

# 平成25年度 公益社団法人京都市観光協会事業計画

## 平成25年度重点取り組み項目について

### ～京都ブランドの更なる向上を目指した京都観光の振興～

当協会は、平成24年度から、公益社団法人として、新たな一步を踏み出した。平成25年度についても、より一層の京都ブランドの向上を目指し、京都でしか得られない“ほんもの”の奥深い魅力を発信するとともに、新たな魅力ある事業プランの企画実施や京都が誇る伝統行事の円滑な執行への支援を行うとともに、あらゆるメディア、機会を活用した京都と会員情報発信の強化を行い、京都観光の振興に総力を挙げて積極的な事業展開を行う。

#### 1 「京の夏の旅」「京の冬の旅」事業のより一層の充実

本年度においても「京の夏の旅」「京の冬の旅」キャンペーン事業をより積極的に取り組み、内容を充実し、より一層の観光振興を図るとともに、JR、私鉄各社並びに旅行会社各社に早期に事業の情報提供を行うことにより、商品造成と宣伝販売促進の向上につなげる。次年度事業企画についても、引き続き早期の段階での事業企画および発表を行えるよう、以下の重点項目を念頭に業務遂行に務める。

- ① 企画内容発表の早期化
- ② 魅力あるテーマの設定
- ③ 誘致宣伝販売の強化
- ④ ポスター、パンフレット等宣伝物の充実
- ⑤ 観光客のニーズに応えたイベントの実施

また、宣伝面においても、JRと関西私鉄各社の協力を得て、更なる宣伝展開の強化を図る。

#### 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として、平成21年度より実施している京都「千年の心得」事

業と、職人や文化人の指導解説により、京都の伝統文化、伝統工芸の魅力に触れることのできる体験型素材を集めたキャンペーンとして実施している「京のたしなみ」について、プログラムの更なる充実や会員施設の体験事業のクローズアップを図り、心のゆとりや癒しなど多様化する観光客のニーズに応えるとともに、豊かな文化を育んできた京都の町の魅力をより高め、発信していける体験プランとする。

### 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－

東日本大震災に伴う福島原発事故を契機に、当協会では、京都の安全性や、京都観光を楽しむ外国人観光客の声をホームページで発信し、現在の京都の姿を伝えてきた。今年度も引き続き、「いまのKYOTO」を伝えるために、インターネットを活用した情報発信を強化する。ひとつは東日本大震災発生時にも、情報伝達に活躍したことで注目されたソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）、なかでも世界で10億人が利用するとされる facebook を活用して観光情報ばかりでなく、緊急情報の発信も行う。また、昨年度から開始した、当協会の会員の施設情報、行事・イベント、季節の情報など「いまのKYOTO」を伝える動画の発信を拡充する。

### 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

葵祭・祇園祭・五山送り火・時代祭の京都の四大大行事は、世界無形文化遺産でもある祇園祭をはじめ、京都の観光振興に大いに寄与する重要な観光資源である。この四大大行事が、円滑に運営され、安定的に執行されるように様々な側面からの支援を行う。

葵祭・祇園祭・時代祭については、継続して観覧席を設置する。観覧席設置の意義は、単に観光客の利便性や旅行会社のツアー設定による集客の増大効果のみならず、大勢の観光客が祭りの行列への立ち入ることを規制するための空間の役割も果たしている。これにより、警備の動線が確保でき、行列の沿道の整理や警備を円滑に行うことが可能となる。

また、京都四大大行事に対し、安定した執行を図るため補助金を交付している。また葵祭・五山送り火については、協賛会の事務局を務め、募金活動を行っている。長年観光事業を推進し、1300を超える会員を有する当協会ならではの支援事業であり、これを継続して行う。

### 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

当協会では、「観光都市・京都」の玄関口であるJR京都駅ビルの2階に設置され

ている京都総合観光案内所「京なび」において、平成24年度から平成26年度までの3年間、観光案内・相談業務などの運營業務を受託している。

平成24年10月には、日本政府観光局(JNTO)の外国人観光案内所認定制度において、西日本で唯一最高ランクのカテゴリー3に認定された。

これを機に、案内ツールの新規作成など、より一層の機能の充実を図るとともに、案内所を訪れる年間80万人を超える利用者（一日平均約2千人）に対しては、利用者のニーズに応え、これまで以上に利用者の目線に立って、より満足度の高い“おもてなしの心”での対応に取り組む。

