施策番号	0902		
施策名	観光都市としての質の向上		
概要	「質の高い観光都市」を目指すため、快適な受入環境の整備や市民のおもてなし向上に取り組むとともに、新たな京都ファンづくりに向け、観光客の特性や市場ニーズに応じた国内外への効果的なプロモーションを実施する。		
担当局・部室	産業観光局・観光MICE推進室	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	京都観光振興計画2020		

施策の評価

1 客観指標評価

指標名	25年度	26年度	27年度評価						
			前回値	最新値	目標値	達成度	評価	指標のウエイト	
1 再来訪意向及び紹介意向(%)	-	-	47.5	53.9	52	103.7%	a	1.00	
2 市民のおもてなしを感じた観光客の割合(%)	c	a	12.2	13.9	12.2	113.9%	a	1.00	
3 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
4 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
5 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
6 -	-	-	-	-	-	-	-	-	
		b	a	客観指標総合評価				a	

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	27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。	230 42.0%	219 40.0%	71 13.0%	16 2.9%	12 2.2%	548	a	
2 京都市民は、四季折々の京都観光を楽しんでいる。	138 25.8%	213 39.8%	101 18.9%	52 9.7%	31 5.8%	535	b	
3 京都は、市民にとってしやすい観光都市である。	93 17.0%	196 35.8%	149 27.2%	69 12.6%	41 7.5%	548	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。	137 25.3%	250 46.2%	116 21.4%	31 5.7%	7 1.3%	541	a	
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。	127 25.2%	198 39.3%	134 26.6%	30 6.0%	15 3.0%	504	b	
						市民生活実感調査総合評価		a

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					26年度	A
	重み付け	☐ 客観指標	a	☒ 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							
(原因分析) 【客観指標】●再来訪意向及び紹介意向については、これまでの取組の総合的な推進により、目標値を上回り、a評価となった。 ●市民のおもてなしを感じた観光客の割合は、京都観光サポーター制度をはじめとした市民ぐるみでのおもてなしの広がりにより、1.7%上昇し、a→a評価と高い評価で安定している。 【市民の実感】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おり、また、市民が「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」と感じていることにより、昨年度に引き続き総合評価がa評価になったものと考えられる。						25年度	A

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)		27年度事務事業評価結果 における目標達成度評価	担当局
		26年度 決算額	27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	32,841	27,272	良い	産業観光局
2	観光案内所アップグレード推進事業(名所説明立札等充実整備含む。)	59,528	62,482	良い	産業観光局
3	観光案内所の運営	76,173	79,247	良い	産業観光局
4	市民による京都の魅力再発見	16,904	15,488	普通	産業観光局
5	京都・花灯路	60,087	59,298	良い	産業観光局
6	時代祭・葵祭運営支援	15,705	16,334	普通	産業観光局
7	祇園祭宵山対策費	9,379	8,984	良い	産業観光局
8	花街伝統伎芸保存・育成	3,666	3,666	良い	産業観光局
9	内容誘致宣伝	14,873	12,690	良い	産業観光局
10	岡崎桜回廊十石舟めぐり	1,471	1,471	良い	産業観光局
11	海外観光宣伝事業	19,694	23,694	かなり良い	産業観光局
12	外客誘致宣伝	6,382	5,687	かなり良い	産業観光局
13	海外情報発信・収集拠点整備事業	35,947	34,948	かなり良い	産業観光局
14	京の七夕	72,817	69,633	良い	産業観光局
15	京都どこでもインターネット	3,417	1,625	かなり良い	産業観光局
16	観光経営を学ぶ高等教育の推進	8,932	11,036	普通	産業観光局
17	海外新規市場の開拓	12,148	12,515	良い	産業観光局
18	京都暮らし旅～通年型観光の推進～	19,400	19,433	良い	産業観光局
19	京都観光振興計画2020の推進	-	5,590	-	産業観光局
20	京都市認定通訳ガイド(特区通訳案内士)制度の創設	-	13,808	-	産業観光局
21	免税店拡大など外国人観光客に対する買物環境向上の取組	-	18,608	-	産業観光局
22	京都コンテンツの海外向け情報発信の強化	-	22,169	-	産業観光局
21	観光地トイレのおもてなし向上プロジェクト	4,184	-	-	産業観光局
22	新観光振興計画の策定	21,290	-	-	産業観光局
23	ミラノ国際博覧会出展事業	-	19,433	-	産業観光局
24	世界に誇る観光地KYOTOブランドの向上、普及	-	10,698	-	産業観光局

*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>

●平成26年10月に策定した「京都観光振興計画2020」に基づき、世界中の人に京都に行きたいという「あこがれ」を持っていただくよう、観光客の受入環境整備や、観光客を魅了するやさしさあふれるまちづくりを進めていく。

施策名	0902	観光都市としての質の向上				
指標名	再来訪意向及び紹介意向 (%)					
担当課	観光MICE推進室	連絡先	746-2255			
1 指標の説明						
京都観光総合調査における、京都を再び訪れたいという「再来訪意向」及び親しい友人に京都観光を勧めたいと思う「紹介意向」について、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						
2 指標の意味			3 算出方法・出典等			
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			
4 数値						
	前回数値 25年	最新数値 26年	推移	目標値		
				数値	根拠	
数値	47.5	53.9	6.4%増	52	平成25年実績(47.5%)と平成32年の目標値から等差的に設定	
	全国順位	中長期目標			備考	
		数値	目標年次	達成度		
数値		80%以上	32年	67.4%	京都観光振興計画2020	
5 評価基準		6 基準説明		7 評価結果		
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、目標を上回ること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。		25	26	
				-	-	
				a		
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MICE推進室	連絡先	746-2255			
1 指標の説明						
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						
2 指標の意味			3 算出方法・出典等			
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			
4 数値						
	前回数値 25年	最新数値 26年	推移	目標値		
				数値	根拠	
数値	12.2	13.9	1.7%増	12.2	前年度からの改善	
	全国順位	中長期目標			備考	
		数値	目標年次	達成度		
数値						
5 評価基準		6 基準説明		7 評価結果		
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、目標を上回ること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。		25	26	
				c	a	
				a		