

「京都観光・MICE振興計画2030」 マネジメント会議

京都市 産業観光局 観光MICE推進室

1 次 第

- 主催者挨拶

- 委員長挨拶

- 報告事項

- (1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

- (2) 「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

- 協議事項

2 主催者挨拶

● 主催者挨拶

京都市 観光政策監

西山 真司

● 委員長挨拶

東京女子大学

現代教養学部経済経営学科 教授

矢ヶ崎 紀子

4 報告事項

● 報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」 に基づく令和8年度の主な取組

4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

現状及び世界・国内の動向と今後の見通しの状況を踏まえた、京都の観光・MICEを取り巻く課題は次のとおりです。

課題1 市民生活との関係

多くの市民が混雑やマナー問題等に迷惑を感じている

- ・依然として多くの市民が混雑や観光マナーの問題に迷惑を感じている。
- ・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において公共交通や道路等の混雑が生じている。
- ・コロナ禍からの回復後、民泊に係る通報件数が増加傾向にある。
- ・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の増加が予測される。
- ・多くの市民が観光の重要性を認識している一方、宿泊税の用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。
- ・引き続き、「持続可能な観光」の実現に向けて、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を促進していくことが求められる。

課題2 観光振興との関係

国内旅行市場は伸び悩み、京都訪問10回目以上の日本人のリピーター率が減少

観光動向等に関する課題

- ・国内旅行市場は長期的に伸び悩んでいる。
- ・日本人観光客のリピーター率（京都訪問10回目以上）が減少傾向にある。
- ・今後益々、京都を初めて訪れる外国人観光客の増加が予測される。
- ・観光の分散化とともに、観光客が京都の魅力を深く探究するためには、長期滞在化の促進が求められる。



4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

現状及び世界・国内の動向と今後の見通しの状況を踏まえた、京都の観光・MICEを取り巻く課題は次のとおりです。

課題2

観光振興との関係

国内旅行市場は伸び悩み、京都訪問10回目以上の日本人のリピーター率が減少

観光動向等に関する課題

- ・観光の分散化、リピーター化、長期滞在化の視点から、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振興により一層取り組んでいくことが求められる。
- ・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が見られる。

観光振興の前提となる課題

- ・今後、生産年齢人口が減少する中、文化・観光の担い手等も減少することが予測され、担い手の確保・育成・定着に取り組むことが求められる。
- ・飲食・宿泊などのサービス業はDXの取組状況が低調な状態にある。
- ・近年発生している自然災害等も踏まえ、引き続き、安心・安全、危機対応力の向上に取り組むことが求められる。
- ・SDGsの最終目標年である令和12(2030)年に向けて、引き続き、環境負荷低減に取り組むことが求められる。

課題3

MICE振興との関係

MICE誘致の都市間競争の激化

- ・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、ビジネス機会の創出や学術振興、市民の知見向上など、MICE開催による効果を最大化していくことが求められる。
- ・MICEの認知度は低く、MICE開催による効果の可視化が十分でない。

4

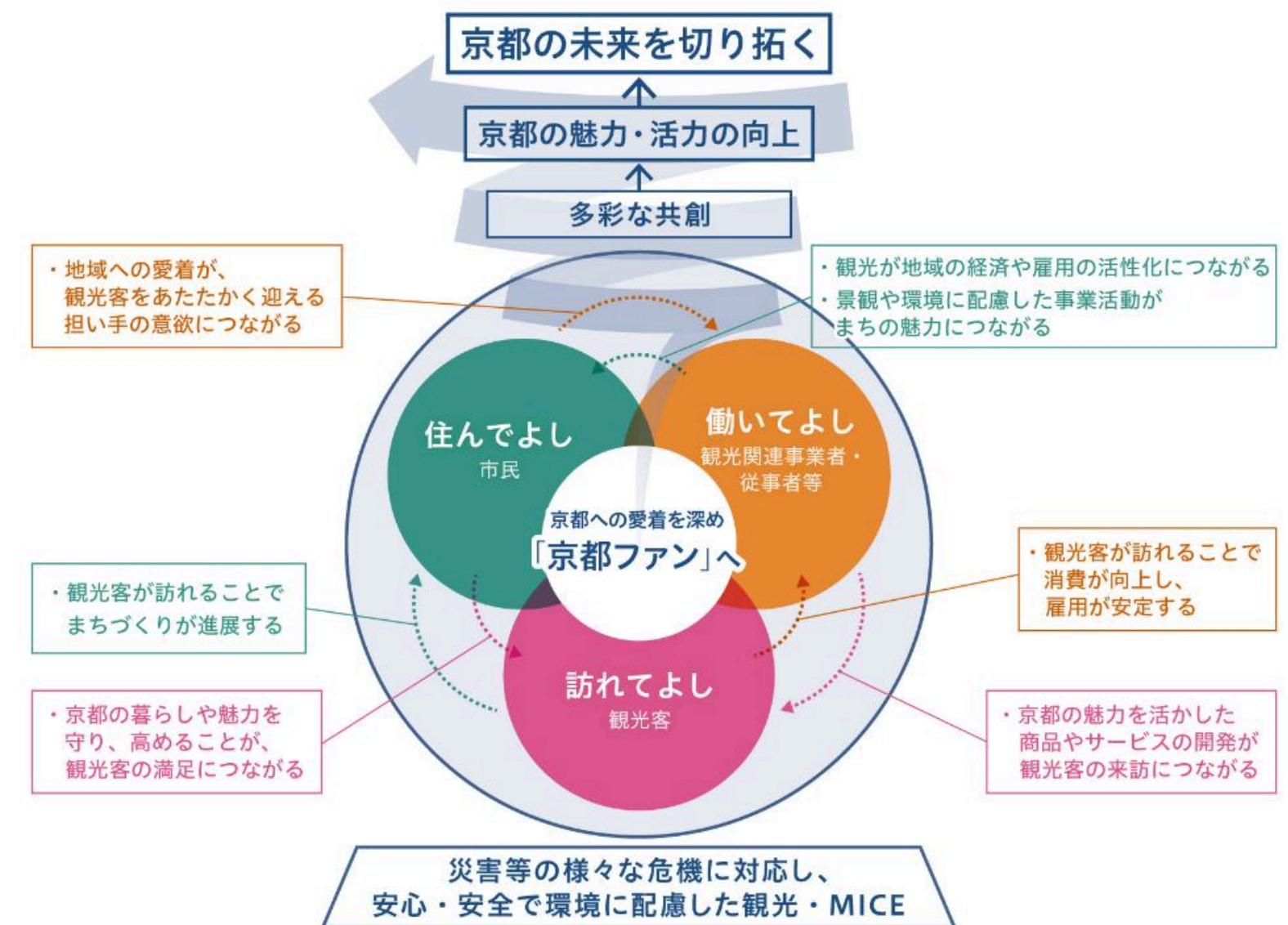
報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

観光・MICE関連事業者・従事者等、業界団体、京都学藝衆などの京都の魅力の担い手、観光客、市民、大学・学生、京都市観光協会(DMO KYOTO) 京都文化交流コンベンションビューロー(KCVB)及び行政などの様々な主体が協働し、以下の「京都の観光・MICEが目指す姿」を実現します。

多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE

- 徹底した観光課題対策に取り組むとともに、観光関連事業者・従事者等、観光客、市民がお互いを尊重し合う関係をつくることで、市民生活との調和・両立の下、京都観光にかかわる全ての人々にとって質・満足度が高く、心や人生を豊かにするといった「観光の本質」を皆が享受できる観光・MICE、そして、市民生活の豊かさの向上につながる持続可能な観光・MICEを目指します。
- 持続可能な観光・MICEの先を見据え、多様で奥深い京都の魅力を活かして多彩な人々を呼び込み、京都に受け継がれる不易流行の思想に基づき、ともに、文化芸術、自然・景観、食文化、人々の暮らし、産業・ものづくり、宗教、精神文化などの京都の魅力を守り、育むことで、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、そして、京都の本質を未来へつなぐ観光・MICEを目指します。
- こうした取組を通じて、「多彩な共創で未来を切り拓く観光・MICE」を実現します。



4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

京都観光・MICE振興計画2030では「京都の観光・MICEが目指す姿」の実現のため、先の課題に対応した「3つのプロジェクト」を推進します。

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・従事者等、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。

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

京都には、長い歴史の中で育まれ、大切に受け継がれてきた多様で奥深い本物（ほんまもん）の魅力があり、観光は、その魅力に触れるための入り口です。そこで、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、何度も訪れたくなる、長く滞在したくなる、さらには住みたくくなるような京都観光を推進します。これにより、観光客の満足度や消費単価の向上を図るとともに、京都の魅力の維持・継承、さらなる魅力の創出につなげていきます。また、観光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、観光関連従事者の確保・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めます。

