

第5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 観光課題対策に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	手ぶら観光公式サイト「HANDS FREE KYOTO」について。内容は充実しているが、旅館従事者の認知度が低い。外国人観光客が当該サイトを見て「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。事業者・従事者に対する情報発信の充実も必要。	民間事業者と連携し、宿泊事業者に対して、旅館・ホテルから京都駅までの手荷物配送サービスの周知を行っているところですが、引き続き、御意見も踏まえながら、旅館・ホテルへの周知も含め、手ぶら観光の推進に取り組んでまいります。
2	観光バスの路上滞留対策について。待機場所を提供せずに「路上駐車をするな」と発信しても、バス事業者は逃げ場がなく対応できない。この点の対策を検討する必要がある。「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、業界団体を通じて駐車場の案内を全国に周知すべき。	現状、現地啓発に際しては、駐車場への誘導も含め丁寧な対応に努めるとともに、業界団体に対しても、迂回先の駐車場の案内を含めた路上滞留防止の協力要請を行っているところではあります。待機場所の確保については、現状、行政においてインフラ整備することは難しい状況
3	観光バスの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。	ではあります。例えば、本市、業界団体、関連事業者、京都府警等で設置する「観光バス路上混雑対策ネットワーク会議」の議論を経て、民間事業者の一般駐車場が観光バス専用駐車場として運用変更されるなどの事例も出てきております。引き続き、御意見も踏まえながら、観光バスの路上滞留対策に取り組んでまいります。
4	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。	主要観光スポットのリアルタイム映像等を配信する「京都観光快適度マップ」の視聴は年間約680万ビューに上り（R6.2月上旬）、昨年秋に度々メディア等に取り上げられたことも奏功し、多くの観光客にサービスを御利用いただいております。また、「京都観光快適度マップ」は、四大大行事、鞍馬の火祭や吉田神社の節分祭等においても、見える化を実施しており、市民の皆様にも、混雑回避のツールとして御利用いただけるものです。引き続き、市民、観光客双方に同サービスを周知してまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
5	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、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。 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、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。	①タクシー乗り場のと列対策：令和5年10月から新たに、京都駅タクシー乗り場にポーターを配置し、利用者の滞留対策の強化を図っております。 ②バス乗り場のと列対策：ハイシーズンには、京都駅のバス乗り場に「京都市バス“おもてなしコンシェルジュ”」を配置し、案内誘導の強化等を実施しています。また、駅前広場に期間限定案内所を開設するなど、市バスではなく地下鉄各駅をはじめサブゲートを利用した経路へ誘導する等の取組も進めております。 【参考：秋の観光シーズンのと列状況】 ・ 最も混雑する市バスD2乗り場（清水寺・祇園方面）では、一時的に10～15分程度の待ち時間。列が発生していない時間帯もあった。 ・ タクシー乗り場については、烏丸口と八条口とも、一時的に10～15分程度の待ち時間。
6	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、市民の生活路線を確保し、観光客のみの移動手段を設定（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。	市バス車内の混雑対策として、市民利用と観光利用の棲み分けを図る目的から、令和6年6月の市バスのダイヤ改正において、京都駅と観光需要の高いエリアを結ぶルートを運行する「観光客向け『観光特急バス』」の新設を検討しております。

2 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	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。紙媒体での周知にも力を入れていただきたい。	本市においても、紙媒体も含め情報発信の強化に努めているところです。引き続き、様々な媒体を活用し、京都観光モラルの普及・実践の促進に取り組んでまいります。
2	「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「具体的な行動が、具体的にどのようにポジティブな効果につながっている」かを積極的に見える化し提案していくことが重要。	御指摘のとおり、観光客に対する京都観光モラルの実践促進においては、ポジティブな効果の具体的な見える化及びインセンティブの付与が有効な手段の一つであると考えております。現在、いただいた御意見も参考に、今後の取組を検討しているところです。
3	パラオで運用されているポイントシステムのように、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。	

