

観光地域づくり法人形成・確立計画

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(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	区域を構成する地方公共団体名 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	
所在地	宇治市宇治乙方7番13号 京阪宇治ビル1F	
設立時期	平成29年3月28日	
職員数	12人【常勤11人(出向等10人、臨時1人) 非常勤1人】	
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 元会長 京阪電車 元専務取締役	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。
全体事務総括・行政地元関係者との合意形成の責任者	栗山 晃司 「専従」 京都府	京都府企画参事として、海の京都観光圏の認定、海の京都DMOの立ち上げに取り組み、管内の観光協会の統合を実現した。また京都府観光連盟の専務理事として行政・関係団体との連携・調整にあたるなど、お茶の京都地域の観光をはじめとする地域振興に関わり、地元合意を図れる人材。
データ収集・分析等の専門人材(CMO)	青木 真也 「専従」 京都府	京都府自治振興課で市町村振興に7年、京都府山城広域振興局で地域振興に4年に携わり、お茶の京都エリアに対する土地勘や、市町村、関係団体との人脈を活用して、エリアマネジメント、マーケティングに関する高い知見と能力を発揮できる人材。
財務責任者(CFO)	村田 收 「専従」 八幡市	八幡市役所で24年間勤務。また京都府税機構で4年間勤務を生かし、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う能力を有する人材。
プロモーション、旅行商品造成・販売の責任者(専門人材)	福森 浩幸 「専従」 日本旅行 湯本 光 「専従」 JTB 立石麻優美 「専従」 クラブツーリズム 辰馬 佳司 近畿日本ツリスト関西OB	4者とも大手の旅行会社の社員として、長年にわたりプロモーション・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人材。
	二宮 彬 「専従」 バリューマネジメント	バリューマネジメントでの古民家再生等の業務のノウハウなど、DMOの地域づくり支援に高い能力を有する人材。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>京都府</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策企画部企画調整理事・企画参事（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（文化財活用・スポーツ事業等） ・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） <p>12市町村（企画部門、観光部門、産業部門、農林部門、建設部門）</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光部会（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、DMO事業の成果について検証・提言） 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 ・特産品部会（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、DMO事業の成果について検証・提言） 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 ・茶業振興部会（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、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 ・交通部会（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、DMO事業の成果について検証・提言） 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 ・地域づくり部会（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、DMO事業の成果について検証・提言） 宇治茶の郷づくり協議会、京都文教大学、金融機関、JA 京都やましろ (宿泊・食事) ロゴスランド、大正池GP、山城森林公園、農家民宿、農家レストラン (体験プログラム) D;matcha、京都おぶぶ茶苑、宇治茶道場「匠の館」、福寿園、孫右エ門、炭山陶芸村、宗円交遊庵やんたん、茶づななど

(別添) 様式 1

	<p>(文化財) 平等院、萬福寺、興聖寺、南山城古寺の会（11ヶ寺）、宇治神社、宇治上神社、石清水八幡宮、茶宗明神社、水度神社など</p>
<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 (取締役に幅広い分野の関係団体代表者が参画) 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。 DMOは、その意志決定機関として、取締役会を設置。行政の代表者、観光・関連事業者等を取締役に選任し、DMOのガバナンスや情報共有を図るため、社長のもと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) 京都府では、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おり、当地域で「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振興するとともに、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>(実績) DMOの設立前に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（京都府・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、J A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（各部会）を設置し、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) DMO事務局には、府職員、市町村職員を派遣に加え、旅行会社からの派遣、委託による専門人材（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。 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</p>	<p>2ヶ月に1回程度、「お茶の京都ニュース」を発行し、府会議員、市会議員、京都府、市町村、商工会、観光協会などに配布し、情報提供に努めている。 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、地元ガイド団体等幅広い層を対象としたセミナーや研修等を実施。また、地元ガイド団体と連携し、ツアー造成（神君家康「伊賀越え」の道ツアー）や「南山城三十三所観音霊場巡りの冊子発行」を行うなど連携を進めている。 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>「教育年賀」事業の実施 「お茶の京都」ブランドを広く浸透させるため、地域の子どもたちにも、自分たちの地域が「お茶の京都」であることをもっとよく知ってもらうため、日本郵便株式会社と連携し、教育年賀事業を実施。</p>

