

平成24年度 事業報告

平成24年度重点取り組み項目について

1 「京の夏の旅」「京の冬の旅」事業のより一層の充実

「京の夏の旅」「京の冬の旅」キャンペーン事業において、次年度事業の企画発表の早期化、魅力あるテーマの設定、誘致宣伝販売の強化など、京都への旅行商品造成と宣伝販売を推進するとともに、JRや関西私鉄各社、京都市交通局でのポスター掲出、パンフレット配布などの宣伝協力を得、より一層の京都観光の盛り上げに努めた。

(1) 「京の夏の旅」

早期の事業内容の発表や誘致宣伝を図るとともに、JR各社や関西私鉄各社、京都市交通局の協力を得て、関係機関との密接な連携のもと、幅広い宣伝を行うことができた。しかしながら、例年以上に猛暑日が続いたことや突然のゲリラ豪雨など天候に左右される夏となり、「京の夏の旅」も大きな影響を受けた。文化財特別公開の拝観・見学者数は対前年度比 76%、定期観光バス特別コースの乗客者数は 78%と、人数では「京の夏の旅」として過去最高を記録した前年度には及ばなかったものの、1日当たりの平均拝観・見学者数で見ると、文化財特別公開では対前年度比 89%、定期観光バス特別コースでは 98%と、ほぼ例年並みとなる多くの観光客を受け入れることができた。そのほか、京都「千年の心得」事業、「京のたしなみ」事業、「食遊菜都」事業についても内容を充実させ、京都へのより一層の観光客誘致を推進した。

(2) 「京の冬の旅」

「京の夏の旅」に引き続き、JR各社や関西私鉄各社、京都市交通局の宣伝協力を得るとともに、大阪、神戸の交通局とも連携を図り、近郊都市での宣伝にも力を入れ、全国展開での宣伝強化に努めた。また、「京の冬の旅」オープニングイベントを開催し、多数のメディアに取り上げられたほか、話題となるテーマの設定やイベント内容の充実を図ったことにより、非公開文化財特別公開の拝観者数では対前年度比 96%と僅かに及ばなかったものの、1日当たりの平均拝観者数では、108%と前年度を上回る結果となった。大河ドラマ「八重の桜」関連施

設の新島旧邸、霊山歴史館にも多くの見学者を集めた。定期観光バス特別コースも同様、乗客者数では96%、1日当たりの平均乗客者数では110%という結果となった。そのほか、京都「千年の心得」事業、「京のたしなみ」事業、「食遊菜都」事業についても内容を充実させ、京都へのより一層の観光客誘致を推進した。

2 京都「千年の心得」、「ほんまもん」に触れ合う旅「京のたしなみ」等体験プランの充実

千年を超える歴史に培われた京都ならではの奥深い上質な魅力に出会うことのできる体験型観光プラン京都「千年の心得」事業、京都の伝統文化、伝統産業の魅力にふれることのできる体験型素材を集めたキャンペーン「京のたしなみ」事業、京の食をテーマとしたキャンペーン「食遊菜都」事業、それぞれの事業内容を充実させることにより、豊かな文化を育む京都の町の魅力を発信するとともに、京都へのより一層の観光客誘致を推進した。

3 国際観光客受入対策のより一層の強化－「いまの KYOTO」を伝える

当協会では東日本大震災以降、京都の安全性や、京都観光を楽しむ外国人観光客の声や姿をインターネットを通じ発信してきた。平成24年度においては、全世界でユーザーが10億人を超えたfacebookでの情報発信に加え、1日の動画再生回数が40億回とされるYouTubeにて、当協会会員の施設情報、年中行事、季節の情報など「いまの KYOTO」を伝える最新の動画100本を公開した。

また京都総合観光案内所では、11月から外国人利用者の国籍調査を開始し、今後、必要な情報やツールを用意する上での重要なデータとした。

4 京都四大大行事の円滑な執行への支援及び観覧席事業における安全な運営の確保

京都の観光振興に大いに寄与する観光資源として、葵祭・祇園祭・五山送り火・時代祭の京都四大大行事について、安定的に執行されるよう補助金をはじめ様々な支援を行った。

葵祭・祇園祭・時代祭については、観覧席を設置し、観光客の利便や旅行会社のツアー設定に寄与したほか、観覧席周辺の沿道整理や警備に貢献した。

また四大大行事協賛会のメンバーとして特に、葵祭・五山送り火については、協賛会の事務局の運営を担い、協会会員への募金活動等を行った。

5 京都総合観光案内所など観光客をお迎えする窓口でのより満足度の高い“おもてなしの心”での対応と会員情報の発信

当協会が運營業務を受託する京都総合観光案内所「京なび」については、平成 24 年度の利用客は 80 万人を超えた。より満足度の高い案内所を目指し、基本的な案内ツールである日本人向け観光地図を会員の広告協賛を得て 50 万部を作成した。また増加する外国人観光客向けに、手づくりの行事予定表を作成、掲示するなど情報発信に努めた。10 月には、日本政府観光局(JNTO)が創設した外国人観光案内所認定制度において、年中無休で、常時英語・中国語・韓国語による対応が可能ということなどから、西日本で唯一最高ランクのカテゴリー3 に認定された。

平成24年度事業報告について

I 観光都市京都の紹介宣伝事業 (公益目的事業会計)

1 JR委員会の活動

JRグループ各社と共同で観光客誘致を推進するためJR委員会を運営し、JR各社との連携による各種の効果的な誘致宣伝活動を実施した。

(1) JR西日本との共同事業「京都・大阪・神戸観光推進協議会」への参画

関西の観光地としてそれぞれの特徴を持った、京阪神三都市への観光客誘致を推進するため協議会に参画し、全国的に定着している“三都物語”キャンペーンについて、JR西日本と共同で誘致宣伝活動を行うとともに、開業2年目の九州新幹線の効果を定着させるため、主に九州エリアでの宣伝展開を強化するなど、三都市周遊型のツアー企画の造成および販売活動を推進した。また、海外からの誘客のためにインバウンドの取り組みも行った。

- ① 首都圏・九州エリア等の旅行会社の造成・販売担当者を招き、三都現地説明会を実施
- ② 首都圏・九州エリアを中心にマスコミ機関を招き、三都現地取材会を実施し、新聞・タウン情報誌等に記事を掲載
- ③ 三都周遊パンフレットの作成配布
- ④ 国土交通省近畿運輸局、関西鉄道7社局と連携し「京都・大阪・神戸 光と灯りの街めぐり～冬の三都ファンタジア」のPRイベントを福岡で実施し、ステージでのPRやパンフレットの配布とあわせて、九州の旅行会社にも送客を依頼
- ⑤ ホームページによる「歩く旅」おすすめモデルコースや旬の観光情報を提供
- ⑥ 旅行会社等が販売する“三都物語”旅行商品の購入者に対するプレゼントキャンペーンの実施
- ⑦ ぴあとタイアップし、主に台湾からの誘客のために、「関西達人」(京都・大阪・神戸)を作成

(2) JR東海との共同事業「京都観光宣伝協議会」への参画

首都圏および東海道新幹線沿線地区から観光客誘致を図るため協議会に参画し、JR東海の宣伝媒体をはじめマスコミ媒体を活用した幅広い京都PRを展開するとともに、PRと連動した受入対策を推進した。

