

前回（第7回）会議での主な御意見等（報告事項全般に関するもの）

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	時間の分散化に向けて、夜観光のコンテンツを速やかに造成すべき。文化芸術だけでなく、外国人観光客が理解できる娯楽主体のコンテンツがあっても良い。	令和7年度は、朝・夜観光等コンテンツ造成事業の予算を更に充実し、府市連携による朝・夜観光コンテンツやイベントの情報発信を強化するとともに、令和6年度に引き続き、朝・夜観光のコンテンツの造成や、ノウハウや人手不足等によりコンテンツ開発に取り組めていない事業者への伴走サポート等に取り組めます。いただいた御意見も参考に、引き続き、朝・夜観光の振興に努めてまいります。
2	京都観光においては、日本人、外国人、修学旅行生をそれぞれ満遍なく大切にすべき。例えばナイトタイムエコノミーは外国人に向けてばかり発信している印象がある。京都は、日本人や修学旅行生からも昔から「夜にやることがない」と言われている。	
3	パークアンドライドの推進は、観光客のニーズに添えていないように思う。例えば観光地周辺の細街路を「他府県ナンバーの進入禁止」とすることも一案。	令和6年秋、指定の駐車場（4箇所）におけるパークアンドライド利用者の駐車料金の無料対応等による対策強化を行った結果、期間中におけるパークアンドライド駐車場利用件数は約3千件、前年同期比約2.3倍と大きく増加しました（R6.11.1～12.1）。 公道において他府県ナンバーのみを進入禁止とすることは法令上困難ですが、いただいた御意見は担当部署とも共有し、今後の参考とさせていただきます。
4	観光客に対して、時期・時間・場所の分散につながる具体的な行動内容を調査できれば、効果的な分散の方法が見えてくる。	いただいた御意見も参考に、令和7年から「京都観光総合調査」において「混雑を避けるために意識してとった行動の有無」の調査を開始しました。
5	マナー啓発は、旅ナカでの啓発も重要だが、例えば「東京から入浴する外国人観光客は東京駅のどこを目にするのか」等の入口戦略も必要。	旅マエでのマナー啓発では、 ・関西国際空港や関空リムジンバス車内等での啓発に取り組んできたほか、直近では、 ・JNTOの協力の下での国外現地旅行会社へのマナー遵守要請や、国内ツアーオペレーター事業者等に対するマナー周知協力要請、 ・京都観光公式サイトやSNSでの発信、 ・海外有力メディアや海外インフルエンサーの発信力を活用した情報発信などに取り組んでいます。 いただいた御意見も参考に、引き続き、旅マエでのマナー啓発を推進してまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
6	<p>散乱ごみ対策では、街頭ごみ箱を全て撤去し、各店舗が他の店舗の分も含め観光客のごみを受け入れ、分別のうえ1箇所に集め、それを行政が公費で処分すれば、観光客は地域のホスピタリティを感じる事ができ、街頭ごみ箱が無いことで街が綺麗に保たれる。</p>	<p>各店舗等で収集されたごみは事業ごみに該当するため、現行の法令上は、御提案の仕組みの導入は困難と考えております。</p> <p>散乱ごみ対策では、地域の実情に応じた対策を進めるため、令和7年度予算を充実し、地域団体等が主体的な散乱ごみ対策をスピーディーに実行できるよう、「地域ルール」づくりのための人的・財政的支援に取り組めます。</p> <p>いただいた御意見は担当部署とも共有し、今後の参考とさせていただきます。</p>

2 観光に対する市民の共感の輪の拡大に関する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	<p>観光効果の見える化については、紙媒体やHP等による周知だけでなく、市長や市議員等が直接市民にお伝えする機会があれば良い。</p>	<p>令和6年12月、新たに市民向けサイト「LINK! LINK! LINK!」を開設し、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・割引特典等を主体的に提供する事業者の市民限定サービス情報や、 ・観光の意義・効果、観光課題とその対策、 ・京都の魅力再発見につながる情報や市民限定キャンペーン <p>等を発信する取組を開始しました。</p> <p>本事業は、サイト開設後約2箇月で約9万件のアクセスがあったほか、サイト開設と併せて実施した市民限定キャンペーンには定員を大きく上回る申込みをいただきました。</p> <p>いただいた御意見も参考に、引き続き、同サイトを活用し、市民の共感の輪の拡大に取り組んでまいります。</p>
2	<p>観光客による地域貢献の意向に関する調査結果を市民にお知らせすることが市民共感につながる。併せて、事業者による京都観光モラルの取組も連動させられれば、より一貫性が出る。</p>	
3	<p>観光効果の見える化は、「タクシー台数が多い」「市バスが短い間隔で運行している」「飲食店が多い」等、市民が生活の中でイメージしやすい情報を発信すべき。併せて、小学生や中学生等の子ども世代にどう伝えるかも分けて考える必要がある。</p>	
4	<p>割引特典等の市民限定サービスを主体的に提供する事業者の情報を発信することは重要。市民が当該割引を利用し、観光客に自身の地域を案内することで、双方の満足度が高まるような取組につながると良い。</p>	
5	<p>観光効果の見える化は、観光に関心がない市民もいる中で、どのように伝えていくかが重要。</p>	
6	<p>日本人よりも外国人の方が持続可能な観光に対する意識が高い。この点を市民に広報するとともに、マナー違反する少数の外国人への対応を進める必要がある。</p>	

No	御意見・御提案等	対応等
7	市民の声を積極的に施策反映すべき。現状、よほど強い思いがある人しか声を上げない状況にあると思う。例えば「観光効果の見える化・観光への市民共感」促進事業」の中で、市民が市内観光を体験する際、市民と観光事業者が気軽に対話できる場を設け、市民の声を聴取することも一案。	令和6年12月、新たに市民向けサイト「LINK! LINK! LINK!」を開設し、観光課題等に関する御意見の募集や、市民限定キャンペーンでのアンケートの実施等を行っているところ。 いただいた御意見も参考に、幅広い市民意見を市政に反映するよう、引き続き創意工夫してまいります。

