

平成 30 年度 公益社団法人京都市観光協会 事業報告

平成 30 年度 重点取り組み項目

1. 事業者支援の充実

これまで協会が進めてきた「京の夏の旅」「京の冬の旅」等の事業機会提供型の支援を充実、進化させるとともに、マーケティング等に基づく、事業者ニーズを的確にとらえた新たなメニューの開発やプロモーションを進め、協会の強みである多種多様な会員ネットワークの拡充に取り組んだ。

(重点取組)

○ ウェブサイトのリニューアルを中心とした広報・広告機能、情報発信力の強化

これまで別々に運営してきた「京都市観光協会ホームページ」と京都市観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」を整理統合し、観光客向けのウェブサイトと、事業者向けのウェブサイトとの2つへのリニューアルを行った。

観光客向けのウェブサイトでは、スマートフォンの利用率が高い若年層のニーズに対応するため、スマートフォンを利用した旅行中の情報収集を意識した設計を行った。事業者向けのウェブサイトでは、当協会の事業目的や内容を伝えるページを新たに設けるとともに、調達情報やセミナー等の募集情報をわかりやすく整理することで、各種事業への参画機会の拡大につなげた。

外国人観光客向けウェブサイト「Kyoto City Official Travel Guide」においては、需要分散化につながる記事コンテンツや、交通情報の充実、台風 21 号に伴う風評被害対策としての動画などの情報発信に取り組んだ。また、年齢や障がいの有無に応じて画面表示を自動的に最適化するシステムの試験導入、近畿運輸局とともに AI などによる個別ニーズに即応した情報発信に向けたチャットボットの導入、飲食・体験コンテンツ予約サービスとの連携など、次世代技術を活用することで、外国人観光客が必要な情報にたどり着けるようにするための導線を整備した。

○ 宿泊施設の経営強化・魅力発信支援

昨年度、旅館の活性化を目的に作成した旅館 PR 動画を活用し、海外における旅館ブランドの強化を図るとともに、京都における旅館関係者等を対象とする経営向上セミナーを開催した。併せて、京都市による「京都らしい宿泊施設表彰」を実施するに当たり、伝統産業・京扇子を活用した記念品を作成するとともに表彰式等を運営した。また、京都の文化などについての基礎知識を学習し、勤務する宿泊施設でのサービス向上等を目的に、宿泊施設従業員を対象とする歴史・文化体験研修を新たに実施した。

2. 政策課題の解決

当協会が培ってきた地域の各種関係者との信頼関係を活かし、観光の分散化や混雑緩和等の政策課題解決に向けた事業に京都市と協働して積極的に取り組み、観光を通じた地域活性化を図った。

(重点取組)

○ 隠れた観光資源の発掘・活用による需要分散化

観光客向けに公開することで施設の保全や行祭事の継承につなげるため、これまで脚光を浴びていなかった観光客を惹きつける潜在力を持つ多様なエリアの文化財等の掘り起こしに取り組んだ。また、新たな京都観光の魅力づくりと場所の集中緩和を図るため、「とっておきの京都～定番のその先へ～」プロジェクトを立ち上げ、公式ウェブサイトの開設、制作物デザインや掲載媒体の見直しによる誘客など、各種プロモーションを行った。

また、平成30年春から本格運行した琵琶湖疏水通船事業をはじめとした疏水沿線の魅力創造・発信を担う琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の事務局を務め、岡崎、山科地域等の更なる活性化を図った。

○ 市民・事業者向けブランディング事業

京都市観光協会の事業内容を発信する事業者向けのウェブサイト을新たに構築し、情報発信に努めた。また、法人としてのブランディング強化を行うにあたり、従来の徽章とは別に、法人としてのロゴマークを新たに作成し、ホームページや名刺、印刷物、ポスター等に使用した。さらに、DMOとしての取組状況や、今後のDMOの在り方について有識者から提言を受けるシンポジウムを開催し、約600名の参加を得た。

3. 科学的経営の導入

柔軟かつ機動的な意思形成を目指して組織体制の見直しを図るとともに、マーケティングデータの積極的な収集・分析と活用を行い、PDCAサイクルの構築や事業の選択と集中等、戦略的な組織運営、事業経営に取り組んだ。

(重点取組)

○ 広報・マーケティングの統括部門の新設、事業の成果管理の徹底

事業者向けのウェブサイトを中心に、データ月報などの独自調査の結果や事業を通して得られた情報を、コラム等の形式で定期的に発信することで地域全体のマーケティング意識の向上を図った。さらに、京都大学観光MBAとの共同研究事業を立ち上げ、京都観光に関するデータを共同で分析することを通じてデータの活用方法の具体例を提示し、地域の観光経営を牽引する人材の学習機会を提供することで、観光産業の活性化に貢献した。

○ 国内部門と国際部門の相乗効果によるガイドツアー事業の本格化

(公財)京都文化交流コンベンションビューローから国際プロモーション事業を移管し、国内外の観光振興を一元的に担う体制を構築した。具体的には、京都市認定通訳ガイド「京都市ビジターズホスト」の監修による文化財特別公開事業の外国語パンフレット作成や、

三大祭における英語ガイド席の拡充、旧三井家下鴨別邸における英語ヨガ体験の試行実施などに取り組んだ。

平成 30 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各社との連携活動

JRグループ各社と共同で観光客誘致を推進するため、JR各社と連携し、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、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、フィリピンの観光博での情報発信も行った。

- ① 北陸・中国・九州エリアの旅行会社の個人型・小規模団体型商品造成担当者を招いて三都現地説明会を実施
- ② 石川県で開催された北陸放送主催「MRO旅フェスタ 2018」並びに福岡県で開催されたRKBラジオ主催「RKBラジオまつり 2018」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 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
- ④ 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。
- ⑤ 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
- ⑥ 旅行キュレーションメディアである「RETRIP」とタイアップし、三都の春の観光情報やイベント情報を掲載
- ⑦ 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
- ⑧ フィリピンの旅行博「TME」に出展し、三都の観光情報を発信

（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の観光客誘致を図るため、京都市とともに協議会に参画し、JR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、PRイベントを実施した。

「京の夏の旅」「京の冬の旅」キャンペーンと連動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、京都の朝の美しさに焦点を当てた「春はあけぼの」イベント等を紹介するプレ

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、京都観光ブースを設置して京都観光PRに努めた。

実施会場、実施日は以下のとおり。

- | | |
|---|-----------------|
| ○浜松遠鉄百貨店 | 平成30年6月9日～10日 |
| ○プレスツアー（東福寺、旧三井家下鴨別邸、常寂光寺、金戒光明寺、圓光寺、三千院等） | 平成30年9月11日～12日 |
| ○横浜タカシマヤ | 平成30年10月3日～8日 |
| ○熊谷八木橋百貨店 | 平成30年10月11日～16日 |
| ○柏タカシマヤ | 平成30年10月23日～29日 |
| ○プレスツアー（転法輪寺、建仁寺 両足院、建仁寺 正伝永源院、東寺、清水寺、平等院、龍安寺、仁和寺等） | 平成31年1月17日～18日 |
| ○代官山T-S I T E ガーデンギャラリー | 平成31年2月15日～16日 |

（3） JR東日本グループとの連携

JR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」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。また、東日本エリアでの初の試みとして、「京の冬の旅」「京都・花灯路」事業をPRするため、仙台駅での舞妓によるステージや京都観光ブースの設置とあわせて、仙台市役所やマスコミへの表敬訪問などを実施した。実施会場、実施日は以下のとおり。

- | | |
|-----------------|---------------|
| ○仙台市役所、マスコミ表敬訪問 | 平成30年11月30日 |
| ○JR仙台駅 | 平成30年12月1日～2日 |

（4） 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31年3月7日・8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500名を招き全国宣伝販売促進会議を開催し、次年度となる令和元年度の「京の冬の旅」キャンペーンについて旅行商品の設定及び宣伝販売促進を要請した。

（5） JR西日本との連携

JR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。

- | | |
|-------------------|----------------|
| ○JR和歌山駅・近鉄百貨店和歌山店 | 平成30年5月19日～20日 |
| ○JR三ノ宮駅・天王寺駅 | 平成30年7月4日 |
| ○JR大阪駅 | 平成30年10月14日 |
| ○JR博多駅 | 平成30年11月28日 |
| ○イオンモール福岡 | 平成30年12月8日～9日 |

(6) その他 J R 各社との連携

J R 各社と連携し、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****強化事業**

文化財特別公開や三大祭有料観覧席などの着地型商品を取り扱う「京都市観光協会ホームページ」と、京都市からの補助金を受けて当協会が運営し、京都観光に関する基本的な情報を網羅する公式サイト「京都観光Navi」を統合し、旅マエから旅ナカまでを網羅したりリニューアルサイト (<https://ja.kyoto.travel/>) を構築した。

- 家族旅、ひとり旅、女子旅、おとな旅など、属性別でのおすすめ観光ルートを紹介した記事コンテンツの作成
- エリア別・カテゴリ別に情報を再整理し、検索機能を強化することで、閲覧者が目的とする情報への接触をより簡単にできるよう改善
- 京都観光旅館連盟との連携により、京都らしい旅館の案内ページを新設
- 交通情報やアクセス方法等、京都観光の基本情報について、観光客が抱える疑問を即時に解消できるよう、「よくある質問 (FAQ)」を掲載
- 観光施設や観光事業者自身が、イベントや観光情報の登録編集を簡単に行うことができる機能を構築
- ページビュー数

