

平成25年度 公益社団法人京都市観光協会事業報告

平成25年度重点取り組み項目について

1 「京の夏の旅」「京の冬の旅」事業のより一層の充実

「京の夏の旅」「京の冬の旅」キャンペーン事業において、次年度事業の企画発表の早期化、魅力あるテーマの設定、誘致宣伝販売の強化など、京都への旅行商品造成と宣伝販売促進に努めるとともに、JRや関西私鉄各社、京都市交通局でのポスター掲出、パンフレット配布などの宣伝協力を得、より一層の京都観光の盛り上げを図った。

(1) 「京の夏の旅」

事業内容の早期発表や誘致宣伝を図るとともに、JR各社や関西私鉄各社、京都市交通局の協力を得て、関係機関との密接な連携のもと、幅広い宣伝を行うことができた。例年以上の猛暑や台風18号による被害など、京都観光にとって厳しい夏となり、定期観光バス特別コースについては、対前年度比76%と低調であったものの、「京の夏の旅」文化財特別公開では、徒歩圏内に複数の公開箇所を設定したことによるエリア回遊観光が功を奏し、多くの観光客を受け入れることができた。拝観見学者数は96,449人を数え、対前年度比119%と10万人に迫る「京の夏の旅」としては過去2番目の実績となった。

(2) 「京の冬の旅」

JR6社共同によるデスティネーションキャンペーンとして全国規模での誘致宣伝に努めるとともに、関西私鉄各社、京都市交通局の宣伝協力や、大阪、神戸の交通局とも連携を図り、近郊都市での宣伝強化に努めた。また、「京の冬の旅」オープニングイベントを開催し、多数のメディアに取り上げられたほか、話題となるテーマの設定やイベント内容の充実を図ったことにより、非公開文化財特別公開の拝観者数は対前年度比102%と前年度を上回る結果となった。

「京の冬の旅」定期観光バス特別コースは、「うるわし」「あじわい」といった定番の4コースに加え、短時間で観光地をめぐる「ショートコース」や女性をターゲットとした「お手軽コース」など、新たに5コースを設定し、観光客の幅広いニーズに対応した特別コースを運行し、新たな観光客層の開拓にも力を入れたが、特別コースの合計は対前年度比80%と低調な結果となった。

そのほか、新たな取組みとして、ガイドの案内で歩いて京都の歴史や文化に触れる「駅からウォーキングツアー」を実施し、歩いてこそわかる京都の魅力発信に努めた。

2 京都「千年の心得」、「ほんまもん」に触れ合う旅「京のたしなみ」等体験プランの充実

千年を超える歴史に培われた京都ならではの奥深い上質な魅力に出会うことのできる体験型観光プラン京都「千年の心得」事業、京都の伝統文化、伝統産業の魅力にふれることのできる体験型素材を集めたキャンペーン「京のたしなみ」事業、京の食をテーマとしたキャンペーン「食遊菜都」など、それぞれの事業内容を充実させることにより、豊かな文化を育む京都の町の魅力を発信するとともに、京都へのより一層の観光客誘致推進を図った。

3 国際観光客受入対策のより一層の強化－「いまの KYOTO」を伝える

当協会では年ごとに増加する外国人観光客の受入対策として、これまでインターネットを中心とした情報発信を強化してきた。平成 25 年度は新たな試みとして、多言語ホームページ「KYOTO-MAGOnoTE」において、6 ヶ月先までの京都のイベントや年中行事を多言語で発信を開始した。詳細なスケジュールデータを多言語で発信した例はなく、同ページのアクセス数を倍増させる結果となった。

また京都総合観光案内所での国籍調査結果を踏まえ、アジア言語（中国語・ハンダ語）の地図をはじめ作成、配布を行った。

4 京都四大大行事の円滑な執行への支援及び観覧席事業における安全な運営の確保

京都の観光振興に大いに寄与する観光資源として、葵祭・祇園祭・五山送り火・時代祭の京都四大大行事について、安定的に執行されるよう補助金をはじめ側面からの支援を行った。

葵祭・祇園祭・時代祭については、観覧席を設置し、観光客の利便や旅行会社のツアー設定に寄与したほか、観覧席周辺の沿道整理や警備に貢献した。

また葵祭・五山送り火については、協賛会の事務局を務め、協会会員への募金活動等を行った。

5 京都総合観光案内所など観光客をお迎えする窓口でのより満足度の高い“おもてなしの心”での対応と会員情報の発信

当協会が運營業務を受託する京都総合観光案内所「京なび」の平成 25 年度の相談者数は、80 万人弱となり、前年度より約 10%の減少となった。これは、外国人観光客が増加し、1 件当たりの相談対応時間が長くなり、カウンターでの相談者数が減少したことなどによると考えられる。しかしながら、観光地図のような基本的なツールを窓口に求めずとも入手できるよう配架し、また問合せの多い観光地へのバスの路線番号を掲出するなど、主に日本人観光客が列に並ばずとも情報を入手できるよう工夫したことにより、総体としては、必要とする人に必要な情報が届けられ、より満足度の高い案内ができたと考えられる。

また会員情報が掲載された窓口配付用の観光地図を、日本語 50 万部、英語 30 万部、中国語（簡体字 5 万部・繁体字 10 万部）、ハングル 5 万部を作成し配布を行った。

6 台風 18 号の被害からの京都観光の復興への取り組み

平成 25 年 9 月 15 日深夜からの台風 18 号による大雨の影響で、京都市内は、一部地域が道路や建物の冠水等、被害を受けた。

なかでも、観光地嵐山地域の冠水は、渡月橋周辺の旅館、土産店、観光施設等へも被害が及び、テレビや新聞等でも大きく報道された。しかしながら、被災直後から、地域の子供たちや全国からのボランティアの支援を得た地元の方々の連携による懸命な復旧作業によって、早期に嵐山の姿を取り戻すことができた。

当協会では、ホームページにおいて、被災直後から、京都市内の観光の状況について情報発信し、京都総合観光案内所では観光情報コーナーを設置し、普段どおりに安全に楽しんでいただける京都観光の現状の周知に努めた。

また、京都市や被災地の観光関係団体、五花街の舞妓とともに、10 月 4 日（火）、東京八重洲の「京都館」で「元気です！京都キャンペーン」を開催し、全国から届いた支援に対する感謝の思いを込め、速やかに復興する京都の現在の姿を知らせた。

その結果、秋の観光シーズンには多くの観光客を迎えることができた。

平成25年度事業報告について

I 観光都市京都の紹介宣伝事業 (公益目的事業会計)

1 JR委員会の活動

JRグループ各社と共同で観光客誘致を推進するためJR委員会を運営し、JR各社との連携による各種の効果的な誘致宣伝活動を実施した。

(1) JR西日本との共同事業「京都・大阪・神戸観光推進協議会」への参画

関西の観光地としてそれぞれの特徴を持った、京阪神三都市への観光客誘致を推進するため協議会に参画し、全国的に定着している“三都物語”キャンペーンについて、JR西日本と共同で誘致宣伝活動を行うとともに、開業3年目の九州新幹線の効果を定着させるため、主に九州エリアでの宣伝展開を強化するなど、三都市周遊型のツアー企画の造成および販売活動を推進した。また、インバウンドにも取り組み、海外に向けた情報発信を積極的に行った。

