

＜令和元年度 重点取組＞

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）

1 「とっておきの京都プロジェクト」の充実

強化事業

伏見、大原、高雄、京北、西京、山科などの観光の魅力を発信するとともに、観光地経営事業者（DMC）の支援等を行った。情報発信の起点となるホームページには、桜や紅葉等に関する地域の魅力ある情報の充実を図った。また、支援対象であるDMCの取組（教育旅行ツーリズムやサウンドトリップなど）の定着を図り、多様なエリアへの誘客、観光地の混雑緩和に取り組んだ。

（実績等詳細はP. 15に掲載）

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

強化事業

京都市と連携し、京の夏の旅、京の冬の旅事業において朝観光・夜観光に重点を置いた観光プランの企画を充実させたほか、京都・花灯路、京の七夕等、既存の夜間イベントの充実及びライトアップ等のイベント間の連携の促進により、夜観光の推進を図った。

また、隠れた名所の活用等による分散化事業では、人気観光地に観光客が集中することにより、日本人観光客の満足度の低下や、日帰り観光客の減少などの課題が顕在化していることから、多様なエリアの魅力ある名所や、混雑するエリアを中心とした朝・夜の観光情報を発信することで、時間と地域を切り口とした観光客の集中緩和を図り、新たな京都観光の魅力づくりにつながる事業を京都市と連携して実施した。

（実績等詳細はP. 15に掲載）

3 外国人観光客へのマナー啓発

京都観光を楽しむだけでなく、まちに敬意を表すことを呼びかける観点から、従来展開していた啓発リーフレット「AKIMAHEN」に加え、「撮影禁止」、「触らないで」等、全14種のマナーステッカー「Enjoy Respect Kyoto」を新たに作成し、2,500施設を超える観光関連事業者へ送付したほか、スカイホップバスへロゴを掲出した。さらに、中国のSNS「Weibo」の公式アカウントにおいて、マナー啓発を行った。

また、外国人観光客の急増に伴い、文化や生活習慣の違い等から、日常的に迷惑行為が発生している祇園町南側地区では、国土交通省近畿運輸局、京都市と連携し、観光客へのマナー周知・啓発の実証事業を実施し、市民生活と調和した観光の実現に努めた。

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

1 「とっておきの京都プロジェクト」の充実【再掲 P.1】

2 「京の夏の旅」「京の冬の旅」等、既存事業の魅力向上

(1) 春季・秋季特別公開事業の実施

春季・秋季の観光客誘致受入事業として、春季1か所（霊鑑寺）、秋季6か所（霊鑑寺、金戒光明寺、宝鏡寺、旧三井家下鴨別邸（主屋二階・三階望楼）、ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵、浄住寺）の特別公開を実施した。

秋季パンフレットには、「仁和寺」「東本願寺 渉成園」など、他の特別公開の情報も掲載し、広く秋の京都の観光情報の発信に努めた。また、阪急電鉄とタイアップし、春季・秋季ポスターを阪急沿線で掲出したほか、秋季はJ R西日本、京阪、近鉄及び京都市交通局とも連携し、特別公開のポスターを作成、掲出した。

拝観見学者数については、春季は目標を上回る結果となったが、秋季は金戒光明寺が過去の実績ほど伸びなかったことから、目標を下回る事となった。

（実績等詳細はP.17に掲載）

(2) 第44回「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第44回「京の夏の旅」キャンペーンは、9か所の「文化財特別公開」や、定期観光バス特別コースの運行、京の歴史文化に培われた「伝統産業・文化」、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光・夜観光」、豊かな食材と伝統の技を楽しむ「京の食文化」等、様々な切り口から幅広い層の観光客に京の夏を楽しんでいただけるよう、令和元年7月から9月にかけて多彩なイベントを実施した。

また、J R各社をはじめ、京阪、阪急、近鉄、南海及び京都市交通局など、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、特に半解体修理が行われた仁和寺観音堂に多くのお客様にお越しいただけたことから、特別公開の拝観見学者数の合計は、前年実績、目標ともに上回った。

（実績等詳細はP.17に掲載）

(3) 第54回「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、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、令和2年1月から3月にかけて全国規模での誘致宣伝、販売活動を行った。第54回「京の冬の旅」は御大礼の奉祝として、皇族の入寺によって高雅な御所文化が育まれた皇室ゆかりの寺院や尼門跡寺院と、明智光秀を主人公とした大河ドラマ「麒麟がくる」の放映にちなんで、光秀と戦国の英傑ゆかりの寺院を中心に15か所の非公開文化財特別公開や定期観光バス特別コースの運行、関連イベントの実施に取り組んだ。さらに、京の歴史文化に培われた「伝統産業・文化」、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光・夜観光」、豊かな食材と伝統の技

を楽しむ「京の食文化」等、様々な切り口から幅広い層の観光客に京の冬を楽しんでいただけるよう多彩なイベントを企画実施した。

また、JRグループ6社をはじめ、関西私鉄各社、京都市交通局、旅行会社各社等、関係機関との密接な連携のもと、誘致宣伝の強化や旅行商品化の促進に努めた。

しかしながら、令和2年2月の後半からは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や、それにとまなう観光客の減少の影響を受け、キャンペーンの各事業とも運営方法等の見直しや集客の減少が発生し、拝観者数は、前年実績、目標ともに下回った。

(実績等詳細はP. 22に掲載)

(4) 伝統行事

ア 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、快適で利便性の高い有料観覧席を設置し、旅行会社等へのセールス活動やマスコミ等への報道要請を行うとともに、各祭をわかりやすく紹介したパンフレットを作成・販売し、三大祭の魅力を発信した。

新たな取組としては、祇園祭前祭において、暑さ対策として「テント席」「北特別席（ミスト付）」を新設した。加えて、好評を得ている「葵祭ロイヤルシート」「まなび席（葵祭・祇園祭前祭）」「祇園祭後祭くじ改め観覧席プレミアム席」「英語解説付き席（葵祭・祇園祭前祭）」を増席し、観覧者のニーズに応えた。併せて、執行補助金等の原資を確保するため、一部の席で料金改定を行った。

以上のような施策を行ったが、三大祭全てにおいて、販売数・収入が、前年実績、目標ともに下回った。特に祇園祭（前祭）では、開催曜日が来場者が少ない傾向にある水曜日であったことと、前年の猛暑の影響が大きく、販売数が伸び悩んだ。

(実績等詳細はP. 29に掲載)

イ 四大大行事等の執行支援

葵祭及び京都五山送り火の協賛会事務局の運営を担い、募金活動等を行ったほか、安定した執行および保全を図るため、四大大行事に対して補助金を交付した。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。

(5) 伝統文化・伝統工芸

「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「京都「千年の心得」」を京都市と共同で企画し、JRグループ各社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実施するとともに、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イベント「京のたしなみ」を、JR西日本と共同で企画し、観光客の誘致推進に努めた。

(実績等詳細はP. 18、19、23、24に掲載)

(6) 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んだ。令和元年度は、京の味覚と京都スタイルの食の楽しみ方を発信する「食遊菜都」の実施、「京料理展示大会」への事業協力、株式会社ぐるなびとの連携による「ぐるなび情報ラウンジ」の運営を行った。さらに、国内外の観光客に、気軽に京の味覚を堪能していただく「京都レストランウインタースペシャル」に加えて、夏季にも「京都レストランサマースペシャル」を開催し、京の食文化の普及促進に努めた。

(実績等詳細はP. 30に掲載)

(7) びわ湖疏水船

平成30年に67年ぶりに琵琶湖疏水通船を復活させた「琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会」(構成団体：京都市・滋賀県・大津市など)の事務局を務めた。2年目となる令和元年度は、春季には新たに6月の運航日を追加、秋季には3艘目となる「れいわ号」を造船・導入し、大幅な増便・増席を図った。これにより販売実績は、前年比3,762席増の12,915席となり、観光客への乗船機会の拡大につなげた。また、本事業の自走化に向け、訪日外国人誘客対策としてインバウンドモニターツアーを実施したほか、琵琶湖疏水沿線の魅力向上を図るため、琵琶湖疏水から大津閘門を經由し、琵琶湖まで航路を延伸する実証実験や地元小学生を対象とした教育乗船なども実施した。

(実績等詳細はP. 31に掲載)

(8) 京都・花灯路

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ともに「京都・花灯路推進協議会」を構成し、令和元年度からは事務局の主要業務を当協会が担った。

15回目を迎えた12月開催の嵐山花灯路では、「灯りと花の路」「いけばなプロムナード」に加え、新たに長神の杜で「歌詠みの杜」を、小倉池で友禅柄大型行灯による演出等を実施し、好評を博した。

3月開催の東山花灯路は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、開催1週間前の2月28日に開催中止を発表した。

