

第4回「京都観光振興計画2025」マネジメント会議

1 日時

令和5年3月23日（木） 15時～17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）

今後、ポストコロナを見据えて観光が力強く回復していく。コロナ禍前に回復させていくということも重要だが、コロナ禍以前には市民生活との調和に関する部分で課題が浮き彫りになっていたことに留意する必要がある。

また、回復の中で人手不足や人材育成が大きな課題となっている。観光事業者の収益性の向上や、従事者の処遇改善、研修制度の充実等により質を高めることで、観光産業の持続可能性を高めていく必要がある。そのための経営努力、経営改善も今後ますます求められる。

さらにこの間、あらゆる分野で急速にDXが進んでいる。観光の分野においても、DXを活用した生産性の向上や観光体験の高度化、観光体験へのスマートなアクセスなど、様々なことが新たに取り組むべき課題として見えてきている。

本日の会議では、ポストコロナを見据え、「京都観光振興計画 2025」の各種の施策の具体化・強化を図るために、幅広い観点から御発言いただくようお願いする。

【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) 京都観光を取り巻く現状について

- ・ 「令和4年 京都観光に関する市民意識調査」の結果について
- ・ 「令和4年 京都観光事業者・従事者実態調査」の結果について
- ・ 京都市観光協会データ年報（速報）について

(2) 令和5年度予算について

【協議事項】

京都市から協議事項の説明

（田中副委員長）

観光振興計画に掲げる目標値が更新されることは大変良いことである。

一方で、観光はまだ回復途上であり、本格的な回復に向けては様々な課題もある。

とりわけ燃料・物価の高騰、人材不足やそれに伴う施設の稼働率の制限など、観光需要が回復したときに受入体制を維持できるかという点は大きな課題である。また、観光産業は裾野が広いために中小企業や小規模事業者が多いが、ゼロゼロ融資の返済の開始や、中長期的には廃業等のリスクもある。京都観光全体のサービス供給の量・質の維持・向上もこれからの課題である。

しかし、観光振興における指標、目標値がしっかりと設定されていることで、状況の把握や、それに応じて様々な施策を講じることができる環境が整っている。こうしたことを踏まえ、本日は3点申し上げる。

1点目、京都観光モラルについて。認知度は広がりつつあるが、さらに実際に行動を促す仕組みづくりが必要である。その仕組みとして、地域コミュニティや地域団体と観光事業者の接点を作っていく必要がある。観光事業者は実際に地域の団体等がどのような行事や取組をされているのか情報が掴めない状況にある。こうした橋渡しをする役割は行政やDMOにある。地域団体等と観光事業者を繋げていくことで、個々の努力では乗り越えにくい課題解決のための具体的な取組が進められる。

2点目、顧客管理の視点について。観光の高付加価値化の取組が進められているが、その取組をコアなロイヤルカスタマーの獲得や管理にもつなげていく必要がある。そのためにも、観光事業者が京都ファン向けの特別な体験を造成する機運を高めるとともに、先進事例を共有し、普及を図る取組を進められれば良い。

3点目、人材の確保は大変重要な観点である。京都観光従事者実態調査において、従事者の総合満足度は高い一方で、重要度の高い「給与・賞与等の待遇」の面では相対的に満足度が低いことが浮き彫りとなった。疲弊した観光事業者の経営資源をどこまで人材に分配するかという難しさはあるが、今後、観光需要が回復し、業績が回復するにつれて、待遇や処遇面の充実で人手不足を解消し、担い手が戻ってくるようにする必要がある。

また、若手が入ってくる、キャリアパスの充実にしっかりと取り組むという好循環も作っていく必要がある。この点は、事業者だけではなく行政も共に取り組んでいく必要がある。

併せて、観光庁が人材育成のガイドラインを作成されると聞いている。こうした国の指標等を踏まえ人材育成に取り組むことも非常に重要である。

(若林委員長)

