



## ナイトコンテンツによる滞在時間延長実証試験業務



業務完了報告書

2023年1月10日

株式会社ネイキッド

## 【1】事業内容

1. 事業概要
2. 事業背景
3. 取組コンテンツ詳細と価値
4. 取組コンテンツの制作工程
5. 取組コンテンツの実施記録
6. プロモーション実施一覧
7. プロモーション内容詳細
8. 現場運営
9. 実施運営体制

## 【2】事業成果

1. KPIに対する達成度
2. 利用実績
3. 調査・分析

## 【3】事業総括

1. 事業総括
2. 次年度以降に向けた取組方針

## **【1】事業内容**

【2】事業成果

【3】事業総括

## 1. 事業概要

- 事業名 ナイトコンテンツによる滞在時間延長実証試験業務
- 事業目的 通過型に陥らないための観光コンテンツの創出を目的とする。宮津市は観光政策において、「観光消費額及び宿泊客数の伸び悩み」を課題として抱えており、いわゆる通過型観光に陥っている。ナイトコンテンツの開発により宮津市内の宿泊施設利用と観光消費を促す。また、顧客満足度の向上を図り、来訪意向の向上を目指す。
- 実施事業 上記目的を達成するために実施した事業は以下のとおり。
  - ①ナイトコンテンツの開発・実施
  - ②市内周遊を促す仕組みづくり
  - ③次年度以降に向けた事業効果の測定
- コンテンツ名 宮津天橋立ナイトウォーク
- 実施期間 2022年10月14日(金)～11月13日(日) 18:00～22:00
- 実施場所 宮津市：天橋立駅、天橋立（大天橋、天橋立神社ほか）
- コンテンツ内容 参加型×鑑賞型ライトアップ 無料イベント  
(ライトアップ、プロジェクションマッピング、サウンド演出、感染症対策アートなどを活用した街歩きイベント)
- 事業におけるKPI
  - ①ナイトコンテンツへの参加者数：1,000人
  - ②市外参加者：参加者全体の50%以上
  - ③メディア取材件数：10件以上
  - ④参加者満足度80%以上（4段階（不満・やや不満・満足・大変満足）評価）
- 公式HP ころうるおう海の京都HP：<http://uruoikyoto.jp>  
宮津天橋立ナイトウォークHP：  
[https://garden.naked.works/venue\\_kyoto/1771/](https://garden.naked.works/venue_kyoto/1771/)
- 実施主体 主催：宮津市  
運営：つながる宮津事務局/NAKED, INC.  
協力：海の京都DMO  
連携：「ころうるおう海の京都」
- 事務局 つながる宮津事務局(JTB京都中央支店事務デスク設置)

## 2. 事業背景

## ■ 地域課題

「宮津での宿泊滞在を楽しめるよう夜を賑やかにする環境づくりが必要」

- ・夜楽しめるイベントやお店がない。
- ・外に出ても楽しめないため、滞在価値を下げている。
- ・価値評価の対象が宿泊施設のみとなり、エリア全体の観光消費額を逃している。

## ○ 宿泊率

宿泊率は全体の18～20%に留まり、また伸びもない。  
(コロナ前の参考値)

## ○ ナイトエコノミーに関する不満

寂しい、店が閉まるのが早い等の声が多い。

(単位=千人、%)

区分	年次	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
入込客数 (A)		2,973	2,909	3,005	2,969	3,205
日帰り客		2,379	2,336	2,440	2,435	2,556
宿泊客 (B)		594	573	565	534	649
宿泊率=(B)/(A)×100		20	20	19	18	20

資料: 商工観光課

宮津市統計書 (2018/2019版)

全体的に施設やお店が閉まるのが早く少し不便でした。
もう少し遅くまで土産物店をあけてほしい
商店街が寂しいです。
活気がなかった
しまっているお店が少し目についた。定休日?休業?廃業?
店が休業している
閉まっているお店が多いと思った。
コロナ禍だからか、たまたま定休日は不明ですが…
平日で人は少なく良かったが、休業しているお店が多かった
休業しているお店の情報が事前に得られなかった。
お休みのお店が多かった
お土産屋さんがない。

宮津市観光WEBアンケート調査 (2022.2より)

## ■ 克服どころ

「独特の街並みや自然・レトロ感を活かしたナイトコンテンツの創造」

「相乗的に店舗の夜営業を拡大し、ナイトエコノミーを形成」

- ・空洞になった夜観光を創造することで、低迷・停滞する宿泊率を向上させる。
- ・地域が一体となり、イベント創出と観光事業者のナイト営業を相乗的に行う必要がある。



地域一体となった「ナイトコンテンツ×ナイトエコノミー」体制の創造

本事業：宿泊滞在価値・満足の向上の実現

×

連携事業：魅力向上 = 「まるっぽパス」「屋外サウナ」  
「デジタルタイムカプセル」等

&

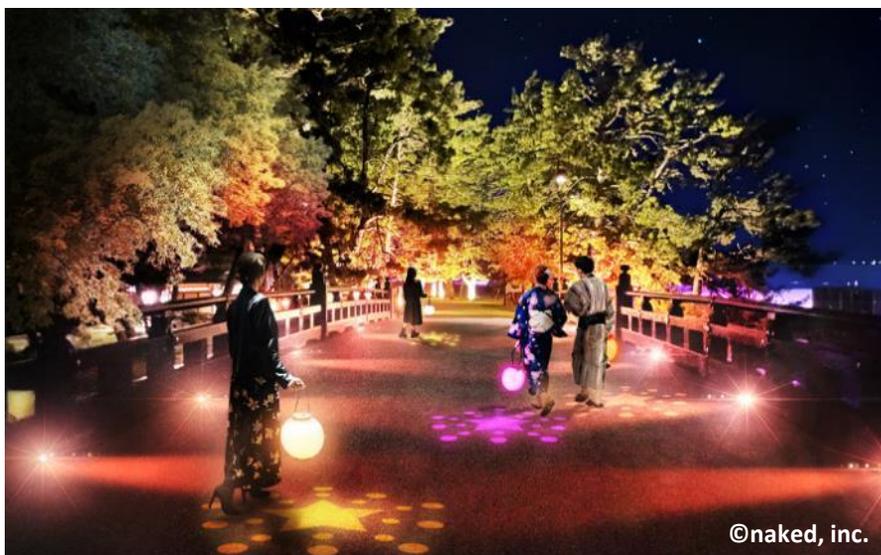
F1層がタビマエに魅力を感じる「プロモーション」

## 3. 取組コンテンツ詳細と価値

■商品の特徴と  
利用メリット

「独特の美を形成する地形とレトロな文珠地区の街並みを、  
光で彩り、夜ならではの&ここならではの魅力を創出した。」

- ・夜ならではのフォトシーン
- ・天橋立駅から松林を繋がる灯りの道
- ・昼夜楽しめる旅行の充実



©naked, inc.

天橋立駅から天橋立神社まで灯りでつなぎ、夜ならではの宮津の魅力を楽しめるナイトウォークイベント。



## 3. 取組コンテンツ詳細と価値

## ■宮津天橋立ナイトウォークで体験できる各コンテンツ

## ▶ ライトアップ



## ▶ 提灯インタラクティブ/プロジェクションマッピング



提灯台に提灯を置くと、照明がインタラクティブに変化する。



## 3. 取組コンテンツ詳細と価値

## ■宮津天橋立ナイトウォークで体験できる各コンテンツ

## ▶NAKEDディスタンス提灯®



散歩する自分自身が、イルミネーションに。



## ▶NAKEDつくばい®



手を消毒しようとする、そこにも光のアートが。



## 3. 取組コンテンツ詳細と価値

## ■宮津天橋立ナイトウォークと連携した有料コンテンツ（宮津天橋立まるっぽパス）

## ➤光のアトリエシャトル船

## 一の宮行き

発着場所	時間	
	第1便	第2便
天橋立発 一の宮着	18:30 発 ↓ 18:45 着	20:00 発 ↓ 20:15 着

## 天橋立行き

発着場所	時間	
	第1便	第2便
一の宮発 天橋立着	19:00 発 ↓ 19:15 着	20:30 発 ↓ 20:45 着



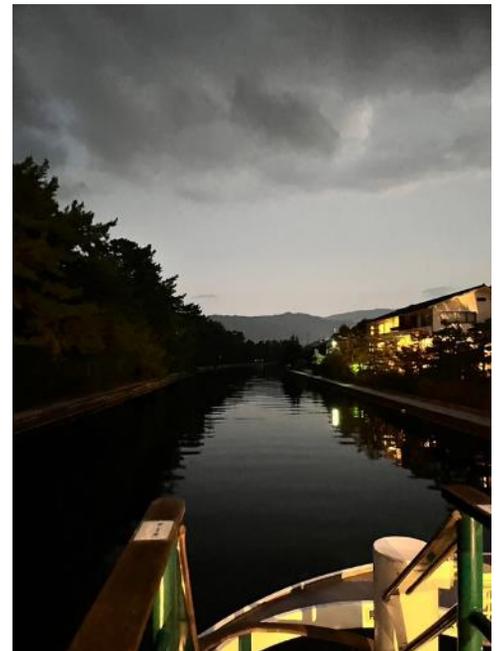
## ➤NAKED提灯シャトル船

## 宮津行き

発着場所	時間		
	第1便	第2便	第3便
天橋立発 宮津着	17:45 発 ↓ 18:00 着	19:15 発 ↓ 19:30 着	20:45 発 ↓ 21:00 着

## 天橋立行き

発着場所	時間		
	第1便	第2便	第3便
宮津発 天橋立着	18:15 発 ↓ 18:30 着	19:45 発 ↓ 20:00 着	21:15 発 ↓ 21:30 着



4. 取組コンテンツの制作工程

地域課題の整理 宮津市観光調査結果等

「宮津での宿泊滞在を楽しめるよう夜を賑やかにする環境づくりが必要」

- ・夜楽しめるイベントやお店がない。
- ・外に出ても楽しめないため、滞在価値を下げている。
- ・価値評価の対象が宿泊施設のみとなり、エリア全体の観光消費額を逃している。

宮津市一体で取り組むべき戦略、コンセプトシート作成

【観光交流コンセプト案】  
面をつなぐシェアリング型観光圏を形成し  
地域課題を解決しながら、宮津の新たな光を育てる

「つながる！宮津」

【企画のアプローチ】  
それぞれに個性ある世界観や機能・サービスを持ちながらも  
一貫したコンセプトでつながった宿泊施設群。

人材や施設機能、まちの共有部を宿泊施設間で「シェア」する  
宮津全体で提供したい価値やサービスの「シェア」する

「観光客とまちの魅力を深くつなげる」  
まち歩きや滞在の新しい魅力を生み出す  
パブリックスペースや通りの「リ・デザイン」

戦略、コンセプトに沿った具体施策計画



宮津市天橋立ナイトウォーク —NAKED夜さんぽプロジェクト—

コロナ対策アートであるNAKEDディスタンス提灯\*により人と人の距離を保ちながら街歩きができ、参加者の持つ色とりどりの光が街中を彩り、自らも光のアートの一部となる。

演出の起こる箇所を点にさせ、  
目的地を作ることで街を回遊してもらおう仕組みをつくる。

地域の魅力溢れる場所が、  
光の演出により屋間とは異なる空間に変化し、幻想的な夜の街をつくりだす。

制作・事業推進 → 分析、事業総括



5. 取組コンテンツの実施記録



©naked, inc.

手をかざすとツクバイが浮かび上がる



©naked, inc.



受付カウンターで提灯をレンタルする



カウンターにアンケートをお願いするQRコード付きカードを設置



ナイトウォークの様子



©naked, inc.



