

M

Incentive

# 京都市MICE戦略

～国際会議、企業研修旅行、イベント等による国際集客都市を目指して～

C  
vention

Event/Exhibition

京都市



京都市長  
**門川 大作**

## 京都ならではの「特別なおもてなし」で 世界に冠たる「国際MICE都市」へ

「Do You Kyoto?」(環境にいいことしていますか?)、  
「Kyoto Protocol」(京都議定書)のフレーズで、「KYOTO  
〈京都〉」の名は世界中に広まっています。

平成9年、京都市で地球温暖化防止京都会議(COP3)が  
開催され、「京都議定書」が採択されたことは、会議の開催  
地である京都の都市格やブランドイメージの向上、さらには、  
京都の歴史、伝統、文化をはじめとする魅力の発信という観  
点でも大きな効果が認められています。

今、地球規模での大交流の時代を迎え、世界中の国々が、  
経済効果や都市活力、さらには文化交流など、幅広い効果を  
期待して、サミットやオリンピックなどの国際会議やイベント、  
また、企業研修旅行など、ラグジュアリー層をはじめとする  
ビジネス団体客の集客が見込める「MICE」の誘致を国家戦  
略に位置付け、積極的な取組を行っており、国家間競争は激  
化する一方です。

わが国においても、国家的課題である観光立国の実現に向け、  
訪日外国人客の誘致にもつながるMICE誘致について、国を  
挙げて取り組むこととされております。

こうした中、日本文化の原点であり、世界中の人の心に作  
用する、奥深いほんものの魅力を有する京都が、わが国にお  
けるMICE誘致に果たすべき役割は極めて大きいものがあり  
ます。

私は、「5000万人観光都市」を実現し、京都が「旅の本質」  
を追求しようとする今、京都の未来まちづくりへの起爆剤と  
してはもちろん、国益にも資するものとして、MICE誘致を  
観光振興とあわせて京都市の最重要政策としたいと考え、こ  
こに「京都市MICE戦略」を策定いたしました。

京都ならではの底力を結集し、「共汗」と「融合」の取組  
による「特別なおもてなし」でMICE誘致を戦略的に進め、  
世界に冠たる「国際MICE都市」を目指してまいります。

# 京都市 MICE 戦略

## 目次

はじめに	1
1 策定の意義	2
(1) MICEとは	2
(2) 我が国のMICE推進の現況と 京都市に期待される役割	4
(3) 京都市におけるMICE振興の意義	6
2 京都市におけるMICEの現状と課題	7
(1) MICE共通の現状と課題	7
(2) ミーティング(M)、インセンティブ(I)の現状と課題	7
(3) コンベンション(C)、エキジビション・イベント(E)の 現状と課題	8
3 戦略の目標	9
(1) 戦略の目標	9
(2) 重点誘致対象	9
4 施策の方向性	10
(1) 受入環境の整備	10
(2) 積極的な誘致施策の推進	10
(3) 市民参加によるMICEの振興	11
(4) 戦略推進のための体制強化	11



## はじめに

京都市は、平成18年策定の「新京都市観光振興推進計画」において、「国際コンベンションの誘致強化」を戦略的施策の1つに掲げ、サミット外相会合やアジア開発銀行総会などの国際的に重要なコンベンションの誘致・開催に積極的に取り組んできました。

「国際コンベンションの誘致強化」は、引き続きオール京都で取り組むべき課題であります。京都の都市活力を支えるうえで、今後は、国際コンベンションの誘致のみでなく、ミーティング、インセンティブ、コンベンション、イベント/エキジビションの総称である「MICE<sup>マイス</sup>」への積極的なアプローチが必要不可欠であると考えます。

MICEの誘致・振興は、京都ブランド・都市格の向上、市民生活の活性化、経済波及効果など、社会的及び経済的両面において京都の都市活力を支え、向上させるものであるとともに、5000万人観光都市を実現した京都において「京都観光の質的向上」が課題となる中、京都観光の質の向上に寄与することが期待されます。従って、京都市においても、都市戦略として全市を挙げてMICEの誘致・振興に取り組む必要があります。

