

政策分野9 観光

～いよいよ旅の本質へ 世界が共感する観光都市をめざす～ 基本方針

「5000万人観光都市」を実現した京都観光は、「量の確保」とあわせて、「質の向上」を図り、「旅の本質」を堪能できる世界で一番のまちをめざす。そのため、「観光スタイルの質」と「観光都市としての質」の向上に取り組む。

また、京都の都市特性を生かした世界に冠たる国際MICE*都市～国際会議、企業研修旅行、イベント等による国際集客都市～への飛躍をめざす。

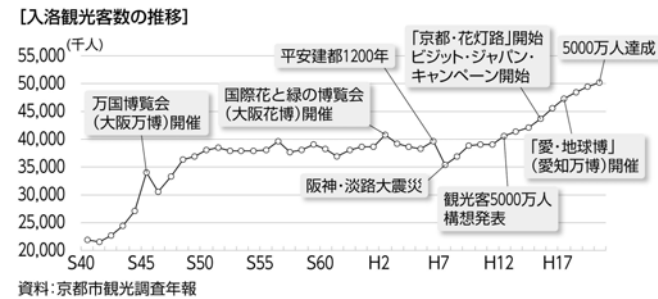
※ MICE (マイス)：企業のミーティング、企業研修旅行、国際会議、イベントなどの総称

現状・課題

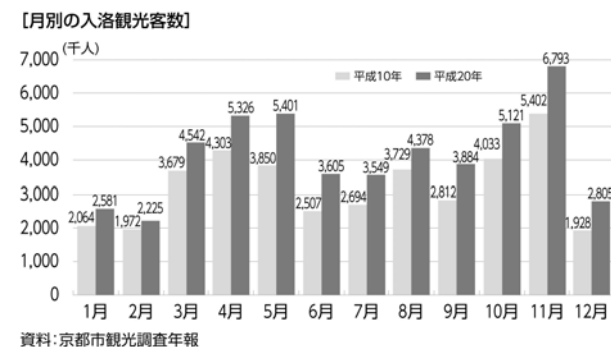
- 年間入浴観光客数は8年連続過去最高を更新し、平成20年に5000万人を突破した。平成21年は世界同時不況や新型インフルエンザの影響で厳しい状況にある。
- 入浴観光客の特徴は、「女性が64.3%」「50歳代以上が約半数、20歳代以下は約4分の1」、「日帰り74.0%、宿泊26.0%」「平均宿泊数1.69泊」で、訪問回数では「10回を超えるリピーター」が半数を超える。
- 月別の入浴観光客数は、春・秋に多く、夏・冬は少ない。2月は11月の約3分の1。
- 主要ホテルの客室稼働率は、観光シーズンにはほぼ満室で、宿泊施設の確保が困難である。また、世界的に知名度の高いホテルや長期滞在者向けの施設などが少ない。
- 観光客の京都に関する感想では、「交通」「道路」に関する評価が突出して悪い。
- 修学旅行客数は、対象生徒数が減少するなかで100万人を維持している。一方、海外からの教育旅行の受入れは、少人数にとどまる。
- 宿泊外国人客数は、5年間で倍増の約94万人となり、とくに欧米諸国からの人気が高い。今後中国人観光客の増加が見込まれる。
- 国際観光は世界各国で主要産業として成長するとともに、旅行で年間1億円以上消費する層が10万人以上も存在する。
- 国際コンベンション*の開催件数は世界で20位以下、国内でも2位から4位に転落している。
※コンベンション：国際団体、学会、協会が主催する総会、学術会議等