① 首都圏での観光PRの実施

首都圏で開催されたイベントと連携して「京の夏の旅」「京の冬の旅」「京の七夕」「京都・花灯路」事業をPRするため、京都観光ブースを設置して舞妓

を派遣するなど積極的な京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

- 東武池袋駅 6月23日～24日
- JATA 旅博 2012（池袋サンシャインシティ） 11月9日～11日
- 京都文化講座「京（みやこ）への誘い」 11月9日
（グランドプリンスホテル新高輪 国際館パミール）
- プランタン銀座イベントスペース 2月9日～10日
- JR静岡駅 2月22日
- 赤坂サカス 3月20日～24日

② 京都散策ブック「新緑の京めぐり」の配布

首都圏の旅行者に対し、初夏の京都の「青もみじ」の見所等を紹介した冊子を配布し、京都観光の促進を図った。

期間 5月7日～7月13日

③ 京都散策ブック「京さんぽ 京あるき」の配布

首都圏の旅行者に対し、初秋の京都の見所等を紹介した冊子を配布し、京都観光の促進を図った。

期間 9月3日～11月9日

④ 京の早春をゆったり楽しもうキャンペーンの実施

ホテル宿泊券や伝統工芸品が抽選で当たる応募はがきを京都に連泊する首都圏の旅行者に配布し、連泊の促進を図った。

(3) JR東日本「びゅう京都会」への参画

JR東日本の旅行業部門と京都の宿泊施設等を中心に組織された「びゅう京都会」に参画し、宿泊客の誘致対策などの検討や情報交換を行った。

(4) JR西日本との連携

JR西日本の主要駅で「京の夏の旅」「京の冬の旅」「京の七夕」「京都・花灯路」事業をPRするため、舞妓を派遣するなど、京都観光ブースの設置とあわせて観光物産展を開催し、積極的な京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

- JR岡山駅 7月14日～15日
- JR金沢駅 8月3日
- JR博多駅 11月28日
- JR博多駅 11月30日～12月1日
- JR高松駅 12月6日～7日
- JR広島駅 12月14日～16日
- JR熊本駅・鹿児島中央駅 2月15日～17日

(5) JR九州との連携

J R九州と連携し、京都向け旅行商品の設定をするなど、観光客誘致につながる具体的な取り組みを実施した。

(6) J Rグループ 6 社共同キャンペーンの継続実施

昭和 54 年から通算して連続 33 年間実施している「京の冬の旅」キャンペーンについて、J Rグループ 6 社によるデスティネーションキャンペーンとして引き続き実施を要請し、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組んだ。

2 観光協会ホームページによるインターネット情報発信の充実

(1) 観光情報の内容充実

タイムリーな観光情報の発信をはじめ観光に便利なリンク集の作成、三大祭観覧席や協会主催イベントの予約システムなど、情報発信の充実に努めるとともに利用者の増大を図った。また、協会会員を中心とした観光施設や店舗の紹介や、バナー広告により、それぞれのホームページへのリンクを促進し、利用者のニーズに応えるよう努めた。

平成 24 年度アクセス件数 799,754 件 (トップページビュー)

(2) 「きょうと情報版」のインターネット発信 (和・英)

旅行会社や関係機関に配布している月刊紙「きょうと情報版」を当協会ホームページに毎号掲載し、インターネット発信により全国にも広く PR して観光誘致に努めるとともに英語版も発信し、国際観光客に対し京都の情報提供を行った。

(3) ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の活用

利用者が多く、無料で活用できる facebook にて、観光情報をはじめ、気象の影響による交通遮断や祭実施の有無のような急ぎ伝えたい情報の発信を行った。

Facebook ページ『京都観光上ル下ル』 いいね! 3,142 件

3 誘致宣伝印刷物の作成配布

(1) 月刊紙「きょうと情報版」の編集発行

旅行会社の商品設定や一般観光客の旅行計画に必要な早期の観光情報として 3 か月先、6 か月先の情報を掲載した「きょうと情報版」を編集発行し、会員はじめ首都圏を中心に旅行会社、マスコミ機関等に配布して観光客の誘致を推進した。

(2) 誘致ポスターの作成配布

京の四大行事をはじめ、各種年中行事や観光イベントの誘致ポスターを作成し、J R各社の全国主要駅、私鉄各社の主要駅を中心に掲出するとともに、旅行会社、観光案内所および全国各地の京都展、物産展等へ適宜効果的に配布した。

- (4月) 春のをどり・鴨川をどり・葵祭
 - (5月) 大原女まつり
 - (6月) 祇園祭
 - (7月) 第37回「京の夏の旅」・京都五山送り火
 - (9月) 時代祭
 - (12月) 第47回「京の冬の旅」
 - (3月) 都をどり・平安神宮「桜」
- * () 内は掲出月

4 京都観光推進協議会への参画

京都市ならびに関係業界で組織する京都観光推進協議会に参画し、修学旅行および一般観光客誘致対策に重点をおいた活動を推進した。

5 全国各地の「京都展」での誘致宣伝活動

首都圏はじめ全国各地の主要都市の百貨店で開催された「京都展」や「物産展」を共催、後援し、観光コーナーへのパンフレット配布や、ポスターを掲示して、京都観光のPRを実施した。

6 京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」の受託

京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」の運営を京都市から引き続き受託し、利用者のニーズに対応した的確な情報発信を行うとともに機能充実に努めた。

平成24年度アクセス件数 17,288,257件 (ページビュー)

Ⅱ 京都ブランドの向上を目指す京都観光振興事業 (公益目的事業会計)

1 「京の夏の旅」キャンペーンの実施

夏季観光客誘致事業として取り組んでいる「京の夏の旅」キャンペーンは、前年度に引き続きイベントの早期計画および早期発表を継続するとともに、宣伝面においてもJR各社をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海、さらに今年度から新たに協力を得ることができた阪神電鉄を含む関西私鉄各社、京都市交通局など、関係機関との密接な連携のもと、幅広い宣伝展開を図ることができた。また、京都市営地下鉄車内横枠ポスターなど、新たな宣伝ツールを使った誘致宣伝活動の強化や旅行商品化の促進に努

めた。

(1) 「京の夏の旅」文化財特別公開

定期観光バス特別コースの対象箇所を中心に、普段見ることのできない社寺や施設を個人・団体でも見学できるよう、夏の期間限定の特別公開として過去最多の8か所で実施した。拝観・見学者数の合計は、81,206人で、対前年度比76%、1日当たりの平均拝観・見学者数では対前年度比89%となった。

公開期間 7月7日～9月30日

公開箇所 伏見稲荷大社 荷田春満旧宅・お茶屋／上賀茂社家 梅辻家住宅／長江家住宅／櫻谷文庫 木島櫻谷旧宅／龍谷大学大宮学舎本館・龍谷ミュージアム／清水寺 成就院／旧嵯峨御所大覚寺門跡 霊宝館／下鴨神社 本殿・大炊殿

