

京都観光・MICE振興計画2030

持続可能な観光・MICEと、その先へー

概要版

Sustainable Tourism, MICE, and Beyond



令和8(2026)年度～令和12(2030)年度



京都市
CITY OF KYOTO

京都市は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

京都の観光・MICE の意義・効果、これまでの歩み

京都の観光・MICE の意義・効果

京都の類まれなる多彩な魅力を活かした観光・MICEにより、人々の心や人生を豊かにするとともに、京都のまちの持続的な発展を支え、市民の暮らしに活力を与え、さらには国際平和に貢献します。

人々の心や人生の豊かさを高める

京都には、文化芸術、自然・景観、食文化、人々の暮らし、産業・ものづくり、宗教、精神文化など、多彩な魅力がある

京都は、人々の心や人生を豊かにするという「観光の本質」を体現するまち

京都のまちの持続的な発展を支え、暮らしを豊かにする

暮らしや仕事・まちづくりを支える

観光消費額
1兆9,075億円

市民の年間消費支出の
101万人分(70.4%)
に相当(令和6年)



観光による雇用効果

21万7千人相当
市内雇用者の
4人に1人以上に相当
(令和6年)



観光による税収効果
390億円



(独自推計)

人口規模以上にまちづくりが進展

飲食店数 8,413 事業所 第5位(令和3年)

小売店数 12,214 事業所 第4位(令和3年)

タクシー台数 7,486 台 第3位(令和5年)

人口 1,433 千人 第8位(令和7年)

政令指定都市間における事業所数等の比較

宿泊税を活かしたまちづくり



地下鉄丸線列車案内表示設備の更新・新設



無電柱化の推進

文化の維持・継承を支える



入城料や寄付金等を活用して令和6年に修繕を終えた元離宮二条城本丸御殿

新たな産業や関係人口の創出、二地域居住・移住につながる

- ▶ 観光客が文化や産業の担い手と交流し、観光を通して気付きや学びを得ることは、**新たな文化や産業を生み出すきっかけ**に
- ▶ こうした交流が地域への関心や愛着につながり、ひいては**関係人口の創出・拡大**につながる
- ▶ 観光を通して京都の知名度やイメージが向上することは、**多くの学生の京都進学、他都市からの就職、企業の京都進出**にもつながる

国際平和につながる

- ▶ 観光を通じて国内外の人々が京都に集い、交流することで、**お互いの国や地域の文化・習慣に対する理解を深め、多様性を認め合う**思いが育まれ、ひいては**国際平和にも貢献**する

MICE の意義・効果

- ▶ **地域経済の活性化**につながる
- ▶ **市民生活の活性化や学術の振興**につながる
- ▶ **都市格やブランドの向上**につながる

※ MICE (マイス) とは、企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字をとった言葉で、これらのビジネスイベントの総称です。

京都の観光・MICE の歩み

平成 12 (2000) 年に「観光客 5,000 万人構想」を発表し、平成 20 (2008) 年に同目標を達成。

同目標の達成後には、「量の確保」から「質の向上」を図る観光へと大胆に転換。平成 22 (2010) 年には、「質の向上」にも寄与するものとして、日本の自治体として初となる「京都市 MICE 戦略」を策定。

コロナ禍で未曾有の危機に直面する中で策定した「京都観光振興計画 2025」では、コロナ禍からの力強い回復と併せて、コロナ収束後の新たなステージを見据え、**市民生活と調和した「持続可能な観光」**を目指すという新たな方針を全国に先駆けて掲げ、各施策を推進してきました。

京都の観光・MICEの現状

「京都観光振興計画 2025」における主な取組

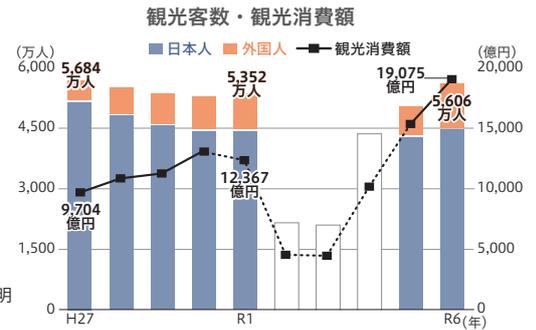
- ▶ 観光課題対策の強化、観光がもたらす効果の見える化、「京都観光行動基準」（京都観光モラル）の普及・実践の促進
- ▶ 密の回避・観光の分散化につながる観光振興、高付加価値化、府市連携による広域周遊の促進
- ▶ コロナ禍における事業者の下支え、観光事業者等向けのデジタル化・DX 支援、担い手の確保・定着に向けた業界の魅力発信
- ▶ 観光客の帰宅困難者対策、外国人観光客向けの多言語による災害情報の発信の強化
- ▶ MICE 開催における感染症予防・拡大防止対策の支援、サステナブルな MICE・京都の強みを活かした MICE の誘致の強化など