MICEでつどろプロジェクト

MICEは、高い経済効果が期待されるだけでなく、様々な分野で活躍する世界の人々が京都に集い、MICE参加者同士のみならず、参加者と市民や学生・研究者、市内の企業が交流することによって、ビジネス機会の創出や市民の知見向上、学術の振興、さらには、都市格やブランドの向上につながるものです。京都は平成22(2010)年に全国の自治体で初めて「京都市MICE戦略」を策定し、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。

4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

各プロジェクトに「令和12(2030)年に向けて目指す値」を設定します。目指す値には、「非常に高い値」と、原則「『直近の値』+約5pt」の2種類設け、各プロジェクトに1つ、プロジェクトを代表する項目に「非常に高い値」を設定します。

	項目	直近10年の最高値又は最低値	直近の値	目指す値
市民生活と観光をつなぐプロジェクト	混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合★	(R5) 77.3%	(R7) 79.9%	0.0%
	京都市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	(R3) 74.5%	(R7) 70.1%	75.0%
	京都観光に大変満足した観光客の割合	(R2) 日本人29.2% (R5) 外国人53.8%	(R7) 日本人28.2% (R7) 外国人48.2%	日本人 30.0% 外国人 55.0%
	京都の観光業界で働き続けたいと思う従事者の割合	(R7) 64.4%	(R7) 64.4%	70.0%
暮らすように旅をつむぐプロジェクト	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%	(R7) 日本人58.0% (R7) 外国人22.0%	日本人 65.0% 外国人 35.0%
	京都に再び訪れたいと思う観光客の割合（大変そう思う）	(R4) 日本人68.6% (R5) 外国人66.0%	(R7) 日本人53.5% (R7) 外国人64.7%	日本人 70.0% 外国人 70.0%
	親しい人に京都観光を勧めたいと思う観光客の割合（大変そう思う）	(R4) 日本人53.6% (R5) 外国人74.7%	(R7) 日本人39.2% (R7) 外国人70.1%	日本人 55.0% 外国人 80.0%
	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）	(R7) 64.4%	(R7) 64.4%	70.0%
MICEでつどうプロジェクト	国際会議開催件数の世界ランキング★（ICCA基準）	(R1) 35位	(R7) 46位	30位
	国際会議開催件数（JNTO基準）	(R1) 383件	(R6) 215件	400件

※朱書き部分は本年度に更新した直近値

★非常に高い「目指す値」。なお、「混雑やマナー違反に迷惑している市民の割合 0.0%」は、喫緊の課題である観光課題に迷惑している市民の存在を看過せず、困難があったとしてもその割合をゼロにするべく不断の努力を行うべきとの決意の下で設定するもの

4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

(ア) 観光課題対策の強化

① 観光の時期・時間・場所の3つの分散

- ・京の夏の旅、京の冬の旅において、文化財特別公開や事前予約の体験コンテンツ造成等を行い、時期の分散化を図る。

R7実績 ▶▶▶ 京の夏の旅（50回記念） 文化財特別公開：102,822人／定期観光バス特別コース：1,448人
京の冬の旅（60回記念） 文化財特別公開：349,096人／定期観光バス特別コース：7,801人

- ・朝・夜にしか体験できない事前予約・少人数制の特別な体験コンテンツの造成・PR等を行い、時間の分散化を図る。
また、府市の朝・夜観光コンテンツやイベント情報を集約した特設ウェブサイトの内容を充実するとともに、プロモーションを強化する。

R7実績 ▶▶▶ 朝観光・夜観光コンテンツ造成 40商品／集客 3,505名

- ・とっておきの京都6エリア（伏見・大原・高雄・山科・西京・京北の周辺エリア）のプロモーション等を行い、地域における持続可能な観光の受入体制整備を図ることで、エリアの活性化や場所の分散化を図る。

R7実績 ▶▶▶ インフルエンサーを起用したPR企画（再生回数）
伏見：188,083回／山科：510,165回／西京：466,773回
ショート動画作成・SNSでの発信（再生回数）
大原：228万回／高雄：35.5万回／京北：9.14万回



4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

② 道路の混雑対策

- ・観光バス駐車場の効率的な利用を目的とした市内観光バス駐車場の満空情報を発信する。また、京都市内を運行する大型バスデータを基に、市内全域の路上滞留状況はもとより、市内の移動経路等の傾向を分析した情報等を踏まえ、実効性の高い現地啓発活動の実施等、観光バスの路上滞留対策に一層取り組む。

R7実績 ▶▶▶ 観光バス駐車場 満空情報共有システム構築：26か所／約520台
啓発エリアを拡大し対策の強化を図り、一部エリアにおける啓発件数は減少

- ・パークアンドライド駐車場の利用促進を図るため、周知・広報や、パークアンドライド利用者へのインセンティブ付与を実施。

③ 市バスの混雑対策

- ・観光特急バスの更なる利用促進、地下鉄を組み合わせた移動への誘導、市バス・地下鉄の臨時増発、市バスのリアルタイムの車内混雑度や走行位置情報を確認できる「ポケロケ plus+」の周知や京都市バス“おもてなしコンシェルジュ”を通じたお客様案内の充実などに取り組むとともに、均一運賃系統における「前乗り後降り方式」の導入に着手する。

④ 手ぶら観光の推進

- ・手荷物の一時預かり・配送サービス利用者の一層の拡大に向け、京都駅構内におけるコインロッカー情報等の一元的な発信や手荷物の一時預かり・配送サービス窓口の事前予約システムの運用を行う。また、市バス車内に大型手荷物を携行する観光客数等を調査することで、より実態に即した情報収集・分析を進める。

R7実績 ▶▶▶ 京都駅構内コインロッカー情報等の一元化発信（京都駅デジタルマップ“駅スマ”アクセス件数：約37万件）
手ぶら観光サービスが安心安全であることの情報発信（動画閲覧件数：約114万回）

4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

⑤ 京都駅一極集中の緩和

- ・デジタル広告や関西圏における京都駅を経由しない入洛ルート等の情報発信を行うとともに、京都駅構内でのライブカメラ情報・推奨ルートが多言語発信や京都駅タクシー乗り場における利用者の滞留対策を行う。

実績 ▶▶▶ 関西の鉄道駅や大阪府内宿泊施設でのチラシ配布、関西国際空港等における情報発信 合計約92,600部配布（令和7年11月末時点）

⑥ 観光マナーの啓発

- ・ツーリストシップという分かりやすい言葉を用いて、これまでから実施している「MIND YOUR MANNERS」等を活用した旅マエから旅ナカまでの継続した観光マナー啓発に加え、新たに京都観光マップをリニューアルし、観光マナーについてピクトグラムやイラスト等を活用して理解を深めるとともに、京都の観光マナーや京都観光モラルの趣旨に賛同していただいた上で観光を楽しんでいただける観光客を増やす取組を実施する。また、祇園町南側に配置しているマナー啓発員の通年配置に加え、新たに伏見稻荷大社周辺にもマナー啓発員を配置する。

R7実績 ▶▶▶ 祇園町南側地区でのマナー啓発員配置 実施日数：75日（各日4～8名（計340人日））

⑦ 観光地における散乱ごみ対策

- ・ごみのポイ捨てを防止するため、市内の観光地等を中心に、街頭ごみ容器を設置・運用する。

実績 ▶▶▶ 街頭ごみ容器設置数：292基／スマートごみ箱設置数：37基（令和8年7月末時点）

- ・多くの観光客が訪れ、かつ、多数の店舗が建ち並んでいることで、食べ歩き等に伴うごみのポイ捨てが特に多く生じている観光地について、捨てられているごみの場所・物・量などの状況等を調査し、そのごみの発生要因等に応じた対策の実施につなげる。

4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

⑧ 違法・不適正な民泊施設をはじめ宿泊施設に対する指導、条例改正を含めた民泊規制の在り方の検討

- ・違法・不適正な「民泊」に関する通報等を受け付ける「民泊通報・相談窓口」を設置し、受け付けた通報等への対応を徹底して行うとともに、既存の宿泊施設の管理運営状況に係る調査の実施などにより、宿泊施設の適正な運営を確保する。また、特別対策チームを立ち上げ、民泊施設における管理者の駐在義務を確認するため夜間・早朝の抜き打ち調査を強化するなど、監視・指導体制の更なる強化を行う。さらに、不適正な管理を行う民泊の増加による騒音や地域コミュニティへの影響の問題に対応するため、国とも連携し民泊規制のあり方について検討し、令和8年度中の条例改正提案を目指す。

R7実績 ▶▶▶ 違法「民泊」に対する調査・指導率：99.9%

⑨ 混雑等に関する正確な情報や、課題対策に関する情報の発信

- ・A I を活用した観光案内サービスを開発し、観光客のニーズに沿った観光案内を行うとともに、混雑状況を踏まえた新たな観光プランの提案等を発信する。



4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

(イ) 観光に対する市民の共感の輪の拡大

① 観光の意義・効果、観光課題対策の周知

- ・観光が市民生活やまちづくり等にもたらす効果について、更なる見える化を図るとともに、“観光関連事業者による地域貢献”のより一層の促進、京都の魅力を市民が再発見する機会づくりを進める。

R7実績 ▶▶▶ 市民向けポータルサイト「LINK! LINK! LINK!」アクセス数：152,837件／市民向け特典掲載件数：88件
京都市民と観光客の交流イベント：2回開催

② 宿泊税の使途の見える化

- ・宿泊税を活用した文化・景観等の京都の魅力の向上、
市民・観光客双方の利便性向上や安心・安全につながる都市基盤整備

詳細 ▶▶▶ 別添：参考資料「宿泊税の活用を予定する主な事業」のとおり

私たちの京都 / 宿泊税で魅力かがやく

Our Kyoto, shining brightly with its accommodation tax.

