令和2年度事業報告

1 総括的概要

海の京都 DMO 京丹後地域本部は、令和元年 6 月 1 日に、通称名を「京丹後市観光協会」から「京丹後市観光公社」に改称し、新たなスタートを切りました。2 年度目の本年度は、「変革に向けた飛躍」「活動体制の維持発展」「事務事業の更なる抜本的な見直しの継続実施」を基本方針に掲げ、各種の事業を推進してまいりました。

とりわけ今年度は、新型コロナウイルス感染症の影響拡大により、当公社の事業計画を一部見直し、「新型コロナウイルス感染症対応事業」をいち早く予算化。市と共同で策定した「宿泊施設における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン(標準的対策)」を踏まえた感染防止策を徹底する中で、市の補助を受けながら、観光誘客のための事業等を切れ目なく展開し、落ち込んだ観光需要の早期回復を目指しました。

「コロナ禍における観光誘客(マイクロツーリズム)事業」として、6 月から 8 月にかけて、市内対象宿泊施設の宿泊代金を 1 人 1 泊につき最大 3,000 円を割引く市民向けの「泊まって応援キャンペーン」を、当公社の独自事業として実施しました。また、海水浴シーズン後の 9、10 月の閑散期には、市内対象宿泊施設で利用できる額面 5,000 円の旅行券(5,000 枚)を 2,500 円で販売する「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~秋旅~」事業を展開しました。更に、11~3 月のカニ時期についても、観光需要の落ち込み防止と維持向上を目的に「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~冬旅~」(同 10,000 枚)に取り組んだほか、メディアを活用した誘客プロモーションにも注力しました。

「WEB・マーケティング事業」では、新型コロナ対応事業(誘客キャンペーンや誘客プロモーション)を中心にマーケティング戦略を実践。専門家の助言を得ながら WEB ページの運用状況や WEB 広告の配信状況を分析し、データに基づくサイト改善と広告配信を継続して行いました。

「観光コンテンツ企画販売事業」では、㈱JTB と進める「ヘルスツーリズム事業」で、「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」が、昨年 12 月に「ヘルスツーリズム認証」を取得し、モニターツアーを実施するなどして、実販売に向けての検証を進めました。また、海の京都観光圏の主たる滞在促進地・タ日ヶ浦エリアの観光まちづくり促進に向けて、地元タ日ヶ浦観光協会とともにウィズコロナ時代に即したビーチコンテンツ(ライトアップ事業)を造成し、秋季の集客力アップに向けた実証事業を催しました。

「インナープロモーション事業」では、国府や市の経済的支援制度をはじめ、「Go To キャンペーン」などの旅行需要喚起策について、当公社の WEB サイトや会員専用 LINE、ニュースレター等により、会員に適宜情報発信するなどして、きめ細やかなサポートを行いました。合わせて、WEB アンケートによる新型コロナウイルス感染症の影響や事業要望を聞き取るなど、会員の意向に即した施策の立案、実施に努めました。また、顕在化する人手不足の喫緊の課題への対応として、ハローワーク峰山との連携強化(情報共有)に加え、㈱おてつたびとの連携により、新型コロナ感染防止対策を講じながら、地域課題に関心のある地域外の若者と、短期的・季節的な人手不足で困っているお宿をマッチングする"全国初"の取り組みを始めました。

「収益事業」では、「丹後 100km ウルトラマラソン大会」や春から秋にかけて実施予定だった大手バス会社とのタイアップ事業「京丹後縦断ジオトレイル」が、残念ながら中止となりました。 更に、7月に予定していた「東京五輪スペイン&ポルトガルカヌーチーム直前合宿」の1年延期等により事業収入が伸び悩む中、当公社独自のECサイト「京丹後ふるさと便」を開設したり、 ふるさと納税制度を活用した宿泊クーポン券の取り扱いをスタートさせたりして、新たな自主財源獲得に向けた試みをスタートさせました。



以上の取り組みにより、令和 2 年 4-6 月期に対前年同期比 \triangle 78%まで落ち込んだ観光入込客数は、国の「GOTO キャンペーン」との相乗効果や 12 か所で海水浴場が開設されたこともあって、7月から回復をし始め、8 月以降は予約を含めて前年を上回る伸び率を見せました。しかし、12 月 28 日からの「GOTO キャンペーン」の全国一時停止や「緊急事態宣言」の再発令及び延長の影響もあり、令和 2 年の「年間観光消費額」は 61 億円(対前年比 86%)、「年間宿泊者数」は 30 万人(同比 84%)となりました。

未だ、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中ですが、今後におきましても理事及び 職員並びに会員が一丸となって、感染防止に努めながら、ウィズコロナ、アフターコロナを見据 えた対応策の実施及び組織の運営を推し進めてまいります。

2 目標の達成状況

項目	現 (H28年)	目 標 (R4 年)	実 (R2 年)	H28 年比較
年間宿泊客数	36 万人	46 万人	30 万人	約 17%減
年間外国人宿泊客数	2,657 人	9,000 人	1,372 人	約 48%減
年間観光消費額	68 億円	85 億円	61 億円	約 10%減

3 会員の異動状況

【会員数】

	区 八	H2.4.1 現在	期間中増減		R3.3.31 現在
	区分	П2.4.1 先往	増	減	N3.3.31 54任
正	会 員	170	9 [網野5 久美浜4]	▲10 「丹 後▲4 網 野▲3 弥 栄▲3	169
賛	助会員	313	9 [網野4] 弥栄1 峰山1 大宮3	▲10 □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □	312
合	計	483	18	▲ 20	481

4 役員構成

役 職	氏 名	役 職	氏 名
地域本部長	齊藤 修司	理事	豊浦 克也
副本部長	和田 正人	"	中村 秀雄
副本部長	田中 智子	"	岩下 邦生
専 務 理 事	木村 嘉充(R2.8.21 就任)	"	梅田 肇
理事	東 洋次郎	"	中川 正樹(R2.8.21 就任)
"	吉岡 聖	"	嶋田健一郎
IJ.	丹羽 祐介	"	高杉 勝彦
"	加藤 基次	監 事	今田 弘一
"	谷口 達彦	"	大場 耕作

5 事務局

京都府京丹後市網野町網野 367 アミティ丹後 内

6 会 議

【総会】

月日	会 議 等 名	会場
R2.5.29	令和2年度定時総会(書面表決)	京丹後市観光公社
R2.8.21	令和2年度臨時総会(書面表決)	京丹後市観光公社

【正副理事長会議】

月日	会 議 等 名	会場
R2.4.3	第1回正副理事長会議	市役所網野庁舎別館
R2.5.29	第2回正副理事長会議	アミティ丹後
R2.7.8	第3回正副理事長会議	アミティ丹後
R2.7.28	第 4 回正副理事長会議	アミティ丹後

【三役会】

月日	会 議 等 名	会場
R2.8.25	第1回三役会	アミティ丹後
R2.11.5	第2回三役会	京丹後市コワーキングスペース
R2.12.10	第3回三役会	京丹後市コワーキング、スペ゜ース
R3.1.20	第4回三役会(市観光振興課との意見交換)	アミティ丹後
R3.3.29	第5回三役会	アミティ丹後

【理事会・支部長会議】

月日	会 議 等 名	会場
R2.4.14	第1回理事会	市役所網野庁舎別館
R2.4.28	第2回理事会	市役所網野庁舎別館
R2.5.4	臨時支部長会議	京丹後市コワーキングスペース
R2.6.5	第3回理事会	市役所網野庁舎別館