## 6. プロモーション実施一覧

## ○ プレスリリース

10月11日に実施。※「こころうるおう海の京都」事業ごとに実施。京丹後市、舞鶴市も実施。

## ○ チラシ・ポスター

- ・3市共同媒体「こころうるおう海の京都」にて展開。
- ・3市内観光施設・宿泊施設・飲食店、近畿圏内主要駅、JTB関西主要店舗等に掲載：10月3日～
- ・京都丹後鉄道各駅チラシ配架：10月24日～12月25日
- ・京都・大阪等イベントでのチラシ設置

## ○ SNSアカウント投稿

10月17日～。ターゲットセグメント：関西在住/20～30代/男女  
select kyoto・ドライブ関西・京都速報・たびとこ関西・京都デート・ちょびっとカップル・  
Toietmoi Kyoto、その他子育てアカウントなど

## ○ Instagram 広告配信

10月7日～ 「関西おでかけ」アカウントにて投稿。及び、広告配信  
10月24日～ 「関西おでかけ」原稿を基に広告配信  
ターゲットセグメント：関西在住/20～30代/男女

## ○ 新聞広告

- ・産経新聞朝刊：10月28日 「こころうるおう海の京都」全体広告

## ○ その他

- ・ラジオ大阪「平田進也に耳からトラベル」：11月12日（土）14:30-15:00
- ・FM802（宮津市による直CM）
- ・JTBメルマガ：10月26日。関西在住33万人向け。
- ・JTB公式Facebook、Twitter：10月25日
- ・じゃらんメルマガ：11月3、10日
- ・日本旅行パンフへの広告掲載：11月1日
- ・天橋立ビューランド、傘松公園、丹海船乗場にてQRコードカードの配布：10月8日～
- ・地域観光施設にPOPの設置

## 7. プロモーション内容詳細

## ○ プレスリリース.1 10月11日「宮津天橋立ナイトウォーク」事業単体でリリース

報道関係者各位  
プレスリリース2022年10月11日  
宮津市京都の天橋立を灯りでつなぐ「宮津 天橋立ナイトウォーク」  
2022年10月14日(金)～11月13日(日)に開催

京都府宮津市は、「観光庁・地域独自の観光資源を活用した地域の輝ける看板商品の創出事業」の一環として、株式会社ネイキッドの演出で「宮津 天橋立ナイトウォーク」を実施いたします。

詳細URL：[https://garden.naked.works/venue\\_kyoto/1771/](https://garden.naked.works/venue_kyoto/1771/)

天橋立駅から松林まで灯りを繋ぎ、夜ならではの新たな魅力を創出します。ナイトアクティビティをきっかけに、多くの方に夜の宮津を楽しんでもらい、街の盛り上げに寄与することを目指しています。

## ■コンテンツ紹介■

(1) NAKEDディスタンス提灯(R)を活用したインタラクティブ、プロジェクションマッピング  
街中をあかりで繋ぎ、フォトシームを多数作ります。宮津の特徴を生かし、夜ならではの魅力を引き出します。



ライトアップ(イメージ)

(2) NAKEDディスタンス提灯(R)を持って街を散策  
各お密にて提灯貸し出しを実施。提灯を持って、街を回遊し、自分自身も宮津の光のアートの一部に参加しましょう。  
提灯を置くことで演出が起る仕掛けも設置。参加者が持ち歩く提灯がきっかけとなり、光の演出を体験することができます。



NAKEDディスタンス提灯(イメージ)

(3) アルコール除菌をアート化した手指消毒  
手を差し込むとアルコール除菌液とともに手のひらにお魚のプロジェクションが出現。新生活様式として当たり前になった感染症対策を「作業」から楽しめる内容に発想転換しました。



アルコール除菌のアート化(イメージ)

- (4) 天橋立運河沿い木々のライトアップ  
天橋立運河沿いの木々を秋のカラーでライトアップ。夜は暗い空間になってしまう散策路付近の明るさを担保しつつ、美しい運河をお見せします。
- (5) 大天橋ライトアップ 提灯インタラクティブ  
NAKEDディスタンス提灯(R)をセンサー台に置くと、照明のカラーが様々な色に変化し、大天橋を彩ります。
- (6) 参道ライトアップ  
天橋立神社 本殿へと向かう参道を行灯で照らし、本殿へと誘います。
- (7) 天橋立神社 提灯インタラクティブ  
NAKEDディスタンス提灯(R)をセンサー台に置くと、照明により、鳥居と参道が照らされ、プロジェクションにより神秘的な映像が空間に現れます。

■宮津まるっほ(バスを使ってお得に周遊！)  
定額で宮津市内の「丹海(バス&観光船1日乗り放題+湯めぐり)」がセットになったお得なバスが発売中！

料金：大人1,000円、子ども500円(スマートフォンから購入可能)  
期間：2022年10月8日(土)～12月25日(日)※土日祝のみ運行  
※NAKED提灯シャトル船は10月15日～11月13日の土日祝のみ運行  
詳細URL：<https://miyazu-maruppo.com>



提灯インタラクティブ(イメージ)

## ■実施概要■

イベント名称：宮津 天橋立ナイトウォーク  
開催期間：2022年10月14日(金)～11月13日(日)  
開催時間：18:00～22:00  
参加料金：無料  
開催場所：天橋立エリア(大天橋・天橋立神社ほか)  
URL：[https://garden.naked.works/venue\\_kyoto/1771/](https://garden.naked.works/venue_kyoto/1771/)

## 【報道関係の方からのお問い合わせ】

広報 株式会社JTB 京都中央支店  
担当：安藤  
TEL：075-284-0175  
FAX：075-284-0155  
MAIL：[y\\_ando273@jtb.com](mailto:y_ando273@jtb.com)

## 7. プロモーション内容詳細

- プレスリリース.1 10月11日「宮津天橋立ナイトウォーク」リリースでは、下記77件のweb掲載実績があった。

媒体名
ビズハック！
@Press
LINEニュース
NEWSCAST
ニコニコニュース
@nifty ビジネス
Barclay Global BIZ
excite.ニュース
Infoseekニュース
Mapionニュース
rentaloffice.bz
SANSPO.COM
SEOTOOLS
StartHome
woman.excite
zakzak
えんウチ
とれまがニュース
リセマム
ロイター.co.jp
朝日新聞デジタルマガジン&
東京ビューティー
財經新聞
ノアドット
ジョルダンニュース！
@nifty ニュース
Dtimes
livedoor
ニコニコニュース
au Webポータル
excite.ニュース
goo ニュース
livedoor
mixiニュース
NEWS Collect
Yahoo! ニュース
エンタメポスト

クランクイン！
ノアドット
dメニュー
Ameba News
イルミネーション特集
ビズハック！
PORTALFIELD News
Drive! NIPPON
@Press
NEWSCAST
ニコニコニュース
@nifty ビジネス
SEOTOOLS
Barclay Global BIZ
BIGLOBEニュース
bizocan※
excite.ニュース
Infoseekニュース
Mapionニュース
NEWS Collect
NEWS Collect
NewsPicks
NewsPicks
Newsweek
Response
SANSPO.COM
woman.excite
zakzak
えんウチ
とれまがニュース
クイックオーダー※
ロイター.co.jp
徳島新聞Web
朝日新聞デジタルマガジン&
東京ビューティー
財經新聞
ノアドット
毎日新聞
rentaloffice.bz
リセマム



## 7. プロモーション内容詳細

## ○ 特集 『宮津天橋立ナイトウォーク』リリースを特集掲載

NAKED GARDEN ONE KYOTOの夜歩き特集としてリリースを掲載。  
24媒体への転載の他、12月13日時点でのPV数として1305PVを獲得。

(リリース)

(転載メディア一覧)

『NAKED GARDEN ONE KYOTO supported by 三菱UFJ銀行』紅葉ナイトウォークを開催する3箇所の内容を発表！  
今秋の京都観光は、リアル×メタバースの次世代型アートで「伝統と革新」の新体験！

株式会社ネイキッド  
2022年9月29日 10時00分

株式会社ネイキッド(英語表記: NAKED, INC. 所在地: 東京都渋谷区、代表: 村松亮太郎)は、ネイキッド、京都市、宇治市、滋賀県大津市とともに、またプロジェクトサポーターのパートナー企業として株式会社三菱UFJ銀行、株式会社サイバーエージェントなどを迎え、リアルとメタバースの京都エリアを舞台に開催する次世代アートプロジェクト『NAKED GARDEN ONE KYOTO supported by 三菱UFJ銀行』にて、NAKED感染症予防対策アートであるNAKEDディスタンス提灯などで運動するナイトウォークイベント3箇所の演出内容を発表いたします。



『NAKED GARDEN ONE KYOTO』公式サイト - <https://garden.naked.works/kyoto/>

All About NEWS

現代ビジネス

とれまがニュース

BtoBプラットフォーム

NewsCafe

BEST TIMES (ベストタイムズ)

30min. サンゼロミニッツ

エキサイトニュース

ハピママ\*

産経ニュース

ウレぴあ総研

eltha (エルザ)

読売新聞オンライン

ORICON NEWS

財経新聞

BIGLOBEニュース

おたくま経済新聞

マピオンニュース

@niftyビジネス

Fresh eye ニュース

STRAIGHT PRESS

時事ドットコム

SEOTOOLS

Infoseekニュース

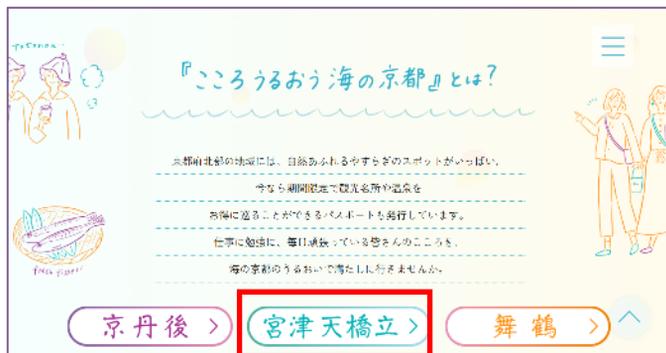
7. プロモーション内容詳細

○ 公式HP.2

『こころうるおう海の京都（3市合同LP）』

各媒体から公式HPへ誘導。「日々の喧騒を離れ、ここで心を癒してほしい」、そんな思いを込めたビジュアルコンセプトは、「しっとり」「ゆったり」「うるおい感」のあるカラーと、「こころうるおう海の京都」のキャッチフレーズに決定した。

