

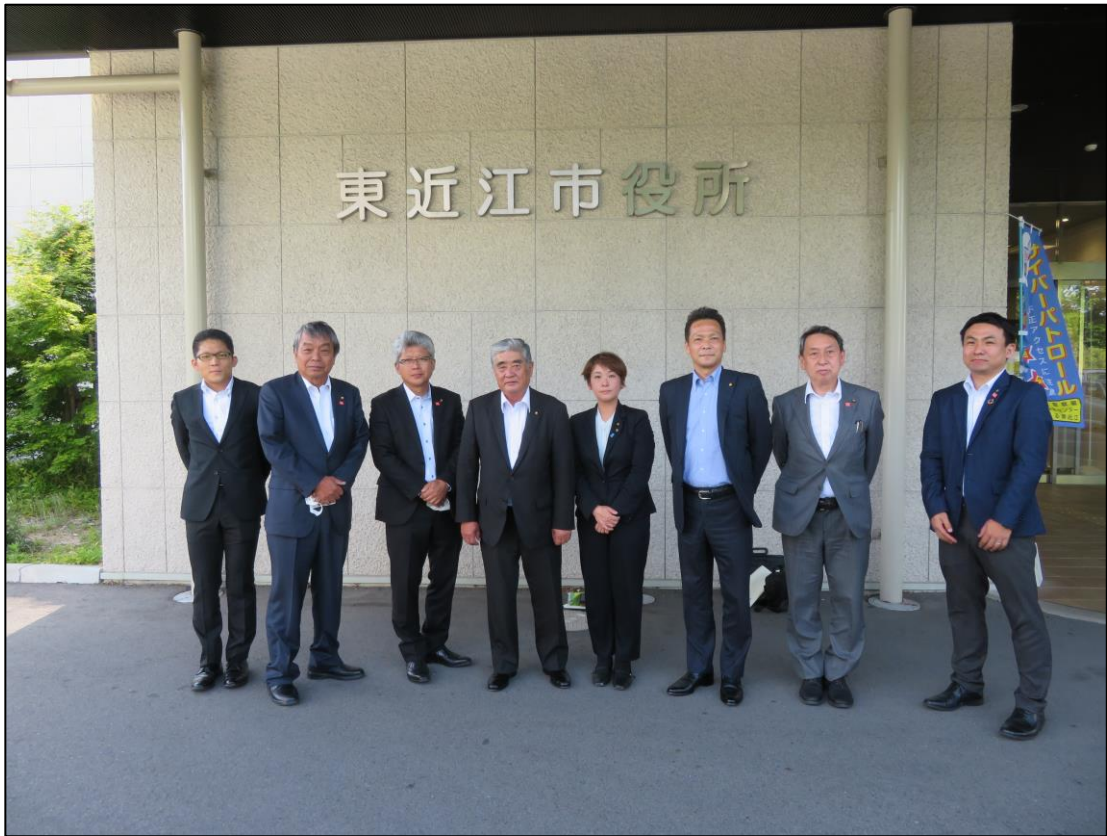
令和4年度  
産業建設委員会  
行政視察報告書

- 期 日  
令和4年5月10日（火）～5月12日（木）
- 視察先及び調査事項  
滋賀県東近江市
  - ・森林環境譲与税の里山防災・緩衝帯整備事業における活用について
  - ・鳥獣害対策について一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（京都府京丹後市）
  - ・海の京都DMOについて
- 出張者  
委員長 藤 井 武 彦      副委員長 真 鍋 顕 伸  
委 員 森 川 亜 紀      委 員 城 戸 力  
委 員 行 元 博      委 員 楠 學  
  
随行職員 矢 野 宏 之

## 特 定 調 査 事 項

### 滋賀県東近江市

- 森林環境譲与税の里山防災・緩衝帯整備事業における活用について
  - 1 取組に至る経緯について
  - 2 導入に当たっての具体的な検討について
  - 3 具体的な取組について
  - 4 取組実績について
  - 5 現時点における問題点及び課題について
  - 6 今後の取組について
- 鳥獣害対策について
  - 1 鳥獣被害の現状について
  - 2 具体的な取組について
  - 3 地域間連携について
  - 4 今後の取組について

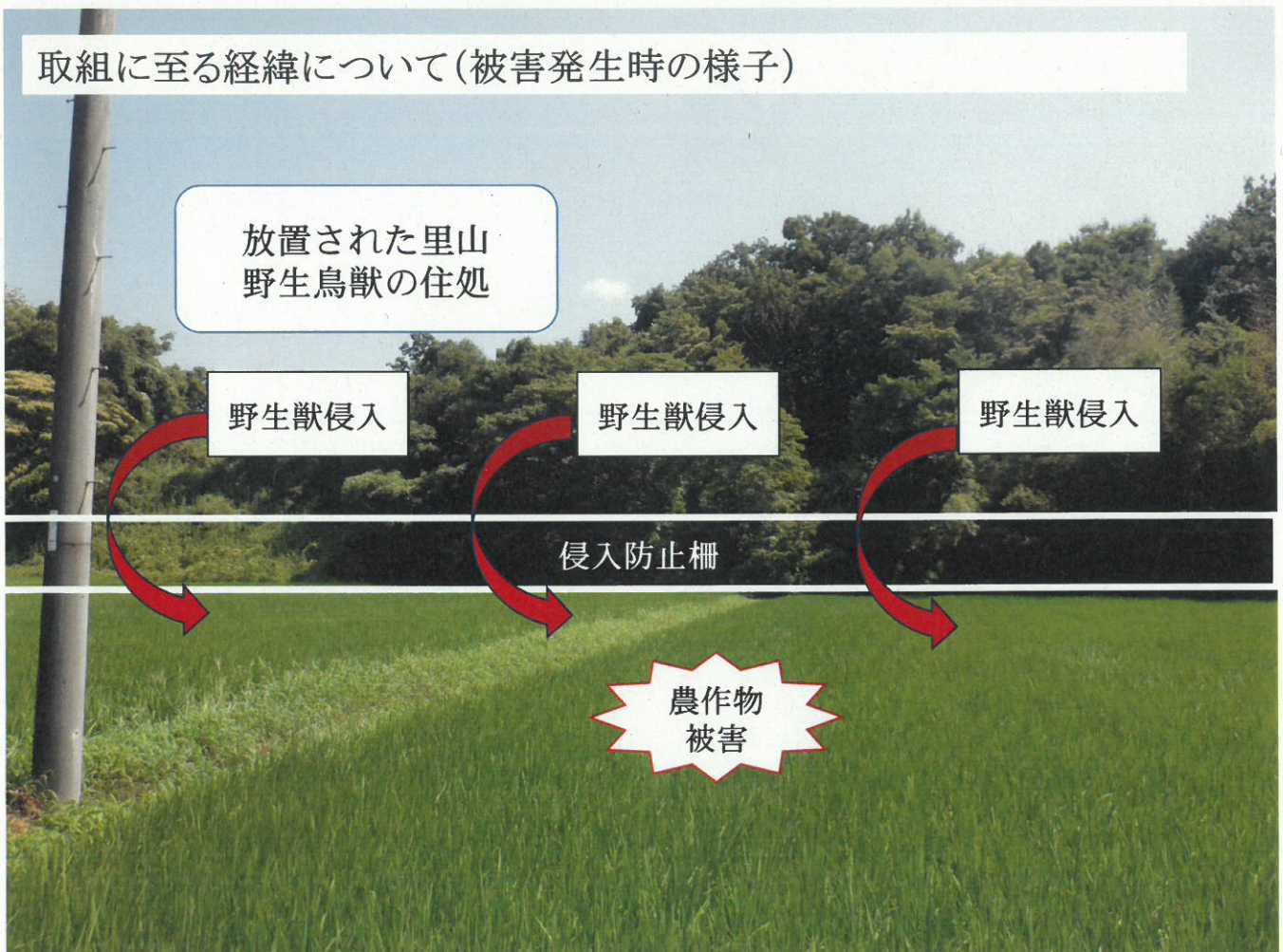


令和4年5月10日（火） 愛媛県西条市議会行政視察  
森林環境贈与税の「災害に強い森林づくり事業」への活用



東近江市農林水産部  
林業振興課長補佐 濱中亮成

取組に至る経緯について(被害発生時の様子)

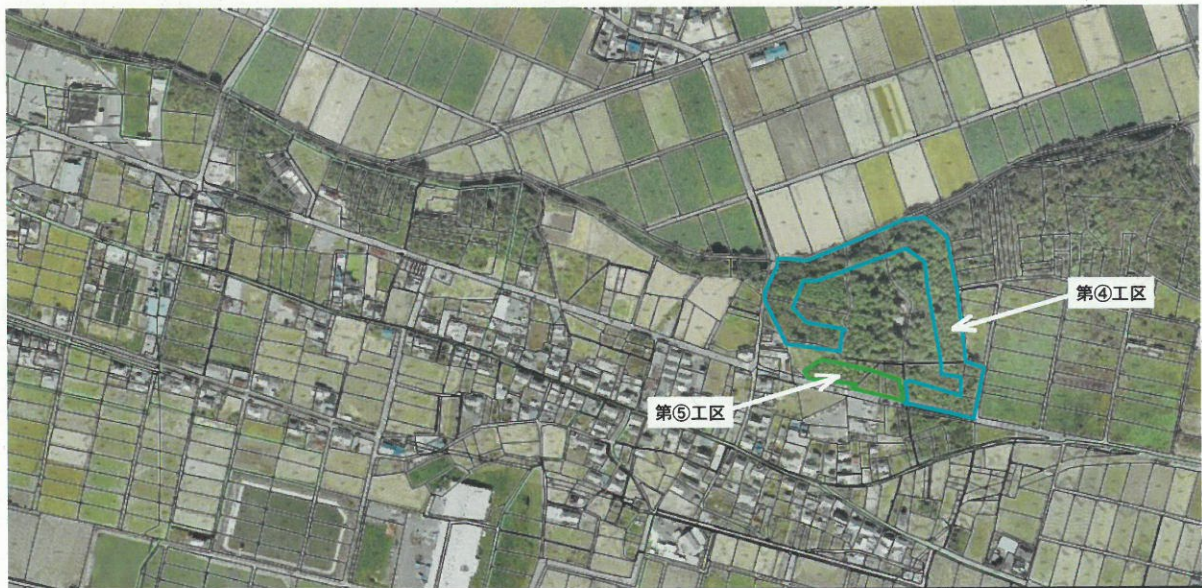




## 具体的な取組みについて（集落会議）



- 1 野生鳥獣の被害状況確認
- 2 里山の整備範囲の検討
- 3 里山の整備方法の検討
- 4 維持管理の方法を検討

## 具体的な取組みについて（整備範囲と方法の検討）



- |      |   |                     |
|------|---|---------------------|
| 第④工区 |  | 天然林改良 1-2 1.43ヘクタール |
| 第⑤工区 |  | 竹整理伐 0.22ヘクタール      |

## 整備方法 1 (天然林改良)

整備前



整備後



天然林改良 (広葉樹林の整備)  
上層木・下層木とも覆い茂り、  
上層木の胸高直径が概ね10cm  
以上の混みあった森林  
枯損木も存在

ポイント 林縁部の樹木を多く伐採  
森林内部は少なく伐採

W = 20

整備内容

- 1 上層木、下層木を50%  
~80%の伐採及び集積
- 2 衛生伐 (枯損したマツ、  
ナラの伐倒)
- 3 侵入竹の伐採
- 4 つる切り

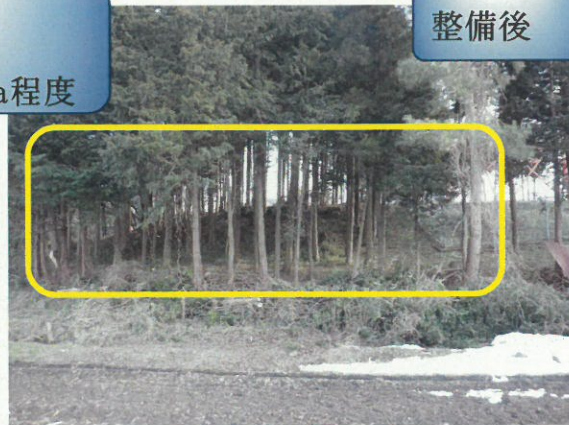
## 整備方法 2 (人工林改良)

整備前



人工林改良  
放置された人工林  
成立本数 1400本/ha程度

整備後



棚積みの様子 (整備後の林内)




整備内容

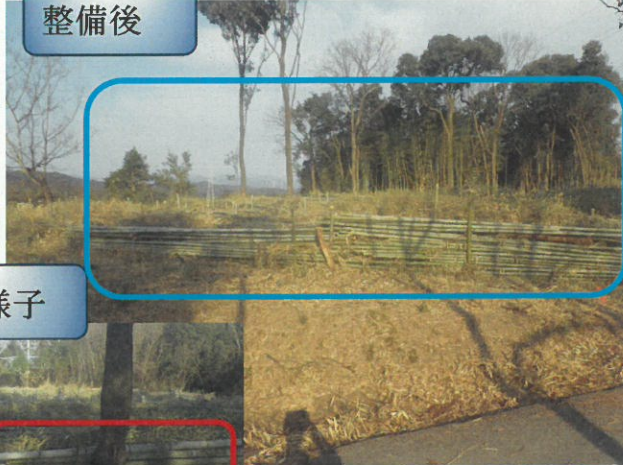
- 1 スギ・ヒノキの成立本数の  
20%を間伐
- 2 枝払・玉切り・片付け
- 3 人工林に侵入している広  
葉樹及びタケは伐採

## 整備方法 3 (竹林整理)


**整備前**



**整備後**



**棚積みの様子**



**竹林整備**  
 荒廃した竹林を整備  
 成立本数 5,000本/ha程度

**整備内容**

- 1 竹を皆伐
- 2 竹は棚積み

**ポイント** 棚積み工法の出来栄が、維持管理に影響する。  
 筍の時期 (4月~6月) に不要なタケは排除する。

## 整備方法 4 (危険木伐採)

**整備前**



**整備後**



**危険木**：クレーン等を活用しなければ伐採できない樹木  
 例：道路際や民家近くの高木





## 里山整備事業に係る予算（令和3年度基準）

- 1 里山防災整備（上限150万円/ha）滋賀県からの補助率10/10
- 2 緩衝帯整備（上限35万円/ha）滋賀県からの補助率10/10
- 3 風倒木被害対策（上限150万円/ha）滋賀県からの補助率1/2
- ※ 2 の緩衝帯整備は市単独分35万円/haとし、森林環境譲与税を充当する。事業費は、70万円/ha

