ICTインフラ強化

京都市観光協会(DMO KYOTO)経営戦略2025の概要

------ 前期経営戦略 対象期間(1年延長)

今期経営戦略 対象期間

DMO登録

2018年

2019年

2020年

2021年

2022年

2023年

2024年

目標 2025年度末

人材育成

国内観光客向け集客事業を

主体した経営方針

京都文化交流 コンペーンションピューロー からの業務移管を 2年かけて実施

政策課題解決

事業者(会員)支援

科学的経営

市民からの理解を醸成し担い手に誇りをもたらす

情報資本に投資し 知見を業界へ還元する

信頼獲得につながる 実績報告を徹底する 地域文化の魅力を活かした 高価格帯商品の開発と流通

• 京都観光モラルの普及 など

観光案内所DXの推進

• データ活用事業の強化

• 業界交流機会の創出 など

• 事業成果の可視化

• 他地域・DMOとの連携

• 企業協賛型事業の開発 など

外部環境分析

- 観光と市民生活の豊かさの両立の必要性、京都観光モラルの策定
- コロナ禍に伴う観光業界への影響、担い手支援の必要性の強まり
- 宿泊施設の多様性の拡大と、競争激化による撤退、倒産の増加
- 宿泊税の導入、民泊規制、通訳案内業の自由化などの政策動向
- オンラインサービスの普及による旅行者の行動様式の変化
- 文化庁移転、関西万博、ワールドマスターズゲームス関西等への期待

内部資源分析



約1,500社 の会員 京都観光に 関わる 事業者



京都を訪れる観光客

京都に住まう市民

- 情報発信・観光案内(海外メディア取材支援、公式サイト運営、観光案内所運営 など)
- 集客コンテンツ開発・流通 (JR各社と連携した広報、ガイドを活用した体験 など)
- 能力開発・ソフトインフラ整備(行政との連携、統計事業、研修事業の実績 など)

2025年の京都市観光協会のあるべき姿(ビジョン)

情報(データ)を駆使して

世界最先端の観光課題の解決に取組み

コロナ禍からの復興を牽引する

京都観光産業の要であり

京都観光振興に欠かせないパートナー

主要指標一覧

1.市民からの理解を醸成し担い手に誇りをもたらす



2.情報資本に投資し知見を業界へ還元する

 FAQ更新
 未設定
 0回
 300回

 RevPAR
 未設定
 3,490円
 14,415円

FAQ...観光案内所に寄せられるよくある質問(Frequently Asked Question)RevPAR...京都市内主要ホテルの客室収益指数(=客室稼働率×平均客室単価)

3.信頼獲得につながる実績報告を徹底する

