

施策番号	0902		
施策名	観光都市としての質の向上		
概要	今ある魅力が守り育てられるとともに、新しい魅力が創出され、国籍、年齢、性別、障害の有無等にかかわらず、だれでも、いつでも、不満なく、安心・安全かつ快適に京都の魅力を堪能でき、また市民にとってもくらしやすい、さらに「質の高い観光都市」を目指す。		
担当局・部室	産業観光局・観光部	共管局・部室	
上位政策	9 観光		
施策に関する主な分野別計画等	未来・京都観光振興計画2010 <sup>+</sup> <sup>5</sup>		

### 施策の評価

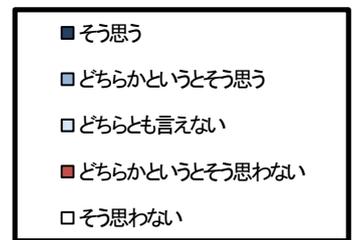
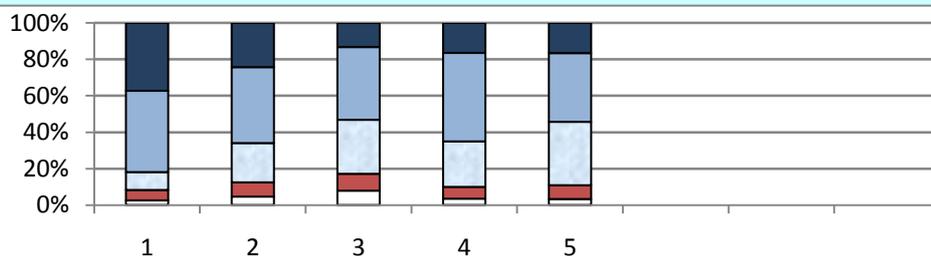
#### 1 客観指標評価

指標名	年度	23年度	24年度評価					指標のウエイト
			前回値	最新値	目標値	達成度	評価	
1 再来訪希望度(%)	-	-	59.4	57.3	59.4	96.5%	b	1.00
2 市民のおもてなしを感じた観光客の割合(%)	-	-	12.0	10.4	12.0	86.7%	b	1.00
3 -	-	-	-	-	-	-	-	
4 -	-	-	-	-	-	-	-	
5 -	-	-	-	-	-	-	-	
6 -	-	-	-	-	-	-	-	
<b>客観指標総合評価</b>							<b>b</b>	

#### 2 市民生活実感評価

\*この評価は、毎年5月頃に実施している京都市市民生活実感調査のアンケート結果を基にしています。

設問	24年度回答					有効回答者数	評価
	そう思う	どちらかと言うとそう思う	どちらとも言えない	どちらかと言うとそう思わない	そう思わない		
1 京都は、観光客にとって質の高い観光都市である。	216 37.2%	259 44.7%	57 9.8%	33 5.7%	15 2.6%	580	a
2 京都市民は、四季折々の京都観光を楽しんでいる。	136 24.2%	234 41.7%	121 21.6%	44 7.8%	26 4.6%	561	b
3 京都は、市民にとってくらしやすい観光都市である。	77 13.2%	233 40.0%	173 29.7%	54 9.3%	46 7.9%	583	b
4 京都市民は、観光客を温かく迎えるなど、京都観光の振興に協力的である。	94 16.4%	278 48.6%	143 25.0%	37 6.5%	20 3.5%	572	b
5 子ども連れの家族や若者、ビジネス客など、新たな京都ファンが増えている。	85 16.5%	194 37.7%	179 34.8%	39 7.6%	17 3.3%	514	b
<b>市民生活実感調査総合評価</b>							<b>a</b>



### 3 総合評価(客観指標総合評価+市民生活実感調査総合評価)

A	施策の目的が十分に達成されている					23 年度	A
	重み付け	<input type="checkbox"/> 客観指標	b	<input checked="" type="checkbox"/> 市民の実感	a		
(重み付けの理由) 観光客だけでなく市民にとっても満足度の高い観光振興を図ることを目的としており、市民生活実感評価を重視して評価することが妥当であると考えため。						年度	-
(原因分析) ・客観指標については、前回値から減少した。 ・市民生活実感評価については、京都観光の「質の向上」に必要な受入環境の快適さ等が、市民にも認識されていることにより、a評価になったものと考えられる。 ・総合評価は、市民生活実感評価の結果により、A評価となったが、客観指標については、前回値から減少しており改善の必要がある。							