(別添) 様式 1

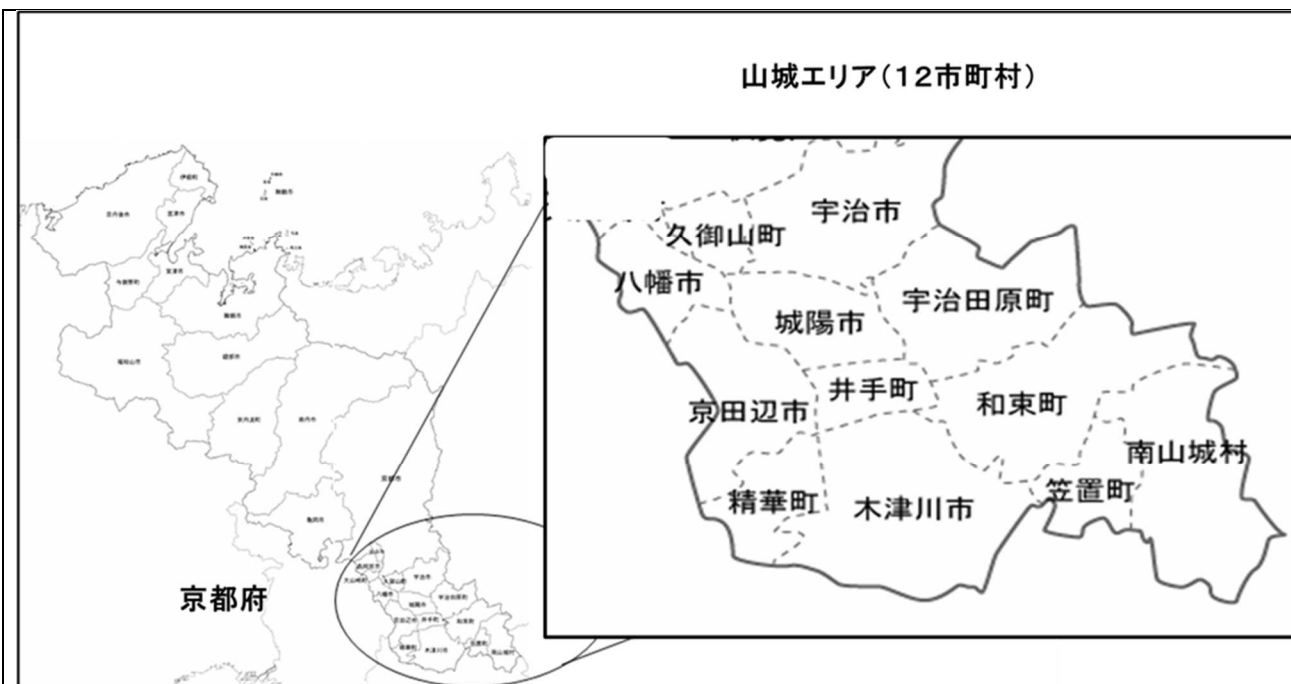
	<p>公立小学校 77 校の児童の内、約 8, 500 人の児童を対象に、DMO が寄贈したお茶の京都年賀状を手紙の書き方授業の中で使用し、先生からお茶の京都の概要や DMO の活動について説明。</p>	
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p>	
	<p>事業</p>	<p>実施概要</p>
	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年～令和 3 年度 ・お茶の京都サイトによる発信 ・Another Kyoto (多言語情報サイト運営) (R2 年～)  <ul style="list-style-type: none"> ・ CRM システム導入 (R2 年～) ・ SNS (ツイッター²⁹～、Instagram³⁰～フェイスブック R 元～、Youtube R 元～) 発信 ・お茶の京都情報パンフレット類の配布 ・ツーリズム EXPO、VJTM に参加 ・海外プロモーション (フランス、香港、タイ、台湾) ファムトリップ実施 ・国内プロモーション (京都府観光連盟主催に参加)
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 29 年～令和 3 年度 二次交通対策 タクシー周遊プラン造成 観光周遊カーシェアリング誘致・PR 宇治茶バス運行支援 サイクリングモニターツアー 電動小型車両活用観光カーシェアリング実証実験協力 観光ループバスの運行 <ul style="list-style-type: none"> ・宇治やんたんライナー (京阪宇治～湯屋谷) ・木津川古寺巡礼バス (JR 奈良～海住山寺) 多言語表示整備 体験施設英語パネル整備 南山城古寺の会多言語表記協力 ガイド育成 通訳案内士育成 地元ガイド団体支援 (研修会等) 	

	<p>観光資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none">・平成29年～令和3年度DMO専門人材と外部専門人材による体験プログラムの商品化に向けたアドバイスによる磨き上げ、タリフ化。モニターツアー実施外国人目線モニターツアー食の磨き上げ木津川アクティビティ可能性調査観光庁・誘客多角化 (R2) →「国宝・石清水八幡宮 祈りのもとしび 和の心」(ナイトタイムコンテンツ造成)観光庁・地域連携促進 (R3) →「伝説の茶農家・茶商によるプレミアム大茶会」(萬福寺、茶づな、南山城でフランスとのオンライン茶会)  <ul style="list-style-type: none">文化庁・文化資源の高付加価値化促進事業 (R3) →「明朝体のルーツ 黄檗文化を今に問う」(重文文化財の活用等)京都府・ナイトツーリズム促進事業の展開 (R2) →観音寺、萬福寺、海住山寺、ロゴスランド (ライトアップ)	
<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のほか、国府市町村からの受託事業を通じ、平成29年度約194万円、平成30年度約631万円、令和元年度約743万円、令和2年度6,776万円、令和3年度の5,006万円の事業収益となった。</p> <p>その他、DMOがエージェントセールスの結果として、海外からのバスツアーが実現するなど、(その後、新形コロナにより催行中止)、地域にお金が落ちる仕組みづくりに寄与することが進みつつある。</p>		

