（案）

第４次京丹後市観光振興計画

彩り・味わい京丹後

海・森・里山　つながりの郷

令和　年　月

京丹後市

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

　○○○。

　○○。

　○○○。

　○○○。

　○○。

　○○。

令和　年　月

京丹後市長　中　山　　泰

目　　次

序　章　計画策定の概要

1　計画の趣旨　1
2　計画の位置づけ　2
3　計画策定の背景　3
4　計画概要　9
5　計画の策定及び推進の体制　10

第１章　現状と課題

1　観光の現状　11
2　観光の課題及び対策の方向性　20

第２章　将来ビジョン

1　コンセプト　22
2　目標数値　22
3　基本方針と基本戦略　23

第３章　アクションプロジェクト

1　アクションプロジェクト　25
2　エリア別目標・地域別プロジェクト　31

参考資料

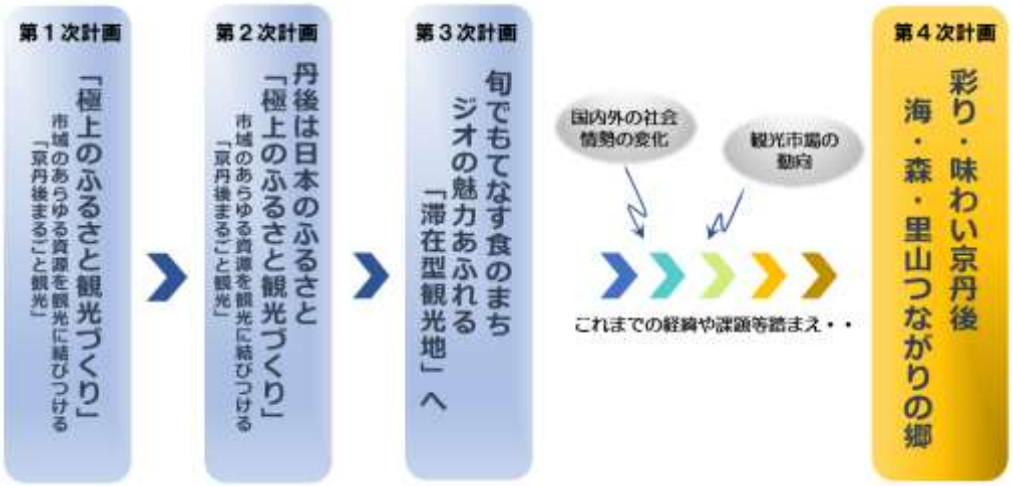
1　京丹後市観光立市推進条例及び同条例施行規則　34
2　京丹後市安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例　40
3　計画策定の経緯　42
4　観光の現状データ　44
5　第３次京丹後市観光振興計画の主な実績及び成果・課題　56
6　主要観光資源一覧　57
7　第２次京丹後市総合計画・基本計画（抜粋）　62
8　関係法令　74

序章　計画策定の概要

1　計画の趣旨

観光は、グローバル化する社会経済のもと地方創生の重要なテーマで、地域の経済から文化に至るまで多様な波及効果を生むことから、まちづくりの原動力となっています。このため、本市の個性を活かして持続的に発展できる観光の将来を構築していくことが望まれます。

第４次京丹後市観光振興計画は、引き続き「京丹後市観光立市推進条例」※に基づき、これまでの本市観光振興計画の経緯を踏まえ、国内外の社会経済の変化、観光市場の動向などを理解した上で、本市の観光の現状と課題を整理し、市、市民、観光事業者、観光関係団体等が、「観光立市の実現」という共通の目的に向かって総合的かつ計画的に取り組むための施策の内容を明らかにします。



○京丹後市観光立市推進条例（平成２１年条例第１８号）

（目的）

第１条　この条例は、観光立市を実現するための基本理念を定め、市の責務並びに市民、観光事業者及び観光関係団体の役割を明らかにするとともに、観光立市の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、その施策を総合的かつ計画的に推進し、もって活力ある地域づくり、交流人口の拡大、本市経済の持続的な発展及び市民生活の向上に資することを目的とする。

（京丹後市観光振興計画）

第8条　市長は、観光立市の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、京丹後市観光振興計画（以下「振興計画」という。）を定めなければならない。

２　振興計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

⑴　観光立市の実現に関する施策についての基本的な方針

⑵　観光立市の実現に関する目標

⑶　観光立市の実現に関し、市が総合的かつ計画的に講じるべき施策

⑷　前３号に掲げるもののほか、観光立市の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

２　計画の位置づけ

（１）　関連計画などとの整合性

○　観光立国推進基本法・観光立国推進基本計画【国】

平成19年１月に施行された「観光立国推進基本法」に基づき、観光立国の実現に関する諸施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定された「観光立国推進基本計画」（平成24年３月策定、平成29年４月変更）の基本的な方針との整合を図ります。

※現在、策定中。

○　「持続可能な開発のための2030アジェンダ」【国】

平成27年に国連サミットで採択され、国際社会全体の目標として、令和12年までに達成を目指す必要がある「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals＝SDGs）」との整合を図ります。

○　海の京都観光圏整備計画・「海の京都」観光地域づくり戦略【海の京都DMO】

「海の京都」を構成する北部７市町を圏域とする「海の京都観光圏整備計画」（平成31年１月国認定）と「『海の京都』観光地域づくり戦略」（平成29年策定）の目標及び事業との整合を図ります。

○　京丹後市まちづくり基本条例【京丹後市】

平成20年に施行した、「京丹後市まちづくり基本条例」に定められている、まちづくりを進めていくうえでの基本的な考え方やルールとの整合を図ります。

○　第２次京丹後市総合計画【京丹後市】

令和３年２月に策定した「第２次京丹後市総合計画・基本計画」に定められている「４つの重点プロジェクト」（以下のとおり）及び「施策４　滞在型観光・スポーツ観光の促進」の内容との整合を図ります。

《1》【かせぐ】多彩な産業・地域経済の成長・発展へ“かせぐ地方創生プロジェクト”
《2》【はぐくむ】まちの将来を担う“未来人材育成プロジェクト”
《3》【ささえる】安全・安心で誰ひとり置き去りにしない
“支え合いのまちづくりプロジェクト”
《4》【つなぐ】まちの「宝」を“未来につなぐプロジェクト”

○　京丹後『食の王国』のまちづくり宣言に関する決議

平成28年３月に京丹後市議会で決議された「京丹後『食の王国』のまちづくり」宣言との整合を図ります。

一、京丹後の食と地域を誇りに思う心を育みます。
一、地元の安心・安全な農水産品の地産地消に努めます。
一、京丹後の「食」を国内外に発信します。
一、食によるおもてなしで、京丹後市の魅力を高めます。
一、調和のとれた食生活の実践に励み、健康長寿のまちづくりに努めます。
一、豊かな食を生かしたまちづくりに努めます。

３　計画策定の背景

（１）　観光政策の動向

①　観光は地方創生に不可欠の課題　～交流の拡大で豊かさを実感できる地域を実現～

観光は、「国の光を観る」という中国の古典に記された言葉です。「光を観る」という語源のため、物見遊山な“Sightseeing”の意味合いがありますが、本来の意味は「国がもつ光（国や地域が持つ文化など様々な魅力）に触れ、学び、体験すること“Tourism”であり、地域がこの魅力を発見し、磨き、知恵と工夫をもって観てもらうことで地域が豊かになること」を意味します。特に、少子高齢化、地域産業の衰退が著しい地方の創生には、地域資源を活用し交流人口を増やす「観光」への取組が不可欠となっています。

②　観光は国の基幹産業、観光立国は国民の幸せを追求する課題

観光は国の基幹産業として位置付けられ、先進諸国は観光省の設立の下、国民の休暇取得を社会制度化して幸せを保障することによって豊かなライフスタイルを構築するとともに、国際観光に積極的に取組んでいます。今後、わが国を含む東アジア地域は国際観光需要の急速な進展がみられ、世界はこの市場に注目していますが、国民が豊かに暮らす幸せな国づくりが進まないと観光立国の実現は難しいと考えられます。

③　新型コロナウイルス感染症による早期の回復への期待

世界的に急成長を続けてきた観光市場は、新型コロナウイルス感染症により大きな打撃を受けました。徐々に感染回復の兆しもみられ、早期の回復に向け、海外からの渡航緩和、国内の本格的な観光活動の再開など、Ｖ字回復への期待が寄せられています。

（２） 社会経済環境の変化

① 世界の価値観の変化

ア　物質（モノ）から精神（ココロ）の重視

物資的な豊かさから精神的な豊かさを求める心の時代が到来しています。近代化・産業化に伴い、経済的・物質的な欲望が充足され、精神性・自己実現の充足を重視する知識社会へのシフトが見られ、ココロを重視する価値観へ移行しつつあります。

イ　価値観の多様化

これまでの伝統的、一律的な生き方だけでなく、調和ある労働と自由時間、個人と会社や地域社会、家族のあり方など働き方を見直したワークライフバランスをはじめ、男性と女性、人種、国籍、宗教など多様な価値観を認めることによってよりよい社会を構築していくダイバーシティの動きも重視されるようになってきました。特に、わが国のグローバルな発展を考えると乗り越えなければならない視点です。

ウ　安全安心、平和の再認識

人間として安心して安全に、そして平和に暮らせることの大切さが再認識されています。特に、新型コロナウィルス感染症による緊急時の医療体制への不安、突然の戦争により平和が脅かされることも危惧する状態が生じています。

② 社会経済の変化

ア　ＳＤＧｓ

2015 年に国連で採択された 2030 年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標のＳＤＧｓは、17 のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。ＳＤＧｓは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、わが国も積極的に取り組んでいます。

