

【計画名：琵琶湖疏水記念館を中核とする文化観光拠点計画】

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
琵琶湖疏水記念館来館者満足度の向上【日本人】 (%)	55	54	98%	60	88	147%	65		70		75	
琵琶湖疏水記念館来館者満足度の向上【外国人】 (%)	50	—	—	55	—	—	60		65		70	
日本人来館者数の増加(千人)	30	42.8	143%	80	37.7	47%	130		140		150	
外国人来館者数の増加(千人)	0.4	0.2	50%	1.9	0.3	16%	3.5		5.5		7.5	
社会見学来館者数(千人)	2	2	100%	7	5	74%	9		10		11	
社会見学来館者数(校)	50	22	44%	100	79	79%	110		120		130	

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<ul style="list-style-type: none"> ● 琵琶湖疏水記念館来館者満足度の向上について (分析) ・日本人の琵琶湖疏水記念館来館者満足度については、R2年度は目標値と同率、R3年度は目標値を大幅に上回った。 ・これは、琵琶湖疏水記念館屋外テラスにおける飲食ブースの設置や「KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭」の開催のほか、館内のWifi環境の拡充やキャッシュレス決済の導入等を進めたことが満足度に繋がったものと分析している。 ・なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、R2年度、3年度ともに外国人来館者数は限定的であったため、アンケート調査での外国人来館者の回答は得られなかった。 (評価) ・R2年度はほぼ目標を達成(達成率98.2%)し、R3年度は目標を達成することができた。
<ul style="list-style-type: none"> ● 日本人来館者数の増加について (分析) ・日本人来館者数については、R2年度は目標値を上回ったが、R3年度は下回る結果となった。 ・これは、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、R2年度及びR3年度ともにコロナ前と比べ激減したが、その中でも、琵琶湖疏水記念館飲食ブースの設置のほか、SNS等での継続的な琵琶湖疏水記念館PRを行い、R2年度は目標値を上回った。 ・R3年度についても、引き続き来館者の増加に向けた取組を推進し、一日に訪れる平均入館者数はR2年度とほぼ同数を保ち、期間中に実施した「KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭」の開催時には前年の同期間比を倍増させることはできたが、来館者が多いGW期間を含む期間中に2箇月以上臨時休館せざるを得ない状況となったことに加えて、拠点計画策定当初においては、新型コロナウイルス感染症による影響からR3年度には一定回復に至るものとの予測のもと目標値を設定していたことから、目標値を下回る結果となった。 (評価) ・R2年度は目標を達成することができたが、R3年度は目標を達成できなかった。
<ul style="list-style-type: none"> ● 外国人来館者数の増加について (分析) ・外国人の来館者数については、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて外国人の来訪が制限されたことにより、R2年度及びR3年度ともに目標値を下回ったと分析している。 (評価) ・R2年度及びR3年度ともに目標を達成できなかった。
<ul style="list-style-type: none"> ● 社会見学来館者数の増加について (分析) ・社会見学来館者数については、R2年度、R3年度ともに目標値を下回った。 ・これは、新型コロナウイルス感染症の影響により、社会見学来館者数(修学旅行生含む)は限定的であったことが要因であると考察されるが、そのような中でも、コロナ禍で可能な範囲で小学校等への働きかけを行い、R3年度は前年度の3.5倍の学校に来館いただくことができた。 (評価) ・R2年度、R3年度ともに目標値を達成できなかった。

③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業2-①	展示解説文の多言語・デジタル対応	・多言語解説文を書き下ろす外国語ネイティブに対し、琵琶湖疏水に関する研修会の実施 ・琵琶湖疏水への外国人の興味・関心をまとめた報告書の作成 ・琵琶湖疏水記念館の常設展示の一部(エントランス部分)の多言語解説文の作成	・多言語解説文の作成 ・作成した多言語解説文のウェブ上への公開を実施(全115項目。外国人来館者は、館内に展示したQRコードを自身のスマホで読み込むことにより多言語情報を閲覧できる。)	11.9百万円
事業2-②	民間団体と連携した琵琶湖疏水フィールドツアーの実施	—	・まち歩き事業を実施している民間事業者と連携した琵琶湖疏水沿線フィールドツアーの試行実施(全6コース、102名参加)	
事業3-①	キャッシュレス決済の導入	・琵琶湖疏水記念館での販売物の支払いにPayPayを導入 ・PayPay導入の告知バナーの作成	・琵琶湖疏水記念館での販売物の支払いにLINEPayを導入	13.5百万円
事業3-②	デジタル技術を活用した観光案内機能の充実	・琵琶湖疏水の構成文化財及び琵琶湖疏水記念館が位置する跡上・岡崎エリア周辺の観光施設等の情報を掲載したタッチパネル式デジタルサイネージの導入 ・翻訳機能アプリが搭載されたiPadを導入	・デジタルサイネージの多言語化(中(簡・繁)・韓)の推進を実施 ・デジタルサイネージに琵琶湖疏水フォトギャラリーを追加し、発信情報の充実を実施	
事業3-③	館内Wi-Fiの整備	・琵琶湖疏水記念館内にフリーWi-Fi(KYOTO Wi-Fi)を整備	—	
事業3-⑤	交通事業者等と連携した周遊促進事業	・琵琶湖疏水記念館のチラシを作成し、交通機関や博物館施設、観光案内所等に配架 ・京都市交通局と連携した企画乗車券提示者への記念品進呈サービスを開始	—	

