

来年度以降の取組方針(案)

1. 京都観光デジタルマップの運営主体の移行
2. ゲーミフィケーション施策の適用可能性の検証
3. 観光バス駐車マネジメントの高度化

1. 京都観光デジタルマップの 運営主体の移行

- 2024年11月より京都国道事務所が運営管理を行っている「京都観光デジタルマップ（京スマ）」について、**実証段階から社会実装段階へフェーズが移行したことを踏まえ、京都市および（公社）京都市観光協会へ運営主体を移行する。**
- ただし、観光と交通の一体的マネジメントを推進にむけ、**移行後も三者連携体制のもと、取組みを進めていく。**

- 京都観光デジタルマップ - 京スマ
Kyoto Smart Navi



持続可能な京都観光の実現 観光と交通の一体的マネジメント基盤の構築

運営主体：京都市・（公社）京都市観光協会（施策企画／戦略立案／情報発信）

■主なスポット情報

- ① 観光スポット情報（寺院・神社／名所・旧跡／美術館・博物館等） 約400スポット
- ② 混雑状況カメラ 29スポット（京都国道事務所管理15スポット、京都市観光協会管理14スポット）
- ③ 駐車場（一般車両／観光バス専用／駐輪場／パーク＆ライド等） 約80スポット
- ④ マナー（トイレ／ゴミ箱／喫煙スポット／観光マナー等） 約330スポット
- ⑤ 手ぶら観光（配送・預かりサービス／ロッカー情報等） 約220スポット
- ⑥ 緊急避難広場

■主な実装機能

- ① 手ぶら観光サービスの事前予約及び事前決済機能
- ② グーグルマップと連携したルート検索
- ③ 観光バス駐車場のリアルタイム満空情報

連携・支援：京都国道事務所（観光交通マネジメントの実証／交通データ提供／情報発信）

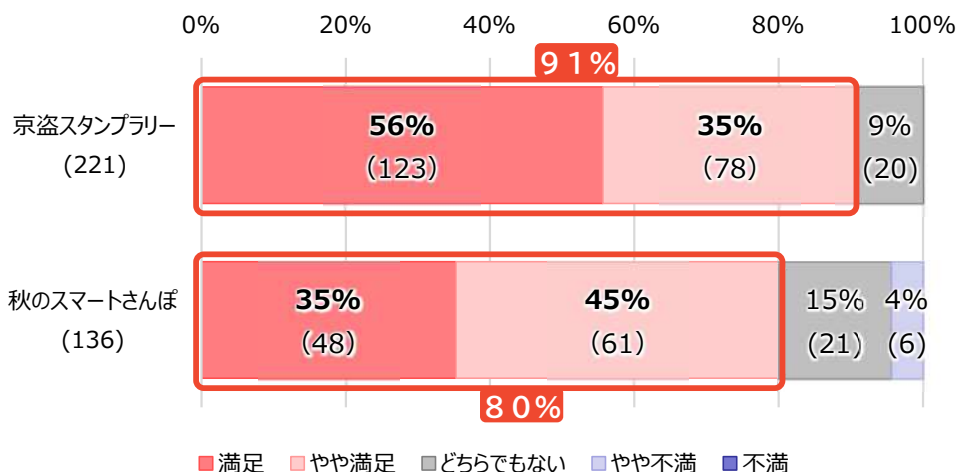
■継続して運営管理を行う機能

- ① 観光バス駐車場予約サービスの運営・管理
- ② ETC2.0プローブデータを活用した渋滞傾向の可視化

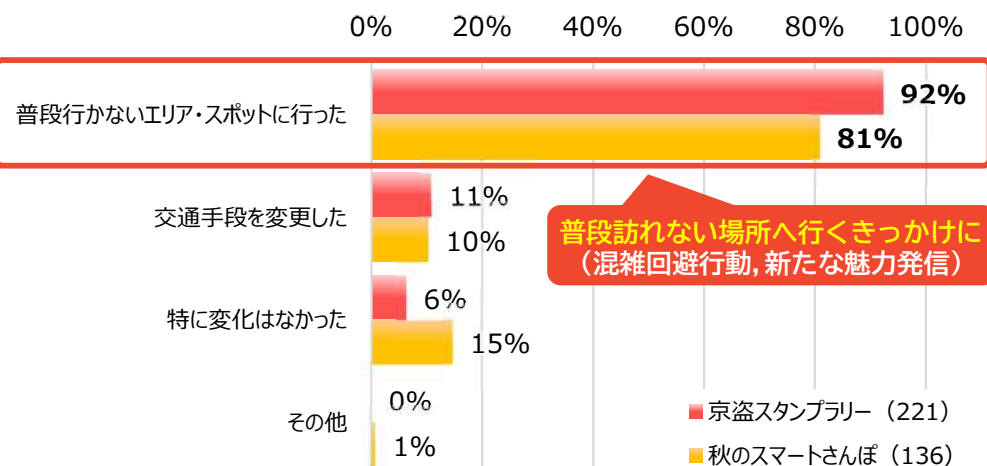
2. ゲーミフィケーション施策の 適用可能性の検証

○アンケート結果から、両イベントとも参加者の満足度は高く、**平均満足度は4.12**と高評価。
 ○また、普段訪れない場所に訪れるきっかけや、混雑回避行動など、**施策目的に沿った行動変容の兆しが確認**された。
 ➔ **ゲーミフィケーション施策が、観光行動の変容や観光の分散化に一定の効果を持つ可能性が示唆**される。

