世界遺産の光と影　未来への課題

2009年6月6日

日本国際観光学会第10回全国大会

奈良県立大学　　清水宏一

京都観光の現状
京都市学校歴史博物館「中田昭」フォトライブラリーから

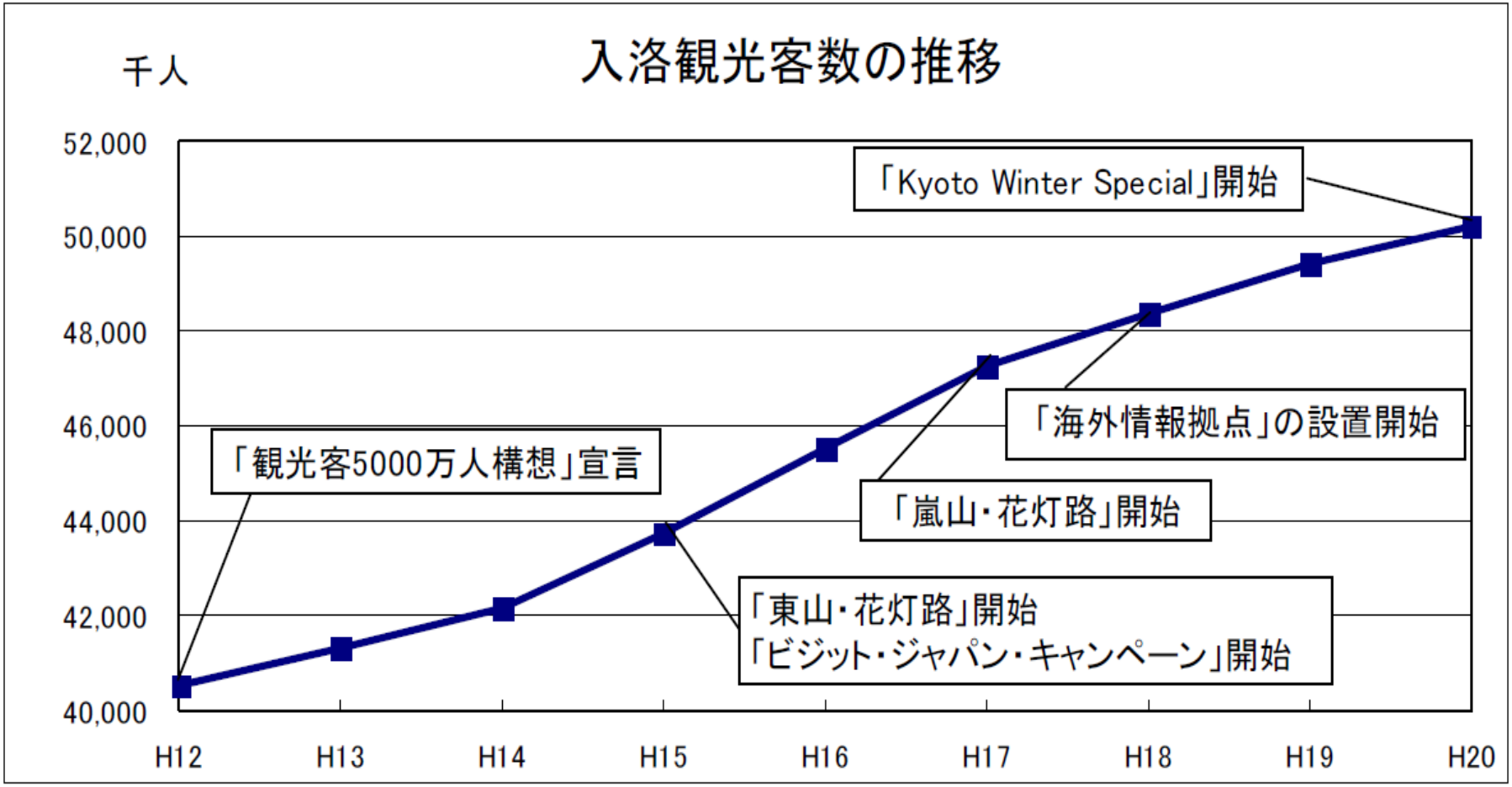
京都観光の現状（２００８年）

- 京都市観光調査年報速報値
  入込数による昭和２３年からの調査統計
- 入洛観光客数　５０,２１０,０００人
  １３年連続の増加、８年連続の過去最高更新
- 外国人旅行客数　９４０,０００人
  ドイツ、フランス、オーストラリアが増えた
- 修学旅行生徒数　１,０１０,０００人
  対前年度比　０.５％増　（対象生徒数は減少）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都観光の現状

13年連続増加、8年連続過去最高を更新中



資料： 京都市観光調査速報　平成20年

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光客増加の背景

- 花灯路・京の夏冬の旅が好調
  東山・嵐山　１００万人、冬の旅　３４万人
- 戦略的観光振興策
  京都観光振興会議、おこしやす大学、修学旅行
- 積極的外国人客誘致
  5つの海外拠点（ソウル、北京、台北、ニューヨーク、メルボルン）
- 全国的な「京都ブーム」
  心の時代、文化的・精神的充足感、宣伝策

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都の一人勝ち

- 単純で明快な「戦略」
  １年２００万人増×１０年　５０００万人
- 総意で大胆な「宣言」
  京都が一体となった大目標（府・市・業界）
- 巧みで強力な「宣伝」
  業界とタイアップ、時流に乗った宣伝
- 弱みも強みに「先鞭」
  徹底した現状分析、ニッチ・ムラに重点

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

単純で明快な「戦略」

- 京都市　観光客５０００万人構想
  市民１５０万人（平成１２年入込数　４０５１万人）
- 京都府　観光客８０００万人構想
  府民２６０万人（平成１２年入込数　６２８６万人）
- ４０００万人⇒５０００万人
  府　６３００万人⇒８０００万人
- 観光入込客統計調査に依拠
  昭和２３年から続く「入込客」統計

