

第4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

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	観光事業者は地域の団体等がどのような取組をされているのか情報が掴めていない。京都観光モラルの実践を促すため、行政やDMOが橋渡し役となり、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べき。	現在、京都観光モラル特設サイト等において、例えば事業者による地域調和の事例等、地域との接点の持ち方なども含めた優良事例の見える化に取り組んでいるところです。 引き続き、御意見も踏まえ、事業者が主体的に取り組みやすい環境整備に努めてまいります。
2	京都観光モラル、脱炭素の取組、観光事業従事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、事業者が取り組みやすいよう、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。	
3	「京都の歴史や文化、伝統、人々の暮らしなどの継承」の観点では、例えば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、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大切。	御意見の事例も含め、京都観光モラルの実践を促進する中で、可能な限り実際の行動例を分かりやすくお伝えするなどの創意工夫を図ってまいります。
4	混雑対策について民間の力を活用すべき。 例えば混雑情報を市民に投稿してもらって見える化すれば、市民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か」を一緒に考えてもらう姿勢を見せ、市民だけでなく観光客にも投稿できるプラットフォームを構築する。そうした取組を通じて、市民、観光事業者、観光客が一緒に将来を考えようという姿勢を強く打ち出すべき。	本年8月に観光政策の見える化冊子「みんなでつくる京都観光」を発行するなど、市民にも主体的にこれからの京都観光を考えていただくための取組を推進しております。 引き続き、御意見も参考に、京都観光にかかわる全ての皆様に京都観光モラルを実践いただけるよう普及・実践の促進に取り組んでまいります。

2 人材不足、人材育成に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	人手不足や人材育成が大きな課題。収益性の向上、処遇改善、研修制度等により質を高め、観光産業の持続可能性を高めていくべき。そのための経営努力や経営改善も必要。 人材育成については、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・ジョブのモデルを提示していくべき。	「京都観光事業者・従事者実態調査」や「観光業界における人手不足についての調査」等による現状把握に努め、引き続き、本市の雇用施策担当と連携し、市内事業者の雇用環境整備等を支援するとともに、京都市観光協会や大学、専門学校等とも連携し、担い手の活躍促進に向けた更なる取組を検討してまいります。
2	燃料・物価高騰、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が大きな課題。京都観光全体のサービス供給の量・質の維持・向上を図る必要がある。	
3	観光需要が回復して業績が上向きになることに伴い、処遇面を充実させて人材不足を解消していく必要がある。併せて、国の指標等を踏まえきちんと指標を持って人材育成を図り、キャリアパスを充実させるといった好循環を創出すべき。	
4	人材確保は新卒、転職、派遣採用に区分して考える必要がある。また、サービス業は一つの施設で福利厚生を充実するにも限界がある。施設間が連携し全体として福利厚生を充実する等が出来ないか。	
5	既に様々な学びの機会が設けられているが、こうした沢山の学びの機会を見える化することも大切。人材育成や観光教育など、人を育てるという点が、京都観光モラルにおける地域調和において重要な要素である。	本年8月に発行の観光政策の見える化冊子「みんなでつくる京都観光」を活用し、教育委員会等との連携の下で学習機会の創出に努めるとともに、京都市観光協会によるオンラインアカデミーの活用を促すなど、人材育成や観光教育の充実を図ってまいります。