3市合同プロジェクトとしてプラットフォーム型LPの役割を果たした。



宮津ページへ。



同プロジェクトの連携事業（宮津市）がラインナップ。



ナイトウォークの概要→詳細（特設ページ）へ。

## 7. プロモーション内容詳細

## ○ 公式HP.3

## 『宮津特設サイト』

宮津市単独サイトとして、市の課題解決策である4エリアを繋ぎ周遊いただけるよう、各個性をビジュアルで表現し、『ハシゴ』をキーワードにプロモーション展開した。

宮津エリアイメージ

世屋・日置・府中エリアイメージ



文珠エリアイメージ

栗田・由良エリアイメージ

## 宮津天橋立まるっぽパス

で4つのエリアを  
ハシゴしよう。

宮津各エリアの魅力をビジュアルイメージで伝えながら

ゆっくりと滞在してそれらを楽しみながら回る「宮津天橋立まるっぽ」へ誘導



スクロールしてもこのボタンが表示

7. プロモーション内容詳細

○ SNS\_Instagram

「宮津天橋立ナイトウォーク」独自のSNS配信も展開した。

●NAKEDの各種SNSにて宮津市ナイトウォークについて投稿。Instagramにて2回告知。



表示数	9600
いいね数	350
保存数	19



表示数	7685
いいね数	342
保存数	17

●NAKEDTwitterアカウントにて2回告知。

インプレッション数	6,031
エンゲージメント	358
詳細のクリック数	37

インプレッション数	2,209
エンゲージメント	151
詳細のクリック数	24

●NAKED Facebookアカウントにて2回告知。

リーチ	合計	3,289
エンゲージメント数	リアクション数	97
ネガティブなインタラクション	合計	2

リーチ	合計	3,834
エンゲージメント数	リアクション数	147
ネガティブなインタラクション	合計	1

7. プロモーション内容詳細

○ SNS\_Instagram

F1層にアプローチしやすい媒体のアカウント投稿を実施。  
 「こころうおう海の京都」の宣伝ではなく、海の京都エリアの魅力、素敵な過ごし方を訴求。

関西圏でかけアカウントによる配信：F1層に向け、市単位でなく海の京都エリアへの興味喚起、訪問意欲を醸成するビジュアル&コメントを投稿。

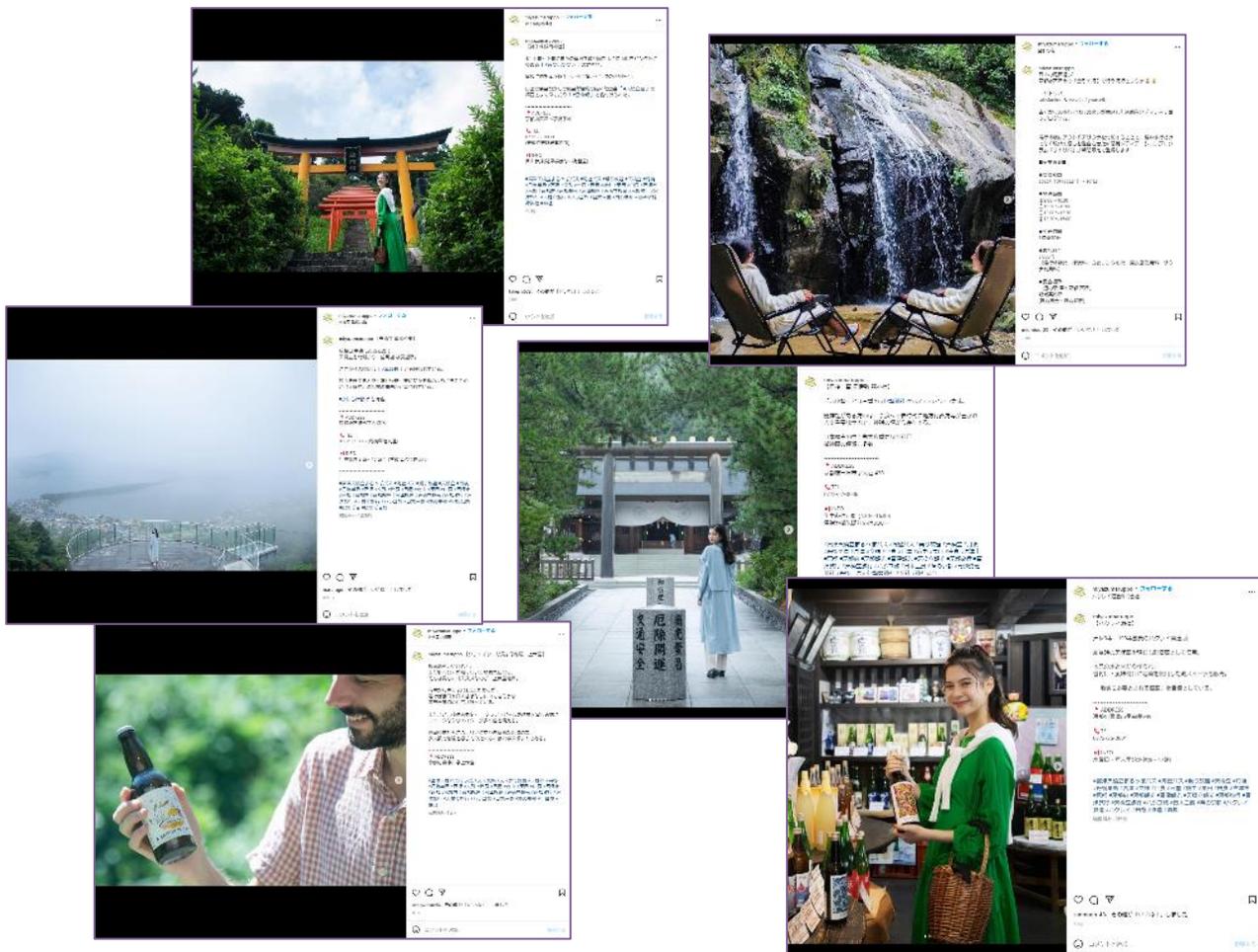


7. プロモーション内容詳細

○ SNS\_Instagram

宮津天橋立まるっほパスの公式アカウントによるInstagramの展開も行った。

F1層のペルソナが宮津を旅する姿、各地を「ハシゴ」しながら「こころるおう」イメージ、親近感を訴求。

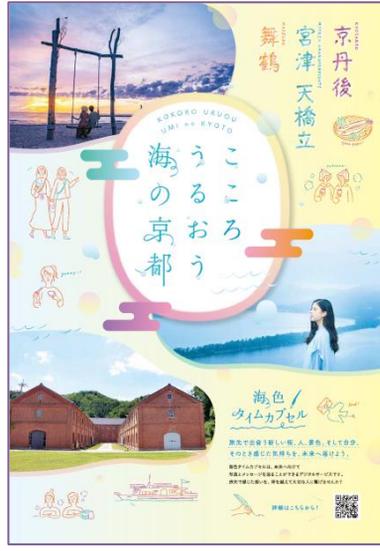
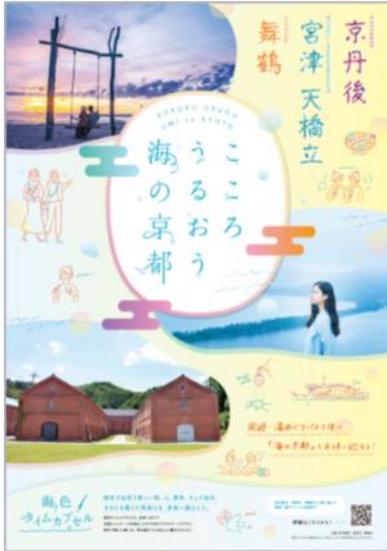


7. プロモーション内容詳細

○「こころるおう海の京都」紙媒体

地域観光拠点・施設や、近畿主要駅・旅行代理店等に設置。

B2ポスター



3つ折りパンフ



卓上POP



7. プロモーション内容詳細

○ 「ハシゴ：宮津天橋立まるっぽパス」紙媒体

地域観光拠点・施設を中心に設置。

■ エリア別ポスター

(宮津エリア)

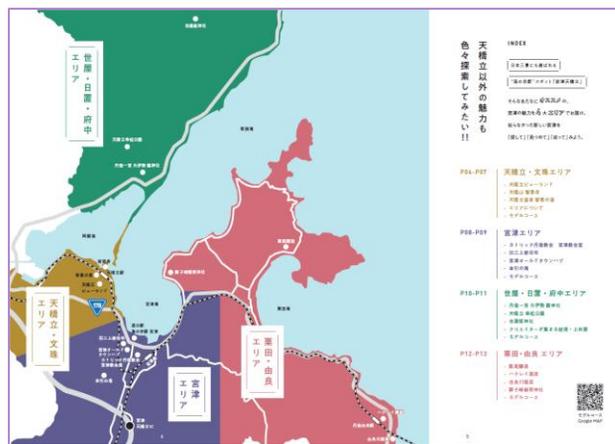
(栗田・由良エリア)

(天橋立・文珠エリア)

(日置・府中・世屋エリア)



■ 宮津観光ガイド：各エリアのディープな魅力を纏め滞在価値を発信。



7. プロモーション内容詳細

○ 新聞広告

10月28日産経新聞朝刊

**秋の行楽は永源寺**  
 臨済宗永源寺派 **大本山永源寺**  
 11月1日(木)～11月30日(木)  
 歴史の面影を残す永源寺、こころの旅

昭和初期の永源寺と夢の八風鉄道  
 11月1日(木)～11月30日(木) 拝観無料(入場料のみ)  
 古の永源寺  
 夢の八風鉄道

紅葉ライトアップ  
 11月2日(土)～27日(日)  
 17:00～20:30  
 写真ライブ開催イベント  
 11月9日(日)  
 ともしびミニライブ

【含空院庭園(柳川亭お抹茶席)】  
 11月5日(土)～11月27日(日)  
 9:00～17:00

〒527-0212 滋賀県東近江市永源寺野野町4-1  
 電話: 0748-27-0016 http://eigenji-lijp

**京丹後**  
 海のうこの京おろう  
 宮津天橋立  
 舞鶴

夕陽がたぐり茶丹後バス  
 10月1日(土)～10月31日(日)  
 100円(小学生以下50円) 大人500円(中学生以下無料) 有料区間(白雲橋)1人500円(6歳未満7歳未満は200円)

宮津天橋立360バス  
 10月1日(土)～10月31日(日)  
 1,000円(小学生以下500円) 大人500円(中学生以下無料) 有料区間(白雲橋)1人500円(6歳未満7歳未満は200円)

舞鶴ジョイフルバス  
 10月1日(土)～10月31日(日)  
 500円(小学生以下200円) 大人500円(中学生以下無料) 有料区間(白雲橋)1人500円(6歳未満7歳未満は200円)

市内山道循環バスが利用できる!  
 2022年10月1日(土)～12月25日(木) 平日9:00～17:00  
 2022年10月1日(土)～12月25日(木) 平日9:00～17:00  
 2022年10月1日(土)～12月25日(木) 平日9:00～17:00

国指定重要文化財 石谷家住宅  
 秋の庭園 特別公開  
 通常は入れない秋の庭園を散策しませんか  
 第一期 11.11(金)・13(日) 第二期 11.18(金)・20(日)  
 国指定重要文化財 石谷家住宅内 石谷氏庭園 10:00～16:00

石谷家住宅  
 〒527-0212 滋賀県東近江市永源寺野野町4-1  
 TEL: 0748-27-0016 FAX: 0748-27-0015  
 0748-27-0016 (受付) 0748-27-0015 (案内)

庭園散策料 200円  
 大人 400円(500円) 6歳未満 200円(300円)  
 中学生以下 300円(400円) 小学生以下 100円(200円)  
 予約: 0748-27-0016 (受付) 0748-27-0015 (案内)

7. プロモーション内容詳細

○ プレスリリース.2 10月14日に、海の京都DMOより配信。

海の京都DMOのリリース原稿

10月12日にはマスコミ宛取材案内も配信

NEWS RELEASE

令和4年10月14日

報道関係各位

持続可能な観光・滞在型観光の仕組みづくりを推進するため  
観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」を開始します。



海の京都

一般社団法人京都市北部地域連携都市圏振興協会(海の京都DMO)

海の京都エリアの舞鶴市・宮津市・京丹後市では、観光庁の公営事業である「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」の採択を受け、観光誘客のための実証実験等に取り組みます。

日本三景の「天橋立」や山陰海岸ジオパーク、文化財「赤れんがパーク」の観光拠点があるものの、観光客の多くの観光拠点を周遊することが少なく、結果として観光消費額が伸び悩む課題があります。

そこで、持続可能な観光・滞在型観光の仕組みづくりを推進することをコンセプトにした、観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」(特設サイト URL:https://uruoikyoto.jp/)を開始します。

プロジェクト開始にあたり、報道関係者を対象にした海の京都の魅力体験する以下の13の拠点やアクティビティをご案内いたします。当日は、各事業会社・各市担当者へ直接のご取材が可能です。

※取材はイベント開始の1週間前までに設定しています。開催日直前の取材も設定可能です。

※報道関係者からのお問い合わせは、事業受託事業課 TEL:078-284-0175にお願います。

Table with columns: 取材日時, 体験場所, 取材対応・参加事業. Lists 13 locations and activities across various dates from Oct 14 to Oct 31.

