

知る、わかる、思いやる。

みんなで作る京都観光

市民、観光客、観光事業者・従事者、そして未来。

“四方よし”の持続可能な観光へ――



「持続可能な京都観光」を目指して—

京都は、千年を超える悠久の歴史の中で、文化芸術・自然・学問・食・産業・人々の暮らしなど、多様な魅力を磨き、高めながら継承・発展してきました。そんな京都の魅力に触れようと、毎年、多くの観光客が国内外からお越しになります。

観光は幅広い産業と関連し、京都の経済や雇用、地域固有の文化の継承やまちづくりに大きな役割を果たしています。一方で、一部観光地の混雑などの問題が市民生活に影響を及ぼしてきたのも事実です。

コロナ禍で京都観光はかつて経験したことのない危機的な状況となりました。その中で、これまでの取組を振り返るとともに、深く検討を重ね、今後、市民生活と調和した「持続可能な京都観光」を目指すという新たな方針を示しました。そして、こうした方針の下、京都市観光協会や宿泊、飲食、土産品、運輸等の観光関連業界25団体と京都市で一堂に会し、地域や社会の課題解決、誰一人取り残さないSDGsの達成にも貢献する新しい京都観光を目指すことを共同宣言するなど、観光関連事業者と一丸となって取組を推進しています。

さて、2023(令和5)年3月、機能強化した文化庁が京都に全面的に移転し、文化庁長官の下に「食文化推進本部」、「文化観光推進本部」が創設されました。観光は、文化によって成り立ち、文化への理解を深めることができるものです。そうした観光と文化の好循環を生み出すため、京都が果たす役割は重大です。

また、世界に目を向けると、分断や紛争、戦争などの厳しい現実があります。観光と文化の力によって多様性と包摂性を育み、世界中の人々の幸福と持続可能な社会を構築し、ひいては平和の維持に貢献していかなければなりません。

この冊子では、こうした京都観光の未来や京都が果たす役割を考えるため、観光がもたらす意義や効果、観光が一因となって起こる問題とその対策、今後の京都観光を目指す姿などを紹介しています。この冊子が皆さんとともに「持続可能な京都観光」を考えるための一助となることを願っています。



❖ CONTENTS

❖	1	京都観光の魅力	01
❖	2	京都観光の意義・効果	03
❖	3	数字で見る京都観光	07
❖	4	観光課題とその対策	11
❖	5	京都観光モラルの実践	17
❖	6	これからの京都観光	19



京都観光の魅力

「観光」の語源は、国の「光」を「観る」、「観せる」ことからきているといわれています。

千年の歴史に培われた文化芸術、自然、学問、食、ものづくり、人々の暮らし、その背景にある幅広い精神文化、宗教など。京都は、京都のまちにある「光」を大切に、市民のたゆまぬ努力によって今日まで受け継いできました。同時に、京都を訪れるさまざまな国や地域の人々をあたたかく迎え、交流し、多様な文化を受け入れることで、「光」を磨き上げながら発展してきました。

ここでは、京都観光の魅力である、代表的な京都の「光」を紹介します。

❖ 文化芸術

京都の文化芸術は、悠久の歴史の中で、外からの刺激も受け入れながら、新たな創造を繰り返し、重層的に蓄積されてきました。暮らしや生業^{なりわい}にかかわる文化を町衆が支えてきたまちであり、担い手の挑戦と努力はもとより、京都に暮らす人々の高い見識と誇りによって受け継がれています。茶道、華道、香道、武道などの伝統文化や、能、狂言などの伝統芸能、衣食住などの暮らしの文化、現代美術や映画、マンガ・アニメまで、幅広く多彩な文化芸術が今も花開いています。

2023(令和5)年3月には機能強化した文化庁が京都に移転しました。京都から先進的な取組が全国に発信されることで、日本の文化芸術の振興が一層進みます。



❖ 文化財

古くから宗教都市であった京都は、寺社建築や仏像などの仏教美術、庭園など、世界に例を見ない独自の文化が花開きました。同時に、教会や旧武徳殿^{きゅうぶとくでん}などの近代建築(モダン建築)が数多く現存しているのも京都の魅力といえます。

こうした京都には、世界遺産「古都京都の文化財」*や、国宝、重要文化財、市指定・登録文化財をはじめ、多くの貴重な有形・無形の文化遺産があります。

葵祭、祇園祭や時代祭、花街の文化、京の地蔵盆や京の年中行事なども暮らしの中に根付き、今も京都を彩っています。



市内にある重要文化財

1,898 件 全国の **14%**

市内にある国宝

216 件 全国の **19%**

(2022年4月時点)

※「古都京都の文化財(京都市、宇治市、大津市)」を構成する17の寺社城のうち、京都市内に14件が所在。

❖ 伝統産業

京都の伝統産業は、平安時代の政治、儀式に必要な用具や、権威を示すために必要な道具を創る^{きゅうていこうぎょう}宮廷工業などに技術的なルーツがあります。

京都で企画、生産される伝統産業品は「京もの」と呼ばれ、国内外から高い評価を受けてきました。

京料理や京菓子、京漬物、清酒などの京の食文化にまつわる伝統産業も、市民の暮らしの中で今日まで大切に育み、受け継がれています。

こうした繊細な技術は、京都の伝統文化を支え、生活のあらゆる場面に溶け込むだけでなく、現代の先端産業などにも活かされ、京都はもちろん日本の文化、産業の発展に欠かせない役割を果たしています。



市内にある伝統産業

74 品目

うち国指定品目

17 品目

全国の**7%**

(2022 年 11 月時点)

❖ 自然・景観

京都は山紫水明の都といわれ、京都盆地を取り囲む低くならかな三方の山並み、鴨川をはじめ市内を流れる川などの豊かな水辺空間、史跡・名勝や、寺社、京町家などの伝統的な建造物からなる風情ある町並みなどが、美しい景観を織り成しています。

京都の景観は、大都市であるにもかかわらず自然を身近に感じさせ、落ち着いた^{かも}霧囲気を醸し出し、人々に癒しや安らぎを与えています。

そして、市街地から少し足を運んだエリアには、花や緑、蜩が舞う清流、北山杉の山林や田畑などの美しい自然に恵まれた里山が広がります。穏やかな時間をゆったりと過ごせることも京都観光の魅力です。

