

令和4年3月23日

広 報 資 料

京都観光事業者実態調査および 京都観光従事者実態調査の結果について

このたび、京都市観光協会は、京都観光に関わる事業者および従事者を対象にした調査を行いましたので、その結果を発表します。この結果は、令和3年3月に策定された「京都観光振興計画2025」における指標の一部として活用されます。

なお、今回の調査は、定点観測の起点となる調査であるため、過去との比較ができない一部の指標については、来年度以降に行う定点観測結果との比較をもって評価することとし、集計結果の記載のみにとどめております。今後も継続して調査を行うことで、京都観光振興計画2025に基づいた施策の進捗と成果の把握を行ってまいります。

京都観光事業者実態調査

調査時期	令和3年12月から令和4年1月にかけて
調査対象	・ 京都市観光協会が実施した KYOTO again! キャンペーンに参画いただいた事業者 ・ 京都市観光協会が発行するメールマガジン購読者のうち、京都観光に関する事業を営む者
調査方法	インターネットアンケート
標 本 数	212 社
主な回答 項 目	業種、従業員数、人件費、観光客からの売上が占める割合、2019年と比較した場合の2020年および2021年の売上、主力商品の売価と原価の変化、京都観光モラルに関する取組状況、観光客や京都観光がもたらす効果・影響についての認識

調査結果の主なポイント

非正規雇用比率の平均値は 42.3%と、全国平均の 37.2%を上回った

観光業界 212 社からの回答によると、従業員数に占める非正規雇用者の割合は平均して 42.3%となった。これは、調査手法・対象が異なり参考値であるが、全国平均の 37.2%（総務省労働力調査 2020 年）を上回る水準である。ただし、非正規雇用比率の分布のばらつきは大きく、0%と回答した事業者が約 2 割を占める一方で、90%超と回答した事業者も全体の約 1 割を占めており、事業者によって雇用状況はまちまちであることには留意が必要である。

コロナ禍前の 2019 年と比較した観光売上は、2020 年に約 6 割減、2021 年はさらに約 2 割減となった

観光売上（観光客への売上）について、コロナ禍前の 2019 年を基準（基準値 100）とした場合、回答事業者における 2020 年の平均値は 38.6 で、コロナ禍前から約 6 割減となった。また、2020 年を基準とした場合の 2021 年の平均値は 76.3 で、2020 年からさらに 2 割以上減少した。

2020 年は売価を下げる事業者が多かったが、2021 年は売価の上昇に踏み切る事業者が増加した

主力商品の売価と原価について 2019 年から 2020 年の変化を聞いたところ、売価を下げた事業者が約 4 割を占めており、逆に原価が上がったと回答した事業者も約 4 割を占めたことから、利益率を下げた事業者が多かったものと考えられる。同様に 2020 年から 2021 年の変化について聞いたところ、原価が上がったと回答した事業者は引き続き約 4 割を占めたが、売価については上げたと回答した事業者のほうが下げたと回答した事業者を上回った。原油高などによる長引く原価上昇や、コロナ禍に

よる需要の減少で薄利多売の販売戦略が通用しにくくなっている状況に対応するために、売価を上げる判断を行った事業者が増えたものと考えられる。

過半数の事業者がコロナ禍前の従業員数を維持しているが、総人件費を減少させた事業者も過半数を占めた

従業員数と総人件費の変化について聞いたところ、コロナ禍前の2019年の従業員数を2021年時点で維持（もしくは回復）していた事業者が占める割合は64.1%と過半数であった。一方で、総人件費については、2021年時点でも2019年を下回っていると回答した事業者が53.4%を占めた。一人当たりの人件費を、2019年を基準として比較すると、2021年における回答事業者の平均値は98.2となり、まだコロナ禍前の水準を回復していない。従業員の雇用は維持しつつ、人件費の削減を行っている事業者が比較的多いと言える。

京都観光従事者実態調査

調査時期	令和3年10月5日～8日
調査対象	京都市観光協会が実施した新型コロナウイルスワクチン職域接種の来場者
調査方法	会場で配布したチラシに記載した二次元コードを、各自のスマートフォンで読み取りと表示される画面に従って回答。
標本数	198名
主な回答項目	性年代、居住地、雇用形態、役職、勤務年数、週あたり勤務時間、京都観光モラルの取組状況、仕事のやりがい、2019年と比較した場合の2020年および2021年の収入

調査結果の主なポイント

回答者の過半数は2019年よりも2020年の収入のほうが低く、平均収入は15.9%減少した

観光業界の従事者198名に聞いたところ、2019年の収入と比較して、2020年の収入が下がった人が回答者全体に占める割合は53.6%となった。2019年から2020年にかけての収入の増減率の回答者平均は15.9%減であった。

2019年当時の収入と2021年の収入が同じ水準と回答した人が約7割

2021年の収入は、2019年と同じと回答した人が69.1%にのぼった。当時の水準を下回っている人が約1割いる一方で、定期昇給などもあって収入が増加している人が約2割おり、収入の変化は様々である。ただし、この集計結果では、コロナ禍の影響で観光業界から離職した人の存在が考慮されていないことには留意が必要である。

