

会議のマーケティングには、大別すれば米国型とヨーロッパ型の二つのスタイルが見られる。米国スタイルは、アメリカ人のコンベンション好みがその背景をなし、ヨーロッパスタイルは、国境を接した諸国間の活動を総合的に理解しようとする欲求が、その背景をなしている。

マーケティングの手法は、普通(1)製品について(2)価格について(3)販売について検討するものであるが、会議産業にあっては、この考え方を直接的に適用することはできない。ここでは、従来行われてきた方法を紹介することからはじめてみたい。

米国においては、マーケティングは会議関連の雑誌社において統括的に行われている。M&C (Meetings & Conventions), SM (Successful Meetings) をみれば、その調査の報告を入手できる。彼等は、会議市場を大別し(1)企業の会議 (Corporate Meetings)(2)団体の会議 (Association Meetings) の市場を考える。1979年のM&C社はこれを次のようにあらわしている。

|                               | 割合  | 件数(1979-80) | 消費額(含む個人消費)  |
|-------------------------------|-----|-------------|--------------|
| Corporate Meetings            | 81% | 614,000     | 39億6,300万ドル  |
| Association Major Conventions | 18% | 10,300      | 38億100万ドル    |
| Association Other Meetings    | 1%  | 133,200     | 40億ドル        |
|                               |     | 757,500     | 117億6,400万ドル |

これは、全マーケットの70%で他に15億ドルを超える会議が行われていると推定されている。日本円にすれば2兆6,600億円のマーケットといえる。23,000のCorporate Meetingsが海外において開催され、この主力がインセンティブ・ツアーのマーケットと考えられている。このインセンティブという考え方は、米国では重要な意味を持っている。売上に対する報奨と考えればよいであろう。ディーラーとセールス要員に分けてみた場合次のようなマーケットを構成していることが分かる(企業の提供するものは、物品、旅行である)。

|        | 物品  | 旅行  | 物品及び旅行 |      |
|--------|-----|-----|--------|------|
| ディーラー  | 48% | 19% | 33%    | 100% |
| セールス要員 | 54% | 22% | 24%    | 100% |

|        | インセンティブ総経費 | 旅行費用        |       |
|--------|------------|-------------|-------|
| ディーラー  | 125億ドル     | 42億6,043万ドル | 34.1% |
| セールス要員 | 158億ドル     | 36億1,294万ドル | 22.9% |
|        | 283億ドル     | 78億7,337万ドル |       |

また、ASAE (American Society of Association Executives)によれば、「1/3のAssociationsは海外で

Convention を開催する可能性がある。」といわれている。同じ ASAE の調査によれば、90%の Associations は年次大会を開催し、その 1/3 以上は同時に展示会を併設させ、年間 6300 万スクエアフィート、会場費のみとして 2000 万ドルが消費されていると推定されている。

ヨーロッパにおいては多少事情が異なる。米国は一国として広大であり、それ自体で調査を完結させても支障はない。ヨーロッパにおける会議産業は、米国におけるような自国の会議マーケットの分析から開始されたものではない。国際団体、とりわけ、NGO (Non-Governmental Organizations)の活動としてとらえられてきた。この活動の中核をなすものは、UIA (Union of International Associations)であった。

UIA は、国際団体の名鑑 (Year Book) を発行し 1977 年時点で、国際団体と考えられる団体 (Section A) ……国際団体の定義は困難なものであるが……国際団体として掲載した方がよいと思われる団体 (Section B) に分け NGO として 9,449 団体、IGO(Inter-Governmental Organizations)として 441 団体を数え上げている。

| International Non-Governmental Organizations (NGOs) | Section A |      | Section B |      | Total |      | Japan |      |
|---|-----------|------|-----------|------|-------|------|-------|------|
|   |           | %    |           | %    |       | %    |       | %    |
| Bibliography, documentation press                   | 70        | 3.1  | 285       | 4.0  | 355   | 3.8  | 28    | 3.0  |
| Religion  | 120       | 5.3  | 500       | 7.0  | 620   | 6.6  | 44    | 4.6  |
| Social Science, Humanistic studies                  | 146       | 6.4  | 350       | 4.9  | 496   | 5.2  | 58    | 6.1  |
| International Relations                             | 122       | 5.3  | 735       | 10.3 | 857   | 9.1  | 48    | 5.1  |
| Politics  | 31        | 1.4  | 157       | 2.2  | 188   | 2.0  | 6     | 0.6  |
| Law, Administration                                 | 62        | 2.7  | 218       | 3.0  | 280   | 3.0  | 33    | 3.5  |
| Social Welfare                                      | 119       | 5.2  | 494       | 6.9  | 613   | 6.5  | 35    | 3.7  |
| Professions, Employers                              | 125       | 5.5  | 444       | 6.2  | 569   | 6.0  | 44    | 4.6  |
| Trade Unions  | 63        | 2.8  | 192       | 2.7  | 255   | 2.7  | 15    | 1.6  |
| Economics, Finance                                  | 53        | 2.3  | 243       | 3.4  | 296   | 3.1  | 16    | 1.7  |
| Commerce, Industry                                  | 248       | 10.7 | 813       | 11.3 | 1,061 | 11.2 | 70    | 7.4  |
| Agriculture   | 101       | 4.4  | 222       | 3.1  | 323   | 3.4  | 35    | 3.7  |
| Transport, Travel                                   | 85        | 3.7  | 247       | 3.4  | 332   | 3.5  | 32    | 3.4  |
| Technology  | 140       | 6.1  | 330       | 4.6  | 470   | 5.0  | 76    | 8.0  |
| Science   | 176       | 7.7  | 413       | 5.8  | 589   | 6.2  | 111   | 11.7 |
| Health, Medicine                                    | 291       | 12.8 | 471       | 6.6  | 762   | 8.1  | 148   | 15.6 |
| Education, Youth                                    | 129       | 5.6  | 532       | 7.4  | 661   | 7.0  | 51    | 5.4  |
| Arts, Literature, Radio, Cinema, TV                 | 90        | 4.3  | 285       | 4.0  | 375   | 4.0  | 34    | 3.6  |
| Sports, Recreation                                  | 111       | 4.9  | 236       | 3.3  | 347   | 3.7  | 64    | 6.8  |
| Total   | 2,282     |      | 7,167     |      | 9,449 |      | 948   |      |
| International Governmental Organizations (IGOs)     | 278       |      | 163       |      | 441   |      | 948   |      |

(1977 UIA Year Book)

(1978 JNTO)

