

第2回 京都市観光振興審議会

議事録

- 1 日 時 令和2年12月9日（水）16時00分～18時30分
- 2 会 場 メルパルク京都 7階 スタジオ1「オリオン」
- 3 出席者 別紙名簿参照
- 4 内 容（各委員からの主な意見等）

（本保副会長）

- 京都市はこれまでも観光振興について先進的な取組をしておられたので、今回の中間案についてもさらに進歩していただきたいと思っていたが、そうなっていることを評価申し上げたい。ポイントとしては、コロナ禍を前に、より市民に寄り添う姿勢を明確にしているということが1点。2点目は、持続可能性、SDGsを前面に押し出していること。3点目は、KPIを設定し、計画を着実に推進する姿勢が明らかになっていることである。そして諸所に表れる、観光産業の健全化が重要であり、観光単価の上昇をもってより良い産業をつくるという点が明確になっている。
- 良い計画をつくっても実行されなければ意味がない。過去の実績を見ても、京都では豊かな結果が出ている。個別の指標を見ても、特に意識調査において、「大体良い」ではなく「とても良い」という五段階評価でいうところの「5」が多く表れているのは大きな成果である。
- さらに申し上げるならば、この計画の中でもDMOの強化や、新たに策定した「京都観光行動基準」の推進は強化を必要とする部分である。
- 実行の要としてマネジメント改革をするということで、1つ意見を申し上げるならば、本質的なマネジメントをするためには、適切なガバナンスがないと実現できない。恐らくDMOをしっかりと位置付け、活用することが必要かと思う。
- 最後に、これほど良いものを作ったのだから、国際的にもぜひ発信をしていただきたい。私自身もUNWTOの場を通じて、国際会議の成果を踏まえた行動コードをつくった、あるいはSDGsの計画をつくったということを発信していきたいと思うので、ぜひ立派な英語版のものを作ってほしい。

（田中副会長）

- 京都観光が目指す姿として、暮らしの文化や地域のコミュニティの継承、まちづくりの発展に向けて、一生懸命その役割を果たすことが重要だということで、使命をきちんと明言していただいている。京都観光が地域資源の消費者であってはならない。京都観光が市民の暮らしや都市の豊かさにこれまで貢献してきたことを端的に表現することで、京都観光の目指すべき姿、意義が明確に示されたことが非常に重要であり、共感を覚える人も多いと思われる。
- 現状の課題認識として、少子高齢化に伴い、特に文化の担い手の不足や、災害の危機対応の不足などが京都の観光を支えてきた文化に影響を与えているのではないかと。また、オーバーツーリズムに代表されるこれまでの観光課題やコロナ禍も含め、市民に課題を認識していただいたうえで、京都観光の目指すべき

姿を描いたことは大変分かりやすい。危機に強い安心・安全な観光を目指すことは大前提である。観光を通じて様々な課題解決を実現すること、さらに SDGs 達成に向けた観光を前面に押し出したと感じた。目指す姿を示すために、5つの柱とそれぞれの到達イメージ、SDGs との関係性をわかりやすく、体系づけてまとめられている。

- もう1つ良かったのは、観光事業者、特に従業員の方々の働き甲斐を一步踏み込んで示している点である。観光の担い手が自分の仕事に誇りをもって観光に貢献していく。これは国内外の観光業を目指す人の獲得や京都市への流入にもつながる力強い目標なのではと考える。

(若菜委員)

- 資料を拝見し、計画に賛同するという立場である。肉付けをするという観点で申し上げる。
- 1点目として、持続可能な観光を市民とともに目指すという方向性には非常に共感する。一方で、コロナ前はオーバーツーリズムなど、観光事業者が目の敵にされているという声を聞いたこともある。計画にあるように、観光振興の意義を発信するとともに、市民との交流の推進をお願いしたい。
- 2点目が、ストレスのない移動という観点である。観光とは、京都に来てからではなく、自宅を出てから自宅に帰るまでであり、いかにストレスなく移動していただけるかが重要。今回の計画のキーワードとして広域観光が挙げられるかと思うが、これにはぜひ私どもと他の交通公共機関の連携が必要だと考える。ICOCAなどを活用し、ぜひシームレスでストレスのない移動、さらには様々な混雑度合いの情報を発信し、お客様にストレスのない移動を選択していただけるようにしてほしい。
- 混雑緩和のためには、時間・時期・場所の分散のために、今でも地下鉄等と協力し、山科や東福寺での乗換えを促進しているが、これを強力に推進していきたい。特に山科の知名度を上げることに、当社でも全力を挙げたいと考えている。
- 京都駅もコロナ前は非常に混雑していた。この緩和のために、京都駅の改良も必要であり、皆様に御協力をお願いしたい。

