

令和4年度事業報告 および 令和4年度決算

令和4年度は、令和2年から続くコロナ禍の中で初めて緊急事態宣言やまん延防止等重点措置といった行動制限がなく、全国旅行支援の実施、10月の水際対策の緩和、3月のマスク着用の考え方の見直しなど、着実にコロナ禍から観光が回復する一年となった。11月には当協会が発表する市内主要ホテルの客室稼働率は80.2%まで上昇し3年ぶりとなる高水準に達した。

当協会の事業においては、3年ぶりに祇園祭と時代祭の有料観覧席設置事業が実施できたほか、8月から秋までの閑散期には、日曜日・祝日の宿泊を促進する「京都「にち・とま」キャンペーン」を実施し、宿泊観光の促進を通じ市内での観光需要を喚起した。秋以降は、京都観光の急速な回復により、「京の冬の旅」をはじめとした誘致事業や、二条城売店、旧三井家下鴨別邸における収益事業が軒並み予想を上回る業績となった。

京都総合観光案内所「京ナビ」のDX事業では、案内所内や鉄道駅構内等にタブレット端末を設置し、チャットボットによる質問応対、利用者のニーズに応じた観光プランの提案等による観光案内、災害等緊急情報の発信、「京ナビ」スタッフとのビデオ通話等を実現した。

また、引き続き京都観光モラルの普及や混雑緩和対策、マナー啓発といった観光課題解消に向けた取組を実施した。

文化庁京都移転や大阪・関西万博を見据え、行政、経済界、文化・観光団体等オール京都で構成する文化庁京都移転プラットフォームや大阪・関西万博きょうと基本構想検討会に参画、京都が世界に誇る文化と観光を融合させるとともに、世界が集う万博の機運を捉えるべく、関係団体との連携強化を図った。

【参考】 令和4年度計画方針（令和4年3月23日理事会承認）

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

<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った。SNSを活用したフォトコンテスト開催によるブランディングや旅行会社と連携した「三都スペシャルキャンペーン」による三都市への集客等を通じ、三都市の周遊観光促進と魅力発信に努めた。

(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、メディアを活用した京都PR及び観光コンテンツの充実を推進した。

(3) 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5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た。また、プロモーション媒体や全国宣伝販売促進会議等の活用を通じ、他事業との連携や会員をはじめとした観光事業者の参画を促進し、キャンペーン効果の更なる向上に取り組んだ。

2 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

「京都観光Navi」において、イベント情報を中心に継続的に発信し、観光客の利便性向上に努めた。令和4年度の主な実績は以下のとおり。

- ① 災害・緊急時の対応についての情報を集約して発信（令和4年10月～）

<https://kyonavi.kyoto.travel/jp/hazard/>



④ 市内イベントの中止・延期情報について発信（随時）

<https://ja.kyoto.travel/news/format.php?id=143>



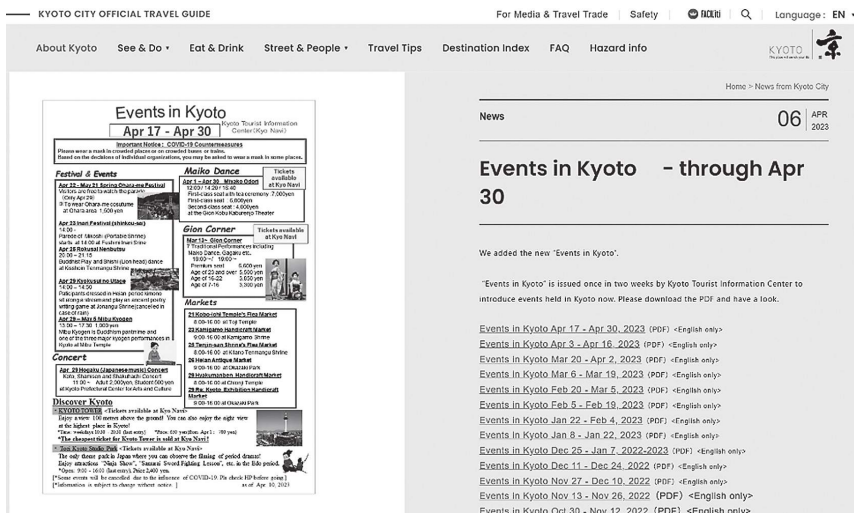
指標	令和4年度	令和3年度	増減率
イベント情報更新件数	1,112 件	676 件	+64.5%
ページ閲覧回数	2,861 万回	1,784 万回	+60.4%

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

京都ブランドの維持向上やコロナ禍からの回復期の来訪機運を醸成するため、他社メディアとの連携のもと、関心の高いテーマについて、記事を定期的に発信した。また、コロナ禍以前の観光課題を発生させないため、浸透に一定時間を要する観光モラルやマナー情報についての情報を継続して発信した。令和4年度の主な実績は以下のとおり。

