

第1回「海の京都実践会議」結果概要

1 日 時 平成25年2月6日(水) 14時～16時15分

2 場 所 ルビノ京都堀川 2階 加茂の間

3 主な内容

(1) あいさつ(岡西副知事)

- 実践会議には、北部地域から心意気のある方々、外部から各種分野のトップを走っておられる方々に参画していただいている。ぜひ双方から、エッジのきいたご意見、ここにしかない観光まちづくりを進めるためのご意見をいただき、それをしっかりと実行していきたい。

(2) 基調報告：これからの観光地域づくりについて(観光庁観光地域振興課 七條課長)

- 観光立国の基本理念「住んでよし、訪れてよし」を具現化するためには滞在交流型観光への転換が必要であること、また、その参考事例や「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに必要な要素等についてご報告をいただいた。

(3) 議 題

- 事務局から、「海の京都構想(素案)」「北部7市町における戦略拠点について」「ワーキングチームでの検討内容」等について説明

<実践者の皆様の実現したい事項、提案事項の報告等>

- 福知山は海にも面しておらず、観光の取組も弱かったが、昨年、「るるぶ福知山」を発行し、観光客にスムーズに案内が出来るようにしたところ。明智光秀、細川ガラシャの大河ドラマ誘致も進めている。来年は駄目だったが、引き続き取組を進めていきたい。
- 天橋立の世界遺産登録を目指して取組を進めているところ。天橋立は、智恩寺、元伊勢籠神社、成相寺等が宗教的な線なので、文珠地区のみでなく、文珠・府中地区とした方がよいのではないか。
- 海をどう活かすかが最大のポイント。宮津、伊根、舞鶴をどうつなぐかが大切。また、統一感のない街路樹等の整備も必要。
- 理想的な観光地はハワイのようなところ。どこからでも欲しい物が手に入るような仕組みができていれば理想的。観光客に丹後全体で満足して帰っていただけるような仕組みづくりを今進めているところ。
- 砂浜で何かをしようとする環境省に前例がないとして断られる。プライベートビーチなどができると思うが、丹後のイメージを確立できるようにしていきたい。
- 交通事業をしていて感じるのは、観光地が“点”として存在していること。観光圏として発展させるためには、観光地を点から線、線から面へとつなげていく必要がある。点から線ということで、振興局の力をもらいながら宮津・天橋立と伊根との間でシャトルバスを運行し実証実験をしている。今後、さらに面への展開として、東京の丸の内で運行されているようなループバスを導入できないか実証実験をしてはどうか。観光地はもちろん、旅館やKTRの駅等を通りながら運行するループバスは、観光に来られるお客様の利便を格段に向上させると思う。
- 大阪と丹後間的高速バスを昨秋から伊丹空港に乗り入れさせ、観光客の誘致に取り組んでいる。伊丹空港は重要な交通の結節点。また、京都縦貫道(二外)の開通にあわせて、京都からの高速バスルートも見直していきたい。
- 伊根町は変わらない自然が売りになる。食材もよい。あまり変えることなく、文化的なものを売りにしていきたい。
- 高齢者と若者との間に温度差がある。2年間でこの温度差を縮めることは難しいので、そのためのアイデアをぜひ教えてほしい。
- 伊根の第一次産業である漁業の魚の流通の方法について、今までと違う新しい流通の方法を考えなくてはならないのではないか。海の京都というなら、漁師さんが沢山いる活気ある本物の漁村でなく

