

W h a t ' s

M I C E

— 国際都市東京をつくるビジネスイベント —



Tokyo Tokyo Old meets New

はじめに

M I C Eとは、M:Meeting (企業系会議)、I :Incentive (企業の報奨・研修旅行)、C : Convention (国際会議)、E : Exhibition/Event (展示会・イベント等) を総称した言葉です。M I C Eは多くの訪問客を獲得する機会になるだけでなく、企業活動や学術会議が開催されることにより、開催都市におけるビジネスの発展等にもつながるため、世界中の様々な都市がM I C Eの誘致に取り組んでいます。

M I C Eの誘致を巡る競争が激化するなか、東京都は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、世界から注目が集まる絶好の機会を生かし、M I C Eの誘致を強化することで、東京を世界一の都市へと発展させていかなければなりません。

平成28年(2016)年、東京都は「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020年に向けた実行プラン～」[※]を策定しました。その政策の柱の一つとして、東京都は「世界に冠たる観光都市・東京の実現」を標榜し、2020年までに年間訪都外国人旅行者数を2,500万人とする目標を設定しています。また、M I C E誘致については、開催都市としての東京の魅力を効果的にPRするとともに、主催者等に対する支援制度の充実や都内各地域における受入環境の向上を図ることで、2024年までに都内における国際会議の開催件数を年間330件まで引き上げるとの目標を掲げました。

※東京都政策企画局ウェブサイト「2020年に向けた実行プラン」
http://www.seisakukikaku.metro.tokyo.jp/actionplan_for_2020/index.html

「M I C Eの誘致」は主催者や自治体、コンベンションビューローだけで実現できるものではなく、関連事業者の方々のご協力、地域の皆様のご理解が必要不可欠です。本パンフレットは皆さんにM I C Eとはどのようなものなのか、東京都がM I C Eの誘致のためにどのような事業を行っているのかをお伝えするために作成しました。本パンフレットが関連事業に従事する方々の参考となり、皆様に東京都におけるM I C Eの開催に興味をもって頂くきっかけとなることを願っております。



Contents

2P MICEの概要

MICEとは？

10P 国際会議

Convention（国際会議）とは？

国際会議を東京に誘致するために

新たな国際会議を東京で開催する団体への支援

18P 企業系会議／企業の報奨・研修旅行

Meeting（企業系会議）とは？

Incentive（企業の報奨・研修旅行）とは？

企業系会議／企業の報奨・研修旅行を東京に誘致するために

26P 展示会・イベント等

展示会とは？

東京における展示会の国際化を推進するために

イベントとは？

国際イベントを東京に誘致するために

新たな国際イベントを東京で開催する団体への支援

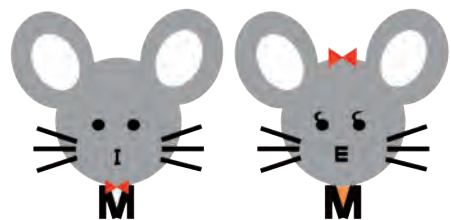
30P MICE共通サポート

38P 用語集

登場キャラクター

生まれも育ちも東京。

好奇心が旺盛でMICEに興味シンシン。



マイチュくん

マイチュちゃん

MICEの概要

東京でMICEが開催されると、開催都市に多くの参加者が集まるだけでなく、ビジネス関係者・研究者との交流が生まれる等、開催都市に様々なプラスの効果をもたらされます。世界中の多くの都市がMICEの誘致に力を入れるなか、東京都ではどのような取組を行っているのでしょうか。

MICE※とは？

※欧米諸国ではビジネスミーティングやビジネスイベントと呼ばれることも多くあります

企業等の会議、企業等の行う報奨・研修旅行、国際機関や産業団体、学会等が主催する国際会議、展示会・見本市、イベントの頭文字をつなげた言葉で、学術研究・業界等のさらなる発展を目的とするビジネスイベントの総称です。



Meeting (企業系会議)

複数の海外拠点を有する国内外の企業等が海外から管理者や従業員等を一カ所に集めて行う会議や商品発表会



Incentive (企業の報奨・研修旅行)

企業が、従業員や代理店等の表彰、研修、顧客の招待等の目的で実施する旅行



Convention (国際会議)

国家機関、国際機関・団体、学会や協会等が主催または後援する会議



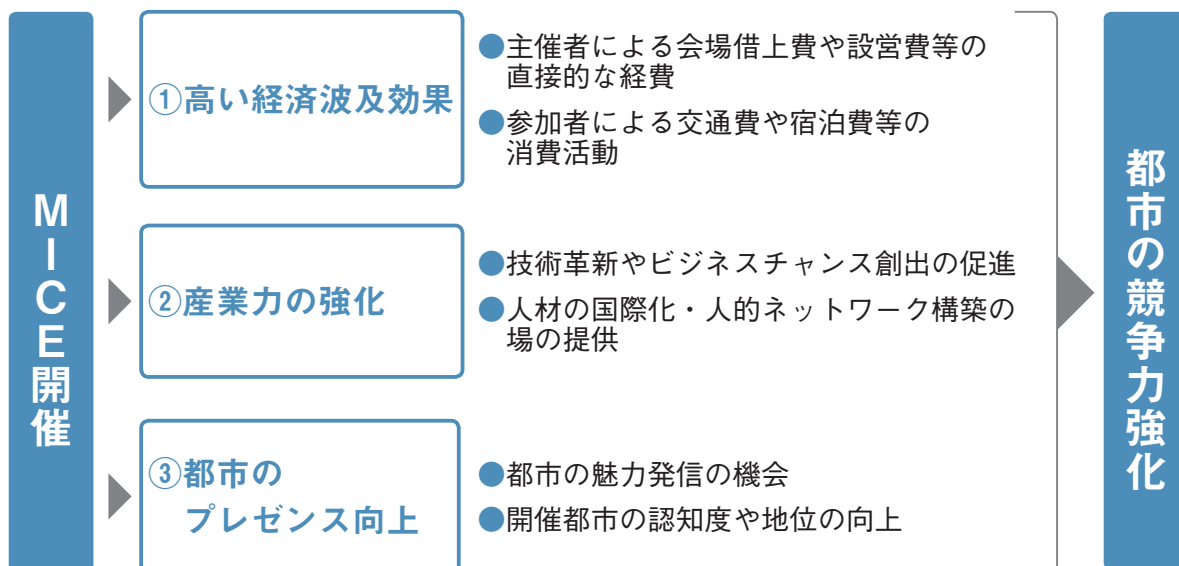
Exhibition/Event (展示会・イベント等)

国際機関・団体、協会、民間企業等が主催または後援する展示会、国際見本市、スポーツや文化イベント等



MICE開催のメリット

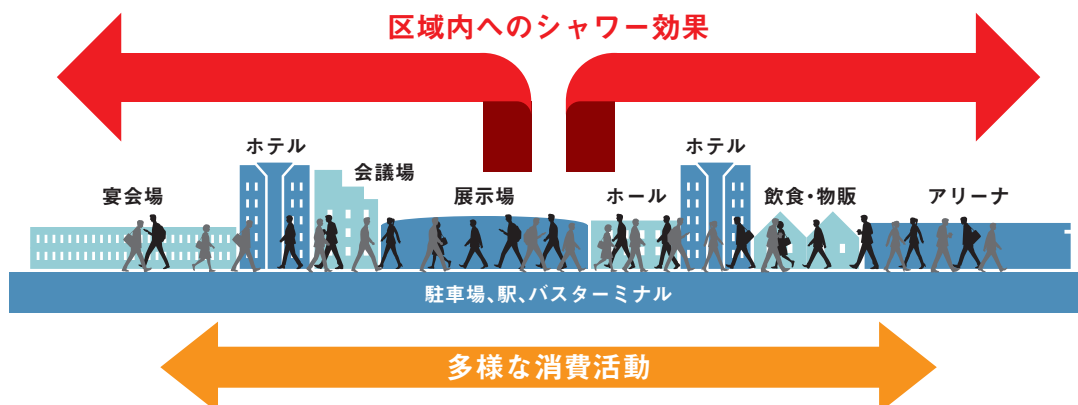
MICE開催によって①高い経済波及効果、②産業力の強化、③都市のプレゼンス向上が見込まれ、都市の競争力強化につながります。



①高い経済波及効果

MICE開催を通じた、主催者・参加者等の消費支出は、開催都市を中心に大きな経済効果を生み出します。

- MICEが開催されると、海外から多くの参加者が東京に集まります。それに伴い、参加者の交通、宿泊、飲食等、滞在中の多様な消費活動が生じます。加えて、会場の借上や設営等、MICEの開催自体に多くの経費が必要になるため、開催都市に及ぼす経済波及効果は非常に大きいと考えられています。
- MICE終了後、休暇を取得して、日本国内を旅行する方も多いことから、開催都市だけではなく、日本全国へ消費が波及します。
- 参加者による家族を伴ったレジャーでの再来訪が見込めることや、社会的影響力や情報発信力の高い参加者の口コミ等の効果により、新たな旅行者の獲得が期待できます。



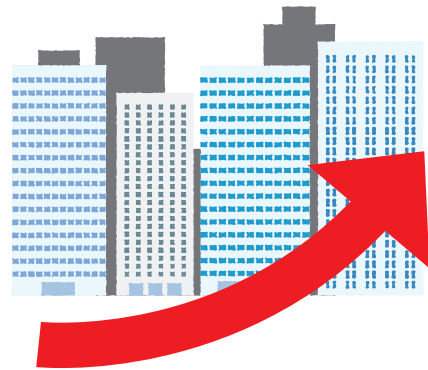
②産業力の強化

- 国内の学会・企業等にとって、MICE開催は世界の研究や企業活動等をリードする契機になるとともに、人材の国際化を進める絶好の機会となります。
- 海外参加者と国内参加者の人的ネットワークを強め、新たなビジネスや共同研究、イノベーションの創出等に大きな効果があります。
- 参加者にとっては、最新の研究成果に触れられるだけでなく、自らの研究で技術等を世界に発信する重要な機会となります。



