



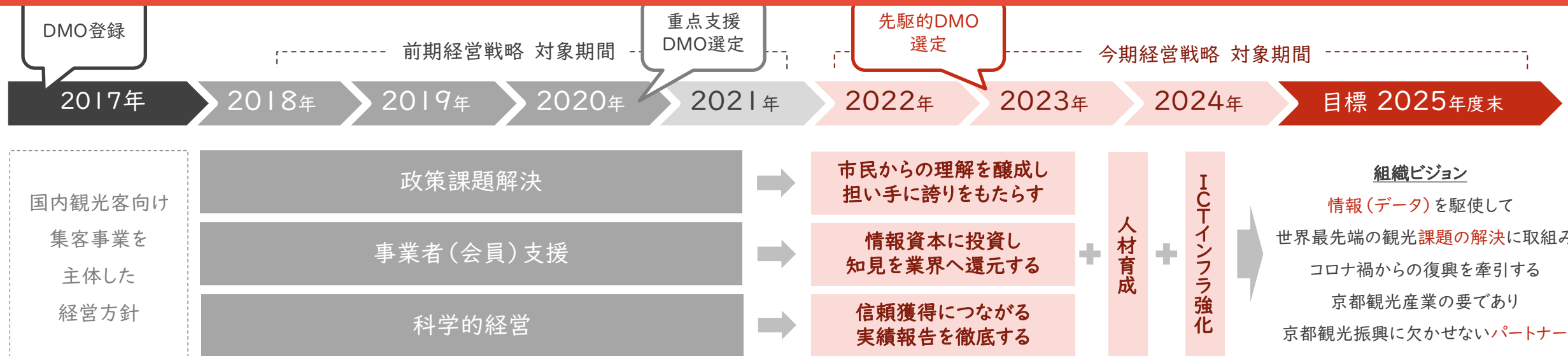
観光が地域にもたらす 経済効果の調査分析について

令和6年 2月6日(火)