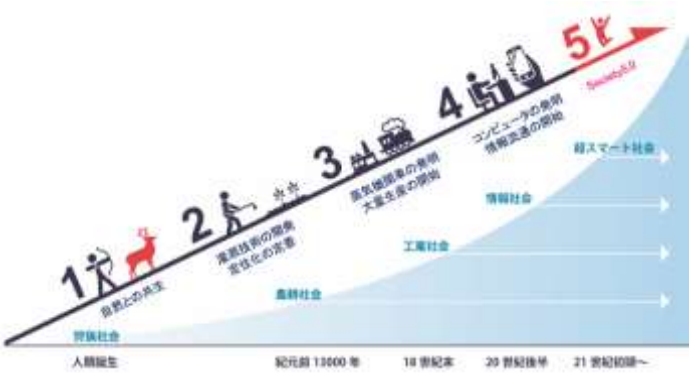
イ　脱炭素社会

地球全体の環境保全を目的に、改正地球温暖化対策推進法（2021 年閣議決定）によりわが国も 2050 年カーボンニュートラルの実現を目指しています。地球温暖化の要因となる二酸化炭素（CO_2）をはじめとした温室効果ガスの「排出量実質ゼロ」を目指す脱炭素社会を目指す必要があります。

ウ　デジタル社会

人類は、狩猟社会（Society1.0）、農耕社会（Society2.0）、工業社会（Society3.0）、情報社会（Society4.0）に続く、人類社会発展の歴史における５番目の新しい社会の姿としてSociety5.0 の段階にあるとされています。つまり、デジタルの活用により、一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会の構築が求められています。例えば、キャッシュレス決済、スマートフォンの普及によるＳＮＳ等による情報受発信が進展しています。

Society5.0　イメージ



資料:一般社団法人日本経済団体連合会

エ　円安、物価上昇等の問題と停滞する日本経済

急速な円安が進行し、日本経済に大きな影響が出始めており、輸入に依存するエネルギー、材料などの物価の上昇がみられます。一方で、賃金が上がらない状況が続き、国民生活の構造的な問題も改善されておらず、デジタル化、ワークライフバランス、女性の活躍機会の拡大等のダイバーシティへの遅れも顕著となり、グローバル化の中で日本経済の停滞感が危惧されています。

（３）　観光市場の動向

①　新型コロナウイルス感染症による変化

ア　自然志向

観光客が密の状態とならない自然環境の中での観光が人気になっています。キャンプ等のアウトドア志向、土地の文化や暮らしを体感できる滞在志向が高まっています。

イ　田舎・田園志向による地方移住とワーケーション

大都市の過密な状態を避けて、田舎の田園環境の下で暮らす地方移住への興味が高まり、地域を元気にする関係人口の誘引、通勤もなく場所を問わない、観光地で働きながら休暇を取るワーケーションなど新たな観光地のあり方が模索されています。

ウ　近隣観光（マイクロツーリズム）への期待

インバウンドは海外からの渡航が制限されて減少し、国内観光は長時間の移動を避け、修学旅行も近隣を選択する傾向にあることから、身近な観光地を訪問する近隣観光（マイクロツーリズム）が当面の対象とされています。

エ　団体観光の減少傾向の継続

これまでの団体旅行がさらに減少し、少人数や家族での観光が増加しています。同時に、移動手段も密を避けて鉄道等の公共交通機関を避けて、マイカーでの利用が増加しています。

②　ターゲットは地域資源に共感できる人達

ア　地域固有のオンリーワンに注目

地産地消の食材・土産物、地域の歴史文化の体験などそこにしかない固有の資源を活かしたオンリーワンの観光は、他との差別化を図り、選ばれる観光地となり、リピート率も上がってきます。地域固有の資源に共感する人々が地域にふさわしい観光客として大切になります。

イ　市民生活の価値観が観光資源

観光は「住んでよし、訪れてよし」が基本です。豊かな価値観に根差した市民生活は、そこに受け継がれた自然、歴史文化を背景に持ち、生活にふれる体験は、魅力的な観光資源です。地域に残る地場産業、農林水産業なども生活の一部であり観光資源として積極的に活用することが求められます。

ウ　ふるさと納税との連携

ふるさと納税と連携した観光消費が増加しています。生まれた故郷や応援したい自治体に寄附をすることによって、返礼品を受けとることができるふるさと納税は、新型コロナウイルス感染症の閉塞的な状況下で急速に伸びており、来訪やサービスがなくても宿泊施設、お土産物、食材などの地域消費に確実に結びついています。

③　インバウンドの早期回復への期待

ア　円安によるインバウンドへの期待

新型コロナウイルス感染症によって急減したインバウンドは、渡航解禁と併せて、円安効果を含め、国をあげた急速な回復とその経済効果に期待が寄せられています。

イ　日本への旅行希望増加

新型コロナウイルス感染症後、国際的な観光地の候補として日本が一番人気となっています。その理由は、交通インフラ、文化資源、食、治安などが高い評価となっており、今後の増加が大いに期待されています。

◆旅行・観光開発指数※トップ 10　世界経済フォーラム（ダボス会議）2022 年６月発表

１位	日本（初）	６位	スイス
２位	アメリカ	７位	オーストラリア
３位	スペイン	８位	イギリス
４位	フランス	９位	シンガポール
５位	ドイツ	10 位	イタリア

④　環境に配慮した観光地づくり

ア　環境対策等に対応した周遊への配慮

グリーンスローモビリティ、水素バス、ＥＶバス、観光ＭａａＳ、自動車のＥＶ化などにより、環境に配慮した周遊観光への対応が求められています。

※旅行・観光開発指数：観光政策やその優先度、交通・観光インフラ、文化・自然資源、安心・安全対策といった観光分野から、グローバルなビジネス環境、人材・労働力、環境の持続性まで、各国の経済的・社会的な発展に寄与するさまざまな要素を包括的な視点で評価した旅行・観光産業調査レポート

※ＭａａＳ：「Mobility as a service」の略。出発地から目的地まで、利用者にとっての最適経路を提示するとともに、複数の交通手段やその他のサービスを含め、一括して提供するサービスのこと。

イ　環境に優しい宿泊施設等

選ばれる宿泊施設は、感染対策、省エネ対策がなされることはもとより、再生資源を活用したアメニティーグッズ、環境に配慮したシャンプー・リンス、持参型のタオル・歯ブラシ、ごみの対応など詳細な環境への配慮が求められます。

ウ　有機の地域食材を活用した環境の保全

宿泊施設、飲食施設で提供される食材は、地産地消を原則に自然に優しいオーガニックの素材、調理手法により提供されることが重視されます。また、食材の廃棄をなくして食料ロスにも対応する必要があります。

オーガニックの原理　IFOAM（国際有機農業運動連盟）

- Health（健康）：生産者の健康、田畑の土壌（微生物や虫も含む）の健康、育てる作物の健康、家畜の健康オーガニック生産地周辺の自然環境の健康
- Ecology（自然との調和）：生態系のバランス
- Fairness（公正）：人間の働く環境や待遇にも配慮
- Care（健康な社会）： 未来を見据えた、次世代への思いやり

（4） 観光産業の構造的な課題

① 宿泊業における人手不足

宿泊業の離職率は全産業に比して高く、長時間で不規則、低賃金、現職の高齢化、おもてなしの熟練度が求められるなど、働き手にとっては厳しい労働環境となっており、人手不足の状況にあります。観光産業従事者の教育を含め、待遇改善を図ることが急務となっています。

② 建物や設備の老朽化

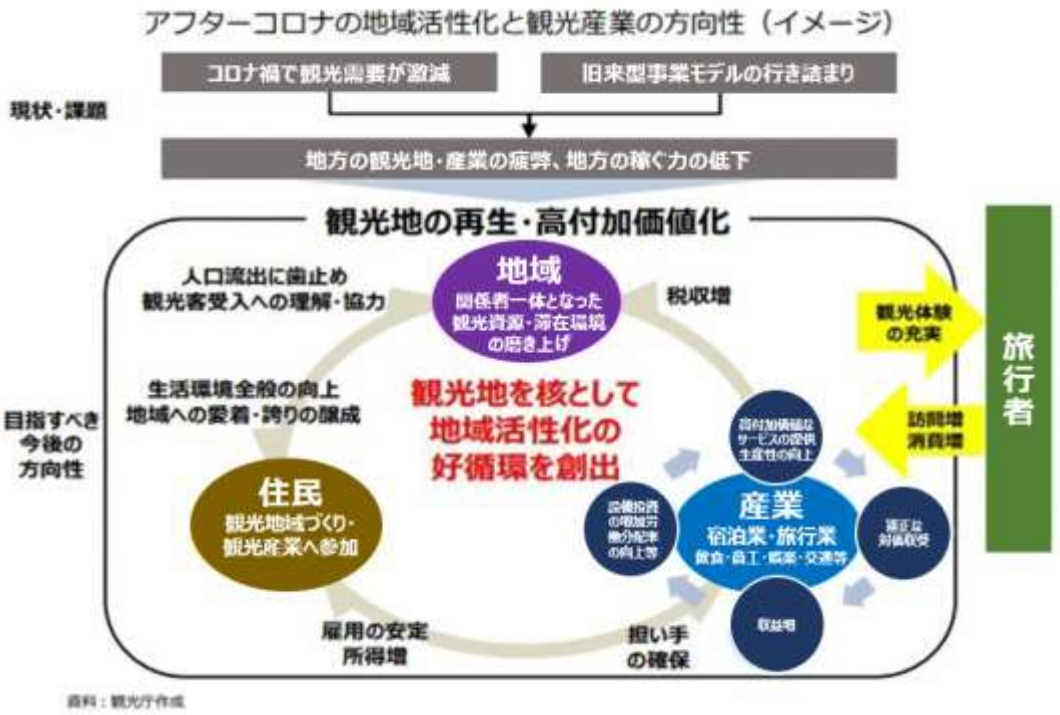
宿泊施設等は、建物や設備面で老朽化が顕著で、観光客の志向やニーズに対応できないところが多く、施設整備に向けた投資が必要となっています。

③ 労働生産性の向上

宿泊業の労働生産性(従業員一人当たりの付加価値額)は、全産業に比べて低く、新型コロナウイルス感染症の感染拡大にともない従業員数もさらに低下しました。このため、今後は、単価の向上、リピート客の確保などにより、量から質への転換を図り、高付加価値化に努める必要があります。

④ 地域・産業・住民につながる好循環づくり

観光産業が、宿泊業だけでなく、地域産業と連携して税収増につながり、雇用の安定的な確保、住民の地域への愛着、歴史・文化の継承を図り、地域を活性化する好循環を創出していく必要があります。