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	観光の効果の見える化の充実が必要。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。	現在、リーフレット「私たちの暮らしと京都観光」や、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、小学校から大学まで様々な機会での講演や、市民向けの説明の場面などで、幅広く本市の観光政策を御紹介する取組を進めているところです。
2	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。そのためにも、小、中、高校とそれぞれに応じた観光教育及び全般にアプローチできる取組があると良い。自ら学ぶための場づくりが重要。長期的な施策で優先順位が低くなりがちだが、大切な施策。	併せて、いただいた御意見も踏まえ、観光に対する共感の輪の拡大に向けた更なる取組を検討しております。
3	市民に一方的におもてなしを求めるのは違うと考えている。「市民は観光の外側にいて、影響を受ける側」との定義ではなく、「市民も楽しめる（参加する）京都観光」という定義を強調していくべき。	令和5年12月、本市及び京都市観光協会（以下「DMO」という。）において、「京の冬の旅」の非公開文化財特別公開に先立ち、市民の皆様を対象とした市民向け内覧会を、試行的に参加費無料で初開催いたしました。
4	市民によ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。今まで市内観光をしていない市民に、どのように市内観光を楽しんでもらうかといった観点で、何か検討できないか。	併せて、いただいた御意見も踏まえ、観光に対する共感の輪の拡大に向けた更なる取組を検討しております。
5	市民が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の市民特典」、「市民が優先的に観光施設に入館できる『ファストレーン』」、「市民割引等、観光客と異なる価格設定」など、市民が優先的に京都を体感できる「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て快適に観光できるメニューを提供してはどうか。	
6	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。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を検討すべき。	御指摘のとおり、観光を通して京都の知名度やイメージが向上することで、京都への進学、他都市からの移住、新しい企業の京都進出にもつながるものと考えております。 引き続き、企業誘致部門をはじめ各産業政策部門とも連携し、産業観光の振興に努めるとともに、観光がもたらす効果が、移住や企業進出、ひいては都市格の向上につながることを、市民の皆様に応えてまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
7	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。例えば国内外に多く出かけている市民の知恵や声を吸い上げ具体化するなど、様々な人から得た意見を循環させる意識をもって取り組むことが大切。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いたい。	令和5年11月、市民参加ワークショップのテーマの一つに観光政策を取り上げ、意見交換を行うほか、令和6年1月には、市内の保勝会※や地域団体34団体を対象に、「観光課題の現状」や「必要と考える対策」のアンケートや個別ヒアリングを実施しました。 御意見も参考に、市民意見を施策に反映させるよう、引き続き取り組んでまいります。 ※ 景勝地の美化の維持、観光地としての魅力向上のために、地域住民が自主的に組織する団体
8	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更にアピールするべき。 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。同時に、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。	①宿泊税の使途の見える化：御指摘のとおり、共感の輪の拡大に向けては、市民の皆様に対して宿泊税の使途を分かりやすくお伝えすることが重要であるところ、「令和5年 京都観光に関する市民意識調査」では、宿泊税の存在は一定浸透しつつも、使途等の認知度については依然として課題がある結果となりました。現在、行財政部門と連携し、取れ得る対策を検討しております。 ②「古都京都の文化財」世界遺産登録30年関連：いただいた御意見も踏まえ、担当部署とも連携し、検討しております。

4 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	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流れている可能性もあるが、担い手の確保が課題。労働環境の改善とともに、高校や大学での講義等を通じて業界の魅力を知っていただき、担い手の確保につなげる必要がある。	①生産性向上：観光分野に限らず、デジタル化に係る専門家派遣やシステム導入経費への補助など業務効率化に向けた支援などを実施しております。 ②業界の魅力発信、多様な働き方への訴求：令和6年2月、業界のイメージアップにつながる情報を取りまとめた特設サイト「京都観光はたらくNavi」を開設するとともに、大手求人サイトと連携した求職者向け情報発信、安定した雇用環境づくりに関する優良事例の横展開を開始しました。
2	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。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にいかに訴求していくかを含め、喫緊の課題である。	引き続き、こうした取組を通じ、担い手確保支援に取り組んでまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
3	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等についても、今後積極的に行っていただければと思う。	①インターンシップ：令和5年度に「地域企業インターンシップ促進プロジェクト」を立ち上げ、地域企業のインターンシップを促進しているほか、令和5年9月補正で、地域企業における留学生の採用支援に取り組んでおります。現在、本市からの海外居住者に対する取組はございませんが、頂いた御意見は担当部署とも共有し、今後の取組の参考とさせていただきます。
4	文化体験をしたいという需要に対し、供給側の人手不足や、他に受入施設が少ないことが課題。加えて、質の高いおもてなしを提供するとすると、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。 例えば行政で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。外国人材も積極的に受け入れ、育成していくことも大切。	②空き家活用による外国人材受け入れ： 現在、外国人就労者向けの空き家提供事業はございませんが、御意見については担当部署とも共有し、今後の取組の参考とさせていただきます。
5	学生の中にも、文化の担い手になりたい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。	御意見に直接該当する取組ではありませんが、関連して次の取組を推進しているところです。御意見については担当部署とも共有し、引き続き社会全体で観光や文化芸術を支える仕組みづくりを進めてまいります。
6	文化芸術の分野では、予想外の業種とのマッチングが奏効する場合がある。ビジネス研修をきっかけに文化に興味を持たれる場合や、感性を磨くために文化関係の研修等に応募されるケースもある。 行政と業界が連携し、こうした取組の下支えができないか。	①担い手の育成：京都の文化芸術を支える次世代の「担い手」「支え手」を育成することを目指し、京都で活躍する芸術家が市内の小・中学校等で授業を行う「文化芸術授業」など、文化の担い手を育成する仕組みづくりに取り組んでおります。 ②異業種マッチング：芸術関係者と企業等との交流やマッチングの機会を創出するため、相談窓口の設置や、セミナー等の実施、企業向け研修プログラムの開発などに取り組んでいます。また、市内宿泊事業者と、文化芸術を含む市内事業者とのビジネスマッチング商談会など、様々な分野で異業種マッチングの取組を進めております。
7	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倍に近くよう取り組んでももらいたい。	観光客の繁閑差の縮小は観光関連産業の雇用の安定等につながるものであり、これまでの取組の結果、平成15年当時に3.6倍あった繁閑差が、令和元年には1.3倍にまで縮小してきました。引き続き、繁閑差の縮小に向けて、閑散期における魅力発信に取り組んでまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
8	首都圏や他都市に出向き、京都で就労を考えている人、大学生を対象に「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。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。	学生等の地域企業への就職を促進するため、地域企業のインターンシップ促進等に取り組んでおります。また、首都圏等からのU I J ターンを促進するため、説明・相談会「MEETS LIFE IN KYOTO」（東京開催やオンライン等）を年6回実施しているほか、京都で働き・暮らす魅力や強みを発信するポータルサイト「住むなら京都」における情報発信に努めているところです。 いただいた御意見は担当部署とも共有し、今後の取組の参考とさせていただきます。 なお、外国人労働者の就労条件の緩和については、国の動向を注視してまいります。