京都の観光・MICEの現状

観光客数・観光消費額

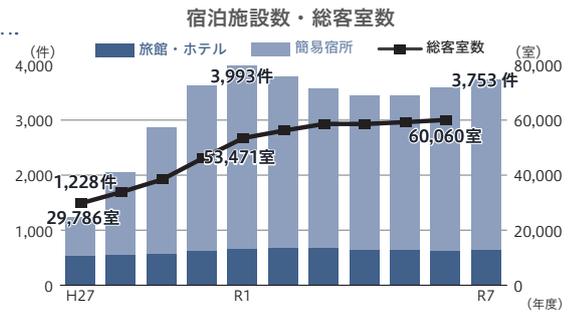
- ▶ コロナ禍からの力強い回復を実現
直近 10 年の観光客数は、コロナ禍を除き 5,500 万人前後で推移
- ▶ 観光客の約 8 割は日本人。短期的には微増するも、全国と同様に、長期的には減少傾向
(直近 10 年のピーク時と R6 との比較：▲ 13.1% (全国は▲ 16.6%))
- ▶ 外国人観光客は直近 10 年で大きく増加
- ▶ 観光消費額は直近 10 年で大きく増加

観光客数：R2～3は市独自推計
R4は日/外の内訳不明
観光消費額：R2～4は市独自推計



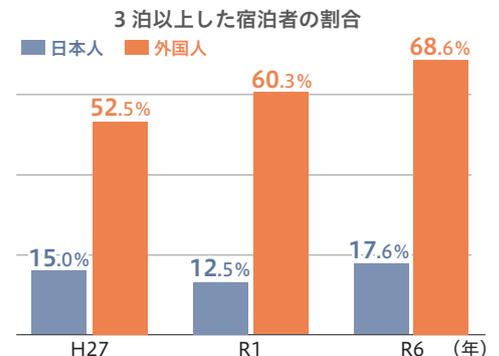
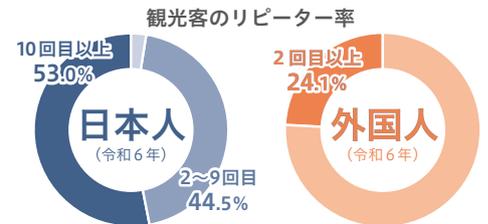
宿泊施設

- ▶ 旅館・ホテル・簡易宿所の総客室数は令和 3 (2021) 年度以降概ね横這いで推移
- ▶ 住宅宿泊事業の届出件数は 1,116 件 (R8.1月 (過去最高))
- ▶ 市内主要ホテルの客室稼働率は年平均 80.6% (R7) ハイシーズン (R7.4月) は客室稼働率 89.5%、外国人比率 78.1% (過去最高)、平均客室単価 30,640 円 (過去最高)



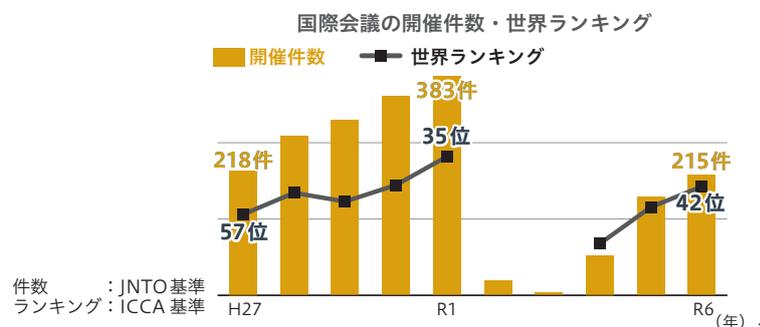
観光客の属性ごとの傾向

- ▶ リピーター
 - ・日本人観光客の 97.5%、外国人観光客の 24.1% (R6) (いずれも横這い傾向)
- ▶ 宿泊客
 - ・観光客に占める宿泊客の割合は 29.1% (1,630 万人)、観光消費額に占める宿泊客の消費割合は 71.5% (1.4 兆円) (R6)
 - ・日本人は日帰り客が多いが、外国人は 3 泊以上する宿泊客が多い。近年、外国人宿泊客数は大幅に増加傾向
 - ・日帰り客と比べて宿泊客は人気スポット以外も周遊する傾向
外国人宿泊客は文化体験を行う割合が高い
- ▶ 修学旅行生
 - ・令和 6 (2024) 年に京都を訪れた修学旅行生は全国の修学旅行生の 24.6% (横這い傾向)



