

次期観光立国推進基本計画への提案

令和 2 年 1 0 月
京 都 府

京都府観光の現状と課題

- ・京都市内への観光客集中により府域への誘客が課題
- ・府域への観光客も宿泊は5%程度にとどまる。

京都は全国の縮図＝京都市への観光客の集中！

○京都府観光を取り巻く状況

- ・府内の観光入り込み客数は昨年度過去最高の8,791万人で観光消費額も5年連続で1兆円を維持。
- ・しかし市内に観光客が集中し、京都市と府域とでは観光消費額に大きな差。

| 地域 | 観光 入込客数(万人) | 観光 消費額(億円) | 外国人 宿泊者数(万人) |
|-------|----------------|---------------|-----------------|
| 京都市 | 5,352(60.9%) | 12,367(95.0%) | 380(97.4%) |
| 京都市以外 | 3,439(39.1%) | 658(5.0%) | 10(2.6%) |
| 合計 | 8,791(100%) | 13,025(100%) | 390(100%) |

○京都府のこれまでの基本的な取組

①集中から分散への取組

京都市内に集中する観光客を周辺地域に分散するための仕掛け



京都府全体への観光誘客のために、知名度の高い「京都」を活用した地域のブランディングと情報発信を推進



「もうひとつの京都」として
「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」DMOを設置し、各地域の資源を活かした誘客を促進。(竹の里乙訓は京都府観光連盟)



②京都「文化」を活かした質の高い観光の推進

歴史的遺産、伝統産業を活かした質の高い観光



国宝仁王門や海軍の赤レンガ倉庫、茶畑景観等を活用したツアー造成



もうひとつの京都の取組

・ 3つの構想（海・森・お茶）と各市町村のマスタープランに基づき、京都府と市町村が一体となって、それぞれ役割分担をしながら統一テーマをベースに、ハード・ソフト両面から観光を入り口とした地域づくりを推進。

○「もうひとつの京都」事業の展開

・ 「海」「森」「お茶」「竹」という地域を代表する統一テーマのもと、「京都」というブランド力を活かして、地域自らが地域の魅力を再発見し、自らの手で磨きをかけていく



○戦略交流拠点の整備（京都府・市町村）

- ① 海・森・お茶の3つの京都構想の発信力、集客力を高めるため、戦略的拠点を整備
- ② 市町村域を超え互いに地域づくりを進めるという機運の醸成



(伊根町：舟屋日和) (京丹波町：道の駅京丹波味夢の里) (和東町：和東茶カフェ)

○「地域の稼ぐ力」拡大に向けた事業（DMO）

- ① 着地型旅行商品の造成・販売及び人の流れづくり
- ② インバウンドプロモーション及びビジネスチャンス創出
- ③ 観光地域づくり・人材育成
- ④ マーケティング調査等による施策への反映



それぞれの地域で地域の暮らしや文化を磨き上げ、着地型旅行商品へ造成、



インバウンドに対応できる人材育成や海外向けプロモーションの実施

DMOの各種認定状況

| | 日本遺産 | 重点DMO | SAVOR JAPAN |
|---------------------------|------|-------|-------------|
| 海 <small>の</small> 京都DMO | ○ | ○ | ○ |
| 森 <small>の</small> 京都DMO | | | ○ |
| お茶 <small>の</small> 京都DMO | ○ | ○ | ○ |

DMOに期待される新たな役割

- ・ 京都府の人口は既にピークを過ぎ減少傾向。地域の集落においては、**2040年には府内の約半数が「65歳以上の人口が50%以上」**（過疎・高齢化集落）となる見込み
- ・ 地域を支える地域の担い手の減少が見込まれる中、地域の暮らしや産業の維持など、**地域を支える基盤が脆弱となるおそれ**
- ・ **町づくり（地域づくり）全体を担う組織としてDMOに期待の声**

2040年の人口

| 地域 | 2015年① | 2040年② | ②/① |
|-------|--------|--------|-----|
| 山城 | 555 | 456 | 82% |
| 京都・乙訓 | 1,624 | 1,473 | 91% |
| 南丹 | 137 | 98 | 72% |
| 中丹 | 197 | 150 | 76% |
| 丹後 | 97 | 61 | 63% |
| 計 | 2,610 | 2,238 | 86% |

- 廃校や空家など**遊休スペースの増大**
- 商店街の空洞化、スーパー、ガソリンスタンドなど**生活店舗**やバス等の**公共交通機関の撤退**に伴う「買い物難民」の発生、病院等各種施設への移動が困難に。

