背景

祇園町南側地区では、外国人観光客等の急増に伴い、文化や生活習慣の違いなどから、日常的に私有地への無断立入、 犬矢来等への接触・破損、舞妓さんへの無断撮影など様々なマナー違反が発生するなど、市民生活にも影響が生じており、地域の皆様から早急な事態の改善を求められている。

事業内容

祇園町南側地区において、秋の観光シーズンに、以下①~③の観光マナーの周知・啓発に係る取組を実施(事業実施期間:令和元年9月30日(月)~令和元年12月8日(日)70日間)

①スマートフォン等へのプッシュ通知(9/30~12/8)

対応するアプリ(Japan Travel by NAVITIME*, TRAVEL JAPAN Wi-Fi)をインストールしているスマートフォンや、宿泊施設で無料貸出されているスマートフォン(handy)利用者等に対して、祇園町南側地区を中心とした半径 1 kmの範囲でマナー情報をプッシュ通知**ナビタイムジャパンが提供する訪日外国人向けナビゲーションアプリ

②多言語対応可能な巡視員による啓発・指導(9/30~11/24 12時~19時)

2名1組の巡視員(1名は英語又は中国語対応)2組が花見小路通界わいを巡回し、マナー 違反をしている観光客を注意 (期間中の平日及び11/4%に実施)※振替休日の月曜日

③防犯カメラ周知ポスター掲示(9/30~12/8)

防犯カメラ(地元設置)が設置されていることやマナー違反の内容を周知するためのポスターを掲示(13筒所)

4)効果検証

住民や観光客へのアンケート調査*,マナー違反件数調査(防犯カメラデータ), Wi-Fiセンサでの滞在・流動調査等をもとに実証事業の効果を検証 **サンプル数(事前・事中合計):観光客アンケート(日・英・中合計)2,254,住民アンケート216

参考 実証事業と連携した取組

- ・マナーアップキャンペーンの実施(10/25) <京都女子大学,祇園町南側地区協議会,東山警察署,龍谷大学,京都市>
- ・パトカーでの多言語マナー啓発の実施(実証事業期間中:随時)〈東山警察署〉
- ・ギオンコーナーでのマナー啓発動画の上映(9/30~) 〈おおきに財団〉

①プッシュ通知画面 ③ポスター掲示









④アンケート 調査



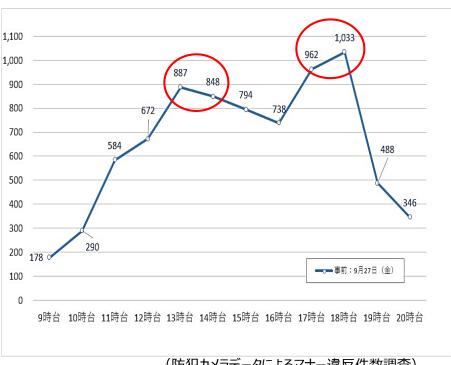
マナーアップ キャンペーン (10/25)



事業結果概要(事前調査結果)

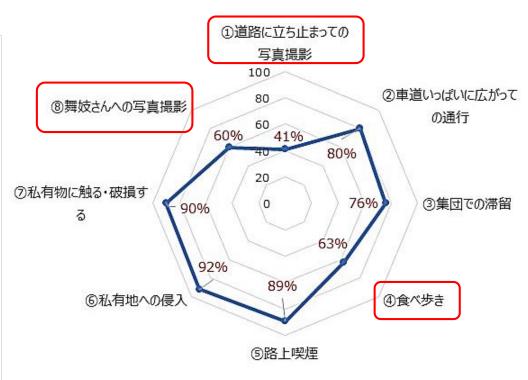
- マナー違反件数は、13時台と18時台の時間帯にピークとなる。 [表1]
- マナー違反行為の中でも、「道路に立ち止まっての写真撮影」や「舞妓さんへの写真撮影」、「食べ歩き」の認知度が相対的に低い。 「表2]

○時間帯別のマナー違反件数「表1]



(防犯カメラデータによるマナー違反件数調査)

○マナー違反行為の認知度 [表 2]



(観光客への事前アンケート調査結果)

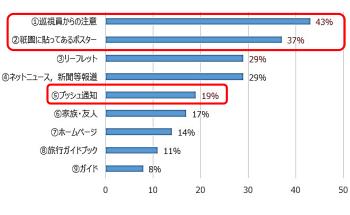
事業結果概要(総括)

- 実証事業によるマナー啓発の取組により、観光客の方々の全てのマナー違反行為の認知度を向上させることができた。 [表 1] なお、マナー違反行為を知ったきっかけとして、「巡視員からの注意」と答えた方が最も多く(43%)、「ポスター」(37%)がそれに次ぐ結果となり、今回の実証事業の取組が認知するきっかけとして機能した。 [表 2]
- 認知度の向上に伴い、マナー違反件数の減少(実証事業後半には約3割減少)がみられた。 [図3]
- 日常生活の中でマナー違反が気になるという地域住民の方々の減少がみられた。 [表 4] (日常生活の中でマナー違反が「大変気になる」と回答した方の割合が 1 5 ポイント減少)

○マナー違反行為の認知度 [表1]

(観光客へのアンケート調査結果)

○マナー違反を知った情報源 [表 2]



(観光客へのアンケート調査結果)

○マナー違反件数の推移 「図3]