京都市では、こうした美しい景観の保全・再生や、時代に応じた新たな価値を創造するため、6つの条例を制定^{*}し、新旧が融合した京都ならではの景観づくりに取り組んでいます。

※ 京都市眺望景観創生条例など



京都観光の意義・効果

観光は、人々の心や人生の豊かさを高めるとともに、京都のまちの発展を支え、市民の暮らしを豊かにします。

観光を通じて国内外の人々が京都に集い、交流することで、お互いの国や地域の文化や習慣に対する理解を深め、多様性を認め合う思いが育まれ、ひいては国際平和にもつながります。

人々の心や人生の豊かさを高める

遠方に出かけて名所や旧跡を巡るだけが観光ではなく、観劇やスポーツ観戦、イベントへの参加や、広い意味では、出張後の現地散策や近場への行楽なども観光といえます。

観光は、人々の生活に楽しみや喜び、感動を与えるだけでなく、気付きや学び、癒しや活力など、**さまざまな心の作用をもたらし、人生を豊かにします。**

暮らしや仕事を支える

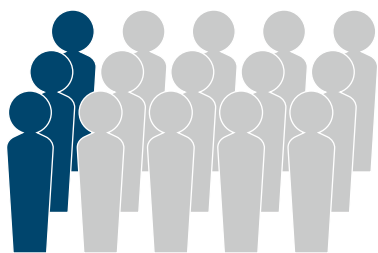
ホテルや旅館での宿泊や、飲食店での食事、電車・バスでの移動、土産品の購入など、観光客が市内のさまざまな場所で消費活動を行うことで、京都の経済が活性化します。

その効果は、食材を生産する農家、ホテルや旅館のシーツのクリーニング業、店舗の広告を制作する企業、伝統工芸品の職人といったさまざまな業種に波及するなど、**観光は幅広い産業と関わりを持つ「総合的な産業」**として、私たちの暮らしを支えています。

日本は現在、人口減少や少子高齢化の進行といった社会課題を抱えています。そうした中で、観光は、**京都経済に活力を与え、地域の雇用を支える**重要な役割を担っています。

■ 観光関連産業で働く人の数

15万3千人
京都で働く**5人に1人**に相当



注) 京都観光総合調査 (2019 年) などにに基づき推計

■ 京都の経済活動のうち観光産業が占める割合



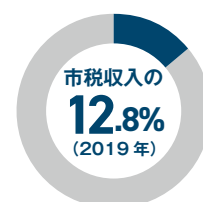
注) 京都観光総合調査 (2019 年) などにに基づき推計

京都市の
観光予算

13 億円
一般会計の **0.2%**
(2019 年度)

観光による
税収効果

390 億円



注) 観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の手法を参考に独自推計

❖ 文化の維持・継承を支える

観光客が伝統産業品をお土産として購入することや、文化体験をすすんで行うことは、私たちが日々の生活の中で忘れがちな**京都や日本の文化の素晴らしさに改めて気づき、大切にしようとするきっかけ**になります。

また、観光客が二条城や美術館などで支払う入場料や宿泊の際に納める宿泊税は、その施設の運営や維持・補修にも使われるなど、**住む人も訪れる人も京都の文化や文化財に身近に触れることができる環境づくり**にもつながっています。

■ 観覧者数・入場者数 (2019 年度)



元離宮二条城 **205**万人



京都市
京セラ美術館 **118**万人
※再整備工事前 2016 年度の数値



京都市動物園 **77**万人

❖ まちづくりを支える

市民だけでなく観光客の利用が増えることで、バスや鉄道の運行本数、飲食店や買い物スポットが充実するなど、観光客が訪れることは**住む人にとっての利便性の向上**にもつながります。

また、京都市では、観光客が納めた宿泊税を活用し、例えば電柱や電線を地中に埋める無電柱化など、**住む人も訪れる人も京都の美しい町並みや魅力を実感**できる取組を進めています。

■ 政令指定都市(20都市)における比較

飲食店数
9,153 事業所 **第4位** ※1

小売店数
13,756 事業所 **第3位** ※1

タクシー台数
8,045 台 **第3位** ※2



無電柱化事業



※1 出典) 経済センサス活動調査 (2016 年) ※2 出典) 大都市比較統計年表 (2019 年度)
注) 政令指定都市における人口千人当たりの数での比較

❖ 京都のブランドイメージの向上

京都市は、世界的に有名な米国の旅行雑誌「Travel+Leisure」（トラベル・アンド・レジャー）の読者アンケートで10年以上にわたりベスト10の人気観光地に選ばれるなど、世界から高い評価を受けています（2012(平成24)～2021(令和3)年、2023(令和5)年）。

京都の知名度やイメージが向上することで、留学生を含む多くの学生が京都に進学したり、他の都市からの移住や新しい企業の京都進出にもつながります。

例えば2003(平成15)年から毎年開催される京都学生祭典は、人口の約一割を学生が占める学生のまち・京都だからこそできる一大イベントです。

このように、観光を通して**人や企業から選ばれる、活気のあるまちに成長**していきます。



京都に進出したスタートアップ企業



京都市の人口のうち約15万人は大学生
1万4千人は留学生

❖ 相互理解・国際平和

観光を通じて国内外の人々が京都に集い、交流する中で、**お互いの国や地域の文化・習慣に対する理解を深め、多様性を認め合う**ことは、京都市の理念である「世界文化自由都市」の実現につながり、ひいては国際平和にも貢献します。



世界文化自由都市宣言（1978(昭和53)年10月15日）

都市は、理想を必要とする。その理想が世界の現状の正しい認識と自己の伝統の深い省察の上に立ち、市民がその実現に努力するならば、その都市は世界史に大きな役割を果たすであろう。われわれは、ここにわが京都を世界文化自由都市と宣言する。

世界文化自由都市とは、**全世界のひとびとが、人種、宗教、社会体制の相違を超えて、平和のうちに、ここに自由につどい、自由な文化交流を行う**都市をいうのである。

京都は、古い文化遺産と美しい自然景観を保持してきた千年の都であるが、今日においては、ただ過去の栄光のみを誇り、孤立して生きるべきではない。**広く世界と文化的に交わることによって、優れた文化を創造し続ける永久に新しい文化都市**でなければならない。われわれは、**京都を世界文化交流の中心にすえる**べきである。

