

KYOTO BY THE SEA

DMO NEWS

Vol. 27



海の京都

京都の日本海側。

誰もが知る京都とは、ちょっと、いや、だいぶ、違う。



海の京都 DMO

www.uminokyoto.jp

発行日 2022.9.13

社員総会を開催／新社長に村瀬氏を選任

6月28日、ホテル＆リゾート京都宮津において、令和4年度海の京都DMOの定時社員総会を開催しました。総会では、令和3年度事業、令和4年度事業計画及び収支予算の報告を行うとともに、令和3年度収支決算などの承認を受けました。

また、本総会をもって森屋社長が退任されたことから、同日開催された取締役会において、村瀬取締役が新社長に選任され、新たな体制でスタートしています。

なお、森屋氏は顧問に就任されました。

村瀬社長ご挨拶



日頃より多大なご支援・ご協力を賜り、誠にありがとうございます。

6月28日付で、社長に就任しました村瀬茂高です。皆様、どうぞ宜しくお願い致します。

「海の京都DMO」は、広域観光地域づくりを総合的に推進する目的で設置され、そこからさらに深化させ、「まちづくり支援法人」として観光を入口とした持続可能な地域づくりにも取り組んでいます。

本年は、国内外への「海の京都ブランドの発信」と「地域の皆さまが稼ぐ力」をつけることを目標に、地域の事業者の皆さまの横の連携づくり、そして地域への新たな顧客の誘引に取り組んでいきます。

残念ながらコロナ禍はまだ続いてはいますが、いろんな意味で日常化してきており、人々がコロナとうまくつきあいながら新たな価値観、新たなライフスタイルを築き、ポストコロナへと向かっています。そして、これま

で制限されていた観光に対する意欲はますます高まり、また観光に対する不安の減少や、ニーズの変化もみられます。また、ニューノーマルと呼ばれて以降の働き方、暮らし方の変化から浮上した、ワーケーションや移住のニーズも高まっています。

今後、まずはポストコロナの国内旅行客の獲得から始め、その先に訪れるインバウンド回復に向けて、需要を呼び込むための準備を始めたいと考えています。具体的には、地域の情報が皆さまから集まる仕組みを構築し、集まった情報を整理することで、それぞれのターゲットに合わせた情報発信を積極的に行っていきます。また、皆さまのご協力のもと、さまざまな方法を駆使しながら、データを収集・分析し、それを地域の事業者の皆さまにフィードバックすることによって、データに基づくサービス提供に活用いただけるようにしたいと考えています。

皆さまと一体となり、地域の観光事業の発展と促進に寄与してまいりますので、今後も引き続き、ご支援・ご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

令和4年度主要事業

- 「持続可能な観光」ブランディング事業【2,000千円】
国際的な脱炭素の潮流に対応する観光地域づくりに向けたセミナーの開催等
- マーケティング連携型プロモーション事業【4,000千円】
HPへのアクセスデータやCRMシステムから分析した情報に基づく映像の配信等
- ワーケーション推進事業【4,000千円】
エリア内ワーケーション施設の情報発信、企業研修の誘致等
- CRMを活用したクーポンキャンペーン事業【8,000千円】
クーポンキャンペーンを通じた顧客情報の獲得・分析
- アドベンチャーツーリズム推進事業【2,000千円】
海外富裕層向け商品の造成・販売促進
- マーケットイン型海外プロモーション事業【3,000千円】
協定締結先と連携したファムツアー、商談会の開催等
- 海の京都フードトレイル事業【2,050千円】
食の魅力向上につなげるための人材育成、都市部バイヤー等とのマッチング等



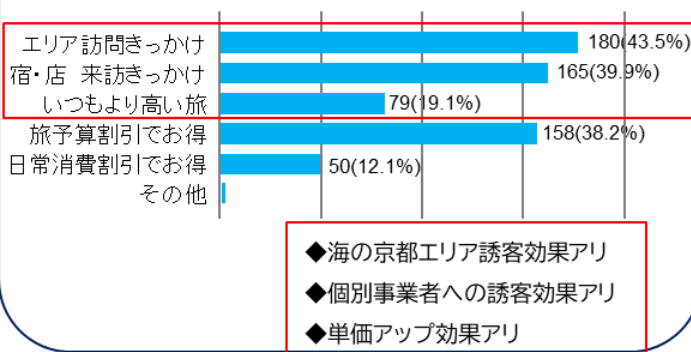
退任された森屋前社長
(左は村瀬新社長)

