

第2回 京都市観光振興審議会 議事録

日 時：令和7年9月9日(火) 13時～16時

会 場：キャンパスプラザ京都 2階ホール

出席者：【京都市観光振興審議会委員】

若林靖永会長、田中誠二副会長、金子正志副会長、橋爪紳也顧問、
磯橋輝彦委員、太田恵美委員、加藤久美委員、加藤史子委員、清水博委員、津田佐兵衛委員、
長崎敏志委員、長澤香静委員、中森圭治委員、西田圭太委員、フランク・ウォルター委員、
牧野友衛委員、元村有希子委員、矢ヶ崎紀子委員、山田拓委員、山本麻友美委員、
劉瀟瀟委員、渡邊実典委員

【オブザーバー】

野口礼子 京都府観光政策監、細川万理子 京都商工会議所産業振興部長、
吉田宏則 京都府地域政策室長、四辻清美 京都府観光連盟専務理事

【京都市】

西山真司 観光政策監、梶山真樹 観光 MICE 推進室長、
角野貴優 観光戦略担当部長、牧山安弥子 観光 MICE 戦略課長

1 開会

2 挨拶

3 審議

ア 事務局からの議題説明

「京都観光・MICE 振興計画2030」（仮称）中間案について、資料に基づき、事務局から説明

イ 各委員からの意見聴取

（磯橋委員）

- 副題にも「持続可能」という言葉が入っているため、市職員や観光従事者が GSTC（グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会）の研修を受講するなど、世界的な認証の仕組みを積極的に取り入れ推進していくことが、国際文化観光都市として重要なことである。宿泊税の使途として、研修費用に活用することも考えられるのではないかな。行政、市民と観光事業者、観光客の調和を図っていくためには世界基準に照らし合わせていく必要があると思う。
- 京都府旅館ホテル生活衛生同業組合では、京都市観光協会や京都文化交流コンベンションビューローと共に海外での誘客活動も行っているが、海外現地では、依然として京都の観光情報に関して認知が不足している点もある。また、京都は混雑しているという現地報道もなされているため、JNTO が拠点を構えている都市には積極的に何度も訪問するなど、海外向けにより詳しい説明が求められる。
- 京都の魅力未来を引き継いでいくためにも、持続可能という視点が必要になるため、京都市では世界基準の持続可能な政策に取り組んでいくべきである。

（太田委員）

- 「京都の観光・MICE が目指す姿」において、共に創るという意味で「共創」という言葉が使われて

いる点が最も素晴らしいと感じた。今回の中間案では観光資源の洗い出しもされており、「共創」と言えるだけの根拠が見えてきた文章になったと感じる。また、観光客と市民を、「もてなされる側」「もてなす側」という言い方ではなく、両者が京都を守り、未来に向けて発展させるという同じ目線を持ったかけがえのないパートナーだという意識は、大事にしていきたい言葉だと感じた。

- 「責任ある観光」という言葉は、これまであまり使われていなかったが、それぞれの立場で責任を持つというのはどういうことだろうと考えさせる良いキーワードである。
- 今回は宿泊税の使途についても言及されている。「観光客から税金を取るのか」という話になりがちだが、「客」ではなく「パートナー」だと表現すれば理解されやすくなると感じた。

（加藤久美委員）

- 「京都ファン」はなぜファンなのか、もう少し実態が分かったと良いと感じた。また、「京都らしさ」がありすぎるため具体的に書けないのかもしれないが、この中間案には「京都らしさ」を感じられる箇所があまりないため、京都らしさが前面に出ると良いと感じた。
- 目指す姿について。文化・伝統の中にあるサステナビリティを打ち出すことが、京都の強みであり、持続可能の「その先へ」とも合致すると考える。サステナビリティの知恵は、文化遺産の維持、保全にも非常に深く関わるものがあるため、京都らしさを打ち出す重要な部分になると思う。
- 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」について。観光客の満足度や市民の誇り、事業者の地域への貢献等はどの地域も目指しているところであるが、それらの相関性を示すことはどの地域もあまり出来ていない。現代の観光客の「満足」には、単に美味しい、楽しいだけではなく、環境への配慮や地産地消など、「地域の幸せ」という要素も含まれているため、三者の相関性が見えてくると良いと感じた。
- 「京都観光モラル」については、モラルという言葉ではない方が良いだろうと思っていた。世界的には「誓い」や「約束」という言葉がよく使われる。過去にはマナー啓発で「あきまへん」という媒体があったように、例えば「おおきに」でなくとも、京都らしさを感じられるポジティブな表現が良いと思う。
- 「MICE でつどうプロジェクト」について。昨今の MICE は小規模でも様々な特色があり、また、地域内の移動も含めサステナビリティが重要になっている。加えて、近年増えているハイブリッド開催では、開催後の参加者同士や地域とのつながりができるような工夫があると良いと思う。
- 「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」について。デジタル庁が公表しているウェルビーイング指標は、観光との親和性も高いのではないかと。環境省で、国立公園がある地域はウェルビーイング度が高いという分析をしようとしている例もあるため、同様に、観光が地域のウェルビーイングにプラスの影響を与えることを目指すことが今後は重要だと思う。

