

「海の京都」

丹後・中丹 魅力ある観光まちづくり構想

丹色 にいろ

#e45e32

R:228 G:94 B:50

H:15 S:78 B:89

C:0% M:59% Y:78% K:11

資料製作:京都府計画推進課

製作協力:GK Kyoto

1. 構想の趣旨

歴史的・地理的背景

古代より、大陸文化・技術の交流の窓口として栄え、多くの神話や歴史の重要な舞台いわば

「もうひとつの京都」

「海の京都」

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。

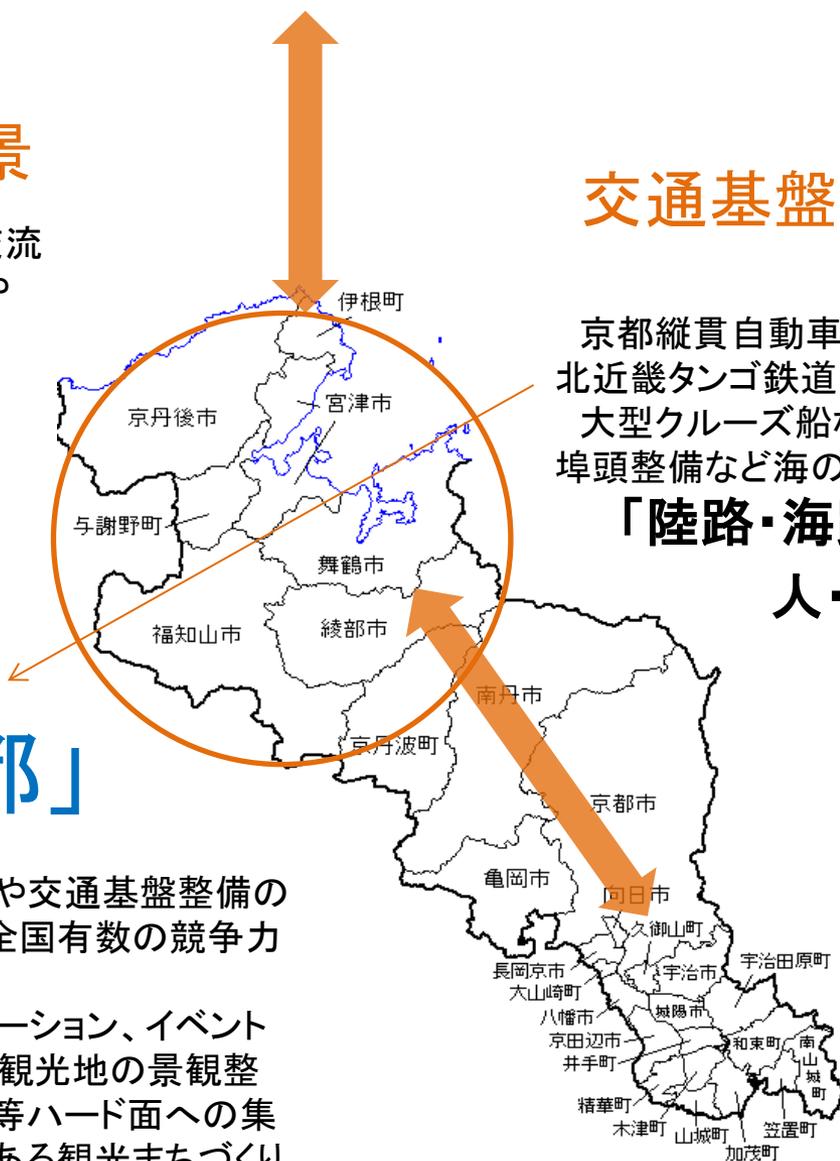
マーケティングや観光プロモーション、イベントなどのソフト面の施策に加え、観光地の景観整備や観光施設のリニューアル等ハード面への集中投資を行うことにより、魅力ある観光まちづくりを総合的かつ計画的に実施する。

