

平成 30 年度 公益社団法人 京都市観光協会 事業計画

平成 30 年度事業計画重点方針

～京都市版 DMO として本格稼働～

京都市の年間観光客は、3 年連続で 5,500 万人を超え、平成 28 年の年間観光消費額は、はじめて 1 兆円の大台を突破した。また、月別観光客数においても、最多月と最少月の差も 1.5 倍程度に留まるなど、これまでの課題であった年間を通じての賑わいの創出に向けても、大きく改善が図られている。こうした継続的な京都観光の好況は、京都市をはじめ、多方面の関係者との連携で当協会が進めてきた、「京の夏の旅」、「京の冬の旅」をはじめとする国内向けプロモーションや様々なイベントの実施、宿泊施設をはじめとする事業者の外国人観光客受入環境整備の支援など、多様な観光振興の取組の成果である。

一方、観光客の集中と混雑、外国人観光客の急激な増加に伴うマナー問題、近場の国内観光客の伸び悩みや、無許可民泊施設の増加等の新たな課題が発生している。今後ともインバウンド観光客の増加が見込まれる中、市民生活と観光、外国人観光客と国内観光客の調和を図ることの切実さが増している状況である。こうした状況を受けて、京都市では宿泊税の導入が決定し、諸問題の解決や観光振興の促進のための新たな財源としての活用が期待され、その中で協会が果たす役割は大きい。

昨年 11 月には、観光庁が「日本版 DMO 候補法人」157 法人の中から初めて登録した「日本版 DMO」41 法人の 1 つとして協会が認定された。また、本年 4 月には、2 か年計画で進めてきた、(公財) 京都文化交流コンベンションビューローが実施するインバウンド事業の移管受入も完了する。そこで、これまで以上に京都市と一体となって観光振興に取り組み、事業者の稼ぐ力を引き出すための観光政策の推進を一元的に担う「京都市版 DMO」として本格稼働するため、向こう 3 年間の経営戦略を定めた。初年度となる平成 30 年度においては、新たに協会のロゴマークを作成しブランディングの強化を行うとともに、経営戦略の三つの柱「事業者支援の充実」「政策課題の解決」「科学的経営の導入」に基づき、京都観光のマネジメント組織としての取組を着実に推進していく。

1. 事業者支援の充実

これまで協会が進めてきた「京の夏の旅」「京の冬の旅」等の事業機会提供型の支援を充実、進化させるとともに、マーケティング等に基づく、事業者ニーズを的確にとらえた新たなメニューの開発やプロモーションを進め、協会の強みである多種多様な会員ネットワークを更に拡充する。

(重点取組)

○ Web サイトのリニューアルを中心とした広報・広告機能、情報発信力の強化

スマートフォンの普及率の上昇など情報技術の発達に伴い、観光客の情報入手手段におけるインターネットの役割が高まっており、観光客の多様なニーズに的確に対応できるきめ細やかな情報発信が求められている。

そこで、これまで別々に運営してきた「京都市観光協会ホームページ」と京都市観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」を整理統合し、観光客向けの WEB サイトと、事業者向けの WEB サイトの 2 つへリニューアルする。WEB サイト以外の情報媒体も含めて、観光客とのコミュニケーション機会の充実を強化する。また、スマートフォンの利用率が高い若年層のニーズへの対応、スマートフォンを利用した旅行中の情報収集への対応を強化する。さらに、会員企業の事業を紹介する広告枠を充実させることで事業者支援にもつなげていく。

○ 宿泊施設の経営強化・魅力発信支援

宿泊税の導入にともない、宿泊施設の経営を支援することは、持続可能な観光地経営の好循環を生み出すうえで不可欠な取組である。そこで、各種専門家の派遣や、ブランド構築に向けた海外 PR 等を実施する。

2. 政策課題の解決

当協会が培ってきた地域の各種関係者との信頼関係を活かし、観光の分散化や混雑緩和等の政策課題解決に向けた事業に京都市と協働して積極的に取り組み、観光を通じた地域活性化を図る。

(重点取組)

○ 隠れた観光資源の発掘・活用による需要分散化

外国人入洛客が急増する一方で、依然として市場の大半を占める日本人入洛客に引き続き京都を訪れていただくためには、京都の多彩な文化資源を活かした新たな魅力創造が必要であり、また、文化庁の全面移転を機に、文化財の保存・継承などの文化施策と観光施策を融合した取組も求められている。

