

## 日本版DMO形成・確立計画


## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	(一社) 京都山城地域振興社 (通称: お茶の京都DMO)	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	山城地域 (宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村)	
所在地	宇治市宇治乙方7番8号 京阪宇治ビル2F	
設立時期	平成29年3月28日	
職員数	7人 (7人 (専任))	
代表者 (トップ人材: 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	脇 博一 京阪バス(株)相談役	交通事業者の経営者の経験として、地域の事情に明るく、経営能力に長け、お茶の京都地域全域の活性化等に熱意をもって取り組み、行政と地域とのパイプ役を十分こなせる人材である。
全体事務総括・地元関係者との合意形成の責任者	本永 治彦 「専従」 京都府	京都府農林水産部副部長や農産課長経験者として、特に地元市町村理事者や茶業関係者との人脈を活かし、地元合意を図れる人材。
各種データの分析・収集の責任者	上岡 和弘 「専従」 京都府	京都府観光課職員として、また府観光連盟への派遣経験を有し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ人材である。
行政等との連絡調整の責任者	川瀬 章治 「専従」 宇治市	お茶の京都地域で最も観光入込客が多い宇治市職員として長年勤務しており、お茶の京都エリアの地域情勢に明るく構成市町村職員等との連携を円滑に行える人材である。
情報発信・総務業務の企画の担当	山田 晃子 「専従」 京都府	京都府職員としての行政事務経験を活かし、地域の情報発信を効果的に行い、総務事務業務も担当できる人材。
プロモーション・旅行商品の造成・販売の責任者 (専門人材)	佐藤 裕 「専従」 (株) JTB西日本 鳥井 雅史 「専従」 (株) 日本旅行 堀尾 幸平 「専従」 近畿日本ツリスト (株)	大手の旅行会社の社員として、長年に渡りプロモーション・観光振興に従事しており、地域資源を活用した旅行商品の開発や観光誘客対策など観光振興に高い能力を有する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	京都府 ・ 企画調整理事 (お茶の京都事業・DMO総括) ・ 山城広域振興局 (地域づくり、宇治茶振興、京野菜振興、農村都市交流、特産品開発、観光振興、食の開発、農林水産業振興、定住・移住促進、社会資本整備・公共交通網整備・景観行政等) ・ 広報課 (情報発信)、 ・ 商工労働観光部 (情報発信、観光振興) ・ 文化・スポーツ部 (スポーツ施設等) ・ 農林水産部 (宇治茶振興・京野菜振興・食の開発、農村都市交流、定住・移住促進) ・ 建設交通部 (社会資本整備・公共交通網整備・都市計画・景観行政等) ・ 各市町村 (企画部門、観光部門、産業部門、農林部門、建設部門)	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p><b>お茶の京都DMO会議として下記部会を設置し参画事業者と連携を行う</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>観光部会</b> (観光分野の意見交換及び合意形成を図り、DMOと連携・協働して事業を推進し、DMO事業の成果について検証・提言を行う。) 京都府観光連盟、各市観光協会(宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、商工会、宇治観光まちづくり株式会社、観光事業者(旅館組合、宿泊施設、農家民宿、土産物店、飲食店等、各種アクティビティ事業者)、寺社仏閣、旅行会社</li><li>・ <b>特産品部会</b> (特産品分野の意見交換及び合意形成を図り、DMOと連携・協働して事業を推進し、DMO事業の成果について検証・提言を行う。) JA 京都やましろ、各商工会議所、各商工会、土産物店、各商店街、大型商業施設、農産物直売所、道の駅、スイーツなど特産品製造企業・団体</li><li>・ <b>茶業振興部会</b> (茶業分野の意見交換及び合意形成を図り、DMOと連携・協働して事業を推進し、DMO事業の成果について検証・提言を行う。) 府茶業会議所、茶協同組合、茶生産協議会、日本茶インストラクター協会府支部、茶業連合青年団、JA 京都やましろ</li><li>・ <b>交通部会</b> (交通分野の意見交換及び合意形成を図り、DMOと連携・協働して事業を推進し、DMO事業の成果について検証・提言を行う。) JR西日本、近畿日本鉄道、京阪電車、京都京阪バス、奈良交通、タクシー会社</li><li>・ <b>地域づくり部会</b> (地域づくり分野の意見交換及び合意形成を図り、DMOと連携・協働して事業を推進し、DMO事業の成果について検証・提言を行う。) 各地域の地域づくり団体、自治会、宇治茶郷づくり協議会、宇治茶の世界文化遺産登録推進プラットフォーム、大学(文教大学、京都大学、同志社大学、府立大学)、金融機関(京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫、南都銀行、JA 京都やましろ)</li></ul>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ① 観光地域づくりを永続的に展開するため、一般社団法人京都山城地域振興社(以下「DMO」という。)を新たに設立。DMOは、各地域の観光地域づくりや宇治茶のプレミアムブランド化、農産物等の特産品のブランド化などの取組を一体的に展開し、地域の稼ぐ力を創出する地域商社的なDMOとする。 本DMOは、その意志決定機関として、取締役会(理事会)を設置。行政の代表者、観光・関連事業者等を取締役(理事)に選任し、本DMOのガバナンスや情報共有を図るため、社長(代表理事)のもと2か月に1回程度定期的な取締役会を開催する。</p>