交通基盤整備の進捗

京都縦貫自動車道、舞鶴若狭自動車道の開通、北近畿タンゴ鉄道の再生など陸の交通基盤整備、大型クルーズ船などに対応した京都舞鶴港の埠頭整備など海の交通基盤整備

「陸路・海路双方からの

人・ものの流れの増大」



1-1-1. 歴史的・地理的背景

日本海に面する府北部地域は、古代より、大陸文化・技術の交流の窓口として栄え、多くの神話の舞台となった、いわば「もうひとつの京都(みやこ)」

江戸時代には米や海産物などの重要な輸送手段である北前船の寄港地として、明治時代以降には日本海防衛の要として、また引揚げ港として、わが国と大陸との玄関であり続けてきた。



私市円山古墳公園



元伊勢籠神社



北前船



福知山城



与謝野町立古墳公園



舞鶴旧鎮守府倉庫施設



天橋立



山陰海岸ジオパーク



ちりめん街道



伊根の舟屋(漁村集落)

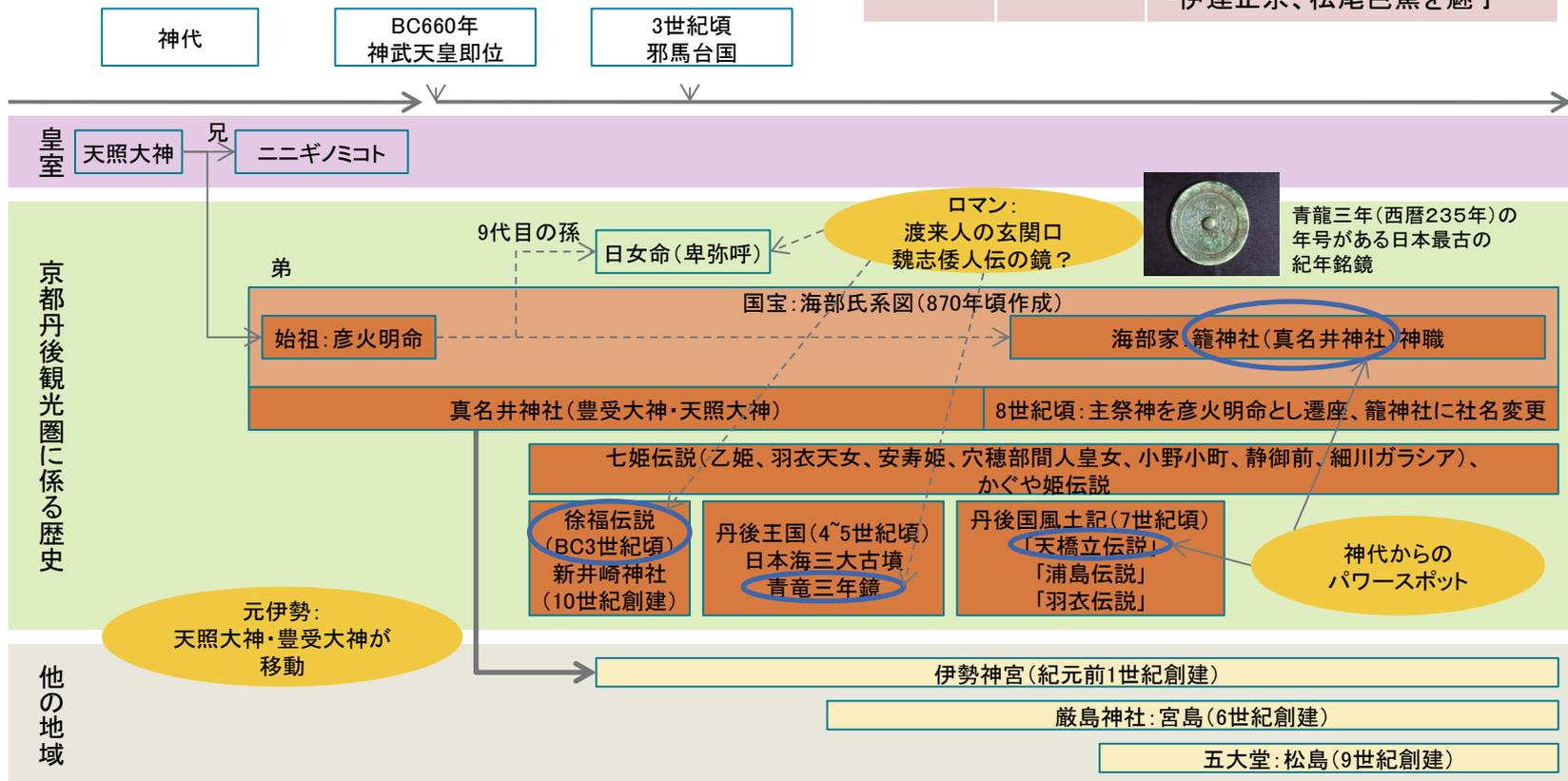
1-1-2. 歴史的・地理的背景

悠久の歴史を偲ぶ古代ロマンの地

- 渡来人の玄関口として日本最古の国際貿易の拠点であった「古代丹後王国」
- 丹後に伝わる美しき七人のロマン溢れる姫物語「七姫伝説」
- 天と地、男女を結ぶ聖地・天橋立三社(元伊勢籠神社、真名井神社、天橋立神社)参りによるパワースポット集約の地

日本三景との歴史の比較

天橋立	神代～	<ul style="list-style-type: none"> ・日本書紀(720年)で既に記載。 ・有名な伝説が非常に多く残る。 ・日本庭園のお手本
宮島	6世紀～	<ul style="list-style-type: none"> ・日本後記(811年) ・平家の興隆に強く関連
松島	9世紀～	<ul style="list-style-type: none"> ・14世紀の中国の書物で絶賛 ・伊達正宗、松尾芭蕉を魅了



1-2. 交通基盤整備の進捗

陸路

【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)



【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)

海路

【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)