仕事に対するやりがいを感じている人は多いが、その業務を他人にも勧める意向は比較的低い

仕事に対するやりがいについて11段階評価で回答してもらった結果、過半数の人が上位3段階を選択した。他業界などでの比較可能な調査結果が無いため相対的な評価は難しいものの、コロナ禍においても観光業界で従事している人は、やりがいを感じている人が多いと考えられる。しかしながら、その業務を他人に勧める意向について11段階評価で回答してもらったところ、やりがいについての回答結果を1.8段階分下回った。多様な人材が集まる魅力的な業界を作っていくためには、このやりがいと推奨意向の乖離を埋めることが必要である。

「京都観光モラル」に関する取組意欲は、事業者と比べて従事者のほうが低く、個人単位での意識啓発に課題が

京都市および京都市観光協会が令和2年度に発表した京都観光行動基準（京都観光モラル）に関する取組意欲について、事業者調査と比較したところ、従事者の取組意欲のほうが全体的に下回る結果となった。全く同じ取組項目について比較しているわけではないので、単純な比較はできないものの、個人単位での取組意識の啓発のほうに課題があると考えられる。

観光業界に勤めていても普段京都観光をしない人は約2割を占め、コロナ禍で観光の頻度はさらに低下

普段から京都観光をほとんどしないと回答した人は、コロナ禍前時点で16.2%を占め、コロナ禍以降は34.8%に達した。業界の従事者による観光機会の減少が進んでいると言える。

調査結果の詳細

京都観光事業者動向調査

(1) 事業者の基本情報

業界	回答数	構成比
宿泊施設	62	31.2%
料理飲食業	39	19.6%
産業（食品、印刷、広告、ITなど）	26	13.1%
土産品店	23	11.6%
旅行業・観光ガイド	19	9.5%
文化・観光施設	12	6.0%
その他	7	3.5%
交通	6	3.0%
社寺・文化財	5	2.5%
当てはまる選択肢が無い	13	6.5%
合計	212	100.0%

設立年	回答数	構成比
1900年以前	20	9.4%
1901～1910年	3	1.4%
1911～1920年	2	0.9%
1921～1930年	4	1.9%
1931～1940年	6	2.8%
1941～1950年	4	1.9%
1951～1960年	17	8.0%
1961～1970年	11	5.2%
1971～1980年	16	7.5%
1981～1990年	18	8.5%
1991～2000年	16	7.5%
2001～2010年	20	9.4%
2011～2020年	71	33.5%
2020年～	4	1.9%
中央値	1995	
平均値	1954	

(2) 従業員の構成

正規社員数（役員除く）	回答数	構成比
0	35	16.5%
1	87	41.0%
6～10	22	10.4%
11～20	35	16.5%
51～100	13	6.1%
101～500	8	3.8%
501～	12	5.7%
中央値	3	
平均値	420.8	

非正規社員数（役員除く）	回答数	構成比
0	64	30.2%
1	62	29.2%
6～10	27	12.7%
11～20	36	17.0%
51～100	13	6.1%
101～500	6	2.8%
501～	4	1.9%
中央値	3	
平均値	178	

外国人正規社員数（役員除く）	回答数	構成比
0	167	78.8%
1	32	15.1%
6～10	7	3.3%
11～20	4	1.9%
51～100	1	0.5%
101～500	0	0.0%
501～	1	0.5%
中央値	0	
平均値	25.1	

外国人非正規社員数（役員除く）	回答数	構成比
0	185	87.3%
1	22	10.4%
6～10	3	1.4%
11～20	2	0.9%
51～100	0	0.0%
101～500	0	0.0%
501～	0	0.0%
中央値	0	
平均値	0.6	

非正規比率	回答数	構成比
0%	45	23.3%
1～10%	6	3.1%
11～20%	20	10.4%
21～30%	10	5.2%
31～40%	14	7.3%
41～50%	23	11.9%
51～60%	9	4.7%
61～70%	16	8.3%
71～80%	17	8.8%
81～90%	13	6.7%
91～100%	20	10.4%
中央値	42.9%	
平均値	42.3%	

外国人比率	回答数	構成比
0%	136	71.2%
1～10%	40	20.9%
11～20%	6	3.1%
21～30%	3	1.6%
31～40%	1	0.5%
41～50%	0	0.0%
51～60%	0	0.0%
61～70%	1	0.5%
71～80%	2	1.0%
81～90%	1	0.5%
91～100%	1	0.5%
中央値	0.0%	
平均値	5.7%	

(3) 観光売上（観光客からの売上）※

観光売上の比率	回答数	構成比
商品やサービスの性質上、観光客による収入はない	13	6.9%
0～25%	40	21.3%
25%以上～50%	41	21.8%
50%以上～75%	34	18.1%
75%以上～100%	60	31.9%

観光売上の変化（2019→2020）	回答数	構成比
0～10	48	25.3%
11～20	36	18.9%
21～30	25	13.2%
31～40	10	5.3%
41～50	33	17.4%
51～60	4	2.1%
61～70	6	3.2%
71～80	2	1.1%
81～90	1	0.5%
91～100	22	11.6%
100以上	3	1.6%
中央値	30	
平均値	38.6	

観光売上の変化（2020→2021）	回答数	構成比
0～10	23	12.1%
11～20	14	7.4%
21～30	9	4.7%
31～40	5	2.6%
41～50	19	10.0%
51～60	11	5.8%
61～70	10	5.3%
71～80	16	8.4%
81～90	9	4.7%
91～100	38	20.0%
100以上	36	18.9%
中央値	80	
平均値	76.3	

