

第1回「京都観光・MICE振興計画2030」マネジメント会議

1 日時

令和8年8月27日（木） 15時～17時

2 場所

京都市役所 本庁舎4階 正庁の間（オンライン併用）

3 出席者

別紙名簿参照

4 内容

【開会挨拶】

- (1) 主催者：京都市 観光政策監 西山 真司
- (2) 委員長：東京女子大学 現代教養学部 経済経営学科 教授 矢ヶ崎 紀子

【報告事項】

- (1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組
- (2) 「令和7年 京都観光総合調査」の結果

【協議事項】

- ・観光客6,000万人時代における混雑緩和・分散化の取組強化
- ・「京都のまちのあるべき姿」を守る事業者・インタープリターの育成・確保
- ・観光の効果の見える化・市民の共感の輪の拡大
- ・京都の強みを生かしたMICE誘致の強化
- ・各取組の効果と目指す値との因果関係分析・効果的な情報発信

（田中副委員長）

観光客数や消費額が過去最高となったことは、京都観光が地域や雇用を支える基盤として着実に役割を果たしていることの表れであり喜ばしい。今後は市民生活との調和と、地域への効果の浸透が重要となる。

混雑緩和・分散化については、単に分散をお願いするだけでなく、旅行者自身が自然と分散したくなる仕組みが重要。欧州のように、連泊者等へ観光施設や交通の割引・利用特典があるゲストカードを配布し、利用データをマーケティングに活用する事例を研究してはどうか。

インタープリターの育成については、京都市認定通訳ガイドの資格を更新せず独立し

ていくガイドや資格がなくても活躍しているガイド人材に対しても大切な人的財産として関与していく取組が必要。人材育成に当たっては、講師個人の経験に頼らず、「京都として何を伝えるか」を体系化した教材の整理が重要。加えて、補助金事業の要件に研修受講を義務付けるなど、他施策と連携した人材育成が重要である。

（磯橋委員）

事業者・インタープリターの育成について、G S T C（グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会）の国際基準に則った取組が必要。持続可能なマネジメント、社会経済への影響、文化への影響、環境への影響の4つの定義を踏まえ、「京都を守りながら案内する人」を育成すべき。

一定の研修や実地経験をクリアした「京都サステナブル観光インタープリター」のような資格制度を、京都検定等と掛け合わせ、行政、大学・学生、観光関連事業や地域の方々が連携し、組織立てて構築することが求められる。

リスクリング事業を観光分野にも組み込み、増収された宿泊税も活用し、タクシー運転手、宿泊施設・飲食店スタッフ、旅行会社、通訳、寺院・神社・文化財関係者、商店主等の既存人材のレベルアップを図り、地域共生を学んでもらうことが必要である。

（高橋委員）

計画の目指すべき数字が限定され、非常にわかりやすくなった。今後は人口減少や人材不足が加速する一方、旅行検討時に約35%がAIを活用している現状を踏まえ、京都市が先陣を切って対応していくことが大切。

成果分析について、プロジェクトごとのデータとK P Iの紐付け・分析デザインをより精緻にする必要がある。今回は「大変満足」などトップボックスを中心に目標設定している点が先進的だが、満足度、再来訪意向、推奨意向、リピーター率の4指標の連動性を意識した分析が求められる。

京都ファンの取組については、事業の目的がコミュニティ運営やCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）なのか、もしくは商品・体験づくりや定点観測なのか、目的を明確にして進めていく必要がある。

観光客と住民の連携も重要であり、例えば住民と一緒になければ入れない、体験できないような住民連携の仕組みがあると良いし、国内でも先進的な取組である「LINK! LINK! LINK!」も、京都ポイント等と連携し属性を把握できると効果的。

