

「京都観光振興計画 2025」 指標と目標

1 指標及び目標値設定の背景

(1) 指標と目標について

本計画の推進に当たっては、京都観光の目指すべき姿の実現に向けた進捗を測る指標及び到達点としての目標を設定し、定期的に数値を測定（進捗状況を可視化）及び確認・評価したうえで、PDCA サイクル（計画・実行・評価・改善）を活用し、新たな改善策の立案、実施を徹底していくことが重要である。

そのため、本計画第3章に掲げた「2030年に実現を目指す5つのまちづくりと観光」の柱ごとの指標及び目標値の設定について検討を行う。

(2) 指標の追加及び目標値の設定について

令和3年3月の「京都観光振興計画 2025」策定段階において、新型コロナウイルス感染症の影響や回復見込みが極めて不透明であったため、指標については、一定設定しているが、目標値も含め未だ確定していない。

本計画の進捗管理を行う「京都観光振興計画 2025」マネジメント会議において、回復状況を見据えながら、改めて指標の追加と目標値の設定の検討を行う。

2 指標及び重点指標（目標値を設定する指標）並びに目標値の検討（考え方）

指標及び重点指標（目標値を設定する指標）並びに目標値の設定について、以下の順で検討を行う。

(1) 指標の設定

まず、本計画の進捗を測るための指標について追加等の検討を行う。

・計画の進捗を測るために経年的な変化を確認していくことが目的。

→全ての項目に目標値を設定するものではない。

(2) 重点指標（目標値を設定する指標）の設定

続いて、(1)で設定した指標のうち、特に重点的に取り組む項目について、重点指標として設定する。

その設定に当たっては、本計画で掲げた「京都観光が目指す姿」である「持続可能な観光」の観点から検討を行う。

(3) 目標値の設定

さらに、(2)で設定した重点指標について、目標値の設定の検討を行う。

3 指標及び重点指標（目標値を設定する指標）並びに目標値の設定

(1) 指標の設定

これまでの観光振興計画では、5000万人観光都市の実現、続いて観光の「質」の向上を図るため、観光客数や宿泊客数、観光消費額等を指標に設定し、取組を進めてきた。

京都観光振興計画 2025 の指標の設定に当たっては、計画に掲げた「市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決、SDGs の達成に貢献し、様々な危機や環境問題に対応していく持続可能な観光」の実現に向けて、総合的に進めていくため、「持続可能な観光」につながる指標を幅広く設定し、あるべき観光の姿の把握につなげる。

指標の項目案について、資料4-2参照。

◎資料4-2

京都観光振興計画 2025 に既に記載の指標及び
第1回マネジメント会議委員意見による追加指標（青色の箇所）を記載

＜調査方法＞

- 【観光客調査】 京都観光総合調査（H25～R1）
観光客の動向等に係る調査（コロナの影響でR2秋・R3秋のみ実施）※R3秋は速報値
- 【市民調査】 第3回市政総合アンケート「京都観光について」（R2.2）
京都観光に関する市民意識調査（R3.12）
- 【事業者調査】 観光事業者調査（R3新規実施，従事者向けも試行実施）
- 【国際会議統計】 JNTO 国際会議統計
- 【MICE調査】 京都市における MICE 実態調査（R1年度実施，R2年度以降コロナの影響で未実施）

（2）重点指標（目標値を設定する指標）の設定

重点指標（目標値を設定する指標）の検討について、資料4-2参照。

「持続可能な観光」を総合的に進めるに当たり、とりわけ重視している「市民生活と観光の調和」や「観光による地域や社会の課題解決」等の観点を中心に、（1）の指標の中から重要な施策の進捗の検証，対策につなげる重点指標を設定。

