

第6回「京都観光振興計画2020」マネジメント会議内容について

1 日 時

平成30年1月19日（金）午前10時半～正午

2 場 所

京都府旅館会館7階会議室

3 出席者

（委 員）橋爪委員長，田中副委員長，平井委員，高橋委員，花室委員
（京 都 市 ）糟谷観光政策監
横井観光 MICE 推進室長
福原 MICE 戦略推進担当部長
牧澤課長補佐

4 各委員からの主な意見

(1) 京都観光の状況について

- 自画自賛だが、我々は他都市よりも一歩先んじて量より質を重視してきた。消費額に早くから着目し、計画に観光消費額の目標を掲げ、その目標も前倒しで達成したが、当時想定していなかった課題が発生している。

今後も他都市より先んじて取り組んでいくために、観光をマネジメントする3つの視点が重要と考える。1つ目は、「オーバーツーリズム」が騒がれている昨今、観光と市民との間に生じた課題解決である。バルセロナでは、エリアに応じて規制と緩和をうまく組み合わせている。

2つ目は、観光，文化，経済を三位一体で捉え、新しい魅力をつくっていくことが重要である。

3つ目は、2020年のその先を意識していくことが重要で、大阪では「大阪万博2025」に向けた動きが盛んになるなど、ポスト2020を見据えて議論していく必要がある。

- 現在、計画策定当時には想定していなかった、成果を出したゆえの課題が生じている。現在は好調な数値も中長期的にみればマイナス方向に動く可能性がある。そのためにはそれぞれの課題に個別に対応しているだけではなく、ビジョンが必要である。

改めて観光振興計画を通じて何を目指していくのか、どういうまちづくり、京都の未来像を描くのかを考えていく必要がある。京都のブランド資産、企業でいうところのブランド・エクイティを定義し、これからは都市間競争が増すので、いかに都市格を高め、その中で観光振興を進めていくのが重要である。

都市格を守るためには原点に立ち返り、「世界文化自由都市宣言」の中にある精神や戦災を受けなかった文化観光都市として、文化芸術を大切に育みながら創生すること、

歴史を振り返り未来につなげることといった、検証と創生が重要である。

- 京都市では様々な施策が展開されてきたが、それらの施策が成果に結びついているというのは共通認識であろう。日本全体の観光がよかったから京都もよかったというのではなく、数々のプロジェクトが実を結んだからである。平成28年の京都市の外国人宿泊客数は2万人しか増えていない。違法民泊などの出てきていない数字もあると思う。数を追い求めているわけではないので、消費単価がどうなっているかをしっかり見ておかなければいけない。

観光客が増えて消費単価が上がってきているが、観光業界の従業員の賃金水準や社内研修の充実など、観光業界にどれだけ反映されているのかが疑問である。サービスを上げていくためには担い手育成の観点が必要であると感じる。

- 市内事業者には、景況感の違いもあり、好況を感じている事業者と、そうでない事業者が混在している。最近、Instagramに写真があがっていた店舗をパートナーに選ぶというような声を聞く。ITやSNSをうまく取り込んでいる事業者とそうでない自業者との差も激しいと感じている。
- 旅館業界からは苦戦しているとの話を聞くが、改革に成功しているところとそうでないところがある。旅館の魅力を発信する際には、観光客が事前に手に入れる情報と実際に体験することのずれがないようにしないといけない。

観光客が自分の好みに合わせた旅ができるようないろんな種類のコンテンツを選べる多様な品揃えが重要である。

- 施策を多く打ち、積極的な取組は非常に好ましい。観光客が予想以上に増えているが、即座に対応していると感じる。真の観光都市になるためには、更なる施策の充実が必要だと感じる。

観光客が来ていて、伝統文化等へのニーズが高いにもかかわらず、接点が少ない。伝統文化に携わっている人と関心がある人が出会える仕組みづくりが必要ではないかと思う。また、観光客と市民との間に壁がある。お互いに交流・理解する場を作り、ほんまものの京都を伝えていくような観光地となるべきである。

