

(3) 魅力の発信, コミュニケーション ～ひびき・ひろがり～ 21事業

京都は日本を代表する観光都市の一つではありますが、世界の中では、京都のことをよく知っている人はまだまだ多くありません。京都への認知度を高め、京都へ行ってみたいというあこがれを構築していくことが、今後の国際観光分野では非常に重要です。

そのためにも、一方的な情報発信ではなく、きちんと相手に伝えること、情報の受け手側も含めた双方向の情報の受発信を行うことで、京都の奥深い精神性などの魅力を一人でも多くの世界中の皆様知っていただける取組を進めていきます。

施策⑱

東京オリンピック・パラリンピック等の大規模スポーツイベントに合わせた京都の魅力発信を強化する。

東京オリンピック・パラリンピックの開催は、テレビや雑誌、インターネットなど多くの媒体を通じて日本が紹介される絶好の機会です。これに合わせて、国や他の自治体との連携を強化し、京都のイメージを分かりやすくお伝えする映像の作成、覚えやすく親しみのあるキャッチフレーズの作成等を通じて、より多くの方々に京都を知っていただく取組を強化します。

推進事業 3事業

★: 推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

- ★ 日本政府観光局(JNTO)、東京都や旅行会社との連携を強化した京都の魅力の発信
- ★ 海外に通用する京都宣伝のためのキャッチフレーズの作成や、トラベル・アンド・レジャー1位の認知度を活用した、世界規模での都市格向上策の推進
- ▷ 京都の魅力を表現する本格的な観光素材映像の作成や、リオ五輪閉会式や海外富裕層市場への誘客活動等での映像活用

施策⑬

京都をまだ知らない方、興味を持った方、来ようとしている方、お越しいただいた方、それぞれの希望や求めるものを把握し、京都の魅力に対する理解の促進と京都へのあこがれを醸成するための情報の受発信を強化する。

旅行に求めるものは、年齢・性別だけでなく出発地や国によって大きく異なります。それぞれに合わせた旅行動向や、京都にお越しになってからの行動特性など、こだわりや嗜好をきっちりと、把握・分析し、情報発信を行っていきます。観光客の皆様のお好みに合わせた観光情報の受発信、対象地域の重点化や海外からのお客様が好む日本の日常などの観光素材を選別したうえで発信するなどメリハリを付けた取組を進めていきます。併せて、観光客の皆様と市民の皆様の双方が気持ちよくお過ごしいただけるよう、京都の風習や習慣、さらには観光客の皆様にお守りいただきたいルールやマナーについてもお伝えしていきます。

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

- ★ 京都観光総合調査の充実や宿泊施設、観光案内所や海外拠点所在都市等でのアンケート調査の実施等による観光客の旅行特性や潜在ニーズの把握
- ★ 海外拠点所在都市におけるメディアで取り上げられている京都情報の分析強化
- ★ 海外のコンテンツマーケット（映像見本市）等での京都関連のコンテンツ（テレビ番組・映画等）の販売支援及びPRや、国・他都市と連携した海外のテレビ局や雑誌社などに向けた宣伝活動（ビジット・ジャパン地方連携事業等）やロケ誘致等をはじめとした、京都市メディア支援センターの情報発信機能強化
- ★ 国別・属性別の旅行特性に応じた海外情報拠点等での京都の魅力を体感できる情報発信の強化
- ★ 新たな切り口での情報発信と更なる外国人観光客の誘致に向けた、京都の留学生や京都を訪れたことのある外国人観光客などによる自国の言語での京都観光の魅力発信
- ★ 京都観光オフィシャルサイト「京都観光N a v i」の充実や文化芸術に関する多種多様な情報を広く発信・提供する文化芸術オフィシャルサイトの運営
- ▷ 首都圏や海外に情報を発信するための取材誘致活動や、雑誌、テレビ等とタイアップした特集記事等の発信など戦略的広域シティPR事業の推進
- ▷ 旅行博や見本市等での直接的な情報発信とSNSサイトや広告での情報発信とを効果的に連動させた潜在的京都ファンの囲い込み
- ▷ 姉妹都市、パートナーシティ、世界歴史都市連盟加盟都市との幅広い交流を通じた京都の魅力発信
- ▷ 京都ブランドの品質管理の徹底

施策⑳

観光客に向けたリアルタイムの情報発信, 情報の公開・共有等の情報流通の自由化(オープン化)など, 双方向の案内・情報発信体制を強化し, 京都に来られた方と京都に住む方とのコミュニケーションの充実を図る。

情報通信技術の進展等により, 観光客の皆様が求める情報はますます多様になっています。インターネット通信環境(Wi-Fi)の充実や, いつでも, どこでも, 即時に欲しい情報を観光客の皆様へ届ける, また, 共有できるための仕組みを最新技術を取り入れながら整備していくことで, 観光客と市民の皆様のコミュニケーションの強化を図ります。

