

MICEの振興について

産業観光局観光MICE推進室 MICE戦略推進担当部長

九 鬼 令 和

1. MICEの意義について

(1) MICEの意味

MICE（マイス）とは、Meeting（ミーティング、会社の会議等）、Incentive（Travel）（インセンティブ（トラベル）・報奨旅行等）、Convention（コンベンション・国際会議等）、Exhibition/Event（イベント/エキジビション・博覧会等）を総称した用語のことである。

(2) MICEの意義

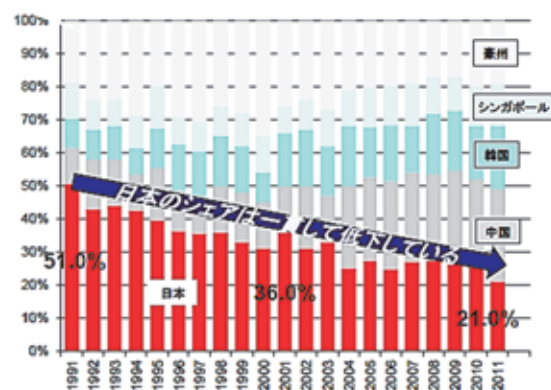
MICEは、高い経済効果、ビジネスの機会やイノベーションの創出、都市競争力・ブランド力の向上などの意義を有しており、また、その分野は観光だけに限らず、市政全般に及ぶ。経済効果の一例として、観光庁のデータ¹⁾によれば、日本で1万人規模の国際会議が開催された場合、経済波及効果は38億円、誘発税収額（国税）は、約1.6億円とされている。

2. MICEの現状について

(1) 我が国の現状

国際会議団体のICCA（International Congress and Convention Association）の統計によれば、世界全体の国際会議の開催件数は、年々増加しており、急速な経済成長を背景にアジアは特に開催件数の伸びが高くなっている。このような中、アジア・オセアニアの主要5か国（日本、中国、韓国、シンガポール、オーストラリア）

の国際会議開催件数における我が国のシェアの推移をみると、平成3年には我が国が過半を占めていたが、それ以降、一貫して低下傾向にあり、平成23年には、2割強まで落ち込んでいる。



出典：観光庁MICE競争力強化委員会資料（平成25年）

図-1 アジア・オセアニア地域の主要国の国際会議開催件数に対する日本のシェア推移¹⁾

(2) 本市の状況

日本政府観光局（JNTO）²⁾の統計によると、本市は、従来、東京に次ぐ第2の国際コンベンション都市とされてきましたが、近年、国内他都市が積極的にMICE誘致に取り組む中で、平成20年以降は、福岡、横浜に次ぐ国内第4位の地位に留まっていた。なお、外国人参加者数については、京都は東京に次いで第2位となっている。

平成24年については、後述の取組等により、本市の国際会議は、件数及び総参加者数ともに、過去最高の数字（件数：196件、総参加者数：114,257人）となり、東京、福岡に次いで

第3位となった。



図2 京都市域における年別国際会議開催件数³⁾

3 本市の主な取組について

(1) 「京都市MICE戦略」の策定

本市では、平成22年3月に我が国の自治体初となるMICE戦略として「京都市MICE戦略」を策定した。この中では、目標として、「京都市の特性を生かした、世界に冠たる『国際MICE都市』への飛躍」を掲げ、本市のMICE誘致・振興に関する大きな方向性について、記載している。

(2) 支援の強化

京都市においては、国際会議等の誘致を促進するため、誘致に当たっては、「大規模国際コンベンション誘致支援助成金」、開催に当たっては、「大規模国際コンベンション開催支援助成金」を設けて支援を行ってきた。さらに、京都で開催されるコンベンション参加者を対象に、京都市営地下鉄・市バスが乗り放題となる格安一日乗車券である「京都コンベンションパス」の発行も実施してきた。

