

令和2(2020)年度事業計画



●Policy 基本方針

- 1 本年度は、「変革に向けた飛躍の年」とする。
- 2 「海の京都DMO」地域本部としての活動体制の維持発展を図る。
- 3 旧京丹後市観光協会が行ってきた事務事業の更なる抜本的な見直しを継続的に行う。

●Mission 存在意義・使命

- 1 当公社の直接的なステークホルダー(お客様・利害関係者)は、会員である観光関連事業者(宿泊事業者、飲食店、土産販売店、生産・加工事業者、交通事業者等)である。
- 2 当公社は、会員にとって「身近で役に立ち、期待される存在」となることをその使命とする。

●Vision 目的

- ① 観光事業者の「稼ぐ力」を引き出す
- ② 「豊かで誇り」の持てる地域を創る
- ③ 自主的・自立的経営体としての公社を目指す

- 1 観光産業は、本市の「リーディング産業」であり、地域の“稼ぐ力”を引き出すことにより、“経済的、文化的に豊かで、誇りの持てる地域”を創ることを事業の目的とする。
- 2 当公社は、認知度向上等により常に新規の観光客の獲得に努めることはもとより、単なる“観光客入込客数”の推移や「インバウンド偏重」に固執することなく、国内観光の需要拡大にも目を向け、また、安さ競争に巻き込まれない付加価値の高い観光サービスの提供、旅行商品・宿泊プランの造成などにシフトし、リピーター(再訪)率向上等に向けた誘客戦略やプロモーションに注力して事業を展開する。
- 3 当公社は、公益事業を積極的に遂行する一方、手数料収入、負担金収入、会費収入など、常に自主財源の増収(収益事業の拡大等)に努め、自主的・自立的な経営体への成長を目指して、事務事業を遂行する。

●Goal 数値目標

項目	実績			現状 R1年 (2019)	目標①(短期)		目標②(中期)	
	H28年 (2016)	H29年 (2017)	H30年 (2018)		R2年 (2020)	H28比較	R4年 (2022)	H28比較
① 年間宿泊客数	36万人	35万人	34万人	36万人	36万人	-	46万人	28%増
② 年間外国人宿泊客数	2,657人	3,679人	4,420人	5,025人	5,025人	89%増	9,000人	239%増
③ 年間観光消費額	68億円	71億円	71億円	71億円	71億円	4%増	85億円	25%増
④ リピーター(再訪)率	64.9%	64.0%	67.4%	71.8%	71.8%	10%増	75.5%	16%増
⑤ 域内調達率								算出可能数値目標は今後設定

※R2(2020)年は、年初からの新型コロナウイルス感染症による影響を踏まえ、その影響を想定した目標数値(前年並みへの回復)を設定

※R1(2019)年の現状数値は、R2年7月1日時点の速報値であり、今後、修正されることがある。

●Project(1) 観光地戦略

① 「また、訪れたい」“滞在リゾート”の観光地 < “滞在周遊” 宿泊地 >

京丹後は、京都府内で、京都市(世界観光都市)に次ぎ、宿泊施設が数多く存在している観光地(ホテル、旅館、民宿等は約180施設、宿泊キャパは8,500人/日、300万人/年)であり、その多様性や集積性が本市の特徴である。また、来訪客のリピーター率は、71.8%(2019年)と、国内観光地の中でも有数の高さである(天橋立54.5%)。しかし、年間の宿泊客数は、35~37万人程度で推移(なお、外国人宿泊客数は、2019年に前年比13.7%増の5,025人)。ま

た、近隣には、天橋立や伊根の舟屋、城崎温泉街、出石城下町など有名観光地が隣接しているものの、京丹後の宿がその「宿泊先」として選ばれているわけではない。

そのため、本市の強み（宿泊施設の多様性や集積性、高いリピーター率）を活かして、旅行者が北近畿（北関西）を周遊する際に、本市内に宿泊して、本市内だけでなく近隣の観光地を周遊する「滞在型リゾートの宿泊拠点」として、国内外の観光客に選ばれる観光地となることを目指す（ターゲット年：2025 大阪万博開催年）。

