

第3回「京都観光振興計画2025」マネジメント会議

1 日時

令和4年9月5日（月） 10時～12時

2 場所

QUESTION（クエスチョン） 7階 CREATIVE COMMONS（クリエイティブコモンズ）

3 出席者

別紙名簿参照

4 内容

【委員長挨拶】

（若林委員長）

本日のマネジメント会議では、いよいよコロナ禍後の状況が見えてきた現状を踏まえ、今年度から来年度にかけて具体的に何をするのか、戦略的・計画的に「観光振興計画2025」を推進するための議論を行い、次年度以降の事業に落とし込んでいきたい。

また、昨年度は、計画策定時に先送りとなっていた計画の指標及び目標値について議論してきた。同計画の指標及び目標値は、持続可能な京都観光を実現するための総合的な視点で設定し、非常に包括的な内容となっている。指標及び目標値も含めしっかりと今後の議論につなげていきたい。

今般のコロナ禍については、この間、社会生活や経済活動を元に戻す方向で、特段の行動制限なく今夏も推移してきた。現状では、お盆明けに一時期増えていたが、ようやく減少傾向が見られるようになった。一方で、更に長いスパンで見ると、京都大学の西浦教授を中心とするチームは「毎年インフルエンザの数倍の感染者が発生する。」との予測を出している。コロナは一旦ワクチンを接種した免疫が罹患すればその免疫で感染予防になるという期間が短い。このため、引き続き感染予防のための対策を新しい状況に応じてきちんと組み立てていく必要がある。コロナ以外の感染症もある。感染予防を当たり前とするニューノーマルの議論も含めた取組が、今後の観光の事業の展開でも重要なテーマになるだろう。

本日は、京都観光の回復に向けて、喫緊でこの秋、あるいは今年度実施していくことは何か、また、来年度以降、本格的に観光が回復していくにあたって何をしていくのか、この2点について御議論いただきたい。

【令和4年度市民公募委員挨拶】

（大西委員）

京都で扇子の事業で大正2年から続く大西常商店で若女将をしている。直接的に観光事業者ではなく、観光については門外漢であるが、京都で商売していくうえでは観光は切っても切り離せないと感じている。

また、個人的に府市協調事業の「きょうと移住&婚活応援」というプロジェクトに参画している。京都にUターン・Iターンで移住していただく、夫婦で来て、子供を産んでいただく人口を増やしていこうというものであり、定住していただくことと観光とのバランスといった観点も踏まえ、御協力させていただければと思う。

【報告事項】

京都市及び京都市観光協会から報告事項の説明

- (1)「令和3年 観光客の動向等に係る調査」の結果について
- (2)京都市観光協会「経営戦略 2025」の策定について

（加藤委員）

「観光客の動向等に係る調査」の修学旅行数に関連して。オンラインやオンラインと組み合わせた修学旅行が最近出てきている。今後、こうしたオンライン等でのやり取りをカウントしていけないか。オンライン等を経済効果として把握していく必要があるのかという点は疑問もあるが、可能であればこういった動向にあるのかを把握していても良いかもしれない。

また、令和3年から新たに開始された「持続可能な観光に対する意識調査」について。ブックイング・ドットコムから毎年サステナビリティレポートとして日本全体や世界の平均結果が発表されているため、そういうものと比較すると非常に良いのではないかと感じた。

（若林委員長）

オンライン観光等であっても講師料や物品販売など経済活動としてカウントできる要素はあるが、京都市調査ではオンライン観光等は対象とされていない。また、今後も統計上の取扱いとしては外出しの数字にしておかなければこれまでの数字との継続性がなくなってしまう。

一方で、オンライン観光等での取組をどのように見ていくかは、元より統計調査の設計段階から範囲に含まれていなかった観点であり、直ちにどうこうということではないが、今後の宿題としていただきたい。

【協議事項】

京都市から協議事項の説明

（田中副委員長）

感染拡大の収束が見通せず、これからもコロナとの共生が続くであろうという中で、これまでの教訓を活かし、継続的に観光客から選ばれる観光デスティネーションとしてしっかりと観光地のマネジメントを行っていく必要がある。

その中で、市民生活と観光の調和を重視した取組を地道に推進し、内外に発信し続けていくことが最も重要であると考えます。

京都にとって観光は、雇用や経済基盤として最重要産業の一つである。とりわけ市民の皆様が京都に対して誇りを持ち、ホスピタリティを高く持たなければ、京都観光の持続可能性を高めることは大変難しい。パンデミックや様々な災害等に対してレジリエンスを高めていく上でも、市民の皆様の観光に対する理解と支援が重要となる。これまでも重点的に協議されてきたが、改めて、国内観光、そしてインバウンドが回復していく中で、同じことにならないよう、我々が特に気を付けていく必要がある。資料中にも京都観光モラル特設サイトの開設などの露出強化を図ることを記載いただいている。京都観光の経済効果や様々な効果が市民生活の暮らしや豊かさの向上に貢献しているということも含め、さらに地道に周知していく努力が必要である。