(山田委員)

- 他の委員の皆様からもあったように、今までとこれからを見据えた基準になっている。京都は日本全国のモデルとなるデスティネーションだと思うので、こうした話を深め、実行に向かってほしい。
- 今までの指標の中では、先ほどの10ページ目、2020年の数値目標で挙げられていたように、どちらかといえば、来られる方々の数や満足度、どれくらいコンベンションが開かれたかなど、来た人に対する数値のみで構成されていたかと思うが、今回、地域住民や受け皿サイドの指標の観点が掲げられているのは素晴らしい。次のプランは、観光が地域に何をもたらしたかを見ていけるKPIが設定されればよいと考える。
- 京都観光行動基準の中では理念と行動基準が示されているが、行動基準の方で大切にしたいことが3つ書かれている。順番に、「観光事業者と大切にしたいこと」、「観光客と大切にしたいこと」、「市民と大切にしたいこと」である。どう見せていくかということによるが、「住んでよし、訪れてよし」という観点で捉えたときに、やはり上の方の重要度が高いので、地域の人向けに出すのであれば、市民が最初かと、そうしたら観光客が一番下で良いのかなど、悩ましいところがあるが、順番で、あるいは三角形

で、皆大切ということを示すことができるといいのではないかと。受け取る側が前向きに捉えることのできるような発信の仕方ができればと思う。

(森口委員)

- これだけの意見をきっちりまとめられているのは素晴らしい。特に市民の暮らしの豊かさの向上を一番に掲げ、京都観光が発展することが、そこに繋がることを示しており、観光だけではなく「まち」を作り上げるという姿勢が良く表れている。
- そのうえで2点申し上げたい。一つは、前回の審議会の中でもデジタル化について申し上げたが、デジタル化の推進とスタートアップとの連携による新事業の創出を実現し、持続可能な観光を目指す先進的な都市になるということが、京都が目指す姿として理想であり共感するとともに、是非とも推進していただきたい。ただ、デジタル化というのは、私どもを含め色々と課題感をもって取組を進めているが、旅行会社、ホテル、そして様々な事業者で、デジタル化の濃淡というか、進んでいるところ、そうではないところがある。京都一体で進める中では、京都市あるいはDMOがプラットフォーマーとして、事業者を連携させて進めていく機能を果たしてほしい。
- もう一つは、コロナ禍の中で進めている素晴らしい取組として、京都の修学旅行受入れにおけるガイドライン「京都スタイル」、とりわけ24時間電話相談が挙げられる。近隣都市からも手本としたいとの高い評価を受けている。こうした先進的な取組を教育旅行だけではなく、観光全体でどう推進していけるのかを京都市で打ち出してほしい。

(細辻委員)

- 1年前と180度違う生活様式になり、人と会わずに経済を回していかなければならないことになっている。実際それが上手くいっていないのが現状で、当社もいまだに時短で営業を行っており、ほぼ1年近くそうした状態で働いている。結局今までお金に余裕のある富裕層は京都に来ておらず、お金が落ちていなかった。京都市内に8店舗やっているが、どちらかというと若い人が多く、あまりお金を使わない。インターネットでの購入も可能だが、高齢の方は使うことができず、お孫さんに頼んだりしておられる。したがって、リモートでどう京都観光を回すのかということが重要。来年1年もこの状態が続くであろうし、若い方がお手伝いしていただけたら良いのではと思う。
- SDGsについては、世界中でこの話がなされている。京都だけではできないので、行政から国に訴えて、日本全体としてSDGsのことをもっとやっていければ、京都にも観光客が戻ってくると考える。

(福永委員)

- 前回、観光事業の従事者に対して光を当ててほしいと申し上げた。今回ありがたいことに非常にそこを良く光を当てていただいた。今、GOTOキャンペーンで日本人観光客が多く京都に来ており、中国人観光客に置き換わっている。中国人観光客のマナーは非常に悪く、バスの乗り方やゴミの出し方、レストランのノーショーを平気でする、ホテルの備品を平気で持って帰るといったことが大きな問題になっていた。しかし、それは文化の違いや観光の仕方が良く分かっていないために起こったことで、啓発を行えば収まるのではないかと考えている。しかし今、日本人観光客が多くなっているが、マナーを分かっているのか

