観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人京都府観光連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	京都府	
所在地	京都府京都市上京区薮ノ内町	
設立時期	昭和 26 年３月８日　設立 平成 24 年４月１日　公益社団法人に認定	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	13 人【常勤 10 人（正職員３人・出向等７人）、非常勤３人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	田中 誠二 （出身組織名） 学校法人大和学園	学校法人大和学園理事長。コーネル大学ホテル経営学部卒、コロンビア大学 MBA 修了。 令和２年度に京都府観光連盟の会長及び京都市観光協会の会長に就任し、両組織のトップとして京都全域の観光振興を牽引している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	四辻　清美「専従」 （出身組織名） 京都府（ＯＢ）	京都府観光室での勤務をはじめ、長年の京都府での業務経験を活かし、令和５年度から京都府観光連盟の専務理事として、京都府や関係団体との連携・調整に当たるとともに、京都府観光連盟の事務・事業を総括している。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	山副　敦則「専従」 （出身組織名） 京都府	令和６年度から京都府観光連盟の事務局長を務め、予算・決算や人事、理事会運営など、管理業務全般を総括している。

様式１

プロモーション、京都府・京都市連携部門の責任者（専門人材）	伊藤　文隆「専従」 （出身組織名） 京都市観光協会	府市連携のさらなる強化を目的として、令和６年度から京都市観光協会との人事交流を開始。長年亘る市協会での勤務経験で培った能力や人脈を生かして、国内教育旅行の誘致や京都市域のオーバーツーリズム解消につながる府域への観光客の分散等の取組を担っている。
海外プロモーション・マーケティング部門の責任者（専門人材）	青木　学「専従」 （出身組織名） ＪＴＢ	大手旅行会社の社員として、長年に亘りプロモーションや旅行商品の販売等に従事。令和３年度から６年度の４年間は京都府宮津市役所で観光戦略の策定等に携わったのち、令和７年度より京都府観光連盟において、観光情報の発信やマーケティング、海外プロモーションの企画及び実施等を担っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	○京都府 商工労働観光部（観光政策の企画立案、観光統計、受入基盤整備その他観光振興全般） 総合政策環境部（府内各地の地域振興、府内ＤＭＯとの連絡調整等） 文化生活部　（文化観光の推進、スポーツ観光の推進等） 農林水産部　（食を活用した観光振興、農山漁村体験等） 建設交通部　（社会資本整備、交通環境の整備等） 教育委員会　（文化観光の推進等） ○府内 26 市町村の観光担当部局　（地域の観光振興） ○関西広域連合　（関西エリアの広域観光振興）	
連携する事業者名及び役割	○登録ＤＭＯ　（観光地域づくり） （一財）関西観光本部 （一社）京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都ＤＭＯ） （一社）森の京都地域振興社（通称：森の京都ＤＭＯ） （一社）京都山城地域振興社（通称：お茶の京都ＤＭＯ） （公社）京都市観光協会（通称：ＤＭＯ　ＫＹＯＴＯ） （一社）南丹市美山観光まちづくり協会（通称：美山ＤＭＯ） ○府内市町村観光協会　（観光情報の提供） ○乙訓商工・観光協議会（乙訓地域の観光振興） ○京都大学経営管理大学院、大和学園その他教育機関（観光人材の育成） ○ＪＲ西日本、京都丹後鉄道、京都市営地下鉄その他交通事業者（交通、プロモーション） ○（公財）京都文化交流コンベンションビューロー（国内外のコンベンション誘致） ○京都府旅館ホテル生活衛生同業組合（宿泊） ○（一社）京都府旅行業協会、京都府旅行業協同組合（旅行商品） ○（公社）京都府物産協会（特産品の販売） ○その他府内の宿泊事業者、旅行業者、寺社関係者、観光・文化施設関係者、飲食・特産品事業者、出版・広告事業者等	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	○多様な関係者との合意形成の場 ・公益社団法人として、総会を年１回、理事会を年３回開催し、観光連盟の重要事項について意思決定を行っている。 ・理事には、行政、ＤＭＯ、市町村観光協会、宿泊施設、交通事業者、旅行事業者、料理飲食業など地域の多様な団体の代表者等が就任しており、それぞれの立場から意思決定を行い、合意形成に参画している。 ○京都府、市町村及びＤＭＯとの連絡調整の場	

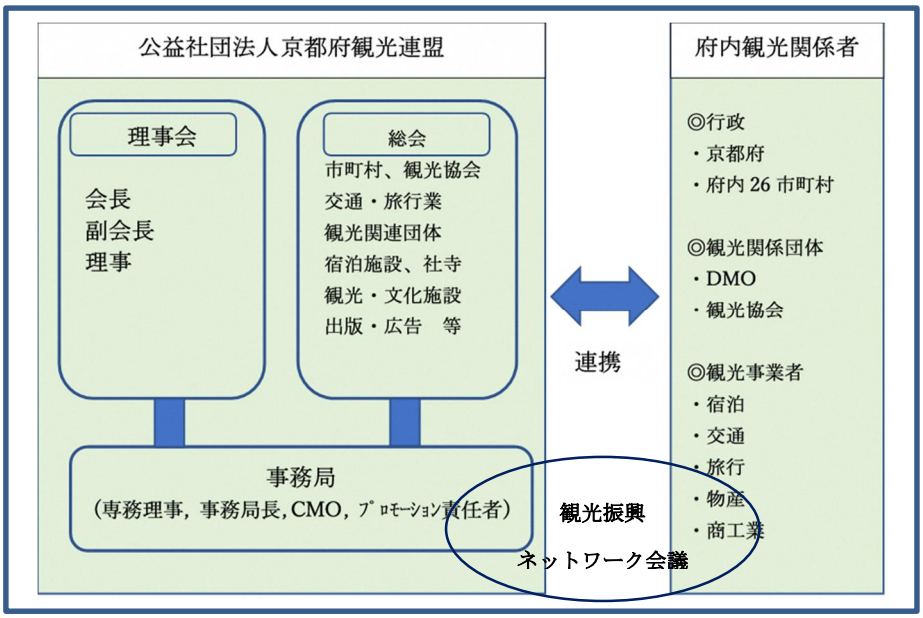
様式１

<table>
<tr><td></td><td>・月１回、観光連盟、京都府の観光部門と企画部門が参加する連絡調整会議を開催し、それぞれの取組等の情報共有を行っている。
・３ＤＭＯ局長会議やＤＭＯと管内市町村との会議にも観光連盟から出席し、府内のＤＭＯ事業への参画・連携を行っている。
・年２回、観光連盟、府内の市町村、観光協会及びＤＭＯで構成する「観光振興ネットワーク会議」を開催し、地域の魅力づくり等に関する各地域の取組の情報共有や意見交換を行っている。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>〇観光情報発信に関する住民の参画促進
・京都の美しい景観や暮らしの風景などの写真を府民から投稿いただき、京都の魅力発信に活用するインスタグラムキャンペーンを実施している。
（令和６年　応募件数 773 件）</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td><u>・令和６年度　観光情報発信事業</u>
公式 Web サイト「京都府観光ガイド」を活用した情報発信や、府民から写真を募集するインスタグラムキャンペーン、SNS による情報発信、文化観光大使によるファムトリップなど、様々な媒体や手法を用いた観光プロモーションを実施した。
<u>・令和６年度　多言語による情報発信事業</u>
多言語 Web サイト「Another Kyoto」で海外に向けて府内観光の魅力を発信。併せて、外国人ライターが府内各地を取材し、外国人目線による観光情報を SNS で発信した。
<u>・京都総合観光案内所（京なび）及び京都府観光案内所・東京における観光情報の発信</u>
京都駅ビル内の京都総合案内所において京都の観光情報の発信及び企画展示を開催するとともに、「京都観光案内所・東京」（東京駅日本橋口 TIC TOKYO 内）において、国内外の旅行者に向けた観光案内サービスを実施している。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td><u>・令和６年度　観光アドバイザー派遣事業</u>
府観光振興の取組を進める上で直面している課題について、解決の糸口を提供するため、府内各市町村、観光協会及びＤＭＯを対象にアドバイザーの派遣を行った。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td><u>・令和６年度　食の京都推進事業</u>
「食の京都」をキーワードに地域の食文化の魅力の発掘や食に関わる体験コンテンツ開発等を実施し、専用 WEB サイト「食らし旅」での情報発信や「食」を目的とした府域への観光誘客を促進するためのメディアツアー等を実施した。</td></tr>
<tr><td>各種データの収集・分析</td><td><u>・令和６年度　観光統計の調査</u>
観光客のニーズを把握し、今後の観光戦略・観光誘客に活かすため、京都府及び府内３ＤＭＯから依頼を受けて、統一的な基準により京都全域における観光客の動向調査と満足度に関する調査を実施した。
<u>・令和６年度　京都観光データ収集・分析事業</u>
京都府全域を対象とした人流分析、当連盟が所有する WEB サイトを対象としたアクセス分析環境の整備等を実施し、それらの結果を共有するプラットフォームを運用している。</td></tr>
</table>
【定量的な評価】</td></tr>
</table>

