



Japan. Meetings & Events
New ideas start here

MICEの誘致・開催の促進

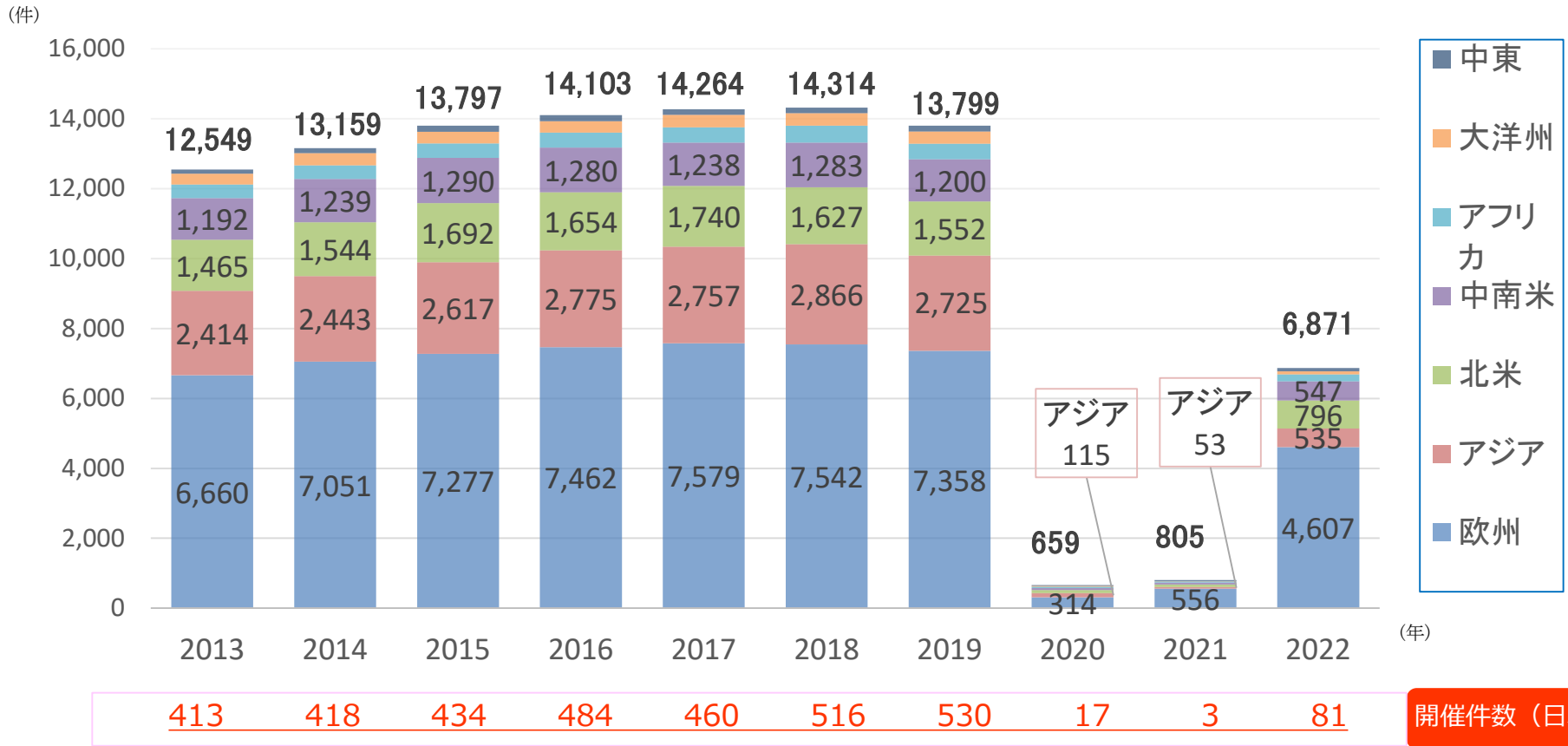
令和5年7月

観光庁 国際観光部 参事官(MICE)