資料：観光庁作成

⑤　ＤＸの遅れ

観光産業は、他産業と比べて、ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）の取組、例えば、観光客の旅行・宿泊予約におけるオンライン、スマートフォンの利用、キャッシュレス化などが遅れています。また、今後地域全体での観光客のデータベースを活用したマーケティングの展開も重要です。これらを進めるにはＤＸに対する人材不足、費用不足、必要性の認識不足を解消していくことが求められます。

（５）　京丹後市の観光の概況

京丹後市の観光産業は、昭和 50 年代頃から平成 10 年頃にかけて大きく成長し、平成 10 年には観光入込客数が年間約 223 万人に達しました。その後、観光の形態、ニーズの変化等により減少を続け、平成 24 年には年間約 172 万人まで落ち込みましたが、平成 25 年から始まった「海の京都」の取組、京都縦貫自動車道全線開通（平成 27 年）、山陰近畿自動車道「京丹後大宮インターチェンジ」までの延伸（平成 28 年）などを経て、年間約 210 万人台まで回復しました。

この間、京丹後市の観光産業は、夏季の海水浴、冬季のカニを主軸とした「二季型観光」で推移してきましたが、令和２年初頭から始まったコロナ禍により、海外からの入国制限や、国内における緊急事態宣言の度重なる発令等、二季型の「稼ぎ時」を直撃する人流抑制に“災害”とも言える状況に見舞われ、令和３年の観光入込客数は、年間約 128 万人にまで落ち込みを見せています。

このため京丹後市では、影響を受けた事業者に対し事業継続の支援を行うとともに、観光消費額の減少の抑止に向け、令和元年度に発足した「京丹後市観光公社」の機能を最大限活かしながら、多様な事業の取組に努めています。

京丹後市の観光を取り巻く取組等の経緯

年	主なトピック
平成20年	京丹後市観光協会発足
平成21年	・京丹後市観光立市推進条例制定 ・第１次京丹後市観光振興計画「極上のふるさと観光づくり」策定
平成22年	山陰海岸ジオパーク認定
平成25年	・北部７市町が連携する「海の京都」事業がスタート ・第２次京丹後市観光振興計画「極上のふるさと観光づくり」策定
平成26年	海の京都観光圏整備実施計画を国が認定
平成27年	・海の京都博開催 ・山陰海岸ジオパークが「ユネスコ世界ジオパーク」に認定 ・京都縦貫自動車道が全線開通 ・ふるさと納税スタート
平成28年	・海の京都DMOが発足 ・山陰近畿自動車道「京丹後大宮インターチェンジ」まで延伸
平成29年	300年を紡ぐ絹が織りなす丹後ちりめん回廊 日本遺産認定
平成30年	第３次京丹後市観光振興計画「“旬”でもてなす食のまち」策定
令和元年	京丹後市観光公社（一般社団法人　京都府北部地域連携都市圏振興社　京丹後地域本部　以下、「京丹後市観光公社」という）設立
令和２年	・新型コロナウイルス感染症の影響始まる ・京丹後市安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例の制定 ・新型コロナウイルス感染症対策事業展開
令和３年	新型コロナウイルス感染症対策事業継続

４　計画概要

（１）　計画の役割・期間・意義

①　計画の役割

京丹後市観光立市推進条例の趣旨に基づき、観光立市の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための具体的な取組として策定しました。

②　計画の期間

５年間（令和５年度～９年度）とし、５年ごとに見直します。

③　計画の意義

○　第４次計画は、第３次計画の実績や新型コロナウイルス感染症等に伴う環境の変化を踏まえて、市、観光関係団体、観光事業者、市民などがその内容を十分認識し、「観光立市の実現」という目標に向かって、さらにそれぞれの立場で実行するものです。

○　第４次計画では、上位計画である「第２次京丹後市総合計画・基本計画」の「４つの重点プロジェクト」を踏まえ、「彩り・味わい京丹後　海・森・里山 つながりの郷」をコンセプトに掲げます。

（２）　明らかにすべき計画の内容

①　京丹後市の観光の現状と課題を明らかにします。

○　観光入込客数と観光形態、観光施設などの利用状況、特徴的な観光資源など、現状を明らかにします。

○　観光の課題及び対策の方向性を明らかにします。

②　将来ビジョンを明らかにします。

○　観光振興のコンセプトを明らかにします。

○　将来の目標数値を明らかにします。

○　基本方針と、それらに基づく基本戦略を明らかにします。

③　実効性のある「アクションプラン」を明らかにします。

○　基本方針と基本戦略に基づく、「アクションプラン」を明らかにします。

○　地域の現状と特色を活かした「エリア別目標・地域別プロジェクト」を明らかにします。

④　第３次計画の見直し項目等

○　計画の構成を簡素化するなど、より分かりやすい計画にします。

○　「目標数値」には、通年型観光を推進するため、「再来訪意向率」、「宿泊者数平準化率」の新たな指標に変更します。

○　第３次計画に定められていた「海岸エリア」と「里山エリア」に加え、それぞれをつなぐ新たな概念として、「グリーンベルト」を定義づけします。

５　計画の策定及び推進の体制

（１）　検討組織

京丹後市観光立市推進条例に基づき京丹後市観光立市推進会議を設置し、第３次計画の進捗状況の確認及び第３次計画の見直しについて協議・検討を行いました。また、京丹後市観光立市推進会議には、検討部会を設け、見直しの考え方、内容等の審議・検討を行いました。

※京丹後市観光立市推進会議の設置、組織などについては、参考資料「京丹後市観光立市推進条例及び同条例施行規則」「計画策定の経緯」を参照

（２）　第４次計画の推進及び見直し

必要に応じて京丹後市観光立市推進会議において、第４次計画の推進についての確認を行うとともに、社会・経済情勢の変化に的確かつ柔軟に対応できるよう、第４次計画の見直しについて検討し、改正を行います。

第１章　現状と課題

１　観光の現状

（１）　概況

①　「京丹後市」の概要

○ 市制施行　　平成１６年４月１日
○ 面積　　５０１．４４平方キロメートル
○ 人口　　５２，１８７人（令和４年９月末現在：住民基本台帳による）

京丹後市は日本列島のほぼ中央、京都府北部の日本海に面する位置にあります。良好な景観が続く市内海岸線全てが山陰海岸国立公園と丹後天橋立大江山国定公園に指定されており、日本海形成の過程で生まれた貴重な地形・地質は、市民の暮らしや文化を育む大地の公園「山陰海岸ジオパーク」として、ユネスコから世界認定を受けています。

この豊かな自然は、美しい景観だけでなく、四季折々の旬の食材や京都府下最多となる 40 の温泉源をもたらし、さらには、古代丹後王国として栄えてきた数々の歴史、伝説、文化を生み、日本遺産「300 年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊」に認定された丹後ちりめんなど多くの地場産業を育みました。

このように、市域全体に広がる多種多様な地域資源は、無限の観光価値を有しています。

②　アクセス状況

京都縦貫自動車道の全線開通（平成 27 年）、山陰近畿自動車道「京丹後大宮インターチェンジ」供用開始（平成 28 年）、北近畿豊岡自動車道「但馬空港インターチェンジ」供用開始（令和２年）などの高速道路網の整備が進み、京阪神や中京圏などからの車でのアクセス条件は大きく改善されてきました。また、山陰近畿自動車道「（仮称）大宮峰山インターチェンジ」も整備中であり、完成により、更なる経済活動の拡大、市民生活の安全・安心と質の向上が期待されます。

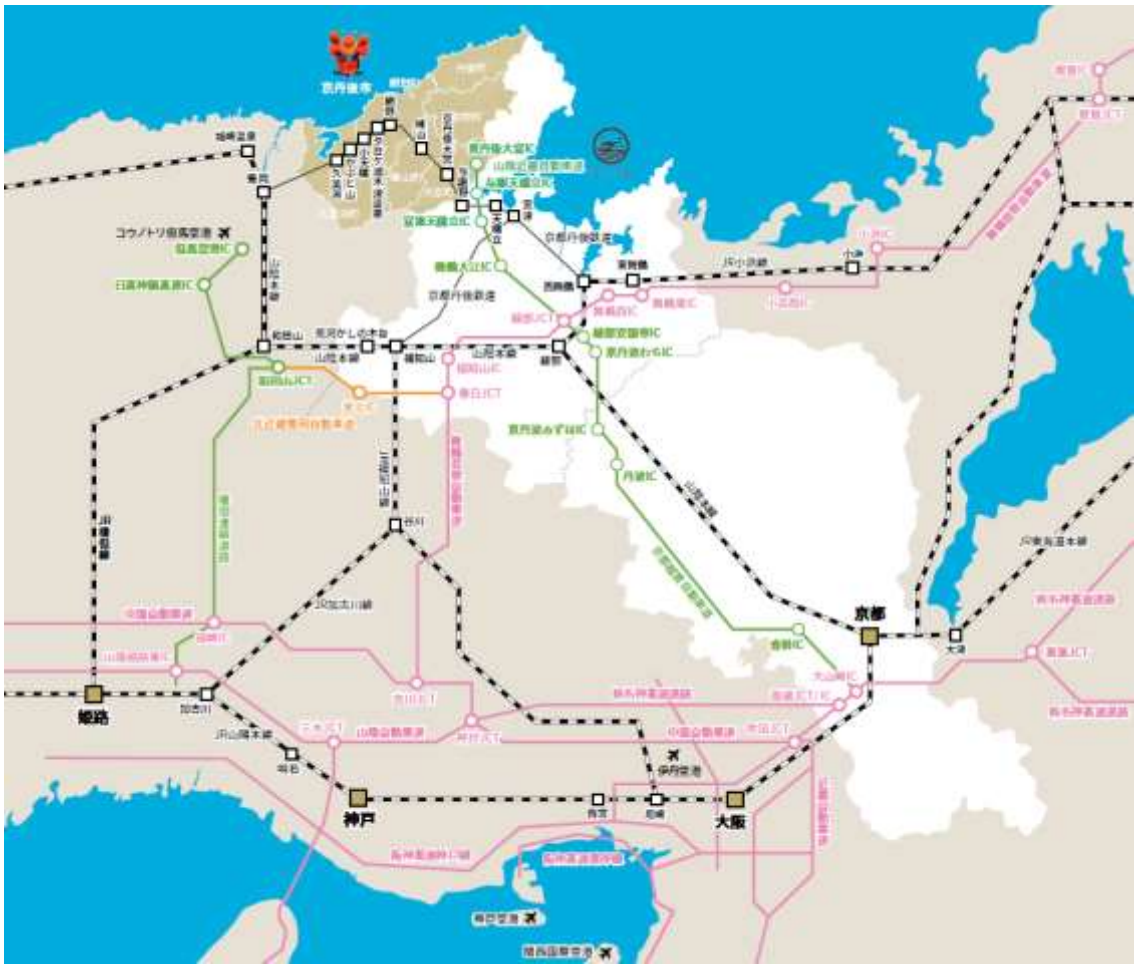
高速バスは、京都駅から３往復半（上り４便、下り３便）、大阪駅・大阪（伊丹）空港から３往復運行されており、鉄道についても、京都からの特急車両が「丹後の海」としてリニューアルされたほか、老朽化した特急車両の後継車両が今後導入される予定です。