拝観・見学者数 81,206人

(2) 第37回「京の夏の旅」定期観光バス特別コース

7月から9月末までの期間、「京の社家と町家をたずねて」や「清盛ゆかりの地をたずねて」、曜日限定コース「京の建築と庭園の美をたずねて」、夜の特別コース「宮廷鶴飼と夕景の嵐山」のバスコースを設定し、運行した。4コース合計の乗車人数は7,592人で、対前年度比78%、1日当たりの平均拝観・見学者数では対前年度比98%となった。各コースの実績は以下のとおり。

① 「京の社家と町家をたずねて」

運行期間 7月20日～9月30日

対象箇所 伏見稲荷大社 荷田春満旧宅・お茶屋／上賀茂神社と社家・梅辻家住宅／長江家住宅／泉仙（昼食）／鶴屋吉信（菓子と冷抹茶）

乗車人数 3,302人

② 「大河ドラマ『平清盛』放映記念 清盛ゆかりの地をたずねて」

運行期間 7月7日～9月30日

対象箇所 六波羅蜜寺〈平清盛〉／三十三間堂〈平清盛・後白河上皇〉／祇王寺〈祇王・祇女〉／旧嵯峨御所 大覚寺門跡〈平家物語と嵯峨野〉／高雄もみぢ家（昼食）

乗車人数 1,951人

③ 「京の建築と庭園の美をたずねて」

運行期間 7月7日～9月2日の金土日祝のみ

対象箇所 清水寺 成就院／櫻谷文庫 木島櫻谷旧宅／下鴨神社 本殿・大炊殿／清水順正（昼食）／さるや〈宝泉堂〉（茶菓）

乗車人数 812人

④ 「宮廷鶴飼と夕景の嵐山」

運行期間 7月1日～9月17日

対象箇所 嵐山宮廷鶴飼／法輪寺と夕景の嵐山散策／渡月亭（夕食）

乗車人数 1,527人

(3) 京都「千年の心得」事業（実績等詳細は15～16ページに掲載）

(4) 「京のたしなみ」事業（実績等詳細は17ページに掲載）

(5) 京の食文化キャンペーン「食遊菜都」事業
（実績等詳細は16～17ページに掲載）

(6) 京の夏の旅キャンペーンイベント

観光客のニーズに応えるため、夏ならではの茶会をはじめ、参加体験型のイベントを実施した。

① 京都・大原探訪

大原の夏の魅力を散策しながら体験する個人観光プラン

開催期間 7月1日～9月30日の土・日・祝

参加人数 322人

② 高台寺「夜の観月茶会」

開催期間 9月21日～30日の金・土・日

参加人数 418人

③ 「京の七夕」事業（実績等詳細は21ページに掲載）

(7) “都の賑い”事業の実施

京都花街組合連合会、京都伝統伎芸振興財団と共同で、6月恒例のイベントとして定着した“都の賑い”「京都五花街合同伝統芸能特別公演」を開催した。

開催日 6月29日・30日

参加人数 3,234人

(8) 誘致宣伝展開

① 誘致宣伝ポスター、パンフレットの作成、掲出配布

「京の夏の旅」ポスター、パンフレットを作成し、全国のJR主要駅をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海、新たに協力を得ることができた阪神を含む関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等へ掲出配布した。その他、JR各社、大手旅行会社の協力を得て、夏の京都旅行商品パンフレットにキャンペーンイベントを掲載した。

《ポスター》

○駅貼（B1・7種）	2,200枚
○駅貼（B2・4種）	1,000枚
○車内吊り（B3・3種）	5,970枚
○定期観光バス（B3・1種）	5,000枚

《パンフレット》

- 京の夏の旅 イベントガイドブック 40 万部
- 京の夏の旅 ダイジェスト版リーフレット 5 万部
- 定期観光バス 夏号 388,000 部

《その他》

- 京都市営地下鉄車内横枠ポスター（ダブル幅） 270 枚

② マスコミ媒体等による誘致宣伝

全国主要地区のテレビ・新聞・雑誌等のマスコミに対して、取材協力の要請を行うとともに、「京の夏の旅」の試乗取材会を開催する等、キャンペーンイベントの記事掲載のための誘致宣伝に努めた。放映、掲載実績は以下のとおり。

《テレビ・ラジオ》

- テレビ大阪「おとな旅あるき旅」
- NHK大阪放送局「関西ラジオワイド 市町村だより」

《新聞》

朝日新聞／京都新聞／茨城新聞／中日新聞／北日本新聞／福井新聞／西日本新聞／中日スポーツ／デイリースポーツ／ほか

《雑誌》

月刊「京都」／「関西ウォーカー」／JTB パブリッシング「るるぶ 京都を歩こう '13」／夏ぴあ「関西版」／月刊「歴史街道」／ウェッジ「ひととき」ほか

《その他》

当協会ホームページをはじめ、京都市観光情報誌、私鉄情報誌などでの情報掲載、京都観光 Navi、きょうと情報版、月刊誌「京ごよみ」等による情報発信を実施した。

③ J R 各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

J R 各社および主要旅行会社に対して、宣伝販売促進を依頼するとともに、定期観光バスについては、J R マルス販売を行った。

④ 試乗取材会等の開催

- 「京の夏の旅」「京のたしなみ」キャンペーン定期観光バス出発式

「京の夏の旅」定期観光バス特別コースの運行初日に、関係者による挨拶のあと、吉本祇園花月からゲストとして招いたお笑い芸人と舞妓による乗客への記念品贈呈等を行った。

開催日 7 月 7 日

会場 J R 京都駅前 定期観光バス烏丸口のりば

- 「京の夏の旅」定期観光バス特別コース試乗取材会

主要都市の新聞社等マスコミ各社や J R や関西私鉄各社等関係機関を招

き、定期観光バス特別コースの試乗取材会を実施した。

開催日 7月19日

出席者数 マスコミ、JR、関西私鉄、ホテル、旅館など約100人

2 「京の冬の旅」キャンペーンの実施

冬季観光客誘致事業として取り組んでいる「京の冬の旅」キャンペーンは、大河ドラマ「八重の桜」放映にちなみ主人公・新島八重ゆかりの地や、京都ならではの皇室ゆかりの「門跡寺院」「尼門跡寺院」にスポットをあて、14か所の非公開文化財特別公開並びに定期観光バス特別4コースの運行を実施した。また、奥深い京都ならではの体験ができる観光プラン 京都「千年の心得」事業、京の伝統文化、伝統産業を身近に感じる「京のたしなみ」事業や京の食文化にスポットを当てたイベント「食遊京都」事業など、観光客の幅広いニーズに応えるべく、京の冬ならではの多彩なイベントを企画設定し、JRグループ6社共同によるデスティネーションキャンペーンとして全国規模での誘致宣伝、販売活動を行った。

宣伝面においては、JRグループ6社とあわせ、関西私鉄各社や京都市交通局にもさらなる宣伝協力を得て、ポスター掲出など積極的な宣伝強化を図った。

(1) 第47回「京の冬の旅」非公開文化財特別公開

大河ドラマ「八重の桜」主人公・新島八重ゆかりの地と、「門跡寺院」「尼門跡寺院」をテーマに、普段見ることのできない建築、庭園、襖絵など、14か所の文化財を特別公開した。拝観者数の合計は、325,418人で、対前年度比96%、1日当たりの平均拝観者数では対前年度比108%となった。

