

観光庁

平成 29 年度 MICE の経済波及効果算出等事業

報告書

平成 30 年 3 月

目次

1. 事業の目的	1
2. 企業会議、企業の報奨・研修旅行及び展示会・見本市等の現状分析及び本事業における定義の設定	2
1) 現状分析	2
(1) 企業会議	2
(2) 報奨・研修旅行	3
(3) 展示会・見本市等	4
2) 本事業における定義の設定	8
(1) 企業会議	8
(2) 報奨・研修旅行	10
(3) 展示会・見本市等	11
3. 経済波及効果の算出手法	12
1) 既存文献レビュー	12
(1) MICE に関する経済効果に関する海外の既存文献	12
(2) 調査に関する類似調査のレビュー	15
2) 調査の手法	33
(1) 企業会議の調査手法	34
(2) 報奨・研修旅行の調査手法	50
(3) 展示会・見本市等の調査手法	63
(4) 経済波及効果算出手法	68
4. 経済波及効果算出に係るアンケート等の調査の実施	71
1) 企業会議	71
(1) 調査対象	71
(2) 調査方法	71
(3) 回収結果	72
2) 報奨・研修旅行	72
(1) 調査対象	72
(2) 調査方法	72
(3) 回収結果	73
3) 展示会・見本市等	74
(1) 調査対象	74
(2) 調査方法	74

(3)	回収結果	75
5.	国際 MICE の経済波及効果の分析	76
1)	企業会議の総消費額の分析結果	77
(1)	企業会議の参加者数の推計	77
(2)	企業会議の消費額の算出	77
2)	報奨・研修旅行の総消費額の分析結果	80
(1)	報奨・研修旅行の参加者数の推計	80
(2)	報奨・研修旅行の消費額の算出	80
3)	展示会・見本市等の総消費額の分析結果	82
(1)	展示会・見本市等の参加者数の推計	82
(2)	展示会・見本市等の消費額の算出	82
4)	JNTO 基準の国際会議の総消費額の分析結果	85
(1)	JNTO 基準の国際会議の参加者数	85
(2)	JNTO 基準の国際会議の消費額の算出	85
5)	ICCA 基準の国際会議の総消費額と経済波及効果の分析結果	87
(1)	ICCA 基準の国際会議の参加者数	87
(2)	ICCA 基準の国際会議の消費額の算出	88
(3)	ICCA 基準の国際会議の経済波及効果	90
6)	国際 MICE の総消費額の分析結果	91
6.	調査結果から得られる示唆	93
(1)	外国人 1 人当たり消費額とその内訳等の比較	93
(2)	企業会議および報奨・研修旅行における高額消費者	94
(3)	外国人参加者の増加と消費額の拡大	96
(4)	継続的な国際 MICE の経済波及効果の把握	98
7.	事業者ヒアリング	99
1)	DMO 六本木	99
2)	軽井沢プリンスホテル	99
3)	ホテル日航金沢	100
4)	株式会社ムラヤマ	100
5)	株式会社大川印刷	101
8.	MICE のレガシー調査に関する検討	102
1)	MICE のレガシーに関する文献調査	102
2)	MICE のレガシーに関する事業者ヒアリング	110
(1)	DMO 六本木	111
(2)	軽井沢プリンスホテル	111
(3)	株式会社ムラヤマ	111

(4)	株式会社大川印刷	112
(5)	広島タカノ橋商店街.....	112
9.	第三者委員会の設置.....	113
(1)	委員会開催日程.....	113
(2)	委員一覧.....	113
10.	観光サテライト勘定による経済効果.....	114
1)	旅行・観光サテライト勘定の定義.....	114
2)	国内観光消費の推計方法.....	114
3)	観光 GDP の推計方法	115
4)	観光サテライト勘定による経済効果	115
11.	MICE 開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデルの改訂.....	117
1)	消費単価および産業連関表データの更新.....	117
2)	全市町村に対応できるモデル	119
3)	MICE 日程の前後泊の波及効果の追加.....	122
4)	主催者事業費総額上限の拡大	122
5)	消費税の修正	123
12.	参考資料	124
1)	消費原単位.....	124
(1)	企業会議外国人参加者の1人当たり消費額.....	124
(2)	報奨・研修旅行外国人参加者の1人当たり消費額.....	124
(3)	展示会・見本市等日本人参加者の1人当たり消費額	125
(4)	展示会・見本市等外国人参加者の1人当たり消費額	126
2)	外国語のアンケート調査票	127
(1)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（英語）	127
(2)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（中国語 簡体）	129
(3)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（中国語 繁体）	131
(4)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（韓国語）	133
(5)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（スペイン語）	135
(6)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（タイ語）	137
(7)	企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票（ベトナム語）	139
(8)	展示会・見本市等参加者アンケート（英語）	141
(9)	展示会・見本市等参加者アンケート（中国語 簡体）	143
(10)	展示会・見本市等参加者アンケート（中国語 繁体）	144
(11)	展示会・見本市等参加者アンケート（韓国語）	145

1. 事業の目的

日本で開催される国際 MICE には、数多くの海外ビジネス客が参加している。国際 MICE 開催に際して、その参加者が支出する宿泊、交通、飲食などの消費以外にも、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国際 MICE は、その開催地や日本全体に大きな経済波及効果を与えている。

過去、個別自治体や MICE 施設等においては、当該地域・施設で開催される MICE の経済波及効果の算出が行われてきた。また、観光庁においても「MICE 開催による地域別経済波及効果測定のための簡易測定モデル」の開発等、日本においても MICE 開催に伴う経済波及効果の算出が多数実施されており、その調査結果が国内において幅広い主体から注目を集め、自治体や MICE 施設をはじめとする関係者に広く活用されている。

一方、世界に目をむけると、アメリカやイギリス、デンマーク、オーストラリア、シンガポール、タイ等、数多くの国において一国全体で開催された MICE の経済波及効果が算出・公表されており、各国における MICE 振興策強化の裏付けなどに活用されている。

このような背景のもと、観光庁では平成 28 年度に「MICE の経済波及効果及び市場調査事業」において、我が国において開催された国際会議の経済波及効果等の算出を実施している。本事業は上記調査に続いて、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 年に国内で開催された国際 MICE 全体の経済波及効果を算出することを目的として実施した。

また、これらの調査結果を用いて、過去に観光庁が開発した「MICE 開催による地域別経済波及効果測定のための簡易測定モデル」の改訂も併せて実施している。

2. 企業会議、企業の報奨・研修旅行及び展示会・見本市等の現状分析及び本事業における定義の設定

1) 現状分析

本事業を行うにあたり、海外の既存文献を中心に過去に行われてきた経済波及効果等に関する調査や、その際の各催事の定義等について整理した。

(1) 企業会議

海外の業界団体や MICE の経済波及効果の先行研究において、企業会議の定義が幾つか設定されている。

図表 1 海外における企業会議の定義

IAPCO (国際 PCO 協会)	The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy	The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation	The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark	The Value of Business Events to Australia
<ul style="list-style-type: none"> 複数の参加者が一堂に会して会合や活動を行うもの 不定期、定期開催の双方を含む 	<ul style="list-style-type: none"> 10 人以上が参加 4 時間以上の開催 外部の施設を利用 開催地が米国本土であるもの 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスの促進、アイデアの共有等が目的 10 人以上が参加 4 時間以上の開催 外部の施設を利用 開催地が英国内であるもの 	<ul style="list-style-type: none"> 10 人以上が参加 4 時間以上の開催 外部の施設を利用 	<ul style="list-style-type: none"> 民間・公共の事業目的の会合 15 名以上の参加者 特定の施設で開催 組織により主催されるもの

上記の先行研究を参考にすると、MPI の定めている、10 人以上が参加、4 時間以上の開催、外部の施設を利用している催事がもっとも一般的であると考えられる。

しかし上記の文献はいずれの国においても、国内参加者のみの催事も対象に調査を行っている点に注意が必要である。

(2) 報奨・研修旅行

報奨・研修旅行の定義については下記図表の通りである。

図表 2 海外における報奨・研修旅行の定義

IAPCO (国際 PCO 協会)	The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy	The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation	The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark	The Value of Business Events to Australia
<ul style="list-style-type: none"> 対象者の過去の実績に報いる目的で提供されるプログラム、催事、イベント 	<ul style="list-style-type: none"> 販売目的や生産目的を達成したり超過した個人に対して提供される報酬目的の催事 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスの促進、アイデアの共有等が目的 10人以上が参加 4時間以上の開催 外部の施設を利用 開催地が英国内であるもの 	<ul style="list-style-type: none"> 10人以上が参加 4時間以上の開催 外部の施設を利用 	<ul style="list-style-type: none"> 民間・公共の事業目的の会合 15名以上の参加者 特定の施設で開催 組織により主催されるもの 好成績をおさめた受賞者を表彰し、報酬を提供するためのもの

MPI では企業会議と同様の人数、時間等の定義が採用されているものの、他国では優れた業績をおさめた個人に対して報酬を目的とした催事であることが定義となっているケースが多い。企業会議との違いとして特定の業績をおさめた個人の“報酬を目的とした催事”であることがポイントとなっている。

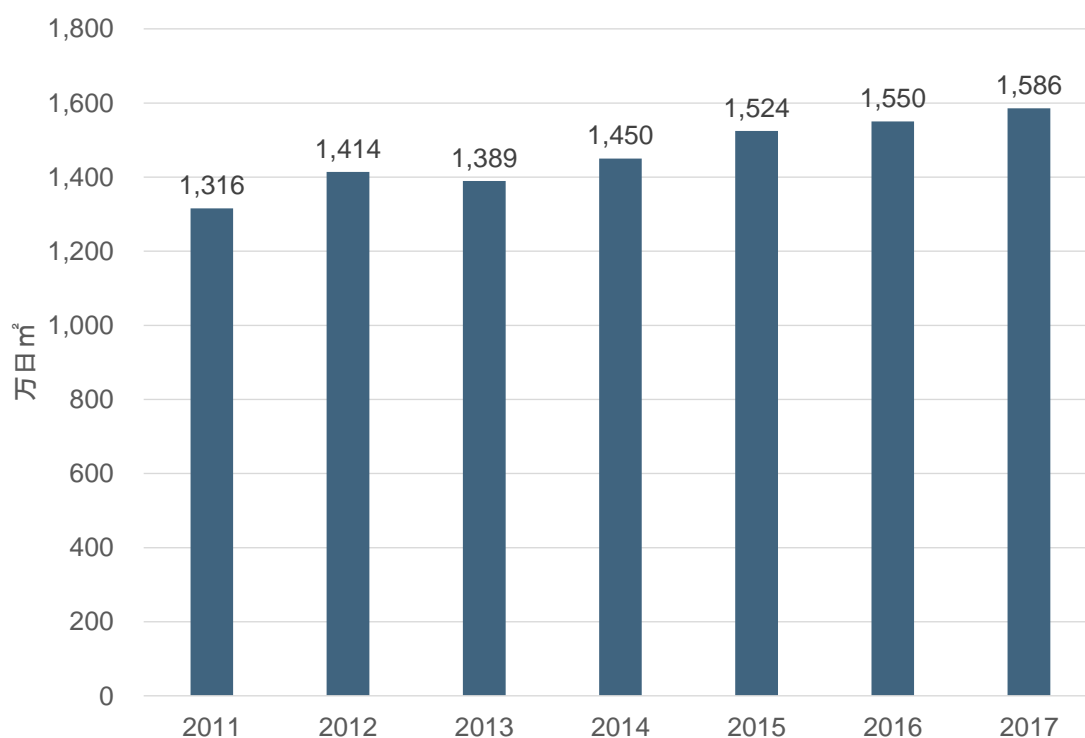
(3) 展示会・見本市等

① 展示会・見本市等の現状

以下に現在日本で開催されている展示会・見本市等の現状を整理した。現状分析に際しては、株式会社ピーオーピー「展示会データベース」に収録されているデータをもとに、展示会・見本市の開催規模推移を整理した。さらに、国内の主要施設である東京国際展示場（以下、東京ビッグサイト）、幕張メッセ、横浜平和会議場（以下、パシフィコ横浜）においてそれぞれ算出されている経済波及効果等について整理を行った。

以下に、「展示会データベース」に収録されている全展示会の開催実績をまとめ、2011年から2017年までの展示会の開催規模の推移を整理した。各展示会の開催規模の単位は、開催期間（日）と施設の利用面積（㎡）を掛け合わせた日㎡としている。なお、準備日は稼働状況には含まないものとする。

図表 3 日本で開催されている展示会の開催規模推移（万日㎡）



出所) 株式会社ピーオーピー「展示会データベース」をもとに作成

「展示会データベース」によれば、2016年と2017年に国内で開催された展示会・見本市はそれぞれ567件と670件となっており、その全開催規模は約1,550万日㎡と約1,586万日㎡となっている。2011年に国内で開催された展示会・見本市の開催規模は1,316万日㎡であり、2017年まで開催規模は年平均成長率3.8%で推移している。

② 日本の主要な展示施設における経済波及効果

東京ビッグサイト、幕張メッセ、パシフィコ横浜では、それぞれ展示施設で開催されている全催事の経済波及効果、雇用創出効果を算出・発表している。株式会社東京ビッグサイトによれば、平成 24 年、東京ビッグサイトにおける展示会等の開催による総消費額は 3,028 億円であった。国内産業の需要効果（交通・宿泊・会場設営等）を含む直接効果に 2,983 億円、間接効果に 4,564 億円が及ぼされ、年間合計 7,547 億円の経済波及効果を生んでいる。さらに、東京ビッグサイトの展示会等の開催によって、全国で約 48,700 人の雇用を誘発している。また、国・地方あわせ、約 629 億円の誘発税収効果を生み出すと推計された。

株式会社幕張メッセは、平成 26 年度に幕張メッセで開催された催事による県内・全国に及ぼす経済効果を測定している。株式会社幕張メッセの発表によれば、東日本大震災の影響によって、幕張メッセの利用状況は一時的に落ち込んでいたが、平成 26 年度の国際展示場利用状況は、利用ホール数 1,882.5 ホール、幕張イベントホールの稼働率は 62.2%となった。平成 26 年度、幕張メッセにおける催事の開催を通じて総消費額は 1,536 億円、直接効果は 1,462 億円、間接効果は 2,038 億円、経済波及効果は 3,500 億円と算出されている。

平成 24 年度、株式会社横浜国際平和会議場は、パシフィコ横浜の経済波及効果の推計調査を実施している。パシフィコ横浜は市内外から消費を呼び込み、地域経済への貢献を果たすとともに、全国にも経済波及効果を及ぼしている。あわせて、パシフィコ横浜が存在することで横浜市民に MICE への参加機会を提供し、MICE 参加による「価値」の測定を行った。平成 24 年度、パシフィコ横浜の総消費額は約 954 億円、直接効果は約 937 億円、間接効果は約 1,129 億円、全国の経済波及効果は約 2,070 億円となった。また、雇用効果は 17,836 人分、誘発税収効果は約 266 億円あった。

図表 4 国内主要展示施設がもたらす経済波及効果（全国）

指標	東京ビッグサイト 平成 24 年	幕張メッセ 平成 26 年度	パシフィコ横浜 平成 24 年度
総消費額	3,028 億円	1,536 億円	約 954 億円
直接効果	2,983 億円	1,462 億円	約 937 億円
間接効果	4,564 億円	2,038 億円	約 1,129 億円
間接 1 次波及効果	2,583 億円	—	約 706 億円
間接 2 次波及効果	1,981 億円	—	約 423 億円
経済波及効果	7,547 億円	3,500 億円	約 2,070 億円
誘発税収効果	629 億円	-	約 266 億円
雇用効果	約 48,700 人	30,315 人	17,836 人分

出所）（株）東京ビッグサイト、（株）幕張メッセ、（株）横浜国際平和会議場発表資料をもとに作成

③ 各国における国際展示会の定義

本事業で扱う展示会・見本市は国際展示会認証を得た催事及び、認証はされていないが国際展示会の基準（基準の詳細は後術）を満たしている催事を対象に調査を行ったため、国内全体の展示会マーケットの経済波及効果等を算出しているわけではない点に注意が必要である。

展示会・見本市等の中でも、国際展示会として捉えられている催事と国内向け展示会として捉えられている催事では、参加者や出展者等の性質が異なる。例えば、国際見本市連盟（UFI）¹は展示会の参加者数及び出展者数のカウント方法と海外参加者と海外出展者の割合を明確に定義し、UFI 認定展示会として、国際展示会の認証を行っている。さらに、ドイツ、フランス、韓国等は展示会・見本市等を自国の産業振興策として位置付けており、独自に国際展示会の定義を設定している。

以下に、UFI による国際展示会の定義及び、各国が用いている国際展示会の定義を提示する。

図表 5 国際見本市連盟・各国による「国際展示会」の定義

	来場者の条件	出展者の条件	その他の条件
国際見本市連盟 ²³	<ul style="list-style-type: none"> 海外来場者が少なくとも全来場者の5%以上 	<ul style="list-style-type: none"> 海外出展者が少なくとも全出展者の10%以上 	<ul style="list-style-type: none"> UFI 認定申請時に、2回の開催実績があること 定期的に行われており、かつ開催期間が2週間を超えないこと 開催にあたり、出展者・来場者に、必要なサービスや補助、情報を提供すること。また、海外からの来場者用に2カ国語以上の、申込書・広告・展示会パンフレットを用意すること（英語が望ましい）
ドイツ ⁴	<ul style="list-style-type: none"> 海外部門の来場者が少なくとも全来場者の5%以上 50%以上の来場者が少なくとも 	<ul style="list-style-type: none"> 海外出展者が少なくとも全出展者の10%以上 	<ul style="list-style-type: none"> 4,000 m²を超える純展示面積において、1つ以上の産業部門の主要提供品が出展されること

¹ 国際見本市連盟（UFI : Union des Foires Internationales）は、世界 85 カ国の主要な展示会主催者、展示会場、展示会業界団体 638 社・団体を組織された業界団体。

² 国際見本市連盟によって認定される国際展示会の展示スペース総面積、国内および海外出展企業、国内および海外の来訪者数等統計データは、独立した監査機関・公認会計士等によって算出・承認されなければならない。

³ 国際見本市連盟の国際展示会は、来場者の条件、出展者の条件、その他の条件のいずれかの項目を満たしている必要がある。

⁴ ドイツの展示会は、地方展示会、専門展示会、国際/全国展示会の3種類に分類されており、国際/全国展示会は上記条件の全てを満たす必要がある。

	来場者の条件	出展者の条件	その他の条件
	100km、20%以上の来場者が少なくとも300kmの遠方から来ること		
フランス	海外来場者数が、1,000人以上、または来場者総数の5%以上を占めており、かつ右の海外出展者に関する条件のいずれかを満たすもの	<ul style="list-style-type: none"> ・海外出展者数が全出展者の20%以上、出展総面積の10%以上 ・海外出展総面積が出展総面積の20%以上 	フランス国内で開催される展示会で、経済発展・企業省の認定を受けたものうち、左記来場者の条件と出展者の条件を満たしている展示会
韓国 ⁵	海外来場者の数が来場者の総数の100分の5以上のもの	海外参加企業の数に参加企業総数の100分の10以上のもの	<p>韓国では、大統領令によって以下の項目のいずれかに該当する展示会を国際展示会の対象としている</p> <p>①「国際博覧会に関する協約」によって、博覧会国際事務局総会に登録するか博覧会国際事務局総会で承認した博覧会</p> <p>②次の項目のうち、いずれか1つに当たる常設または非常設展示会であること</p> <p>A. 屋内と屋外展示面積が2,000㎡以上のもの</p> <p>B. 100人以上の外国人である購買者が参加登録するもの</p> <p>③その他に常設または非常設展示会として次項目のいずれか1つの要件を取り揃えた展示会の中で、知識経済副長官が展示産業発展のために必要と認める展示会</p> <p>A. 屋内と屋外展示面積が1,000㎡以上のもの</p> <p>B. 10個以上の展示ブースを取り揃えるもの</p>

出所) 国際見本市連盟資料および経済産業省資料をもとに NRI 作成

⁵ 韓国では、展示会来場者の条件と出展者の条件は、「国際展示会が満たすべき条件」と位置付けられており、いずれかの条件を満たせばよいとされている。

2) 本事業における定義の設定

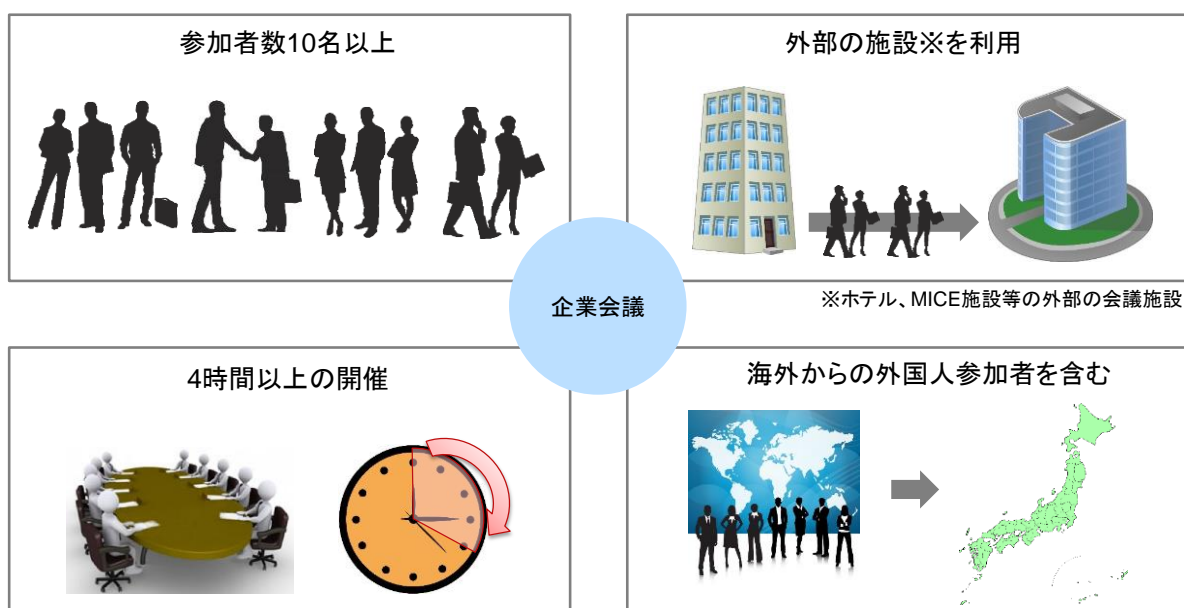
本事業では、海外の類似調査を参考に調査対象である企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市についてそれぞれ定義を設定し、後段の各種調査を実施した。

また本事業で対象とするそれぞれの催事は、“国際MICE”であることを前提としている。そのため、海外における類似調査における対象催事を参考にしつつ、国内参加者だけが参加する催事は対象外としている。

(1) 企業会議

企業会議は企業が主催する会議・研修・式典等を指す。企業会議については、海外の類似調査を参考に、参加者数、開催時間、外部施設の利用有無に関する基準を設け、さらに外国人参加者の有無についても考慮した。具体的な定義は下記図表の通り、参加者数10名以上、4時間以上の開催、外部の施設（ホテルやMICE施設等）を利用し、海外からの外国人参加者を含む催事としている。

図表 6 企業会議の定義



上記の条件を企業会議の定義とし調査を実施した。ただし企業会議はその種類の多さから上記の区分だけではなく、具体的な催事の分類を作成しアンケート調査等を実施した。

具体的には、①企業ミーティング、②顧客セミナー、③研修・視察、④式典、⑤その他、の5種類の催事を定義し調査を実施した。

図表 7 企業会議の種類

		主たる参加者	
		社員・販売員、販売代理店 サプライヤー	顧客
主たる目的	会議・商談	①企業ミーティング	
	教育・情報発信 (研修・セミナー)	③研修・視察 (報奨・研修旅行は含まない)	②顧客セミナー
	祝賀・交流 (パーティ・表彰)	④式典	
	その他	⑤その他	

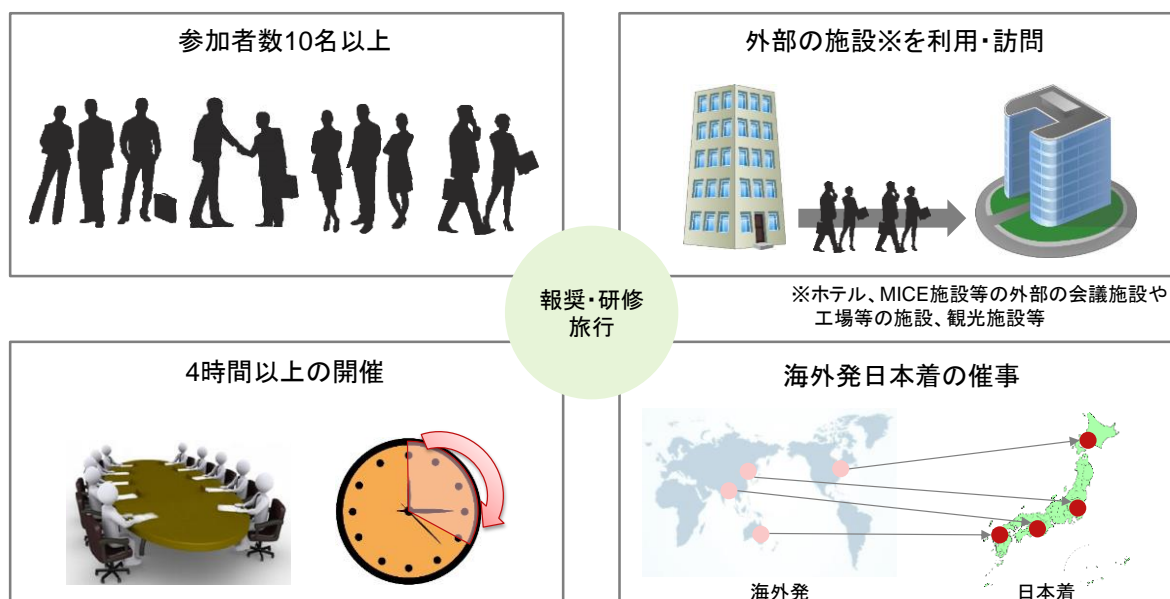
企業ミーティングは「海外拠点の社員を含む社内会議、顧客（海外含む）との会議・商談、サプライヤーとの会議等」、顧客セミナーは「複数の顧客を対象とした新商品セミナー・業界セミナー・ビジネスカンファレンス等」、研修・視察は「自社社員、販売員、販売代理店やサプライヤー企業等を対象とした教育や情報発信目的の研修・セミナー等」、式典は「自社社員、顧客、販売代理店、サプライヤー等を対象にした周年パーティーや記念式典等」と定義をし、これら 4 つの分類に当てはまらない催事については「その他」として整理を行った。

(2) 報奨・研修旅行

報奨・研修旅行についても企業会議同様に海外の類似調査を参考に、参加者数、開催時間、外部施設の利用有無に関する基準を設けた。報奨・研修旅行については海外発の催事を対象としているため、基本的に参加者全てが外国人であることを条件としている。

具体的な定義は下記図表の通り、参加者数 10 名以上、4 時間以上の開催、外部の施設（ホテルや MICE 施設等）を利用し、海外発の催事としている。

図表 8 報奨・研修旅行の種類



上記の条件を報奨・研修旅行の定義とし調査を実施した。ただし報奨・研修旅行と企業会議の分類は曖昧であり、これまで明確に区別されてこなかった。そのため本事業では下記図表の条件を満たす報奨・研修旅行を対象とすることで、企業会議との区別の明確化を図った。

図表 9 報奨・研修旅行の対象

対象とする報奨・研修旅行
・ 自社社員、販売員、販売代理店対象の報奨・研修旅行
・ 全社員や部署全員を対象にしたものではなく 業績に応じて一定の条件をクリアした社員を選抜して開催している催事
・ 催事の中に、経営方針・新商品等についての会議や研修等の要素が入るものもあるが、 主目的が“参加社員のモチベーション向上”、好業績の“報酬”としている催事

(3) 展示会・見本市等

展示会・見本市については、世界 85 ヶ国の主要な展示会主催者、展示会場、展示会業界団体 600 社以上で組織された業界団体である国際見本市連盟（UFI）により定められている国際展示会の基準を採用し、本事業の対象である国際展示会としている。

日本国内では UFI の定める基準に基づき日本展示会認証協議会（JECC）が、国内の UFI 公認認証機関として国際展示会の認証を行っている。UFI により定められている国際展示会の定義は下記の通りである。

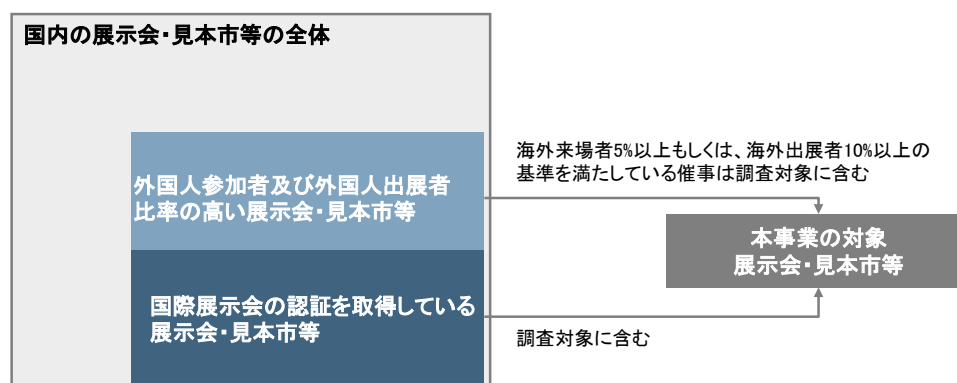
図表 10 展示会・見本市の対象

分類		認証基準
展示会	① 国際展示会	海外来場者 5%以上または海外出展者 10%以上
	② 一般展示会	規定無し
	③ 展示会	規定無し
展示会に類する “イベント”	フリーマーケット、路上販売	

本事業では上記の基準を国際展示会の定義とし、JECC による国際展示会の認証を取得している展示会・見本市を主な対象とした。

ただし、JECC による国際展示会の認証制度は審査方法や審査費用の問題から、基準は満たしているものの、認証制度を取得していない展示会・見本市が一定程度存在する。そのため本事業では、認証の基準を満たしている可能性の高い大規模展示会・見本市を対象にアンケート調査を行い、来場者もしくは出展者の海外比率を把握した。回答のあった展示会・見本市の中で、国際展示会の認証基準である海外来場者 5%以上もしくは、海外出展者 10%以上の基準を満たしている催事については、“準国際展示会”と見なし調査対象に含めている（本事業では 10 件が対象となった）。

図表 11 本事業の対象とする国際展示会・見本市



3. 経済波及効果の算出手法

1) 既存文献レビュー

本業務の実施にあたり、過去に国外において実施された MICE 産業の経済波及効果に関する調査をレビューした。

(1) MICE に関する経済効果に関する海外の既存文献

これまで、海外で実施されてきた MICE 産業に関する調査では、企業会議、報奨・研修旅行、国際会議、展示会・見本市等の全体を対象にし、経済効果の算出が行われてきた。

本事業では、過去 MICE 産業について行われた先行研究の中で、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等の経済効果が含まれる文献を整理し、本調査実施の参考とする。以下に本業務を行うに当たっての先行文献を示し、各文献の調査対象、調査手法を整理する。

図表 12 既存文献における調査対象と調査方法

文献名 /発行団体(発行年)	対象催事	調査対象者	調査手法
The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy / EIC, (2012)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主催者 ・ 施設 ・ 参加者 ・ DMO (Destination Marketing Organization) ・ 出展者 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2009 年実施した、主催者・参加者・出展者アンケート調査及びヒアリング調査を一部参照。 ・ 2012 年調査は 2009 年～2012 年の催事件数、参加者数等の情報を収集
The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主催者 ・ 施設 ・ 政府・自治体・NGO ・ 参加者（及びその友人や家族など） ・ 出展者 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 催事主催者、施設、国・自治体・NGO、参加者（及びその友人や家族）、出展者（及びその友人や家族）に対して Web アンケート調査を実施 ・ 参加者（及びその友人と家族）、出展者等に対しては、過去に実施した調査で取得されたデータを参照

文献名 ／発行団体(発行年)	対象催事	調査対象者	調査手法
The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark / Visit Denmark (2012)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行	<ul style="list-style-type: none"> 施設 主催者 参加者 	<ul style="list-style-type: none"> 催事施設に対する Web アンケート調査 (383 件) 国内外の主催者に対する Web アンケート調査 (223 件) 参加者に対する対面式インタビュー (881 件)
The Value of Business Events to Australia / Business Events Council of Australia (2015)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等	<ul style="list-style-type: none"> 主催者 参加者 施設 	<ul style="list-style-type: none"> 企業会議の調査では参加者・主催者に対して、アンケート調査を実施 展示会・見本市等の調査では参加者・出展者・主催者に対してアンケート調査を実施
Study on the Economic MICE in Singapore / International Congress and Convention Association (2016)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等	<ul style="list-style-type: none"> 主催者 参加者 MICE 関連事 (宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者) MICE 産業雇用者 	<ul style="list-style-type: none"> 企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会、展示会・見本市等事業者 50 社に対するインタビュー調査 企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会、展示会・見本市等に携わる従業員 400 人に対するアンケート調査 政府統計 (SingStat、ACRA) 等データ分析 二次調査 (シンガポール観光局、Frost & Sullivan、その他)
Economic Impact of MICE in Thailand / Thailand Convention & Exhibition Bureau (2015)	会議・学会等、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等	<ul style="list-style-type: none"> 主催者 参加者 MICE 関連事業者 (宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者) 	<ul style="list-style-type: none"> 企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会、展示会・見本市等事業者に対するインタビュー調査 企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会、展示会・