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光客５０００万人構想

おこしやす委員会と１１９施策

経済の活性化

文化の向上

観光振興
目標　２０１０年

魅力的なまちづくり

交流の促進

DIGITAL ARCHIVES
KYOTO

総意で大胆な「宣言」

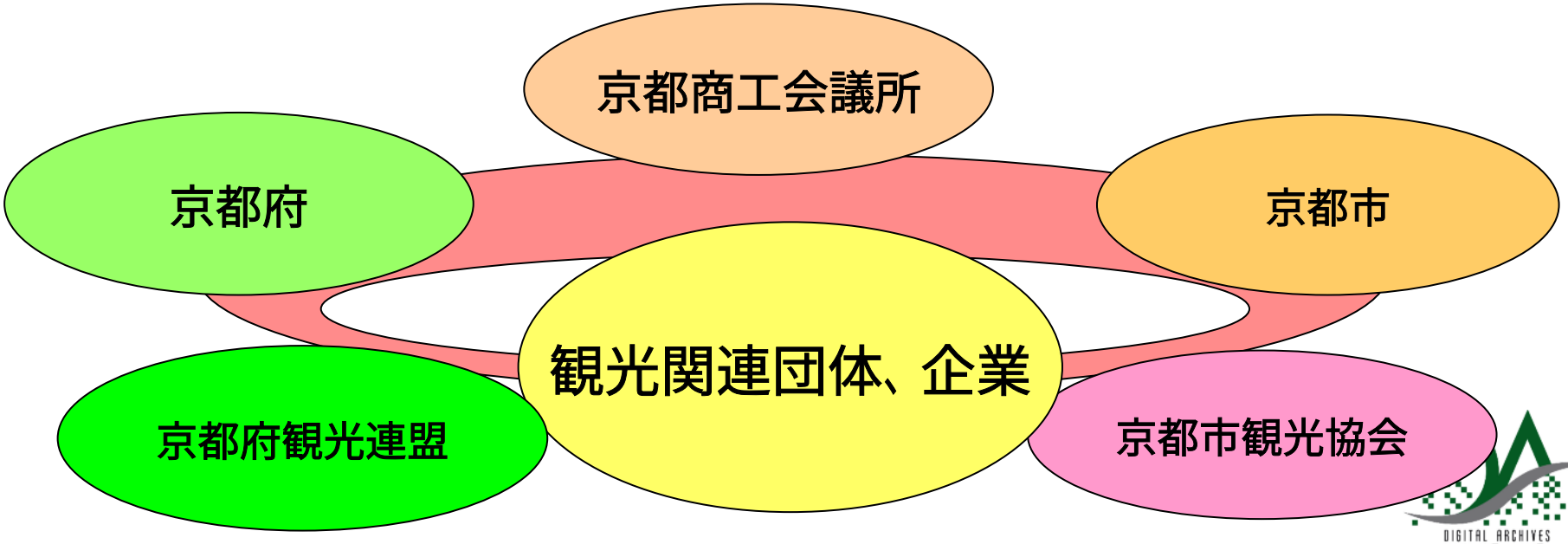
- 観光の経済波及効果
  全産業・全業界に広がる直接経済効果
- 京都府・市・商工会議所の連携
  おこしやすプラン２１、おこしやす委員会
- 産・官（行政）・学の連携
  都市経営、行政力、観光大使・豊富な人力
- 観光セクションの一体化
  京都府観光連盟、京都市観光協会

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

オール京都の推進体制

情報共有を手始めに一体化を図る

- 連合的組織、トップ会議、実務者会議
- 観光推進計画の具体的フォローアップ
- 情報の共有とプラットホーム



資料： 新京都市観光振興推進計画（中間案）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

巧みで強力な「宣伝」

- 業界と同体化したキャンペーン
  ＪＲ・ＪＴＢなど・ＪＨ・ＪＡ・ＪＡＬなど
- ほんもの指向・こころのふるさと
  京都は全体が美術館・博物館
- ＩＴの活用・京都観光１万選
  インターネット、デジタルアーカイブ
- 観光ブームの呼び込み
  大河ドラマ、ヒット歌謡曲、イメージづくり

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都は全体がミュージアム

- 歴史的建造物群と自然

  有名寺社仏閣、家元、庭園、借景、歴史的風景‥‥

- 町家風景

  田の字地区、平入、うだつ、通り庭、家業‥‥

- 伝統産業と京文化

  友禅、西陣織、清水焼、京菓子、京料理‥‥

- 芸舞妓

  着物、かんざし、歌舞音曲、京ことば‥‥

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都情報の効果的発信

「国家戦略としての京都創生」をアピール

５０００万人の実現

受入環境整備

情報発信！

インバウンド

持続可能

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

弱みも強みに「先鞭」

- 圧倒的な歴史・文化の喧伝
  ほんものの魅力、強い部分は徹底的に強く
- 弱点・クレームを克服
  界隈観光、景観対策、ライトアップ、寺町小路
- 「３無」の徹底排除
  無駄（勿体ない）、無理（不法）、無茶（割込、独占）
- 「３無」から「４ム」に
  ムラ…シーズン、日祝日の１００日営業

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都検定

京都検定に1万人を超える受験者

- １級から３級を設定
- 公式テキストブック出版
- ブラッシュアップ研修
- 12月に実施
- 京都で受験
- ジュニア検定も発足

資料：京都商工会議所　ウェブサイト

京都検定

- 毎年１万人の受験者（リピーター）
  ０４年から毎年1万人の受験者
- ご当地検定のさきがけ（ファン）
  おもてなしの一つとしての知識
- 京都の品格、和文化の価値
  京都人の自信と誇りを示すチャンス
- 閑散期対策
  共存共栄（ＪＲ、観光地、宿泊、受験者）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都・花灯路