クーポンキャンペーンの効果を検証 クーポン利用者の約4割は新規顧客

海の京都DMOでは、誘客キャンペーンとして、昨年度4回のクーポンキャンペーンに取り組みました。このキャンペーンは、海の京都会員に登録すると、海の京都エリア内の宿泊・飲食・体験で利用可能な割引クーポンを入手することができるというもので、これまで総発行額774万円に対して、関連総消費額は10,829万円となっています。

この度、その効果を具体的に検証するため、春のキャンペーン参加者にアンケートを実施したところ、本キャンペーンがきっかけとなり、初めて海の京都エリアに来られた方が約4割に上り、新たな顧客獲得に大きく貢献していることが明らかになりました。

◎『春のおでかけキャンペーン』があなたに与えた影響について教えてください。
(複数回答可)



なお、今年度のクーポンキャンペーンについては、より効果的な時期や方法を模索しながら取り組む予定です。地域事業者の皆様には、改めてご案内させていただきますので、よろしくお願いします。

人気TV番組で海の京都を発信 「世界ふしぎ発見」で海の京都がクイズの舞台に

8月6日、TBSの人気番組「世界ふしぎ発見」で、海の京都エリアが取り上げられ、『夏こそ行きたい海の京都 浦島太郎に隠された古代史の真実！』が放送されました。

番組では、浦島伝説を切り口に、日本国の成り立ちにも想いを馳せる壮大な内容でとなっており、また丹後ちりめん、螺鈿織、地酒等も取り上げられるなど、海の京都エリアの魅力を広く発信するものとなっていました。

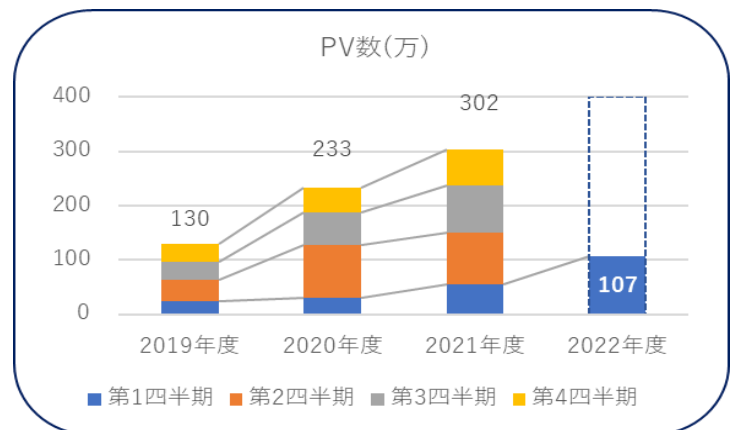
今回の番組を企画された制作会社のディレクターからは、「海の京都」というネーミングに強く惹かれたことが番組制作の契機になったとお聞きしており、これまでの活動に携わられた全ての皆様に感謝するとともに、さらなる認知度向上に向けて取り組んでいきたいと決意を新たにしました。

ホームページの発信力がますます向上 300万PV（ページビュー）超えを達成

海の京都では、TV、ラジオ、雑誌等の既存メディアやSNS等も活用しながら、海の京都の魅力発信、認知度向上に努めています。

このうちホームページについては、記事内容の充実やSEO対策等に力を入れてきており、昨年度は300万PVを達成。今年度は400万PVが視野に入ってきています。

また、ホームページへの膨大なアクセスデータが蓄積されていることから、今後は、DMOだけでなく、事業者の皆さんのマーケティングにも活用いただけるよう検討を進めていきたいと考えています。