同会議で議論してきた指標、目標値でも、観光関連事業者、従事者の課題をしっかりとウォッチし、担い手の持続可能性や継続的な発展、観光を支えていくこととしている。引き続き、知恵を絞って改善努力を進めることが大切である。

(大西委員)

令和5年度新規予算「手ぶら観光の推進」について。キャリアケースを引く音も今はどこか懐かしい思いであるが、今後、ひどくなっていけば大きな問題になる。海外の方の手荷物はサイズが大きいということもあり、手ぶら観光の取組は非常に良いと思う。

実際にハンズフリー京都のホームページを拝見した。コインロッカーで預けられるほか、配送もできるが、まだまだ登録事業者の数が少ないと感じる。配送に関しては4件程しか登録がないため、この点について目標を定めてしっかりと数を増やしていく必要がある。

千円ほどで荷物をホテルまで届けてくれるということも踏まえても、取組が浸透していけば非常に良いサービスなると思う。宿泊施設が何件登録されているかは把握できなかったが、どれだけ多くの事業

者と連携していけるのかがポイントになる。

次に、先ほどの田中副委員長の御意見にも関連するが、質の高い特別な体験を求める層は必ずおられる。例えばふるさと納税の返礼品で飛び抜けて質の高い、普段は体験できない特別な返礼品をメニューとして用意するなど、もっと掘り下げてコンテンツを造成していくべきである。また、そうしたコンテンツを求めるお客様がそのコンテンツにどうアクセスしたらいいのか分からないケースもある。まずはしっかりと情報を提示していくことで、取組の幅がどんどん広がっていくと思う。

観光客のうち、とりわけ30、40代の若い層の中には、何度も京都にお越しになり、「いつか京都に住みたい」と思ってる方も一定数おられる。そうした中で、実際に京都に定住される方も増えているように感じている。観光をきっかけに市民になられる方をどう取り込んでいくかも大切な観点である。

先日見た光景で、子連れの外国人観光客がベビーカーでバスに乗ってこられた際に、日本人の方が身振り手振りでコミュニケーションを取りながらベビーカーをバス車内に固定する作業をされ、観光客の方も「ありがとう」とコミュニケーションを取られていた。旅の喜びや思い出は、そういった市民と観光客とのやりとりの中から生まれる。シビックプライドを醸成する呼び掛けを行政から発信していくのも良いと思った。

(若林委員長)

手ぶら観光の推進は、観光客自身のストレスを低減できることはもとより、手ぶらであることで様々なお店に足を運び消費活動につながったり、バス車内の混雑も低減することにもつながる。今後の京都観光において、手ぶら観光の環境を当たり前にしていくという取組は非常に大切だと感じた。

(小野委員)

「京都観光に関する市民意識調査」について。調査時期である10～11月は、全国旅行支援の開始や入国制限の緩和によって観光が次第に戻り始め、観光客を歓迎するムードが少しずつ芽生え始めた時期であったかと思う。

回答者のうち約73%の方が「京都市の発展に、観光が重要な役割を果たしている」と回答されたことは大変喜ばしい。また、観光客の方にこちらから声をかけるという方が約20%おられる。こうした方がもっと増えれば、観光客と市民の関わりが深くなり、それが京都の観光にも大きなプラスになるのではないかと考えている。

「宿泊施設が近隣にできたことによる良くない影響によって迷惑を経験した方」が約16%となっている点については、今後、航空路線がどんどん回復して外国人観光客が増えてくる中で、現在は落ち着いていたとしても、状況が変化して迷惑に感じるようになり、この比率が上がってくるのではないかと心配している。

「京都の歴史や文化、伝統、人々の暮らしなどの継承」という観点では、例えば地藏盆や地域の運動会などの地域のイベントや行事に「寄付をした」ことをもって貢献したということだけでなく、例えば会場の提供や、運動会に参加するといった形であっても、積極的に関わっていくという姿勢が、地域との相互理解、地域文化、伝統文化の継承に大きく繋がっていくのではないかと思う。

