



海の京都



(一社)海の京都DMO 京丹後地域本部

京丹後市観光公社

Kyotango City Tourism Association

●Policy 基本方針

- 1 戦略的な観光デジタルプロモーションや観光地域マーケティング（観光DXの活用等）を進めつつ、認知度の向上や観光サービスの高付加価値化、通年宿泊者数の平準化、インバウンド観光の更なる推進を強化する。

●重点事項：観光の面的DX化事業を活用したマーケティング強化（会員事業者の広告宣伝等への支援を含む）を図るとともに、旅行会社、OTA、航空会社等と連携したヘルス・ウェルネスツーリズム、インバウンド誘客への取組強化、観光SDGsの視点導入等を推進

- 2 専門人材の育成やシステム開発など事務事業の効果的・効率的な運営を進めつつ、常に会員の利益の最大化を目指した自主的・自律的な経営体の構築を図る。

●重点事項：京丹後市観光振興計画、海の京都DMO中期経営戦略等との整合を図りつつ、公社の自主財源の確保・増加、支部の運営体制、公社の人材育成・確保、市内外事業者（海外旅行会社等含む）との業務提携・連携の具体化

●Mission 存在意義・使命

- 1 当公社は、海の京都DMO総合企画局や関係DMO、観光連盟、行政等との緊密な連携と役割分担(※1)のもと、観光プロモーションや観光地域マーケティングなどのソフト事業を集中的に取り組む。

《※1 行政の役割：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）、観光入込客数調査等の実施、観光振興補助制度の制定など》

- 2 当公社は、会員(※2)にとって「身近で役に立ち、必要とされる存在」となることをその使命とする。

《※2：宿泊施設や観光施設だけでなく、飲食店や生産・加工業者、交通事業者など、観光ビジネスに関係するあらゆる事業者》

●Vision 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 観光消費額や再来訪意向の向上等につながる事業に注力する。
- ④ 自律的な組織運営構築に向け、自主財源比率の向上を目指す。

- 1 当公社は、京丹後市観光立市推進条例（平成21年京丹後市条例第18号）の理念に基づき、観光関連事業者（会員）の利益獲得はもとより、業界や業種の枠を越えた連携を図ることによって、他産業を含む市域全体への「経済的波及効果・相乗効果」に寄与するための活動を展開する。

- 2 当公社は、「観光入込客数」だけでなく、「宿泊客数」や「観光消費額」などの実利ある数値目標を重視し、付加価値のある観光サービスの造成や域内調達率の向上などにより地域の“稼ぐ力”を引き出し、もって、“経済的、文化的に豊かで、誇りの持てる地域の創造”に貢献することを目的に、事業活動を行う。

- 3 当公社は、国内外での「観光地 京丹後」の認知度向上等を図ることにより、新規観光客の獲得に努めるとともに、「再来訪意向率」の維持向上及び春秋の宿泊者数増加（通年宿泊数の平準化）につながる観光誘客活動に注力して事業を展開する。

- 4 当公社は、公益的事業を推進する一方、収益的事業の充実及び拡大を図ることにより、会費収入、物販収入、手数料収入、負担金収入、基金積立等の増加による自主財源比率の向上を図り、それを事業の拡大や新規事業への投資、人材の確保・育成、会員サービスの向上等につなげられるよう、「自主的・自律的な経営体の構築」に向けて活動する。

●Goal 数値目標

項目	実績					現状	目標		(参考)観光振興計画目標 R9年(2027)
	R1年 (2019)	R2年 (2020)	R3年 (2021)	R4年 (2022)	R5年 (2023)		R7年 (2025)	振興計画 との比較	
① 年間宿泊客数	36万人	30万人	29万人	35万人	34万人	31万人	40万人	73%	55万人
② 年間外国人宿泊客数	5,025人	1,372人	2,797人	2,967人	6,552人	11,155人	10,000人	100%	10,000人
③ 年間観光消費額	71億円	61億円	66億円	79億円	89億円	94億円	100億円	95%	105億円
④ 再来訪意向率	67.0%	75.6%	75.2%	77.3%	81.4%	80.0%	80.0%	94%	85.0%
⑤ 宿泊者数平準化率	42.0%		34.9%	47.6%	53.3%	46.1%	50.0%	100%	50.0%

※ R7(2025)年の目標数値は、観光振興計画の目標数値から単純計算による中間数値を設定。

※ R6(2024)年の現状数値は、R7年5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) 観光地づくり基本戦略

