

令和4年8月19日

八戸市議会
議長 寺 地 則 行 様

観光振興特別委員会
委員長 日 當 正 男

視 察 実 施 報 告 書

本委員会は、次のとおり委員を派遣し、調査視察を実施したので、行政視察等実施要領第2（3）の規定により報告します。

- | | |
|------------|---|
| 1 日 時 | 令和4年7月13日（水）～7月15日（金） |
| 2 視察先・調査事項 | （1）兵庫県姫路市 姫路市観光戦略プランについて （2）京都府京都市 京都観光振興計画2025について |
| 3 調査結果概要 | 別紙のとおり |
| 4 派遣委員 | 日 當 正 男 間 盛 仁 久 保 しょう 夏 坂 修 松 橋 知 冷 水 保 伊 藤 圓 子 |

観光振興特別委員会 視察内容

【視察地】 兵庫県 姫路市

【視察日時】 令和4年7月14日（木）10：00から12：00まで

【調査事項】 姫路市観光戦略プランについて

【説明者】 姫路市 観光スポーツ局 観光文化部 観光課

課長 大西 克典 氏

係長 西本 雄太 氏

主任 松本 晃一 氏

I 姫路城をはじめとする地域資源を生かした取組施策

(1) 年間観光客の推移

姫路市への観光客は、姫路城への観光が大半を占めており、近年の総入り込み客数は、900万人台で推移していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度からは、それまでの半分以下の入り込み客数となっている。

令和4年度は、行動制限の緩和などで過去2か年よりは回復傾向にあるものの、新型コロナウイルス感染防止対策により姫路城への入場可能者数の制限もしていたことから、依然として厳しい状況が続いている。

(単位：千人)

| 年度 | 総入込客数 | 入込客数 | | |
|--------|--------|-------|----------|------------|
| | | 観光施設 | まつり・イベント | スポーツ・自然鑑賞等 |
| 令和3年度 | 4,209 | 2,389 | 490 | 1,330 |
| 令和2年度 | 3,254 | 1,837 | 280 | 1,137 |
| 令和元年度 | 9,277 | 4,753 | 2,201 | 2,323 |
| 平成30年度 | 9,149 | 4,661 | 1,938 | 2,550 |
| 平成29年度 | 9,873 | 5,104 | 2,068 | 2,701 |
| 平成28年度 | 10,267 | 5,619 | 1,977 | 2,671 |

(2) 姫路市観光戦略プラン

● 姫路の観光の将来像

「観光を通して、にぎわいと感動にあふれるまち姫路」
～訪れてみたい、また来てみたい、と感じるまち姫路を目指します。～

● 計画期間

令和4年度（2022年度）から令和8年度（2026年度）までの5年間

● 5つの戦略

| | |
|-----|----------------------|
| 戦略1 | 観光コンテンツの磨き上げによる魅力向上 |
| 戦略2 | 観光客のニーズを踏まえた受入環境の整備 |
| 戦略3 | 効果的なプロモーションによる誘客推進 |
| 戦略4 | 国際会議観光都市・MICE都市の推進 |
| 戦略5 | 観光を活かした産業振興・地域づくりの推進 |

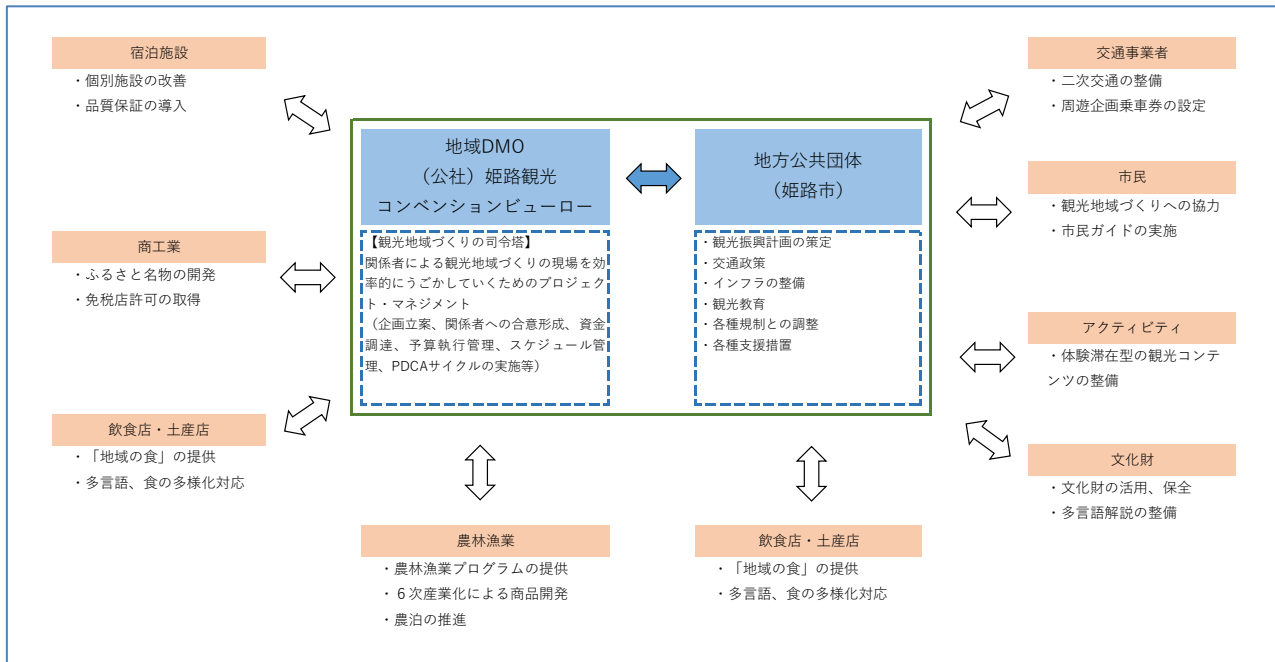
(3) 姫路観光コンベンションビューロー（登録DMO）

観光戦略を推進していく中で、観光関係団体と連携した取組は必須であることから、令和3年11月4日に観光地域づくり法人（登録DMO）の登録をし、さらなる観光の推進に取り組んでいくもの。

