

令和 3 年度事業報告

I 総括的概要

当公社発足 3 年目となる令和 3 年度は、「事務事業の更なる抜本的な見直し」「With コロナや After コロナを視野に入れた事務事業の実施」を基本方針に掲げ、「会員の利益と他産業への経済的波及効果への貢献」「経済的・文化的に豊かで誇りの持てる地域の創造への寄与」「観光消費額増やリピーター率向上につながる事業への注力」「自主財源を確保し、自主的・自律的な経営体の構築を目指す」を目的に、各種の事業を推進してまいりました。

新型コロナウイルス感染症への対応として、令和 2 年度事業の「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン～冬旅～」を令和 3 年 11 月 30 日宿泊分まで延長して実施。また、当公社公式 WEB サイト「京丹後ナビ」内に、本市の魅力を訴求するランディングページ（LP）を四季ごとに制作し、WEB 広告を配信（京阪神を中心に約 150 万人）するなどして、認知拡大と誘客に努めました。さらに、「リビング京都」（京都市内約 49 万部）等の紙媒体や JR 西日本の近畿エリア「快速電車」への車内広告、関西主要 7 駅構内のデジタルサイネージ広告など、マイクロツーリズム需要の獲得に向けた大規模な観光誘客プロモーションを戦略的に展開しました。

他方で、ANA との連携事業として、「レンタカーで行く！『海の京都』京丹後キャンペーン」や「DP（ダイナミックパッケージ）キャンペーン」など、ANA が有する輸送力、ブランド力、宣伝力等を活かして、首都圏からの誘客やインバウンド需要の回復を見据えた取り組みも積極的に進めました。

国内外観光プロモーション・マーケティング戦略として、四季ごとの観光誘客プロモーションを中心に、インターネットや SNS 等を活用したデジタルプロモーション活動を実践。「WEB マーケティング会議」や「WEB 戦略会議」において、専門家や専門事業者の知見等を取り入れながら 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行いました。

また、(株)JTB と進める「ヘルスツーリズム事業」では、ヘルスツーリズム認証プログラム「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」を京丹後市のふるさと納税の返礼品に選定。利用促進に向けて、(株)JTB 発行のパンフレット「エース JTB『ふるさと納税で旅に出よう』」や「京丹後ナビ」へ特集記事を掲載したほか、国の実証事業を活用して、当該認証プログラムを核に、野間・宇川エリアにおける地元名人のアテンドによる自然体験を旅程に加えた新たなツアーの商品化にも取り組みました。

その他、過去に本市内で撮影された数々の映画・ドラマ等を紹介する特設 WEB ページを「京丹後ナビ」内に新設するとともに、映画等の撮影場所を当公社職員の案内で巡る「京丹後ロケ地巡りツアー」を催行するなど、フィルム・ブランドプロモーション事業を強化。地元ガイド団体や大手旅行会社等との共同企画により、山陰海岸ジオパークのダイナミックな景観と地元食材の弁当、温泉を楽しんでもらう日帰りツアー「京丹後縦断トレイル」を実施したり、市発注の「活イカ流通実証事業啓発業務」（モニターツアー実施や誘客プロ

モーション等）や京都市内大学からラーニング型インターンシップ「京丹後プログラム」事業を受託したりするなど、様々な事業展開を図りました。

本年度は、4月からの度重なる新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言発令の影響を受け、昨年度にも増して観光業は厳しい局面を迎えてのスタートとなりました。特に、挽回の期待を寄せていた春のゴールデンウィークは、市内海岸ビーチの駐車場の閉鎖もあり、飲食業の営業休止や宿泊キャンセルが相次ぎました。かき入れ時の海水浴シーズンにおいては、7月は好天や連休に恵まれてやや回復したものの、8月初旬に発生した台風とお盆期間の長雨や豪雨、その後の緊急事態宣言の再発令の影響を受けて、結果的には、夏の観光施設入込状況は、前年比87%という厳しいものとなりました。また、カニ時期についても、コロナ慣れによる有名観光地への戻りやカニの高騰（例年の2倍程度）、年末の積雪による高速道路の通行止めや鉄道の運休、正月明けからの新型コロナウイルス感染症の急拡大への対応（全国規模のまん延防止等重点措置等）なども影響し、令和3年の「年間観光消費額」は66億円（対前年比108%）、「年間宿泊者数」は29万人（同比97%）となりました。

他方で、自主財源の確保・増大に向けて、宿泊予約サイトやECサイトの開設・運営、「京丹後縦断トレイル」や「ヘルスツーリズム」「ロケ地巡りツアー」の造成・販売、観光PR商品（「お茶レター」）の開発・販売などの収益事業（自主事業）を積極的に取り組んだり、「ふるさと納税宿泊クーポン券」事業を展開したりしています。

このような中ではありますが、観光業界団体としての根本的な課題である「会員資格や会費、会員特典等の見直し」（地域本部規程の改正）を進め、令和4年度から新たな会員区分を適用することとなりました。旧態依然の組織構造からの脱却を図り、宿泊業など特定の観光事業者だけでなく、飲食や体験、農林水産、交通関係など幅広く観光に関連する事業者が連携できる体制づくりの確立に向けて、引き続き、「新規会員の加入促進」や「会員に身近な支部活動の充実強化」などに努めていくこととしています。

Ⅱ 会員の異動状況

【会員数】

区 分	R3. 4. 1 現在	期間中増減		R4. 3. 31 現在
		増	減	
正 会 員	1 6 9	3 〔 久美浜 1 弥 栄 2 〕	▲ 3 〔 丹 後▲1 網 野▲1 弥 栄▲1 〕	1 6 9
賛 助 会 員	3 1 2	1 2 〔 網 野 5 久美浜 2 弥 栄 1 峰 山 3 大 宮 1 〕	▲ 1 5 〔 弥 栄▲1 峰 山▲7 大 宮▲7 〕	3 0 9
特別会員（市外）	0	3	0	3
合 計	4 8 1	1 8	▲ 1 8	4 8 1

Ⅲ 役員構成

役 職	氏 名	役 職	氏 名
地 域 本 部 長	齊 藤 修 司	理 事	仲 原 大 輔
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	〃	中 川 正 樹
理 事	東 洋 次 郎	〃	森 川 哲 己
〃	吉 岡 聖	〃	嶋 田 健 一 郎
〃	丹 羽 祐 介	〃	野 木 教 貴
〃	谷 口 達 彦	監 事	今 田 弘 一
〃	西 村 大 輔	〃	大 場 耕 作

Ⅳ 事務局

京都府京丹後市網野町網野 367 アミティ丹後 内

Ⅴ 会 議

【総 会】

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.5.31	令和 3 年度定時総会（書面表決）	京丹後市観光公社
R3.10.27	令和 3 年度臨時総会	アミティ丹後

【三役会】

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.5.10	第 1 回三役会	京丹後市コワーキングスペース
R3.9.21	第 2 回三役会	アミティ丹後
R4.2.3	第 3 回三役会	京丹後市コワーキングスペース
R4.3.22	第 4 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
R3.4.27	第 1 回理事会	市網野保健センター
R3.5.17	第 2 回理事会	市網野保健センター
R3.6.14	第 3 回理事会	市網野保健センター
R3.7.13	第 4 回理事会	アミティ丹後
R3.7.26	支部長・支部事務局合同会議（網野・峰山・大宮・弥栄）	京丹後市コワーキングスペース
R3.7.28	支部長・支部事務局合同会議（丹後・久美浜）	京丹後市コワーキングスペース
R3.8.26	第 5 回理事会	アミティ丹後
R3.10.4	第 6 回理事会	アミティ丹後

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.12.2	第 7 回理事会	市網野保健センター
R4.1.6	第 1 回支部長会議	京丹後市コワーキングスペース
R4.3.10	第 8 回理事会・第 2 回支部長会議	市網野保健センター

【役員選考委員会】

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.5.17	令和 3 年度役員選考委員会	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
R3.12.12	市長懇談会（令和 4 年度要望）	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
R3.6.2	第 1 回取締役会	天橋立ホテル
R3.6.29	定時社員総会	天橋立ホテル
R3.6.29	第 2 回取締役会	天橋立ホテル
R3.8.12	第 3 回取締役会	市役所大宮庁舎
R3.10.18	第 4 回取締役会	みやづ歴史の館
R4.1.25	第 5 回取締役会	宮津商工会議所大会議室
R4.3.30	第 6 回取締役会	宮津市福祉・教育総合プラザ

【海の京都 DMO 地域本部事務局長会議】

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.5.20	地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R3.8.5	地域本部事務局長会議	丹後広域振興局宮津総合庁舎
R3.8.27	地域本部事務局長会議（リモート）	
R3.10.6	地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R3.12.10	地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R3.12.23	地域本部事務局長会議（リモート）	
R4.1.14	地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎
R4.3.16	地域本部事務局長会議	市役所大宮庁舎

【その他会議等】

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.4.14	京丹後市商工会観光業部会総会	アミティ丹後
R3.4.15	丹後 100km ウルトラマラソン実行委員会	市役所峰山庁舎

月 日	会 議 等 名	会 場
R3.4.23	Tango Good Goods 認定推進委員会	アミティ丹後
R3.5.11	京丹後市議会「新政会」との勉強会	京丹後市ワーキングスペース
R3.5.13	令和2年度決算監査会	アミティ丹後
R3.5.21	北近畿広域観光連盟通常総会（リモート）	
R3.6.15	京都府観光連盟通常総会	京都東急ホテル
R3.6.24	パート職員採用面接	アミティ丹後
R3.6.28	海水浴場水難対策懇談会	市役所丹後庁舎
R3.6.28	京都府知事要望（新型コロナウイルスワクチン接種に関する要望）	丹後広域振興局
R3.6.29	観光地域づくりマネージャー会議	宮津市福祉・教育総合プラザ
R3.7.1	Tango Good Goods 認定推進委員会	アミティ丹後
R3.7.2	京丹後市地域商社協議会定例会	丹後王国「食のみやこ」情報交流センター
R3.7.14	京丹後市ジオパーク最大活用会議幹事会	市役所網野庁舎
R3.7.15	京丹後ちりめん祭り運営委員会議	市役所網野庁舎別館
R3.7.27	花柳凜氏（舞踏家）面談	市役所峰山庁舎
R3.8.25	丹後大学駅伝後援会総会	アグリセンター大宮
R3.8.19	京都府観光振興ネットワーク会議	ホテルグランヴィア京都
R3.8.19	京丹後市ジオパーク最大活用会議	網野保健センター
R3.9.14	「用途地域等に関する指定方針（検討案）」に関する説明会（市都市計画・建築住宅課）	市役所網野庁舎別館
R3.10.6	京丹後市地域商社協議会定例会	丹後王国情報交流センター
R3.10.13	京丹後市文化芸術振興審議会	アグリセンター大宮
R3.10.22	丹後地域加工食品品質向上連絡会	アミティ丹後
R3.10.25	京丹後ガストロノミカ 2021	丹後王国「食のみやこ」情報交流センター
R3.11.11	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	市役所峰山庁舎
R3.11.22	京丹後市網野庁舎跡地活用構想検討会議	アミティ丹後
R3.11.22	京丹後市文化財保存活用地域計画協議会	市役所大宮庁舎
R3.11.24	田中彩子京丹後公演実行委員会	峰山地域公民館
R3.11.24	京丹後市文化芸術振興審議会	市役所大宮庁舎
R3.11.27	京丹後市小町ろまん全国短歌大会	アグリセンター大宮
R3.12.6	ANA あきんど（株）新居副社長市長挨拶同席	市役所峰山庁舎
R3.12.12	山陰近畿自動車道早期実現促進大会	府丹後文化会館
R3.12.21	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	市役所峰山庁舎
R3.12.27	京丹後市網野庁舎跡地活用構想検討会議	アミティ丹後
R4.1.4	令和4年仕事始め式	京丹後市観光公社
R4.1.6	網野高・丹後緑風高企画経営科生徒作成「掛津地域の歴史」絵本の贈呈式	アミティ丹後

