



KYOTO This place will enrich your life



平成30年（2018年） 京都観光総合調査等を活用した 京都観光の最新動向詳細分析結果



京都市観光協会
KYOTO CITY
TOURISM ASSOCIATION

令和元年7月25日

① 京都観光の概況

- P 4 観光客実人数の推移
- P 5 延べ滞在人数の考え方
- P 6 延べ滞在人数の推移
- P 7 乗降客数データとの比較
- P 8 客室数の推移
- P 9 観光客の愛着度の推移
- P11 満足度構造の比較
- P12 市民感情の推移

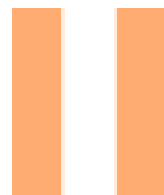
② 日本人客の動向

- P14 全国の観光動向との比較
- P15 リピーターの訪問スポット
- P16 バス一日乗車券の利用率
- P17 移動経路別の利用交通機関
- P18 時間帯別の訪問スポット
- P19 訪問頻度を考慮した消費額

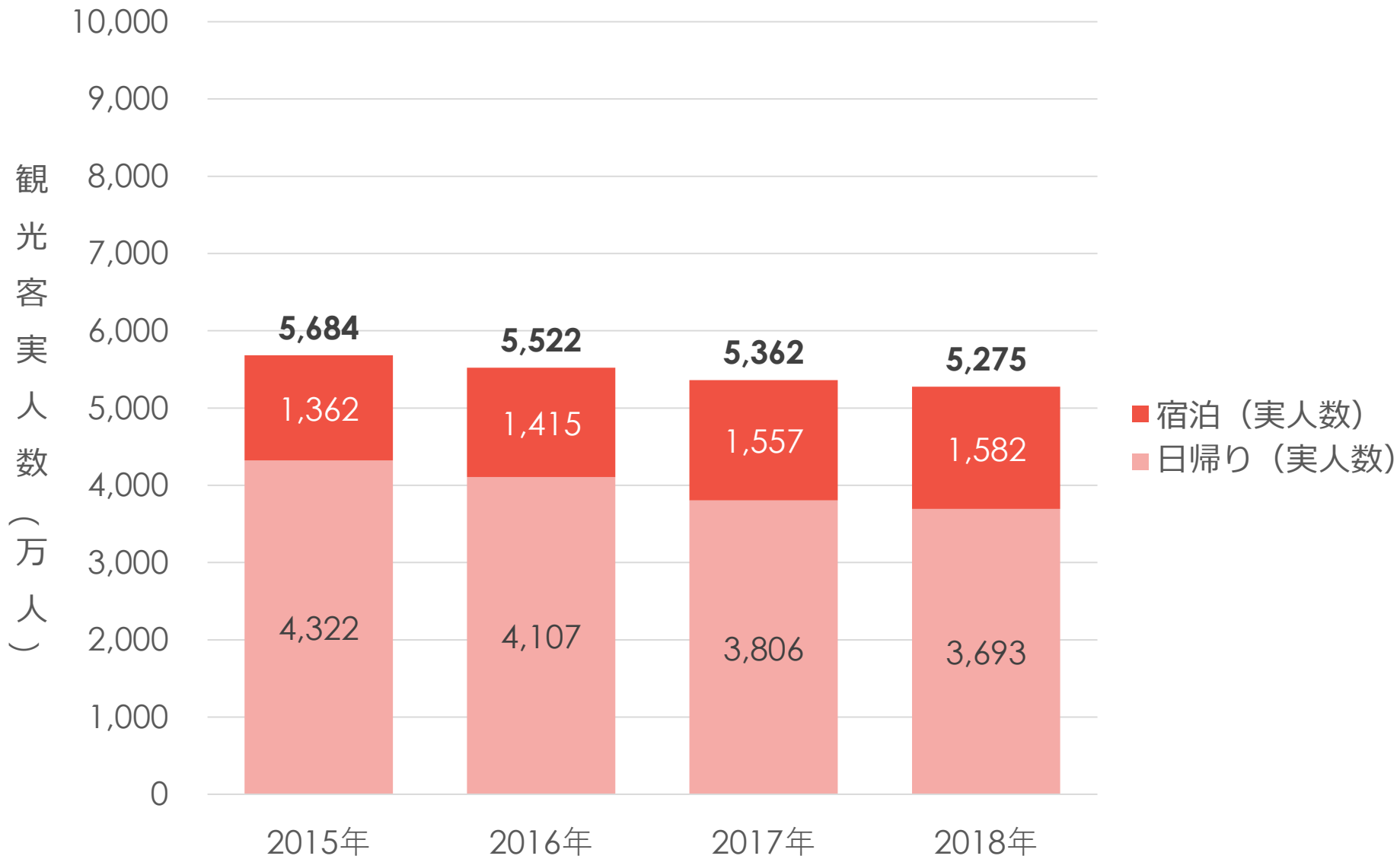
③ 外国人客の動向

- P24 出入国空港の組み合わせ
- P25 国籍別構成比や初訪日率
- P30 欧米におけるアジア旅行先
- P32 地方周遊率の比較
- P34 国籍別の京都のライバル
- P35 リピーターのニーズ

京都観光の概況



観光客実人数は微減傾向？



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

実際、京都にいる観光客数の数え方

以下の場合、京都市内の滞在人数は何人分増加したことになる？

	泊数	日滞在
A	0	1
B	0	1
C	0	1
D	1	2
E	1	2
F	2	3
G	4	5



	日帰	宿泊	合計
入込客数 (人)	3	4	7
延べ宿泊数 (人泊)	—	8	8

京都観光総合調査における観光客数の算出基準となる数値

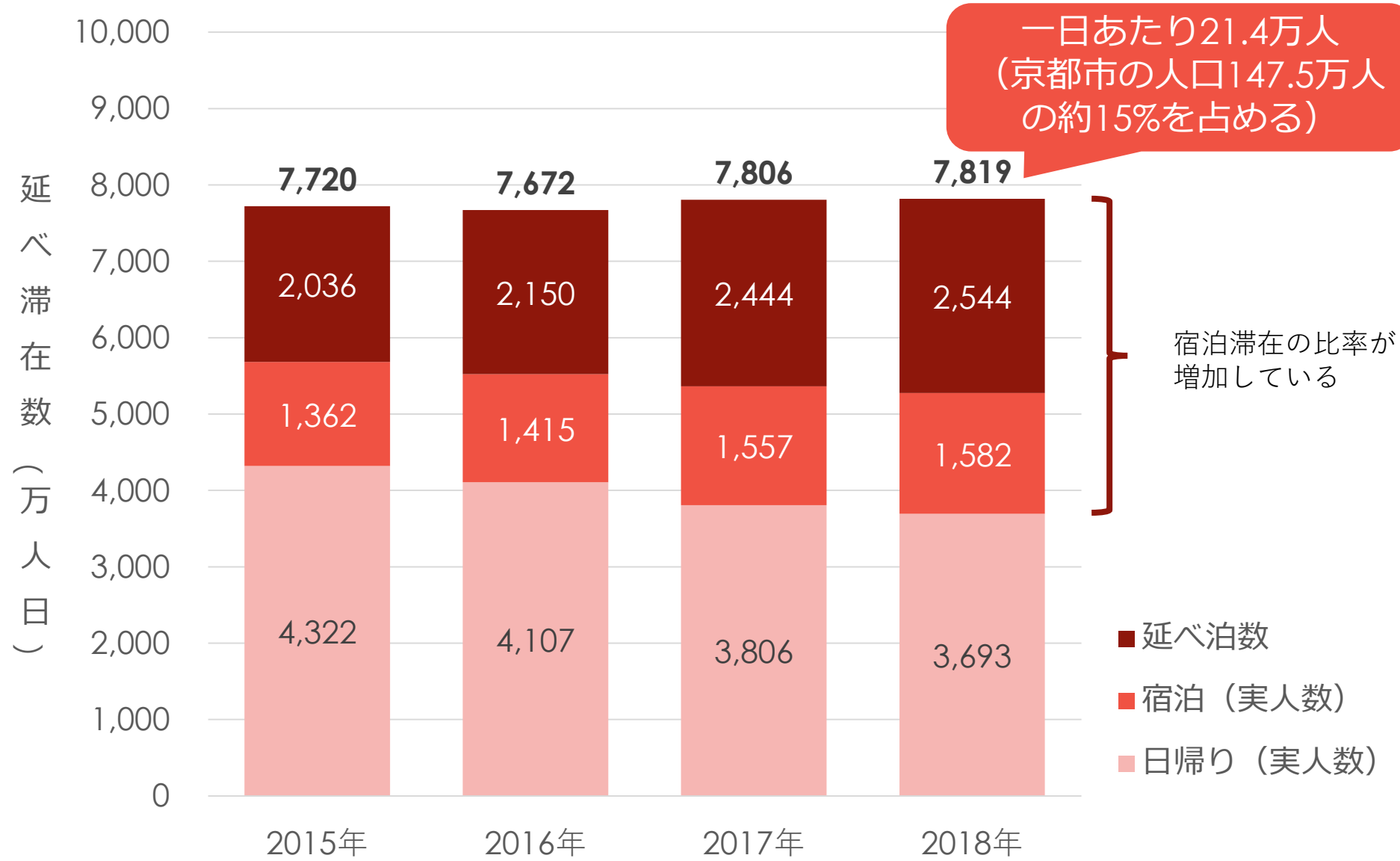


延べ滞在人数 (人日)	3	12	15
--------------------	----------	-----------	-----------

入洛客数 + 延べ宿泊数
とすることで
市内滞在人数が
求められる

延べ滞在人数は、宿泊客が宿泊の翌日も京都に滞在すると仮定した結果であり、実際の滞在時間の長短は考慮していない。

市内滞在人数は一定だが、質が変わりつつある



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

延べ滞在人数は、宿泊客が宿泊の翌日も京都に滞在すると仮定した結果であり、実際の滞在時間の長短は考慮していない。

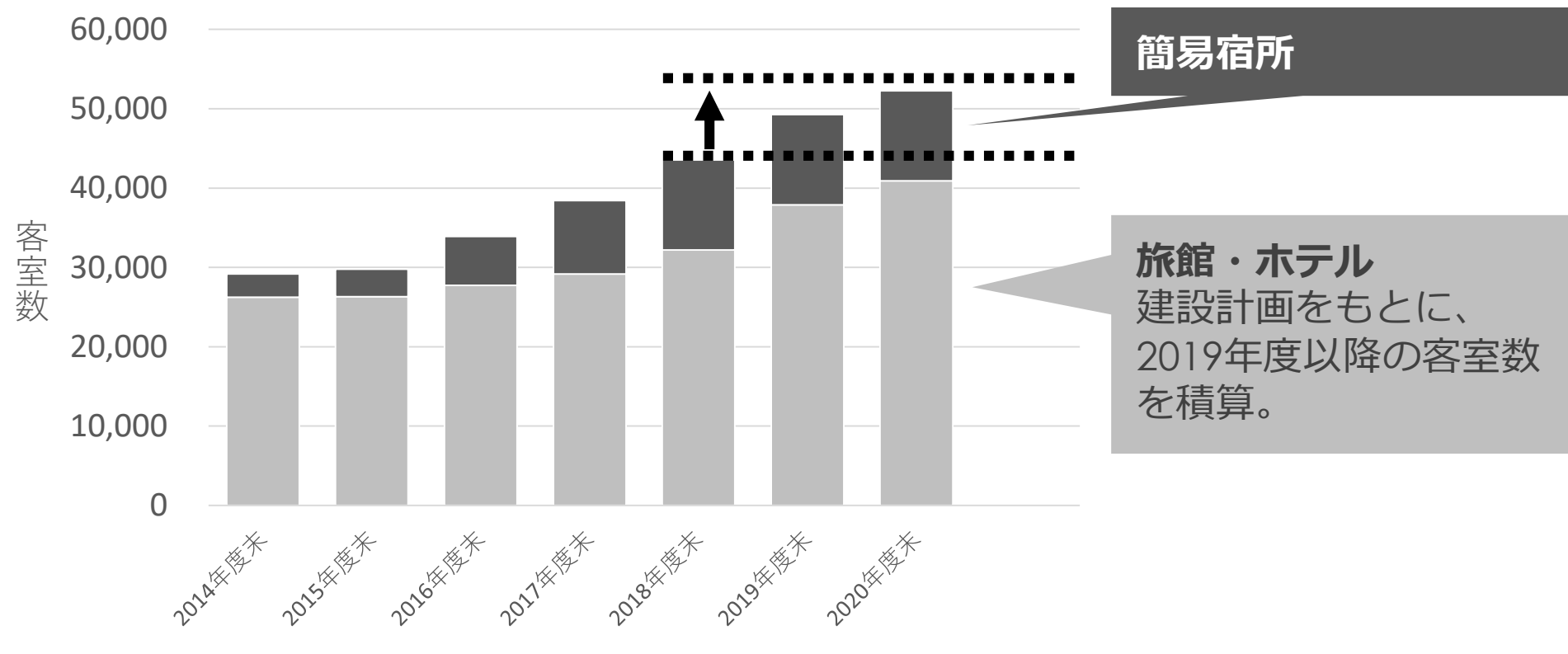
首都圏からの流入と バスから地下鉄へのシフト

		2017年	▶	2018年	前年比
一日あたり 滞在人数		21.4 万人	▶	21.4 万人	↑ 0.2 % up
一日あたり乗降客数 (定期外)	JR東海 東海道新幹線	—		—	↑ 3.0 % up
	JR西日本 近畿圏在来線	—		—	↓ 0.5 % down
	市バス	20.5 万人	▶	19.9 万人	↓ 2.8 % down
	市営地下鉄	21.1 万人	▶	21.4 万人	↑ 1.3 % up
	京阪	15.2 万人	▶	15.0 万人	↓ 1.4 % down
	阪急	31.9 万人	▶	31.8 万人	↓ 0.3 % down
	近鉄	64.7 万人	▶	64.4 万人	↓ 0.4 % down

