

令和7年度 公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）事業計画（案）

日本政府観光局（JNTO）によると、2024年に日本を訪れた外国人客数は3,686万人に達し、過去最高を更新した。当協会が発表している「データ月報」に基づく年次速報によると、京都市内主要ホテルの2024年の客室稼働率は78.5%と前年の73.4%を5.1ポイント上回るとともに、多くの月で外国人比率の割合が6割を超えるなど、多方面の国・地域からの宿泊需要が高まっている。

令和7年度は、大阪・関西万博の開催など、国内外からの観光需要の高まりが期待できることから、京都の有する多様で奥深い魅力の発信を積極的に行っていく。一方で、一部の時期や時間、場所における混雑・マナーの問題や、観光業界における人材不足といった様々な課題に対しても、引き続き、多面的に対策を講じていく必要がある。

こうした状況を踏まえ、当協会においては、「市民生活と調和した持続可能な京都観光」の実現に向けて、以下3つの計画方針に基づき取組を進めていく。取組の推進に当たっては、安定的で持続的な事業とする必要があるため、財源の確保と合わせて、人材の育成・採用にも積極的に取り組み、組織体制の強化を図ることとする。

また、当協会の中期の経営計画が最終年度を迎えることから、これまでの取組による成果と課題を総括するとともに、令和7年度中に策定が予定されている京都市の次期観光振興計画の方向性も踏まえながら、新たな中期経営計画の策定に取り組んでいく。

計画方針1 多様で奥深い魅力の発信による上質な文化観光の振興

- それぞれ節目の周年となる「第50回京の夏の旅」、「第60回京の冬の旅」において、非公開文化財の特別公開事業や伝統文化の体験事業等に取り組む。
- 祇園祭におけるプレミアム観覧席の設置など三大祭において有料観覧席を設置し、祭事への理解を深め、かつ、利用者ニーズにも合致する観光コンテンツを造成することで、祭事への安定的かつ継続的な支援に取り組む。
- 京都市・京都府の連携による周遊観光促進事業「まるっと京都」におけるツアー造成支援や、「とっておきの京都」エリアの活性化・誘客促進のプロモーションを強化し、京都観光の広域的なリピーター化、周遊促進に取り組む。
- 朝・夜観光の促進につながるコンテンツの造成支援に取り組むとともに、京都市・京都府の朝・夜観光コンテンツやイベント情報を特設WEBサイトで一体的に発信するなどプロモーションを強化する。
- 大阪・関西万博の開催にあわせ、「大阪・関西万博開催記念 京都レストランスペシャル（仮称）」を開催する。参加店舗を京都府域へと拡大し、京料理をはじめ多彩な「京の食文化」の魅力の発信に取り組む。

【主な取組（抜粋）】

京の夏の旅・冬の旅キャンペーン、三大祭観覧席設置事業、伝統事業執行補助、多様なエリアの魅力発掘・発信、朝観光・夜観光の推進、食を活かした観光振興、海外情報拠点の運営、海外メディア取材支援、京都観光公式WEBサイト及び多言語サイトの運営 等

計画方針2 観光課題対策の更なる推進

- 特設サイト「京都観光モラル宣言ーKyoto Traveler's Promiseー」を活用し、観光客の皆様へ京都観光行動基準（京都観光モラル）への理解を深めていただくとともに、その趣旨に賛同いただいた事業者による特典を利用できるキャンペーンを実施することにより、京都観光モラルの更なる周知を図る。
- 手荷物預かりや配送サービスに係る情報を総合的に発信するWEBサイト「HANDS FREE KYOTO」の運営や、京都駅構内におけるコインロッカー情報の一元化等に取り組み、手ぶら観光の更なる推進を図る。
- 京都市民の皆様へ京都観光がもたらす効果を実感いただけるよう、市民向けWEBサイト「LINK! LINK! LINK!」による情報発信や、市民向け優待事業の企画等を行う。

【主な取組（抜粋）】

京都観光行動基準（京都観光モラル）の普及啓発、手ぶら観光の推進、市民による観光への理解・共感の促進、マナー啓発、混雑可視化による分散化、多様なエリアの魅力発掘・発信（再掲）、朝観光・夜観光の推進（再掲）等