次に、令和5年度新規事業のうち「修学旅行体験学習支援事業」について。舞妓を派遣するという内容だが、舞妓は高卒、大卒では年齢制限もあり、なることができない。中学校の修学旅行で舞妓さんを見て、そこで憧れて舞妓になりたいと思う人も多いと聞く。この事業が舞妓になりたいと思う人が増えるきっかけになれば、京都の文化を継承することにも繋がり非常に良いと感じた。

ただ、少し気になる点として、花街という呼び方を保護者の方やそれを聞いた方がどういう印象を持たれるのか。時代に応じて花街という名称を変えていくということも一案ではないか。

次に、夜観光について。ギオンコーナーのような伝統文化を体験できる施設はあるが、例えば食事をしながら舞やチャンバラを見ることができるコンテンツやスポットがあれば子供たちも喜んでもらえるのではないか。こうした夜観光のコンテンツが京都には足りない。例えば、常設のシアターなどがあってもいいと思う。

また、以前は繁忙期と閑散期の差が大きく、我々旅館事業者としてはどちらの時期に合わせて従業員を雇用すればいいかなど悩ましい部分があった。最近では平準化され、波が穏やかになってきたため、これからは人材育成に力を入れ、京都の良さを発信できるような人材を育成していくということが大切だと感じている。他方で、昨年の出生数が80万人を切ったという報道もあり、十数年後には修学旅行にもその影響が現れることは確実であるため、その点については考えていく必要がある。

最後に、手ぶら観光については、観光客の京都駅への集中も課題としてあるため、京都駅以外の所にも手荷物預りや配送を行う窓口を設置することも有効ではないかと感じた。

(若林委員長)

芸妓・舞妓といった文化や芸能を再認識して継承していくことに観光がかかわっているということは非常に大切なポイントであり、今後ますますそういった形の連携を意識していくというのは重要であると感じた。

(加藤委員)

1点目、「京都観光に関する市民意識調査」について、観光の重要性を感じているものの、個人の実感としてあまりメリットを感じられていないという結果があった。この点については、迷惑や混雑といった様々なマイナス要因を減らしていくことと、京都観光モラルを実践していくことをしっかりと位置付けてマネジメントしていくことが必要である。

一方、コロナ禍でマイクロツーリズムという言葉が使われるようになったように、観光の定義も変わってきている。プラス要因を増やしていくという観点でいうと、近隣の観光を楽しむということも重要な部分だと意識されてきたため、観光はこうしたものも含むという点を周知していくことも必要ではないか。例えば伝統産業の普及や、文化の維持・継承、まち歩きイベントのような市民も参加できる取組を進められていると思うが、観光はどこか行楽地やテーマパークに行くだけではなく、本当に広く捉えられるということを再確認しても良いように感じた。

なお、市民意識調査では「観光地として評価されることについて誇りを持っているか」も調査されている。これに関連し、修学旅行という特別な体験によって、京都が特別な思い出の地になる方は多いと思う。そういった部分を見える化することが、シビックプライドにも繋がっていくのではないかと感じた。

2点目、人材育成について。観光庁の人材育成の取組に関わらせていただいたが、どこの地域でも人材育成について苦勞されている。今回の従事者調査の結果のうち「特に身に着きたいスキルやサービス」を見ると、皆さん色々なことを学びたいと思われており、非常に重要な結果だと感じた。例えば、京都観光モラルの登録事業者の取組を拝見したが、その中にも本当に様々な学びにつながる要素がある。既に様々な学びの機会が設けられていると思うが、例えば京都観光アカデミーといったように、沢山の学びの機会を見える化するというのも大事ではないかと思う。人材育成や観光教育、人を育てていくと

いう点が、実は京都観光モラルにおける「地域との調和」において重要な要素であると考えている。

3点目、令和5年度新規・充実予算について。今後は、京都観光快適度マップなどの観光客の分散化の取組や、京都観光モラルの取組等が、どのような効果につながっているのかというところまでフォローしていただくことが重要になってくる。