## 鳥獣害対策について

令和4年5月10日（火）  
西条市議会視察

東近江市農林水産部林業振興課  
主任 山本 大樹



# 有害鳥獣被害の現状について

## ○本市における主な有害鳥獣

- ・ ニホンジカ 林業、農業被害
- ・ イノシシ 農業被害
- ・ ニホンザル 農業被害
- ・ アライグマ 農業被害、生活被害
- ・ ハクビシン 農業被害、生活被害
- ・ カラス 農業被害
- ・ カワウ 水産被害
- ・ オオバン 農業被害



## 主な対策について

### ①有害鳥獣捕獲

市内の猟友会へ業務委託し、捕獲を実施

### ②侵入防止柵、電気柵の設置

獣の侵入を防ぐ柵の設置

### ③ニホンザル対策について

追い払い、個体数調整等

### ④緩衝帯の整備

獣の住処を失くす緩衝帯の整備

### ⑤研修会及び集落点検の実施

# 有害鳥獣捕獲について①

## 捕獲数の推移

	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
ニホンジカ	1,559	1,333	1,069	885	958	956	1,084	978
イノシシ	727	341	640	335	532	449	192	132
ニホンザル	10	29	27	113	119	82	208	55
アライグマ	3	28	21	96	156	176	249	221
ハクビシン	17	29	38	90	94	81	117	48
カラス類	66	61	87	433	523	286	453	652
カワウ	13	9	1	4	33	358	15	171
オオバン	0	0	0	8	0	0	0	1,259

※イノシシの捕獲数が減少しているのは豚熱（CSF）が原因だと思われます。

# 有害鳥獣捕獲について②

- ・市内6猟友会に業務委託し、捕獲を実施している。
- ・各捕獲単価は次のとおり

鳥獣種	単価/1頭・1羽
ニホンジカ（オス）	17,000円
ニホンジカ（メス）	22,000円
ニホンジカ（幼獣）	12,000円
イノシシ（成獣）	18,000円
イノシシ（幼獣）	10,000円
ニホンザル	20,000円
アライグマ・ハクビシン	5,000円
カラス・カワウ・オオバン	1,000円

・捕獲予算については、国の補助金（緊急捕獲活動支援事業）、滋賀県の補助金（自治振興交付金、湖国の森林と自然を守るニホンジカ特別対策事業）市の単費を組み合わせで確保しています。

# 侵入防止柵・電気柵の設置について

## ①新規設置（資材費負担なし）

国の鳥獣被害防止総合対策交付金を活用して集落単位で実施。資材を購入し、集落へ提供、設置は集落が行う。

## ②補修用資材の提供（1/2補助）

東近江市内に設置してある侵入防止柵の維持補修用の資材購入に対して、1/2補助を実施しています。

東近江市の侵入防止柵総延長は約145km

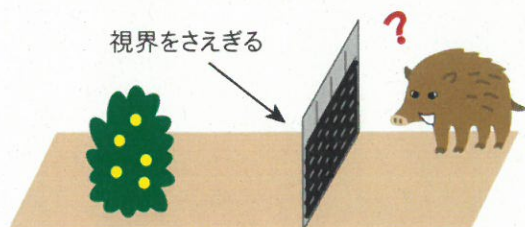


## イノシシの侵入防止に目隠し資材

- イノシシの視力は意外と弱く0.1以下です。イノシシは臆病で用心深い性格なので、しっかりと安全確認をしてから田畑に浸入します。そのため、既存のメッシュ柵に目隠し用の防風ネットや除草シートを取り付けると、侵入の抑止及びメッシュ柵の破壊等の軽減が期待できます。ネット越しの作物の姿は人にはよく見えますが、イノシシにはぼんやりとしか見えません。

### 【資材のサイズ】

幅1m、長さ50m巻、4mm目を使用します。※目合が4mm以上となると、抑止効果が低くなります。



施工事例

# ニホンザル対策について

- 近年、人家や里山近くにニホンザルが出没し、農業被害や生活環境被害が発生しています。
- ニホンザル対策で最も大切なことは集落全体で対策（花火等による追い払い、電気柵の設置及び維持管理、放任果樹の除去等）を実施することです。



追い払い隊の結成



追い払い練習



電気柵の設置及び維持管理



それでも被害が軽減されない悪質な群れに対して、滋賀県の許可のもと、群れごと捕獲する個体数調整事業を実施しています。

# ニホンザルの個体数調整について

- 滋賀県ではニホンザルを有害鳥獣捕獲事業で捕獲する場合は、群れの10%までしか捕獲できない。
- 群れごと捕獲しなければならないような悪質な群れについては滋賀県が行う公聴会で許可を得た後、個体数調整事業を実施する。



大型囲いわなによる捕獲



麻酔で眠らされたニホンザル

## その他のニホンザル対策

- ニホンザルの群れ毎にGPS首輪を装着、行動パターンを把握し、地元集落へ提供、追い払い等に活用いただいています。



**重要！！**

※個体数調整を実施しても、被害が完全に無くなる訳ではありません。追い払い等の対策を集落ぐるみで根気よく実施し、ニホンザルが近づきにくい環境を作ることが重要です。



株サーキットデザインのアニマルマップシステム

## 研修会及び集落点検の実施

- 要請に応じて、自治会や地域向けの研修会を実施しています。
- また被害集落の環境点検を行い、獣害の要因を特定し、対策を講じるように伝えています。
- 重要なことはただ、対策方法を伝えるだけでなく、集落での対策の機運を高めるように誘導することです。



集落環境点検の様子



獣害対策研修会の様子

## その他の取り組み

- 羊の放牧（緩衝帯の雑草管理及び獣害対策）
- カワウ駆除（水産業の防除）
- オオバン駆除（農業被害軽減）
- オリの貸出（外来獣対策のため、小型オリの貸出）
- 豚熱（CSF）蔓延防止のため、野生イノシシの血液検査及び経口ワクチンの散布



羊の放牧



カワウの駆除

## 地域間連携について

### ○東近江地域鳥獣被害防止対策協議会

- ・ 2市2町で構成する協議会
- ・ 国の鳥獣被害防止総合対策交付金を活用し、事業を実施

#### 主な事業内容

捕獲用オリの購入、狩猟免許取得費用の助成、鳥防除機材の購入、ニホンザルの行動域調査、研修会の開催、緩衝帯整備の実施等・・・

### ○近隣市町とニホンザル行動域情報の共有

○滋賀県、三重県と連携し、県境の山頂に生息するニホンジカの捕獲に取り組んでいる

## 今後の取り組みについて

- 有害鳥獣捕獲は引き続き実施していく
  - 捕獲従事者の減少や高齢化が課題。
- 捕獲従事者の確保と併せてICT技術の導入を検討しています。



- ICT技術の導入により、わなの作動がメールで通知され、見廻り等の負担軽減につながります。



イメージ図

## 特 定 調 査 事 項

一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（京都府京丹後市）

○ 海の京都DMOについて

- 1 平成26年7月の「観光圏」認定前の取組について
- 2 「観光圏」認定後の取組について
  - (1) 関連する事業者間の連携について
  - (2) 圏域内外の連携について
  - (3) 農泊・スポーツツーリズムについて
- 3 コロナ禍の対応について
- 4 課題及び問題点について
- 5 今後の取組について



一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社  
(京都府京丹後市)

R4.5.11(水)



## 西条市 視察資料



一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（海の京都DMO）

令和4年5月11日（水）

1

## 観光圏認定前の取組

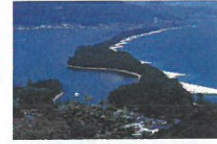
2

## 「海の京都」の展開

### 海の京都構想の策定

平成25年3月策定

- 1 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成
- 2 戦略拠点を結ぶ観光交流基盤の整備
- 3 戦略的な広域観光プロモーション



### 平成26年7月 近畿圏で初めて観光圏に認定

「観光圏整備法」に基づき、宿泊滞在が推奨される地域として国がお墨付き

### 平成28年6月 海の京都DMO設立

市町観光協会を  
統合

- 地域主導、民主導の観光地域づくりのけん引役
- 「海の京都観光地域づくり戦略」の策定（29年3月）
- マーケティング、観光プロモーション、人材育成等の推進
- 地域の稼ぐ力の創出（着地型旅行商品等の造成・販売等）

3



海の京都

## 海の京都構想

### 【観光による地域振興に向けた課題】

- ✓ 優れた観光資源があるがブラッシュアップやPRが必要
- ✓ 広域に点在する観光資源間の周遊システムが必要
- ✓ 観光資源としての「海」の活用が必要
- ✓ 観光産業を支える若手人材の育成が必要
- ✓ やる気のある民間事業者が活動できる環境整備が必要

1 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成（行政等）

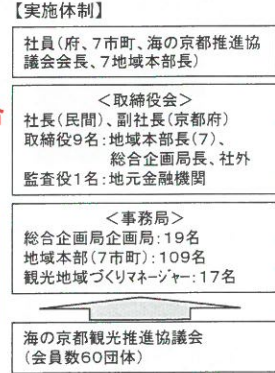
2 戦略拠点を結ぶ観光交流基盤の整備（行政、民間等）

3 戦略的な広域観光プロモーションの実施（DMO等）

4

## 「海の京都DMO」の組織概要

法人名称	一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社(海の京都DMO)
対象地域	福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町地域(7市町)
DMOのタイプ	シリアル型(地域連携型)DMO ※各観光協会を水平統合
設立	平成28年6月29日
事務所	京丹後市大宮町口大野226番地 (京丹後市大宮庁舎内)
代表理事	森屋 松吉(京都北都信用金庫会長)
事務局	18名(京都府、綾部市、宮津市、京丹後市 JTБ、JR、京都銀行、囑託、専門役、臨時職員)
資金	令和3年度当初予算181,884千円 ・府:7市町村=1:1の財政支援 ・地方創生交付金の積極的獲得
基本戦略	「海の京都」観光地域づくり戦略(平成29年3月策定) 海の京都インバウンド戦略(平成31年2月策定) 海の京都中期経営戦略(令和2年6月策定)



## 観光圏認定後の取組

# 「海の京都」戦略拠点の形成（京都府・5市2町による取組）

『海の京都』事業による発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成を推進



7

## 戦略拠点の整備（事例①）

天橋立駅整備（海の京都構想に基づく戦略拠点）



整備後（竣工：平成27年5月）

白砂青松をイメージした駅前広場と外観を和風（木目調）に改装した駅舎に改修

8

## 戦略拠点の形成（事例②）

### 伊根町観光交流施設「舟屋日和」（平成29年4月）

舟屋をイメージした外観



外 観



イネカフェ



海鮮レストラン海宮

泊食分離



寿司定食（イメージ）

9

# 関連する事業者間の連携



海の京都

## 交通事業者と連携した環境整備事業

### ◎『公共交通アクセスデザイン』の推進

観光庁「広域周遊助成事業」を活用し、エリア内交通事業者と連携した統一の公共交通デザインによる環境整備を実施

- ・バス停標識整備(30カ所)
- ・交通機関アナウンスの多言語化(英語・中国語)
- ・バス車体貼付用「路線英語表記マグネットシート」作成(70シート)
- ・スマホWEB対応の路線及び行き方検索システム導入



### ◎京都丹後鉄道沿線地域M a a S推進協議会への参画

アプリ導入の実証実験等、沿線自治体等と連携した利便性の高い持続可能な地域公共交通の確保(利用イメージ:丹鉄~観光船~ケーブル~路線バス等シームレスな乗降)

11



海の京都

## 旅行会社と連携した誘客事業

- 海の京都エリア内外の旅行事業者と連携し、富裕層向けツアーやマイクロツーリズム商品等を造成。
- WILLER社のOTAサイトにおいて、海の京都エリアの体験商品等の販売を開始。

- JTB 富裕層向け店舗・ロイヤルロード銀座大阪店

・田中彩子京丹後公演鑑賞バスツアー 2/6発 定員12名

約40万円の高額商品

- JTB 富裕層向け店舗・ロイヤルロード銀座名古屋店

・冬の美食旅 淡路島3年とらふぐと丹後半島で松葉蟹を食す3日間 2/12発 定員12名

→催行保証人数に達していましたが、オミクロン株流行で催行中止

- 神姫観光

・大江1000年古道トレイルツアー日帰り

10/18発 24名参加、10/19発 44名参加、10/21発 18名参加、10/22発 19名参加

R4の拡充を検討

- 海の京都エリア内旅行業者(3社)との協業(マイクロツーリズム商品の造成)

日帰りバスツアーを企画・販促・販売を業務委託。

・プラスツーリスト(綾部市) 13本造成→うち10本中止(3月3本募集中)

約30本の旅行商品

・コスモ観光(舞鶴市) 10本造成→全10本中止

・丹後橋立交通(京丹後市) 5本造成→うち2本中止(催行人数、12月21名/1月11名/3月13名)

販売機会の拡充

- WILLER

WILLERのWEB(OTA)を利用し、DMO体験プログラムを10月より販売開始。

・全14メニュー。(令和4年4月以降には夏のマリンアクティビティを追加予定。)

12



## 多様な主体との連携事業

- 地域で活躍する多様なプレーヤーと連携し、観光を入り口とした課題解決型事業を展開。
- さらなる協力者・理解者の獲得に向け、各地において「DMOサロン」を開催(試行中)。

### ■ 多様な主体との連携(主な事業)

- ホリグチ×DMO  
⇒ふるさと納税返礼品の開発
- Tangonian×DMO  
⇒地元企業向け研修の開発
- うらうら×DMO  
⇒子育て世代向け商品の開発・告知
- 丹後バル×DMO  
⇒食の生産者との関係性を深めるツアー
- 志摩機械×DMO  
⇒里山の賑わいづくり(ナイトコンテンツ造成)