③都市のプレゼンス向上

- MICE開催による集客は、ビジネス機会の創出や成長分野における産業振興、都市の魅力発信等を通じて、開催都市としてのプレゼンス向上に大きく寄与します。
- 大規模な国際会議等は、都市の名称を冠とした行事（「○○宣言の採択」等）が行われることが多く、開催都市の認知度や地位の向上等の効果が見込まれます。
- 海外から一度に多くの訪問者を迎えることから、東京が持つ様々な魅力を世界に発信する絶好の機会となります。



約5,000名参加の大規模国際会議開催時の事例

プレス登録

20か国以上の国々から約200名がプレス登録(国内140名、海外60名)

開催期間中の国内外での報道

新聞報道60件以上、雑誌40件以上、Web60件以上

その他

プレ大会でのPR、関連団体によるPR、開催都市でもプレイベント開催等

世界中の方が「東京」を知るきっかけになります

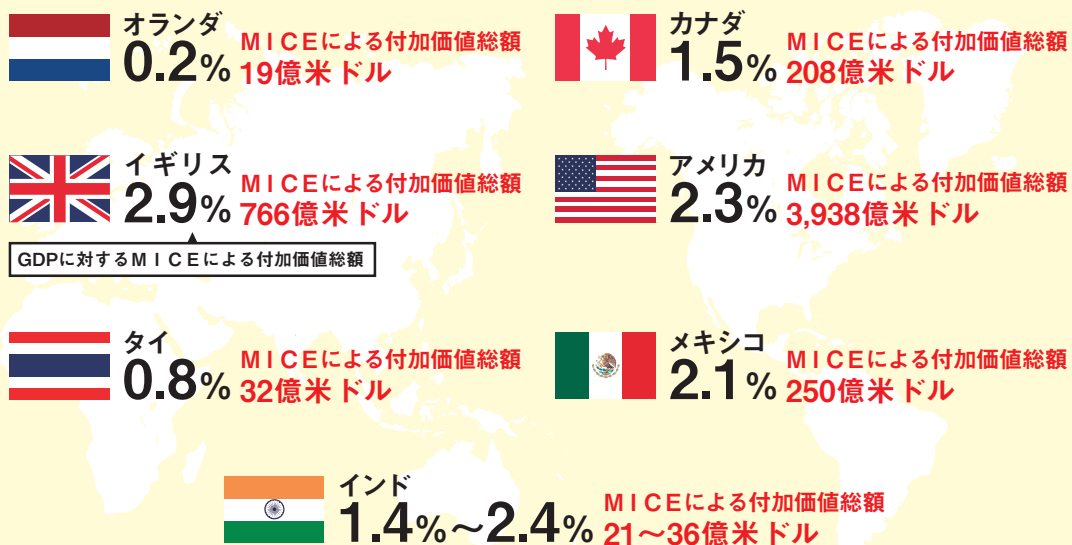


Q MICEにはどのような人が参加しているのでしょうか？



A 世界中の研究者や企業のマネジメント層等、MICEの参加者は社会・ビジネス上の地位や所得等が比較的高く、自国での影響力が強い傾向があると言われています。そのため、一般の個人の観光旅行者よりも滞在中の消費額が高く、口コミ等による効果も期待できます。

各国のGDPに対するMICE市場規模の比率



(出典)観光庁第5回MICE国際競争力強化委員会説明資料より作成。 ※各国ごとに調査年、計測方法、対象が異なるため、一律に比較はできません。

世界で激化する誘致競争

例えば、国際会議であれば、北米⇒欧州⇒アジアのように、開催都市がローテーションで決まるものもあることから、MICEの誘致において、東京はアジアの各都市と競合するケースが多くあります。MICEの開催は都市の競争力強化につながることから、各国が戦略的に誘致に取り組んでいます。



韓国

2009年に政府が定めた17の成長分野の一つに高付加サービス産業としてMICEを位置づけ、2018年までに国内GDPに占めるMICEの割合を1.5%とする目標を設定しています。さらに、2013年3月に韓国政府は「2013年経済政策方向」を通じ、観光とMICEを含めた「創造型サービス産業の育成」計画を発表し、MICEへの支援強化を表明しました。



オーストラリア

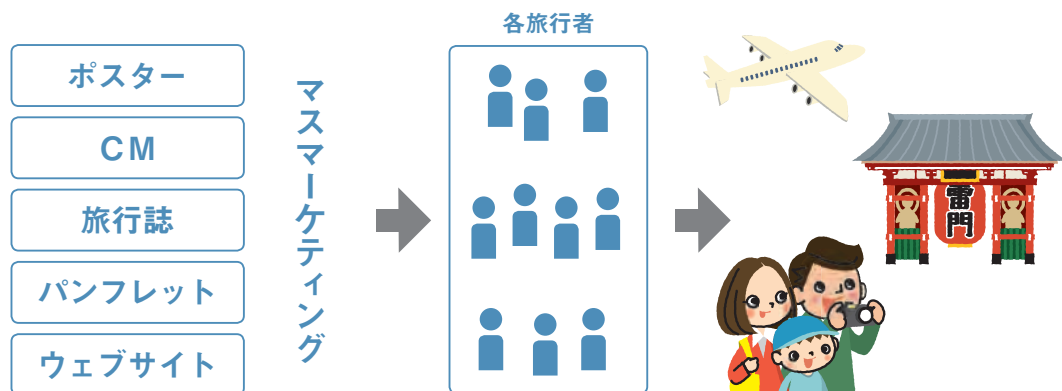
MICEを経済成長の重要産業と位置づけ、2008年には「国家ビジネスイベント戦略2020」を策定しました。

このなかで、MICE産業で、オーストラリア経済全体の付加価値総額の2%を産出すると設定しています。

個人の観光旅行とMICE誘致手法の違い

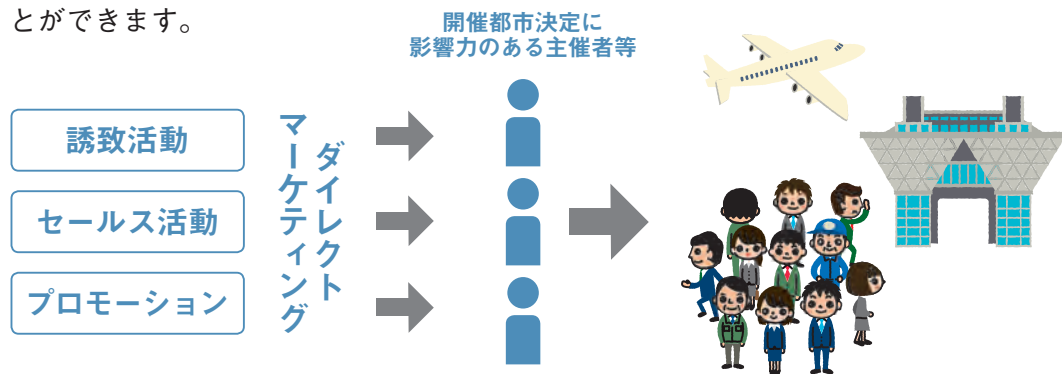
個人の観光旅行

行先は個人の判断により決定されます。そのため、東京の旅行地としての魅力を効果の高い手法で海外に広く発信し、その浸透を図ることが重要です。それぞれの国や地域ごとの特性や消費活動の特色に着目しながら、不特定多数に向けて、東京の魅力を発信しています。



MICE誘致

開催都市は理事会での投票や企業のマネジメント層によって決定されます。そのため、MICEを誘致するには、主催者等、開催都市決定に影響のある特定の人物に、東京の魅力を知らせてもらうためアプローチをする必要があります。一度に多くの参加者が集まるMICEを開催することで、多くの方に東京を訪れてもらうことができます。



世界中の都市がMICEの誘致に戦略的に取り組んでおり、競争は激しさを増しています。しかしながら、誘致の主体となる主催者等にはノウハウや開催都市のセールスポイント等の知識が乏しいことが多く、効率的に誘致活動を進めるのが困難な状況にあります。そこで、東京都や（公財）東京観光財団※が一体となって様々なサポートを提供し、MICEの誘致をお手伝いしています。

※自治体ごとにMICE誘致等を目的として、地域のMICE関連事業者等とともに都市のマーケティング等を担う非営利組織であるコンベンションビューローを設置しています。東京都では（公財）東京観光財団がコンベンションビューローの役割を担っています。

東京の強みと課題

今後、東京がMICE誘致をさらに推進していくためには、産業の集積や都市インフラの充実等、東京の持つ強みや資源をより一層生かしていくとともに、課題への確に対応していくことが必要です。

東京の強み

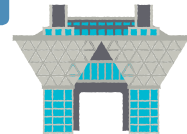
学術・産業の集積

グローバル企業だけでなく、多様な産業や高度な技術力を有する企業、学術・研究機関が多数集積しています



充実した関連施設

様々な質や価格帯を有する多様なMICE受入施設が集積しています



良質なサービス

ホテル等の関連施設の品質やホスピタリティマインドが高く、顧客にとって快適な環境が整っています



豊富な観光資源

魅力的な観光資源が多数存在しています



伝統と革新

独自の伝統と最先端の文化が共存・集積しています



東京の課題

グローバル対応の遅れ

- 都内MICE関連事業者について、グローバルレベルのビジネス・サービススキルの向上を図ることが必要。
- 市場動向、都市のポテンシャル等を踏まえたターゲットを設定し、それに応じたプロモーションの展開が必要。

