令和２年度　公益社団法人京都市観光協会　事業計画

京都観光は過去最高の観光消費額（１兆 3,082 億円）、宿泊客数（1,582 万人）を記録した平成 30 年の活況に続き、令和元年においても日韓関係の悪化などのマイナス要因はあったものの、中国や、ラグビーワールドカップによるヨーロッパ地域、オセアニア地域等からの入洛客増などにより堅調に推移してきた。

しかしながら、令和２年に入り、新型コロナウイルス感染症の拡大による訪日客、国内客の激減を受け、観光産業はもとより京都経済全体が、大きな影響を受けており、京都観光の事業環境は極めて厳しい局面を迎えている。

このような状況を踏まえ、協会創設 60 周年となる令和２年度においては、経営戦略等に則った８つの重点テーマの下に着実に事業を進めるとともに、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う社会情勢を慎重に見極め、国・京都市等と連携した臨時的な事業の実施など機動的かつ柔軟に対応しつつ、市民や事業者の皆様、行政とともに、京都観光の復興を目指した一層の取組の強化を図る。

重点テーマ１　観光消費回復に向けた取組及び事業者支援

重点テーマ２　観光客の誘致・宿泊観光の推進

重点テーマ３　観光課題の解決に向けた取組（市民と観光客の満足度向上）

重点テーマ４　マーケティング・調査分析

重点テーマ５　人材育成

重点テーマ６　事業者支援

重点テーマ７　広域連携による観光振興

重点テーマ８　科学的経営

＜重点取組＞

重点テーマ１　観光消費回復に向けた取組及び事業者支援　新規事業

新型コロナウイルス感染症の終息が見えない状況下においては、新型コロナウイルス感染症に関する情報収集、会員事業者をはじめとした観光事業者への情報提供、注意喚起にしっかりと取り組むとともに、大きな影響を受けている観光事業者等に対し、動画を活用したオンライン研修の提供や、新たな補助金制度の立ち上げなどによる支援を速やかに実施する。

復興の兆しが見えた折には、新型コロナウイルス感染症の拡大による訪日客、国内客の激減により落ち込んだ観光消費を早急に回復させるため、業界団体と連携し、速やかに、まずは国内客を対象とした誘致施策を実施する。また、情勢を踏まえつつ、訪日客の誘致施策についても、一層の充実に努める。

重点テーマ２　観光客の誘致・宿泊観光の推進

１　観光コンテンツの開発

（１）東京オリンピック・パラリンピックおもてなしキャンペーン　新規事業

東京オリンピック・パラリンピック観戦等を機に訪日する外国人観光客の京都への来訪促進に向け、飲食店を中心とした期間限定のキャンペーンを展開し、観光満足度の向上、観光消費の拡大を図る。

（２）「京の夏の旅」、「京の冬の旅」キャンペーン

ア　第 45 回「京の夏の旅」キャンペーン　充実事業

①　文化財特別公開の企画実施

大河ドラマの放映にちなんだ「明智光秀と織田信長」や「京都の不思議と異界伝説」等をテーマに、普段見学することのできない社寺や施設等の文化財特別公開を実施する。

また、京都市観光協会の設立 60 周年事業の一環として、子供を対象に文化財等に触れてもらう機会を増やすことを目的とした事業にも取り組む。

②　定期観光バス特別コースの企画実施

文化財特別公開箇所をめぐるコースをはじめ、涼しいうちに京の朝の風情を楽しむ「朝コース」、人気の観光地で静かな夏の宵を楽しむ「夜コース」といった１日の時間を有効に活用できるコース等、観光客のニーズに即した特別コースを企画設定し、運行する。

③　参加体験型イベントの企画実施

奥深い京都のほんものの魅力に触れ、日本文化の原点に出会うことのできる体験型観光プログラム「京都「千年の心得」」をはじめ、京都スタイルの食の楽しみ方を発信する、京の食文化キャンペーン「食遊菜都」等、参加体験型のイベントを企画実施する。

特に「伝統産業・文化」「朝観光・夜観光」「京の食文化」の３つのテーマのもと、新たな観光需要の創出に向けた企画や外国人観光客を見据えたイベントの実施等、キャンペーンの充実を図る。また、夏の風物詩として定着した「京の七夕」事業においても、主催者の一員として、事業の盛り上げを図り、より一層の観光客誘致に努める。

④　協賛イベントの実施

宿泊・観光施設との連携により観光客に対するサービスの充実を図り、京都ならではのイベントを企画実施する。また、毎年６月に開催される花街イベント「都の賑いー京都五花街合同公演ー」（主催：京都花街組合連合会・京都伝統伎芸振興財団）にも事業協力し、花街文化の保存継承に努める。

イ　第 55 回「京の冬の旅」キャンペーン　充実事業

①　非公開文化財特別公開の企画実施

2020 年は京都市に観光課が設置されてから 90 年の節目となり、今後、文化庁の京都への移転も予定されていることから、改めて、国宝・重要文化財をはじめ京都千年の歴史のなかで輝きを放つ珠玉の文化財等を「京の名宝美の遺産」と題して、期間限定で特別公開を実施する。

