

日本版DMO形成・確立計画

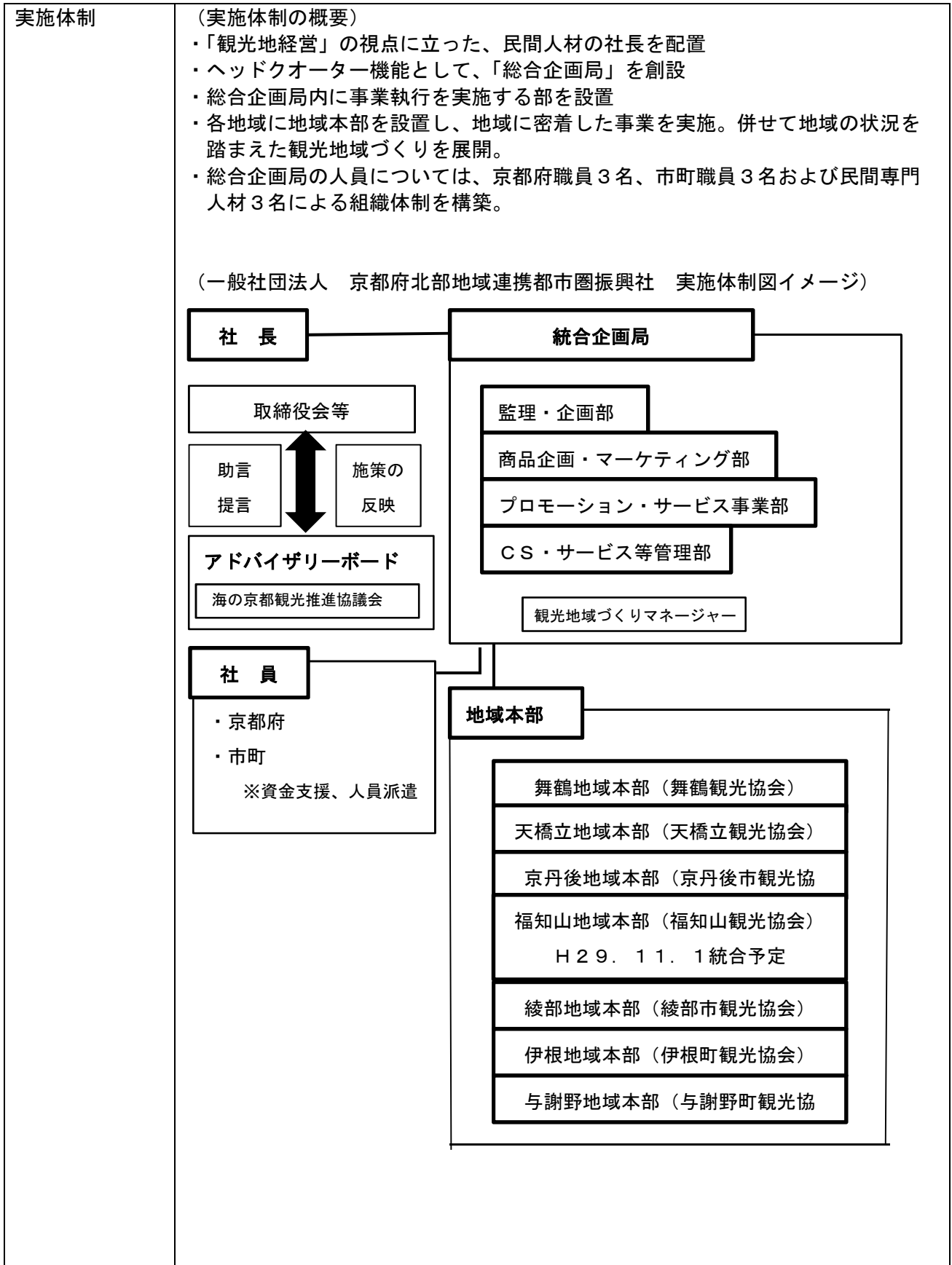
1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 京都府福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町	
所在地	京都府京丹後市大宮町口大野226番地	
設立時期	平成28年6月29日	
職員数	84人（地域本部含む）	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 大同 一生 （京都銀行特別顧問・元代表取締役専務）	京都銀行で審査・法人営業部門の企画・調査に長らく従事し数多くの商品・業務システムの企画開発を主導。 本部部長から常務取締役、専務取締役に就任し企業経営のトップマネジメントを経験。地域動向にも精通している。
法人の経営部門の補佐（専門人材）	（氏名） 山口 義裕 （元京都銀行綾部支店長）	当管内の京都銀行の各支店長を歴任し、融資業務などで地元企業の経営サポートを主導。また管内全域に精通し、観光関係での人脈も豊富である。
各部門（各種データの分析・収集）の責任者（専門人材）	（氏名） 今井 真二 「専従」 （京都府職員）	京都府のDMO所管課として、観光戦略策定のための観光地域マーケティング調査の分析、管内観光客入込動向分析等に従事。府内市町の財務分析に従事の実験もあり、各種データの分析・収集について高い知見と能力を持つ。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 前田 繁（宮津市職員）	本部機能の立ち上げの4月に、宮津市から派遣される職員で、長年観光行政に携わり、数多くのプロモーション等を経験。
各部門（旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 香月 義之（（株）JTB西日本）	JTB入社後、団体旅行営業に従事。その後、観光振興に携わり、観光地域づくり、着地型商品の造成など経験。海の京都地域にも精通している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	京都府 企画理事（海の京都事業およびDMO総括）、 広報課（情報発信）、商工労働観光部（特産品開発、観光振興）、 農林水産部（食の開発、農林水産業振興、定住・移住促進）、 建設交通部（社会資本整備・公共交通網整備・都市計画・景観行政等） 丹後広域振興局・中丹広域振興局（地域調整・連携・観光振興） 各市町 観光部門、企画部門、農林部門、建設部門	
連携する事業者名及び役割	京都府観光連盟、商工会、各商店街、各旅館組合、 京都丹後鉄道（WILLER TRAINS（株））（アクセス改善、着地型旅行商品）	