もとより、理想の宣言はやさしく、その実行はむずかしい。われわれ市民は、ここに高い理想に向かって進み出ることを静かに決意して、これを誓うものである。

ここがポイント 宿泊税について

京都市では、市内のホテルや旅館などに宿泊する観光客に宿泊税の負担をお願いしています。

2019(令和元)年度の宿泊税は年間約42億円にのぼります。宿泊税は、道路や駅などのバリアフリー化、地下鉄の案内表示設備の更新やバスターミナルのミスト設置、観光客向けのマナー啓発、京町家や文化財の保全、市内の子どもたちの伝統文化体験などに活用しています。



駅などのバリアフリー化



バスターミナルのミスト設置

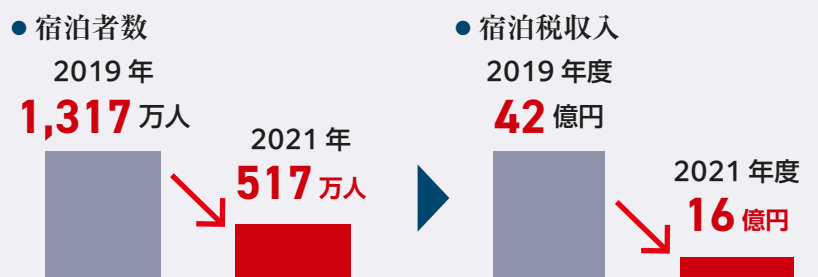


子どもたちの伝統文化体験

ここがポイント 新型コロナウイルス感染症による影響

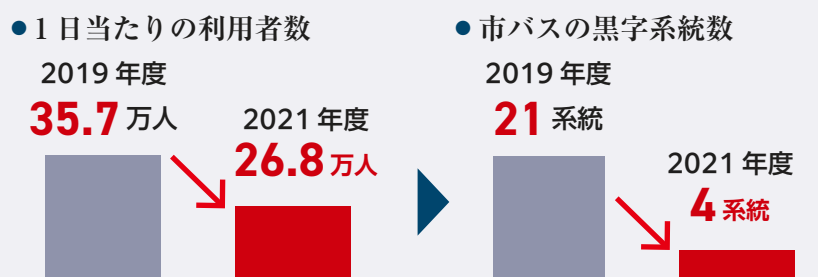
■ 宿泊税収入の減少

コロナ禍により観光客が激減。宿泊税収入も60%以上の減



■ 市バスの経営の深刻化

コロナ禍前は、21の黒字系統で63の赤字系統を支えてきたが、コロナ禍でこの構造が崩れる状況に



数字で見る京都観光

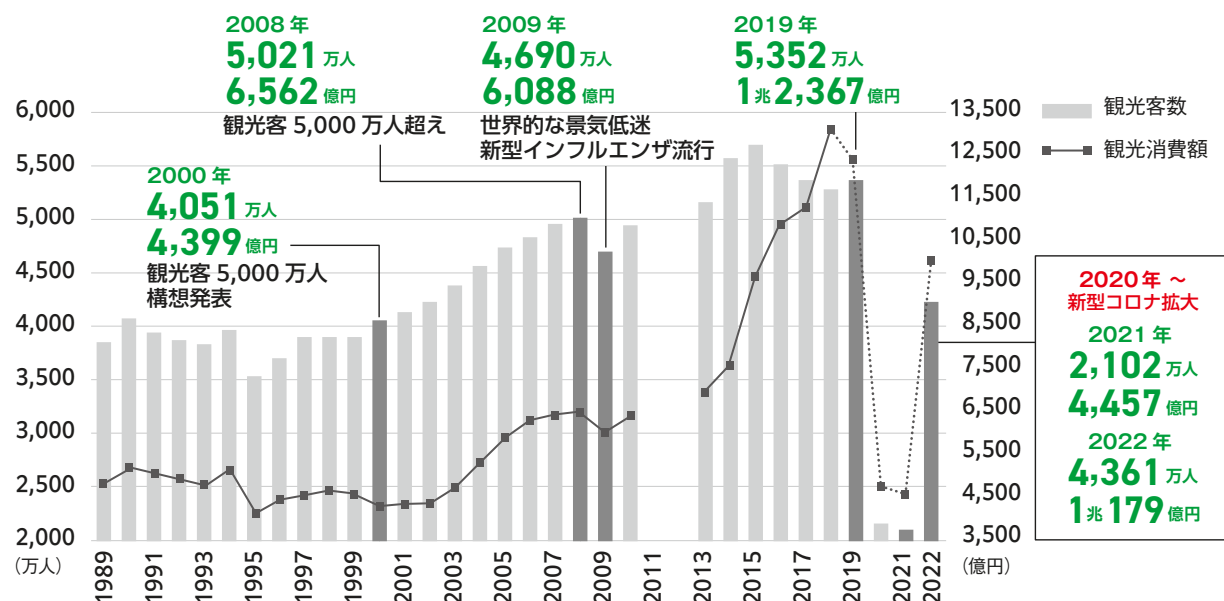
京都市では、1958(昭和33)年から60年以上の長きにわたり、観光客数や観光消費額、観光客の動向などを調査する「京都観光総合調査」を行っています。

※新型コロナウイルス感染症の影響を受ける以前の2019(令和元)年の数値を中心に紹介しています。

観光客数、観光消費額

- 2019(令和元)年の1年間の観光客数は**5,352万人**、観光消費額※は**1兆2,367億円**
- 2020(令和2)年以降は、コロナ禍の影響により観光客数、観光消費額共に大幅に減少
※京都市を訪れた観光客が市内で消費した総額。観光客数と観光消費額単価を掛け合わせて推計。

観光客数、観光消費額の推移



出典)観光客の動向等に係る調査(京都観光総合調査)

注) 2011、2012年は調査手法の変更により観光客数及び観光消費額を推計していない。

観光消費額の推移のうち点線箇所は、調査手法の変更などにより単純比較できない箇所を表す。

2020、2021年の観光客数及び2020～2022年の観光消費額については、コロナ禍の影響により国基準による推計を行えなかった。表記は京都市独自の推計値。

観光客数の内訳

	日本人	外国人	合計
日帰り	3,529 万人	506 万人	4,035 万人 (75%)
宿泊	937 万人	380 万人	1,317 万人 (25%)
合計	4,466 万人 (83%)	886 万人 (17%)	5,352 万人 (100%)