1. 国際会議等の復調とコロナによる 状況変化

世界の国際会議開催件数の推移【対面開催】

- 世界全体の国際会議の開催件数は、2019年までの近年は横ばいであった。2020年以降は新型コロナウイルス感染症の影響で激減したが、2022年に入り急速に回復している。
- 地域別の開催件数については、欧米と比べるとアジアでは回復が遅れている。



資料：ICCA（国際会議協会）資料（2023年（令和5年）5月時点）に基づき観光庁作成
 注1：対面開催＝コロナ禍前と同様に開催されたもの（ハイブリッド開催は含まない）
 注2：本表の各地域は、国際会議協会（ICCA）の区分に基づく

【ICCA基準】2022年 世界における国際会議開催件数

- 2022年は、欧米ではコロナ禍前と同様の対面開催が急速に回復した一方、日本を始めとするアジア諸国では回復が遅れ、ランキングを落とす結果となった。
- 日本は、2019年比での回復度合いをみると、合計開催件数で見ても4割強の回復にとどまっている。

順位	国・地域			合計	(参考)2019年	2019年順位
		対面開催	ハイブリッド			
1	米国	503	187	690	986	1
2	スペイン	442	86	528	614	4
3	イタリア	415	107	522	595	5
4	ドイツ	399	85	484	745	2
5	フランス	390	82	472	615	3
6	英国	335	114	449	592	6
7	ポルトガル	252	42	294	355	10
8	オランダ	204	49	253	367	9
9	ベルギー	196	38	234	248	14
10	カナダ	176	57	233	348	11
11	オーストリア	187	45	232	238	16
12	日本	81	147	228	530	8
⋮						
26	中国	29	80	109	545	7

- 2022年は、対面開催及びハイブリッド開催とも日本が1位となった。
- ただし、2019年比での回復度合いをみると、韓国やシンガポールなどでは日本より回復が進んでいる。

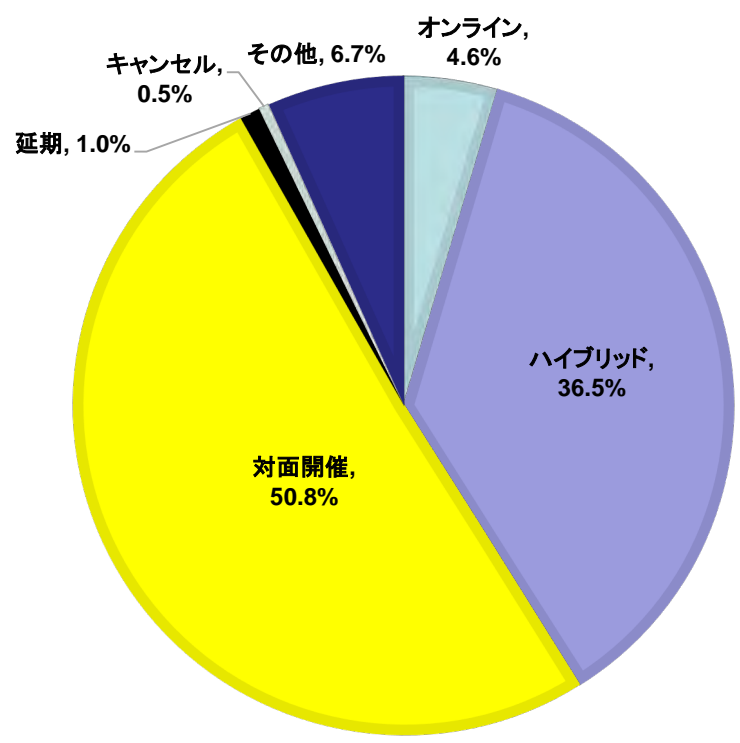
順位	国・地域			合計	(参考)2019年	2019年順位
		対面開催	ハイブリッド			
1	日本	81	147	228	530	2
2	韓国	77	85	162	253	4
3	オーストラリア	76	42	118	275	3
4	中国	29	80	109	545	1
5	シンガポール	70	31	101	152	8
6	台湾	19	71	90	163	6
7	タイ	54	27	81	171	5
8	マレーシア	42	27	69	142	9
9	インド	47	21	68	163	6
10	インドネシア	30	13	43	104	10