②　定期観光バス特別コースの企画実施

非公開文化財特別公開箇所をめぐるコースや“香り”で京の旅を楽しむコースをはじめ、凛とした冬の朝の風情を楽しむ「朝コース」、澄んだ空気に映えるライトアップを楽しむ「夜コース」といった１日の時間を有効に活用できるコース等、観光客のニーズに即した特別コースを企画設定し、運行する。

③　参加体験型イベントの企画実施

「京の夏の旅」と同様に、「伝統産業・文化」「朝観光・夜観光」「京の食文化」の３つのテーマのもと、新たな観光需要の創出に向けた企画や外国人観光客を見据えたイベントの実施等、キャンペーンの充実を図る。また、冬の風物詩として定着した「京都・花灯路」事業においても、主催者の一員として、事業の盛り上げを図り、より一層の観光客誘致に努める。

④　協賛イベントの実施

「京都にみる日本の文化」をテーマに、能・狂言等の伝統芸能や華道、茶道等の伝統文化の発信に努め、文化観光施設等と連携し、京都の文化の紹介や連動イベントを企画実施する。

（３）春季特別公開事業、秋季特別公開事業

桜のシーズンの春季と紅葉シーズンも含めた秋季における観光客誘致受入事業として、文化財特別公開を実施し、更なる観光客の誘致を図る。

（４）三大祭観覧席設置事業（四大行事の執行支援）　充実事業

葵祭・祇園祭山鉾巡行（前祭・後祭）・時代祭の京都三大祭当日に有料観覧席を設置し、観光客に対し同席の快適さや利便性と各祭の魅力をＰＲするとともに、

団体取扱旅行会社へのセールス活動やマスコミ機関等への報道要請を行う。また、各三大祭をわかりやすく紹介したパンフレットを作成し販売するほか、国内外の観光客のニーズに合った観覧席を設定し、提供していく。

有料観覧席やパンフレットの収益については、京都五山送り火を加えた京都四大行事の安定した執行および保全を図るため補助金として交付するとともに、四大行事協賛会の事務局を分担し、募金活動を行うほか、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る。

また、これまで当協会が行ってきた、団体取扱旅行会社、販売代理店に対する有料観覧席券の販売・管理業務について、販売管理強化、販売促進を目的に一般の事業者への委託を進めるため、令和２年度の時代祭において試行的に実施する。

① 葵祭

最高クラスカテゴリー「葵祭ロイヤルシート」や祭をより深く知っていただくための「葵祭まなび席（日本語解説付き）」の販売が好調なことから増席する。

② 祇園祭

観覧席の設置席総数の見直しなどにより、「一般席」、前祭で設定している最高クラスカテゴリー「祇園祭前祭辻廻し観覧プレミアム席」、暑さ対策を施している「テント席」、「北特別席」、後祭で設定している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」の料金を改定する。また、好評である「祇園祭まなび席（日本語解説付き）」、「英語解説付き席」については今年も引き続き設定する。

③ 時代祭

「時代祭まなび席（日本語解説付き）」の販売が好調なことから増席を検討する。

（５）伝統文化・伝統産業等の体験型事業（京都「千年の心得」）

「京の伝統産業・文化」「朝観光・夜観光」「京の食文化」の３つのテーマのもと、旬の新たな観光素材を活用した観光メニュー等、京都ならではの奥深い魅力に触れる体験型イベントを京都市と共同で企画するとともに、ＪＲや旅行会社との連携により、幅広い客層へのアプローチを見据えた誘致宣伝を図る。

また、第54回京の冬の旅より、試験的に運用を開始したWeb予約について、本格的な運用を開始し、利用者の予約手続の簡素化や業務の効率化を図るとともに、京都ファンの囲い込みを行い、通年を通して体験型イベント等の情報発信を可能とする体制を構築する。

なお、長年にわたり好評を博した「京のたしなみ」については、体験型観光全体のプロモーションの強化を目的に「京都「千年の心得」」と統合する。

（６）京の食文化魅力発信事業

京都に息づく食文化を京都ならではの強みと捉え、食を取り巻く文化も含め、

観光キャンペーン等の機会を捉えて情報発信に取り組む。

ア　食を生かした観光振興　新規事業

観光客や市民に「京の食文化」の魅力を体験いただく機会の創出や食に関する情報発信を強化することにより、観光満足度を高めるとともに、飲食店等における観光消費の拡大を図る。

イ　食遊菜都

京料理をはじめとする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、京都の食文化のＰＲと観光客の誘致推進に努める。

ウ　京料理展示大会

京都料理組合が主催する「京料理展示大会」（12 月）に事業協力し、京の食文化の発信に努める。

エ　京都レストランウインタースペシャル・サマースペシャル

京都国際観光レストラン協会の事務局を務めるとともに、京都レストランスペシャル実行委員会に参画し、「京都レストランウインタースペシャル」（２月）・「京都レストランサマースペシャル」（７月）の開催を通じ、京の食文化の発信に努める。