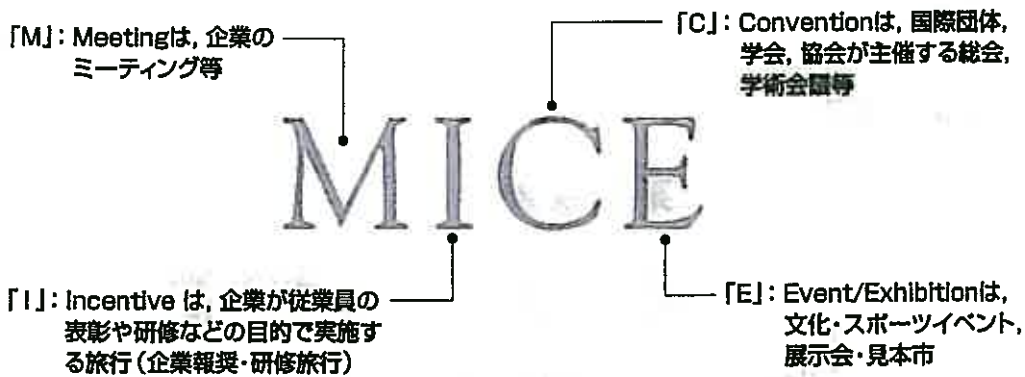
MICEについては、一般の観光振興とは異なる対象、すなわち学会・協会や民間企業等へのアプローチや、その誘致についても一般の観光振興とは異なる手法が必要です。また、観光庁においても、昨年7月に策定された「MICE推進アクションプラン」に基づき、国際コンベンションだけでなくMICE全般の振興に取り組む体制を固めたところであり、その必要性が今まで以上に高まっています。こうしたことを踏まえ、京都市においてもMICE振興の重要性を鑑み、今般、他の自治体に先駆けて、「京都市MICE戦略」を策定し、MICE各分野の現状と課題、今後の施策の方向性を取りまとめることとします。

# 策定の意義

## 1 MICEとは

MICEの振興によって交流人口を増やすことは国や都市の活力を大きく左右すると認識され、世界各国・各都市においても、コンベンションだけでなくMICE全般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を次のように位置付けます。



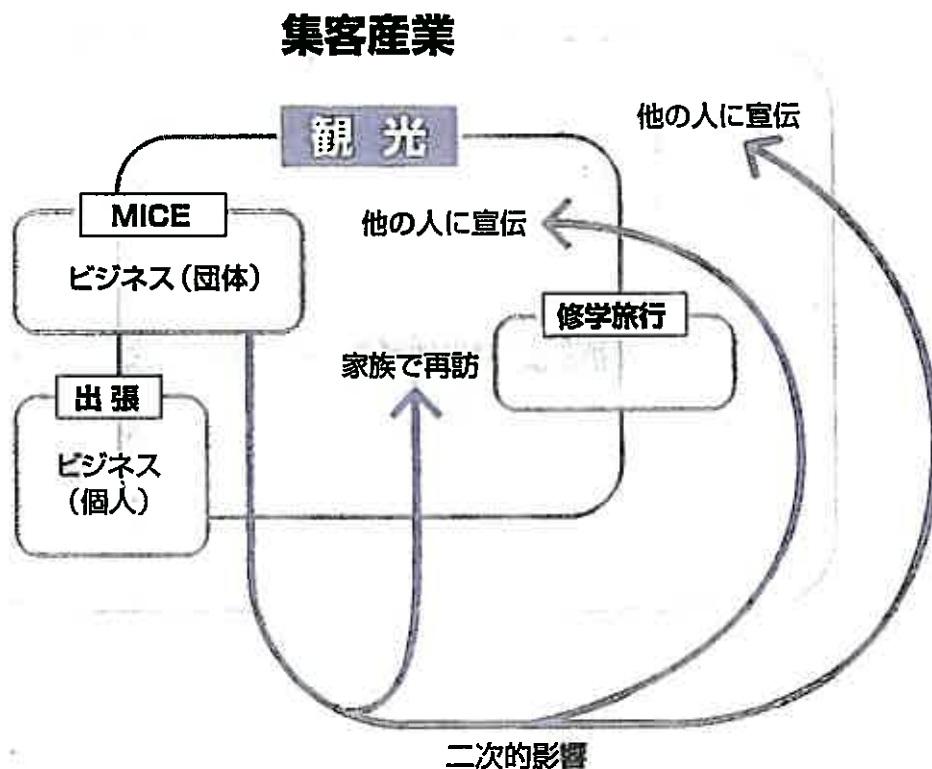
### ■ MICEとは（観光庁資料による）

種別	名称	概要	特徴
M	Meeting ミーティング	企業のミーティング等	海外投資家向け金融セミナー、グループ企業の役員会議等 ・実態が把握しにくい ・数十～数百名規模で多数開催されていると推定
I	Incentive (Travel) インセンティブ	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、表彰式等 ・実態が把握しにくい ・1,000名単位のものも少なくない ・旅行者一人当たりの消費額が高いと言われる ・ツアー日数は1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	・九州・沖縄サミット ・世界水フォーラム ・国際サンゴ礁シンポジウム ・国際解剖学学会等 ・外国人参加者は全訪日外客数の1.3% ・平均開催日数は2.7日 ・平均参加者数430人（外国人約60人） ・外国人参加者千人以上のもも存在
E	Event / Exhibition イベント/ エキシビジョン	文化・スポーツイベント、展示会・見本市	・東京国際映画祭 ・世界陸上競技選手権大会 ・アジアバスケットボールリーグ ・東京モーターショー ・国際宝飾展等 ・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も存在

