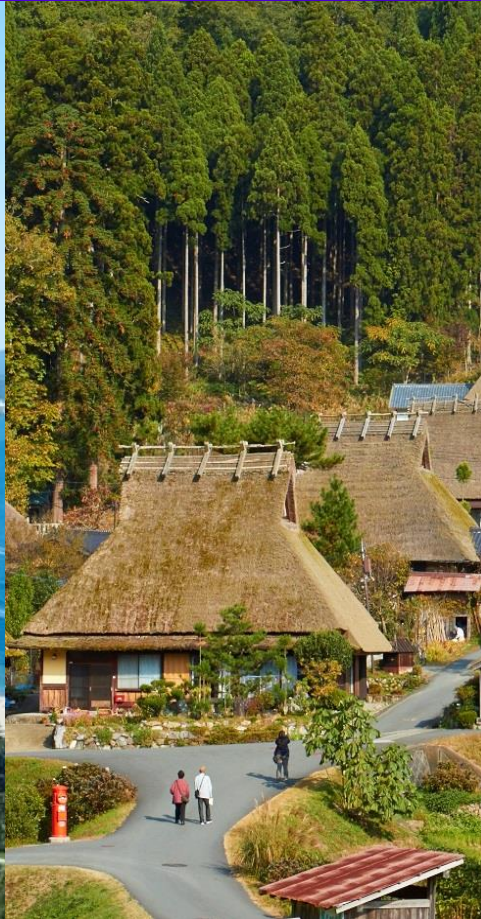


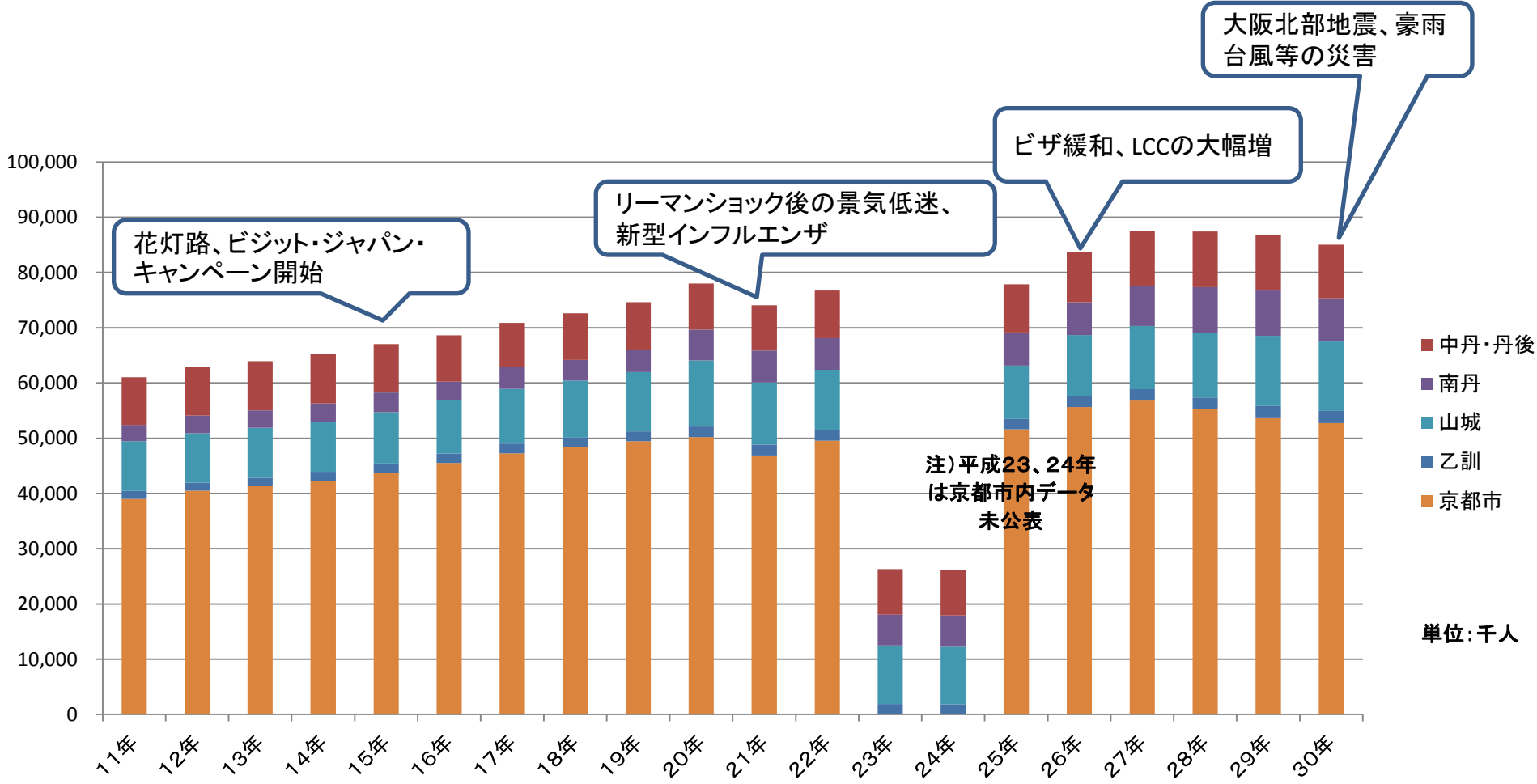
京都ビッグデータ活用プラットフォーム スマート観光WG



京都府商工労働観光部 観光企画室
室長 今里里美

■ 京都府観光の課題（府内観光入込客数の状況）

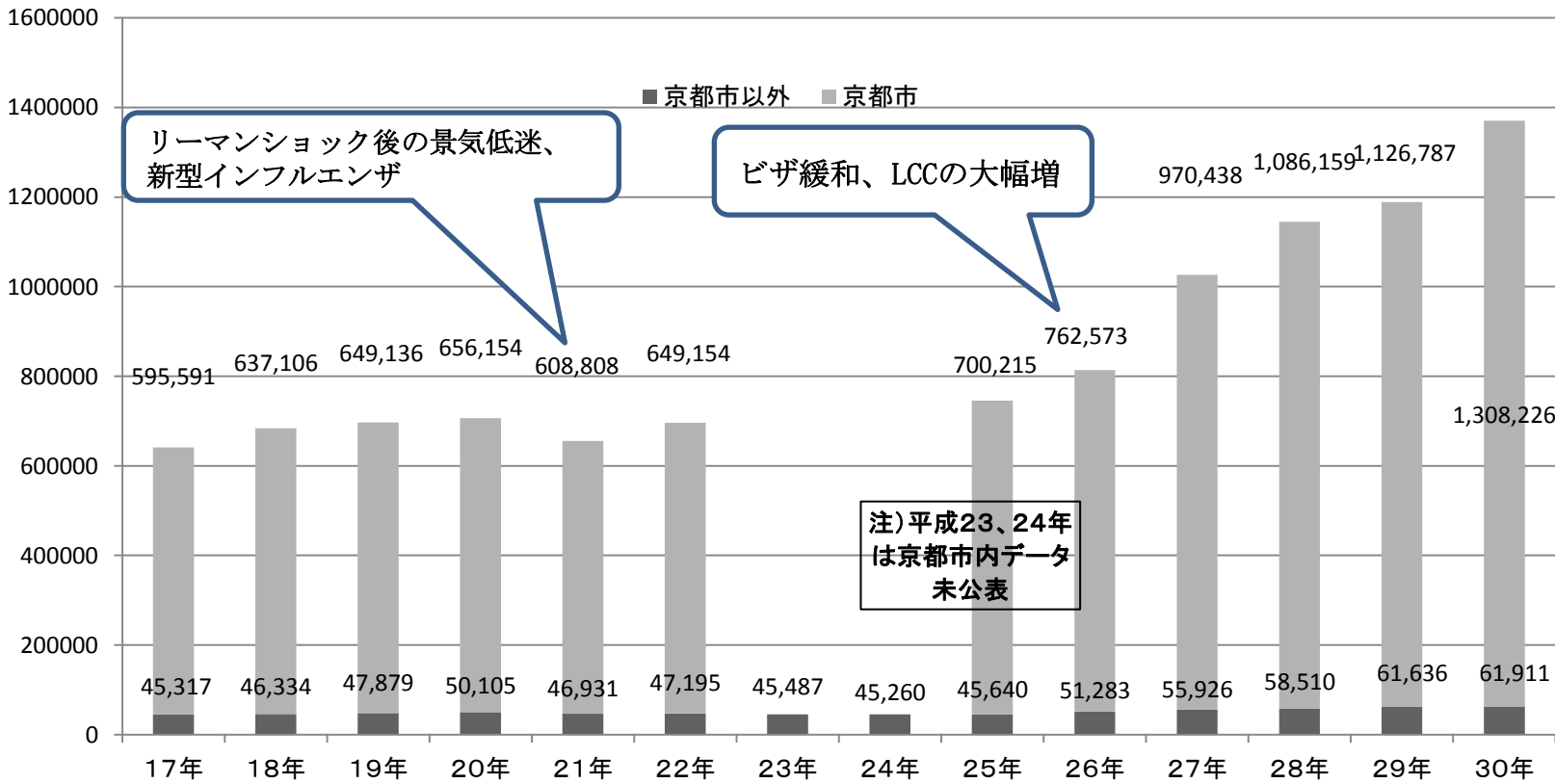
○ 京都府への観光入込客数は増加傾向にあるが……。



■ 京都府観光の課題（府内観光消費額の状況（総額ベース））

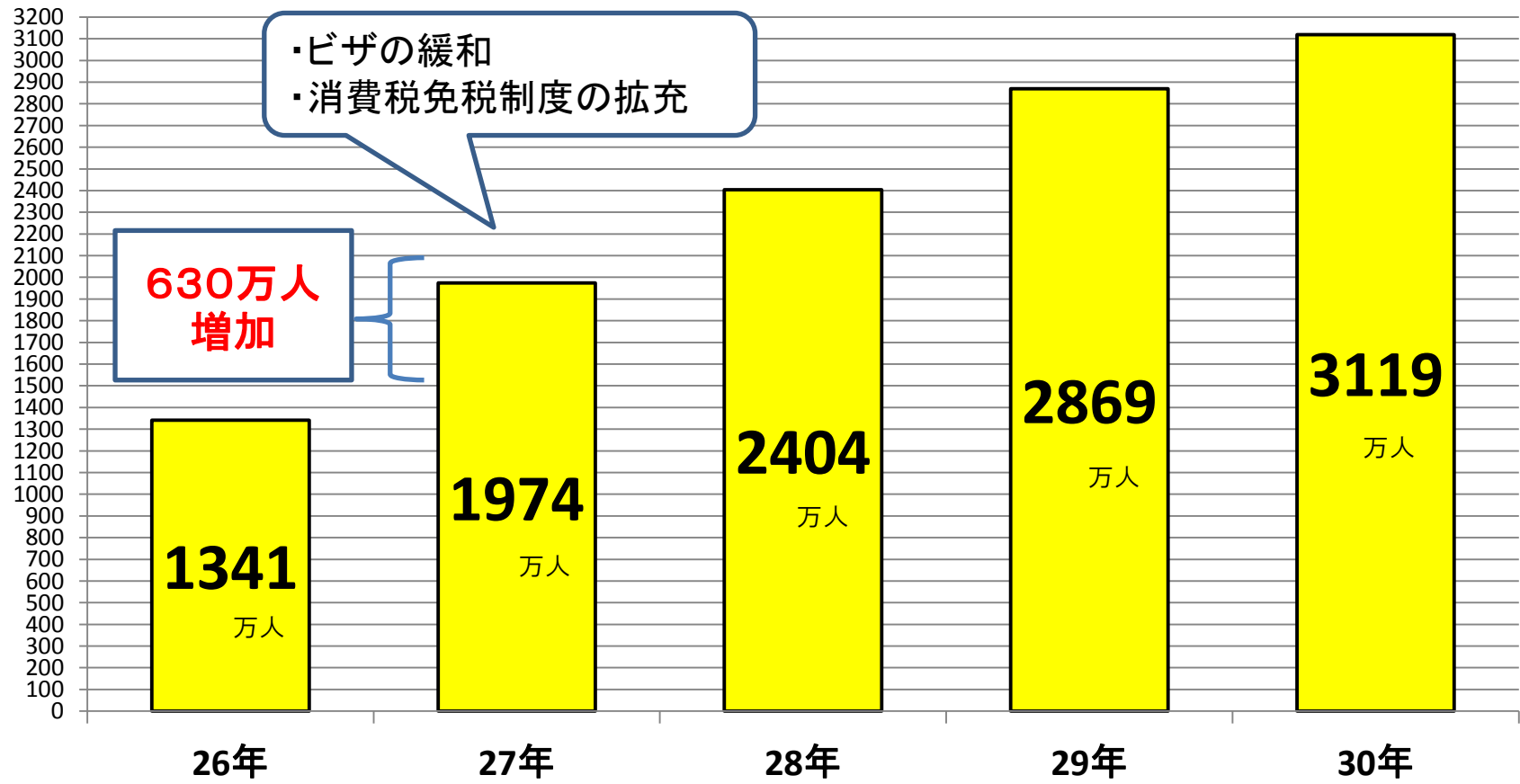