冬の閑散期の滞在型観光の取り組み

灯りと花と夜

・花のさきがけと紅葉の終焉

・「灯り」と、「花」による「和」の演出

・周辺寺院・神社での特別拝観

京都・嵐山花灯路

例年12月中旬

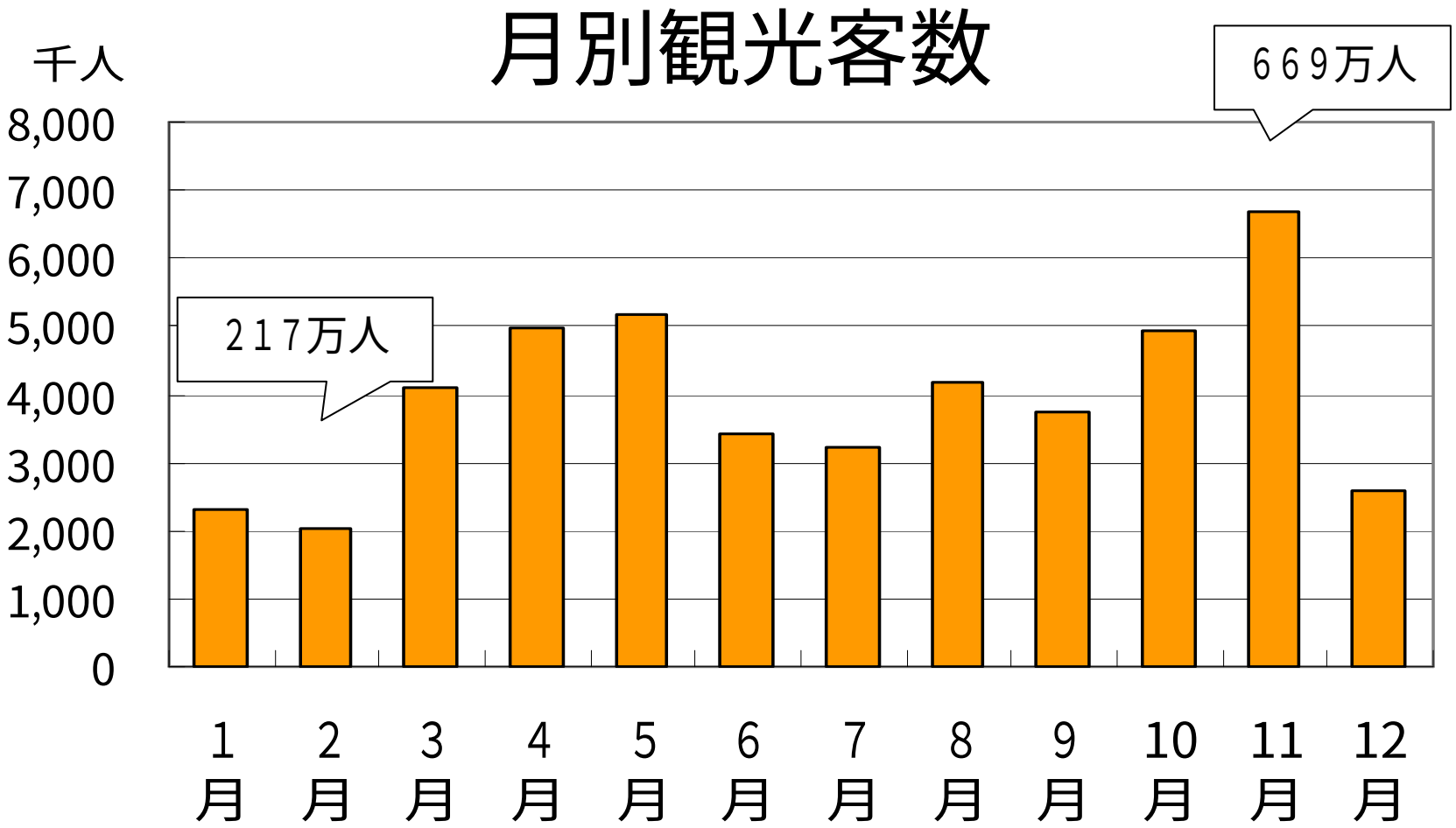
京都・東山花灯路

例年3月中旬

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

月別観光客数に注目

繁忙期と閑散期では3倍以上の差



資料：京都市観光調査年報　平成16年

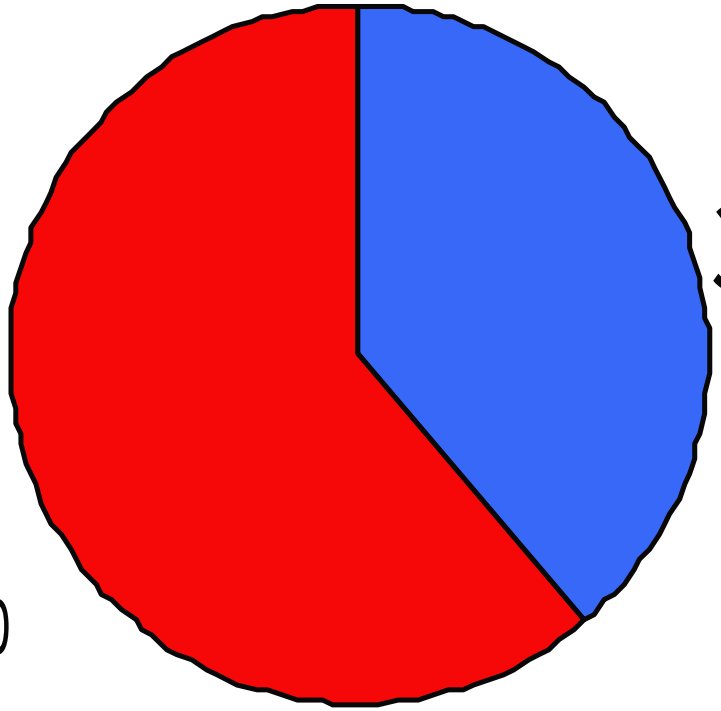
DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都観光の特徴