(別添) 様式 1

<p>実施体制</p> <p>※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>府、各市町村を社員、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、商工業者など商工会、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>一般社団法人京都山城地域振興社(通称:お茶の京都DMO)</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>社長(代表理事) (外部民間人材)</td> </tr> <tr> <td>副社長(執行理事) (京都府副知事)</td> </tr> <tr> <td>取締役(理事) (行政、観光、商工、社寺、農産業の業者・団体から就任)</td> </tr> <tr> <td>監査役(監事) (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)	社長(代表理事) (外部民間人材)	副社長(執行理事) (京都府副知事)	取締役(理事) (行政、観光、商工、社寺、農産業の業者・団体から就任)	監査役(監事) (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)	社長(代表理事) (外部民間人材)										
	副社長(執行理事) (京都府副知事)										
	取締役(理事) (行政、観光、商工、社寺、農産業の業者・団体から就任)										
	監査役(監事) (地元金融機関)										
<div style="border: 2px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p style="text-align: center;">事務局</p> <p>事務局長 京都府派遣職員(専)</p> <p>監理部長 京都府派遣職員(専)</p> <p>事業部長 旅行会社派遣職員他(専) 4名</p> <p>課長 八幡市派遣職員(専)</p> <p>係長 京都府派遣職員(専)</p> </div>											
<p>合意形成</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>											
<p>お茶の京都DMO会議</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">観光部会</th> <th style="width: 20%;">特産品部会</th> <th style="width: 20%;">茶業振興部会</th> <th style="width: 20%;">交通部会</th> <th style="width: 20%;">地域づくり部会</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・観光協会(宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、観光連盟、商工会、 ・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 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所、商工会 ・土産物店、商店街、大型商業施設 ・JA京都やましろ ・農産物直売所、道の駅 ・スイーツなど特産品製造企業・団体 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合 ・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 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・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 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・地域づくり団体 ・大学(文京、京都、府立、同志社) ・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) </td> </tr> </tbody> </table>		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"> ・観光協会(宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、観光連盟、商工会、 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所、商工会 ・土産物店、商店街、大型商業施設 ・JA京都やましろ ・農産物直売所、道の駅 ・スイーツなど特産品製造企業・団体 	<ul style="list-style-type: none"> ・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域づくり団体 ・大学(文京、京都、府立、同志社) ・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)
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"> ・観光協会(宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川)、観光笠置、観光連盟、商工会、 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会議所、商工会 ・土産物店、商店街、大型商業施設 ・JA京都やましろ ・農産物直売所、道の駅 ・スイーツなど特産品製造企業・団体 	<ul style="list-style-type: none"> ・府茶業会議所、茶生産協議会、茶協同組合 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域づくり団体 ・大学(文京、京都、府立、同志社) ・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) 							

2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域



【区域設定の考え方】

京都府山城地域（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）は、京都府が平成 26 年度から展開する観光地域づくり「お茶の京都」の対象地域である。

【宇治茶のポテンシャル】

同地域は、お茶が中国から日本に伝えられて以来、栽培や製茶技術の工夫・革新を繰り返しながら、日本茶を代表する「抹茶」「煎茶」「玉露」を生み出し、生活の中の喫茶など日本茶文化を支えてきた。その中で、抹茶、煎茶、玉露それぞれの生産に対応した茶園や集落、茶問屋の街並みなどの景観を形づくっており、まさに「日本茶のふるさと」である。日本茶の歴史・文化を伝承する文化的景観として唯一無二の存在であり、平成 27 年に日本



遺産の第 1 号として認定された。なお、平成 18 年度から京都府山城広域振興局が京都府茶業会議所と宇治茶の郷づくり協議会を立ち上げ、活動を展開するとともに、平成 23 年度から、宇治茶の文化や価値を人類共通の貴重な宝として将来にわたって継承していくため、「宇治茶の世界文化遺産登録」を推進してきており、お茶の文化や茶畑等の景観をはじめ、宇治茶カフェや抹茶スイーツの拡大など、多様な付加価値をもった広がりを見せている。

(別添) 様式 1

【交通ネットワークのポテンシャル】

同地域は、京都と奈良という古都に挟まれ、大阪や滋賀にも接し、古くから多くの貴族の別荘や社寺が建ち並び、人・もの・文化が盛んに行き来した交流の地である。

平成 29 年 3 月には新名神八幡～城陽が開通し、令和 9 年度には新名神高速道路の全線開通の予定。令和 5 年春の完成を目指している J R 奈良線の高速化・複線化第 2 期事業、令和 7 年の大阪・関西万博開催などにより、人・ものの流れが飛躍的に増大することが期待されるなど、地域ポテンシャルは非常に高い。

【区域の課題】

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】

当地域は、京阪神からの日帰り観光が可能で交流人口は多いため、これまでから日帰り観光地域として、宿泊施設も少ない状況にある。しかも、平等院を中心とした宇治に集中しており、このことは観光消費額にも如実に現れている（1人当たりの観光消費額は京都市の約 10 分の 1）。