3 京都観光モラルに関する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	京都観光モラルの推進に関連し、例えば地域に精通したフィンランド人を1日レンタルできる「Rent a Finn」を参考に、「京都を語る市民」がもっと見えるようになると良い。	本市では、観光客と直接接する業務に従事される方のうち、京都・観光文化検定試験2級以上保持等の一定の要件を満たした方を「京都観光おもてなしコンシェルジュ」、「京都国際観光おもてなしコンシェルジュ」に任命しており、現在、約300名の方にコンシェルジュとして活動していただいています。 いただいた御意見も参考に、引き続き、市民・観光客の相互理解の促進や、京都観光モラルの実践・促進に取り組んでまいります。

4 京都の「光」の磨き上げ・質の向上に関する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	修学旅行誘致は、出生数が減少傾向のため、将来的には大変厳しくなる。関係者との協議を重ね、適切な対策をお願いしたい。	全国的な少子化のほか、学習ニーズの多様化等により京都への修学旅行が減少していく懸念があることから、令和7年度は、予算を更に充実し、SDGs探究学習プログラム「Q都スタディトリップ」のコンテンツ拡充や、修学旅行生向け体験プラン「アオハルギフト・京都」の体験メニューや対象期間の拡充など、京都への修学旅行の更なる魅力向上に取り組んでまいります。
2	普段あまり人が来ない隠れた魅力に焦点を当てることは、観光客の分散化や、市民による京都の魅力再発見につながる。府市のサポートも活かしながら、分散化や市民共感につながる優良コンテンツが広がると良い。	令和7年度は、予算を更に充実し、 ・周遊観光促進のためのコンテンツ造成及び旅行事業者等へのファムツアー、観光コンテンツ提供事業者向けワークショップや、 ・文化観光資源はあるが、ノウハウや人手不足等によりコンテンツ開発に取り組めていない事業者への伴走サポート などに取り組んでまいります。

No	御意見・御提案等	対応等
3	<p>「とっておきの京都」プロジェクトの対象エリアに来訪した観光客の割合が減少している。対象エリアでの施策拡充や、洛南・洛北等のエリアの追加の検討、周辺市との連携強化が必要。</p>	<p>令和6年度は、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施策拡充として、ピクミンブルームとの連携の下、「とっておきの京都」エリアを舞台としたゲーム内イベントの開催や、 ・周遊エリアの拡大及び府市連携による取組として、「まるっと京都」周遊観光ツアー等に取り組んでまいりました。 <p>令和7年度は、予算を更に充実し、「とっておきの京都」のプロモーション強化や、府市連携による「川」をテーマとした観光コンテンツの造成に取り組んでまいります。</p>
4	<p>令和5年「京都観光総合調査」結果からは、京都は経済的に余裕のある観光客から継続的に選ばれている状況と解釈できる。他方、全国的に日本人観光客の減少が懸念されており、ターゲット別に取り組む必要がある。</p>	<p>例えば高付加価値な体験を求める観光客に対しては、令和6年度から、世界遺産をはじめとした文化財において、時間外の拝観や飲食等の特別な体験がセットになった高付加価値な観光コンテンツ造成を開始するなど、各ターゲットに応じた取組を推進しております（令和6年度：造成件数5箇所）。</p> <p>いただいた御意見も参考に、引き続き、戦略的に施策を進めるよう創意工夫してまいります。</p>
5	<p>観光土産を取り扱う小売業が支援の網目からこぼれ落ちないような対策が必要。小売店の情報を網羅した情報ターミナルとなるアプリを提供することもその1つである。</p>	<p>引き続き、いただいた御意見も参考に、先行事例の調査をはじめ、アプリサービスについて研究してまいります。</p>
6	<p>寺社等での特別な体験ができるサービスが更に浸透すれば、消費額単価の向上につながる。また、日中は市内中心部の観光客が少ないため、まちあるきコンテンツの充実が必要。</p>	<p>令和6年度から、世界遺産をはじめとした文化財において、時間外の拝観や飲食等の特別な体験がセットになった高付加価値な観光コンテンツの造成等に取り組んでいます（令和6年度：造成件数5箇所）。</p> <p>まちあるきにつきましては、京都観光公式サイトにおいて、民間事業者による“まち歩き・ツアー・体験系”コンテンツの情報発信に取り組んでいるところですが、いただいた御意見も参考に、引き続き取組内容を検討してまいります。</p>

5 次期計画に関する御意見等

No	御意見・御提案等	対応等
1	<p>次期計画の視点として、官民連携による「持続可能な観光地経営形成」「持続可能な観光を实践する地域人材の育成・創出」「持続可能な観光サービスを提供する事業者への支援」等に関する施策があると良い。また、DX、GX、ウェルビーイングなどの視点等も求められる。</p>	<p>いただいた御意見も参考に、来年度、「京都市観光振興審議会」において次期計画の内容について議論してまいります。</p>
2	<p>MICE機能の充実では、施設単体だけではなく、MICE施設を核としたエリア整備と観光地経営が必要。また、MICE施設のあるエリアだけでなく、交通結節点や、各観光地との連携も必要。スポーツMICEを考えるのであれば、スポーツ関連施設との連携も充足させるべき。</p>	
3	<p>災害対応では、特に外国人観光客への情報提供や避難誘導が一層重要。広域災害に対して、京都に滞在する観光客への配慮が必要。また、夏期の高温対策など、異常気象によって発生する諸課題についても対応が求められる。</p>	