- ① 首都圏・九州エリア等の旅行会社の造成・販売担当者を招き、三都現地説明会を実施
- ② 首都圏・九州エリアを中心にマスコミ機関を招き、三都現地取材会を実施し、新聞・タウン情報誌等に記事を掲載
- ③ 三都観光情報パンフレットの作成配布
- ④ 国土交通省近畿運輸局、関西鉄道7社局と連携し「京都・大阪・神戸 光と灯りの街めぐり～冬の三都ファンタジア」のPRイベントを福岡で実施し、ステージでのPRやパンフレットの配布とあわせて、九州の旅行会社にも送客を依頼
- ⑤ JR西日本ホームページ「三都物語 web」において、“三都物語”旅行商品や旬の観光情報を提供
- ⑥ 旅行会社等が販売する“三都物語”旅行商品の購入者に対するプレゼントキャンペーンの実施
- ⑦ ビジット・ジャパン地方連携事業に参画し三都をPRする台湾・香港・韓国向けの観光パンフレットを制作
- ⑧ Good Luck Trip (多言語のフリーペーパー) に冬季イベントの広告を掲載
- ⑨ マレーシアの旅行博「MATTA」に出展し、制作したフリーペーパーや観光パンフレット等を配布

(2) JR東海との共同事業「京都観光宣伝協議会」への参画

首都圏および東海道新幹線沿線地区から観光客誘致を図るため協議会に参画し、JR東海の宣伝媒体をはじめマスコミ媒体を活用した幅広い京都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。

① 首都圏での観光PRの実施

首都圏で開催されたイベントと連携して「京の夏の旅」「京の冬の旅」「京の七夕」「京都・花灯路」事業をPRするため、舞妓を派遣するなど京都観光ブースを設置して積極的な京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

○東武池袋駅	7月6日～7日
○旅フェア日本 2013 (池袋サンシャインシティ)	11月8日～10日
○京都文化講座「京(みやこ)への誘い」(品川プリンスホテル)	11月8日
○プランタン銀座イベントスペース	2月8日～9日
○JR静岡駅	2月21日
○KITTE 1階アトリウム(東京都千代田区)	3月7日～8日

② 京都散策ブックの配布

首都圏の旅行者に対し、季節ごとの見どころ等を紹介した冊子を配布し、京都観光のPRに努め、京都への誘客推進を図った。

- 京都散策ブック「新緑の京めぐり」の配布
初夏の京都の「青もみじ」の見所等を紹介
期間 5月7日～7月12日
- 京都散策ブック「どの道あるこう、京めぐり。」の配布
初秋の京都の見所等を紹介
期間 9月7日～11月8日
- 京都散策ブック「母と娘の冬の京都 お楽しみ帖」の配布
冬の京都の見所等を紹介
期間 12月9日～3月14日

③ 京の冬・早春をゆったり楽しもうキャンペーンの実施

京都の伝統工芸品が抽選で当たる応募はがきを京都に連泊する首都圏・静岡地区の旅行者に配布し、連泊の推進を図った。

(3) JR東日本「びゅう京都会」への参画

JR東日本の旅行業部門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、宿泊客の誘致対策などの検討や情報交換を行った。

(4) JR西日本との連携

JR西日本の主要駅で「京の夏の旅」「京の冬の旅」「京の七夕」「京都・花灯路」事業をPRするため、舞妓を派遣するなど、京都観光ブースの設置とあわせて観光物産展を開催し、積極的な京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

○JR岡山駅	7月13日～14日
--------	-----------

○ J R 金沢駅	7月26日
○ J R 鹿児島中央駅	11月1日～2日
○ J R 博多駅	11月22日～23日
○ J R 金沢駅	11月29日～30日
○ J R 博多駅	12月2日
○ J R 熊本駅・鹿児島中央駅	2月14日～16日

(5) J R九州との連携

J R九州と連携し、京都向けの旅行商品の設定をするなど、観光客誘致につながる取り組みを実施した。

(6) J Rグループ6社共同キャンペーンの継続実施

昭和54年から通算して連続34年間実施している「京の冬の旅」キャンペーンについて、J R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引き続き実施を要請し、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組んだ。

2 観光協会ホームページによるインターネット情報発信の充実

(1) 機能と内容充実

京都の観光情報の発信をはじめ協会事業を発信するホームページ (www.kyokanko.or.jp) は、トップページリニューアルをはじめ、スマートフォン対応、四五行事ページの充実、6カ月先までの行事を発信する「京ごよみ」ページの増設などにより、機能と内容の充実を図った。

平成25年度 総ページビュー数 5,458,798件

トップページビュー数 736,067件 (24年度 799,754件)

(2) ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の活用

利用者が多く、無料で活用できる facebook にて、観光情報をはじめ、気象の影響による交通遮断や祭実施の有無のような急ぎ伝えたい情報の発信を行った。

facebook ページ『京都観光上ル下ル』 いいね! 6,302件

3 誘致宣伝印刷物の作成配布

(1) 月刊誌「京ごよみ」の編集発行

従来、京都市が発行してきた『京ごよみ』と当協会が発行してきた『きょうと情報版』を合体させた、新『京ごよみ』を毎月4万部発行し、観光客はじめ会員、首都圏を中心に旅行会社、マスコミ機関等に配布して観光客の誘致を推進した。

(2) 誘致ポスターの作成配布

京都四五行事をはじめ、各種年中行事や観光イベントの誘致ポスターを作成し、

J R 各社の全国主要駅、私鉄各社の主要駅を中心に掲出するとともに、旅行会社、観光案内所および全国各地の京都展、物産展等へ適宜効果的に配布した。

京都四大大行事については、大阪市交通局の協力のもと、大阪市営地下鉄に掲出及びチラシの配架を行った。

(4月) 春のをどり・鴨川をどり・葵祭・大原女まつり

(6月) 祇園祭

(7月) 第38回「京の夏の旅」・京都五山送り火

(9月) 時代祭

(12月) 第48回「京の冬の旅」

(3月) 都をどり・平安神宮「桜」

* () 内は掲出月

4 京都観光推進協議会への参画

京都市ならびに関係業界で組織する京都観光推進協議会に参画し、修学旅行および一般観光客誘致対策に重点をおいた活動を推進した。

5 全国各地の「京都展」での誘致宣伝活動

首都圏はじめ全国各地の主要都市の百貨店で開催された「京都展」や「物産展」を共催、後援し、観光コーナーへのパンフレット配布や、ポスターを掲示して、京都観光のPRを実施した。

6 京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」の受託

京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」の運営を京都市から引き続き受託し、利用者のニーズに対応した的確な情報発信を行うとともに機能充実に努めた。

平成25年度アクセス件数(ページビュー) 23,984,871件(24年度 17,288,257件)

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 「京の夏の旅」キャンペーンの実施

夏季観光客誘致事業として取り組んでいる「京の夏の旅」キャンペーンは、前年度に引き続きイベントの早期計画および早期発表を継続するとともに、宣伝面においてもJ R各社をはじめ、京阪、阪急、阪神、近鉄、南海の関西私鉄各社、京都市交通局

など、関係機関との密接な連携のもと、誘致宣伝活動の強化や旅行商品化の促進に努めた。

(1) 「京の夏の旅」文化財特別公開

普段見ることのできない社寺や施設を個人・団体でも見学できるよう7か所で実施した。拝観・見学者数の合計は、96,449人で、対前年度比119%、1日当たりの平均拝観・見学者数では対前年度比128%となった。

公開期間 7月13日～9月30日

公開箇所 祇園甲部歌舞練場庭園／長谷川家住宅／大雲院祇園閣／六道珍皇寺／大覚寺 心経宝塔／下鴨神社 神服殿・大炊殿／金戒光明寺

拝観・見学者数 96,449人

(2) 第38回「京の夏の旅」定期観光バス特別コース

7月から9月末までの期間、「京都の美・名庭と建築をたずねて」、「京の名水と御利益めぐり」、夜の特別コース「宮廷鶺鴒と夕景の嵐山」のバスコースを設定し、運行した。3コース合計の乗車人数は5,774人、対前年度比76%となった。各コースの実績は以下のとおり。

