

令和3年度 公益社団法人京都市観光協会 事業計画

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）の影響で外国人観光客が激減し、一時は市内主要ホテルの客室稼働率が5.8%にまで低下する事態に見舞われ、三大祭をはじめとした行事・イベントも相次いで中止となり、観光業界全体にとって厳しい1年となった。楽観視できない状況が続く中、令和3年度も引き続き、各種消費喚起キャンペーン等を通して事業者の経営を下支えしつつ、目まぐるしく変化する市場への対応や、回復が期待されるインバウンド需要への備えにも取り組んでいく必要がある。

また、事業展開に当たっては、コロナをはじめとした感染症や災害などの様々な危機に対応できるよう、安心・安全はもとより、特定の市場や客層に偏らない誘客や、観光事業者のリスク対応力強化の支援など、レジリエンスの視点を持つことが重要である。

一方、これまで、一部の地域や時期における観光客の集中によって生じていた混雑やマナー問題などは、観光需要の縮小に応じて小康を保っているが、根本的な解決に至ったわけではない。二度とこうした問題を生じさせないために、「市民生活との調和」や「担い手の活躍」による持続可能な観光の実現に向け、令和2年11月に京都市と共に発表した「京都観光行動基準（京都観光モラル）」を、観光事業者や従事者向けに周知し、実践を促していくことが当協会に期待されているところでもある。

更に、国においてはデジタル庁の創設が予定されており、次世代技術を活用することによる新しい観光体験の創出、観光客の利便性や事業者の生産性の向上が、強力に推進される見込みである。当協会が、DMO KYOTO としての存在感を高めるためにも、地域や業界に関するデータの収集・活用や、手続きの電子化などを徹底し、一歩先を行く取り組みが求められている。

このような状況を踏まえ、令和3年度事業計画においては以下の4点を計画の方針として掲げ、京都市や関係団体等との連携を図りながら、世界の観光をリードするエキスパート集団を目指す。

計画方針① 安心・安全な観光の実現による安定した誘客

コロナの影響による苦境から脱却するために、観光客が安心・安全に京都観光を楽しむことができ、市民が安心して観光客を受け入れられるよう、予約制をはじめとした安心・安全なコンテンツやサービスの開発につながる支援、優良事例の発掘に取り組み、国内外からの誘客につなげることで、会員をはじめとした観光関連事業者の経営維持・復興に注力する。

<関連する主な取組>

京都観光Naviの運営、多言語サイト「Kyoto City Official Travel Guide」の運営、混雑可視化による分散化、隠れた名所の活用等による分散化、朝観光・夜観光の推進、第46回「京の夏の旅」キャンペーン、第56回「京の冬の旅」キャンペーン、三大祭観覧席設置事業

計画方針② 京都観光行動基準の普及による持続可能な観光の実現

持続可能な京都観光の実現に向け、京都市と連携し、観光事業者・従事者等、観光客、市民に対して、京都観光行動基準の周知・啓発につながる取組を推進する。

特に、観光事業者・従事者等や観光客が、「市民生活と観光の調和」をはじめとした京都観光行動基準に掲げる内容を、具体的な行動につなげられるような事業を推進する。

<関連する主な取組>

観光事業者の交流の場の創出、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、マナー啓発

計画方針③ 観光事業者や担い手の支援を通じた観光業界の魅力向上

京都の観光業界で働く人や、就職を目指す人にとって魅力的な業界となるよう、観光事業者・担い手の支援を行うとともに、経営者や従事者が誇りをもって働けるよう、観光業の役割や意義の発信に努める。

<関連する主な取組>

宿泊施設活性化事業の実施、京都市認定通訳ガイドの育成・活躍支援、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、観光関連統計の分析結果の解説、デジタル技術の普及・啓発

計画方針④ デジタル技術やデータの利活用によるDXの推進

観光事業者が、観光客にサービスを提供するあらゆる場面においてデジタル技術の導入を促し、手続きの効率化やノウハウの標準化を目指すとともに、当協会が収集したデータを経営の改善につながる情報として業界へ還元し、観光事業者の経営力強化やイノベーションを推進する。

また、最新技術や予約システムを通して得られた観光客のデータを基に、個々の属性や経験に応じて情報や特典を提供し、早期の再来訪や滞在日数の延長につながるとともに、混雑などの問題が再発しないよう、観光地の賑わいに関する情報を公開し、観光客や事業者が活用できるよう支援する。

