

令和4年度事業計画

<はじめに>

令和2年の京都市を除く京都府域の観光入込客数は1,626万人、前年比約22%減と、前年(2,078万人)を大きく下回り、また京都市を除く府域の観光消費額も約603億円、前年比34%減と、前年(909億円)を大きく下回った。令和2年1月に発生した新型コロナウイルス感染症が依然収束せず、度重なる緊急事態宣言の発出等により、京都の観光業界は長期間大きな影響を受けてきた。しかし、今後、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が抑制され、自由に移動ができ、航空便等が通常運行に戻れば、2025年の大阪・関西万博の開催等、大型イベントも予定されており、再び京都を訪れる国内外の観光客が増加することが想定される。

当連盟としては、観光復活に備えて、令和4年度においてはコロナ禍の収束後を見据え、観光による交流人口の拡大、地域経済の活性化に寄与するため、京都府域の観光振興を推進し、①京都府域の魅力の発信、②継続的なインバウンドへの対応、③観光基盤の整備、④観光DXの推進、⑤観光産業育成・人づくりの推進、⑥当連盟会員へのサービスを充実させることを基本に事業を展開する。

このため、京都府をはじめ京都市・京都市観光協会、府内市町村・観光協会、地域連携DMO、交通・旅行事業者、宿泊施設、観光関連団体、社寺、観光・文化施設、商工・金融関係等様々な団体・企業と連携して事業に取り組むことにより、当連盟の活動を顕在化させ、観光による地域活性化を図ることとする。

【「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」「竹の里・乙訓」市町村観光協会との連携】

マーケティングやマネジメント等を行い、観光を入り口にした持続可能な地域づくりを担う「海の京都」・「森の京都」・「お茶の京都」エリアのDMOとの連携や、乙訓地域の「竹の里・乙訓」、そして府内市町村観光協会との連携等により、府内の広域的な観光振興に寄与していく。

【京都の観光情報の提供・発信の強化】

京都府域の観光情報の発信についてはWebサイト及びSNS、紙媒体等を効果的に組み合わせ積極的に取り組んできたところであるが、外国人向けWebサイト等についても内容を充実するなど、情報発信を強化する。

<取組事業>

1 組織活動事業

京都観光の活性化と観光関連産業の振興を図るため、会員の拡大と市町村・DMO・観光協会・関係事業者等との連携を深め、当連盟の運営基盤の強化を行う。

また、今年度は、観光庁の地域連携 DMO 候補法人への登録を目指して、取り組みを進める。

2 戦略的観光情報発信事業

(1) 京都総合観光案内所（京なび）での情報提供・発信

京都府と京都市が共同で設置し、当連盟も参画する「京都総合観光案内所運営協議会」により運営される京都総合観光案内所（京都駅ビル2階南北自由通路沿い）において、府域の観光情報を提供するとともに、時節に応じた府内各市町村の企画展示等を実施することにより、府域への観光誘客を促進する。

(2) 観光情報データベースの整備と管理

利用者の立場に立った検索しやすい Web サイトとなるようさらに努めるとともに、観光情報をタイムリーかつ効果的に発信できるよう Web サイトの維持管理を行う。また、提供する観光情報データベースの更新とフォトライブラリーの充実を図る。

(3) 外国人向け統合サイト「ANOTHER KYOTO」の運営と管理

近い将来のインバウンド復活を見据えて、京都府域へのインバウンドの誘客を強化する。また、京都府、海の京都 DMO、森の京都 DMO、お茶の京都 DMO と共同で制作した多言語ホームページ「ANOTHER KYOTO」を当連盟において一元的に管理・運用し、ネイティブによる府域の記事作成等、外国人目線に立った情報発信を行う。

(4) 観光宣伝物作成による広報宣伝の強化

各市町村、観光協会等の協力を得て、季節のパフレット・チラシ等の宣伝物や広報物をタイムリーに作成し、当連盟の Web サイトやデジタルサイネージも活用しながら、府域観光情報の提供・発信と誘客促進に活用する。

(5) 首都圏から情報の発信

世界中から観光客が集まる首都圏に、京都府域の観光情報発信拠点「京都府観光案内所・東京」を設置し、「もうひとつの京都」の情報を発信し観光誘客を促進する。

3 観光客誘致対策事業

(1) 広域観光誘客促進事業の推進

JR、私鉄等沿線から府域への観光誘客を促進するため、運輸関連事業者や沿線の府内各市町村と連携して、観光PR事業等を実施する。

(2) 広域観光案内連携事業の推進

京都市内の宿泊施設のコンシェルジュ等に対し、府域の観光地の魅力を紹介する機会を設け、宿泊施設関係者と当連盟の関係を強化することにより、府域への観光誘客を図る。

(3) 位置情報を活用した観光誘客の促進

マスメディア等では取り上げられることが少ない、地域の隠れた観光資源等の情報を位置情報システムを活用して収集・発信し、観光誘客を図る。

(4) 乙訓・八幡四季の彩り事業の推進

「竹の里・乙訓」地域等の持続可能な地域づくりの支援や誘客促進のため、メディア等を活用した観光振興を行う。また、淀川三川合流地域の拠点施設「さくらであい館」等を活用した賑わい創出を図る。

(5) きょうと魅力再発見旅プロジェクトの全国展開

新型コロナウイルス感染症の影響により、落ち込んだ京都府内の観光需要の回復を図るため、全国の旅行者を対象とした旅行代金の割引支援や京都府内の消費喚起のための割引クーポン券の発行事業を実施する。

