

## 「京都観光振興計画2020」マネジメント会議 概要

### 1 日時

平成28年3月29日（火）午前10時～午前11時30分

### 2 場所

職員会館かもがわ 第1多目的室

### 3 出席者

（委 員）橋爪委員長，田中副委員長，平井委員，内田委員，中村委員  
（京都市）糟谷観光政策監  
高畑観光 MICE 推進室長  
三重野 MICE 戦略推進担当部長  
牧澤計画推進係長，中尾担当

### 4 各委員からの主な意見

- 各施策・事業を進めていくうえでは、PDCA を行いながら、改善を図っていくことが重要である。計画に掲げられている事業の着手率は非常に高く、これはオール京都体制が反映されていることの表れである。

観光は満足度の低下によるリピーター減少が最も怖い。このため、国内のリピーターを確保する必要があるが、現状外国人観光客に目が向いている。

また、観光施策には財源が必要であるため、性別や年代、出発地等の属性別で対策を行い、京都にお越しいただくことができるよう、財源の確保策についても検討すべきである。

- もったいないと感じるのは、文化系のイベントと観光が連動していないことである。市民向けの文化イベントでも少し内容を変えれば観光客向けにもなる。日本人にも外国人にも、市内外の方を問わず京都の良さを知っていただきたい。市内外、日本人・外国人で線引きをせず、施策を推進していただきたい。

- イベントについては、発信される周知内容が日本人向けのものしかなく、外国語版があればより良いものになる。最近の外国人観光客は日本人の生活に触れ、ともに楽しみたいと思っておられる方が多いため、イベント等の活用は必要である。

観光客は増加しているが、観光業に携わる人材の質と量が全く足りていない現状がある。新しい人材を雇用するも続かず、また、観光業は労働だけでなく、忍耐力やおもてなしの心、知識、教養等、中身を磨く必要があるが、人材育成が間に合っていない。

京都市認定ガイドには555名の応募があったとのことだが、こういった京都や文化に興味を持ち、観光客の役に立ちたいと思われる方と民間企業のマッチングができればよい。

- 全国的に見ると、国内旅行は微減している。観光経済の効果を地域が実感できていないことや人材不足はおもてなしの低下に直結しており、非常に大きな課題である。

市が実施する事業は多いが、質的に満足できるものであったのか検証する必要がある。

京都は「食」の情報量が多すぎるため、観光客は適切なお店選びができない。レストランウィンタースペシャルのような事業を発展させ、ターゲットを変え、外国人や若者、市外の方へ魅力を紹介することも必要ではないか。

また、京都市版 DMO の構築については、観光協会や商工会議所、行政の役割を明確にし、どういったかたちであれば、それぞれが連携しながら、最大限に力を発揮できるのかを考えることが重要である。

- 定例的に開催しているイベントも多い。ぜひ企画段階から連携してほしい。

昔から実施され、今でも続くイベントは観光要素が含まれているものが多く、クオリティが高い。

知恵を出し合い、クオリティを高めれば、文化と観光が更に融合する。

- イベントはあくまで手段であり、達成したいことがぶれてはいけない。京都の観光やブランド力の向上が目的である。

従来のイベントは閑散期対策の面があったが、観光客数が年間を通じて平準化された今、目的を見直す必要がある。

また、イベントには主催側にもインセンティブが必要であるため、国際会議補助だけでなく、民間のイベントにも使えるものも必要かもしれない。

文化観光と観光文化、観光産業と産業観光振興、どれも重要である。文化観光を振興しながら、市民は観光文化を担わなければならない。また、観光客に対する市民の受け入れ機運も維持する必要がある。