



令和 3年 7月 7日

広報発表

公益社団法人 京都市観光協会 (DMO KYOTO)

## 新しい京都観光のアイデア募集を踏まえた事業展開（ロードマップ）の改訂について ～「京都観光 未来への“ホーム”ワーク」の答え合わせ～

この度、公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）では、三度目の緊急事態宣言に伴って募集を行った「新しい京都観光」のアイデアに加え、昨今の情勢変化も考慮したうえで、昨年7月に発表したロードマップを改訂し、今後の取組の方向性を具体化しましたので、お知らせいたします。

ロードマップの改訂にあたっては、取り組み項目の1つとして掲げていた「リピーター開発に関する研究」の一環として、観光事業者・従事者のみならず、市民や学生、メディアなど多くの皆様からお寄せいただいたアイデアの分析を行い、持続可能な観光の実現につながる京都ならではの体験を5つの領域に分類しました。また、本年3月に京都市において発表された「京都観光振興計画2025」との対応を整理するとともに、新型コロナウイルス感染症ワクチンの普及状況に応じた事業展開をできるようにすることで、様々な観光課題が発生していたコロナ禍以前の観光に戻すのではなく、行政・事業者・住民が協調した観光を推進するための方針として掲げて参ります。

※ このロードマップは、令和3年7月時点の情勢を踏まえて作成したものです。今後の情勢変化や、今後の京都市における観光振興計画の進捗状況に応じて見直す可能性があります。

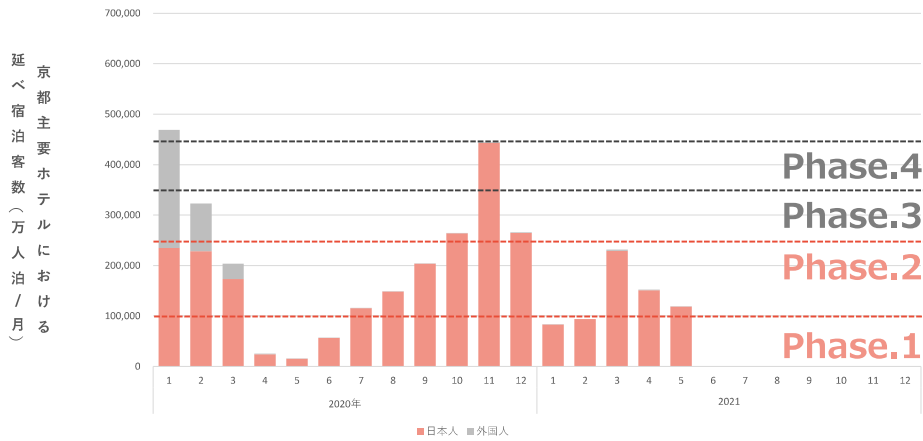
### 1. ロードマップの振り返り

#### (1) 延べ泊数を基準とした進捗管理

昨年7月に発表したロードマップでは、観光事業者の経営を安定させるために最低限必要な条件として、当協会において毎月発表している「京都市観光協会データ月報」の調査対象宿泊施設における月間延宿泊数の確保を目標としており、これまでの間 Phase.1 と Phase.2 を繰り返す状態が続いています。

	Before 以前の水準	Phase.1 国内観光の 復興期	Phase.2 国内観光の 隆盛期	Phase.3 国際観光の 再開	Phase.4 全世界的に 需要が復活
日本人	25 万泊/月	10 万泊/月	25 万泊/月	25 万泊/月	25 万泊/月
外国人	20 万泊/月	—	—	10 万泊/月	20 万泊/月

- 一度目の緊急事態宣言が解除された昨年7月時点で日本人延べ泊数は10万泊を超えており、ロードマップはPhase.2へ移行。
- その後、GoToトラベルキャンペーンが東京発着の旅行にも適用開始された10月から日本人宿泊客が急増し、11月には日本人だけで45万泊に達したものの、依然として訪日旅行は大幅に制限された状態であったため、実質的にPhase.2の状態が続く。
- しかしながら、年明けに二度目の緊急事態宣言が発出されたことで、再び日本人宿泊客が10万人泊を下回り、1～2月はPhase.1に戻る。
- 3月に緊急事態宣言が解除されたことで再び10万泊を超え、Phase.2に移行。



