

令和4年度 公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO） 事業計画

新型コロナウイルス感染症の収束が未だ見えない中、観光業界は依然として厳しい状況に置かれている。一方、海外では渡航制限が緩和され、我が国でもワクチンの3回目接種、経口薬の開発が進む等、コロナとの共存下ではあるものの、観光需要の回復に期待が高まっている。

また、今般策定した「経営戦略2025」では、2025年の京都市観光協会のあるべき姿（ビジョン）として、「情報（データ）を駆使して世界最先端の観光課題の解決に取り組み、コロナ禍からの復興を牽引する京都観光産業の要であり、京都観光振興に欠かせないパートナー」を掲げた。

これらを踏まえ、令和4（2022）年度は、京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及啓発、新しい観光スタイルによる誘致事業を展開し、京都観光の早期回復に向けた取り組みを進めるとともに、持続可能な京都観光の実現を目指す。

また、京都総合観光案内所（京なび）のDX化を進め、観光客の分散化やマーケティングへの活用を図るとともに、各種統計データを広く発信し、観光事業者の事業経営への利用を促すことで、経営力強化の側面からも京都の観光復活を支えていく。

計画方針① ウィズコロナ、ポストコロナにおける持続可能な京都観光の実現

コロナ禍の影響が続く中、ウィズコロナ、ポストコロナにおける京都観光を見据え、コロナ禍以前に課題となっていた一部地域での混雑やマナー問題等といった観光課題を解消し、市民生活と調和した京都観光の実現のため、京都観光行動基準（京都観光モラル）をWEBサイトや観光事業者の交流イベント等の開催を通じ、観光事業者・従事者をはじめ、観光客へ広く発信する。また、混雑状況の多言語発信を開始する等、外国人観光客の回復を見込んだ環境も整備する。

<関連する主な取組>

京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」の運営、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、京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及啓発、マナー啓発、混雑可視化による分散化、観光事業者の交流の場の創出

計画方針② コロナ禍からの観光復活に向けた誘致事業の展開

令和2年度以降、長引くコロナ禍の影響により多くのイベントが中止や縮小を余儀なくされたが、京都観光行動基準（京都観光モラル）の実践や特別公開事業での事前予約の導入推進等による安心安全な観光の提供、また、リピーター層を対象とした新たな観光エリアの魅力発信や付加価値の高い新しい観光コンテンツの造成、地域が継承してきた文化と連携した面的観光を推進し、コロナ禍からの観光復活に向けた誘致事業に取り組む。

<関連する主な取組>

多様なエリアの魅力発掘・発信、第47回「京の夏の旅」キャンペーン、第57回「京の冬の旅」キャンペーン、伝統文化・伝統産業等の体験型事業

計画方針③ デジタル技術の活用とDX化の推進

京都総合観光案内所（京なび）で新たにAIを活用した案内機能を開発し、観光客の分散化や収集したデータ活用によるマーケティングの充実を図る。また、特別公開事業等の予約者情報、アンケート回答等のデータの分析結果を活用し、より効果的な観光情報を提供する仕組みを構築する。

従来から市内宿泊施設等の統計情報を発表している「京都市観光協会データ月報」についても内容を更に充実させるほか、WEBサイトの統計ページを改善し、各種観光関連データの観光事業者の経営への活用を促すとともに、事業者間の情報交換の場としてFacebookのコミュニティページの開設等、デジタル技術を活用した多面的な取組を進める。

<関連する主な取組>

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、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、顧客データ管理システムの開発と運用、京都総合観光案内所「京なび」運營業務の受託

令和4年度 公益社団法人京都市観光協会 事業計画（案）

<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 情報発信の充実

（1）京都観光公式WEBサイト「京都観光 Navi」の運営

京都へ初めてお越しになる観光客からリピーターの方まで、様々な方々が必要とする情報にアクセスできるよう、公式サイトならではの情報を引き続き豊富に発信する。

- ① コロナによる観光施設や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、状況に応じた迅速な情報発信を継続する。
- ② コロナ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 京都総合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。

- 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 コロナ回復後の外国人観光客の受入れにあたり、観光課題を発生させないために、取組内容の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 京都観光 Navi において発信している「観光快適度マップ」を、英語および中国語に翻訳して掲載する。

（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）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4年度は、以下の項目に取り組む。

- 統計データ関係のページのレイアウト改善
- 会員向け事業の案内ページの充実
- 事業者間の情報交換を促すための Facebook コミュニティページの運営

2 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

3 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。

4 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。令和3年度に取り組んだ三都市のブランディングや旅行商品による集客等の知見を活かし、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。

(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が主催する協議会（新設）に参画し、首都圏以北の都市圏から京都への観光客誘致を目的とした観光コンテンツの活用や宿泊促進について協議を行うとともに、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4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。

