

20年後に実現したい姿

【一人一人のニーズに合致した満足度の高い観光が実現】

●「モノからコトへ（消費から体験へ）」、さらには「今だけ・ここだけ体験」など、世界最先端の観光時流を的確に捉え、世界有数の体験型観光のモデルになるとともに、外国人を含めた京都市内を訪れる観光客に、府域の観光情報が適切に伝わり、「京都市+府域+近隣府県」という周遊・滞在型観光が、京都府観光の定番として定着しています。

【観光を入り口とした地域経済の活性化と京都産業全体の好循環が創出】

●観光客にとって魅力的な観光コンテンツが次々に創出され、地域で活躍する小規模な観光事業者やガイドも含め、観光産業が若者にとって人気の業界であり続けているとともに、観光産業の発展が、地域の経済・雇用・文化・環境など様々な分野の好循環を生み出しています。

【観光と地域社会との共生】

●京都の生活文化自体が観光のキラーコンテンツとなるような「訪れてよし」の京都の魅力の創造と、観光による渋滞の抑制、環境への配慮など、地域社会と観光の共生により、暮らしやすい「住んでよし」の環境がつくられ、サステイナビリティ（持続可能性）が高く観光客・住民双方の満足度が向上しています。

4年間の対応方向・具体方策

「京都観光交流圏」における周遊・滞在型観光を進めます。

- 1 「京の七夕」、「京都・花灯路」等の府域開催や、ナイトカルチャーの創出等、府域への広域周遊を促進
- 2 京都市、(公社)京都市観光協会との連携による、旅行商品造成やプロモーションの展開
- 3 2020年NHK大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会等との連携による広域プロモーションの展開
- 4 京都総合観光案内所、京都府観光案内所・東京及び府内の観光案内所等とのネットワークによる情報発信の強化
- 5 「近畿のキタだよ、北近畿キャンペーン」の展開、山陰海岸ジオパークでの英語表記付き観光案内板の整備等
- 6 山城地域に隣接する府県や交通事業者等との連携による広域エリアの魅力の発信
- 7 「京都市+府域+近隣府県」で観光交流を促進し、観光客の府全域への分散・周遊を促進

観光関連産業を支える人材を確保・育成します。

- 8 「京都ビッグデータ活用プラットフォーム」から提供されるデータの活用等により、高度観光人材を育成
- 9 外国人観光客等に対応できる有償ガイドの育成や、中・高校生等がボランティアガイドとして活躍できるよう支援

文化資源を生かした地域振興と新しい文化の創出により、持続的な発展につなげます。

- 10 国宝等文化財建造物の保存修理現場の特別公開と府域の観光コンテンツを組み合わせた観光ツアーの造成や「カルチャーツーリズム」、「アートツーリズム」の普及
- 11 料理人同士の交流や、京野菜など地元の食材を活用したガストロノミーツーリズムの普及を推進
- 12 保存・活用価値の高い歴史的資源（伝統的建造物・古民家等）を核とした宿泊施設群の整備

観光を入口にした多様な交流により、産業と地域を振興します。

- 13 国際MICE施設などの基盤整備や既存施設の活用による、府域へのMICE誘致の促進。「ミニMICE誘致促進プロジェクト」として、小規模なものや、農家民宿の活用等地域資源を活用した多様なMICEを誘致

- 14 工場や伝統工房、野菜の収穫体験、アウトドアスポーツ等、多様な地域資源を観光に活用
- 15 海外企業視察の誘致、受入れ等を一体的に行う窓口の設置と、ビジネスマッチングにつなげる拠点の創設

観光を支える宿泊施設等の基盤整備を進めます。

- 16 高級ホテル、オーベルジュ、古民家等歴史的資源を活用した宿泊施設等、地域に応じた立地促進
- 17 農山漁村をまるごと滞在施設化するなど「農泊」を特徴的なコミュニティビジネスとして展開
- 18 民泊（住宅宿泊事業の届出施設・簡易宿所）等の小規模宿泊施設と地域の観光資源との連携強化
- 19 観光関連事業者でのキャッシュレス・モバイル電子決済環境の導入支援
- 20 関西国際空港・伊丹空港、京都駅、京都舞鶴港等と主要な観光地とを結ぶ交通基盤の整備や交通系ICカードの導入促進
- 21 観光客が快適に滞在でき、高い満足度が得られるよう、ユニバーサルデザインに対応した環境を整備
- 22 宿泊施設や交通機関での災害情報や観光関連施設情報の周知・案内を徹底
- 23 外国人観光客が安心して受診できる医療施設等の情報提供や、多言語対応等の医療環境を整備
- 24 観光地を自転車で巡ることができるよう誘導ラインの整備等、サイクルツーリズムを普及

マーケティングに基づく誘客活動を進めます。

- 25 観光関連ビッグデータ等を分析し、DMO等と連携した国内外へのプロモーションの強化
- 26 「欧米豪市場」について新たに重点市場を選定し、ラグジュアリー層へのPRを広域ネットワークにより展開
- 27 SNSを活用した「旅マエ」・「旅ナカ」・「旅アト」の旅行シーン別のアプローチを強化