しかしながら、片側１車線の京都縦貫自動車道は、観光のピークと帰省が重なる時期の混雑や大雪・風雨災害等による通行止めなど課題もあります。

○　主な都市からのアクセス所要時間　【図－１参照】

■京都から　車：約１時間 30 分　列車：約２時間 30 分　高速バス：約２時間 40 分
■大阪、神戸から　車：約２時間　列車：約２時間 30 分　高速バス：約３時間 20 分
■名古屋から　車：約３時間 30 分　列車：約３時間
■広島から　車：約４時間 50 分　列車：約３時間 30 分
■東京から
・車：（東名・名神高速道路、京都縦貫自動車道、山陰近畿自動車道）で約７時間
・列車：（新幹線、在来線特急）で約４時間 30 分
・飛行機：（大阪（伊丹）空港、コウノトリ但馬空港経由）で約３時間
■近隣観光地から
・天橋立から車で約 30 分、丹後半島１周ルートで約２時間、列車で約 30 分
・城崎温泉から車で 20 分～50 分、列車で 40 分～60 分
■関西国際空港から
・車：（阪和自動車道、近畿自動車道、第二京阪道路、京都縦貫自動車道、
山陰近畿自動車道）で約３時間
・列車：約４時間

◇図 - 1　京丹後市交通アクセス図



提供：京丹後市観光公社

（２）　観光入込客数の状況と観光形態

① 観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け大きく落ち込んでいます。

【参考資料 図 - ２、図 - ３】

○　新型コロナウイルス感染症のまん延に伴う世界的な行動制限により、コロナ前の令和元年の211 万人に対して、令和２年は165 万人（21.8%減）、令和３年は128 万人（39.3%減）となっています。

○　令和３年の観光入込客中「日帰り客の割合」は約77%、「宿泊客の割合」は23%となっています。令和元年から令和３年の間で、「日帰り客数」は約43%、「宿泊客数」は約21%の減少となり、大きく落ち込んでいます。

参考資料 図－2

② 観光入込客数の落ち込みに比べ、観光消費額の落ち込みは抑えられています。

【参考資料 図 - ２、図 - ４、図 - ５】

○　観光消費額については、コロナ前の令和元年の71 億７千万円に対して、令和２年は61 億45 百万円（14.3%減）、令和３年は65 億99 百万円（８%減）となっています。

○　令和３年は、観光消費額に占める宿泊比率が約84%を占めています。観光客１人あたりの消費額は、平成29 年は2,949 円でしたが、令和元年は3,395 円、令和３年は、5,159 円であり、宿泊単価の上昇もあり、令和元年度対比で約８%と観光入込客数の落ち込みに比べ、観光消費額の落ち込みは抑えられています。

参考資料 図－5

③ 夏、冬が中心の「二季型」の観光地です。【参考資料 図 - ６】

○　夏季の海水浴、冬季のカニを軸とした「二季型」の観光地となっており、宿泊客は、４月、６月、９月、10 月が少ない状況にあります。

○　コロナ禍の令和２年、令和３年は、国のＧｏｔｏや府、市独自の誘客キャンペーンの実施等により、夏季や11 月の観光入込の落ち込みを抑えることができています。

参考資料 図－6

④　外国人宿泊客が新型コロナウイルス感染症により激減しています。

【参考資料図 - ７、図 - ８、図 - ９】

○　外国人観光客向けの施策を行い、訪日外国人入込客数は増加していましたが、新型コロナウイルス感染症により、令和２年より訪日外国人観光客の受け入れが停止したこともあり、激減しています。

○　国別では、ベトナム、米国、中国のほか、令和３年は、東京 2020 オリンピック京丹後市事前合宿（ホストタウン等）の受け入れにより、スペイン、ポルトガルが増加しています。

参考資料 図－7

⑤　観光地としての「認知度」は低いが「満足度」は高いです。

【参考資料 図 - 10、図 - 11、図 - 12、図 - 13、図 - 14】

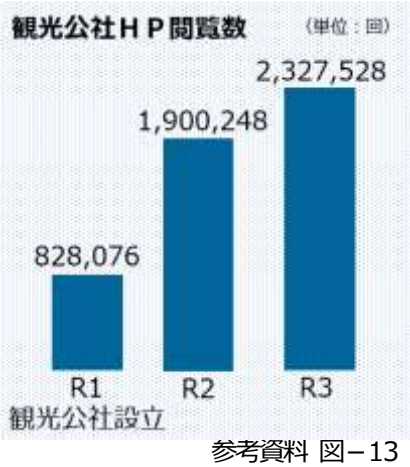
○　京丹後市の夕日ヶ浦の認知度は７％であり、天橋立の58%などと比較すると低い状況にあります。

○　「来訪者の満足度」は90%と高く、特に「食事の味やボリューム」、「従業員の接客対応」「自然景観や雰囲気」が高く評価されています。
　一方で、体験プログラムの評価は低い状況です。

○　京丹後ナビのＨＰの閲覧数は、京丹後市観光公社設立時の令和元年度は 83 万回だったものが、令和３年度は 233 万回と、約 2.8 倍に伸びています。また、ＳＮＳも、Facebook が 2.1 倍、Instagram が約 6.2 倍に伸びていますが、依然として認知度が低い状況です。

参考資料 図－10

参考資料 図－11



参考資料 図－13

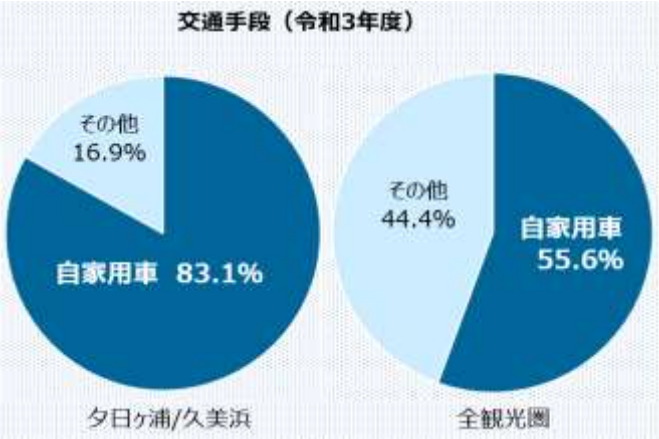
参考資料 図－14

⑥　観光客の交通手段は自家用車が多く、「発地場所」のほとんどが関西圏です。

【参考資料 図 - 15、図 - 16】

○　観光客の交通手段は、83.1%が自家用車、その他が 16.9%です。

○　地域別の発地場所は、コロナ前の令和元年度は、関西圏 78.8%、東海圏 4.2%、関東圏 1.2%だったものが、令和３年は、関西圏 92.9%（14.1%増）、東海圏 4.1%（0.1%減）関東圏 0.8%（0.4%減）で、近場の旅行が増加しています。



参考資料 図－15

参考資料 図－16

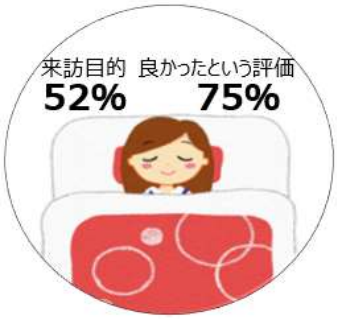
⑦　宿泊客に対し、本市の多様な魅力が伝えきれていないことがうかがえます。

【参考資料 図 - 17】

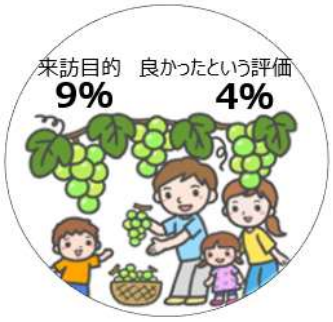
○　来訪目的は、「温泉や露天風呂」71%、「地元の美味しいものを食べる」63%、「宿でのんびり過ごす」52%と、宿泊関連の来訪目的が多い反面、各種体験は「手作り、果物狩り」９%、「スキー・スノボ、マリンスポーツ」７%と低い状況です。

温泉や露天風呂

地元の美味しいものを食べる



宿でのんびり過ごす



手作り、果物狩り

スキー・スノボ、マリンスポーツ

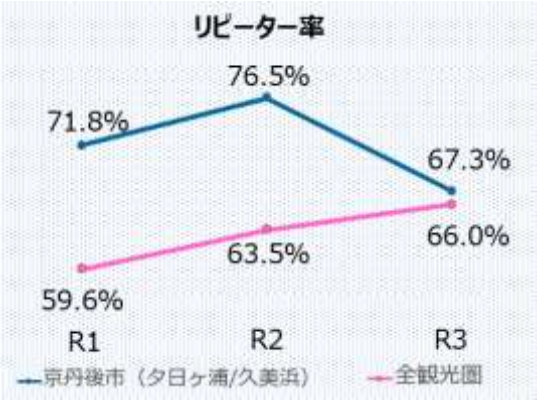
参考資料 図－17

⑧　全観光圏と比較してもリピーター率は高く、再来訪意向率も高いです。

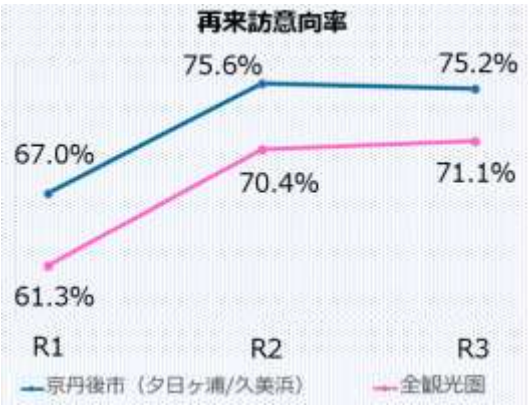
【参考資料 図 - 18、図 - 19】

○　観光客のリピーター率は、コロナ前の令和元年度は71.8%、令和２年度が76.5%、令和３年度が67.3%となっています。全観光圏のリピーター率の66.0%よりも高い水準です。