オ　ぐるなび情報ラウンジ

飲食店情報のポータルサイトで知られる株式会社ぐるなびとの連携により、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を行う。

（７）京都・花灯路、京の七夕

京都府、京都市、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で構成する「花灯路推進協議会」の事務局を務め、12 月初旬に嵐山で、３月初旬に東山でそれぞれ京都・花灯路を開催する。

また、京都府、京都市などで構成する「京の七夕実行委員会」の事務局を務め、旧暦の七夕にちなみ８月上旬に、「祈り」や「願い」をテーマに、京の七夕を京都各地の会場で開催する。

（８）びわ湖疏水船

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」の事務局を担当し、2018 年春から 67 年ぶりに本格運航を開始したびわ湖疏水船の運航事業を推進する。2019 年秋に３隻目となる新船「れいわ号」も加え、今年度は大幅に増便増席を図ることにより、観光客のニーズにも応え、持続可能な通船運営に努める。春季は３月 28 日から６月 28 日、秋季は 10 月１日から 11 月 30 日までの計 117 日間運航する。

２　情報発信の充実

（１）公式サイトの運営

ア　京都観光 Navi の運営　　充実事業

初心者からリピーターまで様々な国内需要に応えるために、公式サイトならではの情報を豊富に発信し、京都における唯一無二の日本人観光客向け WEB サイトを目指す。

①　三大祭や五山の送り火、京の冬の旅・夏の旅など、京都ならではの国内観光客からニーズの高いコンテンツについて、ユーザビリティを向上し、集客拡大へ貢献を図る。

②　イベント情報や三大祭の有料観覧席など、観光案内所の案内業務補助の機能を拡充し、ペーパーレス化を図る。

③　外部のチケット販売プラットフォームなどと連携し、CRM 機能を保持。京都ファンのリピーター化を促進する。

④　若年層など京都初心者向けに記事コンテンツの充実を図り、京都に関しての解説等を強化し、興味関心・理解の促進を幅広い形で図る。

イ　多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」の運営　　充実事業

リニューアルを行った外国人観光客向けに情報発信している WEB サイト「Kyoto City Official Travel Guide」について、よりターゲットとなる文化への理解度の高い外国人観光客の分散化、長期滞在化を図るために、サイトの機能強化を図る。

①　イベント情報のカレンダーを実装し、京都市内のイベントを一覧でき、滞在中の選択肢の多様化を図る。

②　京都の地域や文化の魅力発信を強化するために、優良なコンテンツのキュレーションならび制作を行う。

③　滞在中の選択肢の一つとして京都を中心とする周辺地域の情報発信の強化を図る。

④　マナー情報や混雑対策など、必要とされる啓発情報がより到達するよう効果的な発信を行う。

ウ　SNS を活用した情報発信

現在運営している Facebook（日本語、英語）や Instagram、Twitter、Weibo の公式アカウントを引き続き運営し、観光情報のタイムリーな発信やマナー啓発、災害時の情報発信等を行う。

（２）観光案内所の運営受託

ア　京都総合観光案内所「京なび」運営業務の受託　　充実事業

京都総合観光案内所運営協議会から運営業務を受託している京都総合観光案内所「京なび」は、昨年度末をもって、5 年間の受託期間を終了したが、これまでの運営実績が評価され、引き続き、当協会が運営業務を受託することとなった。

今後は、スタッフ研修の充実を図る等、案内所運営協議会が新たに定めた評価基準において高い評価が得られるように運営していく。

また、災害時には情報収集や観光客への案内に加え、外国人の情報端末充電サービスを実施するほか、クラウド型のサイネージシステムにより、収集した交通機関の運行情報や観光施設の営業情報を、京都市交通局協力会や京都市河原町三条観光情報コーナー等でも同時に発信する。

さらに、東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、これまでから行っている英語・中国語・韓国語の案内に加え、開催中はフランス語・スペイン語の案内スタッフを配置する。また、対応言語以外の言語にも対応できるよう、補助的にタブレットの翻訳アプリを活用する。

イ　京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託

京都市より運営業務を受託し、平成 28 年 4 月に開所した京都市河原町三条観光情報コーナーは、まちなか観光の拠点として、ぐるなびと連携し会員飲食店を中心に紹介する「ぐるなび京都ラウンジ」や、授乳や伝統的な慣習等に対応する多目的スペースを設置し、京都の表玄関に立地する京都総合観光案内所とは異なった役割を果たしている。

特に、災害時には情報収集や観光客への案内に加え、外国人の情報端末充電サービスの実施や京なびと連携し、クラウド型のサイネージシステムを活用した情報発信を行う。

また、京都市の観光行政に対する意見も多く寄せられるため、観光 MICE 推進室と更なる連携を図っていく。

ウ　観光地図の作成　充実事業

各観光案内所における案内の基本的なツールとして、観光地図（日本語版（30 万部）、アジア版（繁体字・簡体字・ハングル　各５万部）、英語版（30 万部））を計画的に発行する。また、東京オリンピック・パラリンピックに向け、昨年度新たに作成したフランス語・スペイン語の地図（各５万部）を継続して作成する。