4 戦略的な観光プロモーション事業

(1) メディアとの連携

情報発信力の強い、テレビ・ラジオ・新聞・旅行雑誌・フリーペーパー等のメディア関係者を府域に招請し、取材機会を積極的に設けることで、記事掲載や編集タイアップを獲得し、京都府域の旬の魅力を全国に発信する。

(2) 旅行会社等との連携

旅行会社等に対して、府域の新しい観光資源等をDMO・観光協会・観光関連事業者と連携して紹介し、旅行商品の造成や教育旅行の新規校の誘致に結びつくよう働きかける。また、旅行会社等のホームページ等を活用した観光誘客も実施する。

(3) 鴨川納涼の開催

京都の夏の風物詩として親しまれている「鴨川納涼」は、新型コロナの影響で令和2年・3年のイベントが中止となり、昨年はWeb開催となった。「鴨川納涼実行委員会」（事務局：当連盟）としては、夏の夜の賑わいづくりとしてイベント開催の復活を目指す。

(4) 観光展等を活用した広報宣伝

物産団体や日本観光振興協会等と連携した事業や、各関係団体との協力による観光展への出展により、京都の魅力を宣伝・紹介し、誘客を促進する。

5 国際観光振興対策事業

(1) 旅行博・インバウンド商談会への参加

東京で9月に開催される「ツーリズム EXPO2022」や、訪日旅行を取り扱う旅行会社や国内の観光関連事業者が参加するインバウンド商談会に参加し、府域の観光情報を提供し、海外からの誘客を図る。

(2) 海外誘客対策への支援の実施

京都府と連携し、海外からの観光誘客を推進するため、無料公衆無線LAN（Wi-Fi）やタブレットの整備支援等を行い、外国人観光客の受入環境整備やプロモーション支援を行う。

(3) アジアからの誘客促進

インバウンドの復活に向けて、海外レップの活用、オンライン商談会等の実施、海外における事業者ホームページやSNS等を活用した誘客や、海外有力プレス関係者等の招請事業を実施し、京都府域へのインバウンドの促進を図る。

(4) 欧米豪からの誘致促進

コロナ禍の収束後、消費額の大きい欧米豪からの誘客を促進するため、関西観光本部等との連携を強化。オンライン商談会の実施、情報発信力のある海外媒体への記事記載、海外関係団体のホームページやSNS等の情報発信ツールを活用した誘客や、航空会社等と連携したプロモーション等を行う。

(5) 海外からの教育旅行の誘致促進

地域の資源や民宿等での宿泊を取り入れた体験プランの造成等により、海外からの教育旅行の誘致を図る。

6 観光振興基盤強化事業

(1) 観光力の強化

京都府と連携し「京都府観光戦略会議」（事務局：当連盟）を開催。WITH コロナ社会における京都府の観光振興施策を戦略的に推進するための情報共有、意見交換、課題解決のための協議、検討等を行い、施策の方向性を提示していく。

(2) 観光関連事業功労者等の表彰

府内各地域の観光振興に顕著な功績のあった関係者や団体を顕彰し称えとともに、観光業界における人材育成につなげる。

(3) 広報・宣伝事業の実施

各種関係団体の実施する催事の宣伝・広報に協力するため、当連盟が後援・協賛を行う。

(4) 調査・研究事業の実施

各市町村及び観光協会等との情報交換を図るとともに、観光振興方策の検討、広域連携の促進、団体の組織強化などを協議する「京都府観光振興ネットワーク会議」等を開催する。

(5) 京都観光を担う人材の育成

府内各地域の観光の未来を担う人材を育成するため、「京都府観光ボランティアガイド団体連絡協議会」（事務局：当連盟）研修会を実施する。

また、観光関連の従事者の待遇等の向上やの観光 DX への理解促進のために「京都観光おもてなし DX セミナー」を、京都大学経営管理大学院と連携して観光業界の経営人材を育成する「京都府観光経営セミナー」を開催する。

(6) 観光アドバイザーの派遣

観光分野における地域の諸課題に対応していくため、各分野の専門家を「アドバイザーバンク」に登録し、市町村、観光協会等に派遣する。

(7) 京都府観光調査事業

観光客のニーズを把握するために、京都府、海の京都 DMO、森の京都 DMO、お茶の京都 DMO と連携して、京都府域全域での観光動向調査を実施し、今後の観光誘客に活用していく。

(8) 食の京都推進事業

食を目的とした観光誘客を促進するために、「食の京都」をキーワードに、地域の食の魅力の発掘や食に関わる体験コンテンツ開発等を行う。また、認知度の向上のために、食の京都「食らし旅」のホームページでの情報発信、メディアや観光関連事業者等と連携した推進体制を構築し、各種媒体を活用した情報発信を強化する。

(9) 文化観光推進事業

府内各地の有形・無形の文化財、文化資源を活用した文化観光を推進する。文化財所有者や観光関連事業者、メディア、DMO等が連携する文化観光連携ネットワークを構築し、文化財や文化資源に関する情報共有を行い、文化観光コンテンツの磨き上げや観光活用への環境の整備や文化観光の情報発信を行う。

(10) 地域の魅力を活かした観光振興事業

ビッグデータの収集・分析やWeb検索履歴を分析などにより、コロナ禍における観光客の嗜好やニーズの変化を的確にとらえ、効果的なマーケティングやプロモーションを行うことで、京都府域への観光誘客を図る。

(11) 京都観光チャレンジ展開事業

令和3年度「京都観光チャレンジ事業」において、民間事業者からデジタル技術を活用した観光サービスを公募し6事業を採択したところであるが、その成果を検証し、優れた提案については継続した展開を図る。

(12) 観光振興のための拠出

日本観光振興協会が実施する全国的な観光振興事業に対し、拠出を行う。