月日	会 議 等 名	会場
R2.7.22	第4回理事会	市網野保健センター
R2.9.10	第5回理事会	市網野保健センター
R2.10.16	第6回理事会	市網野保健センター
R3.2.8	臨時理事会(市観光振興課との意見交換)	市網野保健センター
R3.2.16	臨時理事会(市観光振興課との意見交換)	市網野保健センター
R3.3.15	第7回理事会	市網野保健センター

【市長懇談・市長訪問】

月	日	会 議 等 名	会場
R2.5.2	27	市長要望(新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴う支援について)	市役所峰山庁舎
R2.12	.16	市長要望(令和3年度事業について)	市役所峰山庁舎

【海の京都 DMO 取締役会・社員総会】

月日	会 議 等 名	会場
R2.6.9	第1回取締役会	みやづ歴史の館
R2.6.29	定時社員総会	宮津市福祉・教育総合プラザ
R2.6.29	第2回取締役会	宮津市福祉・教育総合プラザ
R2.9.9	第3回取締役会	宮津市福祉・教育総合プラザ
R2.12.22	第 4 回取締役会	宮津市福祉・教育総合プラザ
R3.3.24	第5回取締役会	京都北都信用金庫本店

【海の京都 DMO 地域本部事務局長会議】

月 日	会 議 等 名	会場
R2.5.27	第1回地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R2.8.4	第2回地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R2.9.1	第3回地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R2.12.11	第 4 回地域本部事務局長会議	府宮津総合庁舎
R3.2.19	第5回地域本部事務局長会議	宮津市福祉・教育総合プラザ

【観光公社主催会議等】

月日	会 議 等 名	会場
R2.6.29	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン相談会(丹後町会場)	市役所丹後庁舎
R2.6.30	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン相談会 (網野町会場)	アミティ丹後
R2.7.1	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン相談会(久美浜会場)	市役所久美浜庁舎
R2.12.3 R2.12.4	観光業「求人相談会」	アミティ丹後

【その他会議等】

R2.4.9		会場	
102.1.0	丹後 100 ㎞ウルトラマラソン実行委員会	市役所峰山庁舎	
R2.5.19	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン策定会議	市役所網野庁舎別館	
R2.5.22	京丹後市ドラゴンカヌー選手権大会実行委員会	市役所久美浜庁舎	
R2.5.28	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン策定会議	市役所網野庁舎別館	
R2.6.3	海水浴場開設者会議	市網野保健センター	
R2.6.8	京都府観光連盟通常総会	京都東急ホテル	
R2.6.10	新型コロナウイルス感染拡大防止対策ガイドラ イン策定会議	府丹後広域振興局	
R2.7.3	海水浴場水難対策懇談会	市網野保健センター	
R2.7.6	旅館・宿泊業等の支援に係る意見交換会 (山下府 副知事)	京都府庁	
R2.7.17	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」 京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.7.21	「京丹後市ジオパークネットワーク推進会」幹 事会	市網野保健センター	
R2.7.29	Tango Good Goods 認定推進委員会	アミティ丹後	
R2.8.7	「京丹後市ジオパークネットワーク推進会」幹 事会	市役所網野庁舎	
R2.8.7	京都府観光振興ネットワーク会議	京都タワーホテル	
R2.8.20	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」 京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.8.26	京丹後市庁舎整備検討委員会	市役所峰山庁舎	
R2.8.27	京丹後市総合計画審議会	市役所峰山庁舎	
R2.9.4	京丹後市観光立市推進会議	市役所峰山庁舎	
R2.9.18	京丹後大学駅伝(仮称)後援会設立総会	市役所峰山庁舎	
R2.9.8	「京丹後市民民れんけい推進本部」意見交換会	市役所峰山庁舎	
R2.9.25	京丹後市庁舎整備検討委員会	市役所峰山庁舎	
R2.9.25	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.9.28	海水浴場開設者等懇談会	市網野保健センター	
R2.9.29	京丹後市総合計画審議会	市役所峰山庁舎	
R2.9.30	「京丹後市ジオパークネットワーク推進会」幹 事会	市網野保健センター	
R2.10.3	「京丹後はごろも陸上競技場」リニューアル完 成式典	京丹後市峰山途中ヶ丘公園	
R2.9.30	ワールドマスターズゲームズ 2021 関西京丹後 市実行委員会総会	市役所峰山庁舎	
R2.10.22	京丹後市庁舎整備検討委員会	市役所峰山庁舎	
R2.10.26	京丹後ガストロノミカ	アミティ丹後	

月日	会 議 等 名	会場	
R2.10.27	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」 京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.10.29	「京丹後市ジオパークネットワーク推進会」幹 事会	市網野保健センター	
R2.11.4	ジオパークネットワーク最大活用会議	市網野保健センター	
R2.11.5	京丹後市総合計画審議会	市役所峰山庁舎	
R2.11.11	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」 京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.11.15	京丹後青年会議所創立 55 周年記念式典	プラザホテル吉翠苑	
R2.11.17	市内観光業界人手不足対策会議	市役所峰山庁舎	
R2.11.24	京丹後市総合計画審議会	市役所峰山庁舎	
R2.12.20	山陰近畿自動車道早期実現促進大会	府丹後文化会館	
R2.12.21	元安倍首相秘書官・長谷川栄一氏来丹懇話会	プラザホテル吉翠苑	
R2.12.22	田中彩子モノオペラ「細川ガラシャ」 京丹後公演 実行委員会	市峰山中央公民館	
R2.12.23	㈱ANA 総合研究所・稲岡副社長市長訪問同席	市役所峰山庁舎	
R3.3.2	網野北小観光ガイドブック贈呈式	アミティ丹後	
R3.3.16	丹後 100 kmウルトラマラソン実行委員会	市役所峰山庁舎	
R3.3.17	ワールドマスターズゲームズ 2021 関西京丹後 市実行委員会総会	後 市役所峰山庁舎	
R3.3.24	京丹後市観光立市推進会議	市役所峰山庁舎	
R3.3.25	「安全で安心な観光とふるさと創生推進に係る 包括的な連携・協力に関する地方創生協定」締結 式 (㈱ANA 総合研究所・京丹後市・京丹後市観光公社)	市役所峰山庁舎	

7 受託事業

- ○大宮ふれあい工房管理運営委託業務(京丹後市教育委員会)
- ○海の京都来訪者満足度調査(海の京都 DMO)
- ○京丹後市コワーキングスペース運営管理業務(京丹後市)

8 職員研修の状況

【主な受講研修会等】

研修等名	主催者	参加者
京丹後 ICT 活用セミナー「Google Local Guide を活用したマイクロツーリズム研修」	京丹後市地域雇用促進協議会	1人
食品衛生責任者実務講習会	京都府丹後保健所	1人
京都観光おもてなし人材育成セミナー	京都府観光連盟他	1人
海の京都 DMO 会計担当者研修会	海の京都 DMO	6人
シーカヤックモニターツアー	翔笑璃	3 人
e-Bike ガイドツアー	丹後エクスペリエンス	4 人
与謝野「ファン光」ロゲイニング	与謝野町観光協会	5人