月 日	会 議 等 名	会 場
R4.1.11	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	市役所峰山庁舎
R4.1.18	京丹後市地域商社協議会定例会	丹後王国「食のみやこ」情報交流センター
R4.1.24	京丹後市網野庁舎跡地活用構想検討会議	アミティ丹後
R4.1.24	京丹後市文化芸術振興審議会	市役所大宮庁舎
R4.1.25	日本舞踊「花柳凜京丹後市公演」実行委員会	峰山地域公民館
R4.1.27	田中彩子京丹後公演実行委員会	峰山地域公民館
R4.1.31	京丹後市文化財保存活用地域計画協議会	市役所大宮庁舎
R4.2.1	丹後 100km ウルトラマラソン実行委員会	市役所峰山庁舎
R4.2.2	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	市役所峰山庁舎
R4.2.4	京丹後チャレンジデー実行委員会総会	市役所峰山庁舎
R4.2.6	「田中彩子ソプラノ・リサイタル」	京都府丹後文化会館
R4.2.10	京丹後市議会「丹政会」懇談会	アミティ丹後
R4.2.22	京丹後市観光立市推進会議	市役所峰山庁舎
R4.2.24	テレワーク・ワーケーション受入れ研修会	丹後王国「食のみやこ」情報交流センター
R4.3.2	臨時職員採用面接選考	アミティ丹後
R4.3.3	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	峰山地域公民館
R4.3.11	日本舞踊「花柳凜京丹後市公演」実行委員会	峰山地域公民館
R4.3.14	丹後 100km ウルトラマラソン実行委員会	市役所峰山庁舎
R4.3.18	京丹後市総合計画審議会	市役所峰山庁舎
R4.3.23	京都府観光振興ネットワーク会議	TKP ガーデンシティ京都 タワーホテル
R4.3.28	京丹後市ジオパーク最大活用会議幹事会	網野保健センター
R4.3.31	京丹後市美しいふるさとづくり審議会	市役所峰山庁舎

Ⅵ 受託事業

- 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）
- 京丹後市活イカ流通実証事業啓発等業務（京丹後市）
- 京都外大コミュニティエンゲージメントプログラム事業（京都外国語大学）
- 地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業（観光庁）

Ⅶ 職員の資格取得状況

- 「国内旅行業務取扱管理者」 プロパー職員 3 人

Ⅷ 事業報告

1. 新型コロナウイルス感染症対応事業

(1) 京丹後ふるさと旅行券キャンペーン事業（令和2年度からの繰越事業）

①「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン～冬旅～」を実施

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、市内対象宿泊施設で利用できる額面5,000円の旅行券（10,000枚）を2,500円で販売するキャンペーンで、令和2年度からの継続事業。

新型コロナウイルス感染症の拡大による緊急事態宣言の度重なる発令に伴い、旅行券の利用期間を、令和3年11月30日宿泊分まで延長し、誘客促進と域内消費を喚起しました。



「京丹後ナビ」キャンペーンページバナー

■対象期間 令和2年11月6日から令和3年11月30日までの宿泊分

■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

■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 9,794枚、48,970千円分（うち令和3年度分1,371枚、6,855千円）

■宿泊者数 1,631組、5,390人（うち令和3年度分271組、869人）

■キャンペーンによる取扱額

（ア）宿泊 131,729,784円（うち令和3年度分18,683,546円）

※宿の実績報告の積算（宿泊代金＋飲物等）

（イ）特典 4,411,253円（うち令和3年度分837,054円）

・ガソリン券 1,245,000円（うち令和3年度分167,000円）

・タクシー券 8,000円（うち令和3年度分1円）

・久美浜かき、お楽しみ海産物 3,158,253円（うち令和3年度分670,054円）

■未利用券と海産物の引換 101枚（252,500円相当分）

(2) マイクロツーリズム・プロモーション事業（令和2年度からの繰越事業）

①春の観光誘客プロモーションを実施

新型コロナウイルス感染症の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、閑散期となる4～5月の誘客と「観光地 京丹後」の認知拡大を図るため、京阪神を主たるターゲットにした春の観光誘客プロモーションの強化に取り組みました。



JR 快速電車車内広告（窓上ポスター）

特に、従来の新聞・雑誌などに加えて、刷り込みによる高い訴求効果が見込める交通広告を活用したPR活動を展開しました。

《JR 西日本の近畿エリア「快速電車」への車内広告掲出》

■広告期間 令和3年4月1日から1カ月間

■広告内容 近畿エリアの「快速電車」窓上ポスター（横103cm、縦28cm）

■掲載枚数 2,250 枚

《情報誌「SPICE」への広告掲載（令和3年4月1日発行号）》

■発行部数 約 50,000 部（豊岡市等の但馬地域・京丹後市内）



情報誌「SPICE」掲載紙面（令和3年4月1日発行号）

②いちご狩り体験動画を制作

春の観光誘客プロモーションの一つとして、親子連れをターゲットにした「いちご狩り体験」のPR動画を制作。「京丹後ナビ」に掲載し、さらなる誘客を図りました。



PR動画「京丹後でいちご狩り」

③夏の観光誘客プロモーションを実施

新型コロナウイルス感染症の拡大により、5月の大型連休を中心とする春季の集客に影響を受けたため、夏季における集客の挽回と課題である7月及び8月下旬を含めた長期間の集客を目的に、主に京阪神をターゲットにした夏の観光誘客プロモーションを実施しました。

さらに、「京丹後ナビ」では、海水浴ページ及びキャンプ場ページをリニューアル（後掲）したほか、京丹後の夏の魅力を訴求するWEB広告用のランディングページ（LP）を制作し、海水浴目的以外の新たな客層の取り込みを図りました。

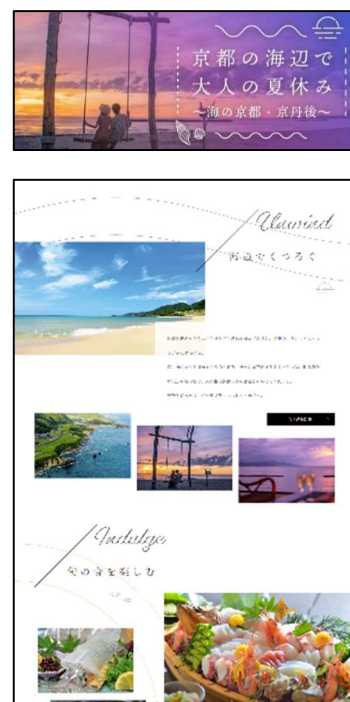
《広告用ランディングページの制作と広告配信》

■タイトル 『京都の海辺で大人の夏休み～海の京都・京丹後～』

■広告配信期間 令和3年7月7日～8月21日

■広告配信エリア 京阪神

■広告配信結果 17～18頁（3）①に記載のとおり



夏の誘客プロモーション用LP

④感染予防対策を呼びかけるピクトグラムを作成



海水浴シーズンを前に、「安全・安心な観光推進のまち」宣言のポスター（ピクトグラム）を作成し、市内のコンビニエンスストア 7 店舗へ掲出。「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 日制定）を周知するとともに、観光旅行者へマスク着用などの感染予防対策の徹底を呼びかけました。

作成した「安全・安心な観光推進のまち」宣言ポスター

⑤秋の観光誘客プロモーションを実施

令和 2 年の 9～10 月に実施した「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン～秋旅～」に引き続き、秋季の観光需要を取り込むため、主に京阪神をターゲットにした「秋の京丹後」の認知拡大に向けたプロモーションを展開。フルーツや新米など秋食材の魅力を打ち出す構成で、WEB 広告用ランディングページ（LP）の制作や情報誌「リビング京都」への記事掲載を行いました。

「リビング京都」の発行社が行った読者調査では、「京丹後でフルーツを栽培していることを初めて知った」「宿に泊まって赤い夕日を堪能したい」「最近よく京丹後が取り上げられており、見る度に行ってみたいと思う」「毎年同じ時期にしか行かないので、秋はこんなにおいしいようなものがたくさんあるのか！とビックリでした」といったコメントが寄せられたほか、紙面に掲載した QR コードを経由した「京丹後ナビ」の閲覧数は、5,000PV 以上となりました。



秋の誘客プロモーション用 LP

《広告用ランディングページの制作と広告配信》

■タイトル 『いね、来てよかったでしょ？ ～秋の京丹後～』

■広告配信期間 令和 3 年 9 月 1 日～10 月 20 日

■広告配信エリア 京阪神

■広告配信結果 17～18 頁 (3) ①に記載のとおり

《「リビング京都」への広告掲載》

■掲載号 令和 3 年 8 月 28 日発行号、9 月 18 日発行号

■発行部数 約 490,000 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》

■掲載号 令和3年8月27日発行号、9月24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」(令和3年8月28日発行号)



「シティリビング」(令和3年8月27日発行号)

⑥冬の観光誘客プロモーションを実施

新型コロナウイルス感染症の拡大による影響に加え、カニの価格高騰により、リピーターを含めた集客が低調気味であることを受けて、主に京阪神をターゲットに、京丹後の一番のオンシーズンであるカニシーズンの誘客プロモーションの強化に取り組みました。

「間人ガニ」を前面に打ち出した広告用ランディングページ(LP)を制作するとともに、情報誌「リビング京都」への掲載による誘客活動を展開。さらに、関西エリア主要ターミナル駅のデジタルサイネージでの動画広告配信を行いました。また、1月には、カキや地酒などのグルメ情報に加えて、宿泊予約特典などのお得感を打ち出す構成で広告用ランディングページ(LP)を制作し、広告配信を行いました。

「リビング京都」の発行社による読者調査では、「京都府民が京都で楽しむことができるということで旅行の参考になる」「緊急事態宣言解除になり、旅行に出かけたくなった」

「京都に素晴らしい所があるのを再認識でき、カニを食べに行きたくなった」といったコメントが寄せられたほか、紙面に掲載したQRコード経由の「ふるさと納税宿泊クーポン券ページ」の閲覧数は、2,600PV以上となりました。

デジタルサイネージでの動画配信では、広告を認知した方の25.5%が、広告視聴後に「蟹ツアーについてインターネットで調べた」と回答しています。

《JR西日本 J・AD ビジョンでの動画配信》

■広告期間 令和3年11月1日から7日間

■広告内容 関西主要7駅(JR大阪駅・JR天王寺駅・JR京都駅・JR三ノ宮駅・JR京橋駅・JR新大阪駅・JR鶴橋駅)構内のデジタルサイネージで6分ごと15秒の動画を配信

