

## 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) 森の京都地域振興社 (通称: 森の京都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 京都府亀岡市、南丹市、京丹波町、福知山市、綾部市	
所在地	京都府亀岡市追分町谷筋 25 番地 30	
設立時期	平成 29 年 3 月 21 日	
職員数	15 人【常勤 12 人 (正職員 7 人・出向等 5 人)、非常勤 3 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)	(氏名) 渡邊 晃 (出身組織名) JR 西日本 (株)	JR 西日本 (株) 執行役員京都支社長や (株) 京都 駅観光デパート代表取締役社長を歴任し、民間企業 経営のトップマネジメントを経験。また、出身組織 における業務を通じて地域動向にも精通
データ収集・分析等 の専門人材 (CM O: チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー)	(氏名) 岩松 義秀「専従」 (出身組織名) 京都府	公益財団法人大学コンソーシアム京都・留学生スタ ディ京都ネットワーク (大学、専門学校、日本語学 校、経済団体、企業、京都府、京都市の約 100 団体 で構成) にて、留学生の誘致に関するマーケティング 全般に従事
財務責任者 (CFO: チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー)	(氏名) 田中 邦男「専従」 (出身組織名) 京都府	令和元～2 年度にかけて京都府観光室で観光基盤整 備を担当。法人の経営全般を補佐するとともに、こ れまでの観光室での取組等を通じて築いた幅広い人 脈を活かし、国、府、関係市町・団体との対外調整 に従事
各部門 (旅行商品の 造成・販売) の責任 者 (専門人材)	(氏名) 福田 誠「専従」 (出身組織名) (株) JTB 西日本	(株) JTB 西日本社員として、長年にわたり観光振興 に従事しており、地域資源を活用した旅行商品の開 発や観光誘客対策等に関する高い知見と能力を有す る。
各部門 (地域資源の 活用) の責任者 (専 門人材)	(氏名) 細見 邦博「専従」 (出身組織名) 京阪電鉄不動産(株)	京阪電鉄不動産(株)社員・宅地建物取引士として、宅 地造成や開発等を展開した幅広い経験と高い知見を 持つ。
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 (「森の京都」事業・DMO 総括) 南丹広域振興局・中丹広域振興局 (地域づくり、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)	

(別添) 様式 1

	<p>広報課 (情報発信)          商工労働観光部 (特産品開発、観光振興)          文化・スポーツ部 (スポーツ施設等整備)          府民環境部 (国定公園等の自然環境保全及び活用等)          農林水産部 (食の開発、農林水産業振興、農村都市交流、定住・移住)          建設交通部 (社会資本整備・公共交通網整備・景観行政等)          教育庁 (文化財の活用等)          各市町 観光部門、企画部門、定住・移住部門、商工部門、農林部門、建設部門、教育部門</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>京都府観光連盟、各観光協会、美山 DMO、京・来て観て丹波の会、中丹ジビエ街道づくり推進協議会、公的宿泊施設、旅館組合、農家民宿、保津川遊船企業組合、嵯峨野観光鉄道等 (着地型旅行商品)          食と森の交流協議会、綾部上林の里体験推進協議会、里山ねっと・あやべ、三和地域協議会、森林組合、各農家民宿、モデルフォレスト協会、京都大学・福知山公立大学等 (農村都市交流)          各商工会議所・商工会、JA 京都、JA にのくに、中丹ジビエ街道づくり推進協議会、京・来て観て丹波の会、各道の駅、各直売所、木工等関連企業、食品関連企業等 (特産品開発)          JR 西日本、京都丹後鉄道、嵯峨野観光鉄道、京阪バス、京阪京都交通、京都交通、丹後海陸交通、コミュニティバス、京都タクシー、保津川遊船企業組合、各観光協会等 (交通利便向上)          各地域づくり団体、各ガイド団体、美山 DMO、京都府観光連盟、京都大学・福知山公立大学等 (人材育成)          NPO 法人北近畿みらい、美山 DMO 等 (暮らし文化等の活用)          京都府観光連盟、京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫、京都北都信用金庫、JA 京都、JA にのくに、日本政策金融公庫等 (マーケティング、事業振興全般に係る助言等)</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、②          (概要)          京都府及び各市町を社員として、平成 29 年 3 月に (一社) 森の京都地域振興社 (通称: 森の京都 DMO) を設立。当 DMO は、各地域の観光地域づくりや農村都市交流の推進、農産物など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役割を担う。          当 DMO の意思決定機関としては、取締役会 (理事会) を設置 (2 ヶ月に 1 回開催)。行政、観光 (宿泊・体験等)、農村都市交流、農林・商工業、交通事業、地域づくり等に携わる幅広い関連事業者・団体から理事を選任し、各地域の状況や課題に的確に対応できる体制を構築している。          併せて、当 DMO の組織内に、個別事業に対する合意形成の場として、幅広い事業者・団体の参画による「森の京都 DMO 会議」を設置。「観光」「農村都市交流」「特産品」「交通利便向上」「人材育成」「暮らし文化・産業」「事業振興」の分野ごとに部会を設け、各参画事業者・団体の専門的知見等を基に、個別事業に係る連携・協働方策等に係る実践的な議論を行うとともに、K P I の達成状況などの事業評価等も共有している。          また、当 DMO と、社員たる京都府及び対象区域の市町が役割分担をしつつ緊密に連携して観光地域づくりに取り組むため、当 DMO の事務局には府・市町職員を派遣するとともに、府・市町で構成する「森の京都 DMO 府・市町実務者会議」を設置している。</p>