MICE

- ▶ 国際会議開催件数は 215 件 (R1 比▲ 43.9%) (R6)
- ▶ 国際会議開催件数のランキングは世界 42 位 (R1 35位) 国内 2 位 (R1 2位) (いずれも R6)



件数：JNTO 基準
ランキング：ICCA 基準

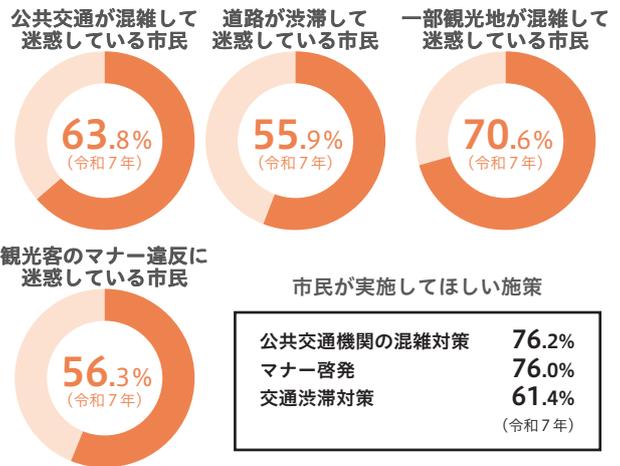
京都の観光・MICE を取り巻く課題

京都の観光・MICE を取り巻く課題

重点課題① 市民生活との関係

多くの市民が混雑やマナー問題等に迷惑

- ▶ 依然として多くの市民が混雑や観光マナーの問題に迷惑
- ▶ 観光の時期の分散は一定の成果を挙げたが、時間・場所の分散には課題が残る
- ▶ 一部観光地の混雑に伴い、一部の区間や時間帯等で公共交通や道路等が混雑
- ▶ コロナ禍からの回復後、民泊に係る通報件数が増加傾向
- ▶ 今後益々、日本や京都の文化や生活習慣に馴染みのない外国人観光客が増加予測
- ▶ 宿泊税の用途などの観光がもたらす具体的な効果が市民に十分に伝わっていない
- ▶ 「持続可能な観光」の実現に向けて、観光関連事業者・従事者等、観光客、市民がお互いに尊重しあう関係づくりが必要



重点課題② 観光振興との関係

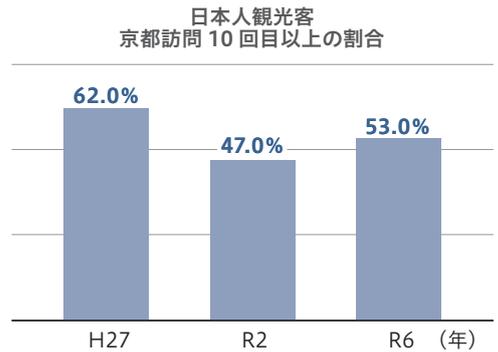
国内旅行市場は伸び悩み、京都訪問10回目以上の日本人のリピーター率が減少

【観光動向等に関する課題】

- ▶ 国内旅行市場は長期的に伸び悩み
- ▶ 日本人観光客のリピーターのうち、京都訪問10回目以上のリピーター率が減少傾向
- ▶ 京都を初めて訪れる外国人観光客が増加予測
- ▶ 観光の分散化とともに、長期滞在化の促進が必要
- ▶ 混雑が比較的発生していないエリアにおける観光振興が必要
- ▶ 一部の学校で、修学旅行先を京都から他の方面に変更する動き有

【観光振興の前提となる課題】

- ▶ 今後、文化・観光の担い手等の減少が予測
担い手の確保・育成・定着に取り組む必要
- ▶ 飲食・宿泊などのサービス業はDXの取組状況が低調
- ▶ 安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減に取り組む必要