「MICE」、「集客」及び「観光」という概念を整理したものが、以下の図です。観光、MICE、出張、修学旅行など、さまざまな目的で内外から都市が集めるすべての人々の総体を「集客」とすると、「観光」は「集客」の一部をなす概念であり、MICEを目的に来た方々は、本来の国際会議や企業研修への参加とともに観光もされることから、「MICE」はさらに「観光」の一部と重なる概念と考えられます。

MICEの誘致については、一般の観光客よりも購買単価が高いとされるビジネス団体客の誘致につながり、大きな経済波及効果が期待されます。また、MICEへの参加が京都再訪の契機となるのみならず、後にも記すように、MICE参加者には社会的影響力や情報発信力のある人が多く、全世界へ京都の魅力が発信されるという二次的影響が期待されることです。

### 【集客概念図】



## 2 我が国のMICE推進の現況と京都市に期待される役割

### ① 我が国のMICE推進の現況

我が国においては、観光立国推進基本計画（平成19年6月閣議決定）の中で「我が国における国際会議の開催件数を平成23年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す」とするなど、国を挙げて国際会議の開催・誘致を推進してきました。

平成21年3月に観光立国推進戦略会議が策定した「訪日外国人2,000万人時代の実現へ」は、「国際会議等の誘致」を外客誘致の柱の1つとし、「国際会議誘致政策からMICE政策への展開」を打ち出しました。それを受けて観光庁は、同年7月には「MICE推進アクションプラン」を策定し、国としてMICE全般の振興を推進していくこととしました。

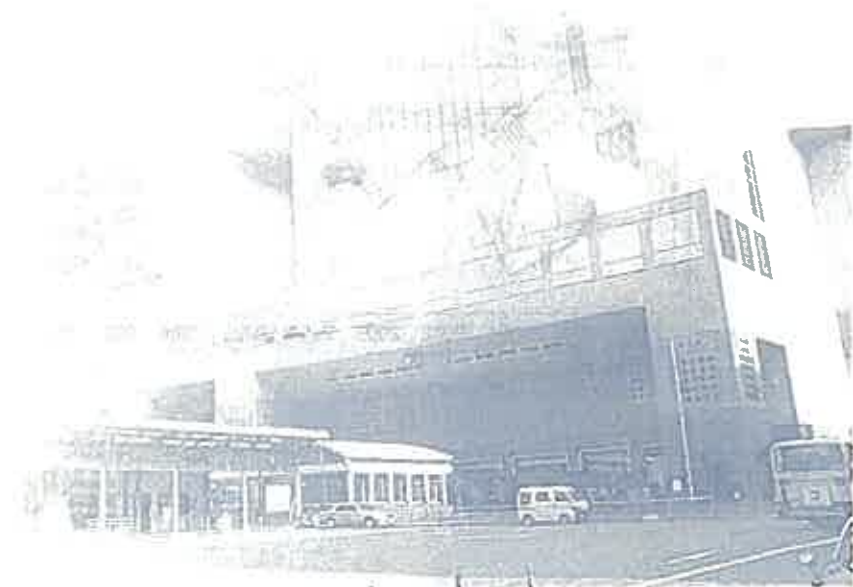
### ② 京都市に期待されるMICE振興の役割

京都市は、昭和41年の国立京都国際会館の開館以来、我が国の国際コンベンション開催都市のトップランナーとして、多くの重要な国際会議等の舞台となり、その実績を積み重ねてきましたが、近年では国内他都市においても、大規模コンベンション施設の整備を進め、MICEの振興を都市の重要な施策に位置付けています。