また，上位計画である京都市基本計画の政策評価に関連した17客観指標★についても，重点指標として設定。

◎資料4-2

重点指標（目標値を設定する指標）（案）については、「重点指標」欄に「●」を記載
京都市政策評価における客観指標については、「計画に記載の指標」欄に「★」を記載

★京都市政策評価における客観指標

京都市の政策評価（京都市基本計画の「政策の体系」がベース）に関連した指標（京都市基本計画審議会では、「重点戦略」や「政策の体系」等の計画内容について議論。指標の設定は行っていない。）

指標の種類	指標数		重点指標数●	
		うち 京都市政策評価客観指標★		うち 京都市政策評価客観指標★
観光振興計画に記載の指標 （代替指標追加含む）	47	(17)	20	(17)
第1回マネ会議 委員意見による追加指標	35	(0)	2	(0)
合計	82	(17)	22	(17)

（再掲を除く）

(3) 目標値の設定

定期的に数値を測定（進捗状況を可視化）及び確認・評価したうえで、PDCA サイクル（計画・実行・評価・改善）を活用し、新たな改善策の立案、実施を徹底していくために、目標値を設定。

重点指標（目標値を設定する指標）の目標値の検討について、資料4-2参照。

◎資料4-2

(2) で議論した重点指標（目標値を設定する指標）について、以下の考え方により目標値（案）を設定し、「(●重点指標) 目標値設定」欄に記載。

【目標値設定の考え方】

ア コロナ禍の影響を大きく受けると想定される重点指標

(ア) 重点指標例

国際会議件数、国際会議の海外参加者数 → (総数など規模感を示す数値)

(イ) 目標設定

- ・コロナ禍の影響で状況が激変しコロナ禍以前との比較が困難であるため、コロナ禍(R2)以降の数値で設定
- ・観光需要の回復時期が不透明であり、また今後、計画期間中(～R7末)の予測も困難であるため、まずは、既存(調査済み)の数値を基に設定

【目標値案】

「コロナ禍(R2)以降の最高値 or 最低値」 ※期間中、毎年、値を更新

イ コロナ禍の影響を受けにくいと想定される重点指標

(ア) 重点指標例

観光消費額単価、リピーター率、宿泊率、平均宿泊日数

地域貢献に取り組む事業者の割合 等 → (平均や率・割合を示す数値)

(イ) 目標設定

- ・観光需要の回復時期が不透明であり、また今後、計画期間中(～R7末)の予測も困難であるため、まずは、観光客数が過去最高を記録した平成27年以降の既存(調査済み)数値を基に設定

【目標値案】

「H27以降における最高値 or 最低値」 ※期間中、毎年、値を更新

なお、計画の取組期間中に状況が変化した場合は、目標値を改めて見直すこととする。

※ 目標値の設定に当たっては、京都市の政策評価において、既に設定されている本市の他分野の目標値設定の考え方*についても参考とする。(☆政策及び施策の客観指標の詳細は京都市HPで公開中)

4（参考）第1回マネジメント会議における主な御意見・御提案

(1)「1 市民生活と観光の調和が図られ、市民が豊かさを実感できる」

	御意見・御提案	対応
1	<p>【市民に及ぼすプラスの影響】 「1 市民生活と観光」の指標には、混雑など不満的なことが記載されているが、観光客にお越しいただいて市民生活にプラスになったことも指標として出していきたい。</p>	<p>●市民調査 京都観光が自身に及ぼす影響について、市民生活にプラスとなる影響について調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
2	<p>【市民の誇り】 市民が残念に思ったことより、誇りに思うことは何か、感動したことは何か、うれしかったことは何かなども、観光のすばらしさを伝える一つの手段。</p>	<p>●市民調査 京都市が観光に関して評価されることに誇りを感じるかを調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
3	<p>【観光が京都市にもたらす影響】 市民と観光客と観光事業者の三者が支える京都観光について、「価値共創」という視点で考えている。 このコロナ禍の中で、市民も地域の文化や産業が観光によって支えられていた面に、以前よりも意識が向いたと思うし、もとより市民も観光をする。 こうしたことから、例えばこれから行う市民意識調査の設計には、その価値共創という考え方が投影されるとよい。</p>	<p>●市民調査<新規> 京都の文化や伝統を将来に引き継ぐ取組を行っている市民の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p> <p>●市民調査<新規> 京都市の発展に観光が重要な役割を果たしていると思っている市民の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p> <p>●事業者調査<新規> 事業活動が京都の文化の維持継承に寄与してきたと思う事業者の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
4	<p>【行政区別市民の満足度】 「市民による観光の満足度」については、しっかりと、左京区や中京区といった区等のエリア別でも考えておいた方がよい。</p>	<p>●市民調査（充実） 京都観光に関する市民意識調査については、行政区ごとの分析が可能となるよう配布数を設定し実施 <u>※調査分析時に活用</u></p>
5	<p>【観光事業者による地域貢献】 観光事業者による「地域貢献」を調査項目に入れていただきたい。 「地域文化の継承」に向けて、観光事業者が地域貢献を奨励することも指標に入れてもよいのではないかと。</p>	<p>●事業者調査<新規> 「地域との調和」につながる行動（地域産品の活用、町内会や地域の祭事、イベントへの参画等）について調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>