京都観光の現状

「女性」が圧倒的に多い

観光客の性別割合

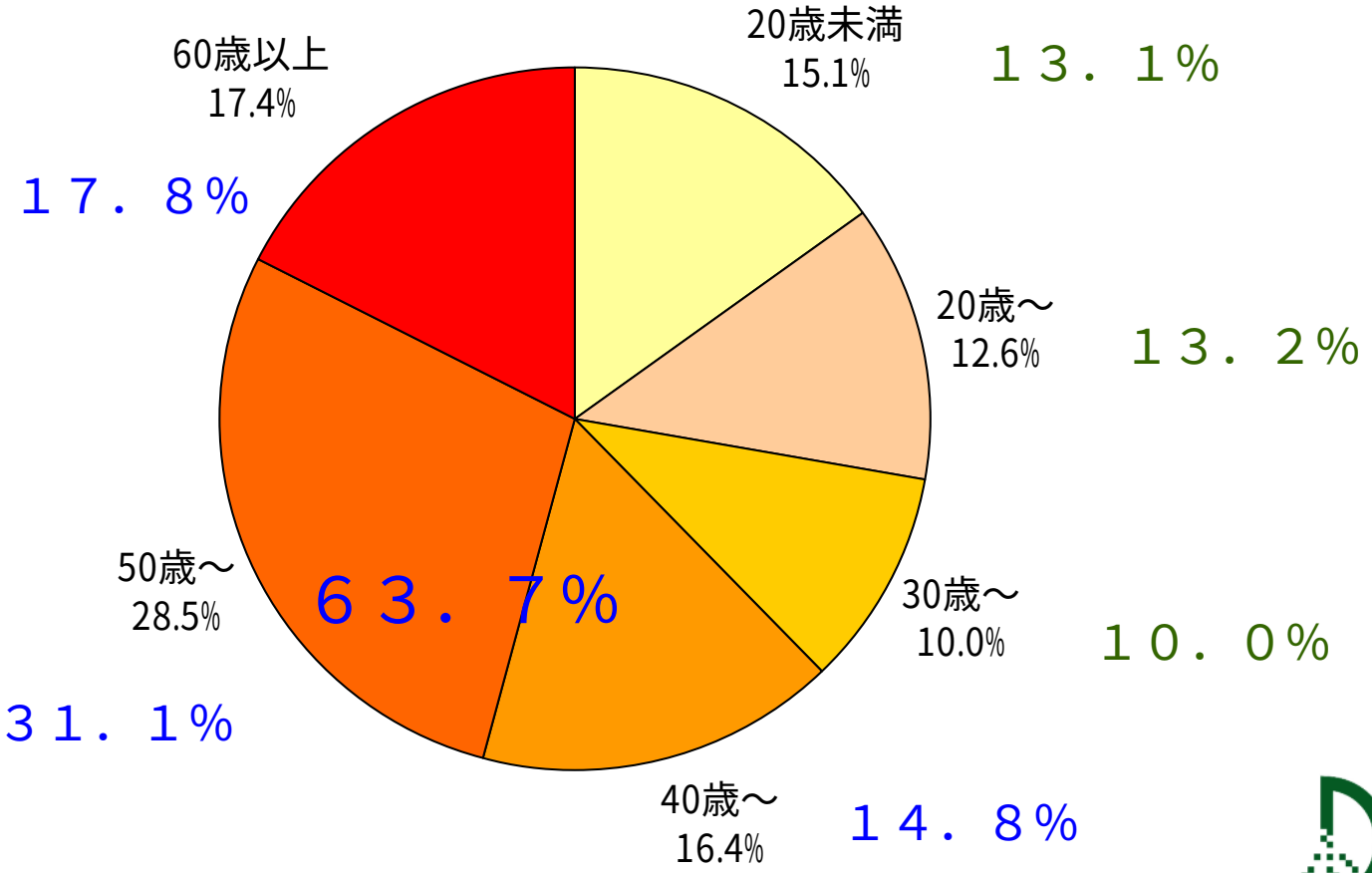


資料：京都市観光調査年報　平成16年

京都観光の現状

「中高年」が多い

年齢層別の割合

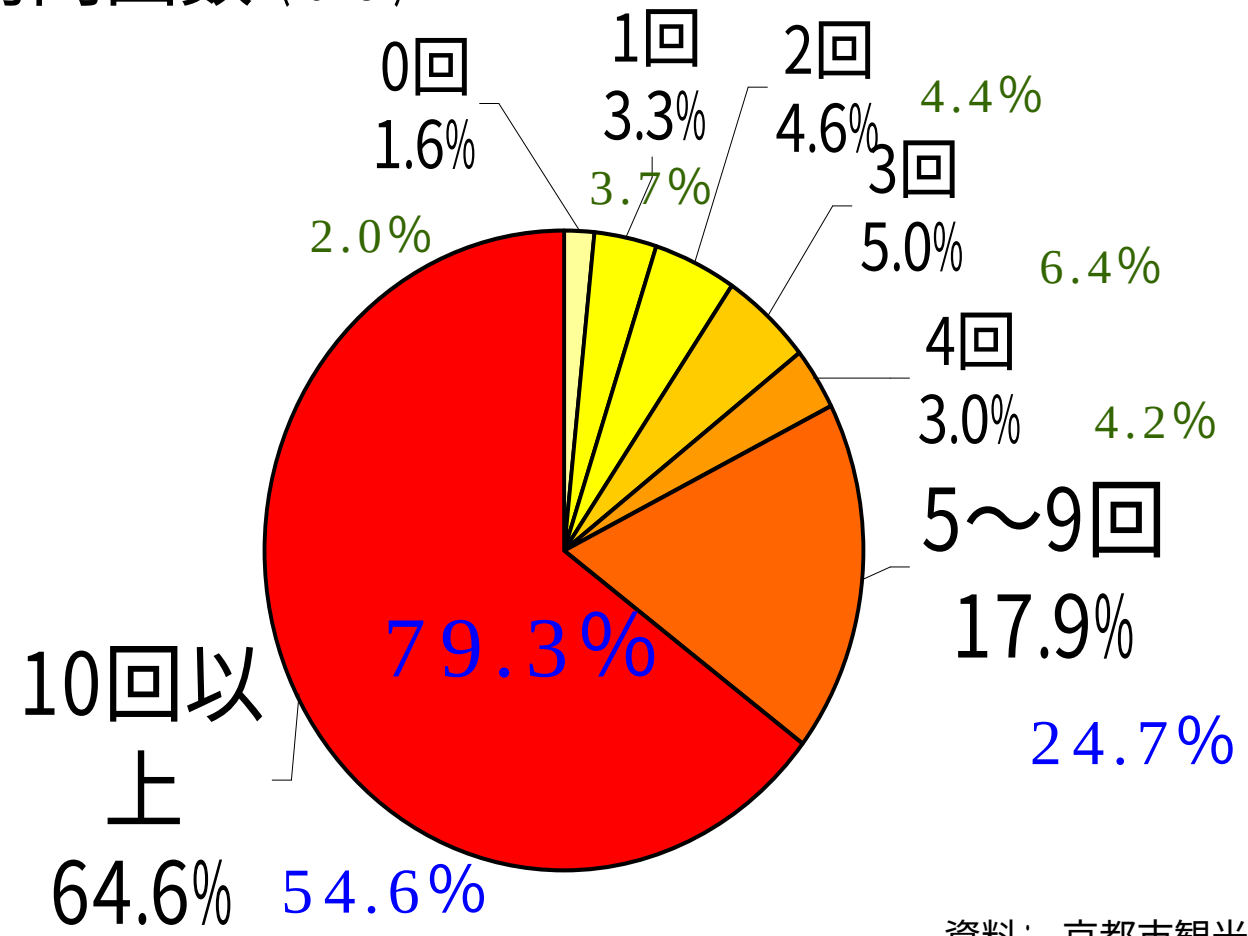


資料：京都市観光調査年報　平成16年

京都観光の現状

5回以上のリピーターが多い

京都訪問回数（05）

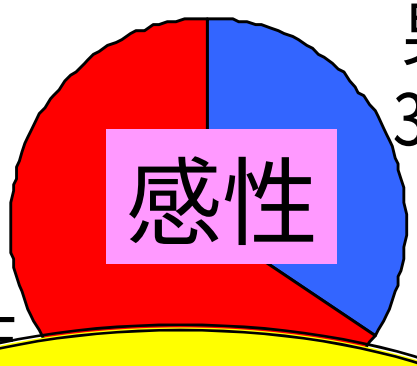


資料：京都市観光調査年報　平成16年

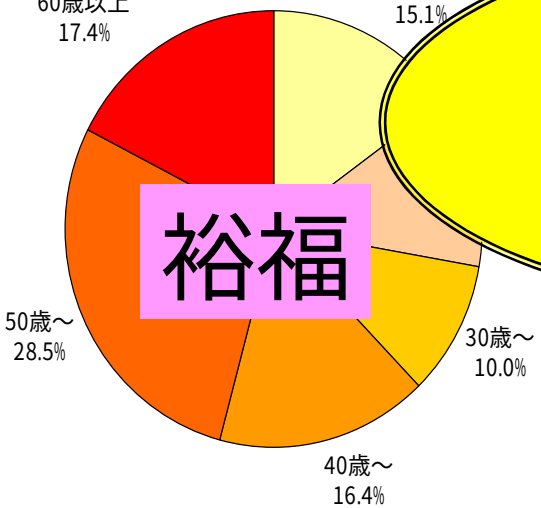
観光京都の秘訣

「女性」「中高年」「リピーター」がキーワード

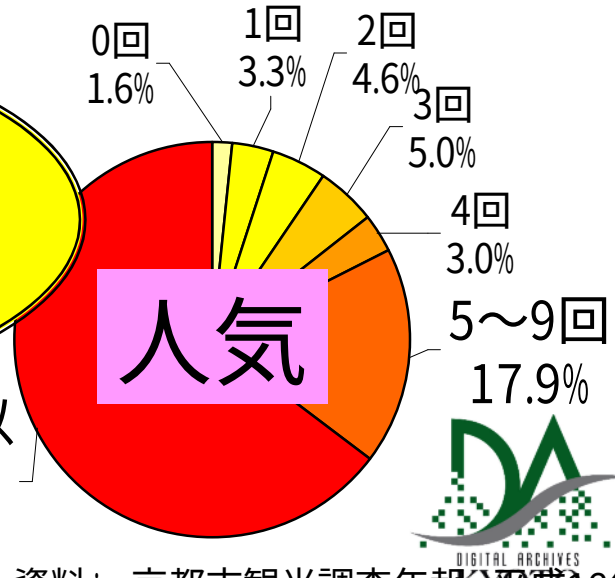
性別割合



年齢層別割合



入洛回数別割合



ブランド

資料： 京都市観光調査年報 平成16年

京都観光の現状

- 京都市観光調査年報　(２００６年)
  入込数による昭和２３年からの調査統計
- 入洛観光客数　４８,３９１,０００人
  １１年連続の増加、６年連続の過去最高更新
- 外国人旅行客数　８０２,６９９人
  宿泊外国人数、対前年度比　110.0%
- 修学旅行生徒数　１,００３,３３７人
  対前年度比　０.２%減　対象生徒数　１.７%減

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

世界遺産と観光

「五行五色…京の音風景…」から

京都の世界遺産

◆ 古都京都の文化財

1　賀茂別雷神社（上賀茂神社）
2　賀茂御祖神社（下賀茂神社）
3　教王護国寺（東寺）
4　清水寺
5　延暦寺
6　醍醐寺
7　仁和寺
8　平等院
9　宇治上神社
１０　高山寺
１１　西芳寺（苔寺）
１２　天竜寺
１３　鹿苑寺（金閣寺）
１４　慈照寺（銀閣寺）
１５　龍安寺
１６　本願寺（西本願寺）
１７　二条城

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

人気のある観光地

(%)

平成19年	
清水寺	21.2
嵐山	15.9
金閣寺	12.0
銀閣寺	9.7
南禅寺	9.5
高台寺	7.2
八坂神社	7.0
二条城	6.7
嵯峨野	6.4
鞍馬・貴船	6.1

平成18年	
清水寺	20.8
嵐山	15.8
金閣寺	11.7
銀閣寺	10.6
南禅寺	9.9
高台寺	8.5
八坂神社	7.2
嵯峨野	6.7
二条城	6.4
鞍馬・貴船	6.3

