

事業名：丹後地域における旅行価値の最大化とロイヤルカスタマーの獲得

福知山公立大学地域経営学部 佐藤 充ゼミ 夕日ヶ浦班

3年生：清吉琉加 増田達哉 山口成琉 / 2年生：今中志保 小林夏希 小松さくら 恒吉心桜

【活動の概要】

夕日ヶ浦班では、京丹後市の夕日ヶ浦観光協会と連携し、夕日ヶ浦エリアを活動地域にして、地域住民と観光者の視点から、地域ブランディングに資する取り組みを行った。

具体的には、(1) 地域イベントのサポート、(2) 地域住民意識調査の集計・分析、(3) デジタルマーケティングの企画・実施を行った。

【夕日ヶ浦について】



【現状】

- ・北近畿最大級の宿泊集積地
- ・ロングビーチと美しい夕日が有名な温泉地
- ・しかし、夏の海、冬の蟹に集中する二季型観光地。

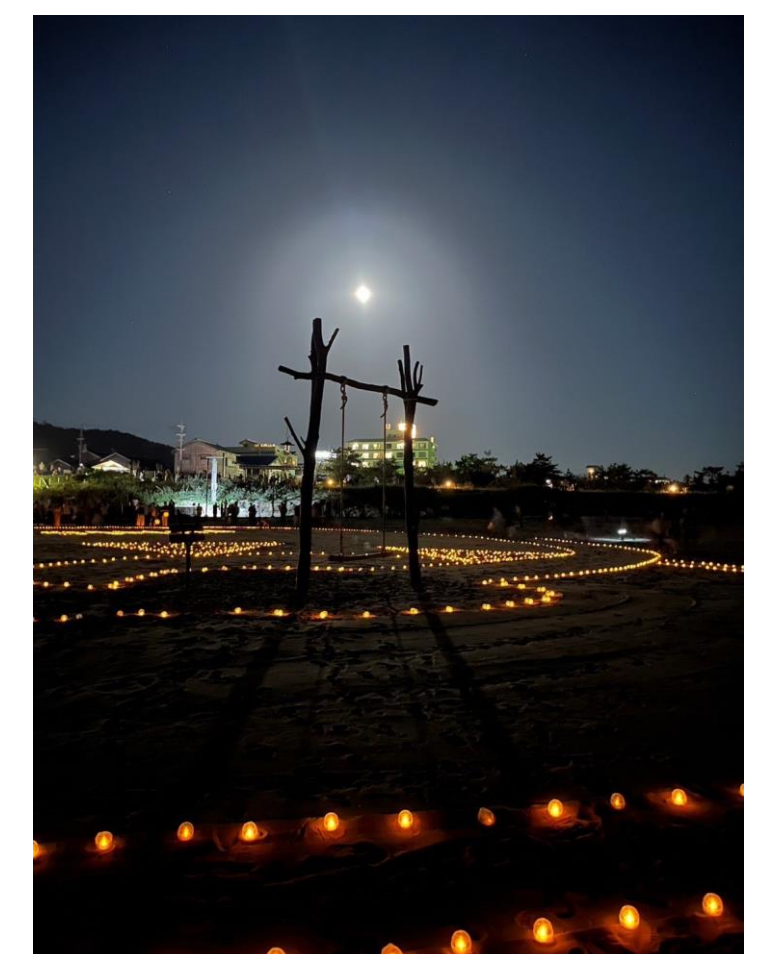
【課題】

- ・認知度の向上による新たな顧客層（若年層）の獲得
- ・地域資源を活用した観光コンテンツづくり

【活動内容】

(1) 地域イベントのサポート

23年6月に、夕日ヶ浦公園で開催された「キャンドルナイト」に参加した。イベント当日は、キャンドルの配置レイアウトを決め、ライトアップを盛り上げました。



(2) 地域住民意識調査の集計・分析

本調査の目的は、地域住民の観光者受入に関する意向を把握し、地域一丸となった取り組みの一助とすることであった。

集計・分析の結果、①生活満足度の低い人は「定住意向」も低い傾向にあった、②親族に観光従事者がいるかいないかで観光者に対する評価が異なっていた、③観光振興が「生活水準の向上」に貢献していると思っていない傾向にあった。