分散化対策や京都観光モラルのようなアプローチは世界的にも使われているが、いずれもまだその効果のフォローにまでは至っていないため、ぜひ、これが実際にどのように効果につながっているかまでフォローしていただきたい。この点、例えば大学と共同研究するなどの機会があれば、大学としても有り難い。

次に、「サステナブルMICE都市形成事業」の中で、SDGsへの取組支援があるが、MICEで京都に来られる方にも、やはり統一して京都観光モラルに取り組んでいただけるような仕組み作りを進めていただきたい。

最後に「手ぶら観光の推進」について。和歌山の熊野古道では大型手荷物を持って行けないため荷物の搬送システムについて色々と工夫をしている。九州の黒川温泉でも、転泊とってお客様が域内の違うところに連泊される際に手荷物を配送するシステムを作られている。そういったところも参考になるかと思う。

(高橋委員)

市民、観光客、観光事業者・従事者の三者に向けてこれだけの調査を実施されている事例は、全国でもほとんどなく、大変素晴らしい。KPI指標をしっかりと設定・更新し、その指標に基づいて各種施策を予算化されている点もしっかりと練られていると感じる。

可能であれば、KPIの値が改善したときに、当然一つの施策で改善したと評価することは危険であり複数の要因に関連することは理解しているが、「何の施策によって数値が良くなったのか」を振り返りの際に一つか二つでも事例として挙げていただけると素晴らしいと思う。それによって、ゆくゆくは各種施策を他の地域にも展開できる動きになる。

本日、私からは3点申し上げる。

1点目は市民との共感の輪の拡大について。今回、「京都観光に関する市民意識調査」で、一部観光地の混雑に対する市民意識に係る設問を変更したと報告があったが、私はこの変更は良いと思っている。きちんと知りたい項目を調査したいのであれば、必ずしも毎回同じ文言で調査する必要はなく、適宜変更を加えていくべきである。

一部観光地の混雑の問題でいうと、全ての地域で混雑が発生している訳ではなく、あくまで一部地域での問題である。共感の輪の拡大に当たり、市民全体に対してどういったことを提供できるかということと、一部地域に対する施策とを上手く表現できると良いと思う。

市民全体に対しては、この間も意見が上がっていたが、教育、啓発という点が大切である。また、市民による市内観光の頻度を高めるための喚起策にも取り組んでいければ良いと思う。

2点目は人材不足について。多くの宿泊施設や飲食店、サービス産業の方から、本当に大変な状況であるとの声が上がっており、お客さんが来ても全てを受け切れない状況になっている。人材確保は、新卒、転職、派遣採用と大きく三つに区分して採用の方法が変わるため、その中でどう取り組んでいくかを考える必要がある。

新卒については、例えば宿泊施設に就職するとなったときに、御両親が「リスクがある」というリアクションになる。それが非常に勿体ない。短期的には難しいが、京都の宿泊施設や飲食店に就職するこ

とがブランドとなり、「よかったね」と思ってもらえる環境をつくることが大事である。

転職については、田中副委員長が御発言された処遇改善面がまさに重要であると思う。また、主婦層やシニア層の活用を積極的に進めるべきである。昨今は、派遣も含め募集してもなかなか人が集まらない。サービス業であっても、働き方として週2、3勤務で良しとしたり、時間限定でも良しとするなど、そういった流れに地域全体として持つて行けると良い。

また、一部で従業員の給与上がってきているが、日本全体ではそれほど上がっておらず、とりわけサービス産業の上がり方には限界がある。一つの施設で福利厚生を充実するにも限界があるため、例えば市内の宿泊施設が連携して全体として福利厚生を考えるなど、地域全体で福利厚生を充実させる施策が出来ないかと思う。

3点目はデジタル化について。今期、DMOの方で観光版CRMによるファンマーケティングをされている。既に顧客5,000人に向けてターゲット別にプロモーションする施策を進められており、大変素晴らしいと思っている。リピーター対策やロイヤルカスタマーの確保にもつながっていくものであり、引き続き、DMOを中心にこうした取組を進めていってもらいたい。