(別添) 様式 1

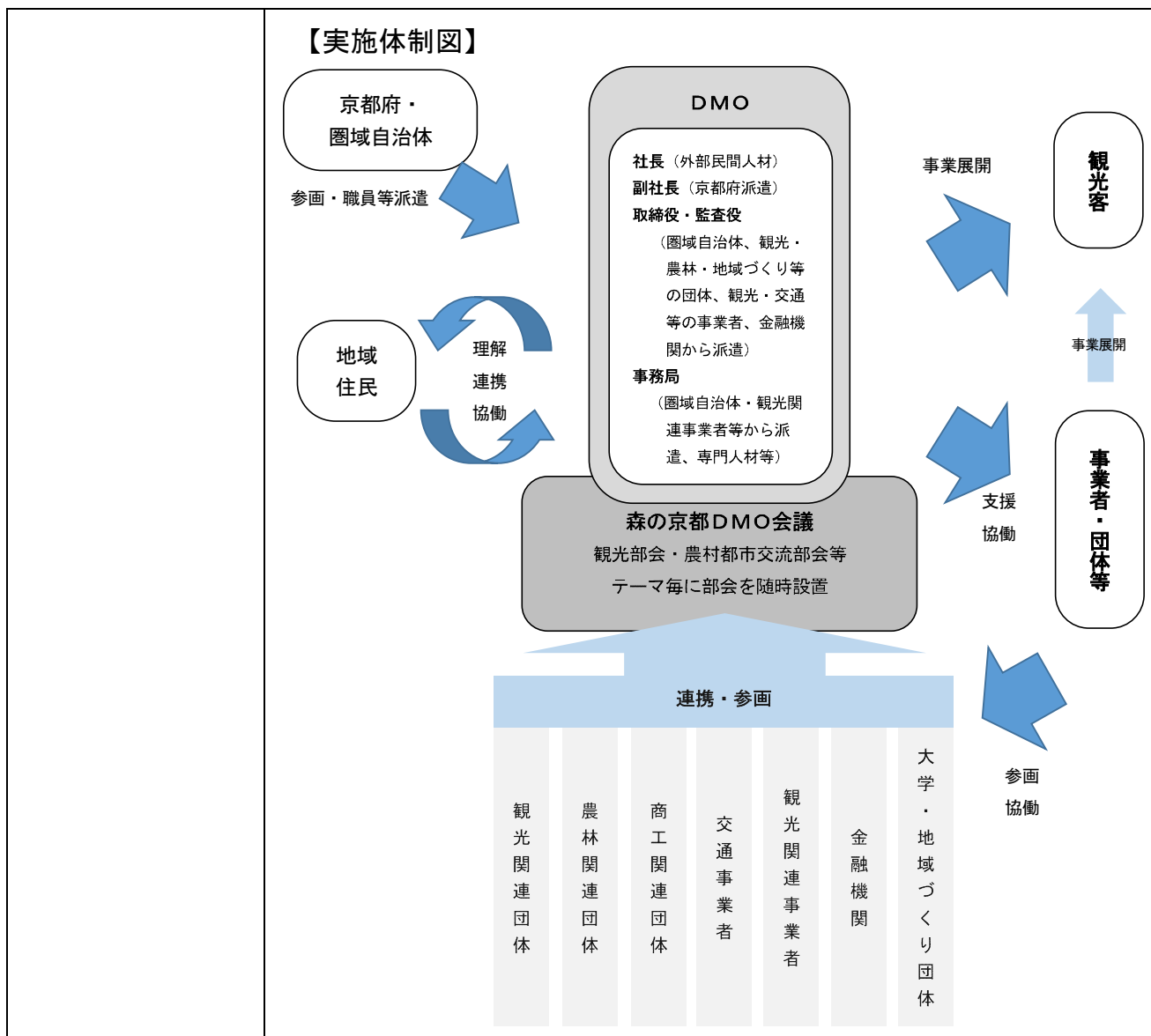
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>当 DMO においては、DMO の役割や存在意義を説明する広報ツール（蛇腹型小冊子）や活動を広報する「DMO ニュース」を作成し、関係者のみならず、DMO 主催のイベントや事業等において、地域住民も含め広く頒布し、観光地域づくりに関する意識啓発を図っている。</p> <p>また、観光地域づくりの担い手を育成する研修等の人材育成事業も、その対象を関係者に限らず、広く地域住民も参加できるものとしている。</p> <p>併せて、各地域に、市町との連携のもと「観光地域づくりパートナー」を配置。同パートナーは、DMO の観光戦略や活動状況等の情報を地域のプレーヤー等に伝達し、地域における合意形成を図りつつ、地域資源の掘り起こしやデータベース化、地域資源の体験・交流プログラム化や特産品化に向けた調整などを行う役割を担っており、地域と一体となった取組の実現に寄与している。</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、京都府及び各市町を社員として森の京都 DMO を設立。行政、観光（宿泊・体験等）、農村都市交流、農林水産業、商工業、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や農村都市交流の推進、農産物など特産品のブランド化などの取組を一体的に展開</p> <table border="1" data-bbox="448 808 1425 2016"> <thead> <tr> <th data-bbox="448 808 635 857">事業</th> <th data-bbox="635 808 1425 857">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="448 857 635 2016"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="635 857 1425 2016"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 2 年「認知度向上に向けた取組強化」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① WEB サイトの充実、改善 魅力的なサイトの構築、充実、改善により、森の京都への誘客につなげる。</li> <li>② 森の京都 Tabi インフルエンサーの起用 エリア内 5 市町の特徴あるライターが、地域の魅力ある情報を発信することにより、幅広い年代の新たな顧客層の誘客につなげる。</li> <li>③ 森の京都 QR トレイン運行開始 JR 西日本と協定を締結し、車両外装だけでなく内装をすべて「森の京都」デザインで統一した「森の京都 QR トレイン」ラッピング電車の運行を開始 運行区間 JR 嵯峨野線（山陰線）京都～胡麻 運行期間 令和 3 年 3 月から 3 年</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「食をテーマとしたツーリズム・ブランド化事業」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① ジビエを活かしたツーリズム 森の京都ジビエフェアを開催し、各店舗が工夫を凝らしたジビエ料理を森の京都の恵みとして発信し「森の京都ジビエ」のブランド化を推進</li> <li>② 「地域食・行事食」を活かしたブランディング 自然の豊かな恵み、人々の知恵や工夫が凝縮されている森の京都の伝統食・行事食、地域の歴史や暮らし文化と共に受け継がれた食文化の付加価値を高めるため、京都市内のホテル等での限定メニューや特設販売、EC サイトでの限定販売を実施</li> <li>③ 地域の食材や食文化を活用した体験コンテンツ開発とプロモーション 地域の食材の活用、農家民泊や地域を巡る体験コンテンツの開発やオンライン民泊を実施</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「インバウンドの推進」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① インバウンドローカルガイド養成講座の開催</li> </ul> </li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 2 年「認知度向上に向けた取組強化」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① WEB サイトの充実、改善 魅力的なサイトの構築、充実、改善により、森の京都への誘客につなげる。