

京都市観光振興審議会 部会

議事録

- 1 日 時 令和2年11月2日（月）15時～17時
- 2 会 場 京都経済センター 7-A 会議室
- 3 出席者 別紙名簿参照
- 4 内 容（各委員からの主な意見等）

【1 策定の目的・趣旨， 2 京都観光を取り巻く状況， 3 京都が目指すべきまちづくりと観光】

（橋爪顧問）

- ワーキンググループの議論やヒアリングをよくまとめていただいた資料になっている。

改めて申し上げたいのは、京都市の観光振興の立案は、京都市のことだけを考えるのではなく、オール京都、すなわち産官学及び市民も含めた連携で、なすべき事業や方策を志高く論じていきたいということ。「京都観光」という言葉が非常に重要であるということを以前申し上げた。資料1-2で「京都が目指すべき」となっており、「京都市」ではないことが重要である。
- 様々な市民とともに京都の観光都市の在り方を創り上げていきたいという思いを、言葉の隅々に込めていくべきだと考えている。「あらゆる主体」という言葉が出てくるが、京都市が「こういう京都を創っていこう」と、呼び掛けていく姿勢を全体に展開していければと思う。
- 現状案で抜けていることがある。例えば持続可能な観光の推進で、良い循環が生まれていくということ強く語るべき。それぞれの書きぶりが「振興」や「発展」など、時間に即して動くようなイメージである。「持続可能な観光」とは、先人から受け継いだものを次の世代に受け継ぎながら、ますます良くしていくという感覚ではないか。文案をもうひと工夫していただきたい。
- 文化観光の文脈でいうと、特に文化財については多くの方が鑑賞すると負荷がかかるが、鑑賞者が経済負担をすることで文化財の修繕に充てるなど、良い循環が生まれる。タイの文化財保護政策の中で、多くの観光客が訪れる世界遺産の収益（入場料）をもって誰も行かない山奥の遺跡の保存にも充て、全体としての文化観光が維持されているという政策を現地で学び、納得したことがある。
- 観光客に一定の負担をしていただくから良い循環が生まれていく。だから、市民とともに観光客を受け入れていくのだという感覚を持っていければよい。特に資料1-2「2030年に実現すべき5つの観光像」における「市民と観光客の交流や観光・文化ボランティア等への支援を通じて、観光客へのおもてなしが向上する」という部分は、京都側が一方的におもてなしをするということではなく、観光客が市民と交流することで、京都滞在中に京都文化の維持、あるいは新しい京都の魅力を創るうえで貢献しているという感覚を持っていただくことになれば良いかと。その上の「観光事業者の労働環境等」の部分については循環の文言が入っているが、この考え方が全体に展開できるような書きぶり、志を持つべきである。

(田中副会長)

- まずは骨子案について、審議会、事業者へのヒアリングなどを短時間でまとめていただき、大変ありがたい。コロナで先行きは見えないが、新たな観光振興計画の目的・趣旨の中で、京都観光を推進する意義として、京都観光が、観光客と市民の心、暮らしの豊かさを高め、シビックプライドを育てることにつながるという、当たり前のことではあるが、改めて原点を明言していくことは素晴らしい。それをもって京都観光が世界の平和に貢献していくのだというグローバルな視点から俯瞰したときに、京都観光が果たすべき役割を明言したのは大変京都らしい。
- もう一点、市民生活との調和を最重要視するとともに、観光客・市民・事業者、そして京都の未来の間でバランスの良い関係を展開し、橋爪顧問の言葉を借りれば、循環をつくるのが良いと思った。そこに観光振興の軸として、市民生活との調和、コロナとの共存と安心・安全の確保に関して、強い意志と覚悟を感じた。
- もう一つは京都ブランドの確立に関して、事業者のみならず観光従事者のプロフェッショナルプライド、ホスピタリティ産業で働く人々の喜び、プライド、自負、京都は、観光産業で働くまちとして世界的に見ても理想的な場所であるという観点が盛り込まれたことで、担い手の持続可能な育成と雇用の安定につながっていくという光が見え、わくわくさせていただいた。
- 記載できるものは丁寧に、これまでのディスカッションや論点を余すことなくカバーしていただいているという印象で、それが総花的にならず、表現の中で誰に対してメッセージを投げかけるかという視点が必要である。まずは市民目線、そしてこの産業に夢を持ってキャリアを追求しようという若い世代に、わかりやすく共感を持っていただけるような表現が、まとめていく中で更に昇華できればと思った。
- SDGsに関して、持続可能で満足度の高い国際文化観光都市をつくるという観点で、各17の目標が5つのまちづくり・観光像、施策にいかに関連付けられているかが、振興計画の中でわかるような仕組みやギミックがあれば、市民がSDGsを理解するという観点からも良いのではないかと。

