

「海の京都」インバウンド戦略計画ロードマップ

項目		2017年度(現状)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	目標(ビジョン)	
KPI	将来ビジョン	(2017) 観光客数 10,109千人 観光消費額 25,036百万円 外国人観光客宿泊数 57千人 外国人宿泊消費額 549,784千円 外国人観光案内所案内数 20,965人 海の京都HPアクセス数 584千人	-ブランド戦略プランの策定 -取組体制の枠組み構築	地域独自のブランド確立のための基礎固め				(2022) 外国人観光客宿泊数 200千人 外国人宿泊消費額 20億 外国人観光案内所案内数 75,000人 海の京都HPアクセス数 584千人	
	計画期間 2018年～2022年	計画期間 5年間							
		地方創生交付金平成28年～平成32年度							
分類	要件	行動指針(評価基準)	2017年度(現状)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	目標(ビジョン)
調査・マーケティング	ビッグデータを活用し、海の京都におけるインバウンド動向を分析	民間事業者と連携した継続的なマーケティング調査を実施。	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○京都府観光流動調査 ○顧客満足度調査	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○宿泊施設のインバウンド受入調査 ○インバウンド宿泊状況及び観光入込3か月毎調査 ○JCSI顧客満足度調査2年毎	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○宿泊施設のインバウンド受入調査 ○宿泊施設の機能修正及び見直し ○インバウンド宿泊状況及び観光入込3か月毎調査 ○JCSI顧客満足度調査2年毎	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○宿泊施設のインバウンド受入調査 ○宿泊施設の機能修正及び見直し ○インバウンド宿泊状況及び観光入込3か月毎調査 ○JCSI顧客満足度調査2年毎	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○宿泊施設のインバウンド受入調査 ○宿泊施設の機能修正及び見直し ○インバウンド宿泊状況及び観光入込3か月毎調査 ○JCSI顧客満足度調査2年毎	○WiFiバケットセンサーを活用した観光客流動調査 ○宿泊施設のインバウンド受入調査 ○宿泊施設の機能修正及び見直し ○インバウンド宿泊状況及び観光入込3か月毎調査 ○JCSI顧客満足度調査2年毎	海の京都エリアでのインバウンドマーケティング情報の公開と民間企業との戦略協議
			民間事業者に調査結果を研究会等でフィードバックし、インバウンド事業について、意見交換、議論を行う場をつくる。	○観光流動調査報告説明会開催 ・設置施設への利用拡大 ○海の京都インバウンド研究会設置	○観光流動調査報告説明会開催 ○海の京都インバウンド研究会 ・インバウンドマーケティング調査報告	○観光流動調査報告説明会開催 ○海の京都インバウンド研究会 ・インバウンドマーケティング調査報告	○観光流動調査報告説明会開催 ○海の京都インバウンド研究会 ・インバウンドマーケティング調査報告	○観光流動調査報告説明会開催 ○海の京都インバウンド研究会 ・インバウンドマーケティング調査報告 ○インバウンド情報の公開	
外国人向け観光コンテンツ開発・ブラッシュアップ	海の京都のコンセプトの明確化と長期滞在、リピーター獲得を意識し、外国人目線を取り入れたコンテンツのブラッシュアップを行う	インバウンドに対応する海の京都コンセプトの明確化 ・「Another Kyoto」、「Kyoto by the Sea」のコンセプト ・「The Origin of Japan」として日本の源流を味わうエリア	全国観光協議会Undiscover JapanによるコンセプトツアーのHP掲載	○海の京都インバウンド研究会開催 外国人向けコンテンツブラッシュアップ講演 ○海の京都インバウンド戦略計画策定 ○海の京都インバウンドセミナー開催9/7 株式会社Voyagin アレックス講演	○海の京都インバウンド研究会開催 外国人向けコンテンツブラッシュアップ講演 外国人向けコンセプトツアー造成販売 ○海の京都インバウンドセミナー開催 ○ネイティブによるインバウンド事業の推進	○海の京都インバウンド研究会開催 外国人向けコンセプトツアー造成販売 ターゲット別コンセプトツアーの充実 ○海の京都インバウンドセミナー開催 ○ネイティブによるインバウンド事業の推進	○海の京都インバウンド研究会開催 外国人向けコンセプトツアーの充実 ターゲット別コンセプトツアーの充実 ○海の京都インバウンドセミナー開催 ○外国人ネイティブによるインバウンド事業の推進	○海の京都インバウンド研究会開催 外国人向けコンセプトツアーの充実 ターゲット別コンセプトツアーの充実 ○海の京都インバウンドセミナー開催 ○外国人ネイティブによるインバウンド事業の推進	ネイティブによるインバウンド事業を推進。外国人ターゲット別に刺さるコンセプトツアーを販売
