

平成 31 年度 公益社団法人京都市観光協会 事業計画

重点方針

京都市観光協会は、DMO法人として、平成 30 年度に定めた経営戦略において、「持続可能な国際文化観光都市「京都」」をビジョンに掲げ、その実現を目指して取組を進めている。

直近の京都観光の現状を見ると、平成 29 年の観光客数は 5 年連続で 5000 万人を超え、宿泊客数は過去最高となり、観光消費額は 2 年連続で 1 兆円を突破するなど好調を維持している。

しかしながら、近年の外国人観光客の急増に伴い、一部の観光地への集中、市バスの混雑、生活習慣の違いによるマナー違反といった問題は継続しており、市民生活への影響や日帰り国内観光客の減少傾向につながっている。

加えて、去年は大阪北部地震や西日本豪雨、台風が立て続けに起こり、災害時の情報収集、情報発信といった新たな課題も顕在化してきている。

このような状況を踏まえ、経営戦略の 2 年目となる平成 31 年度においては、「市民生活と観光の調和」、「ターゲットに応じた国内観光客・外国人観光客誘致」、「マーケティング・調査分析事業」、「担い手の育成」、「事業者支援」、「科学的経営」の 6 つを重点テーマに、京都観光の舵取り役として、市民、観光客、事業者の三方にとって満足度の高い観光地経営を目指していく。

重点テーマ 1 市民生活と観光の調和（市民と観光客の満足度向上）

- ・隠れた名所の活用等による観光地分散化（Ⅱ-1-(1)）
- ・外国人観光客へのマナー啓発（Ⅰ-2-(3)、Ⅱ-3-(2)、Ⅱ-7-(1)）
- ・朝観光・夜観光の推進による時間の分散化と観光消費の拡大（Ⅱ-1-(2)、(4)-②、(4)-③、(6)-②、(6)-③、Ⅱ-3-(3)、Ⅱ-3-(5)）

重点テーマ 2 ターゲットに応じた国内観光客・外国人観光客誘致

【観光コンテンツの開発】

- ・「とっておきの京都プロジェクト」の充実（Ⅱ-1-(1)）
- ・「京の夏の旅」「京の冬の旅」等既存事業の魅力向上（Ⅰ-1-(4)、Ⅱ-1-(3)、(4)、(5)、(6)、Ⅱ-2-(1)、(2)、(3)、Ⅱ-3-(1)、(3)、(4)、(5)、(6)）
- ・ラグビーワールドカップおもてなしキャンペーン（Ⅱ-5-(4)）

【情報発信の充実】

- ・公式サイト改修・運営（Ⅰ-2-(1)、(2)）
- ・案内所運営の強化（Ⅲ-1、2、3）
- ・ラグビーワールドカップ開催期間中の臨時案内所の運営（Ⅲ-4）
- ・海外情報拠点の充実（Ⅰ-3）
- ・メディア支援の充実（Ⅰ-6）

【受入環境整備の充実】

- ・外国人観光客受入環境整備助成金の充実（Ⅱ-5-(1)）

重点テーマ3 マーケティング・調査分析事業

- ・ブランディング・訪問意向調査の実施（Ⅱ-4-(3)）
- ・観光客ごとに最適化された情報発信システムの運用（Ⅱ-4-(5)）

重点テーマ4 担い手の育成

- ・京都市認定通訳ガイドの育成（Ⅱ-1-(7)）
- ・観光事業者スタッフ向け外国語研修の実施（Ⅱ-5-(5)）
- ・旅館経営者向けセミナー、従業員向け研修の実施（Ⅱ-5-(6)）

重点テーマ5 事業者支援

- ・会員間の交流の場の創出（Ⅱ-5-(7)）
- ・旅館活性化（Ⅱ-5-(6)）
- ・事業者向けWEBサイトの充実（Ⅰ-2-(4)）

重点テーマ6 科学的経営

- ・観光協会事業のPDCAサイクルの構築

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

JR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) JR西日本と連携した誘致宣伝活動の実施

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・神戸の三都市とも連携し、誘致宣伝を行う。三都市を周遊する旅行商品企画の提案や観光素材の提供など、広域観光を推進し三都市の魅力発信に努める。

(2) JR東海と連携した誘致宣伝活動の実施

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、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、マスコミを活用した幅広い京都PRを展開すると共に、PRと連動した受入対策を推進する。

(3) JR東日本グループと連携した首都圏での誘致活動の実施

JR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) 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年度より長年に渡り実施しているJRグループとの「京の冬の旅」キャンペーンについて、2019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。特に首都圏での観光客誘致に重点をおいて取り組む。