こうした取組の上で、京都観光の回復に向けた喫緊の課題としては、まずは国内向けの需要喚起策と、インバウンドの回復を視野に入れた受入体制強化及び需要喚起策が重要である。

加えて、現場の皆様の意見を聞いていると、人材不足が課題であると感じる。特に一旦離脱した労働力が観光産業に戻ってくるかといった課題や、新たに若い世代を雇用していく中での担い手の育成。勿論、企業努力によってなされるべきところもあるが、行政の力も含めて、支援体制をしっかりと構築し、旅行者の皆様を裏切らない高い水準のホスピタリティとおもてなしを実現させる現場力を支える人材育成が必要であり、喫緊の課題と感じている。

また、感染に対してまだまだ恐怖感がある中で、三密を回避したスマート観光、観光におけるDXを推進する必要がある。例えばスマートフォンやICカードを連動させて旅マエ、旅ナカ、旅アトも含めた様々な仕掛けをIoTで行う。こうした機運と仕組みを、オール京都で作っていくことも重要である。一定着手はしているが、更に浸透させ、底上げし、底力にしていく。この点も喫緊の課題である。

(平井委員)

一点目、朝・夜観光の推進について。今までなかなか成功してこなかったと感じている。例えば夜観光で、ロームシアターでオペラを見た人達が遅くから食事できるようにと岡崎エリアにレストランを作られたが、集客が上手くいかず経営が立ち行かないという事例がある。京都は既に夜の繁華街がエリアとして幾つか確立しているため、新しく夜の繁華街を作るのではなく、いかに既存の繁華街との連絡を確保していくのかを考えるべきである。

我々観光事業者としては、行政に対し、生活インフラ・物流インフラ・交通インフラといったインフラの整備を期待している。行政が整備したインフラに基づきどう企業努力で集客するか。行政と民間で役割分担しながら協議していく必要がある。その中で、朝・夜観光についても、無理して開発するのではなく、従来からあるものとどう上手く連携するかを考えて解決していくという視点を持つべきと考える。

もう一点。観光案内DX事業に関連して。前回（第2回マネジメント会議）も申し上げたが、ITを駆使してアンケートを行ったり、入洛や入館・来店ポイントを付与する京都アプリを開発していただきたい。様々なポイントを付与することで利用者にも喜んでいただけるほか、我々もその利用者の詳細の行動をビッグデータとして把握し、活用することができ

る。観光客の囲い込みと行動把握、そして事業者がお客様をつなぐための情報発信ができるプラットフォームの役割が期待できる。どの業者と組むかなど難しいところもあるが、観光協会であればある程度の柔軟性をもって実現できるのではないかな。まずは観光協会の会員企業約1,500者が導入するだけでも非常に膨大な情報が入ってくる。

また、我々の中で一つの課題となってるキャッシュレス化についても、京都アプリに連携して解決できないかと考える。近年、様々なキャッシュレス決済の手段が普及しているが、それぞれに対応するためにレジ周りは端末だらけになっている。京都アプリを用いて一元管理できないかな。

加えて、こうした決済サービスは利率が高い。利率は取引高によって調整されるが、一者の利率ではなかなか協議できないところ、市全体の観光関連事業者の売り上げをもってすれば莫大な売上げに基づき協議できる。商店街等でクレジットカードを導入した際にも取りまわしていただいたことがあったが、観光協会が中心となり、京都アプリを駆使して、キャッシュレス化推進のための端末の一元化や手数料一元化が実現できると大変ありがたい。

京都アプリはアンケート調査においても有用である。先日、あるモニターツアーに参加した際にQRコードを用いたアンケートがあった。項目数も多く自由記述の設問もあったが、Web回答のため自宅でゆっくりと回答できた。一方、先日某県で初めて対面のアンケートを受けたが、急いでる中で15分近くも回答に時間を要した。対面でしか聴取できないこともあるのだろうが、Webを駆使してアンケートを行うことは非常に有用である。

最近では、修学旅行生も修学旅行生同士のコミュニティでバズった洋食屋に集中したりしているようで、子どもたちも情報収集の手段としてWebを活用する時代になっている。繰り返しとなるが、京都アプリの実現に向けて検討をお願いしたい。

(若林委員長)