(本保副会長)

- これまでの議論を踏まえてよくまとめていただいている。また、グローバルな視点で書かれているのは大変良いことであり、ある意味では京都観光がそこまで来たのかという思いである。
- どれだけ多くの方々が次期観光振興計画に関心を持っているかわからないが、これまでと違うことは、まず、コロナの後にどういうものがあるのかという関心があり、そしてインバウンドが消滅した中でどんな姿勢を見せるのかという点が注目される。こうした関心に対して、まとめていく中でどういうメッセージをもって伝えていくのが大切である。やはり観光混雑とかマナーとか、ネガティブな面に対して市民の関心が高かったかと思うため、それに向き合って答えを出していくということが重要である。実際、それに対する答えが書かれた計画になっているかと思う。
- 大きな柱で言えば、持続可能性に最大の重点を置いていることがその一つである。混雑緩和を含む対策に取り組むというメッセージも出ているが、これを更に市民に寄り添っているということが分かるような全体の表現が重要であり、構成の全てにわたってそれを出していくことが重要である。例えば、5つの観光像・まちづくりで説明されているが、1・2番は分かる。私は、MICEは重要なものだと思っている

が、4・5番のような市民に近いものを先に出して、ややテクニカルなものは後に来ることも重要である。また、1番の市民生活と観光の調和の中でも市民の項目が最後になっている。構成上、市民に寄り添う姿勢が分かるということも重要である。

- 関連して、混雑緩和につながるということで地域分散ということも打ち出されている。今まで京都観光では京都市が一人勝ちという状況であったが、それに対して、京都市の経済効果を外部経済として他地域に拡大するというを前面に押し出してやっていく、それが政策として地域分散にもつながっているのだという整理があっても良いのではないか。
- そういう観点で言葉遣いも一つ。「京都が目指すべきまちづくりと観光」でタイトルが「様々な危機に対応し、地域や社会の課題解決に貢献していく持続可能な観光」とあるが、問題解決に貢献するのは当たり前である。課題解決型の都市として謳ってきたのは分かるが、それをメッセージとして押し出すのは違うのでは。もう少し市民に踏み込んで、「市民・地域に寄り添った持続可能な観光を実現していく」くらいの市民視線があった方が良い。
- もう一点、橋爪顧問から観光客だけではなく相互の交流が重要だという発言があった。UNWTOでは、観光客・地域の相互の尊重（respect）が大切だというワーディングを使用している。こうした観点を盛り込むべきである。

（若林会長）

- 本保副会長の御発言の中で一か所だけ。「様々な危機に対応し、地域や社会の課題解決に貢献していく持続可能な観光」という表現が妥当かどうかは検討していくところであるが、私の理解と違うのは、地域や社会の課題解決に貢献していくのが観光にとって当たり前だったのか、ということ。
- 観光が観光で起こっている問題を解決するのは当たり前だが、観光が地域や社会の課題解決に貢献するのは当たり前ではないのではないか。これからの観光は観光が発展するだけで良いのではなく、地域や社会の発展にも貢献していく方が良いという点を、今回打ち出していると考え、少し違和感があった。もう少し御意見があればお願いしたい。

（本保副会長）

- 二点ある。これまでの京都市の観光への取組を見ると、観光だけを見ているのではなく、観光を通じた伝統産業の育成や、文化の保存・発展といった様々な面での効果を目指しながら行ってきた。そういう意味では、観光を通じた地域や社会の発展は元々念頭にあったことで、新しい捉え方ではないのではないかと。
- 二つ目は、持続可能な観光について議論する際に、基本的なところに関わるが、観光が内部に閉じて持続可能性を追求するのではなく、持続可能な観光を追求することでSDGs、社会全体の持続可能性を目指すということが共通理解になっているかと思う。そのため、強いて言えば、観光を通じて持続可能性を全体として追求するというのであれば私としては理解できることである。

