

# 令和2年度事業報告 および 令和2年度決算

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の拡大のため、訪日客、国内の観光客ともに激減する等、観光産業を取り巻く状況は一変し、極めて厳しいものとなった。協会事業についても、当初、令和2年度事業計画に掲げた8つの重点テーマに沿った事業を展開する予定であったが、新規・充実事業を含め、多くの事業で中止や計画変更を余儀なくされた。

一方、京都市との共同による感染対策経費に係る各種補助金制度の創設、消費喚起キャンペーンの実施等、厳しい状況にある観光事業者をはじめとする市内事業者への支援を断続的に行ったほか、観光客、観光事業者ともに安心・安全な観光コンテンツの造成等、ウィズコロナ時代を見据え、新しい観光スタイルの構築、普及に向けた取組を推進した。

## <令和2年度 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

新型コロナウイルス感染症の拡大により、深刻な影響を受ける事業者への支援や、感染症対策、消費喚起に対する補助金制度を創設し、厳しい状況に置かれている事業者支援を行った。

また、当協会が中心となり、京都の観光関連事業者が業界横断的に取り組む項目をまとめた「より一層安心・安全な京都観光を実現するための新型コロナウイルス感染症対策宣言(ガイドライン)」を策定した。ガイドラインを遵守し、感染拡大防止や衛生対策等に取り組む事業者に対しては、「ガイドライン推進宣言事業者ステッカー」を交付した。

#### 1 京都市観光事業者等緊急支援補助金

- (1) 助成対象者：市内の観光事業者（大企業除く）
- (2) 対象事業：新型コロナウイルス感染症拡大の影響により要した経費（4月1日以降発生分）
- (3) 助成金額
  - ア 助成率：事業実施に係る経費の4分の3以内
  - イ 助成上限額：1事業者あたり上限30万円
- (4) 実績
  - 助成件数：224件 助成金額：57,417千円

## 2 新しい生活スタイル対応のための感染症対策補助金

### (1) 新しい生活スタイル対応のための感染症対策補助金

市内に店舗等を有する中小企業等を対象に、感染症対策に係る備品等の購入経費を支援するため、京都市と共同で補助金を創設（令和2年8月）し、実施した。

ア 対象事業：感染症対策のための備品等 補助率：3分の2

イ 対象期間：令和2年8月5日～令和3年2月28日

ウ 助成上限：1店舗10万円（1事業者10店舗まで）

エ 実績：928件 128,832千円

### (2) 換気・加湿等対策補助金

市内に店舗等を有する中小企業等を対象に、冬場の感染症対策に重要となる換気・加湿等の対策に係る備品等の購入経費を支援するため、京都市と共同で補助金を創設（令和2年11月）し、実施した。

ア 対象事業：換気・加湿、暖房等に必要の備品等 補助率：3分の2

イ 対象期間：令和2年8月5日～令和3年1月29日

ウ 助成上限：1店舗5万円（1事業者10店舗まで）

エ 実績：4,351件 200,734千円

## 3 「地元応援！京都で食べよう、泊まろうキャンペーン」

市内の消費喚起を盛り上げ、京都経済の回復につなげることを目的に、京都市内の飲食店及び宿泊施設（キャンペーン参加店）に市民向け特別プランをご用意いただき、利用した方に抽選で伝統産業製品や京都の食材等が当たる「地元応援！京都で食べよう、泊まろうキャンペーン」を実施した。

(1) 期間：令和2年6月19日～9月30日

(2) 助成対象者：京都市民及び京都市内に勤務される方（とそのグループ）

(3) 実績：利用人数：68,553人

## 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

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を目的に、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計画であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

#### (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

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の実施を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

【特別公開箇所（中止）】

八坂神社 本殿・常磐殿、北野天満宮 宝物殿・史跡 御土居、  
 妙心寺 仏殿・浴室「明智風呂」、六道珍皇寺、上賀茂神社 本殿・権殿、  
 下鴨神社 本殿・大炊殿

※旧三井家下鴨別邸〈主屋二階の特別公開〉は、8月11日から31日まで実施。

定期観光バス特別コースの企画については、文化財特別公開箇所をめぐるコースをはじめ、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ていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

コース名	対象箇所
京都の“フシギ” 異界伝説めぐり	八坂神社 本殿／六道珍皇寺／北野天満宮 宝物殿・史跡・御土居／美濃吉本店 竹茂楼
世界遺産 パワースポット早回り！	上賀茂神社／下鴨神社／さるや（宝泉堂）
明智光秀と織田信長 438年目の本能寺	妙心寺 仏殿・浴室・法堂／本能寺
夜の特別コース「宮廷鶴飼と夕景の嵐山」	嵐山宮廷鶴飼／法輪寺／渡月亭

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、「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、参加体験型のイベント企画であったが、新型コロナウイルスの感染症の影響により、京都スタイルの食の楽しみ方を発信する「食遊菜都」の実施を見送ったほか、個別イベントでも中止が発生した。一方で、コロナ禍における観光スタイル「事前予約で楽しむ京都旅」として、人数を限定し、密を避けて楽しめる体験プランを造成し、販売に取り組んだ。

