

平成27年1月27日 会頭記者会見 発言要旨

時事の話題

■今年の抱負について

先日発表された税制改正大綱では、地方における本社機能などの新設・拡充に取り組む企業への特例措置が盛り込まれたが、京都市をはじめ三大都市圏中心部が対象から除外されたことを危惧している。地方の小さな都市の取り組みだけでは、東京一極集中の是正は難しい。地方の産業や雇用の拠点である大都市圏を地方創生の重要なエンジンとして位置づけ、大都市圏を核とする産業集積や雇用創出、インフラ整備についても強化することによって、周辺地域との地方創生の好循環を実現すべきである。優遇対象地域の見直しを、通常国会でぜひ議論いただきたい。

今年初めての会見なので、今年の抱負を申し上げる。現在、整備計画の策定を進めている京都経済センターについては、年度末に向けてより具体的な検討を進めているとの報告を受けている。2月17日・18日には東京では初めての試みである「知恵ビジネスメッセ」を開催するなど、年度末に向けて、販路開拓の取り組みが本格化する。

現在、来年度の本所事業計画を策定しているが、京都産業育成コンソーシアムの重点テーマを踏まえて、本所も中小企業への新たな支援事業を展開する。販路開拓支援では、「京都知恵産業フェア 2015(仮称)」を11月に東京で開催し、首都圏での販路開拓を通じて、企業の成長をサポートしていきたい。海外展開支援については、ジェトロ京都貿易情報センターと連携した取り組みを行う。私は京都府商工会議所連合会・会長の立場でジェトロ京都の会長に就任しているが、本年4月からは本所の職員1名をジェトロ京都に派遣し、さらなる連携強化を図るべく、現在ジェトロ本部と調整しているところである。これにより、京都企業のニーズにあった事業を一体的に実施していく体制を整え、中小企業の海外展開支援を強力に推進していきたい。

京都商工会議所の動き

■「企業ミーティング」や「インセンティブ旅行」等の実施状況に関する調査について

MICEの中でも、特にM(企業ミーティング)とI(インセンティブ旅行)については、大きな経済効果を生み出すことが期待されているものの、京都での開催状況などについて、これまで体系だった調査がなされていなかった。そこで、本所・観光産業特別委員会「京都MICE小委員会」では、アンケート調査を行った。京都に本社を有する企業の5割、京都に本社機能を置かない企業の8割が、京都においてMやIを実施した実績がないと回答しており、これらの企業に対する啓発活動や潜在的な需要を掘り起こす取り組みの必要性を痛感した。

今後、本所では、調査結果を踏まえ、企業におけるMIの企画に役立つ付加価値の高い観光コースや体験プログラムの開発、神社仏閣や庭園、文化施設などの特別な会場での開催、一元的な窓口の設置など、MやIの誘致や開催支援体制の構築に向け、関係機関と協力していきたい。また、啓発セミナーの開催やモデルコースの設定、京都MI活用ガイドブック(仮称)の発行など、オール京都でのMI促進キャンペーンの実施を検討していきたい。

その他

■リニア中央新幹線・北陸新幹線について

先日閣議決定された平成27年度予算案では、リニア中央新幹線の大阪延伸に関連する調査費が盛り込まれた。国が大阪までの延伸に関する予算を計上することは初めてであり、これを機に大阪までの早期開業へ向けた機運が高まることを期待したい。これまででも主張してきた通り、京

都としても引き続きオール京都、オール関西で一致して、大阪までの早期開業を目指すべきだと考える。ルートについては、関西全体の交通体系を見据えた上で、さまざまな角度から最も好ましいルートを選定すれば良いと考えている。京都府商工会議所連合会・会長の立場としては、京都府内への経済波及効果を考えれば、少なくとも京都府域を通るルートが望ましいと考えている。

まもなく東京・金沢間が開業する北陸新幹線は、政府与党が敦賀までの前倒し開業の方針を決めたものの、敦賀以西のルートについての議論はこう着状態が続いている。北陸新幹線の東京・金沢間での開業は、京都へのアクセスの問題だけでなく、東京圏が中部・北陸エリアまで拡大することを意味し、東京への一極集中がさらに強まることになる。京都、関西の地盤沈下を防ぐために、北陸新幹線の大阪までの早期延伸を強く求めたい。ルートについては、関西広域連合が提案する「米原ルート」のほかに、「小浜ルート」や「湖西ルート」などが検討されているが、まずは国として大阪までの整備方針を明確に示し、早期の延伸を実現してもらいたい。

記者からの質問事項

■京都国際ホテルの土地・建物を阪急不動産が取得した件で、先日、門川市長がホテル誘致について要望書を提出したが、会頭のご意見を伺いたい。

門川市長の要望に同感だ。東京オリンピックを控えて、宿泊施設の不足が予測されており、前向きにホテル建設を要望したい。一方で、京都市内で検討されている別のホテル整備では、開発企業が高さ制限の緩和を求めている。京都国際ホテルの跡地にホテルを誘致するのであれば、何らかの配慮が必要になるかもしれない。

■北陸新幹線について、関西広域連合は米原ルートを提案しているが、会頭ご自身はどのルートが望ましいと思っておられるか。

難しいご質問だ。基本的には関西広域連合が提案するルートを選択すべきだと思うが、時期的な観点から言えば、JR西日本が進めているフリーゲージの方式で早期に通すことができるのであれば先行させ、いずれ米原ルートを実現すべきだと思う。