平成23年には、京都で開催される中小規模のMICEを対象に、「ほんまもんの京都」の一端に触れる機会を提供し、「京都らしさ」を演出

するため、芸舞妓等伝統芸能実演者の派遣や、伝統産業製品による記念品の購入を支援する「京都らしいMICE開催支援制度」を設けた。

(3) 体制の強化

本市の体制としては、平成24年4月に、MICEを観光行政の重点課題と位置づけ、積極的に取り組むことを更に明確化するため、観光部を「観光MICE推進室」に改組した。また、MICE推進の実行組織である「(公財) 京都文化交流コンベンションビューロー」に新たに「国際観光コンベンション部」を設け、民間から専門知識を有する人材を登用し人員も拡充するなど、MICEへの取組体制を強化し、誘致活動を進めている。

(4) グローバルMICE戦略都市への選定

国では、平成24年11月から、「MICE国際競争力強化委員会」を立ち上げ、議論を進め、世界のトップグループに並ぶMICE都市の育成等を図るため、「グローバルMICE戦略都市」を選定することとなった。

これを受け、国が公募を行ったところ、15都市から応募があり、本市、東京都、横浜市、神戸市、福岡市の5都市が「グローバルMICE戦略都市」として選定された。平成25年度、国は、MICEの専門家の招請や宣伝活動等について、「グローバルMICE戦略都市」と連携して実施することになり、本市もこの事業を行っているところである。

なお、国では、平成25年6月に閣議決定された「日本再興戦略」(いわゆる「成長戦略」)において、「2030年(平成42年)にはアジアNo. 1の国際会議開催国として不動の地位を築

く」という目標を掲げるとともに、その実現のため、前述の「グローバルMICE戦略都市」の育成を含めた「国際会議等（MICE）誘致体制の構築・強化」を図っていくこととされている。

（５）国立京都国際会館の拡充

1966年に設立された国立京都国際会館において、多くの国際会議などが開催されてきたが、会議の大型化等を踏まえ、平成２年より、市では国に対して新ホールの整備を要望していた。国では、平成26年度の予算案において、約2,500人を収容する新ホール整備のための費用を計上し、本施設は、平成30年度を目途に完成する予定である。

４．今後の課題及び方向性について

（１）市場や競合先の調査の充実とターゲットの明確化

限られた予算及び人員をできるだけ有効に活用するという観点から、京都市にふさわしいMICE分野を選定するなど戦略を高度化する必要がある。

このため、平成25年度は、京都市域で開催された国際会議等に対して、選定要因、支出行動、開催経費等の把握・分析等を行うため、「京都らしいMICE開催誘致のための実態調査」を実施している。

（２）受入環境、プロモーション等の充実

京都市がMICEの誘致を促進していくためには、MICEの受入環境を整備していくことやMICE関係者にとって京都市がMICEの候補地であることを認識してもらうようプロモーション

ン等を行うことが必要である。

このため、（公財）京都文化交流コンベンションビューロー等を中心として、京都市域内の関係事業者と高いレベルでの情報共有化や海外でのMICE見本市等への積極的な出展参加などを行っていくことが求められている。

（３）体制、予算等の充実

MICEの誘致については、長期間の取り組みを必要とするものであり、人脈が、誘致、ロビー活動等を大きく左右するものであることから、特に、具体的な誘致活動を行う部門においては、長期的にMICE業務に携わる人を確保することが必要不可欠である。このため、（公財）京都文化交流コンベンションビューローに１名でも多くの専任職員数の増加を目指していく必要がある。

また、国際的に比較して、（公財）京都文化交流コンベンションビューローの予算規模は大きく見劣りしている。このため、市などからの支援の充実をはじめとして、（公財）京都文化交流コンベンションビューローの予算拡充も行っていく必要がある。

参考文献

- 1) 観光庁：MICE競争力強化委員会資料（平成25年）
- 2) 日本政府観光局：2011年国際会議統計，pp10（平成24年）
- 3) （公財）京都文化交流コンベンションビューロー：2012京都で開催の国際会議，pp3（平成24年）