【実施事業】

- ・ 僧侶による案内で巡る 世界遺産仁和寺 特別プライベートツアー
- ・ のんびり過ごす週末 宝泉寺で特別拝観と写経体験
- ・ 謎解きタウン リアル謎解きゲーム 京の謎の旅 壬生の狼と回想録の謎
- ・ 京都最大の禅寺 妙心寺「松翠の禅」～特別拝観と座禅体験～
- ・ 南禅寺参道 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
- ・ 能楽金剛流特別企画 能楽入門 幽玄の世界を体験
- ・ 朝活！杉本家10代目当主に聞く 150年の時を刻む京町家で「夏の朝茶漬け」
- ・ 京都・三尾探訪ウォーキング〈高雄・槇尾・梅尾〉
- ・ 寺社めぐりサイクリングツアー in京都・大原野
- ・ 古都の名刹・高台寺“夜の観月茶会”
- ・ 冷茶で涼やかな夏を！日本茶インストラクターによるお茶講座と茶フレンチの昼食
- ・ 特別拝観！刀剣ファン必見 伝説の「鬼切丸」と北野天満宮ツアー

- ・僧侶のご案内でめぐる 黄檗宗大本山 萬福寺で特別煎茶体験
- ・神職のご案内する パワースポット貴船神社
- ・国宝 鳥獣人物戯画のお寺 世界遺産 高山寺 特別拝観
- ・スカイホップバス京都 時間内はお好きなバス停で乗り降り自由です！
- ・僧侶のご案内でめぐる 小野小町ゆかりの随心院 特別拝観ツアー
- ・僧侶のご案内する 三千院 時間外特別拝観
- ・音で飛ぶ、新体験“SOUND TRIP”と三千院でお抹茶体験
- ・新選組ファン必見！壬生寺ご本堂と名刀「和泉守兼定」の特別公開
- ・オーディオガイドで巡る 壬生寺で新選組の「誠」を学ぶ旅

参加者数（7～9月） 計2,409人

### 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の企画の一環として、毎年6月に開催される花街イベント「都の賑い—京都五花街合同公演—」（主催：京都花街組合連合会・京都伝統伎芸振興財団）に事業協力をする予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。

## イ 第55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年度は、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した。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、当初1月9日であった開始日を3月1日に延期して開始し、実施期間については4月11日まで延長した。

○公開期間 令和2年3月1日～4月11日（公開箇所により異なる）

○公開箇所 方広寺、智積院、東福寺三門・龍吟庵、大徳寺聚光院、大徳寺瑞峯院、妙蓮寺、龍安寺蔵六庵・「芭蕉図」、仁和寺金堂・五重塔、妙心寺大雄院、東寺五重塔、東寺小子房

○拝観者数 54,744人

### 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、凜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。当初1月9日であった開始日を3月13日に延期して開始した。

#### 【コース詳細】

コース名	対象箇所
きらめく国宝・重要文化財の美	方広寺、豊国神社、東福寺三門、東寺五重塔、仁和寺金堂・五重塔、天姥
美の庭園めぐり ～永徳、利休、三玲 天才たちの美意識～	大徳寺 聚光院、大徳寺 瑞峯院、東福寺 龍吟庵、東福寺 光明院、泉仙、俵屋吉富
華麗なる障壁画の美をたずねて	智積院、東寺 小子房、妙蓮寺、妙心寺 大雄院、龍安寺 蔵六庵・「芭蕉図」、阿じろ

○乗車人数計 347人

③ 参加体験型イベントの企画実施

「京の夏の旅」と同様に、「京都「千年の心得」」をはじめ、「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、コロナ禍での観光スタイル「事前予約で楽しむ京都旅」として、人数を限定し密を避けて楽しめる体験プランを造成し、販売に取り組んだが、緊急事態宣言の発令により多くのイベントの実施を見送った。

【実施事業】

- ・僧侶による案内で巡る 世界遺産仁和寺 特別プライベートツアー
- ・のんびり過ごす週末 宝泉寺で特別拝観と写経体験
- ・謎解きタウン リアル謎解きゲーム 京の謎の旅 壬生の狼と回想録の謎
- ・国宝 鳥獣人物戯画のお寺 世界遺産 高山寺 特別拝観
- ・僧侶のご案内でめぐる 小野小町ゆかりの随心院 特別拝観ツアー
- ・新選組ファン必見！壬生寺ご本堂と名刀「和泉守兼定」の特別公開
- ・オーディオガイドで巡る 壬生寺で新選組の「誠」を学ぶ旅
- ・臨濟宗 興聖寺 苔庭ライトアップと夜坐禅
- ・僧侶による特別プライベートツアーとアフタヌーンティー
- ・金剛流特別企画 幽玄な舞台芸術 能楽体験
- ・織物作家・龍村周氏による解説付き錦織を使ったアクセサリ制作体験
- ・京都最古の禅寺 大本山建仁寺 早朝特別拝観
- ・僧侶のご案内で巡る 黄檗宗 海宝寺で普茶料理の昼食と特別拝観
- ・歴史ある京町家で春を愛でる 杉本家住宅の「雛まつり展」
- ・京都最大の禅寺 妙心寺「春寒料峭の禅」
- ・僧侶による御殿特別プライベートツアーと御用達和菓子作り体験

参加者数（1～3月） 計388人

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、京都駅ビルと連携した華道31流派によるイベント「ジャパンスピリッツin京都 特別展～ハナノチカラ～」や、物産出品協会と連携した全国各地での京都物産展での花街の文化のPR等を通じて、京都の文化を紹介する企画を実施した。

(3) 春季特別公開事業、秋季特別公開事業

春季は1箇所（靈鑑寺）、秋季は3箇所（金戒光明寺、浄住寺、旧三井家下鴨別邸（主屋二階・三階望楼））の特別公開を実施した。特に秋季は、新型コロナウイルス感染症対策として、事前予約優先による受入れを行った。

○公開箇所	春季：靈鑑寺	令和2年3月20日～4月5日
	秋季：浄住寺	令和2年11月21日～12月6日
	旧三井家下鴨別邸	令和2年11月19日～12月15日
	金戒光明寺	令和2年11月13日～12月6日