	実証事業前 (9/27)	実証事業中 (11/1)	実証事業中 (12/6)
マナー違反 件数	7,820件	6,922件	5,248件
増減	_	▲ 11%	▲ 33%

(防犯カメラによる件数)





事業結果:スマートフォン等へのプッシュ通知

- 〇 プッシュ通知については,実証事業期間中(70日間)に多くの観光客等にマナー情報を配信することができた(1 日あたり約600通)。 一方,プッシュ通知を受信した後に,詳細なマナー情報を閲覧(通知をクリック)した人の割合は約1割だった。 [図1]
- アンケート調査では、**約16%の方がプッシュ通知を受信**しており [表2], 受信した**全ての方が「行動を改めようと思った」と回答しており、行動を改善するための契機となった**。 [表3]

○プッシュ通知数・クリック数等 「図1]

	通知数	通知をクリック した数	クリック率
総数(70日間)	42,794通	4,001通	0 20/3/
1日あたり	611通	5 7 通	9.3%

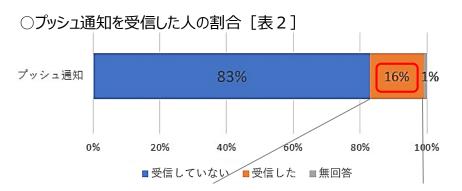
※広告媒体等の一般的なプッシュ通知では5%程度

(参考) プッシュ通知画面



(クリック後の) 詳細画面





実証事業の取組により行動を改めようと思った人の割合 [表 3]
プッシュ通知
100%
20% 40% 60% 80% 100%
■見て改善しようと思った
■見たが行動を改めなかった

(観光客へのアンケート調査結果)

事業結果:巡視員による多言語での啓発・指導

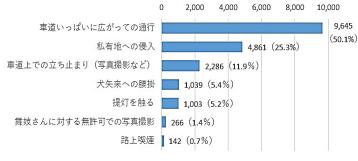
- 巡視員による多言語での啓発・指導については、実証事業期間中(56日間),1日あたり約340件(総数:約2万件)の啓発・指導を行った。 [図1] 啓発・指導に合わせ、祇園の歴史、マナー違反の内容等を掲載したリーフレットを配布した。 [図2]
- 指導内容別では、「**車道いっぱいに広がっての通行」が約半数**を占め、地域別では、アジア圏が全体の6割を占めた。 [表3]
- **外国人観光客がマナー違反を知った情報源として、「巡視員からの注意」と回答した人が最も多かった**(約40%)。 [別紙2-2表2]
- 啓発・指導をされた方の**9割以上の観光客が「行動を改めようと思った」**と回答した。 [表 4]
- 実証事業の後半では、巡視員から、「体感的にマナー違反行為は確実に減ってきている」、「観光ガイドがポスターを使ってマナーをレクチャーしている姿を 見掛けるようになった」との声があった。
- ○巡視員(2組)による指導件数「図1]

	指導件数	
総数(56日間)	19,242件	
1日あたり	3 4 4件	

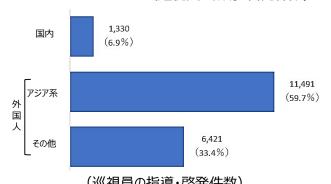
○リーフレット 「図2]



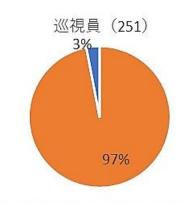
○内容別指導件数及び地域別件数 「表 3]



(巡視員の指導・啓発件数)



(巡視員の指導・啓発件数) ※分類は巡視員による目視の判断 ○行動を改めようと思った人の割合 [表 4]



- ■啓発・指導を受けて行動を改めようと思った
- ■啓発・指導を受けたが行動を改めなかった

(観光客へのアンケート調査結果)

事業結果:防犯カメラ周知ポスターの掲示

- 祇園町南側地区の各所に防犯カメラが設置(地元設置)されていることやマナー違反の内容を周知するためのポスターを掲出した(13箇所)。「図1)
- マナー違反についての情報を知っていた観光客の約4割が「ポスター」を見て情報を得たと回答した。「表2]
- ポスターを見て行動を改めようと思った方は9割を超えた。 [表 3]
- 実証事業の後半では、団体ツアーガイドが防犯カメラ周知ポスターを使って、観光客に対して祇園のルール等について観光客にレクチャーする様子もみられ るようになった。「図4〕
- ○防犯カメラ周知ポスター 「図1】

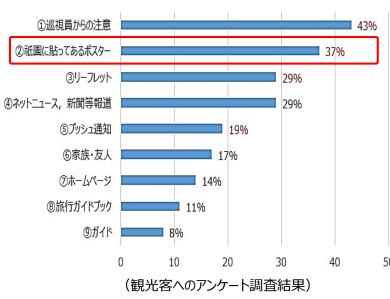
防犯カメラ作動中 in Operation 道路の真ん中を歩かない



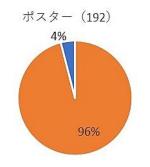


in accordance with laws and regulations, etc. 如有上述滋扰行为,可能会依照法律和条例等而被判处监禁、罚款,除此以外还可能会被要求赔偿损失

○マナー違反を知った情報源「表2〕



○行動を改めようと思った人の割合「表3]



- 見て行動を改めようと思った
- 見たが行動を改めなかった

(観光客へのアンケート調査結果)

○ポスターを活用したレクチャーの様子 「図 4]



