

第2回「京都市観光振興審議会」における主な御意見

参考1

次期計画最終案 該当箇所	主な御意見
表題・副題	<p>表題・副題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「Beyond Sustainable Tourism」という表現は、「既にサステナブルを超えている」と受け取られかねない。例えば、大阪・関西万博のテーマワードの最終週のテーマでは「SDGs+Beyond」と設定している。
第1章 計画の位置付け	
1 計画の体系	—
2 計画期間	—
第2章 京都の観光・MICEの意義・効果、現状・課題	
1 京都の観光・MICEの意義・効果	<ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な観光の先にどのようなビジョンを持っているのかが重要である。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。
2 京都の観光・MICEの歩み	—
3 「京都観光振興計画2025」における主な取組、現状・成果、課題	—
4 京都の観光・MICEの現状	—
5 世界・国内の動向と今後の見通し	—
6 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・第2章「6 課題」が、読み手にとって何が重要課題なのか分かりにくい。第4章でも課題感の整理が出てくるため、第2章では、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うのではないか。
第3章 京都の観光・MICEが目指す姿	
1 京都の観光・MICEが目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> ・「Beyond」が指す部分が不明確という指摘があったが、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あり、その点を明確に記載してはどうか。

次期計画最終案 該当箇所	主な御意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・「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。 ・観光において全般的に大事なのは「安全・安心」であり、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。 ・「共創」という言葉が使われている点が最も素晴らしい。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である。 ・「責任ある観光」という言葉は、それぞれの立場で責任を持つという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。 ・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。文化・伝統の中にあるサステナビリティが京都の強みであり、持続可能の「その先へ」とも合致する。サステナビリティの知恵は、文化遺産の維持、保全にも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。 ・目指す姿は京都を東京に置き換えるても成立する表現であるため、京都らしさを盛り込むべきである。 ・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。
2 目指す姿の実現に向けて	—
第4章 3つのプロジェクト	
1 プロジェクトの概要	—
2 3つのプロジェクト	—
(総論)	<ul style="list-style-type: none"> 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。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。計画に書けることと書けないことをきちんと説明していくことが重要。
(目指す値、モニタリング項目)	<ul style="list-style-type: none"> 「目指す値」については、設定の根拠をそれぞれ説明できるようにしておくとよい。 目標値の設定について、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、「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。

次期計画最終案 該当箇所	主な御意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・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。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。 ・「目指す値」にはどのような意味があるのか。また、「目指す値」を達成するための施策の記載があるが、これがどのように「目指す値」の増加につながるのかという論理が弱い。インプットの施策とアウトプット、そしてアウトカムの関係が分かりにくいので整理が必要。 ・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、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。そのためには、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り、「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。 ・「るべき姿」については強く共感するが、現実とのギャップ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。
<ul style="list-style-type: none"> ・市民生活と観光をつなぐプロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客にははつきりと言わなければ伝わらない。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。 ・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、モニタリング項目としても良いのではないか。 ・「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。 ・「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。混み合っていてもじっと待つ、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。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。
<ul style="list-style-type: none"> ・暮らすように旅をつむぐプロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行する習慣のない人や子育て世帯、家族旅行等、あらゆる世代を一気通貫するよう幅広に施策を整理してはどうか。 ・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はどうか。

次期計画最終案 該当箇所	主な御意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・「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。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、また来た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。 ・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。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、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。京都の誇りを市民と共有し、市民と共に学ぶ姿勢が必要。 ・伝統工芸の職人等も含めて人材不足の状況にあり、これから育成が課題となっている。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が、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。 ・現在、洛西地域において、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。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ともに、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。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。 ・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・掘り起こしがあまりなされていないのではないかと感じた。これらを掘り起こしていくれば、MICEなどで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。
<ul style="list-style-type: none"> ・MICEでつどうプロジェクト 	<ul style="list-style-type: none"> ・国際会議等を契機に京都を訪れる人も多くいる。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。 ・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。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、「環境に配慮したサステナブルMICE京都ガイドライン」等を活用し、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。

次期計画最終案 該当箇所	主な御意見
第5章 推進体制・推進の仕組み	
1 推進体制	<ul style="list-style-type: none"> ・経済界との連携について、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明確に記載すべき。 ・宿泊税と観光税の違いを明確にすることが不可欠。観光税を早期に検討していくべき。
2 推進の仕組み	<ul style="list-style-type: none"> ・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。観光地や観光客のマネジメント、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。
第6章 京都の魅力を未来に引き継いでいくために	
一	<ul style="list-style-type: none"> ・主語があまり書かれていない。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。 ・人材不足で様々な対応ができない神社や、氏子がいない神社が出てきている。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。 ・京都が変わっても良いこと、変わってはいけないことを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。 ・「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が、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。