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

観光消費額の内訳

	日本人	外国人	合計
日帰り	3,901 億円	1,000 億円	4,901 億円 (40%)
宿泊	5,148 億円	2,318 億円	7,466 億円 (60%)
合計	9,049 億円 (73%)	3,318 億円 (27%)	1兆2,367 億円 (100%)

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

観光客の動向

- 一人当たりの観光消費額単価は、**買物代を中心に日本人より外国人の方が高い傾向**
- 土産物の購入状況では、日本人観光客は漬物や生ハツ橋、洋菓子が上位
外国人観光客は、菓子、洋服・かばん・靴、お茶、化粧品、食料品、工芸品が上位
- 外国人観光客の訪問先では、清水寺、二条城、伏見稲荷大社が上位

観光消費額単価

(円)	宿泊客		日帰り客	
	日本人	外国人	日本人	外国人
市内交通費	4,798	5,777	1,373	1,480
宿泊代	19,770	21,015	-	-
買物代	12,231	17,469	4,762	13,322
飲食費	13,585	10,884	3,380	3,134
入場料・拝観料	3,104	3,348	1,011	760
その他	1,482	2,498	528	1,070
合計	54,970	60,991	11,054	19,766

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

土産物の購入状況

日本人			外国人		
1 位	漬物	33%	菓子	45%	
2 位	生ハツ橋	29%	洋服・かばん・靴	38%	
3 位	洋菓子	22%	お茶	33%	
4 位	お守り お札など	18%	化粧品	31%	
5 位	その他の菓子	15%	食料品	31%	
6 位	餅類	14%	工芸品 (陶器など)	29%	
7 位	その他の食品	12%	雑貨 (キーホルダーなど)	28%	
8 位	ちりめんじゃこ	12%	薬・サプリメント	25%	
9 位	まんじゅう 饅頭	12%	日本酒	17%	
10 位	ハツ橋	11%	おもちゃ・ キャラクターグッズ	16%	

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

観光客の訪問先

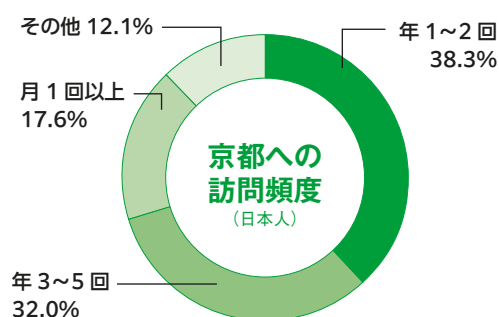
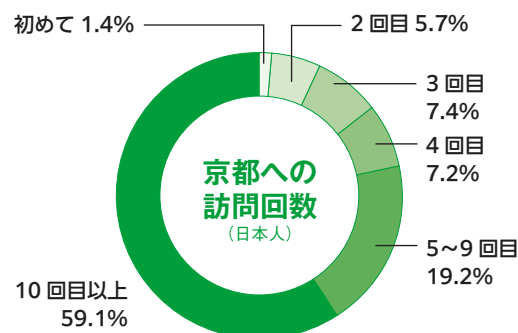
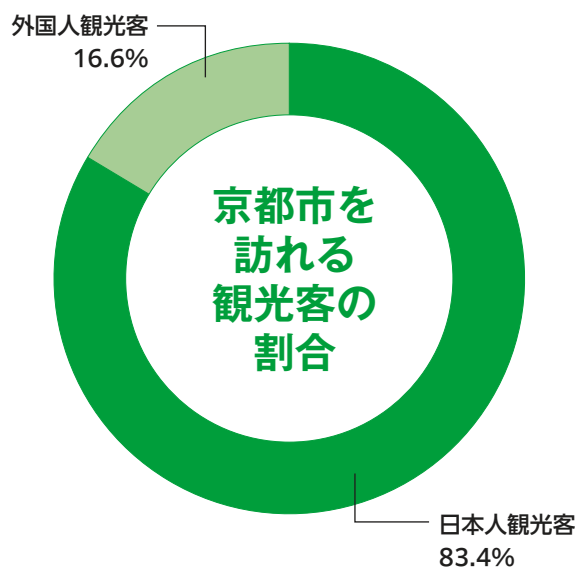
日本人			外国人		
1 位	清水・ 祇園周辺	54%	清水寺	67%	
2 位	京都駅周辺	46%	二条城	57%	
3 位	河原町三条・ 四条周辺	30%	伏見稲荷大社	52%	
4 位	嵯峨嵐山周辺	23%	金閣寺	47%	
5 位	二条城・壬生 周辺	16%	ギオンコーナー	30%	
6 位	きぬかけの路 周辺	16%	嵐山・嵯峨野	30%	
7 位	東山七条周辺	16%	祇園	29%	
8 位	伏見周辺	15%	八坂神社	27%	
9 位	岡崎・ 蹴上周辺	13%	京都御所	23%	
10 位	銀閣寺・哲学の 道・百万遍周辺	12%	銀閣寺	22%	

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

国内からの観光客

京都市を訪れる観光客のうち**日本人観光客が占める割合は83%**です。

このうち**大部分はリピーターの観光客**で、京都観光は日本人観光客のリピーターである「京都ファン」に支えられています。



出典) 京都観光総合調査 (2019年)