様式１

	・令和６年度　観光情報発信事業 公式 Web サイト「京都府観光ガイド」　訪問者数　968,960 件 ページビュー　1,393,317PV インスタキャンペーン　応募件数　773 件 **・令和６年度　多言語による情報発信事業** 多言語 Web サイトによる発信　訪問者数　656,435 件 ページビュー　1,079,483PV SNS による発信　378 回 フォロワー数　Instagram（日本語アカウント）12,628 人 Instagram（英語アカウント）　453 人 Facebook（日本語アカウント）　1,283 人 Facebook（英語アカウント）　13,628 人 Facebook（繁体字アカウント）　34,922 人 **・令和６年度　食の京都推進事業** 「食らし旅」WEB サイトへの記事掲載　14 記事 **・令和６年度　観光経営セミナー** 受講者数　レクチャー編：22 名、体験編：24 名 **・令和６年度　観光おもてなし人材育成セミナー** 受講者数　全４回　計 87 名 **・令和６年度　京都観光アカデミー** セミナー開催　全 11 回　計 593 名 **・令和６年度　観光客動向調査** 京都府全域 30 地点、年４回 **・「鴨川納涼 2024」の開催** 来場者　約 11,300 人　※2 日目は雨天中止

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	【実施体制の概要】 行政、ＤＭＯ、交通、宿泊、商工業、飲食、物産等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画する理事会において、京都府観光連盟の意思決定を行う。事務局は、理事会の決定に従い、観光誘客や情報発信、人材の育成等の各種事業を実施する。 【実施体制図】 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】
マーケティング・マネジメントする区域：京都府全域（重点区域：乙訓地域）

【区域設定の考え方】
京都府観光連盟は、昭和 26 年に京都府内の観光事業の健全な発達と振興並びに地域の活性化を図ることを目的に設立され、京都府全域の観光振興に取り組んできた。こうした経緯を踏まえ、広域地方自治体である京都府の行政区画であり、自然、歴史、文化の面からも緊密な関係を有している京都府全域をマーケティング・マネジメントする区域に設定することが適切である。引き続き、府内の各ＤＭＯ、京都府や府内市町村等と連携し、府内各地域の特色を活かしつつ、京都府全域への観光誘客を推進する。
なお、４（１）に記載のとおり乙訓地域（向日市、長岡京市及び大山崎町）にはＤＭＯがないことが課題になっていることから、乙訓地域を重点区域として位置付け、京都府観光連盟が当該地域のマーケティング・マネジメントに主導的な役割を果たす。

【観光客の実態等】

	2024 年（R6 年）	2023 年（R5 年）	2022 年（R4 年）
延べ宿泊客数	3,421 万人泊	3,212 万人泊	2,111 万人泊
うち外国人延べ宿泊客数	1,693 万人泊	1,213 万人泊	149 万人泊
観光入込客数	8,425 万人	7,518 万人	6,668 万人
うち府域の観光入込客数	2,819 万人	2,490 万人	2,307 万人
観光消費額	20,581 億円	16,578 億円	－※
うち府域の観光消費額	1,507 億円	1,211 億円	988 億円

（出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」、京都府「京都府観光入込客等調査報告書」）
※　令和 4 年は京都市の数値がないため、京都府全体の数値なし

京都府の「観光入込客等調査」によると、令和６年の京都市を除く京都府域観光入込客数は

２，８１９万人（前年比１３％増、令和元年比４０％増）、観光消費額は１，５０７億（前年比２４％増、令和元年比６５％増）となった。
　また、京都府内の外国人宿泊者数は約５４６万人（前年比９．３倍）、京都市を除く京都府域の外国人宿泊客数は約１０万人（前年比９．２倍）と、大きな伸びとなっている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
（観光）
・「海の京都」エリアにおいては、船の収納庫の上に住居を備えた舟屋が建ち並ぶ「伊根の舟屋」が重要伝統的建造物群保存地区として選定されており、毎年 30 万人近い観光客が訪れる。
・「森の京都」エリアにおいては、約 40 戸の茅葺き屋根民家が建ち並ぶ「かやぶきの里」が重要伝統的建造物群保存地区に選定されており、日本の原風景が色濃く残る。また、保津川下りやトロッコ列車、湯の花温泉などの観光資源を有し、多くの観光客が訪れる。
・「お茶の京都」エリアは、世界遺産に登録されている平等院や宇治上神社のほか、国宝に指定されている石清水八幡宮や観音寺、京都府の景観資産に登録されている和束の茶畑など、非常に豊富な観光資源に恵まれている。
・「竹の里･乙訓」エリアは、長岡京跡、古墳や城址などの歴史遺産のほか、由緒ある寺社仏閣や美術館、歴史資料館などもあり、歴史と伝統のエリアとして、訪れる人を魅了している。
・京都府には、『日本茶 800 年の歴史散歩』や『300 年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊』のほか、舞鶴市を含む『鎮守府　横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～』が、「日本遺産（Japan Heritage)」として認定されている。

（自然）
・「海の京都」エリアの山陰海岸ジオパークは、科学的にも貴重で美しい地質遺産を含む自然公園として位置付けられている。また日本三景のひとつ「天橋立」は、約 8,000 本の松林と白い砂浜の美しい景観を有する。
・「森の京都」エリアの京都丹波高原国定公園は、京都府中央部に位置し、京都市、綾部市、南丹市及び京丹波町にまたがる丹波高原の広大な区域で、スギやブナなどの原生的な自然林など、雄大で美しい景観が広がる。
・「お茶の京都」エリアにおいては、京都を流れる桂川･宇治川･木津川の 3 つの大きな川が合流して淀川となる｢三川合流｣という、国内ではほかにほとんど例を見ない地形を有する。
・「竹の里･乙訓」エリアは、東に桂川、西に西山に囲まれた地域で、西山の竹は美しい竹林を形づくっている。

（食）
・「海の京都」エリアは、間人ガニや丹後とり貝、ブリ、岩ガキなどの海産物に恵まれ、食材の宝庫となっている。
・「森の京都」エリアは、豊かな森で育まれた猪肉･鹿肉といったジビエのほか、香り高い丹波まつたけや大粒の丹波くり、丹波黒大豆、丹波大納言小豆など、豊かな自然を活かした良質な農林水産物の宝庫となっている。
・日本茶発祥の地「お茶の京都」では、お茶を育む技術と文化が花開き、本格的なお茶体験はもちろんのこと、お茶を使ったスイーツやグルメなど、お茶の産地ならではの食を楽しむことができる。
・「竹の里･乙訓」エリアは、最上級の筍の産地として最高の筍料理が味わえるほか、最近は激辛グルメや特色あるカフェなど多彩な食を楽しむことができる。
・府内各地の食材は、京都で発展した「和食」や「和菓子」、「茶道」を支えてきた。

様式１

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	旅館・ホテル		簡易宿所
	施設数	客室数	施設数
京都市	638 軒	42,678 室	2,814 軒
乙訓地域	3 軒	35 室	4 軒
山城地域	44 軒	831 室	64 軒
南丹地域	35 軒	941 室	133 軒
中丹地域	90 軒	2,878 室	122 軒
丹後地域	154 軒	2,900 室	315 軒

（出展：令和５年京都府統計書）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

（区域までの交通）

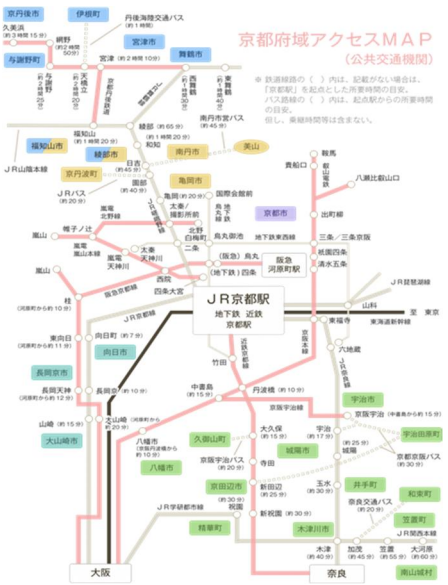
京都府京都市の中心部に位置する京都駅まで、東京駅から２時間 20 分、博多駅から２時間 40 分関西国際空港から 75 分でアクセス可能である。

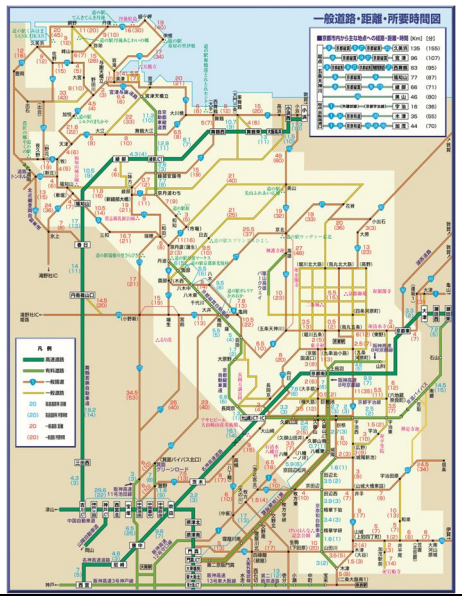
また、京都府北部の玄関口となる京都舞鶴港には、世界各地からクルーズ客船が寄港し、令和６年度は延べ 11 隻のクルーズ客船が寄港した。また、北海道・小樽港を結ぶ内航フェリーのほか、ロシア・ウラジオストク港と韓国・釜山港を結ぶ国際フェリーの航路も有している。

