

【サステナブルな観光コンテンツ強化事業】

持続可能な観光に資する取組の

見える化の推進事業

事業実施報告書

令和5年3月24日

近畿運輸局

株式会社 JTB 京都支店

内容

1. 事業概要.....	3
1. 1 事業の名称.....	3
1. 2 事業の目的.....	3
1. 3 事業概要.....	3
2. 取組内容.....	8
2. 1 優良事業者の「見える化」.....	8
2. 2 モデルツアーの造成・実証.....	28
3. 販売に向けた情報発信・販路形成.....	54
4. 観光事業者へのコーディネーター派遣.....	57
4. 1 専門コーディネーターを2名選定.....	57
4. 2 市内観光事業者へのコーディネーターの派遣.....	58
5. 総評.....	61

1. 事業概要

1. 1 事業の名称

【サステナブルな観光コンテンツ強化事業】

持続可能な観光に資する取組の見える化の推進事業

1. 2 事業の目的

ポスト・コロナ時代を見据え、オーバーツーリズム対策や観光資源の保全をはじめとした持続可能な観光地経営が求められており、併せてサステナブルな観光を体験することへの旅行者のニーズが高まっているところである。

本事業は、自然、文化、地域の生業といった我が国の豊富な地域資源を観光コンテンツとして活用しつつ、それらを活用することで得た収益による地域資源の保全や旅行者が地域の持続性を体験し貢献できる受入環境の整備などを行うことにより、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上に繋がる観光資源の磨き上げを図り、各地域での自立的・継続的な取組としていくものである。

1. 3 事業概要

(1) 事業対象地域

京都市

(2) 事業背景と課題

SDGs や持続可能な観光への関心の世界的な高まりを受け、日本でも持続可能な商品やサービスを選択したいという観光客のニーズは高まっている。それを受け、京都市では令和2年11月に「京都観光行動基準¹（以下、「京都観光モラル」とする。）」を策定し、「地域と連携した取組」や「環境への取組」など、同基準に沿った取組の普及・促進を行っている。しかし、現状では京都観光モラルの理念に即した取組を進める優良な事業者を観光客が選択・利用しやすい環境ではないため、そうした事業者をどのように可視化するかという課題がある。

加えて、京都市における持続可能な観光のさらなる推進につなげるためには、上記の優良な事業者を選択したことによる観光客の行動変容や意識変容についても調査・検証を行う必要がある。

¹ 観光事業者・従業者、観光客、市民がお互いに尊重しあい、思いを一つにし、かけがえのない京都を未来へと引き継いでいくため、京都観光に関わる全ての人に大切にしていきたいこととして策定された行動基準。
<https://www.moral.kyokanko.or.jp/>



(3) 事業方針

上記課題の解決のため、京都観光モラルの理念に即した優良な商品・サービス等で構成するサステナブルなモデルツアーを造成し、参加者の行動変容や意識変容等について調査・検証を行うとともに、京都観光モラルの理念に即した優良事業者を拡充させるための取組を行い、京都市における持続可能な観光のさらなる推進を目指す。

(4) 事業ターゲット層の属性

事業ターゲットを以下のように設定した。

- ・ サステナブルな旅行の重要性に対する意識が高い観光客
- ・ 観光地での食事や宿泊等を地域への貢献に繋がりたいと考えているZ世代～ミレニアル世代の若者層
- ・ 新しい価値観を持つ世代との共創を図るため、小学生の子供を含むファミリー層

(5) 活用する観光資源

京都観光モラルに沿った取組を進めている市内観光施設・宿泊施設・飲食店・小売店等

(6) 業務概要

①優良事業者の「見える化」

- 京都観光モラルの推進に資する取組を行うことを宣言する事業者（宣言事業者）の募集・周知
- 掲示物の作成・配付
- 宣言事業者の情報発信
- 優良事業者の選定・情報発信

②モデルツアーの造成・実証

- 優良事業者のコンテンツを組み合わせたモデルツアーの造成
- ターゲット層に近い目線を持つ参加者の招請・実証
- 参加者の行動・意識変容の調査・検証及び課題点の整理・磨き上げ
- モデルツアーに関連する事業者からの意見聴取・分析及び行動・意識変容の調査・検証

③販売に向けた情報発信・販路形成

- モデルツアーの造成に関連する事業者に対する助言・啓発活動
- 販売体制の整備支援

④観光事業者へのコーディネーター派遣

- 市内観光事業者に対するコーディネーター派遣
- 勉強会での情報発信及び参画の働きかけ

各 KPI は下表の通りである

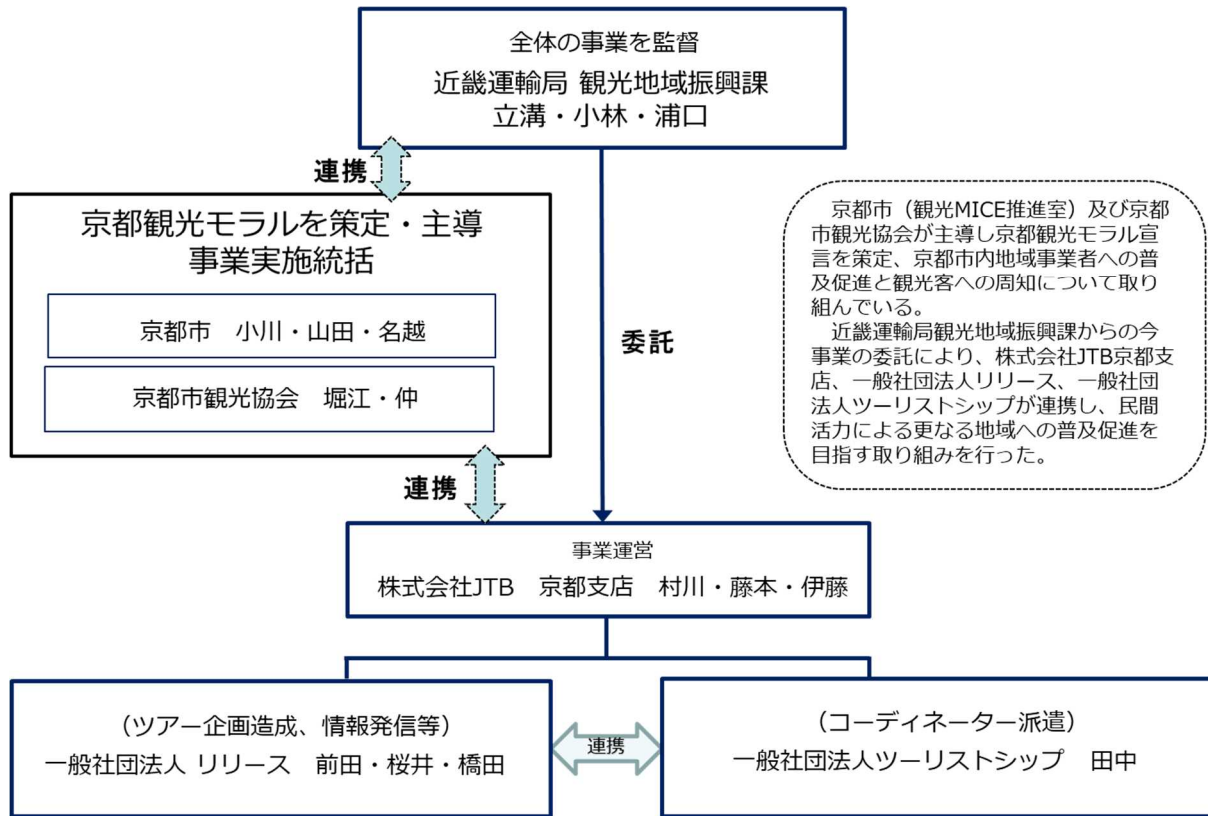
①優良事業者の「見える化」	リーフレット 3,000 部以上
	ステッカー150 枚以上
	業者発信用紙面 3,000 部以上
②モデルツアーの造成・実証	Z 世代～ミレニアム世代の若者及び小学生の子供を含むファミリー層 30 名以上
③販売に向けた情報発信・販路形成	—
④観光事業者へのコーディネーター派遣	コーディネーター説明団体数 150 者以上

(7) 年間スケジュール

実施期間：令和4年3月29日～令和5年3月24日

	2022年度(上期)					2022年度(下期)					
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
100 優良事業者の「見える化」											
110 宣言事業者の募集・周知											
111 制度の設計	→										
112 募集ツール(リーフレット等)の作成	→	→									
113 リーフレットの印刷		→	→								
113 観光協会HPの改修		→	→								
114 募集フォーム作成		→	→								
115 受付・問い合わせの対応					→	→	→	→	→	→	→
116 掲示物の発送					→	→	→	→	→	→	→
116 SNS等での発信		→	→	→	→						
117 キュレーター事業者からの事業者推薦		→	→	→	→						
117 未来力会議(12月)での発信								→			
120 掲示物の作成・配布											
121 PRキャンペーンロゴ開発		→									
122 PRキャンペーン掲示物の作成		→	→								
123 掲示物の印刷		→	→								
130 宣言事業者についての情報発信											
132 Goodle Mapの作成						→	→	→	→	→	→
133 SNS等での発信						→	→	→	→	→	→
140 実行委員会によるMAP紙面作成(優良事業者の選定・情報発信)											
141 実行委員会の制度設計			→	→							
142 実行委員会メンバー募集			→	→							
143 優良事業者の選定&ヒアリング					→		→				
144 紙面の構成企画					→	→	→	→			
145 文章作成						→	→	→			
146 編集							→	→	→		
147 印刷									→	→	
148 配布場所の検討										→	→
149 配布&送付											→
200 モデルツアーの造成・実証											
220 モニターツアーの企画、実施と実証											
142 コンテンツ企画							→	→	→		
142 手配								→	→		
143 情報発信ツールの作成								→	→		
144 販売促進									→	→	
147 アンケートの設計								→	→		
148 アンケート・データの収集										→	→
149 アンケート結果の集計、分析											→
300 観光事業者へのコーディネーター派遣											
310 派遣先の選定とアポ取り											
311 リスト作成		→									
312 派遣先の検討		→									
313 アポ取り			→	→	→	→	→	→	→	→	→
320 コーディネーターの選定と派遣											
321 候補者の抽出		→									
322 コーディネーターの決定		→									
323 名刺の作成		→	→								
333 コーディネーターの派遣先の調整					→	→	→	→	→	→	→
330 コーディネーター育成											
331 説明資料(パワーポイント)の作成		→									
332 説明資料についてのレクチャー			→								
350 勉強会の企画・実施											
331 勉強会の企画				→							
336 勉強会の実施						→					
400 販売に向けた情報発信・販路形成											
410 モデルツアーの造成に関連する事業者に対する助言・啓発活動	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→	→
430 販売体制の整備支援										→	→

(8) 実施体制図



2. 取組内容

2. 1 優良事業者の「見える化」

観光客が京都観光モラルの理念に則した取組を行う、優良な事業者の選択をしやすい環境を整備するため、以下の業務を実施した。

- (1) 京都観光モラルの推進に資する取組を行うことを宣言する事業者（以下、「宣言事業者」とする）の募集・周知
- (2) 掲示物の作成・配布
- (3) 宣言事業者の情報発信
- (4) 優良事業者の選定・情報発信

それぞれについての取組内容を以下にレポートする。

(1) 宣言事業者の募集・周知

①宣言事業者の募集

【募集期間】

令和4年8月26日（金）～ 令和5年2月28日（火）

【対象者】

市内観光関連事業者、市内において京都観光モラルの推進に資するサービスの提供・取組を推進する事業、NPO等

【申請方法】

STEP1 京都観光モラル特設サイト内の申請用ページにアクセス

STEP2 申請書をダウンロードし、記入

STEP3 申請書・画像を事務局アドレスに送付申請

【申請書兼チェックリストの内容】

下記の通り、兼用で作成

・記入項目の設定は、下記の6点を取組必須項目とした。取組項目に対するチェック項目とそれに対する取組事例を記載することで記入のヒントとなるよう工夫。

1. 観光客へのマナー啓発・対策、京都観光モラルの啓発、地域のルールや習わしの周知
2. 従業員への京都観光モラルの理解・実践を促す取組
3. 地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和
4. 質の高いサービス・商品の提供・人材育成
5. 環境・景観の保全
6. 災害や感染症等の危機に強い観光

・チェックリストの内容については、京都市（決定権者）と連携して作成

<申請書>

京都観光モラル推進宣言事業者 申請書

Q1. 申請者情報を入力ください

*印は、インターネット上で公開いたします。

留意事項をご確認ください：

◎事業者名 / 所在地 / ホームページURL / 具体的な取組内容をプロットマップ化した登録事業者一覧から閲覧できるようにいたします。

◎申請時に記載いただいた具体的な取組内容は、別途予定しております、サステナブルツーリズムのモデルツアーのプログラムに盛り込む可能性がございます。

◎具体的な取組内容の分析結果を、個人を特定しない形で公表する可能性があります。

事業者概要	
事業者名*	
郵便番号	
住所*	
電話番号*	
ホームページ*	
事業形態	
業種	
職員、従業員数	

担当者	
氏名	
所属	
役職	
電話番号	
メールアドレス	

ステッカーが複数枚必要な場合

全()枚 支給等の指示先()

Q2. No1～2のそれぞれの取り組みをご記入ください

*No1、No2の「両方について」の取り組み実施内容、または今後の予定の記載が必須になります。

No	取組項目	チェック項目	チェック	取組事例	具体的な取り組み内容/今後の予定
1	観光客への京都観光モラルの周知・啓発やマナー啓発・対策、地域の習慣やルールを伝える取組を行っている。			チラシやステッカーの掲示、デジタルサイネージ等による周知・啓発 / ホームページやSNSによる周知・啓発 / 京都観光モラルに沿った取組の発信 / 地域の習慣やルールを伝える取組 / など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。
2	従業員へ京都観光モラルの理解・実践を促す取り組みを行っている。			従業員への京都観光モラルの周知・説明 / 京都観光モラルに関する勉強会やミーティングの実施 / 京都観光モラルに沿った取組の検討・実施 / など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。

Q3. No3～11のチェック項目のなかで取り組んでいる、1つ以上をチェックし、ご記入ください

*全ての記入の必要はありません。取り組みや今後の予定の記入が「1つ以上あること」が必須になります。

No	取組項目	チェック項目	チェック	取組事例	具体的な取り組み内容/今後の予定
3	地域文化・市民・生活ミックス観光の貢献、	地域活動への参加・協力を行っている。		祭・地蔵盆等の伝統行事への参加、文化芸術・生活文化（茶道、華道等）の支援 / 自治会・町内会等への加入 / 地域のボランティア活動への参加・協力 / 観光客と地域住民が交流する機会の提供 / など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。
4		地域産品や伝統産業製品を活用している。		地域の特産物や伝統産業製品の展示・販売・商品開発 / 店舗等への地域産木材の活用 / 地域の農水産物の販売・活用 / など	
5		京都らしい多様な文化・価値の発信に取り組んでいる。		文化財の保存や活用 / 祭・地蔵盆等の伝統行事、文化芸術・生活文化（茶道、華道等）の情報発信、体験 / 伝統技術の継承に資する取組 / など	
6		地域人材の雇用・登用、人材育成事業を行っている。		地域における雇用の創出 / 地域住民を登用した事業の実施 / 学校等と連携した調査・研究、事業の実施 / 職業の学びの場を提供（インターンシップ、職場関連授業） / など	
7		まちづくり・受入環境整備を推進している。		バス待ちスペース提供やベンチの設置 / 自社所有の建物等を公共・地域のために開放（コミュニティ・コワーキングスペース） / ワークショップや勉強会等への参加 / など	
8		地域への利益還元を行っている。		地域住民を対象とした割引やサービスの実施 / 地域の飲食店等の利用推奨 / 地域住民向けの内覧会開催など、事業を理解してもらうための仕組みづくり / など	
9		地域に配慮した事業運営を行っている。		ごみの散乱・騒音等を防止する取組の実施 / 混雑や行列待ちを防ぐための取組の実施 / 来客者用の駐車場や駐輪場の設置 / など	
10		地域や社会に貢献する活動を推進している。		観光による地域活性化 / 地域住民を対象とした事業や割引・サービス等の実施 / 地域の子ども食堂の運営・支援 / 「こども110番のいえ」「こども110番のくるま」への参加・寄付等による社会貢献 / 公民連携事業への参画 / など	
11		その他		京都観光モラルに資する取組	

Q4. No.12～15で1つ以上をチェックし、ご記入ください

*全ての記入の必要はありません。取り組みや今後の予定の記入が「1つ以上あること」が必須になります。

No	取組項目	チェック項目	チェック	取組事例	具体的な取組内容/今後の予定
12	商品の提供・人材育成	商品・サービスの質の向上に取り組んでいる。		サービスの質の向上（外国籍社員の在籍、手荷物質かり）/ 京都の習わしや文化をおもてなしに活かす取組 / 持続可能性の観点を含めた利用客の満足度を継続的に把握し、改良するプロセスを導入 / 商品の付加価値を上げる取組 / 満足度の高いおもてなし、心づかいによる接客の質の向上 / など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。
13		多様な文化や習慣に対応したサービスを提供している。		京都の歴史・文化・伝統を学ぶ機会や観光客の文化・生活習慣を理解する機会の設置 / 多言語に対応した接客や案内表示 / 様々な食文化や宗教に対応したサービスの実施 / 性の多様性に対応したサービスの実施 / など	
14		高齢者や障害者などの方でも利用しやすいサービスを提供している。		施設・客室等におけるユニバーサルデザイン対応やバリアフリー化 / 顧客の状況に応じたサービスの提供 / バリアフリーツアーの造成・受入れ / 当事者（障がいを持った方や高齢者等）へのヒアリング / など	
15		その他		京都観光モラルに資する取組	

Q5. No.16～23で、1つ以上をチェックし、ご記入ください

*全ての記入の必要はありません。取り組みや今後の予定の記入が「1つ以上あること」が必須になります。

No	取組項目	チェック項目	チェック	取組事例	具体的な取組内容/今後の予定
16	環境・景観の保全	食品ロスの削減を推進している。		食品ロスの削減についての啓発 / 顧客が食べ切れない料理のテイクアウト対応 ※食品の衛生面に十分に注意してください / 小盛りやハーフサイズのメニュー開発・提供 / 捨てられる食材の活用（規格外食材、野菜の皮を肥料にする）/ など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。
17		温室効果ガスの排出量の削減に取り組んでいる。		再生可能エネルギーの利用・供給 / 伝統の知恵（水打ち、グリーンカーテン、雨庭）の活用 / 事業活動等の脱炭素化に向けた取組計画の策定 / 停車のアイドリングストップ / 公共交通機関の活用 / グリーン電力の契約 / EV車等の導入 / など	
18		省エネルギー化などの資源の保全に取り組んでいる。		省エネ性能の高い（トップランナー基準を満たした）製品の積極的な導入 / 節電・節水目標の設定 / など	
19		ごみの減量に取り組んでいる。		ごみの減量及び再資源化（リサイクル製品の活用・販売含む） / 過剰包装の廃止・縮小 / マイバッグ、マイボトルの推奨 / など	
20		環境保護に資する取組を推進している。		環境に配慮した商品・サービスの購入及び利用並びに提供 / 在来種の植樹等による敷地内緑化や森林育成の実施 / リデュース、リユース、リサイクル（3R）の推進 / 環境保全につながるサステナブルツーリズム等の推進 / など	
21		使い捨てプラスチック製品の削減に取り組んでいる。		竹製の歯ブラシや剃刀などのアメニティの脱プラ / 紙ストロー、紙袋の導入 / バイオマス製品の導入 / ビンやガラス製のリユース食器の活用 / ペットボトルの削減 / など	
22		景観に配慮した取組を実施している。		壁面・庭・屋上の緑化や植栽など緑の創出と保全、管理 / 街並みに配慮した建物の外観や内装（建物の高さ・看板・車止め・カラーコーン） / 京都らしい夜間景観づくりのための指針に基づいた照明手法 / 京町家保全・再生・活用につながる取組 / など	
23	その他		京都観光モラルに資する取組		