（加藤史子委員）

- 副題について。京都らしさをもっと前面に出せないかと感じた。また、目指す姿の「多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE」は、京都を東京に置き換えても成立する表現であるため、京都らしさ、ユニークさに溢れた土地であるといったことを盛り込むべきである。「温故知新」という言葉もあるが、京都の歴史や過去の連続性の先にある未来として京都らしさを表現できないかと感じた。
- 「京都観光モラル」の言い換えについて。加藤久美委員が仰った「あきまへん」は非常に面白いと感じた。会津藩では「ならぬことはならぬものです」という教えがあったが、人として守るべき最低限のルールや道徳心を教える言葉として、京都の魂が入った言葉が受け継がれているのであれば、そういう表現を使っても良いのではないかと。

- 「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」について。文章として理解もでき、思いも伝わるので異存はないが、主語があまり書かれていないので、主体性が見えてくると良いと感じた。特に最後の文章は、いつまでに、どうやって、誰がやるのかということがはっきり伝わってくると、心のこもった表現になるだろう。

（清水委員）

- 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」について。「多様で奥深い京都の本質」の追求とは、京都にしかないものを観光の軸に据えることだと理解しており、非常に良いことだと感じる。リピーターの創出にも直結することであり、京都に来て直接触れないと体感できないような魅力をしっかりと作ることで、一度では満足できない、また来たくくなるような深い魅力を感じてもらえる環境整備にしっかりと取り組んでいくことが大事である。「主な取組」のうち、「文化芸術、文化財、伝統産業等」は、京都にしかないものとして一つのコアになる魅力だと思う。こういった分野の魅力、価値をより分かりやすく伝える人材を増やしていくことが課題である。特にインバウンド向けには、外国語で説明できる人材を増やす必要があり、政策的な一定の支援も必要である。このようなことに関心を持つ旅行者は「京都観光モラル」を遵守する方が多いと考えられるため、高付加価値旅行者の裾野を広げいくためにも重要なことであり、ひいては京都、あるいは日本全体への波及効果も非常に高いだろう。
- MICE について。国際会議等を契機に来日し、初めて京都を訪れる人も多くいるだろう。その際、京都にしかない価値に気付いていただくことが、その後のリピーターを生むことにつながるため、MICE と観光とのつながりをもう少し記述することで、全体としてより良くなるのではないかと感じた。

（津田委員）

- 京都に観光に来られる方々に、京都の「ほんまもん」を伝えることが我々伝統産業界の大きな役割である。本当に良いものをどうやって守っていくのかということは、既に様々な角度から議論されているが、パリの「コルベール委員会」では、自分たちの節度をしっかりと守りながら、パリに来る人たちに自分たちの良さを、誇りを持ってアピールしている。京都でもマイスター制度は既にあるが、そのような方々が、日本人だけでなくインバウンドも含めた観光客にアピールできる場があると良い。そして、そういったことを市民にも認識していただくことで、観光客と市民のふれあいにもつながるだろう。ほんまもんは京都にあり、京都から恥ずかしいもの、くだらないものを発信してはいけないということを大事にしなければならない。京都の誇りを市民と共有し、市民と共に学ぶ姿勢が必要。
- 京都では食育があまり大事にされていないと感じるが、修学旅行生に食育を推進する取組などを、教育委員会などから発信していただきたい。

（長崎委員）

- 「令和 12 年に向けて目指す値」について。観光庁では、2030 年に訪日外国人旅行者 6,000 万人、旅行消費額 15 兆円という目標の実現に向けて、必要な施策を検討しているところであるが、その視点で見ると京都市の「目指す値」にはどのような意味があるのか気になった。例えば、「観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合」について、過去最高値である令和 3 年の 74.5%から 75.0%にするとのことだが、0.5%上がったとして、市民や外部の人にその意味が伝わるだろうか。
- また、「目指す値」を達成するため、観光課題対策の強化や情報発信などの施策の記載があるが、これがどのように 0.5%の増加につながるのかという論理が弱いと感じる。そもそも、この値はアウトカムの指標であり、施策に対する直接的な効果としてのアウトプットについて何も言及されていないため、分かりにくいのではないかと感じる。他の項目も同様であるが、インプットの施策とアウトプット、そして