</li> <li>② 森の京都 Tabi インフルエンサーの起用 エリア内 5 市町の特徴あるライターが、地域の魅力ある情報を発信することにより、幅広い年代の新たな顧客層の誘客につなげる。</li> <li>③ 森の京都 QR トレイン運行開始 JR 西日本と協定を締結し、車両外装だけでなく内装をすべて「森の京都」デザインで統一した「森の京都 QR トレイン」ラッピング電車の運行を開始 運行区間 JR 嵯峨野線（山陰線）京都～胡麻 運行期間 令和 3 年 3 月から 3 年</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「食をテーマとしたツーリズム・ブランド化事業」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① ジビエを活かしたツーリズム 森の京都ジビエフェアを開催し、各店舗が工夫を凝らしたジビエ料理を森の京都の恵みとして発信し「森の京都ジビエ」のブランド化を推進</li> <li>② 「地域食・行事食」を活かしたブランディング 自然の豊かな恵み、人々の知恵や工夫が凝縮されている森の京都の伝統食・行事食、地域の歴史や暮らし文化と共に受け継がれた食文化の付加価値を高めるため、京都市内のホテル等での限定メニューや特設販売、EC サイトでの限定販売を実施</li> <li>③ 地域の食材や食文化を活用した体験コンテンツ開発とプロモーション 地域の食材の活用、農家民泊や地域を巡る体験コンテンツの開発やオンライン民泊を実施</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「インバウンドの推進」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① インバウンドローカルガイド養成講座の開催</li> </ul> </li> </ul>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 2 年「認知度向上に向けた取組強化」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① WEB サイトの充実、改善 魅力的なサイトの構築、充実、改善により、森の京都への誘客につなげる。</li> <li>② 森の京都 Tabi インフルエンサーの起用 エリア内 5 市町の特徴あるライターが、地域の魅力ある情報を発信することにより、幅広い年代の新たな顧客層の誘客につなげる。</li> <li>③ 森の京都 QR トレイン運行開始 JR 西日本と協定を締結し、車両外装だけでなく内装をすべて「森の京都」デザインで統一した「森の京都 QR トレイン」ラッピング電車の運行を開始 運行区間 JR 嵯峨野線（山陰線）京都～胡麻 運行期間 令和 3 年 3 月から 3 年</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「食をテーマとしたツーリズム・ブランド化事業」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① ジビエを活かしたツーリズム 森の京都ジビエフェアを開催し、各店舗が工夫を凝らしたジビエ料理を森の京都の恵みとして発信し「森の京都ジビエ」のブランド化を推進</li> <li>② 「地域食・行事食」を活かしたブランディング 自然の豊かな恵み、人々の知恵や工夫が凝縮されている森の京都の伝統食・行事食、地域の歴史や暮らし文化と共に受け継がれた食文化の付加価値を高めるため、京都市内のホテル等での限定メニューや特設販売、EC サイトでの限定販売を実施</li> <li>③ 地域の食材や食文化を活用した体験コンテンツ開発とプロモーション 地域の食材の活用、農家民泊や地域を巡る体験コンテンツの開発やオンライン民泊を実施</li> </ul> </li> <li>・令和 2 年「インバウンドの推進」                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① インバウンドローカルガイド養成講座の開催</li> </ul> </li> </ul>				

