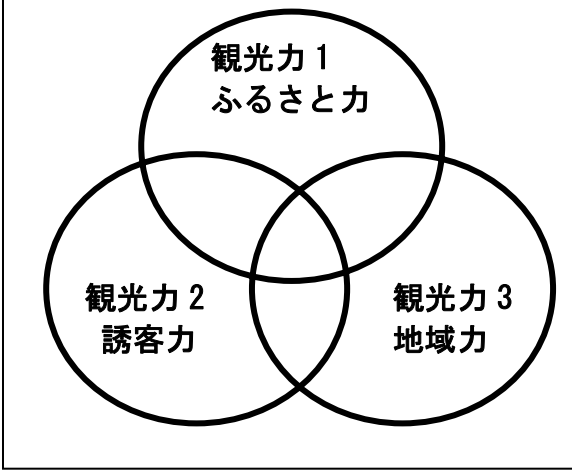


第二次 丹後地域観光振興プラン

現状と課題等	基本方針		観光戦略（アクションプラン）	推進体制戦略								
	目標の設定	推進方針										
<p>観光振興の意義 丹後地域の活性化は観光を軸にした振興が不可欠</p> <p>現状 ■入込み客数約 700 万人を前後に停滞気味 ■京阪神からの宿泊適地であるが、宿泊率が2割弱に止まっている。宿泊施設は約 600 箇所、宿泊定員約 18,000 人である ■観光形態は、冬のかにと夏の海水浴を軸とした二季型であり、春秋の集客が弱い。夏の海水浴客が減少傾向にある。 ■国の広域観光圏の認定、国定公園の指定、ジオパーク構想などの新たな動き</p> <p>課題 ■観光資源は、温泉、農林水産資源、自然資源、歴史文化資源など、多様でかつ豊富であるが、十分活用されていない。 ■多様な資源の活用で観光形態を二季型から四季型・滞在型観光への転換 ■丹後地域及び域内の観光地までのアクセスが課題 ■効率的な事業の実施や専門的な人材の確保が課題 ■市町と当協議会の事業の重複や役割分担の整理が必要。</p> <p>今後の展開 ■広域的な集客イメージの形成 ■豊富な観光資源の商品化 ■カニに次ぐ食の魅力創出と四季折々の魅力づくり ■圏内及び圏外からの交通手段の確保 ■効果的な情報発信の実施と専門家の配置 ■観光業等でのホスピタリティーの強化 ■市町との役割分担と連携の強化</p>	<p>第二次『丹後 2012 観光プラン』</p> <p>コンセプト 丹後地域の観光は、恵まれた海、里、山の資源を活かして、「どこにもない私だけのふるさと」を再発見し、新しい魅力として創出します。豊かな普段の生活の場面を磨き、提供することによって、来訪者を暖かく受け入れ、「何度も帰りたい!」と思う「ふるさと観光」をめざします。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>『私のふるさと丹後 発見!』 —うみ・さと・やまのふるさと観光—</p> </div> <p>日本の美しい風景を守り育てる 人々の豊かな暮らし</p> <p>「うみの幸」、「さとの幸」、「やまの幸」を大切に、暖かく人々を迎え入れる</p> <p>「ふるさと」をつくる。</p> <p>数値目標</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>項目</td> <td>2012 年目標</td> </tr> <tr> <td>入込み客数</td> <td>800 万人</td> </tr> <tr> <td>宿泊客数</td> <td>135 万人</td> </tr> <tr> <td>観光消費額</td> <td>250 億円</td> </tr> </table>	項目	2012 年目標	入込み客数	800 万人	宿泊客数	135 万人	観光消費額	250 億円	<p>丹後の観光を振興する力＝観光力は、地域のみんなが寄って、文殊の知恵を活かして、「ふるさと力」を基本に、「誘客力」を発揮し、地域の受け入れ態勢を強化する「地域力」の3つで高めます。</p> <p style="text-align: center;">丹後の観光力を高めよう!!</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>「商品開発と情報発信を重点に 丹後の観光力を高めよう！」</p>  </div> <p>観光力1 ふるさと力を高めよう ふるさと生活体感観光にこだわり、四季型・滞在型の観光地を目指します。 ●ふるさと生活体感観光にこだわります ●ふるさとの魅力で四季型・滞在型観光地に脱皮します</p> <p style="text-align: center;">⇒ 【重点】戦略1 ふるさと商品開発戦略</p> <p>観光力2 誘客力を高めよう 誘客のターゲットを明確にし、弱点である交通の利便性を高めることによって、戦略的に誘客します。 ●東アジアからの観光客を誘客します ●ターゲットを明確にし、戦略的に誘客を図ります ●内外の交通利便性を高めます</p> <p style="text-align: center;">⇒ 【重点】戦略2 情報発信戦略</p> <p style="text-align: center;">⇒ 戦略3 交通戦略</p> <p style="text-align: center;">⇒ 戦略4 インバウンド戦略</p> <p>観光力3 地域力を高めよう 観光を軸に市町との役割分担を明確にし、地域産業や住民と一体となり、広域的に連携して地域を活性化します。 ●ホスピタリティーの向上、現場で活躍できる人材の育成、組織の強化を図ります</p> <p style="text-align: center;">⇒ 戦略5 人材育成戦略</p>	<p>【重点】戦略1 ふるさと商品開発戦略 市町の商品開発を前提に、広域的に取り組む商品開発テーマ（食・体験等）を設定し、これらの造成支援から事業化への展開を市町と連携して実施する。 ①テーマ観光商品づくり ・ブルーツーリズム、グリーンツーリズム、エコツーリズム、クルーズ観光、歴史文化観光、産業観光・工場見学などのものづくり観光 ②ロングステイ商品・連泊促進商品づくり ・既存観光資源のブラッシュアップ ・春・秋の名物づくり、四季のキャンペーン商品づくり ③商品開発の手法 ・宿泊施設での着地型観光商品販売、発地からの商品開発 ④教育旅行の展開強化 ・商品開発、学校・エージェントへのプロモーション</p> <p>【重点】戦略2 情報発信戦略 戦略1のふるさと商品開発戦略を基本に、関西・首都圏を重点エリアとして広域的な情報発信をメディア業界、エージェント関係者などと連携して、効率的に実施する。 ①広域情報発信事業 ・各種媒体を活用した情報発信（観光業界との連携やマスコミ・雑誌等を活用した情報発信） ・ITを活用した情報発信の推進 ②丹後 PR フェアの開催やキャンペーンやキャラバンの実施 ③総合広報事業 ・丹後ふるさと観光大使の活用 ・若狭・但馬などとの広域 PR 連携</p> <p>戦略3 交通戦略 快適に移動できる交通環境を目指して、交通機関等への働きかけや交通機幹とのセットとなった企画商品の販売促進を行う。 ①域内の2次アクセス確保への働きかけ及び企画商品のPR ・域内交通機関の周遊チケットなどの企画商品等のPR ・丹後半島域内の交通手段強化 ②アプローチの充実、整備に向けた働きかけ ・JR西日本、KTR、バス会社、旅行会社等との周遊連携チケットの造成 ・JR山陰線の複線化に伴う利用しやすいダイヤ改正 ・高速バスの充実による広域圏からの交通アクセスの改善</p> <p>戦略4 インバウンド戦略 海外からの誘客を他地域との連携しながら、域内を取りまとめて効果的に実施する。 ①広域インバウンド事業連携（ファミトリップの受入等） ②情報発信の検討（HP・パンフ等の作成） ③受入体制及び現地案内などの体制づくりの働きかけ</p> <p>戦略5 人材育成戦略 観光活動を実践する人材の能力の向上、協議会運営にかかる組織の強化の検討を行う。 ①ホスピタリティー人材の育成 ②観光実践塾の創設 ③企画・コーディネーター人材の育成と活用 ・地域における観光リーダーの発掘・育成、専門家等の活用 ・情報発信拠点の機能強化とコーディネートの体制づくり ④協議会組織の検討</p> <p>共通項目 なお、全ての戦略において、アクティブシニアを主要なターゲットとして、マーケット分析や観光動向調査等の調査分析により、観光客のニーズを探り各戦略の事業を検討・実施していきます。</p>	<p>「うみ・さと・やまのふるさと観光」のコンセプトにもとづき観光戦略に取り組む、推進体制を構築。</p> <p>1 観光組織等の役割 ① 丹後広域観光キャンペーン協議会の役割 ・市町はもとより観光関係団体・地域住民からの観光振興の取り組みを総合的にとりまとめ、広域的な特色ある観光資源を有機的に組み合わせることにより、広域的な商品造成等の役割を担っていきます。さらには、丹後の魅力ある商品開発と情報発信を重点的に取り組み、個性的なふるさとの観光地「丹後」を目指します。</p> <p>・事業の実施にあたっては、専門的アドバイスを得られる体制づくりや観光実践塾を取り組むとともに、協議会体制の強化に向けた検討や効率的な事業の実施を推進します。</p> <p>②市町の役割 ・地域の観光振興の基本的主体として、地域資源の発掘、ブラッシュアップから、商品開発までにすべてにわたって推進します。</p> <p>③観光関連事業者・観光関連団体の主な役割 ・安全で快適なサービスの提供、産業間の連携・協力、ニーズに対応した体験メニュー、地場製品の提供等の受け入れ体勢を地域と一体となって構築。 ・組織体制の強化、観光関連事業者・従業者の人材の育成・確保、観光事業者や行政と連携し各種の観光振興事業を推進します。</p> <p>④地域の役割 ・地域住民一人ひとりが地域の認識を深め、地域や生活に誇りを持ち、地域の宝を磨き上げるなど、自らが住み心地の良い地域づくりに参加。 ・観光客がその地域の人とふれあい、感動できるよう、暖かく、親切に接すること等を推進します。</p> <p>⑤府の役割 ・自主的、主体的な取り組みを支援し、行政・団体等の横断的連携を密にし、魅力ある地域づくりや広域的情報発信を支援することを推進します。</p>
項目	2012 年目標											
入込み客数	800 万人											
宿泊客数	135 万人											
観光消費額	250 億円											