

歴史都市・京都創生策Ⅱ
＜観光編＞

平成18年11月
京都市

目 次

はじめに	1
第1節 これまでの取組について	2
1 基盤整備	
(1) 京都市観光調査年報の発行	
(2) 京都市観光案内所の設置・運営	
2 魅力ある事業づくり	
(1) 「京の冬の旅」の実施	
(2) 京都・花灯路事業の開催	
(3) 体験型観光の推進	
(4) 伝統産業の日	
(5) 界わい観光の推進	
3 施設整備	
(1) ギオンコーナーの開設等	
(2) 京都伝統産業ふれあい館の開設	
(3) 京ものブランド町家工房事業（京都市伝統産業振興館—四条京町家—の開設）	
4 外国人観光客への対応	
(1) 分かりやすい観光案内標識の整備	
(2) 外客誘致対策の実施	
第2節 京都観光の現状と課題	6
1 入洛観光客数の推移	
2 季節別入洛客の状況	
3 観光消費額	
4 経済波及効果	
5 それぞれの地域・界わいが1つの観光都市に匹敵	
6 京都の町並み景観，伝統文化	
7 入洛観光客が不満を感じている点	
8 京都の外国人観光客	

9 京都観光振興における課題分析

第3節 京都観光の目指すべき目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

- 1 入洛観光客数 5000 万人の実現に向けて
- 2 受入環境整備に向けて
- 3 外客誘致に向けて
- 4 持続可能な観光振興に向けて

第4節 京都創生の実現に向けた京都の取組について・・・・・・・・・・ 12

- 1 入洛観光客数 5000 万人の実現に向けて
 - (1) 「京都おこしやす大学」の開設
 - (2) 京都・花灯路の定着と新風物詩の創出
 - (3) 「冬の旅」等の強化・充実
 - (4) 修学旅行生の維持拡大
 - (5) 産業観光の振興
- 2 受入環境整備に向けて
 - (1) 総合観光案内所の整備
 - (2) まちなか観光案内所（仮称）の設置と観光案内図板等のネットワーク化の推進
 - (3) 観光地における交通対策の更なる推進
 - (4) 魅力ある京都の景観形成の推進
 - (5) 観光関連施設のバリアフリー化の推進
- 3 外客誘致に向けて
 - (1) 海外情報拠点の設置
 - (2) 「国際観光客おこしやすプロジェクト（仮称）」の実施
 - (3) 観光情報多言語化の推進
 - (4) 携帯電話端末等，IT 技術を使った多言語観光情報の提供
 - (5) 国際コンベンションの誘致強化
- 4 持続可能な観光振興に向けて
 - (1) オール京都の体制による観光振興
 - (2) 京都・観光文化検定試験合格者の観光ボランティアへの起用等，市民ガイドの活性化

- (3) 京都観光情報の継続的・効果的な発信
- (4) 人材育成のための観光大学及び学部の設置促進
- (5) 品格ある風土づくりの推進
- (6) 持続可能な財政基盤づくりの推進

第5節 京都創生を実現させるために必要な国家的な取組について・・・17

- 1 観光基本戦略の策定
- 2 京都における最新の観光振興モデルの実施
- 3 伝統文化の積極的な発信と体験機会の提供
- 4 京町家の再生と活用
- 5 観光人材育成の充実
- 6 日本を代表する観光地京都における観光客受入環境整備
- 7 日本を代表する観光地として京都を世界に発信
- 8 観光査証制度の更なる改善

はじめに

京都は、山紫水明の自然景観、1200年を超える悠久の歴史を有し、そこに凝集された華麗で繊細な文化・芸術、今も残る京町家の佇まいや伝統的な生活文化、風習を守り、育んできた都市です。同時に、現在も豊かな創造力により、常に新しい文化を発信し続けています。

我が国の文化を世界に向けて発信し、日本の姿を正しく理解していただくことの重要性が主張される現在、京都ほど、「観光」の有する「国の光を観せる、観る」という意味を体現するのにふさわしい地域はありません。また、京都の有する「光」を、国内外に発信し、多くの人々との交流を深めることが、文化を創造し、相互理解を深め、日本文化の拠点都市としての活力を高める大きな原動力にもなります。

現在、国では「観光立国」をうたい、訪日外国人旅行者の増大を目指した「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を、官民一体となって推進しています。観光立国懇談会の報告書では、「今、なぜ観光立国か」と題して、グローバリズムが促す大交流、高まる文化交流の役割、人間重視の時代などの項目について触れています。また、「国の光を観る」ことがまさに観光の原点であること、住んでよし、訪れてよしの国づくりを進めていくこと、文化の磁力を充実していくことの大切さについて語っています。そして、これらを担う都市として京都は最もふさわしく、京都市が進めている、「京都創生」の取組によって、観光立国の実現に大きく寄与するものと考えています。

平成18年1月、「新京都市観光振興推進計画～ゆとり うるおい 新おこしやすプラン21～」を策定しました。この計画では、地域一つ一つが、他の観光都市1市に匹敵するほどの、他に比類なき魅力を有する京都のまちをじっくり、ゆっくと楽しんでいただく「ゆとりの旅」を「京都からのメッセージ」として国内外に発信するとともに、「500万人観光都市の確かな実現」など5つの宣言を行い、オール京都の体制で取り組む「21の戦略的施策」と「100の推進施策」を掲げています。

観光立国・日本を牽引すべく、現在、これら121の施策について、オール京都の体制で鋭意取り組んでいるところではありますが、日本文化の母なる地である京都が美しい国づくりのシンボルとして、その役割を担うためには、京都だけの取組では十分といえず、国家的見地に立った京都における国の取組、国の支援が必要です。

