

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		27年度	28年度	29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	b	55.5	57.8	61.0	94.8%	b	1.00
2	市民のおもてなしを感じた観光客の割合(%)	a	b	13.3	16.0	13.3	120.3%	a	1.00
3	-	-	-	-	-	-	-	-	
4	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	-	-	-	-	-	-	
		a	b	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	28年度	29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	どちらかと言うとそう思わない	そう思わない	有効回答者数 評価
1	京都は、観光客にとって質の高い観光都市である。	a	a	203 37.8%	235 43.8%	68 12.7%	18 3.4%	13 2.4%	537 a
2	京都市民は、四季折々の京都観光を楽しんでいる。	b	b	137 28.1%	190 38.9%	86 17.6%	42 8.6%	33 6.8%	488 b
3	京都は、市民にとってしやすい観光都市である。	b	b	78 14.4%	196 36.2%	145 26.8%	72 13.3%	51 9.4%	542 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。	a	a	114 21.3%	259 48.3%	118 22.0%	31 5.8%	14 2.6%	536 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。	b	b	128 27.4%	200 42.7%	104 22.2%	28 6.0%	8 1.7%	468 a
		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					28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						27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)		29年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		28年度 決算額	29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	27,091	25,358	良い	産業観光局
2	観光案内所の運営	76,829	76,813	良い	産業観光局
3	市民による京都の魅力再発見	14,553	13,919	普通	産業観光局
4	京都・花灯路	61,003	61,003	良い	産業観光局
5	時代祭・葵祭運営支援	16,351	16,496	普通	産業観光局
6	祇園祭宵山対策費	9,850	9,850	悪い	産業観光局
7	花街伝統伎芸保存・育成	3,888	3,888	普通	産業観光局
8	内客誘致宣伝	12,022	10,527	良い	産業観光局
9	岡崎桜回廊十石舟めぐり	1,808	1,729	良い	産業観光局
10	海外観光宣伝事業	23,702	22,932	かなり良い	産業観光局
11	海外情報発信・収集拠点整備事業	35,978	35,621	良い	産業観光局
12	京の七夕	68,387	62,387	良い	産業観光局
13	京都どこでもインターネット	2,619	2,829	良い	産業観光局
14	観光経営を学ぶ高等教育の推進	10,048	9,282	普通	産業観光局
15	京都市内産木材を活用した名所説明立札(簡易)の設置事業(観光案内標識アップグレード推進事業及び名所説明立札等充実整備含む。)	25,821	30,507	かなり良い	産業観光局
16	海外新規市場の開拓	13,883	0	良い	産業観光局
17	京都暮らし旅～通年型観光の推進～	22,882	0	良い	産業観光局
18	京都観光振興計画2020の推進	5,191	4,990	良い	産業観光局
19	京都市認定通訳ガイド(特区通訳案内士)制度の活躍支援	25,850	39,211	良い	産業観光局
20	京都コンテンツの海外向け情報発信の強化	21,680	6,305	悪い	産業観光局
21	外国人観光客の買物環境向上支援事業	21,648	22,733	良い	産業観光局
22	京都の文化資源の魅力発信事業	0	11,946		産業観光局
23	「マンガ」を通じた三大祭等の魅力発信	0	5,350		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、文化を基軸とした取組の推進、民泊適正化をはじめ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 27年	最新数値 28年	推移	目標値		
				数値	根拠	達成度
数値	55.5	57.8	2.3ポイント増	61.0	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	94.8%
	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	72.3%	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。		7 評価結果	
		27	28	29		
		a	b	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「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 27年	最新数値 28年	推移	目標値		
				数値	根拠	達成度
数値	13.3	16.0	2.7ポイント増	13.3	前年からの改善	120.3%
	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	20.0%	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。		7 評価結果	
		27	28	29		
		a	b	a		