推進事業 5事業

- ▷ 首都圏及び有名観光地を訪れた訪日客を対象とした, ホテルや旅行会社等を通じた誘客活動
- ▷ 京都館を活用した更なる京都の魅力の発信
- ▷ 天候や混雑状況等に応じて代替で楽しむことのできる観光情報を提供するなど, 最新の情報通信技術を活用した即時性のある情報発信
- ▷ 公共データ(オープンデータ)等を活用した観光情報の充実やSNSサイト等を活用したクチコミ情報の受発信
- ▷ 京都総合観光案内所を核とした民間観光案内所のネットワーク構築及び機能強化と案内機能等の充実強化

施策②①

伝統文化・伝統産業の維持・継承，京都経済への波及効果など，京都の観光の意義や効果等を市民に広くお知らせし，市民が観光に対する理解を深めていただける取組を推進する。

京都観光のもてなす側の最大の主役は，市民の皆様です。市民の皆様が京都観光に理解を深めていただけるよう，京都観光の意義や効果，観光客の皆様への対応に必要な知識や心構えについて，情報発信を強化させ，市民ぐるみで京都観光を更に盛り上げていきます。

また，観光客の皆様が抱く京都への思いは，京都に生まれ，住み，学び，働く者との思いと異なることがあり，観光客の皆様の新たな発想やユニークな視点を両者が共有し，京都の観光を高め合うことにつなげていきます。

推進事業 3事業

★：推進事業のうち特に重要で優先度が高い重点事業

★ 市民への京都観光の意義や経済効果等に関する情報発信の充実や市民参加による計画推進組織を通じた情報発信の充実

- ▷ 観光客が感じた満足や感動，残念だった点等の市民への発信を通じて観光客の思いを知ることによる「京都のおもてなし度」の向上
- ▷ 観光客数，消費額や経済効果や計画進ちょく状況等の定期的な情報発信の実施

(4) MICE戦略 ～つどい～

京都において、国際会議や国際的な見本市、世界的大企業の会合や報償旅行、国際的スポーツ大会などのMICEが開催されることは、京都のイメージの向上や知名度の向上につながります。

京都は、他の都市には見られない日本固有の和の文化が色濃く残る特別なまちです。その特性を十分にいかして、これまでから、地球温暖化防止京都会議（COP3）や世界水フォーラム、世界歴史都市会議などの、世界的に重要な意味を持つ会議等が開催されてきました。

このような中で、京都が日本におけるMICE誘致を牽引するため、平成25年（2013年）に、国がMICE誘致の核として位置付けている「グローバルMICE戦略都市」の一つに選定されました。

今後も、世界に向けて格段の発信力が期待されるMICEの開催に重点的に取り組むため、新たに目指すべき姿や施策の方向性を示しています。

施策①

開催支援メニューの充実、産学公連携の強化、宿泊・飲食・会場施設等をコーディネートする組織やワンストップ窓口を開設するなど、主催者が京都を選択しやすい環境を整える。

MICEの誘致には、主催者の手間と不安を取り除く仕組みを構築することが肝要です。関係者間の連携を深め、主催者・事業者双方がメリットを受ける環境を整備し、京都ならではのおもてなしを提供することにより、競争力の強化を図っていきます。

施策②

京都にふさわしいMICE誘致の強化を図る。とりわけ、ミーティング・報償旅行対策の強化などMICEによる経済効果を最大限にする。

京都の多様な魅力をMICE誘致に活用し、参加者の満足度を高めることは、もう一度京都に来てみたい、また、京都の良さを他の方に伝えたいという意向を高めることにつながります。中でもミーティングや報償旅行の分野の市場は年々拡大していると言われていきます。こういったミーティングや報償旅行は企業が主体である場合が多く、経済波及効果も高く見込めるとして特に注目を集めています。また、企業だけでなく新たな需要の掘り起こしとして、アルムナイ（アルムナイ（Alumni）大学の卒業組織、企業の退職者やOB・OG組織などのことを指す。）層などへの働き掛けも進めていきます。

京都の魅力を最大限活用し、また、京都商工会議所等との連携による情報収集なども行いながら、MICE誘致と京都での継続的な開催を促し、経済効果を高めていきます。

施策③

環境・科学・文化・歴史など世界の平和や人類の未来に貢献する
国際会議の誘致を図る。

京都では地球温暖化防止京都会議（COP3）、世界水フォーラムや世界歴史都市会議など、国際的に知名度が高く、歴史を作り上げる会議が行われてきた実績があります。物質文化と精神文化の両者が相互に刺激を与え、高め合い、融合・深化によるまちづくりを、千年を超えて続けてきた京都こそ、合意や調和を必要とする会議の開催には最もふさわしい場所です。こうした実績を基に、京都の都市格の向上につながる世界平和や人類の未来に貢献する国際会議の誘致を進めていきます。

施策④

M I C E の開催を通じて都市の活力を向上させる。

M I C E を開催することにより、様々な交流が生まれます。その交流は、M I C E 参加者同士のみならず、参加者と市民の交流、また、市民が最先端の技術・情報に触れる機会にもつながります。

こうしたことが、市民が誇りを持てるまちづくりにつながるとともに、新たなビジネスのきっかけを生み、事業活動の活性化、雇用の創出など都市活力の向上が期待されます。

**M I C E 振興の意義や施策等の詳細については、
別冊の「京都市 M I C E 戦略 2020」を御覧ください。**