このような国際団体に不可欠な活動として会議の開催をとらえてきた。その中でメインとなるものは、国際会議の開催である。毎年開催を行う団体もあれば、2,3,4・・・と間を置いて開催を行う団体もある。これは、一般に周期と称されるものである。UIAの統計によれば1979年これら団体が開催した国際会議の数は、4,345件となっている。また国際会議開催と同時に展示会の併設されることは、米国の会議でみたとおりである。1979年に開催された会議の内1086件の規模と展示会併設の関連は次の表をみればあきらかであろう。

1979 INTERNATIONAL MEETINGS WITH INFORMATION ON NUMBER OF PARTICIPANTS AND EXHIBITIONS

| Month | Total     | -100 p  | 100 to<br>500 p | 501 to<br>1000 p | 1001 to<br>2000 p | 2001 to<br>3000 p | 3001 to<br>5000 p | 5001 to<br>7000 p | 7001 to<br>10000 p | 10000 p<br>- |
|-------|-----------|---------|-----------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| Jan   | 55/5ex    | 12      | 32              | 4/1ex            | 3/1ex             | -                 | 2/2ex             | 1                 | 1/1ex              | -            |
| Feb   | 64/5ex    | 9       | 43/2ex          | 3                | 6/2ex             | 3/1ex             | -                 | -                 | -                  | -            |
| Mar   | 63/5ex    | 14      | 39/5ex          | 4                | 4                 | 1                 | -                 | -                 | -                  | 1/1ex        |
| Apr   | 124/10ex  | 39/1ex  | 65/2ex          | 5/1ex            | 6/2ex             | -                 | 3/1ex             | -                 | 1/1ex              | 2/2ex        |
| May   | 154/10ex  | 45      | 78/4ex          | 16/4ex           | 9/2ex             | 2                 | 1                 | 1                 | -                  | 1            |
| Jun   | 123/13ex  | 27/1ex  | 52              | 22/3ex           | 16/7ex            | 3/1ex             | 1                 | -                 | -                  | 2/1ex        |
| Jul   | 62/6ex    | 13      | 42/3ex          | 12/1ex           | 5                 | 4                 | 2/2ex             | 1                 | 1                  | 2            |
| Aug   | 77/4ex    | 14      | 41/3ex          | 13/1ex           | 4                 | 2                 | -                 | -                 | 1                  | 2            |
| Sep   | 187/13ex  | 39      | 94/6ex          | 32/2ex           | 14/3ex            | 2/1ex             | 4                 | 1                 | -                  | 1/1ex        |
| Oct   | 85/12ex   | 23/1ex  | 34/4ex          | 15/5ex           | 7/2ex             | 3                 | 1                 | 1                 | 1                  | 1            |
| Nov   | 48/6ex    | 12      | 20/2ex          | 6/1ex            | 5/2ex             | 2                 | 2                 | -                 | 1/1ex              | -            |
| Dec   | 23        | 7       | 9               | 4                | 2                 | -                 | -                 | 1                 | -                  | -            |
| Total | 1086/90ex | 255/3ex | 552/31ex        | 136/19ex         | 81/27ex           | 22/3ex            | 16/5ex            | 5                 | 6/3ex              | 12/5ex       |
| %     |           | 20.7%   | 50.8%           | 12.5%            | 7.5%              | 2.0%              | 1.5%              | 0.6%              | 0.6%               | 1.1%         |

P=participants

100～500人規模の会議が50.8%で全体の約半分を占めているが、国際化の進展により、大型化現象が指摘されると同時に、大型化したためにコミュニケーションが困難となるために、専門分野を限った小規模な会議の増加も指摘されている。また、8.3%の会議が展示会を併設していることが、この表から分かる。

国際団体、また、各国、各都市における対応機関の分布と国際会議開催の分布は、次ページの通り、非常に密接な関係がある。したがって、ヨーロッパにおいては、会議産業と都市の関連を考え、この産業が都市の経済、社会、文化にどのような影響を与えてきたかを追求するという欲求が強い。1978年ベルリンにおける会議参加者の消費は2億1480万DM(ドイツマルク)、会議主催者の消費は5130万DM、合計2億6610万DMが消費され、間接税収入は、1790万DMであったと算出されている。このような消費額、税収の観点のみならず、広い意味での経済効果、都市住民に対する影響を考えてみるのが重要な問題となっている。

一国、都市における国際団体の分布は、その都市の性格を反映するであろうし、世界的な分布あるいは分野別の分布を調べ、国際団体の過去と現在をみても、ヨーロッパの大きな興味であった。1960年～1964年には33%、1964年～1968年には87%、1968年～1972年13%、1972年～1976年には61%と国際団体は増加の

以下の表は、UIA の Year Book of International Organizations 1978-1979 により作成

1977年 1979年 1977年(2112団体調査回答より)

| 1977年        |       | 1979年          |     | 1977年(2112団体調査回答より) |       |
|--------------|-------|----------------|-----|---------------------|-------|
| 国際団体本部件数     |       | 国際会議開催件数       |     | 国際会議対応機関件数          |       |
| USA          | 1,222 | USA            | 491 | France              | 1,590 |
| France       | 891   | France         | 453 | UK                  | 1,575 |
| UK           | 651   | UK             | 412 | Germany F.R.        | 1,515 |
| Belgium      | 617   | Germany F.R.   | 279 | Belgium             | 1,448 |
| Switzerland  | 434   | Switzerland    | 266 | Italy               | 1,442 |
| Germany F.R. | 235   | Belgium        | 224 | Netherlands         | 1,415 |
| Netherlands  | 219   | Italy          | 176 | Switzerland         | 1,345 |
| Italy        | 199   | Austria        | 137 | Sweden              | 1,271 |
| Sweden       | 101   | Czechoslovakia | 119 | Denmark             | 1,245 |
| Denmark      | 90    | Canada         | 114 | USA                 | 1,212 |
| Canada       | 80    | Israel         | 107 | Spain               | 1,183 |
| Austria      | 71    | Netherlands    | 90  | Austria             | 1,177 |
| Argentina    | 63    | Denmark        | 89  | Norway              | 1,108 |
| India        | 55    | Japan          | 78  | Canada              | 1,070 |
| Japan        | 54    | Spain          | 71  | Finland             | 1,070 |
| Egypt        | 54    | Yugoslavia     | 61  | Japan               | 963   |
| Norway       | 47    | Sweden         | 60  | Australia           | 919   |
| Mexico       | 41    | Philippines    | 58  | Brazil              | 835   |
| Philippines  | 36    | Australia      | 56  | Argentina           | 818   |
| Thailand     | 34    | India          | 51  | India               | 813   |

