

政策番号	9	政策分野	観光
------	---	------	----

基本方針	京都観光の「質の向上」にこれまで以上にこだわり、感動の先にある「あこがれ」や「尊敬」を持っていただける「世界があこがれる観光都市」を実現するため、「人づくり、まちづくり」，「魅力の向上，誘致手法」，「魅力の発信，コミュニケーション」，「MICE戦略」を柱とした取組を推進する。 また，京都の都市特性を生かした世界に冠たる国際MICE都市～国際会議，企業研修旅行，イベント等による国際集客都市～への飛躍を目指す。
------	---

担当局	産業観光局	共管局	
-----	-------	-----	--

政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 , 京都市MICE戦略 2 0 2 0
----------------	--------------------------------------

政策の評価

1 客観指標評価

政策の客観指標評価		27年度 評価値	32年度 目標値	28 年度	29 年度	30年度評価				
						前回値	最新値	目標値	達成度	評価
1	観光消費額(億円)	7,002	10,000	a	a	10,862	11,268	8,715	129.3%	a
2	外国人宿泊客数(万人)	113	300	a	a	318	353	247	142.9%	a
				a	a					a

施策の客観指標評価		評価		
施策番号	施策名	28年度	29年度	30年度
0901	観光スタイルの質の向上(4指標)	a	a	a
0902	観光都市としての質の向上(4指標)	b	a	b
0903	国際MICE都市～国際会議，企業研修旅行，イベント等による国際集客都市～への飛躍(3指標)	a	a	c
(3施策平均)		a	a	b

政策の客観指標総合評価 (政策の客観指標評価:施策の客観指標評価＝1:0.5)	28年度	29年度	30年度
	a	a	a

2－1 市民生活実感評価

番号	設問	評価		
		28年度	29年度	30年度
1	じっくり滞在し，ほんものとふれあい，歩いて楽しむ観光客が増えている。	b	b	b
2	京都は，観光客にとって質の高い観光都市である。	a	a	a
3	京都市民は，四季折々の京都観光を楽しんでいる。	b	b	b
4	京都は，市民にとってくらしやすい観光都市である。	b	b	c
5	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	b	b
6	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	a	b
7	京都は，国際会議などが盛んに開かれるMICE(企業のミーティング，企業研修旅行，国際会議，イベントなどの総称)都市になってきている。	b	b	b
政策の市民生活実感調査総合評価		a	a	b

2－2 政策の重要度(27政策における市民の重要度)

28年度		29年度		30年度	
順位	%	順位	%	順位	%
20	76.0%	21	74.4%	25	73.6%

3 総合評価

B	政策の目的がかなり達成されている	29年度	A
【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。			
【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。		28年度	A
【総括】 ・客観指標はa, 市民生活実感がbとなり、総じて取組に見合った評価を得た。 ・こうしたことを総合的に勘案し、この政策の目的はかなり達成されていると評価する。			

今後の方向性の検討

<この政策を構成する施策とその総合評価(客観指標評価＋市民生活実感評価)>

施策番号	施策名	総合評価		
		28	29	30
0901	観光スタイルの質の向上	B	B	B
0902	観光都市としての質の向上	A	A	B
0903	国際MICE都市～国際会議、企業研修旅行、イベント等による国際集客都市～への飛躍	B	B	B

<今後の方向性>

①観光スタイルの質の向上

・「京都観光振興計画2020+1」に基づき、観光地の魅力を掘り起し、丁寧な発信を行うとともに、市内全域に良質な宿泊施設を誘致して新たな人の流れを呼び込むことなどによる滞在期間の長期化、市内全域への観光客の分散化による満足度の向上、人と公共交通を優先する歩いて楽しいまちづくりを進める。

②観光都市としての質の向上

・「京都観光振興計画2020+1」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。また、「市民生活と観光との調和」を最優先に、観光を通じて市民生活の豊かさを図る取組を拡充していく。

③国際MICE都市への飛躍

・「京都市MICE戦略2020」に基づき、京都文化交流コンベンションビューローと連携のうえ、京都の多様な魅力を活用しながら、開催支援メニューの充実、産学公連携の強化など、主催者が京都を選択しやすい環境を整えることで、京都にふさわしいMICE誘致の強化を図る。

政策名	9	観光										
指標名	観光消費額（億円）											
担当部屋	観光MICE推進室	連絡先	7 4 6 - 2 2 5 5									
1 指標の説明												
観光に関する京都の観光消費額												
2 指標の意味		3 算出方法・出典等										
京都観光が目指す、「世界があこがれる観光都市」に向けた進み具合を示す指標		出典：京都観光総合調査										
4 数値												
10年後（平成32年度）の目標値	平成27年度評価値	平成32年度目標値	根拠									
	7,002	10,000	京都観光振興計画2020									
	前回数値	最新数値	推移	単年度目標値								
	28年	29年		数値	根拠	達成度						
数値	10,862	11,268	406億円増	8,715	平成25年実績（7,002億円）と平成32年目標値から設定	129.3%						
	全国順位	中長期目標			備考							
		数値	目標年次	達成度			根拠					
数値												
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% 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%をa、以下20%刻みで基準を設定した。		<table><tr><td>28</td><td>29</td><td>30</td></tr><tr><td>a</td><td>a</td><td>a</td></tr></table>			28	29	30	a	a	a
28	29	30										
a	a	a										

指標名	外国人宿泊客数（万人）											
担当部屋	観光MICE推進室	連絡先	7 4 6 - 2 2 5 5									
1 指標の説明												
京都で宿泊される外国人観光客数												
2 指標の意味		3 算出方法・出典等										
京都観光が目指す、「世界があこがれる観光都市」に向けた進み具合を示す指標		出典：京都観光総合調査										
4 数値												
10年後（平成32年度）の目標値	平成27年度評価値	平成32年度目標値	根拠									
	113	300	京都観光振興計画2020									
	前回数値	最新数値	推移	単年度目標値								
	28年	29年		数値	根拠	達成度						
数値	318	353	35万人増	247	平成25年実績（113万人）と平成32年目標値から設定	142.9%						
	全国順位	中長期目標			備考							
		数値	目標年次	達成度			根拠					
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% 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%をa、以下20%刻みで基準を設定した。		<table><tr><td>28</td><td>29</td><td>30</td></tr><tr><td>a</td><td>a</td><td>a</td></tr></table>			28	29	30	a	a	a
28	29	30										
a	a	a										