※観光売上とは、観光客の購買によって生じた売上のことであり、上記の回答にあたっての観光客以外への売上との区別は、回答者の主観に基づいている。

(4) 主力商品の売価と原価

主力商品について（2019→2020）	回答数	構成比
変化はなかった	91	47.9%
新しい主力商品・サービスを開発した	63	33.2%
他の商品・サービスが主力に成り代わった	20	10.5%
分からない	16	8.4%
回答対象外	43	

売価の変化（2019→2020）	回答数	構成比
売価はコロナ禍前からかなり上がった	5	2.6%
売価はコロナ禍前から上がった	23	12.1%
売価に変化はなかった	75	39.5%
売価はコロナ禍前から下がった	32	16.8%
売価はコロナ禍前からかなり下がった	43	22.6%
分からない	12	6.3%
回答対象外	43	

原価の変化（2019→2020）	回答数	構成比
原価はコロナ禍前からかなり上がった	17	8.9%
原価はコロナ禍前から上がった	55	28.9%
原価に変化はなかった	86	45.3%
原価はコロナ禍前から下がった	10	5.3%
原価はコロナ禍前からかなり下がった	4	2.1%
分からない	18	9.5%
回答対象外	43	

主力商品について（2020→2021）	回答数	構成比
変化はなかった	112	58.9%
新しい主力商品・サービスを開発した	55	28.9%
他の商品・サービスが主力に成り代わった	11	5.8%
分からない	12	6.3%
回答対象外	43	

売価の変化（2020→2021）	回答数	構成比
売価は2020年からかなり上がった	5	2.6%
売価は2020年から上がった	41	21.6%
売価に変化はなかった	96	50.5%
売価は2020年から下がった	29	15.3%
売価は2020年からかなり下がった	9	4.7%
分からない	10	5.3%
回答対象外	43	

原価の変化（2020→2021）	回答数	構成比
原価は2020年からかなり上がった	12	6.3%
原価は2020年から上がった	61	32.1%
原価に変化はなかった	91	47.9%
原価は2020年から下がった	7	3.7%
原価は2020年からかなり下がった	3	1.6%
分からない	16	8.4%
回答対象外	43	

売価と原価の変化（2019→2020）	売価は コロナ禍前から かなり上がった	売価は コロナ禍前から 上がった	売価に 変化は なかった	売価は コロナ禍前から 下がった	売価は コロナ禍前から かなり下がった	分からない	計
原価はコロナ禍前からかなり上がった	1.6%	1.6%	2.6%	0.0%	3.2%	0.0%	9.0%
原価はコロナ禍前から上がった	0.5%	6.8%	7.9%	6.3%	6.8%	0.5%	28.8%
原価に変化はなかった	0.5%	3.7%	28.4%	6.3%	6.3%	0.0%	45.2%
原価はコロナ禍前から下がった	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	2.1%	0.0%	5.3%
原価はコロナ禍前からかなり下がった	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%
分からない	0.0%	0.0%	0.5%	1.1%	2.1%	5.8%	9.5%
計	2.6%	12.1%	39.4%	16.9%	22.6%	6.3%	100.0%

売価と原価の変化（2020→2021）	売価は 2020年から かなり上がった	売価は 2020年から 上がった	売価に 変化は なかった	売価は 2020年から 下がった	売価は 2020年から かなり下がった	分からない	計
原価は2020年からかなり上がった	1.1%	2.1%	1.1%	0.5%	1.1%	0.5%	6.4%
原価は2020年から上がった	0.5%	13.7%	10.0%	6.8%	1.1%	0.0%	32.1%
原価に変化はなかった	0.5%	4.2%	37.4%	4.7%	0.5%	0.5%	47.8%
原価は2020年から下がった	0.0%	1.1%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	3.7%
原価は2020年からかなり下がった	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.6%
分からない	0.0%	0.5%	2.1%	0.5%	1.1%	4.2%	8.4%
計	2.6%	21.6%	50.6%	15.1%	4.9%	5.2%	100.0%

(5) 従業員数と人件費（2019 年を 100 とした場合の指数）

従業員数（2019→2020）	回答数	構成比
0～10	6	2.9%
11～20	0	0.0%
21～30	2	1.0%
31～40	0	0.0%
41～50	15	7.2%
51～60	2	1.0%
61～70	9	4.3%
71～80	12	5.8%
81～90	15	7.2%
91～99	5	2.4%
100	133	64.3%
100超	8	3.9%
中央値	100.0	
平均値	91.7	

従業員数（2020→2021）	回答数	構成比
0～10	5	2.4%
11～20	0	0.0%
21～30	1	0.5%
31～40	0	0.0%
41～50	6	2.9%
51～60	1	0.5%
61～70	9	4.4%
71～80	12	5.8%
81～90	11	5.3%
91～99	6	2.9%
100	141	68.4%
100超	14	6.8%
中央値	100.0	
平均値	96.0	

人件費（2019→2020）	回答数	構成比
0～10	7	3.4%
11～20	1	0.5%
21～30	5	2.4%
31～40	1	0.5%
41～50	16	7.8%
51～60	8	3.9%
61～70	18	8.7%
71～80	25	12.1%
81～90	22	10.7%
91～99	3	1.5%
100	82	39.8%
100超	18	8.7%
中央値	92.5	
平均値	87.1	

人件費（2020→2021）	回答数	構成比
0～10	5	2.4%
11～20	1	0.5%
21～30	3	1.5%
31～40	1	0.5%
41～50	10	4.9%
51～60	3	1.5%
61～70	12	5.8%
71～80	20	9.7%
81～90	16	7.8%
91～99	7	3.4%
100	105	51.0%
100超	23	11.2%
中央値	100.0	
平均値	93.2	