京都市をより良くするため、宿泊税をいただいております。
交通混雑や散乱ごみなどの観光課題の対策や、
景観の保全や伝統文化の振興などにも、幅広く活用しています。

We collect an accommodation tax to help improve Kyoto City.
The funds support measures against tourism issues like congestion and litter,
while also preserving the cityscape and promoting traditional culture.

京町家の保全・継承の推進
Promoting the preservation and succession of Kyo-machiya townhouses

祇園祭・五山送り火など伝統行事の助成
Subsidies for traditional events such as the Gion Festival and Gozan no Okuribi

市バス混雑対策として観光特急バスの運行
Operation of Sightseeing Limited Express Bus as a congestion measure

地下鉄烏丸線可動式ホーム柵の設置
Installation of movable platform gates at stations on the Karasuma Subway Line

多様なエリアの魅力発信
Promoting the appeal of diverse areas

4

報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

市民生活と観光をつなぐプロジェクト

(ウ) 観光が京都にもたらす効果の最大化

① 観光事業者による地域産品の活用

- ・市内宿泊施設と、伝統産業製品等の京都の事業者とのビジネスマッチングを展開し、京都ならではの地域や自然、ものづくりの魅力を活かした宿泊サービスの質の向上を図り、京都経済の域内循環を促進する。

R7実績 ▶▶▶ ビジネスマッチング商談会を実施 出展事業者数：32社／商談会来場者数：125名／成約件数：52件

(エ) 京都観光に関わる三者がお互いに尊重し合う関係づくり

① 『ツーリストシップ』の周知をはじめとする『京都観光行動基準』(京都観光モラル)の普及啓発

- ・「京都観光行動基準(京都観光モラル)」の理念を踏まえた具体的な取組が進むよう、行動基準の周知や実践に向け、「京都観光モラル特設サイト」を基幹とした周知啓発に取り組んでいく。また、京都観光モラルの普及及び観光関連事業者による京都観光モラルに沿った取組の更なる実践促進を図ることを目的に、「持続可能な京都観光を促進する優良事業者」の選定を行う。

R7実績 ▶▶▶ 京都観光モラル優良事業者：16事業者／京都観光モラル推進宣言事業者：66事業者(累計485事業者)

② 市民による観光客との交流促進

- ・英語教育の充実に向けて、中・高それぞれの教育実践への理解を深め、両校種の教員が互いの授業を参観し合いながら、指導経験を共有しつつ協働することで、中学校から高等学校への学びが円滑につながる英語教育の充実を図る。

4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(ア) 多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ

- ・京都が世界に誇る伝統芸能や文化芸術を体験できる京都薪能・京都国際舞台芸術祭・京都映画賞を実施する。

R7実績 ▶▶▶ 京都国際舞台芸術祭延べ観賞者：31,026人

R8実績 ▶▶▶ 京都薪能延べ観賞者：2,334人

- ・京の食文化ミュージアム・あじわい館における料理教室等のイベントや、水産棟見学エリアにおける市場の役割等の周知により、「京の食文化」の普及推進と食育振興に取り組む。

R7実績 ▶▶▶ 京の食文化ミュージアム・あじわい館来館者：28,446名／水産棟見学エリア入場者：52,884名

- ・京都食肉市場の役割や命をいただく大切さを伝える市場見学を実施する。また、京都市中央食肉市場の売買参加者と生産者が市場のお肉を使った料理と精肉を販売するイベントを開催し、京都食肉市場ブランドをPRする。
- ・京都一周トレイルを活用したイベントや情報発信の充実を図るとともに、トレイルの動向調査や道標の再整備を行う。
- ・京都市内における自転車走行環境の整備や「サイクルサポートステーション」の設置、京都市レンタサイクル事業者認定制度の運用を通じて自転車観光のための環境整備を進めるとともに、自転車を活用した京都観光の魅力について発信していくコンテンツの充実を図る。

R7実績 ▶▶▶ サイクルサポートステーション：4箇所／京都市レンタサイクル認定事業者数：19事業者

- ・京都における歴史・文化の集積、人的資源やおもてなし文化を活かして、スポーツツーリズムによる地域活性化、スポーツを通じた健康社会への寄与等を図るため、効果的な広報を展開して「ワールドマスタースゲームズ2027関西」大会開催に向けた機運醸成を図る。また、大会の実施にあたっては、スポーツのみではなく京都自体を堪能してもらうため、観光・ツーリズムを体験できる観光プランを提供していく。

実績 ▶▶▶ 競技登録済み人数：33,451人（令和8年8月3日時点）

4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(ア) 多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げ

- ・琵琶湖疏水記念館における特別展やそすいカフェの実施、びわ湖疏水船と連携した琵琶湖疏水沿線周遊事業の磨き上げなどにより、「舟に乗っても沿線を歩いて楽しむ」琵琶湖疏水に向け、琵琶湖疏水の魅力発信を行う。

実績 ▶▶▶ 琵琶湖疏水記念館 累計入館者数：3,296,087人／びわ湖疏水船 累計乗船者数：93,003人（令和8年7月末時点）

- ・ウェブやSNS等による国内外への情報発信やシンポジウム・キャンペーン等により、京都の温泉の魅力をPRし、誘客を図る。
- ・日本が世界に誇るマンガ・アニメ・ゲームの総合見本市「京都国際マンガ・アニメフェア（京まふ）」を開催し、京都の伝統・文化とアニメ作品とのコラボビジュアルを制作し、若者やインバウンドを中心に奥深い京都の魅力発信を行う。

R7実績 ▶▶▶ 出展企業・団体：66企業・団体／来場者数：36,316人

- ・「京都ファン」を核とした共創を通じた京都の魅力・活力の向上を図るため、「京都の魅力は何か」等を調査するための「京都ファン」の観光客に対する京都の魅力調査を実施し、調査結果を踏まえた京都の魅力の維持・継承、多様で奥深い観光体験の創出・磨き上げを促進する。



4

報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(イ) 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

- ・ 府市連携による広域周遊の情報発信ハブになるよう「まるっと京都」のサイトをリニューアルする。
また、「川の京都」をテーマに京都府や滋賀県と連携したスタンプラリー等の周遊施策を実施する。

R7実績 ▶▶▶ 府市連携周遊観光ツアーの企画・運営支援 35ツアー

「川の京都」推進事業 ガイドツアー：5コース／参加者数合計50名／川の京都カード配布数：691枚

- ・ 寛永行幸四百年祭の機運醸成に資するよう、寛永期の様々な歴史的背景や文化財で結んだテーマごとの周遊観光のツアー企画・実施費用の一部を助成する。
- ・ 京都ならではの伝統文化と自然の融合によるアドベンチャーツーリズムを促進するための市場調査を実施するほか、サイクリングを活用した広域周遊促進事業（サバイチ・スタンプラリー）を実施する。
- ・ 京北地域においてデマンド交通のシステム構築を進めるとともに、デマンド交通実証運行を実施する。



4

報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(ウ) 高付加価値な観光の推進

- ・ 京都市認定通訳ガイドの新規募集（第9期生）を行うとともに、これまで育成した京都市認定通訳ガイドの更なる質の向上を図るためのガイドスキルの維持向上に向けた研修を行う。また、ガイド業に興味のある方を対象とした京都市認定通訳ガイドの魅力発信を行う。
- ・ 高付加価値旅行を取り扱う旅行会社が集まる商談会への出展回数を増やすほか、海外の高付加価値旅行者を主な読者層に持つ観光雑誌等に対して、京都が有する魅力的な観光コンテンツに関する広告掲載を行う。

R7実績 ▶▶▶ 商談会への出展件数：3件／観光雑誌等への広告等掲載件数：2件

- ・ 事前予約・少人数制の特別な体験コンテンツを造成する。

(エ) 宿泊観光の促進

- ・ 宿泊観光の推進を図るため、宿泊施設における京都の魅力に触れる機会の創出（地場産品（伝統産業品、木材等）の活用）や安心安全・快適な受け入れ環境の充実（災害対応強化、バリアフリー化）等への支援を行う。