（域内交通）

平成 27 年の京都縦貫自動車道の全線開通と平成 29 年の新名神高速道路の一部開通により、京都府の南北 140 キロが高速道路で直結し、京都府内の交通アクセスは大幅に改善した。自動車を用いると、京都市中心部から府北部の久美浜まで２時間 35 分、府南部の加茂までは１時間 10 分でアクセス可能である。

また、公共交通機関については、京都市内では、市営地下鉄、ＪＲ、私鉄（京阪、阪急、近鉄、嵐電、叡電）やバスが整備されている。京都府域へは、京都市内の京都駅を中心として、ＪＲ山陰本線や京都丹後鉄道により府北部地域の主要都市が、ＪＲ奈良線や近鉄京都線により府南部地域の主要都市が結ばれている。更にこれらの鉄道駅を起点に、主として民間事業者が経営する路線バスやタクシーが運行されている。





【外国人観光客への対応】
令和６年の京都府内の外国人延べ宿泊客数は 1,693 万人泊（前年比 140%増：シェア 10.3%）であり、１位の東京（5,680 万人泊　シェア 34.5%）、２位の大阪府（2,539 万人泊　シェア 15.4%）に次ぐ高いシェアを占めている。
また、地域別にコロナ前と比較すると、東アジアでは中国が減少した一方、韓国や台湾の割合が増加した。また欧米では、アメリカの割合が増加している。

（単位：人泊）

	R6年		R1年	
		構成比		構成比
韓国	771,190	5.5%	347,870	3.9%
中国	2,725,690	19.3%	2,453,690	27.8%
台湾	1,351,090	9.6%	839,070	9.5%
アメリカ	2,036,890	14.4%	981,670	11.1%
その他	6,674,890	47.3%	4,211,330	47.7%
総数	14,097,050	100.0%	8,833,630	100.0%

（出展：観光庁「宿泊旅行統計調査」参考表第１表を基に作成）

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	京都観光の実態を把握し、観光施策の基礎資料とするため	京都府「京都府観光入込客等調査」
延べ宿泊者数	京都観光の実態を把握し、観光施策の基礎資料とするため	観光庁「宿泊旅行統計調査」
来訪者満足度	観光客の満足度を把握し、観光施策の基礎資料とするため	京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」
リピーター率	観光客のリピーター率を把握し、観光施策の基礎資料とするため	京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」
ＷＥＢサイトのアクセス状況	京都観光への関心度や情報発信の効果等を把握するため	グーグルアナリティックスの活用による
住民満足度	観光に関する地域住民の理解度を測るため	京都府「京都府民の意識調査」
観光入込客数（日帰・宿泊別）	京都観光の実態を把握し、観光施策の基礎資料とするため	京都府「京都府観光入込客等調査」
外国人宿泊客数	京都観光の実態を把握し、観光施策の基礎資料とするため	京都府「京都府観光入込客等調査」

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

平成 30 年の国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」によると、平成 27 年（2015 年）に 261 万人であった京都府の総人口は、令和 22 年（2040 年）には 223 万人へと 14.3%も減少すると推計されており、地域別に見ても、京都府の全ての地域（京都市域、山城・南丹・中丹・丹後地域）において人口が減少する見込みである。人口減少が急激に進む中、地域の持続的発展を実現するためには、交流人口の増加に結びつき、高い経済波及効果を持つ「観光」の役割が重要であることから、京都府内の自治体や観光関係団体は国内外からの観光誘客に取り組んできた。その結果、京都府への観光客数は近年一貫して増加し、令和元年（2019 年）の延べ宿泊客数は、過去最高となる 3,075 万人となった。

その一方で、京都市においては、観光客の急増等による一部観光地の混雑やマナー問題等の観光課題が市民生活に影響を及ぼしているというオーバーツーリズムの課題が生じていた。また、京都市以外の地域（府域）においては、観光入込客数は府全体の約 39%、観光消費額は府全体の５%と、観光客の府域の周遊に至っておらず、観光による経済効果が十分に京都府全域に波及していないという課題があった。

新型コロナウィルス感染症の世界的な拡大により、一時は観光客が大幅に減少したものの、新型コロナウィルス感染症の落ち着きとともに、インバウンドが急速に増加するなど観光需要は回復している。そのような中で、再びオーバーツーリズムや観光産業における人材不足の問題が顕在化しつつあり、このような問題に対処しつつ、京都観光の推進を図っていく必要がある。

また、府内各地域の状況をみると、京都市内の観光地域づくりは地域ＤＭＯである京都市観光協会が担っている。京都市以外の地域については、広域的に地域のコンセプトを明確にしたエリアが設定され、「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」エリアにおいては、地域連携ＤＭＯが設立され、各ＤＭＯが観光資源の磨き上げ等の観光地域づくりに積極的に取り組んでいる。一方で、「竹の里・乙訓」エリアについてはＤＭＯがなく、このエリア一体を対象として、地域の多様な関係者と連携しつつ、観光地域づくりに主導的な役割を果たす法人の設置が課題となっている。

エリア	管内市町村	ＤＭＯ
京都市エリア	京都市	京都市観光協会
竹の里・乙訓エリア	向日市、長岡京市、大山崎町	なし
お茶の京都エリア	宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村	京都山城地域振興社
森の京都エリア	亀岡市、南丹市、京丹波町、福知山市、綾部市	森の京都地域振興社
	南丹市美山町	南丹市美山観光まちづくり協会
海の京都エリア	福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町	京都府北部地域連携都市圏振興社

＜参考＞府内を訪れる観光客の特徴と傾向

●エリア別京都府観光入込客数の推移

府内観光入込客数のうち京都市の入込客が約 70%を占めている。

（単位：万人）

	R6年		R5年		R4年		R3年	
		構成比		構成比		構成比		構成比
京都市	5,606	67%	5,028	67%	4,361	65%	–	–
竹の里・乙訓エリア	137	2%	126	2%	137	2%	102	–
お茶の京都エリア	1,134	13%	932	12%	810	12%	606	–
森の京都エリア	1,020	12%	938	12%	842	13%	686	–
海の京都エリア	626	7%	591	8%	624	9%	399	–
京都市以外合計	2,819	33%	2,490	33%	2,307	35%	1,721	–
合計	8,425	100%	7,518	100%	6,668	100%	–	–

（出展：京都府「京都府観光入込客数等調査報告書」）

※R3 年は京都市の数値がないため、京都府全体の数値なし

※綾部市及び福知山市は「森の京都」「海の京都」の両方に参画しているため、各エリアの合計値と「京都市以外合計」とは一致しない。

●エリア別京都府観光消費額の推移

府内観光消費額のうち京都市の消費額が９割以上を占めている。

（単位：億円）

	R6年		R5年		R4年		R3年	
		構成比		構成比		構成比		構成比
京都市	19,075	93%	15,366	93%	–	–	–	–
竹の里・乙訓エリア	34	0%	33	0%	21	–	17	–
お茶の京都エリア	481	2%	426	3%	233	–	148	–
森の京都エリア	371	2%	307	2%	341	–	220	–
海の京都エリア	732	4%	529	3%	473	–	406	–
京都市以外合計	1,507	7%	1,211	7%	988	–	716	–
合計	20,581	100%	16,578	100%	–	–	–	–

（出展：京都府「京都府観光入込客数等調査報告書」）

※R3、R4 年は京都市の数値がないため、京都府全体の数値なし

※綾部市及び福知山市は「森の京都」「海の京都」の両方に参画しているため、各エリアの合計値と「京都市以外合計」とは一致しない。

様式１

●令和６年　エリア別　観光客の年代構成

京都市内を除くすべてのエリアにおいて 50 代の構成が２割強と最も多く、40 代、60 代が次いでいる。

	19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	無回答
京都市内	11.5%	32.4%	16.5%	10.9%	17.3%	8.4%	2.5%	0.5%
竹の里・乙訓エリア	2.2%	8.5%	11.8%	13.6%	27.2%	21.1%	15.1%	0.5%
お茶の京都エリア	1.6%	8.1%	17.9%	20.2%	22.9%	18.0%	11.1%	0.2%
森の京都エリア	1.8%	10.7%	13.1%	17.8%	24.8%	17.1%	14.8%	0.0%
海の京都エリア	1.8%	12.8%	15.7%	17.2%	21.9%	17.7%	12.8%	0.1%
京都府全体	2.4%	11.6%	15.6%	17.6%	23.1%	17.4%	12.2%	0.1%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●令和６年　エリア別、年代別平均消費額単価