アプリかウェブかの比較では、アプリの場合ダウンロードするというひと手間がある。アプリのメリット・デメリットはあるかと思うが、アプリにすることで様々なサービスをどんどん追加できる。観光DXのソリューションとしてDMOとも議論して具体化を進めてほしい。引き続き他の皆様も御意見があれば伺いたい。

(濱崎委員)

京都アプリに賛同する。私共のような施設では非常に切実である。私共が保存する弘道館は観光施設ではないものの、内外から多くの方が来館される。文化を伝え、施設を維持するうえでも、観光でお越しいただく方々は大切である。様々なお客様からキャッシュレス化に関する要望がある一方で、私共の施設では未だ導入できていない。昨今は様々な決済サービスがあるが、それも流行がある。お客様としても様々なアプリをインストールする必要がある。文化を愛する方の中にはアプリに慣れておられない方も多くいらっしゃるが、一方でそういう方々にも来ていただきたい。サービスの一元化が可能なのであれば、安心感を持って来ていただけるのではないかと感じた。

また、アンケートの実施について。私共も年間を通じて頻繁に事業を実施しているため、

その都度アンケートを作成し、結果を集計しては作業が追い付かない。この点を一元的に実施できるシステムがあると非常に有り難く、もとい我々なりに貢献できるところもあるのではないかと思います。

次に、加藤委員も言及されたオンラインでの修学旅行について。弘道館には修学旅行のみならず体験学習でお越しいただくお子さんらが多くおられるが、コロナ禍でオンラインでの講義を行うようになった。先生方の「なんとか子どもたちに教育の機会を提供したい。」という熱意が伝わってきたため、無償で講義を行ったり、資料等を送付したりと、様々なことに取り組んできた。経済効果以前に気持ちをつないでいくことが大切と考えて始めた取組だが、そういう形でつながってきた方々とは、心の交流が深くなり、今になって改めて「ぜひ来館したい。」といったお声も多くいただくようになった。

コロナの波がある程度落ち着いた直近も、オンラインでの講義依頼はなくなっておらず、最近は体験学習に来館いただく前に事前学習としてオンラインで講義を受けられる形が多くなってきた。小さな事業所の場合はそれだけで手一杯となるし、やりたくても出来ないというところもたくさんあるだろう。こうした点に対するサポートが進めば、オンラインによる事前学習が更に広がり、より深い学習機会として浸透するだろう。コロナ禍を経てそういった需要が改めて見えてきたと感じる。

また、中には「伝統文化がどのように維持されているのか。」といった深いところまで関心を持ってアプローチをくださる学校や海外の方々がおられる。コロナ禍を経て、改めて「京都に来るなら何を吸収したいか。何を得たいか。」といった価値がはっきりと見えてきたのではないか。京都側もそれをしっかりと受け止める必要がある。今あるものを大切につないでいく。我々もその価値を認識し、きっちりと伝えていきたい。

資料3「令和4年度の主な取組」を拝見したが、京都はどんな人に来てもらおうと思っ

ているのかが一見して伝わり辛い。私としては文化を愛する人にお越しいただきたい。それにより、一緒に文化を育んでいくことができる。そうでなければ京都は持続可能でなくなる。「観光客の動向等に係る調査」を拝見する中で、訪問先の地域を思いやる行動を取られた観光客が71.8%もおられるのは大変素晴らしい。文化や文化財の維持に貢献したいと考える観光客は40.5%と、低いように見えるがこれも非常に立派な数値であり、また、伸びしろがある数値であると思う。こういった行動を取る方にお越しいただきたいというメッセージが見える施策を推進していければ素晴らしい。

(若林委員長)

修学旅行に関してもオンラインと組み合わせた体験授業が考えていければよい。

(高橋委員)

まずは、今ある状況を見える化し、きちんと課題解決につなげていく。これを解決するツールとしてデジタルの活用が重要であると考える。

仕事柄、全国の様々な地域における観光関連のデータを拝見しているが、京都の観光統計の内容や調査手法、観光協会における宿泊統計は非常に先進的であり、特に、宿泊施設の需

要予測を立てておられるのは恐らく日本では京都だけかと思う。

宿泊旅行者数は依然として厳しく、インバウンドが回復していないこともあり、客室数から見た時に国内だけで担保するのは一定限界がある。平均客室単価もコロナ禍前 2019 年と比較すると激減しており、当社の「じゃらんネット」では、7 月の京都市内の宿泊単価は 6,771 円／人泊となっている。これでは宿泊施設がもたない。需要予測を上手く活用し、宿泊施設だけでなく土産屋や体験施設、飲食店等とも連携し、例えば「予測に基づいて仕入れを増やそう。」といった在庫管理で経済活動につなげる、あるいはそういった施策を打つことも含め、喫緊で取り組んでいく必要がある。