■帝国データバンクの調査では、企業規模が小さくなるほど円安のマイナス影響が表れるという結果が出ているが、会頭はどのようにお考えか。

円安の恩恵を受けているのは輸出関連の大企業が中心で、実態はその通りだと思う。経済の好循環を実現するために、収益を上げている企業が賃上げを行い、一般消費を高めていく効果が期待される。また、大企業を中心に価格転嫁を受け入れる素地を作っていくことが大事だ。最近の原油安が負担軽減につながっており、中堅・中小企業にとっては円安と石油安によるコストの相殺がこの1年は続くと思っている。

■大手企業の高収益が中小企業に波及するかどうかは不透明だが、どのように思っているか。

収益増加の還元策として協力会社に新たなコストダウンを要求しない大手企業もある。個々の企業によって事情は異なるが、賃金で還元する、または協力会社取引価格の面で還元する、あるいは価格転嫁を積極的に行うなど、いくつか策があると思うので、できる企業から実践していくことに尽きると思う。

■原油価格の下落が京都経済、京都企業にどういう影響を与えていくか。

原油安の効果について詳細を把握していないが、マインドとして明るくなるのは間違いない。個々の企業においては、当分は原油安が続く想定のもとで、平成27年度の経営計画をたててい

くべきだ。

■以前、心地よい為替相場は「1ドル105円～110円」とおっしゃったが、原油安の現状でも変わらないか。

原油安の状況とはいえ、円安に苦しむ中小企業の状況を考慮すれば、「1ドル105円～110円」が心地よい水準であることに変わりはない。

以 上

「企業ミーティング」や「インセンティブ旅行」等の 実施状況に関する調査結果 概要報告

- 調査目的：** MICEの中でも特に企業が行うM(企業ミーティング：国内外の支店、グループ企業など関係者を集めて行う会議、役員会等)とI(インセンティブ旅行：従業員や代理店等の報奨や研修などを目的とする旅行)の部分の実施状況や需要についての現状を把握することにより、ビジネスを契機としたM及びIの需要取り込み(京都誘客)のための環境整備や支援策等について検討する。
- 調査対象：** 京都商工会議所会員企業 1,363 社
(京都に本社を有する従業員 100 名以上の企業 693 社/京都に支社・支店等を有する企業 670 社)
- 調査方法：** 郵送による回答用紙への記入方式/FAX 等による回収
- 調査期間：** 平成 26 年 10 月下旬～11 月下旬
- 回収状況：** 回答企業数 208 社 (回収率：15.2%)
(京都に本社を有する企業 105 社/京都に支社・支店等を有する企業 103 社)
- 主 管：** 京都商工会議所 観光産業特別委員会 京都 MICE 小委員会
- 協 力：** 公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー
- 調査結果のポイント：**

○アンケートでは、平成 23～26 年度の「企業ミーティング」や「インセンティブ旅行」の実施状況(京都で実施の場合、他都市で実施の場合)、並びに選定条件や環境整備、開催支援等について調査を行った。

○今回の調査対象とした「企業ミーティング」「インセンティブ旅行」の定義

- ・概ね 30 人以上が参加し、交流会(パーティ、懇親会等)を伴う会議や観光視察などを併催している事業
- ・企業ミーティング：国内外の支店、グループ企業、役員会、パートナー企業等の関係者を集めて行う会議等
- ・インセンティブ旅行：従業員や代理店等の報奨や研修などの目的で実施する旅行

①実施状況 4割強の企業が実施したことがあり、京都で実施したことがある企業は 34.6%

「企業ミーティング」や「インセンティブ旅行」を実施したことがある企業は 43.7%。また京都で実施したことがある企業は 34.6%で、そのうち京都に本社機能を置かない企業においては 20.3%が京都で開催したことがあると回答。(図 1、表 1)

図 1 ■京都での実施の有無(全体)

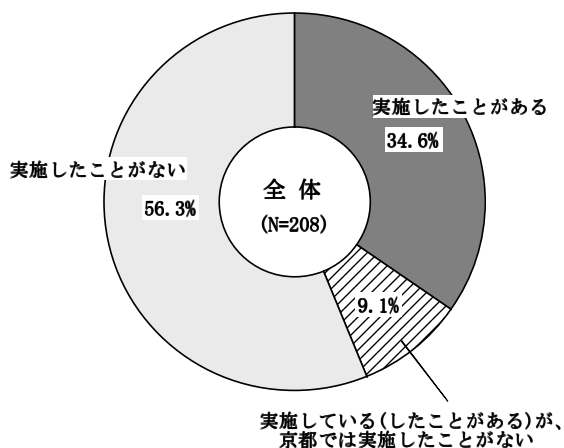


表 1 ■実施状況(京都本社/京都本社以外)

	回答者 総数	京都本社	京都本社 以外
実施したことがある	34.6%	48.5%	20.3%
実施している(したことがある)が、 京都では実施したことがない	9.1%	6.7%	11.7%
実施したことがない	56.3%	44.8%	68.0%