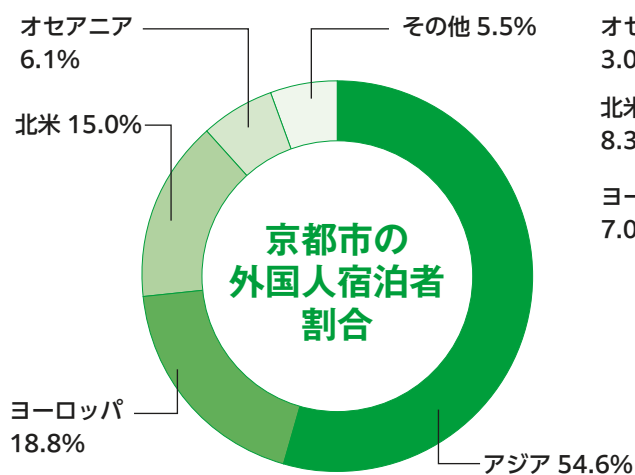
海外からの観光客

海外からの観光客は、旅行の日数が長く消費額も高いほか、季節や曜日に関係なく滞在する傾向にあるため、**一年を通じた観光関連産業の雇用の創出**につながります。

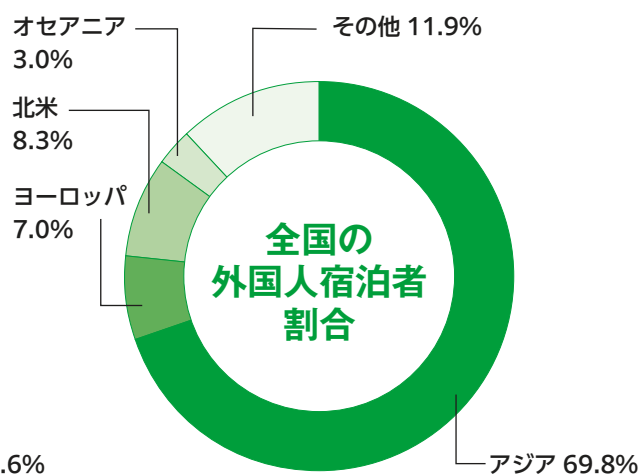
京都市の外国人宿泊者の割合は、全国と比べて欧米豪方面※の割合が高く（京都市約4割、全国約2割）、アジア圏の割合が低くなっています（京都市約5割、全国約7割。いずれも延べ人数）。

さまざまな国や地域の人々との交流が進むことで、お互いの文化や習慣への理解にもつながります。

※ヨーロッパ、北米、オセアニア圏



出典) 京都観光総合調査 (2019年)



出典) 宿泊旅行統計調査 (観光庁) (2019年)

❖ 宿泊観光

観光客数に占める宿泊者の割合は25%に対し、観光消費額に占める宿泊者の消費割合は60%と、**宿泊観光は京都の経済の活性化に大きく貢献**しています。

観光客も、宿泊して観光することで、京都の暮らしや生活文化をより深く感じることができるほか、朝や夜の混雑していない時間帯にじっくり観光したり、少し足を延ばして市内のさまざまなエリアの魅力を堪能することができます。



❖ 修学旅行

京都への修学旅行は、子どもたちが日本の歴史や文化を肌で感じることができる大切な機会です。

修学旅行をきっかけに京都の大学を受験する人や、大人になってから何度も京都に足を運ぶ人もいます。**修学旅行は「京都ファン」になる原点**といえます。

修学旅行生数

70 万人/年

全国の**2**人に1人以上が
高校を卒業するまでに
修学旅行で京都を訪問

出典) 京都観光総合調査 (2019 年)

❖ MICE[※]

国際連合（国連）などによる国際的な会議や、世界各国の科学者や医師などが集う学術会議などを誘致することは、**京都の観光振興、学術の振興やビジネス機会の創出、地域経済の活性化や市民の知見向上**につながります。

※ MICE (マイス)

企業などの会議 (Meeting)、企業などの行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会などが行う会議 (Convention)、展示会、イベント (Exhibition / Event) の頭文字。多くの集客や交流が見込まれるビジネスイベントの総称。



日本で最初の国立の会議施設 京都国際会館

国際会議の 開催件数

383 件/年^{※1}
2013年から6年で**2.2**倍

経済波及効果

235 億円^{※2}

※1 出典) 日本政府観光局 (JNTO) 国際会議統計 (2019 年)

※2 出典) 京都文化交流コンベンションビューロー
京都市における MICE 実態調査 (2019 年度)



ユニークベニュー (特別な会場) を活用したレセプション

観光課題とその対策

観光にはさまざまな意義や効果がある一方で、観光客が訪れることで発生する問題が市民生活に影響を及ぼすこともあります。

京都市及び京都市観光協会では、地域や事業者と共に、さまざまな観光課題対策に取り組んでいます。

混雑に関する課題

- ☐ 一部のエリアや日中の一部の時間帯、桜や紅葉の季節など一部の時期に観光客が集中
- ☐ 一部の路線や区間で市バスの車内が混雑
- ☐ 一部の観光スポット周辺で車の渋滞が発生

❖ 時期・時間・場所の3つの分散化

観光客が集中する時期・時間・場所の分散化を進めるため、夏や冬の閑散期への誘客キャンペーン、寺社の拝観や各種イベントなどの日中以外の時間帯（朝・夜）での実施や、事前予約・少人数制の導入、市内のさまざまな地域の魅力発信などに取り組んでいます。

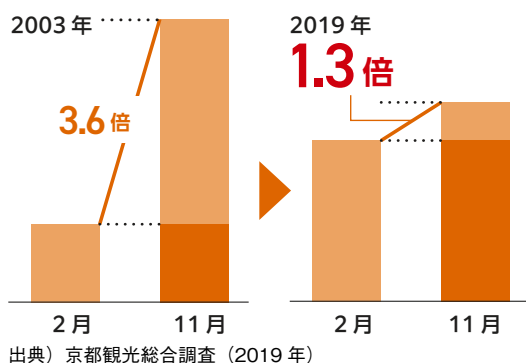
時期の分散化

夏と冬ならではの京都の魅力

桜や紅葉の季節など特定の時期の観光客の集中を緩和するため、夏と冬に積極的に誘客を行うことで、時期の分散化を図っています。季節を問わず観光客が訪れることは、観光関連産業の雇用の安定にもつながります。

例えば、毎年夏と冬の時期に、普段は公開されていない文化財を特別に鑑賞できるキャンペーンや、京都を代表する料亭やレストランなどのスペシャルメニューを特別価格で楽しめるキャンペーンなどを行っています。

■ 観光客の月別繁閑差



第48回 京の夏の旅
(2023年)



第57回 京の冬の旅
(2023年)



第14回 京都レストラン
ウィンタースペシャル
(2023年)

時間の分散化 朝・夜ならではの京都の魅力

日中に集中しがちな観光客の活動時間を分散化するため、早朝の寺社での座禅やヨガ体験、桜や紅葉の夜間ライトアップなど、朝と夜ならではの特別な体験の魅力発信に取り組んでいます。