てアウトカムの関係が分かりにくいので整理が必要である。

（長澤委員）

- 計画の策定や数値目標の設定も必要だが、一方で、これまで計画や目標値の通りに推移してきた訳ではなく、不意に起こる様々なことに対応していく必要がある。
- 総花的に、あるいは目標になりやすいことを計画として掲げることも重要だが、オーバーツーリズムなど負の部分にも目を向ける必要がある。京都府内の海の京都、森の京都、お茶の京都、竹の里・乙訓や、滋賀、奈良、大阪にどうやって人を分散させるのかが重要。京都市の計画ではあるが、近隣と連携するなど具体的な施策が必要である。人間は「足るを知る」ということも大切なことであり、そうでなければ、どこまでも突き進んでしまう。京都の広さに対して、果たして何千万人の観光客数が適正なのかということは、目標には掲げられておらず、分かっていない。一方で、たくさんの人に来てほしい、京都を知って欲しいという思いは多くの人々が心の中で持っているため、京都のキャパシティが柔軟に膨らんだり縮んだりできるように、京都府内や近隣府県への分散を考える必要がある。
- 仏教会だけでなく、伝統工芸の職人なども含め、非常に人材不足の状況にあり、これからの育成が課題となっている。「京都の本質」といった地道なことに目を向けなければならない。「明日の京都文化遺産プラットフォーム」では、京都の子供達に伝統工芸に触れてもらったり、世界遺産の寺社に行ってもらったりするなど、地道な取組を進めている。行政が細かく分析して指標を作ることも大事なことだが、全てがこのようにいかないことも念頭に入れて、負の部分に目を当てて育成していくのがよいのではないか。

（中森委員）

- 第1回審議会で中嶋前委員より「未来永劫神社や仏閣があるとは考えないでほしい」という意見があったとおり、京都府内に限らず、人材不足で様々な対応ができない神社や、氏子がいらない神社が出てきているのが現状である。観光目的の参拝者が来る神社でも人材不足が否めない現状であり、20年、30年後には運営もままならない神社が出てくる可能性があることも念頭に置いていただきたい。
- また、現場の声として、一部ではあるもののインバウンド客のマナー違反があり、その対応に人手を取られて本来の神社の業務に支障が出ている事例もある。現場で実務を担っている方々の意見も聞き、マナー違反の対策を考えていただければと思う。

（西田委員）

- 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」について。1点目として、洛西エリアでは、一見課題に見える放置竹林や規格外農産物を、体験型観光や企業研修などの MICE とつなげることで、地域課題の解決と観光振興の両立につなげる取組を行っている。このような魅力を広げる取組が計画に盛り込まれると良い。
- 2点目に府市連携について。洛西エリアは向日市や長岡京市と隣接しており、歴史資源を持つ隣接市町村との連携で、ツアーの魅力が更に高まると思う。
- 3点目に教育旅行について。地元の竹林を活用した教育プログラムや、地域課題とマーケティングを結びつけた実践的な学びの場としての大学生の受け入れなど、学びの観光資源としての可能性も大きい。
- 最後に、洛西エリアのポジショニングについて。単に竹林がある場所ではなく、竹林と遊び、竹林から学び、竹林と共生するまちとして位置付けることで、観光客が集中するエリアとの差別化にもつながるので、こうした視点を計画に反映いただきたい。

（フランク委員）

- 計画の中に、具体的にどうするのかという記述があまりないと感じる。
- 「京都観光モラル」に関連して、お互いに言わなくても伝わるという高文脈コミュニケーションは、京都らしいコミュニケーションスタイルであるが、外国人観光客には全く分からないため、はっきりと言わなければならない。例えば、ポイ捨て問題を取り上げても、京都に住んでいる人達が外国人観光客に何も言わないために、ポイ捨てできる環境になってしまっているのではないだろうか。観光客の意識を高めるためには、観光客を 100%受け入れる必要はなく、「ここは私たちの街である」ということが伝わるようにすることも重要である。
- 京都が変わっても良いこと、変わってはいけないことを計画に書いても良いのではないか。例えば、観光客に高く売ろうとするような観光地にはならないためにどうするべきかという具体的な記述もあると良い。

（牧野委員）

- 京都の観光・MICE が目指す姿については、都市の名前を変えても同じように見えるものよりは、より「京都らしさ」が感じられる言葉があった方が良いと思う。
- 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」の目標値である「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合:50%」は、達成しても市民の半数が迷惑しているとも捉えられる。この問題を重要視するなら、例えば 25%といったより低い目標値を設定してもよいのではないか。それに関連して、以前の会議で、オーバーツーリズムが実態より市民に大きく捉えられているのではないかといった議論があったが、もしポジティブに捉えられるような調査結果が出れば、市民に向けて正しく現状を理解してもらうための情報発信をすることも大事だと思った。
- 「観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合」も指標に入っているが、これは「自分ごと」としてどう思うかではなく、「京都にとって観光は重要か」という視点での問いである。市民が積極的に観光客を受け入れるかどうかの意向を聞き、それをモニタリング項目としても良いのではないか。東京都では「観光客の受け入れ意向」をモニタリングしているが、日本人観光客は「好意的、どちらかという好意的」が 55%程度、外国人観光客は 30%程度と、その数値は必ずしも高くなかったと思う。このように他都市で用いられている指標があれば比較も出来るため、京都でも観光客の受入意向を測る指標を入れても良いのではないか。