○　観光客の再来訪意向率は、コロナ前の令和元年度は67.0%、令和２年度が75.6%、令和３年度は75.2%となっています。全観光圏の再来訪意向率の71.1%よりも高い水準です。



参考資料 図－18



参考資料 図－19

※R３のリピーター率の低下は、コロナ禍によるマイクロツーリズム等、新たな客層の来訪増加等が影響しているものと推測される。（宿泊事業者等からの聞き取りより）

（３）　観光施設などの利用状況

①　観光施設などの状況と特徴

○　旧町時代に整備された公的観光施設（指定管理者制度※による運営）は、年数の経過とともに施設の老朽化が進んでおり、修繕が必要な箇所が多くなってきています。一方で、民間のノウハウを活用した誘客の取組が展開されています。

○　新型コロナウイルス感染症に伴うアウトドアブームにより、アウトドアの観光施設については、入込客数は増加傾向にあります。

○　老朽化や洋式化できていない海浜トイレなどの修繕、リニューアル等が必要な状況にあります。

※指定管理者制度：地方公共団体や外郭団体に限定していた公の施設の管理・運営を、株式会社をはじめとした営利企業・財団法人・NPO法人・市民グループなど法人その他の団体に包括的に代行させることができる制度。

（４）　観光業を取り巻く雇用の状況

① 慢性的な「人手不足」が続いています。【図 - 20】

全業種トータルの有効求人倍率※は、平成 29 年 12 月の 1.44 倍から、令和元年 12 月には 1.69 倍と上昇し、人手不足が加速しています。コロナ禍で一時 1.0 倍を下回ったものの、令和３年７月から再び上回り、令和４年９月時点で 1.40 倍となっています。

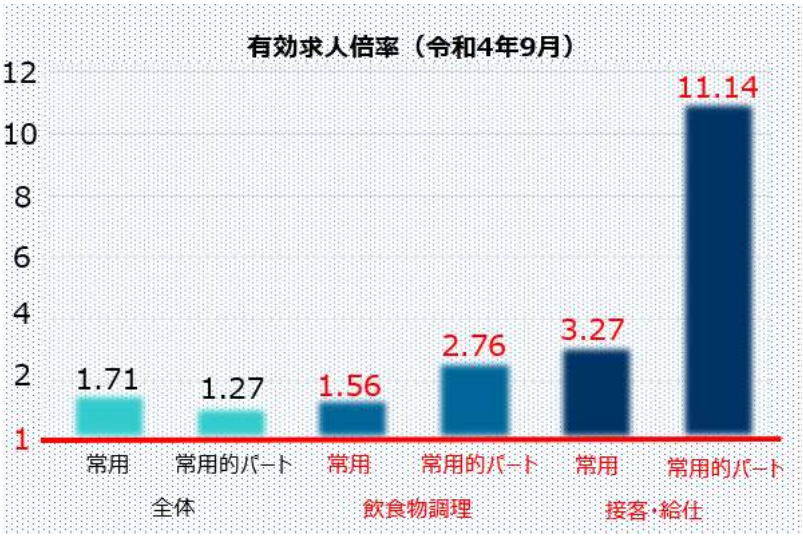
◇図 - 20　京丹後市の有効求人倍率の推移（全職業）

※出典：ハローワーク峰山発行「月報峰山速報」

② 観光関連（飲食物料理、接客・給仕）の「人手不足」はさらに深刻です。

【資料集 図 - 21、図 - 22、図 - 23、図 - 24】

令和４年の「飲食物料理の職業」の有効求人倍率は、常用が 1.56 倍、パートが 2.76 倍、「接客・給仕の職業」では、常用が 3.27 倍、パートが 11.14 倍となっており、観光に関連する職業の人手不足は、さらに深刻な状況です。



参考資料 図－21、22、23、24

※有効求人倍率：職業安定所に登録されている有効求職者に対する有効求人数の割合のこと。

（５）　特徴的な資源

【食】

国内外に誇る丹後産コシヒカリ、各種フルーツ、間人ガニや久美浜かき、地酒等に加え、令和３年から新たに「活イカ」の市内流通の取組が始まりました。また、令和元年から京丹後美食都市研究推進会が中心となり、京丹後ガストロノミカ、たんちょす月間といった料理人、生産者等による「食のまち」づくりの取組が展開されています。

【ジオパーク】

市全域が「山陰海岸ユネスコ世界ジオパーク」に認定されており、市内に６つのジオトレイルコースがあります。立岩、屏風岩、青の洞窟といった特徴ある世界基準の観光価値を活用し、京丹後縦断トレイルや、香美町との交流事業、教育旅行などの取組が始まっています。また、令和２年に事業者、教育関係者、行政等による「京丹後市ジオパーク最大活用会議」が発足し、より活用に向け動き出しています。

【海・山・薬草】

小天橋から夕日ヶ浦海岸まで約８ｋｍ続くロングビーチや鳴き砂の琴引浜をはじめとする美しい海岸線、ブナが自生する森、アユが遡上する川、ホタルが舞う里山など、市域全体に森と海がつながる豊かな自然環境があります。多種多様な薬草が自生し、中国４大薬都の一つ「亳州市」とは、平成18年から協定書※を締結し交流を深めています。

【宿泊施設】

京都市に次いで府下２番目に多い約180軒のお宿を有し、ホテル、旅館、民宿等の多様な宿泊施設があります。

【温泉】

海岸線を中心に40ヵ所の温泉源に恵まれ、温泉宿、日帰り温泉とも充実しています。

【伝説・伝承】

「鬼退治伝説※」や「京丹後七姫伝説※」、「日本最古の羽衣天女伝説※」、羽衣天女が祀られた奈具神社※をはじめとする「元伊勢の地※」、稲作発祥の地と伝えられる「月の輪田※」、果物やお菓子作りに関係する「売布神社※」、天鈿女命との関係を伝える大宮売神を祀る「大宮売神社※」、日本の国づくりに重要な役割を果たしたヤマトタケルの祖母ヒバスヒメの縁の地※など、“日本のふるさと”とも言える多くの伝説・伝承があります。

※協定書：日本国京都府京丹後市と中華人民共和国安徽省亳州市　友好都市を締結する協定書

※鬼退治伝説：用命天皇の勅命を受け、麻呂子親王が薬師如来の加護を得て鬼を退治したと言われている。

※京丹後七姫伝説：京丹後の伝承に登場する、羽衣天女、乙姫、間人皇后、川上摩須郎女、小野小町、静御前、細川ガラシャの７姫の総称

※羽衣天女伝説：峰山町比治山に舞い降りた豊宇賀能売神である天女の伝承

※奈具（なぐ）神社：羽衣天女が祀られている神社（弥栄町船木）

※元伊勢の地：伊勢神宮（三重県伊勢市）が現在地へ還る以前に、一時的に祀られたという伝承を持つ場所

※月（つき）の輪田（わでん）：豊受大神がはじめて田植えをされた場所とされ、稲作発祥の地として伝わっている（峰山町二箇）

※売布（めふ）神社：垂仁天皇の命で橘を持ち帰った、菓子作りの祖、田道間守命がこの地に祀った神社と伝わっている（網野町木津）

※大宮売神社：本殿横の石灯籠は国の重要文化財に指定されている。祭神（さいじん）は大宮売神（おおみやめのかみ）、若宮売神（わかみやめのかみ）の二座で、「延喜式」所載の名神大社である。大宮売神（おおみやめのかみ）を天鈿女命（あめのうずめのみこと）と同一視する説がある。

※ヒバスヒメの縁の地：網野銚子山古墳は、ヒバスヒメが埋葬された大和の佐紀陵山古墳と類似することから、ヒバスヒメの弟のミカドワケ王のものではないかと言われている。

【史跡・文化財】

日本海側最大の網野銚子山古墳をはじめとする丹後三大古墳※のほか、弥生時代国内最大級の墳丘墓である赤坂今井墳墓など「古代丹後王国※」の存在を感じさせる数々の遺跡、史跡があります。また、令和４年10月に、国の文化審議会が文部科学大臣に答申し、経ヶ岬灯台※が国の重要文化財に指定されることとなり、新たな誘客資源として期待されます。

【産業】

観光産業をはじめ、日本遺産「300 年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊」に代表される丹後ちりめんは、日本一の絹織物の生産量を誇ります。また、高い技術力を誇る「機械金属産業」が集積し、ハイテクゾーンを構成しています。「間人ガニ」、「丹後産コシヒカリ」、「京たんごメロン」など、農・水産業ではブランド食材も豊富です。

【長寿】

現在もギネス世界記録を保持している、故・木村次郎右衛門さんの出生地であり、百寿者の人口 10 万人あたり比率が全国平均の 3.24 倍（令和３年度）あるなど、長寿のまちです。

【人】

京丹後市観光大使の太川陽介さん、故・野村克也さんをはじめとした著名人だけでなく、豊かな自然と共生しながら農林漁業を営み、多様な文化や風土を守り伝える京丹後市民一人一人がいます。「住んでよし、訪れてよし」、「ひと」が主役の「まちじゅう観光」の地です。