《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：10か国
 - * 欧米豪：フランス、イギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア
 - * 東アジア：香港、台湾、韓国
 - * 東南アジア：タイ、シンガポール

①「また、訪れたい」「滞在型リゾート」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、民宿等の数は約180施設、宿泊収容人数は約8,400人／日、約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、来訪客の再来訪意向率は、75.2%（2021年）と、国内観光地の中でも有数の高さである（全国観光圏平均71.1%）。

しかし、年間の宿泊客数は、34～36万人程度で推移しているのが実態である（なお、コロナ禍前の2019年外国人宿泊客数は、前年比113.7%の5,025人にまで増加）。北近畿の近隣には、鳥取砂丘のほか、天橋立や伊根、城崎、出石などの有名観光地が隣接しているものの、京丹後の宿がそれらの「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、国内外の旅行者が北近畿（北関西）を周遊する際に、本市が宿泊滞在拠点として選ばれる「滞在型リゾートの観光地」となることを目指す（ターゲット年：2025大阪・関西万博の開催年）。

②「四季折々の魅力」を“体感”できる観光地 《“通年の魅力”観光地》

京丹後には、食（山海の豊富な幸、フルーツ、お酒、伝統料理）や景勝（日本海岸や内湾の風景・自然景観）、温泉、歴史文化財（古代史跡・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コンパクトな観光地ではないが、自然景観や食、満足度の高い宿泊施設など「観光地としてのポテンシャル」は非常に高い（「海の京都観光圏＜夕日ヶ浦/久美浜＞報告書【2021年度】来訪者満足度調査」では、満足度は「90.2%」（大変満足：27.8%、満足：45.9%、やや満足：16.5%））。

しかし、京丹後は、夏の海水浴と冬の和食料理が中心の典型的な「二季型観光地」であり、行楽シーズンの春や秋は、閑散としているのが実態。また、関西圏内ですら、「京丹後」の知名度がまだまだ低い（「2021年京丹後市夕日ヶ浦エリアにおける京都観光データ収集・活用モデル事業」における「夕日ヶ浦」の認知度は、7.2%）。

そのため、特に「砂丘のフルーツ・甘藷」や「活イカ・活魚などの水産物」、「海が見える癒しの温泉宿」など、“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とともに、“ヘルスツーリズムの聖地”としてのブランド化（Kyoto Health Resort 京丹後）を進めることにより、首都圏や国外の観光客、さらに都市部の大企業にも注目される「通年型観光地」を目指す。

●Project (2) 2025年度事業計画

■主な重要業績指標（KPI）

- ① 主要8施設宿泊人数（日本人・外国人）
- ② 宿泊斡旋販売件数・人数（一般・スポーツイベント・FC）
- ③ 体験斡旋販売件数（人数）
- ④ ふるさと納税「宿泊・お食事クーポン」販売券面額
- ⑤ ロケ等誘致件数（フィルムコミッション）
- ⑥ 「京丹後ナビ」UU数・セッション数
- ⑦ 「Visit Kyotango」UU数・セッション数
- ⑧ Facebook（国内・国外）フォロワー数
- ⑨ Instagram（国内・国外）フォロワー数
- ⑩ 「Kyoto Health Resort 京丹後」ツアー商品数
- ⑪ ツアー斡旋販売額
- ⑫ 正会員数
- ⑬ 月間平均検索ワード（京丹後）ボリューム