【沿革】

| | |
|------------|--|
| 昭和22年3月24日 | 姫路観光協会が任意団体として発足 |
| 昭和48年3月31日 | 社団法人姫路観光協会として設立発足 |
| 平成13年9月5日 | 姫路フィルムコミッションが任意団体として発足 |
| 平成16年4月1日 | 姫路コンベンションビューローが任意団体として発足 |
| 平成18年4月1日 | 社団法人姫路観光協会、姫路コンベンションビューロー、姫路フィルムコミッションが組織統合し、社団法人姫路観光コンベンションビューローとして発足 |
| 平成25年4月1日 | 社団法人から公益社団法人に移行し、名称を公益社団法人姫路観光コンベンションビューローとする |
| 令和2年10月16日 | 観光地域づくり候補法人（候補DMO）登録 |
| 令和3年11月4日 | 観光地域づくり法人（登録DMO）登録 |

【連携イメージ図】



(4) 姫路城生きた歴史体感プログラム (リビングヒストリー)

▶コンセプト

- 姫路の歴史文化に触れることのできるソフト資産の充実
- 姫路城の文化財的価値の向上
- インバウンドを含めた観光客の誘客による収入の増
- 文化遺産の保存整備や新規事業への再投資という好循環を生む

▶実施内容

- 千姫・忠刻体験 (事業)
- 姫路城歴史体験 (事業)
- 大名行列 (事業)
 - ・姫路城主・酒井家に代表される大名文化の掘り起こし
 - ・無形の文化遺産を関連づけ、姫路のまちの特別感をPR
 - ・姫路市のブランド力の向上を目指す

▶時代考証

- 顕徳院様將軍御名代上京行列図 (姫路市蔵)
- 姫路酒井雅楽頭御行列 (西尾市岩瀬文化蔵)

▶内容

- 絵図をもとに、衣装や調度品等を製作
- 姫路お城まつりで大名行列を再現 (令和4年5月21日(土))

(5) 兵庫デスティネーションキャンペーン

●概要

令和5年7月から9月に開催されるJRグループ6社と地元自治体、観光事業者等が一体となって全国から兵庫県への誘客を図る大型観光キャンペーン。

兵庫県での開催は、平成21年以来、14年ぶり2度目で、兵庫デスティネーションキャンペーンの前年にあたる令和4年7月から9月にJR西日本と地元自治体が協力したプレキャンペーンを実施。

●イベント

◆姫路城夏の特別公開

公開場所：乾小天守・イの渡櫓・口の渡櫓・ハの渡櫓・東小天守（いずれも国宝）

（期間：令和4年7月15日（金）～8月31日（水） ※令和4年度実績）

◆姫路城内堀夏季特別運航

通常夏季は運航していない姫路城内堀和船体験を、特別に実施。

【コースの一例】

・和船と俳句体験～姫路城を内堀で和船に乗って俳句詠む～

〈日程〉8月30日（土）・7月31日（日）

・フォトグラファーと巡る和船・好古園～夕涼みの好古園と姫路城を和船で楽しむ～

〈日程〉8月20日（土）・8月21日（日）

・ゆかたで巡る和船・好古園～夕涼みの好古園と姫路城を和船で楽しむ～

〈日程〉8月20日（土）・8月21日（日）

◆姫路城千姫コンセプトルーム・#センヒメキブン

城や歴史に興味が薄い若年層をターゲットに、姫路城内で千姫をモチーフとしたフォトジェニックな展示や、新たな体験型コンテンツを設置。

Instagram投稿キャンペーンも実施。

◆姫路城ナイトツアー

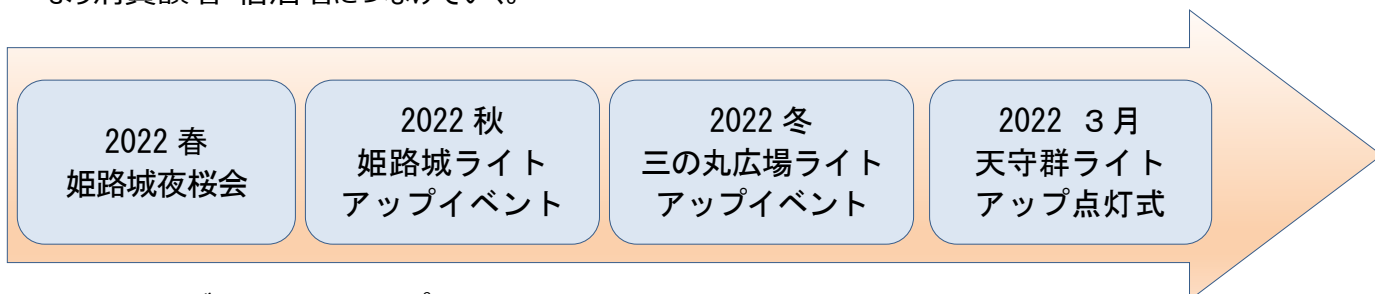
夜間の姫路城入城プレミアムツアーを実施。

※夜間に一般客が天守に入城するのは初。

(6) 多様な観光コンテンツの発掘・磨き上げ

●姫路城ライトアップイベント

令和4年度は、『光でつなぐCastle History』をテーマに、姫路城ライトアップイベントを連続して展開し、夜の姫路城の魅力・価値を発信するとともに、観光事業者等との連携により消費額増・宿泊増につなげていく。



●オールひめじアーツ&ライフ・プロジェクト

姫路市立美術館が、2021年～2024年の間、美術館、姫路城、書寫山圓教寺を拠点に実施するアートプロジェクト「姫路市立美術館を中核とした文化観光推進拠点計画」（文化庁認定）に基づく事業である。

| 年 | コア・アーティスト |
|-------|------------------------------------|
| 2021年 | 日比野克彦氏 (先端芸術表現領域・アートプロジェクト) |
| 2022年 | 杉本博司氏 (現代美術) 中谷芙二子氏 (霧の芸術家) |
| 2023年 | チームラボ (デジタルアート) 中谷芙二子氏 (霧の芸術家) |
| 2024年 | 隈研吾氏 (建築・都市デザイン) 中谷芙二子氏 (霧の芸術家) |

●体験プログラム・オンラインツアーの提供

| | |
|----------|---|
| 体験プログラム | <p>◆もっと姫路たび</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2022 解禁！しらす競り見学に、魚のさばき方を実演 ・しっかりと遊んでマスターできる！S U P 1 日体験コース |
| オンラインツアー | <p>◆姫路城バーチャルツアー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お城好き落語家・春風亭昇太師匠と巡る、姫路城の縄張り ・世界遺産姫路城V R ・お城マスターの千田博士とお城好き博士ちゃんとの非公開エリア潜入調査編 <p>◆観光動画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アフターコロナ期を見据えた4 K映像でのユーチューブ等SNSによる情報発信 |