旧「京都観光 Navi」 2,160 万 (29 年度 2,650 万)

旧「京都市観光協会ホームページ」 489 万 (29 年度 625 万)

新「京都観光 Navi」 60 万 (平成 31 年 1 月末～3 月末の実績)

(2) 多言語サイト「Kyoto City Official Travel Guide」の運営**新規事業**

外国人観光客向けに 13 言語で情報発信しているウェブサイト「Kyoto City Official Travel Guide」について、魅力的な情報の充実のために、情報を整理し、サイト構造やデザインの見直しを行うとともに、記事コンテンツの追加、交通情報の充実、台風 21 号に伴う風評被害対策としての動画発信、年齢や障がいの有無に応じて画面を自動的に最適化する「FACIL' iti (ファシリティ)」システムの試験導入など多くの施策を実施した。

また、近畿運輸局とともに A I などによる個別ニーズに即応した情報発信に向けたチャットボットの導入など、最新技術を活用したコミュニケーション活動の実証事業を行った。さらに、「ぐるなび」や体験コンテンツ販売事業者「Voyagin」といった会員企業と連携しながら、外国人観光客にとって必要な情報にたどり着ける導線を整備した。

- ページビュー数：449 万 (29 年度 502 万)

(3) ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の活用

英語 Facebook 「Visit Kyoto」 ページを活用し、タイムリーな情報発信を行うとともに、中国の SNS 「Weibo (ウェイボー)」 の京都観光公式アカウントにおいて、最新の京

都観光情報やマナー啓発等の発信を行った。実施に当たっては、日本語アカウント等の
其他媒体との連携を強化した。

また、秋の紅葉シーズンに合わせて Instagram を活用した写真投稿キャンペーンを実
施し（約1カ月間で投稿枚数3,071枚）、夏場の災害によって落ち込む恐れがあった観光
客の需要喚起を行った。

○「Visit Kyoto」フォロワー数：52万 Weibo フォロワー数：7万

(4) 事業者向けウェブサイトの構築

強化事業

事業者・会員向けの情報収集・発信の強化を目的として、新たにウェブサイトを構築
した (<https://www.kyokanko.or.jp/kaiin>)。京都市観光協会データ月報をはじめとした
調査結果や分析コラム、各種事業の広報、委託事業者の調達情報などの発信力強化に努
めた。

○ ページビュー数：12万

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3万5千部発
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。

また、台風等の災害による風評被害を緩和し、需要を喚起することを目的として、京
ごよみ別冊 秋の特別号を臨時発行し（1万部）、首都圏キャラバン等で配布を行った。

平成19年の創刊以来、毎月「京ごよみ」の発行を行ってきたが、電子メディアを活用
した即時性の高い取組みが主流となりつつあることや、印刷費用の上昇などを受けて、
平成31年度末をもって廃刊した。一方で、平成31年4月からは公式ウェブサイト「京
都観光Navi」のイベント情報を掲載した紙媒体資料（A3両面二つ折）を新たに発行し、
観光案内所の来所者等への案内用として配布を行うこととした。

(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、物産展等へ効果的に配布した。

(4月) 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) 第43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) 第53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 海外情報拠点の運営

新規事業

世界 11 都市（ニューヨーク、ロンドン、パリ、フランクフルト、シドニー、上海、台北、ソウル、香港、クアラルンプール、ドバイ）において、情報拠点（レップ窓口）を設置し、現地の旅行動向等の情報を収集するとともに、マーケティングに基づいた京都観光のPR活動等を実施。また、拠点担当者が一堂に会する「京都市海外情報拠点 市場説明会・市場別相談会」を平成 30 年 7 月に開催し、会員等に対し、現地の最新情報を提供した。

5 海外旅行商談会出展・海外バイヤーマッチング事業

新規事業

国内外で開催される旅行商談会に出展を行い、デスティネーションとしての京都のPRを行うとともに、多くの顧客を有する海外の有力旅行会社関係者等を京都に招聘し、国内企業等とのマッチング機会の創出など、海外から京都への旅行商品造成の一層の拡充を図った。

○平成 30 年 9 月 VISIT JAPAN トラベルマート（東京）

※オンラインメディア「Travel Age West」との商談が京都取材につながった。（広告換算額：約 5,600,000 円）

○平成 31 年 3 月 ITB（ドイツ、ベルリン）

6 海外富裕層誘致をはじめとしたセグメント別の海外観光客誘致事業

新規事業

「日本ラグジュアリートラベルアライアンス」（構成：札幌市、石川県、京都府、京都市、奈良市、和歌山県）事業として、各自治体と連携したプロモーションを展開。また、ATM（ドバイ）、ILTM Asia Pacific（シンガポール）、ILTM Cannes（フランス）等の富裕層旅行商談会へ出展し、欧米のラグジュアリー市場における日本・京都の認知拡大を通じて、観光事業者の市場参入プラットフォームの整備を促進することで、京都来訪の動機付けを向上させ、観光消費の一層の拡大を図った。また、ムスリム市場やLGBT市場、海外アルumnナイ市場（卒業生、同窓生、社友等）などのセグメント別の市場研究及び情報収集等を行った。

7 海外メディア支援

強化事業

（1）海外メディア取材支援

海外有力メディア（雑誌、テレビ、ウェブサイト等）の取材誘致受入を推進し、メディアへの効果的な露出を通じ、京都ブランドの一層の向上を図った。実施にあたっては、日本政府観光局（JNTO）や近畿運輸局、他都市、航空会社等と積極的な連携を図り、マーケット及び費用対効果を意識したPR活動を展開した。特に、観光客の集中緩和につながるべく、夏冬等の閑散期の魅力拡大を推進するとともに、まだ認知されていない観光魅力の発信に努めた。

○支援件数：Conde Nast Traveler、National Geographic Traveler、イベリア航空機内誌、KLM オランダ航空機内誌、メルセデスベンツウェブサイトなど
53 件 65 媒体

○広告換算額：計 10.5 億円

(2) 貸出用写真の拡充

これまで収集してきた写真の権利関係の整理を進め、貸出専用サイト「京都イメージバンク (<https://kyoto-imagebank.com/>)」の機能充実を図った。

(3) 動画素材・ブランドイメージ動画の作成

東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、日本に関心が集まる機会を捉え、海外メディアが番組内で自由に使用できる京都の観光映像素材（まちなみ、伝統文化、観光名所等）を制作した（計 26 本）。

8 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。

9 全国各地の「京都展」での誘致宣伝活動

首都圏をはじめとする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。

また福井市では「第1回 京都展」を記念して、舞妓の派遣や京都観光ブース設置とあわせて、福井市役所やマスコミの表敬訪問などを実施した。

- 福井市役所、マスコミ表敬訪問 平成 31 年 1 月 15 日
- 西武福井店 平成 31 年 1 月 16 日

10 秋冬の京都観光宣伝キャラバンの実施

平成 30 年 9 月に発生した台風 21 号による被害の影響で観光客の減少が見られたため、秋の観光シーズンに向けて、急遽紅葉の情報等を掲載した「京ごよみ 秋の特別号 2018 別冊」を制作の上、京都物産出品協会の協力を得て京都市とともに首都圏において観光宣伝キャラバンを実施し、秋の京都観光のPRを行った。

- 埼玉県熊谷市 八木橋百貨店 平成 30 年 10 月 13～14 日
- 千葉県柏市 柏タカシマヤ 平成 30 年 10 月 25～26 日

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 観光コンテンツの開発

(1) 隠れた名所の活用等による観光地分散化事業

新規事業

多様なエリアの魅力ある名所や見どころの情報を発信し、観光客の集中の緩和を図るとともに、新たな京都観光の魅力づくりにつなげる事業に取り組んだ。

- 場所の集中緩和につながる事業

「とっておきの京都～定番のその先へ～」プロジェクトを立ち上げ、公式ウェブサイト開設、各種プロモーションの実施

○季節の集中緩和につながる事業

夏・冬の高雄、大原、京北エリアの体験型コンテンツ造成や情報発信

○時間の集中緩和につながる事業

昼観光から朝夕夜型にシフトしたコンテンツ造成や情報発信

○新たな顧客層の開拓

制作物デザインや掲載媒体の見直しによる若年層、市外エリア、インバウンドの誘客

(2) 春季・秋季特別公開事業の実施

春季・秋季の観光客誘致受入事業として、「霊鑑寺」「金戒光明寺」「宝鏡寺」「旧三井家下鴨別邸<主屋二階>」「ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵」「浄住寺」のほか、初公開の「勸修寺」「東福寺 光明宝殿」を含む8か所の特別公開を実施した。秋季パンフレットのデザインは、文化と観光の融合を目的に「東山 アーティスト・プレイスメント・サービス (HAPS)」と連携し、表紙や挿絵、写真の一部に若手芸術家の作品を採用した。また、秋季は特別公開のポスターを作成し、JR西日本、京阪、阪急、近鉄の関西私鉄各社、京都市交通局で掲出したほか、阪急電鉄とタイアップした春季・秋季ポスターを阪急沿線で掲出した。