■ イベント全体の満足度 〈平均満足度: 4.12〉



■ イベントをきっかけとした行動変化



抽選応募者の意見 (抜粋・要約)

■ 企画全般に関する意見

- 普段は行かない場所に行くきっかけになった
- スタンプが広い範囲に散らばっていて、集めがいがあって楽しかった
- ルパンが好きで参加した。南座の公演をより楽しめた
- 遠い場所に必須のポイントがあるのは簡単に取れない工夫だと感じた
- クイズ形式なのが面白かった

➔ 企画そのものを楽しみながら、回遊している様子が見られる

■ 目的地の分散

- 有名な観光地以外にも、良い神社がたくさんあると気づいた
- 混雑を避けて回れたのがよかった
- 初めて訪れる場所があり、新しい京都に出会えた
- 老舗も新しいお店も知ることができた

➔ “混雑回避” や “新しい発見” を実感している声が見られる

■ 時間分散 (秋の京都スマートさんぽ)

- 時間帯によってポイントが上がるのがよかった
- 時間差でポイントが違うのは、混雑を減らす工夫だと思った

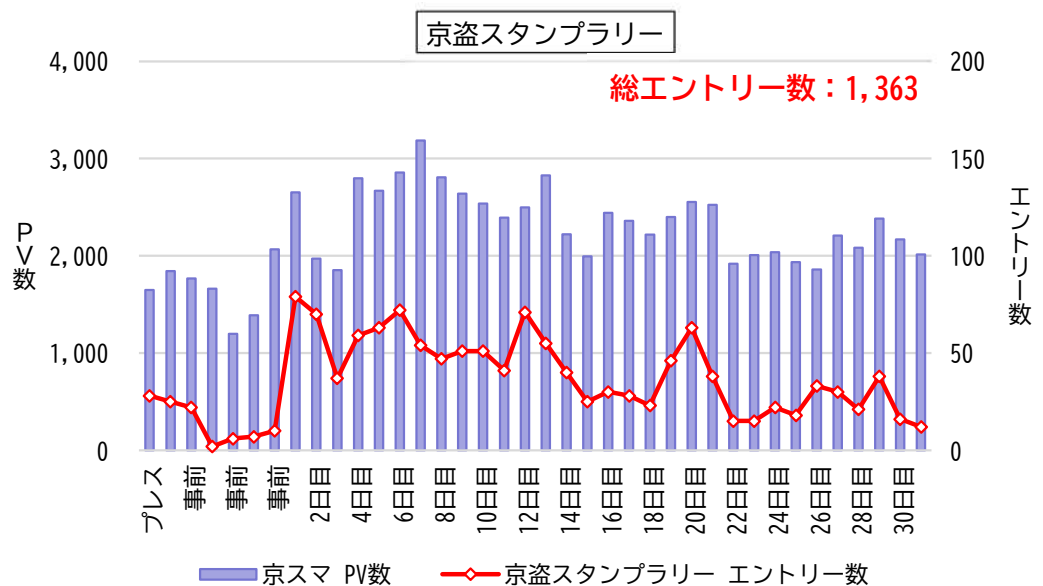
➔ 仕組みの意図そのものに気づいている声もある

○歌舞伎タイアップ等による話題性や紅葉の見頃と重なったことにより、スタンプラリー開催後にPV数が増加。

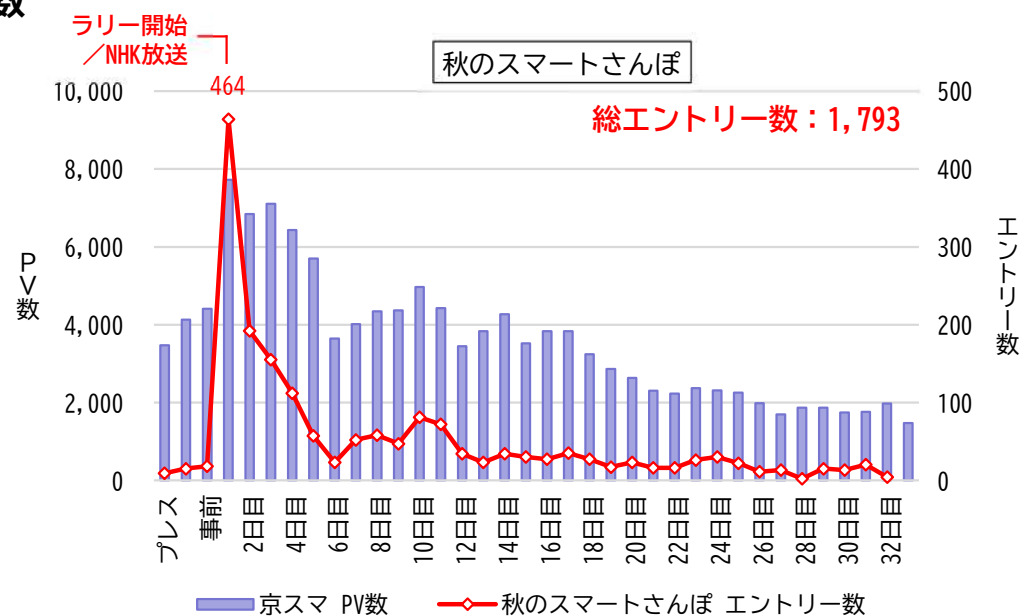
○スタンプラリー開催を契機とした新規認知も多く、次回利用意向も高い。

➡ ゲーミフィケーション施策が、「京スマ」自体の認知拡大・利用促進の有効な手法として機能している。

■ 京都観光デジタルマップのPV数とスタンプラリーのエントリーユーザー数



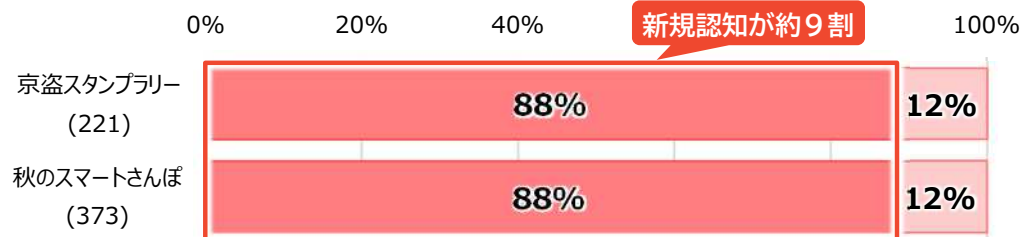
(出典) 京盗スタンプラリー 利用ログ 集計期間：2025/8/19 (火)～9/30 (火)



(出典) 秋のスマートさんぽ 利用ログ 集計期間：2025/11/20 (木)～12/22 (月)