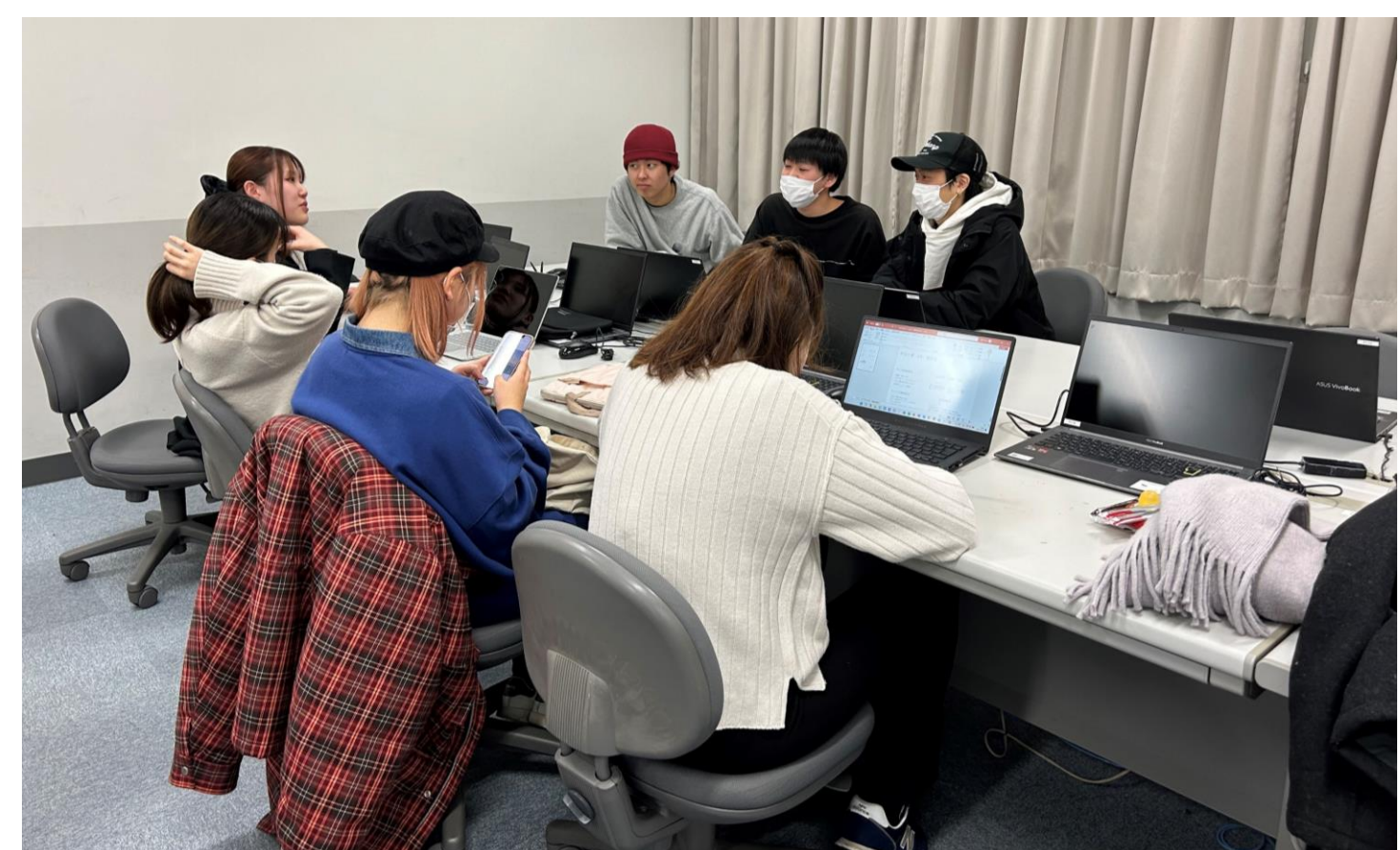


(3) デジタルマーケティングの企画・実施

23年7月から、夕日ヶ浦の魅力を伝えるために、観光協会の公式Instagramを活用した情報発信を展開している。投稿内容は、観光協会の担当者と決定して、毎週金曜日に投稿中。

現在のフォロワーは1,936人(2024年1月19日時点)。年度内の目標は2,000人。最終目標は5,000人！

24年4月からは、公式TikTokの開設も予定している。TikTokでは、主に夕日ヶ浦の食にフォーカスして、夕日ヶ浦の魅力を伝える。隔週金曜日に投稿し、各月の獲得フォロワー数を50人とし、4月から12月の間で450人を目標としている。



【今後の展望】

次年度の活動では、夕日ヶ浦エリアの地域ブランディングに向けて、①夕日ヶ浦の認知度を高めるデジタルマーケティングの推進 (Instagram・Tik Tokによる情報発信)、②春イベントの企画提案・実施 (夕日の丘公園を会場としたイベント) を進めていきたい。

