

京都の観光・MICEの意義・効果、これまでの歩み

京都の観光・MICEの意義・効果

京都の類まれなる多彩な魅力を活かした観光・MICEにより、**人々の心や人生を豊か**にするとともに、**京都のまちの持続的な発展**を支え、**市民の暮らしを豊か**にし、さらには**国際平和に貢献**します。

人々の心や人生の豊かさを高める

京都には、文化芸術、自然・景観、人々の暮らし、産業・ものづくり、宗教、精神文化、学藝の担い手など、多彩な魅力がある

京都は、**人々の心や人生を豊かにする**という「観光の本質」を体現する**まち**

京都のまちの持続的な発展を支え、暮らしを豊かにする

暮らしや仕事を支える

観光消費額
1兆9,075億円

観光による雇用効果

観光による税收効果
390億円

市民の年間消費支出の
101万人分
(70.4%)に相当
(令和6年)

21万7千人相当
市内雇用者の
4人に1人以上に相当
(令和6年)

市税収入の
12.8%
(令和元年)

(独自推計)

まちづくりを支える

人口規模以上にまちづくりが進展

宿泊税を活かしたまちづくり

飲食店数 **8,413事業所** 第**2位**(令和3年)
小売店数 **12,214事業所** 第**2位**(令和3年)
タクシー台数 **7,653台** 第**3位**(令和4年)
人口 **1,437千人** 第**8位**(令和6年)

政令指定都市における人口千人当たりの数での比較



地下鉄烏丸線列車案内表示設備の更新・新設



無電柱化の推進

文化の維持・継承を支える



入城料や寄付金等を活用して
令和6年に修繕を終えた
元離宮二条城本丸御殿

新たな産業や関係人口の創出、二地域居住・移住につながる

国際平和につながる

MICEの意義・効果

- ▶ 地域経済の活性化につながる
- ▶ 市民生活の活性化や学術の振興につながる
- ▶ 都市格やブランドの向上につながる

※ MICEとは、企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をとった言葉で、これらのビジネスイベントの総称です。

京都の観光・MICEの歩み

平成12(2000)年に「観光客5,000万人構想」を発表し、平成20(2008)年に同目標を達成。

同目標の達成後には、「**量の確保**」から「**質の向上**」を図る**観光へと大胆に転換**。平成22(2010)年には、「質の向上」にも寄与するものとして、日本の自治体として初となる「京都市観光MICE戦略」を策定。

コロナ禍で未曾有の危機に直面する中で策定した「**京都観光振興計画2025**」では、コロナ禍からの力強い回復と併せて、コロナ収束後の新たなステージを見据え、**市民生活と調和した「持続可能な観光」**を目指すという新たな方針を全国に先駆けて掲げ、各施策を推進してきました。

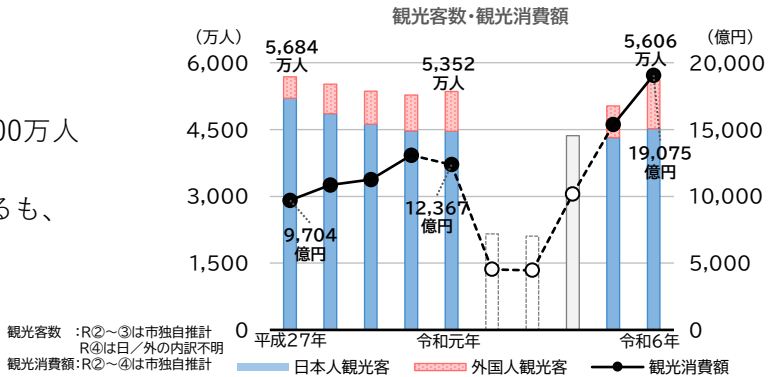
「京都観光振興計画2025」における主な取組

- ▶ 観光課題対策の強化、観光がもたらす効果の見える化、「京都観光モラル」の普及・実践の促進
- ▶ 密の回避・観光の分散化につながる観光振興、高付加価値化、府市連携による広域周遊の促進
- ▶ コロナ禍における事業者の下支え、観光事業者向けのデジタル化・DX支援、担い手の確保・定着に向けた業界の魅力発信
- ▶ 観光客の帰宅困難者対策、外国人観光客向けの多言語による災害情報の発信の強化
- ▶ MICE開催における感染症予防・拡大防止対策の支援、サステナブルなMICE・京都の強みを活かしたMICEの誘致の強化