そこで、これまで脚光を浴びていなかった観光客を惹きつける潜在力を持つ多様なエリアの文化財等の掘り起こしに本格的に取組み、それらを観光客向けに公開することで施設の保全や行祭事の継承につなげるとともに、キッズウィークなど国の動向を踏まえ、時季・時間・場所等に関する需要の分散化を推進することで、住む人にも訪れる人にも京都の品格や魅力を実感できるまちづくりを実現する。

また、平成 30 年春から本格運行する琵琶湖疏水通船事業をはじめとした疏水沿線の魅力創造・発信を担う琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の事務局を務め、岡崎、山科地域等の更なる活性化を図る。

○ 市民・事業者向けブランディング事業

これまで観光客向けのブランディング活動を進めてきた結果、「京の夏の旅」「京の冬の旅」といったキャンペーンの定着や、海外有名旅行雑誌「Travel + Leisure」の人気投票で高い順位を維持し続けるなど、一定の成果を残してきた。一方で、市民や事業者にとっての観光都市 京都の価値を高める取組は協会として未開拓の分野であり、観光客と市民生活・事業者の経営活動との調和を図っていくためには、今後ますます重要となると考えられる。

そこで、市民や事業者にとっての京都観光ブランドに関する調査や、ブランドロゴマークの開発、各種キャンペーンの企画を行い、持続可能な観光都市の実現に貢献する。

3. 科学的経営の導入

柔軟かつ機動的な意思形成を目指して組織体制の見直しを図るとともに、マーケティングデータの積極的な収集・分析と活用を行い、PDCA サイクルの構築や事業の選択と集中等、戦略的な組織運営、事業経営を進めていく。

(重点取組)

○ 広報・マーケティングの統括部門の新設、事業の成果管理の徹底

これまで当協会では、平成 28 年度に採用したマーケティング専門職の「DMO 担当主幹」を中心に、協会事業の成果の分析等を行うとともに、京都観光総合調査の詳細分析結果やホテル統計等の独自調査結果を WEB サイト上で整理・公開し、事業者の経営活動に資する情報発信を行ってきた。

平成 30 年度は、情報の収集・分析・発信を行う広報・マーケティングの統括部門を新設し、協会の全事業における目標管理・マーケティング活動に関与する役割を持たせることで、PDCA サイクルの定着を推進する。また、ホテル統計などの独自調査の結果や事業を通して得られた情報を、コラム等の形式で定期的に発信することで地域全体のマーケティング意識の向上に貢献する。さらに、民間事業者が保有するデータを共同で分析するような取組を通じてデータの活用方法の具体例を提示し、地域の事業者におけるマーケティング活動の機運を高め、観光産業の活性化に貢献する。

○ 国内部門と国際部門の相乗効果によるガイドツアー事業の本格化

平成 29 年度は、(公財) 京都文化交流コンベンションビューローに代わり、京都市から国際観光受入環境整備のための事業を受託し、京都の豊富な文化資源を活かした外国人観光客向けの着地型商品の企画や、免税対応支援や外国語対応研修などに取り組んできた。

平成 30 年度は、国際プロモーション事業を移管受入することにより、国内外の観光振興を一元的に担う体制が構築される。そこで、平成 29 年度から事業化した二条城ガイドツアーを始めとした外国人向けの集客体験事業を、国内事業において築き上げてきた市内全域の観光資源とのネットワークや、海外向けの宣伝ノウハウを駆使することで、より一層拡大していく。

平成 30 年度事業計画詳細

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

J R グループ各社と連携し、効果的な誘致宣伝活動を実施する。

(1) J R 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、J R 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及び販売活動を推進する。

(2) J R 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及び東海道新幹線沿線地区から観光客誘致を図るため、J R 東海の媒体をはじめ、マスコミを活用した幅広い京都 P R を展開すると共に、P R と連動した受入対策を推進する。

(3) J R 東日本グループとの首都圏対策

J R 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共に、受入体制の整備及び強化を図る。

(4) J R グループ 6 社共同キャンペーンの継続実施

昭和 54 年度より長年に渡り実施している J R グループとの「京の冬の旅」キャンペーンについて、平成 30 年度以降も引き続き、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実施できるよう要請すると共に、冬季の観光振興を図る最重点事業として取り組む。

