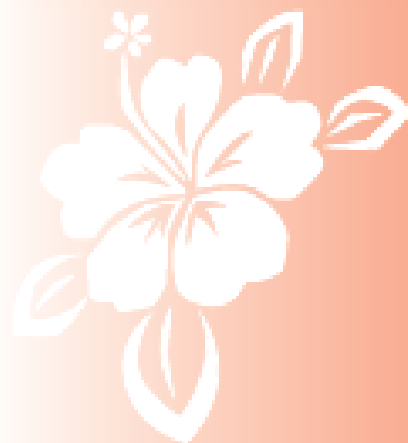


第6章 MICEエリア戦略

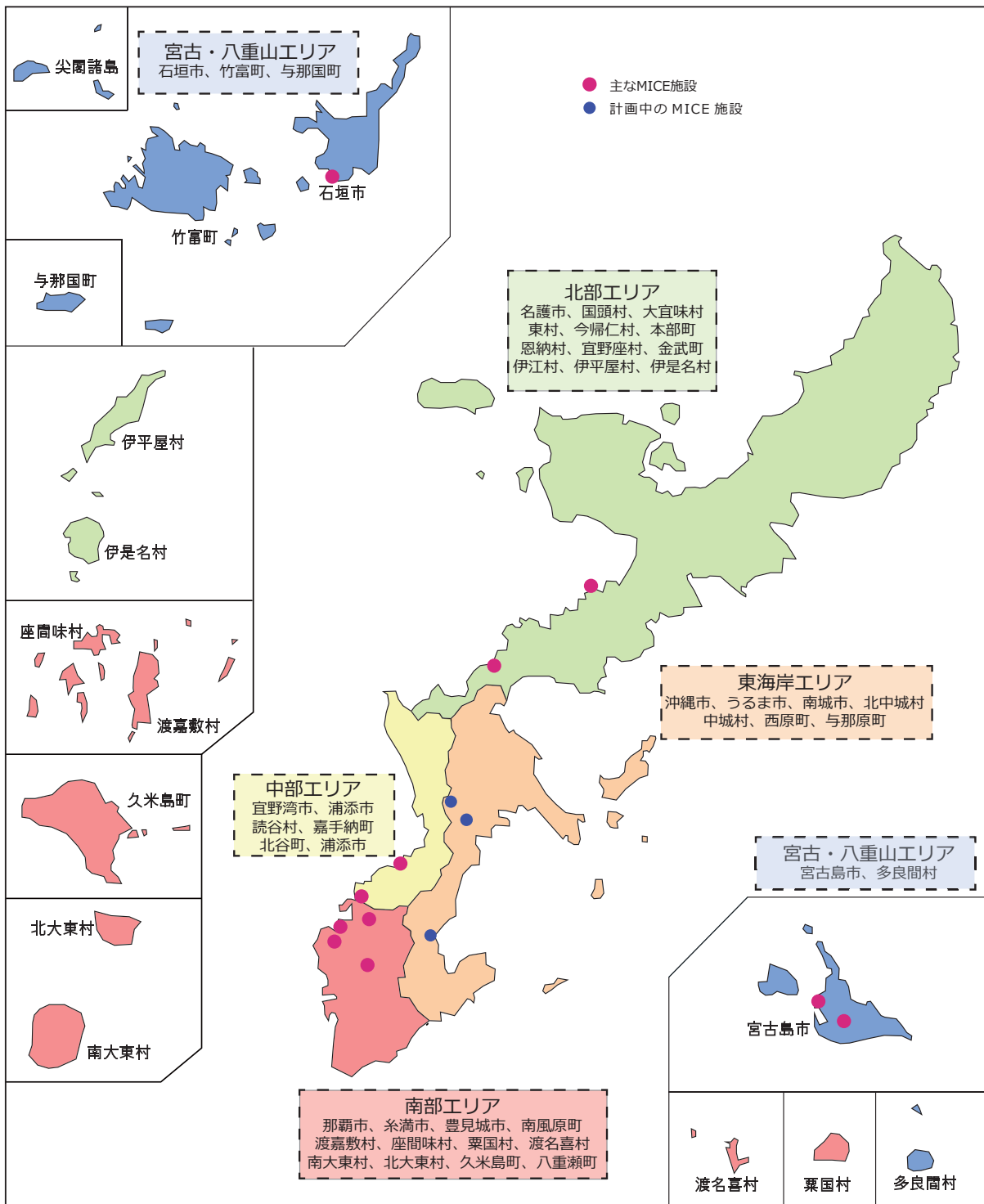


第6章 MICEエリア戦略

(1) MICEエリアの設定

本戦略では、全県的なMICE振興を目指す観点から、主要MICE施設を中心として、周辺ホテル、大学及び企業の集積状況、観光施設や自然環境といった地域特性を勘案し、5つのMICEエリア（「北部エリア」「中部エリア」「南部エリア」「東海岸エリア」「宮古・八重山エリア」）を設定し、エリアの特性に応じたMICEの振興方向を明らかにするとともに各エリア間の連携を通じて全県的なMICE受入体制の構築を目指します。

[MICEエリアの区分]





■ 各エリアの主なコンベンション施設

北部エリア	万国津梁館	名護市
	沖縄北部雇用能力開発総合センター	名護市
	名護市国際交流会館	名護市
	21世紀の森体育館	名護市
	沖縄科学技術大学大学院	恩納村
	宜野座村文化センターがらまんホール	宜野座村

中部エリア	読谷村文化センター	読谷村
	かでな文化センター	嘉手納町
	浦添市産業振興センター・結の街	浦添市
	浦添市てだこホール	浦添市
	国立劇場おきなわ	浦添市
	P'sSQUARE 貸会議室	浦添市
	宜野湾市民会館	宜野湾市
	宜野湾マリン支援センター	宜野湾市
	沖縄コンベンションセンター	宜野湾市

南部エリア	沖縄県市町村自治会館	那覇市
	沖縄県総合福祉センター	那覇市
	沖縄県男女共同参画センター ているる	那覇市
	沖縄セルラースタジアム那覇	那覇市
	沖縄セルラーパーク那覇	那覇市
	沖縄産業支援センター	那覇市
	那覇市ぶんかテンプス館	那覇市
	沖縄県青年会館	那覇市
	沖縄県立博物館・美術館	那覇市
	タイムスホール	那覇市
	那覇市パレット市民劇場	那覇市
	沖縄空手会館	豊見城市
	豊見城市立中央公民館	豊見城市
	国立沖縄青少年交流の家	渡嘉敷村
	イーフ情報プラザ	久米島町
久米島町具志川農村環境改善センター	久米島町	

東海岸エリア	石川地域活性化センター舞天館	うるま市
	うるま市石川会館	うるま市
	うるま市きむたかホール	うるま市
	うるま市民芸術劇場	うるま市
	沖縄商工会議所	沖縄市
	沖縄市産業交流センター	沖縄市
	沖縄市民会館	沖縄市
	沖縄市民小劇場あしびなー	沖縄市
	ミュージックタウン音市場	沖縄市
	沖縄市多目的アリーナ(仮称)*	沖縄市
	北中城多目的アリーナ(仮称)*	北中城村
	西原町町民交流センターさわふじ未来ホール	西原町
ムーンテラス東崎sairain音楽堂	西原町	
大型MICE施設(仮称)*	西原町 与那原町	
南城市文化センター シュガーホール	南城市	

宮古・八重山エリア	JTA宮古島ドーム	宮古島市
	宮古島市文化ホール(マティダ市民劇場)	宮古島市
	石垣市民会館	石垣市
	石垣市商工会館	石垣市

* 2017年6月現在で計画段階の施設

■ 各エリアのホテル集積状況 (2016年12月31日時点)

エリア区分	ホテル数※1		会議・宴会場 施設数※2
	施設数	部屋数	
北部エリア	36	6,869 室	50
中部エリア	10	2,284 室	25
南部エリア	65	11,798 室	103
東海岸エリア	4	714 室	12
宮古・八重山エリア	32	4,482 室	29

※1 収容人員が150人以上のホテル施設が対象

※2 シアター形式で50人以上収容可能なホテル・パーティー会場等が対象

■ 各エリアのMICE受入規模

エリア		各エリアの主要MICE施設の収容人数規模(人)							
区分		100	~250	~500	~1,000	~2,500	~5,000	~10,000	10,000超
北部 エリア	M	万国津梁館							
	I	周辺ホテル							
	C	沖縄科学技術大学院大学							
	E								
中部 エリア	M	周辺ホテル							
	I	周辺ホテル							
	C	国立劇場おきなわ 市町村コンベンション施設				沖縄コンベンションセンター			
	E								
南部 エリア	M	周辺ホテル							
	I	周辺ホテル							
	C	沖縄県市町村自治会館 沖縄産業支援センター 市町村コンベンション施設等			沖縄県立武道館 (アリーナ棟)				
	E				沖縄セルラースタジアム那覇				
東海岸 エリア	M	周辺ホテル							
	I	周辺ホテル				大型MICE施設			
	C	市町村コンベンション施設、多目的アリーナ等							
	E								
宮古 八重山 エリア	M	周辺ホテル							
	I	周辺ホテル							
	C	石垣市民会館 宮古島市文化ホール			JTA宮古島ドーム				
	E								

