

京都府下の観光政策

2022.6.4

同志社大学政策学部

田中宏樹

E-MAIL HITANAKA@MAIL.DOSHISHA.AC.JP

WEBSITE [HTTP://WWW.CAM.HI-HO.NE.JP/THIROKI/](http://www.cam.hi-ho.ne.jp/thiroki/)



2



出所：<https://www.tabikobo.com/tabi-pocket/japan/kyoto/article43303.html>

京都観光の現状

- 府内の観光入込客数（R1 8,791万人（過去最高）
→R2 1,626万人 ▲-81.5%）
（京都府商工労働観光部調べ）
- 観光需要は蒸発するも、自然災害とは異なり、
設備やライフラインの損傷は軽微なため、やがては
コロナ前への復帰も期待されるどころ



出所：<https://www.pref.kyoto.jp/link.html>

3 本日本話したいこと

< 項目 >

- 京都にとっての観光産業とは
- 府の観光政策－「もうひとつの京都」
- 府の観光政策の今後の方向性
- 京都府下の観光振興に向けての私見

< 問題意識と結論 >

- 京都＝京（京都市内）ではない、**山城、丹波、丹後、京**の集合体
- 観光における府市連携は、実効性の面で、多くは期待できない（**特性と課題のかい離**）
- 潜行する地域資源の掘り起こしで**自走できる観光**につなげられるかがポイント

4

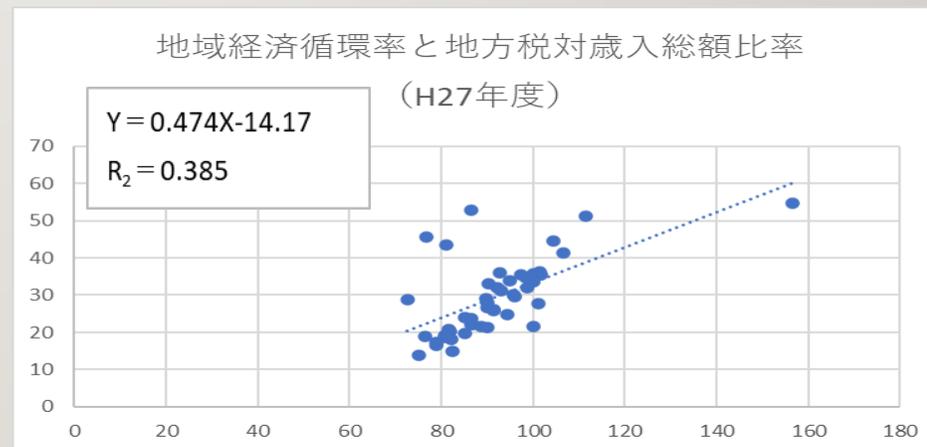
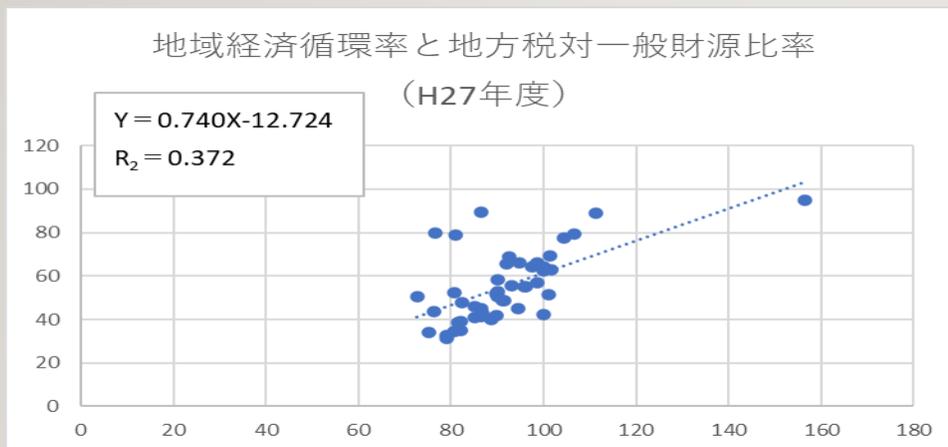
京都にとっての観光

