

京都は、長い歴史の中で育まれ、大切に継承されてきた奥深い魅力や本質が備わったまちですが、その全てに光が当たり、多くの観光客の皆様にご理解いただいているとは限りません。ガイドブックやホームページに掲載されていなくても、日常生活の中に息づく、様々な伝統や文化や風習などの積み重なりが京都の魅力です。

このような、京都の暮らしの中に息づく文化等に触れることや、人気スポットに隠れた観光資源の再構築、新たな観光資源の掘り起こしなどによって、京都の魅力の向上を図り、観光客の皆様にご感動をもたらす貴重な体験の機会を創出します。

また、これからも多くの観光客の皆様にお越しいただくためには、京都の魅力について、誰に、何を、どのようにお伝えするのかを明確にしていく必要があります。観光客の皆様の要望に合わせた提案を行っていくことで、何度も京都にお越しいただくことや、知人、友人等に京都観光をお勧めしていただくことにつなげていくため、京都の魅力を磨き上げていきます。

施策⑧

京都文化芸術プログラム2020(仮称)との融合など京都の文化・芸術をいかした観光資源化を推進する(琳派400年・伊藤若冲300年・伝統芸能等)。

京都は、見て楽しむ観光に加えて、心で感じる(茶道、華道、香道、能、狂言、舞踊等)観光を楽しむことが大きな特長です。文化の面においても「京都文化芸術プログラム2020(仮称)」の策定を進めており、世界の皆さんが日本に目を向けるこの機会に合わせて、文化・芸術をはじめとした京都の精神性などの魅力を最大限に高めるとともに、現代芸術等の新たな文化的な価値を創造し京都から世界に向けて新しい文化が生まれ発信できるよう広く世界に発信する取組を進めていきます。

推進事業 3事業

- ▷ 京都文化芸術プログラム2020(仮称)と融合した文化・芸術をいかした観光資源の創出(京都国際舞台芸術祭、伝統文化体験の日(仮称)・京都国際現代芸術祭・東アジア文化都市2017京都・オール京都で進める京都文化の祭典(仮称))
- ▷ 京都市美術館の再整備による、外国人観光客をはじめとした国内外から幅広い人々が集う魅力的な場所の創出
- ▷ 芸術系大学と連携した「京都芸術教育コンソーシアム」による京都ならではの芸術教育の推進と、芸術を大切にする風土づくり

施策⑨

「朝観光」、「夜観光」(音楽鑑賞、観劇、伝統芸能、文化施設の夜間開館等)、「地域観光」(温泉等)の充実により滞在の長期化を推進する。

日常生活の中に息づく京都の魅力の本質は、そこに身を置き、住むように・暮らすように旅することでのみ体感することが可能になります。一方で、泊まってこそその京都の魅力を感じ取ることができる観光素材の充実や情報の発信も重要です。日帰りより宿泊、1泊より2泊、旅するより暮らすと思っていただけるような滞在の長期化への取組を推進します。

推進事業 4事業

★: 推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 観光・文化に関するイベント情報の一元的把握及び入場券や体験型プログラム等を一元的に販売するWebシステムの構築
- ▷ 体験型メニューの充実など朝観光の推進
- ▷ 施設の夜間開館促進など夜観光の推進
- ▷ 温泉や銭湯に光を当てた観光の推進

施策⑩

市民と観光客の交流を推進する体験型プログラムの充実やスポーツイベントなどを観光にいかす(スポーツツーリズム)など、様々な要望に応じた観光商品の開発を進め産業振興等を推進する。

観光において、人との触れ合いは旅の楽しみの重要な要素の一つです。市民との交流が観光客の皆様にとっては感動を生む貴重な体験となり、市民の皆様にとっては京都の魅力を再認識する機会になります。さらに、観光客の皆様と市民の皆様との間の文化や習慣の差異を理解することにより、多様性を認め合う重要なきっかけになります。そのため、市民の皆様と観光客の皆様との交流や相互理解につながる機会の創出を推進します。