### ■ DMOサロンinまちまち案内所(京丹後市) 日時:令和3年11月19日(金) 18時~20時

参加者:8名  
呼びかけ人:丹後暮らし探求舎

### ■ DMOサロンinFLAT+(舞鶴市)

日時:令和4年1月14日(金)  
15時30分~17時30分

参加者:12名  
呼びかけ人:HOUKO



13



## 企業提案型持続可能な地域づくり推進事業

- 海の京都エリアの持続可能な地域づくり活動を応援するため、地域課題を解決する実証事業を起業家等から募集。
- 第1次募集(6月11日~7月12日)に6事業者(6件)の応募があり、1件を採択。
- 第2次募集(8月20日~9月17日)に4事業者(4件)の応募があり、2件を採択。

### 海の京都 12歳元 厳選の小瓶飲み比べセット



14





## 市と連携した誘客事業

- GO TO MIYAZUタスクフォース（宮津市）が実施するクーポンキャンペーンにおいて、クーポン発行に係るCRMシステム運用業務を受託。



- 宮津天橋立「カニぶり」キャンペーン  
(2021. 12. 22～2022. 2. 28)  
「宿泊割引クーポン」「地域限定クーポン」「カニぶり食事クーポン」を発行。  
「カニぶり食事クーポン」について、CRMシステムで発行・運用を実施。

15



## 京都府との連携事業

- 「旬の食材提供店&農産物直売所周遊キャンペーン事業」の受託(中丹・丹後広域振興局)

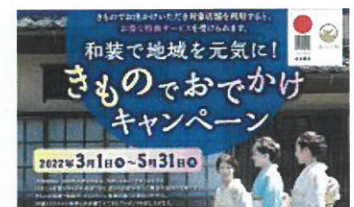
- 中丹広域振興局「中丹管内e-Bike活用促進事業」の受託(中丹広域振興局)

- 「中丹魅力情報発信業務」の受託(中丹広域振興局)

- 「中丹の特産品ブランディング推進事業」の受託(中丹広域振興局)

- 「旬の食材提供店」海の京都いちおし食材PRフェア業務の受託(中丹・丹後広域振興局)

- 「和装で地域を元気に！きものでおでかけキャンペーン」広報業務の受託(丹後広域振興局)



16

# 圏域内外の連携

17



海の京都

## インバウンド向けレンタカープランの造成

- 豊岡DMOや若狭湾観光連盟や民間企業と連携したレンタカープランの造成



18



海の京都

## アドベンチャーツーリズム事業

### ■ 観光庁「アドベンチャーツーリズム等の新たなインバウンド層の誘致のための地域の魅力再発見事業」に採択(事業規模1,600万円)

- ・ 欧米豪をターゲットとしたプラン(3本)を造成。(「中長期周遊型ツアー」、「E-bikeプラン」、「ロングトレイルプラン」)
- ・ アドベンチャーツーリズム機関「ATTA」に加盟。
- ・ 国際イベント「Adventure travel world summit(ATWS)」に参加・商談(9月20日～24日)
- ・ 美ら地球山田氏を講師に迎えガイド講座を実施、各日程10名の参加(12月6日～9日)
- ・ 地域観光関連事業者に向けたセミナー「京都アドベンチャーツーリズムミーティング」を開催(3月17日開催) <https://www.kyototourism.org/en/adventuretours/>



19

## アドベンチャー・ツーリズム

アドベンチャー・ツーリズム = アクティビティ、自然、文化体験のうち、  
2つ以上で構成される旅行

ATTA (Adventure Travel Trade Association) による定義



地方だからこそ  
3要素が揃う

地方だからこそ、自然や農林水産資源が溢れており、ATに必要な三要素が全て揃う

資源活用と持続可能性  
の両立を支持

ATでは自然や文化が持続していくためにも「保護」と「活用」を両立させる好循環が実現されることを支持

ローカル経済を  
重視している

自然や文化だけでなく、ATでは地域経済が観光で潤うことを重視しており、中小事業者を大事にしている

教育水準の高い富裕層の割合  
が高く、平均で14日間と長期  
の滞在を好む

旅行者がATを通じて、地域の  
自然・社会環境のサステイナ  
ビリティ、地域住民の雇用・  
所得向上に貢献できるかと  
いった視点が重視される

- ✓ 1万米ドルの経済効果を生み出すためには、マストツーリズム(クルーズ等)では100人が必要だが、ATでは4人の来訪で達成。
- ✓ マストツーリズムでは消費額のうち、地域に残るのはわずか14%に留まるのに対し、ATの場合は65%が地域に残る。

日本アドベンチャー・ツーリズム協会HPより <sup>20</sup>

# 農泊・スポーツツーリズム

## 「SAVOR JAPAN」の取り組みについて(海の京都DMO)

○平成29年12月に「海の京都・食の王国～海・里・山に育まれた食の源流～」をテーマとし、農泊・食文化を海外に発信し、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域として「SAVOR JAPAN」に認定  
 ○関連団体等と連携して、海の京都地域の農山漁村の地域資源を活用し、「農泊」「食資源のブランド化」を進めるため、平成30年2月に「海の京都農泊推進協議会」を設立  
 ○広域的な農泊の推進として、「農泊人材の育成」「テーマを設定した「農泊・食文化体験」周遊ツアーの造成」「広域的な海外プロモーション」など、広域連携のスケールメリットを活かせる事業を展開

取組のきっかけ	事業実施計画	農泊地域の稼ぐ力を創出												
<p><b>「Savor Japan」認定に伴い、海の京都の農泊 食文化に特化した観光コンテンツを海外に発信</b></p> <p><b>【地域の課題】</b></p> <p><b>【観光】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外国人宿泊者の京都市に集中(京都市98.2%、海の京都地域1.1%)</li> <li>外国人旅行者の地域内偏在</li> </ul> <p><b>【農泊】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域全体の受入機運が不十分</li> <li>農林漁家体験民宿等の見える化</li> <li>観光コンテンツとしての磨き上げ</li> </ul>	<p><b>【農泊に対する「気付き」の喚起】</b></p> <p><b>○農泊人材の育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>農泊人材学舎(農泊セミナー)の開催(計12回)22名受講</li> <li>海の京都農泊事業者ネットワーク会議の開催(3月予定)</li> </ul> <p><b>【地域の「宝」の磨き上げ】</b></p> <p><b>○テーマを設定した農泊食文化体験広域周遊ツアーの造成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>農山漁村体験プログラム等コンテンツのブラッシュアップ</li> <li>→株式会社Voyaginと連携し、5商品を作成中</li> <li>メディアファームツアーの実施(10/22)</li> <li>→ENGAWA株式会社 10メディア</li> <li>農泊地域と料理人マッチングモニターツアーの実施</li> <li>1/30-31 料理人 5名</li> <li>外国人専門家の視察ツアーの実施</li> <li>1/24-25 メディア・料理人・旅行エージェント関係者 4名</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>地域への波及効果</b></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td><b>【KPI】</b></td> <td>H29</td> <td>H33</td> </tr> <tr> <td>外国人旅行者</td> <td>57,041人</td> <td>115,000人</td> </tr> <tr> <td>※ 宿泊延べ数</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>農林漁家体験民宿数</td> <td>67軒</td> <td>100軒</td> </tr> </table> <p><b>【KPI根拠】</b></p> <p>H28実績の対前年比の伸び率を基準とし、H33KPIを設定</p> <p style="text-align: center; background-color: #F1C40F; padding: 5px; border-radius: 10px;">インバウンド増加</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;">ターゲット国を絞ったプロモーション</p> <p><b>【ターゲット国】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 欧州、北米圏及び東南アジア圏</li> <li>② 中国、香港、台湾のアジア圏</li> </ol> <p><b>【ターゲット国選定理由】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 既存顧客：府内では京都市に次ぐ来訪数</li> <li>② 京都市長期滞在客：府内来訪者4割が京都市内で4泊以上滞在しているため、周遊を誘導</li> </ol>	<b>【KPI】</b>	H29	H33	外国人旅行者	57,041人	115,000人	※ 宿泊延べ数			農林漁家体験民宿数	67軒	100軒
<b>【KPI】</b>	H29	H33												
外国人旅行者	57,041人	115,000人												
※ 宿泊延べ数														
農林漁家体験民宿数	67軒	100軒												
<p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px; border-radius: 10px;">地域受入体制</p> <p><b>【儲かる体制の確立】</b></p> <p>海の京都農泊推進協議会で「農泊」を推進</p> <p>※ 百敏線府やVoyaginなど、「農泊」や「インバウンド向け体験」に特化した企業と連携</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>・インバウンド向け農泊・食文化体験商品の造成</p> <p>・販売(Voyaginサイト連携)</p> <p>・旅行会社として海の京都DMOツアーセンターで広域周遊旅行商品として販売</p>	<p><b>【地域の取組を「知って」もらう機会の創出】</b></p> <p><b>○広域的な海外プロモーションの展開</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>農泊 食文化海外発信プロモーション動画の制作</li> <li>→Lastemade Japanと連携し、SNSによる食文化発信(アメリカ)</li> <li>海外発信のためのブラッシュアップ取材撮影</li> <li>→農泊に関連する写真の提供</li> <li>欧米圏への海外現地プロモーションの実施</li> <li>→SAVOR JAPAN推進協会と連携(フランス)</li> </ul> <p>※ 農山漁村振興交付金(農泊推進対策)⑩⑪          2か年17,000千円の事業費を効果的に活用</p>													



## 農泊の推進

- オンラインで開催された農泊商談会への参加(7月・2月の計2回)  
(7/15・インバウンド向け・8社商談、2/2・国内向け・4社商談)。
- 商談した旅行会社等には、継続的なフォローや情報発信を行う。

- 7/15商談事業者(20分×8事業者)  
近畿日本ツーリスト、阪急交通社、東日観光、  
農協観光、JTBグローバルマーケティング&トラベル、  
近畿日本ツーリスト コーポレートビジネス、ANA X、  
JTBグローバルマーケティング&トラベル
- 2/2商談事業者(20分×4事業者)  
近畿日本ツーリスト、阪急交通社、  
びゅうトラベルサービス、クラブツーリズム



- 農泊施設をわかりやすく紹介する、「専用コーナー」ページを開設。
- YouTubeに「農泊」紹介動画を公開。  
(タイトル:農家民宿/海の京都で過ごす里山ステイ: 11/18公開)



- 専用コーナー紹介施設数 : 26施設(中丹エリア)
- YouTube動画アクセス件数 : 11,050 PV (11/18~2/28)

23



## TANTANロングライド

日本三景の天橋立から自転車で丹後半島をぐるっと一周し、京都のうみ・やま・さとの雄大な景色や自然、地域の人と触れあうことができる「海の京都 TANTANロングライド」を開催

区分	申込者数	当日参加者数
2012年大会	1,017	957
2013年大会	1,208	1,144
2014年大会	1,380	1,298
2015年大会	1,651	1,553
2016年大会	1,667	1,527
2017年大会	1,705	1,583
2018年大会	1,745	1,607
2019年大会	1,787	1,678



24

# コロナ禍の対応



## 「海の京都」ガイドラインの作成と周知

- 感染症対策の徹底を図るため、「体験事業者」「飲食店」「宿泊施設」向けのガイドラインを策定
- 併せてピクトグラムやポスターを関係施設に配布し安全性をアピール

**安心してご利用いただくために**

お客様ならびにスタッフの健康と安全のため、以下の感染対策を実施しております。ご理解・ご協力をお願いします。

**お客様へのお願い**

- 飲食時以外のマスク着用にご協力ください
- 施設への出入りやトイレ利用時および共有物に触れる際にアルコール消毒または石鹸での手洗いにご協力ください

**まもろう3つの約束**  
COVID-19 Prevention

新型コロナウイルス感染症予防のため、以下のことに協力ください。  
Please cooperate.

**1. 手洗いの約束 (Handwashing)**  
2分間以上、流水でよく洗ってください。  
※ 手洗いの際は、肘を曲げて洗いましょう。

**2. マスクの約束 (Masking)**  
人と接する際は、必ずマスクを着用してください。  
※ マスクは、着用・脱着の前後は必ず手洗いをしましょう。

**3. 距離の約束 (Social Distancing)**  
人と接する際は、必ず1-2m以上の距離をとりましょう。

オリジナルポスター「まもろう3つの約束」のダウンロードはコチラ (PDF: 1.1 MB)

新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン (宿泊事業者向け・飲食店向け・体験プロダクツ事業者向け)



## マイクロツーリズムの推進

金融機関と連携した「年金友の会」ツアーを、マイクロツーリズム「地元再発見のたび」として実施

**GOTO トラベル 海の京都DMO × ほくとしんぎん**  
**地元再発見のたび**  
 2021.1~2021.3  
 Gotoトラベル事業支援対象コース(一部除く)

**貸切 丹鉄くろまつ号(ランチ)と舞鶴赤れんがパーク** 福知山 発着  
 日帰り 昼食付

コースNo. DH-1F(1/12 福知山)    コースNo. DH-2F(1/21 福知山)  
 コースNo. DH-1A(1/12 京都)    コースNo. DH-2A(1/21 京都)

京都丹後鉄道が走る、レストラン列車のランチを堪能

福知山駅前(8:25)→嵯峨駅(8:45)→元伊勢神社=皇松公園=成相寺=皇松公園=天橋立駅(12:48) 京都丹後鉄道「くろまつ号」乗車  
 ランチメニュー: 焼肉イタリアンコース=西院温泉(14:50)=赤れんがパーク  
 =五宝茶室(15:40)=嵯峨安楽寺(17:00)=嵯峨駅(17:20)=福知山駅前(17:45頃)

旅行代金(一人1人) **31,500円**    旅行代金代理店 **7,000円**    手数料(一人1人) **24,500円**  
 参加費 **3,000円** (付: 1人1人)