平成17年	
清水寺	22.1
嵐山	15.6
金閣寺	12.3
銀閣寺	11.6
南禅寺	10.7
高台寺	9.3
鞍馬・貴船	8.7
八坂神社	7.9
嵯峨野	6.4
二条城	6.2

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光地ベスト２５

清水寺	21.2
嵐山	15.9
金閣寺	12.0
銀閣寺	9.7
南禅寺	9.5
高台寺	7.2
八坂神社	7.0
二条城	6.7
嵯峨野	6.4
鞍馬・貴船	6.1

大原	5.6
東寺	5.6
四条河原町	5.3
平安神宮	5.3
京都駅ビル	4.7
下鴨神社	4.7
京都市美術館	4.5
知恩院	4.5
三十三間堂	4.2
京都御所	3.6

西本願寺	3.6
東本願寺	3.3
龍安寺	3.1
錦市場	2.8
伏見稲荷大社	2.5

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都の世界遺産

◆ ベスト10に無い！

1　賀茂別雷神社
2　賀茂御祖神社
3　教王護国寺
6　醍醐寺
7　仁和寺
10　高山寺
11　西芳寺
12　天竜寺
16　西本願寺

◆ 世界遺産で無い！

2　嵐山
5　南禅寺
6　高台寺
7　八坂神社
9　嵯峨野
10　鞍馬・貴船
11　大原
13　四条河原町
14　平安神宮
15　京都駅ビル
17　京都市美術館
18　知恩院
19　三十三間堂
20　京都御所
22　東本願寺
24　錦市場
25　伏見稲荷

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光の経済効果

「五行五色…京の音風景…」から

観光産業の広がり

- 産業の広がり

  国内の全産業にわたっている

- 投資額の少なさと投資効率

  小規模投資、資金回収が早い

- 地場産業とのつながり

  古くからの産業構造に立脚、職住近接

- 地産地消

  輸送・倉庫経費が不要、地域振興

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光の経済効果

- 旅行・観光消費動向調査

統計報告調整法に基づく承認統計

- 観光産業の経済効果測定

旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究

- 経済波及効果(05年)

旅行消費額（24.4兆円）生産波及効果（55.3兆円）

- 雇用創出効果(05年)

229万人、波及効果を含めた雇用総数469万人

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光消費額

- 国民の旅行消費額(05年)

27兆8300億円（前年より3800億円減少）

- 国民の国内旅行消費額(05年)

22兆8300億円（前年より1000億円減少）

- 国民の海外旅行消費額(05年)

6兆7700億円（前年より2700億円減少）

- 訪日外国人旅行消費額(05年)

1兆6500億円（前年より600億円増加）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

経済波及効果

- 観光客調査

  属性、旅行内容、旅行市場、購入率、購入単価

- 旅行消費額推計

  宿泊・日帰り、属性別、内容別、産業別

- 経済波及効果推計

  直接効果、生産波及効果、家計迂回効果

- 産業連関表係数

  雇用効果、税収効果、付加価値効果

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

観光統計

- 観光統計の現状

  包括的統計がない、統計の統一基準がない

- 観光統計の整備に関する研究

  地域間比較、経済波及効果、観光統計の体系化

- 今後の取り組み (国土交通省)

  宿泊統計の速やかな整備

  都道府県別観光統計の整備

  外国旅行者に関する統計の整備

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

地方観光統計の問題点

- 純粋の入込客統計でない

  入込客数が把握されているの北海道、沖縄

- 全国観光客統計に準拠しない

  （社）日本観光協会提案への準拠が少ない

- ダブルカウントも少なくない

  宿泊客数、施設入場者全部を数えている

- 数えすらしていないものもある

  目分量での推計値

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

あくなき挑戦
「五行五色…京の音風景…」から

京都観光のさらなる躍進

- 入洛観光客数５０００万人を維持
  ０８年　５０２１万人
- 外国人旅行客数を２００万人に
  ０８年　宿泊外国人数９４万人（2003年45万人）
- 修学旅行生徒数１００万人を維持
  ０８年　１０１万人
- 1人あたり観光消費額を2倍に
  ０７年　１３０００円（宿泊30000円）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

新・観光客５０００万人構想

- 「ゆとり うるおい 新おこしやすプラン21」
  「おこしやすプラン２１」を引き継ぐ新計画
- 京都からゆとりの旅の提案
  こころの時代、じっくり、ゆっくり
- 観光振興5つの宣言
  ５０００万人、脱クルマ、景観まちづくり、
  観光拠点都市、オール京都体制
- 持続可能性
  限られた予算、人材の集中的投入

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

新観光ビジョンの策定

さらなる観光振興をめざして

観光施策の戦略化

5000万人観光都市を数値目標に、

持てるものを最大限に利活用し、

戦略的施策と戦術的施策を織り交ぜ、

プライオリティとメリハリをつけ、

イメージ作戦で新たな京都ブームを作る

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都市の観光客調査

- 観光客数（入込客）統計

鉄道（ＪＲ、私鉄）、乗用車、バスによる入洛客

- 観光客動向調査

年８回（春夏秋冬・休平日）、１２０００サンプル

- 外国人･修学旅行客統計

ホテル、旅館に宿泊外国人数、国別、目的などを照会

- 経済波及効果調査（平成18年・4839万人）

観光消費額6371億円、経済波及効果1兆1660億円

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

SWOT分析

敵を知り、己を知る

強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
● １２００年の歴史，伝統文化，豊富な文化財 ● 山紫水明の自然環境と伝統的町並み ● 各行政区が1つの観光都市 ● 消費傾向が比較的高い中高年女性に人気 ● 人口集積地からのアクセスの利便性及び近隣における大都市の存在	● 観光客の時期的･場所的な集中 ● 観光需要に比して不足気味な観光案内基盤 ● 観光客の集中による文化財などの損傷 ● 不足気味の夜の観光の魅力 ● 都市の規模に比して狭小な道路事情 ● 京都観光振興組織･団体が複数存在
今後の機会 (Opportunities)	**今後の脅威 (Threats)**
● 国家戦略としての京都創生の実現 ● 京都ブームによる観光客の増加 ● 団塊の世代の退職に伴う市場の拡大 ● 国の観光立国政策＜ビジット･ジャパン･キャンペーン＞効果による訪日外国人の増加 ● 中国の経済発展に伴う観光マーケットの拡大	● 京都らしい都市景観の喪失 ● 観光関連分野の人材不足 ● 交通渋滞などに伴う市民の歓迎意識の低下 ● 他の観光地との更なる競争激化 ● 風紀の乱れ，厳しい治安情勢 ● 大規模災害，テロの発生