(実績等詳細はP. 31に掲載)

(9) 京の七夕

オール京都で組織する「京の七夕」実行委員会に参画し、令和元年度からは当協会が事務局の主要業務を担いながら、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。

10回目の今回は、鴨川・堀川・北野紙屋川・梅小路の各エリアに加え、新たに宮津市エリアにおいても、旧暦の七夕にあたる8月に京都各所で特色のある様々な七夕イベントを実施した。期間中に発生した台風10号の影響により、二条城で8月14日(水)に内容を一部縮小、15日(木)は開催を中止したが、5エリアで合わせて約60万人の来場者数を記録した。

(実績等詳細はP. 32に掲載)

(10) 市内周辺エリアの「探訪」プラン

「京の夏の旅」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、当日受付等、その他はすべて現地が担う個人散策プラン「探訪」シリーズとして、令和元年度は、混雑する市内中心部の観光客の分散化も目的に、「三尾探訪」（高雄・槇尾・梅尾）に加え、昨年度開催できなかった「大原探訪」を開催した。

（実績等詳細はP. 32に掲載）

(11) 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・出町榊形商店街」界隈で実施した。

（実績等詳細はP. 32に掲載）

3 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、「Kyoto City Official Travel Guide」に特設ページを設置し、情報発信を行うとともに、市内の飲食店等での割引、ワンドリンク無料等の来店者特典や期間限定の体験型メニューの提供などを実施し、観光客の満足度の向上、観光消費の拡大を図った。

（実績等詳細はP. 34に掲載）

4 公式サイトの改修・運営

強化事業

昨年度リニューアルした「京都観光 Navi」について、「より質の高い観光への態度変容を促すサイト」を目指し、公式サイトならではの情報を豊富に発信するとともに、現行サイトの機能拡充を行った。

さらに、外国人観光客向けに13言語で情報発信しているWebサイト「Kyoto City Official Travel Guide」について、魅力的な情報を充実させるため、掲載する情報を整理し、全面的にサイト構造やデザインの見直しを実施した。

（実績等詳細はP. 12に掲載）

5 案内所運営の強化

(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なびは、常時、英語、中国語、韓国語に対応し、JNTO認定外国人観光案内所のカテゴリ 3 に認定されており、年中無休で午前8時30分から午後7時まで、年間約65万人の相談者に対し、京都府内の各種観光案内、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。

日本人相談者については、9月及び10月に東日本に大きな被害をもたらした台風以降、減少傾向となった。外国人相談者については、7月以降、日韓関係の悪化から韓国人観光客が減少したが、9月下旬から11月上旬にかけてのラグビーワールドカップ2019日本大会の開催期間には、京都での試合はなかったものの、欧米豪を中心に多くの相談者が訪れた。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、日本人、外国人とも相談者数は大き

く減少し、1月以降の各月の総相談者数は開所以来最低となった。

なお、京なびでは、来所者が安心して利用できるように、手指用アルコール消毒液の設置、次亜塩素酸水のドライミストによる除菌を行うほか、スタッフ全員のマスク着用、こまめなカウンター等の消毒などの感染予防対策を行った。

また、クラウド型のサイネージシステムを導入し、観光情報のほか、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による施設の休止情報等を、遠隔地の京都市河原町三条観光情報コーナーでも同時に発信を行うなどの機能強化を図った。

(実績等詳細はP. 36に掲載)

(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

京都市より受託し、まちなか観光の拠点として平成28年4月に開設した京都市河原町三条観光情報コーナーは、常時英語対応が可能でJNTOの認定外国人観光案内所のカテゴリ 2に認定されており、国内外の観光客や観光事業者に対して観光情報や資料の提供等を行った。また、観光案内だけでなく、多目的スペースを設け、授乳・おむつ交換、礼拝等に対応するとともに、株式会社ぐるなびにより運営される「ぐるなび情報ラウンジ」を併設し、ニーズに応じた会員レストラン等の紹介を行った。

(実績等詳細はP. 36に掲載)

(3) 観光地図の作成

強化事業

各案内所において観光案内の基本的なツールとして要望の多い観光地図を、会員から多くの広告協賛を得て作成した。また、ラグビーワールドカップ2019日本大会や、それに続く東京オリンピック・パラリンピックに向けて、新たにフランス語・スペイン語地図を作成した。

(実績等詳細はP. 36に掲載)

6 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

強化事業

ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催期間にあわせ、JR京都駅中央改札口に、京都市とともに「ラグビーワールドカップ2019歓迎京都案内所」を開設し、欧米を中心としたラグビー観戦客のほか、多くの外国人・日本人観光客への案内を行った。

(実績等詳細はP. 36に掲載)

7 海外情報拠点の充実

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、運営を強化した。また、6月には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、会員事業者等に対し、現地の最新情報を提供した。

(実績等詳細はP. 13に掲載)

8 メディア支援の充実

(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った。

(2) 貸出用写真・動画素材の拡充

デスクティネーション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する専用サイト「KYOTO IMAGE BANK」の運営を行った。また、「KYOTO STOCK FOOTAGE LIBRARY」を新たに開設し、報道機関等に京都観光動画素材を提供することにより、京都のメディア露出の更なる拡大を図った。

9 外国人観光客受入環境整備助成金の充実

強化事業

インバウンドの受入に前向きな事業者に対する助成制度を昨年度に引き続き実施し、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、助成金を交付した。

（実績等詳細はP. 33に掲載）

重点テーマ3 マーケティング・調査分析事業

1 ブランディング・訪問意向調査の実施

新規事業

観光客の京都観光へのニーズや京都観光の課題を洗い出すとともに、観光客の国・地域ごとの特色を明らかにし、計画策定やプロモーション手法、施策等を検討する基礎資料とするため、京都への旅行経験がない人のニーズ、旅行経験者の再訪を防げる要因及び京都の魅力に対する認識等を調査・分析した。

2 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

京都観光に対する興味・関心、経験や、京都観光オフィシャルサイト「京都観光 Navi」等のWebサイトの閲覧状況等のデータ分析をもとに、観光客一人一人の属性やニーズに応じた効果的な情報発信等について、京都大学経営管理大学院と共同で研究した。本年度は、①日本人観光客、②英語圏の外国人観光客、③中国語圏の観光客の3つの対象に、観光地でのインタビュー調査をもとに、それぞれに適した情報発信を行い、その反応についての分析を行った。

重点テーマ4 担い手の育成

1 京都市認定通訳ガイドの育成

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、第4期生46名の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った。また、第5期生を選考し、通訳ガイドとして必要となる基本的な知識について、研修を実施した。
(実績等詳細はP. 28に掲載)

2 観光事業者スタッフ向け外国語研修の実施

おもてなしの向上と観光消費の喚起を推進するべく、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を業種別に開催した。また、観光事業者からの派遣依頼に基づく研修も実施した。
(実績等詳細はP. 34に掲載)

3 旅館経営者向けセミナー、従業員向け研修の実施

「旅館」への集客、活性化を図るべく、昨年に引き続き、旅館ホテル業を含む観光関連事業者向けセミナーの開催、従業員向けの歴史文化研修等を実施した。
(実績等詳細はP. 34に掲載)

重点テーマ5 事業者支援

1 新型コロナウイルス感染症対策

(1) 観光事業者等緊急支援助成金の創設

当協会の会員を対象に、施設の消毒や清掃、衛生対策用品の購入などの感染拡大防止や、販路開拓、プロモーション・広告などの回復準備に資する事業の一部を助成する緊急支援を実施した。

(2) 観光関連事業者向けオンライン研修の実施

観光関連施設等において、休業や観光客減少に伴う業務の縮小等が生じていることを受け、今後の回復期における誘客プロモーションに備える観点から、観光客減少対策や事業継続計画など経営者向けのものから、デジタル活用や京都観光の知識を学べる観光研修、外国語研修など従業員向けのもので、5つのテーマで21のメニューのオンライン研修（ウェビナー）の動画配信を実施した。

2 会員間の交流の場の創出

新規事業

訪問意向調査事業の調査結果などを踏まえて、未来の京都観光をテーマにミートアップイベントを開催した。3名のゲストから京都観光についての話題提供を受け、会員をはじめとした観光事業者約50名とともに意見交換を行うとともに、会員同士の交流を通じた事業創出の機会を提供した。

3 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、昨年に引き続き、PR動画の海外発信強化、旅館ホテル業を含む観光関連事業者向けセミナーの開催、従業員向けの歴史文化研修等を実施するとともに、新たにロンドン、バルセロナにおいてネットワーキング等のPR活動を行った。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した。

(実績等詳細はP. 34に掲載)

4 事業者向けWebサイトの充実

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とともに、会員一覧やよくある質問集などのページ作成を行った。