なお、これも難しいのだが、消費額の需要予測や消費傾向の把握が十分にできてない。そこもぜひ京都市が一番に見える化をしていただければと考えている。

次にキャッシュレス化について。来年 10 月からインボイス制度が導入されるが、今までのレジ打ちのオペレーションのままでは工数が増えて厳しくなる一方で、デジタル化を進める絶好のタイミングである。商工部門と連携しながら検討していければと思う。

なお、QR コード決済については、実は一本化できるようになっているため、上手く活用していくことが重要となるだろう。

また、デジタル化に関連し、観光客の旅マエ・旅ナカ・旅アトをいかに連携して進めていくかも重要である。混雑対策についても、デジタルを活用して上手く解消出来れば良いと思う。コロナ禍で観光客の意識も高まっており、旅マエで体験プログラムや体験施設を予約する方が増加傾向にある。当社調査では事前予約を意識した方が約 40%、実施した方が約 25% となっている。本当に行きたいところはきちんと予約できる・予約しないと入れないと意識してもらうことが混雑対策につながるし、予約できなかった方に対しては、予約なしで巡れる隠れた魅力を御案内できるような動きが出来れば良いと思う。

観光案内 DX 事業で京都総合観光案内所（京なび）の機能が一部デジタル化されるという動きもある。現地で情報収集するに当たり、どこが一番良かったかというアンケートを行った時、やはり宿泊施設が一番多いが、次いで京なびが挙がってくる。京都の玄関口で情報を収集して観光できるということが大切であると感じる。一方の課題として、京なびに来客された方がどのようなニーズを持っており、これに対してどのように応答したかがデータベースになっていない。これがデータベース化され、傾向を把握し、さらに満足度を高めるためにどのように見える化すればよいか考える必要がある。

最後に、先ほど話題に上がった京都アプリについて。例えば某県では、観光大使が約 8,000 人集まっており、その方々がより情報発信できるようにとアプリが導入されている。海の京都エリアで導入されているアプリは、リピーターとして何度もお越しいただくために、アプリを通じて定期的に情報発信する取組を進められている。まさに直近でこうした動きが全国的に出てきている。もし取り組むのであれば、京都はどこを目指して進めていくのかをしっかりと考えた上で取り組めれば良いと感じた。

（若林委員長）

事前予約をどう広げていくかはこれからの持続可能な京都観光を進めていくうえで必要な

観点である。京なびの担当者の対応は素晴らしいと思うが、その知見をいかにデジタルにつなげていくか、これも具体化してほしいと思う。

(加藤委員)

中長期的な課題に対する意見となるが、世界的に見ても、市民生活と観光の調和を第一に掲げる京都市の取組は非常に先進的であると感じている。この点を更に強化していけば良いと思う。市民に対して観光の効果が見える化し、市民の誇りの醸成につなげることは、混雑問題やマナー問題等の観光課題対策と裏表の関係になる。

そして、より積極的に強調していただきたい点が、伝統文化の中にあるサステナビリティである。一般的に、伝統文化の継承や景観の保全などの文化的・芸術的なものの継承とサステナビリティということがなかなか連動していない事例が多い。

昨日、京都のSDGs旅というゼミ生が企画した内容で京都を5箇所ほど巡ったのだが、学生が選んだ例はすべて伝統産業に関わるものであった。フードロスも含めて過剰な消費をなくしていくということもあるが、伝統産業の中にあるイノベーションやサステナブルな知恵をいかに継承していくか、伝統をどう生かしていくかというところにあるサステナビリティに、学生も非常に興味を持っていた。市民の誇りというのは全体に関わってくるものであるが、もっと積極的に、こういった視点が強調されると良いと感じる。

あるいは人材育成。人材育成はその産業を継承していくということである。さらに京都は修学旅行で訪れる方が非常に多い。そこで皆さんが何を学んでいるのかということを知ることが、市民に対する観光の効果の見える化にもつながっていく。京都市ではジュニア京都検定や京都観光サポーターなど様々な制度を創設されているが、そこに一貫して、京都の特性を活かし、伝統文化に培われ綿々と継承されているサステナブルな事例が強調されれば良いと思う。

最後に、先程来議論となっているポイントシステムやアプリに関連して。パラオには京都観光モラルと似た取組でパラオ宣言があり、入国する方には「パラオに来たらこういったことを大切にします。」ということを経験していただく。まだ実装していないそうだが、それがポイントシステムになる動きがある。よりサステナブルな選択をしていくとポイントが溜まり、ポイントが溜まると他の人には体験できないアクティビティが体験できるシステムが構想されている。アプリを京都観光モラルや事前学習と連動させるなど、色々な可能性があると思われるため、私も京都アプリの開発には賛成する。