出発 1月12日(水)・1月21日(木)    最少参加人数 15名

大人1人1名

27



## クーポンキャンペーンの実施

- CRM(顧客管理)システムを活用したクーポンキャンペーンを実施。
- 会員登録者にダイレクトメールでキャンペーンなどのお得情報を発信。

■ 海の京都会員登録状況 10,976人※2/28現在

### ■ 季節ごとのクーポンキャンペーン

- 飲食、宿泊、体験に利用できるクーポンを発行
  - サマーパッケージキャンペーン(7月1日~8月31日)
    - ・クーポン利用者 1,343名
    - ・参加事業者数 144事業者
  - 秋のトリプルクーポンキャンペーン(10月8日~11月21日)
    - ・クーポン利用者 2,275名
    - ・参加事業者数 146事業者
  - 冬のリフレッシュクーポンキャンペーン(1月20日~2月28日)
    - ・クーポン利用者 716名
    - ・参加事業者数 126事業者
  - 春のおでかけキャンペーン(3月23日~4月28日)
    - ・クーポン利用者 2,920名
    - ・参加事業者数 158事業者



28

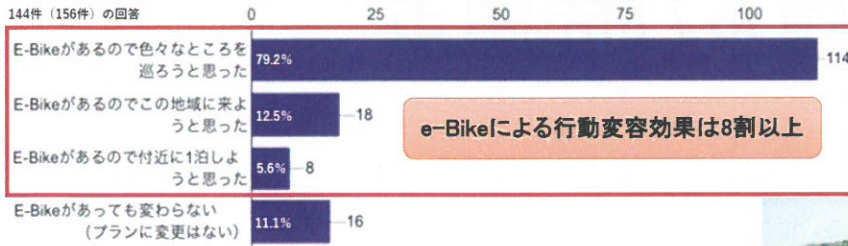


海の京都

## e-Bikeを活用した周遊促進

- 「海の京都e-Bikeキャンペーン」の実施
- 中丹広域振興局「中丹管内e-Bike活用促進事業」(受託事業)

E-Bikeを借りることで、旅行のプランは変わりましたか？(複数回答可)



29



海の京都

## インバウンド推進事業

- 海外旅行社とのパートナーシップ協定を締結(9月15日)
  - ・(英)Japan-san Ltd.(ジャパンサン)
  - ・(仏)Voyage a la Carte (ボヤージュ・ア・ラ・カルト)
- 9月15日、Japan-sanとのオンライン調印式を開催

### 【実施中の事業】

- ・観光レップ業務
  - 海の京都観光情報発信、現地観光情報の収集
- ・オンラインファムツアー・商談会の実施
  - 現地旅行会社を対象としたツアー・商談会
- ・フォーカスグループの実施
  - 現地旅行会社とブランディングやプロモーションを議論するマーケティング会議



30



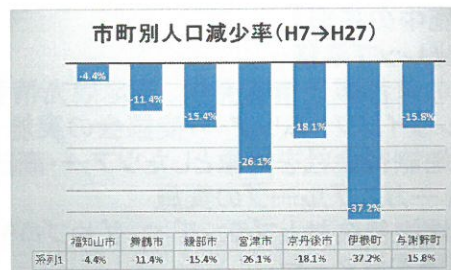
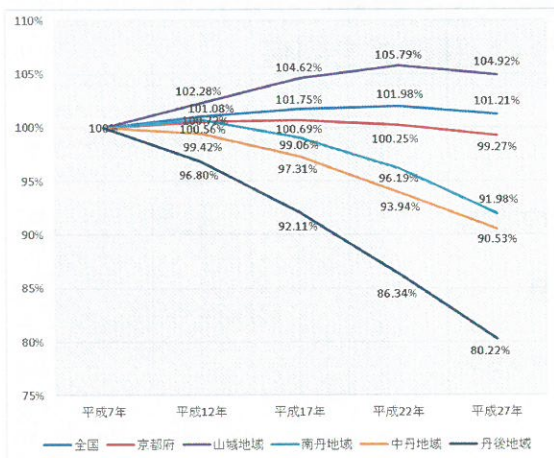
# 課題及び問題点



海の京都

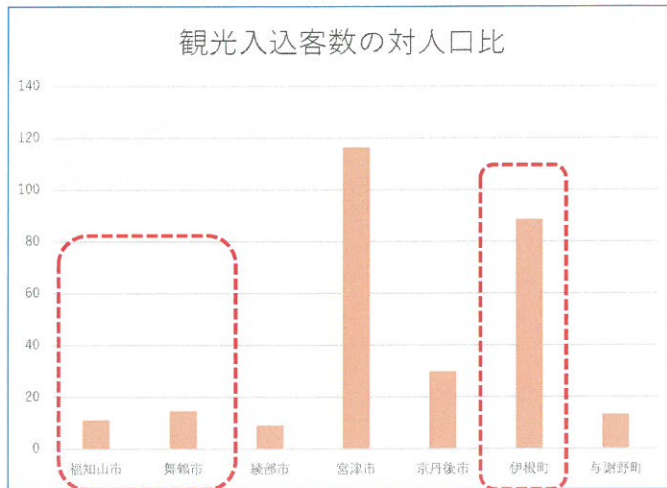
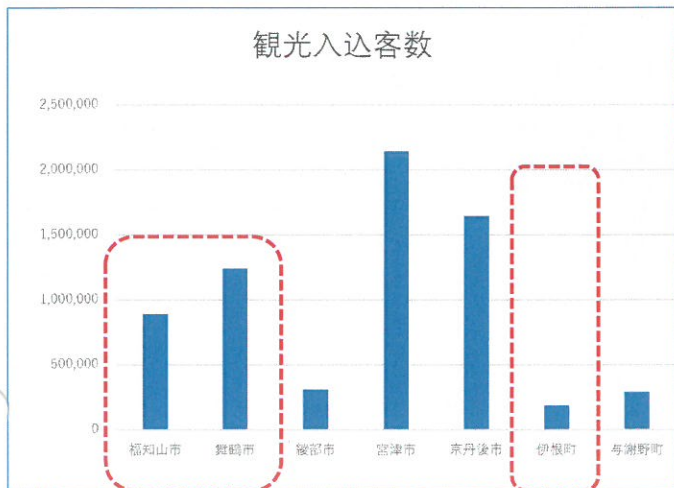
## 海の京都エリア 人口減少率

- 平成7年を100とした人口減少率は、全国・京都府平均を大きく下回っている。
- 特に丹後地域の減少率が大きい。



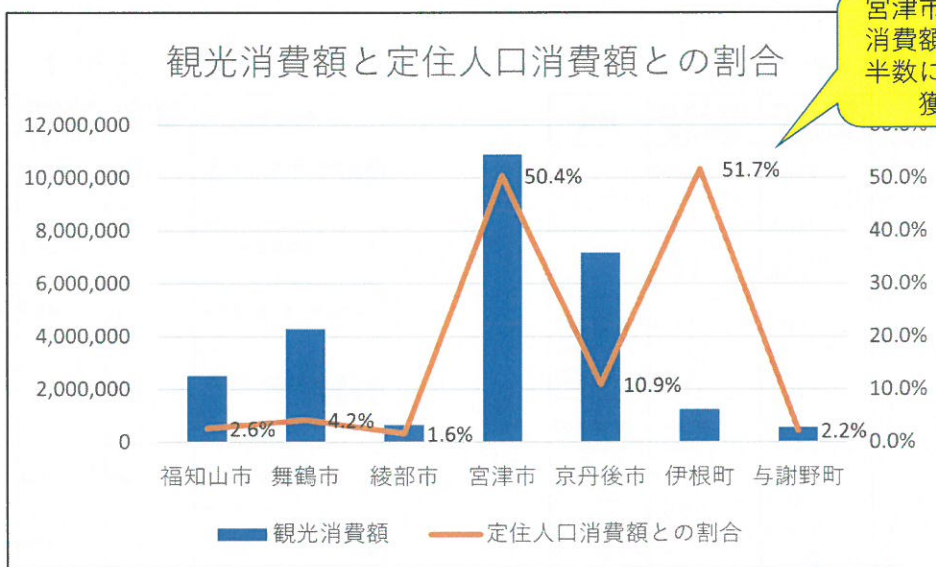
出典：国勢調査

## 海の京都エリア 各市町別観光入込客数



出典：令和2年 京都府域観光入込客等調査報告書

## 各市町観光消費額と地域経済への影響度



宮津市と伊根町の観光消費額は、定住人口の半数に相当する規模を獲得している

定住人口減少と観光消費額の拡大傾向が継続  
観光が地域経済に与える影響は年々大きくなる

※数値は令和元年度の数値を引用。

※定住人口消費額は「定住人口一人当たり年間消費額 127万円（観光庁試算）×人口で算出

出典：京都府観光客入込客調査（京都府観光室）

# 今後の取組

35

## R4 海の京都DMO（総合企画局）予算

【収入（千円）】

項目	令和4年度 当初予算	令和3年度 当初予算	増減
京都府分担金	84,250	84,250	0
市町分担金	74,250	74,250	0
収益事業収入	2,500	2,500	0
補助交付金	1,021	24,109	▲ 23,088
内訳	観光庁補助金	295	▲ 2,223
	その他補助金等	726	▲ 20,865
受託金・分担金	5,113	4,944	169
前年度繰越金	10,000	10,000	0
その他	4,750	4,500	250
計	181,884	204,553	▲ 22,669

【支出（千円）】

項目	令和4年度 当初予算	令和3年度 当初予算	増減
情報発信・プロモーション事業費	29,334	27,410	1,924
地域づくり支援事業費	27,263	32,842	▲ 5,579
デジタルマーケティング事業	21,700	38,658	▲ 16,958
旅行商品等の造成・販売促進事業費	34,230	31,780	2,450
インバウンド推進事業費	22,060	27,033	▲ 4,973
海の京都食の魅力向上事業	6,650	6,200	450
DMO運営管理経費	40,647	40,630	17
計	181,884	204,553	▲ 22,669

36

# R4事業執行上の強化点

- データを“共通言語”に、地域本部や事業者との連携を強化

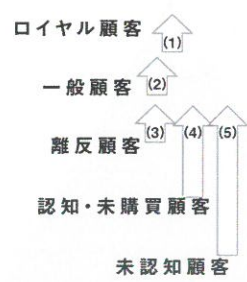
- ターゲットの明確化と最適な資源配分の実現

◎メインターゲット

- ・20代女性
- ・30代～40代ファミリー層
- ・40代～50代女性

◎強化エリア

- ・中京圏

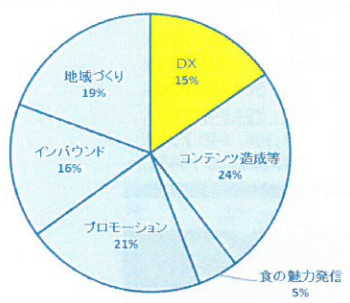


狙いに応じたコンテンツ開発とプロモーション

- (1) ロイヤル顧客のスーパーロイヤル化
- (2) 一般顧客のロイヤル化
- (3) 離反顧客の復帰
- (4) 認知・未購買顧客の顧客化
- (5) 未認知顧客の顧客化

# デジタルマーケティング事業

- デジタルマーケティングチームを設置し、DMOが保有するデータだけでなく、市町や地域本部、民間事業者等からもデータを収集・分析するとともに、フィードバックできる体制づくりを目指す。
- 分析により、DMOの各事業が対象とする顧客セグメントを明らかにし、効果的なコンテンツ開発及びプロモーションを行う。



事業	事業費
①★CRMを活用したプロモーション・クーポンキャンペーン	8,000
②★副業人材を活用したデジタルマーケティング【新規】	2,000
③京都府観光客動向詳細調査事業(インバウンド調査を含む)	4,000
④全国観光圏顧客満足度調査(天橋立、夕日ヶ浦/久美浜 2地区)	2,000
⑤その他各種調査(丹鉄乗降者調査(JRウェストレールパス調査等含む))	3,400
⑥DX人材育成講座事業【新規】	300
⑦顧客ニーズ調査【新規】(WEB調査)(海外(アジア)ニーズ調査を含む)	2,000
計	21,700

【デジタルマーケティングチーム】  
原田博一氏 (イミカ)、原康太朗 (DX・マーケティング専門役、駒形栄二 (SEO専門役)、狩野絵美 (分析員)、(WILLER 福島絵里子氏)

# その他参考

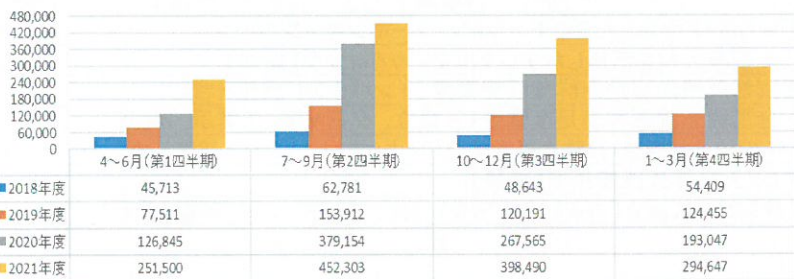


海ノ京都

## 海ノ京都公式ウェブサイトでの発信

- 公式サイトについては、旬の情報の発信や特集記事の掲載に努め、アクセス数も堅調な伸び。年間130万アクセス／300万PVを突破。

海ノ京都DMOホームページ アクセス数（四半期単位）



### ■ 海ノ京都公式サイト アクセス数

- 4月～ 6月 251,500 アクセス
- 7月～ 9月 452,303 アクセス
- 10月～12月 398,490 アクセス
- 1月～ 3月 294,647 アクセス
- 計 1,396, 940 アクセス  
(前年同月比 144%)





## SNS(インスタグラム)による情報発信

- インスタグラムキャンペーンの実施により、フォロワー数1万人超えを達成。ストーリーズ(24時間限定の投稿)ページにリンクURLの添付が可能に。
- ほぼ毎日投稿配信。より訴求力のある配信を図るため、動画配信も実施。



- フォロワー ※2/28時点  
12,808人
- フィード投稿 ※R3.4~R4.2  
297本(うち動画投稿18本)
- ストーリーズ配信※R3.4~ R4.2  
90本