②人数規模 100人未満が最も多く、国外からの参加者は1割程度に過ぎない

人数規模については、京都開催の50.0%、他都市開催の63.2%が100人未満の参加人数であり、国外からの参加者はいずれも1割程度であった。

③開催施設 京都開催の場合、約3割が自社施設を利用

京都での開催の場合、「ホテル等自社以外の施設」が68.1%と約7割を占めているものの、「自社の施設」で実施している企業も29.2%あった。

④プログラム内容 京都開催の場合は交流会や経営計画発表会などの会議を実施、他都市開催の場合は、交流会や研修・視察、観光を実施

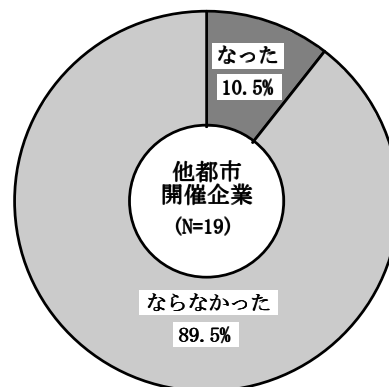
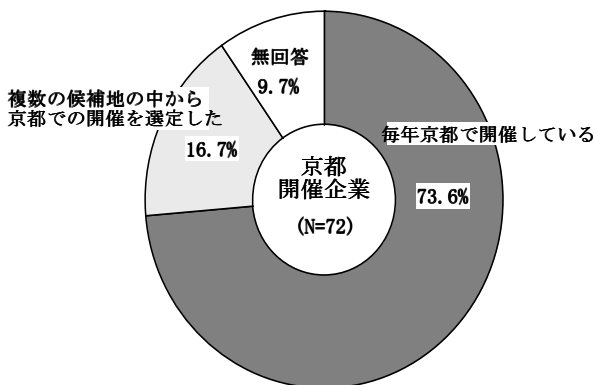
プログラムの内容については、「交流会(パーティ、懇親会等)」が最も多いものの、他都市での開催の場合は、「交流会(パーティ、懇親会等)」(57.9%)の他、「研修・視察」(36.8%)、「表彰」「観光」(各31.6%)などが多く実施されている。

⑤開催地の選定 京都開催の場合、7割強が恒例化。他都市での開催については、4割の企業が毎年開催地を決めているものの、京都是ほとんど候補地にもあがらず

開催地の選定について、毎年京都で開催している企業は73.6%。複数の候補地の中から京都での開催を選定している企業は16.7%で、京都以外の候補地については、首都圏をはじめ北海道や九州・沖縄、大阪などがあがっている。京都本社企業の80.4%が毎年京都で開催していると回答しており、京都に本社機能を置かない企業においても57.1%の割合で京都開催を恒例化している。(図2)

図2 ■開催地の選定(京都開催企業)

図3 ■京都是候補都市になったか(他都市開催企業)



また、他都市での開催の場合、「特定の開催地はなく、毎回開催地を決めている」(36.8%)が最も多く、次いで、「首都圏のみで開催している」(26.3%)であった。京都に本社機能を置かない企業に限ってみると「首都圏のみで開催している」割合は33.3%であった。

京都が候補都市になったかどうかを尋ねたところ、「ならなかった」と回答した企業は89.5%。その理由としては、「本社所在地から遠すぎる・近すぎる」や「本・支店のない地域を選定」といった地理的要因のほか、「毎年同じ開催場所を決めている」「宿泊、食事の費用が高そう」などがあがっている。(図3)

⑥京都を開催地とした理由 7割強の企業が「京都に本社、支社、工場があるため」と回答

京都を開催地とした理由については、76.4%の企業が「京都に本社、支社、工場があるため」と回答。このうち京都本社企業においては約9割が「本社所在地であるため」と回答。京都に本社機能を置かない企業においては、「支社、工場等があるため」(42.9%)が最も多く、「適切な会議施設があるため」「交通アクセスが便利のため」(各23.8%)、「名所旧跡などの観光地が多くあるため」(19.0%)と続いている。

⑦開催月、宿泊日数

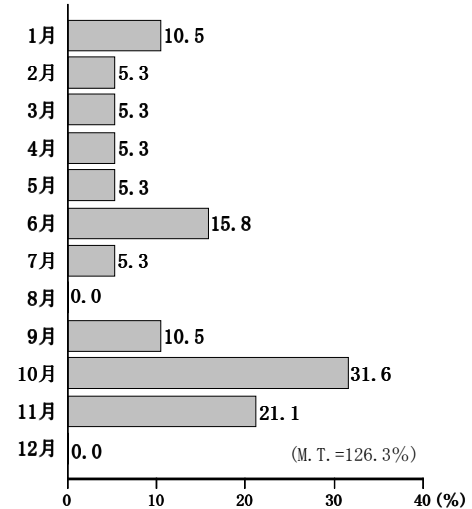
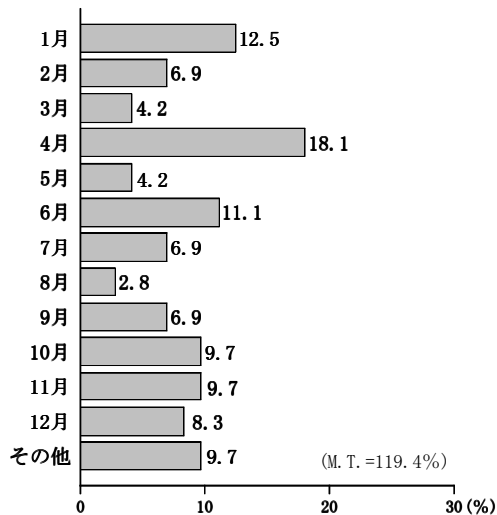
京都開催の場合4月、1月。他都市開催は10月、11月が人気
宿泊日数は一泊または日帰りが約5割を占めている

開催月については、京都での開催の場合、4月が最も多く、以下1月、6月と続いている。他都市での開催の場合、10月が最も多く、以下11月、6月となっている。(図4-1)(図4-2)

図4-1 ■開催月(京都開催企業)

図4-2 ■開催月(他都市開催企業)