資料： 新京都市観光振興推進計画（中間案）

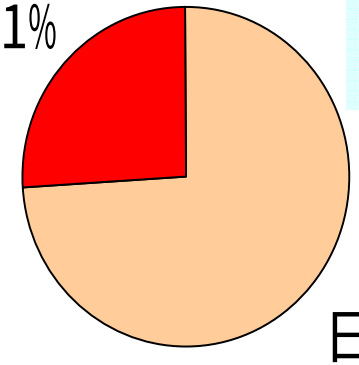
DIGITAL ARCHIVES KYOTO

京都観光の経済波及効果

他都市に比べ格段に高い　【地産地消型】

京都市における観光消費の経済波及効果

観光消費額　６３７１億円



日帰り観光客
消費総額　２４５７億円
一人当たり　６８７５円

宿泊観光客
消費総額　３９１４億円
一人当たり　３０９３２円

観光の経済波及効果

波及効果

１５年調査による推定率

１兆１６６０億円

資料：　京都市「平成１８年京都市観光調査年報」

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

新京都観光振興推進計画

～ゆとり　うるおい　新おこしやすプラン21～

平成17年　6月　第1回計画策定委員会
平成17年11月　中間案に対するパブリックコメントの募集
平成18年　1月　新京都市観光振興推進計画の発表

明確な方向付けで計画を練る

・オール京都の計画，明確な施策実施の役割分担
・計画目標を「提案」「宣言」で提示
・数値目標、優先順位を付け、成果を重視
・環境を基軸とした観光振興

メッセージ性の高いものにする

・京都からの旅の提案　「ゆとりの旅」
・観光振興5つの宣言

京都からのメッセージ

「ゆとりの旅」を提案　こころの時代をじっくり、ゆっくり

京都観光5つの宣言

- 5000万人観光都市の確かな実現
- 脱クルマ観光の推進
- 快適で満足度の高いまちづくり
- 日本を代表する外人観光客誘致
- オール京都の観光振興体制づくり

資料：新京都市観光振興推進計画（中間案）

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

優先順位（プライオリティ）

４つの分野に２１の事業

5000万人観光都市

・「京都おこしやす大学（仮称）」
・京都・花灯路と新風物詩の創出
・「冬の旅」等の強化・充実
・修学旅行生の維持拡大
・産業観光の振興

受入環境整備

・総合観光案内所の整備
・「まちなか観光案内所（仮称）」
・交通対策の更なる推進
・魅力ある京都の景観形成
・バリアフリー化の推進

外客誘致

・海外情報拠点の開設
・「国際おこしやすプロジェクト」
・観光関連情報多言語化
・携帯，IT技術による情報提供
・国際コンベンションの誘致

持続可能な観光振興

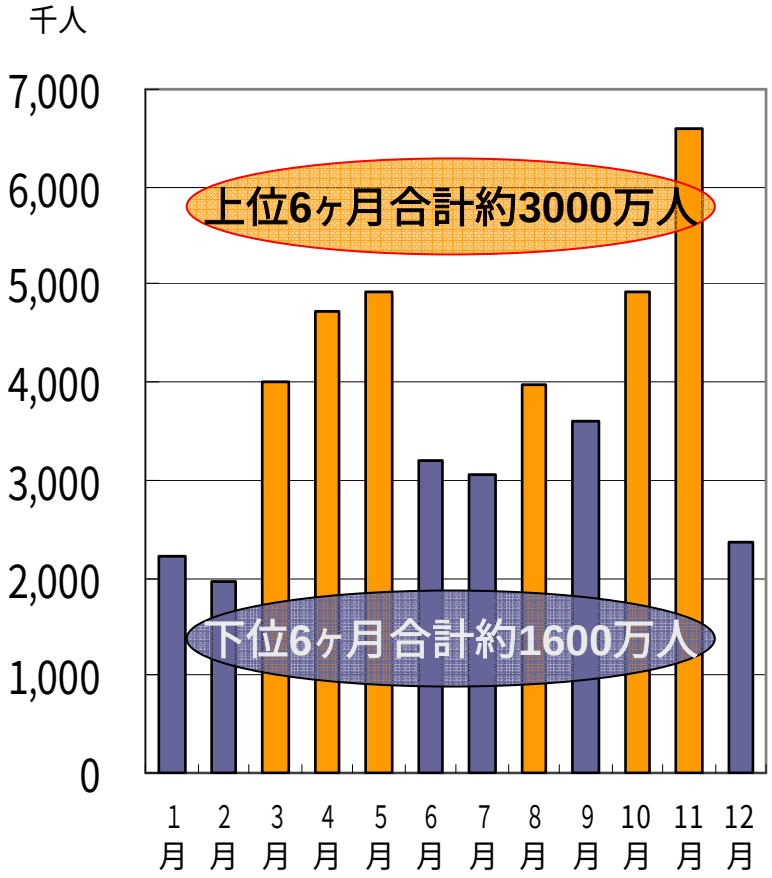
・オール京都の体制づくり
・市民ガイドの活用
・観光情報の継続的効果的発進
・観光大学及び学部の設置促進
・品格ある風土づくりの推進
・持続可能な財政基盤づくりの推進