5 観光DXに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	「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。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。	引き続き、いただいた御意見も踏まえ、アプリサービスについて研究しております。 なお、本市及びDMOにおいては、アプリの活用で期待する効用に資する取組として、 ・「事前予約で楽しむ京都旅」で得たユーザー情報を収集、分析、趣向に応じたプッシュ型PR等のマーケティングに活用する 「観光CRM」の推進
2	令和5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。決済システムのほか、旅行中に別の行程や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。	・ 決済関連事業者と連携したキャッシュレス環境整備 ・ 銀聯国際日本支社との地域活性化包括連携協定に基づく、キャッシュレス環境整備をはじめ、UnionPay(銀聯)アプリ内に京都の特設ページを開設し、消費拡大等につながるキャンペーンや観光情報の発信、伝統産業品の購入、施設の事前予約機能を開設 ・ 京都観光オフィシャルサイトによる、京都の観光情報の一元化 など、各種取組を推進しております。

6 PDCAに関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	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、人権等の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ていきたい。	引き続き、新たな政策観点やマネジメントの手法など、多角的に御意見をいただき、現計画の施策展開につなげるとともに、次期観光振興計画（現計画の計画期間：令和7年度末まで）を見据え、観光が果たすべき役割を幅広く検討してまいります。
2	今年度の事業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。	第6回会議資料において、各事業がどの指標と関連が強いかを試行的に記載しました（資料1参照）。
3	数値から仮説を立て、対策につなげていくことが重要。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。	各種調査結果は、「京都観光振興計画2025」の指標・目標値としてモニタリングするとともに、本市及びDMOによる分析等も踏まえ、観光動向の把握、必要な対策の検討につなげているところです。 なお、調査結果等はホームページで公開するとともに、関連事業者とも共有し、広く有効活用されています。

7 全体に関連する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	DMOでは、令和5年7月、国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。	①文化観光の推進：いただいた御意見も踏まえ、祇園祭のプレミアム観覧席のような高付加価値な体験の安定供給、高付加価値旅行者への訴求とともに、収益の一部を文化の維持・継承へ還元する好循環の創出に向けた取組を検討しております。
2	高付加価値化に向けた取組では、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。	②高付加価値旅行者の誘致：①と併せて、引き続き、海外の有力商談会への出展や有力メディアを通じた情報発信の強化、事業者へのインバウンド向け観光コンテンツ造成支援等に取り組んでまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
3	京都市観光協会が先駆的DMOに選ばれた。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。	京都市観光協会が先駆的DMOに選定され、国による支援が充実したことを受け、現在、DMOにおいて、京都観光のプレイスブランディングに関する調査・戦略の検討が進められているところです。 御指摘のとおり、「持続可能な観光」の実現に向けては、京都市とDMOが両輪となり観光政策を推進する必要があることから、引き続き、あらゆる場面において連携の上、各種施策に取り組んでまいります。
4	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。	現在、本市では、J N T O基準に倣い、「現地開催」は参加者総数50名以上等の要件を満たす会議を、「ハイブリッド開催」は現地参加者が「現地開催」の基準を満たす会議を統計に計上し、「オンラインのみの開催」は計上しないこととしております。 いただいた御意見も踏まえ、国際会議の動向の把握に努め、国際会議の意義・効果が最大化される「現地開催」に戻していけるよう取り組んでまいります。
5	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。	「大阪・関西万博きょうと推進委員会」において、万博会場から京都府内各地への誘客等に関する取組をアクションプランとして取りまとめ、オール京都で万博を契機としたインバウンド誘致等を推進することとしており、本市としても、様々なプロモーションを予定しているところです。 いただいた御意見は関係部署とも共有し、世界から京都にお越しいただける施策を展開してまいります。
6	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。	現在、姉妹都市交流事業や世界歴史都市会議等を活用し情報発信等を行うことで、万博開催の機運醸成に取り組むこととしており、いただいた御意見については、関係部署と共有し、今後の取組の参考とさせていただいております。