また、京都は、Jリーグ、日本プロバスケットボールリーグや日本女子プロ野球リーグなどのプロスポーツ、京都マラソンなどの市民スポーツを楽しめるまちであり、2019年(平成31年)のラグビーワールドカップや、2021年(平成33年)の関西ワールドマスターズゲームズの開催等、様々なスポーツイベントの開催が予定されています。これらの魅力あるスポーツ資源の最大限の活用を進めます。

推進事業 11事業

★:推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 「ラグビーワールドカップ2019」や「2020東京オリンピック・パラリンピック」、
「関西ワールドマスターズゲームズ2021」の世界的スポーツ大会参加者、観戦者等への
京都への誘客と魅力発信や西京極総合運動公園等の受入環境の整備
- ▷ 京都の「ほんもの」に触れる着地型旅行商品(体験型プログラム等)の拡充、情報発信及び
販売手法の検討
- ▷ 「京都伝統産業ふれあい館」を機能強化し、職人による伝統産業製品の制作実演や制作体
験、販売等、職人の匠の技に光を当てた伝統産業振興の更なる充実
- ▷ クール・ジャパンの代表とされるマンガ・アニメなど海外から人気のあるコンテンツに
着目し、京都国際マンガミュージアムをいかした取組など、コンテンツ産業の推進
- ▷ 京都市産業技術研究所や企業ミュージアムなどを巡る産業観光や近代産業遺産の魅力発
信
- ▷ 大学と連携したキャンパス見学や研修講座の開設
- ▷ 南部クリーンセンター第二工場建替え整備に伴う、世界最先端の楽しく学べる環境学習
施設の整備
- ▷ 京都サンガF.C.(サッカー)や、京都ハンナリーズ(バスケットボール)、フローラ(女子プ
ロ野球)など京都のプロスポーツの魅力発信や、スポーツビッグイベントの誘致促進
- ▷ 「京都マラソン」の開催による魅力発信
- ▷ トレイルコースの拡大や新たな活用など京都一周トレイルの魅力向上
- ▷ ウォーキングツアーやまち歩きイベントなどの情報発信

施策⑪

優れた京都の伝統産業・景観・文化財を「守り」、「育て」これらを「いかす」ことにより、京都の都市格と魅力を高める。

世界の宝、日本の貴重な財産である歴史都市・京都の有する自然、都市景観、伝統文化などについて、国を挙げて再生し、活用することにより、国が推進する歴史・風土に根ざした国土づくりや、観光交流の拡大、文化芸術振興、国際社会への発信を実現するために、「国家戦略としての京都創生」の取組を更に推進します。

また、京都は、先人の知恵や工夫・努力により積み重ねられてきた魅力（伝統産業・景観・文化財）があるからこそ、多くの観光客の皆様が訪れる世界的な観光都市として、今もなお輝いています。50年・100年先も輝き続けるためには、現在の私たちが、次の世代以降にこれらを「守り」、「育て」、「いかす」ことができるよう市民・観光客・行政がそれぞれの役割に応じて行動することが求められます。「文化遺産」を後世へ継承し、未来に向けて存在意義を高め、「未来の文化遺産」を創造することを目的とする「明日の京都 文化遺産プラットフォーム」等と連携しながら京都の優れた魅力を更に磨き上げる取組を推進します。