資料：ICCA（国際会議協会）資料（2023年（令和5年）5月時点）に基づき観光庁作成

ポストコロナにおける世界のMICE関係者の意識

- 本年3月発表の調査では、コロナ禍を経て、国際会議については、対面開催への回帰、ハイブリッド形式の活用が多くみられる。
- また主催団体が開催地に求める要件はこの3年間に変化。環境や開催地、社会にもたらす影響・インパクトをより重要視するようになってきている。
- ※ なお、企業においても、イベント開催地やインセンティブ旅行先等の検討に際し、今後はサステナビリティへの取組や地域・社会への貢献を重視する傾向。

2023年に計画している最大の会議の開催形態



コロナ以降の、会議開催立候補地への提案依頼書 (RFP)における変化(2021年~2023年)

	2021	2022	2023
Yes	26%	30%	44%
No	40%	40%	40%
N/A	34%	30%	17%

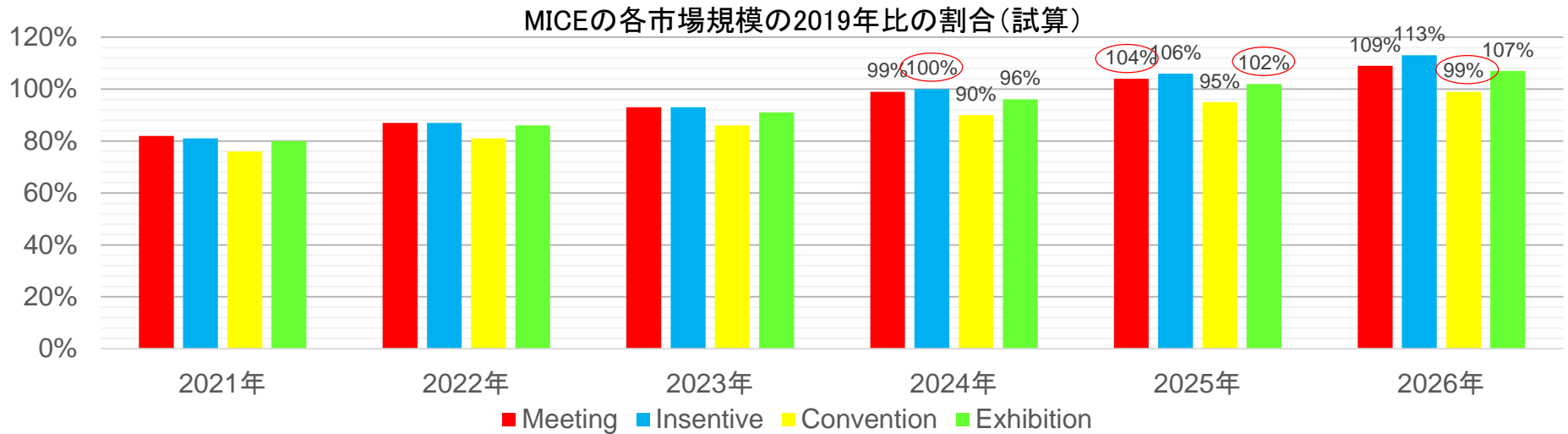
過去3年間の開催立候補地への提案依頼書における変化で、最も言及されていた内容

- ・ハイブリッド/デジタル対応
- ・開催地におけるサステナビリティ(持続可能性)への取組要件
- ・会議スペースの変化
- ・開催地におけるレガシーへの要件
- ・PCOへの要求
- ・コロナ対応、リスク対応、不可抗力条項
- ・DEI(多様性・公正性・包摂性)への対応
- ・会議参加者数の変化(増加・減少ともに)