(7) 姫路城世界遺産登録 30 周年記念事業

国宝姫路城は平成 5 年 12 月、奈良の法隆寺地域の仏教建造物とともに、日本で初の世界文化遺産に登録され、令和 5 年に 30 周年を迎える。世界に誇る姫路城の保全管理・活用をより一層進めていくことを国内外にアピールしていくため、世界遺産登録 30 周年記念事業を展開するもの。

① 記念ロゴマークの募集（終了）

応募資格：デザインに係るスキルを有する個人または団体

② 記念事業・イベントの実施計画

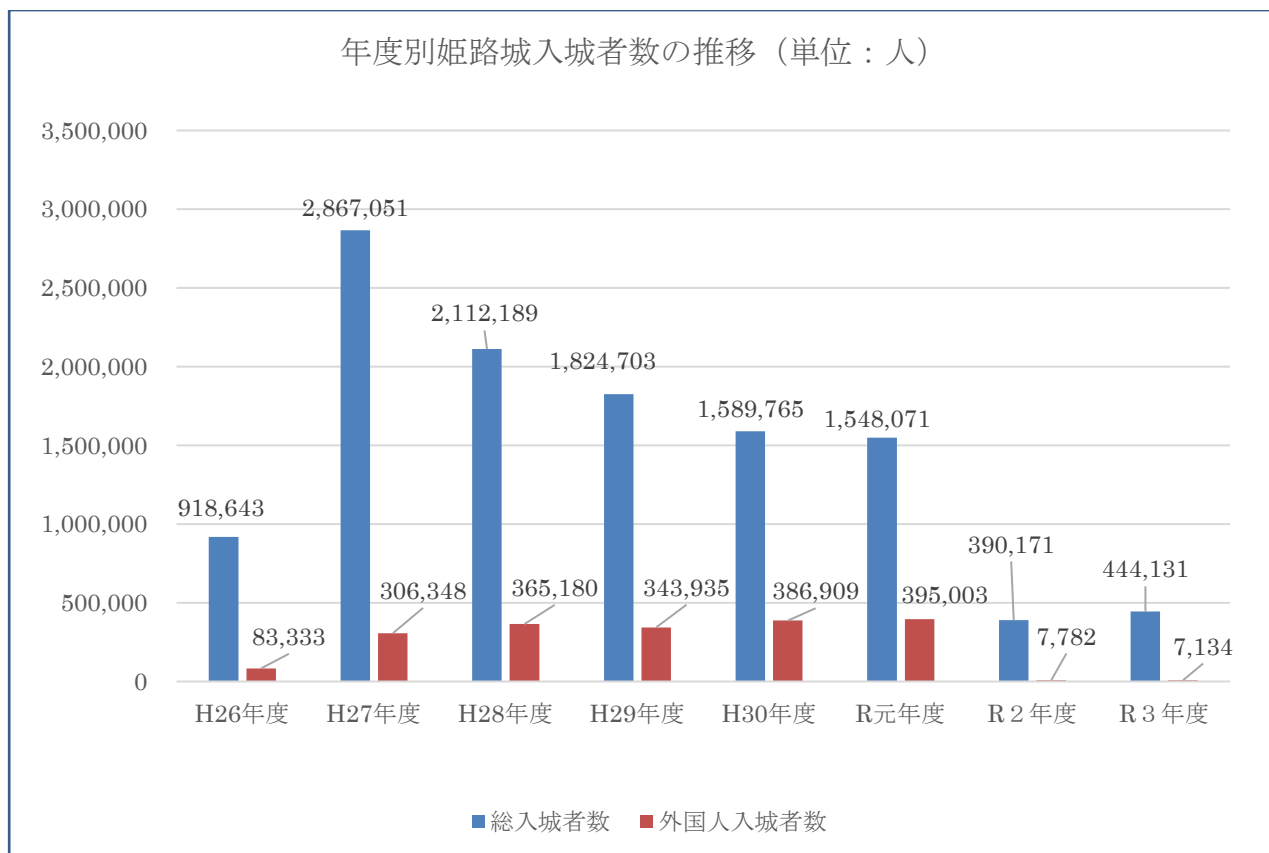
令和 5 年度に実施する世界遺産登録 30 周年記念事業の企画立案など、関係各課と調整し、事業計画を作成・調整している。

Ⅱ ウイズコロナ、アフターコロナを見据えたインバウンド戦略やMICE推進に係る取組施策

(1) 外国人観光客

姫路城への観光客の中には、外国人も多く見られ、新型コロナウイルスが蔓延する前の令和元年度の外国人入城者数は約 25%で 4 分の 1 を占めていた。

また、姫路市観光案内所での外国人観光客対応者数では、台湾とフランスからの観光客への対応が多く、全体的に見ると主に欧米諸国からの観光客が多い傾向となっている。



(2) 受入環境整備

姫路城が「平成の大修理」を終え、平成 27 年 3 月 27 日のグランドオープンから配布を始めた入城者パンフレットであるが、近年の外国人観光客の増加に鑑み、外国人観光客へのおもてなしとして、平成 28 年度より 21 言語に対応した案内パンフレットを作成し配布している。

【21 言語】

英語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）、スペイン語、ポルトガル語、韓国語、タイ語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ベトナム語、インドネシア語、フィリピン語、オランダ語、ロシア語、スウェーデン語、マレー語、ヒンディー語、タミール語、フィンランド語、ウクライナ語

●リニューアル

令和 3 年 3 月に英語、フランス語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語の入城者パンフレットについて、リニューアルを実施。

リニューアルのポイント

- ・観光庁の支援事業（地域観光資源の多言語解説整備支援事業）の成果品である外国人にとってわかりやすい英語解説文を活用。
- ・外国人に姫路城の魅力が伝わりやすいよう写真やイラストを多用したデザイン。
- ・QRコードにより姫路城ウェブサイト「姫路城便覧」と連携し、360°動画や詳細な解説文を楽しむことができる。