東京が有するポテンシャルの活用が不十分

- 高度な技術力を持つ企業等の集積・豊富な観光資源等の東京の強みを生かして、誘致や開催に結び付ける取組の推進が必要。

誘致・開催を効果的に行う連携体制の不足

- MICE誘致を効果的に進めるために、関連事業者や誘致を担う様々な関係主体が連携し、総合力を発揮することが必要。
- 海外の大型化・複合化が進化したMICE受入施設に対抗できるよう、会議・展示施設、宿泊施設が集積するエリア内での連携を深め、エリアとして受入環境を整備することが必要。
- 参加者等が、東京とは異なる魅力を有する国内の他都市を訪れる機会を創出する等、東京と地方のそれぞれの強みを生かした協力体制の推進が必要。

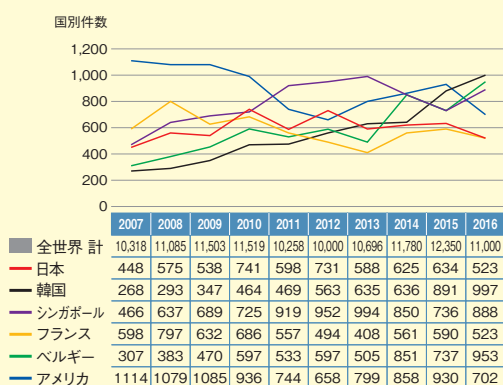
東京におけるMICE開催の現状について(国際会議) ～MICEに関わる国際統計より～

UIA 統計における国際会議の開催状況

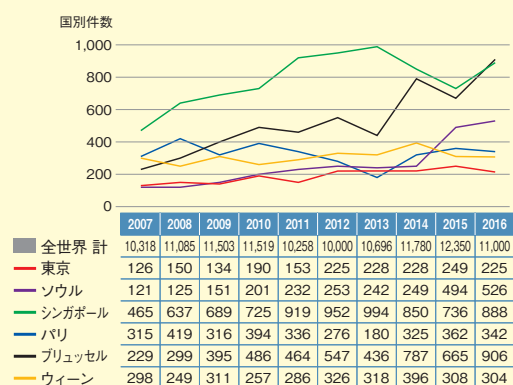
国際会議の定義

- ①総参加者数50名以上かつ参加国が3か国以上かつ開催期間1日以上であるもの。
(国際機関・国際団体本部が主催または後援した会議)
- ②総参加者数300名*以上かつ参加国が5か国以上かつ開催期間3日以上あるもの。
(国内団体もしくは国際団体支部等が主催した会議) ※主催国以外の参加者が全参加者の40%以上

国別開催状況



都市別開催状況

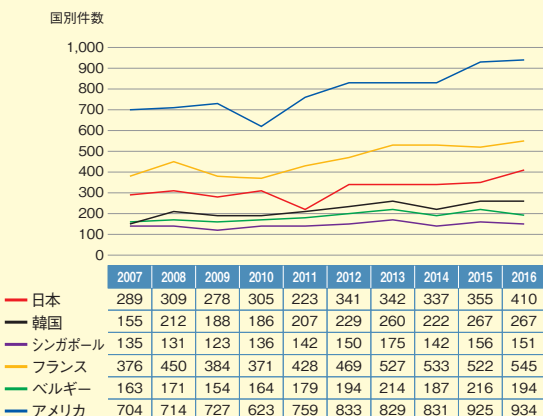


ICCA 統計における国際会議の開催状況

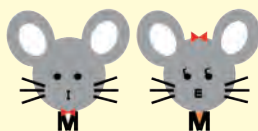
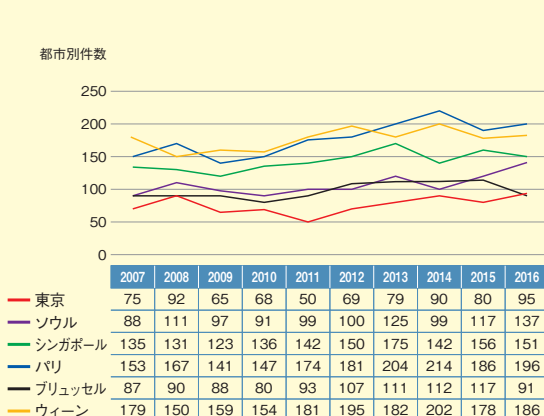
国際会議の定義

- ①総参加者数50名以上で定期的に開催し、3か国以上をローテーションするもの。
(国内機関・国際団体または国家機関・国内団体が主催する会議)

国別開催状況



都市別開催状況



- 東京の開催件数は、この10年間で着実に増加しています。
- 2016年は、東京での開催件数のうち、医学・理学・工学の3分野で全体の半分以上を占めていました。
- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けてスポーツ関連会議の件数も増加傾向にあります。

東京都のMICE誘致戦略

目標

MICE開催都市東京のプレゼンスを確立

MICEの誘致・開催に関わる関係主体が自らのポテンシャルを存分に発揮し、『ALL TOKYO』による取組を展開することで、東京へのさらなるMICE誘致を実現

【将来像】魅力的な観光資源、多様な産業や学術・研究機関の集積等、東京の強みを生かした誘致活動により、MICE開催都市としての揺るぎないプレゼンスが確立されている。

2024年までに年間330件※の国際会議開催

※UIA統計基準

分野ごとのターゲット

効果的な誘致活動を展開するため、ターゲットとなる重点分野を設定します

国際会議（C）	<ul style="list-style-type: none"> ○学術分野：医歯薬・理工学 ○産業分野：情報通信、金融、健康・医療、環境・エネルギー、ロボット等 ○その他：ライフサイエンス、スマートエネルギー等
企業系会議（M） 企業の報奨・研修旅行（I）	<ul style="list-style-type: none"> ○企業系会議（M）：東京でのビジネス拡大やネットワーク構築を目指す海外企業 ○報奨旅行等（I）：コストよりも東京の都市としての多様な魅力を重視する海外企業
展示会・イベント（E）	○外国から多くの参加者が集まる、国際的な展示会・イベント

取組の方向性

グローバル対応の強化

- 重点分野をターゲットとしたプロモーションを展開します。
- 都内MICE関連事業者のビジネス慣行やサービススキルを、グローバルなレベルへと高めていきます。

東京の強みや資源の有効活用

- 東京が持つ強みや魅力的な資源を生かした支援を行い、他都市との差別化を図ります。
- 主催者や参加者の満足度を向上させるため、施設の活用や支援メニューの充実を図ります。

多様な関係主体との連携促進

- MICE関係主体の連携体制の構築を促進していきます。
- 国際的なネットワークの活用や地域における受入環境の充実等を通じ、情報収集や案件の掘り起しを進めます。

国内他都市との協力体制の構築

- 国内他都市と協力し、共同で誘致活動や開催支援を行える体制を構築していきます。
- 国際会議や企業系会議の開催時に、主催者に対して国内他都市を訪れるプログラムを提案します。



国際会議

政府間で国際問題について話し合ったり、研究者が最新の学術研究を
発表し議論する国際会議。東京で開催されるとどのようなメリットが
あるのか、またどうしても東京で多くの会議が開催されるようになるのか。
開催までのプロセスと東京都が行っている支援についてご紹介します。

Convention（国際会議）とは？

学術団体（学会）や産業団体（協会）、政府等が開催する、国内外から特定の分野の
専門家が集まり、最新の研究結果等について話し合う会議のことです。

一般的な国際会議のプログラム

	午前	午後	夜
1 日目		開会式	歓迎レセプション
2 日目	基調講演 展示会／ポスター	分科会	
3 日目	基調講演 展示会／ポスター	分科会	晩さん会
4 日目	分科会	閉会式	

国際会議開催のメリット

MICE開催のメリットとして挙げられる「高い経済波及効果」「産業力の強化」「都市のプレゼンス
向上」に加えて、「科学や医学の進歩」「学術・文化・国際交流の振興」等の実現が期待できます。

科学や
医学の
進歩

1 病気の新たな治療方法の共有

国際会議では、最新の研究や臨床事例等が発表され、新しい治療法について議論されます。



2 共同研究のきっかけに

実際に顔を合わせて話をすることで、共同研究のチームが組みやすくなります。



学術・文化・
国際交流の
振興

1 若手研究者の育成

普段、国際会議に参加したくてもできない若手研究者が、東京で国際会議が開かれることで直接著名な研究者に会い、講演を聞くことができたり、直接質問ができることによって、彼らの研究意欲の向上、ひいてはその分野の日本の未来の発展にもつながります。

2 国際交流の実現

世界各国の研究者や従事者等を招へいすることで、ネットワーキングの場が生まれ、国際交流のさらなる発展につながります。



国際会議が決まるまで

国際団体による開催候補都市の募集

立候補都市による提案書類の提出

候補都市の絞り込み

候補都市の視察

候補都市の比較、評価

国際団体の理事会での投票

開催都市決定

国際会議を東京に誘致するために

国際会議を東京に誘致するためには、ほかの都市よりも魅力的に感じてもらうための支援策が必要です。国際団体が必要とする支援をすることで、誘致競争を有利に進めることができます。

誘致活動のサポート

国際会議誘致資金助成

国際会議を東京に誘致するために、東京開催のメリットをPRする書類を作成したり、開催都市を決める権限を持った方々に対して実際に東京を訪れてもらい、魅力を感じてもらうための様々な活動を行うことが重要です。



