

第2回「京都観光振興計画2025」マネジメント会議における主な御意見等 (指標の設定に関する議論を除く)

1 京都観光モラルに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	「自分はこういうことを大切にしている人たちの国に行くんだ。」という認識をビジターに持って貰えるよう、京都観光モラルを周知することが大切。	国の実証事業として、京都観光モラルに沿った取組を行うことを宣言する事業者の募集や、優良な取組事例の見える化に取り組んでまいります。
2	“マナー”というどうしても「これはやらないでください。」といったネガティブな印象になるが、そうではなく「私達はこれを大切にしている。」というポジティブなメッセージとして伝えることが大切。	京都観光モラルの特設 HP や各種の取組と連携し、御指摘いただいた視点も踏まえ、引き続き周知・啓発に取り組んでまいります。 【参考】 ・京都観光モラル推進宣言事業者募集開始 (R4. 8. 26)

2 令和4年度新規事業に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	環境問題や働き方改革なども含め、様々な観点からそうした人たちの卓越した取組を「持続可能な京都観光を推進する優良事業者表彰」で評価し、認知していくことが大事。	京都観光モラルに沿った取組を進める事業者の認定・情報発信を実施するとともに、いただいた御意見も踏まえ、表彰制度の構築に取り組んでまいります。
2	文化力を活用した観光振興が大変重要。「とっておきの京都」を更に広げ、これまでになかったような地域の光を観光資源として発掘し、プログラム化できれば良い。	この間、観光・文化に関するイベント情報の一元的発信など、文化芸術の力を活かした観光振興に取り組んでまいりました。引き続き文化市民局とも連携し、「とっておきの京都」などの取組を通じて、文化を基軸とした観光の取組を進めてまいります。
3	厳しい財政状況のもと、観光関連の新規事業が4件あるという点は意欲を感じるが、迫力のある予算にはなっていない。行政だけではなく官民連携のプラットフォームを作るなどにより、世界に負けない施策を打ち出していきたい。	民間企業とも密に連携している京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューローと共同で、新規事業の企画を行うなど、引き続き民間企業等のアイデア・ノウハウ・技術を取り入れてまいります。

3 観光教育に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	観光教育について、京都市では特段の取組がないと感じる。京都でこれを先進的に取り組めたら素晴らしい。	教育委員会と連携し、ジュニア京都検定テキストブックを通じた取組や、観光の効果の見える化の推進により、取組の充実を図ってまいります。
2	観光教育は、過去には重点施策に位置付けて京都観光副読本を発行する等に取り組んできた。いま一度観光教育の重要性を打ち出して貰いたい。	教育委員会とも連携し、ジュニア京都検定テキストブックに記載の内容を基に副読本の作成を検討します。

4 観光と文化に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	文化を伝えるうえで、例えばお茶、お花など1つのジャンルを知っているだけでは企画力を高めにくく、様々な客層に対応することが困難。企画、現場運営、広報など、小さな単位で分野横断的に連携しなければ文化そのものが先細りになってしまう。そこに観光という視点からできることが大きいと思っている。	引き続き、観光が文化の継承・発展に貢献するプロモーターとなるよう、関係部局とも連携して取り組んでまいります。
2	世界的にも文化におけるサステナビリティの事例が少ない状況であるため、ぜひ京都がリーダーシップを取っていただけたらと思っている。	
3	日本の文化の中には、文化と環境と経済が循環しているシステムが多くある。地球環境の持続可能性という部分にも日本の文化が貢献していることを伝えることで、京都の文化、日本の文化が、はっきりと際立つ形でメッセージとして伝えられる。そして、それだったら行ってみよう、価値が高いと感じてもらえるようになっていけばいいと思う。	京都観光公式 HP において、サステナビリティに関する観光情報や観光と文化の好循環等の記事を掲載するなど、持続可能な観光に関する情報発信に、引き続き取り組んでまいります。