② 「四季折々の魅力」を“体感”できる観光地 << “四季の魅力”観光地 >>

京丹後には、食（山海の幸、フルーツ、料理、酒）や景勝（海岸風景・自然景観）、温泉、歴史文化（史跡・伝統産業、街並み）、アクティブ体験（海水浴、海洋スポーツ、釣り、サイクリング）など、四季折々の魅力あふれる観光コンテンツが豊富に存在している。城崎や天橋立のような観光集積地ではないが、自然景観や食など「観光地としてのポテンシャル」は非常に高く評価されている。

しかし、観光客の大半は、夏の海水浴と冬のカニが中心で、行楽シーズンの春や秋は、閑散としているのが実態であり、「京丹後」の知名度も低い。

そのため、これらの“四季折々の魅力を体感できる観光地であること”をより明確にプロモーションすることにより、「通年型観光地」を目指す。

●Project (2) 事業経営戦略

- 1 当社は、当社と行政（市観光振興課）が所管する事務事業の目的や役割を整理しつつ、観光振興にかかるソフト事業（主に観光PRやマーケティング事業、誘客活動等）は、当社の事業に統合し、集中的に取り組む（行政の役割：観光立市推進目標・観光振興計画の策定、観光インフラ・観光施設整備（ハード整備）、観光入込客数等の実態調査・KPI 指標調査の実施分析、補助事業等による観光振興誘導施策等）。
- 2 当社は、海の京都DMO総合企画局との緊密な連携及び役割分担のもと、求められる観光ニーズに的確に対応しつつ、特に「宿泊客数や観光消費額の増加」、「リピーター率の維持向上」、「インバウンドの推進」、「公社自主財源収入の増加」につながる事業を重点的、優先的に展開する。
- 3 とりわけ令和2(2020)年度は、新型コロナウイルスの影響により落ち込んだ観光業の回復に向けた事業に最優先・最重点に取り組むこととし、収束後の回復策準備や旅行者の目を再び京丹後へ向けさせる事業を、行政や関係機関と一体となって適時適切に実施していくほか、NHK大河ドラマや丹後ちりめん創業300年事業等の波及効果を最大限に活かす取り組みを展開する。

<<誘客ターゲット圏域>>

- ・国内：関西圏、中部圏、関東圏（三大都市圏）
- ・国外：8か国
 - * 欧米豪：フランス、イギリス、アメリカ、オーストラリア
 - * 東アジア：香港、台湾
 - * 東南アジア：タイ、シンガポール

① 観光コンテンツ企画販売事業

- ヘルスツーリズムの企画販売（BtoB展開）
- 富裕層向け旅行・高付加価値旅行・宿泊商品等の販売（ふるさと納税の活用、ヘリコプター遊覧飛行ツーリズム等）
- サイクルツーリズムの展開（レンタサイクル事業、JRダイレクト列車連携、フルーツサイクリングトレイル他）
- 縦断ジオトレイルの販売拡大（ジオガイド・地産弁当・ご当地お土産（手土産）・温泉等の斡旋、出発地拡大等）
- 教育旅行（旅育）コンテンツの充実（掛津・琴引浜エリア、野間エリア他）
- 近隣観光協会（伊根町観光協会、与謝野町観光協会等）とのコラボ強化（エリア内周遊ツアー造成、シーラ・クリフ（着物研究家）丹後ちりめんツアー商品造成等）
- その他観光コンテンツ開発（NHK大河ドラマ・丹後ちりめん創業300年関連、夕日ヶ浦海浜ライトアップ事業他）
- その他宿泊予約斡旋（一般、旅行会社ツアー、スポーツイベント、ロケハン、視察等）
- その他体験予約斡旋（一般、バス会社ツアー、弁当、ガイド等）
- 2次交通対策（レンタカー、Uber、MaaS等）
- イベント物販
- モノオペラ「細川ガラシャ」丹後公演タイアップ企画販売
- 「美食観光」「フルーツトレイル」等行政との連携
- 支部活動支援（支部活動促進事業）