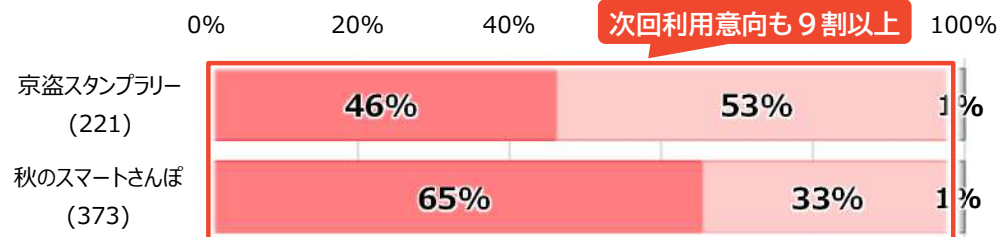
■ 認知度と次回利用意向

京都観光デジタルマップ（京スマ）を知っていましたか？



■ 今回初めて知った □ 以前から知っていた

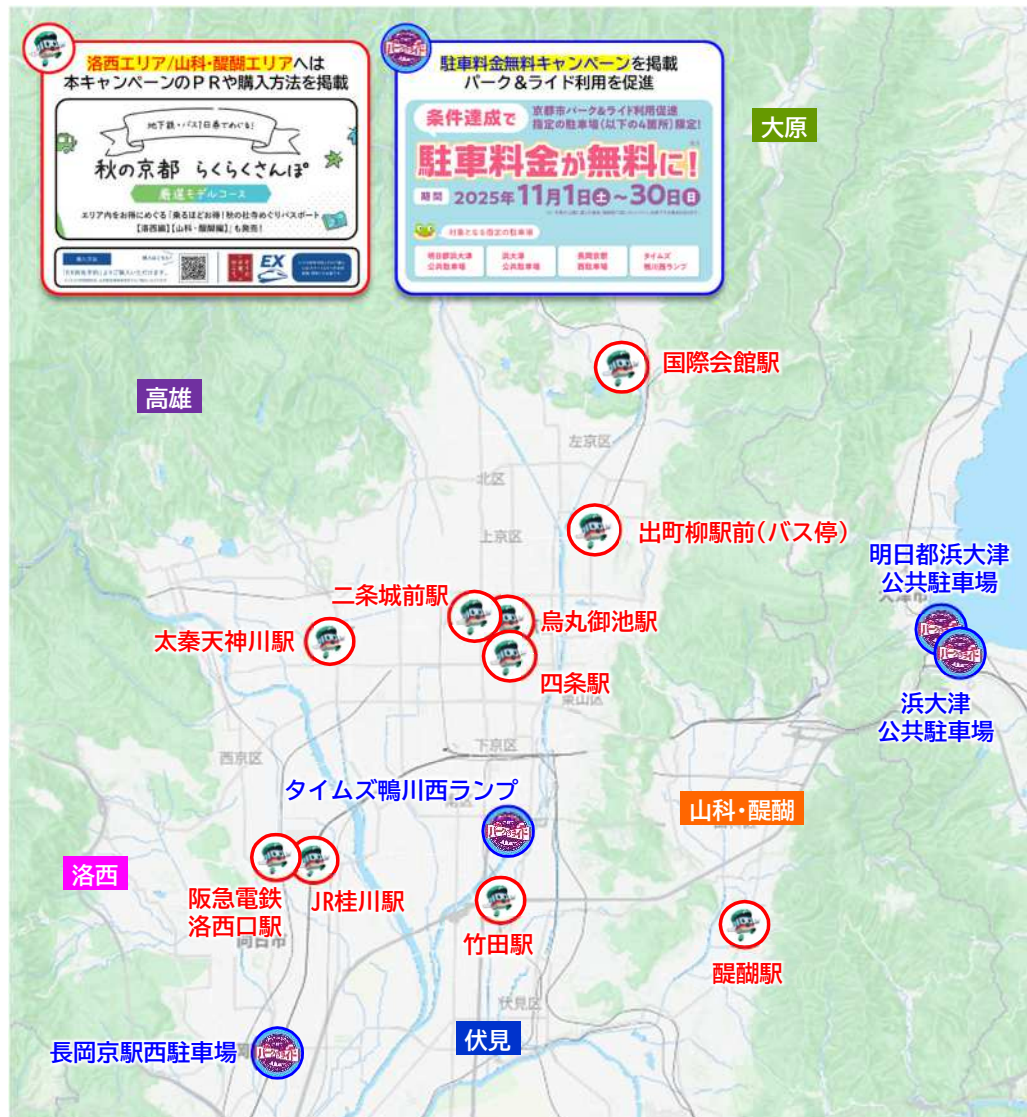
次回京都に来た際に「京スマ」を利用したいと思いますか？



■ ぜひ利用したい □ 機会があれば利用したい □ あまり利用したいと思わない

(出典) 応募者アンケート 京盗スタンプラリー 集計期間：2025/8/19 (火)～9/30 (火)、秋のスマートさんぽ 集計期間：2025/11/20 (木)～12/22 (月)

- 京都市と連携し、公共交通の利用促進を図るため、**バス停や鉄道駅に「公共交通スポット」を設定。**
- 秋の観光シーズンには、**重点利用促進駐車場4カ所に「パーク&ライドスポット」も設定。**
- 「**地下鉄・バス1日券**」や関連キャンペーンのPRもあわせて行い、参加者の行動を公共交通利用へ誘導を促した。



■ 公共交通スポット（京盗スタンプラリー、秋のスマートさんぽ）



■ パーク&ライドスポット（秋のスマートさんぽ）



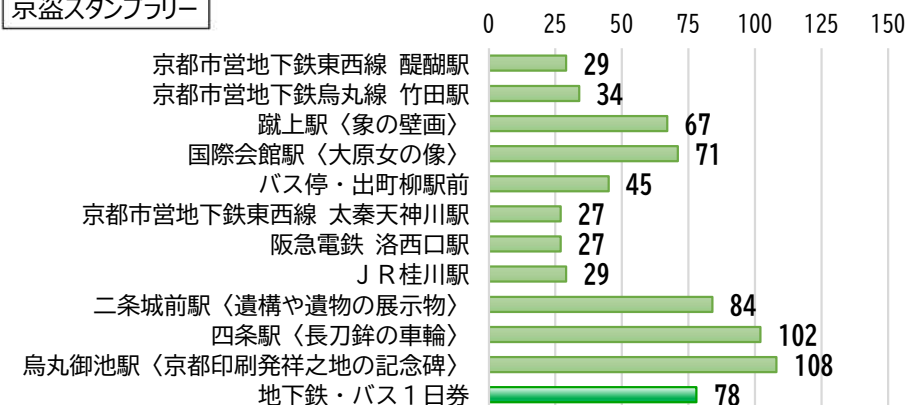
○バス・鉄道駅や「地下鉄・バス1日券」の利用が一定程度確認され、公共交通利用との相性の良さが見られた。