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業4-①	琵琶湖疏水記念館販売グッズのサンプルの製作	・二条城や京都国立博物館等、他の施設の販売状況(売れ筋グッズ)を調査 ・上記調査を基にした新たなグッズサンプルを製作(絵はがき、木質定規、来館記念符、ポケットル)	・新たなグッズサンプル(消しゴム、クリアファイル、参加型クイズカード)の製作を実施 ・グッズに一体感を持たせるため、琵琶湖疏水ロゴマークを作成	1.9百万円
事業5-①	屋外テラスのイベント活用事業	・コーヒーイベント「ENJOY SPRING & ENJOY COFFEE」の開催 期間：3月20日～31日(うち10日間) 来場客数：2,184人	・春秋の観光シーズンを中心に、コーヒーや軽食等を提供する飲食ブース・キッチンカーを設置 期間(秋)：10月1日～12月19日(うち69日) 来場者：6,873人 期間(春)：3月1日～31日(26日) 来場者：2,088人 ・「KYOTOGRAPHIE京都国際写真祭」を琵琶湖疏水記念館屋外テラス等で開催 期間：9月18日～10月17日(うち27日間) 来場客数：4,475人	19.9百万円
事業5-③	修学旅行の誘致促進	・修学旅行の事前学習用資料を制作 ・修学旅行ハンドブック及び修学旅行バスポートWeb版に、記念館の情報を掲載	・首都圏等の学校や教育委員会等に対し、事前学習用資料を活用した修学旅行誘致活動を実施(対象学校数：166校(小学校3校、中学校157校、高等学校6校))	
事業6-① 事業6-②	屋外スペースのイベント活用促進のための改修及び屋根・外壁の美装化及び館内の快適性向上のための設備改修	—	・琵琶湖疏水記念館の正面玄関前スペースの植栽等の撤去、屋外テラスのデッキテラス化等に係る整備基本計画を策定	19.8百万円
各年度ごとの実績額→		19.2百万円	47.8百万円	67.0百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>【記載欄】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 事業2－①について (分析) <p>・令和3年度に翻訳作業を完了させ、館内展示の多言語解説文が表示されるQRコードを設置した。アフターコロナのインバウンドを見据え、今後の外国人来館者の満足度向上につなげていけるものと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業2－②について (分析) <p>・ツアー後実施したアンケートでは参加者の99%が参加してよかったとの回答を得るとともに、本事業終了後、連携した民間事業者において自主事業として琵琶湖疏水を内容とするフィールドツアーが実施される（自走化）など、効果があったと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業3－① (分析) <p>・導入後のR3年度の売上で約1割のキャッシュレス決済の利用が確認できているほか、R2年度、3年度とも来館者アンケート結果において、日本人来館者の満足度がほぼ目標を達成することができたことから、効果があったと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業3－②について (分析) <p>・配置したデジタルサイネージについて、来館者が実際に数多く利用する姿を確認できているとともに、R2年度、3年度とも来館者アンケート結果において、来館者の満足度がほぼ目標を達成することができていることから、効果があったと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業3－③について (分析) <p>・来館者アンケート結果において、来館者の満足度がほぼ目標を達成することができていることから、効果があったと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業3－⑤について (分析) <p>・R2年度は日本人来館者数の目標を達成していることから、効果はあったと分析しており、R3年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、来館者数は限定的であったが、今後もチラシの配架及び記念品進呈サービスを継続し、来館者数の増加につなげていけるものと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● 事業4－①について (分析) <p>・今回のグッズサンプル製作を踏まえ、実際にグッズ化を着実に進め、記念館での販売を行うことで、来館者の満足度向上につなげていくことができると分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業5－①について (分析) <p>・イベント時に来場者を実施したアンケートでは、飲食ブースの設置では来場者の100%が「また来たい」と回答し、KYOTOGRAPHIEの実施においても、90%以上の来場者から好評価を得るとともに、来場者の約40%は「イベントを通じて記念館をはじめて知った」という結果も出ており、実施した効果はあったと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業5－③について (分析) <p>・事業実施時に学校等を実施したアンケート調査では、記念館は班別学習と歴史学習の両面の要素を兼ね備えており、修学旅行の目的に合致していると回答があったほか、過半数の学校が事前学習シートの存在を評価していた。また、相談窓口来訪時には8割の方に記念館が認知されていないという現状も確認できたことから、今回の取組により、コロナ禍においても効果的な周知ができたことと分析している。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 事業6－①及び②について (分析) <p>・基本計画の作成に当たっては、フィールドミュージアムの拠点として成功している他の施設を参考にするとともに、これまでのアンケート調査等による考察に加え、新たに記念館内外でアンケート調査を実施した。これにより、改めて記念館の現状、フィールドミュージアムとして必要な要素等を分析し、課題等を洗い出すことができたため、本計画を基に、R4年度以降の整備に向けた取組を進めていくことが可能となった。</p> <p>(評価)</p> <p>・計画どおり事業を実施できた。</p>

