

東京の持続的成長に向けた 戦略的MICEの活用と観光

2026年8月21日

株式会社コングレ 代表取締役社長

武内 紀子



武内 紀子

株式会社コングレ 代表取締役社長

- ◆ 大阪府出身
- ◆ 1986年 大阪大学人間科学部卒業
- ◆ 1990年 コングレ設立に参画
博覧会、文化施設、国際会議の営業などを担当
- ◆ 2013年6月から現職

社外の主な役職

- ◆ 経団連 観光委員会委員長
- ◆ 国土交通省 交通政策審議会委員 併任
観光分科会、陸上交通分科会（自動車部会）委員
- ◆ 内閣府 民間資金等活用事業推進委員会（PFI推進委員会）委員
- ◆ 大阪大学 理事（非常勤）
- ◆ 日本コンベンション協会（JCMA）代表理事

社名	株式会社コングレ 英語名：Congrès Inc.
設立・資本金	1990年6月設立 資本金9,900万円
社員数・年商	社員数515名（2026年3月） 年商255億円（2026年3月期）
事業内容	MICEのトータルプロデュース

事業紹介 3セグメント

未来が生まれる、「場」をつくる。



MICEがもたらす5つの効果

- ① 地域への経済効果
- ② ビジネス・イノベーションの機会の創造
- ③ 国・都市の競争力向上
- ④ 交流人口の平準化
- ⑤ レガシー

(観光庁「MICEの意義」令和5年4月を基に作成)

- 国の「第5次観光立国推進基本計画」が掲げる
『量から質への転換』と『需要の平準化』を同時に具現化できる

「量」から「質」への転換

◆ 高い経済波及効果

- 国際MICEによる経済波及効果（2023年）
約**8,923億3千万円**
- 外国人参加者の平均消費額（約**67.8万円**）
は一般観光客（約21.3万円）の約**3.2倍**

