

第1 京都府観光総合戦略の考え方

1 はじめに

- 観光は「日常生活と異なる場所に移動し、人と人との出会いにより絆を生み出し、その土地から気づきや学びを得て人生を豊かにするもの」
- 今回改定する「京都府観光総合戦略」では、「交流」と「持続性」を大きな視点としている。「交流」の視点では、世界に誇る文化や食をはじめとする京都ならではの資源を活かし、京都を訪れた人それぞれが、「自分だけの『もうひとつの京都』を見つける（discover your own kyoto）」ために繰り返し訪問し、地域との交流が深まる機会を創出する。
「持続性」の視点では、観光産業が付加価値を上げ、地域社会や経済に貢献するとともに、観光客と地域の「交流」により、双方が成長を実感し、観光を通じて地域が良くなる持続可能な観光の実現を図る。
- また、文化庁の京都移転を契機に「文化の力」を更に活用して地域の成長、活性化につながる施策を推進するとともに、2025年の大阪・関西万博、2027年のワールド・マスターズ・ゲームズ（WMG）など、世界的イベントの経験や社会情勢の変化に応じて戦略を改定し、常に進化することで、交流機会の創出と地域の新たな価値を創造する京都観光を実現する。

2 観光振興の基本理念と目指す方向

- コロナ禍で重要性が再認識された人と人とのふれあい、「交流」を観光によって活性化し、交流から生まれる体験や新たな人間関係を基盤に、訪問された方々の人生を豊かにすることに貢献し、地域振興に参加していただくことを目標とする。
- 住民が観光に参画するなど地域と観光との連携を強め、観光が文化振興や産業振興、地域振興につながるような活動を強化し、観光を通じて地域が良くなっていることを地域の人々が感じていただける「持続性の高い観光」を実現する。

3 戦略の推進体制

府内市町村やDMO、観光事業者などが中核となり、産業や地域の活性化、文化振興に取り組んでいる企業・団体・NPO等の幅広い関係者と連携・協働の上、観光施策を総合的かつ計画的に推進する。

4 戦略の対象期間

2023年から2026年頃まで

第2 観光戦略の展開方策

1 文化庁移転や大阪・関西万博等をステップに新たな観光のステージへ

① 大阪・関西万博を好機とした観光

2025年の大阪・関西万博の開催を好機として、オール京都体制で府内各地への観光客の誘客を促進する。
今年度策定した「大阪・関西万博きょうと基本構想」やアクションプラン等においてさらに取組の具体化を進めるとともに、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・「大阪・関西万博きょうと基本構想」の推進
- ・万博を活用した京都各地への誘客
- ・万博開催期間中の国内外からの教育旅行の誘致
- ・万博会場からの移動利便性の確保

② MICE戦略の展開と交流の推進

大阪・関西万博会場を訪問する世界各国の政府関係者、経済人、文化人を京都に積極的に招聘し、こうした方々に付随するメディア等も活用し、京都の魅力を発信するとともに、ビジネスマッチングの機会や MICE 開催候補地としての京都の存在感を高めるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・京都市との連携によるMICE誘致
- ・MICE開催地としての魅力向上と発信
- ・国際的イベントの開催と進化

③ 国際交流の深化

文化庁の京都移転や世界中からの来訪が見込まれる大阪・関西万博の開催を見据えて、他の自治体とも連携しながら、世界中をターゲットに国や客層ごとの嗜好に応じた誘客を進め、様々な分野の国際交流の拡大と深化により、産業や文化等の振興につなげるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・京都の多彩なコンテンツの整備
- ・広域連携による取組の推進
- ・デジタル技術を活用した効果的なプロモーションの実施
- ・各分野と連携した情報発信
- ・留学生、在留外国人への取組の検討
- ・訪日教育旅行の誘致
- ・京都舞鶴港等へのクルーズ船誘致