【安全・安心】

平成 27 年に京都府警と「みんなでしょうきゃ～世界に誇れる笑顔あふれる京丹後安全・安心まちづくり」を締結した京丹後市は、刑法犯の人口当たり認知率が全国平均の約２分の１、交通事故発生率が同４分の１となっています。また、令和２年には市町村単位ではあまり例のない「京丹後市安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例」を制定し、感染症まん延下における観光と市民生活の両立を図るなど、「安全・安心」は、京丹後市の大きな財産です。

※丹後三大古墳：網野銚子山古墳（網野町網野）、新明山古墳（丹後町宮）、蛭子山古墳（与謝野町）

※古代丹後王国：ヤマト政権によって統一される以前の弥生時代から古墳時代にかけて、峰山盆地を中心とした丹後王国（丹波王国）が存在したと言われている。

※経ヶ岬灯台：丹後半島の最北端に、明治３１年に設置された白亜の灯台。国内に５ヶ所のみの希少な第１等レンズ（フレネルレンズ）を使用している。

２　観光の課題及び対策の方向性

【課題１】夏、冬に偏重した「二季型の観光地」で年間を通じて安定した誘客ができていません。

＜対策の方向性＞

四季を通した観光客の確保により、経営の安定化、人材の確保と育成、資源の有効活用が求められています。

○　春・秋及び平日の来訪が期待できる層や団体をターゲットにした、ワーケーション、インバウンド、教育旅行、スポーツ・ビジネス観光などの推進が必要です。

○　健康長寿という京丹後の強みを活かし、季節を問わないヘルスツーリズム等の推進が必要です。

○　四季に応じた「食」や「体験」のコンテンツ開発と、それを実現するための異業種連携や、魅力を伝えるための「人（ガイド等）」の育成が必要です。

【課題２】異業種連携が不十分であり、宿泊客の市内周遊・滞在につながっていません。

＜対策の方向性＞

市民、地域の産業等の連携により幅広く観光価値を高め、観光による効果を全市に広げて、総合的に活用していく必要があります。

○　宿泊客の市内滞在長期化による市域全体の観光消費の増大が必要です。

○　異業種連携や市民参画による、地域資源を観光価値化した体験・周遊コンテンツづくりが必要です。

○　雨天時等に立ち寄ることのできる観光拠点やランチができる食事処の整備が必要です。

○　京丹後市観光公社の会員加入と、農漁業、ちりめん、ものづくり産業など様々な異業種連携による会員拡大が必要です。

【課題３】「観光地としての認知度」が低く、関西圏とともに、関東圏をはじめ全国的・広域的な誘客が必要です。

＜対策の方向性＞

関西圏からの集客を強化するとともに誘客対象エリアを拡大し、認知度向上を図ります。

○　京丹後市観光公社を中心としたマーケティングとデジタルプロモーションの強化が必要です。

○　ターゲットとコンテンツを連動させ、全国から誘客できるプロモーションが必要です。

○　海の京都DMO等の広域関係団体や民間ＯＴＡと連携し、情報発信を強化する必要があります。

○　京丹後ならではの魅力を磨き、伝えていくことが必要です。

○　２０２５大阪・関西万博（レガシー含む）を見据えた、外国人向け観光プロモーションの展開が必要です。

【課題４】コロナ禍を契機とした観光客の行動変容やインバウンドの再開への対応が求められています。

＜対策の方向性＞

ウィズコロナ、アフターコロナに対応する必要があります。

○　密を回避する旅行者のニーズの変化を意識した施設整備、コンテンツ開発、プロモーション等安全安心な観光地づくりを継続する必要があります。

○　訪日外国人誘客に向け、海の京都DMOはじめ広域的な観光プロモーションの展開、航空会社等との連携、受け入れ態勢の整備が必要です。

【課題５】環境に配慮し、ＳＤＧｓに対応した観光地のあり方が求められています。

＜対策の方向性＞

環境問題等のグローバルな観光地づくりが必要です。

○　海岸保全をはじめとする環境配慮型の取組と発信が必要です。

○　ワーケーション、産業ツーリズム、教育旅行等、ＳＤＧｓに対応した観光コンテンツづくりが必要です。

○　宿泊施設や観光施設における、ＳＤＧｓの取組が必要です。

【課題６】観光業を支える人材が不足し、持続的な観光振興財源の確保が求められています。

＜対策の方向性＞

持続的な観光振興に向け、人材と財源の確保が必要です。

○　「通年型の観光地」の実現による通年雇用、正規雇用の増加など、観光業の雇用形態や雇用条件の改善が必要です。

○　Ｕ・Ｉターン促進、子育て環境の充実、異業種間の人的交流等により、繁忙期の人手不足を解消するための取組が必要です。

○　観光業の高付加価値化と観光消費額増加に伴う税収の増加が必要です。

○　観光税・宿泊税等の新たな財源の検討や、ふるさと納税、クラウドファンディングを活用した更なる財源の確保が必要です。

【課題７】老朽化した観光関連のインフラ整備や、交通基盤の強靭化や利便性充実に向けた取組が必要です。

＜対策の方向性＞

安心・安全・快適な観光基盤の整備が必要です。

○　海浜施設や公衆トイレなどの広く観光客が利用する施設が老朽化しており、順次、適切な整備と維持管理を行う必要があります。

○　災害等に強い観光地になるために、高速道路や鉄道網、航空路線等の交通インフラの整備促進が必要です。

第２章　将来ビジョン

１　コンセプト

彩り・味わい京丹後

海･森･里山　つながりの郷

京丹後市には、太古から連綿と続く海、森、里山を大切に守り暮らしてき人々が唯一無二のふるさとを形成しています。

森に降った雨が川となり、海に注ぎ、里山を潤す自然の循環は、海の恵み、里山の実りをもたらし、魅力ある味わいを通して「長寿」を支えるとともに、丹後ちりめんやものづくりなどの「技」をも育んでいます。自然と人が織りなす彩り豊かな営みは、長く歴史となり、文化として継承され、なつかしさと未来への想像力をあわせもつ“日本のふるさと”を想起することができます。

素晴らしい彩りと味わいに満ちた資源が多様で奥深い物語として観光客を惹きつける「海・森・里山つながりの郷」を創造します。“笑顔”と“安全・安心”が生まれるまちづくりを活かして、訪れる人々と地域の人々の相互理解と交流を促進し、観光を核とした地域協働により、幅広い雇用の増大と産業の活性化を図ります。そして、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会づくりにつなげていきます。

観光事業者、観光関係団体、行政はもとより、農林漁業者をはじめとする多様な事業者や市民が一体となり、四季折々の無限に存在する地域資源を磨き上げ、発信し、真のふるさとの豊かさを求め集う人々と総合的につながる「住んでよし、訪れてよし」の観光立市を目指します。

２　目標数値（滞在、宿泊を重視した目標とする）

	指 標 名	コロナ前【令和元年】	現状【令和３年】	目標　【令和９年】
1	年 間 観 光 入 込 客 数	211万人	128万人	240万人
2	年　間　宿　泊　客　数	36万人	29万人	55万人
3	年間外国人宿泊客数	5, 025人	2, 797人	10, 000人
4	年　間　観　光　消　費　額	71億円	66億円	105億円
5	再　来　訪　意　向　率　※	－	75. 2%	85. 0%
6	宿 泊 者 数 平 準 化 率 ※	－	42. 0%	50. 0%

※１～４の目標値は、第２次京丹後市総合計画の令和６年度目標値

※再来訪意向率については、満足度調査における再来訪意向の問いに、「大変そう思う」、「そう思う」、「やや思う」と答えた方のパーセント。

※宿泊者数平準化率については、閑散期（4、6、9、10月）の宿泊者数合計を、繁忙期（8、11、12、1月）の宿泊者数の合計で除し、閑散期と繁忙期の開きを数値化したもの。

３　基本方針と基本戦略

＜基本方針１＞
豊潤な“食”の魅力を最大限発揮し「旨いものを食べるなら京丹後」を実現します

【基本戦略】
① 多種高品質なフルーツを前面に押し出し、年間を通した誘客につなげます。
② 四季折々の農産物、水産資源の“地産来消”を促進し、「味わう×体験する」観光を推進します。
③ 「食のまち」の機運を醸成し、豊潤な食材の魅力に磨きをかけ国内外に発信します。
④ 京丹後の旬の味覚を堪能できる食事処・土産物販売店等の充実に取り組みます。

＜基本方針２＞
多彩な“人”の魅力を観光価値化し「何度でも訪れたい京丹後」を創出します

【基本戦略】
① ビーチでのアクティビティやイベントを充実させ、年中「人」が集うビーチづくりを進めます。
② 「人」を介して、森・川・海や産業、社会活動等の魅力を掘り起こし、観光資源化します。
③ 「健康長寿」を最大限活かし、ヘルス＆ウエルネス観光を確立します。
④ スポーツ施設を活用したスポーツ大会や合宿の誘致・開催のほか、企業、大学等と連携したビジネス観光を推進します。

＜基本方針３＞
多種多様な“文化資源”を活かし「なつかしい日本のふるさと・京丹後」を創造発信します

【基本戦略】
① 多様な史跡、文化財を活かした「文化観光」に取り組みます。
② 豊富な伝説や伝承を活かして歴史を探訪するコンテンツづくりを進めます。

＜基本方針４＞
ＳＤＧｓに対応した「持続的で環境にやさしい観光地・京丹後」を推進します

【基本戦略】
① 本市の大切な資源であるビーチを、訪れる側、受け入れる側が一緒になって保全します。
② 「山陰海岸ユネスコ世界ジオパーク」を活用し、食、体験、学びが融合した観光を進めます。
③ 日本遺産の織物業や本市の基幹産業の機械金属業など、地域の歴史と特色を活かした産業観光を展開します。
④ 世界中の人から選ばれる、環境に優しくサステナブルな観光地を目指します。

＜基本方針５＞
安全・安心・快適でユニバーサルな「人にやさしい観光地・京丹後」を推進します

【基本戦略】
① 新型コロナウイルス感染症等の対策を万全に行い、安全安心な観光地を発信します。
② アフターコロナに向けたインバウンド再開への対応を推進します。
③ 高齢者や障害者など、すべての人にとって優しい観光地を目指します。
④ 老朽化した海浜施設等の整備を行います。
⑤ 高速道路の延伸や二車線化、特急列車乗り入れ等交通基盤の強靭化、利便性の充実に取り組みます。
⑥ ＭａａＳ等の観光関連業界のデジタルプラットフォームによる観光客の利便性向上を目指します。