※1 主要MICE施設及びホテルの受入規模については、OCVB発刊の「沖縄MICEプランナーズガイド2017」及び過去の受入実績を基に作成

※2 沖縄市及び北中城村の多目的アリーナ、JTA宮古島ドームの収容規模については、各市町村が公表している施設整備計画等を参考に作成



(2) 各エリアの特徴と方向性

① 北部エリア

北部エリアは、拠点都市である名護市を中心として、恩納村、金武町から北の本島北部とその周辺離島から形成されており、手つかずの自然が残るやんばるの森には、貴重な動植物が多数生息・生育しています。

また、美しい海岸を有し、沖縄海岸国定公園にも指定されている西海岸地域では多くのリゾートホテルが建ち並び、沖縄を代表する観光リゾート地を形成しています。さらに、第二尚氏王統発祥地である伊是名島や世界遺産に登録された今帰仁城跡、大宜味村喜如嘉の芭蕉布等、歴史的・文化的に優れた観光資源を有しています。

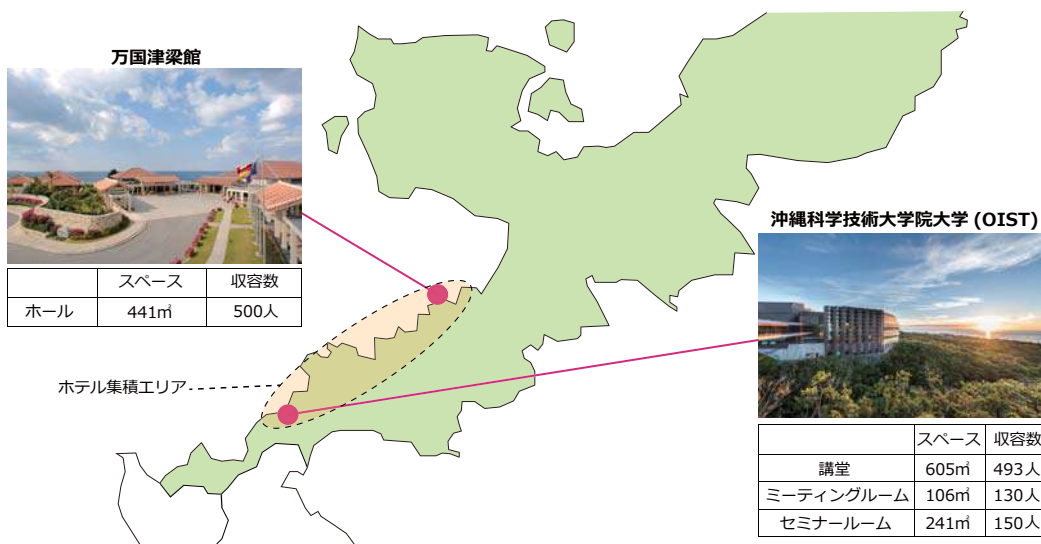
主要MICE施設としては、2000年に九州・沖縄サミットが開催された万国津梁館、世界水準の研究が進められている沖縄科学技術大学院大学（OIST）をはじめ、名桜大学、沖縄工業高等専門学校などの研究教育機関も立地するなど、政府系国際会議や国際的な学術会議の開催に適したエリアです。

また、恩納村にはリゾートホテルが集積し、北部エリア内の自然環境や歴史的・文化的にも優れた観光資源を強みとした国内外のインセンティブ旅行や企業ミーティングの受入や、プレ・ポストコンベンションのメニューも多数提供可能で、周辺離島を含めた周遊プログラムのポテンシャルが高いエリアとなっています。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模 ^(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	企業ミーティング	◎	○	—	—
I	グローバル企業のインセンティブ旅行	○	◎	△	—
C	国際学術会議、政府系国際会議	◎	◎	—	—
E	展示会、県民向けイベント	◎	○	—	—
その他	<ul style="list-style-type: none"> 万国津梁館、OIST、ホテルを併用したサテライト方式のMICE開催 エリア内の自然環境や歴史・文化遺産を生かしたプレ・ポストコンベンションの推進 周辺離島との連携強化による周遊プログラムの充実 				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。



② 中部エリア

中部エリアは、宜野湾市から読谷村に至る西海岸を中心に、リゾートホテルや飲食・ショッピング、コンベンション、マリーナ、レクリエーション等の施設が集積し、都市近郊型のビーチリゾートが形成された国際色豊かな観光・コンベンションエリアです。

主要MICE施設としては、沖縄コンベンションセンターや国立劇場おきなわが立地しており、小規模コンベンションから大規模イベントまで、様々なタイプの催事が開催可能です。また、ビーチリゾートエリアを中心にホテル施設が集積しているため、小～中規模の企業ミーティング及びインセンティブ旅行の受入も可能です。

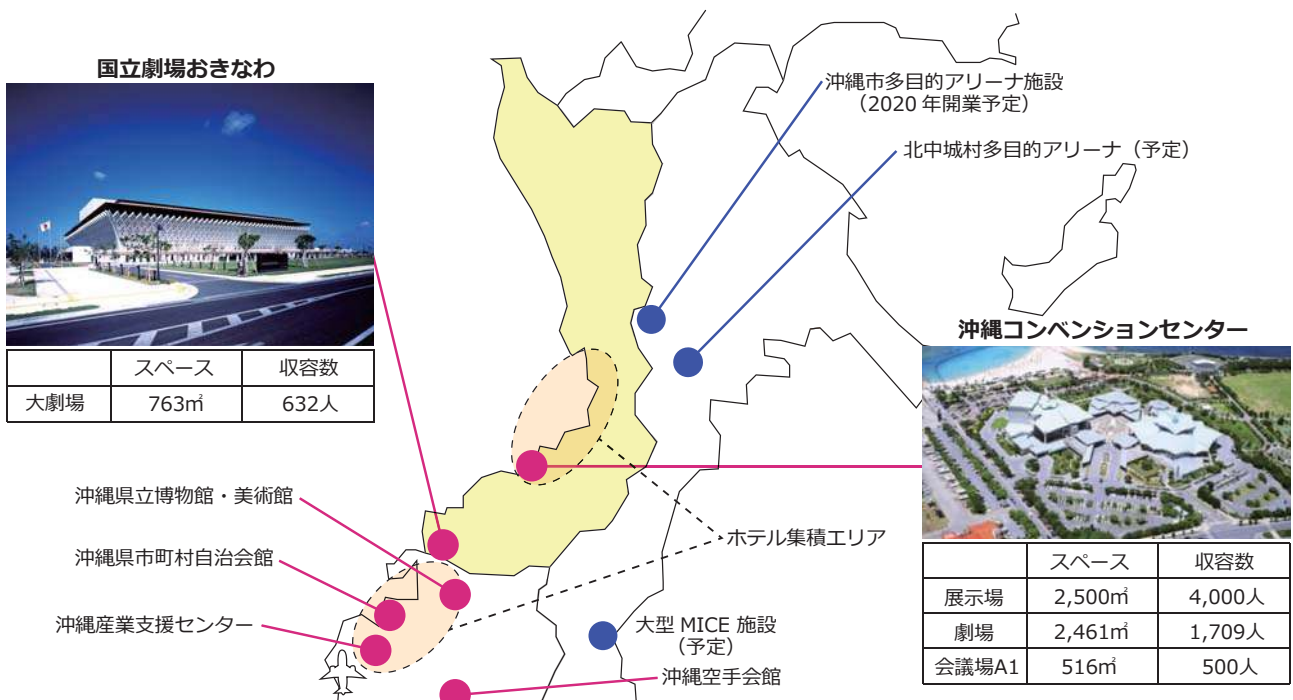
さらに、隣接する北部エリア、南部エリア、東海岸エリアにあるMICE施設とのサテライト方式により、中規模～大規模のイベント開催に適した地域です。

また、沖縄とアメリカの町並みが融合した異国情緒あふれる町並みの美浜アメリカンビレッジ（北谷町）や、琉球王朝の歴史や伝統文化を体験できるユニークベニュー（読谷村）も集積しており、プレ・ポストコンベンションや体験プログラムも楽しめるエリアです。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	大手企業ミーティング、経済団体の年次総会	○	◎	○	—
I	国内企業のインセンティブ旅行	○	◎	○	—
C	学術系会議、協会系会議	○	◎	◎	△
E	展示会・商談会、県民向けイベント	○	◎	◎	△
その他	・沖縄コンベンションセンター、ホテルを併用したサテライト方式のMICE開催 ・観光施設の集積を生かしたプレ・ポストコンベンションやチームビルディングの推進				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。





③ 南部エリア

南部エリアは、糸満市から那覇市まで市街地が連なり、沖縄の玄関口である那覇空港及び那覇港があるほか、国際通りなど中心市街地を中心に、高度な都市機能が集積する沖縄県内外の交流拠点となっています。