(3) 国際会議観光都市・MICE都市の推進

■MICE開催地として選ばれやすい環境づくり

●MICEとは

企業等の会議（Meeting）

企業等が行う報償・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive）

国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）

展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語。ビジネスイベントの総称。

●なぜMICE誘致を行うのか

- ・誘致による高い経済効果
- ・都市としての知名度アップ（観光客の増加）
- ・インフラ整備による競争力の向上

●コンテンツ

①アクリエひめじ（姫路市文化コンベンションセンター）

令和3年9月に開館した大規模多機能型のコンベンション施設。

J R姫路駅徒歩10分の立地で、大中小ホール、展示場、10室の大中小会議室を備える。

②ユニークベニューH I M E J Iプラン

姫路でのM I C E誘致にあたり、姫路城や美術館などの文化施設等を特別感や地域特性で演出できる会場（ユニークベニュー）として、レセプションや記念式典として使用してもらう。

③姫路M I C Eセミナーの開催、姫路M I C Eブランドロゴの制定

M I C E関係者と一体となりM I C E誘致に取り組み、「国際会議観光都市・M I C E都市」としてのイメージアップを図る。

■ 国内外からのM I C E誘致

●令和4年度以降の誘致した新規コンベンション一覧

| 開催年度 | 開催規模 | 誘致 | | | 備考 |
|-------|------|-------|-----|-----|-----------------------------|
| | | ビューロー | その他 | 合計 | |
| R 4年度 | 国際会議 | 6件 | 1件 | 7件 | 7件（開催予定） |
| | 国内会議 | 18件 | 5件 | 23件 | 22件（開催予定） 1件（エクスカージョンのみ） |
| R 5年度 | 国際会議 | 2件 | 0件 | 2件 | 1件（開催予定） 1件（開催検討中） |
| | 国内会議 | 3件 | 2件 | 5件 | 5件（開催予定） |
| R 6年度 | 国際会議 | 4件 | 0件 | 4件 | 2件（開催予定） 2件（エクスカージョンのみ） |
| | 国内会議 | 2件 | 3件 | 5件 | 4件（開催予定） 1件（検討中） |

※国内会議については、全国大会規模のみを記載

※（公社）姫路観光コンベンションビューロー 令和3年度事業報告より

Ⅲ おわりに

姫路市の観光の課題

- ① 姫路城の観光資源としてのさらなる活用、その他地域資源の磨き上げが必要。
- ② 観光客に安全安心・快適に過ごすための受入環境づくりが必要。
- ③ デジタルマーケティングによる効果的なプロモーションが必要。
- ④ 姫路城などの強みを活かしたM I C E誘致が必要。
- ⑤ 地域一体となった観光地域づくりが必要。



戦略プランに掲げる
5つの戦略に沿った施策の実現

Ⅳ 所感

コロナ禍の影響から回復傾向にある中、5つの戦略に基づいた新たな観光戦略プランをスタートさせ、地域DMOと連携した観光推進は、当市におけるV I S I Tはちのへの連携の在り方の参考となった。

また、強みである姫路城を生かした多様なプログラムやJ Rグループ、地元自治体等が一体となって兵庫県全体に誘客を図る大型キャンペーンを活用した取組等の具体的な事例は、当市の観光振興にとって貴重な学びの機会となった。

デジタルの活用や地域資源のさらなる磨き上げ、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えたインバウンド戦略、M I C E推進は当市にとっても共通の課題であり、今後の取組を注視していきたい。

観光振興特別委員会 視察内容

【視察地】 京都府 京都市

【視察日時】 令和4年7月15日（金）10：00から11：30まで

【調査事項】 京都観光振興計画 2025について

【説明者】 京都市 産業観光局 観光MICE推進室
計画推進係長 杉林 真吾 氏
メディア・国際戦略係長 梁川 舞子 氏

I 京都市について

(1) 日本の文化・精神に触れられるまち

- ・国宝などの貴重文化財が数多くある（17の世界文化遺産「古都京の文化財」）
- ・京都市内にある重要文化財は1,897件（全国の14.2%）、国宝は216件（全国の19.2%）
- ・西陣織、友禅染、京焼・清水焼等の伝統産業が盛ん
- ・茶道、華道、能、狂言などの日本を代表する伝統文化
- ・三方を山に囲まれた京都盆地に、豊かな自然・景観と京料理

(2) 世界文化自由都市宣言

文化を基軸に平和を大切にの都市理念の下、1978年10月に世界文化自由都市宣言を行った。

世界文化自由都市宣言（1978年10月）

都市は、理想を必要とする。その理想が世界の現状の正しい認識と自己の伝統の深い省察の上に立ち、市民がその実現に努力するならば、その都市は世界史に大きな役割を果たすであろう。われわれは、ここにわが京都を世界文化自由都市と宣言する。

世界文化自由都市とは、全世界のひとびとが、人種、宗教、社会体制の相違を超えて、平和のうちに、ここに自由につどい、自由な文化交流を行う都市をいうのである。

京都は、古い文化遺産と美しい自然景観を保持してきた千年の都であるが、今日においては、ただ過去の栄光のみを誇り、孤立して生きるべきではない。広く世界と文化的に交わることによって、優れた文化を創造し続ける永久に新しい文化都市でなければならない。われわれは、京都を世界文化交流の中心にすえるべきである。