(別添) 様式 1

	<p>丹後海陸交通(株)(アクセス改善)、 JR西日本、京都交通(株)(アクセス改善)、 コミュニティバス、タクシー会社、 JTB西日本、近畿日本ツーリスト、日本旅行 事業組合：丹後織物工業組合、丹後酒造組合、京都府漁業組合、JA京都道の駅(丹後王国『食のみやこ』、舞鶴とれとれセンター、舟屋の里伊根、シルクの、まちかや、てんきてんき丹後、くみはまSANKAIKAN、海の京都宮津)金融機関(京都銀行、京都北都信用金庫等)、NPO法人 北近畿みらい、福知山公立大学</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ① (概要) 海の京都観光推進協議会事務局と地域各市町観光協会との水平統合、京都府・各市町を社員とし、行政と観光協会等地域の強固な連携組織として新たに(一社)京都府北部地域連携都市圏振興社(通称・海の京都DMO)を設立。各協会は振興社の地域本部とし、各地域の観光地域づくりや海の京都観光圏の取組を一体的に展開し、観光地域づくりの総合プロデューサーの役割を担う。 同社の意志決定機関として、取締役会(理事会)を設置(2箇月に1回開催)。行政の代表者、地域本部長(現観光協会会長相当)、関連事業者等を理事に選任し、各地域の状況や課題に的確に対応できる体制を構築。併せて、本DMOのガバナンスの強化と組織内の情報共有や連携を図るため、月1回定期的な地域本部事務局長会議、市町担当課長会議、観光地域づくりマネージャー会議を開催。 また、同社のアドバイザリーボードとして、海の京都観光推進協議会や海の京都実践者会議を再編設置し、分野毎に「観光」、「産業」、「交通」、「地域づくり」の部会を設置して本DMOの事業に対する合意形成の場とする。 なお、本部の総合企画局には、府職員、市町村職員を派遣するとともに、専門人材として、旅行会社や金融機関(地域づくり・マーケティング・商品開発等)から職員を採用し、地域づくり、情報分析等を実施し、DMOのヘッドクォーター機能を担うものとする。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>各地域では、地域内に観光地域づくりの中核的役割である観光地域づくりマネージャーや各地区関係団体、地域づくりのリーダーで構成する地区協議会が中心となって地域づくりを行っており、地域住民の意識啓発や参画促進の場となっている。 なお、観光地域づくりマネージャーはDMOが展開する観光地域づくりにおける諸課題の解決に向け、DMOの施策へ反映させるため議論・検討・提言を行うとともに、各地域づくりのリーダー役としてDMOの観光戦略や活動状況等の情報を地域関係団体や地域のプレーヤーに伝達する役割を担っており、DMOの地域と一体となった取組みを実現している。 また、観光推進協議会は、DMOが実施する事業に対する助言、提案、関係者による合意形成やDMOの事業等についての検証・提言を行う役割を担う。 さらに、テーマを設定して地域住民への啓発を目的としたセミナーやシンポジウムを開催。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>DMOの母体となる海の京都観光推進協議会は、行政、観光協会、観光関係団体、商工団体、農林漁業団体、交通事業者、金融機関等を会員として平成25年4月に設立。平成26年7月には近畿で初の観光圏に認定され、地域のプロモーション、観光地域づくり等を行う。</p>

(別添) 様式 1



2. 日本版DMO法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

「海の京都観光圏」は、京都府北部（5市2町）地域を圏域としている。京阪神に近い位置にあり、日本三景のひとつで天と地が繋がる場所といわれる「天橋立」、山陰海岸ジオパークの一部で日本最古のものづくりの遺跡が残る「夕日ヶ浦」をはじめ、古代から受け継がれている自然、歴史、生活文化、農林水産資源、温泉など、多様で豊富な観光資源に恵まれ、宿泊施設が集積している。

当圏域は、古来、大陸の文化の玄関口であり、都として繁栄した京都の後背地として、多くの食材や人材を供給してきた。江戸時代以降も北前船、由良川水運を通じて、京都の文化、生活を支えてきた歴史を有し、現在も、京都舞鶴港が大陸からの玄関口としての機能を有している。今後の中長期的な観光振興や地域活性化を考えた場合、海の京都の玄関である福知山市や綾部市を含めて、沿岸部が持つ多様な地域資源、地場産業等を有機的に繋ぎ、圏域内の2泊3日以上滞滞在推進を図ることが可能となり、圏域連携による地域活性化に寄与する。

【観光客の実態等】

これまでの海の京都観光圏における観光スタイルは、夏は海水浴、冬はカニの二期型で、日本三景のひとつである天橋立などの観光名所の見学、丹後半島ドライブ、食事処に立ち寄るなどのいわゆる「日帰り型観光」が主流だった。広大な海の京都観光圏において、古代からの時の流れの中で育まれてきた多様な風土や文化、大切に維持されてきた美しい自然は、その全てが世界に誇るべき貴重な財産である。そのため旅館やホテル、農家民宿、オーベルジュなどに泊まりながら、そのひとつひとつを、じっくりと時間をかけて味わっていただくなど、農村での食や体験、商店街の「もてなし空間」で地域の人々とともに語り合いながら時間を過ごしていただく、滞在交流型観光が可能な地域を目指していく。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

(別添) 様式 1

(自然) ～海が創造した唯一無二の自然景観～

- 本圏域の沿岸部（福井県境から兵庫県境までの間）は、舞鶴湾から天橋立、伊根湾、山陰海岸ジオパークといった自然海岸線の連続性を有しており、これらの地域は山陰海岸国立公園や丹後天橋立大江山国定公園、若狭湾国定公園に指定されている。
- 全国的にも知名度の高い日本三景のひとつ「天橋立」は、国内では唯一の外洋に面さない湾内の砂嘴となっており（全長約3.6km、幅20～170m）、約8,000本の松林と東側に広がる白い砂浜が織りなす固有の美しい景観に合わせて、名前の由来となっている伊邪那岐命（いざなぎのみこと）の伝説が多くのお客の旅情を誘っている。
- 山陰海岸ジオパークは、平成22年10月4日（日本時間）に「世界ジオパークネットワーク」への加盟が認定され、更に、平成26年9月23日に加盟再認定がされた。また、平成27年11月に開催されたユネスコ総会でユネスコの正式事業となり、科学的にも貴重で美しい地質遺産を含む一種の自然公園として位置づけられ、対象地域の拡大の検討が進められているところである。
- 内陸部では、南北に位置する大江山連峰や由良川の流域圏といった自然風土の共通性を有しており、平成28年3月には、綾部市上林地区が京都丹波高原国定公園に指定されている。
- 日本遺産については、明治期に日本の海防力強化のため鎮守府が設置された旧軍港の一つである舞鶴が「鎮守府 横須賀、呉、佐世保、舞鶴 ～日本近代化の躍動を体感できるまち～」のストーリーで平成28年4月28日に認定され、丹後ちりめん関係で、与謝野町のちりめん街道などの街並み、民謡宮津節で歌い継がれた天橋立などの象徴的な風景施設等宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町内の風景施設等について「300年を紡ぐ絹が織りなす丹後ちりめん回廊」のストーリーで平成29年4月28日に認定された。

