

「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称） 構 成 案



令和 7 年 5 月 1 2 日
京都市産業観光局
観光 M I C E 推進室

1. はじめに

2. 観光を振興する意義

3. 「京都観光振興計画2025」における取組、現状・成果、課題等

4. 令和12(2030)年度までに京都観光が目指す姿

(参考) 「京都観光モラル」の実践の促進

5. 3つのプロジェクト (仮称)

6. モニタリング制度

7. 推進体制

(参考) 「京都観光・MICE振興計画2030」施策集

1. はじめに

- 国においては、「観光立国推進基本法」に「21世紀の我が国経済社会の発展のために観光立国を実現する」旨を掲げるとともに、持続可能な観光地域づくり戦略等の各施策を強力に推進されている。
- 本市は、昭和5(1930)年に自治体として初となる観光課を設置。昭和31(1956)年には「わたくしたち京都市民は、旅行者をあたたかくむかえましょう」と謳う「京都市市民憲章」が制定されるなど、国内外の人々を迎え、交流し、多様な文化を受け入れることで、京都の魅力を磨き高めながら発展してきた。
また、近時の観光政策では、国に先駆けて「持続可能な観光」を標榜するなど、常に全国を牽引する役割を担うという自負の下、業界団体やDMO※、地域団体など産官学・地域等のオール京都で観光を振興している。
- 観光は幅広い産業と関連して京都の経済を活性化し、雇用を生み出すとともに、文化の継承やまちづくりに大きな役割を果たしている。一方で、一部観光地の局所的な混雑等の問題が市民生活に影響を及ぼしていることも事実である。
- これらの状況を踏まえ、本計画は、令和12(2030)年度に「持続可能な観光」を実現し、さらには観光の力を都市の魅力・活力の向上につなげるため、計画期間（令和8年度～12(2030)年度）中に集中的に取り組むべき事項（3つのプロジェクト(仮称)）等を定めようとするものである。

※「Destination Management／Marketing Organization」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔の役割を担う法人（本市では(公社)京都市観光協会）。

2. 観光を振興する意義

- 観光は、人々の心や人生の豊かさを高めるとともに、京都のまちの発展や、世界に誇る京都の文化の維持・継承を支え、市民の暮らしを豊かにする。
- また、多彩な人々が国内外から集い、つながり、交ざり合うことは、新たな文化・産業の創出や、関係人口※1の拡大、相互理解・多様性理解、国際平和に貢献するとともに、ひいては定住・移住、都市の魅力・活力の向上につながる。
- とりわけMICEについては、高い経済効果のみならず、交ざり合いを通したビジネス機会の創出や学術の振興、市民の知見向上等につながる。

※1 関係人口：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々。地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面しているが、変化を生み出す人材が地域に入り始めている例も多くあり、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が、地域づくりの担い手となることが期待されている。（出典：『関係人口』ポータルサイト（総務省））

京都の文化や精神性に触れることで、人々の心や人生の豊かさを高める

京都のまちの発展を支える

■人口規模を上回る形で生活環境が充実※2

飲食店数 **8,413事業所** 政令第 **2位**※3
小売店数 **12,214事業所** 政令第 **2位**※3
タクシー台数 **7,653台** 政令第 **3位**※4

■宿泊税を活用したまちづくりの進展

※2 政令指定都市(20都市)における人口千人当たりの数での比較
※3 経済センサス活動調査(2021)
※4 大都市比較統計年表(2022)

市民の暮らしを豊かにする

■観光消費額 **1兆5,366億円**(R5(2023))※5

市民の年間消費支出の**49.7%相当**(72万人分)※6

■経済波及効果 **1兆7,014億円**(R5(2023))※5

■観光関連産業で働く人の数 **17万5千人**

市内で働く人の**5人に1人相当**(R5(2023))※5

■京都の経済活動のうち観光産業が占める割合**12.4%**(R1(2019))※7

■京都市の観光費予算**13億円**(一般会計の0.2%)に対し、

観光による税収効果**390億円**、市税収入の**12.8%相当**(R1(2019))※8

※5 京都観光総合調査
※6 観光消費額と、京都市民1人当たりの年間消費支出額(京都市統計月報)との比較
※7 観光による経済波及効果に占める租付加価値誘発額(京都観光総合調査)と、市内総生産との比較
※8 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」手法を参考に独自推計