デジタル化に関連して、前回のマネジメント会議で、京都観光総合案内所（京ナビ）の相談内容がデータベース化されるという事業が紹介されていた。試験的に開始されたばかりかもしれないが、これについても成果等が見えて来たらぜひ共有していただきたい。

最後に、統計調査全般については、今後も引き続き調査を継続していくに当たって、デジタル化を検討するなど、調査の効率性を考えも良いと思う。

（若林委員長）

勤務形態も週5日でなくある程度柔軟で、自身の都合でいつでも休暇が取れ、それでもきちんと施設が回るという環境をどのように整備していくか。新卒で観光業界に入っていただくことも含め、それ以外にも様々な形で働き続けることのできる環境づくりを議論することは大変重要である。

（濱崎委員）

私共が運営する催しや施設においても様々な場面で人材が不足している。実はコロナ禍で当施設に転職したいといった御相談も沢山いただいたが、こちら側が受け入れられない状況にあった。金銭的な問題もあるが、その方を教育する人材がいない、マンパワーを割けないという問題があった。

例えば、先ほど加藤委員から京都観光アカデミーという御提案があったが、御提案のような枠組みを作り、きちんとコーディネーターを育成するということをしないと、日本の伝統文化は崩壊する。産業も同様だろう。

最近、他ジャンルや他業界など、他の仕事をしている方と一緒に伝統文化に関する仕事をするのを積極的に心掛けている。その際、やや冒険ながら適任ではないかと思う方にお声掛けし、お互いに発見や学びがあり成功することがある。「こういう人材が必要」ということは外部からは分からない。

観光も多岐にわたる裾野の広い産業であり、どんな能力が必要かをあまり知られていないと思うし、私たち自身も気付いていない部分があるとも思う。既存の考え方を捨てて、どういう役割が必要なのか、必要とされているのかを、しっかりと考えていく必要がある。

例えば伝統文化に関する仕事を進める中で、今までのコーディネーターの方ではなく、例えば編集者や学芸員などにコーディネートをお願いすると、とてもうまくいくことがある。ではなぜそのような方々が適任かといえば、新しい情報や人に常に向き合い、情報を仕入れておられることや、気配りをさ

れながら複雑な調整をし続けてこられたからだと思う。それが本来コーディネーターに必要とされる資質であり経験値だといえれば当たり前だと思われるかもしれないが、現実的には多くのコーディネーターにはそれができない。文化を伝える人にとっても、それを求める方々にとっても、必要なもの・情報に出会うことができない状況である。

こうした取組は、田中副委員長から御意見のあった顧客管理における事例の共有や、一者で実現できないことを一緒に解決することにつながったり、高橋委員の地域全体での福利厚生という御意見にも、他ジャンルとの協働という点でつながっていきると感じている。

次に、令和5年度新規・充実予算に関連して3点申し上げる。1点目は「手ぶら観光の推進」について。既に進められているかもしれないが、例えば交通局においてバス1日乗車券をバス・地下鉄1日乗車券に統一するという動きがあるが、そこにセットして販売し、「このセット券を購入すれば手荷物も無くなります。」としてはどうか。混雑回避だけでなく、インセンティブの付与、そして魅力発信をセットにしなければ、分散化の取組は根付かない。

2点目は修学旅行について。私共の施設も、最近、修学旅行に関する問い合わせがかなり増えてきているが、「今までの修学旅行の形では駄目だ」と、コロナ禍で先生方も試行錯誤を繰り返し、本気度が高まっていると感じる。ただし、個々の生徒達の思いに応えようとする、例えば生徒数名に対して本格的なお茶会を開催することになるが、それに対応しているところの手が回らない。将来の京都ファンや日本を支える人材になる学生達にはぜひとも経験してもらいたいという思いもあり、一者では限界があるが、なんとか地域全体で取組を共有できれば良いと思う。