文献名 ／発行団体(発行年)	対象催事	調査対象者	調査手法
		<ul style="list-style-type: none"> ・ MICE 産業雇用者 	<p>見本市等に携わる従業員アンケート調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 政府統計 (TCEB、DBD) 等分析 ・ 二次調査 (Frost & Sullivan 等)

(2) 調査に関する類似調査のレビュー

海外の類似調査が実施した調査方法について、各文献の調査対象及び調査方法を提示する。

① 『The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy(2014)』

Events Industry Council (以下、EIC) は、2012年のアメリカにおける企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会等、展示会・見本市等の経済効果を算出している。

先行研究として2009年にも調査を実施しており、2009年調査時に取得した主催者、施設、参加者、出展者の消費データを2012年調査にも活用している。2012年の調査では、米国政府の統計データ等から取得した2012年の催事件数・参加者数と2009年の調査で取得した各消費データを用いて対象としている催事の直接効果・間接効果・誘発効果を算出している。なお、間接効果及び誘発効果の算出には、アメリカの民間経済研究所が開発した経済モデルが用いられている。

EIC は、企業が主催する催事を以下のとおり定義している。

図表 13 催事の定義

項目	内容
催事の時間	4時間以上
催事の規模	10人以上の参加者
催事の開催施設	外部の契約施設
催事の開催地	アメリカ合衆国(本土内)
催事の種類	<ul style="list-style-type: none">・ 企業会議・ 報奨・研修旅行・ 会議・学会等・ 展示会・見本市等
調査対象外の催事	<ul style="list-style-type: none">・ 消費者向け見本市・ 社会活動・ 教育活動・ 娯楽・ 政治的な活動

出所) The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy (2014)をもとに作成

EIC は、MICE 産業に係る主体を、主催者、施設、DMO (Destination Marketing Organizations)、参加者、出展者の5種類に分類している。各種体の定義は次項のとおりである。

図表 14 調査対象主体の定義

主体	内容
主催者	主催者は、以下の 2 種類の主催者を含める。 ① 自組織の催事の企画・運営を担当するチーム・部門等 ② 第三者の催事開催にあたり、代理で企画・運営を担当する独立系催事主催事業者
施設	施設が管理する施設は、以下の 3 種類の施設を含める。 ① カンファレンスセンターやコンベンションセンターなど、特定の催事開催に向けて建てられた施設 ② ホテル・モーテル・リゾートなど宿泊施設が付随する会議施設 ③ 大学、スタジアム、競技場、公園、美術館、劇場、レストランを含むその他の施設
DMO (Destination Marketing Organizations)	コンベンションビューロー等、観光に係る施策を通じ、地域コミュニティの発展支援を担う地域を代表する非営利組織
参加者	各催事への参加を主目的にした個人、催事参加登録をしている個人、または会合での意思決定を行う個人
出展者	催事で商品やサービスを出展する個人か企業、または、ブースでの受付・ブース設営を主目的に催事に参加した個人

出所) The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy (2014)をもとに作成

EIC が調査対象とした主催者は、企業、業界団体・会員団体、政府・自治体、NGO・NPO の 4 種類としている。各主催者の定義は以下のとおりである。

図表 15 調査対象とした主催者の分類

主催者の種類	定義
企業	顧客・クライアントに対して商品またはサービスを提供している営利事業者
業界団体・会員団体	共通の利益・認識・目的を持つ個人や企業で構成される、会員制度型の組織
政府・自治体	地域・州・国レベルで組成された政府組織・府省・政府職員団体
NGO・NPO	協会・病院・大学・図書館・財団・慈善組織・営利を目的とせず社会的活動を実施する支援団体

出所) The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy (2014)をもとに作成

EIC は、調査対象とした参加者を、地元参加者、国内参加者、海外参加者の 3 種類に分類している。参加者分類の定義は以下のとおりである。

図表 16 調査対象とした参加者の分類

参加者	概要
地元参加者	開催地から 50 マイル圏内の地点（国内）に居住し、催事期間中に宿泊施設を利用しなかった参加者
国内参加者	開催地から 50 マイル以上離れた地点（国内）に居住し、催事期間中に宿泊施設を利用した参加者
海外参加者	アメリカ国外に居住している参加者

出所) The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy (2014)をもとに作成

② 『The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)』

2013 年、MPI (Meeting Professionals International) はイギリスにおける MICE 産業の経済効果について調査を実施した。イギリスでは約 1 万ヶ所の施設で、年間 130 万件以上の催事が開催されている。MICE がイギリス経済に及ぼす効果を把握することで、イギリス経済の発展および産業の振興に繋げることを目的に調査が実施された。

MPI 調査では、調査対象とする催事の定義を UNWTO が設定している定義に準じて設定している。また、催事産業に関わる主体を、参加者・非参加者（主催者及び施設）に二分し、各主体の直接効果を算出している。

調査対象地域は、イングランド、スコットランド、ウェールズ、北アイルランドの 4 地域、そしてイングランド主要部、及びベルファスト、カーディフ、エディンバラ、リバプール、ロンドンの 5 都市と設定している。催事の経済効果算出にあたって、MPI が用いた催事の定義は次項のとおりである。

図表 17 催事の定義

項目	内容
催事の目的	参加者のモチベーション向上、ビジネスの促進、アイデアの共有、学びの向上、交流の促進と議論の実施
催事の時間	4 時間以上
催事の規模	10 人以上の参加者
開催場所	外部の契約施設
催事の開催地	イギリス国内
主な催事の種類の	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業会議 ・ 報奨・研修旅行 ・ 会議・学会等 ・ 展示会・見本市等
調査対象外の催事	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社会活動 ・ レクリエーション、エンターテインメント ・ 教育活動 ・ 政治活動

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

MICE 産業の経済効果算出にあたって、MPI は、MICE 産業における消費の種類と消費の主体を以下の 6 項目に分類し、調査を行った。

図表 18 MICE 産業における消費項目と消費主体

種類	消費項目	消費の主体
1	会場利用料、会場設営費等	主催者
2	観光関連消費（催事期間中の消費、催事期間前後の観光）	参加者（及びその友人・家族） 出展者
3	ケータリング費用、施設工事費用、設備費 等	施設
4	展示機材関連費用	出展者
5	補助金等	政府・NGO
6	交通・運送費	主催者、参加者、出展者

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

本調査ではアンケートによって取得されたデータと既存の調査機関が所有しているデータを分析し、主催者、施設、国・自治体・NGO、参加者、出展者の消費額を算出した。アンケートは、主催者、施設、DMO に対してオンラインで実施したものに加え、イギリスの市場調査会社⁶によって実施された 2011 年に主催者、施設、DMO、参加者、出展者を対象にオンライン形式でアンケート調査（以下、パネル調査）の結果が活用されている。

当該調査で用いられたデータ数は 3,350 件である。以下に、主催者、施設、DMO、参加者、出展者から得られた回答の回収数を示す。

図表 19 アンケート配布数と回収数及びパネル調査の回収数

実施した調査	配布数、回収数等
関係者へのオンライン調査	<p>【アンケート調査】 (回収数/配布数 (回収率)) 主催者：253/2530 (10%) 施設：254/1451 (17.5%) DMO：33/230 (14.3%)</p> <p>【パネル調査】 主催者：295 施設：203 参加者：(国内)1,174、(国外)443 出展者：(国内)255、(国外)440</p>

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

当該事業の調査対象者とアンケート項目を次頁に記載する。

⁶ MPI は、Mximiles 社と Lightspeed 社というイギリスの市場調査会社が所有するデータを活用した。Maximiles 社は、欧州を中心とした個人データ 240 万を所有し (うちイギリス人のサンプルは約 95 万)、当社のデータは参加者の消費額算出時に活用された。また、Lightspeed 社は MICE 産業に関する事業者のデータを所有しており、当社のデータは主催者、施設の消費額算出時に活用された。

図表 20 アンケート項目

調査対象者	質問項目
催事主催者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取扱催事の種類（企業会議、報酬・研修旅行、会議・学会、展示会・見本市等） ・ 合計参加者数 ・ 出身地域別参加者数 ・ 催事開催期間 ・ 催事の費用項目（施設手配、飲食、機材、事務手続き、広告、講演料、保険等） ・ 売上（登録費、スポンサー、政府支援等）
施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 催事開催数 ・ 催事種類・規模別開催件数 ・ 合計参加者数 ・ 催事種類別参加者数 ・ 座席数 ・ 施設建造物の種類（建造の目的、ユニークベニュー、小規模宿泊施設の有無等）
政府・自治体・NGO	<ul style="list-style-type: none"> ・ 助成金等（広報、プロモーション、補助金） ・ 予算内訳 ・ 歳入源 ・ 近年の歳出動向
参加者（及びその友人や家族）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 催事期間中の宿泊数 ・ 催事期間前後の宿泊数 ・ 同行している参加者数 ・ 催事参加時の消費額（詳細は後述）
出展者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 催事期間中の宿泊数 ・ 催事期間前後の宿泊数 ・ 出展に関する消費額（会場レンタル、会場装飾・工事、機材レンタル、電気代、広告、臨時人件費、展示機材、運送） ・ 観光関連の消費（宿泊、買物、交通、飲食、娯楽、観光）

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

さらに、調査で質問された参加者の消費項目を以下に整理する。MPI は参加者を国内参加者と海外参加者を分け、それぞれの参加者 1 人 1 日当たり消費額を調査している。

図表 21 参加者の消費項目

項目
・ 登録料
・ 宿泊
・ 通信
・ 買物（土産、衣類、生活用品、食料品）
・ 航空券
・ 鉄道交通
・ 域内交通
・ 自動車レンタル
・ 自動車燃料
・ その他交通
・ 観光ツアー
・ 娯楽
・ 外食
・ その他

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

出展者アンケートの消費項目は下記の通り。

図表 22 出展者の消費項目

項目
・ 会場レンタル
・ 会場装飾・工事
・ 機材レンタル
・ 電気代
・ 広告
・ 臨時人件費
・ 展示機材
・ 運送
・ その他の観光関連商品・サービス
・ スポンサー
・ その他

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

主催者アンケートの消費項目は下記の通り。

図表 23 主催者の消費項目

項目
・ 会場使用
・ 飲食
・ 機材
・ 通信
・ 企画・運営
・ 宣伝・広告
・ 講演料
・ 保険料
・ その他施設管理
・ DMO 手数料
・ 印刷
・ 臨時人件費
・ 観光ツアー
・ 登録料
・ 人件費（食費・交通費・宿泊費）
・ 音声映像等
・ 娯楽・装飾・賞品
・ 買物
・ 参加者向け賞品
・ 交通
・ 宿泊
・ 社会貢献活動
・ 維持・修理
・ 光熱費
・ その他

出所) The Economic Impact of the UK Meeting & Event Industry / MPI Foundation (2013)をもとに作成

③ 『The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark(2012)』

VisitDenmark は、2010年にデンマーク国内で開催された企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会等、展示会・見本市等の経済効果を算出した。2010年、デンマーク国内で開催された催事件数は、約18.8万件であり、デンマーク国内の会議室等で開催された企業会議、ホテル・展示施設・大学等で開催された会議・学会、展示会・見本市等による売上は約2,080億デンマーク・クローネ、参加者は約690万人とされている。VisitDenmarkの調査が対象とした催事はUNWTOの定義に基づいている。

図表 24 催事の定義

項目	内容
催事の時間	4時間以上
催事の規模	10人以上の参加者
開催場所	外部の契約施設
催事の開催地	デンマーク国内
催事の対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業会議 ・ 報奨・研修旅行 ・ 会議・学会等 ・ 展示会・見本市等

出所) The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark(2012)をもとに作成

VisitDenmark は、経済効果算出を調査するため、会議施設 383 施設、主催者 223 社、国内外の参加者 900 名に対して調査を行っている。

図表 25 調査対象施設

施設の種類	回収数/配布数 (回収率)
コンベンション施設/展示場	10/14 (71%)
ホテル	197/339 (58%)
リゾート施設	25/43 (58%)
会議施設	30/63 (48%)
イベント施設	73/131 (56%)
娯楽施設	24/34 (71%)
大学・教育施設	10/25 (40%)
高等学校	14/43 (33%)
合計	383/692 (55%)

出所) The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark(2012)をもとに作成

施設に対するアンケートの質問項目は、2010年に開催された催事について、施設の利用面積、催事の年間開催件数、開催期間、1催事あたり参加者数が含まれている。

主催者に対する調査では、国内主催者198社、国外主催者25社からの回答結果をもとに主催者の消費額を把握した。主催者に対して行われた調査の質問項目は、催事の目的、催事の費用、施設使用費、飲食費、交通費、人件費、娯楽、登壇者への講演料、広告・マーケティング費、保険料、事務経費が含まれる。

図表 26 主催者アンケートの回収数・回収率

主催者立地	回収数/配布数 (回収率)
デンマーク国内	198/847 (23%)
デンマーク国外	25/296 (8%)
合計	223/1,143 (20%)

出所) The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark(2012)をもとに作成

参加者に対する調査では、デンマーク国内で開催された催事の参加者881人から回答を得られた。参加者に対する調査は、VisitDenmarkが実施している全国観光者調査の統計から、企業会議、会議・学会等の参加者が抽出され、消費額の算出に活用された。なお、参加者アンケートでは海外参加者と国内参加者が50:50になるよう調整されている。

図表 27 参加者アンケートの回収数・回収率

参加者の出身地	有効回答数 (件)
デンマーク国内	441
デンマーク国外	440
合計	881

出所) The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark(2012)をもとに作成

参加者アンケートの質問項目は、宿泊、飲食、観光、国内交通に関する消費が含まれている。

④ 『The Value of Business Events to Australia(2015)』

本調査は、Business Events Council of Australia⁷（以下、BECA）とオーストラリア政府によって、2015年に実施されたオーストラリアのMICE産業の経済効果算出調査である。対象とされた催事は2013-2014年⁸に開催されたものであり、企業会議、報奨・研修旅行、会議・学会、展示会・見本市等が対象となっている。オーストラリアでは、年間約41万件の催事が開催されており、参加者は3,700万人とされている。

本調査における催事の定義は以下のとおりである。

図表 28 催事の定義

項目	定義
催事の内容	公共・民間による経済活動
参加者	15人以上
開催地	単一又は複数の施設
主催者	単一又は複数の組織
催事の対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業会議 ・ 報奨・研修旅行 ・ 会議・学会等 ・ 展示会・見本市等

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

本調査では上記の定義の内、100人以上の参加者がいる催事及び500㎡以上の展示施設を利用した催事を対象として調査を実施した。一方で参加者15名以上100名未満の催事については、先行研究により調査結果が存在するため、先行研究の結果を参照している。先行研究は、オーストラリア政府設立の非営利組織 Sustainable Tourism Cooperative Research Centre（以下、STCRC）が実施したオーストラリアのMICE産業の経済効果調査である。

以下に、それぞれの催事について調査方法・項目を提示する。

⁷ BECAは、1994年に設立されたMICEに関わる業界団体である。

⁸ オーストラリアの会計年度は、7月1日から翌年の6月30日とされている。

○企業会議および会議・学会等

企業会議、会議・学会等の調査では参加者・主催者に対して、アンケート調査を実施した。参加者アンケートでは、参加者を海外参加者、州外参加者、州内参加者の3種類に分け、参加者属性別の1人1日あたりの消費額を算出している。

アンケート項目には、参加者の出身地・オーストラリア国内での滞在日数・催事期間中の消費額等、以下の消費項目が含まれる。

図表 29 企業会議、会議・学会等参加者アンケートの消費項目

消費項目
• 宿泊
• 外食
• 陸上交通
• 国内航空
• 観光ツアー
• 娯楽
• 劇場・コンサート・映画
• その他飲食
• 買物
• 登録料
• その他

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

主催者については属性を、学協会、企業、政府の3種類に分け主催者別消費額を求め、主催者別参加者1人1日当たり消費額を整理した。主催者アンケートの消費項目には、以下の項目が含まれている。

図表 30 企業会議、会議・学会等主催者アンケートの消費項目

消費項目
• 施設
• 飲食
• 設備
• 運営
• マーケティング・広告・デザイン
• 講演料
• 保険
• その他

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

○展示会・見本市等

展示会・見本市等に対する調査では主催者、参加者、出展者に対してアンケート調査を実施している。展示会・見本市を企業向け展示会、消費者向け展示会、企業及び消費者向け展示会の混合、学会併設展示会、という4種類に分け、参加者・主催者の消費額を調査した。また、出展者アンケートでは、出展者を海外出展者、州外出展者、州内出展者の3つに分類し、総消費額を調査している。

参加者アンケートでは、参加者1人1日あたりの消費額を調査している。参加者アンケートの質問項目には、参加者の出身地域、消費額が含まれる。参加者アンケートの消費項目には以下の項目が含まれている。

図表 31 展示会参加者アンケートの消費項目

消費項目
• 宿泊
• 外食
• 陸上交通
• 国内航空
• 観光ツアー
• 娯楽
• 劇場・コンサート・映画
• その他
• 買物

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

出展者アンケートでは、出展者1社あたりの消費額を調査した。出展者アンケートの質問項目には、出展者の所属地域、消費額が含まれる。出展者アンケートの消費項目には以下の項目が含まれている。なお、出展者アンケートの消費項目に含まれる臨時人件費は、受付、事務局スタッフ、コンパニオン等の費用が含まれる。

図表 32 展示会出展者アンケートの消費項目

消費項目
• 宿泊
• 外食
• ブース設営
• 登録及び入場料
• 陸上交通
• 国内航空券
• 貨物運送
• 展示用機材
• マーケティング・広告
• 臨時人件費
• 娯楽

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

主催者アンケートでは出展者 1 社あたりの主催者消費額を調査した。展示会主催者アンケートの質問項目には、主催者の消費項目が含まれる。主催者の消費項目は以下のとおりである。

図表 33 展示会主催者アンケートの消費項目

消費項目
• 施設
• 飲食
• 設備
• 運営
• マーケティング・広告・デザイン
• 講演料
• 展示ブース装飾・工事（出展者から徴収）
• 警備
• その他

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

○報奨・研修旅行

報奨・研修旅行は、従業員や関係企業の雇用者の中で、営業・生産で高い業績をあげた者に対して実施する取組みと定義している。本調査では、報奨・研修旅行を 100 人以下の催事と 100 人以上の催事に分け、それぞれの催事で参加者・主催者に対してアンケートを実施した。

また参加者の出身地域を海外、州外、州内とし、地域別の参加者消費額を算出した。参加者アンケートによって参加者 1 人 1 日あたり消費額を調査し、報奨・研修旅行の参加者消費額の算出に活用した。参加者アンケートの消費項目には、以下の項目が含まれる。

図表 34 報奨・研修旅行参加者アンケートの消費項目

消費項目
• 宿泊
• 外食
• 陸上交通
• 国内航空
• 観光ツアー
• 娯楽
• 劇場・コンサート・映画
• その他
• 買物

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

主催者に対するアンケートの消費項目は以下の通りである。

図表 35 報奨・研修旅行主催者アンケートの消費項目

消費項目
• 施設
• 飲食
• 設備
• 運営
• マーケティング・広告・デザイン
• 講演料
• 国内交通
• 観光ツアー・チームビルディング等
• その他

出所) The Value of Business Events to Australia(2015)をもとに作成

⑤ 『Study on the Economic MICE in Singapore(2016)』

本調査は、Singapore Exhibition & Convention Bureau（以下、SECB）が、2016年4月に実施したシンガポールにおけるMICE産業の経済効果算出調査である。SECBは、MICE産業の主体を催事の主催者と催事に係る事業者（宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者）の2種類に分類している。

SECBは、MICE産業の経済効果を、主催者や参加者による消費、各種関連事業者によりもたらされる消費、関連産業の就業者による消費、の3階層に分類し、調査・分析を行っている。

主催者を対象とした調査では、50社に対してインタビューを実施した。主催者インタビューによって得られた消費項目には、以下の項目が含まれている。

図表 36 主催者の消費項目

消費項目
• 施設
• マーケティング・広告
• 運送
• ブース設営
• 娯楽サービス
• 人件費
• 保険
• レンタル器材
• 運営
• その他

出所) Study on the Economic MICE in Singapore(2016)をもとに作成

また参加者の消費額を算出するにあたり、シンガポール観光局が過去に実施したアンケートから参加者1人当たり消費額を算出した。参加者アンケートによって得られた消費項目には、以下の項目が含まれている。

図表 37 参加者の消費項目

消費項目
• 航空券
• 宿泊
• 飲食
• 陸上交通
• 観光・娯楽
• 買物
• イベント等参加費
• 通信費
• その他

出所) Study on the Economic MICE in Singapore(2016)をもとに作成

宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者や参加者に商品・サービスを提供する各種関連事業者の消費額については、他の研究機関等が実施した先行研究から参照している。

関連産業の就業者による消費額の算出については、MICE 産業に携わる就業者 400 人に対してアンケートを実施した。就業者アンケートの消費項目には、次の項目が含まれる。

図表 38 MICE 関連産業の就業者の消費項目

消費項目
• 飲食
• 住居
• 健康保険
• 交通
• 通信
• 娯楽
• 教育
• その他

出所) Study on the Economic MICE in Singapore(2016)をもとに作成

⑥ 『Economic Impact of MICE in Thailand』

本調査は、Thailand Exhibition and Convention Bureau（以下、TCEB）が2015年に実施したタイにおけるMICE産業の経済効果を測定する調査である。TCEBは、MICE産業における主体を主催者と催事に係る事業者（宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者）の2種類に分類している。

TCEBは、MICEの経済効果を、SECBによる「Study on the Economic MICE in Singapore」と同様の考えに基づき算出している。

主催者と参加者の消費額にあたっては、主催者に対するヒアリング調査を実施し調査を行っている。なお、ヒアリング実施件数や質問項目は公表されていない。参加者についてはTCEBが過去に実施した調査を参照し消費額を整理している。

関連事業者の消費額にあっても、SECB同様に宿泊施設、会場施設、装飾・工事事業者、運送業者を対象としている。これらの事業者に対する調査では、消費額を把握するため、ヒアリング調査が実施された。なおヒアリング実施件数や質問項目も公表されていない。

関連事業者の就業者による消費額算出にあたっては、就業者を対象にアンケートを実施しているものの、アンケートの有効回答数及び質問項目は公表されていない。

2) 調査の手法

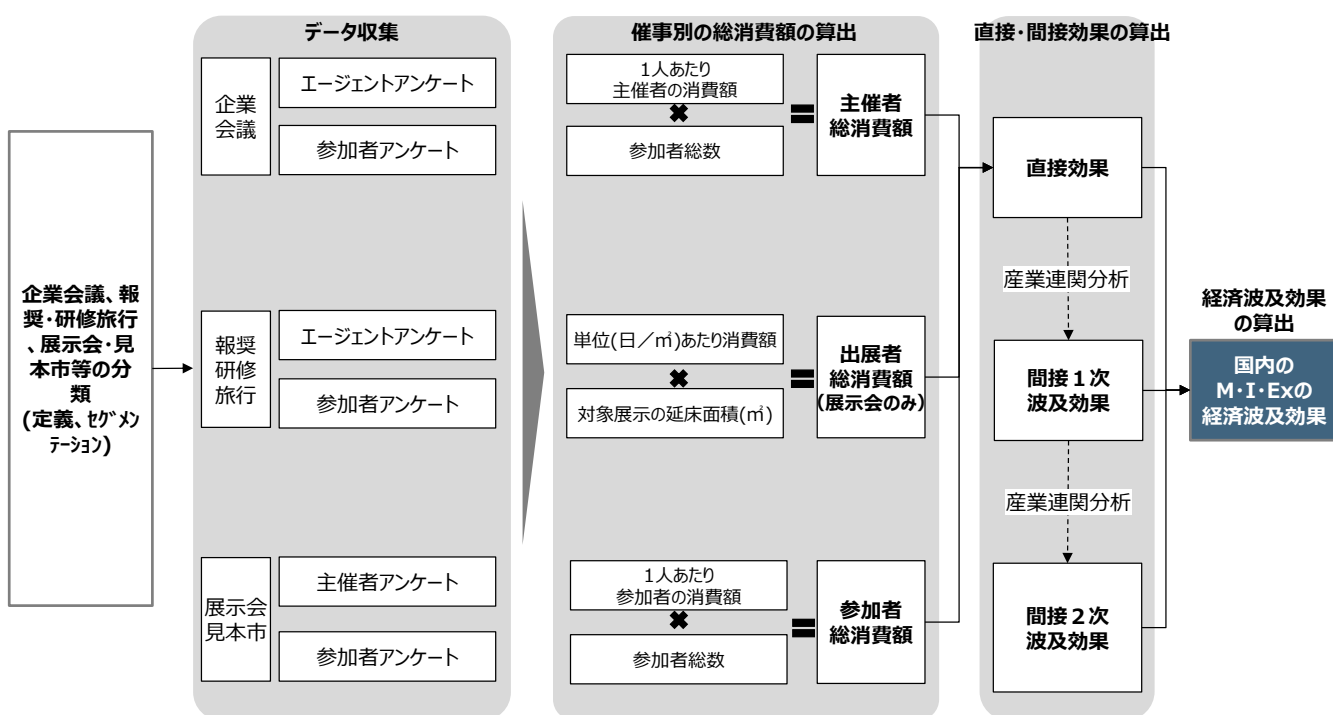
本事業では、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等について、経済効果を測定するための各種アンケート調査を実施した。なお、経済効果とは総消費額、直接効果、生産誘発額（以下これらを一般的に用いられている経済波及効果とする）、雇用効果、誘発税収額等を示す。

各催事の経済波及効果を把握するためには、前章で整理したそれぞれの催事の定義を設定し、その定義に合致する催事における総消費額を把握する必要がある。総消費額とは、それぞれの催事における支出者の全消費額（一部重複分は除外、詳細は図表 44 参照）のことを指し、例えば企業会議や報奨・研修旅行の場合は会議や旅行を主催する企業の消費額と、会議や旅行に参加する参加者の消費額が対象になる。一方で展示会・見本市等については、催事を主催する主催者と催事に参加する参加者の他に、展示会・見本市等に出展する出展者の消費額も対象となる。

これら主催者、参加者、出展者（展示会・見本市等のみ）に対し、アンケート調査を実施することで催事開催に際し消費する総消費額を把握した。アンケート調査では主催者、参加者、出展者（展示会・見本市等のみ）の消費原単位に、催事の参加人数や開催規模等を掛け合わせることで総消費額を算出している。

さらにその総消費額をもとに、産業連関表を用いた産業連関分析を行い経済波及効果を算出した。

図表 39 本事業における経済波及効果算出の全体像



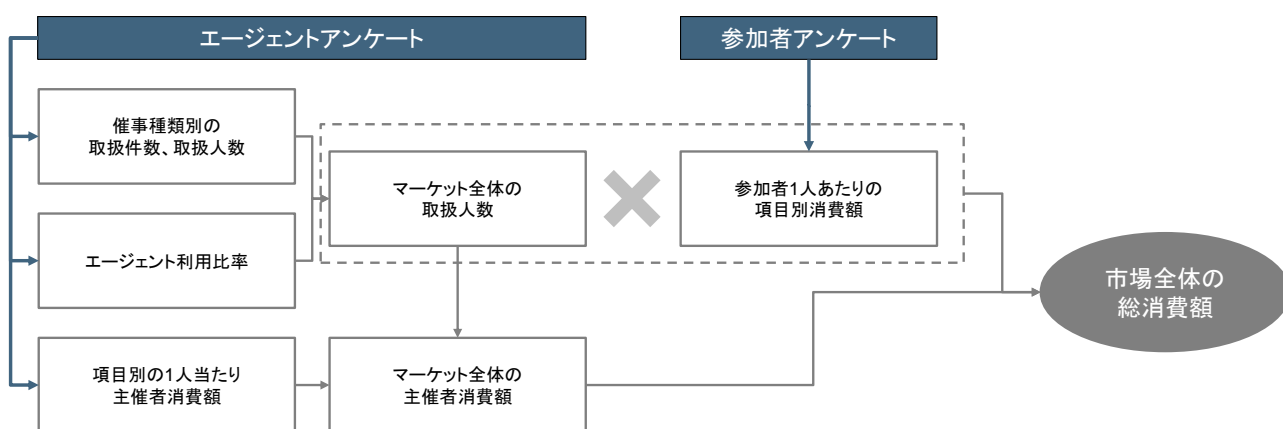
(1) 企業会議の調査手法

企業会議については、会議の主催者と参加者による総消費額の把握を行った。企業会議の主催者は企業であるため、本来であれば直接主催者企業へのアンケートにより総消費額を把握することが理想であるものの、企業会議は各企業独自の催事であることから公開情報等で開催されている催事やその主催者を網羅的に把握することができない状況にある。さらに、企業会議は様々な部署で開催されているため、基本的に企業内で全社の企業会議の開催状況を把握している部署は存在しない。よって、主催者企業に直接アンケート調査を行い、正確なデータを収集することは現実的ではないと考えられる。

そのため、本事業では企業が企業会議を主催する際に利用する代理店（エージェント）に対してアンケート調査を行うことで、対象とする企業会議の総消費額を把握することとした。

また催事参加者の消費額の把握については、2017年度に開催された企業会議参加者に対するアンケートの配布及び、過去に本事業で定義する企業会議に参加したことのある外国人への Web アンケートを行うことで、消費額の把握を行った。

図表 40 企業会議の総消費額の把握方法

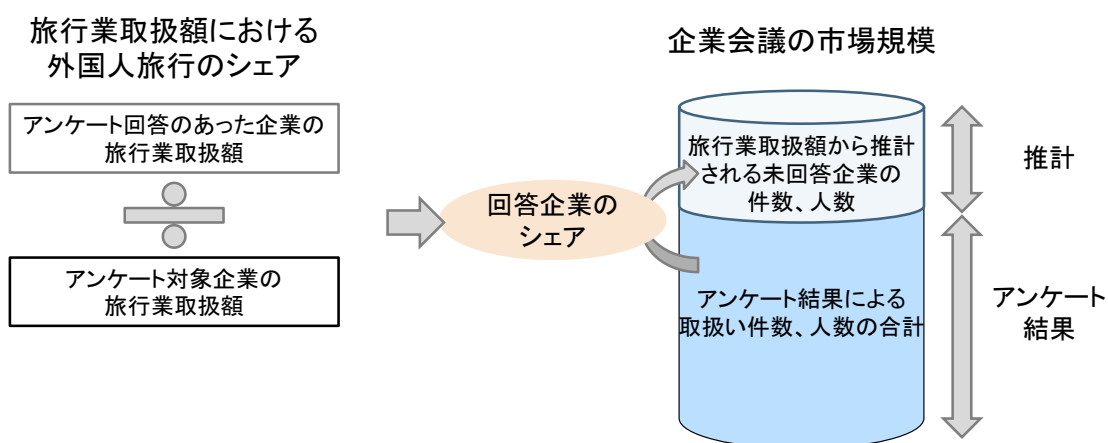


企業会議は主催企業がエージェントを利用する場合と利用しない場合が存在するため、エージェントに対するアンケート調査で一般的にエージェントを利用する比率を把握した。得られたエージェント利用率をアンケートに回答のあった開催件数や取扱人数に除することで、市場全体の取扱件数と人数を把握した。さらにエージェントアンケートで参加者1人当たりに対する主催企業の消費額を把握し、推計した市場全体の取扱人数を乗することで、市場全体の主催者消費額を算出した。

エージェントに対するアンケート結果で得られた市場全体の参加者数と、参加者アンケートにより得られた参加者1人当たりの消費額を乗することで、市場全体の参加者消費額を把握した。

本事業ではアンケート方式で市場全体の規模と主催者及び参加者の消費額を把握している。そのため、本来であれば取扱いがあると想定される企業から回答が得られなかった場合は、その企業が取扱う件数や人数は市場規模に含むことができなくなってしまう。そのため、観光庁が公開している「旅行業者取扱額」に掲載されている企業の中で、本アンケートに回答のなかった企業については、回答のあった企業のシェアおよび企業会議取扱額を用いてウェイトバックを行い、回答のない企業の取扱額を推計した。

図表 41 企業会議の市場規模の推計方法



実際に調査で使用したエージェントアンケート項目と参加者アンケート項目を次頁に記載する。エージェントアンケートでは市場規模把握のための催事種別取扱件数、取扱人数等に関する設問と、主催者の消費額を把握するための設問を設けている。一方で参加者アンケートでは参加者の消費項目に対する質問を中心に設定している。次頁以降にアンケート票を掲載する。