東京都ではこのような誘致活動にかかる費用の補助を行っています。誘致助成に必要な手続きを行えば、資金助成を受けることができます。

例えば、東京誘致のためのPRブースの設置、PRグッズの作成や、国際団体の方々を東京へ招く費用等に活用されています。

PRブースの設置



PRグッズの作成

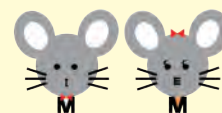


column

提案書類（ビッドペーパー）の作成もサポートしています

国際会議の開催都市として立候補する際を書く立候補書類のことをビッドペーパーと言います。ビッドペーパーでは、その分野の研究における日本の貢献度や先進度等をPRするほかに、東京が国際会議開催にふさわしい都市であることのPRが重要になります。

（公財）東京観光財団では、ビッドペーパーの書類作成にあたり、アドバイスやお手伝いをしています。



その他のお手伝い

- 東京都の紹介画像・動画の提供
- 施設の先行予約
- アフターコンベンションプログラムのご紹介



視察旅行(ファミトリップ)の実施

国際会議を開催できる施設があり、国内外からのアクセスも良く、参加者が一度は行ってみたいと憧れるような魅力を持った都市が、世界中には多数あります。

都市間競争に打ち勝ち、東京が国際会議開催都市に選ばれるためには、東京が「国際会議都市として魅力的か」「主催団体が求める条件に合っているか」を知ってもらう必要があります。

そのためには、国際団体等の開催都市決定に関わる方々に東京に来てもらい、実際に都内の会議施設やホテルを見学したり、観光地を訪れる等により街の雰囲気を感じて知識を深めてもらうことが必要です。

東京都では、そのような方々を招待する視察旅行を実施しています。

行程(例)

日程	視察等の内容
1日目	日本到着 東京の紹介プレゼンテーション
2日目	会議施設の視察 ホテルの視察 レセプション会場の視察
3日目	会議施設の視察 都内観光地への訪問 日本文化体験(着物着付体験等)
4日目	関連研究施設の訪問 都内の会議運営会社、旅行会社等との面会
5日目	東京に対するフィードバック 今後についての打ち合わせ 帰国

ファミトリップ実施風景



開催に向けたサポート

国際会議開催資金助成

国際会議の開催にあたっては、開催を成功に導くために、様々な費用が発生します。東京都では主催者が東京で国際会議を開催する際にかかる費用の一部を支援しています。

国際団体が東京に対して 感じていること

- 会議施設を借りる値段が海外のほかの都市よりも高い。
- 外国人のVIPに講演をしてもらいたいが、招へい費用が高い。
- 東京までの旅費や宿泊費が払えない若手研究者が多い。
- 無線LANが使える環境を用意する費用が高い。

助成対象経費は、会議の主催者が支払う会場費や機材費、海外からのVIP参加者や若手研究者の招へい費等です。

開催助成対象の会議を登録し、必要な手続きを行えば、資金助成を受けることができます。

国際会議の様子



Q

国際会議を開くにあたっての、
東京の強みはどんなところでしょうか？



A

東京は、世界各都市からのアクセスが良く、また、公共交通機関も充実しています。

また、Safe Cities Index 2017でもランキング1位を獲得し、世界屈指の安心・安全な都市としてその知名度があります。

さらに、日本の中心として、学術機関や様々な産業分野の集積があることも、都市の先進性という点で強みとなっています。

国際会議開催支援プログラム

国際会議には海外から多くの方が参加します。滞在中に参加者に東京の魅力を知って頂ければ、レジャーでの再来訪が望めるほか、社会的影響力や情報発信力を有する参加者の口コミ等の効果による、新たな旅行者の獲得が期待できます。

そのため、東京都はこのような海外からの会議参加者やその同伴の家族に向けて、都内観光バスツアーや日本文化の体験といった「国際会議開催支援プログラム」を提供しています。

開催支援プログラム 提供例

都内半日観光バスツアー	多摩地区1日バスツアー
着物着付け体験	茶の湯体験
太鼓パフォーマンス	生け花パフォーマンス 等

開催支援プログラムの提供



column

会議施設やレセプション等の会場を紹介しています

会議の規模や予算に応じて、会場選びのサポートをしています。

会議施設のほかにも、歓迎レセプション等を特別感を演出しながら開催できる歴史的建造物、文化施設や公的空間等(ユニークベニュー)のレセプション会場も紹介しています。



国際会議に多くの参加者を集めるために

東京で開催が決まった大型の国際会議については、その会議の成功に向けて、国内外の多くの方々に参加してもらうことが一つの大きな目標となります。

東京都では、海外からの参加者を増やすためのプロモーション活動の支援もしています。例えば、会議名や開催年を記載したPRグッズや、東京の魅力をアピールするパンフレットを製作し、それらを東京で開催される前の年の会議で配布したり、PRブースを設置するといった活動を行い、東京で開催される国際会議への参加者を増やすことを目指しています。

PRブースの設置



PRグッズの作成



Q

これまでどのような会議が
東京で行われたのでしょうか？



A

以下のような会議を過去に開催しています。

開催年度	会議名	分野	参加者数
2011	UIA(世界建築家会議)2011東京大会	建築	5,100名
2012	国際通貨基金(IMF)／世界銀行グループ 2012年年次総会	経済	12,000名
2014	国際法曹協会(IBA)2014東京大会	法曹	6,000名
2016	第25回アジア太平洋肝臓病学会議年次総会	医療	4,300名
2017	2017 世界女性サミット(GSW)東京大会	経済	1,500名

新たな国際会議を東京で開催する団体への支援

日本の学術関連団体や大学に所属する研究者の中には、新たな国際会議を立ち上げたい、という方々もいます。そのような会議を東京都においては「立上げ型国際会議」と呼び、立ち上げに向けたサポートをしています。

新たな国際会議の立ち上げは、これまで紹介してきた国際会議の開催効果を新たに生むことにつながります。

立上準備資金助成

国際会議の立ち上げには多方面での準備と費用が必要です。準備委員会等の運営や広報活動、プレイベントの開催等にかかる費用を補助するのが「立上準備資金助成」です。

立上げ型国際会議開催資金助成

立上げ型国際会議を実際に開催する段階では、会場費や海外からの講演者招へい等、様々な費用が発生します。そのような費用負担を軽減するために、立上げ型国際会議にも通常の会議と同じように、「立上げ型国際会議開催資金助成」という制度があります。



立上げ型国際会議開催支援プログラム

初開催の国際会議に参加した方にも、東京の観光地を実際に訪れてもらったり、日本文化を体験してもらうため、「立上げ型国際会議開催支援プログラム」という制度を通して、日本や東京に対する理解を深めてもらうための支援をしています。

Q

国際会議は
どのようなところで行われているのでしょうか？



A

大規模な会場施設や、宴会場を持ったホテル等で開催することが一般的です。



企業系会議／企業の報奨・研修旅行

海外の拠点から管理者や従業員を集めて行う会議や、表彰や研修を目的とした旅行のように、企業活動の一環として、東京を訪れる場合があります。以前は、企業の本社所在地で開催されることが多かったのですが、企業のグローバル化が進むにつれて、世界各地で開催されるようになってきました。

Meeting（企業系会議）とは？

複数の海外拠点を有する企業等が、海外から管理者や従業員を一カ所に集めて行う会議のことです。グループ企業の役員会議や海外投資家向け金融セミナーといった企業系会議が、グローバル化により各国で開催されています。



Incentive（企業の報奨・研修旅行）とは？

企業が、従業員や代理店等の表彰や研修の目的で実施する旅行のことです。営業成績優秀者に対する表彰等、社員のパフォーマンスを高めるために企画します。



企業系会議／企業の報奨・研修旅行開催のメリット

1 開催都市でビジネスを 発展させることができる

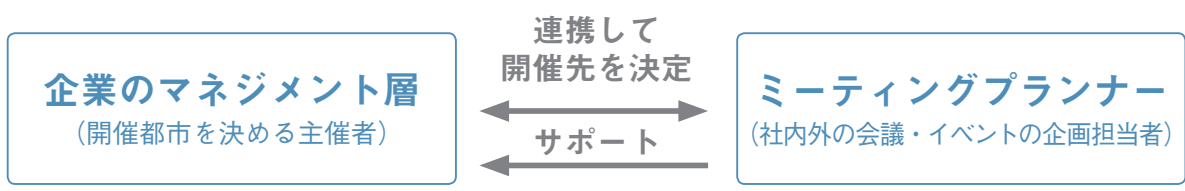
海外から東京へ来訪する企業を業種別に見ると、金融・販売・不動産・石油/エネルギー分野が比較的多く見られます。今後、東京にビジネスの展開が期待される業種や、営業網を活用する業種で、報奨旅行等が活用されているためです。