加えて、当協会の事業においても、ICTの利活用やデジタル化の推進、電子媒体の活用によってノウハウの共有等を強化し、不測の事態にも柔軟に対応できるような事業展開や体制の強化に取り組む。

<関連する主な取組>

京都市観光協会データ月報の充実、デジタル技術の普及・啓発、京都物産出品協会ECサイトとの連携、京都総合観光案内所「京なび」運營業務の受託、元離宮二条城大休憩所内店舗の運営

<実施事業詳細>

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

（1）JR西日本との連携

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・神戸の三都市間で連携した誘致を行う。コロナの拡大の状況も注視しつつ、三都市のブランディングや旅行商品による集客、宣伝等のプロモーションを弾力的に組み合わせて展開し、広域観光を推進、三都市の魅力発信に努める。➡計画方針①

（2）JR東海との連携

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の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及び観光コンテンツの充実を推進する。➡計画方針①

（3）JR東日本グループとの連携

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ともに、受入体制の整備及び強化を図る。➡計画方針①

（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、冬季の観光振興を図る最重点事業として、令和3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。また、全国宣伝販売促進会議等の活用、主要事業との相乗により会員をはじめとした観光事業者の参画、キャンペーン効果の更なる波及を促進する。➡計画方針①

2 情報発信の充実

（1）京都観光Naviの運営

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引き続き豊富に発信する。➡計画方針①

- ① コロナにより日々移り変わる状況に対応した、観光施設・イベント等の総合的な休止・中止情報や行政からの注意喚起などの迅速な情報発信を継続する。
- ② コロナの拡大の影響による旅行需要の変化を踏まえ、観光と感染症対策の併存に考慮したコンテンツの充実や情報発信を行う。

- ③ 観光案内所における案内業務との連携を深め、観光客からのニーズに即した情報発信を図る。

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

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、海外における京都観光の情報プラットフォームとして、公式情報の発信を継続して実施する。➡計画方針①

- ① オンライン上でも京都を感じることができ、京都ブランドの維持向上や回復期の来訪機運を醸成するための情報発信を行うとともに、京都における安心・安全に係る衛生対策の取組等の情報についても発信していく。
- ② 回復時に外国人観光客を受け入れるにあたり、観光課題を発生させないために、浸透に一定時間を要するマナー情報や分散化に資する取組についても、継続的に発信していく。

(3) 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。

(4) 京都物産出品協会ECサイトとの連携

令和2年12月に開始した京都物産出品協会ECサイト「日々の京都展」と連携し、京都観光Naviとの相互の情報掲載、サービス利用者への観光情報の発信を行い、withコロナにおけるコト消費とモノ消費の喚起をオンラインで実施する。

➡計画方針④

(5) 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

事業者向けWebサイトの掲載内容を、昨今の情勢変化、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。

とくに、令和3年度は、京都観光行動基準の周知啓発を目的としたページを拡充し、事業者における優良事例の発信を通して実践を促すことに注力する。

➡計画方針②

また、令和2年度に開設した、事業者向けの研修動画ページ「オンラインアカデミー」については、引き続き配信動画の拡充を行い、京都観光に携わる経営者や従業員にとって必要な基礎知識の研修として活用いただくことで、業界の生産性向上を促す。➡計画方針③

3 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6都市において情報拠点（レップ窓口）を運営する。

（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、シドニー、台北

※フランクフルト、ローマ、マドリード、上海、香港、クアラルンプールについては廃止

4 メディア支援

（1）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。

（2）貸出用写真・動画素材の拡充

DESTINATION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」の運営を行うとともに、京都観光動画素材貸出サイト「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」を通じ、メディア露出の更なる拡大を図る。

（3）京都コンシェルジュ研究会

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。

5 食を生かした観光振興

観光客や市民に「京の食文化」を体験していただくため、魅力や情報を発信するとともに、府内産食材の認知度向上と飲食店における消費拡大を図る。

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

これまで、一部の地域や時期への観光客の集中により生じていたマナー問題について、観光需要の回復時に同様の問題が生じないように、市民生活と観光の調和を図り、持続可能な京都観光の実現に向けて、引き続きマナー啓発を展開していく。➡計画方針②