4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(オ) 修学旅行・教育旅行誘致の強化

- ・観光関連事業者との連携により、学校訪問活動等を通して京都ならではの修学旅行の魅力を全国に発信する。

R7実績 ▶▶▶ 学校訪問活動：7都県（延べ18都市の学校36か所、教育委員会1か所、旅行会社19か所）

- ・学藝衆（伝統産業等の職人等）との連携による修学旅行コンテンツの造成、二条城をはじめとした市有施設への無料招待券の配布、京都修学旅行1day チケットを活用した補助事業等に取り組む。

- ・文化や産業など京都ならではの奥深い魅力を感じることができる修学旅行生向け体験プランについて、既存の花街文化体験、伝統産業ものづくり体験に加えて能・狂言体験を追加する。

R7実績 ▶▶▶ 利用校：花街文化体験 87校／伝統産業体験 1校

- ・京都への進学率の向上、将来の京都ファンの獲得を目指し、「大学のまち」の特色を活かした体験学習プログラム「京都B & Sプログラム」を、大学コンソーシアム京都と連携して実施する。



4

報告事項

(1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(カ) 多様な滞在の促進等による関係人口の創出・拡大

- ・ アーティスト・イン・レジデンスを拡大し、広く、クリエイティブな人材を京都に呼び込み、地域とつなげることで、知的交流を促す仕組み作りに取り組む。また、クリエイティブ人材と京都の伝統産業事業者が交流し、互いの知見を交換する機会を創出することで、伝統産業業界の活性化にもつなげる。

実績 ▶▶▶ レジデンス施設の立上げ支援：9件／受入クリエイター：11名（R6・R7累計）

- ・ 多彩な人材が世界から京都に集い、交わり、様々な価値を生み出すための取組を検討・推進するため、クリエイティブ人材などの実態把握や、受入に当たっての課題などに関する調査を行う。

(キ) 受入環境の整備

(ク) 戦略的な情報発信

- ・ 京都駅に府市協調により設置した京都総合観光案内所（愛称 京なび）において、府内全域の観光・交通案内を多言語で行うとともに、宿泊施設の紹介、催しチケットの販売や観光情報の発信等を行う。
- ・ 京都観光オフィシャルサイトにおいて、京都観光モラルやマナー、文化芸術やサステナブルな観光の取組等の情報発信を行うとともに、生成AIサービスの普及に対応したオフィシャルサイトのAI最適化対策を行う。
- ・ 海外情報発信・収集拠点の新設、海外メディアへの取材支援拡充等を通じて、京都観光の魅力や観光地分散化・混雑対策等の情報発信を行う。

R7実績 ▶▶▶ 観光系海外メディアへの取材支援件数：25件

- ・ 姉妹都市交流や世界歴史都市連盟の活動等を通じた京都の魅力の発信に取り組む。

4

報告事項

(1) 「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

暮らすように旅をつむぐプロジェクト

(ケ) 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

(コ) 従事者の活躍促進

- ・ 担い手不足が恒常化している宿泊事業者を対象とした研修等を行う。

R7実績 ▶▶▶ 研修・交流事業：4回開催／宿泊業者と学生との交流会：宿泊事業者が5業者 9名、学生が3校 8名

- ・ 大学コンソーシアム京都の「産学連携教育プログラム」に京都市が参画し、プログラム受講料の学生負担をなくすとともに、学生と企業の交流会の回数を増やす等により、学生が地域企業と繋がる機会の更なる拡充を図る。

R7実績 ▶▶▶ 出願者数 198名／登録企業・団体数：138団体

(サ) 安心・安全、観光関連産業の危機対応力の向上

(シ) 観光による環境負荷低減

- ・ 医療情報の多言語発信、防災ポータルサイト、帰宅支援サイト等による情報発信を行う。
- ・ サステナブルツーリズムのプログラムを造成する観光ガイドの養成に向けたニーズや課題等の市場調査を行う。



4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

MICEでつどろプロジェクト

(ア) 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

- ・主催者と連携し、MICE参加者と地域企業とのビジネスマッチングの機会、市民や学生との交流、地域貢献の先進事例の創出・横展開に取り組む。
- ・市民公開講座の開催や学生の参画機会の確保、脱炭素の取組等SDGsに資する活動を行うMICE主催者に対して支援を行う「サステナブルなMICE開催支援補助制度」について補助上限額を引き上げる。

R7実績 ▶▶▶ サステナブルなMICE開催支援補助制度に係る補助件数：54件

(イ) 京都の強みを活かしたMICE誘致の強化

- ・首都圏のMICE主催者へのセールスや情報収集等を行うための拠点を開設するとともに、公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローにおけるMICE誘致・開催支援体制を強化する。
- ・海外で開催される有力商談会への出展件数を増やすとともに、商談スペースを拡充し、京都市内のMICE事業者の共同出展の機会を創出する。
- ・令和5年度から京都で開催している商談会「KYOTO MICE TRADESHOW」について、海外有力バイヤーをアジア以外の欧米からも呼び込み、ファムツアー、商談会、ネットワーキングイベントを開催する。

R7実績 ▶▶▶ 9カ国、25名の国際会議等の開催決定権を持つ有力バイヤーと20社の京都のMICE事業者が商談を実施

4 報告事項 (1)「京都観光・MICE振興計画2030」に基づく令和8年度の主な取組

MICEでつどろプロジェクト

(イ) 京都の強みを活かしたMICE誘致の強化

- ・ 京都で開催されるMICEに対し、開催経費の一部を助成する「京都市MICE開催支援助成金」について、採択件数を増やすなど充実を図る。

R7実績 ▶▶▶ 京都市MICE開催支援助成金の支援件数：60件

- ・ 京都ならではのユニークベニユーの活用を一層促進するため、「京都らしいMICE開催支援補助制度」の「ユニークベニユー活用」に係る経費補助について補助上限額を引き上げる。

R7実績 ▶▶▶ ユニークベニユー活用に係る補助件数：22件

- ・ MICE関連事業者の人材育成を図るための研修を実施する。

(ウ) MICEの認知度向上、MICEの効果の見える化の推進

- ・ 主催者や事業者向けの情報に加え、市民に対して、MICEの意義や効果等を分かりやすく発信するため、京都MICE情報サイト「meetkyoto」のリニューアルを行う。



4 報告事項

● 報告事項

(2) 「令和7年 京都観光総合調査」 の結果について

4 報告事項 (2) 「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

1 観光消費動向調査 2 観光客統計

- 観光消費額及び経済波及効果は、いずれも過去最高を記録した令和6年から更に伸び、過去最高を更新。
- 観光客数及び外国人観光客数は、過去最高を更新。日本人観光客数は過去最高のH27（5,202万人）に次ぐ。
- 宿泊客数は過去最高を更新。修学旅行生数は、コロナ禍前の令和元年(70万人)比で微減*(▲4.3%)となった。
* 全国の修学旅行対象生徒数が減少（令和元年比▲6.0%）していることを考慮すると、令和元年の数値とほぼ同水準。

▶ 観光消費額	2兆 474億円※1	【過去最高】
▶ 経済波及効果	2兆 2,193億円※1	【過去最高】
▶ 観光客数	6,279万人	【過去最高】（内、日本人 5,011万人 外国人※2 1,268万人）
▶ 宿泊客数	1,659万人	【過去最高】（内、日本人※1 849万人 外国人※1、3 809万人）
▶ 修学旅行生数	67万人	（全国修学旅行対象生徒数 300万人）

※1 令和7年から観光庁の調査結果を用いた推計手法に変更。同手法により宿泊税データを活用した推計を開始した令和元年調査分まで数値を遡及修正。

※2 「訪日外客数」（JNTO）に「訪日外国人の京都府訪問率」（観光庁）を乗じて算出した参考値。 ※3 外国人宿泊客数には日本在住の外国人も含む。

4 報告事項 (2)「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

3 満足度調査 4 実態調査

- 京都観光に満足した観光客の割合は、日本人・外国人ともに9割を超えるが残念なことがあった観光客の割合は、日本人が約5割、外国人が約2割で推移。
- 京都に再び訪れたいと思う観光客の割合は、日本人・外国人ともに9割を超える。
- 親しい人に京都観光を勧めたいと思う観光客の割合は、日本人が約8割、外国人が約9割で推移。
- 観光客のリピーター率は、日本人が約6割、外国人が約2割で推移。