(2) 「2 あらゆる主体が京都の「光」を磨き上げ、観光の質を高める。」

	御意見・御提案	対応
1	<p>【宿泊・日帰り別 観光消費額単価】 観光消費額単価において、「宿泊」と「日帰り」で分けることができるとよい。結果、施策にも反映しやすい。</p>	<p>●観光客調査 観光消費額を「宿泊」「日帰り」別で算出 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
2	<p>【文化と経済の関係性】 文化や文化財を観光として活用することにより、経済効果が生まれる。2の項目にも、文化と経済、文化と観光みたいな関係性があってもよいのかと感じている。</p>	<p>●観光客調査<新規・充実> サステナブルな旅行に対する意向（地域の文化や文化財の維持・継承に貢献したい）を調査 観光消費額調査において、入場・拝観料及び文化体験費用を調査（従来調査でその他に含まれていた文化体験費用を別途抽出） <u>※指標検討項目に追加</u></p>
3	<p>【観光客の感動度】 観光客が残念に思ったということより、誇りに思うことは何か、感動したことは何か、うれしかったことは何かなどは、観光のすばらしさを伝える一つの手段。</p>	<p>●観光客調査 京都観光の満足度及び感動度を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
4	<p>【市民のおもてなし】 観光客に対して京都市民の親切度をお聞きしてもよいのではないかと。</p>	<p>●観光客調査 京都滞在中におもてなしを感じた方の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
5	<p>【観光客におけるデジタル化の進捗】 デジタル化の指標が先ほど御指摘のあった事業者の調査にはあるが、観光客の調査にもあったらよい。（観光客におけるデジタル化の推進）</p>	<p>●観光客調査<充実> 京都訪問に関して、事前情報源、到着後情報源の項目に、「動画サイト」等の項目を新たに追加 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
6	<p>【年代別 訪問回数】 シニア層が過去10回訪れることと、若年層が過去10回訪れることの重みは異なる。年代別でも回数を見ていただくことを検討いただきたい。</p>	<p>●観光客調査 年代別の訪問回数を調査 <u>※訪問回数の分析時に活用</u></p>
7	<p>【入浴時に度々訪問する箇所】 観光客を基点とした関係性に関する指標というもの、具体的には、観光客には行きつけの店があるのか。 京都らしさという観点について、京都と観光客の関係、観光客視点で言うと、京都に知り合いがいる、行きつけのお店がある、その人数や店舗数などの指標も見るできるとよい。</p>	<p>●観光客調査<新規> 度々訪れる特定の場所の有無を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>

8	<p>【おすすめしたい場所】 友人が京都に来たときにおすすめする場所があるのか。観光客と住民との交流関係という視点から、多角的な観点或いは定性的な観点で、このリピーターというものをモニタリングしてはどうか。</p>	<p>●市民調査（充実） 京都観光の推奨度を調査 <u>※指標検討項目に追加</u> さらに、質問項目に、おすすめしたい特定の場所（飲食店、宿泊施設、寺院・神社等）の有無について追加 <u>※調査分析時に活用</u></p>
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(3) 「3 観光の担い手が活躍し、観光・文化分野での起業・新事業創出が盛んになり、都市の活力向上や文化の継承に寄与する。」