	<p>(経過)</p> <p>京都府では、府全域において観光交流人口を拡大させ地域を盛り上げるため、『もう一つの京都』という取り組みを行っている。平成27年度から宇治茶の産地である山城地域において、「お茶の京都」という取り組みを展開し、特産品である宇治茶を更に盛り上げるとともに、戦略拠点や交通網、景観整備などのハード事業や地域の魅力の磨き上げや情報発信など総合的な観光地域づくりを推進している。</p> <p>特に、平成29年度は、「お茶の京都」のターゲットイヤーとして、お茶の京都全域で、「お茶の京都博」を通年で開催し、お茶の京都の魅力を全国や海外に発信してきたところ。</p> <p>(実績)</p> <p>DMOの設立前から、お茶の京都地域において様々な活動を行う多様な団体や機関を巻き込むため設立した「お茶の京都観光協議会（事務局：京都府山城広域局・府・市町村・観光協会・交通事業者等）」を発展的に解消し、商工会議所・商工会、茶業会議所、JA京都やましろ、地域づくり団体、大学、金融機関等をはじめ地域の様々な団体、企業等の参画を得て、お茶の京都DMO会議を設置し、DMOのアドバイザーボードとして、DMOの事業の検証や提言を行うこととしている。</p> <p>(今後の展開)</p> <p>執行部門となる事務局には、府職員、市町村職員を派遣（兼務含む）に加え、旅行会社からの派遣、委託等による専門人材（地域づくり・マーケティング・商品開発等）を配置し、DMOのヘッドクォーター機能を担わせるものとする。</p> <p>また、地域がDMOと情報共有・連携して観光地域づくりを推進するため、京都府・市町村で構成する「お茶の京都DMO府・市町村実務者会議」を設置。府庁内には副知事をリーダーとし関係課で構成するお茶の京都を含む「もうひとつの京都」プロジェクト推進体制を確立し、DMOの取組みを踏まえ、地域や分野の壁を超えた地域づくりの取組みを推進・強化する。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組み</p>	<p>観光地域づくりを率先する担い手を育成するために、地域住民や事業者、ボランティアガイドグループ等幅広い層を対象としたセミナーや研修等を実施している。</p> <p>また、ボランティアガイドグループとは、各地域ならではの地域資源を活用したストーリー性のあるツアー造成等を行うため連携を進めているところである。</p> <p>併せて、お茶の京都WebサイトにおいてDMOの活動状況を定期的に掲載することや、エリア内イベント会場において、観光PRブースの出展によりパンフレットやDMO主催バスツアーの募集チラシ配布による意識啓発を実施している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>平成29年3月、京都府及び12市町村を社員としてお茶の京都DMOを設立。行政、観光、商工、社寺、お茶を始めとする農産業、交通事業等に携わる幅広い関連事業者・団体から理事（取締役）を選任し、各地域の観光地域づくりの推進、お茶など特産品のブランド化などの取組を一体的に展開</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>平成29年6月に旅行業（第2種）登録。着地型旅行商品や企画旅行商品の取扱や特産品の販売等を通じ、平成29年度で約81万円の事業収入を計上。その他、観光PR展におけるDMOの活動を通じて、地域にお金が落ちる仕組みづくりに寄与</p>

<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>府、各市町村を社員にして、各観光協会、宿泊業者、飲食業者などの観光関連団体、茶業会議所、JA京都やましろなどの農林関連団体、商工業者、交通事業者、金融機関、大学など多様な関係者が参加するなど地域の多様な関係者が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p> <p><b>一般社団法人京都山城地域振興社 (通称：お茶の京都DMO)</b></p>															
	<table border="1"> <tr> <td>社員</td> <td>京都府、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村、(関係団体、出資者)</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">取締役会 (理事会)</td> <td><b>社長 (代表理事)</b> (外部民間人材)</td> </tr> <tr> <td><b>副社長 (執行理事)</b> (京都府副知事)</td> </tr> <tr> <td><b>取締役 (理事)</b> (行政、観光、商工、社寺、お茶を始めとする農産業の業者・団体から就任)</td> </tr> <tr> <td><b>監査役 (監事)</b> (地元金融機関)</td> </tr> </table>	社員	京都府、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村、(関係団体、出資者)	取締役会 (理事会)	<b>社長 (代表理事)</b> (外部民間人材)	<b>副社長 (執行理事)</b> (京都府副知事)	<b>取締役 (理事)</b> (行政、観光、商工、社寺、お茶を始めとする農産業の業者・団体から就任)	<b>監査役 (監事)</b> (地元金融機関)								
社員	京都府、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村、(関係団体、出資者)															
取締役会 (理事会)	<b>社長 (代表理事)</b> (外部民間人材)															
	<b>副社長 (執行理事)</b> (京都府副知事)															
	<b>取締役 (理事)</b> (行政、観光、商工、社寺、お茶を始めとする農産業の業者・団体から就任)															
	<b>監査役 (監事)</b> (地元金融機関)															
<div style="border: 2px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p><b>事務局</b></p> <p><b>事務局長</b> 京都府派遣職員 (専)</p> <p><b>部長</b> 府職員派遣 (専)</p> <p><b>部長</b> 旅行会社派遣職員 (専) ※3名</p> <p><b>次長</b> 宇治市派遣職員 (専)</p> <p><b>課長</b> 府職員派遣 (専)</p> </div>																
<p><b>連携参画</b></p> 																
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="5">お茶の京都DMO会議</th> </tr> <tr> <th>観光部会</th> <th>特産品部会</th> <th>茶業振興部会</th> <th>交通部会</th> <th>地域づくり部会</th> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光協会 (宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、宇治観光まちづくり会社、観光連盟、商工会、</li> <li>・観光事業者：旅館組合、宿泊施設、農家民宿、土産物店、飲食店等、各種アクティビティ事業者</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所、商工会</li> <li>・土産物店、商店街、大型商業施設</li> <li>・JA京都やましろ</li> <li>・農産物直売所、道の駅</li> <li>・スイーツなど特産品製造企業・団体</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合</li> <li>・日本茶インストラクター協会府支部</li> <li>・茶業連合青年団</li> <li>・JA京都やましろ</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR西日本、近畿日本鉄道、京阪電車、京阪バス、京阪宇治バス、奈良交通、タクシー会社</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域づくり団体</li> <li>・大学 (文京、京都、府立、同志社)</li> <li>・金融機関 (京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫、南都銀行、JA、政策金融公庫)</li> </ul> </td> </tr> </table>		お茶の京都DMO会議					観光部会	特産品部会	茶業振興部会	交通部会	地域づくり部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光協会 (宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、宇治観光まちづくり会社、観光連盟、商工会、</li> <li>・観光事業者：旅館組合、宿泊施設、農家民宿、土産物店、飲食店等、各種アクティビティ事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所、商工会</li> <li>・土産物店、商店街、大型商業施設</li> <li>・JA京都やましろ</li> <li>・農産物直売所、道の駅</li> <li>・スイーツなど特産品製造企業・団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合</li> <li>・日本茶インストラクター協会府支部</li> <li>・茶業連合青年団</li> <li>・JA京都やましろ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR西日本、近畿日本鉄道、京阪電車、京阪バス、京阪宇治バス、奈良交通、タクシー会社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域づくり団体</li> <li>・大学 (文京、京都、府立、同志社)</li> <li>・金融機関 (京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫、南都銀行、JA、政策金融公庫)</li> </ul>
お茶の京都DMO会議																
観光部会	特産品部会	茶業振興部会	交通部会	地域づくり部会												
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光協会 (宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、宇治観光まちづくり会社、観光連盟、商工会、</li> <li>・観光事業者：旅館組合、宿泊施設、農家民宿、土産物店、飲食店等、各種アクティビティ事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所、商工会</li> <li>・土産物店、商店街、大型商業施設</li> <li>・JA京都やましろ</li> <li>・農産物直売所、道の駅</li> <li>・スイーツなど特産品製造企業・団体</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合</li> <li>・日本茶インストラクター協会府支部</li> <li>・茶業連合青年団</li> <li>・JA京都やましろ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR西日本、近畿日本鉄道、京阪電車、京阪バス、京阪宇治バス、奈良交通、タクシー会社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域づくり団体</li> <li>・大学 (文京、京都、府立、同志社)</li> <li>・金融機関 (京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫、南都銀行、JA、政策金融公庫)</li> </ul>												