重点テーマ6 科学的経営

1 観光協会事業のPDCAサイクルの構築

効果的かつ効率的な事業運営を推進するため、事業ごとに、当該年度の収支予算、事業内容、今後の取組予定などを記載したシートを作成し、適宜、その内容を点検することで、収支状況、事業実施に当たっての課題などを把握するとともに、次年度以降の事業の企画・実施方法の改善に努めた。

<事業報告詳細>

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

JRグループ各社と共同で観光客誘致を推進するため、JR各社と連携し、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、京都市とともに協議会に参画し、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西日本との共同による金沢、福岡での観光キャラバンの開催など、誘致宣伝活動に取り組むとともに、旅行会社の商品造成担当者を対象とした現地説明会の開催、三都周遊乗車券や観光施設優待クーポンを特典とした「冬の三都スペシャルキャンペーン」や九州地区の雑誌とのタイアップ等に取り組んだ。

○北陸・中国・九州エリアの旅行会社の個人型・小規模団体型商品造成担当者を招いて三都現地説明会を実施

○石川県で開催された北陸放送主催「MRO旅フェスタ2019」並びに福岡県で開催されたJR西日本近畿営業部主催「新幹線で関西へ行こう！観光キャンペーン」に参画し、ブース展開、ステージ発表、TV・ラジオ放送への出演のほか地元マスコミへの情報提供・表敬訪問を実施

○三都物語周遊乗車券や観光施設優待クーポン等の特典を設定した「三都スペシャルキャンペーン」を実施

○JR西日本おでかけ情報誌「西Navi」において、冬の観光特集記事を掲載

○九州からの旅行を喚起するため、「シティ情報ふくおか」とタイアップし、「京都・大阪・神戸 プレミアムなおトナの女子旅」特集を掲載

○ニュース閲覧用スマホアプリ「SmartNews」に三都スペシャルキャンペーンのバナーを掲載し、九州・北陸の各エリアのお客様へキャンペーンを広くPR



MRO旅フェスタ2019



旅行会社向け現地説明会

(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の観光客誘致を図るため、京都市とともに協議会に参画し、JR東海の宣伝媒体をはじめ様々なメディアを活用した情報発信を行うとともに、PRイベントを実施した。

首都圏での祇園祭創始1150年を記念したイベントや、首都圏エリアの情報系・旅行系Webメディアを京都へ招き、「京の冬の旅」特別公開箇所や京都ならではの食、石庭に焦点を当てたイベント等を紹介するプレスツアーを開催したほか、情報誌「SAVVY」とタイアップした「夜観光」のPR、「京の冬の旅」旅行商品を購入された方に対する「京の冬の足袋」の配布、首都圏百貨店での京都展等における京都観光ブースの設置による京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

- 祇園祭創始1150年イベント（渋谷MODI） 令和元年5月18日
- 柏タカシマヤ 令和元年10月2日～8日
- プレスツアー（大徳寺 龍源院、大徳寺 瑞峯院、曼殊院、妙心寺 退蔵院等）
令和元年12月17日～18日

(3) JR東日本グループとの連携

JR東日本グループの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、宿泊客の誘致対策等の検討や情報交換を行った。

(4) JRグループ6社共同キャンペーンの継続実施

昭和54年度より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、京都市と共同で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。

例年開催している全国宣伝販売促進会議については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、中止せざるをえなかったが、次年度となる令和2年度の「京の冬の旅」キャンペーン内容については、冊子の送付と専用のWebページを公開し、旅行商品の設定及び宣伝販売促進を要請した。

(5) JR西日本との連携

JR西日本の主催する観光地紹介イベントに参加し、「京の夏の旅」「京の七夕」「祇園祭創始1150年」事業など、京都観光PRに努めた。実施会場、実施日は以下のとおり。

- イオンモール岡山 令和元年6月8日～9日

(6) その他JR各社との連携

JR各社と連携し、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。

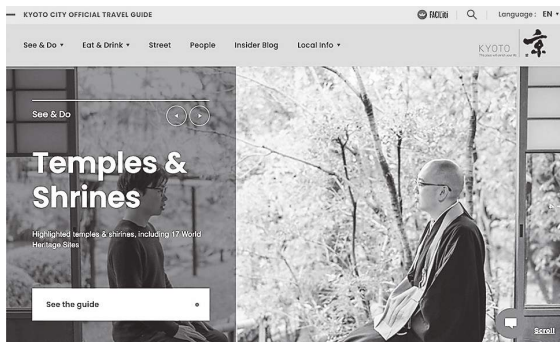
2 情報発信の充実

(1) 京都観光Naviの改修・運営

- 京都大学MBAとの共同研究によりMAツールKARTEを搭載することにより、満足度や訪問意向を測定
- 施設やイベント情報について、Google My Businessなどの外部プラットフォームとの連携による情報の更新性や網羅性の向上
- 混雑可視化や自動案内、ユニバーサル対応などの機能を追加
- 市内エリア（とっておきの京都プロジェクト対象エリアを含む。）の記事コンテンツ（20本程度）の量産体制の構築及び外部メディアとの連携
- 各観光スポットやイベントのお気に入り登録を行うことで、それらを周遊する際の最適なルートを自動的に生成して地図に表示する「マイプラン」機能を開発

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

- 旅マエ・旅ナカのトップページの切り替え
- 多様な切り口による魅力発信のための記事コンテンツ（美術館の紹介を含む。）の充実
- 民間連携による新たな情報発信
- AI技術を活用した最新技術の導入（チャットボット等）
- 自動経路作成機能の追加
- CMS（編集機能）の導入



旅マエトップページ



旅ナカトップページ

(3) SNSを活用した情報発信

強化事業

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ではマナー啓発等を行った。

- 「京都観光上ル下ル」フォロワー数：3.4万 「Visit Kyoto」フォロワー数：51.7万
- Weiboフォロワー数：7.4万

(4) 事業者向けWebサイトの運営 【再掲 P. 9】

3 誘致ポスターの作成配布

京都四大大行事をはじめ、各種年中行事や観光イベントの誘致ポスターを作成し、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、観光案内所および全国各地の京都展、物産展等へ効果的に配布した。

- (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44回「京の夏の旅」・京都五山送り火
- (9月) 時代祭
- (11月) 秋の文化財特別公開
- (12月) 第54回「京の冬の旅」
- (3月) 春の文化財特別公開

* () 内は掲出月



4 海外情報拠点の運営

<海外情報拠点設置都市>

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



5 海外旅行商談会出展・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、VISIT JAPAN トラベル&MICEマートに加え、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、

デステイ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った。



VISIT JAPAN トラベル&MICEマート



JAPAN EXPO パリ

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

「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した。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った。



ILTM Asia Pacific



ILTM Cannes

7 メディア支援

- (1) 海外メディア取材支援 【再掲 P. 7】
- (2) 貸出用写真・動画素材の拡充 【再掲 P. 7】

8 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。

9 全国各地の「京都展」での誘致宣伝活動

首都圏をはじめとする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。

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) 「とっておきの京都」プロジェクトの実施

ア 分散化エリアDMC (観光地経営事業者) 支援

観光地経営事業者 (DMC) による市内周辺部 (伏見、大原、高雄、山科、西京、京北等) への継続的な誘客に繋がる新たな取組を支援・協力する制度 (「とっておきの京都プロジェクト」DMC事業支援制度) を創設し、新規事業の提案を募集。応募のあった11事業者から、2事業者 (株式会社on the trip、株式会社ROOTS) を採択し、助成金を交付した。

イ 分散化エリア集中誘客キャンペーン、プロモーション

地域の魅力発信キャンペーンとして、エリア紹介動画やポスターの作成やマーケティング調査を行った。また、地域をはじめとする多様な主体と連携したプロモーション及び新たな観光商品造成・販売に向け、交通事業者や各メディアと連携してイベント開催やタイアップ企画を行った。

ウ 公式Webサイト運営

平成30年11月に開設した公式Webサイトのコンテンツ充実化と機能改善に取り組んだ。

○ページビュー数：461,588



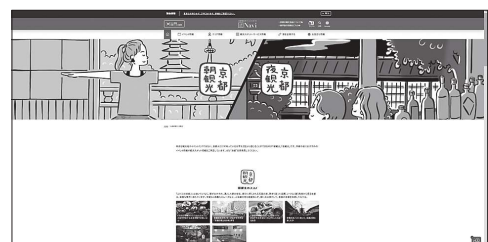
(2) 朝観光・夜観光の推進による、時間の分散化と観光消費の拡大【再掲 P. 1】

ア 京都・花灯路、京の七夕 (実績等詳細はP. 31、32に掲載)

