

# 国際会議開催トレンド③

- アジア・大洋州地域の都市別の国際会議開催件数ランキング(2014年)を見ると、我が国では東京の6位が最高。(世界の都市順位では22位)
- 都市のMICE競争力やブランド力の観点からは、我が国は、他の競合国に比べて国際会議を誘致する都市数が多く、開催件数が分散していることを踏まえることが必要。

世界における国別の国際会議開催件数(2014)

順位	国名	件数
1	米国	831
2	ドイツ	659
3	スペイン	578
4	英国	543
5	フランス	533
6	イタリア	452
7	日本	337
8	中国	332
9	オランダ	307
10	ブラジル	291
11	オーストリア	287
12	カナダ	265
13	オーストラリア	260
14	スウェーデン	238
15	ポルトガル	229
16	スイス	226

アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議開催件数ランキング(ICA 2014)

2014年 アジア大洋州・中東地域順位	2014年 世界順位	都市	2014年 開催件数
1位	7位	シンガポール	142件
2位	14位	北京	104件
3位	15位	ソウル	99件
4位	16位	香港	98件
5位	20位	台北	92件
6位	22位	東京	90件
7位	25位	シドニー	82件
8位	28位	クアラルンプール	79件
9位	29位	バンコク	73件
		上海	73件
11位	37位	メルボルン	61件
12位	44位	ドバイ	56件
13位	54位	京都	47件
14位	58位	済州	41件
15位	66位	パリ	38件
16位	67位	プリズベン	37件
17位	69位	釜山	35件
		ニューデリー	35件
26位	125位	札幌	19件
30位	134位	横浜	18件
34位	152位	奈良	16件
		沖縄	16件
38位	164位	福岡	15件
		神戸	15件
47位	208位	名古屋	11件
49位	222位	大阪	10件

出所)ICCA(国際会議協会)統計より作成

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

## MICEブランディング戦略の対象

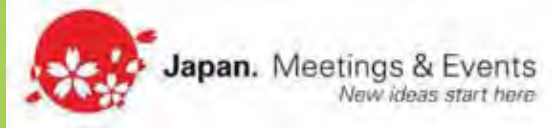


“学会”や“企業” (意志決定者) を対象

## MICEブランディング戦略の事業プロセス



自治体等のステークホルダーと共有化、  
及び海外へのメッセージ発信



日本のMICEブランドのロゴ

## これまでの取組

### MICEアンバサダープログラム

- ・主要分野の国際的リーダー13名をMICEアンバサダーに任命
- ・立候補書類作成、プレゼンテーション資料作成等の支援を実施

### インセンティブ旅行誘致

インセンティブセミナー等を実施

### グローバルMICE都市の選定

- ・全国7都市をグローバルMICE都市に選定
- ・アドバイザー派遣、ステークホルダー連携促進等の集中的な支援を実施

### ユニークベニューのリスト化

- ・ユニークベニューとしての利用促進を図るハンドブックを作成
- ・ユニークベニュー候補を抽出・リスト化

## 今後のさらなる取組

### MICE誘致アンバサダープログラム

より直近の国際会議の誘致案件がある者を毎年20名程度MICE誘致アンバサダー(仮称)に任命し、誘致活動を支援

### インセンティブ旅行の戦略的取組

中国、韓国、アメリカ、タイ、台湾、インドネシア、マレーシアを重点市場として設定し、集中的にプロモーションを実施

### グローバルMICE強化都市の選定・支援

裾野を拡大するため、新たに4都市程度をグローバルMICE強化都市に選定し支援を実施

### ユニークベニューの取組の強化

- ・JNTOに一元的な問い合わせ窓口を設置
- ・日本学術会議との連携を強化

海外プロモーション

国内受入地の魅力向上

国際会議等の誘致を強力に推進

## 現状(第1期)

国際会議開催の拡大を目的に、誘致ポテンシャル等の高さにより、**グローバルMICE戦略・強化都市(現グローバルMICE都市)**を7都市選定し、平成25～26年度に支援事業を実施した。

### ○グローバルMICE都市

東京、横浜、京都市、神戸市、福岡市  
大阪府大阪市、愛知県名古屋市

### ■主な支援内容

- ・MICE業界での経験豊富なコンサルをアドバイザー派遣
- ・業界紙を活用した広告宣伝・海外の記者招聘
- ・ステークホルダー連携促進(セミナーや広報物など)
- ・市場・競合都市調査、学術・産業分野の会議誘致力調査

### ■主な成果 (7都市合計/例示都市)

- ・主な誘致成功会議  
国際メトロポリス会議2016(名古屋市)、  
IAEA核融合エネルギー会議2016(京都市)  
MOF2014(神戸市)、Lattice2015(神戸市)
- ・自治体等からのコメント  
地域におけるMICEの重要性が高まり、連携が深まった。  
異動対象とならないビューロー職員をMICEで確保できた。  
自都市の国際市場におけるポジションが明確化した。

・京都新聞8月16日記事



・上HeadQuarters、下AMI

## 施策(第2期)

「日本再興戦略(平成25年6月14日閣議決定)」で定められた「2030年には、アジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という政府目標を目指し、グローバルレベルのMICE誘致力を有する都市の裾野の拡大を目的に、**新たなグローバルMICE強化都市を4都市程度選定する。**

