

# 競争力のある観光地づくりプラン(中間案)

## 1 策定の趣旨

現在、国においては、観光立国を目指すとの基本理念の下、2010年の訪日外国人観光客数を1,000万人にするという具体的目標を掲げ、誘客拡大を目指すビジット・ジャパン・キャンペーンの取組や、国内観光地の競争力アップに向けた諸施策が展開されています。

本府においては、すそ野の広い観光産業を今後の成長産業の一つとしてとらえ、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、その実現に向けて国内外からの観光客の誘致拡大を図る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スタートさせました。また、平成16年度には、前年度策定した国際観光の推進等を内容とするアクションプランに基づき、ビジット・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、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を始めたほか、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たところです。

今後、多様化する観光ニーズに的確に対応していくため、地域の資源を活用して、自然・産業・文化などをキーワードに「まなび」をコンセプトにした新たな京都観光を創造する必要があります。このほか、総合的な観光案内所の整備など受入環境の向上や、広域連携事業の取組など効果的な観光施策の推進を図る必要があります。これらの施策を広域振興局と連携し、効果的に展開していくために、本計画を策定しようとするものです。

## 2 現状と課題

### (1) 現状

平成16年の京都府の観光入込客数は、静かに続いている京都ブームや府・京都市等が協調して取り組んだ京都・花灯路の効果などもあり、年間68,656千人と過去最高を更新したところであり、9年連続の増加となりました。

外国人観光客の宿泊者数も昨年は56万人となり、前年より大幅に増加するなど国の内外を問わず京都への観光客の入込状況は、極めて順調といえます。

この10年間の京都市とその他の地域の伸びを見てみると、最近では京都市の伸びが大きくなっていますが、それ以前はむしろ京都市以外の地域で観光客が順調に増えていました。これは、温泉など観光関連施設の整備効果によるものであり、新規施設の開業が減ったこの数年は、入込客数の伸びも鈍化しています。

また、観光消費額についてはデフレの影響もあり、観光客数の伸びに比べて低い値に留まっています。

	観光入込客(単位：人)			観光消費額(単位：円)		
	平成6年	平成16年	伸び率	平成6年	平成16年	伸び率
府全体	58,905,991	68,655,506	116.6%	568,074,987	579,549,007	102.0%
京都市	39,667,000	45,544,000	114.8%	522,406,787	534,805,748	102.4%
京都市以外	19,238,991	23,111,506	120.1%	45,668,200	44,743,259	98.0%

広域振興局においては、昨年度策定した地域振興計画の中で、観光を重要な柱の一つとするとともに、府民への観光モデルコースの募集や地域の特性をとらえた女性をターゲットとする観光プランの提案など、具体的な取組も始まっています。

ライフスタイルの変化や人々の価値観やニーズの多様化に伴い、観光行動も従来の画一的な「物見遊山型」の観光から個々のニーズに合わせた「参加・体験型」へとシフトしつつあります。

## (2) 課題

### 観光ニーズの多様化や変化への対応

知恵と時間とお金を持った団塊世代がリタイアする時期を迎え、今後、一層のニーズの多様化や観光行動の大きな変化が想定される中、地域の魅力や地域の人材を最大限に活用し、それぞれの心に訴えかける新たな観光モデルを提案していく必要があります。

### 効果的な観光施策の展開

広域的な観光事業の推進や媒体に工夫を凝らした観光情報の発信など、より高い効果が期待できる施策について、重点的に取組を推進する必要があります。

### 観光振興体制等の強化

実効ある観光施策の展開を図っていくため、府・府観光連盟が市町村や観光団体等とネットワークを強め、一体的な取組が進められるよう組織・体制の強化を図ることが必要です。

## 3 今後の施策展開の方向

### (1) 地域特性を活かした「京都まなび観光」の推進

自然、産業、文化、健康等をキーワードに、京都の地域特性を生かしながら、「まなび」「ふれあい」などを通じて人々に感動を与えることができる新たな観光モデルを創造し、その推進を図ります。

### (2) 広域観光事業の推進

京都市の集客効果を活用した周辺地域との連携事業や、他府県との連携事業をさらに推進します。

### (3) 効果的な観光情報の発信

フィルムコミッションの手法の活用をはじめ効果の高い媒体の活用等により、積極的な観光情報の発信を行っていきます。

### (4) 観光振興のための組織・体制の強化

観光諸施策の効果的な展開に向けて、横断的・総合的な力が発揮できる本庁組織のあり方や、府観光連盟の機能の見直し等を進めるとともに、観光案内所の整備、観光ボランティア等の充実など、振興局や市町村、民間団体等と一体となった観光振興を図ります。

## 4 重点施策

### (1) 地域特性を活かした「京都まなび観光」の推進

#### 伝統工芸マイスター検定等の実施と先導的モデルの企画

- ・ 京都の地域特性を生かした深みのある「京都まなび観光」を推進するため、伝統工芸や京野菜のマイスター検定等の実施や、「京都検定」との連携を通じ、「まなび」と「観光」を連携させる仕組みを作るとともに、先導的観光モデルを企画し商品化を図ります。

#### 地域の取組の支援

- ・ 広域振興局と連携し、NPOや学生、民間グループ等による新たな「京都まなび観光」事業創出の取組に対する支援制度を創設します。
- ・ 観光の専門家を活用し、魅力的な観光地づくりを支援する「京都府版観光カリスマ派遣制度」の実施を検討します。
- ・ 地域の人材を活用し、多様な観光資源の発掘や魅力的な商品化を図る「地域観光クリエイター」の登録や活用を推進します。

### (2) 広域観光事業の推進

- ・ トロッコ列車、保津川下りで結ばれた亀岡・嵐山連携、宇治川を活用した宇治・伏見連携など、京都市から周辺へ一足伸ばしてもらおう「ちょっとひと足～京都プラスワン～」キャンペーン等を展開し、観光客の新規開拓、京都市周辺地域への誘客推進に努めます。
- ・ 国際観光では、滋賀県・大阪府等との連携による教育旅行の誘致に重点を置くとともに、国内観光の分野においても、奈良の平城遷都1300年記念事業と連携を図りながら、長岡京や恭仁宮、紫香楽宮などの古(いにしえ)の都めぐり観光等の広域連携事業を推進します。

### (3) 効果的な観光情報の発信

- ・ フィルムコミッションに準じ、撮影好適地や窓口情報等を提供することによる新たな切り口での観光地情報を発信します。
- ・ 日本三景の教科書への再掲運動など、効果的な媒体を活用した情報を発信します。
- ・ 生涯学習の場や大学等との連携による「地域学」の実施を検討します。
- ・ 府政情報紙等による府域の行催事や隠れた観光資源の府民への情報発信により、府内観光地の認知度を高めます。

### (4) 観光振興のための組織・体制の強化

- ・ 農林、文化、教育等広範な行政分野にわたる連携を強化し、横断的な施策を推進する新たな体制を整備します。
- ・ 府観光連盟の誘客機能を充実するため、各市町村等観光協会、観光団体、関連業界等とのネットワークを強化するとともに、民間の専門家を「観光プロデューサー」として迎え入れ、民間の自由な発想で効果的な事業展開ができる体制を整備します。
- ・ 京都市等との連携により総合的な観光案内所の整備を進めます。
- ・ 地域の観光ボランティアを育成・支援するとともに、地域限定通訳ガイドの導入を図ります。