研修等名	主催者	参加者
WEB マーケティング研修会	日本観光振興会関西支部	1人
労務管理セミナー	京都労働基準協会丹後支部	2 人
「世界の観光業の取り組みから学ぶ、自治体・DMO が今まさにすべきこと」※オンライン	やまとごころ	2 人
「観光インバウンドフォーラム〜観光地の緊急時対応と復興戦略〜」※オンライン	事業構想大学大学院	4 人
「アウトドア・アクティビティ再開に向けて必要なこと、サステナビリティの観点から見た可能性」※オンライン	やまとごころ	6人
「今、自治体の観光・インバウンド担当者がやる べきこととは?」※オンライン	やまとごころ	2 人
「復興に向けリーダーシップをとるアメリカの DMO から学べること」※オンライン	やまとごころ	3 人
「With コロナ時代のホスピタリティ ~今後ガイドに求められることとは?~」※オンライン	やまとごころ	2 人
「サステイナブル・トラベル・フィンランド・プログラム」※オンライン	やまとごころ	2 人
「with コロナ時代の京都観光の打ち手とは?~マイクロツーリズムの可能性を探る~」※オンライン	観光経済新聞社	2 人
「じゃらんリサーチセンター 観光振興セミナー」※オンライン	リクルートライフスタイル	2 人
「観光ニューノーマル これからの観光 PR とは ~動画プロモーションと先進映像技術の活用~」 ※オンライン	やまとごころ	5人
「ニューノーマル時代の地域観光経営と経済活性化」※オンライン	アメリカ大使館	3 人
「高付加価値化で海外富裕層を取り込め」※オンライン	九州観光促進コンソーシアム	1人
「アフターコロナの地域戦略〜サステイナブル な地域をつくる観光再生」※オンライン	やまとごころ	2 人
「新しい観光創出セミナー」※オンライン	近畿運輸局観光部	2 人
「『地域共創型』ふるさと納税運営のノウハウと ポイント講座」※オンライン	Native Media	2 人

9 職員の資格取得状況

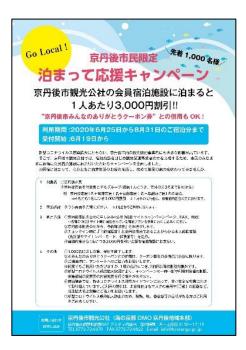
「国内旅行業務取扱管理者試験」にプロパー職員2人が合格

10 事業報告

ました。

- (1) 新型コロナウイルス感染症対応事業
- ①「泊まって応援キャンペーン」を実施(新規)

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響を受ける会員宿泊施設や関係事業者への送客を目的に、市内対象宿泊施設の宿泊代金を1名1泊につき最大3,000円割引く市民向けの「Go Local!京丹後市民限定 泊まって応援キャンペーン」を実施。コロナ禍において、地元に目を向け長距離移動による感染リスクを避けながら旅行できる"マイクロツーリズム"の実践により、緊急事態宣言下で落ち込んだ域内消費を喚起するとともに、市民に地域の良さを再認識してもらい、宿泊事業者には、既存の顧客に加えて地域との関係性をより深めてもらう機会ともなるよう、当公社の単独事業として取り組みました。利用者へのアンケート調査の結果(回答者151人)では、97.9%が「従業員の対応の良さ」を評価し、また「安心して宿泊できたか」の問いに対して「大変安心できた」「やや安心できた」を含む「そう思う」が97.4%を占め



■対象期間 令和 2 年 6 月 25 日から 8 月 31 日までの宿泊分

■参加施設 61 施設(公社会員施設のみ)

■宿泊人数 575 人/限定 1,000 人 (57.5%)

■取扱額 8,021 千円

■取扱収入額 721 千円

②「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~秋旅~」を実施(新規)

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響を受ける市内宿泊施設への送客を目的に、秋期



の宿泊を対象に市内対象宿泊施設で利用できる額面 5,000 円の旅行券を 2,500 円で販売する「京丹後ふるさと旅行券 キャンペーン」を実施。利用特典としてフルーツや新米など をプレゼントすることにより、市内地場産業を活性化する とともに域内消費を喚起しました。

利用客へのアンケート調査の結果 (回答者 905 人) では、このキャンペーン企画に対して「大変満足」「やや満足」を含めて 97.9%が「満足」と回答。また、「宿泊施設を選んだ理由」として、「料理が魅力的」がトップを占める (26.8%) など、『食』に対する満足度の高さが伺えました。40.6%が「9、10 月の京丹後への旅行は初めて」と答えるなど、秋期の観光需要創出と通年型の観光地づくりの契機にもなりました。

■対象期間 令和 2 年 9 月 1 日から 10 月 31 日までの宿 泊分

■参加施設 86 施設(公社会員75 施設、公社非会員11 施設)

■販売枚数 5,000 枚

※当初:3,500 枚、追加(8月21日):1,500 枚

※8月3日販売開始、8月27日完売

- ■販売店舗 全国のコンビニ 4 社 (セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、ミニストップ) のチケット端末
- ■利用枚数 4,948 枚 (24,740 千円分) ※未使用 52 枚
- ■宿泊者数 2,856 人(1,106 組)
- ■キャンペーンによる取扱額

ア. 宿泊 62,427,697円(@21,858円) ※宿の実績報告の積算(宿泊代金+飲物等)

イ. 特典 2,086,500円

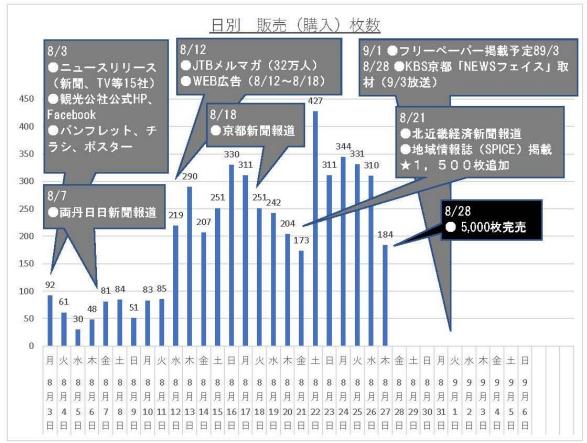
・新米 2 合 852,000 円 (@400 円×2,130 件) フルーツスムージー 685,000 円 (@500 円×1,370 件)

└ 梨 549,500 円 (@500 円×1,099 件)

■キャンペーンの広報プロモーション実績







③「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~冬旅~」を実施(新規)

本市の重要なカニ時期(11~3月)の観光需要の落ち込み防止と維持向上のため、会員等への事前アンケートの実施により、市内対象宿泊施設で利用できる額面5,000円の旅行券を2,500円で販売する「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~冬旅~」を展開しました。今回のキャンペーンでは、利用者に、京丹後の旬の特産品「久美浜かき(牡蠣)」や、市内で利用できるガソリン券・タクシー券を特典として提供するなどして、市内観光産業を活性化し、域内の消費喚



起(地場産業の振興)と観光産業の高付加価値化も同時に進めました。

令和2年10月12日の販売開始を前に、9月25日から当公社ホームページを使ったWEB広告や㈱JTBによるメールマガジンの配信、またマイクロツーリズムの促進を目的とした京都市以南向けの「リビング京都」や丹後但馬エリア向けのタウン情報誌へ広告を掲載するなどして、広報プロモーションを重点的に実施。これにより、問い合わせの電話が殺到し、また販売当日には、当公社の公式HPへのアクセスの集中により、一時、サーバがダウンする事態となりました。販売開始からわずか3分で販売枚数の10,000枚が売り切れ、買えなかったことに対する苦情などが多く寄せられる(販売当日約500件)など、予想を超えた大きな反響がありました。

なお、販売当初は、利用期間を「令和2年11月6日から令

和3年3月20日の宿泊分まで」としていましたが、新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言発令等の影響により、「令和3年6月30日の宿泊分まで」に延長して実施中です。利用者アンケート(令和3年2月末現在、回答者762人)では、総合満足度の問いに対して「大変満足」「やや満足」を含めた「満足」が97.6%を占めたほか、98.3%が再来訪意向を持っているなど、リピート率の高さを裏付ける結果となりました。また利用特典の「久美浜かき」に関する設問では、49.7%が「京丹後が牡蠣の産地であると知らなかった」と答え、「今後食べてみたいか」との問いに対しては、「大変そう思う」「ややそう思う」を含めて88.4%が「そう思う」と関心を寄せています。