5 飲食店経営改善サポート事業

長期化するコロナの影響や生活様式の変化の中で、厳しい経営を余儀なくされている飲食店を対象に、経営上の改善等を講じるためのセミナーを開催するとともに、経営改善に向けた専門家による個別相談を実施し、事業継続を支援する。

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) 京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及啓発

京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及啓発のため、特設サイトの運営を行い、観光モラルについての理解を深めるためのマンガ教材や動画、優良事例の配信を行う。

(2) 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。

(3) 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、時間などのビックデータをもとに予測した観光快適度（混雑状況）を、これまで掲載してきた京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」だけでなく、外国人観光客向けの多言語サイト「Kyoto City Official Travel Guide」にも掲載する。

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、公式サイトやYoutube、京都総合観光案内所等に設置されたモニターに配信するなど、混雑状況

を可視化させることで、密を避けて安心して観光できるよう情報を充実させる。

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ことで、混雑を回避した観光への誘導を図る。

(4) 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「京都市観光協会データ月報」として発表する。とくに令和4年度は、施設の立地や価格帯などの分類別の集計や、日毎の客室稼働率の集計など、より経営判断に資するデータの提供を目指す。また、令和3年度から開始した分析・加工用のダッシュボードの有償販売に加えて、令和4年度からは印刷物の販売も行う。

(2) 観光関連統計の分析結果の解説

京都市において実施している「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。

(3) 各種調査結果を活用した戦略・計画の策定

経営戦略および事業計画の進捗把握を目的に、各種調査結果の分析を行い、施策の軌道修正を行う際の判断材料を用意する。

(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 ビジネスプロフィールを活用し、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。

(5) 顧客データ管理システムの開発と運用

文化財特別公開などの事業において収集している商品予約者の情報やアンケート回答結果、来訪実績データおよびWEBサイトのアクセス解析結果などを組み合わせ分析することで、観光客がイベントを認知してから来訪に至るまでの状

況把握や、事前の予約状況をもとに将来需要の予測を行うことができるようにし、分析結果をもとにした効果的な情報発信につなげるための仕組みを構築する。

3 観光コンテンツの開発

(1) 多様なエリアの魅力発掘・発信（場所の分散化）

これまで「とっておきの京都プロジェクト」として推進してきた分散化事業の知見を活かし、京都観光のリピーター層を対象として伏見、大原、高雄、京北、西京、山科エリアの深度化とともに、隣接エリアも含めた魅力発信、周遊促進に取り組む。また、地域の事業者・団体等が主体性を持って面的に取り組む観光誘客策を対象として、コンテンツ造成やPRのノウハウ支援・育成を行う。

(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。

(3) 朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）

早朝拝観や夜間イベント等、朝・夜の魅力ある観光コンテンツの開発と情報発信を行う。とくに春や秋の京都観光の繁忙期において、朝観光・夜観光に取り組む事業者・団体等と連携した共同プロモーションを実施する等、安心・安全な京都観光と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。

(4) 第47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

令和3年度に新たな客層開拓を目的に設定した「刀剣」テーマを引き続き活用し、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、タクシー等による特別コースを企画する。コロナの状況に応じて、WEBを活用した予約優先による受入れ等を実施し、安心・安全な観光スタイルを訴求する。

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、安心・安全な観光スタイルを訴求する。

(5) 第57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5年の「親鸞聖人御誕生850年」および「立教開宗800年」や、「弘法大師御誕生1250年」および「真言宗立教開宗1200年」、大河ドラマにちなみ、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、タクシーによる特別コースを企画する。コロナの状況に応じて、WEBを活用した予約優先による受入れ等を実施し、JRグループと共同でのプロモーションにより、全国からの観光誘致を実施する。

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」「多様なエリアの魅力発掘・発信事業」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」の魅力を深めるとともに、「京の冬の旅」を軸とした各事業の効果を相乗的に高める。

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芸術等の文化の発信に努め、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、質を重視した誘致に取り組むほか、事業者や団体等と連携してエリアや時間の分散化を情報発信し、混雑緩和による安心・安全な京都観光の創出とともに宿泊需要の喚起に取り組む。

(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、研修等を通じ支援していく。

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

祇園祭、時代祭に設置する有料観覧席について、観光客に対し同席の快適さや利便性、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。また近年、観覧席のニーズが落ち込んでいることから、利用客のニーズに合った観覧席の提供をしていく。

利用客の満足度の向上、コロナの影響による設置席数の大幅な減少といった課題がある中においても、執行補助金を安定的、継続的に拠出できるよう、販売価格の見直しやより効率的な販売方法を実施するとともに、観覧席設置事業以外での収益モデルを模索していく。

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、三大祭に京都五山送り火を加えた京都四大大行事へ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として、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。

(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、JRグループや旅行会社等と連携して予約制体験コンテンツを拡充するとともに、複数事業者が連携する体験やまち歩きといった、地域や素材を面的に活用するコンテンツの開発にも取り組む。