(小野委員)

修学旅行について。2年以上のコロナ禍を経て、やっと回復の兆しが見えてきた中での第7波であり、非常に困惑しているが、それでも、この春からは多くの修学旅行生にお越しいただいている。大きな要因は、京都市に修学旅行専用24時間電話相談ダイヤルを設置いただいたことであり、これにより安心して京都にお越しいただいていると感じている。

京都に来てからPCR検査を受けて陽性となった場合、まず宿舎に帰り、その後、先生が保護者を呼ばれる。陽性患者は公共交通機関に乗車できないため、保護者が車で迎えに来る

こととなる。春のシーズンは多くが首都圏から来られ、まだ自家用車で連れて帰ることも可能な距離であるが、秋のシーズンは北海道や東北、九州といった遠隔地からお越しになる傾向にある。そうするとなかなか迎えに来られない。その場合、決められた施設で隔離し、待期期間満了後に、保護者の方に迎えに来ていただくか公共交通機関で帰宅することになる。

生徒も色々と苦勞されることとなるため、出来れば学校側と「こういった場合はこう対応する。」など様々な事例を想定して事前に協議いただき、生徒にできるだけ負担が掛からない形でお帰りいただくことが望ましい。修学旅行で初めて京都にお越しになる方は多い。こうしたきめ細かな対応によって、親切で安心・安全のまちと、ホスピタリティの高さを評価いただくことにもつながる。

先程来話題に挙がっているアンケートについても、私共が生徒に感想を聞くなどアクションを起こすためには、その都度学校の許可が必要となる。アプリを使って修学旅行後に感想を入力いただければ、修学旅行生の率直な気持ちが直接伝わってくる。そういったアンケートシステムは今後必要になってくると感じた。

次にインバウンドについて。国による水際対策が徐々に緩和傾向にあるため、海外からの観光客の受入準備を進めていく必要がある。ニュース等で見ていても、欧米をはじめ海外の方は既にマスクをしておられない。日本人はまだ普段からマスクを着用しているが、それを見て海外の方がどう思われるか。「日本はまだ蔓延している。」と思われてしまうと、日本、そして京都に来ていただけない。日本は安全であることをしっかりとアピールし、お客様に安心していただく必要がある。恐らく来年には沢山の外国人の方がお見えになると思うが、外国人観光客の受入準備としてこうした取組を進めておくべきである。

また、国内に目を向けると、G o T o トラベル事業が途切れ、今は全国旅行支援の開始を期待しているが、問題はそれをいかに広報するかである。私共のような宿泊を伴う旅行業界は、お客様は相前から計画を練っておられる。事業の実施に先立ちしっかりと発表し、広報・周知していただく必要がある。費用面も含めて何度も告知を繰り返して皆様に理解していただかないと、目的地を他府県に変更されてしまう。出来る限りこういった点に注力いただきたい。先手を打っていただくことが大切。

(若林委員長)

修学旅行生のコロナ対応については、現行の法律での指定でいうと公共交通機関で帰宅できないなどで行動制限が厳しく特別な対応が必要である。一定慎重な議論もあるが、仮にこの秋に感染症法上の見直しが行われると一変してくるだろうと思う。観光が回復基調に向かう中で、今後も引き続き、修学旅行だけでなく一般の観光客や外国人観光客も含め、滞在中に陽性が判明した場合も安心できる環境の整備が必要である。コロナ感染症だけでなく、観光客の健康と安全をどう確保していくかも今後の大切なテーマである。この点についても議論し、対応を発展させていく必要がある。

(大西委員)

オンラインとオフラインの事業の抱き合わせでいかに経済効果を上げるかという点は、非

常に難しい問題であり、一事業者だけでクリアするのは非常に難しいと感じている。京都市、ANA及びトーセでメタバース事業にも取り組まられるように、オンラインで魅力を発信し、オフラインで来ていただく。そしてオンラインで先にお金を支払い、オフラインでもお金を支払っていただくなど、一事業者だけではなく京都市と事業者がきちんと協力して取り組んでいくことが大切である。

また、修学旅行に関連し、Q都スタディトリップが非常に人気でたくさんの学校が注目されていると伺っている。伝統産業分野でいうと、例えばつくる責任、使う責任があり、先ほど加藤委員がおっしゃった観点からもQ都スタディトリップは非常に有効なツールであるが、みやこめっせの見学だけで終わってしまい、なかなかそれが事業者に落ちてこないという課題があると思っている。Q都スタディトリップで来ていただいた修学旅行生が、みやこめっせで終わるのではなく、しっかりと事業者にまでつながり、学生に色々な場を見ていただけるような機会を創出していただきたい。

