

平成28年延べ宿泊客数及び京都観光総合調査データを活用した分析結果【概要】

1 延べ宿泊客数		平成28年	平成27年	平均宿泊日数(平成28年)
	全体	2,150万人(+114万人, +5.6%)	2,036万人	1.52泊
	└うち日本人(※1)	1,518万人(+98万人, +6.9%)	1,420万人	1.38泊
	└うち修学旅行生	183万人(△1万人, △0.5%)	184万人	1.65泊
	└うち外国人	632万人(+16万人, +2.6%)	616万人	1.98泊

※ () 内は, 対前年比

これまでの実宿泊客数に加えて, 平均宿泊日数や京都市内における宿泊の「量」の把握を行うために新たに延べ宿泊客数の推計を行いました。

延べ宿泊客数については, これまで観光庁が都道府県別の数値を公表していましたが, 本市推計との比較ができるようになった結果, 全国より京都市の方が平均宿泊日数が長いことなどが分かりました。また, 今回初めて修学旅行生の平均宿泊日数も把握できるようになりました。

また, 宿泊施設全体の稼働率とキャパシティの把握も可能となり, 観光政策全般, とりわけ, 繁閑対策やマーケットニーズなど宿泊に係る政策の効果的な企画立案が可能になります。

- **宿泊者全体の平均宿泊日数は 1.52泊** (P.1)
京都府 1.46泊 全国 1.32泊
京都市の平均宿泊日数は, 都道府県別で全国第2位の東京都1.49泊を上回る(※2)
- **京都市の定員稼働率は 78%程度と推計** (※3)
京都府 43.8% 全国 39.1%
京都市の定員稼働率は, 都道府県別で全国第1位の大阪府72.4%を上回る(※4)
- **外国人宿泊客の平均宿泊日数は 1.98泊** (P.2)
京都府 1.88泊 全国 1.54泊
京都市の外国人の平均宿泊日数は, 都道府県別で全国第1位の東京都1.94泊を上回る(※5)
- **外国人宿泊客の施設タイプ別平均宿泊日数** (P.2)
ホテル 1.79泊, 旅館 2.07泊, 簡易宿所 3.77泊
簡易宿所の平均宿泊日数は, ホテル・旅館の2倍近くの約4泊
- **修学旅行生の平均宿泊日数が把握可能に 平均1.65泊** (P.6)
小学校 1.10泊, 中学校 1.72泊, 高校 1.93泊

【※1】全体の延べ宿泊客数から外国人宿泊客数を差し引いた数値

【※2】第1位 沖縄県(1.66泊)
観光庁「宿泊旅行統計調査」より

【※3】平成27年度末～28年度末における市内宿泊施設の定員数の中間値を基に推計

【※4】定員稼働率=総収容人数に対する延べ宿泊人数の割合
観光庁「宿泊旅行統計調査」より

【※5】観光庁「宿泊旅行統計調査」より

※左表の()内は, 別紙1の該当ページ

2 京都観光総合調査に基づくデータ分析結果について

本市では、データに基づいた施策立案やマーケティング調査機能強化を図るため、DMO候補法人である京都市観光協会において、昨年度マーケティングを専門とする職員を採用し、各種データの収集・分析に着手してきました。

観光施策の推進に当たっては、市場の動向を的確に把握することによる効果的な施策展開及び事業成果のモニタリングによる柔軟な軌道修正が必要になります。

そこで、京都観光総合調査のデータを用いて、リピーターや消費単価の高い観光客といった重点顧客の特性や、周遊経路別の特徴、満足度の向上に寄与する要素など、マーケティング視点に基いて今後の施策立案や事業者の事業活動により有効となるような分析を行いました。

<主な分析結果>

- **日帰り客よりも宿泊客の占める割合が増加**しており、滞在期間を伸ばす方針に基づいた取組が一定の成果を上げている。(P.2)
- 日本人観光客のさらなるリピーター獲得のためには、入洛回数が増えるほど一人旅の割合が高くなることから、**一人旅でも楽しめるコンテンツの開発、旅行ガイドブックのような専門的な情報や口コミを重視した情報発信が課題**である。最近普及しつつあり若年層の関心も高い、ブログ記事形式の旅行情報の発信やSNSの活用など、メディア対策を強化することで若年層のリピーター化を促し、京都観光の持続可能性を高める必要がある。(P.4,5)
- **日本人観光客の消費単価の高い層は、京都への訪問目的が明確で、情報収集にも積極的**である。リピーターと同様、旅行ガイドブックのような専門的な情報や口コミによる情報収集を重視する傾向にある。(P.7,8)
- 日本人観光客の訪問エリアを分析すると、**複数エリアや周辺部へ訪問する人ほど、消費単価が高くなる傾向**にある。観光客分散化の取組は地域活性化や経済効果の波及の観点でも有効である。(P.16)
- 和食の無形文化遺産登録を契機とした京の食文化の継承・普及や市バス・地下鉄やタクシー等の公共交通機関等の利便性向上の取組を進めているが、日本人観光客の満足度を改善するためには、**全体の満足度への影響が大きい飲食の更なる満足度向上に加え、公共交通に対する更なる満足度の底上げが有効**である。外国人はすでに満足度が高い水準にあり、これを更に改善するためには、市認定通訳ガイドによるツアー造成などの新たな価値の提供や、残念な点の詳細な分析などによるまだ顕在化していない課題の発掘、新規市場の開拓など、市場の環境を変えるような取組が求められる。(P.18~20,25)