また、食事の面では、宇治茶は有名で、京野菜の産地でもあるものの、当地域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 H30 年度 1,254 万人 (府内占有率 14.7%)
- ・観光消費額 H30 年度 225 億 (府内占有率 1.6%)
- ・外国人宿泊者数、H30 年度 13,714 人 (府内占有率 0.3%)

【区域の観光客動向】

地域別の観光入込客数は、全体の約 4 割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などのいわゆる「日帰り型観光」が主流であり、宿泊施設が少ないことから、夜の観光も京都市内に集中している。

【区域の観光の方向性】

DMO が令和元年度に実施した Web アンケート調査では、日帰りが約 76% 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によって、エリア内滞在時間を延ばしていく必要がある。

(別添) 様式 1

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てきた。これらの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、お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（日本遺産）である。また、こうした地域の魅力を、地域内の宿泊施設に泊まりながら、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。

また、食のイメージを浸透させるため、知られていないお店をDMOで情報発信し、地元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、稻八妻医師茶園、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、禅定寺、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）、宇治川、木津川、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**（和東の茶畑景観、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、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 和東の茶畑、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、和東町マウンテンバイク）、太陽が丘運動公園、木津川流域でのアクティビティ
- ・ **SAVOR JAPAN 認定地域**
京都山城地域が平成 30 年 12 月 7 日付で農林水産省の SAVOR JAPAN に認定



(別添) 様式 1

【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、京都市内に宿泊施設が集中しすぎている状況となっている。

市町村別宿泊施設数

(令和3年3月31日現在)

	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	31	15	8	4	6	3	2	4	6	9	3	5	96
住宅宿泊	8	2	2	1	2	0	2	0	1	0	0	0	18
宿泊者数 (人)	95,676	16,738	6,978	3,356	5,456	100	3,584	1,315	2,667	3,466	22,726	32,831	194,893
うち 外国人	6,139	67	0	0	2	71	0	0	617	544	3,598	2,676	13,714

【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0.3%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、令和2年度に「もうひとつの京都多言語Webサイト」(Another Kyoto)の開設をはじめ、SNSの多言語発信を進め、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。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キャッシュレス化の普及促進、免税店の拡大やコロナ感染症対策など、外国人が利用するサービスの向上を目指す必要がある。

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、延べ宿泊者数、外国人宿泊者数	お茶の京都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
日本人観光客・外国人観光客動向調査	居住地、交通機関、目的、日数、性別、年齢、動機、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、観光客を対象に調査員による聞き取り調査を実施
訪問観光地満足度、リピート率	訪問観光地の感想、満足度、来訪回数等を調査し、各観光地の状況を把握するとともに、調査結果を当該観光地に提供することによりサービスの質の向上に活用するため。	訪問観光地でQRコード読み込みによるWEBアンケート調査
個別ツアーやイベントの情報源・交通手段・満足度等	ツアーやイベントの広告効果を図ること及びツアー等の満足度を調査し、課題抽出・改善、商品の磨き上げに活用するため。	DMO主催旅行商品の参加者や地域内イベント会場にてアンケートを実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

「お茶の京都」は宇治市、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、南山城村の12市町村で構成し、地理的に京都と奈良という古都に挟まれ、大阪、滋賀、三重にも接し、古くから人・もの・文化が盛んに行き来した交流の地であり、世界遺産、国宝をはじめとした寺社仏閣が豊富な地域である。

また「お茶」が中国から日本に伝えられて以降、この地域では栽培や製茶技術の革新が盛んで、日本茶を代表する「抹茶」「煎茶」「玉露」を生み出すなど、日本茶文化をけん引してきた。2015年には「日本茶800年の歴史散歩」として、茶園や集落、茶問屋の町並みなどの景観や日本茶の歴史・文化を今に伝える地域の魅力が日本遺産に認定された。

しかしながら、少子高齢化・人口減少の時代を迎え生産者の高齢化など、地域の活力を維持するための課題が顕在化しており、多種多様な「お茶の京都」に内在する真の価値を見出し磨き上げることを通じて、地域全体として交流人口を拡大し、地域経済の活性化、雇用の創出を喚起し、地域の活力を増進していくことが重要となっている。

お茶の京都地域の観光は、京阪神からの日帰り観光が可能な地域として、交流人口は海の京都、森の京都と比較すると多いが、一方で、宿泊施設が少なく、宇治茶以外の地元産品のブランド力不足、エリア内を回遊するシステムが十分に整備されていないことなどから、1人あたりの観光消費額は京都市域の約10分の1となっている。今後、国内外から宿泊観光客を呼び込むためにもホテルやオーベルジュなど多様な宿泊施設の誘致や農家民宿を推進していく必要がある。

反面、観光地としてのポテンシャルは高く、訪日客や日本人観光客で賑わう京都、奈良、大阪からのアクセスも良く、令和9年度には新名神高速道路が全線開通する予定であるほか、令和5年春にはJR奈良線の高速化・複線化第2期事業の完成、北陸新幹線の南ルート決定などにより、人の流れが飛躍的に増大することが期待される。