2 観光振興の基本方策

(1) 交流のさらなる深化を目指して

① 関係づくりを強化し参加につながる観光の推進

修学旅行生や京都で学ぶ大学生、留学生等をはじめ国内外の多彩な人材が「観光」を入口に地域と交流し、地域との関係を深め、地域への参加につながるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・修学旅行や訪日教育旅行の誘致促進
- ・学生と地域の交流促進
- ・地域との交流の拡大に向けた観光客の誘致
- ・体験型観光の推進
- ・地域に参加できる仕組みづくり
- ・ワーケーションなど新たな交流市場の開拓
- ・「MICE」を活用した交流の拡大

② 「京都ならではの」の多様な魅力の活用

京都に来られる方々の多様なニーズに応えるため、食や文化をはじめ、最先端技術までを有する京都ならではの様々な資源を活かし、繰り返し訪問し地域との交流を深める機会が創出できるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・地域の文化資源等を活用した文化観光の推進
- ・「食の京都」の推進
- ・多様な地域資源を活かした観光の推進（エコツーリズム、スポーツツーリズム）
- ・産業やアートイベントを活かした観光の推進

(2) 持続性の高い観光を目指して

① 住民参加による新しい観光の推進

地域公共交通や文化施設、商店街等の維持や地域活性化などの観光がもたらす効果への地域住民の理解のもと、地域住民とともに、地域の魅力を誇りに思う観光地域づくりに取り組むなど、地域住民の参加による新しい多様な観光の取組が進むよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・受入気運の醸成
- ・地域に誇りを持てる観光地域づくりの推進
- ・観光の効果の見える化

② 地域とともに成長する観光の推進

地域と観光事業者が豊かさを実感できる高付加価値の観光を推進するとともに、地域の資源を活用し、地域社会と観光が共生する持続可能な観光地域づくりが実現できるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・観光産業の持続的な成長

- ・環境に配慮した観光の推進
- ・地域の資源を活かした高付加価値なコンテンツの開発等
- ・交流から関係人口や定住の拡大へ
- ・観光客の集中を避ける取組の検討
- ・デジタル技術を活用した集中を避ける取組の検討

③ 「もうひとつの京都」のブランド力を活かした持続性のある観光の推進

「もうひとつの京都」である「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」「竹の里・乙訓」については、各 DMO が地域の総合プロデューサーとして地域課題の解決や地域の魅力づくりを進めるほか、広域連携や高付加価値化に一層取り組み、地域の観光消費額の増加を図るなど、「もうひとつの京都」が世界有数の観光ブランド、地域振興ブランドとなるよう活動を強化する。また、地域と観光の連携を強め、コロナ禍のような危機的な状況でも地域の人に支えられる「持続性の高い観光」が実現できるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・各地域の魅力向上によるインバウンド消費の増加
- ・地域の豊かな資源を活かした観光地づくり
- ・観光を入口とした地域振興
- ・世界的な広域連携による持続的な地域モデルの創造

(3) 観光振興を支える基盤の強化

① 観光産業の担い手の確保・育成と生産性の向上

観光事業者の生産性を高め、収益が確保できるよう支援をするとともに、地域の持つ様々な観光資源を活用することで、需要の平準化を進め、雇用の質を高める。また、「京都観光アカデミー」などを活用し、観光産業を担う人材の安定的な確保・定着や育成を図るとともに、地域で交流を生み出す人材の発掘・育成ができるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・観光を支える人材の育成・確保・定着
- ・各種団体と連携した人材育成の強化
- ・交流を支える観光人材の発掘
- ・デジタル技術を活用した観光業の生産性向上
- ・デジタルを活用した地域循環型経済モデルの活用
- ・副業など新しい働き方の活用

② 交流を支える基盤の整備・拡充

周遊促進のためのスムーズな移動手段、地域の特色を踏まえた魅力的な宿泊施設等の整備など、誰もが快適に楽しむことができる各種の環境整備が進むよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・快適かつ楽しい移動手段の整備
- ・多様な宿泊施設等の整備
- ・ユニバーサルツーリズムの推進
- ・災害時の安心・安全の確保