オール京都体制の取組に加え国家戦略としての取組を推進することにより、たぐいまれなる京都の「光」がより輝き、このことが最終的には歴史都市・京都の創生、更には美しい日本の創生に繋がるものと考えます。

第1節 これまでの取組について

京都は、日本史の主要舞台として、世界的にも稀有な1200年という悠久なる歴史を重ねてきました。そのため京都には、現在もまちの至る所に様々な時代の歴史遺産や文化が重層的に存在しています。これらの文化や歴史は人々を惹きつけ、江戸時代には、滝沢馬琴、司馬江漢らをはじめ数多くの人々が京都を観光に訪れ、当時の観光本である『都名所図会』が大ベストセラーとなるなど、日本を代表する文化・産業・観光の拠点都市として発展してきました。

明治以降、京都では、都市の伝統を持続させつつ、「京都策」と呼ばれる勸業政策や市街地整備を含む総合的な都市政策を進め、近代的観光都市としての姿を構築してきました。昭和3年には京都駅前に市設案内所を設け、昭和5年には全国に先駆けて観光課を新設し、積極的な観光振興の取組を進めた結果、既に昭和11年には観光客数を約911万人と推計する状況となっていました。

第二次世界大戦後、京都市では戦時中に廃止されていた観光課を昭和21年に復活させ、昭和25年には国際文化観光都市の建設を目指した「京都国際文化観光都市建設法」が制定されました。昭和31年には文化財の愛護や旅行者の歓迎等をうたった市民憲章を制定し、昭和23年に約180万人であった入洛観光客数は、昭和32年には戦前の水準に並ぶ約918万人となっています。また昭和36年には、社団法人京都市観光協会を設立し、「京の冬の旅」など数多くの先駆的な取組を進め、京都は日本を代表する国際文化観光都市として、常に日本の観光をリードしてきました。

この京都の観光を更に発展させていくため、近年では平成4年に「21世紀の京都観光ビジョンー京都市観光基本構想ー」、平成10年には世界的な大交流時代の到来、平成22年(2010)年までに予測される外国人旅行者の爆発的増加も見据えた「京都市観光振興基本計画」を策定しています。

その後、平成12年に市長が宣言した「観光客5000万人構想」を受け、平成13年に策定した市政の基本方針を示す「京都市基本計画」において数値目標を明記するとともに、その実行計画として「京都市観光振興推進計画～おこしやすプラン21～」を策定し、積極的に京都が持つ「光」を觀せる取組を進めてきました。そして、平成18年1月には、今後5年間の戦略的な行動計画として「新京都市観光振興推進計画～ゆとりうるおい 新おこしやすプラン21～」を策定し、現在5000万人観光都市・京都の実現に向けて、オール京都体制で京都の観光振興に取り組んでいるところです。

観光とは、文化の創造と発信の契機となるもので、交流を促進し、相互理解を深めるものです。「京都創生」を図るうえで、観光の振興こそ、我が国を代表する京都の文化や景観などを国内外の多くの人々に体感していただくための重要な手法なのであります。京都の魅力に多くの人々が触れることのできる機会の創出という、「光」を觀せるた

めのソフトの開発やハードの整備などの事業のうち主なものを紹介します。

1 基盤整備

(1) 京都市観光調査年報の発行

京都市では、入洛観光客数の調査を戦前から実施しており、昭和33年からは観光客が直接的に消費する観光消費額等の調査を実施するなど、全国に先駆けて詳細な観光客動向調査を実施しています。また、平成16年には、観光消費が与える経済波及効果について、国土交通省が推奨するモデル算定システムを全国で初めて活用し、調査を行いました。

(2) 京都市観光案内所の設置・運営

昭和3年に市設案内所として開設して以来、京都の玄関口である京都駅で、京都観光の総合的な案内所として、幅広く観光客に案内・接遇を行っています。特に平成16年度からは近隣の国際観光振興機構（JNTO）のツーリスト・インフォメーション・センターが閉鎖されたことに伴い、外国語対応職員の増員を図るなど、外国人観光客への対応の充実に努めています。

2 魅力ある事業づくり

(1) 「京の冬の旅」の実施

冬のオフシーズン対策として昭和42年1月に誕生した「京の冬の旅」は、昭和51年1月からは普段は見るできない非公開の文化財の公開を打ち出したほか、茶道をテーマとしたわびコースを増強し、現在に至っています。専門のガイドが文化財の由来や歴史などの解説を行い、多くの人に京都ならではの魅力を伝えています。

(2) 京都・花灯路事業の開催

平成14年度から、通年型観光・宿泊型観光振興のリーディング事業として、京都市、京都府、京都商工会議所、京都仏教会等が中心となって開催しています。京都固有の歴史的文化遺産や町並みなどを日本情緒豊かな陰影のある灯り（行灯）と花でつなぎ、期間中100万人を超える新たな京都の夜の風物詩として定着しつつあります。従来の春の東山地域に加え、平成17年度からは冬に嵯峨・嵐山地域でも開催しています。

(3) 体験型観光の推進

観光の形態が単なる名所・旧跡を訪ねるものから、参加・体験型にシフトして

きており、これまでからも「京の冬の旅」等により体験型観光の推進に取り組んできたところです。平成 17 年度には、京都市、京都府、旅行代理店等で実行組織を立ち上げ、京焼・清水焼の作陶体験、友禅体験、織物体験、和菓子作り体験など 100 以上の参加・体験型プログラムを持つ「新・体感型観光推進事業」を積極的に推進しました。