と言えばそういうことはなく、日本人にもひどい人たちがたくさんいる。カスタマーハラスメント（カスハラ）と呼ばれているが、わざと抗議してビデオを撮るなどひどい人がおり、観光業従事者はストレスが溜まり、心身ともに消耗しやすい。これを乗り越えるのは大変だが、自分の仕事に意欲を持ち、誇りを持つことで、カスハラも乗り越えられると思う。

- 担い手の活躍という部分があり、「働き甲斐をもって活躍できる環境を整える」という意欲的な一文もある。ぜひこれを強く推進していただきたい。そのためには定性的な言葉だけではなく、定量的に計測できる数値を見つけていただけたらありがたい。京都市の流入人口のうち学生を除いて観光業従事者の割合がどれくらい増えているのか、あるいはそれらの給与水準が上昇しているかどうか等を計測し、今年と5年後、10年後を比較して、京都で観光業に従事することが、誇りと自信と、更には好待遇を持ってやれるのだという環境を整えることが必要である。今まで地方の観光振興策でこういう働き手に着目したのを見たことがないので、そこに是非光を当てていただければと思う。

(原田委員)

- 完璧というか、ほかの地域の手本ともなるような計画になっており、すごいと思う。敢えて今後を含めてどうするのかということをおアドバイスさせていただくと、10ページの数値目標と進捗の部分だが、特に95%以上の数字となると、そこから0.1%下がったり上がったりとなった時に対応するのが難しい。統計学上の誤差もあるので、その辺りのKPIに対しては、次回から見直したらどうかと御提案したい。要するに、上がっても下がっても、理由や次の手がしっかりと分かるようなKPIがあった方が建設的ではないか。コンベンションの上位や、国内の順位に関しては分かりやすく、アクションも打ちやすいと思うが、再来訪意向や、外国人・日本人についてはなぜ下がったのか理由が分からないと思うので、次回のKPIは再考していただければ。
- 12ページについてだが、右側の世界富裕層の人口の増加のグラフは緑が2018年ということで良いか。表記が消えているので、修正が必要ではないか。
- 他の方も触れていたが、日本全体でデジタル庁が新設されるという状況であり、計画の中でデジタル化の推進という側面が少ない。そこは丸を1つ増やして具体的なレベルまで落とし込む章を作っても良かったのではないか。

(濱崎委員)

- 観光に関わる様々な方への目配りがなされていて、横断的に捉えられており、新しいものになっている。そのうえで、これが誰に向けて書かれているのかと思っている。観光に携わる方々や担い手を巻き込むと書かれているため、京都の色々な立場の人に向けて書かれた提言・宣言にもなっているかと思う。私は文化の担い手や場所を育てて守るということをしているので、敢えてそういった立場から読むと、若干違和感がある。なぜかと考えると、全体が、当たり前ではあるが、「人が来たらこうなりますよ」というように書かれている。観光に対する話なので当たり前だが、色々な人が読まれるので、敢えてお伝えしたい。どうしたら良いのかと言うと、そもそも京都は歴史的な文化都市であるが、観光振興のために観光が発達したのではなく、「素敵やな」とか、見たい、知りたい、吸収したいという人々の強い思いがあって人が集まってきた。まちの中で新しい文化が生まれ、大きな意味で個々人が学べる、吸収できる、高めら

れるという場所であったというのが歴史的にあった。観光の中身を考えることが必要で、観光の光の部分だと思うが、例えば35ページあたりはページ数が少なく残念だと思った。文化の担い手が創り上げているものがコンテンツという言葉で表現されており、担い手側からすればもう少し温かみが欲しい。やはり長い目で見て、観光を続けていく中で、岐路に立たされていると思うし、外向きのコンテンツのみならず、本気で中身をつなげていくという強い意志をここで示していただきたい。それから今あるコンテンツを本当に大事に練り上げるという姿勢。

- 指標は大事だが、すぐに効果が出なくても見守るという姿勢こそが、難しいとは思うが、本当の戦略ではないか。

(富川委員)

- 前回挙げられた課題が素晴らしく整理されており、驚いている。ただ1つ、読んでいて思ったのは、プラン、計画数がとても多く、それが本当に短い期間の中でできるのかということが、コロナの状況も踏まえ、心配である。例えば計画数の中で優先順位をつけ、やるべきことを進めていく形にしてはどうか。