2. 情報発信の充実

(1) 京都観光Naviの改修・運営

強化事業

昨年度リニューアルを行った「京都観光Navi」のさらなる改修に取組み、他のサイトにはない、公式サイトならではの情報を豊富に発信し、京都における唯一無二の日本人観光客向けWEBサイトを目指す。

- ① 閲覧者の検索行動や、民間WEBサイトが発信する情報内容を調査し、公式サイトならではの情報に特化した記事を発信する。
- ② 市内各エリアの概要を説明するページを作成する。
- ③ よくある質問集を更新し、これらの閲覧状況の分析結果をもとにして、多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」でも導入する自動案内機能（チャットボット）の開発に取り組む。
- ④ サイトに掲載する観光施設情報、イベント情報の収集・管理体制を強化するとともに、集まった情報を各施設のGoogleマイビジネスにも登録する。また、観光案内の際などの利便性も考慮し、必要な情報について、簡易な紙媒体で毎月発行する。

- ⑤ 混雑具合を可視化することで、観光客の利便性向上につなげるページを作成する。
- ⑥ ユーザーログイン機能の実装や、自動経路作成サービスとの連携など、一人ひとりの閲覧状況に合わせた機能の開発に取り組む。

(2) 多言語サイト「Kyoto Official Travel Guide」の改修・運営

強化事業

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 City Official Travel Guide」について、魅力的な情報の充実のために、情報を整理し、全面的にサイト構造やデザインの見直しを行う。また、AI 技術を活用した最新技術の導入、属性別情報の発信、記事コンテンツの更なる追加、CMS の導入、中国本土対策を行い、サイトの機能強化を図る。

(3) SNS を活用した情報発信

現在運営している Facebook（日本語、英語）や Instagram、Twitter、Weibo の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 WEB サイトへの誘導、Weibo ではマネー啓発等を行う。また、フォロワーのニーズの収集と相互発信によるフォロワーの関心を保つため、公式アカウント内のグループ機能を活用し、フォロワーからの意見収集を行う。

(4) 事業者向け WEB ページのリニューアル

昨年度公開した事業者向け WEB サイトにおける情報発信を強化し、当協会の事業目的や状況についての理解度向上を図る。また、以下のとおり改修・ページ作成を行う。

- 会員一覧ページの作成
- スタッフ紹介ページの作成
- 京都における観光関係の情報サイトへのリンク集の構築
- 問合せ窓口に寄せられるよくある質問集の作成
- 英語による統計情報の掲載

3. 海外情報拠点の運営

強化事業

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 11 都市に設置している情報拠点（レップ窓口）について、新たに 3 か所拡充し、運営を強化する。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・相談会を開催し、会員企業等に対し、現地の最新情報を提供する。

(海外情報拠点設置候補都市) ※平成 31 年度 3 拠点新設

ニューヨーク、ロサンゼルス (新設)、ロンドン、パリ、フランクフルト、ローマ他主要都市 (新設)、マドリード (新設)、シドニー、上海、台北、ソウル、香港、クアラルンプール、ドバイ

4. 海外旅行商談会等出展・海外バイヤーマッチング事業

強化事業

国内外で開催される旅行商談会への出展について、これまでの ITB Berlin（ドイツ：3 月）、VISIT JAPAN トラベル&MICE マート（東京：9 月）に加え、新たに JAPAN EXPO パリ（フランス：7 月）と WTM ロンドン（イギリス：11 月）に出展し、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。

5. 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

「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、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。ILTM Asia Pacific（シンガポール：5月）ILTM Cannes（フランス：12月）等の富裕層旅行商談会への出展等を通じ、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。

6. 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、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

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しする専用サイト「KYOTO IMAGE BANK」の運営を行う。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催等を機に日本に関する報道が増加することを見越し、昨年度新規撮影した京都観光動画素材について、新たに開設する「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」を通じ、報道機関等に提供し、京都のメディア露出の更なる拡大を図る。

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

強化事業

伏見、大原、高雄、京北、西京、山科などの観光魅力を発信するとともに、観光地経営事業者（DMC）の支援等を行う「とっておきの京都プロジェクト」を推進し、多様なエリアへの誘客、観光地の混雑緩和を図る。

(2) 朝観光・夜観光の推進による、時間の分散化と観光消費の拡大

京都市と連携し、京都・花灯路や京の七夕をはじめとした既存の夜間の観光イベントの充実や新たな朝観光・夜観光のコンテンツの開発により、観光客の宿泊を促し、時間の分散化と観光消費の拡大を図る。

(3) 春季特別公開

春季の観光客誘致受入事業として、霊鑑寺において3月から4月にかけ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。