京都の観光・MICEの現状

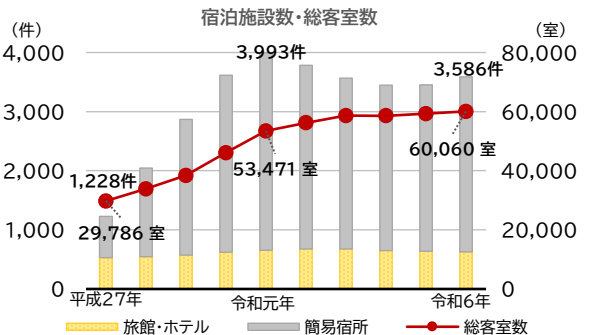
観光客数・観光消費額

- ▶ コロナ禍からの力強い回復を実現
直近10年の観光客数は、コロナ禍を除き5,500万人前後で推移
- ▶ 観光客の約8割は日本人。短期的には微増するも、全国と同様に、長期的には減少傾向
(直近10年のピーク時とR6との比較：▲13.1%(全国は▲16.6%))
- ▶ 外国人観光客は直近10年で大きく増加
- ▶ 観光消費額は直近10年で大きく増加



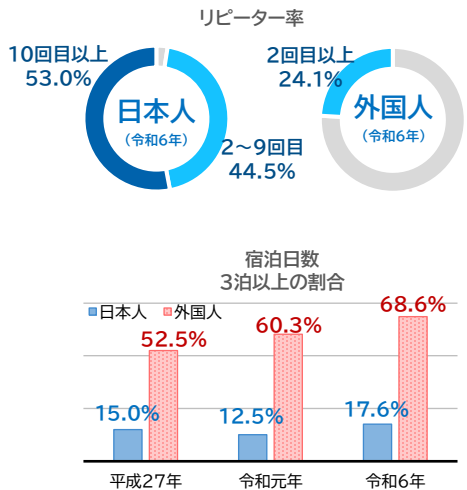
宿泊施設

- ▶ 旅館・ホテル・簡易宿所の総客室数は令和3(2021)年以降概ね横這いで推移
- ▶ 住宅宿泊事業の届出件数は838件(R6(過去最高))
- ▶ 市内主要ホテルの客室稼働率は年平均78.5%(R6)
ハイシーズン(R7.4月)は客室稼働率89.5%(コロナ禍後過去最高)、外国人比率78.1%、平均客室単価30,640円(いずれも過去最高)



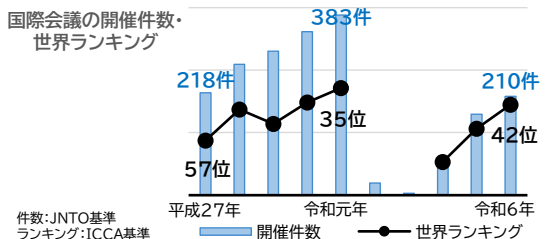
観光客の属性ごとの傾向

- ▶ リピーター
 - ・ 日本人観光客の97.5%、外国人観光客の24.1%
(R6)(いずれも横這い傾向)
- ▶ 宿泊客
 - ・ 観光客に占める宿泊客は29.1%(1,630万人)、観光消費額に占める宿泊客の消費割合は71.4%(1.4兆円)(R6)
 - ・ 日本人は日帰り客が多いが、外国人は3連泊以上する宿泊客が多い。近年、外国人宿泊客数は大幅に増加傾向
 - ・ 日帰り客と比べて宿泊客は人気スポット以外も周遊する傾向
外国人宿泊客は文化体験を行う割合が高い
- ▶ 修学旅行生
 - ・ 令和6(2024)年に京都を訪れた修学旅行生は全国の修学旅行生の24.6%(横這い傾向)