もとより、理想の宣言はやさしく、その実行はむずかしい。われわれ市民は、ここに高い理想に向かって進み出ることを静かに決意して、これを誓うものである。

『千年の歴史に学び、千年先を見据え、今を生きる』⇒

観光は都市政策の総和

(3) 各種ランキング

これまでの観光振興に対する基本理念を育んできた結果、京都市の都市格は大きく向上し、様々な評価を得た。

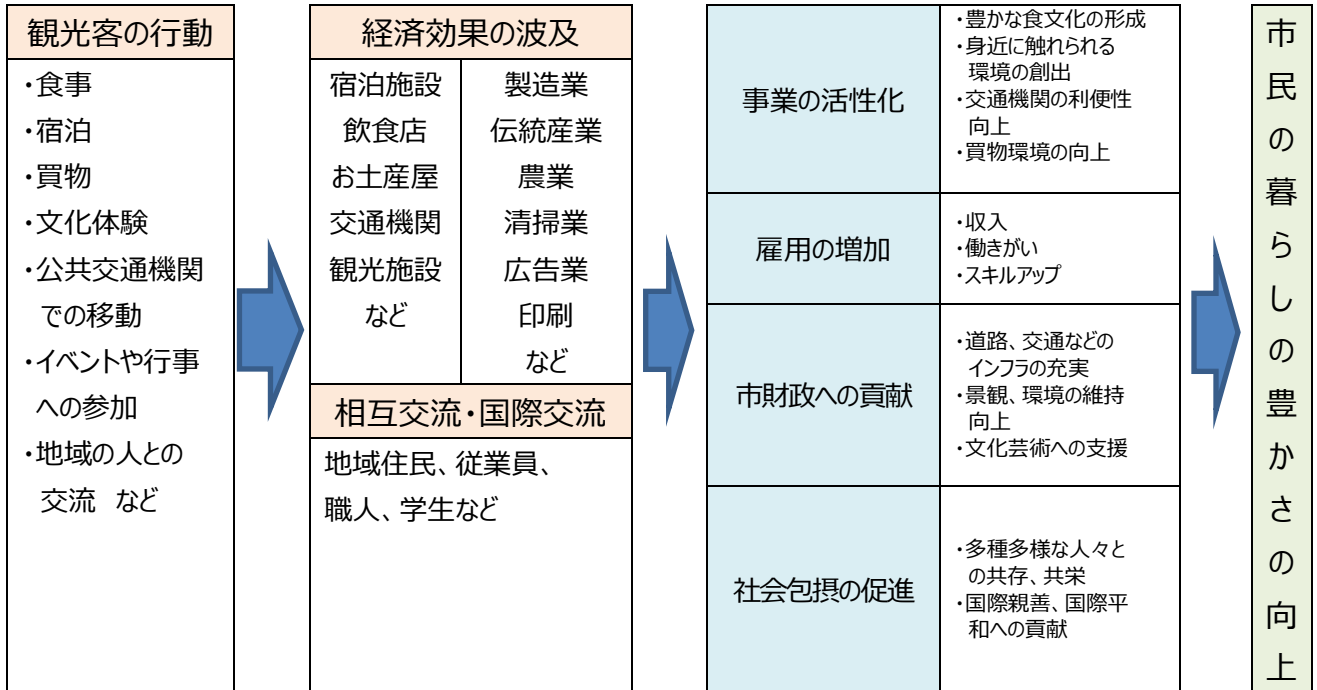
- 「都市特性評価」 1位～2位（2018年～2021年）（森記念財団）
- 「SDGs・持続可能性先進度調査」1位(2019年)、2位(2021年)(日経新聞)
- 「SDGs未来都市」、「自治体SDGsモデル事業」に選定（2020年）（内閣府）
- 市町村魅力度ランキング1位（2020年）、3位（2021年）（ブランド総合研究所）
- ワンダーラスト誌「ベストシティ部門」1位（2020年）（英国）
- 「Travel+Leisure（トラベル・アンド・レジャー）」
人気観光都市ランキング10年連続トップ10入り（米国）
- 国際会議件数 2.2倍(2013年：176件→2019年：383件)
（日本政府観光局など）

(4) 観光客数、観光消費額等（2019年実績）

- 観光客数 5,352万人 ⇒ 7年連続 5,000万人超え
※コロナ禍の2022年は2,102万人（全国統一基準によらない市独自推計値）
- 宿泊客数 1,317万人（コロナ禍の2022年は517万人）
 - ・うち外国人宿泊客数 380万人（コロナ禍の2022年は5万人）
 - ・うち修学旅行生数 70万人（コロナ禍の2022年は25万人）
- 観光消費額 1兆 2,367億円
 - ・京都全市民の年間消費支出の約55%（市民約81万人分）に相当
 - ・雇用誘発効果 15万3千人（市内従業者数の約5分の1）
- ※コロナ禍の2022年は4,457億円（全国統一基準によらない市独自推計値）

II 京都観光がもたらす効果

■その1：観光の振興は様々な分野に好影響を与え、まちづくりの進展にも貢献。



■その2：観光は、京都の地域経済や雇用もとより文化芸術も支える重要な基幹産業

○観光客が市内で使った金額 1兆2,367億円

→市民の年間消費支出の81.3万人分（55.4%）に相当

○京都の産業に占める割合 12.4%（全国4.6%）

○観光による税収効果 390億円（市税収入の12.8%）

○観光による雇用効果 15万3千人（雇用者の5人に1人）

■その3：文化芸術を支える観光

観光客が支払う入場料や宿泊税は、文化施設等の運営、維持・補修等にも充当されるなど、優れた文化・文化財に身近に触れられる環境作りにも貢献。

〔観覧車数・入城者数（2019年度）〕

- ・元離宮二条城 205万人
- ・京都市京セラ美術館 118万人
- ・京都市動物園 77万人

■その4：市民生活の暮らしの豊かさの向上

観光客が訪れることで、飲食・買い物スポットの充実などの効果。

〔政令指定都市（20都市）における順位〕

- ・飲食店数 9,153事業所（第4位）
- ・小売店数 13,756事業所（第3位）
- ・タクシー台数 8,045台（第3位）

Ⅲ 「観光先進都市」から「観光課題・社会課題解決先進都市」へ

(1) 混雑（一部の観光地・市バス・道路）問題

- ・一部エリア（清水，祇園嵐山伏見稲荷）に観光客が集中。
- ・日中に観光客が集中。
- ・京都市全域が通年混雑しているイメージの払拭。
- ・一部の路線や区間において、車内混雑が発生。
- ・季節によっては車の集中が発生。

| 対応策（3つの集中の分散化） | | |
|--|--|---|
| 時期の分散 | 時間の分散 | 場所の分散 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・観光キャンペーンの実施 ・花灯路、京の七夕 ・京都レストランウインター スペシャル ・京都遺産、伝統文化、匠の技体験型ツアー拡充 | <ul style="list-style-type: none"> ・朝観光、夜観光の推進 ・二条城 夏の早期観光 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域と事業者との連携 ・各エリアの主体的な取組を支援 ・特定地域における周遊性の向上 |

(2) マナー問題

生活習慣の違い等により、誤ったトイレの使い方や路上喫煙、ゴミのポイ捨て、騒音、舞妓への無断写真撮影等、一部の外国人観光客のマナー問題が顕在化してきた。

| | |
|-------|----------------------|
| 嵐山 | 竹林への落書き、ポイ捨て、踏切内立ち入り |
| 祇園町南側 | 横に広がったの歩行、無断での舞妓写真撮影 |
| 祇園新橋 | 道路上での結婚式の前撮り写真の撮影 |
| 伏見稲荷 | 食べ歩き、ポイ捨て、横に広がったの歩行 |
| 錦市場 | 食べ歩き、ポイ捨て |

| 対応策 |
|--|
| <p>○旅行業界等に対して協力要請</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本旅行業協会（約 2,200 社）、全国旅行業協会（約 5,500 社）、中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会（約 340 社） ・宿泊客数上位 20 か国のうち香港、中東を除く 18 大使館、領事館 ・National Geographic Travelers 等の 47 社の海外メディア <p>○マナー啓発ステッカーの作成</p> <p>市内事業者向けに撮影禁止、立入禁止、飲食禁止等の 14 項目の注意事項をピクトグラムで分かりやすく訴求するステッカーを作成（日・英・中併記）。</p> <p>○マナー啓発動画の作成</p> <p>ごみのポイ捨てや写真撮影など 5 つの項目について、日・英・中の 3 言語で紹介する動画を作成し、関西空港（入国審査場、観光案内所）、ギオンコーナー、</p> |