出典: Association meeting needs ICCA 2023 Association Survey
より観光庁作成

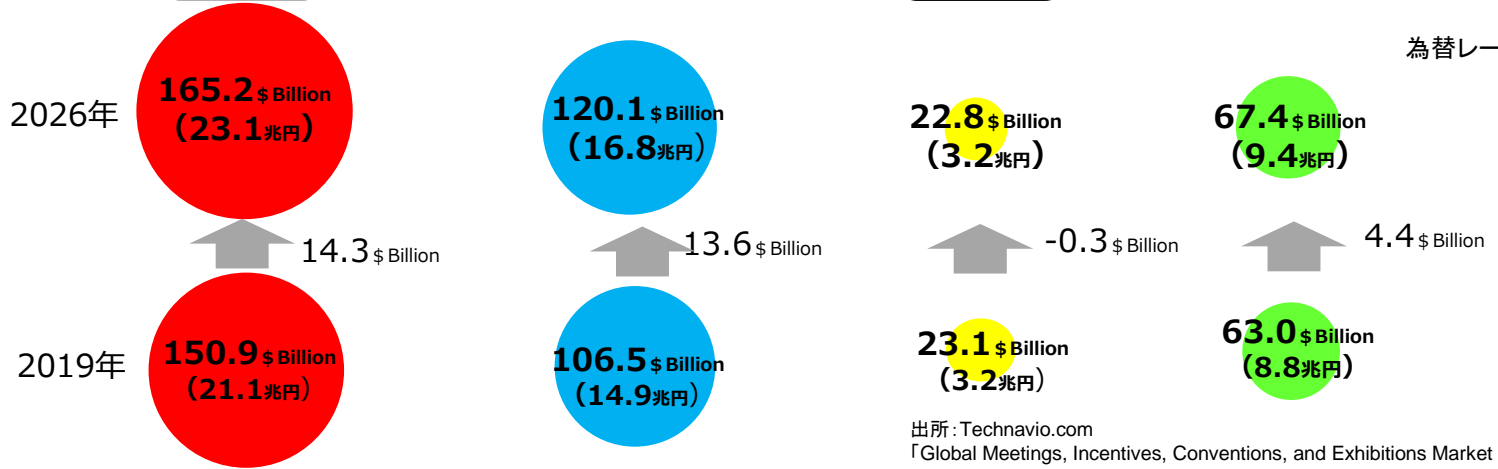
世界のMICE市場のコロナ禍からの回復について（2019年との比較）

- 世界のMICE市場は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け大きく縮小したが、徐々にその影響から脱しつつある。
- 国際的な調査会社の見通しでは、MICE各分野の市場を2019年比でみると、インセンティブ旅行は2024年に、ミーティング、展示会は2025年にはコロナ前水準に回復し、国際会議等も2026年にはほぼ回復するとの予測もある。
- 市場の規模や成長率の観点からは、世界的なM・I・E市場の成長に着目していくことも重要。



市場規模の変化

- ミーティング
- インセンティブ
- 国際会議等
- 展示会



為替レート：1 \$ = 140円で換算

出所：Technavio.com
「Global Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Market 2022-2026」をもとに観光庁試算

2. 最近のMICE推進施策の動向

観光立国の実現に向けた政府の取組及びMICEに係る目標

2007年 1月 観光立国推進基本法施行（議員立法）
 6月 観光立国推進基本計画（閣議決定）
 2008年10月 観光庁発足（麻生内閣）

MICE目標：
 「今後5年以内に我が国における国際会議の開催件数を5割以上伸ばし、アジアにおける最大の開催国」

2012年 3月 観光立国推進基本計画改定（閣議決定）
 11月 「MICE国際競争力強化委員会」設置

MICE目標：
 「今後5年以内に我が国における国際会議の開催件数を5割以上伸ばし、アジアにおける最大の開催国」

2013年 3月 観光立国推進閣僚会議設置（安倍内閣）
 6月 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」
 「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」（閣議決定）

MICE目標：
 「2030年には、アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」

2017年 3月 観光立国推進基本計画改定（閣議決定）
 5月 「観光ビジョン実現プログラム2017」決定

MICE目標：
 「2020年までに国際会議開催件数をアジア主要5ヶ国において全体の3割以上を占めるアジア最大の開催国の地位を維持する」

2018年 7月 「MICE国際競争力強化委員会 提言」策定

MICE関連訪日外国人消費相当額 （2016年1,500億円）
 2020年目標 3,000億円 ⇒ 2030年目標 8,000億円

2023年 3月 観光立国推進基本計画改定（閣議決定）

MICE目標：
 「国際会議の開催件数について、2025年までにアジア主要国における最大の開催国の地位を奪還する（アジア主要国でシェア3割以上）」

2023年 5月 新時代のインバウンド拡大アクションプラン（観光立国推進閣僚会議決定）

MICE目標：
 「2030年までにアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位、世界5位以内」
 「2025年までに展示会・見本市への外国人参加者数を2割増加させる。」

