

「海の京都」観光地域づくり戦略改定委員会

日 時：令和7年5月28日 9:30～11:00

場 所：ミップル（宮津市）

参加者：杉岡委員（座長）、福永委員、井上委員、市町委員（福知山, 綾部, 舞鶴, 宮津, 京丹後, 伊根, 与謝野町）、オブザーバー（中丹局, 丹後局, 地域政策室）

1 改訂委員会評価

- ・ おおむね順調に進捗している。観光誘客については、特にインバウンド観光が前進した実感が共有できる。一方、観光地域づくりの重要性が再認識され、戦略改定時にはK P I 等指標設定し、観光入込客数だけを追わない方法で評価できるよう留意されたい。
- ・ 観光にも防災や交通など様々な側面との政策連携が求められている。例えば、オーバーツーリズム対策では地域住民を特別扱いするしくみが求められる。防災面では外国人も含めた情報弱者への伝達方法など地域づくりの取組として成果が見えるよう進められたい。
- ・ 進捗が鈍い「人材育成」、「ユニバーサルツーリズム」、「ロイヤルカスタマー」については、特定地域づくり事業協同組合や労働者協同組合、公務員の兼業・副業なども考慮し、誰が取り組むのかも含め、これまでにないしくみづくりが必要。
- ・ AI 活用について、観光にどう行かせるかの検討が重要になる。観光客向け、事業者同士、防災など海の京都エリア全体での指針について、指標化も含め検討が必要。
- ・ その他、外国人向けの寄付の仕組みや宿泊税など財源問題、メディアとの付き合い方、酷暑（海水浴客の減少）・大雪（観光客が帰れない）災害などへの対応についても検討が必要。

2 戦略の進捗状況（全体）

①未着手、②検討中、③計画中、④実施中、⑤完了

		R 7							参考：R 6						
進捗状況		項目	①	②	③	④	⑤	Ave.	項目	①	②	③	④	⑤	Ave.
3-1 DMOの責務		11	0	2	1	7	1	3.6	11	1	2	2	5	1	3.3
DMO事業方針	戦略1：観光地域づくり／地域還元	12	1	1	0	9	1	3.7	12	2	1	2	7	0	3.2
	戦略1：観光地域づくり／環境整備	12	2	2	0	8	0	3.2	12	2	2	2	6	0	3.0
	マーケティング	11	0	2	1	7	1	3.6	11	1	2	2	5	1	3.3
	戦略2：誘客促進／インバウンド	11	0	0	1	9	1	4.0	11	1	2	1	7	0	3.3
	戦略2：誘客促進／国内	15	2	2	0	9	2	3.5	15	3	1	3	8	0	3.1
	戦略3：DX	7	0	0	1	6	0	3.9	7	1	0	1	5	0	3.4
	小 計	79	5	9	4	55	6	3.6	79	11	10	13	43	2	3.2
地域全体戦略	戦略1：観光地域づくり／地域還元	14	3	4	1	6	0	2.7	10	5	2	0	3	0	2.1
	戦略1：観光地域づくり／環境整備	16	4	2	0	7	3	3.2	16	6	0	0	9	1	2.9
	戦略2：誘客促進／共通	6	3	0	0	3	0	2.5	6	4	0	0	2	0	2.0
	戦略2：誘客促進／インバウンド	7	0	0	1	6	0	3.9	7	3	1	2	1	0	2.1
	戦略2：誘客促進／国内	10	1	0	1	8	0	3.6	10	7	0	1	2	0	1.8
	戦略3：DX	8	3	0	1	4	0	2.8	8	4	1	1	2	0	2.1
	小 計	61	14	6	4	34	3	3.1	57	29	4	4	19	1	2.3
3-2 市町重点連携事業		7	0	0	1	6	0	3.9	7	0	2	1	4	0	3.3
4 具体的施策一覧		44	8	4	2	28	2	3.3	44	11	4	6	23	0	2.9
合 計		191	27	19	11	123	11	3.4	187	51	20	24	89	3	2.9