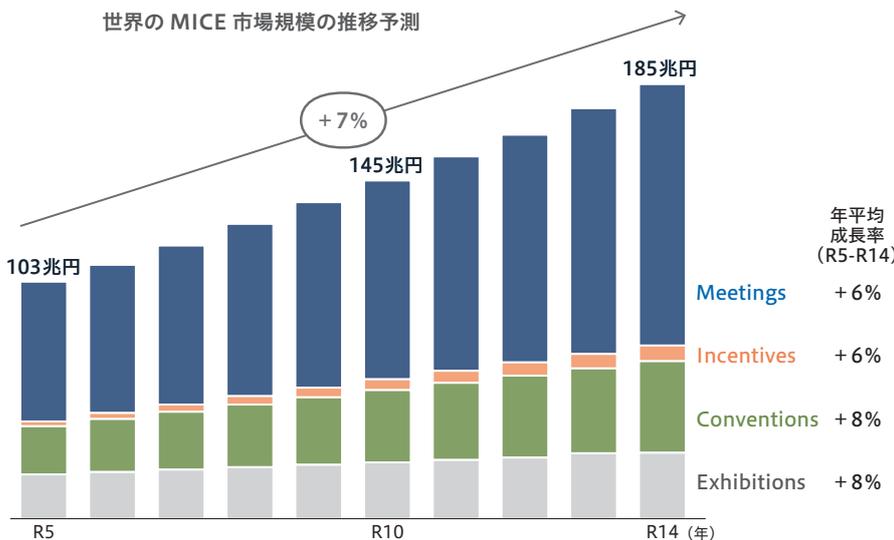


重点課題③ MICE 振興との関係

MICE 誘致の都市間競争の激化

- ▶ 市場規模の拡大及び都市間競争の激化が見込まれる中、MICE 誘致の強化だけでなく、MICE 開催による効果の最大化が必要 (MICE 開催の効果: ビジネス機会の創出や学術振興、市民の知見向上など)
- ▶ MICE の認知度は低く、MICE 開催による効果の可視化が不十分

世界の MICE 市場規模の推移予測



国際会議開催件数ランキング変化の上位都市

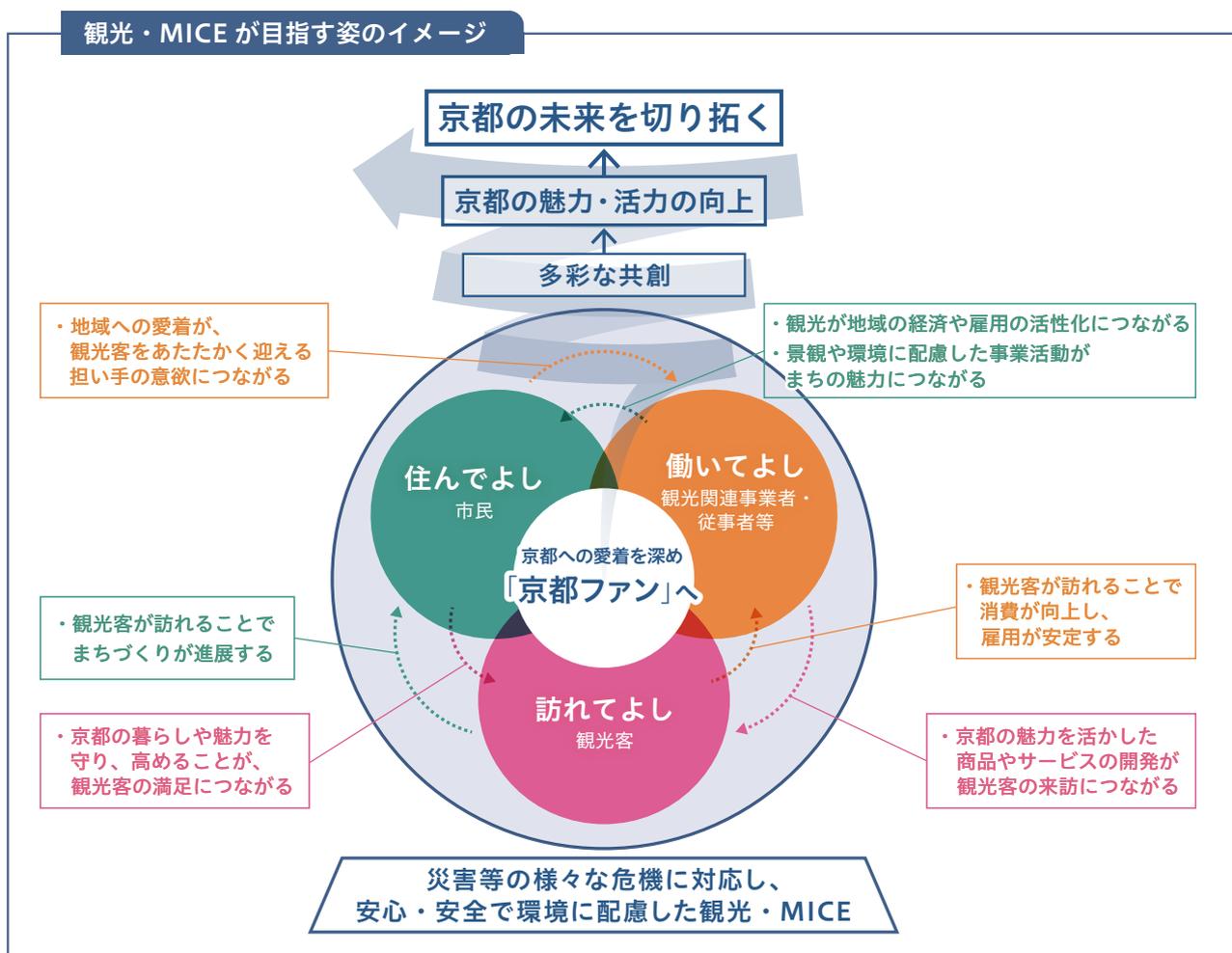
	国	都市	R4-R6 合計ランキング	ランキング 変化
TOP5 ランキング上昇	スイス	ローザンヌ	81位	+356位
	カタール	ドーハ	100位	+172位
	UAE	アブダビ	56位	+67位
	イタリア	ナポリ	65位	+61位
	イタリア	ボローニャ	43位	+58位
TOP5 ランキング下落	ノルウェー	ベルゲン	94位	+58位
	カナダ	トロント	74位	-37位
	カナダ	バンクーバー	79位	-40位
	米国	シカゴ	99位	-46位
	中国	上海	87位	-58位
	中国	北京	85位	-62位
参考	日本	京都	52位	-8位