(若林会長)

- 持続可能性というのは地域にも当てはまったりするため、どこに載せるのが良いかというのはその時々で強調したい場所の議論かもしれない。
- 5つの観光像のトップに「市民生活と観光の調和が図られ、市民が豊かさを実感できる」ことを挙げている。これだけが重要というわけではないが、トップに挙げるということは今回の主張・メッセージとして明確に打ち出しているということ。観光は総合的な発展計画が必要であるが、更なる飛躍・発展を考えるためにも、市民生活との調和について一步踏み込んで、新しいステージ・状況、新しい市民の理解や参加を含め展開していくことが、次の大きなテーマであり、新たなテーマである。この点を挙げていることがよく踏み込んだ一つの判断だと受け止めている。
- 次にどう分析すれば良いのか難しいのが、新型コロナウイルス感染症の影響である。ある種のエコノメトリックスという計量経済学的手法で、2019年のデータをもとに、2020年のクォーター1,2に当てはめたモデルの発表があった。アメリカで最も上手くいっているといっても57%という数字であり、中々シビアにみている報告がある。
- インバウンド観光客を含めていつ回復するのかというシミュレーションに関しては、回復はすると思うが、そのタイミングや地域はどこか、また、回復してもぶり返してロックダウンが起こるなど、先行きは複雑な状況である。ウィズコロナがやや長期化するかもしれないという見通しも観光振興計画には含めるべき。
- アフターコロナを考える際に、人類社会が健全なレジリエンスを持つのであれば、必ずインバウンドは戻ってくる。ただ、今回のコロナを受けて、観光で何を求めるのか、観光情報をどう手に入れるのかなど、観光のマインドや行動に影響を与えている可能性がある。そういう意味では、観光客の数としてはいつか回復するが、その時戻ってきた観光客が2019年の観光客のままであるとは考えの間違ひである可能性がある。そうすると、アフターコロナの観光客の意識や行動がどう変わるのかを視野に入れた議論が、新型コロナウイルス感染症の影響として、まだ結論が出せるわけではないが、考える必要がある。
- そしてインバウンド観光客がすぐ戻ってこない状況だとすれば、当面は国内観光客をしっかりと京都観光に結びつけることが大事。国内観光客は、インバウンド観光客が伸びている中で減少している傾向が京都市ではあった。この状況については、ある程度そういうものだろうという評価もあるが、何か京都観光に問題点、課題、障害があるから減少しているのではという御議論もあるかと思う。国内観光客を取り戻していくうえで、どういう方向を打ち出すかという論点も当面あるように思う。これが現状認識とこれから出てくる課題である。
- まちづくりと観光の目指すべきところとして、言葉をどう洗練していくかという問題があるが、「危機に対応し、地域や社会の課題解決に貢献していく持続可能な観光」という点では、観光が持続可能なものになっていくためには、このような危機への対応や地域社会への課題にしっかりと関わるという点を組み込んでいく。橋爪顧問の言葉で循環が挙げられていたが、良い循環を生み出していくことを位置付けた観光振興計画が重要ということで、総論的なメッセージが重要である。

(本保副会長)

- 国内観光について、一言申し上げたい。私自身は東京都の観光振興にも関わっており、そこで議論の重要なポイントの一つが国内観光への取組である。インバウンドがなくなる中、マイクロツーリズムなどの言葉もあるが、GoTo トラベルなど国内観光に目が向いており、見方を変えれば国内観光は、ここしばらくは大きなチャンスのある分野としてみるべきである。また同時に産業界にとっては生き残りのために最も重要な分野であるということであり、力を入れて取り組まなければならない。
- 大きな流れで見ると、京都だけでなく日本全体において国内観光が不振、停滞していた。その大きな原因として、インバウンドに比べて国内観光では革新的な取組をしておらず、マンネリ化していたことが挙げられる。そうした観点から、このチャンスを活用し、国内観光を真剣に活性化させる機会であり、過去の取組を反省する機会だと思う。
- 例えば、インバウンドでは情報発信に工夫をし、中身の磨き上げもしてきたが、国内観光に関しては従来型のメディアでしか発信されておらず、旅行業界等の多様性も止まっている。その中で、インバウンドで行ったものと同じような革新・工夫を試みれば、大きなポテンシャルがあるのではないか。それ以外の分野も含め、インバウンドで得た知識・ノウハウを最大限活かして国内観光を活性化していくことが重要かである。