事業名：丹後地域における旅行価値の最大化とロイヤルカスタマーの獲得

福知山公立大学地域経営学部 佐藤 充ゼミ 伊根班

3回生 五十嵐麻衣 中嶋涼晏 水口陽 安村さくら / 2回生 安東優人 伊藤好佑 関岡慎

01 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て、大学生ならではの視点で、観光者が伊根町を訪問したことを思い出し、伊根町への愛着を深めるお土産品を作成・販売して伊根町のファンづくりに貢献すること。

→ **ポストカード・マグネットづくり**

ポストカード・マグネットのコンセプト決め

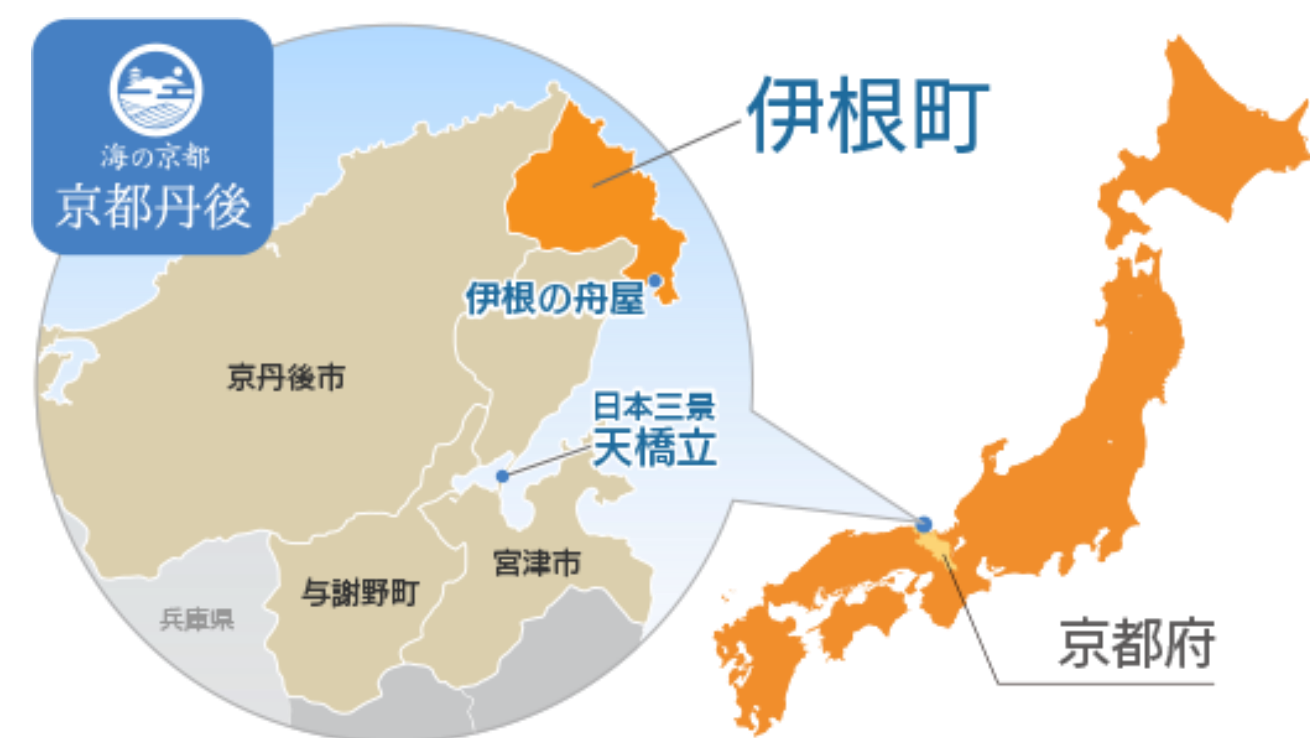
ポストカード・マグネットのデザイン決め

伊根町に取材・提案

試作品の制作・改善

お土産品として商品化・販売へ

02 伊根町とは



京都府伊根町

- ・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

03 活動記録

2回生 **伊根町初訪問**
3回生 **新店舗開拓**

2回生 **写真素材集め**
3回生 **昨年度作成のフォトブックを渡す**
日出駅のお土産売場の状況把握

試作品相談
商品の販売スタート

5/20

6/25

12/16

方向性の決定

ポストカード
マグネット作成

デザイン決定

フィルムカメラ使用写真
イラスト（伊根の四季を表現）

印刷会社と試作作成

紙質や著作権の調整

部数や価格の協議

印刷注文
販売促進について

陳列場所・POPの検討



04 次年度の予定

◎ポストカード・マグネットの販売促進

- ・POP作成
- ・陳列場所
- ・シリーズ商品の販売
- ・伊根町内での販路拡大

◎新たなお土産品の検討・作成

例) コップ：日常的に思い出してもらおう
タオル：利便性

◎オリジナルキャラクターのストーリー決め

- ・舟屋戦隊