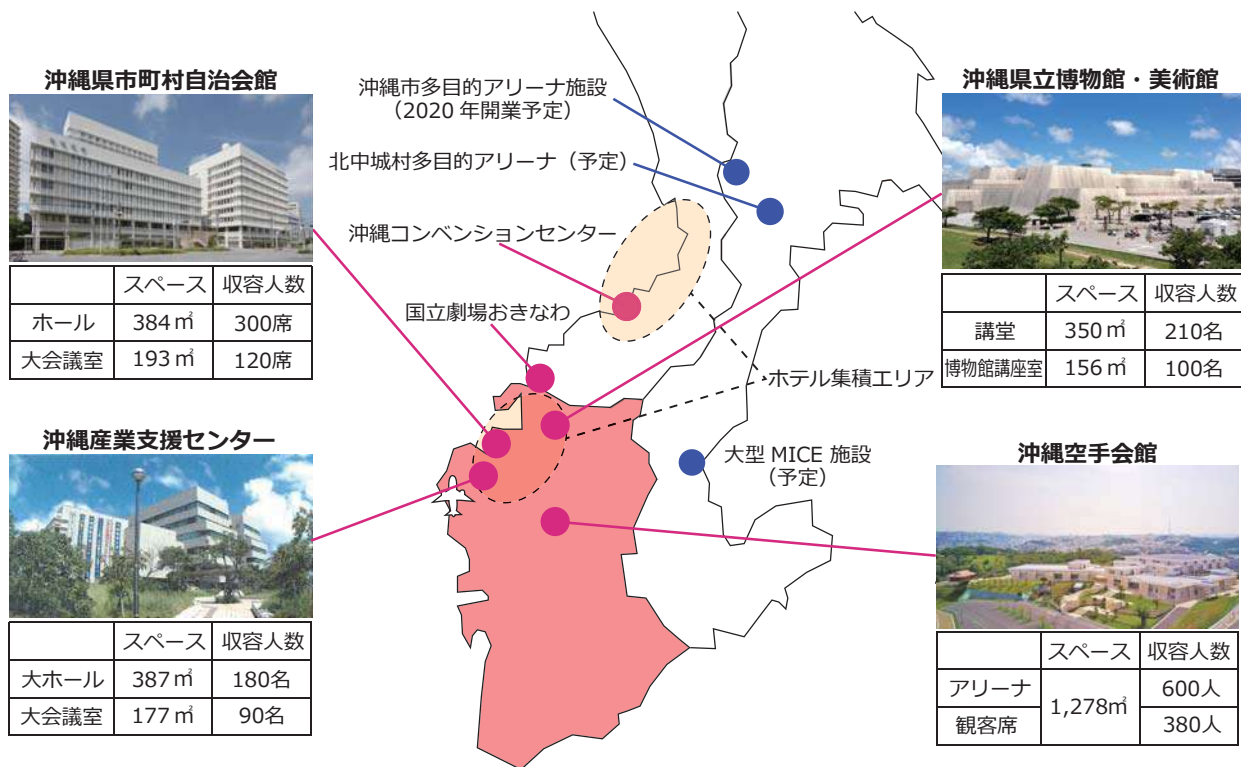
特に、ビジネスの中心地である那覇市には、多くの企業及び都市型ホテルが立地し、沖縄県市町村自治会館や沖縄産業支援センターなど企業系会議が開催可能なMICE施設も集積しているため、小～中規模の企業ミーティングやインセンティブ旅行の受入に適しています。

また、首里城、県立博物館・美術館、沖縄空手会館、平和記念公園等の沖縄の歴史・文化を伝える公共施設はユニークベニューとしての利活用が期待できるほか、国立公園に指定された慶良間諸島ではタイピング、ホエールウォッチング等も盛んで、歴史や自然及び文化を生かした様々な体験・滞在型観光のコンテンツをMICE参加者向けにアレンジすることでより付加価値の高いプレ・ポストコンベンションの推進が期待できます。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	企業向けセミナー、海外企業等のミーティング	◎	○	—	—
I	大手企業、外資系企業のインセンティブ旅行	◎	◎	○	—
C	経済団体等の各種会合、学協会主催セミナー	◎	○	—	—
E	企業商談会、マッチングイベント、県民向けイベント	◎	○	○	—
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・企業集積を生かした産業施設の受入 ・文化的公共施設のユニークベニューとしての活用促進 ・周辺離島との連携強化によるプレ・ポストコンベンションの推進 				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。



④ 東海岸エリア

東海岸エリアは、人口規模で県内第二の沖縄市、第三のうるま市があり、都市機能が集積しているほか、中城湾港マリンタウン地区において大型MICE施設の建設が予定されており、周辺エリアも含めた地元自治体のまちづくりの取り組みにより、今後、ホテルや商業施設の集積や交通網の整備が進み、MICE受入に必要な都市機能や受入体制の充実が期待されます。

また、沖縄市や北中城村でも新たなアリーナ施設の建設が計画されていることから、他のエリアでは受入が困難な大規模催事（展示会・商談会、コンサート、スポーツイベント等）を中心としたMICEエリアとして発展していくことが予想されます。

さらに、世界遺産の中城城跡（中城村）、勝連城跡（うるま市）やガンガラーの谷（南城市）などのユニークベニューがあり、こうした施設を活用したプレ・ポストコンベンションの開催や、中部エリア、南部エリアとの結節点として新たな周遊ルートを創出することにより、参加者の満足度が高いコンテンツが提供可能なエリアとしての展開も期待されます。

（◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能）

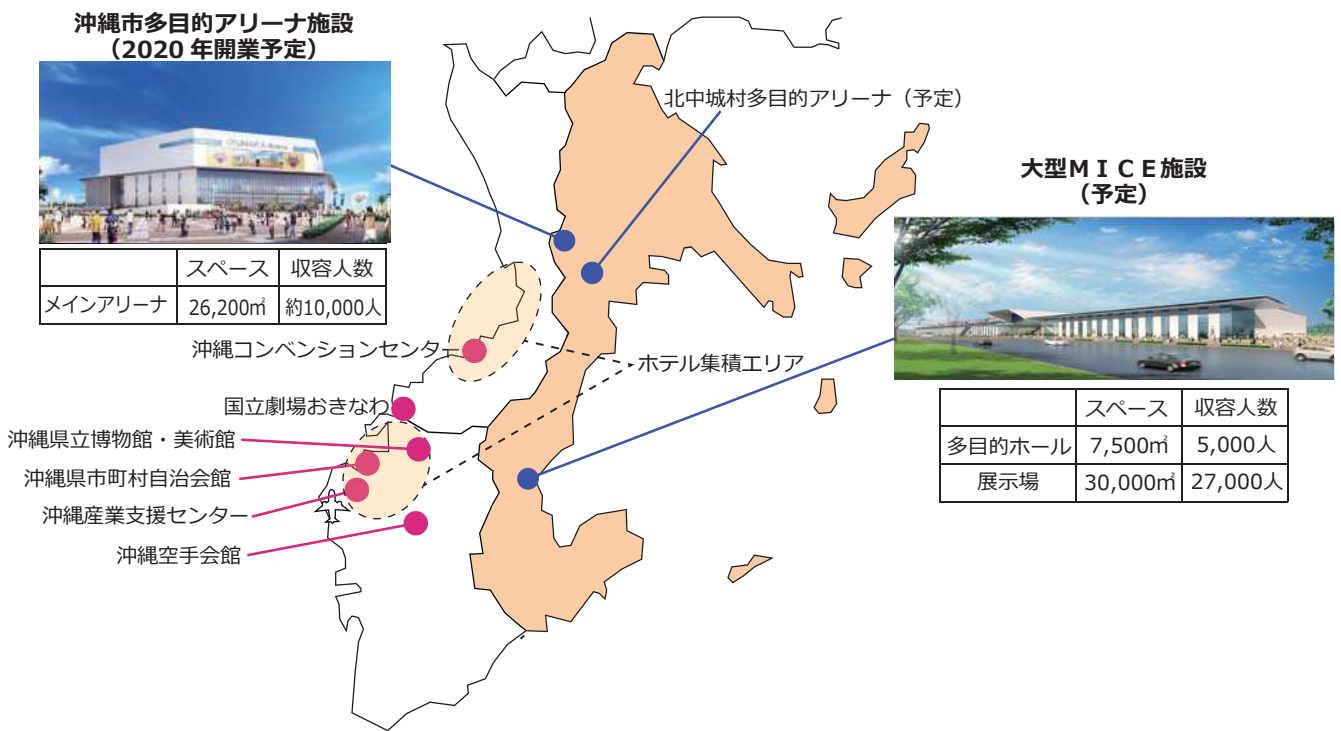
区分	想定ターゲット	受入規模 ^(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	県外・海外企業の年次総会	—	○	◎	◎
I	グローバル企業や大型のインセンティブ旅行	—	○	◎	◎
C	展示会併設型の学術系会議	—	○	◎	◎
E	展示会・商談会、コンサート スポーツイベント、県民向けイベント	○	○	◎	◎
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・東海岸の歴史・文化的な独自性を生かしたプレ・ポストコンベンションの充実 ・文化的公共施設等のユニークベニューの活用促進 ・周辺離島との連携強化による周遊プログラムの推進 				

