

京都市MICE戦略2014-2020

(案)



目次

はじめに	2
第1章 MICE振興の意義	
1 MICEとは	4
2 京都市がMICEに取り組む意義	
(1) 京都のブランドイメージの向上・都市格の向上	6
(2) 市民生活への還元	6
(3) 観光の質の向上	7
(4) 観光立国の実現	7
第2章 京都市のこれまでの取組とMICEの現状・課題	
1 日本のMICE推進の現況	8
2 京都市のこれまでの取組	11
3 京都市におけるMICEの現状と課題	
(1) C (Convention/コンベンション) 分野の現状と課題	12
(2) M (Meeting/ミーティング), I (Incentive tour/ インセンティブツアー), E (Event/イベント・Exhibition /エキシビション) の現状と課題	15
(3) その他	16
第3章 目標と施策	
1 目標	18
2 施策	19
第4章 計画の推進	
1 進ちよく管理	24
2 計画推進体制	24
3 その他	24

注 特に説明のない限り、年度は（4月～3月）年は暦年（1月～12月）を表します。

■はじめに

京都市は、国内自治体では初めて、「京都市MICE^{マ イ ス}戦略」を平成22年（2010年）に策定しました。まだ日本で「MICE^{※1}」という言葉があまり浸透していない時期から、いち早くMICEの可能性を見出し、「京都の都市特性を生かした、世界に冠たる『国際MICE都市』への飛躍」を戦略ビジョンに掲げ、積極的に取り組んできました。

MICEの振興は、京都ブランドイメージ・都市格の向上、市民生活の活性化、高い経済波及効果など、社会および経済の両面において京都の都市活力を支え、向上させることが期待できます。同時に、京都観光の「質の向上」にもつながることから、「世界があこがれる観光都市」の実現のために、引き続き取り組む必要があります。

世界各国・各都市ともMICE誘致に積極的に取り組んでいる中で、最近のMICEの傾向として、「その街らしさ」とも言えるユニークベニュー^{※2}に対し注目が集まっています。「その土地、施設、文化ならではの会場」でのMICE開催が、主催者側からも参加者側からも求められています。日本も国を挙げてMICE誘致活動に取り組み始めた今、世界に誇る歴史や文化を持つ京都が果たすべき役割は極めて大きいと言えます。

平成25年（2013年）に国が定める「グローバルMICE戦略都市」として選定されたこともあり、京都市の取組の重要性は、これまでも増して大きなものとなっています。このような背景を踏まえ、「京都市MICE戦略2014-2020」を策定し、MICEの現状と課題、今後の施策を取りまとめ、MICE誘致を積極的に推進していきます。

※1 MICEとは、M (Meeting/ミーティング)、I (Incentive tour/インセンティブツアー)、C (Convention/コンベンション)、E (Event/イベント・Exhibition/エキシビション) の4つの頭文字をとった造語です。

※2 ユニークベニューとは、本来の用途とは異なる利用を可能にすることでMICEのイベント・レセプション会場として機能する施設のことです。例として、平成25年11月から「世界遺産・二条城MICEプラン」事業が実施されている二条城が挙げられます。

(注) 国際会議の統計は、J N T O (日本政府観光局) や I C C A (国際会議協会) から発表される統計数値が参考にされるケースが国内では一般的ですので、以下にその基準を抜粋します。

※ J N T O (日本政府観光局) の国際会議の定義は以下のとおり

- ①主催者： 「国際機関・国際団体 (各国支部を含む)」 又は「国家機関・国内団体」
- ②参加者総数： 50人以上
- ③参加国： 日本を含む3ヵ国以上
- ④開催期間： 1日以上

※ I C C A (国際会議協会) (I n t e r n a t i o n a l C o n g r e s s a n d C o n v e n t i o n A s s o c i a t i o n) の国際会議の定義は以下のとおり

- ①開催国： 3ヵ国以上での持ち回りの開催実績がある会議
- ②参加者総数： 50人以上
- ③開催期間： 定期的に開催している (1回のみ開催した会議は除外)

第1章 MICE 振興の意義

1 MICEとは

MICEとは、M (Meeting/ミーティング), I (Incentive tour/インセンティブツアー), C (Convention/コンベンション), E (Event/イベント・Exhibition/エキシビション) の4つの頭文字をとった造語です。

この「MICE」という言葉は日本においても近年、よく耳にするようになりました。MICEの振興によって交流を増やすことは国や都市の活力につながる重要な機会として、世界各国・各都市においてもMICEの振興に積極的に取り組んでいます。

この戦略では、観光庁の定義に沿って、MICEを次頁のように位置付けます。

MICEの定義

類型別		内容	例	特徴
M	Meeting ミーティング	企業の会議 (ミーティング)等	海外投資家向け金融セミナー、グループ企業の役員会議、新商品発表会等	<ul style="list-style-type: none"> ・実態を把握しにくい ・数十～数百名規模で多数開催されている
I	Incentive tour インセンティブツアー	企業が従業員 の表彰や研修 などの目的で 実施する旅行 (企業報奨・研 修旅行)	営業成績優秀者に対する本社役員 によるレセプション、表彰式や、 自社社員のやる気向上や取引先、 顧客への販売促進を目的とした旅 行等	<ul style="list-style-type: none"> ・実態を把握しにくい ・参加者が千名単位のものも多い ・旅行者一人当たりの消費額が高い ・ツアーは一週間程度が多い
C	Convention コンベンション	国際団体、学 会、協会が主催 する総会、学術 会議等	<ul style="list-style-type: none"> ・生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)(平成22年(2010年)) ・第23回国際血栓止血学会学術集会(平成23年(2011年)) ・国際通貨基金・世界銀行年次総会2012(平成24年(2012年)) ・第5回アフリカ開発会議(平成25年(2013年))等 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人参加者は全訪日外客数の1.8%(平成24年(2012年)) ・平均開催日数は2.6日 ・平均参加者数は630人(外国人約67人) ・外国人参加者千人以上のも存在
E	Event/ Exhibition イベント/ エキシビション	文化・スポーツ イベント、展示 会・見本市	<ul style="list-style-type: none"> ・東京モーターショー((昭和29年(1954)年以降ほぼ毎年実施) ・第11回世界陸上競技選手権大会(平成19年(2007年)) ・ラグビーワールドカップ2019(平成31年(2019年)) ・東京オリンピック・パラリンピック(平成32年(2020年)) ・関西ワールドマスタースゲームズ2021(平成33年(2021年))等 	<ul style="list-style-type: none"> ・国際的なイベント・展示会等の件数・外国人参加者数のデータはない ・外国人来場者千人以上のも存在