ては魅力がなくなってしまうのではと考えているので、この思いがブレないようにアイデアを考えて動きたい。

- 海を見たことのない人、伊根を知らない人もいると思うので、ぜひ遊びに来て欲しい。会議も海の近くでぜひ開催してほしい。また、海の京都事業について、町の人みんなに知ってもらった方がよいので、PRしていきたい。
- 観光の地域づくりは「人」につきる。
- 丹後は大変恵まれている。ただ、京都が印象深すぎて、観光客が京都で止まってしまっているところがある。京都府が京都に海があることをアピールしてくれるのは良いこと。京都がつくとブランド価値が上がるし、京都に海があることも少しずつ認知されてきている。
- それぞれが自分にしかできないことを自助努力して点から面へと広げていくことが必要。
- 丹後には空いた土地が多くある。長野県のように別荘地の誘致をしてはどうか。美味しいものは丹後の方が多くある。
- 戦略拠点ごとに代表者を選んで競争をしてはどうか。
- 綾部は京都と丹後の中間点になるので、点から線、面にする拠点となれるのではないか。通過点として立ち寄ってもらいたい。3つの飲食店を経営しているが、アジアからの観光客にも立ち寄ってもらっている。
- 福知山は鉄道のまち。梅小路のSLを綾部から丹後まで走らせたり、トロッコ列車を借りて走らせたりするのもよいと思う。
- 京都からIターンで上林に入ったが、感じたのが、年長者と若者の意識の差や、地元の人が地域の風景を誇りに思っていないこと。地域の人が誇りに思っていることが宝になる。京都の雅びの文化を支えたのが、中丹の鄙びの文化だというストーリーをアピールしていくことが重要。
- 舞鶴でも、人口減少に歯止めがかからなくなっている現在、観光による流動人口の増大と経済波及効果を求める動きが強い。その危機感から、行政依存でない民間出資の舞鶴広域観光公社を設立して、着地型観光の商品造成などを実施してきている。
- 大型フェリーが海から来たとき、舞鶴は表玄関になる。観光協会では行政依存でない自立した取組を進めていくため、2種免許をとり、迎え入れる仕組みづくりを進めている。
- 舞鶴ではブランド戦略の拠点を赤れんがパークと定めたので、そこに資源を集中させていきたい。5月には「ASEAN ファッションウィーク」も開催されるので、観光を定着させたい。
- 一番大切なのは北部を一つにまとめること。民間レベルでも頑張るが、京都府も資源を集める仕組み、旅行造成など総力をあげられる仕組み(プラットフォーム)をつくってほしい。
- 三十数年前に北部に来たが、様々な資源があり、また、ほどよい不便さがよい。ただ、KTRは非常に不便。JRとの連携が悪いので改善できないか。本社も早く宮津に移してほしい。また、コウノトリ但馬空港もうまく活用できないか。少しだけ便利になって欲しい。
- 宮津の高速出口は電線がなくなり、非常に美しくなった。
- 丹後王国1300年の歴史をうまくつなげられないか。大陸から見ると北部は表玄関。
- 自然環境がよいので、健康志向を活かしてスポーツイベントも出来るとよい。
- 伊根町には土地がないので駐車場の確保が難しい。宮津には駐車場があるので、宮津から船で伊根に来るというアイデアは大変面白い。宮津と伊根で1泊ずつしてもらえれば滞在時間も増える。舞鶴、宮津からだ陸路よりも船の方が移動時間も早い。
- 食にももっと目を向けてほしい。よい食材があるがまだ知名度が低い。また、特産品が少ないので、加工工場をつくって地元の人達による特産品づくりが進むと良い。
- 天橋立の観光客は平成16年のピーク時から比べると半分くらいになっている。文珠の景観まちづくり計画は一旦頓挫しそうになったがまた動きだそうとしており、地元の人達も前向き。ただ、文珠だけでは駄目。歴史・食など様々なレイヤーがあるので、全地域で取り組む必要がある。特に、文珠と府中エリア。
- 滞在型プログラムを実施しており、今年は団体客も入れると千名を超える方が利用している。ボンネットバスで伊根と天橋立を行き来するとか、パワースポットをまわるなど、心に訴えるコンテンツが必要。また、ガイドステーションも欲しい。
- 重要なのはまず人。観光のプロだけでなく、千人単位で観光の案内人をつくり、そのまわりに魅力的な滞在型プログラムを100くらいつくるとよい。7つのゾーンに分けて取り組む必要がある。