○拝観者数（春季・秋季合計） 26,246人

#### (4) 三大祭観覧席設置事業（四大大行事の執行支援）

##### ア 三大祭観覧席設置事業と宣伝販売促進

例年、葵祭・祇園祭山鉾巡行・時代祭の京都三大祭当日に、快適に楽しんでいただける有料観覧席を設置し、旅行会社等へのセールス活動やマスコミ等への報道要請を行うとともに、各祭をわかりやすく紹介したパンフレットを作成・販売し、三大祭の魅力を発信している。

令和2年度は、好評を得ている「葵祭ロイヤルシート」、「まなび席（葵祭・祇園祭前祭）」、「祇園祭後祭り改め観覧席プレミアム席」の増席を予定していたが、新型コロナウイルスの影響により、三大祭の行列、巡行が全て中止となり当事業も実施を見送ることとなった。

##### イ 京都四大大行事等の執行支援

葵祭及び京都五山送り火においては、協賛会事務局の運営を担い、例年募金活動等を行っている。また、三大祭に京都五山送り火を加えた京都四大大行事に対し、安定した執行及び保全を図るため、例年補助金を交付している。

しかしながら令和2年度は、新型コロナウイルスの影響により、京都四大大行事の全てが縮小開催や中止となり、各補助金とも大幅減額での交付となった。

#### (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、新たな旬の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した。寺社での解説付き早朝特別拝観や能楽体験、酒蔵見学と日本酒講座といったプランを整備したほか、JRや旅行会社の企画等も合わせて、幅広い客層へのアプローチを見据えた誘致宣伝を図った。

また、WEBでの事前予約を本格開始し、予約による分散観光の促進、密を避けること等でコロナ禍においても安心・安全な観光スタイルを訴求した。

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」と統合した。

#### (6) 京の食文化魅力発信事業

##### ア 食を生かした観光振興

観光客や市民に対し、「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ため、京都観光Navi内に「食の京都」ページを開設し、「魅力を知る」、「味わう」、「学ぶ」のテーマ別に、取材記事等を掲載するとともに、京都の食に精通した各分野の方々にゲストに招き、オンラインイベントを開催した。

##### イ 食遊業都

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し、京都の食文化のPRと観光客の誘致推進を計画したが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

##### 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）については、新型コロナウイルス感染症の

影響によりオンライン開催となったが、京の冬の旅とも連携して、京の食文化の発信に努めた。

#### 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」(3月)を開催。京都市中央卸売市場第二市場と連携し、参加店舗において「京都肉」、「京都ぼーく」を使用した特別メニューを提供するとともに、生産者団体による参加店舗への食材のプレゼンテーションを実施し、京都産食材の認知度向上や消費拡大を図った。

なお、「京都レストランサマースペシャル」は、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

#### オ ぐるなび情報ラウンジ

飲食店情報のポータルサイトを運営す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に設置する「ぐるなび情報ラウンジ」において、会員の店舗を中心に飲食店の紹介や相談対応を行った。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により利用者が激減したことから、9月末日をもって閉所した。

○相談者数 386組 (令和元年度 2,751組 4月～9月 1,376組)

○紹介店舗数 935件 (令和元年度 6,545件 4月～9月 3,465組)

### (7) 京の七夕

京都市、京都府などで構成する「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予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、ライトアップなどの集客イベントは実施せず、「一年に一度願いごとをする」という七夕にちなみ、「願いごと」の募集のみWEBを中心に実施した。公式ホームページやYouTube、SNSによる情報発信に重点をおいてPRを行った結果、全国からの応募数は前年比約60%増加した。

○「願いごと」募集期間：令和2年6月24日～8月11日 48日間 (令和元年度31日間)

○「願いごと」件数：8,133件 (令和元年度 4,943件)

### (8) 京都・花灯路

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で構成する「京都・花灯路推進協議会」の事業企画・進行管理を担い、12月には新型コロナウイルス感染対策を講じて京都・嵐山花灯路-2020を開催した。しかしながら、3月初旬に予定していた京都・東山花灯路-2021は、緊急事態宣言の発出を踏まえ中止となった。

#### 【京都・嵐山花灯路—2020】

○開催期間 令和2年12月11日～20日 10日間

○来場者数 389,000人 (令和元年度 1,003,000人)

#### 【京都・東山花灯路—2021】 ※開催中止

○開催期間 令和3年3月5日～14日 10日間

## (9) 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の運営

京都市、大津市、両市観光協会などで構成される「琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会」の事務局を担当し、平成30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した。3年目を迎えた「びわ湖疏水船」の運航事業については、春季秋季ともに実施したが、新型コロナウイルス感染症の影響により、春季運航については期間途中で運休、秋季運航については、安心安全に乗船いただけるよう、感染症への対策をしっかりと講じ、持続可能な通船運営に努めた。

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やWEBサイトの開設、PRパンフレットの発行、日本遺産認定記念シンポジウムの動画配信といった琵琶湖疏水の魅力発信に努めた。

### 【「びわ湖疏水船」運航実績】

○運航期間（春季）令和2年3月28日～4月6日 9日間（当初計画～6月28日）

（秋季）令和2年10月1日～11月30日 47日間

※春季は新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の発令により、4月7日以降の運航を休止

	春季	秋季	合計
乗船者数	1,011名	5,386名	6,397名
乗船率	74.9%	93.4%	89.9%

## 2 情報発信の充実

### (1) 公式サイトの運営

ア 京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」の運営

二度の緊急事態宣言の発令や、GoToトラベルキャンペーンの停止や内容の見直しなど、コロナ禍において刻々と変わる情勢においても、観光客に対して正確かつ適切な情報の発信及び運用を行った。