○一方で、パーク＆ライドの利用は少なく、利用促進に課題が残る結果となった。

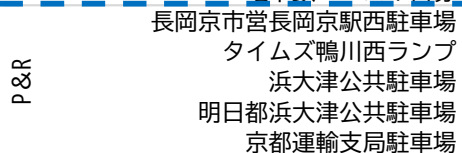
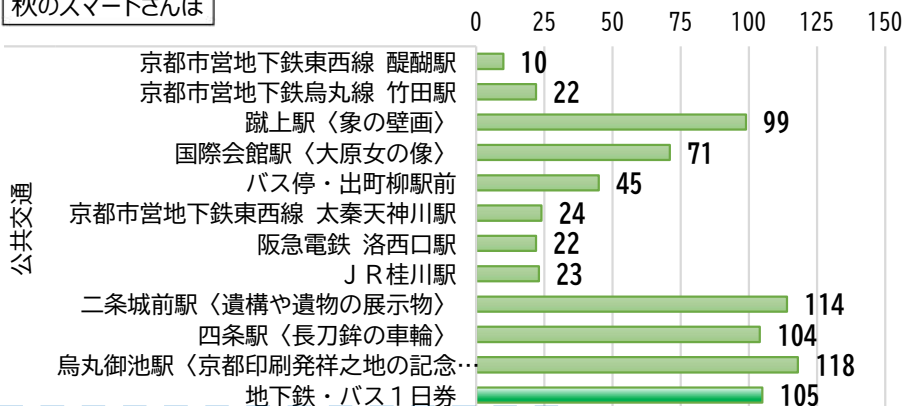
➔ ゲーミフィケーション施策は公共交通利用促進との親和性が高い一方、パーク＆ライド利用促進には更なる工夫が必要。

■公共交通およびパーク＆ライドスポットの取得状況

京盗スタンプラリー



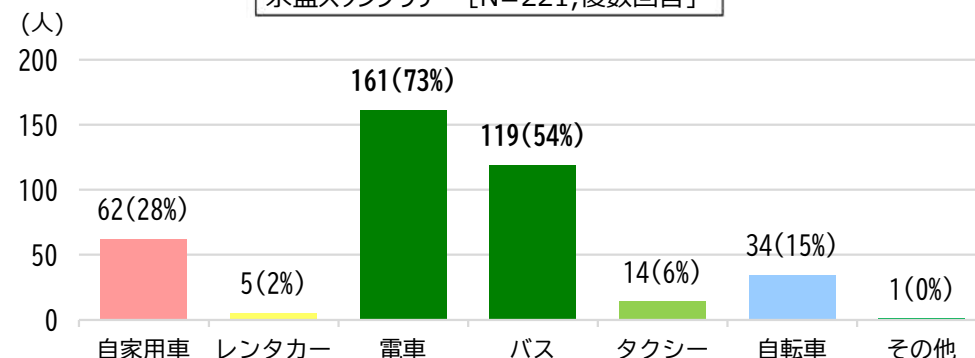
秋のスマートさんぽ



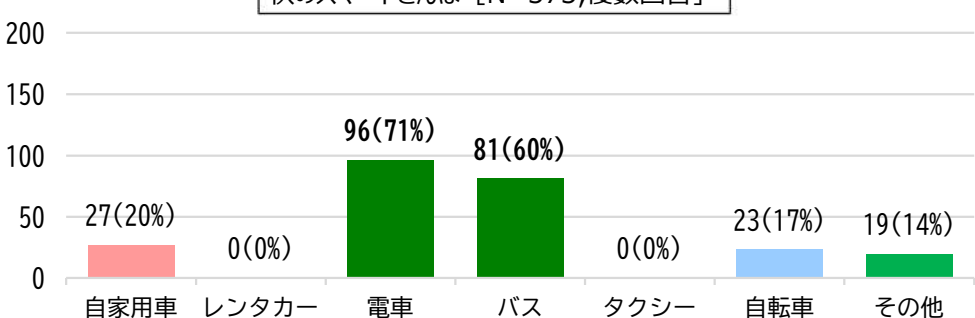
パーク＆ライド駐車場の利用は低調

■交通手段【応募時アンケート】

京盗スタンプラリー [N=221,複数回答]



秋のスマートさんぽ [N=373,複数回答]