○公開箇所 霊鑑寺(春・秋) / 勸修寺 / 東福寺 光明宝殿 / 金戒光明寺 / 宝鏡寺 / 旧三井家下鴨別邸<主屋二階> / ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵 / 浄住寺

○公開期間	春季	霊鑑寺	平成30年3月24日～4月8日
		勸修寺	3月24日～4月16日
		東福寺 光明宝殿	4月27日～5月6日
秋季	金戒光明寺	平成30年11月9日～12月2日	
	宝鏡寺	11月1日～30日	
	霊鑑寺	11月17日～12月2日	
	旧三井家下鴨別邸<主屋二階>	11月15日～12月4日	
	ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵	11月23日～12月2日	
	浄住寺	11月17日～12月2日	

春季・秋季 合計拝観見学者数 109,838人
(目標拝観見学者数 124,900人)

(3) 第43回「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第43回「京の夏の旅」キャンペーンは、「文化財特別公開」や、定期観光バス特別コースの運行、京の歴史文化に培われた「伝統産業・文化」、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光・夜観光」、豊かな食材と伝統の

技を楽しむ「京の食文化」等、様々な切り口から幅広い層の観光客に京の夏を楽しんでいただけるよう多彩なイベントを、平成30年7月から9月にかけて実施した。

また、JR各社をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海の関西私鉄各社、京都市交通局など、関係機関との密接な連携のもと、誘致宣伝活動の強化や旅行商品化の促進に努めた。

① 文化財特別公開

「明治150年」「京のお屋敷」「京のもう一つの花街・島原」をテーマに普段見ることのできない8箇所の社寺や施設の特別公開を実施した。拝観・見学者数の合計は、100,241人で、対前年度比80%となった。

○公開期間 7月7日～9月30日（一部異なる）

○公開箇所 角屋／輪違屋／長楽館「御成の間」／大雲院 祇園閣／上賀茂神社

本殿・権殿／下鴨神社 本殿・大炊殿／旧邸御室／旧三井家下鴨別邸<主屋二階>

○拝観見学者数 100,241人（目標拝観見学者数 140,000人）

② 定期観光バス特別コース

7月から9月末までの期間、「明治維新150年記念」をテーマにしたコースや京のお屋敷をめぐる「京の夏の旅」初運行となる午後の半日コース、禅寺での坐禅体験と世界遺産 上賀茂神社を特別参拝する朝コース、嵐山の宮廷鵜飼を楽しむ夜コースの4コースを設定し運行した。乗車人数合計は3,313人、対前年度比58%となった。各コースの実績は以下のとおり。

コース名	運行期間	対象箇所	乗車人数
幕末維新の志士たちゆかりの地をたずねて	7月7日～9月30日	角屋／輪違屋／幕末維新ミュージアム 霊山歴史館／御香宮神社／清和荘 (昼食)	1,769人
京の旧邸の美をたずねて	8月18・19・25・26日、 9月3～7・10・12～14・17・18・20・21・24・25・29・30日	旧邸御室（見学と喫茶）／大雲院 祇園閣／長楽館「御成の間」	735人
朝の禅寺坐禅体験と世界遺産上賀茂神社特別参拝		大徳寺 大慈院（坐禅）／上賀茂神社 本殿・権殿／泉仙（朝食）	155人
宮廷鵜飼と夕景の嵐山	7月1日～9月23日	嵐山宮廷鵜飼（鵜匠による鵜飼の説明付）／法輪寺と夕景の嵐山散策／渡月亭（夕食）	654人

※目標乗車人数計 5,657人

③ 京都「千年の心得」

平成 21 年度より実施している京都「千年の心得」事業では、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。特に開館前の美術館での絵画鑑賞、天体観望会や夜坐体験といった朝と夜のイベントを多数企画し、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光」「夜観光」の充実を図った。また、JR や旅行会社各社で企画したイベントとも合わせて誘致宣伝に努めた。

○実施事業

- ・菊水銚保存会のお囃子鑑賞と特別ディナー<夜観光><京の食文化>
- ・祇園祭特別お茶講座と茶フレンチの昼食<京の食文化>
- ・京都大学 花山天文台 火星大接近天体観望会<夜観光>
- ・菊水の特別ミニ会席の昼食と佐々木酒造の日本酒飲み比べ<京の食文化>
- ・京の夏の旅特別企画 輪違屋の夕べ<夜観光>
- ・京都の禅寺で坐る 夜坐体験<夜観光>
- ・能楽金剛流特別企画 能楽入門 幽玄の世界を体験～金剛流～

参加者数 計 453 人

④ 「食遊菜都 2018・夏」

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」と連動して、京料理をはじめとした京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。

○実施事業

- ・旧三井家下鴨別邸（重要文化財）と下鴨茶寮のお食事
- ・ぬか漬づくりと納涼床での京懐石
- ・醍醐寺拝観・写経と雨月茶屋での季節の昼食
- ・醍醐山万灯会と納涼雨月寄席の夕べ
- ・観覧席で見る祇園祭(前祭・後祭)と京料理
- ・伏見の酒造「山本本家」と美濃吉 竹茂楼の「300 年懐石」
- ・元お茶屋「津田楼」で舞妓さんと楽しむランチ
- ・京の五花街お茶屋遊び～花街文化と仕出し料理～
- ・食遊懐石（もみぢ家／吉田山荘）

参加者数 計 680 人

⑤ 「京のたしなみ」

平成 23 年度より取り組んでいる京都の伝統文化、伝統工芸の魅力を体感するキャンペーンとして京都市の協力のもと、JR 西日本と共同で実施し、さらなる観光客の誘致推進に努めた。

○実施事業

- ・和蠟燭絵付け体験
- ・花脊の自然を感じる藁細工～ワラの鍋敷き作り～
- ・季節の植物で作る癒しの苔玉づくり
- ・大河ドラマ「真田丸」の時代考証も行っていた15代目の職人さんが教える、真田紐ストラップづくり

参加者数 計 138 人

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、初開催となる三尾エリアでのウォーキングイベントを含む参加体験型イベントを実施した。

○実施事業

- ・京都・三尾＜高雄・槇尾・梅尾＞探訪 三尾ウォーキング
(詳細等実績は24ページに掲載)
- ・高台寺「夜の観月茶会」
開催期間 平成30年9月7日～23日の金・土・日
参加人数 510人
- ・町家 富田家と堀川通の七夕祭り
開催期間 平成30年8月4日～10日
参加人数 11人
- ・第16回 西陣 伝統文化祭「千両ヶ辻」をきもので楽しむ
開催日 平成30年9月23日
参加人数 6人
- ・「京の七夕」事業（実績等詳細は24ページに掲載）
- ・その他、老舗料理店の若主人による料理教室や京都市中央市場見学と昼食を組み合わせたイベント、南禅寺界隈の非公開庭園を解説付きで巡る朝のイベントなど「京の食文化」「朝観光・夜観光」に関連したイベントのPRを実施した。

⑦ “都の賑い” 事業への協力

京都花街組合連合会、京都伝統伎芸振興財団主催の6月恒例のイベントとして定着した“都の賑い”「京都五花街合同公演」の誘致宣伝に努めた。

開催日 平成30年6月16日・17日

⑧ 誘致宣伝展開

(ア) 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主要駅や京阪、阪急、近鉄、南海等の関西私鉄各社、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》

計 16,350 枚

○駅貼 (B1・7種 / B2・4種)

○車内吊り（B3・3種）

《パンフレット》

○京の夏の旅 イベントガイドブック 400,000部

○京の夏の旅 ダイジェスト版リーフレット（3種） 33,200部

○定期観光バス 春夏号 390,000部

《その他》

○京都市営地下鉄車内横枠広告 270枚

○京都市営地下鉄指詰防止ステッカー 560枚

(イ) 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など、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。取材報道等の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」

○読売テレビ放送「クチコミ新発見！旅ぷら」

○北陸放送「MRO旅フェスタ 2018 特選夏旅特大号」

《新聞》

京都新聞／朝日新聞／読売新聞／産経新聞／毎日新聞／日本経済新聞／北海道新聞／北國新聞／北陸中日新聞／静岡新聞／日刊ゲンダイ／デイリースポーツ／市民新聞／ほか

《雑誌》

「Discover Japan」／「ノジュール」／ほか

《Web》

地球の歩き方（株式会社地球の歩き方メディアパートナーズ）／トラベルジェイピー 旅行ガイド／近鉄で行く夏のお出かけ／JR 東海「そうだ京都、行こう。」／ほか

《その他》

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

(ウ) 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グループの端末による販売を行った。

(エ) 試乗取材会等の開催

○「京の夏の旅」オープニングセレモニー

「京の夏の旅」特別公開対象箇所である角屋において、オープニングセレモニーを開催し、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 平成30年7月20日

会場 角屋

○「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、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 平成30年7月10日・11日

出席者数 マスコミ、JR、関西私鉄、旅行会社、ホテル、旅館など
約100人

(4) 第53回「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、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、平成31年1月から3月にかけて全国規模での誘致宣伝、販売活動を行った。第53回「京の冬の旅」は令和元年9月に日本で初開催となるICOM KYOTO 2019（国際博物館会議京都大会）が開催されることに先駆け、「京都にみる日本の絵画～近世から現代～」をテーマに15か所の非公開文化財特別公開や定期観光バス特別コースの運行、関連イベントの実施に取り組んだ。さらに、京の歴史文化に培われた「伝統産業・文化」、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光・夜観光」、豊かな食材と伝統の技を楽しむ「京の食文化」等、様々な切り口から幅広い層の観光客に京の冬を楽しんでいただけるよう多彩なイベントを企画実施した。

