

第5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9月4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）

京都観光は間違いなく力強い回復を見せている。持続可能な観光に向け、観光課題への対策や観光業界で働く方の活躍の促進など、京都観光振興計画2025の策定時に議論した内容に本格的に着手し、市民理解の下、行政、観光関連事業者、観光協会で推進していくために、2023年から2025年までは本格的な3年となる。また、そういった観点から、コロナ禍のダメージも踏まえ、これからの観光について状況を把握し、課題や対策を示すということが、マネジメント会議の重要な任務である。

持続可能な観光の実現に向けて、市民、観光客、観光関連事業者・従事者等の関係性だけでなく、地域社会、防災、環境問題、人権といった広く社会課題全般に対して観光が責任を果たしていくためにどうすれば良いかといった、これまで観光の政策で取り上げていなかった観点も含め、総合的に観光の評価指標を掲げ、マネジメントしていくことを目指し、積極的に御議論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

京都観光を取り巻く現状について

- (1) 「令和4年 観光客の動向等に係る調査」の結果について
- (2) 「京都観光振興計画2025」指標について
- (3) （公社）京都市観光協会の「先駆的DMO」への選定について
- (4) 観光業界における人手不足についての臨時調査の結果について

【協議事項】

京都市から協議事項の説明

今後の取組について

- (1) 現在の状況を踏まえた重点課題について
- (2) その他の項目について

(田中副委員長)

観光需要の分散化に向けては、リピーターを増やしていくことが重要。それぞれの主体がリピーター獲得のために付加価値をしっかりと付けた商品開発を進められているが、先の会議で平井委員から発言のあった京都アプリのような、アプリサービスを活用して京都市全体でリピーターの獲得に向けた仕組みを作ることが今後重要となる。アプリの活用により、京都に訪問される回数が多い方をアプリで把握し、例えば滞在日数が長い方には京都観光モラル推進宣言事業者による特典や付加価値を付けるなど、ICTを活用して様々な仕掛けを行うことができる。また、顧客と事業者のコミュニケーション手段としても有効である。長期的には、アプリのメンテナンス費用など予算面での課題はあるが、先駆的DMOとして、世界的にも競争力の高い観光地経営を進めるうえでは、先進的な取組を実装し、国内外に発信していく必要がある。

また、この夏、DMOでは、観光庁から支援を受けて祇園祭の有料観覧席の高付加価値化に取り組んだ。地域の祭りや伝統的な行事の活用と保全の好循環につながるよう、今後もこうした取組は重要である。

観光課題の対策について。本年3月、全国270団体のうちの3団体しか選ばれない先駆的DMOに京都市観光協会が選ばれた。調査事業を充実させ、科学的根拠に基づく観光地経営を行い、高付加価値で満足度の高い京都観光の実現に向けて、京都市とともにオール京都で取り組んでいくことが、ひいては観光課題対策、観光の持続可能性につながる。また、観光事業者の働く環境や市民の暮らしの豊かさの向上に積極的に取り組むことが先駆的DMOの一つの尺度となっている。持続可能な観光地経営に向けて、責任は重いがやりがいのある認定をいただいた。全力で取り組んでまいるので、後押しをいただきたい。

(小野委員)

手ぶらで観光を楽しむ「ハンズフリー京都」について、内容は充実しているが、旅館の従事者の認知度が低い。外国人のお客様がこのサイトを見て「宿で京都駅まで荷物を配送して欲しい」と言われたら対応できない可能性があるため、情報発信の充実が必要と感じる。

観光バスの路上滞留対策については、待機場所を提供せずに「路上駐車をするな」と発信しても、バス事業者からすると逃げ場がないため対応ができない。この点の対策を検討する必要がある。路上駐車をしているのは地元のバス会社ではなく土地勘のない地方のバス会社であることから、「この場所に行く際はこの駐車場に駐車すること」といった情報も含め、業界団体を通じて全国に周知すべき。バス事業者から宿泊施設に対して駐車場所に関する問い合わせが入ることも多いため、そういった駐車場所に関する案内も有効と考える。