○エージェントアンケート

はじめに

- ・ 本アンケートで対象としている外国からの外国人参加者を含む企業会議等を取扱われていない場合についても Q1 及び Q2 についてはご回答頂き返送をお願いいたします。
- ・ また Q3 以降に記載のある対象催事では、詳細な主催費用を把握されていない場合は概数で構いませんのでご記入をお願いいたします。

アンケートの全体像のご説明

設問番号	設問内容
Q1	貴社の年間の「総取扱額」について
Q2	貴社の取扱っている企業会議等について

- ・ 本調査に必要な統計データを集める上で必須となる項目になりますので必ずご回答頂き返送をお願いいたします。
- ・ Q2において本調査で対象とする催事の取扱いがない場合はここで回答終了となります。

↓ Q2において本調査で対象とする催事の取扱いがある場合

設問番号	設問内容
Q3～6	企業内ミーティングについて
Q7～10	顧客セミナーについて
Q11～14	研修・視察について
Q15～18	式典について
Q19～23	その他の催事について

- ・ Q2で選択いただいた取扱いのある催事についての個別質問になります。
- ・ 取扱件数、取扱人数、1人当たりの主催費用の総額に関しては、貴社の実績を記載する事が難しい場合は概算で構いませんのでご回答頂き返送をお願いいたします。
- ・ ご回答は2016年もしくは2016年度の取扱い件数等をもとにご記入下さい。ただし貴社の会計年度等が「年」や「年度」でない場合は貴社の会計年度等にあわせて直近1年間の実績をご回答下さい。

以下、アンケート内容です。

A. 貴社についてお伺いいたします。

Q1. 貴社の直近の会計年度（2016年度等）における年間の「総取扱額」をご記入下さい。詳細の金額を把握されていない場合は、概数で構いません。

兆	千	百	拾	億	千	百	拾	万
¥								

※ご回答頂いた「総取扱額」をもとに、企業会議等の国内の市場規模を推計させて頂く事を想定しております。

※「総取扱額」とは、国内旅行、海外旅行、外国人旅行等の全ての取扱額の総額になります。

Q2. 以下のうち、貴社が取扱っている企業会議等に○をお付けください。（複数回答可）

【1.企業内ミーティング 2.顧客セミナー 3.研修・視察 4.式典 5.その他 6.取扱っていない】

※分類については別紙 1~5 ページを参照の上、ご回答ください。

※本事業では外国からの外国人参加者を含む催事を対象としております。

Q2.でお選びいただいた催事の種類に対応した設問にお進み下さい。複数の催事をお選びの場合は、お手数ですが、選択いただいた催事全てについてご記入をお願いいたします。

Q2.で選択した催事	ご回答いただきたい設問
1. 企業内ミーティング	Q3～6 ⇒ 2ページにお進み下さい。
2. 顧客セミナー	Q7～10 ⇒ 4ページにお進み下さい。
3. 研修・視察	Q11～14 ⇒ 5ページにお進み下さい。
4. 式典	Q15～18 ⇒ 6ページにお進み下さい。
5. その他	Q19～23 ⇒ 7ページにお進み下さい。
6. 取扱っていない	アンケートは以上となります。ご協力ありがとうございました。

B. 貴社において取扱いのある企業会議等に関してお伺いいたします。2016年に開催された催事に関してお答えください。貴社の会計年度等に応じて直近1年の数値をご記入いただければ結構です。

※Q2 ご回答された催事について、詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

※回答例については別紙6ページを参照の上、ご記入下さい。

○企業内ミーティング

Q3. 企業内ミーティングの内、主催者企業が旅行代理店を利用する一般的な割合（件数ベース）をご記入下さい。※市場規模推計に利用致します。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。

約 割

Q4. 貴社の取り扱っている企業内ミーティングの年間取扱い件数をご記入下さい。

約 件

Q5. 貴社の企業内ミーティングの年間取扱い人数をご記入下さい。

約 人

内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。（貴社の実績ベースでご回答下さい）

約 割

Q6. 下の表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者1人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な 費用をご記入下さい※3
国際交通手配 (国際航空券、クルーズ船等) ※4		円
国内交通手配 (国内航空券、バス、タクシー、鉄道等)		円
宿泊		円
飲食 (会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等)		円
会議等の企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
パーティーの企画運営 (会場費、設営費等含む) ※飲食を除く		円
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配		円
その他 (印刷物、物品調達、人材派遣等)		円
管理費 (業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等)		円
総額 (貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額)		円

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人 (外国人 50 人、日本人 50 人) の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円

の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」がご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占めるおおよその割合 ※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む） ※飲食を除く	約	割
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配	約	割
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

○顧客セミナー

Q7. 顧客セミナーの内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。
 ※市場規模推計に利用致します。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。

約 割

Q8. 貴社の顧客セミナーの年間取扱い件数をご記入下さい。 約 件

Q9. 貴社の顧客セミナーの年間取扱い人数をご記入下さい。 約 人

内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。 約 割

Q10. 下の表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な 費用をご記入下さい※3
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）※4		円
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）		円
宿泊		円
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）		円
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）		円
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む） ※飲食を除く		円
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配		円
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）		円
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）		円
総額（貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額）		円

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人（外国人 50 人、日本人 50 人）の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円

の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」をご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める およその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）※飲食を除く	約	割
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配	約	割
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

○研修・視察

Q11. 研修・視察の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。
 ※市場規模推計に利用致します。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。

約

--	--	--	--	--	--

 割

Q12. 貴社の研修・視察の年間取扱い件数をご記入下さい。

約

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 件

Q13. 貴社の研修・視察の年間取扱い人数をご記入下さい。

約

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 人

内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。

約

--	--	--	--	--	--

 割

Q14. 下の表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な 費用をご記入下さい※3
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）※4		円
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）		円
宿泊		円
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）		円
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）		円
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む） ※飲食を除く		円
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配		円
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）		円
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）		円
総額（貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額）		円

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積り」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人（外国人 50 人、日本人 50 人）の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円

の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」をご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める およその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）※飲食を除く	約	割
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配	約	割
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

○式典

Q15. 式典の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。

※市場規模推計に利用致します。おおよその割合で構いませんのでご回答下さい。

約 割

Q16. 貴社の式典の年間取扱い件数をご記入下さい。

約 件

Q17. 貴社の式典の年間取扱い人数をご記入下さい。

約 人

内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。

約 割

Q18. 下の表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な 費用をご記入下さい※3
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）		円
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）		円
宿泊		円
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）		円
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）		円
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む） ※飲食を除く		円
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配		円
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）		円
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）		円
総額（貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額）		円

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積り」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人（外国人 50 人、日本人 50 人）の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円

の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」をご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める およその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）※飲食を除く	約	割
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配	約	割
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

○その他

Q19. 企業内ミーティング、顧客セミナー、研修・視察、式典以外で取扱いのある催事をご記入下さい

(_____)

Q20. その他の催事の内、主催者企業が旅行代理店を利用する割合（件数ベース）をご記入下さい。

約 割

Q21. 貴社のその他の催事の年間取扱い件数をご記入下さい。

約 件

Q22. 貴社のその他の催事の年間取扱い人数をご記入下さい。

約 人

内、外国からの外国人参加者数の割合をご記入下さい。

約 割

Q23. 下の表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な 費用をご記入下さい※3
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）※4		円
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）		円
宿泊		円
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）		円
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）		円
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む） ※飲食を除く		円
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配		円
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）		円
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）		円
総額（貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額）		円

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の**

記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人（外国人 50 人、日本人 50 人）の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円

の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」をご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占めるおおよその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
飲食（会議での飲料や弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
会議等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）※飲食を除く	約	割
観光等プログラム、サイトビジット等の企画・手配	約	割
その他（印刷物、物品調達、人材派遣等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 6 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

・・・・・・・・・・・・・・・・・・ご協力ありがとうございました・・・・・・・・・・・・・・・・

○参加者アンケート（企業会議及び報奨・研修旅行共通）

「経済効果の測定に関するアンケート」

- ・本アンケートは“企業の催事開催による経済波及効果の測定”を目的に実施させていただいております。
- ・お答えいただいた内容は統計的に処理を行い、上記目的以外には利用いたしません。
- ・アンケートの調査・集計は観光庁の委託を受け、(株)***調査事業者名***が実施しております。

催事参加に伴う個人の観光、飲食、ショッピング等についてお伺いいたします。

1. あなたのことについてお尋ねします。

Q1. あなたがお住まいの地域をお知らせください。(ひとつだけ)

- | | | | | |
|---------|---------|----------|-----------|----------|
| 1. 日本 | 2. 東アジア | 3. 東南アジア | 4. その他アジア | 5. 大洋州 |
| 6. 中東 | 7. 欧州 | 8. 北アメリカ | 9. 中南米 | 10. アフリカ |
| 11. その他 | | | | |

Q2. あなたの日本の滞在日数をご記入下さい。

<	>泊
---	----

Q3. 今回の催事参加費用について、会社負担ではない個人負担の支出についてお知らせください。

※回答にあたっては、わかる範囲でご記入いただければ結構です。

※パッケージツアーをご利用の方は、パッケージツアーに含まれていない項目についてご記入ください。

※不明な項目は「空欄」を、費用が発生していない項目は「0」をご記入ください。

※費用項目毎の内訳が不明な場合は「合計」だけご記入ください。

1. 宿泊費 ※1にご回答の場合は、Q5もご回答ください。	約 () 円
2. 飲食費	約 () 円
3. 交通費（航空機、鉄道、バス・タクシー、その他） ※3にご回答の場合はQ6もご回答ください。	約 () 円
4. 買物費（土産等を含む）	約 () 円
5. 観光・娯楽費	約 () 円
6. その他	約 () 円
7. パッケージツアー ※7にご回答の場合は、Q4もご回答ください。	約 () 円
合計	約 () 円

Q4 前項の設問 Q3 で「7. パッケージツアー」に金額を記入された方にお尋ねします。パッケージツアーに含まれている費用項目をご回答ください。(いくつでも)

1. 宿泊費
※1にご回答の場合は、Q5 もご回答ください。
2. 飲食費
3. 航空券費用 (国際線・国内線)
※3にご回答の場合は、Q7 もご回答ください。
4. その他の交通費 (鉄道、バス・タクシー等)
5. 買物費 (土産等を含む)
6. 観光・娯楽費
7. その他

Q5. 前項の設問 Q3 で、「1. 宿泊費」と回答された方、または設問 Q4 で「1. 宿泊費」を選択された方にお尋ねします。滞在日数のうち、個人的なご予定として日本に滞在される場合は、その宿泊日数をご記入下さい。なお、個人的なご予定とは、企業が費用負担する旅程とは別に、個人で手配された予定を指します。

<	>泊
---	----

Q6 前項の設問 Q3 の「3. 交通費 (航空機、鉄道、バス・タクシー、その他)」をお答えの方にお尋ねします。「3. 交通費 (航空機、鉄道、バス・タクシー、その他)」の内訳をお知らせください。

※不明な項目は「空欄」を、費用が発生していない項目は「0」をご記入ください。

航空機 (国際線)	約 () 円
航空機 (国内線)	約 () 円
鉄道	約 () 円
バス・タクシー	約 () 円
その他	約 () 円

Q7 「航空機 (国際線)」を利用された方にお尋ねします。利用航空会社をお知らせください。(いくつでも)

1. ANA
2. JAL
3. その他日系キャリア (ピーチアビエーション、ジェットスター、バニラエア等)
4. 非日系キャリア

アンケートは以上です。
ご協力、有難うございました。

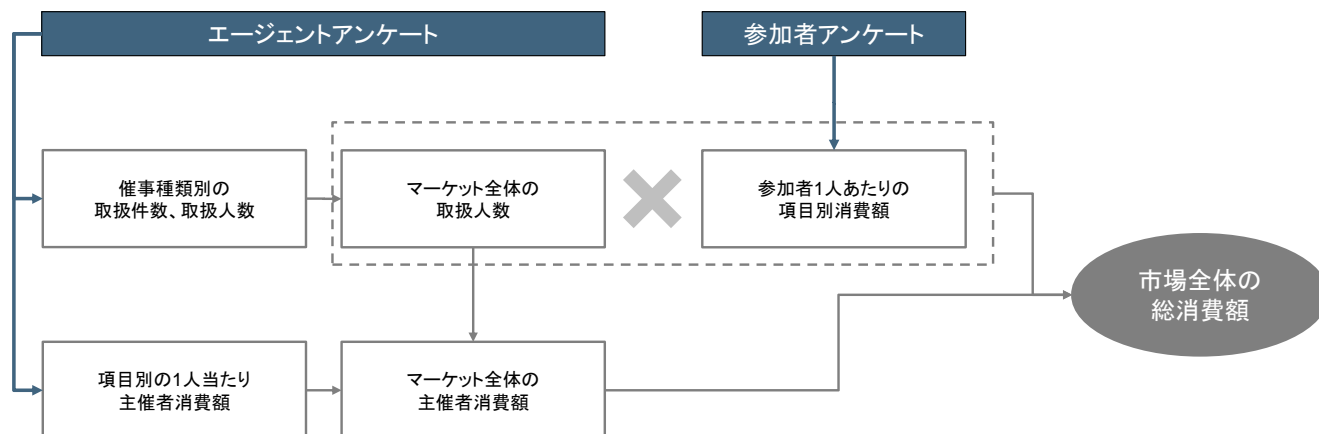
(2) 報奨・研修旅行の調査手法

報奨・研修旅行についても企業会議同様に、催事の主催者と参加者による総消費額の把握を行った。報奨・研修旅行の主催者も企業会議同様に企業であるため、主催企業に直接アンケート調査を行うことは現実的ではないと判断した。

そのため、報奨・研修旅行についても催事を主催する際に利用する代理店（エージェント）に対してアンケート調査を行うことで、対象とする報奨・研修旅行の総消費額を把握することとした。

また催事参加者の消費額の把握については、2017年度に開催された企業会議参加者に対するアンケートの配布及び、過去に本事業で定義する企業会議に参加したことのある外国人への Web アンケートを行うことで、消費額の把握を行った。

図表 42 報奨・研修旅行の総消費額の把握方法



旅行会社へのヒアリングによると、本事業で対象とする海外からの報奨・研修旅行は、主催企業が自ら航空券、ホテル、日本国内での移動、観光プログラム等の全ての手配を行うことは考えにくいことがわかった。そのため、企業会議のエージェントアンケート内で設定した「エージェント利用比率」は報奨・研修旅行のアンケート項目には含めていない。

エージェントアンケートで把握した主催者の参加者 1 人当たり消費額及び取扱人数と、参加者アンケートで把握した参加者の 1 人当たり消費額をもとに市場全体の総消費額を算出している。

また企業会議同様に、観光庁が公表している「旅行業者取扱額」における「外国人旅行」の取扱額のシェアをもとに回答が無かった企業の取扱件数や人数を推計している。

次頁に報奨・研修旅行のエージェントアンケートの内容を記載する。なお、参加者アンケートについては企業会議と同様のフォーマットであるため掲載を省略する。

○エージェントアンケート

はじめに

- ・ 本アンケートで対象としている海外発の報奨・研修旅行等を取扱われていない場合についても Q1 及び Q2 については回答頂き返送をお願いいたします。
- ・ また Q3 以降に記載のある対象催事では、詳細な主催費用を把握されていない場合は概数で構いませんのでご記入をお願いいたします。

アンケートの全体像のご説明

設問番号	設問内容
Q1	貴社の年間の「総取扱額」について
Q2	貴社の取扱っている報奨・研修旅行等について

↓ Q2において本調査で対象とする催事の取扱いがある場合

設問番号	設問内容
Q3~5	報奨・研修旅行について

↓ Q3~5の回答において、発地と催事の参加者規模別に回答が可能な場合

設問番号	設問内容
A1~A3	アジア発、参加者100人未満の催事について
B1~B3	アジア発、参加者100人以上の催事について
C1~C3	欧米・その他発、参加者100人未満の催事について
D1~D3	欧米・その他発、参加者100人以上の催事について

- ・ 本調査に必要な統計データを集める上で必須となる項目になりますので必ずご回答頂き返送をお願いいたします。
- ・ Q2において本調査で対象とする催事の取扱いがない場合はQ2で回答終了となります。

- ・ Q2で選択いただいた取扱いのある催事についての個別質問になります。
- ・ 取扱件数、取扱人数、1人当たりの費用の総額に関して、詳細な数値を把握されていない場合は、概数で構いませんので、ご回答下さい。
- ・ ご回答は2016年もしくは2016年度の取扱件数等をもとにご記入下さい。ただし貴社の会計年度等が「年」や「年度」でない場合は貴社の会計年度等にあわせて直近1年間の実績をご回答下さい。

- ・ 発地、催事規模別の詳細な質問になります。
- ・ 発地、催事規模別で取扱件数、取扱人数、1人当たりの費用の総額の概数が分かる場合、ご回答をお願いいたします。

以下、アンケート内容です。

A. 貴社についてお伺いいたします。

Q1. 貴社の直近の会計年度（2016年度等）における年間の「総取扱額」をご記入下さい。詳細の金額を把握されていない場合は、概数で構いません。

	兆	千	百	拾	億	千	百	拾	万
¥									

※ご回答頂いた「総取扱額」をもとに、報奨・研修旅行等の国内の市場規模を推計させて頂く事を想定しております。

※「総取扱額」とは、国内旅行、海外旅行、外国人旅行等の全ての取扱額の総額になります。

Q2. 企業が主催する海外発の報奨・研修旅行等の取扱い実績の有無についてご回答ください。

【1. 取扱っている 2. 取扱っていない】

※海外発の報奨・研修旅行等の分類については、別紙 7～9 ページをご参照の上、ご回答ください。

上の質問で、1をお選びの場合はQ3 (2ページ)にお進み下さい。

2をお選びの場合は、Q3以降のご回答は不要です。ご協力ありがとうございました。

B. Q2で1.「取扱っている」と回答された方に、お取扱いのある海外発の報奨・研修旅行等に関して伺います。(2016年に取扱いのあった催事に関してお答えください。貴社会計年度等に合わせた直近1年間の数値をご記入下さい)。

Q3. 海外発の報奨・研修旅行等の年間取扱い件数

1. 全体の件数	2. アジア発の件数	3. 欧米・その他発の件数
約 件	約 件	約 件

※複数の国・地域からの参加者がいる催事につきましては、主たる参加者の国・地域でご回答ください。

※アジアの定義については下記をご参照ください

【アジアの国・地域】

インド、インドネシア、カンボジア、シンガポール、スリランカ、タイ、韓国、中国、台湾、マカオ、香港、ネパール、パキスタン、バングラディッシュ、東ティモール、フィリピン、ブータン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、モルディブ、モンゴル、ラオス

Q4. 海外発の報奨・研修旅行等の年間取扱い人数

1. 全体の人数	2. アジア発の人数	3. 欧米・その他発の人数
約 人	約 人	約 人

Q5. 下の表のうち、貴社が取扱っている業務範囲に○を付けて下さい。また、対象の業務における参加者1人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって、貴社が取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（詳細の金額を把握されていない場合は概数で構いません）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者1人当たりの平均的な費用をご記入下さい※3
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）※4		円
国内交通手配（バス、タクシー、鉄道等）		円
宿泊		円
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）		円
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）		円
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）		円
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）		円
その他（印刷物、ギフト、備品類等）		円
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）		円
総額（貴社の取扱い業務における1人当たりの総額）		円

※1：回答例については別紙10ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者1人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者1人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者100人（外国人50人、日本人50人）の催事で外国人50人分の国際航空券の総額が500万円の場合、参加者100人で除した金額、「5万円」をご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。
 ※詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める おおよその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）	約	割
その他（印刷物、ギフト、備品類等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

以下、ご回答可能な場合、ご記入下さい。

⇒Q3 および Q4 において、「2.アジア発の件数/人数」にご回答いただいた場合は、P4～5 の A および B をお答え下さい。

⇒Q3 および Q4 において、「3.欧米・その他発の件数/人数」にご回答いただいた場合は、P6～7 の C および D をお答え下さい。

⇒Q3 および Q4 において、「2.アジア発の件数/人数」と「3.欧米・その他発の件数/人数」の両方にご回答いただいた場合は、P4～7 の A～D をお答え下さい

※※※※ 以降は発地、参加人数別にご回答が可能な場合、ご記入下さい ※※※※

A. Q3 および Q4 において、「2.アジア発の件数/人数」にご回答いただいた方に伺います。アジア発、参加者 100 人未満の催事についてご記入下さい。

A-1. 年間の取扱件数 (約 件)

A-2. 年間の取扱人数 (約 人)

A-3. 下記表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社の取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な費用をご記入下さい※3
国際交通手配 (国際航空券、クルーズ船等) ※4		円
国内交通 (バス、タクシー、鉄道等)		円
宿泊		円
食事 (朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等)		円
パーティーの企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
会議・イベント等の企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
観光プログラム等の企画運営 (入場料、通訳ガイド等を含む)		円
その他 (印刷物、ギフト、備品類等)		円
管理費 (業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等)		円
総額 (貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額)		円

※1: 回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2: 取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3: 「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4: 国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例: 参加者 100 人 (外国人 50 人、日本人 50 人) の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」がご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

※詳細の数値を把握されている場合のみ、ご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める おおよその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）	約	割
その他（印刷物、ギフト、備品類等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

B. アジア発、参加者 100 人以上の催事についてご記入下さい

- B-1. 年間の取扱件数 (約 件)
- B-2. 年間の取扱人数 (約 人)
- B-3. 下記表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社の取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な費用をご記入下さい※3
国際交通手配 (国際航空券、クルーズ船等) ※4		円
国内交通 (バス、タクシー、鉄道等)		円
宿泊		円
食事 (朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等)		円
パーティーの企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
会議・イベント等の企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
観光プログラム等の企画運営 (入場料、通訳ガイド等を含む)		円
その他 (印刷物、ギフト、備品類等)		円
管理費 (業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等)		円
総額 (貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額)		円

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3：「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4：国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例：参加者 100 人 (外国人 50 人、日本人 50 人) の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」がご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

※詳細の数値を把握されている場合のみ、ご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める およその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）	約	割
その他（印刷物、ギフト、備品類等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

C. Q3 および Q4 において、「3.欧米・その他発の件数/人数」にご回答いただいた方に伺います。

欧米・その他発、参加者 100 人未満の催事についてご記入下さい。

- C-1. 年間の取扱件数 (約 件)
- C-2. 年間の取扱人数 (約 人)
- C-3. 下記表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社の取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な費用をご記入下さい※3
国際交通手配 (国際航空券、クルーズ船等) ※4		円
国内交通 (バス、タクシー、鉄道等)		円
宿泊		円
食事 (朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等)		円
パーティーの企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
会議・イベント等の企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
観光プログラム等の企画運営 (入場料、通訳ガイド等を含む)		円
その他 (印刷物、ギフト、備品類等)		円
管理費 (業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等)		円
総額 (貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額)		円

※1: 回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2: 取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3: 「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4: 国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例: 参加者 100 人 (外国人 50 人、日本人 50 人) の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」がご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

※詳細の数値を把握されている場合のみ、ご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める おおよその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）	約	割
その他（印刷物、ギフト、備品類等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

D. 欧米・その他発、参加者 100 人以上の催事についてご記入下さい

D-1. 年間の取扱件数 (約 件)

D-2. 年間の取扱人数 (約 人)

D-3. 下記表に貴社が取扱っている業務範囲を選択いただき、対象の業務における参加者 1 人当たりの催事開催費用をご記入下さい。金額の記載にあたって貴社の取扱っている催事の平均的な金額をご記入ください（実績でなくても構いませんのでおおよその平均金額をご記入いただければ結構です）。

業務範囲※1	取扱っている業務 (○を付けて下さい)※2	参加者 1 人当たりの平均的な費用をご記入下さい※3
国際交通手配 (国際航空券、クルーズ船等) ※4		円
国内交通手配 (バス、タクシー、鉄道等)		円
宿泊		円
食事 (朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等)		円
パーティーの企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
会議・イベント等の企画運営 (会場費、設営費等含む)		円
観光プログラム等の企画運営 (入場料、通訳ガイド等を含む)		円
その他 (印刷物、ギフト、備品類等)		円
管理費 (業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等)		円
総額 (貴社の取扱い業務における 1 人当たりの総額)		円

※1: 回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

※2: 取扱い金額や件数が少ない場合でも、全参加者 1 人当たりの平均的な予算が分かる場合は○を記入下さい。

※3: 「取扱っている業務」に○を記載した業務範囲と管理費、総額についてご記入下さい。**費用の記載が難しい場合は、貴社が取扱っている一般的な催事の「お見積もり」と考えて頂きご記入下さい。**

※4: 国際航空券等の費用に関しては、日本人参加者も含む参加者 1 人当たりの平均的な金額をご記入下さい

⇒例: 参加者 100 人 (外国人 50 人、日本人 50 人) の催事で外国人 50 人分の国際航空券の総額が 500 万円の場合、参加者 100 人で除した金額、「5 万円」がご記入いただく金額になります。

主催者の支払う催事全体費用に占める、貴社取扱いの各業務範囲の割合をご記入下さい。

※詳細の数値を把握されている場合のみ、ご記入下さい。

業務範囲※1	催事全体の費用に占める おおよその割合※2	
国際交通手配（国際航空券、クルーズ船等）	約	割
国内交通手配（国内航空券、バス、タクシー、鉄道等）	約	割
宿泊	約	割
食事（朝・昼・夕、弁当、パーティーでの飲食費等）	約	割
パーティーの企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
会議・イベント等の企画運営（会場費、設営費等含む）	約	割
観光プログラム等の企画運営 （入場料、通訳ガイド等を含む）	約	割
その他（印刷物、ギフト、備品類等）	約	割
管理費（業務の企画管理料金・旅行業務取扱料金等）	約	割

※1：回答例については別紙 10 ページを参照の上、ご記入ください。

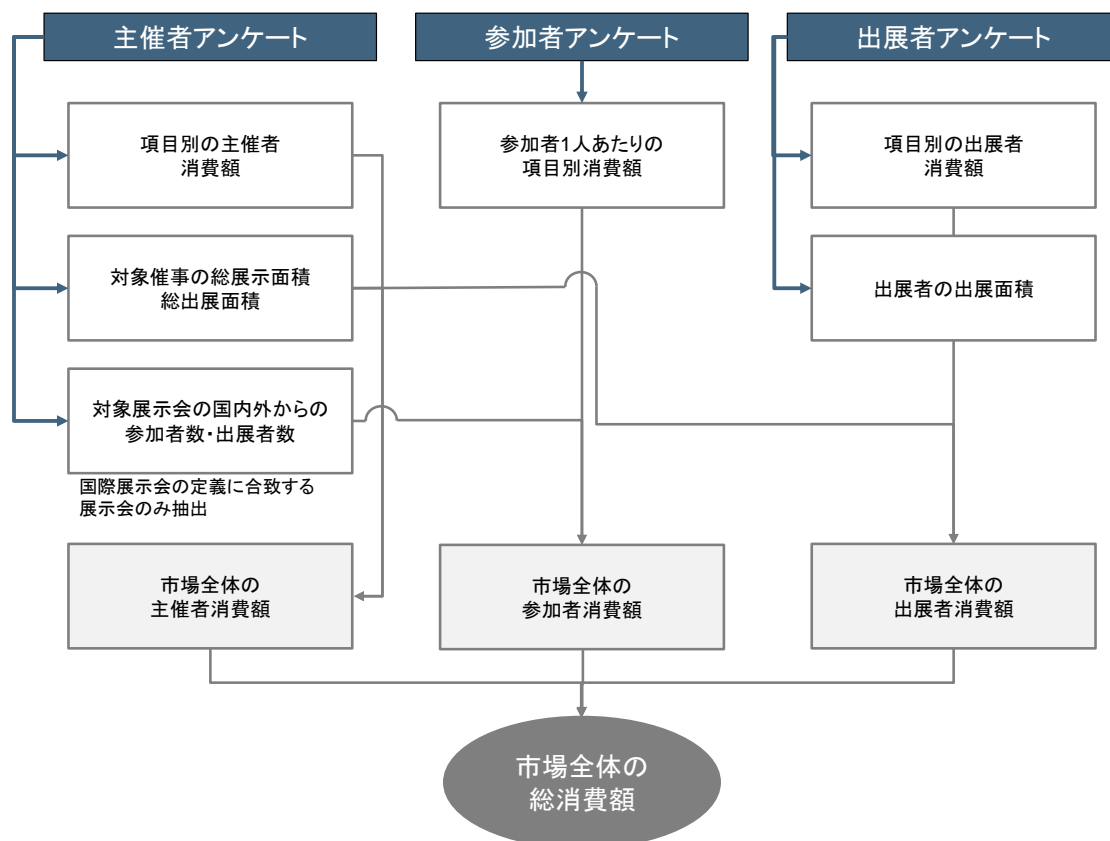
※2：詳細の数値を把握されていない場合は、概数で構いません。

・・・・・・・・・・・・・・・・・・ご協力ありがとうございました・・・・・・・・・・・・・・・・

(3) 展示会・見本市等の調査手法

展示会・見本市等については、主催者、参加者に加え展示会や見本市で出展を行う企業による消費額も存在するため、出展者に対してもアンケート調査を実施し消費額の把握を行った。

図表 43 展示会・見本市等の総消費額の把握方法



主催者に対するアンケートは、UFI の定める国際展示会の基準に基づく日本展示会認証協議会 (JECC) により国際展示会の認証を取得している展示会的主催者、また同認証基準である海外来場者比率 5%以上もしくは海外出展者比率 10%以上の基準を満たしている主催者を対象としている。後者についてはアンケートの回答を確認し海外来場者比率 5%以上もしくは海外出展者比率 10%以上の基準を満たしている場合は、準国際展示会として調査対象に加えた。

参加者アンケートについては、2017 年度に開催された展示会・見本市において、現地対面式アンケートを行い、催事参加に際して消費した金額を把握した。

出展者については、2016 年に開催された国内の大型展示会に出展した企業の中から、ランダムに対象を抽出し、郵送方式によるアンケート調査を実施した。出展者の抽出について

は Web サイト等の公開情報で出展していたことが判明した出展者のみを対象としている。
出展者に対しても消費額の把握を行うために出展にかかった経費について設問を設定し調査を実施した。

以降にそれぞれのアンケートで用いたアンケート票を掲載する。

○主催者アンケート

◆主催されております催事に関してお伺いいたします。

2016年（1月～12月）に開催された催事に関してお答えください。

設問	回答欄
1. 封筒に記載の対象展示会・見本市の名称をご記入下さい	
2. 対象展示会・見本市の開催期間をご記入下さい	2016年 月 日 ～ 日
3. 総来場者数※出展者は除く ※総来場者数につきましては延べ人数ではなく、実人数をご記入下さい。 詳細な実人数が不明な場合はおおよその人数をご記入下さい。	約 人
4. 来場者のうち、海外からの外国人参加者数 ※延べ人数ではなく、実人数をご記入下さい。詳細な実人数が不明な場合はおおよその人数をご記入下さい。	約 人
5. 来場者のうち、ビジネス目的の参加者と一般参加者のおおよその比率 ※本事業では一般来場者を除く商談等のビジネス目的で参加された来場者を対象に分析する事を想定しております。	ビジネス目的： 約 割 一般参加者： 約 割
6. 総出展者数	社
7. 総出展小間数 ※1小間は3m×3mを想定。1小間の広さが著しく異なる場合にはm ² 数で ご回答ください。	(小間 m ²)
8. 出展者のうち、海外からの外国企業の出展者数	社
9. 出展者のうち、海外からの外国企業の出展小間数 ※1小間は3m×3mを想定。1小間の広さが著しく異なる場合にはm ² 数 でご回答ください。	(小間 m ²)

◆主催事業に要した支出項目についてお伺いいたします。

把握されている範囲でご回答いただけますと幸いです。項目ごとの記載が難しい場合には合計のみご記入下さい。

展示会・見本市の主催に要した費用	
項目	金額
1. 会場利用料	約 () 万円
2. 会場装飾・工事費 (ブース設営、看板・装飾、電気工事等)	約 () 万円
3. 機材レンタル費 (什器、音響・照明・映像・同時通訳機器)	約 () 万円
4. 運営管理費 (通訳、翻訳関連、警備等)	約 () 万円
5. パーティー等 催事に付随する独自イベント ^{注1}	約 () 万円
6. 飲食費 (参加者向けの昼食、飲料代等)	約 () 万円
7. 航空券 (利用したエアライン _____)	約 () 万円
8. その他運送・輸送費 (タクシー・バス借上代、招待者移動経費等)	約 () 万円
9. 印刷製本費 (広報資料制作費、配布資料作成費等)	約 () 万円
10. 広告宣伝費	約 () 万円
11. 臨時人件費 (受付・事務局スタッフ、コンパニオン等) ^{注2}	約 () 万円
12. 事務局経費 (事務用品調達など)	約 () 万円
13. 宿泊費 (貴社スタッフ分、準備期間も含めた総滞在日数分)	約 () 万円
14. 飲食費 (貴社スタッフ分)	約 () 万円
15. 開催都道府県までの交通費 (貴社スタッフ分) ^{注3}	約 () 万円
16. 開催都道府県内の交通費 (貴社スタッフ分)	約 () 万円
17. 土産・買物費 (貴社スタッフ分 (把握できる範囲で))	約 () 万円
18. その他 ()	約 () 万円
19. 合計	約 () 万円