※「その他は季節や開催頻度等を回答したもの」



また、宿泊日数については、一泊または日帰りが約5割を占めているものの、他都市での開催の場合、2泊、3泊以上も2割程度見られた。

⑧開催地選定者

京都開催の約6割は代表者または担当役員が、他都市開催の場合、半数以上は本社担当部署が選定

開催地の選定者については、京都での開催の場合、「代表者または担当役員」が56.9%、「本社担当部署」が30.6%。逆に、他都市での開催の場合、「本社担当部署」が52.6%、「代表者または担当役員」が42.1%となっている。総じて京都本社の企業については「代表者または担当役員」が、京都に本社機能を置かない企業については、「本社担当部署」が選定している傾向が強い。

⑨企業ミーティングやインセンティブ旅行を開催するうえで重要視する点

半数以上の企業が、会場規模や交通アクセス等の利便性を重要視している

開催地を決めるに際して重要視していることについて、全体では「会場の規模が適正なこと」(63.5%)が最も多く、以下、「交通アクセス等の利便性が高いこと」(57.2%)、「会議、懇親会、宿泊等が一体的に利用できること」(34.6%)と続いている。(図6-1)

京都に本社機能を置かない企業に限ってみると、「会場の規模が適正なこと」(62.1%)が最も多く、以下、「交通アクセス等の利便性が高いこと」(60.2%)、「開催経費が安価であること」(33.0%)の順となっている。

一方、これまでMやIを実施したことがない企業では「開催経費が安価であること」を重要視している割合が高い。また、他都市で開催している企業では、相対的に施設の一体的利用や開催地の魅力、施設の対応力を重要視する傾向が見られる。(図6-2)

⑩京都で開催するための環境整備の必要性

リーズナブルな価格帯の設定、施設等の情報提供や設備の充実

京都で開催しやすくするための環境整備について、全体では「リーズナブルな価格帯の設定」(43.8%)が最も多く、以下、「会議・宿泊施設等の情報提供の充実」(42.3%)、「会議・宿泊施設等の設備の充実」(41.3%)、「交通アクセスの向上」(35.1%)と続いている。(図7-1)

これまでMやIを実施したことがない企業では、「リーズナブルな価格帯の設定」を必要条件とする企業

が多くなっている。また、「ユニークベニューでの開催紹介」や「付加価値の高い観光コース、体験プログラム等の充実」を求める意見が、他都市で実施した企業や実施したことがない企業で多く見られた。(図7-2)

⑪開催地に求める支援 アトラクションやエクスカーションの訪問先、ユニークベニューの紹介(※)などが上位に

[※ユニークベニュー：通常利用できない神社仏閣、庭園、文化施設などを会場とすること]

開催地に求める支援について、全体では「地元の伝統芸能などのアトラクションの紹介・あっせん」(40.4%)が最も多く、以下、「観光情報の提供、エクスカーション訪問先の紹介・あっせん」と「ユニークベニューでの開催の紹介」がそれぞれ38.0%と続いている。(図8-1)

京都に本社機能を置かない企業に限ってみると、「ユニークベニューでの開催の紹介」(45.6%)が最も多く、「地元の伝統芸能などのアトラクションの紹介・あっせん」(41.7%)、「観光やレクリエーションへの地元協力(料金割引・ガイド付視察等)」(32.0%)の順となっている。

⑫今後の開催予定 開催実績のある企業の約7割は平成26年度以降も継続開催を予定

7割前後の企業が本年度以降の開催を予定している。一方、過去にMやIの開催実績のない企業においては今後実施予定のある企業は1社のみであった。

9. 本調査結果を踏まえて

- ・企業がM及びIを実施するにあたって、リーズナブルな価格帯の設定や、会議・宿泊施設等の情報提供の充実を求める意見が多く、これまで以上に京都からの情報発信力を高めることが必要である。
- ・京都での開催にあたっては、付加価値の高い観光コースや体験プログラム等の充実のほか、通常利用できない神社仏閣や庭園、文化施設などのユニークベニューでの開催を求める声が多く、関係機関等との協力によるM・Iの取り組み体制の構築が急がれる。
- ・観光、物産、宿泊施設、交通(送迎)等が連携したサービスを提供するための窓口の開設や目的、用途に沿った観光コースのパッケージ商品化などを望む声もあり、企業等が実施するM・Iのニーズに対応した新たな取り組みを図る必要がある。
- ・京都に本社を有する企業の5割、京都に本社機能を置かない企業の8割が、京都においてM及びIを実施した実績がなく、これら企業に対しての啓発活動や潜在的需要の掘り起しについても取り組む必要がある。
- ・今後、啓発セミナーの開催やモデルコースの設定、一元的な窓口の検討、京都M・I活用ガイドブック(仮称)の発行、京都でのMI開催を促進するキャンペーンの実施などを検討する必要がある。

○京都商工会議所 観光産業特別委員会 京都MICE小委員会 (順不同・敬称略)

杉本 健次 (株)JTB西日本京都支店 取締役支店長 (小委員会座長)
田中 誠二 (株)キャリエール・インターナショナル 代表取締役社長 (観光産業特別委員長)
東 憲昭 京都駅ビル開発(株) 代表取締役社長
藏原 潮 西日本旅客鉄道(株)近畿統括本部京都支社 執行役員近畿統括本部京都支社長
佐々木貴朗 西日本電信電話(株)京都支店 支店長
谷川 隆 (株)日商社 代表取締役社長
渡部 秀敏 ワタベウェディング(株) 代表取締役会長