③ AI・ICTの活用促進

デジタルマーケティングによるニーズに合わせた情報発信や、AIを活用した観光周遊ルートの提案、デジタルツインを活用したコンテンツの提供など、デジタル技術の活用を促進し、多様なニーズに対応しながら満足度の高い観光が実現できるよう、下記の事業に取り組む。

【事業内容】

- ・観光分野における総合的なDXの推進
- ・デジタルマーケティングと情報発信の工夫
- ・デジタルツインなど新しい技術の活用

第3 事業推進

1 推進体制

- PDCA サイクルを実施し、施策の成果を常に把握し、京都府観光戦略会議など有識者の意見も聞きながら、進化する戦略として必要な改定を行う。
- 京都観光が目指す方向の実現に向けて、京都府、京都府観光連盟、府内のDMO、市町村及び市町村観光協会、関西広域連合・関西観光本部、観光事業者等などの幅広い観光関係団体が連携しながら、各施策を展開していく。

2 重点プロジェクト

- 重点プロジェクトを設定して施策を着実に推進

(1) 大阪・関西万博きょうと誘客プロジェクト（仮称）の推進

国内外から万博に来場する2,800万人を府内各地に誘客、交流・関係人口拡大

(2) 持続可能な観光モデル地域の設定

世界に誇る持続可能な観光モデル地域をつくるため、地域の課題解決や地域づくりを推進

(3) 川の恵みを生かした広域周遊プロジェクトの推進

関西万博のテーマである「命輝く」の命の原点ともいえる「水」、府域ではその原風景は川にあることから、府内の各地の「川と地域の生活や文化」にターゲットを当て、資源の魅力向上を図ると共に、連携することで周遊観光の取組を実施

(4) 京都学生・観光プロジェクト（仮称）の推進

大学生・留学生等による「京都ガイド（仮称）」の養成や観光分野への就業促進

(5) DXを活用した京都観光の満足度向上

デジタル技術を活用した観光業の生産性向上や個人観光客の満足度を上げる取組を実施

(6) 「京都観光DAO（仮称）」の実証実験

民間の知恵やノウハウを活かして、デジタル技術の活用による観光分野の総合的なDXの推進

第4 重要業績評価指数（KPI）

（1）交流

	指数	基準値	目標値	出典
1	京都観光で地元の人々と交流した観光客の割合	なし	2026年まで毎年1ポイント増加	京都府観光動向調査
2	観光客の満足度	84.6% (2022年)	90.0% (2026年)	京都府観光動向調査
3	観光客のリピーター率 (4回目以上来訪者の割合)	39.4% (2022年)	50.0% (2026年)	京都府観光動向調査
4	府域の国際会議開催件数	6件 (2022年)	50件 (2026年)	京都文化交流コンベンションビューロー調べ

（2）持続性

	指数	基準値	目標値	出典
5	住んでいる地域の観光資源が活用されていると思う府民の割合	48.5% (2022年)	63.0% (2026年)	京都府民の意識調査
6	閑散期・繁忙期の比率 (閑散月の観光客／繁忙月の観光客)	63.5% (2019年)	67.5% (2026年)	京都府観光入込客等調査
7	府域の観光消費額単価	4,160円 (2021年)	5,500円 (2026年)	京都府観光入込客等調査
8	人材育成・確保・定着のための研修やセミナーに関する情報提供数	なし	100件 (2026年)	京都府調べ

参考 京都府総合計画の観光分野での2040年に実現したい姿

（1）観光と地域社会との共生

人と地域の交流を通じて、「訪れてよし」の京都の魅力を創造するとともに、地域社会と観光の共生により暮らしやすい「住んでよし」の環境をつくることで、地域・観光客・住民の満足度が向上し、サステナビリティ（持続可能性）が高い地域が実現している。

（2）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）」、更には「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る。

（3）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る。