(津田委員)

- 私は京都物産出品協会の会長ということでメーカーとしての観点からお話したい。この案は、「こういうことが気になる」と思って開いてみれば必ず何か書いてあり、本当に素晴らしく作っていただいている。ただ、観光客が買っていただけるものということに関しての指摘が少ない。コロナ時代になり、我々の商品が非常に売れにくくなっている。ということは、逆に捉えれば、我々がいかに観光という産業の中で生かされてきたのかということかと思う。良いもの、素晴らしいものを作っているという自負心はあるが、それを観光客に発信することで生業が成り立っていたのだということに、改めて気づかされた。
- そして、どちらかといえば、質は良くとも守りの世界であり、お客様は来てくれたら売るが、発信力が持てないという部分である。今までは自然とお客様に来ていただき購入してもらうことで、我々の世界の技や味を守るパトロンとしての役割を果たしていただいていた。そういうことがなくなると、我々がどうすれば良いのかということになる。パトロン的役割をどこに求めるのかということである。
- そして、送客システムの中で、コンテンツの紹介が非常にされにくいということである。お客様が自分で御覧になり、エージェントでは対応されにくい発信をして、お客様と接触することが必要となる。日本人団体旅行が少なくなる中、そうした対応も求められる。

(田中委員)

- 折角学生としての立場から参加させていただいたので、学生としての立場からお話しをさせていただく。私の周りでは、GO TO トラベルやGO TO イートが誰でも使いやすくなっているので使用して、周りも私自身もそうだが、まだ京都に住んで数年ということで、観光客の定義には当てはまらない—市民ではあるが、観光客として食事や観光を楽しんでいる。
- 資料を拝見し、来る方にも住んでいる人にも配慮した素敵な計画だと思う。市民もそうだが、大学4年しか住まない人であっても観光客に道を聞かれることもよくあるので、そういった人にも実行していただける計画にすることが必要であり、今回のGO TO トラベルやGO TO イートは京都に住んでいる人にもつ

と京都を好きになってもらえるような機会である。そうした方に伝わりやすい計画であつたらと思うし、内容は詰まっているが、いっぱいいっぱいになりすぎない、京都に住んでいる人にもしっかり伝わる内容であつてほしい。

(高山委員)

- 私は6月に、観光庁の「持続可能な観光のガイドライン」の策定委員に就任した。また、京都市が今年、オランダの認証団体「グリーンデスティネーションズ」による持続可能な観光都市100選に選出されたが、その際には評価もさせていただいた。私からは、持続可能な観光という観点からお話しをさせていただく。
- まずSDGsの話だが、17の目標についてのアイコンが資料に記載されているが、今後、その詳細を詰めていく必要があり、また逆に、SDGsの17の目標にどの事業が当てはまるかも詰めていく必要がある。
- 今、コロナ禍ということで、事業者支援の補助金等の対応をされているが、持続可能な観光に軸足を置くのであれば、未来に対しての投資も必要だと思うので、このあたりの予算も確保いただき、様々な業界と手を取りつつ、実践していくということが重要である。
- MICEの話も出たが、グリーンMICEというスタンダードもある。京都市でMICEを振興する際、持続可能な観光を実践しているということになれば、各団体による選考会にも選ばれやすくなる。準拠しているガイドラインをもっと公開していくことも必要である。
- また、行政の計画だけでは進まないという懸念もあり、基準を策定している立場から申し上げると、行政の計画は前提として、実際に実践されているか、効果が出ているかのモニタリングを行い、より良くするための取組として、PDCAという指標もあるが、最近では「OODAループ」という考えもあり、観察(Observe)をしっかりと、臨機応変に計画を変えていく(Orient)ことができるような、柔軟な計画の作り方が求められている。そのため、宿やオペレーターが今までと同じようにやっていくのではなく、持続可能な観光に同調する形での取組が必要である。
- たとえば、脱プラスチックの動きの中、中国市場ではアメニティが一切ゼロになっており、評価されている。一方で京都に来た際に、歯ブラシといったものを含めてアメニティにまだプラスチックを使っている、ペットボトルがそこら中にある、ということになってしまう。観光事業者だけでもマイボトルで給水することのできるステーションを増やすとか、そうしたまちづくりとしての観光を推奨する取組を評価する仕掛けが必要である。
- 最後に、京都市の中で観光は、GDPで言えば8%程度、沖縄のような20%程度ではないにしても、依存しており、社寺仏閣、歴史文化を見に来られる観光客がほとんどかと思うが、形骸化しているというか、いわゆる物見遊山的な観光ピラミッドの底辺の数の論理で来ているお客さんがたくさんいる。これからは、観光に対する住民の満足度などを計測しながら、まちづくりの手段としての観光を促進し、わが国の都として栄えてきた誇りを持ち、それを支えてきた風土や文化、伝統工芸、そして恵まれた自然と四季が生み出す花鳥風月を担保しながら入洛数を絞る、または平準化して観光の弊害に徹底的に対応し、質の高さをもっと伝える仕組みがあれば良い。