（注）受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。

沖縄市多目的アリーナ施設 (2020年開業予定)



	スペース	収容人数
メインアリーナ	26,200㎡	約10,000人



	スペース	収容人数
多目的ホール	7,500㎡	5,000人
展示場	30,000㎡	27,000人



⑤ 宮古・八重山エリア

宮古・八重山エリアは、農地に囲まれた田園風景や、美しいサンゴ礁が広がる海などの恵まれた自然環境に加え、島々で異なる独特の伝統芸能が育まれており、魅力的な景観資源や文化資源を有する本県の代表的な観光リゾート地域の一つです。

とりわけ、宮古島市は県内唯一の環境モデル都市に選定されており、太陽光発電や風力発電など再生可能エネルギーを先駆的に導入しています。また、八重山地域は西表石垣国立公園に指定されているほか、西表島は世界自然遺産推薦地となっています。

主なMICE施設としては、2017年にオープンしたJTA宮古島ドームや石垣市民会館のほか、多くのリゾートホテルも立地しており、インセンティブ旅行やスポーツイベントの開催地としての人気のエリアです。また、学術研究分野ではサンゴ礁をはじめとする生物多様性や再生可能エネルギー開発のフィールドとして選ばれていることから、島嶼エリアならではの特徴を生かした学術会議の誘致・開催も期待できます。

さらに、沖縄本島で開催されたMICEのプレ・ポストコンベンションとして、離島の美しい観光資源を生かしたチームビルディングや体験プログラム、離島周遊プログラムの推進など、ポテンシャルが高いエリアです。

(◎：メインターゲット、○：受入可能な規模、△：条件により受入可能)

区分	想定ターゲット	受入規模(注)			
		小規模	中規模	大規模	超大規模
M	国内大手、外資系企業の研修・ミーティング	◎	○	—	—
I	国内企業のインセンティブ旅行	◎	○	—	—
C	亜熱帯・島嶼地域をフィールドとした学術セミナー	◎	○	—	—
E	スポーツコンベンション、県民向けイベント	○	◎	○	—
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史・文化・自然等の独自性を生かしたプレ・ポストコンベンションの充実 ・周辺離島との連携強化による周遊プログラムの推進 				

(注) 受入規模の定義は、小規模：100人未満、中規模：100人～999人、大規模：1,000人超～9,999人、超大規模：10,000人超とする。

石垣市民会館

	スペース	収容人数
大ホール	1,679㎡	1,010人

宮古島市文化ホール (マティダ市民劇場)

	スペース	収容人数
ホール	851.7㎡	892人

JTA ドーム宮古島

	スペース	収容人数
アリーナ	3,600㎡	約5,000人

參考資料



参 考 資 料

(1) 沖縄MICE振興戦略策定の経緯

- ・本戦略を策定するにあたっては、MICEに関して専門的知見を有する学識経験者、専門家等で構成する「沖縄MICE振興戦略検討委員会」を設置し、専門的な立場から意見聴取を行うとともに、県民意見を戦略に反映させるため、パブリックコメントを実施した。

実施内容	詳細
沖縄MICE振興戦略検討委員会の開催	第1回（2016年 9月 9日） 第2回（2016年11月28日） 第3回（2016年 2月 3日） 第4回（2016年 3月15日） 第5回（2017年 6月20日）
パブリックコメントの実施	2017年 5月2日 ～ 6月1日 「沖縄MICE振興戦略(案)」に対する意見募集 県民意見：18件

(2) 沖縄MICE振興戦略検討委員会委員

(50音順・敬称略：役職等は、委員在職時のもの)

氏名	役職等	備考
石丸 修平	福岡地域戦略推進協議会 事務局長	
伊藤 成明	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル 執行役員MICE事業部長	～H29年5月
嘉手苺 孝夫	沖縄県文化観光スポーツ部 部長	H29年4月～
下地 芳郎	琉球大学観光産業科学部 観光科学科 教授	委員長
平良 朝敬	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 会長	
近浪 弘武	一般社団法人日本コンベンション協会 代表理事 (日本コンベンションサービス株式会社 代表取締役社長)	
徳田 博之	株式会社DMC沖縄 代表取締役社長	
前田 光幸	沖縄県文化観光スポーツ部 部長	～H29年3月
村上 淳一	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル 営業企画部 MICE市場戦略部長	H29年6月～
森口 巳都留	株式会社MICEジャパン 代表取締役社長	
山本 牧子	MPI Japan Chapter 会長	



(3) コンベンションの定義・分類等

① コンベンション（国際会議）の定義

・コンベンション（国際会議）で用いられる主な統計として、日本政府観光局（JNTO）の「JNTOコンベンション統計」、国際会議協会（ICCA）の「ICCA統計」、国際団体連合（UIA）の「UIA統計」が一般的に用いられている。

区分	JNTO コンベンション統計	ICCA 統計	UIA 統計	
条件	下記の条件をすべて満たすもの	同 左	主催者・後援者によって基準が異なる	
主催者	国際機関・国際団体（各国支部を含む）または、国家機関・国内団体（民間企業以外）	3カ国以上をローテーションする国際機関	国際機関・国際団体の本部が主催または後援した会議	UIAにより主催者が「国際機関・国際団体ではない」と判断した会議
総参加者数	50人以上	50人以上	50人以上	300人以上かつ主催国以外の参加者が全参加者の40%以上
参加国	日本を含む3カ国以上	—	3カ国以上	5カ国以上
開催期間	1日以上	定期的に開催	1日以上	3日以上

出所) 観光庁 (2014) 『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』より

② コンベンション（C）の主催者分類

・コンベンションの主催者は、主に次のような分類となっており、コンベンションの誘致活動は、各会議の主催者に対して行われるのが一般的である。

主催者の区分		例	ポイント
公的機関	官公庁	政府間協議 (主要国首脳会議(G8サミット)、APEC首脳会議)	・政治・経済等、政府間の調整を行うもの ・政府が取り組む重要事項についての協議等
	国際機関	加盟国・団体の協議、調整会議 (国連防災、COP3、ITU全権委員会会議)	・加盟国・団体が、各テーマについて協議し、取り組みを決定する。 ・年次総会として、開催されることも多い。
学協会	学会	学術集会、研究発表会	・年次総会等、定期的に開催 ・テーマごとに必要に応じて開催 ・アカデミックもしくはテクニカルな内容が多い。
	業界団体	業界団体の年次総会、テーマごとの発表会	

出所) 観光庁 (2014) 『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』を基に作成

③ コンベンション（C）の開催地決定のパターン

・コンベンションの開催地は主に以下のようなパターンで決定されており、コンベンションの誘致は、これまでの開催都市の傾向や、テーマ、プログラムといった会議の特徴等を踏まえて行われている。

開催地決定のパターン	特徴
世界持ち回り	<ul style="list-style-type: none"> ・機関、団体の加盟国の都市のいずれかで開催 ・アメリカ(北米、南米)、ヨーロッパ、アジア・オセアニア等の地域ごとに開催周期が決められている。地域ごとの開催周期が時に無い場合でも、同地域が連続しないよう配慮されることが多い。
参加国持ち回り	<ul style="list-style-type: none"> ・G8サミットなど参加国の輪番制による開催
地域内持ち回り	<ul style="list-style-type: none"> ・アジア太平洋、アジア・オセアニア、東アジア、ASEAN等、それぞれの主要参加国間内で持ち回りとなるような国際会議 ・北海道地方、東北地方、関東地方、中部地方、近畿地方、中国・四国地方、九州・沖縄地方の地域ブロック間内での持ち回りとなる国内会議
開催都市を固定	<ul style="list-style-type: none"> ・ダボス会議(スイス)や国連総会(ニューヨーク)など特定の都市で開催
関連会合と同地域で開催	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者の利便性等により、例外的に会議の開催地もしくはその周辺地域で開催(例:第8回国際エネルギーフォーラム(大阪)開催に合わせて、第121回OPEC総会を大阪の他施設で開催)
サテライト会議	<ul style="list-style-type: none"> ・関連テーマの分科会として、会議の開催地とは別に、同一の都市圏内、国内もしくは近隣諸国で開催

出所) 観光庁(2014)『自治体、コンベンション推進機関、会議施設のための国際会議誘致ガイドブック』を基に作成



④ コンベンション開催のプロセス

- ・コンベンションの開催のプロセスは、主に「誘致段階」と「開催決定後」に大別される。
- ・誘致段階では、学協会や産業団体等が誘致計画案を作成し、団体本部や理事会などのコンベンション開催地を決定する関係者に立候補の意思を伝え、誘致を働きかけていくプロセスを踏んでいる。なお、コンベンションビューローでは、学会や産業団体等と連携し、誘致が実現するよう、公的な立場で活動を展開している。
- ・開催決定後は、誘致したコンベンションを運営するための委員会（運営委員会）を組織し、主催する学協会や産業団体内に事務局を設置することが多いが、ローカルホストのいる大学に事務局を設置し、実質的な運営を行うケースもある。