さらに、会員施設から寄せられる観光情報についても、利用者のニーズに応えるため、積極的に発信及び提供していく。

## 6 協会のあらゆるメディア、機会を活用した京都と会員情報発信の強化

情報発信は最も効果的な誘致対策であり、同時に最も効果的な受入対策である。安価で効果的な手段であるホームページやSNSの充実はいうに及ばず、イベント情報誌のリニューアルと大增刷、これらイベント情報のインターネットでの6言語での発信を行う。また平成24年度、和英あわせて100万部もの地図を発行したが、平成25年度はさらに、増加する台湾、韓国の観光客向けに地図の発行を検討する。

観光客の欲しい情報があることこそが京都の観光のフロントとしての最大のホスピタリティと考え、協会会員へ定期的に情報提供を呼びかけ、京都総合観光案内所の窓口と、協会の持つあらゆるメディアで発信する。また市内に増えつつある観光案内窓口や交通機関と連携し、京都パンフレットの設置を進めていく。

## 平成25年度事業計画について

### 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各社との連携をもとに観光客を誘致するため、JR委員会を運営し、JRグループ各社と共に効果的な誘致宣伝活動を実施する。

- (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  
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西日本と連携した誘致宣伝活動を行うとともに、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する。
- (2) JR東海との共同事業「京都観光宣伝協議会」への参画  
最重点市場である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、JR東海の媒体をはじめ、マスコミを活用した幅広い京都PRを展開するとともに、PRと連動した受入対策を推進する。
- (3) JR東日本「びゅう京都会」への参画  
JR東日本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、受入体制の整備および強化を図る。
- (4) JR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、平成26年度以降も引き続き、JRグループ6社によるデスティネーションキャンペーンとして実施できるよう要請するとともに、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組む。
- (5) JR各社との共同宣伝事業の実施  
JR各社との相互要請により、観光客誘致につながる効果的な宣伝活動を適宜共同で実施する。とくに首都圏での観光客誘致に重点をおき取り組む。

#### 2 インターネット情報発信の充実

- (1) インターネットでの観光・会員情報の発信充実  
「京都市観光協会ホームページ」をリニューアルするとともに、多言語ページ「KYOTO-MAGOnoTE」、動画専用ページ「KYOTOMOVIE」をフル活用し、観光・会員情報の発信を強化する。「京都市観光協会ホームページ」についてはスマートフォン対応を進める。

(2) イベント・年中行事情報のインターネット発信強化

旅行会社の企画に役立つよう引き続き6ヶ月先の情報を収集し、インターネット上に公開する。また新たに多言語ページ「KYOTO-MAGOnoTE」において同情報を多言語発信する。

(3) ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の活用

昨年に引き続き、世界的に利用者の多いfacebookを活用し、京都ファンヘタムリーな情報を発信する。また協会の各ホームページへのリンクを貼ることでホームページのアクセス増も図る。

### 3 誘致宣伝印刷物の作成配布

(1) 月刊情報紙「京ごよみ」の編集発行

旅行計画に役立つよう、京都市の発行する「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、早期の観光情報として3か月先までの情報を掲載した新「京ごよみ」を京都市と共同で発行する。会員はじめ首都圏を中心に旅行会社、マスコミ機関等に配布し、情報発信の手元資料として活用してもらう。

(2) 誘致ポスターの作成配布

四大大行事をはじめ、観光イベントのポスターを作成し、JR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、京都展等に適宜効果的に配布する。

また、今年度からは、大阪市交通局の協力の下、大阪市営地下鉄に四大大行事ポスター掲出及びチラシの配架を行う。

### 4 京都観光推進協議会への参画

京都市および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置いた活動を推進する。

### 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で開催される「京都展」の共催や後援を行い、会場でのポスターの掲出及び観光パンフレットや観光案内地図の配布などにより観光客の誘致宣伝活動を実施する。

