

**「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）中間案に係る
パブリック・コメントの結果（概要）**

1 意見募集期間

令和7年10月31日（金）～11月30日（日） 31日間

2 主な周知方法

- ア 意見募集冊子について、市役所案内所、情報公開コーナー、区役所・支所、その他公共施設等で配付するとともに、京都市情報館に掲載
- イ 市民しんぶん（11月号）や京都市公式SNS、京都市観光協会公式SNS等を活用した周知
- ウ 観光関連事業者・団体等への周知 など

3 意見募集結果

意見者数 302名

意見総数 794件

(1) 意見者数の内訳

ア 年齢

20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
4名	77名	51名	66名	62名	29名
70歳以上	無回答				
6名	7名				

イ 居住地等

市内在住	市外在住 (うち、市内に通勤・通学)	無回答
214名	83名 (50名)	5名

ウ 市内在住者の居住行政区

北区	上京区	左京区	中京区	東山区	山科区
22名	28名	26名	32名	15名	16名
下京区	南区	右京区	西京区	伏見区	
16名	10名	22名	15名	12名	

エ 回答言語

日本語	英語
292名	10名

オ 回答方法

Web (意見フォーム、メール)	左記以外 (FAX、郵送)
295名	7名

(2) 項目別の意見の内訳

項目		件数
計 画 中 間 案 に 対 す る 御 意 見	第1章 計画の位置付け	0件
	第2章 京都の観光・MICEの意義・効果、現状・課題	30件
	第3章 京都の観光・MICEが目指す姿	42件
	第4章 3つのプロジェクト	496件
	総論・目標値	(34件)
	市民生活と観光をつなぐプロジェクト	(286件)
	暮らすように旅をつむぐプロジェクト	(135件)
	「多様で奥深い京都の本質」の追求	((72件))
	受入環境整備、情報発信	((37件))
	観光関連産業の活性化・従事者の活躍促進	((19件))
	安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減	((7件))
	MICEでつどうプロジェクト	(41件)
	第5章 推進体制・推進の仕組み	36件
	第6章 京都の魅力を未来に引き継いでいくために	16件
	その他	39件
小計		659件
「京都観光モラル」の名称変更に対する御意見		135件
合計		794件

4 計画中間案に対する主な御意見と対応

(1) 主な御意見（659件）

青字：計画に反映した御意見（詳細は4(2)参照）
下線：特に多かった御意見

ア 第1章 計画の位置付け（0件）

イ 第2章 京都の観光・MICEの意義・効果、現状・課題（30件）

- ① 市民が、観光がもたらす効果をより具体的に理解できるように明確に記載すべき。
- ② 混雑等の課題もあるが、京都にとって重要な産業である観光を引き続き大切にしてほしい。
- ③ 具体的な効果を実感しているのは観光関連事業者だけであり、市民への恩恵が不透明。

ウ 第3章 京都の観光・MICEが目指す姿（42件）

- ① 目指す姿が抽象的であるため、市民向けに平易な記述にしてほしい。
- ② 「観光客のためのまち」と「住む人のためのまち」の二者択一ではなく、双方が気持ちよく共存できることが重要である。
- ③ 観光客は減ってほしい。行政が京都観光を振興する必要はない。

エ 第4章 3つのプロジェクト（496件）

(7) 総論・目標値（34件）

- ① 「令和12年に向けて目指す値」について、なぜその数値を採用したか記載してほしい。
- ② 「令和12年に向けて目指す値」のうち「リピーター率」と「リピーターの観光客における再来訪意向」はどちらも似たような項目のため、整理が必要。
- ③ 「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合」0%は良いことであり、具体的な施策の実行を期待する。
- ④ 目標達成に向けて、計画をどう具体的に実行していくかが重要である。
- ⑤ 「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合」0%は非現実的である。

(イ) 市民生活と観光をつなぐプロジェクト（２８６件）

- ① **観光課題への対策に当たっては、京都府警察と連携して取り組んでほしい。**
- ② 混雑によるイメージ悪化を避けるため、定番ではない京都の魅力をもっとＰＲし、分散化を図るべき。
- ③ 観光客のマナー違反、迷惑行為に対する具体的な対策、啓発を徹底してほしい。
- ④ 観光客を呼び込む施策ではなく、まずは市民が直面している課題の解決を優先するべき。
- ⑤ 観光の意義・効果の発信も大切だが、いかに市民が直接的なメリットを感じられるかが重要。市民が「暮らしが豊かになった」と実感できる取組を期待する。
- ⑥ 一番大きな影響は交通混雑。運転手不足の問題もあるため、ＬＲＴを導入してはどうか。
- ⑦ 通勤時間帯に市バスが満員で乗れないことがあるため、観光客専用バスの導入や、市民専用の時間帯や車両を設ける等、市民生活を優先する対策を実行してほしい。
- ⑧ 観光客のマナーの悪さに大変迷惑している。シンガポールのような罰則が必要である。
- ⑨ 観光施設の料金を外国人と日本人で二重価格にしてほしい。
- ⑩ 外国人が増加することで日本人の京都離れが加速している。京都のような日本を代表する観光地がオーバーツーリズムを克服するのは無理なのではないか。
- ⑪ 観光客の受入人数のコントロール等の抜本的な対策を検討すべき。