京都駅一極集中の緩和に向けた取組については、ライブカメラの設置による混雑状況の見える化や、首都圏におけるデジタルサイネージを活用した情報発信など様々な取組を推進されており、この点は引き続き取り組んでいただきたい。あわせて、ライブカメラや観光案内所等がどの程度観光客に認知されているか、その認知度を数値的に表すことができれば、今後の対策に役立つと思う。

市民による観光に対する共感の輪の拡大については、観光の効果の見える化の充実を図っていただきたい。例えば観光客の増加により市民が負担する公共料金が下がった、観光によって利益が上がり従業員の給与が上がったなど、市民が生活の中で実感できるような情報を分かりやすく見える化すれば、市民意識も変わると思われる。なお、京都観光モラルの周知については、電子データではなく紙媒体の方が説明しやすいシチュエーションも多い。電子データだけでなく、紙媒体での周知にも力を入れていた

だきたい。

観光関連人材の確保・育成・定着支援については、どの業種に関しても人手不足と聞くが、宿泊施設に関しては人手不足の臨時調査結果にも顕著に表れている。京都ではホテルの新規開業が進んでおり、新規施設に従業員が行っている可能性もあるが、今後、労働時間や労働の形態を抜本的に変えていかなければならない。大学や高校に出向き、担い手育成に資する講義等を行えば、担い手が増えるのではないか。

(加藤委員)

先日、オーストラリアで観光事業に関するESG会議に参加した。ESGへの取組方法や指標設定についての議論の中で、どの国もいかに取組内容を評価するかという点について大変苦勞されている様子であった。その中でも特に、地域貢献をどのように進めていくかについて課題意識が高く、リジェネラティブな（再生してゆく、地域をより良くして帰る）行動を促すうえで、取組方法や地域貢献を評価する手法について課題意識が高かった。この点、京都市では、持続可能な観光に関する意識調査を経年で実施されている点は非常に良い。今後、「文化や文化財の維持に貢献したい」、「環境に配慮したい」といった意欲を醸成するためには、観光客に対して「〇〇といった具体的な行動が、京都のまちに〇〇といったポジティブな効果につながっている」ことを積極的に見える化し提案していくことが重要と考える。

また、これに関連し、今後、とっておきの京都の「とっておき」の体験とは如何なるものか定義付けし、どのように評価していくかを示していけると良いと思う。近年、今まで知られていなかった魅力を再発見することに多くの方が価値を見出している。パラオで運用されているポイントシステムでは、カーボン・オフセットや環境に良い商品を選択することでポイント溜まり、それによって他の旅行者にはできない、本当にとっておきな体験ができる仕組みとなっている。このように、京都のまちに対して良い行動を取ることが、自身にとっても特別な体験につながるといった好循環を生み出せると良い。

市民の皆様に対しては、迷惑したという意識をなくす努力が重要。市民に一方的におもてなしを求めるのは違うと考えており、反対に「市民も楽しめる京都観光」といった形で市民にも観光に参加していただく。観光の定義が変わってきており、市民が近隣を楽しむことが多くなってきている。市民は観光の外側において、影響を受ける側といった定義付けではなく、市民の皆様も楽しむ京都観光といったところを強調していくべき。

事業者については、京都観光モラル推進事業者宣言がまさに京都版ESGであり、そういった取組が、ひいては担い手の確保につながることを期待している。人手不足は世界的な課題であるが、例えば観光業界はフレキシブルな働き方ができる、SDGsの学びを実践できるといったポジティブな面を若い世代にアピールし、担い手の確保につなげていきたい。

観光客数が回復しつつある中、コンテンツの質に見合った価値をいかに付けていくかが、今後、日本全体の観光の課題になってくるだろう。おもてなしの気持ちは観光のコアであるため、AIに取って代わられては困るが、一方でデジタルやテクノロジーを上手く活用していくことも必要である。