「ことりっふ海の京都 天橋立・伊根」発売中

昭文社が発行する「ことりっふ」シリーズとして、「ことりっふ海の京都 天橋立・伊根」が発売されています。

本誌は2017年に初版が発売されましたが、売れ行き好調のため、内容をリニューアルし、今回第2版が制作されました。

天橋立・伊根だけでなく、海の京都エリア全体が網羅されていますので、是非、ご覧ください。



インバウンド回復後の送客に期待 国内エージェンツ・DMCへのFAMトリップ実施

海の京都エリアへの送客が期待される国内の有力なエージェンツ・DMCによるFAMトリップを実施し、コロナ収束後に向け、海外旅行客の龍客ルートの確立に努めています。

*FAMトリップ：

旅行関係者が現地を視察し、その後のツアー造成、誘客に繋げるためのツアー



インバウンドパートナー企業である「Japan-san」との連携や、商談会での交流を通じた「日本の窓」など、海の京都エリアの人気スポット「伊根の舟屋群」や「天橋立」、「京丹後、与謝野の体験コンテンツ」など、海の京都の魅力を2泊3日でリサーチを行い、今後の商品造成、誘客に向けた事業を実施しました。

各エージェンツの担当者への課題抽出アンケートでは、「どのコンテンツを取っても、非常に魅力的なエリアである」との声がある一方、海外からの旅行客を迎え入れるにあたり、地域と観光客とが共存・共栄できるサステナブルな観光地づくりが求められている点も強く求められていました。

看板商品づくりや高付加価値化の取組を推進 観光庁補助事業に多くの事業が採択

今年度募集された観光庁補助事業には、海の京都DMOや各自治体等から申請した多くの事業が採択されました。

今後は、これら事業を有効に活用しつつ、事業者の皆さん、各自治体等とも連携しながら、さらなる海の京都エリアの魅力向上に努めてまいります。

観光庁補助事業採択事業一覧（海の京都関係分）

■ 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業（1次分）

市町村	実施主体	事業名
北部7市町	海の京都DMO	e-Bikeで巡る海の京都フードトレイル
福知山市	海の京都DMO (福知山地域本部)	福知山『鬼がいざなうノスタルジック廃線トレッキング』事業
舞鶴市	海の京都DMO (舞鶴地域本部)	よみがえる文明開化の味～海軍割烹術による再現レシピ事業～
宮津市	宮津市	日本の滝百選「金引の滝」で行う滝行とサウナ
京丹後市	海の京都DMO (京丹後地域本部)	季節偏重から通年受入地域へ！何歳になっても「わくわくは生きる力だ」！知的好奇心を満たす大人のトムソーヤ体験「Tango寿く旅」整備事業
宮津市 京丹後市	WILLER TRAINS(株)	「鉄印帳」を持ってローカル鉄道途中下車の旅実証事業

