

京丹後市観光公社 R5年度事業計画【概要】



予算総額：1億2,600万円(うち市補助金額：1億950万円<前年度対比121%>)

高度なPR・マーケティング手法の実践、自主財源の確保・増加、インバウンドの取組強化により、豊かで誇りの持てる観光地へ

① 基本方針

- ▶ 戦略的な観光プロモーションやマーケティングを進めつつ、With・Afterコロナを見据えた観光の高付加価値化やインバウンドの回復に向けた取組を強化する。
- ▶ システム開発や商品開発、職場環境改善など公社運営体制の基盤整備を進めつつ、当公社（支部を含む）の自主的・自律的な経営体の構築を図る。

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ト率向上等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 (4,437万円)

- ① WEBサイト（国内外）のメンテナンス・改修
- ② 戦略会議・マーケティング会議（年48回）
- ③ 広告宣伝事業

- 広告用LP制作（国内・国外向け）
- WEB・SNS広告の配信（誘客キャンペーン等）
- 府南部向け情報誌広告（約50万部）1回
- JR西主要7駅デジタルサイネージ広告1回
- フルーツリゾート促進事業（広告プロモーション）
- 京都新聞コラボ企画（特集「ありのままの丹後」）ほか

④ 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（プログラム開発、法人向けプロモーション）、教育旅行等の誘致活動
- 「京丹後×ANA」認知度向上・誘客拡大連携（afterコロナ・インバウンド再開対応）
- 活イカブランド化・プロモーション（活イカブランド造成、広告掲載・配信）
- ジオ関連トレイルツアー企画開発・運営
- ロケ地巡りツアーPR・企画開発
- 国内外商談会（ブース出展）ほか



▲観光公社公式WEBサイト「京丹後ナビ」

(2) インナープロモーション事業 (218万円)

- 会員向けニュースレター発行 ほか

(3) 「海の京都」観光案内所事業 (521万円)

- WEBサイト総合案内（チャットボット）保守運営
- 観光案内全般（電話料・パンフ送料等）

(4) 総務、受託業務事業 (2,874万円)

- ① 木津川市友好都市プロジェクト
- ② グリーンベルト観光価値創造事業
- ③ 里山文化案内人養成事業
- ④ peachと連携のファムツアー事業
- ⑤ みらいにつなぐ観光振興事業
- ⑥ フィルム・ブランドプロモーション事業
- ⑦ 各種観光パンフ・リーフレット作成 ほか



▲京丹後ナビの「木津川市民特設サイト」



▲フィルム・ブランドプロモーション事業

(5) 支部活動事業 (439万円)

- レンタサイクル事業
- イラストマップ更新 ほか



(6) 収益・自主事業 (1,058万円)

- 宿泊、体験等斡旋（予約サイト運営）
- 各種ツアーの企画受託・アテンド
- ECサイト運営（販促・管理）
- 観光PR商品の開発販売
- ふるさと納税関連商品の企画販売
- 観光庁補助事業等の実施 ほか



▲観光PR商品開発販売（お茶レター・七姫茶）



▲法人向けヘルスツーリズムを推進



▲ANAのWEBサイトにプラットフォーム



▲「活イカ」のブランド化（閑散期対策）

④ 目標項目

- ① 宿泊客数（国内外）増加
- ② 観光消費額増加
- ③ 再来訪意向率向上
- ④ 宿泊平準化