- ① 「Stay Home, Feel Kyoto」、「I miss Kyoto」キャンペーンの実施
- ② 行事・イベントの中止・延期情報の収集と発信
- ③ 観光案内所と連携した「デジタル観光案内所」の新設
- ④ 寺社仏閣の特別拝観やイベントなどについて、外部プラットフォームを活用した事前予約制の導入
- ⑤ 京都一周トレイルや自転車観光など、三密を避けた新たな観光コンテンツの実装
- ⑥ 「京都観光版ガイドライン」や「京都まちけっと」など、新たな生活様式に則した観光を推進するコンテンツの実装

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

コロナ後に訪れるインバウンド再開に向けて、ターゲットとなる文化への理解や関心の高い外国人観光客に向けた訪問意向の醸成と安心安全の訴求に努めた。

- ① 「Stay Home, Feel Kyoto」、「I miss Kyoto」キャンペーンの実施
- ② 地元目線で魅力を伝える外部コンテンツの翻訳・掲載



- ③ 市内観光事業者の感染症対策を記事形式により連載
- ④ 京都一周トレイルや自転車観光の記事形式により紹介

#### ウ SNSを活用した情報発信

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。行事・イベントの中止・延期情報などをタイムリーに発信するとともに、公式サイトと連携し、各種キャンペーンの告知を行った。

### (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

新型コロナウイルス感染症の影響により、4月11日から6月18日までの間閉所となった（電話による観光案内は継続）。三大祭を含む多くの祭りや行事の中止や縮小が相次ぐ中、社寺や観光施設の休止状況、再開時期や休止期間の変更等の情報収集を行い、来所者や電話での各種問合せに対応した。

案内所の再開に際しては、感染症対応ガイドラインに基づき、来所者同士の1メートルの間隔の確保や、相談カウンターへのビニールカーテンやアクリル製の衝立の設置など、感染予防対策を強化した。

また、イベント等を紹介する刊行物の発行が相次いで中止となる中、京なびオリジナルの案内用資料を作成するとともに、災害用のデジタルサイネージを活用し、来所者への情報発信に努めた。

来所者数については、Gotoトラベルキャンペーンが追い風となり、紅葉シーズンの11月には日本人の来所者が34,962名（前年同比78.3%）まで回復したものの、外国人の来所者がほぼなく、年間の来所者は134,510名（前年同比20.7%）にとどまった。

#### イ 京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託

「京なび」と同様に、新型コロナウイルス感染症の影響により、4月11日から6月18日までの間閉所し、電話による案内のみを行ったほか、社寺や観光施設の休止状況等の情報収集と発信を行った。来所者数については、9,988名（前年同比22.1%）となった。

まちなか観光の拠点として、飲食店の紹介に特化した「ぐるなび京都ラウンジ」、授乳や礼拝等の伝統的な慣習等にも対応できる多目的スペースを設置し、「京なび」とは異なった役割を果たしてきたが、京都市からの受託終了に伴い、令和3年3月末日をもって閉所となった。

#### ウ 観光地図の作成

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う国内外からの観光客の大幅減に伴い、観光地図の作成は見送ることとした。

### (3) 臨時観光案内所の運営

例年、京都駅において桜と紅葉の時季及びゴールデンウィークに臨時観光案内所を開設していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により観光客が大幅に減少したため、令和2年度は開設を見送ることとした。

また、東京オリンピック・パラリンピックについても開催が延期されたため、これに合わせて開設を予定していた臨時観光案内所の開設も見送ることとした。

#### (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）の運営を行い、現地の有力メディアに対し、将来の京都来訪につながる観光・文化情報の発信を実施した。

##### 【海外情報拠点設置都市】

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、マドリッド、シドニー、上海、台北、香港、クアラルンプール

##### 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った。

特に、世界における新型コロナウイルス感染症の拡大により、海外メディアの来訪による直接的支援が困難な中、現地メディアへの助言や情報提供を充実させ、今後の取材再開に向けたオンライン支援を強化した。

##### 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」の運営を行った。

また、東京オリンピック・パラリンピックや国際的イベント等の開催等を機に、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」を通じて、報道機関等に素材を提供し、京都のメディア露出の更なる拡大を図った。

##### エ 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に対し、今後のインバウンド復活に向けた意見交換や、協会において実施している事業等の情報提供を実施した。

### 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、受入環境整備のための助成金を交付する予定であったが、令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の影響により事業の実施ができなかった。

#### (2) 買物環境整備・キャッシュレス促進

24時間の多言語通訳・翻訳コールセンターを運営するとともに、市内免税店を含む観光関連事業者を対象に、新型コロナウイルス感染症の影響により加速するキャッシュレス決済の最新状況等について、オンラインによるセミナーを開催した。

### 4 宿泊観光の推進

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取り組みとして、WEB上で「京都 朝観光・夜観光」の充実や、隠れた名所をモデルコースで紹介する「京都通旅」

の掲載等により、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した。

### 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）

伏見、大原、高雄、京北、西京、山科などの観光魅力を継続して発信するとともに、観光地経営事業者（DMC）の支援等を行った。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、地域の魅力の掘り起こしのため、解説付き特別拝観や座禅体験といった体験コンテンツを造成し、事前予約での販売を行った。また、京都府や交通事業者、雑誌等のメディアと連携したプロモーションも実施した。

##### (2) 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魅力を発掘・活用し、コロナ禍でも安心安全な京都観光を楽しむコンテンツの開発や情報発信をすることにより、地域への集中緩和を図る事業を推進した。

###### ア 京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」での特集ページ作成

「京都通旅」と題し、西陣・太秦・梅小路エリアにスポットをあて、エリアごとに女子旅、アクティブシニア、ファミリーをターゲットとした特集記事を作成し、京都の隠れた名所への誘客と魅力発信に努めた。