DMO KYOTO

組織経営戦略と先駆的DMOアクションプランの概要



組織の位置づけと主な事業



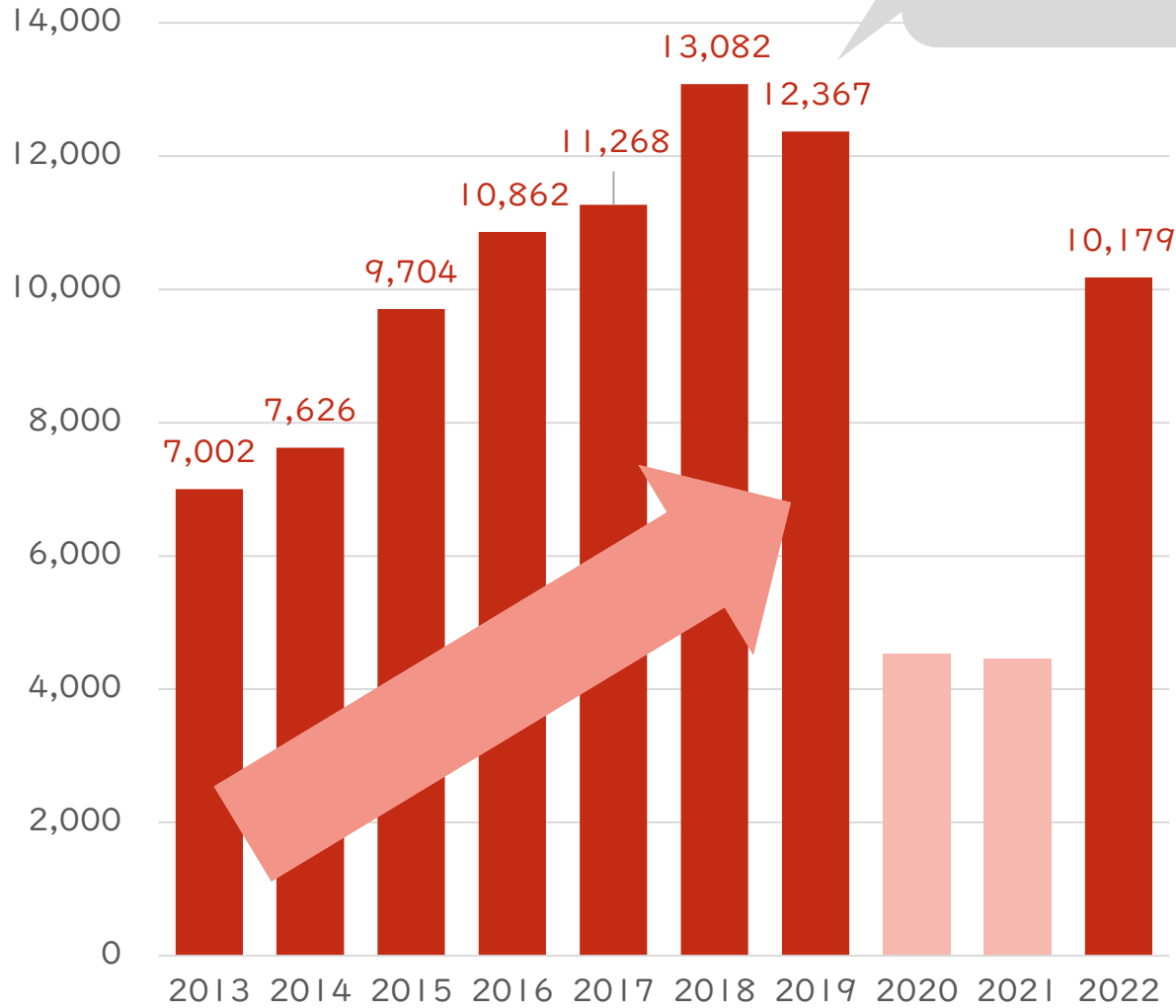
- 情報発信 (海外メディア取材支援、公式メディア運営 など)
- 調査研究 (ホテル統計、講演対応、研修受入 など)
- 環境整備 (案内所運営、認定通訳ガイド育成、免税対応支援 など)
- 観光振興 (文化財特別公開、三大祭有料観覧席、商品造成支援 など)
- 課題解決 (マナー啓発、混雑可視化、求人対策支援 など)