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

	↓文化観光拠点施設名
要件	琵琶湖疏水記念館
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介	○実施済 ・デジタルサイネージを活用し、琵琶湖疏水の魅力をわかりやすく解説・紹介（事業3－②関連）
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介	○実施済 ・館内展示の多言語解説文が理解できるQRコードを館内に設置し、外国人来館者にも容易に琵琶湖疏水の魅力をわかりやすく解説・紹介（事業2－①関連） ・デジタルサイネージを活用し、琵琶湖疏水の魅力をわかりやすく解説・紹介（事業3－②関連） ・館内にフリーWi-Fi（KYOTO Wi-Fi）を整備（事業3－③関連）
・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介	○実施済 ・館内展示の多言語解説文が理解できるQRコードを館内に設置し、外国人来館者にも容易に琵琶湖疏水の魅力をわかりやすく解説・紹介（事業2－①関連） ・デジタルサイネージを活用し、琵琶湖疏水の魅力をわかりやすく解説・紹介（事業3－②関連）
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	○実施済 ・まち歩き事業を実施している民間事業者と連携した琵琶湖疏水沿線フィールドツアーの試行実施（事業2－②関連） ・琵琶湖疏水記念館のチラシを交通機関などに配架。京都市交通局と連携した企画乗車券提示者への記念品進呈サービスを実施（事業3－⑤関連） ・観光関係者と制作した修学旅行の事前学習用資料をWebサイトに掲載（事業5－③関連）
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	○実施済 ・来館者アンケートなどを実施し、琵琶湖疏水記念館を岡崎・蹴上地域の文化観光の拠点とするための整備基本計画を策定（事業6－①、事業6－②関連）
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立	○実施済 ・来館者アンケートなどを実施し、琵琶湖疏水記念館を岡崎・蹴上地域の文化観光の拠点とするための整備基本計画を策定（事業6－①、事業6－②関連）

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

<p>・本事業実施後、まち歩き事業を実施している民間事業者が、自主的に琵琶湖疏水沿線フィールドツアーを実施しており、琵琶湖疏水沿線が新たな京都観光の魅力的なスポットになりうるという評価あり。（事業2－②関連）【評価者：㈱らくたび（ガイドツアー事業者）】</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響で京都市内の観光者数が伸び悩む中、琵琶湖疏水記念館が岡崎・蹴上地域の新たな観光拠点になる有効な場所であるという評価あり。（事業5－①関連）【評価者：京都市観光協会】</p> <p>・琵琶湖疏水記念館でのイベント実施希望が複数あり、民間における琵琶湖疏水記念館の活用の途が感じられる。（事業5－①関連）【評価者：京都市観光協会、UDS㈱（まちづくり事業者）、（一社）KYOTOGRAPHIE（写真展事業者）、㈱エビスデザイン（イベント事業者）】</p>

⑦今後の改善の方向性

<ul style="list-style-type: none"> ・フィールドツアーについて、事業者が収益により自走できるよう、課題の洗い出しなど、きめ細やかに行っていく。（事業2－②関連） ・コーヒーイベントについて、気候や天候による運営の課題が見られたため、気温や天候に左右されにくい仮設店舗（店内飲食可）での運営を試みる。（事業5－①関連） ・館外での写真展について、イベント来場者の約半数は入館していないというアンケート結果を踏まえ、館内においても展示を行うことにより、入館を促していく。（事業5－①関連） ・各事業の効果を把握するために、来館者へのアンケート調査に加えて、直接来館者の声を拾う取組を実施する。