### 【区域の課題】

しかしながら、日本のお茶の文化や産業をリードしてきたとはいえ、生活様式の変化の中で、消費の減少や生産者の高齢化など、お茶の文化や産業の衰退にもつながる課題が顕在化してきており、美しい茶畑や茶問屋街などの景観をはじめ、歴史あふれる神社仏閣などの優れた資源や宇治茶も、世界的に見れば、知名度は決して高くなく、国内においても、お茶の景観や文化に触れる機会が少ない。また、これらの資源は、広い範囲に点在し、ネットワーク化されておらず、地域全体としての発信力に欠け、相乗的な経済効果を生んでいない。

### 【区域の観光客実態等】

山城地域は、京阪神からの日帰り観光が可能で交流人口は多いが、宿泊施設も少なく、京野菜の産地であるものの、お茶の京都をイメージする料理が乏しいなど、食のブランド化も不十分であり、観光客が長時間滞在できる魅力的なコンテンツや回遊システムが十分に整備されていないことなどから、他地域に比べ一人当たりの観光消費額が低い。

- ・観光入込客数 H28年度 1,167万人 (府内占有率13.3%・対前年比101.9%)
- ・観光消費額 H28年度 193億 (府内占有率1.7%・対前年比100.9%)
- ・外国人宿泊者数、H28年度 14,392人 (府内占有率0.4%・対前年比96.1%)

### 【区域の観光客動向】

地域別の観光入込客数は、全体の約半分を世界遺産である平等院や宇治上神社のある宇治市が占めており、石清水八幡宮のある八幡市が次いで多く、観光客が地域的に偏在している。

同地域における観光スタイルは、京都・奈良からの一足伸ばしで、宇治の平等院や八幡市の石清水八幡宮などの観光名所を見たり、食事処に立ち寄りなどいわゆる「日帰り型観光」が主流であり、宿泊施設が少ないことから、夜の観光はほぼ京都市内に集中している。

### 【区域の観光の方向性】

29年度、DMOにおいて実施した「NTTドコモのモバイル空間統計分析」においても、来訪者の宿泊場所は、宿泊者のうち約50%が京都市内に宿泊していることが確認され、お茶の京都内宿泊者は18.7%であった。お茶の京都エリア内を周遊して楽しんで頂くこと、また宿泊施設の充実化によって、エリア内滞在時間を延ばしていく必要がある。一方、同地域内には、平城京と平安京に挟まれ、恭仁京など都が置かれた豊かな歴史の中で育まれてきた多様な風土、日本の喫茶文化を支え、リードしてきた文化や歴史を目にし、辿ることのできる茶畑、茶問屋、茶工場、茶ゆかりの寺社などが残っており、その全てが世界に誇るべき貴重な財産である。また、こうした地域の魅力を、地域内の旅館やホテルなどに泊まりながら、そのひとつひとつを、じっくりと時間をかけて味わっていただく滞在交流型観光が可能な地域を目指していく。

食のイメージを浸透させるため、地域のあまり知られていない飲食店をDMOで情報発信、地域産品の京野菜を使ったメニュー開発、スイーツ食べ歩きに着地型旅行商品造成等によって、地域の食資源のブラッシュアップと域内消費の拡大を目指す。

### 【区域の観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

以下のとおり観光資源は、非常に豊富だが、資源間のネットワーク化やプロモーション不足によりその魅力をまだ十分に活かし切れていない。

- ・世界遺産 (平等院、宇治上神社)
- ・日本遺産 (駒蹄影園跡碑、「奥ノ山」茶園、興聖寺、茶陶「朝日焼」、白川地区の茶畑、中宇治の街並み、宇治川、宇治橋、通圓茶屋、橋寺放生院、黄檗山萬福寺、永谷宗円生家、湯屋谷の茶畑、茶農家、茶問屋の街並み、湯船・原山の茶畑、金胎寺、流れ橋と両岸上津屋・浜台の「浜茶」、飯岡の茶畑、童仙房、高尾、田山、今山の茶園、海住山寺、上粕の茶問屋街、石寺、白栖、撰原、釜塚の茶畑、宇治神社、宇治上神社、宇治茶手もみ製茶技術、名水汲み

