

「生活共感・感動創造」京都観光戦略プラン (競争力のある観光地づくりプラン改定版)

1 策定の趣旨

(京都観光の役割と責務)

- 観光とは、様々なジャンルを超えて歴史や文化、自然と向き合い、人との交流により自分のところを見つめ直して、人生の味わいを深めるものです。人々の長い営みが積み重なり、我が国の芸術や文化の中心であり、いつの時代においても多くの人々を魅了してきた京都こそ、21世紀の新しい観光哲学を確立し、それを全国のモデルとして発信していく役割があります。

そのためにも、京都の観光資源を全て洗い出し、時代を先取りした京都ならではの感性の高い観光を世界に発信していくためのシステムの確立が必要です。

(国の動向)

- 国においては、観光立国をめざすという基本理念を掲げて、平成18年12月13日に、43年ぶりに観光基本法が改正され、観光を21世紀の国の重要な政策の柱に位置付ける「観光立国推進基本法」が成立し、平成19年6月には、観光立国の実現に関して国が総合的かつ計画的に推進すべき施策等について、「観光立国推進基本計画」が策定されました。

(京都府の動向)

- 京都府においては、新京都府総合計画の観光8,000万人構想(2010年に府内観光入込客数を8,000万人にするという構想)に基づき、国内外からの観光誘客の拡大のための多様な施策を推進してきました。

- 平成15年度には、前年度のアクションプランに基づき、伝統産業の体験観光事業等を開始し、平成16年度には、同じく前年度策定したアクションプランに基づき、ビット・ジャパン・キャンペーンと連携した海外向けプロモーションの実施や、外国人観光客向け案内所の設置、携帯電話を活用した観光情報の提供・誘導を行うサポートシステムの実験などを始めるとともに、各広域振興局において、広域的な観光戦略等をまとめた地域振興計画をそれぞれ策定しました。

平成18年度からは、前年度の学びや広域観光の推進等を内容とするアクションプランに基づき、観光政策監・観光未来づくりプロジェクトの設置や、観光未来づくり事業を開始したところです。

(京都観光の課題と方向性)

- 京都の観光は京都市内を中心に好調を持続しておりますが、今後、これを府域全体に広げるとともに、持続可能な競争力の高いものとしていくためには、「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりや、ホスピタリティの向上などに継続的に取り組んでいくことが必要です。

また、各地域が有機的に連携することにより、あらゆる観光ニーズに対応可能な広がりや奥行きのある、日本文化の源流ともなる多様性に富んだ地域の魅力をもう一度発掘し、日本のアイデンティティ、日本のところとして、京都の魅力を提供していく必要があると考えています。

- 北から南までの京都府の各地域の特性を生かして、歴史、文化、自然、景観など多くの観光資源をもとに、地域自らが観光ニーズにマッチした観光客の満足度を高める参加・体験型の新たな観光創出の取組を進めるとともに、海外からの一層の誘客促進を目指し、京都の魅力を効果的に発信していくためには、地域と連携したより一層の観光推進体制の強化等を図る必要があり、本プランを策定するものです。

2 現状と課題

(1) 現状

- 平成18年の京都府の観光入込客数は、約7,260万人に達し、11年連続で増加するとともに、9年連続で過去最高を更新しましたが、観光客のうち約66.7%に当たる約4,840万人が京都市の観光入込客であり、京都府全体で見ると京都市内一極集中の状況にあります。府域の入込客の相対的少なさは、府域における宿泊施設や二次交通アクセス等のインフラ整備や府域への誘客プロモーションの遅れ、観光産業の担い手となる人材の不足等が原因として考えられます。
- 平成18年の外国人観光客の宿泊者数は約82万人となり、前年に比べ約7万人増加しましたが、外国人宿泊者の98%に当たる約80万人が京都市内で宿泊している状況にあります。府域への誘客の少なさは、府域における宿泊施設や二次交通アクセス、案内標識等の多言語化等のインフラ整備不足をはじめ、外国人観光客のニーズに対応したプロモーションが十分でなかったこと等が原因として考えられます。
- 観光消費額についても、観光入込客数の増加等に伴い、前年に比べ約425億円(6.6%)増加の約6,834億円となりました。
- この10年間の京都市とその他の地域の観光入込客数の動向を見てみると、それぞれ順調に伸びていますが、観光消費額については、府域の伸び率は京都市と比べて低いものとなっています。