取材のご案内

2022年10月12日

観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」  
報道関係者向け海の京都を体験するツアー

一般社団法人京都市北部地域連携都市圏振興協会(通称:海の京都 DMO)では、観光庁の公営事業である「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」に採択された宮津市、京丹後市、舞鶴市において10月から観光誘客のための実証実験などに取り組みます。

日本海に面する京都市北部エリア「海の京都エリア」には、日本三景の「天橋立」や山陰海岸ジオパーク、文化財「赤れんがパーク」など日本でも有数の観光拠点があるものの、点在する観光拠点のネットワーク化や地域交通体系の整備が進んでいないため、観光客の多くが周遊することが少なく、結果として観光消費額が伸び悩んでいる課題があります。そこで、既存の観光資源と新たな働きにより事業を創出し、地域が一体となって受け入れ体制を構築、持続可能な観光・滞在型観光の仕組みづくりを推進することをコンセプトにした、観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」プロジェクトを開始します。プロジェクト詳細は別紙「概要」をご覧ください。

プロジェクト開始にあたり、報道関係者を対象にした海の京都の魅力体験する以下の13の拠点やアクティビティをご案内いたします。当日は、各事業会社・各市の職員のご担当者にもお越しいただきますので、直接のご取材が可能です。前日の取材も設定可能です。海の京都の魅力を存分に体験ください。

(一例)



天橋立周辺をライトアップ、夜ならではのイトワーク



滝行を通して精神力を高め、アウトドアウェアで身体をリフレッシュ



京丹後サウナとマスコミのマツカワパーク



貸切バス、貸切遊覧船をツウコンで楽しめる周遊バス

プレスリリースを受ける形で、広域観光組織などからもPR。

京都府観光連盟 公式サイト 京都府観光ガイド Kyoto Prefecture Tourism Guide

京丹後市、宮津市、舞鶴市

ころ、うるおう海の京都

それぞれの地域を巡ることができる周遊バスポートが販売されています。

京丹後市：夕日がつなく京丹後バス、夕日温泉バスポート

宮津市：空海天橋立まるっばバス

舞鶴市：舞鶴のいいバス

詳細は、公式ホームページをご確認ください。

https://uruoikyoto.jp/sp/



プレスルーム

2022.10.14

観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」を開始します

海の京都エリアの舞鶴市・宮津市・京丹後市では、観光庁の公営事業である「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」を活用し、持続可能な観光・滞在型観光の仕組みづくりを推進することをコンセプトにした、観光活性化プロジェクト「ころ、うるおう、海の京都」を開始します。

PRESSRELEASEF80\_1.pdf (360.0 KB)

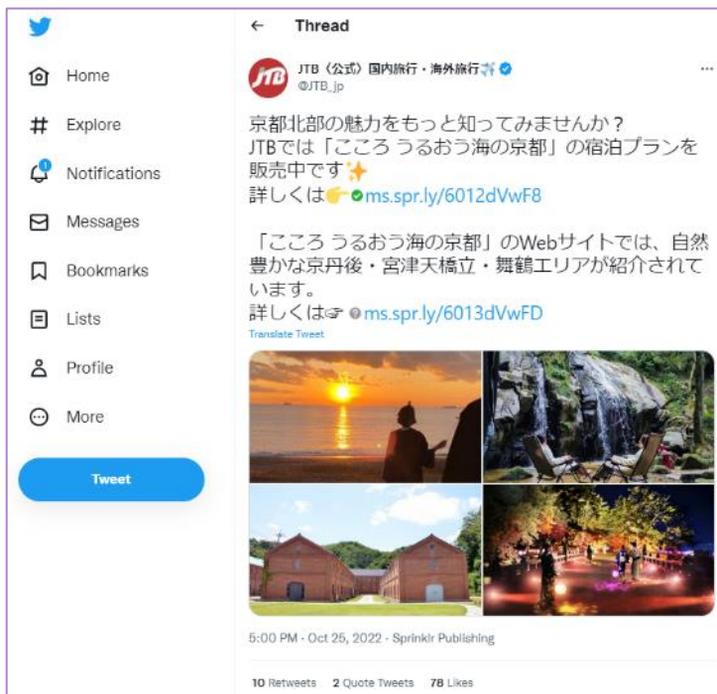
7. プロモーション内容詳細

○ その他

JTBメルマガ、公式Twitterも配信

<公式ツイッター>

10月25日投稿 フォロワー20万人のJTB Twitter



<メルマガ>

10月26日に配信した旅好きの関西30万人に向けたJTBメルマガ



この秋冬、京都府北部がアツイ!! 『こころうるおう海の京都』で気持ちやすらぐ旅を体験しませんか? 日本海に面する京都府北部(海の京都エリア)には自然あふれるやすらぎのスポットがいっぱい。京丹後市、宮津市、舞鶴市の3市では、「こころうるおう海の京都」と題し、期間限定で観光名所や温泉をお得に楽しめる周遊バスポートの発売や、様々なイベントを実施しております!!

仕事に勉強に、毎日頑張っている皆さんのこころを、自然あふれる海の京都のうらおいで満たしに行きませんか?

●海の京都エリアに行く人必見!! 周遊バスポートを使ってお得に観光! (コースの詳細は公式サイトをご確認ください)

「夕日がたなぐ京丹後バス」(京丹後)  
内容: 海が見える海岸線エリアの(ス)に乗り放題!  
期間: 2022年10月8日(土)~12月25日(日)の土日祝日のみ  
料金: 100円  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「夕日温泉バスポート」(京丹後)  
内容: 参画している温泉施設から最大2施設利用可能  
期間: 2022年10月3日(月)~12月25日(日)の全日  
料金: 300円  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「宮津 天橋立まるっぽろバス」(宮津)  
内容: バス1日乗り放題+船1日乗り放題+湯めぐりバス(最大2施設利用可能)のセット  
期間: 2022年10月8日(土)~12月25日(日)の土日祝日のみ  
料金: 大人1,000円/子ども500円  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「舞鶴ツルイイ」バス(舞鶴)  
内容: 人気観光スポットを貸切バス・貸切遊覧船で周遊観光(遊覧船単体の利用も可能)  
期間: 2022年10月8日(土)~12月4日(日)の土日祝日のみ  
料金: 大人500円/子ども200円  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

●旅先で感じた想いを時を越えて大切な人へつなぐ 海色タイムカプセルのご案内

「海色タイムカプセル」(京丹後、宮津、舞鶴それぞれ実施)  
内容: 未来へ向けて写真とメッセージを送ることができるデジタルサービス  
期間: 2022年10月8日(土)~2023年1月31日(火)  
料金: 900円  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

●その他イベントのご案内

「京丹後ナイトワーク」(京丹後)  
内容: 夕日ヶ浦、総野、久美浜、丹後の4つのエリアを灯りつなぐ体験型アート  
期間: 2022年11月18日(金)~12月18日(日)  
時間: 18:00~22:00  
料金: 無料  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「京丹後サウナとマルシェの「マジックアワー」」(京丹後)  
内容: 浜路夕日の丘にてアウトドアサウナやフードマルシェ、ワークショップを実施  
期間: 2022年11月5日(土)・6日(日) ※雨天中止  
時間: サウナ10:00~17:00/マルシェ10:00~18:00  
料金: 無料  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「宮津 天橋立ナイトワーク」(宮津)  
内容: 天橋立周辺を灯りつなぐ体験型アート  
期間: 2022年10月14日(金)~11月13日(日)  
時間: 18:00~22:00  
料金: 無料  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「神々とトノウ 天橋立サウナ」(舞鶴)  
内容: 天橋立公園内にてアウトドアサウナやフードマルシェ、ワークショップを実施  
期間: 2022年11月19日(土)・20日(日) ※雨天中止  
時間: サウナ10:00~17:00/マルシェ10:00~18:00  
料金: 無料  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

「舞鶴日本遺産VR体験シアター」(舞鶴)  
内容: 舞鶴市の日本遺産に認定されている文化財を「VR体験」で紹介  
期間: 2022年11月1日(火)~11月18日(金)  
時間: 9:30~16:30  
料金: 無料  
【公式サイト】 詳細情報・お申込みはこちらから >

7. プロモーション内容詳細

○ その他 旅行会社店舗でのパンフ設置

< JTB > 大阪・京都・奈良・兵庫の20店舗に設置



イオンモール伊丹



海の京都\_ディスプレイ\_TG大阪梅田



トラベルゲート四条

< 日本旅行 >

**TIS大阪支店：**1日乗降客数87万人全国4位の大阪駅中央に位置するカウンター店舗に設置。



**TIS京都西口支店：**  
1日乗降客数約40万人のJR京都駅西口改札前に位置するカウンター店舗に設置

**TIS新大阪支店：**  
1日平均乗降客数約13万人の地下鉄御堂筋線新大阪駅改札前に位置する店舗に設置。



7. プロモーション内容詳細

○ その他

観光施設、イベントを活用したPRを実施。



イオン桂川の店舗  
パンフレットラックに  
チラシを設置



京なびでのPR



パンフレットラックに  
チラシ設置



F1層が集まる「うめきた」でのPR



京都に注目・興味のある企業にPR (中信ビジネスフェア)