注1) 催事開催に伴うパーティー等であれば、施設内以外で開催したものも含んでご記入下さい。

注2) 受付・事務局スタッフ、コンパニオン等の臨時スタッフの宿泊費や交通費は「臨時人件費」に含めて下さい。

注3) 開催都道府県に立地する企業・団体様の場合は全て「開催都道府県内の交通費」にご記入ください。
また、「開催都道府県までの交通費」とは貴社から宿泊施設等までの交通費、「開催都道府県内の交通費」とは宿泊施設等から会場までの交通費を指します。宿泊施設等を経由せず直接ご来場頂いた場合は全て「開催都道府県までの交通費」の欄にご記入ください。

○参加者アンケート

展示会・見本市参加に伴う行動、消費等についてお伺いいたします

1. あなたのことについてお尋ねします。
 - Q1. お住まいの地域についてお伺いします。【都道府県 ()】
 - Q2. ご来場の目的をお伺いします。【 1. ビジネス 2. プライベート 】
 - Q3. 展示会・見本市参加に伴う宿泊予定
【 1. 1泊 2. 2泊 3. 3泊 4. 4泊以上⇒ (泊 日) 5. 宿泊なし】
 - Q4. 展示会・見本市参加に伴う宿泊予定地
【 1. 開催地の市・区内 2. 開催地の都道府県内 3. 近接する都道府県内 4. その他】
2. 展示会・見本市参加にともなう旅程についてお尋ねします。
 - Q5. 催事参加と合わせて開催都道府県内や周辺観光の予定はございますか。
【 1. 観光予定あり 2. 予定なし 】 →2.と答えの方、Q7にお進みください。
 - Q6. 観光予定の場所についてお伺いします。
【 1. 開催都道府県内で () 日 2. その他 () 日 】
3. 交通手段についてお尋ねします。
 - Q7. 開催都道府県内までの交通手段をお伺いします。利用手段すべてに○をつけてください。
【 1. 電車 2. バス 3. タクシー 4. 飛行機 5. その他 6. なし(都道府県内在住) 】
4. 今回の展示会・見本市参加費用(お一人当たり)についてお尋ねします。

予定・概算で結構ですのご記入ください。

1. 宿泊費	約 () 円
2. 飲食費	約 () 円
3. 開催地都道府県までの交通費	約 () 円
うち 航空機(国際線)	約 () 円
【利用航空会社: 1. ANA 2. JAL 3. その他日系キャリア 4. 非日系キャリア】	
うち 航空機(国内線)	約 () 円
うち 鉄道	約 () 円
うち バス・タクシー・自家用車	約 () 円
4. 開催地都道府県内の交通費	約 () 円
うち 鉄道	約 () 円
うち バス・タクシー	約 () 円
マイカー利用の場合	約 () 円
駐車場代	約 () 円
ガソリン代	約 () 円
高速代	約 () 円
5. 買物費(土産)	約 () 円
6. 観光・娯楽費	約 () 円
7. その他	約 () 円
8. 合計	約 () 円

○出展者アンケート

展示会・見本市出展に関するアンケート調査票

①貴社・団体の所在地（都道府県）	
②出展ブース面積（どちらかをご記入）	（ ）㎡ あるいは （ ）小間
③封筒に記載の対象の展示会・見本市名	
④催事の開催期間	2016年 月 日 ～ 2016年 月 日

⑤出展に要した費用（内訳）		
項目		金額
直接経費	1. 出展料（ブース利用費）	約（ ）万円
	2. 会場装飾・工事費（ブース設営等、看板・装飾、電気工事）	約（ ）万円
	3. 機材レンタル費（什器、音響、照明、映像機器等）	約（ ）万円
	4. 運営管理費（通訳、翻訳関連、警備等）	約（ ）万円
	5. パーティー等催事に付随する独自イベント	約（ ）万円
	6. 飲食費（来場者向けに提供された飲食品）	約（ ）万円
	7. 航空券（利用したエアライン_____）	約（ ）万円
	8. 運送・輸送費（タクシー・バス借上代、招待者移動経費等）	約（ ）万円
	9. 印刷製本費（広報資料制作費、配布資料作成費等）	約（ ）万円
	10. 広告宣伝費	約（ ）万円
	11. 臨時人件費（受付・事務局スタッフ、コンパニオン等）	約（ ）万円
	12. 事務局経費（事務用品調達など）	約（ ）万円
間接経費	13. 宿泊費（貴社スタッフ分、準備期間も含めた総滞在日数分）	約（ ）万円
	14. 飲食費（貴社スタッフ分）	約（ ）万円
	15. 開催都道府県までの交通費（貴社スタッフ分）	約（ ）万円
	16. 開催都道府県内交通費（貴社スタッフの会場・都内移動等）	約（ ）万円
	17. 土産・買物費（貴社スタッフ分（把握できる範囲で））	約（ ）万円
17. その他（ ）	約（ ）万円	
18. 合計	約（ ）万円	

注）「開催都道府県までの交通費」とは貴社から開催都道府県内宿泊施設等までの交通費、「開催都道府県内交通費」とは宿泊施設等から展示会場までの交通費を指します。宿泊施設等を経由せず直接ご来場頂いた場合は全て「開催都道府県内までの交通費」の欄にご記入ください。開催都道府県内に立地する企業・団体様の場合は全て「開催都道府県内交通費」にご記入ください。

注）受付・事務局スタッフ、コンパニオン等の臨時スタッフの宿泊費や交通費は「臨時人件費」に含めてご記入下さい。

⑥展示会・見本市出展による売上増加効果	約（ ）万円
上記の内、海外に対する売上増加効果の比率	約（ ）割

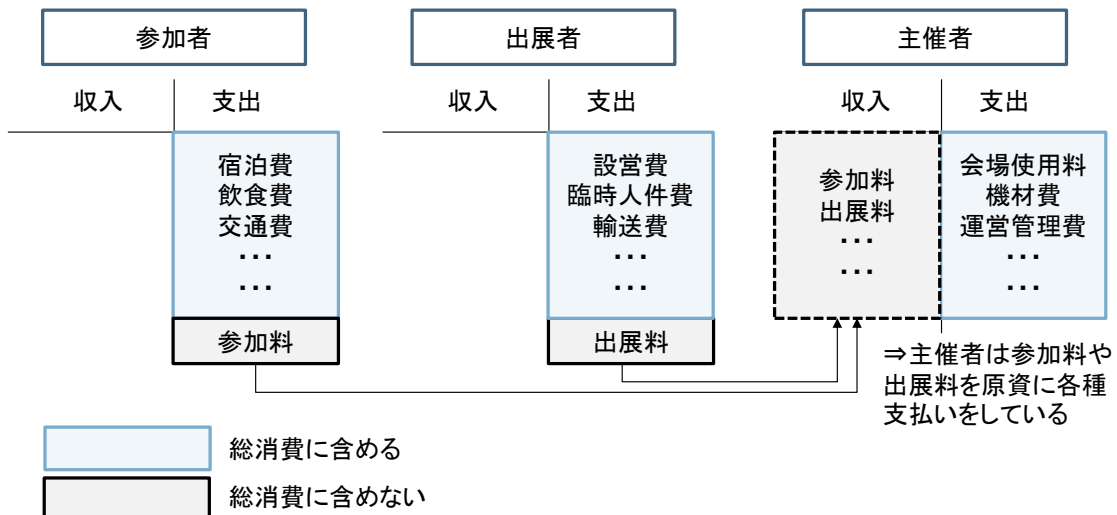
注) 出展による新規契約や広告・宣伝の効果を加味した売上増加分の見込み額を概算でご記入ください。
金額のご記入にあたっては、出展費用の〇倍程度等として概算頂いても構いません。

(4) 経済波及効果算出手法

前頁上述した(1)から(3)で整理した手法に従い、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等それぞれの主体の総消費額を推計した。

総消費額を推計する際、全ての主体の消費額・総支出額を単純に合算すると、本来間接1次波及効果として捉えるべき金額も直接効果として捉えてしまうことになるため注意が必要である。特に一般的な展示会・見本市においては、主催者は参加者の参加料や、出展者の出展料を収入として、会場使用料や運営管理費等の支出に充てている。したがって、主催者の支出に加えて、参加者の参加料や出展者の出展料を消費額に含めてしまうと、参加料・出展料の分だけ消費額を過大に加算(ダブルカウント)してしまうことになる。前述した調査票の設計や、総消費額の計算において、この消費のダブルカウントの除去を行っている。

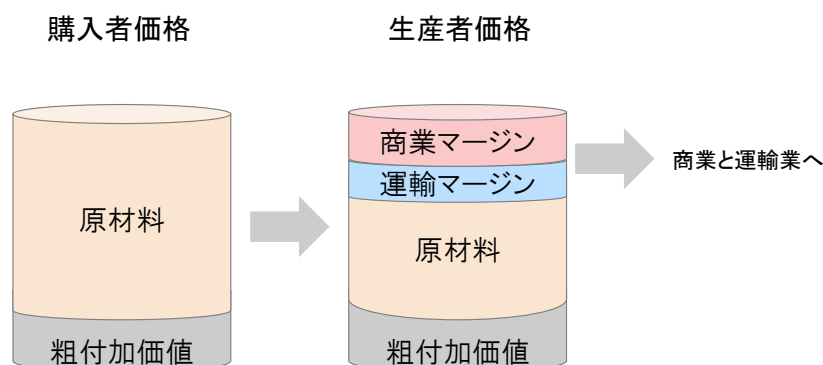
図表 44 ダブルカウントの除去 (イメージ)



また、ここまでの手順で総消費額は“購入者価格”であり、これを“生産者価格”に変換する必要がある。購入者価格には、生産者が受け取る価格(「生産者価格」と呼ぶ)に卸売・小売業者や運送業者が流通の過程で受け取るマージン、即ち“流通マージン”が上乘せされた金

額である。産業連関表によって経済波及効果を推計する際は、購入者価格を生産者価格に変換した上で推計する必要がある。具体的には、商業及び運輸業以外の産業に支払われた消費額から、流通マージン（商業マージン・運輸マージンの合計）を差し引くことで当該産業の生産者価格ベースの消費額を算出し、差し引いた分のマージンは商業・運輸業に対する消費に組み込む。

図表 45 購入者価格から生産者価格への変換



経済活動において、ある産業に追加的に新たな需要が生じたとき、その需要を満たすために行われる生産は、当該産業だけでなく、原材料等の取引や消費活動を通じて関連する他の産業にも波及する。この波及を一般的に「経済波及効果」と呼び、産業連関表等を用いた分析によって推計することが可能である。

本事業では、各分類の総消費額を算出した上で、産業連関表（2017年公表の全国、2011年版）を用いて経済波及効果を推計した。

産業連関表を用いて経済波及効果を推計する際、その効果は「直接効果」「間接効果（間接1次波及効果及び間接2次波及効果）」に分解して捉えることができる。

○直接効果

直接効果は、上記作業で生産者価格ベースに変換させた総消費額に、経済波及効果を測定する地域内の自給率を乗じることで推計する。

国内の経済波及効果を測定する場合は「1-輸入係数（国内需要に占める輸入の割合）」として定義される“国内自給率”を総消費額に乘じることで、総消費額のうち純粋に国内産業に支払われた金額を推計することができる。

○間接効果

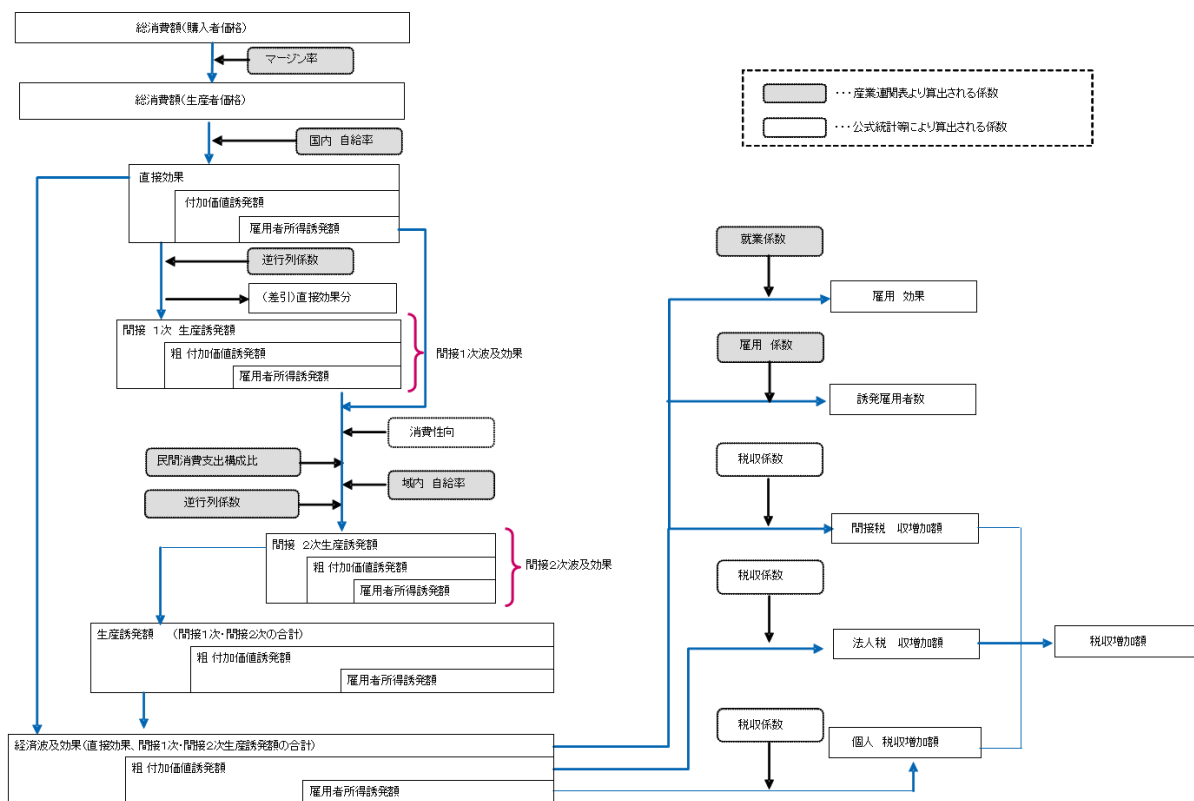
間接1次波及効果は、産業毎の直接効果に逆行列係数を乗じることで推計できる。また、間接2次波及効果とは、直接効果及び間接1次波及効果に付随して誘発された新たな所得の一定割合が消費に回されることによって発生する波及効果である。直接効果および間接1

次波及効果の雇用者所得誘発額に、消費性向（可処分所得に占める消費支出額の割合）を乗じ、さらに逆行列係数を掛け合わせることで間接2次波及効果を推計できる。

直接効果、間接波及効果（1次・2次）はそれぞれ各産業に属する企業の「売上増」として捉えることができる。売上の増加は企業利益の増加を通じて直接税（法人分）の増加を、さらに雇用者所得の増加を通じて直接税（個人分）の増加をそれぞれ誘発する。また、雇用者所得の一定金額で賄うことができる雇用者数が一定とすると、雇用者所得の誘発を通じて雇用も誘発される。

産業連関分析の枠組みでは、これら「税収増加額」及び「雇用効果」も合わせて推計することが可能である。

図表 46 産業連関表を用いた経済波及効果推計のフロー



4. 経済波及効果算出に係るアンケート等の調査の実施

1) 企業会議

(1) 調査対象

2. 2) 「本事業における定義の設定」に記載した通り企業会議の定義は「10人以上の参加」、「4時間以上の開催」、「外部の施設を利用」、「海外からの外国人参加者を含む催事」の4条件全てを満たすものとし、これに該当する会議を対象とした。さらにこれらを①企業ミーティング、②顧客セミナー、③研修・視察、④式典、⑤その他、の5種類の催事に分類し調査を実施した。

(2) 調査方法

調査は、企業会議の手配等を行うエージェントに対する郵送調査と、実際に企業会議に参加した参加者への対面自記入式アンケート調査、さらに海外に住む企業会議で訪日経験のある外国人を対象に Web アンケートを行った。Web アンケート調査の実施対象国・地域は旅行会社へのヒアリング調査から、特に企業会議での訪日者数の多いと言われている中国、香港、台湾、タイ、マレーシア、オーストラリア、アメリカ、スペインとした。

エージェントアンケートでは3つの観光事業者団体の協力を得て計894社に2016年に取扱いのあった企業会議に関する質問を行った。参加者の対面式アンケート調査に関しては、各エージェントから協力が得られ、かつ定義に合致する企業会議が開催された場合に実施した。

図表 47 企業会議の調査方法

調査	対象	実施方法
エージェントアンケート	JATA 会員 (1 種) : 662 社 OTOA 会員 (インバウンド) : 39 社 中連協会員企業 : 193 社	郵送方式
参加者アンケート	2017 年度中に企業会議で訪日した外国人および、海外に住む企業会議で訪日経験のある外国人	対面方式 Web アンケート

(3) 回収結果

企業会議の回収結果は以下の通りである。

図表 48 企業会議の回収結果（有効回答数）

エージェントアンケート	参加者アンケート
72（シェア約 73%に相当）	152※

※回収数は 456

2) 報奨・研修旅行

(1) 調査対象

2. 2) 「本事業における定義の設定」に記載した通り報奨・研修旅行の定義は「10人以上参加」、「4時間以上の開催」、「外部の施設を利用」、「海外からの外国人参加者を含む催事」とし、これに該当する催事を対象とした。

具体的には、以下の観点により催事を定義付けた。

- ・ 自社社員、販売員、販売代理店対象の催事
- ・ 全社員や部署全員を対象にしたものではなく、業績に応じて一定の条件をクリアした社員を選抜して開催している催事
- ・ 催事の行程に経営方針・新商品等についての会議や研修等の要素が入るものの、主目的が“参加社員のモチベーション向上”、好業績の“報酬”としている催事

(2) 調査方法

調査は、企業会議と同様に、エージェントに対する郵送調査と、実際に日本への報奨・研修旅行に参加した参加者への対面自記入式アンケート調査および一部の外国人に対しては、日本への報奨・研修旅行経験者を対象に、同様の調査項目を Web アンケートで実施した

Web アンケート調査の実施対象国・地域は旅行会社へのヒアリング調査から、特に企業会議での訪日者数の多いと言われている中国、香港、台湾、タイ、マレーシア、オーストラリア、アメリカ、スペインとした。

調査対象社数は、3つの観光事業者団体の協力を得て計 894 社とし、2016 年に取扱いのあった催事に関する質問を行った。参加者調査に関しては、各エージェントから協力が得られ、かつ定義に合致する報奨・研修旅行が開催された場合に実施した。

図表 49 報奨・研修旅行の調査方法

調査	対象	実施方法
エージェントアンケート	JATA 会員（1 種）：662 社 OTOA 会員（インバウンド）：39 社 中連協会員企業：193 社	郵送方式
参加者アンケート	2017 年度中に報奨・研修旅行で訪日した外国人および、海外に住む報奨・研修旅行で訪日経験のある外国人	対面方式 Web アンケート

(3) 回収結果

図表 50 報奨・研修旅行の回収結果（有効回答数）

エージェントアンケート	参加者アンケート
71（シェア約 73%に相当）	549※

※回収数は 706

3) 展示会・見本市等

(1) 調査対象

展示会・見本市等に関しては、我が国においては日本展示会認証協議会（JCEE）により国際展示会の認証制度が運用されており、UFI 基準に準ずる形で、「海外出展企業が全体の10%以上であること」または「海外からの来場者数が全体の5%以上であること」を満たす催事を国際展示会と認めている。そのため本事業の展示会・見本市の対象としても、国際展示会の認証を取得している展示会・見本市等を対象とする

ただし、国際展示会の認証を取得していなくても一定の外国人来場者及び出展者が参加している大型の展示会・見本市が存在するため、これらの催事も今回の調査対象とした。

また、実施規模の観点から2016年に開催された展示会のうち、利用展示面積3万㎡以上の展示会を抽出したが（東京ビッグサイト、幕張メッセ、インテックス大阪、ポートメッセ名古屋の展示会・見本市のみが該当）、その他にも外国人の訪問も多く重要と思われる展示会や見本市もカバーするため、一部パシフィコ横浜やその他の展示会場で開催されている展示会・見本市については各地方の運輸局に照会し、調査対象としてふさわしいと考えられる催事を抽出した。結果として調査対象とした展示会・見本市等は計88となり、これらの展示会・見本市等を対象に主催者アンケート調査を実施した。

また、これら大規模展示会等に出展した企業等に関しては国内出展者（2,000社）を対象として郵送調査を行った。

更に、これら展示会・見本市等から6展示会・見本市を抽出して参加者調査を行った。抽出は、地域、外国人の参加人数等を勘案した上で、主催者の理解を得られたものを抽出した。参加者は、日本居住者（以下、日本人）並びに日本国外に居住する外国人で、展示会・見本市に参加者として来場した者（主催者、出展者を除く）とした。

(2) 調査方法

主催者アンケート、国内出展者アンケート、海外出展者アンケートは郵送調査で実施した。参加者アンケートは、展示会・見本市等の会場において調査員による対面調査式で実施した。なお、調査員は英語、中国語、韓国語対応の調査員を配置し実施した。

図表 51 展示会・見本市等の調査方法

調査	対象	実施手法
主催者アンケート	88の主催企業・団体	郵送方式
出展者アンケート	大規模展示会出展者2,000社	郵送方式
参加者アンケート	外国人・日本人参加者	対面式アンケート

(3) 回収結果

図表 52 展示会・見本市等の回収結果（有効回答数）

主催者アンケート	出展者アンケート	参加者アンケート
23※	263	日本人：1,183 外国人：1,101

※回収数は 39

5. 国際 MICE の経済波及効果の分析

本章では、2016年に国内で開催された国際的な企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等の経済波及効果についての分析結果を説明する。さらにこれらに加え、2016年度に調査された2015年の国際会議の経済波及効果についても、日本政府観光局（JNTO）が公表している国際会議統計に基づき、2016年の参加者数を用いて2016年の経済波及効果を算出した。

分析の結果、国際 MICE 全体の経済波及効果は約 1 兆 590 億円となった。そのうち、直接効果は約 4,870 億円、間接効果は約 5,720 億円である。

催事ごとに見ると、企業会議の経済波及効果は約 1,614 億円（うち直接効果約 742 億円、間接効果約 872 億円）、報奨・研修旅行の経済波及効果は約 569 億円（うち直接効果約 262 億円、間接効果約 307 億円）、国際会議の経済波及効果は約 6,789 億円（うち直接効果約 3,118 億円、間接効果約 3,671 億円）、展示会・見本市の経済波及効果は約 1,618 億円（うち直接効果約 744 億円、間接効果約 874 億円）となっている。

図表 53 国際 MICE による経済波及効果とその内訳

項目	企業会議	報奨・研修旅行	国際会議	展示会・見本市	総額・数量
総消費額	774.9 億円	347.8 億円	3,445.3 億円	816.2 億円	5,384.2 億円
1. 直接効果	741.9 億円	261.5 億円	3,117.9 億円	743.9 億円	4,865.2 億円
2. 間接効果	871.9 億円	307.4 億円	3,670.8 億円	874.1 億円	5,724.1 億円
経済波及効果 （「1.」 + 「2.」）	1,613.7 億円	568.9 億円	6,788.8 億円	1,618.0 億円	1 兆 589.3 億円
粗付加価値誘発額	866.6 億円	308.3 億円	3,627.4 億円	865.6 億円	5,667.9 億円
雇用者所得誘発額	440.5 億円	157.8 億円	1,843.0 億円	441.9 億円	2,883.1 億円
雇用効果（就業者全体）	14,609 人	4,928 人	62,587 人	14,352 人	96,476 人
誘発税収額	126.1 億円	45.2 億円	525.4 億円	124.8 億円	821.4 億円

粗付加価値誘発額とは、ある産業が生産する財サービスから、当該産業の生産に必要な財やサービスの購入分を差し引いた残りの部分を指し、粗付加価値を構成する主な項目は、「雇用者所得」「営業余剰」「資本減耗引当金（減価償却費）」となる。

雇用者所得誘発額とは粗付加価値誘発額の構成要素で、直接効果・間接効果の発生に伴い誘発される雇用者所得額を指す。

雇用効果は直接効果・間接効果を通じて雇用者所得によって賄うことができる新規の雇用者数である。

誘発税収額は、雇用者所得増加分に対して課税される「個人税収増加額」と営業余剰の増

加分に対して課税される「法人税収増加額」の合計額となっている。

1) 企業会議の総消費額の分析結果

(1) 企業会議の参加者数の推計

本事業で対象とした企業会議の参加者数の推計結果は、全体で 283,501 人（うち外国人参加者数 179,946 人）という結果となった。本事業で設定した企業会議の 4 つの分類別に見てみると、企業ミーティングの総参加者数は 146,663 人（うち外国人参加者数 90,639 人）、顧客セミナーの総参加者数は 37,309 人（うち外国人参加者数 15,847 人）、研修・視察の総参加者数は 68,555 人（うち外国参加者数 57,876 人）、式典の総参加者数 30,974 人（うち外国人参加者数 15,584 人）となった。

図表 54 企業会議の参加者数の推計結果

単位：人	日本人	外国人	計
企業ミーティング	56,024	90,639	146,663
顧客セミナー	21,462	15,847	37,309
研修・視察	10,679	57,876	68,555
式典	15,390	15,584	30,974
計	103,555	179,946	283,501

(2) 企業会議の消費額の算出

企業会議を取扱うエージェントに対するアンケート調査から主催者の消費額を、参加者に対するアンケートから参加者消費額を推計した。

主催者と参加者による各消費額については、企業ミーティングが約 428.7 億円と企業会議全体の半数以上を占める。次いで研修・視察、顧客セミナー、式典の順となっている。

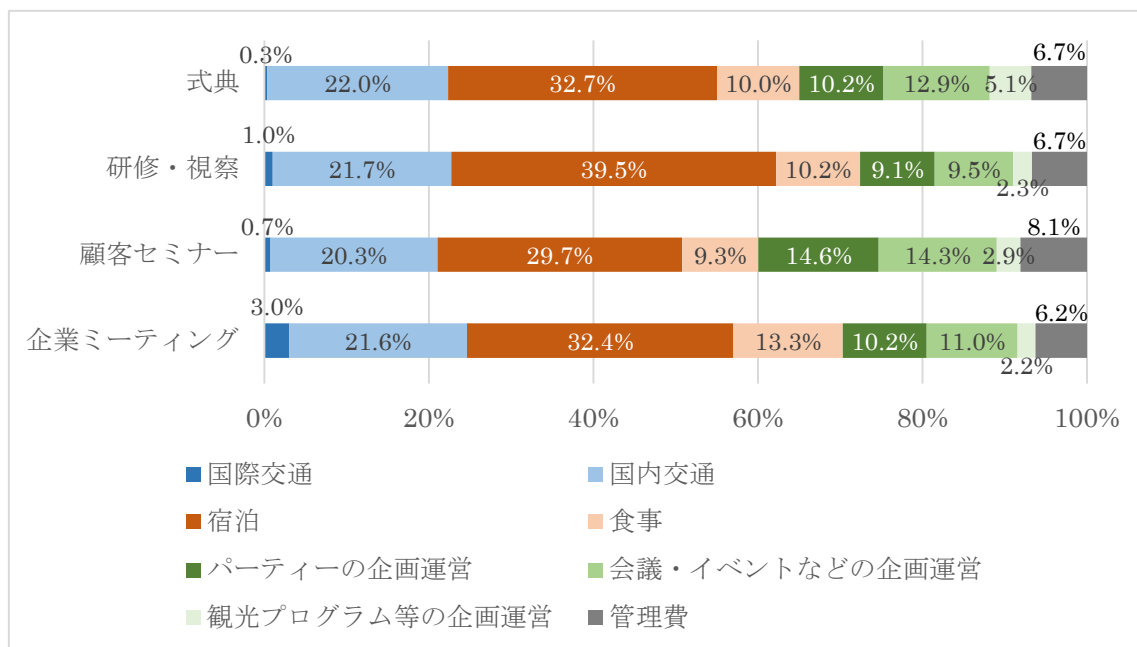
図表 55 企業会議の消費額

	主催者消費額	参加者消費額	計
企業ミーティング	約 300.3 億円	約 128.4 億円	約 428.7 億円
顧客セミナー	約 48.9 億円	約 22.4 億円	約 71.3 億円
研修・視察	約 145.8 億円	約 82.0 億円	約 220.9 億円
式典	約 31.9 億円	約 22.1 億円	約 54.0 億円
全催事※	約 520.0 億円	約 254.9 億円	約 774.9 億円

※「全催事」の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

企業会議の主催者消費額の内訳を見ると、宿泊費、国内交通費、会議・イベントなどの企画運営費、付帯するパーティーの企画運営費が多くを占める。

図表 56 企業会議の主催者消費額の内訳



催事分類別に見ると、顧客を対象としたセミナーについては会議・イベントやパーティーの企画運営費に多くの予算が使われていることがわかる。これは顧客を対象とする催事であるため、演出や装飾に多くの予算が割かれていることを示している。また同じく演出や装飾に多くの予算を費やすと考えられる式典も、企画運営費が比較的多くなっている。

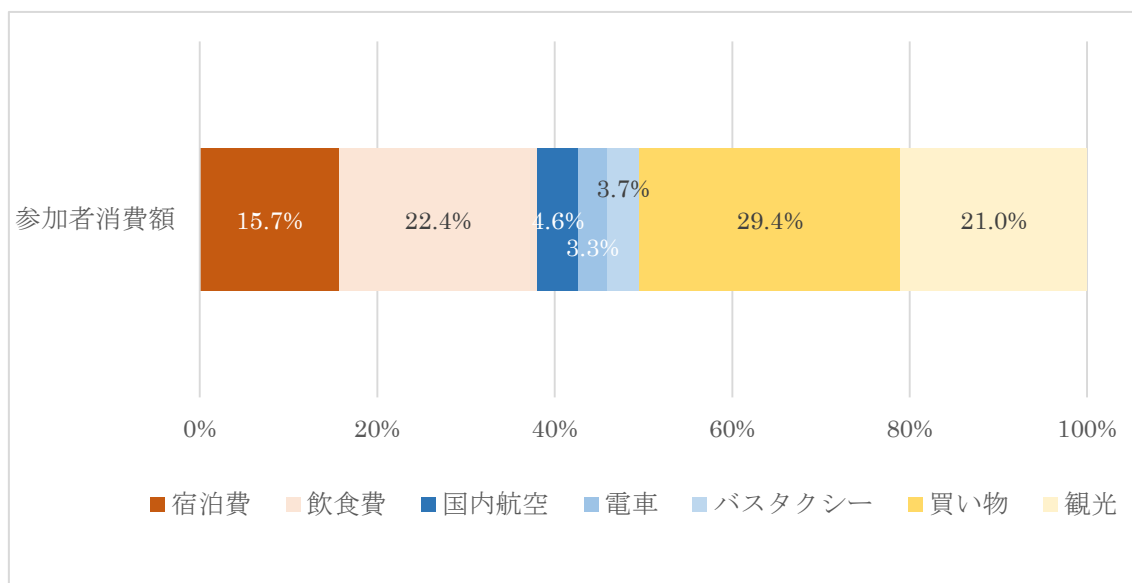
なお、主催者消費額に占める国際交通の比率が後述する報奨・研修旅行等に比べて小さくなっている。これは、本事業で回答のあった旅行会社から国際交通に関する主催者の消費額について、十分な回答が得られなかった結果である。

旅行会社へのヒアリング調査によれば企業会議の場合、往復の国際航空券に関しては、本事業の対象としている国内の旅行会社を利用せずに独自に手配を行っている可能性があるとの指摘が得られた。そのため、今後は企業会議の国際航空費の正確な費用把握を行うためには、別途国際交通費を捕捉する手法を検討していくことが必要になる。

参加者消費額については、催事ごとに十分なサンプルを確保することが困難であったため、全催事の消費額のみ整理した。参加者消費額のうち多くを占めたのが買い物、飲食費、観光費、宿泊費である。特に買い物については、消費額全体の3割を占める。

参加者消費額については会社負担ではない個人的な消費のみ対象となる。そのため、国際交通費（航空券）については、主催者企業の負担と見なし対象外としている。宿泊費についても会社負担でない個人的な支出のみを対象としている。

図表 57 企業会議の参加者消費額の内訳



2) 報奨・研修旅行の総消費額の分析結果

(1) 報奨・研修旅行の参加者数の推計

本事業で対象とした報奨・研修旅行の参加者数の推計結果は、全体で 108,788 人（全て外国人）という結果となった。うちアジアからの参加者は 71,423 人、その他の地域からの参加者は 37,365 人という結果になった。