(4) 伝統産業の日

平成 13 年度に、春分の日を伝統産業の日とし、京都の伝統工芸品の魅力を広く国内外に発信し、多くの市民や観光客が京都の伝統産業及び伝統文化に触れ親しむことができる関連事業を行っています。

(5) 界わい観光の推進

京都は各行政区が一つの観光都市に匹敵するほどの歴史や文化財を有しているため、地域の隠れた文化や歴史など、埋もれている観光資源を発掘し、観光客に紹介するため、区ごとにインターネットホームページの立上げや、観光パンフレットの発行を行うなど、その推進に取り組んでいます。

3 施設整備

(1) ギオンコーナーの開設等

東京オリンピックの開催を契機として、昭和 37 年に、海外からの観光客を対象とした夜間の観光施設として、祇園・花見小路通沿いの弥栄会館内にギオンコーナーを設け、京舞等の古典芸能の紹介や茶道、華道の披露などを行っています。平成 16 年度には、国土交通省の支援を受けて、英語の説明付きで茶道の体験ができる会場を新設しました。

(2) 京都伝統産業ふれあい館の開設

京都の伝統産業の粋を一堂に会し、振興を図る拠点として、平成 8 年、伝統工芸品の展示、解説を行う施設「京都伝統産業ふれあい館」を開設しました。摺型友禅染の体験も可能となっています。

(3) 京ものブランド町家工房事業（京都市伝統産業振興館—四条京町家—の開設）

平成 14 年に開設し、四条通にある京町家を伝統産業の若手・中堅従事者に活動の拠点として提供するとともに、伝統産業従事者と消費者が集い交流する場としています。

4 外国人観光客への対応

(1) 分かりやすい観光案内標識の整備

平成9年度から、観光案内標識の日本語、英語、中国語、ハングルの4箇国語表記の充実に努めています。また、寺院・神社や史跡などには由緒等を記した駒札などを掲示しています。さらに、バスや地下鉄では、英語による案内を行っています。

(2) 外客誘致対策の実施

入洛外国人観光客の主要地域である欧米や東アジア諸国から一層の誘客を図るため、観光関連団体や企業等と連携し、海外ミッション団の派遣や現地旅行エージェント、有力プレス関係者の招請、観光情報誌の発行等に取り組んでいます。

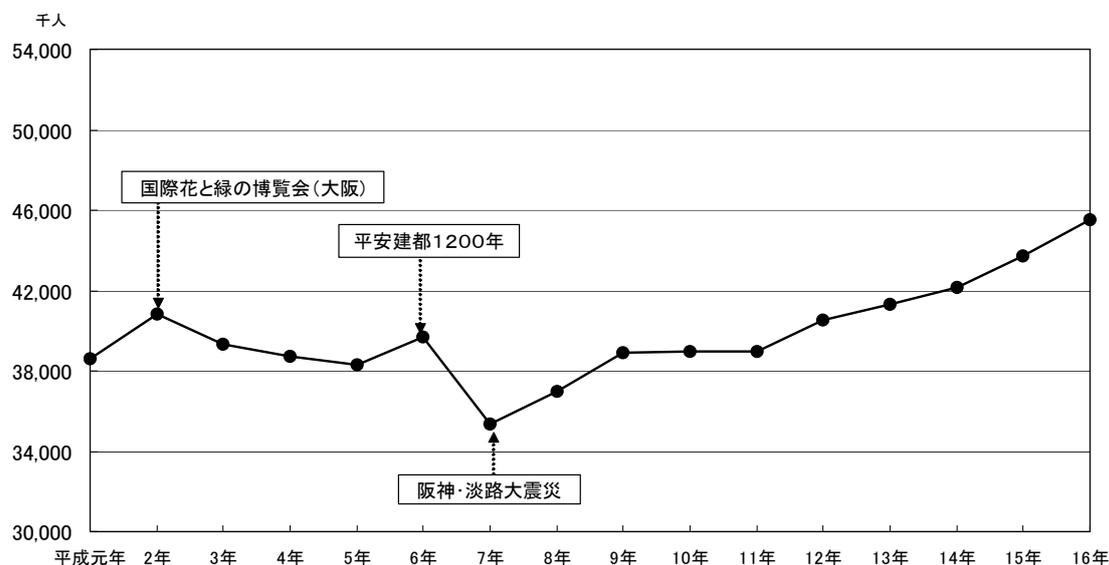
第2節 京都観光の現状と課題

観光振興を図るため様々な取組を積み重ねてきたこともあり、10年連続して入洛観光客数が上昇するなど、日本全体の国内観光が低迷する中で、京都観光は順調に推移してきています。

1 入洛観光客数の推移

入洛観光客数は、平成13年から5年連続で過去最高記録を更新しており、平成17年には4,727万1千人を記録しました。目標とする平成22年(2010年)の5,000万人達成も視野に入ってきたといえます。