観光立国推進基本計画（MICE推進関係部分抜粋）

① コロナによる変化を踏まえたMICE誘致・開催の意義の発信

コロナ禍によりMICEは一時、開催中止・延期やオンライン形式への変更等、大きな影響を受けたが、近時は、人々が対面で集まる意義や価値が再評価されてきており、世界的に実地開催の再開が進んでいる。

こうした中で我が国においてMICE誘致・開催への意欲や関心が低下し、世界的な誘致競争に後れをとることのないよう、MICEがもたらす経済効果や、ビジネス機会・イノベーションの創出、国や開催地のブランド力等の向上、旅行需要の平準化等のMICEの意義や効果について、コロナ禍による変化も踏まえて改めて整理し、国内関係者に発信する。

② 政府一体となったMICE誘致・開催

大阪・関西万博等の開催の機会も捉え、我が国がMICE開催地として注目が高まるよう、政府としても、各種国際会議を積極的に再開・開催するとともに、様々な分野でMICE誘致・開催への働きかけや支援を行う。

その際、関係大臣による招請レター発出、在外公館でのレセプション開催等、政府一体となったMICE誘致・開催支援を進める。これにより、我が国のアジア最有力MICEデスティネーションとしてのイメージを世界的に構築し、大阪・関西万博開催後のレガシーとしていくことを目指す。

③ MICE開催地としての地域の魅力向上・発信

ユニークベニユーの活用促進、MICE参加者向け体験コンテンツの造成等、MICE開催地としての地域の魅力の向上を図るほか、コンベンションビューローと観光地域づくり法人（DMO）との連携強化等、MICE施策と観光施策との連携を進める。

④ JNTO（日本政府観光局）等によるMICE誘致活動の強化

JNTOにおいて、我が国の強みや魅力、開催地におけるサステナビリティの取組等に関する情報の発信、国際団体等へのプロモーション強化等のMICE誘致活動を強化する。

またJNTOと在外公館等との連携による海外広報の強化や、コンベンションビューロー・地方公共団体における誘致力強化への取組支援を行う。

⑤ MICE誘致の国際競争力の向上のための基盤整備

MICE開催に伴う人の交流から派生する付加価値を産業振興やイノベーション促進等につなげるため、関係省庁の連携を強化する。

また、大学、研究機関等のMICE誘致・開催活動を促進するとともに、国内MICE関係者とMICE関連国際団体との連携強化を進める。MICE分野の人材の確保・育成のため、MICE関連業界の認知度向上、デジタルリテラシーやサステナビリティ等新たな課題への取組能力の向上を図る。展示会分野では、引き続き、我が国の展示会産業の国際化を推進するため、第三者認証制度の運用支援等により、展示会統計に係る透明性、信頼性の向上を図る。

新時代のインバウンド拡大アクションプラン 概要

【観光立国推進基本計画（第4次）の目標】 ①訪日外国人旅行消費額：早期5兆円達成／②訪日外国人旅行者数：2025年までに3200万人（2019年水準）超え

- これまでの「外国人観光客を呼び込む」という観点から更に視野を広げて、インバウンド需要をより大きく効果的に根付かせる方策を検討・取りまとめ
- 以下3分野における約80の施策によって、国際的な人的交流を伴う取組の深化と掘り起しにより、インバウンドの着実な拡大を図る

I. ビジネス分野(40施策)

モノの流れだけでなくヒトの動きを促すことに注力し、日本を舞台とするビジネス交流の拡大を図りながら、国際的なビジネスネットワークの結節点として新たな価値の創造・発信と世界経済におけるプレゼンス向上を図る。