- ・京都舞鶴港へのクルーズ船寄港予定

○サン・プリンセス



平成25年5月15日、7月8日

○コスタ・ヴィクトリア



平成25年6月7日、9月11日

○ぱしふいっくびいなす



平成25年7月31日、8月2日

○ダイヤモンド・プリンセス



平成26年4月30日、6月16日、7月3日、7月21日、9月22日

2. めざす将来像

観光拠点の複数箇所整備

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る。

「海の京都」



内発的地域づくり

構想の実現を目指す過程の中で、圏内の様々な分野でイノベーションや投資を行う人たちが増え、そうした人たちにより持続可能な内発的(自立的)地域づくりが実現する。

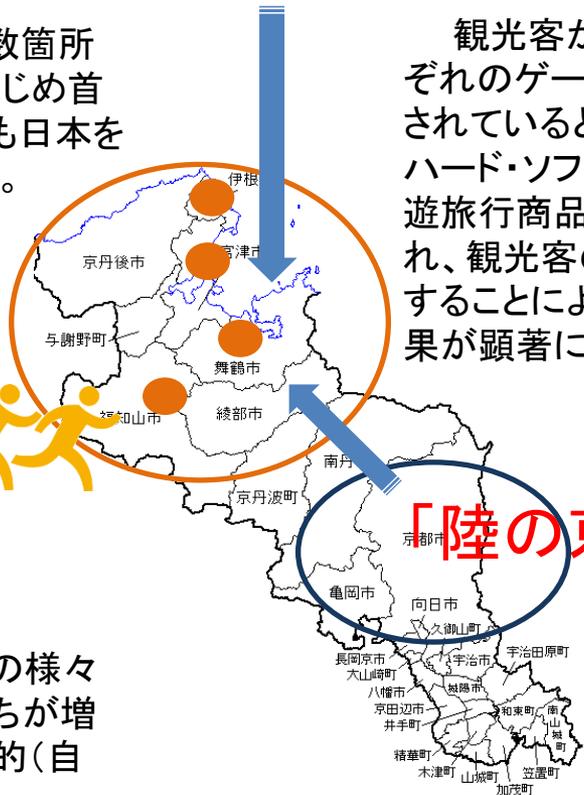
ゲートウェイを魅力的にする整備

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)が観光客視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、雇用など地域経済への波及効果が顕著になる。

「陸の京都」

双極構造(海の京都、陸の京都)

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、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る。



3. 現状と課題

魅力的コンテンツとデザイン



- 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の活用が不十分
- 歴史文化を背景として統一された「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

海の多面的活用



- 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
- 静かな海と荒々しい海

周遊システム



- 観光資源が広い範囲に点在しており、それらを周遊するシステムが不十分
- 地域間連携が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が限定的