先駆的DMOとしての9つのアクションプラン

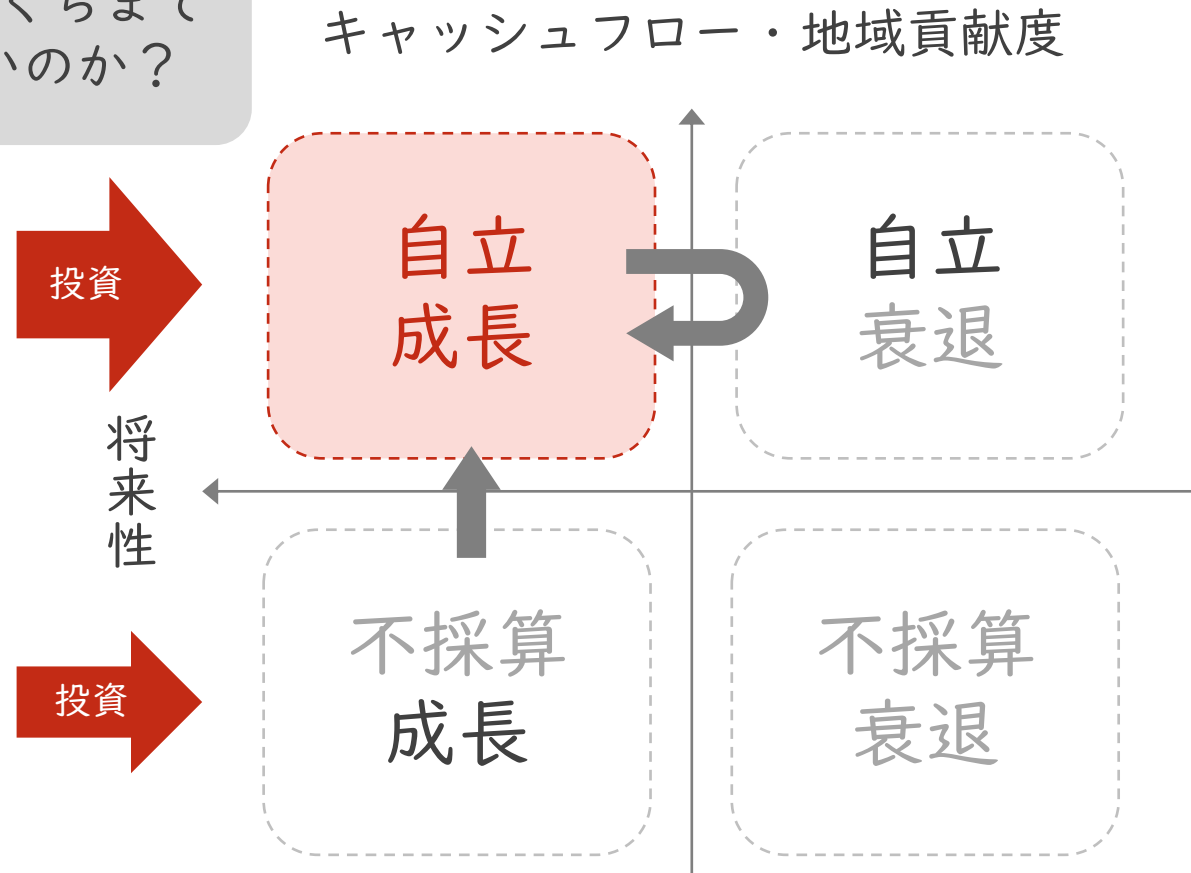
- A : ブランディングの再定義にかかる調査
- B : 観光が地域にもたらす経済効果の調査分析
- C : 文化財を活用した高付加価値体験の開発流通と需要平準化
- D : 京都観光の情報流通環境整備 (民間メディア連携)
- E : 業界交流促進および商品造成・流通促進支援
- F : 外国語案内表記の実態調査
- G : 指標に連動した事業設計
- H : DMOにふさわしい組織運営のモデル構築
- I : 会員基盤の拡大等による安定財源の確保

観光から得られた利益を再投資する対象を特定できるように業界を可視化すること

京都市における観光消費額（億円）



果たして、いくらまで増やせばよいのか？



観光業界は中小企業が多く
実際には、業界や事業者の経営指標や
投資価値を把握できていない・・・

事業者の地域貢献度を簡易評価し、観光客の消費実態とかけ合わせて、商流を分析

観光客消費実態調査

観光客の属性別 店舗・施設ごとの平均消費額

国内 日帰り	国内 宿泊	海外 日帰り	海外 宿泊
7,000	20,000	12,000	25,000
2,400	4,300	8,100	8,800
1,300	2,500	2,800	4,700

事業者経営調査（地域貢献度診断）

業態01:飲食業				65点
事業者名	1)地域貢献度 ※調査結果から 算出	2)事業規模 で重みづけ	地域貢献スコア 1)×2)	
〇〇料亭	80	0.83	78点	
△△茶房	44	0.31	45点	
□□カフェ	70	0.14	34点	
業態02:小売業				72点
業態03:宿泊業				83点

