

# 京都観光振興計画2020

進化する計画の実践  
～追加施策及び目標修正について～

平成30年1月

# 京都観光振興計画2020 平成26年10月策定

## 計画策定後の成果

### ☆ 計画目標の達成

- ・ 外国人宿泊客数 300万人 5年前倒して達成  
(計画策定時 25年実績 113万人⇒28年実績 318万人 )
- ・ 観光消費額 1兆円 4年前倒して達成  
(計画策定時 25年実績7,002億円⇒28年実績 1兆862億円)

### (1) 受入環境の整備 (ひとづくり・まちづくり)

- ・ 京都市認定通訳ガイド, フォーリンフレンドリータクシー, 京都工房コンシェルジュ
- ・ 観光経営を学ぶ高等教育の推進と京都大学での観光MBAコース創設
- ・ 四条通歩道拡幅, 八条口駅前広場整備
- ・ 宿泊施設拡充・誘致方針策定, 上質宿泊施設誘致制度の創設
- ・ 国際的なラグジュアリーホテルの立地
- ・ Visaとの連携協定をはじめとした外国人観光客の買物環境向上支援  
(市域の免税店 26年4月 178店⇒29年4月 1,363店)
- ・ ムスリム受入体制やハラール対応の充実 (礼拝スペース 1箇所⇒14箇所 )
- ・ 車いすレンタル制度の創設
- ・ 新たな観光振興体制 京都市版DMOの構築



京 Kyoto  
City of Kyoto  
Visitors Host



# 京都観光振興計画2020 平成26年10月策定

## (2) コンテンツ

- 東アジア文化都市2017, スポーツ・文化・ワールドフォーラム, ラグビーワールドカップ2019抽選会京都開催, 大政奉還150年・琳派400年・伊藤若冲生誕300年記念事業, 京都国際現代芸術祭等の文化行事と観光の融合
- 着地型ツアーの充実, 朝観光・夜観光の取組
- 大津・奈良, 宇治・亀岡など周辺自治体との連携強化
- 「京の冬の旅50周年」, 「京の夏の旅40周年」
- 「ロームシアター京都」リニューアルオープン, 「京都市動物園」再整備



東アジア  
文化都市  
2017 京都

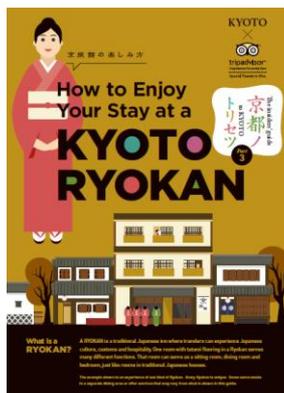
CULTURE CITY OF EAST ASIA 2017 KYOTO



# 京都観光振興計画2020 平成26年10月策定

## (3) プロモーション

- 日本ラグジュアリートラベルアライアンスの発足
- トラベルアンドレジャー「ワールドベストシティ」6年連続ベスト10入り、「世界で最も文化的魅力の高い観光都市ランキング1位」(2016), ワンダーラスト「読者投票ベストシティ部門1位」(2017), フォーブス「世界で最もロマンチックな20都市」(2017)など海外誌での評価の高まり
- エクスペディアグループとの連携協定による京都ブランドの発信等の推進
- メディア支援センターの発信力強化等による海外メディアへの露出拡大
- 民間事業者とも連携した多言語HPでの情報発信や市公式アプリ「HELLO KYOTO」等を活用したプロモーションの充実



# 京都観光振興計画2020 平成26年10月策定

## (4) MICE

- ・ 過去最高の国際会議開催件数，参加者数  
(計画策定時 25年実績 176件，約96,000人⇒28年実績 278件，約200,000人)
- ・ 主要会議，MIの京都開催，誘致成功
  - 第59回日本糖尿病学会 2016年 約14,000名 伝統技法を活用したコングレスバッグを採用
  - 世界神経学会議 2017年 約8,000名 ユニークベニューやコンベンションパスの活用
  - 国際博物館会議(ICOM) 2019年 約2,500名
  - UNWTO/UNESCO 観光と文化をテーマにした国際会議 2019年 約800名
  - 国連犯罪防止・刑事司法会議 2020年 約5,000名
  - イタリア高級自動車メーカー，フランスジュエリーメーカー，イタリアファッションブランドのインセンティブ誘致
- ・ 伝統産業や伝統文化に触れる機会の充実 (ロビー等での伝統産業実演や文化体験等)
- ・ 岡崎MICEの推進
- ・ 京都大学との連携協定締結によるMICE誘致等の推進
- ・ 会議施設や宿泊施設等の事業者連携の強化
- ・ ユニークベニュー施設の充実
- ・ 国による国立京都国際会館の多目的ホール整備

国際博物館会議 京都大会

ICOM  
KYOTO 2019

1-7 September



# 策定後、わずか3年で様々な課題が...

①インバウンド客の急激な増加  
と  
マナー問題

②無許可民泊施設の増加

③観光客の集中と混雑

④近場国内観光客の伸び悩み

⑤好調な観光の効果が  
実感できない

⑥伝統産業・伝統文化振興に  
つながっていない

## 新たな環境の変化

- ・文化庁の京都への全面的移転
- ・訪日観光客の増加（国目標の上方修正）
- ・宿泊税の創設
- ・2025年問題（国内マーケットの縮小）

☆観光業やサービス業を  
支える担い手が不足

# 課題と環境変化への対応

- ①インバウンド客の増、マナー対策
- ②民泊対応
- ③観光客集中の緩和
- ④近場国内観光客の伸び悩み
- ⑤観光の経済効果が実感できない
- ⑥伝統産業・伝統文化振興につながない