1. 投資拡大の機会を捉えたビジネス交流の促進
 - ・ビジネス交流拡大にも資する国内投資の拡大や開発拠点の整備[1]
 - ・海外企業経営者層等の招へい・ビジネスマッチング拡大、国内外のスタートアップ・エコシステムのネットワーク強化等 [1]-[4]
2. 国際金融センターの我が国における拠点化
3. 外国人に対する粒子線治療等の医療の提供
4. ビジネスマッチング等を通じた海外企業関係者等との交流拡大
 - ・世界的なVC等の招へいイベント開催[7]
5. 国際会議、国際見本市等の積極的な開催・誘致
 - ・ジャパンモビリティショーや東京クリエイティブサロン等のグローバル化促進によるビジネス交流の拡大[15]
 - ・外資系企業や日本の大手企業等、グローバルに事業展開を行う企業会議の日本開催の促進 [16]
6. 産業資源の活用による新たなビジネス交流需要の獲得
 - ・地域に眠るデザイン資源や、企業の倉庫に眠るアート等を発掘・可視化等を行い、ビジネスインバウンド客向けの延泊・地方送客のための新市場を創出[31]
7. 人的交流の促進
 - ・国際的なリモートワーカー（デジタルノマド）呼び込みのためのビザ・在留資格などについて本年度中の制度化[36]
 - ・訪日プロモーションにおけるJNTO海外事務所と在外公館の連携強化[40]

II. 教育・研究分野(13施策)

大学等の研究力の強化、海外の研究拠点の呼び込み、国際学会の積極的な開催・誘致を図り、日本の大学や研究機関のレベルアップと国際頭脳循環の推進を図る。留学生の受入れ促進や教育の国際化により、教育分野の人的交流を促進する。

1. グローバル・スタートアップ・キャンパス構想の推進
 - ・海外トップ大学等とも連携した、研究機能とインキュベーション機能を兼ね備えたグローバル拠点の創設[41]
2. 世界トップレベルの研究人材の交流促進
 - ・10兆円規模の大学ファンドによる国際卓越研究大学への支援や、地域の中核大学・特定分野の強みを持つ大学の強化による、研究環境の整備[42][43]
 - ・世界トップレベルの研究水準を誇る国際研究拠点の形成、国際共同研究に対する戦略的・機動的な支援による、国際頭脳循環の推進[44][46]
3. 留学生等の積極的な受入れ
 - ・各国の学生の留学を巡る諸情報の収集・分析、リクルーティングや広報の強化、高校生の国際交流の促進、大学の国際化の推進等により、2033年までに外国人留学生受入数40万人を実現 [47]-[49]
4. 国際学会の積極的な開催・誘致
 - ・国際卓越研究大学における国際学会開催数等の評価、海外のトップ研究者との国際共同研究の支援[50]
 - ・国際学会等の開催に向けた支援、関係省庁間の連携[51]
 - ・重要な学会等国際会議の主催者等への助成[53]

III. 文化芸術・スポーツ・自然分野(25施策)

文化芸術の国際発信強化とグローバル展開をビジネスの観点を取り入れつつ戦略的に進めるとともに、スポーツ産業の拡大に向けてビジネスの視点での施策を展開するほか、自然体験を楽しむ特色ある取組を全国各地で創出する。

1. 海外向けコンテンツビジネスの育成・発展
 - ・個別の作品を超えて作家ごとの海外展開等を行う仲介者への支援や翻訳家の育成等によるコンテンツの海外展開支援[54]
 - ・官民連携によるトップアーティストの発掘、グローバルレベルでのキャリアを積み場への参加等の育成支援[56]
 - ・メディア芸術分野振興の中核となる国際拠点整備[57]
 - ・先進的なデジタル技術を活用したコンテンツ創出支援等による映像コンテンツ産業の海外展開推進・デジタル化[61]
 - ・海外に開かれた文化芸術拠点となる国際的なアートフェアの誘致等の拡大[62]
2. スポーツコンテンツビジネスの国際展開・スポーツツーリズムの推進
 - ・バーチャル空間等の先端技術の活用によるスポーツ環境の向上、スポーツと他産業との連携による事業創出の推進[67]
 - ・スポーツ団体によるスポーツイベントを活用した観戦ツアー・競技体験・交流会等の特別なコンテンツの提供等[68]
 - ・海外の道場と繋ぐオンライン稽古やミニ武道体験等、武道等に着目したスポーツツーリズムを契機とした地方誘客の促進[69]
3. ナイトタイム等におけるコンテンツの充実
 - ・美術館・博物館の早朝・夜間開館をはじめとした文化資源の活用、特別な体験の提供[71]
4. 国際会議・国際見本市等の積極的な開催・誘致
 - ・世界遺産をはじめとする文化財の技術的活用の促進[73]
5. 少数限定の宿泊体験・体験型コンテンツの提供
 - ・民間提案による国立公園利用の魅力向上に向けた複数国立公園における具体的事業構想の検討、先端モデル地域の決定[76]