② WEB・マーケティング事業

- 戦略会議・WEB マーケティング会議の開催（専門家参画、WEB 事業とリアル事業の連携による各事業の効果的実施）
- マーケティングデータに基づくホームページ作成と広告配信（的確なターゲットへの認知拡大、宿泊予約獲得）
- 国内外 WEB サイトの運営（情報発信、マーケティングデータの蓄積と分析、戦略策定への活用）
- フォトコンテストの開催と作品の活用（PR・画像活用、アーカイブ整理、公社会員への貸出）
- フィルムコミッションの充実、メディアの活用（映画・ドラマ・CM・TV 番組、ラジオ、雑誌）
- 国内外商談会・セールスコールによる誘客商品造成（海の京都 DMO 事業を活用し、海外エージェント等への商品造成を提案 ⇒ 事後フォロー）
- ファムトリップの実施（海外メディア、海外教育旅行等への PR 展開）
- 他団体等との共同・連携・広域 PR の強化（丹後 TABLE、他観光協会、豊岡 DMO 等）
- Google マップ、トリップアドバイザーの整備充実（レンタカーツアー、飲食・買い物案内、外国語表記）
- リアルマーケティング（現地聞き取り調査、SNS アンケート等）
- 夕日ヶ浦エリアにおける宿泊客数調査（公社独自事業）、全国観光圏満足度調査（海の京都 DMO 受託事業）の実施・活用（夕日ヶ浦観光協会インバウンド部会支援・連携）
- 観光大使（太川陽介）、有名芸能人、著名人（シーラ・クリフ）等の活用（PR 動画、TV 番組、SNS 発信等）
- ゆるキャラメンテナンス
- 観光案内事業（観光情報センター運営）

③ インナープロモーション事業

- セミナー等の開催（市商工会、市国際交流協会、市地域雇用促進協議会等他団体とのコラボ）
- 補助金等相談・申請代行支援（新型コロナウイルス関連支援制度、国・府・市・海の京都 DMO 補助事業等の有効活用策支援）
- 会員への有益情報提供サービス（LINE 公式アカウント配信、メールサービス）
- 覆面調査・送客マッチング事業（専門家参画 ⇒ 観光地満足度向上、京都市内ホテルからの誘客促進）
- 多言語翻訳サービス（英語・繁体語）
- 留学生インターンシップ、外国語大学フィールドワーク等受入（担い手確保・繁忙期人材確保対策）
- 観光宿泊業人材確保対策（シェアハウス等整備検討）

④ 受託事業

- 総合観光パンフレット、体験パンフレット、各種 PR チラシ等の作成受託（更新）
- 明智光秀 AI 共同制作（「LINE」）
- 大河ドラマ「麒麟がくる」関連事業「味土野おもてなし促進業務」
- 大宮ふれあい工房管理受託（市教育委員会）
- コワーキングスペース管理受託（市）