人材とコミュニティ



- 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
- ホスピタリティーへの認識の欠如

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
歴史文化に根ざした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

入り込み客数、宿泊客の増大
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

5-1-1. 民主導の観光まちづくりを進めるための仕組みづくり



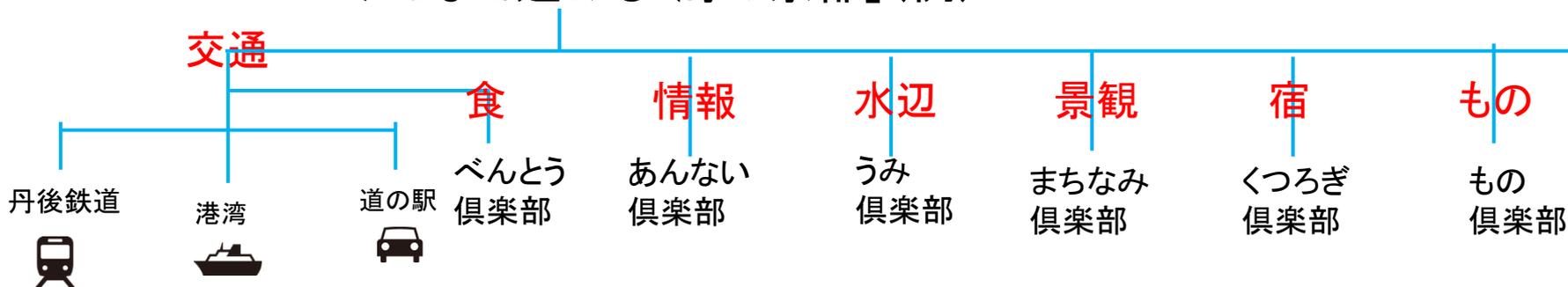
地域住民の方自身が地域の良さを実感する、そして生み出す

- 訪れる観光客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し、大切にしていることが重要
- 「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

Action

- 観光街づくりを担う地域の人たちに勇気を与えるサポートづくり
- 行政のサポートだけでなく、これまで質の高い観光まちづくりを実践してきた人たちによるサポート
- 「海の京都」作りという共通のゴールを目指し、各地域の人たちの動きや情報を関係者間で共有
- あくまでも主役は地域の民間の経済活動
- 主役の人たちのやりたい内容に応じて、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

みんなで進める「海の京都」(例)



5-1-2. 民主導の観光まちづくりを進めるための仕組みづくり

海の京都実践会議

地域内の実践者

- ・料亭の女将
- ・地元ホテル・旅館経営者
- ・舟屋の宿経営者
- ・地域交通
- ・造り酒屋
- ・水産業者
- ・食堂経営者 などなど

地域外の専門家

- ・デザイナー
- ・メディア・放送関係
- ・調理・ホテル等の教育機関
- ・ネットショップ企業
- ・大手ホテル経営
- ・大手旅行社
- ・大学教員 などなど