8. 現場運営（導線関連、感染症対策）

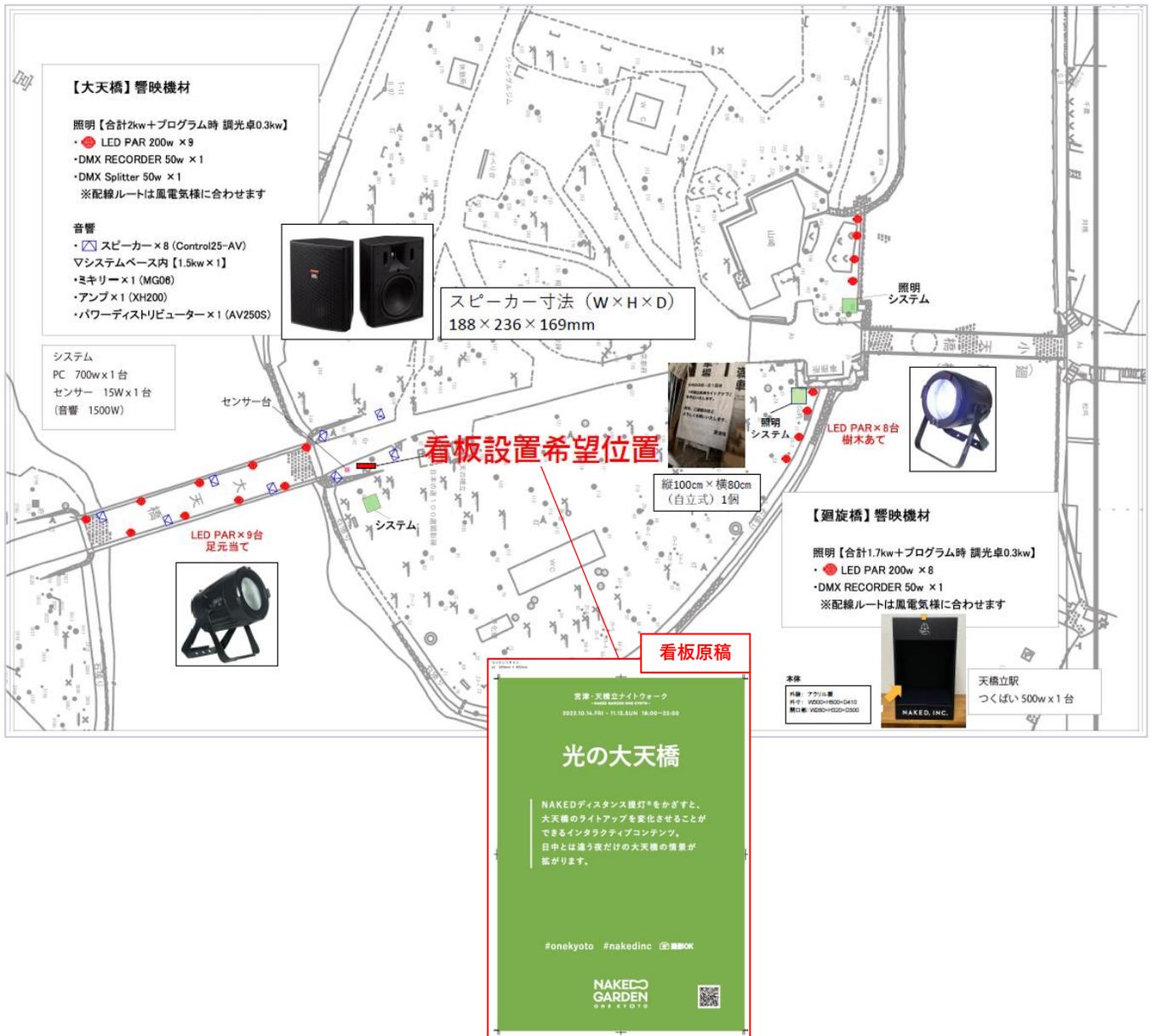
■各スポットの設営内容

『天橋立運河沿いの木々』

天橋立運河沿いの木々を秋のカラーでライトアップ。暗い空間になってしまう旋回橋付近の明るさを担保しつつ、美しい運河を形成。

『大天橋』

提灯でインタラクティブを造作。NAKEDディスタンス提灯®をセンサー台に置くと、照明のカラーが変化。

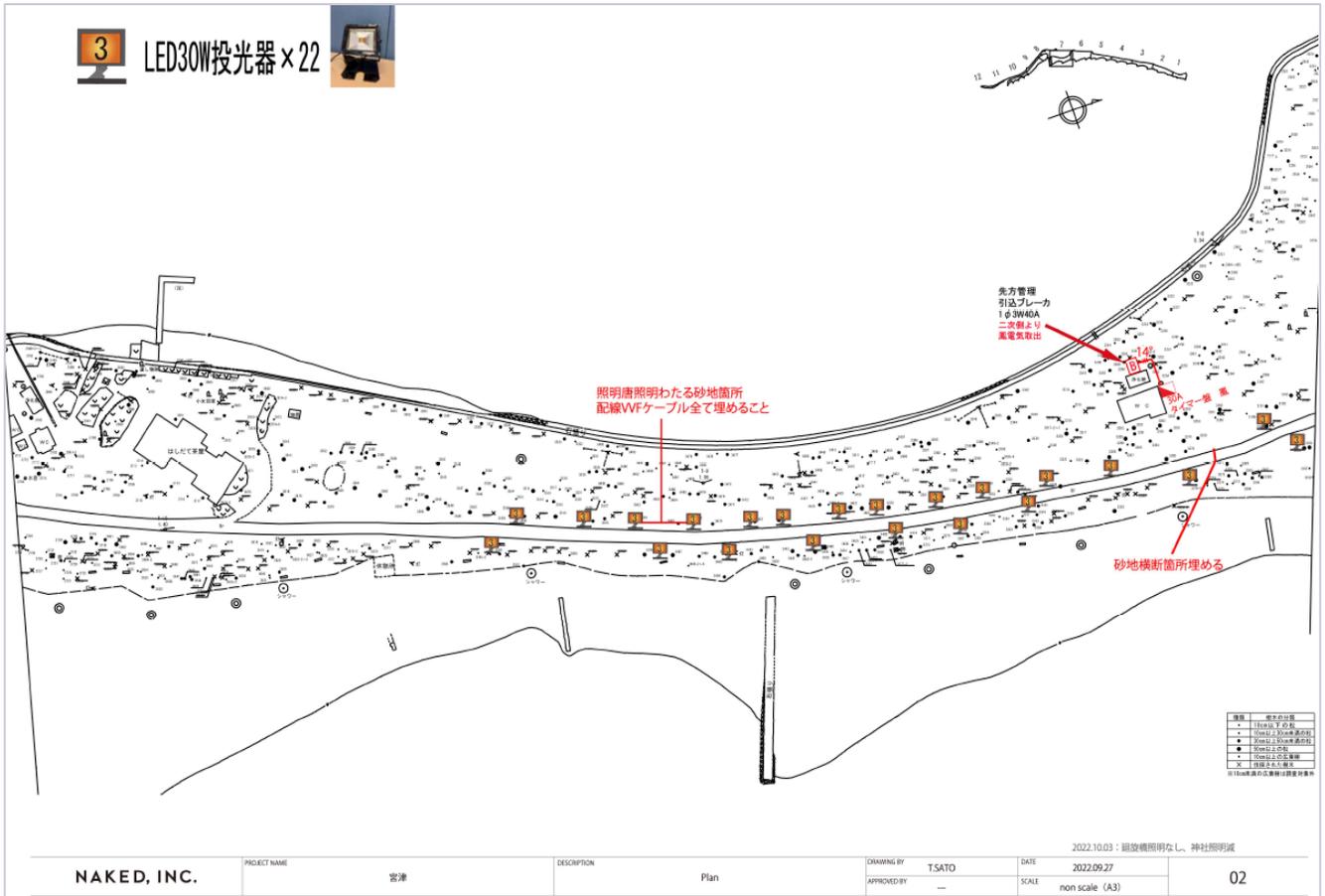


8. 現場運営（導線関連、感染症対策）

■各スポットの設営内容

『松の木』（運河～天橋立神社）

松の木のライトアップ範囲を増やし、天橋立神社へ灯りを繋いだ。

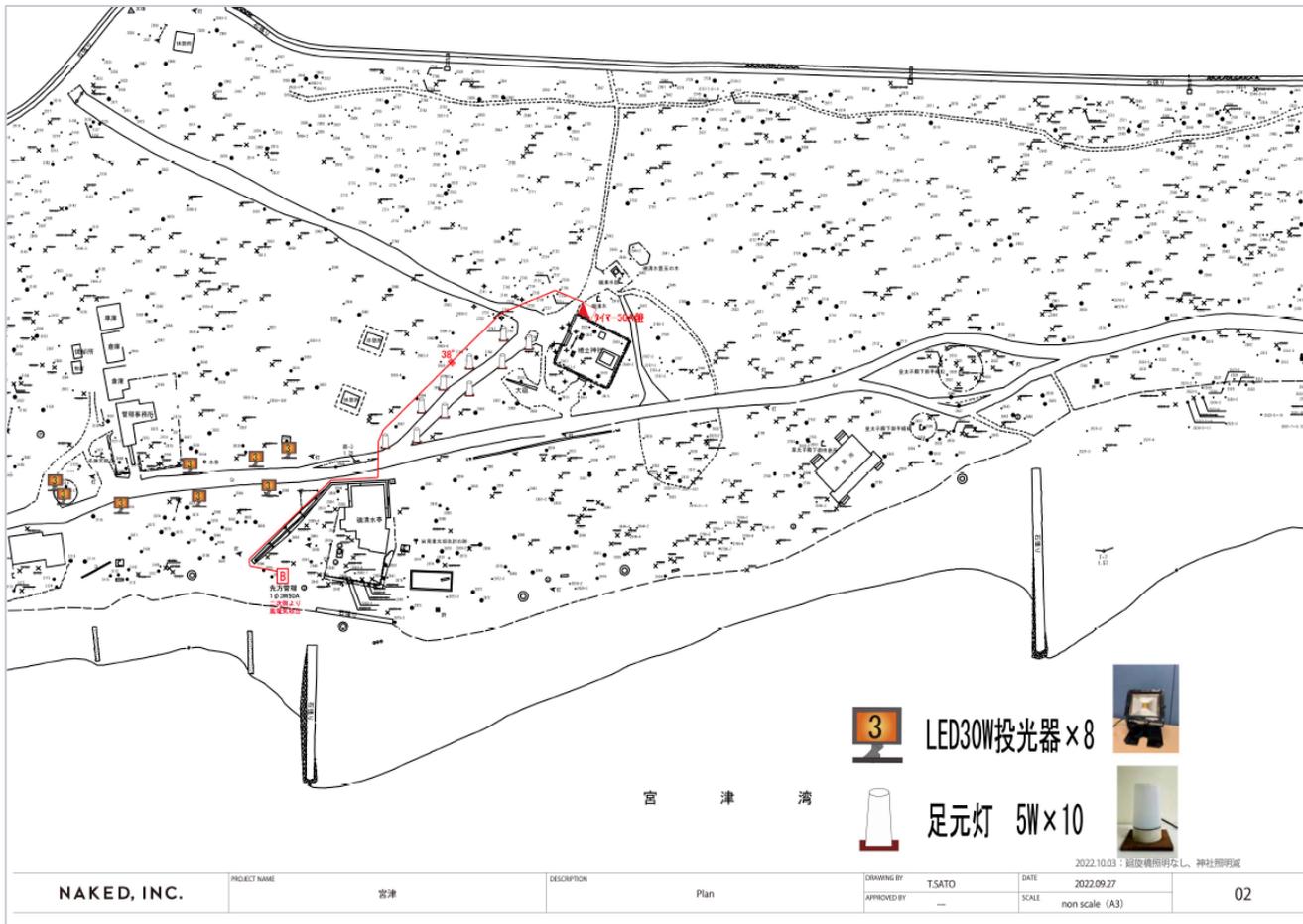


8. 現場運営（導線関連、感染症対策）

■各スポットの設営内容

『天橋立神社（橋立明神）入口参道』

天橋立神社 本殿へと向かう参道を行灯で照らし、本殿へと誘う光の参道。

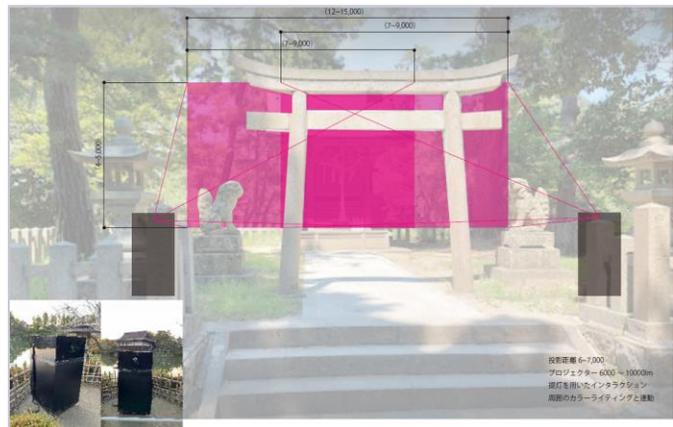


8. 現場運営（導線関連、感染症対策）

■各スポットの設営内容

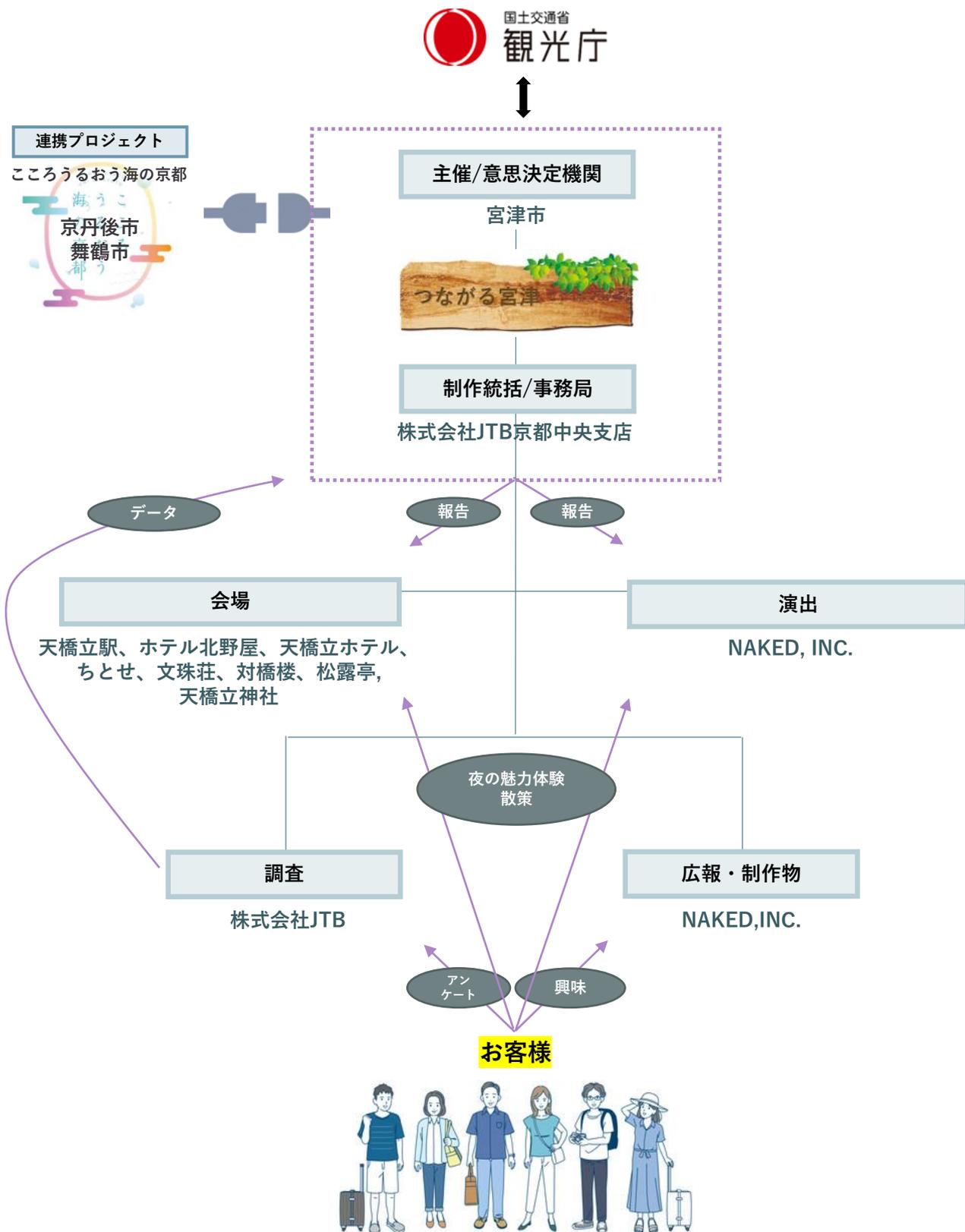
『天橋立神社（橋立明神）本殿』

大天橋同様の提灯インタラクティブ/プロジェクションマッピング。





9. 実施運営体制



【1】事業内容

**【2】事業成果**

【3】事業総括

## 1. KPIに対する達成度

①ナイトコンテンツへの参加者数：1000名以上

■達成状況：1,758名の参加実績。達成率175.8%。

目標をはるかに上回る結果をとった。ナイトコンテンツを増やし、夜営業の店が増え、夜にぎわいがある泊まって楽しい街へ、時間をかけて達成していく目標であるが、そのスタートダッシュとなる結果となった。