また、認定ガイドでないと入れない場所の設定や、宿泊施設等との連携窓口の拡大、AIを活用した混雑回避ルートの案内なども重要である。

（西本委員）

I C C Aの国際会議統計ランキング2位のパリでは観光客数が約3,600万人に対し宿

泊客数が約 2,300 万人と高く（対象地域：グラン・パリ、2024 年パリ観光局統計）、46 位の京都（観光客約 6,200 万人、宿泊客約 1,600 万人、2025 年京都市統計）と比べて宿泊比率が圧倒的に高い。京都のバランスを是正し収益性を高めるためにも M I C E 誘致の強化をし、観光を儲かる産業にしていくにつなげていくべきである。

I C C A ランキングにおいて京都は国際会議の開催件数は増加したものの順位を落としているが、単に数を追うのではなく「質」が大切。なぜその国際会議が京都に必要なのかを理解して誘致し、人脈やコンテンツを深めていくサイクルを回すことが重要である。

（牧野委員）

観光が果たす役割に係る市民への周知について、宿泊税の使途のみならず、市バス路線の維持など、市民にとって当たり前になっている日常インフラが、実は観光によって成り立っているといったストーリー性を持って、「市民しんぶん」等で根気強く伝えていくべき。

暮らすように旅をつむぐプロジェクトについて、自身も民泊滞在を機に二地域居住を始めた経験から、違法民泊の規制だけでなく、暮らすように旅をしてもらう適切な民泊のあり方も考えるべき。また、1 回来て終わってしまう旅行者や修学旅行生に対し、定番観光地以外の奥深い魅力を認知してもらい、「時間が足りなかった」と感じさせる仕組みが必要であるし、A I で京都観光がどのように案内されるかといった部分への検討も重要。

「京都の観光業界で働きたいと思う従事者の割合」が目標値に入っているにもかかわらず、施策としてあまり具体的に書かれていない。今働いている人たちがどんなモチベーションで働きたいと思っているかを理解し、それを良くしていくこと、旅行者の A I 利用が進む中、ガイドや市民を通じて良さを伝える仕組みや、中高生が街の魅力に気づき将来の観光従事者を志すような教育的取組も求められる。

（山本委員）

市バスの車内等で手ぶら観光の進展は実感するが、早朝の河原町等のごみは依然として気になる。

人口減少下が進む中、事業者やインタープリターといった人材を地域内だけで確保することは難しいが、観光客の中にも、そういった担い手になってくれる人がいるのではないか。観光客と市民の間にいる「市民寄りの人たち」や長期滞在者に役割や名称を与え（「テンポラリー・ローカル」の考え方に基づいたコペンハーゲンの「ローカルフード」のような概念）、インタープリターを担っていただくことはできないかと思っている。

地域住民との交流に魅力を感じる観光客も一定いるが、そこにアクセスする方法が少ない。観光と市民生活の調和・両立に向けては、観光客と市民が互いに歩み寄ることが重要であり、地域の清掃活動やボランティア、お祭りに参加してもらうなど、市民と観光客が歩み寄り触れ合える仕組みをつくってはどうか。また、リピーターに対しては、文化、食、歴史などを別の切り口で深掘りできる仕組みを伝えていくことも大切である。

(西村委員)

時期の分散化は、外国人観光客には難しいかもしれないが、混雑を避けてゆっくり観光したい方、修学旅行等の分散は可能だと思う。時間の分散化は、時期や場所に比べ満足度への負の影響が小さいが、受入施設の負担や早朝・夜間の周辺住民への影響を考慮する必要がある。場所の分散化は、リピーターへの働きかけが中心となるが、生活圏と観光地が近接している京都では、分散先で新たな混雑やごみ問題が生じないよう受入環境と住民生活への配慮が不可欠。

京都ファンの方の声にあった「人から教わる京都やガイドブックに載らない京都に価値を感じる」という声に共感する。地元で愛される店が観光地化しすぎて雰囲気が崩れないようバランスが必要である。

市民の共感について、経済効果を示すだけでは生活上の負担(混雑・騒音・交通の不便)の受容には直結しないため、メリットの説明と同時に生活負担そのものを軽減する取組が必要。