もう一点、中長期的な課題について。混雑対策は短期的に取り組むべき課題であるが、中長期的には人口減少の問題がある。先日もニュースになっていたが、京都市は昨年、人口減少数が全国一位になった。特徴として自然減だけでなく社会減が非常に多いことが挙げられる。1960年頃から地価高騰の流れにあり、それに加速度を増したのがホテルラッシュで、観光客が一気に増加したことで市民が生活できないという意見もある。地価が高騰し子育て世代が流出するということは非常に大きな問題である。

短期的な視点だけでなく、中長期的な視点で、観光が市民生活にどのような影響を及ぼしているか、そういったことも方向性を定め、市民に明示していく必要があると考える。

(若林委員長)

伝統産業ミュージアムそのものから個別事業者につないでいくことは、先ほどの予約システムの議論に関連して、伝統産業の体験や専門家による解説を事前予約で提供していくなど、いかにして伝統産業事業者につなげていくか、手法の具体化は非常に大切である。

メタバースについては、今後の京都観光の展開の中でどのように位置付けるか。既にビジネスとして本格的に展開されている事例もあれば、目的や成果が曖昧でもひとまず走り始めている側面もある。メタバースの評価を巡っては定まっていないところもあり、これからの議論になるだろう。

(橋爪顧問)

京都市の観光振興を考える上で、足元では世界中が横並びにウイズコロナ社会における観光振興に取り組もうとする中で、各都市が取り組むことは当然に取り組みつづ、それに加えて、京都だけが先行して行っていることを意識して考える必要がある。現状、その点が欠けているのではないかと。

先程来議論にあったメタバースやキャッシュレスについても他都市より進んでいるとは思えない。京都の強みを活かした特徴的な事業は何か、他の都市ではできないインセンティブは何かという点をご一緒に考えたい。

今回、策定した観光振興計画はユニークである。特に「歴史や文化を希望にかえるまち」というキャッチコピーには非常に強いメッセージを感じる。単に「歴史や文化を守ろう」や「歴史や文化を観光しよう」ではなく、歴史や文化を希望に変える。この点に呼応する何か強い施策が必要である。

今、ロシアによるウクライナ侵攻といった世界的な問題が発生し、まさに今、平和とは何かということを考えなければならない。そうした中で、平安京に遡る京都は、平和と安寧を祈念して成立したまちであり、京都にあれば平和について考えることができるという点を訴求すべき。長い歴史の中で幾度の危機を復興し、京都は都市として継続してきた、特徴的なところである。今こそ京都にお越しいただくことで、平和について学べるが多々あるだろう。修学旅行においてもそういう部分をもっとアピールするべきである。

もう1点。同計画では観光の意義を「京都の「光」によって、市民や観光客など人々の心や人生の豊かさを高める。」と再定義している。従来の大量輸送・大量消費型ではないと言い切っていることが大切であり、「京都を巡ればこんな特別な体験ができ、心や人生の豊かさが高まる。」という点に重点化すべきことがあるだろう。

最近、デジタル庁が新たに「Liveable Well-Being City 指標」(LWC 指標)を提唱した。政府の様々な施策に横ぐしを通す観点が「ウェルビーイング」という言葉である。我々の計画でいう「人々の心や人生の豊かさを高める」という観点に相当る。よくスマートシティやビッグデータと言うが、その先にどんな社会を期待するかというと、「人々が豊かに暮らせるウェルビーイングなまち」ということになる。100 人いれば 100 通りの幸福があり、我々はこれから、観光や文化体験等を通じて人々の心や人生が本当に豊かになることを実現するよう考えていかなければならない。このための一つの手段がデジタル化であるということになる。京都には様々な旅行者が訪れる。こうした方々が本当に心や人生が豊になったと感じられるような施策を強く打ち出せればと思う。

次に、中長期の取組について申し上げたい。

一つは、2024 年が「古都京都の文化財」が世界遺産登録 30 周年となる。観光振興計画の計画期間中における大きな節目の一つでもあり、その 30 年の節目を大きく祝うことを考えてはどうか。

また、計画策定時にはなかった視点も検討するべきだろう。先に述べたウェルビーイングツーリズムのほか、アーバンスポーツツーリズム、大阪観光局が進める L G B T Q ツーリズムなど、幾つか新しいツーリズムの概念が出てきている。それに対して京都がどう対応するかを検討すると同時に、先行して取り組む新たなツーリズムを示していきたい。京都観光は「課題対応型」ではなく、「時代先導型」であるべきだ。それが大阪・関西万博に向けた新しい観光につながればと思う。