2 企業で働く人々のチーム力を 高めることができる

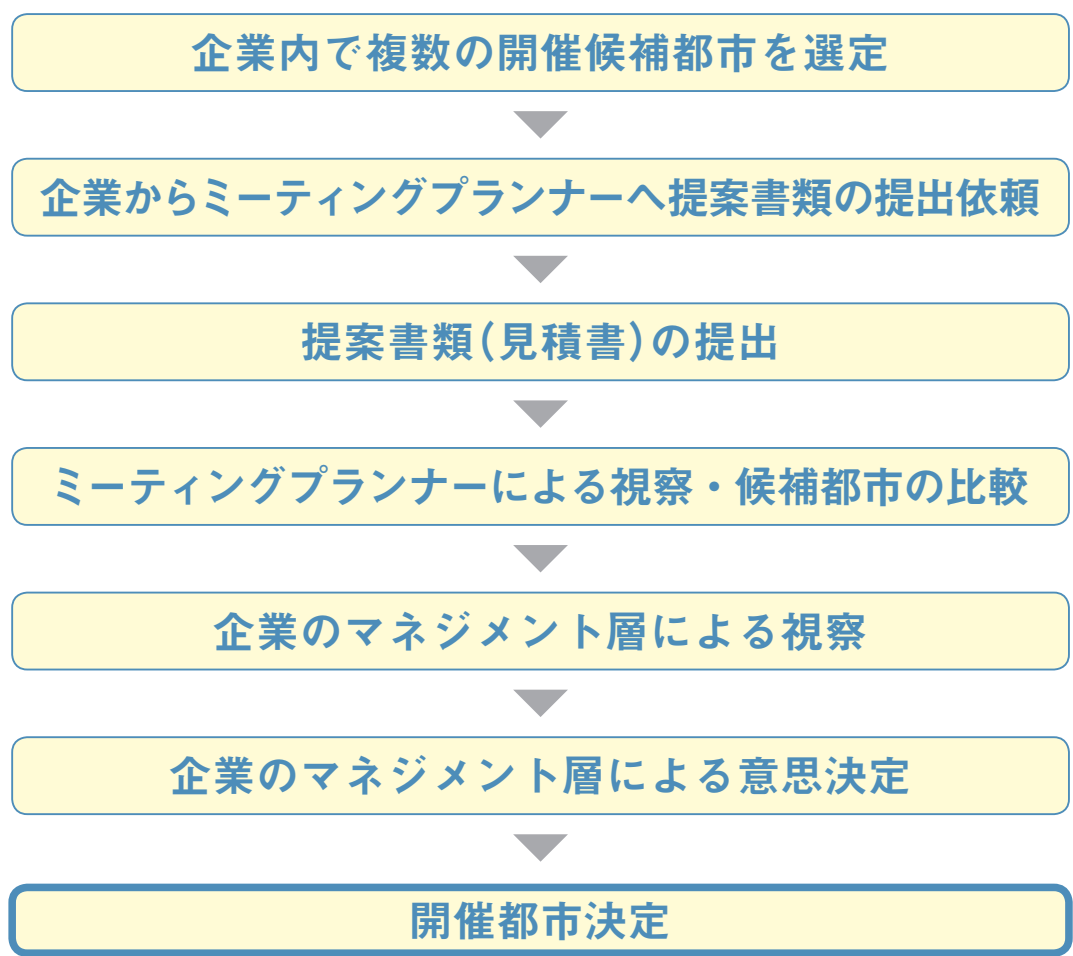
レジャーと異なり、文化体験等を通じた企業の一体感、チーム感を高めるプログラムや、個人ではなかなか体験できないユニークベニューでのレセプション等が行程に組込まれることが多くあります。

企業系会議／企業の報奨・研修旅行が決まるまで

企業系会議・企業の報奨旅行等の開催都市が決定するまでの期間は数か月から一年程度と、国際会議と比べると短期間であることが多く、プロモーション活動によって短・中期的に開催件数を増やすことが期待できます。



開催都市決定までの流れ



企業系会議／企業の報奨・研修旅行を東京に誘致するために

企業系会議・企業の報奨旅行等は、景気の動向や市場環境に大きく影響を受ける特徴があるため、様々な要望に東京が応えられることを、ミーティングプランナーに実感してもらうことが重要です。東京都では、東京の魅力や安心・安全な開催ができることをアピールするとともに、視察の費用補助や視察を成功させるためのアドバイスを行なっています。

誘致活動のサポート

視察旅行(ファムトリップ)の実施

主催者である企業のマネジメント層等が企業系会議・企業の報奨旅行等の行先を決める際は、ミーティングプランナーからの提案に基づいて判断することがあります。そのため、まずミーティングプランナーに東京の魅力を理解してもらい、主催者に対して開催候補都市の一つとして提案してもらう必要があります。

このような背景から、東京都では、国際会議と同じく、企業系会議・企業の報奨旅行等に向けた視察旅行を実施しています。国際会議と異なり、参加者を驚かせ、楽しませるための特別なプログラムを用意し、ミーティングプランナーに紹介するため、行程にテーマを持たせたり、特別感を演出する内容となるように工夫しています。

行程(例)

日程	視察等の内容
1日目	日本到着 ウェルカムディナー 東京の紹介プレゼンテーション
2日目	チームビルディングプログラム体験 (築地散策・チームごとに買い出した食材で和食作り体験) 食品サンプル製作体験、 表彰式を行う会場等の視察、 日本文化体験(相撲、和太鼓体験、日本舞踊)、 観光コースの視察
3日目	プログラム体験 レセプション会場の視察 旅行会社等、都内MICE関連事業者とのネットワーキング
4日目	ホテルの視察 訪問先企業・工場での打ち合わせ
5日目	東京に対するフィードバック、 今後についての打ち合わせ 帰国

日本文化体験(日本舞踊)



都内MICE関連事業者とのネットワーキング



報奨旅行等誘致支援

東京都では開催都市を決定する前の事前視察のための渡航費・宿泊費・都内交通費をサポートする「報奨旅行等誘致支援」を行っています。

事前視察では会場となるレストラン・ホテルの視察や、実際に提供する文化体験プログラムの見学、移動の動線確認を行う等、東京での開催に向けた具体的なシミュレーションを行います。

また、東京を訪れる際の季節や日程、料金、プランニング等について、アドバイスを行っています。



Q

企業系会議にはどのような種類がありますか？



A

例えば、企業の営業会議や役員会議、人材育成を目的とした研修会や成功事例の発表会等があります。

Q

企業系会議・企業の報奨旅行等が東京で開催されると、どのような効果がありますか？

A

渡航費やホテル、一部の飲食代を企業が支払うため、その分滞在中の自由時間を利用しての個人消費額が大きくなるケースがあります。また、参加者が東京のことを知る機会となるため、レジャーでの再来訪が期待できます。

Q

競合都市や他都市のサポートではどのようなプログラムが行われていますか？

A

集合写真を撮る際に、空に飛行機雲で企業ロゴを演出したり、有名な施設や建造物でレセプションを行っています。その土地ならではの魅力が感じられて、普段は体験できない特別なプログラムが多く提供されています。

都内MICE関連事業者と連携した訪問営業（ロードショー）を行っています



より多くのミーティングプランナーにMICE開催都市としての東京の魅力を知って頂くため、都内MICE関連事業者とともに、海外への訪問営業を行っています。現地では以下のPRを実施しています。

- ① MICE開催都市としての東京の魅力紹介
- ② 誘致・開催に関わる東京都の支援制度の紹介
- ③ 現地ミーティングプランナーと参加事業者との商談、ネットワーキングレセプション等

開催に向けたサポート

報奨旅行等開催支援

企業系会議・企業の報奨旅行等は参加者が「是非行ってみたい！」と思う内容でなければ、社員のモチベーション向上にはつながらないため、魅力的なプログラムを用意していることが重要です。

そのため、海外からの参加者に対して、東京の文化や魅力を体験できるプログラムや、ギブアウェイ（お土産）、空港出迎えサービス等を提供する「報奨旅行等開催支援」を行っています。

海外の参加者の思い出に残るようなプログラム等を提供し、東京の良さを実感してもらうことで、次回レジャーで再来訪してもらうことにもつながります。

ギブアウェイ例（お箸）



ギブアウェイ例（コットントートバッグ）



ギブアウェイ例（小紋チーフ）



空港出迎え



column

東京ならではのプログラムの開発も行っています

東京での報奨旅行等の開催に魅力を感じるような、東京ならではのプログラムの開発も行っています。開発には、海外の競合都市と比較して東京に強みのある分野や、最新のトレンドを捉えていることが重要となります。



開催支援におけるプログラムの紹介

企業系会議・企業の報奨旅行等では、東京ならではの伝統文化、レジャーでは体験できないプログラム、特別感（WOW という驚きにあたる感覚）が期待されています。これらのプログラムの中でも、特に和太鼓パフォーマンス、高円寺の阿波踊りパフォーマンス等は参加者と一緒に楽しむことから大変人気があります。

プログラムは、競合都市の中から東京を選んでもらうために、差別化を狙って、常に魅力的なものとなるよう、毎年内容の更新を行っています。

ゴミ拾い駅伝



寿司作り体験



BLUETOKYO (ダンス×アクロバットパフォーマンス)



振袖さん



阿波踊りパフォーマンス (高円寺)



和太鼓パフォーマンス



太鼓レッスン



相撲イベント



ホテルナ／ヒミコクルーズ (カクテル付)



忍者パフォーマンス



SIRO-A (テクノパフォーマンス)



歌舞伎レッスン&パフォーマンス



※上記プログラムは一例です。

誘致支援・開催支援の事例

ベビー用品販売企業（アジア）の報奨旅行

●海外からの参加者数：約1,000名

誘致支援

●時期：2015年7月

●支援内容

東京への事前視察サポートでは、企業のマネジメント層とミーティングプランナーの訪都に伴い、視察支援に伴う費用の支援（都内宿泊費・都内交通費）と、視察に同行し開催に向けたアドバイスを行いました。団体の人数が多いため、複数のホテルに分かれて宿泊した際の移動をどうするか等、参加者が安心して東京を訪れられるよう、主催者やミーティングプランナーの疑問を一つひとつ解消し、東京の魅力をあますことなく伝えました。