入洛観光客数の推移

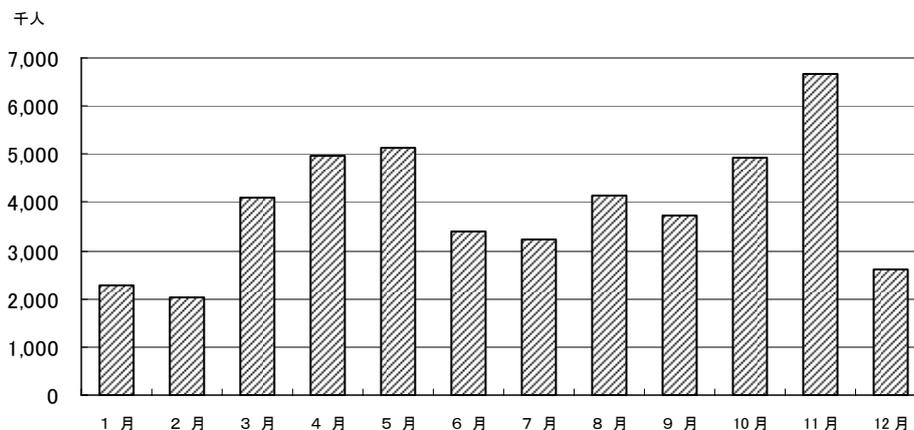


資料：「京都市観光調査年報 平成17年(2005年)」

2 季節別入洛客の状況

京都観光のオンシーズンは、桜の時期である3～4月、ゴールデンウィークがある5月、夏休み期間である7月末から8月、紅葉の時期である10～11月であり、特に春と秋に集中しています。この時期は、宿泊施設の予約が困難になり、交通渋滞が発生するといった課題が生じているのが実情です。

月別観光客数(平成 17 年)



資料：「京都市観光調査年報 平成 17 年（2005 年）」

3 観光消費額

観光消費額を見ますと、平成 17 年の総額は 5,956 億円で、前年比 608 億円（11.4%）増と、2 年連続過去最高を記録しています。また、観光客 1 人当たりの平均消費額は 12,600 円となり、前年比で 857 円（7.3%）増加しました。

4 経済波及効果

平成 16 年、観光客の消費によって京都市域にもたらされた経済波及効果を初めて調査したところ、同年の直接消費額 5,348 億円の 1.89 倍に当たる 1 兆 103 億円に上ることが分かりました。また、これにより生じた雇用者数は、市内の従業者総数の 11.6% に相当する 8 万 1 千人と推計されます。

さらに、観光関連産業により経済波及効果の付加価値の総額は 4,336 億円に上り、これは市内総生産の 7.5% に相当し、京都は国レベル（5.7%）より観光関連産業の占める割合が大きいことが分かります。

5 それぞれの地域・界わいが 1 つの観光都市に匹敵

211 の国宝をはじめ 1,822 にも及ぶ重要文化財が、京都市内全域にわたって広く存在しており、地域に根差す行催事も含め、各行政区が 1 つの観光都市に匹敵するほどの数多くの観光の魅力をもっているのが京都のまちです。

また、京都御所をはじめとする皇室関連の施設や多くの文化財の存在が、今日もなお、「京都」を「京都」として特徴づけています。

6 京都の町並み景観、伝統文化

京都では、京町家などの歴史的な建造物の保全、活用が進められている一方で、近年では都心部におけるマンション開発などによって、従来の歴史・文化を感じる町並み景観が失われていく傾向にあります。また、伝統文化の継承については、担い手不足などの課題が挙げられます。

7 入洛観光客が不満を感じている点

アンケート調査によると、入洛観光客が不満を感じている点としては、「交通」「道路」が最も多く、具体的には、「交通」では、渋滞、路上駐車の高さ、「道路」では、道が狭いこと、一方通行が多いことなどが挙げられています。

8 京都の外国人観光客

京都の宿泊外国人数は、平成 17 年では前年比 34.2%増の 73 万人と、2 年連続で過去最高を記録しています。また、国際観光振興機構（JNTO）の「訪日外国人旅行者調査 2004－2005」による訪日外国人の京都市訪問率は 16.9%であることから、入洛外国人数は 113 万 7 千人と推計されます。

京都は、日本文化への関心が高い欧米等の観光客に人気が高く、日本全体と比較すると、アメリカをはじめ、イギリス、オーストラリア、フランス、ドイツなどからの来訪客が多いといえます。

国・地域別訪日外国人数と京都市の宿泊外国人数(平成 17 年)

<日本全体>

順位	国・地域名	人数(人)	構成比(%)
1	韓国	1,747,171	26.0
2	台湾	1,274,612	18.9
3	アメリカ	822,033	12.2
4	中国	652,820	9.7
5	香港	298,810	4.4
6	イギリス	221,535	3.3
7	オーストラリア	206,179	3.1
8	カナダ	150,012	2.2
9	フィリピン	139,572	2.1
10	タイ	120,238	1.8

アジア	4,627,478	68.8
ヨーロッパ	798,791	11.9
北アメリカ	997,809	14.8
オセアニア	244,894	3.6
その他	58,954	0.9

<京都市>

順位	国・地域名	人数(人)	構成比(%)
1	アメリカ	226,247	31.0
2	台湾	102,176	14.0
3	韓国	54,737	7.5
4	中国	40,141	5.5
5	イギリス	36,492	5.0
6	オーストラリア	32,113	4.4
7	フランス	29,923	4.1
8	ドイツ	27,734	3.8
9	香港	19,705	2.7
10	カナダ	18,976	2.6

アジア	254,000	34.8
ヨーロッパ	171,000	23.4
北アメリカ	254,000	34.8
オセアニア	37,000	5.1
その他	14,000	1.9

9 京都観光振興における課題分析

京都は、1200年の歴史、伝統、文化が今に生き続ける、世界的にもたぐいまれなる都市であり、寺院・神社をはじめ、町並み、景観、伝統的生活文化など、観光客を引き付ける数多くの魅力を有しています。その一方で、多くの観光客が訪れることによる交通渋滞などの課題が生じているのも事実です。

また、少子高齢化の進行や団塊の世代の退職といった市場の変化、国を挙げての観光振興や都市間・地域間競争の激化など、京都観光に影響を及ぼす外的な要因も数多く存在します。