	御意見・御提案	対応
1	<p>【商品単価向上の理由】 3の「商品単価の向上」については、理由も知りたい。</p>	<p>●事業者調査<新規> 事業者調査において、主力商品・サービスで売価・原価が変化（上昇）した背景や理由の聞き取りを実施 <u>※調査分析時に活用</u></p>
2	<p>【担い手育成に関する調査】 「観光の担い手」について、「観光従業者の満足度」がある。育成に係る取組の評価があってもよい。</p>	<p>●事業者調査<新規> 観光事業者による「質の高いサービスの提供」につながる行動に関して、「従業員の能力開発のための研修等」の実施について調査 <u>※指標検討項目に追加</u> ●事業者（従事者）調査<新規> 従事者に対して、今後、身につけたい知識・スキル（京都の歴史・文化、財務・会計、語学、接客・作法、マネジメント等）について調査 <u>※施策検討時に活用</u></p>
3	<p>【文化の継承に関する事業者の気付き】 3の「文化の継承に寄与」という文言があるが、それに対する項目も少ない。 「地域貢献に取り組んだ事業者割合」があるが、文化継承に寄与するような、例えば、何か自覚する、発見や気づきがあったなど、事業者側にも普段から、今後そうしていくんだ、或いはその一員となっていくんだといった意識をもたせるために、何か指標があったらよい。</p>	<p>●事業者調査<新規> 事業活動や提供しているサービス等が京都の伝統産業や文化・芸術、文化財の維持継承に寄与していると思う事業者の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u> ●観光客調査<新規> 観光客に対するサステナブルな旅行に対する意向で、「地域の文化を体験したい」「地域の文化や文化財の維持・継承に貢献したい」方の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u> ●市民調査<新規> 京都の文化や伝統を将来に引き継ぐ取組を行っている市民の割合を調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>
4	<p>【デジタル化の内容】 デジタル化の推進状況も、Wi-Fi なのか、どういうデジタル化なのか具体的に聞いていただきたい。</p>	<p>●事業者調査 事業者調査において、デジタル化の内容（オンライン販売システムの導入、キャッシュレス決済の導入等）の聞き取りを実施 <u>※調査分析時に活用</u></p>

5	<p>【観光事業者の細分化】 3の項目については、観光事業者というくくりが分かりにくい。小売業もあればサービス提供者もある。また、観光事業者にタクシーなど交通機関が入ってもよいと思っており、観光事業者というくくり方をもう少し細分化して調査いただくとありがたい。</p>	<p>●事業者調査<新規> 京都市観光協会会員等，幅広い業界に対して調査を実施。調査回答時に，事業者が所属している業界名（宿泊，土産品，飲食等）の聞き取りを行い対応 <u>※調査分析時に活用</u></p>
6	<p>【大学生向け意識調査】 大学を京都の観光人材の源泉と見ると，例えば大学生向けの観光に係る意識調査があっても面白い。</p>	<p>●市民調査 市民意識調査を実施の際に，回答者の属性欄に「学生」の項目を設定 <u>※調査分析時に活用</u></p>
7	<p>【従事者の意識調査】 京都が好きで，接客することも好きという方もたくさんおられると思うため，そういうことも調査されてはと思う。</p>	<p>●事業者（従事者）調査<新規> 観光業を選択した理由の調査は現時点ではないが，従事者に対して，今後の身につけたい知識・スキル（京都の歴史・文化，接客・作法等）について調査を実施 <u>※施策検討時に活用</u></p>