(沢登委員)

- 京都市の計画は日本、世界の先進モデルであるべきであり、そのためには実現性も問われる。実現プロセスを少し踏み込んでも良いかと思う。
- 27ページの観光客と市民と事業者の3方をきちんと見るのは素晴らしい一方で、ベン図の重なりが重要。3つが重なる部分にあるプロダクト、コンテンツをしっかりと磨き上げること、あるいはここに集まる改善ポイントをPDCAサイクルのチェックアクションの中に出していくこと。もしかしたらターゲットもこの重なりから描いていける。この重なりを徹底的に活用することが持続可能なモデルづくりにつながるのではないか。
- 52ページの進捗管理のモニタリングは実現させるために非常に重要で、誰が責任をもって運営をしていくか。これは恐らくDMOだと思うが、もう一つは、どのような組織、機能で進めるのかということ。これには2階層が必要。一つは京都市観光マネジメント会議、7つのそれぞれの産官学民が集まって議論をする場で、この役割は共有と助言だと考える。もう一つ大事なのが、京都市観光合同会議というものが必要になるのではないか。臨機応変に対応を変えなければ実現性が戻らない中で、各セクションのトップが1, 2箇月に1回集まり、今の状況から見てどういった変化が必要なのかということを決める。そういった運営をするということが実現のために重要。

(川島委員)

- 中間案を拝見し、持続可能な観光を中核に置いている点が非常に良い。こういった計画というのは、理念は良く分かるものの、重要なのが具体策と実行体制ということになる。実行していくための世界的な戦術と実行するための体制の充実が必要。
- 14ページのデジタル技術への対応という部分で、「IT技術」という言葉があった。ITには技術という言葉はつける必要がない。ミスプリントだと思うので、直していただきたい。
- 1点目として、案の中にレジャーという言葉があり、説明として「業務の出張先で滞在を延長するなどして、業務後に旅行を楽しむこと」とあるが、本来の意味としては、「業務の後に」というよりは「出張の機会を利用して旅行を楽しむ」ということであり、業務の前も含まれる。この点はすごく重要。日本ではどうしても遊びは仕事の後となるが、世界での考えは異なる。海外の国際会議に出席すると、日本を出発して、目的地で開催前に楽しむという場合もたくさんある。企画にもプレカンファレンスエクスカージョンというものも必ずあり、仕事の前アクティビティが非常に多い。日本は仕事の後ということになるが、機会損失で不利になるので、会議前の方も多いうことを念頭に置き、表現を直した方が良いのではないか。同じ資料の中で、MICE後のレジャーと出てくるが、これもMICE前後のレジャーとした方がよい。
- 2点目は、コロナ終息後のMICEの具体策についてお話ししたい。観光やMICEの誘致については、コロナの終息後、恐らく相当の競争激化になると思われる。特にMICEの主催者はバーチャルで運営する経験を積み上げてくる。そうすると、主催者がバーチャルデスティネーションを有望な開催地候補として捉えてくる。京都がこれからもMICEの開催地として選ばれるためには、MICEバーチャルデスティネーションを新たな競合都市として捉える必要がある。
- 具体的には、コロナで安心・安全への意識が高まり、サステナビリティが開催地決定要因として重要性

を増すのは明白だが、強調したいのは、コロナ終息後、ハイブリッドな MICE が主流になる点である。今、誘致や問い合わせの段階から、オンラインでやってくれという要望が増えており、行政や事業者も、オンラインやハイブリッド会議に対応できるデジタルの専門チームを設置し、国際的な対応の強化が必要である。京都で MICE を開催する場合、他都市とは差別化されたオンサイトのソーシャルプログラムを提供する仕組みづくりが重要になる。たとえば MICE の参加者がその分野の専門家としての実体験を得られるようなユニークな研究施設などの産業視察ツアー、あるいはほかの都市を圧倒する、京都でしか体験できないプログラムの開発などをして、京都の新しい魅力を圧倒的な品揃えで準備することが不可欠ではないか。