MICE

- ▶ 国際会議開催件数は210件(R1比▲45.2%)(R6)
- ▶ 国際会議開催件数のランキングは世界42位(R1 35位)
国内2位(R1 2位)(いずれもR6)



京都の観光・MICEを取り巻く課題

京都の観光・MICEを取り巻く課題

重点課題① 市民生活との関係

- ▶ 観光の時期の分散は一定の成果を挙げてきたが、時間・場所の分散には課題が残る
- ▶ 一部観光地の混雑に伴い、一部の区間や時間帯等で公共交通や道路等が混雑
- ▶ 今後益々、日本や京都の文化や生活習慣に馴染みのない外国人観光客が増加予測
- ▶ **5割を超える市民が混雑や観光マナーの問題に迷惑**
- ▶ 宿泊税の使途などの観光がもたらす具体的な効果が市民に十分に伝わっていない
- ▶ 「持続可能な観光」の実現に向けて、観光関連事業者・従事者、観光客、市民がお互いに尊重しあう関係づくりが必要

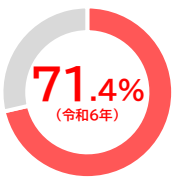
公共交通の混雑で
迷惑した市民



道路の渋滞で
迷惑した市民



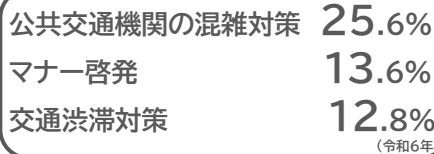
一部観光地の混雑で
迷惑した市民



観光客のマナー違反で
迷惑した市民



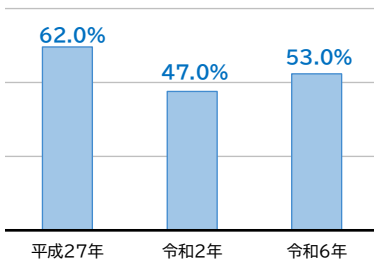
市民が最も実践して
ほしい取組



重点課題② 観光振興との関係

- ▶ 国内旅行市場は長期的に伸び悩み
- ▶ **日本人観光客のリピーターのうち、京都訪問10回目以上のリピーター率が減少傾向**
- ▶ 外国人観光客が増加予測
- ▶ 観光の分散化とともに、長期滞在化の促進が必要
- ▶ 混雑が比較的発生していないエリアにおける観光振興が必要
- ▶ 一部の学校で、修学旅行先を京都から他の方面に変更する動き有
- ▶ 今後、様々な産業市場の縮小や、観光の担い手等が減少予測
- ▶ 安心・安全、危機対応力の向上、環境負荷低減に取り組む必要

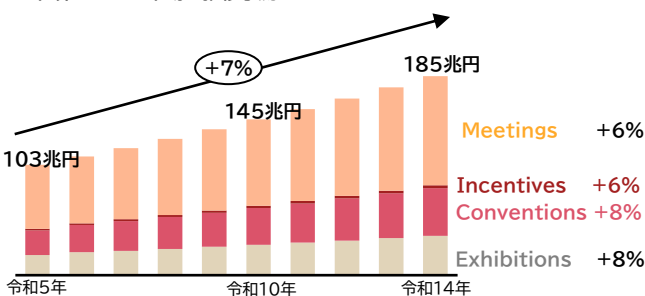
日本人観光客の京都訪問
10回目以上のリピーター率



重点課題③ MICE振興との関係

- ▶ 市場規模の拡大及び**都市間競争の激化**が見込まれる中、MICE誘致の強化だけでなく、MICE開催による効果の最大化が必要
(MICE開催の効果：ビジネス機会の創出や学術振興、市民の知見向上など)
- ▶ 一般的にMICEの認知度は低く、MICE開催による効果の可視化が不十分