文化芸術※9、文化財、伝統産業等の文化の維持・継承をささえる

※9 限定的に定義するものではないが、「文化芸術振興基本法」(平成13年12月施行)に準じた、音楽、美術、写真、演劇、舞踏、文学、映画・漫画等のメディア芸術、能・狂言・邦舞・邦楽等の伝統芸能、落語、茶道・華道、囲碁・将棋、民俗芸能等のほか、祭礼や、暮らしの文化(京ことばや京都の衣食住の習慣等)等を想定(出典:第2期 京都文化芸術都市創生計画)

■観光客が1年間で支出した入場料・拝観料 **958億円**(R5(2023))※5

新たな文化・産業の創出や、関係人口の拡大、相互理解・多様性理解、国際平和に貢献する

定住・移住、都市の魅力・活力の向上につながる

【MICE】高い経済効果が期待される

■国際会議の経済波及効果 **235億円**(R1(2019))※10

※10 京都市におけるMICE実態調査(京都文化交流コンベンションビューロー)(2019)

【MICE】交ざり合いを通したビジネス機会の創出や学術の振興、市民の知見向上等につながる

3. 「京都観光振興計画2025」における取組、現状・成果、課題等

○ 「京都観光振興計画2025」において掲げている「令和12(2030)年度に実現を目指す5つのまちづくりと観光」(目指す姿の実現に向けた5つの政策理念)に沿って、以下のとおり、現計画期間における主な取組と現状・成果、課題等を整理する。

※ 詳細は参考1～4参照

取組、現状・成果、課題等

●「京都観光振興計画2025」における主な取組
➤現状・成果 ➤課題等

1. 市民生活と観光の調和・両立、豊かさの向上

- 全庁を挙げて観光課題対策を強化
- 併せて、京都観光モラルの普及・実践の促進や、観光がもたらす効果の見える化を推進
- 一定程度、観光課題の抑制に効果があったと見られる
- コロナ禍で観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合が増加
- 5割以上の市民が混雑やマナー違反に迷惑したと回答
- 「迷惑した」という実体験を上回る形で「迷惑する人がいると思う」市民の割合が推移。実体験以上に「混雑している印象」が先行

2. 京都観光の質・満足度の向上

- 時期・時間・場所の分散化につながる観光振興
- 多様な魅力の掘り起こし、高付加価値化、府市連携による広域周遊促進など、京都観光の質・満足度の向上を推進
- 物価・為替の影響以上に一人当たりの観光消費額単価が増加
- 訪日客の京都府訪問率は堅調に推移
- 外国人観光客に占める宿泊者の割合が大きく伸長
- 日本人観光客のリピーター率がコロナ禍で減少した後、現在も戻り切っていない
- 全国トレンドと同様に、日本人観光客数が減少基調(ただし、国内客の京都府訪問率は横這いで推移)

3. 観光産業の活性化、従事者の活躍促進

- 業界の魅力発信や、事業者に対するデジタル化・DX支援等を推進
- コロナ禍を経て、観光事業従事者の仕事の満足度が大きく上昇
- 観光関連産業の魅力が十分に伝わっておらず、全国的にも労働生産性が低い

4. 安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減

- 観光客の安心・安全の確保では、多言語による災害情報の発信を強化
- 環境に配慮した観光の推進では、環境負荷に配慮した事業活動の勧奨等を実施
- コロナ禍を経て、BCPの策定に取り組んでいる事業者の割合が増加
- いずれの視点も継続して取り組む必要がある

5. MICEの振興

- サステナブルなMICE及び京都の強みを活かしたMICE誘致強化を推進
- 国際会議の開催件数は堅調に回復
- 「Best Incentive City(Asia)」を国内の都市で初受賞(M&C ASIA)(R6(2024))
- 今後、MICE誘致競争がこれまで以上に激化する見込み
- MICEの認知度が低く、MICE開催効果の可視化が不十分

【横断的な視点】

- 刻々と状況が変化する中、先進的な取組を行う民間事業者や、地域で活動する市民など、多様な関係者と連携する必要性が高まっている
- SNSの利用率上昇やメディアの多様化・専門化が進む中、これまで以上に戦略的な情報発信を行う必要性が高まっている

4. 令和12(2030)年度までに京都観光が目指す姿

- 「京都観光振興計画2025」において、令和12（2030）年度までに目指す姿として「持続可能な観光」を設定。
- 「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）では、**令和12（2030）年度に向けての「持続可能な観光」の実現**はもとより、**観光の力を都市の魅力・活力の向上につなげることを目指す。**