その結果、東京らしいプログラムが充実している点を気に入って頂き、1,000名近い大規模な報奨旅行の東京への誘致に成功しました。

企業マネジメント層による事前視察の様子



誘致支援行程

日 程	視察等の内容
1 日目	日本到着 専用車にてホテルへ
2 日目	都内観光地の視察 日本文化体験（着物体験） 貸切施設（浅草花やしき）の視察
3 日目	（公財）東京観光財団と支援内容について打ち合わせ レセプション会場の視察 ホテルの視察
4 日目	都内観光地の視察 ホテルの視察 屋形船の試乗
5 日目	都内事業者とチームビルディング体験の打ち合わせ 日本文化体験（寿司体験）
6 日目	他候補都市視察
7 日目	都内観光地の視察 帰国

開催支援

●時期：2016年5月

●支援内容

事前視察を経て開催都市が東京に決定した後、実際の訪都に向けて、地元のNPOと協力し、チームビルディングを目的とした皇居マラソンや、浅草花やしきでの貸切イベントへ、都内のゆるキャラ派遣を行いました。主催者のニーズが高く、ほかの都市ではなかなかできない特別感ある体験プログラムを用意できたことが、とても高く評価されました。

都内での報奨旅行開催の様子



column

日本企業や町工場への視察要望もあります。

企業系会議・企業の報奨旅行等で訪れるグループの行程には、一般的な観光地に加えて、都内にある企業の訪問や、町工場への視察の要望も多くあります。CSRプログラムやIT・テクノロジーといった先進的な取組を行っている企業、伝統的な技術を持っている町工場を訪問し、参加者が学ぶ機会を設けるためです。



展示会・イベント等

展示会やイベントは、そのテーマに興味や関心が高い多くの来場者と一度に出会えること、自社のサービスの特長を直接説明したり製品を実際に使ってもらえるというメリットがあり、訴求力が高く効果的なマーケティング手法です。また地域の魅力発信にも適しており、国際的なコミュニケーションを促進するツールであると言えます。

展示会とは？

展示会は同業種の企業が一堂に会し、来場者（企業のバイヤーや一般消費者）に商品やサービス等について対面で展示・宣伝する場です。効果的なマーケティング手法の一つであり、特に独自の販売網を有していない企業にとって重要なビジネスコミュニケーションの手段となっています。

また展示会は、売買の商談を伴う「見本市」、単独企業が一般公開せずに来場者を限定して開催する「プライベートショー」等があります。来場者が一般消費者か企業かによって、B to CかB to BあるいはB to B to Cに大きく分かれ、展示の目的も変わります。

展示会の目的

BtoB(企業対象)

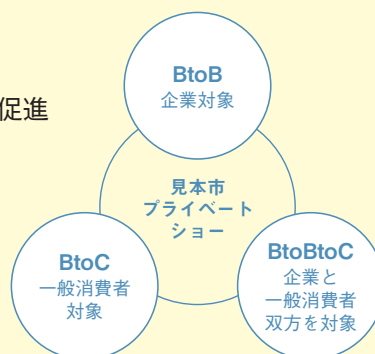
- 販路の確保や新規開拓
- マーケティングやビジネスコミュニケーション
- 販売促進

BtoC(一般消費者対象)

- 企業イメージ・製品イメージの向上
- 市場ニーズの把握

BtoBtoC(企業と一般消費者双方を対象)

- 業務用と家庭用双方を扱う商品やサービスの販売(商談)と展示(説明)



Q

世界で一番大きな
展示会場はどこですか？



A

ドイツのハノーバー市にあるハノーバー国際見本市会場です。展示会場面積は約466,000㎡で、日本最大の展示会場である東京ビッグサイト(約96,000㎡)の5倍近くの大きさです。(出典)日本展示会協会(2016年現在)

展示会開催のメリット

展示会には国際会議や企業系会議・企業の報奨旅行等、後述のイベントと同じく、経済波及効果等のメリットが期待されます。加えて、MICEの中でも展示会ならではのメリットとして、産業の活性化や輸出入の拡大が期待されます。

ビジネスの活性化を促進する

展示会において多くの出展者と来場者が直接会って接することで、効果的な販路開拓やマーケティングコミュニケーションが可能になります。

1 マーケティングの場

一度に多くのバイヤーと接することのできる展示会は、出展者の販路開拓やマーケティングの場となります。来場者にとっても、最新の技術やサービスについて効率的に情報を得られる貴重な機会です。



2 「ヒト」「モノ」「情報」の交流促進

国内外から「ヒト（出展者・来場者）」「モノ（商品や技術）」「情報（消費者動向等）」が集約され、交流が促進されます。



東京における展示会の国際化を推進するために

日本は貸出展示面積で世界6番目にランクされ、アジアでは中国に次ぎ2番目の市場規模にランクされる展示会大国です。しかし、出展者・来場者は、国内企業や国内からの参加者が中心になっているのが現状です。東京における展示会市場をさらに拡大するためには、海外からの出展者・来場者を増やし、展示会の国際化の推進が欠かせません。

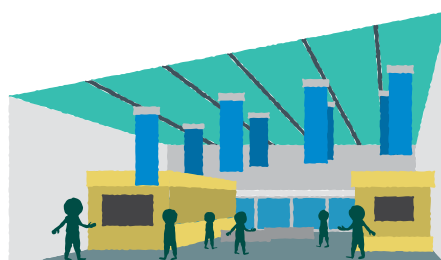
世界の貸出展示面積（2012年）

順位	国	販売展示面積
1位	米国	4110 万㎡
2位	中国	1370 万㎡
3位	ドイツ	870 万㎡
4位	イタリア	590 万㎡
5位	フランス	570 万㎡
6位	日本	320 万㎡
7位	ブラジル	300 万㎡
8位	ロシア	290 万㎡
9位	スペイン	280 万㎡
9位	英国	280 万㎡

（出典）UFI Global Exhibition Industry Statistics, March2014

展示会国際化支援助成事業

海外からの出展者・来場者を増やすための支援として、東京都は「展示会国際化支援助成事業」を行っています。これは都内で開催される展示会の主催者が、その展示会の出展者及び来場者誘致のために、海外の同類の展示会へPR出展する際に、その経費の一部を助成するというものです。



イベントとは？

博覧会、文化イベント、スポーツイベント、コンペティション、フェスティバル、式典等、様々な種類の催しを包括してイベントと呼びます。

イベントは、展示会と同じく、多くの人々が集うという点で、とても効果的なコミュニケーションツールであると言えます。開催するまでに会場の設営、運営、広告等、様々な事業者が関連する裾野の広い産業です。そのため、国内外の来場者が増加することにより、さらなる経済効果を開催都市にもたらすことが期待されています。

主な国際イベントの例

国際イベント

国際博覧会

国際スポーツイベント

国際文化イベント

国際技能競技大会

国際コンテスト

国際イベントを東京に誘致するために

イベントの集客力の高さを生かし、訪都客を獲得するために、東京都では国際イベントを誘致するための支援をしています。誰もが知っているオリンピック・パラリンピック競技大会の招致活動は、まさに国際イベントの誘致競争です。スポーツイベントに限らず、多くの大規模な国際イベントがあり、世界を回っています。このような国際イベントを東京に誘致するために、国際会議と同じように以下のような支援制度を実施しています。

国際イベント誘致資金助成

開催都市を選ぶ段階では、東京開催のメリットをPRするための経費や、開催都市を決める権限を持った役員の方々に、東京を視察して頂く際の費用を支援する「国際イベント誘致資金助成」という制度を用意しています。

国際イベント開催資金助成

東京での開催が決定した後に利用できる「国際イベント開催資金助成」の制度もあります。これは、会場に支払う借上費や機材費、海外からの参加者等に対する費用を支援します。

国際イベント開催支援プログラム

海外からの参加者に東京の魅力を知ってレジャー等で東京を再来訪してもらうため、都内観光バスツアーや、日本文化を直に体験してもらう機会を用意しています。これを「国際イベント開催支援プログラム」と呼んでいます。

新たな国際イベントを東京で開催する団体への支援

既存のイベントを東京に誘致するのではなく、新しく東京で国際的なイベントを立ち上げる場合もあります。これを「立上型国際イベント」と呼び、東京都では立ち上げに向けたサポートをしています。

立上型国際イベントに対する支援の目的は国際会議同様、主催者に対し開催資金の助成や開催を支援するプログラム等を提供することにより、東京における新たな国際イベントの立上げ開催を促進し、産業の活性化に寄与するためです。

立上型国際イベント準備資金助成

立上型国際イベントの準備段階で、イベントの開催を周知するための広告等の費用を支援します。

立上げ型国際イベント開催資金助成

主催者が当該イベントのために主として使用する会場の借上費、機材費、及び主催者が負担する招へい外国人の関連経費等、開催時に関わる費用を支援しています。

立上げ型国際イベント開催支援プログラム

国際イベントに訪れた海外の方に、日本文化に触れ、東京の魅力に触れてもらい、日本や東京に対する理解を深めてもらうプログラムを用意しています。

イベント開催風景



MICE 共通サポート

国際会議、企業系会議／企業の報奨・研修旅行等、展示会・イベント等の各分野に特化した支援に加えて、横断したサポートも行っています。東京の魅力を伝えるための広報や受入環境の充実、人材育成等を通じて、開催都市としての受入環境が整うことは、効果的な誘致活動につながります。

情報発信事業

東京へのMICE誘致をさらに推進するためには、MICE開催都市としての東京の魅力や強みを効果的に発信していくことが必要です。映像やパンフレット、広告等の様々なツールを駆使して、東京の魅力をアピールしています。