一産業としての実態



5 地域産業と地方財政との関わり

- 地域経済の自立度を示す地域経済循環率（生産/分配）と地方財政の自立度を示す地方税対一般財源比率（対歳入総額比率）の間には、正の相関（ $n=47$ ）
- 経済の自立度（他地域から流入する所得への依存度）と財政の自立度の連動性が確認される
- 地域人口に制約を受けない外需型産業である観光業の発展は、地域経済の強み

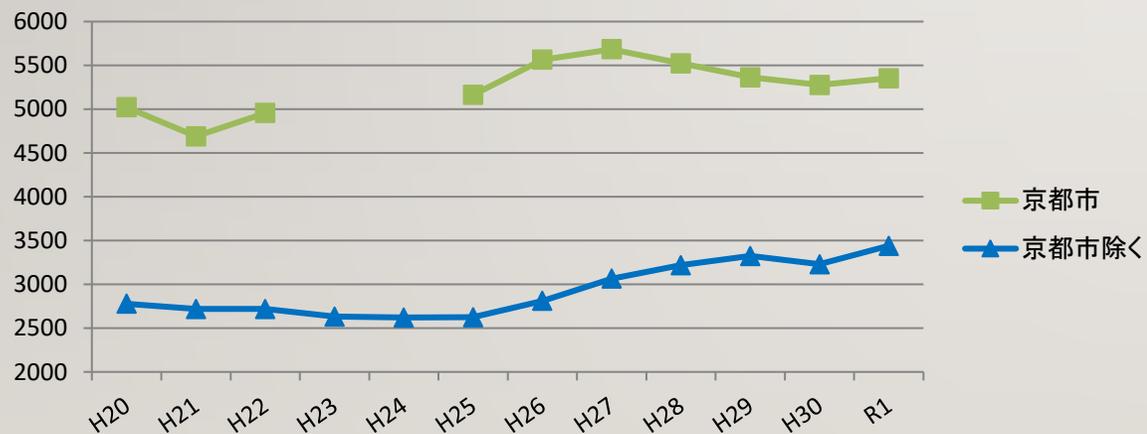


資料：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所受託作成）
総務省「都道府県決算状況調」「市町村別決算状況調」

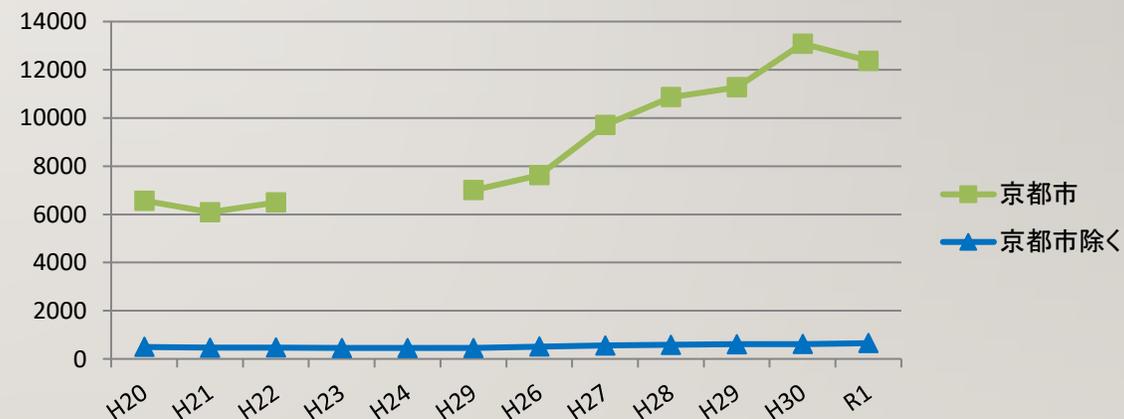
6 京都観光の現状

- 府市の観光入込客数および観光消費額の推移→京都市への集中
- 京都市の観光産業における域際収支（純移輸出額）はプラスが予想

観光入込客数の推移(万人)