- 著名人を活用した発信  
もうひとつの京都絆キャンペーンにおいて、安田美沙子氏のInstagram(フォロワー約33万人)により、海の京都エリアの情報を発信

41



## 交通媒体を活用した「海の京都」プロモーション

- 特急・普通車両で「海の京都エリアマップ」を掲出(公共交通、e-Bike利用促進含む)
- 京阪神地区の駅構内のデジタルサイネージ、車内ビジョンで「海の京都」認知度向上



42



## 海の京都食育プログラム造成事業

- 海の京都エリア内の生産者の食にかける思いや、仕事の内容を体感する着地型イベントプログラムFood Educational Excursion (FEE)プログラムを5本造成。
- 次年度以降の本格展開に向けたモニターツアーおよび宣伝用スチール撮影を実施。

### FEEプログラム一覧

- ①朝のしぼりたてジャージーミルクで作る モッツアレラチーズづくり体験
- ②風景と一緒に味わう！久美浜牡蠣の収穫体験&栈橋BBQ
- ③「食」と「農」を楽しむ！ 86farmのもりもり野菜パンづくり！
- ④山を知り、味わう猟師の狩猟体験&ジビエBBQ
- ⑤ 伊根の鶏と旬のお野菜メグルランチ

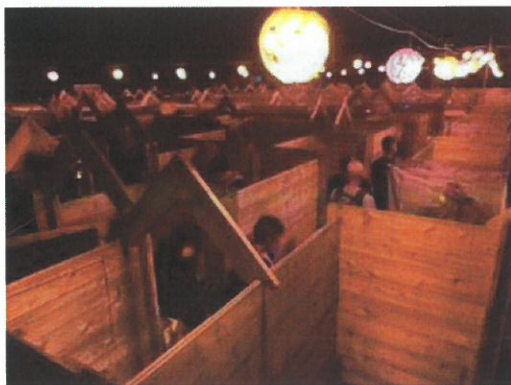


43



## ナイトコンテンツ造成事業

- 天橋立ナイトクルーズ、砂浜ライトアップ等のナイトコンテンツを活用した滞在型観光を促進するため、主要施設間を往復するシャトルバスの実証事業を実施。
- あやべ温泉周辺施設等のライトアップによるナイトコンテンツの造成



**期間限定！シャトルバス運行！**

区間	運行時間	料金	備考
天橋立駅前 - 天橋立港	18:00 - 21:00	大人 500円 小人 250円	天橋立港は天橋立港ターミナルから徒歩約5分
天橋立港 - 天橋立駅前	18:00 - 21:00	大人 500円 小人 250円	天橋立港は天橋立港ターミナルから徒歩約5分

※期間限定で夜間一日限定のシャトルバス運行  
天橋立駅前 - 天橋立港 - 天橋立駅前

1. 天橋立駅前 - 天橋立港  
2. 天橋立港 - 天橋立駅前

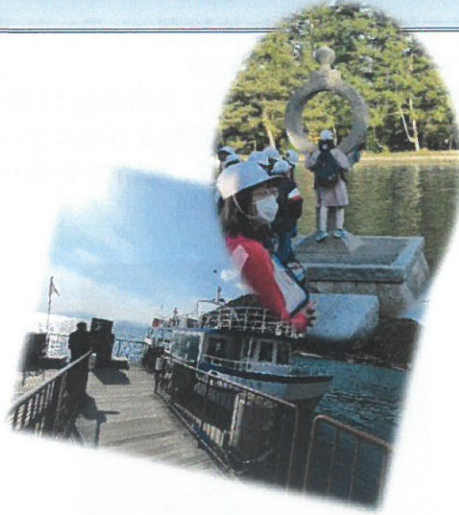
お問い合わせ：0772-42-0322

44



## 海の京都 教育旅行誘致関連事業

- 海の京都エリアの教育旅行誘致に向け、共通パンフレットを制作
- 京都府観光連盟と連携してプロモーションを実施。



45



## フードトレイル推進事業

- フードトレイル人材育成セミナーの開催
- 入門的なセミナーのほか、より専門的なブランディングノウハウの習得につながる連続講座を開催。

海の京都フードトレイル人材育成セミナー

### ロングセラー商品とブランドのつくり方 連続講座

競わないから、見つけてもらえる  
 近年、人口が減少していく地方ですが、インターネットやSNSの活用により、地元産品が全国に知られる機会が増えています。また、消費者は「地産地消」に関心を持ち、地元産品を積極的に購入する傾向があります。

この講座では、地元産品を「ロングセラー商品」にするためのノウハウを学び、実際に「つくり方」を学ぶことができます。

この講座で学べること

- 「産地のふるさと」の魅力を伝える方法
- 「産地のふるさと」の魅力を伝える方法
- 「産地のふるさと」の魅力を伝える方法

1回 2021年 11月25日(木) 19:00-21:00  
 2回 2022年 1月26日(木) 19:00-21:00  
 3回 2022年 2月24日(木) 19:00-21:00  
 4回 2022年 3月29日(木) 19:00-21:00

講師 京都府観光連盟 観光推進課 課長 佐藤 浩二

お問い合わせ先  
 京都府観光連盟 観光推進課 課長 佐藤 浩二  
 TEL 0772-68-5055  
 E-MAIL kishikawakankyo@kyoto.go.jp

■「ロングセラー商品とブランドの作り方」をテーマに、事業成長に向けたノウハウを学ぶセミナーを開催

- 対象者：食関連事業者（農家、食品加工事業者、飲食店、食品販売店等）
- (第1回)10月13日、10事業者12名参加
- (第2回)10月20日、14事業者15名参加

■「海の京都フードトレイル人材育成セミナー ロングセラー商品とブランドのつくり方講座」(全4回)を開催

- (第1回)11月25日、8事業者 9名参加
- (第2回)1月26日、8事業者 9名参加
- (第3回)2月24日、8事業者 9名参加
- (第4回)3月29日、(開催延期)

46





## 海の京都サスティナブルツアー

- 環境省「国立・国定公園での滞在型ツアー推進事業」に採択  
(事業規模775万円)

- 都市部企業向けに体験型コンテンツ・滞在型研修プログラム等のサスティナブルツアーを開発・造成(3本)
- 都市部企業等が実施する研修旅行等の海の京都エリアへの誘致を図るため、研修旅行等に係るニーズ調査及びモニターツアーを実施(12/2~4)
- ツアーパンフレット作成、都市部企業への販売促進を実施、あわせて海の京都HP、YouTubeにおいても告知



47



## ワーケーション推進事業

- 海の京都エリアのワーケーション施設を活用したモデルプランの策定
- 地域事業者と共学することができる企業研修の誘致へ(企業間交流)
- 関係人口の創出(都市部×海の京都エリア)

- 企業ニーズリサーチ、ワーケーション設備、研修予定先企業の訪問・調整
- モニターツアーによる検証(2月8~10日)
- 京阪神地区の企業に対してコンテンツのヒアリングを実施(京都市内=5社)
- 営業販促ツールを作成(2022年度以降、誘致活動へ)



48



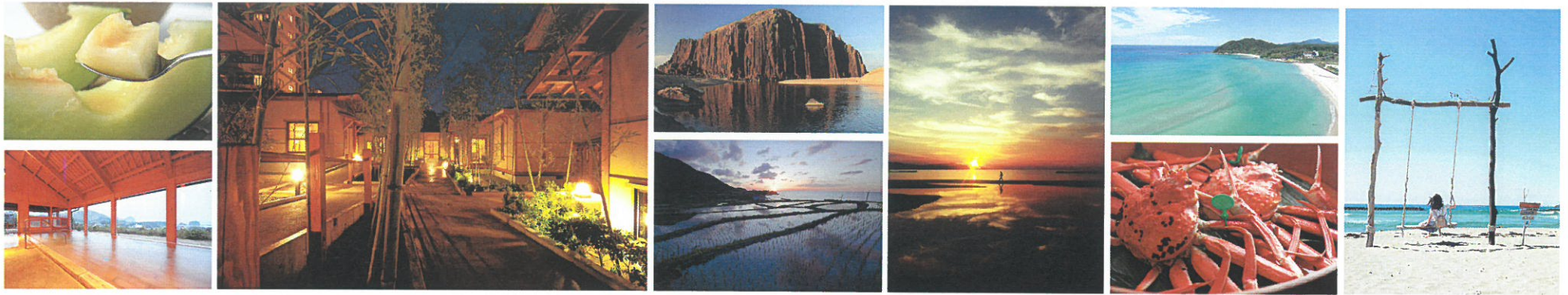
## 若者定着支援事業

- 域外から域内企業に就職した若手社員の離職防止等に貢献するため、若者同士が集まりコミュニケーションの形成に繋がるプログラムを造成。
- 昨今の若者に愛好者の多い「サウナ」を軸としたアウトドアサウナ交流会を実施し、28名の若者が参加。