プロモーション映像

オリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市を決定する際のプレゼンテーション等でも見られるように、MICEの誘致においても、視覚に訴求する専用のプロモーション映像を作成し、誘致のためのプレゼンテーション等の様々な場面で活用しています。

「国際会議」「企業系会議・企業の報奨旅行等」「展示会・イベント等」でそれぞれ開催都市決定の際に重要視されるポイントが異なるため、3種類を作成し、場面に応じて使用しています。本プロモーション映像は、必要に応じて主催者等に向けて貸出も行っています。

プロモーション映像



パンフレット

海外で行われる商談会等の場で配布するために、東京の魅力を紹介するパンフレットを作成しています。映像と同じく、「国際会議」「企業系会議・企業の報奨旅行等」の分野ごとに、開催都市を決定する際に重視されるポイントを強調して作成し、誘致活動に役立っています。

国際会議向けのパンフレット
企業系会議・企業の報奨旅行等向けのパンフレット



専門誌への広告掲載等

MICE主催者や関連事業者に対して、効果的なプロモーションを行うため、業界で広く読まれているMICE専門誌へ東京を紹介する広告の掲載をしています。

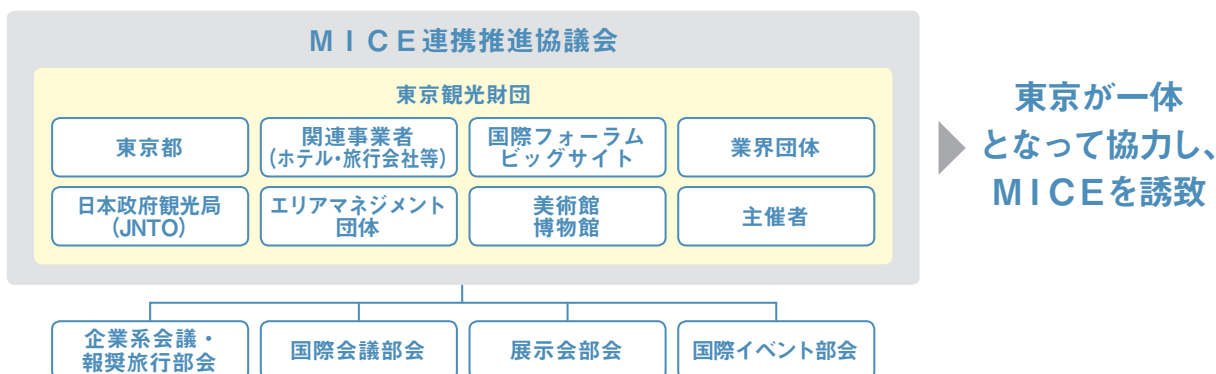
掲載広告の一例



東京都MICE連携推進協議会

MICEに関わる官民の関係機関等がMICEの東京への誘致・開催に向けて一層の連携・協力を図ることを目的に、(公財)東京観光財団が中心となり、平成29年度新たに「東京都MICE連携推進協議会」を設置しています。

また、関連事業者・都民の皆様にもMICEについて知って頂くため、シンポジウムを開催しています。



MICE施設の受入環境整備支援

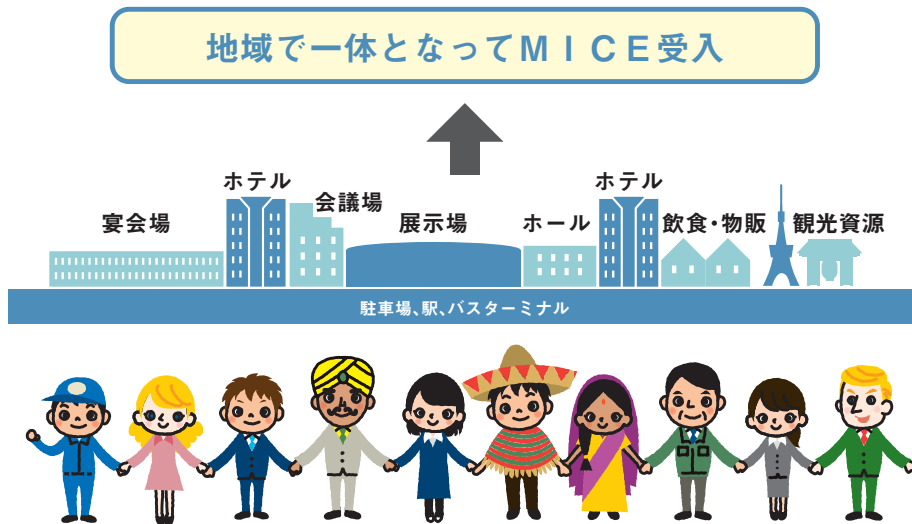
情報通信・映像機器が進歩するにつれて、MICEの主催者が会場を選ぶ際に、無線LANやプロジェクター等、設備がどれだけ充実しているかを重視するようになってきました。

主催者のニーズに対応するため、世界の主要都市のMICE施設では、より質の高い設備を導入することにより競争力強化を図っています。一方、東京では設備面の更新が十分ではないため、海外の施設と比較すると、見劣りしてしまう場合があります。

そこで、東京都内の会議施設やホテル等、MICEの会場となる施設が設備機能の強化を実施する際の支援制度を平成29年度に開始しました。最先端の設備は高額であることが多く、施設が独自に更新するのが困難な状況となっているため、この制度を通じて設備の更新を促進します。海外の先進的な施設に引けを取らない設備を備えることで、より優位にMICEの誘致を進めることが可能になります。

MICE拠点育成支援

世界の主要都市では、会議施設、展示施設、宿泊施設、商業施設等を一つにまとめた大型複合施設を核にしながら誘致活動を進めています。そのような都市との競争に打ち勝つために、ホテル、会議展示施設、商業施設、レストラン等の飲食店、文化施設及び歴史的建造物等、地域の関連施設が一体となってMICEを受入れることで、大型の複合施設に匹敵する、またはそれを上回る効果を発揮することができます。



MICE拠点育成支援とは？

本事業は、地域で一体となってMICEを受入れられる拠点を育成していく取組です。そのために必要なエリア内の連携体制の構築や、MICEの受入体制の強化に向けた取組について、財政面での支援及びアドバイス等を実施しています。

東京ビジネスイベント先進エリア支援事業

MICE関連施設の集積エリアを選定し、重点支援することで、MICE受入拠点のモデルを構築しています。また、平成29年度から、都心部以外でもMICEの開催を増やしていくために、多摩ビジネスイベント重点支援エリアとして、八王子エリアを指定しました。

多摩ビジネスイベント重点支援エリア



東京ビジネスイベント先進エリア



ユニークベニュー関連事業

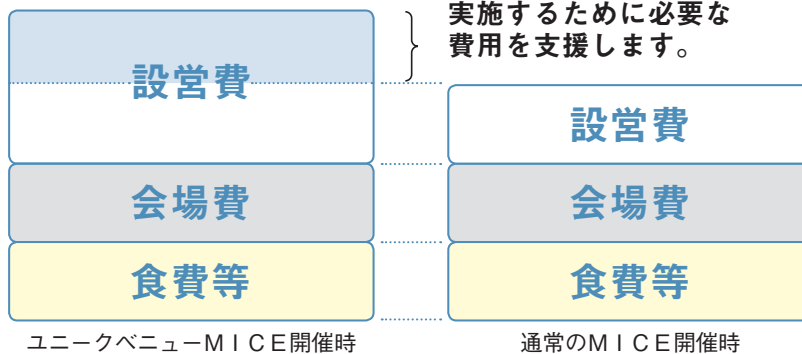
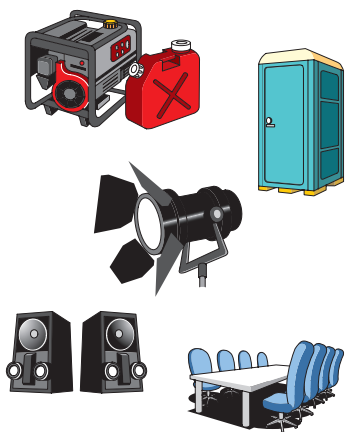
歴史的建造物や公的空間等で、会議やレセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のことを「ユニークベニュー」と言います。MICEは、今まで会議施設や展示場、ホテル、大学等で開催されてきましたが、近年、開催都市ならではの施設や空間であるユニークベニューでの開催が好まれる傾向にあります。東京都では、ユニークベニューとなる施設に対して、問い合わせ対応等の支援を行い、ユニークベニューの数を増やす取組をしています。



ユニークベニューの利用促進

ユニークベニューは会議・レセプションを開催するために造られた施設ではないため、照明や音響等の設備が十分に備えられておらず、ユニークベニューとして使用する際には、機材を準備する必要があります。また、実際にレセプションを実施するには、会場費や飲食代のほか、会場の設営費がかかります。