また、海外には日本で働きたい方もたくさんおられる。例えばインターンの機会の見える化についても、今後積極的に行っていただければと思う。

最後に国際会議について。コロナ禍を経てオンライン化が進んでいるが、そういう会議をどのようにカウントしていくべきか。難しい問題かと思うが、まずは実態を把握し、それに対して地域として何が提供できるかということも今後考えていきたい。

(高橋委員)

「京都観光振興計画2025」の指標一覧を中心にコメントしていく。

混雑して迷惑した市民の割合については、令和2年以降コロナ禍の影響により減少傾向にあったため、令和5年は観光客の増加により目標値を超えることは難しいと思われる。どのような評価をするかは状況に応じて変えてくべき。

月別繁閑差については、令和4年は季節的な動向よりも感染状況による差が大きいいため、あくまで参考値と捉えている。また、夜観光については、令和4年はコロナ禍の影響で夜のイベントが少なかったため、令和5年には増加するだろうと楽観視している。

市内観光の頻度について、市民が観光を自分ごとと捉えていくことは非常に重要。市民の中で、特に今まで観光に行っていない方達にどのように足を運んでもらうかといった観点で、何か検討していければと思う。

観光消費額単価については上昇傾向にあるが、全国的にも上昇しており、京都も全国とほぼ同水準の上がり幅と見ている。

観光客におけるデジタル化の推進については、時代に合わせた適切なツールの選択が必要。いま一番見られている媒体は何か。予算要求から事業実施までタイムラグがあるため難しい部分もあるが、この点も踏まえ取り組んでもらいたい。

リピーター関連について。全体として数値は上昇しているものの、30歳以上のミドル層の訪問頻度が全国と比較してやや下がり幅が大きい。ミドル層の減少をどのように抑えていくかが課題である。

高付加価値化に向けた取組では、田中副委員長からも御発言のあったとおり、文化観光の観点で文化をいかに経済につなげていくかが重要。既に相当取り組んでおられるため、今後はプレミアム層・超富裕層に向けた取組も検討いただきたい。

平均宿泊日数については、令和5年にどこまで戻ることが重要。観光の質を上げるためには2泊はお泊まりいただくべき。観光庁も2泊を目標に掲げている。まずは1.5泊を確実に超えていくことが重要。指標については以上。

次に、人手不足について。全国的にも飲食や宿泊のサービス産業は非常に厳しい状況にある。京都はブランド力があり一定耐えている部分もあるが、それでも全国の傾向に近い状況が伺える。ポイントは、デジタル技術の活用と、業務の分業化と考えている。主婦やシニア層など仕事はしたいがフルタイムでは難しい方々に訴求していくかを含め、喫緊の課題として予算化を検討いただければと思う。また、中期的な課題としては、待遇面の対策が必要である。従業員の不満はお客様の不満につながるため注意が必要である。長期的な課題としては、京都で生まれた方が京都で仕事をするといった観点が大切である。そのためにも、小、中、高校とそれぞれに応じた観光教育と、全般的にできることがあればよい。自ら学ぶための場づくりが重要である。長期的な施策で優先順位が低くなりがちだが、一番大切な施策であり、少しでも予算措置をお願いしたい。

最後に、今年度の施策が指標にどう影響したかを、全ては難しいだろうが要因の一つとして示すことを検討いただきたい。

(若林委員長)

指標の数値については、コロナ禍の影響もあり、今年から本当の数字が出てくるものと思う。数字ひとつひとつにはっきりとした結論を出すのは難しいが、顕著なものは注目していきたい。高橋委員からも御指摘があったように、数値を見ながら仮説を立て、どう対応していくか議論が必要である。

(濱崎委員)

担い手の確保について。現在、特に海外の方から文化体験のオーダーを多くいただいているが、一方、コロナ禍の影響による人手不足もあり、ほとんどお断りしている状況にある。文化体験をしたいという方がたくさんおられるが、他に受入施設が少ないことも課題となっている。加えて、質の高いおもてなしを提供するとなると、以前よりも費用や人材育成への負担が大きくなっている。育成に時間が掛かりよいものが提供できない。ラグジュアリー層も多様であり、金額設定にも影響する問題で、日々悩みながら進めている。