【4 5つの観光像とその実現に向けた取組】

(橋爪顧問)

- 具体策を議論するうえでの柱となる考え方を示していただいているので、ここの書きぶり等々について発言させていただきたい。一点目は「京都の光の磨き上げ、観光の質の向上」のところ、映画のロケ地誘致や映画産業の振興等々の記載があっても良い。京都は戦前より太秦など、映画をコンテンツとして長年継続し、今も様々なドラマや映画のロケ地として魅力あるまちである。国内外からのロケ誘致、映画産業の振興など、観光の視点からも新しいコンテンツが製作されることを期待している。
- 環境にやさしい観光の促進というところで、エコツーリズムに関する表現が弱いのではないか。環境に負荷をかけないということだけを言っている。環境に一定の負荷をかけるが、それが地域全域の環境保全への貢献につながるという視点もある。
- またスポーツツーリズムに関して、一年延期になったが、マスターズ等もあり、今後もスポーツツーリズムは重要なコンテンツの一つである。プロのスポーツイベントだけではなく、多くの市民や観光客の方も健康増進につながるような振興策が柱としてあっても良い。この点にあっては、観光の担当部局以外の横連携についても記載できるところがあるのではなかろうかと申し上げたい。

(田中副会長)

- 5つの観光像とその実現に向けた取組、方向性の中で、包括的に5つの柱でカバーしていただいている。ただ敢えて言うならば、今回コロナ禍で経験したが、観光は脆くダメージを受けやすく、レジリエンスの観点から早期復興を目指す際にそこに必要な基盤として、市民が京都の文化や自然に誇りを持っているかということが大事だと思った。

- そういう意味で市民生活と観光の調和が表現されているが、京都に対するまちの京都愛を、今一度踏み込んで強調しても良いかと思った。京都観光の強みは、暮らしの文化がそのまま息づいており、それが市民生活につながっていることである。特に市民憲章の中でも文化財の愛護と旅行者を温かく迎えるという規範が盛り込まれており、改めて観光振興計画の中でこの憲章の中で大事にされてきた理念をわかりやすく表現していくことも必要かと思った。そうした中で京都特有の礼節や思いやりの文化というものがこの土地を訪れる方々の居心地のよさやもっと長く滞在したい、住んでみたい、アーティストであればここで創作活動がしたいという気持ちにつながっていく原点ではないか。
- 感染症対策の中で、コロナ回復期の重点的な取組という観点で、いわゆる感染症対策の徹底ということほどこのデスティネーションでも取り組んでいる。そこに京都らしいおもてなしを融合する。それが観光都市として世界的にも「京都は、安全安心でホスピタリティの表現が京都特有の文化として表現されている」ということにつながる。

(本保副会長)

- 5つのまちづくり・観光像ということでよく整理している。これに対応した施策についても、これまでの経験を踏まえて大変充実したかたちで漏れもなく、それぞれについてはこれで良いかと思う。ただ、その使い方や具体的な部分についていくつかコメントさせていただきたい。
- 一つは計画を進めるうえでいわゆる KPI を作って進めることを一つの柱としている。この KPI の作り方、あるいは情報収集の方法についてである。UNWTO でも KPI を活用した観光地域経営を非常に重視しており、この KPI の選定や具体的なデータの収集等について市民、関係者を巻き込むことを非常に重視している。何を KPI に選んで物事に取り組み、モニタリングするのは、多くの方にとって非常に興味のあることであり、様々な意見が出てくる。意見を出させて、取りまとめていくプロセスで関係者のインボルブメント（関与）を高め、結果としてオーナーシップ（主体性）をもってもらい、そのプロセスでデータ収集についても協力していただけるような仕組みづくりをすることは有効であり、結果的に高い成果を得られる手段である。
- 例えば業界団体ごと、地域の市民の集団ごとなど、様々なかたちでそれぞれの関心の高いものについて議論をいただき、データとしての合理性や客観性もあるため、最終的には専門家が皆様と一緒にまとめていくプロセスが良いのでは。こうしてインボルブメントを高めるというかたちが良い。
- それから二つ目は、すでに持続可能性を大きな柱として出しているが、京都では、これまでも先進的な観光地経営を行っており、ぜひ持続可能な観光地経営の分野で世界のトップになる、目指すという意気込みを持ち、それを示しても良いのではないか。
- また、働く方のプライドや条件整備について御意見があったが、具体的な経験やそれに対応した施策の作り込みをお願いしたい。今の言い方では働き方改革ということになるが、観光関係の求人が一番大きな問題は、「休めない」「長時間労働」ということ。若い人は休暇がとれない、長時間労働は選ばない、つまり観光産業を選ばないということが現実にある。
- こうしたことを踏まえると、経営者の方も十分に根底を理解すれば取組が変わってくるところもあるかと思ひ、啓蒙も含めて、京都市の観光目標として観光産業界における働き方改革、もっと言えば休みを取