資料：　新京都市観光振興推進計画

具体的集客戦略

下位６ヶ月の1600万人を2000万人に

月別観光客数



観光客数の推移

資料： 京都市観光調査年報・平成16年

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

集客戦略

景観、環境、文化、歴史、産業を利活用

観光立国宣言

国家戦略としての
京都創生

持てる力を結集！

景観･環境･文化

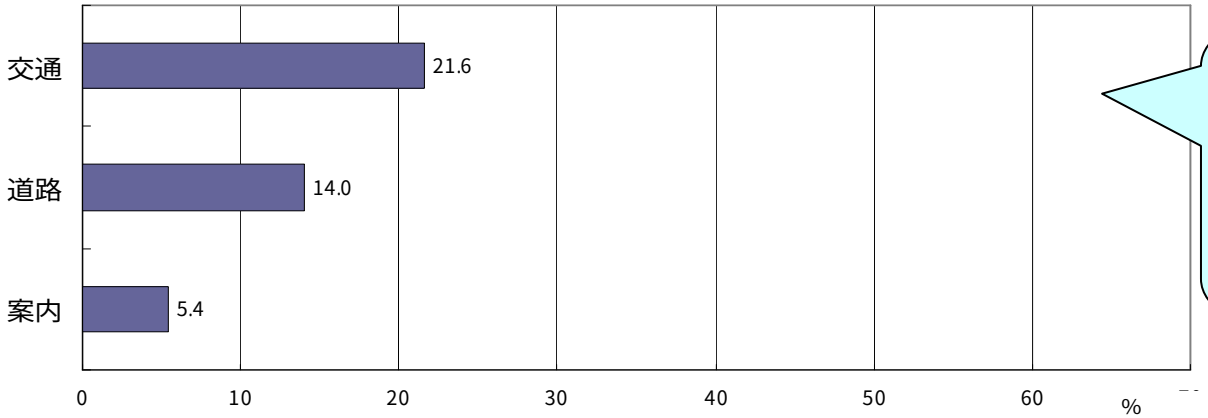
もてなし、こだわり

DIGITAL ARCHIVES
KYOTO

もてなし戦略

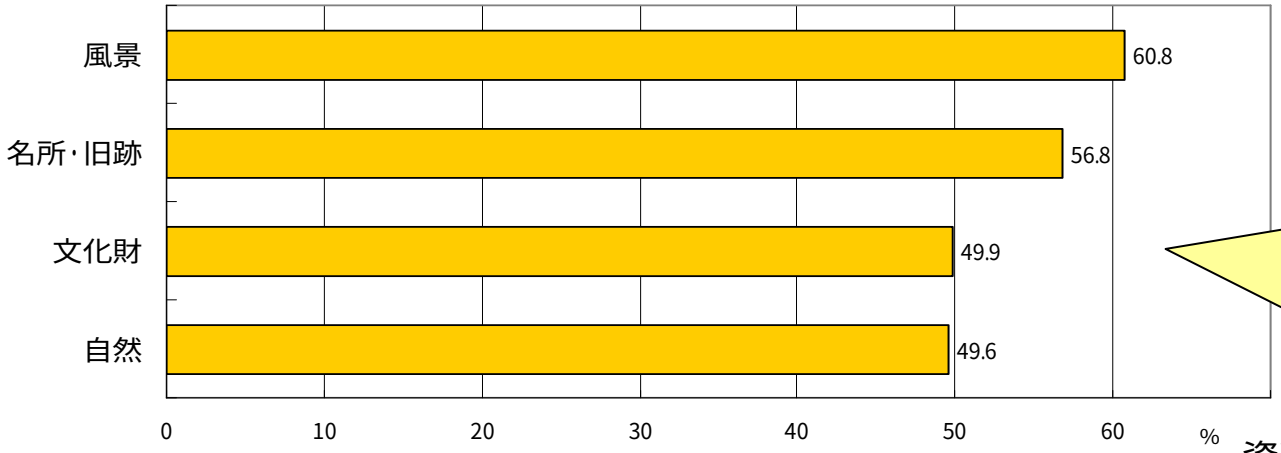
弱点の「交通」「道路」「案内」を2割改善

京都に関する感想　【わるい】



路上駐車が多い。
自転車のマナーが悪い。
一方通行が多い。
道がでこぼこしている。
観光案内所が混雑。
バス乗場がわかりにくい。

京都に関する感想　【よい】



言葉や雰囲気に和み感じた。
世界中でも比類ない素晴らしい文化・旧跡の街。日本の誇り。
古くからの伝統を守り続ける姿に感動。
東山のハイキングコースが◎

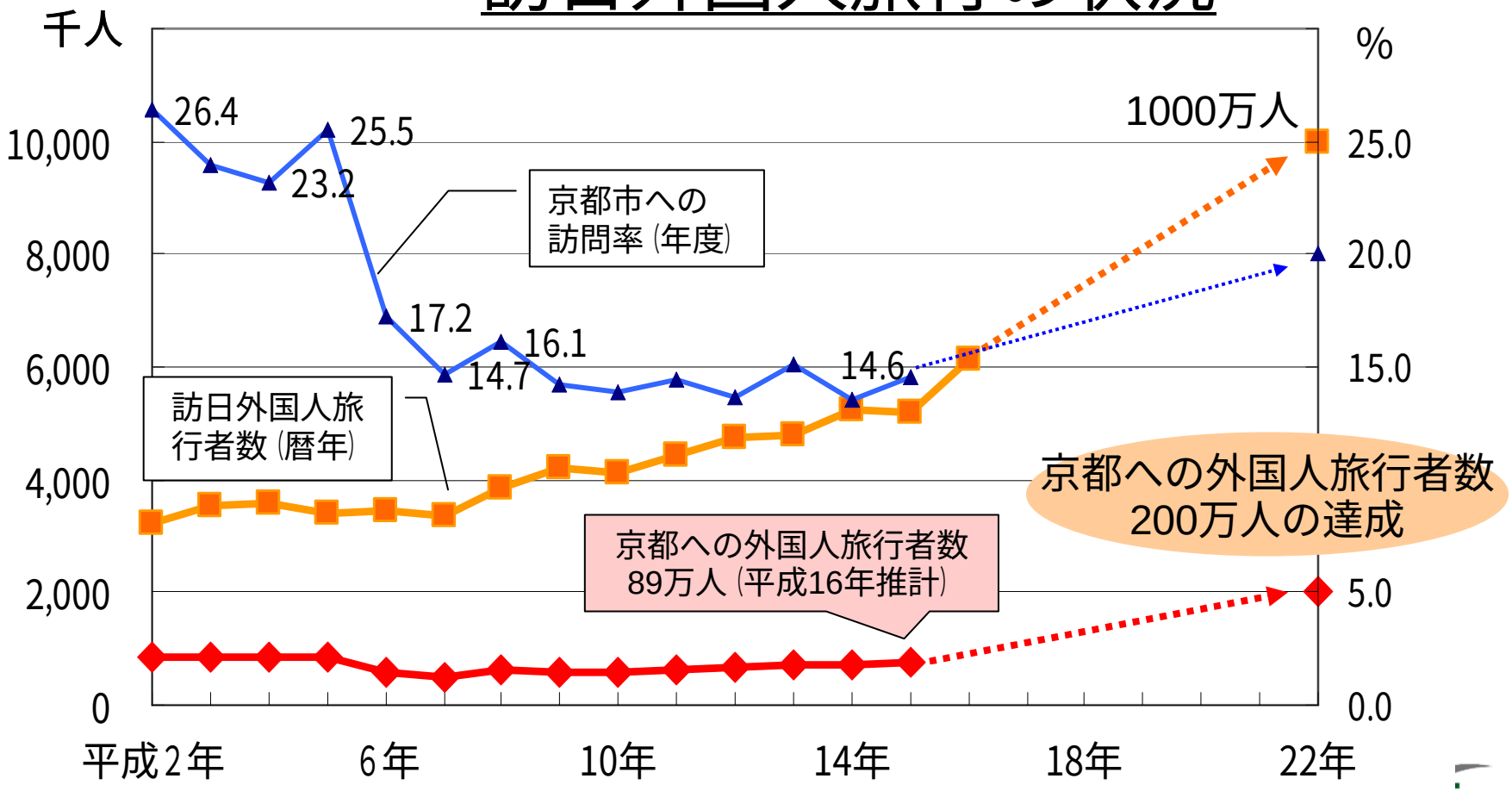
資料：　京都市観光調査年報　平成16年

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

インバウンド観光の推進

インバウンド89万人をに200万人に

訪日外国人旅行の状況

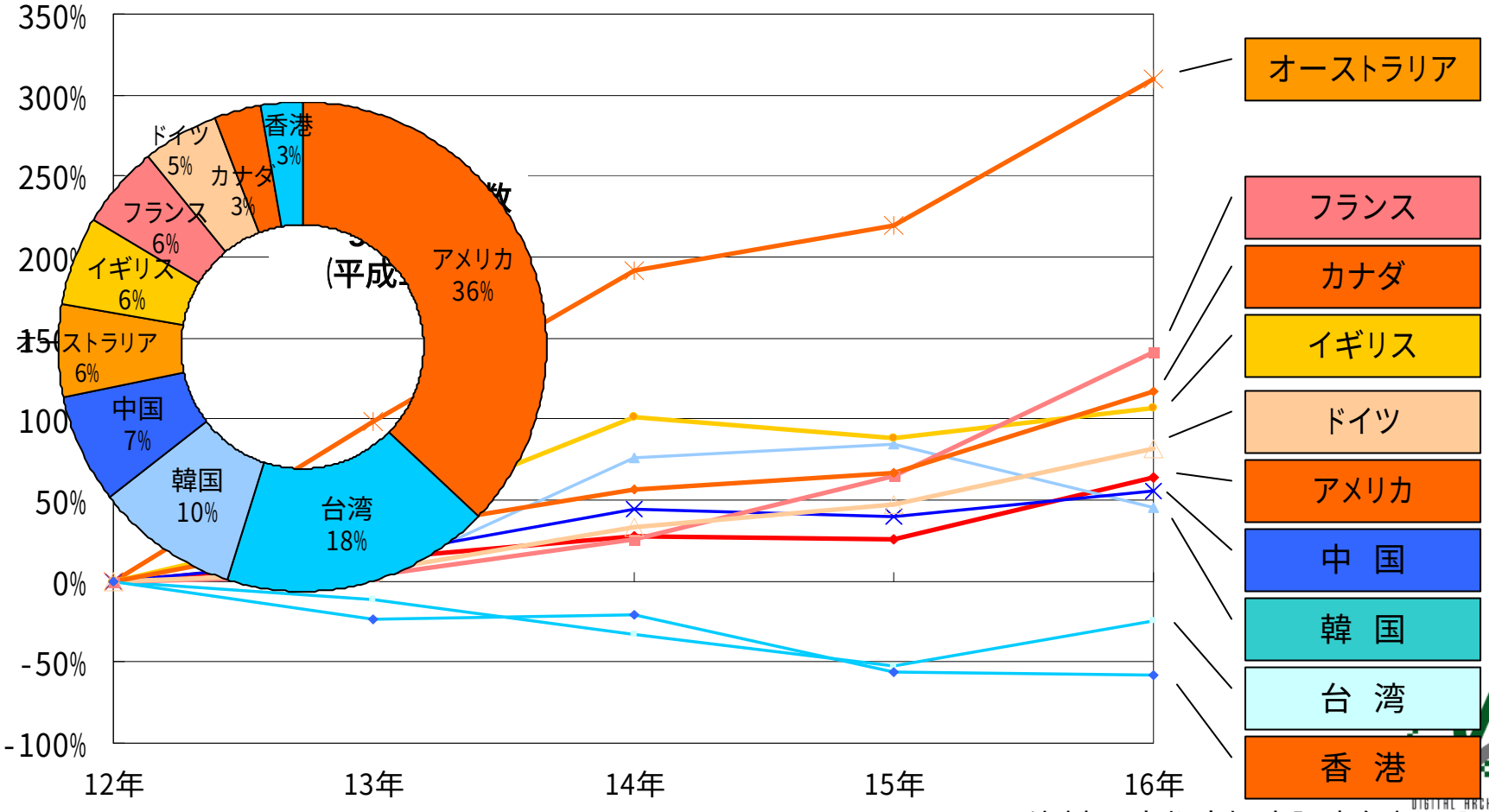


資料： 国際観光振興機構「訪日外国人旅行者調査」

インバウンドの戦略化

アジア・オセアニア市場を重点化

京都における国別外国人宿泊者数の変化　(平成12年＝0%)



資料：京都市観光調査年報　平成16年

新しいブランドの構築

- 認知度　浸透度　人気度
- 同調性と区別化の人間心理
- 京都新商標化計画

  ＮＥＯＫＹＯＴＯ計画、京都創造者憲章
- ベンチャービジネス

  伝統産業と先端産業の融合分野
- コミュニケーションビジネス

  町屋再生、無銭ＬＡＮ、大学コンソーシアム

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

新しいブランドの構築

- 認知度　高級品、良質品としての認知
- 浸透度　センスの良さのイメージ
- 人気度　他と差別できる良さ
- ポイントは「信者づくり」
  - 「新選組！」と「義経」によるブーム
  - 京都はすばらしいという「確信」
  - 商品の付加価値を上げる
- 「京」＝「上質」という錯覚を生む

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

おこしやす大学

京都学ぶ旅シリーズ

多彩なコース設定

京の文学部
京の文化財学部
京の精神文化学部
京の伝統文化学部
京の食文化学部
京の産業文化学部

旅行社の企画

京都市観光協会
ＪＲ各社、ＪＴＢ
近畿日本ツーリストほか

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

持続可能な観光振興

集めた入洛客を逃さぬために

- オール京都の体制づくり
- 府市民参加の観光ガイド
- 観光情報の継続的効果的発進
- 品格ある風土づくりの推進
- 観光大学及び学部の設置促進
- 持続可能な財政基盤づくり

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

国際観光学部の創設

- 日本の文化首都
  ５０００万人観光都市・京都
- 日本観光の拠点都市
  ホンモノの魅力、「和」の文化
- 計画の成否は人材育成
  ホスピタリティ溢れるおもてなし
- 持続可能な観光振興
  新しい人材供給

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

宣伝戦略

「五行五色…京の音風景…」から

宣伝方法

- マスコミによる宣伝
  テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、映画
- ポスター、ちらし、地図
  駅張り、社内吊り、街頭、広告スタンド
- 観光プロモーション
  キャンペーン、業者商談会、博覧会
- 口コミによる宣伝
  リピーター、インターネット、ブログ