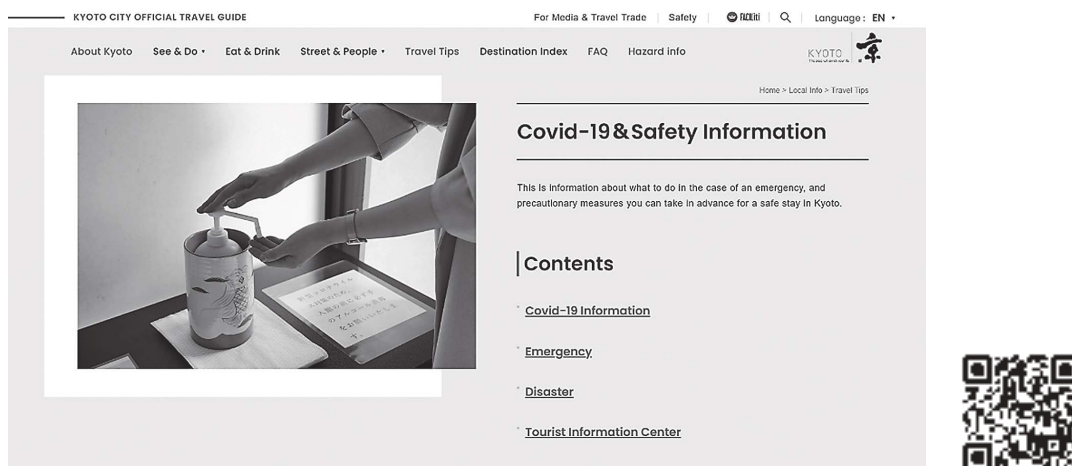
① イベント情報（英語）を隔週で掲載開始（令和4年6月～）

https://kyoto.travel/en/news/events_in_kyoto.html



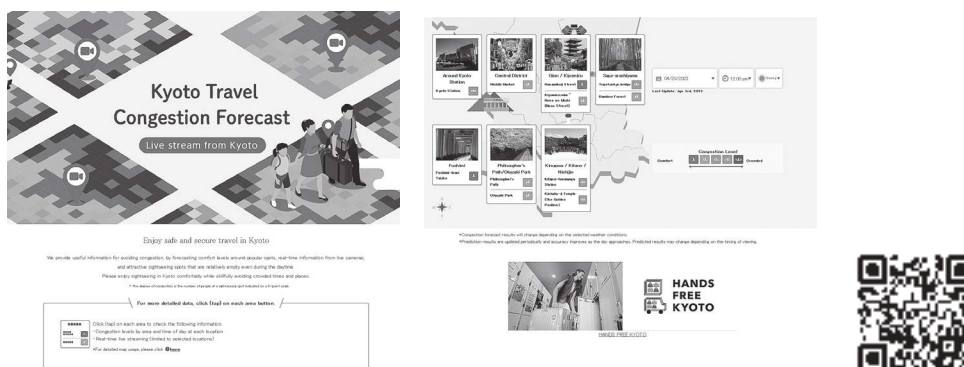
② 感染症対策、防災情報のページ強化（令和4年8月）

<https://kyoto.travel/en/info/safety/index.html>



③ 多言語版観光快適度マップの開設（令和4年10月）

<https://global.kyoto.travel/en/comfort/>



指標	令和4年度	令和3年度	増減率
掲載記事数	67件	24件	+179.2%
ページ閲覧回数	99万回	53万回	+86.8%

(3) SNSを活用した情報発信

「京都市観光協会経営戦略2025」の経営指標として、Facebook（日本語、英語）やTwitter、Instagramの公式アカウントにおけるフォロワー数を掲げており、令和6年度末までにFacebook日本語アカウントは5万人、Facebook英語アカウントは60万人、Instagramは4万人、Twitterは3万人を目標としている。

これら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った。

Facebook日本語アカウント/Twitterアカウント「京都観光Navi」実績

指標	令和4年度	令和3年度	増減率
投稿件数	475件	185件	+156.8%
Facebook フォロワー数	約3.8万人	約3.4万人	+ 11.8%
Twitter フォロワー数	約1.6万人	約0.5万人	+220.0%

Facebook英語アカウント「Visit Kyoto」実績

指標	令和4年度	令和3年度	増減率
投稿件数	76件	21件	+261.9%
フォロワー数	約49.8万人	約50.1万人	- 0.6%

Instagramアカウント「visit_kyoto」実績

指標	令和4年度	令和3年度	増減率
投稿件数	55件	12件	+358.3%
フォロワー数	約3.9万人	約2.6万人	50.0%

災害時の情報発信の実績

発信日	概要
令和4年6月16日	JR 京都線、終日、列車に遅れや運転取り止め
令和4年7月19日	大雨、記録的短時間雨量歴代一位を観測
令和4年9月18日	台風接近の予報
	JR 西日本ツイート
	JR 東海ツイート
令和4年9月19日	台風14号に伴う影響、交通・災害情報
	京の夏の旅 予定通り催行
	京阪ツイート
	叡電ツイート
	台風14号に伴う影響、交通・災害情報
	暴風警報発令ツイート
	京の夏の旅 13時で終了
	台風14号に伴う影響、交通・災害情報
令和4年9月24日	台風14号 災害注意喚起（日・英）
	台風15号（大雨）に伴う東海道新幹線の運休
令和5年1月24日	阪急ツイート
	雪の影響の注意喚起
	京の冬の旅 中止の可能性について
令和5年1月25日	雪の影響の注意喚起
	冬の旅定期観光バス運休
	大雪情報第一報

発信日	概要
	京の冬の旅 大雪のため休止・変更
	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
	京の冬の旅注意事項
令和5年 1月26日	京の冬の旅の実施について
	雪の影響
	京の冬の旅の実施について
令和5年 1月28日	大雪情報
	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
	雪の影響
令和5年 1月29日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 1月30日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 1月31日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 2月15日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 2月21日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 2月22日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報
令和5年 2月23日	施設・イベントの休止、交通機関の運行情報

(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

会員をはじめとした事業者向けの公式WEBサイトとして、当協会の事業に関する広報を中心に発信し、新規会員の勧募や、事業へ参画いただく企業の募集等に取り組んだ。また、事業者向けメールマガジン（京都観光MICEニュースレター）の配信も定期的に行い、平均開封率は60%以上の高水準で推移した。令和4年度の主な実績は以下のとおり。

○令和4年7月 メールマガジン デザインリニューアル

○令和4年10月 事業者向けWEBサイト 事業紹介ページ等の見直し

指標	令和4年度	令和3年度	増減率
情報掲載件数	96件	77件	+24.7%
ページ閲覧回数	70万回	67万回	+5.3%
メルマガ配信回数	35回	35回	±0.0%
メルマガ購読者数	15,591名	14,902名	+4.6%

3 海外情報拠点の運営

(1) 京都市海外情報拠点運営事業

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の運営を行った。

10月からの水際対策緩和を受け、当協会から発信した市内における新規開業施設やイベント開催の情報、マナー啓発、観光モラル等の情報を踏まえ、各拠点から京都観光の魅力強化及び情報の周知について、現地有力メディアに対し観光・文化情報とともに発信した。

(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、シドニー、台北

(2) 旅行博・商談会への参加

国内外で開催されている旅行商談会に会員を募って参加し、デスティネーションとしての京都をPRした。また、多くの顧客を有する海外の有力旅行会社関係者に対し、市内の旅行事業者等に関する情報を提供する等、海外から京都への旅行商品造成に係るアドバイス及びネットワーク構築を図った。

参加商談会一覧

日程	商談会名 (開催地)
2022年9月	ILTM APAC (シンガポール)
	VJTM (日本)
2022年10月	Japan Luxury Showcase (オンライン)
2022年12月	ILTM Cannes (フランス)
2023年3月	ITB Berlin (ドイツ)



商談の様子 (ILTM APAC)



(ILTM Cannes)

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）の取材誘導と受入を推進し、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。

特に水際対策の緩和を機に、海外メディアから来訪の問い合わせが増える中、コロナ禍に開業した新規ホテルの情報ははじめ、最新の情報提供を充実させた。

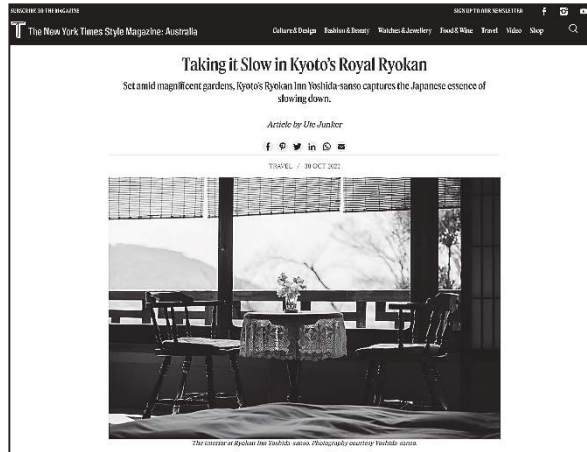
主な支援先：アメリカ、イギリスの大手旅行雑誌「Conde Nast Traveler」、オーストラリアのウェブニュースサイト「NYT Australia」、台湾の有力ファッション誌「Ciao潮旅」等