市民生活と観光との調和

国内観光客の維持  
国際観光客誘致の充実

- ・観光、産業と文化の融合
- ・伝統産業の振興、伝統文化の振興、中小企業の振興
- ・山間地域等の活性化
- ・担い手の育成と確保

外から

稼ぐ

域内で

回す

- ・市民所得、事業者収入の増加⇒市民生活の豊かさへ
- ・交流の進化、平和に貢献
- ・都市格、ブランド力の向上

「持続可能な国際文化観光都市」へ

京都観光振興計画2020  
着手済 189事業  
未着手 2事業

※30年度 予算要求中

2020年以降も見据え、  
状況に応じ新たな課題に対応  
⇒継続中事業の充実、新規取組の実施  
進化する計画を実践

# 京都観光振興計画2020 追加及び充実取組（案）

世界があこがれる観光都市⇒

2020年「東京オリンピック・パラリンピック」以降、「関西ワールドマスタースゲームズ2021」も見据え、

## 「持続可能な国際文化観光都市」を目指す。

国内外からの訪れる人々との交流を通じて、豊かな暮らしと未来をつくる。

都市の規模と魅力に合わせた持続可能な観光と文化の創造を図り、  
観光客に満足と感動を届ける。

### 1 市民生活の豊かさの実現とおもてなし向上

- ・ 市民や子どもが歴史，伝統，文化に触れる機会の創出 **充実**
- ・ 旅行者をあたたく迎える市民の取組への支援 **新規**
- ・ 地域の活性化，中小企業や地場産業の振興 **新規**

### 2 市民と観光客の安心・安全の確保

- ・ 災害時避難誘導の推進 **充実**
- ・ 無許可民泊への対応強化 **新規**
- ・ マナー啓発の強化 **新規**

# 京都観光振興計画2020 追加及び充実取組 (案)

## 3 国内外観光客へ質の高い観光の提供

(住んでよし, 訪れてよしのまちづくり)

- ・ 混雑緩和と市域全体への観光客の誘致 **新規**
- ・ 「京の食文化」観光の推進 **充実**
- ・ 地域と連携した観光資源の掘り起こし **充実**
- ・ トイレ等の受入環境整備 **充実**
- ・ 文化, 景観及び観光の融合 **新規**  
(文化財, 伝統文化及び伝統産業の振興と活用)  
(京都市交響楽団や京都市美術館, 芸術系大学の魅力発信)
- ・ まちなみ景観, 自然景観など 魅力の保全・活用・創造  
(京町家, 無電柱化事業, 桜景観・円山公園再整備 等)

## 4 コミュニケーションの強化

- ・ プロモーションの充実  
(質の高いコンテンツ, 旅館の魅力発信, 情報発信, ブランド構築)
- ・ 富裕層誘致の拡大・ 国内外修学旅行の誘致・ MICE誘致の拡大

## 5 観光振興推進体制, マーケティングの強化

- ・ 持続可能な観光振興体制 (京都市版DMO) の強化

# 京都観光振興計画2020 目標修正について（案）

「観光と市民生活との調和」を最優先に観光と市民生活の「質」の向上を図り「量」を確保  
観光の効果を最大限に高め、京都市域全体に還元し、市民生活の向上に寄与させるため、引き続き観光消費額を指標・目標として設定する。

## 取組の方向性

### ① 延べ宿泊客数の増加

質を向上し、宿泊客の量を確保 日帰りより1泊、1泊より2泊 滞在の長期化を目指す。  
インバウンドは平均宿泊日数1.98泊を3泊に、国内観光客の延べ宿泊客数は現状維持を目指す。

### ② 経済波及効果が相対的に高い飲食費や体験費用等の消費額向上

コンテンツの充実と情報発信の強化により、観光消費額の単価アップを目指す。

宿泊客 + 約4,000円（食事費用3,000円＋入場・拝観料や体験費用1,000円）

日帰り客 + 約 600円（拝観料相当1回分）

上記の取組の実現による観光消費額（2020年）

# 1兆3,000億円

## 計画目標の進ちよくをモニタリングする指標 (KPI) (案)

### ・リピーター率 (外国人) , 満足度, 再来訪意向, 紹介意向

満足度実績	日本人	H26	90.0%	⇒	H28	89.0%	, 外国人	H26	98.3%	⇒	H28	96.9%
再来訪意向, 紹介意向	(目標: 大変そう思う80%以上)											
再来訪意向	日本人	H26	61.1%	⇒	H28	60.8%	, 外国人	H26	53.3%	⇒	H28	57.1%
紹介意向	日本人	H26	42.9%	⇒	H28	47.2%	, 外国人	H26	58.3%	⇒	H28	66.0%

加えて

ラグジュアリー層誘致(外国人平均単価)や  
観光客の混雑緩和と市域全体へ誘致する指標を検討

「市民生活と観光の調和」の進ちよくを把握するため

### ・市民生活実感調査を指標として活用

Q 京都は, 市民にとってくらしやすい観光都市である。

Q 京都は, 観光客にとって質の高い観光都市である。

※上記の指標については愛着度や信頼性の度合いを測る  
「ネットプロモータースコア」も活用して意向を評価