		<p>インバウンド受入における付加価値を高めるため、森の京都エリアのコンテンツを外国人旅行者向けにガイドできる人材を養成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>② 海外向けオンラインバスツアーの開催 アメリカ在住者を顧客にオンラインバスツアーを開催 50組 100名参加</li> <li>・令和2年「農山村における教育旅行の推進」 コロナ期における学校・地域双方にとって意義のある日帰り体験を実施 (182名)</li> <li>・令和元年「食をテーマとしたツーリズム・ブランド化事業」             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 「森の京都・行事食の祭典」を開催し、地域の創意あふれる食の魅力を発信</li> <li>② 複数のイベントにおいて、京野菜ピクルスはじめ、森の京都関連商品をPR販売</li> </ul> </li> <li>・令和元年「インバウンドの推進」 海外プロモーション (アジア地区3回 (台湾、香港、タイ)、オーストラリア2回、アメリカ1回、計6回の海外プロモーションを実施</li> <li>・令和元年「農山村教育民泊の推進」 農山村民泊の受入れを実施 (1,683名うち海外562名)</li> <li>・令和元年「認知度向上に向けた取組強化」 森の京都の総合ポータルサイトについて、ユーザーにより魅力的なサイト構築に向け、デザイン、構成等のブラッシュアップを図った</li> <li>・平成30年「国内・海外プロモーション」 国内商談会等 (2回)、インバウンド商談会等 (9回)</li> <li>・平成29年「インバウンドの推進」 タイにおける海外プロモーションを実施 国内における海外エージェントへのプロモーション実施 (4回)</li> </ul>
	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和2年「アクセス強化・二次交通の充実」 鉄道駅からの二次交通手段強化として、JR、タイムズ、京都府と連携しカーシェアリング事業を実施</li> <li>・令和元年「農山村教育民泊の推進」 地域コーディネーターを任命し、地域が主体となって受け入れる体制づくりを推進</li> <li>・令和元年「アクセス強化・二次交通の充実」 公共交通機関の運行データを活用した多言語交通案内アプリ「森の京都ナビ」の掲載情報 (モデルコース、イベント情報、観光施設、宿泊施設、温泉、神社、仏閣等) を提供し、地域周遊のための利便性を推進</li> <li>・平成30年「都市農村交流基盤整備事業」</li> </ul>

		<p>農山村教育民泊受け入れ SAVOR JAPAN (農泊 食文化海外発信地域) の認定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 29 年「森の京都インバウンド研修」 森の京都内において、エージェントを対象にインバウンド研修及び市町村職員との意見交換を実施</li> </ul>
	<p>観光資源の 磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>着地型旅行商品等の開発・造成・販売促進             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 御城印を観光コンテンツとして開発 森のエリアに点在する城跡を御城印という新たな切り口で観光資源として磨き上げ、ファムトリップ等を実施</li> <li>② ちょこっと関西歴史たび 明智光秀等、地域の多様な資源を活用した商品化・販売ルートの拡充を実施</li> </ul> </li> <li>令和元年「食をテーマとしたツーリズム・ブランド化事業」 「食と暮らしの文化」を発信し、「森の京都」の魅力をブラッシュアップしていくための「伝統食・行事食の歳時記」を作成</li> <li>令和元年「着地型・体験型旅行商品の開発・造成・販売の促進」 海外エージェント向けの着地型体験プログラムの開発実施</li> <li>平成 30 年「着地型旅行商品等の開発・造成・販売促進事業」 体験プログラムの販売（刀剣づくり等）、文化財（かやぶき、祭）を活かしたツアー化 観光地域づくりパートナーによる新たなツアー・プログラム開発</li> <li>平成 29 年「各種印刷物等の多言語化」 森の京都多言語パンフレットの製作（タイ語、中国語、英語、フランス語、日本語、韓国語） ResortKyoto への掲載（英語版雑誌）</li> <li>平成 29 年「新体感・森の京都」快適観光推進事業」 超小型モビリティ導入に係る事業実施地、ガイドコンテンツ制作及びシステム構築等</li> <li>平成 29 年「森の京都」ナビ構築事業」</li> </ul>
<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、令和元年度通年で約 1,500 万円の事業収入を計上。</p> <p>その他、農村都市交流（教育旅行）事業の推進等も含め、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>		