出所) 乗降客数は、各運輸機関の広報資料を参照

(注) 前年比は、小数点2以下を四捨五入する前の値から算出。

市内宿泊施設数が増え、予約困難な状況は解消へ



出所) 京都市保健福祉局「旅館業法に基づく許可施設数」および、各宿泊施設の建設計画資料をもとに、京都市観光協会において独自推計

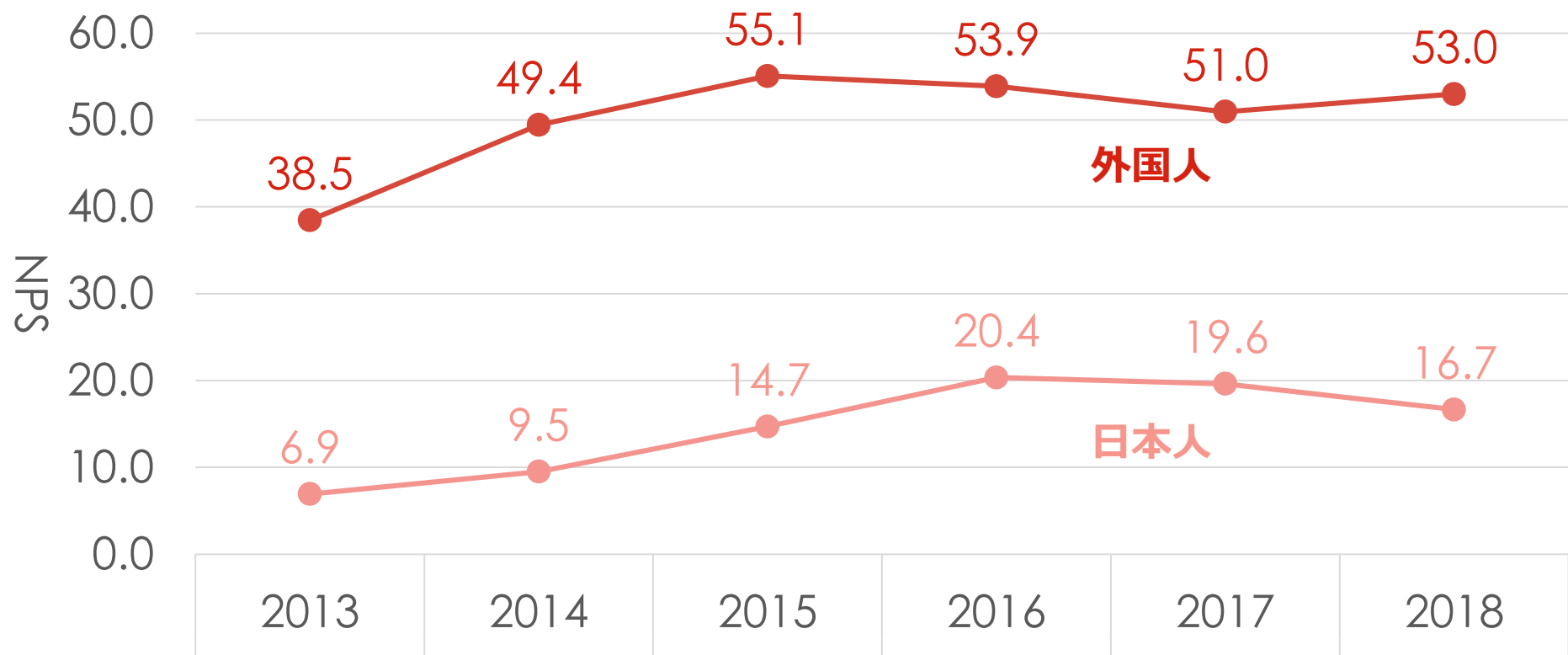
(%)

2015	2016	2017	2018
15.1	15.9	9.0	9.4

← 京都に宿泊しない理由として「予約できなかったから」と答えた人の割合は2017年以降改善している。

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

観光客の愛着度（NPS）の推移

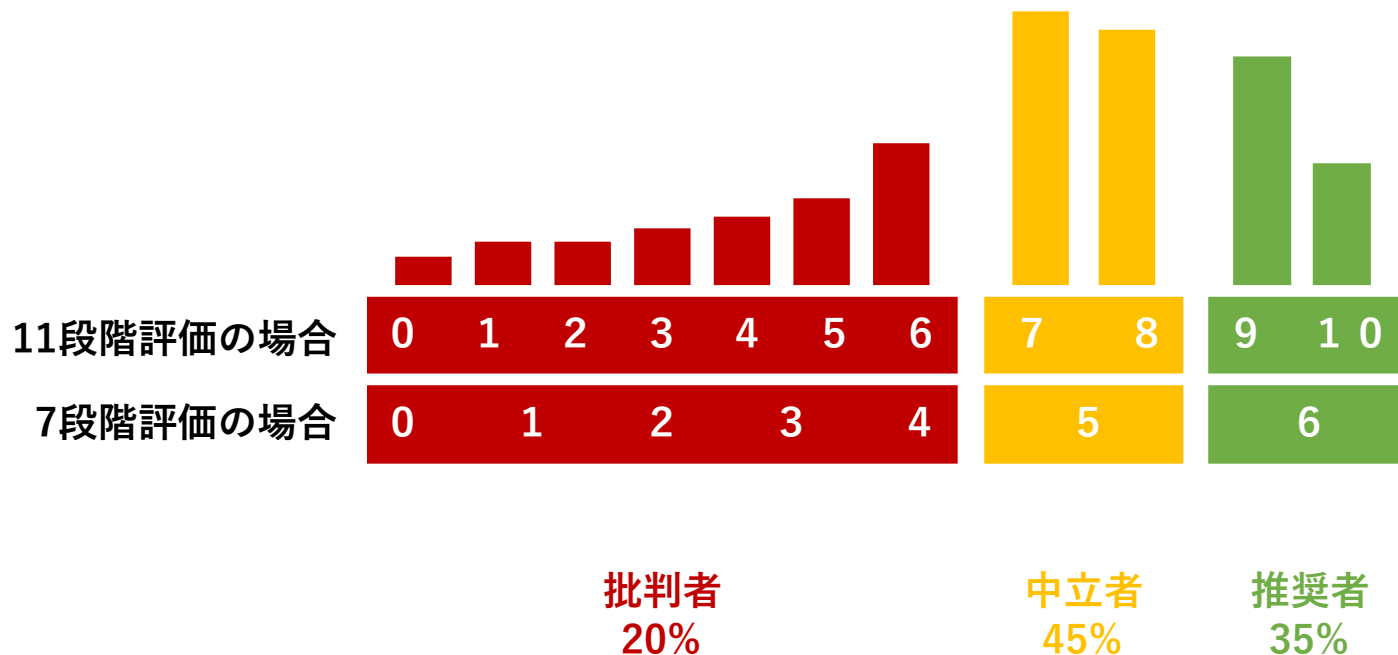


出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

日本人は減少した一方で、外国人は反転回復

(参考) NPSの定義

京都観光を親しい友人に勧めたいと思いますか？

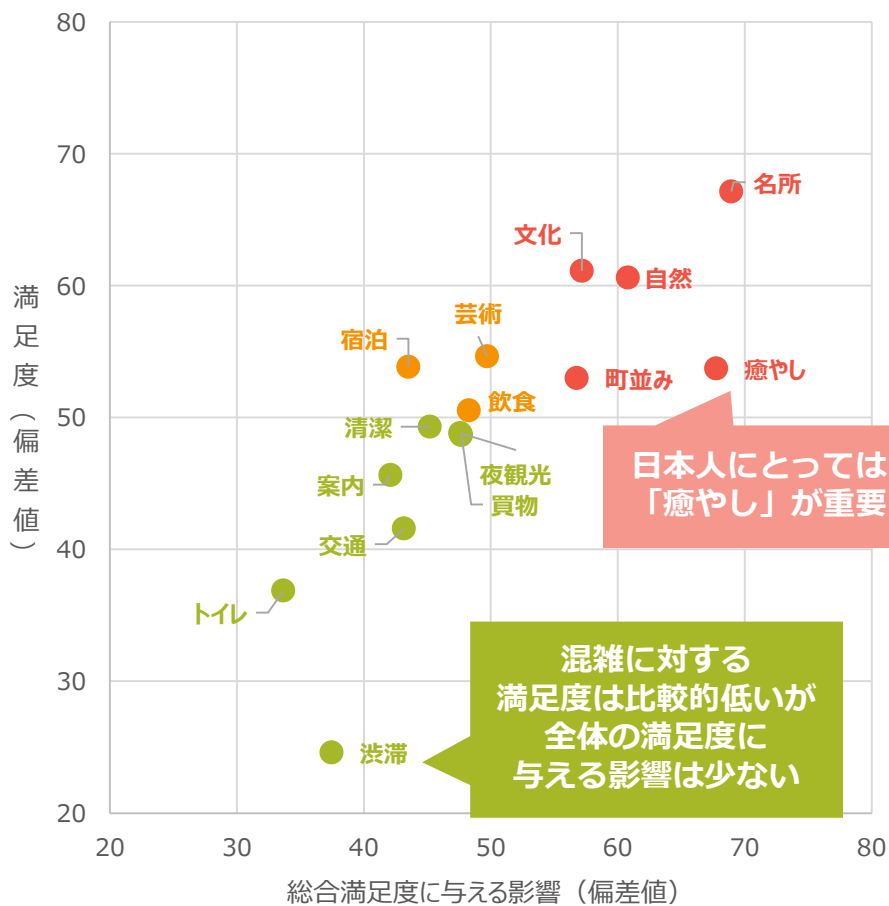


$$\text{NPS} = \text{推奨者の割合 } 35\% - \text{批判者の割合 } 20\% = 15 \text{ points}$$

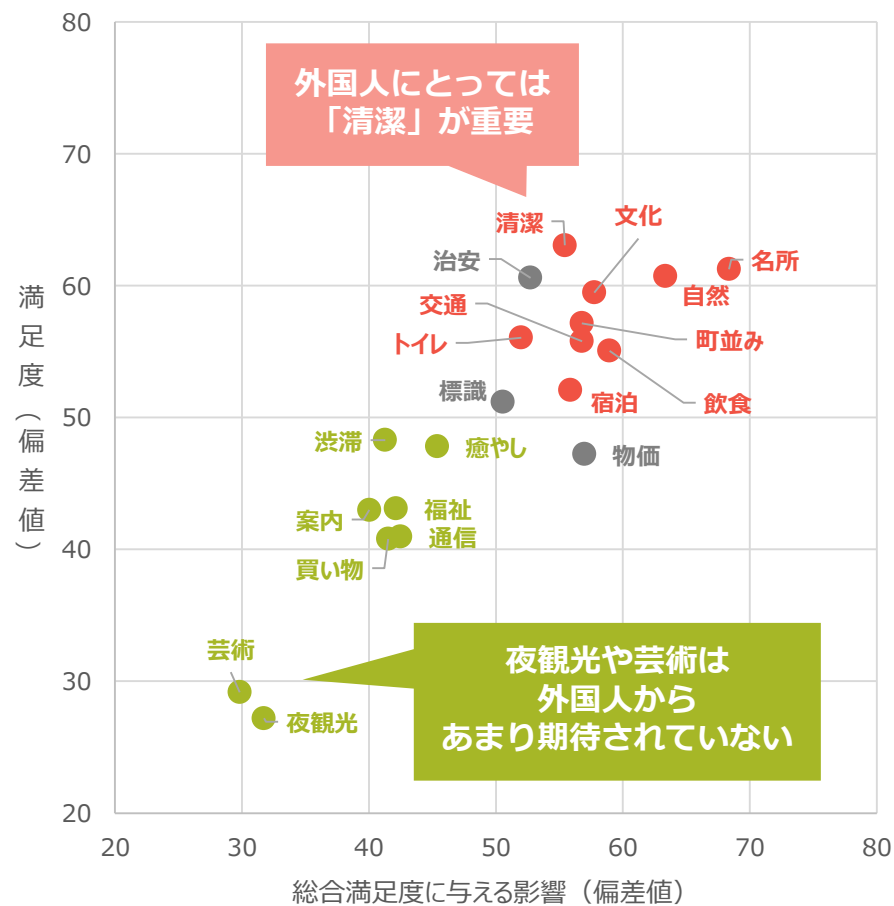
NPSは、「満足度の平均値」などの従来的な指標とは異なり、顧客の愛着度を、分布の偏りを考慮しつつ簡単に評価することができます