上げの儀、茶壺口切の儀、茶筌塚供養の儀、稲八妻医師茶園、多賀の『森の茶園』、笠置有市の茶畑・索道台跡、京都府立木津高等学校付属茶園、製茶工場、京都府茶業研究所付属茶園)

- ・ **その他文化遺産** (石清水八幡宮、松花堂、一休寺、三室戸寺、恭仁宮跡、浄瑠璃寺、岩船寺、蟹満寺、神童寺、笠置寺、禪定寺、山背古道、信楽街道・伊賀街道などの旧街道筋、祭りなどの伝統行催事など)
- ・ **自然** (淀川三川合流地(さくらであい館)、丘陵・山地・田園等の景観)
- ・ **国の重要文化的景観の選定** (宇治の文化的景観)
- ・ **京都府文化的景観の選定** (和束町の宇治茶の茶畑景観、南山城村の宇治茶生産の景観―山なりの茶畑と山裾の農家、井手町大正池とその水源涵養林景観)
- ・ **京都府景観資産登録** (宇治茶の郷 和束の茶畑、宇治茶の主産地・南山城村～大空へ向かって駆け上がる茶畑景観～、高品質てん茶の産地・八幡市～流れ橋周辺に広がる浜茶の景観～、浜茶と竹林の景観・城陽市上津屋～木津川の恵みがもたらす宇治てん茶～、玉露の郷・京田辺飯岡～丘陵地に広がる覆下茶園と集落の景観～、緑茶のふるさと・宇治田原湯屋谷～永谷宗円生家と茶園景観～、井手町大正池癒しと交流の空間、万灯呂山公園からの山城盆地の眺望、けいはんなプラザ日時計広場～自然と共存する学研都市のシンボル空間～)
- ・ **スポーツ関連** (ツアーオブジャパンが開催されるなどサイクリングの聖地(京都八幡木津自転車道、和束町マウンテンバイク)、太陽が丘運動公園)

**【区域の宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】**

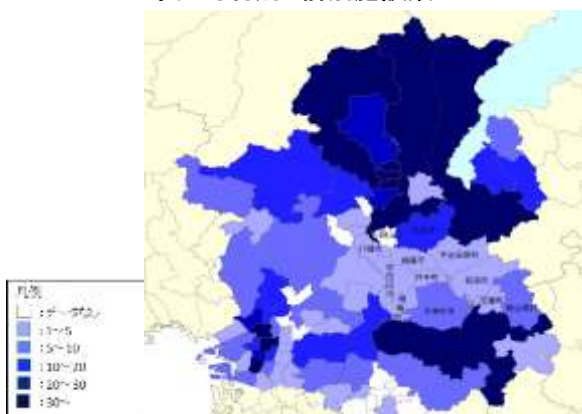
京都市と大阪市、大阪市と奈良市に挟まれたエリアには宿泊施設が数多く立地しているが、同地域は、京都市、大阪市、奈良市の三方に囲まれ、交通アクセスが非常に優れているものの、宿泊施設(特に、ホテル)の立地数は少ない。一方、京都市内への観光客の増加に伴い、京都市内での宿泊が難しくなっており、当該地域へのホテル誘致等が本地域の大きな行政課題となっている。

市町村別観光宿泊施設数

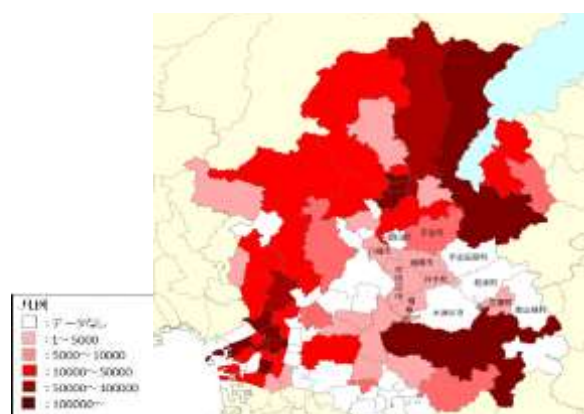
	市					町・村							合計
	宇治	城陽	八幡	京田辺	木津川	久御山	井手	宇治田原	笠置	和束	精華	南山城	
施設数	20	5	5	0	2	0	1	1	2	2	1	4	43
客室数	340	101	40	0	18	0	6	12	14	9	68	100	708

平成 28 年 7 月 市町村ヒアリング調べ

市区町村別 宿泊施設数



市区町村別 宿泊者数



**【区域の利便性：区域までの交通、域内交通】**

鉄道網は、JR奈良線・学研都市線・関西本線、近鉄京都線、京阪本線・宇治線など非常に発達しており、宇治市の平等院や八幡市の石清水八幡宮は交通アクセスもよく、お茶の京都エリアの観光客の多くを占めている。

一方、観光拠点までの二次交通網については、以下のとおり地域格差が大きい。

- ・宇治市、八幡市、城陽市、久御山町、京田辺市を中心にバスネットワークが面的に形成されている。
- ・井手町、和束町では観光拠点へのアクセスが悪い。
- ・笠置町、南山城村では、鉄道沿線の観光拠点を除けば、半径1km以内にバス停がないなど公共交通アクセスが極めて不便である。
- ・宇治田原町は、鉄道路線がない上、多くの観光拠点で半径1km以内にバス停がないため、公共交通アクセスが極めて不便。
- ・木津川市の浄瑠璃寺、岩船寺はバス路線があるものの、運行本数が10本未満と不便。
- ・木津川市海住山寺、宇治田原町永谷宗円生家や和束町の茶畑景観については、公共交通アクセスが非常に悪く、道が狭隘なため大型バスの運行が困難な観光拠点が多い。