◆ ビジネス・イノベーションの還流

- 知見や投資が街に還流し、
都市全体の産業高度化を牽引

観光需要の「平準化」（持続可能な観光経営）

◆ 交流人口の平準化

一般観光 (レジャー)	MICE (ビジネス)
休日集中	平日中心
繁忙期集中	通年需要
季節変動大	需要が平準化

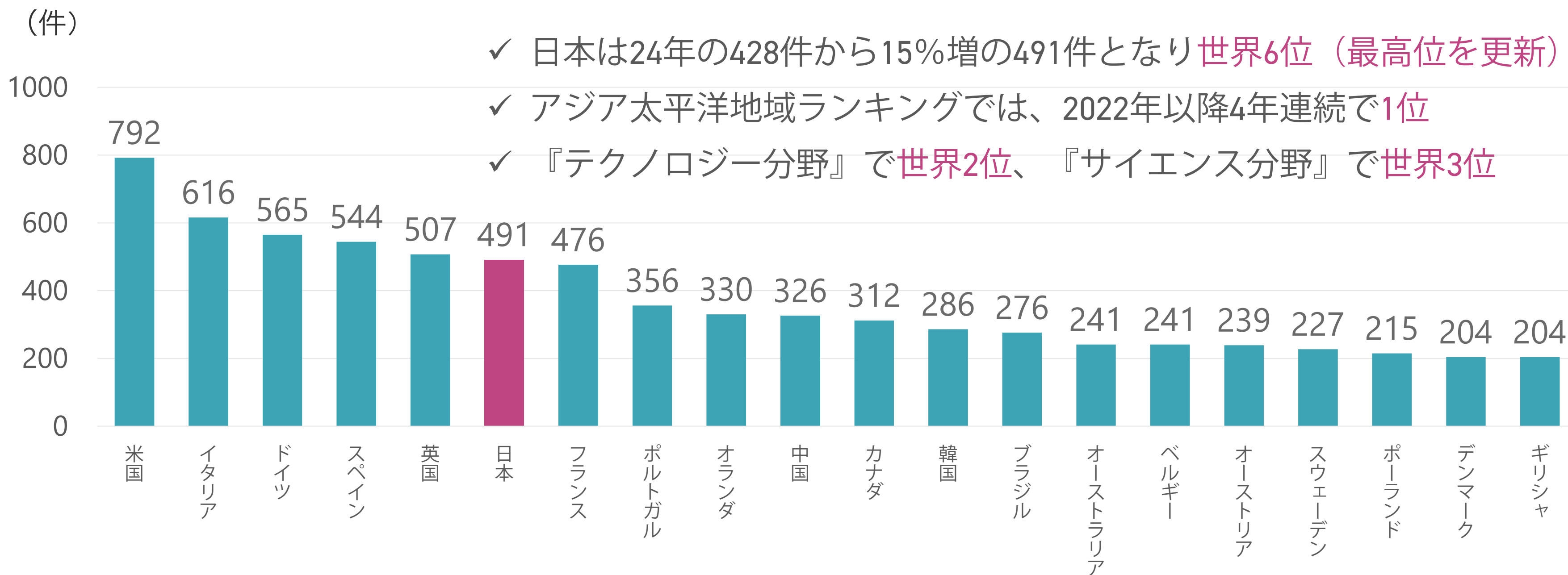
◆ オーバーツーリズム対策としての機能

- 年間を通じて計画的かつ持続可能な
受入環境を維持できる

国際会議 国別の開催件数（2025年）

国際会議開催に関する日本政府の目標：アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合

- ・2030年までにアジアNO.1の開催国として不動の地位、世界トップ5入り（第5次観光立国推進基本計画）



（日本政府観光局（JNTO）公式Webサイト「ICCAより2025年の国際会議統計が発表」ページおよび“統計の簡略版（PDF）”を基に作成）

※ 原資料は国際会議協会（ICCA）の2025年統計データに基づく

※ICCAの国際会議統計の選定基準：次の3つを満たすもの。

（1）参加者総数：50名以上（2）開催期間：定期的に開催（1回のみ開催した会議は除外）

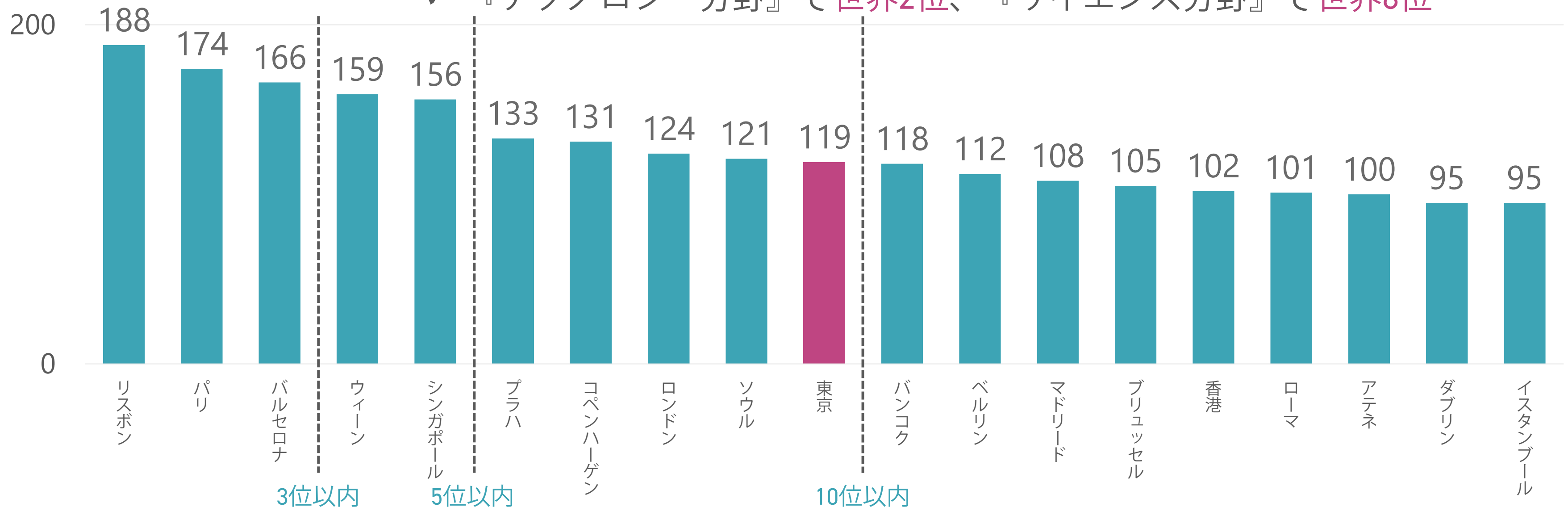
（3）開催国：日本を含む3カ国以上で会議のローテーションがある ※2カ国間会議、政府系会議、国連主催の会議は除外

世界各都市の都市別開催件数（2025年）

国際会議開催に関する東京都の目標：2030年までに世界3位以内（2026年中間目標：世界5位以内）

- ✓ 東京は119件となり世界10位（前年世界16位から6ランク上昇、22件増）
- ✓ 「最先端ビジネス・金融・イノベーション」の都市として国全体の目標を牽引
- ✓ 『テクノロジー分野』で世界2位、『サイエンス分野』で世界8位

(件)



（日本政府観光局（JNTO）公式Webサイト「ICCAより2025年の国際会議統計が発表」ページおよび「統計の簡略版（PDF）」を基に作成）

※ 原資料は国際会議協会（ICCA）の2025年統計データに基づく

※ICCAの国際会議統計の選定基準：次の3つを満たすもの。

（1）参加者総数：50名以上（2）開催期間：定期的に開催（1回のみ開催した会議は除外）

（3）開催国：日本を含む3カ国以上で会議のローテーションがある ※2カ国間会議、政府系会議、国連主催の会議は除外

|| 単なる補助金提供から、産学官を繋ぐ「国家コーディネーター」への進化

行政の役割＝産学官のハブ

✓ 「資金援助」中心モデルからの脱却

- 会場や客室確保のための単なる補助金提供（ロジスティクス）はやらない。
- MICEを「一過性のイベント」ではなく、「国家の成長への投資」と再定義

✓ 産学官を結ぶ「国家コーディネーター」

- 政府（STB/SECB）が主催者と地元の主要産業・学術機関を直接繋ぐ。
- 誘致を機にイノベーション拠点（例：AquaPolis）を設立するなどの実利を創出。