京都の観光・MICE が目指す姿

京都の観光・MICE が目指す姿

多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE

- ▶ 徹底した観光課題対策に取り組むとともに、観光関連事業者・従事者等、観光客、市民がお互いを尊重し合う関係をつくることで、**市民生活との調和・両立の下、京都観光にかかわる全ての人々にとって質・満足度が高く、心や人生を豊かにする**といった「**観光の本質**」を皆が享受できる**観光・MICE**、そして、**市民生活の豊かさの向上につながる持続可能な観光・MICE**を目指します。
- ▶ 持続可能な観光・MICEの先を見据え、多様で奥深い京都の魅力を活かして多彩な人々を呼び込み、京都に受け継がれる不易流行の思想に基づき、ともに、文化芸術、自然・景観、食文化、人々の暮らし、産業・ものづくり、宗教、精神文化などの京都の魅力を守り、育むことで、**新たな文化や産業の創出、京都の魅力・活力の向上につながる、そして、京都の本質を未来へつなぐ観光・MICE**を目指します。
- ▶ こうした取組を通じて、「**多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE**」を実現します。



持続可能な観光・MICEの実現に向けては、徹底した観光課題対策の下、**京都観光に関わる全ての人々が、お互いを尊重しあう関係を築き、各者にとって質・満足度の高い観光を実現することが不可欠**です。一方で、**京都の魅力は、将来にわたり当然に維持されるものではなく、観光に関わる人々の刹那的な行動により失われてしまう可能性すらあります。**

観光関連事業者・従事者等には、地域と調和し、地域文化の発展へ貢献するなどの責任がありますが、**観光客にも、地域を思いやる、文化や環境を大切にするなどの「責任ある観光」**が求められます。

京都観光に関わる全ての人々がお互いを尊重し、共に課題と向き合い、「責任ある観光」を実践することは、文化芸術、自然・景観、食文化、人々の暮らし、産業、ものづくり、さらにはまちづくりなどの**様々な分野に好影響**をもたらし、京都の魅力を更に高め、各者にとって質・満足度の高い観光の実現や、「**京都ファン**」になっていただく**好循環の創出**につながります。

日本人観光客は「京都ファン」の中心的存在で、かけがえのないパートナーです。外国人観光客は、これまで気付かれなかった新たな魅力を発見し、また既存の価値を再確認することで、**京都の魅力に磨きをかけてくれる存在**です。多様な主体との交流など、観光客に、京都により深く関わっていただくよう取り組むことで、「**京都ファン**」を核とした**多彩な共創**を生み出し、京都の魅力の維持・継承、新たな文化や産業の創出による**京都の魅力・活力の向上**につなげていきます。