Q6. No.24～27で、1つ以上をチェックし、ご記入ください

*全ての記入の必要はありません。取り組みや今後の予定の記入が「1つ以上あること」が必須になります。

No	取組項目	チェック項目	チェック	取組事例	具体的な取組内容/今後の予定
24	実の危機に強い観光の	緊急時や災害時における備え等に取り組んでいる。		避難・防災訓練の定期的な実施 / 食糧等の備蓄 / 非常用電源の設置 / 災害時における地域住民等の受け入れ / 従業員への防災袋の配布 / 帰宅困難者や地域住民の受け入れ体制の整備（災害時帰宅支援ステーションの登録等） / 職員の緊急連絡網の作成、救急・救命講習の実施 / 敷地内の案内として路面誘導サインを導入 / AEDの設置や従業員等への救急・救命講習 / など	こちらに記入ください 記載いただいた内容をそのままHPに掲載します。
25		感染症に備えた対策を実施している。		テレワークや時差出勤等の推奨 / 新型コロナウイルス感染症防止対策の徹底 / 衛生対策の徹底 / など	
26		様々な危機に対応する事業継続の取組を行っている。		BCP（事業継続計画）の作成 / 特定の市場にとらわれない顧客の多角化 / など	
27		その他		京都観光モラルに資する取組	

Q7. 登録対象要件を入力ください。

以下は、推進宣言事業者登録の対象となる必須要件です。※記載の内容を確認の上、必ずチェックを入れてください。

<input type="checkbox"/>	上記の記載をはじめ、京都観光行動基準（京都観光モラル）を積極的に実践し、普及に努めることを誓約します。
<input type="checkbox"/>	市税等租税公課の滞納はありません。
<input type="checkbox"/>	京都市暴力団排除条例第2条に規定する暴力団、暴力団員、暴力団密接関係者ではありません。
<input type="checkbox"/>	その他、公序良俗に反する行為及び重大な法令違反はありません。

必ずチェックを入れて頂きますようお願いいたします。

Q8. 会社のPR画像（3枚程度）を添付し、メールにてご提出ください

入力いただいた内容と、PR写真をまとめて京都観光モラルサイト上でgoogleMAPに反映し公開します。

※掲載イメージ 「京都市 建く地域企業表彰 地域企業MAP」

メール送付先：(株) JTB京都仕入販売センター MAIL kyoto_sustainable@jtb.com

※申請後のPRについて

- ①公式ステッカーを郵送でお送りします。店舗に掲載ください。
- ②会社のロゴを組み合わせてSNS等でアピールできるデザインテンプレートもダウンロードいただけます。
- ③京都観光モラルサイト上のgoogleMAPに反映し公開。タブロイド誌(2023年3月発行)でも紹介いたします。

【審査方法】

基本フロー：

提出→JTB 事務局→JTB 責任者チェック→不備や検証が必要な場合は京都市へ相談

審査の観点：

- ・進捗管理シートの記入項目に沿って記入、自動審査。
⇒記入済みの「審査チェックリスト」に不備が無いかを判断。単純な記入ミスや漏れなどの場合は、事業者へ直接メール。
- ・責任者によるダブルチェック。基本的には、記載内容については各項目に沿った内容が記載されていれば受理。
- ・1法人でのブランチ等を含めた複数申請が多く、その場合、原則は法人につき申請可能数は1つまでとし、ブランチごとで取組内容が異なる場合は受理。

【審査期間】

原則、申請書の受領日より営業日 10 日以内

差出人 kyoto_sustainable@jtb.com

宛先

CC

BCC

お申込みを承りました

●●企業名・お客様名●● 御中/様

この度は「京都観光モラル推進宣言事業者」にご応募いただき誠にありがとうございます。

申請書を拝受いたしました。
申請内容を確認の上、10日以内にご返信させていただきます。

今しばらくお時間をいただければ幸いです。
よろしくお願いいたします。

【認定後の手続き】

- ・審査結果通知メールの送付
⇒審査結果通知メールは、定型文あり

差出人	kyoto_sustainable@jtb.com
宛先	
CC	
BCC	

審査結果

●●企業名・お客様名●● 御中/様

この度は「京都観光モラル推進宣言事業者」にご応募いただき誠にありがとうございました。

申請書を確認させていただき「京都観光モラル推進宣言事業者」として登録させていただきます。

あわせて、公式ステッカーを郵送させていただきます。こちらのメールが届いてから5日以内にステッカーが届かない場合はお手数をおかけいたしますが、弊社までお申し付けくださいませ。

また、御社のロゴと組み合わせで店頭やSNS等でアピールいただけます。デザインテンプレートは、下記よりダウンロードいただきご活用ください。
<https://www.moral.kyokanko.or.jp/logoandbanner?siteRevision=542>



宣言登録が完了した事業者の皆さまは、公式ホームページにて掲載いたします。合わせて、タブロイド誌等広報物にて広く情報発信、観光客はもちろん、共に働く仲間や地域にお住まいの皆さまからの共感を育みます。今後ともよろしくお願いたします。

***** 優良事例を募集しています *****
 京都観光モラルでは、行動基準の高い優良事業者を他薦で募集しています。社社がおすすのしたい、優良事業者を教えてください。
 是非ご応募をお待ちしております。
<https://www.kyokanko.or.jp/news/20210204/>

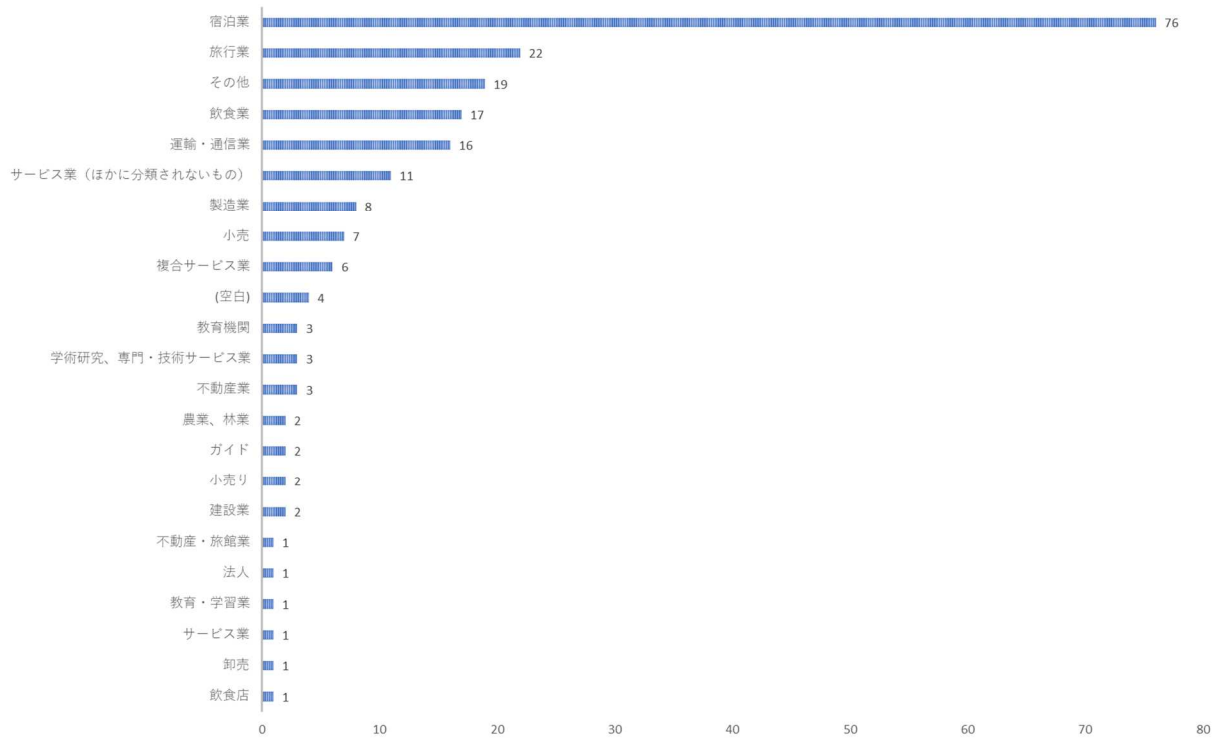
- ・ ロゴデータへのアクセスリンクの送付
- ・ ステッカーの送付（原則、審査結果通知から営業日5日以内に送付）

【宣言事業者概要】

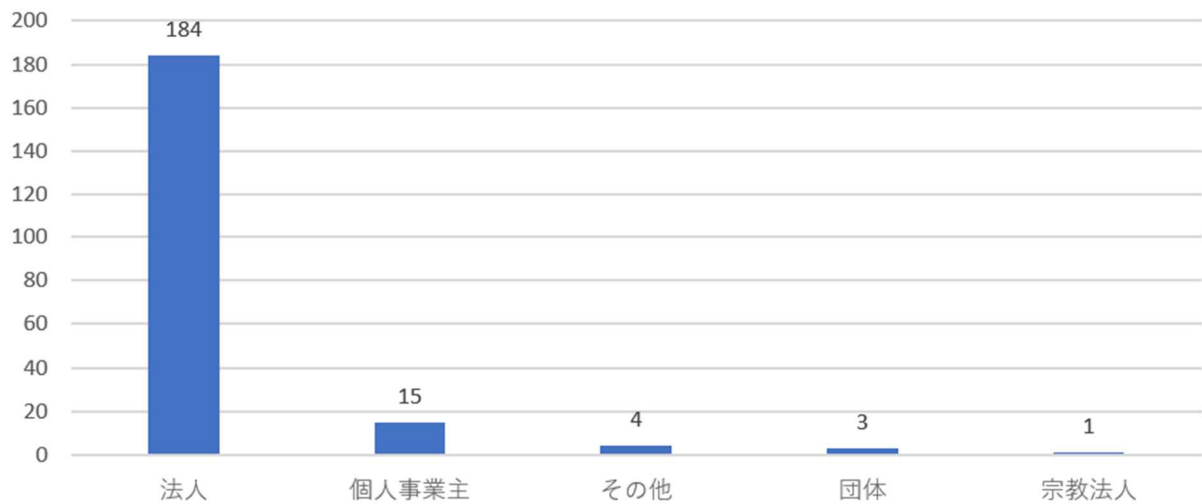
- ・ 合計 **209 事業者**が宣言。
- ・ 業種別では宿泊事業者が最も多い76事業者。次いで旅行業、飲食業、運輸業が上位。
- ・ 事業形態では大半が法人での登録事業者。
- ・ 事業者名、取組内容等の詳細はMAPを下記参照。

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1QpQQzw0YdqDWL4HMbtr73HopIIQtauM&ll=34.96337420000002%2C135.7506178&z=12>

業種



事業形態



②宣言事業者の周知

観光事業者等に対して宣言事業者募集に関する周知を行った。

【京都観光モラルサイトを活用した募集ページの作成】

京都市観光協会が運営するサイト上に募集ページを設置

<https://www.moral.kyokanko.or.jp/%E6%8E%A8%E9%80%B2%E5%AE%A3%E8%A8%80%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85>

The screenshot displays the '京都観光モラル' (Kyoto Moral) website. The main content area is titled '京都観光モラル推進宣言事業者' (Kyoto Moral Promotion Declaration Business) and includes a sub-header 'Company committed to Sustainable Tourism in Kyoto'. Below this, there is a section for 'Stay in KYOTO Make our KYOTO' with a '取り組み' (Initiative) section and an 'ACTION' button. The page is divided into three columns, each with an icon and text describing the process: 1. '説明会やセルフチェックシートを通じて皆さまの取組を支援します。' (We support your efforts through explanation meetings and self-check sheets.) 2. '皆さまの取組をアピールするためのPRツールをご活用いただけます。' (You can use PR tools to promote your efforts.) 3. '皆さまの取組をホームページに掲載、社内外に幅広くPRできます。' (You can publish your efforts on your homepage and promote them widely.) Below these columns is a '宣言する' (Declare) section with a 'DECLARE' button and a 5-step process: STEP 1: 募集要項で登録可能なことを確認 (Check if you are eligible for registration in the recruitment items); STEP 2: 申請書をダウンロードし、記入 (Download the application form and fill it out); STEP 3: 申請書・画像を記載ファイルに送信申請 (Send the application form and images to the designated file); STEP 4: 事務局で申請内容を確認・審査 (Check and review the application content in the secretariat); STEP 5: ステッカーを交付、京都観光モラルサイトに取組内容を公表 (Deliver the sticker and publish the initiative content on the Kyoto Moral website). To the right of the main content, there are three panels: '申請方法' (Application Method) with a '送付先' (Destination) button and email 'kyoto_sustainable@jtb.com'; '様式類' (Forms) with buttons for '募集要項' (Recruitment Items) and '申請書・チェックリスト' (Application Form/Checklist); '申請先' (Application Destination) with contact information for the JTB Kyoto Inbound Center; and '宣言事業者の皆さん' (Dear Declaration Business Owners) with a 'MAP' showing a map of Kyoto with blue markers indicating participating businesses. At the bottom right, there is a 'よくある質問' (FAQ) section with two questions and answers regarding eligibility and the benefits of registration.

【宣言事業者募集のリーフレットの作成と配布】

＜宣伝用リーフレットを作成＞

https://www.moral.kyokanko.or.jp/_files/ugd/7ae6f8_b95ee33d46bb456a88a0310421a7894e.pdf

令和4年度 京都観光モラル推進宣言事業者募集

京都が京都でありつづけるために 行動する事業者を大募集！

Stay in
KYOTO
Make our
KYOTO



京都観光モラル推進宣言事業者
Company committed to Sustainable Tourism in Kyoto

わたしたちは、京都が京都であり続けるために行動します。

観光事業者・従事者等、観光客、市民がお互いに尊重しあい、京都が京都であり続けるための「持続可能な観光」をこれまで以上に進めていくために、京都観光モラルに沿った取組を推進しようとする観光事業者を応援します。

応募期間

令和4年8月26日(金)～
令和5年2月28日(火)



京都観光モラル
KYOTO MORAL
TRAVELERS' PLEDGE

詳しくは、「京都観光モラル」公式ホームページをご覧ください。



京都市 観光モラル

<https://www.moral.kyokanko.or.jp/> 推進宣言事業者



本事業は国土交通省定観光振興の事業である「持続可能な観光に関する取組の見える化事業」として、京都市及び京都市観光協会が推進する京都観光モラルの取組をJTR京都支店が実行し実施します。

未来につなぐ京都観光を ともに作りましょう！

「京都観光モラル推進宣言」は、持続可能な観光を創ろうとする京都市内の企業や団体等において、すでに取り組んでいることや、これから取り組む内容について宣言いただき、ホームページに掲載するなど広く情報発信することで、市内企業等への波及や観光客・市民の皆様との共感を醸成し、事業者の皆さまがサステナブルな取り組みをより進めやすくなるよう全力応援するものです。



説明会やセルフチェックシートを通じて皆さまの取組を支援します。

京都観光モラルでは、自社のサステナブルな取組の現状をセルフチェックできるシートをご用意しています。また業界団体等とも連携し説明会も開催。皆さまの未来へ向けたチャレンジを応援します。



皆さまの取組をアピールするためのPRツールをご活用いただけます。

宣言登録が完了した事業者の皆さまには、公式ステッカーをご提供いたします。また、自社のロゴと組み合わせて店頭やSNS等でアピールできるデザインテンプレートもダウンロードいただけます。



皆さまの取組をホームページ等に掲載。社内外に幅広くPRできます。

宣言登録が完了した事業者の皆さまは、公式ホームページにて掲載いたします。合わせて、タブロイド誌等広報物にて広く情報発信。観光客はもちろん、共に働く仲間や地域にお住まいの皆さまからの共感を育みます。

募集要項

趣旨	京都観光行動基準(京都観光モラル)に沿った取組を積極的に実践する観光関連事業者等の募集を令和4年8月26日(金)～令和5年2月28日(火)まで行います。ステッカーの掲示や、宣言事業者の取組事例等を特設HP等で発信することで、持続可能な観光に資する取組を進める事業者を見える化し、取り組む事業者の裾野拡大を図ります。これにより、観光客や旅行会社がサステナブルに資する旅行プランを選択・利用しやすい環境整備にも繋がります。
対象	市内観光関連事業者/ 市内において京都観光モラルの推進に資するサービスの提供、取組を推進する事業者、NPO等
登録要件	<ul style="list-style-type: none"> ・市内に事業所、または店舗等があること ・下記1～6の取組を実践していること(今後取り組む予定も可) <ol style="list-style-type: none"> 1. 観光客へのマナー啓発・対策、京都観光モラルの啓発、地域のルールや習わしの周知 2. 従業員への京都観光モラルの理解・実践を促す取組 3. 地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和 4. 質の高いサービス・商品の提供、人材育成 5. 環境・食料の保全 6. 災害や感染症等の危機に強い観光 <p>※登録日から2週間後を目途に選考を確立し、更新する予定。</p>
募集期間	令和4年8月26日(金)～令和5年2月28日(火)
応募方法	<ol style="list-style-type: none"> STEP1 京都観光モラル特設サイト内の申請用ページにアクセス STEP2 申請書をダウンロードし、記入 STEP3 申請書・画像を右記アドレスに送付申請 STEP4 事務局で申請内容を確認・審査 STEP5 ステッカーを交付、京都観光モラルサイト等で取組内容などを公表

京都観光行動基準(京都観光モラル)とは

京都観光モラル
KYOTO MORAL (京都観光モラル)
SUSTAINABLE KYOTO

持続可能な京都観光をともに創りあげていくために大切にしたいこと

観光事業者・従事者、観光客、市民の皆様が、お互いに尊重しあい、思いを一つにし、かけがえない京都を未来へと引き継いでいくため、京都観光に関わる全ての皆様に大切にいただきたいこととして策定された行動基準です。

<https://www.moral.kyokankou.or.jp/>

申請先

受付窓口 (株)JTB 京都仕入販売センター

E-mail kyoto_sustainable@jtb.com

Tel 075-365-3124
(10:00～17:30、土日祝休み)