(5) J R 各社との共同宣伝事業の実施

J R 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。特に首都圏での観光客誘致に重点をおいて取り組む。

2. インターネット情報発信の充実

(1) 京都観光 Navi のリニューアル・運営

強化事業

これまで、掲載コンテンツの収集業務部分のみを受託していた「京都観光 Navi」の運営を、京都市から全面的に移管されることにともない、「京都市観光協会 WEB サイト」との機能整理を行い、年度中に両サイトのリニューアルを行う。リニューアル後は「定期的に見にいきたくなるサイト」を目指し、週間アクティブユーザー（7 日間に 1 回以上サイトを訪問する人数）を、現状の約 3 万人から増やすことを目標とする。

リニューアル前

- 京都市から一部業務受託
- 10年前のデザイン
- 情報量は膨大だが検索しにくい
- 運営事業者に指示しないと情報更新ができない
- 全方位的な設計でありターゲットが不明確
- 広告枠がトップページのバナーのみ



リニューアル後

- 観光協会による運営
- スマートフォン利用を前提とした最新のデザイン
- 強みであるデータベースを活かすための検索利便性向上
- 職員自身で情報更新できるシステム
- 想定顧客にあわせた設計とコンテンツ作成
- ネイティブ広告（記事形式にすることで、閲覧者にストレスを与えず情報を届ける手法）を新設

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

新規事業

外国人観光客向けに13言語で情報発信しているウェブサイト「Kyoto Official Travel Guide」について、情報を整理し、サイト構造やデザインの見直しを行うとともに、検索機能や編集機能等を強化させ、必要な情報がより探しやすいサイトへと再構築する。併せて民間事業者とも連携しながら、魅力的なコンテンツの充実を図る。

(3) Facebook 日本語公式アカウント「京都観光上ル下ル」等の日本語 SNS 運営

平成29年はフォロワー数が約2万から約3万へ成長した。平成30年度は、フォロワー数4万人を目標に、下記に掲げる項目に取り組む。

- ① 配信計画を作成し、投稿担当者へ情報集約することで、観光客が旅行を計画する時期に各種イベントや事業の情報を一元的に管理して届けられるようにする。
- ② フォロワーに対する問いかけ型の投稿、フォロワーからのコメントへの迅速な対応を徹底することで、フォロワーの関心度を高める。
- ③ 会員事業者の公式アカウントとの連携や、会員事業者からの情報発信依頼に対する広告枠の開発について検討を進める。

(4) Facebook 英語公式アカウント「Visit Kyoto」等の英語 SNS 運営

53万人を超えるファン数を獲得している Facebook「Visit Kyoto」ページについて、更なるファン数拡大へ向け、引き続きタイムリーな情報発信を行う。また、日本語アカウントや Weibo アカウント等のその他媒体との連携を強化する。

(5) Weibo 公式アカウントの運営

中国の SNS、Weibo（ウェイボー）の京都観光公式アカウントにおいて、最新の京都観光情報やマナー啓発等の発信を行う。

3. 誘致宣伝印刷物の作成配布

(1) 月刊無料観光情報誌「京ごよみ」の編集発行

平成 25 年度より発行している月刊無料観光情報誌「京ごよみ」を引き続き発行し、観光客の旅行計画や、全国の旅行会社、報道機関等における情報発信の手元資料として活用いただける効果的な情報発信に努める。

4. 海外情報拠点の運営

新規事業

世界 11 都市において、情報拠点（レップ窓口）を設置し、現地の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。また、拠点担当者が一堂に会する海外情報拠点市場説明会を開催し、会員企業等に対し、現地の最新情報を提供する。

(拠点設置場所)

米国、台湾、韓国、中国、オーストラリア、フランス、英国、ドイツ、香港、UAE、マレーシア

5. 海外旅行商談会出展・海外バイヤーマッチング事業

新規事業

国内外で開催される旅行商談会（ITB ベルリン、ビジット・ジャパン・トラベルマート等）に出展を行い、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関係者等を京都に招聘し、国内企業等とのマッチング機会の創出など、海外から京都への旅行商品造成の一層の拡充を図る。

6. 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

新規事業

「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、奈良市、和歌山県）の事務局を担い、各自治体と連携したプロモーションを展開する。また、ILTM Cannes 等の富裕層旅行商談会へ出展等を通じ、欧米のラグジュアリー市場における日本・京都の認知拡大、観光事業者の市場参入プラットフォームの整備を促進することで、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。

