



# アリーナモデル検討基礎資料 (第2回追補)



# 目次

1. MICEプロモーション方針(観光庁)
2. 国際会議の開催件数
3. 日本における国際会議の動向
4. 文化・観光に関するデータ
5. 中野区グローバル都市戦略における  
MICE展開イメージ



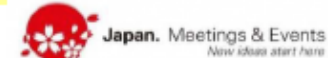
# 1. MICEプロモーション方針

## 平成29年度 MICEプロモーション方針



「アジアNo.1の国際会議開催国として不動の地位を築く」という目標の達成に向けて、以下の方針によりプロモーションを行う。プロモーションの実施にあたっては、JNTO及びコンベンション・ビューローがMICEマーケティングの司令塔として役割を果たすべく、必要な人材育成を強化する。

### 1. 日本のMICEブランドを活用したMICE開催地としての認知度向上



MICE開催地として更に高みを目指すため「開催地としての日本の強み」を表現した日本のMICE統一ブランドを活用し、我が国初の年間を通じた大規模なグローバル・ブランド・キャンペーンを見本市、国際機関総会、広告事業等様々な場面で展開し、開催地としての認知度向上を図る。

### 2. 専門ノウハウを活用した誘致活動によるマーケティング力の強化

海外のMICE専門家による新規誘致案件発掘、最新市場動向の収集分析、競合国の戦略分析、誘致活動へのコンサルティング等を通じ、JNTO及びコンベンションビューローにおける人材育成・マーケティング機能の強化を図る。

### 3. 国際会議の誘致強化

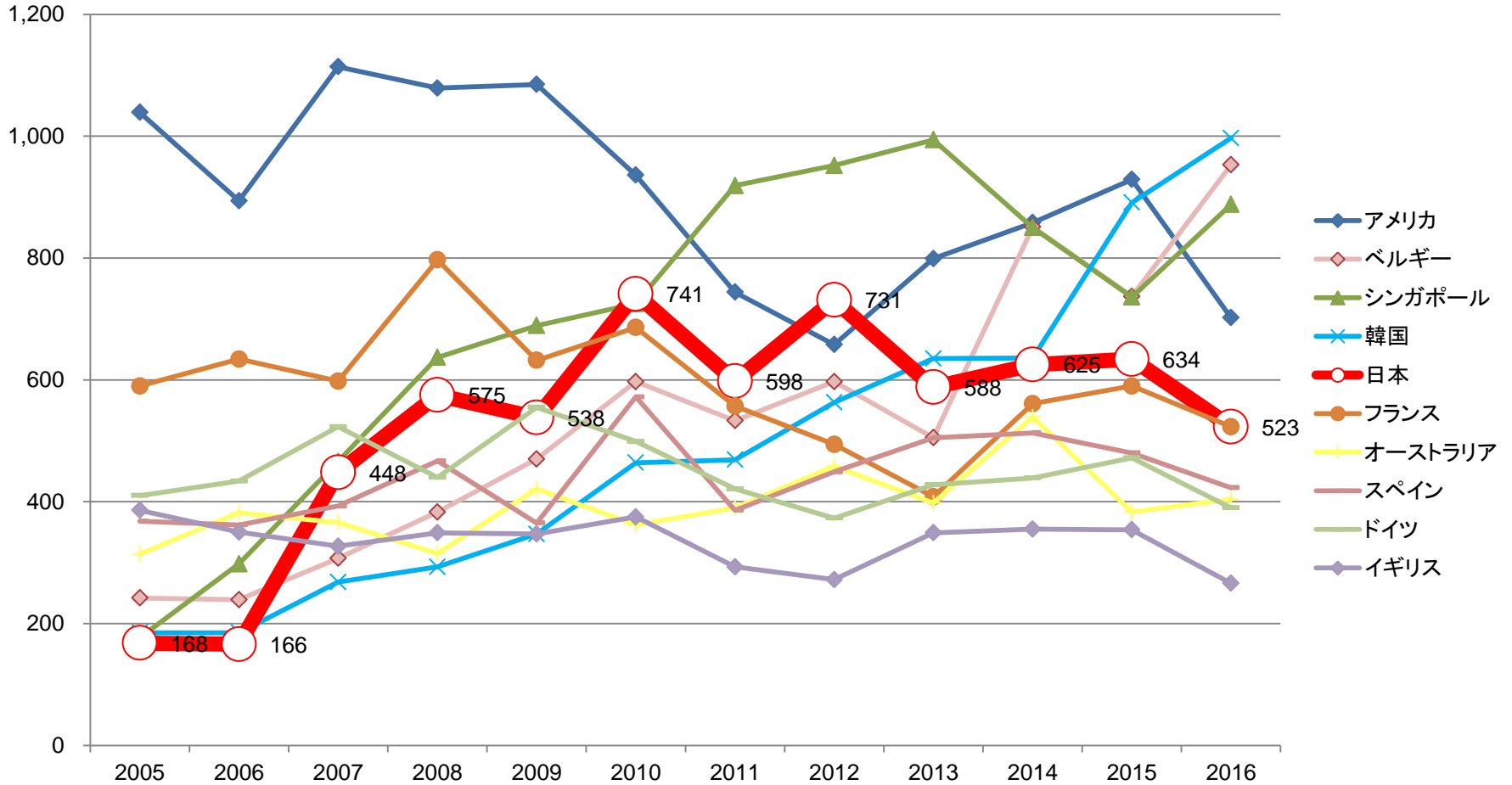
アジア・大洋州において日本の開催件数は第1位となっているが、前年対比では韓国／タイが大きく開催件数を伸ばし日本全体・上位都市の位置を脅かす存在となりつつある。このため、海外見本市への出展等を通じてリード案件を確保するとともに、経済効果や参加人数が大きい大型会議及び開催件数の多い中型会議について、グローバルMICE都市等と連携した誘致活動やMICE誘致アンバサダーの支援により誘致を強化する。また大学・学協会等国内主催者に対するセミナーをMICE誘致アンバサダーも活用して実施する等、国内主催者支援を強化する。