1977年 1979年

| 1977年        |     |           |    | 1979年       |     |            |    |
|--------------|-----|-----------|----|-------------|-----|------------|----|
| 国際団体本部件数     |     |           |    | 国際会議開催件数    |     |            |    |
| Paris        | 666 | Cairo     | 49 | Paris       | 225 | Florence   | 39 |
| Brussels     | 500 | Tokyo     | 41 | London      | 209 | Prague     | 39 |
| London       | 412 | Mexico    | 38 | Geneva      | 152 | Stockholm  | 38 |
| New York     | 273 | Milan     | 38 | Brussels    | 148 | Washington | 38 |
| Geneva       | 209 | Bankok    | 33 | Vienna      | 81  | Singapore  | 36 |
| Washington   | 180 | Amsterdam | 32 | New York    | 78  | Hong Kong  | 36 |
| Rome         | 116 | New Delhi | 32 | Berlin-west | 69  | Amsterdam  | 34 |
| Zurich       | 75  |           |    | Rome        | 58  |            |    |
| The Hague    | 65  |           |    | Milan       | 54  |            |    |
| Buenos-Aires | 59  |           |    | Copenhagen  | 53  |            |    |
| Stockholm    | 56  |           |    | Tokyo       | 48  |            |    |
| Copenhagen   | 55  |           |    | Jersalem    | 43  |            |    |
| Vienna       | 54  |           |    | Strasbourg  | 40  |            |    |

\*国際団体本部 (Headquarter 及び二次的な office をも含む)

|   | 1960 | 1964         | 1968         | 1972         | 1976         |
|---|------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Inter-Governmental Organizations (IGOs)             | 154  | 279<br>181%  | 229<br>82%   | 280<br>122%  | 308<br>110%  |
| International Non-Governmental Organizations (NGOs) |      |              |              |              |              |
| Bibliography, documentation press                   | 34   | 54<br>159%   | 69<br>128%   | 72<br>104%   | 77<br>107%   |
| Religion  | 87   | 87<br>100%   | 103<br>118%  | 112<br>109%  | 129<br>115%  |
| Social Science, Humanistic studies                  | 57   | 67<br>118%   | 90<br>138%   | 104<br>115%  | 133<br>128%  |
| International Relations                             | 92   | 106<br>115%  | 125<br>118%  | 144<br>115%  | 132<br>92%   |
| Politics  | 17   | 14<br>82%    | 22<br>157%   | 27<br>123%   | 30<br>111%   |
| Law, Administration                                 | 37   | 45<br>121%   | 54<br>120%   | 58<br>107%   | 45<br>77%    |
| Social Welfare                                      | 56   | 70<br>125%   | 88<br>126%   | 104<br>118%  | 120<br>115%  |
| Professions, Employers                              | 73   | 78<br>107%   | 105<br>135%  | 119<br>113%  | 132<br>111%  |
| Trade Unions  | 54   | 59<br>109%   | 70<br>119%   | 70<br>100%   | 67<br>96%    |
| Economics, Finance                                  | 26   | 33<br>127%   | 40<br>121%   | 47<br>118%   | 56<br>119%   |
| Commerce, Industry                                  | 163  | 168<br>103%  | 233<br>139%  | 251<br>108%  | 273<br>109%  |
| Agriculture   | 46   | 64<br>139%   | 83<br>130%   | 88<br>106%   | 105<br>119%  |
| Transport, Travel                                   | 57   | 63<br>111%   | 76<br>121%   | 89<br>117%   | 93<br>104%   |
| Technology  | 60   | 70<br>116%   | 102<br>146%  | 133<br>130%  | 147<br>111%  |
| Science   | 83   | 118<br>142%  | 152<br>129%  | 184<br>121%  | 190<br>103%  |
| Health, Medicine                                    | 123  | 150<br>122%  | 214<br>143%  | 256<br>120%  | 306<br>120%  |
| Education, Youth                                    | 68   | 83<br>122%   | 105<br>127%  | 116<br>110%  | 134<br>116%  |
| Arts, Literature, Radio, Cinema, TV                 | 57   | 65<br>114%   | 75<br>115%   | 80<br>107%   | 93<br>116%   |
| Sports, Recreation                                  | 65   | 76<br>117%   | 93<br>122%   | 110<br>118%  | 119<br>108%  |
| Sub-total I (A Section NGOs)                        | 1253 | 1570<br>125% | 1899<br>121% | 2173<br>114% | 2401<br>110% |
| EEC/EFTA NGOs                                       |      | 233          | 273          | 282          |              |
| Nat. NGOs with US consultative status               | 13   | 15           | 16           | 14           |              |
| Sub-total II NGOs                                   | 1268 | 1718<br>135% | 2188<br>127% | 2296<br>105% |              |
| Short entries                                       |      |              | 398          | 325          |              |
| Defunct/Dorman                                      |      |              | 741          | 938          | 1067         |
| Sub-total III B Section IGOs/NGOs                   |      |              | 1419         | 1560<br>110% | 3720<br>238% |
| Total IGOs/NGOs                                     | 1422 | 1897<br>133% | 3547<br>187% | 4013<br>113% | 6474<br>161% |

一途を辿ってきた。年率 3.5% の低成長率を適用した場合、1966 年 1935 件の国際的と称される NGO の数は、1985 年には 3700 件、2000 年には 6000 件にのぼるとみられ、8.0% の高成長率を適用すれば 1985 年には 8,300 件、2000 年には 24,000 件にのぼると推定されている。分野別に見れば、医療、医学、社会科学、工学、科学分野の団体の増加がこれまでは目立っていたことが分かる。国際会議開催件数も、次ページのとおり、増加の一途を辿ってきた。

大陸別国際会議開催件数 UIA

|             | 1975  | 1976   | 1977   | 1978   | 1979   |
|-------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| Africa      | 137   | 146    | 133    | 129    | 119    |
| America     | 644   | 791    | 778    | 754    | 793    |
| Asia        | 309   | 360    | 377    | 429    | 479    |
| Australasia | 64    | 75     | 63     | 59     | 70     |
| Europe      | 2,166 | 2,327  | 2,376  | 2,392  | 2,884  |
|             | 3,320 | 3,699  | 3,727  | 3,763  | 4,345  |
|             |       | 111.4% | 100.8% | 101.0% | 115.5% |

1975年～1979年には31%の増加が見られている(年率6%強)。もちろん国際団体の対応機関をみてみても同様であり、1960年27,242団体、1966年41,111団体、1977年59,226団体と増加している。1966年～1977年の間に44.1%増加したことになる。UIAの統計からもれている団体、回答を提出しない団体というものはあろう。しかし、団体をみても今後増加をつづけることは確かであり、これを単なる会議産業の伸張とみるのではなく、都市・国家に与える影響をみてゆこうとするのが、ヨーロッパの特色といえよう。会議産業が先進国においても大きな注目を集める理由は、ここにある。