(3年程度の準備期間を置く場合)

	プロセス	主な業務	実行時期
誘致段階	【計画から開催決定まで】	・計画 ・予備調査 ・暫定計画案の作成 ・立候補 ・誘致活動	可能な限り 前広な時期
	開催決定後	【基本準備】 ・組織作りと予算計画 ・マスタープランの作成	・運営組織づくり ・開催趣意書の作成 ・予算計画の作成 ・スケジュールとデザイン ・プログラム案の作成 ・募金開始 ・関連行事の企画 ・コンベンション案内書
【進行段階】 ・実行計画の作成と準備活動		・演者、発表者の募集・交渉 ・参加者勧誘 ・会議使用計画 ・登録受付開始 ・宿泊受付開始 ・対外交渉、調整、届け出 ・実行予算の作成	コンベンション開催 の2～1年前
【実施準備】 ・各種の予約手配		・印刷物、製作物発注 ・機材、備品準備 ・会議プログラムの作成 ・運営実行組織づくり ・要員の確保 ・運営マニュアルの作成	コンベンション 開催の6～1か月前
【準備の点検・確認】		・予約、手配事項の調整 ・要員オリエンテーション ・会議運営事務局設置 ・会場設営 ・リハーサル	開会日の 1週間～前日まで
【会議開催】		・会議運営 ・VIP対応	期日中
【会議終了後】		・決算報告 ・会議報告書作成 ・謝意表示	会議終了後 3～6か月後

(4) 展示会の定義・分類等

① 日本における展示会の定義及び分類

- ・国際標準化機構（ISO）では展示会について「商品・サービス・情報などを展示、宣伝するためのイベント（ただし、フリーマーケットや路上販売は含まない。）」と定義している。
- ・日本では、来場者の集計方法や海外来場者の割合などの要素を踏まえつつ、ISOによる定義に準拠する形で次のように展示会进行分类している。

分類	認定基準		
	来場者の集計方法※	来場者、出展者	
展示会	①国際展示会 (ISO基準及び国際展示会としての一定の基準を満たすもの)	会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計、その他ISO基準に準拠 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可)	海外来場者数5%以上、 または海外出展者数10%以上
	②一般展示会 (ISO基準を満たすが、国際展示会以外のもの)	会期中1人を1回のみカウントした「来場者数」を集計、その他ISO基準に準拠 (なお、「1日1人を1回のみカウント」し「来場数/延べ来場数」を併せて把握することも可)	(規定なし)
	③展示会	基準は定めないが、上記同様の集計を推奨する ※ただし、集計方法は数値とともにそれぞれ明記すること	(規定なし)
展示会に含まないもの (展示会に類する"イベント")	フリーマーケット、路上販売		

※来場者などの統計については、集計方法を明記の上、日本展示会協会等において集計

※展示会の統計（件数、来場者数、出展者数等の統計）については、集計方法が国際基準に準拠している展示会のみ対象
出所）経済産業省（2014）『展示会産業概論 ～はじめて展示会に関わる人のための入門書～』より抜粋

② 展示会の開催形態

- ・展示会の開催形態は、その目的方法などに応じて様々なタイプに分かれる。具体的には、特定の来場者（主にビジネス関係者）を対象とするもの、一般の来場者（消費者）を対象とするもの、その双方を対象とするものが目的となるものに区分される。

展示会の形態	具体例
特定の来場者（主にビジネス関係者）を対象	見本市・トレードショー、商談会 等
一般の来場者（消費者）を対象	一般消費者向け展示会（物産展、ゲームショー等）
特定の来場者と一般の来場者の双方を対象	業務用と家庭用の双方を扱うもの（電化製品、自動車など）

出所）経済産業省（2014）『展示会産業概論 ～はじめて展示会に関わる人のための入門書～』より作成



③ 展示会開催のプロセス

- ・展示会は、一般的に産業団体、新聞・雑誌社、展示会専門事業者（PEO）等が独立採算事業として、企画・運営を行っている。
- ・展示会主催者は、事前に事業収支計画、開催概要等を作成し、展示会が事業として成り立つかどうかの市場調査を行い、開催決定を判断している。特に、国際的な展示会は数年前から調査が進められ、実施までの準備期間も2～3年を要するのが一般的である。
- ・展示会の開催とテーマが決定した後、展示会の運営業務は、一貫した方針とスケジュールをもとに主催者の責任で実行される。

準備プロセス	主な業務	実行時期
【基本準備】	・開催概要の決定 ・事業収支計画の作成 ・開催趣意書の作成	2年～1年半前
↓		
【進行段階】	・出展案内書の作成 ・出展企業の募集 ・小間割り ・出展申込受付 ・出展説明会	1年～6か月前
↓		
【実施準備】	・保税手続き ・警察、消防の手続き ・ガイドブックの作成 ・運営マニュアルの作成	3か月～1か月前
↓		
【会期直前】	・事務局設置 ・基礎小間の設営 ・要員オリエンテーション ・出展物搬入	数日前～前日
↓		
【展示会開催】	・会場運営管理 ・VIP対応	期日中
↓		
【閉会后】	・展示物の搬出 ・会場の返還 ・収支管理・支払い ・出展者・関係者挨拶 ・報告書の作成	閉会直後から

出所) 株式会社ジェイティービー能力開発 (2010) 「イベント&コンベンション概論」の記載図を基に作成

(5) 沖縄県のMICE経済波及効果

①MICE開催による経済効果（直接効果）

- ・ MICEの経済効果(直接効果)は、参加者の消費額や主催者・出展者の支出額で構成されている。
- ・ 沖縄県では、県内で開催されたMICEの実態調査や主催者アンケート等により、1人当たりの参加者消費額（参加者原単位）、1人当たりの主催者支出額（主催者原単位）、一人当たりの出展者支出額（出展者原単位）を設定し、これに参加者人数を乗じることにより、2016年の経済効果（直接効果）を算出した。

[MICE開催による経済効果(直接効果)の算出式]

$$\begin{aligned}
 \text{MICEの直接的な経済効果} &= \underbrace{\left[\text{参加者原単位 (M/I/C/E)} \times \text{参加者人数 (M/I/C/E)} \right]}_{\text{参加者消費額}} + \underbrace{\left[\text{主催者原単位 (M/I/C/E)} \times \text{参加者人数 (M/I/C/E)} \right]}_{\text{主催者支出額}} + \underbrace{\left[\text{出展者原単位 (Exのみ)} \times \text{出展者数 (Exのみ)} \right]}_{\text{出展者支出額}}
 \end{aligned}$$

① 「参加者原単位」

参加者原単位は、県内で開催されたMICEに参加した者が開催期間中に消費した額の総額(参加者消費額)※を参加者人数で除して求めた値。なお、原単位は参加者の属性に合わせ、県内・県外・海外の参加者属性に合わせた原単位を設定。

※ 参加者消費額は、宿泊費、県内交通費、土産・買物費、飲食費、娯楽・入場費、その他費用の総額。なお、沖縄県が集計する一般観光データと整合を図り、航空運賃は除く。

② 「主催者原単位」

主催者原単位は、県内でMICEを主催した事業者が開催期間中に消費した額の総額(主催者消費額)を参加者人数で除して求めた値。

③ 「出展者原単位」

出展者原単位は、出展者が展示会の出展に消費した支出額総額から出展者数で除して求めた値。

④ 「参加者人数」

参加者人数は、沖縄県MICE開催実態調査に基づくMICEの参加者数であり、県内・県外・海外の属性別に集計した値。

⑤ 「出展者数」

出展者数は、沖縄県で開催された展示会の出展企業等の数を主催者発表に基づき集計した値。



区分	参加者消費額 (a)	主催者支出額 (b)	出展者支出額 (c)	直接効果 (d)=(a)+(b)+(c)
企業ミーティング(M)	6 億円	12 億円	—	18 億円
インセンティブ旅行(I)	18 億円	30 億円	—	48 億円
コンベンション(C)	36 億円	33 億円	—	69 億円
展示会(Ex)	9 億円	7 億円	1 億円	17 億円
イベント(Ev)	31 億円	26 億円	—	57 億円
合計				209 億円



＜参考＞ 経済効果(直接効果)に用いた各種数値

区分	参加者数(人)			参加者原単位(円)			主催者原単位(円)	一人当たりの直接経済効果(円)			
	県内	県外	海外	県内	県外	海外		県内	県外	海外	
							(a)				(b)
企業ミーティング(M)	15,677	14,629	1,007	3,754	30,681	55,441	38,286	42,040	68,967	93,727	
インセンティブ旅行(I)	584	43,185	7,773	3,754	27,258	78,178	58,895	62,649	86,153	137,073	
コンベンション(C)	16,878	44,593	5,324	11,857	67,315	72,846	49,297	61,154	116,612	122,143	
展示会・イベント(E)	198,379	75,014	14,269	4,614	34,561	38,292	11,470	16,084	46,030	49,762	
(内訳)	展示会(Ex)	21,258	9,996	613	7,700	71,354	98,646	20,708	28,408	92,062	119,354
	イベント(Ev)	177,121	65,018	13,656	4,244	28,904	35,583	10,319	14,563	39,223	45,902