○京都府の観光消費額は増加傾向にあるが……。

単位：百万円



■ 京都府観光の課題（訪日外客数の推移（全国））

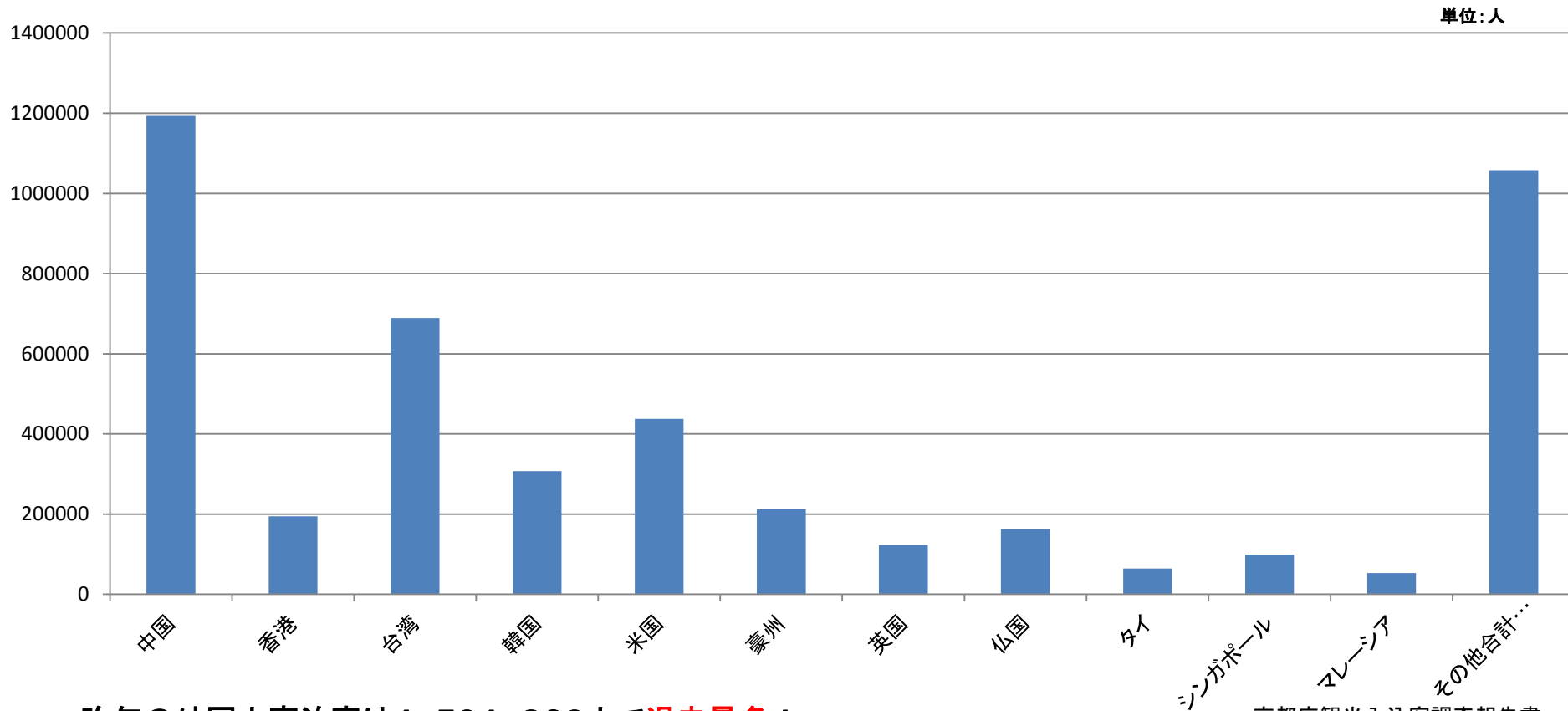
- 日本全体として訪日外客数は、平成26年に一気に630万人増
- この5年間で約2.3倍に増加



注) 「訪日外国人客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者

■ 京都府観光の課題（外国人宿泊客数（京都府・国別））

○京都府の外国人宿泊客は5年連続で過去最高を更新しているが……。



昨年の外国人宿泊客は4,594,862人で**過去最多**！