一人当たり人件費（2019→2020）	回答数	構成比
0～10	2	1.0%
11～20	1	0.5%
21～30	2	1.0%
31～40	1	0.5%
41～50	7	3.4%
51～60	5	2.4%
61～70	6	2.9%
71～80	15	7.3%
81～90	17	8.3%
91～99	4	1.9%
100	115	55.8%
100超	31	15.0%
中央値	100.0	
平均値	97.3	

従業員数（2019→2021）	回答数	構成比
0～10	6	2.9%
11～20	0	0.0%
21～30	8	3.9%
31～40	5	2.4%
41～50	10	4.9%
51～60	4	1.9%
61～70	7	3.4%
71～80	11	5.3%
81～90	16	7.8%
91～99	7	3.4%
100	117	56.8%
100超	15	7.3%
中央値	100.0	
平均値	94.3	

一人当たり人件費（2019→2021）	回答数	構成比
0～10	3	1.5%
11～20	1	0.5%
21～30	6	2.9%
31～40	1	0.5%
41～50	6	2.9%
51～60	7	3.4%
61～70	7	3.4%
71～80	17	8.3%
81～90	16	7.8%
91～99	4	1.9%
100	101	49.0%
100超	37	18.0%
中央値	100.0	
平均値	98.2	

一人当たり人件費（2020→2021）	回答数	構成比
0～10	1	0.5%
11～20	1	0.5%
21～30	0	0.0%
31～40	1	0.5%
41～50	9	4.4%
51～60	2	1.0%
61～70	2	1.0%
71～80	12	5.8%
81～90	16	7.8%
91～99	5	2.4%
100	128	62.1%
100超	29	14.1%
中央値	100.0	
平均値	98.7	

人件費（2019→2021）	回答数	構成比
0～10	9	4.4%
11～20	1	0.5%
21～30	12	5.8%
31～40	4	1.9%
41～50	15	7.3%
51～60	11	5.3%
61～70	16	7.8%
71～80	18	8.7%
81～90	20	9.7%
91～99	4	1.9%
100	73	35.4%
100超	23	11.2%
中央値	90.0	
平均値	87.1	

（６） 京都観光行動基準（京都観光モラル）に関する取組状況

平均点	3.61	3.41	3.27	3.31	3.37	3.34	3.34	2.74	3.30	2.95
「地域との調和」につながる行動	地元の産品・工芸品を利用した商品・サービスの開発	地元産の製品を、店舗・施設の備品として利用	地元住民向けの特典・サービス提供	施設・店舗周辺の観光マップ等の作成・配布	施設・店舗が立地する地域の町内会等の自治活動、祭事・イベント等への参画や協力	施設・店舗周辺の祭事やイベントなどへの協賛・寄付活動	顧客に対して、地域の習慣や観光マナーを周知する活動	地元住民向けの内覧会・体験会等の実施	地元住民からの雇用	施設・店舗周辺の学校等が実施する授業への協力
積極的に取り組んでいる	30.2%	24.6%	20.4%	25.4%	24.1%	20.4%	21.1%	8.2%	23.3%	16.3%
取り組んでいる	22.3%	20.8%	19.3%	17.1%	14.9%	20.4%	19.6%	14.6%	19.4%	12.4%
可能な範囲で取り組んでいる	28.5%	30.6%	33.1%	27.5%	39.5%	37.8%	37.1%	31.0%	30.0%	29.8%
意欲はあるが、取り組めていない	16.2%	19.1%	20.4%	22.8%	16.9%	15.3%	16.0%	35.7%	18.3%	33.1%
取り組んでおらず、意欲や余裕もない	2.8%	4.9%	6.6%	7.3%	4.6%	6.1%	6.2%	10.5%	8.9%	8.4%

表の上の平均点は、「積極的に取り組んでいる」を5点、「取り組んでいる」を4点、「可能な範囲で取り組んでいる」を3点、「意欲はあるが、取り組めていない」を2点、「取り組んでおらず、意欲や余裕もない」を1点とした場合の平均値である。

回答選択肢以外で実践している取組の例

- ・ 地元の組合に所属し、警備団にも所属している。
- ・ 地元ソウルフードの提供により、廃れかけていたメニューを復活させた。
- ・ 地域の小学校へ伝統食品の作り方や農産物の利用方法について授業を行う。
- ・ 地域の住民の方々、とくに高齢女性が一人ではいけない場所へのツアーを組み、住まいのお近くまでバスを配車するサービスに取り組んでいる。

平均点	4.06	3.23	3.55	3.33	3.08	3.17	3.08	3.15	3.89	3.42
「質の高いサービス」につながる行動	トラブル時の臨機応変な対応への備え	宗教や信条、体質等の違いに配慮したサービスの提供	京都独自の文化や風習を取り入れたサービスの提供	障がい者や社会的弱者に配慮したサービスの提供	バリアフリー対応の工夫	伝統文化関係の団体等と連携したサービスの提供	異文化の学習・外国人等との交流活動	従業員の能力開発のための研修制度の整備	顧客のニーズに応じたサービスの提供	事前予約制や整理券制の導入
積極的に取り組んでいる	39.5%	16.8%	23.8%	17.0%	11.6%	16.8%	15.6%	13.6%	31.7%	26.3%
取り組んでいる	31.9%	20.0%	27.5%	20.1%	17.4%	20.5%	17.7%	19.4%	32.2%	19.9%
可能な範囲で取り組んでいる	24.3%	39.5%	32.1%	43.8%	42.1%	32.6%	33.9%	40.8%	30.2%	31.0%
意欲はあるが、取り組めていない	3.8%	17.3%	13.5%	17.0%	25.3%	23.2%	24.7%	20.4%	5.4%	14.6%
取り組んでおらず、意欲や余裕もない	0.5%	6.5%	3.1%	2.1%	3.7%	6.8%	8.1%	5.8%	0.5%	8.2%