(ウ) 暮らすように旅をつむぐプロジェクト（１３５件）

a 「多様で奥深い京都の本質」の追求（７２件）

- ① **新しいトレイルコースの整備をしてほしい。**
- ② 京都には多くの魅力があることをＰＲしてほしい。
- ③ 市内の周辺部や市外にも魅力ある場所が多く存在するため、観光客の分散にさらに力を入れてほしい。
- ④ 分散化は、単なる呼びかけではなく、分散先の魅力を住民と共に磨き上げ、交通アクセスを改善すべき。
- ⑤ 修学旅行の京都離れは深刻な問題であり、対策が必要。補助金を出してでもつなぎとめるべき。

b 受入環境整備、情報発信（３７件）

- ① オーバーツーリズムは市民生活と密接に関わる問題であるため、交通インフラの整備、地下鉄のキャッシュレス化は不可欠である。
- ② 障がい者のアクセシビリティの向上に寄与する取組を進めてほしい。
- ③ バス停周辺の休憩スペースや案内所、小規模な回遊拠点など、地域の人々と観光客の双方が安心して利用できる公共空間づくりが必要である。

c 観光関連産業の活性化・従事者の活躍促進（１９件）

- ① **従事者の労働環境改善が不可欠であり、「観光で働くことが魅力的な選択肢になる社会づくり」を計画に位置付けるべき。**
- ② 観光産業の人手不足は深刻で、サービスの質を保つことが難しくなっている。労働環境の改善等、観光を支える側の環境づくりが欠かせない。
- ③ 観光やＭＩＣＥにおける人材不足は深刻であるため、業界の魅力を発信するイベントや、ＳＮＳ・メディアでの紹介等が必要である。

d 安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減（７件）

- ① 外国人観光客が慣れない災害に遭遇しパニックになる恐れがあるため、災害時の多言語による情報伝達や備蓄、宿泊施設への避難誘導等の対策が必要である。
- ② 近年の酷暑や過度なオーバーツーリズム報道等により、外国人観光客が減少する可能性も考慮するべきではないか。

(イ) MICEでつどうプロジェクト（４１件）

- ① MICEの定義やそれぞれの説明、MICEの実例に関する分かりやすい解説が必要である。
- ② MICEを京都で行うメリットを市民に感じてもらうためにも、国際会議等に市民や大学生向けの参加枠の設定を検討してほしい。
- ③ 京都のものづくりのまちとしての強みを活かし、京都の企業や研究機関とMICE主催者をつなぐ仕組みを構築することで、MICE誘致に結び付けるべき。
- ④ MICEは高い経済効果があるが、認知度が低く市民にはその恩恵が見えにくい。MICEがもたらす具体的な効果を市民に周知する必要がある。
- ⑤ 京都市は、MICEのEに当たるスポーツやアーティストイベントのできる会場の数、質、キャパシティに課題がある。

オ 第５章 推進体制・推進の仕組み（３６件）

- ① 行政の動きが見えづらく、取組の成果が伝わってこない。
- ② 宿泊税の使途として混雑緩和や市民生活の利便性向上に活用してほしい。
- ③ 宿泊税だけでなく、旅行者の大部分を占める日帰り客から何らかの費用を徴収する方法を検討してほしい。
- ④ 寺社の拝観への課税等、観光税を徴収すべき。

カ 第６章 京都の魅力を未来に引き継いでいくために（１６件）

- ① 長い歴史の中で培ってきた文化、伝統産業は、一度減びてしまうと元には戻らない。京都の魅力を真摯に向き合い、守っていくことについて具体的に計画に明示されることを期待する。
- ② 「京都の本質的な魅力」は人それぞれである。一方的に決めつけたり、押しつけたりすることはやめてほしい。