時間の分散化を図ることで、観光客の満足度が向上するほか、朝と夜の活動に合わせて宿泊する観光客が増え、消費の拡大にもつながります。



場所の分散化 とっておきの京都の魅力

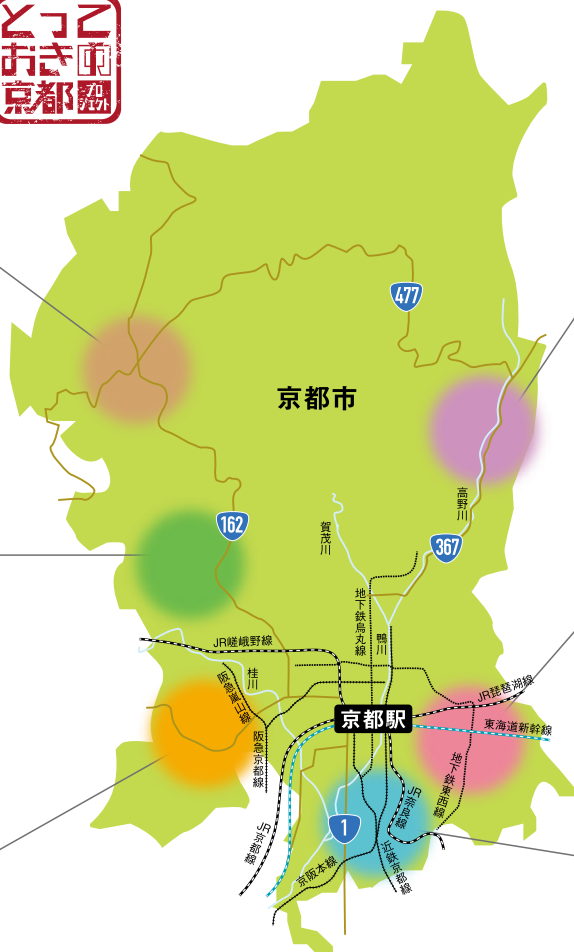
京都には、有名な観光スポット以外にも、市内のさまざまなエリアに隠れた魅力がいくつもあります。そうしたエリアに誘客することは、一部の観光スポットへの観光客の集中を緩和するほか、地域の活性化にもつながります。

場所の分散化を図る「とっておきの京都プロジェクト」では、伏見、大原、高雄、山科、西京、京北の6つのエリアに着目し、歴史、文化、自然などの知る人ぞ知る隠れた魅力や観光情報を発信しています。



京北

日常をはなれ豊かな自然をまるごと体験



大原

心落ち着く里山にひっそりとたたずむ古刹と名庭



高雄

三尾の山々とお寺にあふれる青もみじ



山科

疏水沿いの桜トンネルを歩いて寺社めぐり



西京

静寂に包まれた竹林と神社仏閣を彩る四季の花々



伏見

酒蔵が建ち並び水辺が美しい港町

場所の分散化

混雑を避けて楽しむアウトドア観光

コロナ禍を経て、混雑を避けゆったりと楽しめる自然やアクティビティへの関心が高まっています。

京都の豊かな自然や歴史、文化に触れながら京都の三山を散策できる「京都一周トレイル®」や、気軽に楽しめるサイクリングといったアウトドア観光の魅力発信に取り組んでいます。



❖ 混雑状況の見える化「京都観光快適度マップ」

京都駅周辺や市内中心部、嵯峨・嵐山などの主な観光スポットにおいて、**ライブカメラによるリアルタイム映像の配信**や、**ビッグデータを活用した観光快適度（混雑状況）の予測結果の発信**、混雑するエリア周辺の他の観光スポットの案内などを行い、観光客が混雑を避けた行動を取れるよう、混雑状況の見える化に取り組んでいます。

いまどれだけ
混雑してる??



リアルタイム映像の配信



〇月×日の
お昼頃はどのくらい
混雑しそう??



2ヵ月先までの観光快適度（混雑状況）予測

❖ 市バス車内の混雑対策

観光シーズンにおける臨時バスの運行のほか、観光客がキャリーケースなどの大型手荷物をバス車内に持ち込まないよう、手荷物預かりや配送サービスの利用をすすめる「**手ぶら観光**」の促進などに取り組んでいます。

また、鉄道を使った方が早く快適に移動できる場合でも、市バスだけで移動しようとする観光客も多いため、「**バス1日券**」を廃止するとともに、観光シーズンにおける**市バスから地下鉄への無料振替を充実**させるなど、市バスから地下鉄をはじめとする鉄道に誘導する取組を進めています。



臨時バスの運行（楽洛ライン）

❖ 京都駅一極集中の緩和



人流が突出して多い京都駅周辺
資料) KDDI × コロプラ LocationTrends

京都の玄関口・京都駅は、乗降客が突出して多い主要ターミナルです。観光客が京都駅に集中することは、そこから出発する市バス車内の混雑などにもつながります。

このため、**サブゲート※を活用したおすすめルート**のPRなど、観光客が京都駅に集中することを緩和する取組を進めています。

※JR山科駅・東福寺駅、地下鉄の各駅など、主要ターミナルにおける乗降や交通手段の接続などの機能を補助する隣接駅。

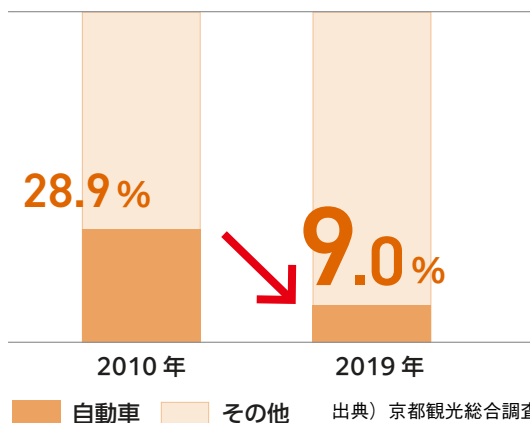
❖ 自動車の流入抑制など 人と公共交通優先のまちづくり

京都市では、例えば四条通（烏丸通～川端通区間）の車線数を減らして歩道幅を広げる歩道拡幅事業を行うなど、**人と公共交通優先のまちづくり**を進めています。

観光シーズンには、嵐山や東山地域において車両通行止め、一方通行規制などの交通規制や、パークアンドライド※の利用促進などにも取り組んでいます。

※車を駅やバス停周辺の駐車場に駐車し、鉄道や市バスなどに乗り換えて目的地に向かう、車の流入抑制につながる移動方法。

自動車で京都市を訪れた観光客の割合



観光マナーに関する課題

- ☐ 食べ歩きやごみのポイ捨て、横に広がっての歩行など、地域ごとにさまざまな観光マナーの問題が発生
- ☐ 文化や生活習慣の違いなどから、外国人観光客による観光マナーの問題も