3つのプロジェクト

- ▶ 目指す姿の実現に向けて、次の3つのプロジェクトを推進します。
- ▶ 各プロジェクトには「令和12(2030)年に向けて目指す値」を設定。長期的にはこの値に留まらず、可能な限り数値を伸ばすよう取り組んでいきます。
- ▶ また、観光・MICEを総合的にマネジメントするため、各プロジェクトにモニタリング項目を設定し、経年変化を定期的に確認することで、現状把握に努めます(モニタリング項目については計画本冊を御覧ください。)

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

観光は、市民の生活の豊かさの向上や京都のまちの発展になくてはならないものですが、京都観光を持続可能なものとするためには、市民生活との調和・両立が不可欠です。

そこで、観光課題への対策をより一層強化するとともに、市民が観光の効果をより実感できるような施策を推進するなど、観光に対する市民の共感の輪の拡大に取り組んでいきます。

さらに、「持続可能な観光」の基盤になる取組として、観光関連事業者・従事者等、観光客、市民の三者がお互いに尊重しあう関係づくりを促し、その定着を図ります。

なお、「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合0.0%」は、喫緊の課題である観光課題に迷惑している市民の存在を看過せず、困難があったとしてもその割合をゼロにするべく不断の努力を行うべきとの決意の下で設定するものです。

令和12年に向けて目指す値

項目	直近10年の最高値 又は最低値	直近の値	目指す値
混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合★	(R5) 77.3%	(R7) 79.9%	0.0%
京都市の発展に観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合	(R3) 74.5%	(R7) 70.1%	75.0%
京都観光に大変満足した観光客の割合	(R2) 日本人 29.2% (R5) 外国人 53.8%	(R6) 日本人 25.9% (R6) 外国人 49.5%	日本人 30.0% 外国人 55.0%
京都の観光業界で働きたいと思う従事者の割合	(R7) 64.4%	(R7) 64.4%	70.0%

★非常に高い「目指す値」

推進する施策

▶ 観光課題対策の強化

市民生活と観光の調和・両立を実現するため、産業界、大学等の研究機関、京都府警察等の行政機関及び地域と連携し、一部観光地や道路、市バスの混雑、観光マナー、観光地における散乱ごみ、違法・不適正な民泊問題などの観光課題への対策をより一層強化していきます。

対策の強化に当たっては、現状の課題を丁寧に把握するための実態調査に努めるとともに、実証事業の実施や先端技術の活用など、より実効性のある対策となるよう取り組んでいきます。

併せて、混雑対策など、地域の実情に応じた観光課題対策に対する支援の強化や、旅館業法、住宅宿泊事業法等の関係法令の見直しを国に要望するとともに、条例改正を含めた民泊規制の在り方についても検討していきます。

また、様々な媒体を通じて、混雑等に関する正確な情報や、課題対策に関する情報を分かりやすく発信していきます。

▶ 観光に対する市民の共感の輪の拡大

観光がもたらす意義や効果、宿泊税の用途、観光課題とその対策の分かりやすい発信に取り組むとともに、特に次代を担う子供たちに向けた発信を強化していきます。

併せて、市民が、観光が市民生活の豊かさにつながっていることを実感できるように、市バス等における「市民優先価格」を実現するとともに、元離宮二条城などの公共施設においても「市民優先価格」等の市民サービスの向上を検討していきます。また、税率見直しを行った宿泊税を活用し、市民・観光客双方の利便性の向上、安心・安全の確保などに取り組めます。

さらに、市民が京都の魅力に触れる機会づくりを進め、シビック・プライドの向上にも取り組めます。

▶ 観光が京都にもたらす効果の最大化

観光関連事業者に対する伝統産品や京都産食材、地域産材の積極的な活用の促進などに取り組めます。

▶ 京都観光に関わる三者がお互いに尊重しあう関係づくり

観光客に対しては「ツーリストシップ」という分かりやすい言葉を用いて、より具体的なアクションを促していくなど、三者がお互いに京都観光をよりよくする行動を実践できるよう、引き続き、「京都観光行動基準」(京都観光モラル)の普及啓発を進めます。

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

観光客が暮らすように旅をつむぎ、京都の本質に触れ、堪能することで、**何度も訪れたくなる、長く滞在したくなる、さらには住みたくなるような京都観光**を推進します。