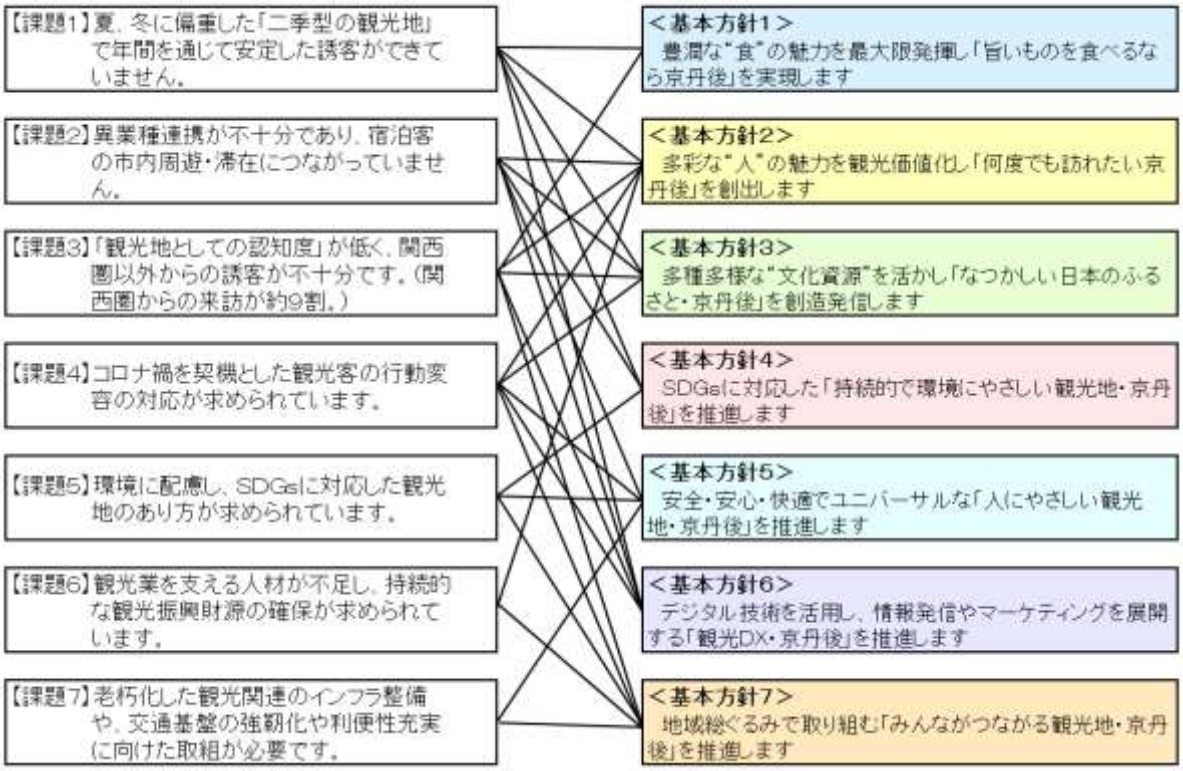
＜基本方針６＞
デジタル技術を活用し、情報発信やマーケティングを展開する「観光ＤＸ・京丹後」を推進します

【基本戦略】
① デジタル技術を活用した行動分析や実態把握などに基づく、ターゲティングやプロモーションを行います。
② デジタル技術により事業者間の連携を図ります。
③ 2025 年の大阪・関西万博（レガシー含む）を見据えた周遊観光の促進を図ります。
④ 広域連携のメリットを活かした情報分析による効果的な発信を行います。

＜基本方針７＞
地域総ぐるみで取り組む「みんながつながる観光地・京丹後」を推進します

【基本戦略】
① 観光を活用して、市民みんなが誇りをもてる地域づくりを進めます。
② 観光公社への会員加入と異業種連携による会員拡大を図ります。
③ 観光立市の実現に必要不可欠な観光人材の確保を図ります。
④ 持続可能な観光振興を推進するための財源確保に努めます。

◇図 - 25　「課題」と「基本方針」の相関図



第３章　アクションプロジェクト

１　アクションプロジェクト

アクションプロジェクトは、前章に掲げた基本方針ごとに、観光事業者、観光関係団体、市民、行政などが取り組むべきプロジェクトであり、これに基づく効果的な事業を５年以内に実施することを目標として、以下に「主なアクションプロジェクト」を記します。なお、「主なアクションプロジェクト」の内容は、社会情勢等の変化に対応して適時見直します。

＜基本方針１＞
豊潤な食の魅力を最大限発揮し「旨いものを食べるなら京丹後」を実現します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①多種高品質なフルーツを前面に押し出し、年間を通した誘客につなげます。	■ フルーツの6次産業化（フルーツトレイル、フルーツ狩り×宿泊プラン、旬のフルーツ・ランチ・デザート提供など）の促進	◎	○		○
	■ 旬のフルーツに特化したPR展開	◎	○		○
	□ フルーツ供給体制の充実	◎	○		○
②四季折々の農産物、水産資源の“地産来消”を促進し、「味わう×体験する」観光を推進します。	■ 活イカやカキといった旬の魚介類の活用	◎	○		○
	■ お宿の畑収穫体験や農家とのコラボ	◎	○		○
	□ 浜買い体験など新鮮な魚介類の販売	◎	○		○
	□ 日本酒の積極的な活用・発信	◎	○		○
③「食のまち」の機運を醸成し、豊潤な食材の魅力に磨きをかけ国内外に発信します。	■ 料理人と生産者等異業種交流による技術研鑽と食のまち機運醸成の促進	◎	○		◎
	■ 旬の食材をテーマにした料理の発信	◎	○	○	◎
④京丹後の旬の味覚を堪能できる食事処・土産物販売店等の充実に取り組みます。	■ 旬の食材を活用した料理の提供店拡大	◎	◎	○	◎
	■ 旬の食材を活用したお土産品・加工品の開発と販売拡大	◎	◎	○	◎

＜基本方針２＞
多彩な“人”の魅力を観光価値化し「何度でも訪れたい京丹後」を創出します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①ビーチでのアクティビティやイベントを充実させ、年中「人」が集うビーチづくりを進めます。	■12 ビーチを活用した、キャンドルナイトやビーチサウナ等のイベントの充実	◎	◎	○	◎
	■13 シーカヤック、SUP、ダイビング、釣り等のマリンアクティビティを推進	◎	◎		○
	■14 春･秋･冬の魅力的な映像発信	○	◎		◎
②「人」を介して、森・川・海や産業、社会活動等の魅力を掘り起こし、観光資源化します。	■15 里山･里海資源による観光商品づくり	◎	○		○
	■16 eバイクを活用した周遊観光の推進	◎	○		○
	■17 里山文化案内人等ガイドの養成	○	◎	◎	◎
	□18 産業、社会活動等に関するガイドの養成	○	◎	◎	◎
③「健康長寿」を最大限活かし、ヘルス＆ウエルネス観光を確立します。	■19 ジオトレッキングや長寿食を活かしたヘルスツーリズムの推進	◎	◎	○	◎
④スポーツ施設を活用したスポーツ大会や合宿の誘致・開催のほか、企業、大学等と連携したビジネス観光を推進します。	■20 スポーツイベント開催による宿泊促進	◎	◎	○	◎
	■21 スポーツ大会･合宿の誘致による宿泊促進	◎	◎	○	◎
	■22 MICE、ゼミ受入れやワーケーション等ビジネスユース推進	◎	○		○

＜基本方針３＞
多種多様な“文化資源”を活かし「なつかしい日本のふるさと・京丹後」を創造発信します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①多様な史跡、文化財を活かした「文化観光」に取り組みます。	■23 史跡、神社等の観光活用	○	◎	○	◎
	□24 経ヶ岬灯台（周辺含む）の観光活用	○	◎	○	◎
②豊富な伝説や伝承を活かして歴史を探訪するコンテンツづくりを進めます。	□25 伝説･伝承の観光活用	◎	○		○
	□26 地域の祭りや催事の観光活用	◎	○		○

＜基本方針４＞
ＳＤＧｓに対応した「持続的で環境にやさしい観光地・京丹後」を推進します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①本市の大切な資源であるビーチを、訪れる側、受け入れる側が一緒になって保全します。	27 観光客とともに取り組む海岸清掃の推進	◎	◎	◎	◎
	28 ブルーフラッグ認証の取得検討	◎	○	○	○
②「山陰海岸ユネスコ世界ジオパーク」を活用し、食、体験、学びが融合した観光を進めます。	29 ジオパークを活用したツアー、トレッキング、イベント等の推進	◎	◎		○
	30 ジオパークを教材にした教育旅行の誘致推進	◎	◎	○	◎
③日本遺産の織物業や本市の基幹産業の機械金属業など、地域の歴史と特色を活かした産業観光を展開します。	31 宿泊と第１次産業の掛け合わせによる体験型宿泊商品の推進	◎	○		○
	32 織物業や機械金属業などの見学、体験とまち歩きを組み合せた産業ツーリズムの推進	◎	◎		○
④世界中の人から選ばれる、環境に優しくサステナブルな観光地を目指します。	33 宿泊施設におけるアメニティ、フードロス改善の取組強化	◎	○		