日本人と外国人とで満足するポイントは違う

日本人観光客の満足度構造



外国人観光客の満足度構造

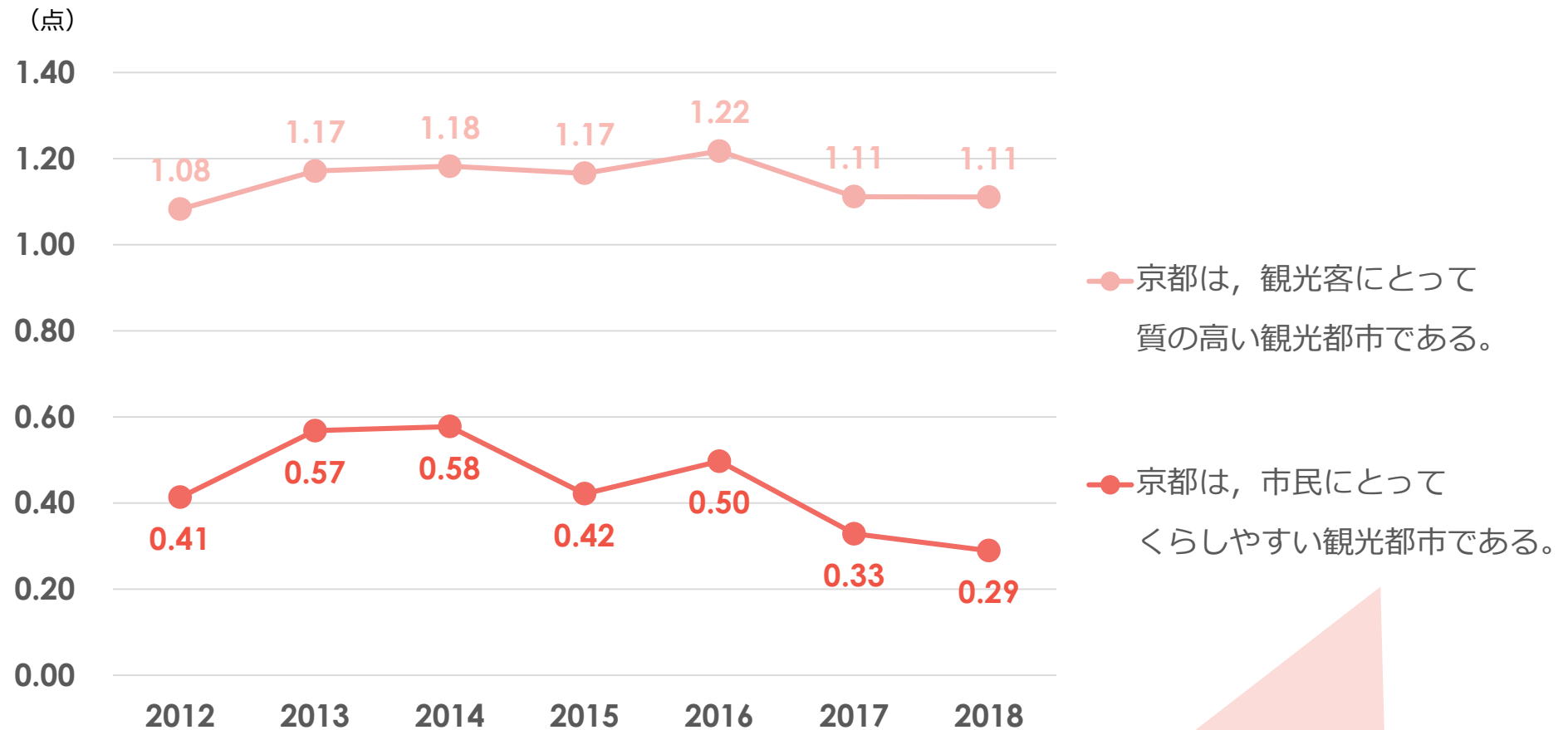


日本人 高評価	癒やし、芸術、
日本人 低評価	飲食、交通、トイレ、洗滞

外国人 高評価	清潔、飲食、交通、トイレ
外国人 低評価	夜観光、芸術

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

観光に対する市民感情は肯定を維持しつつも低減傾向

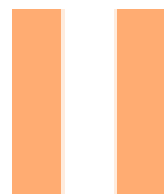


上記のグラフは、これらの質問に対して、大変そう思う（2点）～まったくそう思わない（-2点）の5段階評価で回答された結果の平均値の推移である。

いずれの質問に対しても0点以上で推移しているため、ポジティブな感情を抱いていると評価できる。

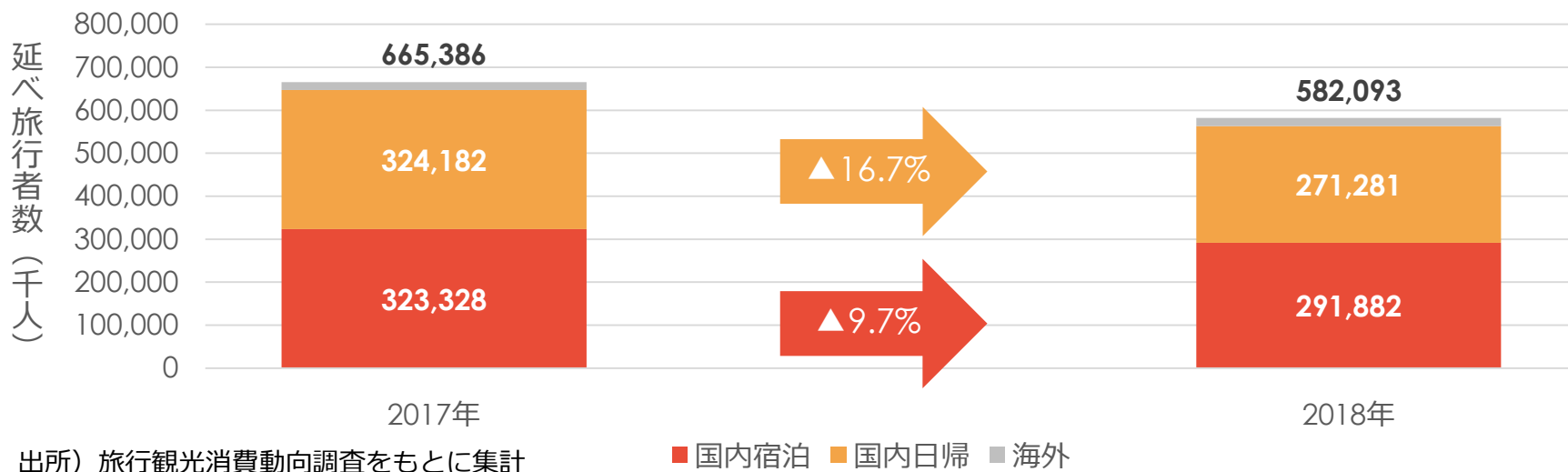
出所) 京都市民生活実感調査をもとに集計

日本人客の動向

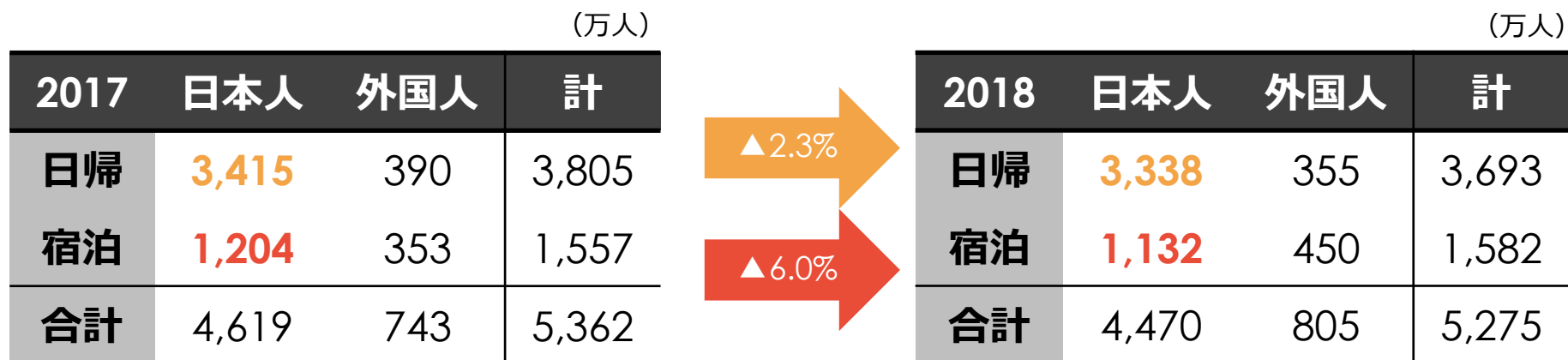


日本人客は減少するも、京都での減少は限定的

大阪北部地震や西日本豪雨の影響で、全国的に国内観光客は減少



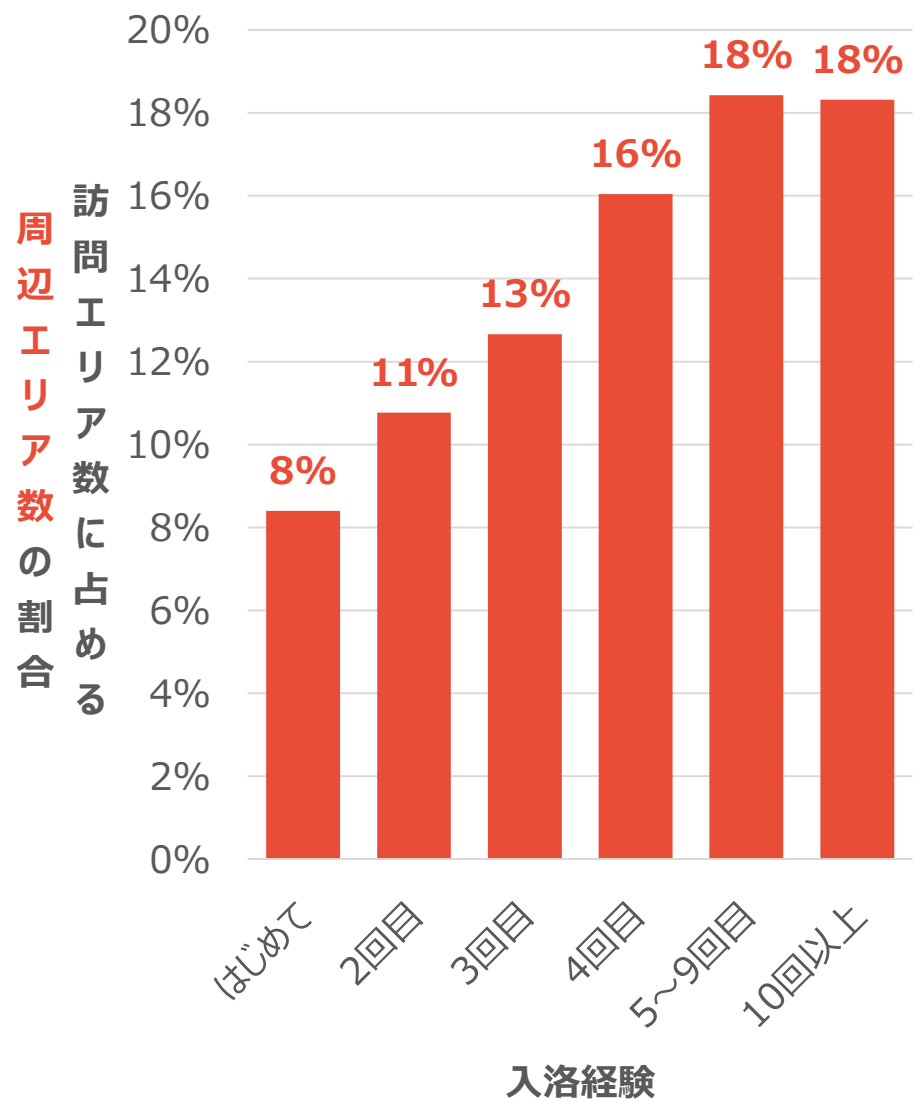
京都市でも日本人観光客が減少するも、減少幅は限定的



入洛経験が多いほど、周辺エリアを訪問

#	訪問エリア	訪問率
1	京都駅	50.4%
2	清水・祇園	47.7%
3	河原町三条・四条	32.4%
4	嵯峨嵐山	22.7%
5	きぬかけの路	15.2%
6	伏見	15.0%
7	岡崎・蹴上	14.9%
8	二条城・壬生	14.5%
9	東山七条	14.3%
10	銀閣寺・哲学の道・百万遍	10.0%
11	西陣・北野	9.0%
12	京都御所	7.9%
13	下鴨・北山	6.7%
14	上賀茂・鷹峯・紫野	5.3%
15	烏丸御池・烏丸四条	4.0%
16	松尾・桂	3.5%
17	鞍馬・貴船	2.5%
18	山科	2.5%
19	太秦・花園	2.4%
20	大原・八瀬	2.3%