(別添) 様式 1

実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>DMOの活動を「観光地経営」の視点に立ったものとするため、民間人材の社長を登用。また、社員たる京都府及び対象区域の市町が役割分担をしつつ緊密に連携して観光地域づくりに取り組むため、当DMOの事務局には府・市職員を派遣。さらに、旅行商品造成やプロモーションなど具体の事業実施に当たり民間専門人材等を確保するとともに、各地域において農村都市交流や特産品開発に独自に取り組む団体等と連携し、活動を推進</p> <p>(スポーツ)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・この地域では、京都府立丹波自然運動公園(京丹波町)や三段池公園(福知山市)など、スポーツ施設の整備率が高く、スポーツ合宿などの受入が可能</li><li>・この他、ラフティング、サイクリング、パラグライダー、カヌー等のスポーツアクティビティも整備されつつある。</li><li>・また、亀岡市のJR亀岡駅北側エリアには、収容人数約21,600人、サッカーやラグビーの国際試合も可能な大きさの天然芝グラウンドを有する球技専用施設「京都スタジアム」が整備されており、2020年に施設オープン(1月～大河ドラマ館、2月～スタジアム他)</li></ul> <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・この地域では、京都府内の他地域に比べて農家民宿の立地が進んでいることから、農村都市交流(教育旅行等)の受入が他地域に比べて盛んである。</li><li>・また、南丹市の美山かやぶきの里をはじめとして、茅葺き一棟貸しなどの宿泊施設も整備されており、国内外からの家族連れ等の宿泊が増えつつある。</li></ul>
------	---



## 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】

「森の京都」と呼ばれる京都府中部地域（5市町）は、京阪神地域に近く、平成27年7月の京都縦貫自動車道の全線開通など高速道路網の整備により、飛躍的にアクセスが向上している。

森林率が約8割を占めるこの地域は、都として繁栄した京都の後背地として、丹波栗、マツタケ、黒豆、万願寺とうがらし、京野菜、鮎、京都肉、ジビエといった食材などの森の恵みや優れた人材を多く京都に供給している。また、足利尊氏や明智光秀などの歴史上著名な人物が活躍した舞台でもあり、文化的・歴史的資源の宝庫でもある。

さらに、この地域は、天橋立・大江山国定公園や平成28年3月に指定された京都丹波高原国定公園などの美しい自然環境に恵まれるとともに、森や木との関わりの中で豊かな生活・文化が育まれ発展してきた地域である。こうした自然景観や生活・文化を活かしたトレッキングコースなどの地域資源に加え、この地域には、湯の花温泉、保津川下り、トロッコ列車、美山かやぶきの里、大江山などの観光資源も豊富であり、日本屈指の観光地である京都の後背地という地理的優位性と相まって、国内外からの観光客来訪と滞在型観光の可能性を有する地域である。

こうした中、豊かな自然環境を維持・保全する取組を強化するとともに、これらの地域の魅力を発信することにより、交流産業の振興、林業の付加価値向上を実現するため、京都府では、平成26年度から、関係市町・地域住民と連携・協働して「森の京都」事業を展開している。平成28年度には、「森の京都博」として通年で交流型イベント等を開催したが、実施に当たり組織した実行委員会には地域の商工・観光関連団体や交通事業者、金融機関、行政等が幅広く参画した。

上記のような地理的・文化的同一性や、幅広い関係者の参画による事業推進実績などから、「森の京都」と呼ばれる地域を対象とした区域設定が適切



【観光客の実態等】

これまでの「森の京都」地域における観光スタイルは、美山かやぶきの里や大江山などの観光名所を訪れたり、京都嵯峨・嵐山からの一足伸ばしでトロッコ列車や保津川下りを楽しんだり、食事処に立ち寄るなどのいわゆる「日帰り型観光」が主流であった。このことは、来訪者の平均的な域内滞在時間が4時間45分、旅程は日帰りが70%を占めるとの調査結果からも明らかである（「携帯電話GPSによる観光客動態調査」（平成28年度、森の京都DMO設立推進協議会））。

一方、この地域では2つの国立公園が指定されるなど美しい自然環境が大切に維持・保全されており、古来より森や木との関わりの中で育まれてきた豊かな生活・文化、豊かな農村風景は、その全てが世界に誇るべき貴重な財産である。このため、旅館やホテル、農家民宿、オーベルジュなどに泊まりながら、その一つひとつをじっくりと時間をかけて味わってもらうなど、農山村での食や体験、商店街の「もてなし空間」で地域の人々とともに語らいながら時間を過ごしていただく、滞在交流型観光が可能な地域を目指していく。

また、京都市内から1時間以内という地理的優位性を活かし、京都市内を訪れる修学旅行生の農村都市交流（教育旅行）への取り込みを積極的に展開する。

【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】

(観光)

- ・「森の京都」の玄関口である亀岡市は、保津川下り、トロッコ列車、湯の花温泉などの観光資源を擁し、観光地として既に多くの観光客を京都市域から誘客している。
- ・南丹市にある美山かやぶきの里は、平成5年に集落全体を国の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、約40戸の茅葺き屋根民家がひな壇状に建ち並ぶ姿は、古き良き日本の原風景が色濃く残る山里として有名。近年では東アジアを中心とする海外からの観光客も増加
- ・南丹市のるり溪は四季折々の花々に彩られる国指定の名勝地であるが、手軽に贅沢なキャンプ体験ができるグランピング施設（GRAX）などが民間資本により整備され、京阪神地域からの顧客を中心に人気を博している。
- ・この地域には京都府内でも道の駅が多く立地しており、情報発信や地域の特産品販売の拠点としての機能も果たしている。