市場の大きさというものについて、一つの考え方が示されたであろう。引き続いて、会議について何が期待されているかを調べてゆきたい。しかし、ここでは、会議とは何かを明らかにするものではない点、お断りしておかねばならない。会議産業というジャンルは、一般的にはまだ人々の関心を集めるに至らず、会議に対する人々の欲求は、まだまだ整理の段階に達していない。何のために会議を開催するのか？何のために参加するのか？こう正面から問いを突きつけられると、大部分の人々はとまどってしまうであろう。しかし、これからは、そのことが大きな関心事となる。

米国人は会議好き。Association, Club を形成することが好きであるといわれる。米国の企業団体にはフルタイム、パートタイムを問わず Meeting Planner と称される人々がいる。彼らに要求される上位5つの機能は、会議目的の設定、会議議題のプランニング、予算の作成、ホテル・会議施設の選定、開催地の選定とされる。彼等はこの問題に対応するために、Meeting Planner が寄り合って Association を作るようになった。お互いの情報を交換し、知識を深めるために教育プログラムを開発し、関連する産業の知識を得るために、ホテル・エージェント等の参加を呼びかけ、将来に対応する為に学生を得ることにした。これがために、MPI (Meeting Planners International) 自体が一つの商売の新しいルートにまで成長したのである。雑誌社がそれを上回るネットワークを形成する。このことのより、彼等の社会的地位の向上が達成され、会員の増加は発言力に重みを持たせ、会員間において新しいビジネスのチャンスを提供し合う状態が生み出された。如何にして人々を惹きつけるか？どうすれば人々は喜ぶか？最大効果を狙う演出は？このくそめんどろな仕事を如何にスムーズに行うか？このビジネスにおけるチャンスは？参加者のみならず同伴者(婦人・子供)に至まで巻き込んでしまおうとする。

以下のような調査、あるいは講演者として適当な人とトピックスのリスト、新しい会議テクニック等々が紙上をにぎわす。この産業における雇用の伸びは全産業の成長率の2倍、女子従業員は55%(全

| 企業の会議              | 関連した割合*<br>% | 会議数<br>件数 | 平均参加者<br>人 | 平均滞在日数<br>日 |
|--------------------|--------------|-----------|------------|-------------|
| 経営会議               | 62           | 6.0       | 42         | 2.2         |
| トレーニング・セミナー        | 51           | 7.8       | 29         | 2.9         |
| リージョナル セールス ミーティング | 46           | 4.4       | 77         | 2.4         |
| ナショナル セールス ミーティング  | 36           | 1.8       | 182        | 3.6         |
| 専門会議               | 28           | 4.6       | 50         | 2.2         |
| 新製品発表会             | 26           | 4.9       | 100        | 2.5         |
| 株主会議               | 20           | 1.8       | 98         | 1.4         |
| インセンティブ トリップ       | 19           | 2.8       | 174        | 5.0         |
| その他の会議             | 4            | 12.4      | 111        | 2.3         |

\*Meeting Planner が関与した会議の割合

| 団体の会議  | 関連した割合*<br>% | 会議数<br>件数 | 平均参加者<br>人 | 平均滞在日数<br>日 |
|--------|--------------|-----------|------------|-------------|
| 理事会    | 76           | 4.4       | 41         | 1.8         |
| 教育セミナー | 50           | 7.9       | 114        | 2.1         |
| 専門会議   | 37           | 7.6       | 118        | 1.9         |
| 地域別会議  | 29           | 11.5      | 123        | 1.6         |
| その他の会議 | 21           | 7.0       | 152        | 2.6         |

(コンベンション 年1回 平均775人参加を除く)

| 会場選定の条件                 | 企業の会議<br>% | 団体の会議/<br>コンベンション % | その他<br>% |
|-------------------------|------------|---------------------|----------|
| 飲食サービスの質                | 74         | 78                  | 61       |
| 会議室の数と質                 | 70         | 85                  | 57       |
| 宿泊部屋の数と質                | 49         | 74                  | 37       |
| 請求手続きの円滑さ               | 48         | 55                  | 44       |
| チェックイン チェックアウト手続きの円滑さ   | 45         | 55                  | 40       |
| 会議諸サービスの完備(備品、AV 機器)    | 45         | 47                  | 29       |
| 会議担当者の提供                | 41         | 52                  | 33       |
| これまでの経験                 | 40         | 41                  | 29       |
| リクリエーション施設の完備(ゴルフ・プール他) | 24         | 22                  | 10       |
| 空港からの距離                 | 22         | 15                  | 27       |
| 事前登録等のサービス体制            | 22         | 24                  | 9        |
| 展示スペース                  | 16         | 41                  | 6        |
| スイートの数と質                | 14         | 29                  | 10       |
| 買物、レストラン、娯楽施設への距離       | 12         | 18                  | 7        |
| 施設の新しさ                  | 6          | 5                   | 5        |
| 他の交通機関との接続              |            | 20                  | 22       |

| 開催地選定の条件           | 全般 % | インセンティブ % |
|--------------------|------|-----------|
| 会議に必要なホテル 他施設      | 70   | 61        |
| 交通の便               | 62   | 40        |
| 個々の参加者よりの距離        | 42   | 23        |
| 輸送コスト              | 38   | 32        |
| 気候                 | 32   | 65        |
| リクレーション施設          | 23   | 68        |
| 見学場所、文化催物等のアトラクション | 9    | 56        |
| 開催地自体の魅力、イメージ      | 8    | 58        |

産業平均 40%) 若年労働者の就職先の 1/3 をていきょうするものであり、米国にあっては、どちらかといえば、非常に若々しく、楽観的な調子で、この産業が語られる。

一方、ヨーロッパに目を向けると、古い伝統をもつ UIA の識者は、会議の開催が本当に主催者・参加者にとって満足すべきものであるか、深い疑問を抱いていることが分かる。彼等は会議を（国際）団体の活動に不可欠であり、人と人とのコミュニケーションを計る重要な手段と考える一方、これらが現実の会議の場でうまく機能していないことに苛立ちを感じている。また、主催者・参加者がそのために費やした（投資）ものに見合う成果が得られていないのではないかと疑っている。My Congress right or wrong? Communication technology; meeting a need, Participant Interaction Messaging, Informal relationship, Breakfast seminar to replace workshop 等々のタイトルの寄稿がこのことを物語っている。