■掲載面数 214面(12エリア)

《「リビング京都」「リビング大阪」への広告掲載》



J・AD ビジョン動画広告

■掲載号 「リビング京都」令和3年10月23日号

「リビング大阪」令和3年10月22日号

■発行部数 「リビング京都」約490,000部（京都市内等）

「リビング大阪」約440,000部（大阪市内等）



「リビング大阪」掲載紙面（令和3年10月22日号）



「リビング京都」掲載紙面
（令和3年10月23日号）

《広告用ランディングページの制作と広告配信》

■タイトル 『冬こそ、京丹後。』

■広告配信期間 令和3年11月3日～令和4年1月19日

■広告配信エリア 京阪神

■広告配信結果 17～18頁（3）①に記載のとおり

■タイトル 『京丹後で至福のカニ旅』

■広告配信期間 令和4年1月20日～2月28日

■広告配信エリア 京阪神

■広告配信結果 17～18頁（3）①に記載のとおり



冬の誘客プロモーション用 LP

⑦ビーチページ・キャンプ場ページをリニューアル

「京丹後ナビ」のビーチ（海水浴場）ページ及びキャンプ場ページのリニューアルを行い、各施設の特徴や料金等の詳細情報を一元化するとともに、検索フィルタや MAP 連携機能を追加。さらに、京丹後市と連携し、ビーチページ上に海水浴場駐車場の混雑状況可視化サービスを試行導入するなど、ユーザーの利便性を向上させました。

これらのページ改善により、令和3年7月のビーチとキャンプ場関連ページのページビュー（PV）数は、前年比約2.6倍の287,300PVとなりました。

また、「京丹後ナビ」を一度でも閲覧したことのある方で、海水浴やキャンプなどの夏の観光情報を探している方を対象に、「京丹後ナビ」への流入を促進する広告配信を行い

ました。

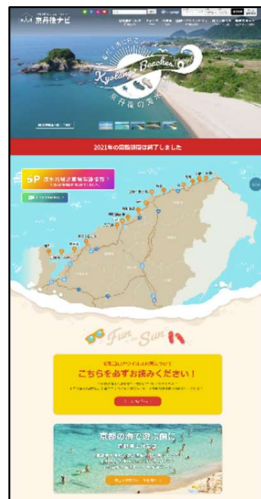
■広告配信期間 令和3年7月12日～9月1日

■広告配信エリア 京阪神

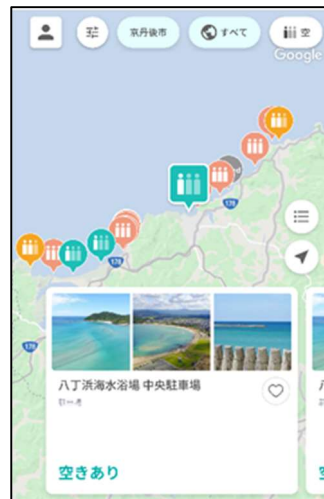
■広告配信結果 17～18頁(3)①に記載のとおり



ビーチページ



キャンプ場ページ



海水浴場駐車場の混雑状況
可視化サービスを試行導入

⑧「京丹後ナビ」における情報発信テーマ策定のための調査事業を実施

「京丹後ナビ」を活用した国内向けのマーケティング及びプロモーションを戦略的に実施していくため、注力して発信すべき体験・資源を絞り込み整理することを目的に、マーケティング支援会社に調査業務を委託。本市の観光資源に対する消費者の認識や他の観光地との違いについて、消費者インタビューにより調査・確認を行うとともに、当公社職員によるワークショップを実施しました。

《インタビュー調査》

■実施日 令和4年1月25日～27日

■対象者 京阪神エリア 20～30代の男女6人

■実施内容 旅行ニーズや旅先の決定方法等について、モデレーターが聴き取り調査を実施。オンライン形式で各1時間。

《ワークショップ》

■実施日 令和4年2月16日

■実施内容 インタビューで判明した消費者の旅行へのニーズに対し、京丹後が提供できる体験とその体験から得られる消費者のベネフィットについて検討。

《「調査事業」に関するマネジメント》

事業目的を効果的かつ効率的に達成するため、データ分析やマーケティングの専門的知識を持ち、当公社のWEBサイトの戦略的運営に関する助言指導を担当する専門家にマネジメント等を委託。

■委託内容

- ・調査事業の運営全般に関するマネジメント
- ・調査事業とWEBサイト運営の連携に関するアドバイス
- ・調査事業に関するミーティング、インタビュー、ワークショップへの参加

2. 安全で安心な観光とふるさと創生事業

(1) ANA 秋の誘客キャンペーン事業（令和2年度からの繰越事業）

①「航空機で訪れ、レンタカーで周遊する旅」を企画

ANA との連携により、現在積極的な誘客ができていない関東方面での京丹後市の認知度アップを図るとともに、将来のインバウンド再開も見据えて、海の京都観光圏や北近畿観光圏などの周遊を含めた京丹後への集客を図る取り組みを展開。ANA が有する輸送力やブランド力、宣伝力等を活かし、「航空機で訪れ、レンタカーで周遊する旅」を、ANA-X の主催旅行である「ダイナミックパッケージ」にて商品化し、ANA マイレージクラブ会員へのアプローチ等、集客プロモーションを実施しました。

■商品概要

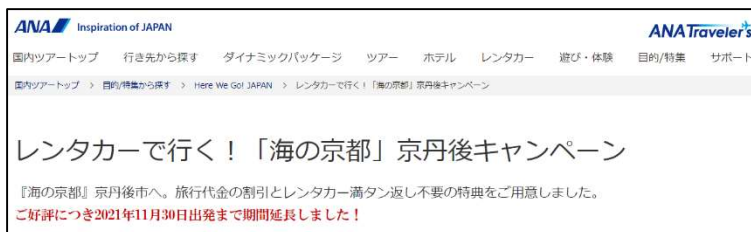
- ・商品名称 レンタカーで行く！「海の京都」京丹後キャンペーン
- ・設定期間 令和3年8月18日～11月30日出発
- ・申込期間 令和3年7月1日～11月29日
- ・特典 ①旅行代金 お一人様につき5,000円割引（条件：京丹後市内宿泊）
②レンタカー返却時ガソリン満タン返し不要

■契約宿泊施設数 27施設

■利用者数 13件25名

■販促項目

- ・ANA の WEB サイト内国内ツアー「関西」エリアページのおすすめ情報スクロールに掲載
- ・ANA の WEB サイト内にキャンペーン専用ページを制作



- ・マイレージ会員（約500万人）向け「ANA メールマガジン」による情報配信
※配信日：令和3年7月29日



- ・デジタル広告（外部ネットワークへのリスティング広告）の配信
※配信日：令和3年8月17日～9月10日、9月27日～10月26日
※効果想定：1,500万人を対象に167万imp



- ・交通広告（東急電鉄車内）を掲出
※掲出期間：令和3年9月27日～10月3日
※効果想定：期間中2,300万人が視聴



(2) DPキャンペーンツアー実施、関連商品販売促進

①ANAトラベラーズ「日本を旅しよう」(Vol. 12) ヘプラン掲載

■掲載施設 「あまやどりの宿 雨情草庵」

「佳松苑 はなれ櫓」「いっぺん庵」

■ツアー概要 羽田/伊丹発着 航空機プランと現地宿泊プラン



②「日本を旅しよう」顧客向けモニターツアー（「海の京都・京丹後 冬のモニターツアー」）の実施

■実施日程

- ・令和4年2月23、24日 岐阜県在住者
- ・令和4年3月12、13日 東京都在住者
- ・令和4年3月13～15日 東京都在住者
- ・令和4年3月27、28日 東京都在住者
- ※計4回（4組／8人）すべて夫婦



③「まるっぽおまかせ！『海の京都』京丹後キャンペーン」の実施

■商品概要

- ・特典 1人20,000円のDPクーポンによる割引（条件：京丹後市に1泊以上滞在、50人限定）

- ・設定期間 令和4年3月1日～31日
- 出発

■商品発売日 令和4年2月17日

■専用WEBページ制作

- ・公開日 令和4年2月17日
- ・閲覧状況 4,731PV

■集客実績 50人

モニターツアー募集要項



キャンペーン募集ページ

④ANAのWEBサイト内に総合プラットフォームを開設

ANA あきんど株が、ANA の WEB サイト内に「ANA×京丹後市」の総合販売プラットフォームを開設。本市の自然・食・温泉の要素をビジュアルとともに紹介したり、「航空機＋周辺エリアの周遊モデルルート」を提案したりするなど充実したコンテンツで、京丹後の魅力を発信しています。（掲載担保期間：約 1 年間）

■リリース日 令和 4 年 3 月 25 日

■URL https://www.ana.co.jp/ja/jp/domtour/theme/here_we_go_japan/ana_kyotango/



ANA の WEB サイト上に開設された総合プラットフォーム(WEBページ)

※上記キャンペーン等による誘客実績 353 人（うち航空機利用 105 人）

3. 国内外観光プロモーション・マーケティング事業

(1) HPメンテナンス（国内・国外）

①公式WEBサイトの保守・管理を委託

「京丹後ナビ」及び「Visit Kyotango」の保守・管理を制作会社に委託し、ホームページを支障なく閲覧・利用できるよう努めました。

(2) 戦略会議・WEBマーケティング会議

①WEBマーケティング会議の開催

計 24 回開催。新型コロナウイルスの感染症の拡大状況に配慮しながら、WEB での広告配信を中心に、紙媒体も併せた一体的な誘客 PR によるマーケティングを実施しました。

本年度は、新型コロナウイルスの感染症の拡大状況に大きく左右された昨年の教訓を活かし、二季型から通年型への移行をより一層促進するため、四季ごとに京丹後の魅力を打ち出すプロモーションを展開しました。その季節ごとに、解決すべき課題を整理し、ターゲットに併せて WEB ページの構成や訴求内容を検討しページを作成。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。

「京丹後ナビ」は、昨年度、新規ユーザー数や閲覧数が対前年 2 倍以上となりましたが、本年度は、昨年度を更に上回る状況で推移しており、京丹後への観光誘客の広報手段として有効な自社媒体（オウンドメディア）に成長しています。

②WEB戦略会議の開催

計 23 回開催。「マーケティング」「サイト改善」「宿泊予約」「SNS」の 4 つのカテゴリー別に事業の進捗状況や KPI 達成度を確認するほか、WEB マーケティング会議での検討内容をベースに、各シーズンにおけるプロモーション戦略の検討・決定を行いました。