公開期間 1月10日～3月18日

公開箇所 霊鑑寺／金戒光明寺／聖護院／得浄明院／知恩院三門／

相国寺慈照院／大聖寺／三時知恩寺／宝鏡寺／仁和寺金堂・五重塔
／妙心寺大庫裏・経蔵／妙心寺東海庵／東寺五重塔／東寺小子房

(14か所)

拝観者数 325,418人

(2) 第47回「京の冬の旅」京都定期観光バス特別コース

1月から3月の期間、「うるわし」「みやび」「やすらぎ」「あじわい」の特別4コースのほか、雛まつりをテーマにしたコースを設定し、運行した。特別4コース合計の乗車人数は12,435人で、対前年度比96%、1日当たりの平均乗客者数では対前年度比110%となった。各コースの実績は以下のとおり。

① うるわしコース 『大河ドラマ「八重の桜」放映記念 ハンサムウーマン・新島八重の足跡をたずねて』

運行期間 1月10日～3月18日(毎週火曜日運休)

対象箇所 新島旧邸／金戒光明寺／幕末維新ミュージアム 霊山歴史館
／天喜（昼食）／俵屋吉富（京菓子製作実演見学と茶菓）

乗車人数 2,937人

② みやびコース『皇室ゆかりの京の尼寺をたずねて』

運行期間 1月10日～3月18日

対象箇所 霊鑑寺《旧谷の御所》／三時知恩寺《旧入江御所》／
宝鏡寺《旧百々御所》／得浄明院《華頂宮御殿趾》／
有職京料理 西陣魚新（昼食）

乗車人数 3,420人

③ やすらぎコース『京の名刹・庭園と建築美をたずねて』

運行期間 1月10日～3月18日

対象箇所 相国寺慈照院／妙心寺大庫裏・経蔵／妙心寺東海庵／
仁和寺金堂・五重塔／阿じろ（昼食）

乗車人数 3,496人

④ あじわいコース『京の冬を彩る味めぐり』

運行期間 1月10日～3月18日（毎週水曜日運休）

対象箇所 京料理 美濃吉本店 竹茂楼（昼食）／京つけもの もり／
妙満寺と大根だき／今宮神社とあぶり餅

乗車人数 2,582人

⑤ 特別コース『京の雛めぐり』

運行期間 2月23日～3月20日の月曜を除く毎日

対象箇所 宝鏡寺／さかの人形の家／わざ永々棟／泉仙（昼食）／
鶴屋吉信（菓子）

乗車人数 310人

(3) 京の冬の旅スタンプラリー

特別公開箇所を3か所巡るとお茶とお菓子で一服できるスタンプラリーを実施した。

参加人数 29,193人

(4) 京都「千年の心得」事業の実施（実績等詳細は15～16ページに掲載）

(5) 「京のたしなみ」事業の実施（実施等詳細は17ページに掲載）

(6) 京の冬の食文化キャンペーン「食遊菜都」事業の実施
（実績等詳細は16～17ページに掲載）

(7) 京の冬の旅キャンペーンイベント

① 高台寺「夜咄」（夜のお茶会）

名刹高台寺で冬の夜のひとときを楽しむお茶会

開催期間 1月18日～3月3日の金・土・日

参加人数 1,199 人

- ② ガイドとめぐる京都西陣 千両ケ辻ウォーキングと北野天満宮「梅苑」

開催日 2月23日～3月17日の土・日と2月25日

参加人数 102 人

- ③ 第34回「京都名流いけばな展」

いけばな圏<京都>18流派により入洛客を歓迎するいけばな展を実施した。

開催期間 1月22日～3月3日

会場 JR京都駅 新幹線コンコース

- ④ 京都・花灯路事業（実績等詳細は21～22ページに掲載）

- ⑤ その他、キャンペーン協賛の市内観光施設での体験イベント、宿泊施設でのプレゼント等を実施。

- (8) 「京の冬の旅」キャンペーン全国宣伝販売促進会議の開催

JRグループ6社および全国の主要旅行会社の商品造成担当者、宣伝担当者を招き、京都デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議を開催し、旅行商品の設定および宣伝販売促進の要請を行った。

開催日 平成24年3月13日・14日

会場 ホテルグランヴィア京都

出席者 約300名

なお、平成25年度の「京の冬の旅」キャンペーンについても平成25年3月13日・14日に全国宣伝販売促進会議を開催した。

- (9) 京都デスティネーションキャンペーン実行委員会による活動

京都市と共同で京都デスティネーションキャンペーン実行委員会を組織し、テレビCMや誘致ポスターの制作等、京の冬の旅キャンペーンのPRを促進した。

- (10) 誘致宣伝展開

- ① 誘致宣伝ポスター、パンフレットの作成・掲出配布

「京の冬の旅」キャンペーンポスター、パンフレットを作成し、全国のJR主要駅をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海、阪神の関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等で掲出配布した。今回新たに京都・大阪・神戸の三都市交通局の協力のもと、三都市の地下鉄の主要駅に「京の冬の旅」スタンプラリー用紙の設置や新たな宣伝ツールとして、京都市営地下鉄のドア指詰めステッカーや車内横枠ポスターによる広告の掲出など宣伝強化を図った。

その他、JR各社、大手旅行会社の協力を得て、冬の京都旅行商品パンフレットにキャンペーンイベントを掲載した。

《地元制作ポスター》

○ JR駅貼（B1・5枚組） 1,400組

○ JR・私鉄・京都市及び三都市交通局駅貼（B1・7種）2,767枚

○私鉄駅貼（B2・3種）	650枚
○JR・三都市交通局・熊本市交通局（B3・2種）	11,500枚
○定期観光バス（B3・1種）	3,500枚
《JRグループ制作ポスター》	
○JR駅貼（B0・4種）	10,000枚
○JR車内吊り（B3・4種）	64,000枚
○JR車内額貼（B3×2サイズ・3種）	25,000枚
○JR車内額貼（B3・3種）	24,000枚
○JR車内ドア上（変形・2種）	12,000枚
《パンフレット》	
○「京の冬の旅」イベントガイドブック	100万部
○「京の冬の旅」ダイジェスト版リーフレット	4万部
○「京の冬の旅」スタンプラリー	142,300部
○京都定期観光バス 秋冬号	54万部
○非公開文化財特別公開ガイドブック	2万部
《その他》	
○京都市営地下鉄車内横枠ポスター	540枚
○京都市営地下鉄指詰めステッカー	560枚

② マスコミ媒体等による誘致宣伝

全国主要地区のテレビ・新聞・雑誌等のマスコミに対して、取材協力の要請を行うとともに、「京の冬の旅」のオープニングイベントや試乗取材会を開催する等、キャンペーンイベントの記事掲載のための誘致宣伝に努めた。放映、掲載実績は以下のとおり。

《テレビ・ラジオ》

- NHK「ぐるっと関西おひるまえ」
- テレビ大阪「おとな旅あるき旅」
- KBS 京都 京都市広報番組「京のまち」
- NHK大阪放送局「関西ラジオワイド・市町村だより」 ほか

《新聞》

朝日新聞／毎日新聞／京都新聞／東京新聞／中日新聞／岐阜新聞／福井新聞／神戸新聞／大阪日日新聞／山陽新聞／中国新聞／西日本新聞／中日スポーツ／デイリースポーツ／スポーツ報知／交通新聞／観光経済新聞
ほか