働き手については、加藤委員から御発言があったように、海外から働きたい旨の問い合わせが今まで以上に寄せられているが、一社では受入人数に限りがある。また、雇用に当たり、住居の提供を依頼されることが多い。その場合、残念ながらお断りをしているのだが、例えば京都市において空き家等を活用し住居を確保いただければ、優秀な外国人材を受け入れることができる。日本人だけが日本の文化の発信者ではない。世界中の方が日本の文化に関心を持ってくださっているため、そういった方々を積極的に受け入れ、育成していくことも大切なことである。

また、学生の中にも、文化の担い手になりたい、京都の観光に携わりたいといった方が一定数おられるが、育成に時間が掛かることや給与の面から十分な対応が難しい。そういった部分についても、京都市や関連事業者らと何か一緒にできればと思う。

最後に、私共の事業所ではこれまでフルタイムにこだわり採用してきたが、コロナ禍を経て短時間の人材も受け入れるようになった。その中で、予想外の業種からマッチングし受け入れる場合がある。他業種からの転職でも、仕事を通して文化への興味を深めていただけることがある。また、ビジネス研修をきっかけに文化に興味を持っていただいたり、文化を通して感性を磨くために応募されるといったこともある。京都市と連携しながら、例えば相談窓口の設置や、育成に関して業界全体で共同実施できることがあれば良いと思う。

(若林委員長)

人材育成については、働く側からみると、知識やスキルを学び、その仕事に向いているかどうかとともに、職場になじめるかどうかは課題である。

他の業界で働く方も含め、多くの方に、観光業界で働くことの面白みや、様々にある観光関連の職種について知っていただく機会を増やしていく取組を具体化していければと思う。

(平井委員)

本年7月に大阪観光局が観光アプリ「Discover OSAKA」のサービスを開始した。決済システムが備わっているほか、旅行中に別の行程や旅行プランを予約できたりと、様々な機能を備えている。今後、先行事例の課題を分析し、より良いアプリの開発をお願いしたい。

観光バスの滞留対策について。貸切バスについては、直近でデジタルタコメーターの使用が義務化された。これに伴い、少し迂回したり駐車場のために遠くまで移動するといったことがよりシビアになる。運送業界の2024年問題のこともあり、観光バス会社は経営が厳しくなる。路上滞留に対して啓発する際は、慎重に啓発しなければ「観光バスは来るな」という宣言のように受け取られてしまう。啓発と同時に駐車場の確保が必要となるが、例えばバス会社やタクシー会社の稼働中の空き駐車場を上手く活用する等、対策を検討する必要がある。

観光バスの運行料金は今後益々上がっていくと予想している。バスツアーの受け入れ側の事業者からすると、そのツアーの中に組み込むプログラムにどれだけの付加価値を付けられるかといったことが問題となる。また、この問題に関連し、月別繁閑差について。繁忙期と閑散期の格差が埋まっていくと正社員の確保や人材育成に向けた準備に投資できるようになるため、極力繁閑差が1倍に近づくよう取り組んでもらいたい。

次に、市民の共感の輪の拡大について。観光と関係のない業界の方の中には、観光がそこまで京都の発展に寄与しているか疑問を持っている方もいる。京都のまちを国際文化観光都市として自立させるためにも、経済発展と観光をより一層リンクさせていかなければ、市民共感を得られないと思う。観光をキーワードに魅力ある都市格を創っていくことによって、世界中から企業が集まり、京都に住んで働きたいといった方が増えていく。そうした世界標準の魅力ある都市格をどう作っていくか、行政として検討すべきである。

また、アメリカや世界水準と比較すると、日本のサービス業や小売業、特に飲食業の生産性が低いと言われている。事業者もDXの推進やICTを活用して生産性を上げる努力をしているが、結局のところ販売価格を上げなければ生産性は上がらないと思う。そのためには、消費者に納得してもらえだけの付加価値を商品に付けていく必要がある。こうしたことが日本全体でできるようになれば、観光地も変わってくると思う。