		外国人向けコンテンツの開発及びブラッシュアップ ・外国人に響く来訪目的となるストーリーと演出 ・歴史、自然、産業、文化を活用したスポットをつくる ・継続的なマーケティング調査を活かしたコンテンツ開発 ・株式会社Voyaginと連携した取組、海外に刺さるコンテンツ開発 ・地域住民との交流を意識した生活文化体験の充実 ・広域周遊による訴求力のあるテーマツーリズムの発掘 ・魅力ある日本遺産ブランドを活かした取組 ・魅力ある近代化産業遺産ブランドを活かした取組 ・「Savor Japan」海の京都農泊推進協議会との連携による農泊と食の取組の推進 ・世界のトレンドを意識した取組 ・長期滞在、リピーター獲得を意識する	平成28年ツアーセンターによる国内向け販売。 ○歴史、自然、産業、生活、文化を活かすメディア配信、東京コンテンツ説明会の開催 ○英語圏中心とする海外ファム受入 ○株式会社Voyaginによるコンテンツ体験PG掲載販売 ○Savor Japan「食」を活かす取組みの推進 ○ローカルガイドの育成及び派遣機能の充実 ○ローカルガイドツアーの造成販売 ○日本遺産ブランドを活かした取組の推進 ○近代化産業遺産のブランド化を進め、活用した取組の推進	○海外ファムトリップ受入 ○株式会社Voyaginによるコンテンツ体験PG掲載販売 ○Savor Japan「食」を活かす取組みの推進 ○ローカルガイドの育成及び派遣機能の充実 ○ローカルガイドツアーの造成販売 ○ローカルガイドツアーの造成販売 ○日本遺産ブランドを活かした取組の推進 ○近代化産業遺産のブランド化を進め、活用した取組の推進	○各地域本部によるコンテンツ造成販売 ○Savor Japan「食」を活かす取組みの推進 ○ローカルガイドの育成及び派遣機能の充実 ○ローカルガイドツアーの造成販売 ○日本遺産ブランドを活かした取組の推進	○各地域本部によるコンテンツ造成販売 ○Savor Japan「食」を活かす取組みの推進 ○ローカルガイドの育成及び派遣機能の充実 ○ローカルガイドツアーの造成販売 ○日本遺産ブランドを活かした取組の推進	外国人観光客に刺さる観光コンテンツと海の京都ブランドの向上		
プロモーション	観光客と受入れる地域の双方にとって、より良いターゲット層にアプローチ。長期滞在、リピーターによる消費増、定住へとつながる魅力の発信。	国別にアプローチを実施。 台湾・香港・タイ 従前から シンガポール 2016年～ 欧米豪、韓国 2018年～	台湾 タッチザジャパン 旅行博出展 香港 ブックフェア シンガポール セールススクール タイ TITF 旅行博出展	○欧米豪海外プレスツアー、動画作成、雑誌掲載を実施。					海の京都ブランドを高めるインバウンドプロモーションを実施。ターゲット層、対象、時期を踏まえた効果的なプロモーションし、地域にとって的外的要因に強靱な観光客誘致。
		旅行者のタイプにあったアプローチを行う ・主要観光地周遊、都市部日帰り旅行タイプ ・テーマに対する魅力探求タイプ ・人や地域の繋がり重視タイプ ・日本通、半定住、ロングステイタイプ ・富裕層向け ・クルーズ客船誘致 ・スポーツ観光、MICE、教育旅行タイプ	○ツーリズムEXPO・トラベルマート参加 ○プロガー、エージェントファムトリップ、クルーズ客船誘致 ○台湾、韓国、シンガポールへのセールススクール ○欧米豪プロモーション委託 ○JNTO、関西観光本部、府観光連盟と連携した商談会、ファムトリップ等	○ツーリズムEXPO・トラベルマート参加 ○プロガー、エージェントファムトリップ、クルーズ客船誘致 ○台湾、香港、韓国、シンガポール、タイへのセールススクール ○欧米豪プロモーション委託 ○JNTO、関西観光本部、府観光連盟と連携した商談会、ファムトリップ等	○ツーリズムEXPO・トラベルマート参加 ○プロガー、エージェントファムトリップ、クルーズ客船誘致 ○台湾、香港、韓国、シンガポール、タイへのセールススクール ○欧米豪プロモーション委託 ○JNTO、関西観光本部、府観光連盟と連携した商談会、ファムトリップ等	○ツーリズムEXPO・トラベルマート参加 ○プロガー、エージェントファムトリップ、クルーズ客船誘致 ○台湾、香港、韓国、シンガポール、タイへのセールススクール ○欧米豪プロモーション委託 ○JNTO、関西観光本部、府観光連盟と連携した商談会、ファムトリップ等	○ツーリズムEXPO・トラベルマート参加 ○プロガー、エージェントファムトリップ、クルーズ客船誘致 ○JNTO、関西観光本部、府観光連盟と連携した商談会、セールススクール、ファムトリップ等		