また、**関連産業の持続的な発展**を図るため、生産性の向上などを通じた活性化や、従事者の確保・育成・定着支援を通じた**担い手の活躍促進、安心・安全、危機対応力の向上、観光による環境負荷低減**に取り組みます。

令和 12 年に向けて目指す値

項目	直近 10 年の最高値	直近の値	目指す値
観光客のリピーター率★ (日本人：10 回目以上、外国人：2 回目以上)	(H27) 日本人 62.0%	(R6) 日本人 53.0%	日本人 65.0%
	(R5) 外国人 26.7%	(R6) 外国人 24.1%	外国人 35.0%
京都に再び訪れたいと思う観光客の割合 (大変そう思う)	(R4) 日本人 68.6%	(R6) 日本人 65.3%	日本人 70.0%
	(R5) 外国人 66.0%	(R6) 外国人 65.9%	外国人 70.0%
親しい人に京都観光を勧めたいと思う 観光客の割合 (大変そう思う)	(R4) 日本人 53.6%	(R6) 日本人 49.1%	日本人 55.0%
	(R5) 外国人 74.7%	(R6) 外国人 73.6%	外国人 80.0%
京都の観光業界で働き続けたいと 思う従事者の割合 (再掲)	(R7) 64.4%	(R7) 64.4%	70.0%

★非常に高い「目指す値」

推進する施策

▶ 多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ

幅広い世代を対象に、寺社・歴史等のみならず、**川などの自然や、トレイル・サイクリング、現代的な魅力も含めた新たな魅力を掘り起こします**。さらに、**京都学藝衆などの京都の魅力の担い手との交流など、より深い観光体験の創出・磨き上げ**を行います。また、**京都ファンに対して京都の魅力**を調査し、「多様で奥深い京都の本質」を追求していきます。

▶ 多様なエリアにおける観光振興、府市連携等による広域周遊の促進

混雑が比較的発生していない市内の**多様なエリアにおける観光体験の創出・磨き上げ**を行います。また、**京都府や滋賀県をはじめ近隣自治体等と共に広域周遊を促進**します。

▶ 高付加価値な観光の推進

京都ならではの特別な観光体験の創出・磨き上げ、高付加価値旅行者への情報発信強化を行い、高付加価値旅行者を誘客するとともに、収益の一部を文化財等の維持・継承に活用する仕組みづくりを促します。

▶ 宿泊観光の促進

市民生活との調和、市民・観光客の安心・安全の確保、多様で魅力ある施設を目指す等の考えを各施設と共有しながら**宿泊観光を促進**します。また、日本の文化を五感で感じることができる**旅館の魅力向上・発信**にも取り組みます。

▶ 修学旅行・教育旅行誘致の強化

全国の修学旅行の動向を把握した上で、**誘致活動の強化**や、SDGs の探究学習、文化体験など**京都ならではの多彩な教育プログラムの充実**、大学・学生や企業等と連携した受入体制の充実に取り組みます。

▶ 多様な滞在の促進等による関係人口の創出・拡大

いわゆる「観光」的な滞在にとどまらず、滞在中にアートからビジネスまで幅広い分野で創作やクリエイティブ活動を行う方の受入体制づくりを進める等、**地域とのつながり・交流のきっかけづくり**を進めます。

▶ 受入環境の整備

公共交通機関の利便性向上や、自転車の利用環境の充実、デジタル化・DX 推進などの利便性向上や混雑緩和、「**京都市認定通訳ガイド**」の**育成・活躍促進**等による**受入体制の更なる充実**を行います。

▶ 戦略的な情報発信

AI 等の先端技術の動向を注視しつつ、観光客のニーズや京都が観光客に伝えたい内容に応じた**きめ細かな情報発信**を行います。また、海外現地メディアや京都ファンのインフルエンサー等、**多様な主体と連携し情報発信を強化**します。特に、外国人観光客に対しては、**国や地域ごとの特性に対応した情報発信を強化**していきます。

▶ 観光関連事業者の持続的な経営の促進、観光関連産業の活性化

事業者のデジタル化・DX 推進や、事業者同士のネットワークづくり、スキルアップ支援等に取り組み、生産性の向上や、従事者の処遇改善、サービスの質の更なる向上を促します。

▶ 従事者の活躍促進

観光関連業界で働くことの魅力の発信や、従事者と大学生・専門学校生、留学生等との交流会等による従事者の確保、育成支援の強化などを通じて、誇りをもって働きたい・働き続けたいと思える環境づくりに取り組みます。