WEB 戦略会議の様子

(3) 広告宣伝（情報紙、SNS・Facebook、FC等）

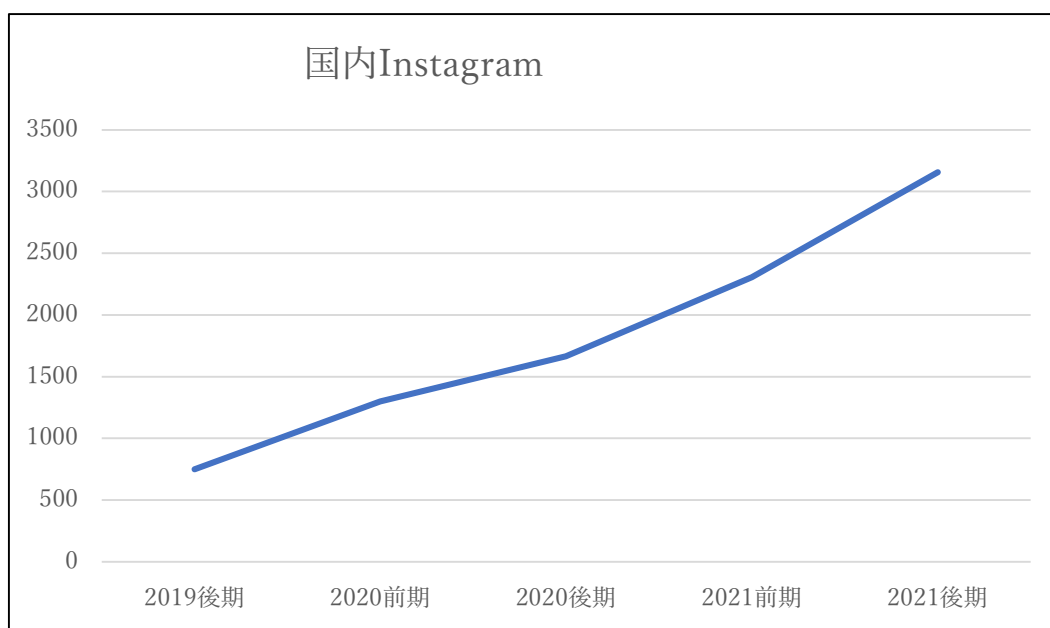
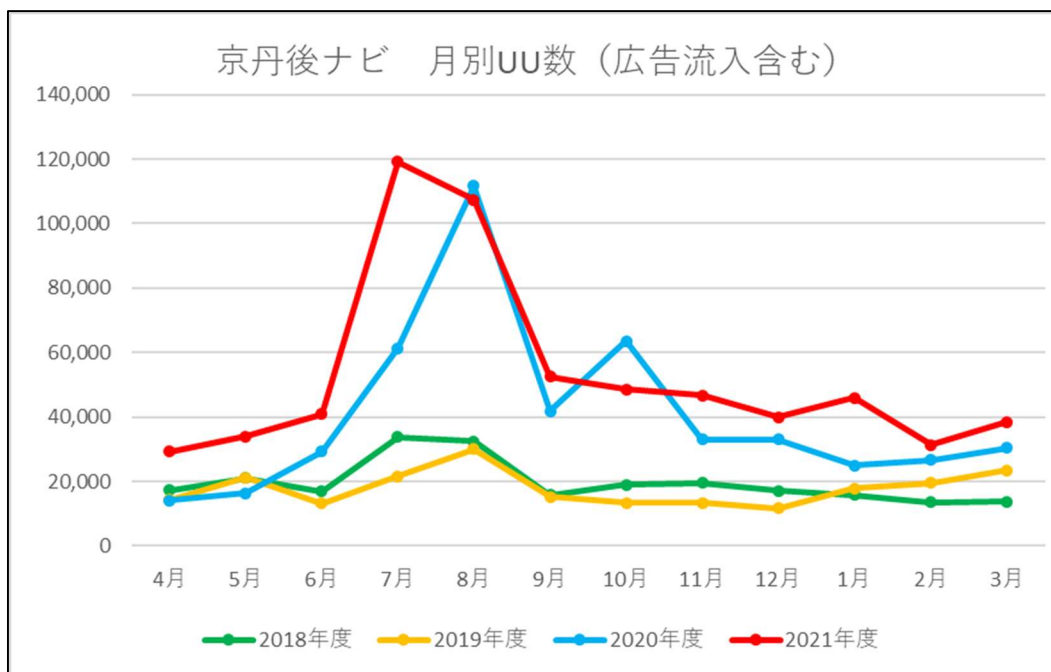
①WEB広告の運用

媒体	目的	手法	表示回数等
Google	夏の京丹後の認知拡大及び集客	京丹後ナビを閲覧したことがある方に、ディスプレイ広告を配信し、京丹後ナビに誘導	配信：7/12～9/1（52日間） 表示：833,116回 クリック：2,709回 クリック率：0.33% 費用：52,292円（1,000円/日）
	海水浴以外の夏の京丹後の認知拡大及び集客	旅行に興味関心がある方や類似の観光WEBサイトを閲覧している方に、ディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：7/7～8/21（46日間） 表示：1,512,428回 クリック：839回 クリック率：0.06% 費用：46,204円（1,000円/日）
	ツリーハウスを中心とした夏秋の京丹後の認知拡大と集客	特設ページを75%以上閲覧しそうな方に、GoogleのAIがディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：8/12～10/17 表示：1,429,926回 クリック：5,549回 クリック率：0.39% 費用：111,500円（1,500円/日）
	秋の京丹後の認知拡大及び集客	京丹後ナビを閲覧したことがある方にディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：9/1～10/17 表示：1,440,216回 クリック：7,204回 クリック率：0.50% 費用：90,000円（1,500円/日）
	冬の京丹後の認知拡大及び集客	京丹後ナビを閲覧したことがある方にディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：11/3～1/19 表示：1,478,899回 クリック：8,378回 クリック率：0.57% 費用：116,469円（1,500円/日）
	京丹後ナビ宿泊予約システムでの予約獲得	京丹後やカニ、温泉などを目的に宿泊を探している方に、検索広告を配信し、宿泊予約システムに誘導	配信：11/3～3/31 表示：187,501回 クリック：9,380回 クリック率：5% 費用：216,038円（1,000～2,000円/日）
	京丹後縦断トレイルの集客	兵庫県南部エリアを対象に、トレッキングやウォーキングに興味がある方にディスプレイ広告を配信し、ツアー販売ページに誘導	配信：11/22～11/28 表示：88,709回 クリック：512回 クリック率：0.58% 費用：21,000円（1,500円/日）
	ふるさと納税宿泊クーポン券の認知拡大	ふるさと納税や京丹後に興味関心のある方に、ディスプレイ広告を配信し、ふるさと納税宿泊クーポン券ページに誘導	配信：12/7～12/31 表示：145,367回 クリック：1,523回 クリック率：1.05% 費用：30,225円（1,500円/日）
	冬の京丹後の認知拡大及び集客②	京丹後ナビを閲覧したことがある方にディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：1/19～2/28 表示：1,055,626回 クリック：4,151回 クリック率：0.39% 費用：47,676円（1,500円/日）
	春の京丹後の認知拡大及び集客	京丹後ナビを閲覧したことがある方にディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信：3/13～3/31 表示：265,961回 クリック：1,850回 クリック率：0.70% 費用：35,144円（1,500～2,000円/日）

媒体	目 的	手 法	表示回数等
Google	ツリーハウスを中心とした京丹後の認知拡大と集客②	特設ページを75%以上閲覧しそうな方に、Google の AI がディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信:3/18～3/31 表示:510,785 回 クリック:1,194 回 クリック率:0.23% 費用:27,992 円(2,000 円/日)
	ロケ地としての京丹後の認知拡大及び集客	映画やドラマなどに興味のある方にディスプレイ広告を配信し、特設ページに誘導	配信:3/13～3/31 表示:359,696 回 クリック:1,121 回 クリック率:0.31% 費用:29,966 円(2,000 円/日)
Facebook	活イカ事業の認知拡大及び販売促進(近隣)	京丹後市近隣の方で旅行に興味関心がある方を優先して Facebook 広告を配信し、特設ページに誘導	配信:6/21～7/11(21 日間) 表示:31,063 回 クリック:850 回 クリック率:2.74% 費用:10,020 円(500 円/日)
	活イカ事業の認知拡大及び販売促進(京阪神)	京阪神在住の方で旅行に興味関心がある方を優先して Facebook 広告を配信し、特設ページに誘導	配信:6/21～7/11(21 日間) 表示:88,821 回 クリック:3,090 回 クリック率:3.48% 費用:20,072 円(1,000 円/日)
	ツリーハウスを中心とした夏秋の京丹後の認知拡大と集客	ツリーハウスの特設ページを閲覧した方で旅行に興味関心がある方を優先して、Facebook 広告を配信し、再度、特設ページに誘導	配信:8/17～10/17 表示:231,243 回 クリック:6,896 回 クリック率:2.98% 費用:61,783 円(1,000 円/日)
	ふるさと納税宿泊クーポン券の販売促進(露出拡大)	ふるさと納税や京丹後に興味関心のある方に、Facebook 広告を配信し、ふるさと納税宿泊クーポン券ページに誘導	配信:10/27～12/7 表示:184,673 回 クリック:486 回 クリック率:0.26% 費用:79,784 円(1,500 円/日)
	ふるさと納税宿泊クーポン券の販売促進(サイト誘導)	ふるさと納税や京丹後に興味関心のある方に、Facebook 広告を配信し、ふるさと納税宿泊クーポン券ページに誘導	配信:10/27～12/7 表示:82,322 回 クリック:1,610 回 クリック率:1.96% 費用:40,366 円(1,500 円/日)

■ 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	新規ユーザー数	633,626 人 ※前年比約 130% (147,405 人増)	8,548 人 ※前年比約 68% (4,055 人減)
フェイスブック	フォロワー数	4,353 人 ※前年比約 117% (638 人増)	12,432 人 ※前年比約 97% (437 人減)
インスタグラム	フォロワー数	3,126 人 ※前年比約 188% (1,461 人増)	265 人 ※前年比約 174% (113 人増)



②新国立劇場で観光PR展示

令和3年7月24日から7月27日まで、新国立劇場（東京都渋谷区）で開催された「こどものためのバレエ劇場 2021 竜宮～亀の姫と季の庭～」において、宮津市や舞鶴市、伊根町とともに、浦島太郎をテーマとしたパネルやパンフレットの展示による誘客PRを行いました。



開催ポスター



観光PR展示の様子

③デジタルサイネージで“活イカ”をPR

京都丹後鉄道網野駅舎内に設置されたデジタルサイネージを活用した情報発信として、令和3年度は、“京丹後の活イカ”をメインとした観光PR動画（15秒）を、令和3年7月1日から2週間放映し、『“旬”でもてなす食のまち』をPRしました。

この動画は、同期間、東京駅、阪急梅田駅、府内の主要な観光地14カ所に設置されたデジタルサイネージにも掲載されました。

網野駅舎内に設置されたデジタルサイネージで、「旬」でもてなす食のまち」をPR



④「京都観光データ収集・分析事業」を共同実施

観光客のプロフィール像をサンプリングし、他の観光地と比較優位となる特色を明らかにすることで、旅行先としての決定要因を分析し、今後のマーケティング手法を探るため、(公社)京都府観光連盟が夕日ヶ浦温泉エリアを対象に実施するモデル事業に協力しました。



令和4年2月25日開催の全体会議（ワークショップ）では、地元夕日ヶ浦観光協会のメンバーとともに、人流データやWEB・SNSの分析を行い、地域のポテンシャルを把握。その上で地域コンセプト（キャッチコピー）を「また会いたくなる夕日ヶ浦温泉 ～非日常の中の日常がここに～」に設定しました。