###### イ 広告媒体を活用した情報発信

隠れた名所を紹介するため、交通新聞社発行の「別冊旅の手帖」に西陣・北野エリアのモデルコースや観光スポットを掲載し、観光客の誘導を図った。

##### (3) 朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）

コロナ禍における京都の朝夜の魅力ある観光コンテンツの開発や情報発信を行い、安心安全な京都観光を楽しむ有効な時間の活用方法を提案することにより、時間の分散化を図った。

###### ア 公式WEBサイト「京都 朝観光・夜観光」の運営・拡充

京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」内の専用ページにおいて、コロナ禍でも自宅で楽しめる京都の朝・夜の観光情報や、株式会社ぐるなびとの連携による「朝ごはん」、「夜ごはん」を特集したグルメ情報、三密回避で楽しめる事前予約制のイベント情報などを発信するとともに、サイトの利便性向上のための改修など、京都朝観光・夜観光の魅力発信に努めた。

###### 【記事内容】

- ・ Kyoto Photo Spot（京都の朝夜の風景を写真で楽しむ）
- ・ 市バス、地下鉄に乗って楽しむ京都の朝
- ・ 夜間特別拝観とライトアップ
- ・ ナイトミュージアム
- ・ ライタータイアップ記事（新型コロナウイルス感染症の影響により事業中止）

・四季の年中行事記事（新型コロナウイルス感染症の影響により掲載中止）

#### イ 「京都 朝観光」事業の実施

コロナ禍における観光客の分散を図るため、安心安全な京都観光の有効な時間の活用方法を提案した事前予約制の「早朝特別拝観」事業や朝限定の特別イベントなどを実施した。

##### ① 事前予約で楽しむ早朝特別拝観

###### 【実施内容】

実施寺院	内容	参加者数
・東寺	早朝特別拝観	102名
・智積院	早朝特別拝観と朝食	230名
・龍安寺	早朝特別拝観	111名
・大徳寺大慈院	坐禅体験と食事	105名
・建仁寺	早朝特別拝観	49名

##### ② 京都朝参り～朝限定の御朱印をいただく～

○実施内容 京都市内の9箇所の社寺にて朝限定の御朱印を設定するとともに、正式な参拝方法を紹介するなど、朝観光の推進と参拝マナーの向上を図った。

○実施期間 令和2年8月1日～8月31日

○対象社寺 上賀茂神社・平安神宮・平野神社・東寺・天龍寺・清水寺・仁和寺・龍安寺・高台寺

○御朱印枚数 6,869枚

#### ウ 「京都 夜観光」事業の実施

観光客の分散を図るため、京都の夜の過ごし方を提案する事業を企画したが、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、事業の実施を見送った。

##### ① 新規オープンのホテルとタイアップした夜観光事業

ホテルの新規開業に合わせ、イベントプロモーターと連携したナイトカルチャーの提案やプレス、インフルエンサー向けの体験イベントを企画したが、実施を見送った。

##### ② 京都の夜を楽しむ「京の夜遊び」事業

京都市内で夜遅くまで楽しめる施設やバー、飲食店の紹介により、ナイトタイムエコノミーを活性化させ、観光消費の促進を図る事業を企画したが、実施を見送った。

#### (4) 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. 7】

#### (5) 混雑可視化

令和元年度に、京都観光公式WEBサイト「京都観光Navi」上において混雑緩和を目的として開発した観光快適度予測のページを、三密を回避した観光を促すための「観光快適度マップ」として刷新し、以下の機能の実装を行った。

ア スマートフォンの位置情報ビッグデータをもとに観光快適度（混雑度）の予測結果を掲載。対象エリアを、昨年度までの3箇所から11箇所に拡大。春・秋の繁忙期のみ行っていた時間帯別の予測

を通年にし、よりきめの細かい情報提供を行った。年度末時点では、検索サイトで「京都 混雑」と検索した際に最も上位に表示されるページとなっており、観光地における混雑を懸念する観光客が安心して観光できるための情報発信となっている。

イ 主要観光地5地点において定点カメラを設置し、混雑状況を視覚的に把握できる映像の同時配信を開始した。より多くの方にご利用いただけるよう、動画は公式サイトだけでなくYouTube上での配信も行っている。

ウ 混雑する地点の周辺の魅力を伝え、観光地における回遊性を高めるために、各エリアを対象としたイラストマップを作成した。マップの作成にあたっては、京都発のベンチャー企業のサービスである「利用者の位置情報がマップ上に連動して表示される機能」を採用し、観光客の利便性向上を図った。

エ 民間WEBメディア約20社の協力のもと、人気観光地周辺の穴場スポットを紹介する記事リンクを100件超掲載することで、観光地が混雑している際の代替案となる旅行先の情報を提供した。

## 2 マナー対策

### (1) マナー啓発

京都を訪れる日本人観光客を対象に、これまでからの観光マナーに加え、感染症拡大につながる行動のリスクを最小化にすることを促すため、新たな啓発ツールとして「京都まちけっと」を開発し、交通機関等で適宜、情報発信を行った。

### (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事業であったが、新型コロナウイルスの影響により、令和2年度の実施はなかった。

## 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

調査対象施設を年度当初の58施設から68施設にまで拡大し、統計精度の向上を図るとともに、以下の新規調査項目を追加した。毎月の統計発表の他に、「11月の連休の動向速報」、「年末年始の動向に関する臨時調査結果」、「旅館稼働実態調査」の発表も行い、時宜に応じた情報提供に努めた。この結果、関連ページの年間閲覧回数は前年度比で約2倍となり、メディアによる報道件数は233件(前年度の4倍超)となった。