5 京都観光全般に関わる御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	観光振興をまちづくりにつなげていくこと。そして、市民生活の豊かさ、文化の豊かさを観光振興の展開によって実感できることが大変重要。	宿泊税の活用等により、観光振興を市民の暮らしの豊かさにつなげるとともに、観光の観光の効果の見える化等の推進により、市民にもその効果等を実感いただけるよう取組を進めてまいります。 【参考】 ・観光の効果を分かりやすくお伝えするためのリーフレット「私たちの暮らしと京都観光」の発行（R4.3.30） ・市民しんぶん 8 月 1 日号へ特集記事を掲載 ・京都市公式 SNS での情報発信（第1回 R4.7.6、第2回 R4.7.13、第3回 R4.7.20）
2	地域ごとの細かいプラットフォームの必要性を感じる。京都もナノ観光の考え方をもち、ニッチなお客様にも対応していく必要がある。	「とっておきの京都」の取組をはじめ、エリアごとのまだ知られていないコンテンツの発掘や情報発信に取り組んでまいります。
3	修学旅行においても、訪問先に選ばれる1つの指標が SDGs 等になってきている。そういうところでも、京都が存在感を発揮できればよい。	SDGs 探究学習プログラム「Q 都スタディトリップ」を活用し、引き続き修学旅行分野での SDGs の取組を推進してまいります。 【参考】 ・修学旅行向け SDGs 探究学習プログラム「Q 都（きゅーと）スタディトリップ」の運用開始（R4.4.1）
4	修学旅行で初めて京都に来る人も多い。修学旅行生が京都ファンになっていただけるかは、その修学旅行でいかに良い印象を持って帰っていただくかに尽きる。	修学旅行誘致のため、引き続き、安心・安全な受入環境の整備や、SDGs の学習体験等の深化に取り組んでまいります。
5	ファンがファンを作ってくれるような取組を進めるべき。上手にお金を使わず、京都ファンを起点に、ニーズに的確なブランディングと広報ができるとよい。 また、そのためにも、例えば京都アプリのようなものを作り、“今日、観光できること。文化体験できること。”等の情報を一元化や利用者へのインセンティブの付与をすれば、予算等も含め様々なものの効率化が図られると思う。	京の夏の旅・冬の旅のリピーターへの情報発信や、DMO において運用している SNS の活用等により、京都観光のコアなファンの獲得に努めます。情報の一元化については、現在、京都観光公式 HP がその役割を担っており、イベントカレンダーにより日毎のイベント情報を検索できるコンテンツを掲載しております。引き続き同 HP を活用した情報発信に取り組んでまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
6	何度も来られているリピーターでも、宿泊先や旅行目的等は毎回同じではないと思う。何度来られても新しい発見がある魅力的な京都観光になれば。	「とっておきの京都」の取組による多様なエリアでの賑わい創出など、引き続き、リピーター獲得のための取組を推進します。 【参考】 ・「とっておきの京都プロジェクト」 実証事業支援制度の創設（R4.4.28）
7	宿泊単価が低いということが、京都市の課題だと思っている。宿泊施設だけで解決することは難しく、宿泊施設とその周りの事業者との連携によって、いかに単価を上げられるかがポイントとなる。	今年度新たに、宿泊施設と伝統産業製品等の事業者とのマッチングを展開し、京都ならではの地域や自然、ものづくりの魅力を活かした宿泊サービスの質の向上を図る取組「宿泊施設と連携した京都経済の域内循環促進事業」を開始いたしました。こうした取組も含め、引き続き、宿泊単価、観光消費額単価の増加を推進してまいります。 【参考】 ・「宿泊施設等と連携した京都経済の域内循環促進事業」ビジネスマッチング商談会の開催（R4.10.4～R4.10.5）
8	観光に関連する庁内の関係部署や観光協会との連携を更に進め、新しい試みをする動きがあっても良い。	引き続き、DMO はもとより、交通局や文化市民局等の関係局との連携を通じた取組を推進してまいります。
9	大阪・関西万博との連携。万博の年に来た外国人の方に、京都をいかに味わっていただくのかということを京都らしく展開するべき。今後、世界が一斉にウイズコロナにおける誘客競争に入るため、準備が必要。	関係局や DMO、京都文化交流コンベンションビューロー、関係自治体とも連携しながら、万博を契機とした観光振興の取組について検討してまいります。