NGO、非政府団体の意義は、政府間では解決がつかない問題に対する一つの相互理解のルートを有することにあった。その分野、分野において定期的な興隆を有し、ある意味では政府間の拘束力から独自の立場で活動できる一つのベースを維持すべきものであった。第一次世界大戦、第二次世界大戦の悲劇に対する国際交流の重要性に対する認識が背後にあった。赤十字の理想、国連の理想を思い起こせばそのことがわかる。気まぐれな国益の横行、他国民、他民族に対する中傷、これらが人々にとってどんなに不幸な状況を作り出したか。むろん国際団体の会合においても国益を考えぬ人はなかりう。しかし、その国際団体独自の活動を犯さないだけのより所を求めするためにこそ NGO の結束が力説されてきたものである。世界政治の舞台は第一次世界大戦後ヨーロッパから米ソ、あるいは第三世界へと比重を移し変えていった。しかし、依然として、国際団体の中核はヨーロッパにある。国連のメンバーは飛躍的に増加した。もし、多数決で決定されるならば、第三世界の要求が可決される。しかし、それでは、米ソ、ヨーロッパ、日本は成り立ってはゆかない。国際団体、その対応機関の増加は、これと似たり寄ったりの状況を今後形成してゆく。その時代にあって、NGO の役割はどうなるのか？ヨーロッパにとっては、苦渋に満ちたものになりがちとなる。そして、国際団体の増加は国際理解を増進させ、人々が国益から独自の立場で新しい連帯を築くものと期待されたが、どうやらここに来てみると、人々はもっとナショナリズムに深くむすびついてゆく方向へと歩み出していることに気付いたというわけである。交流の不足している時代には、交流そのものに大きな意味が感じられた。しかし、交流が進むほどに人々は自分のよってたつ場について不安を抱き里帰りをはじめる。

従来の会議のあり方は陳腐化しているのではないか？ 議事、プログラムの設定に問題はないか？ 参



加者は会議に出るまで情報不足の状況にあり、おしきせの議題、限られた時間の中で不満を抱いて帰っているのではないか？参加者が公式会議の内容より非公式のコンタクトの場にもっと意義を感じている。何かピントがはずれている。参加者の欲求をもっと早い段階からとりいれプログラムを組まねばならない。共通の欲求をもつ人々とのチャンネルをもっと早くから見出し、会議の場ではそのような人々の集まる場が設定されていなければならない。それを実現するテクニックは？これほど通信手段が発展してきた時代であれば、事前になすべき方策はある。会議はお祭り、それを機会に新しい土地を旅行するきっかけ、形式的なもの、それでいいではないか。そういう気持ちは人々の中で、まだまだ、大きな割合を占めている。しかし、それほど裕福でない人々が財布をはたいて会議に参加する時代がきている以上、大きな不満ときびしい要求をつきつけられることは避けたい。

かつてのヨーロッパの経済成長は停滞し、米国の成長も停滞している。国際会議の出席に対する補助、税制面での優遇は、財政難の折り、カットの方向へ動いている。日本においても同様であり、寄付金集めも財政難の折り、しめつけの方向を辿っている。会議の開催とて、一国、一都市の政策の外にあるわけではなく、ある意味では国力、都市の力を表現するものでもある。地球は年々狭くなり、人々の往来は増加し、これまでは表面に出なかった層の往来がはじまっている。

さて、マーケティングの課題はまだまだある。一体誰の手を経て会議が実現されるか？どのようなルートを経るのか？どれくらいかかるのか？誰が、どのような組織が、どのような資金で？主役は主催者であり参加者である。しかし、会議目的の設定、議事次第の決定がこの両者のみで行われるとは限らない。この段階から演出を担当するサービス機関の関与を求められることが増加しつつある。冠婚葬祭という人生の節目の行事から運動会まで、この傾向は進行している。会議と併設される展示会においても、この傾向は著しい。また、すべての経費を自己資金でまかなうのは、企業の会議くらいのもので、他は参加費、関連団体の補助、寄附、市や国の補助をあてこむのが通例である。そして、航空会社、旅行代理店、ホテル、会議・展示センター、通訳者、印刷会社、オーディオ機器会社、装飾業者、レンタカー等諸レンタル・リース会社、レストラン・バー、レクレーション施設、エンターテインメント・写真会社、新聞雑誌社、郵便局、銀行、電信電話会社、通関業者、出入国・薬事・通関等々の政府機関、免税や寄附にからむ政府機関、諸企業・団体が巻き込まれる。主催者・参加者が果たしてこれらの仕組みを理解して上手に利用する方法を身につけることができるであろうか？会議産業に従事する人間にも、まだまだ、この仕組みが理解できていないといった方が正しかろう。

米国においては、前述した Meeting Planner が会議の諸事務を執り行うことが多い。M&C 社の調査によれば、一人の Meeting Planner は、企業の場合、年に 14.2 回、91,480 ドルの経費（年間）、労働時間の 19%を費やすという。団体の場合、年に大きなコンベンションを 1.2 回、その他の会議を 18.1 回企画している。経費は以下のとおりである。

企業の会議（614,000 件）

|        | 全般            |     | 平均（1回）   |
|--------|---------------|-----|----------|
| ホテル・食事 | 20 億 6100 万ドル | 52% | 3,356 ドル |
| 航空・輸送  | 11 億 4900 万ドル | 29% | 1,872 ドル |
| その他    | 7 億 5300 万ドル  | 19% | 1,226 ドル |
|        | 39 億 6300 万ドル |     | 6,454 ドル |

## 団体の会議

|        | コンベンション（10,300件） |     | その他の会議（133,200件） |
|--------|------------------|-----|------------------|
| 団体負担 A | 2億6530万ドル        | 7%  | 1億3890万ドル        |
| 個人負担 B | 35億3750万ドル       | 93% | 38億6430万ドル       |
| 平均 A   | 25,820ドル         |     | 18,913ドル         |
| 平均 B   | 444ドル            |     | 319ドル            |
|        | 38億100万ドル        |     | 40億300万ドル        |

会議開催施設についてみると次のような結果が得られている。

|                 | 企業の会議 | 団体の会議   |     |
|-----------------|-------|---------|-----|
|                 |       | コンベンション | その他 |
| 市中のホテル・モーターイン   | 59%   | 61%     | 61% |
| リゾート ホテル        | 57%   | 36%     | 35% |
| 郊外のホテル・モーターイン   | 52%   | 17%     | 52% |
| 空港近くのホテル・モーターイン | 38%   | 7%      | 49% |
| 民間の会議センター       | 15%   | 5%      | 11% |
| コンドムニウム・リゾート    | 14%   | 5%      | 8%  |
| 大学の会議センター       | 8%    | 5%      | 22% |
| クルーズ船           | 4%    | 1%      | 2%  |
| その他             |       | 3%      | 7%  |