従事者調査

従業員の就労実態

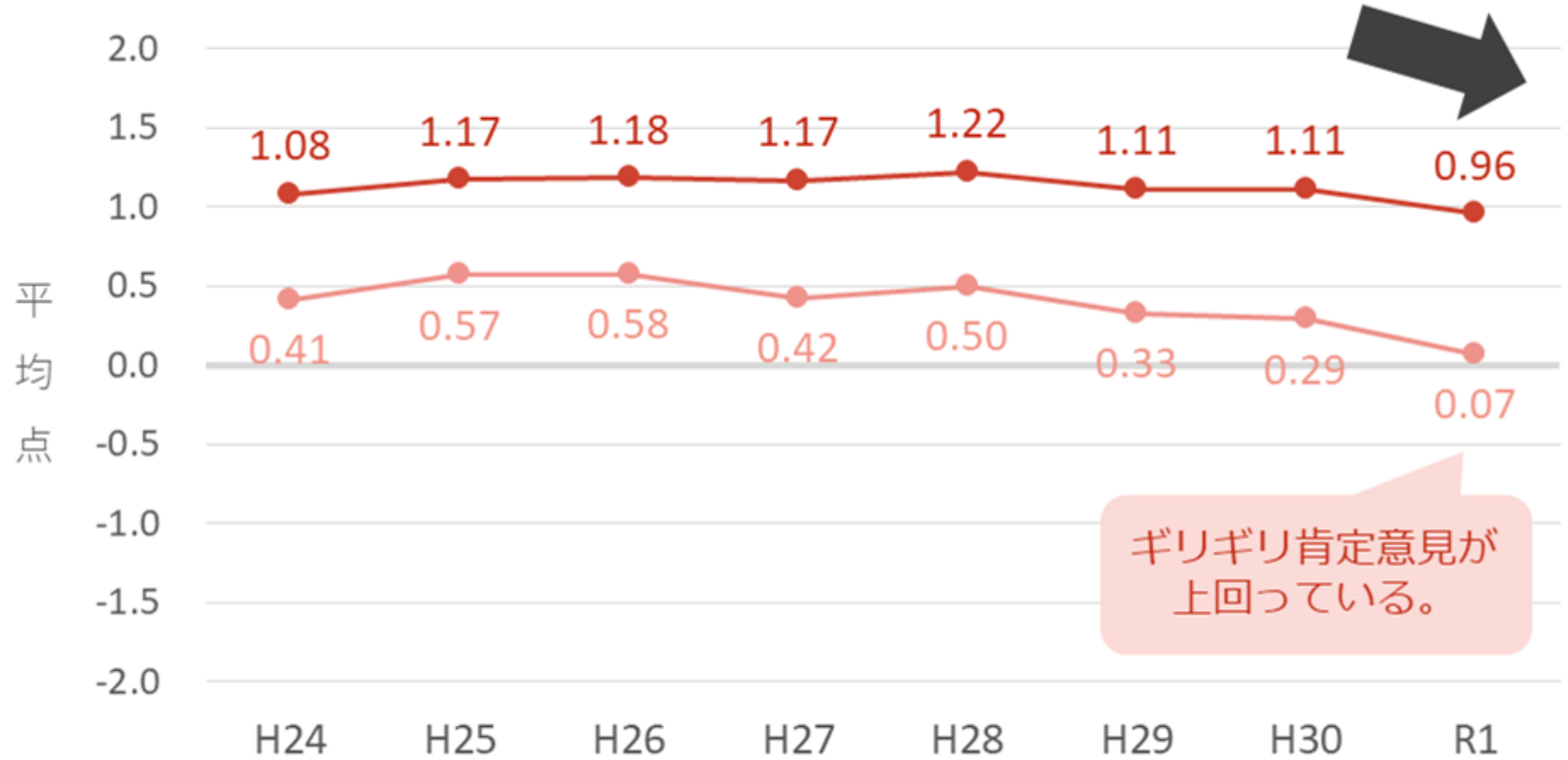
給与 増減	満足度	雇用 形態	地域 貢献
10%↑	★★★ ★★	非正規	☆☆☆ ☆☆
5%↑	★★★ ★★	非正規	★★☆ ☆☆
3%↓	★★☆ ☆☆	正規	★★★ ★★

どのような観光客が、どのような店舗・施設を利用することが地域経済（住民生活）の豊かさに繋がりやすいのかを可視化し誘客すべきターゲットや、投資すべき業態の解像度を高める