協力

京都市、公益社団法人 京都観光協会

<配布先>

3000部以上を配布

- ・新しい京都観光に向けた共同宣言団体＝600部
- ・京都国際観光活性化協議会(5K会)＝1000部
- ・京都商工会議所 観光・運輸部会＝1000部
- ・その他、観光関連イベントでの設置＝200部(20部×10イベント)
- ・コーディネーター派遣時に活用＝200部

【あらゆる手段を活用した観光事業者等に対して宣言事業者の募集に関する周知】

<個別事業者へのアプローチ(コーディネーター派遣以外)>

- ・JTB 京都支店営業担当者によるアプローチ

- ➡京都支店の法人営業担当者約 30 名。一人 1 件以上のノルマを持って関係性がある事業者へアプローチ。
- ➡メールでの共有にて周知&直接電話 or 対面での登録への働きかけ。登録期間締切 1 か月前に再度、登録への働きかけ。
 - ・京都市観光協会／京都市観光 MICE 推進室によるアプローチ
- ➡京都市観光協会メールマガジンによる案内
- ➡宿泊施設をはじめとする観光関連事業者への訪問
- ➡京都市広報発表

<社会的事業の支援を行う京都市内の産業支援機関や支援事業者との連携による働きかけ>

- ・社会的企業の支援を行う京都市ソーシャルイノベーション研究所 (SILK)、京都市地域企業応援プロジェクトと連携し、宣言事業者募集の広報協力（リーフレットの配布、公益財団法人京都高度技術研究所 (ASTEM) でのリーフレット設置）のほか、宣言事業者候補の推薦をいただいた。
- ・SILK が関係する下記イベントでの本事業関係者の登壇及び「京都観光モラル」の周知を行うとともに、宣言事業者の応募の促進を行なった。

SILK 「SILK の大研究会」 2022 年 9 月 12 日 @GOCONG

*掲載記事 <https://social-innovation.kyoto.jp/spread/5300>

地域企業応援プロジェクト「地域企業勉強会」2022 年 11 月 22 日 @ワコールスタディホール

*掲載記事 <https://community-based-companies.kyoto/event/benkyoukai01/r4-1>

<https://community-based-companies.kyoto/kecf2022> (2022 年 11 月 29 日)

<業界関連団体との連携による働きかけ>

- ・京都商工会議所 観光・運輸部会における今後の取組の重要施策として京都観光モラルを取り上げてもらうよう京都市とも連携し、働きかけを行った。結果、社会的背景として SDGs への取組が観光業界としても求められている中での具体的施策として、「京都観光モラルの普及・啓発」を 3 つの柱の一つに掲げ、加入団体に向けたメーリングリスト等での発信が実施された。また、京都観光モラルへ取り組む第 1 歩として、京都商工会議所 観光・運輸部会の常議員会 21 事業者に宣言事業者となるよう働きかけを、同じく常議員会である JTB 京都支店の支店長より行った。
- ・JTB 協定旅館ホテル連盟京都支部を対象に京都観光モラルワークショップを実施（詳細は後述）。ワークショップ事前アンケートで申請書と同内容を回答してもらい、勉強会后に本申請までのサポートをしっかりと行うことで宣言率を高めた。

<サステナブルツーリズムについてのカジュアルな会合を開催（他薦による事業者発掘）>

- ・第1回を2022年9月15日、第2回を2022年11月29日に「Stay in Kyoto, Make our Kyoto Meets up」（京都観光モラルについて考える会）をSights KYOTOにて開催。
- ・当該 Meets up で参加者にヒアリングを行い、優良事業者候補の推薦及び優良だと感じたポイントを提案いただいた。
- ・他薦の取組が結果的に、既存観光事業者以外の事業者に対しても宣言事業者への登録を呼びかけるきっかけとなった。

<個別事業者へのコーディネーター派遣>

下記、2事業者からコーディネーターを派遣（詳細は後述）。

- ・一社ツーリストシップ
- ・一社リリース

<メーリングリスト等>

- ・京都観光 MICE Newsletter（2022年11月15日以降は、毎号に募集広告を掲載）

「京の冬の旅」2023年1月より開催します／事業者・従事者調査にご協力ください【京都観光MICE Newsletter Vol.263】



<メディアでの掲載>

- ・2022年10月5日 京都新聞朝刊

（2） 掲示物の作成・配布

【実施内容】

- ・宣言事業者であることを示すための掲示物（ステッカー等）を150部以上作成し、209の宣言事業者に対して配付し、店舗や施設での掲示を推奨。

【キャッチコピーの作成】

- ・ニュージーランド「Tiaki Promise」、ハワイ「マラマハワイ」、パラオの取組、観光の終わりを宣言したデンマークの取組等も参考にした。

京都市と京都観光モラル推進キャンペーン・呼びかけの方向性の確認を行った。観光・文化京都宣言「将来世代への投資」から継承したアプローチや、事業者も観光客も市民が共に「旅・観光」を通じて導いていく価値観や言葉を、コピー例を基にディスカッションしながら制作を進めた。

- ・京都が京都らしくあるために旅行者に伝えたいことをインバウンド客にも伝わる内容でキャッチコピーを作成。『「Stay in KYOTO Make our KYOTO」。京都に住む／滞在（Stay）することは、（未来の）京都を形作る』というメッセージ。旅行者も、事業者も観光を通じて「京都」の未来に責任（レスポンス）を持つことを伝える内容とした。

【ステッカーのデザイン】

- ・京都観光モラルのメインカラー3色を取り入れたデザインを作成(デザイン:一社リリース)。

**Stay in
KYOTO
Make our
KYOTO**

京都観光モラル推進宣言事業者
Company committed to Sustainable Tourism in Kyoto

わたしたちは、京都が京都であり続けるために行動します。

【実際の掲示の様子】

西日本 JR バス 京都支店 京都営業所（左画像）、タクシー会社（右画像）での掲示の様子



【ロゴ・バナーデータとしても配布】

- ・宣言事業者のみに対してデータで配布

「京都観光モラル推進宣言」

ダウンロード集

Company committed to Sustainable Tourism LOGO & Banner DATA

「京都観光モラル推進宣言」のロゴ・バナーデータです。ダウンロードして、ご使用ください。
事業者の皆さまの会社ロゴマークと組み合わせて、SNS や印刷物 等にも記載しご活用ください。

	<h4>「京都観光モラル推進宣言」公式ロゴ</h4>
	<p>ダウンロードする (PDF) ダウンロードする (EPS) ダウンロードする (PNG)</p>
	<h4>「京都観光モラル推進宣言」公式バナー ロゴ単体</h4>
	<p>公式バナー_ロゴ単体</p>
	<p>ダウンロードする (PNG)</p>
	<h4>「京都観光モラル推進宣言」公式バナー 事業者スペースあり(横組)</h4>
	<p>公式バナー_スペースあり_横</p>
	<p>ダウンロードする (PNG)</p>
	<h4>「京都観光モラル推進宣言」公式バナー 事業者スペースあり(縦組)</h4>
	<p>公式バナー_スペースあり_縦</p>
	<p>ダウンロードする (PNG)</p>

【ロゴ・バナーデータ、活用の様子】

- ・各社 HP での登録済み発表

⇒株式会社京都産業振興センター

<https://www.miyakomesse.jp/news/202212071854.html>

⇒株式会社きゅうべえ

<https://qbei.co.jp/corporate-news/post-182.html>

⇒京都癒しの旅

<https://ameblo.jp/kyoto-iyashinotabi/entry-12785441750.html>

⇒アオイ自動車株式会社

<http://aoi-group.com/news/2860/>

京都観光モラル推進宣言事業者に登録されました

新着情報 2023.02.21



Stay in
KYOTO
Make our
KYOTO

京都観光モラル推進宣言事業者
Company committed to Sustainable Tourism in Kyoto

わたしたちは、京都が京都であり続けるために行動します。

アオイグループは京都市及び公益社団法人京都市観光協会による「京都観光モラル推進宣言事業者」に登録されました。

- ・アパートメントホテル ミマル（株式会社コスモスホテルマネジメント）のサステナビリティへの取組として「京都観光モラル」をロゴと共に発信

https://mimaruhotels.com/jp/news/sustainability_1/



(3) 宣言事業者の情報発信

観光客や観光事業者に対し、宣言事業者についての情報発信を行うため、Google Map を活用した宣言事業者の見える化を行った。

【Google Map を活用した宣言事業者の見える化】

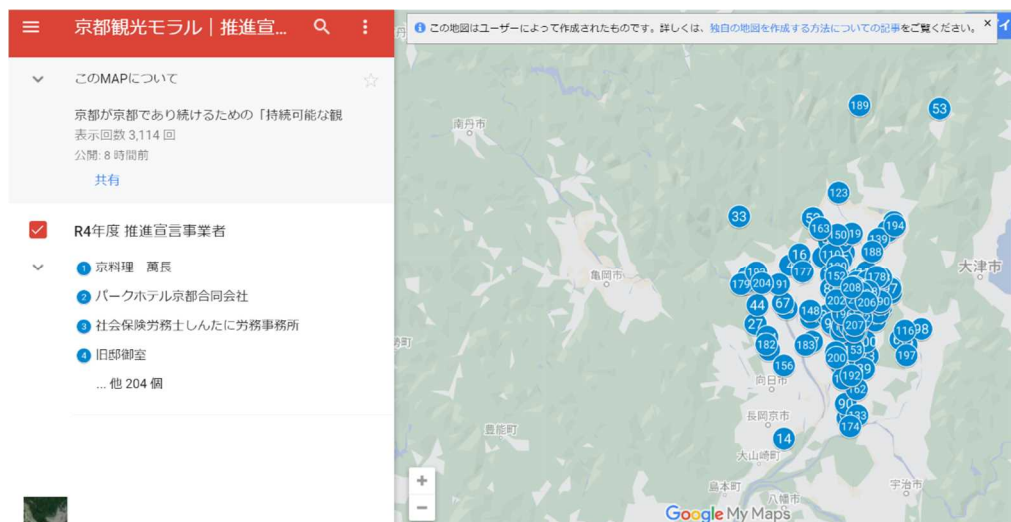
・ Google Map 上に宣言事業者を登録し、京都観光モラル推進宣言事業者 MAP を作成。
⇒下記の項目に対する各事業者の取組内容と画像を掲載。

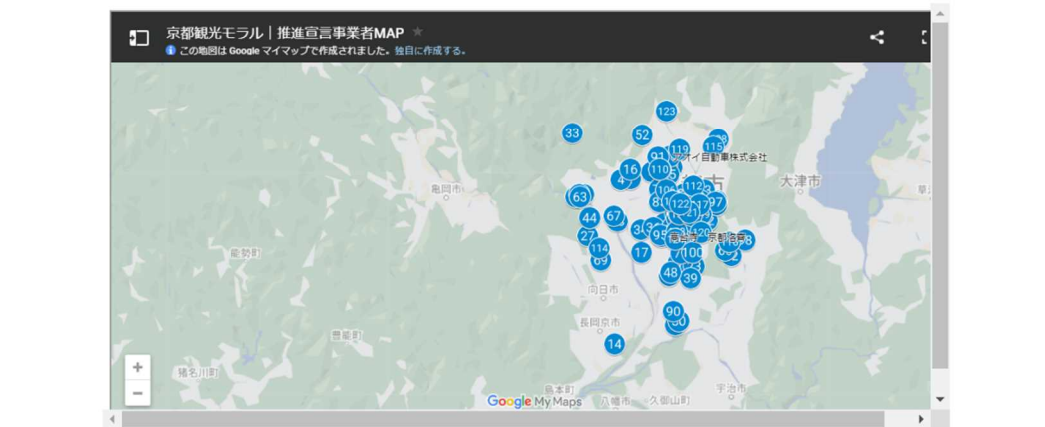
- ① 観光客へのマナー啓発・対策、京都観光モラルの啓発、地域のルールや習わしの周知
- ② 従業員への京都観光モラルの理解・実践を促す取組
- ③ 地域文化・コミュニティへの貢献、市民生活と観光の調和
- ④ 質の高いサービス・商品の提供・人材育成
- ⑤ 環境・景観の保全
- ⑥ 災害や感染症等の危機に強い観光

・ 京都観光モラル特設サイト内で発信

<https://www.moral.kyokanko.or.jp/%E6%8E%A8%E9%80%B2%E5%AE%A3%E8%A8%80%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85?siteRevision=542>

・ 表示回数 3,116 回 (2023 年 3 月 22 日現在)





(4) 優良事業者の選定・情報発信

【優良事業者リストアップのプロセスで取り組んだこと】

宣言事業者に対してヒアリング等を実施し、行動基準の高い優良事業者を選定した。具体的には、以下のステップで実施した。

- ①京都観光モラル宣言事業者に選定基準となる6つの項目すべてに取組内容を書面上で提出いただき、取組内容を精査。
- ②京都観光モラルを体現する若手観光事業者に声かけをし、「京都観光モラルを推進する会」を組成。
 - ➡メンバー：藤本 直樹（株式会社 JTB） / 西澤 徹生（SIGHTS KYOTO） / 市川 智也（株式会社京都春秋） / 福田 千恵子（一般社団法人ツーリストシップ） / 本山 喜之（株式会社 ビオスタイル） / 今津 新之助（SOCIAL WORKERS LAB） / 堀江 卓矢（京都市観光協会） / 前田 展広（京都市ソーシャルイノベーション研究所）
- ③優良事業者の推薦とともに、優良だと感じたポイントを提案いただいた。
 - ➡第1回 2022年9月15日、第2回 2022年11月29日にそれぞれヒアリングのために招待者限定の「Stay in Kyoto, Make our Kyoto Meets up」（京都観光モラルについて考える会）を Sights KYOTO にて開催。
 - ➡参加者は、京都観光モラルを推進する会のメンバーおよびメンバーによる招待者、京都市職員
 - ➡Meets up で参加者にヒアリングを行い、事業者の推薦および優良だと感じたポイントを提案いただいた。優良事業者候補を提示に加えて、選定の基準についても意見交換を行った。

Invitation | 招待状

＼タブロイド誌発行に向けた／
京都の“持続可能な観光を願う人たちの集い”のお誘い

新涼の候 貴社ますますご繁栄のこととお喜び申し上げます。
 コロナ禍に対峙しながらも、京都では市民生活と観光の調和の下、観光の力によって地域や社会の課題を解決し、市民の暮らしや地域の豊かさにつなげていく、さらには危機や環境問題に対応しながら、SDGsの達成に貢献していくことを目指し、様々な民間の試みや、行政の事業が広がっています。この度、私たちが今年度末には、京都市及び公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）が策定した「[京都観光モラル](#)」の取組から、[京都の観光を創造的に牽引する、“新しい観光関連事業者”をまとめたタブロイド紙](#)を発行させていただきますことになりました。（参考、[京都市ソーシャルプロダクトMAP](#)）

つきましては、京都の持続可能な観光を願う人たちが呑み語らう、ゆるやかな集まりを招待制で企画をさせていただきました。あなたが**未来の光しだ**と感じる面白い事業者を教えてくださいながら、**様々な対話と繋がりが生まれる場**にできればと思います。是非ご参加くださいませ。まずは書中にてご案内申し上げます。

イベント名 **「Stay in KYOTO Make our KYOTO meets up !」**
 日時：2022年9月15日（木）18:00～20:00
 場所：[SIGHTS KYOTO](#)（京都府東山区宮川筋2丁目255）

呼びかけ人 | 編集部

藤本直樹（JTB 京都支店）
 西澤 徹生（SIGHTS KYOTO）
 福田千恵子（一般社団法人 CHIE-NO-WA）
 前田展広（公）京都高度技術研究所（SILK）

※京都府の観光のサステナビリティ向上に関心の高いご友人の事業者にも数名であれば、お声がけいたただいて大丈夫です。
 ※当日は国や京都府、京都市の取組等に基づき、会場での新型コロナウイルス感染予防対策を実施し開催します。
 ※当日はマスクの着用をお願いします。体調の優れない方や、身近に感染された方がいるなど、感染している可能性がある場合はご来場をお控えください。



Invitation | 招待状

＼タブロイド誌発行に向けた／
京都の“持続可能な観光を願う人たちの集い”のお誘い

新涼の候 貴社ますますご繁栄のこととお喜び申し上げます。
 コロナ禍に対峙しながらも、京都では市民生活と観光の調和の下、観光の力によって地域や社会の課題を解決し、市民の暮らしや地域の豊かさにつなげていく、さらには危機や環境問題に対応しながら、SDGsの達成に貢献していくことを目指し、様々な民間の試みや、行政の事業が広がっています。この度、私たちが今年度末には、京都市及び公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）が策定した「[京都観光モラル](#)」の取組から、[京都の観光を創造的に牽引する、“新しい観光関連事業者”をまとめたタブロイド紙](#)を発行させていただきますことになりました。（参考、[京都市ソーシャルプロダクトMAP](#)）

つきましては、京都の持続可能な観光を願う人たちが呑み語らう、ゆるやかな集まりを招待制で企画をさせていただきました。あなたが**未来の光しだ**と感じる面白い事業者を教えてくださいながら、**様々な対話と繋がりが生まれる場**にできればと思います。是非ご参加くださいませ。まずは書中にてご案内申し上げます。

イベント名 **「Stay in KYOTO Make our KYOTO meets up !」**
 日時：2022年11月29日（火）18:30～20:30
 場所：[SIGHTS KYOTO](#)（京都府東山区宮川筋2丁目255）

呼びかけ人 | 編集部

藤本直樹（JTB 京都支店）
 西澤 徹生（SIGHTS KYOTO）
 福田千恵子（一般社団法人 CHIE-NO-WA）
 前田展広（公）京都高度技術研究所（SILK）

※京都府の観光のサステナビリティ向上に関心の高いご友人の事業者にも数名であれば、お声がけいたただいて大丈夫です。
 ※当日は国や京都府、京都市の取組等に基づき、会場での新型コロナウイルス感染予防対策を実施し開催します。
 ※当日はマスクの着用をお願いします。体調の優れない方や、身近に感染された方がいるなど、感染している可能性がある場合はご来場をお控えください。



④ 「優良事業者候補リスト」の作成と検討

- ・上記プロセスを踏まえて、優良事業者候補リスト（選定理由付き）を70件リストアップ。
- ・リストを基に京都観光モラルを推進する会で協議のうえ優良事業者を選定

【選定先及び選定理由】

- ・京都観光モラルを推進する会のメンバーの意見を基に、京都観光モラルへの取り組み方として参考になるかどうかを重視し、京都観光モラルに対して“創造的に”取り組んでいる事業者を選定。優良事業者候補70件から優良事業者を19件選定（優良事業者の認定は追加的に随時行っている）。
- ・京都観光モラル「事業者の皆様と大切にしていきたい」4つの柱（市民生活と観光の調和、質の高いサービス、環境・景観の保全、災害対応等）のいずれかに顕著な取組内容があることを重視した。
- ・各事業者にハッシュタグ（#）で4つの観点をそれぞれに割り振りをしたうえで、最終的には全体バランスも勘案して優良事業者を決定した。