大変だが、そこが軸、キーワードになる。

- 構想について2頁目の「民主導の徹底」については、官民連携で取り組むことも必要。5頁のブランド戦略については、パスポート、ロゴ等は戦略的につくる必要がある。特に様々なプログラムを戦略的に有機的に構築する。すべてはワンストップで管理し発信することが効果的である。
- 7つの戦略拠点はイメージが良い。ただ7つが同じペースで同じ個性で進んでいくと面白くない。各地域で面白いものを考え抜いてやっていくと、人もモノも集まってくる。
- 中丹と丹後の2つの地域にまたがっているが、7地域まんべんなくではなく、まずは京都の海側の素晴らしさをアピールするキャンペーンを行って、それを福知山・綾部につなげていくという優先順位をつけてもよいのではないか。
- 地元のメディアの立場から惜しみなく協力したい。昨年、丹後のほか、松江、ニセコ、昼神温泉等に言ったが、共通点は遠いということ。遠いことを逆手にとって、「日本で一番不便なイベント」で打ち出すと意外と人が来るのではないかと。今までにないコンセプトであり、ブランド戦略として差別化できる。条件が悪いからこそ仕事としては面白い。前例のないことをやっていきたい。
- 仕事柄、国内外のポートショーを見に行くが、日本の水辺のシャビーさは何とかならないかと思っている。水上桟橋で学園祭ができないかと思っている。地下鉄の構内で、去年は3大学、今年は9大学とイベントを行う。学園祭は毎年属人化はしてもちゃんと継続されていく。北部は京都の陰になってしまっているが、まずは京都人が遊びに来たいと思うような面白いものをつくっていくことが必要。
- 綾部・福知山には海のイメージがない。この2つも絡めた海のイメージが出せるとよい。京都というと伝統産業ばかりが目されるが、北部には京都を支えてきた近代産業もある。
- 観光は人の感性を左右する非常に難しい最先端のソリューションビジネス。まずは、脱旅行代理店が必要であり、バロメーターになる。
- 実践会議の新しいフレームについては評価している。
- 京都縦貫自動車道について歴史等を象徴する愛称がつけられないか。シーライン、ビューラインなどの一般的なものではなく、「ダ・ヴィンチ空港」のようなものがよい。
- 世代交代が必要。次の登場人物が出てこない地域づくりはできない。
- 50年後、100年後の「住んでよし、訪れてよし」の価値を見いだすことが必要。
- 整備するだけでなく、不必要なものを取り除くことが必要。例えば、枯れた松、古い看板、静かな久見浜湾の騒々しいジェットスキーなど。
- 宮津は日本の原点。「宮」が何を意味するのか、なぜ伊勢神宮よりも古い元伊勢籠神社がここにあり、日本最古の家系図が存在するのか。その意味が決定的に重要だと思う。そういう気構えで取り組むことが、日本の顔、深い観光につながっていく。いろいろなものが海から伝わってきて日本文化を形作ったということに大きな意味がある。「海の京都」という意味をよく考えて各地域で取り組んでほしい。
- ネーミングはとても大切だが、なぜ、丹後というネーミングではないのか。ディステイネーションを決めてオール体制で取り組むことが重要であり、愛着と自負を持って取り組めるキャンペーンが必要。
- 7つという数字がキリがよいので、「北京都7都物語」で売り出してはどうか。
- 素朴な疑問だが、拠点は1市町1箇所でないといけないのか。ここに名を連ねないと廃れてしまうのではないかと不安が地元では起きるのではないかと。

(京都府)

- ・ このエリアでは天橋立の知名度が飛び抜けているので、まずは、そこを目立たせるマーケティング戦略が必要。宮津に1泊し他に何かあるかと見回した時に訪れたいような拠点が重要だが、まんべんなくでは駄目。まずは各市町に1箇所ずつつくって、それができれば次にいけばよいと思う。2箇所に集中投資することはできないので、まずは高いところをさらに高くしたい。また、民主導を徹底したい。行政も余裕がないし、行政がやり続けたら持続可能な取組にはならない。自立してお金がまわるようにする必要がある。
- 海の京都の取組は2年後の京都縦貫道の開通が節目。それまでの戦略が非常に重要。官民が連携して必要があれば、条例改正等も考えていく必要がある。
- 観光推進協議会はプロデューサーがいないと取れんしていかない。プライオリティを決めて、ぶ

れないように取り組んでいくことが重要。

- 丹後のブランドでは全国に通用しない。干物も、丹後干物ではなく、京干物でないと売れなかった。そういうイメージ戦略も必要。
- 「京都の北」という言葉を必ず入れるようにしている。京都だけで売るのも面白くないので、「京都の北、丹後の海」がよいのではないか。ネーミングは非常に大切。「海の京都」も「海のみやこ京都」でもよいかと思う。
- 誘客はできても、宿泊施設の質が低いという課題を解決しないと、観光消費額は増えない。