次に、京都観光モラルについて。京都観光モラルは非常に素晴らしい内容のため、広島や東京などの他都市で講演を行う際に度々紹介しているのだが、「これは素晴らしい」と理解は得られるものの、これが京都だけのものだと思われてしまっている。京都観光モラルに掲げる内容は普遍的なものであるため、「日本の様々な都市が京都観光モラルを採用する。」となれば良いと思う。現状、内向きのプロモーションとして事業者募集等を進めておられるが、

京都観光モラルは「京都発で世界のトップを走るモデル」として、全国的に取り組んでもらうことが最も大切であると考えている。

最後に、京都の観光振興で他都市に先行して成果を上げてきた取組として富裕層誘致が挙げられる。他都市がまさに今検討を進めているところが多い中で、京都では10年以上前から取り組んできた。これを、従来のオーバーツーリズム時のものから一步二歩先の取組へとフェーズを進め、富裕層振興を考えていく必要がある。

例えば東山エリアでいうと、別邸や庭園などが様々な事業者の手によって観光スポットや料理旅館、ウェディング会場などに生まれ変わっている。あるいは社寺の敷地に高級ホテルが建設され、高級リゾートや高級旅館ができるなど、従来の東山からここ数年で様変わりしている。たとえば東山も、従来の観光スポットである二寧坂や産寧坂、清水などに加えて、近傍に従来とは全く違う東山の観光施設群が出来てきている。こうしたことも意識しながら新たな富裕層観光を進める。併せて、例えば洛西や京北などにも富裕層向けの新しい価値体験を考えてはと思う。

(平井委員)

嵐山で大きい駐車場を抱えたドライブインも経営しており、団体バス旅行で多くのお客様がお越しになるのだが、施設事業者ごとにコロナ感染症対策として座席数を何割にするかという考えがまちまちで、共通の指針がない。ありがたいことに秋のシーズンは2回転目の予約まで全て埋まっている状態なのだが、我々は座席数を8割に設定しておりキャパシティ不足に困っている。行政としても統一基準を作れないと思うが、例えばそういった対策の相談窓口のようなものが明確になると有り難い。観光協会とも御相談しながら進めていきたい。

さて、中長期的な取組として一点目。地域連携のために必要なプラットフォームが各地域に不足していると感じる。冒頭のドライブインにはビジターズステーションの機能も付加しており、道の駅に近い感覚で、嵐山にお越しになった方に対して嵐山の観光情報を提供している。例えば清水エリアと嵐山エリアで連携を図る時に、こうした民間のプラットフォーム同士が連携できればと思っている。京都における地域連携プラットフォームのようなものをもう一度確立していくことが必要と考えている。「道の駅構想」のようなものがあったもよい。

もう一点、まもなく京都駅の東部に市立芸大が移転する。商業施設にすべきとの意見もあったが、あそこに商業施設が立地すると京都駅周辺がオーバーストア化するとともに、京都の中で京都駅に一極集中する可能性がある。商業施設はある程度分散化の方がよい。加えて、京都は国際文化観光都市である。観光客の多くが利用する京都駅の横に文化芸術のアカデミアが集積し、京都のまちづくりの縮図が見られる。これは内外に向けて非常に大きな宣言になると思う。

その価値を行政がどのように理解し、今後、どう活かしていけるのか。産業観光局だけでなく、文化市民局や総合企画局も含めて議論していく必要がある。中央郵便局の跡地もある。芸大移転をどのようにまちづくりと観光に活かしていくか、共に考えていきたい。

(若林委員長)

市立芸大移転を契機に、京都駅周辺にひとつの回遊空間が生まれる。引き続き議論いただきたい。

(高橋委員)

長期的な視点について。先ほど見える化の推進が重要であると申し上げたが、最も重要となるのが、見える化したものをきちんと情報共有していくことである。共有化した上で、それが各々市民や観光事業者が自分ごととして捉える。そこから誇りにつながっていくものと思う。

例えば当社が行ったアンケートの結果によると、全国の中でも京都が非常に高いポイントだった点が「地元の人のホスピタリティを感じた」という項目であった。具体的にどこで感じたかを全国比較したところ、宿泊施設や京なびが多いのだが、このほか他都市では出てこなかった傾向として、タクシー運転手や寺社が多い傾向を示した。この点が非常に重要であり、恐らく各事業者等がおもてなし力の向上のために様々なことに取り組んでおられると思うが、観光客はそのホスト 1 人に会う訳ではないため、これを横の連携でつないでいく。また、観光客がどういうニーズを持ってるのかといったことが分かる（見える化する）ようなものが出来ると良いと思う。

