

本市における観光の役割及び重要性について

1 本市が観光に取り組む意義～世界があこがれる観光都市を目指して～

京都は日本の文化力発信の中心であり、日本の人口が減少し経済力の低下が懸念される中、日本の歴史、伝統、文化、こころを現代に受け継ぐ都市として京都観光に求められる役割はますます拡大している。このような状況において、本市が観光に取り組む意義としては、次の4点が挙げられる。

(1) 京都の魅力の維持と創出

京都の本質を観光客に伝え、その本質を受け取った観光客の感動を感じることで、京都の本質の維持と新たな魅力の創出につながる。

(2) 持続可能な文化と観光の創造

観光を通じた文化と文化の触れ合いは、新たな価値を生み出し、文化の継承と復興に寄与する。観光客に新たな満足と感動を届け続けることで、持続可能な文化と観光の創造につながる。

(3) 更なる交流の増加

観光を通じて人と人、文化と文化が触れ合うことで、多様性を認め合うとともに、市民は京都の魅力を再認識し、多くの人々との更なる交流の増加につながる。

(4) 京都経済のけん引

経済波及効果の大きい観光を振興することで、京都の経済を力強くけん引するとともに、定住人口・交流人口の増加、安定的な雇用の創出、市民所得や都市格の向上等を通じ、市民生活の向上につながる。

2 本市における観光の役割及び重要性

(1) 観光産業は、宿泊業、運輸業、飲食業、旅行業等を中心に農林業、伝統産業、製造業など、幅広い産業に関連する非常に裾野の広い総合産業である。

(2) このような観光が、本市経済に次のような影響を与えている。

ア 観光消費額

平成27年の観光消費額は、過去最高の9,704億円で、平成26年の7,626億円から27.2%（2,078億円）増、平成25年の7,002億円からは38.6%（2,702億円）増となっている。また、市内免税店売上調査によると、調査対象366店舗のうち回答のあった127店舗の平成27年売上合計額は約100億円である。

平成27年の京都市全世帯平均の消費支出は1箇月当たり283千円、年間3,394千円である。市内世帯数が71万世帯であることから、観光消費額は28.5万世帯分（観光消費額9,704億円÷3,394千円/世帯＝285,916世帯）に当たり、市内約4割の世帯の家計消費支出に相当する。

また、平成25年の市内総生産に占める観光消費額に係る付加価値相当額の割合が約9%を占め、国全体（約5%）と比較すると約2倍弱となっていることから、観光が市内経済を力強くけん引していると言える。

(参考) 市内総生産に占める観光消費付加価値相当額の割合（平成25年）

①市内総生産（名目）	②観光消費額	③観光消費額に係る付加価値相当額 ③=②×0.8	割合 ③÷①
（最新）6兆0,740億円	7,002億円	5,602億円	9.2%

※ 観光関連産業の付加価値相当額は、平成17年に調査した「平成16年京都市観光消費経済波及効果」の観光消費額の付加価値総額が観光消費額の約8割相当であったため、これを流用して計算している。

(参考) 国内総生産に占める観光消費付加価値相当額の割合（平成25年）

①国内総生産（名目）	②観光消費額	③付加価値相当額	割合 ③÷①
479.1兆円	23.6兆円	24.9兆円	5.2%

※ 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」により京都市作成

イ 雇用創出効果

高級ホテル等の増加は、一流のサービスを提供するため、一定の資格やスキルを有する人材の確保が必要となり、非正規ではなく、正規雇用が産み出される。また、京の七夕、花灯路、レストランウィンタースペシャル等の閑散期対策等により、観光客数の繁閑差は大きく改善されつつあり、年間を通した観光需要の創出は、安定した雇用に寄与する。

このように、観光を振興することにより、観光の付加価値向上と生産性向上を産み出し、雇用の増加のみならず、市民所得の向上につながるといった好循環が生まれるほか、市内での新規雇用が創出されることで、市内への転入、人口増加にもつながる。

ウ その他経済効果

旅館、ホテルのインテリアや内装等に京都産の木材や伝統産業製品が多数採用されているほか、観光客に提供される食事で京野菜や日本酒が使用されるなど、農林業や伝統産業にも影響を与えている。

また、観光施設や宿泊施設等で使用する消耗品は、多くが市内で買い求められることとなるが、これらは直接の観光消費額として計上されない。同様に、観光客の宿泊に伴う清掃等のサービス提供についても、多くが市内企業によって提供されるが、これらについても直接の観光消費額として計上されていない。

しかし、このような消費は観光客によって産み出されるものであり、このような効果まで含めて観光事業が与える影響を考えた場合、京都経済に与える効果は非常に大きいものと考えられる。

エ ブランドイメージ・都市格向上

観光施策のみならず、まちの美化総行動、放置自転車対策、電線地中化の取組、屋外広告物規制、高さ規制、文化財保護、市バス・地下鉄の利便性向上等に市民ぐるみで取り組んだ結果、世界で最も影響力を持つ旅行雑誌の一つである「トラベル・アンド・レジャー」誌の読者投票で、5年連続世界の人気観光都市ベスト10に、「コンデ・ナスト・トラベラー」誌で世界第2位の世界人気観光都市に選ばれるなど、京都の「観光地」としての一定の評価、認知度を得て、都市のブランドイメージ・都市格向上につなげてきた。

魅力ある都市には、観光客だけではなく、住みたい、働きたい、子育てしたいと望む多くの人々が集まる。実際に、京都市の人口動態も、平成19年に3,500人を超える転出超過だったものが、平成27年は3,248人（平成26年10月～平成27年9月）の転入超過に転じている。

さらに、「京都」の世界的な知名度・ブランドイメージの向上は、京都企業の国内外における経済活動等にもプラスの影響をもたらす。

（参考）平成20年における観光消費が本市に及ぼす経済波及効果（「京都観光影響調査報告書」（平成22年2月）参照）

- 経済波及効果 1兆2,421億円
(観光消費額(6,562億円)の1.89倍)
- 付加価値総額 5,302億円
(市内総生産(6兆3,000億円)の8.4%に相当)
- 雇用創出効果 10万人
(市内従業者総数(73万人)の13.6%に相当)

※ 観光庁の調査によると、国全体では、定住人口1人当たりの年間消費額（125万円）は、旅行者の消費に換算すると、外国人旅行者9人分（1人1回当たりの消費額15万1千円）、国内旅行者（宿泊）27人分（同4万7千円）、国内旅行者（日帰り）84人分（同1万5千円）に当たるとされている。

（参考）観光交流人口増大の経済効果（平成26年）（観光庁資料抜粋）

観光交流人口増大の経済効果(2014年)

○定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者9人分、国内旅行者(宿泊)27人分、国内旅行者(日帰り)84人分にあたる。

定住人口=1億2,805万人
1人当たり年間消費額=125万円