MICEについては、市民の認知度も低く、効果について知る機会も少ないので、開催件数やランキングだけではなく、市民公開講座や交流の場を設けるなど市民とのつながりを意識すべき。

因果関係分析については、効果が不十分だった取組も含めて検証し、「何をして、何が変わり、今後どうするのか」を市民が確認できる形で伝えてほしい。

(加藤委員)

観光の「質の評価」が世界的に見直されており、「観光は「光を観る」のである」というポジティブ産業であることを再確認すべき。社会的・環境的貢献として観光がどんな役割を果たすかが問われており、戦略的に実施していくことが非常に重要。その中で、インタープリターや事業者、デスティネーション(地域側)の一致した信念の確立が重要であり、マネジメント会議の重要性を感じる。

満足度について、市民・観光客双方が地域活動への参加や学び等を通じて貢献を実感し、観光をポジティブな活動としていくことが大切である。観光客の多くが京都観光に満足、推奨している中で、混雑への不満に対し、AI等の活用も含め、具体的な解決策を用意し、見える化することが必要。

宿泊税についても、連泊や地域、閑散期等に応じた戦略的な活用を検討すべきである。また、観光客に対して税の活用成果を積極的に説明するとともに、市民に対しても経済的・社会的・環境的な貢献を分かりやすく伝えていく必要がある。

修学旅行については、少子化の中で「質の高い修学旅行」が求められる。単なる地域課題解決だけでなく、京都が長年培ってきた持続可能な「伝統文化」を深く学ぶ探究学習と

して、質の高いプログラムを提供していくべきである。

(事務局)

事業者・インタプリターの育成について、現在も京都市認定通訳ガイドの運営や、業界ニーズも踏まえた担い手研修を実施しているが、いただいたご意見も踏まえながら、今後の取組を検討していきたい。

A I の活用や情報発信については、本年度 A I を活用した観光案内サービスの開発に着手し、混雑状況を踏まえた観光プランの提案などを進めていきたいと考えている。本年度からの新たな取組であるため、今後のサービスの運用の中で必要な改善は行っていく。

M I C E について、本計画の目指す値として開催件数を掲げているが、単なる開催にとどまらず、開催をきっかけとした地域企業とのマッチングや市民公開講座の開催など、M I C E の効果やメリットを実感していただけるよう、質を重視した取組も模索していきたい。

市民と観光客の相互理解については、昨年度に市民と観光客の交流イベントを初開催し、本イベントが相互理解に一定寄与したものと認識したところである。今後も相互理解が促進されるような取組を検討したい。また、市民生活の負荷軽減については、「市民生活と観光をつなぐプロジェクト」を中心に、全庁横断的な混雑対策をはじめとした観光課題対策を進めており、今後も取組をアップデートしていく。

修学旅行誘致は重要であると考えており、本年度より、伝統産業の職人と連携したコンテンツ造成などを行うこととしており、今後も文化の理解促進にも資する施策を講じていきたい。

(橋爪顧問)

本計画は課題解決と文化振興に力が入っており、体系的な施策となっている。京都の観光振興策は、文化政策と産業政策のバランスを取り続けてきた日本で唯一無二のものである。5年間の短期計画にとどまらず、20年、50年、100年先に京都がどんな街であるべきかを見据え、変えるべきを変え、守るべきを守る視点で足元の5年を考えるべきである。また、「京都観光」というコンセプトの下、日本の観光を代表する街として、次の時代に渡す京都を考えながら現状の課題を解決していく必要がある。

分散化について、「分散」とは本来「新しい魅力を作ること」に他ならない。都心の混雑を周辺で解消するという発想ではなく、西山や大原など周辺部の新たな魅力創出や既存資源の再評価を進め、特定の目的を持って訪れてもらう前向きなアプローチが必要である。

