

R4年度 京丹後市観光公社 事業計画【概要】

予算額: 10,314万円 (市補助金額: 9,081万円 前年度対比173%)

高度なPR・マーケティングの実践、自主財源の確保・増加、インバウンド再開対策等により、豊かで誇りの持てる観光地へ

① 基本方針

- 観光公社発足から3年が経過し、今年は「観光公社の自律的経営へ向けた本格稼働の年」とする。
- コロナ禍による観光への影響を踏まえ、With・Afterコロナを見据えた「攻めの観光振興策」を進める。

② 目的

- ① 会員の「利益」と他産業への「経済的波及効果」に寄与する。
- ② 経済的・文化的に豊かで誇りの持てる地域の創造に貢献する。
- ③ 観光消費額増やリピーター率向上につながる事業に注力する。
- ④ 自律的な経営体の構築に向け、自主財源の確保増加を目指す。

③ 事業内容

(1) 国内外観光プロモーション・マーケティング事業

- ① 国内・国外WEBサイト (HP) のメンテナンス・改善
- ② 専門家含む戦略会議・マーケティング会議 (年24回)
- ③ 広告宣伝事業 (情報誌、SNS広告等)
 - 広告用LP制作 (国内外・四季プロモーションほか)
 - WEB・SNS広告配信等 (誘客キャンペーン、宿泊クーポン、ECサイト等)
 - 府南部発行情報誌広告 (約50万部・年3回)
 - JR西主要7駅デジタルサイネージ広告 (年3回)
 - JR西電車車内交通広告 (年2回)



▲府南部発行情報誌への広告掲載

④ PR画像等コンテンツ制作

- フォトコレクション(画像収集・活用)
- プロモーション用写真撮影 (ほか)

⑤ 観光コンテンツ・キャンペーン企画開発

- ヘルスツーリズム・グリーンベルトのコンテンツ開発・「ふるぽエースJTBパンフレット」共同制作
- 里山文化案内人養成事業
- ANA連携による二季型脱却キャンペーン (首都圏向けDPクーポンキャンペーンほか)
- ジオ縦断・五名山トレイルツアー企画・販売
- ロケ地巡りツアー企画・販売
- 観光PR商品 (グッズ) 企画・デザイン、販売 (ほか)



▲グリーンベルトでのヘルスツーリズム開発

⑥ 商談会・セールスコール (国内外)

⑦ 教育旅行・木津川市友好都市推進事業

- 教育旅行誘致促進 (学校関係者、旅行会社社員向けモニターツアーの実施・誘致パンフの作成)
- 友好都市京丹後へ行こう！フレンドシップキャンペーン
対象者：木津川市民 (先着：1,000人)
内容：観光公社WEBサイトで予約し、市内旅館等に宿泊した場合に、1回1人につき2,000円を上限に補助など



▲里山文化案内人養成事業



▲ANAキャンペーン広告



▲JR西主要7駅デジタルサイネージ広告



▲JR西電車車内交通広告



▲観光PR商品「お茶レター」



▲活イカプロモーション



▲フィルム・ブランドプロモーション事業

④ 目標項目

- ① 宿泊客数増加
- ② 観光消費額増加
- ③ リピーター率向上
- ④ 域内調達率向上

(4・5) 受託事業・本部管理事業

- 「活イカ」ブランド化・プロモーション事業
- 各種観光パンフ・ガイドMAP更新
- フィルム・ブランドプロモーション事業 (ほか)

(6) 支部活動事業

- レンタサイクル・誘客イベント事業

(2) インナープロモーション事業

- 会員向けセミナー開催・参加支援
- 会員向けニュースレター等発行
- 会員アンケート・人材確保支援
- 多言語翻訳サービス (ほか)

(3) 「海の京都」認定観光案内所事業

- 案内コンシェルジュ(チャットボット)保守運用
- 物品販売事業 (ほか)
- 観光案内全般 (電話料・パンフ送料等)

(7) 収益事業 (EC、宿泊券販売等)