「海の京都」

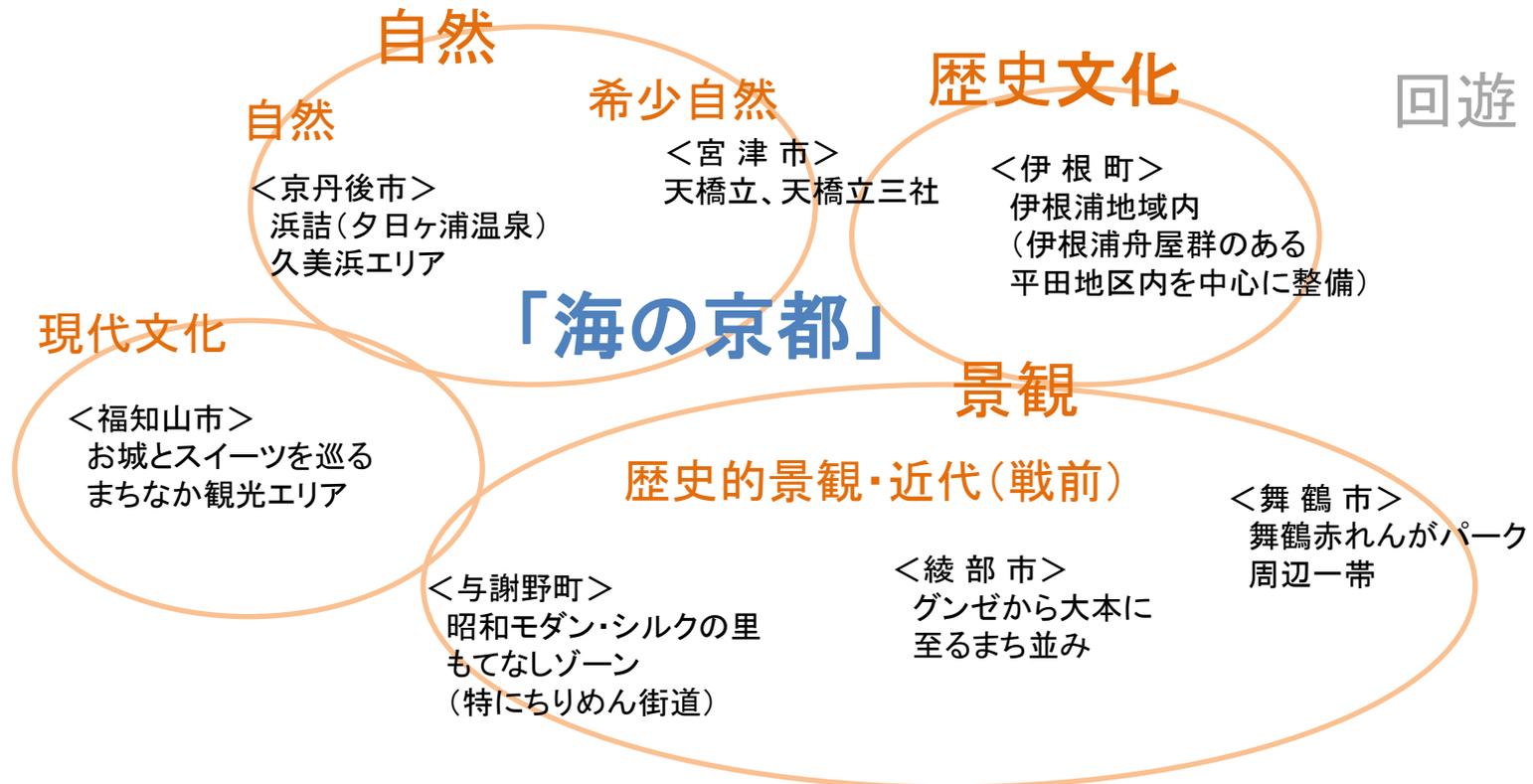


5. 当面のアクション-2

5-2-1. 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成

7市町 各1カ所の戦略拠点整備

- 「海の京都」の重点整備地区を、原則として1市町につき1カ所設定
- 府道などの公共施設や旅館の外観などを歴史文化に根ざしたデザインに統一
- 観光客が歴史文化を感じ、自然景観を楽しむことができる発信力・集客力のあるエリアを「戦略拠点」として整備



5-2-2. 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成



【戦略拠点】

浜詰(夕日ヶ浦温泉)
久美浜



【戦略拠点】

伊根浦地域内
(伊根浦舟屋群)

【戦略拠点】

昭和モダン・シルクの里
もてなしゾーン
(ちりめん街道)



【戦略拠点】

天橋立

【戦略拠点】

お城とスイーツ
を巡るまちなか
観光エリア



【戦略拠点】

舞鶴赤れんがパーク周辺一帯

【戦略拠点】

ゲンゼから大本
に至るまち並み



5-2-3. 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成

- 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
 - ・ 町を大切にしていることを表現
五つのS 整理・整頓・掃除・清潔・しつけ(水戸岡鋭治氏)
 - ・ 地域のアイデンティティー、歴史文化をデザインを通して表現
 - ・ 具体的なパースの作成、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 地域性、歴史文化、ストーリーを感じるもの
 - ・ 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、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

5-2-4. 発信力・集客力のある「戦略拠点」の形成

町並み

【例】看板の統一、植樹等
(九州阿蘇門前町商店街)