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

テレビ放送

- ニュース番組
  ニュースネタ、取材依頼、上手な演出
- 観光番組、グルメ番組
  観光体験、特別料理、おもてなし、希少価値
- ＮＨＫ大河ドラマ
  「新選組！」「義経」「功名ヶ辻」
- ロケーションサービス
  ドラマの舞台、エキストラ、行政窓口

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

新聞雑誌出版

- スポンサー広告
  - スポンサー探し、記事への協力
- 取材協力、同伴解説
  - 記事執筆、写真提供、著作権処理
- 写真集ＣＤの発行
  - 著作権フリーの写真
- インターネット発信
  - インターネットからネタ探し

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

タイアップ広告

- 運輸機関との提携

  「そうだ京都、行こう」「三都物語」

- 旅行会社との提携

  京の冬の旅、京の夏の旅、おこしやす大学

- 外国機関との提携

  海外事務所、シドニー/富良野/京都

- 国、他の自治体との提携

  ビジットジャパン、源氏物語千年紀

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

プロモーション

- 京都観光プロモーション
  東京、ミューヨーク、シドニーなど
- 京都展、京都フェアーの実施
  全国京都展、物産展など
- 冬の旅、夏の旅京都商談会
  国内外の観光業者を京都に招待
- 修学旅行誘致
  沖縄、北海道、韓国、中国で誘致活動

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

パーソナリティ誘致

- おこしやす委員会
  １０１人の京都観光大使
- おこしやす大学
  職人、匠、通人、哲人、教授
- 舞妓キャンペーン
  何よりも強いインパクト、歩く広告塔
- ご当地ソング、民謡
  大奈、音頭、お囃子、太鼓

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

大会博覧会

◆ 大規模コンベンション (convention)

九州沖縄サミット　2000　沖縄，宮崎，福岡
ＣＯＰ３　1997　京都
水フォーラム　2003　京都，滋賀，大阪

◆ 万国博覧会

大阪万博　１９７０　「人類の進歩と調和」
沖縄万博　１９７５　「海～その望ましい未来」
筑波万博　１９８５　「人間，居住，環境と科学技術」
大阪花博　１９９０　「花，緑，生活と潤い」
愛知万博　２００５　「自然の叡智」2204万人

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

目的旅行

- インセンティブツアー（報償旅行）
  社員や販売員のモチベーションアップ
- スポーツ大会
  オリンピック、世界競技大会、国体、大学選手権
- 修学旅行、卒業旅行
  リピーターの卵の育成
- 新婚旅行、結婚旅行
  ブライダルを機にした思い出旅行

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

キャッチフレーズ

- 日本に京都があって良かった
  京都市のキャンペーンポスター
- 京都大原三千院
  「女ひとり」の歌詞、永六輔、いずみたく
- ようこそＪＡＰＡＮ
  観光立国キャンペーン
- のぞみが走って、日本が縮む
  ＪＲ西日本のぞみキャンペーン

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

現地事務所

- ＪＮＴＯ海外ネットワーク
  海外13カ所に海外観光宣伝事務所
- 地方自治体事務所
  首都圏に事務所と物産館
- 地元企業の事務所
  地元企業の海外拠点を使った宣伝活動
- 相手国企業との提携事務所
  京都市の場合、北京、ソウル、シドニー

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

ブランディング戦略

- ブームを起こす情報発信

  「こころ」を伝えるもてなし

- 質へのこだわり

  上質、優品への目利きと信義

- 地域の品格

  風格と自信と誇りに満ちた地産

- 互恵の精神

  一人勝ちでない共存共栄の精神

DIGITAL ARCHIVES KYOTO

さあ！一緒に考えましょう。
そして、まず行動しましょう。
「五行五色…京の音風景…」から