① 「京都の美・名庭と建築をたずねて」

運行期間 7月13日～9月30日

対象箇所 祇園甲部歌舞練場庭園／長谷川家住宅／大雲院 祇園閣／無鄰菴／白河院（昼食）

乗車人数 3,205人

② 「京の名水と御利益めぐり」

運行期間 7月13日～9月30日

対象箇所 六道珍皇寺／旧嵯峨御所 大覚寺門跡 心経宝塔／御金神社／御香宮神社（拝観と茶菓）／京料理 魚三楼（昼食）

乗車人数 1,363人

③ 「宮廷鶺鴒と夕景の嵐山」

運行期間 7月1日～9月16日

対象箇所 嵐山宮廷鶺鴒／法輪寺と夕景の嵐山散策／渡月亭（夕食）

乗車人数 1,206人

(3) 京都「千年の心得」（実績等詳細は16～17ページに掲載）

(4) 京の食文化キャンペーン「食遊菜都2013・夏」

（実績等詳細は17ページに掲載）

(5) 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」（実績等詳細は17～18ページに掲載）

(6) 京の夏の旅キャンペーンイベント

観光客のニーズに応えるため、夏ならではの茶会をはじめ、参加体験型のイベントを実施した。

- ① 京都・大原探訪
大原の夏の魅力を散策しながら体験する個人観光プラン
開催期間 7月6日～9月29日の土・日・祝
参加人数 176人

- ② 高台寺「夜の観月茶会」
開催期間 9月13日～29日の金・土・日
参加人数 448人

- ③ 「京の七夕」事業（実績等詳細は22ページに掲載）

(7) “都の賑い”事業の実施

京都花街組合連合会、京都伝統伎芸振興財団主催の6月恒例のイベントとして定着した“都の賑い”「京都五花街伝統芸能公演」の誘致宣伝に努めた。

開催日 6月22日・23日

(8) 誘致宣伝展開

- ① 誘致宣伝ポスター、パンフレットの作成、掲出配布

「京の夏の旅」ポスター、パンフレットを作成し、全国のJR主要駅や京阪、阪急、阪神、近鉄、南海の関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等へ掲出配布した。その他、JR各社、大手旅行会社の協力を得て、夏の京都旅行商品パンフレットにキャンペーンイベントを掲載していただいた。

《ポスター》

○駅貼（B1・7種）	2,340枚
○駅貼（B2・4種）	770枚
○車内吊り（B3・2種）	5,970枚
○定期観光バス（B3・1種）	3,500枚

《パンフレット》

○京の夏の旅 イベントガイドブック	40万部
○京の夏の旅 ダイジェスト版リーフレット（3種）	11万部
○定期観光バス 夏号	52万部

《その他》

○京都市営地下鉄車内横枠広告	270枚
○京都市営地下鉄指詰ステッカー	560枚

- ② マスコミ媒体等による誘致宣伝

全国主要地区のテレビ・新聞・雑誌等のマスコミに対して、取材協力の要請を行うとともに、「京の夏の旅」の試乗取材会を開催する等、キャンペーンイベントの記事掲載のための誘致宣伝に努めた。放映、掲載実績は以下のとおり。

《テレビ・ラジオ》

- テレビ大阪「おとな旅 あるき旅」

○読売テレビ放送「クチコミ新発見！旅ぷら」

○NHK大阪放送局「関西ラジオワイド 市町村だより」

《新聞》

京都新聞／朝日新聞／毎日新聞／日本経済新聞／産経新聞／東京新聞／北
國新聞／北陸中日新聞／福井新聞／中日新聞／中國新聞／西日本スポーツ
新聞／デイリースポーツ／アクティブ報知

《雑誌》

「KYOTO 夏の保存版 京都夏遊び 2013」／「旅行読売」／「てくてく
歩き京都」／月刊「京都」／「ひととき」／「美しいキモノ」／「NHK ウ
ィークリーステラ」 ほか

《その他》

当協会ホームページをはじめ、京都観光 Navi、月刊観光情報誌「京ごよみ」、
京都市広報紙、私鉄情報誌などでの情報掲載等による情報発信を実施した。

③ JR各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

JR各社および主要旅行会社に対して、宣伝販売促進を依頼するとともに、
定期観光バスについては、JRグループの端末による販売を行った。

④ 試乗取材会等の開催

○ 「京の夏の旅」×「ちょこっと関西歴史たび」オープニングセレモニー

「京の夏の旅」特別公開対象箇所であり、JR西日本実施の「ちょこっと
関西歴史たび」の紹介箇所にも選ばれた「大覚寺」において、京都の夏を代
表する祇園祭の、月鉾保存会による「祇園囃子」奉納など、両キャンペーン
のオープニングイベントを開催した。

開催日 7月13日

会場 大覚寺

○ 「京の夏の旅」定期観光バス特別コース試乗取材会

主要都市の新聞社等マスコミ各社やJRや関西私鉄各社等関係機関を招
き、定期観光バス特別コースの試乗取材会を実施した。

開催日 7月11日

出席者数 マスコミ、JR、関西私鉄、旅行会社、ホテル、旅館など約
100人

2 「京の冬の旅」キャンペーンの実施

冬季観光客誘致事業として取り組んでいる「京の冬の旅」キャンペーンは、大河ド
ラマ「軍師官兵衛」放映にちなみ、「戦国武将ゆかりの地」や「戦国時代から江戸時
代の美と文化」にスポットをあて、15か所の非公開文化財特別公開を実施した。ま

た、定期観光バス特別コースとして、恒例の4コースのほかに「ショートコース」「お手軽コース」など新たなコースも設定し運行した。

そのほか、奥深い京都ならではの体験ができる観光プラン 京都「千年の心得」、京の伝統文化、伝統工芸を身近に感じる「京のたしなみ」や京の食文化にスポットを当てたイベント「食遊菜都」など、観光客の幅広いニーズに応えるべく、京の冬ならではの多彩なイベントを企画設定し、J Rグループ6社共同によるデスティネーションキャンペーンとして全国規模での誘致宣伝、販売活動を行った。

宣伝面においては、J Rグループ6社とあわせ、関西私鉄各社や京都市交通局にもさらなる宣伝協力を得て、ポスター掲出など積極的な宣伝強化を図った。

(1) 第48回「京の冬の旅」非公開文化財特別公開

大河ドラマ「軍師官兵衛」放映にちなみ、「戦国武将ゆかりの地」や「戦国時代から江戸時代の美と文化」をテーマに、普段見ることのできない建築、庭園、襖絵など、15か所の文化財を特別公開した。拝観者数の合計は、330,938人で、対前年度比102%、1日当たりの平均拝観者数では対前年度比101%となった。

公開期間 1月10日～3月18日

公開箇所 建仁寺 開山堂／建仁寺 正伝永源院／建仁寺 両足院／高台寺／知恩院 三門／大徳寺 聚光院／大徳寺 興臨院／寺町 阿弥陀寺／報恩寺／妙顕寺／妙心寺 聖澤院／妙心寺 大法院／妙心寺 龍泉菴／東寺 五重塔／東寺 観智院 (15か所)

拝観者数 330,938人

(2) 第48回「京の冬の旅」京都定期観光バス特別コース

1月から3月の期間、「うるわし」「みやび」「やすらぎ」「あじわい」の定番の4コースに加え、時間のない方におすすめの「ショートコース」や、女性をターゲットとした「お手軽コース」、「京のたしなみコース」など、新たに5コースを設定し、観光客の幅広いニーズに対応した特別コースを運行した。特別コース合計の乗車人数は9,989人で、対前年度比80%となった。各コースの実績は以下のとおり。