（３）臨時観光案内所の運営　充実事業

京都総合観光案内所と同様に京都総合観光案内所運営協議会より運営を受託し、京都駅において桜と紅葉の時季及びゴールデンウイークに臨時観光案内所を開設し、京都観光のおもてなしの向上に努める。今年度は、東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い多くの観光客が訪れることが予想されることから、開催期間中にも臨時観光案内所を開設し、オリンピック・パラリンピック関連情報の提供とともに、京都の観光案内を行う。

（４）インバウンド誘致

ア　海外情報拠点の運営

海外における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活動等を行うため、世界12都市において情報拠点（レップ窓口）を運営する。また、拠点担当者が一堂に会する海外情報拠点市場説明会・相談会を開催し、会員企業等に対し、現地の最新情報を提供する。

（海外情報拠点設置候補都市）

ニューヨーク、ロサンゼルス、ロンドン、パリ、フランクフルト、ローマ、マドリード、シドニー、上海、台北、香港、クアラルンプール

※ソウル、ドバイについては廃止

イ　海外メディア取材支援

海外有力メディア（雑誌、テレビ、WEB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る。特に、観光客の集中緩和につなげるべく、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拡大を図る。

ウ　貸出用写真・動画素材の拡充

デスティネーションとしての京都の露出強化を図るため、メディア関係者等に京都の写真素材を提供する専用サイト「KYOTO IMAGE BANK」の運営を行う。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催等を機に日本に関する報道が増加することを見越し、京都観光動画素材貸出サイト「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」を通じ、報道機関等に提供し、京都のメディア露出の更なる拡大を図る。

エ　京都コンシェルジュ研究会　新規事業

参画するホテルや所属するコンシェルジュとの連携により、一定以上の富裕層を含む観光客に対して、必要な観光情報をより効果的に発信するとともに、京都を訪れる富裕層マーケットの現状やニーズを把握し、観光客の受入環境の更なる充実を図る。

３　受入環境整備の推進

（１）外国人観光客受入環境整備助成金の交付

インバウンドの受入れに前向きな事業者を対象に、キャッシュレス決済や免税販売、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、外国人観光客の受入環境整備を加速させる。

（２）買物環境整備・キャッシュレス促進

免税相談窓口の開設や多言語コールセンターの運用など、全国に類を見ないほどの免税対応支援事業を積極的に展開した結果、事業開始時と比較し約９倍増となる1,600店あまりに達している京都市内免税店に対し、継続的なサポートを行う。また、京都市が包括連携協定を締結している大手クレジットカード会社Visaや平成30年８月に当協会が新規加入した地域情報化推進団体KICSと連携した取組等を展開し、観光消費拡大による雇用の促進、京都経済の成長を図る。

４　宿泊観光の推進　充実事業

京都の長い歴史に育まれた朝や夜に行われている年中行事やイベントの紹介をはじめ、まだまだ知られていない京都の朝夜の魅力ある隠れた名所や見どころを観光コンテンツとして活用育成することにより、今までとは異なる京都観光の楽しみ方を提案し、宿泊観光の促進、観光消費の拡大につながる事業を推進する。

重点テーマ３　観光課題の解決に向けた取組（市民と観光客の満足度向上）

１　一部の観光地への集中への対策

（１）「とっておきの京都プロジェクト」の充実（場所の分散化）　充実事業

引き続き、伏見、大原、高雄、京北、西京、山科などの観光魅力を発信するとともに、観光地経営事業者（DMC）の支援等を行う。情報発信の起点となるホームページには、桜や紅葉等に関する地域の魅力ある情報の充実を図るとともに、新たに食等に関する地域情報を掲載する。また、支援対象である DMC の取組（教育旅行ツーリズムやサウンドトリップなど)の定着を図り､多様なエリアへの誘客、観光地の混雑緩和を図る。

（２）朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）

京都市と連携し、京都・花灯路や京の七夕をはじめとした既存の夜間の観光イベントの充実や新たな朝観光・夜観光のコンテンツの開発により、時間の分散化を図る。

ア　京都・花灯路、京の七夕　【再掲　P.５】

イ　隠れた名所の活用等による分散化

あまり知られていない隠れた名所や見どころの付加価値を高め、情報を発信するとともに、新たな観光素材を構築することにより、観光客の誘導を図り、持続可能な京都観光の魅力づくりにつなげる。

特に時間の集中緩和につながる事業として、朝観光・夜観光を推進し、観光客の宿泊の促進、観光消費の拡大、一日を有効に活用できる観光コンテンツの提案を行う。

（３）季節の分散化

ア　「京の夏の旅」､「京の冬の旅」キャンペーン　【再掲　P.２】

イ　京都レストランウインタースペシャル・サマースペシャル　【再掲　P.５】

（４）混雑可視化

スマートフォン利用者の位置情報や天気、曜日、時間などのビックデータをもとに、ＡＩ（人工知能）によって観光快適度を予測し、その結果を公式サイト「京都観光 Navi」に引き続き掲載することで、一部の観光地への集中による観光客の満足度の低下と市民生活への影響の緩和を図る。

