

# 平成29年度 公益社団法人京都市観光協会事業報告

## 平成29年度重点取り組み項目について

### 1 京都市版DMOに相応しい組織と財政基盤の確保

平成28年度に観光庁から「日本版DMO候補法人」としての認定を受け、これまで公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローが実施してきた外国人観光客の受入環境整備事業を引き継ぎ、日本人観光客に対する施策との一体化に取り組んだ。また、財政基盤の確保に向けて、予算編成・管理の見直しに着手するとともに、会員ネットワークの強化に向けた施策の検討を行った。

平成29年11月には、専門人材の雇用や、地域の関係者との合意形成、地域経営指標の策定などの諸条件を満たしたことを受けて、観光庁が「日本版DMO候補法人」157法人の中から初めて登録する「日本版DMO」41法人の一つとして、京都市観光協会（以下、「協会」という。）が認定された。

これを受けて、これまで以上に京都市と一体となって観光振興に取り組み、事業者の稼ぐ力を引き出すための観光政策の推進を一元的に担う「京都市版DMO」として本格稼働するため、向こう3年間の経営戦略を、平成30年3月に策定した。

### 2 国際観光推進の取組強化

京都市版DMO構築の一環として、国内観光と国際観光の実施体制の一元化を図るべく、公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローが、京都市からの委託・補助等により実施してきたインバウンド受入環境整備事業の移管を受けるとともに、組織の改編を行い、担当する職員を協会で採用し体制を強化した。

具体的な取組としては、京都市認定通訳ガイドによるガイドツアー造成事業や外国語研修、買物環境整備事業などのインバウンド関連事業について、これまでに構築してきた国内観光ステイクホルダーへの展開や連携により、事業拡大を図った。

また、平成30年度に控えるインバウンドプロモーション事業の移管も視野に関係機関との協議を進めた。

### 3 京都の文化資源の魅力の発信

京都「千年の心得」事業において、新たなテーマ「京の伝統産業・文化」「京の朝観光・夜観光」「京の食文化」に重点を置いた観光プランを企画設定し、旬の観光素材を活用した通年型の情報発信を行うなど、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京都市と共同で企画し、実施した。

また、「京の冬の旅」では、「明治維新150年記念」をテーマに、普段見ることのできない建築、庭園、襖絵など、15か所の文化財を特別公開したほか、京の菓子文化「京都をつなぐ無形文化遺産」選定を記念して、京菓子の歴史・文化や職人の技に触れ、京菓子の魅力を味わうイベント「京菓子コレクション」を京都市、北野天満宮と共催で実施した。

このほか、葵祭・祇園祭では、富裕層をはじめとする観覧者のニーズに応えるため、最高クラスカテゴリーの座席を新設するとともに、各祭において海外観光客向けの英語解説付観覧席も前年に続き設置した。

#### 4 地域づくり・課題対応の視点での観光振興

特定地域への観光客の集中を緩和し、周辺地域の魅力を発信するため、秋季特別公開では、今回初めて比較的観光客が少ない西京区エリアにある寺院の特別公開を実施したほか、「京の冬の旅」キャンペーンでは伏見エリアを散策する「伏見・大手筋商店街ぶらり歩き」や西陣エリアを散策する「西陣550年・千両ヶ辻ウォーキング」を実施し、観光客の地域分散化に努めた。

また、当協会が事務局を務める「琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会」が、平成30年3月29日から「びわ湖疏水船」の運航を開始し、67年ぶりに琵琶湖疏水通船を復活させた。これにより、蹴上（岡崎）、山科の観光振興、更には隣接する大津市との観光連携に弾みをつけた。

# 平成29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効果的な誘致宣伝活動を実施した。

#### (1) JRグループ6社共同キャンペーンの継続実施

昭和54年度より長年にわたり実施しているJRグループとの「京の冬の旅」キャンペーンについて、京都市と共同でJR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。

また、平成30年3月6日・7日に、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ら約450名を招き全国宣伝販売促進会議を開催し、平成30年度の「京の冬の旅」キャンペーンについて旅行商品の設定および宣伝販売促進を要請した。