このような背景から、お茶の京都地域において、潜在的な地域の魅力を顕在化させ、国内外からの交流人口の拡大を図るため、着地型・体験型旅行商品の開発や地域ビジネスの創出を促し、また、お茶の京都のコンセプト、ストーリーを明確にしたプレミアムブランドを確立させ観光消費額を増大することで地域経済を活性化させることが求められている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ○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（最先端研究）の存在 ○宇治茶（抹茶）のブランド力	弱み (Weaknesses) ○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 ○宿泊施設の少なさ ○旅行商品の季節偏重 ○情報発信、地域間連携の不足
外部環境	機会 (Opportunity) ○エリア内交通ネットワークの整備 ○各市町村戦略拠点整備 ○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） ○大阪・関西万博の開催	脅威 (Threat) ○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 ○コロナ感染症拡大の影響

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 京都市への観光客（外国人も含めた） 個人旅行型
○選定の理由 京都市を訪れた観光客数は平成30年で5,275万、京都市に宿泊した宿泊客数が1,581万人となっている。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。
○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お茶の体験などの農村体験、自然体験、農家民宿など、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。
○第2ターゲット層（インバウンドでは第1ターゲット層） 欧米豪の外国人観光客 個人旅行型
○選定の理由 京都市に宿泊した外国人宿泊客数が450万人となっている。お茶の京都エリアは、京都市と奈良市の間にあって、日本茶の文化や歴史のある日本茶のふるさと」であり、特に、京都市への観光客は長期滞在型の欧米豪からの比率も高いため、第2ターゲット（インバウンドでは第1ターゲット）と定める 国外でも緑茶や抹茶、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”」というブランドを確立することを目的に事業に取り組んでおり、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宇治茶の世界観を国外での情報発信に加え、ラグジュアリー層の誘客を推進することとしている。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針</p> <p>京都市、大阪市、奈良市に囲まれた当地域は、インバウンドの地理的ポテンシャルが非常に高い。これを最大限利用し、まずは、ワンデイトリップの観光誘客を図る。そのために、京都市内にはない茶畑景観などの宇治茶のブランドイメージを高め、富裕層にも対応できるコンテンツを開発をする。また宇治界隈での抹茶スイーツを中心とするお茶体験ではアジア圏が多いが、宇治田原、和束などの生産地では、移動に時間もかかり、長期滞在型で、日本茶や農村体験などに関心が高く、消費単価の高い欧米豪に焦点をあてることとする。</p>
<p>○第3ターゲット層（インバウンドでは第2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 個人旅行型</p>
<p>○選定の理由</p> <p>DMOが実施した令和元年度の観光動向調査では、お茶の京都地域を訪れた外国人のうち、約92%が東アジアからの観光客で占めている。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。</p> <p>特に、中国、台湾・香港については、宇治までの訪問者は多く、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</p> <p>宇治茶をキーワードに、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>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<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"> ◆世界中の観光客から目的地として選ばれる観光地 ◆「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。
<p>②コンセプトの考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 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れている。 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。 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。 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。

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
<p>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>●お茶の京都DMO会議の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当地域において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。 ・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のアドバイザーボードとして、DMOの事業の検証や提言、意見集約を行う。 <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>
<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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・Webアンケート調査（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） ・世界的な口コミサイトを活用した評価とアドバイスを実施
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・着地型旅行商品・滞在プログラムをはじめ地域の観光情報（イベントや伝統行事等）を「お茶の京都 Premium Green Fes.」という名称で発信。また宿泊情報、飲食店情報、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。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。 ・お茶の京都総合パンフレット（日英等）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。 ・国内外プロモーションにおいては、体験施設や観光協会等と一体的に進めている。

6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2023
		(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	210 (未)	215 (未)	218 (15)	222 (16)	222 (16)	222 (16)
	実績	223 (未)	136 (未)	138 (未)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	230 (17)	238 (18)	225 (19)	228 (20)	228 (20)	228 (20)
	実績	207 (7)	86 (2)	98 (0)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90 (未)	91 (未)	92 (未)	93 (97)	93 (97)	93 (97)
	実績	78 (96)	68 (-)	77 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	70 (未)	71 (未)	72 (未)	73 (22)	73 (22)	73 (22)
	実績	68 (16)	91 (-)	89 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

【検討の経緯】

平成29年5月にKPI案(目標:R2年度まで)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、KPIを含む戦略の共有、修正を行い設定した。その後、令和元年度に、「京都府観光総合戦略」(平成31年3月)策定を受け、KPI等の見直しを行う。

【戦略改訂】令和2年3月末、「観光地域づくり」から「観光を入り口とした持続可能な地域づくり」へと活動拡大し、観光や地域振興だけにとどまらず、地域の魅力、歴史文化、自然、生活を将来へ伝承する地域の取り組みを支援するほか、関係人口の増大、市町村が行う定住・移住促進事業との連携を意識した戦略に改訂した。

