

京都観光振興計画2020⁺1

進化する計画の実践

～取組の追加・充実及び目標の修正について～

(概要版)

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

京都観光振興計画2020に掲げた取組を着実に推進

着手済 189事業（着手率99.0%）

未着手 2事業※

※30年度 実施予定

(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⇒13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

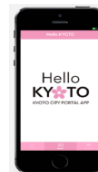
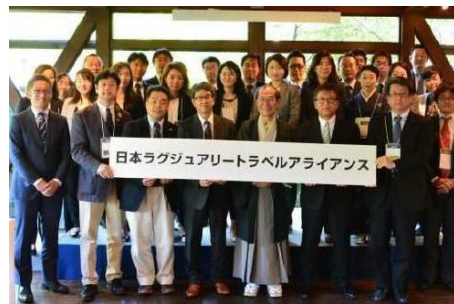
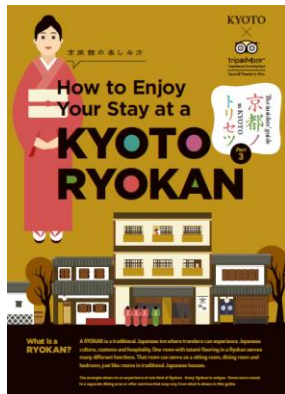


(C) 小川重雄

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」(2017,2018)，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



計画目標の達成と課題等への対応

☆ 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
(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
(25年実績7,002億円⇒28年実績 1兆862億円)

新たな環境の変化

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

大きな成果を上げる一方、様々な課題も発生

- 外国人観光客の急激な増加とマナー問題
- 無許可民泊施設の増加
- 観光客の集中と混雑

- 国内観光地間の競合激化
- 観光の経済効果が広く行き渡っていない
- 伝統産業・伝統文化等の振興につながる仕組みが不十分
- 観光客が奥深い魅力に十分触れられていない

- 観光業やサービス業を支える担い手が不足

課題や環境変化への対応

▶ 市民生活と観光との調和

▶ 国内観光客の維持
▶ 外国人観光客誘致の充実

- ・観光、産業、文化の融合
- ・中小企業の振興、伝統産業の振興
- ・伝統文化をはじめ幅広い文化・芸術の振興
- ・周辺市街地、山間地域等の活性化

▶ 担い手の確保と育成

計画目標の達成と課題等への対応

課題や環境変化への対応

- ①市民生活と観光との調和，②国内観光客の維持，外国人観光客誘致の充実，③担い手の確保と育成

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

2020年「東京オリンピック・パラリンピック」以降，「ワールドマスタースゲームズ2021関西」も見据え，
「持続可能で満足度の高い国際文化観光都市」を目指す

「持続可能で満足度の高い国際文化観光都市」とは，

市民生活と観光との調和の確保を大前提として，

- ・ 歴史的建造物や庭園，まちなみ景観，自然景観，伝統文化，現代文化，生活文化，伝統産業など，京都の優れた文化を守り，育て，創造的に活用を進める都市
- ・ 観光，文化，経済を融合し，国内外から訪れる人々との交流を通じて，地域の発展につなげる都市
- ・ 市民，観光客及び事業者に高い満足を提供する都市

京都観光振興計画2020 +1 追加及び充実の取組

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
（例）「市民による魅力再発見事業」における小学校等への出張講義などの実施
- ・ 旅行者をあたたかく迎える市民の取組
（例）京都・観光文化検定の受検促進など，子どもたちが京都を知る取組の推進
- ・ 地域の活性化，中小企業，商店街や地場産業の振興
（例）旅館をはじめとする宿泊施設の経営強化
- ・ 観光地や交通機関等における混雑緩和と受入環境の整備
（例）洛バス100号系統での「前乗り後降り方式」の導入

2 市民と観光客の安心・安全の確保

- ・ 民泊の適正運営の確保（違法民泊への対応強化等）
（例）「民泊通報・相談窓口」の体制強化や違法・不適切な「民泊」に対する指導の強化
- ・ マナー啓発の強化
（例）外国人観光客のマナー向上に向けた啓発強化
- ・ 災害時避難誘導の推進
（例）表示板・誘導標識での「ピクトグラム」採用による災害時避難誘導の推進

京都観光振興計画2020 +1 追加及び充実の取組

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) (市域全体への観光地の分散化)

- ・ 市域全体へのお客様誘致の推進
(例) 観光地の分散化, 地域が主体となった観光振興の取組への支援
- ・ 「京の食文化」観光の推進
(例) 地域の食にスポットを当てた魅力発信
- ・ 文化, 景観及び観光の融合
(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)
(例) 文化芸術創造拠点・京都プロジェクト, 大学と連携した「京都学」講座の開催
- ・ 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)
(例) 歴史的景観を保全・継承する京の道づくり

京都観光振興計画2020 +1 追加及び充実の取組

4 マーケティングの強化

- ・ ブランド構築（質の高いコンテンツや旅館の魅力発信などプロモーションの充実）
（例）旅館をはじめとする宿泊施設の魅力発信
- ・ 富裕層誘致の拡大等
（例）ラグビーワールドカップ2019等のスポーツイベント観戦者等の誘致
- ・ 国内外修学旅行の誘致
（例）修学旅行時期の閑散期等への誘導
- ・ MICE誘致の拡大
（例）京都らしいMICE開催推進のためのユニークベニュー施設開発及び情報発信の強化

5 京都の観光を支える担い手の確保と育成

- ・ 京都観光を支える企業間の協業促進や起業支援の実施

6 観光振興推進体制の強化

- ・ 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 +1 目標の修正と指標について

○ 目標

「市民生活と観光の調和」を最優先に、市民生活と観光の「質」の向上を図り「量」を確保
観光客の満足度の向上を通じて観光の効果を最大限に高め、京都市域全体に還元し、
観光の担い手や伝統産業の担い手の確保と育成を図るとともに、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。



修正

単に観光客の増加を目指すのではなく、**延べ宿泊客数の増加**や**観光消費額単価の向上**
を図ることにより、年間観光消費額の目標を現計画における「1兆円」から「**1兆3,000億
円**」に上方修正する。

継続

また、現状においても高い水準で維持している「再来訪意向」、「紹介意向」、「京都のお
もてなし度」については、引き続き毎年評価を着実に向上させ、より100%に近づけていく。
とりわけ、各項目における「大変そう思う」の回答割合について、日本人、外国人とも80%
以上を目指す。

京都観光振興計画2020 +1 目標の修正と指標について

○ 指標

取組の進捗を計る指標（KPI）として、以下の項目について定期的に数値を評価したうえ、PDCAサイクルを活用し、計画を着実に実行していく。

(1) 「市民生活と観光との調和」の進捗を把握するため市民生活実感調査を活用

ア 京都は、市民にとってくらしやすい観光都市である。

イ 京都は、観光客にとって質の高い観光都市である。

(2) 京都観光総合調査における、観光客の満足度

(3) 外国人観光客の平均観光消費額単価及び京都へのリピーター率

なお、(1)及び(2)については、「ネットプロモータースコア」(※)も活用して意向を評価します。

※ ネットプロモータースコア

企業ブランドの強さを測定する指標で、肯定的な人の割合から否定的な人の割合を差し引いた指標。