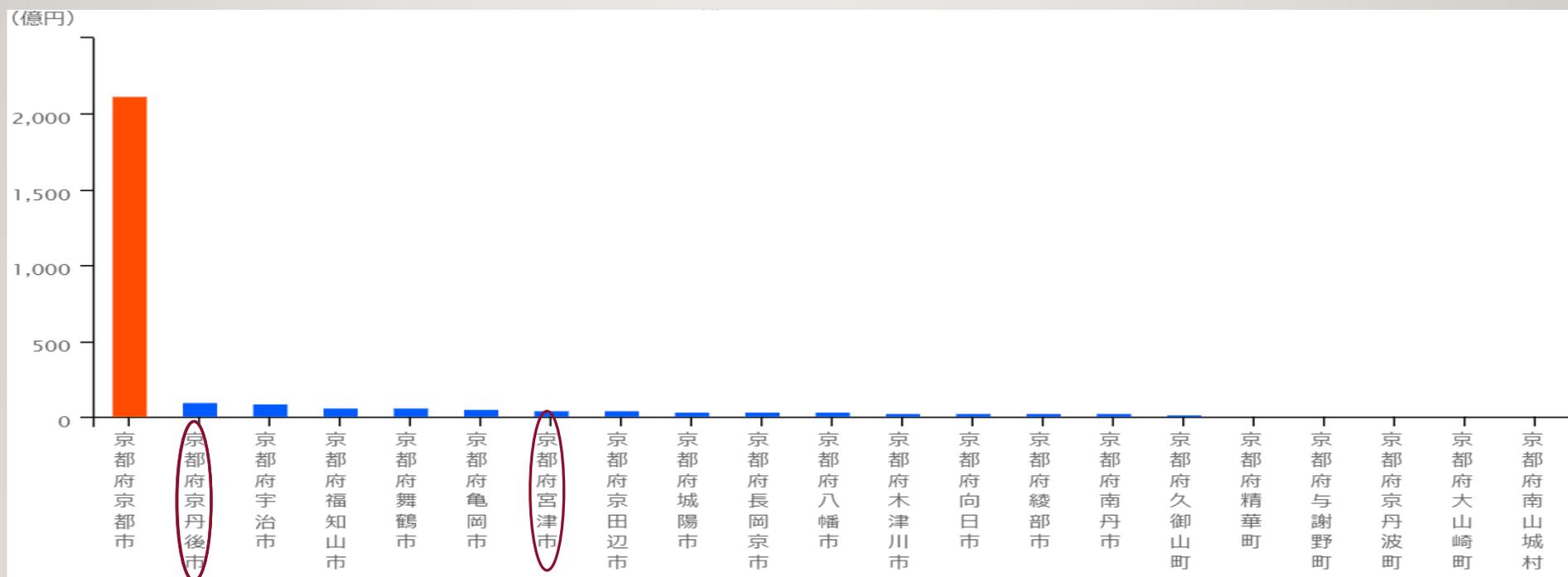
観光消費額の推移(億円)