イ 隠れた名所の活用等による分散化

(ア) 公式Webサイト「京都 朝観光・夜観光」の開設・運営

京都市オフィシャルサイト「京都観光Navi」に専用ページを開設し、京都在住のライターによるおすすめ情報や、株式会社ぐるなびとの連携による「朝ごはん」「夜ごはん」を特集したグルメ情報、京都市内の社寺で行われている年中行事の紹介等、季節



に合わせ様々な切り口から京都の朝・夜それぞれの魅力の情報発信に努めた。

○ページビュー数：25,940（令和元年10月～令和2年3月）

(イ) 「京都 朝観光・夜観光」事業の実施

観光客の分散を図るため、京都の朝・夜の過ごし方について、様々な角度から提案し事業を実施した。時間の分散だけでなく、多様な地域の魅力を発信し、季節に合わせた企画を行うことにより地域・時期の分散も図った。また、Webサイトや紙媒体を活用して発信することで、朝観光・夜観光のイメージ醸成及び需要喚起を行った。

○実施事業

- ・早起きは三文の徳!! 京の朝活 おつとめ体験
- ・早朝の市バスに乗って、京都の朝を楽しもう!!
- ・京都の隠れた名所 衣笠絵描き村をガイドと歩く

実施日：令和2年3月14日（土）・15日（日）

参加人数：32名

見学箇所：平野の家 わざ 永々棟（京都を彩る建物や庭園・選定施設）

櫻谷文庫（京都を彩る建物や庭園・認定施設）

杉江家（京都を彩る建物や庭園・認定施設）

眞如寺 その他、周辺史跡 等

- ・「京の夜もみじ」デジタルスタンプラリー

実施日：令和元年11月2日（土）～12月8日（日）

対象箇所：妙覚寺/妙顯寺/妙蓮寺/曼殊院/大徳寺興臨院/貴船神社/金戒光明寺

- ・京都で湯めぐりせんとスタンプラリー

実施日：令和元年10月26日（土）～11月26日（火）

- ・京都の夜の年中行事



(ウ) 広報宣伝

＜テレビ＞

フジテレビ「めざまし土曜日」、NHK、KBS京都

＜新聞＞

京都新聞／読売新聞／産経新聞／朝日新聞／市民新聞 ほか

＜雑誌＞

小学館「サライ」／「Discover Japan」 ほか

〈Web〉

LINEニュース／Yahooニュース／J R東海／ジョルダン紅葉情報／
NHK Webニュース ほか

(3) 春季・秋季特別公開事業の実施

○公開箇所 霊鑑寺（春・秋）／金戒光明寺／宝鏡寺／旧三井家下鴨別邸〈主屋二階・三階望楼〉／
ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵／浄住寺

○公開期間	春季	霊鑑寺	令和元年3月21日～4月7日
	秋季	金戒光明寺	令和元年11月4日～12月8日
		宝鏡寺	11月1日～30日
		霊鑑寺	11月16日～12月1日
		旧三井家下鴨別邸〈主屋二階・三階望楼〉	11月14日～12月3日
		ノートルダム女学院中学高等学校 和中庵	11月22日～12月1日
		浄住寺	11月23日～12月8日

春季・秋季 合計拝観見学者数 77,852人

(目標拝観見学者数 95,200人)



浄住寺

(4) 第44回「京の夏の旅」キャンペーンの実施

ア 文化財特別公開

「京の御大礼」^{こたれい}「祇園祭創始1150年」「京町家・旧宅」をテーマに普段見ることのできない9箇所の社寺や施設の特別公開を実施した。拝観見学者数の合計は、118,810人で、対前年度比118%となった。

○公開期間 7月6日～9月30日（一部異なる）

○公開箇所 仁和寺 金堂・経蔵／仁和寺 観音堂／杉本家住宅／吉田家住宅（無名舎）／
藤野家住宅／上賀茂神社 本殿・権殿／下鴨神社 本殿・大炊殿／旧湯本家住宅／
旧三井家下鴨別邸〈主屋二階〉

○拝観見学者数 118,810人（目標拝観見学者数 118,000人）



杉本家住宅



吉田家住宅（無名舎）

イ 定期観光バス特別コース

7月から9月末までの期間、「京の御大札と登録25周年・世界遺産めぐり」をテーマにしたコースや京のお屋敷と町家をめぐる「京のお屋敷と町家をたずねて」、禅寺での坐禅体験と朝食を楽しむ朝コース、嵐山の宮廷鶴飼を楽しむ夜コースの4コースを設定し運行した。乗車人数合計は4,252人、対前年度比128.3%となった。各コースの実績は以下のとおり。

コース名	運行期間	対象箇所	乗車人数
京の御大札と登録25周年・世界遺産めぐり	7月6日～ 9月30日	仁和寺 金堂・経蔵／上賀茂神社／下鴨神社／鶴屋吉信／西陣魚新（昼食）	2,414人
京のお屋敷と町家をたずねて	7月26日～ 9月29日の金・土・日運行	杉本家住宅／吉田家住宅／旧三井家下鴨別邸	718人
朝の禅寺 特別拝観～坐禅体験と朝ごはん～	※但し、7/28、8/9・10・11、9/15・22・27・28は運休	大徳寺 大慈院（坐禅）／大徳寺本坊／泉仙（朝食）	218人
宮廷鶴飼と夕景の嵐山	7月1日～ 9月23日	嵐山宮廷鶴飼（鶴匠による鶴飼の説明付）／法輪寺と夕景の嵐山散策／渡月亭（夕食）	902人

※目標乗車人数計 5,657人

ウ 京都「千年の心得」

平成21年度より実施している京都「千年の心得」事業では、新たなテーマ「京の伝統産業・文化」「京の朝観光・夜観光」「京の食文化」に重点を置いた観光プランを企画・設定し、旬の観光素材を活用した通年型の情報発信を行うなど、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京都市と共同で企画し、実施した。特に早朝の庭とコーヒーの淹れ方講座や、早朝の坐禅とヨガや、夜の丸提灯づくりワークショップといった朝と夜のイベントを多数企画し、昼間とはひと味違った観光を楽しむ「朝観光」「夜観光」の充実を図った。また、JRや旅行会社各社で企画したイベントとも合わせて誘致宣伝に努めた。

○実施事業

- ・菊水鉾保存会のお囃子鑑賞と特別ディナー <夜観光><京の食文化>
- ・祇園祭特別お茶講座と茶フレンチの昼食 <京の食文化>
- ・朝の禅寺 坐禅とヨガ体験～入門編～ <朝観光>（写真1）
- ・菊水の特別ミニ会席の昼食と佐々木酒造の日本酒飲み比べ <京の食文化>

- ・無鄰菴とBluebottle Coffee特別プライベートツアー <朝観光>
- ・祇園祭前祭の山鉾町をめぐる特別な夜 <夜観光>
- ・朝の貴船で清涼茶会 <朝観光>
- ・京町家の暮らしと「夏の朝茶漬け膳」の朝ごはん <朝観光>
- ・能楽金剛流特別企画 能楽入門 幽玄の世界を体験～金剛流～ <伝統文化>
- ・小嶋商店ちび丸提灯作りワークショップ～旦那衆による粋な夜遊び体験～ <夜観光> (写真2)
- ・旧嵯峨御所大本山大覚寺で平安の香り体験 <伝統文化>

参加者数 計410人



写真1



写真2

エ 「食遊菜都2019・夏」

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として、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、「京の夏の旅」において実施し、京都の“食”のPRと観光客の誘致推進に努めた。

○実施事業

- ・京の風情と温もりを今に伝える 京町家で優雅なお食事のひと時
- ・京の老舗処 田辺宗 伝統と技の結晶「つけもの」で楽しむ京都
- ・お茶屋遊び
- ・祇園で味わう食のコラボレーションと爽やかな酸味 京びくるす作り体験
- ・食遊懐石
～鳥羽伏見の戦いの「弾痕」が未だ残る～魚三楼
～平安神宮のすぐそばに店を構える料亭～六盛

参加者数 計261人

オ 「京のたしなみ」

平成23年度より取り組んでいる京都の伝統文化、伝統工芸の魅力を感じ取るキャンペーンとして京都市の協力のもと、JR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。

○実施事業

- ・全国の神社・お祭りなどを縁の下で支える工房が教える、ミニ折敷づくり (写真3)



写真3

- ・竹かご作り体験教室
- ・梅小路京都西駅開業記念！夏の京野菜食べくらべと京野菜のせり見学
～平飼い卵かけごはんと京野菜の漬物の朝食～
- ・画室でえがこう～日本画家 木島櫻谷の旧邸で楽しむ日本画ワークショップ～

参加者数 計113人

カ 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、夏ならではのお茶会をはじめ、初開催となる三尾エリアでのウォーキングイベントを含む参加体験型イベントを実施した。