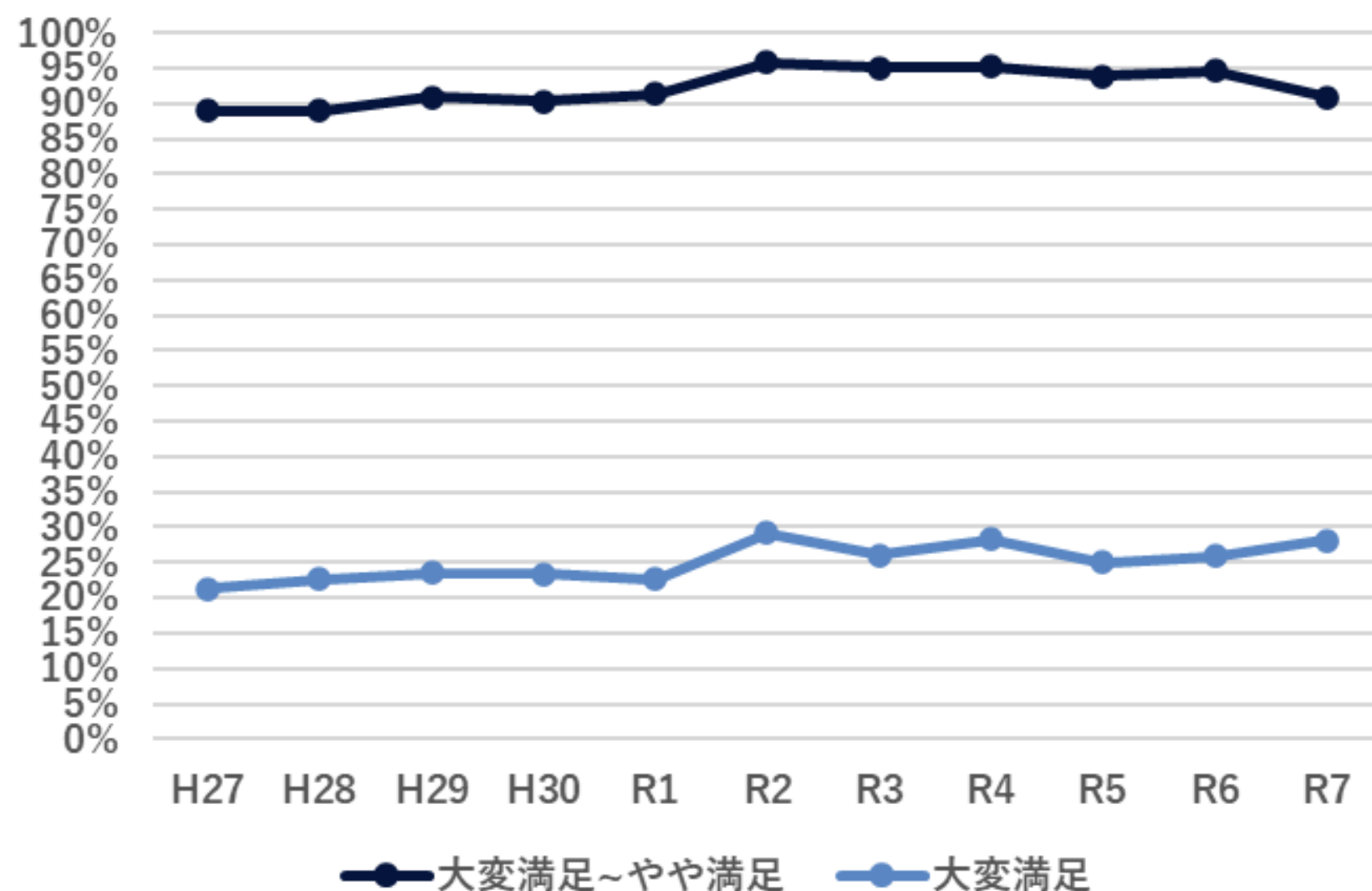
▶ 京都観光に満足した観光客の割合	日本人 90.9% (28.2%)	外国人 97.3% (48.2%)
	(括弧内：大変満足と回答した割合)	
残念なことがあった観光客の割合	日本人 47.2%	外国人 21.0%
▶ 京都に再び訪れたいと思う観光客の割合	日本人 91.2% (53.5%)	外国人 93.4% (64.7%)
	(括弧内：大変そう思うと回答した割合)	
▶ 親しい人に京都観光を勧めたいと思う観光客の割合	日本人 79.0% (39.2%)	外国人 96.9% (70.1%)
	(括弧内：大変そう思うと回答した割合)	
▶ 観光客のリピーター率	日本人 58.0%	外国人 22.0%

