

「海の京都 ～丹後・中丹 魅力ある観光まちづくり～」構想

1 構想の趣旨

- ＊ 日本海に面する府北部地域は、古代より、大陸との交流の窓口として栄え、日本の国生み神話の重要な舞台となった、いわば「もうひとつの京都」である。
- ＊ この府北部地域では、平成26年度までに予定されている京都縦貫自動車道や舞鶴若狭自動車道の開通、北近畿タンゴ鉄道の再生等による陸の交通基盤の整備進捗、大型クルーズ船等に対応した京都舞鶴港の埠頭整備など海の交通基盤の整備進捗により、陸路・海路双方からの人・ものの流れが飛躍的に増大していくことが予想される。
- ＊ 本構想では、こうした歴史的・地理的背景や交通基盤整備の進捗を活かし、府北部地域を全国有数の競争力のある観光圏にしていくため、「海の京都」というインパクトのあるキャッチフレーズのもと、マーケティングや観光プロモーション、イベントなどのソフト面の施策に加え、観光地の景観整備や観光施設のリニューアル等ハード面への集中投資を行うことにより、魅力ある観光まちづくりを総合的かつ計画的に実施する。
- ＊ 対象地域は、原則として、府北部地域（中丹、丹後広域振興局管内）とする。

2 めざす将来像

- ＊ 内陸の観光地とは異なる魅力で強い集客力を持つ新たな観光圏が形成され、府内の観光構造が、京都市を中心とする「陸の京都」と府北部の「海の京都」が並び立つ双極構造となっていること。
- ＊ 観光客が旅行先を選ぶ際に最初に思い浮かぶような、強いブランド力を持った観光拠点が複数箇所整備され、それぞれの拠点が、関西圏はじめ首都圏・中部圏等の国内はもとより、海外においても日本を代表する有数の観光地として認識されていること。
- ＊ 観光客が最初に降り立つ海・道路・鉄道それぞれのゲートウェイが魅力的なエリアとして整備されているとともに、圏内の観光拠点等を結ぶハード・ソフトの周遊システム（交通インフラ、周遊旅行商品等）が観光客起点に立って整備され、観光客の滞在時間が伸び、宿泊客が増大することにより、地域経済への波及効果が顕著になっていること。
- ＊ 構想の実現を目指す過程の中で、圏内の様々な分野で社会や事業のイノベーションに挑む人たちが増え、そうした人たちにより持続可能な内発的地域づくりが実現していること。

3 現状と課題

- ＊ 今後、府北部地域では、次のように交流基盤整備が進展する予定

項目	内容
京都縦貫自動車道	・ 沓掛IC～大山崎JCT（平成25年4月） ・ 京丹波わちIC～丹波IC（平成26年度完成）
舞鶴若狭自動車道	・ 小浜IC－敦賀JCT（平成26年度完成）
京都舞鶴港	・ 第2埠頭7万トン級クルーズ客船対応化（平成25年3月） ・ 国際埠頭11万トン級クルーズ客船対応化（平成25年度完成）
北近畿タンゴ鉄道	・ 水戸岡氏設計・デザイン車両導入（平成25年4月）

＊ 交流基盤の整備効果を確実に観光誘客に結びつけ、北部地域の持続的な発展を実現するためには、次の課題の克服が必要

- ・ 府北部地域には、日本三景・天橋立や世界ジオパークをはじめ数多くの優れた観光資源があるが、統一したデザインによる観光地としての景観整備や、観光地に不可欠な魅力的なコンテンツ（名物料理、土産物、飲食店、宿泊施設、イベント、行催事等）が不十分
- ・ 優れた観光資源があるものの、広い範囲に点在しており、それらを周遊するシステムが十分に整備されていないため、滞在時間の短い日帰り観光客が多く、地域経済への波及効果も限定的（宿泊を伴う観光客は、城崎温泉など府外の観光地を選定する傾向が強い。）
- ・ 京都府に海が存在すること自体の知名度が低いことに加え、世界ジオパーク等の自然景観やシーカヤック等の海のスポーツ、ブルーツーリズムなど、観光資源としての「海」の多面的な活用が不十分
- ・ 観光産業（旅館・販売等）を支える若手人材が不足
- ・ 地域内のやる気のある民間の人たちが、自由闊達に活動できる風土の醸成や環境の整備が不十分