②市外参加者：参加者全体の50%以上

■達成状況：91.5%。達成率183%。

アンケート結果（n=189）がベースとなるが、宮津市内の参加者は8.5%にとどまり、その他は市外観光客であった。それに伴い、「宮津市での宿泊」客も52.9%となり、近隣地域での宿泊を含めると64%にのぼった。地域課題である入込客数に対する宿泊率の低さ、ナイトエコノミーに対する不満克服へ繋がる結果と言える。

③メディア取材件数：10件以上

■達成状況：達成。（前述、プロモーション内容詳細ページ参照）

放送関係では、11/12（土）ラジオ大阪「平田進也の耳からトラベル」等

④来訪者満足度：80%（4段階評価（不満、やや不満、満足、大変満足））

■達成状況：82.6%。達成。

一方で、「暗い、寂しい」等の不満の声もあった。当コンテンツだけで、一気に夜が賑わうわけではなく、夜営業の店や他のコンテンツが追随してくるまで、辛抱強い取組が必要となる。

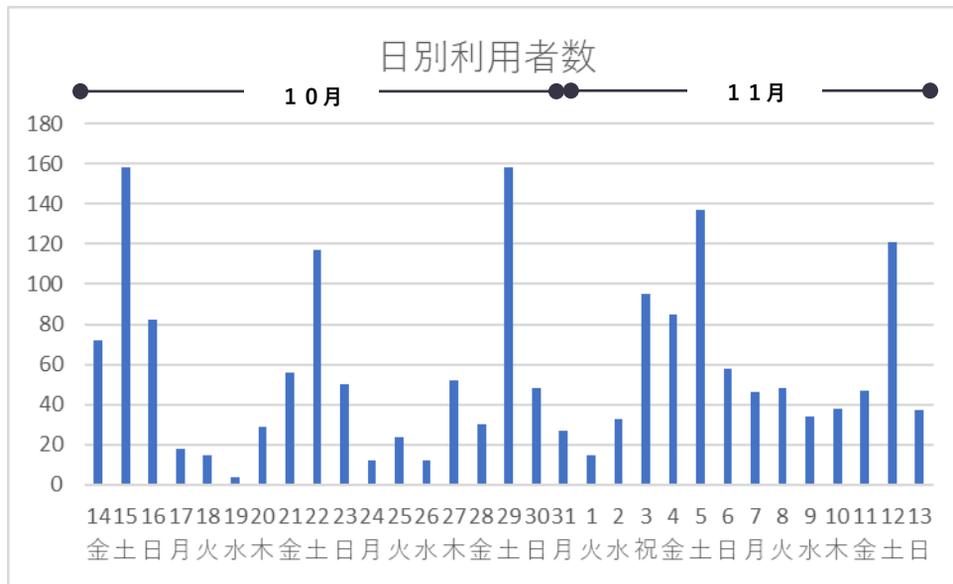
## 2. 利用実績

## ■利用者実績

天橋立駅、文珠地区の宿泊施設等でのNAKED提灯貸出し場所で受付した利用者数は以下の通りであった。

※提灯の個数を大幅に超えているため、貸出個数ではなく、受付した利用者総数である。

**利用者総数：1,758名**（提灯貸出総数：956個）



## ■利用者受付箇所内訳

日付	10/14	10/15	10/16	10/17	10/18	10/19	10/20	10/21	10/22	10/23	10/24	10/25	10/26	10/27	10/28	10/29	10/30	10/31
曜日	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
天気	曇り	晴れ	晴れ	曇り	雨	晴れ	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	雨	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ
天橋立駅	41	113	54	3	4	4	7	22	90	39	6	4	12	32	13	119	21	6
H北野屋	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
天橋立H	6	20	2	0	0	0	6	14	5	0	0	0	0	3	2	11	0	3
千歳	1	1	0	0	0	0	1	2	2	1	0	0	0	0	2	3	1	0
松露亭					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
対橋桜	20	21	26	8	6	0	13	16	15	10	6	20	0	13	8	20	20	9
文珠荘	4	3	0	7	5	0	2	2	5	0	0	0	0	4	5	5	6	9
日別合計	72	158	82	18	15	4	29	56	117	50	12	24	12	52	30	158	48	27

日付	11/1	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9	11/10	11/11	11/12	11/13
曜日	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
天気	雨	晴れ	晴れ	曇り	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	晴れ	雨
天橋立駅	2	17	59	44	83	43	24	25	16	15	24	72	11
H北野屋	0	0	0	0	0	2	2	3		1	2	5	4
天橋立H	0	6	9	9	17	8	5	2	0	4	0	14	2
千歳	0	0	1	3	2	1	0	0	0	0	1	2	0
松露亭	0	0	0	0	6	0	0	4	0	0	0	0	0
対橋桜	13	10	15	19	20	0	10	8	12	14	13	21	17
文珠荘	0	0	11	10	9	4	5	6	6	4	7	7	3
日別合計	15	33	95	85	137	58	46	48	34	38	47	121	37

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

## ■ アンケート調査

「宮津天橋立ナイトウォーク」に参加いただいた方にアンケートを実施した。  
 (NAKEDディスタンス提灯を借りられた方)

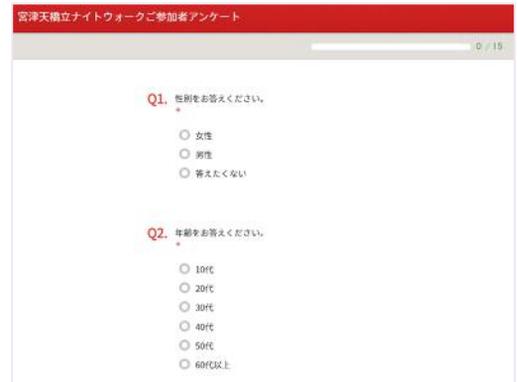
## 一 目的

1. 来場者属性や情報の入手経路を把握。
2. ナイトウォークがもたらした滞在時間延長や地域消費貢献度。
3. 満足度・期待度評価による魅力・質向上やリピート意識の確認。
4. 上記1～3を総合的に分析し、今後の観光整備の基礎資料とする。

## 一 調査手法

- ・ Webアンケート調査
- ・ 提灯返却時にアンケートQRコード付きのカードを配布

## アンケート画面→



## 一 分析手法

- ・ グラフによる可視化
- ・ グラフから読み取れる分析

## 一 設問内容

以下の、設問を行った。

1. 性別をお答えください。
2. 年齢をお答えください。
3. 職業をお答えください。
4. お住まいをお答えください。
5. ご来場方法をお答えください。
6. 本日は、お泊りですか？日帰りですか？
7. 当イベントを知ったきっかけをお教えてください。
8. 本日は、どなたとご来場されましたか？
9. 当イベントへご参加された理由をお教えてください。
10. 当イベントの満足度をお教えてください。
11. 満足いただけなかったポイントをお答えください。
12. 当イベントでよかった場所又はプログラムをお答えください。
13. 当イベントが有料でもお申込みされますか？
14. 当イベントが有料の場合、いくらであれば、お申し込みいただけますか？
15. その他、感想・ご要望等ございましたらお答えください。

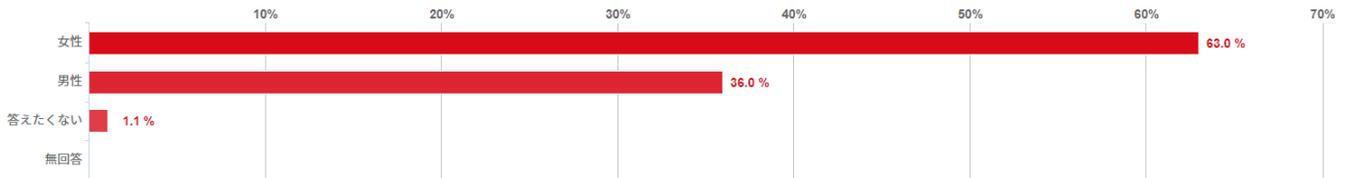
(15問、基本的に選択回答式)

## 一 回答数

n=189

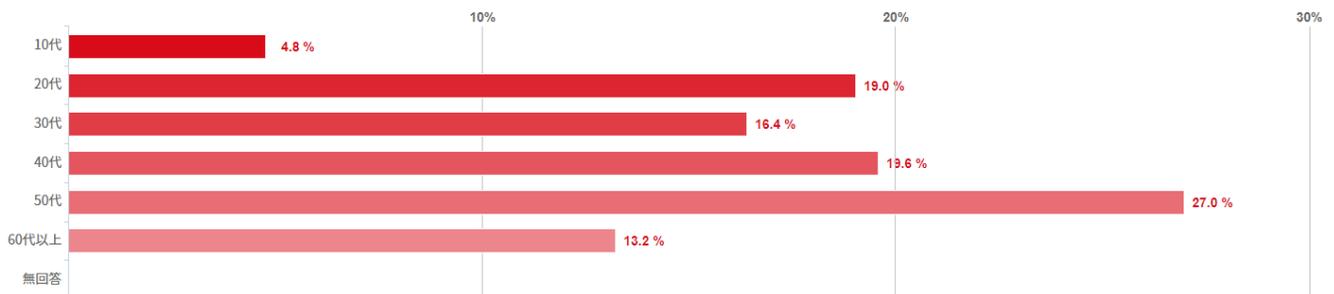
## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q1：性別をお答えください。



女性が6割を超えた。友人同士での訪問においては、男性同志ではなく、女性同志ということになる。よって、カップル参加においても当イベントの需要は女性にあると言える。

Q2：年齢をお答えください。

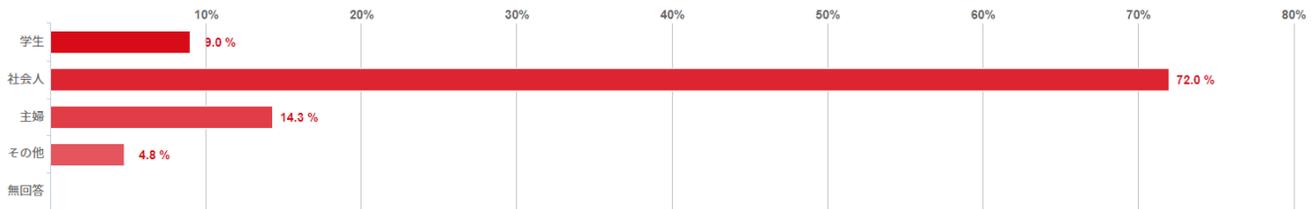


50代が最大ボリュームであるが、20代～60代以上まで大きな差はない。

地域の日常を知らない宿泊客が参加者の中心（後述）であり、夜の散歩は、住民だけが知る地域の夜の顔を垣間見る好奇心を掻き立てるのかもしれない。演出を加えることにより、年代問わず外出への誘導に成功したと言える。