資料：京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」

7 京都観光の現状－つづき

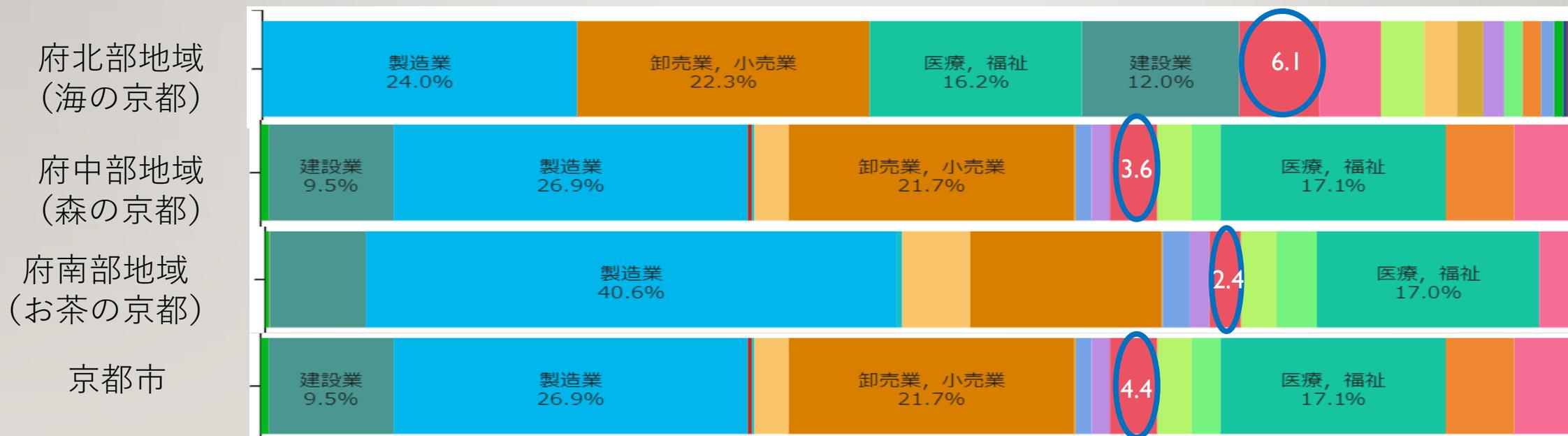
- 府市の宿泊業・飲食サービス業の付加価値額（H27年）



出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所受託作成）

8 府市それぞれの観光業の位置づけ

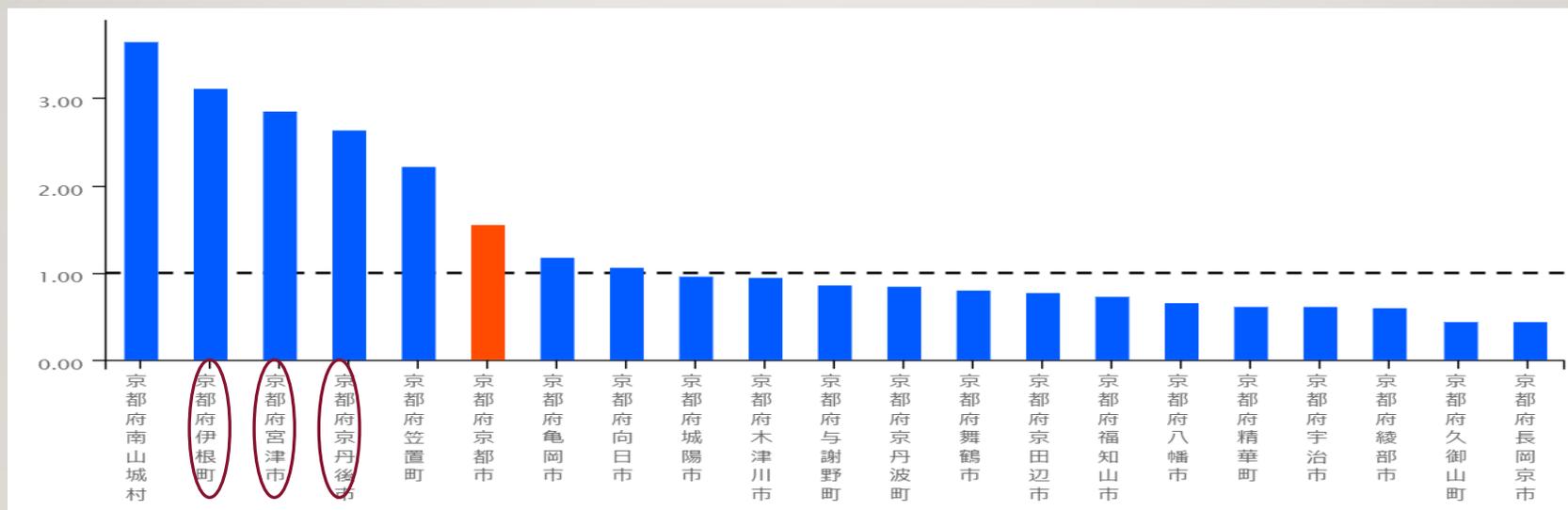
- 全産業に占める宿泊・飲食業の付加価値額（企業ベースH28年）は、北部地域で**6.1%**、中部地域で**3.6%**、南部地域で**2.4%**と、北部地域が京都市全体の**4.4%**を上回る