本件に関連し、花街文化の振興については、私共は十数年にわたりそういった手配をしているが、小野委員から御意見があったように花街には歴史的な背景もある。

私自身は、文化や社会的な役割は変遷していくものであって、過去の歴史と共に、現在、花街が果たす役割をしっかりと伝えることが必要だと思う。単に何か憧れの対象で、「かわいい」や「綺麗」、「会いたい」という雰囲気になってきたのがこれまでだと思うが、これからは、なぜ大事なのか、その先に何があるのかということを経験として伝えることが必要である。

3点目、混雑対策のために色々取り組みまれており、いずれも非常に大事だと思うが、もっと民間の力を活用してはどうかと思う。例えば混雑の情報を市民に投稿してもらって見える化する。そうすることによって、市民の方も、一緒になって課題を解決しようという機運になる。京都観光モラルについても、「なぜ京都観光モラルが必要なんだ」と一緒に考えてもらい、一緒になって考えたいという姿勢を見せる。そして、市民だけでなく、観光客にも「一緒に考えませんか」という形で、観光客も投稿できるプラットフォームを構築することで、市民と観光事業者、観光客が一緒に将来を考えていく必要があるという姿勢とメッセージを強く打ち出す。その上で、京都観光モラルや人材育成、混雑対策といった施策を一体として伝えられたら良いと思う。

(若林委員長)

他ジャンルとの連携では、一般的な仕事のスキルというより、何か特殊な経験やスキルがあり、それを他ジャンルでも活かされるという事例を想定してのことか。

(濱崎委員)

京都観光は文化を扱うため、一般的なスキルが使えるか分からない、少し遠いものだと思われがちで、イメージが沸きにくいのかかもしれないが、意外にも「文化の場面で一般的なビジネススキルが使えた」

という発見もある。

そういった体験を通して、「文化についてもっと学んでみよう」や、自分たちの業界でも扱える、今後の商品開発に使えるといった相乗効果が上げられると同時に、私共にとっては、その人たちに転職していただき、人材確保や文化の底上げにつなげたいという思いがある。

(若林委員長)

一般的な業務をされている人が、交流の中で京都ならではの文化に触れ、文化もそれによってさらに門戸を広げていくという両面があると改めて感じた。

観光で求められる人材でいうとコンピテンシー（優れた成果を創出する個人の能力・行動特性）とも表現するが、どういう知識や経験、マインドセット、スキルが必要かといった点も含め、多角的に人材について考えることは大切であると思う。

(平井委員)

小売業界における売上高は、現在、およそコロナ禍前の85%程度が平均だろうと思う。

インバウンドが戻ってくるまでは、日本人観光客の売上は食品が中心になっていたが、インバウンドが回復することで工芸品の売上が劇的に伸び、現在、工芸の方は大変喜んでおられる。

元々内需だけで商いをしてきた方が、外に向けて売上げを伸ばしていかなければならない時代が来る中で、観光の売上げと内需とのバランスを考える必要がある。伝統工芸品をプロデュースされる方の中には、市場を台湾に移し、台湾の百貨店のワンフロアを借り切って出店された方もいる。中にはヨーロッパに市場を求めて出かけてられる方もいる。せっかく日本に来たからこそ見て買いたいというお土産品と、日常生活に入っていけるものとのバランスをどこで見たらいいのかということが我々業界の悩みである。もっと上手く、日本の食品の良さを伝えながら、力を合わせて進めていきたいと思っており、その点で御相談できる機能が行政か商工会議所の中にあると良い。

次に、小野委員から御意見のあった夜観光に関連して。京都の文化を気軽に楽しめるものがあると良いと思う一方で、結局、我々が商売でやると絶対に損はできないし、失敗できない中で、二の足を踏んでしまう。そういったものを本当に必要としたときに、金銭面での後押しやマッチングといった支援を、行政の方で適切に行っていただく必要がある。

どうしても季節労働的な感覚で働いてきたところを、昨今の海外市場やECなど日常の売上げ等も含めて一年間谷山がない中で商品を作り込んでいくとなると、観光に来たお客様を日常の商売とつないでいく必要がある。そのためには、DXにより顧客の囲い込みを行っていく必要がある。毎回この会議で発言しているが、顧客の囲い込みとビッグデータの分析、動向調査等も含め、京都アプリのようなサービスが必要になってくる。