#### (2) 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京都市とともに協議会に参画し、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西日本と共同で金沢や福岡で観光キャラバンを開催するなど誘致宣伝活動に取り組むとともに、旅行会社の商品造成担当者を対象とした現地説明会の開催、今年度の新規事業として三都物語周遊乗車券や観光施設優待クーポンを特典とした「冬の三都スペシャルキャンペーン」や九州地区の旅行雑誌とのタイアップ等に取り組んだ。また、インバウンド市場へのアプローチとして台湾、マレーシアの観光博での情報発信も行った。

- ① 首都圏・北陸・中国・九州エリアの旅行会社の商品造成担当者を招いての三都現地説明会のほか、今年度は新たにハイエンド層向け商品造成担当者を招いての現地説明会も実施
- ② 石川県で開催された北陸放送主催「MRO旅フェスタ2017」に参加し、ブース展開、ステージ発表、TV・ラジオ放送への出演のほか地元マスコミへの情報提供・表敬訪問を実施
- ③ 福岡県で開催されたRKBラジオ主催「RKBラジオまつり2017」に参加し、ブース展開、ステージ発表、ラジオ放送への出演のほか、地元マスコミへの情報提供を実施
- ④ 旅行会社等が販売する三都向け旅行商品の購入者に対するプレゼントキャンペーンを実施
- ⑤ 三都物語周遊乗車券や観光施設優待クーポン等の特典を設定した「冬の三都スペシャルキャンペーン」を実施
- ⑥ 九州からの旅行需要喚起を目的として、20代～30代女性をターゲットとしたWEBページ「マイ・フェイバリット関西」において、「カラフルな三都めぐろう 三都女子旅2017winter」特集を配信
- ⑦ JR西日本おでかけ情報誌「西Navi」において、冬の観光特集記事を掲載。
- ⑧ 九州からの旅行を喚起するため、「九州Walker」とタイアップし、「冬の三都 大人女子旅」特集を掲載

- ⑨ 台湾で開催された「日本の観光・物産博」に出展し、三都の観光情報を発信
- ⑩ マレーシアの旅行博「MATTA博」に出展し、三都の観光情報を発信



(3) J R 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京都市とともに協議会に参画し、J R 東海の宣伝媒体をはじめ様々なメディアを活用した情報発信を行うとともに、P R イベントを実施した。

首都圏エリアの情報系・旅行系WEBメディアを京都へ招き、「京の夏の旅」「京の冬の旅」特別公開箇所や京都ならではの食、イベント等を紹介するプレスツアーを開催したほか、首都圏百貨店での京都展等において「京の夏の旅」「京の冬の旅」「京の七夕」「京都・花灯路」事業をP R するため、舞妓を派遣するなど京都観光ブースを設置して京都観光P R に努めた。

実施会場、実施日は以下のとおり。

- プレスツアー（大雲院 祇園閣、京都大学 花山天文台、東福寺塔頭勝林寺等）  
7月19日～20日
- 横浜タカシマヤ  
10月4日～9日
- 柏タカシマヤ  
10月25日～30日
- 東京国際フォーラム・東京駅  
11月19日
- プレスツアー（東福寺 即宗院、妙覺寺等）  
12月15日
- KITTE  
2月3日
- 蔦屋書店代官山店  
2月21日



(4) J R東日本グループとの連携

J R東日本グループの旅行会社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、宿泊客の誘致対策等の検討や情報交換を行った。

(5) J R西日本との連携

J R西日本の主要駅等で「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、京都市とともに舞妓の派遣や京都観光ブースの設置とあわせて観光物産展の開催やマスコミへの取材要請など、京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

○J R和歌山駅・近鉄百貨店和歌山店	5月20日～21日
○J R京都駅、京都劇場前駅前広場	6月17日
○J R高槻駅・三ノ宮駅・天王寺駅・茨木駅	6月21日～22日
○イオンモール岡山	7月2日
○J R大阪駅	10月8日
○J R博多駅	11月30日
○J R茨木駅・天王寺駅・高槻駅・三ノ宮駅	1月18日～19日
○天神ソラリア ゼファ（福岡）	1月27日～28日