訪問率10%未満を
周辺エリアと仮定

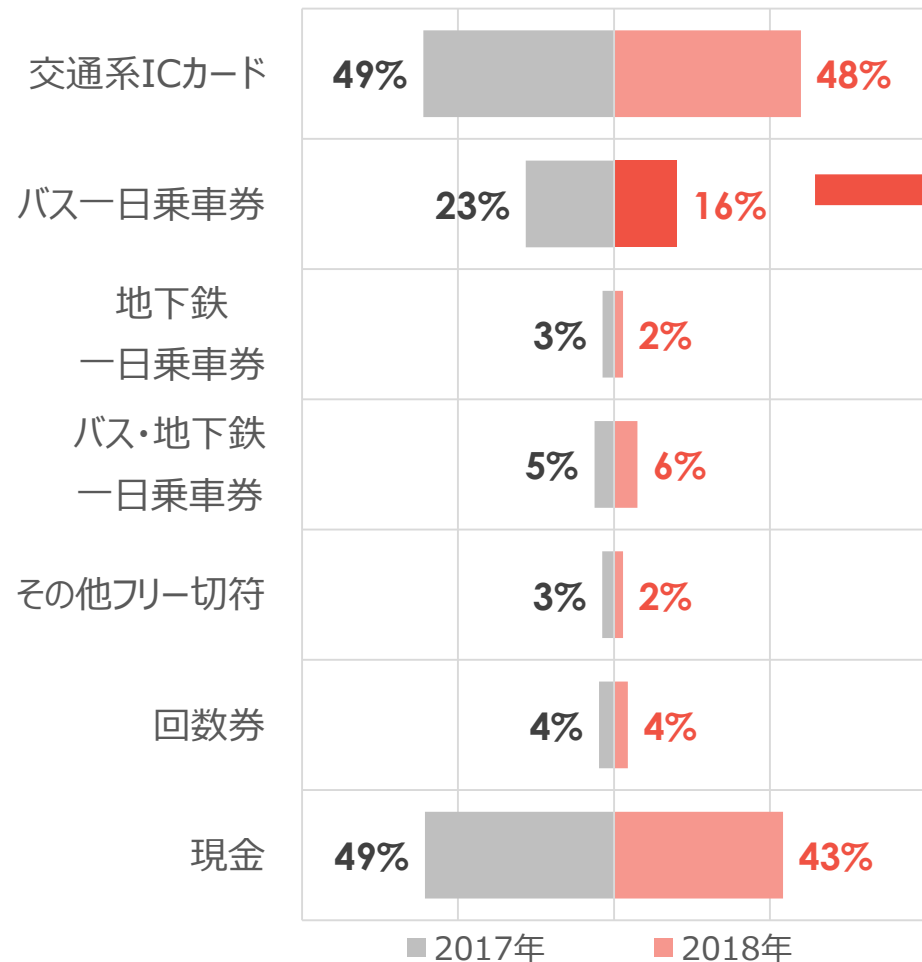


出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

バス一日乗車券の利用が前年比で減少

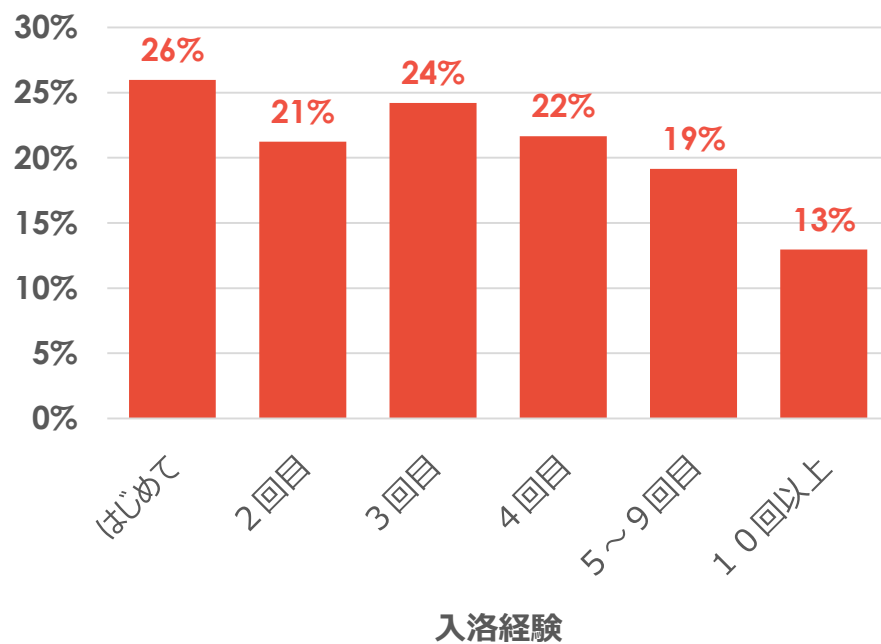
観光地間の移動で利用した決済手段

80% 40% 0% 40% 80%



訪問経験が多いほど
バス一日乗車券の利用率は低く、
リピーターは利用交通機関も
多様化している。

入洛経験別のバス一日乗車券利用率



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

清水寺は市バス、伏見稲荷はJRの利用が多い

回答数上位の移動経路

#	発地	▶	着地	回答率
1	河原町	▶	京都駅	6.2%
2	京都駅	▶	河原町	4.8%
3	京都駅	▶	清水寺	3.2%
4	京都駅	▶	伏見稲荷	2.5%
5	京都駅	▶	北野天満宮	2.3%
6	二条城	▶	京都駅	2.2%
7	京都駅	▶	二条城	1.8%
8	清水寺	▶	京都駅	1.8%
9	京都駅	▶	三十三間堂	1.5%
10	伏見稲荷	▶	京都駅	1.5%
11	金閣寺	▶	龍安寺	1.5%
12	京都駅	▶	嵐山	1.4%

移動時に利用した交通機関の分担率（複数回答）

市バス	地下鉄	J R	私鉄	タクシー
38%	23%	0%	2%	13%
33%	25%	6%	3%	12%
61%	1%	9%	0%	9%
16%	0%	59%	3%	2%
74%	8%	2%	1%	4%
33%	25%	8%	0%	10%
23%	34%	15%	2%	13%
47%	3%	3%	4%	13%
50%	2%	12%	2%	7%
15%	0%	63%	4%	2%
65%	—	—	—	3%
16%	8%	39%	16%	5%

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

朝は清水寺 夜は繁華街

時間帯別の訪問エリア

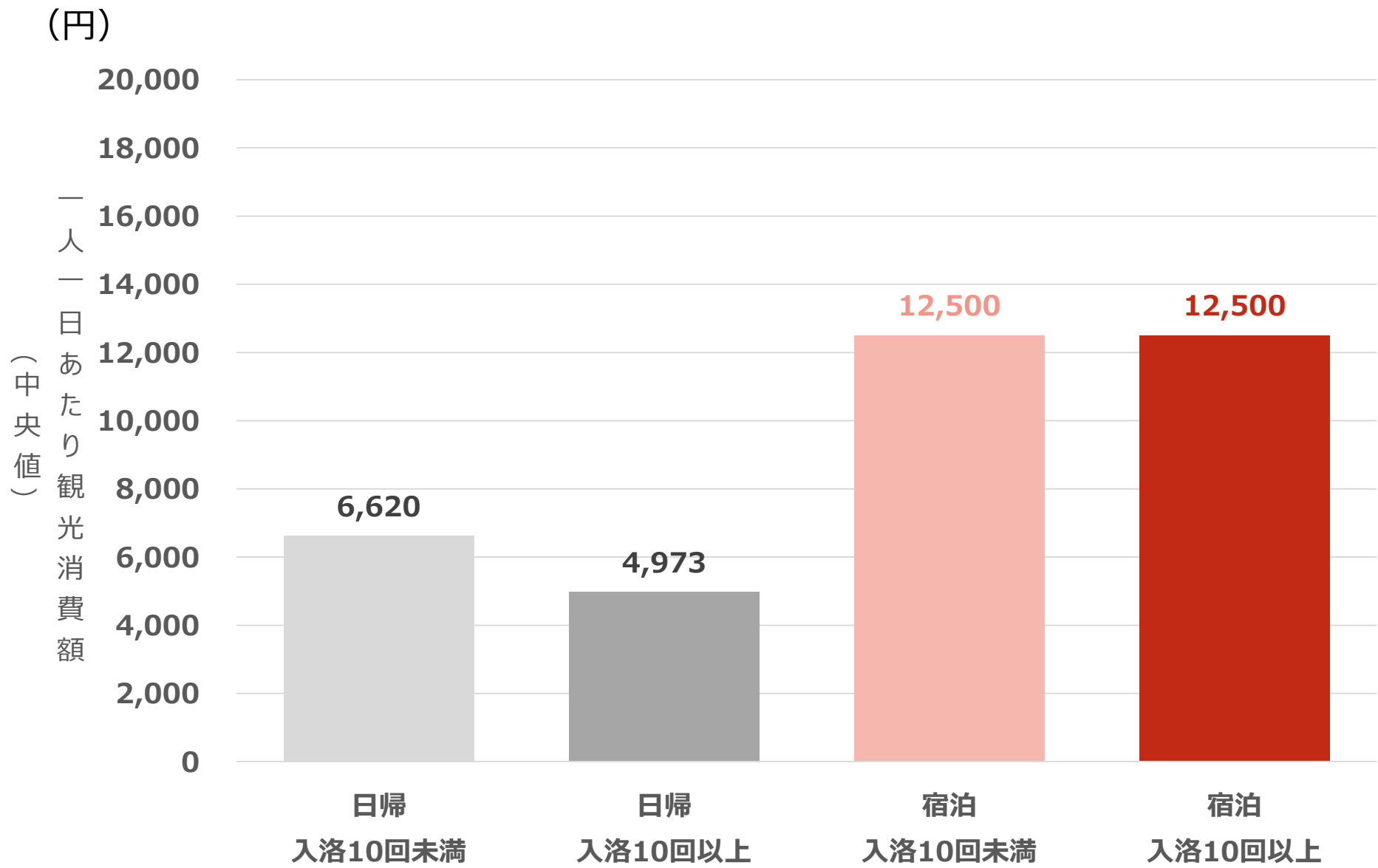
	6～9時	9～12時	12～15時	15～18時	18～21時	21時以降
1位	清水寺	河原町	河原町	京都駅	京都駅	京都駅
2位	河原町	清水寺	京都駅	河原町	河原町	河原町
3位	京都駅	二条城	二条城	八坂神社	八坂神社	烏丸・大宮
4位	伏見稲荷	嵐山公園	清水寺	清水寺	下鴨神社	八坂神社
5位	東寺	三十三間堂	八坂神社	伏見稲荷	東寺	先斗町

東本願寺／西本願寺／大徳寺／大原も、朝の時間帯が比較的多い。

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

下鴨神社では、夏場の調査実施期間にライトアップイベントが重なったため、夜間の訪問が多かった。

宿泊客の消費単価は日帰り客の約2倍



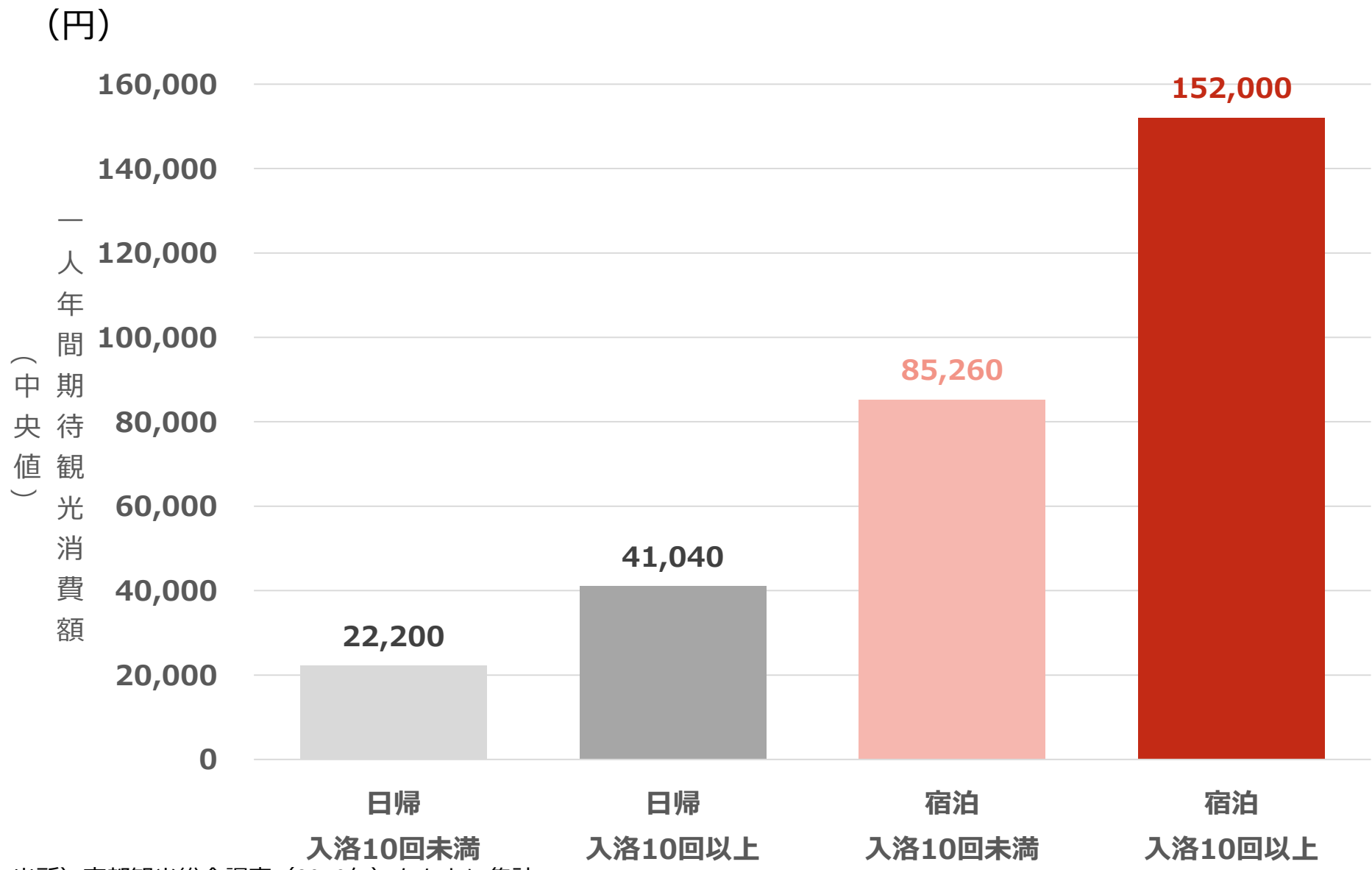
出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