働き方について。現在、私共の事業所では、メンバーシップ型とジョブ型によって給与体系を変更する取組を実施している。メンバーシップ型は勤続年数と評価で給与が変動する。ジョブ型は主にシニア層や主婦層で、必要な時にだけ臨時で来ていただくのだが、短時間でも1日分に近い給与が支給される。上手く運用できれば、今後事例として紹介する。

最後に、大阪・関西万博について。万博に伴い京都にも必ず観光客が来るという意見も聞くが、その受け皿となるメインのイベント等が用意されてない。これからの議論かもしれないが、少し遅い印象。万博を契機に観光客を誘致できる場所かイベントを用意するなどのインバウンド対策に取り組み、世界標準の観光都市・京都を高らかに宣言いただければと思う。

(若林委員長)

アプリについては、利便性の観点からどれだけ定着するかが課題となってくるが、引き続き、重要なテーマとして検討する必要がある。

(芳井委員)

昨年のマネジメント会議を傍聴していた際、平井委員が御提案された京都アプリがまさに最良の案であると感じた。ディズニーランドもアプリの導入を契機により園内を効率的に回れるようになった。例えば、観光課題対策としてライブカメラを今後増設していくという話もあったが、知らない人の方が多いように思う。市民感覚としては、本当に予算が効率的に執行されているか疑問に思うところもある。

重点課題として、「1 観光課題対策」、「2 市民の共感の輪の拡大」、「3 担い手の確保」の3つを挙げているが、最終的には1と3は、市民の共感の輪の拡大に集約されていくと考える。市民の知恵をくまなく吸い上げるシステムを作っていかなければ遅々として課題が解消されないと危惧している。

市民の共感の輪の拡大は、マルチステークホルダーから得た意見を循環させるような意識をもって取り組むことが大切である。例えばタクシー乗り場の行列について。大阪では荷物を積み込むスタッフと誘導するスタッフが常時2、3人体制で稼働し、待機列も効率的に回転している。他方、京都駅では誘

導員が1人配置されているかどうかで、非常に回転が悪い印象がある。バス乗り場についても、案内人が目立たないためどのバスに乗れば良いか分かり辛い。イギリスでは、パディントン駅を降りたところで観光案内をしているスタッフを沢山見かけ、観光客を上手く誘導している。国内外に多く出ている市民らからこうした声を聴くことが、よりよい議論につながっていくと思う。

統計調査についても、手段が目的化しているように感じる。数値から仮説を立て、対策につなげていくことが重要。なんとなくむやみに予算を投じるのではなく、調査結果を分析し、ターゲット層を絞り、必要な方策を示していくことが行政の役割である。

一方で、市民の役割は、例えばサードプレイスで活動されるNPOなど様々な方の意見を集約させ、その意見をこうした大きな会議の中で共有していくことだと思う。そうすることで、今まで進まなかったこともスピード感を持って進んでいく。変化を嫌がる京都市民でもあるが、経済合理性を考えるのであれば、そういったところにも真剣に取り組んでいく必要がある。市民の知恵や声をいかに吸い上げ具体化するかといった点に意識を持って行くべき。特に若い世代にも面白い意見を持っている方が沢山いるため、そういう知恵も取り込んで貰えればと思う。

(橋爪顧問) ※ 当日は欠席のため、事務局から御意見を紹介

担い手の確保については、首都圏や他都市に出向いて、京都で就労を考えている人、大学生を対象にした「そうだ京都で働こうキャンペーン」のような事業を実施し、日本国内から呼び込む施策を検討してはどうか。人手不足への対応として、外国人の就労も期待したい。外国人の就労条件が、日本語ができること等、条件が厳しい。外国人労働者を増やすためには就労条件の緩和を検討していく必要がある。