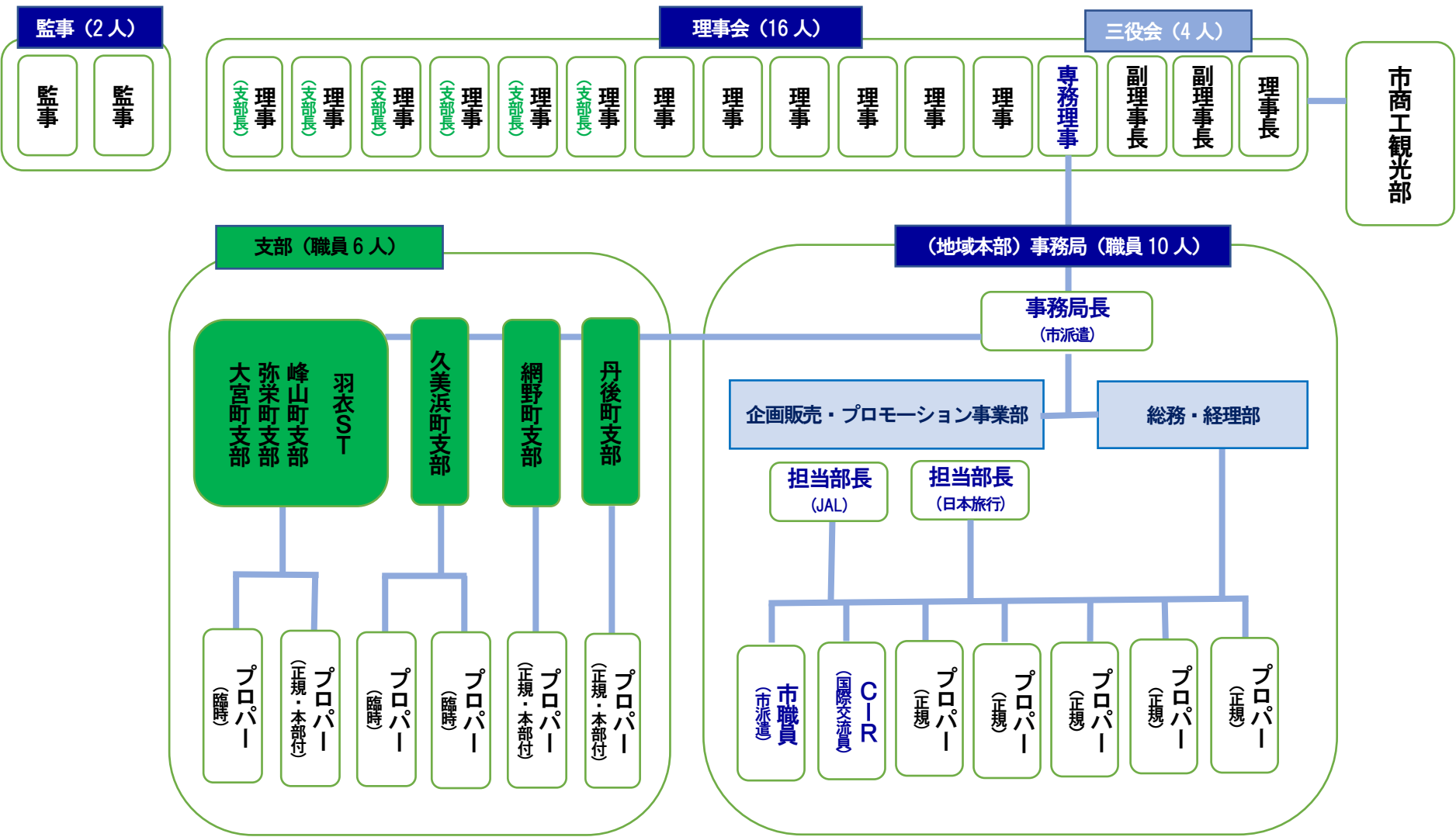
- 1 **【国内】三大都市圏からの観光客の「宿泊」と「観光消費」を促進する。**
 - ① **新規観光客の開拓**
 - A. 閑散期対策としてのPR強化（春の活イカ、秋のフルーツ、春秋のヘルス）
 - B. ヘルスツーリズムのBtoB展開（大企業注目→メディア→他企業・観光客）
 - C. 魅力観光商品やスポットの開拓（古墳、新体験等）と情報発信の強化
 - ② **マスメディアの注目度UP対策**
 - A. フィルムコミッション活動の新展開
 - B. 京都画報による京丹後特別番組の制作
- 2 **【国外】ターゲット国（10か国）からのインバウンド誘客を促進する。**
 - ① **EXPO 2025 大阪・関西万博からの観光客誘引**
 - A. 大阪観光局との連携強化（「全国巡り旅」京丹後モデルツアー情報発信等）
 - B. 富裕層インバウンド向けPR強化
 - ② **海の京都DMOとの連携強化**
 - A. 外国人宿泊システムの運用連携
 - B. DMO商談会等への共同参加
 - C. 天橋立、伊根の舟屋、城崎温泉を含めた広域での誘客促進
 - ③ **プレミアムインバウンド誘致（欧米豪）**
 - A. 観光庁補助事業（地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業採択）の活用実施
 - B. JAL訪日専用サイトの構築と情報発信（Guido to Japan 特別ページ）
 - C. 観光庁補助事業（デジタルノマド誘客促進事業申請中）の活用実施
 - ④ **ヘルスツーリズムの海外展開（韓国・台湾）**
 - A. 観光庁補助事業（地域観光魅力向上事業申請中）の活用実施
 - ⑤ **商談会等への参加**
 - A. 商談会や海外旅行エージェントへの積極的な営業展開
- 3 **【国内外共通】新たな高速交通網の活用と積極的な広告宣伝活動に取り組む。**
 - ① 但馬空港（JAL）の活用（空港に一番近い京都「京丹後」）
 - ② 京都・大阪からの高速直行バスの運行協力・支援（丹海バス、海の京都DMO）
 - ③ 手配旅行、受託型企画旅行等の取組み強化（旅行会社、DMC等との業務提携・協定締結）
 - ④ マーケティング戦略（WEBサイト改善、広告宣伝強化）
 - ⑤ 観光ポスターの新バージョン追加
- 4 **【会員】協働・協業パートナーを増やし、更なる観光業界の利益拡大を図る。**
 - ① **観光DXの推進（高付加価値化等の推進）**
 - A. 希望会員施設向けマーケティング伴走支援（SNS広告、レベニューマネジメント対策等）
 - B. 上記の宿泊データ分析、Googleエリアコンパス等の活用推進
 - ② **会員相互の連携強化（会員加入促進）**
 - A. （仮）市内魅力再発見ツアー（市民・会員向けの市内体験事業所、宿泊施設等の体験ツアー）
 - B. 会員相互の有益情報交換（WEBサイト等の充実）
 - ③ **その他の会員サービス事業の充実拡大（但馬空港体験、接客・ホスピタリティ研修等）**
- 5 **【組織】観光公社の自主財源比率を向上させ、自律的経営体への構築を進める。**
 - ① **収益的事業の拡大**
 - A. 旅行業手数料の収入向上（手配旅行、受託型企画旅行）
 - * インバウンドの推進（国内外の旅行会社との提携協定）
 - * 国内外BtoB事業（国内健康経営優良法人、海外企業等向けヘルスツーリズム事業）の推進
 - B. ふるさと納税事業の推進（宿泊・食事クーポン等の商品、事業受託化等の検討・要望）
 - C. 観光PR物品販売の充実
 - * オリジナル観光PR物品「お茶レター」販売等拡大
 - * 旬の京丹後ふるさと便の見直し
 - * 新規商品開発の検討（例：塩レター）
 - ② **職員研修の強化**
 - A. 事業遂行能力向上研修への参加等