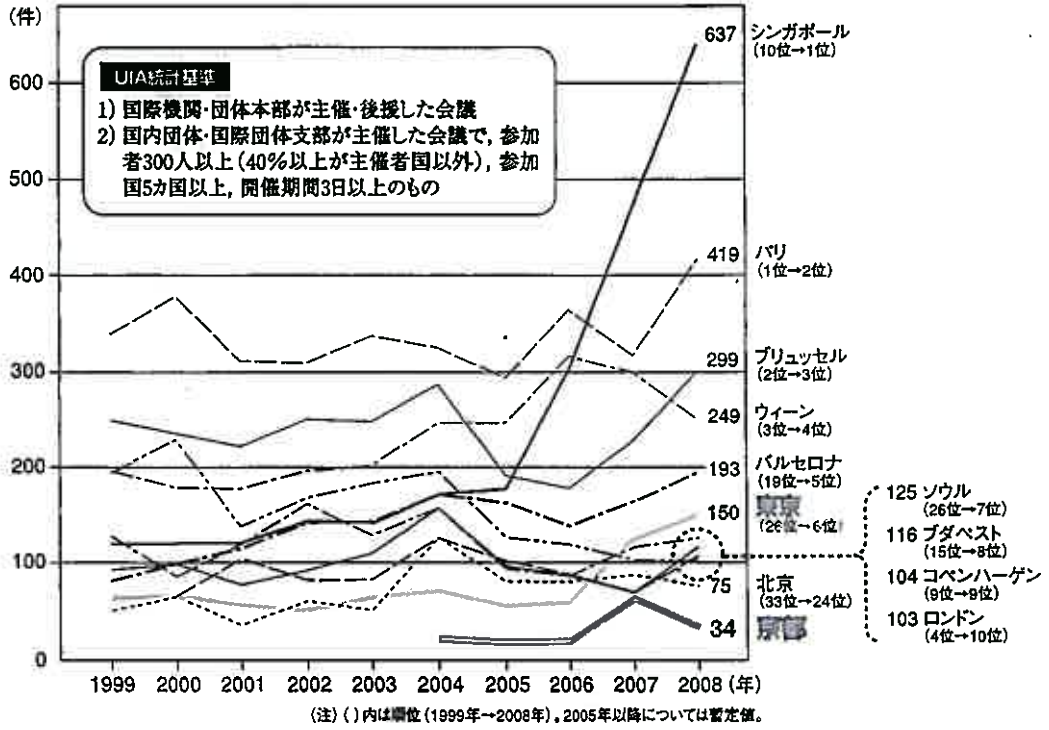
そうした中、京都市は、国際コンベンションの開催件数において世界で第20位以下に甘んじるだけでなく、平成20年には国内においても東京、横浜、福岡に次ぐ第4位に転落するなど、国内他都市の台頭もあって、その相対的な地位は徐々に低下し、現在は危機的な状況にあると言っても過言ではありません。

しかしながら、1200年の時を超えて悠久の歴史と文化が息づく京都は、MICE開催地として内外からきわめて高い評価を受けており、潜在的には大きな競争力を有しています。我が国として、諸外国の都市との競争に打ち勝つためにも、京都には大きな期待が寄せられています。

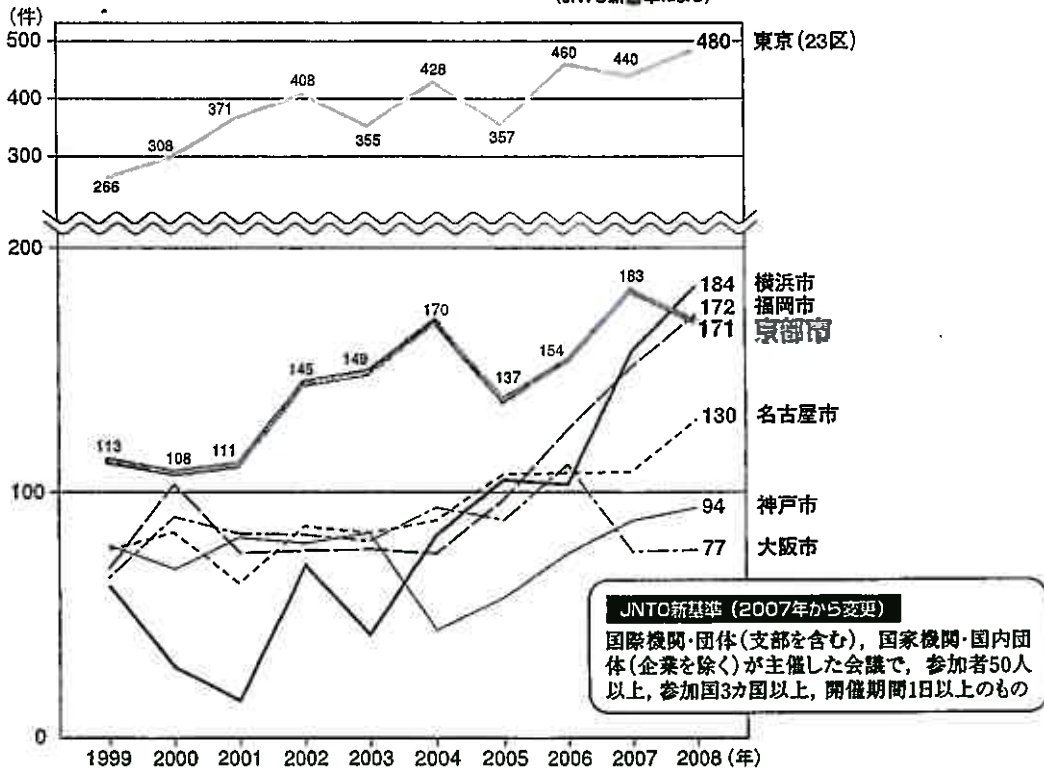
京都市もその期待に応えられるよう、MICEの振興に係る諸課題を解決し、国とも連携しながら、積極的な取組を進める必要があります。