- ■対象期間 令和2年11月6日から令和3年6月30日までの宿泊分 ≪当初は令和3年3月20日までの宿泊分。令和3年度に事業を繰越≫
- ■参加施設 112 施設 (会員 91 施設、非会員 21 施設)
- ■販売枚数 10,000 枚

※令和2年10月12日(月)販売、午前10時販売開始、わずか3分で完売

■販売店舗 全国のコンビニ 4 社(セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、ミニストップ)のチケット端末

- ■利用枚数 8,423 枚 (42,115 千円分) ※令和 3 年 3 月 31 日までの宿泊分
- ■宿泊者数 4,521 人(1,360 組) ※同上
- ■キャンペーンによる取扱額 ※同上

ア. 宿泊 113,046,238円

※宿の実績報告の積算(宿泊代金+飲物等)

イ. 特典 3,574,199円

ガソリン券 1,078,000円 タクシー券 8,000円 久美浜かき 2,488,199円



■広報プロモーション実績

月日	広報実施内容
9月21日	(1) 北近畿経済新聞 告知記事掲載 (秋キャンペーン好調記事)
	(2) ニュースリリース(新聞、ラジオ、TV 等 15 社)
	(3) パンフレット (20,000 部)・ポスター配架開始 (各宿・観光施設等約 160 カ
9月25日	所)
	(4)「City living」(京都リビング新聞社発行) 令和 2 年 9 月 25 日号(約 41,000
	部:京都市内オフィス中心)広告掲載
	(5) 観光公社 VKT Facebook (カニシーズン告知) (フォロワー数:約 12,900)
	(6) 観光公社 WEB サイト キャンペーンページ公開
	(7) 観光公社 Facebook (フォロワー数:約 3,500)
9月28日	(8) 京丹後市役所 Facebook(フォロワー数:約 3,600)
	(9) キャンペーンページバナー配布(参加宿泊施設 108 施設)
	(10) 観光公社 WEB 広告開始(検索広告、ディスプレイ広告)
	≪令和2年9月30日~10月11日:12日間・関西圏≫
9月30日	(11)京都府観光連盟 WEB サイト 新着情報掲載
	(12)海の京都 DMO WEB サイト 新着情報掲載
10月1日	(13) フリーペーパーJAM10 月号 (22,000 部: 但馬丹後エリア) 広告掲載
	(14)野村證券京都支店 店頭ディスプレイ開設
10月2日	(15)「リビング京都」(京都リビング新聞社発行) 令和 2 年 10 月 3 日号(約
	493,000 部:京都市内等)広告掲載
10月5日	(16)北近畿観光連盟「まるごと北近畿」Facebook・HP 掲載
	(17) リビング FM (FM845: 京都市南部・宇治市・城陽市・八幡市・京田辺市・
10月6日	大阪府枚方市)公社職員の電話出演
	(18) ㈱JTB 公式 WEB サイト ページ公開
10月8日	(19) αステーション『UMI NO KYOTO NAVIGATION』番組内告知
	(20) 北近畿観光連盟「日本列島心のふるさと観光展」パンフレット・ポスター
10月9日	出展(掲示)
	(21) 京都新聞 23 面「地域」に記事掲載
	(22)「リビング京都」10月10日号(約493,000部:京都市内等)広告掲載
10月10日	(23) α ステーション「7 COLORS FANTASY」番組内告知
	(24)朝日新聞 25 面「丹後・丹波」に記事掲載
10月12日	(25)㈱JTB メールマカジン(関西圏 32 万人配信)

④春の観光プロモーション事業を実施 (新規)

新型コロナウイルス感染拡大による大きな影響を受けたカニシーズンの挽回を図るとともに、 例年は閑散期となる 4 月から 5 月の誘客と「観光地 京丹後」の認知拡大を図るため、主に、 京阪神地域をターゲットに、「京丹後の"春の観光"プロモーション」活動の強化に取り組みまし た。また、当公社の WEB サイト「京丹後ナビ」内に、レンタサイクルの特集ページを作成し

ました。



- ■「リビング京都」への広告掲載
- ·掲載日 令和3年3月20日発行号、同年3月27日発行
- · 発行部数 約 493,000 部 (京都市内等)
- ■「City living」(発行:京都リビング新聞社)への広告掲載
- ・掲載日 令和3年3月26日発行号
- ・発行部数 約41,000部(京都市内のオフィス・市営地下 鉄全駅)

◆リビング京都(3月27日号)

- ※その他、JR 西日本の近畿エリア「快速電車」への車内広告や情報誌「SPICE」への広告掲載を 令和3年4月に予定しています。
 - ア. JR 西日本の近畿エリア「快速電車」への車内広告
 - ・広告期間 令和3年4月1日から1カ月間(予定)
 - ・広告場所 近畿広域エリアの快速電車の全車両の窓上(横 103cm、縦 28cm のポスター) ※掲載枚数: 2,250 枚
 - イ. 情報誌 SPICE への広告掲載 (令和3年4月1日発行号を予定)
 - ・発行部数 約50,000部(豊岡等の但馬地域・京丹後市内)

(2) WEB・マーケティング事業

①WEBマーケティング事業に注力(継続)

■WEBマーケティング会議での取り組み

年間 22 回開催。今年度は、新型コロナウイル スの影響により、従来の広告配信を中心とした積 極的な誘客 PR によるマーケティングが困難にな ったため、WEB を含めた新型コロナ対応事業を



中心とする事業全体について、必要な対策やその実施時期の検討から始めました。

まず最初に、会員に有益情報を速やかに伝達するための「コロナ関連情報ページ」の制作を 開始。その後は、キャンペーンを実施しながら、段階的に誘客を進めることとし、その実施目 的やターゲット、また世間情勢に合わせた広報媒体の選択、さらには WEB ページ、パンフレ ット等の構成と訴求内容を検討。アクセス解析ツールを使いながら、ページの運用状況や広告 配信状況を分析し、データに基づく改善と広告配信を継続して行いました。

「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン」の利用者アンケートでは、「秋旅」の回答者の約50%、 「冬旅」の回答者の約45%が、「当公社のWEBサイトやFacebookページ、またその広告配信 でキャンペーンを知った」と回答するなど、認知拡大の広報手段として自社媒体(オウンドメ ディア)の有効性を高めることができました。

■WEB 戦略会議での取り組み

年間 12 回開催。WEB マーケティング会議での検討内容をベースに、コロナ禍における事業 内容や戦略を検討しました。

また、各事業について、「マーケティング」「サイト改善」「宿泊予約」「SNS」の4つのカテゴリー別進捗状況の共有と管理を行うとともに、事業戦略に関する意思決定を図りました。