- ✓ ビジネス目的での訪日外国人旅行消費額を2割増加 (7,200億円 (R1) ⇒ 8,600億円 (R7))
- ✓ 国際会議の開催件数(※教育・研究分野等で行われるものを含む) ・アジアNo.1の開催国として不動の地位、世界5位以内(R12)
- ✓ 展示会・見本市への外国人参加者数を2割増加 (139千人 (R1) ⇒ 167千人 (R7))

- ✓ 海外からの研究者の受入れ数を2割増加 (13千人 (R1) ⇒ 16千人 (R7))
- ✓ 科学技術・自然・医療・社会分野等に係る国際会議への外国人参加者数を2割増加 (155千人 (R1) ⇒ 186千人 (R7))

- ✓ 世界のアート市場における我が国の売上額シェアを7位に引き上げ (ランク外 (R1) ⇒ 7位 (R7))
- ✓ スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を2割増加 (229万人 (R1) ⇒ 270万人 (R7))

本アクションプランのフォローアップを行い、進捗の点検と取組の一層の充実・強化を図る

沖縄で実施した施策（R4年度事業：インセンティブ旅行支援）

事業概要

インセンティブ旅行に関する高度な知識と経験を有し、国際的な視点から助言のできるコンサルタントを派遣し、ノウハウを提供。加えて国内のミーティングプランナーや旅行代理店等によるファミトリップを実施し、コンテンツの磨き上げによりインセンティブ旅行誘致を促進。

令和4年度はトレーニングの都市として沖縄、長崎を支援。ファミトリップを札幌、福岡にて実施した。

事業内容（沖縄）

視察

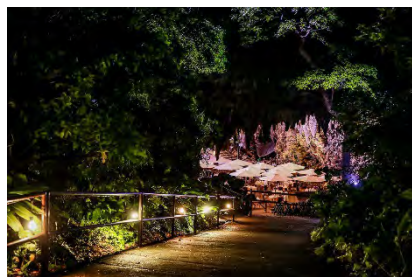
ユニークベニューや外資系ホテル、体験コンテンツなど、インセンティブ旅行で活用される見込みのある施設の視察及びコンサルタントによる講評



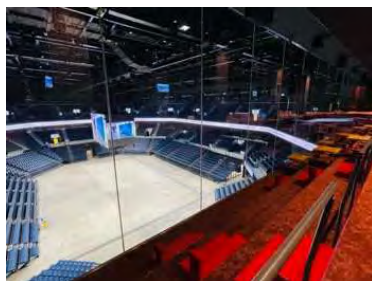
DMMかりゆし水族館



琉球ホテル&リゾート



ガンガラーの谷



沖縄アリーナ

研修

- ミーティング&インセンティブ旅行概論
- ミーティング&インセンティブ旅行のトレンド
- プロモーション（リアルコミュニケーション、デジタルマーケティング）
- SWOT分析による地域の課題と成功要因の抽出
- 事業戦略（案）やアクションプランについて