なお、同連盟が夕日ヶ浦観光協会の公式WEBサイト内にランディングページ（LP）を制作し、WEB広告の配信により集客するなどの誘客プロモーションを実施しました。



全体会議（写真上）と制作されたLP

⑤観光案内サイネージで観光地情報発信



観光案内サイネージで観光地情報を発信

道の駅「丹後王国 食のみやこ」内に設置（令和4年3月）された観光案内サイネージに、当公社が広告を掲載し、観光スポット等の観光地情報を発信しています。

⑥令和4年春の観光誘客プロモーションを実施

令和4年3月下旬から6月の閑散期において、マイクロツーリズムの浸透による誘客を促進するため、京阪神の女性同士や夫婦をメインターゲットに、花と海など水辺の絶

景、桜鯛など春の海鮮、女性向けのお酒や苺スイーツ、温泉宿など京丹後の春の魅力を打ち出す構成で、WEB 広告用ランディングページ (LP) を制作し、広告配信を行いました。さらに、情報誌「リビング京都」に、3 号連続して特集記事を掲載したり、「京丹後ナビ」宿泊予約システムでの宿泊予約特典 (ガソリンチケットの提供) を設定したりしました。《広告用ランディングページの制作と広告配信》

■タイトル 『京丹後で心に花咲く春旅ドライブ』

■広告配信期間 令和 4 年 3 月 13 日～31 日

■広告配信エリア 京阪神

■広告配信結果 17～18 頁 (3) ①に記載のとおり

《「リビング京都」への広告掲載》

■掲載号 「リビング京都」令和 4 年 3 月 12 日号

「リビング京都」令和 4 年 3 月 19 日号

「リビング京都」令和 4 年 3 月 26 日号

■発行部数 「リビング京都」約 490,000 部 (京都市内等)



春の誘客プロモーション用 LP



「リビング京都」掲載紙面 (令和 4 年 3 月 12 日号)



「リビング京都」掲載紙面 (令和 4 年 3 月 19 日号)



「リビング京都」掲載紙面 (令和 4 年 3 月 26 日号)

⑦観光雑誌・情報誌による情報発信

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 広告と併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

- ・昭文社発行『ご当地絶景 関西』
- ・京都トヨペット(株) 情報誌「TOYOTA class 京都」2021 SUMMER
- ・JTB パブリッシング 『るるぶ 天橋立 城崎 丹後 但馬 竹田城跡 '22』
- ・(株)リクルート 【じゃらん大人のちょっと贅沢な旅】「別冊丹後特集」
- ・季刊誌「関西夏ウォーカー」日帰り夏遊び特集
- ・(株)JTB JTB 感動の瞬間「夕日ヶ浦から観る自慢の景勝」
- ・じゃらん 12・1 月号カニ別冊「どっぷりカニ旅！京丹後でおこもりステイ」
- ・電子旅行情報誌『旅色』「京丹後の自然と食を満喫 美しい海辺の町へ一人旅」
- ・(株)昭文社まっふるマガジン『ペットといっしょ』
- ・JTB パンフレット「旅の過ごし方京都奈良びわ湖」
- ・(株)カピケーラ『地球の歩き方 京都』
- ・JR 東海「そうだ 京都、行こう。」

- ・JR 西日本沿線情報紙「西 Navi」
- ・神戸新聞 まいどなニュース
- ・朝日新聞出版「歴史道」

合計 136 件

⑧Facebook による情報発信強化

令和 3 年 7 月 20 日から、テーマと担当者を決めて、観光情報をはじめ当公社の事業報告、地域の話題、当公社スタッフの体験談などを Facebook に投稿することにより、情報発信を強化しました。

■発信回数 257 回／287 日中

■リーチ数等（平均）

- ・リーチ数 1,328 件、クリック数 67 回、「いいね・シェア・コメント」123 件

■反応の良かった投稿

- ・R3.9.14 京都外国語大学学生の現地研修を受け入れ
リーチ数 2,800 件、クリック数 270 回、いいね等数 323 件
- ・R3.11.1 デジタルサイネージ（交通広告）でカニ解禁を PR
リーチ数 4,859 件、クリック数 216 回、いいね等数 661 件
- ・R4.1.31 「丹後みどころエクスプレス」に参加
リーチ数 2,946 件、クリック数 150 回、いいね等数 383 件
- ・R4.2.6 丹後町岡成区伝統行事「百度打ち」の紹介
リーチ数 3,808 件、クリック数 559 回、いいね等数 531 件



(4) PR 画像・動画コンテンツ制作

①「KYOTANGO COLLECTION」（観光写真コンテスト）を実施

「京丹後市観光公社と一緒に京丹後の魅力を世界に発信しよう！」をコンセプトに、京丹後の素敵な風景写真などを募る「KYOTANGO COLLECTION」を四季ごとに実施しました。

応募作品は、「京丹後ナビ」や Facebook、Instagram における SNS 記事をはじめ、京丹後市総合観光パンフレットや各種の観光リーフレットなどで使用し、魅力発信を行います。

■開催期間

（春編）令和 3 年 3 月 1 日～5 月 31 日

（夏編）令和 3 年 6 月 1 日～8 月 31 日

（秋編）令和 3 年 9 月 1 日～11 月 30 日

(冬編) 令和3年12月1日～令和4年2月28日

■応募点数・人数

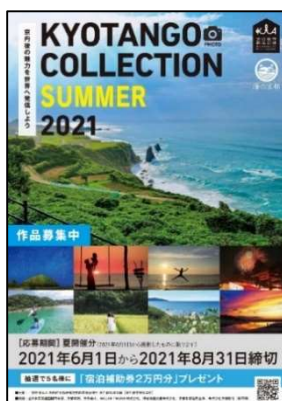
(春編) 430点、207人 (夏編) 256点、87人

(秋編) 216点、78人 (冬編) 151点、46人

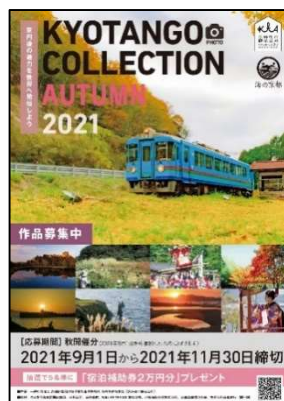
合計 1,053点、延べ 418人



募集チラシ(春編)



募集チラシ(夏編)



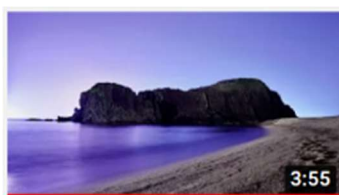
募集チラシ(秋編)



募集チラシ(冬編)

②「KYOTANGO COLLECTION」の応募作品を動画で発信

京丹後市在住のピアノ演奏家とのコラボにより、ピアノ伴奏音源を使った応募作品のスライドショー形式の動画を制作し、公式 YouTube により発信しました。



『KYOTANGO COLLECTION SPRING 2021』応募作品5月



『KYOTANGO COLLECTION SPRING 2021』応募作品(...)

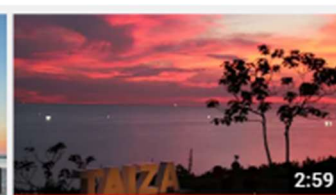


『KYOTANGO COLLECTION SPRING 2021』応募作品(...)

動画サムネイル(春編)



『KYOTANGO COLLECTION SUMMER 2021』応募作品...



『KYOTANGOCOLLECTION SUMMER 2021』応募作品...



『KYOTANGO COLLECTION SUMMER 2021』応募作品...

動画サムネイル(夏編)



『KYOTANGO COLLECTION AUTUMN 2021』応募作品...



『KYOTANGO COLLECTION AUTUMN 2021』応募作品...



『KYOTANGO COLLECTION AUTUMN 2021』応募作品N...

動画サムネイル(秋編)



動画サムネイル(冬編)

③文化パーク城陽プラネタリウム特設会場で「京丹後写真展」

(公財) 城陽市民余暇活動センターとの共催事業として、文化パーク城陽プラネタリウム特設会場(京都府城陽市)にて、「京丹後写真展」を開催。「KYOTANGO COLLECTION SPRING 2021」の応募作品のうち 40 作品を展示し、城陽市民をはじめとする周辺住民へ京丹後の魅力を PR しました。



「京丹後写真展」の様子

④宝塚北SA「丹後のええもん うまいもん展」に出展

令和 3 年 11 月 13、14 の両日、新名神高速道路「宝塚北 SA」で開催された「丹後のええもん うまいもん展」((公財) 丹後地域地場産業振興センター主催)に、誘客 PR とマーケティング調査のための PR ブースを出展。本市の観光情報をポスター掲示やパンフレット配布により発信したほか、ふるさと納税宿泊クーポン券の PR、「旅の目的」や「心惹かれる市内の観光スポット」に関する写真パネルを使った画像選択アンケート調査を行いました。



カニを前面に押し出した観光 PR ブースを出展

⑤京都市内の商業施設で誘客PR

令和 4 年 2 月 27 日、商業施設「河原町 OPA」(京都市中京区)で開催された「京丹後市地域ブランド創出モデル事業 テスト販売会」(京丹後市主催)に参加し、観光パンフレットの配布による誘客及び観光 PR 商品「お茶レター」のテスト販売を行いました。



案内チラシ(左)と販売会場の様子

(5) 観光コンテンツ・キャンペーン企画開発事業

①日帰りウォーキングツアー「京丹後縦断トレイル」を実施



山陰海岸ジオパークのダイナミックな景観と地元食材の弁当、温泉を楽しんでもらう日帰りツアー「京丹後縦断トレイル」を神姫観光㈱（姫路市）と NPO 法人まちづくりサポートセンター、当公社が共同開発。コロナ禍にも関わらず、神戸・姫路方面から集まった延べ 964 人が、1 年をかけて全 8 コースを巡りました。

参加者アンケートでは、「ツアーの魅力」について、「京丹後の絶景」「地産地消の手作り弁当」「親切丁寧な説明や地元ネタ豊富なガイド」「温泉でのくつろぎ」などの声が寄せられ、満足度の高いツアーとなりました。

募集チラシ

■実施実績

実施月	実施回数	参加延人数	コース
4 月	5 回	222 人	経ヶ岬～宇川温泉
6 月	4 回	126 人	立岩～三津漁港
7 月	4 回	119 人	三津漁港～浅茂川漁港
10 月	4 回	99 人	浅茂川漁港～夕日ヶ浦
11 月	4 回	106 人	小天橋～夕日ヶ浦
12 月	4 回	103 人	蒲井・旭～小天橋
2 月	1 回	23 人	宇川温泉～大成古墳群
3 月	7 回	166 人	宇川温泉～大成古墳群、久美浜湾・かぶと山登山
計	33 回	964 人	

②ふるさと納税を活用した宿泊クーポン券を発行

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。年間を通して会員施設への送客を図っています。

■内容 1 口 40,000 円の寄附で 10,000 円の宿泊クーポン券を 1 枚発行（1 年間有効）

■参加施設 70 施設（会員施設のみ）

■発行枚数 854 枚（令和 3 年 4 月～令和 4 年 3 月発行分）

■寄附金額 34,160,000 円（40,000 円×854 件）

■手数料収入 1,708,000 円（2,000 円×854 件）



京丹後ふるさと宿泊クーポン券（見本）

③「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」をふるさと納税返礼品に

令和 2 年 12 月 21 日にヘルスツーリズム認証を取得した「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」を、京丹後市へのふるさと納税寄附返礼品として、令和 3 年 9 月 30 日から「ふるぽ（ふるさとチョイス）」にて取り扱いを開始しました。