資料：観光庁ホームページ及びJNTO「2012年国際会議統計」を基に作成

2 京都市がMICEに取り組む意義

「京都みらい観光振興計画」（平成26年（2014年）10月～平成32年度末（2020年度末））の中において示された4つの柱のうちの1つに、MICE戦略を位置付けています。

「京都みらい観光振興計画」	
目指す姿 「世界があこがれる観光都市」	
4つの柱	人づくり，まちづくり ～おもてなし・やすらぎ・しつらい～
	魅力の向上，誘致手法 ～きらめき・いざない～
	魅力の発信，コミュニケーション ～ひびき・ひろがり～
	MICE戦略 ～つどい～

(1) 京都のブランドイメージの向上・都市格の向上

京都は、世界でも類を見ない、日本の精神性を体現した上質な文化・奥深さを備えた都市であり、合意や調和を目指す会議の開催には最もふさわしい場所と言えます。

実績としても、京都では、地球温暖化防止京都会議（COP3）、世界水フォーラムや世界歴史都市会議など、国際的に知名度が高く、後の歴史にその名を残す会議が行われてきました。

国内外からの注目も高く、世界の平和や人類の未来に貢献する「舞台」を京都が提供することは、都市ブランドのイメージの向上につながります。これにより、世界から京都への「あこがれ」が高まり、会議の「格」を高めることができます。そのことがMICEの主催者及び参加者の満足度向上にもつながるといふ好循環を生みます。

また、MICEの開催は、京都の高い精神性を一度に多くの方に伝えることができるとともに、国際的なネットワークの形成、研究レベルの向上や学術的交流の活発化、参加者による全世界への京都の魅力の発信・伝達を通じて、観光都市・京都に留まらず、「学術都市」「ビジネス都市」としての魅力が再認識され、新たなビジネス機会の創出や新産業の創造など、更なる京都の都市格の向上が期待できます。

(2) 市民生活への還元

MICEの開催を通じた人と人の交流は、多様性を認め合う国際的な相互理解につながります。景観・歴史・文化・環境分野などの、世界平和や人類の未来に貢献する国際会議の開催は、市民が誇りを持てるまちづくりにつながるとともに、市民が最先端の技

術・情報に接する機会を創出することができ、関連するNPO団体やNGO団体の活動が活発になるなど、市民生活の活性化・向上につながります。伝統あるものづくり都市である京都が最先端の「知」に触れることで新たな「知恵」、「ビジネス」を生み出すことが可能になります。

また、MICEの開催は、開催に係る直接的な経費はもとより、参加者による滞在中の飲食や伝統産業製品の購入などが期待でき、MICE関連業界だけでなく市民の生活にも、安定した雇用の創出など、高い経済波及効果が期待できます。

平成25年度（2013年度）に京都で開催された国際会議の参加者に対するアンケート結果（下表）によると、MICE参加者の消費額は日本人観光客の消費額の約1.4倍、外国人観光客の消費額の約1.8倍と、高い購買力を持っていることが分かります。

宿泊客1人当たりの滞在費平均額	全体	日本人 観光客	外国人 観光客
平成25年度に京都で開催された国際会議の参加者	63,352円	46,186円	154,121円
(参考)平成25年京都観光総合調査	—	32,630円	85,643円

資料：京都市「京都市におけるMICE実態調査」平成26年3月、
京都市「京都観光総合調査」平成25年を基に作成

(3) 観光の質の向上

MICEの開催はビジネス観光客の誘致につながり、新たな観光資源の開発や新たな観光サービスの提供などを促します。企業幹部が集うM (Meeting/ミーティング) や報奨を目的とするI (Incentive tour/インセンティブツアー) には、質の高い観光資源や接遇の提供が求められるため、京都の「ほんもの」の魅力の維持・活用につながります。こうして、京都を訪れる人をあたたかくお迎えする人づくり・まちづくりが進み、市民を含めた全ての人にとって、快適に過ごしていただける京都観光の質の向上に寄与することとなります。

(4) 観光立国の実現

国際的にMICEの誘致活動が積極的に進められる中で、開催地として日本の京都が選ばれ、認められ続けることが大変重要です。観光庁は、日本をけん引するMICE都市の育成を図る「グローバルMICE戦略都市」を公募し、平成25年（2013年）8月、5自治体の1つとして京都市が選定されました。京都市はMICE誘致の潜在力が高く、集中的に支援を行うにふさわしい都市として国からも期待されています。

京都市は「グローバルMICE戦略都市」として、全市一丸となって日本の期待に応えると同時に、国と連携しながら積極的な取組を進めていくことで、観光立国の実現を「京都の観光、京都のMICE」がリードしていきます。