団体の会議の場合のデータはないが、企業の会議に用いられる輸送手段は以下のとおりである。

|           | しばしば利用 | 時々利用 |
|-----------|--------|------|
| 航空機（定期便）  | 75%    | 18%  |
| 個人の車      | 37%    | 43%  |
| レンタカー     | 27%    | 48%  |
| チャーターフライト | 3%     | 15%  |
| 列車（鉄道）    | 1%     | 8%   |
| バス        | 3%     | 12%  |

米国における会議の推進受入体制は、Meeting Planner 及びホテル、航空会社、それを結びつけるエージェントであった。開催地の情報を得るためのコンベンション・ビューロー（ホテル予約、観光ツアーのオーガナイズ業務も行う）の役割も大きなものである。米国のホテルは単に宿泊し食事する場所にとどまらない。コンベンションの受入体制を充実するためには、前述した会議の諸機能を取り入れざるを得ない。一つの地域社会がホテル内に形成されていたり、レクリエーション・トレーニング専用の郊外ホテルであったり実にバラエティーに富んでいる。航空会社の予約システムを登録システム（コンピュータの使用）に結びつける。米国系のホテルチェーンは、過去の米国の強大な海外活動（現在でもそうであるが）を見事にあらわしている。米国企業・団体の活動は、このホテル・チェーンにしっかりと蓄積されている。誰が何のためにホテルに宿泊したか、その人の好みは？どのクラスの部屋、どのような食事、新聞の好み・・・ホテルが世界戦略を有し、ある意味では巨大な情報組織の一つと

考えるべき姿を有している。また会議客のニーズの分析は最もすぐれていると思われる。(日本における最近のホテル建設ブーム<特に東京において>は、米国のコンベンション産業にみられるスタイルを日本において成し遂げようとする動きの前ぶれといえよう。)

ヨーロッパにおいて、この同じ問題に対応したのはUIAである。NGOの役割、文書の処理、コンベンション・ビューローの役割、会議オーガナイザーの役割、会議・展示センターの役割、通訳に関する問題、会議におけるコミュニケーションの問題、国際観光のあり方・・・会議組織(オーガナイズ)に関するあらゆる問題の検討がなされてきた。ヨーロッパにおいては伝統的に会議センターの力が強い。会議は踊る、その舞台となった王宮の時代から会議の場所のもつ意味は大きい。そして、中世以来のフェア開催という経済活動は今もって、ヨーロッパに根強く定着している。EFCT (European Federation of Conference Towns)、AIPC (Association Internationale des Palais de Congres)と早くから組織だてされている。展示の領域では、UFI (Union of International Fairs) 通訳の分野では、AIIC (International Association of Conference Interpreters) 会議オーガナイズにおいては、IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers)コンベンション・ビューローにおいては、IACVB (International Association of Convention and Visitors Bureau) 観光の分野においては、WTO (World Tourism Organization) と関連団体との連絡の下にUIAが国際団体の活動に不可欠な活動としての会議に関する諸問題を取り扱ってきた。しかし、この産業のBusiness活動の拡大に追いつくことができず、トラベルエージェントを主体に新しくICCA (International Congress and Convention Associations)が結成された。メンバーはA)旅行代理店 B) 航空会社 C)会議オーガナイザー D) コンベンション・ビューロー E)鉄道その他の交通機関 F)ホテル G)会議センター H)関連サービス機関 I)名誉会員からなる。この組織の欠陥を補うためにICCAの打ち出した路線は、会議の主催者となる団体・企業との接触である。特に、USAとの結びつきを深めることが最重点課題であり、ASAE (American Society of Association Executives)、MPI (Meeting Planners International)等とのJoint Meetingを開催し、BuyerとSupplier間のコンタクトの道を開き始めた。セミナーの開催により大学、企業、UN(国連)との結びつきを深めてきた。

ヨーロッパにおいては、かつて、UIAをはじめAIPCが会議オーガナイズのマニュアルを作成し、会議の準備から事後処理までの過程を詳細に描きだし、組織構成、予算項目の諸例などをサーキュレートしていた。しかし、現在はこれらの土台を基に、いわゆるオーガナイザーがこれをBusinessとして取り扱うようになった。PCO (Professional Congress Organizer)と呼ばれるグループである。国際団体の会議という、およそ非営利的な場面に営利を目的とする企業・団体が乱入してくる。物事にプラクティカルな米国においては、Meeting PlannersやAssociation Executives側が結束をし、Suppliers側との共存をいちやく計った。しかし、ヨーロッパにあっては、Suppliers側の結束が先行し、Buyers側がターゲットにされているとみてよいであろう。しかし、ヨーロッパの場合、会議を行う施設として、会議センターの持つ意味が大きい。ホテルは営利を目的として建設されたものであるが、会議センターの建設は異なる。会議センターの建設は、巨額の投資を必要とし、これは公共投資であり会議産業と都市機能の関連を抜いては成り立ち得ない。市行政当局、商工会議所、諸工業界間も出資に対する認識は強く、会議産業を単にBuyersとSuppliers間のビジネスとみなすことはない。都市における国際化の進展、この現代世界の動きは、都市に新しい伊吹を与えるきっかけであり、会議場建設は都市の再開発を計る手段としてとらられている。会議の開催、人物の往来、これは会議主催者・参加

者にとってのみ意義あることではない。関連業界にとって Business の重要なチャンネルであるばかりでもない。都市住民にとって、来るべき時代にはどういう意味を持つのか、そのことも重要な視点として考えておかねばならないことを物語っているように思える。同様に、会議を行う企業・団体、その構成員が、それはつまり、私達一人一人がその当事者であるのだが、何を求めて会議を行うのか、参加するのか、参加させるのか、また、その世話をを行うのか自問してみることである。

以上みてきたような観点にてらし、日本の会議産業をながめてみよう。日本における会議産業というものは、まだ、明確に意識されているとはいえない。多くの日本人は会議というものをあまり重要視しない。会議の場においてコミュニケーションを計るという考え方は、あまり現実感がない。本音と建前があるとするならば、会議は建前に属す。会議以前にほぼ取り決めがなされ、会議の場はそれを表面化するものと見なされることが多い。会議の場においては、他の人々の腹の内が分かれば良い。くどくど述べてみても仕方あるまい。この種の会議より、寄り合い、会合、一席を設け、お互いの腹の内をみきわめることの方に真剣になるものである。会議の席にあっては、しかるべき人に、しかるべきお出番を予定し、予定通りに事が運ばばよい。会議の席で、他の人に言い分があれば言わせておけばよい。会議後にそれがどれほどの力になるのか？黙殺すればよい。良いものはいただいておけばよい。大物ほど会議では意見を述べない。