(4) 第44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

天皇陛下御即位奉祝にちなんだ「京の御大礼」や「京の町家・旧宅」「世界遺産登録25周年」等をテーマに、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を実施する。また仁和寺においては、JR西日本が開催する「ちょこっと関西歴史たび」とも連携して開催する。

② 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。

特に「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、祇園祭創始1150年を迎えることから、祇園祭にちなんだイベントを企画実施するほか、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。

(5) 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。

(6) 第54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

2019年10月に執り行われる「即位正殿の礼」や11月の「大嘗祭」の奉祝や大河ドラマ「麒麟がくる」の放映にちなみ、「京の御大礼」「明智光秀と戦国の英傑たち」等をテーマに、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 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“香り”で京の旅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

「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華道、茶道等の伝統文化の発信に努め、文化観光施設等と連携し、京都の文化の紹介や連動イベントを企画実施する。

(7) 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、これまでに育成した153名（第1期生～第3期生）に対し、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。また、新たに育成する第4期生（約50名）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。

(8) ガイドツアー造成事業

二条城や京都迎賓館、京都御所界限、祇園界限などにおいて、文化財や伝統産業、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」等を活用して催行し、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

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、観光客に対する快適さや利便性の向上と各祭の魅力の発信を行うとともに、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、販売するほか、外国人観光客や個人旅行客のニーズを踏まえた観覧席の提供を行う。

こうして得た収益については、京都五山送り火を加えた京都四大大行事の安定した執行および保全を図るため、補助金として交付するほか、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。

① 葵祭

最高クラスカテゴリ「葵祭ロイヤルシート」や祭をより深く知っていただくために前年新設した「葵祭まなび席（日本語解説付き）」の販売が好調なことから増席する。また、「英語解説付き席」については、インバウンド需要に応えるため増席するとともに、原価を適正に反映させた価格とするため料金改定を実施する。

② 祇園祭

前年新設した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」や「祇園祭まなび席（日本語解説付き）」が好評なため増席する。「英語解説付き席」については、他の祭と同様、増席および料金改定を行う。また、暑さ対策の方策を検討し実施する。

③ 時代祭

「英語解説付き席」について増設するとともに料金を改定する。また、例年の10月22日ではなく10月26日（土）に執り行われるため、その周知に努める。

（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、JR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

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ため、イベントオリジナルの京菓子と抹茶の接待や京菓子の製作実演、京菓子の道具類や京菓子文化を紹介するパネルの展示等、京菓子を身近に感じるイベントを実施する。

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) びわ湖疏水船

当協会が事務局を務め、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」において、3月28日から12月1日までの間の123日間、1日4.5～5.5往復運航する。

(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、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

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、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) 市内周辺エリアの「探訪」プラン

「京の夏の旅」のキャンペーンイベントの一つとして、当協会が予約受付、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を、「三尾」以外のエリアでも実施する。

(5) 京の七夕

京都府、京都市などとともに「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、京都各地の会場で開催する。

(6) まちなか観光の推進

毎冬に実施し好評を博している「商店街の魅力発見プラン」の第4弾を、旧三井家下鴨別邸に近い「京都・出町桝形商店街」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を実施する。

(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、情報発信などの各取組をより効果的・効率的に実施するとともに、観光客の京都に対する愛着度を向上させ、京都における持続可能な観光振興の実現を目指す。また、京都観光に携わる事業者のマーケティング活動を支援し、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に反映する。

(2) リアルタイムな京都観光動向の公表

京都の観光の現状をリアルタイムに把握する基礎調査として、ホテルや百貨店免税売上、観光案内所等における観光関連データを収集するとともに「京都市観光協会データ月報」として毎月公表し、会員事業者等の経営効率化に貢献する。

(3) ブランディング・訪問意向調査の実施

新規事業

京都に来ている観光客を対象とした「京都観光総合調査」だけでは把握できない、京都に来たことがない方や以前来たことはあるが近年訪れていない方を対象とした調査を実施し、より多くの方に京都を訪れてもらえるよう、各種事業の計画策定の材料とする。

(4) 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。

(5) 観光客ごとに最適化された情報発信システムの運用

強化事業

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メールマガジン等により情報を発信し、これに対するメール開封などの反応を元に、発信内容やタイミング・順序を最適化するシステムを、京都大学と連携して運用する。

(6) 各種調査の企画・実施

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気通貫で把握し、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助成金

強化事業

インバウンドの受入に前向きな事業者を対象に、キャッシュレス決済や免税販売、多言語メニュー整備などを行う際の経費に対し助成金を交付し、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による通訳機能ソフトについても、積極活用するよう働きかけていく。