図表 58 報奨・研修旅行の参加者数の内訳

総参加者数	アジアからの参加者数	その他の地域からの参加者数
108,788 人	71,423 人	37,365 人

(2) 報奨・研修旅行の消費額の算出

報奨・研修旅行を取扱うエージェントに対するアンケート調査から主催者の消費額を、参加者に対するアンケートから参加者消費額を推計した。

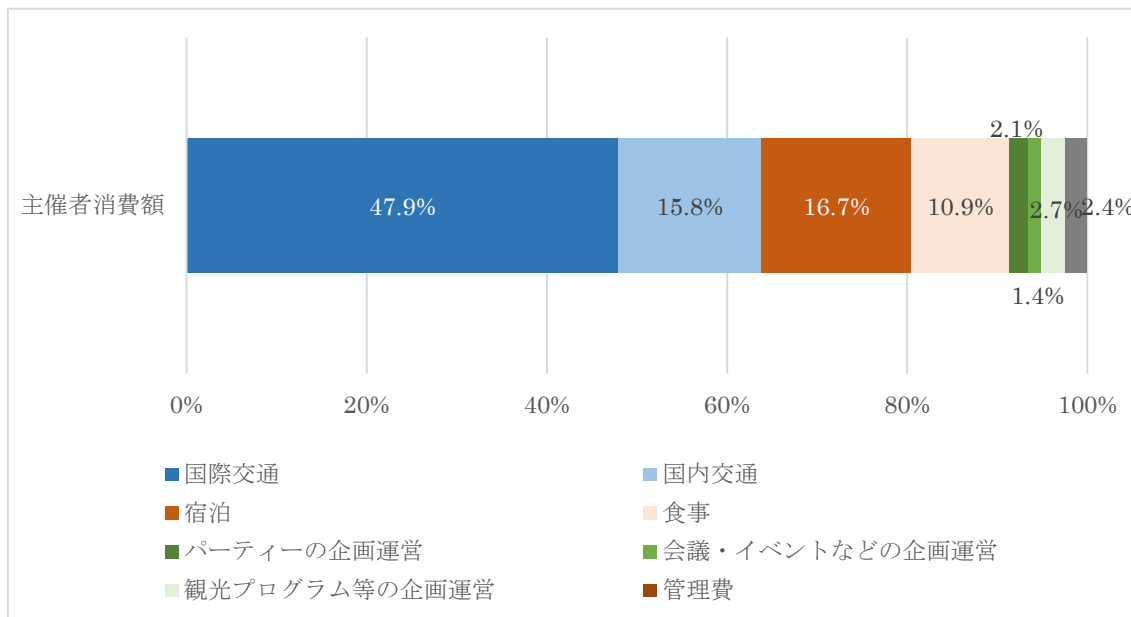
主催者と参加者による消費額それぞれ約 269.9 億円と約 77.9 億円で計約 347.8 億円となった。アンケート配布当初は、主催者の消費額についても参加者数同様にアジアとその他の国・地域を分けて主催者費用を算出しようとしたものの、アンケート回答企業から十分な回答を得ることができなかつたため、催事全体の主催者消費額を算出するに留まった。

図表 59 報奨・研修旅行の参加者数の内訳

主催者消費額	参加者消費額	計
約 269.9 億円	約 77.9 億円	約 347.8 億円

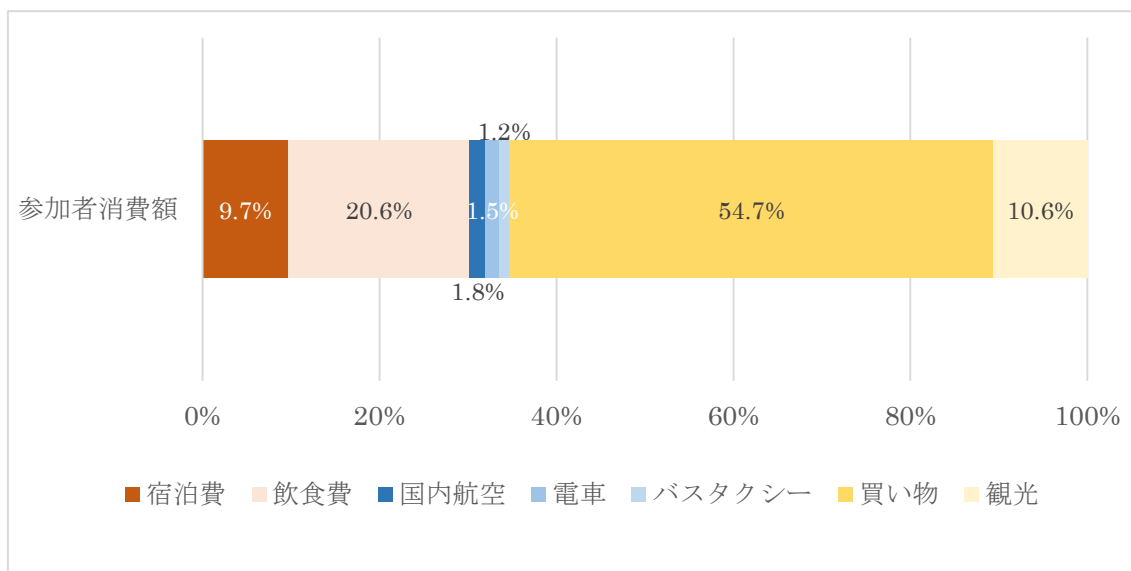
主催者消費額の多くは国際交通（航空券）が占めており、全体の 50%弱となっている。そのほかでは宿泊費、国内交通費、飲食費が大きな消費項目となっている。一方でパーティーの企画運営や観光プログラム等の企画運営に費やされる費用は限定的となった。

図表 60 報奨・研修旅行の主催者消費額の内訳



参加者消費額については、企業会議同様に買い物に対する消費がもっとも多く、次いで食費、観光費となっている。企業会議と比べると観光に対する消費の比率が少なくなっている。これは報奨・研修旅行のプログラムの中で観光を行う機会が多いため、個人の消費で観光に費やす必要が限定されるためであると考えられる。

図表 61 報奨・研修旅行の参加者消費額の内訳



3) 展示会・見本市等の総消費額の分析結果

(1) 展示会・見本市等の参加者数の推計

本事業の対象となる国際展示会の参加者数は計 1,222,882 人となり、うち日本人 1,159,243 人、外国人 63,639 人となった。国際展示会の基準の一つである外国人参加者数の比率が 5%であるため、本事業の国際展示会に占める外国人参加者数も約 5.2%といった水準となっている。

図表 62 展示会・見本市等の参加者数の内訳

総参加者数	日本人参加者数	外国人参加者数
1,222,882 人	1,159,243 人	63,639 人

(2) 展示会・見本市等の消費額の算出

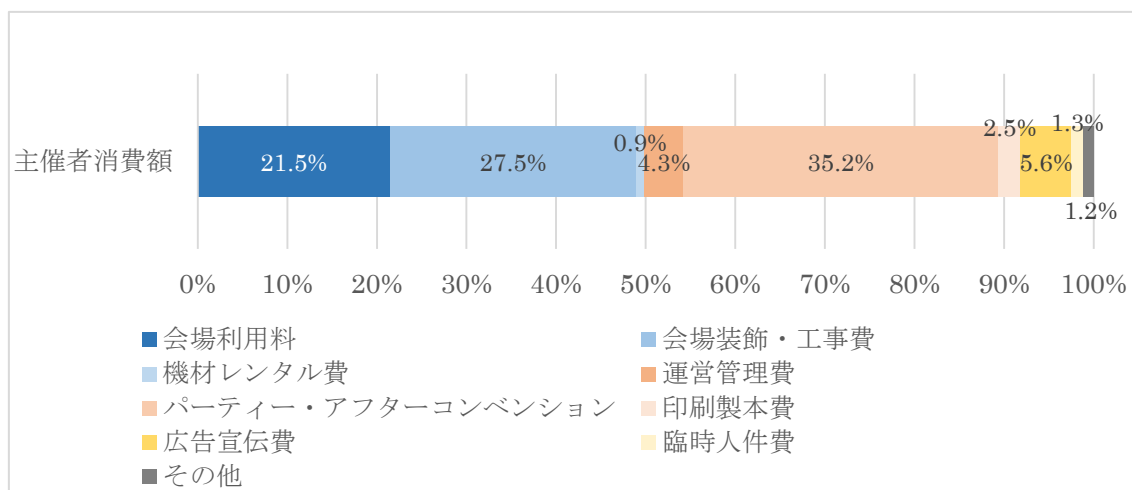
展示会・見本市等では、主催者、参加者、出展者のそれぞれの消費額を算出し、総消費額を推計した。参加者消費額が最も多く、約 360 億円となっている。参加者数では日本人参加者数が圧倒的に多いものの、消費額で見ると外国人参加者による消費額の影響も大きく、1人当たりの消費額が日本人の1人当たり消費額に比べて非常に大きいことが伺える(詳細は後述)。次いで出展者消費額が約 350 億円となっており参加者消費額と同程度の額となった。

図表 63 展示会・見本市等の消費額

	主催者消費額	日本人参加者消費額	外国人参加者消費額	出展者消費額	計
展示会・見本市	約 108.6 億円	約 209.0 億円	約 151.2 億円	約 347.4 億円	約 816.2 億円

主催者の消費額の内訳をみると、パーティー・アフターコンベンションにかかわる費用、会場装飾費・工事費、会場利用料が大きな消費項目となっており、3つの項目で全体の80%以上を占めている。特に会場にかかわる会場利用料及び会場装飾・工事費は全体の約50%を占める。

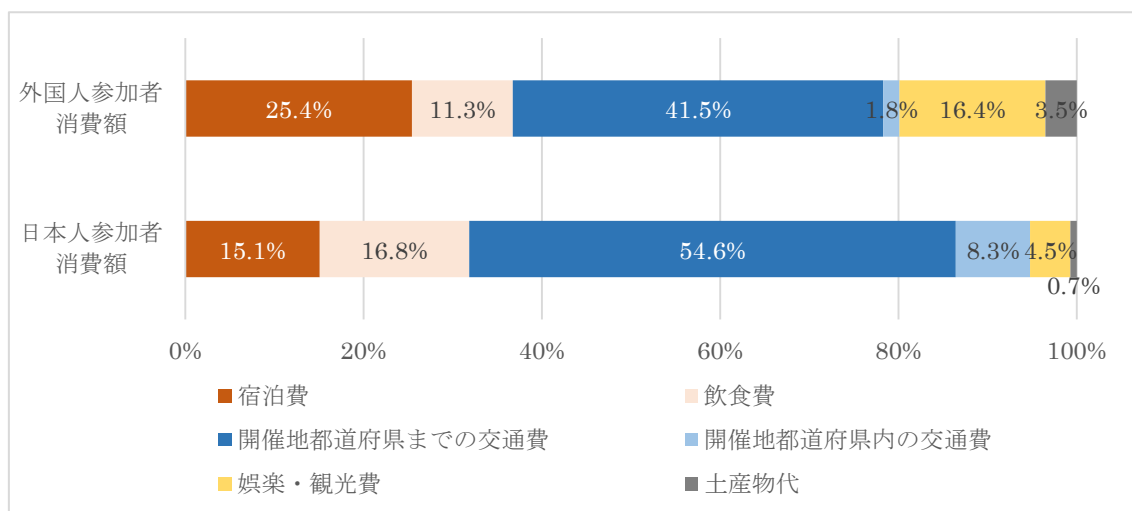
図表 64 展示会・見本市等の主催者消費額の内訳



※その他には、運輸・輸送費、事務局経費、宿泊費、飲食費等が含まれる。

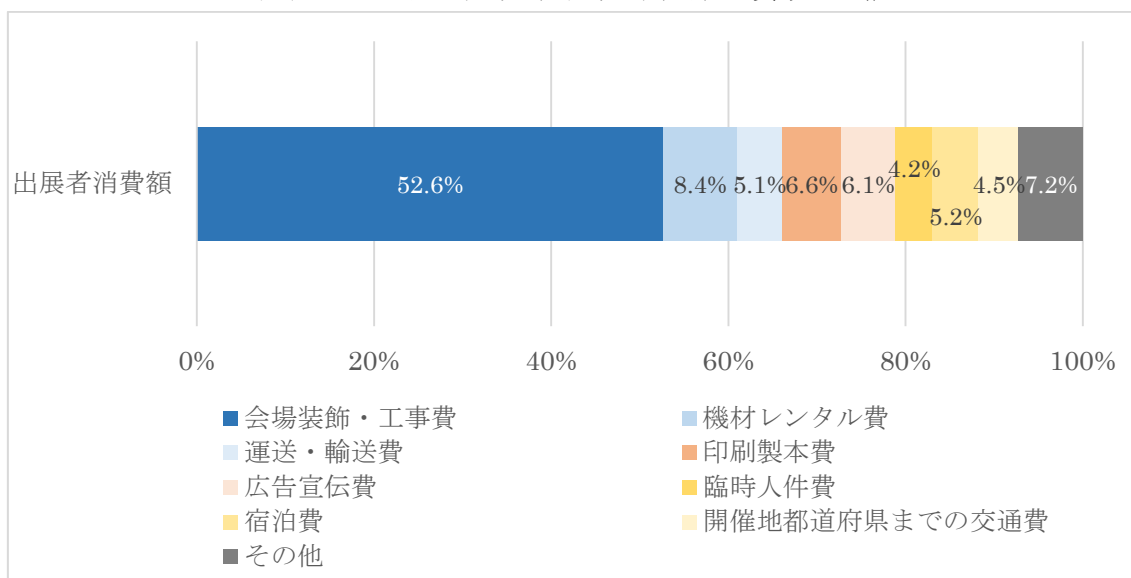
参加者の消費額の内訳は、日本人参加者と外国人参加者で大きく異なる。外国人参加者は基本的に宿泊が伴うことや、展示会・見本市への参加に伴い娯楽や観光消費を行うことが特徴的である。しかし日本人参加者は、催事が開催される周辺都市からの参加が多いことから、宿泊を行う参加者は限定的であり、娯楽や観光消費も少ない。そのため消費額の多くが交通費となっている。

図表 65 展示会・見本市等の参加者消費額の内訳



出展者の消費額の内訳を見ると、50%以上がブースの装飾・工事費となっており、次いで機器レンタル費、印刷製本費、広告宣伝費となっている。ブースの装飾やブースで利用する機器、またパンフレット等の印刷物に多くの費用が費やされていることがわかる。

図表 66 展示会・見本市等の出展者消費額の内訳



4) JNTO 基準の国際会議の総消費額の分析結果

(1) JNTO 基準の国際会議の参加者数

本事業では 2016 年度の事業で把握した国際会議の主催者、参加者、出展者の消費額をもとに、JNTO 国際会議統計から 2016 年に開催された国際会議の参加者数を用いて、国際会議による総消費額の更新を行った。

図表 67 JNTO 国際会議統計による国際会議の参加者数

国籍	3 大都市圏医学	3 大都市圏医学以外	その他都市医学	その他都市医学以外
日本人	495,615 人	623,386 人	216,962 人	310,417 人
外国人	40,517 人	109,933 人	7,924 人	57,752 人

(2) JNTO 基準の国際会議の消費額の算出

国際会議では、主催者、参加者、出展者のそれぞれの消費額を算出し、総消費額を推計した。主催者消費額が最も多く約 1,496 億円、続いて日本人参加者消費額が約 876.1 億円、外国人参加者消費額が約 575.4 億円、出展者消費額が約 497.8 億円となっている。

図表 68 国際会議の総消費額

日本人参加者 総消費額	外国人参加者 総消費額	主催者 総消費額	出展者 総消費額※	各主体合計 (国際会議総消費額)
876.1 億円	約 575.4 億円	約 1,496.0 億円	約 497.8 億円	約 3,445.3 億円

※出展料は除く

昨年度に実施した 2015 年の国際会議 (JNTO 基準) と比較すると、外国人参加者の消費額が約 110 億円 (2015 年は約 461.6 億円)、主催者消費額が約 210 億円 (2015 年は約 1,284.7 億円)、出展者消費額が約 80 億円 (2015 年は約 418.3 億円) 増加している。

次頁に昨年度調査同様に主催者、参加者、出展者ごとに「医療系かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系かつ三大都市圏外開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏外開催の国際会議」における消費額の内訳を整理する。

図表 69 国際会議主催者の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計
医療系	約 359.3 億円	約 342.8 億円	約 702.1 億円
医療系以外	約 411.3 億円	約 382.6 億円	約 793.9 億円
計	約 770.6 億円	約 725.4 億円	約 1496.0 億円

図表 70 国際会議参加者（外国人）の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	約 139.4 億円	約 19.9 億円	約 159.4 億円
医療系以外	約 324.1 億円	約 92.0 億円	約 416.1 億円
計	約 463.5 億円	約 111.9 億円	約 575.4 億円

※合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 71 国際会議参加者（日本人）の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	約 262.3 億円	約 169.9 億円	約 432.3 億円
医療系以外	約 212.5 億円	約 231.4 億円	約 443.9 億円
計	約 474.8 億円	約 401.3 億円	約 876.1 億円

※合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 72 国際会議出展者の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	約 66.2 億円	約 84.4 億円	約 74.7 億円
医療系以外	約 394.4 億円	約 287.2 億円	約 423.1 億円
計	約 460.6 億円	約 371.6 億円	約 497.8 億円

※合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

5) ICCA 基準の国際会議の総消費額と経済波及効果の分析結果

International Congress and Convention Association(以下、ICCA)による国際会議の定義は、JNTO の定義と異なり、「参加者総数 50 名以上」「定期的に開催（1 回のみ開催した会議は除外）」「3 か国以上で会議のローテーションがある（2 国間会議は除外）」の諸条件を満たす会議であり、国内では 429 件（平成 28 年度の事業では 369 件）が該当する。

なお、調査対象の会議は、平成 30 年 3 月末日時点で ICCA のデータベース（ICCA Association Database）に掲載されていたものを対象とした。Association Database 上の数値は個々の国際会議が登録、あるいは削除されるたびに変動する。本事業では 2017 年度末時点において Association Database に登録されている国際会議の全てを対象としている。

(1) ICCA 基準の国際会議の参加者数

ICCA のデータベースに掲載されている国際会議の中には、参加者数が記載されていないものが含まれている。参加者数が不明の国際会議に関して、次の方針で推計を行った。まず、JNTO の国際会議統計を参照し、当該国際会議が JNTO の国際会議統計に記載されている場合には、その参加者数を記載した。JNTO の国際会議統計に記載されていない国際会議の参加者数については、当該会議の過去の実績値の平均値を参加人数と推計した。

さらに ICCA データベースに記載されている参加者は国籍別に分類されていないため、ICCA 基準を満たす国際会議へ参加した日本人参加者数・外国人参加者数は次の方針に基づき、推計した。まず、ICCA データベースに記載されている国際会議のうち、JNTO の国際会議統計にも記載されているものをピックアップし、その会議の参加者に占める日本人・外国人比率を算出した。次に、この比率に基づき、ICCA の総参加者数を按配し、日本人参加者と外国人参加者を推計した。

総参加者数は 95,381 人となり、平成 28 年度事業時に推計を行った 2015 年の総参加者数 137,567 人から約 4 万人程度減少した。1 催事あたりの平均参加者数が減少し催事の小型化が進んでいると見られる。

図表 73 ICCA 国際会議統計による国際会議の参加者数

国籍	3 大都市圏医学	3 大都市圏医学以外	その他都市医学	その他都市医学以外
日本人	16,912 人	21,963 人	4,119 人	9,725 人
外国人	8,895 人	24,888 人	2,130 人	6,749 人

(2) ICCA 基準の国際会議の消費額の算出

JNTO 基準の国際会議同様に、ICCA 基準の国際会議についても、主催者、参加者、出展者のそれぞれの消費額を算出し、総消費額を推計した。

平成 28 年度事業と比較した総消費額を下記図表に整理する。開催件数が増加したことに伴い出展者の総消費額は増加したものの、総参加者数が平成 28 年度の 137,567 人から 95,381 人へ減少したため、参加者と主催者による消費額は減少した。

図表 74 ICCA 基準の国際会議の総消費額

	日本人参加者 総消費額	外国人参加者 総消費額	主催者 総消費額	出展者 総消費額※	各主体合計 (国際会議総消費額)
平成 29 年度	約 26.5 億円	約 121.9 億円	約 101.5 億円	約 158.4 億円	約 408.3 億円
平成 28 年度	約 40.4 億円	約 156.3 億円	約 150.9 億円	約 123.4 億円	約 471.0 億円

※出展料は除く

昨年度に実施した 2015 年の国際会議 (ICCA 基準) と比較すると、外国人参加者の消費額が約 25 億円 (2015 年は約 156.3 億円)、主催者消費額が約 50 億円 (2015 年は約 150.9 億円) 減少し、出展者消費額は約 35 億円 (2015 年は約 123.4 億円) 増加している。

次頁に昨年度調査同様に主催者、参加者、出展者ごとに「医療系かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系かつ三大都市圏外開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏開催の国際会議」、「医療系以外かつ三大都市圏外開催の国際会議」における消費額の内訳を整理する。

図表 75 ICCA 基準の国際会議主催者の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計
医療系	約 17.8 億円	約 7.5 億円	約 25.3 億円
医療系以外	約 55.7 億円	約 20.5 億円	約 76.2 億円
計	約 73.5 億円	約 28.0 億円	約 101.5 億円

図表 76 ICCA 基準の国際会議参加者（外国人）の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計
医療系	約 30.6 億円	約 5.4 億円	約 36.0 億円
医療系以外	約 73.4 億円	約 12.5 億円	約 85.9 億円
計	約 104.0 億円	約 17.9 億円	約 121.9 億円

図表 77 ICCA 基準の国際会議参加者（日本人）の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	約 9.0 億円	約 6.9 億円	約 15.9 億円
医療系以外	約 3.2 億円	約 7.5 億円	約 10.7 億円
計	約 12.2 億円	約 14.3 億円	約 26.5 億円

※合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

図表 78 ICCA 基準の国際会議出展者の総消費額

	三大都市圏	三大都市圏以外	計※
医療系	約 27.4 億円	約 0.4 億円	約 27.8 億円
医療系以外	約 128.6 億円	約 1.9 億円	約 130.6 億円
計	約 156.1 億円	約 2.3 億円	約 158.4 億円

※合計の金額は端数処理（四捨五入）の関係で各項目の合計と一致しない点に注意

(3) ICCA 基準の国際会議の経済波及効果

以上の総消費額を元に、ICCA 基準を満たす国際会議の経済波及効果を推計した。その結果、ICCA 基準を満たす国際会議の経済波及効果は全体で約 769.3 億円（平成 28 年度事業では約 869 億円）となった。

図表 79 ICCA 国際会議統計による国際会議の経済波及効果とその内訳

項目	国際会議
総消費額	408.3 億円
1. 直接効果	353.9 億円
2. 間接効果	415.4 億円
経済波及効果（「1.」 + 「2.」）	769.3 億円
粗付加価値誘発額	415.0 億円
雇用者所得誘発額	211.7 億円
雇用効果（就業者全体）	7,028 人
誘発税収額	60.4 億円

参考に前述した企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等の経済波及効果の算出結果を再掲する。

図表 80 MIE による経済波及効果とその内訳（再掲）

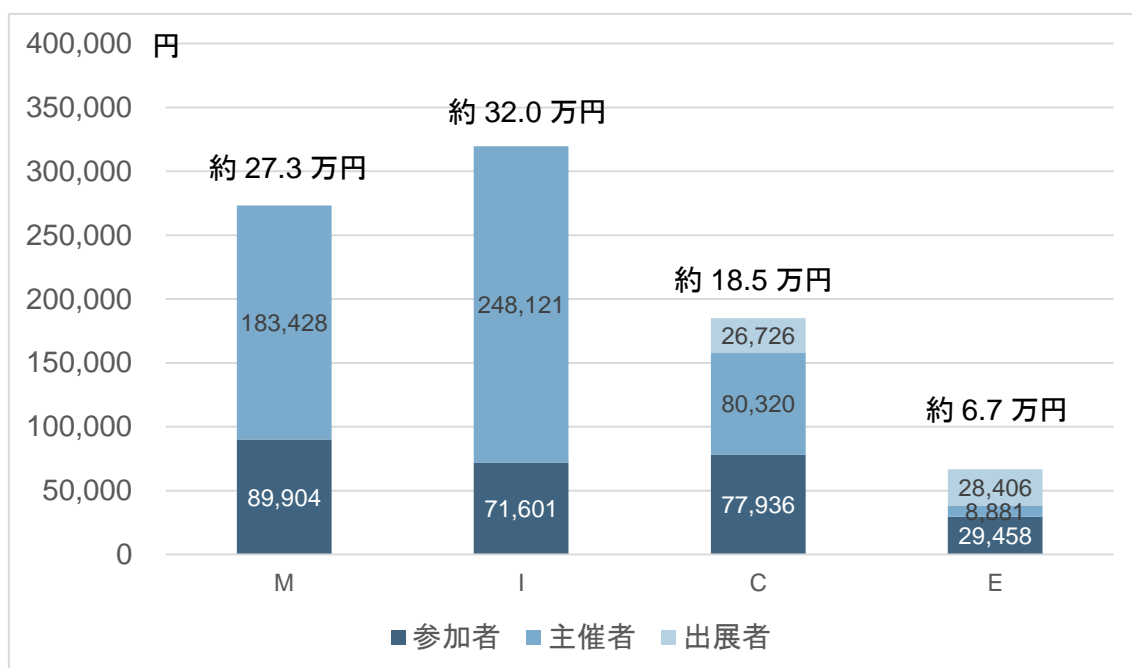
項目	企業会議	報奨・研修旅行	展示会・見本市
総消費額	774.9 億円	347.8 億円	816.2 億円
1. 直接効果	741.9 億円	261.5 億円	743.9 億円
2. 間接効果	871.9 億円	307.4 億円	874.1 億円
経済波及効果（「1.」 + 「2.」）	1,613.7 億円	568.9 億円	1,618.0 億円
粗付加価値誘発額	866.6 億円	308.3 億円	865.6 億円
雇用者所得誘発額	440.5 億円	157.8 億円	441.9 億円
雇用効果（就業者全体）	14,609 人	4,928 人	14,352 人
誘発税収額	126.1 億円	45.2 億円	124.8 億円

上記の結果から国際会議を ICCA 基準とした場合の国際 MICE の経済波及効果は約 4,570 億円となる。

6) 国際 MICE の総消費額の分析結果

国際 MICE の 1 人当たり総消費額は企業会議で約 27.3 万円、報奨・研修旅行で約 32.0 万円、国際会議で約 18.5 万円、展示会・見本市で約 6.7 万円となった。国際会議については、平成 28 年度調査によって算出された 1 人当たりの消費額を活用し、平成 28 年（2016 年）の JNTO 国際会議統計から日本人および外国人の参加者数をもとに算出している。

図表 81 国際 MICE の 1 人当たり総消費額の比較



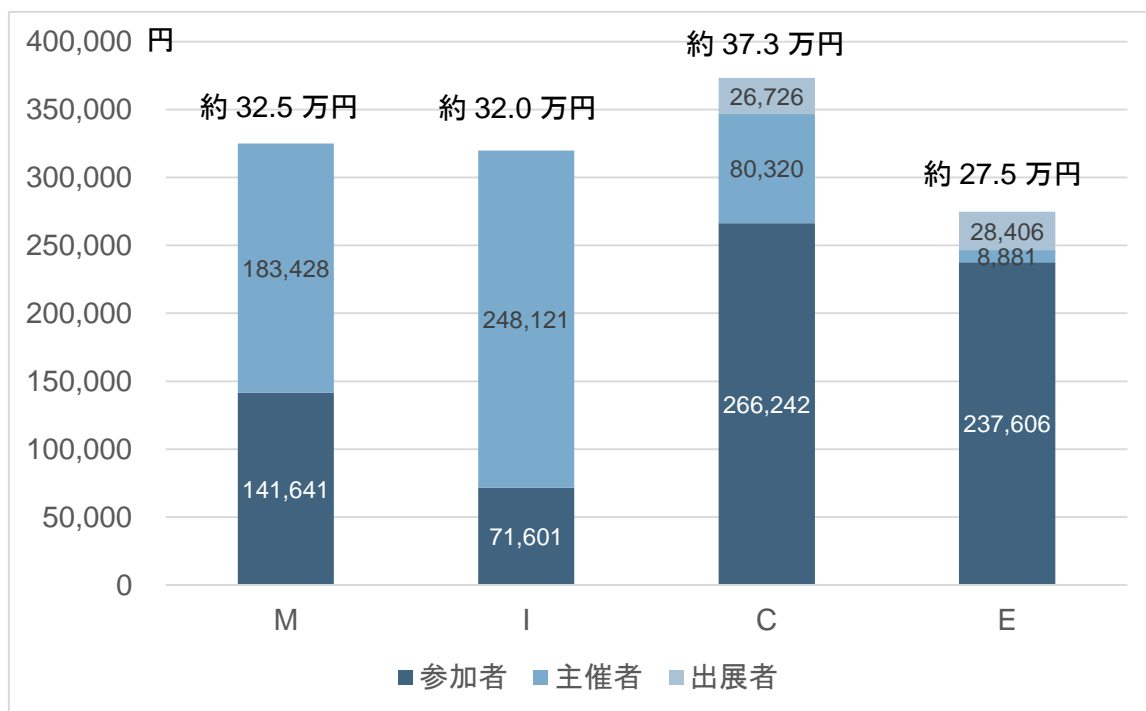
※M は日本人参加者の消費額を捕捉していないため、日本人参加者消費額は 0 円として試算

※I は全て外国人参加者

企業会議、報奨・研修旅行については外国人参加者が多くを占めるため、1 人当たり消費額が高くなっている一方で、1 人当たり消費額の低い日本人参加者を多く含む国際会議、展示会・見本市等は 1 人当たり消費額が小さくなっている。

外国人 1 人当たりの国際 MICE の総消費額は、各催事で 30 万円前後と高額になっている。国際 MICE の消費額は訪日した参加者だけでなく、主催者や出展者といった企業側からの消費額が含まれるため、一般観光と比較しても 1 人当たり消費額が大きくなることが特徴として上げられる。

図表 82 国際 MICE の外国人 1 人当たり総消費額の比較



6. 調査結果から得られる示唆

本事業では主催者、参加者、出展者（展示会・見本市等のみ）の消費額を把握し、それをもとに経済波及効果分析を実施した。特に参加者消費額を詳しく見ていくと、催事による特徴や参加者の消費動向等が詳しくわかる。

(1) 外国人1人当たり消費額とその内訳等の比較

下記の図表に、企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等の外国人参加者の平均宿泊数、日系エアライン率、消費額の内訳を整理する。宿泊数には催事の参加にあわせて行ったプライベート宿泊（PV 宿泊）を含んでいる。

アンケートで回答のあった企業会議の外国人参加者の半数程度が PV 宿泊をおこなっていることから、報奨・研修旅行や展示会・見本市の外国人参加者より滞在日数が長くなっている（企業会議で PV 宿泊が無い外国人参加者の平均宿泊数は 5.5 泊）。

企業会議はこれまでその目的がビジネス中心であることから、比較的短期の滞在でプライベートな消費は限定的であると思われていた。しかし本事業で回答のあったアンケート結果から、むしろ企業会議に参加した外国人参加者の方が、プライベートな宿泊を行っており、その結果観光等に消費する金額が多くなっていることが明らかになった。

図表 83 MIE の外国人1人当たり消費額等の比較

催事	平均泊数 (PV 宿泊含)	日系 エアライン率	消費額の内訳（単位：万円）							合計
			宿泊	飲食	航空券※	その他移動費 (電車、バス等)	買い物	観光	その他	
M	約 6.7 泊	87.8%	2.1	3.0	0.6	1.0	4.0	2.8	0.6	14.2
I	約 5.2 泊	42.3%	0.7	1.4	0.1	0.3	3.7	0.7	0.3	7.2
E	約 5.5 泊	27.0%	6.0	2.7	9.2	1.1	3.9	0.8	0.0	23.8

※国際航空券は会社負担と見なし除外

さらに企業会議および報奨・研修旅行の外国人参加者は日系エアラインを利用する比率が国際会議（平成28年度調査では16.7%）や展示会・見本市等に比べ非常に高いことがわかった。これは本事業対象の国際的な企業会議や海外発日本着の報奨・研修旅行は、日本企業の海外法人が主催企業となっているケースが多く、企業で日系のエアラインもしくは日系の旅行業者と法人契約等を行っていることが多いためと考えられる。そのため、企業会議や報奨・研修旅行で来日する外国人が消費する国際航空券代の多くが、国内の経済波及効果として寄与することがわかった。

（２） 企業会議および報奨・研修旅行における高額消費者

企業会議と報奨・研修旅行の外国人参加者に対しては、前述の通りPV宿泊を行い個人的な滞在を行ったかどうかをアンケートで把握している。PV宿泊を行っている参加者の中には1人当たり数十万円~100万円前後の高額消費を行っている外国人が一定数見られ、これらの参加者が1人当たり消費額の平均を上げる結果となった。

図表 84 企業会議における外国人参加者の高額消費者の例

国籍	泊数	消費額の内訳（単位：万円）							合計
		宿泊	飲食	航空券※	その他 移動費 (電車、 バス等)	買い物	観光	その他	
豪州	12泊 (内6泊PV)	43	9	15	10	6	30	0	113
豪州	8泊 (内3泊PV)	5	5	—	10	50	50	0	120
中国	13泊 (内5泊PV)	23	11	33	1	52	21	1	142
香港	9泊 (内4泊PV)	100	5	5	15	10	5	1	141
台湾	12泊 (内2泊PV)	30	20	—	22	15	20	0	107