### 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 「京の夏の旅」キャンペーンの実施

夏季観光客の誘致を図るため、第38回「京の夏の旅」定期観光バス特別コースをはじめ、京の夏ならではのイベントを充実させ実施するとともに、計画を早期に発表することにより、全国に向けての宣伝強化を図る。

#### (1) 文化財特別公開の企画実施

定期観光バス特別コースの対象箇所をはじめとする普段見ることのできない社寺や施設などの文化財特別公開を実施する。

#### (2) 第38回「京の夏の旅」定期観光バス特別コースの企画設定

7月から9月末までの期間、京の夏の風情を紹介するにふさわしい魅力あふれる特別観光コースを企画設定し、定期観光バスを期間中運行する。

#### (3) 参加型イベントの企画実施

観光客のニーズに応えるため、京の奥深い魅力に触れる京都「千年の心得」をはじめ、京の食文化にスポットを当てた“食遊菜都”や京の伝統文化や伝統工芸を身近に感じる体験型素材を集めたキャンペーン「京のたしなみ」など、参加体験型のイベントを企画実施する。

また、京都の新たな夏の風物詩として取り組む「京の七夕」事業とも連携し、より一層の観光客誘致に努める。

#### (4) 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、魅力あるイベントなどを実施するとともに、6月22日、23日に開催される恒例の観光イベントとして定着した“都の賑い”「京都五花街合同伝統芸能特別公演」（主催：京都花街組合連合会、京都伝統伎芸振興財団）に協力する。

### 2 「京の冬の旅」キャンペーンの実施

冬季観光客の誘致を図るため、12月から3月まで京の冬ならではの特別イベントである「京の冬の旅」キャンペーンを実施し、JR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、販売促進を図る。

今年度は、大河ドラマ「軍師官兵衛」の放映にちなみ、天下を夢見た戦国武将ゆかりの寺をはじめとする普段公開されていない寺院や貴重な文化財の特別公開などを

中心に、キャンペーンを実施する。

(1) 第48回「京の冬の旅」非公開文化財特別公開

～秘められた京の美をたずねて～

「京の冬の旅」キャンペーンイベントの柱である文化財の特別公開について、新たな魅力あふれる対象箇所を設定し、特別公開を実施する。

(2) 定期観光バス特別コースの運行

特別公開箇所や貴重な文化財等をめぐる定期観光バス特別コースとともに、わずかな時間を利用して特別な京都観光を楽しむ「ショートコース」、京都の伝統や文化などの体験を盛り込んだ「京体験コース」や気軽に参加できる「お手軽コース」など、新たな特別コースも企画し、京都の冬の定期観光バスの魅力を発信する。

(3) 参加体験型イベントの実施

京の冬ならではの魅力ある参加体験型イベントとして、京の奥深い魅力に触れる京都「千年の心得」、京の食文化にスポットを当てた“食遊菜都”や京の伝統文化、伝統工芸を身近に感じる体験型素材を集めたキャンペーン「京のたしなみ」などを企画設定し、キャンペーンイベントの充実を図る。

(4) 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、魅力あるイベントなども実施する。

### 3 「京の夏の旅」「京の冬の旅」の誘致宣伝展開

(1) JR各社媒体による誘致宣伝等

「京の夏の旅」・「京の冬の旅」の誘致ポスターを作成し、全国のJR主要駅に掲出するとともに、PR用パンフレットについても、JR各社との連携により全国の主要駅等で配布する。

(2) 関西私鉄各社媒体による誘致宣伝等

「京の夏の旅」・「京の冬の旅」の誘致ポスターを作成し、関西私鉄各社の主要駅に掲出するとともに、各社媒体での記事掲載等、各社との連携を図る。

(3) 旅行会社との連携による誘致宣伝

主要旅行会社との連携強化を推進し、各社の京都ツアーパンフレットへのキャンペーンイベントの掲載等、早期情報の提供を図る。

(4) マスコミ媒体等による誘致宣伝

全国主要地区の新聞、テレビ、雑誌等のマスコミ媒体による宣伝活動を推進するとともに当協会ホームページに掲載し、インターネット配信する。

#### 4 京都「千年の心得」事業の実施

平成21年度よりスタートさせた京都「千年の心得」事業では、京都ならではの魅力に出会うことのできる厳選された観光プランを企画し、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、京都市と共同でより一層内容を充実して、さらなる誘致促進を図る。