公共交通に関する意見（抽選応募者の自由意見 抜粋・要約）

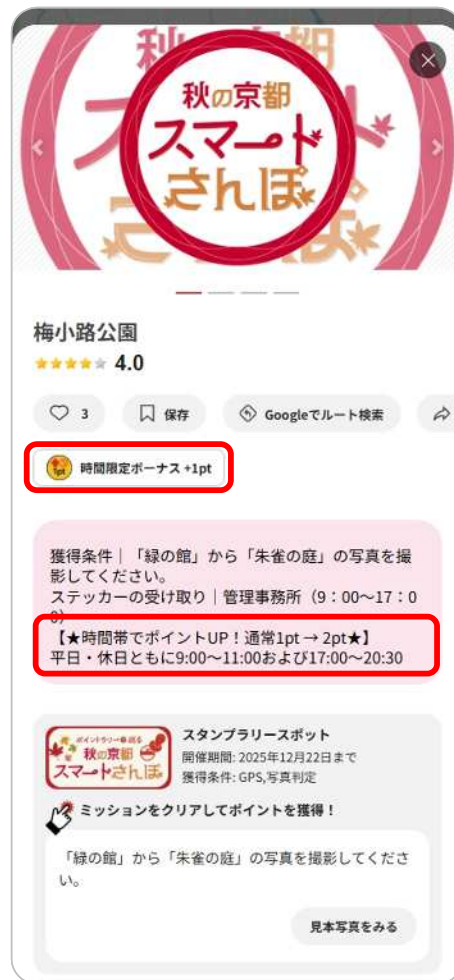
- バス・地下鉄の便利さを実感
- 普段利用しない地下鉄やお店に触れる機会になった

➔ ラリー参加が公共交通利用につながっている様子がうかがえる

(出典) 京盗スタンプラリー 利用ログ 集計期間：2025/8/19 (火)～9/30 (火)
秋のスマートさんぽ 利用ログ 集計期間：2025/11/20 (木)～12/22 (月)

(出典) 京盗スタンプラリー 応募者アンケート 集計期間：2025/8/19 (火)～9/30 (火)
秋のスマートさんぽ 応募者アンケート 集計期間：2025/11/20 (木)～12/22 (月)

- 秋の観光シーズンにおいては、場所の分散に加え、時間の分散を促すため、「時間帯によるポイント変動機能」を開発。
 - 人流データに基づき、比較的空いている時間帯に**プラスポイント（+1pt）**を設定し、混雑ピークを避けた行動を促した。
 - 今回はポイント変動による**明確な行動変化までは捉えられなかったものの、機能に気づいた参加者も存在。**
- ➔ **行動変化に影響を与えるインセンティブ差や周知方法**も含め、さらなる混雑時間帯の分散を促す仕組みを検討。



■ 時間変動スポットにおける各時間帯の来訪者数

エリア	西陣	壬生	衣笠	衣笠	御所	下鴨	下鴨	北山	梅小路	蹴上	中心部
施設名	妙覚寺	壬生寺	仁和寺	平野神社	護王神社	旧三井家下鴨別邸	下鴨神社	京都府立植物園	梅小路公園	琵琶湖疏水記念館	ラクエ四条烏丸
ポイント差	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt	+1pt
6時	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7時	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
8時	1	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0
9時	1	3	2	3	3	2	3	1	4	3	3
10時	8	3	1	5	6	3	5	8	7	9	5
11時	10	14	5	1	14	9	7	8	5	7	6
12時	9	6	1	6	13	6	7	10	8	15	23
13時	17	5	6	7	33	5	9	5	3	11	32
14時	18	10	4	12	31	1	10	8	13	6	13
15時	5	9	4	10	16	5	11	5	8	15	17
16時	7	5	2	9	13	2	13	6	6	4	10
17時	0	0	0	3	6	0	0	0	6	0	12
18時	2	0	0	0	0	0	1	1	2	0	15
19時	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
20時	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
21時	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計	78	56	25	56	141	33	66	52	63	70	143

■ 時間分散に関するアンケート意見

- 👤 時間帯によってポイントが上がるのが良かった
- 👤 時間によってポイントが違うのは、混雑解消の工夫だと思った

➔ **時間帯によるポイント変動機能に気づき、混雑対策の意図を理解**

○ゲーミフィケーション施策は、観光行動の変容や観光分散、「京スマ」の認知拡大、公共交通利用促進など、**様々な施策を横断的に促す手法として一定の可能性**があると言える。

○一方、更なる可能性を検証するには**利用者増が重要**であり、参加しやすさや参加体験の充実など、**改善の方向性も示唆**。

➔ 来年度以降も、得られた知見を踏まえた改善を加えつつ、**ゲーミフィケーションを活用した取組を継続的に展開**する。

■参加者の意見を踏まえた課題・改善点

(1) 参加しやすい企画設計

- 👤 遠すぎて行けないスポットがあった
- 👤 有料のスポットが多く、見送った場所もあった
- 👤 コンプリートするための旅程のサンプルがあると助かる

➔ スポット配置や距離感、有料施設のバランス、モデルルートの提示など、**初参加者でも回遊しやすい企画設計**を検討

(2) 体験要素・IPを活用した企画展開

- 👤 AIで写真を撮って判定するスタンプラリーは初めてで面白かった
- 👤 クイズに答えてスタンプがもらえるのが楽しい
- 👤 キャラクターを変えれば、いろんな人が楽しめる企画だと思う