支援件数：37件 広告換算額 合計1.3億円以上

(前年度 支援件数：23件 広告換算額 合計1.8億円以上)



アメリカメディア「TIME」



オーストラリアメディア「NYT Australia」

(2) 貸出用写真・動画素材の拡充

destinations 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」及び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、メディア露出の更なる拡大を図った。

対応件数：「KYOTO IMAGE BANK」31件 「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」8件

(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発信した。また、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ための研修を実施した。

参画ホテル数：13施設→22施設（+9施設）

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、経営上の改善策を講じるためのセミナーの開催、専門家による個別相談や伴走支援により、コロナからの回復に向けて事業支援を行った。

支援種別	実績数
セミナー（計4回）	147名
個別相談	16名
伴走支援	16店

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

令和2年度に発表した京都観光モラルの周知啓発を目的として、市内宿泊施設200件超のロビーや客室等において、多言語での映像配信やチラシ配架を開始した。また、観光モラルについて市内在住外国人による座談会を開催し、記事や動画で配信した。さらに、近畿運輸局による実証事業として実施された「京都観光モラル推進宣言事業者」の募集に協力し、登録された約200件の店舗・施設等の情報を特設WEBサイトに順次掲載した。年度末には、推進宣言事業者のなかから25社を「持続可能な京都観光を推進する優良事業者」として選定し、表彰式を開催した。



市内在住外国人との京都観光モラルについての座談会



持続可能な京都観光を推進する優良事業者 表彰式



京都観光モラル周知啓発動画 京都の観光スタイル知っていますか? 「社寺拝観」篇
(上段:日本語 下段:英語)

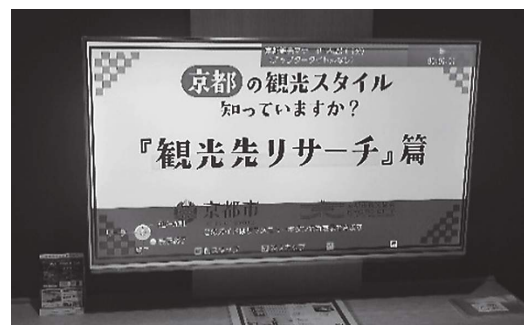


京都観光モラル周知啓発 デジタルサイネージ用画像 (日本語)

(2) 宿泊施設における京都観光モラル、マナー情報の周知啓発

① 客室のモニターでPR映像を掲出している宿泊施設 (6施設、1,105室)

- ・三井ガーデンホテル
京都四条、京都新町別邸、京都三条、
京都駅前、京都河原町浄教寺
- ・ホテル ザ セレスティン京都祇園



客室モニターでの表示

② 客室にチラシを配架している宿泊施設（2施設、297室）

- ・ホテル日航プリンセス京都、Noku Kyoto

③ フロントやロビー等にチラシを配架している宿泊施設

- ・京都観光旅館連盟加盟旅館（102施設）
- ・京都市内ホテル（111施設）



客室ブック内への差し込み

④ デジタルサイネージにPR映像を掲出している宿泊施設（9施設）

- ・ホテル日航プリンセス京都
- ・オークウッド京都御池
- ・ザ ロイヤルパーク キャンバス 京都二条
- ・ザ ロイヤルパークホテル 京都梅小路
- ・プリンススマートイン京都三条
- ・プリンススマートイン京都四条大宮
- ・ハイアットリージェンシー京都
- ・京都東急ホテル
- ・THE HOTEL HIGASHIYAMA by Kyoto Tokyu Hotel



サイネージでの表示

⑤ 自社ホームページにて啓発を行っている宿泊施設（1施設）

- ・ホテルオークラ岡崎別邸

(3) マナー啓発

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、外国人観光客向けの媒体における啓発情報の掲載や、春の行楽シーズンにあわせた京都駅での啓発活動を行った。

掲載日	対象市場（言語）	媒体名
令和5年3月5日	台湾	Ciao 潮旅
令和5年3月13日	台湾	ETToday
令和5年3月15日	日本・英語・中国・台湾	LIVE JAPAN
令和5年3月15日	中国	東方新報 Monthly

① 東方新報Monthly (<http://www.tohonet.com/work.html>)

在日中国人コミュニティの情報紙として1995年5月に創刊。最も歴史のある中国語新聞の一つ。中国の国内や日本のニュースから、日中間の様々な話題、在日中国人の生活等幅広い情報を網羅した中国語と日本語、二ヶ国語の総合紙。アジア最大の航空会社でもある中国南方航空、およびアモイ航空すべての日中便の機内に搭載されている。年間約100万人の訪日客や、約80万人の在日中国人に読まれている。

② Ciao潮旅 (<https://www.ciaotw.com/>)

チャイナエアライングループとタイアップする旅行ファッション雑誌。チャイナエアライン等の会員にも購読されており、各地の旅行情報等を提供する。月間発行部数8万部。

③ ETToday (<https://www.ettoday.net/>)

ライフスタイルや政治、経済等の幅広いニュースを扱う台湾最大のニュースサイト。月間PV数1,450万回。

④ LIVE Japan (<https://livejapan.com/>)

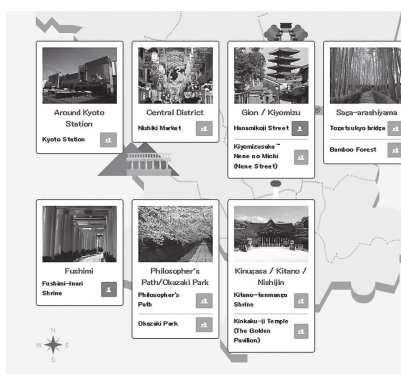
日本の観光先進国化に貢献することを目指して2016年4月に開設。観光情報や飲食店情報をはじめ交通案内等、日本の旅に役立つ様々な情報をワンストップでリアルタイムに提供するWEBサービス。月間ユニークユーザー数500万人・公式SNSのファン数190万人



春の観光シーズンにあわせた京都市長からのメッセージ動画(英語)

(4) 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、時間等のビッグデータをもとに予測した観光快適度(混雑状況)の発信を多言語化(英語・簡体字・繁体字)した。また、ライブカメラを祇園・花見小路に増設し、市内10地点において混雑状況の24時間配信を継続し、混雑回避を促進した。