※新型コロナウイルスの影響も踏まえ、令和4年度にKPIの見直しを行う予定。

【設定にあたっての考え方】

●観光消費額

京都府地域創生戦略のH31年度目標値「11,653億円」を参考に、お茶の京都地域が府域(京都市含む)に占める割合(27、28年の2箇年平均1.8%)をもって算出。H28年度実績値比でR1年度目標を9%増、R2年度目標を11%増とし、H30年からR2年の3箇年で達成目標とした。H28実績193億円×1.15(毎年2%増)=222億円。外国人消費額はDMO調査における「外国人消

(別添) 様式 1

費額×宿泊者数とし、全体の伸び率に比例して算出。外国人消費額は当地域の外国人宿泊者率（7%）に観光消費額を乗じて算出。

●延べ宿泊者数

DMO戦略 KPI の当初設定伸び率に準じ、H28 実績 203 千人×1.25=254 千人を R4 目標となるが、R1 策定の京都府観光総合戦略目標（R4）府域（京都市除く）2,080 千人であり、当地域は府域の 11%。この比率で R4 は 228 千人とする。外国人は府戦略目標（R4）30 万人。府域（京都市除く）では当地域率 15%であり、4 万 5 千人となるが、コロナ感染症の影響もあり、従来の伸び率での目標とする。外国人宿泊者数は H28 実績 14 千人から毎年 1 千人を増やすことを目標。

●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。令和 2 年度からは外国人も同様に 90%台を維持していくことを目標とする。

●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。令和 2 年度からは 20%台を維持することを目標とする。

(2) その他の目標

指標項目		2019	2020	2021	2022	2023	2023
		(R 1) 年度	(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度	(R 5) 年度	(R 6) 年度
●観光入込客数 (万人)	目標	1,320	1,360	1,400	1,442	1,442	1,442
		(未)	(未)	(未)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,328	795	762	-	-	-
		(未)	(未)	(未)	()	()	()
●農産物直売所 販売額 (億円)	目標	15	16	17	18	18	18
		(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)
	実績	15	19	集計中	-	-	-
		(未)	(未)	(-)	(-)	(-)	(-)
●お茶体験施設 利用者数 (千人)	目標	55	57	59	61	61	61
		(未)	(未)	(未)	(未)	(未)	(未)
	実績	54	10	11	-	-	-
		(未)	(未)	(未)	(-)	(-)	(-)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

●観光入込客数

京都府地域創生戦略の平成 31 年度目標値「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 年度実績値比で令和元年度目標を 13%増、2 年度目標を 17%増とし、平成 30 年から 2 年の 3 箇年で達成。

R1 目標 1,320 千人 R4 目標 1,442 千人。（毎年 1.03 倍の増加）

●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。また新規開拓体験施設を加え数字を加算していく。

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(年度)	総収入(円)	内訳
2019 (R1) 年度	135,973,055 (円)	【都道府県からの補助金】 58,537,000 (円) 【市町村からの補助金】 57,537,000 (円) 【国からの農泊交付金】 10,500,000 (円) 【収益事業収入】 7,435,264 (円) 【その他収入】 1,963,791 (円) 前繰含む
2020 (R2) 年度	258,138,815 (円)	【都道府県からの補助金】 75,535,000 (円) 【市町村からの補助金】 55,671,000 (円) 【国からの補助金等】 39,344,380 (円) 【収益事業収入】 51,769,784 (円) 【寄付金】 33,334,000 (円) 【その他収入】 2,484,651 (円) 前繰含む
2021 (R3) 年度	191,282,281 (円)	【都道府県からの補助金】 80,108,000 (円) 【市町村からの補助金】 56,249,000 (円) 【国からの補助金】 24,200 (円) 【収益事業収入】 49,972,623 (円) 【その他収入】 4,928,458 (円) 前繰含む
2022 (R4) 年度	151,076,000 (円)	【都道府県からの補助金】 78,412,000 (円) 【市町村からの補助金】 55,249,000 (円) 【収益事業収入】 10,995,000 (円) 【その他収入】 6,420,000 (円) 前繰含む
2023 (R5) 年度	120,000,000 (円)	【都道府県からの補助金】 55,000,000 (円) 【市町村からの補助金】 55,000,000 (円) 【収益事業収入】 7,000,000 (円) 【その他収入】 3,000,000 (円) 前繰含む
2026 (R6) 年度	120,000,000 (円)	【都道府県からの補助金】 55,000,000 (円) 【市町村からの補助金】 55,000,000 (円) 【収益事業収入】 7,000,000 (円) 【その他収入】 3,000,000 (円) 前繰含む

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019 (R1) 年度	133,489,060 (円)	【一般管理費】 26,206,770 (円) 【国内/海外プロモーション】 31,107,423 (円) 【マーケティング調査】 14,359,344 (円) 【着地型流行商品の造成等】 25,674,343 (円) 【特産品のブランド化】 15,342,760 (円) 【地域づくり】 10,267,778 (円) 【農泊推進事業】 10,530,642 (円)
2020 (R2) 年度	253,304,787 (円)	【一般管理費】 34,222,241 (円) 【国内/海外プロモーション】 74,478,840 (円) 【マーケティング調査】 9,939,143 (円) 【着地型流行商品の造成等】 73,453,937 (円) 【特産品のブランド化】 4,138,661 (円) 【地域づくり】 15,656,067 (円)