■世界の主要都市別国際会議の開催件数推移 (1999～2008年)  
(UIA統計基準による)



■国内の主要都市別国際会議の開催件数推移 (1999～2008年)  
(JNTO新基準による)





### 3 京都市におけるMICE振興の意義

#### ① 京都ブランド・都市格の向上

地球温暖化防止京都会議（COP3）のように国際的にも知名度の高いコンベンションは、国内外からの注目度も高く、その開催は都市格やブランドイメージの向上に大きく寄与します。

また、MICE参加者には企業幹部や国際的な研究者などが多く、社会的影響力や情報発信力が大きいいため、全世界へ京都の魅力が発信・伝達されるという二次的影響が期待できます。

さらに、「大学のまち・京都」における学術系コンベンションの開催は、各大学における研究レベルの向上や学術交流の活発化、大学の国際化や本市が目指す「留学生倍増」の達成などが図られ、「大学のまち」としての更なるブランド力の向上につながります。

#### ② 市民生活の活性化

市民にとっては、MICEの振興に伴い、世界の人々との交流機会が増えることによって、国際的な相互理解を一層深めることができるとともに、世界的に知名度の高いMICEの開催は、市民の誇りを醸成します。

また、MICE開催時に市民向け公開講座等が開催されることにより市民が最先端の情報に触れることができるとともに、開催されるMICEに関連するNPOやNGO活動が盛んになるなど、市民活動の活性化につながります。

#### ③ 観光の質の向上

MICEの誘致・開催は新たな顧客層であるビジネス団体客の誘致につながり、それが新たな観光コンテンツの開発を促します。また、企業幹部が集うミーティングや優秀な社員への報償などを目的とするインセンティブなどについては、質の高いサービスや観光コンテンツが求められるため、京都観光の質の向上に寄与すると考えられます。

#### ④ 経済効果

MICE開催に係る会議、レセプション、宿泊などの直接的な経費はもとより、MICE参加者は、一般観光客よりも消費単価が高いため、その開催によって京都に大きな経済効果がもたらされます。

#### ⑤ 行政施策の推進・発信

COP3の開催が、市民・事業者・行政が協働によって環境問題に取り組む「京のアジェンダ21フォーラム」の設立や、環境啓発事業「Do You Kyoto？」プロジェクトの推進などにつながったように、コンベンション等の開催は京都市の行政施策の効果的な推進・発信に寄与すると見込まれます。

## 2 京都市におけるMICEの現状と課題

### 1 MICE共通の現状と課題

市民はもとより関連業界においても、「MICE」という言葉やその概念、重要性についての認識が十分でなく、今後、その啓発を図っていくことが必要です。

都市間競争が激化する中で、京都市がMICE振興を図っていくためには、更なるネットワークの構築や情報発信の充実・対応力の向上など、誘致活動を強化する必要があります。

旅行会社、ホテルなどのMICE関連の民間企業における人材育成が必要です。

誘致のスペシャリストや、受入をコーディネートするコンシェルジュ的な人材の育成・確保など、MICEの誘致・振興について、その核となるべき（財）京都文化交流コンベンションビューローの体制強化が求められます。

MICE誘致に当たっては、自治体の支援策も重要な要素となるため、その拡充を行い、他都市に対する競争力を強化する必要があります。

### 2 ミーティング(M)、インセンティブ(I)の現状と課題

市民のMICE振興の必要性についての認識が不十分な中、特にミーティングとインセンティブについては、その主体が民間企業となることから、京都市が振興に取り組む意義と必要性について市民への啓発に努める必要があります。