（元村委員）

- 概要版の「国際平和に貢献する」という文言について理解ができなかった。「京都は大きな空襲を免れたことで千年の歴史が継承され、その持続可能性が未来につながってきたために、平和のモデルとして世界に誇れる都市である」ということかと想像したが、もう少し丁寧に書いてもいいのではないか。
- 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」について。宿泊税や市民価格の設定は、経済的なインセンティブによって人々の行動を変えるという意味で非常に効果的である。実行に移すのが大変なことも承知しているが、計画に盛り込むのであれば、他の自治体の手本となるようなものを成し遂げたい。
- 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」について。科学・技術・環境といった分野にフォーカスした観光資源の発掘・掘り起こしがいまだにあまりなされていないのではないかと感じた。例えば、法然院のムササビや鴨川のオオサンショウウオといった京都の自然、あるいは琵琶湖疏水といった京都が生ん

だ偉大な近代化産業遺産など様々な資源がある。これらをもう少し掘り起こしていけば、MICE などて来た人やリピーターの関心にも触れるような資源開発になるのではないか。この計画をもとにこれからブレイクダウンしていく中で、アイデアを出し合えばもっと良いものになるだろう。

（矢ヶ崎委員）

- 「京都の観光・ MICE が目指す姿」に、市民の視点が明確に入っているのはとても良い。ただし、「多彩な共創」を進めるにあたり、誰がリーダーシップをとるのか、また、マネジメント会議の役割について、もう少し記述があると良い。
- 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」について。「京都観光モラル」の周知を強化するとあるが、その周知がどれだけしっかりとされているかをモニタリングできると良い。モニタリング項目「訪問地域を思いやる行動をとった観光客の割合」は、実績値として既に外国人で8割前後と高い。マナー向上に関して市民が安心できるよう、もう一步踏み込んだ記述があると良い。
- 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」について。特に広域周遊の促進に大変期待している。方針や中身をもう少し書いていただけると分かりやすい。
- 「MICE でつどうプロジェクト」について。京都は MICE のポテンシャルも素晴らしいが、誘致に関する国際競争は年々厳しくなっている。その中で、年間 400 件という数値目標をどのように達成していくのか、もう少し戦略に関しての書き込みがほしい。ただ件数を取ってくるという国際会議の誘致ではないはずである。例えば GSTC の基準や、既に策定されている「環境に配慮したサステナブル MICE 京都ガイドライン」のようなものを活用し、どのような戦略で誘致するのかなど、もう少し記述があるとよい。

（山田委員）

- 2030 年に向けて挙げられている目標値にたどり着くために関係者は何をすれば良いのか、その関係性が見えづらい。例えば、外国人観光客の満足度を 5 年で 5% 上昇させるための能動的な行動の部分が明確ではない。現状では、計画の途中や終了後に数値を見た際、「なぜこの数値になったのか」「何をしたから、ここにたどり着いているのか」というチェックができないのではないかな。
- そのためには、本編にあるモニタリング項目との整合性が取れていることが重要である。「このモニタリング項目を実行すると、結果として目標値に寄与する」という関係性を検証すべき。GSTC の四本柱の一つに、「地域に対して事業者がどれだけ貢献しているか」という指標がある。例えば、旅館などが GSTC の研修やアワードを取る、といった形でモニタリング項目との整合性を取っていくことができれば良い。
- 「推進の仕組み」にある『「京都観光・MICE 振興計画 2030」マネジメント会議』について、もう少し具体像を書き込むべきである。計画を分解しモニタリングしていくというこの会議への期待をもう少し明確にし、「どの頻度で、誰が、どのように進捗管理をするのか」を示してはどうか。推進の仕組みの各所に具体名が入って示されると、2030 年に向けての目指す姿の実現性が高まるのではないかな。

（山本委員）

- 計画の副題で「持続可能」という点を強調している点について。このままの副題で行くのであれば、その先にどのようなビジョンを持っているのが重要である。なぜ観光が市民の暮らしを豊かにし、国際平和につながるのかを、もう少し丁寧に書く必要がある。また、持続可能性を謳うのであれば環境に関する記述が必要である一方、指標やモニタリング項目にそれが反映されていないようにも感じた。

- 次に、推進する施策について。シビックプライドに言及しているのはとても良い。観光に直結しなくても、市民と協働しながらまちづくりを進めることの重要性に目を向けているのは素晴らしいことである。これは、「京都の魅力をどのように未来に引き継ぐか」という点にも関係するだろう。京都の魅力とは、文化の多様性や時間軸の重なりを感じられる点である。伝統文化や古いものだけでなく、新しいものも同時に存在する中で、それぞれ「何が本質か、何が大事か」を考える機会があることこそ、今後の観光の発展のベースを作るのではないか。
- 関連して、最近「おもてなし」が希薄になっていると感じている。「おもてなし」の裏には想像力や気遣いといったものがあると思うが、それに加えて、「折れないところ」や「曲げないところ」が合わさったときに、京都らしい、更新された「おもてなし」ができるのではないか。そして、その「折れないところ」を見つけることこそ、市民が何に自信を持って豊かさを感じているのかというシビックプライドにつながる。