ほとんどのエリアにおいて 29 歳以下及び 50 代の平均消費額単価が高い傾向にある。一方、京都市域では、30 代の平均消費額単価が高かった。

（単位：円）

エリア	全年代	29歳以下	30代	40代	50代	60歳以上
京都市内	88,031	65,210	108,530	80,277	96,094	90,042
竹の里・乙訓エリア	9,877	11,068	8,730	7,574	14,245	7,766
お茶の京都エリア	9,901	11,664	8,213	8,581	10,439	10,609
森の京都エリア	17,387	21,921	16,717	13,216	20,569	14,511
海の京都エリア	26,396	29,300	26,700	25,168	27,430	23,382

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●令和６年　エリア別リピーター率及び来訪回数（同一エリアを訪れた回数）

京都府全体のリピーターは 70.0%であり、４回以上の来訪率は約 50%である。また、エリアによって訪問回数の割合に差が見られた。

	リピーター率	訪問回数				
		１回	２回	３回	４回以上	無回答
京都市内	94.3%	5.8%	30.8%	17.3%	46.2%	0.0%
竹の里・乙訓エリア	53.3%	45.8%	9.2%	5.8%	38.3%	0.9%
お茶の京都エリア	81.8%	17.8%	7.5%	10.1%	64.2%	0.4%
森の京都エリア	69.4%	30.3%	12.0%	8.4%	49.0%	0.3%
海の京都エリア	50.4%	48.7%	16.5%	5.9%	28.0%	0.9%
京都府全体	70.0%	29.4%	11.6%	8.7%	49.7%	0.6%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

様式１

●令和６年　エリア別観光客の居住地

京都府を訪れる観光客の大半は関西居住であり、京都市以外のエリアでは約８割～９割を占めている。また、竹の里・乙訓エリアは京都府居住の来訪者が半数以上を占めている。

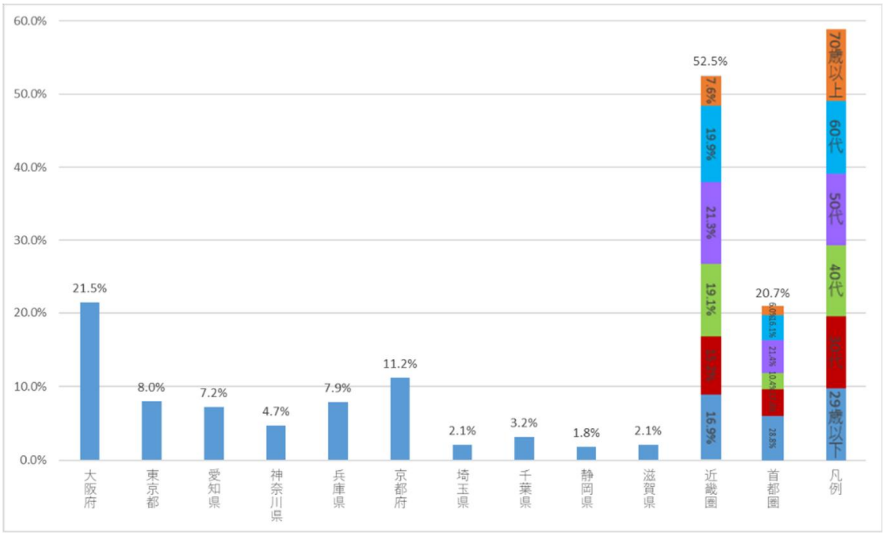
	京都府	北海道	東北	関東	中部	関西	中国	四国	九州・沖縄	無回答
京都市内	9.8%	2.0%	1.8%	15.9%	20.4%	45.3%	7.8%	1.1%	5.9%	-
竹の里・乙訓エリア	55.3%	-	0.0%	4.4%	3.8%	90.4%	0.8%	0.4%	0.4%	-
お茶の京都エリア	36.7%	0.2%	0.0%	5.5%	4.7%	87.4%	1.1%	0.9%	0.6%	-
森の京都エリア	39.4%	0.4%	0.1%	4.4%	5.7%	85.8%	1.8%	0.7%	1.2%	-
海の京都エリア	37.9%	0.2%	0.2%	4.4%	6.9%	84.9%	2.1%	0.7%	0.7%	0.1%
京都府全体	37.6%	0.3%	0.1%	5.5%	6.5%	83.9%	1.9%	0.7%	1.0%	0.0%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

※「関西」は京都府も含む

●令和６年度　京都府宿泊旅行者の居住地

宿泊旅行者のうち近畿圏居住が 52.5%、首都圏居住が 20.7%を占めており、近畿圏からの旅行者が多かった。



（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●令和６年　エリア別興味のある観光資源・コンテンツ

全体として、「自然景観」の割合が高い傾向にある。また、有名な社寺等が多く位置する京都市内では、「寺社・神社、名所・旧跡」や「郷土景観」の割合が高い。桂川・宇治川・木津川の三川が合流するお茶の京都エリアでは、「アウトドア（海・川）」が高くなっている。

	自然景観	寺社・神社・名所・旧跡	買い物	町屋、街並等郷土景観	食文化	アウトドア（海・川）	アウトドア（山）	温泉・入浴施設
京都市内	40.4%	90.4%	46.2%	30.8%	26.9%	-	1.9%	7.7%
竹の里・乙訓エリア	49.2%	35.0%	5.0%	5.8%	16.7%	-	3.3%	-
お茶の京都エリア	35.4%	41.5%	35.4%	7.5%	15.7%	20.3%	4.2%	2.5%
森の京都エリア	47.0%	26.7%	17.9%	22.7%	11.2%	4.0%	3.2%	46.2%
海の京都エリア	66.5%	49.2%	25.8%	28.8%	23.3%	6.8%	4.7%	11.9%
京都府全体	46.1%	41.4%	26.8%	16.2%	16.9%	10.8%	3.9%	14.1%

（（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●令和６年　性・年代別興味のある観光資源・コンテンツ

いずれの性・年代層も「自然景観」、「寺社・神社、名所・旧跡」がトップ２となっている。

		自然景観	寺社・神社、名所・旧跡	買い物	町屋、街並等郷土景観	食文化	アウトドア（山）	アウトドア（海・川）	温泉・入浴施設
男性		44.4%	41.2%	25.5%	15.7%	17.7%	4.0%	14.9%	16.2%
	29歳以下	54.8%	53.9%	33.9%	24.3%	24.3%	5.2%	13.0%	8.7%
	30代	40.2%	22.0%	19.5%	9.8%	13.4%	4.9%	22.0%	17.1%
	40代	42.1%	42.1%	22.8%	12.3%	14.0%	4.4%	13.2%	12.3%
	50代	43.3%	41.8%	26.1%	18.7%	20.9%	3.7%	14.2%	18.7%
	60歳以上	41.6%	40.9%	24.0%	12.3%	14.9%	2.6%	14.3%	22.1%
女性		48.6%	42.2%	29.3%	17.1%	16.7%	3.9%	6.6%	12.2%
	29歳以下	66.0%	40.6%	23.6%	28.3%	19.8%	1.9%	4.7%	8.5%
	30代	35.6%	26.0%	24.7%	12.3%	8.2%	5.5%	15.1%	12.3%
	40代	44.6%	45.7%	29.3%	15.2%	14.1%	4.3%	6.5%	9.8%
	50代	54.7%	48.7%	35.0%	17.1%	18.8%	4.3%	7.7%	12.8%
	60歳以上	39.1%	44.5%	31.3%	11.7%	18.8%	3.9%	2.3%	16.4%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●国宝・重要文化財数（令和７年７月１日現在）

国宝数、重要文化財の総数は、ともに東京都に次いで全国２位であり、国宝、重要文化財のうち建造物の棟数は全国１位である。

	国宝		重要文化財	
		うち建造物・棟数		うち建造物・棟数
東京都	292	2棟	2,862	193棟
京都府	239	76棟	2,222	733棟
奈良県	208	71棟	1,337	435棟
全国計	1,144	298棟	13,499	5,532棟

（出展：文化庁「国宝・重要文化財都道府県別指定件数一覧」を基に作成）

●2023 年度　都道府県別修学旅行先上位

2023 年度の都道府県別修学旅行先として、京都府は中学校で１位、高校で３位となっている。

順位	中学校			高校		
	旅行先	件数	構成比	旅行先	件数	構成比
1	京都府	484	24.2%	沖縄県	303	12.8%
2	奈良県	374	18.7%	大阪府	301	12.7%
3	東京都	174	8.7%	京都府	258	10.9%
4	大阪府	173	8.7%	東京都	228	9.6%
5	千葉県	116	5.8%	千葉県	201	8.5%