また、JRグループ6社をはじめ、関西私鉄各社、京都市交通局、旅行会社各社等、関係機関との密接な連携のもと、誘致宣伝の強化や旅行商品化の促進に努めた。

① 非公開文化財特別公開

「京都にみる日本の絵画～近世から現代～」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。拝観者数の合計は、321,366人で、対前年度比105%となった。

○公開期間 平成31年1月10日～3月18日（一部異なる）

○公開箇所 建仁寺 正伝永源院／建仁寺 両足院／建仁寺 霊源院／智積院／東福寺 光明宝殿／大徳寺 本坊／相国寺 慈照院／本法寺／善想寺／妙心寺 天球院／妙心寺 麟祥院／妙心寺 龍泉菴／仁和寺 金堂・経蔵／転法輪寺／東寺 五重塔 計15か所

○拝観者数 321,366人（目標拝観者数 336,000人）

② 定期観光バス特別コース

1月から3月までの期間、特別公開箇所や京都ならではの味をめぐる定番の4コースに加え、朝の禅寺で坐禅体験や朝食を堪能する「朝コース」、北野天満宮の梅苑ライトアップや島原角屋を訪ねる「夜コース」を設定し、観光客の幅広いニーズに対応した特別コースを運行した。特別コース合計の乗車人数は9,782人、対前年度比103%となった。各コースの実績は以下のとおり。

コース名	運行期間	対象箇所	乗車人数
長谷川等伯と狩野山楽の世界	1月10日～3月18日	智積院（3/1～18は建仁寺 正伝永源院へ変更）／本法寺／妙心寺 天球院／建仁寺 霊源院／阿じろ（昼食）	2,531人

京の障壁画と庭園の美をたずねて	1月10日 ～ 3月18日	大徳寺 本坊／妙心寺 麟祥院／妙心寺 龍泉菴／建仁寺 両足院／泉仙（昼食）	2,211人
京の国宝とご利益めぐり	1月10日 ～ 3月18日	仁和寺 金堂・経蔵／東寺 五重塔／転法輪寺／善想寺／下鴨福助（昼食）	3,007人
京の冬の味めぐり	1月10日 ～ 3月18日	山ばな平八茶屋（京料理）／亀屋良長（京菓子製作実演見学と京菓子賞味）／土井志ば漬本舗（千枚漬の漬け込み実演見学と京漬物賞味）／下鴨神社と「京のあじわい」（下鴨神社の参拝や無病息災を祈念する京の風習をあじわう）	1,272人
京都にみる日本の絵画 京の冬の旅特別公開と坐禅体験	1月19日 ～2月24日 の土・休日	大徳寺 大慈院（坐禅）／大徳寺 本坊／本法寺／泉仙（朝食）	126人
北野天満宮 梅苑ライトアップと島原角屋特別見学	2月22日 ～3月17日 の金・土・日曜	北野天満宮（本殿参拝と梅苑ライトアップ）／島原角屋（夜間特別見学）／神泉苑平八（夕食）	314人
西本願寺の国宝特別案内と西陣の街並み、御寺泉涌寺別院雲龍院「織部流武家点前」	1月26日 ～2月25日 の月・金・土・休日	西本願寺（特別拝観）／晴明神社／泉涌寺 雲龍院（織部流武家点前）／京ゆば処 静家（昼食）	257人
東山の奥座敷「雲龍院」でのひとときと宇高姉弟の京都能案内	1月10・19・31日、2月7日	泉涌寺 雲龍院（夜間特別拝観）／宇高姉弟の京都能案内／くろちく百千足館（夕食）	64人

※目標乗車人数計12,000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 29,379人

④ 京都「千年の心得」

○実施事業

- ・佐々木承平京都国立博物館長「特別講座」
- ・狩野山楽の目と技を知る〈日本画ワークショップ〉日本画家 定家由子
- ・朝の嵯峨嵐山文華館で日本画の世界に触れる〈朝観光〉
- ・佐々木酒造の酒蔵見学と新酒を楽しむ〈京の食文化〉
- ・能楽金剛流特別企画 能楽入門 幽玄の世界を体験～金剛流～
- ・旧曼舟邸でのお茶会体験と嵐山よしむらの蕎麦懐石を味わう
- ・旧嵯峨御所大本山大覚寺で平安の香り体験～お香（薫物）に親しむ～
- ・旧嵯峨御所を味わう、雅なお茶会～京の老舗洋菓子店 BAIKAL の大覚寺限定オリジナルスイーツ～
- ・観世流能楽師・橋本忠樹×作庭家・植治次期十二代 小川勝章が嵐山の魅力を探る
- ・転法輪寺 夜の特別拝観 絵解き説法と木魚念仏体験〈夜観光〉
- ・あなたも篠笛を吹いてみませんか～演奏と初心者のための体験会～

参加者数 計 555 人

⑤ 「食遊菜都 2019・冬」

○実施事業

- ・建仁寺非公開文化財特別公開と祇をん豆寅での豆すし
- ・山本本家の日本酒と岡山製陶所の陶芸品と竹茂楼の京料理
- ・妙心寺 非公開文化財特別公開と精進料理「妙花膳」
- ・仁和寺 非公開文化財特別公開と萬長での松華堂弁当
- ・京のお茶屋遊び～花街文化と仕出し料理～
- ・醍醐寺「五大力尊仁王会」前行参座と雨月茶屋でのご昼食
- ・恵方巻作り体験と京料理
- ・食遊懐石（天喜／玉家）

参加者数 計 649 人

⑥ 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」

○実施事業

- ・竹かご作り体験教室
- ・和蠟燭絵付け体験
- ・節の植物で作る癒しの苔玉づくり
- ・伝統の香りを今に伝える老舗での聞香体験&オリジナル匂い袋づくり

参加者数 計 132 人

⑦ 「京都にみる日本の絵画～近世から現代～」連動イベント

(ア) 佐々木丞平京都国立博物館館長「特別講座」(京都「千年の心得」)

開催日 平成 31 年 1 月 12 日・19 日・26 日

参加人数 49 人

(イ) 狩野山楽の目と技を知る<日本画ワークショップ>日本画家 定家亜由子(京都「千年の心得」)

開催日 平成31年1月12日・26日・27日

参加人数 45人

(ウ) 朝の嵯峨嵐山文華館で日本画の世界に触れる(京都「千年の心得」)

開催日 平成31年1月20日、2月23日

参加人数 28人

(エ) 重要文化財 旧三井家下鴨別邸「京の冬の旅」特別企画

主屋3階望楼特別公開/綴プロジェクト 特別展示 奇想の画家 伊藤若冲
「樹花鳥獸図屏風」を間近でみる!

開催日 平成31年2月7日～3月19日

参加人数 12,212人

(オ) その他、京都 日本画新展2019や二条城での絵画に関連したイベント、日本の絵画が鑑賞できる展覧会・イベントのPRを実施した。

⑧ 京の冬の旅キャンペーンイベント

(ア) 京菓子コレクション

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を京都市、北野天満宮と共同で開催した。京都の老舗菓子店のイベント限定の京菓子と抹茶の一期コーナー、京菓子に関する資料展示や京菓子の製作実演、体験イベントのほか、日替わりゲストを迎えたトークイベントを実施した。

開催日 平成31年3月2日～3日

会場 北野天満宮 文道会館

参加店舗 老松、亀屋良長、笹屋伊織、末富、俵屋吉富、鶴屋吉信、二條若狭屋

参加人数 2,438人(目標人数 2,000人)

(イ) 高台寺「夜咄」夜のお茶会

開催期間 平成31年1月11日～3月3日の金・土・日

参加人数 1,220人

(ウ) 「山ばな平八茶屋」21代目若主人による特別料理教室と重文・角屋の見学

開催日 平成31年1月19日

参加人数 25人

(エ) 第40回「京都名流いけばな展」

いけばな圏<京都>16流派により入浴客を歓迎するいけばな展を実施した。なお、「京都名流いけばな展」は、第40回を最後とし終了した。

開催期間 平成31年1月22日～3月3日

会場 JR京都駅 新幹線コンコース

(オ) 京都・花灯路事業(実績等詳細は23～24ページに掲載)

(カ) みやこ学び旅2019～日本の歩みを知る、京都・伏見の足跡～

開催期間 3月20日～23日

会場 龍谷大学ほか

参加人数 57人

(キ) 商店街の魅力発見プラン 新大宮商店街ぶらり歩き

(実績等詳細は24ページに掲載)

(ク) ～京の伝統行事～京都東山・節分社寺めぐり

(実績等詳細は25ページに掲載)

(ケ) 東寺に残る「神仏習合」～僧侶と神職による法要と東寺拝観～

開催日 平成31年3月15日

参加人数 29人

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。

⑨ 「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を要請した。

○開催日 平成31年3月7日・8日

○会場 ホテルグランヴィア京都

○出席者 約500名

⑩ 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。

⑪ 誘致宣伝展開

(ア) 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、南海等の関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等で掲出配布した。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・車内広告》

計 22,370 枚

○JR駅貼 (B1・5枚組)