3 市民の共感の輪の拡大に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	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、それがきっかけで元気になり、誇りにつながる。こうした市民と観光の関係を取り戻していくといった観点を改めて大切にしたい。	市民生活と調和した持続可能な観光の実現に向けては、御意見のとおり観光に対する市民の共感の輪の拡大に向けた取組が重要であると考えております。
2	市民と観光客とのやりとりの中で、旅の喜びや思い出が生まれ、中には京都に定住される方もいる。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と良い。	引き続き、リーフレット「私たちの暮らしと京都観光」や、本年8月に発行の観光政策の見える化冊子「みんなでつくる京都観光」等を活用し、京都観光がもたらす効果の分かりやすい情報発信に取り組むとともに、市民意識調査による現状の把握に努め、共感の輪の拡大に取り組んでまいります。
3	市民意識調査における「京都市の発展に観光が重要な役割を果たしていると思う」や「観光客にこちらから声をかける」といった割合が更に増えれば、京都観光にとって大きなプラスになる。	
4	市民の共感の輪の拡大では、総論としては教育、啓発という点が大切。各論では、例えば一部観光地の混雑の問題はあくまで一部地域での問題であるため、その点を全体とは棲み分けて上手く表現できると良い。 併せて、市民による市内観光の頻度を高めるための施策も必要。	本年8月に発行の観光政策の見える化冊子「みんなでつくる京都観光」を活用し、教育委員会等との連携の下で学習機会の創出に努めるとともに、その中で、混雑の問題はあくまで特定の時期・時間・場所への集中が問題である旨を丁寧に説明してまいります。
5	コロナ禍でマイクロツーリズムという言葉が出てきたように、観光の定義も変遷する。市民生活と観光の調和に向けてプラス要因を増やすため「観光は市民による近郊の観光も含む」など、観光の定義も広く捉えられること強調していくことも必要と感じる。	市民による市内観光を促す取組としては、小学6年生が冬休み期間中に寺院、神社等の世界文化遺産を拝観・見学できる魅力再発見事業に取り組んでいるところです。引き続き、御意見を踏まえ更なる取組を検討し、市民共感の輪の拡大に努めてまいります。

4 手ぶら観光に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	「HANDS FREE KYOTO」のサービスはどれだけ多くの事業者と連携できるかがポイント。目標を定めてしっかりと数を増やしてもらいたい。	京都駅のみならず観光地周辺の主要駅の周辺においても、手荷物預かり・配送サービスを行っている事業者には「Hands Free Kyoto」へのサービス登録を促すほか、手荷物預かり・配送サービスを行っていない事業者には導入を働きかけるなど、引き続き、手ぶら観光の更なる推進に取り組んでまいります。
2	観光客の京都駅への一極集中も課題であるため、京都駅以外の場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。	

No	御意見・御提案等	対応等
3	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を様々に工夫されている。九州の黒川温泉でも、域内の複数施設で連泊するために手荷物配送システムを作られている。こうした他都市事例も参考になる。	引き続き、マネジメント会議でいただいた御意見等も参考に、手ぶら観光の促進に係る効果的な手法を検討してまいります。
4	例えば交通局において販売されているバス・地下鉄1日乗車券とセット販売して「この券を購入すれば手荷物も無くなります。」とするなど、インセンティブの付与や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。	

5 観光バスの路上滞留対策に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	適切な駐停車場所がない中で単に駐停車するなという、暗に来るなというメッセージになる。繁忙期を意識してインフラを整備する必要がある。例えば地下に駐車場を整備するなど思い切ったインフラ整備を行えば、観光バスの路上滞留は防げるのではないかな。	これまで、観光バス事業者や旅行業協会へ観光バスの路上混雑緩和に関する協力要請や、啓発看板の設置、観光バスの乗務員等に対する現地での啓発活動を実施してまいりました。今後は、路上滞留している観光バスに対する現地啓発等を行うなど路上滞留対策に取り組んでまいります。 現状、直ちにインフラを整備することは難しい状況ではありますが、いただいた問題意識については関係部局とも共有いたします。
2	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。	

6 夜観光の振興に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	夜観光のコンテンツが京都には足りない。例えば食事をしながら舞やチャンバラを見ることが出来る常設のシアターなどがあれば子供たちも喜んでもらえるのでは。	夜観光の振興に当たっては、京都市観光協会と連携し、公式サイトでの民間等が行う夜観光イベント情報等の発信や、夜の時間帯に楽しめる観光コンテンツの造成、メディアとのタイアップによるプロモーション等を実施しているところです。 引き続き、御意見も参考に、文化庁とも連携の上、夜観光を振興する施策について検討してまいります。
2	夜観光に関するコンテンツ造成は、商売となると損はできないため二の足を踏むこととなる。本当に必要があるのであれば、行政において金銭的支援やマッチングなどを適切に行っていただく必要がある。	

