

第1回次期京都市観光振興推進計画策定委員会 摘録

1 日時

平成21年6月29日（月）午前10時～12時30分

2 場所

平安神宮会館「栖鳳殿」

3 出席者

（ 委 員 ） 石森委員長，橋爪副委員長，田中副委員長，八木副委員長，
（代）浅井委員，麻生委員，荒木委員，太田委員，柏原委員，神谷委員，
川本委員，菊地委員，工藤委員，桑原委員，孔委員，小林委員，
小桃委員，後藤委員，ステファン・バルベリ委員，三木委員，
高橋英一委員，高橋幸成委員，十倉委員，富本委員，西村委員，
平井委員，平岩委員，福永委員，湊委員，南委員
ミュリエル・バルベリ委員（33名中31名出席（代理出席を含む。））

（京都観光振興会議）永井京都市産業局観光政策監

有馬京都府商工労働観光部観光政策監

（代）本部（社）京都市観光協会事務局長

井上（社）京都府観光連盟専務理事

（代）金井京都商工会議所産業振興部次長

（ 京 都 市 ） 門川市長

（ 事 務 局 ） 京都市産業観光局 北村観光企画課長，柴田観光振興課長，
柿沼観光振興課担当課長

4 内容

議事に先立ち，門川京都市長より挨拶を行うとともに，石森委員長から挨拶が行われた。

（1）協議

次期計画策定の趣旨，現計画の進捗状況，委員会の進め方及び京都観光の現状と課題，目指すべき方向性について，事務局から資料に基づき説明を行った後，京都観光の振興に関して意見交換が行われた。

（2）概要（欠席委員2名からの提出意見を含む。）

○ 総論

- ・ 京都の発想は「おこしやす」という受け身ではなく，「京都から世界に出ていくこと」。京都の文化を世界に発信するという基本的姿勢で真の国際交流を促す国際的観点を持った観光政策を策定すべき。
- ・ 「京都は有名な都市ではない」という前提に立つのか，「京都の文化は世界に冠たるものである」ということを世界に認められている」という前提に立つのか。京都はまだまだ努力不足。京都を世界中の人に知ってもらうという前提が必要ではないか。
- ・ 入浴観光客数5000万人を達成した次は，来訪者の滞在日数・来訪回数を増やしていくべき。
- ・ 京都が観光によって潤う，経済的な果実をもっと大きくできるという観点が必要。今よりももう少しアッパーの集客が必要ではないか。

- ・ 産業としての観光を考えれば、事業として個々の方々が構造転換をしながらもその利益を享受するという実感を持てるような長期計画にすべき。
- ・ 国際的に観光における大競争時代を迎えているということを底流として意識し、検討すべき。日本の観光地で勝てるのは京都しかない。
- ・ 環境共生型のイメージは世界中で重視されている。
- ・ 「質」を目指すなら、満足度調査など、新しい指標をつくり、経年変化を押さえることが必要である。
- ・ 40歳代以下の若年層の掘り起しをどう図るかがカギである。
- ・ 将来のファンづくりという点で、修学旅行も非常に大切である。

○ 市民に関する事項

- ・ 京都市民自身が京都を知っていくという視点が必要である。
- ・ 京都を預からせていただいているという感覚が大事。また、観光振興が京都市民に直接還元される（英語教育が受けられる、海外の文化を学ぶことができるなど）システムをつくるべき。
- ・ 京都の魅力は「人」である。京都であるからこそできるおもてなしは、長い歴史の中で人がつながってきたことにある。観光業界だけでなく、市民についても、自分の文化を紹介して、人にも思いやりを持つことができる人を育成することが必要である。
- ・ 京都の町は誰のものかを意識して「誇りは高く、敷居は低く」受け入れていくべき。
- ・ 市民が観光客におもてなしをすることで京都のイメージを向上させていくというおもなしに力を入れていきたい。
- ・ 京都市民も一緒にオール京都で取り組んでいくことが必要。自分たちのまちに誇りを感じ、自慢のまちに来てくれる人を気持ちよく迎えることができるよう、小学校での観光教育も大切。
- ・ 市民レベルの受け入れ状況の検証について議論していくべき。