推進事業 15事業

- ▷ 歴史に磨かれた技術・技法、豊かな感性と熟練した技能を駆使する職人が作り出す伝統産業の魅力の発信
- ▷ 歴史的建造物や伝統的建造物等における、修理、修景、復旧等に対する補助等による、歴史的・伝統的な町並み景観の保全
- ▷ 世界遺産や寺社、近代建築物等とその周辺の景観に関する総点検による、歴史的景観の保全に関する検証
- ▷ 京町家の保全・再生に向け、民間の活力をいかした取組の推進
- ▷ 町並みと調和したきめ細やかな建築デザインの規制・誘導による良好な市街地景観の形成
- ▷ 「京都市三山森林景観保全・再生ガイドライン」に基づいた「歴史都市・京都」にふさわしい森林景観づくりの推進
- ▷ 屋外広告物適正化の更なる取組の推進
- ▷ 「京の食文化」、「京・花街の文化」等の京都をつなぐ無形文化遺産制度や市民が残したいと思う「京都を彩る建物や庭園」の魅力発信
- ▷ 京都市独自の制度である「京都を彩る建物や庭園制度」及び「京都をつなぐ無形文化遺産制度」の成果をいかした「京都遺産制度（仮称）」の創設と、「日本遺産制度」の活用による、奥深い魅力の再認識と発信
- ▷ 京都市の貴重な財産である市指定・登録文化財の公開に向けて修理を行う「未来へつなぐ歴史的建造物計画的修理事業」の推進や、「京都岡崎」をはじめ市内各地域の重要文化的景観への選定に向けた取組の推進
- ▷ 「花の道づくり」、「道路の森づくり」、「四季の花ストリート」事業など都市緑化の推進
- ▷ 「桜景観創造プロジェクト」、「円山公園の再整備」や「宝が池新景観創造事業」など、京都の優れた景観を守り、創出する事業の推進
- ▷ 疏水分線「哲学の道」を保全するため、景観に配慮しつつ散策路や桜などの樹木の整備の推進
- ▷ 歴史的景観等の向上を図る無電柱化事業の推進
- ▷ 鉄道事業者と連携した沿線景観の整備

施策⑫

和装, 京の食文化, 日本酒, 京野菜等の京都が培ったあらゆる価値の蓄積をいかした新たな観光資源を創出する。

「和装」で巡る京都観光スタイルの提案や、「京都をつなぐ無形文化遺産」として選定された「京の食文化」、日本初の清酒の普及促進を図る条例が制定された「日本酒」を味わう観光、「京野菜」を訪ね歩く観光など、観光客の皆様の期待に応えるよう、京都観光に新たな価値を付加し、京都が培ったあらゆる価値の蓄積をいかす取組を進めます。

推進事業 8事業

★: 推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 食の月間の創出や京都レストランウインターズスペシャルの充実などを通じた「京の食文化」を楽しむ観光の推進
- ★ 「伝統産業の日」を中心としたきもの着用の取組等の伝統産業製品を取り入れた「和のある暮らし」の提案や和装の発信拠点の整備の支援
- ▷ 外食情報サイト運営事業者等と連携した、日本酒や京野菜をはじめとした「食の観光」の推進
- ▷ 京都産食材を積極的に活用した食に関するイベントの誘致等を通じた京の食材の魅力発信
- ▷ 「京都の四季を五感で味わい、京都の食文化に親しむ」をコンセプトに設置した中央卸売市場第一市場「京の食文化ミュージアム・あじわい館」における、「京の食文化」への理解の深化を図る取組の実施
- ▷ 中央卸売市場第一市場における「食彩市」、「鍋まつり」の開催や「すし市場」による魚食普及の推進や、京野菜等の食材のPRと消費の拡大
- ▷ 中央卸売市場第二市場における「京(みやこ)ミートマーケットミートフェア」の開催による、京都の和牛のPRと消費の拡大
- ▷ 中央卸売市場第二市場の新施設整備における見学コースやセミナー室、調理・試食室の設置等、観光客等に関わられた「食育・食文化」の学びの場の提供

施策⑬

地域と連携した新たな観光資源の掘り起こしや既存観光地の再構築、祭り・伝統行事などの地域の魅力の発信による地域の活性化を図る。

京都には市内各所に、多くの方々に見ていただくべき、貴重な地域の宝が数多く存在します。また、四大大行事をはじめとする、長い歴史と伝統に培われた多くの地域の祭りや風習等があります。観光客の皆様に、これらの歴史や背景を丁寧にお伝えすることで、より奥深い魅力をお楽しみいただくとともに、地域の活性化に貢献します。