# 西条市議会視察資料



一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社  
京丹後地域本部（京丹後市観光公社）

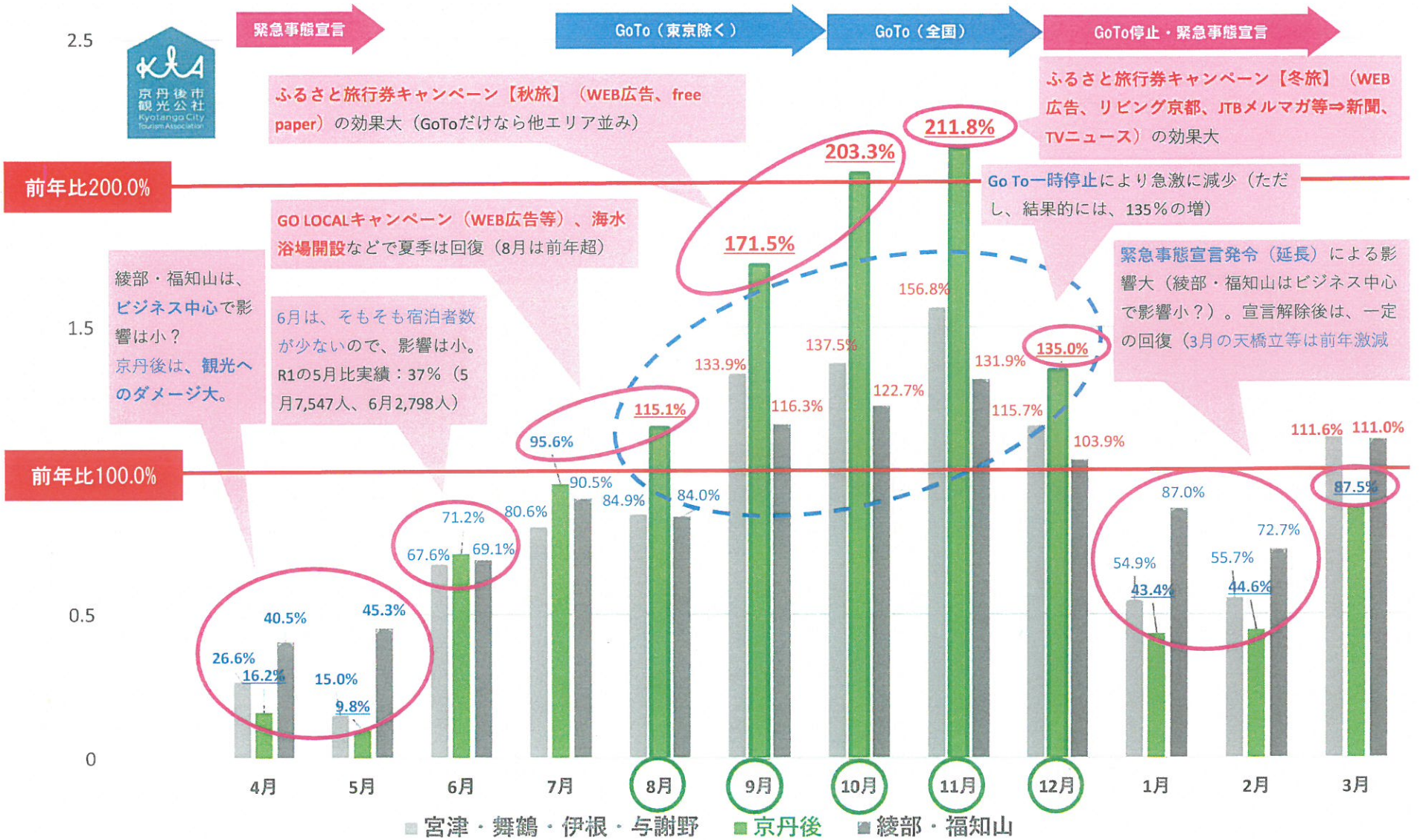


令和4年5月11日（水）



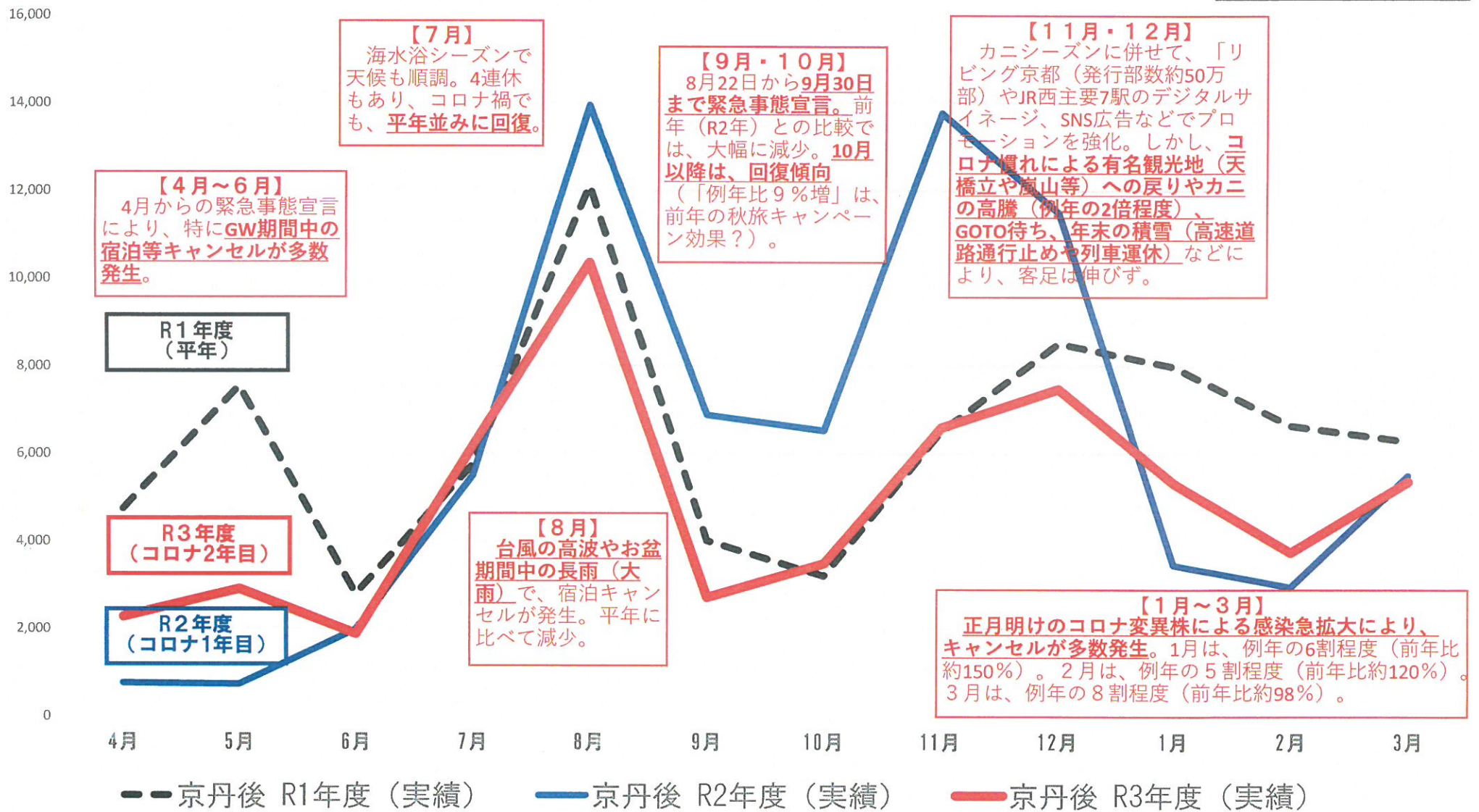
R2年度 海の京都観光圏エリア別の宿泊人数実績【前年度比率】比較表

某大手旅行OTAデータ



(R1年度・R2年度比較) R3年度 京丹後市内観光宿泊人数(概数)の実績

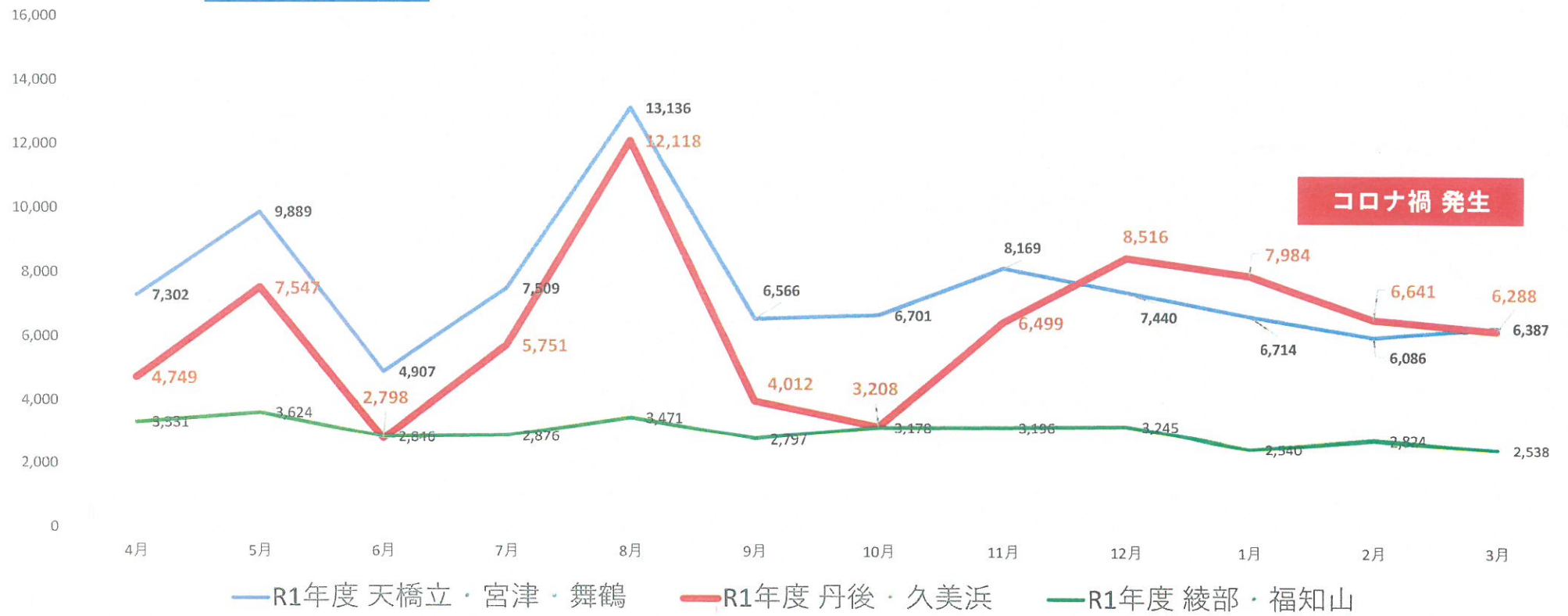
某大手旅行OTAデータ



年度	エリア	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	比較
R1年度	天橋立・宮津・舞鶴	7,302	9,889	4,907	7,509	13,136	6,566	6,701	8,169	7,440	6,714	6,086	6,387	90,806	119%
	丹後・久美浜	4,749	7,547	2,798	5,751	12,118	4,012	3,208	6,499	8,516	7,984	6,641	6,288	76,111	100
	綾部・福知山	3,331	3,624	2,846	2,876	3,471	2,797	3,178	3,196	3,245	2,540	2,824	2,538	36,466	48%

コロナ禍前

【R1年度】 エリア別 宿泊者数実績（比較）



年度	エリア	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	比較
R3年度	天橋立・宮津・舞鶴	4,405	4,250	3,404	6,897	8,951	4,571	6,303	9,093	7,979	5,621	4,458	7,719	27,907	118%
	丹後・久美浜	2,279	2,914	1,883	6,188	10,360	2,720	3,495	6,593	7,483	5,324	3,752	5,369	23,624	100
	綾部・福知山	2,066	2,078	2,158	2,427	2,364	2,335	2,894	2,807	3,133	2,379	2,270	3,338	11,093	47%

コロナ禍 2年度目

【R3年度】 エリア別 宿泊者数実績（比較）





# 観光の現状と課題、 今後の取組み(事業計画概要)



海の京都

京丹後市観光公社

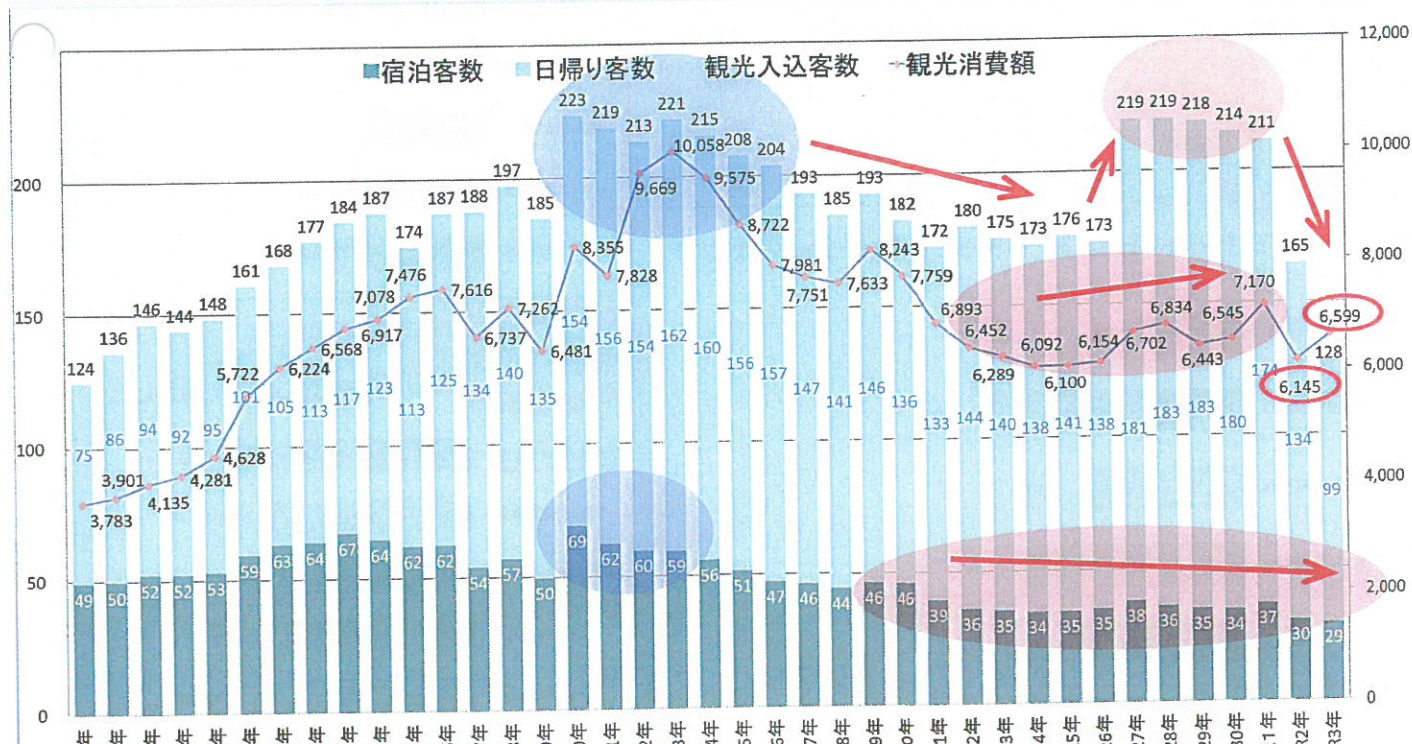
KYOTANGO CITY TOURISM ASSOCIATION

京丹後市  
観光公社  
Kyotango City  
Tourism Association

令和4年5月11日

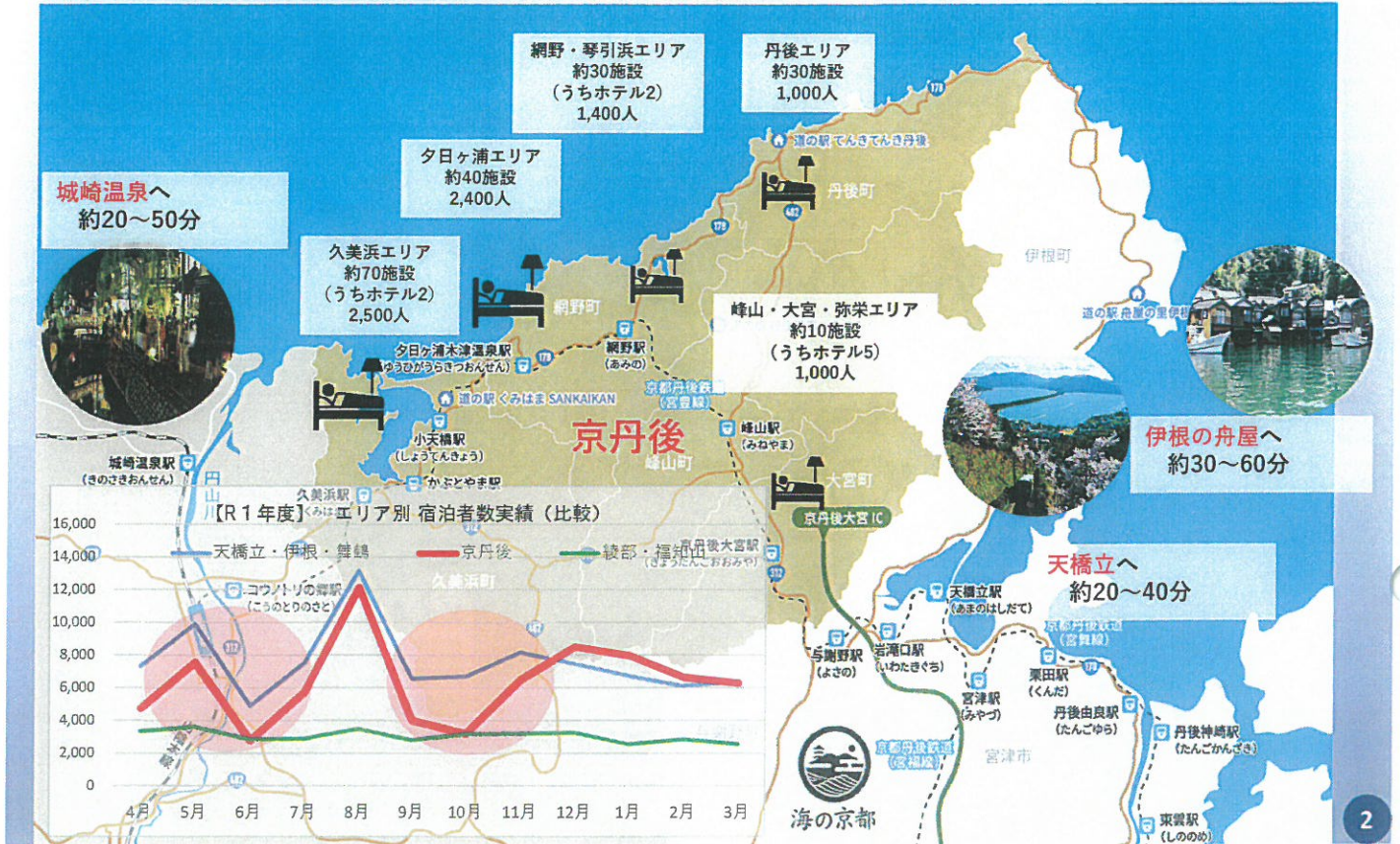
## 現状と課題 ①

- ① 観光入込客数は、H24年に173万人まで落ち込んだが、H27年には219万人まで回復(←高速道路開通、丹後王国「食のみやこ」再OPEN、海の京都戦略の展開)。ただし、宿泊客数や観光消費額は減少傾向。
- ② コロナ禍で観光入込客数は大幅に減少(ただし、宿泊客数や観光消費額の減少幅は小幅)。
- ③ R3年の観光消費額は増加(観光入込客数、宿泊客数の減少に反比例 ←宿泊単価の上昇等)。