■広告運用の状況

媒体	対象	目 的	手 法	表示回数等
Google	国内	京丹後ふるさと旅 行券キャンペー ン(秋旅)の販売 促進	旅行に興味関心がある方にディスプレイ広告や検索広告、YouTube 広告を配信し、特設ページに誘導	333,412 回 ※8/12~8/19(8 日間)配信
		京丹後ふるさと旅 行券キャンペー ン(冬旅)の販売 促進	旅行に興味関心がある方にディスプレイ広告や検索広告を配信し、特設ページに誘導	477,884 回 ※9/30~10/11 (12 日間)配信
		イチゴ狩り体験の 販売促進(斡旋 契約締結施設)	イチゴ狩りに興味関心がある方にディスプレイ広告や検索広告を配信し、 イチゴ狩り体験の特設ページに誘導	740,240 回 ※3/2 日~3/31 (30 日間)配信
	海外	在日外国人の誘 客促進	海外用ランディングページを改修し、 在日外国人にディスプレイ広告を配 信し、ページ誘導	3,735,583 回 ※10/2~3/31 (うち 141 日 間)配信
Facebook	国内	Go Local! 泊ま って応援キャン ペーン販売促進	京丹後市近隣の方に Facebook 広告を配信し、特設ページに誘導	55,091 回 ※7/3~8/18(う ち 48 日間)配 信
		「シーラ・クリ フと巡る丹後ち りめん工房」の ツアー販売促進	首都圏及び京阪神在住の方に Facebook 広告を配信し、ツアー募集ページ(海の京都DMOのWEBサイト)に 誘導	32,830 回 ※9/18~9/30 (13 日間)配信
		「うみ×まち灯 り」イベント告 知	京丹後市近隣や京阪神在住の方に Facebook 広告を配信し、特設ページに 誘導	27,837 回 ※10/8~10/16 (9 日間)配信
		サンセット SUP 体験の販売促進	京丹後市近隣や京阪神在住の方に Facebook 広告を配信し、特設ページに 誘導	28,079 回 ※10/6~10/17 (12 日間)配信
		e-Bike ツアー販 売促進	京丹後市近隣や京阪神在住の方に Facebook 広告を配信し、特設ページに 誘導	21,284 回 ※10/6~10/17 (12 日間)配信
		京丹後ふるさと 宿泊クーポン券 販売促進(12月)	京丹後市近隣や京阪神在住の京丹後 ファン、ふるさと納税に興味関心のある 方に Facebook 広告を配信し、特設ペ ージに誘導	160,786 回 ※12/14~12/31 (18 日間)配信
		京丹後ふるさと 宿泊クーポン券 販売促進(3月)	京丹後市近隣や京阪神在住の京丹後ファン、ふるさと納税に興味関心のある方に Facebook 広告を配信し、特設ページに誘導	153,366 回 ※3/1~3/16(16 日間)配信
		京丹後コレクション (フォトコンテスト) 告知	京丹後市近隣や京阪神在住の写真・カメラに興味関心のある方に Facebook 広告を配信し、特設ページに誘導	233,864 回 ※2/25~3/31 (35 日間) 配信

■広報及び広告運用の結果

媒体	指 数	国 内 版	海外版
ホームページ	ページ訪問者数	486,221 人	約 13,825 人
		※前年対比約 224%	※前年対比約 13%
		(269,474 人増)	(93,311 人減)
フェイスブック	フォロワー数	3,715 人	約 12,869 人
		※前年対比約 115%	※前年対比約 99%
		(491 人増)	(135 人減)
インスタグラム	フォロワー数	1,665 人	VA 150 I
		※前年対比約 222%	約 152 人
		(915 人増)	(皆増)

②観光客向け公式LINEアカウント開設(新規)

観光客への情報発信ツールの一つとして、観光客向け公式 LINE アカウントを開設しました。引き続き、各種キャンペーンや観光情報を発信していきます。

- ■配信実績 2件
- ■登録者数 189人(令和3年3月末現在)



③在住外国人向けにWEB広告を配信(新規)

コロナ禍で外国人旅行者が見込めない中、在住外国人に対し、当公社の海外向け WEB サイト「Visit Kyotango」の認知度を高めるため、海外用ランディングページを改修し、在日外国人にディスプレイ広告を配信し、ページ誘導を行いました。

■配信実績(再掲) 令和2年10月2日~令和3年3月31日の間の141日間

④往来再開後のインバウンド獲得へCIRが魅力発信(継続)

当公社 CIR(トレバー・ケネディ)が、往来再開後のインバウンド獲得に向けて、当公社の海外向け WEB サイト「Visit Kyotango」のブログにエバーグリーンコンテンツを投稿したり、アクセス解析により洗い出した課題を改善したりしながら、インバウンドマーケティングに取り組んでいます。また、外国語 Facebook(「Visit Kyotango」)において、京丹後の魅力などを"外国人目線"で発信しています。

⑤海外旅行会社や海外メディアに向け情報発信(新規)

往来再開後のインバウンド獲得に向けて、約 230 社の海外旅行会社や海外メディアに京丹後の魅力的な情報を記載したプレスリリース「Kyotango Bulletin」(京丹後ニュースレター)を 3 カ月に 1 回配信しました。

■配信回数 2回(12月・3月)

⑥「台湾旅行会社向け京都府教育旅行オンライン商談会」で京丹後をPR (新規)

令和3年3月18日に行われた京都府観光連盟と京都府商工労働観光室共催の「台湾旅行会社向け京都府教育旅行オンライン商談会」に参加し、台湾の旅行会社19社に向け、ポストコロナを見据えた「もうひとつの京都」のPR及び京丹後の教育旅行素材の販売促進を図りました。

⑦網野北小児童が台湾の学校とオンラインで交流(新規)



令和3年3月4日、網野北小学校の6年生児童33人が、 台湾国立基隆海事高級職業学校の生徒に向けてオンライン で観光PRを行いました。台湾国立基隆海事高級職業学校は、 平成27年と平成29年に教育旅行で京丹後に来てもらって おり、平成27年から継続して交流を続けてきました。交流 会では、当公社CIR(トレバー・ケネディ)が通訳を務めま した。

⑧臨時快速列車の「夕日ヶ浦木津温泉駅」停車が実現(継続)

JR「城崎温泉駅」と京都丹後 鉄道「天橋立駅」を乗り換えな しで結ぶ臨時快速列車「城崎・ 天橋立ダイレクト」が、令和2 年8月22日から9月27日ま での土・日・祝日限定で運行。 今年は、「久美浜駅」と「夕日ヶ





浦木津温泉駅」への停車が実現し、本列車の運行を契機とした知名度向上と誘客促進に、地元 夕日ヶ浦観光協会とともに取り組みました。

■乗降者数

	乗 車	降 車
久美浜駅	6 人	16 人
夕日ヶ浦木津温泉駅	24 人	40 人

⑨観光雑誌・情報誌による情報発信(継続)

観光地としての知名度の向上を図り誘客を促すために、WEB 広告と合わせて紙媒体による観光資源のPR等、戦略的な情報発信に取り組みました。

■主な掲載雑誌・情報誌

- ・昭文社「まっぷるマガジン城崎・天橋立」
- ・コスミック「わんことトキメキ旅行 2020」
- ・デンソーコミュニケーションズ 「国内観光情報ウェブマガジン【Drive!NIPPON】」
- ・㈱JTB パブリッシング「るるぶ天橋立 城崎 丹後 但馬'21」
- ・㈱KADOKAWA「関西 Walker」
- ・京都新聞 週刊タブロイド紙「Irumiru」
- ・東海じゃらん 11 月号(10/1 発) 「丹後・天橋立カニ旅ガイド」
- ・関西・中国・四国じゃらん 11 月号(10/1 発売) 「絶品海幸ランチ」
- ・まっぷるマガジン「ペットといっしょ」
- ・まっぷるマガジン 「ドライブ ベスト」
- ・東海じゃらん11月号「丹後・天橋立カニ旅ガイド」
- ・JR 東海ツアーズ「京都旅行情報ナビ」
- ・京都銀行カレンダー

- ・近畿日本ツーリスト WEB 版「みちしるべ」
- ・㈱JTB「エース JTB 旅の過ごし方」
- ·JR 西日本沿線情報誌「西 Navi」
- ・京丹後市「暮らしの便利帳」

以上を含め、合計 118件

⑩「KYOTANGO COLLECTION 2021」を開催(継続)

パンフレットやホームページなど、今後の本市の観光 PR で活用できる写真を収集するとと



もに、効果的な情報発信を行い、本市への旅行の動機づけを図ることを目的に、「KYOTANGO COLLECTION 2021」を実施。四季毎に開催することとし、春期は、「春の京丹後の表情・魅力」をテーマに、令和3年3月1日から作品募集を始めました。

