



Japan. Meetings & Events
New ideas start here

MICEの意義

令和5年4月

観光庁 国際観光部 MICE室



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。MICEには開催地における①高い経済波及効果や②ビジネス機会・イノベーションの創出、③都市ブランド・競争力の向上等が期待される。

※ 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。

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企業会議、大会、研修会等の会合（＝コーポレートミーティング）を指す。

Meeting

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

I

Incentive

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。

例：営業成績の優秀者を集めた旅行 等

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。

Convention

例：北海道・洞爺湖サミット、国連防災世界会議、世界水フォーラム、世界牛病学会 等

E

Exhibition /Event

国際見本市、展示会、博覧会といったエキシビションや、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。

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

MICEがもたらす効果①

(1)高い経済効果

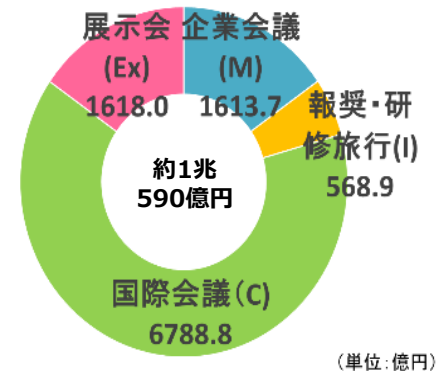
- MICE開催を通じた主催者・出展者・参加者等の消費支出は、開催地域を中心に大きな**経済波及効果**となる。
- レジャー目的（一般観光）よりも高い経済効果を生み出す。

経済波及効果（平成30年4月18日公表）

- 平成28年(2016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
(国際航空運賃除く)
約26.1万円

※主催者費用を含む

国際MICE全体による経済波及効果(催事別)



【参考】

訪日外国人1人当たりの平均消費額

※観光庁「訪日外国人の消費動向調査(2016年)」

約15.6万円

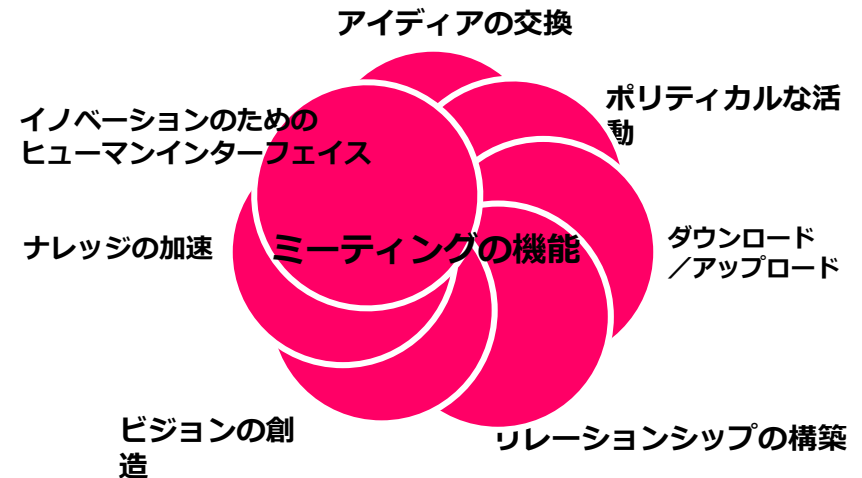
(2) ビジネス機会等の創出

- 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）

● MICEの誘致・開催に当たっては、幅広いステークホルダーに経済波及効果以外の効果が生じる。

レガシー効果の波及イメージ (一例)