(歴史) ～「天橋立」神話と「タニハ王国」伝説にみる海を介した固有の歴史～

- 天橋立は、もともとはその北方に鎮座する元伊勢籠神社への神聖な道であり、古来より天と地、神と人を結ぶ架け橋として信仰されてきた。「古事記」に登場する伊邪那岐（いざなぎ）、伊邪那美（いざなみ）二柱の神が降り立った「天浮橋」が天橋立と云われ、古伝に「海橋立」「海浮橋」とも記されており、国生み神話の重要な舞台であったことがうかがえる。
- 元伊勢籠神社は、天照大神が最初に巡幸された神社といわれ、豊受大神（とようけのおおかみ）と共に祀られ、両神は後に伊勢神宮に遷られたことから、元伊勢（伊勢根本の社）と呼ばれている。伊勢神宮と籠神社にしか許されない五色の座玉や本殿の神明造り、国宝である海部氏系図など、全国二十数社ある元伊勢の中でも随一の社格と由緒を有している。
- また、本圏域は古墳時代には、「タニハ」（たにわ）のクニ（現在の丹波・丹後地域の総称）と呼ばれており、古事記・日本書紀にみられる記述や丹後に巨大古墳が多いことなどから、当時の大和王権に対し、相対的自立性を持つ独自の王国がこの地域に存在したと考えられている。
- 丹後半島の海岸部は、浜詰遺跡を中心に、古代のものづくりの遺跡が集積しており、夕日ヶ浦地区周辺はタニハの国の生活の舞台であったことがうかがえる。古墳の発掘では豊富な副葬品、鏡の出土などから王国の先進性がうかがえるとともに、日本海側において確認されている渡来人の文化といわれる特殊な「四隅突出型墳墓」が本圏域においては、全く見られないことから（本圏域では「方形貼石墓」が出現）、大陸からこの地に上陸した人々の固有の文化性がうかがえる。
- 和銅6年（713年）の令制国としての丹後の国誕生前史から、この地域の人々が大陸との交流を通して、様々な文化や文明を取り入れ、それらが自然風土や地域固有の営みと結びついて発展し、水晶、ガラス、鉄、ちりめんなどのものづくり技術を国内に広めていったといわれている。これらの過程で培われた和の精神、自然との共生、万物への畏敬など独自の生活スタイルが、今も圏域内の暮らしに息づいている。
- この他、「羽衣伝説」「浦島太郎伝説」などのロマンを共有している。

(文化)

- 自然に恵まれた本圏域においては、「間人ガニ」や「舞鶴かに」「丹後とり貝」「丹後ぐじ」「寒ブリ」「岩ガキ」などの海産物に恵まれ、農業では、コシヒカリは西日本で最多の「特A」の評価を得ている「丹後産コシヒカリ」のほか、果樹や京野菜の主産地(京野菜の8割を生産)であり、圏域全体が京都の台所を支える食材の宝庫といえる。京都府ではこのような独自の食文化を生かした「京都『丹後・食の王国』構想」を平成22年3月に策定し、食の絆によるつながりの具現化を推進している。
- 産業面では、京都北部の気候風土が育んだ独自の文化である「丹後ちりめん」により、国内最大の絹織物産地の特性を有している。福知山市や綾部市などでは古くから養蚕業が盛んで「丹後ちりめん」の原料となる絹の供給産地であったこと、国の重要伝統的建造物群保存地区の「ちりめん街道」に丹後ちりめん隆盛時の町並の名残がみられるなど、産業観光の素地がある。また、このような背景のもと、明治29年には何鹿郡(現綾部市)に「郡是製絲株式会社」(現在のグンゼ株式会社)が興され、国内屈指の繊維会社として発展し、本社屋等が現存し、グンゼスクエアとして整備が進んでいる。
- 国の重要伝統的建造物群保存地区の「伊根浦舟屋群」や重要文化財の旧海軍施設「舞鶴赤れんが倉庫群」などがあり、歴史・文化に触れることができる地域である。
- 由良川は綾部、福知山、舞鶴、宮津の流域諸藩と北前船をつなぐ経済動脈であり、水運による物資輸送の要所となっていた旧大江町(現福知山市)の船着場や東舞鶴の倉庫群など、北前船、由良川水運の時代に栄えた名残が残されている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

当圏域内の宿泊施設の分布状況であるが、主たる滞在促進地区である「天橋立」地区及び「夕日ヶ浦」地区内には宿泊施設が集積している。「天橋立」地区内の宿泊施設数は、旅館、ホテル、民宿計 28 施設、宿泊収容人員約 1,400 人以上であり、圏域内最大の温泉地である「夕日ヶ浦」地区内の宿泊施設数は 43 施設、宿泊収容人員約 2,600 人以上で、圏域内で最大規模を有している。

更に滞在促進地区である福知山、舞鶴はビジネスホテルを中心に、福知山には 20 施設、宿泊収容人員約 1,000 人以上、舞鶴には 25 施設、宿泊収容人員約 1,600 人以上ある。また、伊根町の漁家民宿をはじめ、農家民宿は 57 軒あり、主たる滞在促進地区と合わせて、インバウンド 2泊3日以上の滞在交流型観光地として、十分な宿泊施設を有している。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

舞鶴若狭自動車道、京都縦貫自動車道の未開通区間が相次いで開通したことにより、関西都市圏、中部都市圏から本圏域までのアクセス時間が2時間程となった。そのため、高速バスについては首都圏、京阪神との間の直行バスが運行され、更に、京都からの早朝特急が運行されるようになったことなど利便性が向上している。また、京都舞鶴港の整備により、大型クルーズ船が寄港することとなり、東アジアと関西地域をつなぐ玄関口の役割を果たすことが期待される。さらに、平成29年4月から京都丹後鉄道を行う WILLERTRAINS(株)が JR 西日本が発売する JR-WEST PASS へ参画したことにより、海の京都エリアで別途乗車券を購入することがなくなり、訪日外国人の利便性が飛躍的に向上。