世界のMICE市場の推移予測



ランキング変化の上位都市

	国	都市	R4-R6 合計ランキング	ランキング 変化
ランキング上昇	スイス	ローザンヌ	81位	+356位
	カタール	ドーハ	100位	+172位
	UAE	アブダビ	56位	+67位
	イタリア	ナポリ	65位	+61位
	イタリア	ボローニャ	43位	+58位
ランキング下落	ノルウェー	ベルゲン	94位	+58位
	カナダ	トロント	74位	-37位
	カナダ	バンクーバー	79位	-40位
	米国	シカゴ	99位	-46位
	中国	上海	87位	-58位
参考	中国	北京	85位	-62位
	日本	京都	52位	-8位

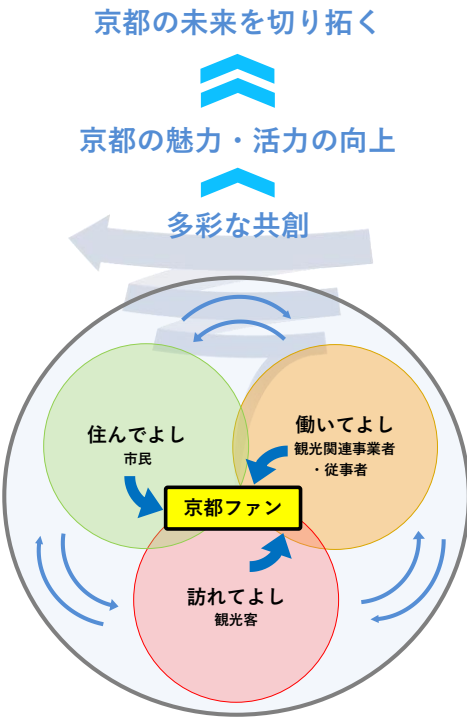
国際会議開催件数上位100都市のランキング変化

京都の観光・MICEが目指す姿

多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE

- ▶ 人々の生活に楽しみや喜び、感動をもたらすのみならず、気づきや学び、癒し、活力などをもち、人々の心や人生を豊かにする「観光の本質」を、観光客のみならず、市民や観光事業者・従事者も共に享受できる観光・MICEを目指します。
- ▶ **市民生活との調和・両立の下、市民が豊かさを実感できる持続可能な観光・MICE**を目指します。
- ▶ 多様で奥深い京都の魅力を活かした観光・MICEを振興し、多彩な人々を呼び込むとともに、何度も訪れたくなる、長く滞在したくなる、さらには住みたくなるような京都観光を推進し、**共創を通じた新たな文化や産業の創出、京都の魅力・活力の向上につながる観光・MICE**を目指します。
- ▶ これらを通じて、国際文化観光都市・京都として、多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICEを目指します。

観光・MICEが目指す姿のイメージ



目指す姿の実現に向けて

目指す姿の実現に向けては、観光・MICEが持続可能なものであることが求められ、そのためには、**京都観光に関わる全ての人々が、お互いを尊重しあう関係を築くことが不可欠**です。

また、**京都の魅力は、将来にわたり当然に維持されるものではなく、観光に関わる人々の刹那的な行動により失われてしまう可能性**すらあります。

観光事業者・従事者には、地域と調和し、地域文化の発展へ貢献するなどの責任がありますが、**観光客にも、地域を思いやる、文化や環境を大切にするなど「責任ある観光」**が求められます。

京都観光に関わる全ての人々がお互いを尊重し、共に課題と向き合い、「責任ある観光」を実践することは、文化芸術、自然・景観、人々の暮らし、産業、ものづくり、さらにはまちづくりなどの**様々な分野に好影響**をもたらし、**京都の魅力を更に高め、人々の満足度を高める**とともに、「**京都ファン**」になっていただく**好循環の創出**につながります。

観光客の8割を占め、大部分がリピーターである**日本人観光客は、「京都ファン」の中心的存在で、かけがえのないパートナー**です。**外国人観光客は、異なる文化を持つ新鮮な視点**によって、これまで気づかれなかった新たな魅力を発見し、既存の価値を再確認することで、**京都の魅力に磨き**をかけてくれる存在です。