- 6 【支部】今後の厳しい財政状況を踏まえ、支部の運営体制の見直しを進める。
- ① 久美浜町支部併設の喫茶コーナーの運営検討
 - ② 羽衣ステーション（峰山・大宮・弥栄町支部）の事務所移転等の検討
 - ③ 網野町支部及び丹後町支部の運営体制等の検討

●Organization 組織体制

- 1 当公社の本部事務局は、本市の「観光マーケティング・マネジメントの専門的組織」とする。
- 2 当公社に専務理事を設置し、本部事務局にはプロパー職員5人（正規職員）のほか、京丹後市役所（行政）から事務局長（課長級）及び担当職員（主任級）の派遣（公益的法人等への一般職の地方公務員の派遣等に関する法律）を受けるとともに、市商工観光部長の理事会参画等により、マネジメント力の強化及び行政との連携強化を図る。
- 3 当公社のさらなる専門性及び機動性を高めるとともに、大手旅行会社等が有する広報宣伝力や企業経営資源、関連企業への協力等を当公社の経営に活かすため、国の地方創生支援制度等を活用して、(株)日本旅行の社員（企画販売・プロモーション事業部担当部長）及び日本航空(株)の社員並びに国際交流員（CIR）を専門スタッフとして、京丹後市からの派遣のもとに配置する。
- 4 支部（町域ごとの観光協会）は、観光案内、誘客イベント、物販等の業務活動を遂行するため、各支部（羽衣ステーションを含む）に1人又は2人のプロパー職員を配置する。この場合、正規任用のプロパー職員は、原則として「本部付け職員」とし、本部業務を兼務する。なお、支部の事務事業及び人事管理は、当該支部長が統括する。