域内交通は、天橋立から福知山市、綾部市を除いては概ね 30 分圏、福知山市、綾部市には概ね 60 分圏で各観光資源に移動することが可能である。また、観光客用に、丹後半島を周遊するバスの運行、観光船の新規航路(宮津～伊根)、(舞鶴～伊根) 運航等、利便性の向上や、京都丹後鉄道(株)においても観光列車や新型特急車両の運行開始、周遊バス等新たな取組が見られるが、鉄道とバスなど公共交通間のスムーズな連絡、観光資源を結ぶ周遊ネットワークの整備が今後の課題である。

【外国人観光客への対応】

当圏域内を訪れる外国人は東アジアの人々を中心に年々増加してきており、今後は当圏域に興味を持つ外国人が事前にこの地域をリサーチできる環境の整備としてWEB、SNS等での当圏

(別添) 様式 1

域の情報発信、多言語対応等が求められる。また、この地を訪れた外国人の受け入れ態勢の整備として、観光案内所の外国人の採用、外国語対応能力の向上、案内標識等の外国語表記、Wi-Fiの整備、多言語の観光パンフの作成等徐々に整備されつつある。今後は、観光案内所、観光施設、公共交通機関等の外国語対応能力の向上のための研修やカード決済の普及促進、免税店の拡大、通訳案内士等情報発信や観光ガイドの多言語化等外国人の受入環境整備を加速化させる。また、ラグジュアリートラベルを積極的に招聘し、高付加価値旅行商品の造成と受入施設でのサービス水準の向上を図る。さらに、訪日外国人の多い京都市内、大阪市内からの誘客を促進するため、両市のホテルコンシェルジュとのネットワークを強化し、当該地域への誘導を促す。

なお、インバウンド対策は多方面に渡っているため、海の京都観光地域づくり観光戦略に基づいて、計画的な整備を行っていく。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
海の京都WEBサイトのアクセス状況	旅行における顧客の一連の行動として、その地域を旅行先として認知し、興味を持って事前にWEBサイト等で情報収集することが多いが、事前に地域に対する顧客の関心度を比較的容易に把握できる有効な手段であるため。	googleアナリティクスを活用して毎月チェックする。
来訪者満足度・CS(顧客満足)の調査・把握	<p>当圏域への来訪者の満足度の現状を調査し、大学等と共同でデータを分析し、この地域の現状、強み、弱みを関係者で共有するとともに、データに基づく効果的な事業実施のために活用する。</p> <p>また、来訪者の総合満足度だけでなく、再来訪意向を調査し、観光地域づくりの進捗の指標及び課題の認識に活用する。</p> <p>なお、将来的にはこうした数値をもとに品質保証制度を導入し、地域のブランド化を図る。</p> <p>さらに、観光客動向調査として外国人旅行者を中心に管内各地点での聞き取り調査を実施し、外国人旅行者等の動向を把握し、外国人向けの旅行商品造成に活用する。</p>	<p>主たる滞在促進地区(天橋立、夕日ヶ浦)においてアンケート調査を実施。他の認定観光圏と共有仕様により実施し、地域間比較も行う。</p> <p>また、全国の大企業も活用する調査であるJCSIの満足度調査により、観光客の顧客満足度を指数化し、見える化する。</p> <p>観光客動向調査では、主に外国人旅行者を対象とした動向調査は、現地で聞き取り調査を実施し、周遊ルート、手段等の動向や観光消費額などの情報を収集する。</p>
高速道路ICでの出車数	高速道路を利用して当圏域に来訪する自動車の発着地の割合を車両のナンバー調査により把握し、プロモーションエリアのターゲットングを行うため。	京都府道路公社やNEXCO西日本と連携し、地域内への流入車両について把握。

(別添) 様式 1

人口動態傾向の把握	リーサス、Wi-Fi、GPS等を活用したエリア内への観光客の移動実態等を把握し、観光客のニーズに合致した周遊ルートや、旅行商品を造成する。	リーサスの情報分析については京都府から、GPS情報については、マーケティングの専門機関から入手する。また、Wi-Fi パケットセンサーをも用いた観光流動調査を実施する。
来訪者アンケート調査 サービス水準の把握	観光客の生の声を無作為抽出で得ることで、観光客の動向や地域への満足度を把握し、サービス水準、満足度・リピーター率の向上を図る。 また、観光客動向調査として、主に外国人旅行者等の動向調査を行い、観光満足度について聞き取り調査により把握。	必要に応じ、地域への来訪者等に路上などでアンケート用紙を手交し、回答を求める。観光関連施設への覆面調査や観光客へのアンケートを実施し、他の観光地との比較を行う。 観光客動向調査では、外国人旅行者等の動向を把握するため、管内各地点で外国語の会話のできる調査員がアンケートによる聞き取り調査を実施。
圏域内公共交通の利便性の把握	圏域内の二次交通の利便性の向上を図るため、乗車率などの把握や乗継時間の把握などを行い、交通機関の連携を促進していく。 なお、「丹鉄」では、本年度からJR-WEST-PASSの導入に伴い、外国人の国籍調査を実施。	二次交通の季節別、時間別の乗車率の把握、乗客へのアンケートを実施する。
大手旅行会社の商品造成状況の把握	大手旅行会社の商品の造成状況を常に把握し、コンテンツの提供を行い、プロモーションを実施し、商品造成を促進していく。	大手旅行会社、ネット系旅行会社へヒアリングを随時行うことにより、商品の造成状況を把握する。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

「海の京都観光圏」の強み・価値について (○…観光面 □…生活・産業面)

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ○圏域内の豊富な観光資源 ○「京都」という世界に通じるブランドカ ○ユネスコ世界ジオパーク、美しい湾クラ ブ、世界記憶遺産、日本遺産など世界に通 じる観光資源 ○「天地山海にいきづく和の源流」というブ ランドコンセプトを支える歴史・文化 ○□間人ガニ、丹後コシヒカリなどのブラン ド、京野菜などの豊富な食 ○京阪神大都市圏や中部圏への距離的優位 ○海の京都の取組みや北部連携都市圏構想 による地域連携の素地 □京都舞鶴港周辺の拠点機能	弱み (Weaknesses) ○ピーク時から伸び悩む観光入込客数・観光 消費額 ○脆弱な交通基盤 (2次交通の不足) ○海の文化・固有の歴史の認知度の低さ ○インバウンドへの対応の遅れ ○富裕層向けのコンテンツ・サービスの開発 が不十分 ○旅客・利益の地域偏在 ○各市町の海の京都関連の観光振興 (プロモ ーションを含む) は、未だバラバラ ○サービス水準の不均一 □圏域全体として長期的な人口減少 □丹後地域の地場産業 (農漁業、繊維産業、商