○実施事業

- ・京都・三尾＜高雄・榎尾・梅尾＞探訪 三尾ウォーキング
(実績等詳細はP. 32に掲載)
- ・京都・大原探訪 大原ウォーキング～寺社や古民家が点在する癒しの山里～
(実績等詳細はP. 32に掲載)
- ・高台寺「夜の観月茶会」
開催期間 令和元年9月6日～22日の金・土・日
参加人数 384人
- ・伏見大手筋グルメぐりクーポン
参加人数 194人
- ・とっておきの市場見学・目利きのプロの解説&秋の味覚と高級寿司食べ放題@すし市場
開催日 令和元年9月28日
参加人数 6人
- ・「京の七夕」事業（実績等詳細はP. 32に掲載）
- ・その他、老舗料理店の若主人による料理教室や重要文化財「角屋」見学を組み合わせたイベント、妙心寺 春光院の夜間の特別公開など「京の食文化」「朝観光・夜観光」に関連したイベントのPRを実施した。

キ “都の賑い” 事業への協力

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”「京都五花街合同公演」の誘致宣伝に努めた。

開催日 令和元年6月16日・17日

ク 誘致宣伝展開

(ア) 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、近鉄、南海等の関西私鉄各社、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た。

＜ポスター＞

計17,090枚

○駅貼（B1・7種／B2・4種）

○車内吊り（B3・3種）

《パンフレット》

○京の夏の旅 イベントガイドブック	400,000部
○京の夏の旅 ダイジェスト版リーフレット（3種）	33,200部
○定期観光バス 春夏号	390,000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防止ステッカー	560枚

(イ) 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など、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。取材報道等の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」
- 北陸放送「MRO旅フェスタ2019 特選夏旅特大号」

《新聞》

京都新聞／朝日新聞／読売新聞／産経新聞／日本経済新聞／十勝毎日新聞／北國新聞／北陸中日新聞／山口新聞／日刊ゲンダイ／デイリースポーツ／市民新聞 ほか

《雑誌》

昭文社「まっふる京都社寺巡り」／光文社「女性自身」／株式会社ウエッジ「ひととき」／JTBパブリッシング「ノジュール」／白川書院「月刊京都」／光文社「HERS」 ほか

《Web》

地球の歩き方（株式会社地球の歩き方メディアパートナーズ）／トラベルジェイピー 旅行ガイド／近鉄で行く夏のお出かけ／J R東海「そうだ京都、行こう。」ほか

《その他》

京都観光オフィシャルサイト「京都観光Navi」、京都市広報紙、私鉄情報誌等への掲載による情報発信を実施した。

(ウ) J R各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

J R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、J Rグループの端末による販売を行った。

(エ) 試乗取材会等の開催

○「京の夏の旅」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る仁和寺 金堂において、オープニングセレモニーを開催し、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 令和元年7月3日

会場 仁和寺 金堂

○「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、J R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 令和元年7月4日



(5) 第54回「京の冬の旅」キャンペーンの実施

ア 非公開文化財特別公開

「京の御大礼 雅の御所文化」と「明智光秀と戦国の英傑たち」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、269,355人で、対前年度比83%となった。

○公開期間 令和2年1月10日～3月18日（一部異なる）

○公開箇所 霊鑑寺／知恩院 大方丈・小方丈・方丈庭園／高台寺／泉涌寺 霊明殿・御座所／泉涌寺 雲龍院／泉涌寺 新善光寺／大徳寺 法堂・方丈・唐門／大徳寺 総見院／大聖寺／三時知恩寺／光照院／宝鏡寺／妙心寺 仏殿・浴室「明智風呂」／妙心寺 玉鳳院／東寺 五重塔 計15か所

○拝観者数 269,355人（目標拝観者数 336,000人）



高台寺



光照院

イ 定期観光バス特別コース

1月から3月までの期間、特別公開箇所や京都ならではの味をめぐる定番の3コースに加え、香りをテーマにしたコースや、朝の禅寺で坐禅体験や朝食を堪能する「朝コース」、北野天満宮の梅苑ライトアップや島原角屋を訪ねる「夜コース」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5,516人、対前年度比56%となった。各コースの実績は以下のとおり。

コース名	運行期間	対象箇所	乗車人数
～御大礼奉祝～ 高雅な御所文化 京の尼門跡寺院 めぐり	1月10日～ 3月18日	霊鑑寺／三時知恩寺／光照院／宝鏡寺（1/10～2/29）／大聖寺（3/1～18）／西陣魚新（昼食）	1,860人
～御大礼奉祝～ 皇室ゆかりの寺 院をたずねて	1月10日～ 3月18日	泉涌寺 霊明殿・御座所／泉涌寺 雲龍院（1/10～2/15）／泉涌寺 新善光寺（2/18～3/18）／妙心寺 玉鳳院／六盛（昼食）	1,103人
～大河ドラマ 「麒麟がくる」 放映～明智光秀 と戦国の英傑ゆ かりの寺めぐり	1月20日～ 3月17日	妙心寺 仏殿・浴室／大徳寺 総見院／高台寺／知恩院 大方丈・小方丈・方丈庭園（3/4まで）／天喜（昼食）	1,215人
“香り”で楽し む京の旅～写真 では語れない旅 の思い出を	1月10日～ 3月18日	松栄堂 薫習館／無鄰菴／南禅寺参道菊水（昼食）／ブルーボトルコーヒー京都カフェ／川勝 總本家	987人
朝×禅寺 大徳 寺特別拝観～坐 禅と庭園と朝ご はん～	2月22日～ 3月15日の 土・休日 ※3/7・8 除く	大徳寺 大慈院（坐禅）／大徳寺 法堂・方丈・唐門／大徳寺 龍源院／泉仙（朝食）	172人
島原角屋と北野 天満宮 梅苑ラ イトアップ	2月28日～ 3月22日の 金・土・日曜	北野天満宮（梅苑ライトアップ）／島原角屋（夜間特別見学）／旧三井家下鴨別邸（夜間特別見学と井傳の仕出し夕食）	30人
西本願寺の国宝 特別案内と妙 心寺 退蔵院で 「ZEN（禅）」を 学ぶ	2月7日～ 2月29日の 月・金・土・ 休日 ※9・15・16・ 23日除く	西本願寺（特別拝観）／晴明神社／妙心寺 退蔵院／京ゆば処 静家（昼食）	108人
宇高姉弟の京都 能案内と夜景展 望	1月10日・24 日、2月7日・ 21日	宇高姉弟の京都能案内／夜景展望（東山山頂）／くろちく百千足館（夕食）	41人

※目標乗車人数計12,000人

ウ 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 19,532人

エ 京都「千年の心得」

○実施事業

- ・高台寺「夜咄の茶会」 <夜観光>
- ・佐々木酒造の酒蔵見学と新酒を楽しむ <京の食文化>
- ・着物研究家 柁木良子 祇園散策と着物おしゃべりランチ <伝統文化>
- ・種麴屋「菱六」当主に学ぶ 麴の世界 <京の食文化>（写真4）
- ・能楽金剛流特別企画 能楽入門 幽玄の世界を体験～金剛流～

- ・旧曼舟邸でのお茶会体験と嵐山よしむらの蕎麦懐石を味わう
- ・旧嵯峨御所大本山大覚寺で平安の香り体験
(新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため中止)
- ・旧嵯峨御所を味わう、雅なお茶会
- ・吉祥菓寮 きな粉スイーツで舌鼓 <京の食文化><夜観光>
- ・筆ペンでかんたんスケッチin御寺 泉涌寺 <朝観光> (写真5)
- ・無鄰菴とブルーボトルコーヒー 特別プライベートツアー <朝観光>
- ・能楽ワークショップ～片山九郎右衛門がいざなう能の世界～
- ・出町商店街 食べ歩き～鯖街道の終着地 アニメの聖地としても知られる人気商店街～
<京の食文化>
- ・あなたも篠笛を吹いてみませんか～演奏と初心者のための体験会～
(新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため中止)

参加者数 計1,310人



写真 4



写真 5

オ 「食遊菜都2020・冬」

○実施事業

- ・色とりどりの京の味わいと大徳寺 非公開文化財特別公開
- ・長楽館で優雅なひと時
- ・鳥せいで学ぶ日本酒講座
- ・お茶屋遊び

参加者数 計479人

カ 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」

○実施事業

- ・漆と金粉を使った簡易金継ぎ体験
- ・世界遺産下鴨神社 印鑑を祀る社と京印章職人に教わる消しゴムハンコ作り体験 (写真6)
- ・日本画で紅白の梅を咲かせよう～日本画家 木島櫻谷の旧邸で楽しむ日本画ワークショップ～
- ・～神社仏閣や茶室を美しく彩るからかみの技法でつくる手摺りポストカード～京からかみ 丸二
(写真7)