消費額の年間期待値の考え方

#	消費単価	来訪頻度		消費額の年間期待値
A	10,000	1年に1回	▶	10,000
B	10,000	1年に2回	▶	20,000
C	100,000	4年に1回	▶	25,000
D	2,000	毎月	▶	24,000

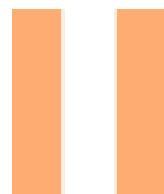
**消費単価が安くても、来訪頻度が高ければ、
1年間に期待される消費額は高くなる**

入洛経験が多いほど消費額が大きい

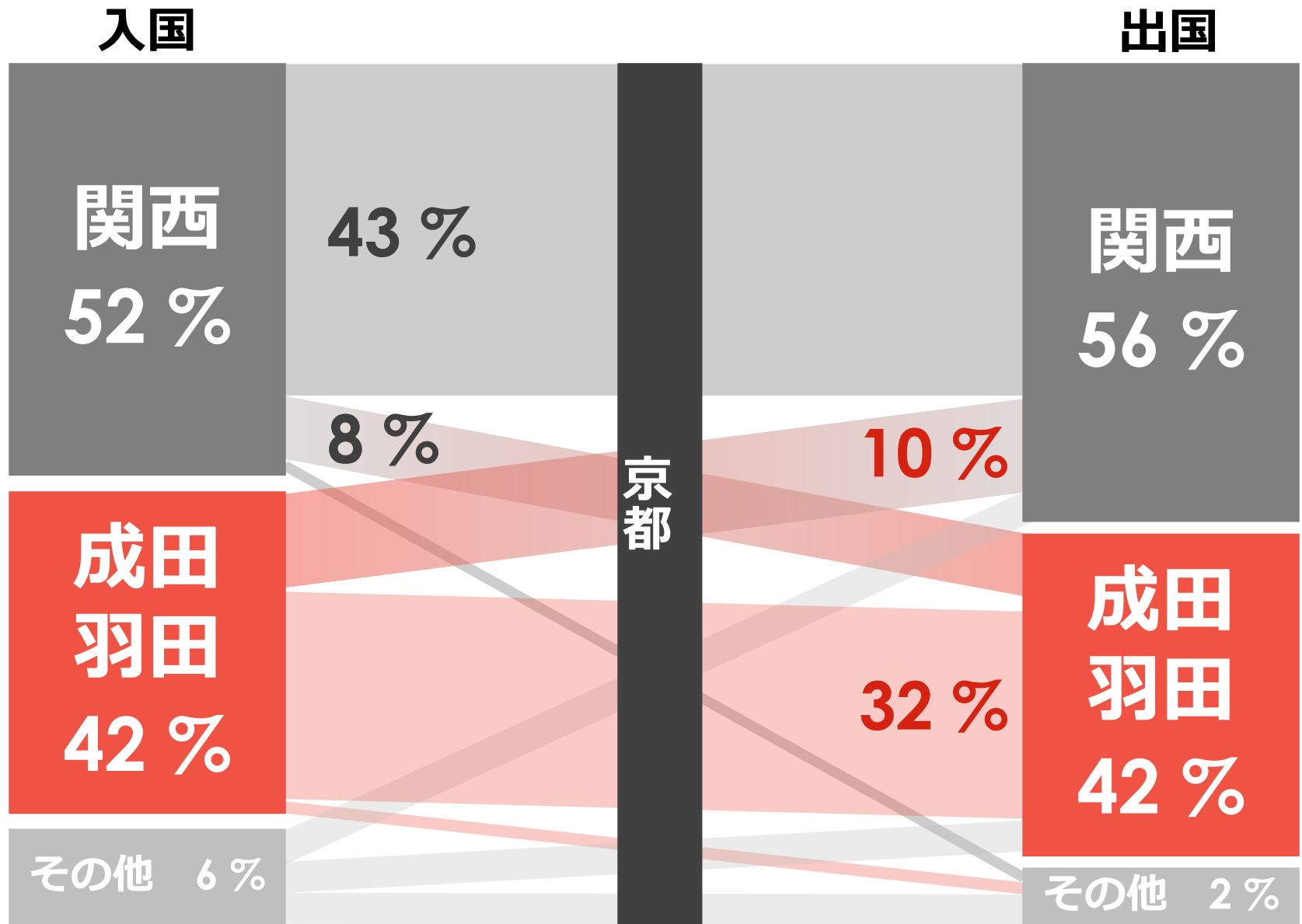


出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに集計

外国人客の動向



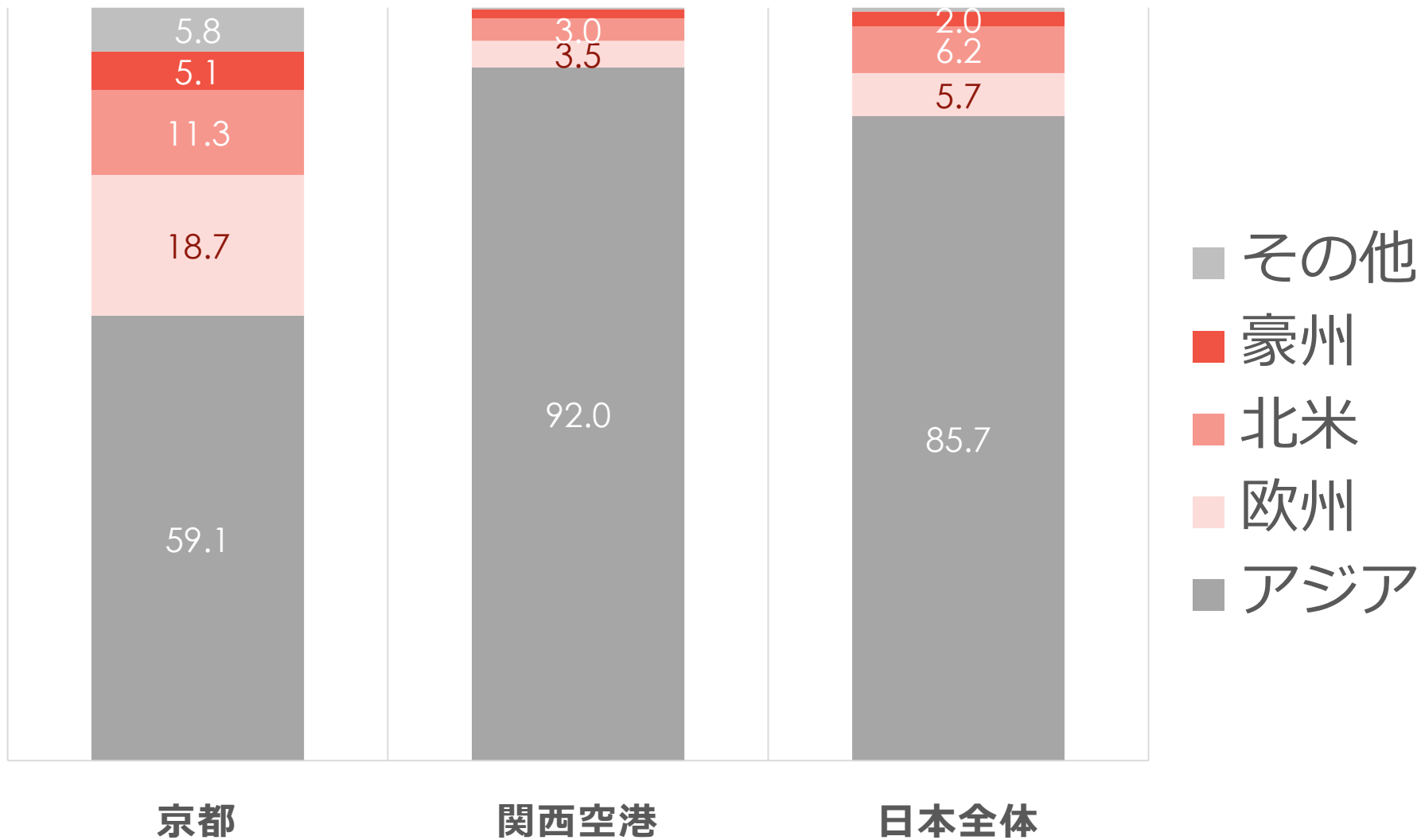
入洛客の半数近くが、首都圏からの出入国



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

京都は欧米系に支えられた市場

外国人客の方面別の構成比（％）



出所) 京都観光総合調査 (2018年) / 法務省出入国管理統計 / JNTO「訪日外客数」

関西空港の国際線増加により周遊経路は多様化

アジアや欧米の路線が強化されたことで、成田・羽田空港と関西空港を組み合わせた周遊がしやすくなり、訪日外国人の周遊経路は多様化する可能性がある。

関西空港 国際線就航状況

方面	2015年冬ダイヤ 週間便数		2018年冬ダイヤ 週間便数	伸率
アジア	1,037	▶	1,217	+ 17%
オセアニア	41	▶	10	▲ 75%
欧州	22	▶	28	+ 27%
中東	12	▶	7	▲ 42%
北米	35	▶	72	+ 106%
総計	1,146	▶	1,334	+ 16%