❖ 旅マエから旅ナカでの観光マナーの周知

旅マエの周知としては、首都圏での啓発動画の放映や、京都観光の多言語公式ホームページ、Twitter・Weibo※など各国で人気の SNS などを活用し、**旅行に出発する前の早い段階から観光マナーの呼びかけ**を行っています。

旅ナカの周知としては、空港や市内の駅構内、宿泊施設の客室など、**観光客が旅行中に目にするさまざまな場所**で**観光マナーの呼びかけ**を行っています。

地域団体とも連携し、地域ごとに抱えるマナー問題の対策にも取り組んでいます。

※ Weibo（ウェイボー）中国最大の SNS サービス



中国向け SNS、Weibo による
観光マナーの呼びかけ

ここがポイント 外国人観光客による観光マナーの問題

外国人観光客による観光マナーの問題は、**日本や京都の文化や習慣をそもそも知らない**ことで起こる場合があります。

京都らしい石畳の続く通りを見て、歩行者天国と勘違いし、車道いっぱい^{いぬやらい}に広がって通行するケースや、犬矢来^{いぬやらい}をベンチと思い腰かけて破損してしまうケースもあります。

各国の文化や習慣の違いをお互いに理解し、そもそもなぜ観光マナーの問題が起こるのか、どうすれば観光マナーをうまく伝えられるのかを考えることが大切です。

観光マナーの問題の例	知らなかった方の割合 (%)							
	中国	台湾	アメリカ	韓国	オーストラリア	香港	フランス	イギリス
道路に立ち止まっての写真撮影	70	64	63	44	70	50	52	69
車道いっぱい ^{いぬやらい} に広がっての通行	23	14	28	11	35	8	10	15
立ち止まり、座り込みなど 集団での滞留	29	23	28	0	43	42	33	31
食べ歩き	28	23	28	33	35	42	29	46
路上喫煙	12	7	15	11	26	8	0	31
私有地への侵入	14	2	2	0	4	0	0	0
犬矢来 ^{いぬやらい} 、提灯、のれんなどの 私有物に勝手に触れる・破損する	12	5	13	22	4	17	14	8
舞妓さんへの許可のない写真撮影	40	23	61	44	52	42	57	77



京町家ならではの意匠
犬矢来

祇園町南側地区における観光マナーに関する
アンケート（国土交通省）（2019 年調査）

宿泊施設に関する課題

- コロナ禍以前、客室数が増加する一方で、宿泊施設の質の向上が課題に
- 違法・不適正な民泊対策や、宿泊施設のさらなる魅力向上が必要

民泊に関する取組

2016(平成28)年に全国に先駆けて**民泊通報・相談窓口**を設置。無許可営業疑いの民泊に関する通報や苦情、相談などの対応を行っています。

また、**民泊の運営に関する日本一厳しい条例**※を定めるなど、民泊の運営と市民生活との調和が図られるよう取り組んでいます。

※民泊施設(届出住宅)において「住居専用地域は1月15日正午～3月16日正午のみ営業を認める。」「10分以内に到着できる場所(800m)に管理者を常駐させなければならない。」など

無許可営業疑いの民泊施設への指導



出典) 京都市民泊ポータルサイト
(2022年11月末時点)

宿泊施設のさらなる魅力向上

ホテルや旅館における、伝統産業品や地元の食材、木材などの積極的な活用や、地域の行事や防災活動への参加など、**宿泊施設が地場産業や地域の活性化に貢献**するよう取組を促しています。



ここがポイント

観光関連産業の担い手の活躍

観光関連産業で働く人は、京都や日本の文化を第一線で観光客に伝え、時には多言語でおもてなしを行う大切な役割を担っています。

京都市及び京都市観光協会では、宿泊業をはじめ観光関連産業の担い手が誇りをもって活躍できるよう、就労環境の調査や接遇研修、観光業界への就職促進など、さまざまな取組を進めています。



京都観光オンラインアカデミー
(京都市観光協会ホームページ)

京都観光モラルの実践



京都観光モラル

京都が京都であり続けるために
皆様と大切にしていきたいこと

京都市及び京都市観光協会では、京都が魅力的なまちであり続けることと、観光客が京都を楽しむことを両立し、京都の魅力を将来に引き継いでいくために、2020(令和2)年11月、**観光客、観光関連事業者や従事者、市民**といった**京都観光に関わる全ての皆さんと共に大切にしていきたいこと**を取りまとめた「**京都観光行動基準（京都観光モラル）**」を策定しました。

そして、その行動に努めることを観光関連業界 25 団体らと共同で宣言するなど、**皆さんと共に「京都観光モラル」を実践できるよう取組の輪の拡大**を図っています。

観光客の皆さんによる実践の例

地域を思いやる

楽しい旅行中も、そこに暮らす人がいることを忘れない。横に広がって歩かない、大声で騒がない、ゴミのポイ捨てをしないなど、地域のマナーやルールを守って観光する。

市民と観光客がお互い快適にバスや電車を利用できるよう、キャリーバッグなどの大きな手荷物を預けて手ぶらで観光。



環境や文化を大切に

エコの意識が低くなりがちな旅先でも、エコバッグやマイボトルを忘れない。

お土産品は地域ならではの産品を選び、京都の魅力を存分に楽しむ。

お店の人などとの交流を通して地域の文化にふれることで、京都をもっと深く知る。



観光関連事業者や従事者の皆さんによる実践の例

景観や環境への配慮、地域との調和

リサイクルや省エネなど環境に配慮した取組や、周囲の景観と調和した店構えを意識する。

町内活動に参加するなど、地域に貢献する。

観光客に対して、地域のルールや習慣を伝えていく。

京都ならではの質の高いサービス

地元の特産品や工芸品を活用したサービスを心がける。京都の習わしや文化を学び、おもてなしに活かす。

観光客それぞれの文化や生活習慣を理解し、サービス・商品の質を高める。



京都市及び京都市観光協会では、日ごろ観光客と接する機会が多い事業者が京都観光モラルの実践を宣言する「京都観光モラル推進宣言事業者」の拡大を図っています。

市民の皆さんによる実践の例

■ 京都の歴史や文化を好きになる

寺院・神社や美術館・博物館などを巡って、京都の歴史や文化を再発見。京都の魅力を楽しみ、京都をもっと好きになる。



■ 地域の暮らし、景観や環境を大切に 観光客にもあたたかく

町内会や地蔵盆などへの参加や、門掃き・打ち水をするなど、地域の暮らし、環境や景観を大切にする。
道に迷っている人に親切に対応するなど、観光客をあたたかくお迎えする。