時間の過ごし方についても、世界的な潮流であるヘルスツーリズムやウェルネスツーリズムの視点を取り入れ、京都の癒しの力をアピールすべき。「京都一周トレイル」との

親和性を高めることや、戦前の比叡山周遊ルートのように、新たな移動手段を取り入れた魅力的なルート再設計を検討していただきたい。

M I C Eについては、単なる誘致競争だけでなく、パリやフランクフルトのように「その街自身が新しいM I C Eを創出している」という視点が重要。世界歴史都市会議のように、京都が生み出し、京都に世界的な事務局を置くような独自のM I C Eを育てる工夫が求められる。

京都観光の本質について、滞在者が京都に憧れて長期滞在し、外から来た人と京都の人が共に新しい産業や文化、価値を生み出してきた歴史がある。「世界の人が憧れる街」であり続けるため、市民と来訪者が共に新しい価値を創出できる街を目指すべきである。

(若林顧問)

本計画の策定にあたっては、「観光をどうするか」ではなく「観光の力で京都の未来をどうするか」という、京都が魅力ある世界都市であり続けるために観光の力を活用する大きなミッションを設定した点が進展である。

「住んでよし・働いてよし・訪れてよし（市民生活との調和・従事者の意欲向上）」、「観光で京都の未来を切り拓く（都市の魅力向上・M I C Eの推進）」、「安心安全・環境配慮（危機管理・サステナビリティ）」の3本柱を立て、数値管理のための指標を設定した。ただし、計画自体はグランドデザインであるため、具体的な事業展開によっていかに数値目標を動かしていくかを詰めることが本マネジメント会議の重要な役割である。

直近の課題として、観光客が増加してもマナー違反等の問題が生じず、市民生活と調和する環境づくりや、伝統産業の未来につながる観光の活用・新たな観光サービスの創出が極めて重要である。

A I等による観光のスマート化について、効率化が進む一方で、観光の本質は予期せぬ出会いやハプニング、市民との生の交流にある。規格化されたサービスにとどまらず、記憶に残る体験を提供できるよう、A Iの仕組みを取り入れつつも、人と人との交流や刺激し合う観光によるイノベーションを促進していくことが重要である。

(矢ヶ崎委員長)

京都観光は持続可能性を本格化させるフェーズにある。宿泊税等の財源を戦略的に活用し、成果を出していく観光地経営が求められる。

情報発信については、初めての訪問者が定番観光地に集中する構造に対し、A I等も活用して定番を増やし、複線化していくことが重要。また、日帰り客が多い現状に対し、スイスのトラベルパスのような交通・観光一体型の仕組みを取り入れて連泊・長期滞在を促す仕掛けが必要である。

M I C Eについては、誘致競争に加え、京都発の会議の創出や専門人材の育成が不可欠。日本人リピーターの評価低下にもしっかりと向き合い、心の平穏を保つ旅の価値を提供

していくべきである。

(高橋委員)

「大変満足」「満足」「残念な経験があった」の指標について、残念な経験があっても大変満足しているケースや、残念な経験がなくても普通の満足に留まるケースがある。このあたりの要因を詳細に分析し、施策の精度を高めるべき。

(田中副委員長)

国内外から関心の高い京都の観光政策の知見そのものをコンテンツ化し、視察プランとしてMICEのエクスカージョンや京都発祥のカンファレンスに活用することが考えられる。

(牧野委員)

新しい定番の創出にあたっては、旅行者がSNS等で発見・発信している動向をモニターし、定番化を促進するアプローチが有効。

(加藤委員)

ブリスベン五輪の計画のようにレガシーを見据えた戦略的活用が重要。また、気候変動協定を持っていながら、伝統・歴史的地域であるというアドバンテージをいかして、歩く観光やウェルネスの推進を強化すべき。

(事務局)

いただいたご意見は今後の観光政策の磨き上げに活用させていただく。本会議は年2回程度の開催を予定しており、今回は令和9年3月頃を予定している。

(以上)