表の上の平均点は、「積極的に取り組んでいる」を5点、「取り組んでいる」を4点、「可能な範囲で取り組んでいる」を3点、「意欲はあるが、取り組めていない」を2点、「取り組んでおらず、意欲や余裕もない」を1点とした場合の平均値である。

回答選択肢以外で実践している取組の例

- ・ 京都の伝統工芸を守るため、京都の生地を使い製作している。
- ・ 京都にお越し頂いているという実感を持っていただくために、京都ならではの方言を気を付けている。

平均点	3.43	3.60	3.46	3.28	3.28	3.57	3.49	3.58	3.58	3.16	3.70	3.70	2.88
「景観・環境」につながる行動	フードロス削減（例：プラスチック排出量の削減）	フードロスの低減（例：環境に配慮した製品の生産の防止等）	環境に配慮した製品の利用	顧客にエコバックの持参を促すなどの啓発	顧客に消耗品の利用を減らしてもらうための働きかけ	職場におけるゴミの排出量の把握	職場におけるゴミの排出量の抑制	職場における電力や燃料消費量の把握	職場における電力や燃料消費量の抑制	施設・店舗周辺における美化活動への職員派遣	店舗・施設周辺の清掃（例：かど掃き等）	京都らしさを意識した建物の外観の工夫	環境に関する認証取得
積極的に取り組んでいる	17.4%	22.5%	18.2%	19.4%	20.3%	23.0%	21.6%	20.8%	20.5%	18.8%	32.8%	33.7%	13.8%
取り組んでいる	23.4%	26.0%	25.3%	19.4%	18.1%	26.0%	23.1%	29.7%	28.5%	16.7%	20.7%	20.7%	12.2%
可能な範囲で取り組んでいる	46.8%	42.8%	43.9%	35.8%	35.0%	38.8%	41.2%	37.6%	41.0%	32.8%	32.3%	30.4%	30.4%
意欲はあるが、取り組めていない	9.5%	5.8%	9.6%	20.6%	22.6%	9.2%	11.1%	10.9%	8.5%	24.7%	11.6%	12.0%	35.9%
取り組んでおらず、意欲や余裕もない	3.0%	2.9%	3.0%	4.8%	4.0%	3.1%	3.0%	1.0%	1.5%	7.0%	2.5%	3.3%	7.7%

表の上の平均点は、「積極的に取り組んでいる」を5点、「取り組んでいる」を4点、「可能な範囲で取り組んでいる」を3点、「意欲はあるが、取り組めていない」を2点、「取り組んでおらず、意欲や余裕もない」を1点とした場合の平均値である。

回答選択肢以外で実践している取組の例

- お客様の食べ残し廃棄を無くす為、無料でバックしてお持ち帰り頂いている。
- 事業系ゴミ削減委員会へ参加している。
- 再利用可能な厚めのレジ袋を提供している。

平均点	3.16	3.46	3.24	3.27	2.82	3.75	3.85	2.76	3.35	2.69	2.74	3.13
「防災・危機管理」につながる行動	災害備蓄 (食料等)の 整備	従業員の安 否確認方法 の構築・整 備	顧客の安否 確認方法の 構築・整備	従業員に参 加義務のある 防災・防火 訓練の実施	BCP(事業 継続計画)の 策定	感染症対策 等の衛生管 理に関するマ ニュアル策定	定期的な施 設・店舗の 設備点検	災害時に おける帰宅 困難者の受入 規定の策定	個人情報管 理規定の整 備	AEDの設置	従業員向け の救急・救 命講習の実 施	特定市場に 偏らない誘 客の多角化 (顧客の年 齢、国別、 地域別等の 多様化)
積極的に取り組んでいる	15.6%	20.9%	17.4%	17.5%	8.8%	27.9%	30.9%	8.6%	20.4%	18.3%	11.5%	16.3%
取り組んでいる	20.1%	24.5%	19.5%	24.2%	15.0%	32.4%	31.4%	18.8%	22.9%	9.7%	14.6%	19.5%
可能な範囲で取り組んでいる	33.7%	36.7%	37.9%	28.9%	33.2%	28.4%	29.9%	22.0%	34.3%	11.3%	23.4%	33.7%
意欲はあるが、取り組めていない	26.1%	15.8%	20.0%	26.3%	35.2%	9.8%	7.4%	41.4%	16.4%	44.1%	38.0%	22.1%
取り組んでおらず、意欲や余裕もない	4.5%	2.0%	5.1%	3.1%	7.8%	1.5%	0.5%	9.1%	6.0%	16.7%	12.5%	8.4%

表の上の平均点は、「積極的に取り組んでいる」を5点、「取り組んでいる」を4点、「可能な範囲で取り組んでいる」を3点、「意欲はあるが、取り組めていない」を2点、「取り組んでおらず、意欲や余裕もない」を1点とした場合の平均値である。