受入環境を整備することによる消費拡大とインバウンドの増加	カード及びキャッシュレス機能の充実	・京銀カードとの包括協定	・総合的な魅力付け(お得サービス)の展開 ・海の京都HPクーポン発行機能による地域消費拡大キャンペーン	・エリア情報の提供 ・カード会社や「じやらん」とタイアップしたプロモーション ・海外OTA活用による受入施設をサポート	・スマートフォン決済システムの検討 ・エリア内事業者へのキャッシュレス対応の拡大			世界標準となるキャッシュレス決済に対応し、地域消費の増加を促進。	
	宿泊施設及び観光施設の受入体制の充実	・サクラクオリティ(品質保証制度)の導入 ・受入対応セミナー開催(顧客満足度の向上)		・高等教育機関等と連携した人材不足への対応 ・不足する観光産業、とりわけ宿泊業の労働力対応への対応 ・手ぶら観光の推進(荷物預かり) ・災害時等の外国人観光客への情報提供サポート	・ピーガンやハラール対応の推進 ・ユニバーサル設備の充実 ・食事に関する情報提供			次世代の観光産業を担う人材育成の仕組みと地域ブランドとなるクオリティの向上	
	二次アクセスの充実			・駅、バス停及び交通マップ等のアルファベット番号表記 ・周遊を促進する広域周遊交通アクセスマップの作成 ・エリア内周遊を促進するサイト ・二次アクセスを促進するレンタカープランやタクシープランの充実	・駅、バス停及び交通マップ等のアルファベット番号表記 ・周遊を促進する広域周遊交通アクセスマップの作成 ・エリア内周遊を促進するサイト ・二次アクセスを促進するレンタカープランやタクシープランの充実	・周遊を促進する広域周遊交通アクセスマップ及びサイトの構築 ・エリア内周遊を促進するサイト ・二次アクセスを促進するレンタカープランやタクシープランの充実		エリア内共通の交通アクセス広域マップ及びHPの導入	
	エリア内周遊を促進するランドオペレート事業		エリア内周遊を促進するランドオペレート機能の検討	・エリア内インバウンドランドオペレート機能の確立	・エリア内インバウンドランドオペレート機能の確立 体験商品、広域商品の拡充販売 宿泊セット商品、広域商品の販売	・エリア内インバウンドランドオペレート機能 体験商品、広域商品の拡充販売 宿泊セット商品、広域商品の販売			地域消費の増加。海の京都DMOの収益事業。エリア内ランドオペレート事業の創業
	魅力的なおもてなしやサービス向上			・ローカルガイド養成及びガイド派遣機能の創業 ・海の京都観光役立ち無料アプリ(無料クーポン等) ・総合的な広域アクセスマップ及びホームページ作成 ・観光案内所のツール作成、設備支援	・ローカルガイド養成及びガイド派遣機能の充実 ・海の京都観光役立ち無料アプリ(無料クーポン等) ・総合的な広域アクセスマップ及びホームページ作成 ・観光案内所のツール作成、設備支援	・ローカルガイド養成及びガイド派遣機能の充実 ・海の京都観光役立ち無料アプリ(無料クーポン等) ・総合的な広域アクセスマップ及びホームページ作成 ・観光案内所のツール作成、設備支援			ローカルガイドの派遣事業による消費拡大と地域の魅力向上

		受入を促進する民間によるインバウンドコンサル事業			・インバウンドコンサル事業の創業、活用	・インバウンドコンサル事業の創業、活用	・インバウンドコンサル事業の創業、活用	・インバウンドコンサル事業の創業、活用	新たにインバウンドに取り組む事業者の増加
広域連携による展開	府内3DMO連携(お茶の京都・森の京都・海の京都)		「もうひとつの京都」をコンセプトとするプロモーションの取組み						京都府を中心とする3DMOの強固な連携
	豊岡DMO等との連携		VJ事業及び丹鉄ルートの観光コンテンツを繋ぐ	VISIT NORTHAN KANSAI VJ事業 シンガポールへのアプローチ					東京・京都・大阪他のゴールデンルートに対する日本海軸の観光コンテンツを繋ぐルートの形成
	新たな広域連携の取組み			・JNTO日本政府観光局、関西観光本部、京都府観光連盟との連携	・若狭湾観光連盟との日本海軸を活かす連携	・海外組織との連携によるプロモーションを検討			JNTO日本政府観光局、関西観光本部、京都府観光連盟を中心に連携を行い、より幅広い外国人観光客の誘客に繋げる
成果及び進捗				インバウンド戦略を様々な場において現状報告し、民間との情報共有を図る					