《雑誌》

交通新聞社「旅の手帖」／月刊「京都」／冬ぴあ／「関西ウォーカー」／新潮社「週刊新潮」／小学館「女性セブン」／リーフ・パブリケーションズ「Leaf」

ほか

《その他》

- 旅行雑誌「別冊旅の手帖」京の冬の旅号発行（7万部）
- テレビ「遠くへ行きたい」でのCM放映
- JR時刻表（12月～3月）でキャンペーンイベントのPR
- JRジパング倶楽部会員誌で特集記事掲載
- 当協会ホームページをはじめ、京都市観光情報誌、私鉄情報誌などでの情報掲載、京都観光 Navi、きょうと情報版、月刊誌「京ごよみ」等による情報発信を実施した。

③ JR各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

JR各社および主要旅行会社に対して、宣伝販売促進を依頼するとともに、定期観光バスについては、JRマルス販売を行った。

④ 試乗取材会等の開催

- 「京の冬の旅」「京のたしなみ」オープニングイベント

「京の冬の旅」キャンペーンの宣伝並びにJRや関西私鉄各社等関係機関とのさらなる連携強化に向け、京都デスティネーションキャンペーン「京の冬の旅」「京のたしなみ」のオープニングイベントをJR西日本と京都市とともに実施した。「京の冬の旅」「京のたしなみ」のイベントの紹介や池坊次期家元池坊由紀氏によるいけばなのお話と岡山、広島、福岡の各支部によるいけばなの実演を開催し、マスコミ各社への広報並びに関係機関への事業協力の要請を行った。

開催日 1月9日

会場 ホテルグランヴィア京都

- 「京の冬の旅」定期観光バス特別コース試乗取材会の開催

主要都市の新聞社等マスコミ各社をはじめ、JRや関西私鉄各社等関係機関を招き、定期観光バス特別コースの試乗取材会を実施した。

開催日 1月9日

出席者数 マスコミ、JR、関西私鉄、ホテル、旅館など約130人

- 関係機関との連携事業

首都圏で「京の冬の旅」キャンペーンをPRするため、京阪電車と連携し、京都観光ブースを設置するとともに、舞妓を派遣し、冬の京都への観光誘致宣伝に努めた。

開催日 2月22日～23日

会場 京急電鉄 上大岡駅前特設会場（横浜市）

3 京都の奥深い魅力に触れる 京都「千年の心得」事業の実施

平成 21 年度より実施している京都「千年の心得」事業では、京都ならではの奥深い上質な魅力に出会うことのできる厳選された観光プランを構築し、数多くの京都ファンやリピーターのニーズに応えるべく、京都市と共同で京都ならではの魅力あるイベントを実施した。また、JR や旅行会社各社で企画したイベントもあわせて誘致宣伝に努めた。

(1) 京都「千年の心得」 7月～9月実施	<u>計 446人</u>
① 平家ホテル放生～闇夜に輝く命の灯～	72人
② 京都五山送り火鑑賞と特別茶会	32人
③ 祇園祭特別お茶講座と茶フレンチの昼食	46人
④ ガイドとめぐる世界遺産下鴨神社みたらし祭と旧社家庭園特別見学	136人
⑤ 旧嵯峨御所大覚寺門跡で平安の香り体験～お香（薫物）に親しむ～	125人
⑥ 京菓匠 笹屋伊織 十代目女将の京菓子の話と茶道体験	35人
(2) 京都「千年の心得」 1月～3月実施	<u>計 287人</u>
① 桑原櫻子が語る、京のいけばなの心	26人
② 小川流煎茶席への誘い	75人
③ 旧嵯峨御所大覚寺門跡で王朝文化体験	
(1)平安王朝 雅体験～紫の縁「源氏物語」の世界～	25人
(2)聞香を体験する風雅な一日	7人
(3)平安の香り体験 ～お香（薫物）に親しむ～	57人
④ 旧曼舟邸でのお茶会体験と手打ちそば・手作り豆腐の懐石料理を味わう	40人
⑤ 冬の京都、“笑い” 狂言へのいざない	19人
⑥ ガイドとめぐるウォーキングツアー 干支「巳」のご利益と非公開文化財特別公開	38人
(3) 京都・文化体験ガイド「京のたしなみ帖」ホームページの運営	
京都「千年の心得」の一環として、京都・文化体験ガイド「京のたしなみ帖」ホームページによる工芸制作や着付け体験、寺社体験などのプランを紹介した。	
○PCサイト http://www.tashinami.com	
○携帯サイト http://www.tashinami.com/mb/	

4 「京の食文化」をテーマとした観光キャンペーン「食遊菜都」事業の実施

観光の大きな楽しみの一つである“食”をテーマにした京の食文化キャンペーンを引き続き実施、「京の夏の旅」「京の冬の旅」と連動して、京料理をはじめとした京の冬の味覚と京都スタイルの「食」の楽しみ方を発信する特別プランを企画実施し、京

都の“食”のPRと観光客の誘致推進に努めた。

(1) 食遊菜都 2012・夏	7月～9月実施	計 524 人
① 「平清盛」と「源智上人」、そして「知恩院」	～その知られざる物語を聴き、ゆかりの地「知恩院」を巡るひととき～	129 人
② 観覧席で見る祇園祭山鉦巡行と京料理		119 人
③ 吉田山荘にて、精霊を夜空に送る		16 人
④ 嵐峡の屋形舟と京料理		30 人
⑤ 食遊懐石（松山閣松山・山ばな平八茶屋）		230 人
(2) 食遊菜都 2013・冬	1月～3月実施	計 611 人
① 浄土宗総本山「知恩院」と「徳川家」の繋がりをひも解く！		214 人
② 京の五花街お茶屋遊び		90 人
③ 京都らしく、女性らしく、京で「マイ」ブーム！	～京野菜オリジナルランチと伝統体験～	25 人
④ 食遊懐石（八千代・美濃幸・萬重・魚三樓）		282 人

5 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」事業の実施

平成 23 年度より新たに京の伝統文化や伝統産業を身近に感じる体験型素材を集めたキャンペーンとして、京都市の協力を得て、いけばな、京友禅、木版画など京都が誇る伝統文化、伝統工芸に触れるイベントを J R 西日本と共同で実施し、さらなる誘致推進を図った。

(1) 京のたしなみ	7月～9月実施	計 137 人
① 白磁豆皿にオリジナルの絵を描く		14 人
② 夏の木版画ハガキをつくる		17 人
③ 彫金でオリジナル純銀根付をつくる		21 人
④ 心も体もリラックス 両足院で力を抜いて、親子で坐禅		51 人
⑤ 俳優による東映太秦映画村案内と寺子屋おもしろ体験		17 人
⑥ 親子で西陣織の手織り体験		17 人
(2) 京のたしなみ	1月～3月実施	計 241 人
① 彫金でオリジナル純銀根付をつくる		21 人
② 季節の和菓子作り体験		28 人
③ 1 DAYプラン 伝統工芸士に習う螺鈿・蒔絵体験		69 人
④ お茶の淹れ方体験		45 人
⑤ 伝統の儀礼調度品と作法～こころを贈る～		48 人
⑥ 京の伝統産業わかば会 作ってみよう！匠の技でマイグッズ		30 人

