

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M I C E 推進室	共管局・部室	
上位政策	9 観光		
施策に関係する 主な分野別計画等	京都観光振興計画 2 0 2 0		

施策の評価

1 客観指標評価

指標名		26年度	27年度	28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 (%)	-	a	53.9	55.5	57	97.4%	b	1.00
2	市民のおもてなしを感じた観光客の割合 (%)	a	a	13.9	13.3	13.9	95.7%	b	1.00
3	-	-	-	-	-	-	-	-	
4	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	-	-	-	-	-	-	
		a	a	客観指標総合評価				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		26年度	27年度	28年度回答					
				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 言うそう 思わない	そう思わ ない	有効回答 者数
1	京都は、観光客にとって質の高い観光都市である。	a	a	227 43.3%	215 41.0%	58 11.1%	17 3.2%	7 1.3%	524
2	京都市民は、四季折々の京都観光を楽しんでいる。	b	b	126 24.9%	191 37.7%	102 20.2%	57 11.3%	30 5.9%	506
3	京都は、市民にとってくらしやすい観光都市である。	b	b	92 17.5%	206 39.1%	140 26.6%	50 9.5%	39 7.4%	527
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。	a	a	114 22.1%	256 49.7%	113 21.9%	20 3.9%	12 2.3%	515
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。	b	b	110 23.2%	197 41.6%	118 24.9%	33 7.0%	16 3.4%	474
		a	a	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					27 年度	A	
	重み付け	☐ 客観指標	b	☒ 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るため							26 年度	A
(原因分析) 客観指標総合評価 ☒ b評価以上であり、施策の効果が客観指標に表れている。 ☐ c評価以下であり、次の原因が考えられる。								
(原因分析) 市民生活実感調査総合評価 ☒ b評価以上であり、施策の効果が市民の実感に表れている。 ☐ c評価以下であり、次の原因が考えられる。								

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)		28年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		27年度 決算額	28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	27,307	27,308	良い	産業観光局
2	観光案内所の運営	79,224	77,028	良い	産業観光局
3	市民による京都の魅力再発見	15,267	14,649	普通	産業観光局
4	京都・花灯路	59,394	60,956	良い	産業観光局
5	時代祭・葵祭運営支援	16,348	16,366	普通	産業観光局
6	祇園祭宵山対策費	9,032	9,827	悪い	産業観光局
7	花街伝統伎芸保存・育成	3,680	3,881	良い	産業観光局
8	内客誘致宣伝	12,729	12,014	良い	産業観光局
9	岡崎桜回廊十石舟めぐり	1,484	1,802	良い	産業観光局
10	海外観光宣伝事業	23,700	23,700	良い	産業観光局
11	外客誘致宣伝	5,707	2,067	かなり良い	産業観光局
12	海外情報発信・収集拠点整備事業	34,962	35,969	かなり良い	産業観光局
13	京の七夕	69,744	68,334	良い	産業観光局
14	京都どこでもインターネット	3,441	3,487	かなり良い	産業観光局
15	観光経営を学ぶ高等教育の推進	9,033	10,033	良い	産業観光局
16	京都市内各木村を活用した木所説明文化（樹林）の設置事業（観光案内係職員アップグレード推進事業及び木所説明文化等光実態調査含む。）	61,661	29,747	良い	産業観光局
17	海外新規市場の開拓	12,535	12,535	かなり良い	産業観光局
18	京都暮らし旅～通年型観光の推進～	19,465	23,212	良い	産業観光局
19	京都観光振興計画2020の推進	5,308	5,426	かなり良い	産業観光局
20	京都市認定通訳ガイド（特区通訳案内士）制度の活躍支援	13,837	25,837	かなり悪い	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	18,636	0	かなり良い	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	19,484	20,183	かなり良い	産業観光局
23	外国人観光客の買物環境向上支援事業	0	21,636	－	産業観光局
24	「全国商工会議所観光振興大会2016 in 京都」の開催支援	0	3,984	－	産業観光局
25	ミラノ国際博覧会出展事業	19,737	0	－	産業観光局
26	世界に誇る観光地KYOTOブランドの向上、普及	17,454	0	－	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事業者への支援、観光客を魅了する安心・安全で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	7 4 6 － 2 2 5 5		
-----	-----------	--	-----	-----------------	--	--

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

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

3 算出方法・出典等

出典：京都観光総合調査

4 数値

	前回数値	最新数値	推移	目標値		
	26年	27年		数値	根拠	達成度
数値	53.9	55.5	1.6ポイント増	57	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	97.4%

	全国順位	中長期目標				備考
		数値	目標年次	達成度	根拠	
数値		80%以上	32年	69.4%	京都観光振興計画2020	

5 評価基準

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

6 基準説明

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。

7 評価結果

26	27	28
-	a	b

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

京都観光の「質の向上」を支える市民の存在感を示す指標

3 算出方法・出典等

出典：京都観光総合調査

4 数値

	前回数値	最新数値	推移	目標値		
	26年	27年		数値	根拠	達成度
数値	13.9	13.3	0.6ポイント減	13.9	前年からの改善	95.7%

	全国順位	中長期目標				備考
		数値	目標年次	達成度	根拠	
数値		80%以上	32年	16.6%	京都観光振興計画2020	

5 評価基準

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

6 基準説明

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。

7 評価結果

26	27	28
a	a	b