① うるわしコース 『大河ドラマ「軍師官兵衛」放映にちなむ特別コース「天下を夢見た戦国武将ゆかりの地をたずねて」

運行期間 1月10日～3月18日

対象箇所 報恩寺～黒田長政～／寺町 阿弥陀寺～織田信長～／高台寺～豊臣秀吉～／知恩院 三門～徳川家康～／洛中悠庵 花伝 (昼食)

乗車人数 2,458人

② みやびコース 『京の障壁画の美をたずねて』

運行期間 1月10日～3月18日

- 対象箇所 建仁寺 正伝永源院／大徳寺 聚光院／妙心寺 聖澤院／
妙心寺 龍泉菴／天喜（昼食）
- 乗車人数 2,155 人
- ③ やすらぎコース『京の庭園と建築美をたずねて』
- 運行期間 1月10日～3月18日
- 対象箇所 建仁寺 開山堂（1月～2月のみ）／建仁寺 両足院（3月のみ）
／大徳寺 興臨院／妙顕寺／妙心寺 大法院／阿じろ（昼食）
- 乗車人数 2,768 人
- ④ あじわいコース 『京の豊かな味めぐり』
- 運行期間 1月10日～3月18日（毎週水曜日運休）
- 対象箇所 京料理 美濃幸（昼食）と八坂神社／京つけもの 西利／
京の酒 月桂冠大倉記念館／京菓子 笹屋伊織
- 乗車人数 1,492 人
- ⑤ ショートコース『妙心寺と大徳寺』
- 運行期間 2月1日～28日
- 対象箇所 妙心寺 聖澤院／大徳寺 興臨院
- 乗車人数 437 人
- ⑥ ショートコース『国宝 知恩院三門と東寺五重塔』
- 運行期間 2月1日～28日
- 対象箇所 知恩院 三門／東寺 五重塔
- 乗車人数 507 人
- ⑦ 京のたしなみコース『～京の名勝庭園～平安神宮・大徳寺聚光院・醍醐寺』
- 運行期間 3月1日～16日の土・日
- 対象箇所 平安神宮／大徳寺 聚光院／醍醐寺（三宝院庭園）／白河院（昼食）
- 乗車人数 79 人
- ⑧ お手軽コース『美の神様とおぼんざいバイキングと長楽館でのティータイム』『美の神様と嵐山散策と長楽館でのティータイム』
- 運行期間 2月1日～23日の土・日
- 対象箇所 河合神社／美御前社／長楽館／嵐山散策
- 乗車人数 93 人
- ⑨ 特別コース 『京の雛めぐり』
- 運行期間 3月1日～23日の月曜を除く毎日
- 対象箇所 宝鏡寺／さがの人形の家／平野の家 わざ永々棟／泉仙（昼食）
／鶴屋吉信（菓子）
- 乗車人数 303 人

- (3) 京の冬の旅スタンプラリー
特別公開箇所を 3 か所巡るとお茶とお菓子で一服できるスタンプラリーを実施した。
参加人数 27,531 人
- (4) 京都「千年の心得」(実績等詳細は 16~17 ページに掲載)
- (5) 京の冬の食文化キャンペーン「食遊菜都 2014・冬」
(実績等詳細は 17 ページに掲載)
- (6) 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」(実績等詳細は 17~18 ページに掲載)
- (7) 京の冬の旅キャンペーンイベント
- ① 高台寺「夜咄」(夜のお茶会)
名利高台寺で冬の夜のひとときを楽しむお茶会
開催期間 1月17日~3月2日の金・土・日
参加人数 1,060 人
 - ② ガイドとめぐる京都西陣 千両ヶ辻ウォーキングと北野天満宮「梅苑」
開催日 2月22日~3月16日の土・日と2月25日
参加人数 57 人
 - ③ 第35回「京都名流いけばな展」
いけばな圏<京都>17 流派により入洛客を歓迎するいけばな展を実施した。
開催期間 1月21日~3月2日
会場 JR京都駅 新幹線コンコース
 - ④ 京都・花灯路事業(実績等詳細は 22 ページに掲載)
 - ⑤ その他、キャンペーン協賛の市内観光施設での体験イベント、宿泊施設でのプレゼント等を実施。
- (8) 「京の冬の旅」キャンペーン全国宣伝販売促進会議の開催
JRグループ6社および全国の主要旅行会社の商品造成担当者、宣伝担当者を招き、京都デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議を開催し、旅行商品の設定および宣伝販売促進の要請を行った。
開催日 平成25年3月13日・14日
会場 ホテルグランヴィア京都
出席者 約300名
なお、平成26年度の「京の冬の旅」キャンペーンについても平成26年3月17日・18日に全国宣伝販売促進会議を開催した。
- (9) 京都デスティネーションキャンペーン実行委員会による活動
京都市と共同で京都デスティネーションキャンペーン実行委員会を組織し、テレビCMや誘致ポスターの制作等、京の冬の旅キャンペーンのPRを促進した。
- (10) 誘致宣伝展開

① 誘致宣伝ポスター、パンフレットの作成・掲出配布

「京の冬の旅」キャンペーンポスター、パンフレットを作成し、全国のJR主要駅をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海、阪神の関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等で掲出配布した。昨年に引き続き、京都・大阪・神戸の三都市交通局の協力のもと、三都市の地下鉄の主要駅に「京の冬の旅」スタンプラリー用紙の設置や、京都市営地下鉄のドア指詰めステッカーによる広告の掲出など宣伝強化を図った。

その他、JR各社、大手旅行会社の協力を得て、冬の京都旅行商品パンフレットにキャンペーンイベントを掲載していただいた。

《地元制作ポスター》

○ JR 駅貼 (B1・5 枚組)	1,250 組
○ JR・私鉄・京都市及び三都市交通局駅貼 (B1・7 種)	2,700 枚
○ 私鉄駅貼 (B2・3 種)	650 枚
○ JR・三都市交通局・熊本市交通局 (B3・3 種)	12,370 枚
○ 定期観光バス (B3・1 種)	3,500 枚

《JRグループ制作ポスター》

○ JR 駅貼 (B0・4 種)	10,000 枚
○ JR 車内吊り (B3・4 種)	64,000 枚
○ JR 車内額貼 (B3×2 サイズ・3 種)	25,000 枚
○ JR 車内額貼 (B3・3 種)	24,000 枚
○ JR 車内ドア上 (変形・2 種)	12,000 枚

《パンフレット》

○ 「京の冬の旅」イベントガイドブック	100 万部
○ 「京の冬の旅」ダイジェスト版リーフレット	4 万部
○ 「京の冬の旅」スタンプラリー	143,000 部
○ 京都定期観光バス 秋冬号	52 万部
○ 非公開文化財特別公開ガイドブック	2 万部

《その他》

○ 京都市営地下鉄車内横枠広告	540 枚
○ 京都市営地下鉄指詰めステッカー	560 枚

② マスコミ媒体等による誘致宣伝

全国主要地区のテレビ・新聞・雑誌等のマスコミに対して、取材協力の要請を行うとともに、「京の冬の旅」のオープニングイベントや試乗取材会を開催する等、キャンペーンイベントの記事掲載のための誘致宣伝に努めた。放映、掲載実績は以下のとおり。

《テレビ・ラジオ》

- テレビ大阪「おとな旅 あるき旅」
- 読売テレビ放送「クチコミ新発見！旅ぷら」
- KBS 京都 ニュース
- 関西テレビ スーパーニュースアンカー「トレンドマルシェ」
- BS 日テレ「ぶらぶら美術・博物館 京都 2 時間スペシャル」
- 広島ホームテレビ「あっぱれ！熟年ファイターズ 冬の京都旅特集」
- 東海テレビ放送「スイッチ！」
- NHK大阪放送局「関西ラジオワイド・市町村だより」 ほか