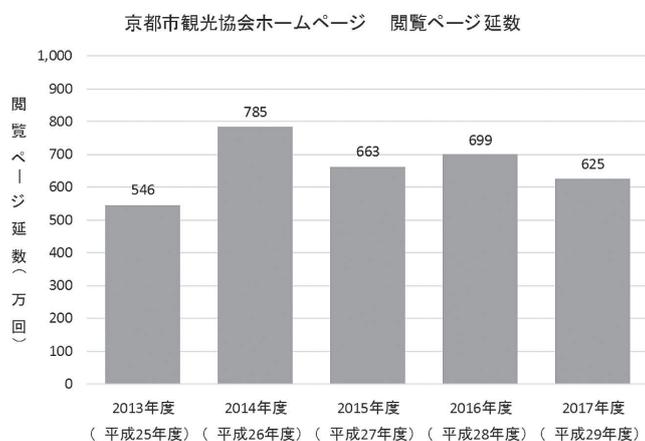
(6) J R九州との連携

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

## 2 インターネット情報発信の充実

(1) インターネットでの観光・会員情報の発信充実

「京都市観光協会ホームページ（<https://www.kyokanko.or.jp>）」において、観光情報・会員情報を収集・更新して発信を行った。ページビュー数（閲覧ページ延数）は、京都市から運営を受託しているWEBサイト「京都観光Navi（<https://kanko.city.kyoto.lg.jp/>）」との機能重複を解消するため、「京都市観光協会ホームページ」の一部機能を「京都観光Navi」へ集約したことにより、約625万PVとなった。



また、事業者・会員向けの情報収集・発信の強化を目的として、「統計・データ」関係の情報を掲載するページと、「情報提供窓口」ページを新たに開設した。

(2) 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、最新の情報が掲載されるよう各施設への照会を行い、利用者のニーズが満たされるよう努めた。

(3) ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の活用

facebookを活用し、観光情報をはじめ、三大祭の開催の有無や開花情報など、タイムリーな情報の発信を行った。閲覧者の規模を表す指標であるフォロワー数は、平成29年度当初の24,328件から、年度末には30,688件まで増加した。三大祭の開催情報や琵琶湖疏水通船の予約開始情報などの注目度が高く、最大で9万人を超えるユーザから閲覧される媒体として機能している。

(4) 多言語情報の発信

外国人観光客向けの情報発信のために運営してきたWEBサイト「KYOTO-MAGOnoTE」は、オフィシャルサイト「Kyoto Official Travel Guide」との機能重複を解消するため、平成29年(2017年)9月をもって閉鎖・機能統合を行った。以降の外国人向け情報発信は、「Kyoto Official Travel Guide」を經由して行った。

(5) 観光客向けWebサイトの集約と、法人向けWebサイトの企画

平成30年度事業として、「京都市観光協会ホームページ」における観光客向け情報を「京都観光Navi」へ統合し、観光客向けWebサイトをリニューアルするための企画・検討を行った。これにともない、「京都市観光協会ホームページ」は法人向けのWEBサイトとしてリニューアルすることとし、その企画・検討も行った。

3 誘致宣伝印刷物の作成配布

(1) 月刊誌「京ごよみ」の編集発行

2ヶ月、3ヶ月先の情報を掲載した『京ごよみ』を京都市と共同で毎月4万部発行し、観光客はじめ会員、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

京都四大大行事をはじめ、各種年中行事や観光イベントの誘致ポスターを作成し、JR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) 平安神宮「桜」・春のをどり・鴨川をどり・葵祭・大原女まつり

(6月) 祇園祭

(7月) 42回「京の夏の旅」・京都五山送り火

(9月) 時代祭

(11月) 秋の文化財特別公開

(12月) 52回「京の冬の旅」

(3月) 春の文化財特別公開・都をどり

\* ( ) 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。