キ その他（３９件）

(2) 対応（計画最終案への主な反映状況）

ア 観光・MICEの意義・効果（本冊P4～）

「観光がもたらす効果をより具体的に理解できるよう明確に記載すべき」との御意見を踏まえ、本冊第2章「1 京都の観光・MICEの意義・効果」の記載を充実。

イ 観光・MICEが目指す姿（概要版P4、本冊P24）

「目指す姿が抽象的であるため、平易な記述にしてほしい」との御意見を踏まえ、第3章「1 京都の観光・MICEが目指す姿」の記載をより分かりやすい表現に修正。

併せて、観光課題に関する多くの御意見をいただいていることを踏まえ、「徹底した観光課題対策」に取り組む旨を、目指す姿の冒頭に明示。

ウ 令和12年に向けて目指す値（総論）（本冊P28）

「この数値を目指す値に採用した理由を記載すべき」との御意見を踏まえ、本冊第4章「1 プロジェクトの概要」に、目指す値の数値の考え方を追記。

エ 「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」

(7) 目指す値（概要版P5、本冊P29）

観光課題に関する多くの御意見をいただいていることを踏まえ、「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」に設定していた「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合」の項目を、最上位に移設。

(i) 観光課題対策の強化（概要版P5、本冊P30）

「観光課題への対策に当たっては、京都府警察と連携して取り組んでほしい」との御意見を踏まえ、同プロジェクト中「観光課題対策の強化」に、京都府警察等の行政機関と連携し対策を強化していく旨を追記。

オ 「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」

(7) 目指す値（概要版P6、本冊P33）

『暮らすように旅をつむぐプロジェクト』において目指す値を設定している「観光客のリピーター率」と「リピーターの観光客における再来訪意向」は、項目の意図が近い」との御意見を踏まえ、「リピーターの観光客における再来訪意向」を、京都市観光振興審議会において御意見のあった「京都に再び訪れたいと思う観光客の割合」及び「親しい人に京都観光を勧めたいと思う観光客の割合」に変更。

(i) 多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ（本冊P34）

「新しいトレイルコースの整備をしてほしい」との御意見を踏まえ、同プロジェクト中「多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ」における「主な取組」にその旨を追記。

(v) 従事者の活躍促進（概要版P6、本冊P38）

「計画に『観光で働くことが魅力的な選択肢になる社会づくり』を位置付けるべき」との御意見を踏まえ、同プロジェクト中「従事者の活躍促進」にその旨を追記。

カ 「MICEでつどうプロジェクト」（本冊目次次頁）

「MICEの定義やそれぞれの説明、MICEの実例に関する分かりやすい解説が必要である」との御意見を踏まえ、本冊の目次次頁にその旨を追記。

キ 推進の仕組み（概要版P7、本冊P48）

「行政の動きが見えづらく、取組の成果が伝わってこない」との御意見を踏まえ、第5章「2 推進の仕組み」に、各種統計調査結果をはじめ、各種施策や事業の成果、宿泊税の使途など、観光・MICEの政策にかかわる様々な情報を分かりやすく発信していく旨を追記。

5 「京都観光モラル」の名称変更に対する主な御意見と対応

(1) 主な御意見（135件）

区分	御意見の傾向等	件数
具体的な新名称案	「京都はんなり観光宣言」、「京都スタイル」、「ツーリストシップ」 など	45件
「京都観光プロミス」について	「プロミス」は他の固有名詞でも多用されているという意見など、概ね否定的な意見。	20件
「京都観光モラル」について	肯定的な意見が複数寄せられた一方で、「モラル」は言葉として強いという意見など、否定的な意見も寄せられた。	24件
内容の浸透を重視する意見	名称の変更ではなく、観光マナーの啓発等を通じて、「京都観光モラル」の内容を浸透させることが肝要であるという趣旨の意見。	17件
その他	名称変更に関する考え方の提案に加えて、厳しい罰則を設けるべき等の意見。	29件
合計		135件

(2) 対応

ア 方向性

パブリック・コメントでは、中間案で示した新名称案である「京都観光プロミス」に対する否定的な御意見や、「京都観光モラル」を支持する御意見に加えて、特に観光客に対して「京都観光モラル」の考え方を実践いただくために、より分かりやすい表現を活用し、考え方を浸透させることこそが肝要であるという趣旨の御意見を数多くいただいた。

これらを踏まえ、

- ① 名称について、「京都観光プロミス」は採用せず、引き続き「京都観光モラル」を用いる。
- ② その上で、観光客に対しては、より分かりやすい表現を用いて訴求するため、京都で生まれた「ツーリストシップ」※という言葉を用いて情報発信していく。

※ 「ツーリストシップ」：京都を拠点とする一般社団法人ツーリストシップが提唱する言葉で、旅先に配慮・貢献しながら交流を楽しむ姿勢やその行動を指す。「京都観光モラル」で観光客向けに示している理念と同一の趣旨。

イ 計画最終案への主な反映状況（概要版P5、本冊P31、37）

「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」中「京都観光に関わる三者がお互いに尊重しあう関係づくり」及び「暮らすように旅をつむぐプロジェクト」中「戦略的な情報発信」に、観光客に対して「ツーリストシップ」という言葉を用いて訴求していく旨を追記。