（出展：公益社団法人日本修学旅行協会「2023 年度実施　中学校の国内修学旅行の実態とまとめ」「2023 年度実施　高等学校の国内修学旅行の実態とまとめ」）

●2024 年　京都市修学旅行生数（実人数）

2024 年（1～12 月）に京都市を訪問した修学旅行生は約 75 万人

（単位：人）

小学校	中学校	高校	総数
127,981	500,991	120,660	749,632

（出展：京都市「京都観光総合調査　令和６年（2024 年）」

●令和６年　エリア別総合満足度

全体の９割以上が好意的に評価しており、「大変満足」の積極的評価は約 25%となっている。

	大変満足	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	大変不満	無回答
京都市内	46.2%	44.2%	3.8%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%
竹の里・乙訓エリア	48.3%	38.3%	11.7%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
お茶の京都エリア	16.2%	44.5%	26.1%	9.9%	0.0%	0.2%	0.0%	3.2%
森の京都エリア	28.6%	44.4%	13.1%	6.0%	0.4%	0.0%	0.0%	7.5%
海の京都エリア	26.7%	52.5%	12.7%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%
京都府全体	25.9%	45.5%	17.9%	6.5%	0.1%	0.1%	0.0%	4.0%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●令和６年　エリア別再来訪意向

全体の９割以上が再来訪意向を示しており、「大変思う」の積極的評価は約 35%となっている。

京都市内と比べると、各エリアの積極的評価は低い傾向がある。

	大変思う	思う	やや思う	どちらでもない	やや思わない	思わない	全く思わない	無回答
京都市内	65.3%	27.4%	4.2%	1.6%	0.0%	0.5%	0.0%	1.0%
竹の里・乙訓エリア	31.1%	52.5%	11.9%	4.2%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%
お茶の京都エリア	30.6%	47.4%	17.6%	3.0%	0.2%	0.0%	0.2%	1.0%
森の京都エリア	37.7%	44.2%	10.5%	3.2%	0.7%	0.7%	0.4%	2.6%
海の京都エリア	30.6%	44.7%	13.8%	4.0%	1.1%	0.0%	0.0%	5.8%
京都府全体	34.8%	45.4%	13.5%	3.3%	0.5%	0.2%	0.2%	2.1%

（出展：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）

●京都府内国籍別訪日外国人宿泊客数（延べ）（従業者数 10 人以上の施設）

円安の影響等により R6 年の総数は R5 年と比べて大幅に増加した。国別に比較すると、中国やアメリアの宿泊客数が大きく増加した。

様式１

（単位：人泊）

	R6年		R5年		R4年		R3年		R2年	
		構成比		構成比		構成比		構成比		構成比
韓国	771,190	5.5%	756,780	7.9%	127,030	10.8%	2,290	2.9%	38,070	3.3%
中国	2,725,690	19.3%	1,187,710	12.3%	69,690	5.9%	9,960	12.8%	328,210	28.1%
香港	476,240	3.4%	505,540	5.3%	81,200	6.9%	700	0.9%	51,860	4.4%
台湾	1,351,090	9.6%	1,191,500	12.4%	107,910	9.2%	1,560	2.0%	156,350	13.4%
シンガポール	375,560	2.7%	329,930	3.4%	76,770	6.5%	830	1.1%	24,600	2.1%
タイ	180,260	1.3%	155,760	1.6%	27,180	2.3%	1,150	1.5%	18,870	1.6%
マレーシア	164,990	1.2%	136,630	1.4%	18,780	1.6%	470	0.6%	13,310	1.1%
インド	115,620	0.8%	66,990	0.7%	8,160	0.7%	570	0.7%	3,070	0.3%
インドネシア	147,600	1.0%	111,820	1.2%	17,060	1.5%	820	1.1%	14,650	1.3%
ベトナム	49,650	0.4%	37,310	0.4%	9,020	0.8%	5,690	7.3%	4,210	0.4%
フィリピン	96,020	0.7%	73,080	0.8%	10,660	0.9%	1,170	1.5%	9,200	0.8%
アメリカ	2,036,890	14.4%	1,469,300	15.3%	183,920	15.7%	15,700	20.2%	92,070	7.9%
カナダ	337,760	2.4%	242,690	2.5%	23,550	2.0%	490	0.6%	17,610	1.5%
イギリス	435,850	3.1%	314,880	3.3%	30,430	2.6%	970	1.2%	29,860	2.6%
ドイツ	323,500	2.3%	240,590	2.5%	26,260	2.2%	1,130	1.5%	20,760	1.8%
フランス	435,790	3.1%	315,810	3.3%	39,700	3.4%	1,300	1.7%	27,650	2.4%
イタリア	442,150	3.1%	286,660	3.0%	16,640	1.4%	420	0.5%	15,590	1.3%
スペイン	381,360	2.7%	240,230	2.5%	16,400	1.4%	390	0.5%	11,720	1.0%
ロシア	80,450	0.6%	28,740	0.3%	3,820	0.3%	520	0.7%	7,340	0.6%
オーストラリア	719,610	5.1%	477,500	5.0%	45,500	3.9%	530	0.7%	81,420	7.0%
その他	1,912,480	13.6%	1,457,890	15.1%	166,800	14.2%	29,070	37.4%	165,910	14.2%
総数	14,097,050	100.0%	9,627,340	100.0%	1,173,530	100.0%	77,830	100.0%	1,167,800	100.0%

（出展：観光庁「宿泊旅行統計調査」参考表第１表を基に作成）

●国別旅行消費単価及び平均泊数

欧米豪の観光客は、東アジア、東南アジアの観光客に比べ、滞在期間が長く、消費単価が高い傾向にある。

（単位：消費単価／円、平均泊数／泊）

	韓国	中国	タイ	シンガポール	英国	フランス	米国	オーストラリア
消費単価	98,560	258,246	173,304	278,958	325,212	316,467	307,129	318,738
平均泊数	4.2	9.2	8.0	8.9	13.2	16.7	12.2	13.9

（出展：観光庁「2024 年インバウンド消費動向調査（旧訪日外国人消費動向調査）」を基に作成）

様式 1

●国別訪日旅行に関する意識
各国とも日本の食に対する期待が高い。また欧米豪の観光客は、東アジア、東南アジアの観光客に比べ、日本の歴史･伝統文化体験に対する期待が高い傾向にある。

（単位：選択率（%））

調査項目		韓国	中国	タイ	シンガポール	英国	フランス	米国	オーストラリア
訪日前に最も期待していたこと（単一回答）	日本食を食べること	44.0	19.8	37.4	31.9	40.6	42.6	43.1	29.9
	日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）	4.4	0.6	2.1	1.0	0.8	0.7	1.1	0.5
	旅館に宿泊	1.8	1.1	0.8	1.0	0.9	1.8	1.6	0.9
	温泉入浴	7.6	4.4	2.8	4.1	1.5	3.6	2.3	2.4
	自然・景勝地観光	7.1	18.6	13.1	16.8	12.5	13.6	10.0	13.4
	繁華街の街歩き	3.2	5.6	2.5	4.1	0.7	1.1	1.7	0.6
	ショッピング	10.6	12.9	14.4	8.1	2.1	2.3	4.1	5.0
	美術館・博物館・動植物園・水族館	2.2	2.9	2.1	3.7	3.4	2.9	2.8	3.1
	テーマパーク	7.2	10.2	5.9	6.9	2.7	2.1	3.5	5.6
	スキー・スノーボード	0.1	1.2	2.3	3.2	3.6	0.3	1.8	13.0
	その他スポーツ（ゴルフ等）	1.5	0.7	0.1	0.0	0.4	0.4	0.6	1.4
	舞台・音楽鑑賞	1.4	4.2	1.2	0.5	0.7	0.6	1.1	0.3
	スポーツ観戦（相撲・サッカー等）	0.4	0.3	0.2	0.1	1.0	0.8	1.3	1.3
	自然体験ツアー・農山漁村体験	0.3	0.8	2.1	3.5	1.5	1.2	1.5	2.2
	四季の体感（花見・紅葉・雪等）	1.1	4.7	5.5	5.2	4.2	3.1	3.2	3.2
	映画・アニメ縁の地を訪問	1.1	1.8	0.7	0.4	0.1	1.0	0.6	0.9
	日本の歴史・伝統文化体験	1.5	3.3	2.1	4.0	16.7	11.9	10.4	8.2
	日本の日常生活体験	1.7	2.4	1.5	1.1	3.8	5.5	4.5	3.3
	日本のポップカルチャーを楽しむ	2.0	3.5	1.4	2.4	1.6	2.8	1.7	1.6
	治療・検診	0.0	0.2	0.0	0.0	0.3	0.0	0.2	0.0
	上記には当てはまるものがない	0.8	0.6	1.8	2.1	0.9	1.9	2.9	3.0
	回答者数および選択率延べ合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