## 現状と課題 ②

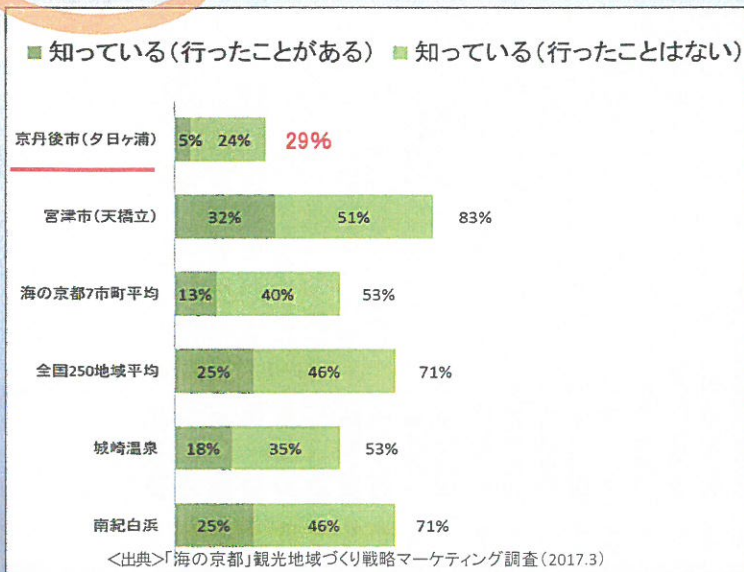
- ① 宿泊施設は、京都府内では、京都市に次いで2番目に多い約180軒(キャパは日8,400人、年間300万人)。
- ② 旅館、ホテル、民宿、農家民泊など、多種多様なお宿に恵まれている。
- ③ 城崎温泉、伊根の舟屋、天橋立などの有名観光地まで20分～60分の好アクセス。
- ④ 宿泊は、夏(海水浴)と冬(カニ)の二期型で、春(4月・6月)と秋(9月・10月)が少ない。



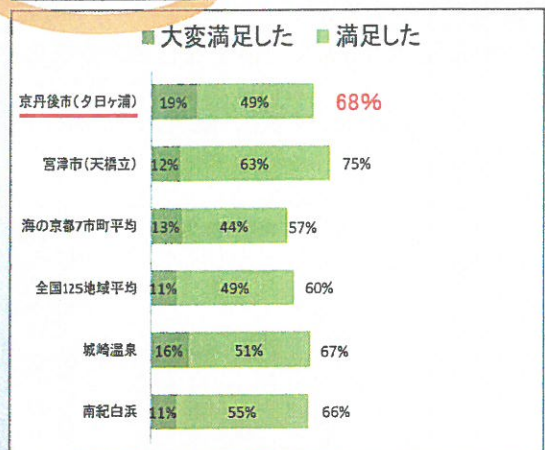
## 現状と課題 ③

- ① 来訪者の「**トータル満足度(全国)**」は68%で、近隣や関西の主要観光地に比べて高い。
- ② 特に、「**料理・食材**」の満足度が高い(73.3%)。「**宿泊施設**」の満足度も61.6%と高い(天橋立42.7%、南紀白浜:53.9%、城崎:55.5%)。
- ③ 全国での「**認知度**」は29%と低い(天橋立:83%)。

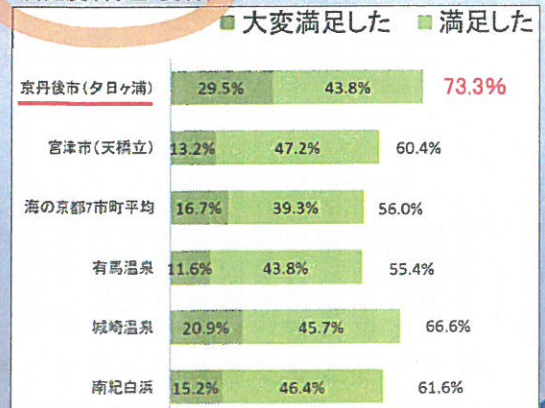
### 認知度



### 満足度(トータル)

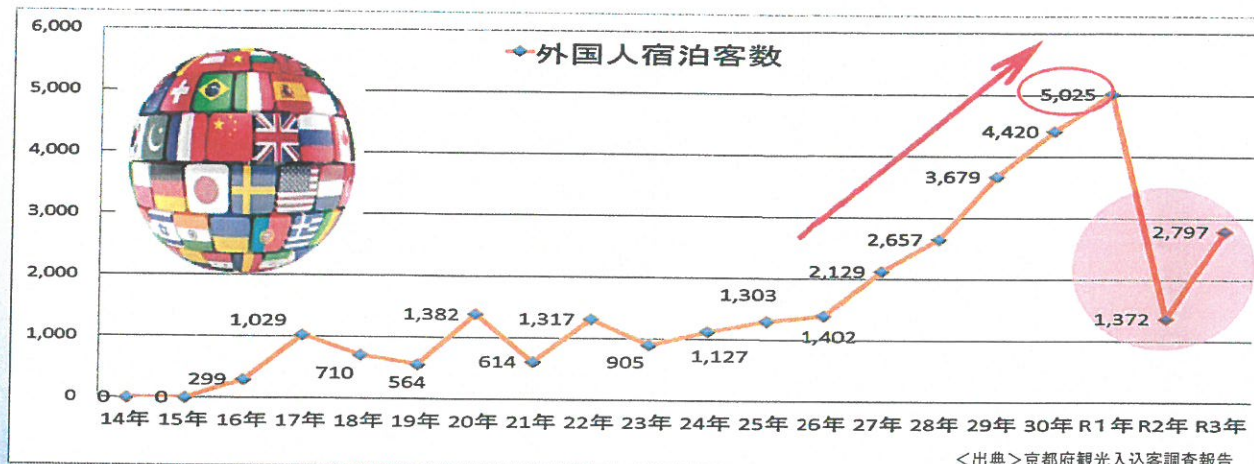


### 満足度(料理・食材)

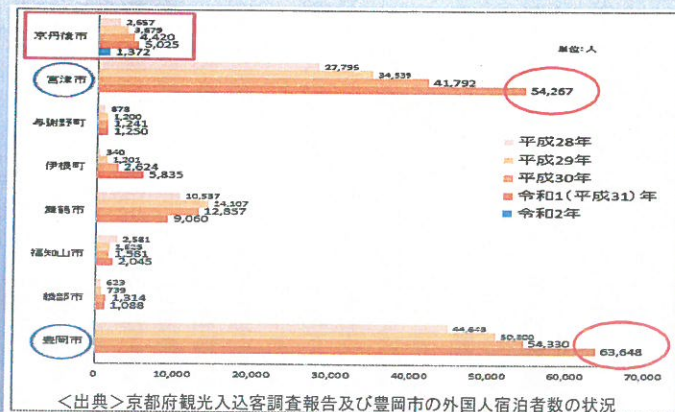


## 現状と課題 ④

- ① 外国人宿泊数は、増加傾向(コロナ禍で激減)。
- ② しかし、近隣の有名観光地の10分の1。



外国人宿泊客数・他市町との比較(H26～R2)



## 主な課題と対策の方向性

- 前提として：
- ① 観光3K(経験・勘・勘違い)からの脱却
  - ② 道路、鉄路、空路等の交通インフラの整備
  - ③ 集客施設(文化施設、物販・展望施設等)の整備

### 【課題1】 滞在時間が短く、宿泊客数が伸び悩んでいる。

- まち歩きや買い物、食べ歩きができる「街並み整備など」の観光インフラ整備。
- 長期滞在型、体験型の旅行者誘致(インバウンド等)を強化。

### 【課題2】 夏、冬の「二季型の観光地」から脱却したい。

- 春の“活イカ”や秋の“フルーツ”などを強化。
- 行楽季節に強いインバウンドや教育旅行、アクティビティ(ジオトレイル・ジオカヌーなど)を推進。

### 【課題3】 インバウンド再開へ向けた動きが必要。

- ANA連携による受け入れ態勢の整備(契約宿泊施設の増加等)やプロモーションの展開(鳥取空港などを活用した北近畿周遊プラン造成など)。

### 【課題4】 「認知度」が低い。

- 観光公社主導の「デジタルマーケティング」を強化(月4回のWEB戦略会議等)
- 季節ごとのプロモーション強化(50万部発行「リビング京都」広告掲載、JR西主要7駅DS(デジタルサイネージ)・車内広告、テレビ・CM・映画誘致のフィルムコミッションなど)。

### 【課題5】 観光業の人材(人手)が不足。

- 「通年型観光地」の実現。
- ハローワークや「株おてつたび」との連携強化、若い女性の就業環境整備。

# R4年度 (海の京都DMO) 京丹後市観光公社 事業計画【概要】



R4年度予算額(派遣人件費除く): 約1億円 (うち、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 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



▲JR西主要7駅デジタルサイネージ広告



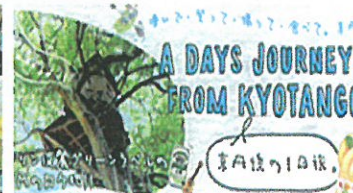
▲JR西電車車内交通広告



▲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

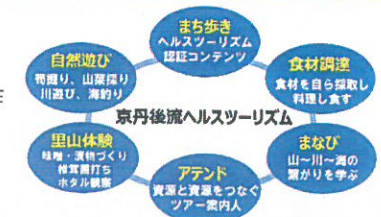
### ⑤ 観光コンテンツ・キャンペーン企画開発

- 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

### 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



▲グリーンベルトでのヘルスツーリズム開発



▲里山文化案内人養成事業



▲ANAキャンペーン広告

### (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
- 観光案内全般 (電話料・パンフ送料等)

### (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

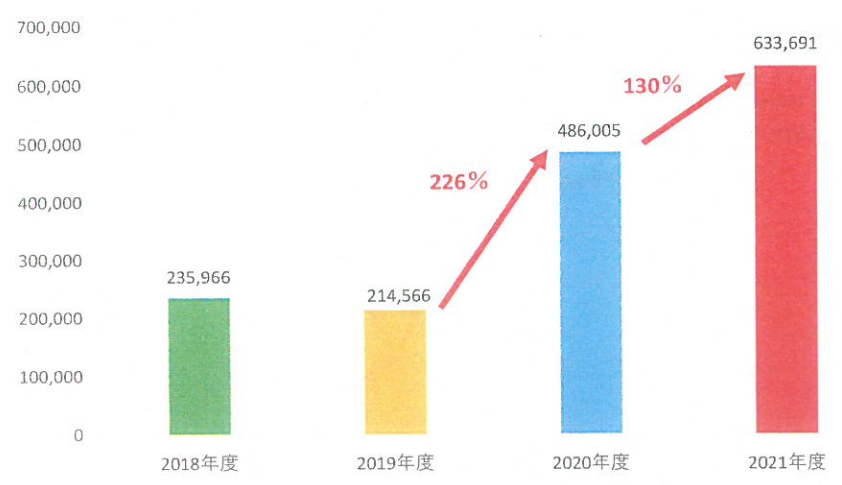
### (6) 支部活動事業

- レンタサイクル・誘客イベント事業
- 物品販売事業 ほか

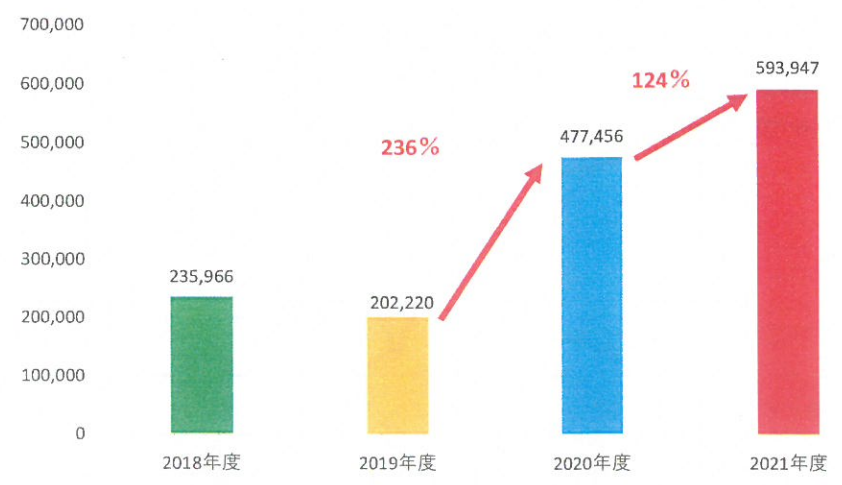
### (7) 収益事業 (EC、宿泊券販売等)

【当公社の概要】 → 公社WEBサイト「京丹後ナビ」 : <https://www.kyotango.gr.jp/kta-profile/>

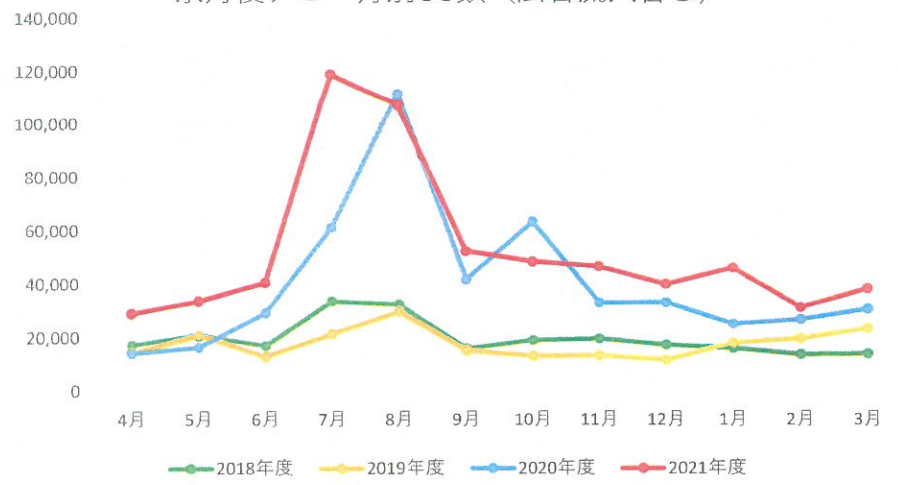
京丹後ナビ 年度別UU数 (広告流入含む)