観光客により深く関わっていただくよう取り組むことで、「**京都ファン**」を核とした**多彩な共創**を生み出し、京都の魅力の維持・継承、新たな文化や産業の創出による**京都の魅力・活力の向上**につなげていきます。

目指す姿の実現に向けた3つのプロジェクト

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

MICEでつどうプロジェクト

- ▶ 各プロジェクトには「令和12（2030）年に向けて目指す値」を設定。**長期的にはこの値に留まらず、可能な限り数値を伸ばす**よう取り組んでいきます。
- ▶ また、観光・MICEを総合的にマネジメントするため、各プロジェクトにモニタリング項目を設定し、経年変化を定期的に確認することで、現状把握に努めます。

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

観光は、市民の生活の豊かさの向上や京都のまちの発展になくてはならないものですが、京都観光を持続可能なものとするためには、市民生活との調和・両立が不可欠です。

そこで、**観光課題への対策をより一層強化**するとともに、**市民が観光の効果をより実感できるような施策**を推進するなど、観光に対する市民の共感の輪の拡大に取り組んでいきます。

さらに、「持続可能な観光」の基盤になる取組として、**観光関連事業者・従事者、観光客、市民の三者がお互いに尊重しあう関係づくり**を促し、その定着を図ります。

令和12年に向けて目指す値

項目	直近10年の最高値 又は最低値	直近の値	目指す値
観光が重要な役割を果たしていると思う市民の割合	(R3) 74.5%	(R6) 70.6%	75.0%
混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合※	(R4) 67.1%	(R6) 83.1%	50.0%
京都観光の満足度(大変満足)	(R2) 日本人 29.2% (R5) 外国人 53.8%	(R6) 日本人 25.9% (R6) 外国人 49.5%	日本人 30.0% 外国人 55.0%
京都の観光業界で働きたいと思う従事者の割合	(令和7年から調査開始予定)		(令和7年調査結果+約5ptを想定)

※ 「公共交通機関の混雑」「道路の渋滞」「一部観光地の混雑」「観光客のマナー違反」のうちいずれか1項目以上で「大変迷惑している」又は「迷惑している」と回答した市民の割合(令和6年までは「迷惑した」かどうかを調査)

推進する施策

▶ 観光課題対策の強化

市民生活と観光の調和・両立を実現するため、産学官・地域と連携し、一部観光地や道路、市バスの混雑、観光マナー、観光地における散乱ごみ、違法・不適正な民泊問題などの観光課題への対策をより一層強化していきます。

対策の強化に当たっては、**現状の課題を丁寧に把握するための実態調査**に努めるとともに、**実証事業の実施や先端技術の活用など、より実効性のある対策**となるよう取り組んでいきます。また、**地域の実情に応じた観光課題対策に対する支援の強化や、住宅宿泊事業法等の関係法令の見直しなどについても、引き続き国に対して要望**していきます。

▶ 観光に対する市民の共感の輪の拡大

観光がもたらす意義や効果、宿泊税の使途、観光課題とその対策の分かりやすい発信に取り組むとともに、特に次代を担う**子供たちに向けた発信を強化**していきます。

市民が、観光が市民生活の豊かさにつながっていることを実感できるよう、市バス等における「**市民優先価格**」の実現とともに、税率引き上げを行う**宿泊税を活用し、市民・観光客双方の満足度の向上**などに取り組めます。

さらに、**市民が京都の魅力に触れる機会づくり**を進め、**シビック・プライドの向上**にも取り組みます。

▶ 観光が京都にもたらす効果の最大化

観光関連事業者に対する**伝統産業品や京都産食材、地域産材等の積極的な活用の促進**などに取り組めます。

▶ 京都観光に関わる三者がお互いに尊重しあう関係づくり

令和2(2020)年に策定した、三者と共に大切にしていきたい行動の基準である「**京都観光モラル**」について、**より親しみをもってそれぞれが実践できるよう、名称を「●●●●●●」(仮称)に改め、その周知を強化**するとともに、より具体的なアクションにつなげていきます。

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

観光客が暮らすように旅をつむぎ、京都の本質に触れ、堪能することで、**何度も訪れたいくなる、長く滞在したくなる、さらには住みたいくなるような京都観光**を推進します。