○JR・私鉄・京都市及び三都市交通局駅貼 (B1・7種)

○私鉄駅貼 (B2・5種)

○JR・三都市交通局・近鉄・京阪バス (B3・4種)

○地下鉄横枠広告

○地下鉄指詰防止ステッカー

《JRグループ制作ポスター》

計 132,440 枚

○JR駅貼 (B0・4種)

○JR車内吊り (B3・4種)

○JR車内額貼 (B3×4サイズ・3種)

○JR車内額貼 (B3×2サイズ・3種)

○JR車内ドア上(変形・2種)

《パンフレット》

○「京の冬の旅」イベントガイドブック	1,000,000部
○「京の冬の旅」ダイジェスト版リーフレット	45,000部
○「京の冬の旅」スタンプラリー	177,500部
○京都定期観光バス 秋冬号	390,000部
○非公開文化財特別公開ガイドブック	15,000部

(イ) 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など、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。取材報道等の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」
- 読売テレビ放送「クチコミ新発見!旅ぷら」
- テレビ大阪「やさしいニュース」ほか

《新聞》

京都新聞/読売新聞/毎日新聞/朝日新聞/産経新聞/河北新聞/中国新聞/北日本新聞/信濃毎日新聞/交通新聞/静岡新聞/熊本日日新聞/日刊ゲンダイ/デイリースポーツ/ほか

《雑誌》

まっふる京都社寺巡り(昭文社)/女性自身(光文社)/ひととき(株式会社ウエッジ)/宇治田原製茶場「月刊茶の間」/Walker/白川書院「月刊京都」/JTBパブリッシング「ノジュール」/ほか

《Web》

時事ドットコム(時事通信社)/JRおでかけネット/おけいはん.ネット/朝日新聞デジタル&TRANEL/Walkerplus 館/ほか

《その他》

- 旅行雑誌「別冊旅の手帖」京の冬の旅号発行(45,000部)
- 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、京都観光Navi、月刊観光情報誌「京ごよみ」、京都市広報紙、私鉄情報誌等での情報掲載等による情報発信を実施した。

(ウ) 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グループの端末による販売を行った。

(エ) 試乗取材会等の開催

○京都デスティネーションキャンペーン「京の冬の旅」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」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」非公開文化財特別公開対象箇所の一つである本法寺において、オープニング式典を行い、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 平成31年1月10日
- ・会場 本法寺

○「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 平成31年1月8日
- ・出席者数 マスコミ、ＪＲ、関西私鉄、旅行会社、ホテル、旅館等約100人

○京都市交通局との連携事業

「京の冬の旅」キャンペーンをPRするため、京都市交通局と連携し、「Kotochika クリスマスイベント」において、舞妓による観光パンフレットの配布など、冬の京都への観光誘致宣伝に努めた。

- ・開催日 平成30年12月24日
- ・会場 京都市営地下鉄京都駅コトチカ広場

(5) 京都市認定通訳ガイド育成事業

京都観光の専門知識を身に付け、外国語で京都の奥深い魅力を伝えることができる京都市認定通訳ガイド「京都市ビジターズホスト」について、基礎研修、専門研修、口述試験の実施を経て、第3期生44名の認定を行うとともに、スキルアップ研修の実施や検索サイト「クレマチス」等を通じた就業支援を行った。(京都市、宇治市、大津市との連携事業)

- 基礎研修 京都の知識、ガイドスキル、実地研修など全30コマ
- 専門研修 伝統産業、伝統文化、食文化の各15コマから1科目以上を選択
- スキルアップ研修 花街、料亭、大原野、高雄、比叡山などの実地等
全20回 延べ306名参加

○京都市認定通訳ガイド数

- 第1期生 56名(英語50名、中国語6名)
- 第2期生 56名(英語42名、中国語12名、フランス語6名)
- 第3期生 44名(英語31名、中国語7名、フランス語5名、スペイン語5名)
- 合計 156名(英語123名、中国語25名、フランス語11名、スペイン語5名)

※複数言語認定者がいるため、合計値が一致しない。

(6) ガイドツアー造成事業

強化事業

京都文化への理解促進を通じた外国人観光客の満足度向上、消費拡大、歩く観光推進、観光分散化を図るべく、京都遺産や伝統産業、商店街等と観光を結びつける英語ガイドツアーを京都市認定通訳ガイド「京都市ビジターズホスト」等を活用して造成・運用するとともに、「京の夏の旅」「京の冬の旅」等における特別公開対象施設等において、通訳ガイドならではの視点で監修した文化財紹介英語パンフレットを発行した。

また、「あらゆる旅先を博物館化する」をコンセプトに事業展開する ON THE TRIP 社の協力のもと、多言語オーディオガイドアプリを通じて、大原や貴船など市内全域への周遊を促進する取組を実施した。

○京都市ビジターズホスト等によるガイドツアー運用

京都迎賓館、二条城（日本語・英語）、京都御所界限、古川町商店街界限、東本願寺界限、祇園界限、二条城ガイドツアー（中国語）※、文化財で英語ヨガ体験@旧三井家下鴨別邸※、京都国際マンガミュージアムガイドツアー（英語）※

※試行実施

延べ参加数：約 10,500 人

○京都市ビジターズホスト監修による文化財紹介パンフレット作成

大雲院、長楽館、浄住寺、大徳寺本坊、智積院、転法輪寺

2 伝統行事・伝統文化の振興

(1) 伝統行事

強化事業

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、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。また、三大祭の各祭をわかりやすく紹介したパンフレットを製作販売した。

新たな取り組みとしては、富裕層をはじめとした様々な観覧者のニーズに応え、執行補助金等の原資を確保するための施策を実施した。祇園祭後祭では、座席位置やサービスに工夫を凝らした最高クラスカテゴリーの「祇園祭後祭くじ改め観覧プレミアム席」を新設した。また、葵祭、祇園祭前祭、時代祭ではそれぞれに、精通したガイドによる日本語解説付きの「まなび席」を新設した。併せて葵祭では観覧料金の全面改定を行った。

これらの施策により、前年と比較して、葵祭、祇園祭では販売数こそ下回ったものの、合わせた収入はほぼ同水準となった。なお、三大祭全体の販売数は、前年の時代祭中止の反動もあり前年を大きく上回っている。

○三大祭有料観覧席販売実績

葵祭 7,909 席（平成 29 年度実績 9,981 席）

祇園祭前祭 12,705 席（平成 29 年度実績 13,998 席）

祇園祭後祭 2,373 席（平成 29 年度実績 2,418 席）

時代祭 8,772 席（平成 29 年度 中止）

※平成 30 年度販売目標数

葵祭 9,990 席、祇園祭前祭 12,833 席、祇園祭後祭 2,418 席、時代祭 8,695 席

②四大行事等の執行支援

葵祭及び京都五山送り火の協賛会事務局の運営を担い、募金活動等を行ったほか、安定した執行および保全を図るため、四大行事に対して補助金を交付した。

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。

(2) 伝統文化・伝統工芸

①京都「千年の心得」(再掲)(実績等詳細は12、17ページに掲載)

②京の体験キャンペーン「京のたしなみ」(再掲)

(実績等詳細は12～13、17ページに掲載)

(3) 京の食文化

①食遊菜都(再掲)(実績等詳細は12、17ページに掲載)

②京料理展示大会

京都の有名料亭の京料理が一堂に集められ展示される「京料理展示大会」(主催：京都料理組合)に事業協力し、京の食文化の発信に努めた。また、裏千家社中によるお茶席を運営した。

○開催日 平成30年12月13日・14日

○会場 京都市勧業館(みやこめッセ)

③京菓子コレクション(再掲)(実績等詳細は、18ページに掲載)

④ぐるなび情報ラウンジ

株式会社ぐるなびとの連携により、京都市河原町三条観光情報コーナー内「ぐるなび情報ラウンジ」において、観光客や旅行会社、法人などの求めに応じて、当協会会員の店舗を中心に飲食店の紹介や相談対応を行った。

○ぐるなび情報ラウンジ 相談者数 2,010組(平成29年度 1,803組)

紹介店舗数 5,367件(平成29年度 4,799件)

3 地域振興および面的観光の促進

(1) びわ湖疏水船

新規事業

「びわ湖疏水船」が67年ぶりに本格運航を開始した平成30年度は、3月29日から11月28日までの間の88日間、1日4.5往復の営業を行った。当協会は、京都市、滋賀県、大津市などで構成される「琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会」の事務局を務めた。

(2) 地域と連携した観光と市民生活との調和の推進

新規事業

地域観光の振興に係る宣伝や、観光客の急増等に伴う混雑対応やマナー啓発など、地域住民の主体的な活動を京都市と連携し支援する取組を行った。

(3) 京都・花灯路

京都の年中行事として定着した「京都・花灯路」事業は、12月の嵐山花灯路で14回目、3月の東山花灯路で17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。

嵐山花灯路では、「Instagram投稿キャンペーン」などが実施されたほか、東山花灯路では、例年になく天候に恵まれない日が多かったため、来場者数は前年を下回った。