- ■募集期間(春期) 令和3年3月1日~5月31日
- ■テーマ 春の京丹後の表情・魅力
- ■賞品
 - ア. 当公社会員宿で利用できる宿泊補助券 2 万円分(5 人)
 - イ. 京丹後市特産品詰合せ 3,000 円分相当(当公社の Facebook 掲載作品で「いいね!」を集めた上位 5 作品)

⑪ファミリー向け子供とお出かけ情報サイトで体験プログラムを紹介(新規)

さらなる誘客促進につなげるため、国内最大級のファミリー向け子供とお出かけ情報サイトの「いこーよ」を運営するアクトインディ㈱と連携し、当公社が斡旋契約を結んでいる春向けの体験プログラムの紹介を募集型で実施しました。

- ■広告掲載期間 令和3年2月1日~2月28日
- ■掲載事業者数 3事業者

⑫公式WEBサイト「京丹後ナビ」に「チャットボット」を導入(新規)

「特に"定型的"な観光情報の問い合わせ」に対して効率的に対応するため、令和3年3月19日から当公社のWEBサイト「京丹後ナビ」内に、チャットボット「Travel Edia」(トラベルエディア事業者名: CAMEL(株)を導入しました。これにより、観光客からの問い合わせサービスの向上や職員の負担軽減、コスト削減に努めました。

- ■利用実績 63件(令和3年3月19日~3月31日)
- ■うち窓口時間外での利用実績 15件

ご質問はこちら

⑬「Visit Kyotango」繁体字版を制作(新規)

インバウンド回復に備え、インバウンド市場で一番の回復が期待されており、また公社の国外誘客ターゲット国(8カ国)の中でも訪日意欲が高く、本市における宿泊者数が最も多い台湾人の来訪を促進するため、公社の海外向けWEBサイト「Visit Kyotango」の繁体字版を制作しました。

⑭宿泊プランの販売に向けて宿泊予約システム整備に着手(新規)

京丹後での宿泊を検討している方が、情報収集から宿泊予約までを当公社の WEB サイト「京 丹後ナビ」内で完結できるよう、宿泊予約システムの整備に着手しました。今年度にシステム 導入を終え、令和 3 年 4 月から参画施設との契約手続きを進め、6 月 1 日からの本格稼働を予 定しています。

(3) 観光コンテンツ企画販売事業

①府内初の「ヘルスツーリズム認証」を取得(継続)



旅の喜びと健康の気づきをもたらす新しい旅行プログラム「ヘルスツーリズム事業」の推進を当公社の重点事業に位置付け、㈱JTBとの連携により造成中の「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」が、京都府内で初の「ヘルスツーリズム認証」を令和2年12月21日に取得しました。





ノスタルジック健康ウォーク

宇川加工所「百寿弁当」

※同プログラムの完成に向けて、令和 2 年 11 月 18 日にモ

ニターツアーを丹後町宇川地区にて実施しました。プログラムは健康診断や食生活指導、地元食材を使った昼食のあと中浜漁港の町や海岸線をウォーキング。希望者は宇川温泉での入浴も可能なコースとし、現在販売開始に向けて最終調整を行っています。

②ふるさと納税を活用した宿泊クーポン券を発行(新規)

京丹後市へのふるさと納税寄附返礼品として、市内会員宿泊施設で利用できる宿泊クーポン券の取り扱いを令和 2 年 12 月 1 日から開始し、年間を通して会員施設への送客を強化しました。



- ■内容 1 口 40,000 円の寄附で 10,000 円の クーポン券を 1 枚発行(1 年間有効)
- ■参加施設 54 施設 (会員施設のみ)
- ■発行枚数 73 枚
- 寄附金額 2,920,000 円 (40,000 円×73 件)
- ■手数料収入 146,000 円 (2,000 円×73 件)

③夕日ヶ浦観光協会と着地型旅行商品を開発 (継続)

タ日ヶ浦観光協会(誘客推進委員会)と協働して、着地型旅行商品の開発・造成を進めています。今年度は、同協会や海の京都 DMO 総合企画局、京都府、京丹後市とともに、海の京都の主たる滞在促進地である「夕日ヶ浦」エリアにおいて、令和 2 年 9 月に完成した「浜詰夕日の丘」を中心に、海辺や街なかのライトアップによる新たな夕日ヶ浦の夜景と街の一体感を創出する事



業(「"魔法のトキがここに 夕日ヶ浦うみ×まち灯り"事業」) を実施。ナイト SUP や e・Bike ガイドツアー等の新たな体験コ ンテンツ開発に向けた実証実験を行いました。

- ■事業名 "魔法のトキがここに 夕日ヶ浦うみ×まち灯り"事 業
- ■実施日 令和2年10月17日~11月1日
- ■実施主体 京丹後市観光公社、夕日ヶ浦観光協会、海の京都



DMO 総合企画局、京都府、 京丹後市

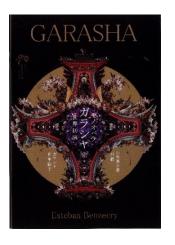
- ■協力団体 浜詰区、楽夕会、 ㈱LEM 空間工房
- ■イベント動員数 約4,000 人

ナイト SUP ※イメージ

④モノオペラ「細川ガラシャ」京丹後公演実行委員会に参画(新規)

新型コロナ収束後のインバウンド誘致の大きな足掛かりになることから、世界で活躍するソプラノ歌手・田中彩子さん(京都府舞鶴市出身)の世界初演となるモノオペラ「細川ガラシャ」京丹後公演実行委員会に参画し、公演の成功に向けて協力しました。

- ■公演日 令和2年11月22日
- ■会 場 京都府丹後文化会館
- ■来場者 486 人(主催者発表)



⑤与謝野町観光協会と連携し「産業観光」を展開(継続)

令和元年度から、与謝野町観光協会と連携して丹後ちりめんを資源とする「産業観光」を展開しています。

今年度は、与謝野町と京丹後市の織物職人を訪ねる1泊2日のプレミアムツアー「シーラ・クリフと巡る丹後ちりめん工房」を、令和2年10月25、26日に実施。首都圏の着物ファンをターゲットに、着物の季刊誌「七緒」への記事掲載やFacebook 広告の発信により、関東や関西方面から女性10人の参加がありました。

- ■市内訪問地 「田勇機業㈱」「小林染工房」
- ■宿泊地 「碧翠御苑」



海の京都ツアーセンターHPより

⑥野間地域での e-Bike ツアーを造成 (新規)



当公社、弥栄町「渓里野間」及び民間会社「丹後エクスペリエンス」(代表:八隅孝治)との連携事業として、弥栄町野間地域の自然、文化、暮らしを巡るe-Bikeによるサイクリングツアーの造成に取り組みました。e-Bike(2台)導入に当たっては、海の京都地域本部連携支援事業を活用しました。

⑦修学旅行の体験学習等を手配(新規)

令和2年9月14、15日に催行された京都市立双ヶ丘中学校の修学旅行(生徒153人)で、 琴引浜や鳴き砂文化館の見学や市内における体験学習等(SUP・シーカヤック・梨狩り・貝殻 クラフト・狛猫絵付け体験等)を手配しました。また、滞在中の昼食も市内事業者から手配し ています。

⑧野村證券で観光 P R (新規)