➔ 参加型要素は好評であり、**体験性を高める仕組みやIPコラボ、テーマ設定を変えた企画展開**を継続的に検討

(3) 参加意欲を高めるインセンティブ設計

- 👤 抽選だけでなく、集めたら必ずもらえる景品があるといい
- 👤 景品の当選人数をもっと増やしてほしい
- 👤 もっと特色のある店の商品だと良い

➔ 達成型特典や地域性のある景品など、**参加意欲を高めるインセンティブ設計の充実**を検討

(4) 時間分散を促す仕組みの活用

- 👤 時間帯によってポイントが上がるのが良かった
- 👤 時間によってポイントが違うのは、混雑解消の工夫だと思った

➔ **時間変動機能を活用し、混雑ステータス連携やインセンティブ差の設定、周知方法**など、さらなる混雑時間帯の分散を促す仕組みを検討

(5) デジタル基盤（京スマ）の利便性向上

- 👤 スタンプ取得までの流れが少し分かりにくい
- 👤 写真を撮るまでの経緯がややこしい
- 👤 よくある質問がもう少し分かりやすいと良い

➔ **スタンプ取得手順や案内表示の改善**など、**利用者が迷わず参加できる仕組みづくり**を検討

(6) 情報発信・事前案内の強化

- 👤 旅行の直前にイベントを知った
- 👤 もう少し早く告知してほしい
- 👤 歌舞伎の会報誌などで知りたかった

➔ **旅行計画段階で認知されるよう、早期の情報発信や関連媒体との連携**など、**広報の強化**を図る

3. 観光バス駐車マネジメントの 高度化

- 観光バス駐車場予約サービスの機能拡充等を図るとともに、**参画する駐車場事業者の拡充**を進める。
- 予約データの蓄積・分析を通じて、**駐車場予約制度の高度化・最適化**を検証し、**観光バス需給マネジメントへ展開**する。