(別添) 様式 1

	<input type="checkbox"/> 丹後ちりめんなどの伝統産業の文化	業) の不振 <input type="checkbox"/> 人口減少による行政の財政悪化 <input type="checkbox"/> 観光産業の人手不足
外部環境	機会 (Opportunity) <input type="checkbox"/> 京都縦貫自動車道、舞鶴若狭自動車道、鳥取豊岡宮津道整備、丹鉄の上下分離やJR西日本のダイヤ改正、高速バスの増便等による物流、人流の拡大、利便性の向上 <input type="checkbox"/> 京都舞鶴港の整備 <input type="checkbox"/> 大型クルーズ客船の寄港 <input type="checkbox"/> LCC、ビザ緩和による外国人観光客の増加 <input type="checkbox"/> アジア、ロシアの経済成長 <input type="checkbox"/> 「海の京都観光圏」の指定 <input type="checkbox"/> 「京都・日本海観光構想」「丹後・食の王国プロジェクト」との連動 <input type="checkbox"/> 世界記憶遺産、日本遺産の指定	脅威 (Threat) <input type="checkbox"/> 緊迫する国際情勢、国際経済の失速によるインバウンドの減少 <input type="checkbox"/> 知名度の低さや地域づくりに対する住民の参画度の低さ <input type="checkbox"/> 国内の他の観光地との競争の激化 <input type="checkbox"/> 高速道路の整備による滞在時間縮小・日帰り観光客の増加 <input type="checkbox"/> 日本経済失速による国内消費の低迷 <input type="checkbox"/> 高齢化、人口減少による国内観光市場の縮小 <input type="checkbox"/> 人口減少、生産年齢人口の急激な減少による人手不足 <input type="checkbox"/> 国財政の悪化による支援制度の廃止

(2) ターゲット

<input type="checkbox"/> 国内におけるターゲット層 京阪神・中京圏・首都圏 特に京都市、大阪市への観光客やクルーズ船の乗客の取込み
<input type="checkbox"/> 選定の理由 舞鶴若狭自動車道、京都縦貫自動車道の全線開通、鉄道ダイヤの改善等の利便性の向上により、人口集中する近畿、中部方面からの観光客が来訪しやすくなった。特に、京阪神圏からの来訪者は8割以上となっている。
<input type="checkbox"/> 取組方針 圏域内に点在する魅力的なコンテンツを繋ぐ広域的に周遊できる旅行商品や海外富裕層向けの医療ツーリズムなどの商品を造成するとともに、圏域全体でのマーケティングの実施により、データ収集を行い、詳細かつ効果的なターゲット設定に基づく、効率かつ効果的なプロモーション展開を行い、更なる集客を目指していく。
<input type="checkbox"/> インバウンドにおけるターゲット層 欧米、台湾・シンガポール・タイ・香港(繁体字圏域) 韓国を中心とした東アジア、経済成長の著しい東南アジア地域
<input type="checkbox"/> 選定の理由 欧米は観光消費額の拡大に大きな期待ができるため。 <ul style="list-style-type: none"> ・台湾：アジア地域でも圏域内を訪れる外国人の中で一番割合が多く、近年個人旅行者が増加傾向にもあり、今後も安定的な来訪が見込める地域でもあるため平成28年度から旅行博への出展、セールスコール、ファミトリップを継続。 ・シンガポール：豊岡市、近畿運輸局とのビジットジャパン連携事業として平成27年度から継続的にプロモーション、旅行博への出展、ファミトリップを実施。 ・タイ：親日国で、国民の嗜好が海の京都の強みである豊富な「食」と合致しており、平成29年度から旅行博への出展、セールスコール、ファミトリップを実施 ・香港：アジア地域で圏域内を訪れる外国人の中でも多い方であり、今後も安定した来訪が見込める。

(別添) 様式 1

<p>・韓国：圏域内を訪れる外国人の中は多くはないが、クルーズ船や定期フェリーにより、今後来訪の増加が見込める。</p> <p>○取組方針</p> <p>旅行会社へのプロモーション、旅行博への出展、ファムトリップにより、誘客活動を実施するとともに、WEBの活用により効果的なプロモーションを実施することにより、更なる集客を目指していく。また、京都市内・大阪市内へ多数訪れている訪日外国人を管内へ誘客するためのプロモーションを実施する。</p> <p>一方で、受入体制の整備として、HPの多言語化対応、SNS対応、観光案内所等での外国語での案内、旅館、飲食店等観光関連施設での外国語対応（案内版、メニュー等）Wi-Fi整備、カード決済・免税店の普及促進等に取り組んでいく。</p>

(3) コンセプト

①コンセプト	『「天地山海にいきづく和の源流」～海の京都～』
① コンセプトの考え方	<p>京都府の日本海に面する「海の京都」は、古代から太陽や星と地上の磐座（眞名井・神谷）や山（かぶと山・日室山）を祭祀の場として、天と地がつながってきました。天橋立も天と地をつなぐ梯子だったという伝説があります。また、山と海の広がりの中で、縄文からの祭祀や海から伝わった大陸文化の影響もあり、日本有数の古代文化圏として栄え、和の源流となる数々の神話や国生み伝説や暮らしがいきづく地域である。</p> <p>平城京や平安京では貴族の憧れの地として歌に詠まれ、江戸時代には北前船の寄港地として、以降も貿易の拠点として、大陸を結ぶ重要拠点として時を歩んできました。この地域には、天地山海の景観や人々の暮らしの中に「和の源流」が今もなお脈々と受け継がれている。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>ブランドコンセプト「和の源流」がいきづく地域の営み（生活習慣、文化等）の独自価値（地域の誇り）、及びこれに基づく滞在プログラムの構築の戦略を共有するため</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「観光地域づくりマネージャー」が各地域で関連事業者との連携を図りながら、地域資源の掘り起こしや地域の良さを実感できるツアーの造成などの地域づくりを推進。併せて、観光地域づくりマネージャーはDMOの総合企画局の業務執行にも参画する。 ・社長、副社長、統合企画局、各地域本部の代表者が2ヶ月に1回取締役会を開催 ・地域本部事務局長会議の定期的（月1回）開催