観光快適度マップ
(英語ページ)



祇園・花見小路 ライブカメラ映像

(5) 手ぶら観光の推進

手ぶら観光促進のため、周知チラシ及びデジタルサイネージ画像を多言語（日本語、英語、簡体字、繁体字）で作成し、各所での配布や掲出を行った。



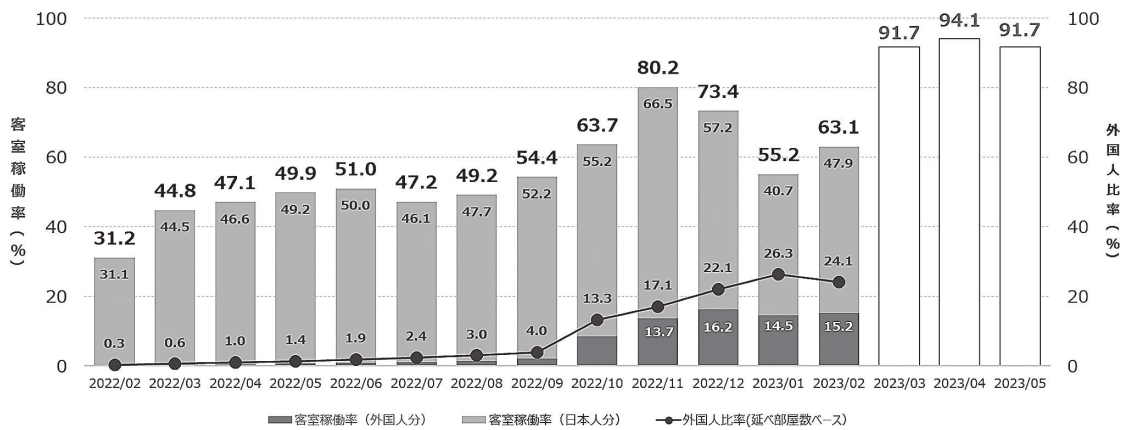
手ぶら観光（Hands Free Kyoto）周知啓発 デジタルサイネージ用画像

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に、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」として発表した。

京都市内主要ホテルにおける客室稼働率の推移



(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、各種講演やメディア取材対応を通して情報発信した。

講演・取材対応等の主な実績

日程	概要
令和4年 7月28日	京都国際観光活性化協議会（5K会）7月例会
令和4年 7月28日	京都新聞マーケティングフォーラム
令和4年 8月9日	日本交通公社「観光文化」取材対応
令和4年 9月29日	東京観光財団 DMO向けセミナー
令和4年 10月13日	交通経済研究所「運輸と経済」取材対応
令和4年 11月8日	群馬県 観光データ活用セミナー
令和5年 1月25日	東山3K会ワーキンググループ
令和5年 2月22日	パレスチナ観光遺跡庁 研修（JICA 経由依頼）
令和5年 2月26日	日ASEAN学生会議 研修（JICE 経由依頼）

(3) 各種調査結果を活用した戦略・計画の策定

経営戦略及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、施策を策定する際の判断材料を用意した。

(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等ができるよう支援した。あわせて、取組を通して得られる口コミの内容やサービスへの評価に関するデータの分析や活用等、観光事業者のデジタルマーケティングを推進した。

(5) 顧客データ管理システムの開発と運用

文化財特別公開等の事業において収集した商品予約履歴データを分析・分類し、顧客のニーズに応じたメールマガジンを個別配信することで、平均60%以上の高い開封率を達成した。また、特に関心度の高い読者に限定イベントの招待メールを送り、定着率の向上や、参加者を対象にしたグループインタビューを通じ、ニーズの把握等多角的なマーケティングに取り組んだ。

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、山科エリアの魅力的なコンテンツの開発・強化とともに、隣接エリアも含めた魅力発信、周遊促進に取り組んだ。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に、コンテンツ造成やPRを支援する実証事業制度を設けたほか、WEBサイトの改修、掲載情報の拡充により情報発信を強化した。

実証事業支援実績

エリア名	事業名
山科	隠れ里の山科に残す自身の足跡～新しい文化と名所をともに作る～
伏見	伏見みなとあかり
大原	京都の伝統食「漬物」文化を知る大原ツアー
	大原・京都洛北周遊スタンプラリー
西京	大原野地域の放置竹林を活用する「竹林キャンプ」プログラム
京北	京北観光カレンダー整備と観光プラン造成、ガイド育成事業

(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も含め、専門学校と連携した学生目線での取材・情報発信を通じて、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発掘により、観光客の誘導と持続可能な京都観光の魅力づくりに取り組んだ。



観光専門学生レポート

(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った。京都を舞台にした新作アニメとコラボした情報発信や、インバウンドの回復を見据えGoogleマップを活用した「朝観光マップ・夜観光マップ」の作成・拡散を通じ、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で、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た。



朝観光マップ・夜観光マップ

(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した。

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事前予約制の観光コンテンツを開発、提供し、より高付加価値な観光体験を提案した。

○文化財特別公開及び定期観光バス特別コース 実績

		令和4年度 (第47回)	令和3年度 (第46回) ※8/22まで	令和元年度 (第44回) ※コロナ前開催
文化財特別公開		106,447人	19,651人	118,810人
定期観光バス特別コース	Lコース	1,612人	203人	2,414人
	LSコース	353人	288人	718人
	AKコース	285人	—	218人
	LGコース	—	—	902人
	計	2,250人	491人	4,252人

<参考>「京の夏の旅」文化財特別公開箇所

令和4年度 (第47回)	令和3年度 (第46回)
上賀茂神社、下鴨神社、北野天満宮宝物殿、大覚寺霊宝館、仁和寺金堂・御影堂、龍安寺仏殿・西の庭、旧三井家下鴨別邸	上賀茂神社、下鴨神社、北野天満宮宝物殿、大覚寺霊宝館、豊国神社宝物館・書院、六道珍皇寺、旧三井家下鴨別邸

<参考>「京の夏の旅」定期観光バス特別コース

	令和4年度 (第47回)	令和3年度 (第46回)
L	京の夏の風物詩 高雄の川床と世界遺産めぐり	京都の異界伝説とフシギをたずねて
LS	源氏の重宝・伝説の刀剣をめぐる	京の夏の風物詩 高雄川床と世界遺産の国宝めぐり
AK	世界遺産パワースポット早回り！	—

(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」及び「立教開宗800年」や、「弘法大師御誕生1250年」及び「真言宗立教開宗1200年」、大河ドラマにちなみ、普段は見学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した。JRグループと共

同の全国プロモーションのほか、新たな客層開拓を目的にショート動画の制作、配信に取り組む等、コロナ禍からの回復に向け全国からの観光誘致を実施した。

② 参加体験型イベントの企画実施

「京都『千年の心得』」のほか、「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相乗効果の向上に取り組んだ。