図 6-1 ■開催地を決定する際に重要視すること（全体）

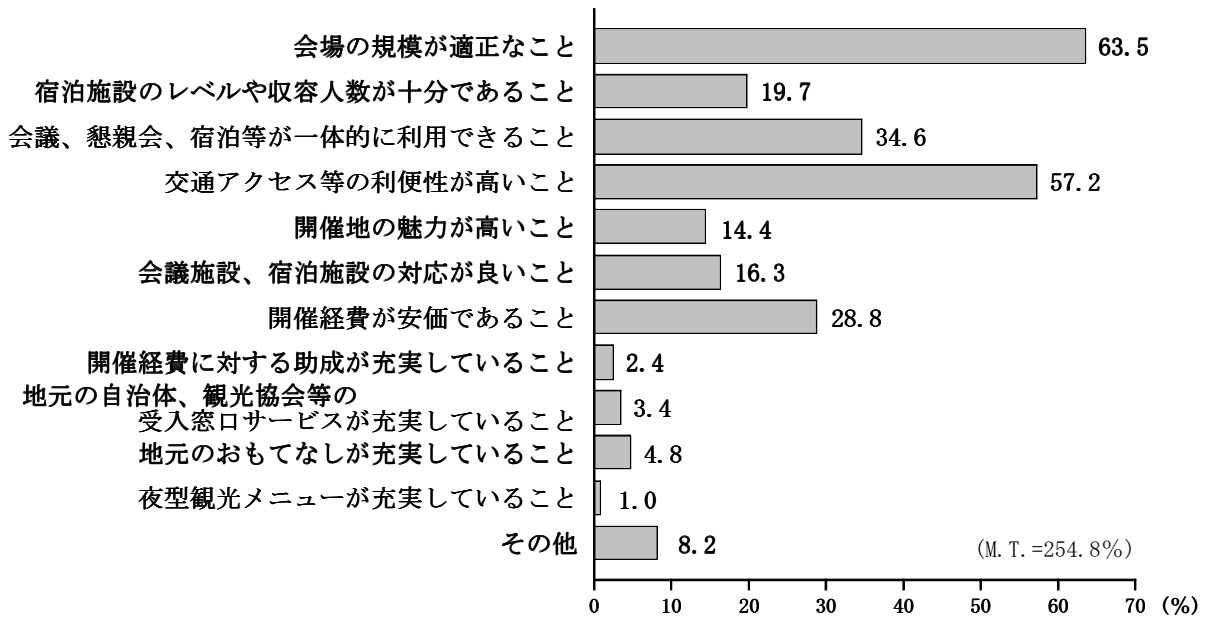


図 6-2 ■開催地を決定する際に重要視すること（京都開催企業・他都市開催企業・未開催企業）

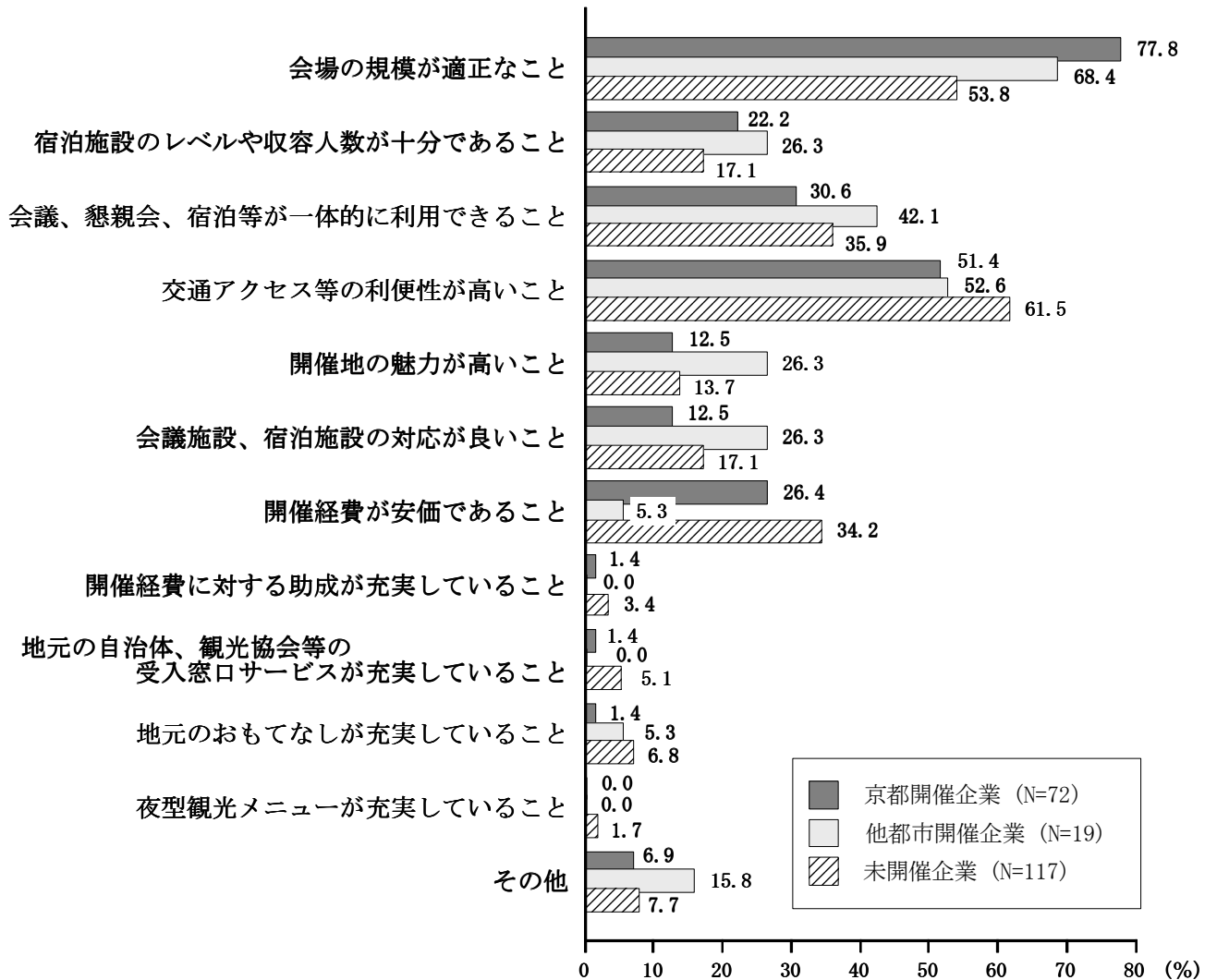


