

⑬ 交流機会を創出する観光

2040年に実現したい姿

【観光と地域社会との共生】

- ⑦ 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ます。

【一人一人のニーズに合致した満足度の高い観光が実現】

- ⑧ 「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】

- ⑨ 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。

4年間の対応方向・具体方策

地域と様々な分野をかけあわせた新しい価値を創出します。

- 人と地域、他産業との交流により創出される新たな価値（魅力）の磨き上げやターゲット層のニーズ
- 1 を踏まえた情報発信、新たなビジネスモデル開発の支援などにより、交流を通じた地域の魅力の保存・活用を促進します。
 - 2 2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）期間中に開催されるMICEの誘致強化や、府内各地の食や文化などの魅力発信、府内を周遊するツアー造成の支援などにより、万博を契機に府内各地域で人と様々な分野との活発な交流を生み出す取組を進めます。
 - 3 光や映像を用いた賑わい創出イベントの府域開催や、ナイトカルチャーの創出等、府域への広域周遊や滞在型観光を促進します。
 - 4 国宝等文化財建造物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商品の造成や、丹後・山城郷土資料館、京都文化博物館、京都府立植物園、美術館などを観光拠点施設として位置付け、府内各地における文化資源の魅力や観光事業者と連携した、京都文化の学びにつながる文化観光の新しい楽しみ方を発信するとともに、「アートツーリズム」の普及を進め、地域の歴史伝統文化から着想したデジタルアートの展示等を実施します。
 - 5 大学や企業と連携した国際MICE施設などの基盤整備や既存施設の活用促進による、府域へのMICEの誘致を促進するとともに、規模の大きな会議だけでなく、小規模な会議・招聘旅行や、農家民宿などの地域資源を活用した多様なMICEを府域へ誘致します。
 - 6 工場や伝統工房、野菜の収穫等農業・農山漁村体験、アウトドアスポーツ等、多様な地域資源を観光に活用するとともに、MICEや観光を契機としたビジネス創出など、地域産業の発展に資する取組を進めます。

地域と調和した持続可能な観光づくりを進めます。

- 7 地域の「食」の魅力や認知度向上に取り組むとともに、「食」に関するコト消費を促進するための体験商品づくりや、地域の「食」の拠点となる「食の京都TABLE」を整備し、いちおし食材の発掘・磨き上げを行うことにより、観光客が「食」を目的に府内を周遊する「食の観光」に取り組みます。
- 8 令和3（2021）年3月に設立した「地域づくり京ファンド」等を活用し、地域と外部の様々な専門知識を持った事業者等が一体となって、保存・活用価値の高い歴史的資源（伝統的建造物・古民家等）を生かした宿泊施設群を整備し、「訪れたくなる」、「住みたくなる」、魅力ある地域づくりを進めます。
- 9 京都府観光連盟が観光関連産業を支える人材育成やデジタル変革の分野で中核的役割が果たせるよう、観光庁のDMO登録をはじめとする機能強化を行い、府内の市町村やDMOなど多様な関係者と連携しながら、持続可能な観光づくりを進めます。

京都府の観光産業全体のデジタル変革に向けて、ビッグデータの利活用やデジタル活用のための環境整備を進めます。

- 10 人流、口コミ、宿泊予約データ等の観光データの収集・分析により、観光ニーズにあったプロモーション等を行うことで、効果的な誘客を展開します。
- 11 VRによる紅葉シーンの通年体験など、京都の持つ文化や自然などの「本物」の魅力とデジタル技術を融合させた観光サービス・コンテンツを提供し、新たな観光需要を創出します。

Well Beingで持続可能な観光産業への転換をめざし、観光関連産業を支える人材を確保・育成します。

- 12 「京都観光アカデミー」を創設し、教育機関や経済団体等と連携した研修メニューの提供により、データに基づく戦略的な判断で観光サービスの向上・効率化を促進できる人材、地域や多様な事業者との協働により人と地域との交流を創出できる人材など、今後の京都観光を牽引する人材を育成するとともに、受講者や企業間のネットワークづくりを支援します。
- 13 関西広域連合等の他機関とも連携し、一定の語学力や京都府観光の専門知識を有するなど、外国人観光客等の多様なニーズに対応できる有償ガイドを育成します。

観光客が繰り返し訪れたくなる、京都の「本物の魅力」を広く情報発信します。

- 14 京都市、(公社)京都市観光協会との連携による、寺社、自然、美術館・博物館、動物園・植物園など、同じテーマで、京都市と府域が持つ異なる魅力を組み合わせた旅行商品造成やプロモーションを展開します。
- 15 大河ドラマや食の京都などの取組を通じて構築したメディア等関係機関との連携体制により、広域的なプロモーションや観光地域づくりを展開し、府域観光の魅力を発信します。
- 16 京都総合観光案内所（京なび）、京都府観光案内所・東京（TIC TOKYO）及び府内の観光案内所等との広域ネットワークにより、情報発信を強化します。
- 17 兵庫県、三重県、福井県等と連携した地域の食材や食文化のブランド化に取り組む「御食国・和食の祭典」や、鳥取県・兵庫県と連携した山陰海岸ジオパークでの英語表記付き観光案内板や休憩施設の整備による観光客の受入体制の強化など、府県を越えた広域連携により魅力を発信します。
- 18 山城地域に隣接する府県や交通事業者等との連携により、広域エリアの魅力を発信します。
- 19 地域の観光関係者、旅行会社やメディアと構築したネットワークを活用し、「文化」や「食」などの京都の魅力あるコンテンツを継続的に情報発信します。

観光事業に関するインフラ整備や地域資源を観光資源として活用するビジネス化を支援し、観光による交流を生み出す環境整備を進めます。

- 20 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など、地域の状況に応じた宿泊施設の立地を促進します。
- 21 農山漁村が有する地域資源を活用した魅力ある観光コンテンツを磨き上げ、地域丸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します。
- 22 いわゆる民泊（住宅宿泊事業の届出施設・簡易宿所）の指導又は助言を行うとともに、小規模な宿泊施設と地域の観光資源との連携を強化します。
- 23 関西国際空港・伊丹空港、京都駅、京都舞鶴港、その他関西地域の交通の拠点と、府域の主要な観光地とを結ぶ交通基盤の整備や、交通系 I C カードの導入促進など、観光客にとって利便性の高い交通環境を整備します。
- 24 国内外から全ての観光客が安心して快適に滞在でき、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します。
- 25 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・案内を徹底します。
- 26 外国人観光客が安心して受診できるよう多言語対応可能な医療施設等に関する情報提供の拡充を行います。
- 27 観光地を自転車で巡ることができるよう、府内の地域資源を繋ぐ周遊コースの設定や誘導ラインの整備とともに、近隣府県と連携した広域的なサイクルルート網の形成、交通事業者と連携したサイクルトレインの実施、自転車利用者向けの宿泊施設やサポート施設の情報発信などにより、サイクルツーリズムを進めます。

国や客層ごとの嗜好に応じたインバウンドの誘客を進め、人と様々な分野との交流を拡大し、地域経済の発展につなげます。

- 28 重点市場に選定した「欧米豪市場」について、歴史・文化等の注目度が高いテーマ性をもった観光素材を発掘するとともに、I C T を活用したプロモーションなどにより今後高まると予測されるインバウンド需要を積極的に取り込み、費用対効果の高いアプローチを実施します。
- 29 S N S や W e b 広告等のデジタル媒体を活用し、引き続き「旅マエ」・「旅ナカ」・「旅アト」の旅行シーンごとに求められる情報を提供するとともに、海外拠点を生かした分析・発信を行います。