#### 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、伝統工芸の奥深い魅力を身近に感じる「体験型」素材を集めたキャンペーンとして、京都市との協力により、JR西日本と共同で実施し、さらなる誘致促進を図る。

#### 6 特別企画事業の実施

冬季夏季のオフシーズン以外にも、ゴールデンウィーク後の新緑のころや梅雨のシーズン、紅葉までの初秋のころなどの観光客の落ち込みに対応するとともに、春季秋季の交通渋滞緩和や公共交通機関での市内観光を促進するため、当協会ならではの大河ドラマ「八重の桜」に関連した特別観光コースの設定や文化財の特別公開等を引き続き実施する。

#### 7 修学旅行受入対策の推進

京都を挙げての修学旅行受入対策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、部数を増加のうえ継続発行し、インターネットでのダウンロードとあわせ、修学旅行誘致を促進する具体的な対策としてPRを実施する。

#### 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が行う京都市海外情報発信・収集拠点との連携や、国内外旅行博出展や現地旅行会社訪問など外国人観光客の誘致を推進する。

- (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、アジアや欧米諸国をはじめ世界各国の有力プレス関係者等を対象にした招請事業、その他外国人観光客の来訪の促進に必要な事業を実施する。

- (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、英文月刊情報誌「キョートビジターズガイド」の発行を引き続き支援するほか、中国、台湾、韓国の観光客向けの情報誌「きょん」の発行を支援し、京都総合観光案内所等での配布を行う。
- (4) 観光地図「KYOTO CITY MAP」の作成配布  
外国人観光客の散策観光に便利な英文観光地図を引き続き作成し、観光案内所や宿泊施設、関西空港等で配布する。また、台湾、韓国の観光客向けの観光地図の発行を検討する。
- (5) 観光音声ガイドの配信  
iPhoneやiPodなどの携帯音楽プレーヤー向けの音声ガイドの英語版を引き続き配信する。
- (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」の利便性の向上とアクセス増を図るために年中行事・イベント情報を新たに発信する。
- (7) ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の活用  
世界的に利用者が多いfacebookを活用し、京都ファンへ京都のタイムリーな情報を発信する。
- (8) 動画情報の発信  
世界での利用者の多いYouTubeを活用し、京都の情報を動画で発信する。
- (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」を引き続き開催する。
- (10) 英語による外国人観光客向けウォーキングツアー  
平成19年より実施している外国人観光客向けウォーキングツアーを継続実施する。また、協会会員が実施するウォーキングツアーも積極的に応援し、外国人観光客にも歩く観光を推奨する。

## 9 MICE 戦略の取り組み

ミーティング、インセンティブ、コンベンション、イベント/エキジビションの総称である「MICE（マイス）」の戦略の推進は、京都ブランド・都市格の向上、市民生活の活性化、経済波及効果など、社会的および経済的両面において京都の都市活力

を支え、向上させるとともに、京都観光の質の向上に寄与することが期待されている。これまで取り組んできた「大型国際会議での観光情報の提供」などの取り組みをはじめ、MICE 振興の重要性に鑑み、京都市、京都文化交流コンベンションビューローをはじめオール京都と連携強化を図る。

## 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」へとする仕掛けを強化する。

### (1) 観光音声ガイドの配信

平成19年度に、主に iPod 向けに観光音声ガイドの配信を始め、22年度にはスマートフォンでも楽しめるようにした観光音声ガイド「京都フリーウォーク」について、コースの充実を図る。