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・管内市町担当課長会議を開催（1～2ヶ月に1回） ・海の京都振興会社のアドバイザーボードである海の京都推進協議（関係団体＋地域実践者＋地域づくりアドバイザー）によるDMOの事業執行の定期的な検証（半年1回）会議の開催。また、分野毎に設置した部会を開催し本DMOの事業に対する助言、提案等合意形成を得る。 <p>地域の有識者で構成する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「海の京都コンセプト浸透プロジェクト」による議論・検討などにより、地域全体で戦略の共有を図るとともに、DMOにおける情報共有、企画調整等、PDCAサイクルのマネジメントを実施。
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客が自分のニーズのレベルに応じて安心して利用できるよう、宿泊施設が提供する観光サービスに係る品質認証制度の導入(サクラクオリティ)。 ・全国の大企業も活用する調査であるJCSIの満足度調査を定期的実施することにより、地域の現状、強み、弱みを関係者で共有するとともに、サービスの向上のための効果的な事業実施に向け活用するとともに、既に実施した事業の評価も行う。 ・各個店のおもてなし度を把握するため、覆面調査等を行い、各個店にフィードバックを行うとともに、こうした事例等を教材にしたおもてなし向上講習会を開催し、人材の発掘、育成等を実施する。 ・海の京都の総合案内所として、観光案内所のワンストップ機能を高めるため、観光案内所窓口の実態把握を行うとともに、要改善点を案内所の管理者間で協議するとともに、案内所職員を対象とした接客研修や管内の観光地や体験プログラムを体験する現地研修を実施し、窓口対応能力の向上を図っていく。 ・着地型旅行商品の利用者アンケート調査等により改善・単価アップを行い、より満足度の高い商品化を進める。 ・ボランティアになっている地域ガイドに対し、引き続きレベル向上の取組を進め、地域の魅力をしっかり説明でき、お金の取れるガイドの育成に努める。
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>海の京都全体での広域的な情報発信を効果的に行うため、上記の滞在プログラムや品質認証に基づく情報を総合企画局で集約し、リアルタイムの情報提供や的確なプロモーションを実施。特に各地域本部での情報についても、一元的に管理し、これまで不十分であった各地域のイベントや伝統行事等の情報を集約し、発信する。</p> <p>また、各地域本部はDMOの現地機関として機能させ、観光案内や滞在プログラム等の提供に係るワンストップサービスを行う。</p> <p>さらに、インバウンドプロモーションについて、東アジア、東南アジアを中心に海の京都DMOが中心となってインバウンド誘客を実施。</p>
<p>特産品開発と販売強化の仕組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者と連携した特産品の販売システムを構築。地域内の商工業、農林水産業の事業者と連携して、地域特産品の開発を促進するとともに、ECサイト内に「海の京都市場」を開設することにより、全国のマーケットへの魅力発信、販路の拡大とともに、海の京都を代表する土産物のブランド化の推進や販売強化につなげる。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

(別添) 様式 1

	単位	26年 (度)	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)
●海の京都観光 入込客数	千人	9,230 ()	9,995 ()	10,054 ()	10,500 ()	11,000 ()	11,500 ()
●海の京都旅行 消費額	百万円	22,422	24,259	24,878	25,700	26,600	27,500
●海の京都宿泊 者数	千人	1,286	1,349	1,325	1,372	1,421	1,472
●海の京都外国 人宿泊者数	人	29,569	35,262	45,411	57,200	71,000	87,000
●旅行消費額 天橋立地区	円 /	3,260 ()	2,738 ()	2,822 ()	3,696 ()	3,846 ()	3,999 ()
夕日ヶ浦地区	人	11,390 ()	10,785 ()	10,480 ()	12,459 ()	12,973 ()	13,491 ()
●延べ宿泊者数 天橋立地区	泊 /	168 (6)	191 (6)	203 (8)	207 (10)	215 (12)	218 (15)
夕日ヶ浦地区	千人	121 (1)	124 (1)	124 (1)	135 (2)	140 (2)	146 (3)
●来訪者満足度 天橋立地区	%	11.3 ()	18.9 ()	18.6 ()	22.9 ()	24.9 ()	26.9 ()
夕日ヶ浦地区		16.8 ()	22.5 ()	19.4 ()	14.2 ()	24.8 ()	30.5 ()
●リピーター率 天橋立地区	%	7.3 ()	5.4 ()	8.0 ()	12.2 ()	15.5 ()	16.5 ()
夕日ヶ浦地区		16.8 ()	15.6 ()	14.2 ()	21.7 ()	24.8 ()	25.8 ()

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- ・海の京都エリアの観光地域づくりを広域的に推進していくうえで、エリア全体の観光客の動向に係る数値の収集・分析は重要であり、中でも観光客入込客数、海の京都旅行消費額、宿泊者数については地域経済に広く波及するもので、地域の需要や雇用創出等地域の活性化の指標の一つともなる重要な項目である。また、近年増加している外国人の宿泊者数についても、インバウンド対策上必須の項目である。
- ・天橋立地区、夕日ヶ浦地区については、平成26年度に観光圏に認定申請に伴い平成30年度までの目標数値を設定したが、近年外国人来訪者が増加傾向にあるため、平成28年5月に観光庁からKPI目標値の見直し(上方修正)の指示があったため、28年度以降の

数値を一部見直し。

【設定にあたっての考え方】

◆DMO形成計画で設定した目標を実績が上回ったため、下記のとおり目標値を上方修正

●海の京都観光入込客数

京都府地方創生戦略による設定目標（平成26～31年度）の5年間に係る伸び率（119%）を平成28年度～32年度の5年間に係る伸び率として適用

●海の京都旅行消費額

「明日の日本を支える観光ビジョン」（観光庁）による32年度の設定目標数値より京都府地方創生戦略による31年度設定目標数値が上回るため、京都府地方創生戦略による目標数値を基準に設定。目標数値は京都府地方創生戦略による設定目標の5年間（平成27～31年度）に係る伸び率（114%）を平成28～32年度の5年間に係る伸び率に適用して設定。

●海の京都宿泊者数

24～28年度までの5年間の伸び率（115%）を平成28～32年度までの5年間に係る伸び率として適用し、目標数値を設定

●海の京都外国人宿泊者数

観光庁が掲げる「明日の日本を支える観光ビジョン」による32年度の設定目標数値（平成27年度の実績数字35,262人×3倍≒105,000人）の目標数値を適用。32年度に105,000人となるよう29年度～31年度は各年度126%～120%に按分。