J R 京都駅、祇園四条駅、市観光ホームページ（国内、国外向け）、フェイスブック、We i b o 等で放映。

(3) 宿泊施設の急増等に伴う問題

- ・宿泊施設が急増し、一部の地域に集中。
- ・地域固有の歴史・文化・自然魅力を生かした宿泊施設が必ずしも十分ではない。
- ・違法、不適正な民泊の根絶。

| 対応策 |
|---|
| ○「おこわり宣言」の実施（2019年11月20日） ・市民の安心安全と地域文化の継承を重要視しない宿泊施設の参入をお断りしたいと、京都市長記者会見にて宣言した。 |
| ○民泊対策 ・「民泊」対策プロジェクトチームの設置（平成27年） ・「民泊通報・相談窓口」の設置（平成28年） ・全国に先駆けて違法民泊対策を実施。 ・地域実情に沿った形で民泊新法に基づく条例を定め、厳格な運用を実施。 |
| 京都市の「民泊」に関する主なルール |
| ルール① 開業前の近隣住民への説明と標識の掲示 |
| ルール② 宿泊者に対する騒音やゴミ出し、火の取扱い等に関するルールの説明 |
| ルール③ 昼夜を問わず概ね10分以内の管理者の駆け付けと緊急連絡先の公開 |
| ルール④ 住居専用地域での営業期間の制限（1月中旬～3月中旬に限る） |

IV SDGsとこれからの京都観光について ～観光と文化の「京都モデル」～

(1) 観光と文化の「京都モデル」

- 京都市の地域コミュニティ、文化、観光の理想的な関係を築きSDGsの達成につなげていく「京都モデル」が高い評価
- 「観光・文化京都宣言」にその理念を反映

◆「観光・文化京都宣言」(抄)

- ・観光、文化及び地域コミュニティの関係を適切にマネジメントすることに関する「京都モデル」の活用を推進する。
- ・季節、地域、時間における観光客の分散化を促す戦略的な観光地マネジメントシステムを適用する。
- ・日々の生活に根差した伝統と文化的表現の担い手である住民の意見が確実に反映されるようにする。

(2) 京都観光行動基準（京都観光モラル）

| |
|---|
| 観光事業者・従事者等の皆様と大切にしていきたいこと |
| <ul style="list-style-type: none"> ・地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和 ・質の高いサービス、商品の提供、人材育成 ・環境・景観の保全 ・災害や感染症等の危機に強い観光の実現 |
| 観光客の皆様と大切にしていきたいこと |
| <ul style="list-style-type: none"> ・地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和 ・環境・景観の保全 ・相互理解・交流 ・災害や感染症等の危機に強い観光の実現 |
| 市民の皆様と大切にしていきたいこと |
| <ul style="list-style-type: none"> ・地域文化・コミュニティへの貢献 ・環境景観の保全 ・相互理解・交流， 災害や感染症等の危機に強い観光の実現 |

(3) 京都観光振興計画 2025

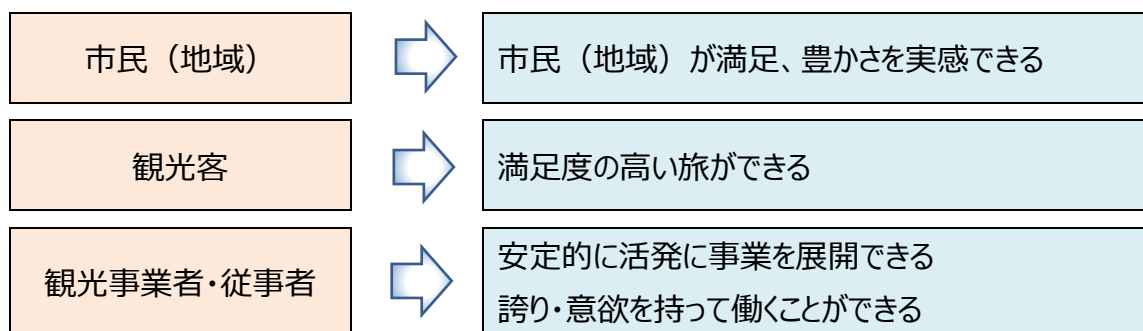
➤ 京都観光が目指す姿

市民の暮らし豊かさ向上、地域や社会課題解決、SDGsの達成に貢献し、感染症や災害などの様々な危機や環境問題に対応していく持続可能な観光

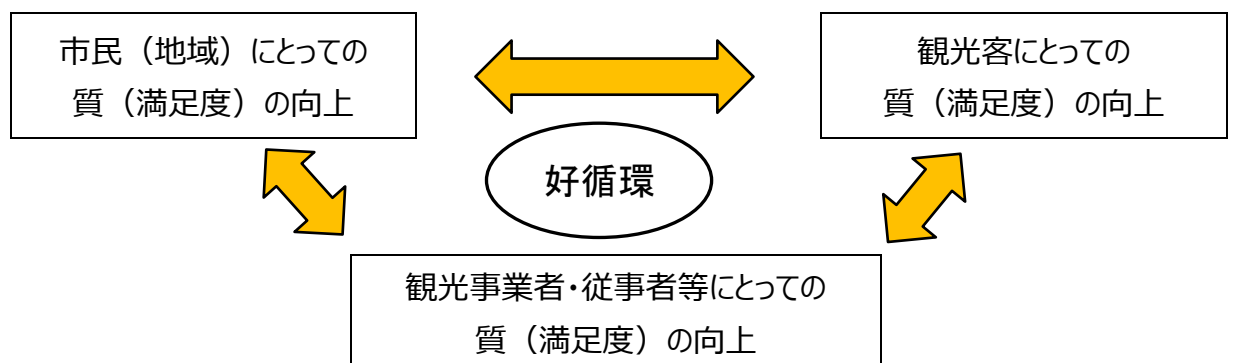
➤ 2030年に実現を目指す5つのまちづくりと観光

- ① 市民生活と観光の調和・豊かさ向上
- ② 京都の「光」磨き上げ、観光の質の向上
- ③ 担い手の活躍
- ④ 危機に対応でき、安心安全で持続可能な観光の推進
- ⑤ MICEの振興