らせるということに取り組んでいく。そうすれば結果的にモラルが上がり、生産性が上がり、就職率も高まるということが理解としてあっても良い。

- それから担い手の分野で、ベンチャーの支援が書かれているが、これも言葉ではなく、具体的な仕組みとして新しいものを構想いただけないか。例えばパリ市では産業界と一緒にあったベンチャー支援のための仕組み作りを行政が応援しており、国際的に活躍できるベンチャーを育成している。そうしたことを考えるために、ぜひ大学と連携して具体案として進めていただきたい。
- 細かな部分だが、MICEの推進とあるが、最近MICEではなくてビジネスイベントという。私は昔、観光庁長官の時にMICEという言葉を定着させようと盛んに使ってきたが、どうも世界の流れとしてMICEからビジネスイベントになっているようであり、見直しても良いかと思う。
- それから個別の話をしますと、スポーツツーリズムの話には大賛成です。最近サイクリングが注目されています
- 最後に一点、2022年に文化庁が来ることになっている。文化と観光に期待するといいいながら、文化庁を活用しながら何かするというのが全く無いのはどうか。

(本保副会長)

- 補足ですが、橋爪顧問から先ほど環境との調和、環境への貢献をもっとということは大賛成である。負荷をかけないのではなく、より日本においてプラスに引き込んでいく。例えばペットボトルを使わないなど、より具体的な目標を設けて踏み込まないとプラスの方向に行かないかと思うので、是非よろしく願いたい。

(橋爪顧問)

- あらゆる主体という言葉を受ける部分をもっとあってよい。例えば、障害者の方、観光バリアフリー、ユニバーサルデザイン等の考え方が、今の資料1-3は一部に限定されており、ICTとの関連として書かれている。本当は市民の方々が心のバリアフリーによって観光客の方や多くの方をサポートできるということを含めて、あらゆる人たちが京都は迎え入れるということを言葉で表現していただきたい。
- 本保副会長のおっしゃったサイクリングについても、東京は世界のサイクリング都市トップ10位台に入っているが、京都はランキングにはでてこない。関西では、自転車観光に対して滋賀や兵庫はさかんに展開しており、京都でどう展開するのかこれから検討していければ良い。

(田中副会長)

- これから先数年後に行政やホスピタリティ産業の主要なステークホルダーが、ビジネスイベントという言葉を使用していくのであれば、こうした新しい言葉を観光振興計画に盛り込んで普及浸透させていくことも重要である。10年前の観光振興計画にMICEという言葉盛り込んだ際には賛否両論があったが、あえて使用したことで京都の観光振興の先進性をアピールできたと、当時を振り返って皆さんがおっしゃっている。
- もう一点、オール京都体制で取り組む際に、観光事業者も観光振興のステークホルダーの大きな柱の一

つである。観光事業者がある種事業を通じて、経営の安定化を図るなど、観光振興が事業者プラスになっていくことを改めて表現は難しいが取り込んでいくべきではないか。観光事業者の中には、インバウンドで観光消費額も上がった、しかし観光公害をつくったのは自分たちだけではないと発する方々もあり、その気持ちの均衡を上手く表現で、あえてとってみても良いかと思う。もちろん市民生活との調和、市民に寄り添った観光振興が大きな軸であり、一方で持続可能という観点から経済の視点で事業者を大切にしているというメッセージも大事かと思う。足りないというのではなく、少し付け加えられれば良い。