まちづくり全体プロデュース

- 地域を面としてとらえ、商店街を活用した「**地域まるごとホテル**」や、農村全体をホテルと見立てた「**農村まるごとホテル**」といった**地域づくりに参画**
- **地域の仕事創出、空き屋対策**にも関与
- **将来的な地域への移住へのコーディネートの実施**

空き屋、古民家の活用

- 空き屋、古民家などを活用した**地域づくりへの参画**
- サテライトオフィスや一棟貸しの宿などで活用を促進し、**地域への新たな人の流れを創出**



地域の将来を担う人材育成

- 地域の小中高と連携した**地域魅力学習**により、**シビックプライドの醸成**
- 地域おこし協力隊と連携し、**地域の時代に担い手、リーダーとして期待**
- **幅広い分野の関係者と連携し、地域のキーパーソンとの橋渡しによる関係構築**

集中から分散へ①「広域連携による周遊の促進」

現在の取組

京都府の自治体連携による広域的な魅力発信の取組

- ① 関西広域連合（関西2府6県4政令市：京都府が観光担当）
- ・全国唯一の府県単位の広域自治体を設立し、インバウンド誘致
 - ・関経連と広域DMO（関西観光本部）を設立

【関西観光本部の実績】

令和1年度 予算額約2.5億円、海外で19件のプロモーション
25件のメディア等のファミリップを実施
(平成30年度 予算額約1.2億円、海外プロモーション26件、ファミリップ15件)

② 海外からの教育旅行誘致における連携

(京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山の5府県連携)

- ・「地域の観光資源を活用したプロモーション事業」の活用
 - ・各県、教員OBをコーディネータとして配備
- 令和1年度 京都府の受入実績 33件

③ 広域DMOによる「もうひとつの京都」の取組（再掲）

課題

- ・自主的な収益事業が少ない広域で連携するDMOや自治体の広域連携の活動に対する支援制度が少ない

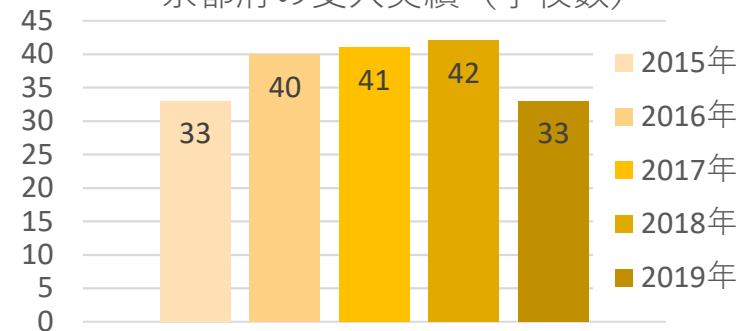
提言

- 自治体の広域連携を積極的に誘導する支援制度の創設
(地域の観光資源を活用したプロモーション事業の拡充)
- 広域連携DMOへの財政支援



海外プロモーションの様子

京都府の受入実績（学校数）

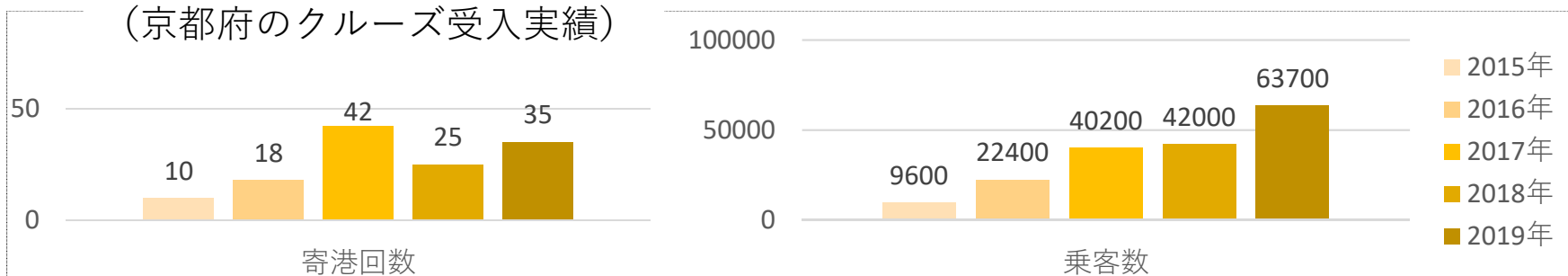


学校交流の様子

集中から分散へ②「地方港湾へのクルーズ誘致」

現在の取組状況

京都府の北の玄関口である京都舞鶴港へのクルーズ誘致を実施



課題

- ・年々その数は増加しているものの、現在の港湾施設での受入の限界
- ・出入国に時間を要し、クルーズ客の滞在時間が十分に取れない
- ・オプションツアーを企画する旅行会社と、地元のDMOや旅行会社との連携が乏しい