京都観光が目指す姿

【現計画での目指す姿】

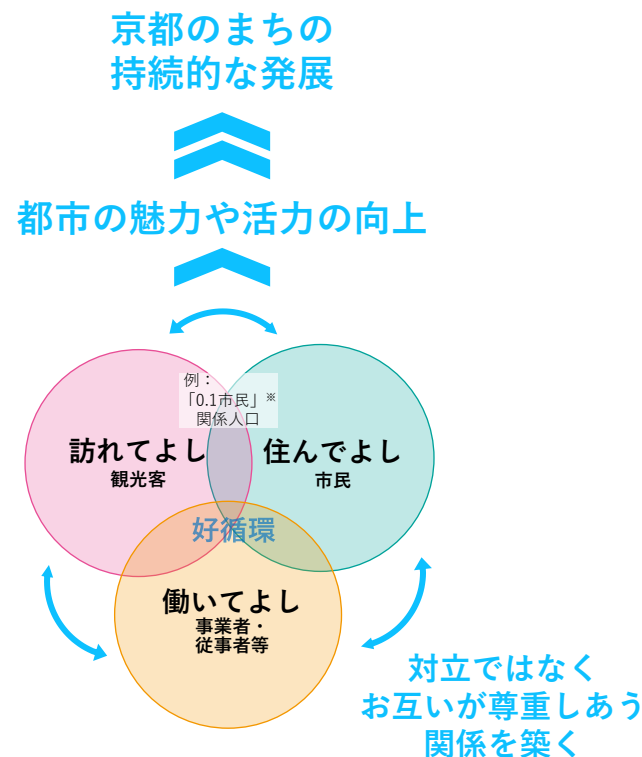
市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決、SDGsの達成に貢献し、感染症や災害などの様々な危機や環境問題に対応していく「持続可能な観光」

京都の更なる成長のためには、国内外から多彩な人々を呼び込むことが重要

【次期計画での目指す姿】

市民生活との調和・両立の下、市民の豊かさの向上につながる観光であることはもとより、京都の文化や精神性を最大限に活かし、京都の価値観に共感する多彩な人々を呼び込み、長期的な地域づくりの一端を担う主体と捉えることで、新たな文化や産業を創出し、ひいては都市の魅力・活力の向上につながる観光

< 京都観光が目指す姿のイメージ >



※ 市民ではないが京都に薄くつながっている人（多層的なつながり）
（京都市未来共創チーム会議（次期総合計画「長期ビジョン」）（仮称）検討会議）参照

・従来から“成長”の概念を内包する意図で「持続可能な観光」という語句を用いてきたが、受け手によって解釈や想起させる取組内容に幅があり、ニュアンス的に“横ばい”を印象付ける場合がある。次期計画においては、引き続き「持続可能な観光」の概念を目指すことは前提として、より“成長”を強調していきたい。

※ 当該目指す姿を議論した後、今後、よりふさわしいスローガンのような表現を検討する必要がある。

- 「持続可能な観光」の実現には、観光客、観光関連事業者・従事者等及び市民が、対立ではなく、お互いに尊重し合える関係を築くことが必要。
- このため、本市では、各者とともに大切にしたい行動の基準として「京都観光モラル」を策定。
- 「京都観光モラル」の実践を通じて、京都観光にかかわる全ての方の満足度の向上を図り、それにより京都の魅力がさらに高まり、将来にわたって京都が発展していく好循環を生み出すことが重要である。

【観光客による実践の例】

- 市民生活や地域の文化を思いやる行動を取る
- 相互交流・相互理解を図る 等

【事業者・従事者等による実践の例】

- 地域との調和や、景観・環境に配慮した事業活動を行う
- 京都ならではの質の高いサービスを心がける 等

【市民による実践の例】

- 京都の歴史や文化を好きになる
 - 観光客をあたたかくお迎えする 等
- ➡「京都市市民憲章」の実践



京都が京都であり続けるために
皆様と大切にしていきたいこと

京都観光モラル

京都市市民憲章

(1956(昭和31)年5月3日制定)

- 1 わたくしたち京都市民は、美しいまちをきずきましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、清潔な環境をつくりましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、良い風習をそだてましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、文化財の愛護につとめましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、旅行者をあたたかくむかえましょう。

5. 3つのプロジェクト（仮称）

- 現状やこれまでの成果、課題等を踏まえ、京都観光の目指す姿の実現に向けた取組を更に加速するため、令和12(2030)年度までの**5年間**（令和8(2026)～12(2030)年度）**にかけて集中的に取り組む事項を「3つのプロジェクト」（仮称）**として取りまとめ、強力に推進する。
- なお、プロジェクトの項建ては、令和9(2027)年度までに取り組む政策方針等を掲げた「新京都戦略」（令和6(2024)年度策定）の「リーディング・プロジェクト」の観光政策に係る項建てと同趣旨で設定。