また、通年観光や滞在期間の長期化を促す20年・30年先を見据えた新たな観光資源の発掘にも取り組んでいきます。

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

★ 地域と連携した祭りや伝統行事をはじめとする地域の観光資源の掘り起こしや既存観光地の再構築

- ▷ 歴史や文化、本質を伝えることなどによる四大大行事の更なる魅力の向上
- ▷ 区民と連携した、民俗文化や食文化をはじめとする地域に根差した文化の発信
- ▷ 区役所・支所と地域が連携して、各地域の奥深い魅力の発信や観光資源の発掘等に取り組むことで、地域を主役とした子どもから大人まで「ひと」が生み出す新たな京都観光の魅力の創出
- ▷ 中央卸売市場第一市場の施設整備や京都鉄道博物館の開業、梅小路公園の再整備等により、新たな賑わいが創出されることを契機とした、京都駅西部エリアの活性化
- ▷ 岡崎の優れた地域資源をいかした魅力創出や総合的な案内・情報発信、岡崎の地域資源の保全・継承と積極的な活用を促進するための制度整備、文化・交流施設の機能強化による岡崎地域活性化の推進
- ▷ 「京都市動物園」の再整備による魅力発信
- ▷ 明治の先人たちによって築かれた貴重な産業遺産である琵琶湖疏水の活用を通じた上下水道事業の原点や意義についての理解促進と、疏水沿線地域の活性化の推進や公共交通機関を用いて歩く観光を推進するため、琵琶湖疏水記念館や浄水場、水環境保全センターなど上下水道事業を活用した新たな観光誘致と施設の活用によるパークアンドライドの推進
- ▷ 文化の薫り高い木と清流の里、「森林フィールドミュージアム」や農業の「6次産業」の紹介など京北地域の情報発信
- ▷ 市立芸術大学の移転整備の推進による新たな地域の魅力創造

施策⑭

国内修学旅行生や大学生等の誘致強化など、京都のよき理解者となりうる青少年層の誘致を推進するとともに、海外からの教育旅行誘致や大学等との連携強化により留学生誘致を推進し、国際交流による相互理解を促進する。

青少年層に京都の魅力を分かりやすく、楽しくお伝えすることが将来の京都ファンを増やすことにつながります。全国各地域の要望に応じたきめ細かな誘致活動や関係機関との連携を強化した多角的な誘致活動を行っていきます。

さらには、国内だけでなく、海外からの教育旅行や留学生の誘致を強化することで、日本文化の象徴として、京都の魅力を広くお伝えし、海外においても将来の京都ファンを増やしていく取組を進めます。

推進事業 5事業

★：推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 訪日教育旅行の有力市場である台湾、オーストラリア等を重点対象とした誘致強化
 - ▷ 「大学のまち京都」体験メニューや新たな交流メニューの充実による修学旅行の誘致強化
 - ▷ 海外の大学コンソーシアムとの連携による青少年交流
 - ▷ 短期的な受入プログラムの開発、海外における京都の大学紹介セミナーの開催や「京都留学サイト」の運営等を通じた京都の大学への留学を推進
 - ▷ 「大学のまち京都・学生のまち京都」PR戦略の構築、学生の力を活用した国内外への情報発信による京都で学びたい学生の誘致

施策⑮

成熟した訪日旅行者（目利き層）・ムスリム層（イスラーム教徒）市場等の深耕など、国の政策をけん引する外国人観光客の誘致策を強化する。

知的欲求が高く、周囲への発信力や影響力が強い層である、成熟した訪日旅行者（目利き層）やムスリム層などの誘客を強化し、京都の精神性をはじめとした奥深い京都の魅力を観光客の特性に合わせて、「ミラノ万博」や「ILTM」等、様々な手段を通じて発信・伝達することで、世界中に京都ファンを増やすべく取組を進めていきます。

推進事業 8事業

★：推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

★ ILTM※等を活用した目利き層の誘致強化と目利き層向け人材育成の充実

※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 目利き層を顧客とする旅行会社と高級ホテル、観光施設等との商談会

★ ムスリム受入体制の充実(旅行事業者等による視察会(ファムトリップ)の実施、ウェブサイトによる情報発信の充実、事業者等に対する礼拝所の設置促進、ハラール※対応等)やベジタリアン※対応の充実