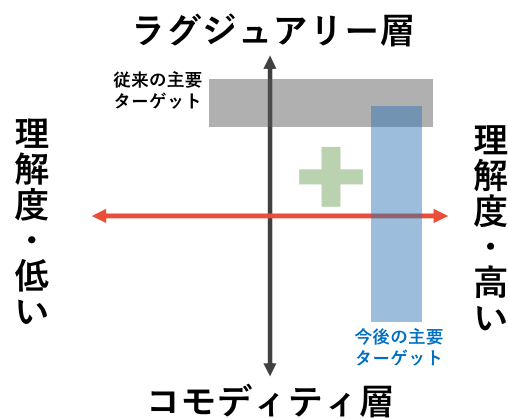
## (2) 4つの「D」に基づいた事業展開

ロードマップでは、ウィズコロナ時代に適応したDMOを体現するために、以下の4つ「D」をマネジメントすることを標榜しており、今回の改訂でも引き続きこれらを踏襲することとします。

- 1) Distance Management (衛生対策、旅マエ体験の充実を通じた社会的距離の適正化)
- 2) Digital Management (デジタル技術の活用推進)
- 3) Demand Management (需要の分散化、ロイヤリティの高い観光客への資源集中)
- 4) Delivery Management (地域住民や国内外の京都ファンなどを起点にした情報の伝達)

## (3) 持続可能な観光のための新たなターゲット設定

延べ泊数を一定水準まで回復することを目指しつつも、コロナ禍以前に発生した諸問題の再発を回避できるよう、新たな誘客ターゲットとして「無形の文化資源にまで価値を見出し、新しい体験に投資し、成長を楽しむことを重視する、国内外の旅行者」を5つに分類して設定し、従来の「首都圏や欧米豪を中心とした、上質なサービスを求める観光客」といったターゲットに加えます。