**【外国人観光客への対応】**

緑茶・抹茶ブームで当圏域内を訪れる外国人は東アジアの人々を中心に年々増加してきているが、同地域での外国人宿泊数は、府内で0.4%と非常に少ない。今後は当圏域に興味を持つ外国人が事前にこの地域をリサーチできる環境の整備として、お茶の京都総合WEBをはじめ市町村のHPの多言語化（英語、繁体字、簡体字、韓国語）を進め、当圏域の情報発信を行う。

また、この地を訪れた外国人の受け入れ態勢の整備として、当DMO事務所と同建物内にお茶の京都観光案内所を29年8月にオープンした。今後は、外国語対応能力の向上、案内標識等の多言語表記、必要な情報を伝えるパンフの作成等整備を進める。今後更に、観光案内所、観光施設、公共交通機関等の従業員の外国語対応能力の向上研修やカード決済の普及促進、免税店の拡大等外国人が利用するサービスの向上を目指す必要がある。

なお、インバウンド対策は多方面に渡っているため、基本方針を定め、計画的な整備を行っていく。

**3. 各種データ等の継続的な収集・分析**

収集するデータ	収集の目的	収集方法
Webサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクスを活用して随時収集
観光入込客数・観光消費額	お茶の京都エリアの観光地を訪れる観光客の入込客数及び観光消費額の動向を把握し、観光施策の推進を図るための基礎資料とする。	地域別・目的別・月別等の入込状況について、府内市町村からの報告
観光客動向調査及び日本人観光客満足度調査	居住地、利用交通機関、目的、日数、性別、年齢、動機、旅行案内、エリア内訪問地、観光消費額、感想、満足度、再来訪意向等を調査し、観光地域づくりの進捗の指標及び課題を認識するため。	エリア内の主要観光地等において、無作為に調査対象者を抽出し、調査員聞き取り調査及びQRコード掲示によるWebアンケート調査により調査を実施。
外国人観光客実態調査	居住地、利用交通機関、日数、性別、年齢、旅行手配、エリア内訪問地、観光消費額、感想、満足度、再来訪意向等を調査し、観光地域づくりの進捗の指標及び課題を認識するため	上記日本人向け調査に合わせて調査を実施。



(別添) 様式 1

人口動態傾向の把握	リーサス、Wi-Fi パケットセンサー等を活用したエリア内への観光客の移動実態等を把握するため。	リーサスの情報分析について収集。GPSを用いた観光客動態調査を実施する。
圏域内公共交通の利便性の把握	圏域内の二次交通の利便性の向上を図るため、乗車率などの把握や乗継時間の把握などを行い、交通機関の連携を促進していく。	二次交通の季節別、時間別の乗車率の把握、乗客へのアンケートを実施する。
大手旅行会社の商品造成状況の把握	大手旅行会社の商品の造成状況を常に把握し、コンテンツの提供を行い、プロモーションを実施し、商品造成を促進していく。	大手旅行会社、ネット系旅行会社への商品造成リストを入手し、また、ヒアリングを随時行う。

**4. 戦略**

**(1) 地域の強みと弱み**

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ○大都市圏に近接 ○1次交通の利便性・将来性 ○地域資源の多様性 ○けいはんな学研都市の存在 ○宇治茶のブランド力	<b>弱み (Weaknesses)</b> ○二次交通の脆弱さ ○観光インフラの未整備 ○食資源(食情報)の乏しさ ○宿泊施設が少ない ○旅協商品の季節偏重 ○情報発信、地域間連携の不足
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ○お茶の京都博の開催 ○エリア内交通ネットワークの整備 ○戦略拠点整備 ○鉄道会社、旅行会社との連携 ○インバウンド増加、地方創生の機運 ○城陽山砂利跡地の活用(関西最大級アウトレットモールの進出予定など)	<b>脅威 (Threat)</b> ○少子高齢化、人口減少 ○地場産業の後継者不足 ○国内観光市場の縮小傾向 ○地域間競争の激化

**(2) ターゲット**

<p>○第1ターゲット層 京都市への観光客(外国人観光客含む)</p>
<p>○選定の理由 京都市を訪れた観光客数は平成27年比2.8%減の5,522万人(H28)、京都市に宿泊した外国人宿泊客数が0.8%増の318万人(H28)と、いずれも高い水準を維持している。 お茶の京都エリアは、京都市から交通アクセスがよく、日本茶の文化や歴史を目にし、辿ることのできる唯一の地である「日本茶のふるさと」であり、文化遺産が豊富な京都市への観光客と親和性の強い同エリアに観光客呼び込みを図る。</p>
<p>○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。 また、京都市に加えて、お茶の京都南部に隣接する奈良県、三重県からも観光客の呼び込みも図る。</p>

