訂

<http://www.mlit.go.jp/common/001043157.pdf>

### ○MICE開催による経済波及効果測定モデルのバージョンアップ

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07\\_000078.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/news07_000078.html)