

## 「京都府観光総合戦略(仮称)」中間案に対する御意見と京都府の考え方

- 意見募集期間 平成30年12月19日(水)～平成31年1月17日(木)  
 ○ 寄せられた意見 12人の方から23件の意見をいただきました

	意見の要旨	京都府の考え方
1	観光入込客数が実感と合っていない。観光客かどうかの見分け方や、複数の観光地を回る場合があるなど、テクニカル的にはそもそも実数の把握が難しい。統計の収集方法を再確認した上で、現実を直視する必要がある。	本戦略では、「マーケティングに基づく誘客活動」を7つの取組方針の1つに位置付けており、観光客の実態把握のため、今後、既存の統計調査方法の見直しやビッグデータを活用した観光客動態調査の分析等を実施してまいります。
2	一人当たり観光消費額について、欧米豪が高いのは、日本の滞在日数が長いからであり、一日当たりの消費単価が高い訳ではないことに留意が必要。	御指摘を踏まえ、欧米豪の観光客の消費単価に係る記述を修正いたしました。欧米豪をはじめ、幅広い国・地域からの観光客に、もう一足伸ばして府域に宿泊してもらうためのプロモーションや受入れ環境整備に努めてまいります。
3	特に、森の京都、海の京都エリアについては、域内の二次交通が弱い。こうした地域では、インバウンドについて、レンタカーの受入れが重要であり、このための駐車場(設備も含め)や交通標識、案内標識等をよく検討する必要があるのではないか。	本戦略では、「『もうひとつの京都』構想の深度化と相互連携」を7つの取組方針の1つに位置付けており、点在する観光資源や戦略拠点を楽しく快適に周遊できるようにするため、カーシェアリングの推進や末端交通の整備などに取り組んでまいります。
4	海・森・お茶の京都エリアの外国人受け入れ態勢が弱いのではないか(博物館での多言語解説、公共交通の多言語表示、店舗のキャッシュレス対応等)。	本戦略では、「観光を支える基盤づくり」を7つの取組方針の1つに位置づけており、全ての観光客が安心して快適に滞在できるよう、多言語対応環境の整備やキャッシュレス・モバイル電子決済環境の導入支援等を推進してまいります。
5	「京都市+府域+近隣府県」という考えに大賛成。このためには、まずは京都府・市の連携が何より重要。まずは、府市が連携して府域の観光情報の発信をすぐにやるべきであり、将来的には大阪のように京都観光局を設置してはどうか。	京都府と京都市は、常設の実務者会議を設置して、観光客の京都市全域及び府域への周遊を連携して推進することを平成30年8月に合意いたしました。現在、この実務者会議である府市政策連携・融合会議において、具体的な議論を進めているところであり、これまで以上に府市連携施策を推進してまいります。
6	郷土資料館は観光客が訪れて満足するのか。全国に通用する独自性はあるのか。	例えば丹後郷土資料館は、国の史跡「丹後国分寺跡」に隣接して立地しており、丹後地域の考古・歴史・民俗に関する幅広い年代の資料を収蔵し、丹後の歴史と文化について展示・解説しています。また、江戸時代の大庄屋「旧永島家住宅」を復元移築し、昨今観光客に人気の体験型プログラムも実施しています。今後は、資料館から一望できる日本三景「天橋立」の絶景も活用し、「海の京都」の歴史的拠点施設として展開するなど、丹後・山城の郷土資料館を観光拠点施設としても積極的に活用してまいります。
7	交通系ICカードの利用範囲拡大は重要。例えば、最近美山に公共交通で訪れる外国人が増えているが、最寄りの日吉駅ではICカードが使えない。	本戦略では、「観光を支える基盤づくり」を7つの取組方針の1つに位置づけ、その中で、利便性の高い交通基盤の整備を掲げており、観光客にとって利便性の高い交通利用環境を実現するため、事業者に働きかけを行い、交通系ICカードの導入を促進してまいります。
8	台湾・香港をメインターゲットとすることに大賛成。リピーターが多いので、京都からさらに一足伸ばしてもらうチャンスが多く、レンタカーの利用も多い。	成熟市場として日本へのリピーター率が高く、地方部への訪問率が高い「台湾、香港」を多くの集客が見込める重点市場として位置づけ誘客を行ってきており、引き続き、様々な誘客プロモーションを積極的に展開してまいります。
9	欧米豪からの観光客は、日本への訪問は人生で一度きりという方が多い。そういった方々の訪問先に府域を加えてもらうのは、短期的にはハードルが高い。	欧米豪については、世界の旅行需要の過半数を占め、他府県と比較して京都の優位性が高い市場であるため、費用対効果の高いアプローチを実施するとともに、ラグジュアリー層へのPRを広域連携ネットワークにより展開してまいります。
10	森・お茶の京都エリアに中国からの宿泊客が多いのは意外。団体客が多いのでなければ、重点市場に加えてよいのではないか。	中間層が増加し、今後FIT化が進むと見込まれる中国などアジアの成長市場についても重要な市場であると考えており、「もうひとつの京都」の認知度向上のためのプロモーション等を推進してまいります。