2003年



2011年

道路



【例】石畳風舗装

建物



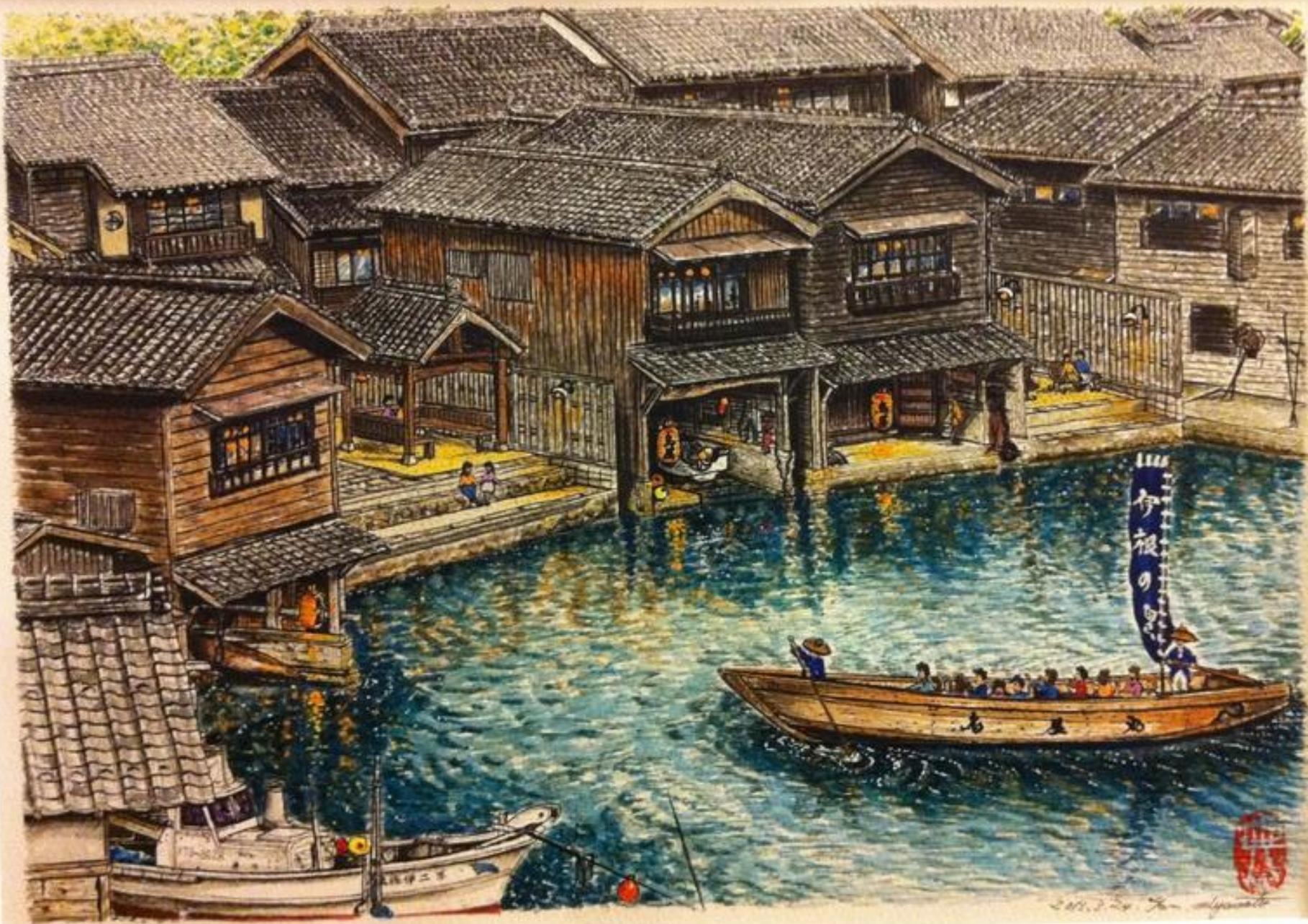
【例】旅館、土産物屋、食堂等の
修景(おかげ横丁)



【例】町家を改修した高級旅館
(京都市内)((株)庵)



2011. 3. 24 16:00



5. 当面のアクション-3

5-3-1.「戦略拠点」等を結ぶ観光交流基盤の整備

広域の回遊システムの整備

- 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
- 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
- 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