また、**関連産業の持続的な発展**を図るため、生産性の向上などを通じた活性化や、従事者の確保・育成・定着支援を通じた**担い手の活躍促進、安心・安全、危機対応力の向上、観光による環境負荷低減**に取り組みます。

令和12年に向けて目指す値

項目	直近10年の最高値	直近の値	目指す値
観光客のリピーター率 (日本人:10回目以上、外国人:2回目以上)	(H27) 日本人 62.0% (R5) 外国人 26.7%	(R6) 日本人 53.0% (R6) 外国人 24.1%	日本人 65.0% 外国人 35.0%
リピーターの観光客における再来訪意向 (日本人:10回目以上、外国人:2回目以上)(大変そう思う)	(R4) 日本人 68.6% (R6) 外国人 70.3%	(R6) 日本人 65.5% (R6) 外国人 70.3%	日本人 70.0% 外国人 75.0%
京都の観光業界で働き続けたいと思う従事者の割合(再掲)	(令和7年から調査開始予定)		(令和7年調査結果 +約5ptを想定)

推進する施策

「多様で奥深い京都の本質」の追求

▶ 多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ

寺社・歴史等のみならず、川などの自然や、トレイル・サイクリング、現代的な魅力も含め、新たな魅力を掘り起こします。さらに、学藝等の京都の魅力の担い手との交流など、より深い観光体験の創出・磨き上げを行います。また、京都ファンに対して京都の魅力を調査し、「多様で奥深い京都の本質」を追求していきます。

▶ 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

混雑が比較的発生していない市内の多様なエリアにおける観光体験の創出・磨き上げを行います。また、京都府や滋賀県をはじめ近隣自治体等と共に広域周遊を推進します。

▶ 高付加価値な観光の推進

京都ならではの特別な観光体験の創出・磨き上げ、高付加価値旅行者への情報発信強化を行い、高付加価値旅行者を誘客するとともに、収益の一部を文化財等の維持・継承に活用する仕組みづくりを促します。

▶ 宿泊観光の促進

市民生活と調和、市民・観光客の安心・安全の確保、多様で魅力ある施設を目指す等の考えを各施設と共有しながら宿泊観光を促進します。また、日本の文化を五感で感じることができる旅館の魅力向上・発信にも取り組みます。

▶ 修学旅行・教育旅行誘致の強化

全国の修学旅行の動向を把握した上で、誘致活動の強化や、SDGsの探究学習、文化体験など京都ならではの多彩な教育プログラムの充実、大学や企業等と連携した受入体制の充実に取り組みます。

▶ 多様な滞在の促進等による関係人口の創出・拡大

いわゆる「観光」的な滞在にとどまらず、滞在中にアートからビジネスまで幅広い分野で創作やクリエイティブ活動を行う方の受入体制づくりを進める等、地域とのつながり・交流のきっかけづくりを進めます。

受入環境整備
情報発信

▶ 受入環境の整備

公共交通機関の利便性向上や、自転車の利用環境の充実、事前予約制、キャッシュレス化等のデジタル化・DX推進などの利便性向上や混雑緩和に取り組み、受入環境の充実を行います。

▶ 戦略的な情報発信

生成AI等の先端技術の動向を注視しつつ、観光客のニーズや京都が観光客に伝えたい内容に応じたきめ細かな情報発信を行います。また、海外現地メディアや京都ファンのインフルエンサー等、多様な主体と連携し情報発信を強化します。特に、外国人観光客に対しては、国や地域ごとの特性に対応した情報発信を強化していきます。

関連産業の活性化・従事者の活躍促進

▶ 観光関連事業者の持続的な経営の促進、観光関連産業の活性化

事業者のデジタル化・DX推進や、事業者同士のネットワークづくり、スキルアップ支援等に取り組み、生産性の向上や、従事者の処遇改善、サービスの質の更なる向上を促します。

▶ 従事者の活躍促進

観光関連業界で働くことの魅力の発信や、従事者と大学生・専門学校生、留学生等との交流会等による従事者の確保、育成支援の強化などを通じた誇りや働きがいの醸成・観光関連産業への定着を促します。