第2章 京都市のこれまでの取組とMICEの現状・課題

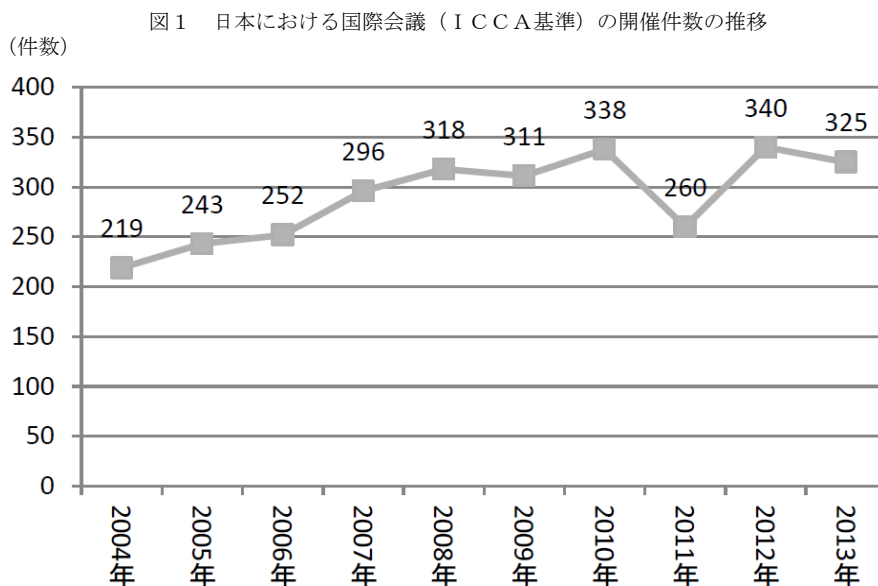
1 日本のMICE推進の現況

日本においては、以下のようにMICE推進のために取り組んできました。

日本のMICE推進の取組	
平成19年 (2007年)	・「観光立国推進基本法」を制定。観光を21世紀における日本の重要な政策の柱として初めて明確に位置付ける。
平成20年 (2008年)	・観光立国の実現に向けて観光庁が発足
平成21年 (2009年)	・観光立国推進戦略会議において、外客誘致の柱の1つとして「国際会議誘致政策からMICE政策への展開」を打ち出す。 ・観光庁が「MICE推進アクションプラン」を策定
平成22年 (2010年)	・「日本のMICE元年」と位置付け「Japan MICE Year」を展開
平成24年 (2012年)	・「観光立国推進基本計画」策定。「平成28年までに我が国における国際会議の開催件数を5割以上伸ばし、アジアにおける最大の開催国を目指す」という目標を掲げる。 ・MICE国際競争力強化委員会を設置
平成25年 (2013年)	・「日本再興戦略」において「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標を掲げる。 ・「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」策定。MICEを観光立国実現に向けた主要な柱の1つとして位置付ける。 ・日本のMICE誘致力強化のため、日本をけん引するMICE都市の育成を図る「グローバルMICE戦略都市」及び「グローバルMICE強化都市」として、京都市・東京都・横浜市・神戸市・福岡市及び名古屋市・大阪市
平成26年 (2014年)	・「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」策定。「MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み」を6つの柱の1つとして位置付け、M、I、Eへの取組を拡大

これらの取組を通じて、日本のMICEの一層の発展を図ろうとしています。

その結果として、日本における国際会議の開催件数は年々増加しています。(図1参照)平成23年(2011年)は東日本大震災の影響により落ち込みましたが、平成24年(2012年)には平成22年(2010年)を上回る開催件数を記録し、回復基調にあります。



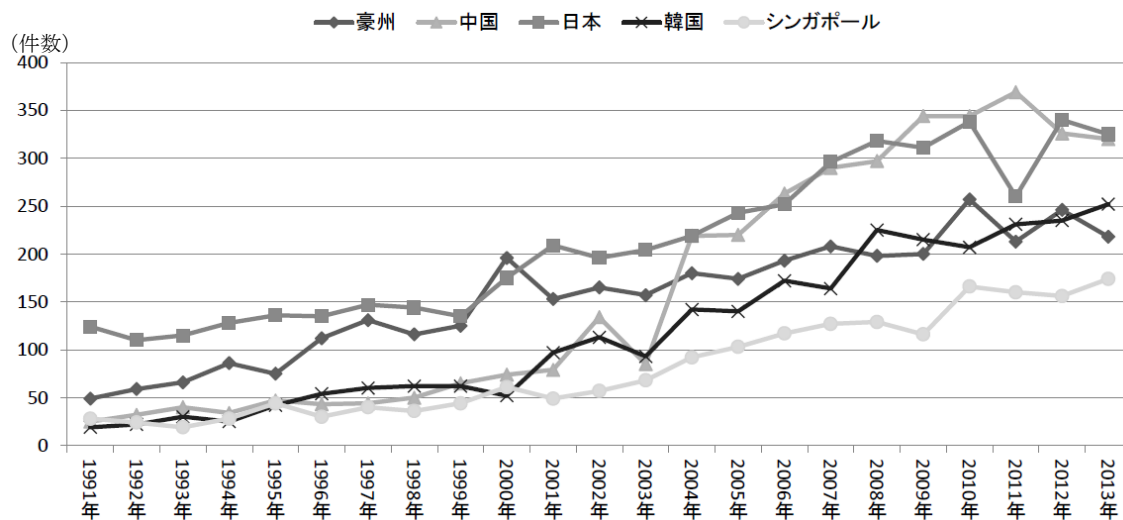
資料：ICCAデータベース（2014年7月時点データ）を基に作成

※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため

直近年の数値は今後も増加する可能性がある

しかし一方で、世界の各都市もMICE振興に取り組んでおり、特にアジア・太平洋地域における国際会議開催件数の伸びは目を見張るものがあります。(図2参照)