③ 協賛イベントのPR

「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の情報を発信した。

○非公開文化財特別公開及び定期観光バス特別コース 実績

		令和4年度 (第57回)	令和3年度 (第56回)	令和元年度 (第54回)
非公開文化財特別公開		272,556人	143,084人	269,355人
定期観光バス 特別コース	L1コース	1,806人	1,007人	1,860人
	L2コース	2,353人	1,117人	1,103人
	L3コース	1,605人	786人	987人
	L4コース	1,239人	—	1,215人
	計	7,003人	2,910人	5,165人

<参考>「京の冬の旅」文化財特別公開箇所

令和4年度 (第57回)	令和3年度 (第56回)	令和元年度 (第54回)
知恩院 大方丈・小方丈・方丈庭園、清水寺 成就院、大徳寺 三玄院、大徳寺 総見院、大徳寺 芳春院、上徳寺、妙心寺 壽聖院、妙心寺 玉鳳院、仁和寺 御殿・庭園、東本願寺 大寝殿・白書院、東寺 五重塔、醍醐寺 三宝院、醍醐寺 理性院、僧侶がご案内する特別拝観 東本願寺 諸殿、僧侶がご案内する特別拝観 西本願寺 諸殿	建仁寺 正伝永源院、智積院、東福寺 法堂・東司、東福寺 三門、大徳寺 聚光院、大徳寺 大光院、興聖寺、報恩寺、仁和寺 御殿・庭園、東本願寺 御影堂門、東寺 五重塔、醍醐寺 三宝院、僧侶がご案内する特別拝観 西本願寺 書院、僧侶がご案内する特別拝観 醍醐寺 五重塔	靈鑑寺、知恩院 大方丈・小方丈・方丈庭園、高台寺、泉涌寺 霊明殿・御座所、泉涌寺 雲龍院、泉涌寺 新善光寺、大徳寺 法堂・方丈・唐門、大徳寺 総見院、大聖寺、三時知恩寺、光照院、宝鏡寺、妙心寺 仏殿・浴室「明智風呂」、妙心寺 玉鳳院、東寺 五重塔

<参考>「京の冬の旅」定期観光バス特別コース

	令和4年度(第57回)	令和3年度(第56回)	令和元年度(第54回)
L 1	徳川家康ゆかりの寺院で非公開文化財をめぐる旅	京都 世界遺産の美 ～名建築と名庭園～	～御大礼奉祝～ 高雅な御所文化 京の尼門跡寺院めぐり
L 2	大徳寺と妙心寺 武将ゆかりの非公開の禅寺をめぐる旅	茶人ゆかりの禅寺と伝統の味	～御大礼奉祝～ 皇室ゆかりの寺院をたずねて
L 3	二つの世界遺産 密教美術の宝庫・東寺と醍醐寺をたずねて	寅年のご利益と初公開の文化財めぐり	“香り”で楽しむ京の旅 ～写真では語れない旅の思い出を～
L 4	「雪月花の三庭苑」めぐり	—	～大河ドラマ「麒麟がくる」放映～ 明智光秀と戦国の英傑ゆかりの寺めぐり

(6) 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、観光事業者が観光庁補助金等を活用して企画したイベントや、京都観光モラル・マナーの向上に資する情報を掲載した「京都 秋の観光のススメ」と題したパンフレットを制作し、秋の観光誘客とともに、分散観光の促進、京都観光モラル・マナーの啓発を両立する取組を実施した。



京都秋の観光のススメパンフレット

テーマ	内容
特別公開	金戒光明寺、浄住寺、東福寺正覚庵、霊鑑寺、宝鏡寺、旧三井家下鴨別邸
時間の分散	・朝夜観光(映画「四畳半タイムマシンブルース」コラボ) ・ネイキッドガーデン
場所の分散	・「京都駅～高雄・京北特集」※JR東海の「そうだ京都行こう」と連携 ・観光庁補助金を活用した事業者のイベントや観光コンテンツを掲載
交通アクセス	交通局臨時バスPR、嵐電「鳥獣戯画きっぷ」
そのほか	時代祭、京都モダン建築祭等
モラル・マナー	京都観光モラル、観光快適度マップ、ライブカメラ

(7) 連携協定「ひろし・みやこ同盟」に基づく取組の推進

令和4年6月に広島県観光連盟と締結した連携協定に基づき、国内外からのリピーター定着や、観光プロモーションの取組として、海外商談会への共同参画やプロスポーツへの誘客を契機とした相互の情報発信、両団体主催の交流ツアーによる観光素材や観光課題の相互視察等を実施した。



SNSでの情報発信



海外商談会への共同参画



交流ツアー

(8) 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200名)に対し、研

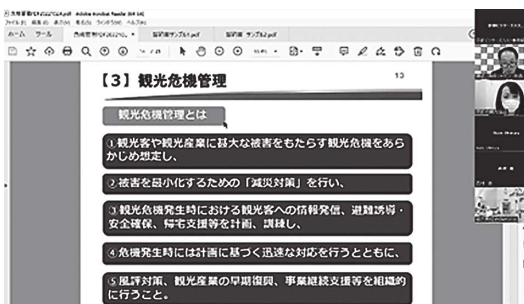
修等を通じた支援に取り組んだ。

令和4年度は、京都市認定通訳ガイド制度に基づく通訳ガイドのサービス品質維持・向上を目的として、より実践的なガイディングスキルや具体的な専門知識を学ぶスキルアップ研修を実施した（実地・オンラインを併用）。

＜実施講座＞ 実施回数：全20回 参加者数：延べ287名



観光モラル講習 + 伝統産業工房研修



危機管理セミナー



能楽研修

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、時代祭の魅力のPRとともに、快適に祭をより近く感じていただける有料観覧席の販売を3年振りに行った。また、専門の販売システムを有する事業者による在庫管理や販売データの活用により、効率的な観覧席券の販売に取り組んだほか、祭にちなみ特別体験ツアーを観覧席と合わせて造成する等、高付加価値化を図った。

利用者の満足度向上、コロナの感染拡大防止のための設置席数の大幅な減少といった課題がある中、祭の執行補助金を安定・継続的に拠出できるよう、販売価格の改定や記念グッズの頒布、広告協賛金の勧募を積極的に実施する等、収益モデルの構築に努めた。

② 伝統行事執行補助

有料観覧席や記念グッズの販売収益を、京都四大大行事（三大祭及び京都五山送り火）への執行補助金として交付するとともに、葵祭及び京都五山送り火においては協賛会事務局として、積極的な協賛金勧募活動を行った（行列が中止となった葵祭は除く。）ほか、行事を支える補助団体や執行団体との連携のもと、行事の保存継承に取り組んだ。