(金子委員)

- 中間案を拝見し、委員、有識者の様々な意見を盛り込み、体系的にまとめられていると評価したい。
- 私の方から 2 点。一つは、今月 3 日に政府としてまとめた政策プランについてである。市長からもあったが、ポストコロナ時代には感染拡大防止と社会経済活動の両立が重要になる。今月 3 日に感染拡大防止と観光需要回復の政策プランを政府としても取りまとめたところである。今回の中間案でも徹底した感染拡大防止と観光の回復を図るということを掲げており、同じ方向性だと考えている。また、京都の光を磨き上げるということを、2030 年に実現するまちづくりとして挙げておられるが、政府の政策プランにおいても、旅館をはじめとする宿泊施設の魅力と収益の向上や地域に眠る観光資源を磨き上げることによる魅力的コンテンツの造成や、最先端技術を活用した景観整備に取り組もうと考えており、京都市の取組はこうしたプランをベースに支援したいと考えている。
- もう 1 点、サステナビリティの関係について、こちらは高山委員からもあったが、観光庁としてもガイドラインを作成しており、また、先般、日本としても 2050 年にネットゼロとする目標を掲げた。京都はリーディングシティとして、しっかり実行に取り組んでほしい。

(小野委員)

- 御存知のように、京都には歴史的遺産や長年培われてきた文化芸術がある。また、その他に和食も高評価を受けており、最近は全く違った分野での観光も出ている。スイーツ、アニメ、山歩き、スポーツ等も観光の一環として脚光を浴びている。しかし、それらにも市民の方々の理解と協力が必要である。そのためには、今後ホスピタリティにも高い評価を得られる必要がある。
- 中間案に持続可能な観光という言葉が出てくるが、観光客、事業者、市民それぞれが努力し、不満を無くさなければ達成をすることは難しい。その意味では、観光客、事業者、市民に京都観光行動基準、京都観光モラルが大切であり、今まで聖域と思われていた観光客に理解と協力を求めることは画期的である。今後具体策に肉付けがなされれば、理解や納得が得られるものと思う。そして、後世に残せる観光コンテンツの創造も我々に課せられた職務だと理解している。
- 最近観光の質ということが言われているが、その評価、判断基準はまちまちである。抽象的、漠然とした表現ではなく、理解しやすい言い方が重要。また観光客に対しても、数から質と言われているが、観光消費や金額、地域や国で分けることは絶対に避けなければならない。質の考え方としては、京都市、京都文化への愛情で判断できるのではないか。消費額に関わらず、平気でゴミをポイ捨てる観光客を見れば

市民は嫌悪感を持つだろうし、ごみを拾ってくれた観光客には歓迎の気持ちを持つと思う。我々観光事業者は、観光客に対して、京都市、京都文化、京都観光のファンになってもらえるよう、住民との懸け橋になることが責務だと考える。

(小川委員)

- 中間案を拝見すると、目的や指標がかなり具体的に仕上がってきているので、私からは注釈にあたる部分を発言させていただく。先ほどから何度か御発言があったように、デジタル化は持続可能な京都のために重要だと理解している。私が現在勤務している文化財建築の分野では、コロナ禍における情報発信として、大学が作成したデジタルミュージアム内においてバーチャルツアーに参加してもらうことや、独自にSNSで配信を始めており、遠方の方に多少なりとも興味を持っていただけるようになっている。世界状況を考えると、デジタルツールの有効性は明らかだが、一方で発信する側が使いこなせているのかは、個人的には疑問としてある。先ほど濃淡とおっしゃられていたが、使う側の能力としても発展途上という状態かと思われる。にもかかわらず、急速なデジタル化により、取り残されるコンテンツがあるかもしれない、そこは注視する必要がある。
- もう1点、先日某雑誌の編集長のコラムの中で、かつて音楽ロボットがデジタル化する際に、人の感知できない周波数の部分をカットすることによって、音楽世界の持つ余白がすべて消えてしまったということである。そういったことが他の文化でも起こり得た時に、ハイテク化された余白のない世界に人々が満足するかというと決してそうではなく、よりリアルな感動や、人間臭さを求めるようになるはずであり、文化に携わる者はその期待に応えてほしいということだった。文化や伝統を守るというのが、京都の役割の一つであるならば、京都に来られた方がバーチャルではなく、実際に来てよかったと思えるように、維持・保存のみならず、常に高みを目指していくことが重要である。デジタル化はそのためのツールとして使いこなせるのであれば、まさに理想的だと思う。