(自然)

- ・この地域では豊かで美しい自然環境が大切に維持・保全されており、天橋立・大江山国立公園、京都丹波高原国立公園の2つの国立公園が指定されている。地域や民間企業、行政が連携・協働する形でこれらを活用したトレッキングコースの整備等も進んでおり、登山や散策を楽しむ旅行者は多い。
  - ・京都丹波高原国立公園が平成28年3月に新規指定されたことに伴い、平成30年4月には京都丹波高原国立公園ビジターセンター（通称：京都の森の案内所）がオープン。国内外からの観光客に対し、自然と文化が融合した里地・里山文化を発信している。
- また、同ビジターセンターでは、環境にも優しい電気エネルギーの超小型モビリティ（通称：MIYAMOB）を観光客向けに貸し出しており、環境に優しい観光を推進している。

(歴史・文化)

- ・この地域には、歴史の舞台に登場し、古代から続く神社仏閣が数多く存在する。
  - 〔桑田神社、法常寺、宝泉寺、龍潭寺、谷性寺、出雲大神宮、生身天満宮、摩気神社、清源寺、京都帝釈天、大福光寺、阿上三所神社、長源寺、九手神社、御霊神社、一宮神社、洞玄寺、天岩戸神社、安国寺、羅漢山宝住寺、楞嚴寺、光明寺、大本長生殿、岩王寺 など〕
- ・その他、京丹波町に伝わる和知人形浄瑠璃などの伝統芸能や、綾部市で受け継がれる黒谷和紙などの伝統工芸品の工房も多数存在
- ・また、この地域は戦国武将・明智光秀が治めた地であるが、2020年NHK大河ドラマに、明智光秀の生涯を描く「麒麟がくる」を契機とした誘客増も見込まれる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

この地域の宿泊施設の分布状況として、この地域で最も観光入込客数の多い亀岡市では、湯の花温泉に、観光客向けの宿泊施設が6施設（宿泊収容人員約1,100人）集積している。さらに、京都

## (別添) 様式 1

スタジアムの隣接地及び湯の花温泉、京丹波町道の駅味夢の里に新たなホテルが建設された。南丹市園部町のり溪温泉には、グランピング施設も整備されている。このほか、亀岡市、南丹市、福知山市、綾部市にはビジネスホテルを中心に宿泊施設が立地している。特に、福知山市には 20 施設（宿泊収容人員約 1,000 人以上）が立地している。

加えて、公共の宿泊施設も各地に整備されている。さらに、農村部には、農村体験等を目的として 40 軒程度の農家民宿などもあり、滞在交流型観光地としてのポテンシャルは高い。但し、その多くが和室仕様であり、インバウンドの受入拡大に向けては、インバウンドの利用実態に応じた改修等が課題である。

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

舞鶴若狭自動車道、京都縦貫自動車道の未開通区間が相次いで開通したことにより、京阪神地域・中部都市圏地域からこの地域までのアクセス時間が短縮された。また、JR 山陰本線における京都からの早朝特急の運行や、短期滞在のインバウンド客を対象とした JR-WEST RAIL PASS の販売など、このエリアにおける交通利便性が向上している。

一方、鉄道駅からの二次交通網は生活路線バスが主であり、運行主体も市町により様々であるとともに、最寄りの鉄道駅から各観光地等にアクセスする路線は、イベント・行事等に対応した季節的なものに限られていることから、利用交通手段の 8 割以上が自家用車等という現状である（「京都府観光客動向調査」（平成 29～30 年度、京都府・森の京都 DMO））。今後は、交通事業者等とも連携し、鉄道とバスなど公共交通間のスムーズな連絡体制や観光資源を結ぶ周遊ネットワーク等を整備していくことが必要である。

### 【外国人観光客への対応】

この地域を訪れる外国人は、台湾など東アジアの人々を中心に年々増加。森の京都 DMO においても、この地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、WEB、SNS 等を通じた多言語による情報発信を進めているが、今後はより一層、見やすく、きめ細やかな情報の発信が求められる。

また、この地域を現に訪れている観光客が公共交通機関を利用した目的地までのルートや観光モデルコースを快適に検索できるよう、当 DMO では、平成 30 年 4 月、観光・交通案内アプリ「森の京都 NAVI」を公開。本アプリは日本語、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、タイ語の 6 言語に無料に対応しており、さらなるコンテンツの充実と普及促進を図っている。

この他、この地域を訪れた外国人観光客の受け入れ態勢の整備として、観光案内所の外国語対応能力の向上、案内標識等の外国語表記、Wi-Fi の整備、各観光協会のホームページやパンフレットの多言語化などの環境が徐々に整備されつつある。このため、当 DMO においては、今後、各観光案内所・観光施設・公共交通機関等の従業員を対象とした外国人観光客対応能力向上のための研修や、カード決済・QR 決済の普及促進、免税店の拡大等、外国人観光客の利便性向上を促す取組を推進していく。