計画方針3 事業者支援

- 担い手確保支援として、京都の観光産業で働く魅力を発信する専用WEBサイト「京都観光はたらく Navi」を運営し、就職希望者や採用担当者双方にとって有益となる情報を提供する。
- 事業者向けWEBサイトを運営し、当協会が実施する各種事業の解説等の発信強化により会員事業者の参画促進、統計・調査情報の閲覧の利便性の向上を図るとともに、メールマガジン「京都観光 MICE NEWSletter」や協会SNS等を活用し会員事業者のPR等に取り組む。
- インバウンド向けの新たな観光コンテンツの造成支援や、事業者間の交流・意見交換を行うイベントを実施し、観光業界の更なる活性化を図る。
- 会員事業者向けの多言語コールセンターを運営し、外国人観光客に対応する事業者施設のサポートを行う。

【主な取組（抜粋）】

「京都観光はたらく Navi」の運営、事業者向けWEBサイトの運営、観光事業者の交流の場の創出、インバウンド向け事業企画の支援、宿泊事業者等の担い手確保等支援事業、会員事業者向け多言語対応支援、買物環境整備・キャッシュレス促進等

令和7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

公式サイトならではの豊富な情報を引き続き発信し、京都観光が初めての観光客からリピーターまで、幅広い方々が必要とする情報にアクセスできるよう、WEBサイトの運営を行う。

- ア 観光イベントの開催・中止情報
- イ 文化財特別公開、三大祭有料観覧席等の主催事業に関する情報
- ウ 季節の開花・紅葉情報
- エ 主要観光地への交通手段及び企画乗車券に関する情報
- オ 主要観光地における混雑状況及び混雑予測情報
- カ マナー啓発や需要分散化等、観光課題解決を目的とした事業の情報
- キ 災害時の緊急情報等の安心・安全に関わる情報
- ク 民間メディアが発信する京都観光関連情報をユーザーが検索できる機能
- ケ 京都総合観光案内所等に寄せられる相談を踏まえた「よくある質問」

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

海外における京都観光の情報プラットフォームとして、英語を中心に多言語（フランス語、中国語簡体字、中国語繁体字、ハングル、スペイン語）でWEBサイトを展開し公式サイトならではの情報を発信する。

- ア 観光イベントの開催・中止情報
- イ 京都ならではの質の高い体験商品を紹介するページの運営
- ウ 民間メディアによる京都の魅力伝える記事の翻訳掲載
- エ 桜の開花・紅葉の色づき情報
- オ 主要観光地への交通手段及び企画乗車券に関する情報
- カ 主要観光地における混雑状況及び混雑予測情報
- キ マナー啓発や需要分散化等、観光課題解決を目的とした事業に関する情報
- ク 災害時の緊急情報等の安心・安全に関わる情報
- ケ 京都総合観光案内所等に寄せられる観光相談を踏まえた「よくある質問」

（3）SNSを活用した情報発信

Facebook、Instagram、X、Weibo、RED、WeChat上に設けた公式アカウントで、観光情報のタイムリーな発信やマナー啓発、災害時の情報を発信することに加え、それぞれの特性を踏まえた投稿を行う。

（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サイトを運営し、当協会が実施する各種事業の解説等の発信強化による会員事業者の参画促進、統計・調査情報の閲覧の利便性の向上、外部メディアと連携した情報発信体制の確立を図る。

また、メールマガジン「京都観光 MICE NEWSletter」による情報発信に引き続き取り組み、京都観光に関心のある事業者との関係性維持に努める。

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、現地メディアや旅行会社等に対して効果的な京都観光のPR等を行うため、世界7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、上海

3 海外旅行商談会等出展

海外の旅行商談会への出展を通じ、ラグジュアリー市場に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。

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。

ア 旺盛な取材需要に応え、宿泊施設等が実施するファミトリップへの取材支援を積極的に実施する。

イ 海外有力旅行雑誌やWEBサイトを通じた京都の記事広告を掲載する。

ウ 海外インフルエンサーを活用し、混雑緩和・分散観光といった、サステナブル・ツーリズムに重点を置いた京都観光のPRを実施する。

（2）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メディア露出の更なる拡大を図るため、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」と、京都観光動画素材貸出サイト「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」を運営する。

また、京都を広く紹介するため、京都市観光PR映像「Kyoto promotional video」を広く会員事業者に提供する。

（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、当該ホテルへの宿泊層に対して必要な観光情報をより効果的に発信する。あわせて、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 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。閑散期における旅行商品による集客、協議会ならではの観光素材の発掘・発信等、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