参加者数 計119人



写真 6



写真 7

キ 重要文化財 旧三井家下鴨別邸「京の冬の旅」特別企画

主屋3階望楼特別公開／綴プロジェクト 特別展示 俵屋宗達「松島図屏風」に出会う！

開催日 令和2年2月13日～3月24日

参加人数 12,212人

ク 京の冬の旅キャンペーンイベント

(ア) 「祇園さゝ木」佐々木浩氏による料理教室と旧花街島原散策

開催日 令和2年2月20日

参加人数 25人

(イ) 京都 日本画新展2020

日本画を志す創造性にあふれた若い作家の作品を展示

開催期間 令和2年1月24日～2月3日

会場 美術館「えき」KYOTO

(JR京都駅・ジェイアール京都伊勢丹7階隣接)

(ウ) 京都・花灯路事業

(実績等詳細はP. 31に掲載)

(エ) 京都駅ビル大階段 グラフィカルイルミネーションPlus

点灯時間 15:00～22:00

場所 京都駅ビル大階段(4階室町小路広場)

(オ) 伏見大手筋グルメぐりクーポン

参加人数 287名

(カ) 朝の美術館 特別な鑑賞時間とおしゃれなランチ～京都の美の世界を優雅に堪能～

(新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため中止)

(キ) 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

ケ 「京の冬の旅」キャンペーン全国宣伝販売促進会議の開催

例年開催している全国宣伝販売促進会議については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、中止せざるをえなかったが、次年度となる令和2年度の「京の冬の旅」キャンペーン内容については、冊子の送付と専用のWebページを公開し、旅行商品の設定及び宣伝販売促進を要請した。

コ 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、誘致ポスターの作成等、京の冬の旅キャンペーンのPRを促進した。



サ 誘致宣伝展開

(ア) 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、南海等の関西私鉄各社、京都市交通局、主要旅行会社等で掲出配布した。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た。

《地元制作ポスター・車内広告》

計22,370枚

- JR 駅貼 (B1・5枚組)
- JR・私鉄・京都市及び三都市交通局駅貼 (B1・7種)
- 私鉄駅貼 (B2・5種)
- JR・三都市交通局・近鉄・京阪バス (B3・4種)
- 地下鉄横枠広告
- 地下鉄指詰防止ステッカー



《JRグループ制作ポスター》

計132,440枚

- JR 駅貼 (B0・4種)
- JR 車内吊り (B3・4種)
- JR 車内額貼 (B3×4サイズ・3種)
- JR 車内額貼 (B3×2サイズ・3種)
- JR 車内ドア上 (変形・2種)



《パンフレット》

- 「京の冬の旅」イベントガイドブック 1,000,000部
- 「京の冬の旅」ダイジェスト版リーフレット 45,000部
- 「京の冬の旅」スタンプラリー 177,500部

○京都定期観光バス 秋冬号

390,000部

○非公開文化財特別公開ガイドブック

15,000部

(イ) 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など、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。取材報道等の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！旅ぶら」
- KBS京都「京都浪漫 悠久の物語」
- テレビ大阪「やさしいニュース」ほか

〈新聞〉

京都新聞／読売新聞／毎日新聞／朝日新聞／産経新聞／山形新聞／北日本新聞／高知新聞／山陰中央新報／交通新聞／観光経済新聞／日刊ゲンダイ／デイリースポーツ ほか

〈雑誌〉

昭文社「まっふる京都社寺巡り」／小学館「女性セブン」／株式会社ウエッジ「ひととき」／宇治田原製茶場「月刊茶の間」／KADOKAWA「関西Walker」／白川書院「月刊京都」／JTBパブリッシング「ノジュール」／昭文社「ことりっぶマガジン」ほか

〈Web〉

時事ドットコム（時事通信社）／J Rおでかけネット／おけいはん.ネット／朝日新聞デジタル&TRAVEL／Walkerplus館 ほか

〈その他〉

- 旅行雑誌「別冊旅の手帖」京の冬の旅号発行（45,000部）
- J R時刻表（12月～3月）でキャンペーンイベントのPR
- J Rジパング倶楽部会員誌で特集記事掲載
- 京都観光オフィシャルサイト「京都観光Navi」、京都市広報紙、私鉄情報誌等への掲載による情報発信を実施した。



(ウ) J R各社・旅行会社への宣伝販売促進要請

J R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、J Rグループの端末による販売を行った。

(エ) 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」オープニングセレモニー

「京の冬の旅」キャンペーンの宣伝並びにJ Rや関西私鉄各社等関係機関との更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J R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妙心寺仏殿において、オープニング式典を行い、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 令和2年1月10日
- ・会場 妙心寺 仏殿

○「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、J R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 令和2年1月9日

(6) 京都市認定通訳ガイド育成事業

○基礎研修 京都の知識、ガイドスキル、実地研修など 全32コマ

○実地研修 花街、料亭、京北、宇治、禅体験などの実地等 全20回 延べ287名参加

○京都市認定通訳ガイド数

第1期生 56名（英語50名、中国語6名）

第2期生 56名（英語42名、中国語12名、フランス語6名）

第3期生 44名（英語31名、中国語7名、フランス語5名、スペイン語5名）

第4期生 46名（英語34名、中国語8名、フランス語4名、スペイン語3名）

合計 202名（英語157名、中国語33名、フランス語15名、スペイン語8名）

※複数言語認定者がいるため、合計値が一致しない



(7) ガイドツアー・造成事業

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、更には、消費拡大、観光分散化の促進等の観光課題解決を図るべく、京都遺産や伝統産業、文化資源等と観光を結びつける英語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」等を活用して造成・運用した。また、観光庁が主導する「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」を活用し、政策的にも重要と思われる地域において、専門家人材による観光資源の多言語整備を実施し、その成果物を活用して、東山七条地域でのガイドツアーの造成や東山七条地域の街歩きを促進するWebサイトの作成等を行った。

○京都市ビジターズホストを活用したガイドツアー造成（新規）

西陣地域、東山七条地域

○京都市ビジターズホスト等によるガイドツアー運用

京都迎賓館、二条城（日本語・英語）、京都御所界限、古川町商店街界限、祇園界限等

○延べ参加数：約9,000人



2 伝統行事・伝統文化の振興

(1) 伝統行事

ア 三大祭観覧席設置事業と宣伝販売促進

○三大祭有料観覧席販売実績

葵祭	7,725席（平成30年度実績 7,909席）
祇園祭前祭	8,765席（平成30年度実績 12,705席）
祇園祭後祭	2,137席（平成30年度実績 2,373席）
時代祭	8,080席（平成30年度実績 8,772席）

※令和元年度販売目標数

葵祭7,863席、祇園祭前祭12,855席、祇園祭後祭2,413席、時代祭9,173席

イ 四大行事等の執行支援 【再掲 P. 3】



(2) 伝統文化・伝統工芸 【再掲 P. 3】

ア 京都「千年の心得」（実績等詳細はP. 18、23に掲載）

イ 京の体験キャンペーン「京のたしなみ」（実績等詳細はP. 19、24に掲載）

(3) 京の食文化

ア 食遊菜都（実績等詳細はP. 19、24に掲載）

イ 京料理展示大会

京都の有名料亭の京料理が一堂に集められ展示される「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た。また、裏千家社中によるお茶席を運営した。

○開催日 令和元年12月13日・14日

○会場 京都市勧業館（みやこめッセ）

ウ ぐるなび情報ラウンジ

株式会社ぐるなびとの連携により、京都市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、観光客や旅行会社、法人などの求めに応じて、当協会会員の店舗を中心に飲食店の紹介や相談対応を行った。

○ぐるなび情報ラウンジ

相談者数 2,751組（令和元年度 2,010組）

紹介店舗数 6,545件（令和元年度 5,367件）

エ 京都レストランサマースペシャル、ウィンタースペシャル

京の食文化の普及促進、閑散期対策、国内外の観光客に気軽に京の味覚を堪能していただくため、平成22（2010）年からレストランウィンタースペシャルを開催している。令和元年度は、初となる夏季に開催し、老舗から新進気鋭まで人気飲食店が、特別感のあるメニュー構成と分かりやすい価格で特別メニューを提供した。