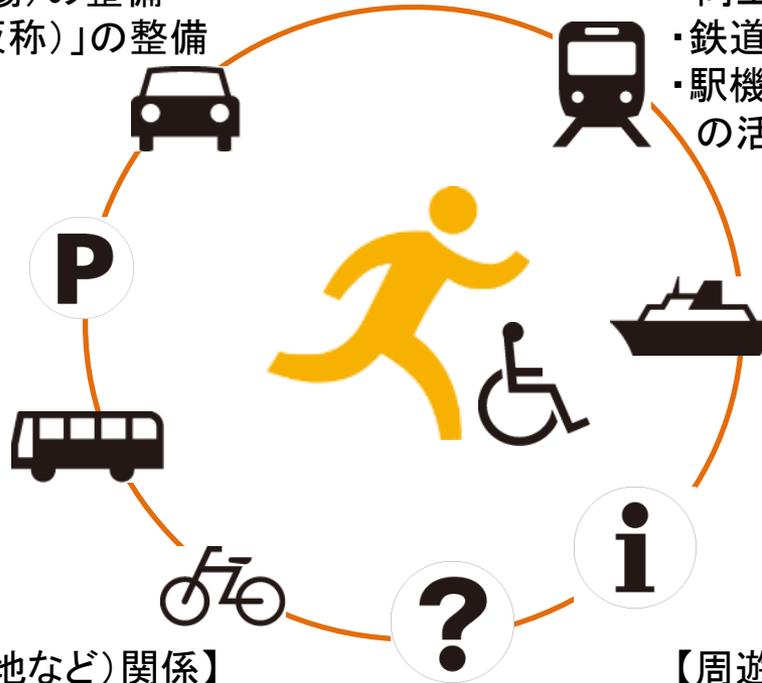
Action

- 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
- 鉄道駅近くに大型バスが多く駐車できる交通結節拠点を整備し、交通手段と案内情報のハブを形成

5-3-2.「戦略拠点」等を結ぶ観光交流基盤の整備

【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」(大型バス駐車場)の整備
- ・「由良川回廊自転車道(仮称)」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(ダイヤ等)・魅力の向上

【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、美化
ほか

【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

5-3-3.「戦略拠点」等を結ぶ観光交流基盤の整備

多様な乗り物による魅力向上



カート



人力車



電車・バス等とつなぐ



海の京都のデザインに統一した
レンタサイクル(例)
(デザイン: GK Kyoto)



セグウェイ



船



5. 当面のアクション-4

5-4-1. 戦略的な広域観光プロモーション

広域的観光事業の戦略的展開

- 「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
- 個別地区では出せない総合力を発揮(京都ブランドの活用)
- 首都圏や海外など市場ごとの特性を生かした観光企画及び戦略的広報

Action

【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



5-4-2. 戦略的な広域観光プロモーション

イベント



TANTANロングライド

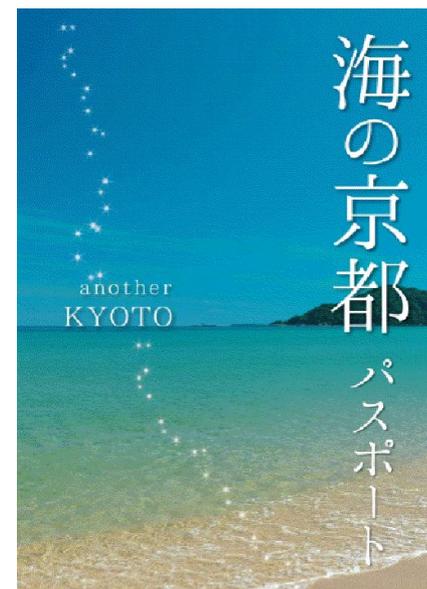


丹後100kmウルトラマラソン



はだしのコンサート
(琴引浜)

ブランド戦略



海の京都パスポート

名物料理、土産物の開発



北近畿タンゴ鉄道の駅弁開発

地域で取れたものを地域で、
おいしく、楽しく、美しくいただく



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】

- ・成功体験を有する内外の民間事業者、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

日本の原点が生きづく

“海の京都”

地域のみなさん自身が
愛し大切にしたいくなるまちへ



ご清聴ありがとうございました