事業者の皆様と大切にしていきたいこと

市民生活と観光の調和



地域の魅力や、市民生活の豊かさが高まるよう、地域との調和に配慮し、地域文化・コミュニティ・経済の発展に貢献するとともに、観光客に対しても、地域のルールや習慣を伝えていきましょう。

具体例を見る >

質の高いサービス



観光客が感動し、京都を再び訪れたいと思っただけのよう、京都の歴史や文化、伝統を学ぶとともに、観光客それぞれの文化や生活習慣をよく理解し、敬い、おもてなしの心でサービス・商品の質を高めていきましょう。

具体例を見る >

環境・景観の保全



京都の美しい自然やまちなみと地球環境の保全につながるよう、地域の自然環境や景観に配慮するとともに、環境にやさしい事業活動を行いましょう。

具体例を見る >

災害対応等



誰もが安心・安全で過ごせるとともに、事業を継続し、従業員の雇用を維持できるよう、災害や感染症、事故等に注意し、十分に備え適切に行動しましょう。

具体例を見る >

【タブロイド紙による発信】

・表裏の1枚で京都観光モラル推進事業者による、観光の新しい価値を創る取組を紹介。

Sustainable Tourism KYOTO

消費する観光から、文化の発展につながる観光へ

このがらみをする観光は、このがらみ多くなるが、同じ思いを持っている、生活する人と暮らす人の間に、共に生きていく事が、その証となって来た。私たちが求めて来たのは、私たちが求めて来た「旅」のありかたのあらわれ。

1000年を超える歴史の地の中で、このがらみで人々の歴史が語り、文化が育まれ、学びあふ。そして今、このがらみ「旅」を通じて、観光の新しい価値を創りだす人があふれている。旅で暮らす人、働く人、そして観光に関わる全ての人に向けて、旅が笑顔で受け継がれるように、一緒に取り組んでいきましょう。

京都観光モラル推進事業者による、観光の新しい価値を創る取組をご紹介します。

<p>人にも、自然にも、いいおもてなしができるおもてなし。</p> <p>GOOD WATERS STATION 水質・水質検査・水質改善</p>	<p>100年続く社会に、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>小石川町歴史館 小石川町歴史館の歴史</p>	<p>自然環境を損ねず、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>八ヶ岳 八ヶ岳自然環境保全</p>	<p>一人ひとりの暮らしを大切に、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>新幹線 新幹線沿線のまちづくり</p>	<p>観光客と地元住民、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>SKYTS KYOTO 観光客と地元住民の交流</p>
<p>観光で楽しむおもてなし、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>京都府観光局 観光で楽しむおもてなし</p>	<p>観光で楽しむおもてなし、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>京都府観光局 観光で楽しむおもてなし</p>	<p>観光で楽しむおもてなし、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>京都府観光局 観光で楽しむおもてなし</p>	<p>観光で楽しむおもてなし、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>京都府観光局 観光で楽しむおもてなし</p>	<p>観光で楽しむおもてなし、観光で楽しむおもてなし。</p> <p>京都府観光局 観光で楽しむおもてなし</p>

京都・世界の潮流

<p>世界人口の増加</p> <p>世界人口は2050年に約100億人増加する見込み。</p>	<p>観光客の増加</p> <p>観光客数は2023年に約1億人増加する見込み。</p>	<p>観光客の消費額</p> <p>観光客の消費額は2023年に約1兆円増加する見込み。</p>
--	---	---

京都観光モラル

観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす。

観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす。

観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす、観光客の消費額を増やす。

下記よりダウンロード可能：

https://www.moral.kyokanko.or.jp/_files/ugd/ef9018_b839559f97d0433497f4a55734c9e566.pdf

- ・取組内容の紹介（一例）

京都観光モラル推進宣言事業者による、観光の新しい価値を創る取組をご紹介します。

<p>人にも、自然にも、いいものを 楽しみながら取り入れる</p> <p>タイトル</p>  <p>選定理由</p> <p>サステナブルをテーマに、ホテル・物販・サービスを提供する複合型商業施設。食品廃棄物の堆肥化や使い捨てのアメニティの見直し、トレーサビリティを確保した商品開発など、全館で取り組みを実践している。</p>	<p>100年先の社会に 貢献する視点を持つ</p>  <p>有機 JAS 認証や国際フェアトレード認証を取得したエシカルコーヒーのみを扱う喫茶店。「100年先も続く店」をコンセプトに環境への配慮と本物の味わいを両立させ、コーヒーを通じて持続可能な社会の実現に挑戦する。</p>	<p>日常業務を通して 地域の景観や安全を守る</p>  <p>観光人力車を引く俵夫（しゃふ）が、地域の清掃活動や防災活動、京都府警の取組「こども110番の人力車」の対応などを行う。地域社会への貢献を理念に掲げ、日常業務を通して地域の景観や安全を守っている。</p>
<p>GOOD NATURE STATION</p> <p># 環境・景観の保全</p> 	<p>事業者 HP へのリンク</p> <p>喫茶店 観光の調和</p> 	<p>えびす屋</p> <p># 市民生活と観光の調和</p> 
<p># 4 つの観点のうち最も顕著な点</p>		

【京都観光モラルサイトへの掲載】

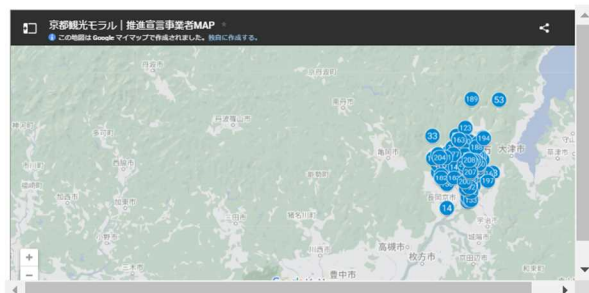
- ・宣言事業者募集ページの下部にタブロイド紙面のデータを埋め込み

<https://www.moral.kyokanko.or.jp/%E6%8E%A8%E9%80%B2%E5%AE%A3%E8%A8%80%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85>

宣言事業者の皆さん

MAP

持続可能な観光に資する取組を進める事業者を「見える化」します。



Sustainable Tourism 京都モラル

宣言事業者紹介

TABLOID

京都観光モラル推進宣言事業者による、観光の新しい価値を創る取組をご紹介します。

[タブロイドをダウンロードする >](#)

【主な配布先】

3,000部以上を印刷。主な配布先としては以下。

- ・タブロイド紙に掲載された事業者 19 事業者（50部ずつ、計 950部）

- ・旅行関連会合等の配布（JTB 旅ホ連（400 部）、京都支店（450 部）、京都支店仕入れ事業部（200 部）、計 1,050 部）
- ・京都府観光連盟（200 部）
- ・京都市観光協会（京なび等）（300 部）
- ・一般社団法人リリース（500 部）

2. 2 モデルツアーの造成・実証

優良事業者のコンテンツを組み合わせさせたモデルツアーを3本造成し、ターゲット層に近い目線を持つ参加者を招請して実証を行い、30名からツアー参加前後の行動や意識の変容を調査・検証した。

あわせて、モデルツアーに関連する事業者からも意見を聴取・分析し、行動や意識の変容を調査・検証した。

また、課題点についても整理し今後に向けた磨き上げを行った。

(1) モデルツアーの造成

① ツアー概要

国土交通省近畿運輸局「持続可能な観光化を促す取組の見える化の推進事業」
京都観光モラル
京都が京都であり続けるために
皆様と大切にしていきたいこと

Stay in Kyoto
Make our Kyoto
京都観光モラル推進宣言事業者
Company committed to Sustainable Tourism in Kyoto
P.S. さらには、京都が京都であり続けるために行動します。



【2/4-5 (土・日)】Meets;宮川町-出会いから日常に何かを持ち帰る旅 (1泊2日)
提供事業者: 株式会社JTB 京都支店

京都には、持続可能な町の営みを紡ぐ個性豊かな人がたくさんおられます。Meetsは日常から少し離れて、京都の町の未来を願うそんな人たちの価値観に触れて、日常に何かを持ち帰っていただく新しい旅のプログラムです。

最低価格
¥10,000



満席御礼につきキャンセル待ちのみ受付中【2/11-12 (土・日)】京都 | GOOD NATUREなモノの源流を辿る~ (1泊2日)
提供事業者: 株式会社JTB 京都支店

1泊2日のモノの源流を辿る旅を通じて、昔から京都に根付く、自然を敬い、自然を生活に取り入れる知恵を生かし、心地よくて楽しい健康的なライフスタイルを体験してみませんか?

最低価格
無料



【2/18-19 (土・日)】京都 西陣・船岡山 SOCIAL CARAVAN~ 京都でローカルを考える~ (1泊2日)
提供事業者: 株式会社JTB 京都支店

京都の船岡山地域を中心に、お寺や宿、飲食店など京都を舞台に営む人々からローカルへの視点や態度を知り、私たちが地域で生きていくうえで必要な、「まちを消費するのではない、地域への配慮のある仕事や営み」について探求を深めていきます。

最低価格
¥7,000

ツアー募集ページ (JTB Bókun を利用) :

<https://widgets.bokun.io/online-sales/0430c112-83d7-47bc-a6d5-a183c03fc76a/product-list/63456?page=1>

【Meets;宮川町】

【2/4-5（土・日）】Meets;宮川町-出会いから日常に何かを持ち帰る旅（1泊2日）

●コンテンツの特色、PRポイント

京都には、持続可能な町の営みを紡ぐ個性豊かな人がたくさんおられる。京都の町の持続可能な未来を願う人たちの「対話」を通じて価値観に触れ、日常に何かを持ち帰っていただく新しい旅のプログラム。

●サステナブルな観光コンテンツとしてのポイント

京都の町の持続可能な未来を願う人達の価値観に触れることを重視。本ツアーでは、祇園四条から下った鴨川左岸、いかにも伝統の花街らしいはんなりとした風情の街並みが広がる宮川町を舞台に実施。

1日目は伝統文化の裏側を知るための対話を実施。人力車「えびす屋」では清掃作業の取り組みのお話のほか、京都の持続可能な観光をテーマにした四条界隈のルートを案内。また、宿泊施設でも京都観光モラルに主体的に取り組む一棟貸しを手配。宿泊先では簡易なチェックインオペレーションではなく、丁寧に町の過ごし方についての説明があり、喫煙や舞妓さんへのマナーなど京都観光モラルを啓蒙する取組も紹介。

2日目は寝具メーカーとタオルメーカーを訪れ、事業で取り組むサステナビリティの取り組みを紹介した。全体を通して、安さのみで商品やサービスを選択するのではなく、良いものを選択する価値観への気づきを促すツアーとして設計した。

●随行者

現地コーディネーター：株式会社ニシザワステイ 西澤徹生

現地フォロー：一般社団法人リリース 前田



【GOOD NATURE】

【2/11-12（土・日）】京都 | GOOD NATUREなモノの源流を辿る～（1泊2日）

●コンテンツの特色、PRポイント

昔から京都に根付く、「自然を敬い、自然を生活に取り入れる知恵」を生かし、心地よくて楽しい健康的なライフスタイルの促進を目指すGood Nature Station。Good Nature Stationで扱われている商品というストーリーの中で現場に赴き、その裏側を体験できるプログラム。

●サステナブルな観光コンテンツとしてのポイント

サステナブルなライフスタイルの博物館としてのGood Nature StationでSDGsの観点から施設を学ぶツアーを実施。その後実際に買い物体験で消費行動と学びを繋げる。心と体の心地よさを追求しつつ、地球環境にも配慮したホテルに宿泊することで普段の「暮らし方」への意識も高めることを意図。

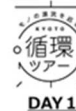
2日目に訪れるTOKINOHA Ceramic Studioでは「カケラプロジェクト」という、割れてしまった商品を箸置きやブローチに生まれ変わらせるワークショップを体験。

うつみ農園では規格外野菜を生かしピーガンやアレルギーにも配慮したランチや都市近郊農家でのいちご狩り体験を通して農業との距離を近づけフードロス問題にも踏み込んで対話をすることでより深く参加者が考える機会を提供。

●随行者

現地コーディネーター：株式会社ビオスタイル 本山喜之

現地フォロー：株式会社JT京都支店 藤本



【SOCIAL CARAVAN】

【2/18-19 (土・日)】京都 西陣・船岡山 SOCIAL CARAVAN
～京都でローカルを考える～ (1泊2日)

●コンテンツの特色、PRポイント

京都の船岡山地域を中心に、お寺や宿、飲食店など京都を舞台に営む人々からローカルへの視点や態度を知り、私たちが地域で生きていくうえで必要な、「まちを消費するのではない、地域への配慮のある仕事や営み」について探求を深めるプログラム。

大学生～20代の若者世代に実践機会を提供しながら「地域で暮らし、働く」を一緒に考える SOCIAL WORKERS LAB をコーディネーターとして招いて若者向けツアーとして実施。

●サステイナブルな観光コンテンツとしてのポイント

京都の観光資源は歴史によって蓄積された目に見えない価値観や美意識、宗教的情操によって成り立っていることを若者世代に感じ取ってもらうために「お寺」の裏側を体験。

西陣織の西陣エリアでは職と住が一体化していた。その場所で地域で暮らし、働くを考えるトークイベントを、旅行者と西陣を繋げる取組を積極的に行っている宿泊施設、KéFU stay & loungeにて実施。

●随行者

現地コーディネーター：SOCIAL WORKERS LAB (株式会社 bokumin) 今津 新之助

現地フォロー：一般社団法人リリース 前田



②実施エリア

<事業実施エリア>



(2) 旅行者の意識変化の調査設計

【質問項目の設計】

- ・ 京都観光モラル「観光客向け行動基準（下図参照）」を踏まえて質問項目を作成。
- ・ 検証方法として、下記の2つの観点からアンケートを実施した。
 - 1) 京都観光モラルに関する項目について、旅行中における「これまでの実践度（参加前）」とツアー参加を踏まえた「今後の実践意向（参加後）」を問う質問をそれぞれツアー参加前後に回収。
 - 2) 京都観光モラルに関する項目を満たしている旅行商品等を通常よりも費用が高くなった場合に購入する意向について、それぞれツアー参加前後に問う。

観光客の皆様と大切にしていきたいこと

地域を思いやる	環境・美しい街を守る	人とふれあう	“もしも”に備える
			
市民の暮らしを敬い、京都の歴史や文化、伝統の継承・発展に貢献できるよう、地域のルールや習慣を尊重して行動しましょう。	京都の美しい自然やまちなみと地球環境の保全につながるよう、地域の自然環境や景観に配慮するとともに、環境にやさしい観光を行いましょう。	京都への来訪が、異なる地域を知り、文化を認め合い、かけがえない体験となるよう、京都の人々や地域と積極的にふれあうとともに、京都の魅力を伝えていきましょう。	誰もが安心・安全で過ごせるよう、災害や感染症、事故等に注意し、適切に行動しましょう。
具体例を見る >	具体例を見る >	具体例を見る >	具体例を見る >

【質問項目の内容】

<参加前アンケート>

1. 地域貢献や環境に良い取組などを実践している宿泊施設があれば、積極的に選びたいと思いますか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

2. これまで、地域貢献や環境に良い取組などを実践している宿泊施設があれば、積極的に選んできましたか。*

- どれだけ値段が高くても、選んできた
- 多少値段が高くても、選んできた
- 値段が同じくらいなら、選んできた
- 気にしたことがない

3. 地域貢献や環境に良い取組をしている宿泊施設であることを、旅行会社が認証するような制度があれば、予約の際に活用したいと思いませんか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

7. 旅行会社はもっと地域や環境に貢献できるような旅行プラン等を提供するべきだと思いますか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

8. 普段の生活に比べ、旅行中はサステイナブルに貢献できる行動に取り組めていない・取り組みにくいと感じますか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

9. 旅行中に、どのようにサステイナブルに貢献すればいいかわからないと感じますか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

4. 旅行の予約サイト等で、地域貢献や環境に良い取組をしている宿泊施設が一覧で把握できるような検索方法等があれば、利用してみたいと思いませんか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

5. 普段、サステイナブルに貢献できる行動を実際に取り組んでいますか。*

- よく取り組んでいる
- 取り組んでいる
- どちらでもない
- あまり取り組んでいない
- 取り組んでいない

6. 旅行中も取り組める、地域や環境へ貢献できる行動の例を（旅行前に）教えてほしいと思いませんか。*

- とてもそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

10. 旅行中は「リラックスしたい」、「楽しみたい」という気持ちになるのでサステイナビリティのことを考えたくない。*

- とくちでっと思っ
- そう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- そう思わない

京都観光モラルに関連して、これまでの旅行においての実践度合いについて教えてください

京都観光モラルでは、観光客の皆様と大切にしていきたいこととして

- ①地域を思いやる
 - ②環境・美しい街を守る
 - ③人とふれあう
 - ④“もしも”に備える
- を掲げています。

11. 旅行中において、すでに実践している項目を選択ください（複数選択可）*

- 混雑する施設や場所への訪問は避ける、または混まない時間に訪れるようにしている
- 歯ブラシ、ブラシ、化粧品、スリッパ、パジャマはなるべく持参するようにしている
- できるだけ旅行先の地域の産品を購入するようにしている
- 旅行先の地域の文化などを体験したり学んだりするようにしている
- 連泊する場合の宿泊施設でのシーツなどの取り換えや部屋掃除を辞退するようにしている
- できるだけ公共交通機関を利用するようにしている
- 旅行先の安全に関する情報（各種警報の有無、避難場所など）を事前に調べるようにしている
- レンタカーを利用する際はEVやハイブリッドを指定するようにしている
- 被災地など応援したい地域を旅行先として選択するようにしている
- 旅行先の地域住民と自分から積極的に交流したり、地域住民と交流できる体験プログラムに参加するようにしている
- SDGsや環境保全に取り組む宿泊施設や観光施設等を利用する旅行ツアーを選択するようにしている
- 特に実践していない
- その他

14. フェアトレード商品を活用した旅行商品を選びたいと思いますか。
※フェアトレードとは、発展途上国などの立場の弱い人々によってつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取引することにより、生産者の生活を支える貿易のありかたのこと。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

15. 環境に配慮している施設（宿泊施設など）を選びたいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

社会や環境、地域経済へのインパクトを重視したツアーや旅行商品・サービスの価格と購入意向について教えてください。

12. カーボンオフセットや再生可能エネルギーを活用した旅行商品を選びたいと思いますか。*

- 活用していない旅行商品に比べて、価格が30%以上高くても選ぶ
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 少しでも高くなるなら選ばない
- 分からない

13. その土地ならではの食事や体験ができる旅行商品を選びたいと思いますか。*

- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が30%以上高くても選ぶ
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 分からない

16. 食品ロスの削減、再生可能素材の利用に貢献できる旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

17. ペットボトルやプラスチックの利用削減に取り組む旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

18. 地域住民との交流ができる旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

19. 地域の伝統文化や伝統芸能の鑑賞・体験ができる旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

22. 飛行機ではなく鉄道など環境負荷の少ない乗り物を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

20. 紙ではなくデジタル化された行程表などの利用する旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