なお、インバウンド対策は多方面にわたるため、平成 30 年 3 月に策定した「森の京都地域における観光地域づくり戦略」に基づき、計画的な整備促進を図っている。

**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
森の京都 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、1人当たり観光消費額	森の京都 DMO が目指す観光地域づくりや地域の稼ぐ力の創出などの進捗状況（アウトカム成果）を把握するため。	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により収集（京都府観光入込客調査（毎年））
来訪者満足度、リピーター率、認知度	この地域の観光資源に関する現状（強み・弱み）、プロモーションの効果等を把握するため。	この地域内の観光地を訪れている日本人・外国人観光客への面接聴取（京都府観光客動向調査（毎年））や WEB 調査等により収集
着地型・体験型旅行商品販売額、顧客満足度	森の京都 DMO が目指す観光地域づくりや地域の稼ぐ力の創出などの進捗状況（アウトプット成果）を把握するため。	DMO の販売実績及び販売時のアンケート調査により継続的に収集
地域内事業者の施設等の充実状況（施設数、客室数等）、DMO の取組への満足度	森の京都 DMO が目指す観光地域づくりや地域の稼ぐ力の創出などの進捗状況、地域内事業者のモチベーション向上度を把握するため。	DMO による事業者へのヒアリングにより継続的に収集
教育体験旅行受入数、農村民泊受入数（団体数、受入人数）	この地域の強みである農村都市交流事業の進捗状況や地域の受入マインド向上度を把握するため。	DMO の受入実績及び事業実施団体からの聞き取り等により継続的に収集
農山村地域への移住者数等	観光地域づくりによる交流人口拡大を通じた最終アウトカム成果を把握するため。	京都府が実施する農山村教育民泊、田舎暮らし体験ツアー等を通じた移住者の把握により収集（移住・定住動向調査（毎年））
住民満足度	取組への評価、課題を把握する。	市町毎の意見交換等の場で、住民満足度等を聞き取り

**4. 戦略****(1) 地域における観光を取り巻く背景**

森の京都地域 4 市 1 町は、人口約 24 万人、2018 年度観光入込客数約 940 万人、観光消費額約 169 億円である。

京都市における観光客一人当たりの観光消費額は、2006 年頃からほぼ横ばいで推移していたが、近年大幅に増加しており、2018 年は約 24,800 円となっている。

他方、森の京都地域における一人当たりの消費額は、2000 年代から減少傾向が続いており、2018 年は 1,800 円程度となっている。

2016 年度の外国人宿泊者数は、前年度の 1.4 倍の約 1.4 万人と大幅に増加したが、その後、2018 年度にかけて概ね横ばいとなっており、京都市が前年度の 1.28 倍の約 450 万人と増加しているにもかかわらず、取り込みが図られていない。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○都・京都を支えた豊かな歴史と文化</li> <li>○日本屈指の観光地である京都の後背地、京阪神大都市圏から約1時間という地理的優位性</li> <li>○森林率8割を超える豊かな森林資源</li> <li>○丹波栗、マツタケ、鮎、ジビエなど食材の宝庫</li> <li>○天橋立・大江山国定公園、京都丹波高原国定公園などの豊かな自然環境</li> <li>○森や木との関わりの中で育まれた豊かな生活・文化</li> <li>○湯の花温泉、保津川下り、トロッコ列車、美山かやぶきの里、大江山など豊富な観光資源</li> <li>○道の駅が多く立地し、情報発信や地域産品販売の拠点に。</li> <li>○和知人形浄瑠璃などの伝統芸能、黒谷和紙などの伝統工芸品の工房が多数存在</li> <li>○府立丹波自然運動公園や三段池公園など高いスポーツ施設の整備率</li> <li>○ラフティング、サイクリング等スポーツアクティビティの整備が進捗</li> <li>○他地域に比べて農家民宿の立地が進んでおり、農村都市交流（教育旅行等）の受入も盛ん</li> <li>○行政や地域住民、事業者等の幅広い参画による「森の京都」事業の展開及び交流型イベント「森の京都博」の開催</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○地域資源のネットワーク化や一体的な情報発信等が不十分で、マーケットに訴求できていない。 ⇒「森の京都」の認知度が低い。</li> <li>○観光入込客数増に対する観光消費額の伸び悩み ⇒一人当たり観光消費額の低迷</li> <li>○観光客・観光消費の地域偏在</li> <li>○二次交通網の整備が不十分＝周遊性が弱い ⇒一部観光地で取り込んでいる京都市内への観光客が他の地域へ広がっていない。 ⇒交通アクセスが悪く、車でなければ周遊が困難な観光資源も。 ⇒生活路線バスが主で、最寄り駅から観光地への直通路線は季節的なものに限定</li> <li>○既存の観光商品（体験プログラム等）の単価が低く、個人（特に外国人富裕層）向けビジネスとして成り立ちにくい。</li> <li>○宿泊施設の不足、外国人客対応の遅れ（和室仕様が多数）</li> <li>○ホームページやパンフレット、案内サイン等の多言語表記、Wi-Fi 整備、カード決済の普及など外国人客対応の遅れ</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○京都縦貫自動車道・舞鶴若狭自動車道の開通、JR 西日本のダイヤ改正、高速バスの増便等による物流、人流の拡大、利便性の向上</li> <li>○LCC、ビザ緩和等による京都市内への外国人観光客の増加</li> <li>○京都舞鶴港の整備、大型クルーズ船の寄港</li> <li>○アジア、ロシアの経済成長</li> <li>○京都府が推進するみやこ構想「由良川里山回廊構想」「京都丹波食と森の交流の都構想」「新京都伝統工芸ビレッジ構想」との連動</li> <li>○球技専用施設「京都スタジアム」の整備</li> <li>○本地域をフィールドとしたNHK大河ドラマの誘致決定</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○中国等の経済失速や円高基調の継続の懸念</li> <li>○高速道路の整備による滞在時間縮小・日帰り観光客の増加</li> <li>○地域特性が類似する近隣観光地との競争の激化</li> <li>○地域全体での長期的な人口減少及び行政の財政悪化</li> <li>○地域全体での地場産業（農林業、商業）の不振</li> <li>○過疎高齢化、生産年齢人口の急激な減少による観光サービス業の人手不足</li> <li>○国財政の悪化による支援制度の廃止</li> </ul>