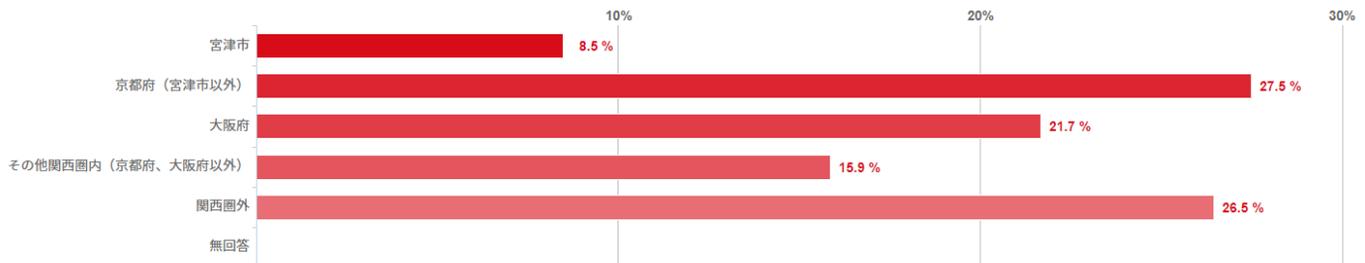
## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q3：職業をお答えください。



社会人が圧倒的で、宿泊との関連性が読み取れる。

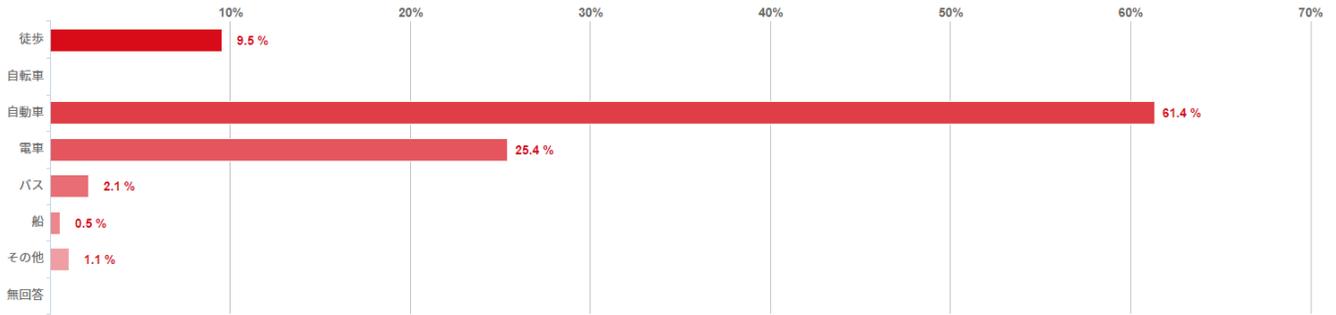
Q4：お住まいをお答えください。



実施したことは「夜の散歩」であったが、宮津市住民は8.5%にとどまり、実に91.5%が市外からの参加者となった。宿泊客や滞在時間、ナイトエコノミーの拡大が観光課題であることからすると、良い傾向だと言える。

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q5：ご来場方法をお答えください。



自動車が61%であった。2022年2月に宮津市が発表したWEB調査結果によると、自家用車は68%と7%低下しており、逆に公共交通機関での来訪が増えている。

「こころうるおう海の京都」における連携事業「宮津まるっぽパス」において、観光地をお得にスムーズに回遊できる2次交通サービスを開発したこと、当事業と連携した広報が効果を発揮したと推測できる。

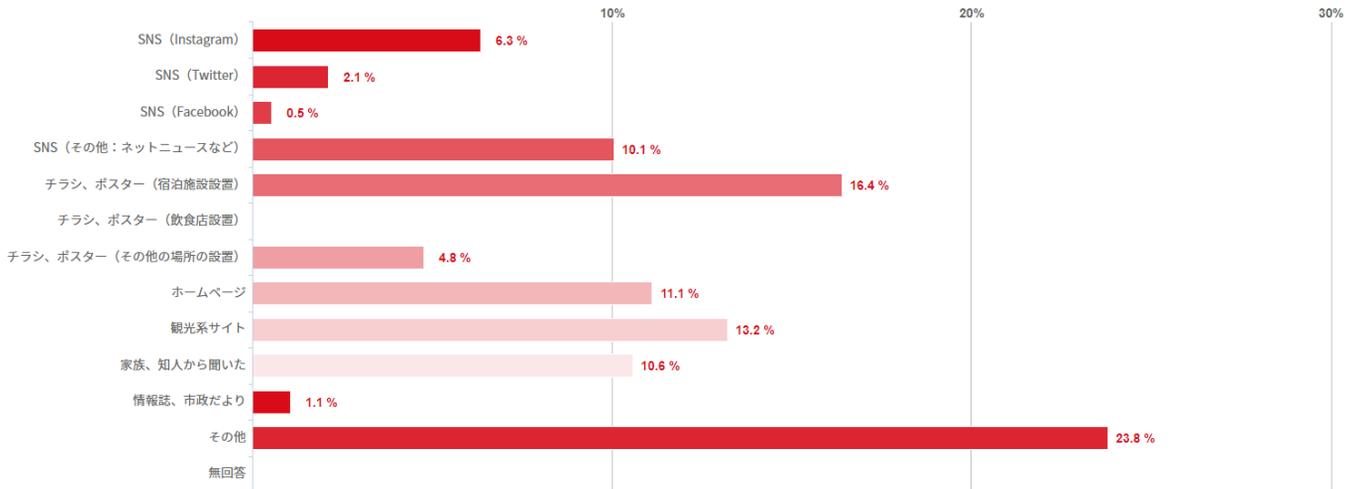
Q6：本日は、お泊りですか？日帰りですか？



設問4において、市外参加者が91.5%であったことと連動し、宿泊客は64%にのぼった。また、全参加者の52.9%、全宿泊者の83%は宮津市に宿泊しており、ナイトコンテンツ開催と市内宿泊の関係が密接であることがわかる。

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q7：当イベントを知ったきっかけをお教えてください。

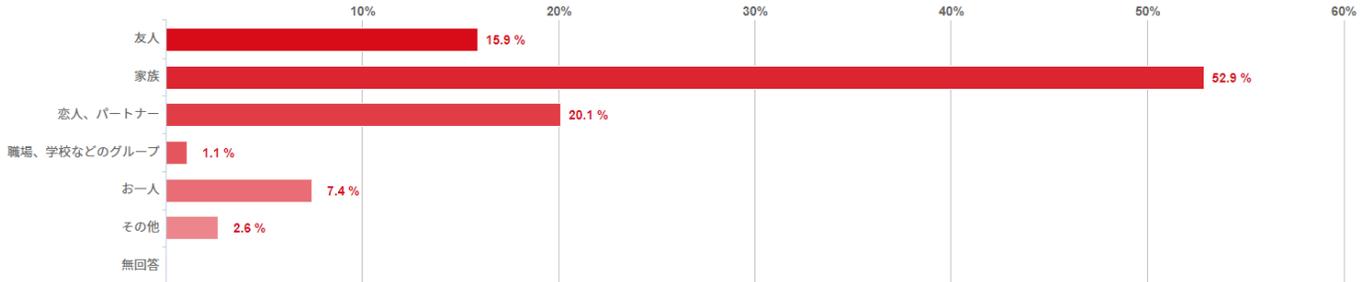


前述のプロモーション実施一覧、内容にあるように、多様にプロモーションを実施したことで、情報入手経路は分散されている。分散されたことによって、参加世代も全世代を網羅したともいえる。

「夜散歩」のような“旅先での発見”の好奇心を喚ぶコンテンツは、全世代共通の旅心と言え、ターゲットを絞り込んだ特定の媒体選定ではなく、様々な流通が必要であることがわかる。

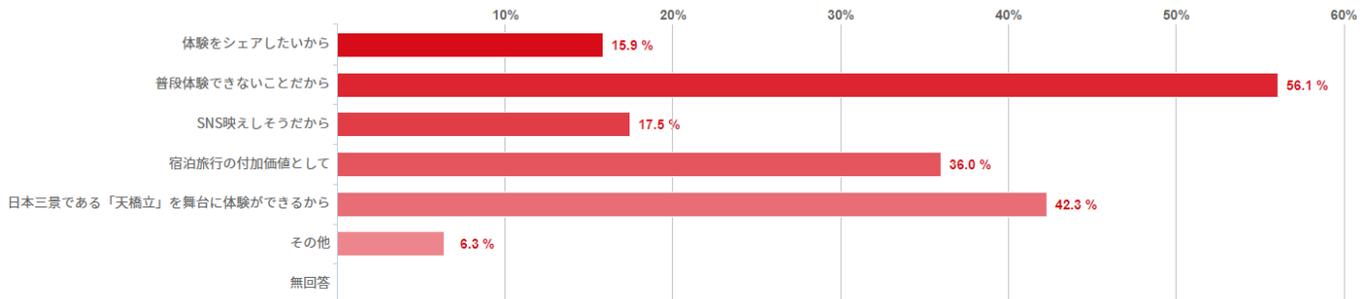
## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

## Q8：本日は、どなたとご来場されましたか？



家族が53%、友人や恋人等家族でない複数参加は36%であった。  
突出したターゲットを持たないコンテンツ、全世代ウケするコンテンツであったことがわかる。

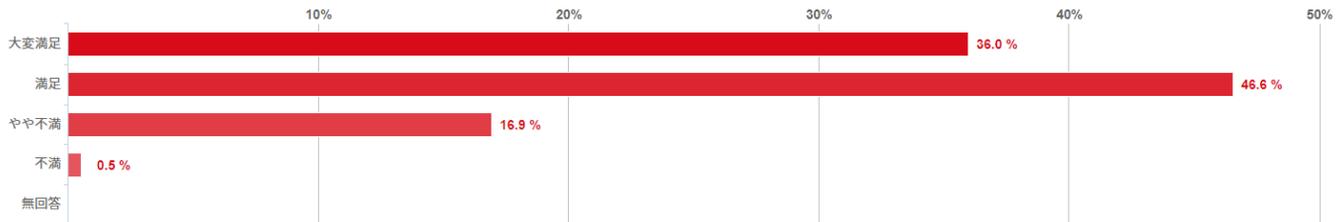
## Q9：当イベントへご参加された理由をお教えてください。（当てはまるもの全てお答えください）



美しいイルミネーションや、カラフルでお洒落な提灯演出は、SNS映えやシェアではなく、非日常性、天橋立と自分のコラボ、旅の印象的な思い出等、「自分を充足させる」旅の演出に繋がっていることがわかる。

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q10：当イベントの満足度をお教えてください。



82.6%の人が満足した。少数だが不満もあり、後述のように「暗い、寂しい」まだまだ足りないその他の夜のにぎわいに対することと、今回初めての取組であるため、こまかな情報等、域外観光客への細かな配慮ということであった。

Q11：やや不満、不満を選択された方は、満足いただけなかったポイントをお答えください。

風情  
不満

運営  
不満

茶屋通りが暗かった

場所が良くわからなかった

町全体でナイトウォーク  
の風情があれば・・・

情報が少ない

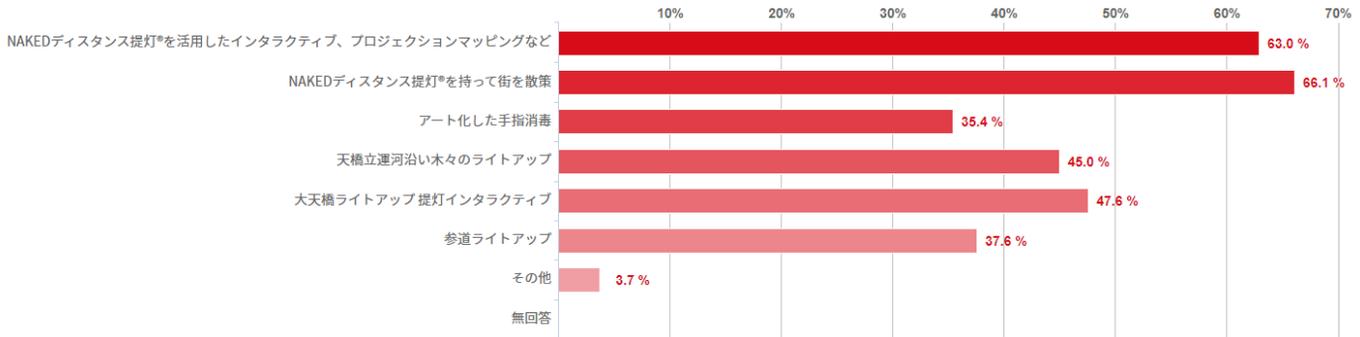
肝試しみたいだった

提灯に棒がついてると、  
一人でも撮影しやすい

(分析コメントはQ10に反映)