7 花街や修学旅行に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	中学の修学旅行をきっかけに舞妓になりたいと思う方も多い。「修学旅行体験学習支援事業」が舞妓になるきっかけになれば、京都の文化を継承することにもつながり非常に良い。 ただし、花街という呼称は時代に応じて変えていくということも一案と思う。	「修学旅行体験学習支援事業」では、今年度、花街文化をテーマに、舞踊鑑賞、舞妓さんによるお話、質問等の交流など、文化や産業など京都ならではの奥深い魅力を感じることができる修学旅行生向け体験プランの提供を予定しています。
2	文化や社会的な役割は変遷していくもの。花街の過去の歴史と現在において果たす役割とともに、その先に何があるのかを伝えることが必要。	引き続き、京都ならではの奥深い魅力を体験できる機会を修学旅行生に提供し、京都の修学旅行の更なる魅力向上を図るとともに、花街の伝統伎芸の継承にも取り組んでまいります。
3	芸妓・舞妓は様々な伝統工芸品を身にまとっている。そういった要素を押し出すことで、学びという部分によりフォーカスできると思う。	
4	個々の修学旅行生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ってしまう。一者では限界があるが、将来の京都ファンである学生達にぜひとも経験してもらいたいという思いもあり、地域全体で取組を共有したい。	「きょうと修学旅行ナビ」において、京都をより深く味わうことのできる、幅広い体験学習・体験プランを紹介しております。引き続き、様々な地域企業等と連携し、京都への修学旅行の魅力向上に資する取組を推進してまいります。
5	食育について修学旅行生にお伝えしたいが、旅行代理店が提案するプランと予算では実現できない。行政と民間が一体となって魅力的なプログラムを作り、反対に旅行代理店に売り込んでいくことができるとより良い。	いただいた御意見も踏まえ、引き続き、学校の御意見も伺いながら、観光関連事業者と連携し、食文化体験と昼食を一体化させたプランなど、京都の魅力を十分に伝えることができるコンテンツの充実に向けて検討してまいります。

8 M I C Eに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	M I C Eで京都に来られる方にも統一して京都観光モラルに取り組んでもらえる仕組み作りを進めていただきたい。	令和5年度新規事業である「サステナブルM I C E都市形成事業」を通じて、SDG sへの貢献や、京都観光モラルの実践を促進してまいります。 成果事例の見える化等につきましては、今後、採択事業のサステナブルな優良事例の共有、普及方法を検討してまいります。
2	サステナブルなM I C Eの補助支援制度については、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。 運用の中でユニークな事例も把握し、京都らしいサステナブルなM I C Eの取組を広く紹介し、成果が浸透できればよい。	

9 観光DXに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	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組むべき課題として顕在化している。	「観光振興計画2025」の横断的な視点として「デジタル化とイノベーションの推進」を掲げ取組を推進しているところであり、引き続き、御意見も踏まえ、観光分野におけるDXに取り組んでまいります。
2	DXにより顧客の囲い込みを行う必要がある。旅行の間、全てキャッシュレスで決済できる環境を作り、その中でビッグデータを収集、分析し、動向把握とリピーター対策につなげる。そのためにも京都アプリのようなサービスが必要。行政が予算を投じてこうしたインフラをしっかりと整備し、民間企業が活用、その利益を地域に還元するサイクルが大切。	京都市観光協会において「事前予約で楽しむ京都旅」で得た情報を活用した観光CRM（観光客の動向把握及びリピーター確保に向けたマーケティング手法）に取り組んでいるほか、決済関連事業者と連携したキャッシュレス環境整備など、様々な取組を推進しているところです。
3	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。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、先進事例の共有、普及推進を図ってほしい。	サービスを一元的に実施するインフラ整備には至っておりませんが、引き続き、御意見も参考としながら創意工夫してまいります。
4	DMOにおいて観光CRMによるファンマーケティングに取り組まれている。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るものであり、引き続き、DMOを中心にこうした取組を進めてほしい。	併せて、これらの取組を通してロイヤルカスタマーの獲得に努めるとともに、更に高付加価値な体験が造成される機運につながるよう、好循環の創出につなげてまいります。