(別添) 様式 1

<p>○第2ターゲット層 日本文化に興味のある欧米豪の富裕層（特にハイエンド層）及び国内の富裕層</p>	
<p>○選定の理由、 国内外で緑茶や抹茶、それらの加工品の人気が高まるなか、お茶の京都では本物の宇治茶の魅力を発信し、「緑茶の最高級品は“宇治茶”」というブランドを他産地に先駆けて確立することを目的に「宇治茶プレミアムブランド化事業」に既に取り組んでおり、宇治茶の歴史・文化、正しい淹れ方・飲み方、手間暇かけた生産等の本物の宇治茶の世界観を、世界の文化の集積地であるパリで、世界への情報発信力・影響力の高い目利き層にアピールし、宇治茶及び産地であるお茶の京都地域のブランド・イメージ形成を図っている。このため、こうした成果を生かしそれら国外での情報発信に加え、お茶の京都地域内でも宇治茶のプレミアムブランド化を図るためラグジュアリー層の誘客を推進することとしている。</p>	
<p>○取組方針 フランスのワインの産地のように海外及び国内における宇治茶のブランドイメージを高め、その産地であるお茶の京都エリアのイメージを向上させるとともに、富裕層向けのコンテンツを開発し、観光客誘客を図る。</p>	
<p>○第3ターゲット層 香港・台湾・中国を中心としたアジア系の訪日リピーター</p>	
<p>○選定の理由 平成29年度にビッグデータを活用しお茶の京都エリア内の特定の12地点への来訪状況の集計を行った。その結果、お茶の京都地域を訪れた外国人約19万2千人の内、東アジアの方が82.1%を占めており、世界的な日本茶（抹茶）ブームの中、高品質な宇治茶や抹茶スイーツを生産・販売しているだけでなく、世界遺産や国宝に指定されている多くの寺社仏閣もある山城地域は魅力があると考えられる。特に、台湾・香港については、全国と比較してお茶の京都地域の訪問者比率は2倍以上となっており、訪日リピート率の高いアジア系の誘客を引き続き推進することとする。</p>	
<p>○取組方針 宇治茶をキーワードに、宇治茶とともに観光地としての宇治茶の郷をPRすることで、「京都～奈良間の立ち寄り観光地」から「是非行きたい観光地」へとポジションアップを図る。</p>	

(3) コンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>日本茶のふるさとお茶の京都 ～世界一の緑茶が味わえる地～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆世界中の観光客から目的地として選ばれる観光地</li> <li>◆「周辺地域と一体となった日本文化・歴史体感地として、海外から何度でも訪れてみたいと思ってもらえる満足度の高い観光地」となり、国内外の人々が集まることにより、地域が潤い、誇りと希望にあふれた地域となる。</li> </ul>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 宇治茶生産の長い歴史が生み出した景観・文化が、維持・保全・継承され、日本遺産登録から世界文化遺産登録を目指していること</li> <li>② 地域の様々な人とともに、お茶を中心テーマとしながら、地域の魅力的な資源をより磨きあげ、効果的なプロモーションが展開させている。</li> <li>③ お茶の京都博のレガシーを受け継ぎ、地域の人々が地域に誇りと愛着をもって、地域の活性化に向けた取組が行われ、内外に多様な手段で情報発信されている。</li> <li>④ 国内外の観光客が地域の人々と交流することで、世界中に魅力が伝わり、定住や移住を希望する人が増えている。</li> <li>⑤ 地域に新たに産業や雇用が生まれ、地域に潤いと誇り・希望があふれている。</li> </ol>

**5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>●お茶の京都DMO会議の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お茶の京都地域において様々な活動を行う多様な団体や機関を巻き込むため、観光協会等の観光関連団体・事業者、商工会議所・商工会、茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合、JA京都やましろ、交通事業者、地域づくり団体、大学、金融機関等をはじめ地域の様々な団体、企業等の参画を得て、お茶の京都DMO会議を設置する。</li> <li>・当会議には観光部会、特産品部会、交通部会、茶業振興部会、地域づくり部会を設け、必要に応じて2月に1回程度、順に開催。同部会は、DMOのアドバイザリーボードとして、DMOの事業の検証や提言、意見集約を行うこととしている。</li> </ul> <p>また、市町村観光関係者等との実務者会議を必要に応じて開催。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設ごとに実施するWebアンケート調査を行い、そのサービス満足度などを各施設にフィードバックを行うとともに、こうした事例等を教材にし、観光関連事業者やボランティアガイド、交通関連事業者を対象におもてなし向上講習会を開催し、人材の発掘、育成等を実施する。</li> <li>・Webアンケート調査を実施し、観光客の属性、総合満足度、再来訪意向、消費行動等を調査し、観光地域づくりの進捗の指標及び課題を把握する。</li> </ul>
一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型旅行商品・滞在プログラムをはじめ各市町村の観光情報（イベントや伝統行事等）、宿泊情報、飲食店情報、地域のオンラインショップをお茶の京都DMO総合ウェブサイトで集約し、SNSも活用し、リアルタイムの情報発信を一元的に実施する。また、多言語化（英語、繁体字、簡体字、韓国語）の充実を行い、外国人観光客の誘客を促進する。</li> <li>・お茶の京都総合パンフレット（日英）を作成し、エリア内の魅力を紹介するツールとしてプロモーション等で活用する。</li> <li>・国内外プロモーションにおいては、地元観光協会、施設等と一体的に進める。</li> </ul>
特産品開発と販売強化の仕組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光消費額を増やしていくためにも、民間事業者と連携した特産品の販売システムを構築。地域内の商工業、農林水産業の事業者と連携して、地域特産品の開発を促進するとともに、商談会への参加、出店機会の創出など販売強化につなげる。</li> <li>・H29年度は、JA京都やましろと連携し、有名販売サイトによる地域内の六次化製品や京野菜、米などの販売を行い、地域の特産品のブランド化を推進した。</li> </ul>

**6. K P I (実績・目標)****(1) 必須 K P I**

	単位	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
●観光消費額	億円	191	193	199	204	210	215
●延べ宿泊者数	千人	218	203	212	221	230	238
●来訪者満足度	%	未調査	未調査	88	89	90	91
●リピーター率	%	未調査	未調査	68	69	70	71

## ※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

**【検討の経緯】**

平成 29 年 5 月に K I P 案を盛り込んだ戦略案に作成し、その戦略案を基に、取締役会、お茶の京都府・市町村実務者会議、お茶の京都 DMO 会議において、関係者で意見交換等を行い、K P I を含む戦略の共有、修正を行い設定したものの。