○京都レストランサマースペシャル2019（初開催）

開催期間：8月17日（土）～9月16日（月・祝）

参加店舗数：148店舗

集客数：14,909人

売上額：79,328,000円

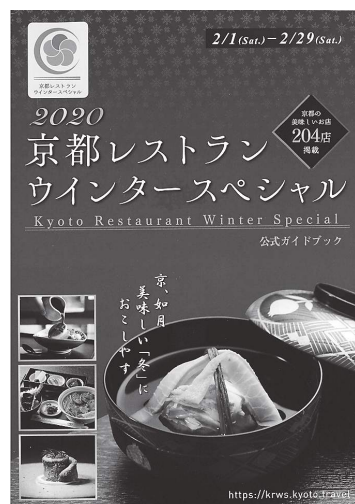
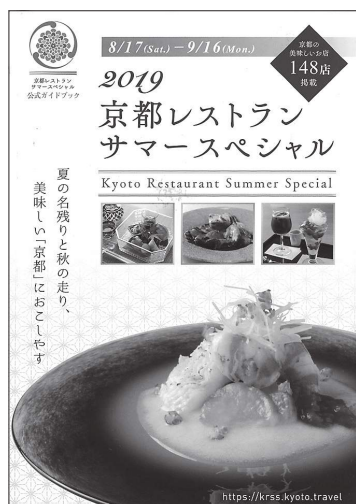
○京都レストランウィンタースペシャル2020（11回目）

開催期間：2月1日（土）～2月29日（土）

参加店舗数：203店舗

集客数：27,495人

売上額：143,132,000円



3 地域振興および面的観光の促進

(1) びわ湖疏水船

- ・ 運航期間 (春季) 平成31年 3月28日～令和元年 6月30日 75日間
(秋季) 令和元年10月 3日～12月 1日 48日間 計123日間
- ・ 乗船者数 (春季) 7,646名 (秋季) 5,269名 計12,915名



「れいわ号」就航セレモニー

(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った。

(3) 京都・花灯路

- 京都・嵐山花灯路—2019
開催期間 令和元年12月13日～22日 10日間
来場者数 1,003,000人 (平成30年度 1,031,000人)
- 京都・東山花灯路—2020 ※開催中止
開催期間 令和2年 3月 6日～15日 10日間



(4) 京の七夕

- 開催期間 令和元年 8月1日～31日 31日間
- 来場者数 595,000人（平成30年度 730,000人）



(5) 市内周辺エリアの「探訪」プラン

- 京都・三尾<高雄・槇尾・梅尾>探訪
三尾ウォーキング
開催期間 令和元年 7月1日～9月30日の土・休日
参加人数 235人
- 京都・大原探訪 大原ウォーキング
開催期間 令和元年 7月1日～9月30日の土・休日
参加人数 30人



大原探訪

(6) まちなか観光の推進

- 出町商店街 食べ歩き ～鯖街道の終着地 アニメの聖地としても知られる人気商店街～
開催日 令和2年 1月25日、2月8日、22日
参加人数 36人

(7) 二条城との連携

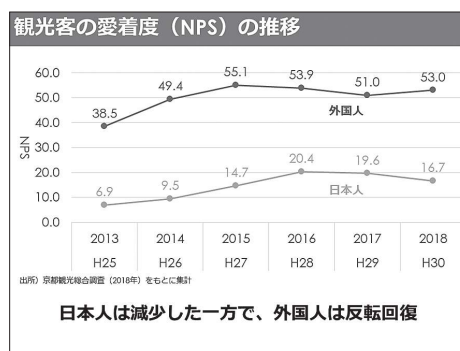
元離宮二条城が開催する、春の「二条城桜まつり」や秋の「二条城まつり」事業へ協力し、二条城への誘客に努めた。また、イベントを盛り上げるため、京の名産品展を開催した。

- 二条城桜まつり2019 平成31年 3月21日～4月14日
- 二条城まつり2019 令和元年10月11日～12月8日
- 二条城桜まつり2020 令和2年 3月20日～4月6日
<京の名産品展>
- 二条城桜まつり2019 平成31年 3月21日～4月14日
- 京の七夕 令和元年 8月1日～15日
- 二条城まつり2019 令和元年10月19日～12月8日
- 二条城桜まつり2020 令和2年 3月25日～4月6日

4 マーケティング・調査分析事業

(1) 京都観光総合調査の分析

京都市が実施している京都観光総合調査について、詳細なクロス集計等の分析を行った結果を京都市観光協会の事業者向けWebサイトに掲載するとともに、各種セミナーや講演会において、調査結果をもとにした情報発信を行うことで、事業者の経営活動や大学における教育活動に貢献した。



(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」として毎月公表した。

(3) ブランディング・訪問意向調査の実施 【再掲 P. 7】

(4) 免税売上調査の実施

毎年、市内免税店の売上調査を実施。2019年の免税売上総額は5年連続で過去最高を更新した。
2019年（1～12月）：約223億円／139店舗

(5) 観光客ごとに最適化された情報発信システムの運用 【再掲 P. 7】

(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、来場者のニーズ分析を行い、事業企画に活用した。

5 事業者支援

(1) 新型コロナウイルス感染症対策 【再掲 P. 8】

(2) 外国人観光客受入環境整備助成金

- 助成対象者 観光施設、宿泊施設、飲食店、小売店、医療機関、理容院・美容院、銭湯、商店街、交通機関、寺院・神社、美術館・博物館、その他
- 助成対象事業 キャッシュレス対応、免税対応、Wi-Fi整備、洋式トイレ整備、多言語整備、外国語研修開催、ダイバーシティ対応、マナー啓発、マーケティング推進、災害対応、その他
- 助成金額 事業経費の2分の1以内で1事業20万円以内
助成対象件数 133社
上位3業種 小売店49社、宿泊施設17社、飲食店16社
上位3事業 多言語整備62件、洋式トイレ整備19件
キャッシュレス対応15件



(3) 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、(京都府、京都市、滋賀県、大津市、奈良市との共同事業) 年中無休の多言語コールセンターを運営し、宿泊施設を対象に電話通訳および翻訳サービスを提供した。また、VoiceTra 4 U等のICTによる通訳機能の積極的活用を図った。

- 電話通訳対応言語：英語、中国語、韓国・朝鮮語、スペイン語、ポルトガル語（24時間）
タイ語、フランス語（10:00～18:00）
- 利用実績 約1,000件

(4) 買物環境整備・キャッシュレス促進

市内に1,600余りある免税店に対し、24時間の多言語電話通訳サービスや免税相談窓口等を通じてきめ細やかなサポートを継続的に行うとともに、令和2年4月から開始となる免税手続電子化についてセミナーを開催した。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った。

○セミナー開催：令和元年12月4日 観光事業者 約150名参加

(5) ラグビーワールドカップおもてなしキャンペーン

- ① 期間限定体験メニュー（9本）を実施
- ② 市内飲食店等を中心とした外国人観光客への特典の付与等
参加店舗数：484店（飲食店448店、免税店36店）
- ③ 市内中心部のみならず、周遊を促進する取組
（モデルコース5本作成）
- ④ 本キャンペーンの周知
（特設サイト、ポスター、チラシ等の作成）



(6) 外国語研修

- 参加型研修 15回／119名（英語8回、中国語7回）
- 出張型研修 33回／612名（英語28回、中国語5回）
- 合計 48回／731名（平成30年度：59回／819名）



(7) 旅館活性化

- 京都市らしい宿泊施設表彰「地域と調和し、貢献する宿泊施設」

令和元年11月15日 京都市内15の宿泊施設を選定・表彰

- 宿泊施設従業員向け歴史文化研修

茶道 令和元年9月17日、18日 計40名参加
香道 9月24日、27日 計30名参加
着付け 10月2日、3日 計40名参加
華道 10月7日、8日 計40名参加



(8) 観光事業者の交流の場の創出 【再掲 P. 9】

6 修学旅行誘致と受入環境の整備

(1) 京都観光推進協議会を通じた誘致活動

京都観光推進協議会と連携し、修学旅行誘致のため各地の学校を訪問し実情や要望などを直接聞く学校訪問活動を実施したほか、春季に開催される京都駅での修学旅行歓迎式典に参加した。

(2) 修学旅行受入環境の整備

京都総合観光案内所及び京都市河原町三条観光情報コーナー窓口において修学旅行相談に対応し、下見等で来所した学校関係者に観光地図をはじめとする修学旅行向け資料の提供を行った。また、体験プログラムの情報を提供するなど様々な相談にも対応した。例年2月、3月は、来所者の多い時期であるが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けて、大きく減少した。

○令和元年度 来所件数

京都総合観光案内所 213件 (平成30年度 253件)

京都市河原町三条観光情報コーナー 290件 (平成30年度 360件)

また、京都を挙げての修学旅行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について、全国の学校、旅行会社等への送付や、下見に訪れた学校関係者への配付を行ったほか、優待内容の追加充実及び整理を行い、次年度配布用として14万部を作成した。

○協賛施設数 317施設 (平成30年度 329施設)

7 市民生活と観光客の調和

(1) マナー啓発 【再掲 P. 1】



(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った。

8 京都さくらよさこいの実施

「学生の力で京都を活性化し、元気づける」を通年のテーマに据え、春の観光客誘致、地域の活性化を目的として、「第15回京都さくらよさこい」を実施した。

○開催日 平成31年4月6日（土）・4月7日（日）

○会場 梅小路公園、岡崎公園周辺、二条城など

9 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た。

Ⅲ. 入浴観光客に対する案内事業 (公益目的事業会計)