出所) 国土交通省 国際線就航状況をもとに集計

欧米系は初訪日客が成長している

低

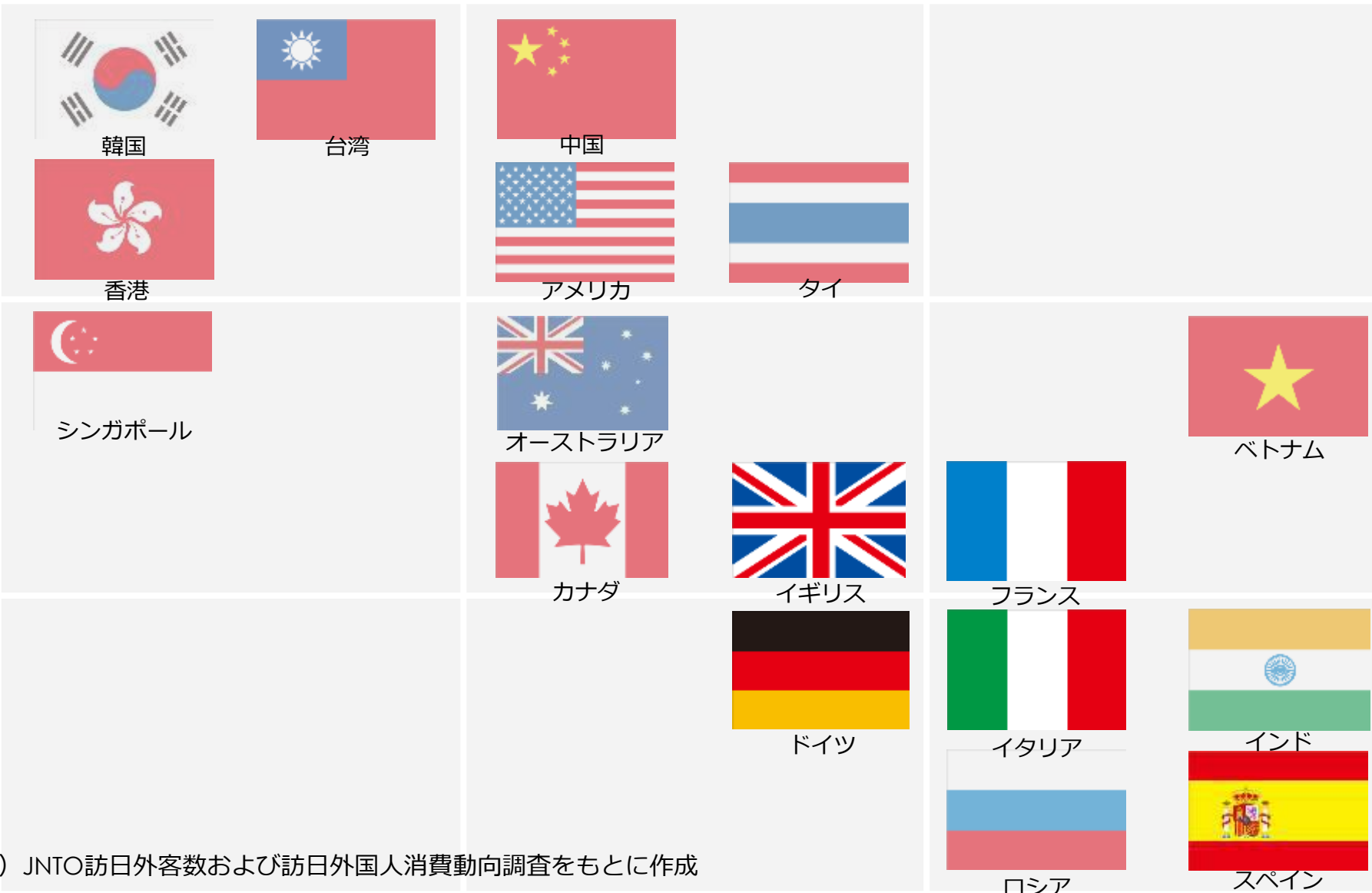
初訪日客数成長率

高

大

訪日市場規模

小

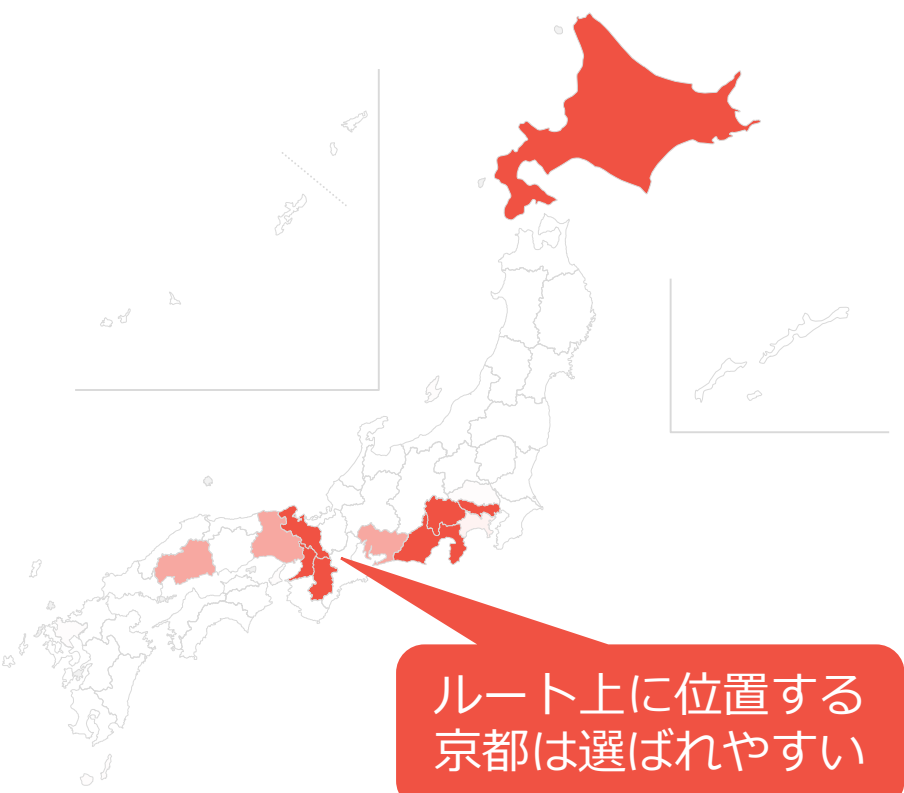


出所) JNTO訪日外客数および訪日外国人消費動向調査をもとに作成

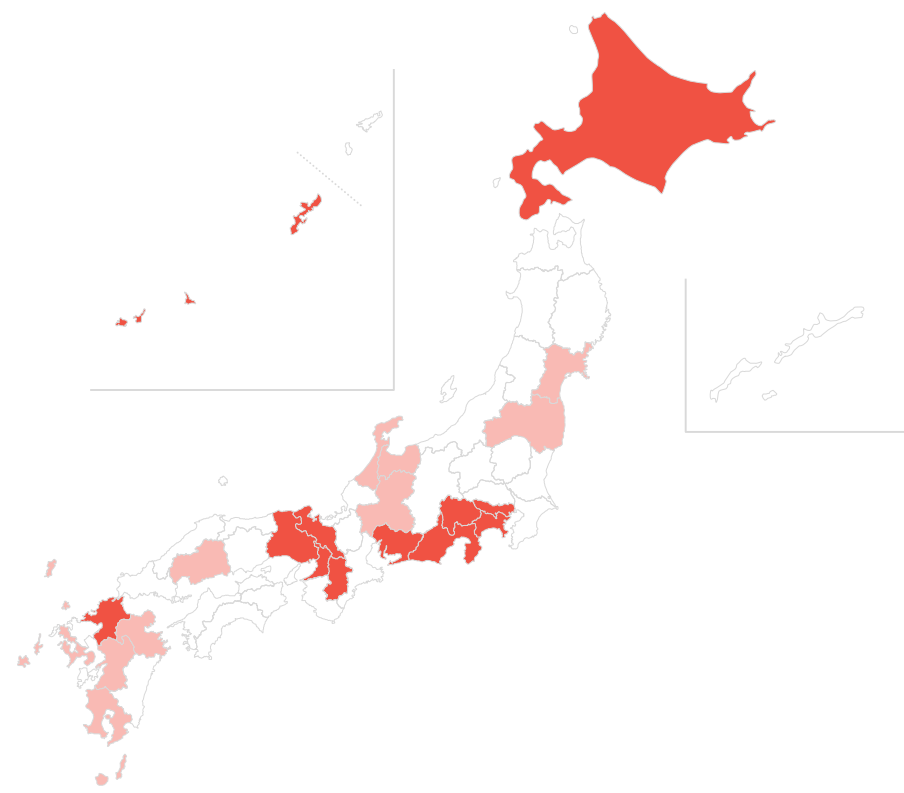
初訪日客は、まずゴールデンルートを訪れる

訪日経験別の訪問経験のある観光地の分布

初訪日



再訪日



ルート上に位置する
京都市は選ばれやすい

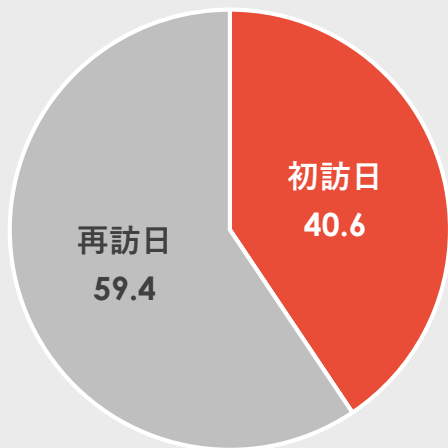
- 訪問経験率10%以上
- 訪問経験率5%以上

出所) DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 (2018年度版)

© 2019 Kyoto City Tourism Association

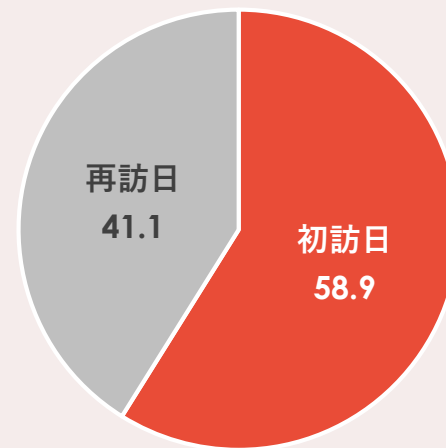
京都は初訪日客が訪れる場所

全国平均

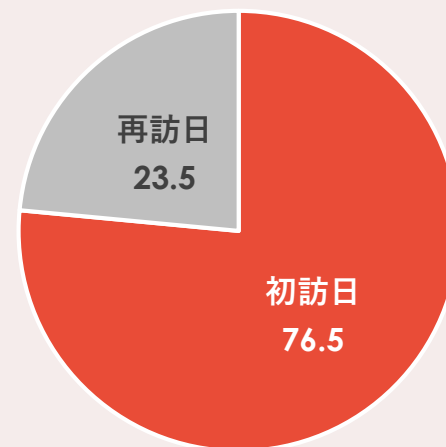
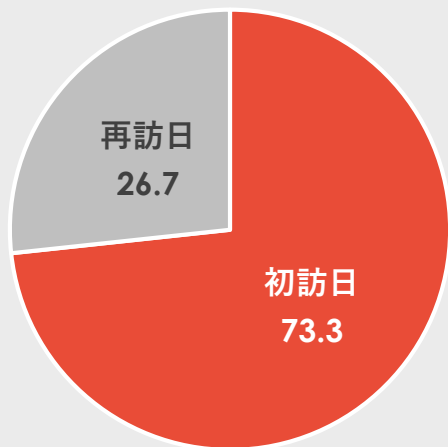


観光目的の
訪日外国人

京都



観光目的の
欧州からの訪日客
(参考)