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、観光コンテンツの充実を図るとともに、JR東海の媒体をはじめ、マスメディア等も活用した幅広い京都PR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と連携し、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提案や宿泊促進を通じ、受入体制の強化を図る。

(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年度以降、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、令和7年度は「京の冬の旅」開催60回目となることから、周年にふさわしいキャンペーンとして事業を実施する。また、令和8年度以降も冬季の観光振興の最重点事業として、引き続きJRグループ6社によるdestinationキャンペーンとして実施できるよう要請するとともに、全国宣伝販売促進会議等の活用や他事業との連携、会員事業者をはじめとした観光事業者の参画等を通じて、キャンペーンの波及効果を向上させる。

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 市民生活と調和した持続可能な観光の推進

充実

(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、以下に挙げる取組を行い、特設WEBサイトを中心に情報発信を行う。

- ア 京都観光モラル推進宣言事業者の募集、認定
- イ 「持続可能な京都観光を推進する優良事業者表彰」の制度運営
- ウ 京都観光モラルの周知につながる記事・素材の作成と配信
- エ 観光客による「京都観光モラル宣言」を促進するキャンペーンの運営

(2) マナー啓発

観光需要の回復に伴い、一部の地域や時期への観光客の集中により観光客のマナー問題が生じている。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。

- ア 事業者主体のマナー啓発の支援
- イ マナー啓発イラスト等の拡充
- ウ 警備員等による観光地におけるマナー啓発
- エ 公式WEBサイトやSNSにおけるマナー啓発情報の発信

(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、時間等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、公式WEBサイトで発信する。さらに、市内13箇所に設置したライブカメラと、イベント等の実施に合わせて対応できる臨時仮設用の2台のポータブルライブカメラを活用して、混雑状況をリアルタイムで配信する。

充実

(4) 手ぶら観光の推進

街なかや公共交通機関において、観光客による大型手荷物の携行を減少させ混雑を緩和させる手ぶら観光を推進する。

手荷物預かりや配送サービス情報を集約したWEBサイト「HANDS FREE KYOTO」

の運営、繁忙期における臨時手荷物預かり所の設置、京都駅構内におけるコインロッカーの位置や満空情報の集約と発信等に取り組む。

(5) 市民による観光への理解・共感の促進

令和6年度に開設した市民向けWEBサイト「LINK! LINK! LINK!」を運営し、観光がもたらす効果に関するデータなどの解説、宿泊税の用途をはじめとした取材記事の発信、市民向けに特典や優待を提供する事業者の紹介等に取り組み、市民による観光への理解や共感の醸成につなげる。

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運営

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・旅館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。

(2) 事業者・従事者調査

業界における経営動向や従事者の待遇、観光モラルの普及状況などについて調査を行い、京都観光振興計画における成果指標を把握する。

(3) データ分析結果の解説

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、外部の統計調査やインターネット上での口コミ等を幅広く収集・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。また、事業計画や実績評価を行う際の判断材料として活用する。

(4) リピーターの開発につながるDXの推進

文化財特別公開等の事業において収集している商品予約者の情報、アンケートの回答結果、来訪実績データ、WEBサイトのアクセス解析結果等といった情報を組み合わせて分析する。これにより、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の把握や、事前の予約状況をもとに将来需要を予測するなど、分析結果を活用した効果的な情報発信の仕組みを構築する。

3 観光コンテンツの開発

充実

(1) 多様なエリアの魅力発掘・発信（場所の分散化）

「とっておきの京都プロジェクト」（対象エリア：伏見、大原、高雄、京北、西京、山科）として推進している場所の分散化事業について、各エリアの活性化と誘客促進のためにプロモーションを強化するとともに、府市連携による周遊観光促進事業「まるっと京都」において、府市周遊ツアーの造成支援を引き続き実施し、京都観光のリピーター等への魅力発信、周遊促進に取り組む。

充実

(2) 朝観光・夜観光の推進（時間の分散化）

事業者・団体等による早朝拝観や夜間イベント等のコンテンツ造成を支援する。また、京都市・京都府の朝・夜観光コンテンツ、イベント情報や魅力を紹介する記事を一体的に発信する特設WEBサイトを開設するなどプロモーションを強化し、時間の分散化を促進する。