提言

- 地方港湾の利用者受入環境の整備、船舶の大型化への対応に向けた港湾整備
(16万トン級クルーズ船対応岸壁整備、2隻同時寄港のための係留施設整備)
- 地方港湾のCIQ (税関、出入国管理、検疫) の円滑化、迅速化
- オプションツアーを企画する大手旅行会社と地域の旅行会社とのマッチングの仕組みづくり



舞鶴港に寄港するクルーズ船



丹後ちりめん工房見学ツアー

集中から分散へ③「文化財や伝統産業の観光活用」

現在の取組状況

- ・ラグジュアリーホテルへの伝統工芸品の活用提案
(フォーシーズンズホテル京都に8社の商品が採用)
- ・ホテル等立地補助制度における伝統工芸品利用加算
通常は投下資本の5%を支援(上限2億円) ※ホテル等立地が集中する地域は対象外
伝統工芸品活用の場合は×1%を加算 ※補助対象外地域に立地するホテル等も対象
- ・文化財を活用したツアーの造成
- ・文化観光推進地域計画の策定
京都市内の文化博物館、丹後、山城の郷土資料館を拠点とし、DMOと連携した
文化観光を推進(文化庁へ申請中)
- ・国際アート市場形成事業の実施
「KYOTO KOUGEI WEEK」、「ARTIST FAIR KYOTO」等の開催



フォーシーズンズホテル京都
ボールルームのタペストリー



文化財修復現場見学を組み込んだツアー

課題

- ・地域の伝統産業を活かした取組の欠如
- ・集客力のある美術品等の多くを国立の施設が所蔵
- ・美術・工芸品のマーケットの縮小

提言

- 地方の美術館・博物館の支援の充実
 - ・所蔵・展示環境整備、コレクション充実等への支援
 - ・国所蔵の国宝級美術品等の積極的な貸し出し
- 美術・工芸品の国際的な市場拡大に向けた整備
 - ・国際的なトレードフェアの国内での開催、海外フェア参加への支援
 - ・美術・工芸品に関連する事業者、人材が集積する地において、国内外のバイヤー、デザイナー、コレクター等の関係者が集う場の整備
 - ・ホテル等での美術・工芸品の活用に対する支援制度の創設
 - ・関連人材の育成

集中から分散へ④「地方でのMICE推進」

現在の取組

MICEにより地域を知ってもらい、再訪を促すとともに、交流による新たなビジネスチャンスにつなげる

・京都府でのMICEの取組

①府市連携でのMICE誘致

令和1年405件（JNTO基準）

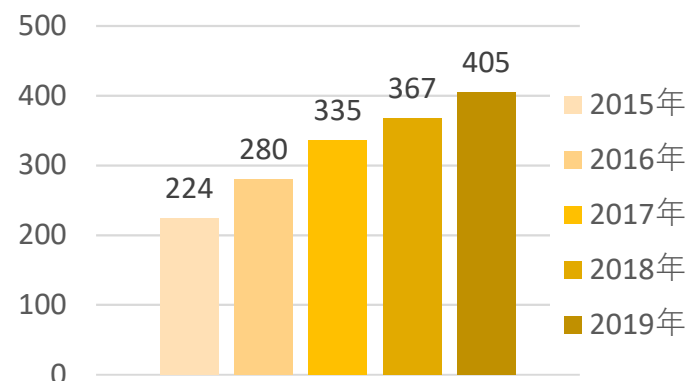
②分科会開催、エクスカージョン支援

国際MICE都市、京都から周辺部へ誘導

③多様なMICE支援

地域のユニークベニューや農泊などを組み合わせた小規模かつ多様なMICEの推進

年別開催件数（JNTO基準）



課題

- ・地方のMICE施設が狭小で老朽化も進み、大型MICE誘致が困難
- ・大都市以外の地域において、MICEに関するノウハウが不足

提言

- 世界に通用するMICE施設の整備
（京都国際会館の規模拡大、世界に通用する展示施設の地方での整備）
- 地方で特色あるMICE開催の助言、情報提供体制の構築
（JNTO等により、開催のノウハウ提供、誘致支援、マッチングなどの支援を実施）



京都国際会館



パルスプラザ展示場