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q12：当イベントでよかった場所又はプログラムをお答えください。  
（当てはまるもの全てお答えください）



単なるイルミネーションでなく、インタラクティブに動く光や、自らが光の演出に加わることになる提灯などの趣向が評価を得た。

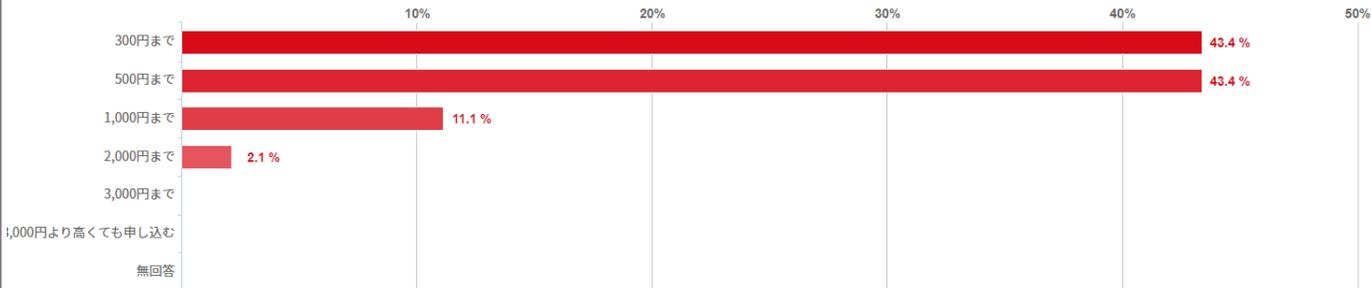
Q13：当イベントが有料でもお申込みされますか？



当イベント単体では有料と見せないほうが良く、宿泊や地域クーポンとのセットで有料とすることが肝要だ。そのことで、観光客への印象も良く、また地域の観光経済に相乗効果が生まれることになる。

## 3. 調査・分析（アンケートによる分析）

Q14：当イベントが有料の場合、いくらまでであれば、お申し込みいただけますか？（単独の場合）



有料ならワンコインまでが相当ということになる。このコンテンツで儲けるということだけでなく、このコンテンツで夜外出のきっかけを作り、地域としてナイトタイムエコノミーの相乗効果を出していく仕組み作りが必要と言える。

Q15：その他、感想・ご要望等ございましたらお答えください。

Positive

Negative

普段できない素敵な体験

プロジェクションマッピングの場所がわからなかった

イベントとしては非日常的で良かった

インタラクティブ演出の装置が作動しなかった

交通の待ち時間が長くタイミングがあわせづらい

綺麗だった

駐車場や交通情報もあれば良い

これ単独だとちょっと寂しく、他と合わせ技欲しい

事前に貸出し時間や場所情報が少ない

良い感想は、非日常を提供できたこと。悪い印象は、情報不足もあるが、まだまだ足りない街としての夜の活性ということになる。

【1】事業内容

【2】事業成果

**【3】事業総括**

## 1. 事業総括

## ■本事業の総括

本事業の目的は、ナイトコンテンツを造成することで、夜営業する観光施設が増加し、地域が一体となった滞在型観光の受入環境整備の足掛かりを作ることであった。その観点から、本事業が滞在型観光促進への足掛かりとなったかどうかを総括する。

## ▶ K P I ・利用実績から見える成果と今後の改善・推進ポイント

目標をはるかに超え（目標1000名：実績1758名）、実績は好調であった。その意味で、滞在型観光への「足掛かり」事業としては成果があったと言える。

成果ポイントとして、以下の2点を挙げておきたい。

①地域観光事業者や行政が、本事業と連動し、広報、NAKED提灯の貸出しを積極的に行ったことや、「光のアトリエ」等同種のイルミネーションイベントと連携したことで、観光客の期待や体験価値が向上したことがあげられる。

②天橋立という一度は遠方からも訪れてみる価値のある著名な絶景資源に対し、全国の認知画像として定番となっている「晴れた昼の天橋立」の美景を「見る」だけでなく、「夜の顔」を見てみたい、「足を踏み入れて体験したい」という二次的欲求に繋がっているのではないかと。

①において、今後取り組みとしての強化ポイントは「地域一体」の更なる連携で、それは、

「人：制作（イベンター・クリエイター等）×地域観光事業者×行政」、  
「イベント：当該イベント×周辺の類似イベント×飲食など楽しさを増幅する体験」  
「プロモーション：ビジュアル×価値解説 + ターゲット×媒体種類の適合」

等が、どれも孤立することなく、複合的に絡まっていることが重要になってくる。

②は、旅行に出るきっかけとして有名な観光地の画像で認知し訪問意欲が湧くことが多く、今後大事になってくるのは、

## 全国各地に認知済みのビジュアルイメージから脱皮し、新たなビジュアルイメージに転換

していくことである。

英国の社会学者ジョン・アーリは、『観光のまなざし-現代社会におけるレジャー旅行』の中で、「観光客は旅行前に見たパンフレットやテレビの風景を自分で撮影した写真に収めることによって、その場所に本当に行ったと証明し満足する」と分析している。

観光振興戦略としては面白い話だが、少なくともタビマエに見たビジュアルイメージが訪問意欲の喚起に繋がることは間違いないため、滞在型観光を促進する旅の過ごし方を新たなビジュアル教材として多用することが重要で、「夜の宮津を楽しみたい」という観光客の訪問意欲喚起策に転じたい。

多くの市外観光客の誘客に貢献し、また高い満足を感じていただいた今回の事業を機会に、上記の意味での「地域一体」を強化し、新たなビジュアルイメージで滞在価値をPRしていくことで、『夜そぞろ歩きできて、泊まりたくなる温泉地』に進化していく期待ができる。

## 1. 事業総括

(本事業の総括 続き)

### ▶アンケート結果から見える成果と改善ポイント

過去の調査データと比較して、自家用車による来訪が減少し公共交通機関利用が増えたこと、本イベントの多くが宿泊客であったことから、「宮津天橋立ナイトウォーク」が孤立したイベントではなく、「こころうおう海の京都」によりカスタマージャーニーに沿ったサービス向上を目指した事業連携が奏功したことを物語っている。

また、媒体の入手経路が分散していたことは、当イベントが幅広い世代に好奇心を掻き立てる体験であったことを証明している。

これらのことから、「宮津天橋立ナイトウォーク」を万人受けする宿泊者の定番体験としながら、今後強化すべきは、ナイトウォーク以外のシーンにおいて、その万人を世代や嗜好別にセグメントしカスタマージャーニーを描き、それぞれのターゲットがより満足する体験・サービスを多様化させることが重要だと考える。

また当イベントは無料であり、アンケートによると提灯貸出に価格をつけるとしたら@500円程度が相場感であった。提灯を持ってそぞろ歩くには体験性、参加性があるため有料も考えられるが、敷居のない自然に対するイルミネーションは有料化するには検討事項も多いと思われる。

そうすると、イベント収入で観光消費額を上げるのではなく、市外からの多くの宿泊客が参加するこのイベントに便乗して、周辺の飲食・観光事業者が儲かることで観光経済を活性化することを考えることになる。そのためにはますますの地域一体取り組みが重要だ。

参加者は、当イベントの満足ポイントとして、SNS映え等の目に映る事実ではなく、

**「非日常」や「参加性」「印象深さ」等、「心の充足感」**

を挙げた。

「旅に出る理由」の多くは、「日常の喧騒からの解放」や「大切な人との絆を深めるため」等であり、旅人はまさに「心の充足」を求めている。

そのことから、宮津の旅が「心の充足」に繋がっているのであれば、**彼らは、再び心を癒しに来たり、絆を深める場所のリピーター**になるだろう。

こうした流れに「地域一体」強化により、滞在中に、観光客と住民との交流や、日常にない新たな発見ができるようになれば、宮津は第二の故郷のようになることが期待できる。

### ▶まとめ

本事業は、域外宿泊客にその世代・嗜好に関わらずウケた。宿泊客にはせっかくの旅先の夜にこうしたイベントがあれば、参加意向は強いということがわかった。

よって今後の強化ポイントは、夜に宿から外へ出る当イベントのようなナイトコンテンツに乗じて、飲食店・観光事業者が営業する体制を構築し、夜も賑やかで楽しい観光地を目指し、ナイトエコノミーによる観光経済を活性化することだ。

また、プロモーションにおいても、「昼の絶景」から「夜も楽しい街」へのイメージシフトも重要で、すでに認知度の高い「昼の天橋立」に加え「夜の魅力」をビジュアル型で発信し、滞在の充実をタビマエの観光客にイメージさせる方策が重要である。

## 2.次年度以降に向けた取組方針

### ■観光振興に向けた方向性

#### ▶事業成果から見えてきたこと

「宮津天橋立ナイトウォーク」は、観光経済の更なる活性化に強く関与できることがわかった。

### 「ナイトタイムエコノミー」

について、地域一体となって戦略とアクションプランを練る必要がある。

天橋立の絶景ビジュアルが全国的に認知されている宮津市の宿泊観光ポテンシャルは高い。コロナ前の2019年の宿泊客数は、約60万人泊と海の京都他市町村と比較しても圧倒的である。  
(京丹後市：36万人泊、舞鶴市：11万人泊 ※海の京都DMO調査より)

となると、宿泊客が滞在をもっと楽しみ観光消費に貢献いただくためには、「宿泊している場所の夜」の充実だ。

そのためには、キラーコンテンツとなる当イベントのような街をそぞろ歩かせる体験に、飲食・観光事業者が絡んでいくことが第一だ。アンケートや実績が証明したように、「宮津天橋立ナイトウォーク」は、観光客を宿に拘束せず、夜の天橋立に繰り出すことを促すことができる。その時に、街がもっと賑やかで楽しい雰囲気となるように、飲食店や観光事業者は観光客をもてなしていただけるよう取組を推進したい。それが街の観光ブランディングと事業者の観光収益に繋がるからだ。

#### 制作（イベント・クリエイター等）×地域観光事業者×行政

が一体で取り組み、

イベント同士が連携し、飲食など楽しさを増幅する体験がサポートする。

各ターゲット毎の媒体方針でビジュアルと価値解説を巧みにプロモーションする。

ナイトタイムエコノミー創出、活性へ向けた戦略とアクションプランを練るうえでは、こうした考えを念頭に置いておく必要がある。

今回事業の目的が「滞在型観光」拡大であることを考えると、ナイトタイムの話だけではない。

「天橋立」を持つ宮津は、周辺市町村と比較して誘客力にアドバンテージを持つ。

誘客された観光客の時間をいかに延ばし、いかにリピートさせるか、について、同時に考えていきたい。

「夜の充実」だけでなく、旅人の「心の充実」を旅先である宮津が創っていくことで、滞在価値とリピートニーズが増えるのではないかと考える。

前述したように、「旅に出る理由」の多くは、「日常の喧騒からの解放」や「大切な人との絆を深めるため」等であり、旅人はまさに「心の充足」を求めている。

そのためには、

### 「心の充足をテーマにした体験サービス」

を充実させることが必要である。

様々な理由で旅に来た人のカスタマージャーニーをそれぞれ描く。

恋人と二人きりの時間を過ごすために宮津に来た人、日常の喧騒から解放されたくて宮津に来た人、久しぶりに親子で思いっきり遊ぼうと宮津に来た人、等、それぞれの境遇を持ち宮津に来た人が、どんなことを期待しているか、どんな観光資源が活きるか、宮津の人たちは観光客にどんなふうに接しようか・・・。

こんな検討が、観光客にとって「宮津を旅する心地よさ、充足」になり、ファンを創るのではないだろうか。