※国際航空券は会社負担と見なし除外

前頁図表の通り 100 万円以上を消費している外国人参加者も含まれており、これらの参加者は PV 宿泊もあわせ 10 日前後の長い滞在日数となっていることが特徴的である。宿泊費、買い物、観光費を中心に数十万円～100 万円近い消費を行っている。

図表 85 報奨・研修旅行における外国人参加者の高額消費者の例

国籍	泊数	消費額の内訳（単位：万円）							合計
		宿泊	飲食	航空券※	その他 移動費 (電車、 バス等)	買い物	観光	その他	
マレーシア	8 泊 (内 4 泊 PV)	50	50	30	40	40	20	10	240
台湾	5 泊 (内 1 泊 PV)	12	12	1	11	12	11	10	69
マレーシア	6 泊 (内 3 泊 PV)	16	6	1	0	30	1	1	55
タイ	10 泊 (内 5 泊 PV)	1	2	6	6	10	10	10	45
米国	8 泊 (内 5 泊 PV)	0	30	0	8	10	10	0	58

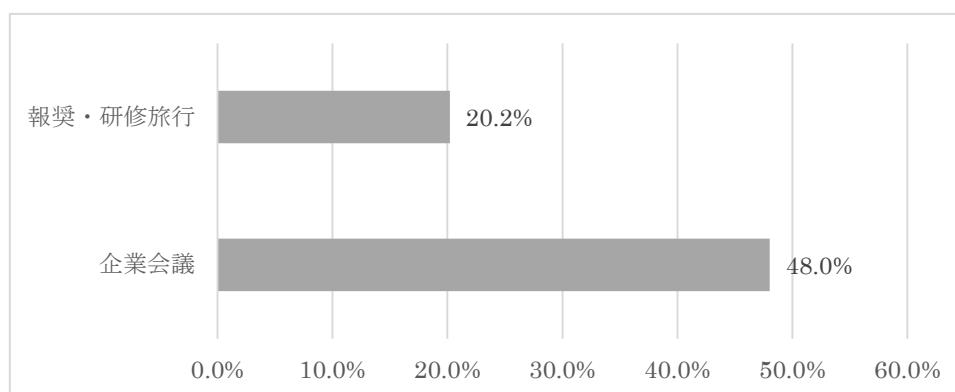
※国際航空券は会社負担と見なし除外

高額消費者は報奨・研修旅行の外国人参加者にも見られるが、その割合は企業会議の方が高くなった。一般に企業会議の外国人参加者は、報奨・研修旅行と比べビジネス目的での訪日を中心となることから PV 宿泊等を行う割合が低く、個人の消費が限定的になると考えられるが、本事業の結果から企業会議で訪日した外国人は PV 宿泊を行い多くの消費を行う傾向にあることがわかった。

おそらく企業会議の外国人参加者は企業のマネジメント層や経営層が多くなっていると考えられるため、社会的なステータスが高く比較的裕福な層が多く存在すると考えられる。そのため PV 宿泊における宿泊費や、その他飲食費、買い物、観光費等が高額になると推測される。

これまで個人的な消費活動が限定的と考えられていた企業会議の外国人参加者の消費行動が明らかとなった。今後はこれらの外国人参加者により多くの消費を行ってもらうためのアクション（もう1泊してもらうためのアクション）が求められる。

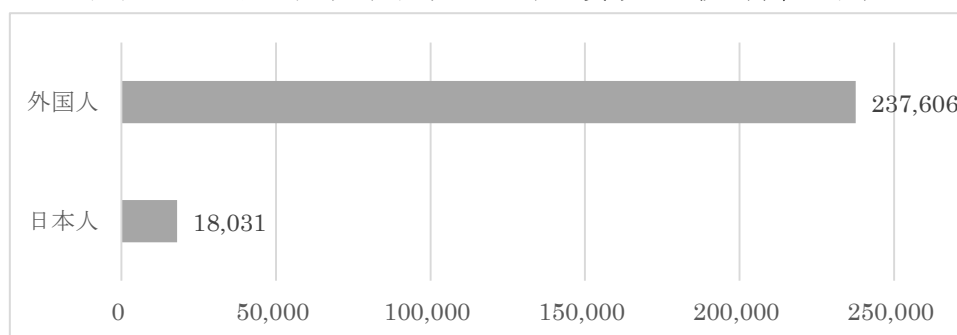
図表 86 企業会議および報奨・研修旅行における外国人参加者の PV 宿泊率



(3) 外国人参加者の増加と消費額の拡大

前述したとおり、国際会議と展示会・見本市はその参加者の多くが日本人であることから、参加者全体の1人当たり消費額は企業会議や報奨・研修旅行に比べると低くなる傾向にある。しかし外国人参加者は企業会議や報奨・研修旅行参加者と同様に高い消費額となっている。

図表 87 展示会・見本市等の参加者消費額の比較（単位：円）



展示会・見本市はその開催地の多くが東京ビッグサイトやインテックス大阪、幕張メッセとなるため、日本人参加者の多くは東京近郊や大阪近郊からの参加となり、宿泊を伴わない参加と成る傾向が高い。そのため日本人参加者の増加は展示会・見本市等の消費額の増加、ひいては経済波及効果の拡大につながりにくい。そのため消費額の高い外国人参加者数を増加させること、またあわせて企業会議同様に外国人参加者による PV 宿泊の率を上げるこ

とや、PV 宿泊の泊数を増すことで外国人参加者の消費額拡大を図っていくことが有効になる。外国人参加者の増加に関しては、本事業で対象としている国際展示会の定義に合致する展示会を増加させることが必要になる。参加者の外国人比率 5%以上もしくは出展者の外国人比率 10%以上が条件となるため、展示会の国際化を推進することで対象となる国際展示会の数を増やすことが有効となる。

消費額の増加については、企業会議や報奨・研修旅行と同様にもう 1 泊させるアクションを行っていくことが求められる。

国際会議においても同様の傾向が見られるため、外国人参加者の比率を増やすことと消費額を増やすことの双方が求められる。

図表 88 JNTO 国際会議統計による国際会議の外国人参加者

年	3 大都市圏医学	3 大都市圏医学以外	その他都市医学	その他都市医学以外
2015	29,686 人	106,397 人	13,143 人	64,885 人
2016	40,517 人	109,933 人	7,924 人	57,752 人

2015 年から 2016 年にかけては、3 大都市圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、岐阜県、大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）における医学分野において外国人参加者数が大きく増加した。

3 大都市圏については都市圏一極集中が加速していること等の影響から今後も外国人参加者数は増えていくことが想定されるものの、その他都市では外国人参加者が減少しているため、3 大都市圏以外の外国人参加者数も増加させていくことが必要になる。

(4) 継続的な国際 MICE の経済波及効果の把握

本事業および昨年度の事業によって、我が国で初めてとなる国際的な MICE の総消費額や経済波及効果等が明らかになった。今後は本事業をベースに継続的に国際 MICE の参加者数や消費額を把握していくことが求められる。

今後継続的なデータ収集やその精度向上を行っていくには、下記の点に注意を払い手法等を改善させていく必要があると考えられる。

図表 89 継続的なデータ収集に向けた課題と改善案

区分	課題	原因	改善案
データの 精度向上	<ul style="list-style-type: none"> 取扱い件数や人数把握のためのエージェントアンケートや主催者アンケートの回収率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業を中心に社内にデータベースが整備されていない 上記の理由から集計に時間がかかる 	<ul style="list-style-type: none"> 案件データの管理方法の標準化促進 取扱い件数や人数を把握することのメリットを啓蒙
	<ul style="list-style-type: none"> 参加者消費額把握のため参加者へアンケートを実施するが、海外の主催者やエージェントの協力が得にくい 	<ul style="list-style-type: none"> 企業会議、報奨・研修旅行は企業内活動のため外部に公開するインセンティブが働かない 	<ul style="list-style-type: none"> 自治体やコンベンションビューロー等に協力を仰ぎ、各地域での開催件数や人数を把握
データの 収集方法	<ul style="list-style-type: none"> 継続的に取扱い件数や消費額を把握し、MICE 産業の現状把握を行う必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 持続性を考慮したデータ収集方法が確立されていない 	<ul style="list-style-type: none"> 主要各社から毎年取扱い件数や人数だけでも収集できる仕組みを構築する

前頁等に整理したとおり、今後外国人の参加者数や消費額の向上を図っていくには、定期的にデータを収集し、定点観測を行っていくことが求められる。本年度、昨年度で行った調査手法やアンケート票をベースに、さらなるデータ収集やデータの精度向上を図り、継続的に国際的な MICE の取扱い件数、参加者数、消費額等を把握していくことが求められる。

7. 事業者ヒアリング

定量的な経済波及効果の分析に加え、MICE 関連事業者に対してヒアリング調査を実施した。ヒアリングでは MICE によりもたらされる定性的な経済効果について把握した。

ヒアリング対象は下記の通り。

- ・ DMO 六本木（東京都港区、エリアの情報発信や受入れ環境整備）
- ・ 軽井沢プリンスホテル（軽井沢、ホテル事業）
- ・ ホテル日航金沢（金沢、ホテル事業者）
- ・ 株式会社ムラヤマ 横浜支店（横浜市、ディスプレイ事業者）
- ・ 株式会社大川印刷（横浜市、印刷業者）

1) DMO 六本木

- ・ 企業会議、報奨旅行、会議・学会を中心に海外に対するエリアのブランド力や情報発信力の向上と地域への経済波及効果等による地域活性化を目指す。
- ・ 地域の活性化の目的で既存のイベントを MICE で活用できるプログラムにしてアフターMICE で活用することや、地域の資源活用をテーマに乃木神社のユニークベニュー化等を行ってきた。
- ・ 近年は海外からの企業会議や報奨旅行にあわせて、日本企業とマッチングの場を設定してほしいとの要望が多く、エリア内の企業にそのようなチャンスを付与できるように取組んでいくことを計画中である。
- ・ MICE 開催の効果としては、DMO 経由で主催者・事務局にエリア内の関連事業者を紹介して経済効果をもたらすことや、催事にあわせて配布したエリアマップに記載の企業から外国人が多く来店したとの評判が上がっている。

2) 軽井沢プリンスホテル

- ・ 軽井沢プリンスホテルでは、東京から新幹線で 70 分というアクセスの良さ、豊富な自然資源とそれを活かしたプログラムなどの特性を活かし、M・I・C を中心に積極的な誘致を展開している。
- ・ 滞在日数が長く、飲食サービスの利用が多い MICE 参加者は 1 人当たりのホテル施設内での消費額が高い。一方、団体チェックイン/アウトや、プログラムの定時制といった特徴から、オペレーションコストは低く抑えることができ、収益性が高い、という意見が聞かれた。
- ・ 半年～数年前に予約が入る MICE を取込むことで、ホテル事業者は需要予測が容易になり、直前での低価格販売などを避けることが可能になる、との意見もあった。
- ・ また企業会議は高額な飲食サービスを提供する報奨・研修旅行より客単価は低く

なるものの、利益率が圧倒的に高く、重要なターゲットとなっている。また、企業内ミーティングで施設を利用した会社が、その後販売会や報奨・研修旅行でリピートする傾向が強いとの意見もあった。

3) ホテル日航金沢

- ・ ホテル日航金沢では報奨・研修を中心に対応している。
- ・ 報奨・研修旅行は通常、ホテル内でパーティーやその他飲食などを行うため、宿泊客1人当たりの消費額は一般観光客よりも高くなる、という意見が聞かれた。
- ・ 金沢は立山黒部アルペンルートがシーズンを迎える4・5月と紅葉シーズンの秋がホテルの繁忙期である。報奨・研修旅行についても同時期に需要が集中しがちではあるが、金沢の文化体験などにも魅力を感じてもらえることができるため、閑散期における需要取り込みも可能で、繁閑差緩和に貢献している、との意見もあった。

4) 株式会社ムラヤマ

- ・ 企業会議、会議・学会、展示会・見本市に関連するディスプレイ事業を中心に取扱っている企業であり、会場全体の装飾や造形物の企画・デザイン、展示ブースの企画・デザイン等を中心に業務を行っている。
- ・ 会議・学会に関してはPCO (Professional Congress Organizer) と協力して誘致段階から入り込み会場レイアウトの企画やデザイン等を担当している。
- ・ 当社にとってMICEは売りに非常に大きな影響をもたらす産業であり、取扱い件数や売上げの多くをMICE関連事業が占めているという。
- ・ 展示会・見本市については、毎年同じ場所で同じ主催者により事業が行われることから、一度受注できるとよほどのことがない限り、継続的に毎年案件に出来ることも大きなメリット。営業コストもかからず継続的に売上げにつながられるので経営を安定させる要因になっているという意見が聞かれた。

5) 株式会社大川印刷

- ・ 企業会議や国際会議を中心に主催者や事務局から発注を受けた他の事業者から派生して発注を受けることが多いとのこと。
- ・ そのため例えば顧客のお弁当事業者が MICE の開催に際してお弁当数百～数千個必要になった際に、お弁当業者から特需として包装紙の注文等が入り本企業が対応する。
- ・ ただし現状ではそこまで大きな経済効果を感じていないという声が聞かれた。
- ・ 主催者や事務局は、会場が横浜市内でも MICE に関連する印刷業務を都内の企業に発注することが多いという。特に会議・学会を運営する大手の PCO (Professional Congress Organizer) が手がける場合、大手 PCO の拠点が東京なため、都内の印刷業者に発注することが大半だという。
- ・ そのため、主催者や事務局から関連する印刷業務を全て受注したいと思っているが、現状で大川印刷に流れてくる需要は、お弁当業者、タクシー業者、ホテル等で発生した業務の派生に過ぎないとの意見があった。
- ・ そのため地域の企業がより多くの経済効果を得るためには、主催者や事務局から直接受注する必要がある、誘致段階からかかわっていくことや PCO 等とネットワークを構築することが必要との意見があった。

8. MICE のレガシー調査に関する検討

MICE 開催に際して経済波及効果も重要であるが、MICE の持つイノベーション創出効果やビジネスチャンス拡大等の効果も MICE 開催の重要な意義となる。そのため本事業では経済波及効果以外の効果（レガシー）に関する調査も実施した。

1) MICE のレガシーに関する文献調査

○Beyond Tourism Benefits について

シドニー工科大学は、ビジネスイベンツシドニーと共同研究を実施し、国際会議を中心とするビジネスイベントの開催効果について考察し、調査を行った。ビジネスイベンツシドニーでは、以下の 2 つの手法により、“Beyond Tourism Benefits（観光消費を越える効果）”について分析している。

- ・ 質的調査と呼ばれ、社会現象に関する定性データを収集し、収集したデータをもとに帰納法的分析を行うことで仮説や理論の構築を行う。ビジネスイベンツシドニーは、ビジネスイベントに参加することから得られる **Benefit**（便益）と **Outcome**（結果）について考察を行った。ビジネスイベンツシドニーは、ビジネスイベントによってうまれる便益は単なる観光消費にとどまらないことを指摘している。
- ・ ビジネスイベンツシドニーは、質的調査によって抽出した経済波及効果に限らない様々な効果（レガシー）の仮説を定量的分析によって検証している。レガシーは、ビジネスイベント参加者へのアンケートとともに、投資機会について調査している。

○定量分析結果について

シドニー工科大学とビジネスイベンツシドニーは、ビジネスイベント実施によって、観光産業への経済効果を超えるものに関する仮説が有意であると同時に、それらの効果がレガシーとして後世に残るものであると結論づけた。レガシーは以下の 5 つの効果に細分化されると考えられる。

- ・ 本質的レガシー（**Intrinsic legacies**）：会合によって、参加者が得られる知識拡大・職務に関わるスキル向上の機会提供
- ・ 実務的レガシー（**Practice legacies**）：参加者が得た知識やスキル、アイデア、技術によって、参加者自身または組織の専門性の向上
- ・ 社会的レガシー（**Social legacies**）：会合参加者間の信頼醸成や、人的交流によって齎される相互学習
- ・ 経済的レガシー（**Economic legacies**）：参加者間で行われる質の高い情報交換と信頼関係の構築によって生まれる、知識・能力の構築・労務環境の改善・より良い研

修・新規投資

- ・ 印象的レガシー (Attitudinal legacies) : 参加者の現地での体験を通じた心象の変化や、メディアで取り上げられることによる関心の訴求・意識の植え付け

図表 90 シドニー工科大学による「観光消費を越える効果」に関する仮説

MICE 開催効果	主体	概要
知識拡大	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント開催地における知識の拡大 ・ 知識拡大につながる教育機会の提供 ・ 知識拡大につながる専門的実践の提供
ネットワーキング 関係構築・共同活動	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント開催地の専門家や研究者へのネットワーキング機会の創出 ・ ネットワーキングによるイベント参加者間の長期的関係の構築 ・ 知識拡大と研究開発を促すネットワーキング機会の提供 ・ 共同研究を促すネットワーキング機会の提供 ・ 共同研究による新商品や新技術の開発
教育に対する効果	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント開催地における地元大学院生・研究生に対する教育機会の提供 ・ 教育部門における魅力度の向上
資金調達及び将来的な調査の余地	参加者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資金調達機会の提供 ・ 政府・民間セクター資金調達へのより広範な機会提供
関心の訴求・意識の植え付け	開催地	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定分野に関する問題への関心・課題意識の誘発 ・ より広範な社会課題への関心・課題意識の誘発 ・ イベント開催地における現地主催者・連盟・団体の評価向上 ・ 政府支援の促進
イベント開催地の評価・知名度向上	開催地	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント開催地における地元著名人の紹介 ・ リーディングシティとしてのシドニーの知名度向上

図表 91 国際会議参加によって個人が受けた便益 実感した参加者の割合 (n = 1,025)

国際会議参加によって 得たもの	第 12 回 WFUMB 総 会 2009	第 7 回 IOC 総会 2010	FIG 総会 2010	HUPO 第 9 回年次総会 2010	アジア大洋 州白内障屈 折手術学会 2011
新たな知識やアイデアによ って自身の専門的な技能が 向上した	94%	89%	85%	74%	93%
知識を共有する機会となっ た	89%	89%	92%	91%	94%
自身の研究や専門分野に対 して肯定感を得た	87%	79%	76%	90%	89%
新たな知識やアイデアによ って教育に関わるスキル等 に良い影響があった	87%	68%	47%	49%	87%
専門分野における新たな動 機づけを得た	81%	66%	69%	61%	76%
国際的な視野を身につけら れた	74%	74%	88%	81%	84%
新しい人的交流が生まれた	72%	81%	87%	86%	82%
新しい知識やアイデアによ って自身の研究に良い影響 があった	49%	48%	50%	93%	65%
キャリア構築の機会となっ た	44%	44%	45%	57%	60%
共同研究の機会となった	40%	35%	43%	79%	49%
企業連携の機会となった	36%	42%	54%	33%	49%

出所) Business Events Sydney 資料をもとに作成

WFUMB は、World Federation for Ultrasound in Medicine and Biology を表す

IOC は、International Orthodontics Conference を表す

FIG は、International Federation of Surveyors を表す

HUPO は、Human Proteome Organization を表す

○Joint Meetings Industry Council (JMIC)

JMIC は Iceberg というプラットフォームを通じ、経済波及効果に限らない様々な効果（レガシー）の発信を行っている。JMIC は、レガシーの計測は国際会議のケーススタディを通じて行う必要があると指摘しており、マレーシアにおける ICCA 総会、スイスの国際会議 Sibos におけるフィンテックコーナーを例示している。

ケース 1

会議名	第 55 回 ICCA 総会
会期	2016 年 11 月 13 日～11 月 16 日
参加者数	834 名（国外参加者比率は 88%、参加者の出身国は 61 カ国）
開催都市	クチン（マレーシア）
会場名	ボルネオ・コンベンションセンター・クチン
会議の特性	ICCA 会員（世界的な MICE 関連事業者）の年次総会

会議によるレガシー

- クチンはサラワク州の州都であり、ボルネオ島に位置する人口約 33 万人の地方都市である（クアラルンプールの人口は約 177 万人とされている）。首都クアラルンプールに比して、経済規模は小さく、都市の発展は遅れている。都市の成長を加速させるためには、従来とは異なる政策を打ち出す必要性があった。ICCA 総会を契機として、国際会議は以下の各項目に便益をもたらしたと考えられている。
 - **【政府】** ICCA 総会の開催をきっかけに、マレーシア政府は各省庁に国際会議を含むビジネスイベント産業担当者を設置する等、政治からの関心が強まった。
 - **【教育】** 学生や国際会議産業に携わる若手を ICCA 総会に参加させ、ネットワークの機会を提供した。参加者からは、自身のキャリア観や仕事の幅を広げる良いきっかけになったというフィードバックが得られている。
 - **【地域コミュニティ】** 地元企業の国際会議に対する関心を高めるきっかけとなり、新商品や新サービス開発着手を行う企業が存在した。また、マレーシア航空との連携を通じて地元企業の活躍を世界に発信するなどの機会が設けられた。
 - **【社会・環境的インパクト】** ICCA 総会を通じて本のシェアリング活動を行った。地域における再利用の促進と児童教育に好影響を及ぼすことが出来た。
 - **【地元への評判の向上】** ICCA が開設した SNS アカウントや Web への投稿を通じて、多くのフォロワーへの情報発信を行った。これにより、マレーシアへの関心や評判が向上したと考えられている。

ケース 2

会議名	SWIFT International Banking Operations Seminar (Sibos)
会期	2016年9月26日～9月29日
参加者数	約 8,300 人 (参加者の出身国は 158 カ国にのぼる)
開催都市	ジュネーブ (スイス)
会場名	パレクスポ
会議の特性	Sibos は、Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) が毎年開催している金融業界に関する国際会議、展示会、ネットワークイベント

会議によるレガシー

- スイスフィンテックコーナーは、ジュネーブ経済発展局 (Economic Development Office of Geneva, EDO)、Alp ICT 社、及びスイス金融技術連盟 (Swiss Finance & Technology Association) の支援を受けた国際会議企画であり、スイスで金融サービスを提供するベンチャー企業 24 社が、フィンテック技術を活用したサービスを対外的に発表するという場である。Sibos は、金融関連の国際会議として世界的な知名度を持つ。EU の金融都市ジュネーブでの Sibos 開催は EU の金融業界に活力を与えるだけでなく、Sibos もジュネーブが持つ国際的なブランドを得て、相互に知名度を獲得できるものと企図された。Sibos が実施したヒアリング調査を通じて、以下の項目における便益が指摘されている。
 - **【開催地の都市イメージ向上】** Sibos の開催によってジュネーブの、金融産業が集積する重要都市のイメージを発信することが出来た。
 - **【新旧企業のネットワーク＝イノベーション創出】** 歴史ある銀行などの金融機関がフィンテック技術を有する新興企業と連携を行うなど、地場の金融産業にとって新たな取組となった。
 - **【投資機会等の獲得】** 国際会議参加者に対するベンチャー企業の認知度向上によって、将来的な連携、共同研究の可能性に繋がったとされる。また、SNS による情報発信を通じ、スイス金融技術連盟の名前が世界的に知られ、評判も向上したと考えられている。

ケース 3（※個別催事ではなく、ICC シドニーによる取組）

事業名	Feeding Your Performance
事業期間	2016年12月～
規模	従業者数 1,300名（うち正規雇用者 300名） 対象地域の農産業従業者数 約 168万人（2012年時点） ニューサウスウェールズにおけるサプライヤー 65社
都市	シドニー、ニューサウスウェールズ（オーストラリア）
会場名	ICC シドニー
事業の特性	オーストラリア最大規模の国際会議、展示会、エンターテインメント施設における環境・地域社会・地域経済の持続可能性構築プログラム

事業によるレガシー

- Iceberg は Feeding Your Performance (FYP) プログラム（コンベンションセンターにおける安全な食品の提供に資する活動）が開催地に社会的影響をもたらしていると指摘している。シドニー工科大学研究者と Iceberg は、ICC シドニーのサプライヤー6社と ICC シドニー職員、そして ICC シドニーの国際会議で提供される食品の栄養管理士にヒアリングインタビューを実施し、FYP プログラムがもたらしたレガシーについて調査した。
- ICC シドニーは、ニューサウスウェールズ州で取引を行う 65 社のサプライヤーに対し、食品の安全性を高める取り組みを働きかけることにより、その提供を受ける参加者の満足度向上を図った。そして、調達の現地化を促し、地域経済の発展に寄与する施策をとった。次に、サプライヤーが排出する廃棄物量を減少するよう呼びかけることで地域環境に配慮した国際会議運営に注力した。ICC シドニーが誘致する国際会議は、環境破壊や提供食品の安全性低下を招くことなく、地域の活性化に貢献できるようなビジネスモデルの枠組み内で運営されるようになった。地域の環境や安全確保に寄与していることが広く知れ渡ると、国際会議主催者にとってシドニーで会議を開催するインセンティブとなった。このように、国際会議を誘致することで、開催地に経済的な恩恵がもたらされるだけでなく、ニューサウスウェールズの中小企業の経済活動拡大にも寄与し、地域社会・環境への配慮にも成功している。

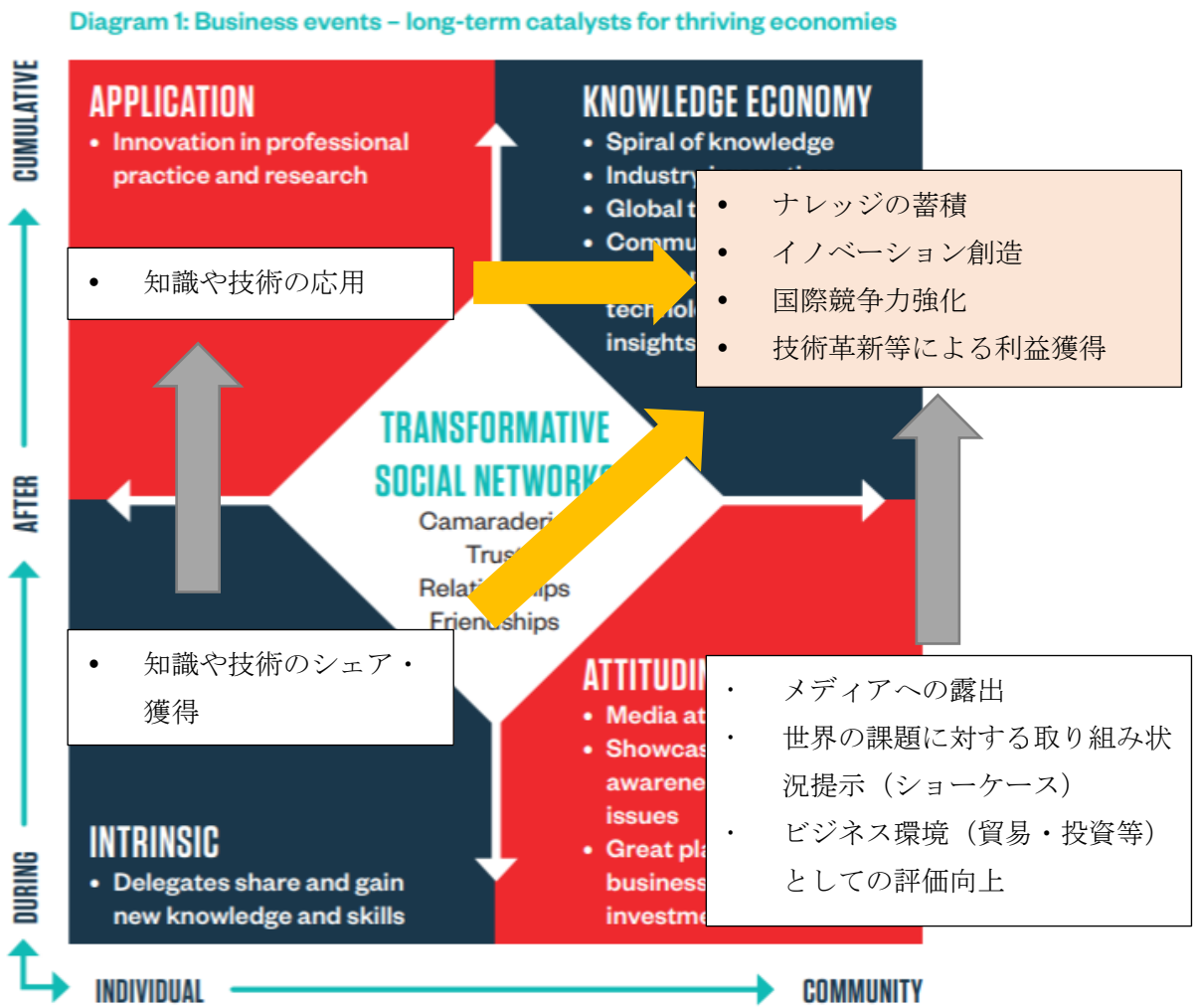
図表 92 Beyond Tourism Benefits におけるケース 1 とケース 2 のレガシー

MICE 開催の効果	ケース 1 (第 55 回 ICCA 総会)	ケース 2 (Sibos)
知識拡大	・ 学生や若手を中心に MICE のトレンド把握・知識拡大	・ 近年の金融動向と新技術に関する知識拡大
ネットワーキング、関係構築・共同活動	・ 各国関係者等とのネットワーキング	・ 歴史ある大手金融機関とフィンテック技術を持つ新興企業のネットワーキング
教育に対する効果	・ 学生によるキャリア開発 ・ 本のシェアリング活動による児童教育の促進	—
資金調達及び将来的な研究など	・ 参加者と地元企業による共同研究やパートナーシップの組成	・ スタートアップ企業によるフィンテック技術のデモを通じた資金調達や共同研究機会の促進
関心の訴求・意識の植え付け	・ 地元企業の国際会議に対する意識の向上 ・ マレーシア政府のビジネスイベント産業に対する意識の向上	・ スイス政府の Sibos 開催・成功に対する関心度向上 ・ 大手金融機関におけるフィンテック技術への関心訴求
イベント開催地の評価・知名度向上	・ SNS による情報発信を通じたクチン及びマレーシアへの知名度向上	・ 金融都市としてのジュネーブの注目度向上

出所) Joint Meetings Industry Council、Business Events Sydney 資料を元に作成

○Catalysts for thriving economies

シドニー工科大学及びビジネスイベントシドニーは、2015年に国際会議を含むビジネスイベントがもたらす効果について調査しており、国際会議が経済活性化の媒介となっていることを指摘している。シドニー工科大学とビジネスイベントシドニーでは、ビジネスイベントのレガシーを短期的・長期的に、レガシーの受けてである個人とコミュニティに分けて分析を行っている。



出所) Joint Meetings Industry Council、Business Events Sydney 資料を元に作成

2) MICE のレガシーに関する事業者ヒアリング

文献調査に加え前章「事業者ヒアリング」でヒアリングを実施した企業を中心に経済効果以外の効果（レガシー）についてもご意見を伺った。レガシーについてご意見を頂いたのは以下の 5 企業・団体である。

- ・ DMO 六本木（東京都港区、エリアの情報発信や受入れ環境整備）
- ・ 軽井沢プリンスホテル（軽井沢、ホテル事業）
- ・ 株式会社ムラヤマ 横浜支店（横浜市、ディスプレイ事業者）
- ・ 株式会社大川印刷（横浜市、印刷業者）
- ・ 広島タカノ橋商店街（広島市、アフターMICE を受入れる商店街）

(1) **DMO 六本木**

- ・ DMO 六本木に参画している企業は必ずしも経済効果だけを求めているわけではないという。
- ・ MICE 誘致・受入れを通じて外国人の趣味思考を把握し、海外展開のためのノウハウ獲得を狙っているという企業も存在するとの意見があった。
- ・ また会員企業同士思いがけないことから協業の話が出ることもあるといい、普段は接点の薄い企業同士を引き合わせる場にもなっているようである。
- ・ その他にも MICE は色々なサービスを試す良い実証の場であるとの意見も上がった。外国人を対象とした実証実験や開発したアプリを参加者限定で試してみる等、良い機会提供の場になっているという。
- ・ またエリアの魅力が高まれば企業集積等にもつながることも考えられるという意見が聞かれた。

(2) **軽井沢プリンスホテル**

- ・ 軽井沢プリンスホテルでは、2016年 G7 長野県・交通大臣会合や世界的企業(BMW 等)のミーティング等が開催され、社会全体・産業界にとって重要な合意がなされた。
- ・ 合意名や宣言は、地名・ホテル名とセットになる場合が多く、必然的に軽井沢プリンスホテルの認知度は上がり、企業催事(M や I)、一般観光マーケットでの競争力強化に繋がる、との意見があった。
- ・ また大規模会議や著名な政府間会議が開催された実績があると、次回以降のビッドでも有利に働くことが多い、という指摘があった。

(3) **株式会社ムラヤマ**

- ・ 国際的に知名度のある催事は事業者にとって関連業務を受託したことが大きなクレジット(実績)として機能するという。
- ・ また大規模な国際展示会等の実績を有していると、数年～数十年に一度の国際イベント(ワールドカップ、オリンピック、万博等)の際にも、大型イベントの取り扱い実績として、企業の信頼を担保することになるという意見があった。
- ・ 一方で課題に関する意見も聞かれた。MICE 産業の裾野を拡大していくためにはユニークベニュー等をもっと活用して大々的な装飾を施し、他業界ではありえないような世界観を作れる催事を増やしていくと、企業にとっても参入する魅力になるのではないかとのことであった。