### (2) モデルコースの紹介と定期的ウォーキングツアーの実施

散策モデルコースを作成し、ホームページ等で紹介するほか、実際にそのコースをガイド付きで歩く定期的なウォーキングツアーや実施日限定のツアーを実施する。

### (3) 外国人観光客向けウォーキングイベントの実施

年ごとに参加者が増えている外国人観光客向けの英語による祇園ウォーキングツアーを引き続き実施する。

## 11 新たな観光素材の発掘と活用

京都への誘致に結びつく四季折々の、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。新たな観光素材を秘める地域の観光振興や京都の産業、歴史や文化と連動した企画提案など、奥深い京都の魅力を体感する事業を推進し、京都へのさらなる誘客を図るとともに、新緑から初夏にかけての京都を彩る「京の青もみじ」にスポットをあてた宣伝活動や、紅葉シーズンに先駆け「京の初秋」の魅力の紹介など、各旅行会社への商品造成依頼、新聞社等への取材要請、宣伝物の作成・配布、協会ホームページでの観光PRを行い、京都への誘致を図る。

### (1) 地域観光の推進

京都市とともに各地域の魅力ある観光素材を発掘し、点を線で結ぶ地域観光を推進する。

### (2) 京都が誇る産業、歴史、文化を活用した観光推進

各関係団体とのより一層の連携を図り、京都の歴史をたどる観光など、京都の奥深い魅力に触れる観光を振興する。

(3) 京の食をテーマとした観光PR

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情報発信を行う。

(4) メディア対応の推進

京都市と関係機関との連携のもと、メディアへの観光素材の提供など、京都の情報発信を強化する。

(5) 初夏「京の青もみじ」・初秋「京のお月見」

新緑から初夏にかけての「京の青もみじ」や紅葉シーズン前の「京のお月見」にスポットをあて、京都の魅力を発信する。

## 12 京都の夏の風物詩「京の七夕」の取り組み

「京の七夕実行委員会」に引き続き参画し、4回目を迎える「京の七夕」にオール京都で取り組む。

開催期間 8月3日(土)～12日(月)10日間

会場 <堀川会場>・堀川遊歩道(押小路～一条戻橋) 笹飾り、光の友禅流し、光の天の川等  
<鴨川会場>・鴨川(御池～四条) 竹と灯りの散策路、友禅流し、鴨川納涼との連携等

## 13 京都・花灯路事業の実施

「京都・花灯路」事業を、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と共同で引き続き、京都の夜の観光イベントとして内容の充実を図り、冬季観光客、宿泊客のさらなる増加を目指す。

<嵯峨・嵐山地域>

開催時期 平成25年12月14日(土)～23日(月・祝)10日間(予定)

会場 中の島公園から渡月橋を渡り、天龍寺周辺一帯を通過して竹林の小径を中心とした嵯峨野めぐり散策路と周辺寺院等

<東山地域>

開催時期 平成26年3月14日(金)～23日(日)10日間

会場 東山山麓に連なる北は青蓮院から円山公園、高台寺公園を経て南は清水寺までの散策路及びその一帯

## 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、利便性および祭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う。

### (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する。

また主な伝統行事や観光行事に対しても補助金を交付する。

### (3) 四大大行事協賛会の運営

四大大行事協賛会の事務局を分担し、募金活動を行うほか、補助団体、執行団体との連携のもとに、各協賛会の円滑な運営を図る。

## 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」を実施する。

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 元離宮二条城を舞台にした各種イベントへの事業協力等

京都市と元離宮二条城を舞台にして「二条城お城まつり」や「二条城ライトアップ」等を実施するとともに、イベントの付加価値を高めるため、お茶席の設置や観光物産展の開催など積極的に事業協力を行う。

○二条城ライトアップ 平成25年3月29日（金）～4月21日（日）

○二条城お城まつり 平成25年10月～11月（予定）

○京の七夕：京の名産品展 平成25年8月3日（土）～12日（月）

## 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において、共同事業の検討をはじめ、京都観光関連事業や府市連携による広域観光の調整・推進等について取り組む。引き続き当協会が事務局を担当する。

## 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JR京都駅構内の“歓迎いけばな”を引き続き運営する。

## 19 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、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に支援する。

### 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実施

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う。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生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る。

#### 2 「京なび」京都総合観光案内所の受託

JR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平成24年4月1日から3年間の更新で受託し、年中無休で午前8時30分から午後7時まで、年間80万人を超える利用者に対し各種観光案内等を行っている。平成24年10月には、日本政府観光局(JNTO)の外国人観光案内所認定制度において、西日本で唯一最高ランクのカテゴリー3に認定された。