《新聞》

京都新聞／朝日新聞／読売新聞／毎日新聞／日本経済新聞／東京新聞／
中日新聞／静岡新聞／福井新聞／山陽新聞／中國新聞／西日本スポーツ／
中日スポーツ／リビング京都／観光経済新聞 ほか

《雑誌》

交通新聞社「旅の手帖」／月刊「京都」／JTB パブリッシング「ノジュール」／小学館「週刊ポスト」 ほか

《その他》

- 旅行雑誌「別冊旅の手帖」京の冬の旅号発行（6 万部）
- テレビ「遠くへ行きたい」でのCM放映
- JR時刻表（12 月～3 月）でキャンペーンイベントのPR
- JRジパング倶楽部会員誌で特集記事掲載
- 当協会ホームページをはじめ、京都観光 Navi、月刊観光情報誌「京ごよみ」、京都市広報紙、私鉄情報誌などでの情報掲載等による情報発信を実施した。

③ JR 各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

JR 各社および主要旅行会社に対して、宣伝販売促進を依頼するとともに、定期観光バスについては、JR グループの端末による販売を行った。

④ 試乗取材会等の開催

- 京都デスティネーションキャンペーン「京の冬の旅」オープニングイベント

「京の冬の旅」キャンペーンの宣伝並びに JR や関西私鉄各社等関係機関とのさらなる連携強化に向け、京都デスティネーションキャンペーン「京の冬の旅」のオープニングイベントを JR 西日本と京都市とともに実施した。

「京の冬の旅」非公開文化財特別公開対象箇所の一つである高台寺において、オープニング式典を行い、キャンペーンの幕開けを祝して京都固有の「井上流」の京舞を奉納、マスコミ各社への広報並びに関係機関への事業協力の要請を行った。

開催日 1月10日

会場 高台寺

- 「京の冬の旅」定期観光バス特別コース試乗取材会の開催
主要都市の新聞社等マスコミ各社をはじめ、JRや関西私鉄各社等関係機関を招き、定期観光バス特別コースの試乗取材会を実施した。

開催日 1月9日

出席者数 マスコミ、JR、関西私鉄、旅行会社、ホテル、旅館など約
120人

- 関係機関との連携事業
首都圏で「京の冬の旅」キャンペーンをPRするため、京阪電鉄と連携し、京都観光ブースを設置するとともに、舞妓を派遣し、冬の京都への観光誘致宣伝に努めた。

開催日 2月21日～22日

会場 京急電鉄 上大岡駅前特設会場（横浜市）

3 京都の奥深い魅力に触れる 京都「千年の心得」事業の実施

平成21年度より実施している京都「千年の心得」事業では、京都ならではの奥深い上質な魅力に出会うことのできる厳選された観光プランを構築し、数多くの京都ファンやリピーターのニーズに応えるべく、京都市と共同で京都ならではの魅力あるイベントを実施した。また、JRや旅行会社各社で企画したイベントもあわせて誘致宣伝に努めた。

(1) 京都「千年の心得」 6月～9月実施	計 596人
① 大覚寺 螢放生～闇夜に輝く命の灯～	64人
② 夏は涼しく 朝の茶会～南禅寺畔 瓢亭～	43人
③ 祇園祭特別お茶講座と茶フレンチの昼食	41人
④ 旧嵯峨御所大覚寺門跡で平安の香り体験～お香（薫物）に親しむ～	172人
⑤ 日舞を体験！舞と音と味の調べ	34人
⑥ 京都の禅寺で坐る 夜坐体験	242人
(2) 京都「千年の心得」 12月～3月実施	計 760人
① 紫の縁「源氏物語の世界」～源氏物語にひたる一日	199人
② 旧嵯峨御所大覚寺門跡で平安の香り体験～お香（薫物）に親しむ～	142人
③ ベニシア・スタンリー・スミス「自然と調和した暮らし」	215人
④ 茂山千五郎 お豆腐狂言への誘い	60人
⑤ 井上八千代が語る、京舞のこころ	20人
⑥ ガイドとめぐるウォーキングツアー	

- 干支「午」のご利益と非公開文化財特別公開 38人
- ⑦ 旧曼舟邸でのお茶会体験と嵐山よしむらの蕎麦懐石料理を味わう 86人
- (3) 京都・文化体験ガイド「京のたしなみ帖」ホームページの運営
 京都「千年の心得」の一環として、京都・文化体験ガイド「京のたしなみ帖」
 ホームページによる工芸制作や着付け体験、寺社体験などのプランを紹介した。
 ○PCサイト <http://www.tashinami.com>
 ○携帯サイト <http://www.tashinami.com/mb/>

4 「京の食文化」をテーマとした観光キャンペーン「食遊菜都」の実施

観光の大きな楽しみの一つである“食”をテーマにした京の食文化キャンペーンを引き続き実施、「京の夏の旅」「京の冬の旅」と連動して、京料理をはじめとした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”のPRと観光客の誘致推進に努めた。

- (1) 食遊菜都 2013・夏 7月～9月実施 計 381人
- ① 京の花の寺～法金剛院「観蓮会」と朝粥～ 76人
- ② 京の五花街「お茶屋遊び」 66人
- ③ 鴨川納涼床で味わう京野菜イタリアンとお茶屋遊び 21人
- ④ 観覧席で見る祇園祭 山鉦巡行と京料理 145人
- ⑤ 京丸うちわ製作体験と京野菜ランチ 17人
- ⑥ 食遊懐石（京・嵐山 錦／六盛） 56人
- (2) 食遊菜都 2014・冬 1月～3月実施 計 1,072人
- ① 春を待つ『弥生の茶会』
 ～重森三玲庭園美術館での茶会と吉田山荘で京料理を愉しむ～ 117人
- ② 非公開文化財特別公開と京野菜ランチ 353人
- ③ 徳川家康・秀忠・家光親子と「知恩院」の関係を探る！ 81人
- ④ 京の五花街「お茶屋遊び」 88人
- ⑤ ～舞妓とランチ～上七軒の舞妓と楽しいひと時を 44人
- ⑥ 京菓子づくりと上七軒まち歩き 31人
- ⑦ ～美食菜食～京の朝ごはん
 「京の冬の旅」非公開文化財特別公開タクシープラン 13人
- ⑧ 食遊懐石（いもぼう平野家本家・おかもと紅梅庵・西陣魚新） 345人

5 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」事業の実施

平成23年度より取り組んでいる京都の伝統文化、伝統工芸の魅力を体感するキャ

ンペーンとして京都市の協力のもと、J R西日本と共同で実施し、さらなる観光客の誘致推進に努めた。

(1) 京のたしなみ	7月～9月実施	<u>計 168人</u>
①	女性工芸士に学ぶオリジナル竹籠作り体験	30人
②	女性職人に学ぶ季節を楽しむ和菓子作り	9人
③	京七宝ペンダントをつくる	29人
④	伝統工芸士に習う螺鈿・蒔絵体験	59人
⑤	お茶の淹れ方体験	41人
(2) 京のたしなみ	1月～3月実施	<u>計 195人</u>
①	女性工芸士に学ぶオリジナル竹籠作り体験	43人
②	西陣の染色糸でタッセルをつくる	37人
③	西陣織生地を用いた小物作り体験	24人
④	京七宝ペンダントをつくる	30人
⑤	お茶の淹れ方体験・お茶会体験	28人
⑥	京の伝統産業わかば会 作ってみよう！匠の技でマイグッズ	33人