図2 アジア・太平洋地域における主要国の国際会議（ICCA基準）開催件数



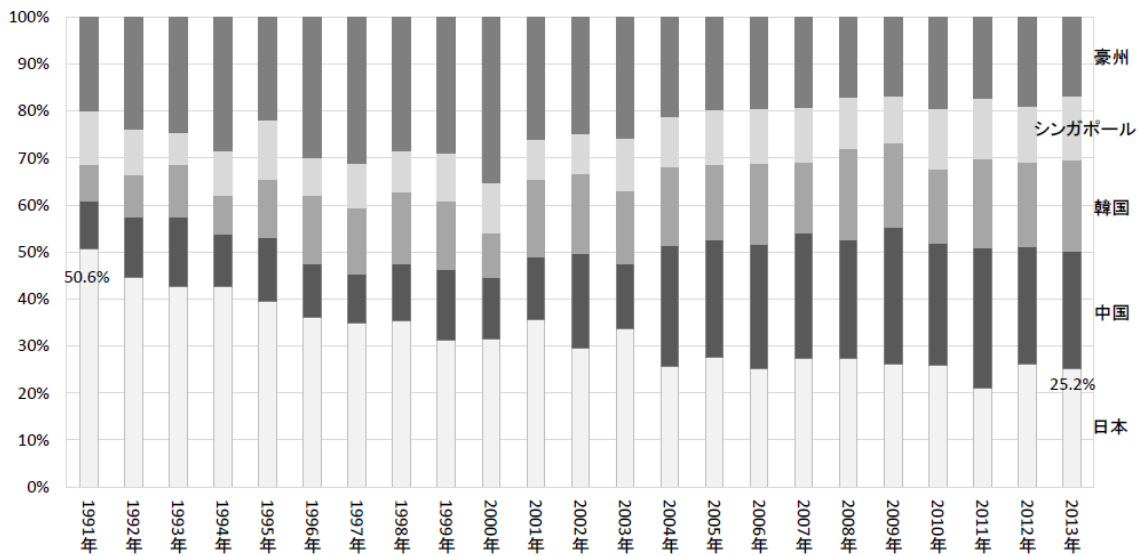
資料：ICCAデータベース（2014年7月時点データ）を基に作成

※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため

直近年の数値は今後も増加する可能性がある

結果として、アジア・太平洋地域における国際会議開催件数に対する日本のシェアは低下傾向にあります。(図3参照)

図3 アジア・太平洋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



資料：ICCAデータベース（2014年7月時点データ）を基に作成

※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため

直近年の数値は今後も増加する可能性がある

上記のデータはMICEのうちC（Convention／コンベンション）の開催件数ですが、M（Meeting／ミーティング）、I（Incentive tour／インセンティブツアー）、E（Event／イベント・Exhibition／エキシビション）の開催件数については、全国で把握するための仕組みがまだ整っていないのが現状です。

平成26年（2014年）6月に策定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」ではM、I、Eへの取組の拡大が盛り込まれており、今後は統計手法の充実やプロモーション強化などが行われることとなっています。

2 京都市のこれまでの取組

京都市は、日本の自治体として初めてMICE戦略を策定するなど、積極的にMICEへの取組を行ってきました。

京都のMICE推進の取組	
平成22年 (2010年)	<ul style="list-style-type: none"> 日本の自治体として初めてMICE戦略「京都市MICE戦略」を策定。「京都の都市特性を生かした、世界に冠たる『国際MICE都市』への飛躍」を目標に掲げる。 「大規模国際コンベンション誘致支援助成金制度」新設
平成23年 (2011年)	<ul style="list-style-type: none"> 「岡崎地域活性化ビジョン」策定 「京都らしいMICE開催支援制度」新設
平成24年 (2012年)	<ul style="list-style-type: none"> 4月、京都市の「観光部」を「観光MICE推進室」に改組。自治体で初めて組織名にMICEを盛り込み、MICEが市の重点取組であることを明確にした。 京都文化交流コンベンションビューローの体制強化 MICEのうちC(Convention/コンベンション)の平成24年度の開催件数・参加者総数が過去最高を記録(JNTO基準) (196件, 参加者総数114,257人, うち海外参加者数19,583人)
平成25年 (2013年)	<ul style="list-style-type: none"> 日本のMICE誘致力強化のため、日本をけん引するMICE都市の育成を図る「グローバルMICE戦略都市」に選定される。 「世界遺産・二条城MICEプラン」事業開始 富裕層向けの旅行商談会ILTM(インターナショナル・ラグジュアリー・トラベル・マーケット)の新規事業「ILTM Japan」を誘致し、日本で初の開催 岡崎地域における、みやこめっせとロームシアター京都の一体運用ガイドライン策定
平成26年 (2014年)	<ul style="list-style-type: none"> MICE誘致のための世界的ネットワークの構築を目的として、京都文化交流コンベンションビューローが世界的なMICE国際機関「ICCA」に加盟 「京都らしいMICE開催支援制度」の適用条件を緩和し、補助上限を引き上げ「京都らしいMICE開催支援補助制度」に改善 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」の中に「国立京都国際会館の展示施設の整備」が盛り込まれる。

【「京都市MICE戦略」推進期間(2010年(平成22年)以降)の主な誘致成功案件】

- ・平成28年(2016年) 世界考古学会議第8回総会(参加者数約千人予定)
- ・平成29年(2017年) 第23回世界神経学会議(参加者数約7千人予定)
- ・平成32年(2020年) 第58回日本癌治療学会学術集会(参加者数約1万人予定)
など