(大田原委員)

- 目指すべき姿や取組についてはもう良くまとまっていると感じる。一方、第5章の推進体制や仕組みについてはページ数が少ない。我々REVICも色んな地域で県や市役所と計画や構想を作っているが、観光というのは官民公金色々なプレーヤーが集まらなくてはならず、役場や観光協会だけでは実現できず、ステークホルダーの中でどうやって(How)進めるのかということが重要であり、どこの自治体もそこがネックになっている。したがって、京都観光マネジメント会議やDMO、地域ごとの組織があるが、いかに役割分担して組織化するかが重要である。
- もう一つ、京都の観光に従事していない市民には、観光という言葉に非常に負のイメージを持っているように思われる。実は再来週、梅小路で連携協定をして地域のクリエイティブ化を目指しており、アーティストやクリエイターとともに、どうやって地域の事業者など京都に根差した人たちが支えていくのかという話をしている。創造性を誘発するためには、観光客といかに交流しながら新しいものをつくるかということで、観光客との関係性が非常に重要。その観光とどう連携するのかという話をした際に、京都の市民である皆様が、観光というのは入れたくないということで、連携協定の文言の中で、観光という言葉が弱くなってしまった。内容どうこうではなく、今後この計画を出していくときに結構工夫しないといけ

ない。32 ページに「観光に対する市民の共感の輪の拡大」とあるが、いかにして共感を得るのかということ、本質的な問題としてポイントである。

(太田委員)

- 「そうだ、京都行こう」の広告が行き渡りすぎ、オーバーツーリズムになり、といったこともあったので、質の話を取り上げていただいているのは素晴らしい。今回の報告書も、赤い線を引いていたらほとんど赤くなったというくらい素晴らしいと感じた。評価はそれぞれ皆さんがおっしゃっていただいたが、これからは人。市民であろうが、観光客であろうが、事業者であろうが、人が参加したくなるというのがポイントである。多い少ないではなく、どういう精神なのかというのが上手く伝わるかと思う。
- これを拝見して良いと思ったのは、磨き上げるという言葉が使われている。今「ポイント還元」とか、世の中はポイントの話ばかりだが、京都はすでに何百年も前にポイントをもらっており、ポイントを増やすのではなく、ポイントを磨き上げるということだ。他の観光都市はポイントをもらうことに大変なのだろうが。つまり国からポイントをもらうということもあるし、旅行者からいいね、をもらうこともそうである。京都は、色々ポイントをもらっているのだから、それを磨き上げるというのがこの計画の骨かと思う。
- 「持続可能」という言葉が多義的に使われていることが気になった。SDGs と一緒に使う持続可能と、文化財を廃れないように磨き続ける持続可能とは少し意味が違っており、少し離して使うと、地球環境の話と文化財の話と一緒に捉えられてしまうというのは、まとめのところできちっと分けていただいた方がよい。全てを SDGs の方の持続可能で捉えられてしまうのは、京都の場合、少しもったいない。

(京都府 野口観光政策監 (オブザーバー))

- 広域観光という観点からお話しをさせていただきたい。中間案でも周辺地域との連携など、広域観光の記述があり感謝申し上げます。観光客の方にとっては行政の境界線は見えていないので、行政単位を超えた広域的な取組が必要である。既に京都市で、例えば洛西エリアと乙訓、京北と森の京都エリアなど、現在も取り組んでいただいているところだが、例えば隣接地域だけではなく、テーマで括ることで隣接地域以外でも分散化や広域連携ができるかと思う。実際に取り組む際には、そういった面も御相談させていただきたい。広域というだけで済ませるのではなく、実際に足を運んでいただくには、モデルコースのみならず、具体的に交通機関や時間などを発信していく必要がある。その点は京都府も一緒となって実施してまいりたい。
- また、MICE について、広域での相互送客の推進について述べていただきありがたい。これからハイブリッドな MICE が主流になるという御意見もあったが、Face to Face も大事にされると思うので、エクスカージョンなど周辺に足を運んでいただき、良かったなと思ってもらえるものをコンテンツの磨き上げや開発として進めてまいりたい。
- 最後になるが、私は現在関西広域連合の観光分野の事務局も預かっている。関西広域連合でも同様に関西観光・文化振興計画の策定を進めており、本日御出席の橋爪先生にも策定委員会でお世話になっている。関西の中での京都、特に観光分野でのポテンシャルは非常に高く、どういった計画をされているのかというのは関西広域連合の計画策定委員会の中でも注目しているので、その中でも紹介させていただきながら、関西の中での広域連携というのも推進していければと思う。