この返礼品は、㈱JTB の「エース JTB『ふるさと納税で旅に出よう』」パンフレットにも掲載され、令和 3 年 9 月 30 日に全国 740 の JTB 各店舗へ配架、10 月上旬に店頭へ並べられました。

また、法人向け商品として㈱ JTB 団体企画部との連携で、「JTB 団体向けプラン“その場所ならではのプラン”」としての販売も、令和 4 年 4 月 1 日から開始されています。



エース JTB パンフレット(左)と「海の京都『百寿人生のレシピ』体感プログラム」の掲載ページ

④修学旅行 2 校を受入れ

令和 3 年度は、2 校の修学旅行を取り扱いました。当公社が学校や旅行会社との窓口となり、下見や地元との打ち合わせ、宿泊の手配、当日の受入れ等に当たりました。

愛知県豊田市立下山中学校の受入では、琴引浜での鳴砂体験やビーチクリーンなどの環境



京都府立盲学校児童の陶芸体験



下山中生徒のビーチクリーン体験

問題や持続可能なまちづくりをテーマとしたプラン、また京都府立盲学校小学部では、鳴砂体験や陶芸体験で京丹後の自然やアクティビティを楽しんでもらうプランをそれぞれ提案しました。

■受入学校数 2 校

- ・令和 3 年 10 月 21、22 日 京都府立盲学校小学部（生徒 2 人）
- ・令和 3 年 10 月 29、30 日 愛知県豊田市立下山中学校（生徒 27 人）

⑤「お茶レター」で観光 P R

「COCHAE」（岡山市）とのコラボ事業として、市のシンボルや観光スポット等をデザインした京丹後産緑茶のティーパック同封商品「お茶レター」を 10 種類、各 1,000 個（計 10,000 個）制作しました。

当公社会員宿泊施設等で、宿泊客へのおもてなし用のお茶としての購入使用や、メッセージを添えて郵送できることから、得意客への DM や旅の思い出の記念品（土産品）として利用してもらうことを想



「お茶レター」は、はがきスタイルになっていて、84 円切手を貼って投函することも

定。また、当公社として、各種イベントや物産展等におけるノベルティとして活用したり、当公社のオンラインショップで販売したりするなどして、さらなる京丹後市の認知度向上と誘客促進に、観光関連事業者と一体になって取り組んでいます。

⑥「丹後みどころエクスプレス」実施に連携協力

北近畿エリアの旅行会社と交通事業者等が連携し、JR 福知山駅を起終点とし、丹後の観光スポットを巡る 4 つの日帰りバスツアー「丹後みどころエクスプレス」の実証運行が実施され、当公社が一部立ち寄り先の手配や広報について連携協力しました。

京丹後を巡るプランとして、金刀比羅神社でのこま猫絵付け体験や、「和久傳ノ森」、立岩周辺のガイドウォークなどを行先とする 2 コースが造成されました。

■設定日 令和 4 年 1 月 29 日～2 月 23 日の土日祝

※10 日間

■実施回数 延べ 11 回

■集客人数 延べ 46 名 ※京丹後の 2 コースのみ



参加を呼びかけるチラシ

⑦阪急交通社近畿東海支部商談会に参加

令和 4 年度の商品造成を目的に、阪急交通社国内旅行推進協会が主催する商談会に参加しました。近畿地区の企画・仕入担当者に対し、京丹後への宿泊誘導や、「京丹後縦断トレイル」「活イカ」「ヘルスツーリズム」「SDGs」等をテーマにした教育旅行などについて商品造成を依頼するとともに、コロナ禍における旅行会社側のニーズなどについて意見交換を行いました。

⑧網野高生オリジナル絵本「掛津歴史物語」制作を支援

「多くの人に手に取ってもらい、魅力発信につながれば」と、令和 4 年 1 月 6 日に、府立網野高等学校企画経営科 3 年の生徒が制作したオリジナルの絵本「掛津歴史物語」の寄贈を当公社が受けました。

絵本は、戦前の様子から、ナホトカ号重油流出事故、現在の鳴き砂保全運動など、掛津地域の方々が自然を大切に守ってこられた経緯が分かる内容になっています。

日本語版と英語版があり、「公社の全会員宿に配架していただきたい」との生徒の気持ちを汲み、制作費の一部を当公社が支援するとともに、全会員宿へ配布しました。

■制作部数 720 部（日本語版、英語版）



寄贈式の様子(アミティ丹後)

⑨ANAとの連携事業を展開

ア 公式 Twitter で情報配信

- ・目的：ANA X 社公式 Twitter アカウント #旅するスヌーピー を活用し、ANA ファン及び女性や若年層を中心に対象商品の販促プロモーションを実施。
- ・アカウント概要：旅のお得情報や旅行会社の裏話を、“旅行とスヌーピーが好きすぎる” Twitter 担当が日々つぶやきます。（フォロワー数は、約 43,000 人）



ANA X 公式 Twitter「#旅するスヌーピー」

- ・実績：インプレッション総数 121,459 エンゲージメント総数 5,881

イ 公式 Instagram による情報配信及びライブ配信

- ・目的：ANA トラベラーズの公式 Instagram アカウント「ハヤリタビ」を活用し、WEB サイトより「身近」で「新鮮」な情報提供を行うことで、女性や若年層を中心に対象商品の販促プロモーションを実施。
- ・アカウント概要：ANA トラベラーズの公式 Instagram アカウント「ハヤリタビ」で、一度は訪れてみたくなる旅先を専属のインフルエンサー「トレンドメーカー」が紹介。ライブ機能を活用した生配信も可能。（フォロワー数は、約 14,000 人）
- ・現地モニターツアーの実施：



令和 3 年 7 月 2、3 日に、トレンドメーカーの 2 人による現地モニターツアー（1 泊 2 日）を実施。行程中、Instagram ストーリーズにて投稿。

	日程	宿泊先
7/2 (金)	ANA293 羽田-鳥取 (レンタカー利用) →鳥取砂丘(昼食) →久美浜・蒲井浜海岸 (蒲井浜シーカヤック/ツリーハウス) →ミルク工房 そら → かぶと山展望台→夕日ヶ浦 (泊)	佳松苑 はなれ風香
7/3 (土)	夕日ヶ浦→和久傳の森→琴引浜→屏風岩→丹後松島 →峰山 (ランチ) →金刀比羅神社→伊丹空港 ANA38 伊丹→羽田	

現地モニターツアー工程表

- ・参加インフルエンサーと ANA トラベラーズ担当者によるライブ配信を、令和 3 年 7 月 9 日、午後 8 時から 30 分間実施。トレンドメーカーの旅行記を、画像とコメントで紹介。視聴者プレゼントキャンペーンを併用するなど、本市の特産品の紹介を交えた誘客活動を展開しました。（視聴者数 372 人）
- ・モニターツアー時の模様フィードを、週 1 回、6 週にわたってシリーズ化して投稿。あらかじめストーリーズやインスタライブを実施した上でゆっくり見返すことができるように設定。

ウ「HANEDA Dynamic Ad Vision」販促プロモーションを展開

「旅マエ」の ANA 旅客へのアピール度が高く、最新設備で効果測定も可能な羽田空港第 2 ターミナル、国内線 2 階保安エリア内の計 7 カ所に設置されたデジタルサイネー

ジを活用し、動画や静止画を使った広告を掲出し、本市を PR しました。(=ANA 独占
 広告枠)。掲載期間は、令和 4 年 3 月 1 日～31 日。



羽田空港内 7 カ所に設置されたデジタルサイネージで京丹後を PR

⑩「田中彩子 ソプラノ・リサイタル」京丹後公演実行委員会に参画



新型コロナウイルス感染症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「ソプラノ・リサ
 イタル」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 4 年 2 月 6 日
- 会 場 京都府丹後文化会館
- 来場者 316 人（主催者発表）

公演チラシ

(6) フィルム・ブランドプロモーション事業

①「ツリーハウス」と周辺スポットをWEBで発信

映画やテレビ、CM など多くの作品のロケ地となっている
 京丹後の魅力を WEB で発信。その第一段として、キン
 ビール CM のロケ地に採用された「ツリーハウス」をメイ
 ンに、京丹後の豊かな自然を満喫する 1 日旅を提案する WEB
 広告用ランディングページ (LP) を制作。夏から秋にかけて
 の誘客と、コロナ禍における新たな客層の取り込みや京丹後
 の認知拡大を図りました。



ツリーハウス広告用 LP

《ツリーハウス広告用ランディングページ制作と広告配信》

■タイトル 『A DAYS JOURNEY FROM KYOTANGO ～京丹後の 1 日旅～』

■広告配信期間 ①令和 3 年 8 月 12 日～10 月 17 日

②令和 4 年 3 月 18 日～31 日

■広告配信エリア 京阪神

■配信結果 17～18 頁 (3) ①に記載のとおり

②「京丹後ナビ」に映画・ドラマ・CMのロケ地紹介ページ新設



ロケ地紹介ページ

京丹後への観光誘客素材として「京丹後ナビ」において、「数々の名優が演じた“海の京都・京丹後”巡ってみたい風景がここにある。」のページタイトルで、ランディングページ(LP)を新設。過去に市内で撮影された数々の映画・ドラマ(市内ロケ地確認済み作品 100 タイトル中、素材画が

入手できた 50 タイトル)を紹介しています。

映画では、「天外者」(てんがらもん)や「映画 太陽の子」の本編物語の重要なシーンをはじめ、京丹後が撮影の舞台となった飲料や自動車メーカーのCM、テレビの年末年始特別番組などが数多く放映されています。新設ページでは、これら数々の作品の撮影場所等を、実際に現場へ同行した当公社職員によるフィルムコミッションならではの切り口で紹介し、観光客だけでなく市民の皆様にも楽しんでもらえる内容としています。

また、作品紹介ページに Google マップ(ストリートビュー)を多用することにより、ネットでロケハンを行う映像制作者へ向けて、京丹後がロケ候補地として選ばれやすいよう工夫しています。

③「京丹後ロケ地巡りツアー」を催行

「映画 太陽の子」の全国劇場公開(令和3年8月6日)により、ロケ地に関する問い合わせやツアー実施要望が殺到し、「天外者」と「映画 太陽の子」の2作品にスポットをあてた「京丹後ロケ地巡りツアー」を令和3年10月17日に催行。また、ツアーの予約が取れなかった方々から、再ツアーの要望が数多く寄せられたことから、同月24日に追加実施しました。募集定員各20人で、即日完売。

さらに、福知山市・豊岡市の劇場2館で同作品が上映されるのに合わせ、映画のメイキングパネルや大型バナーのほか、実際に撮影で使用された劇中衣裳展示を、令和3年9月22日~10月24日に、アミティ丹後にて行うとともに、「京丹後ロケ地巡りツアー」の行程に組み込みました。



参加者募集チラシ



特別展示「映画 太陽の子」パネル展の様子(アミティ丹後)