従業員の実態を経営者にフィードバックすることで職場環境の改善を促すとともに担い手の活躍に貢献している事業者の可視化を図る

単に売上を伸ばすためのマーケティングだけだと、いずれ住民からの反発が課題に

- 大変そう思う
- そう思う
- どちらでもない
- そう思わない
- 全くそう思わない



ギリギリ肯定意見が上回っている。

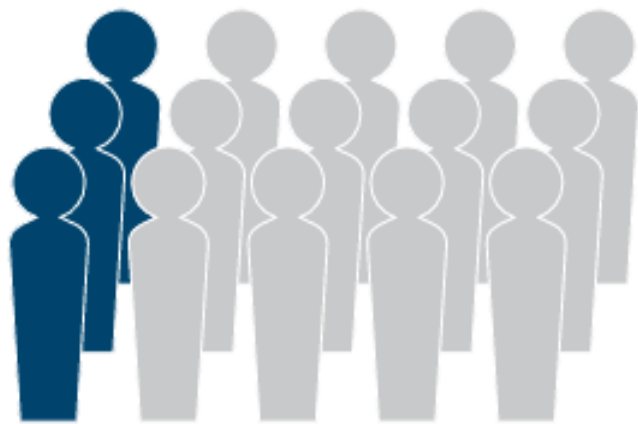
- 京都は観光客にとって質の高い観光都市である。
- 京都は市民にとってくらしやすい観光都市である。

出所) 京都市 市民生活実感調査をもとに作成

■ 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

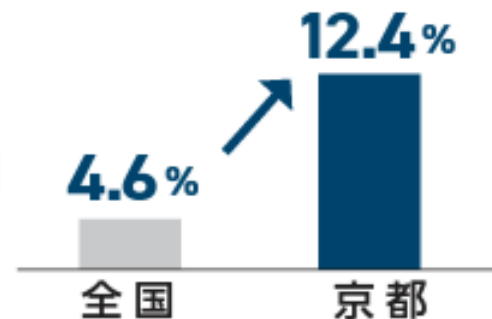


注) 京都観光総合調査 (2019年) などにに基づき推計

■ 京都の経済活動のうち観光産業が占める割合



全国の2.7倍



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

仮説を立てて起こりうるシナリオを描き、目標設定について議論するきっかけを作る

シナリオ	京都市民の労働生産性	市民の生活水準	外国人の消費単価	外国人の観光客数	日本人の消費単価と観光客数	2020年→2050年で訪れる変化
放置	維持→	どこまで貧しくなるのか	成り行きで上昇↑	成り行きで上昇↑	人口減少に伴い衰退↓	一人あたり生産額が445万円から401万円へ減少
貧乏A	維持→	2050年には5%程度衰退	成り行きで上昇↑	必要な客数は?	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人客数は約2倍に
貧乏B	維持→	2050年には5%程度衰退	必要な単価は?	成り行きで上昇↑	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人消費単価は約2倍に
幸運A	他産業のおかげで成長↑	維持→	成り行きで上昇↑	必要な客数は?	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人客数は約1.3倍に
幸運B	他産業のおかげで成長↑	維持→	必要な単価は?	成り行きで上昇↑	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人消費単価は約1.3倍に
現実	維持→	維持→	成り行きで上昇↑	必要な客数は?	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人客数は約3倍に
理想	維持→	維持→	必要な単価は?	成り行きで上昇↑	人口減少に伴い衰退↓	必要な外国人消費単価は約3倍に

市民がどの程度の変化を受け入れる気持ちの余裕があるかを、科学的に推定する

A



- 所得水準は10%下がる
- 京都駅への所要時間は+50%
- 買物は大阪まで行かないと不便

B



- 所得水準は10%上がる
- 京都駅への所要時間は+50%
- 買物は京都市内で完結

C



- 所得水準は変わらない
- 京都駅への所要時間は-50%
- 買物は京都市内で完結

様々な組み合わせで、望ましいシチュエーションを選んでもらった結果を解析し
市民がどの要素を重要視しているか（生活のためなら、何を我慢できるか）を整理する