(2) 混雑可視化による分散化

スマートフォン利用者の位置情報や天気、曜日、時間などのビッグデータをもとに、AI（人工知能）によって観光快適度を予測し、その結果を引き続き公式サイト「京都観光Navi」に掲載する。

また、観光客が特に多い地点に設置したライブカメラの動画を配信して、混雑状況を視覚的に確認できるようにすることで、密を避けて安心して観光するための情報を充実させる。さらに、民間メディアと連携し、人気観光地の周辺のおすすめ穴場スポットを紹介する記事のリンクを充実させる。➡計画方針①

(3) 手ぶら観光の推進

京都観光NaviやKyoto City 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

(1) 京都市観光協会データ月報の充実

京都観光の市場動向をいち早く把握できるよう、市内主要ホテルの統計情報や免税店の売上状況、ビッグデータの分析結果等を毎月発表する「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を拡充するとともに、会員に限定した情報の提供や、加工可能な形式でのデータ提供サービス等の付加価値化に取り組む。➡計画方針④

(2) 観光関連統計の分析結果の解説

京都市において毎年実施している「京都観光総合調査」をはじめ、外部の統計調査を幅広く収集・分析し、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、令和3年度に策定する観光協会の新経営戦略に反映する。➡計画方針③

(3) 各種調査結果を活用した戦略・計画の策定

平成30年度に策定した経営戦略を総括するとともに、京都市において令和3年3月に策定予定の「京都観光振興計画2025」の内容などを踏まえ、次期経営戦略の策定を行う。

(4) デジタル技術の普及・啓発

観光客を対象とした店舗や施設を運営する事業者が、Googleマイビジネスを活用し、営業情報の更新や口コミへの返信などを行えるよう支援するとともに、取組を通して得ることができる口コミの内容やサービスへの評価に関するデータを分析、活用するなど、観光事業者のデジタルマーケティングを推進し、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。

➡計画方針③④

(5) 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や、来訪・予約などの実績データおよびWebサイトのアクセス解析結果などを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把握し、個々の属性や経験に応じたより効果的な情報発信につなげる。➡計画方針④

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）

市内観光エリアの分散化事業として、これまで重点的に取り組んできた伏見、大原、高雄、京北、西京、山科の深度化に加え、その知見を活かして対象エリアの拡大、開拓を推進する。after コロナにおける分散観光の定着化を目指し、各エリアならではの予約制体験コンテンツの拡充や、JRグループとも連携したプロモーションや集客を通じて、各都市圏に対し分散観光を訴求し、多様なエリアへの誘客、観光地の混雑緩和を図る。➡計画方針②

(2) 隠れた名所の活用等による分散化（場所の分散化）

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、安心・安全に京都観光をしていただける新たな観光素材の構築と情報発信を行うことにより、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。

➡計画方針①②

(3) 朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）

早朝特別拝観や夜間イベント、ライトアップのほか、京都・花灯路や京の七夕などの既存の観光イベントなど、朝・夜の魅力ある観光コンテンツの開発と情報発信を行い、安心・安全な京都観光の有効な時間の活用方法を観光客に提案することにより、時間の分散化を図り、宿泊の促進、観光消費の拡大につなげる。

➡計画方針①②

(4) 第46回「京の夏の旅」キャンペーン

① 文化財特別公開の企画実施

新たな客層を開拓するため、若年層をターゲットとして「刀剣」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や定期観光バス特別コースを企画する。特別公開は、予約優先で受入れを行い、安心して観光いただける観光スタイルを訴求する。➡計画方針①

② 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、夏の京都ならではの観光コンテンツを予約制で提供し、with コロナにおける安心・安全な観光スタイルを訴求する。➡計画方針①

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。

③ 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、例年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。

（5）第56回「京の冬の旅」キャンペーン

① 非公開文化財特別公開の企画実施

令和2年12月、「伝統建築工匠の技：木造建造物を受け継ぐための伝統技術」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことや、茶人・千利休生誕500年、茶人・織田有楽斎没後400年にちなみ、京都が誇る国宝・重要文化財級の「建築の美」と、千利休や織田有楽斎、古田織部など茶人ゆかりの寺院を中心に、普段は見学することのできない寺社や施設の特別公開や、冬ならではの風情を楽しむ定期観光バスの特別コースを企画する。特別公開については、withコロナにおける「京都観光＝事前に予約」という安心・安全な観光スタイルを、JRグループと共同でのプロモーションにより訴求する。➡計画方針①