（出展：観光庁「2024 年インバウンド消費動向調査（旧訪日外国人消費動向調査）」を基に作成）

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・世界に通じるブランド力 ・各地域で育まれた特色ある豊かな歴史と文化 ・阪神大都市圏や中部大都市圏に近接 ・食や文化資源	弱み（Weaknesses） ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・観光客・観光消費の地域偏在 ⇒令和６年の京都府の観光入込客数は、京都市を除くエリアで全体の約 33% ⇒観光消費額は、京都市を除くエリアで全体の 7% ⇒京都市内においては、一部の地域に観光客が集中し、観光課題やオーバーツーリズムなどと言われる問題が再び発生 ・観光産業の人材不足
外部環境	機会（Opportunity） ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・外国人観光客の急速な増加 ・新型コロナウイルス感染症の影響により変化した旅行のスタイルや旅行者の意識・価値観 ・関西広域連合や関西観光本部を中心とした、関西エリアの広域的な情報発信・プロモーション ・新名神高速道路の全線開通（令和９年）によるアクセス改善 ・文化庁の京都移転（令和４年度）を契機とした関心の高まり ・大阪・関西万博（令和７年）やワールドマスターズゲームズ 2027 関西（令和９年）等の大型イベント開催 ・京都スタジアムの開業（令和２年）	脅威（Threat） ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・ウクライナにおける紛争など不安定な世界情勢 ・原油価格の高騰など世界的な物価の上昇 ・米国関税政策による為替、エネルギー価格等への影響

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

①国内観光客

○第１ターゲット
　近畿圏及び首都圏在住者

○選定の理由
- 京都府への宿泊旅行者は、近畿圏（52.5%）及び首都圏在住者（20.7%）が大半を占めており、優先度の高い地域である。特に近畿圏、首都圏ともに 50 代と 60 代で 4 割近くを占めており、この層をメインターゲットとして誘客を図る。（京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）
- 更に、近畿圏在住者については、短時間で来訪可能で、継続的な来訪が期待できる。
- また、首都圏は日本最大の人口集中地域であり、潜在的な顧客も多いと見込まれる。

○取組方針
- テレビ、ラジオ、新聞、雑誌等のメディアなどとの記事掲載や編集タイアップを行い、京都府域の旬の魅力を発信する。
- 旅行会社とも連携し、旅行商品の造成などに結び付くよう働きかける。
- ＪＲと連携したデジタルスタンプラリーや観光資源の宣伝・ＰＲを実施する。

○第２ターゲット層
　経済的に余裕のある 50 歳以上の中高年層

○選定理由
- 来訪者の年代構成は、府内のどのエリアにおいても 50 代の構成が２割強で最も多く、40 代と 60 代が次いでいる。（令和６年エリア別観光客の年代構成：京都府観光連盟「京都府観光動向調査」）
- 年代別平均消費額単価は、ほとんどのエリアにおいて経済的に余裕のある 50 歳以上の平均消費額単価が高い傾向にあり、観光消費額の増加が見込まれる。（令和６年エリア別、年代別平均消費額単価：京都府観光連盟「京都府観光客動向調査」）
- 興味ある観光資源・コンテンツとして自然景観や寺院・神社、名所・旧跡と回答する割合が高く、伝統的建造物をはじめ、国宝・重要文化財が多数現存する京都には、継続的な来訪が期待できる。（令和６年エリア別興味のある観光資源･コンテンツ：京都府観光連盟「京都府観光動向調査」）
  （京都府　国宝・重要文化財数（総数）　国宝 239、重要文化財 2,222（都道府県別第２位）
  （文化庁「国宝･重要文化財都道府県別指定件数一覧」）

○取組方針
- 旅行会社やメディア等と構築したネットワークを活用し、文化財等の文化観光に関する情報を発信
- 物産団体等と連携し、京都物産展や観光展に出展することにより、京都の魅力を宣伝･紹介し、誘客を促進する。

○第３ターゲット
　修学旅行生

○選定理由
- 京都府は、都道府県別修学旅行先として中学校で第１位（構成比 24.2%）、高校で第３位（構成比 10.9%）を占め、2024 年には年間 75 万人の修学旅行生が訪問していることから、京都観光にとって修学旅行生は重要なマーケットである。（京都市　京都観光総合調査　令和 6 年）
- 京都観光の第一歩として修学旅行で京都を訪問した学生・生徒が、将来のリピーターとなることも期待できる。

○取組方針
- 府内各地のＤＭＯと連携し、受け入れ地域の拡大を図るとともに、魅力的な学習体験プログラムを開発する。また旅行会社への積極的な呼びかけを展開するとともに、旅行商品の造成などを働きかける。

②訪日外国人観光客

○第４ターゲット層 インバウンド観光客（東アジア、東南アジア）特に富裕層を含む個人旅行者
○選定の理由 ・日本との地理的な距離が近く、訪問が容易であり、京都府の外国人宿泊客数の大半を占めている。 ・海外旅行人口が増加傾向にあるとともに、リピート率が高く、安定的な来訪を見込むことができる。 ○取組方針 ・旅行博やインバウンド商談会に参加し、京都府域の観光情報を提供し海外からの誘客を図る。 ・関西観光本部等と連携し、旅行会社への情報提供や海外有力プレス関係者の招聘などを実施し、京都府域への誘客の促進を図る。
○第５ターゲット層 インバウンド観光客（欧米豪）。特に富裕層を含む個人旅行者
○選定の理由 ・京都市が、米国の大手旅行誌「コンデ･ナスト･トラベラー」が発表した世界人気都市ランキングの１位に選ばれた。また南丹市美山町が、UNWTO（国連世界観光機関）の「ベスト･ツーリズム･ビレッジ」の認証を受けた。さらに、京丹後市の食の創造性が評価され、「美食都市アワード２０２４」に選出された。宮津市は、「世界の持続可能な観光地　Top100 選」に選ばれるなど、京都の観光地は世界的な認知度が高い。 ・所得水準が高く、また日本との地理的関係から長期滞在の傾向があり、それに伴い観光消費額が大きい。（観光庁「2024 年ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ消費動向調査」） ・食や歴史・伝統文化体験を期待する観光客が多く、京都府の持つ観光資源と親和性が高い。（観光庁「2024 年ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ消費動向調査」） ○取組方針 ・旅行博やインバウンド商談会に参加し、京都府域の観光情報を提供し海外からの誘客を図る。 ・関西観光本部等との連携を強化し、商談会の実施や情報発信力のある海外媒体への記事掲載などのプロモーション等を実施する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	交流の活性化と持続性の高い観光の実現
②コンセプトの考え方	京都府においては、「海の京都」エリアにおける「伊根の舟屋」「天橋立」、「森の京都」エリアにおける「かやぶきの里」「京都丹波高原国定公園」、「お茶の京都」エリアにおける「平等院」やお茶を使ったスイーツ、「竹の里･乙訓」エリアにおける「長岡天満宮」をはじめとする寺社仏閣や最高品質の筍など、それぞれのエリアにおいて魅力あふれる地域資源を有している。今後、人口減少の影響が避けられない中、これらの京都の多彩な魅力によって、観光客だけでなく、国内外から多様な人材を惹きつけ、広域的な交流と連動した地域づくりの活性化や関係人口の拡大に向けた取組を進める。 また観光客を積極的に受け入れることによって、地域が活性化し、地域社会と地域産業の双方がメリットを享受できるような持続可能な観光の実現が重要になってきている。特に住民の満足度を高い水準に保つことが不可欠であり、住民参加による地域ブランドの向上やエコツーリズムなどを取り入れながら、地域住民と一体となった観光振興を目指す。 文化庁の京都移転を契機に、地域の成長や活性化につながる文化観光を推進するとともに、大阪･関西万博の開催を活かし、交流機会の創出と地域の新たな価値を創造し、持続可能な京都観光を実現する。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	総会、理事会、観光振興ネットワーク会議、観光関係者向けレポート
	・行政、ＤＭＯ、交通、宿泊、商工業、飲食、物産等の幅広い分野の観光関係団体の代表者が参画する理事会（年３回）及び総会（年１回）において、京都府観光連盟の戦略、ＫＰＩの達成状況及び今後の事業計画等を報告し、共有を図る。 ・京都府観光連盟、府内の市町村、観光協会及びＤＭＯで構成する「観光振興ネットワーク会議」において、年２回、京都府観光連盟の戦略、ＫＰＩの達成状況及び今後の事業計画を報告し、共有を図る。 ・今後、年数回程度、観光の動向や分析結果をまとめた、会員及び府内観光関係者向けレポートを発行しており、そのレポートにおいても京都府観光連盟の戦略や今後の取組方針等を説明し、広く関係者に共有することとしている。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	１　観光サービスを維持・向上する仕組み・体制 人と人との交流を重要な要素とする観光において、サービス向上には観光人材の果たす役割が大きいことから、京都府全域を対象とする広域的な地域連携ＤＭＯとして、京都観光を支える人材の育成に重点的に取り組む。 具体的には、京都大学経営管理大学院や大和学園等の教育機関や京都商工会議所等の経済団体と連携し、観光資源の磨き上げや情報発信、