3つのプロジェクト（仮称）

市民生活と観光を つなぐ プロジェクト

京都観光にかかわる三者（観光客、事業者・従事者等及び市民）と共に「京都観光モラル」を実践。市民生活と調和・両立し、市民生活の豊かさの向上につながる京都観光を目指します。

暮らすように旅を つむぐ プロジェクト

多様で奥深い京都の本質を追求し、暮らすように旅する観光を推進。何度も訪れたくなる、長く滞在したくなる、多様な形で関わりたくなる、さらには住みたくなる京都観光を目指します。

MICEで つどう プロジェクト

京都の強みを活かした MICE誘致を強化。MICEがもたらす効果の最大化等を図り、突き抜けるMICE都市・京都を目指します。

●京都観光にかかわる三者による「京都観光モラル」の実践の促進

- 産官学・地域との連携の下、混雑やマナー問題等の観光課題への対策の強化
- 宿泊税も活用した、観光に対する市民理解の促進
- 地域の経済や雇用、文化の維持・継承等への貢献の最大化
- 市民によるおもてなし、交ざり合いの促進

●文化芸術、文化財、伝統産業等の京都の魅力を活かした観光体験の創出・磨き上げ、高付加価値化の推進

- 市内の多様なエリアにおける観光振興、府市連携等による広域周遊の促進
- 宿泊観光の促進 ●修学旅行誘致の強化
- 戦略的な情報発信 ●受入環境の充実
- 関係人口の拡大、二地域居住・移住の促進
- DX等による観光関連産業の生産性向上、活性化、担い手の活躍促進
- 観光産業のレジリエンス向上、環境に配慮した観光の推進

●京都の強みを活かしたMICE誘致の強化

- サステナブルなMICEの開催促進
- MICEの効果の最大化
- 市民や学生、研究者、企業等との交ざり合いや学びの場の創出
- MICEの認知度向上、MICEの効果の見える化の推進

6. モニタリング制度

- 「京都観光振興計画2025」では、「持続可能な観光」の実現に向けて、5つの施策理念毎に、市民の観光に対する意識、観光消費額単価、満足度、事業者の京都観光モラルの実践状況、従事者の仕事の満足度等、幅広に全83の指標を設定。
このうち24指標を重点指標に位置付け、重点指標には、原則、平成27(2015)年以降の最高値又は最低値を目標値と設定し、毎年、その更新を目指すこととしてきた。
- 「京都観光・MICE振興計画2030」（仮称）では、以下の方向性にて京都観光を総合的かつ戦略的にマネジメントするためのモニタリング制度を設ける。
 - ① 現計画と概ね同規模のモニタリング指標を「3つのプロジェクト」（仮称）に沿って設定。状況に応じて柔軟な指標の追加・見直し等を行う。
 - ② モニタリング指標の一部について、具体的な目標値を設定することを検討。ただし、引き続き観光客の数は目標に掲げない。
- モニタリング指標及び目標値の素案は、6月に開催するワーキンググループにおいて提示する。

（参考）「京都観光振興計画2025」重点指標一覧

①～⑤ 平成27(2015)年以降の最低値を目指す
⑥～⑳ 平成27(2015)年以降の最高値を目指す

1. 市民生活と観光の調和・両立、豊かさの向上

- ① 公共交通機関が混雑して迷惑した市民の割合
- ② 一部観光地等が混雑して迷惑した市民の割合
- ③ 道路が渋滞して迷惑した市民の割合
- ④ 観光客のマナー違反によって迷惑した市民の割合
- ⑤ 宿泊施設が近隣にできたことに伴う良くない影響によって迷惑した市民の割合
- ⑥ 京都の発展に観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合
- ⑦ 「とっておきの京都」プロジェクト対象エリアを訪問した観光客の割合（日本人）
- ⑧ 「地域との調和」につながる行動に積極的に取り組んでいる事業者の割合
- ⑨ 事業活動が京都の文化の維持・継承等に寄与してきたと思う事業者の割合
- ⑩ 市民の市内観光時の満足度

2. 京都観光の質・満足度の向上

- ⑪ 観光消費額単価（日本人）
- ⑫ 観光消費額単価（外国人）
- ⑬ 観光客のリピーター率（訪問回数10回以上）（日本人）
- ⑭ 観光客のリピーター率（訪問回数2回以上）（外国人）
- ⑮ 観光客の宿泊割合
- ⑯ 観光客の平均宿泊日数