※ 下線の箇所は第1次案からの変更箇所です。

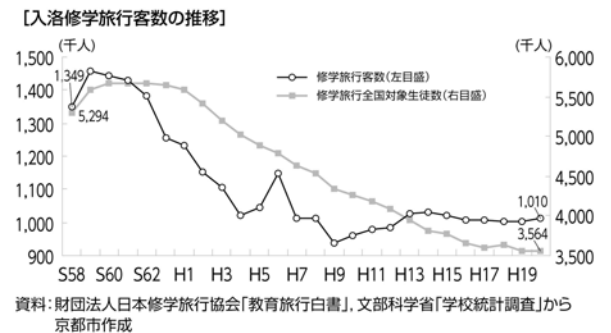
◆8年連続過去最高、5,000万人を突破



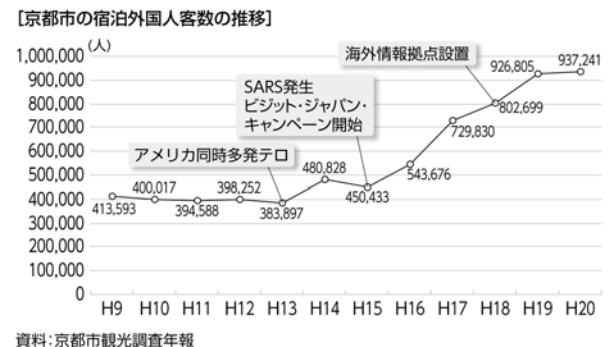
◆春・秋に比べ、夏・冬が少ない



◆対象生徒数が減少するなか 100万人を維持



◆5年連続過去最高、5年間で倍増



みんなめざす10年後の姿

1 観光スタイルの質が高まっている

名所を足早に見て回るのではなく、じっくり滞在・宿泊し、京都の日常生活や文化、芸術、食、産業、知恵、自然など、ほんものとふれあう観光や、歩いて楽しむことをはじめとする「環境モデル都市・京都」にふさわしい環境にやさしい観光など、「質の高い観光スタイル」が定着している。

2 観光都市としての質が高まっている

今ある魅力が守り育てられるとともに、新しい魅力が創出され、国籍、年齢、性別、障害の有無等にかかわらず、だれでも、いつでも、不満なく、安心安全かつ快適に京都の魅力を堪能でき、また市民にとってもくらしやすい、さらに「質の高い観光都市」となっている。

3 京都観光の新たな主体として市民が存在感を発揮している

京都が有する世界に誇る財産を、子どもから学生、大人まで、市民自身がしっかり享受し、知り、学び、楽しみ、市民が京都のファン・達人となっている。また、そうした市民が、観光客を温かく迎え、京都観光の新たな主体として存在感を発揮するまちとなっている。

4 新たな京都ファンが創出されている

子ども連れの家族や若者・学生、若い女性、ラグジュアリー層*、ビジネス客など、新たな層が京都ファンとなっている。

※ ラグジュアリー層：経済力があるだけでなく、文化的素養が高く、京都がもつ奥深い魅力への興味・関心が高い層

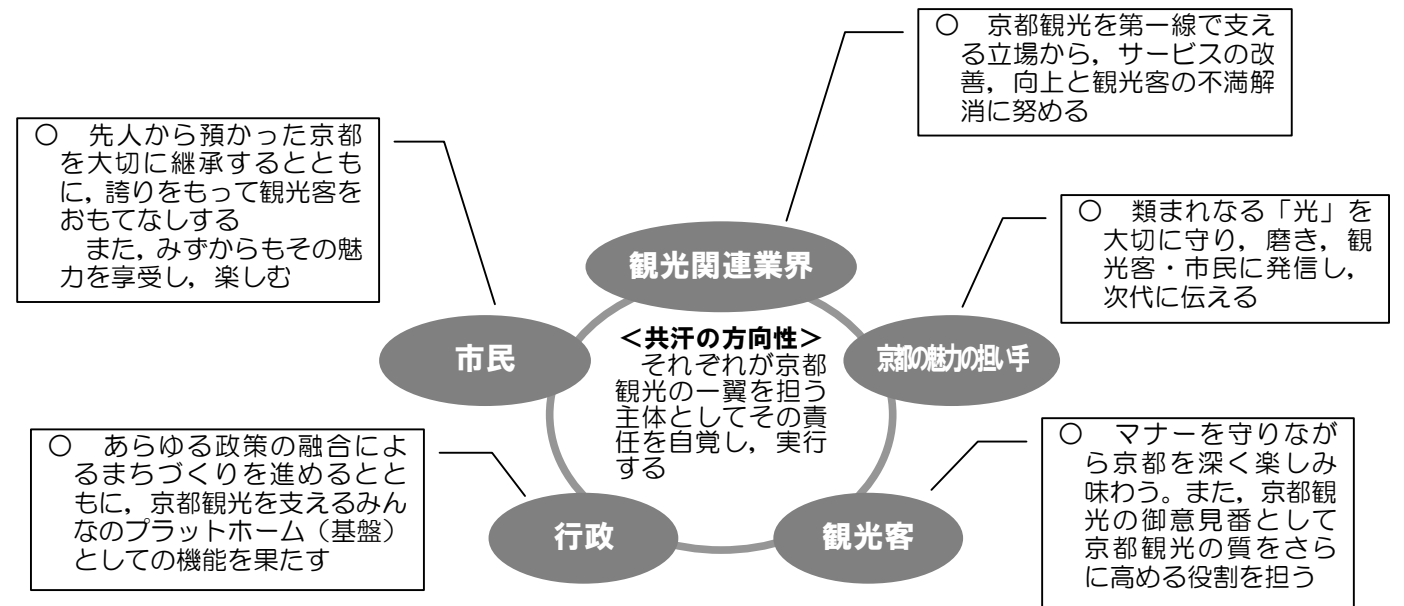
5 世界に冠たる国際MICE都市となっている

5000人規模の国際会議場が整備されるとともに、世界的な知名度の高いホテルが誘致されるなど、京都の都市特性を生かした世界に冠たる国際MICE都市となっている。

<参考>政策指標例

- ◆観光客の満足度 — → (未定)
- ◆再訪希望度 — → (未定)
- ◆宿泊観光客の消費単価 29,813円_(H20) → — (未定)
- ◆コンベンション開催件数 171件_(H20) → — (未定)