◆観光圏に認定申請に伴う必須項目として観光庁に毎年報告の目標数値

●旅行消費額

平成25年概算数値を基に平成30年に20%増。平成30年数値を元に、毎年4%増。H32年以降は前年比2%増。（天橋立・夕日ヶ浦共通）

●延べ宿泊者数

平成31年まで毎年4%増。（天橋立・夕日ヶ浦共通）ただし、平成28年度に一部見直し。（観光庁協議済）

●来訪者満足度

平成31年まで毎年4%増。（天橋立・夕日ヶ浦共通）

●リピーター率

平成27年数値を元に、毎年2%増、平成30年以降は1%増。（天橋立・夕日ヶ浦共通）ただし、平成28年度に一部見直し。（観光庁協議済）

(2) その他の目標

	単位	26年 (度)	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)
●旅行商品取扱額	千円	—	—	—	25,000	30,000	35,000
●着地型旅行商品・広域滞在プログラム造成数	本	—	44	243	300	350	400
●着地型旅行商品参加者数	人	—	4,137	6,282	8,000	10,000	12,000
●広域滞在プログラム参加者数	人	—	—	0	100	200	300
●観光ガイド育成人数	人	—	20	50	28	35	35

(別添) 様式 1

●通訳案内の育成	人	—	11	15	20	30	30
●農家・漁家民宿数	軒	—	53	57	120	140	140
●販売サイトの売上高	千円	—	—	—	10,000 (5,000)	20,000	30,000

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

- ・DMOが取組む観光地域づくりについてのPDCAサイクルを回すためには、取組の結果を推測するための関連項目についての数値を収集・分析する必要がある。そのため、着地型旅行商品や広域滞在プログラムに係る各種項目、受入環境整備に係る項目、特産品のブランド化に係る項目を新たに設定し、継続的に数値を収集・分析するとともに、今後の観光戦略にも活用していく。

【設定にあたっての考え方】

◆DMOの活動状況を直接把握するために設定

- 旅行商品取扱額
平成28年数値を基に毎年5,000千円増。
- 着地型旅行商品・広域滞在プログラム造成数（前年度実績を踏まえ、見直し予定）
平成28年数値を基に毎年50本増。
- 着地型旅行商品参加者数
平成28年数値を基に毎年2,000人増。
- 広域滞在プログラム参加者数
平成29年度を100人と設定し、毎年100人増。
- 観光ガイド育成人数
平成27年度から平成30年度までは7人増加。平成31年以降は、目標設定の見直しを行う
- 通訳案内の育成
平成28年度から平成30年度までは10軒増加。平成31年以降は、目標設定の見直しを行う。
- 農家・漁家民宿数
平成28年度から平成30年度までは20軒増加。平成31年以降は、目標設定の見直しを行う。
- 販売サイトの売上高
新たな追加項目であり、今年9月から販売開始のため、実績額なし。今年度の予想額を参考に目標値を設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳
27年度	(千円)	(内訳の区分)
	(海の京都観光推進協議会)	※海の京都観光推進協議会の予算を参考に計上
	4,196	【会費】
	58,000	【公益事業収入】
	853	【収益事業収入】
	7,531	【その他】
	(各観光協会計)	【会費】
	15,356	【公益事業収入】
	191,022	【事業収入】
	40,878	【指定管理収入】
67,129	【その他】	
7,336		
合計 392,301		
28年度	(千円)	(内訳の区分)
	(本社)	【公益事業収入】
	234,000	【収益事業収入】
	907	【その他収入】
	58,695	
	(地域本部計)	【会費】
	12,818	【公益事業収入】
	275,352	【収益事業収入】
	67,206	【指定管理事業収入】
	63,792	【その他収入】
10,548		
合計 : 723,318		

(別添) 様式 1

29年度	(千円) (本社) 170,000 5,000 67,532 (地域本部計) 14,766 261,860 70,715 73,289 5,781 合計 : 668,943	(内訳の区分) 【公益事業収入】 【収益事業収入】 【その他収入】 【会費】 【公益事業収入】 【収益事業収入】 【指定管理事業収入】 【その他収入】
30年度	(千円) (本社) 170,000 5,000 45,700 (地域本部計) 14,766 261,860 72,200 73,289 5,781 合計 : 648,596	【公益事業収入】 【収益事業収入】 【その他収入】 【会費】 【公益事業収入】 【収益事業収入】 【指定管理事業収入】 【その他収入】
31年度	(千円) (本社) 170,000 10,000 35,700 (地域本部計) 14,766 261,860 74,200 73,289 5,781 合計 : 645,596	【公益事業収入】 【収益事業収入】 【その他収入】 【会費】 【公益事業収入】 【収益事業収入】 【指定管理事業収入】 【その他収入】

(2) 支出

年度	総支出	内訳
27年度	(千円) (海の京都観光推進協議会) 56,580 14,000 (各観光協会) 165,118 149,451 7,151 合計 : 392,300	(内訳の区分) 【事業費】 【管理費】 【事業費】 【管理費】 【その他】
28年度	(千円) (本社) 234,182 34,865 (地域本部計) 264,656 149,148 850 合計 : 683,701	(内訳の区分) 【事業費】 【管理費】 【事業費】 【管理費】 【その他】
29年度	(千円) (本社) 149,700 ¥48,000 (地域本部計) 231,189 195,222 合計 : 624,111	(内訳の区分) 【事業費】 【管理費】 【事業費】 【管理費】

(別添) 様式 1

30年度	(千円)	
	(本社)	
	151,700	【事業費】
	48,000	【管理費】
	(地域本部計)	
	232,674	【事業費】
	195,222	【管理費】
	合計 : 627,596	
31年度	(千円)	
	(本社)	
	153,700	【事業費】
	48,000	【管理費】
	(地域本部計)	
	234,674	【事業費】
	195,222	【管理費】
	合計 : 631,596	

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 現行の「海の京都観光推進協議会」「各観光協会」に対する行政（京都府、市町）からの分担金、国・府補助金等の積極的な獲得、受託事業、関係事業者からの会費によりDMOの活動を支援する。
- 以下の新規事業を行い、一定の収益事業収入を確保
- ・ 農業・漁業体験をはじめとする着地型ツアー、広域的ツアー等を造成・販売
 - ・ 特産品のインターネット販売
 - ・ 宿泊施設（農家民宿含む）の斡旋
 - ・ ガイドブック等における広告収入
 - ・ 通訳サービス等の人材派遣
- 当面は、上記観光関連事業を主に展開するが、将来的には、地域特産品の開発・販売やサービス保証制度に基づく認証制度などを展開することとし、これら事業の検討を平成28年度中に実施する。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