6年連続で過去最高を更新した。

台湾、中国からの観光客が多く、香港、韓国を含めると全体の半数を占める。

京都府観光入込客調査報告書

■ 京都府観光の課題とは・・・

平成30年観光入込客数・観光消費額

地域	観光入込客数（万人）	観光消費額（億円）
京都市	5,275 (62.0%)	13,082 (95.5%)
乙訓	220 (2.6%)	8 (0.1%)
山城	1,254 (14.7%)	226 (1.6%)
南丹	787 (9.3%)	138 (1.0%)
中丹	382 (4.5%)	69 (0.5%)
丹後	587 (6.9%)	177 (1.3%)
合計	8,505 (100%)	13,701 (100%)

- 京都市を除く府域の観光入込客数は府全体の38%
- 京都市を除く府域の観光消費額は府全体の4.5%

平成30年外国人宿泊客数（万人）

京都市	450(98.0%)
京都市以外	9(2.0%)
合計	459(100%)

- 外国人観光客の約98%は京都市内に宿泊

京都市の一部に集中する観光客

「京都市 + 府域 + 近隣府県」で相互に人が行きかう観光交流を促進することで、観光客の府全域への周遊を促進

■ 京都府観光総合戦略① (趣旨・計画期間・将来像・目標値)

● 趣旨

観光を京都府の産業の土台を支える総合政策として進めるべく、観光関連産業を中心にしつつ、あらゆる産業が観光の視点を持って成長・発展していくための指針として策定

● 計画期間 2019年から2040年ごろまで

● めざす将来像

1. 一人一人のニーズに合致した満足度の高い観光の実現
2. 観光を入り口とした地域経済の活性化と京都産業全体の好循環の創出
3. 地域社会と観光との共生

● 2022年までの目標値

・府域観光消費額	1千億円 (2017年比 384億円増)
・府域観光入込客数	4,300万人 (2017年比 1千万人増)
・府域宿泊客数	208万人 (2017年比 25万人増)
・府域外国人宿泊客数	30万人 (2017年比 21.6万人増)