二点目、京都はリピーターの方が非常に多く、この点を従来から丁寧に取り組んでこられたことが非常に大きいと思っている。京都の訪問回数が 10 回以上の日本人観光客の割合が重点指標となっているが、10 回以上という回数を指標に掲げている都市は京都の他にはない。大体の都市は 2 回か 3 回である。だからこそ、どうやって何度もお越しいただくのか、満足していただくためにはどうするのか。こういった点も考えていく必要がある。

最後に三点目。京都観光総合調査で把握されている消費額単価のうち、実は文化体験費用が 722 円となっているなど、概ね 3 桁で推移していた。要は 0 円の方を含めた平均値を表示しているため低く出ているのであり、実際に美術館や博物館に訪れた方だけの平均値を見ると 3,679 円、文化体験費用でいうと 4,138 円となっている（いずれも令和 3 年、宿泊客の値。）。集計方法を変えてしまうと過去の数値と比較ができなくなるというデメリットがあるが、きちんとデータを見るためには、0 円の方を含めず、実際に消費された方が幾ら消費されているかを見ていく必要がある。

また、交通費、宿泊費、拝観料等のこうした調査も、本来はデジタル化できないかと思う。この点についても、中長期的にはどこかできちんと考えなければならないと感じている。

(田中副委員長)

1 点だけ。DMO 法人が全国に設置されて数年が経ち、今や約 250 の DMO 法人が全国で設置されている。それぞれ独自にマーケティングや観光振興策を企画し、観光地のマネジメントに取り組んでおられる。京都は社会的にも国際観光都市として評価されているが、各地の DMO の努力によって、この競争構図がいつ変わっていくかということも意識しておかなければならない。

その中で、先程来の議論でもあったように、京都がターゲットとする、本当に来ていただ

きたい層をしっかりと明確化することが必要である。観光振興計画で明確にはなっているのだが、改めて、京都が持つ歴史や文化芸術、学術の価値に対して本当に関心を持ってくださる方、そして知的好奇心が高く、京都の地域支援に対しても意欲のある方々にお越しいただく。そのポジショニングをぶれずに、皆様の期待を裏切らない様々な取組が必要と感じる。

インバウンドの回復に向けては、これからも地道に、こうしたターゲットのニーズに応えることのできる質の高い長期滞在の経験ができるコンテンツの開発に取り組んでいく必要がある。

(加藤委員)

サステナビリティのガイドラインとしては、やはり京都観光モラルが重要であると思っている。ただ、例えばQ都スタディトリップや優良事業者表彰といった取組があることに実は気付かなかったり、あるいは実際の活動をどのようにサステナビリティと関連付けるかを気付かなかったりすることもある。自己流の解釈をしてしまい、少し軸がそれてしまうといったこともあるため、そういう点に対しては、専門的なアドバイスが必要かと思っている。

次に、M I C Eの推進について。今後はやはりサステナブルなM I C Eというものも重要となってくる。そういった点においてもぜひ京都観光モラルを活用し、サステナビリティな観点で京都が選ばれる方向性に持って行っていただきたい。

ウェルビーイングという言葉も非常にキーワードになってきている。また、「よりカインド（親切）」という言葉も、他人に親切、環境に親切、自分に親切といった意味合いで比較的使われるようになってきており、それもウェルビーイングの一環かと思うが、こうした観点からも、ぜひ京都市にリーダーシップを持っていただきたいと思っている。

【結び】

(事務局)

多岐にわたり御意見をいただき、改めて感謝申し上げます。

その中で特に今回、京都観光モラルに関する御意見をいただいた。京都観光モラルの普及・啓発、そしてさらに実践につなげていくことが、今後、観光振興計画を推進するうえで一番の基盤になると考えている。

先般、「京都観光モラル推進宣言事業者」の募集を開始した。これは事業者単位で取り組んでいただくものである。また、個人として取り組んでいただくものとして「京都観光サポーター」も任命させていただいた。引き続き、こうした様々な取組をしっかりと進めてまいりたい。

もう一点、D Xの議論の中で京なびについても御意見をいただいた。御指摘のとおり、京なびでは日々多くのお問合わせを数十年にわたって受けてきており、各々のスタッフの中にはノウハウの蓄積があるものの、これがデータベース化できていなかった。今回、観光案内D X事業を進める中で、スタッフの中に蓄積されたノウハウをF A Qという形できちんとデータ化するとともに、実際に京なびにお越しになる方以外の観光客にも使っていただける環境の整備に取り組んでまいりたい。

コロナ禍の影響により京都観光は依然として厳しい状況が続いている中ではあるが、本日御議論いただいた御意見等を踏まえ、各種の取組を推進してまいります。