

▶ **世界の動向**

※資料 6-1 参照

- ・世界の観光は長期的に見れば成長傾向※にあり、特にアジアの成長が見込まれる
- ・国際観光収入の増大，世界の富裕層人口の増加 ※2010:9.5億人 → 2030:18億人
- ・2030年 国連「持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた取組
- ・地球温暖化，気候変動への対応
- ・災害，感染症，テロ等に対する危機対応の必要性増大
- ・デジタル，AI，ビッグデータ等 テクノロジーの進展

▶ **日本の動向**

- ・少子高齢化，人口減，国内旅行者の減，労働力人口減少による人手不足，地域コミュニティの希薄化
- ・国を挙げた観光立国の実現に向けた取組の推進
- ・インバウンドの増加，より多様な観光客の来訪（ムスリム，LGBT等）
- ・航空需要の拡大，発着容量の拡大
- ・東京五輪，関西WMG，関西万博等のビッグイベント開催，IR誘致
- ・観光地域づくり法人（DMO）の果たすべき役割の増大

▶ **京都の動向**

- ・文化庁の京都への全面的移転（令和4年度中），文化を基軸とした都市経営の推進
- ・国内外での京都ブランドの高まり（ベンチャー企業進出，留学生増）
- ・2050年二酸化炭素実質排出ゼロ，IPCC京都ガイドラインなどの温暖化対策
- ・低経済成長と厳しい京都財政，依然として厳しい伝統産業，商店街等
- ・有効求人倍率の上昇，担い手不足

京都観光の現状と課題

※資料 6-2 参照

（出典）京都観光総合調査，MICE実態調査
市政総合アンケート，訪問意向調査

（観光客）

1 観光消費額は順調に推移（R1）

観光消費額は1兆2,367億円と4年連続で1兆円を超える消費額（京都市民年間消費支出額の約55%に相当）
※宿泊客の消費額単価は日帰り客の日本人5.0倍，外国人3.1倍

2 日本人観光客・修学旅行生の減少（H29～H30※）

日本人観光客3.2%減，修学旅行生は15.4%減

※R1数値は統計手法の変更により時系列による単純比較はできないためH30数値で比較

3 観光客の満足度は高水準を維持，混雑等への不満（R1）

日本人及び外国人観光客の約9割以上が京都観光に満足と回答

一方で「残念なことがあった」との回答において「混雑」や「マナー」が上位に

4 「時期」「時間」「場所」3つの分散化の推進

月別の観光客数の繁閑差が最大（H15）の3.6倍から1.3倍（R1）に縮小。

朝観光・夜観光などの「時間」の分散化，広域連携などの「場所」の分散化が課題

5 リピーターの訪問頻度の減少傾向

国内リピーターが「混雑」等への懸念を理由に訪問頻度が減少傾向

6 世界での認知度の不足

トラベルアンドレジャー「ワールドベストシティ」9年連続ベスト10入りするも，
欧米豪ではまだまだ「日本＝東京」のイメージが強く京都の認知度が不足

（MICE）

7 国際会議開催件数は順調に増加（H25→R1：約2.2倍）

8 誘致競争力強化や，経済効果，地域貢献効果の一層の向上が課題

（市民）

9 観光の重要性は認識しているが，混雑・マナー違反等への懸念あり

10 観光のプラス効果（雇用，経済波及等）の認知不足

（観光事業者，観光従事者）

11 人手不足や非正規雇用率の高い観光産業

（観光資源，観光関連のインフラ等）

12 宿泊施設の増加，オフィスビル等の不足

13 公共交通の利用は進むが，一部の市バス等交通機関の混雑は継続

14 景観政策の推進の一方で，京町家の減少（毎年約800軒が滅失）

15 岡崎，京都駅西部・東南部，西陣等の活性化

＜新型コロナウイルス感染症の影響とそれによる変化＞

- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、旅行需要の激減、不要不急の外出自粛などにより、京都観光を取り巻く状況が一変
 - ・ 観光関連事業者の経営は極めて深刻化しており、京都観光はかつて経験したことの無い危機的な状況
- ※資料6-3参照