併せて、旅行の間、全てキャッシュレスで決済できる環境を作っていく。その中で更にビッグデータを獲得していく。今のアナログ的な情報収集ではなく、DXを使いながらデータの収集を行っていくためには、一度どこかで大きく予算を投下する必要がある。インフラとしてそういった環境を整備して、それを民間企業が活用し、そのデータを使ってビジネスにつなげてお金を儲け、それをまた地方に還元していくというサイクルが大事である。行政にはそういったインフラの整備にしっかりと予算を割いてもらいたい。

次に「観光バスの路上滞留対策事業」について。観光バスの路上滞留を是正しようとしたとき、そのバスはどこに行くのか。適切な駐停車場所がない中で単に駐停車するなというのと、暗に来るなというメ

ッセージになる。やはりこちらにも繁忙期を意識してインフラを整備しておく必要がある。

乱暴かもしれないが、用地としてはもはや地下しかない。最近では御池の地下駐車場も高い稼働率となっているし、岡崎エリアなども含め、京都市では意外と地下に駐車場を作ってきた。思い切ったインフラ整備を行うことで、観光バスの路上滞留は防げるのではないかと思う。

最後にもう一点。田中副委員長にもお世話になり食育の研究にも取り組んでおり、それを修学旅行生にもお伝えしたいが、旅行代理店が提案するプランと予算では実現できない。令和5年度新規・充実予算で修学旅行誘致のための経費も計上されているが、京都市が旅行代理店と組んで修学旅行誘致をする際に、プログラムの作り込みの中で、例えば食育の観点も入れながら、他都市ではできないようなプログラム作りを行政と民間が一体となってい、旅行代理店に売り込んでいく。現状、個々の観光事業者は旅行代理店の提案する予算等の範囲内で企画することしかできないが、反対に我々が作ったものを売り込んでいく。そういったプログラムづくりができるとうり面白いと思う。

(若林委員長)

京都アプリについては、現状、直ちに着手という状況にはなっていないが、大きなテーマの一つとして引き続き議論を進めていきたいと思う。

(橋爪顧問) ※ 当日は欠席のため、事務局から御意見を紹介

- ・ 2025年の大阪・関西万博後を見据えつつ、持続的な観光都市の先進モデルを具現化する好機であるという認識を、関係者間で共有することが必要。
- ・ 観光バスの路上滞留対策については、乗降の目的のために路上に駐車してもよい場所を限定的に決めるなど、ガイドライン作成を検討してはどうか。
- ・ サステナブルな MICE の補助支援については、京都の先進事例として支援の成果をまとめ、打ち出しができればよい。

また、補助制度を創設するとき、こういった取組を促進したいのか、最初にイメージを持つておくことが重要。運用していく中で、ユニークな事例も把握して、京都らしいサステナブルな MICE の取組を広く紹介し、成果が浸透できればよい。

- ・ 観光モラル、脱炭素の取組、観光事業者の満足度の向上などは、事業者が実際に努力して、向上していくものであることから、事業者が取組やすいよう、行政の支援として取組例（ガイドラインとなるもの）をまとめてはどうか。

(若林委員長)

観光バスの路上滞留対策の一環としてガイドラインを策定するという点については、行政が一方的に作るというより関係者で知恵を出し合い、自分達の手で取りまとめていくことが大事であると感じた。他に意見のある方は挙手願いたい。

(大西委員)

「修学旅行体験学習支援事業」における花街文化の振興については、やはり舞妓が「綺麗」や「かわいい」「京都らしい」で終わってしまったは大変勿体ない。芸妓・舞妓は着物、扇子、組み紐や三味線まで、本当に様々な伝統工芸品を身にまとっている。そういう要素も学びの中に入れることにより、学びという部分によりフォーカスできると思うので、ぜひ検討いただきたい。

(若林委員長)