資料・総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

9 府市それぞれの観光業の位置づけーつづき

- 宿泊業・飲食サービス業の修正特化係数（H27年）をみると、北部地域は宮津市が**2.86**、京丹後市が**2.64**、伊根町が**3.11**、南部地域は南山城村が**3.66**、笠置町が**2.22**と京都市の**1.56**を上回る
→北部地域にとって、宿泊・飲食サービス業が基盤産業



出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所受託作成）

府の観光振興策

—もうひとつの京都の概要とその実情

府の観光政策の柱：「もうひとつの京都」とは －府市一体でのエリア毎の観光振興



画像出所：

京都府・市町村共同統計型地図情報システム [GIS]

<https://g-kyoto.gis.pref.kyoto.lg.jp/g-kyoto/PositionSelect?mid=671&mtp=pfm> (2022.5.22アクセス)

「もうひとつの京都」の概要と特色

ー海の京都（宮津市・京丹後市・舞鶴市・福知山市・綾部市・伊根町・与謝野町）

- 海の京都DMO（H28年設立）を中心に、日本遺産や食等の地域資源を発掘・発信し、強いブランド力をもった観光圏を形成
- 京都舞鶴港クルーズ客をターゲットにしたオプションツアーの開発や、近畿圏内からのアクセス向上等による交流人口の拡大
- 天橋立を中心とする地域の魅力を世界に発信し、普遍的な価値の調査研究を進め、世界遺産登録をめざす

出所：「もうひとつの京都推進と地域連携」

https://www.pref.kyoto.jp/shinsougoukeikaku/documents/20_ga_mouhitotsu.pdf



（R4.5.22アクセス）

天の橋立

13

「もうひとつの京都」の概要と特色

ーお茶の京都（宇治市・城陽市・八幡市・京田辺市・木津川市・久御山町・井手町・宇治田原町・笠置町・和束町・精華町・南山城村）

- お茶の京都DMO（H29年設立）を中心に、交流拠点整備や宇治茶等の地域資源の観光コンテンツづくり等文化と産業の両面から地域づくりを推進
- 宇治茶のプレミアムブランド化や宇治茶の世界遺産登録に向けた取組を推進するとともに、宇治茶カフェを京都市域や首都圏に拡大
- 道路・鉄道網の整備の進捗に合わせ、バスやカーシェアリング等の観光周遊を京都市やDMO等とも連携し促進

出所：「もうひとつの京都推進と地域連携」

https://www.pref.kyoto.jp/shinsougoukeikaku/documents/20_ga_mouhitotsu.pdf



宇治平等院

（R4.5.22アクセス）

14 「もうひとつの京都」の概要と特色

ー 森の京都（南丹市・亀岡市・京丹波町・福知山市・綾部市）

- 森の京都DMO（H29年設立）を中心に、食を通じた地域活性化やスポーツ体験等、大都市との近接性を生かした観光コンテンツづくりを推進
- 京都スタジアムを核に魅力ある資源の活用と、新たな保津川下りの船着場整備等、広域観光周遊をDMOと連携して推進
- 豊かな森の文化と保津川の水運文化の保存と活用を図り、日本遺産の登録を目指す