そこで、こうした内的な要因（京都観光の強み・弱み）と外的な要因（京都観光の機会・脅威）を「SWOT分析」という手法を用いて、客観的に分析を行い、以下のように整理しました。

京都観光の強み(Strengths)	京都観光の弱み(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ●1200年の歴史、伝統文化、豊富な文化財 ●山紫水明の自然環境と伝統的町並み ●それぞれの地域・界わいが1つの観光都市に匹敵 ●消費傾向が比較的高い中高年女性に人気 ●人口集積地域からのアクセスの利便性及び近隣における大都市の存在 ●ベンチャー精神にあふれた企業の挑戦 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光客の時期的・場所的な集中 ●観光需要に比して不足気味な観光案内基盤 ●観光客の集中による文化財などの損傷 ●不足気味の夜の観光の魅力 ●都市の規模に比して狭小な道路事情 ●京都観光振興組織・団体が複数存在
京都観光の今後の機会(Opportunities)	京都観光の今後の脅威(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ●国家戦略としての京都創生の実現 ●京都ブームによる観光客の増加 ●団塊の世代の退職に伴う市場の拡大 ●国の観光立国政策「ビジット・ジャパン・キャンペーン」効果による訪日外国人観光客の増加 ●中国の経済発展に伴う海外観光マーケットの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ●京都らしい都市景観の喪失 ●観光関連分野の人材不足 ●交通渋滞などに伴う市民の歓迎意識の低下 ●他の観光地との更なる競争激化 ●風紀の乱れ、厳しい治安情勢 ●大規模災害、テロの発生

第3節 京都観光の目指すべき目標

京都における観光振興の取組や、現状、課題の分析を踏まえ、「新京都市観光振興推進計画」では京都観光の目指すべき姿を、「入洛観光客数 5000 万人の実現に向けて」、「受入環境整備に向けて」、「外客誘致に向けて」及び「持続可能な観光振興に向けて」という4つの分野に分け、明確な目標を設定しています。

1 入洛観光客数 5000 万人の実現に向けて

京都観光の弱みである「観光客の時期的・場所的な集中」が生じている現状を踏まえ、強みである「歴史、伝統文化、豊富な文化財」、「自然環境と伝統的町並み」、「それぞれの地域・界わいが1つの観光都市に匹敵」、「ベンチャー精神にあふれた企業の挑戦」といった魅力を最大限に活かし、今後も期待される「京都ブーム」等を着実に入洛客の増加に結び付けていく必要があります。そのため、「通年型、滞在型、体験型、着地型の観光振興」を中心に、多様なニーズに対応しながら、新たな需要を確実に取り込み、5000万人観光都市の確かな実現を目指します。

具体的には、入洛観光客数、下位6箇月の1,600万人を平成22年(2010年)までに2,000万人に上げ、その結果として、平成22年(2010年)までに入洛観光客数を5000万人にすることを目標とします。

2 受入環境整備に向けて

「観光客の時期的・場所的な集中」による交通渋滞が起きている現状について、環境保全の観点も踏まえ、その改善を図ります。

また、公共交通機関の利用により、観光地での滞在時間が拡大し、ゆとりと観光消費の増加が期待されます。そのため、地球温暖化防止に関する「京都議定書」採択の地として、公共交通機関の利用促進を積極的に推進し、環境にやさしい観光振興、つまりは「脱クルマ観光」を推進します。

また、京都観光の弱みである「観光需要に比して不足気味な観光案内基盤」の改善を図る一方、「交通渋滞などに伴う市民の歓迎意識の低下」、「風紀の乱れ、厳しい治安情勢」、「大規模災害、テロの発生」等にも備えなければなりません。そのため、観光客がいつでも、どこでも、簡単に京都情報を入手できるよう、観光案内について総合的に見直し、安全で安心して観光できるまちづくりを目指すなど、市民にとっても観光客にとっても満足度の高いまちづくりを目指します。

これらを実現することにより、京都の「案内」、「道路」、「交通」に関する感想で、「悪い」と答えた人の割合を、平成22年(2010年)までに平成16年のレベルから、それぞれ2割以上の削減を図ることを目指し、現在、観光客から高い評価を得

ている「風景」,「名所・旧跡」,「文化財」,「自然」に関する感想で,「良い」と答えた人の割合を維持又は増加させることを目標とします。

3 外客誘致に向けて

京都観光の強みである「歴史,伝統文化,豊富な文化財」,「自然環境と伝統的町並み」といった魅力を最大限に活かし,「ビジット・ジャパン・キャンペーン効果による訪日外国人観光客の増加」,「海外観光マーケットの拡大」といった機会を捉え,国の観光立国施策とも強力に連携し,観光立国日本の拠点都市として,外国人観光客誘致を牽引することを目指します。

具体的には,京都を訪れる外国人観光客数を,平成22年(2010年)までに200万人に増加させることを目標とします。

4 持続可能な観光振興に向けて

歴史,伝統,文化,環境,市民生活等に配慮しつつ,市場の変化に対応した観光振興を将来にわたって持続的に行っていくためには,明日の京都観光を担う人材の育成とオール京都による観光振興を推進していくことのできる体制が重要です。

このため,必要な情報を集約し,限られた予算や人材を,より効果的・戦略的に投入し,オール京都の推進体制により観光振興を図ります。

第4節 京都創生の実現に向けた京都の取組について

京都観光の目指すべき姿を実現するため、「新京都市観光振興推進計画」では、21の戦略的施策と100の推進施策を設定しています。観光分野における京都創生の実現のために、まずは京都自らがこれら121の施策を通じた観光振興を行うことが重要となってきます。京都創生を実現するに当たって充実すべき京都の取組として、121の施策のうち、特に重点的に取り組む施策である「戦略的施策」につき、4つの分野に分けて列挙します。