投資と戦略的フレームワークの提示

✓ 「ツーリズム2040」とインフラ投資

- 2040年までにMICE収入を3倍にする国家ロードマップを策定。
- マリーナベイ・サンズのMICEエリア拡張（2029年竣工予定）や新施設「MICEハブ」計画など、インフラへの巨額投資を継続。

✓ 政府主導の「Legacy Toolkit（FIRM）」

- 主催者に対し、シンガポールで開催することで得られる社会的・長期的インパクトを可視化・伴走する独自のフレームワーク。

|| 成長戦略と連動した都市ブランド形成と、圧倒的な「コミュニティ」が醸成される場

国際産業見本市と一般観光の融合

Milano Design Week (ミラノデザインウィーク)

都市全体のブランディング

- デザイン・家具の見本市を起点に、会場内だけでなく、ミラノの街全体が展示会場と化す「フオリサローネ」へと発展。



(写真出典：
Salone del Mobile.Milano 公式プレスキット)

経済と文化の連動

- ビジネスの場でありながら、都市のお祭りとして市民や観光客、多様な産業を巻き込む、地域一体型MICEの理想形。

最高峰のコミュニティが生むブランド価値

ダボス会議 (世界経済フォーラム)

世界のルール・世論の形成

- 「ここに行けば世界の最先端の議論ができる」。その認知自体が都市ブランドとなり、世界中のリーダーを惹きつける。



(写真出典：
世界経済フォーラム / Thibaut Bouvier)

SXSW

(サウス・バイ・サウスウエスト)

異分野融合とオープンイノベーション

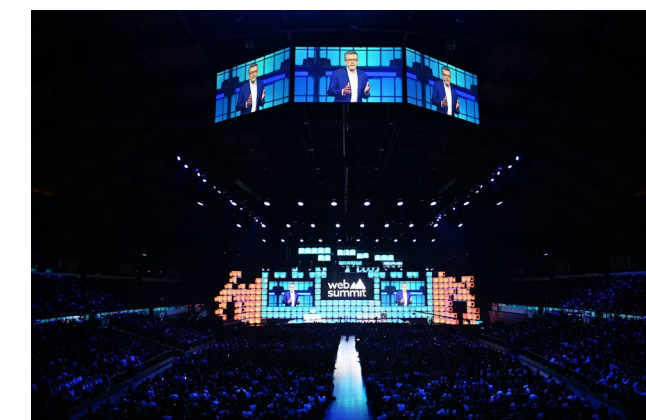
- アートをはじめ多様な業界のトップランナーが自発的に集まり、偶発的なイノベーションが生まれる「クロスジャンル」の聖地化。

|| 医療、テクノロジー、科学等の分野にイノベーション・投資・人材が集積するエコシステムを形成
リスボン（ポルトガル）

- 2025年：開催件数 **188件**で**世界第1位**
- 2015年の世界9位から大きく躍進

※ICCA（国際コンベンション協会）基準に基づく都市別開催件数

世界最大級のテックイベント「Web Summit」の戦略的活用



(写真出典：Web Summit / Paul Devlin)

都市を起業家・投資家のハブへ

- 2016年にイベントを誘致して以降、毎年数万人の起業家、投資家、グローバル企業が訪れるように
- 「恒常的なコミュニティ」が街に形成される

一過性のイベントから「産業エコシステム」へ

- 海外の成長企業の誘致や、現地のローカルスタートアップが世界に羽ばたくための最大のゲートウェイ（登竜門）
- MICEを都市の成長戦略にダイレクトに組み込んでいる

位置づけ・ 都市構想の提示

創出型継続イベントの推進：「SusHi Tech Tokyo」

- ✓ 東京発・次世代型MICEの「プラットフォーム」として、都市が目指す未来像を世界へ発信
- ✓ 「SusHi Tech Tokyo」を起点に、「最先端テクノロジー」「スタートアップ」「クリエイティブコンテンツ」が集積するコミュニティを形成



成長戦略と グローバルな 「認知」の獲得

アジア最大級のイノベーションの「聖地化」

- ✓ スタートアップ、投資家、グローバル企業が自発的に集まるコミュニティを構築
- ✓ 都市独自の明確な「成長戦略」と連動させることで、「国際会議の誘致・開催の磁力」を飛躍的に強める

多様な強みの掛け合わせによる都市ブランドの確立

クリエイティブコンテンツの融合

- ✓ 食・文化・アート・エンタメ等を掛け合わせ、「新しいカルチャーや感動体験に出会える東京」へ

選ばれる前提としてのサステナビリティ

- ✓ 国際的な選定基準に応える持続可能な受け入れ環境の整備

— 「わくわくする東京」 —

都市ブランド向上、コミュニティ形成、産業振興、都市力アップ



MICEは、
PRIME観光都市・東京の
持続的成長に向けた「戦略実現ツール」

官民一体となって推進

ぜひご活用
ください