1 京都総合観光案内所「京なび」運営業務の受託

○令和元年度 相談者数	649,872人
	(平成30年度 734,871人)
自動カウント機による来所者概数	1,267,996人
	(平成30年度 1,414,575人)



2 京都市河原町三条観光情報コーナー運営の受託

○令和元年度 来所者数	45,280人	(平成30年度 51,097人)
電話対応	20,975件	(平成30年度 30,224件)

3 観光地図の作成

○令和元年度作成部数	日本語版	18万部
	英語版	38万部
	中国語版（繁体字）	7万部
	中国語版（簡体字）	7万部
	フランス語	5万部
	スペイン語	5万部



4 臨時案内所の運営

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た。

また、ラグビーワールドカップ2019日本大会の開催期間にあわせ、J R京都駅中央改札口に、京都市とともに歓迎案内所を開設し、欧米を中心としたラグビー観戦客のほか、多くの外国人・日本人観光客への案内を行った。

○臨時観光案内所（J R京都駅ビル前広場）

平成31年4月	2日間開設	3,893人
GW	5日間開設	11,653人
令和元年11月	6日間開設	14,231人
令和2年3月	新型コロナウイルス感染症の感染 拡大防止のため開設せず	



○ラグビーワールドカップ2019歓迎京都案内所

設置期間 令和元年9月18日（水）～11月2日（土）46日間

利用者数 13,720人（うち、日本人 5,845人、外国人 7,875人）

5 市内観光案内所との連携

京都市内の観光案内所運営団体が参画する「京都市内観光案内所ネットワーク会議」の参画団体向け研修事業を京都市とともに実施し、法的な面からの案内所でのクレーム対応例についての研修会を開催した。

また、京都総合観光案内所の立地する京都駅については、J R、京都市交通局などのインフォメーション窓口が存在し、各々機能が異なっていることから「京都駅ホスピタリティ向上に関する検討会」を開催し、各インフォメーション窓口間で観光客のニーズに適切な窓口を案内・誘導できるよう、各窓口の機能等の情報共有を進めた。

さらに、京都市交通局案内所と災害時や緊急時の情報を、インターネットを介して共有する試みを開始した。

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 元離宮二条城大休憩所内店舗の運営

平成28年3月のリニューアルから4年目を迎えた二条城大休憩所内の売店運営を行った。

物販コーナーでは、城内の障壁画や建造物をモチーフとしたオリジナルの伝統産業製品「二条城・伝統の逸品」をはじめ、二条城限定のオリジナル商品を販売した。特に、令和元年度は、天皇陛下の御即位を記念した限定版の入城記念符や、二条城の建造物などをモチーフにした金箔押しオリジナル消しゴムなどが人気商品となった。

イートインコーナーでは、「京の食文化をトッピングする」をテーマに、京銘菓・京の産品を使用した二条城限定のメ



ニューを拡充し、来店者ニーズに応えた。

また、クレジットカードの取扱いや、免税販売の更なる推進を図るとともに、併設する観光案内カウンターでの案内業務や各種観光情報ツールの提供を行うことにより、サービスの向上を図った。

2 有料出版物・乗車券・入場券等の販売

観光客の利便に供する出版物（京都トレイル地図等）や交通系チケット、催事入場券等を各案内所で販売した。

V. 観光施設等運営事業（収益事業等会計 [収益]

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、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、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った。

当協会は同コンソーシアムの代表団体として、来場者の受入誘導や施設の貸出などの指定管理業務を行うとともに、館内でのガイド案内や、庭園を眺めながらの喫茶コーナーの運営、年中行事等に合わせたイベントや文化講座の開催など、施設の魅力の向上を図る自主事業を開催した。さらに、夏季には通常非公開の2階部分を、秋季、冬季には3階望楼部分の特別公開を開催した。

○入場者数 52,879人（平成30年度 60,780人）

目標人数 65,000人



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・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メールマガジン「京都観光MICE NEWSletter」を運用し、当協会の新規実施事業をはじめ、観光・MICEに関する最新データや関連情報について、会員や観光関連事業者に対し配信した。

○配信数：56回

○配信先：11,524アドレス（令和2年3月31日現在）

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、4月、7月、10月、1月の年4回発行し会員へ送付した。当協会主催事業の紹介や結果報告等とともに、新入会員の紹介や観光関連データを取りまとめたデータ月報の概要など、会員にとって有用性の高い情報の提供を行った。また、発行後は

当協会のWebサイトに掲載し、手軽に閲覧ができるようにした。

3 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の表彰を行った。

○令和元年度 表彰者数

観光事業功労者 2名、観光業界功労者 2名、優良観光従事者 37名、花街芸妓 2名

合計 43名

4 共催・後援

年中行事を中心に各種観光催事など163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

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、京都と小京都のイメージアップおよび観光客誘致を図った。令和元年度は、富山県南砺市城端で35回目となる通常総会を開催し、全国18市町36名の参加のもと、事業計画等が承認された。

○加盟市町数 43市町 (令和元年度総会時)



(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) 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推進した。

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施設等で構成する「京都観光施設協議会」の事務局を務めた。今年度は新会員を迎え、会員施設を紹介する観光マップの作成配布やWebサイトによる施設情報発信等、誘致宣伝・受入対策の推進を図った。

○加盟施設数 24施設

○会員紹介観光マップの作成 10万部

○修学旅行学校訪問活動 東京、神奈川、広島、福岡、沖縄 等

○全国で開催する京都物産観光展での施設PR

3 関係団体等との共同事業

- 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ることから、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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 京都SKY観光ガイド協会などの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。
- 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。
- 京都市メディア支援センターに参画し、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。
- 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。
- 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更なる賑わいを創出するため取り組んだ。
- 京都市地域活性化総合特別区域協議会に参画し、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もっと磨きあげ、観光立国の実現を先導するとともに、地域経済の活性化を図った。
- 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。
- 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会の事務局を務め、明治期の先人たちが築き上げた貴重な産業遺産である琵琶湖疏水を活用し、新たな観光資源を創出することにより、琵琶湖疏水沿線地域の更なる活性化を図った。
- 第70回華道京展に参画し、華道発祥の地である京都華道会の発展と、市民文化の向上に取り組んだ。
- 京都文化力プロジェクト実行委員会に参画し、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、京都の優れた伝統文化や生活文化等が体験できるイベントの開催や情報発信を行い、誰もが気軽に楽しめる文化の祭典となるようオール京都で取り組んだ。
- ICOM（国際博物館会議）京都大会2019京都推進委員会に参画し、1200年の時を超えて育んだ京都の有形無形の奥深い魅力をPRするとともに、京都大会の翌年に開催される東京オリンピック・パラリンピックへとつなげる取組を推進した。
- 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
- ・公益財団法人京都伝統伎芸振興財団
- ・公益社団法人京都府観光連盟
- ・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
- ・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
- ・安心救急ネット京都推進会議
- ・観光立国推進協議会
- ・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
- ・京都市内博物館施設連絡協議会
- ・京都ツーデーウォーク実行委員会
- ・京のアジェンダ21フォーラム
- ・「伝統産業の日」実行委員会
- ・東海自然歩道連絡協会
- ・関西ワールドマスターズゲーム2021組織委員会
- ・嵐電サミット
- ・文化庁移転準備会議
- ・OKAZAKI LOOPS実行委員会
- ・京都テロ対策ネットワーク
- ・京都市温泉観光活性化協議会
- ・健康長寿のまち・京都市民会議
- ・京町家等継承ネット
- ・ラグビーワールドカップ2019支援京都委員会
- ・「歩くまち・京都」推進会議
- ・京都エリア観光渋滞対策実験協議会
- ・関西観光本部
- ・「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
- ・KYOTO NIPPON FESTIVAL実行委員会
- ・伝教大師最澄1200年魅力交流委員会

VIII. 事務報告 (令和元年度定時総会～令和2年度定時総会)

1 総会

定時総会 (グランドプリンスホテル京都) 令和元年6月14日

2 理事会

(ホテル日航プリンセス京都) 令和2年3月24日

(書面開催) 令和2年5月22日

3 委員会

(1) 総務企画委員会

(ザ・サウザンド キョウト) 令和元年9月9日

(ANAクラウンプラザホテル京都) 令和元年12月5日

(ハイアットリージェンシー京都) 令和2年3月16日

(書面開催) 令和2年5月14日

(2) 総務企画委員会 JR部会

(京都東急ホテル) 令和元年8月19日

4 決算監査会

令和2年5月20日