また、ムスリム市場や LGBT 市場、海外アルムナイ市場（卒業生、同窓生、社友等）などのセグメント別の市場研究及び情報収集等を行っていく。

7. 海外メディア支援

強化事業

(1) 海外メディア取材支援

海外有力メディア（雑誌、テレビ、ウェブサイト等）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。特に、観光客の集中緩和につなげるべく、夏冬等の閑散期の魅力拡大を推進するとともに、まだ認知されていない観光魅力の発信拡大を図る。

(2) 貸出用写真・動画素材の拡充

これまで収集してきた写真・動画素材の権利関係の整理を進めるとともに、京都観光を象徴する十秒程度の動画素材の制作を行い、貸出専用サイト「京都イメージバンク (<https://kyoto->

imagebank.com/)」の機能充実を図る。

(3) ブランドイメージ動画の作成

東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、日本に関心が集まる機会を捉え、海外メディアが番組内で自由に使用できる京都の観光映像素材（まちなみ、伝統文化、観光名所等）を制作し、広く周知する。また、それらをつなぎ合わせた映像を作成し、海外のテレビ番組、ウェブサイト、旅行商談会等で広く活用する。

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. 観光コンテンツの開発

(1) 隠れた名所の活用等による観光地分散化

新規事業

国内外の観光客を惹きつける潜在力を持つ寺社、祭事、映画の背景となった施設、美術館や博物館等の展覧会等、新たな観光資源を発掘し情報発信を行うとともに、これらを活用したイベントやツアー等を以下の事業等で実施していく。

(2) 春季特別公開

桜の時期から「青もみじ」の美しい新緑の時期にかけて、文化財特別公開を実施し、春季の観光客誘致受入事業として、さらなる観光客の誘致を図る。

(3) 「京の夏の旅」キャンペーン

① 第43回「京の夏の旅」文化財特別公開の企画実施

「明治維新150年記念」や「京の旧邸」等をテーマに、普段見学することのできない寺社や施設等の文化財特別公開を実施する。

② 第43回「京の夏の旅」定期観光バス特別コースの企画実施

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」、冬の宵を楽しむ「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や等、観光客のニーズに即した特別コースを企画設定し、運行する。

③ 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、職人や文化人の指導によりその美意識や手わざの世界を体験する「京のたしなみ」、京都スタイルの食の楽しみ方を発信する、京の食文化キャンペーン「食遊菜都」等、参加体験型のイベントを企画実施する。

とくに「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、新たな観光需要の創出に向けた企画や外国人観光客を見据えたイベントの実施等、キャンペーンの充実を図る。また、夏の風物詩として定着した「京の七夕」事業においても、主催者の一員として、事業の盛り上げを図り、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、京都ならではの

イベントを企画実施する。また、毎年6月に開催される花街イベント「都の賑いー京都五花街合同公演ー」（主催：京都花街組合連合会・京都伝統伎芸振興財団）にも事業協力し、花街文化の保存継承に努める。

（４） 秋季特別公開

紅葉シーズンも含めた秋季の観光客誘致受入事業として、文化財特別公開を実施し、さらなる観光客の誘致を図る。

（５） 「京の冬の旅」キャンペーン

① 第53回「京の冬の旅」非公開文化財特別公開の企画実施

2019年9月に日本で初開催となる第25回国際博物館会議（ICOM2019）が京都で開催されることに先駆け、「京都にみる日本の絵画 ～近世から現代～」をメインテーマに、京都で活躍した絵師や日本画家にスポットをあて、普段見学することのできない寺院の特別公開を実施する。

② 第53回「京の冬の旅」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京の食文化を楽しむコースをはじめ、京の朝の風情を楽しむ「朝コース」、冬の宵を楽しむ「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や、学びの要素を取り入れた「大人の修学旅行コース」等、観光客のニーズに即した特別コースを企画設定し、運行する。

③ 参加体験型イベントの企画実施

「京の夏の旅」と同様に、「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、新たな観光需要の創出に向けた企画や外国人観光客を見据えたイベントの実施等、キャンペーンの充実を図る。また、冬の風物詩として定着した「京都・花灯路」事業においても、主催者の一員として、事業の盛り上げを図り、より一層の観光客誘致に努める。