(別添) 様式 1

		【農泊推進事業】	8,081,348 (円)
		【出資金】	33,334,550 (円)
2021 (R3) 年度	184,871,104 (円)	【一般管理費】	29,072,720 (円)
		【国内/海外プロモーション】	54,081,046 (円)
		【マーケティング調査】	11,423,400 (円)
		【着地型流行商品の造成等】	61,755,865 (円)
		【特産品のブランド化】	6,163,118 (円)
		【地域づくり】	22,374,955 (円)
2022 (R4) 年度	151,076,000 (円)	【一般管理費】	29,500,000 (円)
		【国内/海外プロモーション】	35,961,000 (円)
		【マーケティング調査】	11,900,000 (円)
		【着地型流行商品の造成等】	34,720,000 (円)
		【特産品のブランド化】	6,000,000 (円)
		【地域づくり】	32,995,000 (円)
2023 (R5) 年度	120,000,000 (円)	【一般管理費】	27,000,000 (円)
		【国内/海外プロモーション】	28,000,000 (円)
		【マーケティング調査】	18,000,000 (円)
		【着地型流行商品の造成等】	27,000,000 (円)
		【特産品のブランド化】	5,000,000 (円)
		【地域づくり】	15,000,000 (円)
2023 (R6) 年度	120,000,000 (円)	【一般管理費】	27,000,000 (円)
		【国内/海外プロモーション】	28,000,000 (円)
		【マーケティング調査】	18,000,000 (円)
		【着地型流行商品の造成等】	27,000,000 (円)
		【特産品のブランド化】	5,000,000 (円)
		【地域づくり】	15,000,000 (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

- 京都府、市町村からの分担金等
 - ・当法人社員（設立者）である府・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い、意見交換を行うことなどによりDMOの活動支援に理解を求めている。
- 国の交付金の獲得や関係団体等からの補助金や委託事業等による財源確保
- 以下の事業を行い、一定の事業収入を確保
 - ・地域資源を活かした着地型ツアー、体験プログラム、広域的ツアー等の造成・販売
 - ・民間団体等からのツアー受託
 - ・宿泊・体験プログラム・特産品のサイト販売誘導手数料

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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、一般社団法人京都山城地域振興社（通称：お茶の京都DMO）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し申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	村田 收
担当部署名(役職)	一般社団法人京都山城地域振興社 企画総務課長
所在地	京都府宇治市宇治乙方7-13 京阪宇治ビル1F
電話番号(直通)	0774-25-3239
FAX番号	0774-25-3238
E-mail	dmo@ochanokyoto.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

(令和4年5月1日現在)

都道府県・市町村名	京都府
担当者氏名	小松 靖彦
担当部署名(役職)	政策企画部 地域政策室参事
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	kikaku-naubu@pref.kyoto.lg.jp

都道府県・市町村名	宇治市
担当者氏名	木田 陽子
担当部署名(役職)	産業地域振興部 観光振興課長
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	kankoushinkouka@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	大洞 真白
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	八木 義範
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

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	木津川市
担当者氏名	茅早 祥一
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 1 1 0 - 9
電話番号(直通)	0774-75-1216
FAX 番号	0774-72-3900
E-mail	kanko@city.kizugawa.lg.jp

都道府県・市町村名	久御山町
担当者氏名	本郷 和典
担当部署名(役職)	事業環境部 産業環境政策課長
所在地	京都府久世郡久御山町島田ミスノ 3 8
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	山本 勇人
担当部署名(役職)	地域創生室長
所在地	京都府綴喜郡井手町大字井手小字南玉水 6 7
電話番号(直通)	0774-82-6168
FAX 番号	0774-82-5055
E-mail	sousei@town.ide.lg.jp

都道府県・市町村名	宇治田原町
担当者氏名	田村 徹
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 1 0
電話番号(直通)	0774-88-6638
FAX 番号	0774-88-3231
E-mail	syokou@town.ujitawara.kyoto.jp

都道府県・市町村名	笠置町
担当者氏名	大西 清隆
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 9 0 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	原田 敏明
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 1 4 - 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	森山 賢一
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 7 0 番地
電話番号(直通)	0774-95-1903

(別添) 様式 1

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	徳田 直樹
担当部署名 (役職)	産業観光課長
所在地	京都府相楽郡南山城村北大河原久保 1 4 - 1
電話番号 (直通)	0743-93-0105
FAX 番号	0743-93-0444
E-mail	d-sangyou@vill.minamiyamashiro.lg.jp