京都市全域の状況については、日別の快適度を６ヶ月先までの、春・秋の行楽

シーズンは、「嵯峨・嵐山」「祇園・清水」「伏見」の３地域を対象にスポット別、時間帯別の詳細な予測結果を掲載する。

２　外国人観光客へのマナー対策

（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生じるマナー問題が生じていることから、啓発リーフレット「AKIMAHEN」の配布やポスター掲出、WEB サイト、SNS での情報発信強化などに引き続き取り組む。また、観光事業者等に対し、啓発ステッカー「ENJOY RESPECT KYOTO」（「撮影禁止」「食べ歩き禁止」など全 14 種）を配布するなど、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京都市と連携のもと展開する。

（２）地域と連携した観光と市民生活との調和の推進

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う。

重点テーマ４　マーケティング・調査分析

１　京都市観光協会データ月報の充実　充実事業

京都観光の市場動向をいち早く把握できるようにすることを目的に、市内主要 58 ホテルの統計情報等を毎月発表する「京都市観光協会データ月報」について、対象施設や調査指標の拡充、会員に限定した情報の提供等に取り組む。

２　各種調査結果を活用した戦略・計画の策定や事業者の経営活動の支援　新規事業

当協会経営戦略（2018～2020 年度）の最終年度にあたり、進捗状況の総括を行うとともに、次期経営戦略の策定を行う。また、京都市において令和２年度に刷新が予定されている京都観光振興計画の策定を支援する。

３　観光客ごとに最適化された情報発信システムの運用

京都観光の経験や興味・関心、WEB サイトの閲覧状況などのデータをもとに、利用者ごとに WEB サイト画面上の情報を切り替えや、特別な情報提供を行い、これらに対する反応を分析することで、情報発信の内容やタイミング・順序などを最適化する手法について、京都大学と共同研究を行う。

４　Google マイビジネスをはじめとしたデジタル技術の普及・啓発

Google 検索時に店舗や施設の情報を表示・管理する無料サービスである Google マイビジネス等のデジタル技術の普及・啓発を進めることで、観光客による情報収集の利便性向上、事業者の営業状況やインターネット上での被検索量の可視化に取り組む。

重点テーマ５　人材育成

１　京都市認定通訳ガイドの育成・活躍支援

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」（英語・中国語・フランス語・スペイン語）について、各種研修を通じ、第５期生（約 50 名）を育成・認定する。また、これまでに認定した 202 名（第１期生～第４期生）に対し、スキルアップ研修の実施やガイドツアーの開催支援等を行うとともに、検索サイト「クレマチス」等を通じた宿泊施設や旅行会社等とのマッチングを強化し、その活躍を支援する。

２　観光事業者スタッフ向け外国語研修の実施

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（英語・中国語）を宿泊施設、小売店等、業種別に開催する（参加型研修）。また、観光事業者からの派遣依頼に基づく出張型研修も併せて開催し、おもてなしの向上と観光消費の喚起を推進する。

３　宿泊施設活性化事業の実施

宿泊施設従業員向けの歴史・文化体験研修を実施するとともに、宿泊施設を対象とする表彰事業について、京都市と連携のうえ実施する。また、旅館の魅力を外国人観光客に PR するべく、海外向けプロモーションやオンライン予約サイトを活用した広報宣伝を行う。

重点テーマ６　事業者支援

１　文化財施設等の支援　新規事業

京都観光の効果を地域社会に還元し、文化財施設等の維持継承等を支援するため、当協会の有する観光コンテンツと情報発信力を活用したクラウドファンディング等、様々な施策を試行的に実施する。

２　観光事業者の交流の場の創出

各種調査事業を通して得られた知見や分析結果を基に、会員や大学関係者などを交えて京都の観光における課題について意見交換、解決策の検討を行うとともに、会員同士の交流を促進し、協業や新規事業の創出につなげてもらえる機会を設ける。

３　宿泊施設活性化事業の実施　【再掲　P.11】

４　事業者向け WEB サイトの充実を中心とした広報・広聴機能の強化　充実事業

事業者向け WEB サイトの掲載内容を、昨今の情勢変化や各事業における取組方針や状況を踏まえて更新する。メールマガジン「京都観光 MICE NEWSletter」や、京都観光に関するコラムの配信を通じて当協会の事業活動を周知し、地域や業界における存在感の向上を図る。また、問合せ対応の効率化を進め、事業者のニーズ把握

と会員勧募の強化に努める。

重点テーマ７　広域連携による観光振興

2025 年の万博開催や IR 事業などにより、大阪・関西が大きく注目を受ける中、京都市が関西地域の観光の大きなハブとして、京都を起点とした観光を構築するため、京都観光を補完する魅力等を有し、アクセスも良い地域と連携し、広域での魅力創出と情報発信を行う。