②MICE開催による経済波及効果(間接効果)

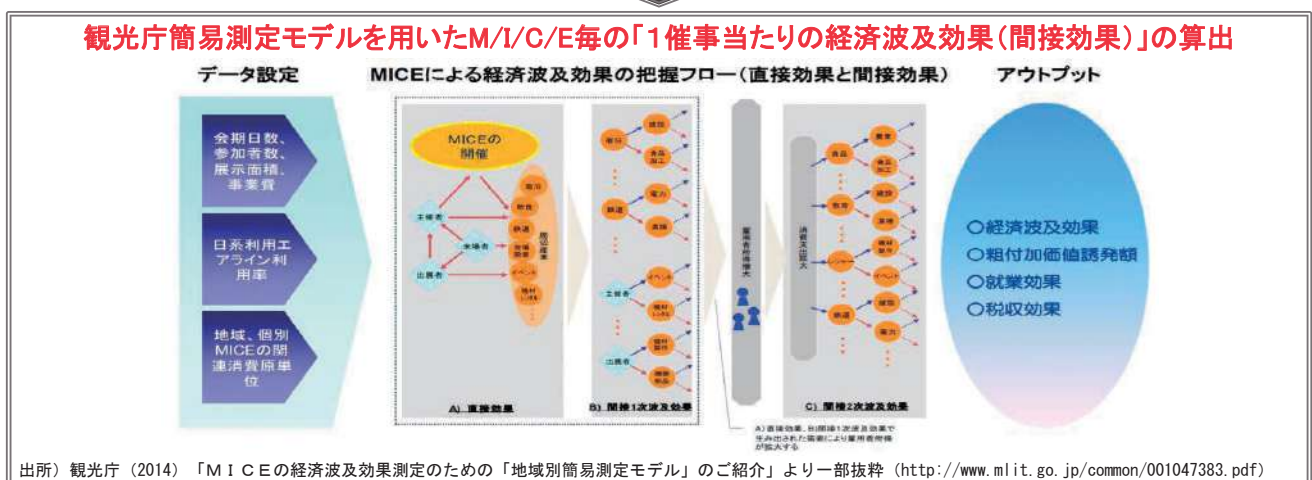
経済波及効果(間接効果)は、「MICEの経済波及効果測定のための地域別簡易測定モデル」(以下、観光庁簡易測定モデル)を用いて算出した。

具体的には、2016年の開催実態調査から、1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等をM/I/C/E毎に算出し、観光庁簡易測定モデルを用いて、「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」をM/I/C/E毎に算出した。

算出した1催事当たりの経済波及効果(間接効果)と2016年のM/I/C/E毎の開催件数を掛け合わせることで、沖縄県全体のMICE経済波及効果(間接効果)を算出した。

[MICE開催による経済波及効果(間接効果)の算出フロー]

1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等の算出(2016年の実績データ)



MICE経済波及効果(間接効果) = 1催事あたりの経済波及効果 × 2016年のMICE開催件数

[MICE開催による経済波及効果(間接効果)の結果(2016年)]

① 1催事当たりの会期日数、参加者数、事業費等の算出(2016年の実績データ)

区分	会期日数	平均参加者数			主催者事業費	展示面積
		県内	県外	海外		
	①	②	③	④	⑤	⑥
企業ミーティング(M)	2日	65人	61人	4人	4,995千円	
インセンティブ旅行(I)	3日	1人	67人	12人	4,728千円	
コンベンション(C)	3日	95人	252人	30人	18,603千円	1,313m ²
展示会(Ex)	2日	2,123人	909人	56人	63,944千円	1,695m ²
イベント(Ev)	2日	1,636人	608人	128人	24,466千円	

※①～④は、「平成28年度 沖縄県MICE開催実態調査」の会期日数、参加者数の平均を求めた。

※⑤は、2016年の直接経済効果で算出した主催者原単位に、M/I/C/E毎の参加者数を乗じることで算出した。

※⑥は、2016年に沖縄県で開催されたC及びExの各会場の面積から、C及びExに占める各会場の件数割合を考慮し、加重平均法を用いて算出した。

観光庁簡易測定モデルを用いた「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」の算出

ii 1催事あたりの経済波及効果(間接効果)

指標	1催事あたりの経済波及効果(推計値)				
	M	I	C	Ex	Ev
経済波及効果(1+2+3)	9.3 百万円	8.6 百万円	38.0 百万円	188.0 百万円	82.3 百万円
直接効果(県内自給率考慮前)	7.6 百万円	7.0 百万円	29.9 百万円	157.8 百万円	70.7 百万円
1) 直接効果(県内自給率考慮後)	5.7 百万円	5.0 百万円	22.6 百万円	116.2 百万円	48.2 百万円
2) 間接1次波及効果	2.1 百万円	2.3 百万円	9.1 百万円	41.0 百万円	20.5 百万円
3) 間接2次波及効果	1.5 百万円	1.3 百万円	5.8 百万円	31.0 百万円	12.6 百万円

「1催事当たりの経済波及効果(間接効果)」×「2016年のM/I/C/E毎の開催件数」

iii 沖縄県全体の経済波及効果(間接効果)

指標	沖縄県全体の経済波及効果(推計値)					
	M	I	C	Ex	Ev	合計
経済波及効果(1+2+3)	23 億円	55 億円	66 億円	21 億円	87 億円	252 億円
直接効果(県内自給率考慮前)	18 億円	45 億円	53 億円	17 億円	76 億円	209 億円
1) 直接効果(県内自給率考慮後)	14 億円	32 億円	40 億円	13 億円	52 億円	151 億円
2) 間接1次波及効果	5 億円	15 億円	16 億円	5 億円	22 億円	63 億円
3) 間接2次波及効果	4 億円	8 億円	10 億円	3 億円	13 億円	38 億円



(6) MICE 事例調査

・MICE振興戦略を策定するにあたり、国内外のコンベンションビューロー、PCO、旅行会社等に対してMICEの最新動向やMICE誘致に向けた各種取組等についてヒアリング調査を行った。

[ヒアリング先一覧]

調査対象		
海外	台湾	<ul style="list-style-type: none"> ・Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) ・PCO2社
	香港	<ul style="list-style-type: none"> ・Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC)
	シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> ・Singapore Association of Convention & Exhibition Organizers & Suppliers (SACEOS)
	マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> ・Malaysia Convention & Exhibition Bureau (MyCEB) ・PCO2社
	オーストラリア	<ul style="list-style-type: none"> ・Canberra Convention Bureau (CCB) ・Melbourne Convention Bureau (MCB) ・Business Events Tasmania (BET) ・MICE専門のコンサルティング会社
	タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
国内	インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> ・Ministry of Tourism, Republic of Indonesia
	札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・札幌市経済観光局 ・(公財)札幌国際プラザ ・NPO法人コンベンション札幌ネットワーク
	東京都	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)日本展示会協会 ・DMO六本木 ・民間PCO・PEO(3社)、旅行会社(2社)
	横浜市	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜市文化観光局及び経済局 ・(公財)横浜観光コンベンション・ビューロー ・(株)横浜国際平和会議場
	大阪市	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪市経済産業局 ・(公財)大阪観光局
	福岡市	<ul style="list-style-type: none"> ・福岡市経済観光文化局 ・(一財)福岡コンベンションセンター ・福岡地域戦略推進協議会 (FDC)
沖縄県	<ul style="list-style-type: none"> ・(一財)沖縄観光コンベンションビューロー ・旅行会社(1社)、シンクタンク(3社) 	

1) MICE主催者の特性及び開催トレンド

区分	内容
企業ミーティング	<ul style="list-style-type: none"> ● 会社として進出したいマーケットエリアを、ミーティングの場(開催地)として考える傾向がある。また、企業の協力会社・子会社が集積する地域で開催し、そこで彼らを招いて一緒に会議を行うこともある。その際に、例えば皆が楽しめるようなリゾート地で開催されるケースもある。 ● 開催企業側としては、コストを下げたいという希望があるため、旅行のハイシーズンである夏は避ける傾向にある。 ● 日本企業では、ミーティング及びインセンティブ旅行の区分の中では、「自動車関連」「金融業関連」「生命保険業関連」「製薬業関連」の業界が特にニーズがある。 ● 勢いのある業界、収益が向上している業界がミーティング及びインセンティブ旅行に予算を割けるため、その業界を狙っていくことが必要である。現在であれば、特に中国・台湾のIT業界には勢いがあり、参加者一人当たりの主催者単価も非常に高い。 ● 企業が開催地に対し重要視するポイントは、立地、交通、宿泊のキャパシティである。特に、出発地から直行便があるかどうかは重要である。 ● ホテルの収容力も重要である。例えば、参加者を2つのグループに分けると、ホテルのグレードの違いによりクレームになることがあるので、全員が同じホテルに泊まれることが望ましい。 ● 現在、沖縄へのミーティング・インセンティブ旅行は、主に金融・保険業、医療系の企業が来ているが、これらの業種は当初から「リゾート地」に開催地を絞っている傾向にある。
インセンティブ旅行	<ul style="list-style-type: none"> ● インセンティブ旅行は、優秀なビジネスパーソンを奨励するのが目的であるため、その人達が本当に行きたいと思えるような場所が選ばれる。また、表彰の要素もあるため、決算後の5月及び11月前後に行われるケースが多い。 ● 大規模なインセンティブ旅行でない限り、その準備は短期間で行われる傾向にある。特に収益と連動して計画されることも多いため、早くて1年前、概ね半年～1年前からの企画が多い。 ● 近年では、インセンティブ旅行だけのプログラムではなく、会議や展示会も組み合わせたケースも見られる。 ● 全員を異なるランクのホテルに泊めると問題になるため、近い距離に同等レベルのホテルがある事が望まれる。 ● インセンティブ旅行は、比較的小集団で滞在日数が長い傾向があるので、“ユニークな空間”や“ローカル文化”を好む傾向がある。そのため、一般観光客が行くような場所ではない、特別な体験ができるプランは人気が高い。 ● 対象が時間や効率に重きを置くビジネス層であるため、出発地から直行便がある目的地の開催でなければ難しい。