6 特別企画事業の実施

春季・秋季の観光客誘致受入事業として、「霊鑑寺」「金戒光明寺」「宝鏡寺」の特別公開を実施した。

公開寺院	霊鑑寺／金戒光明寺／宝鏡寺	
公開期間	霊鑑寺	4月1日～14日
	金戒光明寺	11月1日～12月8日
	宝鏡寺	11月1日～30日
拝観者数	79,614人	

7 修学旅行受入対策の推進

(1) 修学旅行相談業務

事務所において、学校関係者の下見等の利便に供するための総合案内窓口として、資料提供や相談業務を行った。

平成25年度利用件数 755件

(2) 修学旅行パスポート事業の推進

京都を挙げての修学旅行受入対策の一環として、平成10年より実施している修学旅行パスポート事業について、会員の協力を得て、優待内容の充実を図るとともに、誘致受入対策として、全国の学校関係者、旅行会社等にPRし、活用を

促進した。

① 優待協賛施設の拡充

社寺・観光施設・食事・買物施設などへ協力要請を行い、パスポート協賛施設の拡充を図った。

平成 25 年度協賛施設数 351 施設

② インターネットによる情報発信

パスポート事業の内容をインターネットで発信するとともに、京都観光 Navi、きょうと修学旅行ナビや当協会ホームページなどのリンクにより、修学旅行に役立つ観光情報を発信した。

8 国際観光客誘致受入の強化

(1) 公益財団法人京都文化交流コンベンションビューローのインバウンド事業への参画

京都文化交流コンベンションビューローの協力団体として同ビューローが行う京都市海外情報発信・収集拠点との連携や、旅行博出展など外国人観光客の誘致に協力した。

(2) 海外有力プレス関係者等招請京都委員会への参画

京都府、京都市、京都府観光連盟とともに海外有力プレス関係者等招請京都委員会に参画し、世界各国の有力プレス関係者等を対象にした招請事業を実施した。

(3) 多言語観光情報誌の発行支援と配布

外国人観光客の利便を図り、誘致宣伝に努めるため、英文の月刊情報誌「キョートビジターズガイド」(1万6千部)、中国語版(簡体字・繁体字)・韓国語版の季刊情報誌「きょん」(各5千部)の発行を支援し、京都総合観光案内所を中心に配布を行った。

(4) 観光地図「KYOTO CITY MAP」の作成配布

会員より協賛広告を受け、外国人観光客向けに作成している京都観光に便利な観光地図を英文30万部再版したほか、新たに中国語版(簡体字版5万部・繁体字版10万部)・ハングル版5万部を作成し、配布を行った。

(5) 音声観光ガイドの配信

iPhoneやiPod等を活用した音声観光ガイド英語10コースを引き続き配信し、音声・地図ともにどこからでも事前に入手できるようにした。

(6) 多言語ホームページ「KYOTO-MAGOnoTE」の運営

英語・フランス語・中国語(簡体字と繁体字)・韓国語に日本語を加えた6言語のホームページ「KYOTO-MAGOnoTE」を運営した。あらたに6ヶ月先までのイベント・年中行事を発信するページを作成したこともあり、大きくアクセ

ス数を伸ばした。

平成 25 年度 総ページビュー数 1,342,596 件 (24 年度 648,259 件)

- (7) ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) の活用
facebook ページにて、最新の京都情報のほか、ウォーキングツアーを楽しむ外国人観光客の姿を発信した。
facebook ページ 『Like!Kyoto』 いいね! 662 件
『Walking Tour in Kyoto』 いいね! 772 件
- (8) 動画情報の発信
YouTube を活用し、当協会会員の施設情報、年中行事、季節の情報など「いまの KYOTO」を伝える最新の動画 24 本を公開した。
- (9) 「京料理と舞妓の夕べ」の開催
料理旅館において、京料理と舞妓を外国人観光客が手軽に体験できるイベント「京料理と舞妓の夕べ」を開催した。
実施回数 84 回 1,408 人 (24 年度 76 回実施 848 人)
- (10) 京都総合観光案内所利用外国人の国籍調査
京都総合観光案内所を訪れる外国人観光客の国籍調査を行い、月ごとに訪問の多い国 (地域) を把握した。
- (11) 外国人観光客向けウォーキングツアーの実施
増加する外国人観光客の受入対策として、外国人観光客向けのウォーキングツアーを引き続き実施した。(事業実績は 21 ページに掲載)

9 MICE 戦略の取り組み

京都で開催される MICE において、歓迎とおもてなしの観点から、京都文化交流コンベンションビューロー等と共同で、会場に観光案内ブースを設置し、案内員を派遣して京都観光の情報を提供した。

- 第 11 回世界生物学的精神医学会国際会議 6 月 24 日～27 日 国立京都国際会館
○日本青年会議所京都会議 1 月 25 日～26 日 国立京都国際会館

10 まちなか観光の企画推進 — 「歩くほどに奥深い京都」

「歩くほどに奥深い京都」をキャッチフレーズに、公共交通機関の活用を取り入れた歩く観光を提唱し、交通渋滞の緩和はもとより、観光客の足をまちなかや商店街へと向け、美しい町並みや買い物、体験や人々との交流を楽しむ「面の観光」へとする仕掛けの強化を図った。

- (1) 音声観光ガイド「京都フリーウォーク」配信

スマートフォンや iPod 等を活用し、魅力ある散策ルートを設定し、ガイドブックには載らない歴史や由緒を紹介する音声観光ガイドを、日本語 26 コース、英語 10 コースを配信した。

(2) ウォーキングツアーの実施

公共交通機関の利用促進を図るために京都市営地下鉄の駅を集合、出発地としたウォーキングツアー「京都ぐるり」の企画を行った。(26 年度開始)

(3) 外国人観光客向けウォーキングイベントの実施

平成 19 年度より実施している外国人観光客向けの英語のガイドによるウォーキングツアーを実施。年ごとに参加者が増加し過去最高を記録した。

外国人観光客向けウォーキングツアー

○祇園コース 週 3 回 (月・水・金) 夕方実施

実施回数 154 回 参加人数 3,598 人

11 新たな観光素材の発掘と活用

京都ならではの観光素材を新たに発掘して全国に情報発信し、リピーターの確保を図るため、新たな観光素材を秘める地域観光の推進、京都が誇る歴史文化をたどる観光の振興や京の食文化ミュージアム・あじわい館を活用した京の食をテーマとしたイベントのほか、新緑が美しい初夏の「青もみじ」や紅葉が色づく前の初秋の「観月」にもスポットをあて、宣伝活動を展開した。

(1) 地域観光の推進

伏見地域にスポットをあて、名水と史跡をテーマに酒どころの伏見の名所・旧跡を紹介し、地域観光の推進を図った。

(2) 京都が誇る産業、歴史、文化を活用した観光推進

大河ドラマ「八重の桜」の主人公、新島八重にスポットをあて、ゆかりの地を紹介し、京都の歴史文化に触れる観光振興を図った。

(3) 京の食をテーマとした観光 PR

京都市中央卸売市場、京都市農林振興室などと共催で京の食文化ミュージアム・あじわい館において、京の食をテーマにセリ場の見学や料理実演、料理実習を行い、京の食文化に触れるイベントを実施した。

(4) 初夏「京の青もみじ」・初秋「京のお月見」

初夏には「京の青もみじ」の名所を紹介したリーフレットやホームページを作成し、初秋には寺院での「お月見」イベントを開催し、旅行会社への商品造成依頼、マスコミへの取材要請、宣伝物での PR などに努め、京都への誘客推進を図った。

12 「京の七夕」事業の実施

オール京都で組織する「京の七夕」実行委員会に参画し、京都の新たな夏の風物詩として定着させるべくより一層の宣伝PRに努め、市内の社寺や観光施設などの協力を得て実施した。