④ 協賛イベントの実施

2019年9月に日本で初開催となる第25回国際博物館会議（ICOM2019）が京都で開催されることに先駆け、京都市内にある博物館や美術館等の文化観光施設と連携し、京都で活躍した絵師や日本画家の作品の紹介や連動イベントを企画実施する。

（６） 京都市認定通訳ガイド育成事業

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」について、基礎研修、専門研修、口述試験の実施を経て認定を行うとともに、スキルアップ研修の実施や検索サイト「クレマチス」等を通じた就業支援を行う。

（７） ガイドツアー造成事業

強化事業

京都遺産や伝統産業、商店街等と観光を結びつけるガイドツアーを京都市認定通訳ガイド「京都市ビジターズホスト」等を活用して開発・造成し、京都文化への理解促進を通じた外国人観

光客の満足度向上、消費拡大、歩く観光推進、観光分散化を図る。

2. 伝統行事・伝統文化の振興

(1) 伝統行事

強化事業

葵祭・祇園祭山鉾巡行（前祭・後祭）・時代祭の京都三大祭当日に有料観覧席を設置し、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、団体取扱旅行会社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。また、各三大祭をわかりやすく紹介したパンフレットを作成し、販売も行うことでも増収を図る。

平成30年度の新たな取り組みとしては、より観覧者のニーズに合わせた座席提供を行うと同時に、執行補助金等の原資を確保するため、座席位置やサービスに工夫を凝らした最高クラスカテゴリ一席や祭に精通したガイドによる日本語解説付き観覧席を新增設する。葵祭では観覧料金の全面改定も行う。

四大大行事等への執行補助については、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。四大大行事協賛会の運営については、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。

三大祭の個別の実施予定については下記のとおりである。

① 葵祭

祭具等の将来的な修繕などに対応できるよう、観覧料金の全面改定を実施する。また、祭をより深く知っていただくために「葵祭まなび席（日本語解説付き）」を新設するとともに、前年新設した最高クラスカテゴリ「葵祭ロイヤルシート」を増席する。

② 祇園祭

祇園祭前祭山鉾巡行では、葵祭同様、「祇園祭まなび席（日本語解説付き）」を新設する。また、前年新設した最高クラスカテゴリ「祇園祭前祭辻廻し観覧プレミアム席」を増席する。後祭山鉾巡行では、最高クラスカテゴリ「祇園祭後祭くじ改め観覧プレミアム席」を新設する。

③ 時代祭

前年新設し、事前予約は好評を得たものの、台風21号接近による中止のため実現しなかった「時代祭まなび席（日本語解説付き）」を本年も設置する。

(2) 伝統文化・伝統工芸

① 京都「千年の心得」（再掲）

「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、旬の新たな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するとともに、JRや旅行会社との連携により、幅広い客

層へのアプローチを見据えた誘致宣伝を図る。

② 京のたしなみ（再掲）

職人や文化人の指導により、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イベントを、J R西日本と共同で企画し、観光客の誘致推進に努める。

(3) 京の食文化

京都に息づく食文化を京都ならではの強みと捉え、食を取り巻く文化も含め、観光キャンペーン等の機会を捉えて情報発信に取り組む。

① 食遊菜都（再掲）

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実施し、京都の食文化のPRと観光客の誘致推進に努める。

② 京料理展示大会

毎年12月に開催される「京料理展示大会」（主催：京都料理組合）にも事業協力し、京の食文化の発信に努める。

③ 京菓子コレクション

昨年度に初めて実施した京都の歴史と伝統に培われてきた京菓子文化の魅力を発信する「京菓子コレクション」についても、内容の充実を図り、実施する。

④ ぐるなび情報ラウンジ

飲食店情報のポータルサイトで知られ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「ぐるなび情報ラウンジ」において、観光客の求めに応じて、当協会会員の店舗を中心に飲食店の紹介を行う。

3. 地域振興および面的観光の促進

(1) 琵琶湖疏水通船

新規事業

「琵琶湖疏水通船」が67年ぶりに本格運航を開始する平成30年度は、3月29日から11月28日までの間の82日間、1日4.5往復の営業を行う予定である。当協会は、京都市、滋賀県、大津市などで構成される「琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会」の事務局を務めている。