3. 観光産業の活性化、従事者の活躍促進

- ⑰ 観光関連事業従事者の仕事の満足度
- ⑱ 従業員の能力開発に取り組んでいる事業者の割合
- ⑲ 「地域との調和」につながる行動に積極的に取り組んでいる事業者の割合（再掲）
- ⑳ 事業活動が京都の文化の維持・継承等に寄与してきたと思う事業者の割合（再掲）
- ㉑ デジタル技術の活用に取り組んでいる事業者の割合

4. 安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減

- ㉒ BCPの策定に取り組んでいる事業者の割合
- ㉓ 公共交通機関を利用して入洛した観光客の割合（日本人）
- ㉔ 「景観・環境」に配慮した行動に積極的に取り組んでいる事業者の割合

5. MICEの振興

- ㉕ 国際会議開催件数
- ㉖ 国際会議の海外参加者数

※ 詳細は参考4参照

7. 推進体制

推進体制

➤オール京都での計画の推進

【それぞれに期待される役割】

観光関連事業者・従事者	・地域との調和、景観や環境への配慮など、責任ある事業活動 ・京都ならではの質の高いサービスの提供 等
京都の魅力（文化財、伝統産業、宗教、文化芸術等）の担い手	・京都ならではの多様で奥深い魅力や精神性の継承・発展、国内外への魅力の発信 等
観光客	・地域との調和、環境への配慮など、責任ある観光の実践 ・京都を深く楽しみ味わうとともに、京都のよき理解者として、京都の魅力発信に貢献 等
市民	・京都の歴史や文化を楽しみ、愛着を持ち、継承・発展に貢献 ・観光客をあたたくお迎えする 等
行政、DMO、KCVB※	・政策方針の策定、各種統計等に基づく進捗管理、施策の企画・立案（行政） ・持続可能な観光地経営を行うため、関係者の合意形成をはじめ、マーケティングやプロモーション等の具体的施策の実行（DMO、KCVB） 等

※ KCVB…京都文化交流コンベンションビューロー

➤関係団体との連携強化

- ・行政、DMO、KCVBの間でより緊密な連携を図り、一体的に観光・MICEを振興
- ・民間事業者や市内各所の地域団体等の幅広い関係者との連携を強化
- ・京都府をはじめ、近隣自治体・DMO等との連携を強化

➤執行体制の強化

- ・世界水準のDMO及びコンベンションビューローを目指し、DMO及びKCVBの体制や財源の強化等を検討

進捗管理

➤有識者や業界関係者、市民等で構成する「京都観光・MICE振興計画2030」マネジメント会議（仮称）を新たに設置し、計画の進捗を管理

➤各種統計等の実施、調査結果の分かりやすい情報発信

➤EBPM（証拠に基づく政策立案）の徹底

1. 市民生活と観光をつなぐプロジェクト

- (1) 京都観光モラルの実践の促進
- (2) 観光課題対策の強化
- (3) 観光に対する市民理解の促進
- (4) 観光による地域経済等への貢献の促進
- (5) 観光による文化の維持・継承等への貢献の促進
- (6) 市民によるおもてなし、交ざり合いの促進

2. 暮らすように旅をつむぐプロジェクト

【多様で奥深い京都の本質の追求】

- (1) 文化芸術、文化財、伝統産業等の京都の魅力を活かした観光体験の創出・磨き上げ
- (2) 高付加価値な観光の推進
- (3) 環境・自然・スポーツをテーマとした観光の推進
- (4) コンテンツ産業と連携した観光の推進
- (5) 多様なエリアにおける観光振興、府市連携等による広域周遊の促進
- (6) 宿泊観光の促進
- (7) 修学旅行・教育旅行誘致の強化
- (8) 安心・安全の確保をはじめ、観光客の受入環境の整備・充実
- (9) 戦略的な情報発信
- (10) 関係人口の拡大、二地域居住・移住の促進

【観光産業の活性化、従事者の活躍促進】

- (11) スタートアップによる新技術をはじめ、DX等による観光関連産業の生産性向上、業界の活性化
- (12) 観光関連人材の確保、育成・定着促進

【危機対応力の向上、環境負荷低減】

- (13) 観光産業のレジリエンス・危機対応力の向上
- (14) 観光における環境負荷低減

3. MICEでつどうプロジェクト

- (1) 京都の強みを活かしたMICE誘致強化
- (2) サステナブルなMICEの開催促進
- (3) MICEの効果の最大化
- (4) 市民や学生、研究者、企業等との交ざり合いや学びの場の創出
- (5) MICEの認知度向上、MICEの効果の見える化の推進