旅先で魅力を発掘して創作活動に活かす人



街の成り立ちや歴史に興味がある人



知的好奇心をもって広く体験したい人



非日常に癒やしを求める人

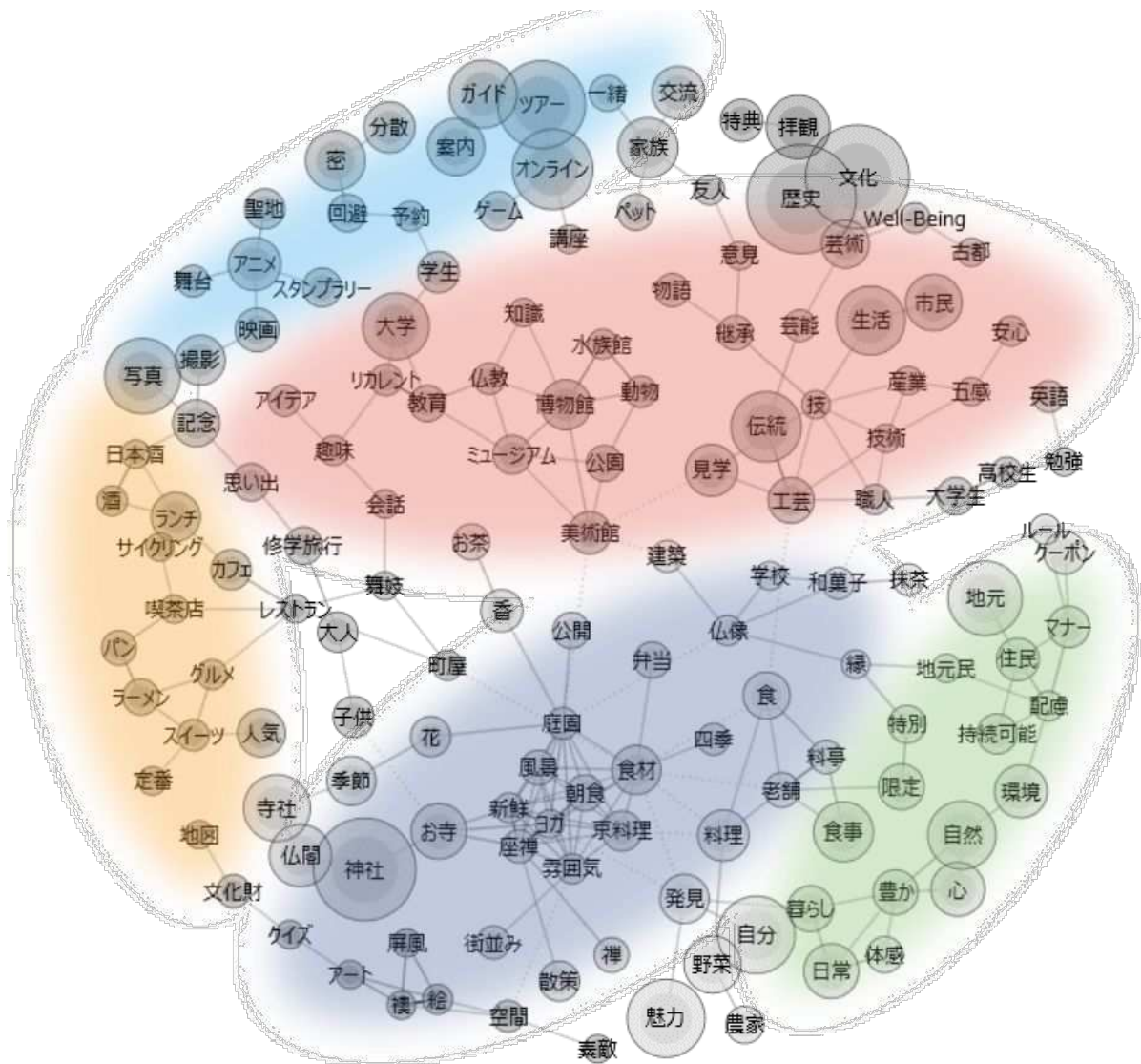


自分の家族や友達に何かしてあげたい欲求がある人

## 2. 新しい京都観光のアイデアの分析結果を踏まえた体験コンテンツ開発方針

ロードマップにおける取り組み項目の1つとして掲げていた「リピーター開発に関する研究」の一環として、令和3年4月30日（金）から5月11日（火）の期間で募集した、新たな京都観光に関するアイデア「京都観光 未来への“ホーム”ワーク」にお寄せいただいたアイデア193件の文章を、統計的に分析した結果、5つの領域に分けることができました。

京都市観光協会では、これらの5つの領域を新たな誘客ターゲットと組み合わせ、これからの新しい京都観光につながる体験コンテンツの開発方針として掲げ、会員をはじめとした観光事業者がこれに対応していくための支援に重点を置いた事業を展開して参ります。



## 誰もが学びを得られる旅

- 1200年を超える歴史に加えて、市内に38の大学、200以上の博物館・美術館を抱える街であることを活かし、あらゆる世代にとって「学び」を感じることができる体験を開発する。
- 修学旅行先としての地位確立に加え、子連れ客でも楽しむことができる環境整備にも取り組む。

## 心の豊かさを育む旅

- 四季の移ろいや暮らしを見つめ直すきっかけを提供し、より豊かな人生に繋がる（ウェルネス）体験を開発する。
- 「京都観光行動基準」の普及・啓発を通して、住民生活に配慮した行動に繋がる持続可能な観光体験を開発する。

## 次世代に対応した旅

- コロナ禍において急成長した、若年層による消費意欲が旺盛な映像産業等との連携を強化することに加え、予約システムやキャッシュレスなどの次世代技術を活用することで、オンライン上での体験から京都観光へのきっかけを創出する。

## 京都の日常に触れる旅

- 現代の京都で暮らす人々に普段から親しまれている食文化や習慣の魅力を発信する。

## 文化財を五感で楽しむ旅

- 従来の鑑賞型の体験だけでなく、座禅・朝食といった五感を通して文化財を理解できる体験を開発する。

## 3. ロードマップの改訂

上記のコンテンツ開発方針を踏まえたうえで、昨年7月に発表したロードマップの改訂を行います。これまでのロードマップで設定していた4つのPhaseでは、外国人に対する入国規制の状況に応じた実際の施策展開を当てはめることが難しかったため、今回の改訂を機にPhaseを日本人市場と外国人市場の2つに分けることとします。

各市場のPhase切り替わりの基準は昨年のロードマップを踏襲し、観光産業を維持していく上で必要な需要量（それぞれコロナ禍以前の水準である日本人延べ泊数25万泊／月、外国人延べ泊数20万泊／月）の確保を目指すこととします。

また、行政・事業者・住民が協調した観光を推進するため、本年3月に京都市において発表された「京都観光振興計画2025」の5つの柱と、本ロードマップにおける各取組との対応を整理します。

