

●ぶらり嵐山

<p>前回検証結果</p>	<p>継続</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外からの観光客が好影響をもたらしていることを踏まえ、増加する観光客向けに売れるような商品づくりなど、自主財源の確保を検討すること。
<p>対応・改善策実施状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> 平成29年度に専門家による福祉就労製品魅力アップ事業実行委員会を立ち上げ、ぶらり嵐山での観光客向けの商品開発を実施するとともに、外国人等も念頭においたPOPの活用による販売を促進。 ぶらり嵐山向けの製品開発を継続するとともに、カフェスペースの改修や民間事業所等と連携した店舗前スペースの活用等により集客を促進。
<p>取組の結果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇利用者数は平成29年度に過去最高を達成。 ◇平成28年度と比較し、平成30年度は、府負担割合が約14%減少
<p>なお残る課題・問題点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆利用者への設置目的のより効果的な発信 ◆自主財源の確保による府負担率の軽減
<p>府民サービス等改革検討委員会による改善意見等</p>	<ul style="list-style-type: none"> □高齢者や障害者の社会促進に資する拠点として、施設の目的を分かりやすく発信するとともに、立地を活かして一層アピールする必要がある。 □設置目的に沿った広報を真っ直ぐにした方がよい。設置目的とミスマッチな来訪者が多い状況と察する。例えば「SDGs」を軸としたプロモーションなど、広報のあり方を見直すことで良いマッチングが達成できると考える。 □施設を訪れる人に休憩所としてだけでなく、障害者等の支援施設であることが分かるように、動線や周知方法に工夫を重ねられたい。 □観光名所という魅力ある立地を活かし、収入確保の取組により、府の負担割合を下げることはできないのではないか。
<p>京都府の検証結果及び対応方向</p>	<p>継続</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎設置目的をより効果的に達成するため、施設のレイアウトや広報戦略を見直すこと。 <p><今後の対応></p> <ul style="list-style-type: none"> ○設置目的を達成できるよう、来館者の動線を意識した施設レイアウトの見直しについて検討を進める。 ○外部からの意見及びノウハウを取り入れながら、広報戦略の見直しを進める。