図 7-1 ■京都で開催するために必要な環境整備（全体）

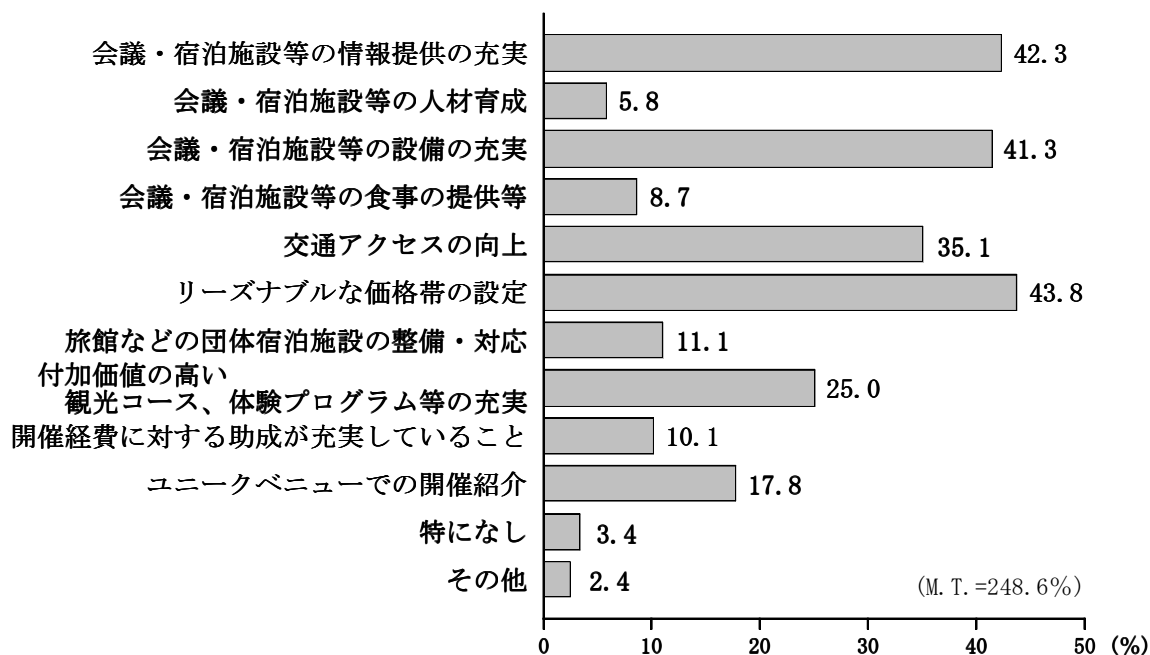


図 7-2 ■京都で開催するために必要な環境整備（京都開催企業・他都市開催企業・未開催企業）