#### 【主な統計】

- ・ 3箇月先までの客室稼働率の予測
- ・ 観光庁「宿泊旅行統計」における京都市内宿泊施設の指標
- ・ 調査対象施設における平均客室単価の推移
- ・ 市内宿泊施設数の推移（開業・廃業件数）

- ・12週間先までの宿泊予約サイトにおける販売価格の推移
- ・ビッグデータに基づく国内各地の滞在人口の前年同期比推移
- ・京都市内の新型コロナウイルス感染症感染者数の推移
- ・インターネット上における京都観光への訪問意向を表す「行こう指数」

## 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

京都市における「京都観光振興計画2025」の策定にあたっては、各種データの提供や業界団体との合意形成の協力をを行った。また、策定の過程で「京都観光行動基準（京都観光モラル）」を発表し、持続可能な観光の推進を目的に観光事業者・従事者等、観光客、市民と共有する取り組みの方向性を示した。

## 3 京都大学観光MBAとの共同研究

新型コロナウイルス感染症の影響により、当初予定していた研究テーマ（観光客に対する情報発信の最適化）を「コロナ禍における対策」に変更し、以下のとおり多角的な研究を行い、成果報告会（令和3年3月5日 オンライン配信）を開催した。

### 【研究内容】

- ・京都観光の復興戦略シナリオの分析
- ・京都観光コアファン層のニーズ調査
- ・ソーシャルメディアによるプロモーション
- ・京都の旅館・ホテルのニューノーマルな事業のあり方
- ・リモート・ワーク向けの観光商品市場のあり方

## 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

当協会とアカウントの共有をいただいている約200施設のGoogle上での検索回数データを集計し、統計値を毎月発表することで、各施設のマーケティング活動を支援した。

## 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（33名）を新たに認定した。

### 2 観光事業者スタッフ向け外国語研修の実施

新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドが消滅したことから、従来の業種別の研修ではなく、観光事業者からの派遣依頼に基づく出張型研修を実施した。

### 3 宿泊施設活性化事業の実施

ウィズコロナ時代に求められる、より付加価値の高いサービスの提供が可能となるよう、接客研修を含む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、旅館の魅力をPRするべく、オンライン予約サイトを活用した広報宣伝を行った。

## 重点テーマ6 事業者支援

### 1 文化財施設等の支援

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の新たな取組として、施設の認知向上と維持管理等に寄与するクラウドファンディングによる情報発信を実施した。

### 2 観光事業者の交流の場の創出

新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定していた対面での交流の場の創出は実現できなかったものの、感染症対策の一環として、Facebook上に情報交換用のコミュニティを創設し各種情報の提供を行った。

### 3 宿泊施設活性化事業の実施 【再掲 P.15】

### 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

#### (1) 事業広報

事業者向けWEBサイトに投稿する各種情報のカテゴリや、関連付ける事業領域の整理を行うことで、サイト内の回遊性を高め、当協会事業の全体像を把握していただきやすい情報発信に努めた。新型コロナウイルス感染症の影響で当初予定されていた事業が中止になったため、広報発表件数は減少したものの、メディア掲載件数は増加した。

	令和2年度	令和元年度	前年比
広報発表件数	94件	125件	24.8%減
メディア掲載件数	751件	608件	23.5%増

#### (2) 事業広聴

問合せ窓口ページの機能を強化し、よくある質問を整理することで閲覧者による自己解決を支援するとともに、新規事業や新規入会につながる問合せに集中して対応ができるよう業務改善を図った。

○令和2年度問合せ件数 456件

## 重点テーマ7 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

京都府域をはじめ、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程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計画であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送ることとした。

## 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

令和2年度までとなっている現行の経営戦略の総括と次期戦略の策定を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、今後の見通しが不透明であることから、策定は令和3年度に延期することとした。

### 2 観光協会事業のPDCAサイクルの運用

事業ごとに、事業内容や収支予算、今後の取組予定などを記載したシートを作成し、進捗状況や課題などを共有するとともに、広報発表のメディア露出状況を効率的に集計する仕組みなど、客観的に各事業を評価する手法の開発を進めた。



## <事業報告詳細>

### 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、三都市で連携して誘致宣伝に取り組むとともに、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た。

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえながら、夏に関西近郊のマイクロツーリズム促進を目的として、スマートフォンとICOCAを利用したデジタルスタンプラリー「三都をめぐる サマーキャンペーン」を開催した。

また、冬季は、JR西日本エリア（九州・北陸）からの旅行商品による送客キャンペーン「三都スペシャルキャンペーン」の実施に向けて、市内観光事業者と連携して着地特典等を整備したが、緊急事態宣言の発令等を受けて中止となった。

##### (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東海の媒体等を活用した京都PRを展開するとともに、PRと連動した受入対策を推進した。

また、コロナ禍を契機とした、JR東海「ずらし旅」の旅行商品向け体験プランへの素材提供や、秋の「高雄もみじちゃんまつり」の共同PR等を実施した。

##### (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ともに、受入体制の整備及び強化を図った。

##### (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年度から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、令和2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し、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組んだ。

なお、「千年の心得」等の体験プランについては2月末まで中止することとなった。

例年開催している全国宣伝販売促進会議については、新型コロナウイルス感染症の影響により中止せざるを得なかったが、令和3年度の「京の冬の旅」キャンペーン内容については、冊子の送付と専用のWEBページを設置し、旅行商品の設定及び宣伝販売促進を要請した。