出所：「もうひとつの京都推進と地域連携」

https://www.pref.kyoto.jp/shinsougoukeikaku/documents/20_ga_mouhitotsu.pdf



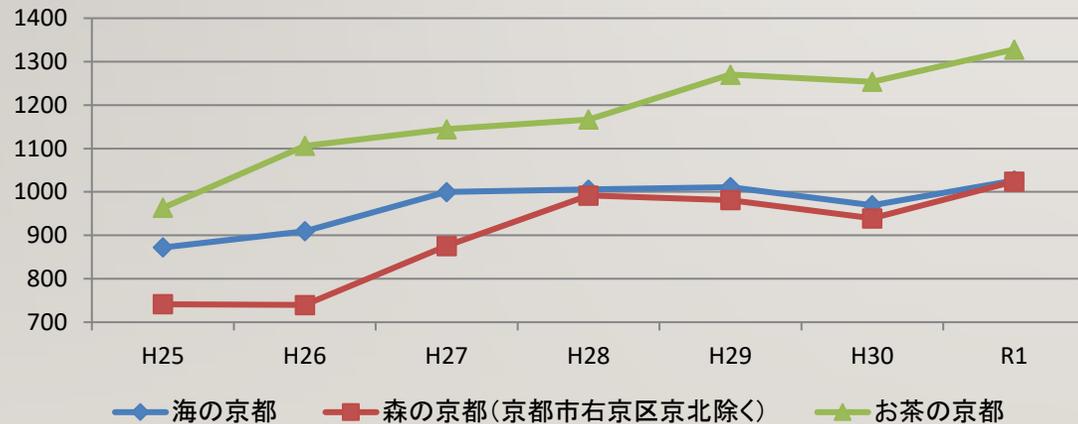
美山かやぶきの里

（R4.5.22アクセス）

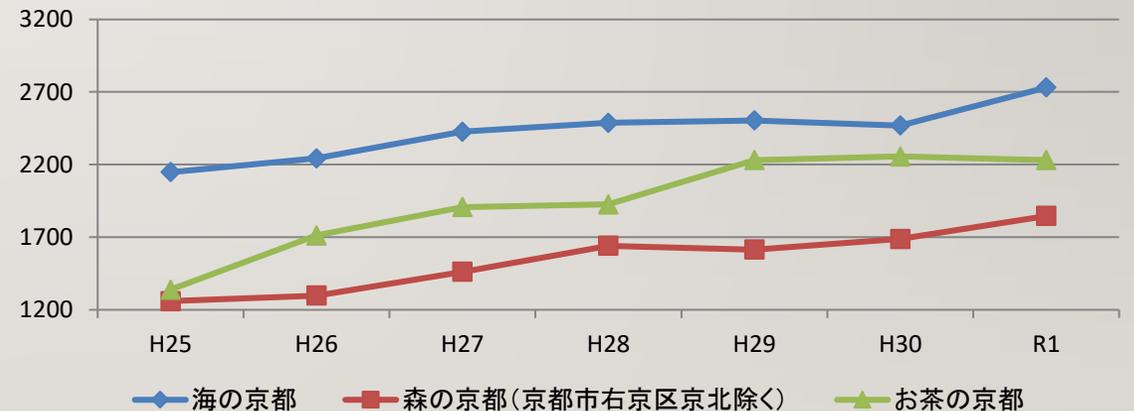
15 「もうひとつの京都」の実情と課題

- 観光入込客数は、お茶の京都が多く、海と京都と森の京都がそれに続く
- 観光消費額は、日帰り観光型のお茶の京都を抜いて、宿泊観光型の海の京都が多い。

観光入込客数(万人)



観光消費額(万円)



資料：京都府商工労働観光部「京都府観光入込客調査報告書」

府の観光振興の方向性

－市の観光振興策との対比を踏まえつつ

17 府市の観光振興：相違点と類似点

<相違点>

- 市－コロナ禍で蒸発した観光需要の回復を目指すも、**観光公害**への目配りが必須
 - － 需要の**適正化**、需要の**高度化**対応（夏旅・冬旅）、需要の**分散**（「とっておきの京都」）
 - － 別荘・空き家税の創設による既存住民の住環境との調和
- 府－**地域振興**の柱として、蒸発した観光需要の回復はもとよりさらなる需要の積み上げ
 - － 交流人口の増加から移住・定住も視野に（移住条例の改正 **R3 10月**）
 - － 市の観光の広域分散を期待するも、府市連携は低調（町方文化と地方文化）

18 府市の観光振興：相違点と類似点（続き）

<類似点>

- 一過性よりも、継続性（サステナブルツーリズム（UNWTO））
- モノ消費から、コト・トキ・イミ消費重視のプロモーション&マーケティング
 - － 買い物物**34.7%**、宿泊費**29.4%**、飲食費**21.6%**に対し、娯楽等サービス費が**4.0%**
(観光庁「訪日外国人消費動向調査」2019年)
- 「マス」から「スモール・マス」の観光需要の掘り起こし
 - － 自然、食、芸術、歴史・文化、風習・風俗など潜行する地域資源を発掘
 - － スポーツ愛好家、自然愛好家、歴史文化愛好家など特定の嗜好者に訴求するコンテンツの開拓