○ 財政基盤

- ・ 持続可能な財源基盤づくりが必要。観光客からファンドのようなものとして一人百円積み立て、自動車の流入抑制による経済的な損害に補填するという仕組みが必要ではないか。

○ 観光資源

- ・ 京都人とのコミュニケーション・交流も観光資源として考えられる。
- ・ 長期観光の楽しさをアピールするため、冬のイベント（能など）が必要。
- ・ 後継者の育成など伝統工芸・産業を継承していくことが京都の重要な役割である。
- ・ 近代を転換させた疏水等の産業観光というようなものに焦点を当ててみてはどうか。
- ・ 夏はイベントがなく、夏の暑さを吹き飛ばすようなイベントがほしい。
- ・ 京都は先端技術を担う工業都市でもあり、観光都市でもあるという二面性をもっている。寺や神社だけが魅力でなく、古い文化もあるけど新しい文化も勉強できる。
- ・ 既存の資源に一步踏み込んで、何らかの付加価値をつける、コーディネートすることが重要である。
- ・ 春秋のピークはいっぱいなので閑散期の対策が必要。夏の旅、冬の旅で、解説の方がついていろいろお話してくれるのは来てよかったと思うきっかけになる。

- ・ 大学生・留学生が憧れ、京都の歴史や知を身につけることが京都の正しい情報を世界に発信していくことにつながる。大学生の町であった京都の復権を目指していただきたい。
- ・ 地元の資源や活力を活かし、昔からあるものを再発見して、京都の魅力を最大限活用することが大切。

○ 受入環境

- ・ 発展途上国からの旅行者や若手研究員が2, 3週間滞在できる格安な宿を考える必要がある,
- ・ 景観の悪化につながる要因（電線, アンテナなど）やゴミ, 騒音, 排気ガスについて考慮すべき。
- ・ 若者が長期滞在できる場所がない。若者にはポテンシャルがかなりあるが、受入れ側がついていない状況がある。
- ・ トイレや水など目に見えない下支えを公がやっているまちには底力がある。
- ・ 滞在型の施設, 宿泊施設が少なく, 若者・訪日外国人旅行者等を受け入れられる施設（イベント会場, スポーツ施設）がないことが問題である。
- ・ 公共交通が便利でも, 車で来る人は車で来る。クルマから他の交通手段への転換（モーダルシフト）に向けた取組（モビリティ・マネジメント）を進めることが肝要。
- ・ 可能なら, 自動車の流入抑制を行なうことが望ましい。

○ 訪日外国人旅行者の誘致

- ・ アジアからの来訪者は少ないが, アジア層も京都には興味をもっている。中国の富裕層をリピーターとして獲得していただきたい。
- ・ 広域連携においては, 瀬戸内海との連携を視野に入れていただきたい。
- ・ 訪日外国人と京都市民との交流の場を設けるなど着地型旅行商品の導入を検討すべき。
- ・ 外国人の問題はいい意味だけでなく, 文化的な摩擦など悪い意味でも京都の町にとってかなりのインパクトを与えらると思うので, 覚悟しながら過ごさないといけない。

○ 海外への情報発信

- ・ 独立行政法人国際観光推進機構の海外事務所（全世界13か所）を活用すべき。
- ・ 日本語ができない外国人客が訪れても楽しく京都観光できるという点をアピールすべき。
- ・ 日本語をそのまま他言語に翻訳するのではなく, ターゲット別にプロモーションを工夫し魅力の紹介の仕方を抑えていくことが必要である。
- ・ どの国に対してどういう戦略をもって京都の魅力を伝えていくかが大事。
- ・ 日本料理や京料理に対する評価が高まっているなかで, ミシュラン京都が発売される。今後は世界中から予約が入ることになるだろう。京料理を通じて, 世界中に京都の文化を発信していきたい。

○ コンベンションに関する事項

- ・ 国際会議場がもう少し充実していないと海外のお客様を迎えるには難しい。会場も宿泊施設も中長期的にはやはり設備として持っていないとこれ以上の発展は難しい。
- ・ 観光以外のビジネス関係のお客様を, 会議を兼ねて集客するという都市になりうるのかという点, ハード面のインフラが極めて貧弱であるため, 意識的に充実しなければならない。