＜基本方針５＞
安全・安心・快適でユニバーサルな「人にやさしい観光地・京丹後」を推進します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①新型コロナウイルス感染症等の対策を万全に行い、安全安心な観光地を発信します。	34 感染防止対策の徹底を引き続き行う	◎	◎	○	◎
	35 国府の補助制度等の活用	◎	◎		◎
②アフターコロナに向けたインバウンド再開への対応を推進します。	36 観光看板や販促物等の多言語表記対応の推進	◎	◎		◎
	37 航空会社、民間ＯＴＡ等と連動したコンテンツづくりと誘客の仕組みづくり	○	◎		◎
③高齢者や障害者など、すべての人にとって優しい観光地を目指します。	38 高齢者や障害者が利用しやすい観光インフラ及びサービスの推進	◎	○	○	◎
④老朽化した海浜施設等の整備を行います。	39 海浜トイレ等の老朽カ所の修繕、更新、洋式化等の整備と適切な維持管理				◎
⑤高速道路の延伸や二車線化、特急列車乗り入れ等交通基盤の強靭化、利便性の充実に取り組みます。	40 京都縦貫自動車道の全2車線化と速やかな除雪対応、山陰近畿自動車道早期延伸、特急列車の乗り入れ等、災害時にも強い交通インフラの強靭化への要望活動	○	○	○	◎
⑥ＭａａＳ等の観光関連業界のデジタルプラットフォームによる観光客の利便性向上を目指します。	41 デジタル技術等を活用し、車での来訪が多いことを前提とした、交通、サービス、支払い等を一元化する取組の検討	○	◎		◎

＜基本方針６＞
デジタル技術を活用し、情報発信やマーケティングを展開する「観光ＤＸ・京丹後」を推進します

■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①デジタル技術を活用した行動分析や実態把握などに基づく、ターゲティング、プロモーションを行います。	42 観光公社によるデジタルマーケティング、SNS発信やデジタル広告等の実施	○	◎		◎
	43 観光公社HP「Visit-Kyotango」を活用した海外向けプロモーションの展開	○	◎		◎
	44 メタバース、VR等、デジタル技術を活用した誘客促進の検討		◎		◎
②デジタル技術により事業者間の連携を図ります。	45 航空会社、民間OTA等と連動した発信	○	◎		◎
	46 フィルムコミッションによる、積極的なロケ受入れと、ロケ地としてのブランド力発信		◎		◎
③2025 年の大阪・関西万博（レガシー含む）を見据えた周遊観光の促進を図ります。	47 2025年大阪･関西万博(レガシー含む)会場等と本市をつないだ、訪日外国人観光客等誘致促進	◎	◎		◎
④広域連携によるメリットを活かした情報発信を行います。	48 海の京都DMOやジオパーク推進協議会、豊岡DMO、北近畿広域観光連盟、麒麟のまち観光局等と連携した誘客促進や情報発信	○	◎		◎

＜基本方針７＞
地域総ぐるみで取り組む「みんながつながる観光地・京丹後」を推進します

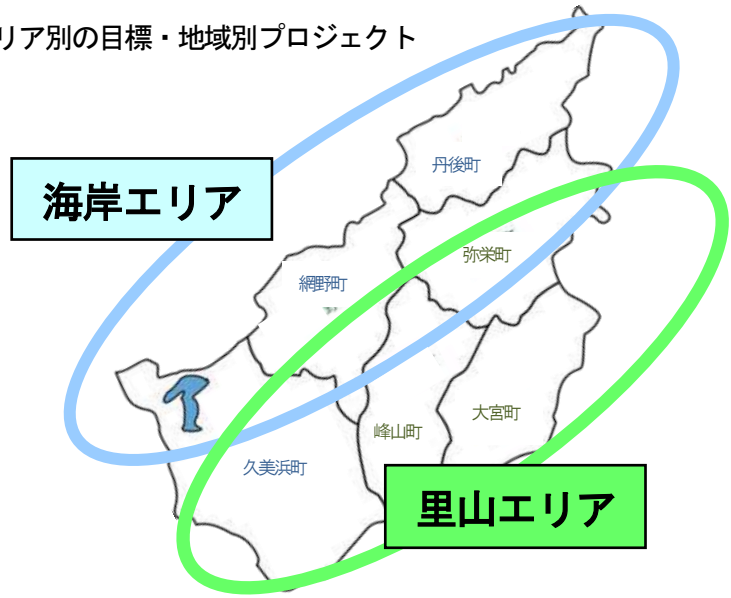
■＝最優先　◎＝主体
□＝優先　○＝協力、参加

基本戦略	主なアクションプロジェクト	取組主体			
		業者	団体	市民	行政
①観光を活用して、市民みんなが誇りをもてる地域づくりを進めます。	■49 観光分野への市民の参画を促します	◎	◎		
	■50 観光客と市民の交流を深めます	◎	◎	◎	◎
②観光公社への会員加入と異業種連携による会員拡大を図ります。	■51 観光業者の会員加入促進と異業種の観光分野参画促進	◎	◎		
	■52 異業種連携による飲食クーポンや周遊クーポン等の造成による域内消費の向上	◎	◎		
③観光立市の実現に必要不可欠な観光人材の確保を図ります。	□53 他業種との人材交流による繁忙期の人的補完の推進	◎	◎	◎	◎
	□54 観光業の高付加価値化と生産性向上に向けた人材確保	◎	◎	◎	◎
④持続可能な観光振興を推進するための財源確保に努めます。	■55 観光業の高付加価値化等による観光消費増大	◎	◎		◎
	■56 ふるさと納税やクラウドファンディング等を活用した財源確保の促進	○	○		◎
	□57 宿泊税等の導入検討	○	○		◎

２　エリア別目標・地域別プロジェクト

エリアの現状や課題、特徴を踏まえて、関係者が一体となって取り組む目標と地域別プロジェクトを整理します。

（１）エリア別の目標・地域別プロジェクト



※「海岸エリア」と「里山エリア」をつなぐ新たな概念として、「グリーンベルト」を定義づけします。

■＝最優先
□＝優先

エリア	目　標	地域別プロジェクト
海　岸 エ リ ア	○ 海の京都の「主たる滞在促進地区」、「交流地区」として、宿泊、温泉等の魅力に磨きをかけます ○ 美しい海岸景観や街並み、漁港、漁業、食などを活用し、ジオパーク体験をはじめとする滞在交流観光を展開します ○ 史跡・歴史・伝説や、日本遺産に認定された「丹後ちりめん回廊」などを活かした文化観光を推進します ○ 海岸保全活動等を通じて、地域・観光客が一体となって取り組むビーチづくりを推進します	**網野地域** ■1 「浜詰夕日の丘」、「夕日の路」を中心としたキャンドルナイト、ビーチサウナ等のビーチイベントや、マリンアクティビティ、浜買い体験などの充実促進 ■2 網野銚子山古墳、浜詰遺跡、浦島太郎、静御前等の伝説・伝承の活用 ■3 日本遺産認定「丹後ちりめん回廊（網野、浅茂川）」、網野神社、嶋児神社、野村克也ベースボールギャラリー、八丁浜シーサイドパークなどを活かしたまち歩き観光の充実 ■4 掛津の民宿を中心とした教育旅行の受入促進 ■5 観光客と地域、市民、企業等をつなぐ海岸保全活動の推進 □6 夕日ヶ浦地区の無電柱化（電線地中化）等街並み整備 □7 静神社展望台、子午線塔、霧降の滝等、エリア内観光スポットの整備 **丹後地域** ■8 立岩、丹後松島、大成古墳群等のトレッキング、「青の洞窟」「愛の洞窟」※「高嶋海岸」等でのSUP、シーカヤック、「中浜漁港～経ヶ岬」のクルージング体験等の促進 ■9 間人ガニ、活イカ、沖ギス、ワカメ、地海苔等の水産資源や、食文化の発信及び間人漁港セリ見学等の観光活用 ■10 グリーンベルトを舞台にした里山里海コンテンツ、ヘルスツーリズム、eバイク周遊コンテンツづくり □11 国の重要文化財に指定予定の「経ヶ岬灯台」の観光活用 □12 老朽化した海浜トイレ等の改良整備

		久美浜地域 13 アメニティ久美浜公園、久美浜駅、稲葉本家など、久美浜一区の歴史的街並みを中心としたまち歩き観光の促進 14 久美浜駅(喫茶含む)、久美浜湾一周、フルーツトレイルを中心としたサイクリング・ツーリズムの促進に向けた環境整備 15 かぶと山展望台へのアクセス整備と絶景活用 16 久美浜湾、ロングビーチ(小天橋～箱石、函石浜遺跡)、蒲井・旭海岸等を活用したジオ・アクティビティ(ジオカヌーなど)促進とツリーハウスの活用 17 大向展望台、じじら山展望台、旧大向キャンプ場進入路周辺等の整備
里　山 エ リ ア	○　日本遺産認定「丹後ちりめん回廊」の織物業、「ハイテクランド」を構成する機械金属業や史跡等を活かした産業観光、文化観光、まち歩き観光の整備などを進めます ○　農業、里山体験、森林観察など、人と自然が織りなす里山文化の観光に取り組みます	**峰山地域** 18 織物産業、日本遺産認定「丹後ちりめん回廊」や、金刀比羅神社「狛猫」を核とした「ねこプロジェクト」を活かしたまち歩き観光の推進 19 羽衣天女伝説、月の輪田(稲作発祥伝説)、赤坂今井墳墓等の活用 20 機械金属業に関連した産業観光の推進 21 金刀比羅神社境内、羽衣茶屋(磯砂山)等、エリア内観光スポットのトイレ洋式化等整備 **大宮地域** 22 内山ブナ林、府道655号線(味土野大宮線)のトレッキングルート化など、ネイチャーツーリズム造成 23 小町公園、農業体験、農家民泊、温泉等、地域の歴史や文化、産業、暮らしをコンテンツとし人とふれあうツーリズムの推進 24 植栽、ライトアップ、サイン設置等、京丹後の南玄関口としての環境整備 **弥栄地域** 25 丹後王国「食のみやこ」での各種イベント及び企業研修等による誘客 10 グリーンベルトを舞台にした里山里海コンテンツ、ヘルスツーリズム、eバイク周遊コンテンツづくり 26 森林公園スイス村「ゲレンデ広場」の活用(雪遊び、音楽イベント、森林トレッキング、マウンテンクロス、山頂ヨガなど) 22 内山ブナ林、府道655号線(味土野大宮線)のトレッキングルート化など、ネイチャーツーリズム造成 27 細川ガラシャゆかりの地の活用 28 遠所遺跡、奈具岡遺跡、黒部銚子山古墳等の活用 29 携帯電話の電波状況改善

※「青の洞窟」「愛の洞窟」：海の神秘と地形の変化が生んだ、日本海上の美しく幻想的な洞窟。丹後町竹野漁港から２つの洞窟を見学する遊覧船が運航されている。