(若林会長)

- 端的に次のテーマとしなければならないのは、観光公害と名指しにされた特別な現象で、住宅地をはじめとする一定の空間・地域に人が混雑する、渋滞するという問題が挙げられていた。清水のような観光地の場合はそれが通常であったこともあり、不満は表面化していないが、そういう混雑が市内の一部で新たに起こる中、いくつかの地域で問題化した。
- 国内観光客が減った理由として、渋滞で混雑して楽しくないということがあった。観光体験の質や満足度を下げていた要因がこの混雑にある。また、市バスは便を増やすなど改善し収入を伸ばしていたが、車内の混雑というのもあった。これからいろんな手段を複数組み合わせるべきで、市民・観光客・事業者・交通事業者がそれぞれ、混雑することを当たり前を受け入れるのではなく、それを避けること、特にコロナ下では「三密」を避けるということをいかにコントロールできるかが、観光の重要な柱となる。
- 「実現に向けた取組」の(1)及び(2)に関わるが、混雑を無くすために、完全予約制の場所をどうつくるか。私自身京セラ美術館に行った際に、予約制で非常に落ち着いて見ることができた。コロナ下で観光客が少ないということもあるかと思うが、場所によっては予約の仕組みをどう一般化するのか、あるいは嵐山で行われていたが、混雑の状況をリアルタイムで示す、予測情報を示す取組や、予約その他の段階で、この時間はどれくらい混雑しているかということをしてAIが過去のデータに基づいて予測の数字を出して、見える化することで観光客に自発的な行動を促すこともできる。
- 場合によっては空いている時間に行けば経済的にお得であり、混雑している時間に行くと倍の値段かかる等で分散化を図るとか。逆に倍の値段を出せば、空いているバスに乗れるとか。価格差別など複数の取組を導入することにはできないが、今日においては皆スマホを持っているため、観光客に情報を提供することで影響・コントロールすることができ、観光客とともに良いソリューションを生み出すことができる状況にある。個別具体の政策としては、混雑渋滞問題は京都ではありえないという状況をつくりだすための実験、実装と、それを横展開する。そういうことはフォーカスして結果を出すべきテーマである。
- あともう一つ、ここで担い手の問題が(4)にあるが、観光で働いている人たちが、どのように働いており、また誇りをもって働けるよう、平均給与が上がるよう、生産性が上がるよう等、業界とともに、担い手問題に対して総合計画をつくれるのかということ(人材育成支援の行動計画を個別の事象で補助するのではなく)が重要。最後は人材がいて、観光のサービスは経営のレベルでもオペレーションのレベルでも成り立つことを考えれば、ここでどう踏み込んで、具体化していくか、前進させていくかということがキーの一つだと考える。私自身としてはこの二点に重点的に注目している。

【推進体制・推進の仕組み その他】

(橋爪顧問)

- 特に私がかねてより関心のあったエリアごとの観光推進体制の仕組みと強化という面では、MaaSの概念と観光地の運営についての社会実験を重ねつつ、新しいモデルを構築し、推進していかねばならないと思っている。
- 思い返せばインバウンドが増える以前の春秋のピーク時に限って、私自身、観光公害に類する状況があると認識があったと思う。私自身も、以前は梅津に住んでいたもので、連休の際には自分の車は一切出せないくらい、周囲は大渋滞をしていた。GPSが発達したおかげで他府県ナンバーの車が裏道にも入り、面的に全く動けない状態の中で暮らしていた。行政も公共交通に如何にモーダルシフトをするかということで、車から鉄道・バス等の公共交通に乗り換えていただく実験をしていたが、京都独自のモデルを見いだせないまま、インバウンド観光が急増する段階に突入してしまった。近年はオンとオフの差がなくなった。以前は春秋だけとあきらめていたが、今はそうではない。交通計画と上手く連動して、観光客はできるだけ公共交通にシフトしていき、エリアごとに滞在する観光客の移動をコントロールすることが重要になる。
- 例えばバルセロナ等々の主要観光地では全て予約制である。ただし、グエル公園などでは早朝は予約不要であり、来場者を時間的に分散させる工夫がある。エリアごとの観光推進体制とあるが、色々と新たなアイデアを出していただき、嵐山や東山など混雑する地域のみならず、今後誘導すべきエリアをどのようにマネジメントしていくべきなのか、方法や制度を検討していくべきである。実証実験を重ねつつ、観光地型のエリアマネジメントの実践につなげていければと考える。大阪でも私が声を上げてTID（観光産業改善地区、Tourism Improvement District）の大阪版を構想しているが、制度設計の検討にとどまり、スタートできていない。今後、海外の観光地の事例等を含めて検討していければと思っている。

