

京丹後市観光振興計画比較表

	第2次計画	第3次計画	第3次→第4次 変更の方向性	第4次計画(案)
コンセプト	丹後は日本のふるさと「極上のふるさと観光づくり」 全市域のあらゆる資源を観光に結びつける「京丹後まるごと観光」	“旬”でもてなす食のまち ジオの魅力あふれる「滞在型観光地」へ	・食+人・地域・他産業など へのひろがり ・観光→交流・関係づくりへ	
課題	①観光による生活基盤の継承発展 ②資源、四季折々の魅力を活かせていない ③もてなしの文化の発揮の必要性 ④外国人旅行客誘致による国際観光の推進 ⑤地域の魅力・情報の効果的発信 ⑥アクセス改善と地域内交通の充実 ⑦地域や業界、市民の一体的取組体制	①滞在時間が短く、日帰り客と比較して宿泊客数の伸び悩み ②二季型の観光地 ③インバウンド不十分 ④低い認知度 ⑤「食」の魅力が十分に活用されていない ⑥資源、四季折々の魅力が活かせていない ⑦地域や業界の一体的取組体制、機運が不十分 ⑧観光業の人材不足	 1.社会情勢 ▶コロナ蔓延 ▶SDGs ▶脱炭素社会 ▶デジタル化 ▶円安 ▶Maas 2.価値観の変化 ▶Well-being ▶安全・安心 ▶平和への関心 ▶環境保全意識 3.観光ニーズ ▶ワーケーション ▶観光目的の多様化 ▶インバウンドの個人旅行化 ▶大阪関西万博 ▶ゴールデンルートから地方へ 4.地域情勢変化 ▶高速延伸 ▶観光公社発足 ▶施設の老朽化 ▶ふるさと納税	①低い認知度 ②二季型観光 ③短い滞在時間 ④インバウンド不十分 ⑤人手不足 ⑥ウイズ・アフターコロナ対応 ⑦ふるさと納税 ⑧地域一帯の観光振興 ⑨インフラ整備(観光施設) ⑩交通インフラ(高速・鉄道) ⑪新たな観光価値、SDGs観光の国際標準化
基本方針	1 かけがえのない日本のふるさとでもある私たちのふるさと丹後を守り育てる観光を目指します。 ①丹後王国などの歴史遺産、地域の「宝」を活かします。 ②ふるさとの物語を伝え感動につなげます。 ③ジオパーク活動を推進し、豊かな自然を守り活かします。	1 「“旬”でもてなす食の観光」を徹底的に推進します。 ①食の魅力に磨きをかける ②旬の地元食材を活用した“地産来消” ③食の「商品化」と付加価値を高める「ブランド化」 ④戦略的な発信とプロモーション ⑤関係者の機運を高め、一体的に推進		1 食を活かした観光 ①フルーツ観光 ②水産×観光 ③農業×観光 ④食事処・土産物販売店の充実
	2 地域資源を活かして未来を拓くほんまもん観光・体験を提供します。 ①海の観光 ②農の観光 ③ものづくり観光 ④さと歩き観光 ⑤京丹後ブランドとなる土産物づくり	2 ジオパークや四季の魅力を活かした「体験・滞在型の観光地」をつくります。 ①「ジオパーク」の活用 ②地域資源“ほんまもん体験”の提供 ③織物業や機械金属などの「産業観光」を展開 ④歴史や遺跡、ふるさとの伝説の観光活用 ⑤滞在型の観光地の推進		2 オールシーズン・ツーリズム(冬・夏+春・秋、平日の強化) ①ビーチの春・秋の活用 ②海の体験 ③森・里山体験(グリーンベルト) ④ヘルス&ウェルネス観光 ⑤スポーツ・ビジネス観光
	3 京丹後人気質をもったもてなし観光と国際観光に取り組みます。 ①味の極上地づくり ②ゆっくり滞在できる宿泊魅力の向上 ③ホスピタリティの向上 ④インバウンドの推進 ⑤修学旅行の魅力づくりと誘致 ⑥快適に移動できる交通環境・サインの整備 ⑦きれいな観光地づくり活動の促進	3 外国人旅行客、宿泊客等の誘致を強化します。 ①外国人旅行客のさらなる誘致 ②海の京都DM等と広域連携によるインバウンド強化 ③受入体制整備や観光関連事業者の機運醸成 ④教育旅行 ⑤宿泊、温泉の魅力向上		3 世界に響くSDGs観光 ①ビーチ保全 ②ジオパーク ③SDGs産業ツーリズム ④サステナブルな宿泊施設 ⑤歴史・文化財の活用
	4 徹底したマーケティング手法で戦略的に情報を発信します。 ①観光マーケットへの感度向上 ②ターゲット戦略 ③効果的な情報発信 ④情報発信ツールの選択と集中	4 「ジオ・ホム」や「ジオ・アクティビティ」で観光交流人口の拡大を目指します。 ①ホストタウン、WMG2021 関西で文化交流や地域経済の活性化 ②スポーツイベントの誘致・支援 ③ジオ・スポーツ、アクティビティ ④スポーツイベントの持続可能な運営体制の構築		4 安全・安心・快適な観光地づくり ①ビーチの環境整備 ②交通インフラの強靱化 ③感染症対策 ④外国人に優しい観光地 ⑤MAAs等の観光関連業界のデジタルプラットフォーム
	5 地域が総ぐるみで観光のまちづくりを推進します。 ①総合的な観光推進組織づくり ②観光活動の原動力となる人材の育成	5 徹底したマーケティング手法で戦略的に観光情報を発信します。 ①現状分析、実態把握に基づく、テーマ、ターゲットを絞った情報発信 ②海の京都DMO等と広域連携による情報発信 ③戦略的情報発信		5 観光DX戦略 ①デジタルマーケティングの強化 ②インバウンド展開 ③フィルム・プロモーション ④DX誘客 ⑤2025大阪・関西万博 ⑥広域観光連携
	6 地域総ぐるみの観光地づくりを推進します。 ①関係府県市町等との広域的な取組と連携強化 ②市観光協会の観光推進体制整備と関係団体等との連携強化 ③観光人材の育成と確保 ④“京丹後人気質”で「おもてなし」 ⑤公的観光施設の適切な管理・運営 ⑥快適・安全・便利に移動できる交通環境やサイン整備		6 地域ぐるみで進める観光地づくり ①観光公社会員拡大 ②観光公社組織体制の強化 ③観光による異業種連携 ④人材確保 ⑤観光振興費用の財源確保	