※地域全体戦略-戦略1：観光地域づくり／地域還元-③地域課題に基づくテーマの戦略化検討について、R6は5項目をまとめて評価していたが、R7は項目毎に分けて評価を行ったため、項目数が増加。

■令和7年度の進捗状況

海の京都観光地域づくり戦略は、令和6年4月の開始から概ね順調に進捗 [全体：⑦3.4←⑥2.9、地域全体⑦3.1←⑥2.3、DMO 事業方針⑦3.6←⑥3.2、市町重点連携事業⑦3.9←⑥3.3、具体的政策⑦3.3←⑥2.9] しており、特に、誘客促進インバウンドについては最も進捗 [地域全体⑦3.9←⑥2.1、DMO 事業方針⑦4.0←⑥3.3] している。

一方で、地元への情報提供や情報基盤の整備など地域全体のDX戦略 [⑦2.8←⑥2.1] や、ロイヤルカスタマーなど地域全体の誘客促進 [⑦2.5←⑥2.0]、また、DMO 事業方針・地域全体戦略双方の項目に含まれる、人材研修、ユニバーサルツーリズムなどで進捗が鈍くなっている。

1 進んでいる項目

(1) DMO の責務、事業方針

- ・観光庁の指標検討の実証事業に参加し、満足度調査について、観光連盟や他 DMO との指標統一など検討し、来訪者満足度の分析と可視化に向けた取組が進んだ。
- ・手配システム及び地域OTAの導入や体験予約のBOKUNシステム登録推進などにより、手配効率化が進んだ。 など

(2) 地域全体戦略

- ・JRと連携した周遊パス「Kyoto by the Sea Round Trip Pass」を販売開始、WILLERにおけるMaaS、丹海バスにおけるキャッシュレス決済の導入など、移動について、外国人観光客の利便性が向上した。
- ・阪急交通社との連携による「長期滞在の旅」販売、京都府や事業者等との連携による「都マグロ」のブランド化に向けた取組、産業観光の要素を取り入れた企業向けプログラムの造成など、地域づくりにつながる商品造成に、地域と連携して取り組んだ。 など

(3) 市町重点連携事業方針

- ・インバウンド向けの商品や周遊コースの造成が進んだ。 など

(4) 具体的施策

- ・大阪・関西万博にDMOとして出展した他、地域の事業者等の出展を応援金で支援した。
- ・農泊エリアにおけるFAMや海外メディア取材対応などにより魅力を発信した。
- ・地域本部向けにGA4セミナーを開催し、その後のフォローアップも実施した。
- ・ふるさと納税寄附募集において、対象者に合わせた情報発信を試行した。 など

2 滞っている項目

(1) DMO の責務、事業方針

- ・各種ポータルサイトの口コミ等における来訪者満足度の収集について、DMO登録ガイドラインに合わせ、観光連盟等との指標を統一する検討を優先しており、進んでいない。
- ・「海の京都大学」人材募集採用力強化講座の実施について、YMCA、AYABXと連携し、外国人材支援をしているが、その他、採用力強化の取組について、業務量が確保できず滞っている。
- ・ユニバーサルツーリズムの推進、情報の集約・発信、高付加価値化した観光体験／施設情報の集約と発信などロイヤルカスタマーづくりについて、業務量が確保できず滞っている。 など

(2) 地域全体戦略

- ・ふるさと納税制度の推進による地域還元について、制度変更を受け、取組そのものの位置づけなど再考が必要となっており、滞っている。
- ・地元住民への積極的な情報提供、DXシステムの地域内共通化、データを一元管理できる体制づくり等について、各組織のセキュリティの考え方や活用スキル、人材育成など長期的な視点と、短期的な視点での項目整理が必要となっており、滞っている。 など

(3) 具体的施策

- ・短期のものでは、「人材採用強化研修」「バリアフリー施設の情報集約発信」「ふるさと納税寄附者への来訪インセンティブづくり」などが未着手の状況。
- ・中長期的なものでは、ハード整備（電線地中化）等が未実施の状況。 など