区分	内容
コンベンション	<ul style="list-style-type: none"> ● アジア太平洋地域での国際会議の開催数は増加傾向にある。特に、欧米での開催に飽きた団体が、アジア太平洋地域で開催するケース、またアジアで会員を増やしたい学協会等が開催する傾向にある。 ● 政府が開催する大型会議や学会では、地域産業と会議の目的が一致している場所が選ばれる傾向にある。 ● 参加者個人での手配となるため、移動の時間・コストに対してそれほど敏感ではない。 ● コンベンションの中で、小さな展示会を開催する等、複合的なMICEの実施が最近の傾向となっている。また、業種分野では、保険業界は潤っているため、コンベンションとインセンティブ旅行を組み合わせたツアー等がある。 ● (公財)福岡観光コンベンションビューローでは、MICEアンバサダー制度の導入を2016年度から行っている。 ● 会議誘致については、レガシー(開催後、開催地に何を残すか)が重視されつつある。例えば、マレーシアのサラワクで開催されたICCA(国際会議協会)の総会を誘致する際、「現在、マレーシア国内にコンベンションビューローは少ないが、ICCA会議を開催すればコンベンションビューローが設立され、ICCA会員になる可能性が高い。」といったレガシー効果をアピールしたことが評価されたケースもある。 ● コンベンションを開催する際、参加者は同じ場所に留まりたくないため、ユニークベニュー、アウトドアのイベント等、他のオプションを提示できるようにした方が望ましい。
展示会	<ul style="list-style-type: none"> ● 展示会は一度開催されると、同都市(同施設)で継続的に開催されるものがほとんどであるため、一度開催すると継続的な開催が見込まれる。そのため、開催都市としてもメリットは大きい。他の地域で開催されている展示会を誘致するというのは非常に難しい。 ● 日本における展示会の4~5割が協会を含む業界団体が開催している。 ● 展示会開催に求められるものは、どれだけバイヤーを多く集められるかが重視されている。東京で展示会開催数が多いのは、バイヤーを多く集められるからである。しかし、地方開催でも、購買力のあるバイヤーが既に存在する場所で開催された展示会で成功しているケースもある。 ● 日本の場合、お披露目的な要素が強いが、本来、開催に際して主催者が求めるものは「商談のクロージング、商談成立」であり、展示会場で決定権を持つ人物が多言語(まずは英語)で対応できるかどうかは実は大きな要素である。 ● 近年では、インターネットでいろんな商品が購入できるが、宝石、化粧品、電化製品等、実際に手に取って購入したいと思う展示会が開催されやすい。医療・製薬の分野は、最新機器・新薬が毎年発売されるため、展示会が頻繁に開催されている。

2) MICE誘致に関する特徴的な取組

■【SACEOS】(シンガポール)

- 自国の活動に留まらず、国際的にアジアの存在感を出すため、アジア・太平洋地域の国々(マレーシア、上海、韓国等)を招き、MICE人材の育成プログラムを実施している。
- MICE開催地としての知名度向上を目的として、MICEをテーマにした催事(MICEウィーク)を開催し、世界各国からMICEのバイヤー(PCO、旅行会社等)を招待している。

■【HKCEC】(香港)

- MICEの誘致促進のため、専門団体(IAPCO等)経由で世界各国のPCOを対象に、施設・周辺環境、エンターテイメント等、現地視察をしてもらうツアー(ファムトリップ)を実施している。
- 世界的に有名な団体・企業(UFI、IAPCO等)、MICEの業界専門誌(CEI)に情報発信を行い、世界中の主権者対し、コンタクトをとっている。
- 欧米で開催されている展示会のうち、まだアジア太平洋地域で開催されていないものにターゲットを絞って誘致している。

■【MyCEB】(マレーシア)

- 国際的な学協会に属する、医者、エンジニア、教育者、大学教官などを「大使」として任命し、彼らに会議を誘致してもらうプログラム(Kesatria 1 Malaysia Program)を実施している。
- 国内の学協会を活発にすることを目標の一つとし、国が推進している12の産業分野の学協会をターゲットに誘致を行っている。MICE開催による経済効果だけを見るのではなく、各産業のKPI(目標)を達成することや社会的に大きな影響を与えることができるイベントも積極的に誘致している。

■【MCB】(オーストラリア・メルボルン)

- 国際会議は、一度誘致すると、5~10年間は同じ場所で開催されない。そのため、世界の主要都市が情報交換のプラットフォームとして機能しているBest Cities Global Alliance に加盟し、世界の主要都市のコンベンションビューロー間で、誘致に関する情報交換を行っている。

■【札幌市】

- 国際会議案件は、市内に立地する大学教員が誘致するケースが多いため、市内大学の学問分野と相関性を意識した学会誘致を実施している。

■【DMO六本木】

- 周辺エリア全体でMICEを受け入れる体制づくり(エリアマネジメント)の取組も重要である。

■【横浜市】

- 横浜市内の大学教員向けの説明会を開催し、MICE開催の応援プランを紹介している。
- 誘致した国際会議の地元学生参加や、アウトリーチの取り組みによって、地元に対する教育面に与えるプラスの効果も意識している。



■【大阪市】

- 大阪市では、官民連携組織である大阪MICEビジネスアライアンスを立ち上げ、MICE関連企業が加盟し、そこで勉強会を実施している。
- 関西MICE3都市(京都、大阪、神戸)のビューロー会議を定例化し、情報交換を行っている。

■【福岡市】

- MICE誘致のキーパーソンを認定する、MICEアンバサダー制度を導入している。
- 各々の施設のキャパシティだけで考えず、エリア全体で受け入れる取組も重要。MICE参加者がエリアを周遊することで、商店街の魅力的な店舗が増えるなどの波及効果も得られる。

3) 沖縄県へのアドバイス等

- 沖縄県がMICE振興する上で、沖縄の成長産業をしっかりと把握した上で、MICEを推進していく必要があると思われる。
- 沖縄は、国内会議の開催地として魅力的と思われるが、国際会議の開催地としては、国際線の利便性向上(便数、直行便の有無等)が解決できないと、開催候補地に挙がらないこともありえる。
- MICEの中でも、まずはコンベンションを誘致し、開催地として良い評価を得ることが重要である。コンベンションで成功できれば、自ずと主催者側からアプローチが来るようになる。展示会を沖縄で開催するには、コンベンションに小規模の展示会を併設開催して実績を積み、それから大きな展示会を開催すると良いのではないか。
- MICE分野は、「ビジネス向け」の属性が主たるターゲットとなるため、「レジャー向け」の一般観光とはマーケティング手法が異なる。そのため、一般観光とMICEの誘致手法は分けて考える必要があり、主催者等に対してビジネスの視点から沖縄開催の意義を発信することが重要である。
- 将来のMICE開催に結び付けるため、キーパーソンとなる世界各国のPCOを招待(ファムトリップ)する等、関係者に対するプロモーションを進めていくと良い。開催地としてどんなに適切な場所であっても、PCOが実際に行ったことがなければ、決定権者向けの企画提案書を作成することができない。
- 沖縄県はまだMICEの開催地としての知名度が低いため、プロモーションが必要である。また、日本は滞在費が高いというイメージがあるため、もし東京よりもコストがかからないのであれば、その点をアピールした方が良い。
- その道の分野で世界的な有名人を、沖縄MICEを宣伝する大使として任命してはどうか。実際に、マレーシアはこの方法で、MICE開催地として知名度を上げた。
- 地域に存在する大学の専門分野に関する会議を、積極的に誘致するのはどうか。
- 近年の展示会トレンドとして、「ライフスタイル」の分野は重要な要素である。沖縄県は、「長寿の島」という特徴を生かし、健康食品系の展示会も開催可能性がある。

【A～Z】

DMC (Destination Management Company)

あらゆる種類の集会・会議開催に関わる業務、またこれに関連して派生する一切の行事に関わる業務を取り扱うための専門的能力を持った個人又は会社のこと。開催地に関する専門知識、情報、経営資源等を活用して、MICEに関わるプログラム、ツアー、輸送・運送計画等を企画・提案し、サービスを提供する。