4 報告事項 (2)「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

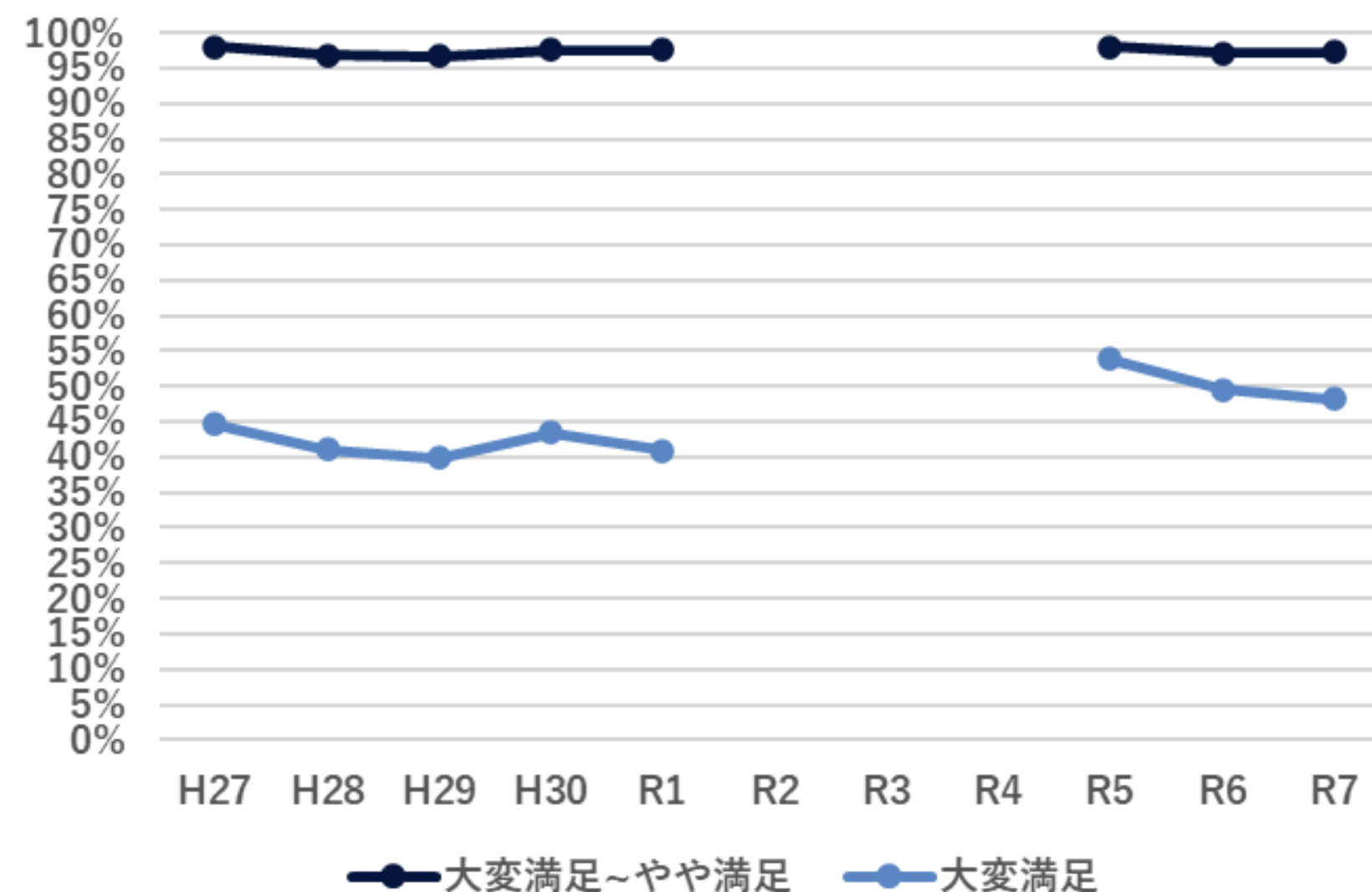
3 満足度調査 4 実態調査

京都観光に満足した観光客の割合

▼日本人観光客



▼外国人観光客

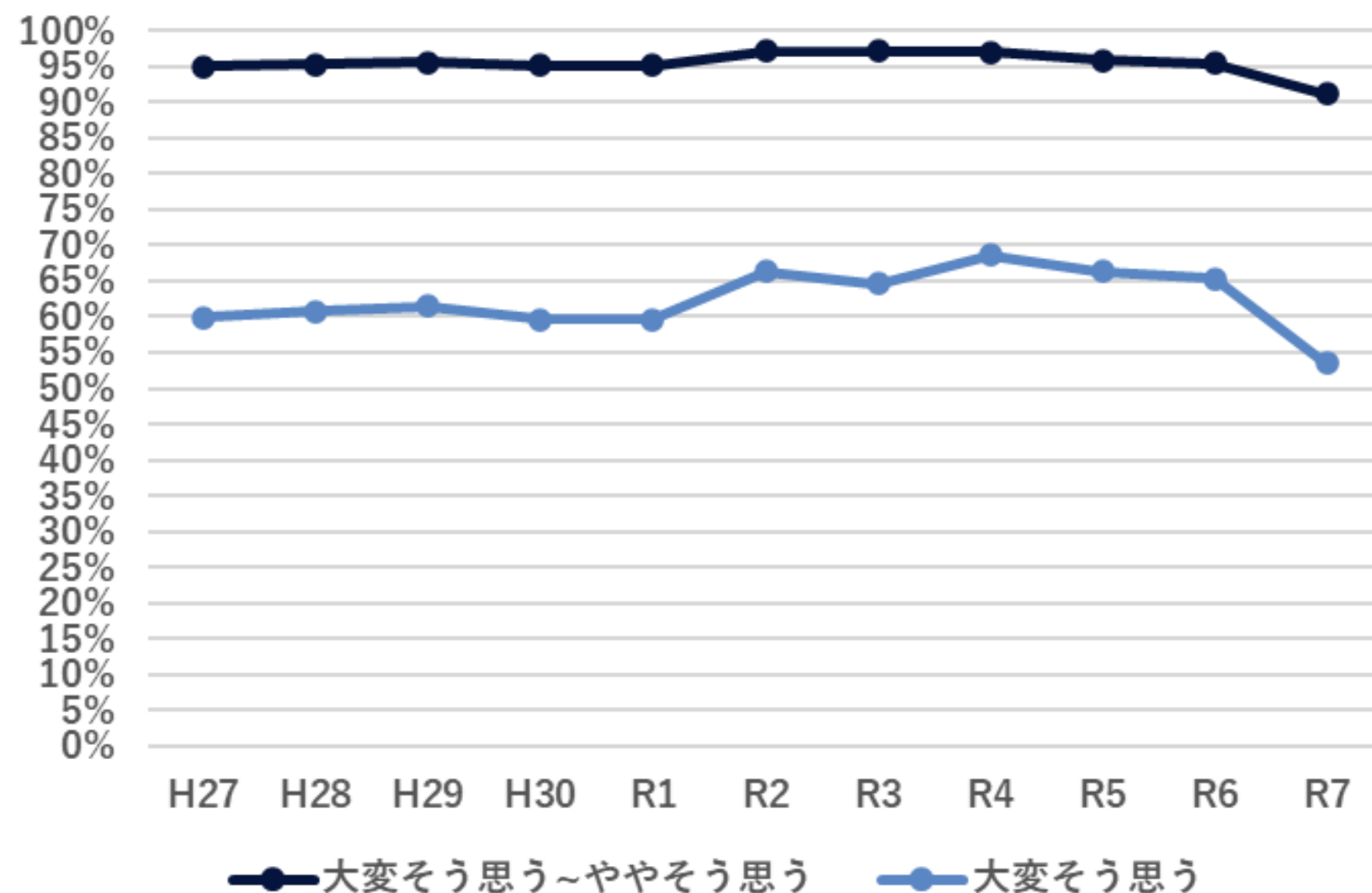


4 報告事項 (2)「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

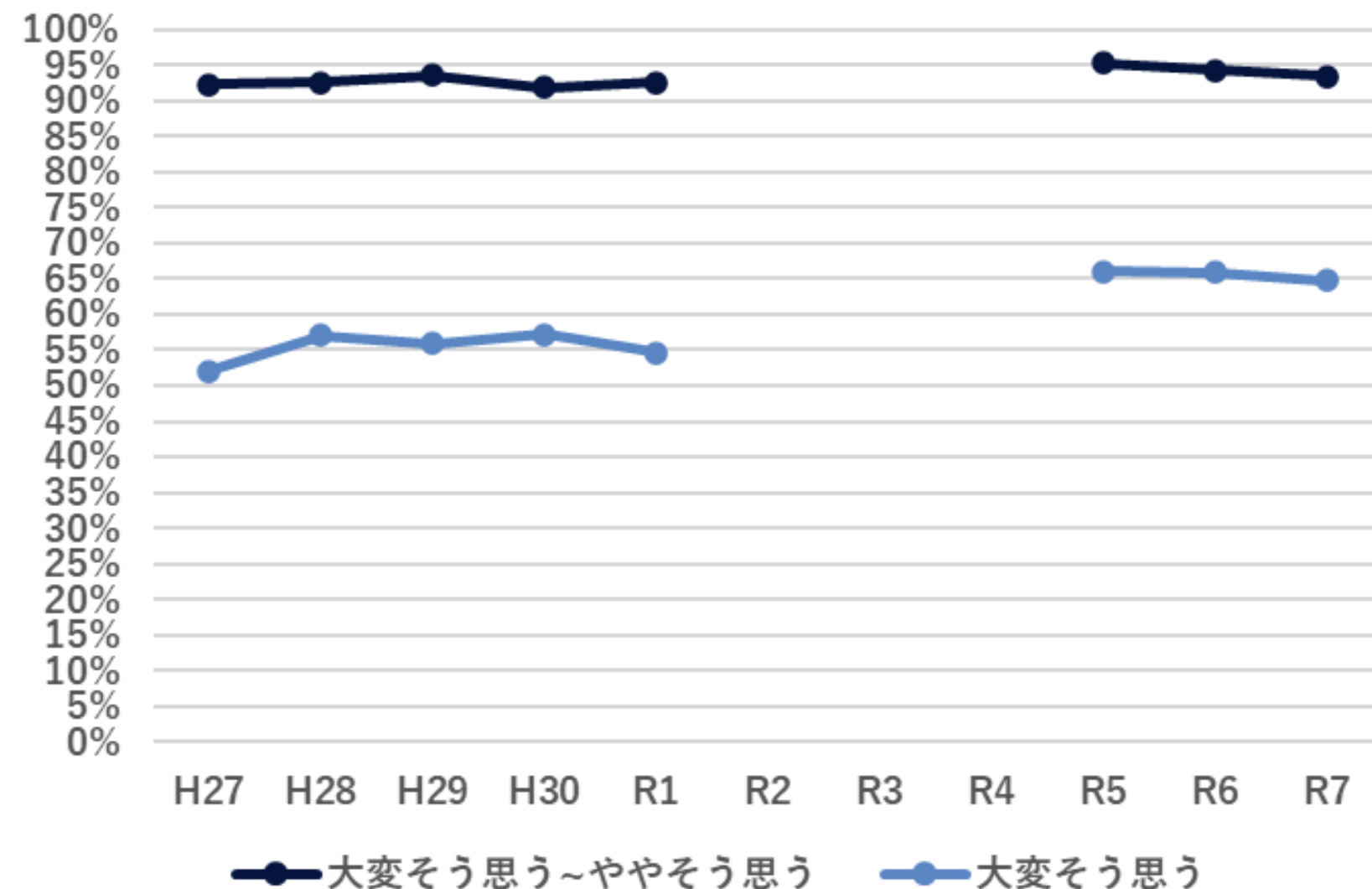
3 満足度調査 4 実態調査

京都に再び訪れたいと思う観光客の割合

▼日本人観光客



▼外国人観光客

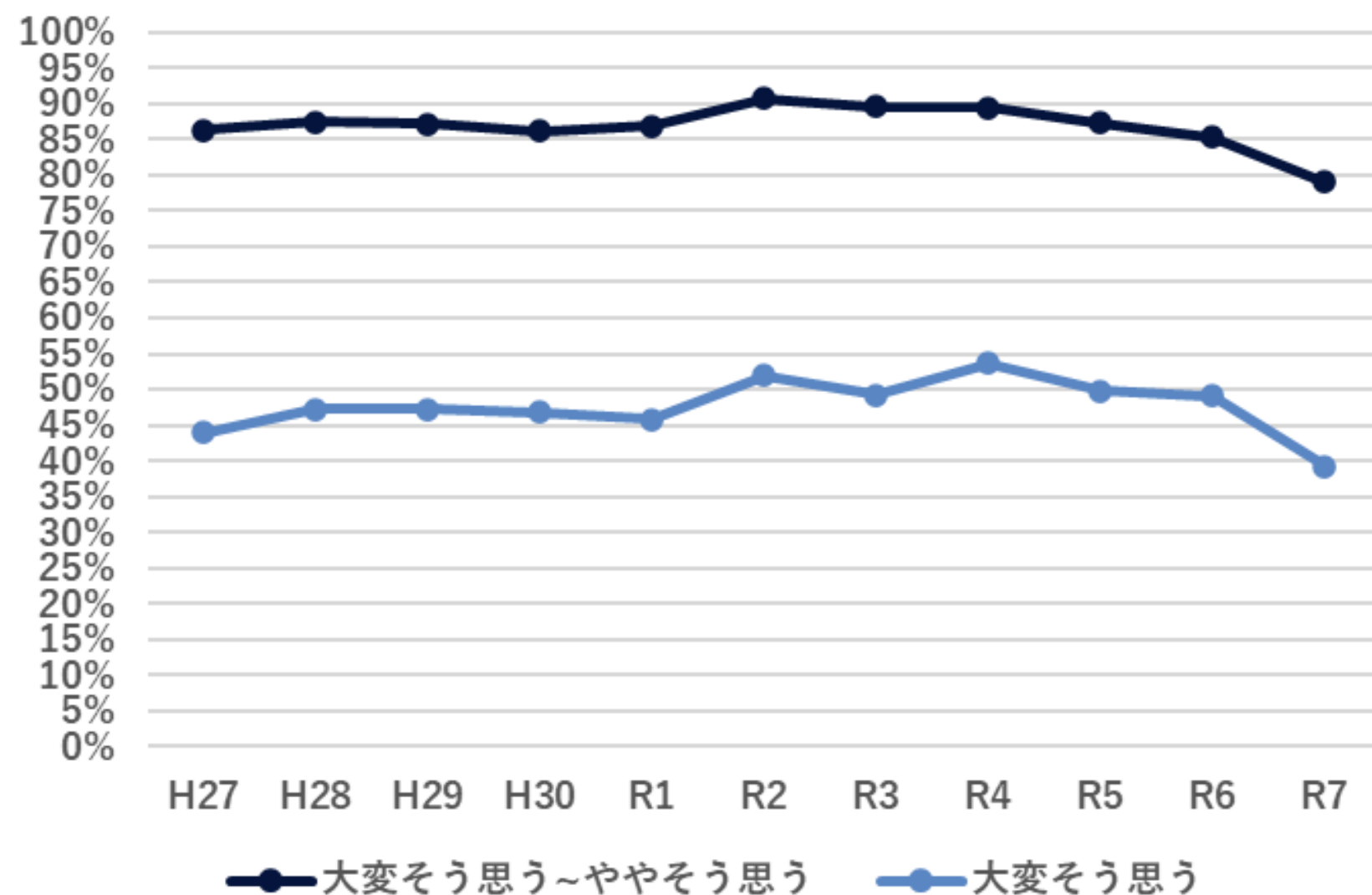


4 報告事項 (2)「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

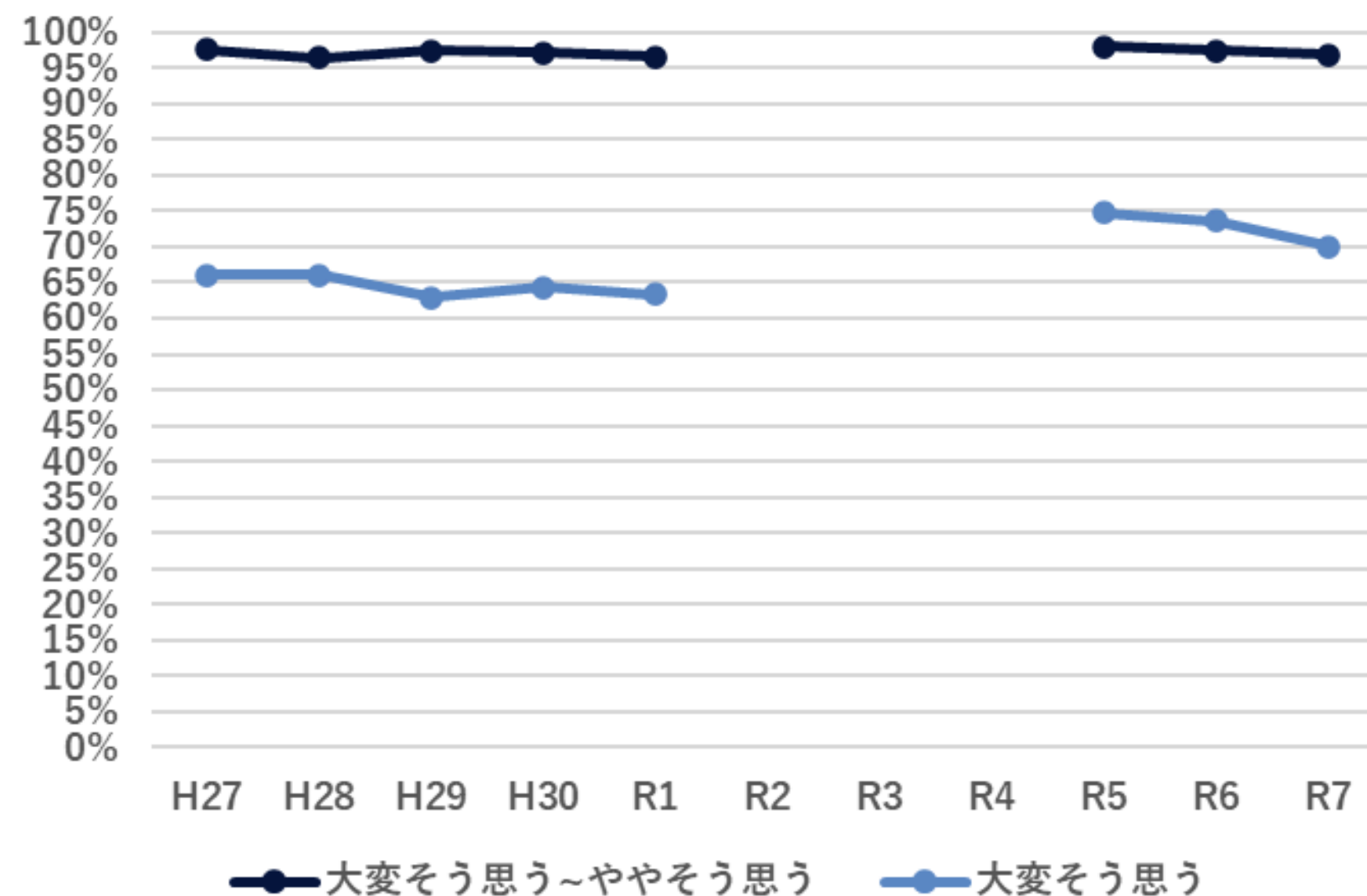
3 満足度調査 4 実態調査

親しい人に京都観光を勧めたいと思う観光客の割合

▼日本人観光客



▼外国人観光客

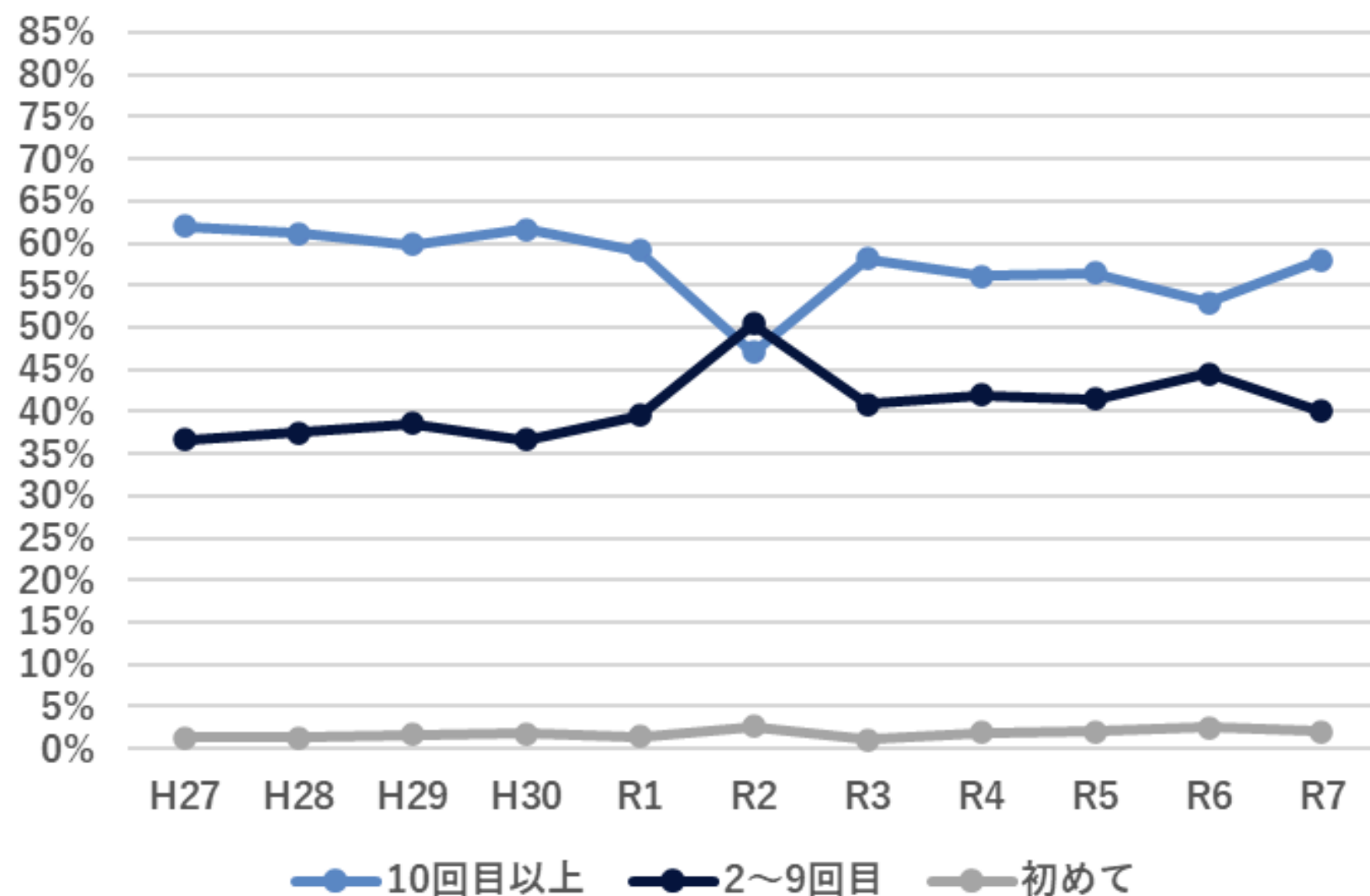


4 報告事項 (2)「令和7年 京都観光総合調査」の結果について

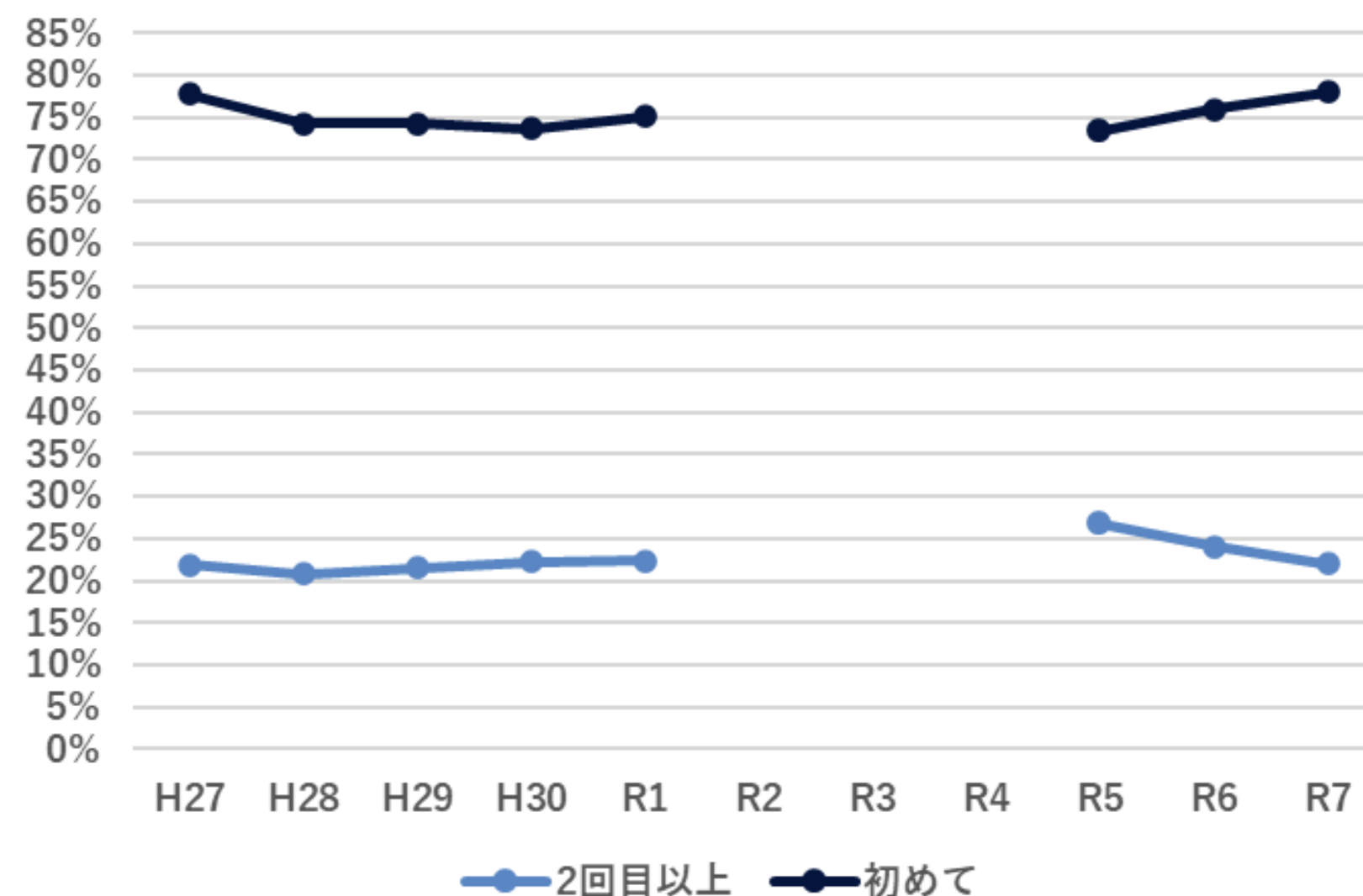
3 満足度調査 4 実態調査