10 PDCAに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	観光客の分散化や京都観光モラル等の取組が、実際にどのような効果につながっているのかまで確認、評価することが今後は重要。	本市では、新規事業を中心に、例年「事務事業評価」を実施し、事業評価を行っております。引き続き、これら既存の評価手法も活用し、事業成果の評価に努めてまいります。
2	KPIの値が改善したとき、複数の要因に関連することは理解しているが、振り返りの際に「何の事業によって数値が良くなったのか」を事例として挙げてほしい。	いただいた御意見も参考に、今後、「京都観光振興計画2025」の進捗確認の中で、指標の改善の要因分析に努めてまいります。

1 1 全体に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	文化とビジネスをいかにつないでいくかが大切。一方で、観光と文化サイドで少し温度差がある。文化、観光、ビジネスの掛け合わせを仕組みにしていけるために、まずは機運醸成が必要。経済側が文化を支援する形で商業の舞台に押し上げ、観光資源として活用しながら保全と活用の好循環を作っていきたい。	本市では、「文化庁政策連携推進チーム」を設置し、今後、文化庁との連携を図ることとしています。こうした連携の中で、文化、観光、経済の好循環の創出に向けた機運醸成に取り組んでまいります。
2	ふるさと納税で特別な返礼品をメニューとして用意するなど、さらに掘り下げてコンテンツを造成するとともに、こうしたコンテンツに容易にアクセスできるよう、しっかりと情報を提示していく必要がある。	引き続き、本市のふるさと納税担当や京都市観光協会と連携して返礼品の開発に取り組むとともに、ふるさと納税特設サイトを通じて利用勧奨を行うなど、行財政局を中心に全庁を挙げて取り組んでまいります。
3	データで京都観光を見ることで色々な気付きがあり、動いていくことによって、事業や京都の未来が変わっていく。継続してデータの見える化を進めてもらいたい。	引き続き、各種統計調査による京都観光を取り巻く現状の把握に努めるとともに、調査結果を分かりやすくお伝えするようデータの見える化に取り組んでまいります。
4	各種統計調査を今後も継続し実施するに当たっては、デジタル化を検討するなど、調査の効率性を考えるべき。	調査の継続性や電子媒体に不慣れな方への配慮も踏まえつつ、引き続き、統計調査のデジタル化について検討してまいります。
5	他業種の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。既存の考え方を捨て、どういう役割が必要かをしっかり考えることが、新たな商品開発につながるなどの相乗効果、人材確保や文化の底上げ、文化を扱う京都観光の振興にもつながる。	文化観光の振興に当たっては、文化の担い手や文化財所有者が地域の観光関係事業者等と連携することなどが重要であることから、御意見の観点も踏まえ、引き続き文化、観光と経済の好循環の創出に努めてまいります。
6	外需（観光）と内需の売上のバランスを考える必要がある。折角日本に来たからこそ買いたい土産品と、日常生活の中で売上げがあるものとのバランスが難しい。外需と内需をバランスよく進めるためにも、行政や商工会議所の中に相談できる機能があると良い。	現在、京都商工会議所を中心に、中小事業者からの経営相談等に対応しているところですが、引き続き、御意見も参考に、本市の関係部署等とも連携のうえ、市内事業者の下支えに努めてまいります。
7	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。	「大阪・関西万博きょうと推進委員会」等を通じて認識共有を図るとともに、万博の開催と併せて京都ならではの特別な観光コンテンツを造成し、観光客が本市が目指す観光の姿を体感できる機会の醸成に取り組んでまいります。