11	府域と京都市内とでは、府民の外国人観光客への慣れに格差がある。そうした中で、京都舞鶴港に多数の外航クルーズ船が訪れ、府域を観光することは、狭義の観光関係者以外の商店・飲食店の店員、ボランティアをされる市民・高校生など幅広い方々がインバウンドの受入れやおもてなしを体験するよい機会になっている。こうした機会を通じて、幅広い方々の外国人観光客の受け入れやおもてなしの能力が向上すればよい。	クルーズ船寄港時のおもてなしとして、現在、地元関係者とともに、入港・出港時の幼稚園児のお出迎え、高校生による吹奏楽演奏等のセレモニーの実施や、ふ頭での地元産品の販売、観光案内等を実施しているところ。今後ともこのような機会を通じて、地元が一体となったおもてなしに取り組んでまいります。
12	京都北部を「海の京都」としてPRされたことは評価できる。「丹後七姫」をもっとPRして、女性向けのツアーなどを企画してはどうか。丹後地域には、女性客に訴える要素が多くある。観光客が京都市内だけでなく、「海の京都」を訪れてくれることに期待。	本戦略では、「『もうひとつの京都』構想の深度化と相互連携」を7つの基本方針の1つに位置付けており、海の京都DMOにおいて、マーケティング結果に基づき、明確なターゲットとニーズ把握のもと、女性客をはじめ、地域資源を活かしたの旅行商品造成等に取り組んでまいります。
13	海・森・お茶の京都の合唱曲は非常によいので、もっと普及させて、PRに活用してはどうか。	組曲「もうひとつの京都」合唱曲については、葉加瀬太郎氏に作曲いただいた楽曲をベースに、より多くの方々に親しんでいただくために編曲したものです。一人でも多くの方々に歌っていただき、音楽を通じて地域と人々を繋げ、「もうひとつの京都」の魅力再認識していただくため、楽譜の配布や合唱フェスティバル(コンクール)などに取り組んでおります。今後も引き続き、地域の魅力を高めていくプロモーションのツールとして活用してまいります。
14	「もうひとつの京都」ターゲットイヤー(キャンペーン)の復活に期待したい。ターゲットイヤーを設定することで、戦略でめざす将来像の実現に向けた推進方法が内外に伝わりやすくなり、マスメディア等の掲載機会が増え、交流人口の拡大が期待できる。	「もうひとつの京都」の取組は、持続的な地域づくりの取組として確立・定着させていくことが必要です。このため、今後は、ターゲットイヤーを設けて取り組んできたことの成果やレガシーを活かして、各地域のDMOを中心に、持続可能な観光地経営に取り組んでまいります。
15	十分な予算と執行体制を確保され、着実に実践されることを期待する。今後は投資先を京都市内から府域へと抜本的に転換し、予算も体制も府域中心へと見直してはどうか。	本戦略の着実な実現を図るため、平成31年度当初予算案では、府域での観光コンテンツの充実とそれらを支える基盤整備を重点的に実施するため「『京都観光交流圏』形成・拡大事業費」として599,500千円を計上したところ。体制としては、知事を本部長として平成30年6月に「観光戦略総合推進本部」を設置しており、本本部において、戦略全体の進行管理やマーケティングに基づく重要施策の企画立案、部局横断的な事業実施のための調整等を行い、府域への誘客など戦略の着実な実現を図ります。
16	「観光」×「健康」で受け皿となる地域を作り、「健康」プログラムを開発し、域内交流の活発化を促してはどうか。また、健康経営を目指す企業へのアプローチを行うことで、企業からの消費額を増やすことも視野に入れてはどうか。	本戦略では、「『もうひとつの京都』構想の深度化と相互連携」を7つの基本方針の1つに位置付けており、「地域の豊富な資源を活かした体験型観光の拡大」として、温泉や自然等の地域資源についても、観光客が楽しめるように商品化し、滞在時間の伸長と新たな消費機会の創出を図ります。また、健康関連産業など観光と直接的な関係の少ない産業においても、訪日外国人観光客の旺盛な消費需要を取り込み、サービスの開発に活かすことで、更なる産業振興や地域振興に活かしてまいります。
17	京都には、丹後ちりめんをはじめ、伝統産業が多くある。「観光」×「伝統産業」で、回遊性を促し、全国でも取り組まれている「オープンファクトリー」イベントを展開してはどうか。	本戦略では、「『京都観光』の最大の強みである文化資源を活かした地域振興と持続的な発展」を7つの基本方針の1つに位置付けており、国際的なアート市場形成に向けた施策の1つとして、工房ツアー等の取組を推進してまいります。
18	各地域の将来像や具体的な取組があると、実感が湧く。また、計画実施に必要な費用や予定している支出額を知りたい。	各地域の取組については、「2(3)『もうひとつの京都』の取組状況」に詳述しております。また、本戦略実現のための支出額等については、本府の予算案編成等を通じて、ホームページや府民だよりなどで、適宜お知らせしてまいります。