また、「とっておきの京都プロジェクト」の対象エリアと近接する周辺地域と連携し、市域を超えた地域の魅力の向上を図る。

１　広域インバウンドプロモーション　新規事業

京都府域を始め各地の DMO 等と連携し、京都との共通の魅力や、京都観光を補完する魅力や行き方などを発信することにより、より多様なニーズを持つ外国人観光客の来訪やリピーター層の拡充を図る。

重点テーマ８　科学的経営

１　経営戦略の総括と次期戦略の策定　新規事業

平成 30 年度から運用してきた今期経営戦略の終了年度を迎えるにあたり、その振り返りを行うとともに、次期戦略の策定を行う。戦略策定にあたっては、同時期に刷新が予定されている京都市の観光振興計画とそのビジョンを共有しつつ、当協会が世界屈指の DMO を目指すうえでのビジョンと、それを実現するために各事業や組織に求められるミッションをより明確にする。

２　観光協会事業の PDCA サイクルの運用

事業ごとに、当該年度の収支予算、事業内容、今後の取組予定などを記載したシートを作成し、おおむね四半期ごとにその内容を点検することで、適宜、事業担当が収支状況、事業実施に当たっての課題などを意識するとともに、上席の職員がチェックすることで、効果的かつ効率的な事業運営を推進する。

＜事業計画詳細＞

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グループ各社と連携し、効果的な誘致宣伝活動を実施する。

（１）ＪＲ西日本と連携した誘致宣伝活動の実施

九州、北陸、中国地区からの観光客誘致を図るため、ＪＲ西日本との共同事業「京都・大阪・神戸観光推進協議会」に参画し、京都・大阪・神戸の三都市とも連携し、誘致宣伝を行う。三都市を周遊する旅行商品企画の提案や観光素材の提供など、広域観光を推進し三都市の魅力発信に努める。

（２）ＪＲ東海と連携した誘致宣伝活動の実施

最重点市場である首都圏及び東海道新幹線沿線地区から観光客誘致を図るため、ＪＲ東海との共同事業「京都観光宣伝協議会」に参画し、ＪＲ東海の媒体をはじめ、マスコミを活用した幅広い京都ＰＲを展開すると共に、ＰＲと連動した受入対策を推進する。

（３）ＪＲ東日本グループと連携した首都圏での誘致活動の実施

ＪＲ東日本グループ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、情報交換や宿泊客の誘致対策を協議すると共に、受入体制の整備及び強化を図る。

（４）ＪＲグループ６社共同キャンペーンと連携した観光振興の継続実施

昭和54年度より長年に渡り実施しているＪＲグループとの「京の冬の旅」キャンペーンについて、2020年度以降も引き続き、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実施できるよう要請するとともに、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組む。

（５）ＪＲ各社との共同宣伝事業の実施

ＪＲ各社との相互要請により、観光客誘致につながる効果的な宣伝活動を適宜共同で実施する。特に首都圏での観光客誘致に重点をおいて取り組む。

２　情報発信の充実

国内観光客向けの京都観光Naviや多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」、事業者向けのWEBサイトについて、コンテンツや機能の充実を図るとともに、SNSを活用した情報発信を行う。

（１）京都観光Naviの運営　【再掲　P.６】

（２）多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」の運営　【再掲　P.６】

（３）SNSを活用した情報発信　【再掲　P.６】

（４）事業者向けWEBサイトの充実を中心とした広報･広聴機能の強化　【再掲　P.11】

３　海外情報拠点の運営　【再掲　P.８】

４　海外旅行商談会等出展・海外バイヤーマッチング事業

国内外で開催される旅行商談会への出展について、VISIT JAPAN トラベル&MICE マート（横浜：10 月）、WTM ロンドン（イギリス：11 月）、ITB Berlin（ドイツ：3 月）等に出展し、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と会員企業等とのマッチングを図る。

５　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

「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）の事務局を担い、各自治体と連携したプロモーションを展開する。ILTM Cannes（フランス：12 月）等の富裕層旅行商談会への出展等を通じ、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、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る。

６　メディア支援

（１）海外メディア取材支援　【再掲　P.８】

（２）貸出用写真・動画素材の拡充　【再掲　P.８】

（３）京都コンシェルジュ研究会　【再掲　P.８】

７　食を生かした観光振興　【再掲　P.５】

８　広域インバウンドプロモーション　【再掲　P.12】

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　市民と観光客の満足度の向上

（１）マナー啓発　【再掲　P.10】

（２）混雑可視化　【再掲　P.９】

（３）手ぶら観光の推進

京都観光 Navi や Kyoto Official Travel Guide、「京の冬の旅」等のパンフレットをはじめとした各種媒体において、手ぶら観光に関する情報発信を行うなど、京都市と連携し手ぶら観光の推進を図る。