21. 従業員のワークライフバランスの向上等に取り組む施設を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

ご回答者様について教えてください

23. お名前をご記入くださいませ。*

24. 年齢を教えてください。（半角2ケタでご入力ください）*

25. 職業を教えてください*

- 会社員・団体職員
- 契約社員・アルバイト・フリーター
- 公務員
- 専業主婦（主夫）
- 大学生・大学院生
- 自営業・個人事業主
- 無職
- その他

26. 同行者を教えてください（複数回答）*

- 友人
- 恋人
- 同僚
- 家族
- 同行者なし（一人で参加）
- その他

27. 居住地を教えてください。*

- 京都市内
- 京都府内（京都市外）
- 近畿圏（大阪・滋賀・兵庫・奈良・和歌山・三重）
- 北海道・東北地方
- 関東地方
- 中部地方
- 中国地方
- 四国地方
- 九州・沖縄地方
- その他

28. 京都市に観光で訪問した経験回数を教えてください*

- 今回がはじめて
- 2回目
- 3～6回目
- 7～9回目
- 10回以上

29. 性別を教えてください*

- 男
- 女
- その他

30. 本モニターツアーについて、どのように知りましたか。*

- 京都観光NAVI
- 京都市観光協会のSNS（Twitter、Facebook、DM）
- 会員向けメールマガジン
- その他のSNS
- 知人の紹介
- その他

<参加後アンケート>

京都観光モラルに関連して、今後の実践意向について教えてください

京都観光モラルでは、観光客の皆様と大切にしていきたいこととして

- ①地域を思いやる
 - ②環境・美しい街を守る
 - ③人とふれあう
 - ④"もしも"に備える
- を掲げています。

社会や環境、地域経済へのインパクトを重要視したツアーや旅行商品・サービスの価格と購入意向について教えてください。

1. 旅行中において、今後の実践意向として当てはまる項目を選択ください（複数選択可）*

- 混雑する施設や場所への訪問は避ける、または混まない時間に訪れるようにしていく
- 歯ブラシ、ブラシ、化粧品、スリッパ、パジャマはなるべく持参するようにしていく
- できるだけ旅行先の地域の産品を購入するようにしていく
- 旅行先の地域の文化などを体験したり学んだりするようにしていく
- 宿泊する場合の宿泊施設でのシーツなどの取り換えや部屋掃除を辞退するようにしていく
- できるだけ公共交通機関を利用するようにしていく
- 旅行先の安全に関する情報（各種警報の有無、避難場所など）を事前に調べるようにしていく
- レンタカーを利用する際はEVやハイブリッドを指定するようにしていく
- 被災地など応援したい地域を旅行先として選択するようにしていく
- 旅行先の地域住民と自分から積極的に交流したり、地域住民と交流できる体験プログラムに参加するようにしていく
- SDGsや環境保全に取り組む宿泊施設や観光施設等を利用する旅行ツアーを選択するようにしていく
- 特に実践していない
- その他

4. フェアトレード商品を活用した旅行商品を選びたいと思いますか。
※フェアトレードとは、発展途上国でつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取引することより、生産者の生活を支える貿易のありかたのこと。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

5. 環境に配慮している施設（宿泊施設など）を選びたいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

2. カーボンオフセットや再生可能エネルギーを活用した旅行商品を選びたいと思いますか。*

- 活用していない旅行商品に比べて、価格が30%以上高くても選ぶ
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 活用していない旅行商品に比べて、価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 少しでも高くなるなら選ばない
- 分からない

3. その土地ならではの食事や体験ができる旅行商品を選びたいと思いますか。*

- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が30%以上高くても選ぶ
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 食事の産地などにこだわっていない旅行商品に比べて、価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 分からない

6. 食品ロスの削減、再生可能素材の利用に貢献できる旅行商品を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

7. ペットボトルやプラスチックの利用削減に取り組む旅行商品利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

8. 地域住民との交流ができる旅行商品を利用したいと思いませんか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

9. 地域の伝統文化や伝統芸能の鑑賞・体験ができる旅行商品を利用したいと思いませんか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

10. 紙ではなくデジタル化された行程表などの利用する旅行商品を利用したいと思いませんか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

11. 従業員のワークライフバランスの向上等に取り組む施設を利用したいと思いませんか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

旅行中に京都観光モラルを意識するために、地域や商品サービスの提供者側に希望すること

12. 飛行機ではなく鉄道など環境負荷の少ない乗り物を利用したいと思いますか。*

- 30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない

13. 地域課題解決、環境配慮など旅行中に京都観光モラルを意識するために、地域や商品サービスの提供者側に希望することとして、当てはまる項目を選択ください。（複数回答可）*

- 個人が意識しなくとも、その地域の行動が自動的にSDGs推進になるしくみをつくってほしい
- 宿泊施設の予約サイトを通じて、施設のサステイナビリティについての取り組みが分かるようにしてほしい
- SDGsに関わる消費によりポイントがたまるような仕組みを作ってほしい
- 世界的な認定機関から「持続可能な観光を推進する旅行先」としての認証を取ってほしい
- 利用する交通機関のCO2排出量をわかるようにしてほしい
- 旅行（移動）により発生するSDGsのマイナス面と旅行先での行動や消費が与えるSDGsのプラス面を詳細に説明してほしい
- SDGsに関わる体験プログラムを用意してほしい
- 特になし

14. その他、地域や商品サービスの提供者側に希望することを自由記述にてお答えください。（自由記述）*

回答を入力してください

本ツアーに関する感想

以下は、ツアーの内容についての設問です。
「旅行商品」としての感想をお聞かせください。

15. 本プログラムへの参加動機として、最も近いものを選択してください。*

- サステナブルな旅行スタイルに関心があったため
- ツアーのコンテンツ内容（訪問先や体験、食事内容など）に関心があったため
- 友人、知人に誘われたため
- モニターツアーでお得な参加費だったから
- その他

16. ご参加いただいた本ツアーの満足度はいかがでしたか。*

- 大変満足
- 満足
- どちらでもない
- やや不満
- 不満

17. 前の設問で回答いただいた本ツアーの満足度について、そう思われた理由をお聞かせください。（自由記述）*

21. 前の設問で回答いただいた「西陣・船岡山で、仕事と暮らしを営む」トーク&ダイアログの満足度について、そう思われた理由をお聞かせください。（自由記述）（任意回答）

22. KéFU stay & loungeでの滞在（宿泊・朝食）の満足度はいかがでしたか。*

- 大変満足
- 満足
- どちらでもない
- やや不満
- 不満

23. 前の設問で回答いただいた「TOKINOHA Ceramic Studio」の満足度について、そう思われた理由をお聞かせください。（自由記述）（任意回答）

18. 大徳寺での体験の満足度はいかがでしたか。*

- 大変満足
- 満足
- どちらでもない
- やや不満
- 不満

19. 前の設問で回答いただいた大徳寺での体験の満足度について、そう思われた理由をお聞かせください。（自由記述）（任意回答）

20. 「西陣・船岡山で、仕事と暮らしを営む」トーク&ダイアログの満足度はいかがでしたか。*

- 大変満足
- 満足
- どちらでもない
- やや不満
- 不満

24. 「FUNAGORA」オープンパークの満足度はいかがでしたか。*

- 大変満足
- 満足
- どちらでもない
- やや不満
- 不満

25. 「FUNAGORA」オープンパークの満足度について、そう思われた理由をお聞かせください。（自由記述）（任意回答）

26. 本ツアーの所要時間はいかがでしたか。*

- 長かった
- やや長かった
- ちょうど良かった
- 短かった
- やや短かった

27. 前の設問で回答いただいた本ツアーの所要時間について、そう思われた理由をお聞かせください。(自由記述) (任意回答)

28. 友人や仕事仲間に勧める可能性はどの程度ありますか? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

可能性はまったくな
い

極めて可能性がある

29. 前の設問で回答いただいた「今回の観光体験を友人や同僚に薦める可能性」について、そう思われた理由をお聞かせください。(自由記述) (任意回答)

30. 次回また機会があればこのプログラムに参加したいですか *

- したい
- 前向きに考えたい
- どちらでもない
- あまりしたくない
- したくない

ご回答者様について教えてください

33. お名前をご記入くださいませ。 *

31. 前の設問で回答いただいた、プログラムへの参加について、そう思われた理由をお聞かせください。(自由記述) (任意回答)

32. 本ツアーをより良い体験とするために、追加でどのようなサービスがあれば良いか、ご意見・ご感想をお聞かせください。(自由記述) *

(3) ツアーの実証

① 【2023年2月4日（土）—5日（日）】 Meets:宮川町-出会いから日常に何かを持ち帰る旅（1泊2日）

【参加者概要】

●基本情報

- ・人数構成：4人家族×2組（合計8名）
- ・年齢：30代4名、10代以下の小学生4名
- ・性別：女性4名、男性4名
- ・居住地：京都市1組、近畿圏（大阪・滋賀・兵庫・奈良・和歌山・三重）1組
- ・選定理由：事業ターゲット層である「新しい価値観を持つ世代との共創を図るため、小学生の子供を含むファミリー層」に合致する夫婦と小学生～大学生のお子様のご家族（4名1組）のみ予約が可能な設定で一般募集。JTB BOKUNを通じて申し込み。

【訪問先概要】

●交流文化：

・SIGHTS KYOTO

地元住民と観光客、京都の事業者を繋ぐことで京都を持続可能な観光地にしていくための拠点

●伝統文化：

・お茶屋 しげ森

京都らしい風情が残る石畳の宮川町でお座敷とカラオケルームをそなえたお茶屋

・人力車 えびす屋

京都嵐山で始めて30年以上の歴史を持つ観光人力車

●食文化：

・「きし鮓」（京名物の鯖寿司）

京寿司とにぎり寿司が楽しめる寿司店

●京町家：

・KYOMACHIYA-SUITE RIKYU

道行く人に京町家の美しさを感じてもらうため外観にもこだわり、京都市の景観条例にも適合された京町家のお宿

・宮川町 ほとり（古民家1棟貸）

京都に滞在されるお客様に寄り添う、コンシェルジュ付きの一棟貸切ヴィラ

●循環型経済：

・株式会社イワタ

創業天保元年（1,830年）の「心地よい眠りとは何か」を追い求めて、時代の「一歩先」を行く高品質な寝具製作会社

・IKEUCHI ORGANIC KYOTO STORE

1,000年の歴史を持ち「ほんまもん」が続く京都から日本全国、世界へ発信する場として2014年9月にオープンしたタオル専門店

【行動記録】

<旅程表>

ご旅程表

JTB 観光庁長官登録旅行業 第14号
株式会社 JTB 京都支店
〒600-8023
京都市下京区河原町通松原上る2丁目
萬永町 338 京阪四条河原町ビル7階
TEL: 075 (365) 7722

国土交通省近畿運輸局

**「持続可能な観光に資する取組の見える化の推進事業」モデルツアー
(Meets;宮川町-出会いから日常に何かを持ち帰る旅)**

支店長: 上山 裕之
総合営業課 課長補佐: 篠崎 慶政
担当者: 藤本 直樹
作成日: 2023年3月10日

ご旅行先 京都市内方面 ご参加人員 8名様 添乗員は同行ませんが、ガイドが同行します。

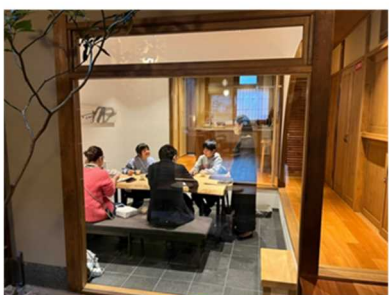
旅行期間 2023年2月4日(土)～5日(日) (1泊2日)

日次	月日(曜)	旅程	食事
1	2月4日 (土)	<p>※SIGHTS KYOTO (店内) 13:00 集合</p> <p>SIGHTS KYOTO お茶屋 しげ森</p> <p>13:00 13:45 14:00 <説明、対話> 14:45</p> <p>..... 人力車 えびす屋 やすらぎ・ふれあい館</p> <p>15:00<対話、人力車乗車> 15:50 16:00 <対話> 17:50</p> <p>..... きし 鮎</p> <p>18:00 <食事・対話></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>① KYOMACHIYA-SUITE RIKYU</p> <p>〒605-0823 京都市東山区下弁天町 61-4 TEL: 075-746-2942</p> <p>② 宮川町ほとり</p> <p>〒605-0801 京都市東山区宮川筋4丁目 322-2 TEL: 075-286-8468</p> </div>	朝:- 昼:- 夕:○
2	2月5日 (日)	<p>※株式会社イワタ (現地集合) 9:30 集合 集合までに各自チェックアウト</p> <p>株式会社イワタ IKEUCHI ORGANIC KYOTO STORE</p> <p>9:30 <入場> 10:25 10:30 <入場・対話> 12:30</p> <p>※IKEUCHI ORGANIC KYOTO STORE での対談終了後、現地解散となります。 (住所:京都市中京区萬小路通三条上る福長町 101 番地)</p>	朝:- 昼:- 夕:-

- 記入例/JR==== 航空機—— 船~~~~ ケーブルカー~~~~ ロープウェイ~~~~ 徒歩.....
- お願ひ/このご旅程は運輸機関のダイヤ改正及び各地の道路状況により多少時間が変更になる場合がございますので、お手数でも現地での出発時間をご確認ください。

<当日の写真>

左上から順に①Sight Kyoto②お茶屋しげ森③人力車えびす屋④みやがわ町ほとり⑤株式会社イワタ⑥IKEUCHI ORGANIC KYOTO STORE



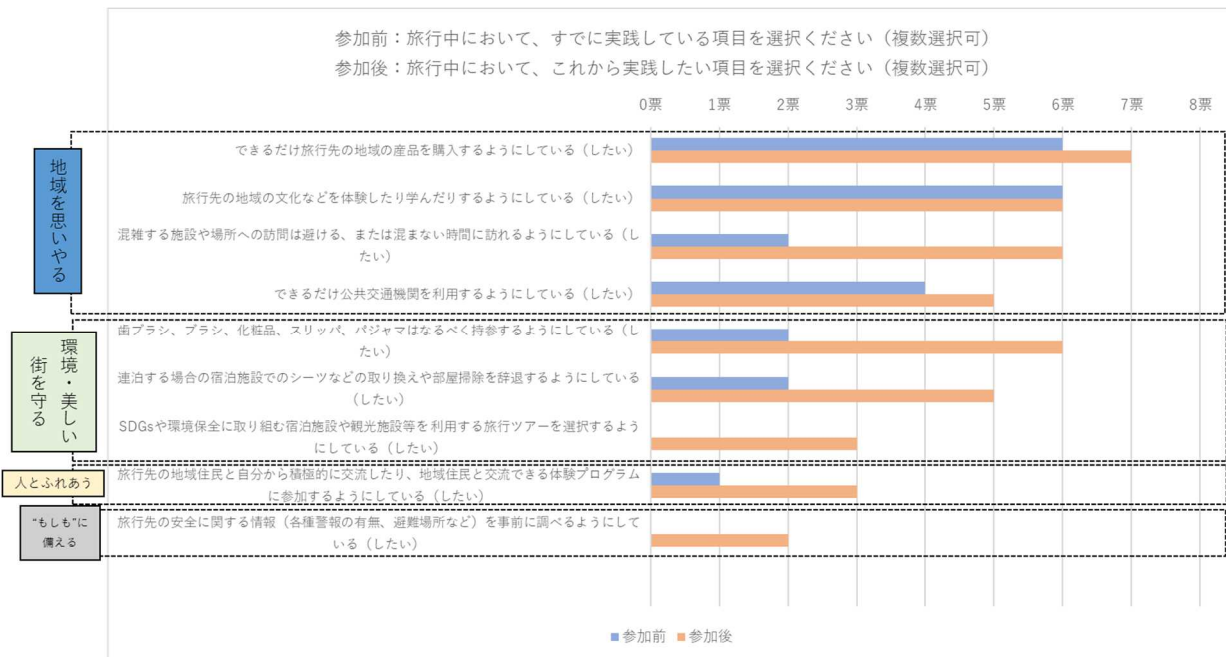
【配付資料】

- ・ 上記、行程表
- ・ アンケート（回答はQRコードを読み取り、オンラインにて回収）

【行動変容調査】

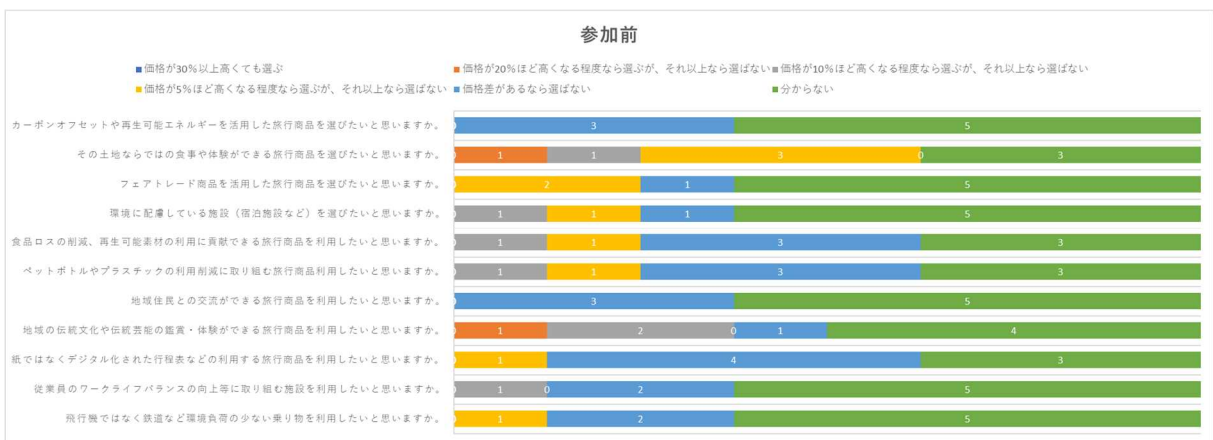
<旅行中の京都観光モラルに関わる行動で、意識的に実践していること、今後実践したいこと>

- ・ 参加前の調査では8名中6名が「地域の製品の購入」「地域文化を学ぼうとしている」という項目を実践していたことから地域への思いやりの行動率が高いことがわかった。
- ・ 参加前後を比較すると、環境に関する項目に意識の変化が大きくみられる。宿泊にアメニティを持参することや、連泊時のシーツの交換を最小限にすること等、宿に滞在した経験を踏まえた変化が見られた。
- ・ 一方で、今回のツアーでは人との触れ合いが重視されていたが、1票から3票への変化のみ確認された。