	おもてなしの向上、業務の効率化などに意欲的に取り組む観光人材の育成や能力向上を継続的に実施する。 ○京都観光アカデミーによる人材育成 京都府内の大学や経済団体、金融機関など観光人材の育成に取り組んでいる団体と連携し、これからの観光産業を担う人材を育成する「京都観光アカデミー」を令和５年３月に設置。観光人材の育成講座の開催や研修情報を一元的に発信するポータルサイトを運営するとともに、地域や異業種との交流により、新たな観光サービスの創出を目指して地域に仕掛けることができる人材と協力し、市町村や観光事業者、まちづくり関係者などとのネットワークの構築を目指す。 ○観光従業員の人材育成 府内の観光従事者を対象に、おもてなしの向上や国内外の観光客の誘客、AI や IOT 等の最新技術の活用等を学べるセミナーを府内各地域において複数回開催し、観光客に質の高いサービスを提供する観光人材の能力向上を図る。 ○観光事業者の人材育成 府内の観光事業者を対象に、人的資源管理、マーケティングや財務会計、ICT 技術の導入や活用方法など観光経営や観光 DX について、講義と演習からなるセミナーをレベル別に開催し、観光産業の経営層やマネジメント層の能力向上を図る。 ○観光コンシェルジュの人材育成 府内の宿泊施設のフロント担当者やコンシェルジュ等を対象に、京都府域の観光地を訪問して、観光資源や地域の状況を説明する現地説明会を開催し、宿泊施設のコンシェルジュ等の知識の向上を図る。 ２　観光サービスを評価する仕組・体制 ○観光客動向調査結果に基づく評価 京都府及び府内ＤＭＯから依頼を受けて、京都府の主要な観光地 30 カ所において、統一の調査項目による観光客へのアンケート調査を行い、地域毎に、観光客の満足度や認知度、リピーター率、再来訪の意向等を把握する。 そして、報告会を開催して調査結果をＤＭＯや観光協会等の関係者にフィードバックして共有し、サービスの維持・向上のための効率的な事業実施に活用する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	<u>１　京都府観光連盟の公式ウェブサイトによる情報発信</u> 京都府では、広域的に地域のコンセプトを明確にした「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」「竹の里・乙訓」をエリア設定し、地域の観光資源の磨き上げ等に取り組んでいる。この取組に対応する形で、京都府観光連盟の公式ウェブサイト「京都府観光ガイド」でも、「京都市」エリアと「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」「竹の里・乙訓」エリアに分類し、それぞれのエリアの魅力や「旬」の観光情報を発信している。 また、京都府域の歴史・風土・暮らしに根ざした多彩な「食」の魅力を「食らし旅」で紹介するとともに、府内市町村の観光協会等からそれぞれのエリアの行催事や花だより、味覚などの観光情報を集約し、「京

	都府観光ガイド」で発信する仕組みを構築するなど、京都府全域の観光情報の一元的な発信を行っている。 　さらには、京都市内の観光客の京都府域への誘導を促進するため、京都府・京都市連携による観光周遊・分散対策「まるっと京都」の取組を令和６年度に開始し、京都府内の新たな魅力や観光コンテンツの情報発信を行っている。 ２　データ収集分析による効果的なプロモーション 　人流や口コミ、観光客・事業者アンケートなど各種観光データを収集・分析し、観光地としての強みや観光客のプロフィール像を把握するモデル事業を令和３年度から実施。地域の関係者の納得感と協働を得つつ、これらの結果を誘客に活かすため、地元でワークショップを開催し、分析結果を共有するとともに、地域の観光協会と連携し、分析結果に基づくプロモーションを実施してきた。令和６年度に、これらの手法を京都府全域へ展開するために京都府内のＤＭＯや観光協会、市町村などとプラットフォームを構築。このプラットフォームでは人流やアンケート･口コミ情報の分析、Web アクセスの解析などを実施している。 ３　乙訓地域における情報発信・プロモーション 　乙訓地域は、「かぐや姫」伝説発祥の地ともいわれ、清らかな竹林が広がるとともに、四季折々の豊かな自然と由緒ある寺社、長岡京跡、古墳や城址などの歴史遺産にも恵まれている地域である。 　令和６年京都府観光客動向調査によると、乙訓地域の訪問客の項目別満足度は、「自然景観や雰囲気」などで府全体の平均を上回っている。また京都市と隣接し、京都市の観光客を呼び込める可能性が高い地域であることから、京都市とも連携し、「竹の里・乙訓」をテーマに、これらの魅力を活用し、情報発信や周遊イベントの開催、地場産食材等の魅力発信により、乙訓地域への誘客は賑わい創出を目指す。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	―	1,176,745	1,367,625	1,436,006	1,507,806	1,583,196
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	1,116,745	1,657,756	2,058,100			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	13,315	23,520	32,287	33,901	35,596	37,375
		(883)	(1,662)	(12,626)	(13,257)	(13,919)	(14,614)
	実績	21,110	32,125	33,168			
		(1,413)	(12,133)	(16,613)			
●来訪者満足度（%）	目標	79	86	87	88	90	91
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	85	94	89			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	―	42.5	45.0	47.5	50.0	52.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	39.4	37.9	49.7			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

●旅行消費額（観光消費額）
京都府「京都府域観光入込客等調査報告書」による。
2023 年にコロナ前の水準（2019 年：1 兆 3,025 億円）以上へと回復したことから、2024 年以降の数値目標を改訂し、コロナ前の水準（1 兆 3,025 億円）を毎年５%ずつ上昇させることを目標に設定した。

●延べ宿泊者数
観光庁「宿泊旅行統計調査」による。
2023 年にコロナ前の水準（2019 年：30,750 千人泊）へと回復したことから、2024 年以降の数値目標を改訂し、コロナ前の水準（全体 30,750 千人泊、外国人宿泊者数 12,025 千人泊）を毎年５%ずつ上昇させることを目標に設定した。

●来訪者満足度（観光客満足度）
府内 30 カ所の観光地点を訪れた観光客への対面式アンケートにより把握する数値であり、「大変満足」「満足」「やや満足」と回答した観光客の割合。
令和５年４月にスタートした改訂版「京都府総合計画」では、2026 年の観光客満足度 90%を数値目標として設定されているため、当該目標に合わせて設定した。なお、京都府総合計画では、令和３年の観光客「項目別」満足度について、トップの「自然景観や雰囲気」が 87.4%と約９割近くとなっている一方、観光情報や土産物など６割程度に止まっている項目もあることから、それらの項目

の満足度をトップの約９割近くまで引き上げることにより、2026 年の観光客「総合」満足度の 90%の達成を目指すとされている。

●リピーター率
府内 30 カ所の観光地点を訪れた観光客への対面式アンケートにより把握する数値であり、京都府への訪問回数が４回目以上と回答した観光客の割合。令和５年６月に策定された改訂版「京都観光総合戦略」において、2026 年のリピーター率 50%を数値目標として設定されているため、当該目標に合わせて設定し、その後も 2.5 ポイントずつ上昇させることを目標に設定した。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標	52	54	57	60	63	66
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	49	49	44			
		（ ）	（ ）	（ ）			
● WEB アクセス数(訪問者数)（千人）	目標	1,295	2,300	2,563	1,171	1,417	1,714
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	2,037	2,475	968			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

●住民満足度
京都府が実施する「京都府民の意識調査」において、住んでいる地域において観光資源が活用されていると思うと回答した者の割合。
京都府は、地域と連携した持続可能性の高い観光を目指す観点から、令和５年４月からスタートした京都府総合計画で当該項目の目標を 2026 年に 63%と設定しており、当該目標に合わせて設定し、その後も 3 ポイントずつ上昇させることを目標に設定した。

●WEB アクセス数（訪問者数）
京都府観光連盟公式サイト「京都府観光ガイド」を訪問した人数（セッション数）
2024 年に実施したホームページのリニューアル後のアクセス数（968 千人）をリニューアル前のアクセス数の増加率（令和 5 年／令和 4 年）である 21%ずつ上昇させることを目標に設定した。

様式１

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）		
2022（Ｒ４）年度	24,223,036,215(円)	【会費収入】 【事業収入】 【府補助金収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	11,815,000 51,820 24,163,639,074 23,152,664 24,322,524 55,133	（円）
2023（Ｒ５）年度	11,681,975,267(円)	【会費収入】 【事業収入】 【府補助金収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	12,180,000 0 11,403,873,933 218,810,259 46,506,524 604,551	（円）
2024（Ｒ６）年度	247,753,537（円）	【会費収入】 【事業収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	12,515,000 0 221,392,478 23,568,500 277,559	（円）
2025（Ｒ７）年度	264,168,000（円）	【会費収入】 【事業収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	11,800,000 0 232,012,000 20,311,000 45,000	（円）
2026（Ｒ８）年度	249,432,000（円）	【会費収入】 【事業収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	12,000,000 400,000 212,664,000 24,323,000 45,000	（円）
2026（Ｒ９）年度	250,239,000（円）	【会費収入】 【事業収入】 【分担･負担金収入】 【受託金収入】 【雑収入】	12,200,000 400,000 213,271,000 24,323,000 45,000	（円）