（劉委員）

- 戦略とは「あるべき姿（To Be）」と「現実（As Is）」のギャップを埋めるものであり、今回の中間案もそのように書かれていると理解している。まず「あるべき姿」については強く共感する。近年、インバウンド観光客、特に中華圏の若者や富裕層のニーズは、「見るだけ・撮るだけ」の観光から、「共感して関わる」観光へとシフトしている。京都ならではの物語や静けさ、地元の人とのふれあいといった「心の豊かさ」へのニーズがあり、その意味で「あるべき姿」は非常に適切な表現である。
- 一方、現実とのギャップについては、もう少し深掘りが必要。例えば、市民が感じる観光の「混雑」は、本当に「混雑」なのか「印象先行型の混雑」なのか、納得感の醸成がやや弱い。KPIの明確化をもう少しすべきである。また、そもそも「市民」として一括りにして良いのかという課題提起もしたい。職業、学歴、価値観などによっても考え方は違うため、どういう属性の市民がネガティブ／ポジティブな印象を持っているのかをクロス分析できると良い。文化体験についても、観光の「質」を測るため、SNS分析やアンケートの深掘りといった数値化の工夫が必要である。
- MICEについても、京都はMICEに力を入れるという意気込みを感じるが、参加者が地域と交流する施策や、まち全体でどう受け入れるかというビジョンがまだ明瞭ではないので、そういったところも深掘りできると良いと思う。
- 「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」について、他の委員も指摘していたが、主語がないため、誰と一緒に育んでいくのか疑問に思った。京都に来る人は他人なのか0.1市民なのか、あるいは関係人口なのか。地域に関わりたい観光客は増えているため、関係人口という視点を入れ、SDGsの旅や暮らすような観光、地域と共創するイベントも考えられるのではないか。
- 「国内リピーターが減っている」という現状について。これを課題と感じるのであれば、国内リピーターをどう増やしていくのか、「To Be」と「As Is」のギャップを埋める施策を明確にすることが、今後の一つの考え方ではないか。

（渡邊委員）

- 多岐にわたる数値目標が示されているが、日本人・インバウンド両方のリピーター率や満足度を向上させ、国際会議の件数を増やしていくことは、量と質の両方を追いかける形になると思う。これは大変挑戦的で野心的だと評価できるが、これに加えて、地元の方や観光従事者の満足度も向上させるとなると、簡単ではないと受け止めた。どちらかを取るとどちらかはおざなりになりかねず、一方で、対立軸として捉えると次元が低い話になってしまうため、大変難しいところである。ゆえに、サブタイトルにある「その先に」とは何を目指すのかを、もう少し具体的に共有し、課題を洗い出す作業が

必要ではないか。

- 次に、マナーアップや市民生活との両立という問題については、「郷に入っては郷に従え」という考えを、いかに丁寧に柔らかく伝えるかが重要である。混み合っているのにじっと待つ、旅行者と地元の方が挨拶を交わすといった街の雰囲気があれば、観光客も自然に京都らしい所作やルールに従う気持ちになるだろう。そのためには、市民側の「マインドの醸成」もしっかりと取り組んでいくべきである。東京とは違う「京都とは何か、京都人とは何か」という点を、区別や差別ではなく、うまく押し進められると良い。
- 個々の推進施策については、何をするかという What は書かれているが、どうやるのかという How の部分にももう少し踏み込まないと、受け手としてはやや淡いものを感じてしまうのではないかな。今後の作業の中でそこをしっかりと詰め、メッセージとして伝わるものにしていければ良い。

（北村委員：欠席のため事務局から意見紹介）

- 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」のうち「修学旅行・教育旅行誘致の強化」について、3点申し上げる。
- 1点目「全国の修学旅行の動向把握」について。京都から他方面へ変えられた学校に、方面を変えた「理由」「原因」を教えてもらいデメリットを抽出してみてもどうか。探求型学習など、以前と比較しても格段にプログラムは増えているはずであるにも関わらず、京都離れが起きているとすれば、学校側の事情も知るべきである。
- 2点目「SDGsの探求学習、文化体験」について。同プロジェクトの後段に「事業者・観光客によるCO2排出量の削減や食品ロス・プラスチック等のごみの減量・分別に関する啓発」とあるが、国としてもインバウンドの地方分散を推奨しているので、京都を中心に生きた探求学習プログラムが作れないか。
- また、丹後の海や琵琶湖など近隣にも目を向け、広域周遊の拠点として京都の滞在を促す考えも必要ではないか。こうした考えは、府市連携等による広域周遊の促進にもつながると思われる。
- 3点目「大学や企業等と連携した受入体制の充実」について。本冊に「修学旅行をきっかけに京都への進学や就職につながったり大人になってから繰り返し京都を訪れるようになったりするなど、修学旅行は京都ファンになる原点」とあるとおり、京都は印象深い街であるべきである。
- 京都への進学が減れば、学生の街として存在した京都が京都でなくなり、大学の縮小化、関係人口の減少にもつながりかねない。歴史と文化の学生の街でもある京都として、大学生と一緒に修学旅行生に「京都の魅力」を発信できるような連携を進めたい。そのためにも、学生ガイドの更なる育成や、世界につながる観光教育などはどうだろうか。また、学生の感覚が「デジタル化・DX推進」の役にも立つのではないかな。
- 最後に、修学旅行は、将来の「京都ファンとなる原点」という認識を忘れずに、誘致活動の強化、探求学習・教育プログラムの充実、京都独自の産官学連携の受け入れ体制の充実をマーケットインの視線で取り組んでいただき、修学旅行の京都離れを阻止し、多くの未来ある層に、京都ファンになってもらいたい。その結果、関係人口の創出・拡大への一翼も担っていくと思われる。

