



京都市における上質な宿泊施設の誘致について

2020年10月5日
京都市産業観光局観光MICE推進室

京都市の観光政策

「量」から「質」へ

2001年1月策定
京都観光振興推進計画
おこしやすプラン21

5000万人観光都市

(目標)
観光客5000万人

2008年
5,000万人
達成

2010年3月策定
未来・京都観光振興計画2010+5

世界が共感する観光都市

(目標)
5000万人 感動都市
(観光客数 × 感動割合)

新たなターゲット層としてラグジュアリー層を
位置付け、

- ・ラグジュアリー層向けコンテンツの創出
- ・世界的な知名度の高いホテルの誘致

などを明記

2014年10月策定
京都観光振興計画2020

世界があこがれる観光都市

(目標)
観光消費額1兆円
外国人宿泊客300万人

+

市民生活の調和

2018年5月策定
京都観光振興計画2020+1

**持続可能で満足度の高い
国際文化観光都市**

(目標)
観光消費額1.3兆円

京都における宿泊施設の概況等

- 日本を代表する老舗旅館をはじめ，100を超える和風旅館が立地。京都の旅館は，全国からの修学旅行生を受け入れ，日本の歴史・文化の学びの場を提供することで，将来の京都ファンの創出に大きく貢献してきた。
- 1990年代，一部の大型ホテルの建設が，景観論争を惹起。
- その後，ウエスティン都が2002年に開業，ハイアットリージェンシー京都が2006年に開業，ほしのや京都が2009年に開業。
- 2010年3月 未来・京都観光振興計画2010+5
→世界的な知名度の高いホテルの誘致を明記。

京都における宿泊施設の概況等

- 2016年10月 京都市宿泊施設拡充・誘致方針の策定
→ 『知的欲求が高く発信力や影響力のある富裕層の誘致や，都市格の向上に資するM I C E誘致を進めている本市としては，世界的に知名度の高いラグジュアリーホテルや宴会場，レストランなどを備えたM I C Eの受け入れ可能な総合型のホテルなど，上質な宿泊施設の拡充が必要』とし，世界的に知名度の高いホテル誘致の意義と必要性を明記。
- 2017年5月 京都市上質宿泊施設誘致制度の創設
→ 市民生活との調和を前提に，地域の歴史や文化，自然環境・景観との調和が図られ，安定した雇用や伝統産業・文化の振興などに資するなど，地域の魅力を活かし，地域の活性化に寄与する上質な宿泊施設を誘致。（現在のところ実績なし）

ラグジュアリー層誘致の取組

■ J N T Oや本市海外情報拠点等と連携した取組

● 欧米有力メディアを通じた情報発信



● ラグジュアリー層専門旅行会社向けのアプローチ



メディアファームの実施



自治体連携による富裕層向け
旅行商談会への出展

■ 観光庁と連携した I L T M (International Luxury Travel Market) の誘致

- 2011.1 観光庁と「観光立国・日本 京都拠点」の設置
→ ILTM Asia日本開催の誘致活動に協力して取り組む
- 2013年, 2014年に**京都でILTM Japanを開催**



ラグジュアリー層からの観光地としての評価の高まり

富裕層が好む欧米の有力旅行雑誌等の読者ランキングで上位を維持

- 米国Travel+Leisure誌 World Best Cities Ranking
→ 2014年, 2015年 1位, 2020年まで9年連続トップ10入りを続ける



- 米国Conde Nast Traveler誌 The Best Cities in the World
→ 2019年まで5年連続トップ10入りを続ける
(2020年発表は10月中旬予定)

- 英国Wanderlust誌 Wanderlust Reader Travel Awards
→ 2017年, 2018年, 2020年 1位, 2020年まで6年連続トップ10入りを続ける



世界的に知名度の高いホテルの開業

- 2014年 2月 リッツカールトン京都
- 2015年 3月 翠嵐ラグジュアリー
コレクションホテル京都
(マリオット系高級ブランド)
- 2016年10月 フォーシーズンズ京都
- 2019年 4月 京都悠洛ホテルMギャラリー
(アコー系高級ブランド)
- 10月 パークハイアット京都
- 11月 アマン京都
- 2020年 6月 エースホテル京都



そのほか、

- フォションホテル京都 (2021年春)
- LXRホテルズ&リゾーツ (ヒルトン系高級ブランド (2021年秋))
- ハイアットプレイス京都 (2021年末)
- バンヤンツリー ホテルズ&リゾーツ (タイ, (2022年春))
- デュシタニ (タイ (2023年夏))
- などが開業予定 (報道等から)

既存ホテルのリニューアルや国内ホテルの開業の動き

＜既存のホテルも質の向上を目指してリニューアル＞

リーガロイヤルホテル京都（2016年）、ウエスティン都ホテル京都（2020年）、
グランドプリンスホテル京都（2020年）

＜国内ホテルも最高ランクホテルを新規開業＞

THE THOUSAND KYOTO（京阪ホテルズ&リゾーツ、2019年1月）、
ザ・ホテル青龍京都清水（プリンスホテル、2020年3月）、
HOTEL THE MITSUI KYOTO（三井不動産、同11月）、
帝国ホテル（2022年予定）



上質な宿泊施設ができたことによる効果

＜観光消費，地場産業，雇用，税収等への影響＞

- 宿泊客の多くが高級日本料理店を利用
- 建築建材や内装，アメニティ等に京都の伝統産業品を活用
- 宿泊料金が5万円以上で1人1泊当たり1000円の宿泊税徴収



＜観光コンテンツの磨上げ，プロモーションの強化＞

- 宿泊客のニーズを満たすために，それぞれの施設の努力で特別体験などを提供
- それぞれの施設が有する世界的なネットワーク，プロモーション力を活かして京都を発信

＜都市のブランド力・都市格の向上＞

- 京都市が総合1位となった「日本の都市特性評価 2019」（森記念財団 都市戦略研究所）では，高級宿泊施設客室数がスコア向上に寄与したとのコメント。

まとめ

○豊かで質の高い観光資源を背景に、観光庁やJNTOの協力を得ながら、海外に認知を広げること的成功し、ラグジュアリー層に評価されるデスティネーションとしての位置づけを確立することに成功。

○市の観光計画や、宿泊施設方針等において、質の高い宿泊施設を誘致する姿勢を前面に出した。国におけるインバウンド強化の取組とあいまって、高級宿泊施設の開業が相次ぐ。

○高級宿泊施設ができることによって、産業振興、雇用、税収増等の経済効果はもちろんのこと、都市のブランド力・都市格向上にも寄与。さらに、観光コンテンツの磨上げが進むとともに、海外へのPR効果も大きい。

○宿泊施設と地域との更なる調和の推進、各施設における高度な語学力等を有する人材確保などが課題。