(4) **株式会社大川印刷**

- ・ 経済効果以外の効果としては、会社の知名度拡大や事業拡大などの機会になるとの意見があった。
- ・ 同社はアフリカ開発会議において、市内のホテルで開催されたレセプションの料理の表示を手がけたことがあったが、料理の横に4ヶ国語で料理の内容を記載し、さらにハラル対応のためにイラスト等を使い何の食材が使われているのかわかりやすく表示させる商品を試験的に導入したところ、その商品が取材に来ていたNHKの目に留まり、ニュースで取上げられることになったという。
- ・ その後市内の多くのホテルから同様の商品を導入したいとの相談が入り、知名度や事業拡大の機会として機能したという。

(5) **広島タカノ橋商店街**

- ・ 経済効果以外にも認知度やイメージの向上につながる可能性があるとの意見があった。
- ・ 実際に商店街の中で国際会議のレセプションを行った際には、参加した外国人からは非常に高い評価が得られたと聞いている。実際に当日も多くの方から感謝の言葉をもらい、「次はプライベートで家族と来たい」と言ってくださる参加者が多かったとのことである。
- ・ またレセプションの開催は、多くの地元住民に支えられたこともあり、非日常的なイベントを受入れることで、地元の一体感を醸成することができたとの意見もあった。
- ・ タカノ橋商店街は広島駅から少々距離があるため、普段は外国人観光客が訪れない地域であるが、MICE後のレセプション対応を契機に、外国人に対する受入れ環境が促進され、一般観光にも発展させていこうとする動きがでてきているという。

9. 第三者委員会の設置

本事業を実施するにあたり、第三者委員会を設置して各分野の専門家・有識者から助言・審査を経て調査分析を行った。当該委員会は「MICE 国際競争力強化委員会」の分科会としての位置づけである「経済波及効果算出に関する小委員会」として設置されたものである。なお、継続性の観点から前年度の小委員会からの通し番号開催となっている関係上、本事業に関しては、第4回～第6回において審議がなされた。

(1) 委員会開催日程

第4回 平成29年5月26日

第5回 平成30年1月31日

第6回 平成30年3月20日

(2) 委員一覧

高柳 哲男	一般社団法人日本コンgres&コンベンションビューロー (JCCB)	副会長 (第4回のみ)
赤塚 稔	一般社団法人日本コンgres&コンベンションビューロー (JCCB)	副会長 (第5、6回のみ)
川崎 悦子	独立行政法人国際観光振興機構	コンベンション誘致部長
佐藤 利幸	株式会社横浜国際平和会議場	経営企画課長
菅 幹雄	法政大学経済学部	教授 (座長)
田中 嘉一	一般社団法人日本展示会協会	会長補佐
武内 紀子	一般社団法人日本コンベンション協会 (JCMA)	副代表理事 (第4回のみ)
近浪 弘武	一般社団法人日本コンベンション協会 (JCMA)	副代表理事 (第5、6回のみ)
坂東 眞知子	株式会社 JTB	国内事業本部法人事業企画担当部長
藤村 博信	公益財団法人東京観光財団	コンベンション事業部国際渉外担当課長
山本 牧子	MPI Japan Chapter	名誉会長

(敬称略)

10. 観光サテライト勘定による経済効果

1) 旅行・観光サテライト勘定の定義

旅行・観光サテライト勘定（TSA）とは、SNA⁹のサテライト勘定¹⁰のひとつであり、UNWTO（世界観光機関：World Tourism Organization）が国際基準として定めた『TSA Recommended Methodological Framework 2008』（TSA：RMF08）に基づいて作成されたものを指す。

TSA は現在、フランス、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド等観光先進国をはじめとする 75 か国において導入され、観光政策に活用されている。

その後、2006年に観光立国推進基本法が成立し、2007年に観光立国推進基本計画が策定され、試作段階にあった TSA を本格的に導入することが盛り込まれたことを受け、2009年から SNA を用いた TSA の作成及び公表を行っている。

2) 国内観光消費の推計方法

観光消費（Tourism consumption）は、観光客現金最終消費支出（Visitor final consumption expenditure in cash）とその他の観光客消費（Other components of visitors consumption）とから構成されている。

観光客現金最終消費支出は、観光中または観光のために行った消費を指し、他者が支払ったものや土産代も含む。なお、ここでいう観光客現金最終消費支出を、『旅行・観光消費動向調査』では旅行消費額と定義している。

観光客現金最終消費支出は、国内観光消費（Domestic tourism consumption）、訪日観光消費（Inbound tourism consumption）、海外観光消費（Outbound tourism consumption）の3つに大別される。

国内観光消費は、日本人の国内での観光消費であり、SNA では国内需要に含まれる。訪日観光消費は、訪日外国人による国内での観光消費であり、SNA では輸出に含まれる。海外観光消費は、日本人の海外での観光消費であり、SNA では輸入に含まれる。国内観光消費と訪日観光消費の合計を国民観光消費という。なお、海外旅行で国内航空事業者を利用すれば国内観光消費であるが、国外航空事業者を利用すれば海外観光消費となる。訪日外国人が国内航空事業者を利用すれば訪日観光消費であるが、国外航空会社を利用しても訪日観光消費には含まれない。

なお、その他の観光消費としては、別荘の帰属家賃等が挙げられるが、今回の調査においては、宿泊先として別荘を利用した参加者はいなかったため、この部分の帰属計算は行って

⁹国民経済計算（SNA）とは、国連によって勧告された国際基準『The system of national accounts 1993』（93 SNA）に基づき、一国全体のマクロの経済状況を生産、分配、支出、資本蓄積といったフロー面や資産、負債といったストック面から体系的に明らかにしたものである。

¹⁰ある特定の経済活動を経済分析目的や政策目的のために中枢体系の経済活動量と密接な関係を保ちながら別勘定として推計する勘定。

いない。

また、TSA における観光客現金最終消費支出は前節で説明した総消費額の概念に該当する。

3) 観光 GDP の推計方法

観光 GDP は、観光客に提供された財貨・サービス（観光供給）の粗付加価値を指す。観光客が購入したものは非観光商品であっても含み、逆に、観光商品であっても観光客が購入しなかったものであれば含まない。

観光 GDP の推計にあたっては、UNWTO が定めた基準と我が国独自基準の 2 つの推計方法がある。UNWTO 基準では、内部観光消費のうち、観光客に対して直接提供する財貨・サービスのみを観光供給と位置付けている。したがって、商品のうち、サービスは全額が観光供給に含まれるが、財貨については小売マージンのみが観光供給に含まれる。一方、独自基準においては、内部観光消費の全てが観光供給として含んでいる。

なお、TSA における観光 GDP は前節で説明した付加価値誘発額の概念に該当する。

4) 観光サテライト勘定による経済効果

前節までの分析で、産業連関表を用いた産業連関分析によって、国内で開催される国際 MICE の経済波及効果について推計した。本節では、UNWTO が基準を示している Tourism Satellite Account（観光サテライト勘定、以下 TSA）を用いて国際 MICE の経済効果を測定する。

TSA は国際機関の 1 つである国連世界観光機関（UNWTO）により、国家経済における観光産業の貢献度を計測するために開発された手法であり、一国の観光産業が及ぼす直接的な経済効果や雇用効果等を示すことが可能である。TSA はフランス、カナダ、ニュージーランドなど世界 75 か国で導入され、観光政策に活用されている。産業連関分析と比較すると、中間投入部分を経済効果の測定対象としていないこと、測定の範囲が産業連関分析の直接効果に該当する内部観光消費までとなっている点等が異なっている。

なお、本事業においては、国際 MICE の経済的な効果を算出するために便宜上、参加者の消費支出以外の国際 MICE に費やされた直接費等を組み入れた点において、厳密な意味での本来の TSA の算出手法と異なる点もある。

前述の JNTO 基準の国際 MICE の内部観光消費の総額は約 5,384 億円という測定結果であった。また、国内総生産は約 2,591 億円という測定結果であった。

上記の経済効果のうち、外国人参加者のみの効果を抽出すると、内部観光消費は約 1,059 億円、国内総生産は約 406 億円という測定結果であった。

図表 93 TSA の推計による我が国における国際 MICE 開催による経済効果
(JNTO 基準を満たす国際会議を対象とした場合)

単位：億円	内部観光消費	国内総生産
JNTO 基準	5,384.2	2,591.2
うち外国人参加者 寄与分	1059.4	406.0

また ICCA 基準の国際 MICE の内部観光消費の総額は約 2,347 億円という測定結果であった。また、国内総生産は約 1,095 億円という測定結果であった。

上記の経済効果のうち、外国人参加者のみの効果を抽出すると、内部観光消費は約 606 億円、国内総生産は約 236 億円という測定結果であった。

図表 94 TSA の推計による我が国における国際 MICE 開催による経済効果
(ICCA 基準を満たす国際会議を対象とした場合)

単位：億円	内部観光消費	国内総生産
ICCA 基準	2347.2	1,095.0
うち外国人参加者 寄与分	605.8	236.4

1 1. MICE 開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデルの改訂

本事業では、MICE 開催による経済波及効果測定のための簡易測定モデル (http://www.mlit.go.jp/kankocho/page07_000018.html) の改定を行った。改定を行った項目については以下の通りである。

1) 消費単価および産業連関表データの更新

本事業で取得した企業会議、報奨・研修旅行、展示会・見本市等、また平成 28 年度に取得した国際会議の各種消費単価の更新を行った。

また現行の「MICE 開催による地域別経済波及効果測定のための簡易測定モデル」は 2005 年版の産業連関表を組み込んでいたが、2011 年版の産業連関表が全国、各都道府県、一部の都市において公表されたため、これらの産業連関表を収集し、2011 年版に更新を行った。産業連関表が 2011 年版に更新されていない自治体については、公表されている最新の産業連関表を用いた。下表で部門数に記載のある都道府県市については、自治体の公表している産業連関表を使用してデータ更新を行い、その他の市については産業連関表を作成して簡易測定モデルに組み込んだ。

なお、データ更新に伴い、全国 2011 年版の産業連関表の部門数に準拠し、34 部門から 37 部門に変更した。また、地域別の物価指数、誘発税率等の係数についても、その後公表された統計値に基づいて更新を行った。

図表 95 都道府県及び国際会議観光都市における産業連関表の整備状況

No	都道府県	都道府県産業連関表 2011 年表			No	市町名	基礎自治体産業連関表			備考
		部門数	雇用表	備考			年度	部門数	雇用表	
1	北海道	33,63,104	○		1	札幌市	2011年	66	×	
					2	旭川市	×	×	×	
					3	釧路市	2011年	47	×	
2	青森県	40,108	○		4	青森市	×	×	×	
3	岩手県	36,103,189	○		5	盛岡市	2000年	13,35	×	
4	宮城県	37,110	○		6	仙台市	×	×	×	
5	秋田県	36,102	△	2005 年版	7	秋田市	×	×	×	
6	山形県	39,108	○		8	山形市	×	×	×	
					9	鶴岡市	×	×	×	
7	福島県	39,107	○							
8	茨城県	37,108	○		10	つくば市	×	×	×	
					11	土浦市	×	×	×	
9	栃木県	37,103	○					×		
10	群馬県	37,108	○		12	前橋市	×	×	×	
11	埼玉県	37,108,190	○		13	さいたま市	2011年	37	○	

No	都道府県	都道府県産業連関表 2011 年表			No	市町名	基礎自治体産業連関表			備考
		部門数	雇用表	備考			年度	部門数	雇用表	
12	千葉県	37,108,190	○		14	千葉市	2011年	37	○	
					15	成田市	×	×	×	
					16	木更津市	×	×	×	
					17	浦安市	×	×	×	
13	東京都	38,110,192	○							
14	神奈川県	37,108,190	○		18	横浜市	2011年	108	○	
					19	箱根町	×	×	×	
15	新潟県	37,108,178	○		20	新潟市	×	×	×	
16	富山県	37,108,190	○		21	富山市	×	×	×	
17	石川県	37,108,190	○		22	金沢市	×	×	×	
18	福井県	37,104	○		23	福井市	×	×	×	
19	山梨県	37,108,190	○		24	富士吉田市	×	×	×	
20	長野県	37,109,190	○		25	長野市	×	×	×	
					26	松本市	×	×	×	
					27	上田市	×	×	×	
21	岐阜県	37,108,190	○		28	岐阜市	×	×	×	
					29	高山市	×	×	×	
22	静岡県	37,109,190	○		30	静岡市	×	×	×	
					31	浜松市	×	×	×	
23	愛知県	43,110,188	○		32	名古屋市	×	×	×	
					33	犬山市	×	×	×	
24	三重県	39,107,188	○		34	伊勢志摩	2000年	104	○	地域間産業連関表(南勢地域)
25	滋賀県	37,108	○							
26	京都府	37,105,180	○		35	京都市	×	×	×	
27	大阪府	37,108,190	○		36	大阪市	2011年	37	○	
28	兵庫県	39,107,188	○		37	神戸市	2011年	39	○	
					38	姫路市	2000年	34	×	
29	奈良県	37,108	○		39	奈良市	×	×	×	
30	和歌山県	37,108,190	○							
31	島根県	39,108	○		40	松江市	×	×	×	
32	鳥取県	39,98	○							
33	岡山県	37,108	○		41	岡山市	×	×	×	
34	広島県	45,108	○		42	広島市	2005年	35	×	
35	山口県	37,108	○		43	下関市	×	×	×	
36	徳島県	37,108	○		44	徳島市	×	×	×	
37	香川県	37,108	○		45	高松市	×	×	×	
38	愛媛県	39,105,178	○		46	松山市	2012年	43	×	
39	高知県	40,108	○							
40	福岡県	39,107	○		47	福岡市	2011年	102	×	
					48	北九州市	2011年	37	×	
41	佐賀県	37,108	○							

No	都道府県	都道府県産業連関表 2011 年表			No	市町名	基礎自治体産業連関表			備考
		部門数	雇用表	備考			年度	部門数	雇用表	
42	長崎県	40,108	○		49	長崎市	×	×	×	
43	熊本県	37,104	○		50	熊本市	2011年	36	△	
44	大分県	36,104	○		51	別府市	×	×	×	
45	宮崎県	40,108	○		52	宮崎市	×	×	×	
46	鹿児島県	39,106	○		53	鹿児島市	×	×	×	
47	沖縄県	35	△		54	那覇市	×	×	×	
					55	浦添市	×	×	×	
					56	宜野湾市	×	×	×	
					57	沖縄市	×	×	×	

注) 各地方自治体ポータルサイトによる(掲載されているもの 2017年10月1日時点)。

注) 部門数は30~100部門程度のものを記載

2) 全市町村に対応できるモデル

現行のモデルでは国際会議・観光都市のみを対象としていたが、国際会議・観光都市以外の任意の都市での波及効果測定ができるように機能を拡張した。機能拡張の際には、独自の投入係数表、自給率、就業係数を用いて波及効果にも対応できるよう、投入係数表、自給率、就業係数の入力欄を設けた。

図表 96 任意の都市の選択

① 都道府県の選択
※都道府県を選択してください。

② 都市の選択
※国際会議観光都市を選択してください。

↑
上記ボタンを押してもシートが変わらない場合、マクロが無効になっている可能性があります。この場合、マクロを有効にしてから再度押してください。

図表 97 任意の都市の投入係数表設定

【投入係数(任意の都市)】												
※対象都市の各種係数を入力して下さい。(入力対象は緑) ※色のエクセルファイルからデータをコピーする場合は、量のみを貼り付けてください。 ※本表とかけ離れた値を入力した場合、後続の計算が完了しない場合があります。												
平成23年(2011年)産業連関表 投入係数表 (37部門表)												
		01	05	11	15	16	20	21	22	25	26	
		農林水産業	鉱業	飲食料品	繊維製品	パルプ・紙・木製品	化学製品	石油・石炭製品	プラスチック・ゴム	窯業・土石製品	鉄鋼	
10	01	農 業	0.059693	0.000012	0.197961	0.018543	0.004401	0.000650	0.000000	0.007150	0.000062	0.000000
11	06	畜 産	0.000001	0.000000	0.000060	0.000010	0.000846	0.003221	0.665152	0.000024	0.062837	0.077299
12	11	食 料	0.061957	0.000000	0.176728	0.006814	0.000985	0.006148	0.000003	0.000015	0.000159	0.000001
13	15	織 物	0.006655	0.004773	0.001077	0.232748	0.004707	0.000650	0.000015	0.002948	0.003363	0.000281
14	16	紙 産	0.026912	0.001902	0.015816	0.008464	0.307314	0.016190	0.000008	0.007306	0.025297	0.000233
15	20	化 工	0.062551	0.011640	0.010751	0.095158	0.025751	0.343269	0.001296	0.020748	0.040649	0.002415
16	21	石 炭	0.021248	0.042857	0.004147	0.007728	0.003836	0.127440	0.051598	0.002077	0.028184	0.045938
17	22	石 油	0.011414	0.003471	0.021533	0.017135	0.024278	0.020060	0.000113	0.220516	0.013308	0.000585
18	25	窯 業	0.001783	0.000024	0.002955	0.000654	0.007340	0.005762	0.000128	0.004402	0.111814	0.003426
19	26	鉄 鋼	0.000067	0.001069	0.000000	0.000210	0.020377	0.000014	0.000000	0.002423	0.003815	0.570516
20	27	非 鉄	0.000000	0.000015	0.001763	0.000010	0.004979	0.004353	0.000010	0.002458	0.006576	0.006392
21	28	金 属	0.000812	0.027092	0.017785	0.022049	0.018388	0.007544	0.000393	0.006711	0.008433	0.000603
22	29	機 械	0.000000	0.003873	0.000000	0.000000	0.001067	0.000024	0.000000	0.000388	0.002514	0.000106
23	30	輸 送	0.000000	0.001893	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000010	0.002670	0.000335	0.000099
24	31	電 気	0.001772	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000001	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
25	32	通 信	0.000001	0.000002	0.000002	0.000000	0.000016	0.000003	0.000000	0.000001	0.000001	0.000001
26	33	電 報	0.000246	0.000032	0.000000	0.000000	0.000173	0.000004	0.000000	0.000029	0.000012	0.000000
27	34	報 道	0.000037	0.000033	0.000022	0.000022	0.000010	0.000030	0.000003	0.000011	0.000009	0.000001
28	35	輸 送	0.007995	0.000075	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
29	39	の 他	0.001718	0.006234	0.009165	0.015612	0.012353	0.004599	0.000928	0.013490	0.014399	0.014182
30	41	建 設	0.002692	0.006134	0.000675	0.002977	0.003991	0.004089	0.000295	0.003984	0.005243	0.004546
31	46	電 力	0.007940	0.020682	0.013533	0.022296	0.019028	0.034927	0.009941	0.022162	0.052506	0.033212
32	47	水 道	0.001090	0.002420	0.002489	0.001395	0.001399	0.002674	0.000431	0.001614	0.001824	0.001185
33	48	商 務	0.000303	0.001341	0.000456	0.000141	0.000372	0.001456	0.000007	0.000051	0.001399	0.000103
34	51	商 業	0.053235	0.031908	0.072546	0.108066	0.117943	0.044186	0.006141	0.080242	0.049480	0.036058
35	53	金 融	0.006900	0.043974	0.006173	0.017781	0.009130	0.006153	0.002653	0.002771	0.009527	0.003483
36	55	不 動	0.011354	0.006521	0.002321	0.003275	0.002404	0.002076	0.000208	0.003349	0.002831	0.000998
37	57	運 賃	0.048351	0.349558	0.032837	0.026642	0.041395	0.022242	0.018835	0.019698	0.055695	0.019227
38	59	情 報	0.005056	0.004274	0.005061	0.007489	0.006723	0.009003	0.000623	0.005807	0.006153	0.002125
39	61	公 務	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
40	63	医 療	0.000609	0.000817	0.006615	0.013026	0.006763	0.064492	0.001994	0.023146	0.023092	0.005754
41	64	教 育	0.002386	0.000000	0.000000	0.000000	0.000002	0.000008	0.000000	0.000001	0.000000	0.000002
42	65	そ の 他	0.001060	0.002176	0.000907	0.001340	0.000792	0.001554	0.000126	0.000456	0.001362	0.000762
43	66	対 外	0.018980	0.036625	0.034664	0.030623	0.024783	0.061233	0.003468	0.038804	0.046343	0.009348
44	67	対 個	0.000803	0.000206	0.002768	0.000169	0.000104	0.000103	0.000011	0.000086	0.000065	0.000064
45	68	学 務	0.000881	0.000656	0.000613	0.001059	0.000830	0.000485	0.000015	0.000148	0.001330	0.000112
46	69	分 類	0.015610	0.003827	0.001788	0.002574	0.001714	0.000847	0.000693	0.001597	0.009408	0.002270
47	70	内 生	0.441114	0.612915	0.642108	0.643972	0.674337	0.785383	0.764999	0.684181	0.578014	0.840286
48	71	計 外	0.010327	0.047518	0.010043	0.016069	0.017525	0.011283	0.001784	0.017377	0.015975	0.005565
49	91	雇 用	0.217857	0.173070	0.116326	0.318375	0.207991	0.086442	0.011833	0.246484	0.215535	0.067932
50	92	営 業	0.176694	0.076833	0.107515	-0.087441	0.048881	0.006672	-0.010491	-0.097755	0.057472	0.035040
51	93	資 本	0.122604	0.040289	0.041594	0.066335	0.020942	0.082697	0.022067	0.118140	0.105446	0.040990
52	94	間 接	0.043538	0.049414	0.084004	0.042735	0.030345	0.018532	0.212492	0.011590	0.027580	0.010196
53	95	(控 除)	-0.012134	-0.000038	-0.001589	-0.000046	-0.000021	-0.000009	-0.000264	-0.000018	-0.000022	-0.000008
54	96	租 付	0.558886	0.387085	0.357892	0.356028	0.325663	0.214617	0.235001	0.315819	0.421986	0.159714
55	97	市 内	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000

図表 98 任意の都市の自給率・就業係数の設定

【自給率/就業係数(任意の都市)】

※対象都市の自給率/就業係数を入力して下さい。(入力対象セル:緑)
 ※他のエクセルファイルからデータをコピーする場合、値のみを貼り付けてください。
 ※本来とかけ離れた値を入力した場合、後続の計算が完了しない場合があります。

	細字: 取得したデータ 太字: 算出したデータ	自給率の想定	就業係数想定		
		自給率	生産額	就業者数	就業係数
			百万円	人	人/千円
01	農林水産業	0.048526	136,791	56,833	0.000415
06	鉱業	0.001280	7,878	587	0.000074
11	飲食料品	0.128861	2,015,120	59,509	0.000030
15	繊維製品	0.022874	31,268	5,086	0.000163
16	パルプ・紙・木製品	0.095091	340,705	16,233	0.000048
20	化学製品	0.065250	2,403,025	22,828	0.000009
21	石油・石炭製品	0.196112	3,163,550	3,642	0.000001
22	プラスチック・ゴム	0.096091	617,966	28,886	0.000047
25	窯業・土石製品	0.181796	307,989	11,151	0.000036
26	鉄鋼	0.179292	1,242,501	11,020	0.000009
27	非鉄金属	0.011442	307,263	7,985	0.000026
28	金属製品	0.148836	449,666	36,376	0.000081
29	はん用機械	0.106625	716,168	23,642	0.000033
30	生産用機械	0.172626	1,148,695	44,247	0.000039
31	業務用機械	0.029202	492,444	22,364	0.000045
32	電子部品	0.040842	519,098	27,333	0.000053
33	電気機械	0.022257	645,379	31,903	0.000049
34	情報・通信機器	0.066199	688,139	37,502	0.000054
35	輸送機械	0.075091	3,739,302	67,882	0.000018
39	その他の製造工業製品	0.177774	380,597	32,310	0.000085
41	建設	0.971519	2,973,615	363,164	0.000122
46	電力・ガス・熱供給	0.556645	1,886,263	12,405	0.000007
47	水道	0.942016	276,553	5,223	0.000019
48	廃棄物処理	0.936717	278,651	21,558	0.000077
51	商業	0.667396	4,011,585	626,346	0.000156
53	金融・保険	0.624127	1,543,672	68,753	0.000045
55	不動産	0.971264	6,653,216	73,292	0.000011
57	運輸・郵便	0.590517	3,025,823	221,390	0.000073

3) MICE 日程の前後泊の波及効果の追加

MICE 開催場所により開催日程が 1 日でも前後泊が必要となる場合があり、開催日数に加えて 1 泊、あるいは 2 泊を追加して（加算しないことも可能）波及効果を算出できるようにした。

図表 99 前泊/後泊 の選択

【日系エアライン利用率・消費税率・宿泊日数・消費原単位】

① 日系エアライン利用率の選択

※外国人の日系エアライン率について選択してください。不明の場合は「1~20%」を選択してください。

1~20%

② 消費税率の選択

※想定する消費税率について選択してください。

8%

③ 宿泊日数(前泊/後泊)の選択

※開始日前、終了日後に加算する宿泊日数(合計)を選択してください。

1 分

0

1

2

④ 「計算」

4) 主催者事業費総額上限の拡大

モデル構築時に参考とした実 MICE の事業費実績値から MICE の事業費は 5 億円未満に制限していたが、実際の MICE では事業費が 5 億円を超える場合もあるため、上限値を 100 億円未満とした。

但し、非常に高額な事業費で波及効果を算出した場合は、モデルで算出した波及効果が現実とはかけ離れた値となる可能性もあり、利用には注意が必要である。

図表 100 主催者事業費総額の上限の拡大

【MICEの概要】

対象地域

神奈川県

神奈川県(任意の都市)

シミュレーション名

〇〇学会

※地域で開催されるMICEについて、名称、会期、参加者数、事業費を記入してください。
 ※誤った値や、過去に実施されたMICEと比べて大幅に異なる値を入力した場合、セルがピンク色に変わります。入力に間違いがないかどうか、もう一度確認してください。
 ※他のエクセルファイルからデータをコピーする場合は、値のみを貼り付けてください。
 ※トップ画面にて「Ev:イベント」を選択した場合、事業費の入力が必須となります。

トップ画面へ

次画面へ

MICE名称	MICE種別*	会期(開催期間)		参加者数(1日あたり)			展示面積(m ²)	主催者事業費(千円)
		開始日	終了日	日本人日帰	日本人宿泊	外国人		
例) ロボットシンポ	C(国際会議)-医学系	2014/3/1	2014/3/7	500	400	300	1,400	100,000
1) 〇〇学会	C(国際会議)-医学系	2018/3/1	2018/3/10	500	400	300	1,700	150,000
2)								
3)								

5) 消費税の修正

モデル構築後、消費税率が5%から8%に変更されたため、波及効果計算におけるデフォルトの消費税率を8%にするとともに、実効税率も消費税率8%時点の統計に基づいて設定した。また、将来の消費税率変更に備えて10%の消費税率を選択できるようにした。

図表 101 消費税率の選択

【日系エアライン利用率・消費税率・宿泊日数・消費原単位】

①日系エアライン利用率の選択

※外国人の日系エアライン率について選択してください。不明の場合は「1～20%」を選択してください。

1～20%

②消費税率の選択

※想定する消費税率について選択してください。

8%
8%
10%

③宿泊日数

※開始日前、終了日後に加算する宿泊日数(合計)を選択してください。

0 日分

④「計算」ボタンを押す→

計算

12. 参考資料

1) 消費原単位

(1) 企業会議外国人参加者の1人当たり消費額

費目	(単位：円)
宿泊費	22,214
飲食費	31,680
国際航空券代※	0
国内航空券代	6,475
電車代	4,609
バス、タクシー等	5,184
買物（お土産等）	41,698
娯楽・観光費	29,782
合計	141,641

※国際線航空券は企業負担と見なし0円

(2) 報奨・研修旅行外国人参加者の1人当たり消費額

費目	(単位：円)
宿泊費	6,924
飲食費	14,716
国際航空券代※	0
国内航空券代	1,278
電車代	1,063
バス、タクシー等	843
買物（お土産等）	39,152
娯楽・観光費	7,625
合計	71,601

※国際線航空券は企業負担と見なし0円

(3) 展示会・見本市等日本人参加者の1人当たり消費額

費目		(単位：円)
宿泊費		2,719
飲食費		3,024
開催地都道府県までの交通費		9,840
	うち国際線航空券代	0
	うち国内線航空券代	2,884
	うち電車代	6,767
	うちバス、タクシー等運賃	188
開催地都道府県うちの交通費		1,505
	うち電車代	719
	うちバス、タクシー等運賃	104
	うちガソリン代	193
	うち駐車場代	122
	うち高速道路利用料	366
買物（お土産等）		128
娯楽・観光費		815
合計		18,031

(4) 展示会・見本市等外国人参加者の1人当たり消費額

費目		(単位：円)
宿泊費		60,448
飲食費		26,872
開催地都道府県までの交通費		98,715
	うち国際線航空券代	90,929
	うち国内線航空券代	768
	うち電車代	5,719
	うちバス、タクシー等運賃	1,299
開催地都道府県うちの交通費		4,347
	うち電車代	2,563
	うちバス、タクシー等運賃	1,647
	うちガソリン代	60
	うち駐車場代	64
	うち高速道路利用料	14
買物（お土産等）		8,364
娯楽・観光費		38,861
合計		237,606

2) 外国語のアンケート調査票

(1) 企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票 (英語)

Section 1: Questions for Individual.

Q1. Please check the region in which you reside. [Single Answer]

<input type="checkbox"/> 1. Japan	<input type="checkbox"/> 2. East Asia	<input type="checkbox"/> 3. Southeast Asia
<input type="checkbox"/> 4. Other area in Asia	<input type="checkbox"/> 5. Oceania	<input type="checkbox"/> 6. The Middle East
<input type="checkbox"/> 7. Europe	<input type="checkbox"/> 8. North America	<input type="checkbox"/> 9. Latin America
<input type="checkbox"/> 10. Africa	<input type="checkbox"/> 11. Other	

Q2. Please write the numbers of nights you are staying in Japan in total.

< > nights
--

Section 2: Amount of your expenses in Japan.

Q3. Please write down the expenses for each item and the total amount in Japanese Yen, which are not covered by your company. If you do not know or remember each expense, please leave the box unmarked. If you do NOT pay, please fill out "0" in the box.

1. Accommodations	<	>	yen
<i>*If you pay for Accommodation, please answer Q5</i>			
2. Food and drink	<	>	yen
3. Transportation (airplanes, trains, buses, taxis, etc.)			
<i>*If you pay for "Transportation," please answer Q3</i>			
4. Shopping (including souvenirs, etc.)	<	>	yen
5. Sightseeing and leisure	<	>	yen
6. Other	<	>	yen
7. Package tour	<	>	yen
<i>*If you pay for "Package tour," please answer Q4</i>			
Total amount 【Required】	<	>	yen

*Please write down the numbers at best of your knowledge. If you do NOT know or remember the breakdown of your expenses, please only enter the total amount.

**A package tour hereby means packaged items such as airfare and accommodations offered by travel agencies or relevant entities. For those who use the package tour, please enter the total expenses which are NOT included in the package tour.

Q4. This question is for those who pay for "Package tour" in Q3. If you do NOT pay for it, please move on to the next page.

Please check the expense(s) that is(are) included in the package tour. [Multiple Answer]

<input type="checkbox"/> 1. Accommodation <i>*If you pay for Accommodation, please answer Q5 as well</i>
<input type="checkbox"/> 2. Food and drink
<input type="checkbox"/> 3. Airplane tickets (including international and domestic flights)
<input type="checkbox"/> 4. Other transportation (including trains, metros, buses, taxis, etc.)
<input type="checkbox"/> 5. Shopping (including souvenirs, etc.)
<input type="checkbox"/> 6. Sightseeing and leisure
<input type="checkbox"/> 7. Other

Q5. This question is for those who answered "1. Accommodation" in Q3 or Q4. Please write the numbers of nights you personally stay in Japan, if you have any travel plans in Japan before or after the event is held (In a personal plan, your cost is NOT covered by your company). If it is NOT applicable, please move on to Q6.

< _____ > nights

Q6. This question is for those who answered "3. Transportation (airplanes, trains, buses, taxis, etc.)" in Q3. Please write down the breakdown of your transportation expenses in Japanese Yen. If you do not know or remember each expense, please leave the box unmarked. If you do NOT pay, please fill out "0" in the box. If it is NOT applicable, please move on to Q7.

<input type="checkbox"/> 1. Airplane (international flight)	< _____ >	yen
<i>*If you answered Airplane (international flight), please answer Q7 below as well</i>		
<input type="checkbox"/> 2. Airplane (domestic flight)	< _____ >	yen
<input type="checkbox"/> 3. Train, metro	< _____ >	yen
<input type="checkbox"/> 4. Bus, taxi	< _____ >	yen
<input type="checkbox"/> 5. Other	< _____ >	yen

Q7. This question is for those who used "Airplane (international flight)". Please check the name of the airline company you use. [Multiple Answer]

<input type="checkbox"/> 1. ANA
<input type="checkbox"/> 2. JAL
<input type="checkbox"/> 3. Other Japanese carriers (Peach Aviation, Jetstar Japan, Vanilla Air, etc.)
<input type="checkbox"/> 4. Non-Japanese carrier

(2) 企業會議、報獎・研修旅行参加者アンケート調査票 (中国語 簡体)

Q1、您的居住地是哪儿?