(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、エコやサステナブルといった新たなテーマを設

定し高付加価値化観光コンテンツの開発等に取り組んだ。

(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た。

② 京都レストランウィンタースペシャル

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の事務局を担い、「京都レストランウィンタースペシャル」を文化庁京都移転記念として開催し、京の食文化の発信に努めた。

京都レストランウィンタースペシャル2023

	2023 (今回)	2022 (前回)
開催期間	2月1日～3月27日	1月8日～3月18日
参画店舗数	153店	180店
特別メニュー注文数	16,537	15,724
特別メニュー利用額	105,310千円	102,144千円
平均単価	6,697円	6,177円

5 地域振興及び面的観光の促進

(1) 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の運営

京都市、滋賀県、大津市等で構成される「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の整備事業等、琵琶湖疏水沿線の魅力発信事業を推進した。

本格運航を開始して5年目を迎えた「びわ湖疏水船」の運航事業については、コロナ禍の影響を受けながらも、年度当初の計画通り運休することなく運航を終えることができた。年間の販売席数においても、コロナ禍前の水準まで回復し、秋季運航では過去最高のシーズン販売席数を記録した。

日本遺産整備事業では、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を行うとともに、ウォーキングマップの作成や案内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た。

また、新たな取組として、大津側の起点を琵琶湖・大津港へ延伸する「航路延伸プロジェクト」(令和6年度以降の事業化を目指す)を推進した。さらに、「びわ湖疏水船」の新船建造や大津港乗下船場の整備等に必要な資金の一部を調達するため、3月からクラウドファンディングを開始した。

【びわ湖疏水船運航実績】

(春季) 令和4年3月26日(土)～6月12日(日) 62日間

(秋季) 令和4年10月1日(土)～11月30日(水) 47日間

	春季	秋季	合計
乗船者数	7,149名(2,783名 ^{※1})	5,731名(3,415名 ^{※2})	12,880名(6,198名)
乗船率	85.8%(83.1%)	94.5%(98.0%)	89.5%(89.9%)

()内は前年度実績

※1) コロナ禍により、期間途中で運休したため(70日→24日)

※2) コロナ禍により、当初計画の運航期間を短縮したため(48日→27日)

(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、コロナの感染防止策、観光、混雑対応やマナー啓発等、地域住民の主體的な活動を支援する取組を京都市と連携して行った。

(3) 花灯路・ライトアップ支援事業

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される「京都・花灯路推進協議会」の事務局を務め、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「花灯路・ライトアップ支援事業」を実施した。令和4年度より「京都・花灯路」で使用された行灯等照明器具の貸出事業を開始した。

【令和4年度実績】

○行灯貸出基数 2,341基

○行灯使用料 2,216,068円

(4) 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」関連事業への広報支援を実施した。また、笹飾りの配布など、民間事業者等が行う事業の支援を行った。

令和4年度は、感染拡大防止対策をとった上で、京都府域への誘客を狙った企画を取り入れるなど、積極的な事業展開を図った。

○「願いごと」募集期間 令和4年7月1日～8月31日 61日間(令和3年度 49日間)

○「願いごと」件数20,274件(令和3年度 20,010件)

(5) 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」事業に協力し、二条城売店において京都物産出品協会による物産展の運営やイベント連携企画を行った。また、全国旅行支援や修学旅行及びインバウンドの本格的な回復を踏まえた商品企画等をすすめた。

【京の名産品展】

○二条城桜まつり2022 令和4年3月18日～4月10日

○二条城まつり2022 令和4年10月28日～12月4日

○二条城桜まつり2023 令和5年3月17日～4月15日

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、修学旅行で京都を訪れた各地の学校を訪問し、実情や要望等を直接聞く学校訪問事業を実施したほか、令和4年5月7日に京都駅において修学旅行歓迎式を実施した。

(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、新たな協会会員に参画を促した。さらに、優待内容を業種別に検索できるよう特設ホームページを充実した。

また、カード型パスポートを3万部作成し修学旅行相談窓口及び京都総合観光案内所で配布するとともに、特設ホームページからのダウンロード利用も積極的に推進した。

さらに、下見等で来所される学校関係者に対し、修学旅行パスポート等の資料提供や相談対応を引き続き実施した。

○令和4年度 来所件数等

・修学旅行相談窓口（京都市観光協会） 127件（令和3年度 146件）

・京都総合観光案内所 259件（令和3年度 180件）

○修学旅行パスポート

・協賛施設数 294施設（令和3年度 292施設）

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KICS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、市民の利用を促進した。

(2) 宿泊施設活性化事業の実施

ア 宿泊施設従業員向けの研修

宿泊施設従業員向けに、接客スキルや京都ならではの歴史・文化を学ぶ体験研修を計14回開催し、181名の方に参加いただいたほか、旅館の魅力をもっと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った。

実施内容	日 程	協 力
びわ湖疏水船	令和4年11月7日（全2回）	琵琶湖疏水沿線 魅力創造協議会
ビジネスマナー	令和4年12月6日、令和5年1月11日 （全2回）	大和学園
クレーム対応	令和4年12月7日、令和5年1月25日 （全2回）	大和学園
日本庭園講座	令和4年12月13日（全2回）	植彌加藤造園
お茶屋体験	令和4年12月14日（全2回）	宮川町 駒屋
京都三大祭講座	令和4年12月20日、令和5年1月24日 （全2回）	らくたび
能楽体験	令和4年12月22日（全2回）	金剛流

イ 旅館の魅力発信強化

閑散期の冬（2～3月）に、OTA「じゃらん」サイト上で、京都の旅館の魅力を伝える特設ページを作成した。対象旅館予約者への限定クーポン付与を通じて旅館での宿泊を促進したことで、年代別・宿泊者居住地・宿泊者構成のカテゴリーにおいて、需要喚起に一定の効果がみられた。

特設ページ テーマ	「一度は泊まってみたい京都の旅館が愛される理由」 料理、温泉、庭園、駅チカ、おもてなし・接客といったテーマ別で京都の 旅館の多様な魅力を訴求
配布期間	令和5年2月1日～3月15日 ※クーポン配布上限に達した場合はその時点で終了
実行期間	令和5年2月1日チェックイン～3月16日チェックアウト
配布対象	① 2名で合計10,000円以上（税込）を予約された方（全国） ② 2名で合計20,000円以上（税込）を予約された方（全国）
クーポン金額	1組につき宿泊代から ① 2,000円割引 ② 4,000円割引
対象施設	京都観光旅館連盟加盟施設で、じゃらんに登録している施設 ※京都観光旅館連盟の加盟施設で、じゃらんに登録されていない施設に対 しては新規登録をご案内
クーポン実績	利用枚数：475枚、人泊数：1,234人泊、取扱額：約1,320万円