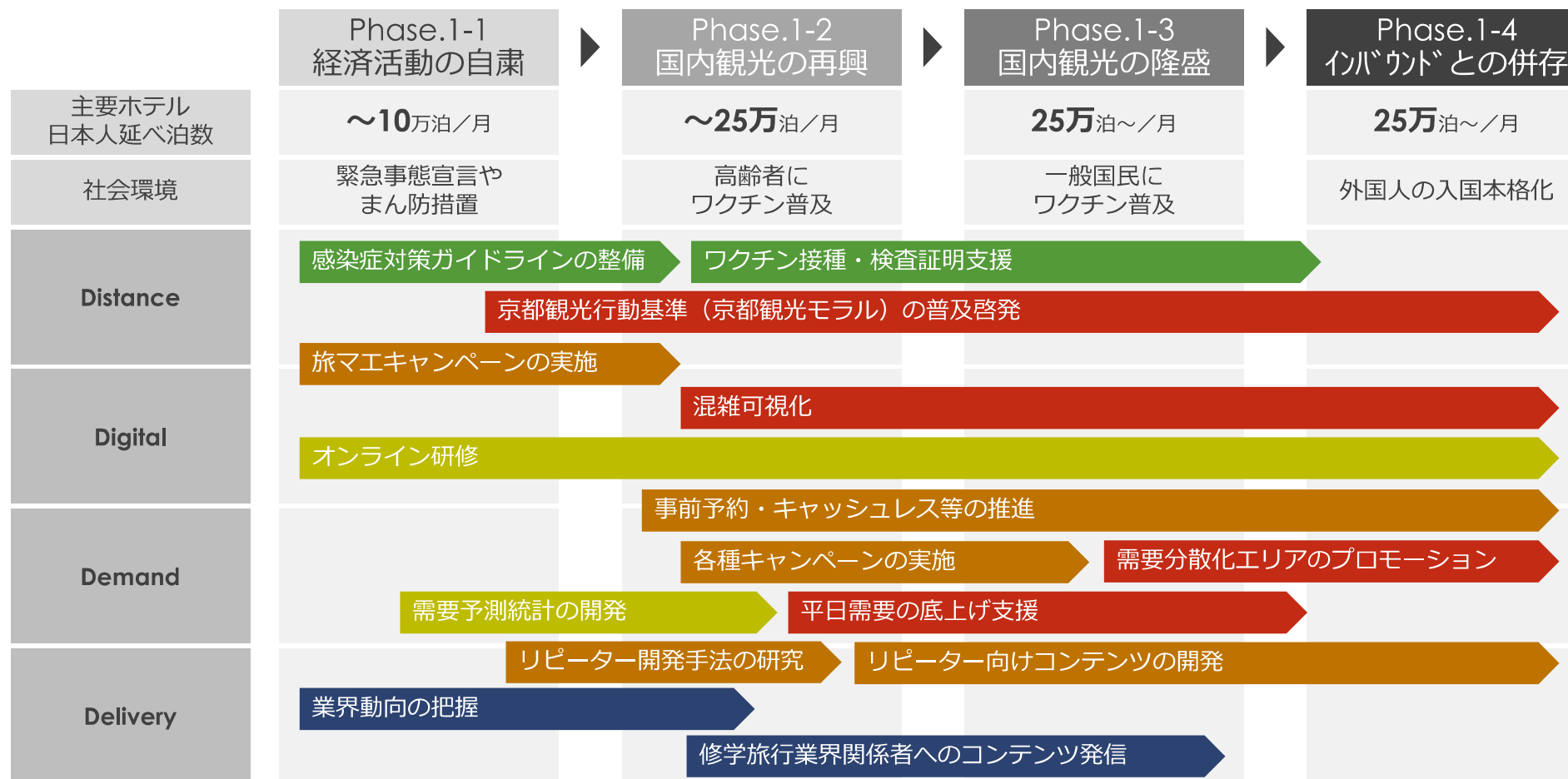
### 日本人市場に対するロードマップの展開

	Phase.1-1 経済活動の自粛	▶	Phase.1-2 国内観光の再興	▶	Phase.1-3 国内観光の隆盛	▶	Phase.1-4 インバウンドとの併存
主要ホテル 日本人延べ泊数	～10万泊／月		～25万泊／月		25万泊～／月		25万泊～／月
社会環境	緊急事態宣言や まん防措置		高齢者に ワクチン普及		一般国民に ワクチン普及		外国人の入国本格化

### 外国人市場に対するロードマップの展開

	Phase.2-1 入国規制	▶	Phase.2-2 ビジネス規制緩和	▶	Phase.2-3 2国間交流開始	▶	Phase.2-4 国際観光の本格化
主要ホテル 外国人延べ泊数	ほぼゼロ		～5万泊／月		～20万泊／月		20万泊～／月
社会環境	入国規制 (オリパラ等は例外)		ビジネス目的での 短期滞在が許可		トラベルバブルの構築		ビザの緩和