(田中副会長)

- 推進体制の取組の中で二つ重要だと考えた。一つは京都の目指すべきまちづくり・観光像を実現していくためにも、それぞれの重点政策に設定されたKPIを軸にモニタリング、進捗管理をして観光地の経営に活かしていくことが重要である。従来の進捗管理体制にプラスして充実化できる内容が盛り込まれればと思う。
- もう一つはDMOを中心とした推進体制の充実強化であり、これは観光振興をオール京都で推進するに当たって、関連する組織等を含めてどのように役割分担をして、その責任を担っていく中で、効果的な観光地マネジメントを行っていくのか。連携や役割分担をより明確にし、そして人と予算付けを含めた具体策を仕組みの中に表現できれば理想かと思った。

(本保副会長)

- 先ほど申し上げたKPI設定に多くの方々を巻き込んで進めていければと思う。エリアごとの観光推進に関しては、京都市内に終わらせず、広域での取組となっているため、第一弾は京都府内で良いかと思いますが、第二弾は京都府外を含めて取り組んでいただければと思う。取組の濃淡は違うかと思うが、これか

らの広域対応に資するようなエリア対応をお願いしたい。

- 完全予約制の話や、担い手に関する取組の推進は本当に大事である。予約制については大型施設の大手の方が参加していただければ、当然機会ロスをしないですみ、数量コントロールもできるため、デジタル化の推進と合わせて主なところは巻き込んで、混雑を抑制することができる。
- それから富裕層への言及は大事な要素であり、国でも富裕層対策の充実に力を入れている。富裕層という格差の固定化や是認につながりかねないという懸念があり、国の方では「上質なインバウンドの誘致」という言葉で言い逃れている部分もあるが、富裕層だけではなく上質、あるいは高質なサービスを求める人々に対して適切な値段で適切なサービスを提供することも必要である。

(若林会長)

- まず推進体制の仕組みについて、マネジメントの観点で、できる限り数字を追いながら変化する状況に対応できているかということは継続すべきである。
- ベストのKPIは何かということは難しいが、KPIが無いとデータに基づいての議論ができないため、KPIをつくることは引き続き重要である。しかしながらコロナの影響で、数字として設定するならば、これまでの数値などの参考値は示せるが、2025年にこの数字を目標とするということが、現時点では決めきれない。現時点ではKPIでマネジメントすることは示せたとしても、目標とする数値設定は先送りせざるを得ないのではないかと。
- もう一点、観光計画においては、「あらゆる人が・・・」や「未来に向けて・・・」といった場合、マネジメントの観点だけではなく、文化や思想、生活といった観点からフィードバックをいただくことはどうか。文化という視点で話すと、京都観光はけしからんだとか、儲ける方向に向かっているなどと言われるかもしれないが、そういう御議論も含めて検討していきたい。マネジメントの議論だけではなく、文化の観点から御意見をいただく仕組み、例えば京都観光文化会議とかも具体化してほしい。
- 私も助言役としてかかわっているが、京都市観光協会が自らの役割を変えて、特にマーケティング機能を強め、これまでの主催イベントについても大きく見直しを進めていくということが必要である。これまでもチャレンジングに実行している。今後さらに、デジタルマーケティングのプラットフォームとして京都市観光協会がどのような役割を果たせるのかが重要である。
- 観光客の行動データを早い段階で分析するなど、データを活用することが鍵であり、それが観光体験の質を上げることにつながる。デジタル領域でスタートアップとも協力しながら、どんなことができるのか具体的な推進体制として、持続可能な観光都市でトップを目指す場合の鍵であるという見通しを持っており、そうしたことを観光推進体制の中で位置づけていく必要がある。