

国立京都国際会館施設の機能強化と MICE誘致の促進について

【関係省庁】外務省、国土交通省、観光庁

政府においては、観光立国の実現に向け、積極的にMICEの誘致を進めておられますが、近年、特に近隣アジア諸国も、最新の設備を備えた施設を整備し、国策としてMICE誘致に取り組んでいます。

我が国がMICE誘致に勝ち抜くため、以下の検討をお願いいたします。

提案

1 国立京都国際会館に世界規格の大型会議場や展示場として活用できる多目的ホールを整備

- 本年度予算に計上された国立京都国際会館の整備・運営に係るPFI調査を早期に完了し、基本設計に早期着手し、国際標準である5,000名規模の多目的ホールの拡充整備を推進していただきたい。

※現在の国立京都国際会館の大会議場	1,840名
<国際標準>	約5,000名
<世界最大規模>	約20,000名

2 MICE誘致を強力に推進

- 地方自治体との十分な連携・協力の下で、国においても、積極的なプロモーション等を展開し、MICE誘致を推進していただきたい。

特に、ビジット・ジャパン事業について対象が15の国・地域に限られているが、これを拡大するとともに、事業箇所決定を速やかに実施いただけるよう事業手続の簡素化など制度の見直しを図っていただきたい。

京都府の現状・課題等

◆MICE誘致に関する京都府の具体的な取組

- ・京都市をはじめ関係団体と共同したMICE誘致の推進
　　((公財)京都文化交流コンベンションビューローによる活動への支援)
- ・ビジット KYOTO 推進事業におけるビジット・ジャパン・キャンペーン等連携事業

平成 24 年 6 月 京都府・京都市 共同提案項目

◆国内外の主要な国際会議場の状況

国 名	会議場名	大会議場収容数
日 本	国立京都国際会館 (現 行)	1, 840名
	同 上 (整備後)	5, 000名

日本	国立横浜会議場 (パシフィコ横浜)	5, 000名
日本	東京国際フォーラム	5, 000名
日本	大阪国際会議場	2, 754名
アメリカ	ワシントン州立会議センター	7, 500名
イギリス	アールズコートアンドオリンピア	22, 000名
カナダ	モントリオール会議センター	4, 000名
ドイツ	ベルリン国際会議センター	5, 008名
フランス	パリ国際会議場	3, 700名
シンガポール	シンガポール国際会議・展示場	12, 000名
中国	ホンコン会議・展示センター	8, 400名
韓国	コエックス会議・展示センター	7, 000名
オーストラリア	シドニー展示・会議センター	3, 500名

◆京都が、積極的に誘致活動をしたものの国立京都国際会館のスペース不足により、開催が見送られた会議の代表事例

年度	国際会議名	要請スペース	開催地
平成 14 年度	国際感染症学会	3,000 人程度の会議スペース 4,000 m ² の展示場 10 の分科会会場	シンガポール
平成 14 年度	第 14 回 世界心臓学会議	5,000 人規模の会議スペース 1,000 人収容のホール(3 箇所) 200 人収容の会場(10 箇所)	オーストラリア
平成 25 年度	国際小児科学会	5,000 人程度の会議スペース 12,000 m ² の展示場	オーストラリア

<参考>

○ 国のビジット・ジャパン事業の対象市場 (15 の国・地域)

英国、ドイツ、フランス、ロシア、インド、中国、タイ、マレーシア、韓国、台湾、香港、シンガポール、カナダ、米国、豪州

【京都府の担当部局】

知事直轄組織 国際課 075-414-4313
商工労働観光部 観光課 075-414-4841

2013年までに訪日外国人旅行者数を1,500万人にするとの訪日外国人3,000万人プログラム第1期の目標の達成を目指して、中国をはじめとする東アジア諸国を当面の最重点市場と位置づけ、KPI(※)の測定結果に基づき最適なマーケティングプランを構築し、選択と集中による効果的な海外プロモーションを展開する。

※ KPI (key performance indicator) 広告効果等に関する客観的指標

<p style="text-align: center;">徹底したマーケティング・リサーチ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○各市場での潜在的訪日旅行者層の抽出及び現地旅行代理店、航空会社等の動向把握 	<p style="text-align: center;">KPIによるプロモーション成果の測定</p> <ul style="list-style-type: none"> ○事業仕分け等の指標を踏まえ、22年度に新たに導入するKPIによるプロモーション成果の定点観測
---	--

最適なマーケティングプランの立案

<p style="text-align: center;">現地消費者向け事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外現地消費者向けの広告宣伝 ○海外現地メディアの日本への招請 ○旅行博覧会等へのブース出展 	<p style="text-align: center;">現地旅行会社向け事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外現地旅行会社の日本への招請、商談会の実施 ○海外現地旅行会社社員への教育プログラムの実施 ○訪日旅行商品の共同広告
---	---

対象市場

【ポイント】

- マーケティングリサーチ、KPI測定結果に基づく最適なプロモーション戦略の立案
- 東アジア4市場のプロモーションの更なる強化
- クールジャパンの発信等と連携したプロモーション展開