6 特別企画事業の実施

秋季の観光客誘致受入事業として、「金戒光明寺」「霊鑑寺」の秋の特別公開を実施した。

公開寺院	金戒光明寺／霊鑑寺		
公開期間	金戒光明寺	11月7日～12月4日	
	霊鑑寺	11月17日～12月2日	
拝観者数	47,644人		

7 修学旅行受入対策の推進

(1) 修学旅行相談業務

事務所において、学校関係者の下見等の利便に供するための総合案内窓口として、資料提供や相談業務を行った。

平成24年度利用件数 1,434件

(2) 修学旅行パスポート事業の推進

京都を挙げての修学旅行受入対策の一環として、平成10年より実施している修学旅行パスポート事業について、会員の協力を得て、優待内容の充実を図るとともに、誘致受入対策として、全国の学校関係者、旅行会社等にPRし、活用を促進した。

① 優待協賛施設の拡充

社寺・観光施設・食事・買物施設などへ協力要請を行い、パスポート協賛施設の拡充を図った。

平成24年度協賛施設数 342施設

② インターネットによる情報発信

パスポート事業の内容をインターネットで発信するとともに、京都観光Navi、きょうと修学旅行ナビや当協会ホームページなどのリンクにより、修学旅行に役立つ観光情報を発信した。

8 国際観光客誘致受入の強化

(1) 公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローのインバウンド事業への参画

京都文化交流コンベンションビューローの協力団体として同ビューローが行

う京都市海外情報発信・収集拠点との連携や、旅行博出展など外国人観光客の誘致に協力した。

- (2) 海外有力プレス関係者等招請京都委員会への参画
京都府、京都市、京都府観光連盟とともに海外有力プレス関係者等招請京都委員会に参画し、世界各国の有力プレス関係者等を対象にした招請事業を実施した。
- (3) 多言語観光情報誌の発行支援と配布
外国人観光客の利便を図り、誘致宣伝に努めるため、英文の月刊情報誌「京都ビジターズガイド」、中国語版（簡体字・繁体字）・韓国語版の季刊情報誌「きょん」の発行を支援し、京都総合観光案内所を中心に配布を行った。
- (4) 英文観光地図「KYOTO CITY MAP」の作成配布
外国人観光客向けに作成している京都観光に便利な英文観光地図を 25 万部再版し、引き続き配布を行った。
- (5) 音声観光ガイドの配信
iPhone や iPod 等を活用した音声観光ガイド英語 10 コースを引き続き配信し、音声・地図ともにどこからでも事前に入手できるようにした。
- (6) 多言語ホームページ「KYOTO-MAGOnoTE」の運営
英語・フランス語・中国語（簡体字と繁体字）・韓国語に日本語を加えた 6 言語のホームページ「KYOTO-MAGOnoTE」の内容の充実に努めた。
平成 24 年度アクセス件数 98,670 件
648,259 件（ページビュー）
- (7) ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の活用
facebook ページにて、最新の京都情報のほか、ウォーキングツアーを楽しむ外国人観光客の姿を掲載し、多くの外国人観光客が震災後も京都を訪れていることを発信した。
facebook ページ 『Like!Kyoto』 いいね！483 件
『Walking Tour in Kyoto』 いいね！506 件
- (8) 動画情報の発信
1 日の動画再生回数が 40 億回とされる YouTube を活用し、当協会会員の施設情報、年中行事、季節の情報など「いまの KYOTO」を伝える最新の動画 100 本を公開した。
再生回数 27,622 回
- (9) 「京料理と舞妓の夕べ」の開催
料理旅館において、京料理と舞妓のもてなしを外国人観光客が手軽に体験できるイベント「京料理と舞妓の夕べ」を開催した。
実施回数 76 回実施 848 人
- (10) 京都総合観光案内所との情報交換会の開催

JR 京都駅ビルの京都総合観光案内所は多くの外国人観光客が訪れ、外国人観光客のニーズや興味、また外国人観光客を迎えるうえでの課題などの情報が集まることから、案内所と事務局の情報連絡会を定期的に開催した。

(11) 京都総合観光案内所利用外国人の国籍調査

京都総合観光案内所を訪れる外国人観光客の国籍調査を 11 月より開始し、月ごとに訪問の多い国（地域）の把握が可能になった。

(12) 外国人観光客向けウォーキングツアーの実施

増加する外国人観光客の受入対策として、外国人観光客向けのウォーキングツアーを引き続き実施した。（事業実績は 20～21 ページに掲載）

9 MICE 戦略の取り組み

MICE の京都での開催に対して、歓迎とおもてなしの観点から、京都文化交流コンベンションビューロー等と共同で、会場に観光案内ブースを設置し、案内員を派遣して京都観光の情報を提供した。

○世界遺産採択 40 周年記念最終会合 11 月 6 日～8 日 国立京都国際会館

10 まちなか観光の企画推進 — 「歩くほどに奥深い京都」

「歩くほどに奥深い京都」をキャッチフレーズに、公共交通機関の活用を取り入れた歩く観光を提唱し、交通渋滞の緩和はもとより、観光客の足をまちなかや商店街へと向け、美しい町並みや買い物、体験や人々との交流を楽しむ「面の観光」へとする仕掛けの強化を図った。

(1) 音声観光ガイド「京都フリーウォーク」のコース拡充

スマートフォンや iPod 等を活用し、魅力ある散策ルートを設定し、ガイドブックには載らない歴史や由緒を紹介する音声観光ガイドを、平成 23 年度までに日本語 23 コース、英語 10 コースを発信してきた。平成 24 年度は広域観光の振興の一環として、初めての試みとして、京阪電気鉄道株式会社と公益社団法人びわ湖大津観光協会と協働で、「琵琶湖疏水コース」を新設するなど、日本語 3 コースを追加しコースの拡充を図った。

○琵琶湖疏水コース

○三尾～高雄・榎尾・梅尾～コース

○伏見コース

(2) ウォーキングイベントの実施

平成 19 年度より実施している外国人観光客向けの英語のガイドによるウォーキングツアーを実施。特にアジア圏を中心に参加者が増加し過去最高を記録した。外国人観光客向けウォーキングツアー

○祇園コース 週3回（月・水・金） 夕方実施
実施回数 154回 参加人数 2,964人

11 新たな観光素材による観光PR

京都ならではの観光素材を新たに発掘して全国に情報発信し、リピーターの確保を図るため、新緑が美しい「初夏」や紅葉が色付く前の「初秋」にスポットをあて、宣伝活動を展開した。

初夏には「京の青もみじ」の名所を紹介したホームページを作成し、初秋には寺院の特別拝観や定期観光バスの運行などを行い、旅行会社への商品造成依頼、マスコミへの取材要請、ホームページでのPRなどに努め、京都への誘客を図った。

12 「京の七夕」事業の実施

オール京都で組織する「京の七夕」実行委員会に参画し、京都の新たな夏の風物詩として定着させるべくより一層の宣伝PRに努め、市内の社寺や観光施設などの協力を得て実施した。