※ハラール 「許された」、「許容された」の意のアラビア語で、ムスリムはハラールのものを飲食することが原則です。

※ベジタリアンとは、本来、「命を奪う、もしくは傷つけて得られる食品を食べない人」という意味を持ち、一般には「菜食主義者」とされていますが、その種類は多岐にわたり、ひとくくりに捉えることは難しいとされています。

★ 京都の伝統産業製品や文化芸術の情報発信機能を有する海外情報拠点の設置

- ▷ 海外情報拠点の活用による外国人観光客誘致及び留学生・企業誘致の充実
- ▷ 京都が誇るものづくり職人とパリが支援するデザイナーとの共同事業を通じて、パリを拠点に、ヨーロッパにおける「ものづくり都市『KYOTO』」の魅力を発信
- ▷ 東南アジア地域を新たな対象とした次なる成熟した訪日旅行者(目利き層)の誘致推進
- ▷ 他都市連携強化による海外からの大型客船等(クルーズ船)による観光客の誘致策の推進
- ▷ 成熟した訪日旅行者(目利き層)の更なる誘致のため、関西国際空港や中部国際空港、名古屋飛行場等のプライベートジェットの発着地と連携したヘリポートの観光分野における活用の推進

施策①⑥

国内観光状況の変化や国内重点市場の設定による国内観光客誘致策の充実を図る。

交通網の充実や新しい施設の開業等により、京都を取り巻く観光状況は常に変化しています。東京一極集中がますます進む中、これを解消するために、時機に応じた方面別の誘客活動、重点市場の設定など国内向け対策を強化するとともに、若年層や家族連れ、国内観光客の多くを占める近畿圏を中心とした日帰り圏内向けにも、京都の新たな魅力を発信し、国内誘致策の充実を図ります。

推進事業 9事業

★：推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 鉄道事業者との連携による首都圏や大都市圏等の市場分析やP Rの強化
- ★ 近畿圏等の日帰り旅行圏に対する新たな京都の魅力を打ち出しと宿泊比率向上の取組の推進
 - ▷ 家族での教育旅行など多様な旅行機会の提供による若年層、家族連れ向け対策の強化
 - ▷ 大津・奈良をはじめ、宇治・亀岡・美山など周辺自治体との連携強化による魅力発信
 - ▷ 北陸新幹線の開通や高速道路の新規開通など交通網の充実を意識したP Rの展開
 - ▷ 鉄道事業者との連携による「京の冬の旅」50周年、「京の夏の旅」40周年を契機とした魅力的な観光素材の創出
 - ▷ 全国の京都出身者組織や京都ゆかりの人、県人会組織等を通じた京都の魅力発信と京都への誘客
 - ▷ ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（U S J）をはじめとした異なる魅力を持つ施設等との相互連携による誘客の強化
 - ▷ 大人になってからの二度目の修学旅行や同窓会、記念日などの節目の旅行等、新たなテーマを設定した誘致策の充実

施策⑰

外国人観光客の要望に合わせて、「自然(海・山・雪)と京都」、「テーマパークと京都」など、他の地域との連携を強化し、京都とは異なる魅力的な観光資源と組み合わせた効果的な誘致を行う。

外国人観光客の皆様は、日本の文化はもとより、桜や紅葉、海や山の景色、雪景色などの自然風景、繁華街のまち歩き、食文化、買物など様々な目的を持って、日本を訪ね、京都だけでなく様々な都市・地域を周遊することによって、日本についての理解を深められます。他の地域との連携による新たな周遊ルートを創出することで、京都にお越しいただく外国人観光客の皆様を増やしていきます。

推進事業 4事業

★: 推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

★ 京都を発着とする日帰り周辺地域観光の充実

- ▷ 関西広域連合や大阪府市をはじめとする他地域との連携の強化
- ▷ 東京都、北海道や広島県など外国人観光客に人気の自治体との広域連携の強化
- ▷ 北陸新幹線の開通に伴う、関東方面から北陸を経由した新たなルートによる外国人観光客の誘致策の強化