回答選択肢以外で実践している取組の例

- 地域の防災訓練へ参加している。
- 夜間パトロールに参加している。
- 施設内に AED を設置している。
- 帰宅困難者に関する協定書を京都市と締結予定

(7) デジタル技術の推進について

平均点	4.39	4.26	4.24	4.10	4.24	4.24	4.12	4.01	3.90
「デジタル技術の推進」につながる行動	施設・店舗 のホームページ やSNSの 運営	キャッシュレス 決済の導入	オンライン販 売システムの 導入	インターネット 広告の活用	インターネット 上への営業 時間やサービ ス内容に関 する情報の 掲載	インターネット 予約システム の提供	売上情報の データベース 管理	顧客情報の データベース 管理	デジタル化に よって得られ るデータの活 用による事業 展開
積極的に取り組んでいる	54.1%	39.3%	36.8%	28.5%	39.7%	37.2%	30.5%	24.2%	20.4%
取り組んでいる	24.4%	29.1%	20.5%	21.5%	30.9%	17.6%	26.4%	27.3%	17.3%
可能な範囲で取り組んでいる	16.7%	16.8%	18.4%	21.5%	18.1%	19.1%	20.8%	23.2%	26.5%
意欲はあるが、取り組めていない	4.3%	10.2%	19.5%	20.5%	7.4%	19.7%	17.3%	19.7%	28.1%
取り組んでおらず、意欲や余裕もない	0.5%	4.6%	4.7%	8.0%	3.9%	6.4%	5.1%	5.6%	7.7%

表の上の平均点は、「積極的に取り組んでいる」を5点、「取り組んでいる」を4点、「可能な範囲で取り組んでいる」を3点、「意欲はあるが、取り組めていない」を2点、「取り組んでおらず、意欲や余裕もない」を1点とした場合の平均値である。

回答選択肢以外で実践している取組の例

- E C サイト構築に取り組んだりインターネット広告を出す用意をしている。
- 店舗内 Wi-Fi の無料利用。お客様のデジタル機器使用の為の電気コンセント無料利用。
- 従業員一人一人が SNS の投稿内容を考え、3 日置きにブログ更新を行っている。
- レジシステムをクラウド化した。
- リモートワークが出来るよう、システムのクラウド化を行った。

デジタル化の課題解決方法	回答数	回答率
国や自治体が提供している補助金などの支援メニューを活用した	65	34.2%
専門事業者に外注して、対応してもらった	65	34.2%
専門家から意見を伺い、その意見通りに実施した	57	30.0%
独自に企業や団体等の成功事例を調査して、同様の方法を実践した	47	24.7%
国や自治体、企業が主催しているセミナーに参加した	46	24.2%
取組の実施にあたり、課題はなかった	21	11.1%
取組をしていないので、いずれにも当てはまらない	17	8.9%
何からすればいいかわからないので、取り組んでいない	17	8.9%
国や自治体が設置している相談窓口相談した	15	7.9%

それぞれの分野において、少なくとも1つ以上の項目で「積極的に取り組んでいる」と回答した事業者	回答数	回答率
「地域との調和」につながる行動	110	51.9%
「質の高いサービス」につながる行動	127	59.9%
「景観・環境」につながる行動	121	57.1%
「防災・危機管理」につながる行動	105	49.5%
デジタル化の課題解決方法	132	62.3%

（８） 観光客や京都観光がもたらす効果・影響についての認識

平均点	4.09	3.70	4.09	3.54	3.81	3.94
観光客や京都観光がもたらす効果・影響	観光客との交流が、従業員等の仕事のやりがいなどにつながっている（つながっていた）。	観光客の利用に対応するため、設備・機器の充実や車両・タイヤ等の増便など、サービスを向上している（してきた）。	観光客による売上等が、施設等の維持管理のための重要な収入源になっている（なっていた）。	観光客の利用や国内外から評価される京都の魅力があるため、京都市内に新規店舗を出店できた（出店を考えることができる）。	観光客の利用や国内外から評価される京都の魅力があつて、その規模の大きいイベントや展覧会などを企画・実施できている（できていた）。	事業活動や提供しているサービス等が京都の伝統産業や文化・芸術、文化財の維持継承に寄与している（してきた）。
そう思う	45.8%	28.3%	50.0%	32.9%	35.9%	38.4%
ややそう思う	30.7%	31.1%	24.2%	21.6%	29.8%	31.6%
どちらともいえない	13.5%	27.8%	14.7%	22.8%	18.2%	17.4%
あまり思わない	6.8%	7.8%	7.4%	12.0%	11.6%	10.5%
思わない	3.1%	5.0%	3.7%	10.8%	4.4%	2.1%

表の上の平均点は、「そう思う」を5点、「ややそう思う」を4点、「どちらともいえない」を3点、「あまり思わない」を2点、「思わない」を1点とした場合の平均値である。

京都観光従事者動向調査

(1) 基本属性

性別	回答数	構成比
女性	109	55.1%
男性	86	43.4%
その他	3	1.5%

年齢階級	回答数	構成比
20～24歳	13	6.6%
25～29歳	40	20.2%
30～34歳	28	14.1%
35～39歳	33	16.7%
40～44歳	22	11.1%
45～49歳	22	11.1%
50～54歳	21	10.6%
55～59歳	14	7.1%
60～64歳	4	2.0%
65歳以上	1	0.5%