令和2年8月3日から10月30日まで、野村證券京都支店(京都市下京区四条通堺町角)の

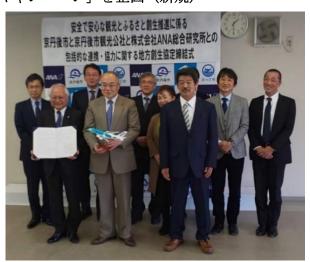


店頭ディスプレイや地下鉄連絡通路にて、パンフレットやポスター、地場産品の展示による PR を行いました。9月中は、「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~秋旅~」の告知を中心に、また10月中は、カニのディスプレイ展示などにより、「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン~冬旅~」の告知やカニシーズンの誘客促進を行いました。

⑨ANAと連携して「2021年秋の誘客キャンペーン」を企画(新規)

当公社は、ANA セールス㈱との連携により、全国各地のANA の航空網を活用し、「航空機で訪れ、レンタカーで周遊する誘客キャンペーン」を令和3年の秋に実施する予定としています。令和3年2月に㈱ANA総合研究所から社員1人(マネージャー)の派遣を受け、説明会の開催や個別訪問の実施などにより、約30宿泊施設の事業参加を目指して準備を進めています。

当キャンペーンは、令和3年度の海水浴シーズン終了後の開始を予定しており、夏前から「海の京都」や「北近畿の周辺観光地」を



含めた京丹後の魅力を PR するプロモーションやマーケティングを進めていくこととしています。

これに先立ち、令和3年3月25日に、㈱ANA総合研究所と京丹後市及び当公社が「安全で安心な観光とふるさと創生推進に係る包括的な連携・協力に関する地方創生協定」を締結しました。

(4) インナープロモーション (会員向け) 事業 ①オンライン英会話教室を開講(新規)



当公社 CIR のネイティブスピーカーによる オンライン英会話教室を、令和 2 年 6 月 16 日 と 7 月 5 日の 2 回、試行実施しました。インバ ウンド再開後を見据え、外国人に対するおもて なしのスキル向上を目的に、来年度の開講を進 めます。

■受講者数 延べ10人

②新型コロナ関連情報集約ページを開設(新規)

当公社のWEBサイト「京丹後ナビ」内に、国府や市の補助金・助成金・融資等の支援策のほか、イベントの実施状況、公共施設の営業状況、各種ガイドラインなど、新型コロナウイルス感染症に関する情報を掲載した特設ページを開設しました。



③新型コロナ感染拡大予防へガイドラインを策定(新規)

市との共同により「宿泊施設における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン (標準的対策)」を令和2年6月19日に策定。当該ガイドラインを踏まえ、各施設の実情に合 わせた対策を講じながら、新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めてもらうため、市の協力 を得て、「ガイドライン実践相談会」を3回開催しました。

- ■開催日 令和2年6月29日、6月30日、7月1日
- ■参加者数 52人

④LINE公式アカウントによる有益情報の提供(継続)

スマートフォンのコミュニケーションアプリ「LINE」において、会員 専用のアカウントを開設。セミナーや各種制度、補助事業のご案内など、 会員にとって有益な情報の発信に努めました。



- ■配信実績 95件
- ■登録会員数 113人



⑤ニュースレター・簡易版ニュースレターを創刊 (新規)

会員向けの情報伝達の一つとしてニュースレターの発行を始めました。新型コロナウイルス 関連情報や会員向けのサービス、当公社の活動状況などをとりまとめてお知らせしました。

また、緊急事態措置協力金等の特に重要なお知らせについては、簡易版のニュースレターとして、「会員のみなさまへ」を創刊。要点をわかりやすく伝えることにより、会員の制度等の利用促進に努めました。



- ■ニュースレター発行回数 4回(令和2年6月、9月、11月、12月)
- ■ニュースレター簡易版発行回数 8回(令和3年1月:2回、2月:4回、3月:2回)

⑥会員向けWEBアンケートを実施(新規)

会員のニーズや状況に沿った事業を速やかに展開できるよう、定期的に WEB 調査 (インターネットを活用したアンケート調査) を実施しました。緊急事態宣言発令等による影響 (宿泊キャンセルの件数や人数、総額等) や必要とする支援・施策などをお聞きし、各種事業へ反映させたり、市へ事業要望を行ったりしました。

■実施回数 5回(令和2年4月、6月、9月、10月、令和3年1月)

⑦人材不足対応へ企業・団体と連携(新規)

《事業実施イメージ》

事前に検査を受け、京丹後市内のお宿でお手伝い
マッチング
マッチング
「京丹後のお宿でお手伝い
京丹後のお宿でお手伝い
「京丹後のお宿でお手伝い
「京丹後のお宿でお手伝い
「京丹後のお宿でお手伝い
「京丹後のお宿でお手伝い
「京丹後のお宿でお手伝い

顕在化する人手不足の喫緊の課題に対応するため、 ハローワーク峰山との連携を強化し、「特設相談窓口 の開設」や「求人・求職のマッチング」などの支援体 制を整えました。

また、㈱おてつたび(東京都渋谷区)と連携し、当公社の会員宿泊施設を対象に、新型コロナ感染防止対

策を講じながら、地 域課題に関心のある 地域外の若者と、短 期的・季節的な人手 不足で困っているお 宿をマッチングする

"全国初"の取り組みを実施。「京丹後市安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例」(令和2年10月2日施行)の趣旨に則って、全国からの参加者に対して、おてつたび参加前に「新型コロナウイルスの抗体検査(PCR検査)」を必ず受けていただくことを条件とし、当公社がその費用を負担しました。

- ■「おてつたび」マッチング実績 延べ4人(2施設)
- ■「おてつたび」参加登録施設数 9施設 ※いずれも令和3年3月末現在



観光業「求人相談会」を令和2年12月3、4日に開催

⑧「京都府観光経営セミナー」受講料を助成(継続)

観光関連の著名な講師陣による授業を通して、京都の観光事業を発展飛躍させる人材を育成することを目的に、令和2年9月29日から10月1日までの3日間、福知山市で開催された「京都府観光経営セミナー」(京都府観光連盟主催)の受講料(20,000円)を半額助成し、人材育成に取り組む会員事業者を支援しました。

■助成件数 1件

⑨新型コロナ感染予防の啓発素材作成 (新規)



京丹後市の「京丹後市安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例」の制定(令和 2 年 10 月 2 日)を受けて、この条例を理解し、適切な感染予防対策を実践する観光事業者等を後押しするとともに、観光旅行者へ感染予防対策の徹底を呼びかけるための啓発素材(チラシ、シンボルマークステッカー、ピクトグラム)を作成・配布しました。



⑩宿泊斡旋専用「宿泊斡旋ホットLINE」を試行開設(新規)

コロナ禍において、「突然のキャンセルが入った」、「平日に空室がある」など、宿泊斡旋を必要とする会員宿向けに、スマートフォンのコミュニケーションアプリ「LINE」を利用し、お宿の空室を把握し、宿泊斡旋に繋げるサービスを試行実施しました。

■登録宿数 8 宿

①Facebook の「会員応援シェア」事業 (新規)

約3,900人のフォロワーを有する当公社の公式 Facebook ページ を活かし、空室情報や食材販売情報等、会員の「Facebook 投稿」を シェアすることによる情報発信をお手伝いするサービスを始めました。

■シェア件数 延べ9件

⑩Go To 事業及び府のキャンペーン関連情報の発信(新規)

国の Go To トラベル事業や府の制度等に関して、必要な手続きをまとめた独自シートの作成、配布により、会員が円滑に当該キャンペーンに参加できるようサポートを行いました。



(13)「コッペちゃん」のLINEスタンプを作成(新規)





京丹後市の認知度拡大を目指し、市のマスコットキャラクター「コッペちゃん」を活用した LINE スタンプを制作。LINE 公式ウエブストアで、令和 3 年 1 月 22 日から販売しました。

■販売収入額 9,431 円

(5) 京丹後市からの受託事業

①観光総合パンフ「旬めぐり旅京丹後」を増刷 (継続)