▶ 安心・安全、観光関連産業の危機対応力の向上

平常時の市民・観光客双方の**安心・安全の確保**や、災害発生時の**危機対応力の向上**を図ります。

▶ 観光による環境負荷低減

事業者、観光客による**温室効果ガス排出量削減や食品ロス・プラスチック等のごみの減量・分別に関する啓発、環境負荷の少ない観光体験の創出**などに取り組みます。とりわけ文化遺産や商店街等における**脱炭素転換**を支援します。

「多様で奥深い京都の本質」の追求

受入環境整備、情報発信

関連産業の活性化、従事者の活躍促進

安心・安全、危機対応力向上、環境負荷低減

MICE でつどうプロジェクト

京都はこれまで日本を代表する MICE 都市として実績を重ねてきましたが、**京都の強みを活かした MICE 誘致の強化**を図るだけでなく、**MICE の効果の最大化**を図ることで、**突き抜ける国際 MICE 都市**を目指します。

令和 12 年に向けて目指す値

項目	直近 10 年の最高値	直近の値	目指す値
国際会議開催件数の世界ランキング★ (ICCA 基準)	(R1) 35 位	(R6) 42 位	30 位
国際会議開催件数 (JNTO 基準)	(R1) 383 件	(R6) 215 件	400 件

★ 非常に高い「目指す値」

推進する施策

▶ 市民や学生、研究者、企業等との交流や学びの場の創出等による MICE の効果の最大化

MICE 参加者の滞在の長期化及びリピーター化の促進はもとより、**MICE を契機としたビジネス機会の創出、イノベーション・スタートアップの促進**、学生等の MICE への参加促進による**学術の振興**等を図ります。また、主催者に対して、従来から評価の高い**京都ならではのユニークベニューの活用**や**市民公開講座の開催**等を働きかけます。さらに、**地域貢献プログラムの先進事例の創出**にも取り組んでいきます。

▶ 京都の強みを活かした MICE 誘致の強化

マーケティングの強化や**世界とのネットワーク構築**、**情報発信の強化**、**京都ならではの魅力的なプログラムの開発及び活用促進**、**環境への配慮**や**地域貢献等**の SDGs に資する**サステナブルな MICE の開催支援**など、**誘致活動の強化**を図ります。また、MICE 関連事業者における**人材育成等への支援**や**施設間連携による MICE の受入体制の構築**など、**受入環境整備**に取り組んでいきます。

▶ MICE の認知度向上、MICE の効果の見える化の推進

MICE の意義や効果を、**市民や市内事業者、研究者に対して分かりやすく発信**し、MICE の受入れや参加、誘致・開催への機運醸成を図ります。

推進体制・推進の仕組み

▶ 推進体制

この計画は、京都観光を支える各主体と共有するとともに、それぞれの立場からできることにしっかりと取り組むことで、目指す姿の実現を図ります。また、次のとおり推進体制を強化していきます。

- ・ 関係団体との連携強化
- ・ 国や京都府等との連携強化
- ・ 執行体制等の強化

▶ 推進の仕組み

- ・ データに基づく取組の徹底
- ・ 『「京都観光・MICE 振興計画 2030」マネジメント会議」(仮称)の設置
- ・ 宿泊税等の活用(基金の創設)
- ・ 観光・MICE 政策の分かりやすい発信

京都の魅力を未来に引き継いでいくために

京都のまちは今、担い手の不足や生活様式の変化、環境問題・自然災害の深刻化、外国人観光客の急増など、**かつてないほどの大きな変化の波**にさらされており、**京都の魅力もまた、将来にわたり当然に維持される状況にはありません。**

京都の本質的な魅力とは何か。京都が京都であり続けるために守るべきものは何か。京都のまちのあるべき姿はどのようなものか。この根源的な問いは、すべての政策分野における出発点となるものであり、行政のみならず、観光関連事業者・従事者等、観光客、市民、そして「京都ファン」等の京都に関わる全ての人々と共に、**この問いに真摯に向き合っていく必要があります。**

この計画が目指す姿を実現するとともに、この計画期間を超えて、観光、文化芸術、文化財、伝統産業、環境、景観等の都市計画、交通などのあらゆる政策分野を融合させ、各種課題を解決し、そして、「京都基本構想」に掲げるようなまちであり続けるため、**京都に関わる全ての人々と共に、不断の努力を重ねていきます。**