京都市内の案内業務にとどまらず、府内全域の観光案内・情報発信を、多言語・ワンストップで行い、国内外の観光客へのサービス向上を図る。

また、案内の利便向上の一環として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継続して行う。

### 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、入城者の利便に供する。

## 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、入城者の利便に供する。

## 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する。

## 4 無鄰菴における抹茶等の接待

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を実施する。また特に夏場を冷たい飲みものなどの接待を検討する。

# V 観光施設等運営事業 (収益事業等会計 [収益])

## 1 元離宮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する。また音声ガイドシステム事業を実施し、入城者への歴史案内に努める。

## 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う。

# 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

京都を挙げての観光振興を図る推進体制を確立するとともに、当協会の組織の強化及び拡充を図るため、観光関係事業者をはじめ各界の幅広い分野に会員勧募を行う。

## 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、会員との連携を密にするるとともに関連業界への情報提供を図る。

### 3 会員紹介・PR事業の実施

- (1) JR京都駅ビル内の「京なび」京都総合観光案内所をはじめ各インフォメーション窓口において、会員の施設及び店舗の紹介やパンフレット類の配布を行う。また当協会発行物やホームページで行事等の情報発信を行う。
- (2) 出版社・映像制作会社等と連携し、「京都いいところマップ」「新動画サイト」等、それぞれの出版物・ホームページに会員紹介記事・映像の掲載を促進する。
- (3) 「京都観光まっぷ」を会員の協賛により作成し、「京なび」京都総合観光案内所において配布することにより、会員情報を発信する。
- (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に努める。

### 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PRに努める。

## **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”と京都ゆかりの市町で組織している全国京都会議の事務局を運営し、広域的な誘致宣伝活動を実施する。
- (2) 大都市観光協会連絡協議会  
政令指定都市や大都市の観光協会運営について情報交換を行う。また、事務主管者会議により一層の相互交流を図る。
- (3) 京都府各市町との広域観光  
京都府観光連盟と連携し、府域各市町との広域観光の推進を図るとともに、京都総合観光案内所においては、京都府全域の情報収集やポスター、パンフレット

等を収集し、利用者へのきめ細かな情報提供を行うことにより京都府全域の観光振興を図る。

(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はかる諸事業を展開する。なお、平成25年度総会の京都開催決定を受け、開催地として会議運営をサポートするほか、追善法要行事、視察等の運営を行う。

## 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24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、施設マップ等の共同宣伝用印刷物の発行や誘致キャラバン等、共同して誘致・受入のための諸施策を実施する。

## 3 関係団体等との共同事業

京都市をはじめ、京都府、京都商工会議所、京都府観光連盟などとの連携を深めるとともに、関係業界団体に参画し、業界の要望に基づく観光振興の促進を図る。主な共同事業は以下のとおり。

- (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、会議誘致の促進に努める。
- (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る。
- (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む。
- (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促進を図る。
- (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る。
- (6) 京都S K Y観光ガイド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する。
- (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む。
- (8) 京都市フィルム・オフィスに参画し、映画やテレビ等の映像を通じての京都の魅力を発信を推進する。
- (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、関係する機



関及び団体と相互に協力し、活動の輪を広げ、地元京都における京都創生の機運の高揚に取り組む。

また、東京都心を舞台に京都創生PR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」の発信及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を図る。

- (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む。
- (11) 古典の日推進委員会に参画し、文化事業を通じて古典に親しみ、古典を後世に伝えるとともに、「古典の日」推進に取り組む。
- (12) 国際観光拠点の形成、更には文化自由都市の創造を実現することを目的に、平成23年12月22日に指定された「地域活性化総合特区」に基づき、引き続き京都市地域活性化総合特別区域協議会に参画し、これまでにない質の高い観光スタイルを提案するとともに、国際的な文化芸術創造の場を提供することにより、「観光立国・日本」を先導し、また多彩な文化交流による国際相互理解の促進を図る。
- (13) 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む。
- (14) 京都府中央リニアエクスプレス推進協議会に参画し、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ことを目指す。