MICE関連の令和4年度補正予算事業及び令和5年度の主な施策

MICE誘致の国際競争力の強化・開催地の魅力向上と基盤の整備

<令和4年度補正予算事業（400百万円）>

- ◆ ポストコロナに向けた国際会議誘致競争力向上事業（269百万円）
 - ・ 実地参加人数の増加など開催効果の拡大や今後の誘致力向上に向け、実地開催される国際会議について、ユニークベニュー活用やエクスカージョン、レガシー創出等についての取組を実証
- ◆ 海外からのM/I旅行誘致競争力向上事業（83百万円）
 - ・ ミーティング・インセンティブ旅行者向けの観光コンテンツの開発及びユニークベニューを利用した新たなメニューの開発、PR動画等の作成
- ◆ MICE誘致都市のサステナビリティへの取組実証（21百万円）
 - ・ サステナビリティに関する国際評価指標の取得等を通じ、我が国都市の課題の把握、更なる取組の促進等
- ◆ 国際会議の開催に係るCO2排出量測定モデル制作等業務（26百万円）
 - ・ 主催者によるCO2排出量削減等の取組を促すとともに国際会議の誘致・開催時に活用すべく、CO2排出量測定モデルの開発等の実施

<令和5年度当初予算事業>

- ◆ 国際会議誘致に関する国際競争力の強化（20百万円（継続））
 - ・ 各都市の誘致力強化を支援、サステナビリティ等の課題にも対応。
- ◆ インセンティブ旅行の誘致力の向上（14百万円（継続））
 - ・ 各都市の誘致力強化を支援、ファミトリップも実施。
- ◆ MICE施設の的確な運営（15百万円（継続））
 - ・ コンセプション導入に向けた実現可能性等を調査。
- ◆ 国際MICEにおける消費額等の算出（15百万円（継続））
 - ・ コロナ以降の状況も踏まえた、国際会議の一人当たりの消費額等の算出。

MICE開催件数、外国人実地参加者数、外国人滞在消費額等の早期回復

JNTOのマーケティング展開・開催円滑化

JNTO：6,540百万円の内数(JNTO運営費交付金)

<令和5年度>

- ◆ 日本が安心・安全であり、魅力的なMICE開催地であることの情報発信
- ◆ 国際PCO協会とのデスティネーションパートナーシップやMICEアンバサダープログラム等を活用した国際会議誘致支援の強化
- ◆ ポストコロナにおけるインセンティブ旅行ニーズに対応した誘致・開催支援
- ◆ データを活用したマーケティングによるMICE誘致力強化
- ◆ MICEを支える人材の育成

- ・ 日本のMICE開催地としての認知度向上
- ・ 具体的な誘致案件の発掘
- ・ 地方への誘客

大阪・関西万博との連携（テーマウィーク）

- 協会は、テーマウィークの8つのテーマを2023年6月2日に発表。（各日程は、本年秋頃に決定予定）
- アクションプランに登録された関係省庁の取組について、各テーマウィークに合わせた実施を検討。また、公式参加国、自治体など様々な主体が、会場内外での実施に向け今後調整。

テーマ（ウィーク名）	テーマ（問い）
地球の未来と生物多様性 ウィーク	豊かで多様ないのちが住む地球を未来に残すために、私たちは何をすべきか？
健康とウェルビーイング ウィーク	一人ひとりのウェルビーイングが共鳴する社会をどう実現するか？
平和と人権 ウィーク	あらゆる差別をなくし、互いを尊重し合う社会を実現するために、世界は何をすべきか？
食と暮らしの未来 ウィーク	全ての人々が食と暮らしに困ることがない未来はどのようにすれば実現できるのか？
学びと遊び ウィーク	AI時代において人は何を学べば良いのか？
未来への文化共創 ウィーク	多様な文化が共鳴し、未来への文化が共創されるために、私たちは何をすべきか？
未来のコミュニティとモビリティウィーク	誰もがその人らしく生きられるコミュニティとは？
SDGs+Beyond いのち輝く未来社会 ウィーク	SDGsは達成できるか？ そして、その先はどうする？

「テーマウィーク」とは

地球規模の課題を週単位でテーマとして設定し、本格的な対話プログラムや国際ビジネス交流を実施



<クロスカuttingイニシアチブ>

経済・イノベーション

人口動態・少子高齢社会

次世代・インクルージョン



NEW IDEAS START HERE



Japan. Meetings & Events
New ideas start here