個々の児童生徒の自発性を大切にするというので、自分達で計画し、事前学習のうで修学旅行に臨むという動きが広まっている。既に進められている部分もあるが、芸妓・舞妓を含め色々なことを事前学習教材のような形で提案していくといったことも重要な取組かと思う。

(平井委員)

例えば大阪の御堂筋線ではユニバーサル対応のためにM-35などと番号標記が採用されている。ソウルの地下鉄などでも採用されているが、非常に便利である。

京都市では、市バスや地下鉄において番号化が進んでいないが、多言語で情報を載せるのも大変だろうと思うので、そういった番号のシールを貼っていただけると良いと思う。世界的にも駅を番号化していく傾向にあるため、検討願いたい。

(若林委員長)

番号化することで、その後のマップ作成やデジタル対応も含めて単純化ができる。それぞれ京都らしい名前も一緒に検討していただきたいところだが、難読の駅名などもある。番号標記することで様々なことをスムーズに進めていくということは今後の課題だろうと思う。

(田中副委員長)

平井委員の御意見をお伺いし、文化とビジネスをいかにつないでいくかという観点が非常に大切だと改めて感じた。観光サイドでは、文化庁の京都移転に伴い、とりわけ文化観光、食文化振興等について機能強化が図られ、国策としてより一層推進しようという流れになっているが、文化サイドには少し温度差があるかもしれない。

折角、我々も計画の中に文化や文化財に関する項目を掲げているので、ぜひ、観光、アート、ビジネスの掛け合わせを仕組みや形にしていきたい。まずはその機運醸成が必要だが、まだお互い様子を見て印象。我々としても、文化や文化財をどのように扱えばいいのか手探りのところがあるが、経済側が文化を支援する形で、良い意味で商業の舞台に上げて、そして観光資源として活用しながら良い保全と活用の循環を作っていきたい。

今回は時間がないため具体は申し上げないが、そういった仕組みづくりを具体的に進めていく必要があると思う。

(若林委員長)

先日、休みの日に、哲学の道界限で子どもが吹奏楽の練習をしていた際に、国内外の観光客が演奏のリクエストをしてきた。色々リクエストされる中で、例えばこれまで知らなかったサックスのクラシックの曲と出会えたりと、子ども自身もとてもほがらかな気持ちで家に帰ってきた。偶然の機会ではあるが、市民と観光客、人と人との出会いの中で、ちょっとしたひと時が生まれる。それがきっかけで元気になる、誇りに満ちた表情になる。

そういう市民と観光の関係を取り戻していく、あるいは作って。元来京都市はそういうまちを目指すことを理念にしてきたが、そういう観点を改めて大切にしたいと思った。

さて、本日は多岐にわたる御意見をいただき、改めて感謝申し上げます。

とりわけ人材の問題にこれだけ集中した会議ができたという点は、京都市の観光関連の会議の中でも非常に珍しいことである。そういった点からも、次のステップにつなげられる良い会議になったと思うので、今後とも力を合わせて御議論できればと思う。

最後に、本日は市民公務員の大西委員が任期中最後の会議であるため、一言お願いしたい。

(大西委員)

委員を1年間務めさせていただき、私自身もたいへん勉強になった。

京都市に観光客が多いことは分かっていたが、これまでデータで京都観光を見る機会がなく、会議資料で様々なデータを見る中で色々な気付きがあった。

当社は観光事業者界隈の裾野ではあるものの、観光に対する意識が薄かった。

当社は100年以上にわたりB to Bの業態で、基本的に事業者向けに扇子を卸してきたが、この会議の中でB to Cに展開していこうと思う機会があり、現在、業態変換を進めている。

私だけでなく、市民がデータを見て気付くことがある。その市民はいち事業者や従業員だったりするため、データを見て気付き、動いていくことによって、自分自身の事業や京都市の未来がどんどん変わっていくと思う。ぜひ、継続してデータの見える化を進めていただきたい。

1年間勉強させていただき、改めて感謝申し上げます。

(以上)