【市民】

- 自粛疲れやストレス増加を解消する観点からの消費や観光需要の高まり
- 所得減少の影響による消費、外出控え
- 観光客来訪による感染拡大の懸念
- 回復後の混雑やマナー等の観光課題再燃への懸念

【観光事業者】

- サービス内容、顧客ターゲットの変更による売上確保
- サービスの質の向上と更なる効率化
- 雇用リスクに備え、正規雇用から非正規雇用へのシフト
- 厳しい経営状況による廃業の拡大

【観光客・ビジネス客】

- 自粛疲れやストレス増加を解消する観点からの消費や観光需要の高まり
- 感染への不安や所得減少の影響による旅行控え
- リモートでのビジネスや会議等の可能性の実感と、その一方で直接的に交流することの重要性の再認識

＜ウィズコロナ社会における京都観光の回復に向けた方向性＞

感染症予防・拡大防止を徹底することにより、市民・観光客双方にとって安全な環境を整えるとともに、市民生活や地域文化をより重視し、市民が豊かさを感じられる観光を目指しながら、市民、府民、関西の観光客、全国の観光客、そして海外の観光客というように、徐々に観光の再開を図ることで需要の回復につなげ、関連産業を含めた幅広い事業者の経営が正常化するよう取り組んでいく。

徹底した感染症予防・拡大防止対策と観光の両立

市民の安心・安全と観光に訪れる方の安心・安全を確保することで、安心して京都の魅力を満喫していただけることを目指す。

市民生活・地域コミュニティと観光の更なる調和

観光事業者等に「地域への貢献」を促すことで、市民生活と観光の調和を図り、市民生活の豊かさにつなげることを目指す。

【感染拡大防止期～回復初期】

- 事業継続、雇用確保等の事業者支援
 - ・ 新たな融資制度の創設等の金融支援(2/6～)
 - ・ 観光業者等緊急支援補助金 (3/30)
 - ・ 中小企業等緊急支援補助金 (4/27)
- 事業者のスキルアップ等、受入環境の整備
 - ・ 観光事業者対象のオンライン研修 (3/18～)
 - ・ 観光事業者対象の衛生対策等支援 (4/7～)
- 入洛客の抑制
 - ・ 京都への観光自粛の要請 (4/8)
 - ・ 「Stay Home, Feel Kyoto」の取組 (4/28～)
- 自治体独自の衛生対策強化、事業者と連携した危機管理体制構築など安全対策の徹底
 - ・ 新型コロナあんしん追跡サービス(6/1～)
 - ・ 安心・安全な京都観光アドバイザーチームの設置 (6/9)
- 市民による京都の魅力再発見及び市内での消費拡大
 - ・ 京都で食べよう、泊まろうキャンペーン (6/19～)
 - マイクロツーリズムの取組を加速



【回復中期～後期】

- 「新しい生活スタイル」対応のための衛生対策等支援
 - ・ アドバイザーの専門的な助言、支援を行う体制の整備
 - ・ 感染症予防・拡大防止対策等を行う店舗や施設等への支援、見える化
- 「新しい観光スタイル」の推進
 - ・ 衛生対策の観点を含めた「新しい観光マナー」の啓発
 - ・ 観光地の混雑情報等の発信（三密回避）
 - ・ 「新しい観光スタイル」のコンテンツ開発
→ GoToキャンペーンとの連動・発信
- 修学旅行の中止等回避対策
 - ・ 実施予定校に対する安心・安全対策の周知
 - ・ 実施校への感謝状の贈呈、文化体験の提供
- MICE開催支援
 - ・ MICE開催の新たなスタイル・ルール等の検討・発信
 - ・ 感染拡大予防対策を行うMICE施設・主催者への支援
- インバウンド受入
 - ・ (国要望)迅速かつ適切な水際対策強化等
 - ・ 十分な安全性を確認したうえで誘致再開