

●京都府総合見本市会館

<p>前回検証結果 (平成24年度)</p>	<p>要改善</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設運営にノウハウのある専門家を財団の運営に参画させ、地域団体・教育機関はもとより、府内に限らず近畿圏・全国の新たな顧客の開拓など、営業活動を強化すべき。 また、営業専任職員への成果報酬制の導入など、実効性のある営業力向上策を講じること。 ・京都ブランドを活かし、オール京都でのコンベンションの共同誘致や、スペース・機能の補完等、市内他施設との連携・ネットワーク化についても協議を行うこと。 ・もとより、広く潜在的な需要も含め利用団体のデータベースを強化し、積極的な営業活動を行うべき。 ・過去の実績や潜在的な施設ポテンシャルを踏まえると、例えば、展示室全体で利用率45%の目標設定（京都市勧業館並みかつ総合見本市会館の赤字転落直前の水準）や、今後必要な改修費用負担のあり方を検討し、それを踏まえた目標設定を行うべき。 ・今後の大規模改修時には、同時に別々の団体に部分貸しすることに対応しにくいという構造上の問題も斟酌して、過大な投資とならないよう配慮するべき。また、施設改修に併せて、剰余金を活用して集客力の向上につながる改修を行うべき。
<p>対応・改善策 実施状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページをリニューアルし、主催者・出展者及び来場者が必要とする情報を発信した。また、スマートフォンサイトを開設し、イベント・アクセス案内を行うとともに、メールマガジンの配信により企画会社や主催者等にトピックスや展示場の空き情報を提供するなど、利用拡大を図った。 ・営業専任職員を1名採用するとともに、「新規催事誘致奨励事業」を見直し、府内外の新規利用者の開拓や継続利用者の利用拡大に取り組んだ。また、営業専任職員の営業意欲を高めるため、新規利用者の獲得に対する営業手当を導入した。 ・広告代理店、企画会社等と展示場使用斡旋契約を締結し、営業活動範囲を拡大した。 ・コンベンション会社や旅行会社等との協力関係を構築し、新規催事の誘致を図った。また、京都国際会館やみやこめっせ等の競合施設とも連絡連携を進めた。 ・一般財団法人移行に際し、公益目的支出計画に位置づけた、利用環境改善のための補修整備を計画的に実施するとともに、サービス関連機器や貸出備品も計画的な整備を進めた。 ・施設利用や営業活動を通じ、利用企業や団体等のデータ蓄積を進めた。また、主催者等へのアンケート調査等により、満足度やニーズの把握に努め、建物設備の改修や貸出備品の整備、サービス改善に取り組んだ。

<p>取組の成果</p>	<p>◇前回検証を行った平成24年度と比較し、平成26年度は、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者数が約15%増加 ・利用料金収入が約35%増加 ・展示場稼働率が約12%増加 <p>◇なお、施設運営に当たって、府の財政負担は無い。</p>
<p>なお残る課題・問題点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆展示場の稼働率は順調に改善しているが、会議室の利用率が約20%と低調。 ◆施設設置後28年経過しており、建物・設備の老朽化が進行。
<p>府民サービス等改革検討委員会による改善意見等</p>	<ul style="list-style-type: none"> □昨年度からのトイレ修復等の顧客満足度を向上させる地道な取組によって、潜在的な需要の拡大が期待される。 □ターゲットを明確に定め、マーケティングに基づいた顧客満足度の高いサービスを実施いただきたい。 □今後、老朽化による大規模改修が必要となる時期に、他施設との差別化のため、民間資金を活用し、宿泊機能を併設する総合見本市会場への再開発を検討してはどうか。高さ制限が無く事業性のある立地として、民間事業者は前向きに検討するのではないか。 □会議室の稼働率は課題であり、交通の利便性とともな安価な会議室使用料のアピールをすべき。 □ロビーをはじめ、施設の雰囲気は暗く、今後の改修にあわせて明るい雰囲気へ改修してはどうか。
<p>京都府の検証結果及び対応方向</p>	<p style="text-align: center;">継 続</p> <p><施設運営に関する意見></p> <ul style="list-style-type: none"> ◎コンベンションの質や経済効果向上の観点から、宿泊と連動した施策展開を検討すること。 ◎利用者属性の詳細な分析に基づいた、新規顧客確保のための取組が必要。 ◎新規顧客確保につながるよう、今後の施設改修にあわせ、ロビーをはじめとして、明るい雰囲気への改修を検討すること。 <p><今後の対応></p> <ul style="list-style-type: none"> ○コンベンション会社、旅行会社及び周辺ホテル等との連携を一層強化し、宿泊を伴う学術会議、企業等の報奨・研修旅行、各種大会等の新規開拓を行う。 ○今後とも、利用状況の推移や利用者へのアンケート等の分析に基づき、既存顧客の継続利用を確保するとともに、分析結果に基づく効果的な営業活動を実施し、新規顧客開拓を進める。 ○催事がない場合には、プロムナード及びロビーを中心に一部照明の消灯等の節電対策を行っているが、順次、全館照明のLED化に取り組むとともに、開館後28年経過している中、建物等の改修に合わせ、明るい雰囲気への壁面改修等を検討する。