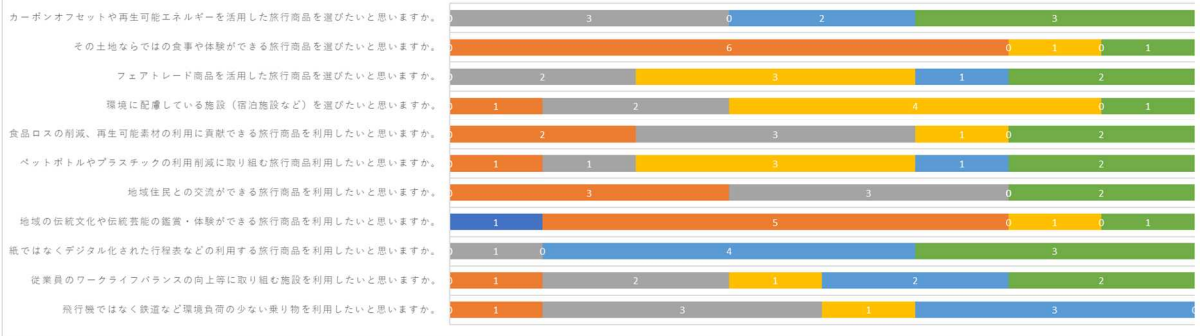
<持続可能な取組を重視したツアーや旅行商品の、価格が高くなった場合の購入意向>

- ・「地産地消」「その場所ならではの体験」に対する購入意向の前後比較から、価格が20%高くても購入するとの回答が1名から6名へ大きく変化がみられた。
- ・地域の伝統文化や伝統芸能に対する支払い意向は、6名が20~30%以上高くても購入したいと、参加後のアンケートにおいて回答をしている。
- ・上記の実践意向調査からも参加前から「地産地消」「その場所ならではの体験」「伝統文化体験」に関心が高い参加者であることが示唆されていたが、参加をしたことでより興味と関心が高まったことが伺える。
- ・地域住民との交流ができる旅行商品についても参加前は全員が、価格差があるなら選ばない（あるいはわからない）と回答をしていたが、参加後は6名が10%以上高くても購入すると回答している。



参加後

- 価格が30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない



②【2022年2月11日（土）-12日（日）】京都 | GOOD NATURE なモノの源流を辿る～ （1泊2日）

【参加者概要】

●基本情報

- ・参加人数：15名
- ・年齢：10代2名、20代4名、30代5名、40代4名
- ・職業：会社員・団体職員13名、学生2名
- ・同行者：家族7名、同行者なし（一人で参加）4名、同僚2名、友人2名
- ・性別：女性12名、男性3名
- ・居住地：近畿圏（大阪・滋賀・兵庫・奈良・和歌山・三重）6名、京都府内（京都市外）4名、京都市内4名、関東地方1名
- ・選定理由：事業ターゲット層である「観光地での食事や宿泊等を地域への貢献に繋がりたいと考えているZ世代～ミレニアル世代の若者層」に合致する10～40代のみが申し込み可能な設定で一般募集。JTB BOKUNを通じて申し込み。

【訪問先概要】

- ・ GOOD NATURE STATION （SDGs 館内ツアー、エシカルお買い物体験、宿泊体験）
サステナブルをテーマに、ホテル・物販・サービスを提供する複合型商業施設。食品廃棄物の堆肥化や使い捨てるアメニティの見直し、トレーサビリティを確保した商品開発など、全館で取り組みを実践している。
- ・ TOKINOHA Ceramic Studio （清水焼の器を再生する金継ぎ体験）
清水焼団地にある新感覚の陶芸スタジオ。味覚と共に器を感じるフードスタンドや、好みの色や形でオーダーができる会員制度など、五感を活かした体験を提供。ホテル客室での金継ぎした茶器の使用など、他社との連携も行う。
- ・ うつみ農園 （ランチ、いちご狩り体験）
街中にある立地を活かし、生産者と消費者の距離を近づける観光企画を展開。端境期には多世代が農業に触れられるイチゴ狩りを開催する。フードロスに取り組む大学生との商品企画など、若い世代と農業をつなぐ活動にも積極的。

【行動記録】
 < 旅程表 >

ご旅程表

JTB 株式会社 JTB 京都支店
 〒600-8023
 京都市下京区河原町通松原上る2丁目
 萬永町 338 京阪四輪河原町ビル7階
 TEL: 075 (365) 7722

国土交通省近畿運輸局

「持続可能な観光に資する取組の見える化の推進事業」モデルツアー
 (京都 | GOOD NATURE なモノの源流を辿る～)

支店長: 上山 裕之
 総合旅行業務取扱管理者: 篠崎 慶政
 担当者: 藤本 直樹
 作成日: 2023年3月10日

ご旅行先 京都市内方面 ご参加人員 15名様 添乗員は同行しませんが、ガイドが同行します。

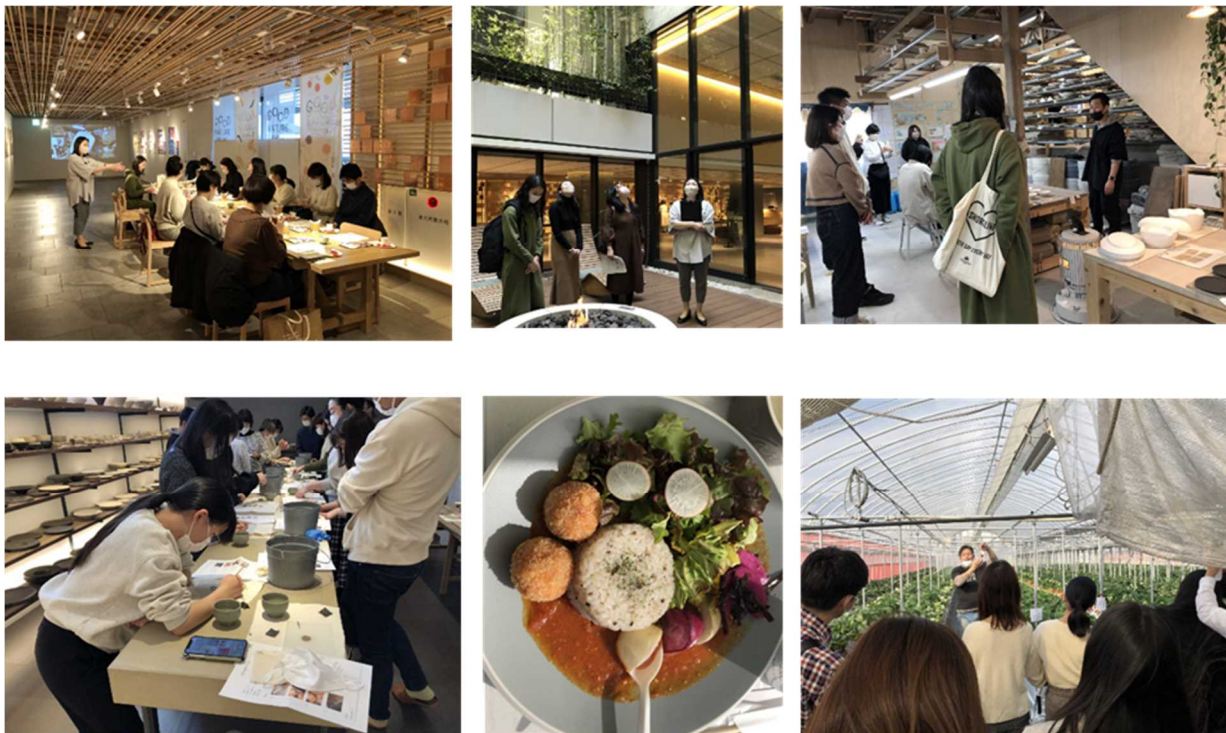
旅行期間 2023年2月11日(土)～12日(日) (1泊2日)

日次	月日(曜)	旅程	食事
1	2月11日 (土)	<p>体験前アンケート</p>  <p>https://forms.office.com/r/1u5vk1Ujhn</p> <p>GOOD NATURE STATION ----- 15:30 < SDGs ツアー > 17:00</p> <p>[SDGs ツアー] GOOD NATURE STATION 館内 1F～4F のサステナブルな取り組みについて実際に事例を見ていただきながら解説する館内SDGs ツアー。普段見ることのできないコンポスト見学やプライベートブランドの商品作りのストーリーを体験します。</p> <p>GOOD NATURE HOTEL KYOTO (チェックイン) + エシカルお買い物体験 17:00</p> <p>[エシカルお買い物体験] チェックイン後に2000円分の館内利用券をお渡し。 SDGs ツアーでの学びを活かして自身でエシカルな商品製造を実現しましょう!</p>	朝: - 昼: - 夕: -
2	2月12日 (日)	<p>※TOKINOHA Ceramic Studio (現地集合) 11:00 集合 集合までに各自チェックアウトし、各自でホテルからご移動</p> <p>TOKINOHA Ceramic Studio ----- うつみファームボックス ----- 11:00 <金継ぎ体験> 12:45 13:00 <昼食> 13:55</p> <p>----- うつみ農園 ----- 14:00 <いちご狩り体験・対話> 16:00</p> <p>※うつみ農園での体験終了後、右記アンケートにご回答頂き、現地解散となります。 (うつみ農園: 京都府京都市山科区上花山講田町4) https://forms.office.com/r/0RPRHNF8P</p> <p>体験後アンケート</p> 	朝: ○ 昼: ○ 夕: -

- 記入例 / JR= 航空機= 船= 徒歩=
- お願ひ / このご旅程は運輸機関のダイヤ改正及び各地の道路状況により多少時間が変更になる場合がございますので、お手数でも現地での出発時間をご確認ください。

<当日の写真>

左上から順に①②Good nature Station、③④TOKINOHA Ceramic Studio、⑤⑥うつみ農園



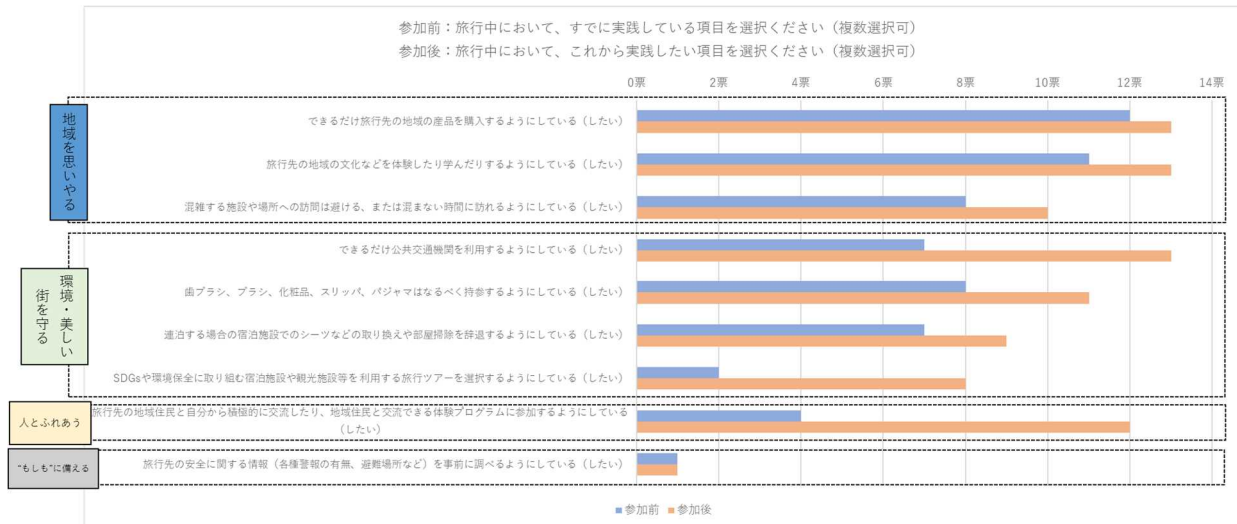
【配付資料】

- ・ 上記、行程表
- ・ アンケート（回答はQRコードを読み取り、オンラインにて回収）

【行動変容調査】

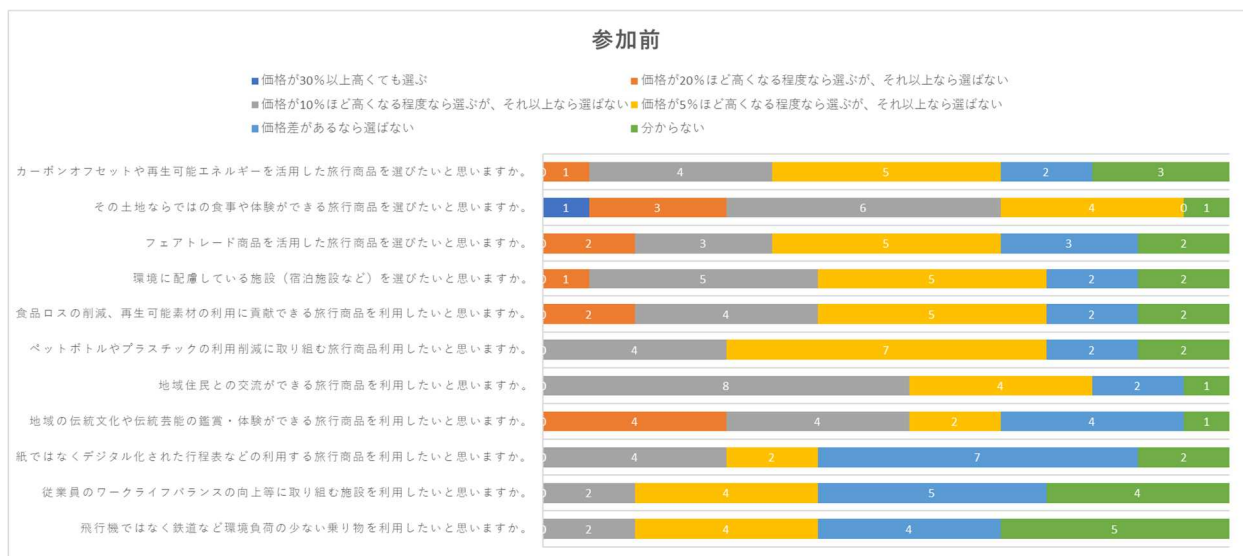
<旅行中の京都観光モラルに関わる行動で、意識的に実践していること、今後実践したいこと>

- ・ 「地域を思いやる」に関する項目は比較的、参加前から高い傾向にあった。
- ・ 最も大きな変化が見られたのが、「人とふれあう」に関する項目で、参加前4票から参加後には12票となっている。
- ・ 環境に関する項目も全体的に全ての項目でポジティブな変化が見られた。
- ・ 一方で「もしもに備える」についての項目は前後ともに1票にとどまっている。



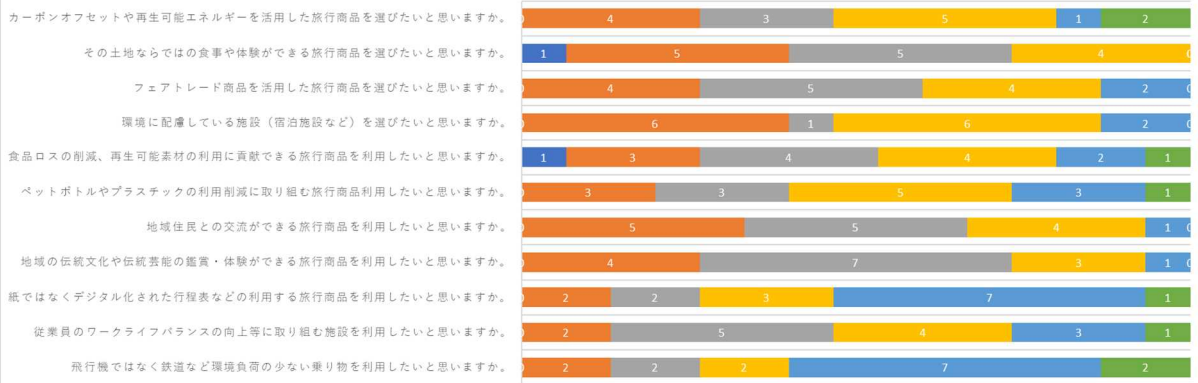
＜持続可能な取り組みを重視したツアーや旅行商品の、価格が高くなった場合の購入意向＞

- ・全体的に参加後にはポジティブな変化がみられる一方、20%以上の支払い意思がある参加者は参加前から参加後にかけて大幅に増加している。
- ・「その土地ならではの食事や体験」は参加後には15名全員が通常よりも高い費用を支払う意向を示している。
- ・「環境に配慮している施設」「地域住民との交流」の項目について、参加後には20%以上支払い意向がある回答が5人以上増加している。



参加後

- 価格が30%以上高くても選ぶ
- 価格が20%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が10%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格が5%ほど高くなる程度なら選ぶが、それ以上なら選ばない
- 価格差があるなら選ばない
- 分からない



③【2/18-19（土・日）】京都 西陣・船岡山 SOCIAL CARAVAN～京都でローカルを考える～（1泊2日）

【参加者概要】

●基本情報

- ・参加人数：8名
- ・年齢：10代1人、20代7人
- ・職業：高校生1名、大学生・大学院生7名
- ・同行者：一人参加7人、友人1人
- ・性別：女性5人、男性3人
- ・居住地：近畿圏（大阪・滋賀・兵庫・奈良・和歌山・三重）3名、関東地方3名、京都市内2名
- ・選定理由：事業ターゲット層である「観光地での食事や宿泊等を地域への貢献に繋がりたいと考えているZ世代～ミレニアル世代の若者層」に合致する10～20代のみが申し込み可能な設定で一般募集。JTB BOKUNを通じて申し込み。

【訪問先概要】

●大徳寺「お寺の裏、お寺の奥にあるもの」スペシャルトーク&作務

<スポットホスト>

・大臨濟宗大徳寺大慈院

鎌倉時代末期の正和4年（1315）に大燈国師宗峰妙超禅師を開山とする臨濟宗大徳寺派の大本山。大慈院は大徳寺の塔頭寺院。

・株式会社京都春秋

非公開寺院の特別拝観や、京都の文化財や風習を活用した観光モラルの高い文化体験をプロデュースする。施設や文化としての特色だけでなく、担い手の価値観や習慣に対しても尊敬と配慮を怠らず、オーダーメイドで提案を行う。

●KeFU stay& lounge「西陣・船岡山中で、仕事と暮らしを営む」トーク&ダイアログ

<ゲスト>KeFU stay & lounge／合同会社洛北社中／CIRCUS COFFEE／ゆとなみ社

京都・西陣にあるカフェ&宿泊施設。『いつもの京を、特別な今日に。』コミュニティマネージャーの横山氏は、コロナ禍でのホテルオープンと同時に東京から移住。西陣を舞台に地域に配慮した営みを推進している

●「FUNAGORA」オープンパーク

・SOCIAL WORKERS LAB（運営：株式会社 bokumin）

ソーシャルワーカーズラボは、これからの社会をつくろうとするソーシャルワーカーどうしが出会い、関わり合い、問い、学び合う社会実験プロジェクト。船岡山公園パークマネジメント事業「FUNAGORA」なども手掛ける (<https://swlab.jp/>)

【行動記録】

<旅程表>

ご旅程表



〒600-8023
京都市下京区河原町通松原上る2丁目
富永町 338 京阪四条河原町ビル7階
TEL: 075 (365) 7722

国土交通省近畿運輸局

「持続可能な観光に資する取組の見える化の推進事業」モデルツアー

(京都 西陣・船岡山 SOCIAL CARAVAN～京都でローカルを考える～)

