

## 5 「海の京都 DMO」による観光活性化に向けた取組み 地域の総力を結集して周遊客の誘致を目指す

京都府・京都北部7市町 | 京都銀行

日本海に面する京都府北部エリアは、数々の神話や古来より大陸からの文化の玄関口として、また海運の拠点として栄える他、海原を望む多くの景勝地を有している。「海の京都」に周遊客を誘引しようとの取組みが、同エリア7市町の連携のもとで進められている。地域の総力結集と民間の経営視点による観光マネジメントにより、地域の魅力を発信する。



宮津市：天橋立

### 京都府の概要

【人口】259万6,890人(2018年2月末日現在)

- ・日本列島のほぼ中央に位置し、北は日本海と福井県、南は大阪府と奈良県、東は三重県と滋賀県、西は兵庫県と接している。
- ・南北に細長い京都府は、中央に位置する丹波山地を境に、気候が日本海型と内陸型に分かれている。
- ・丹後・中丹地域の海岸線は、変化に富むリアス式海岸で、豊富な景勝地や天然の良港に恵まれている。

### 海の京都で天地山海を巡る

日本三景の一つで「股のぞき」で有名な天橋立。一階が船のガレージ、二階が居室になっているため、海に浮かんでいるように見える伊根の舟屋。自然の造形美や文化を感じさせる伝統建築など、海に面する京都府北部エリアでは魅力あふれる景観に出会える。

「多くの方に、京都＝観光というイメージを持っていただいていますし、確かに京都市内には多くの観光客がお越しになっています。でも、観光で市外を訪れる人は意外と少なかったんです」（京都



伊根町：伊根の舟屋

府 政策企画部戦略企画課 課長 宇佐美智康氏)

もっと京都府内を周遊し、ゆっくりと時間を過ごしてほしい。そんな思いから京都府北部エリアへの誘客を促進する「海の京都DMO」\*が2016年6月に設立された。

\*地域の関係者と共同して観光地域づくりを行う法人。Destination Management / Marketing Organizationの略。



与謝野町：ちりめん街道

### 広域連携による地域プロモーション

海の京都DMOは、宮津市、京丹後市、舞鶴市、福知山市、綾部市、伊根町、与謝野町の京都府北部7市町が連携し、各市町の観光協会が統合して設立された。京都府北部エリアが一体となって観光地域づくりの総合プロデューサーとして、広域観光マネジメントを行うことを目的としている。

経営に民間のノウハウを取り入れるため、京都銀行特別顧問の大同一先生を社長に招聘。7市町との調整、とりわけ各市町の観光協会の統合に尽力した大同氏は「7市町が連携することで、エリア全体をブランディングして観光客に魅力を発信できる。マスコミ等を活用したプロモーションにも一体感が生まれた」と連携の効果を強調する。

### 海・伝統・文化 ～魅力あふれる体験ツアー～

漁師しか知らないスポットでの魚釣り体験。高級織物で有名な「丹後ちりめん」の手織り体験。地元食材を使った郷土料理体験。海の京都DMOは、第二種旅行業登録しており、200以上の着地型旅行商品・体験プログラムを企画・販売している。「最近好評だったのは、羽衣伝説ゆかりの地である京丹後市で

『秋の色種(いろくさ)』、『羽衣』といった坂東玉三郎さんの舞踏公演を見学するツアー。販売後、すぐに完売となりました」(大同氏) また、台湾、シンガポール、タイなどの旅行博に海の京都DMOのブースを出展するとともに、現地旅行会社やメディアにセールスコールを実施し、情報を発信するなど、インバウンドの推進にも力を入れている。

### 海と大地の恵み ～特産品の販売～



天橋立ワイン（海の京都DMOのロゴ入りパッケージ）

天橋立を望む斜面で育った葡萄で醸造されたワイン。肥料には、天橋立の内海で収穫された牡蠣殻が使われている。こうした地元のこだわりのある産品に「海の京都」のロゴを提供するなど、特産品の販売にも力を入れる。大手ショッピングサイトに「海の京都市場」を開設し、魚介類をはじめとする各種産品のほか、老舗料亭の小豆菓子や、オイルサーディンなどを組み合わせた特産品のセレクションボックス「海の京都いろいろ 巻」を販売している。

### 地域の連携と民間経営の視点に立った観光地づくり

海の京都DMOの特徴として、7市町が総力を結集していることに加え、民間経営の視点に立ったマーケティング・プロモーションが挙げられる。「京都銀行には、DMOの設立に先立ち、地元金融機関としての識見を活かし、海の京都エリアの観光客の分析などをご協力いただいた。滞在時間が短い、滞在時間を延ばすには魅力ある観光商品が必要。そういった分析結果が、旅行商品開発や特産品の販売支援など、現在の海の京都の活動の基礎となっている。さらに、インバウンド誘客セ

ミナーの開催、銀行店舗のデジタルサイネージを活用した観光情報の発信、意欲ある企業経営者の紹介など、多面的な支援は非常に心強い」（宇佐美氏） 地元企業の熱意はもとより、自治体の地域を超えた連携、地方銀行の積極的なサポートが、海の京都の更なる魅力を紡いでいく。



京都府 宇佐美課長

### Column

#### ハッカソンによる地域の魅力発信（京都府精華町）

皆さんは、ハッカソンをご存知ですか。ハッカソンとは、複数のチームが技術やアイデアを持ち寄り、数時間～数日の短期間にプログラム開発を競うイベントのこと。ソフトウェア解析・改造を意味する「ハック(hack)」と「マラソン(marathon)」を組み合わせた造語です。京都府の学研都市・精華町と京都銀行が連携し、ハッカソンを通じた地域の魅力を発信する試みが2017年7月に実施されました。今回の「地方創生ハッカソン」には、技術者、デザイナー、学生など約40人が参加し、子供たちの疑問に学研都市の研究者が答えるスマホアプリなどが開発されました。

ちなみに、地方創生に関する施策の一環としてサブカルチャーを含む創作活動を支援する精華町は、広報キャラクター「京町セイカ」をデジタルコンテンツで作成しています。「学研都市のイメージや他団体との差別化を図るため、デジタルデータによる『萌えキャラ』を作成しました。安価なソフトウェアを用いることで、表情やポーズも変えられるため、維持コストの面でも重要しています」（西川氏） ハッカソンによる斬新なアプリ開発や、デジタルコンテンツの活用。独自のシティブロモーションを推進する精華町の地方創生は、さらに加速します。

精華町 総務部企画調整課 課長補佐 西川和裕氏は、「開催には苦勞もありましたが、京都銀行の協力もあって、行政だけでは構築できない人との繋がりができたり、斬新な発想でユニークなアプリ開発ができた。今後も、学研都市というブランドを活かし、体験型教育の推進やクリエイター支援等を通じた新産業創出を目指したい」と今回の成果に手応えを感じています。



ハッカソン開催時の様子



(左)精華町 木村町長 (右)京都銀行 土井課長



精華町の広報キャラクター「京町セイカ」