

京都府知事 山 田 啓 二 様

京都市長 門 川 大 作 様

## 京都観光 10年後への構造転換に向けての重点施策（提言）

京都商工会議所では、観光産業特別委員会において、京都観光を取り巻く大きな状況変化と構造転換に向けて、取り組むべき課題について検討してまいりました。

昨年4月には、入洛観光客5,000万人達成後の京都観光の進むべき方向性について京都府、京都市に対し、「京都観光 10年後に向けての構造転換」に関する提言をさせていただきます。

本所観光産業特別委員会では、その提言の中から特に宿泊問題、外国人観光客受入問題、MICE推進について、それぞれ専門委員会を設置し、さらに掘り下げて検討を行ってまいりました。

その結果、京都観光が今後10年をかけて取り組むべきこととして、次の3つの重点施策について報告書にとりまとめました。

宿泊客2,000万人実現のための施策

東アジア交流時代に向けての外国人観光客受入推進策

MICE推進策

今後、これからの京都観光の構造転換の実現に向けて、オール京都で、さらに議論を深め、京都の観光振興に一層のご尽力を賜りますようお願い申し上げます。

平成22年 9月28日

京都商工会議所

会頭

立 石 義 雄

観光産業特別委員長

南 隆 明

## 京都観光 10年後への構造転換に向けての 重点施策について（提言）

近年の日本の観光事情は、団体旅行から個人・少数グループ旅行への変化、ニーズの多様化、さらに、経済発展の著しい東アジア諸国を中心とする外国人観光客の急増など大きな転換期にある。この転換期に対応するため、京都では、その内在する文化や歴史を背景とした観光コンテンツを活用して、より経済効果の高い観光振興を図る必要がある。

そこで、京都商工会議所は、滞在型観光推進のための宿泊施設の問題、東アジア諸国を中心とした外国人観光客受入体制の問題、MICE誘致推進の問題という3つの観点から検討し、表題の報告書を取りまとめた。

京都観光の構造転換へ対応するための以下の施策を提言する。

### 1．宿泊客2,000万人実現のための施策

平成20年の京都市の入洛観光客5,021万人のうち、宿泊客はおよそ4分の1、1,306万人にとどまっている。観光客にとっては京都の奥深い魅力を体感いただくとともに、地元にとっても大きな経済波及効果を得るためにも、宿泊客2,000万人を目標とした、以下の施策を提言する。

#### 閑散期における宿泊誘導型イベントの開催支援

「学び」「体験」など京都の奥深さを楽しめるなど、滞在・連泊を促すイベント企画に対して支援をし、多くの宿泊誘導型イベントの開催を促進する。

#### 「京都宿泊情報プラットフォーム」の設置

すべての宿泊施設を網羅するメディアや代理店はなく、消費者に対して空室の施設があるにもかかわらず情報を提供できないケースが少なくない。

宿泊施設の満・空情報を中心に、観光コンテンツを一覧的に紹介し、機会損失を最小化する仕組みをつくる。

#### 「安心情報サポートデスク」の設置

宿泊施設に対して外国人観光客の受け入れを促進するために、外国人観光客のトラブルや禁忌対応など、外国人の多様なニーズに対応できるサポート窓口を設置する。

#### 京町家の宿泊施設への転用など、京都らしい優雅な宿泊施設の推進

京都の伝統的な建築様式を伝える京町家などを活用した魅力ある宿泊施設は、滞在

型観光の振興に必要である。このような宿泊施設に対しては、その状況に応じた規制緩和や良質な事業者に対する育成を支援する。

#### M I C E に対応可能なハイグレードホテルの誘致

京都には、主要都市と比較しても、ハイグレードなホテルや大型ホテルが少ない。ハイグレードや大型ホテルは、M I C E 誘致の促進要因でもあり、複数の誘致がのぞましい。京都の景観に配慮しつつも、ホテルとして採算がとれるように規制を緩和する。

## 2 . 東アジア大交流時代に向けての外国人観光客受け入れ推進策

現在、訪日観光客全体の6割が東アジア諸国からであり、今後ますます増加すると見込まれている。一方、京都における外国人の宿泊観光客では、欧米諸国からの観光客が過半数で、台湾、中国、韓国からの宿泊観光客は2割程度にとどまっている。東アジア大交流時代に対応し、宿泊客として受け入れるため、以下の施策を提言する。

#### ニーズの把握

東アジアの旅行者、富裕層の観光動向やニーズを把握するため実態調査や情報収集を行う。

#### 京都ブランドの組織的なマーケティング展開

京都には日本文化の粋を集めた宿泊施設や伝統工芸などがたくさんあり、これらを海外に対して組織的にマーケティングを展開する。

#### 多言語対応

現在進みつつある案内看板をはじめ、自動音声翻訳システム、電話通訳システムなど、英語のみならず、中国語、韓国語など多言語への対応が急がれる。

また、外国人観光客対応S O S 窓口として「安心情報サポートデスク」(前出)の設置が望まれる。

#### インバウンド観光に関する人材育成

東アジアからの観光誘致やM I C E 誘致には人間関係が重要であり、プロモーション活動にはインバウンドに精通した人材が必要となる。そこで、現場に即し体系的に学ぶことができ、さらに、学んだ者が起業へとつなげられるような人材養成機関「京都観光産業創発センター(仮称)」の開設が必要である。

### 3. MICE推進のための施策

世界で30兆円ともいわれるMICE市場は、今後も大きく成長するものと期待されており、日本ならびに京都においても積極的にMICE誘致に努める方向が定まった。しかし、京都のMICE受け入れに関する現状は、歴史的・文化的な観光資源は優れているが、空港からのアクセス、会議・展示施設、宿泊施設などの弱みがある。今後、京都の強みと弱みを把握したうえで、質の高いサービスを提供できる、京都としてのMICE戦略を構築するため、以下の施策を提言する。

#### MICE推進体制の充実

(財)京都文化交流コンベンションビューローを、MICE誘致・セールスの専門機関として必要な予算と権限を付与し、十分な人員体制を整える。

#### 京都会館の改修と岡崎地区の一体的整備

京都会館を分科会場や最新設備を整えたMICEに対応できる施設として改修するとともに、みやこめっせ、京都市国際交流会館、平安神宮、京都市美術館、京都国立近代美術館など一体的な連携体制のもと、京都のMICEゾーンとして整備する。

#### 国立京都国際会館の施設拡充

国際会議場のメイン会場一室の収容人数は、世界では10,000人以上、国内では5,000人以上の施設が多数存立している。国立京都国際会館についても、京都のMICE施設としてニーズに対応した規模に拡充することが望ましい。

#### 人材育成・人脈形成

前述の京都観光産業創発センター（仮称）と連携し、MICEプロモーションの人材育成を行うとともに、MICE誘致に結びつく人脈形成を進める。

以上