##### (5) JR各社との連携

JR各社と連携し、観光客誘致につながる旅行商品の設定や宣伝活動に取り組んだ。

## 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った。

- (1) 京都観光Naviの運営 【再掲 P. 8】
- (2) 多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」の運営 【再掲 P. 8】
- (3) SNSを活用した情報発信 【再掲 P. 9】
- (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. 15】

## 3 海外情報拠点の運営 【再掲 P. 10】

## 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については、新型コロナウイルス感染症の拡大によりオンライン開催となったITB Asia 2020 Virtual（シンガポール：10月）、WTM Virtual（イギリス：11月）、DTTT X' Festival（イギリス：12月）、JNTO Japan Showcase（アメリカ：2月）、ITB Berlin Now（ドイツ：3月）等にオンライン出展し、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った。

## 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の展開や、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、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計画であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。

## 6 メディア支援

- (1) 海外メディア取材支援 【再掲 P. 10】
- (2) 貸出用写真・動画素材の拡充 【再掲 P. 10】
- (3) 京都コンシェルジュ研究会 【再掲 P. 10】

## 7 食を生かした観光振興 【再掲 P. 6】

## 8 広域インバウンドプロモーション 【再掲 P. 16】

## 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. 13】
- (2) 混雑可視化 【再掲 P. 12】
- (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った。

### 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・効率的に実施した。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できるよう取り組んだ。

- (1) 京都市観光協会データ月報の充実 【再掲 P. 13】
- (2) 京都観光総合調査の分析

新型コロナウイルス感染症の影響で市場環境が大きく変化したため、前年時点を対象にした京都観光総合調査に関する分析は簡易な内容に留め、その他の分析業務に注力した。

- (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. 14】
- (4) 京都大学観光MBAとの共同研究 【再掲 P. 14】
- (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. 14】

### 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. 11】
- (2) 隠れた名所の活用等による分散化 【再掲 P. 11】
- (3) 朝観光・夜観光の推進(時間の分散化) 【再掲 P. 11】
- (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. 4】
- (6) 春季特別公開事業、秋季特別公開事業 【再掲 P. 5】
- (7) 京都市認定通訳ガイドの育成・活躍支援 【再掲 P. 14】

### 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. 16】

### 5 伝統行事・伝統文化の振興

- (1) 三大祭観覧席設置事業(四大会社の執行支援) 【再掲 P. 6】
- (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. 6】

### (3) 京の食文化魅力発信事業

- ア 食遊業都 【再掲 P. 6】
- イ 京料理展示大会 【再掲 P. 6】
- 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. 7】
- エ ぐるなび情報ラウンジ 【再掲 P. 7】

## 6 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 【再掲 P. 8】
- (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. 13】
- (3) 京都・花灯路、京の七夕 【再掲 P. 7】
- (4) 二条城との連携

元離宮二条城が開催する春の「二条城桜まつり」や、秋の「二条城まつり」事業へ協力し誘客に努めた。また、イベントの際には京の名産品展を開催した。

- 二条城桜まつり2020 令和2年3月20日～4月6日
- 二条城まつり2020 令和2年10月14日～12月7日
- 二条城桜まつり2021 令和3年3月19日～4月11日

#### 【京の名産品展】

- 二条城桜まつり2020 令和2年3月25日～4月6日
- 二条城まつり2020 令和2年10月23日～12月7日
- 二条城桜まつり2021 令和3年3月19日～4月11日

## 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

例年実施している各地の学校訪問や春季の京都駅での修学旅行歓迎式については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施しなかったが、京都総合観光案内所（京なび）及び京都市河原町三条観光情報コーナーにおいて、京都観光推進協議会策定の京都市版修学旅行ガイドラインや、修学旅行専用24時間感染相談電話の周知などで連携した。

- (2) 修学旅行受入環境の整備

京なび及び京都市河原町三条観光情報コーナー窓口において、下見等で来所された学校関係者からの相談対応、観光地図をはじめとする修学旅行向け資料の提供を行ったが、新型コロナウイルス感染症の影響による修学旅行の中止・延期を受け、下見等で来所される件数（校数）は大きく減少した。

また、全国の学校、旅行会社、下見に訪れた学校関係者等への修学旅行パスポートの配付のほか、ホームページの大幅なリニューアル、検索機能やマップ機能の追加など機能を充実させ、より使い易くするとともに、安心して観光できるよう各紹介施設の新型コロナウイルス感染症対策を掲載した。紙媒体としての修学旅行パスポートの冊子は7万部を作成した。

#### 【令和2年度 来所件数等】

- 京都総合観光案内所 124件（令和元年度 213件）
- 京都市河原町三条観光情報コーナー 156件（令和元年度 290件）

○協賛施設数 298施設（令和元年度 317施設）

## 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. 10】

(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した。

(3) 買物環境整備・キャッシュレス促進 【再掲 P. 10】

(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. 14】

(6) 宿泊施設活性化事業の実施 【再掲 P. 15】

(7) 観光事業者の交流の場の創出 【再掲 P. 15】

## 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. 9】

○令和2年度 相談者数 134,510人（令和元年度 649,872人）

○自動カウント機による来所者概数 332,662人（令和元年度 1,267,996人）

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. 9】

○令和2年度 来所者数 9,988人（令和元年度 45,280人）

電話対応 9,183件（令和元年度 20,975件）

3 観光地図の作成 【再掲 P. 9】

4 臨時案内所の運営 【再掲 P. 9】

5 市内観光案内所との連携

例年、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」の参画団体向け研修事業を京都市とともに実施していたが、令和2年度については、新型コロナウイルスの影響により開催が見送られた。

JR、京都市交通局など京都駅周辺に設置している案内所が参画する「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」においては、新型コロナウイルスに対する感染予防対策や、秋及び春の観光シーズンに向けての対応策などの情報交換を行い、安心安全な京都観光の実現に向けた連携協力体制の確立に努めた。