（野口氏）

- 「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」について。「京都の本質的な魅力とは何か」「京都が京都であり続けるために守るべきものは何か」を出発点にしている点は流石だと思った。観光を入口に、京都の歴史や文化が単に消費されるだけでなく、発展し、新しい価値が生まれることにもつながるのではないかな。この視点から、副題にある「持続可能な観光・MICEと、その先へ」という言葉を持

ってきたのではないかと理解した。

- 「広域周遊の促進」や「府との連携」について記載いただいたことに感謝する。京都府では、府域の魅力が京都市に比べてまだ十分に知られていない。海・森・お茶・竹といった府域の資源と京都市の資源を組み合わせることで多様なストーリーができ、分散化や京都全体の魅力の倍増につながる可能性がある。都市圏と地方圏に近いという特徴を活かし、府と市が連携することで「持続性の高い観光エリア」として、京都が国内外のモデルになる観光地になっていくと良い。
- 「京都観光モラル」に代わる言葉については、観光客、京都市民、そして事業に携わる方々にとって、一つの分かりやすい言葉を見つけるのは本当に難しいと感じた。

（細川氏）

- 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」で挙げられている交通問題やごみ対策は、観光セクションだけでは解決が難しい。京都市全体として、交通政策や環境政策の部署としっかりと連携しなければ具体的には進まないため、施策の動かし方もイメージしながら具体的取組を示してほしい。
- 夜観光に関して、ホテルのコンシェルジュから「夜に連れて行くところがない」と聞いた。観光ガイドや通訳ガイド、ホテル・旅館の人手不足もよく聞く。働く人の満足度についてのモニタリング項目はあるが、賃金や処遇の問題も踏まえ、従業員やガイドなどを確保するため、また IT・DX 化を推進する目標指標の設定など、受入体制の整備に向けた目標設定も検討されたい。
- 教育については、観光従事者の人材育成はもちろん、市民への教育も重要である。小さい頃から京都の文化やものづくりについてしっかり教育をすることで、観光客への接し方も変わってくるため、こうした視点も計画に盛り込んでどうか。
- また、新しい観光が求められており、来訪者の意見や滞在状況をしっかり調査・熟知した上で、未来に向けた新しい観光体験の開拓に取り組んでいくべきであると感じた。
- MICE については、大規模な国際会議は行政が中心に推進されていくと思うが、商工会議所としては、事業者や企業のミーティング・会議などを京都で積極的に開催してもらえよう、微力ながら協力していきたい。

（田中副会長）

- 過去の計画で実施された施策の検証がデータに基づき分かりやすく説明されており、新旧計画のつながりが理解しやすい構成となっている。
- 副題の「Beyond Sustainable Tourism」に対して、持続可能な観光を超越する新たな概念を書き切れていないように思う。むしろ、第6章「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」で触れられている「京都の本質的な魅力」や「京都が京都であり続けるために守るべきもの」といった視点の方に、京都観光の根幹に関わる大切な問いが込められているように感じられる。
- 第2章「京都の観光・MICE の意義・効果、現状・課題」における課題整理について。第2章6「課題」のうち、特に「②観光振興との関係」において、幅広い分野の異なる課題が羅列されているため、読み手にとって何が重要課題なのか分かりにくい印象を持った。第4章1「プロジェクトの概要」でも改めて課題感の整理が出てくるため、第2章6「課題」では、より端的に何が課題かが分かるような表現を優先してはどうか。
- また、第6章「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」で言及されている課題についても予め触れておくことで、計画全体の論理構造がより整い、一貫性のあるものとなるのではないかと考える。
- 第4章「3つのプロジェクト」について。進捗管理のためのデータ活用は重要だが、現在のデータ収集の手法にはタイムラグがあるため、必要なデータが自動的に収集・共有できる仕組みの構築を検

討してはどうか。例えば、シンガポールにおける滞在日数に応じた特典提供や交通 IC カードによる行動履歴分析などを参考に、単なる DX ではなく、観光競争力につながる取組として、さらに一步踏み込んだ記載を期待する。

- 京都ファンの醸成について。修学旅行が重要な入口となることに異論はないが、修学旅行だけでなく、旅行する習慣のない人や子育て世帯、家族旅行など、あらゆる世代を一気通貫するよう、もう少し幅広に施策を整理してはどうか。
- 通訳ガイドの育成・活用について。高付加価値化のためには、通訳ガイドの育成・定着が益々大切になってくる。さらに一步踏み込んだ意欲的な取組を記載してもよいのではないか。
- 推進体制について。経済界との連携をさらに明確に表現すべきである。京都商工会議所、長崎大学、ソフトバンクにおいて日本人観光客の動向について共同研究されている例のように、共創パートナーとして具体的にどういったことを期待しているかを示すことで、読み手にとって推進体制がより具体的に感じられる。
- また、京都市観光協会や京都文化交流コンベンションビューローの役割について、単なる団体の説明に留まっている印象を受ける。「マーケティングやプロモーションはこれらの団体が担う」といった明確な役割分担を計画に記載すべきと感じた。

