

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	
-----	-------	-----	--

政策に関係する 主な分野別計画等	京都観光振興計画2020，京都観光振興計画2020+1，京都市MICE戦略2020
---------------------	---

政策の評価

1 客観指標評価

政策の客観指標評価		平成23 評価値	令和2 目標値	平成 29	平成 30	令和元年度評価				
						前回値	最新値	目標値	達成度	評価
1	観光消費額(億円)	7,002	13,000	a	a	11,268	13,082	11,286	115.9%	a
2	外国人宿泊客数(万人)	113	300	a	a	353	450	247	182.2%	a
				a	a					a

施策の客観指標評価		評価		
施策番号	施策名	平成29	平成30	令和元
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)	a	b	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	c	b
(3施策平均)		a	b	a

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)	平成29	平成30	令和元
	a	a	a

2-1 市民生活実感評価

番号	設問	評価		
		平成29	平成30	令和元
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	c	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。	b	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。	a	b	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	b	b

2-2 政策の重要度(27政策における市民の重要度)

平成29年度		平成30年度		令和元年度	
順位	%	順位	%	順位	%
21	74.4%	25	73.6%	27	65.5%

3 総合評価

B	政策の目的がかなり達成されている	平成 30 年度	B
【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。		平成 29 年度	A
【総括】 ・観光消費額が令和2年度目標値の1兆3,000億円を前倒しで突破するなど、客観指標は前年度に続きa評価となった。一方で、市民生活実感評価は、「京都は、観光客にとって質の高い観光都市である」等がa評価となり、総合評価が前年度に続きB評価を維持している。これらのことから、総合的に勘案し、政策の目標がかなり達成されていると評価できる。			

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		
		平成29	平成30	令和元
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	B	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」及び「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、宿泊観光の推進等による滞在期間の長期化、市内周辺地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」及び「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、民泊適正化等、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、「市民生活と調和した持続可能な観光都市」推進プロジェクトチームでの検討を踏まえ、市民生活の豊かさの向上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、伝統産業製品の貸出制度など、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（令和2年度）の目標値	平成25年度評価値	令和2年度目標値	根拠				
	7,002	13,000	京都観光振興計画2020+1				
	前回数値 平成29年	最新数値 平成30年	推移	単年度目標値			
				数値	根拠	達成度	
数値	11,268	13,082	1,814億円増	11,286	平成25年実績（7,002億円）と令和2年目標値から設定	115.9%	
	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。		平成29平成30令和元			
				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（令和2年度）の目標値	平成25年度評価値	令和2年度目標値	根拠				
	113	300	京都観光振興計画2020				
	前回数値 平成29年	最新数値 平成30年	推移	単年度目標値			
				数値	根拠	達成度	
数値	353	450	97万人増	247	平成25年実績（113万人）と令和2年目標値から設定	182.2%	
	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。		平成29平成30令和元			
				a a a			