■ 京都市市民憲章

京都市市民憲章は、京都を美しく豊かにするために市民が守るべき規範として、1956(昭和31)年に市民の手によって制定されました。以来、60年以上にわたり、市民一人ひとりの行動や活動のよりどころとして、大切な役割を果たしています。

「京都観光モラル」では、市民の皆さんに、改めてこの市民憲章の趣旨に沿った取組を呼びかけています。

京都市市民憲章

(1956(昭和31)年5月3日制定)

- 1 わたくしたち京都市民は、美しいまちをきずきましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、清潔な環境をつくりましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、良い風習をそだてましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、文化財の愛護につとめましょう。
- 1 わたくしたち京都市民は、旅行者をあたたかくむかえましょう。

ここがポイント

観光・文化京都宣言

2019(令和元)年12月、国連世界観光機関(UNWTO)と国連教育科学文化機関(UNESCO(ユネスコ))が共同開催する、観光と文化を議論する国際会議「**国連 観光・文化京都会議**」が京都市で開催され、京都市長から、観光と文化の理想的な関係を築く「**京都モデル**」※をテーマに特別講演を行いました。



この「京都モデル」が世界から高く評価され、今後の観光と文化に関する取組指針となる会議の成果文書「**観光・文化京都宣言**」の中に、「**『京都モデル』の活用の推進**」や、京都市長から提案した「**観光に関わる者の倫理意識を更に高めていくための行動規範の必要性**」などが盛り込まれました。

「京都観光モラル」は、この成果文書に掲げる行動規範に当たる理念です。

※ 観光は、文化と地域社会の継承・発展に向けて、好循環を生み出すプロモーター(促進する役割)となるべき存在で、この好循環を生み出すために、行政は、観光課題への対策や、担い手の育成などの下支えを行う。

これからの京都観光

市民、観光客、観光事業者・従事者、そして未来。“四方よし”の持続可能な観光へ

人口減少、少子高齢化の進行、地域コミュニティの衰退や文化の担い手不足、地球温暖化など、さまざまな課題が、京都のまちの「光」を支えてきた人々の暮らしに影響を及ぼしています。

また、観光課題の発生は、市民の観光に対する懸念にもつながります。

こうした背景を踏まえ、これからの京都観光は、**市民生活との調和の下、市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決、SDGsの達成に貢献し、感染症や災害などのさまざまな危機や環境問題に対応していく「持続可能な観光」**を目指しています。

❖ 誰もが満足できる好循環へ

持続可能な観光を実現するためには、「京都観光モラル」の実践などを通して、**京都観光に関わる三者の満足度を高め**、それにより京都観光の魅力がさらに高まり、将来にわたって京都が発展し続ける**好循環を生み出す**必要があります。



三者の満足度・意識

京都観光に
関わる皆さんの
満足度などを調査

京都市及び京都市観光協会では、観光客、観光関連事業者や従事者、市民を対象に毎年意識調査を行い、京都観光を取り巻く現状の把握を行っています。

三者が満足できる「持続可能な観光」を実現するため、**これらの調査の結果がより良いものとなるよう**取組を進めています。

観光客の満足度・意識

日本人

- 京都観光に満足した **95.2%**
- 観光時に残念なことがあった **36.6%**
主な意見：人が多い、混雑 **11.9%**、一部観光客のマナー **9.4%**、公共交通機関が複雑 **8.7%**
- 訪問先の地域の生活を守りながら観光をしたい **50.1%**
- 文化や文化財の維持に貢献したい **43.2%**

出典) 観光客の動向等に係る調査(2022年)

外国人

- 京都観光に満足した **97.6%**
- 観光時に残念なことがあった **16.3%**
主な意見：公共交通機関が複雑 **16.9%**、時間が足りない **16.5%**、多言語案内が少ない **12.6%**

出典) 京都観光総合調査(2019年)

観光関連事業者や従事者の満足度・意識

事業者

- 地域との調和につながる行動を積極的に取り組んでいる **59.9%**
- 自社の活動が京都の文化の維持・継承などに寄与してきたと思う **81.3%**
- 景観や環境に配慮した行動に積極的に取り組んでいる **54.5%**

出典) 京都観光事業者実態調査(2022年)

従事者

- 観光関連の仕事の満足度 **65.9%**

出典) 京都観光従事者実態調査(2022年)

市民の満足度・意識

- 京都市の発展に観光が重要な役割を果たしていると思う **72.9%**
- 京都市が観光に関して評価されることを誇りに感じる **67.4%**
- 観光によってまちが活性化すると思う **69.3%**
- 一部観光地やその周辺などの混雑を経験して迷惑した **60.4%**
- 路線バスや地下鉄などの公共交通機関が混雑して迷惑した **58.3%**
- 観光客のマナー違反を経験して迷惑した **38.5%**

出典) 京都観光に関する市民意識調査(2022年)

魅力ある京都を未来に引き継ぎ、誰もが満足できる
「持続可能な観光」を実現するために、一人一人が「京都観光モラル」を実践。
皆さんも、できることからはじめてみませんか。

❖ 京都観光 Navi

京都観光公式ホームページ。市内のイベント情報や旬の情報、開花状況や紅葉の色づき情報など、市内散策の便利な情報を紹介しています。

「京都観光快適度マップ」や「京都観光モラル」の特設ページにもアクセスできます。



ホームページ <https://ja.kyoto.travel/>

京都観光 Navi はこちら



❖ 京都観光振興計画 2025

今後の京都観光の方向性を示した京都市の分野別計画。

京都市の観光政策についてさらに詳しく紹介しています。

ホームページ <https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000283682.html>

京都観光振興計画 2025 はこちら



❖ 京都観光に関する各種統計

京都観光総合調査（観光客の動向等に係る調査）、市民向けの意識調査、観光関連事業者や従事者向けの実態調査といった京都観光に関する各種統計を紹介しています。

ホームページ <https://www.city.kyoto.lg.jp/menu2/category/22-25-2-0-0-0-0-0-0-0.html>

京都観光に関する各種統計 はこちら



知る、わかる、思いやる。みんなでつくる京都観光

2023（令和5）年8月 京都市印刷物第053085号

発行 京都市産業観光局観光 MICE 推進室

公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）