(3) 買物環境整備・キャッシュレス促進

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、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 や平成30年8月に当協会が新規加入した地域情報化推進団体 KICS と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) ラグビーワールドカップおもてなしキャンペーン

新規事業

ラグビーワールドカップ観戦等を機に訪日する外国人観光客の京都への来訪促進に向け、期間限定の体験型メニューや飲食店等を中心としたキャンペーンを展開し、観光満足度の向上、観光消費の拡大を図る。

(5) 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。

(6) 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、経営者向けセミナーの開催、従業員向けの歴史文化研修の実施等を継続実施し、新たに海外におけるプロモーションの展開を行う。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。

(7) 観光事業者の交流の場の創出

新規事業

各種調査事業を通して得られた知見や分析結果を基に、会員や大学関係者などを交えて京都の観光における課題について意見交換、解決策の検討を行うとともに、会員同士の交流を促進し、協業や新規事業の創出につなげてもらえる機会を設ける。

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

京都観光推進協議会と連携し、修学旅行で京都に訪れている各地の学校に、お礼を兼ねて訪問し、実情や要望などを直接聞く学校訪問事業のほか、春季に京都駅での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紙媒体で発行している「修学旅行パスポート」について、優待内容を精査し、わかりやすい表現に改めるとともに、情報の取得が容易で、「修学旅行パスポート」発行後の内容追加や修正が可能なホームページの利用を促進するため、より使いやすいホームページの構成に変更する。

また、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、学校関係者に対する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. 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いることから、啓発リーフレット「AKIMAHEN」の配布やポスター掲出、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京都市と連携のもと展開する。

(2) 手ぶら観光の推進

京都観光 Navi や Kyoto Official Travel Guide、「京の冬の旅」等のパンフレットをはじめとした各種媒体において、手ぶら観光に関する情報発信を行うなど、京都市と連携し手ぶら観光の推進を図る。

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」運営業務の受託

強化事業

京都総合観光案内所運営協議会から運営業務を受託している京都総合観光案内所「京なび」は、5年の受託期間の最終年となることから、次期受託へ向けさらなる機能強化を図る。

具体的には、災害時の業務継続性の向上を目的に整備した蓄電池システムを活用し、災害時には情報収集や観光客への案内に加え、外国人の情報端末充電サービスを実施するほか、クラウド型のサイネージシステムを導入し、災害時には収集した交通機関の運行情報や観光施設の営業情報を、京都市河原町三条観光情報コーナー等遠隔地でも同時に発信する。

また、ラグビーワールドカップ日本開催に向け、これまでから行っている英語・中国語・韓国語の案内に加え、大会期間の前後はフランス語・スペイン語の案内を実施する。また対応言語以外の言語にも対応できるよう、補助的にタブレットの翻訳アプリの活用を開始する。

2. 京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託

強化事業

京都市より運営業務を受託し、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」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。

京都総合観光案内所同様、蓄電池システムを導入したことから、災害時には情報収集や観光客への案内に加え、外国人の情報端末充電サービスの実施やクラウド型のサイネージシステムを活用した情報発信を行う。

3. 観光地図の作成

強化事業

各観光案内所における案内の基本的なツールとして、紙媒体の地図のニーズは依然高く、安定的な供給が求められている。広告枠を設けることで当協会会員の紹介の場にもなることから、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（30万部）を計画的に発行する。またラグビーワールドカップや翌

年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、要望の多いフランス語・スペイン語の地図（各5万部）を新たに作成する。

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及びゴールデンウィーク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る。平成31年度は、ラグビーワールドカップの開催に伴い多くの外国人観光客が訪れることが予想されることから、ワールドカップ開催期間中にも開設し、京都観光はもとより、開催都市へのアクセス等を案内する。

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。

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。前年度に引き続き、POSレジデータをもとにした売上分析・店舗会議を定期的に実施し、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、4年連続の売上増加を目指す。

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

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、一般公開が開始された平成28年10月から、当協会を代表団体とし、下鴨神社、三井不動産レジデンシャルサービス関西、曾根造園の4者で構成する共同事業体で管理運営を行っている。現在の指定期間は平成31年3月までであるが、平成31年4月からの4年間についても引き続き指定管理者として指定を受けており、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、施設管理と事業運営を行う。

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、現在の送信アドレス 9,000 件を 10,000 件まで増やすことを目標とする。

2. 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」を年 4 回発行する。

3. 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。

4. 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 31 年度は、富山県南砺市城端で総会を開催し、ホームページの多言語化や加盟都市の魅力発信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、ホームページの運営や施設マップ等の共同宣伝用印刷物の発行、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
- KYOTO NIPPON FESTIVAL 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