19	事業推進体制に関して、できるだけ重複しない組織を作っていたことを希望する。	事業推進にあたっては、知事を本部長とした「観光戦略総合推進本部」において、戦略全体の進行管理や、マーケティングに基づく重要施策の企画立案、部局横断的な事業実施のための調整等を行います。また、各地域においては、海の京都、森の京都、お茶の京都の各DMOが地域の総合プロデューサーとして取組を牽引し、所管区域内の地域づくりの総合調整を行う広域振興局と緊密に情報共有を図りながら事業を推進するなど、適切な役割分担・連携のもと、効率的・効果的に事業を推進することとしております。
20	飲食店、公共交通、施設、ホテル・宿泊施設等の屋内完全禁煙化を進められたい。健康増進法が改正されようとも受動喫煙防止対策の水準は世界に遠く及ばない。海外からの訪問客を含めて旅行者を満足させるためには屋内完全禁煙化が必須だ。	府民や施設管理者等が、自主的に受動喫煙の防止に取り組む行動指針として、平成24年3月に「京都府受動喫煙防止憲章」を策定し取組を進めてまいりました。昨年7月、望まない受動喫煙をなくすこと、受動喫煙による健康影響が大きい子どもや患者等に特に配慮すること等を基本的な考え方とした改正健康増進法が成立したことを踏まえ、昨年12月には憲章を改正したところです。この憲章に基づき、受動喫煙を受ける機会をゼロにすることを目指し、関係団体相互の連携を強化し、より一層の受動喫煙防止対策に努めることとしています。
21	「行政単位を超えた地域の魅力創出・周遊強化のための広域連携体制の構築」の項目に、「篠山街道」がピッタリ合うのではないかと。ぜひ、府県、市町村の枠を超えて篠山街道の魅力発信を検討してもらいたい。	本戦略では、「広域連携に関する取組」として、「行政単位を超えた地域の魅力創出・周遊強化のための広域連携体制の構築」を重点プログラムとして位置づけております。御提案の「篠山街道」を含め、府県の枠を超えた広域連携施策を積極的に検討してまいります。
22	地域のことを住民がもっと知ったり興味を持つなどの機会の創出が必要。	本戦略では、「6 事業推進体制」の中で、「府民」に対し「地域の魅力に気づき、その魅力を高め、愛着と誇りを持ち、その魅力を旅行者に伝えるときも、観光客との共生を図り、訪れる人々を温かく迎え入れます」という役割を期待することを記載しています。戦略に基づいて、住民の地域に対する愛着と誇り（シビックプライド）を確立するための施策を進めてまいります。
23	文化財の活用は必要。さらに、公開・活用するためには、「しっかりと保存」することも今後必要。	本戦略では、「『京都観光』の最大の強みである文化資源を活かした地域振興と持続的な発展」を7つの基本方針に位置付けるとともに、「京都府文化力による未来づくり基本計画」や文化財保護法改正に伴い策定予定の「京都府文化財保存活用大綱」と連携し、文化全体に対して戦略的な投資を行い、徹底的に守ると同時に、観光など様々な分野で活用することで、そこから産み出される価値が文化に再投資され、持続的な発展につながる、という好循環をつくり出してまいります。