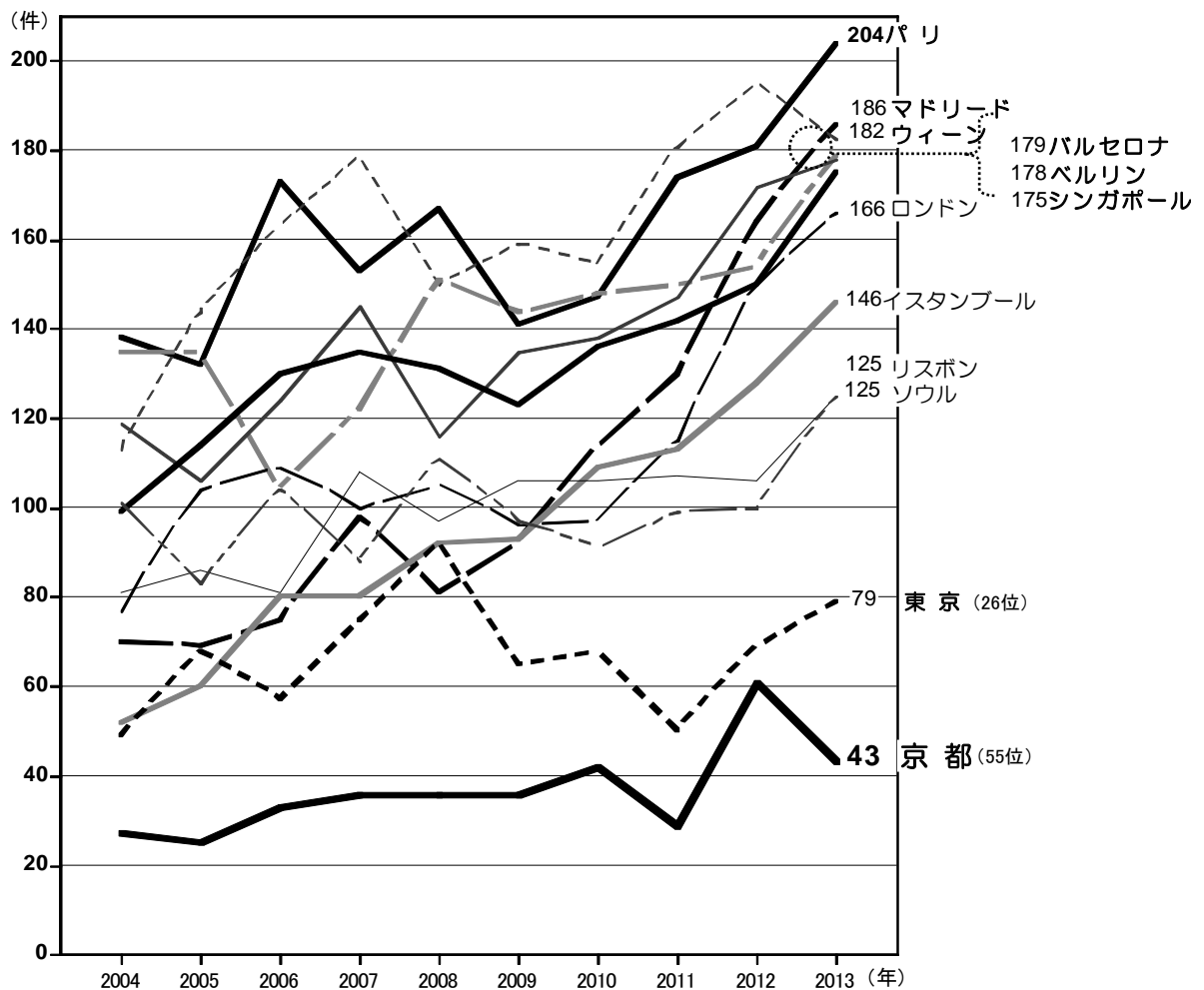
3 京都市におけるMICEの現状と課題

(1) C (Convention/コンベンション) 分野の現状と課題

京都における平成25年(2013年)のC(Convention/コンベンション)の開催件数はICCA統計基準で43件となり(図4, 5参照),これは国内の他都市と比較すると,東京に次ぐ第2位となっています。(図6参照)

図4 世界の主要都市別国際会議の開催件数推移(上位10箇国に東京・京都を加えた12箇国)

(ICCA統計基準)



資料:ICCA Statistics Report (2001-2010, 2011, 2012),

公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューロー「2013京都で開催の国際会議」を基に作成

※ICCAデータベースはICCA会員の申請・登録によって作成されているため

直近年の数値は今後も増加する可能性がある

図5 国際会議の開催件数の世界順位（ICCA統計基準）

2012年			2013年		
世界順位	都市名	開催件数	世界順位	都市名	開催件数
1	ウィーン	195	1	パリ	204
2	パリ	181	2	マドリード	186
3	ベルリン	172	3	ウィーン	182
4	マドリード	164	4	バルセロナ	179
5	バルセロナ	154	5	ベルリン	178
6	ロンドン	150	6	シンガポール	175
6	シンガポール	150	7	ロンドン	166
8	コペンハーゲン	137	8	イスタンブール	146
9	イスタンブール	128	9	リスボン	125
10	アムステルダム	122	9	ソウル	125
11	プラハ	112	11	プラハ	121
12	ストックホルム	110	12	アムステルダム	120
13	北京	109	13	ダブリン	114
14	ブリュッセル	107	14	ブエノスアイレス	113
15	リスボン	106	15	ブリュッセル	111
31	東京	69	26	東京	79
36	京都	61	55	京都	43

資料：公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューロー「2012、2013京都で開催の国際会議」を基に
作成

図6 国内各都市の国際会議開催件数比較（ICCA統計基準）

2012年				2013年			
国内順位	世界順位	都市名	開催件数	国内順位	世界順位	都市名	開催件数
1	31	東京	69	1	26	東京	79
2	36	京都	61	2	55	京都	43
3	97	福岡	23	3	117	大阪	20
4	100	神戸	22	4	136	神戸	18
5	125	横浜	18	5	148	横浜	17
6	142	札幌	16	6	159	名古屋	15
7	207	大阪	11	7	182	札幌	13
7	207	つくば	11	8	193	福岡	12
7	207	名古屋	11	8	193	奈良	12
7	207	奈良	11	10	242	沖縄	9
11	241	広島	9	11	265	つくば	8
12	286	松江	7	12	294	千葉	7
13	319	金沢	6	12	294	広島	7
13	319	仙台	6	12	294	北九州	7
15	363	北九州	5	12	294	新潟	7
15	363	新潟	5	16	371	仙台	5

資料：公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューロー「2012, 2013京都で開催の国際会議」を基に作成

京都において開催される国際会議の外国人参加比率は他都市に比べて高く、日本国内では1位となっています。(図7参照)