1 入洛観光客数5000万人の実現に向けて

(1) 「京都おこしやす大学」の開設

ユネスコ世界文化遺産をはじめ、京都の優れた魅力である寺院・神社、町家、工房など、京都市内全体をキャンパスに見立て、茶道、華道や能・狂言をはじめとする伝統文化から現代文化にわたる各種の文化や文化遺産、また、西陣織、京焼・清水焼、琵琶湖疏水、先端IT技術などの産業資源等を、楽しみながら学ぶことのできる体験・学習型観光推進事業「京都おこしやす大学」プロジェクトを展開します。

(2) 京都・花灯路の定着と新風物詩の創出

冬季の閑散期対策として毎年100万人を超える来場者実績を持つ「京都・花灯路」を継続的に開催し、21世紀の夜の風物詩として定着を図ります。同時に、夏季の閑散期対策として、「京の七夕」等の京都の歴史や文化に根差した新たな風物詩の創出を図ります。

(3) 「冬の旅」等の強化・充実

「京の夏の旅」、「京の冬の旅」事業を更に充実していくとともに、閑散期に特定の週間や月間を設定し、レストランウィークの開催や、施設、店舗等での利用者割引・特典提供などの多彩なおもてなしの催しを集中的に実施します。

また、観光客の集中する春、秋についても、地域的な集中を分散化させるため、広く京都市内全域で新たな観光資源の発掘、情報発信を図ります。

(4) 修学旅行生の維持拡大

「修学旅行ハンドブック」や「京都で学ぶ日本の歴史と文化」などの学習冊子をPRツールとして積極的に活用するとともに、学校の「総合的な学習の時間」に適合した体験学習プログラムなどの充実を図り、全国の学校訪問等を通じて京

都への修学旅行誘致を推進します。また、京都駅における到着歓迎式の実施や「修学旅行生困りごと相談所」活動等により、安全・安心で楽しい京都の修学旅行環境の更なる充実を図ります。

さらに、海外からの教育旅行や大学・専門学校の研修旅行の誘致にも積極的に取り組みます。

(5) 産業観光の振興

ものづくり都市・京都の特性を踏まえ、伝統産業からベンチャー企業、先端産業まで、また、琵琶湖疏水などの近代化遺産、産業遺産の発掘、活用により、産業観光を推進し、京都観光の新たな魅力の創出を図ります。

2 受入環境整備に向けて

(1) 総合観光案内所の整備

観光客の利便性の向上を図るため、京都駅又は京都駅前周辺におけるオール京都の総合観光案内所について、早期の整備に向けた調査や検討を行います。

(2) まちなか観光案内所（仮称）の設置と観光案内図板等のネットワーク化の推進

民間施設等に協力を求めて、京都市内各地にミニ観光案内所としての「まちなか観光案内所（仮称）」を設置することとし、早期の整備に向けた調査や検討を行います。

併せて、京都市内に約 220 箇所ある観光案内図板のルート化や、地下鉄駅等までの徒歩所要時間を掲載するなど、新規設置も行いながらデザインも統一し、観光案内標識等の京都市内全体でのネットワーク化を進めます。

これらにより、次の目的地までの誘導や交通拠点への案内等、観光客の視点に立った、歩いて楽しむ観光を更に推進します。

(3) 観光地における交通対策の更なる推進

歩いて楽しい観光地の実現を目指し、パーク＆ライド等による自動車流入抑制、路上駐停車の抑制、臨時交通規制、タイムリーな交通情報の提供等、実効ある多彩な対策を弾力的に駆使することにより、TDM（交通需要管理）施策を積極的に推進します。

とりわけ、東山や嵐山等の観光地では、観光客の移動支援や地区内交通の円滑化を目指し、交通対策を実施します。

併せて、JR山陰本線の複線高架化、地下鉄東西線（二条～天神川間）の延伸、観光ルートとなる都市計画道路の整備等により交通基盤の向上を図ります。また、

LRTなど新しい交通システムの導入について、検討を進めます。

(4) 魅力ある京都の景観形成の推進

平成18年度中に「時を超え光り輝く京都の景観づくり構想」(仮称)を策定し、この構想を踏まえ、魅力ある京都の景観形成を推進します。

また、京都を訪れた方が、京都そのものが持つ魅力を感じられるように、観光の視点から、

ア 宗教都市としての景観

イ 伝統産業のまちの景観(着物の似合うまち)

ウ 生活・文化(暮らし)の景観

エ 日本人の心のふるさとの景観

の要素を活かしていきます。

(5) 観光関連施設のバリアフリー化の推進

みやこユニバーサルデザインの考え方の下、公共建築物、公共交通機関、道路や歩道、公園、観光関連施設のバリアフリー化を更に推進するとともに、観光案内標識の多言語化や、誰もが利用しやすい公衆トイレの整備、既存公衆トイレの改修による利便性の向上に加え、地域における民間トイレの一般開放に向けた取組等を行い、「歩くまち・京都」における環境整備を推進します。

3 外客誘致に向けて

(1) 海外情報拠点の設置

旅行代理店等を活用して設置した海外情報拠点を活用し、京都の観光情報を現地の旅行関係者や市民に発信します。また、現地の旅行ニーズの把握などのマーケティングについても、きめ細かく行い、更なる誘客につなげます。