京都観光における質の向上 = より持続可能な京都観光



観光は人なり！ —現実には非正規労働者が極めて多い—



(4) 新しい京都観光に向けた共同宣言

国の緊急事態宣言が解除され、国内観光が再開の兆しを見せる中、コロナ以前の観光課題（一部観光地における混雑やマナー違反等）が生じていた状態に戻ることなく市民生活と観光が調和しSDGsの達成等に貢献していく新しい京都観光に取り組み、早期の観光回復を図っていくことを観光関連事業者と共に宣言をした。（令和3年11月）

<宣言内容の概要>

- ・徹底した感染症拡大防止対策等による市民・観光客双方の安心安全の確保
- ・市民生活と観光の調和を図る取組を推進、市民の共感の輪の拡大に尽力
- ・市民の暮らしの豊かさの向上、SDGsの達成等に貢献する持続可能な観光を追求
- ・観光客に対し訪問地の慣習を尊重する等の観光スタイルの実践を呼びかけ
- ・市民及び観光客と共に、次代の京都のために常に観光を進化させるべく挑戦

宣言団体（27団体）

京都市、京都市観光協会、宿泊・飲食・土産品・運輸等25の観光関連業界（京都商工会議所、京都府旅館ホテル生活衛生同業組合、京都物産出品協会、京都府タクシー協会等）

V 京都市におけるインバウンド戦略及び持続可能で安心安全なMICE誘致・開催支援

(1) 外国人観光客がもたらす効果

➤多様性理解・寛容、国際平和

外国人観光客をお迎えすることは、相互交流、相互理解を通じて、国際親善、国際平和につながる。

➤文化・経済にもたらす効果

- ①旅人が非日常性や地域固有の文化を求め、生活者は利便性を追求する。
- ②外国人観光客が季節や曜日に関係なく入洛することで、年間を通した京都のにぎわい創出、安定した雇用にも貢献。
- ③外国人観光客は、平均宿泊日数が長く伝統産業製品の購入割合が高い。

(2) インバウンドプロモーションの取組

外国人観光客の誘致のための積極的な情報発信

➤ウェブサイトの活用

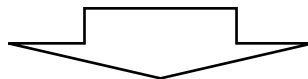
- ・海外における京都観光の情報プラットフォームとしての公式情報の発信
- ・コロナ回復後の観光課題抑制につながる情報発信
- ・記事コンテンツの充実や多様な観光の魅力発信



米国大手メディア「Skift」にて、地域と観光との調和を図り地域の魅力を伝える住民目線を取り入れた新たな観点が、世界の観光地を代表する先進的なウェブサイトであると評価された。

➤海外情報発信拠点・海外メディア支援

- ・取材支援：年間 20 件 24 媒体（令和 2 年度）⇒約 1.4 億円の広告換算効果
- ・混雑緩和、分散化に資する観光情報
- ・京都観光モラル



海外での質も高いメディアへの露出

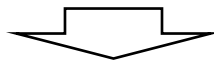
➤SNSでの情報発信

- ・SNSの普及により、京都市観光協会において平成 23 年度にフェイスブックを、平成 28 年度にInstagramを開設し、SNSを活用した情報発信を実施。

(3) MICEの振興

MICEの振興は、京都ブランドや市格の向上、市民生活の活性化、高い経済効果が期待できるとともに、京都観光の質向上にもつながることから、積極的にMICEの誘致活動に取り組んでいる。

- 世界遺産の二条城をはじめ京都らしいユニークベニュー等
 - ・奥深い魅力を満喫するエクスカージョン
- 各種の助成金制度による誘致・開催支援
 - ・500名以上の大規模国際会議等への開催経費の補助。
 - ・京都らしい伝統産業品を活用した記念品、舞、茶道や鏡開き等の京都らしい演出に係る費用の支援活動など。



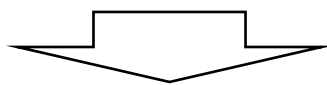
- 国際会議開催件数は6年間で 2.2倍 になった。(6年連続過去最高)
- MICE参加者の消費額(令和2年度調査)
 - ・外国人参加者は、一般の外国人観光客の 4.1倍
 - ・日本人参加者は、一般の日本人観光客の 2.4倍

⇒ MICE参加者は一般観光客より消費額が高い傾向にあり、特に外国人では顕著となっている。

(4) 今後のMICEの振興

新型コロナウイルス感染症の影響により、多くのMICEが中止、延期になるほか、多人数で集まるリスクを避けるとともに、移動時間や経費の節減等も可能なオンラインによるMICE開催が増加した。

- ◆ 京都市内で開催の国際会議件数(JNTO基準)
令和元年: 383件(過去最高) ⇒ 令和3年: 5件(令和元年比 98.7%減)



- 経済効果をはじめとするMICEの様々な効果を地域に還元するため、国内外のMICE案件の確実な獲得に向け、これまで積み上げてきたノウハウや専門人材を生かした積極的なMICE誘致・開催支援の取組が必要。
- コロナ収束後を見据え安心安全の確保を前提に、対面でのコミュニケーションによる深い理解と共感や、同じ時間・同じ空間を共有することによる一体感や連帯感等現実に集うことでしか得られない人が集うことのメリットを一層引き出すことによりMICEの意義や効果の最大化を図り、現地開催につなげていく。
- ウィズコロナ社会におけるMICE京都モデルを発信し、安心安全なMICE開催を促すとともに、専門人材による誘致体制や感染症対策をはじめとした開催支援に係る助成制度を活用し、早期回復に向けた支援を行う。

VI 都市の成長戦略

(1) 宿泊税の導入 (2018年10月から)