4 回目の開催となった今回は、「堀川会場」と「鴨川会場」をメイン会場とし、堀川会場最大の見どころである「光の天の川」のグレードアップや、鴨川会場初のプロジェクションマッピングの実施など、「願い」をテーマに新たな魅力づくりの創出に取り組んだ。

開催期間 8月3日～12日 10日間
来場者数 742,000人（前年 734,000人 前年比 101%）

13 京都・花灯路事業の実施

京都の年中行事として定着した京都・花灯路事業は、12月の嵐山・花灯路で9回目、3月の東山・花灯路で12回目を迎え、当協会も京都市、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と共に構成団体の一翼を担い実施に当たった。

嵐山花灯路では、昨年台風18号から早期に復旧したことに対するPRを兼ねて、舞妓の舞をはじめとするステージイベントを実施したほか、東山花灯路では新規に「お絵かき行灯」や「俵夫さんと歩くガイドツアー」など観光客参加型事業を実施し、盛況を博した。

○京都・嵐山花灯路—2013

開催期間 12月14日～23日 10日間
来場者数 1,102,000人（前年 1,143,000人）

○京都・東山花灯路—2014

開催期間 3月14日～23日 10日間
来場者数 1,139,000人（前年 1,215,000人）

14 三大祭観覧席設置事業および伝統行事等への執行補助

(1) 三大祭観覧席設置事業と宣伝販売促進

葵祭・祇園祭山鉾巡行・時代祭の京都三大祭当日に有料観覧席を設置して、観光客の快適さ、利便性および京都の魅力を伝えるとともに、旅行会社等へのセールス活動やマスコミ機関等への報道要請を行った。

(2) 四大大行事等への執行補助

観覧席事業等の収入を財源として京都五山送り火を加えた京都四大大行事に対して、安定した執行および保全を図るために補助金を交付した。

また主な伝統行事や観光行事に対しても補助金を交付した。

(3) 四大大行事協賛会の運営

四大大行事協賛会のうち、葵祭行列協賛会、京都五山送り火協賛会については、事務局の運営を担い、募金活動を行ったほか、祇園祭協賛会、時代祭協賛会については、事務局構成メンバーとして、補助団体、執行団体との連携のもとに、協賛会の円滑な運営を図った。

15 京都さくらよさこいの実施

春の観光客誘致と京都市役所前を中心とした京都のまちの環境美化啓発の推進を目的として、「第9回京都さくらよさこい」を実施した。

開催日 4月6日(土)・7日(日)

会場 梅小路公園、京都市役所前広場など

16 元離宮二条城での各種イベントの受託

元離宮二条城において「二条城お城まつり」や「二条城ライトアップ」事業を京都市から受託し、城内でのイベントを企画運営するとともに、ポスター、リーフレット、ホームページなどの媒体による宣伝活動を行い、二条城への誘客に努めた。また、京の老舗名産品展の開催やお茶席の設置など、イベントを盛り上げるため、積極的な事業協力を行った。

○二条城ライトアップ 2013 平成 25 年 3 月 29 日～ 4 月 21 日

○二条城ライトアップ 2014 平成 26 年 3 月 23 日 ～4 月 13 日

○二条城お城まつり 平成 25 年 10 月 19 日～11 月 24 日

○京の七夕：「京の老舗名産品展」 平成 25 年 8 月 3 日～12 日

17 オール京都の観光振興会議の運営

平成 18 年にオール京都により設立された京都観光振興会議の事務局を引き続き務め、府市連携による広域観光の推進をはじめとした、オール京都の協力体制強化について活発な意見交換や協議を行った。

18 JR京都駅“歓迎いけばな”の運営

入洛観光客を花で迎える J R 京都駅構内の“歓迎いけばな”を、いけばな園<京都>の協力により引き続き運営した。

19 公益財団法人京都伝統伎芸振興財団の運営支援

花街に伝わる伝統芸能の保存・継承によって京都の観光振興を図るため、公益財団法人京都伝統伎芸振興財団の設立母体として、財団の運営について積極的な支援を行った。

Ⅲ 入洛観光客に対する案内事業 (公益目的事業会計)

1 観光情報の提供と修学旅行相談業務の運営

当協会事務所において、観光情報や資料の提供等を行い、利用者に適切かつタイムリーな情報を発信していくとともに、旅行会社やマスコミ等関係各機関に対しては適宜情報発信を行った。あわせて、修学旅行相談の窓口として、学校関係者や修学旅行者を対象とした相談業務や資料の提供を実施し、利用者の利便向上を図った。

また、平安神宮前無料休憩所内にある観光情報コーナーへの観光資料の提供を実施した。

2 京都総合観光案内所「京なび」の受託

J R 京都駅ビル 2 階の京都総合観光案内所「京なび」の運営業務を同運営協議会より受託し、年中無休で午前 8 時 30 分から午後 7 時まで、年間 80 万人の来所者に対し各種観光案内、宿泊紹介や交通案内に伴う乗車チケットの提供業務等を行った。

日本政府観光局 J N T O の外国人観光案内所認定制度において全国に 7 か所しかない最高ランクの 카테고리 3 に認定され、外国人観光客に対しては京都市内の案内業務にとどまらず、日本全域の観光案内・情報発信を、多言語・ワンストップで行った。25 年度からは、いわゆるフォーク並びを取り入れ、地図や行事予定など基本的な情報を掲載した資料を配架したり、よくある問合せ内容を掲示したり、効率的な案内方法を日々検討、実施した。

平成 25 年度相談者数 793,980 人 (24 年度 879,307 人)

Ⅳ 観光客の利便向上を図る販売事業 (収益事業等会計 [収益])

1 二条城売店の運営

元離宮二条城の無料休憩所内の売店において、土産品の展示即売等を行い、入城者の利便に供した。

2 写真撮影業務

元離宮二条城内において観光写真の撮影業務を行い、入城者の利便に供した。

3 有料出版物の販売

観光客の利便に供する有料出版物の窓口販売を推進した。

4 無鄰菴における抹茶接待

京都市から管理運営を受託している無鄰菴において、受入サービスの一環として抹茶接待等を実施した。

V 観光施設等運営事業 (収益事業等会計 [収益])

1 二条城各種業務の受託

市内屈指の観光名所である元離宮二条城の出札等の業務を京都市から引き続き受託した。また音声ガイドシステム事業を実施し、二条城の歴史案内に努めた。

2 無鄰菴の受託

山県有朋公ゆかりの史跡“無鄰菴”の管理運営を京都市から受託し、入菴者の受付等を行った。

VI 共催・後援・会員向け事業 (収益事業等会計 [相互扶助その他])

1 会員勧募

当協会の基盤強化と、観光事業の振興を図るために、年間を通じ幅広い分野に会員勧募を行った。

平成 25 年定時総会以降の入会件数 32 件

2 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、会員への情報提供を行った。

3 会員紹介・PR事業の実施

- (1) JR京都駅ビル内の京都総合観光案内所「京なび」をはじめ各インフォメーション窓口や、発行物、インターネットにおいて、観光協会会員の店舗・施設を優先的に紹介、PRを行った。
- (2) 出版社・印刷会社等と連携し、出版物・発行物に会員紹介記事の掲載をした。
例) 旅の手帖別冊「京の冬の旅」など
- (3) 京都総合観光案内所において基本的な案内ツールとなる観光地図「京都観光まっぷ」を、会員より協賛広告を募り、50万部作成した。
- (4) 会員に対して、情報提供を呼びかけるシートを送付し、会員情報の収集及び発信を行った。

4 表彰

観光意識の高揚を図るため、観光事業の振興に貢献のあった個人および団体の表彰を行った。

5 共催・後援

年中行事を中心に各種観光催事など131件を共催・後援し観光客へのPRを実施した。

Ⅶ 関係団体等共同事業

(収益事業等会計 [相互扶助その他])