3回目の開催となった今回は、「堀川会場」と「鴨川会場」をメイン会場とし、元離宮二条城でのプロジェクションマッピングの実施や、堀川遊歩道の北エリアの充実など、「願い」をテーマに新たな魅力づくりの創出に取り組んだ。

開催期間 8月4日～13日 10日間
来場者数 734,000人（前年 786,000人）

13 京都・花灯路事業の実施

オフシーズン対策として始まった京都・花灯路事業は、12月の嵐山・花灯路で8回目、3月の東山・花灯路で11回目を迎え、当協会も京都市、京都府、京都商工会議所、京都仏教会、京都文化交流コンベンションビューローと共に構成団体の一翼を担い実施に当たった。

新規のイベント企画や、スタンプラリーをはじめとする参加型事業の実施など、新たな魅力の創出に努めたほか、LED電球を導入するなど、節電対策にも力をいれた。

○京都・嵐山花灯路—2012

開催期間 12月8日～17日 10日間
来場者数 1,143,000人（前年に次ぎ2番目）

○京都・東山花灯路—2013

開催期間 3月8日～17日 10日間

来場者数 1,215,000 人（10 日間開催としては最多）

14 三大祭観覧席設置事業および伝統行事等への執行補助

(1) 三大祭観覧席設置事業と宣伝販売促進

葵祭・祇園祭山鉾巡行・時代祭の京都三大祭当日に有料観覧席を設置して、観光客の快適さ、利便性および京都の魅力を伝えるとともに、旅行会社等へのセールス活動やマスコミ機関等への報道要請を行った。

(2) 四大大行事等への執行補助

観覧席事業等の収入を財源として京都五山送り火を加えた京都四大大行事に対して、安定した執行および保全を図るために補助金を交付した。

また主な伝統行事や観光行事に対しても補助金を交付した。

(3) 四大大行事協賛会の運営

四大大行事協賛会の事務局を分担し、募金活動を行ったほか、補助団体、執行団体との連携のもとに、各協賛会の円滑な運営を図った。

15 京都さくらよさこいの実施

春の観光客誘致と京都市役所前を中心とした京都のまちの環境美化啓発の推進を目的として、「第 8 回京都さくらよさこい」を実施した。

開催日 4 月 7 日・8 日

会場 京都市役所前広場、岡崎エリアなど

16 元離宮二条城を舞台にした各種イベントへの事業協力等

京都市と元離宮二条城を舞台として「二条城お城まつり」や「二条城ライトアップ」を実施するとともに、京の老舗名産品展の開催やお茶席の設置など、積極的に事業協力を行った。

○二条城ライトアップ	平成 24 年 3 月 23 日～ 4 月 15 日 平成 25 年 3 月 29 日～ 4 月 21 日
○二条城お城まつり	平成 24 年 10 月 20 日～11 月 25 日
○京の七夕：「京の老舗名産品展」	平成 24 年 8 月 4 日～13 日

17 オール京都の観光振興会議の運営

平成 18 年にオール京都により設立された京都観光振興会議の事務局を引き続き務

め、府市連携による広域観光の推進をはじめとした、オール京都の協力体制強化について活発な意見交換や協議を行った。

18 JR京都駅“歓迎いけばな”の運営

入洛観光客を花で迎えるJR京都駅構内の“歓迎いけばな”を、いけばな圏<京都>の協力により引き続き運営した。

19 財団法人京都伝統伎芸振興財団の運営支援

花街に伝わる伝統芸能の保存・継承によって京都の観光振興を図るため、財団法人京都伝統伎芸振興財団の設立母体として、財団の財政支援や事業の広報等、積極的な支援を行うとともに、第19回京都五花街合同伝統芸能特別公演を“都の賑い”と銘打ち、財団と共同で開催し、初夏を彩る年中行事として観光客の誘致を推進した。

Ⅲ 入洛観光客に対する案内事業 (公益目的事業会計)

1 観光情報の提供と修学旅行相談業務の運営

当協会事務所において、観光情報や資料の提供等を行い、利用者に適切かつタイムリーな情報を発信していくとともに、旅行会社やマスコミ等関係各機関に対しては適宜情報発信を行った。あわせて、修学旅行相談の窓口として、学校関係者や修学旅行者を対象とした相談業務や資料の提供を実施し、利用者の利便向上を図った。

また、平安神宮前無料休憩所内にある観光情報コーナーへの観光資料の提供を実施した。

2 京都総合観光案内所「京なび」の受託

JR京都駅ビル2階の京都総合観光案内所「京なび」の運営業務を同運営協議会より受託し、年中無休で午前8時30分から午後7時まで、年間80万人以上の来所者に対し各種観光案内等を行った。

京都市内の案内業務にとどまらず、府内全域の観光案内・情報発信を、多言語・ワンストップで行い、国内外の観光客へのサービス向上を図った。

また、案内の利便向上の一環として宿泊紹介や交通案内に伴う乗車チケットの提供業務等を行った。

さらに、10月には、日本政府観光局(JNTO)が創設した外国人観光案内所認定制度

において、年中無休で、常時英語・中国語・韓国語による対応が可能ということなどから、西日本で唯一最高ランクのカテゴリー3に認定された。

平成24年度利用者総数 879,307人

IV 観光客の利便向上を図る販売事業 (収益事業等会計 [収益])

1 二条城売店の運営

元離宮二条城の無料休憩所内の売店において、土産品の展示即売等を行い、入城者の利便に供した。

2 写真撮影業務

元離宮二条城内において観光写真の撮影業務を行い、入城者の利便に供した。

3 有料出版物の販売

観光客の利便に供する有料出版物の窓口販売を推進した。

4 無鄰菴における抹茶接待

京都市から管理運営を受託している無鄰菴において、受入サービスの一環として抹茶接待を実施した。

V 観光施設等運営事業 (収益事業等会計 [収益])

1 二条城各種業務の受託

市内屈指の観光名所である元離宮二条城の出札等の業務を京都市から引き続き受託した。また音声ガイドシステム事業を実施し、二条城の歴史案内に努めた。

2 無鄰菴の受託

山県有朋公ゆかりの史跡“無鄰菴”の管理運営を京都市から受託し、入菴者の受付等を行った。

Ⅵ 共催・後援・会員向け事業

(収益事業等会計 [相互扶助その他])

1 会員勧募

当協会の基盤強化と、観光事業の振興を図るために、年間を通じ幅広い分野に会員勧募を行った。

平成 24 年定時総会以降の入会件数 30 件

2 会報の発行

当協会の活動状況などを中心に編集した「京観協だより」を発行し、会員への情報提供を行った。

3 会員紹介・PR事業の実施

- (1) JR 京都駅ビル内の京都総合観光案内所「京なび」をはじめ各インフォメーション窓口や、発行物、インターネットにおいて、観光協会会員の店舗・施設を優先的に紹介、PRを行った。
- (2) 出版社・印刷会社等と連携し、出版物・発行物に会員紹介記事の掲載をした。
例) 京都いいところマップ、旅の手帖別冊「京の冬の旅」など
- (3) 京都総合観光案内所において基本的な案内ツールとなる観光地図「京都観光マップ」を、会員より協賛広告を募り、50 万部作成した。