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）		
2022（Ｒ４）年度	24,223,048,541(円)	【組織活動費】	31,943,836	（円）
		【情報発信事業費】	27,616,000	
		【観光客誘致対策事業費】	23,963,659,181	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	19,305,000	
		【国際観光振興事業費】	50,098,000	
		【観光振興事業費】	113,400,000	
		【観光産業正規雇用化促進事業費】	11,426,524	
		【諸支出金等】	5,600,000	
2023（Ｒ５）年度	11,682,100,645（円）	【組織活動費】	37,133,744	（円）
		【情報発信事業費】	25,886,200	
		【観光客誘致対策事業費】	11,208,821,462	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	19,005,000	
		【国際観光振興事業費】	50,998,000	
		【観光振興事業費】	322,724,715	
		【観光産業正規雇用化促進事業費】	12,031,524	
		【諸支出金等】	5,500,000	
2024（Ｒ６）年度	247,381,590（円）	【組織活動費】	48,005,000	（円）
		【情報発信事業費】	20,645,000	
		【観光客誘致対策事業費】	15,889,404	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	16,915,000	
		【国際観光振興事業費】	41,726,377	
		【観光振興事業費】	86,877,611	
		【地域活性化雇用創造ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ】	11,323,000	
		【諸支出金等】	6,000,000	
2025（Ｒ７）年度	264,168,000（円）	【組織活動費】	50,869,000	（円）
		【情報発信事業費】	20,320,000	
		【観光客誘致対策事業費】	80,301,000	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	34,500,000	
		【国際観光振興事業費】	31,248,000	
		【観光振興事業費】	33,300,000	
		【地域活性化雇用創造ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ】	10,630,000	
		【諸支出金等】	3,000,000	
2026（Ｒ８）年度	249,432,000（円）	【組織活動費】	50,000,000	（円）
		【情報発信事業費】	16,139,000	
		【観光客誘致対策事業費】	59,330,000	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	17,725,000	
		【国際観光振興事業費】	45,498,000	
		【観光振興事業費】	57,740,000	
		【諸支出金等】	3,000,000	
2027（Ｒ９）年度	250,239,000（円）	【組織活動費】	50,100,000	（円）
		【情報発信事業費】	16,139,000	
		【観光客誘致対策事業費】	60,000,000	
		【戦略的ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ事業費】	18,000,000	
		【国際観光振興事業費】	45,000,000	
		【観光振興事業費】	58,000,000	
		【諸支出金等】	3,000,000	

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

・京都府と連携し、観光促進事業を実施することにより、京都府からの補助金や受託金収入等の安定的な確保を図る。令和５年度から補助金の一部を負担金に切り替え、自主的･自律的な活動が可能となっている。
・会員のニーズに応える事業推進や有益な情報発信により新規会員を獲得し、会費収入の増加を図る。
・令和６年度においては、これらの手法を京都府全域へ展開するために京都府内のＤＭＯや観光協会、市町村などと構築したプラットフォームにより、人流やアンケート･口コミ情報の分析、Web アクセスの解析などのデータ・収集分析を実施する中で、個別の依頼等があれば、受託事業として実施することにより、収入を確保する。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

京都府は、公益社団法人京都府観光連盟と連携し、観光を入口とした地域活性化に取り組んでいるところであり、この取組を進める上でも同連盟の機能強化が重要であることから、同連盟が京都府全域を対象区域とした地域連盟ＤＭＯとして登録されることに賛同する。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

〇地域連携ＤＭＯとの協議
　海の京都ＤＭＯ、森の京都ＤＭＯ及びお茶のＤＭＯとは、これまでから月１回程度、連絡調整会議を開催し、各取組の報告や地域課題についての意見交換を行っているところであり、同会議で連携や役割分担等について意見交換を行っている。

〇地域ＤＭＯとの協議
　京都市観光協会とは、京都府観光連盟のＤＭＯ登録について説明をするとともに、連携や役割分担について協議を行った。

〇京都府乙訓調整監付との協議
　ＤＭＯ空白地域である京都府乙訓地域（向日市、長岡京市、大山崎町）については、京都府や関係協議会と連携しつつ、観光誘客を促進することとしており、京都府乙訓総合庁舎内に執務スペースを確保し、週２日程度は現地で勤務し、日頃から緊密に連携を図っている。

【区域が重複する背景】

　京都府観光連盟は、京都府全域をマーケティング・マネジメント対象区域に設定するため、京都府内の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯの対象区域と重複することとなる。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

　京都府観光連盟は、京都府全域を対象区域とする広域的な地域連携ＤＭＯとして、京都府全域でのマーケティングや観光情報の発信、プロモーションを一体的に行う。人材育成においても、接客や会計、IOT 活用など、共通要素が多く広域で実施することでスケールメリットが期待できる取組

や、他分野連携により新しい観光サービスを生み出す人材の育成など、京都府全域で実践可能な取組に重点的に取り組むこととする。
　一方で、海の京都、森の京都、お茶の京都の各地域連携ＤＭＯは、エリアにおける観光地域づくりの総合プロデューサーとして、地域資源の発掘や開発、着地型・体験型旅行商品の開発・販売、地域への移住定住につながる取組を通して、観光地域づくりを行っている。人材育成についても、地域の社寺等の観光資源を案内できるガイドの育成など、地域に密着した取組を行っているところであり、役割分担は図られている。
　京都市観光協会においては、京都市域におけるマーケティングやプロモーションに取り組んでおり、今後、特に京都府観光連盟が重点的に取り組むこととしている人材育成や観光ＤＸの分野において、連携を深めていく。また、京都市の西山エリア、京都府の乙訓エリアとの連携を強化することにより、乙訓エリアへの観光誘客、京都市内におけるオーバーツーリズムの緩和に向けた取組を推進する。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
　ＤＭＯの代表者が参画する理事会のほか、ＤＭＯの担当者が参加する連絡調整会議の開催、ＤＭＯ局長会議やＤＭＯと管内市町村との会議への京都府観光連盟からの参加、ＤＭＯ担当者が参加する「観光振興ネットワーク会議」での情報交換、意見交換などを通じて、重複する事業などを見直し、京都府観光連盟としての役割を明確化していく中で、効率的、効果的に事業を運営していく。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	山副　敦則
担当部署名（役職）	公益社団法人京都府観光連盟　事務局長
郵便番号	６０２－８５７０
所在地	京都市上京区下立売通新町西入薮ノ内町
電話番号（直通）	０７５－４１１－９９９０
ＦＡＸ番号	０７５－４１１－９９９３
Ｅ－ｍａｉｌ	a-yamazoe@kyoto-kankou.or.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	京都府
担当者氏名	西田　剛
担当部署名（役職）	商工労働観光部観光室　室長
郵便番号	６０２－８５７０
所在地	京都市上京区下立売通新町西入薮ノ内町
電話番号（直通）	０７５－４１４－４８３５
ＦＡＸ番号	０７５－４１４－４８７０
Ｅ－ｍａｉｌ	t-nishida89@pref.kyoto.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人京都府観光連盟

様式２

記入日：　令和7年7月31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
京都府全域
【設立時期】　昭和26年３月８日
平成24年４月１日　公益法人認定
【設立経緯】
区域にDMO及び観光協会があるが、役割分担等をした上でDMOを新設
【代表者】　田中誠二
【マーケティング責任者（CMO）】　四辻清美
【財務責任者（CFO）】　山副敦則
【職員数】　13人（常勤10人（正職員３人・出向等7人）、非常勤3人）
【主な収入】
会費収入12百万円、府負担金等221百万円（6年度決算）
【総支出】
事業費247百万円、一般管理費48百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
京都府、市町村、関西観光本部、府内DMO、観光協会等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	－	1,176,745	1,367,625	1,436,006	1,507,806	1,583,196
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	1,116,745	1,657,756	2,058,100			
		（　）	（　）	（　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	13,315	23,520	32,287	33,901	35,596	37,375
		(883)	(1,662)	(12,626)	(13,257)	(13,919)	(14,614)
	実績	21,110	32,125	33,168			
		(1,413)	(12,133)	(16,613)			
●来訪者満足度（%）	目標	79	86	87	88	90	91
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	85	94	89			
		（　）	（　）	（　）			
●リピーター率（%）	目標	－	42.5	45.0	47.5	50.0	52.5
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	
	実績	39.4	37.9	49.7			
		（　）	（　）	（　）			

戦略

【主なターゲット】
（国内観光客）近畿圏及び首都圏在住者等
（訪日外国人観光客）東アジア、東南アジア、欧米豪等
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
（国内観光客）メディアや旅行会社、鉄道会社等と連携したプロモーション
（訪日外国人観光客）インバウンド商談会への参加や海外媒体への記事掲載等
【観光地域づくりのコンセプト】
交流の活性化や関係人口の拡大及び持続性の高い観光の実現

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・食の京都事業の推進
・府市連携観光周遊・分散対策の実施
【受入環境整備】
・宿泊施設の人手不足に対応する生産性向上対策支援
【その他】
・観光人材の育成
・各種データの収集・分析
・インバウンド誘致の強化
・京都乙訓地域のプロモーション
・各種イベントへの出展等

【情報発信・プロモーション】
・公式WEBサイト「京都府観光ガイド」による情報発信
・SNSによる情報発信
・メディアと連携したプロモーション