④令和3年度のロケ取扱件数は36件に

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、延期となっていた劇場映画・テレビ時代劇のロケ案件3作品が動き出し、また、令和元年に誘致した劇場映画2作品が公開となりました。紀行番組などバラエティ番組を中心にロケ取扱件数も増加し、本年度は36件が放送・公開されました。

誘致公開案件の作品の一部は、京丹後市発行の「広報 京丹後」7月号の表紙及び特集ページに掲載されました。

■主な取扱案件

- ・ABC「おはよう朝日」ふるさと OHA Tuber（旬の丹後わかめ）／4月8日 OA
- ・BS-TBS「美しい日本に出会う旅」京都丹後鉄道・海の京都／4月28日 OA
- ・キリン淡麗グリーンラベル新CM「GREEN JUKEBOX 君篇」／5月10日放送開始
- ・映画『HOKUSAI』／5月28日 全国劇場公開
- ・北米・中国向け日産「インフィニティ QX55」Web CM／2021年公開
- ・KTV「ちゃちゃ入れマンデー」（子午線塔）／6月22日 OA
- ・YTV「クチコミ新発見！旅ぷら」（蒲井シーカヤック・とり貝等）／7月4日 OA
- ・ABC TOKIO 城島の「ほのぼの茂」（山陰海岸ジオパーク・特産品紹介）／7月5日 OA
- ・MBS「よんチャンTV」関西2府4県！VSとなりの町（子午線塔）／7月5日 OA
- ・MBS「よんチャンTV」（京丹後産オクラ）／7月9日 OA
- ・NHK「京いちにち」京のええとこ連れてって（砂丘メロン）／7月9日 OA
- ・MBS「せやねん」アキナのハッピー♡物々交換（夕日ヶ浦海岸等）／7月19日 OA
- ・KBS 京都 週末ライブ「キモイリ！」（間人各所より生中継）／7月24日 OA
- ・BS 朝日「新 鉄道絶景の旅」（久美浜～浜詰夕日ヶ浦海岸）／7月29日 OA
- ・映画『映画 太陽の子』／8月6日 全国劇場公開
- ・MV「コネコレロック 2021」野外配信フェス（霧降りの滝）／8月14日 Web 配信開始
- ・YTV「かんさい情報ネット ten」（蒲井生中継）／8月26日 OA
- ・KBS 京都 「京街 Diary」（3週に渡り京丹後紹介）／9月16日～30日 OA
- ・KTV「よ～いドン！」いきなり日帰りツアー（久美浜～夕日ヶ浦）／9月21日 OA
- ・ABC「おはよう朝日です」（「京丹後（宿）おかみさんの会」琴引浜）／9月28日 OA
- ・YTV「大阪ほんわかテレビ」（蒲井海岸）／10月22日 OA
- ・ダイハツ新 SUV CM「ROCKY-e:smart」／12月 OA 開始
- ・ABC「相席食堂」Mr.1 グランプリ（丹後王国食のみやこ・琴引の塩）／12月7日 OA
- ・NTV「元旦サプライズ」正月特番（間人かに）／1月1日 OA
- ・時代劇専門チャンネル『三屋清左衛門 残日録』最新第五作／1月3日 OA
- ・NHK 正月時代劇『幕末相棒伝』／1月3日 OA
- ・ABC「ココイロ」（京丹後編）／1月17日～21日（5日間）OA



「広報京丹後」令和3年7月号

- ・TBS「櫻井・有吉 THE 夜会」(間人かに) / 2月3日 OA
- ・NHK World-Japan「Soundscapes of Japan」(海外向け番組) / 3月28日 Web 配信開始

■今後公開予定の本年度中に撮影された案件

- ・映画『大河への道』 / 2022年5月20日全国劇場公開
- ・短編映画『幕末陰陽師』(VIPO、京都府主催「第13回京都映画企画市」優秀作品) / 2022年秋公開予定
- ・映画『湯道』 / 2023年全国公開予定
- ・映画『仕掛人 藤枝梅安』 / 2023年全国公開予定



旅番組「クチコミ新発見！旅ぶら」(YTV)でのシーカヤック取材の様子(蒲井海岸)



映画「仕掛人 藤枝梅安」(時代劇専門チャンネル)での撮影用のオープンセット(五十河「民家苑」)

4. インナープロモーション事業

(1) インナープロモーション事業

①会員専用LINE公式アカウントによる有益情報の提供

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・運営。補助事業や各種制度、セミナーのご案内など、会員にとって有益な情報の発信に努めました。



■配信実績 74件

■登録会員数 139人(令和4年3月31日現在)

②ニュースレター・簡易版ニュースレターを発行

会員向けの情報伝達の一つとしてニュースレターを発行しています。当公社の活動状況や会員向けのサービスなどを取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」を発行。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。



ニュースレター第5号(令和3年7月発行)

■ニュースレター発行回数

計4回（令和3年7月、10月、令和4年1月、3月）

■ニュースレター簡易版発行回数

計32回（令和3年4月：3回、5月：1回、6月：3回、7月：5回、8月：3回、9月：3回、10月：1回、11月：1回、12月：3回、1月：3回、2月：1回、3月：5回）

③会員向けWEBアンケートを実施

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、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・施策などを聴取し、各種事業への反映や、市の事業立案の際の情報提供を行いました。

■実施回数 1回（令和3年5月）

④「京都府観光経営セミナー」受講料を助成

人材育成に取り組む会員事業者を支援するため、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3年8月に開催された「京都府観光経営セミナー」（京都府観光連盟主催）の受講料（15,000円）を半額助成することとし、会員への周知を行いました。

■助成件数 0件

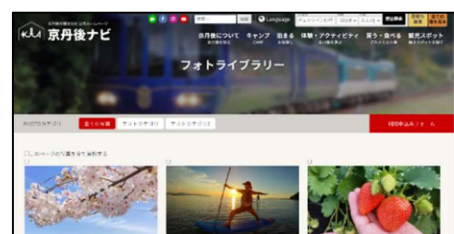
⑤「WEBマーケティングや定性調査の必要性に関する特別講演」を開催

「京丹後ナビ」を活用した国内向けのマーケティング及びプロモーションを戦略的に実施していくため、当公社発足時から、WEBマーケティングの外部専門家として招いているデータストラテジー㈱・武田元彦氏を講師に、他地域における調査事例を交えながら、WEBマーケティングや定性調査の必要性に関する特別講演（研修）を、当公社理事を対象に開催しました。

■開催日 令和3年10月4日

⑥京丹後ナビ「フォトライブラリー」を構築

当公社が保有する観光PR画像の貸出手続きがオンラインでできるシステムを「京丹後ナビ」内に構築しました。当公社会員やメディア向けに、令和4年6月の運用開始を予定しています。



「フォトライブラリー」（イメージ）

(2) 人手不足・人材確保対策事業

①「安全・安心な人材不足解消モデル事業」を実施

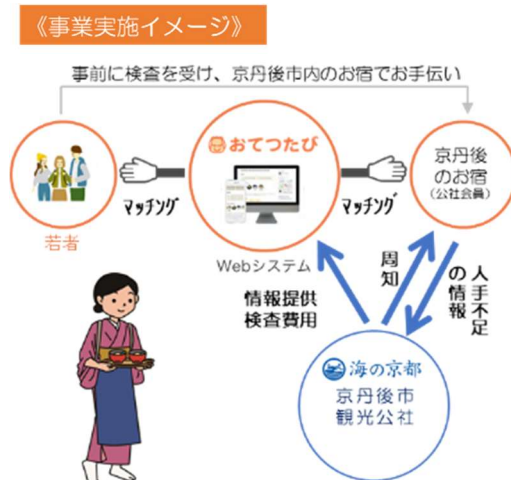
顕在化する人手不足の喫緊の課題に対応するため、㈱おてつたび（東京都渋谷区）と連携し、新型コロナウイルス感染防止対策を講じながら、地域課題に関心のある地域外

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、令和2年度から継続して実施しています。

本事業では、「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日制定）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）」の受検を条件とし、当公社がその費用を負担します（当公社非会員は、抗体検査等費用の1/2相当額を負担）。

■「おてつたび」マッチング実績 11人（3施設）

■「おてつたび」参加登録施設数 14施設



5. 「海の京都」認定観光案内所事業

(1) 観光案内所運営

①「チャットボット」運用で案内業務を効率化



令和3年3月から「京丹後ナビ」内で運用を開始したチャットボットは、令和3年4月1日から令和4年3月31日までの利用実績が計1,576件となりました。

特に、国の緊急事態宣言による市内観光関連施設の営業状況や夏の海水浴場関連情報等、例年以上に電話での問い合わせが多くなると見込まれた項目について、これらに関する設問・回答を追加して設定したほか、既存の設問・回答についても内容の見直しを実施しました。さらに認知度向上策として、入口画像内の文言を「よくある質問」に変更した上、入口画像自体にも微かな動きを入れることで、チャットボットの存在をより目立たせられるよう設定を工夫しました。

その結果、夏休み期間前の三連休初日となった令和3年7月17日から8月31日までの利用は計1,012件に達し、特に課題となっていた、夏季における案内業務の効率化に貢献しました。

■利用実績 1,576件（令和3年4月1日～令和4年3月31日）

※うち窓口時間外での利用実績 596件（44%）

6. 総務、受託業務事業

(1) 観光パンフレット・リーフレット更新

①市観光総合パンフレット「旬めぐり旅」を30,000冊増刷

当公社が制作した市の観光総合パンフレット「旬めぐり旅」を30,000冊増刷。会員の宿や飲食店などを中心に配付し、観光情報を観光旅行者に発信しました。また、京都駅内、総合案内所「京ナビ」の企画展示や、JR 東海新幹線京都駅改札内情報コーナー等にも配



「旬めぐり旅」

架し、旅行者に京丹後を PR しました。約 25,000 冊を配架。

■送付実績（個人） 178 件 ※上位 5 都府県

①大阪府 ②兵庫県 ③京都府 ④東京都 ⑤愛知県

(2) 観光宿泊客数実態調査

①「観光客入込客数及び観光消費額等に係る調査」を受託実施

京丹後市が観光入込客数及び観光消費額の動向を把握し、観光振興の推進を図ることを目的として毎年実施している「観光入込客数及び観光消費額等に係る調査」について、会員宿泊施設分を当公社が受託し、調査の効率的かつ円滑な実施に協力しました。

(3) 活イカ流通実証事業啓発等業務

①「活イカ」を京丹後の新たな夏の定番へ

京丹後市が漁業者、観光事業者、旅行会社と連携して、「活イカ」を生きたまま流通させ、“活き造り”を新たな観光誘客コンテンツとして広く展開することにより、通年型観光と観光消費額の増大を目指すための実証事業を令和 3 年 6 月 3 日～7 月 15 日に実施。当公社は、「京丹後ナビ」や Facebook 等を通して、“京丹後の活イカ”の認知拡大や活イカ料理提供店の情報を発信し、6～7 月の京丹後への新たな観光誘客に取り組みました。

利用者アンケート（回答者 124 人）では、満足度の問いに対して、98.1%が「とても満足」又は「満足」と回答。再度の来訪意向については、93.7%が「非常にそう思う」又は「そう思う」と答えました。