### ○都市追加の主な理由

- ・中規模国際会議(250～999人)の開催件数は全体の約4割を占める。
- ・外国人参加者数シェア上位10都市で全外国人参加者の80%を占める。

⇒裾野拡大により、MICEの我が国開催のチャンスを拡大

### ■グローバルMICE強化都市

- ・第1期よりさらに踏み込んだ支援を実施  
(ex. 一般紙等を活用した広告宣伝の実施)
- ・第1期と第2期合同の会議を開催し、情報交換等を実施。

平成27～28年度に支援。成果・進捗を評価。

### ■グローバルMICE都市

- ・各都市において、2年間自立的に取組を継続
- ・7都市向けのアドバイザー相談会開催等



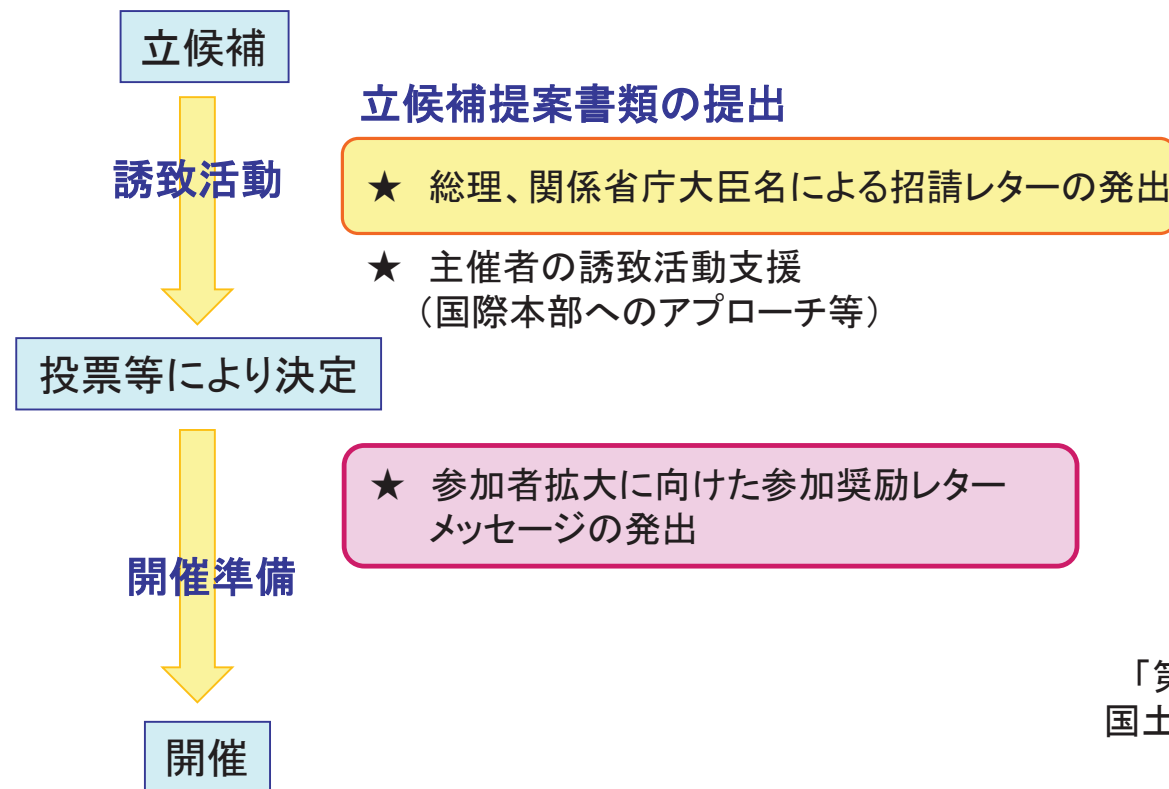
視察中の海外専門家

平成28年度末に4年間の成果を「予算・体制」「その他誘致の取組」「誘致件数」「誘致成功率」などで評価。

# 国際会議誘致のための招請レターの発出

- 国際会議は通常、複数の国から立候補があり、主催団体内の投票等により決定される。その際、開催国政府からの支援状況も重要な判断要素となる。
- このため、各国とも首脳や関係大臣等が誘致支援のための招請レターを発出し、自国への会議誘致に努めている。
- 我が国としても国際会議等の積極的な誘致を図っていくため、会議の成功を国としても支援する姿勢と熱意を示すため、会議開催分野の関係省庁や総理の招請レター発出が重要。

## 【国際会議等の誘致・開催の流れ(立候補後)と国の主な役割】



「第40回ACM SIGIR」誘致のための国土交通大臣名レター (2017年 東京)



# IME2014 (第24回 国際ミーティング・エキスポ) について

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

## 【開催概要】

日時：平成26年12月9日(火)、10日(水)

場所：東京国際フォーラム 展示ホール1

主催：観光庁、日本政府観光局(JNTO)、

(一社)日本コンgress・コンベンション・ビューロー(JCCB)

出展者数：158団体、130小間

※ 海外からは、Busan Metropolitan City、釜山観光公社、香港国際旅行展示会主催者、

MEET TAIWAN、トロント観光局、トルコ共和国大使館・文化広報参事官室 等が出展

来場者数：3,452名

## 【主なプログラム】

① 開会式・内覧会 12月 9日(火) 10:00~10:30

② 展示会・商談会 12月 9日(火) 10:30~19:00  
12月10日(水) 10:00~17:00

③ 基調講演 12月 9日(火) 11:00~11:50  
「観光立国への戦略的視座」 寺島 実郎 氏

(一財)日本総合研究所 理事長、多摩大学 学長、(株)三井物産戦略研究所 会長

④ JNTO国際会議誘致・開催貢献賞授賞式  
12月 9日(火) 13:30~14:30

⑤ MICEシンポジウム2014  
12月10日(水) 13:00~16:30

⑥ インセンティブショーケース商談会  
12月10日(水) 13:00~17:00