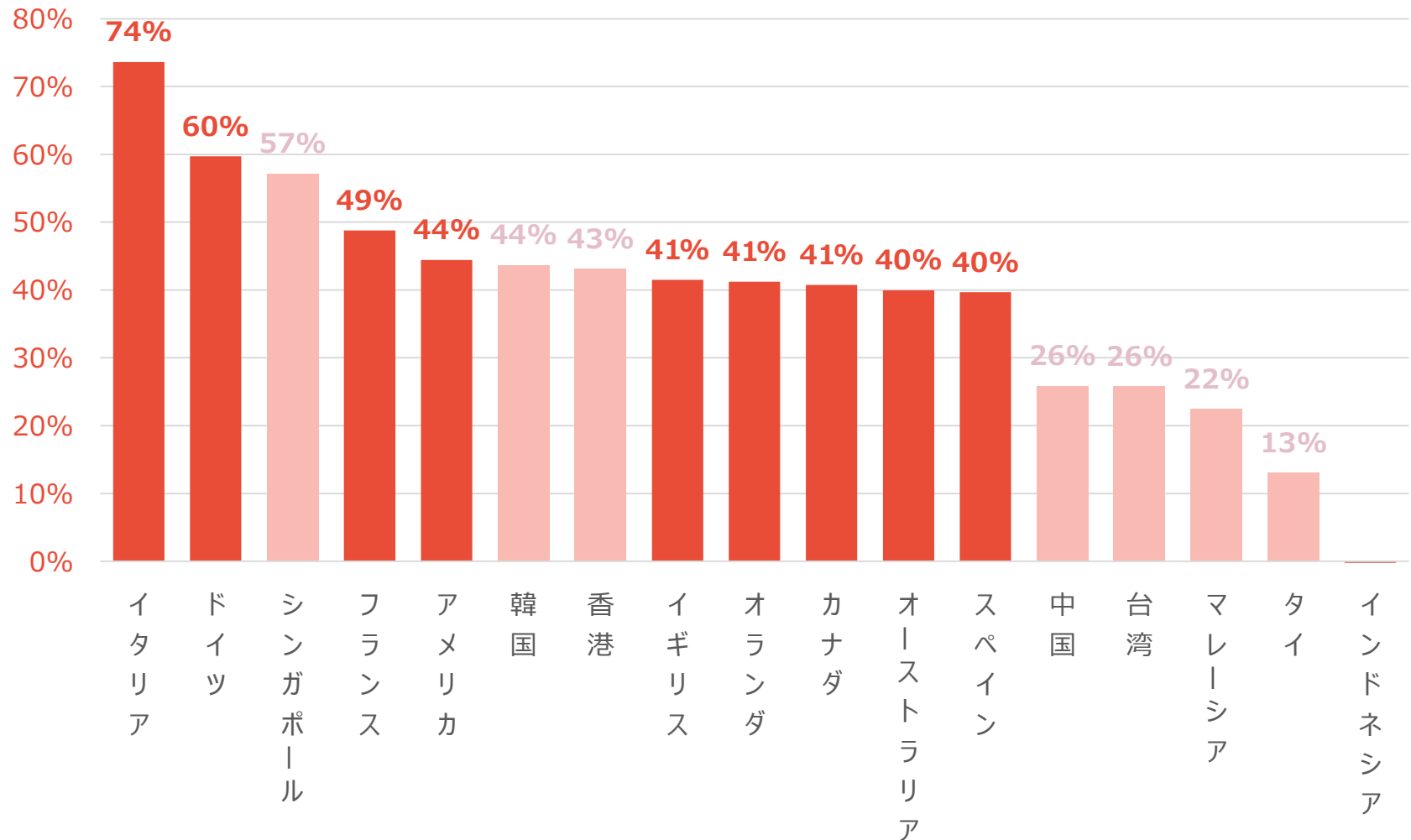


出所) 訪日外国人消費動向調査をもとに作成

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

初訪日が多い欧米系を中心に成長

宿泊客延べ人数の国・地域別前年比



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

欧米市場は、タイや中国と競合

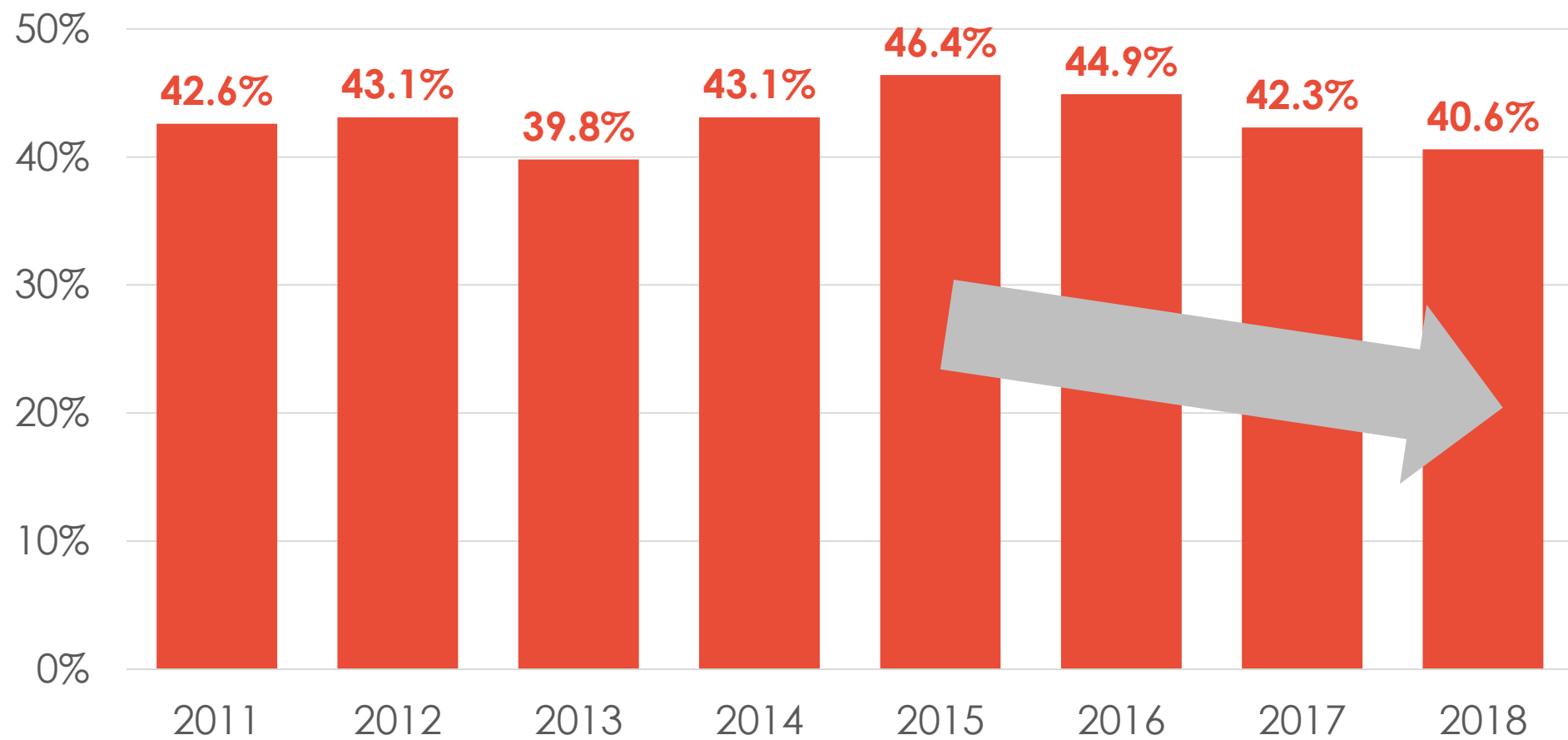
欧米系のアジア旅行訪問先構成比

	タイ	中国	インド ネシア	日本	ベト ナム	シンガ ポール	カンボ ジア	香港	マレー シア	韓国	フィリ ピン	台湾
イギリス	22%	14%	8%	7%	6%	11%	4%	10%	9%	3%	4%	1%
フランス	25%	18%	9%	9%	9%	6%	5%	6%	5%	3%	2%	2%
ドイツ	27%	20%	8%	6%	6%	11%	4%	5%	4%	4%	3%	2%
イタリア	23%	24%	7%	11%	5%	7%	3%	6%	4%	6%	2%	2%
スペイン	22%	20%	9%	12%	8%	6%	5%	6%	4%	3%	4%	1%
アメリカ	10%	24%	3%	13%	6%	5%	3%	9%	2%	9%	9%	6%
カナダ	9%	31%	4%	11%	5%	4%	3%	11%	3%	7%	7%	4%
オーストラリア	13%	11%	22%	7%	5%	17%	2%	7%	6%	3%	4%	1%

出所) JNTO「訪日旅行データハンドブック」(2018)における、UNWTOの2016年時点データをもとに集計

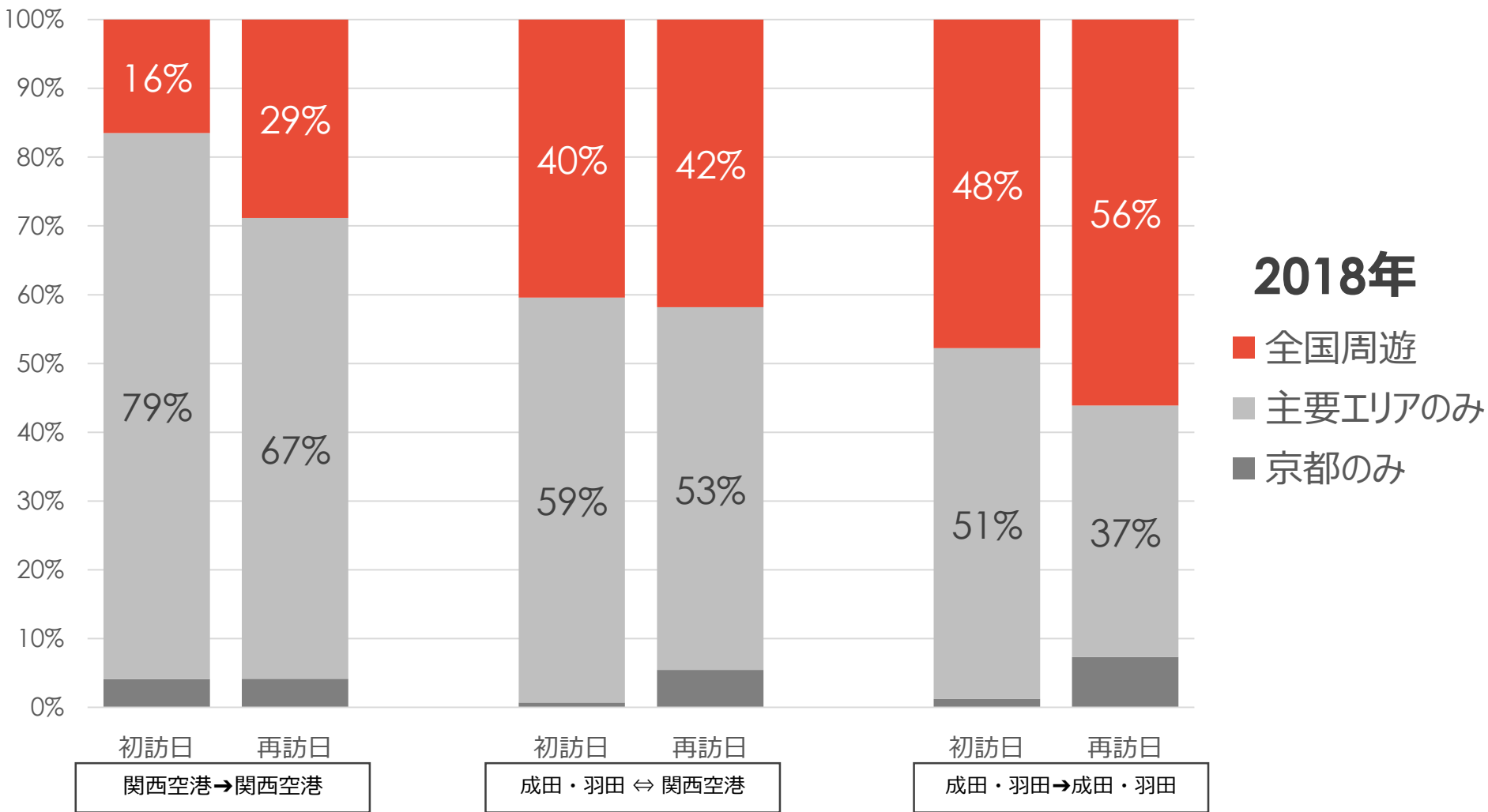
初訪日比率は減少トレンド

観光目的の訪日外国人に占める初訪日者の割合



出所) 訪日外国人消費動向調査をもとに作成

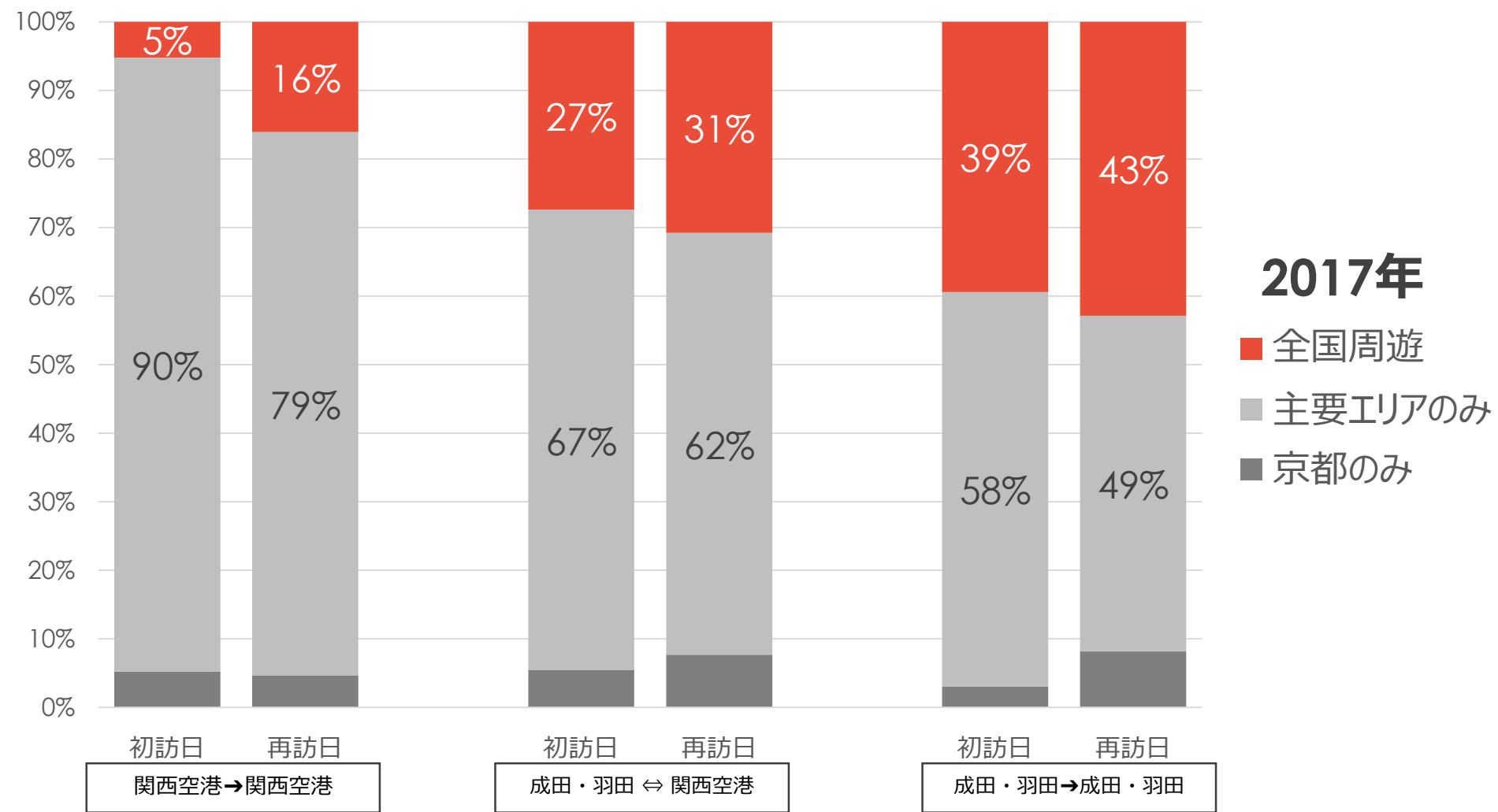
リピーターは全国周遊の傾向



主要エリア：ゴールデンルート上の観光地（東京、箱根・富士、京都、奈良、大阪、神戸、広島）

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

昨年と比較しても全国周遊が進む



主要エリア：ゴールデンルート上の観光地（東京、箱根・富士、京都、奈良、大阪、神戸、広島）

出所) 京都観光総合調査 (2017年) をもとに作成

訪日リピーター市場は、京都と国内他都市を比較

居住エリア別の「京都と比較検討した旅行先」の回答率

比較対象 ↓居住エリア	国内 他都市	アジア	欧州	北米	その他
	中国	9%	18%	15%	8%
香港	10%	10%	6%	3%	1%
台湾	25%	14%	4%	2%	1%
韓国	23%	9%	2%	1%	0%
東南アジア	10%	12%	8%	3%	10%
欧州	4%	11%	1%	3%	6%
米州	6%	11%	7%	2%	4%
豪州	5%	13%	2%	2%	3%
その他	3%	13%	7%	0%	0%