図7 外国人比率についての国内他都市比較

	2009年	2010年	2011年	2012年
京都市	12.1%	15.2%	19.1%	17.1%
東京(23区)	15.3%	12.9%	8.1%	16.7%
横浜市	3.0%	12.5%	5.5%	10.0%
神戸市	10.6%	12.0%	7.8%	5.1%
福岡市	4.9%	13.0%	8.4%	9.5%

資料：JNTO「2009～2012国際会議統計」を基に作成

コンベンションの誘致のためには、受入施設の整備、収容能力の向上が不可欠です。京都においては、国立京都国際会館が昭和41年（1966年）の開館以来、大規模

国際会議誘致の要として利用されており、国と京都市の連携により改修等の更なる機能整備・拡充が行われています。

岡崎地域においてもMICE機能の強化を進めています。みやこめっせの主要機能であるエキシビション／イベント機能と、ロームシアター京都等、他の施設が有する機能とを組み合わせることにより、MICE全般への対応力の向上を図っています。

加えて、会議規模・予算規模・会場所在地など会議主催者の多様なニーズに対応可能な新たなMICE拠点の構築も求められています。

コンベンションの誘致には、会議施設などのハード面だけでなく、大学等研究機関との連携強化を図り、学会情報等の収集に努めるとともに、開催地決定権限を持つ主要人物等に働きかけるなどのソフト面を充実することも重要です。それらの活動を通じて得られた情報をもとに、京都にふさわしい会議を誘致するための直接的な支援活動を行う体制を構築する必要があります。

また、コンベンションが多く開催される時期は、春や秋を中心とした観光シーズンと重なっており、コンベンション参加者用の宿泊施設の確保も課題です。(図8参照)

図8 2013年に京都で開催された国際会議（月別実績表）

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
開催件数	8	8	17	15	12	21	17	10	13	25	18	13	177
割合	4.5%	4.5%	9.6%	8.5%	6.8%	11.9%	9.6%	5.6%	7.3%	14.1%	10.2%	7.3%	

資料：公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューロー「2013京都で開催の国際会議」を基に作成

※今後発表予定の「2013年国際会議統計」はJNTOによる集計であるため数値が増減する可能性がある

(2) M (Meeting／ミーティング), I (Incentive tour／インセンティブツアー), E (Event／イベント・Exhibition／エキシビション) の現状と課題

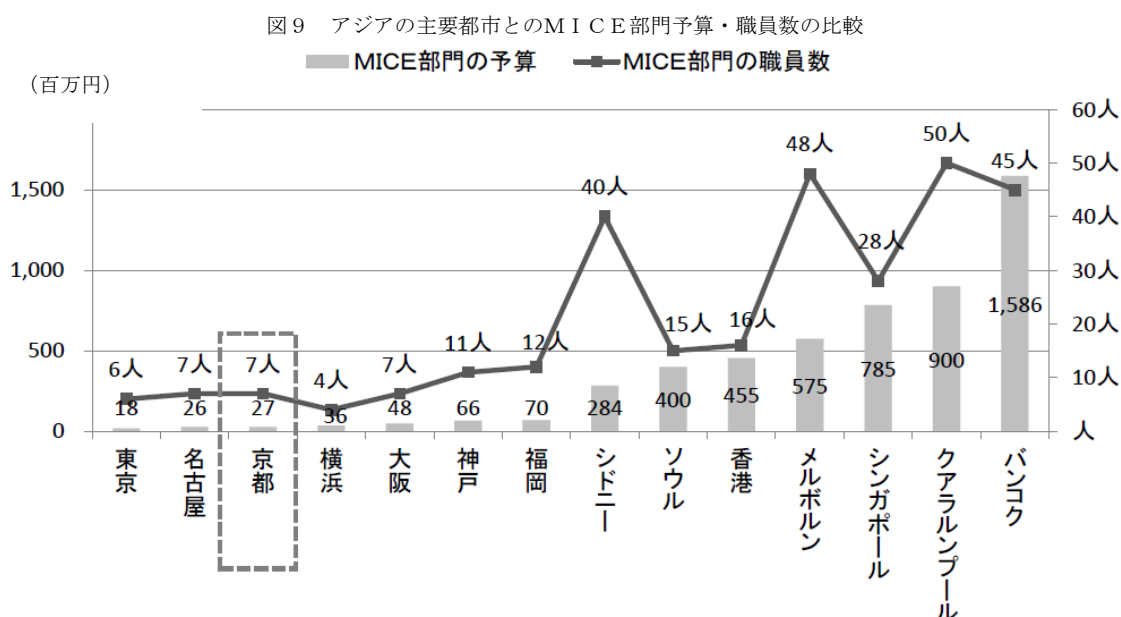
MICEのうち、M (Meeting／ミーティング), I (Incentive tour／インセンティブツアー), E (Event／イベント・Exhibition／エキシビション) については、C (Convention／コンベンション) のような統計を取る仕組みや、統計を取るためのM, I, Eそれぞれの明確な定義が整っていない状況であるため、国による全国的な定義付けの検討が進んでいます。この定義に基づき、京都市内でどれだけの件数が開催されているのか、それらによりどれだけの人や物が動き、経済波及効果がどれぐらいあるのかを、国や観光関連事業者との連携を図り、実態の把握に努める必要があります。

このような状況のなかでM, I, Eを誘致するには、特に情報収集・発信の強化が必要です。特に旅行会社、外資系企業、民間企業との連携強化により、主催者の需要を把握し、受入施設等を発掘・調査していく必要があります。

(3) その他

MICEの誘致のみならず、ノウハウの蓄積・共有、情報発信、大規模会議等の参加者受入に対する宿泊施設の確保、ユニークベニユーの発掘・活用には、産・学・公・市民による連携の強化が欠かせません。

また、MICEの誘致・振興施策の実行組織となる公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローにおいては、徐々に体制の強化が図られていますが、日本のMICEをけん引する都市として、さらなる体制強化が必要です。(図9参照)