市民と行政の役割分担と共汗



推進施策

施策の体系



1 観光スタイルの質の向上

(1) 滞在・宿泊型観光の推進

日常生活の中にこそ息づく京都の奥深い魅力を，観光客にじっくり体感いただく質の高い観光を推進するため，朝と夜の観光を進めるとともに，和風旅館の魅力向上や世界的な知名度の高いホテルの誘致，京町家の活用など多様なニーズに対応する宿泊施設の充実を図る。また，長期滞在メニューの開発など京都での連泊を促進する。

(2) 環境にやさしい歩く観光の推進

環境にやさしい移動手段であるだけでなく，まちかどに息づく歴史と伝統を，五感で堪能することができる最も贅沢な観光スタイルである「歩く観光」を推進するため，観光案内標識を拡充するなど歩いて楽しむための環境整備や公共交通の利便性向上，山紫水明の自然を歩く観光の推進に取り組む。また，観光客向けのエコ化の推進など，環境モデル都市にふさわしい観光スタイルを追求する。

(3) ほんものとふれあう観光の推進

「見る」観光から「ふれあう」観光への転換を図るため，体験・学習型コンテンツの充実など京都の文化や知恵，匠の技を心で“みる”（看る，診る，視る，観る，魅せる）観光を進める。また，京都人とのふれあいが魅力的な観光資源であることを踏まえ，地域ごとの個性を生かし，観光客が京都の暮らしや日常生活を体験できる取組を推進する。

2 観光都市としての質の向上

(1) 快適な受入環境の整備

国籍，年齢，性別，障害の有無等にかかわらず，すべての観光客が快適に京都の魅力を堪能し，「また来たい」という思いを抱いていただくため，観光客の不満解消，さらには市民生活の向上の観点から，クルマから公共交通への転換や公共交通の利便性向上，観光案内の充実，ユニバーサルツーリズムの推進，美しいまちづくりを進める。

(2) 新たな京都ファンづくり

京都の有する多彩な魅力をもっと多くの人に知っていただくとともに，幅広い層に支えられた持続的な観光振興を図るため，新たな魅力の創出や誘致活動を展開し，子ども連れの家族や若者・学生，若い女性，ラグジュアリー層（経済力があるだけでなく，文化的素養が高く，京都が持つ奥深い魅力への興味・関心が高い層），ビジネス個人客など，新たな京都ファンづくりを進める。

(3) 市民が存在感を発揮する観光都市の実現

「京都人としてのたしなみ」に磨きをかけた市民が観光客を温かく迎え，京都観光の新たな主体として存在感を発揮する観光都市を目指す。そのため，子どもから大人まで市民自身が京都の魅力をしっかり享受し，楽しむ「市民の京都再発見」を進めるとともに，観光ボランティアの裾野を広げるなど，市民と観光客がふれあえる場を創出する。また，市民のおもてなし向上と観光客のマナー向上の気運を盛り上げる。

(4) 国内外への効果的な魅力発信

京都にこそ旅の本質があることを効果的に国内外に発信するため，ホームページの充実など情報発信ツールを整えるとともに，その内容を充実する。あわせて，夏や冬における京都ならではの魅力を活用したプロモーションをはじめ，京都の魅力をきめ細かく伝えるプロモーションや，修学旅行生や外国人観光客，ラグジュアリー層など，観光客の特性や市場ニーズに応じた効果的なプロモーションを実施する。

3 国際 MICE 都市～国際会議，企業研修旅行，イベント等による国際集客都市～への飛躍

MICE の誘致・振興は，京都ブランド・都市格の向上，市民生活の活性化，経済効果など，社会的及び経済的両面において京都の都市活力を支え，向上させるものであるとともに，京都観光の質の向上に寄与することが期待され，京都市の都市戦略として全市を挙げて MICE の誘致・振興に取り組む。

関連する分野別計画

未来・京都観光振興計画 2010⁺5（平成22年～26年）
京都市 MICE 戦略