1 広域観光事業

(1) 全国京都会議の運営

京都と全国の“小京都”はじめ、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、京都と小京都のイメージアップおよび観光客誘致を図る事業として、パンフレットやポスター等共同宣伝用印刷物の作成配布やホームページ

ジでの情報発信等、広域観光宣伝を実施した。

また、10月24日に愛知県西尾市において通常総会を開催し、全国22市町54名の参加のもと、事業計画等が承認された。

加盟市町数 平成25年度総会時 49市町

(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加し、通常総会、事務主管者会議において情報交換を行った。

(3) 京都府各市町との広域観光

京都府観光連盟との連携により、府域各市町との広域観光の効率的な推進を図った。

(4) 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て足利氏の顕彰を図る諸事業を推進した。平成25年度は、京都市で総会を開催し、開催地として会議をサポートするとともに、追善法要や市内視察等の運営を行った。

2 京都観光施設協議会の運営

京都市内およびその近郊の観光対象施設等で構成する「京都観光施設協議会」の事務局を担当し、施設マップ等の共同宣伝用印刷物の配布や観光キャラバンの実施等、共同して誘致宣伝・受入対策の推進を図った。

加盟施設数 23施設

3 関係団体等との共同事業

(1) 京都は、優れた会議施設と豊富な観光資源を有するコンベンション都市として学術会議を中心にした多くの各種会議等の開催実績があり、京都文化交流コンベンションビューローと各種情報を交換するなど連携し、会議誘致の推進を図った。

(2) 京都ブランド名産品公正取引協議会に参画し、観光土産品の品質向上に努めた。

(3) 京都市まちの美化推進事業団に参画し、観光地美化キャンペーンや美化啓発活動に取り組んだ。

(4) 公共交通機関でおこしやす・京都市協議会に参画し、公共交通機関を利用した観光客誘致の推進を図った。

(5) 嵐山および東山交通対策研究会に参画し、観光地における交通問題について検討を進めた。

(6) 京都SKY観光ガイド協会など市民ボランティアガイドや学生観光ガイド団体との連携のもと、京都総合観光案内所や当協会事務所での観光案内業務や「京の

冬の旅」事業をはじめとする各種事業を実施し、観光客の受入案内業務を推進した。

- (7) 京都一周トレイル会に参画し、京都市が設定する京都一周トレイル事業の推進に取り組んだ。
- (8) 平成 25 年度新たに開設された京都市メディア支援センターに、アドバイザーとして参画し、各種メディア等の京都での取材及び映像制作などの支援を通じて、京都の魅力の発信に取り組んだ。センター内には、従来の京都市フィルム・オフィスが行ってきたロケ誘致対策に加え、紙媒体のメディアや旅行会社等にも画像提供や情報提供を行うメディア・コンシェルジュが設けられ、フィルム担当とメディア担当の 2 つの部門による体制の整備が図られた。
- (9) 京都創生推進フォーラムに参画し、「京都創生」の実現に向けて、関係機関・団体と相互に協力し、地元京都における京都創生の機運の高揚に取り組んだ。
また、東京都心を舞台に京都創生 P R 事業「京あるき in 東京」を開催し、「国家戦略としての京都創生」の発信および認知向上を図るとともに、京都の観光、歴史、文化の魅力発信により、京都ファンの一層の拡大に取り組んだ。
- (10) 京都岡崎魅力づくり推進協議会に参画し、岡崎地域を世界に冠たる文化・交流ゾーンとするとともにさらなる賑わいを創出するため取り組んだ。
- (11) 京都市地域活性化総合特別区域協議会に参画し、平成 23 年 12 月 22 日に指定を受けた「地域活性化総合特区」に基づき、国際観光都市、歴史都市、文化芸術都市としての京都の魅力をさらに磨きあげ、これまでにない質の高い観光スタイルを提案し観光立国の実現を先導するとともに、国際的な文化芸術創造の場を提供することにより、多彩な文化交流による国際相互理解の推進を図った。
- (12) 京都マラソン実行委員会に参画し、国際観光都市京都の魅力を国内外に発信するとともに、京都ブランドの向上に取り組んだ。
- (13) 京都府中央リニアエクスプレス推進協議会へ参画し、中央リニアエクスプレスの推進並びに京都への誘導と建設促進を図るため取り組んだ。
- (14) 平成 27 年 3 月上旬から 5 月上旬にかけて京都市内において開催する京都国際現代芸術祭組織委員会に参画し、国際展の開催により、文化発信力の強化による都市格の向上、新たな国際展創設による京都の活性化、国内外からの新たな集客等を推進するため取り組んだ。
- (15) “京都をつなぐ無形文化遺産”「花街の文化」審査委員会に参画し、京都における伝統文化の継承、観光の振興、風情ある都市景観の維持等に大きな役割を果たしている「花街の文化」を“京都をつなぐ無形文化遺産”に選定することにより、花街文化の保存継承に取り組んだ。
- (16) その他の参画団体または参画団体との共同事業
 - ・公益財団法人京都市音楽芸術文化振興財団

- ・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
- ・公益社団法人京のふるさと産品協会
- ・一般財団法人国民公園協会
- ・一般財団法人地域伝統芸能活用センター
- ・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
- ・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
- ・岡崎桜回廊十石船めぐり実行委員会
- ・安心救急ネット京都推進会議
- ・観光立国推進協議会
- ・祇園祭後祭巡行の復興に向けた協議会
- ・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
- ・京都検定ありかた検討委員会
- ・京都・交通環境マネジメント会議
- ・京都市観光振興審議会
- ・京都市帰宅困難者観光地対策協議会
- ・京都市自動車環境対策協議会
- ・京都市生涯学習市民フォーラム
- ・京都市新型インフルエンザ等対策有識者会議
- ・京都市内博物館施設連絡協議会
- ・京都ソーデーウォーク実行委員会
- ・京都「八重の桜」応援協議会
- ・京のアジェンダ 21 フォーラム
- ・京町家等利活用促進協議会準備会
- ・古典の日推進委員会
- ・市バス路線・ダイヤ検討委員会
- ・下京区西部エリアの活性化を目指す検討会議
- ・「スローライフ京都」推進会議
- ・第 7 期京都市無電柱化推進会議
- ・第 29 回日本医学会総会 2015 関西「アドバイザリーボード京都」
- ・「伝統産業の日」実行委員会
- ・東海自然歩道連絡協会
- ・DO YOU KYOTO?クレジット創出・活用促進協議会

- ・琵琶湖疏水クルーズ（仮称）検討プロジェクトチーム
- ・「未来・京都観光振興計画 2010+5」マネジメント会議
- ・歴史都市・京都から学ぶジュニア京都検定

VIII 事務報告（平成 25 年度定時総会～26 年度定時総会）

1 総会

定時総会（ANA クラウンプラザホテル京都） 平成 25 年 6 月 10 日

2 理事会

（ANA クラウンプラザホテル京都） 平成 25 年 6 月 10 日

（ウェスティン都ホテル京都） 平成 26 年 3 月 13 日

（京都ブライトンホテル） 平成 26 年 5 月 19 日

3 委員会

（1） 総務委員会（京都タワーホテル） 平成 26 年 3 月 10 日

（京都ホテルオークラ） 平成 26 年 5 月 13 日

（2） 企画委員会（リーガロイヤルホテル京都） 平成 25 年 11 月 5 日

（京都国際ホテル） 平成 26 年 3 月 3 日

（3） JR 委員会（京都東急ホテル） 平成 25 年 9 月 6 日

4 決算監査会

平成 26 年 5 月 14 日