**【設定にあたっての考え方】**

## ●観光消費額

京都府の地域創生戦略の平成 31 年度の目標値「H31 年 11,653 億円」を参考に、お茶の京都地域の府域に占める割合（27 年、28 年の 2 か年平均で 1.8%）をもって算出。平成 28 年度実績値比で平成 31 年度目標を 9%増、32 年度目標を 11%増とし、平成 30 年から 32 年の 3 カ年で達成。

## ●延べ宿泊者数

その他目標である「観光入込客数」の伸び率と同じ伸び率を設定。

## ●来訪者満足度

平成 29 年度の各種調査結果の数値が一定水準にあることから、現状維持以上を目標とし年 1%増とするよう設定

## ●リピーター率

平成 29 年度の各種調査結果の数値が一定水準にあることから、現状維持以上を目標とし年 1%増とするよう設定

**(2) その他の目標**

	単位	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
●観光入込客	万人	1,145	1,167	1,218	1,269	1,320	1,360
●外国人の宿泊者数	千人	15	14	15	16	17	18
●農産物直売所販売額	億円	10	12	13	14	15	16
●お茶体験施設利用者数	千人	未調査	49 億円	52	53	55	57

## ※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

**【検討の経緯】**

平成 29 年 5 月に K I P 案を盛り込んだ戦略案を作成し、その戦略案を基に、取締役会、お茶の京都府・市町村実務者会議、お茶の京都 DMO 会議において、関係者で意見交換等を行い、K P I を含む戦略の共有、修正を行い設定したものの。

**【設定にあたっての考え方】**

## ●観光入込客数

京都府の地域創生戦略の平成 31 年度の目標値「H31 年 1 億人」を参考に、お茶の京都地域の府域に占める割合（27 年、28 年の 2 か年平均で 13.2%）をもって算出。平成 28 年度実績値比で平成 31 年度目標を 13%増、32 年度目標を 17%増とし、平成 30 年から 32 年の 3 ヶ年で達成。

## ●外国人の宿泊者数

京都府の地域創生戦略の平成 31 年度の目標値「H31 年 424 万人」を参考に、お茶の京都地域の府域に占める割合（27 年、28 年の 2 か年平均で 0.4%）をもって算出。平成 28 年度実績値比で平成 31 年度目標を 21%増、32 年度目標を 29%増とし、平成 30 年から 32 年の 3 ヶ年で達成。

## ●農産物直売所販売額

平成 27 年度から平成 28 年度の増加額（約 7 千万円）を上回る年 1 億円増を目標とし設定

## ●お茶の体験施設利用者数

平成 28 年度・29 年度の実績を基に、観光入込客数の増加目標の割合を乗じ算出した数値を目標に設定。

**7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し****(1) 収入**

年度	総収入	内訳
28 年度	48,000 (千円)	【都道府県からの補助金】 25,500 千円 【市町村からの補助金】 22,500 千円
29 年度	125,747 (千円)	【都道府県からの補助金】 61,900 千円 【市町村からの補助金】 61,900 千円 【収益事業収入】 808 千円 【その他収入】 1,139 千円
30 年度	131,260 (千円)	【都道府県からの補助金】 66,980 千円 【市町村からの補助金】 58,980 千円 【収益事業収入】 5,000 千円 【その他収入】 300 千円
31 年度	130,960 (千円)	【都道府県からの補助金】 66,980 千円 【市町村からの補助金】 58,980 千円 【収益事業収入】 5,000 千円

**(2) 支出**

年度	総支出	内訳
28 年度	48,000 (千円)	【一般管理費】 4,021 千円 【国内プロモーション】 6,981 千円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等） ・GPS 観光客動態調査、着地型旅行商品開発】 22,126 千円 【販売・予約サイトの構築】 14,872 千円
29 年度	125,598 (千円)	【一般管理費】 22,514 千円 【国内/海外プロモーション】 27,992 千円 【マーケティング調査】 19,755 千円 【着地型流行商品の造成等】 14,989 千円 【特産品のブランド化】 30,308 千円 【地域づくり】 10,040 千円

(別添) 様式 1

30 年度	131,260 (千円)	<b>【一般管理費】</b> 23,210 千円 <b>【国内/海外プロモーション】</b> 25,200 千円 <b>【マーケティング調査】</b> 19,500 千円 <b>【着地型流行商品の造成等】</b> 18,300 千円 <b>【特産品のブランド化】</b> 29,000 千円 <b>【地域づくり】</b> 16,050 千円
31 年度	130,960 (千円)	<b>【一般管理費】</b> 23,210 千円 <b>【国内/海外プロモーション】</b> 25,200 千円 <b>【マーケティング調査】</b> 19,500 千円 <b>【着地型流行商品の造成等】</b> 18,000 千円 <b>【特産品のブランド化】</b> 29,000 千円 <b>【地域づくり】</b> 16,050 千円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

<p>○京都府、市町村からの分担金等によるDMOの活動支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・府・市町村より継続的な活動支援が受けられるよう、DMOの事業進捗状況や実績の情報共有を行う場として、また、市町村からの意見・意向等の聴取のため数か月に一度観光担当課長級を対象とした「お茶の京都 府・市町村実務者会議」を開催するとともに、年1回程度12市町村の副市町村長を対象とした会議を開催。</li> </ul> <p>○国・関係団体等からの補助金や委託事業等による財源確保</p> <p>○以下の事業を行い、一定の収益事業収入を確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型ツアー、広域的ツアー等を造成・販売</li> <li>・特産品のインターネット販売</li> <li>・宿泊施設（農家民宿含む）の斡旋（OTA連携等）</li> <li>・ガイドブック等における広告収入</li> <li>・専門人材等の人材派遣</li> </ul>
---

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

<p>京都府及びお茶の京都の圏域市町村（宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村）は、新たにお茶の京都DMOを一般社団法人として設立し、設立後は同圏域における地域連携DMOとして登録されることに同意。</p>
---