京都府及び海の京都観光圏の圏域市町（福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町）は、新たに海の京都DMO法人を設立し、設立後は同観光圏の圏域における地域連携DMOとして登録されることに同意します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	野木 隆
担当部署名（役職）	（一社）京都府北部地域連携都市圏振興社次長
所在地	京丹後市大宮町口大野226番地
電話番号（直通）	0772-68-5055
FAX番号	0772-68-5056
E-mail	info@uminokyoto.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	京都府
担当者氏名	牧 哲也
担当部署名（役職）	商工労働観光部観光政策課 副課長
所在地	京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町
電話番号（直通）	075-414-4841
FAX番号	075-414-4870
E-mail	t-maki55@pref.kyoto.lg.jp

都道府県・市町村名	福知山市
担当者氏名	山本 美幸
担当部署名（役職）	地域振興部まちづくり観光課 課長
所在地	福知山市字内記13番地の1
電話番号（直通）	0773-24-7076
FAX番号	0773-23-6537
E-mail	kankou@city.fukuchiyama.lg.jp

都道府県・市町村名	舞鶴市
担当者氏名	櫻井 晃人
担当部署名（役職）	産業振興部観光まちづくり室観光商業課 課長
所在地	舞鶴市字北吸1044番地
電話番号（直通）	0773-66-1024
FAX番号	0773-62-9891
E-mail	sakurai.akito@city.maizuru.kyoto.jp

都道府県・市町村名	綾部市
担当者氏名	白波瀬 正彦
担当部署名（役職）	定住交流部観光交流課 課長補佐
所在地	綾部市若竹町8番地の1
電話番号（直通）	0773-42-3280
FAX番号	0773-42-4406
E-mail	m-shirahase@city.ayabe.lg.jp

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	宮津市
担当者氏名	安達 仁和
担当部署名 (役職)	観光定住課 係長
所在地	宮津市字柳縄手 3 4 5 - 1
電話番号 (直通)	0 7 7 2 - 4 5 - 1 6 2 5
FAX 番号	0 7 7 2 - 2 2 - 8 4 8 0
E-mail	y-adachi02@city.miyazu.kyoto.jp

都道府県・市町村名	京丹後市
担当者氏名	引野 雅文
担当部署名 (役職)	商工観光部観光振興課 課長
所在地	京丹後市網野町網野 3 5 3 番地の 1
電話番号 (直通)	0 7 7 2 - 6 9 - 0 4 5 0
FAX 番号	0 7 7 2 - 7 2 - 2 0 3 0
E-mail	m.hikino-62@city.kyotango.lg.jp

都道府県・市町村名	伊根町
担当者氏名	小山 晋司
担当部署名 (役職)	企画観光課商工観光係 係長
所在地	与謝郡伊根町字日出 6 5 1 番地
電話番号 (直通)	0 7 7 2 - 3 2 - 0 5 0 2
FAX 番号	0 7 7 2 - 3 2 - 1 3 3 3
E-mail	koyamas@town.ine.kyoto.jp

都道府県・市町村名	与謝野町
担当者氏名	市田 桂一
担当部署名 (役職)	観光交流課 主幹
所在地	与謝郡与謝野町字岩滝 1 7 9 8 番地の 1
電話番号 (直通)	0 7 7 2 - 4 3 - 9 0 1 2
FAX 番号	0 7 7 2 - 4 6 - 2 8 5 1
E-mail	ichida12824@town.yosano.lg.jp

【区域】 京都府福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、
京丹後市、伊根町、与謝野町

(表：実施体制)



【設立時期】 平成28年6月29日

【代表者】 大同 一生

【マーケティング責任者】 今井 真二

【職員数】 84人

【連携する主な事業者】 京都丹後鉄道、
丹後海陸交通(株)、京都交通(株)

	単位	地区名	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)
入込客数	千人	海の京都全体	9,995	10,054	10,500	11,000	11,500
旅行消費額	百万円	海の京都全体	24,259	24,878	25,700	26,600	27,500
延べ宿泊者数	千人(人)	海の京都全体	1,349 (35)	1,325 (45)	1,372 (57)	1,421 (71)	1,472 (87)
来訪者満足度	%	天橋立	18.9	18.6	22.9	24.9	26.9
		夕日ヶ浦	22.5	19.4	14.2	24.8	30.5
リピーター率	%	天橋立	5.4	8	12.2	15.5	16.5
		夕日ヶ浦	15.6	14.2	21.7	24.8	25.8

(表：KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

夕日ヶ浦久美浜・小天橋エリア

悠久の時が奏でる神の箱庭

古代から自然信仰の場であったかぶと山や久美浜湾を中心とする久美浜・小天橋のエリアと常世の浜とも呼ばれ、日本の夕日100選にも選定されている夕日ヶ浦のエリア

昭和モダンシルクの里エリア

うらにしと機神さまに育まれる縮緬の郷

大正期～昭和初期にかけての丹後ちりめん産業を中心とした華やかな町並みが残り、国の重要伝統的建造物群保存地区にも選定されているちりめん街道のエリア

福知山エリア

「ドッコイセ」が智慧をうみだす福のまち

福知山城を築城した明智光秀が自然の災害からまちを守り、地域の振興を図るために生み出した智慧が今なお息づくエリア。

伊根浦舟屋群エリア

家か、漁場か、窓の下には旬の魚たち

約230件の舟屋が建ち並び、日本で一番海に近い暮らしが今も残る、国の重要伝統的建造物群保存地区にも選定されているエリア

天橋立エリア

天につながる太古の聖地

日本三景の一つで神秘的な造形美の天橋立をはじめ、多くの神社仏閣が存在し、神話の時代から天につながる聖地として存在してきたエリア

舞鶴エリア

静なる海が紡ぎ出す時空を超える宝箱

古代からの港であり明治時代から軍港として発展し、国の重要文化財である赤れんが倉庫群が現存する近代歴史的景観のエリア

綾部まちなかエリア

和でつむぐ綾のまち

ゲンゼ発祥の地であり、歴史的建造物であるゲンゼ記念館やゲンゼ博物苑～商店街～大本の神苑までの町並み景観のエリア