ミーティングとインセンティブは、その主体が民間企業であり、開催の実態、統計数値等が明らかにされていません。国においては、その実態を把握するための調査を行うとしており、京都市としても、国と連携を図り、実態の把握に努める必要があります。

世界の各都市においては、MICE会場として、歴史的資産や美術館・博物館などが「特別な」場所として開放されており、大きな魅力となっています。その点で京都は大きな潜在的競争力を秘めており、今後は、「特別な」場所での「特別な」プログラムの多様化と充実を図る必要があります。

ミーティングとインセンティブについては、国際的なネットワークを有するホテルを会場とすることが多く、京都市においてはそうしたホテルの充実も課題です。

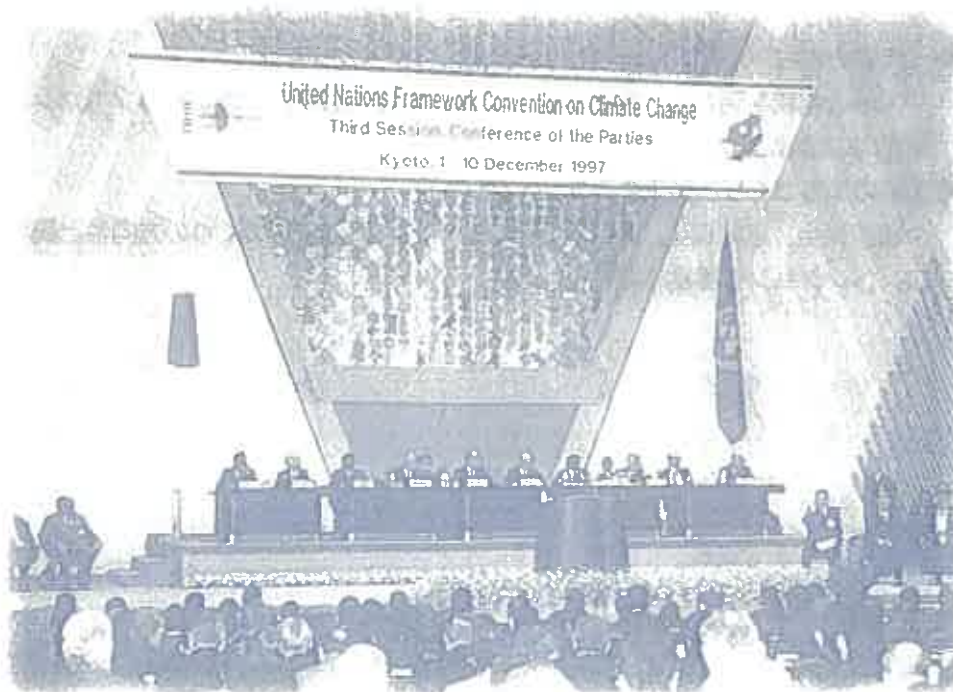
### ③ コンベンション(C), エキジション・イベント(E)の現状と課題

国際コンベンション市場は今後も成長が見込まれ、世界的に誘致競争が進むと考えられます。そうした中で、特に都市のブランド力向上に寄与するとともに経済効果の大きい大型コンベンションについては、現在受入施設の収容能力が不足しており、その拡充が必要です。また、整備に当たっては、大型コンベンションに併催するエキジションが増える傾向にあることから、そうしたニーズにも応えることが必要です。

我が国を挙げてMICE振興を推進するうえでは、1200年の時を超えて悠久の歴史と文化が息づく京都は、その開催地として海外からの評価も高いことから非常に重要です。過去にも、我が国として、国立京都国際会館のキャパシティ不足により逃したコンベンションも数多くあり、まさに国益の観点から国立京都国際会館の施設拡充は必要不可欠です。

現在、岡崎地域は、京都会館、みやこめっせ、京都市国際交流会館、京都市美術館、京都国立近代美術館、平安神宮など、MICE開催地としての魅力と可能性を十分に有する地域であることから、岡崎地域の活性化の観点も視野に入れ、その積極的な活用が必要です。

観光シーズンの大規模コンベンションの開催に当たっては、市内における宿泊施設の確保が課題です。



## 1 戦略の目標

《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》

京都には、山紫水明と称される美しい自然と、1200年を超える悠久の歴史、世界遺産に代表される寺院・神社や歴史的町並み、茶道、華道、能、狂言などの伝統文化、そしてこれらの根源をなす宗教、こうしたものが幾層にも重なり、独特の京都文化が根付いています。

また、京都は伝統産業から先端産業まで幅広い「ものづくり都市」であり、37の大学・短期大学が集積する「大学のまち」でもあり、こうした奥深い魅力を求めて、年間5000万人を超える観光客が内外から訪れる国際観光都市でもあります。