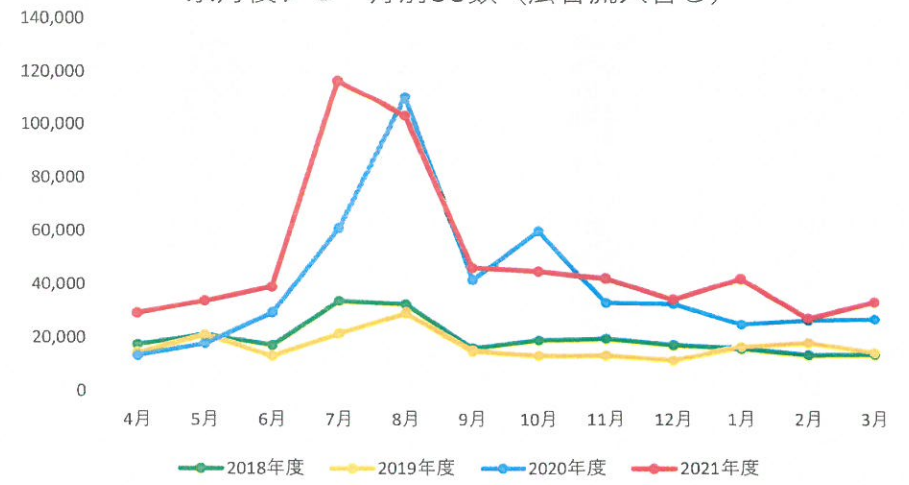
京丹後ナビ 年度別UU数 (広告流入以外)



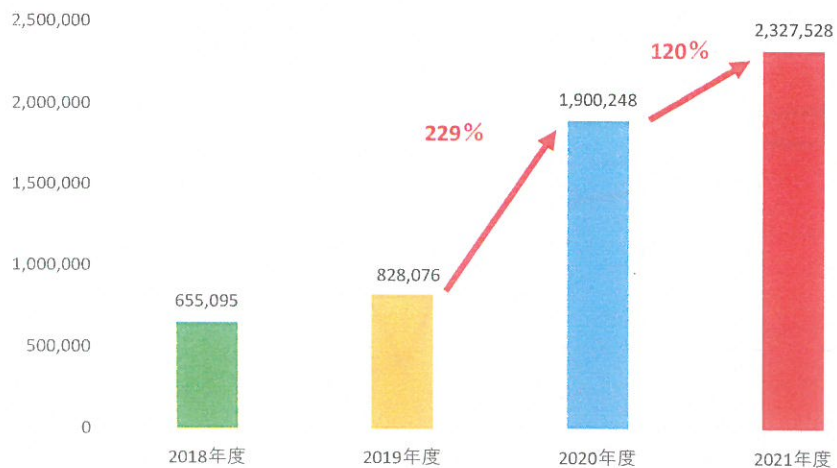
京丹後ナビ 月別UU数 (広告流入含む)



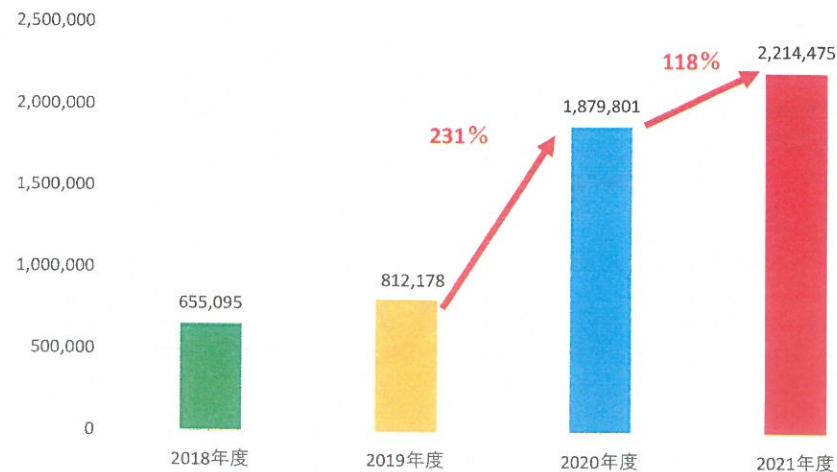
京丹後ナビ 月別UU数 (広告流入含む)



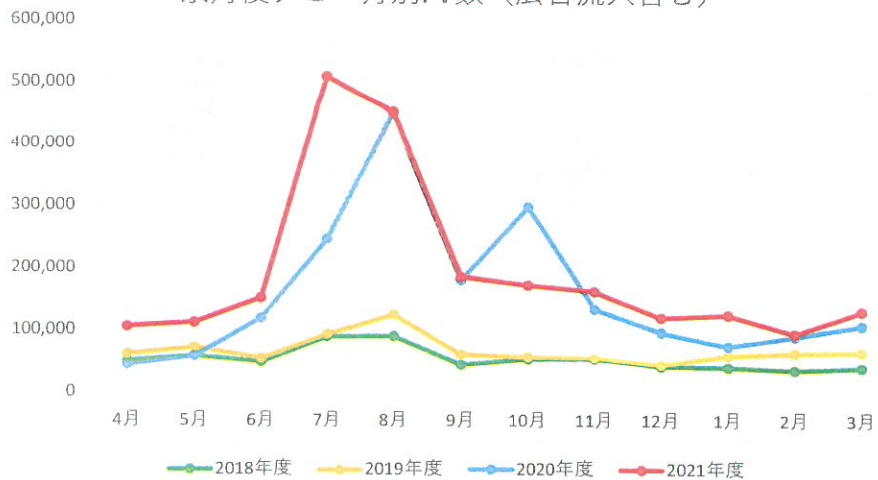
京丹後ナビ 年度別PV数（広告流入含む）



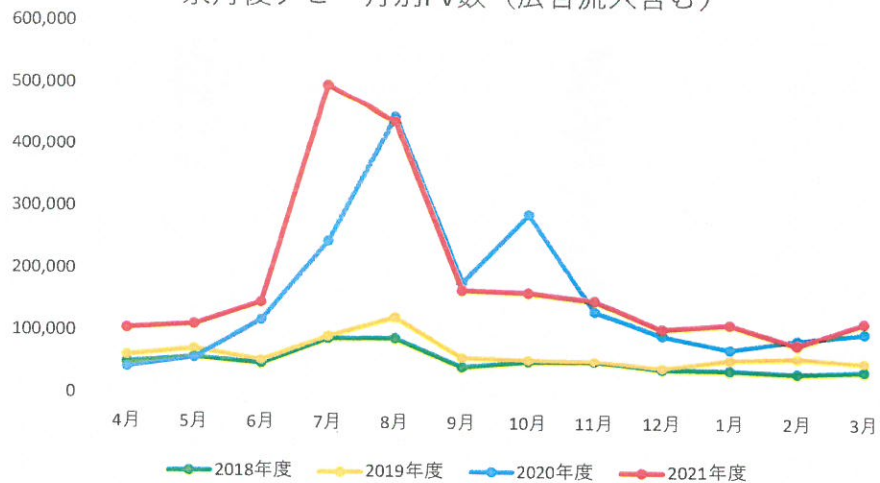
京丹後ナビ 年度別PV数（広告流入以外）



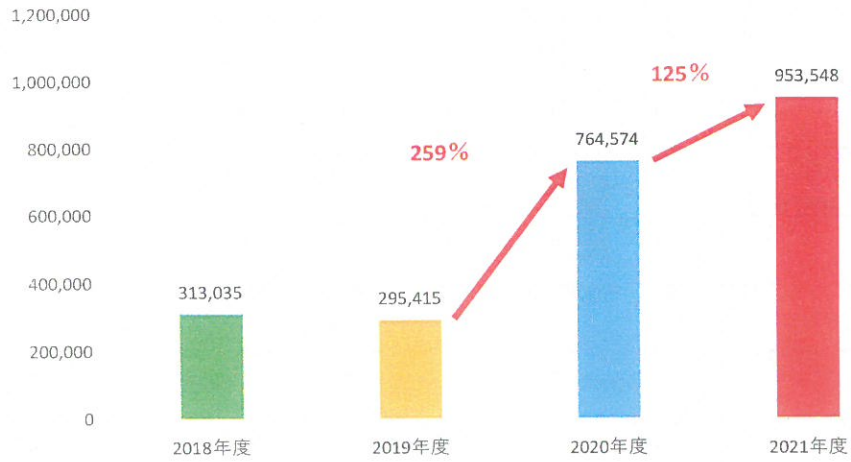
京丹後ナビ 月別PV数（広告流入含む）



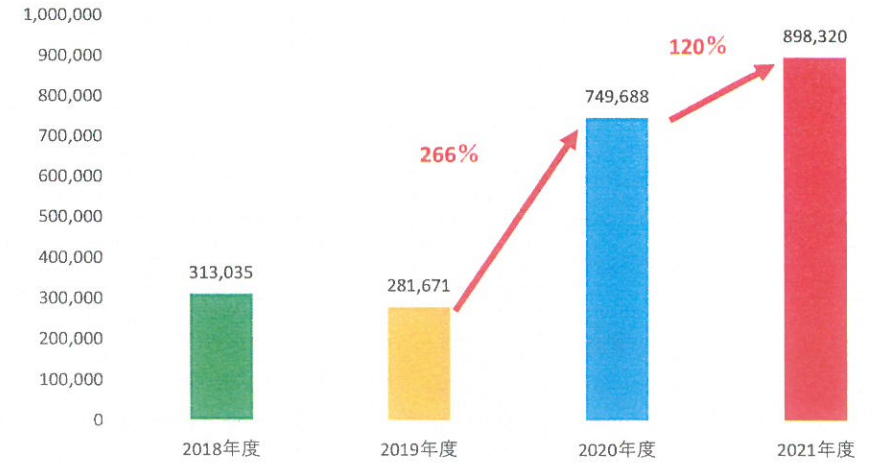
京丹後ナビ 月別PV数（広告流入含む）



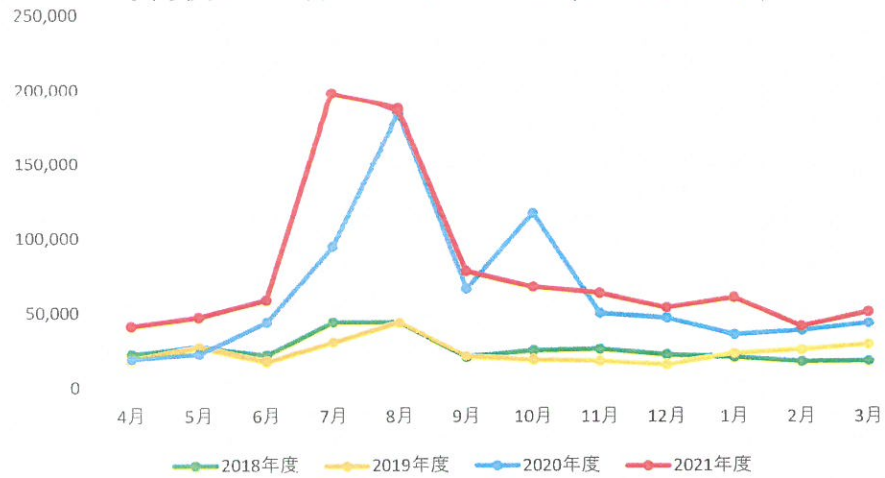
京丹後ナビ 年度別セッション数（広告流入含む）



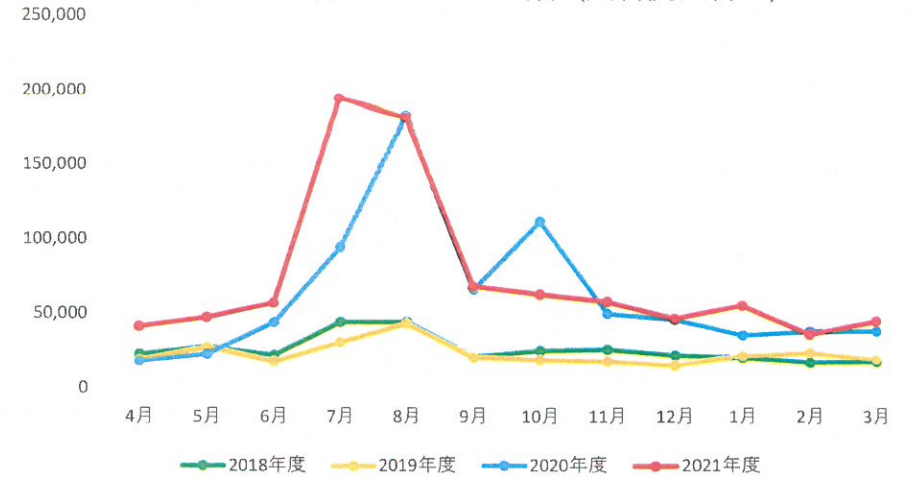
京丹後ナビ 年度別セッション数（広告流入以外）



京丹後ナビ 月別セッション数（広告流入含む）



京丹後ナビ 月別セッション数（広告流入含む）



	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
新規ユーザー数(UU数)	235,966	214,566	486,005	633,691
新規ユーザー数(UU数広告外)	235,966	202,220	477,456	593,947
閲覧数 (PV数)	655,095	828,076	1,900,248	2,327,528
閲覧数 (PV数広告外)	655,095	812,178	1,879,801	2,214,475
セッション数	313,035	295,415	764,574	953,548
セッション数広告外	313,035	281,671	749,688	898,320

### 京丹後ナビの状況