○京都・嵐山花灯路—2018

開催期間 平成30年12月8日～17日 10日間
来場者数 1,031,000人（平成29年度 1,142,000人）

○京都・東山花灯路—2019

開催期間 平成31年3月8日～17日 10日間
来場者数 900,000人（平成29年度 1,010,000人）

（４） 京の七夕

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。

9回目の今回も堀川・鴨川エリアをメインに二条城エリア、北野紙屋川エリア、梅小路エリア、岡崎エリアなど市内各所で特色のある様々な七夕イベントを実施し、5エリアで合わせて73万人の来場者数を記録した。

○開催期間 平成30年8月1日～16日 16日間
○来場者数 730,000人（平成29年度 801,000人）

（５） 大原探訪・三尾探訪

強化事業

「京の夏の旅」のキャンペーンイベントのひとつ「探訪」シリーズは、観光協会が予約受付、宣伝、当日配布のクーポン付地図を作成し、そのほかの当日受付等はすべて現地が担う個人散策プラン。平成30年度は、「三尾探訪」（高雄・槇尾・梅尾）を新規に実現した。一方、従来からある「大原探訪」は、核となっていた施設の事情により急遽中止せざるを得なくなったが、令和元年度での復活を目指している。

○三尾探訪

開催期間 平成30年7月1日～9月30日の土・休日
参加人数 187人

（６） まちなか観光の推進

「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 商店街の魅力発見プランなど

毎冬好評を博している「商店街の魅力発見プラン」の第3弾を、「京の冬の旅」特別公開箇所・大徳寺にほど近い北の台所「新大宮商店街」界隈で実施した。また、節分行事を行う神社などが集まるエリアで、複数の神社等を巡るウォーキングも実施した。

○新大宮商店街ぶらり歩き ～個性あふれる新旧のお店がそろう北の台所～

開催日 平成31年1月24日、2月7日、3月7日

参加人数 46人

○～京の伝統行事～ 京都東山・節分社寺めぐり

開催日 平成31年2月2日・3日

参加人数 54人

② 賑わいまちづくりコンソーシアムの取組みの推進

(ア) 京都エリアウォーク「京都ぐるり」の実施

公共交通の利用促進を図り、出発地点を地下鉄の駅とし、市民ガイドが説明をするウォーキングツアーとして、地域の隠れた魅力とオリジナリティを高める京都エリアウォーク「京都ぐるり」を実施した。

また、今年度は「明治維新150年記念」の特別コースを新たに企画し、「京都御苑 幕末の史跡と公家屋敷跡をぐるり」「大政奉還 二条城と幕末の史跡をぐるり」を実施した。

なお、当事業は一定の役割を終えたため、平成30年度をもって終了した。

○コース

・鳥羽離宮ゆかりの史跡をぐるり（竹田駅）	3回	47人
・深草の歴史と史跡ぐるり（くいな橋駅）	4回	63人
・平安京の玄関と弘法大師ゆかりの地ぐるり（九条駅）	4回	50人
・新選組ゆかりの地と本願寺周辺をぐるり（京都駅）	4回	49人
・上賀茂神社と社家町ぐるり（北大路駅）	4回	62人
・太秦の史跡ぐるり（太秦天神川駅）	4回	58人
・平安宮と源氏物語ゆかりの地ぐるり（二条駅）	4回	65人
・二条城周辺の史跡をぐるり（二条城前駅）	4回	49人
・高瀬川と坂本龍馬ゆかりの史跡ぐるり（三条京阪駅）	4回	66人
・岡崎と疏水関連遺産ぐるり（東山駅）	4回	66人
・散歩道 山科疏水沿いの史跡ぐるり（御陵駅）	4回	56人
・忠臣蔵 大石内蔵助ゆかりの史跡ぐるり（柳辻駅）	4回	44人

計47回 675人

(平成29年度 48回実施 629人)

○明治維新150周年記念特別コース

・京都御苑 幕末の史跡と公家屋敷跡ぐるり	4回	44人
・大政奉還 二条城と幕末の史跡をぐるり（二条城前駅）	5回	36人

計9回 80人

(イ) 京都フリーウォークの実施

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、日本語26コース、英語10コースを配信した。

なお、当事業は一定の役割を終えたため、平成30年9月末日をもって終了した。

(7) 二条城との連携

元離宮二条城において春の「二条城桜まつり」や秋の「二条城まつり」事業へ協力し、二条城への誘客に努めた。また、イベントを盛り上げるため、京の名産品展を開催した。

- 二条城桜まつり 2018 平成 30 年 3 月 23 日～4 月 15 日
 - 二条城まつり 2018 平成 30 年 9 月 28 日～12 月 9 日
 - 二条城桜まつり 2019 平成 31 年 3 月 21 日～4 月 14 日
- <京の名産品展>
- 二条城桜まつり 2018 平成 30 年 3 月 23 日～4 月 15 日
 - 京の七夕 平成 30 年 8 月 4 日～15 日
 - 二条城まつり 2018 平成 30 年 9 月 28 日～12 月 9 日
 - 二条城桜まつり 2019 平成 31 年 3 月 21 日～4 月 14 日

4 マーケティング・調査分析事業

(1) データの収集分析・情報提供

京都市が毎年実施している「京都観光総合調査」の個票データを借り受けて詳細な分析を行い、政策立案の根拠データとして提供するとともに、各種講演活動を通してその成果を周知し、京都観光の現状と課題に対する理解の醸成に努めた。

京の夏の旅、京の冬の旅などで実施する文化財特別公開箇所におけるアンケートの設計・集計・分析を行い、各種事業の改善を行った。

(2) データ月報の公表

京都市内主要 54 ホテルの協力を得て、外国人客の国・地域別宿泊状況調査を毎月実施し、ウェブサイト等で公開した。平成 31 年 3 月には、平成 30 年の年間集計をとりまとめ、1 月から 12 月の月別推移や訪日外客数・関西空港利用者数との比較、国・地域別の主要 11 市場別の分析結果を発表した。公開データには、ホテルデータサービス会社 S T R (本社：ロンドン) との連携のもと、客室単価 (A D R) や客室収益指数 (RevPAR) 等の経済データや航空路線、為替情報等も含め、ホテル関係者のみならず、観光ビジネスに携わるあらゆるステイクホルダーが、多角的な視点で観光指標を分析できるものとした。

平成 31 年 1 月分からは、京都観光の市況を把握する調査としての更なる拡充を図る観点から、新たに京都市内 4 百貨店の免税売上や京都総合観光案内所 (京なび) の利用者数に関する数値も掲載するとともに、調査の名称を従来の「外国人客宿泊状況調査」から「京都市観光協会データ月報」に変更した。

(3) 免税売上調査の実施

免税店を対象に年間を通じた免税売上調査のほか、中華圏の観光客が増える国慶節及び春節の時期を対象とする消費動向調査を行い、ウェブサイト等で公開した。調査の結果、平成 30 年の京都市内における年間免税売上額が約 220 億円/回答 120 店舗 (平成 29 年は約 161 億円/117 店舗) に達するなど、インバウンドによる買物消費が大きく伸長していることが明らかとなった。

(4) 観光客ごとに最適化された情報発信システムの開発・検討

新規事業

SNSなどの情報伝達技術の発達や余暇市場が成熟したことに伴い、消費者のニーズは多様化しているため、個人々人に対応したきめ細やかな情報発信を行うことが求められている。この手法の開発および、地域における観光マーケティング人材の育成を目的に、京都大学経営管理大学院観光 MBA との共同研究を、以下の流れで行った。

- ①日本人旅行者の顧客像（ペルソナ）や行動様式（カスタマージャーニー）を作成
- ②文化財特別公開事業におけるアンケートで、来場者のメールアドレスを取得
- ③取得したアドレス宛に、①で設定した内容を踏まえてメールマガジンを配信する
- ④メールの開封状況やWEBサイトの閲覧状況に合わせて、あらかじめ設定したルールに基づき、件名や内容を変えたメールを送付

(5) 各種調査の企画・実施

強化事業

文化財特別公開事業において来場者アンケートを設計・実施し、来場者のニーズ分析を行い、事業企画に資する材料整理を行ったほか、世界10都市を対象としたウェブアンケート（計5,000サンプル）を実施し、京都観光に対するイメージや、ライバル都市との競合状況に関する分析を行った。

また、分析結果は、事業者向けウェブサイトでの公開、講演会等で発表し、事業者の経営判断に資する情報の提供を行った。

5 事業者支援

(1) 外国人観光客受入環境整備補助金

新規事業

インバウンドの受入に前向きな事業者に対する助成制度を創設し、市内事業者がクレジットカード決済や免税販売、多言語メニュー整備などを行う際の経費に対し、助成金を交付した。

- 助成対象者 観光施設、宿泊施設、飲食店、小売店、医療機関、理容院・美容院、銭湯、商店街、交通機関、寺院・神社、その他
- 助成対象事業 キャッシュレス対応、免税対応、Wi-Fi整備、洋式トイレ整備、多言語整備、外国語研修開催、ダイバーシティ対応、マナー啓発、マーケティング推進、その他
- 助成金額 事業経費の2分の1以内で1事業20万円
※複数事業を行う場合は40万円まで可
- 助成対象件数 47社64件
上位3業種 小売店38%、飲食店17%、観光施設17%
上位3事業 多言語整備39%、Wi-Fi整備13%、
キャッシュレス対応11%