資料：京都市 平成26年3月「外部コンサルタントを活用したマーケティング高度化事業最終報告書」を基に作成

さらに、京都市では、MICE誘致のための支援メニューとして、「誘致支援プログラム^{※3}」、「開催支援プログラム^{※4}」のほか、平成26年度(2014年度)に改善を図った「京都らしいMICE開催支援補助制度^{※5}」を設けています。しかし、京都市を上回る支援策をMICE主催者に提供している自治体も多数あることから、MICE主催者のニーズにきめ細かく対応した支援策の拡充を検討する必要があります。

※3 誘致支援プログラム：

「会期3日以上」「会議参加者500名以上」「参加国数3ヵ国以上」「海外参加者100名以上」等の条件を満たす開催地未定の会議の誘致経費を、100万円を上限に助成する制度

※4 開催支援プログラム：

「会期3日以上」「会議参加者500名以上」「参加国数3ヵ国以上」「海外参加者100名以上」等の条件を満たす開催地未定の会議の開催資金として、300万円を上限に助成する制度

※5 京都らしいMICE開催支援補助制度：

開催支援プログラムの条件に該当しない中小規模のCやMとIを対象とした支援制度。「Cの場合は100人以上500人未満、MおよびIの場合は30名以上500名未満」「市内宿泊者が7割以上」等が条件。伝統産業や文化体験の実演者を派遣する費用の7割あるいは伝統産業製品の購入費用を上限30万円として補助

第3章 目標と施策

1 目標

「グローバルMICE戦略都市として、京都の強みを生かした京都にふさわしいMICEの誘致を図り、日本のMICEをけん引する「世界があこがれる観光MICE都市」への更なる飛躍」

京都は、ものづくり（物質文化）・ものがたりづくり（精神文化）が相互に刺激を与え、高め合い、感性・匠の技・こころを継承し、それらの融合・深化によるまちづくりを、千年を超えて続けてきました。

世界の平和・人類の未来を考え、議論するために京都に集う。京都は、日本を代表するコンベンション都市としてその役割を担ってきました。

加えて、2020年のオリンピック・パラリンピックの東京開催に向けて、今後更に日本への注目が高まり、世界中からの多くの方が日本を訪れることが予想される中で、京都が果たさなければならない役割はますます大きくなっていきます。

京都ならではの魅力を最大限に活用し、多様な価値観を共有する場を提供することで「世界があこがれる観光MICE都市」へと更なる飛躍をすることを目標に掲げます。

そのために、コンベンション開催件数を増加させ（ICCA統計基準において2020年までに世界35位を目指す）、外国人参加者比率を更に高めていく（外国人参加者比率において国内1位を堅持する）よう取組を進めます。

施策 1

開催支援メニューの充実，産学公連携の強化，宿泊・飲食・会場施設等をコーディネートする組織やワンストップ窓口を開設するなど，主催者が京都を選択しやすい環境を整える

MICEの誘致には，主催者の手間と不安を取り除く仕組みを構築することが肝要です。関係者間の連携を深め，主催者・事業者双方がメリットを受ける環境を整備し，京都ならではのおもてなしを提供することにより，競争力の強化を図っていきます。

推進事業 10事業

★：推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

★ ワンストップ窓口の設置をはじめとする，MICEの誘致，開催支援メニューの充実

主催者が京都を選択するための後押しとして，開催に係る主催者の負担軽減のためのワンストップ窓口の設置や会議参加者への配布物の充実，また，誘致・開催等に要する費用負担への支援等を充実させる。

★ 京都市MICE協議会（仮称）の立上げ

京都市内のMICEビジネスに関わる事業者，学術関係者，行政機関等の関係者を集めた協議会（京都市MICE協議会（仮称））を立ち上げ，産学公との連携の下，課題や情報の共有体制の強化を図りMICE誘致の推進を図る。

★ 大学との連携強化とMICE開催支援

国際的な学会等を開催するためのノウハウや情報提供などを行い，大学教授，研究者などに対するきめ細かな支援を行うことで，潜在的な主催者の掘り起こしや情報交換を通じた更なるMICE開催を推進する。

★ 国立京都国際会館の拡充整備に向けた取組の推進

国の平成26年度予算において，2,500人規模の多目的ホールが整備（平成30年度竣工）されることとなったが，昨今の国際会議の大型化・多様化に対応可能な5,000人規模への更なる拡充の早期実現に向けて取り組む。

▷ M I C E分野における海外他都市との連携強化

M I C Eに関する国際的な都市間連盟（アライアンス）に加盟するなど、情報収集能力を向上させることで、更なるM I C E誘致を図る。

▷ 会議終了後の観光プログラムの充実

▷ 伝統産業製品など京都らしい「記念品」の購入機会の創出や購入に対する支援

▷ みよこめっせ，ロームシアター，国際交流会館など岡崎地域施設の一括活用と，美術館，庭園など多彩な集積資源をいかしたユニークベニュー※活用化の推進

※ ユニークベニュー 本来の用途とは異なる利用を可能にすることでM I C Eのイベント・レセプション会場として機能する施設のことを指す。

▷ 世界的な知名度のあるホテルの誘致，旅館等の活用による受入体制強化

▷ 大阪・神戸・奈良等他都市との連携強化によるM I C E受入体制の充実

施策 2

京都にふさわしいMICE誘致の強化を図る。とりわけ、ミーティング・報奨旅行対策の強化などMICEによる経済効果を最大限にする

京都の多様な魅力を、MICE誘致に活用し、参加者の満足度を高めることは、もう一度京都に来てみたい、また、京都の良さを他の方に伝えたいという意向を高めることにつながります。中でもミーティングや報奨旅行の分野の市場は年々拡大していると言われています。こういったミーティングや報奨旅行は企業が主体である場合が多く、経済波及効果も高く見込めるとして特に注目を集めています。また、企業だけでなく新たな需要の掘り起こしとして、アルムナイ*層などへの働き掛けも進めていきます。