4 基本戦略

＊シナリオ（論理展開）

- ①地域の人たち自身が愛し大切にしたいくなる統一感のあるまちづくり
- ②地域主導の持続可能な観光振興
- ③観光産業・サービス業等による雇用創出
- ④若者をはじめとする人口定着

＊ 具体的目標 もう一度来たいと思う人の割合 100%

＊ 行動原則

- ①「民主導」の徹底
- ②「デザイン」の重視
- ③「集中とネットワーク」戦略の展開
- ④「オンリーワン・高品質・ほんもの」の追究

5 当面のアクション

(1) 民主導の観光まちづくりを進めるための仕組みづくり

※ 府北部地域を訪れる人たちにとって真に魅力ある「観光まちづくり」を行うためには、地域住民の方自身が地域の良さを実感することが重要である。

このため、各地域で、「魅力的な観光」の大きな要素となる「買う」「食べる」「遊ぶ」「ゆっくりと過ごす」等の時間を楽しむ仕掛けが、地域住民自身により内発的に生み出される持続可能な観光まちづくりをめざす。

<アクション>

- ◆ 地域内外で質の高い観光まちづくり実践する人達の実践会議への参画を促進
- ◆ 頑張っている人達の情報等をできる限り多くの関係者間で共有し、海の京都づくりの気運を醸成
- ◆ 実践したい内容に応じて、経費面をはじめ、人材の紹介やデザインに係る技術的助言等の支援を実施

(2) 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成

※ 「海の京都」の重点整備地区を、原則として1市町につき1箇所設定し、府道などの公共施設や旅館の外観などをデザインを統一して美しく整えることにより、府北部地域を訪れる観光客の最初の目的地となるような発信力・集客力のあるエリアを「戦略拠点」として整備する。

<アクション>

- ◆ 重点的に整備を行う戦略拠点は次の通りとする。

○福知山市：お城とスイーツを巡るまちなか観光エリア

○舞鶴市：舞鶴赤れんがパーク周辺一帯

○綾部市：グンゼから大本に至るまち並み

○宮津市：天橋立

○京丹後市：浜詰（夕日ヶ浦温泉）・久美浜エリア

○伊根町：伊根浦地域内（伊根浦舟屋群のある平田地区内を中心に整備）

○与謝野町：昭和モダン・シルクの里もてなしゾーン（特にちりめん街道）

- ◇ 戦略拠点ごとに、各市町において、関係者によるまちづくり委員会（仮称）等を設置し、「海の京都」のコンセプトに合致したマスタープラン等を策定
 - ・ ハードを含めたまちづくりのデザイン（パース等）の決定
 - ・ 役割分担（実施主体、経費等）の決定 等
- ◇ 実施計画に基づき、役割分担しながら事業を実施
 - ・ プロのデザイナーによるアドバイスの実施や色使いの統一等を行い、景観デザイン等にこだわった整備を推進
 - ・ 公共施設については、府や市町の管理者が整備。民間施設については、景観形成に資する観光関連施設の外装改修等の修景補助金等を活用して整備
- まちづくり・景観関係
 - ・ 散策路、遊歩道、植栽、ファサード、サイン、ライトアップ、休憩所、トイレ、親水施設ほか
- 民間施設関係
 - ・ 旅館、民宿、ホテル、温泉施設、レストラン、食堂、カフェ、居酒屋、土産物屋、観光バス、観光船、駐車場、観光ガイド案内センターほか