(2) 宿泊施設対象多言語対応コールセンター

外国人観光客の満足度向上とセーフティネットの構築等を目的に、年中無休の多言語コールセンターを運営し、宿泊施設を対象に5言語による電話通訳サービスを提供した

(京都府、京都市、滋賀県、大津市、奈良市との共同事業)。また、VoiceTra4U等のICTによる通訳機能の積極的活用を図った。

- 電話通訳対応言語：英語、中国語、韓国・朝鮮語、スペイン語、ポルトガル語（24時間）
タイ語、フランス語（10：00～18：00）
- 利用実績 約1,400件

(3) 買物環境整備

免税店に対し、免税相談窓口の開設や多言語コールセンターの運用、免税制度改正等の最新情報についての免税メルマガの配信など、全国に類を見ない、きめ細かな支援サービスを提供するとともに、ウェブサイトにおける免税店情報の発信を行った。

また、大手クレジットカード会社「ビザ・ワールドワイド・ジャパン」と連携し、アクセプトマークの掲出強化を図るとともに、嵯峨嵐山地域の商店街等において、外国人観光客を対象とする観光消費喚起キャンペーンを実施した。加えて、「京の七夕」二条城ライトアップ事業において、キャッシュレスによる入城券購入実証実験を行うとともに、日本最大の地域情報化推進団体KICSに参画し、京都観光におけるキャッシュレス化推進を図った。さらに、「外国語メニューがある」「クレジットカードが利用できる」といったことをお知らせするステッカーの飲食店店頭への掲出を通じ、外国人観光客が気軽に入店しやすい環境を整備する「Tourist Friendly Restaurant」実証事業を伏見桃山・中書島エリアで行った。

＜京都市内の免税店数＞

平成26年4月現在	178件（支援開始時点）
平成30年10月現在	1,545件（約8倍増）

(4) 外国語研修

おもてなしの向上と観光消費の喚起を推進するべく、外国人観光客と実際に接する観光事業者スタッフを対象とする初心者向け外国語研修を業種別に開催した（参加型研修）。また、観光事業者からの派遣依頼に基づく研修も実施した（出張型研修）。

- 参加型研修 小売店、宿泊施設、飲食店、観光案内、発音レッスン、TOEIC Bridge 受験
24回／216名（英語15回、中国語9回）
- 出張型研修 35回／623名（英語27回、中国語8回）
- 合計 59回／839名（平成29年度：40回／500名）

(5) 旅館活性化

強化事業

和の文化を体感することができる我が国固有の宿泊施設である「旅館」について、更なる集客、活性化を図るべく、平成30年3月に作成した旅館PR動画を活用した海外での認知向上、ブランド強化を図るとともに、京都における旅館関係者等を対象とする経営向上セミナーを開催した。併せて、京都市による「京都らしい宿泊施設表彰」を実施するに当たり、伝統産業・京扇子を活用した記念品を作成するとともに表彰式等を運営した。また、京都の文化などについての基礎知識を学習し、勤務する宿泊施設でのサー

ビス向上等を目的に、宿泊施設従業員を対象とする歴史・文化体験研修を新たに実施した。

○旅館PR動画 累積再生回数 約83万回

○旅館経営強化セミナー

平成31年1月30日 講師：綿善旅館、ホテル業界誌編集長

平成31年3月18日 講師：嵐山弁慶、体験コンテンツ販売事業者、観光庁

○京都らしい宿泊施設表彰「地域と調和し、貢献する宿泊施設」

平成31年3月18日 京都市内18の宿泊施設を選定・表彰

○宿泊施設従業員向け歴史文化研修

二条城 平成31年1月21日、23日 計4回実施 80名参加

華道 平成31年1月28日、29日 計2回実施 60名参加

茶道 平成31年2月18日、19日 計2回実施 60名参加

6 修学旅行受入環境の整備

(1) 修学旅行相談業務

京都総合観光案内所並びに京都市河原町三条観光情報コーナー窓口において修学旅行相談に対応し、下見等で来所した学校関係者に観光地図をはじめとする資料提供を行った。また体験プログラムの情報など様々な相談にも対応した。

○平成30年度 来所件数

・京都総合観光案内所 253件 (平成29年度 221件)

・京都市河原町三条観光情報コーナー 360件 (平成29年度 376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環境整備の一環として実施している修学旅行パスポート事業について、全国の学校、旅行会社等への送付や、下見に訪れた学校関係者への配付を行ったほか、紹介ホームページをリニューアルした。

また次年度配布用として、優待内容を追加充実または整理するなどして13万部を作成した。

○協賛施設数 329施設 (平成29年度 338施設)

7 市民生活と観光客の調和

(1) マナー啓発

外国人観光客の増加に伴い、生活習慣の違いなどからマナー問題が生じており、啓発リーフレット「AKIMAHEN」の配布やウェブサイトでの情報発信強化、中国系LCC機内誌での広告掲載など、外国人観光客に日本・京都の文化や習慣を正しく理解してもらうための施策を展開した。また、「伏見稻荷大社周辺の住みよいまちづくり会議」に参画するなど、地域との情報交換等を通じ、より効果的な取組の検討を行った。

(2) 手ぶら観光の推進

手ぶら観光をPRする動画「Hand Free Kyoto」等を活用し、「京都観光Navi」や「Kyoto Official Travel Guide」等の各種媒体で、手ぶら観光に関する情報発信を促進した。

8 京都さくらよさこいの実施

「学生ので京都を活性化し、元気づける」を通年のテーマに据え、春の観光客誘致、地域の活性化を目的として、「第13回京都さくらよさこい」を実施した。

- 開催日 平成30年3月31日（土）・4月1日（日）
- 会場 梅小路公園、岡崎公園周辺など

9 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。

III. 入洛観光客に対する案内事業（公益目的事業会計）

1 京都総合観光案内所「京なび」の受託運営

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70万人の相談者に対し京都府内の各種観光案内、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。常時、英語、中国語、韓国語に対応し、外国人観光客には京都府域のみならず、日本全域の観光案内・情報発信を行い、JNTO認定外国人観光案内所のカテゴリ3に認定されている。

平成30年度は、6月の大阪北部地震、7月の西日本豪雨、災害級の猛暑、4度の台風（暴風警報）と続いたことから来所者数や相談者数は前年を大きく下回った。災害以外にも、スマートフォンやSNSの普及により情報収集が手軽に可能になっていることも考えられるが、案内所の職員が対面で、地元ならではの情報を提供することにより、満足度の向上につながるものと考え、各種研修を行うなど対応スキルの向上に努めた。

なお、災害時には、交通機関の運行情報などを入口に掲示するとともに、外国人観光客に多言語で案内を行ったほか、台風21号では、駅ビル内の観光客等の安全を確保するため、一時避難所として案内所のスペースを提供した。

また、観光シーズンの休日には、カウンターに長い行列ができることから、混雑緩和の取組として、30年度もJR京都駅前広場に臨時観光案内所を開設した。30年度から春秋の実施日を追加したほか、ゴールデンウィークも実施し、市内各所へのアクセス案内を中心に合計約4万5千人の利用があった。

○京都総合観光案内所 平成30年度相談者数 734,871人
(29年度 803,136人)

自動カウント機による来所者概数 30年度 1,414,575人
(29年度 1,513,793人)

○臨時観光案内所（京都駅ビル前広場）
平成30年4月 3日間開設 6,588人

GW	5日間開設	11,966人
11月	7日間開設	17,785人
平成31年3月	4日間開設	8,718人

2 京都市河原町三条観光情報コーナーの受託運営

京都市より受託し平成28年4月に開設した京都市河原町三条観光情報コーナーにおいて、内外の観光客に対して観光情報や資料の提供等を行った。また、観光案内だけではなく、多目的スペースを設け、授乳・おむつ交換、礼拝等に対応した。常時英語対応が可能でJNTOの認定外国人観光案内所のカテゴリー2に認定されるとともに、旅行業の営業所登録を行い、会員宿泊施設の斡旋を行っている。

○京都市河原町三条観光情報コーナー	平成30年度 来所者	51,097人
	(29年度)	48,602人
	電話対応	30,224件
	(29年度)	39,766件

3 観光地図の作成と配布

各案内所において観光案内の基本的なツールとして要望の多い観光地図を、会員からの多くの広告協賛を得て作成した。また市内宿泊施設や主要空港インフォメーション等への提供も行った。

○平成30年度作成部数	日本語版	18万部
	英語版	45万部
	中国語版（繁体字）	8万部
	中国語版（簡体字）	8万部
	ハングル版	5万部

4 市内観光案内所との連携

京都市内の観光案内所運営団体が参画する「京都市内観光案内所ネットワーク会議」（28団体参画）の研修事業を京都市より受託し、参画団体向けに案内所でのクレーム対応についての研修会を開催した。

また、京都総合観光案内所の立地する京都駅については、JR、京都市交通局などのインフォメーション窓口が存在し、各々機能が異なっていることから「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、各インフォメーション窓口間で観光客のニーズに適切な窓口を案内・誘導できるよう、各窓口の機能等の情報共有を進めた。30年度は参加窓口に2案内所を追加して開催した。