(3) 京の食文化魅力発信事業

① 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。

② 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」・「京都レストランサマースペシャル」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5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、更なる充実を図り、持続可能な通船運営に努める。

フィールドミュージアム整備事業では、琵琶湖疏水の天津閘門の電動化改修や水路、関連施設などのハード整備に加え、ウォーキングマップの作成やガイド育成など琵琶湖疏水の受入環境整備と魅力発信に努める。

(2) 文化観光推進補助事業の受託

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、誘致促進事業等を実施する。

(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。

(4) 灯りの催事奨励事業

令和3年度をもって終了した「京都・花灯路」の後継事業として、京都全域で

の夜観光、宿泊観光の推進による経済効果の波及を狙う「灯りの催事奨励事業」を実施するにあたり、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事務局の主要業務を担う。

(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、京都各地の会場で開催される「京の七夕」事業の支援を行う。

令和3年度は、コロナの感染拡大防止のため、WEBを中心に事業を実施。令和4年度は実行委員会の役割を広報や笹飾りの配布など、民間事業者等が行う事業の支援とする。

(6) 二条城との連携

二条城において実施される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。また、修学旅行生が二条城へ来城することにより、売店の活性化につながっていることから、こうした層をターゲットとした企画や宣伝を行う。

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、修学旅行で京都へ訪れた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を実施するほか、春季に京都駅において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更なる充実と利用促進を進め、修学旅行パスポートのダウンロードを推進する。

一方で、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は引き続き実施する。

7 事業者支援

(1) 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。

(2) 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、旅館の魅力をも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。

(3) 観光事業者の交流の場の創出

観光事業者間の協業や、京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及・啓発を推進するため、京都信用金庫との連携協定の枠組みのもと、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ミートアップイベントを定期的に開催する。

(4) ビジネスプランコンテストの開催

京都信用金庫との連携協定の枠組みのもと、観光事業者による新規事業アイデアを募集するコンテストを開催することで、事業者の新規投資や、学生などの起業を後押しし、業界の活性化を図る。

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（以下「京なび」という。）を引き続き運営する。

少子高齢化やICTの進展を踏まえ、利用需要の多様化に対応するため、券売機等の機器導入により感染リスクを低減させつつ、利便性向上及び効率化を図るとともに、新たにAIを活用した案内機能を開発することにより観光案内のDXを進め、観光客の分散化の推進や、マーケティングへの活用を図る。

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、SNSを活用して外部に積極的に発信していく。

さらに、京都府域のDMOなど遠隔地にいる観光客や、観光客への相談対応に従事している事業者等が、京なび職員と相談や情報共有を行うことができる仕組みを構築し、案内所の機能を地域全体で享受できる手法についても検討を進める。

2 観光地図の作成

観光地図は、京なびスタッフの案内経験を活かして作成した紙媒体の地図であり、容易に広げて距離や位置関係が把握できるといった使い勝手の良さから、京都総合観光案内所における案内の基本的なツールとなっている。

コロナによりこの2年間は発行できなかったことから、掲載情報の更新を行うとともに、令和4年度は日本語版（15万部）を作成するとともに、外国人観光客の回復状況に応じて英語版（15万部）、アジア版（繁体字・簡体字・ハングル各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所在する京都駅は、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設置されている。これらの案内所と「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、情報提供と意見交換を行っている。特に春、秋のトップシーズンの取組等について情報交換や連携を図ることにより、京都駅総体のホスピタリティの向上に努めていく。

また、ネットワークを使ったコミュニケーションツールにより、日々変わる最新の観光情報や災害情報を共有し観光案内に活かしていく。

さらに、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、各案内所との連携を深め、観光客のニーズへの的確な対応につなげていく。

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4年度も、来城者数の大幅な回復が見込めないことを前提に、こうした状況下においても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。

さらに、お土産選びの新基準として、地元産品やサステナブルをキーワードにしたオリジナル商品の取り扱いを拡充していく。

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。

また、観光客の利便性の一層の向上を図るため、キャッシュレス対応が可能な販売物の拡大を図る。

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（代表団体）、三井不動産レジデンシャルサービス関西㈱、㈱曾根造園、賀茂御祖神社（下鴨神社）の4者で共同事業体（コンソーシアム）を構成し、引き続き、「文化財の保存と活用モデルとなる持続可能な施設運営」を目指して施設管理と事業運営を行う。

令和4年度も、引き続き入場者数の大幅な回復が見込めないことを前提に、「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。

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行う。

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4年度は、島根県松江市での総会開催や誘致宣伝物の作成等、会員市町間で連携を図り、各市町への誘客促進と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。令和5年度に京都で会議が開催されることから、令和4年度は、開催に向けた情報収集や視察を行う。

（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。

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

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
- 関西ツーリズムグランドデザイン2025策定会議
- 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
- 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
- I T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
- 京都花街おもてなし文化振興協議会