4 表彰

観光意識の高揚を図るため、観光事業の振興に貢献のあった個人および団体の表彰を行った。

5 共催・後援

年中行事を中心に各種観光催事など 138 件を共催・後援し観光客へのPRを実施した。

Ⅶ 関係団体等共同事業

(収益事業等会計 [相互扶助その他])

1 広域観光事業

(1) 全国京都会議の運営

京都と全国の“小京都”はじめ、京都ゆかりの市町で組織している全国京都会議の事務局を運営し、京都と小京都のイメージアップおよび観光客誘致を図る事業として、パンフレットやポスター等共同宣伝用印刷物の作成配布やホームページでの情報発信等、広域観光宣伝を実施した。

また、平成 24 年度通常総会を高知県四万十市（旧中村市）で開催し、新たに 3 市町の入会が承認された。

(2) 大都市観光協会連絡協議会

政令指定都市や大都市の観光関係団体で構成する大都市観光協会連絡協議会に参加し、通常総会、事務主管者会議において情報交換を行った。

(3) 京都府各市町との広域観光

京都府観光連盟との連携により、府域各市町との広域観光の効率的な推進を図った。

(4) 全国足利氏ゆかりの会

ゆかりの会に引き続き参画して足利氏の顕彰を図る諸事業を推進した。

2 京都観光施設協議会の運営

京都市内およびその近郊の観光対象施設等で構成する「京都観光施設協議会」の事務局を担当し、施設マップ等の共同宣伝用印刷物の配布や観光キャラバンの実施等、共同して誘致宣伝・受入対策の促進を図った。

3 関係団体等との共同事業

(1) 京都は、優れた会議施設と豊富な観光資源を有するコンベンション都市として学術会議を中心にした多くの各種会議等の開催実績があり、京都文化交流コンベンションビューローと各種情報を交換するなど連携し、会議誘致の促進を図った。

(2) 京都ブランド名産品公正取引協議会に参画し、観光土産品の品質向上に努めた。

(3) 公共交通機関でおこしやす・京都市協議会に参画し、公共交通機関を利用した観光客誘致の促進を図った。

(4) 京都市まちの美化推進事業団に参画し、観光地美化キャンペーンや美化啓発活動に取り組んだ。

(5) 京都 S K Y 観光ガイド協会など市民ボランティアガイドや学生観光ガイド団体との連携のもと、京都総合観光案内所や当協会事務所での観光案内業務や「京の冬の旅」事業をはじめとする各種事業を実施し、観光客の受入案内業務を推進し

た。

- (6) 京都一周トレイル会に参画し、京都市が設定する京都一周トレイル事業の推進に取り組んだ。
- (7) 嵐山および東山交通対策研究会に参画し、観光地における交通問題について検討を進めた。
- (8) 京都市フィルム・オフィスに参画し、映画やテレビ等の映像を通じての京都の魅力の発信を推進した。
- (9) 京都創生推進フォーラムに参画し、「京都創生」の実現に向けて、関係機関・団体と相互に協力し、地元京都における京都創生の機運の高揚に取り組んだ。
また、東京都心を舞台に京都創生PR事業「京あるき in 東京」を開催し、「国家戦略としての京都創生」の発信および認知向上を図るとともに、京都の観光、歴史、文化の魅力発信により、京都ファンの一層の拡大に取り組んだ。
- (10) 京都マラソン実行委員会に参画し、国際観光都市京都の魅力を国内外に発信するとともに、京都ブランドの向上に取り組んだ。
- (11) 京都岡崎魅力づくり推進協議会に参画し、岡崎地域を世界に冠たる文化・交流ゾーンとするとともにさらなる賑わいを創出するため取り組んだ。
- (12) 古典の日推進委員会に参画し、文化事業を通じて古典に親しみ、古典を後世に伝えるとともに、「古典の日」推進に取り組んだ。
- (13) 京都市地域活性化総合特別区域協議会に参画し、当該特区に指定されたことにより、国際観光都市、歴史都市、文化芸術都市としての京都の魅力をさらに磨きあげ、これまでにない質の高い観光スタイルを提案するとともに、国際的な文化芸術創造の場を提供することにより、「観光立国・日本」を先導し、また多彩な文化交流による国際相互理解の促進を図った。
- (14) 京都府中央リニアエクスプレス推進協議会へ参画し、中央リニアエクスプレスの推進並びに京都への誘導と建設促進を図るため取り組んだ。
- (15) その他の参画団体または参画団体との共同事業
 - ・公益財団法人京都市音楽芸術文化振興財団
 - ・公益財団法人京都市景観・まちづくりセンター
 - ・公益財団法人京都市文化観光資源保護財団
 - ・公益財団法人京都市国際交流協会
 - ・公益社団法人京のふるさと産品価格流通安定協会
 - ・一般財団法人国民公園協会
 - ・財団法人地域伝統芸能活用センター
 - ・社団法人日本観光振興協会
 - ・公益財団法人日本電信電話ユーザ協会
 - ・IT コンソーシアム京都

- ・明日の京都文化遺産プラットフォーム
- ・岡崎桜回廊十石船めぐり実行委員会
- ・安心救急ネット京都推進会議
- ・海外有力プレス関係者等招請京都委員会
- ・京都学生祭典企画検討委員会
- ・京都・観光文化検定試験検定委員会
- ・京都検定ありかた検討委員会
- ・京都・交通環境マネジメント会議
- ・京都市帰宅困難者観光地対策協議会
- ・京都市自動車環境対策協議会
- ・京都市生涯学習市民フォーラム
- ・京都市内博物館施設連絡協議会
- ・京都ツーデーウォーク実行委員会
- ・京都「八重の桜」応援協議会
- ・京のアジェンダ 21 フォーラム
- ・古典の日推進委員会
- ・市バス路線・ダイヤ検討委員会
- ・下京区西部エリアの活性化を目指す検討会議
- ・「スローライフ京都」推進会議
- ・世界遺産条約採択 40 周年記念事業京都実行委員会
- ・「伝統産業の日」実行委員会
- ・東海自然歩道連絡協会
- ・DO YOU KYOTO?クレジット創出・活用促進協議会
- ・方丈記 800 年委員会
- ・「未来・京都観光振興計画 2010+5」マネジメント会議

VIII 事務報告（平成 24 年度定時総会～25 年度定時総会）

1 総会

定時総会（京都国際ホテル） 平成 24 年 6 月 12 日

2 理事会

（京都国際ホテル） 平成 24 年 6 月 12 日
 （グランドプリンスホテル京都） 平成 25 年 3 月 18 日
 （ハイアットリージェンシー京都） 平成 25 年 5 月 23 日

3 委員会

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| (1) 総務委員会 (京都タワーホテル) | 平成 25 年 3 月 8 日 |
| (京都タワーホテル) | 平成 25 年 5 月 21 日 |
| (2) 企画委員会 (京都全日空ホテル) | 平成 24 年 11 月 5 日 |
| (京都ホテルオークラ) | 平成 25 年 3 月 6 日 |
| 「企画委員会・部会」合同会議 | |
| (ホテル日航プリンセス京都) | 平成 24 年 12 月 11 日 |
| (京都国際ホテル) | 平成 25 年 2 月 21 日 |
| (3) JR 委員会 (ウェスティン都ホテル京都) | 平成 24 年 9 月 4 日 |

4 決算監査会

平成 25 年 5 月 17 日