### 4. ミーティング & インセンティブの誘致強化

- ・世界規模での公的な市場動向に関するデータが存在しないことから、専門ノウハウを活用し市場動向調査・分析や新規案件発掘の強化を図る。また、経済成長が見込まれるアジア市場をボリューム層と位置づけ、訪問都市の多様化を図り、大きな経済効果が見込める欧米豪市場ではユニークベニュー等付加価値の高いコンテンツの訴求を図るため、プログラム開発のコンサルテーション、大手ミーティングプランナー向け商談会、WEBサイトと広告を組み合わせたプロモーション展開により誘致強化を図る。
- ・その他ジェトロ等とも連携し、日本で開催される国際会議や国際展示会等に参加する外国人向けにテクニカル・ビジット等の情報を提供する。



## 2. 国際会議の開催件数



出典: 日本政府観光局(JNTO)「2016年 国際会議統計」

※国際会議の定義…UIA(国際団体連合)国際会議統計における以下の基準を満たす国際会議

【基準1】国際機関・国際団体(UIAに登録されている機関・団体)の本部が主催又は後援した会議で

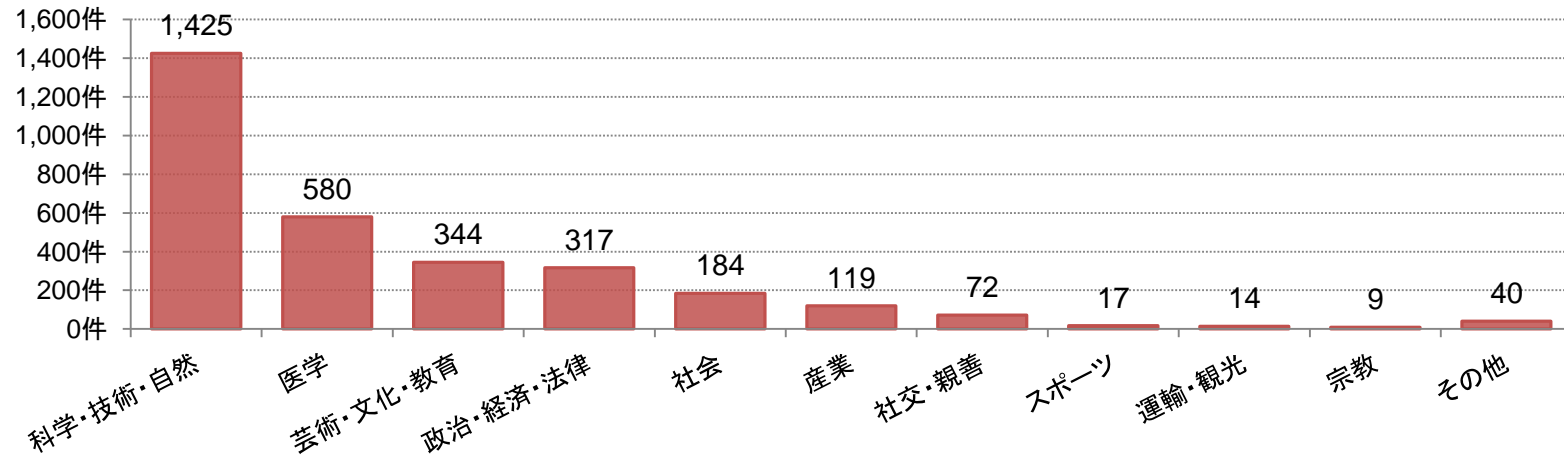
①参加者数50人以上 ②参加国数 開催国を含む3カ国以上 ③開催期間 1日以上

【基準2】国内団体もしくは国際団体支部等が主催した会議

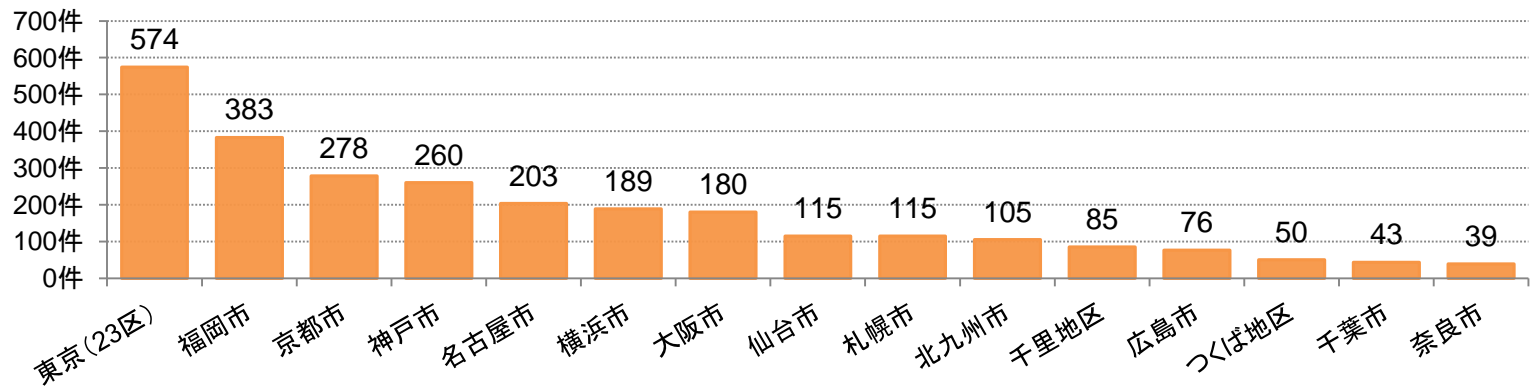
①参加者数 300人以上(うち40%以上が主催国以外の参加者) ②参加国数 開催国を含む5カ国以上 ③開催期間 3日以上