(2) 地域と連携した観光と市民生活との調和の推進

新規事業

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取組を行う。

(3) 京都・花灯路

21世紀からはじまる京都の夜の新たな風物詩となることを目指して、平成15年3月から東山地域において、平成17年12月からは嵯峨・嵐山地域においても実施されている「灯り」をテーマとする新たな観光資源の創出事業であり、京都の風物詩として定着している。

当協会は、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

ューローとともに花灯路推進協議会を構成しており、平成 30 年度も 12 月初旬に嵐山で、3 月初旬に東山でそれぞれ開催する。

(4) 大原探訪・三尾探訪（仮称）

強化事業

「京の夏の旅」のキャンペーンイベントのひとつ「大原探訪」は、観光協会が予約受付、宣伝、当日配布のクーポン付地図を作成し、そのほかの当日受付等はすべて現地が担う個人散策プラン。平成 30 年度は、従来の「大原探訪」に加え、その三尾版（高雄・槇尾・梅尾）の実現に向け取り組む。

(5) 京の七夕

京都の夏の風物詩として好評を博している「京の七夕」については、平成 30 年度も、当協会は京都府、京都市などと京の七夕実行委員会を構成し、旧暦の七夕にちなみ 8 月上旬に、「祈り」や「願い」をテーマに、堀川会場をはじめ京都各地の会場で実施する予定。

(6) まちなか観光の推進

① 商店街の魅力発見プラン

平成 28・29 年度の冬に実施し好評を博した「商店街の魅力発見プラン」の第 3 弾を、「京の冬の旅」特別公開箇所・大徳寺にほど近い北の台所「新大宮商店街」界隈で実施する。また、節分行事を行う神社などが集まるエリアで、複数の神社等を巡るウォーキングの実施も予定している。

② 賑わいまちづくりコンソーシアムの取組みの推進

・京都エリアウォーク「京都ぐるり」の実施

京都市営地下鉄の駅を出発地点とするウォーキングツアーを企画実施し、公共交通の利用促進とエリア観光の推進を図る。現在実施している 12 コースに加え、今年度は「明治維新 150 年記念」の特別コースも設定し、歩いて巡る京都観光の推進を図る。

・京都フリーウォークの実施

観光ガイドブックに載らない歴史や由緒を日本語と英語で紹介する音声観光ガイドを配信し、スマートフォンを活用した、歩いて巡る京都観光の推進を図る。

(7) 二条城との連携

二条城において実施されるイベントに協力し、京都物産出品協会による物産展の運営や、二条城売店における企画を行う。

4. 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、情報発信などの各種取組を最適化すること。これを通して観光客の京都に対する愛着度を向上させ、京都市における持続可能な観光振興を実現させる。また、京都観光に関連する事業者のマーケティング活動を支援し、事業者の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する。

(1) 京都観光総合調査の分析

京都市において毎年実施している「京都観光総合調査」の個票データを借り受けて詳細な分析を行い、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、広く公表するとともに、観光協会の経営戦略の策定に反映する。

(2) ホテル統計の実施

京都市内主要ホテルからの情報提供を受け、京都の宿泊業界の景況を判断するための統計としてホームページで公表する。また、関連する公表情報（航空路線、為替など）も集計して掲載し、事業者の経営効率化に貢献する。

(3) 免税売上調査の実施

例年、免税売上額が多くなる国慶節および春節の時期に免税店を対象とした売上状況調査を実施し、集計結果をホームページで公表することで、地域の事業者の経営効率化に貢献する。

(4) 観光客ごとに最適化された情報発信システムの開発・検討

新規事業

予め設定したルールに基づいて、京都観光の経験や興味関心、WEBサイトの閲覧状況などのデータに応じて情報を発信し、これに対する反応（メール開封率など）を元に発信内容やタイミング・順序を最適化するシステムを、観光人材の育成に取り組む大学等と連携して研究・開発する。

(5) 各種調査の企画・実施

強化事業

文化財特別公開などの事業において実施しているアンケート結果を、WEBサイトのアクセス解析結果などと組み合わせることで、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を一通貫で把握し、より効果的な情報発信につなげる。また、データを保有する民間事業者と連携し、需要分散化や観光客のニーズ把握につながる調査・研究について検討を進める。