市民の共感の輪の拡大については、市民に観光の効果を共感いただくため、宿泊税の活用事例を分かりやすく提示し、市民生活に根差した事業への宿泊税の活用事例をもっとアピールすればよい。京都が世界中の人があこがれる都市であることを、市民が誇りに思えることが重要。世界的な宝である京都のまちを守っていくのは京都市民の責務であると感じていただくことが大切。世界遺産登録30年の節目に、市民に京都のまちが世界の宝であることを示していくべき。

また、京都市民が京都市内を快適に観光できる施策が必要。例えば、「普段は非公開の所を市民限定で公開、優先予約で入場できる等、市民特典を設ける。」「希望する市民は事前予約などのうえ、優先的に観光施設に入館できる「ファストレーン」を設ける。」「市民割引等、観光客と異なる価格設定をする。」など、市民が優先的に我がまちのことを体感できる「我がまちの観光プログラム」を作り、市民が京都のベストシーズンを避けずに快適に観光できるメニューを提供してはどうか。

混雑対策については、市民が日常で乗車するバスと、観光客が乗車するバスを分け、市民の生活路線の確保し、観光客のみの移動手段の設定(観光地だけを結ぶルート等)することで、観光客、市民双方に混雑回避のメリットがある。

MICEについては、サステナブルなMICEは、世界に標準を示していくことが必要。オランダ・アムステルダム「DGTL(デジタル)」という音楽フェスティバルは、環境に配慮したサステナブルな運営を行うイベントで、サステナブルな取組の見せ方が先進的である。ごみをなくすために、全ての廃棄物を価値ある資源に変えて循環させるフェスティバル運営をしており、その循環の流れを図でまとめ、分かりやすく提示している。リサイクルではなく、リユース(毎年繰り返し使う)することで、環境負荷を減らしている。サステナブルな取組の標準を示していくことが求められる。

大阪・関西万博については、万博期間中に、参加国の「ナショナルデー」が設けられ、各国の大使や大臣が来日する。京都市の姉妹都市のナショナルデーに姉妹都市との交流事業を実施してはどうか。

(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。

アプリについては、他都市の事例収集などの研究は進めており、京都市の都市の特徴を踏まえると制限条件が多くなってくるころではあるが、今後どのように取り組んでいくか引き続き検討してまいります。

観光バスの路上滞留対策については、御指摘のとおり迂回先の駐車場が必要という課題もある一方、行政として駐車場の確保が難しい面もある。また、民間事業者においても採算性など様々課題があり、抜本的な対策には至っていない。引き続き皆様からお知恵をいただきながら取り組んでまいりたい。

小野委員からいただいた京都観光モラルの周知については、行政としても紙による周知は重要と考えている。可能であれば全ての宿泊施設の部屋でチラシを配布したいとも考えている。経費面での課題等もあると思うが、業界団体からもお力添えをお願いしたい。

ライブカメラ等の取組効果については、御指摘のとおり認知度の問題がある。オフィシャルサイトで様々なコンテンツを充実させているが、どうすれば認知度が上がるかも検討していく必要がある。なお、ライブカメラは、視聴数は確認できるが、いかに行動変容につながっているかが捉えづらい。効果検証の在り方については、引き続き御相談させていただきたい。

濱崎委員からあった海外の方への空き家の提供については、住宅政策の問題であり明示的な回答はできないが、観光や文化だけでなく、様々な業界において日本で働きたいと考えている方も多いため、関係部局に確認しておく。

「ハンズフリー京都」については、民間事業者の情報を追加し、より多くの人が手荷物を預けられるようにしていくコンテンツを拡充するとともに、ホームページの周知・活用等、引き続き、宿泊施設に対しても周知してまいります。

最後に、各種統計数値と実施事業との関係については、御指摘のとおりしっかりと評価していく必要があるため、引き続き検証してまいります。

本日御議論いただいた御意見等を踏まえ、来年度の予算編成につなげるとともに、関係部局との連携の下、引き続き各種の取組を推進してまいります。

(以上)