勤務年数	回答数	構成比
1年未満	10	5.1%
1年	21	10.7%
2年	17	8.6%
3年	17	8.6%
4年	17	8.6%
5年～9年	48	24.4%
10年～14年	26	13.2%
15年～19年	15	7.6%
20年～24年	10	5.1%
25年～29年	5	2.5%
30年～34年	9	4.6%
35年以上	3	1.5%

(2) 勤務環境

週当たり平均勤務時間（残業含む）	回答数	構成比
1時間以上10時間未満	22	11.2%
10時間以上20時間未満	11	5.6%
20時間以上30時間未満	11	5.6%
30時間以上40時間未満	23	11.7%
40時間	74	37.6%
40時間以上50時間未満	24	12.2%
50時間以上60時間未満	20	10.2%
60時間以上70時間未満	9	4.6%
70時間以上	3	1.5%

2020年の収入（2019年基準）	回答数	構成比
0	1	0.7%
1以上50未満	10	7.1%
50以上60未満	9	6.4%
60以上70未満	8	5.7%
70以上80未満	14	10.0%
80以上90未満	20	14.3%
90以上100未満	13	9.3%
100	62	44.3%
101以上150未満	3	2.1%
150以上	0	0.0%
平均値		84.1
中央値		90.0

居住地	回答数	構成比
京都市内	174	87.9%
京都府内（京都市外）	19	9.6%
京都府外	5	2.5%

雇用形態	回答数	構成比
正規社員	141	71.2%
契約社員	20	10.1%
パート・アルバイト	17	8.6%
個人事業主	7	3.5%
役員	6	3.0%
派遣社員	5	2.5%
出向職員	1	0.5%
学生	1	0.5%

役職	回答数	構成比
一般職員	131	66.2%
中間管理職・リーダー・店長など	49	24.7%
代表者・取締役・経営者など	10	5.1%
専門職	5	2.5%
個人事業主	1	0.5%
アルバイト	1	0.5%
学生	1	0.5%

有給休暇の取得しやすさ	回答数	構成比
いつでも気兼ねなく取得することができる	34	17.2%
多少の調整は必要だが、取得することができる	110	55.6%
ほぼ、取得できない	17	11.1%
稀に、思い通りに取得できないことがある	15	8.6%
なかなか、思い通りに取得できない	22	7.6%

2021年の収入（2019年基準）	回答数	構成比
0	2	1.5%
1以上50未満	2	1.5%
50以上60未満	1	0.7%
60以上70未満	1	0.7%
70以上80未満	1	0.7%
80以上90未満	5	3.7%
90以上100未満	4	2.9%
100	94	69.1%
101以上150未満	19	14.0%
150以上	7	5.1%
平均値		122.8
中央値		100.0

収入の変化		2020⇒2021			
2019⇒2020		上がった	変わらない	下がった	計
上がった		1.4%	0.7%	0.7%	2.9%
変わらない		2.9%	37.9%	3.6%	44.3%
下がった		17.9%	27.9%	7.1%	52.9%
計		22.1%	66.4%	11.4%	100.0%

あなたは現在の仕事に対して、やりがいを持って業務に取り組んでいますか？

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	平均値
2.0%	0.5%	0.5%	2.0%	2.5%	10.6%	10.1%	22.2%	24.2%	7.1%	18.2%	7.26

あなたの仕事や勤務先で働くことを他人に勧めたいと思いますか。

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	平均値
6.6%	1.9%	1.4%	5.9%	4.3%	13.4%	4.6%	5.3%	4.7%	2.1%	4.0%	5.46

（３） 京都観光行動基準（京都観光モラル）に関する取組など

「地域との調和」につながる行動	平均点	取組んでおらず 意欲もない	意欲はあるが 取組めていない	可能な範囲で 取組んでいる	取組んでいる	積極的に 取組んでいる
勤務先地域の習慣・マナーの学習	3.07	13.1%	18.7%	31.8%	20.7%	15.7%
勤務先地域の住民等への挨拶や声掛け	3.02	14.1%	20.7%	30.3%	18.7%	16.2%
勤務先地域の産品を積極的に活用	2.96	14.1%	24.2%	27.3%	19.7%	14.6%
勤務先地域の情報を発信	2.81	14.1%	30.3%	26.8%	18.2%	10.6%
勤務先地域のイベント等に参加	2.62	15.7%	36.9%	25.8%	13.1%	8.6%
勤務先地域の自治会等への加入	2.46	27.8%	30.3%	19.7%	12.1%	10.1%
勤務先地域の団体やイベント等への寄付	2.44	23.2%	37.9%	19.2%	11.1%	8.6%
勤務先地域で募集しているボランティア等への参加	2.36	21.7%	43.9%	17.2%	10.6%	6.6%

「質の高いサービス」につながる行動	平均点	取組んでおらず 意欲もない	意欲はあるが 取組めていない	可能な範囲で 取組んでいる	取組んでいる	積極的に 取組んでいる
トラブル時の臨機応変な対応への備え	3.32	5.1%	16.7%	35.4%	27.3%	15.7%
同業他社のサービスの視察・体験	3.08	9.6%	21.7%	33.3%	22.2%	13.1%
京都独自の文化や風習を取り入れたサービスの提供	3.03	10.1%	24.7%	30.8%	20.7%	13.6%
身体障がい者や社会的弱者に配慮したサービスの提供	2.96	7.1%	30.3%	32.3%	20.2%	10.1%
宗教や信条、体質などの違いに配慮したサービスの提供	2.90	12.6%	27.3%	29.3%	18.7%	12.1%
異文化の学習・外国人等との交流活動	2.86	8.6%	33.8%	28.8%	20.7%	8.1%
京都の伝統文化に関する習い事	2.72	11.6%	37.9%	28.3%	11.6%	10.6%
京都検定の受験	2.33	23.2%	42.9%	16.7%	12.1%	5.1%