令和7年4月1日現在



●Task 課題

① 支部体制のあり方と丹鉄駅舎の新たな観光活用

令和4年度の市補助金から、支部職員の人件費が「全額補助」に増額（改善）されたが、会員からの会費収入の多くは、支部事務所の設置や運営など義務的経費に充てられ、かつ、支部の自主財源の確保、増額等は、組織構造的にも困難な状況である。また、支部事務所の老朽化や配置人員数等について種々の問題が生じてきており、以下の検討を進めていく必要がある。

（1） 網野町支部及び丹後町支部

両支部は、職員が「1人体制」のため、週休日が週に2日以上となり、観光案内等に支障をきたしたり、職員の休暇取得（特に病気等による緊急的な休暇の取得）が困難になったりするなどの問題が生じている。そのため、観光案内所等の機能を考慮して、京都丹後鉄道の網野駅舎内に両支部の事務所を統

合して職員2人配置の体制とするなどの検討を行う。

(2) 峰山町支部・大宮町支部・弥栄町支部（羽衣ステーション）

当事務所の峰山商工会館は、老朽化が激しく、また、観光客や公社会員が気軽に立ち寄れる建物ではない。そのため、丹鉄峰山駅舎の活用等について関係機関等と協議を進めていく。

(3) 久美浜町支部

丹鉄久美浜駅舎内にある当支部の事務所及び売店の隣りに未利用のままの喫茶コーナー（市所有）があり、有効活用を望む声が公社等にも寄せられている。利用者の感覚からも売店等との共同経営が望まれるため、当支部での営業再開について関係機関等と協議を進めていく。

(4) 上記の駅舎への支部配置（又は観光公社の観光案内所配置）により、“駅レンタカー”や“駅レンタサイクル”、また、“バス・タクシー案内”等の「二次交通拠点としての整備」や喫茶、売店等による「物販サービス等による駅の活性化」など、駅舎の新たな活用による「総合的な観光拠点整備」について、検討を進める。

(5) 本市域内には、6つの支部以外にも、支部に直接属さない観光協会や観光団体など【※1】のほか、数多くの地域活性化又は地域観光を推進する団体やグループ【※2】が活動している。将来的には、「支部」という枠を取り払い「協議会（コンソーシアム）」のような新たな形の協働体制のあり方について検討を進める。

【※1の例】夕日ヶ浦観光協会、小天橋観光協会、久美浜町観光協会、果樹観光協会、掛津区観光部等

【※2の例】NPO法人まちづくりサポートセンター、山陰海岸ジオパーク京丹後市情報センター、久美浜まるごと実践会議等

② 多業種からの会員の加入を促進し、連携を強化

令和4年度に会員資格や会員特典、会費額などに関する規定（京丹後地域本部規程及び会員規程）の改正を行った。宿泊業だけでなく、飲食業、小売業、農林水産業、運輸業など様々な業態で観光に携わる事業者が互いに連携して観光コンテンツの開発や誘客キャンペーンを展開していけるようにすることが目的で、今後も新規会員（正会員及び賛助会員）の加入については、積極的に促進していく必要がある。

③ 幅広い人材活用と職員の業務能率の向上を徹底

- 1 事業の専門性や事務の継続性を確保するためには、観光公社が高度な観光地域マーケティングの能力を有する専門組織として機能し続けていくことが必要であるとともに、裾野が広く、かつ、本市のリーディング産業である「観光業」の振興（公益的事業の推進）のためには、行政との密接な連携を図ることが重要である。
- 2 そのため、旅行会社からの人材派遣やマーケティング専門会社への業務委託、他事業者との業務提携（協業等）、関連団体との共催事業の実施、市からの職員派遣など、外部の幅広いスキルやノウハウ、人材を引き続き活用していくことが必要である。
- 3 さらに、プロパー職員のスキルアップを図るための研修等の充実を図りつつ、業務効率の向上を目指した「目標管理や適材適所の職員配置」等を徹底するとともに、知識・経験の蓄積の評価、経済的な安定、士気の高揚、組織の団結等のために、正規任用化の推進、処遇の改善等に努めることが重要である。

④ 公社の「（仮称）中・長期経営計画」の策定検討

当公社の「自主財源の確保・増加」（例：会費、手数料、負担金等の増収増益及び自主財源比率の上昇）、「行政等からの財政的・人的支援」（例：交付金交付や職員派遣等）、「新財源の導入」、「職員の人材確保」等について、京丹後市観光振興計画、海の京都DMO中期経営戦略等との整合を図りつつ、当公社の「（仮称）中・長期経営計画」の策定について検討を進めていくことが必要である。