■寺社仏閣を含む京都市内のバス駐車場位置図（全43カ所）



第1段階【基盤整備】

予約対象駐車場の拡大
予約・満空情報の高度化

第2段階【分析高度化】

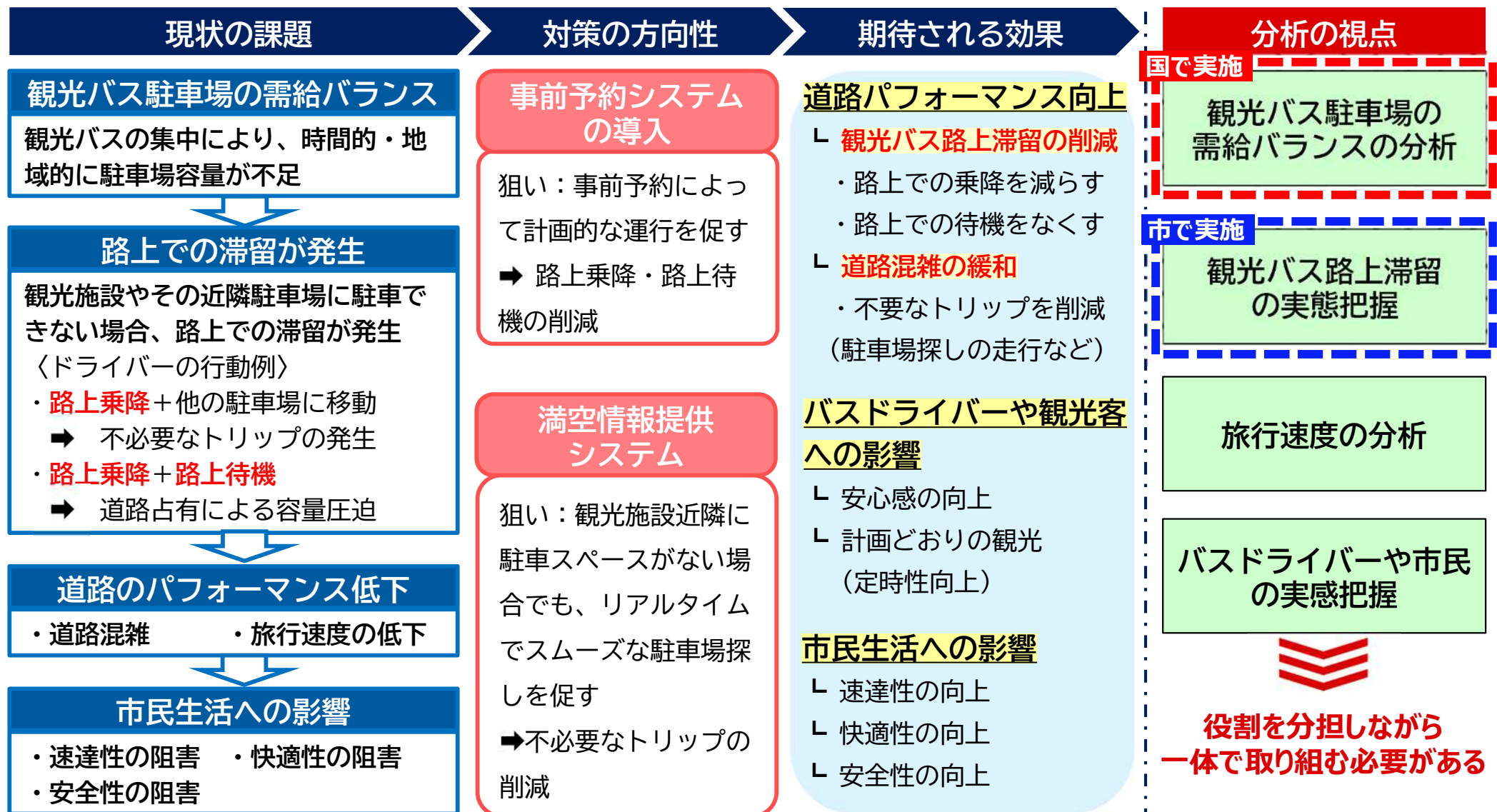
予約・満空データの蓄積・検証
需給分析・最適化検証（時間帯別・季節別分析）

第3段階【政策活用】

予約枠調整・分散誘導
混雑抑制施策への反映

データの蓄積・分析を通じて
観光バス需給マネジメント基盤へ発展

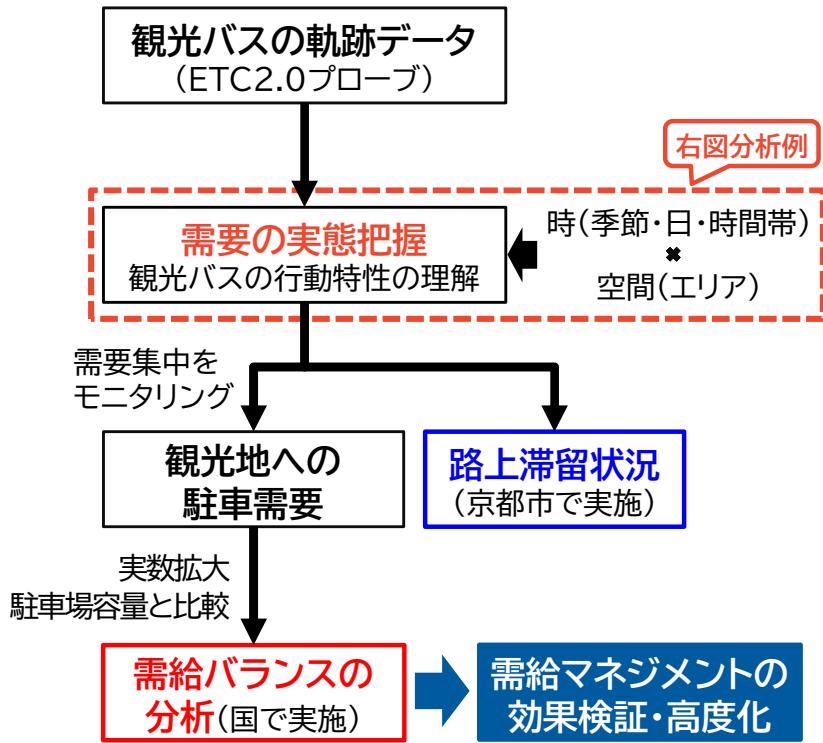
○事前予約および満空情報提供システムの拡充を見据え、京都市と連携のもと、観光バス駐車場の利用実態（需給バランス・路上滞留等）を把握するとともに、施策の効果検証を行い、将来的な展開につなげる。



○時空間的な観光バスの需要特性を確認すると、エリアの性質が観光行動に影響し、**時間分布に差異**がみられる。

➔ 今後のモニタリングにより**需要が集中する瞬間**を把握し、対策検討にあたっては、このような**交通特性の把握が必要**。

■プローブデータによる分析イメージ



<集計対象>

「高速流入観光バス」：観光地を発着したバスの内、京都市域への流入出のいずれかに高速道路を利用した流入トリップ。

「エリアに停車中のサンプル数」：測位間隔が10分以上開いた箇所を停車したものとみなし、当該時刻に停車中のサンプルをカウント、日平均を示す。

<出典> ETC2.0プローブデータ様式1-1, 様式1-2

N=294,877 (流入トリップ)

期間：2023/4/3～2025/11/30(平休含)

※ETC2.0のBCP対応期間(2024/12/16-)はサンプル数を1.5倍換算

エリア需要の時間分布