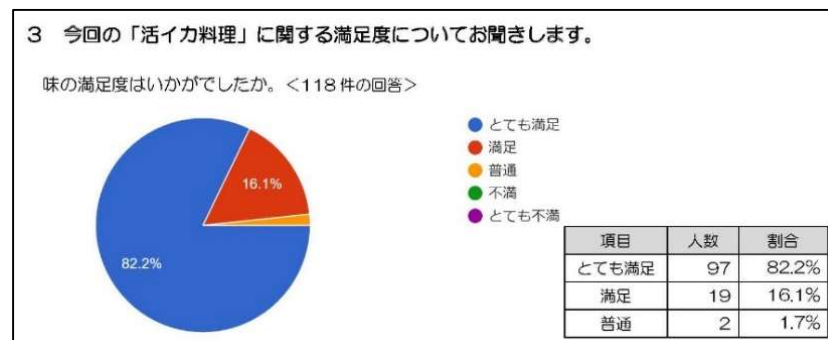
■事業参加店 33 店（宿泊事業者 28 店、飲食店 5 店） ※公募による

■業務実績

- ・モニターツアー実施業務 ※令和 3 年 7 月 6、7 日（1 泊 2 日）実施
- ・PR 動画作成業務 プロモーション動画の制作（5 本）
- ・調理講習業務 2 回（令和 3 年 6 月 10 日、7 月 8 日）開催、料理人 7 人参加
- ・HP 作成業務 京阪神のターゲット層に向けた Facebook 広告配信（期間：令和 6 月 21 日～7 月 11 日）含む

※広告配信結果は、17～18 頁（3）①に記載のとおり

- ・PR チラシ作成業務 8,000 部作成し観光案内所等に配架
- ・のぼり作成業務 100 枚作成し参加事業所に配布
- ・アンケート調査業務 食事客対象 124 人



アンケート調査（一部抜粋）



PR チラシ



PR 動画のサムネイル(上)と調理講習の様子



当公社公式 WEB サイト内に特設ページを作成



モニターツアーの様子(イカ釣り体験)



PR のぼり

(4) ガラシャ隠棲地おもてなし促進業務

①味土野区へ声掛け業務等を委託

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・弥栄町味土野区に委託(令和3年4月1日から11月30日までの8カ月間)しました。

■契約額 240,000 円

(5) 京都外国語大学 C E P 事業

①ラーニング型インターンシップ「京丹後プログラム」に協力

京都外国語大学 Community Engagement Program の現地実習過程として、国際貢献学部グローバル観光学科3回生・13人と2回生・11人の受け入れを行いました。

【3回生】

■期間 令和3年9月6日～10日(4泊5日)

※事前・事後学習として計6回オンライン講義開催

■宿泊先 シーサイド西中、民宿尾江、プラザホテル吉翠苑

■Program コーディネート委託事業者 (一社) Tangonian

■実施内容(概要)

- ・令和3年8月24日 オンラインにて参加者顔合わせと中山京丹後市長の講話を聴講
- ・令和3年8月31日～9月2日 食・地域活動・環境問題・交通インフラなどをテーマに、京丹後で活躍する人たちを講師にオンライン講義
- ・令和3年9月6日～10日 「田勇機業」「翔笑璃」ほか16事業所(カ所)で現地実習
- ・令和3年9月21日 最終発表会



現地実習の様子(弥栄町・梅本農園)



オンライン講義等の様子

【2回生】

■期間 令和4年2月14日～18日(4泊5日)

※事前・事後学習として計7回オンライン講義開催

■宿泊先 「かにの宿」「スイス村風の学校」

■Program コーディネート委託事業者 (一社) Tangonian

■実施内容 (概要)

- ・2月1日 オンラインにて参加者顔合わせ
- ・2月8日～10日 食・地域活動・環境問題・レジャー開発などをテーマに、京丹後で活躍をする人たちを講師にオンライン講義 (9名)
- ・2月14日～18日「小島庵」「スイス村」、久美浜湾牡蠣養殖現場 (牡蠣棚) など14事業所 (カ所) で現地実習
- ・2月28日 最終発表会



「立岩」をバックに記念撮影

(6) 観光庁「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」

① “京丹後流ヘルスツーリズム” の確立に向けた実証事業を実施

当該事業の第2次公募 (令和3年7月) に、「森・川・里山・海のプロ (名人) が教える自然遊び・暮らしの知恵・食材調達! 自ら食材を調達し料理として食す『京丹後流・ヘルスツーリズム』磨き上げ事業」(事業費900万円、国費10/10) が採択されました。

今回の実証事業を通じて、既存のヘルスツーリズム認証プログラムを核に、野間・宇川エリアにおける地元名人のアテンドによる自然体験を旅程に加えた“京丹後流ヘルスツーリズム”として、ツアーの商品化に取り組みました。

■事業概要

ヘルスツーリズム認証を受けた「京丹後百寿レシピ体感プログラム」を核に、30分圏内にある森、川、海、の自然遊び、里山体験、地元名人のアテンドによる自然体験を旅程に加えたツアーの商品化に取り組むもの。

■商品化したプログラム

- ・「自ら食材調達した「山菜天ぷらと野間そば定食」が食べられる! 食材調達トレッキング」
- ・「自ら食材調達した「地魚と野間そば定食」が食べられる! 釣りや野間そば打ち体験」
- ・「絶景! 旧スイス村スキー場ゲレンデから眺める満天の星空ウォッチング」



観光庁の事業採択を受けた実証事業 (申請書)



釣った魚をさばく体験メニュー (丹後町・「お魚キッチン」)

7. 支部活動助成事業

(1) 支部活動促進助成事業

① 当公社6支部の事業活動に対する助成金を交付

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令和 2 年度交付分から見直しています。

■助成金交付額

支 部 名	助 成 額	摘 要（内訳）
丹 後 町 支 部	790,000 円	会員規模割(375,220 円) 活動事業割(414,800 円)
網 野 町 支 部	1,133,000 円	会員規模割(718,094 円) 活動事業割(414,800 円)
久美浜町支部	954,000 円	会員規模割(539,110 円) 活動事業割(414,800 円)
弥 栄 町 支 部	589,000 円	会員規模割(174,672 円) 活動事業割(414,800 円)
峰 山 町 支 部	898,000 円	会員規模割(483,042 円) 活動事業割(414,800 円)
大 宮 町 支 部	620,000 円	会員規模割(204,862 円) 活動事業割(414,800 円)
合 計	4,984,000 円	

※助成額は端数計算の関係で内訳の合計と合わないことがあります

8. 観光公社職員研修事業

(1) 観光公社事務局職員研修

①事務局職員のスキルアップへ研修を実施

With コロナ、after 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、事務局職員がセミナー等を受講し、スキルを磨きました。

■主な研修等受講実績

研 修 等 名	主 催 者	参加者	備 考
【ONSEN・ガストロノミー】2021 年度セミナー	一社)ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構	1 人	オンライン
企業経営の視点からのワーケーションの効用と課題	株)JTB 他	1 人	オンライン
観光経営シンポジウム	一社)京都ビジネスリサーチセンター	2 人	オンライン
海の京都 DMO 会計業務担当者研修会	海の京都 DMO 総合企画局	8 人	支部職員含む
最新労働法、社会保険改正情報と労基署対応策	西日本電信電話(株)	1 人	オンライン
与謝野町魅力発信モニターツアー	与謝野町観光協会	2 人	
成相寺・如意寺「心の旅」	丹後天橋立交通(株)(海の京都 DMO 協力)	1 人	
テレワーク・ワーケーション受入れ研修会	丹後リビングラボ	2 人	
与謝野町観光セミナー	与謝野町観光協会	1 人	
改正電子帳簿保存法への対応に係る説明会	海の京都 DMO 総合企画局	2 人	
山陰海岸ジオパーク拠点施設巡り	NPO 法人まちづくりサポートセンター	1 人	
与謝野フォトロゲイニング 2022	与謝野町観光協会	1 人	

9. 収益事業

(1) 斡旋等事業

①国内宿泊予約システムが稼働

宿泊及び体験の斡旋を行い、自主財源の確保に努めました。

特に本年度は、6月1日から「京丹後ナビ」において「国内宿泊予約システム」を稼働させました。今年4月20日にシステム導入に係るオンライン説明会を実施、個別訪問説明を行い、契約宿泊施設は34施設（令和4年3月31日現在）となっています。



国内宿泊予約システム

②宿泊予約特典キャンペーン実施

京都府民割のエリア拡大や国の Go To トラベルキャンペーン再開に備え、会員施設への送客をより一層強化するとともに域内消費を喚起するため、令和4年1月から、「京丹後ナビ」から宿泊施設の「宿泊プラン」又は「昼食プラン」を予約した方に、もれなく「ガソリンチケット」をプレゼントする取り組みを始めました。

■対象期間 令和4年1月から令和4年6月30日までの宿泊分

■実施内容 予約人数1名につき、500円のガソリンチケットをプレゼント

■参加給油所 市内14施設（令和4年3月31日現在）

■発行枚数 60枚（令和4年3月31日現在）



ガソリンチケット

③ECサイトで「久美浜かき」特別販売を実施

当公社ECサイト「旬の京丹後ふるさと便」上で、本市の特産品を生産者の姿が見える形でPRする特別販売を実施。第一弾として、令和3年度に実施した「京丹後ふるさと旅行券キャンペーン～冬旅～」の利用特典として提供し、問い合わせが多く寄せられた「久美浜かき」を取り扱いました。期間中、生産現場の動画をサイト上に掲載したり、生産者とのオンライントークイベントを展開したりしました。

■告知方法 メール配信（約600通）、Press Release など

■販売期間 令和4年2月15日～3月22日

※期間中、計3回実施

■取扱生産者 久美浜湾養殖研究会、はまがみ水産

■取扱実績 220,930円（43セット）



Press Release（令和4年2月16日発表）

④「東京オリンピック2020」合宿誘致

スペイン代表チーム（17人）とポルトガル代表チーム（11人）のカヌー選手団の直前合宿を受入れました。

■幹旋等事業実績

（ ）内は前年度末

項 目	取扱人数	取扱金額	取扱収入	摘 要
宿泊幹旋	611 人 (1,176 人)	13,760 千円 (16,941 千円)	1,330 千円 (1,577 千円)	
うち宿泊予約システム	131 人 (ー人)	3,113 千円 (ー千円)	114 千円 (ー千円)	令和3年6月 1日稼働
体験幹旋	352 人 (373 人)	1,016 千円 (800 千円)	108 千円 (81 千円)	
食事幹旋・その他の幹旋	3,022 人 (50 人)	2,511 千円 (142 千円)	308 千円 (14 千円)	
合 計	3,985 人 (1,599 人)	17,287 千円 (17,883 千円)	1,746 千円 (1,672 千円)	

(2) 物販等事業

■物販等事業実績

（ ）内は前年度末

項 目	取扱収入	摘 要
物販等事業	286 千円 (297 千円)	自動販売機売上他
合 計	286 千円 (297 千円)	

■EC サイト売上実績

（ ）内は前年度末

項 目	取扱収入	摘 要
EC サイト運営事業	418 千円 (11 千円)	令和3年3月1日開設
合 計	418 千円 (11 千円)	