ICCA (国際会議協会: International Congress and Convention Association)

国際会議の振興を目的にコンベンション関連機関や専門家が設立した国際機関。国際会議の情報収集、提供を行う。会議開催実績・予定を網羅したデータベースは、その利用価値において高く評価される。1964年設立。本部はアムステルダム。現在約60ヶ国、450団体の会員を擁する。

PCO (Professional Congress Organizer)

会議運営専門会社。あらゆる種類の集会、会議開催に関わる業務、またはこれに関連して派生する一切業務を取り扱うための専門的能力を持った企業または個人。

PEO (Professional Exhibition Organizer)

展示会運営専門会社。展示会にかかわるさまざまな業務や関連行事に関わる業務を取り扱う、専門的能力を持った企業または個人。

MICE アンバサダー

アンバサダーとは大使、使節のこと。観光庁では、国際会議をはじめMICEを日本に誘致・開催するため、日本の顔として海外へのPRや国内への普及活動を行う学術分野の著名な研究者等をMICEアンバサダーとして認定している。

MICE コンテンツ

MICE開催地としての魅力をプロモーションしていく際のセールス素材で、沖縄県では、ユニークベニュー、体験プログラム、エンターテインメントなどMICE主催者や参加者に提供できるMICE限定の商品・サービスを総称してMICEコンテンツと定義。

MICE 関連産業

MICE開催に付随するビジネスの総称。MICEは県外・海外から多くの参加者が来訪するため、宿泊、飲食、観光、交通といった観光リゾート産業が関連しているほか、会議施設、イベント企画・運営、広告・印刷、HP制作、記念グッズ販売、レンタル、司会、人材派遣、警備など様々な産業分野が関連する。

MOU (経済連携覚書: Memorandum of Understanding)

行政機関等の組織間の合意事項を記した文書であり、通常、法的拘束力を有さない。行政機関等の組織間の合意事項を記した文書を表す。了解覚書とも言う。

UFI (国際見本市連盟: Union des Foires Internationales)

世界85ヶ国の展示会主催者、展示会場、各国の展示会業界団体600社・団体で組織され、各国の主なショーオーガナイザーが加盟している最もグローバルな業界団体。UFIでは、来場者数、出展者数カウントの方法/国内、国際の分類を含むパーセンテージを明確に定義し、それが国際的に認められた唯一の基準となっており、同基準を満たす展示会を「UFI Approved Event」として認証している。

UIA (国際団体連合: Union of International Associations)

1907年にベルギー・ブリュッセルにおいて設立された非営利・非政府の団体。6万を超える組織団体等に関わる情報の調査・収集・分析を行っている。国際会議統計を例年6月に発行。

【あ行】

エクスカーションツアー

会議プログラムの一部として、会議参加者及びその同伴者のために計画されたリクレーションのための小旅行や遊覧のこと。(参考:「プレ・ポストコンベンション」)

沖縄県アジア経済戦略構想

2015年9月に沖縄県経済戦略構想策定委員会が策定。沖縄21世紀ビジョンの実現に向けた施策を補完強化し、アジア諸国の経済成長を取り込むために、沖縄21世紀ビジョン基本計画をベースに産業・経済の成長を加速化させる構想。これを受けて沖縄県は同構想の推進計画を2016年に策定。

沖縄21世紀ビジョン

2010年に沖縄県が策定。県民の参画と協働のもとに、将来(概ね2030年)のあるべき沖縄の姿を描き、その実現に向けた取り組みの方向性と、県民や行政の役割などを明らかにする基本構想。沖縄県として初めて策定した長期構想で、沖縄の将来像の実現を図る県民一体となった取り組みや、これからの県政運営の基本的な指針となるもの。2012年には同構想を推進する計画として同構想の基本計画及び実施計画を策定。

【か行】

グローバルMICE都市

MICE誘致競争を牽引することのできる実力ある都市を育成することを目的としたMICE誘致向上のための施策により、観光庁により選定された都市。2017年4月現在、12都市が選定。

2013年6月選定(7都市)

東京、横浜市、名古屋市、京都市、大阪市、神戸市、福岡市

2015年6月選定(5都市)

札幌市、仙台市、千葉市、広島市、北九州市



国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議

「国際会議等各種会議の沖縄開催の推進について」(平成12年6月20日閣議了解)に基づき、国際会議等各種会議の沖縄開催を政府全体として推進するため、国際会議等各種会議の沖縄開催の推進に係る各省庁連絡会議。

コンベンションビューロー

都市や地域等に所属する非営利組織。観光部門を持つ組織もある。商用、レジャーその他目的を問わず、その都市あるいは地域を訪れる種類の来訪者に対して勧誘、便宜を与える機関。沖縄県では、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローがその機能を担っている。

【さ行】

サテライト方式(サテライト会議)

関連テーマの分科会として、本体会議とは別に、異なる施設で同時開催する会議方式のこと。サテライト会議の日程は、本会議と同日だけでなくその前後で開催されることもあり、開催地も本会議と同じ場合と別の都市の場合がある。

産業視察(テクニカルツアー)

MICE参加者にとって関心のある企業、工場等の現場を視察するツアー。MICE開催にあわせて沖縄県内の企業等の技術力やユニークな取組をMICE参加者にアピールすることで新たなビジネスチャンスにつながるメリットが期待される。

主要国首脳会合(G8サミット)

日、米、英、仏、独、伊、加、露8か国の首脳並びに欧州理事会議長及び欧州委員会委員長が参加して開催される首脳会議。ウクライナ情勢を受けたロシアのG8への参加停止により、2014年以降はG7サミットとなっている。

【た行】

太平洋・島サミット(Pacific Islands Leaders Meeting)

ミクロネシア、メラネシア、ポリネシアの国々からなる太平洋島嶼国との関係を強化する目的で、1997年の初開催から3年毎に日本で開催されている会議。太平洋島嶼国が抱える様々な課題について共に解決策を探り、太平洋島嶼地域の安定と繁栄を目指して首脳レベルで議論を行っている。

チームビルディング

仲間が思いを一つにして、一つのゴールに向かって進んでゆくことを目的とした組織づくりのこと。また、そのために開発された手法やプログラム、研修そのものをチームビルディングと呼ぶこともある。沖縄県内では、泡盛蔵見学や空手体験、カヌー体験などがMICE参加者のチームビルディングとして行われている。

地球温暖化防止とサンゴ礁保全に関する国際会議

2013年6月に沖縄科学技術大学院大学で開催された国際会議。島嶼生態系を有する地域として、沖縄県や島しょ国内の先進的事例を紹介しながら、温暖化防止やサンゴ礁保全への対応についての国際的な動向を踏まえつつ、環境と共生した持続可能なシマの社会のあるべき姿を検討し世界に発信していくことを目的に開催。

【な行】

日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(Japan Congress Convention Bureau; JCCB)

1995年に、運輸省(現国土交通省)、日本政府観光局(JNTO)、全国の都市、コンベンション・ビューローなど約200団体が官民一体で設立した任意団体。我が国のコンベンション産業の発展を目指し、国際ミーティング・エキスポの開催などの事業を行っている。

【は行】

プラットフォーム

本来、「壇上」、「高台」、「高い足場」の意味で、駅など人が多く行き交う場所もプラットフォームと呼ばれる。沖縄県では、MICEを開催することで国内外から多くの人、モノ、情報が集まり、交流を通じて新たなイノベーションの機会を呼び込む効果が期待されるため、MICEを沖縄経済成長のプラットフォームとして位置付けている。

プレ・ポストコンベンション/プレ・ポストツアー

会義開催前(プレ)あるいは会議終了後(ポスト)に計画された、会議出席者及び同伴者のための旅行プログラム。アフターMICEとも言われる。(参考:「エクスカーションツアー」)

保税エリア

一時的に関税の徴収を留保することが認められた場所のこと。特定の国際展示会・見本市など、外国貨物を展示する会場において税関長に保税が許可されると、出展者等の免税手続き等の負担が軽減されるといったメリットがある。

【ま行】

ミーティングプランナー

企業や組織の課題解決や目標実現のためにどのような会議・イベントがふさわしいかという視点からMICEを企画・設計し、準備、実施、運営等の手配業務等を総合的にコーディネートする人材のこと。

【や行】

ユニークベニュー

ユニークベニューとは、歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、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特別な施設のこと。MICE誘致に大きな効果を発揮する各都市のユニークベニューは日本においても積極展開が求められている。沖縄県内では、美ら海水族館やガンガラーの谷(鍾乳洞)などがユニークベニューとして利用されている。



沖縄県

沖縄県文化観光スポーツ部観光整備課

〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2

TEL:098-866-2077 FAX:098-866-2765

E-mail : aa081302@pref.okinawa.lg.jp

Okinawa Prefectural Government Tourism Development Division

1-2-2 Izumizaki, Naha, Okinawa, 900-8570

TEL:+81-98-866-2077 FAX:+81-98-866-2264



沖縄県

