

海の京都エリアにおける旅行価値の最大化 とロイヤルカスタマーの形成

福知山公立大学地域経営学部 佐藤充研究室 夕日ヶ浦班
3年： 今中志穂 小林夏希 小松さくら 恒吉心桜
2年： 伊木るり 尾崎煌生 紺本唯夏

【概要】

本活動では、夕日ヶ浦観光協会(京丹後市)と連携して、夕日ヶ浦エリアの地域ブランディングに向けた取り組みを実施。今年度は、(1)地域イベントの企画・運営・サポート、(2)デジタルマーケティングの実施、(3)e-Bikeのサイクリングモデルコース作成を行った。

夕日ヶ浦について

- ・北近畿最大級の宿泊集積地
- ・サンセットビーチとブランコ「YURARI」が有名な温泉観光地
- ・夏は海、冬は蟹目当ての観光客が多くを占める。

→一方で、春と秋の観光資源が乏しい。

「二季型観光」の課題を解決し、「通年型観光」への転換を目指す。



(写真:夕日ヶ浦観光協会HPより引用)

活動内容

(1)地域イベントの企画・運営・サポート

24年6月に、夕日の丘公園でのイベント「キャンドルナイト」において、学生ステージの企画・運営、キャンドルデザイン作成、現場監督を担当した。来場者数は約2500人であった。



(2)デジタルマーケティングの実施

昨年度より、夕日ヶ浦の魅力や再び訪れたいくなるような四季折々の情報発信を展開。投稿内容のスケジュール調整と素材集め、リポストオファー、作成、投稿までを担当。現在のフォロワー数は2360人(2025年1月27日時点)。2024年1月19日の1936人から、+424人(+21.9%)の増加。



(3) e-Bikeのサイクリングモデルコース作成

春以降からのe-Bikeモデルコース作成に向けて、e-Bikeの試乗体験、サイクリングコース案の検討、コースに位置する店舗やスポットの視察。



日付	タイトル	いいね数
2024/2/23	夕日が浦でお散歩	799
2023/6/23	夕日xSUP体験	255
2024/1/8	ゆらり 設置	237
2023/7/21	海辺デートおすすめ	220
2024/9/10	海岸清掃	218

日付	タイトル	リーチ数
2024/12/29	ビーチフォト	10998
2024/2/23	夕日が浦でお散歩	10662
2024/8/12	夕日が浦花火大会 宣伝	7194
2023/7/21	海辺デートおすすめ	6337
2023/11/4	宿紹介「料理旅館 夕日が浦」	5267

今後の展望

次年度の活動では、引き続き、夕日ヶ浦エリアの地域ブランディングに向けて、

- ① SNS(Instagram、Tik Tok)を使ったデジタルマーケティングの推進
- ② 春イベントの運営・サポート、秋イベント・観光振興活動の計画・実施
- ③ モデルコースを完成させ、e-Bikeの知名度の向上・利用者数の増加を進めていきたい。