(2) 「国際観光客おこしやすプロジェクト(仮称)」の実施

外国人観光客誘致活動の重点市場や戦略を定めたうえで、「国際観光客おこしやす都市宣言(仮称)」の実施、ミッション団の派遣、現地旅行会社やメディアの招請、ウェブサイト等による観光情報提供、キャッチコピーやロゴの策定などを、市民、行政、事業者が一体的、総合的に行う外国人観光客誘致キャンペーン「国際観光客おこしやすプロジェクト(仮称)」を実施します。

また、日本を代表する国際観光都市として、国レベルでも京都を外国人観光客誘致の重点的な戦略拠点として設定してもらうよう、国や関係団体に積極的に働きかけを行います。

(3) 観光情報多言語化の推進

外国人観光客が言葉の壁を感じずに京都観光を楽しむことができるよう、案内標識や観光地図、飲食店でのメニューなどの多言語化を推進し、外国人観光客を温かくもてなす仕組みづくりを行います。

飲食店でのメニューの多言語化については、平成 22 年（2010 年）までに 500 箇所以上での実現を目指します。

(4) 携帯電話端末等、IT 技術を使った多言語観光情報の提供

携帯電話から多言語で観光情報、経路案内、日常会話支援などが受けられる案内システム等を構築し、外国人観光客が言葉の壁を意識せずに快適に一人歩きを楽しめる環境を整備します。

(5) 国際コンベンションの誘致強化

国際会議受入れのインフラ整備の推進及び京都文化交流コンベンションビューローの組織強化を図り、国際コンベンションや見本市の誘致活動を、京都迎賓館も活用して積極的に行います。国際会議開催件数については、平成 16 年の 224 件を、平成 22 年（2010 年）までに 250 件へ増加させることを目指します。

また、オール京都の体制で、関西の各団体とも密接に連携を取りながら、「2007 年アジア開発銀行（ADB）年次総会」の開催支援や、「2008 年サミット（主要国首脳会議）」の京都開催を目指します。

4 持続可能な観光振興に向けて

(1) オール京都の体制による観光振興

必要な情報を集約し、限られた予算、人材をより効果的・戦略的に投入するため、京都市、京都府、京都商工会議所、(社)京都府観光連盟、(社)京都市観光協会の 5 団体により組織する「京都観光振興会議」において、恒常的に情報交換と協議を行い、オール京都の立場から京都観光を振興します。

(2) 京都・観光文化検定試験合格者の観光ボランティアへの起用など、市民ガイドの活性化

京都・観光文化検定試験合格者を対象に、研修等を通じて観光ボランティアの育成を図り、観光案内所や祭事、観光イベント等への派遣を行います。登録者数については、平成 22 年（2010 年）までに 100 名を目指します。

また、京都市内の小・中学校をはじめ、一般市民について、啓発や研修等を実施することにより、市民の誰もが簡単な道案内や観光案内を行うことができるよ

う、「おもてなし」のまちづくりを推進します。

(3) 京都観光情報の継続的・効果的な発信

新聞・テレビ・出版などのマスメディアに加え、インターネットを活用した新しいメディアや映画、音楽など、国内外の多様な情報メディアに対し、常に新しい情報を提供し、かつ継続的に発信していきます。

(4) 人材育成のための観光大学及び学部の設置促進

明日の京都観光を担う人材の育成及び観光従事者の再教育を行うために、観光関連の大学・大学院又は観光関連学部の設置を促します。具体的には、行政をはじめとする関係団体から観光関連講座の提供を行うことで、平成 22 年（2010 年）までにその実現を図ります。

(5) 品格ある風土づくりの推進

「日本人の心のふるさと」として、市民自らが京都に誇りを持ち、いきいきと暮らせる品格のある風土づくり、犯罪等の起こらない環境づくり（自主的な防犯活動や犯罪等の発生しにくい道路・施設等の整備管理等）を推進し、日本人すべての誇りとなるような京都づくりを目指します。

(6) 持続可能な財政基盤づくりの推進

京都の観光振興を、財政的にも持続的なものとし、京都創生を推進する観点から、オール京都で観光振興の協賛金づくりの仕組みの構築を行います。

第5節 京都創生を実現させるために必要な国家的な取組について

京都市では、「新京都市観光振興推進計画」で掲げている121の施策を進めることにより、京都自らの取組として京都創生の実現を目指します。

一方、観光立国・日本の実現のためには、各地域独自の取組だけでなく、地域相互の連携や、国と地域の連携、産学公が連携した取組、また国独自の取組が必要となってきます。日本の歴史都市・京都の創生についても、グローバリズムの進展により世界の画一化に向けた流れが加速する中、京都だけの取組では十分といえず、国自らの取組や、国による支援など国家的な取組が必要不可欠となります。観光分野において、京都創生を実現させるために必要な国家的な取組として、以下の項目が挙げられます。

1 観光基本戦略の策定

観光産業は21世紀の成長産業として、世界各国が注目しており、各観光地間において熾烈な競争が繰り広げられています。今後、観光立国の実現に向け、日本の観光地が国際競争力を保持するためには、観光地の均衡ある発展を促すだけでなく、意欲と実力のある地域を伸ばす戦略をとっていく必要があります。そうでなければ、この競争を勝ち抜くことはできません。特に外国人観光客誘致に関しては、それぞれの市場の特性に応じて、伝統文化、先端産業など日本の強みをアピールしていくことが有効であると考えられます。そこで、日本を代表する国際観光地である京都をはじめ、観光資源が豊富で観光立国日本の強みを発揮できる地域を更に伸ばす戦略を採る旨を、観光立国政策の基本理念として明示すべきです。

こうした基本戦略に基づき、国として外国人観光客誘致に関して重点的・集中的に施策を実施する特定地域を設定し、観光分野における日本の国際競争力を向上させる必要があるものと考えます。