⑤ 本部管理事業

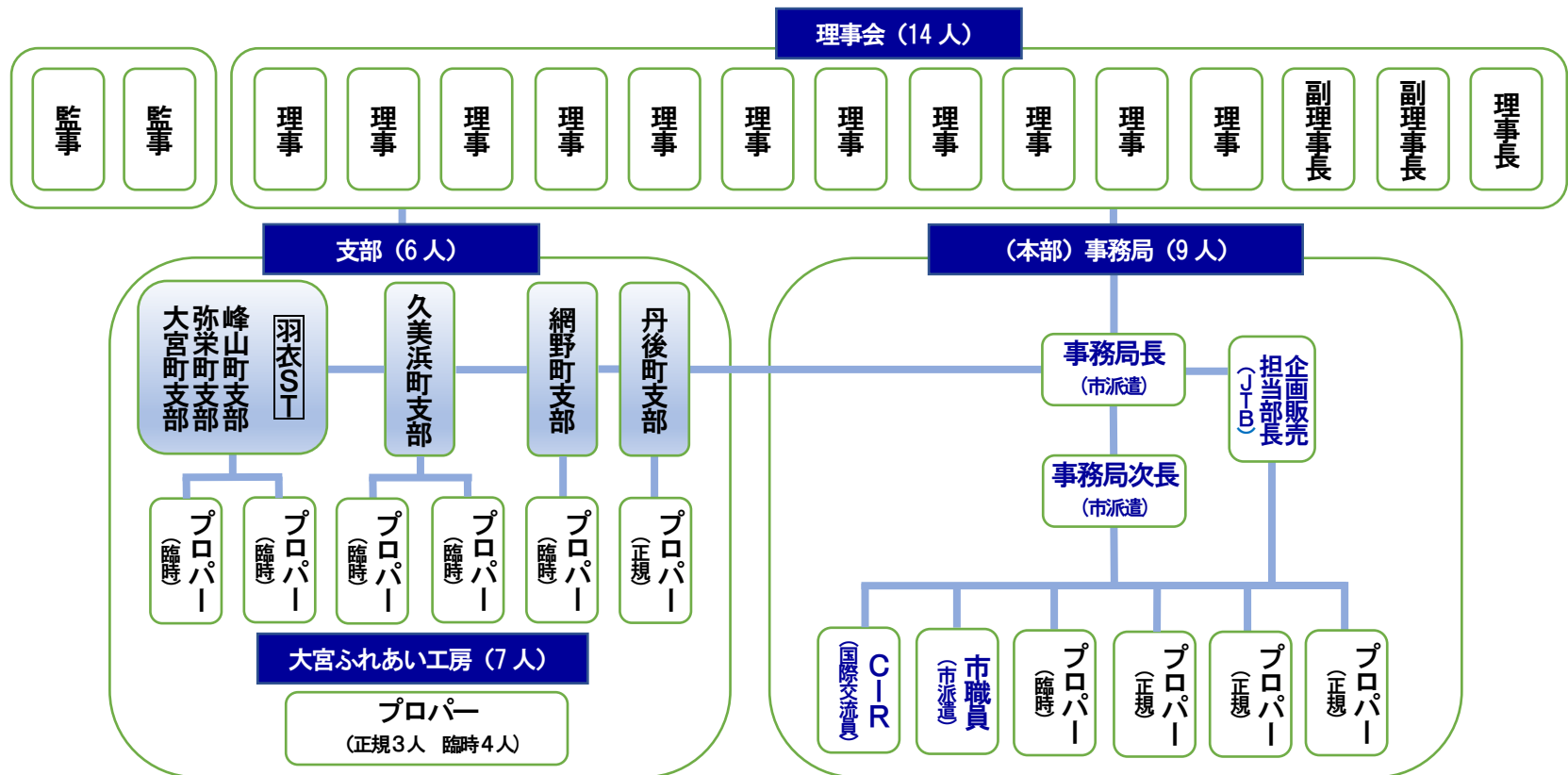
- 事業計画、予算編成・管理（経営計画、予算書作成、支出管理、自主財源収支計画等）
- 業務運営管理（総会、三役会、理事会、理事長秘書）
- 職員人事給与管理、業務管理・業務改善（本部・支部、大宮ふれあい工房）
- 窓口、会計経理事務（斡旋・手数料請求事務、伝票処理、郵便物送受等庶務）
- 一般管理事務（規則・規程の整備、設備・施設管理、行政との連携連絡調整）
- 支部連絡調整（支部人件費、支部活動促進助成事業、人事異動、職員採用等）
- 会員管理・会費改定（会員台帳管理、新規会員拡大、会員メリット調整等）
- 災害時等危機管理対策（風雪水害、地震災害、新型肺炎流行等による風評被害対策、情報発信対策等）
- 災害時等キャンセル対策（保険調査、広域協定等の検討）

⑥ 支部運営事業

- 支部運営管理事業（会計事務、労務管理、設備・施設管理）
- 支部エリア観光まちづくり事業の実施（各支部活動促進助成事業）
- コインロッカー設置管理事業（網野駅、夕日ヶ浦木津温泉駅 《久美浜駅・小天橋駅》）