京都の魅力を最大限活用し、また、京都商工会議所等との連携による情報収集なども行いながら、MICE誘致と京都での継続的な開催を促し、経済効果を図っていきます。

推進事業 9事業

★ 世界的な見本市・商談会等での情報発信や旅行事業者等による現地視察会（ファミトリップ）の実施と、MICE誘致機能を有する海外拠点の設置検討

海外での積極的な情報発信の実施等に加えて、MICE部門に特化した海外情報拠点の設置に向けた研究を行う。

★ M・I専門官（仮称）の設置

ミーティング、インセンティブツアーを専門とした豊富な情報と業界ネットワークを有する人材をM・I専門官（仮称）として設置し、都市間競争力を高めていく。

★ 多国籍企業等からの情報収集とM・I誘致の強化

多国籍企業などからのM・Iの実施に関する情報収集と、京都での開催メリットの提案による、M・Iの重点的な誘致を進める。

▷ 京都ならではのユニークベニューの開発

▷ MICE誘致用のホームページの充実

▷ 主催者、参加者の満足度や評価の把握及びそれに基づいた京都MICEの品質の向上

▷ 旅館、飲食店など新たなMICE開催施設の発掘

▷ 京都での同窓会開催、ウェディングや2度目の修学旅行等の誘致などMICEに準じたミーティングの誘致

▷ アルムナイ*層誘致の推進

※ アルムナイ（Alumni） 大学の卒業生組織、企業の退職者やOB・OG組織などのことを指す。

施策 3

環境・科学・文化・歴史など世界の平和や人類の未来に貢献する国際会議の誘致を図る

京都では地球温暖化防止京都会議（COP3）、世界水フォーラムや世界歴史都市会議など、国際的に知名度が高く、歴史を作り上げる会議が行われてきた実績があります。物質文化と精神文化の両者が相互に刺激を与え、高め合い、融合・深化によるまちづくりを、千年を超えて続けてきた京都こそ、合意や調和を必要とする会議の開催には最もふさわしい場所です。こうした実績をもとに、京都の都市格の向上につながる世界平和や人類の未来に貢献する国際会議の誘致を進めていきます。

推進事業 4 事業

★ 環境・科学・文化・歴史などの国際会議を重点対象とした支援メニューの充実、トップセールスを含めた誘致活動の強化

京都の都市格を向上させると特に認められる国際会議等への重点支援の仕組みやトップセールスによる誘致活動の強化を進める。

▷ STSフォーラム[※]等の開催に係るレセプション実施などの地元支援

※ STSフォーラム 科学技術と人類の未来に関する国際フォーラム（Science and Technology in Society forum）

▷ 「DO YOU KYOTO?」を合言葉に、京都議定書誕生の地・環境先進都市・京都の魅力を発信

▷ MICE開催によるカーボンオフセット[※]の推進

※ カーボンオフセット 日常生活や経済活動において避けることができない CO₂ 等の温室効果ガスの排出について、排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても削減できない温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方

施策4

MICEの開催を通じて都市の活力を向上させる

MICEを開催することにより、様々な交流が生まれます。その交流は、MICE参加者同士のみならず、参加者と市民の交流、また市民が最先端の技術・情報に触れる機会にもつながります。

こうしたことが、市民が誇りを持てるまちづくりにつながるとともに、新たなビジネスのきっかけを生み、事業活動の活性化、雇用の創出など都市の活力が向上することが期待されます。

推進事業 4事業

★ 地元コンベンション事業者の振興

国際会議等の開催には、関連する宿泊、飲食、輸送などのコンベンション関連事業の需要を生むことから、地元企業の参入機会を拡大させ、地域経済の活性化、新たな雇用の創出を図る。

★ 市民向け講座やシンポジウムを開催するなど市民参加型のMICE開催の推進やMICEサポーター制度の創設、市民団体との連携強化

国際会議と合わせて実施する市民向けプログラムなどの開催による市民参加型のMICEの推進や、学生・留学生などによる運営ボランティアを活用することにより京都のMICEの将来を担う人材の育成を行う。

▷ ものづくり都市としての活力向上

MICE開催に当たり、京都の伝統産業製品の活用・購入の促進や、新産業の技術紹介を行うことにより、伝統産業をはじめとする京都ならではのものづくりの振興を推進する。

▷ 文化都市としての活力向上

MICE開催に当たり、京都らしい文化プログラム活用の促進や文化体験メニューの紹介などを通じて、花街をはじめとした伝統文化の振興を推進する。

第4章 計画の推進

1 進ちよく管理

- (1) 京都市観光振興審議会委員から選出された者等で構成する「京都みらい観光振興計画マネジメント会議（仮称）」により、計画の進ちよく管理を行うとともに、取組効果の把握、分析を行います。
開催件数、参加者数、平均宿泊日数、経済効果や雇用創出効果等を指標とし、今後数値目標を設定していきます。
- (2) PDCAサイクル（計画・実行・評価・改善）を活用し、進ちよく管理を徹底し、重要事業については、事業の進ちよく度に応じて、新たな改善策の立案、実施を徹底します。
- (3) 実施事業については、今後2～3年で取り組む短期事業と平成32年（2020年）を見据えて取り組む中期事業に分け、実施主体、実施手法を明確にしたうえで推進していきます。

2 計画推進体制

京都市のMICE戦略を担う観光MICE推進室と公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローが中心となって、京都を愛する皆様と一丸となって、計画を推進するとともにMICE振興に関わる関連団体間の連携体制の強化、情報収集・共有の徹底を図ります。

3 その他

- (1) MICE振興のため、JNTOやICCAによる統計データ等の整備・収集を図り、市民や事業者の皆様が活用できるよう情報を発信します。
- (2) 京都市の観光行政を担う、観光MICE推進室の体制強化・充実を図ります。
- (3) 公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローなど関係団体の機能強化を図り連携を強化します。