	観光入込客(単位：人)			観光消費額(単位：千円)		
	平成9年	平成18年	伸び率	平成9年	平成18年	伸び率
府全体	58,160,820	72,602,883	124.8%	508,518,258	683,440,176	134.3%
京都市	38,918,000	48,391,000	124.3%	463,743,403	637,106,000	137.3%
京都市以外	19,242,820	24,211,883	125.8%	44,774,855	46,334,176	103.4%

- 京都府内の各市町村や広域振興局においては、観光客の価値観やライフスタイルの変化やニーズの多様化に伴い、参加体験型のモデルコース作り等に取り組んできています。

(2) 課題

- 京都府全体にいきわたる観光誘客
府域には魅力ある観光資源があるにも関わらず、一つひとつが丁寧に磨き上げられておらず、観光誘客に十分つなげることができていない状況にあります。また、外客誘客については、外国人観光客のニーズに対応したプロモーションが十分ではありません。
府域の魅力を総合的に生かすための仕組みや体制を作り、府域の特性に応じた広域観光や外客誘客の推進方策の検討が必要です。
- 京都観光を担う多様な人材の育成
府域において、多くの観光客に来てもらうためには、地域の宿泊施設等でのサービスやホスピタリティの向上が重要となります。そのため、地域の旅館やホテル等におけるニーズに応じた人材の育成に取り組む必要があります。
- 外客誘致のプロモーションの展開と連動した受入態勢の充実
外国人宿泊客の大半が京都市に集中していることから、京都市へ来る観光客を府域へ誘客する京都府独自のプロモーションの展開や多言語対応等、京都市と連動した形で府域に誘客を図る体制整備が必要です。

3 今後の施策展開の方向

(1) 地域自らが京都観光を担う観光推進体制の強化

地域自らがその魅力を最大限に活かせるよう、市町村や観光団体、地域とのパートナーシップの強化を図るとともに、観光推進体制の抜本的強化に取り組みます。

(2) 地域自らが感動を創造する観光の推進

府域では、今年8月3日に誕生した丹後天橋立大江山国定公園のような貴重な自然環境と地域の豊かな生活や文化が、密接に関わり受け継がれてきており、観光客がこうした地域の伝統や文化などに触れることにより、感動や共感を呼び起こし、それが生きるエネルギーとなって、人間本来の姿を取り戻せるような京都府独自の観光を推進します。

(3) 京都ならではの感性豊かな観光人材の育成

京都ならではの感性豊かな観光人材を育成するため、地域における観光を担う中核的な人材、多様な観光産業の現場で活躍する旅館やホテル等の従業員、観光案内ガイドなどの人材の育成に取り組みます。

(4) 外客誘致のプロモーションと連動した受入態勢の充実

日本人のこころのふるさとである京都の魅力に高い関心を示す欧米や、これから観光客の増大が見込まれている中国を中心とした東アジアは、それぞれ有望な外国人観光客のマーケットであり、ターゲットを絞った戦略的なプロモーションを行います。

また、外国人観光客が言葉の壁を意識せずに快適に一人歩きなどを楽しめる受入環境の整備など、国内外の観光客にとって分かりやすく利用しやすい情報発信ツールの多言語化などのソフト面を中心にしたユニバーサルサービス化を目指します。

4 重点施策

(1) 地域自らが京都観光を担う観光推進体制の強化

地域観光振興の現地現場で柔軟かつ機動的に対応できるよう京都府観光連盟の抜本的な強化を図ります。

① 市町村、観光団体、地域とのパートナーシップの強化を図り、地域ごとに広域観光を推進する組織を設置します。

○ 各広域振興局のエリアを基本とした広域観光を推進する組織を設置します。

② 京都府観光連盟は、広域観光を推進する組織のネットワーク化を図るとともに、広域観光推進組織による取組を支援します。

○ 広域観光を推進する組織のネットワーク化や人材育成など地域のニーズに対応した取組等を支援します。

③ 京都府観光連盟に広域観光や外国人誘客のための専門チームを設置します。

○ 着地型観光の推進のため、産学公による広域観光の専門チームを設置します。

○ 外国人観光客を誘客するための専門チームを設置します。

④ 総合観光案内所の早期設置等を目指します。

- 京都市や観光関連団体と共同して、京都市内において国内外の観光客に対応可能な人材を配置した総合的な観光案内所の早期設置を目指します。
- 総合案内所を府域の観光情報を一元的に提供する重要な戦略拠点として位置づけ、府域の観光に精通した人材の配置など体制整備を図ります。
- 首都圏や海外での観光情報の発信機能の強化を検討します。