支店長: 上山 裕之

総合営業課課長補佐: 篠崎 慶政

担当者: 藤本 直樹

作成日: 2023年3月10日

ご旅行先 京都市内方面 ご参加人員 8名様 添乗員は同行ませんが、ガイドが同行します。

旅行期間 2023年2月18日(土)～19日(日) (1泊2日)

日次	月日(曜)	旅程	食事
1	2月18日(土)	<p>体験前アンケート</p>  <p>※船岡山公園 管理事務所 12:30 集合 船岡山公園 管理事務所 …… 12:30 <オリエンテーション> 13:55 大徳寺 …… 14:00 <スペシャルトーク&作務> 17:30 …………… 自由夕食 …… 17:30 <各自夕食> …………… KéFU stay& lounge 19:00 <トーク&ダイアログ></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>宿泊 (1泊朝食付き) : KéFU stay& lounge 〒602-8476 京都市上京区五辻通千本東入上る桐木町 880 TEL: 075-748-0456</p> </div>	朝:- 昼:- 夕:-
2	2月19日(日)	<p>体験後アンケート</p>  <p>※船岡山公園 管理事務所 11:00 集合 集合までに各自チェックアウトし、各自でホテルからご移動 船岡山公園内 11:00 <オープンパーク参加> 13:30</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>FUNAGORA オープンパーク (多店舗がマルシェで出店) にて自由昼食 13:30 以降、希望者はオープンパークを楽しんでいたたり、15:00 以降の運営メンバーの集まりに参加していたりすることも可能です。 解散場所: 船岡山公園内 (京都府京都市北区菜野北舟岡町 42)</p> </div> <p>アンケートはお帰りにご回答をお願いします。</p>	朝:○ 昼:- 夕:-

- 記入例/JR■■■■ 航空機—— 鉄道##### バス===== 船~~~~ ケーブルカー~~~~~ ロープウェイ~~~~~ 徒歩……
- お願ひ/このご旅程は運送機関のダイヤ改正及び各地の道路状況により多少時間に変更になる場合がございますので、お手数でも現地でご出発時間をご確認ください。

<当日の写真>

左上から順に①オリエンテーション②③④大徳寺「お寺の裏、お寺の奥にあるもの」スペシャル
トーク&作務⑤⑥KéFU stay& lounge「西陣・船岡山で、仕事と暮らしを営む」トーク&ダイアロ
グ⑦⑧「FUNAGORA」 オープンパーク



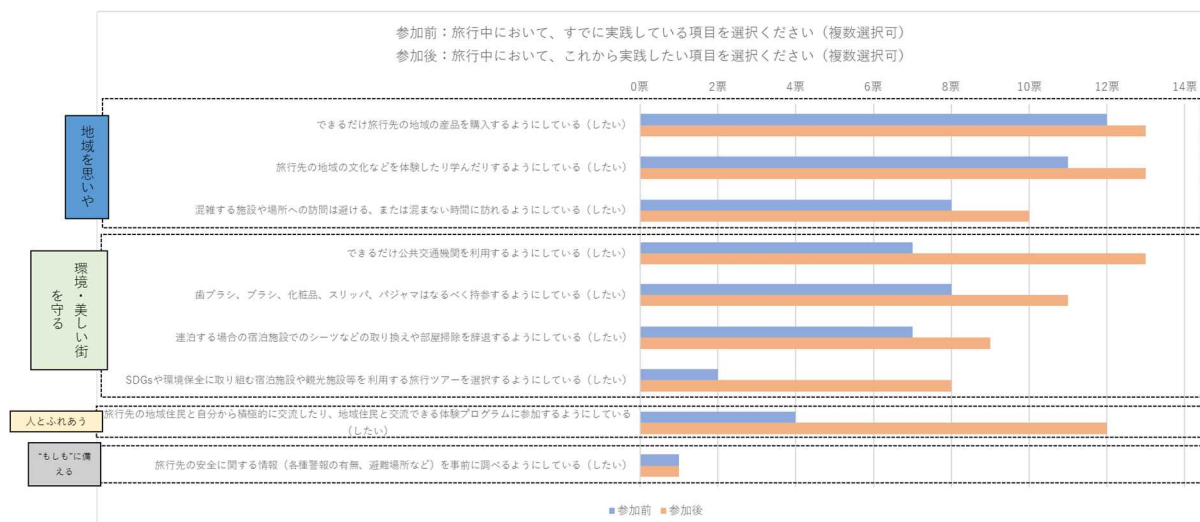
【配付資料】

- ・ 上記、行程表
- ・ アンケート（回答はQRコードを読み取り、オンラインにて回収）

【行動変容調査】

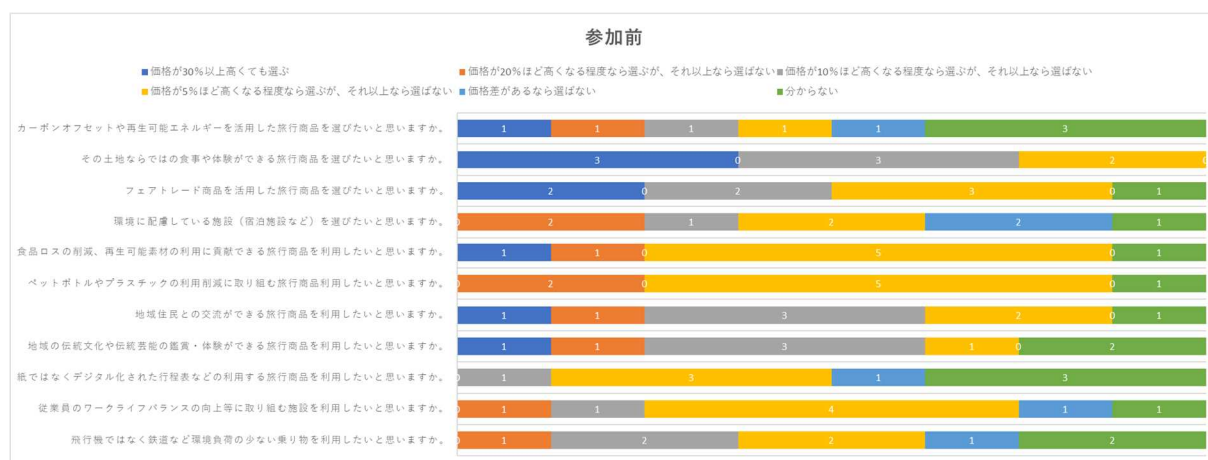
<旅行中の京都観光モラルに関わる行動で、意識的に実践していること、今後実践したいこと>

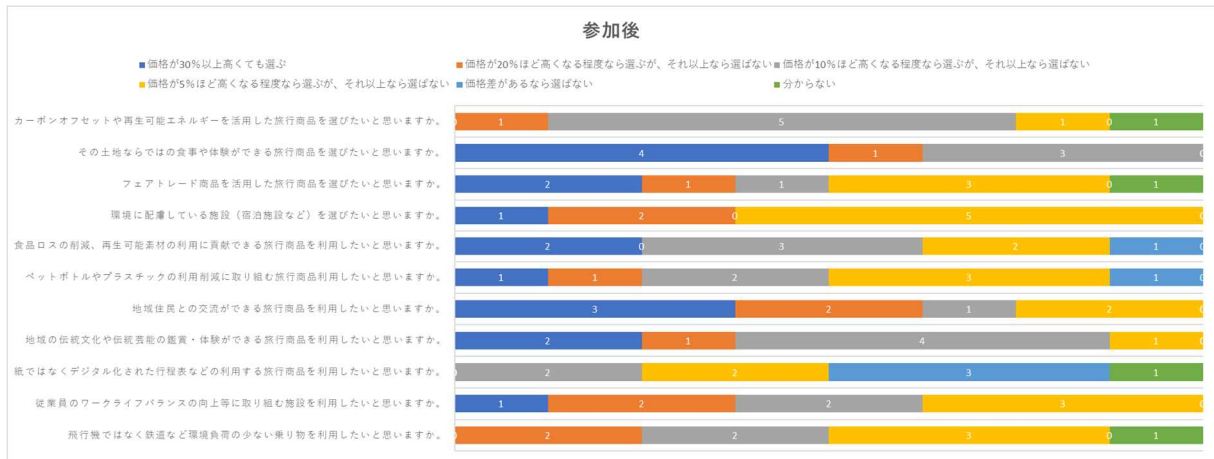
- ・「地域を思いやる」に関する項目は参加前から高い傾向にある。
- ・環境に関する項目について、全体的に変化が見られ、なかでも特に「SDGs や環境保全に取り組む宿泊施設や旅行会社」を選択する意向が2票から8票へ変化している。
- ・最も大きな変化が見られたのが「人と触れ合う」についての項目で4票から12票に増加した。



<持続可能な取り組みを重視したツアーや旅行商品の、価格が高くなった場合の購入意向>

- ・「食品ロスの削減」「ペットボトルやプラスチックの利用削減」「紙を利用削減」に取り組む商品について、参加前後であまり変化が無く、価格差があるなら選ばない回答者が1名以上いる。
- ・「地域住民との交流ができる旅行商品」については参加後には20%以上の支払い意向がある回答者が2人から5人に増加している。
- ・そのほかの項目で目立った点はないが、全体的に参加前よりも参加後のほうがポジティブな変化がみられる。





3. 販売に向けた情報発信・販路形成

【Meets;宮川町】

<事業者からのヒアリング内容>

- ・SIGHTS KYOTO として、今回はじめて着地型ツアーを実施。複数の対話の機会を1泊2日で実施したことでツアー中の課題や参加者にとって興味が高い内容が見えた点が収穫であった。
- ・スクリーンに投影するプレゼン形式となった訪問先では、あまり満足度が高くなくやはり目を合わせるやりとりが重要であり、セミナーではなく対話というのが非常にキーワードであるとわかった。
- ・また、お茶屋の女将さんのように普段会えない方とお話できるというのはプレミアムがあることがわかり今後の企画に活かしたい。
- ・今後も「京都の人から学ぶサステナビリティ」をテーマとした「対話型ツアー」を継続販売していく意向を持っている。

<助言・啓発活動の内容>

- ・京都観光モラルでも推奨がされている「ひとと触れ合う」旅行として旅行会社としてもプロモーションに協力していきたい旨をお伝え。
- ・これまでにない旅行スタイルのため消費者にどのように訴求できるかが課題となってくる。
- ・旅マエの旅行者との接点では発信力のあるインタビュー記事との連携を推奨。とりわけ多くの訪日客が閲覧している京都市観光協会 HP では各種のインタビュー記事が多言語で発信されている。こうした媒体から直接予約ができる導線を構築することで旅マエからの顧客獲得が期待できる。
- ・多くの訪日旅行者が旅行中に体験内容を検討する場面が多いため、旅ナカコンテンツの販路形成に取り組む弊支店と連携することで、複数の販路からの流入を見込むことができる。その際、SIGHTS KYOTO がコーディネート機能を磨くことで高い相乗効果を見込むことができると助言。
- ・令和5年度の観光庁観光再始動事業等でも引き続き連携を行うことで、本格的なインバウンド客の復活を見据えた受け入れ体制整備を行っていく。

【GOOD NATURE】

<事業者からのヒアリング内容>

- ・ Good Nature Station1 階の仕入れ担当マネージャーとして、普段から多くの魅力的な事業者とお付き合いをさせていただいている。そのポテンシャルをツアーという形で消費者に伝えたいと思っていたところ旅行会社と連携して達成できたことが大変よかった。
- ・ ツアー内容自体は、Good Nature のコンセプトをじっくりとお伝えし、実際に現地を訪問し、事業者とのコミュニケーション時間も十分取れたので参加者に満足をしてもらえたと感じている。
- ・ Good Nature Hotel として、これまでに体験アクティビティを開発し、実際に販売を行って来た。課題点は、インバウンド客への対応、参加数が増えてきた際の事務局対応、宿泊や交通の募集型企画旅行の実施、等の面でノウハウや人的リソースが足りないため不安。

<助言・啓発活動の内容>

- ・ 料金設定について、Good Nature Station として、次の3つの方向性で値付け方が変わってくるという点を助言。①宿泊者限定で販売するか（単価は安く設定できる）、②宿泊者以外も広く一般に販売するか（旅マエの販売となるため、インバウンドの場合は OTA との接続も必要でその場合は 30%ほど手数料を想定する必要がある）、③両方をターゲットとして宿泊者限定で割引を付ける。
- ・ それぞれの方向性での事務局体制と、JTB BOKUN を活用したプロモーション、インバウンド対応の整備等についてアドバイスを行った。
- ・ 令和5年度の観光庁観光再始動事業等でも引き続き連携を行うことで、本格的なインバウンド客の復活を見据えた受け入れ体制整備を行っていく。

【SOCIAL CARAVAN】

<事業者からのヒアリング内容>

- ・ ソーシャルワーカーズラボとしてこれまでに学生向けのイベントを多く実施してきて 20 代の良質なコミュニティが形成されてきている。その中でツアーとして広く広報をかけて実施したことで東京からの参加者もおり、宿泊込みで募集できる点がとてもよかった。
- ・ 普段、お寺等のアレンジメントを行っている（株）京都春秋として若者に対してお寺の魅力を伝える機会はこれまであまりなかった。若者に対して、「お寺の裏、お寺の奥にあるもの」というテーマでコンテンツをアレンジしたことで、住職の精神性等を通して SDGs の本質的な部分を感じてもらえたようで嬉しく、可能性を感じた。
- ・ 今後の事業展開としては、参加費だけでなく企業協賛での開催も含めて継続的な事業展開を進める意思がある。

<助言・啓発活動の内容>

- ・ コミュニティづくりを伴う旅行の在り方という観点で「SOCIAL CARAVAN」の可能性を感じた。特に Z 世代はコミュニティに対してのあこがれが強い。

- ・京都の観光資源の裏側には実は「暮らし」があり、その暮らしに向き合うことがZ世代にとっての関心事であるSDGsの問題に繋がっていくことがコンテンツ化された好事例。
- ・コミュニティづくりを伴う若者向けの取組として受益者負担の考えでツアー造成をしていくのは相性があまり良くないのではないかと助言。一方で、企業版ふるさと納税のスキームや企業協賛等でスポンサーを付けることで継続的な実施が見込まれ、そうした形での事業展開の意識を確認した。

【販路の形成】

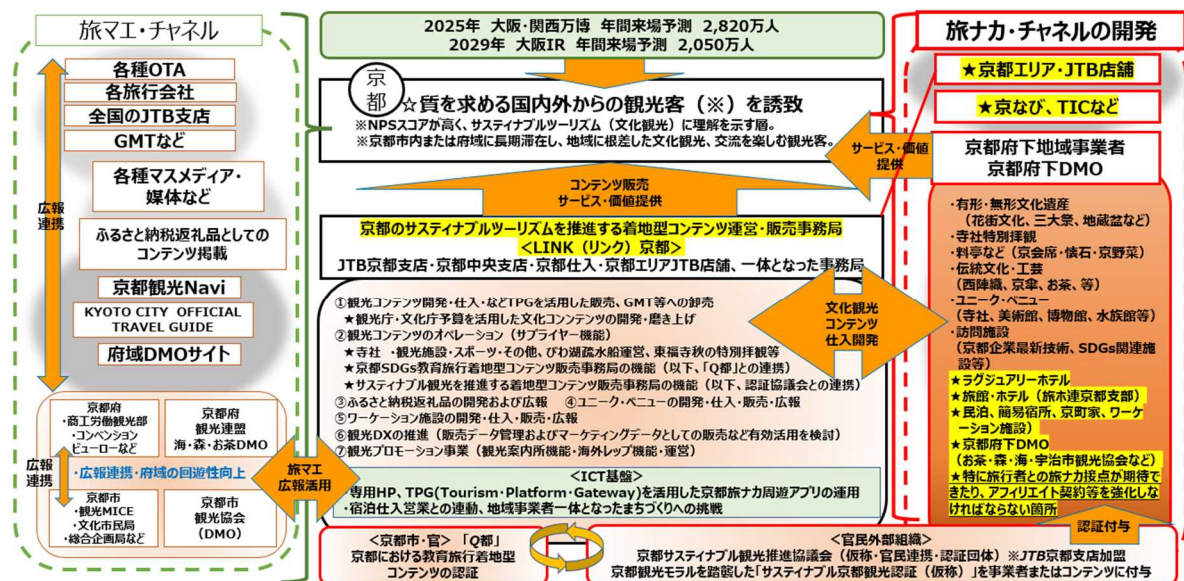
<課題>

- ・事業者からのヒアリングからコンテンツを掲載するためのサイト、そこに流入する旅行者の確保および申込対応を一括して対応できる事務局機能を求めていることがわかった。
- ・掲載するコンテンツについても質の高い商品に理解がある旅行者に対して、精査された商品が掲載される仕組みを求めていることがわかった。
- ・販路については、特に旅ナカの販売チャネルは京都市においてもいまだ確立されておらずバラバラの発信となっていることが散見される。

<解決の方向性>

JTB 京都エリア・サステナブル観光を推進する着地型コンテンツ販売体制(LINK 京都)の構築

- ・TPG(Tourism・Platform・Gateway)を活用した京都観光における「旅ナカ」の新たな販売チャネルの創出と文化観光コンテンツの提供を実現する。
- ・京都サステナブル観光推進協議会(官民連携・協議中)の推進による認証制度の創設、優良な地域事業者との接点構築と、サステナブルな文化観光コンテンツの開発と販売を行う。
- ・販売事務局(LINK 京都)運営におけるオペレーション機能の拡充、地域事業者との連携した文化観光コンテンツの提供コーディネーター及びサプライヤーとして、地域観光の高付加価値化を図る。



4. 観光事業者へのコーディネーター派遣

京都観光モラルの理念に即した取組を行う優良な事業者を増加させることを目的に、本事業についての情報発信や、取組への支援を行うため、観光事業者等にコーディネーターを派遣した。

また、観光事業者や観光関連団体等を対象に、京都観光モラルや本事業について理解を深め広く普及させるため、コーディネーターによる積極的な働きかけを行った。

4. 1 専門コーディネーターを2名選定

コーディネーター①

田中 千恵子 氏（旧姓：福田） 一般社団法人ツーリストシップ 代表理事

2019年京都大学在学中に「一般社団法人 CHIE-NO-WA（現、一般社団法人ツーリストシップ）」を設立。観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」にて、持続可能な観光の実現に向けた先進事例として紹介される。卒業後、ダイドードリンコ株式会社とプロ契約を結ぶ。

【選定理由】

田中氏は、「ツーリストシップ」²を提唱する活動家として、すでに観光公害対策分野で先進的な成果を出している。本事業では、「ツーリストシップ」を京都版にローカライズした概念ともいえる「京都観光モラル」をかみ砕いて事業者へ説明し、まだ取り組みを意識していない層へのアプローチを行う。