(4) 「4 感染症や災害などの様々な危機に対応できる，しなやかで力強く，安心・安全で環境に配慮した持続可能な観光を実現させる。」

	御意見・御提案	対応
	<p>【事業者の環境に配慮した取組】 観光事業者における環境に配慮した取組についても，他の観光事業者に取り入れられるようなヒントがあれば，どんどん広がっていくものだと考える。</p> <p>「質の向上」では，サステナビリティが求められるというところで，事業者にとっては大変な時代ではあるが，やはり時代的に求められていく質の高さというものが，食品ロスの減少，フードウェイストゼロ，プラスチックゼロへの動き，またフードマイルを下げしていく，カーボンオフセットオプションを考えていくというようなものであり，「質の向上」にそうしたところを盛り込むとよいのではないか。</p>	<p>●事業者調査<新規> 観光事業者による環境に配慮した行動（プラスチック，ゴミの排出抑制，フードロスの低減，エコバックの推奨等）について調査 <u>※指標検討項目に追加</u></p>

(5) 「5 MICE 都市としての魅力確立し，世界の人々が集い，多様性を認め合い，世界平和に貢献するまちになる。」

特になし

(6) その他 指標及び目標値の設定に関する全体的な御意見

御意見

- ・ コロナ禍で、まだ底でないかもしれない状況の中、何年か先にどこまで戻るのかという判断のもとに、どのような目標を設定するのが問われている。
- ・ 加えて中長期において持続可能な観光を掲げる場合に、コロナ禍以前のベースからさらに右肩上がりとして設定することが適正かすら、分からない状況。
- ・ 右肩上がりではない指標と目標であることを、前段などで高らかに謳うことが重要。
- ・ 京都観光総合調査も長く続いており経年変化が分かるが、これに加えて我々は持続可能性とは何かというところも、数字としてとっていく発想が必要。
- ・ 一般的な統計では、施策が効いたかは分からないが、ただ大きなトレンドや状況の変化を把握できる。そういう指標の考え方で、目標値もあわせて次回、原案提示いただきたい。
- ・ 文化庁が京都に移転するため、文化と観光との関係に関わる評価方法が重要。
- ・ 今回の観光振興では市民・コミュニティと観光事業者・観光客との関係を、どのような調査をすればどう変わってきたのかを説明できるのか、という視点が必要。
- ・ 今回を起点として今後5年・10年継続して調査をしていくことで経年変化がわかるようにしなければいけない。
- ・ 今回から新しい調査項目が出てくるため、今回の調査が原点であり、ここから経年変化を見ていくんだという意識を強く持ってまいりたい。

- ・ 指標の全てが目標化されるわけではないが、指標と目標に関しては、感染症の影響がいつ落ち着くのか、コロナ後の観光がどのように展開されていくのか、その辺りのタイミング、シナリオが見えない中で決めることは難しい。
- ・ 総合的に調べてマネジメントする、そのための「健康診断」のような調査に切り換えていく。
- ・ そういう意味での指標づくりで、この指標の一部については改善をしていく、あるいは施策との連動を意識するという形で、一部は目標にできるが、基本的にはまずはこれを出発点に総合的な「健康診断」の体系を作っていこうと、そういう挑戦であろうと考えている。
- ・ 指標について、右肩上がりの可能性を諦めることはなく、引き続き、この持続可能な京都観光という目標から逸脱しない形で長期的には目指すべき。
- ・ 右肩上がり前提とするわけではないが、右肩上がりにはもう有り得ないと放棄するものでもなく、あるべき京都観光の方向を手探りで確認しながら進めるために、新たな指標を開発してまいりたい。

- ・ 重要な指標の目標値については、一旦決めておいた方がよい。今後、2025年に向けて取り組んでいくことを考えたときに、もし途中で見直す必要があった場合は、その時点で見直せばよいので、財政的な面も含めて考えておいたほうがよい。
- ・ 提示いただいた計画に記載の指標を見ていくのは良いが、やや数が多いと感じる。この中で重要指標を決めることが大切。優先順位を決めることで、迷いなく計画に向けた行動計画ができる。