●Structure 組織体制

- 1 当公社の事務局（本部）は、観光マーケティング・マネジメント（DMO）の専門家集団であり、“核”である。
- 2 当公社は、本部事務局にプロパー職員4人（うち臨職1人）を配置するとともに、行政（京丹後市）から常勤3人（事務局長、事務局次長、主任）の派遣を受けて、マネジメント力の強化を図る。
- 3 当公社のさらなる専門性、機動性を高めるため、引き続き大手旅行会社「JTB」の社員（企画販売担当部長）及び国際交流員（英国人CIR）を専門スタッフとして配置するとともに、行政（京丹後市）からの派遣期間満了に伴い空席となっている専務理事の配置について検討する。



●Task 課題

- 1 本市内の各町域や一部地域には、独自の魅力をもつ観光資源や観光スポットがあり、特色も様々で、主役となる“人”も“資源”も“歴史文化”も異なる。
- 2 よって、それぞれの地域が、観光資源を自主的・主体的に磨き、観光誘客のために自ら積極的にプロモーションを行う姿勢が重要である。
- 3 当公社は、「全地域を統一的・画一的に統括する」という“統制型の組織体”ではなく、「各地域独自の観光資源に光を当て、それぞれが持つ魅力を有機的に繋げて、観光誘客を図る」という“連携型の組織体”として機能していくことが必要。
- 4 そのため、以下の「課題」について検討を重ねつつ、公社運営を進めていくこととする。

① 各支部の自主的な事業展開と関連団体等との連携

- 1 本市域内には、6つの支部以外にも、支部に属さない観光協会や観光団体、さらには、山陰海岸ジオパーク京丹後市情報センター（NPO法人）が活動している。
- 2 各地域の支部や協会、観光団体（観光関連団体）が更に自主的、主体的に事業展開を図ることができるための「連携体制づくり」（例：ツーリズム協議会の設立など）の是非等について検討を重ねていく。
- 3 山陰海岸ジオパーク京丹後市情報センターや観光施設、関係地域の観光協会（支部）が一体となって観光案内や観光コンテンツ造成などができるような方策や体制づくりを検討していくことも必要である。

② 会員資格、会員特典、会費額などのあり方を改定

- 1 会員の会費負担と支部活動や本部活動、さらには地域観光協会活動との関係性等を継続して整理する。
- 2 本市内において様々な業態で観光に携わる者が、観光公社と、また、業者同士で、互いに連携して観光振興や経済活動を展開できるように、「会員資格や会員特典、会費額等のあり方」について改定を進め、新規会員の加入を促進していく。

③ 職員のスキルアップや処遇改善、幅広い人材活用

- 1 事務事業の専門性や継続性を確保するためには、海の京都 DMO 総合企画局との役割分担等を整理しつつ、職員のスキルアップを図り、PR 力、マーケティング力の向上等観光振興の専門家集団をつくることが重要である。
- 2 プロパー職員の知識・経験の蓄積の評価、経済的な安定、士気の向上、組織の団結等のため、必要な処遇改善等を図ることが必要である。
- 3 また、専門会社や専門家等外部人材に事業の一部を委託したり、外部団体と共催で事業を実施したりするなど、外部の幅広いスキルやノウハウ、人材を活用していくことも有効である。

④ 「大宮ふれあい工房」の受託管理を引き続き検討

- 1 大宮ふれあい工房の受託管理の在り方（継続の是非又は可否等）について、当公社大宮町支部や市教育委員会担当部署等と引き続き検討を重ねていくことが必要である。

⑤ 当公社の「（仮称）中期自立的経営計画」の策定

- 1 当公社の「自主財源の確保・増加策（収益部門の戦略的経営策（手数料、負担金、直接販売額等の増収増益策）」、「行政等からの財政的及び人的な支援（非収益部門への補助金又は交付金、職員派遣等）」、「新財源の導入策」、「プロパー職員の人材確保策や効率的な組織体制」等々について、早急な検討が必要である。
- 2 このため、市総合計画、市観光振興計画、海の京都DMO中期経営戦略等との整合を図りつつ、一般社団法人としての当公社（特に本部事務局）の「（仮称）中期自立的経営計画」の策定について進めていく。