京都市は、これまで我が国を代表するコンベンション都市として実績を積み重ねてきましたが、こうした京都の都市特性を十分生かすことにより、さらにMICE開催地としても高い評価が得られると考えられ、今後、未来の都市活力を支えるMICEについてさまざまな振興策を講じることにより、世界に冠たる「国際MICE都市」へと飛躍することを目標として掲げます。

## 2 重点誘致対象

### ◆京都の有する歴史的・文化的資源を生かした、ミーティングやインセンティブ

内外の関係者から高い評価を受けている京都の有する歴史的・文化的資産を最大限に活用し、ミーティング、インセンティブを積極的に誘致します。

### ◆「大学のまち・京都」にふさわしい学術系コンベンション

大学の集積を活かし、学術研究・学界の発展や国際化に資するコンベンションを積極的に誘致します。

### ◆京都のまちづくりと調和するコンベンション

環境保全、景観保全、伝統文化の継承等、京都のまちづくりの方向性と調和するコンベンションを積極的に誘致します。

# 施策の方向性

## 1 受入環境の整備

### ① 国立京都国際会館の拡充に向けた取組

会議場等の施設は、MICEの推進にとって大変重要な要素であり、開催地として海外からの評価の高い京都に立地する国立京都国際会館を規模や機能の面においても国際二一ズに対応した施設へと再整備することは、単に一自治体レベルの問題ではなく、我が国が激化する国際誘致競争を勝ち抜くためにも必要不可欠です。京都市としては今後も引き続き、国益の観点からその整備について強力に政府に働きかけていきます。

### ② 岡崎地域の活用

岡崎地域は、京都会館、みやこめッセ、京都市国際交流会館、京都市美術館、京都国立近代美術館、平安神宮など、MICE開催地としての魅力と可能性を十分に有する地域であり、当該地域でのMICE受入体制の整備が進めば、京都市のMICE開催の選択肢の拡大とともに、当該地域全体の活性化につながるが見込まれます。については、今後岡崎地域の再整備を検討するに当たっては、同地域におけるMICE開催促進の観点を含めるとともに、地域全体でのMICE誘致に向けた連携の促進、各施設におけるMICE機能拡充の検討や寺社や文化施設のレセプション会場への開放を行うなど、MICEの受入体制の充実を図ります。

### ③ 京都ならではの魅力の活用

MICE開催に係る主会場、レセプション、エクスカージョンについて、寺院神社、博物館・美術館等の京都ならではの魅力の活用を図ります。

### ④ 宿泊施設の充実

観光シーズンにおける大型コンベンション開催時の宿泊施設を確保するとともに、ミーティングやインセンティブの誘致促進に向け、国際的なネットワークを有するホテルの誘致・充実に取り組みます。

## 2 積極的な誘致施策の推進

### ① マーケティングの強化

MICE誘致については海外現地における情報収集が非常に重要であり、在外公館、JNTOやJETROの海外事務所等との連携を強化します。また、現状ではミーティングやインセンティブなどの現状把握が不十分であり、今後MICE各分野における戦略的な取組を推進するためにも、国とも連携を図り、その把握に努めます。

## ② 世界とのネットワークの構築

見本市への出展、セールスコールや招請事業の実施等により、旅行会社、ミーティングプランナーなどの海外のMICE関係者とのネットワークを構築します。

## ③ 積極的な情報発信

受入施設、開催支援制度等の受入体制とともに、京都での開催の魅力などをウェブにより積極的に情報発信します。また、MICE誘致においては、海外MICE関係者に対するきめの細かい対応が必要であり、個別の問い合わせや依頼に対する相談体制の充実を図ります。

## ④ MICE開催支援の充実

京都にふさわしいMICEを誘致するため、財政面を含めた支援策等の充実を図ります。

## ③ 市民参加によるMICEの振興

MICE振興の意義が広く市民に理解されるよう、啓発活動に取り組みます。また、MICE主催者に対し、市民公開講座等市民向けサイドイベントの実施を働きかけ、市民が最先端の情報に触れる機会を提供するとともに、関連するNPOやNGOとMICE主催者との連携を支援するなど、市民活動の活性化を図ります。

## ④ 戦略推進のための体制強化

### ① MICE分野の人材育成

旅行会社、ホテルなどのMICE関連民間企業における人材育成を支援するとともに、長期的には、大学等との連携を図りつつ、MICE分野の人材の育成を図ります。

### ② (財)京都文化交流コンベンションビューローの体制強化

MICE関係者とのネットワークや交渉力など誘致に必要な資質を有する専門性の高い人材や、受入をコーディネートするコンシェルジュ的な人材の育成・確保など、MICE振興の実行組織として設立された(財)京都文化交流コンベンションビューローの体制強化を図ります。