■ 京都府観光総合戦略② (今後の取組方針・重点プログラム例)

1. 広域連携に関する取組

- 「京都市＋府域＋近隣府県」を「京都観光交流圏」と位置づけ、行政単位を超えた地域の魅力創出・周遊強化のための取組を広域連携により推進
- 「京都舞鶴港」の施設整備、ターミナル機能の強化による人流の強化

2. 「もうひとつの京都」構想の深度化と相互連携

- 地域の歴史的資源を活かした「もうひとつの京都」の戦略拠点の整備と景観形成の推進
- 電動小型車両の導入やカーシェアリングなどを活用した観光周遊の推進

3. 観光を支える人材確保・育成

- 大学と連携したセミナーの実施等による、観光関連企業の正規雇用の拡大と従業員の人材確保・育成による経営基盤の強化
- 外国人観光客等の多様なニーズに対応できるガイドの育成・レベル向上等の人材育成

4. 「京都観光」の最大の強みである文化資源を活かした地域振興と持続的な発展

- 地域に残る豊富な有形・無形の文化資源を活かした地域振興と持続的な発展
- 地元食材、「日本遺産」、「丹後ちりめん」、映画・映像やゲーム、アニメ・マンガなどのコンテンツ等を活用した観光振興

■ 京都府観光総合戦略② (今後の取組方針・重点プログラム例)

5. 観光を入り口として、MICEをはじめとする多様な交流による産業と地域の振興

- 大学や企業と連携した国際MICE施設などの基盤整備や既存施設の活用促進による、府域へのMICEの誘致促進
- 「おいしい京都」の府内・首都圏・海外への総合的な発信による農林水産業の販路拡大、食材のブランド価値向上

6. 観光を支える基盤づくり

- 高級ホテル、オーベルジュ、古民家等歴史的資源を活用した宿泊施設、農家民宿など、ニーズと地域の状況に応じた多様な宿泊施設の整備
- 災害情報や観光関連施設情報の周知・案内の徹底等、旅行者の安全・安心の確保

7. マーケティングに基づく誘客活動

- 観光関連ビッグデータや公的統計・各種民間調査等を総合的に調査・分析し、府内市町村や各DMO等と共有
- 英語のネイティブライター等によるSNS記事発信やWeb広告の実施、動画コンテンツやリアルタイムの観光情報の多言語化など、デジタル媒体を使ったグローバルな発信力の強化

■ 京都府観光マーケティングの課題

京都府の現行観光調査

①「京都府観光入込客調査」

- ・ 観光入込客数・観光消費額・外国人宿泊客数

②「京都府観光客動向調査」

- ・ 観光客の属性(年代、性別、居住地)
- ・ 宿泊地、同行人数、訪問動機、情報源、再訪問意向 等

★ 今後必要なデータ

- ◎ 旅行者一人一人の旅行実態に関するデータ
- ◎ まだ来ていないターゲット層のデータ
- ◎ 観光の地域への幅広い経済波及効果のデータ

★データの活用

観光等に関わる企業・団体等とデータ共有



新たなサービス・商品の創出・開発

■ 観光経営人材について

最後にご紹介を…

◎ 京都府観光経営セミナー

(目的)

- ・ 京都大学経営管理大学院との連携により、マネジメントやマーケティングの視点で観光産業をとらえ、京都の観光産業を更に飛躍発展していただける人材を育成

(対象)

- ・ 府内に勤務地がある観光関連事業に従事されている方

ぜひとも、京都観光の新たな展開を
ご一緒をお願いいたします。