（３）「戦略拠点」等を結ぶ観光交流基盤の整備

㍿ 道路、鉄道等の交流基盤の整備を推進し、府北部地域への日帰り観光圏を中京圏等に拡大するとともに、日帰り観光をより経済波及効果の高い滞在型観光へと転換していくため、各「戦略拠点」等を結ぶ広域の回遊システム（交通インフラ整備、周遊観光プランづくり等）を戦略的に整備する。また、北近畿タンゴ鉄道への新デザイン車両の導入等により、旅の魅力向上を図る。

<アクション>

- ◇ 交通の核となる京都縦貫自動車道等の「道路」、「北近畿タンゴ鉄道」、「京都舞鶴港」について着実に整備を推進
- ◇ 周遊ルートを設定し、そのルートを観光客が快適に移動することができるような公共交通システムを整備
- 道路関係
 - ・ 京都縦貫自動車道、舞鶴若狭自動車道、鳥取豊岡宮津自動車道等の整備
 - ・ 「道の駅」の整備
 - ・ 「由良川回廊自転車道（仮称）」の整備 ほか
- 北近畿タンゴ鉄道関係
 - ・ 魅力ある車両の計画的整備と新車両導入による誘客活動の展開
 - ・ 鉄道施設の快適性及び安全性の更なる向上
 - ・ 鉄道経営体制の抜本的見直し
 - ・ 駅機能、駅周辺の再整備及び未利用地の活性化、ほか
- 京都舞鶴港関係
 - ・ 国際フェリー、外航クルーズの誘致のための旅客対応施設等の整備、ほか
- 二次交通（鉄道駅～観光地など）関係
 - ・ 路線バス、自転車、船など、鉄道駅や主要駐車場等と観光地とを結ぶ交通の利便性・魅力の向上

○周遊コース

- ・周遊観光プラン、周遊観光ツアー企画の作成、ほか

(4) 戦略的な広域観光プロモーション

㍉ 「海の京都」の統一的なテーマ・コンセプトによる観光プロモーションをはじめ、観光客誘致のためのマーケティングや観光企画づくりなど、「海の京都」の知名度向上、観光客増加につながるような広域的観光事業を戦略的に展開する。

<アクション>

○誘客関係

- ・イベント、フェア、祭り、ほか
- ・観光大使の委嘱、首都圏等での観光PR、観光ポータルサイトの運営、ガイドブック、エリアマップの作成、ほか
- ・KTR、高速バス、クルーズ船寄港等と連携した各種ツアーの造成
- ・観光遊覧船、シータクシーなど海を活用した商品の充実

○観光企画関係

- ・名物料理、土産物の開発、ほか

○ブランド戦略

- ・「海の京都」統一ロゴの作成
- ・「海の京都パスポート」の作成 等

○マーケティング

- ・観光客の満足度、訪問回数等をアンケート等により調査 ほか

6 推進体制

以下の3つの組織を新設（一部再編）し、役割分担しながら、協働してプロジェクトを推進する。

(1) 海の京都実践会議【新設】

- ・内外の民間事業者、経営専門家等で構成（事務局・府計画推進課）
- ・主として、海の京都PT、海の京都観光推進協議会への助言・事業提案

(2) 海の京都観光推進協議会【丹後広域観光キャンペーン協議会を再編拡充】

- ・地元自治体及び観光関連団体等の会員で構成（事務局・京都府観光連盟）
- ・海の京都構想の共有
- ・主として、「戦略的な広域観光プロモーション」の実施主体

(3) 海の京都PT（プロジェクトチーム）【新設】

- ・京都府、北部地域の市町で構成（事務局・府計画推進課）
- ・海の京都構想の作成
- ・主として、「民主導の観光まちづくりを進めるための仕組みづくり」「発信力・集客力のある『戦略拠点』の形成」「『戦略拠点』等を結ぶ観光交流基盤の整備」の実施主体