会議に対するこのような態度は容易に変わるものではない。会議というものは、そもそも‘たいくつ’なものであり、会議の後の一席でくつろぎ歓談することに最大の楽しみを見出してきた。しかし、この方式で行くと、海外の人々の集まる会議においては、常に守勢にたたされ、あまり良い評価を得られないことが分かってきた。これを言語の問題とし自らを慰めている姿が目につくであろう。

さて、会議というものに一風変わった（我々には当然であるが）見解を有す日本にあって、みわたしたただけでも、数多くの会議がみうけられる。残念ながら米国におけるような調査資料も、ヨーロッパにおけるような団体の分析も手元にはない。会社要覧をみれば、上場株式会社、非上場株式会社が分野別に掲載され、団体名鑑をみれば、諸団体が分野別に掲載されている。日本の加盟する国際団体対応機関、日本に本部の存する国際団体を知ることはできる。ホテル、旅行代理店、医薬関係の会社、業界新聞・雑誌社、これらが独自の領域でマーケティングを行なっているようであるが、まとまったものは手に入らない。日本人でマーケティングの結果を信じようとする人が何割いるであろうか？役に立ちそうにもないデータをたんねんに集め、概念を定め、そこに割り当て、空白を埋める。概念規定に重きを置かぬ日本人の資料はまちまちで、統一的なデータを集めることは実に困難である。情報のみがかかっており、どのような基準でどのように処理し、その結果どのような分析がなされたか、などという親切な書類にはなかなかお眼にかかれない。そのような仕事は能なしのやる事であり、能ある人は経験に基づく勘で本質をつかみ、必要なものを選択してしまう。わけのわからぬマーケティングの資料なんぞは、かえって混乱の原因となる。

情報を公開するときには、害が及ばぬとふんでの上である。それを見て喜んでいると‘馬鹿めが’ということになる。あるいは何かの‘こんたん’ありとみておく方がよい。終身雇用の世界にあっては、横のつながりを求めて情報交換をするというより、公開せぬ方を選ぶ。日本にあっては米国のように、企業・団体の会議担当者が横に連絡をとるということは不可能なことであろうか？団体同士が、お互いに情報を交換し合うことは不可能なことであろうか？日本における会議産業のマーケティングを行うには、企業・団体の協力を必要とする。

日本の企業の分布は以下ようになる。(1978年会社要覧 ダイヤモンド社)

|      | 上場    | 非上場   | 計     |       | 上場    | 非上場   | 計     |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 製造業  | 1,231 | 1,475 | 2,706 | 倉庫・運輸 | 29    | 62    | 91    |
| 商業   | 149   | 630   | 779   | 通信    | 6     | -     | 6     |
| 金融保険 | 126   | 446   | 572   | 電気・ガス | 18    | 34    | 52    |
| 不動産  | 21    | 119   | 140   | サービス  | 30    | 124   | 154   |
| 陸運   | 44    | 119   | 163   | 放送    |       | 65    | 65    |
| 海運   | 27    | 76    | 103   | 新聞    |       | 44    | 44    |
| 空運   | 5     | 13    | 18    | 出版    |       | 56    | 56    |
|      |       |       |       | 広告    |       | 38    | 38    |
|      |       |       |       |       | 1,686 | 3,301 | 4,987 |

1980年日経ビジネスによる法人所得ランキング10,000社によれば以下ようになる。

|       | (社数)  | (%)  | 上場(%) | 非上場(%) | 計(%) |
|-------|-------|------|-------|--------|------|
| 製造業   | 4,236 | 42.4 | 73.0  | 44.7   | 54.3 |
| 商業    | 2,582 | 25.8 | 8.8   | 19.1   | 15.6 |
| 金融保険  | 996   | 10.0 | 7.5   | 13.5   | 11.5 |
| 不動産   | 371   | 3.7  | 1.2   | 3.6    | 2.8  |
| 陸運    | 198   | 2.0  | 2.6   | 3.6    | 3.3  |
| 海運    | 81    | 0.8  | 1.6   | 2.3    | 2.1  |
| 空運    | 11    | 0.1  | 0.3   | 0.4    | 0.4  |
| 倉庫・運輸 | 174   | 1.8  | 1.7   | 1.9    | 1.8  |
| 通信    | 1     | 0.01 | 0.4   | -      | 0.1  |
| 電気・ガス | 34    | 0.3  | 1.1   | 1.2    | 1.0  |
| サービス  | 379   | 3.8  | 1.8   | 3.8    | 3.1  |
| 放送    | 90    | 0.9  |       | 2.0    | 1.3  |
| 新聞・出版 | 228   | 2.3  |       | 3.0    | 2.0  |
| 広告    | 61    | 0.6  |       | 1.2    | 0.8  |
| 共同組合  | 300   | 3.0  |       |        |      |
| 医療    | 194   | 1.9  |       |        |      |
| 宗教    | 7     | 0.07 |       |        |      |
| 教育    | 20    | 0.2  |       |        |      |
| その他法人 | 35    | 0.4  |       |        |      |
|       | 9,998 |      |       |        |      |

製造業の内訳は次ページのとおりである。

しかし、残念なことに、これらの企業が年間どのような会議にどの程度の支出をしているか分からない。

|            | 法人所得アキツク |      | 上場    |      | 非上場   |      | 計     |      |
|------------|----------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
|            | 社        | %    | 社     | %    | 社     | %    | 社     | %    |
| 水産・農林      | 37       | 0.9  | 7     | 0.6  | -     | -    | 7     | 0.3  |
| 鉱業         | 55       | 1.3  | 11    | 0.9  | 26    | 1.8  | 37    | 1.4  |
| 建設         | 611      | 14.4 | 129   | 10.5 | 265   | 18.0 | 394   | 14.6 |
| 食料品        | 402      | 9.5  | 89    | 7.2  | 116   | 7.9  | 205   | 7.6  |
| 繊維         | 238      | 5.6  | 86    | 7.0  | 125   | 8.5  | 211   | 7.8  |
| パルプ・紙      | 136      | 3.2  | 33    | 2.7  | 33    | 2.2  | 66    | 2.4  |
| 化学・石油・石炭製品 | 616      | 14.5 | 175   | 14.2 | 238   | 16.1 | 413   | 15.3 |
| ゴム製品       | 52       | 1.2  | 21    | 1.7  | 22    | 1.5  | 43    | 1.6  |
| ガラス・土石製品   | 236      | 5.6  | 64    | 5.2  | 73    | 4.9  | 236   | 8.7  |
| 鉄鋼・非鉄金属    | 209      | 4.9  | 100   | 8.1  | 126   | 8.5  | 326   | 12.0 |
| 金属製品       | 235      | 5.5  | 50    | 4.0  | 102   | 6.9  | 152   | 5.6  |
| 機械         | 412      | 9.7  | 159   | 12.9 | 74    | 5.0  | 233   | 8.6  |
| 電気機器       | 412      | 9.7  | 157   | 12.8 | 127   | 8.6  | 284   | 10.5 |
| 輸送機器       | 217      | 5.1  | 77    | 6.2  | 73    | 4.9  | 150   | 5.5  |
| 精密機器       | 139      | 3.3  | 32    | 2.6  | 38    | 2.6  | 70    | 2.6  |
| その他製造      | 229      | 5.4  | 41    | 2.3  | 37    | 2.5  | 78    | 2.8  |
|            | 4,236    |      | 1,231 |      | 1,475 |      | 2,706 |      |