（金子副会長）

- 期待以上によく練られた案が出てきたので驚いた。御尽力に敬意を表する。
- 副題に「Beyond Sustainable Tourism」と明記されていることを評価したい。京都ならではの計画ができた暁には、対外的にも積極的に発信し PR していきたいので、そのためにもしっかりと内容をまとめてもらいたい。
- 複数の委員から「Beyond」が指す部分が不明確ではないかという指摘があったが、私は十分に書かれていると感じている。不明確だと感じるのは、恐らく本文中に「ここが Beyond である」という明確な記述がないことが原因ではないか。計画の中で「Beyond」だと考えている部分に、「これが Beyond である」「この取組によって Beyond の達成を目指す」といった形で明確に記載してはどうか。これは難しいことではいし、アピールする上で非常に効果的だと考えている。例えば、「市民ファースト」の取組や、「伝統産業との連携」が「Beyond」であるならば、それを明記してみるとよい。
- 中間案の具体的な取組内容の記述が薄いという意見もあったが、予算や議会の議決など様々な制約がある中でよく書いた方ではないか。計画はあくまでスタート地点であり、これから具体化していく部分もある。市民の理解を得るためにも、計画に書けることと書けないことをきちんと説明し、「ここから先は計画を基に皆で深めていきましょう」という姿勢を示すことも、重要なアプローチではないか。
- 目標値の設定については、なぜその数値なのかという説明が不足しているので「設定が甘い」という評価を招いている。また、目標の不達は非難されるからと低位の目標に甘んじるのではなく、「高みを目指していく」ことを明示した上で高めの目標を設定する、というアプローチも検討に値する。目標値の設定方法について、「どのような考えでこの目標値を設定し、実現を目指すのか」という説明を加えることも効果的である。
- 「京都の魅力を未来に引き継いでいくために」の「市民や京都ファンの声に耳を傾けながら」という記述について、他の箇所では「事業者」や「担い手」も記述されているため、この部分にも同様に加えてほしい。

（橋爪顧問）

- 9点申し上げる。1点目は、「平和」という表現について。京都市の政策理念の最上位には、昭和53年に制定された「世界文化自由都市宣言」がある。この宣言には「平和」というキーワードが含まれており、京都市の国際化に関する事業はすべてこの理念に基づいている。観光の本質もここにあり、もともと「平安」の都である京都は「平和」のまちである。現在の「京都基本構想」にも同様の理念が盛り込まれており、観光に寄せて言えば、京都は「歴史と文化を介して人間性を回復（かいふく）できるまち」であり、精神的な癒しや活力を提供するまちでありたいということを盛り込んでいきたい。
- 2点目。今後の観光計画は、単なる振興だけでなく、「京都観光全体のマネジメント」に焦点を当てるべきである。観光地や観光客のマネジメント、そして地域経営の視点を取り入れることが、持続可能な都市を目指す上で重要である。世界的に主要観光地では、混雑を避けるために観光客数をコントロールする傾向にある。計画策定後のマネジメント会議の場が非常に重要であり、コロナ禍のような突発的な事態にも対応できる体制を確立すべきである。
- 3点目。「京都らしさ」を語る上で、「山紫水明」や「花鳥風月」、「一期一会」といった、京都ならではの精神性やライフスタイルを表現する言葉をうまく活用すべきである。これらは単なる美辞麗句ではなく、京都の歴史や文化に深く根ざした言葉であり、これらを用いることで、京都独自の価値観をアピールできる。
- 4点目。観光振興において、エリアやテーマを打ち出すことが重要である。京都は歴史的に多様な地域が合併して現在の形になった経緯があり、北山や洛西、洛南など、それぞれの地域に魅力がある。これらのエリアのテーマ性を明確にし、「ルート化」や「エリアのアピール」に注力すべき。他府県と連携し、京都府全体での取組を京都市がうまく活用するのも良いだろう。
- 5点目。計画の副題である「Beyond Sustainable Tourism」の使い方が課題だと感じた。この表現は「既にサステナブルを超えている」と受け取られかねない。サステナブルを前提とした上で、さらにその先も目指すということが大事である。例えば、大阪・関西万博のテーマウィーク（世界的な課題解決の議論を深めるイベント）の最終週のテーマでは「SDGs+Beyond」と設定している。まずは「京都流のサステナブル」を徹底した上で、その先の「Beyond」を考えるという論理的な流れを明確にすべきである。言葉の使い方を再検討することを提案したい。
- 6点目。「生成AI」という言葉は、「AI」の概念の一部に過ぎない。顔認証など観光分野でより活用が進みそうなAI技術は他にもあるので、「生成AI」でなく「AI」とした方が良いのではないか。また、計画全体のトーンとして、京都観光を「楽しむ」だけでなく、「学ぶ」ことに焦点を当てるべき。本来、文化・歴史を「学ぶ」ことが京都観光の本質であり、「学び」の中に楽しみがある。
- 7点目。「目指す姿」のイメージ図は、中心の「京都ファン」が閉じたコミュニティのように見える。ベクトルを外側に向かって「京都ファン」を増やしていくような広がりを示す表現にしてはどうか。
- 8点目。計画で使われている「共創（コ・クリエーション）」という言葉は、ビジネスやオープンイノベーションで使われる言葉であり、テーマ設定が重要である。国連等のSDGsの議論では「パートナーシップ」という言葉を使用している。観光に関するスタートアップの創出や、世界からアイデアを募るなど、具体的な「共創」のイメージを示すべきである。
- 9点目。観光において全般的に大事なものは「安全・安心」である。京都は、地震発生時にお寺などで観光客を受け入れるという日本では画期的な避難体制を構築してきた。今後も、巨大地震のような災害発生時に観光地でどのように対応すべきかを考えていく必要がある。また、通常時の危機管理においても、観光客の安全・安心をあらゆるレベルで守れるまちにすることが、京都の観光都市として上位の課題であるべきだが、今回の計画ではその部分が不十分に感じる。
- 「目指す姿」の「気づきや学び、癒し、活力」という文言は、京都観光の本質を言い表している