京都府下の観光振興 に向けての私見

－ 自走した観光への可能性と課題

20 府市観光におけるスモールマスへのアプローチ事例

<市内>

- 「京都夏の旅・冬の旅」（国宝、文化財等の限定公開）
 - －京都市観光協会が中心となって高付加価値な体験型観光商品を販売
 - －蜜を避けるための予約制を採用（来訪者のデータ収集につながる）
- 文化財修理現場ツアー（清水寺、東寺、万福寺（宇治市））：お茶の京都とのタイアップ企画

<府下>

- 丹後ちりめん工房見学、大江山・古道普請体験（海の京都）
- 炭山陶芸村の制作過程見学、コントラバス制作工場見学（「匠ツーリズム」 お茶の京都）

21 府下観光の可能性



浄瑠璃寺（九体寺）

- 2か所の重要文化的景観（風景の国宝）を抱え、歴史と自然資源に一定の集積あり
- 「海」「森」：アドベンチャーツーリズム（AT）による欧州からの通年誘客に活路？
 - ATとは、アクティビティ、自然、異文化体験を要素とする旅行形態 ※Allied Market Research調べ
 - 本物志向のモダンラグジュアリー層がけん引、世界での市場規模は2018年で約62兆円※
 - 天の橋立－伊根間のE-Bikeツアー事業は好調、森の京都と協調し、トレイル事業の充実強化
 - 松並木的美観維持のため、松の落ち葉拾いを地域課題解決体験としてツアー化を検討？
- 「お茶」：貴族の避暑地、奈良の大寺の僧侶の修行の地（当尾（とおの））としての歴史文化を活かし、京都市や奈良市との広域連携を模索
 - 奈良交通とタイアップし、木津川古寺巡礼バスを運行（浄瑠璃寺、岩船寺、海住山寺etc.）

22 アドベンチャーツーリズムの特徴

ATの事例

ADVENTURE TRAVEL EXPERIENCES

EXAMPLES OF POPULAR ADVENTURE TRAVEL ITINERARIES



- NATURE WALK WITH NATURE PHOTOGRAPHY
カメラマンとのネイチャー・ウォーキング
- HIKING AND WILDLIFE WATCHING
ハイキング、野生動物ウォッチング
- EXPLORING LIFE IN RURAL AREAS BY BIKE
農村地域のサイクリング
- FARM TOURS AND LEARNING ABOUT FARMING TRADITIONS
農村ツアー、農村伝統文化の学び
- CULINARY CLASSES AND TRADITIONAL FOOD TASTINGS
料理教室、伝統料理の食事

【出典】ATTAプレゼンテーション資料

PHOTO CREDITS: ATTA/ RUPERT SHANKS

出所：<https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2020/09/corona-era-adventure-tourism/>

\$ 10,000生み出すのに、クルーズでは100人、ATでは4人



出所：Strengthening Tourism Competitiveness in the Oecd Countries

23 府下観光の課題

- 魅力的な観光コンテンツの開拓（地域で自走するために不可欠）
- **DMO**の機能強化（専門性と資金力）で、大手ランドオペレーター向けのプロモーションの強化
- 旅行者情報の集積によるデータマーケティングの実施（**3DMO**による「**CRM**（顧客管理）」システムの構築）
- 地元観光協会との有機的連携
 - エリア全体としての発信力向上によるリピーター増や連泊促進

24 府下観光の課題（続き）

- 夜間の周遊先の拡大、2次交通対策の充実、外国語対応の強化etc.
- 地域に精通した専門ガイドの養成
 - ー オーダーメイドのエスコルティッドツアーをこなせる人材の確保
- **DMO**主軸の自走式観光に施策の重点を置く
 - ー データマーケティングを駆使し、企画ー実施ー広報の一体的運営を行う京都市観光協会との連携は期待薄
 - ー **町方文化**と**地方文化**との相互関係をストーリー化した部分的府市連携はあり得る

25 参考文献・参考資料

<参考文献>

- 坂本信雄（2021）『京都発地域経済の再考』八千代出版
- 橋本誠司（2022）「SDGsと「冒険」で観光の磨き上げを」『地方行政』第11113号、pp.16-18

<参考資料>

- 観光庁（2019）「訪日外国人消費動向調査」
- 京都府商工観光労働部「京都府観光入込客調査報告書」