２　マーケティング・調査分析事業

観光客および事業者の市場動向を分析し、情報発信などの各取組をより効果的・効率的に実施するとともに、観光客の京都に対する愛着度を向上させ、京都における持続可能な観光振興の実現を目指す。また、京都観光に携わる事業者のマーケティング活動を支援し、経営力を強化することで、市域全体の観光振興をより一体的かつ効率的に推進する。

（１）京都市観光協会データ月報の充実　【再掲　P.10】
（２）京都観光総合調査の分析
　京都市において毎年実施している「京都観光総合調査」の個票データを借り受け詳細な分析を行い、より質の高い観光地づくりにつながる政策立案の根拠データとして、広く公表するとともに、観光協会の経営戦略に反映する。
（３）各種調査結果を活用した戦略・計画の策定や事業者の経営活動の支援　【再掲　P.10】
（４）観光客ごとに最適化された情報発信システムの運用　【再掲　P.10】
（５）Google マイビジネスをはじめとしたデジタル技術の普及･啓発　【再掲　P.10】
（６）各種調査の企画・実施
　文化財特別公開などの事業において実施しているアンケート結果を、WEB サイトのアクセス解析結果などと組み合わせることで、観光客がイベントを認知してから来訪に至るまでの状況を一気通貫で把握し、より効果的な情報発信につなげる。また、データを保有する民間事業者と連携し、需要分散化や観光客のニーズ把握につながる調査・研究について検討を進める。

３　観光コンテンツの開発
（１）「とっておきの京都プロジェクト」の充実（場所の分散化）　【再掲　P.９】
（２）隠れた名所の活用等による分散化　【再掲　P.９】
（３）朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）　【再掲　P.９】
（４）第 45 回「京の夏の旅」キャンペーン　【再掲　P.２】
（５）第 55 回「京の冬の旅」キャンペーン　【再掲　P.２】
（６）春季特別公開事業、秋季特別公開事業　【再掲　P.３】
（７）京都市認定通訳ガイドの育成・活躍支援　【再掲　P.11】

４　広域連携による観光振興
（１）広域インバウンドプロモーション　【再掲　P.12】

５　伝統行事・伝統文化の振興
（１）三大祭観覧席設置事業（四大行事の執行支援）　【再掲　P.３】
（２）伝統文化・伝統産業等の体験型事業（京都「千年の心得」）　【再掲　P.４】
（３）京の食文化魅力発信事業
　ア　食遊菜都　【再掲　P.５】
　イ　京料理展示大会　【再掲　P.５】
　ウ　京都レストランウィンタースペシャル・サマースペシャル　【再掲　P.５】
　エ　ぐるなび情報ラウンジ　【再掲　P.５】

６　地域振興および面的観光の促進
（１）びわ湖疏水船　【再掲　P.５】
（２）地域と連携した観光と市民生活との調和の推進　【再掲　P.10】

（３）京都・花灯路、京の七夕　【再掲　P.５】

（４）二条城との連携

二条城において実施されるイベントに協力し、京都物産出品協会による物産展の運営や、二条城売店における企画を行う。

７　修学旅行受入環境の整備

（１）京都観光推進協議会への参画

京都観光推進協議会と連携し、修学旅行で京都に訪れている各地の学校を訪問し、実情や要望などを直接聞く学校訪問事業のほか、春季に京都駅での修学旅行歓迎式を実施する。

（２）修学旅行受入環境の整備

修学旅行の受入環境整備の一環として紙媒体で発行している「修学旅行パスポート」について、優待内容を精査し、わかりやすい表現に改めるとともに、情報の取得が容易で、「修学旅行パスポート」発行後の内容追加や修正が可能なホームページの利用を促進するため、より使いやすいホームページの構成に変更する。

また、当協会が運営する京都市河原町三条観光情報コーナーや京都総合観光案内所において、学校関係者に対する修学旅行パスポートをはじめとする資料配付や相談業務を引き続き実施する。

８　事業者支援

（１）外国人観光客受入環境整備助成金の交付　【再掲　P.８】

（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、宿泊施設を対象とする24時間、年中無休の多言語コールセンターを、京都府、京都市、滋賀県、大津市、奈良市との共同事業として運営する。また、VoiceTra4U等のICTによる通訳機能ソフトについても、積極活用するよう働きかけていく。

（３）買物環境整備・キャッシュレス促進　【再掲　P.８】

（４）東京オリンピック・パラリンピックおもてなしキャンペーン　【再掲　P.２】

（５）観光事業者スタッフ向け外国語研修の実施　【再掲　P.11】

（６）宿泊施設活性化事業の実施　【再掲　P.11】

（７）観光事業者の交流の場の創出　【再掲　P.11】

Ⅲ　入洛観光客に対する案内事業（公益目的事業）

１　京都総合観光案内所「京なび」運営業務の受託　【再掲　P.６】

２　京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託　【再掲　P.７】

３　観光地図の作成　【再掲　P.７】

４　臨時案内所の運営　【再掲　P.７】

５　市内観光案内所との連携

京都総合観光案内所のある京都駅は京都最大の玄関口にあたり、多くのインフォメーション窓口が存在することから、「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、特に春、秋のトップシーズンの取組等の情報交換を行い、京都駅内の各インフォメーションの機能・情報を共有する。