② 参加体験型イベントの企画実施

「京都「千年の心得」」の他、「朝観光・夜観光の推進」「京の食文化魅力発信事業」「隠れた名所の活用等による分散化」「とっておきの京都プロジェクト」等とも連動した各種体験型コンテンツをJRグループと連携して訴求し、「京の冬の旅」を軸として各事業の効果を相乗的に高める。

➡計画方針①

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。

③ 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。

（6）春季・秋季の観光誘致

予約制の体験型コンテンツの提供により、人数制限、エリアや時間の分散化を図りつつ誘致に取り組むほか、京都市美術館の企画展と連動した特別公開等、「桜・紅葉」以外にも場所やテーマの分散による誘致の機会を開拓する。➡計画方針①

（7）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、約250名）に対し、インバウンド回復期に備えた研修や、仕事

創出に向けた研修を通じ、支援する。

4 伝統行事・伝統文化の振興

(1) 四大大行事の執行支援

① 三大祭観覧席設置事業

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。

コロナの拡大の影響により、令和3年度も、各祭の執行内容が変更される可能性があることや、「3密回避」「ソーシャルディスタンスの確保」等の感染症対策の実施に伴い、従前どおりの席数設置は困難であるが、京都三大祭や京都五山の送り火への執行補助金を安定的に拠出できるよう、席種、販売方法の見直しや観覧席設置事業以外での収益モデルを検討していく。

➡計画方針①④

② 伝統行事執行補助

有料観覧席やパンフレットの販売収益を、京都五山送り火を加えた京都四大大行事の安定した執行および保全を図るための補助金として交付するとともに、四大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。

➡計画方針①④

(2) 伝統文化・伝統産業等の体験型事業（京都「千年の心得」）

京都ならではの奥深い魅力に触れる体験を訴求するブランドとして、予約制による安心・安全の提供を前提に、JRグループや旅行会社等と連携したコンテンツの拡充と販路拡大を通じて、幅広い客層へのブランディングと誘致を推進する。

➡計画方針①

(3) 京の食文化魅力発信事業

ア 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。

イ 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。

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

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、「京都レストランウィンタースペシャル」（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。

5 地域振興および面的観光の促進

（1）琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の運営

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、「びわ湖疏水船」の運航事業をはじめ、令和2年6月に「日本遺産」に認定された琵琶湖疏水を活用したフィールドミュージアム整備事業など、琵琶湖疏水沿線の魅力発信事業を推進する。

本格運航を開始して4年目を迎える「びわ湖疏水船」の運航事業では、コロナの感染防止策を講じたうえで、増便による更なる充実を図り、持続可能な通船運営に努める。➡計画方針①

フィールドミュージアム整備事業では、琵琶湖疏水の水路や関連施設などのハード整備に加え、日本遺産特設ホームページの作成や誘客促進プロモーションの実施など琵琶湖疏水の魅力発信に努める。

（2）琵琶湖疏水記念館に係る観光案内機能充実業務

令和2年11月に「琵琶湖疏水記念館を中核とする文化観光拠点計画」が文化観光推進法に基づく拠点計画として認定されたことを受けて、琵琶湖疏水記念館をフィールドミュージアムの情報発信拠点と位置づけた事業を京都市から受託し、観光案内機能の充実や交通事業者等と連携した周遊促進事業等を実施する。

➡計画方針①

（3）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、コロナの感染防止策、観光、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。

➡計画方針②

（4）京都・花灯路

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「京都・花灯路推進協議会」の事務局の主要業務を担い、12月上旬に嵐山で、3月初旬に東山でそれぞれ京都・花灯路を開催し、市内全域での夜観光・宿泊観光の推進による経済効果の波及を狙う。

令和3年度の嵐山花灯路においては、令和2年度にコロナの感染防止策を実施のうえ開催することで得た知見・ノウハウを最大限活用することで、ルートの再検討による新たな魅力の創出や、エリア内での回遊性の向上及び密集・密接の回避による安心・安全の確保を図る。➡計画方針①