(3) 「京都 千年の心得」をはじめとした京都ならではの観光コンテンツの拡充

会員事業者との連携により、京都ならではの観光資源を活用した多様なジャンル・高付加価値な観光コンテンツの開発等に取り組むとともに、新たに観光コンテンツの開発に取り組む事業者を支援することで、観光の質の向上や観光客のリピーター化を図る。

(4) 第 50 回「京の夏の旅」キャンペーン

ア 文化財特別公開の企画実施

国内外からの大阪・関西万博来場者の取り込みを目的に、普段見学することのできない名建築や庭園等の文化財特別公開を実施する。さらに、定期観光バス、タクシー等による特別コースを始め、第 50 回「京の夏の旅」を記念する企画を実施するほか、インバウンドへの対応や夜観光との相乗に取り組む。

イ 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、観光の質の向上や混雑を回避できる観光スタイルを訴求する。

(5) 第 60 回「京の冬の旅」キャンペーン

ア 非公開文化財特別公開の企画実施

令和 8 年の大河ドラマにちなんだ豊臣家ゆかりの寺社等、普段見学することのできない非公開文化財の特別公開、冬の京都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。JR グループと連携し、WEB や SNS を活用したプロモーションに取り組み、幅広い世代にキャンペーンを訴求するとともに、第 60 回「京の冬の旅」を記念する企画を実施し、全国からの観光誘致を図る。また、京都市民にも参加いただける機会を提供することで、事業内容や効果が認知される取り組みを実施する。

イ 参加体験型イベントの企画実施

「京の冬の旅」の魅力を深めるとともに、「京都 千年の心得」のほか、「朝観光・夜観光の推進」、「とっておきの京都プロジェクト」等の各事業との連携を通じ、冬ならではの多様な京都の魅力を JR グループと連携して訴求する。

(6) 連携協定「ひろし・みやこ同盟」に基づく取組の推進

世界遺産をはじめとする歴史や文化等、観光地としての特性や取組に共通性を持つ、広島及び京都への誘客促進に向けて、広島県観光連盟と締結した連携協定を活用し、国内外からの誘客促進、事業者間の交流機会創出、観光課題対策等に取り組む。

(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 (KVH)」(英語・中国語・フランス語・スペイン語) の認定 (第 7 期生) を行うとともに、新規募集 (第 8 期生) を実施する。既存の KVH に対しては、引き続き研修等を通じ支援していく。

また、KVH を活用し、観光課題解決を目的とした京都観光モラルの実践につ

ながるツアーを実施する。

4 伝統行事・伝統文化の振興

(1) 四大大行事の執行支援

ア 三大祭観覧席設置事業

葵祭、祇園祭、時代祭の三大祭において有料観覧席を設置する。旅行形態の変化や観覧席設置等に伴う経費増大に対応するため、販売価格の見直しや利用者ニーズに見合う高付加価値観覧席等の設定、祭当日前後における体験プログラム等の商品造成、企業広告協賛の獲得、さらに、国内外の需要の取り込みの強化を図り、祭への執行補助金を安定的かつ継続的に拠出できるよう取り組む。また、各祭のプロモーションについても、執行団体等と連携し積極的な情報発信を行う。

イ 伝統行事執行補助

有料観覧席等の販売収益及び企業広告協賛金の一部を、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。また、葵祭及び京都五山送り火協賛会の事務局として、協賛金の勧募活動のほか、行事を支える補助団体や執行団体との連携のもと、各協賛会の円滑な運営を通じ、行事の保存・継承を推進する。

(2) 京の食文化魅力発信事業

ア 大阪・関西万博開催記念 京都レストランスペシャル

大阪・関西万博の開催期間中に、府市連携事業として「京都レストランスペシャル」を開催、国内外の観光客に向け、京料理を中心とした食の体験を通して京の食文化の訴求を行う。開催にあたり、京都レストランスペシャル実行委員会ならびに京都国際観光レストラン協会の事務局運営を担い、事業を推進する。

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」において、京の食文化の発信に努める。

ウ 「食の京都」情報発信

「食の京都」のWEBサイトを通じ、奥深い京の食文化の魅力発信を強化する。

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」の事務局を担い、「びわ湖疏水船」の運航事業をはじめ、文化庁が認定する「日本遺産」を活用したフィールドミュージアム整備事業等、琵琶湖疏水沿線の魅力発信事業を推進する。