○利用者属性

年代別では、20代が28.2%、40代が21.5%、50代が15.8%となった。グループ別では、2人旅が43.6%を占めた。居住地別では、大阪府（11.6%）、東京都（10.9%）、愛知県（10.3%）となった。



キャンペーンサイト

(3) 観光事業者の交流の場の創出

京都信用金庫との連携協定に基づき、業界交流イベント「京都インバウンドカフェ」を定期開催し、取組機運の醸成や人脈形成の促進を支援した。

開催日	概要
令和4年 8月 25日	ガイドツアーの世界事情と京都事情
令和4年 10月 25日	仁和寺の事例から考える高付加価値体験
令和4年 12月 21日	コンシェルジュに聞く富裕層の視点
令和5年 2月 9日	米国メディアレップに聞く業界の最新状況



第2回インバウンドカフェの様子 (左：仁和寺視察 右：旧邸御室での講座)

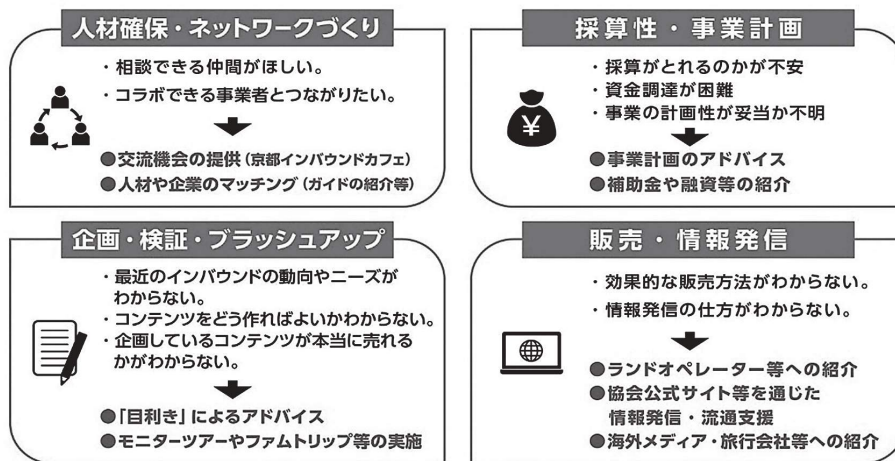
(4) ビジネスプランコンテストの開催

「京都インバウンドカフェ」と並行して、インバウンド向け旅行商品の開発に取り組む事業者を募集し、伴走支援を行うプログラム「インバウンドイノベーション京都」を立ち上げた。採択した7件を対象に、市内宿泊施設や海外メディア担当者、京都市認定通訳ガイド等とのマッチングを促進した。

インバウンド イノベーション京都

KYOTO Inbound Tourism Innovation program

インバウンド向け観光コンテンツ造成支援プログラム



採択事業者名	コンテンツ例	主な支援内容
レオタニモト	<ul style="list-style-type: none"> ・ハーレーダビッドソンで行く！京都から海を目指すプレミアムバイクツアー ・金閣寺～日本の原風景が残る美山まで「ライダー憧れの絶景を巡る旅」 ・とっておきの西京をめぐるライトなバイクツアー 	<ul style="list-style-type: none"> ・京都市ビジターズホスト（通訳）の紹介 ・モニターツアーの実施
Discover Noh in Kyoto	<ul style="list-style-type: none"> ・「能」とゆかりのある地域めぐり＋能鑑賞 ・大原の能楽師のご自宅でお稽古体験 ・ホテルなどでの能のお稽古体験 	<ul style="list-style-type: none"> ・法人化に向けた情報提供と支援 ・ファミトリップの実施
ニシザワステイ	「京都の文化を育む人」と対話するプログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・話者の提案 ・ファミトリップの実施 ・京都市ビジターズホスト（通訳）の紹介
hotel tou nishinotoin Kyoto	人と人の出会いを通じて京都の魅力を伝える「cafe & bar oku」京都の小さな社交場体験	<ul style="list-style-type: none"> ・京都国際交流協会（留学生、在住外国人）の紹介 ・実証実験の実施

採択事業者名	コンテンツ例	主な支援内容
京都ハンディクラフトセンター	京都ハンディクラフトセンターを丸々楽しめる子供向け伝統産業体験（シッター付き、親子向け）	<ul style="list-style-type: none"> 提携するシッター会社の紹介 在米京都市海外情報拠点担当者の視察 モニターツアーの実施
高津商会	<ul style="list-style-type: none"> 日本映画美術の老舗・高津商会が作る甲冑を着る体験 日本映画美術の老舗・高津商会の技術を知る・金替体験 	<ul style="list-style-type: none"> 国内エージェント紹介 モニターツアーの実施
Kyoto Meditation Center	<ul style="list-style-type: none"> メディテーションによるストレスマネジメントプログラム 京都・禅ウェルネスプログラム 	<ul style="list-style-type: none"> プログラム実施可能寺院の紹介 モニターツアーの実施

(5) 観光案内DX事業

少子高齢化やICTの進展を踏まえつつ、観光案内所の利用目的の多様化に対応するため、京都総合観光案内所「京なび」の知見を活用し、「よくある質問検索（360問以上を収録）」及び「資料ダウンロード機能」を備えたWEBサイト「京なびオンライン」を多言語対応で構築した。券売機やクラウドレジ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った。



京なびオンラインの機能イメージ

(6) 宿泊観光の促進による地域経済活性化

コロナ禍の影響に加え、原油価格や物価高騰等により厳しい環境にある京都観光において、閑散期にあたる8月の盆明けから9月にかけて、特に宿泊施設の稼働率が低下する翌日が平日となる日曜日、または祝日の宿泊観光を促進し、幅広い市内での需要喚起につなげるキャンペーンを実施した。当初、キャンペーン期間を8月21日（日）から9月28日（水）までとしたが、コロナの感染状況により11月2日（水）まで延長した。

キャンペーン名	京都「にち・とま」キャンペーン 日曜に泊まってお得に過ごそう
対象者	市内の対象宿泊施設に日曜日等にチェックインする、全国からの旅行者
特典	電子地域クーポン (3,000円分)
参加事業者	① クーポン引換券を配布する宿泊施設 ② 電子地域クーポン取扱店舗 (小売事業者、土産物店、飲食店等)
事業対象期間	初回 令和4年8月21日(日)～9月28日(水) 対象日6日 延長 令和4年10月1日(土)～11月2日(水) 対象日5日 合計対象日数 11日
実績	参加事業者 ① クーポン引換券を配布する宿泊施設 314施設 ② 電子地域クーポン取扱店舗(小売事業者、土産物店、飲食店等) 934店 利用 電子地域クーポン 実配布数 33,000名分 利用者数(延べ数) 30,377名 *クーポン引換券アクティベート人数 利用額 88,087,000円 クーポンが利用された店舗数 837店(店舗全体の89.6%)