### 3. 日本における国際会議の動向

#### (1) 分野別の開催状況



#### (2) 都市別の開催件数



# 4. 文化・観光に関するデータ (23区及び武蔵野市、三鷹市との比較)

	ホテル・旅館施設数 (H29.03.31)				ホテル・旅館客室数 (H29.03.31)				興行場施設数 (H29.03.31)		東京駅から主要駅までの 所要時間(H30.01)		
	ホテル	旅館	計	順位	ホテル	旅館	計	順位	施設数	順位	主要駅	所要時間	順位
千代田区	48	28	76	7	11,398室	2,652室	14,050室	4	63	3	東京	0分	1
中央区	66	43	109	5	11,781室	4,123室	15,904室	3	38	8	銀座	2分	2
港区	74	58	132	4	20,028室	6,219室	26,247室	1	55	4	品川	9分	6
新宿区	34	170	204	2	8,215室	10,063室	18,278室	2	103	1	新宿	15分	10
文京区	20	18	38	13	2,533室	729室	3,262室	12	16	13	水道橋	8分	4
台東区	77	186	263	1	6,597室	6,336室	12,933室	5	24	9	上野	7分	3
墨田区	23	28	51	10	2,630室	679室	3,309室	11	21	10	錦糸町	8分	4
江東区	21	23	44	11	5,751室	891室	6,642室	8	54	5	新木場	9分	6
品川区	45	23	68	9	7,136室	924室	8,060室	7	16	13	五反田	16分	12
目黒区	11	7	18	18	954室	354室	1,308室	15	15	15	中目黒	23分	19
大田区	8	67	75	8	1,630室	4,254室	5,884室	9	18	11	蒲田	18分	15
世田谷区	3	13	16	19	239室	267室	506室	22	45	6	三軒茶屋	25分	20
渋谷区	57	46	103	6	5,008室	793室	5,801室	10	74	2	渋谷	17分	13
中野区	3	3	6	24	179室	59室	238室	24	12	18	中野	19分	16
杉並区	5	9	14	20	443室	246室	689室	20	15	15	荻窪	25分	20
豊島区	22	143	165	3	5,195室	5,627室	10,822室	6	44	7	池袋	17分	13
北区	12	9	21	15	1,004室	364室	1,368室	14	14	17	赤羽	20分	17
荒川区	9	12	21	15	684室	219室	903室	17	7	22	日暮里	11分	8
板橋区	1	13	14	20	130室	389室	519室	21	6	23	板橋	27分	22
練馬区	4	3	7	23	340室	50室	390室	23	10	20	練馬	30分	24
足立区	3	30	33	14	328室	680室	1,008室	16	17	12	北千住	15分	10
葛飾区	14	5	19	17	842室	52室	894室	18	3	25	新小岩	13分	9
江戸川区	4	35	39	12	294室	1,748室	2,042室	13	10	20	小岩	21分	18
武蔵野市	5	6	11	22	575室	152室	727室	19	12	18	吉祥寺	29分	23
三鷹市	1	0	1	25	67室	0室	67室	25	4	24	三鷹	32分	25
平均			62				5,674室		28			17分	

## 【出典】

ホテル・旅館施設数、ホテル・旅館客室数、興行場施設数・・・東京都「福祉・衛生統計年報」

※ホテル・・・10室以上の洋客室を主体とする宿泊施設。

※旅館・・・5室以上の和客室を主体とする宿泊施設。

※興行場・・・映画、演劇、音楽、スポーツ、演芸または観せ物を、公衆に見せ、又は聞かせる施設。

※東京駅から主要駅までの所要時間・・・平日の正午(12:00)に東京駅を出発した場合の所要時間。※平成30年1月現在、Yahoo!乗換案内





# 5. 中野区グローバル都市戦略における MICE展開イメージ

アリーナ・コンベンション空間



観光スポット



様々な施設を活用することで、  
中野の特色を活かした  
大規模なMICEを展開



商業空間



道路・公園空間

(展開例)

## Meeting

- ・中央線沿線都市ミーティング
- ・哲学堂公園ユニークベニュー

## Incentive tour

- ・海外や地方からのロケ地訪問ツアー
- ・ホテル等滞在施設確保

## Convention

- ・サブカル都市サミット
- ・大学連携による国際学会誘致

## Event/Exhibition

- ・アリーナ・公園でのスポーツEXPO
- ・展示会、見本市

### 期待される効果

- ・「ユニークなMICE都市」として海外への発信力強化と来訪者の増加
- ・会議や学会の開催に伴う滞在時間増による消費拡大
- ・MICEに伴う新たな関連産業の需要増
- ・グローバルスタンダード対応によるレガシー効果
- ・プロデューサーやクリエイター、ボランティア等の育成 など

### 企画 (プロデュース)

- ・ 様々な施設をMICE空間に活用するプロデュース機能
- ・ アフターMICEを組み込んだ展開

### 連携 (アライアンス)

- ・ 産学公連携や他の都市とのネットワークの活用
- ・ MICE関連ビジネスの振興

### 市場づくり (マーケティング)

- ・ 中野の強みをセールスポイントにした誘致力・営業力
- ・ 効果的なシティプロモーション

### まち経営 (エリアマネジメント)

- ・ 手配、調整などコミッション事業
- ・ まち全体で受け入れる機運醸成