次に、団体についてみてみよう。(株)ミカミ・マーケティング・インスティテュートによる団体名鑑によれば以下のような分布が見られる。各々の分野の分布も以下のとおりである。

|        | 5,165 団体 | %    |
|--------|----------|------|
| 国際     | 236      | 4.6  |
| 行政・司法  | 86       | 1.7  |
| 産業・経済Ⅰ | 1,214    | 23.5 |
| 産業・経済Ⅱ | 770      | 14.9 |
| 産業・経済Ⅲ | 712      | 13.8 |
| 社会・厚生  | 665      | 12.9 |
| 教育・文化  | 923      | 17.9 |
| 学術・研究  | 559      | 10.8 |

| 国際    | 236 団体 | %    | 行政・司法 | 86 団体 | %    |
|-------|--------|------|-------|-------|------|
| 政治・経済 | 95     | 40.2 | 政治    | 17    | 22.1 |
| 文化・教育 | 61     | 25.8 | 行政    | 34    | 39.5 |
| 有効・親善 | 71     | 30.1 | 法務    | 33    | 38.4 |
| 外国人団体 | 9      | 3.8  |       |       |      |

| 産業・経済 I | 1,214 団体 | %    | 産業・経済 II   | 770 団体 | %    |
|---------|----------|------|------------|--------|------|
| 経済団体連合  | 660      | 54.4 | 商工業（鉱業・資源） | 62     | 8.0  |
| 産業経済全般  | 102      | 8.4  | “（鉄鋼・金属）   | 85     | 11.0 |
| 経営・労務   | 40       | 3.3  | “（機械）      | 178    | 23.1 |
| 財務・金融   | 181      | 14.9 | “（器具・雑貨）   | 95     | 12.3 |
| 貿易      | 210      | 17.3 | “（化学）      | 118    | 15.3 |
| 商業全般    | 21       | 1.7  | “（窯業）      | 49     | 6.4  |
|         |          |      | “（繊維）      | 83     | 10.7 |
|         |          |      | “（紙・印刷）    | 28     | 3.6  |
|         |          |      | “（食料品）     | 72     | 9.4  |

| 産業・経済 III | 712 団体 | %    | 社会・厚生 | 665 団体 | %    |
|-----------|--------|------|-------|--------|------|
| 農林・漁業     | 141    | 19.8 | 社会    | 28     | 12.9 |
| 建設        | 74     | 10.4 | 婦人・青年 | 76     | 11.4 |
| 運輸        | 382    | 53.4 | 労働    | 239    | 35.9 |
| 通信        | 13     | 1.8  | 社会福祉  | 54     | 8.1  |
| 観光        | 102    | 14.3 | 福利厚生  | 88     | 13.2 |
|           |        |      | 社会保険  | 36     | 5.4  |
|           |        |      | 医療    | 62     | 9.3  |
|           |        |      | 保健衛生  | 82     | 12.3 |

| 教育・文化 | 923 団体 | %    | 学術・研究       | 559 団体 | %    |
|-------|--------|------|-------------|--------|------|
| 教育    | 301    | 32.6 | 学術全般        | 100    | 17.9 |
| 宗教    | 37     | 5.6  | 学会（人文社会科学）  | 149    | 26.7 |
| 文化一般  | 94     | 14.1 | 学会（自然科学）    | 172    | 30.8 |
| 報道・出版 | 134    | 14.5 | 研究所（人文社会科学） | 53     | 9.5  |
| 芸術・芸能 | 231    | 24.8 | 研究所（自然科学）   | 85     | 15.2 |
| 趣味    | 17     | 1.8  |             |        |      |
| スポーツ  | 109    | 11.7 |             |        |      |

この他、この団体名鑑には、次ページのごとく、協同組合という形で 6,778 の団体が掲載されている。

全国規模の団体としては、5,165 団体と考えてよい。UIA(1977 年)が 2,112 の国際団体の回答を基にした各国の対応機関数をリストアップした資料によれば、日本には 963 の対応機関が存在することになる。NO.5 を参照すれば、JNTO（国際観光振興会）にリストアップされている団体は 948 となっている。（中には対応機関の確認されていないものがある。）

この他政府機関、地方自治体等公的機関の会議というものを忘れるわけにはゆかないが、これは、米国、ヨーロッパにおいては別のジャンルとして扱っている。

| 事業協同組合   |       | 商工組合     |    | その他      |     |
|----------|-------|----------|----|----------|-----|
| 産業経済一般   | 1,015 | 鉱業・鉄鋼・金属 | 81 | 企業組合     | 81  |
| 鉱業・鉄鋼・金属 | 393   | 機械・部品    | 46 | 信用組合     | 70  |
| 機械       | 292   | 器具・雑貨    | 70 | 商店街振興組合他 | 962 |
| 器具・雑貨    | 410   | 化学・窯業    | 31 |          |     |
| 化学・窯業    | 131   | 紙・印刷     | 33 |          |     |
| 繊維       | 254   | 食料品      | 84 |          |     |
| 紙・印刷     | 90    | 建設       | 42 |          |     |
| 食料品      | 916   |          |    |          |     |
| 農林       | 418   |          |    |          |     |
| 建設       | 604   |          |    |          |     |
| 運輸・通信    | 291   |          |    |          |     |
| 保険・文化    | 373   |          |    |          |     |

しかし、残念なことに、これらの団体がどのような会議を行い、どのような支出をし、どのような問題に直面しているか、現在知ることはできない。日本における会議産業の将来をみるためには、まだまだ情報が不足していると考えねばならない。この問題を取り扱うために、KICHが何らかのアクションを起こすべきと考えるが、如何なものであろう。

1981年