(2) 今後の取組方針について

- 量を増やしていくことを抑え、質を高めていくことに特化していくべきである。インバウンド施策の推進も良いが、交通やトイレ、混雑など受入の部分でキャパシティを上回り、市民が負担に感じているところがあるのではないかと思う。

京都にお越しになる方々一人一人に魅力を分かってもらうことが大事であり、呼び込む施策よりも魅力を理解していただく施策が重要である。

また、おもてなしや満足度の向上のために、観光客と市民の壁を取り払うための交流の場を提供していく必要があると思う。地域間の交流など新たなコミュニケーションが出会いにつながり、それが満足度の向上につながると感じる。

○ 担い手不足を実感している。最近では、時給1,000円でも人が集まらない時代になってきた。観光・サービス業は年中無休でないと観光事業ができないので、定休日を設けるのも難しいが、労働時間や勤務環境を改善しないと優秀な人材が集まってこない。

○ 「住んでよし・訪れてよし」の柱については、観光客にも市民も全員が快適に過ごせるのは良いことである。しかし、未だに不便に感じるのは、バスの路線が分かりにくいこと。乗継がうまくできるような案内やバス路線の見直しが必要ではないか。

○ じゃらんリサーチセンターの調査では、コト消費である体験費用の割合が増加傾向である。しかし、伝統文化や伝統工芸の店舗では外資系や他都市からの新規参入も多く、利用金額も安価で、安い素材を使って提供する傾向があり、ほんまものの体験になっているのかどうか不明なものもある。消費単価を上げていくには良いものを良いものとして伝えることが重要であり、地域全体で取り組む必要があると思う。

京都の奥深さや憧れを増やしていくようなきっかけとなる伝統文化や伝統産業に触れる入口を考えないといけない。

○ 市民生活と観光の調和を考えるうえで、市民生活実感調査を用いることは非常に有効である。質問文には「観光都市」ではなく、「国際文化観光都市」という言葉にそろえる方が望ましいのではないか。

○ 課題を踏まえて5つの軸で追加・充実施策を打ち出すという枠組みは良いと思う。具体的な部分では、例えば、混雑緩和について、どの観点から混雑をマネジメントするのか、もう少し具体的にしていきたい。

○ 担い手不足の解消について、観光産業の生産性向上は、国の働き方改革の推進にも関係するが、観光産業は労働集約型であり、限られた時間の中で、いかに売上げを上げるのか、いかにサービス向上を行うのかなど、大学と連携し科学的に改善を図り、研究結果を還元していくことが有効ではないか。

○ 「持続可能な国際観光文化都市」を目指すとしているが、持続可能とは、多義的な言葉であり、環境面、経済面、また担い手育成や伝統産業も含めるのかなど人々によって解釈が様々である。どういう観点で持続可能なかを議論して定義付けていくべきだと思う。また、新規・充実の施策が挙げられているが、持続可能を目指すものとそうでないものとが混在しているので、整理する必要がある。

○ 京都観光の方向性を示す中で、京都市独自の施策もあるが、官民連携も意識していただきたい。例えば、「京の食文化」については、昨年、文化芸術振興基本法が改められ、生活文化の例示に「食文化」が追加され、今後も注目されていくはずである。食をはじめとした文化と観光の連携も重要である。

○ 「働き方改革」の観点では、今回の案として示された方向性において、担い手の育成及び確保が柱立てになっていないので、方向性として示していくべきだと思う。

IoTやデジタル化も重要であり、スマートシティの先進都市バルセロナでは、入場施設の事前予約制などチケット販売のシステムが非常に整備されており、技術開発が進んでいる。観光地における駐車場の空き状況がスマートフォンで分かるようになっている。京都も技術革新を積極的に行っていき、次世代型観光に向けて京都モデルを作っていければと思う。

- 簡単に京都の深いところまでいけるのではなく、なかなか近づけないから魅力が増すといった部分もあるので、季節限定や少し上乗せしてお金を払った人にはより付加価値を与えるなど京都の奥深さ、ほんまもんを体験できるようなプログラムを徐々に増やしていったほしい。

京都市の施策では、次世代を担う子供たちに観光や文化的な教育をしているので、京都の本質を分かってもらえるような教育を引き続き行っていただきたい。