当公社の各種キャンペーンや国の Go To トラベル事業等により、観光旅行者が増加傾向にあるため、市の観光総合パンフレット「旬めぐり旅京丹後」を令和2年9月に増刷。会員の宿や海の京都圏内各案内所を中心に配布し、市内の観光情報を観光旅行者に発信しました。

■増刷部数 4万部



②大河ドラマ「麒麟がくる」味土野おもてなし促進業務を委託(継続)

大河ドラマ「麒麟がくる」ゆかりの地を活かした今後の誘客につなげるため、声掛け(現地 案内含む)業務、ニーズ聞き取り業務、写真撮影業務、施設点検業務を地元味土野区に委託(令 和2年4月1日から11月30日までの8カ月間)しました。3カ年事業の2年目。

③明智光秀A I 協議会への参画(継続)

大河ドラマ「麒麟がくる」放映を機に、明智光秀ゆかりの14の自治体とLINE(株、株サイシードにより組織された「明智光秀AI協議会」に参画(2年目)。スマートフォンのコミュニケーションアプリLINEを通して、味土野の細川ガラシャ隠棲の地をはじめ、京丹後市の観光スポット情報を配信しました。

■登録者数 約4.7万人

(6) 支部活動助成事業

①支部活動の活発化へ助成 (継続)

当公社 6 支部に助成金を交付し、事業活動や広報宣伝活動等の活性化を図りました。

なお、各支部への助成金額の配分方法については、令和元年度の定時総会で寄せられた「会員規模に応じた予算配分を」とのご意見を反映して、これまでの一律均等割から、会員数に応じた「会員規模割」(市補助金の50%分)と一律配分の「活動事業割」(同50%分)の合計により算出する方法に見直し、今年度は下表のとおり交付しました。

支 部 名	助 成 額	摘 要(内訳)
丹後町支部	658,000 円	会員規模割(324,958円)活動事業割(333,300円)
網野町支部	868,000 円	会員規模割(534,338円)活動事業割(333,300円)
久美浜町支部	769,000 円	会員規模割(435,511 円)活動事業割(333,300 円)

支 部 名	助 成 額	摘 要(内訳)
弥栄町支部	492,000 円	会員規模割(159,129円)活動事業割(333,300円)
峰山町支部	707,000 円	会員規模割(373,534円)活動事業割(333,300円)
大宮町支部	506,000 円	会員規模割(172,529円)活動事業割(333,300円)
合 計	4,000,000 円	

②コインロッカー設置事業 (新規)

観光客の利便性の向上を目的に、当公社網野町支部へ助成金を交付し、網野駅及び夕日ヶ浦

木津温泉駅にコインロッカーを設置し、本市を訪れる観光旅行者の利便性を高めました。

■利用実績

設置駅名	利用件数	摘要
網野駅	55 件	令和2年7月から稼働
夕日ヶ浦木津温泉駅	60 件	令和2年8月から稼働



網野駅に設置したコインロッカー

(7) 職員研修事業

①オンライン研修への参加 (新規)

ウィズコロナ、アフターコロナに向けた観光施策を実施する知識を身に付けるため、事務局 職員が各種オンラインセミナーに参加し、スキルを磨きました。

■参加回数 16回(延べ41人参加)

(8) 収益事業

①斡旋等事業 (継続)

当公社の WEB サイトや電話からの宿泊及び体験の斡旋を行い、自主財源の確保に努めています。特に今年度は、新型コロナウイルス感染症対応事業として、令和 2 年 6 月から 8 月にかけて取り組んだ「泊まって応援キャンペーン事業」において、当公社が宿泊斡旋を行ったことにより、多額の手数料収入を得ることができました。

■斡旋等事業実績

() 内は前年度同期

項目	取扱人数	取扱金額	取扱収入	摘 要
宿泊斡旋	601 人	8,920 千円	856 千円	
	(301 人)	(3,168 千円)	(298 千円)	
Go Local! 京丹後市民 限定 泊まって応援	575 人	8,021 千円	721 千円	
限た 行より (心後 キャンペーン	(一人)	(一千円)	(一千円)	
体験斡旋	373 人	800 千円	81 千円	
14岁早年度	(243 人)	(516 千円)	(51 千円)	
食事斡旋・その他の斡旋	50 人 (74 人)	142 千円 (3,068 千円)	14 千円 (303 千円)	香港教育旅行中止、京都外大京丹後 PG 延期
合 計	1,599 人	17,883 千円	1,672 千円	
ц п	(618人)	(6,752 千円)	(652 千円)	

②物販等事業 (継続)

■物販等事業実績

()内は前年度同期

項目	取扱収入	摘 要
物販等事業	297 千円	自動販売機売上他
	(1,255 千円)	
合 計	297 千円	
	(1,255 千円)	

■EC サイト売上実績

()内は前年度同期

項目	取扱収入	摘 要
EC サイト運営事業	11 千円 (一千円)	令和3年3月1日開設
合 計	11 千円 (一千円)	





観光公社の EC サイト「旬の京丹後ふるさと便」のバナー

③京丹後フィルムコミッション事業(継続)

コロナ禍の中、予定されていた劇場映画・テレビ時代劇等の3作品及び令和元年度に誘致した劇場映画の公開が、相次いで中止となりました。7月から紀行番組やバラエティ番組を中心にロケ案件が徐々に増え始め、令和3年3月末までに31件の案件(うち25件成立)を取り扱いました。

■主な取扱い案件

- ・NHK「京いちにち」京のええとこつれてって(細川ガラシャ)/令和2年6月12日OA
- ・NHK「京いちにち」京のええとこつれてって(青の洞窟)/令和 2 年 7 月 31 日 OA
- ・KBS京都「キモイリ」(久美浜・弥栄のフルーツなど) / 令和2年8月8日 OA
- ・NHK「小さな旅」(久美浜湾) / 令和2年8月30日OA
- ・日本テレビ「満点☆青空レストラン」(京たんくろ和牛)/令和2年9月5日OA
- ・日本テレビ「遠くへ行きたい」(青の洞窟、丹後ちりめん他) / 令和2年9月20日OA
- ・NHK「えぇトコ」~心をつなぐ親子旅~(京丹後市内各所)/令和 2 年 10 月 14 日 OA
- ・毎日放送「ちちんぷいぷい」海の京都・秋編/令和2年11月30日OA
- ・BSTBS 開局 20 周年記念ドラマ 池波正太郎原作『上意討ち』/令和 2 年 12 月 5 日 OA
- ・毎日放送「ちちんぷいぷい」~神谷太刀宮神社(鬼滅の刃)~/令和2年12月8日 OA
- ・NHK「歴史秘話ヒストリア」大江山鬼退治の謎(竹野神社)/令和2年12月19日OA
- ・NHK 正月時代劇『ライジング若冲~天才かく覚醒なり~』/令和3年1月2日 OA

- ・テレビ朝日「サンドウィッチマンと芦田愛菜の博士ちゃん」細川ガラシャ隠棲地 /令和3年2月6日OA
- ・日本テレビ「1億3000万人のSHOWチャンネル」(間人がに) / 令和3年2月27日 OA
- ・KBS 京都「news フェイス」(今日はひな祭りひな人形 1000 体ずらり京丹後) /令和 3 年 3 月 3 日 OA
- ・毎日放送「ちちんぷいぷい」最終回(コッペちゃん生中継出演)/令和3年3月12日OA
- ・キリン「淡麗グリーンラベル」 CM 撮影/令和 3 年 5 月 11 日 OA 開始



キリン「淡麗グリーンラベル」CM 撮影(久美浜町蒲井「ツリーハウス」にて)