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 元離宮二条城大休憩所内店舗の運営

平成 28 年 3 月のリニューアルから 3 年目を迎えた二条城大休憩所内の売店運営を行った。

物販コーナーでは、城内の障壁画や建造物をモチーフとしたオリジナルの伝統産業製品「二条城・伝統の逸品」をはじめ、二条城限定のオリジナル商品を販売した。

イートインコーナーでは、「京の食文化をトッピングする」をテーマに、京銘菓・京の産品を使用した二条城限定のメニューを拡充し、来店者ニーズに応えた。

さらに、30 年度は明治 150 年を記念した事業が開催されていたことから、当売店においても、明治 150 年記念オリジナルグッズを取りそろえ、記念事業を盛り上げた。

また、クレジットカードの取扱いや、免税販売の更なる推進を図るとともに、併設する観光案内カウンターでの案内業務や各種観光情報ツールの提供を行うことにより、サービスの向上を図った。

2 有料出版物・乗車券・入場券等の販売

観光客の利便に供する出版物（京都トレイル地図等）や交通系チケット、催事入場券等を各案内所で販売した。

V. 観光施設等運営事業（収益事業等会計 [収益]）

旧三井家下鴨別邸の管理運営

国の重要文化財施設「旧三井家下鴨別邸」の指定管理業務について、下鴨神社、三井不動産レジデンシャルサービス関西、曾根造園、京都市観光協会の 4 者で「京都市文化財公開施設運営管理事業受託コンソーシアム」を構成し、京都市から指定を受け、管理運営を行った。また、次期指定期間となる平成 31 年 4 月～令和 5 年 3 月までの運営について、同じ構成団体であるが名称を「旧三井家下鴨別邸運営コンソーシアム」に変更したうえで、応募し、引き続き指定管理者として指定を受けた。

当協会は同コンソーシアムの代表団体として、来場者の受入誘導や施設の貸出などの指定管理業務を行うとともに、館内でのガイド案内や、庭園を眺めながらの喫茶コーナーの運営、年中行事等に合わせたイベントや文化講座の開催など、施設の魅力の向上を図る自主事業を開催した。更に、夏季と秋季には通常非公開の 2 階部分を、冬季には 3 階望楼部分の特別公開を開催した。

○入場者数 60,780 人<1 日平均 192 人>

(29 年度 73,263 人<1 日平均 233 人>)

目標人数 1 日平均 200 人

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・事業者向けメールマガジンの運営

京都文化交流コンベンションビューローと共同でメールマガジン「京都観光 MICE NEWSletter」を運用し、当協会の新規実施事業をはじめ、観光・MICEに関する最新データや関連情報について、会員や観光関連事業者に対し配信した。

○配信数：40回

○配信先：8,027アドレス（平成31年3月31日現在）

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、4月、7月、10月、1月の年4回発行し会員へ送付した。当協会主催事業の紹介や結果報告等とともに、新入会員の紹介や京都総合観光案内所の利用状況の報告など、会員にとって有用性の高い情報の提供を行った。また、発行後は京都市観光協会のウェブサイトに掲載し、手軽に閲覧ができるようにした。

3 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の表彰を行った。

○平成30年度 表彰者数

観光事業功労者 1名 2団体 観光業界功労者 1名 優良観光従事者 40名

合計 47名・2団体

4 共催・後援

年中行事を中心に各種観光催事など150件を共催・後援し、観光客へのPRを実施した。

5 DMO発足記念シンポジウムの開催

平成30年9月18日、ウェスティン都ホテル京都において、DMOとしての取組状況や、今後のDMOの在り方について有識者から提言を受けるシンポジウムを開催し、約600人の参加を得た。また、シンポジウム終了後は引き続き会員の集いを開催し、観光事業者間の交流を促すことで、協業や新たな事業展開が図れるよう支援した。

○主催者挨拶 柏原康夫 公益社団法人京都市観光協会会長

○来賓挨拶 門川大作 京都市長

田端 浩 観光庁長官

寺田一博 京都市会議長

○プレゼンテーション

糟谷範子 京都市観光政策監

室 博 西日本旅客鉄道株式会社執行役員鉄道本部営業本部長

高畑重勝 公益社団法人京都市観光協会専務理事

○記念講演 「世界基準を目指して京都が変わらねばならないこと」
デービッドアトキンソン 株式会社小西美術工藝社社長

○パネルディスカッション「京都市版DMOの使命とその役割」

モデレーター： 若林靖永 京都大学経営管理大学院教授

パネラー： 門川大作 京都市長

松坂浩史 文化庁地域文化創生本部事務局長

矢ヶ崎紀子 東洋大学国際観光学部教授

デービッドアトキンソン 株式会社小西美術工藝社社長

北原茂樹 一般社団法人日本旅館協会会長

6 法人ロゴマークの作成

法人としてのブランディング強化を行うにあたり、従来の徽章とは別に、法人としてのロゴマークを新たに作成し、ホームページや名刺、印刷物、ポスター等に使用した。

作成にあたっては、「京」の文字をモチーフに、市民、観光客、事業者の皆さまなどとの交わりを協会が生み出していくことを「京都市の伝統産業」の一つ「京くみひも」をイメージして表現するとともに、コンセプトカラーには、太陽によって一日が「アケる」色といわれる「朱」を採用した。

7 会員の集いの開催

平成31年2月19日、国立京都国際会館ニューホールにて開催された「京都文化交流コンベンションビューロー 平成30年度 会員の集い」に協力し、京都市観光協会会員も参加を可能とすることで、業界関係者間の交流機会を創出した。3Dマッピングの上映や、14団体によるPRブースの設置による活発な交流が行われ、参加者は過去最多となる約850名となった。

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

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った。特に近年の外国人観光客増加に対応するため、ホームページの多言語化に向けたシステム構築等の作業を段階的に進め、30年度は中国語（簡体字）版のページを作成、公開した。

また、10月25日に熊本県山鹿市において34回目となる通常総会を開催し、全国21市町35名の参加のもと、事業計画等が承認された。

○加盟市町数 45市町（平成30年度総会時）

(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) 全国足利氏ゆかりの会

全国足利氏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・受入対策の推進を図った。

○加盟施設数 23 施設

○観光キャラバン

平成 31 年 1 月 16 日、17 日 東京都のインバウンド向け旅行会社等を訪問

平成 31 年 3 月 18 日 岐阜県、愛知県のバス会社を訪問

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、会議誘致の推進を図った。
- (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) 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。
- (4) 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推進を図った。
- (5) 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。
- (6) 京都 S K Y 観光ガイド協会などの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。
- (7) 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。
- (8) 京都市メディア支援センターに参画し、各種メディア等の京都での取材及び映像制作などの支援を通じて、京都の魅力の発信に取り組んだ。
- (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 P R 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。
- (11) 京都市地域活性化総合特別区域協議会に参画し、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、観光立国の実現を先導するとともに、地域経済の活性化を図った。
- (12) 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。
- (13) 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の事務局を務め、明治期の先人たちが築き上げた貴重な産業遺産である琵琶湖疏水を活用し、新たな観光資源を創出することにより、琵琶湖疏水沿線地域の更なる活性化を図った。
- (14) 第 68 回華道京展に参画し、華道発祥の地である京都華道会の発展と、市民文化の向上に取り組んだ。
- (15) 京都文化カプロジェクト実行委員会に参画し、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、京都の優れた伝統文化や生活文化等が体験できるイベントの開催や情報発信を行い、誰もが気軽に楽しめる文化の祭典となるようオール京都で取り組んだ。
- (16) ICOM（国際博物館会議）京都大会 2019 京都推進委員会に参画し、1200 年の時を超えて育んだ京都の有形無形の奥深い魅力を PR すると共に、京都大会の翌年に開催される東京オリンピック・パラリンピックへとつなげる取組を推進した。
- (17) 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
 - ・公益財団法人京都伝統伎芸振興財団
 - ・公益社団法人京都府観光連盟
 - ・公益社団法人京のふるさと産品協会
 - ・一般財団法人国民公園協会
 - ・公益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
 - ・安心救急ネット京都推進会議
 - ・観光立国推進協議会
 - ・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
 - ・京都市内博物館施設連絡協議会
 - ・京都ツーデーウオーク実行委員会
 - ・京のアジェンダ 21 フォーラム
 - ・「伝統産業の日」実行委員会
 - ・東海自然歩道連絡協会
 - ・関西ワールドマスタースゲーム 2021 組織委員会

- ・嵐電サミット
- ・文化庁移転準備会議
- ・OKAZAKI LOOPS 実行委員会
- ・京都テロ対策ネットワーク
- ・京都市温泉観光活性化協議会
- ・健康長寿のまち・京都市民会議
- ・京町家等継承ネット

VIII. 事務報告 (平成 30 年度定時総会～令和元年度定時総会)

1 総会

定時総会 (ANAクラウンプラザホテル京都) 平成 30 年 6 月 11 日

2 理事会

(ANAクラウンプラザホテル京都) 平成 30 年 6 月 11 日

(京都ブライトンホテル) 平成 31 年 3 月 22 日

(京都東急ホテル) 令和元年 5 月 24 日

3 委員会

(1) 総務企画委員会 (京都タワーホテル) 平成 30 年 8 月 21 日

(京都ホテルオークラ) 平成 30 年 12 月 6 日

(京都ホテルオークラ) 平成 31 年 3 月 15 日

(リーガロイヤルホテル京都) 令和元年 5 月 17 日

(2) 総務企画委員会 JR 部会

(ウェスティン都ホテル京都) 平成 30 年 9 月 10 日

4 決算監査会

令和元年 5 月 20 日