危機対応力向上、環境負荷低減

▶ 安心・安全、観光関連産業の危機対応力の向上

平常時の市民・観光客双方の安心・安全の確保や、災害発生時の危機対応力の向上を図ります。

▶ 観光による環境負荷低減

事業者・観光客によるCO2排出量の削減や食品ロス・プラスチック等のごみの減量・分別に関する啓発、環境負荷の少ない観光体験の創出などに取り組みます。とりわけ、文化遺産や商店街等における脱炭素転換を支援します。

MICEでつどうプロジェクト

京都はこれまで日本を代表するMICE都市として実績を重ねてきましたが、**京都の強みを活かしたMICE誘致の強化**を図るだけでなく、**MICEの効果の最大化**を図ることで、**突き抜ける国際MICE都市**を目指します。

令和12年に向けて目指す値

項目	直近10年の最高値	直近の値	目指す値
国際会議開催件数(JNTO基準)	(R1) 383件	(R6) 210件(速報値)	400件
国際会議開催件数の世界ランキング(ICCAB基準)	(R1) 35位	(R6) 42位	30位

推進する施策

- ▶ **市民や学生、研究者、企業等との交流や学びの場の創出等によるMICEの効果の最大化**
MICEを契機としたビジネス機会の創出、イノベーション・スタートアップの促進、学生等のMICEへの参加促進による**学術の振興**等を図ります。また、主催者に対して、**京都ならではのユニークベニューの活用**や、**市民公開講座の開催**等を働きかけます。さらに、**地域貢献プログラムの先進事例の創出**にも取り組んでいきます。
- ▶ **京都の強みを活かしたMICE誘致の強化**
マーケティングの強化や世界とのネットワーク構築、情報発信の強化、京都ならではの魅力的なプログラムの開発及び活用促進など、誘致活動の強化を図ります。また、MICE関連事業者における**人材育成等への支援**や**施設間連携によるMICEの受入体制の構築**など、受入環境整備に取り組んでいきます。
- ▶ **MICEの認知度向上、MICEの効果の見える化の推進**
MICEの意義や効果を、市民や市内事業者、研究者に対して分かりやすく発信し、MICEの受入や参入、誘致・開催への機運醸成を図ります。

推進体制・推進の仕組み

- ▶ **推進体制**
観光関連事業者・従事者、京都の魅力の担い手、観光客、市民、大学・学生などと共に、それぞれの立場から取り組むことで、目指す姿の実現を目指します。また、次のとおり推進体制を強化していきます。
 - ・ **関係団体との連携強化**
 - ・ **国や京都府等との連携強化**
 - ・ **執行体制等の強化**
 - ・ **宿泊税等の活用**
- ▶ **推進の仕組み**
 - ・ **観光客の国・地域等の属性ごとに精緻に動向を分析**するとともに、先端技術を活用した調査手法の検討など、データに基づく取組を推進
 - ・ 「『**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、計画の進捗管理、取組の効果や課題の把握、分析、評価を実施

京都の魅力を未来に引き継いでいくために

京都のまちは今、担い手の不足や生活様式の変化、環境問題・自然災害の深刻化、外国人観光客の急増など、**かつてないほどの大きな変化の波**にさらされており、**京都の魅力もまた、将来にわたりどのように継承・発展させていくかを問われる時期**にあります。

京都の本質的な魅力とは何か。京都が京都であり続けるために守るべきものは何か。京都のまちのあるべき姿はどのようなものか――。この根源的な問いは、すべての政策分野における出発点となるものであり、市民や「京都ファン」の声に耳を傾けながら、**この問いに真摯に向き合っていく必要**があります。

この計画が目指す姿を実現していくため、文化芸術、文化財、伝統産業、環境、景観等の都市計画、交通などのあらゆる政策分野の課題を解決していくため、そして、「**京都基本構想**」（仮称）に掲げるようなまちであり続けるため、**京都に関わる全ての人々と共に、不断の努力を重ねていきます。**