海の京都エリアにおける旅行価値の最大化とロイヤルカスタマーの形成

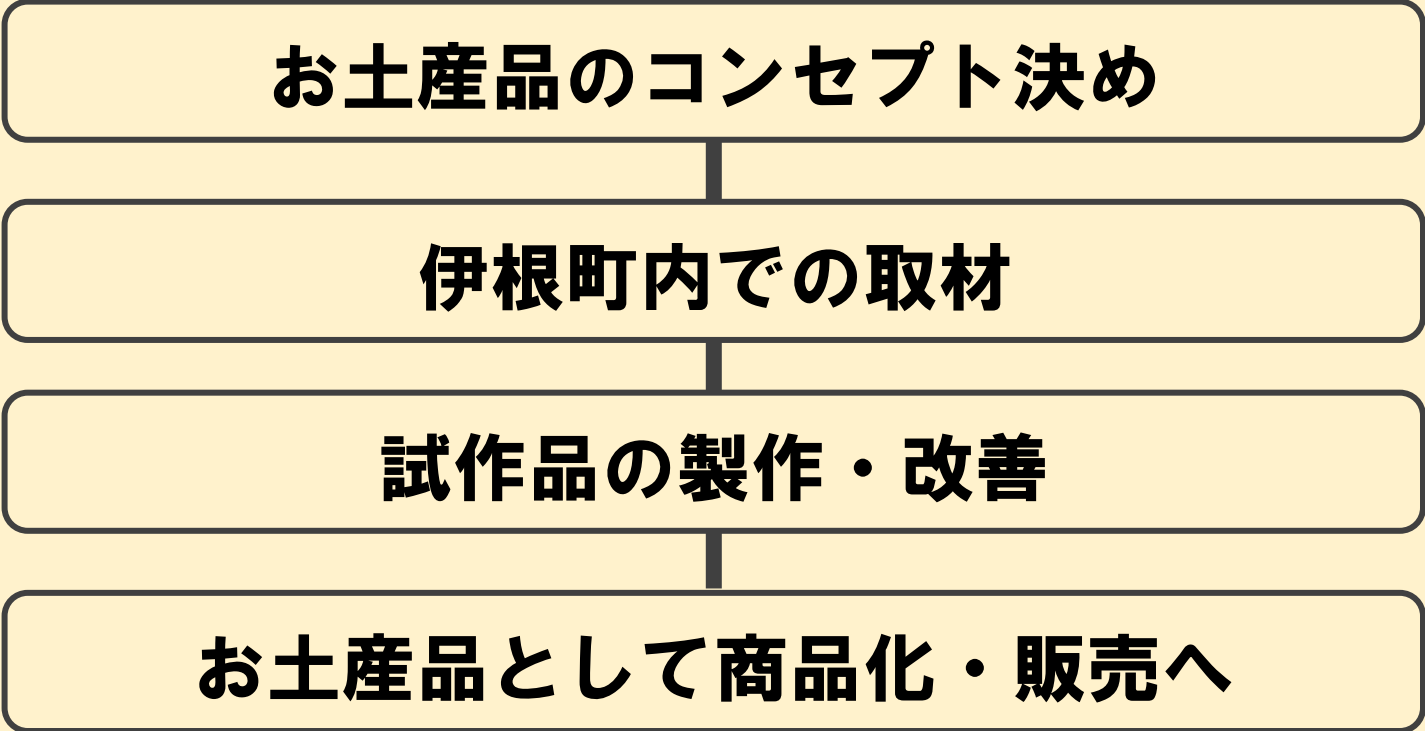
福知山公立大学地域経営学部 佐藤充研究室 伊根班
3年生 安東優人 伊藤好佑 関岡慎
2年生 加藤典汰 熊尾夏希 鈴木仁菜 野崎日奈袖

1. プロジェクトの概要

【目的】

伊根町の観光事業者からの要望を受け、大学生の視点で思い出に残るお土産品を制作する。またSNSを活用してその魅力を発信し、より多くの旅行者に伊根町の印象を残すことで、ロイヤルカスタマーの獲得に繋げる。

⇒ “お土産品づくり”



2. 伊根町とは



京都府伊根町

- ・京都府北部に位置する。
- ・人口1,861人の小さな町。
- ・重要伝統的建造物群保存地区に選定されている
- ・“伊根の舟屋”が有名
- ・京都府有数の漁業の町
- ・舟屋に宿泊することも可能
- ・近年はオーバーツリズムに悩まされている。

	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年
入込客数	301,436	329,434	355,577	186,838	148,789	224,543	373,201
うち宿泊者数	38,697	29,497	34,410	29,398	24,363	32,715	43,157
うち外国人宿泊者数	1,201	2,624	5,835	774	130	772	11,191
消費額（千円）	1,124,285	1,146,633	1,251,314	1,069,712	859,369	1,253,218	1,809,279

表1 直近7年の観光入込客数および観光消費額

コロナ禍により、客数は大幅に減少したが、近年は人口を超える観光客がやってきている。

3. 活動記録

5月

2. 3年生 合同伊根町訪問

伊根町に初めて来たという学生もいた。現地のガイドさんに案内をしてもらい、伊根町への理解を深めた。



6月

2年生 伊根町訪問情報収集、調査

お土産品の提案や伊根町探索、観光客層リサーチなどを行い、伊根町に関して詳しく知ることができた。



10月

3年生 SNSの運用開始（Instagram）

これまで行ってきたお土産作りについて知ってもらい、また行きたいと思ってもらえるようにSNSを通じて発信。

11月

2年生 伊根町訪問観光事業者へ聞き取り相談

新商品として日本らしさがあり、観光案内所にはもともとなかった絵馬を提案。販売にあたっての価格などの相談も行った。

12月

3年生 伊根町訪問ポストカード納品

すでに販売してあるポストカードの売れ行きは好調で、昨年度に完成していたデザインを用いて、新種類のポストカードを製作し、新たに500枚を納品した。

4. 次年度の予定

◎お土産品（絵馬）

- ・試作品の製作、改善
- ・金額などの決定
- ・販売

◎SNS

- ・引き続き運用
- ・QRコードの設置

◎舟屋戦隊

- ・活用方法の模索
- ・ストーリー決め



絵馬デザイン案