感じる。この言葉を前面に打ち出し、京都観光の魅力を表現していくことが重要である。

(若林会長)

- 京都市の観光政策は特定のテーマだけでなく、非常に総合的で全般的なアプローチが特徴である。これまでも様々な側面に配慮しながら政策を作り上げてきたが、今回の中間案も、同じように磨き上げられつつあると評価している。

ウ 意見交換

(磯橋委員)

- 3月からの宿泊税の増税について、他の地域にとって模範となるような税の徴収方法を確立すべきである。そのためには、宿泊税と観光税の違いを明確にすることが不可欠である。京都市が「突き抜ける観光地」である以上、観光税を早期に検討していくべきだと考える。
- 現在の宿泊税は、観光客全体の3割を占める宿泊客から徴収しているが、これが観光全体に資する税として機能しているかという点には若干の疑問がある。また、今回の増税の仕組みには、一部に不公平感が生じる可能性もある。京都市の宿泊税はインフラ整備に充てられる可能性が高く、他の地域ではあまり参考にされていないのが現状である。観光に資する税が、市民との調和につながることを今後も明確にしていく必要がある。引き続きこの動向を見守っていきたい。

(太田委員)

- 観光客数の増減がニュースで報じられる際、それが喜ばしいことなのか、悲しいことなのか、判断が難しい状況が続いている。特に京都の場合は、単純な増加が必ずしも良いことではない。このような議論が繰り返されることは、あまり意味がないように感じている。
- そこで、京都が理想とする観光客数の上限や、目指すべき目標値を設定することを検討できないだろうか。実現可能かどうかも含め、議論する価値があると考えている。

(長崎委員)

- 宿泊税については、法定外目的税であるため、国として意見を言うのは差し控えるべきだとは思いますが、やはり税收がどのような形で使われ、京都が抱える課題に対してどのように貢献するかという点は非常に重要だということは伝えさせて頂きたい。京都市が宿泊税を有効活用し、良い効果が出ると、全国に紹介できる。京都の背後には、「京都市はどうするのか」と見守り、学びたいと思っている全国の自治体があることを感じながら検討を進めてほしい。

(元村委員)

- 今後、パブリックコメントを経て最終案をまとめる段階に入るが、その際、メディアがどこを見出しに取るかを意識する必要がある。現状では、意図している「Beyond」のような部分よりも、「観光客数〇千万人を目指す」といった数字が取り上げられやすい。外部にどう受け止められるかをある程度予測しながら取りまとめるべきである。

(フランク委員)

- オーバーツーリズムの話題もある中で、京都は海外メディアからも注目されている。今回の計画は翻訳される予定があるか。自動翻訳に頼ってしまうと、悪い印象を与えかねないため、その点は留意してほしい。

- 「京都らしさ」の定義は人それぞれだが、京都に移住し、将来を京都と結びつけている人々の意見をもっと聞くべきである。彼らが京都から離れないよう、「どのような街になってほしいか」「どのような京都が良い」と感じるか、その考えを聴取することが重要だと感じている。

(若林会長)

- 観光客数の増加については、市民との課題を解決した上で、さらにどう受入能力を高めるかという議論が必要。現状は、特定の時間や場所に限って問題が発生している。さらに、観光客数が10年前、20年前よりも減少しているエリアもあり、京都市全体で見るとオーバーツーリズムではない部分も多い。この現実を踏まえ、全体を総合的に見ていく必要がある。

4 今後の予定

パブリックコメント実施に向けた計画中間案の修正対応について委員に諮り、若林会長に一任の了承を得た。

5 閉会

(以上)