(5) 京の七夕

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。

令和2年度は、コロナの感染拡大防止のため、ライトアップ等の集客イベントは実施せずに Web を中心に事業を構築したが、令和3年度はライトアップ（リアル）と Web（オンライン）の連携を強化することで、事業全体の更なる魅力アップと参加者の利便性向上を図る。 ➡計画方針①④

(6) 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、コロナの感染防止策を徹底したうえで、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い、観光客の誘致につなげる。 ➡計画方針①

6 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実施している「修学旅行パスポート」事業について、令和2年度に改修したホームページの利便性を検証し、更なる充実と利用促進を進める。 ➡計画方針④

また、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について引き続き実施するほか、コロナの影響で実施が困難な海外への修学旅行に代わる観光コンテンツを開発し、更なる修学旅行の誘致に取り組む。

7 事業者支援

(1) 多言語対応支援

会員の海外販路拡大等を促進するため、メールでの翻訳サービスを提供し、多言語対応を支援する。

(2) 買物環境整備・キャッシュレス促進

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 や地域情報化推進団体 K I C S と連携し、安心・安全の取組の一つとして、非接触決済（キャッシュレス決済）の利便性を広く PRするとともに、土産店や飲食店等での導入及び観光客、市民の利用を促進する。 ➡計画方針④

(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PRするべく、オンライン予約サイト等を活用した広報宣伝を行う。

(4) 観光事業者の交流の場の創出

京都観光行動基準の普及・啓発の取組を推進するため、優良事例やより一層の普及について、会員をはじめとした観光事業者・従事者や大学関係者などを交えて意見交換等を行うワークショップを開催するとともに、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。 ➡計画方針③

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」運營業務の受託

京都総合観光案内所運営協議会から運營業務を受託している京都総合観光案内所「京なび」を引き続き運営し、スタッフ研修の充実等により、サービス向上を図り、利用者により満足していただける運営を目指す。

コロナの感染防止策として、案内カウンターへのビニールカーテンの設置や所内の換気、消毒に加え、非接触決済（キャッシュレス決済）の導入についても検討を進める。 ➡計画方針①

また、台風等の災害時には交通機関の運行情報や観光施設等の営業情報などの収集や観光客への案内に加え、外国人観光客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、収集した情報を、京都市交通局協力会が運営する案内所でも同時に発信する。 ➡計画方針④

さらに、東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、常時対応可能な英語、中国語、韓国・朝鮮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。

2 観光地図の作成

観光案内所における案内の基本的なツールとして、例年多言語で発行している観光地図について、日本語版（20万部）を作成するとともに、外国人観光客の回復状況に応じてアジア版（繁体字・簡体字・ハングル 各5万部）、英語版（30万部）フランス語版・スペイン語版（各5万部）を計画的に作成する。

3 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観光にとって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引き続き運営し、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商品やメニューを企画することで、来城者の満足度向上に努める。

令和3年度は、引き続き二条城の来城者の大幅な回復は見込めないことを前提に、こうした中でもしっかりと売上を確保するため、レジデータや来城者数データを分析し、商品入替や陳列の見直しを計画的に実施するほか、二条城への来城の動機にもなるよう著名人とのコラボレーション商品を販売する。 ➡計画方針④

2 有料出版物・乗車券・入場券等の販売

京都総合観光案内所において、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、当協会を代表団体とし、三井不動産レジデンシャルサービス関西(株)・(株)曾根造園・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）として、引き続き、「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。

令和3年度は、引き続き入場者数が低迷することを前提に、「重要文化財を少人数で特別感を味わえる」イベントやプランの造成、様々な事業者との提携を進めていくとともに、経費削減、業務の効率化を強力に推進していく。 ➡計画方針①④

VI 共催・後援・会員向け事業（収益事業等会計）

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。

2 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。

また、助成金などの支援策をはじめとした有益な情報をタイムリーに提供するため、メールを活用した会員向け情報発信を強化する。

3 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。

4 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3年度は、島根県松江市で総会を開催する等、加盟都市間で連携を図り、各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、ホームページやSNSによる施設情報発信や京都観光推進協議会と連携した修学旅行誘致事業のほか、誘致キャラバンの実施等、安心・安全に観光をしていただける参画観光施設のPRとともに、京都への誘客に向けた事業を共同で実施する。

➡計画方針①②

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令和3 関西」京都市実行委員会
- 京都文化カ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