欧州と
東南アジアが
人気

リピーターが
多い市場であり
国内他都市との
差別化または
連携が必要

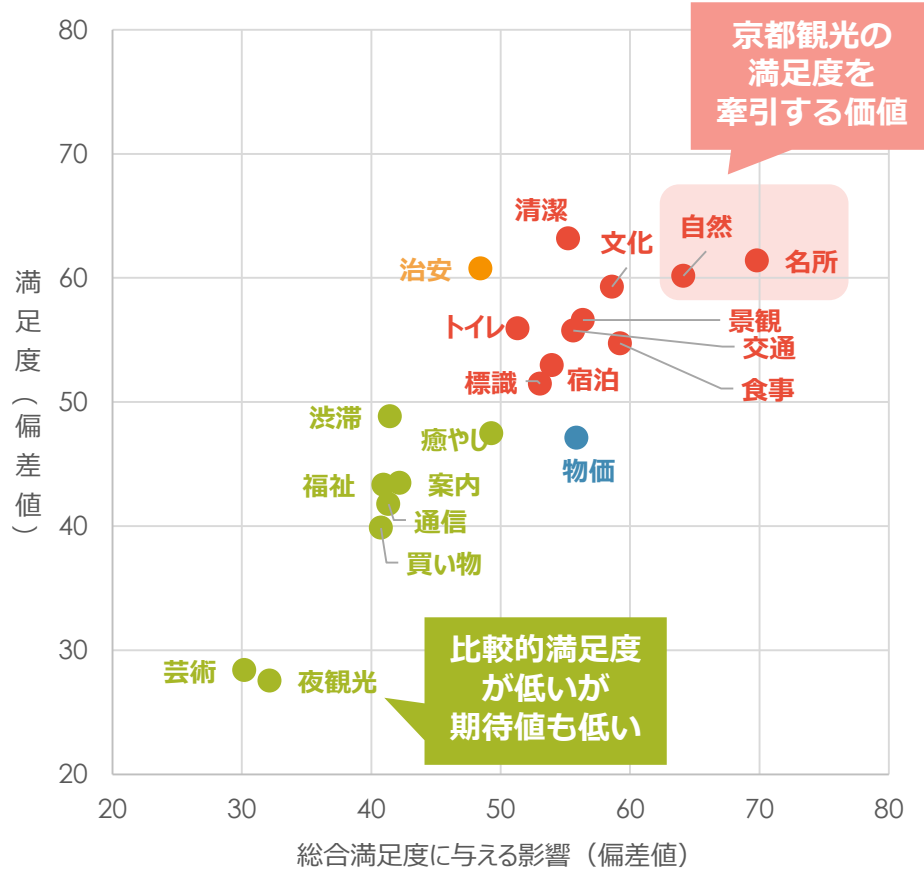
豪州も人気

比較的
競争環境は
緩やかであるが
アジアと
比較されやすい

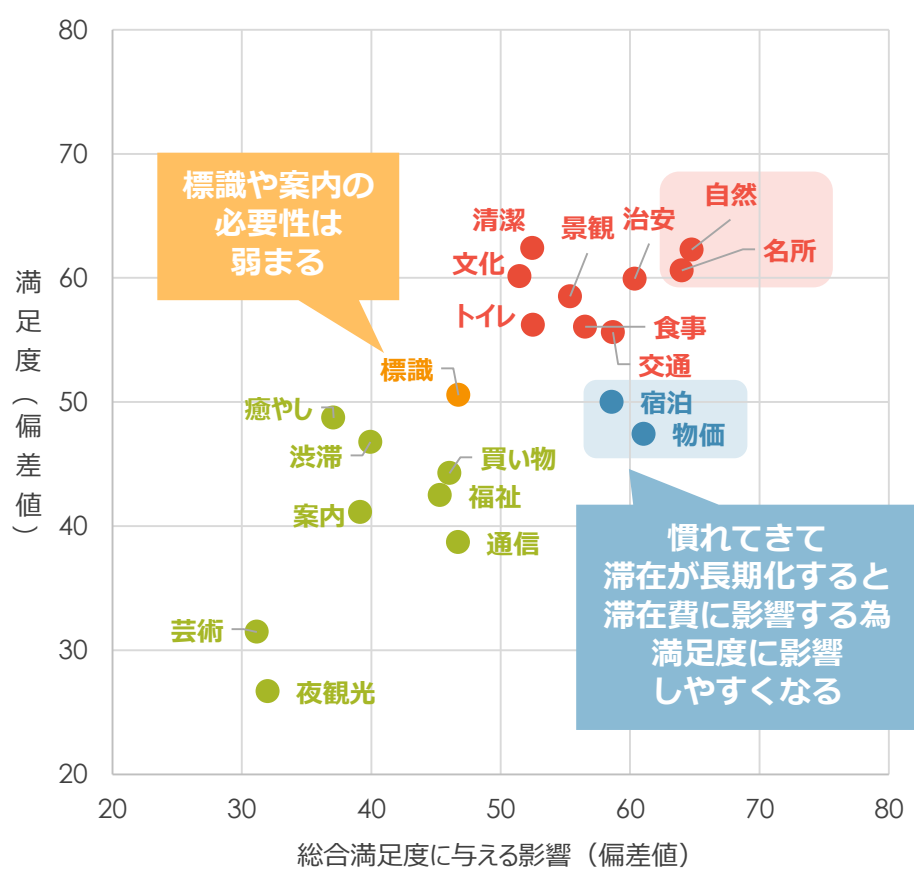
出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

リピーターは案内よりもコストメリットを重視

初入洛客の満足度構造



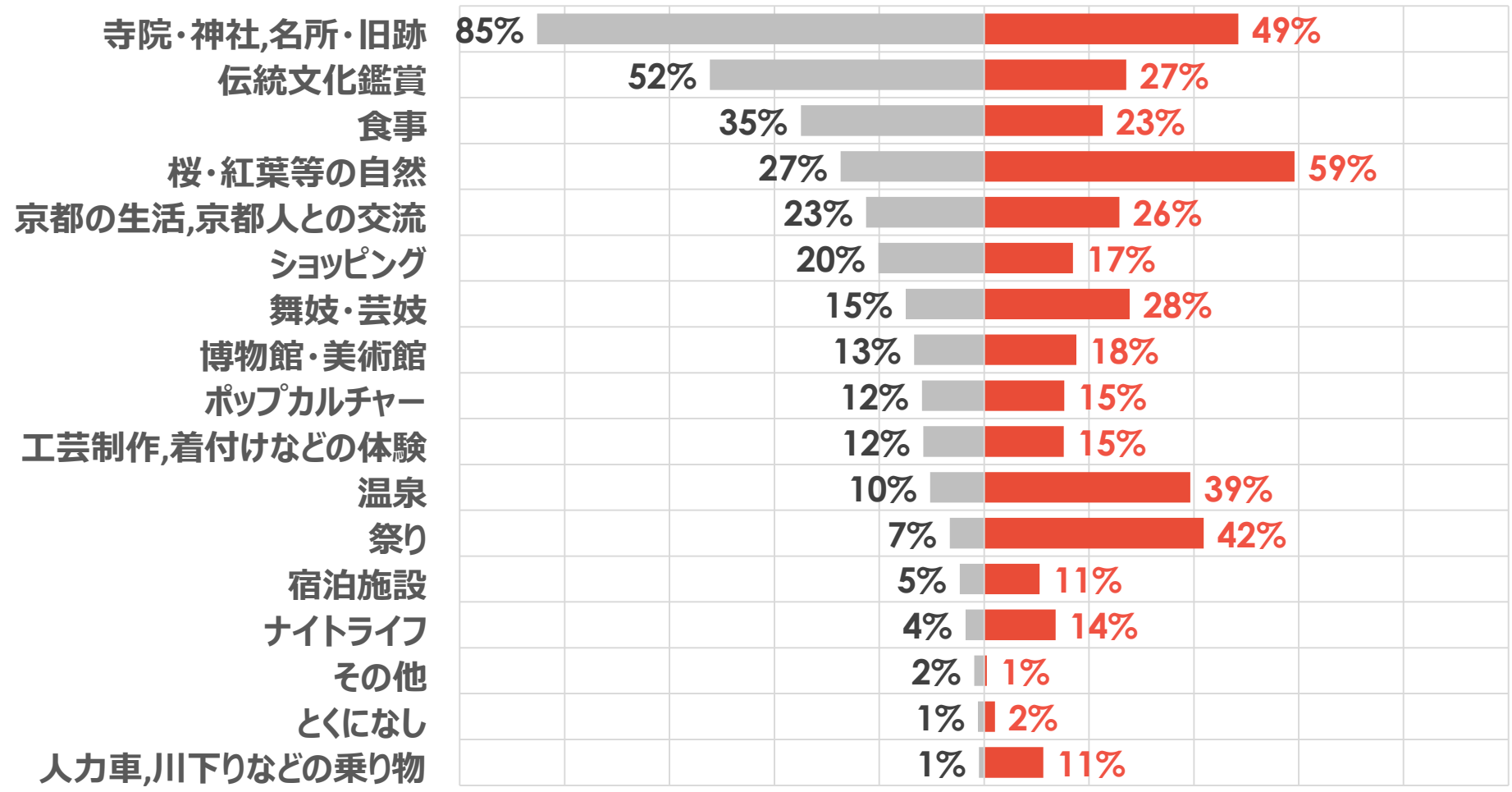
再入洛客の満足度構造



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

再訪時は「自然」「祭」「温泉」を希望

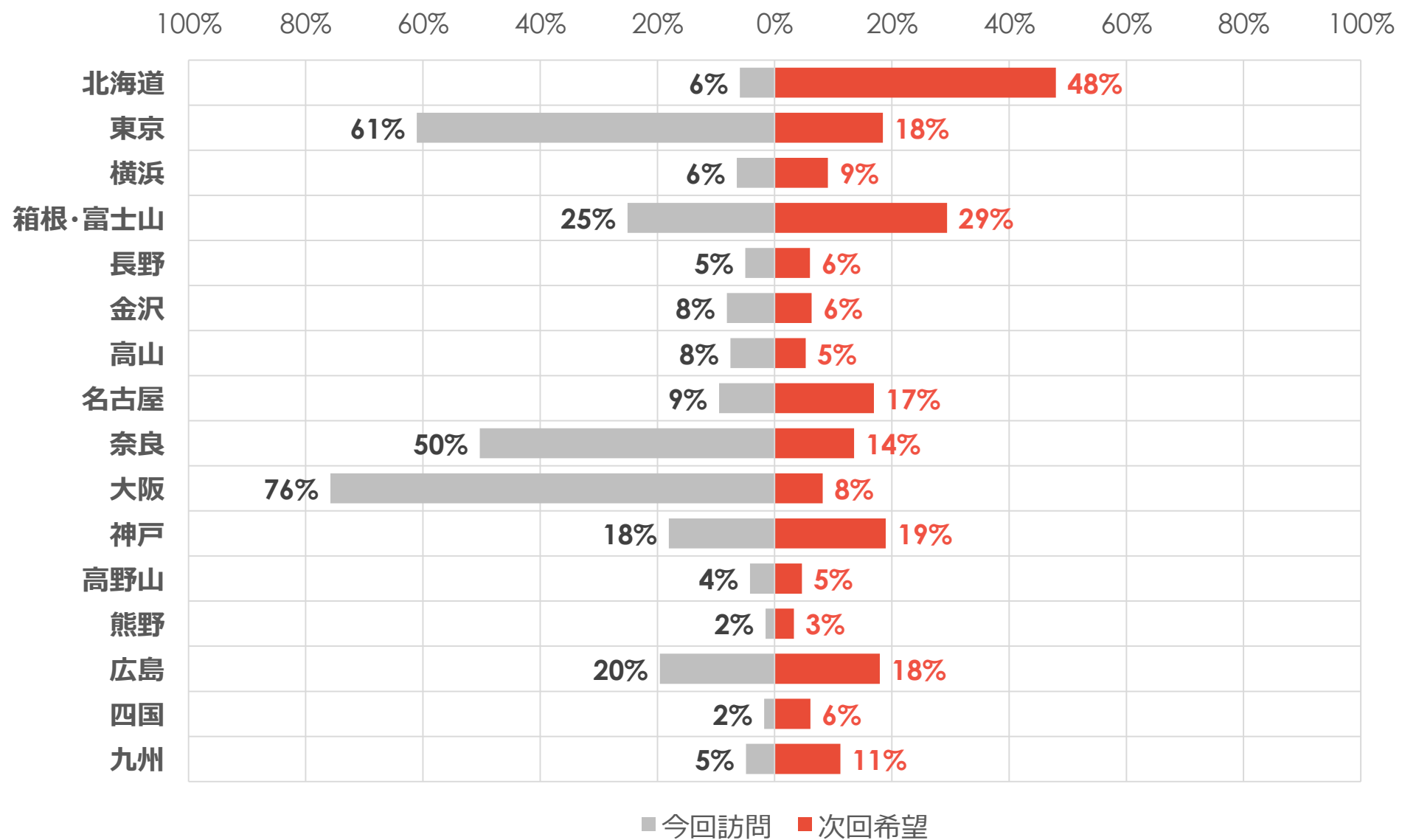
100% 80% 60% 40% 20% 0% 20% 40% 60% 80% 100%



■ 今回動機 ■ 次回希望

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

次回訪日時は北海道への訪問意向が強くなる



出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

リピーターによって市内周遊も促進

- 外国人リピーターの誘致によって周辺地域の訪問率も底上げされる
- 次回訪問先として選ばれている市外の観光地と連携も視野に

訪問地域	初入洛	2回目	3回以上	全体
祇園	40.8%	39.5%	38.5%	40.4%
嵐山・嵯峨野	30.0%	37.9%	39.2%	32.1%
錦市場	26.4%	30.9%	23.8%	26.8%
京都駅周辺	21.1%	25.0%	28.5%	22.2%
河原町・四条周辺	13.8%	13.7%	25.4%	14.5%
東山	10.5%	10.5%	13.1%	10.6%
鞍馬・貴船	1.6%	2.7%	5.4%	2.0%
北野・西陣	1.3%	2.0%	2.3%	1.5%
伏見	16.8%	18.0%	17.7%	16.8%
大原	0.2%	0.8%	0.8%	0.4%
京北・高雄	0.4%	1.2%	0.8%	0.5%
山科	1.1%	0.8%	0.8%	1.0%
宇治	5.1%	7.0%	10.8%	5.8%
大津	0.3%	0.8%	0.8%	0.5%
美山	1.3%	2.0%	0.0%	1.4%
亀岡	1.1%	3.5%	3.8%	1.8%

出所) 京都観光総合調査 (2018年) をもとに作成

公益社団法人 京都市観光協会
マーケティング課
DMO企画・マーケティング専門官
堀江 卓矢
TEL : 075-213-0070
Mail : marketing@kyokanko.or.jp