法人名：一般社団法人京都山城地域振興社
登録区分名：広域連携DMO

（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～）

【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、和東町、精華町、南山城村

【設立日】 平成29年3月28日

【登録日】 平成30年7月31日

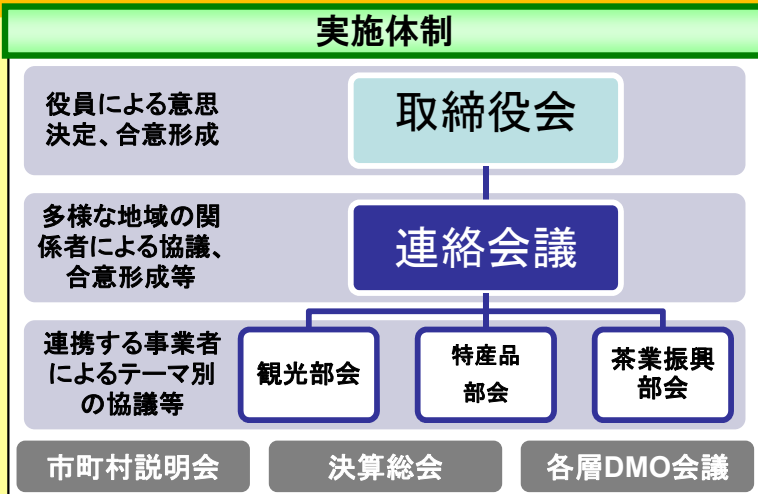
【代表者】 脇 博一

【マーケティング責任者(CMO)】 青木真也

【財務責任者(CFO)】 村田 収

【職員数】12人
 (常勤11人(出向等10人、臨時1人)非常勤1人)

【連携する主な事業者】 JA、茶業会議所



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】(世界遺産) 平等院、宇治上神社、(日本遺産) 日本茶800年の歴史散歩、(国宝) 石清水八幡宮、海住山寺、浄瑠璃寺、蟹満寺、大御堂観音寺

(文化的景観) お茶に関わる景観

(農泊資源) SAVORJAPAN 認定

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号 1)

【概要】 取締役会(理事会)を設置し、行政、観光、商工、社寺、農業、茶業等に携わる幅広い関連事業者・団体から取締役(理事)を選任。各地域の状況や課題に的確に対応できる体制を構築。また、「観光」「特産品」「交通」「茶業振興部会」等の部会を設け、合意形成

法人のこれまでの活動実績

- 【情報発信・プロモーション】
- ・多言語サイト発信事業
 - ・SNS発信事業
 - ・情報パンフレット制作・配付
 - ・海外旅行博、現地セールス
 - ・ランドオペレーター等セールス
 - ・海外向けファミトリップ
- 【観光資源の磨き上げ】
- ・DMO及び外部専門人材により、各体験プログラムを磨き上げ、タリフ化、PR動画撮影
 - ・外国人目線モニターツアー実施
- 【受入環境の整備】
- ・二次交通対策(カーシェア事業、タクシー周遊プラン作成、観光周遊バス)
 - ・地元ガイド育成、多言語整備(案内ペネル)

戦略

【主なターゲット】

第1 欧米豪(京都市、奈良市の来訪者)
 隣接する京都市には特に日本文化を好む欧米豪の率が高く、長期滞在者比率も高い。

第2 香港、台湾、中国、タイ(大阪市の来訪者)
 抹茶ブームの影響もあり、東アジアの訪問やリピーター率が高い。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 京都市、大阪市、奈良市に囲まれた当地域は、インバウンドの地理的ポテンシャルが非常に高い。これを最大限利用し、まずはワンデイトリップの観光客誘客を図る。そのために、京都市内にはない茶畑景観などの宇治茶ブランドイメージを高め、富裕層にも対応できる滞在型コンテンツを開発する。

観光関連事業者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

- ・お茶の京都DMOによる各部会等開催を通じて、戦略に基づく事業について調整。
- ・マーケティング調査結果の還元を行いながら、意見集約を行う。
- ・「お茶の京都Premium Green Fes.」として、12市町村を一体的観光地として発信。

KPI(実績・目標) ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2025 (R5) 年度	2026 (R6) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	210 (未)	215 (未)	218 (15)	222 (16)	222 (16)	222 (16)
	実績	223 (未)	136 (未)	138 (未)	- (-)	- (-)	- (-)
延べ宿泊者数 (千人)	目標	230 (17)	238 (18)	225 (19)	228 (20)	228 (20)	228 (20)
	実績	207 (7)	86 (2)	98 (0)	- (-)	- (-)	- (-)
来訪者満足度 (%)	目標	90 (未)	91 (未)	92 (未)	93 (-)	93 (97)	93 (97)
	実績	78 (96)	68 (-)	77 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
リピーター率 (%)	目標	70 (未)	71 (未)	72 (未)	73 (-)	73 (22)	73 (22)
	実績	68 (16)	91 (-)	89 (-)	- (-)	- (-)	- (-)

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】京都市・12市町村からの分担金 約120百万円

【総支出】約185百万円(一般管理費29百万円、事業費156百万円)
 ※令和3年決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 府・市町村より継続的な活動支援が受けられるよう、活動支援に理解を求めている。また、国交付金獲得や関係団体等からの補助金や委託事業等による財源確保