「びわ湖疏水船」の運航事業では、引き続き「びわ湖疏水船」への魅力溢れる情報を発信していくほか、ふるさと納税の利用増進や一般乗船販売の強化等、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、沿線全域の魅力発信のほか、大津閘門からの航路延伸等の広報を強化する。

(2) 花灯路・ライトアップ支援事業

京都府・京都市等で構成する協議会で執行してきた「京都・花灯路」の後継事業となる「花灯路・ライトアップ支援事業」の事務局を担い、京都全域の観光振興や地域振興に資する事業に対し行灯・配線ケーブル等の電気設備資材の貸出し・譲渡を行う。夜観光、宿泊観光の促進による滞在時間の延長により、経済効果の波及を狙う。

(3) 京の七夕

京都府、京都市等で構成する「京の七夕実行委員会」の事務局を担い、旧暦の七夕にちなみ8月上旬に、「祈り」や「願い」をテーマに、京都各所で行われる民間や各種団体の主催する「京の七夕」協賛イベントに対して、広報と情報の収集・発信を行う。また、笹飾りや短冊の配布等の事業支援を行い、夜観光、宿泊観光の促進につなげる。

(4) 二条城との連携

二条城において実施される春・夏・秋に開催される夜間ライトアップに対応した二条城大休憩所内店舗の営業や、春・秋における二条城まつりでの物産出品協会と連携した物産展の運営等を通じて賑わいを創出し、国内・インバウンド観光客の誘致につなげる。

また、二条城大休憩所内店舗に併設する「二条城・伝統の逸品」コーナーでは、京都の伝統的な技術や技法を用い、二条城の建築物や障壁画等をデザインに活かした伝統産業品を販売し、二条城と伝統産業の更なるPRに努める。

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

京都市や観光関連団体で構成する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、実情や要望等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では、エリア別及び業種別に優待内容を調べることが可能な特設ホームページの更なる充実とダウンロードによる利用促進を図り、ペーパーレス化に向けた取り組みを進める。

なお、協会窓口にお越しになる学校関係者に対しては、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。

7 事業者支援

(1) 観光の担い手確保の支援

観光業界において不足している担い手を確保するため、求職者が就職を検討するうえで参考となる事例の取材や、採用担当者が人材を募集するうえで参考となる研修動画を作成し、専用WEBサイト「京都観光はたらくNavi」で発信する。また、宿泊事業者と宿泊業界に興味を持つ学生による交流や業界、仕事に関する意見交換を目的とした座談会を開催する。

(2) インバウンド向け事業企画の支援（インバウンドイノベーション京都）

京都信用金庫との連携協定のもと、観光事業者によるインバウンド向けの新規事業のアイデア募集を通じ、京都観光行動基準（京都観光モラル）の実践等にいたる、上質な観光コンテンツの造成を支援する。あわせて、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、業界の活性化や情報発信等を図る。

(3) 観光事業者の交流の場の創出（京都インバウンドカフェ）

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もと、会員事業者をはじめとした観光事業者・従事者を交えての意見交換等を行うイベントを定期的を開催する。

(4) 宿泊施設魅力発信事業

夏と冬の閑散期において、OTAサイトを活用し、旅館の魅力を発信するキャンペーンを実施する。また、OTAサイトからの予約に対してインセンティブを付与する等、旅館の宿泊を促進させる事業を展開し、経営強化を支援する。

(5) 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、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。

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（以下「協議会」）からの、令和7年3月末までの5年にわたる運營業務受託について、この間の運営実績が評価されたことから、次期5年間の運營業務についても受託する運びとなった。今後とも協議会から高い評価が得られるよう運營業務に努める。

とりわけ、大阪・関西万博の開催を控え、国内外から京都を訪れる人々の観光情報拠点として、地域の行事やイベントをはじめとした各種観光情報の提供、チケット販売や宿泊斡旋等を通じ、京都の魅力を広く発信する。

また、京都府域等を含む広域観光地への効率的なアクセスや交通情報の提供を行い、観光客の周遊性向上や観光の分散化を積極的に支援するとともに、京なびに蓄積された各種情報を掲載するWEBサイト「京なびオンライン」の活用を促すことで、スムーズな観光案内をより一層推進する。