#### 今後の方向性の検討

#### <この施策を構成する事務事業>

	事業名	事業費の状況(千円)		24年度事務事業評価結果 における目標達成度評価	担当局
		23年度 決算額	24年度 予算額		
1	京都観光オフィシャルサイト 京都観光Navi運営 (旧観光文化情報システム)	28,407	32,344	かなり良い	産業観光局
2	観光案内標識充実整備	5,272	7,297	かなり良い	産業観光局
3	観光案内所の運営	73,376	77,318	かなり良い	産業観光局
4	観光案内標識アップグレードプロジェクト	20,031	61,810	かなり良い	産業観光局
5	市民による京都の魅力再発見	11,925	15,670	普通	産業観光局
6	京都・花灯路	52,285	59,836	かなり良い	産業観光局
7	時代祭・葵祭運営支援	14,822	16,571	普通	産業観光局
8	祇園祭宵山対策費	1,943	5,442	良い	産業観光局
9	花街伝統伎芸保存・育成	2,849	5,239	かなり良い	産業観光局
10	内客誘致宣伝	17,673	20,354	かなり良い	産業観光局
11	岡崎桜回廊十石舟めぐり	1,243	1,468	良い	産業観光局
12	海外観光宣伝事業	15,651	20,199	普通	産業観光局
13	外客誘致宣伝	5,492	5,580	良い	産業観光局
14	海外情報発信・収集拠点整備事業	21,151	26,949	普通	産業観光局
15	千年の心得「Wisdom of Kyoto」	10,147	7,421	かなり良い	産業観光局
16	京の七夕	68,104	119,229	良い	産業観光局
17	京都どこでもインターネット	—	9,401	—	産業観光局
18	京都観光を支える未来の担い手育成	—	10,428	—	産業観光局
19					
20					

\*予算額には人件費及び施設管理に係る経費を含みます。

#### <今後の方向性>

・無線LANスポットの整備による情報収集環境の向上など、「質の高い観光都市」となるよう施策を実施していく。

施策名	0902	観光都市としての質の向上				
指標名	再来訪希望度（％）					
担当課	観光MICE推進室		連絡先	2 2 2 - 4 1 3 0		
<b>1 指標の説明</b>						
京都観光総合調査における「再来訪を希望するか」という項目に7段階中7の評価「大変そう思う」と回答した観光客の割合						
<b>2 指標の意味</b>			<b>3 算出方法・出典等</b>			
京都観光の「質の向上」に必要な受入環境の快適さを示す指標			出典：京都観光総合調査			
<b>4 数値</b>						
	前回数値 22年	最新数値 23年	推移	目標値		
				数値	根拠	達成度
数値	59.4	57.3	2.1%減	59.4	前年度からの改善	96.5%
	全国順位	中長期目標			備考	
		数値	目標年次	達成度		根拠
数値						
<b>5 評価基準</b>			<b>6 基準説明</b>		<b>7 評価結果</b>	
最新数値の目標値に対する達成度が a：100%以上 b：80%以上～100%未満 c：60%以上～80%未満 d：40%以上～60%未満 e：40%未満			当該指標については、民間部門の寄与度が比較的高く、景気動向にも影響を受けるものの、目標を上回することは不可能ではないため、100%以上をa、以下20%刻みで基準を設定した。		23	
					24	
					b	

指標名	市民のおもてなしを感じた観光客の割合（％）					
担当課	観光企画課		連絡先	2 2 2 - 4 1 3 0		
<b>1 指標の説明</b>						
京都観光総合調査における「市民のおもてなしを感じた」という項目に7段階中7の評価「大変そう思う」と回答した観光客の割合						
<b>2 指標の意味</b>			<b>3 算出方法・出典等</b>			
京都観光の「質の向上」を支える市民の存在感を示す指標			出典：京都観光総合調査			
<b>4 数値</b>						
	前回数値 22年	最新数値 23年	推移	目標値		
				数値	根拠	達成度
数値	12.0	10.4	1.6%減	12.0	前年度からの改善	86.7%
	全国順位	中長期目標			備考	
		数値	目標年次	達成度		根拠
数値						
<b>5 評価基準</b>			<b>6 基準説明</b>		<b>7 評価結果</b>	
最新数値の目標値に対する達成度が a：100%以上 b：80%以上～100%未満 c：60%以上～80%未満 d：40%以上～60%未満 e：40%未満			当該指標については、民間部門の寄与度が比較的高く、景気動向にも影響を受けるものの、目標を上回することは不可能ではないため、100%以上をa、以下20%刻みで基準を設定した。		23	
					24	
					b	