そのため、MICE主催者に対し、ユニークベニューを活用するためのノウハウ提供やイベント実施に関わる会場設営を支援しています。



通常の浜離宮の様子



ユニークベニューとして使用時の浜離宮の様子



都内のユニークベニュー例

① 都立施設

浜離宮恩賜庭園



清澄庭園



東京都庭園美術館



東京都美術館



東京都写真美術館



江戸東京たてもの園



葛西臨海水族園



東京都庁 45階南展望室



② 民間等施設

すみだ北斎美術館



上野の森美術館



乃木神社



池上本門寺



福德の森



東京スカイツリータウン®



六本木ヒルズアリーナ・毛利庭園



虎ノ門ヒルズ オーバル広場



アーク・カラヤン広場



マダム・タッソー東京



キッズニア東京



よみうりランド



3x3 Lab Future



寺田倉庫

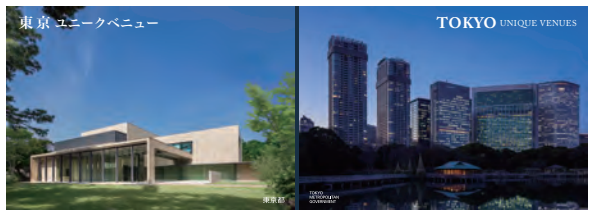


ユニークベニュー
として利用できる
施設はどんどん増加
しています

ユニークベニューパンフレット

都内の美術館・博物館や歴史的建造物等の中で、ユニークベニューとして利用できる施設を日々開発しています。また、それらのユニークベニューを紹介するため、各施設の持つ魅力を紹介するパンフレットを作成しています。

都立ユニークベニューパンフレット表紙（日英）



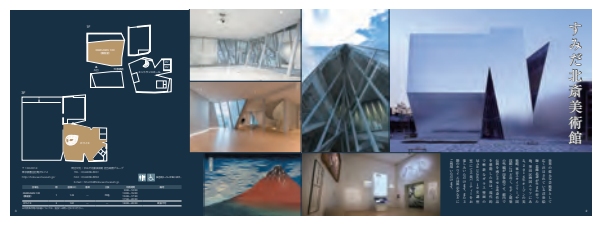
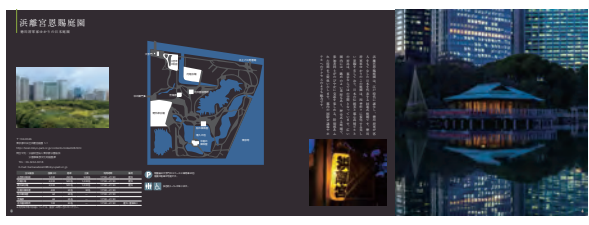
民間ユニークベニューパンフレット表紙（日英）



都立ユニークベニューパンフレット誌面イメージ

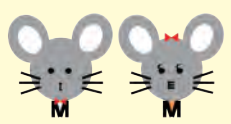


民間ユニークベニューパンフレット誌面イメージ



column

ユニークベニューの海外事例



海外先進都市：ロンドン（イギリス）

テート・モダンやロンドン自然史博物館といった美術館や博物館、ロンドン塔といった歴史的建造物等、幅広い施設でユニークベニューとしての利用が進んでいます。

テート・モダン



スペンサーハウス

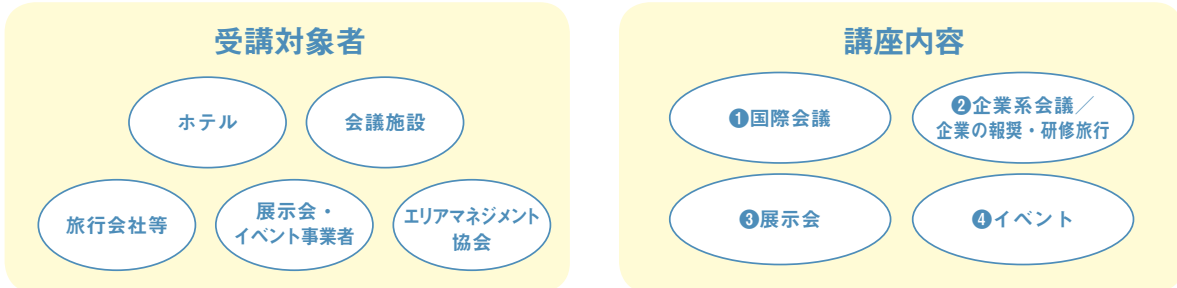


ロンドン塔



MICE 専門人材の育成

MICEの誘致は国際的な競争にさらされているため、主催者等に東京を開催地として選んでもらうためには、現場でグローバルスタンダードを満たすサービスの提供が求められており、MICE関連事業者は高いスキルを身に着ける必要があります。そのような人材を育成するため、関連事業者等を対象に「MICEグローバル人材育成講座」を開催しています。



講座内容（平成 29 年度の例）

①国際会議

- 国際会議マーケットに求められるグローバル人材
- 主催者から見た国際会議誘致の現場
- グローバルビジネス獲得に必要なスキル
- クロスボーダー契約について
- ユニークベニューとしての取組(視察)
- 政府系国際会議の運営について

②企業系会議／企業の報奨・研修旅行

- 報奨旅行等誘致におけるマーケティングとプロモーション
- オリンピックスポンサーによるホスピタリティプログラムとは何か
- 報奨旅行等誘致で旅行会社等に求められていること
- 報奨旅行等誘致でホテルに求められていること
- 都内ビジネスイベント先進エリア(六本木)の視察
- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催までの計画と課題

③展示会

- 展示会産業概論
- 展示会ビジネスモデル
(～海外と日本の比較を交えて～)
- 展示会国際化の先進事例 BtoBの展示会
- 施設の取組

④イベント

- 国際スポーツイベントについて
- 国際イベント実施運営について

講座の様子



講座内で実施したユニークベニュー視察の様子



都市間連携によるMICE誘致の推進

東京と異なる魅力を持つ国内の他都市と連携することにより、東京都内へのMICE誘致を促進することを目的に、平成28年度から各自治体やコンベンションビューローと協定を締結し、取組を開始しました。

現在の連携都市

平成28年度連携都市 札幌市、石川県、京都市、福岡市
平成29年度連携都市 沖縄県、名古屋市

企業系会議／企業の報奨・研修旅行向け

多くの企業等を顧客に持つ海外のミーティングプランナーや主催者等に、東京と連携都市のそれぞれの異なる魅力をPRし、都市間連携により企業系会議・企業の報奨旅行等の共同誘致を図る目的で、MICEを専門的に取扱う展示会等で配布するパンフレットの作成や視察旅行を実施しています。

行程(例)

日程	視察等の内容
1日目～3日目 東京⇒連携都市	到着→歓迎会、施設見学、東京の関連事業者とのネットワーキング、日本文化体験（茶道や太鼓等）、観光・日本食体験等→連携都市へ移動
4日目～6日目 連携都市→東京	到着→歓迎会、施設見学、連携都市の関連事業者とのネットワーキング、日本文化体験（和紙づくり体験等）、観光・日本食体験等→東京へ移動、送別ディナー、意見交換
7日目 東京	帰国へ

各連携都市における視察旅行の様子



国際会議に参加する人向け

国際会議等の参加者は会議日程の前後に休みを付けて滞在するケースが多く見られます。東京で開催が決定している会議の参加者に向けて、連携都市への送客を図る目的で、パンフレットやウェブサイトを作成して、国際会議等で活用しています。

各連携都市を紹介するパンフレット



用語集

コンベンションビューロー

国際会議をはじめとするMICE誘致等を目的として、地域のMICE関連事業者等とともに都市のマーケティング等を担う非営利組織。

観光部門を持つ組織の場合は、コンベンションビジターズビューローと言います。

ICCA統計

オランダ・アムステルダムに本部を置く国際会議協会（ICCA）が定めた国際会議開催統計の基準のこと。

また、ICCAでは国際会議の情報収集・提供を行っており、会議開催実績・開催予定を網羅したデータベースを構築しています。

UIA統計

ベルギー・ブリュッセルに本部を置く国際団体連合（UIA）が定めた国際会議統計の基準のこと。

ビッドペーパー

国際会議誘致等の際に国内主催者が国際本部に対して提出する立候補提案書類。

ホスピタリティデスク

会議参加者等に対し、東京の観光や会議関連情報等を提供するため、空港や会場に設置し専門スタッフを配置する案内デスク。

アフターコンベンション

会議日程終了後、または会議時間終了後に引き続いて計画される各種行事。

自由行動としての周辺地域のショッピング、娯楽等の活動も含めるのが一般的です。

ミーティングプランナー

目的に応じて、会議の企画、運営を行う個人または会社。開催都市の選定から会議や展示会の内容まで一体的に企画・提案を行い、開催都市決定に強い影響力を持っています。

チームビルディング

組織の結束力を高め、一丸となって目的達成を目指す組織づくり。

そのために行う研修等のプログラムまで含めた意味で使用されることもあります。

バイヤー

企業等の調達担当者。

展示会は一度に多くの商品・サービスについての情報が得られる場であるため、バイヤーにとって貴重な場となっています。

ファムトリップ

視察旅行。

国際会議やイベント誘致のため、主催者等を対象に、会場となる施設や地域を視察してもらうために行う旅行です。"Educational Trip"とも言います。

ユニークベニュー

歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

レセプション

パーティー行事。

一般的には、飲み物のほかにテーブルに用意したセルフサービスの料理が付き、立食式と着席式があります。

ウェルカムディナー

開会を祝して開かれる夕食会。

ガラディナー

会期中に開催される特別なパーティー。一般的にスピーチやアトラクションを含み、フォーマルな服装での出席が求められます。

ギブアウェイ

お土産。

「東京」のプロモーションを目的として、特別に作成し、無償で配布されます。比較的安価で大勢の方に持ち帰ってもらえるものを用意するのが一般的です。

トレードショー

B to B のネットワーク構築や商談を実施するためのブース展示を含む、専門見本市。

What's MICE —国際都市東京をつくるビジネスイベント—

発行年月日：2018年1月18日

編集・発行：公益財団法人 東京観光財団

新宿区山吹町346番地6 日新ビル6階（〒162-0801）

電話03-5579-2680

協力：東京都産業労働局観光部企画課

印刷：凸版印刷株式会社