(2) 地域自らが感動を創造する観光の推進

○ 質の高い観光や観光プログラムの開発等に取り組みます。

- 京都府観光連盟が中心となり、府内における地域力再生の取組を活かしながら、地域自らが観光資源をもう一度見直し、ひとつ一つを改めて磨き上げることによって、地域の観光の質が高まり、観光客に感動や共感を呼び起こすような取組を推進・支援します。
また、国内外からの観光客の満足度を高めるため、テーマ性やストーリー性を持った京都ならではの特色ある観光プログラムの開発等に取り組みます。

【取組例】

- ・ 世界遺産や日本文化を代表する源氏物語などの古典文学を生かした文化観光
 - ・ 世界に通用する先端産業や伝統産業を生かした体験型の産業観光プログラムの開発
 - ・ 京都府北部地域の丹後ちりめんや中部地域の繊維産業発祥の地、京都市域の和装産業を結ぶ京都の「シルクロード」を活用した観光
 - ・ 映画・漫画・アニメ・アミューズメント等のコンテンツ産業と連動した観光
 - ・ オンリーワンの魅力を誇る京都の商店街を活かした観光
- さらに、丹後天橋立大江山国定公園の誕生を踏まえ、天橋立の世界遺産登録を目指して、北部における観光産業の活性化と集積を図り、北部における人材育成拠点と連動させた京都府独自の観光を中心とした産業集積地域を形成し、モデル的な取組を進めます。

(3) 京都ならではの感性豊かな観光人材の育成

○ 地域観光や観光産業を担う地域のニーズに応じた観光人材の育成を図ります。

- 京都府観光連盟が中心となって、地域観光や観光産業の担い手となる、地域のニーズに応じた、京都らしい感性豊かな観光人材の育成を図るための場（京都観光未来塾（仮称））の設置を目指します。
- 人材育成の一環として、地域力再生の取組で生まれた地域の個性と特色ある事業を活かし、今後の地域観光の新しいプログラムとして成長可能性の高いものをファンド等を活用して総合的に支援し、府域での魅力ある新たな観光産業の創出を支援します。

(4) 外客誘致のプロモーションと連動した受入態勢の充実

① 国別及び対象別の海外プロモーションの重点的かつ戦略的な展開を図ります。

- 外客誘致について、京都府観光連盟が、市町村等と連携して、当面3か年程度、次のような形で重点的に国や対象を絞り込み戦略的なプロモーションを展開します。

【国別対象別の取組】

- ・ 中国を中心とする東アジアについては団体及び教育旅行客（市場の成熟具合に応じて個人客や企業コンベンションの誘致などにも取り組む）
- ・ アメリカを中心とする欧米圏については個人客
- ・ 国際的な広がりを持つグローバル企業をターゲットにコンベンション誘致

- 国内外で行われる大規模なイベントや博覧会の機会を捉え、京都府として観光宣伝ブースを設置するなど集客度の高い機会を積極的に活用します。

【今後予定されている大規模イベント】

- ・ 2008年 サミット外相会合
源氏物語千年紀事業
北京オリンピック
- ・ 2010年 平城遷都1300年記念事業
上海万博 など

② 分かりやすく利用しやすい観光情報システムを構築します。

- 京都府観光連盟において、府域全体の旬の情報を中心に魅力ある切り口で、テーマ別、また国別対象別に観光情報を提供するとともに、主要なターミナルからの分かりやすい経路案内情報も提供するなど、観光情報の充実を図ります。
- また、NICT（独立行政法人情報通信研究機構）と共同で取り組んでいる観光情報データベースの標準モデルや観光に関する自動翻訳システムなどについて、携帯端末により自由に利用できる観光ナビゲーションシステムの構築に取り組みます。
- さらに、京都の観光の質を高め、外客誘致を促進するため、文化・観光情報等の豊富なコンテンツを有する京都において、観光客等の視点から最先端技術の活用や電波利用を進め、国内外への京都の魅力の発信や産業振興を図るユビキタス特区の創設をめざします。

参 考

<委員名簿>

土 居 好 江	NPO法人遊悠舎京すすめ理事長
滑 田 教 夫	有限会社京都旅企画代表取締役
水 口 英 樹	西日本旅客鉄道(株)京都支社営業課課長
横 山 健一郎	株式会社東山ホールディングハイアットリージェンシー京都総支配人
内 藤 真 紀	株式会社ヒューマンルネッサンス研究所社会研究部第3グループグループ長
丘 真奈美	放送作家・歴史ジャーナリスト

<委員会開催経過>

・7月3日 ・7月25日 ・8月27日 ・11月26日