2 京都における最新の観光振興モデルの実施

観光立国政策を推進するために、日本の観光地は、先進的な観光振興モデルを鋭意取り込み、急速な市場の変化に対応していく必要があります。その先進モデルを実施する場所として、日本を代表する観光地である京都が先行して取り組み、その事例を全国に広めていくことが、効果的かつ影響力があると考えます。地域に偏ることなく世界中から外国人観光客の来訪がある京都においてこそ、国籍別ヒアリング調査等を通じ、詳細な取組の反響把握が可能となるわけです。

そこで、体験型・着地型の観光プログラムの造成や、民間活力の観光振興への導入、観光統計の整備、交通需要管理と連携した観光振興、観光関連産業の競争力強化策等、最新の観光振興モデルを京都で実施すべきと考えます。

3 伝統文化の積極的な発信と体験機会の提供

日本の歴史、伝統、文化については、これを保護するだけでなく、積極的に活用・発信してこそ、その維持と発展が図れるものであります。現在、京都では、ギオンコーナーや体験・学習型観光推進事業「京都おこしやす大学」での旅行商品などを通じて、日本の歴史、伝統、文化を楽しみながら学ぶ体験型の観光プログラムが提供されていますが、これを更に充実していく必要があります。そこで、国においても、花街文化や伝統工芸等、京都の有する我が国を代表する資源を、より多くの人々に向けて発信するために、ギオンコーナーでの受入プログラムの充実や、花街文化の情報発信、茶道等多くの文化に触れられる文化学習体験プログラムの提供への支援等を行っていくべきです。

また、「新京都市観光振興推進計画」においても、修学旅行生への体験学習プログラムの提供を掲げていますが、日本の文化を学び、親しむうえで、学生への伝統文化の教育は非常に重要な課題であるため、学習プログラムという観点に立って更なる充実を進めていく必要があります。

4 京町家の再生と活用

京都には、老朽化による建て替え等により年々減少しているとはいえ、平成 10 年度の調査結果では、都心部で約 2 万 8 千軒もの京町家が見られました。これらの町家は、建築技法を含め、京都市民が長い歴史をかけて培ってきた日本の知恵、生活文化の結晶であり、地域コミュニティーや市民生活に支えられ、今に息づいています。「暮らしの文化を観せる」という観光の視点からも、こうした京町家の存在は重要であり、京町家を再生し、活用を図るための取組を支援、推進することが必要です。

5 観光人材育成の充実

観光立国政策を今後も継続的に行い、世界的規模の観光誘致競争に対峙していくためには、観光振興の実務と知識を併せ持った人材の育成が鍵となってきます。日本の観光拠点である京都においては、観光振興の実務に長けた人材が多数存在しており、また観光の知識を得るうえでも、多くの観光資源やビジネスが身近に存在し、観光人材を育成するうえで非常に望ましい環境にあると考えられます。そこで、「大学のまち」である京都市内の大学に財政的及び人的資源を集中的に投入し、観光学教育の推進体制を整備するとともに、大学と観光関連産業との連携を強化させることにより、観光関連学部・大学の設立を支援、促進し、観光立国日本の将来を担う人材の育成を推進すべきと考えます。

6 日本を代表する観光地京都における観光客受入環境整備

観光立国日本の拠点都市としての京都に関しては、外国人観光客の誘致の視点から、十分な受入環境の整備を国家的な見地から行う必要があります。京都で受ける印象が日本の精神や伝統文化に対する評価に結び付くことを考えると、京都における観光客の受入環境整備は、早急に取り組まねばならない課題です。

特に、外国人観光客が国際観光都市である京都を起点に、日本全国へ観光に出かけることを考慮すると、京都駅や京都観光の拠点となる地域における観光案内の充実は、日本全体の観光振興にも繋がるものといえます。そこで、京都観光の拠点となる京都駅における観光案内機能の充実を図るとともに、まちなかにおける観光案内機能を強化し、インターネットや観光パンフレットなどによる観光情報の発信も十分に行っていくべきです。

また、東山、嵐山、伏見など京都観光の拠点となる地域における観光案内標識の整備や、まちなかにおける観光案内機能の強化、両替やATMの利便向上、更には世界文化遺産周辺地域等における無電柱化、地下鉄やLR T、道路等の交通基盤の整備等ハード整備も含め、観光客の受入環境整備を継続的に支援、推進すべきです。

7 日本を代表する観光地として京都を世界に発信

観光立国の実現のためには、日本が持つ独自の魅力や、具体的な旅行商品等を海外の消費者や旅行会社、メディア等に発信していく必要があります。京都は山紫水明の自然と歴史的な町並み、個性ある伝統文化を継承し、訪日外国人旅行者の訪問先の上位を占めるなど、観光立国日本の拠点都市として、日本独自の魅力で外国人観光客を惹きつけてきました。そこで、海外における観光の情報の発信について、京都を重点的に取り上げることを明確にしたうえで、京都観光に関する集中宣伝期間を設け、大使館や民間事業者を通じた観光情報の提供、更に京都自らの取組に対する支援を強化すべきと考えます。

8 観光査証制度の更なる改善

短期滞在査証に関しては、アメリカ・イギリス・フランス・ドイツ・香港・台湾・韓国等に対し、恒久的に相互に免除することとされていますが、中国については、団体観光査証の発給対象地域が全土に拡大されたことに伴い、審査の厳格化が観光客歓迎の観点から一部問題となっているように思われます。そこで、不法入国者や不法滞在者などの問題も見極めつつ、観光客の利便促進に資するような観光査証制度の改善を更に進める必要があります。