(京都商工会議所 西岡産業振興部長 (オブザーバー))

- 必要と思われる課題についてはしっかりと書かれており、それを SDGs の観点からも捉えた、非常にバランスのとれた内容と感じた。その中で、観光といった業種ではなく業態ということで、5 ページにもあるが、環境基本計画や市民スポーツ振興計画など、様々な分野の計画と調和を取りながら進める必要があるというのが、具体策と実行体制という中で難しいことである。商工会議所でも具体的実行の際には、経済界として積極的に関わりたいと思うので、よろしくお願ひしたい。

(橋爪顧問)

- 皆さんの御意見を伺いながら考えたことを5点ほど申し上げる。
- 1点目としては、この計画は策定に当たっての志を高らかに謳うべきものであるということを確認したい。策定趣旨の文案を、丁寧にさらに修正が必要。重要だと思うのは、「進化」という言葉である。高い志が「進化」という言葉に託されている。「進化」とは何ぞや、京都観光は、どういうところに行こうとしているのか、というところをうまく説明できれば、世界に先んじた計画になる。計画論は、2種類のアプローチがある。一つは現状の課題を順次解決するための年次計画と、未来に向けたあるべき姿を示すという方法論に、大きく分けることができるだろう。我々が自ら進化すると宣言する。進化にも様々な形がある。一つには突然変異ではなく、創発的進化という考え方がある。多様な人が関与しながら、次の段階に遷移するという社会の進化の在り方を示すモデルである。京都観光は創発的な進化を遂げて、持続可能なモデルを京都が世界に示すということが大切である。
- 2点目としては、持続可能性の意義をクリアに書かないといけない。先ほども会長からあったが、SDGs に寄せているのか、観光の持続可能性を説いているのか、色々な意味が出てきている。27 ページに観光のスパイラルのモデルがあるが、我々はまた最終案に向けてこれを精査してまいりたい。もう1つの持続可能性の図が11 ページにある。昨年示された京都モデルにおいては、観光と文化の関係性、観光文化と地域コミュニティについて示されている。11 ページの図と27 ページの図、双方の整合性を図りつつ、我々は京都観光における持続可能性を描いていきたい。
- 3点目は、3 ページの京都観光を振興する意義の文面を、歴史的経緯を踏まえて、もう少し深く考えて精査する必要があるという点である。今年、京都が国際文化観光都市ということ掲げ、70 周年が経過した。戦後復興期の昭和25年において、京都は住民の過半数の賛成を得て、特別法のもとで国際文化観光都市を建設することを宣言した。現在も京都市の都市計画は、国際文化観光都市建設法を基礎としたものとなっている。その後、昭和41年には京都から古都法の考え方を示し、法律として形を取った。平成16年には歴史都市創生策により、国家として京都の歴史や文化が大事だということを示してきた経緯がある。節目節目に京都の文化と観光についての強いメッセージを内外に示してきた。世界の中の京都であり、日本を代表する京都であるという部分を、文化と観光の観点から伝えていければ。このまちでは何度もメッセージを出し、高らかに謳ってきた。今回の計画では、これまでの経緯を踏まえた意義の示し方が弱いと思うので、より強く訴求していければ良い。
- 4点目として、IT化というのは感覚として古いように思う。デジタルトランスフォーメーションという概念が普及しつつある。単に身の回りの様々なものをITに置き換えるということではなく、全く違う世

界にトランスフォームしていくということである。デジタルに関する部分は補強されるべきである。例えば文化と観光の段階においても、デジタルの世界において有意義な事例が出ているかと思う。例えば熊本城が地震で壊れて、石垣の修復をしているが、観光振興用に熊本城のデータを詳細に取っていたものが、震災後に活かされ文化財としての石垣修復に有効に活用されている。私は京都中の文化財や大事なコンテンツ全てのデジタルでのアーカイブ化を考えていくべきだと思う。観光の方からアーカイブすることが文化財にも寄与するということである。

- 5点目としては、仮称があまりにも普通なので、もう少し魅力的でキャッチーなサブタイトルを考えていただきたい。英訳するということも考慮していただきたいと思う。