「景観・環境の保全」につながる行動	平均点	取組んでおらず 意欲もない	意欲はあるが 取組めていない	可能な範囲で 取組んでいる	取組んでいる	積極的に 取組んでいる
公共交通機関や、徒歩・自転車による移動	3.85	4.0%	9.1%	20.2%	30.8%	35.9%
地元地域のルールに則ったゴミの分別	3.73	4.0%	6.6%	28.8%	33.3%	27.3%
職場における電力や燃料消費量の抑制	3.33	8.1%	13.6%	34.3%	25.3%	18.7%
職場におけるゴミの排出量の抑制	3.31	6.6%	13.6%	38.9%	23.7%	17.2%
店舗・施設周辺の清掃（かご掃き）	3.28	8.6%	18.2%	28.3%	26.8%	18.2%
環境に配慮した製品の積極的な利用	3.12	6.6%	24.7%	32.8%	21.7%	14.1%
職場におけるゴミの排出量の把握	3.11	9.1%	24.7%	29.8%	18.7%	17.7%
京都らしさを意識した建物の外観や内装の工夫	3.08	10.6%	23.7%	29.3%	20.2%	16.2%
職場における電力や燃料消費量の把握	3.05	11.1%	23.7%	30.3%	19.2%	15.7%
勤務先地域周辺の美化活動への参加	2.97	9.6%	29.8%	29.3%	16.7%	14.6%
顧客にエコバックの持参を促すなどの啓発	2.83	15.7%	29.3%	26.8%	13.1%	15.2%

「防災・危機管理」につながる行動	平均点	取組んでおらず 意欲もない	意欲はあるが 取組めていない	可能な範囲で 取組んでいる	取組んでいる	積極的に 取組んでいる
顧客の個人情報の適切な管理	3.70	4.0%	11.6%	25.8%	27.3%	31.3%
勤務先での避難経路の確認	3.58	4.0%	11.6%	31.8%	27.8%	24.7%
勤務先での定期的な設備点検	3.45	4.5%	17.2%	29.3%	26.3%	22.7%
災害時の勤務先や同僚との連絡方法の確認	3.45	4.0%	18.2%	28.3%	27.8%	21.7%
勤務先での防災・防火訓練への参加	3.42	6.1%	16.2%	28.8%	27.3%	21.7%
口コミ・クレームへの返信対応	3.35	6.1%	17.7%	32.8%	22.2%	21.2%
災害発生時におけるマニュアル等の確認	3.31	3.5%	19.7%	34.8%	25.8%	16.2%
不祥事（SNSでの炎上など）発生時の備え	3.24	4.0%	20.7%	35.4%	26.8%	13.1%
自分用の災害備蓄（食料など）の確保	3.11	4.5%	29.8%	30.8%	20.2%	14.6%
救急・救命講習への参加	3.09	6.1%	31.8%	23.7%	23.7%	14.6%

自己啓発の取組	平均点	取組んでおらず 意欲もない	意欲はあるが 取組めていない	可能な範囲で 取組んでいる	取組んでいる	積極的に 取組んでいる
語学	4.18	3.0%	4.0%	14.6%	28.3%	50.0%
接客・礼儀・作法	4.17	4.0%	2.5%	16.7%	26.3%	50.5%
デザイン	3.91	2.5%	8.1%	23.7%	27.3%	38.4%
キャッシュレスやVRなどの新しい技術を活用したサービス	3.81	4.5%	7.1%	23.2%	32.8%	32.3%
データの収集・分析・活用	3.80	4.5%	7.1%	23.2%	32.8%	32.3%
マネジメント	3.76	5.6%	7.6%	21.7%	31.3%	33.8%
ガイド・プレゼンテーション	3.68	6.6%	5.6%	24.2%	32.3%	31.3%
海外の動向	3.67	7.1%	7.1%	26.3%	29.8%	29.8%
SDGsに関する知識	3.66	5.6%	7.1%	32.8%	23.7%	30.8%
財務・会計・経理	3.36	5.1%	8.6%	30.8%	26.8%	28.8%
プログラミング	3.30	9.1%	12.6%	31.3%	26.8%	20.2%
京都の歴史・文化・芸能	2.37	6.6%	15.7%	37.9%	21.2%	18.7%

（４） 京都観光の頻度

コロナ禍直前の京都観光の頻度	回答数	構成比
1か月に2回以上	31	15.7%
1か月に1回～半年に1回	57	28.8%
1年に1回程度	27	13.6%
不定期	51	25.8%
ほとんどしていない	32	16.2%

コロナ禍以降の京都観光の頻度	回答数	構成比
1か月に2回以上	17	8.6%
1か月に1回～半年に1回	57	28.8%
1年に1回程度	18	9.1%
不定期	37	18.7%
ほとんどしていない	69	34.8%

京都観光の頻度の変化	回答数	構成比
増えた	23	11.6%
変わらない	97	49.0%
減った	78	39.4%

＜本件に関する問い合わせ先＞

公益社団法人京都市観光協会

TEL : 075-213-0070 e-mail : marketing@kyokanko.or.jp

担当 : マーケティング課 堀江、嵯峨