また、京都市が主催する「京都市内観光案内所ネットワーク会議」に参画し、各案内所とさらに連携を深めていく。

Ⅳ　観光客の利便向上を図る販売事業（収益事業等会計）

１　元離宮二条城大休憩所内店舗の運営

京都市からの受託事業として、物販コーナーとイートインコーナーを運営し、二条城限定のオリジナル商品の開発、城内イベントと連動した企画を実施することで、来城者の満足度向上に努める。前年度に引き続き、POS レジデータをもとにした売上分析・店舗会議を定期的に実施し、商品入替や陳列の見直しを計画的に実施することで、５年連続の売上増加を目指す。

２　有料出版物・乗車券・入場券等の販売

運営する各案内所において、観光客のニーズに応じた各種出版物、交通系チケット、催事観覧券、博物館・美術館入場券等を販売する。

Ⅴ　観光施設等運営事業（収益事業等会計）

１　旧三井家下鴨別邸の管理運営

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、一般公開が開始された平成 28 年 10 月から、当協会を代表団体として、三井不動産レジデンシャルサービス関西㈱・㈱曽根造園・賀茂御祖神社（下鴨神社）の４者で構成する共同事業体（コンソーシアム）で管理運営を行っている。平成 31 年 4 月からは、これまでと同じ体制で 2 期目（令和 4 年まで）の指定管理者として、「文化財の保存と活用のモデルとなる持続可能な施設運営」を目指し、施設管理と事業運営を行う。

Ⅵ　共催・後援・会員向け事業（収益事業等会計）

１　文化財施設等の支援　【再掲　P.11】

２　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配信している「京都観光 MICE NEWSletter」を引き続き配信し、今後の当協会の活動予定や最新の情報を広く提供する。

３　会報の発行

当協会の活動状況や事業報告、新入会員の紹介を中心とした会報誌「京観協だより」を年４回発行する。

４　表彰

観光に携わる事業者や従業員の意識高揚を図るため、事業振興に貢献のあった個人および団体の表彰を行う。

５　共催・後援

京都の観光振興につながる年中行事・催事を中心に共催・後援を行い各事業の宣伝に努める。

Ⅶ　関係団体共同事業（収益事業等会計）

１　広域観光事業

（１）全国京都会議

京都と全国の“小京都”と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、広域的な誘致宣伝活動を実施する。令和２年度は、栃木県足利市で総会を開催し、ホームページの多言語化や加盟都市の魅力発信の強化に引き続き取り組む。

（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協会運営について情報交換を行う。

（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、足利氏の顕彰を図る諸事業を展開する。

２　京都観光施設協議会

京都市内及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、ホームページの運営や施設マップ等の共同宣伝用印刷物の発行、誘致キャラバン等、共同して誘致・受入のための諸施策を実施する。

３　その他

関係業界団体の事業に参画し、地域経営の方針の浸透を図る。主な連携先は以下のとおり。

情報発信の強化

- 京都市メディア支援センター
- 京都文化交流コンベンションビューロー
- 京都創生推進フォーラム

地域連携

- 京都市地域活性化総合特別区域協議会

- 京都岡崎魅力づくり推進協議会
- OKAZAKI LOOPS 実行委員会

コンテンツ・イベント関連

- 「ワールドマスターズゲームズ 2021 関西」京都市実行委員会
- 京都文化力プロジェクト実行委員会
- 京都マラソン実行委員会
- 京都学生祭典企画検討委員会
- 京都ブランド名産品公正取引協議会
- 京都一周トレイル会
- 京都ツーデーウォーク実行委員会
- 京都市温泉観光活性化協議会
- 京都レストランスペシャル実行委員会

交通

- 「歩くまち・京都」推進会議
- 公共交通機関でおこしやす・京都市協議会
- 嵐山及び東山交通対策研究会
- 京都エリア観光渋滞対策実験協議会

その他

- 観光立国推進協議会
- 関西観光本部
- 京都テロ対策ネットワーク
- 京都市まちの美化推進事業団
- 「スローライフ京都」大作戦推進会議
- 国民公園協会京都御苑運営協議会
- 「伝統産業の日」実行委員会
- KYOTO NIPPON FESTIVAL 実行委員会
- 東海自然歩道連絡協会
- 明日の京都　文化遺産プラットフォーム
- IT コンソーシアム京都
- 京のアジェンダ 21 フォーラム
- 伝教大師最澄 1200 年魅力交流委員会

Ⅷ　京都市観光協会６０周年事業（法人会計）

令和２年５月に設立６０年を迎えることを記念し、市民や市内事業者、会員向けに京都市観光協会の取組内容や成果などを広く周知し、60 年間の感謝の意を伝えるとともに、観光協会のプレゼンスを示し、DMO 法人として今後更なる飛躍を図るため、記念ロゴの作成やシンポジウムを開催する。