導入された背景

2004年以降の三位一体改革（地方交付税を削減し、税財源を地方へ）により、京都市の地方交付税はピーク時から633億円（48%）減少したことによる。

- 人口1人当たりの増減率（ピーク時と2020年度決算との比較）

京都市△46.6%、中核市△7.7%、一般市+4.8%

- 観光に係る財政需要が的確に反映されていない。

（例）京都市の観光ごみ処理経費【実経費】8億円

→【国からの交付額】1,500万円

実績

このことから、2018年10月から宿泊税を導入したものであり、当該税収入は、混雑やマナー問題等の観光課題、市民生活との調和を図る取組に優先して充当している。

（宿泊税活用事例：無電柱化事業）

※2019年度決算：2,000泊 42億円 ⇒ 2020年度は 13億円に減少。

(2) 京都市ふるさと納税寄付金

寄付金は、京都の未来を支える事業への先行投資として捉えており、令和3年度の寄付受入額は令和3年12月末時点で約52億円となった。これは過去最高を記録するとともに、年間目標額の40億円を達成し、前年度比が3倍以上となった。

活用例は次のとおり。

〔活用例〕

| |
|---|
| ・地域と文化を支える伝統産業や観光などの振興 |
| ・木の文化の継承や京野菜などの農林畜水産物の生産・販売を応援 |
| ・文化遺産・文化芸術を守りたい！ |
| ・京都らしい美しい景観の保全・継承 |
| ・京都ならではの地域力を活かした協働型まちづくり |
| ・“SDGsで課題解決”～市民と行政のチャレンジを応援しませんか～ |
| ・～「2050年CO ₂ 排出量正味ゼロ」を目指して～環境と調和した持続可能な社会の実現 |
| ・京都ならではの「はぐみ文化」を生かした子ども・若者等への支援 |
| ・新型コロナウイルス感染症対策支援 |

■ 京都市の返礼品

- ・ふるさと納税を通じて京都ならではの食文化や伝統産業、伝統文化の魅力を広くPRするため、積極的に返礼品を追加した。
- ・返礼品の充実をスタートした令和元年8月と比較して、約20倍となる2,300品目まで返礼品を充実させた。

■ 人気の返礼品

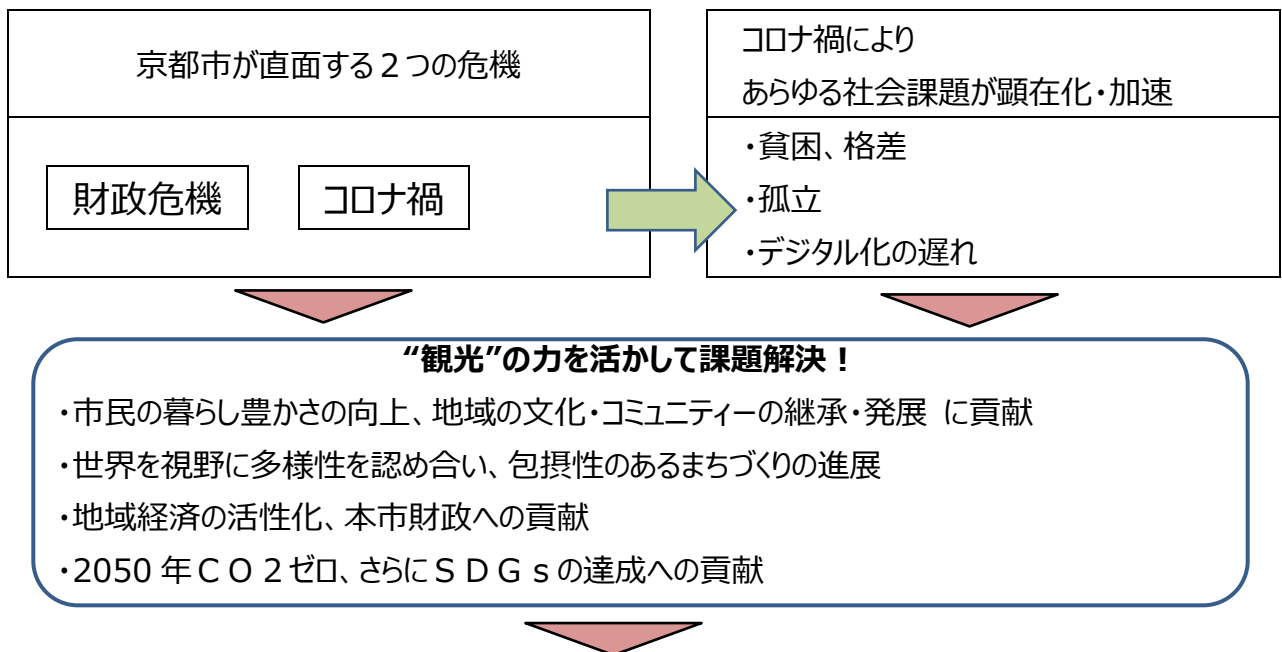
- ・京都観光に利用できる「ふるなびトラベルポイント」、「JTBふるさと納税旅行クーポン」を中心に申込が多く、全体の35%となっている。
- ・京都の食文化を代表する「おせち料理」は、全体の32%を占めている。

京都のコンテンツを生かした新たな返礼品

| 寄付額 | 返礼品 |
|-----------|--|
| 100万円 | <京都ハンナリーズ> はんニャリンがサプライズ訪問！ |
| 100～120万円 | 芸舞妓お座敷遊び体験付き京料理プレミアムペア食事券 |
| 737万円 | 世界遺産「仁和寺」宸殿でのプライベート能楽鑑賞 |
| 金額に応じて | <電子感謝券> 加盟店・施設で宿泊や食事、施設利用に使用できる電子ポイント |

VII おわりに

危機的状況を乗り越え、持続可能な都市「レジリエントシティ・京都」
～ 誰ひとり取り残さない「SDGs」の実現へ～



観光は交流を深め、多様性を認め合い、包摂のある社会・新しい産業文化を生み出すもの

21世紀最大の**「多様性理解」**と**「平和維持装置」**

VIII 所感

観光は都市政策の総和として、京都の地域経済や雇用はもとより文化芸術も支える重要な基幹産業として、まちづくりの進展にも貢献し、市民の暮らしの豊かさの向上に寄与していることを各種ランキングや具体的なデータの説明により多面的に理解を深めることができた。

また、混雑やマナー問題等への対応など、観光先進都市から観光課題・社会課題解決先進都市を目指して、量から質へ転換を図る取組やSDGsの達成に向けた観光と文化の京都モデルや観光行動基準は、示唆に富む内容であり新たな気づきにつながった。

さらに、2030年に実現を目指す京都観光振興計画2025は、質の向上とより持続可能な観光を追求しており、インバウンド戦略、MICEの取組に加え、都市の成長戦略としての宿泊税の導入やふるさと納税寄付金の活用例は、当市の今後の観光振興において研究していくべき課題であることを認識させられる視察となった。