コーディネーター②

前田 展広 氏 一般社団法人リリース 理事

1977年京都市左京区生まれ。サステナビリティをテーマに、企業と地域・学校・行政との“共創領域”で事業の企画やプロジェクトマネジメントを歴任。2015年より前田展広事務所を開設。これまでの画一的で効率重視の考え方ではなく、個人の内発的動機を組織に活かす「内発的イノベーション」を通じて地域や組織が成長・発展し、誰もが幸せに活躍できる社会を目指している。

【選定理由】

前田氏は、ソーシャルプロダクトマップの編集長、また京都・地域企業応援プロジェクトに従事し多くの地域事業者との接点を有している。さらに京都市観光 MICE 推進室と共に修学旅行生向けSDGsプログラム(Q都スタディトリップ)を開発する等、観光領域での実績も有する。このことを踏まえて既存観光事業者以外にも幅広い地域事業者への働きかけを行うコーディネーターとして期待ができる。

2 ツーリストシップとは、一般社団法人ツーリストシップが提唱した言葉。明確な定義はあえて定めておらず、観光に関わる全ての人（旅行者、地域住民、事業者）の、目指す姿勢を広く指している。背景には、オーバートーリズムやツーリズムフォビアがある。類似言葉としてレスポンシブルツーリズムがあるが、多くの人が共感しやすい言葉として「ツーリストシップ」を提唱している。

4. 2 市内観光事業者へのコーディネーターの派遣

【派遣実績 概要】

①「宿泊増売会議」京都観光モラルワークショップを通じて、宿泊事業者が京都観光モラルに取り組む具体的な方法を議論 コーディネーター：田中氏	84 事業者 (116 名)
②SILK の大研究会での京都観光モラルの取り組みを共有 サステナブルな地域企業の観光のあり方について投げかけを実施 コーディネーター：前田氏	31 事業者
③地域企業未来の祭典 2022 の期間中に勉強会を開催し、京都のサステナブルツーリズムをテーマにディスカッションを開催 コーディネーター：前田氏	27 事業者
④事業者への派遣による個別での働きかけ コーディネーター：田中氏	36 事業者
⑤事業者への派遣による個別での働きかけ コーディネーター：前田氏	21 事業者
コーディネーター派遣数	199 者
その他 JTB 京都支店による個別働きかけ	168 事業者
その他 京都市観光協会による個別働きかけ（申請済み事業者をカウント）	18 事業者

【①宿泊増売会議】

<実施概要>

【日時】2022年9月30日（金）14:50-16:10

【趣旨】JTB 協定旅館ホテル連盟京都支部に加盟する宿泊事業者を対象に勉強会を実施。京都観光モラルをテーマにワークショップを実施。それにより宿泊事業者がインバウンドや市民に受け入れてもらうためには、観光モラルに取り組むことが大切であると認識し、実際の取組を考え、会の終了後には実行したいと思う状態を作ることを目指した。

【参加事業者】JTB 協定旅館ホテル連盟京都支部の会員事業者（宿泊事業者）

【事業者数】84 事業者（116 名）が参加

<当日の流れ>

【趣旨説明】JTB 京都支店 村川

【はじまりの挨拶/チェックイン】まちとしごと総合研究所 東（ファシリテーター）

【講演】一般社団法人ツーリストシップ 田中

【参加者同士のディスカッション】

- ・プレゼンテーションを聞いての感想共有
- ・観光モラルに対する取組事例の共有
- ・観光モラル実現に向けたアクションプラン
- ・観光モラルの申請に関して紹介（JTB 京都支店 藤本）
- ・終わりの挨拶（一般社団法人ツーリストシップ 田中）

<参照>

【議事録】

1. 議事録

【配布資料】

0. 事前アンケート
1. 事前アンケート結果のまとめ（京都観光モラルの取り組み状況について）
2. 講演のメモノート
3. 京都観光モラルパンフレット

<当日の写真>



【②SILK の大研究会】

SILK 「SILK の大研究会」 2022 年 9 月 12 日 @GOCONG

* 掲載記事 <https://social-innovation.kyoto.jp/spread/5300>

趣旨：

- 産業支援機関である京都市ソーシャルイノベーション研究所（SILK）の「SILK の大研究会」で京都観光モラルの取り組みを共有。サステナブルな地域企業の観光のあり方について投げかけを行った。
- SILK の大研究会では、8つのテーマについてそれぞれの事業者からショートプレゼンを実施。その後、各テーブルに分かれてテーマについてのディスカッションを行うもの。
- 8つのテーマのうちの一つが「観光事業を始める地域企業のための地域商社」でこのテーマで京都観光モラルについて全体で説明。個別テーブルでディスカッション（30分×2回）を行った。

参加事業者：SILK に関わる企業・大学

事業者数：31 事業者

【③地域企業未来の祭典 2022】

地域企業応援プロジェクト「地域企業勉強会」2022年11月22日@ワコールスタディホール

*掲載記事 <https://community-based-companies.kyoto/event/benkyoukai01/r4-1>

<https://community-based-companies.kyoto/kecf2022> (11月29日)

趣旨：

- 地域企業未来の祭典 2022 の期間中に勉強会を開催し、京都のサステナブルツーリズムをテーマにディスカッションを開催。
- 地域企業未来の祭典 2022 は、2日間に渡り4つのセッションが開催された。1日目には、「文化と経済の架け橋になる有形無形の資本活用を促すための実験と交流について」と「京都らしいサステナブルツーリズムを促すための実験と交流について」という2つのセッションが続けて実施された。
- 京都観光モラルについて紹介されたのは2つ目のセッション。京都観光モラルを今後、京都市でサステナブルツーリズムを推進していくうえでの基盤として紹介した。

プログラム：文化自由都市としての実験と交流の舞台・地域企業勉強会について

(京都市・事務局)

第1テーマ：文化と経済の架け橋になる有形無形の資本活用を促すための実験と交流について

第2テーマ：京都らしいサステナブルツーリズムを促すための実験と交流について

※話題提供者（五十音順）

株式会社ワコール 町家営業部部長 楠木章弘 氏

一般社団法人アーツシード京都 代表理事 あごうさとし 氏

株式会社堤浅吉漆店 専務取締役 堤 卓也 氏

一般社団法人パースペクティブ 共同代表 高室幸子 氏

株式会社 JTB 京都支店事業開発室 藤本直樹 氏

京都市ソーシャルイノベーション研究所 コーディネーター 前田展広 氏

株式会社リーフ・パブリケーションズ プロデューサー 上山賢司 氏

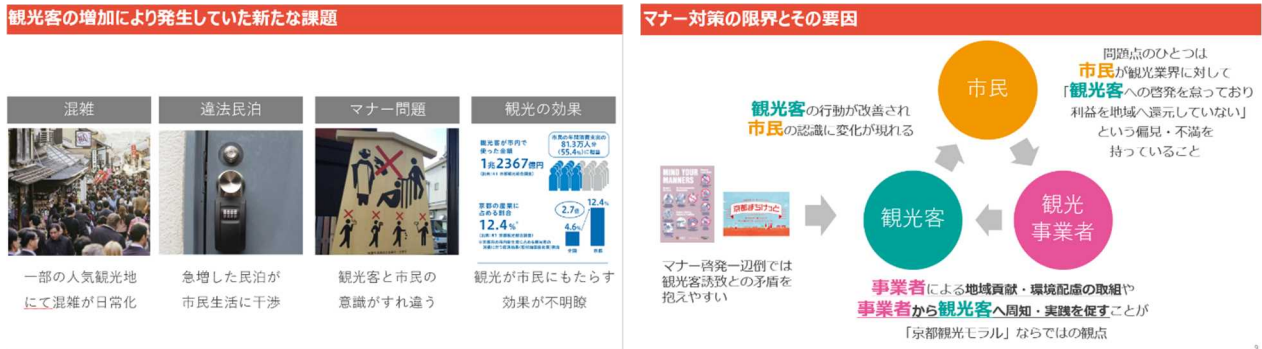
参加事業者：地域企業の経営者層

事業者数：27 事業者

【④⑤ 個別働きかけ 田中氏・前田氏】

<説明資料の作成>

説明資料について、京都市および京都市観光協会と協議のうえ作成。



<進め方>

- ・個別事業者と連絡を取り、事業者単位での説明の場を設定。
- ・コーディネーターを派遣し、説明資料を用いて京都観光モラルについて説明。
- ・その場で宣言事業者の申請書に記入を進めて行く、または事前に記載を進めてきてもらい記載内容についてのアドバイスを行ったり、逆に事業者から京都観光モラルについてのご意見を頂戴したりした。

<派遣先事業者>

- ①一般社団法人ツーリストシップ 田中氏：36 事業者。
- ②一般社団法人リリース 前田氏：21 事業者。

5. 総評

【成果結果】

<優良事業者の見える化>

- ・リーフレット 3,000 部/3,000 部以上
- ・ステッカー150 枚/150 枚以上
- ・優良事業者発信用紙面 3,000 部/3,000 部以上

<ツアー造成>

- ・優良事業者のコンテンツを組み合わせたモデルツアーの造成 3 本
- ・Z 世代～ミレニウム世代の若者及び小学生の子供を含むファミリー層 30 名/30 名以上

<販路形成>

- ・質の高い文化観光コンテンツを求める旅ナカでの需要に対応する仕組みを作るため、地域事業者の参画を促しながら持続可能な観光の観点から、発掘・実験、育成、発信、出口（販路形成）までの伴走支援に取り組んだ。

<コーディネーター派遣>

- ・説明団体数：199 者/150 者以上

- ・勉強会の開催、実施：3回／1回以上
- ・宣言事業者数：209件

【コンテンツ造成とアンケート調査、事業者へのヒアリングを踏まえてのまとめ】

本事業では京都観光モラルに取り組む事業者のなかでも特に優良な事業者と共にコンテンツを造成し、参加者に対して行動変容を調査した。手配をしたいずれの宿泊施設 (Good Nature Hotel, KYOMACHIYA-SUITE RIKYU, 宮川町 ほとり, KeFU stay & lounge) についても普段から京都観光モラルに準じた取組を意識されており、そうした施設に滞在し、かつ施設スタッフからマナー啓発の取組内容や環境問題への取組、働き方等についての話を聞く体験を通じて参加者の意識に働きかけることが意識啓発にとって効果的な点の一つであった。

また、すべてのコンテンツに共通したコンセプトが「観光資源の裏側を深く学ぶ」ということであった。普段は観光資源として“消費的に”その価値を享受してきた傾向にあるお寺や町家、農業、工芸、人力車、お茶屋、宿泊施設や物販等の裏側を知ることによってその“文化的な価値”を深く知り、学んでもらうことを狙いとした。結果的に全ツアーに共通して参加後には、「その土地ならではの体験」に対しては20%あるいは30%以上、通常の旅行商品よりも高くても選ぶ意思があることが確認された。

京都観光モラルやサステナビリティを意識したコンテンツを造成していく上での一つの方向性として、「その土地ならではの食事や体験」であることが「観光地での食事や宿泊等を地域への貢献に繋がりたいと考えているZ世代～ミレニアル世代の若者層」や「小学生の子供を含むファミリー層」に対しては商品価値として訴求できる可能性が高いと考えられる。

京都という場所での「その土地ならではの食事や体験」は、京都らしい暮らし方やライフスタイルに基づくことがポイントとなる。そして京都らしい暮らし方やライフスタイルは、環境問題等の課題に対しても繋がるものであり、京都市のコンテンツ造成に関連する事業者にとって京都らしさを追求していくことが事業性と社会性の相乗効果が見込めるとも考えられる。

【事業全体を通じた課題と改善点】

1. 運営体制

- ・持続可能な観光の国際基準の観点から、地域レベルに落とし込まれていない。
- ・京都市内においても官民においてSDGs推進への取組事業が複数存在する。
- ・JTBグループとして、京都市内に複数支店があり、法人向け、個人向け、インバウンド、仕入部門のそれぞれの個所において、ベクトルがばらばらであり、観光客誘致やサステナブルな観光推進のための体制が確立されていない。

2. 販促

- ・着地型コンテンツの予約システムと受けの体制が整っていない。
- ・旅ナカ需要に応える仕組みが確立されていない。
- ・旅ナカ旅行者に対するプロモーションが分散化されている。
- ・地域一体となったサステナブルな取組PRは道半ばであり、地域事業者や観光客に向けた更なる機運醸成のための販促活動が必要である。

3. WEB サイト

- ・取組が個別で動いていることで情報連携ができていない。
- ・情報が集約され、かつサステナブルな体験コンテンツの予約がスムーズに行える情報連携サイトが必要。

4. 地域資源への還元

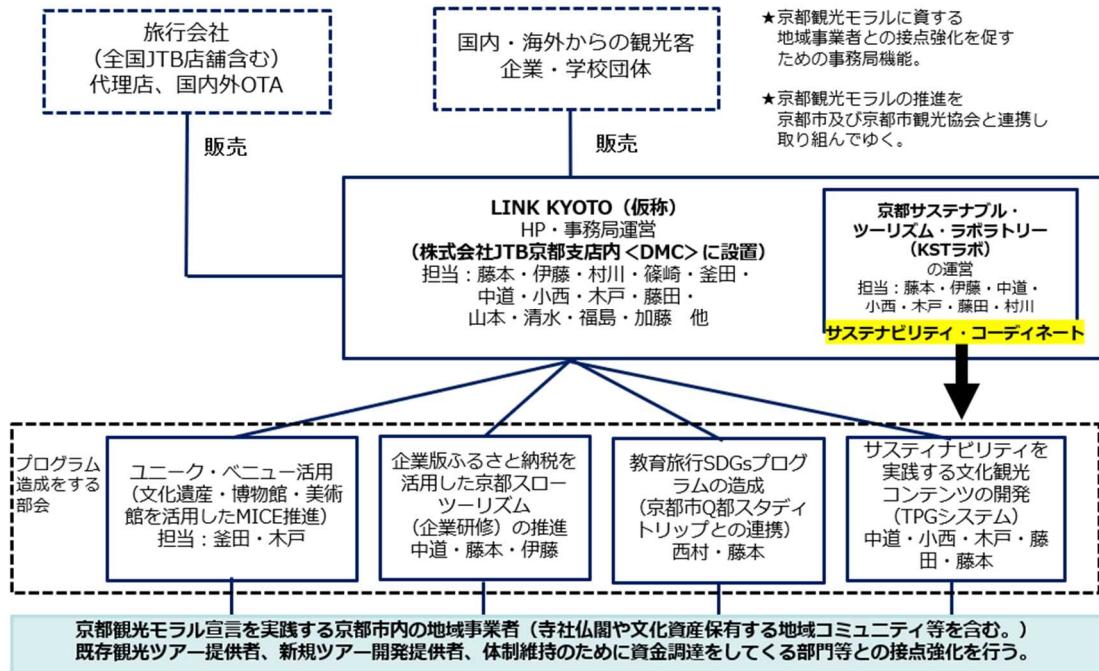
- ・地域に資する観光コンテンツを造成するための財源の確保。
- ・サポートすべき地域コミュニティ（資源）や地域事業者の評価が不明瞭。
- ・サポートすべき地域コミュニティ（資源）や地域事業者への教育が必要。

【今後に向けた提言、誘客造成等に繋がる提案】

1. 運営体制〔ヒト〕

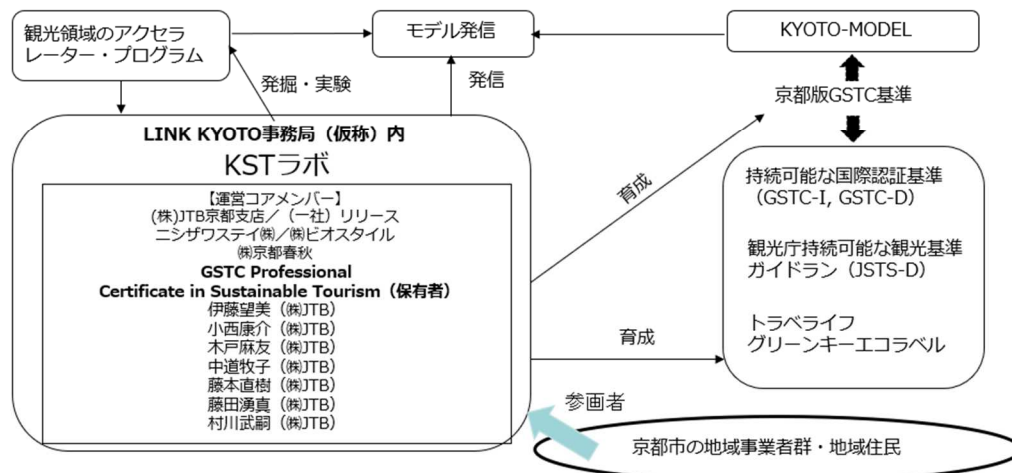
- ・JTB 京都支店内に DMC としての着地型コンテンツ予約事務局（LINK 京都（仮称））を構築する。
- ・LINK 京都のサステナビリティを追求する機能の一つとして、京都サステナブルツーリズム・ラボラトリー（KST ラボ）を立ち上げ、サステナビリティコーディネーターも設置する。
- ・地域事業者の参画を促しながら、持続可能な観光の観点から発掘・実験、育成、発信、出口（販路形成）までの伴走支援に取り組む。

令和5年度以降の運営体制図 サステナビリティを実践するツアー造成と販売体制の構築（案）



京都サステナブル・ツーリズム・ラボラトリー（KSTラボ）の運営体制（案）

- ・株式会社JTB京都支店において、持続可能な観光国際基準（GSTC）のProfessional Certificateを保有する者がサステナビリティ・コーディネーターとして取り組み全体を促進していく。
- ・京都らしいサステナブル・ツーリズムを探究するための勉強会、イベントの開催等を通じて多様な関係者とのコミュニケーションの醸成に取り組む。
- ・地域事業者と伴走を図りながら、コンテンツの造成および実証を行い、PDCAサイクルを回していく。
- ・サステナビリティに資する観光事業を実践するための教育支援を地域事業者に提供する。



2. 販促〔モノ〕

- ・TPG(Tourism・Platform・Gateway)システムを構築、活用することで持続可能な文化観光コンテンツ、チケット等を一つのプラットフォームで販促可能にする。これを「情報拠点（観光案内所等）」「宿泊施設」「旅ナカで閲覧されるメディア媒体」と連携し、主に旅ナカ市場での滞在価値、体験価値を提供するタッチポイントを開発する。

3. WEB サイト〔モノ・情報〕

- ・LINK 京都（仮称）としてHP を立ち上げ。ユニークベニュー、企業研修、教育旅行、着地型コンテンツ、持続可能なツアー等において、それぞれバラバラな取組を可視化・集約し、情報連携できるサイトを構築する。

4. 地域資源への還元〔カネ・情報〕

- ・企業版ふるさと納税を活用した、京都の持続可能なツーリズムを推進するための財源確保と官民一体となった体制を構築する。
- ・京都市において基本アセスメント（京都版 GSTC）と京都市各部署による個別アセスメントを作成し、市内の優良な事業者を官民連携プラットフォームで支援、連携、評価していく取組を行う。