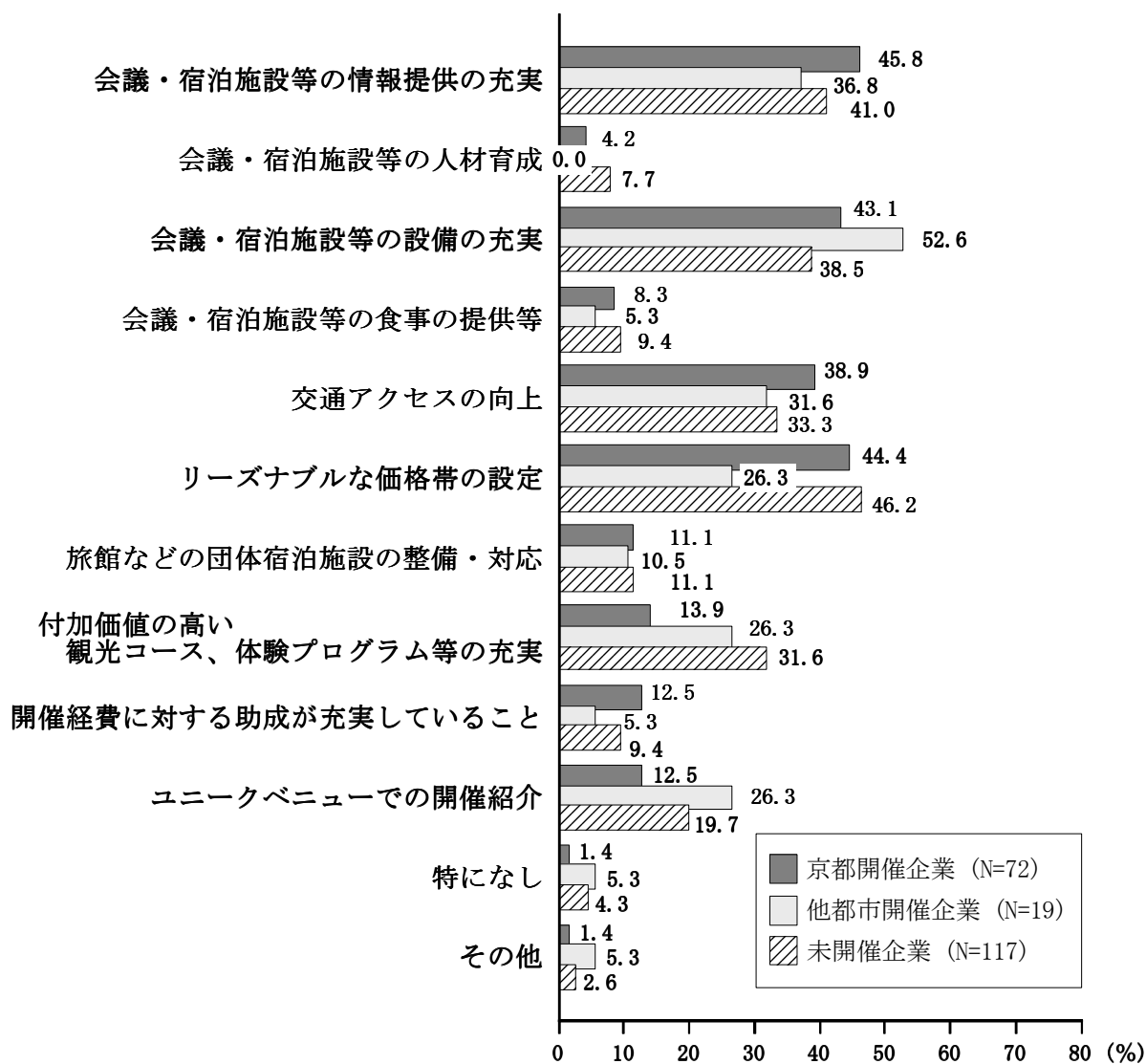


図 8-1 ■開催地元に求める支援（全体）

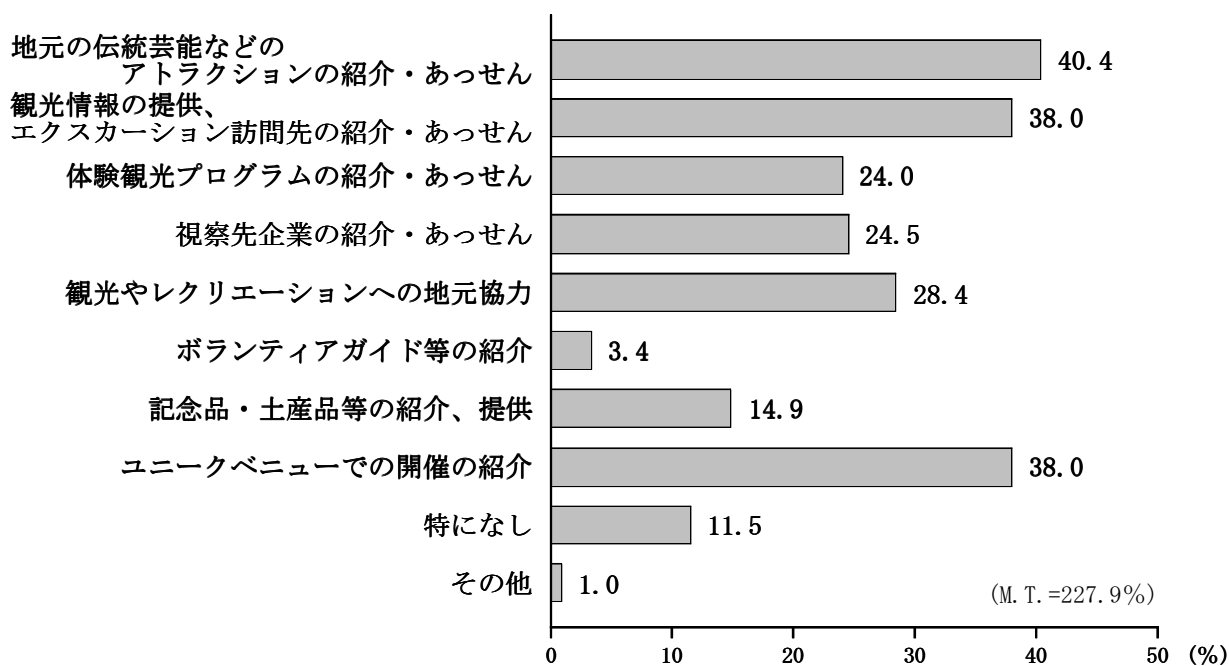
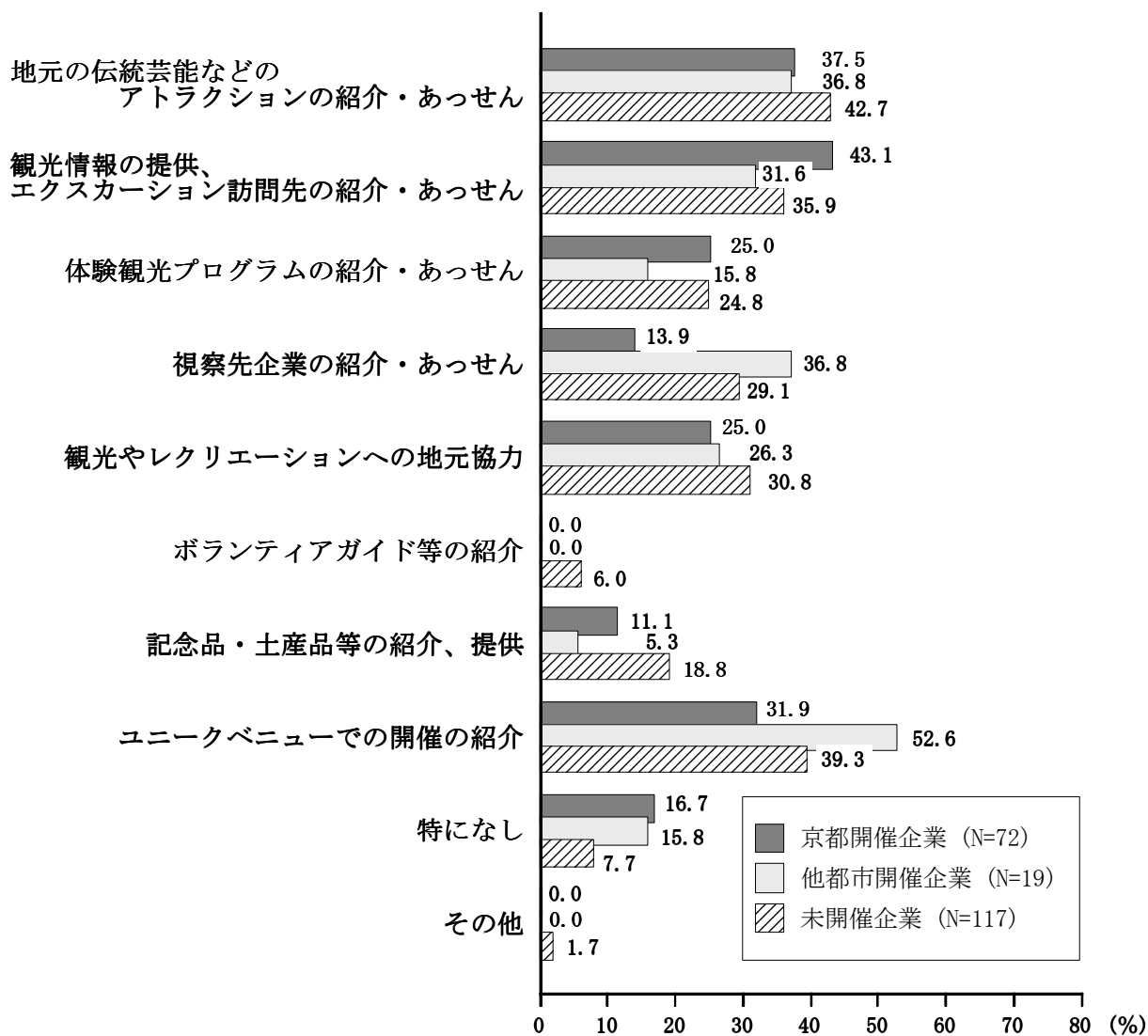