5. 事業者支援

(1) 外国人観光客受入環境整備補助金

新規事業

インバウンドの受入に前向きな事業者に対する補助制度を創設する。市内事業者がクレジットカード決済や免税販売、多言語メニュー整備などを行う際の経費に対し、補助金を交付することで、外国人観光客の受入環境整備を加速させる。

(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する。また、VoiceTra4U等のICTによる通訳機能の積極的活用を図る。

(3) 買物環境整備

免税相談窓口の開設や多言語コールセンターの運用など、全国に類を見ないほどの免税対応支援事業を積極的に展開した結果、事業開始時と比較し約8倍増となる1,400店あまりに達している京都市内免税店に対し、継続的なサポートを行う。また、クレジットカード会社との連携した取組等を展開し、観光消費拡大による雇用の促進、京都経済の成長を図る。

(4) 外国語研修

外国人観光客と実際に接する観光事業者スタッフを対象とする初心者向け外国語研修(英語・中国語)を宿泊施設、小売店等、業種別に開催する(参加型研修)。また、観光事業者からの派遣依頼に基づく出張型研修も併せて開催し、おもてなしの向上と観光消費の喚起を推進する。

(5) 旅館活性化

強化事業

和の文化を体感することができる我が国固有の宿泊施設である「旅館」について、更なる集客、活性化を図るべく、PR動画の海外発信強化や経営者向けセミナーの開催、若手従業員向けの研修会の実施等を行う。また、宿泊施設を対象とする表彰事業について、京都市と連携のうえ実施する。

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

修学旅行受入の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、情報発信を強化するために、これまでの紙媒体中心から順次インターネットを中心にした発信及び利用方法へと変換を進める。

学校関係者の事前の京都視察は徐々に減少しているものの、修学旅行に関する生きた声を聴く大切な機会である。当協会が運営する京都市河原町三条観光情報コーナーや京都総合観光案内所において、これら学校関係者へ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。また京都観光推進協議会と連携し、各地の学校訪問、京都駅での歓迎式を実施する。

7. 市民生活と観光客との調和

(1) マナー啓発

外国人観光客の増加に伴い、生活習慣の違いなどから生じるマナー問題が生じており、リーフレットの配布やウェブサイトでの情報発信強化など、外国人観光客に日本・京都の文化や習慣を正しく理解してもらうための施策を展開する。

(2) 手ぶら観光の推進

京都観光 Navi や Kyoto Official Travel Guide 等の各種媒体で、手ぶら観光に関する情報発信を促進する。

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から運營業務を受託している京都総合観光案内所「京なび」は5年の受託期間の4年目となる。次期受託へ向け更なる機能強化を図る。年間約150万人が訪れ、約80万人がカウンターを利用する日本有数の混雑案内所をトラブルなく、来所者が満足して利用できる情報発信を行うことはもとより、情報発信のみならず情報収集も強化する。また市内の混雑緩和に資するような観光・交通案内に努める。

2. 京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託

京都市より運營業務を受託し、平成 28 年 4 月に開所した京都市河原町三条観光情報コーナーはまちなか観光の拠点として、ぐるなびと連携し会員飲食店を中心に紹介する「ぐるなび京都ラウンジ」の併設や、授乳や伝統的な慣習等に対応する多目的スペースを設置し、京都の表玄関に立地する京都総合観光案内所とは異なった役割を果たしている。平成 29 年 10 月には旅行業の営業所として登録をしたことから、宿泊や観光タクシーの紹介、各種観光乗車券の販売を強化する。また京都市をあげて取り組む観光事業に関するサービスをワンストップで受けられる総合窓口とする。

3. 観光地図の作成

各案内所において案内の基本的なツールとして依然紙媒体としての地図のニーズは高く、安定的な供給が求められる。同時に当協会会員の紹介の場であるとの考えから、会員からの多くの協賛を得ることで紙面を充実し、日本語版（30 万部）、アジア版（繁体字・簡体字・ハングル各 5 万部）、英語版（25 万部）と計画的に発行する。

4. 臨時案内所の運営受託

強化事業

京都総合観光案内所と同様に京都総合観光案内所運営協議会より運営を受託し、京都駅において桜と紅葉の時季に臨時観光案内所を開設し、京都観光のおもてなしの向上に努めている。30 年度よりは新たにゴールデンウィークにも開設する。