台風や大雪・地震等の自然災害時においては、特に外国人観光客の支援に主眼を置き、交通機関等の運行情報、社寺・観光施設の開閉情報等を収集し、最新情報をタイムリーに発信等していく。

2 観光地図の作成

スマートフォンの普及により位置情報が簡単に分かる時代においても、紙の観光地図は距離感や位置関係が一目で把握することができる、一覽性に優れた観光案内の基本ツールである。

来所者が第一に求める観光資料として最もニーズが高く、窓口での観光案内になくてはならないツールの一つとなっている。令和7年度は、日本語版及び英語版（各15万部）を作成する。

3 市内観光案内所との連携

春と秋の観光シーズンに合わせ、京都駅周辺の観光案内所等で構成する「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、一部地域に入浴客が集中することで発生する混雑や渋滞等、観光課題への取組状況を共有し、相互連携の強化を図ることで混雑回避や分散化の支援に努める。

また、ネットワークを使用したコミュニケーションツールにより、交通機関等の運行情報や社寺、観光施設の開閉情報等の最新情報をリアルタイムに共有し、案内に活用する。

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、的確に観光客のニーズに対応する。

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する。入城記念符をはじめとする二条城限定のオリジナル商品の開発や、城内イベント・各種キャンペーンと連動した商品やメニューの企画により、来城者の満足度と売上の向上を図る。

令和7年度は、インバウンドの本格的な回復を捉え、レジデータ分析による商品入替を積極的に行い、客層に合わせた品揃えを追求し、収益の確保に努める。

また、次期契約に係るプロポーザルが実施されるため、さらなる店舗の展開を検討し、プロポーザルに向けた企画立案を進める。

2 有料出版物・乗車券・入場券等の販売

京なびにおいて、交通系チケット、催事観覧券、博物館・美術館入場券、各種出版物等を引き続き販売し、観光客の利便性の向上を図る。

今後も会員事業者との連携を強め、観光客のニーズに対応した取扱商品の拡充に努める。

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）、賀茂御祖神社（下鴨神社）、榊曾根造園、三井不動産レジデンシャルサービス関西株の4者で共同事業体（コンソーシアム）を構成し、令和5年度から令和8年度までの4年間、「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及び事業運営に取り組んでいる。

通常公開業務に加え、引き続き「事前予約」「少人数制」「高付加価値」をキーワードに、自主事業を積極的に展開するとともに、POSレジの分析データを運営に活用し、来館者の満足度と収益の更なる向上を図る。

令和7年度は、下鴨別邸が三井家の別邸として1925年（大正14年）に竣工して

から 100 周年の節目を迎えることから、年度を通じて観光客や市民に向けた各種記念イベントを開催し、施設の更なる P R に取り組む。

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

会員事業者向けのメールマガジンを月 1 回程度配信し、会員事業者の P R 枠を設けるほか、会員事業者が提供する「優待サービス」の紹介等を実施し、会員同士の交流や事業連携を促す。

2 会員事業者向け多言語対応支援

会員事業者向けの多言語コールセンターを運営し、外国人観光客に対応する事業者や施設のサポートを行う。

3 会報の発行

当協会の活動状況や事業報告、新入会員の紹介等を掲載する会報誌「京観協だより」を発行する。

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、事業振興に貢献した個人及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、各事業の積極的な宣伝等を通じて支援することで、更なる京都観光の発展に寄与する。

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」で組織する全国京都会議の事務局を運営し、広域的な観光誘致宣伝活動を実施する。京都においては、広義の「観光の分散化」としての取組と捉え、各市町村と連携し京都からの送客のほか、インバウンドの客層を中心に積極的な情報発信も行う。令和 7 年度は、京都市での 15 年ぶりの総会を開催し、会員市町間で連携を図る。引き続き、誘致宣伝物の作成等を行い、各市町への誘客促進と魅力発信の強化に取り組む。

（2）大都市観光協会連絡協議会

政令指定都市の観光協会等が抱える課題を持ち寄り、課題解決に向けた情報交換や先進事例の情報共有を行う。

（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、参画施設への観光誘客等の取組を支援する。

3 その他

京都市や京都府、観光庁や文化庁等との連携に加え、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

- 文化庁連携プラットフォーム
- 大阪・関西万博きょうと推進委員会
- 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
- 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

- 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
- 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
- 京都モダン建築祭実行委員会