図 8-2 ■開催地元に求める支援（京都開催企業・他都市開催企業・未開催企業）



『新しい京都 MICE 観光戦略を考える ～大きな経済効果が期待できる MICE ビジネス誘客のポイント～』

MICE とは、大規模な国際会議やイベント等をイメージされがちですが、国外のみならず国内の企業における会議 (Meeting) や、報奨・研修旅行 (Incentive Travel) などに目を向けると、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、一般的な観光客以上に関連産業への経済効果を生み出すことが期待されます。また、都市の競争力向上にも寄与するものと考えられます。

京都商工会議所 観光産業特別委員会では、この「M」と「I」の部分の経済波及効果に注目し、「京都 MICE 推進セミナー」を下記の通り、開催いたします。当日は、昨年末に実施いたしました「企業ミーティングやインセンティブ旅行等の実施状況に関する調査結果報告」も併せて行います。

都市間競争が激化する中、京都もさらなる進化が求められています。2020 年に向けて新たな観光顧客の創造に向け、皆で考える機会となりますよう、多くのご参加をお待ちしております。

日時	平成27年2月9日(月) 10:00~12:00 (受付: 9:30より)		
会場	京都商工会議所 教室(2階)(京都市中京区烏丸通夷川上ル / 地下鉄「丸太町駅」6番出口)		
内容	<p>①講演 『新しい京都MICE観光戦略を考える ～大きな経済効果が期待できるMICEビジネス誘客のポイント～』 [講師] 近畿大学 経営学部 教授 高橋一夫氏</p> <p>[略歴] 1983年JTB入社、コミュニケーション事業部長などを歴任。 2007年流通科学大学サービス産業学部教授を経て2012年より現職。 専門は、観光マーケティング、地域ブランドなど。</p> <p>②報告 「企業ミーティングやインセンティブ旅行等の実施状況に関する調査結果報告」 本所観光産業特別委員会が、京都に本社、支社、支店等を有する会員企業に対し、アンケート調査を行った結果を報告します。企業の「M」(企業ミーティング)や「I」(インセンティブ旅行)の実態についての調査はこれまであまり実施されておらず、新たな情報提供の機会となります。</p>		
参加費	無料	定員	100名
主催	京都商工会議所 観光産業特別委員会		
後援	公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー(予定)		
申込み	下記の申込書にご記入の上FAXにてお申し込みください。HPからもお申込みいただけます。 ※参加証はご送付いたしません、当日お名刺をご持参ください。		

【お問合せ】 京都商工会議所 産業振興部 八阪・細川

TEL: 075-212-6453 E-mail: shinkou@kyo.or.jp <http://www.kyo.or.jp/kyoto>

FAX: 075-255-0428

京都商工会議所 産業振興部 宛

「京都MICE推進セミナー(2/9)」 参加申込書

会社・団体名			
氏名	部署・役職		
業種	e-mail		
TEL	FAX		

※ご記入頂いた情報は、京都商工会議所からの各種連絡・情報提供 (Emailでの案内を含む) のために利用するのをはじめ、講師に参加者名簿として配布します。
※駐輪場はございませんので、公共交通機関をご利用ください。