5. 市内観光案内所との連携

京都総合観光案内所のある京都駅は京都最大の玄関口にあたり、多くのインフォメーション窓口が存在することから、「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、特に春、秋のトップシーズンの取組等の情報交換を行い、京都駅内の各インフォメーションの機能・情報を共有する。

また京都市とともに京都市内各地に点在する観光案内所の連携のために「京都市内観光案内所ネットワーク会議」（28 団体）を運営し、情報の共有や研修によるスキルの向上を図る。

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企画を実施することで、来城者の満足度向上に努める。平成 30 年度は、POS レジデータをもとにした売上分析・店舗会議を定例化し、商品入替えや陳列の見直しを計画的に実施する体制を構築することで、売上規模を 10%程度増加させることを目標とする。

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、催事入場券等を販売する。

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

下鴨神社、三井不動産レジデンシャルサービス関西、曾根造園及び京都市観光協会の4者で構成する共同事業体「京都市文化財公開施設運営管理事業受託コンソーシアム」において、引き続き旧三井家下鴨別邸の管理運営を行う。

VI. 共催・後援・会員向け事業（収益事業等会計）

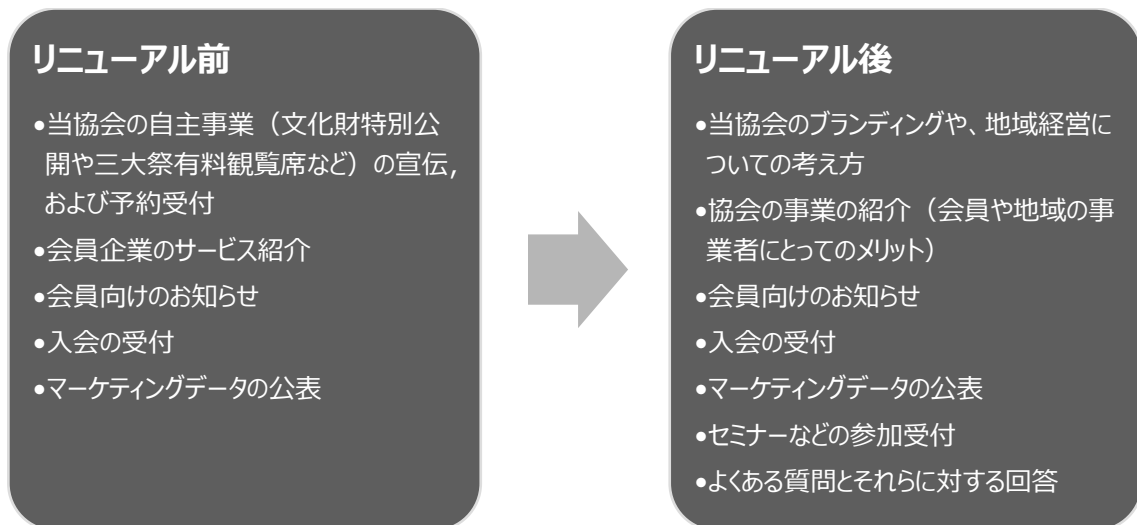
1. 会員・事業者向けメールマガジンの運営

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」を引き続き配信し、今後の当協会の活動予定や最新の情報を広く提供する。ニーズに合わせた情報発信に努めることで、現在の購読者数約2,900件を4,000件まで増やすことを目標とする。

2. 会員向けWEBページのリニューアル

強化事業

これまで、観光客向けの情報発信を中心とした当協会のWEBサイトの一部に、会員向け情報を掲載してきたが、京都観光Naviとの機能整理にともなって、当協会のWEBサイトを事業者・会員向けWEBサイトとしてリニューアルする。



3. 会報の発行

当協会の活動状況や新入会員の紹介を中心とした会報誌「京観協だより」を年4回発行する。

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宣伝に努める。

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。平成30年度は、熊本県山鹿市で総会を開催し、インバウンド向けの宣伝の強化に引き続き取り組む。

（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。

（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、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. 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
- OKAZAKI LOOPS 実行委員会

コンテンツ・イベント関連

- ICOM（国際博物館会議）京都大会2019 京都推進委員会
- ラグビーワールドカップ2019 支援京都委員会
- 「ワールドマスターズゲームズ2021 関西」京都市実行委員会
- 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
- 京都レストランウインターズスペシャル実行委員会

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

その他

- 観光立国推進協議会
- 関西観光本部
- 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