1、日本	2、东亚	3、东南亚	4、大洋洲	5、其他亚洲	
6、中东	7、欧洲	8、北美	9、中南美	10、非洲	11、其他

Q2、您在日本滞留多少天?

<	>晚
---	----

Q3、请告知您本次参加活动的费用中, 公司不予承担, 由个人承担的费用。

* 回答时, 只要填写自己了解的情况即可。

* 参加团体游的人士在回答了 7、之后, 请填写团体游之外的各项费用。

* 如不清楚, 该项请“空着不填”; 如没有发生费用, 请在该项填写“0”。

* 如不清楚每项费用的具体情况, 请只填写“合计”。

1、住宿费	约 () 日元
2、餐饮费	约 () 日元
3、交通费 (飞机、铁路、巴士或出租车、其他)	约 () 日元
4、购物费 (包括土特产等)	约 () 日元
5、观光、娱乐费	约 () 日元
6、其他	约 () 日元
7、团体游	约 () 日元
8、合计	约 () 日元

<在 Q3 的团体游中回答了 1 日元以上的人士>

Q4、针对在“7、团体游”中填写了金额的人士的问题。

团体游包括以下哪些费用项目?

<input type="checkbox"/> 1 住宿费 <input type="checkbox"/> 2 餐饮费 <input type="checkbox"/> 3 飞机票 (国际航班、日本国内航班) <input type="checkbox"/> 4 其他交通费 (铁路、巴士或出租车等) <input type="checkbox"/> 5 购物费 (包括土特产等) <input type="checkbox"/> 6 观光、娱乐费 <input type="checkbox"/> 7 其他
--

<在 Q3 的住宿费中回答了 1 日元以上的人士>

Q5. 针对在“住宿费”中填写了金额的人士的问题。在滞留天数中，如果是因为个人安排而滞留日本，请回答住宿天数。这里的个人安排是指除由企业承担费用的行程之外，由个人安排的行程。

* 没有个人安排行程的人士请填写“0”。

<	>晚
---	----

<在 Q3 的交通费（飞机、铁路、巴士或出租车、其他）中回答了 1 日元以上的人士>

Q6. 针对在“交通费（飞机、铁路、巴士或出租车、其他）”中填写了金额的人士的问题。请回答“交通费（飞机、铁路、巴士或出租车、其他）”的具体内容。

* 如不清楚，该项请“空着不填”；如没有发生费用，请在该项填写“0”。

飞机票（国际航班）	约（ ）日元
飞机票（日本国内航班）	约（ ）日元
铁路	约（ ）日元
巴士或出租车	约（ ）日元
其他	约（ ）日元

<在前一个问题的飞机票（国际航班）中回答了 1 日元以上 or 在 Q4 中回答了 3 的人士>

Q7. 针对使用了“飞机票（国际航班）”的人士的问题。您搭乘的是哪个航空公司的飞机？

<input type="checkbox"/> 1 ANA <input type="checkbox"/> 2 JAL <input type="checkbox"/> 3 其他日本航空公司（乐桃航空、捷星日本、香草航空等） <input type="checkbox"/> 4 非日本航空公司
--

(3) 企業會議、報獎・研修旅行參加者アンケート調査票 (中国語 繁体)

Q1・閣下的居所在哪裡？

1. 日本	2. 東亞	3. 東南亞	4. 大洋洲	5. 其他東亞	
6. 中東	7. 歐洲	8. 北美	9. 拉丁美洲	10. 非洲	11. 其他

Q2・閣下滯留日本多久？

< >晚

Q3. 關於今次的活動參加費用，不是由公司負擔的個人開支有多少？

※在自己知道的範圍內答案填寫便可。

※參加旅行團的人，請填寫以下第7項後，然後填寫旅行團以外的各項費用。

※不知道的項目請「留空」，沒有發生的費用請填寫「0」。

※如果不知道每一費用項目的詳細內容，只須填寫「總數」便可。

1. 住宿費用	約 () 日圓
2. 飲食費用	約 () 日圓
3. 交通費用 (飛機、鐵路、巴士、的士及其他)	約 () 日圓
4. 購物費用 (包括手信等等)	約 () 日圓
5. 觀光、娛樂費用	約 () 日圓
6. 其他	約 () 日圓
7. 旅行團	約 () 日圓
8. 總數	約 () 日圓

<在 Q3 的旅行團回答 1 日圓或以上的人>

Q4. 在「7・旅行團」填寫了金額的人，請回答以下問題。

旅行團的費用包括了哪些項目？

<input type="checkbox"/> 1. 住宿費用
<input type="checkbox"/> 2. 飲食費用
<input type="checkbox"/> 3. 機票費用 (國際線、國內線)
<input type="checkbox"/> 4. 其他交通費用 (鐵路、巴士及的士等等)
<input type="checkbox"/> 5. 購物費用 (包括手信等等)
<input type="checkbox"/> 6. 觀光、娛樂費用
<input type="checkbox"/> 7. 其他

<在 Q3 的住宿費用回答 1 日圓或以上的人>

Q5. 在「住宿費」填寫了金額的人，請回答本問題。在閣下滯留日本的日子當中，有多少日是私人預算在日本住宿的？私人預算是指公司負擔行程以外的由自己安排的計劃。

※沒有私人計劃的人，請填寫「0」

< >晚

<在 Q3 的交通費用（飛機、鐵路、巴士、的士及其他）回答 1 日圓或以上的人>

Q6. 在「交通費用（飛機、鐵路、巴士、的士及其他）」填寫了金額的人，請回答本問題。請告訴我們「交通費用（飛機、鐵路、巴士、的士及其他）」的詳細內容。

※不知道的項目請「留空」，沒有發生的費用請填寫「0」。

飛機（國際線）	約（ ）日圓
飛機（國內線）	約（ ）日圓
鐵路	約（ ）日圓
巴士、的士	約（ ）日圓
其他	約（ ）日圓

<在上一條問題的飛機（國際線）回答 1 日圓或以上的人 or 在 Q4 揀選了 3 的人>

Q7. 乘坐了「飛機（國際線）」的人，請回答本問題。閣下乘坐了哪一間航空公司？

<input type="checkbox"/> 1 · ANA
<input type="checkbox"/> 2 · JAL
<input type="checkbox"/> 3 · 其他日本航空公司（樂桃航空、捷星、香草航空等等）
<input type="checkbox"/> 4 · 非日本航空公司

(4) 企業會議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票 (韓国語)

Q1. 귀하가 거주하시는 지역은 어디입니까?

- | | | | | | |
|-------|---------|----------|-----------|----------|--------|
| 1. 일본 | 2. 동아시아 | 3. 동남아시아 | 4. 기타동아시아 | 5. 오세아니아 | |
| 6. 중동 | 7. 유럽 | 8. 북아메리카 | 9. 중남미 | 10. 아프리카 | 11. 기타 |

Q2. 귀하의 일본 체류 기간은 얼마입니까?

<	>박
---	----

Q3. 이번 행사 참가 비용 중 회사 부담이 아닌 개인 부담 지출에 대해 말씀해 주십시오.

※ 답변은 아는 범위에서 기입하시면 됩니다.

※ 패키지 투어를 이용하신 분은 7 번을 기입하시고, 패키지 투어 외의 비용에 대해서는 항목별로 기입해 주십시오.

※ 불명확한 항목은 '빈칸'으로 두시고, 비용이 발생하지 않는 항목에는 '0'을 기입해 주십시오.

※ 비용 항목별 내역이 불명확한 경우에는 '합계'만 기입해 주십시오.

1. 숙박비	약()엔
2. 식사비	약()엔
3. 교통비(항공기, 철도, 버스·택시, 기타)	약()엔
4. 구매비(기념품 포함)	약()엔
5. 관광·오락비	약()엔
6. 기타	약()엔
7. 패키지 투어	약()엔
8. 합계	약()엔

<Q3의 패키지 투어에 1 엔 이상으로 답변하신 분>

Q4. '7. 패키지 투어'에 금액을 기입하신 분께 드리는 질문입니다.

패키지 투어에 포함된 비용 항목을 알려 주십시오.

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 숙박비 |
| <input type="checkbox"/> 2. 식사비 |
| <input type="checkbox"/> 3. 항공권 비용(국제선·국내선) |
| <input type="checkbox"/> 4. 기타 교통비(항공기, 철도, 버스·택시 등) |
| <input type="checkbox"/> 5. 구매비(기념품 포함) |
| <input type="checkbox"/> 6. 관광·오락비 |
| <input type="checkbox"/> 7. 기타 |

<Q3 숙박비에 1 엔 이상으로 답변하신 분>

Q5. '숙박비'에 금액을 기입하신 분께 드리는 질문입니다. 체류 기간 중, 개인 일정으로 일본에 체류하는 경우에는 숙박 일수를 알려 주십시오. 여기서 '개인 일정'이란 기업이 비용을 부담하는 일정과는 별개로 개인적으로 마련한 일정을 말합니다.

※ 개인 일정이 없는 분은 '0'을 기입해 주십시오.

< >박

<Q3의 교통비(항공기, 철도, 버스·택시, 기타)에 1 엔 이상으로 답변하신 분>

Q6. '교통비 (항공기, 철도, 버스·택시, 기타)'에 금액을 기입하신 분께 드리는 질문입니다.

'교통비(항공기, 철도, 버스·택시, 기타)'의 내역을 알려 주십시오.

※ 불명확한 항목은 '빈칸'으로 두시고, 비용이 발생하지 않는 항목에는 '0'을 기입해 주십시오.

항공기(국제선)	약()엔
항공기(국내선)	약()엔
철도	약()엔
버스·택시	약()엔
기타	약()엔

<Q6에서 항공기(국제선)에 1 엔 이상으로 답변하신 분과 Q4에서 3으로 답변하신 분>

Q7. '항공기(국제선)'를 이용하신 분들께 드리는 질문입니다. 어떤 항공사를 이용하십니까?

<input type="checkbox"/> 1. ANA <input type="checkbox"/> 2. JAL <input type="checkbox"/> 3. 그 외 일본계 항공사(피치 항공, 젯스타, 바닐라 에어 등) <input type="checkbox"/> 4. 비일본계 항공사

(5) 企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票 (スペイン語)

1. Queremos preguntar sobre usted.

Q1. Por favor, díganos en que lugar vive usted.

1. Japón	2. Asia Oriental	3. Sudeste Asiático
4. Otra Asia	5. Oceanía	6. Medio Oriente
7. Europa	8. América del Norte	9. América Latina
10. África	11. Otros	

Q2. Por favor, díganos su estancia en Japón.

<	> Noche(s)
---	------------

Q3. Por favor, díganos sobre la cuota de participación de este evento, gastos personales que no han sido cargos por la empresa.

1. Hospedaje	<	> Gastos (yenes)
2. Comida y Bebida	<	> Gastos (yenes)
3. Transporte (Aviones, tren, autobús, taxi, etc.)	<	> Gastos (yenes)
4. Compras (incluyendo recuerdos, etc.)	<	> Gastos (yenes)
5. Turismo, entretenimiento	<	> Gastos (yenes)
6. Otros	<	> Gastos (yenes)
7. Paquete turístico	<	> Gastos (yenes)
8. Total[Necesario]	<	> Gastos (yenes)

*Al contestar, llene el espacio dentro de lo que está a su conocimiento.

*Si está usando un paquete turístico, después de rellenar el No. 7, rellene cada columna sobre los gastos fuera del paquete turístico.

*Por favor, deje en "Blanco" las columnas desconocidas, rellene con un "0" las columnas donde no ha habido gastos.

*Si desconoce el desglose de gastos, rellene solo la columna "Total".

Q4. Pregunta destinada a los que rellenaron el valor en la columna “No.7 paquete turístico”. Por favor, díganos los gastos incluidos en el paquete turístico.

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> | 1 | Hospedaje |
| <input type="checkbox"/> | 2 | Comida y Bebida |
| <input type="checkbox"/> | 3 | Boleto aéreo (internacional / doméstico) |
| <input type="checkbox"/> | 4 | Otros transportes (Tren, autobús, taxi, etc.) |
| <input type="checkbox"/> | 5 | Compras (incluyendo recuerdos, etc.) |
| <input type="checkbox"/> | 6 | Turismo, entretenimiento |
| <input type="checkbox"/> | 7 | Otros |

Q5. Pregunta destinada a los que rellenaron el valor en la columna “Hospedaje”. Dentro de los días de estancia, si tiene previsto quedarse para objetivos personales, díganos la cantidad de noches que se va a quedar. Cabe señalar que, objetivos personales son aparte del costo del itinerario que ha sido organizada por la empresa, se refiere a la programación que ha sido organizada personalmente. ※Rellene con un "0", si no tiene una programación organizada personalmente.

<	> Noche(s)
---	------------

Q6. Pregunta destinada a los que rellenaron el valor en la columna “Transporte (Aviones, tren, autobús, taxi, etc.)”. Díganos el desglose de "Transporte (Aviones, tren, autobús, taxi, etc.)". ※Por favor, deje en “Blanco” las columnas desconocidas, rellene con un “0” las columnas donde no ha habido gastos.

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------------|---|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. Avión (vuelo internacional) | < | >Gastos (yenes) |
| <input type="checkbox"/> | 2. Avión (vuelo doméstico) | < | >Gastos (yenes) |
| <input type="checkbox"/> | 3. Tren | < | >Gastos (yenes) |
| <input type="checkbox"/> | 4. Autobús, taxi | < | >Gastos (yenes) |
| <input type="checkbox"/> | 5. Otros | < | >Gastos (yenes) |

Q7. Pregunta destinada a los que usaron “Avión (vuelo internacional)”. Díganos que aerolínea uso.

- | | | |
|--------------------------|----|---|
| <input type="checkbox"/> | 1. | ANA |
| <input type="checkbox"/> | 2. | JAL |
| <input type="checkbox"/> | 3. | Otras aerolíneas japonesas (Peach Aviation, Jetstar, Vanilla Air, etc.) |
| <input type="checkbox"/> | 4. | Aerolíneas que no son de Japón |

(6) 企業會議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票 (タイ語)

1. ขอสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของคุณ

Q1. โปรดระบุประเทศ ภูมิภาค หรือทวีปที่คุณอาศัยอยู่จากตัวเลือกด้านล่าง (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

1. ประเทศญี่ปุ่น	2. เอเชียตะวันออก	3. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	
4. ภูมิภาคอื่นๆในเอเชีย	5. โอเชียเนีย	6. ตะวันออกกลาง	7. ยุโรป
8. อเมริกาเหนือ	9. อเมริกากลางและอเมริกาใต้	10. แอฟริกา	11. อื่นๆ

Q2. โปรดระบุจำนวนคืนทั้งหมดที่คุณพำนักอยู่ในประเทศญี่ปุ่น

<	> คืน
---	-------

Q3.

ขอสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่างๆในช่วงที่มาร่วมกิจกรรมครั้งนี้ โปรดระบุค่าใช้จ่ายส่วนตัวด้านต่างๆที่คุณออกเอง (บริษัทไม่ได้ออกให้)

1. ค่าที่พัก	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
3. ค่าเดินทาง (เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร รถแท็กซี่ ฯลฯ)	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
4. ค่าข้อปิ้ง (รวมถึงของฝากและอื่นๆด้วย)	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
6. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
7. ค่าแพคเกจทัวร์	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
8. รวม [จำเป็นต้องระบุ]	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)

* กรุณาระบุคำตอบทั้งหมดเท่าที่คุณทราบ

* หากคุณซื้อแพคเกจทัวร์ กรุณาระบุค่าแพคเกจทัวร์ลงในข้อ 7. และระบุค่าใช้จ่ายอื่นๆที่ไม่ได้รวมอยู่ในแพคเกจทัวร์ลงในข้อต่างๆ

* ข้อที่ไม่ทราบจำนวนค่าใช้จ่ายให้เว้นว่างเอาไว้ ส่วนข้อที่ไม่มีค่าใช้จ่ายให้ระบุตัวเลข "0"

* หากคุณไม่สามารถจำแนกได้ว่าค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆมีจำนวนเท่าไรบ้าง ให้ระบุเฉพาะค่าใช้จ่ายโดยรวมลงในข้อ "รวม"

Q4. ขอสอบถามผู้ที่ระบุจำนวนเงินในข้อ "7. ค่าแพคเกจทัวร์" ของ Q3. โปรดระบุค่าใช้จ่ายที่รวมอยู่ในแพคเกจทัวร์ที่คุณซื้อ

(เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> 1. ค่าที่พัก
<input type="checkbox"/> 2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
<input type="checkbox"/> 3. ค่าตัวเครื่องบิน (เที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศญี่ปุ่น)
<input type="checkbox"/> 4. ค่าเดินทางอื่นๆ (รถไฟ รถโดยสาร รถแท็กซี่ ฯลฯ)
<input type="checkbox"/> 5. ค่าข้อปิ้ง (รวมถึงของฝากและอื่นๆด้วย)
<input type="checkbox"/> 6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง
<input type="checkbox"/> 7. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

Q5. ขอสอบถามผู้ระบุจำนวนเงินในข้อ "1.ค่าที่พัก" ของ Q3

ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศญี่ปุ่น คุณมีกำหนดการพำนักค้างคืนเป็นการส่วนตัวหรือไม่ หากมี โปรดระบุจำนวนคืนที่คุณพำนักอยู่เป็นการเป็นส่วนตัว "กำหนดการพำนักค้างคืนเป็นการส่วนตัว" ในที่นี้ หมายถึง

กำหนดการพำนักที่คุณเตรียมการและออกค่าใช้จ่ายต่างๆด้วยตัวเอง(อยู่นอกเหนือกำหนดการเดินทางที่ทางบริษัทออกค่าใช้จ่ายให้)"

* หากคุณไม่มีกำหนดการพำนักค้างคืนเป็นการส่วนตัว ให้ระบุตัวเลข "0"

< > คืน

Q6. ขอสอบถามผู้ระบุจำนวนเงินในข้อ "3. ค่าเดินทาง (เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร รถแท็กซี่ ฯลฯ)" ของ Q3

โปรดจำแนกค่าเดินทาง (เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร รถแท็กซี่ ฯลฯ) ที่คุณใช้จ่าย

* ข้อที่ไม่ทราบจำนวนค่าใช้จ่ายให้เว้นว่างเอาไว้ ส่วนข้อที่ไม่มีค่าใช้จ่ายให้ระบุตัวเลข "0"

<input type="checkbox"/> 1. เครื่องบิน (เที่ยวบินระหว่างประเทศ)	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
<input type="checkbox"/> 2. เครื่องบิน (เที่ยวบินภายในประเทศญี่ปุ่น)	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
<input type="checkbox"/> 3. รถไฟ	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
<input type="checkbox"/> 4. รถโดยสารและรถแท็กซี่	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)
<input type="checkbox"/> 5. ยานพาหนะอื่นๆ	จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เยน)

Q7. ขอสอบถามผู้ที่ใช้บริการ "เครื่องบิน (เที่ยวบินระหว่างประเทศ)" โปรดระบุสายการบินที่คุณใช้บริการ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> 1. ANA (ออล นิปปอน แอร์เวย์)
<input type="checkbox"/> 2. JAL (เจแปนแอร์ไลน์)
<input type="checkbox"/> 3. สายการบินสัญชาติญี่ปุ่นรายอื่นๆ (พีช เอวิเอชัน, เจ็ทสตาร์, วานิลลา แอร์ ฯลฯ)
<input type="checkbox"/> 4. สายการบินอื่นๆที่ไม่ใช่สายการบินสัญชาติญี่ปุ่น

(7) 企業会議、報奨・研修旅行参加者アンケート調査票 (ベトナム語)

1. Câu hỏi về bản thân bạn.

Q1. Vui lòng cho biết khu vực bạn đang sinh sống. (Chỉ được chọn MỘT phương án)

1. Nhật Bản	2. Đông Á	3. Đông Nam Á
4. Khu vực khác của Châu Á	5. Châu Đại Dương	6. Trung Đông
7. Châu Âu	8. Bắc Mỹ	9. Trung Nam Mỹ
10. Châu Phi	11. Khác	

Q2. Vui lòng cho biết số ngày lưu trú của bạn tại Nhật Bản.

<	> đêm
---	-------

Q3.

Về chi phí tham gia sự kiện lần này, vui lòng cho biết phần chi tiêu do cá nhân tự chi trả, không phải do công ty chi trả.

1. Chi phí khách sạn ở lại qua đêm	Chi phí (yên)
2. Chi phí ăn uống	Chi phí (yên)
3. Chi phí giao thông (máy bay, đường sắt, xe buýt - xe taxi, khác)	Chi phí (yên)
4. Chi phí mua sắm (bao gồm đặc sản, v.v...)	Chi phí (yên)
5. Chi phí tham quan - giải trí	Chi phí (yên)
6. Khác	Chi phí (yên)
7. Tour trọn gói	Chi phí (yên)
8. Tổng (bắt buộc)	Chi phí (yên)

*Khi trả lời, chỉ cần viết trong phạm vi bạn biết là được.

*Người sử dụng gói tour trọn gói, sau khi điền vào mục 7., vui lòng điền các mục chi phí phát sinh ngoài chi phí tour trọn gói.

*Các mục không rõ vui lòng để "cột trống", các mục không phát sinh chi phí vui lòng ghi "0".

*Trường hợp không rõ chi tiết của từng mục chi phí, vui lòng chỉ điền vào "Tổng".

Q4. Câu hỏi này dành cho người đã điền số tiền trong mục "7. Tour trọn gói"

Vui lòng cho biết các mục chi phí bao gồm trong gói tour trọn gói. (Có thể chọn NHIỀU phương án)

- 1. Chi phí khách sạn ở lại qua đêm
- 2. Chi phí ăn uống
- 3. Chi phí vé máy bay (chuyến quốc tế - chuyến quốc nội)
- 4. Chi phí giao thông khác (đường sắt, xe buýt - xe taxi, v.v...)
- 5. Chi phí mua sắm (bao gồm đặc sản, v.v...)
- 6. Chi phí tham quan - giải trí
- 7. Khác

Q5. Câu hỏi dành cho người đã điền số tiền trong mục "Chi phí khách sạn ở lại qua đêm". Trong số những ngày lưu trú, nếu bạn dự định lưu trú tại Nhật Bản theo kế hoạch cá nhân, vui lòng cho biết số ngày lưu trú đó. Ngoài ra, kế hoạch cá nhân là những kế hoạch đã được cá nhân sắp xếp riêng biệt với hành trình mà doanh nghiệp chịu trách nhiệm trả phí.

* Đối với người không có kế hoạch cá nhân vui lòng điền "0" vào ô trống.

< > đêm

Q6. Câu hỏi dành cho người đã điền số tiền trong mục "Chi phí giao thông (máy bay, đường sắt, xe buýt - xe taxi, khác)". Vui lòng cho biết chi tiết về "Chi phí giao thông (máy bay, đường sắt, xe buýt - xe taxi, khác)". *Các mục không rõ vui lòng để "cột trống", các mục không phát sinh chi phí vui lòng ghi "0".

- | | |
|------------------------------|---------------|
| 1. Máy bay (chuyến quốc tế) | Chi phí (Yên) |
| 2. Máy bay (chuyến quốc nội) | Chi phí (Yên) |
| 3. Đường sắt | Chi phí (Yên) |
| 4. Xe buýt - xe taxi | Chi phí (Yên) |
| 5. Khác | Chi phí (Yên) |

Q7. Câu hỏi dành cho người đã sử dụng "Máy bay (chuyến quốc tế)". Vui lòng cho biết hãng hàng không bạn sử dụng. (Có thể chọn NHIỀU phương án)

- 1. ANA
- 2. JAL
- 3. Các hãng của Nhật khác (Peach Aviation, Jetstar, Air Vanilla, v.v...)
- 4. Các hãng không phải của Nhật

(8) 展示会・見本市等参加者アンケート (英語)

A. Questions about yourself.

Q1. Your current country of residence

【 _____ 】

Q2. The purpose of joining this event 【1.Business 2.Personal 】

Q3. Duration of your stay

【1. A day trip, 2. One night, 3. Two nights, 4. Three nights or more】

Q4. Location of your accommodation(s)

【1.Around the venue () nyt 2.Prefectures of the venue () nyt
3.other () nyt 】

B. Questions about your travel plans.

Q5. Do you have any plan to visit places before/after the trade show ?

【 1.Yes 2.No 】

Q6. Where is your destination to visit

【 1. Prefectures of the venue () days 2.other areas () days 】

D. Questions about transportation.

Q7. Please circle all the transportation method(s) you used to come to the prefecture of the venue.

【 1. Train 2. Bus 3. Taxi 4. Flight 5. Other 】

E. Questions about personal expenditures for joining the event.

Please fill in the estimated amount you spent (or plan to spend).

1. Accommodations	approximately () yen
2. Eating/Drinking	approximately () yen
3. Transportation fees to the prefecture of the venue	approximately () yen (a)+(b)+(c)+(d)
- If you used Intl airplane	(a) approximately () yen
⇒ select the company 1. ANA 2. JAL 3. Other Japanese airlines 4. Others ()	
- If you used domestic flight	(b) approximately () yen
- Train	(c) approximately () yen
- Bus, Taxi, Cars	(d) approximately () yen
4. Transportation fees inside the prefecture of the venue	approximately () yen (e)+(f)+(g)+(h)+(i)
- Train	(e) approximately () yen
- Bus, Taxi, Cars	(f) approximately () yen
(If you used your own car) ⇒ Parking	(g) approximately () yen
⇒ Gasoline	(h) approximately () yen
⇒ highway toll	(i) approximately () yen
5. Shopping	approximately () yen
6. Sightseeing/ Entertainment	approximately () yen
7. Others ()	approximately () yen
8. Total	approximately () yen

※ “Shopping” does not include the expenditure on trade or business.

(9) 展示会・見本市等参加者アンケート (中国語 簡体)

1. 咨询与您有关的事情。

Q 1. 请告知您的居住地区。【都道府县 ()】

Q 2. 请告知您入场的目的。【1. 商务 2. 私事】

Q 3. 因为参加展会、样品会而进行的住宿预订

【1.1 晚 2.2 晚 3.3 晚 4.4 晚以上 (天 晚) 5. 不住宿】

Q 4. 因为参加展会、样品会而预订住宿的地点

【1. 召开地的市、区内 2. 召开地的都道府县内 3. 邻近的都道府县 4. 其他】

2. 咨询参加展会、样品会而伴随的旅程。

Q 5. 您计划结合参加活动的, 到召开的都道府县内、周边观光吗?

【1. 有观光计划 2. 无计划】 → 回答 2. 的人, 请进入 Q7。

Q 6. 请告知您计划观光的场所。

【1. 召开的都道府县内 () 天 2. 其他 () 天】

3. 咨询交通手段。

Q 7. 请告知前往召开的都道府县内的交通手段。请在全部利用手段上画○。

【1. 电车 2. 巴士 3. 出租车 4. 飞机 5. 其他 6. 无 (居住在都道府县内)】

4. 咨询参加展会、样品会的费用 (人均)。

回答计划、概算即可, 请填写。

1. 住宿费	约 () 日元
2. 伙食费	约 () 日元
3. 前往召开地都道府县的交通费	约 () 日元
其中 飞机 (国际线)	约 () 日元
【利用航空公司: 1. ANA 2. JAL 3. 其他日资公司 4. 非日资公司】	
其中 飞机 (日本国内线)	约 () 日元
其中 铁路	约 () 日元
其中 巴士、出租车、私家车	约 () 日元
4. 召开地都道府县内的交通费	约 () 日元
其中 铁路	约 () 日元
其中 巴士、出租车	约 () 日元
自驾车前往	约 () 日元
停车费	约 () 日元
汽油费	约 () 日元
高速费	约 () 日元
5. 购物费 (土特产)	约 () 日元
6. 观光、娱乐费	约 () 日元
7. 其他	约 () 日元
8. 合计	约 () 日元

(10) 展示會・見本市等参加者アンケート (中国語 繁体)

1. 請問個人資訊。

Q1. 請問您居住的地區為? 【都道府縣 ()】

Q2. 請問您前來的目的為? 【 1.洽商 2.私事 】

Q3. 請問您伴隨參加展覽、商品展覽會，預定住宿幾晚?

【 1.1晚 2.2晚 3.3晚 4.4晚以上□ (天 夜) 5.不住宿】

Q4. 請問您伴隨參加展覽、商品展覽會，預定住宿的地點為?

【 1.舉辦地的市、區內 2.舉辦地的都道府縣內 3.毗鄰的都道府縣內 4.其他】

2. 請問您伴隨參加展覽、商品展覽會的旅程。

Q5. 請問您伴隨參加活動，有無預定在舉辦都道府縣內和周邊觀光?

【 1.有預定觀光 2.無預定 】 →回答 2.者，請跳至Q7。

Q6. 請問預定觀光的地點。

【 1.在舉辦都道府縣內 () 天 2.其他 () 天】

3. 請問交通工具。

Q7. 請問在舉辦都道府縣內的交通工具。請圈選所有使用的交通工具。

【 1. 電車 2. 巴士 3. 計程車 4. 飛機 5. 其他 6. 無 (住在都道府縣內)】

4. 請問這次參加展覽、商品展覽會的費用 (每人)。

預定、概算即可，請填寫。

1.住宿費	約 () 日圓
2.餐飲費	約 () 日圓
3. 至舉辦都道府縣的交通費	約 () 日圓
其中 飛機 (國際線)	約 () 日圓
【搭乘航空公司： 1. ANA 2. JAL 3. 其他日系航空公司 4. 非日系航空公司】	
其中 飛機 (日本國內線)	約 () 日圓
其中 鐵路	約 () 日圓
其中 巴士、計程車、自家轎車	約 () 日圓
4. 舉辦都道府縣內的交通費	約 () 日圓
其中 鐵路	約 () 日圓
其中 巴士、計程車	約 () 日圓
自行開車	約 () 日圓
停車費	約 () 日圓
汽油費	約 () 日圓
高速公路費	約 () 日圓
5. 購物費 (名產)	約 () 日圓
6. 觀光、娛樂費	約 () 日圓
7. 其他	約 () 日圓
8. 合計	約 () 日圓

(1 1) 展示会・見本市等参加者アンケート (韓国語)

1. 귀하에 대한 질문입니다.

Q1. 거주하시는 지역은 어디입니까? 【 도도부현 () 】

Q2. 방문 목적은 무엇입니까? 【 1. 비즈니스 2. 개인적인 목적 】

Q3. 전시회 및 견본시 참가를 위해 며칠간 숙박하실 예정입니까?

【 1. 1박 2. 2박 3. 3박 4. 4박 이상 ⇒ (박 일) 5. 숙박하지 않음 】

Q4. 전시회 및 견본시 참가를 위한 숙박 예정지는 어디입니까?

【 1. 개최지의 시내나 구내 2. 개최지의 도도부현 내 3. 인접한 도도부현 내 4. 기타 】

2. 전시회 및 견본시 참가와 관련된 여정에 대한 질문입니다.

Q5. 행사 참가와 더불어 개최 도도부현 내나 주변 지역을 관광할 예정이 있으십니까?

【 1. 관광 예정 있음 2. 관광 예정 없음 】 → 2라고 응답한 분은 Q7로 이동

Q6. 관광 예정 장소는 어디입니까?

【 1. 개최 도도부현 내에서 ()일 2. 기타 지역에서 ()일 】

3. 교통수단에 대한 질문입니다.

Q7. 개최 도도부현까지 오기 위해 이용한 교통수단은 무엇입니까? 이용한 모든 교통수단에
○를 표시해 주십시오.

【 1. 전철 2. 버스 3. 택시 4. 비행기 5. 기타 6. 없음(도도부현 내 거주) 】

4. 이번 전시회 및 견본시의 참가 비용(1인당)에 대한 질문입니다.

아래의 칸에 기입해 주십시오(예산이나 대략적인 비용이라도 OK).

1. 숙박비	약 ()엔
2. 식음료비	약 ()엔
3. 개최지 도도부현까지의 교통비	약 ()엔
이 중 비행기(국제선)	약 ()엔
【 이용 항공사: 1. ANA 2. JAL 3. 기타 일본 항공사 4. 기타 해외 항공사 】	
이 중 비행기(국내선)	약 ()엔
이 중 철도	약 ()엔
이 중 버스, 택시, 자동차	약 ()엔
4. 개최지 도도부현 내에서의 교통비	약 ()엔
이 중 철도	약 ()엔
이 중 버스, 택시	약 ()엔
자동차를 이용하는 경우	약 ()엔
주차장 이용 요금	약 ()엔
유류비	약 ()엔
고속도로 이용 요금	약 ()엔
5. 쇼핑비(선물 구입비)	약 ()엔
6. 관광 및 오락비	약 ()엔
7. 기타	약 ()엔
8. 합계	약 ()엔