観光客のリピーター率

▼日本人観光客



▼外国人観光客



● 協議事項

- (1) 観光客6,000万人時代における混雑緩和・分散化の取組強化
- (2) 「京都のまちのあるべき姿」を守る事業者・インタープリターの育成・確保
- (3) 観光の効果の見える化・市民の共感の輪の拡大
- (4) 京都の強みを活かしたMICE誘致の強化
- (5) 各取組の効果と目指す値との因果関係分析・効果的な情報発信

5 協議事項

(1) 観光客6,000万人時代における混雑緩和・分散化の取組強化

- ・ 観光客6,000万人時代が到来する中、京都ファンの実態調査において京都ファンから「これからも訪れたい場所であり続けるために混雑緩和が必要」といった趣旨の声が上がっている。
- ・ 混雑緩和や観光客の満足度向上に向けて、観光の場所の分散などの取組を強化する必要があると考えられるが、どのような観点に配慮しながら取組を進めるとよいか。



5 協議事項

(2) 「京都のまちのあるべき姿」を守る事業者・インタープリターの育成・確保

- ・ 京都観光の満足度、再来訪意向、紹介意向の一部指標が減少傾向になる中、京都ファンの実態調査において、京都ファンから
「人から教わる京都や、公にガイドに載らない京都にこそ価値を感じている」
「古くから京都に根付き、地元住民からも愛されているものこそ大切にしたい」といった趣旨の声が上がっている。
- ・ 「京都のまちのあるべき姿」やその魅力を守ろうとする事業者、正しく伝えるインタープリターの重要性がますます高まっていると考えられるが、これらの育成・確保にあたってどのような観点に配意しながら取組を進めるとよいか。