また、観光案内情報や災害時や緊急時の情報をリアルタイムで相互に確認できるよう、インターネットを介して共有する取組の拡大を図った。

## 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

令和3年1月で5年間の受託期間が満了することに伴い、京都市により、令和3年2月から5年間の店舗運営事業者の公募が行われ、当協会が引き続き選定され、運営することとなった。

GoToトラベルキャンペーンの効果により、売り上げ、店舗利用者数は一時回復したが、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、入城者数の激減、休城に伴う臨時休業により、平成28年3月のリニューアルオープン以来、右肩上がりで増加してきた売上は、初めて前年を下回った。

このような厳しい状況の中でも、入城記念符や、御城印帳などの販売は堅調で、特に秋や正月に限定販売した入城記念符や、秋の「二条城まつり」に合わせて販売を開始した二条城オリジナルフィギュアは、店舗利用者が極めて少ない中、購入率の高い人気商品となった。

### 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した。

## Ⅴ 観光施設等運営事業 (収益事業等会計)

### 1 重要文化財 旧三井家下鴨別邸の管理運営

指定管理者である旧三井家下鴨別邸運営コンソーシアムの代表団体として、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となるよう、運営管理を行った。

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の対策を徹底しながら、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、館内での案内や喫茶の提供、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。さらに、夏季には通常非公開の2階部分を、秋季及び冬季においては3階望楼部分の特別公開を開催した。

なお、当年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4月7日から5月24日までを臨時休館とし、貸室利用については5月31日まで使用を停止した。

○入場者数 24,808人 (令和元年度 52,879人)

## 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.15】

## 2 会員・事業者向けメールマガジンの運営

当協会の活動や、補助金等の最新情報をいち早く観光関連事業者に提供するため、京都文化交流コンベンションビューローと共同で「京都観光MICE NEWSletter」の配信を行った。

## 3 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」を発行し、会員に送付した。主催事業の紹介や結果報告、新入会員の紹介に加え、京都観光の現状や「京都市観光協会データ月報」のダイジェスト版を掲載し、会員への情報提供を行った。

## 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、観光事業振興に貢献のあった個人の表彰を行った。

○令和2年度 表彰者数

観光事業功労者 1名、観光業界功労者 3名、優良観光従事者 41名、花街芸妓表彰 2名  
合計 47名

## 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、観光客へのPRを実施した。

○令和2年度 共催・後援件数 67件

## 6 無料法律相談の実施

新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい経営を強いられている会員も多いことから、会員の法律事務所の協力を得て、無料法律相談を実施した。

# 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した。令和2年度は、万全の感染症対策を講じたうえ、10月15日に栃木県足利市において、36回目となる通常総会を開催し、全国13市町28名の参加のもと事業計画等が承認された。

○加盟市町数 41市町（令和2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画し、総会、事務主幹者会議（令和2年度はいずれも書面開催）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、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

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」の事務局を務め、会員施設を紹介する観光マップの配布やWEBサイトによる施設情報発信等、誘致宣伝・受入対策の推進を図った。

- 加盟施設数 24施設
- 共同宣伝パンフレットの配布
- ホームページやSNSでの施設情報発信
- 全国で開催される京都物産観光展での施設PR
- 京都観光推進協議会への参画

## 3 関係団体等との共同事業

主な関係団体及び関係団体との共同事業は以下のとおり。

- ・公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー
- ・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
- ・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
- ・公益財団法人京都市音楽芸術文化振興財団
- ・一般財団法人国民公園協会
- ・一般財団法人関西観光本部
- ・京都ブランド名産品公正取引協議会
- ・京都市まちの美化推進事業団
- ・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SKY観光ガイド協会
- ・京都一周トレイル会
- ・京都市メディア支援センター
- ・京都創生推進フォーラム
- ・京都岡崎魅力づくり推進協議会
- ・京都市地域活性化総合特別区域協議会
- ・京都マラソン実行委員会
- ・華道京展 特別企画
- ・京都文化力プロジェクト実行委員会



- ・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
- ・京都ツアーウォーク実行委員会
- ・京のアジェンダ21フォーラム
- ・「伝統産業の日」実行委員会
- ・「古典の日」推進委員会
- ・東海自然歩道連絡協会
- ・「ワールドマスターズゲームズ2021関西」京都市実行委員会
- ・嵐電サミット
- ・文化庁移転準備会議
- ・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
- ・「歩くまち・京都」推進会議
- ・京都エリア観光渋滞対策実験協議会
- ・「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
- ・伝教大師最澄1200年魅力交流委員会
- ・岡崎桜回廊十石舟めぐり実行委員会
- ・京都市音楽噴水運営委員会
- ・Living History in 京都・二条城協議会

## **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年を迎えたことを記念して、法人ロゴマークとは別に60周年記念ロゴマークを作成し、当協会発行の各種媒体に掲載・周知した。

なお、市民や市内事業者、会員に向けて、60年間の感謝の意を伝えるためにシンポジウム等の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施を見送った。

**Ⅹ 事務報告** (令和2年度定時総会～令和3年度定時総会)

**1 総会**

定時総会 (ウエスティン都ホテル京都) 令和2年6月11日

**2 理事会**

(京都東急ホテル) 令和3年3月24日

(書面開催) 令和3年5月21日

**3 委員会**

(1) 総務企画委員会

(京都ホテルオークラ) 令和3年3月17日

(書面開催) 令和3年5月14日

(2) 総務企画委員会JR部会

(書面開催) 令和2年9月18日

**4 決算監査会**

令和3年5月19日