### ③ 京都市全庁をあげた取組

MICE振興については、京都市としても全庁的な課題として捉え、トップセールスを含めた積極的なシティセールスを実施します。

### ④ 戦略推進の実行体制

本戦略の具現化に当たっては、実施計画を別途策定し、(財)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取り組むとともに、MICE振興に関わる関連団体間の連携体制の強化を図ります。また、観光関連団体との連携・体制を検証し、効率的、かつ有効な体制づくりを目指します。

次期京都市観光振興推進計画（仮称）策定委員会 委員名簿

（敬称略・役職は委員会当時のもの）

委員長	石森 秀三	観光立国懇談会委員、北海道大学観光学高等研究センター長
副委員長 （委員代行）	構爪 紳也	大阪府立大学観光産業戦略研究所長
副委員長	田中 誠二	学校法人大和学園学園長
副委員長	八木 匡	同志社大学経済学部教授
副委員長	藤井 聡	京都大学大学院工学研究科教授

（以下五十音順）

委員	麻生 圭子	エッセイスト
委員	荒木 元悦	京都仏教会常務理事
委員	上田成之助	京阪電気鉄道株式会社代表取締役社長
委員	太田 恵美	コピーライター
委員	柏原 康夫	（社）京都市観光協会会長、（社）京都府観光連盟会長、京都商工会議所副会頭
委員	神谷 俊広	観光庁次長〔第1回策定委員会〕
委員	川本 八郎	学校法人立命館顧問
委員	菊地 早奈	市民公募委員
委員	工藤 純生	東海旅客鉄道株式会社執行役員関西支社長
委員	桑原 毅	京都新聞社編集本部報道局次長社会報道部長〔第1回策定委員会〕
委員	孔 怡	パーソナリティ（YOKOSOI JAPAN大使）
委員	小林 達弥	市民公募委員
委員	小 桃	芸妓
委員	後藤 典生	YOKOSOI JAPAN大使（高台寺常任教師）
委員	ステファン・バルベリ	写真家・作家
委員	三木 善則	京都府神社庁副庁長
委員	高橋 英一	京都料理組合組合長
委員	高橋 幸成	セブン-イレブン・ジャパン関西ゾーンゾーンマネージャー〔～第2回策定委員会〕
委員	十倉真未子	京のアジェンダ21フォーラム エコツアーリズムワーキンググループコーディネーター
委員	富本真理子	市民公募委員
委員	西村 明美	みやこ女将の会会長
委員	東田 文男	京都新聞社編集本部編集局次長社会部長〔第2回策定委員会～〕
委員	平井 誠一	未来まちづくり100人委員会代表幹事
委員	平岩孝一郎	日本ホテル協会京都支部長
委員	福永 晃三	京都商工会議所観光・運輸部会会長
委員	星野 佳路	株式会社星野リゾート代表取締役社長
委員	漢 和則	西日本旅客鉄道株式会社執行役員京都支社長
委員	南 隆明	京都商工会議所観光産業特別委員会委員長
委員	ミュリエル・バルベリ	作家
委員	武藤 浩	観光庁次長〔第2回策定委員会～〕
委員	渡瀬 康生	セブン-イレブン・ジャパン関西ゾーンゾーンマネージャー〔第3回策定委員会〕

京都観光振興会議	永井久美子	京都市産業観光局観光政策監
京都観光振興会議	有馬 透	京都府商工労働観光部観光政策監
京都観光振興会議	漢 二郎	（社）京都市観光協会専務理事
京都観光振興会議	井上 忠司	（社）京都府観光連盟専務理事
京都観光振興会議	北宮 洋二	京都商工会議所理事 産業振興部長

コンベンション戦略部会 部会員名簿

部会長	八木 匡	同志社大学経済学部教授
副部会長	谷口 進	財団法人京都文化交流コンベンションビューロー専務理事
部会員	天江喜七郎	国立京都国際会館館長
部会員	黒川 丈朗	京都大学企画部部長
部会員	小堀 守	日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部長
部会員	坂本 裕之	ホテルグランヴィア京都常務取締役総支配人
部会員	高木 壽一	京都市国際交流会館館長
部会員	田中 誠二	学校法人大和学園学園長
部会員	富本真理子	市民公募委員
部会員	深川 三郎	株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル代表取締役社長



平成22年3月  
京都市産業観光局観光部観光振興課  
TEL.075-222-4133  
京都市印刷物第213198号