

前回委員会でのご意見に対する対応状況（令和3年3月24日開催）

withコロナ、afterコロナを見据えたディスカッションから見える課題等	R3年度 実施	R4年度 予算要求	R4年度 以降構想有	状況
【観光推進体制について】				
1. 観光公社関連				
① 会員、非会員の「不公平感」の問題（会員資格のあり方）	○		○	会員制度（会費・得点）の見直し
② 会員増が必要	○		○	R2年度：18人増、20人減
2. 連携				
① 海の京都DMOとの連携、情報の共有と発信	○	○	○	継続実施
② 市内事業者間の連携（マイクロツーリズムに有効）	○		○	観光地域づくりチャレンジ支援事業補助金の創設（誘客観光コンテンツ開発、共同仕入など）※申請件数2/17現在9件
3. 情報発信・収集				
① 首都圏、関西圏等へのPR	○	○	○	・ANA連携、関西主要7駅デジタルサイネージ、リビング京都誌掲載他
② メディアを活かしたPR	○	○	○	フィルムブランドプロモーション事業（ツリーハウス、北斎、太陽の子、ココイロ 他多数）
③ 新規顧客よりも「リピーター獲得」が重要。顧客を“抱え込み”できるような情報収集・管理が必要。	○	○	○	WEBマーケティング定性調査 他
【マイクロツーリズムについて】				
1. 単に「感染拡大防止の旅行」ではなく、地元の良さ（価値）を再発見できる旅。事業者自身、視点を変えることにもつながる。	○	○	○	グリーンベルトでの京丹後流ヘルスツーリズム（コンテンツ開発、販売体制他）
2. 域内の事業者間連携が必要→観光公社の会員数を増やすことが必要。	○		○	（再掲）会員制度（会費・得点）見直し （再掲）R3チャレンジ支援補助金
3. マイクロツーリズムをしっかりと高付加価値化で取り組んでいく必要がある。特に、京都、大阪、兵庫あたりの戦略をもう一度見直す必要がある。	○	○	○	（再掲）関西主要7駅デジタルサイネージ、リビング京都誌掲載他

【ワーケーションについて】				
1. Wi-Fi環境だけでなく、「京丹後に来る理由（体験）」が重要。	○	○	○	継続実施中
【その他】				
1. コロナ禍のビジネスモデルというイメージをもう少し共通認識化しておく必要がある。	○	○	○	ウイズ/アフターコロナ禍での各種施策展開
2. コロナ禍に対応した「新しいおもてなし」と、それが実現できるだけのスタッフのレベルアップが必要。	○	○	○	感染防止対策ガイドラインの遵守、認証店制度等
3. DXなどの技術を持ちながら生産性を高め継続できる取組みが必要。		○	○	買物デジタルポイント導入事業、スマートビーチ構想
4. 観光地として市域に平準化したWi-Fi環境を整えることが重要。				できる施設から整備中（R3はかぶと山公園）
5. ビーチクリーンの取組自体が、人間活動そのものを考える「観光商品」となり得る。		○	○	未来earthクリーン事業（宿泊客による海岸清掃）
6. 夏と冬はこの地域のピークであるので、平準化をして食を売りに地産地消で商品化をしていくということがないとピーク対応の観光地では、これから非常に難しい。	○	○	○	ヘルスツーリズム、グリーンバート、活働流通、フルーツトレイル、京丹後がストロノバ、たんちよす 他
7. お客様のリピート率を高めると、顧客管理或いは顧客連携といったことが重要になる。	○	○	○	WEBマーケティング事業、WEBマーケティング定性調査 他