■ 地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業

団体名	計画地域名
舞鶴市	舞鶴市街地
宮津市	宮津天橋立温泉郷
京丹後市	京丹後市

持続可能な地域づくりの取組を推進 企業提案による協働事業を推進

5月25日から6月15日にかけて、「企業提案型持続可能な地域づくり事業」の公募を行いました。

本事業は、海の京都エリアの持続可能な地域づくりを応援するため、地域課題を解決する実証事業を起業家等から募集するもので、次の3件を採択しました。

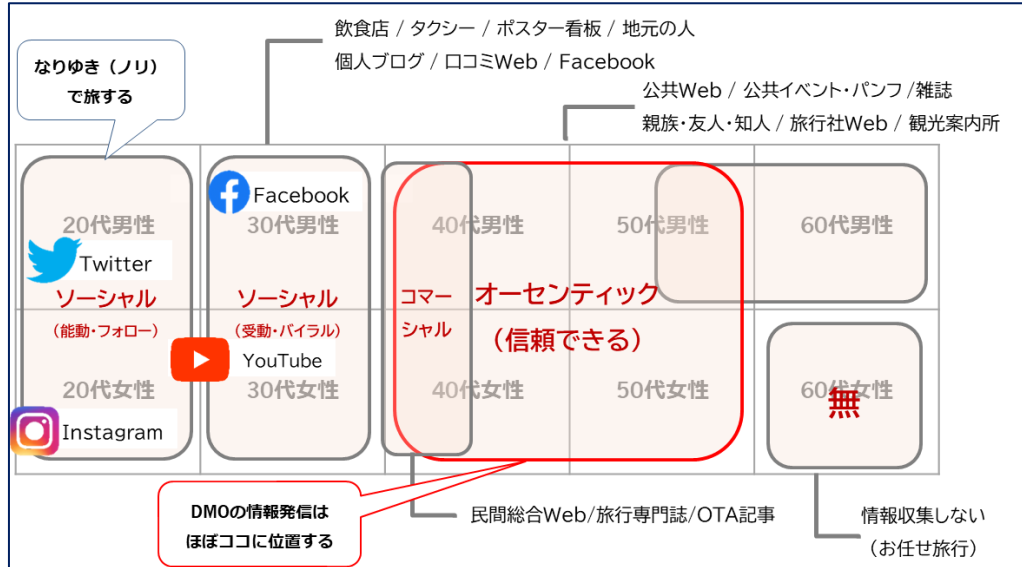
今後、当該申請者との協働事業として、各取組を進めていきます。

事業者名	株式会社 小林ふあーむ
事業名	生産者と消費者を繋ぐ商品とプラットフォーム構築事業
概要	京都府北部地域の食の逸品を集め、都会の若い世代や女性をターゲットに、新ブランドを立ち上げ、統一したパッケージのもと販売を行う。
事業者名	株式会社 アウルコーポレーション
事業名	京都まるごと周遊プラン事業 フェーズ1「京丹後の魅力再発見・発信」
概要	京都市内のホテルと連携し京丹後市の認知調査とモニターツアーを実施。調査結果等をもとに京都府内を巡るツアープランを造成。
事業者名	株式会社 CraftBank
事業名	まちと人を繋ぐCraftBank Beer Festival
概要	福知山市で北近畿最大のクラフトビールフェスティバルを開催し、地域のクラフトビールと食を提供。また、福知山市三和町のキャンプサイトでビアキャンプも同日開催。

「海の京都認知度調査」から得られたインサイト（気づき）～タビナカで情報収集するメディアは？～

海の京都DMOでは、エビデンスに基づいた事業の企画・立案を進めるため、デジタルマーケティングチームを設置し、各種データの分析を行っています。

以下の図は、令和4年3月に行った「海の京都認知度調査」を分析したもので、旅行者がタビナカで情報収集する媒体・ツールを図示化したものです。



【傾向分析】

- 20代は、フォロー（共感・好み）しているSNS情報をもとに行動
- 30代は、バイラル（口コミ拡散）するSNS情報をもとに行動
- 40～50代は、民間のコマーシャル情報を重視して行動
- 50～60代は、信頼できる公共的な情報をもとに行動
- 60代女性は、旅行中に情報をもとに行動しない（旅前の計画）

海の京都DMOは、オーセンティックな情報発信に強みを持っていますが、フォローやバイラルに対応する情報発信が課題となっています。

今後、本分析を踏まえ、SNS等での発信強化に努めます。関係者の皆様におかれましても、今後の事業展開の参考とさせていただければ幸いです。

海の京都DMO ツアーセンターからのお知らせ



ツアーセンターでは、海の京都エリア内の生産者の皆様にスポットを当て、その思いや仕事の現場を「みて・きいて・ふれて・あじわう」ことができる『着地型食育プログラム』を「食育エンターテインメント ～F.E.E～」として商品化し、販売しています。

※ F.E.E.とは「Food Educational Excursion」の頭文字

今年度は、7プログラムで22本のツアーを催行します。是非、ご参加又はお知り合いの方へお知らせください。

※詳細は、海の京都DMOのホームページで！

総合企画局 人事異動

【令和4年4月1日付】
【令和4年5月1日付】

■ よろしくお願ひします

次長兼CS管理部長 福井誠（京都府）
プロモーション・サービス等管理部 部長 井ノ元 伸二（宮津市）
CS・サービス等管理部 課長 福井陽平（京都府）
主任 井田 拓磨（与謝野町）
専門役（デジタルマーケティング） 原 康太郎
文化観光サポーター 福原 敬一

■ お世話になりました

次長兼CS管理部長 小林正典＊京都府へ
CS・サービス等管理部 主任 萩原威久＊京都府へ
プロモーション・サービス等管理部 部長 安達 純＊京丹後市へ
主任 横山 成之＊綾部市へ
専門役（インバウンド） 芦田 久美子（退職）

編集・発行者

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
〒629-2501 京都府京丹後市大宮町口大野226
京丹後市役所大宮庁舎内
TEL:0772-68-5055 FAX:0772-68-5056
MAIL: info@uminokyo.jp