5 協議事項

(3) 観光の効果の見える化・市民の共感の輪の拡大

- ・観光がもたらす効果を市民の皆様が十分に実感できていないのではないかと
との声がある中、観光客6,000万人時代が到来し、
市民に観光の意義・効果を実感してもらう
更なる取組が必要と考えられるが、
どのような観点に配意しながら取組を進めるとよいか。



5 協議事項

(4) 京都の強みを活かしたMICE誘致の強化

- ・ ICCAの国際会議統計ランキングで、京都は2024年から2025年にかけて開催件数を4件増加させた一方で、順位は42位から46位に下がり都市間競争が激化していると考えられる。
- ・ MICE誘致の促進や満足度向上に資する更なる取組が必要であると考えられるがどのような観点に配意しながら取組を進めるとよいか。



5 協議事項

(5) 各取組の効果と目指す値との因果関係分析・効果的な情報発信

- ・ 京都観光・MICE振興計画2030に掲げる各種プロジェクトや施策・事業の実施にあたり、各取組の効果と目指す値との因果関係の分析や効果的な情報発信が重要であると考えられるが、どのような観点に配慮しながら取組を進めるとよいか。



● 主催者挨拶

京都市 観光MICE推進室

観光戦略担当部長

角野 貴優



京都市
CITY OF KYOTO



京都観光モラル

.....

「京都観光・MICE振興計画2030」の進捗状況の把握、評価及び効果検証を行う
「京都観光・MICE振興計画2030」マネジメント会議は、宿泊税を活用して実施しています。