## 日本人市場に対する京都観光のロードマップ



### 京都市観光振興計画2025における、まちづくりの方針

市民生活との調和

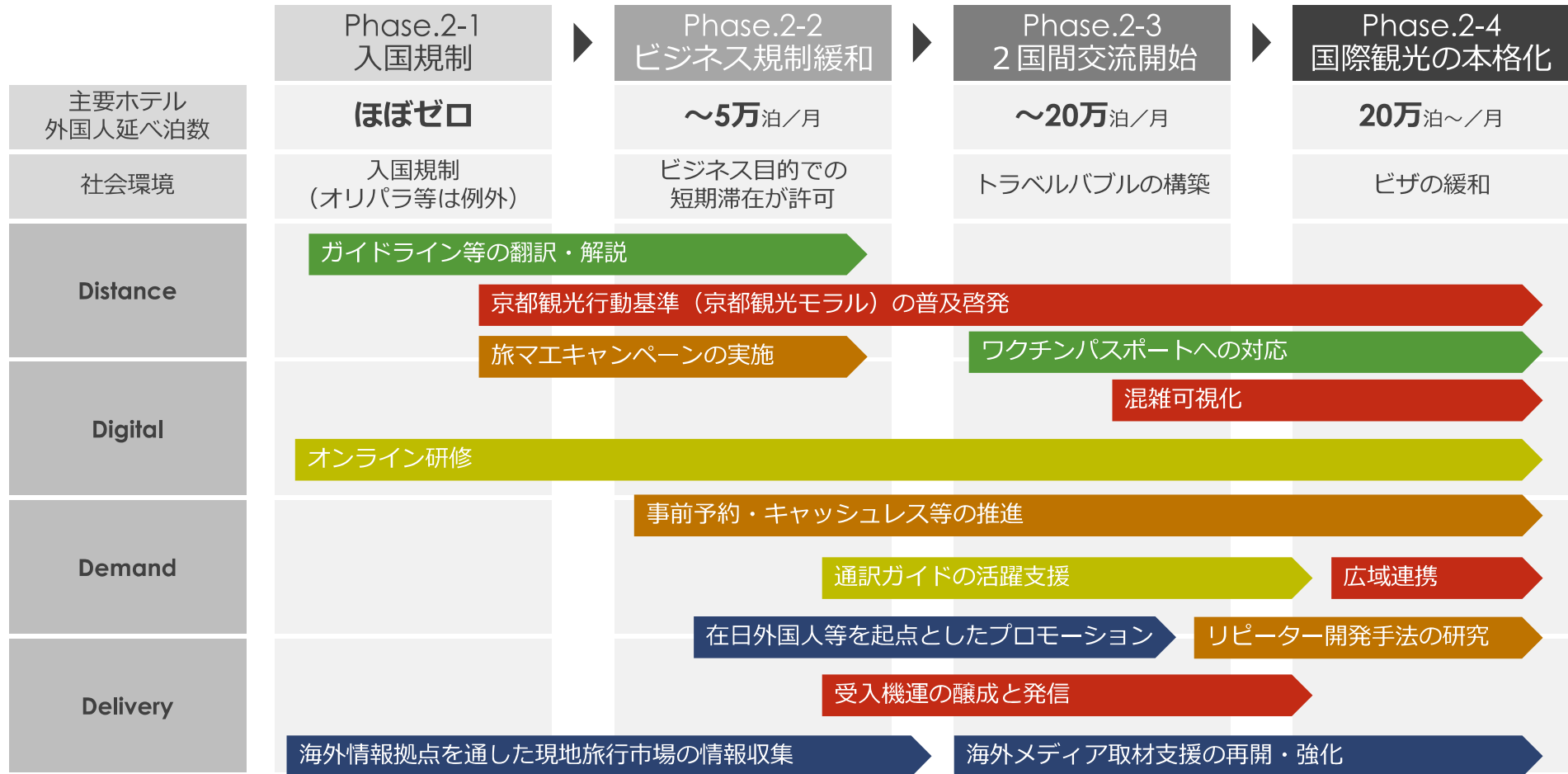
観光の「質」向上

担い手の活躍

危機対応

MICE・修学旅行

## 外国人市場に対する京都観光のロードマップ



### 京都市観光振興計画2025における、まちづくりの方針

市民生活との調和

観光の「質」向上

担い手の活躍

危機対応

国際交流

## 本件に関する問い合わせ

---

公益社団法人 京都市観光協会 (DMO KYOTO)

マーケティング課 堀江、嵯峨

E-mail : [marketing@kyokanko.or.jp](mailto:marketing@kyokanko.or.jp) TEL : 075-213-0070