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	川瀬 章治
担当部署名（役職）	一般社団法人京都山城地域振興社 監理部次長
所在地	京都府宇治市宇治乙方7-8 京阪宇治ビル2F
電話番号（直通）	0774-25-3239
FAX 番号	0774-25-3238
E-mail	kawase@ochanokyoto.jp

## 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	京都府
担当者氏名	寺井 豊
担当部署名(役職)	企画調整理事付 企画参事
所在地	京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町
電話番号(直通)	075-414-4382
FAX 番号	075-414-4389
E-mail	y-terai55@pref.kyoto.lg.jp

都道府県・市町村名	宇治市
担当者氏名	柯 慈樹
担当部署名(役職)	市民環境部商工観光課長
所在地	宇治市宇治琵琶33
電話番号(直通)	0774-20-8724
FAX 番号	0774-21-0408
E-mail	shoukoukankouka@city.uji.kyoto.jp

都道府県・市町村名	城陽市
担当者氏名	中村 雅彦
担当部署名(役職)	まちづくり活性部次長兼商工観光課長
所在地	京都府城陽市寺田東ノ口16番地、17番地
電話番号(直通)	0774-56-4018
FAX 番号	0774-56-3999
E-mail	shoko@city.joyo.lg.jp

都道府県・市町村名	八幡市
担当者氏名	吉岡 寿祥
担当部署名(役職)	環境経済部商工観光課長
所在地	八幡市八幡園内75
電話番号(直通)	075-983-1111
FAX 番号	075-982-7988
E-mail	syokan@mb.city.yawata.kyoto.jp

都道府県・市町村名	京田辺市
担当者氏名	森田 敏文
担当部署名(役職)	経済環境部産業振興課長
所在地	京都府京田辺市田辺80
電話番号(直通)	0774-64-1364
FAX 番号	0774-64-1359
E-mail	sangyo@city.kyotanabe.lg.jp

都道府県・市町村名	木津川市
担当者氏名	辻 克哉
担当部署名(役職)	マチオモイ部観光商工課長
所在地	木津川市木津南垣外110-9
電話番号(直通)	0774-75-1216
FAX 番号	0774-72-3900
E-mail	kanko@city.kizugawa.lg.jp

## (別添) 様式 1

都道府県・市町村名	久御山町
担当者氏名	武田 隆弘
担当部署名(役職)	事業建設部産業課長
所在地	京都府久世郡久御山町島田ミスノ38
電話番号(直通)	075-631-9964
FAX番号	075-631-6149
E-mail	sangyo@town.kumiyama.lg.jp

都道府県・市町村名	井手町
担当者氏名	菱本 嘉昭
担当部署名(役職)	産業環境課長
所在地	京都府綴喜郡井手町大字井手小字南玉水67
電話番号(直通)	0774-82-6168
FAX番号	0774-82-5055
E-mail	sangyou@town.ide.lg.jp

都道府県・市町村名	宇治田原町
担当者氏名	木原 浩一
担当部署名(役職)	建設事業部産業観光課長
所在地	京都府綴喜郡宇治田原町大字荒木小字西出10
電話番号(直通)	0774-88-6638
FAX番号	0774-88-3231
E-mail	syoukou@town.ujitawara.kyoto.jp

都道府県・市町村名	笠置町
担当者氏名	小林 慶純
担当部署名(役職)	商工観光課長
所在地	京都府相楽郡笠置町大字笠置小字西通90番地1
電話番号(直通)	0743-95-2301
FAX番号	0743-95-2961
E-mail	kankou@town.kasagi.lg.jp

都道府県・市町村名	和束町
担当者氏名	犬石 剛史
担当部署名(役職)	地域力推進課長
所在地	京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水14-2
電話番号(直通)	0774-78-3002
FAX番号	0774-78-2799
E-mail	chiikiriyoku@town.wazuka.lg.jp

都道府県・市町村名	精華町
担当者氏名	山口 治
担当部署名(役職)	事業部産業振興課長
所在地	京都府相楽郡精華町大字南稲八妻小字北尻70番地
電話番号(直通)	0774-95-1903
FAX番号	0774-95-3973
E-mail	sangyou@town.seika.kyoto.jp

都道府県・市町村名	南山城村
担当者氏名	廣岡 久敏
担当部署名(役職)	産業生活課長
所在地	京都府相楽郡南山城村北大河原久保14-1
電話番号(直通)	0743-93-0105
FAX番号	0743-93-0444
E-mail	d-sangyo@vill.minamiyamashiro.lg.jp



# 一般社団法人 京都山城地域振興社(通称:お茶の京都DMO) 「お茶の京都の観光地域づくりの中核組織、地域公社」

**【区 域】** 京都府、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村

**【設 立】** 平成29年3月28日

**【事 務 所】** 宇治市宇治乙方7番8号 京阪宇治ビル2階

**【代 表 者】** 脇 博一(京阪バス(株)相談役)

**【事 務 局】** 7名(京都府から3名、宇治市、JTB、日本旅行、近畿日本ツーリストから各1名派遣)

**【KPI(実績・目標)】**

**【実施体制】**

社員(府・山城12市町村)等

取締役会  
 社長(民間)、副社長(京都府)  
 取締役9名:観光、社寺、農林、商工分野等  
 監査役2名:地元金融機関

	目 標				
	実績値	目 標			
	H28年	H29年	H30年	H31年	H32年
観光入込客数(万人)	1,167	1,218	1,269	1,320	1,360
観光消費額(億円)	193	199	204	210	215
延べ宿泊者数(千人)	203	212	221	230	238
外国人の宿泊者数(千人)	14	15	16	17	18
リピーター率(%)	—	68%	69%	70%	71%
満足度(%)	—	88%	89%	90%	91%
農産物直売所販売額(億円)	12	13	14	15	16
お茶体験施設利用者数(千人)	49	52	53	55	57