キャンペーン特設ウェブページ



ステッカー



電子地域クーポン引換券

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

コロナ禍により、閉所時間を17時に短縮していたが、6月13日より通常開所（8時30分～19時）とし、来所者をお迎えした。

安心安全な京都観光を推進するため、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開閉情報などの収集や来所者への案内に加え、SNSを活用し広く情報の発信にも努めた。さらに、現地の観光客や京都府域のDMO、観光相談に従事する事業者等が、京なび職員と相談や情報共有を行うためのサービス「京なびオンライン」を構築し、案内所機能を地域全体で活用できる手法についても検討を進めた。

また、質の高い案内を目指し、京都市内・府域でのスタッフの現地研修や新規開業宿泊施設の視察、オンライン研修に引き続き参加した。

相談者総数は、新規感染者数の減少や水際対策の緩和等により、前年度比282.3%と拡大し、特に外国人相談者は2,232.8%と急激に回復した。

○京都総合観光案内所の相談状況（令和4年4月1日～令和5年3月末）

項目	相談数	前年度参考
日本人相談者	251,972人	99,186人
外国人相談者	53,186人	2,382人
電話相談	27,185人	16,160人
相談者総数	332,343人	117,728人

※令和2年4月11日～令和4年6月12日までは17時までの時短開所

2 観光地図の作成

京都総合観光案内所における基本ツールである多言語の観光地図については、コロナ禍に伴い、過去2年間発行を休止したが、観光客の回復傾向を踏まえ、日本語版（21万部）を作成した。

3 市内観光案内所との連携

京都駅周辺の観光案内所をメンバーとする「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、春・秋のトップシーズンにおける観光客の受入体制について情報提供と意見交換を行った。特にコロナ禍前の観光課題であるバスの混雑緩和に向け、地下鉄・電車の利用促進を図るなど分散観光の推進に努めた。

また、ビジネスチャットツールの活用により、日々最新の観光情報をはじめ、大雪や台風等の災害情報、交通機関の運行情報等を共有し正確かつきめ細やかな情報提供を行った。

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、各案内所と連携を深めた。

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

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企画等を行った。

令和4年度は、修学旅行生の回復や全国旅行支援の影響、秋以降のインバウンドの回復により、来城者数は順調に回復した。客層やターゲットに応じた商品の充実により売上を確保するため、レジデータや来城者数データの分析をもとに、商品入替や陳列の見直し等柔軟に対応した。

さらに、持続可能な観光の視点に立ち、お土産選びの新しい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を拡充した。

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では、令和5年3月にリニューアルオープンしたギオンコーナーのチケットをはじめ、観光客のニーズに応じた各種出版物、交通乗車券、催事観覧券、博物館・美術館入場券等を販売した。

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レジを増設した。

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(株)、(株)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の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った。4年間の指定管理運営期間の最終年度となった令和4年度は、コロナ禍の影響が続いたものの、行動制限の緩和や全国旅行支援等により、国内の幅広いエリアから来場者を迎え入れた。また、10月の水際対策緩和以降のインバウンド回復により、入館者数は54,995人（前年度比

185.1%)と拡大し、今期4年の運営期間中最多となった。

さらに、コロナ禍で開始した「事前予約」「少人数制」の自主事業が好評を得、収益増に貢献した。
入館者数

今年度	前年度参考
54,995人	29,734人

「事前予約」「少人数制」の自主事業一例

	今年度開催回数及び人数		前年度参考	
食事プラン	295回	2,224人	186回	1,250人
特別呈茶	49回	2,595人	23回	1,304人

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（配信回数：29回）し、今後の当協会の活動予定や最新の情報を広く提供した。

購読者数	年度当初参考
14,803件	14,052件

2 会員向け多言語対応支援

外国人観光客の観光消費拡大に向けた取組のひとつとして実施する会員向け多言語コールセンターを引き続き運営し、宿泊施設やサービス提供事業者をサポートした。

(1) 多言語電話通訳サービス

期 間	令和4年10月15日～令和5年3月31日
通訳言語	①英語、中国語（北京語）、韓国語、スペイン語、ポルトガル語 ②タイ語、中国語（広東語）、フランス語、ロシア語、ベトナム語
時 間	①24時間 ②10時～18時
利用件数	129件
内訳件数	英語68、中国語（北京語）34、スペイン語5、韓国語4、 ロシア語3、タイ語2、フランス語1、中国語（広東語）、その他11

(2) 多言語翻訳サービス

期 間	令和4年10月15日～令和5年3月31日
翻訳言語	英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、タガログ語、ベトナム語、タイ語、フランス語、イタリア語、ドイツ語
利用件数	139件
内訳件数	英語64、簡体字35、韓国語21、繁体字12、スペイン語2、タイ・フランス・イタリア・ドイツ語各1件

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」を発行した。

また、京都観光に関する最新情報や会員情報等、有益な情報をタイムリーに提供するため、メール配信による会員向け情報発信を行った。

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、事業振興に貢献のあった個人及び団体を表彰した。

	被表彰者数	前年度参考
観光事業功労者	1人	1人
観光業界功労者	6人	1人
優良観光従事者	37人	37人
花街芸妓表彰	2人	2人
合 計	46人	41人

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た。

共催・後援件数	前年度参考
144件	99件

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。令和4年度は、鳥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んだ。

(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った。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った。

(3) 全国足利氏ゆかりの会

足利氏の顕彰とゆかりの地の発展のため、情報交換や交流促進に努めた。

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、旅行会社に対する誘致キャラバンの実施等、参画観光施設のPRとともに、京都への誘客事業を共同で実施した。

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った。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

- ・文化庁京都移転プラットフォーム
- ・「ワールドマスターズゲームズ2021関西」京都市実行委員会
- ・大阪・関西万博きょうと基本構想検討会
- ・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
- ・京都映画賞実行委員会

○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
- ・京都市地域公共交通計画協議会

○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
- ・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
- ・京都花街おもてなし文化振興協議会
- ・京都-歴史と文化発信事業推進実行委員会
- ・京都市脱炭素先行地域推進コンソーシアム
- ・鳴く虫がつなぐ桂川流域生態系ネットワーク協議会

VIII 事務報告

(令和4年度定時総会～令和5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4年6月17日

2 理事会

(ザ・サウザンド京都) 令和5年3月23日

(京都東急ホテル) 令和5年5月26日

3 委員会

(1) 総務企画委員会

(ホテルオークラ京都) 令和5年3月17日

(ハイアットリージェンシー京都) 令和5年5月17日

(2) 総務企画委員会JR部会

(リーガロイヤルホテル京都) 令和4年9月1日

4 決算監査会

令和5年5月22日