### (3) ターゲット

<p>○国内におけるターゲット層 京阪神地域を核とする近畿圏 特に京都市への観光客の取り込み（外国人観光客を含む。）</p>
<p>○選定の理由 京都縦貫自動車道・舞鶴若狭自動車道の開通、JR 西日本のダイヤ改正、高速バスの増便等による利便性の向上により、人口集中する近畿圏からの観光客が訪問しやすくなっており、現に京阪神地域からの来訪者が8割を超えているため。 また、近年、外国人観光客の急増から京都市内での宿泊が困難となっており、京都市への近接性という地理的優位性から、この地域のホテル・旅館等での宿泊や修学旅行生の農村体験などの教育体験旅行の拡大も期待できるため。</p> <p>○取組方針 各種調査やアンケート、ヒアリング等を通じて継続的なデータ収集を行い、地域全体でのマーケティングを実施することにより、詳細かつ効果的なターゲット設定に基づく効率的かつ効果的なプロモーション展開や、魅力的な地域資源をつなぐ広域周遊型旅行商品の造成、個人向け観光商品（体験プログラム等）の受入体制・サービスの質の向上等を推進する。 また、100万人を超える京都市内への修学旅行生の教育体験旅行の受入を拡大するため、受入地域・家庭の拡大を図るとともに、森林組合をはじめとする地域の関係団体等と連携し、魅力的な体験プログラムを開発する。加えて、旅行会社や学校（京都府内を含む。）への積極的な営業を展開する。</p>
<p>○インバウンドにおけるターゲット層 欧米豪地域、台湾・タイ・香港（繁体字圏域）・韓国を中心とした東アジア地域</p>
<p>○選定の理由 欧米豪地域：統計データにおいて長期滞在の傾向がうかがえ、観光消費額の拡大に期待できるため。また、欧米豪地域の来訪者は「四季の体感」「自然体験ツアー・農漁村体験」等に対して高い関心を示しており、この地域の特性との親和性が高いため。 東アジア地域：この地域を訪れる外国人の中で一番割合が高く、また、近年個人旅行者が増加傾向にあり、今後も安定的な来訪が見込める地域であるため。</p> <p>○取組方針 旅行会社へのプロモーション、旅行博への出展、ファミトリップの実施等により誘客活動を展開するとともに、WEB・SNS等の活用により効果的な情報発信を行う。また、京都市内・大阪市内を訪れている多くの訪日外国人をこの地域へ誘導するためのプロモーションも実施する。 また、ホームページやパンフレット、案内サイン等の多言語表記、Wi-Fi整備、観光案内所等での外国語での案内、旅館・飲食店等観光関連施設の外国語対応（メニュー等）、Wi-Fi整備、カード決済の普及など、外国人観光客の受入体制の整備にも取り組む。</p>

### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	都・京都を支えた歴史と文化が息づく「絆」の森と里山
②コンセプトの考え方	「森の京都」地域には、都との交流の中で伝承され、地域の独自文化として根付いてきた人形浄瑠璃などの芸能、歴史・文化を象徴するスピリチュアルな社寺や人々を元気づける天上の木、松上げや祇園祭などの行催事などが世代を超えて引き継がれ、今なお息づいている。また、京都丹波高原国定公園をはじめとする美しい自然環境も人手によって守られ続けている。 加えて、この地域は、森や木との関わりの中で豊かな里山の生活・文化や地域・家族の「絆」が育まれ、発展してきた地域である。

## 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
戦略の多様な関係者との共有	<p>上記コンセプトに内包される地域の価値（歴史・文化、自然景観）や地域の営み（生活・文化、「絆」）に光を当てた長期滞在型の観光地域づくりを推進するため、以下の枠組みを活用して地域全体で戦略の共有を図るとともに、森の京都 DMO を中心として、企画・調整等 PDCA サイクルのマネジメントを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 社長、副社長のほか、行政、観光、農村都市交流、農林・商工業、交通事業、地域づくり等に携わる幅広い関連事業者・団体からなる取締役会を概ね 2 ヶ月に 1 回開催し、各地域の状況や課題を共有し、的確に対応・意思決定（毎年 6 回開催）</li> <li>・ 各地域に、地域内の観光地域づくりの中核的役割を果たす「観光地域づくりパートナー」を配置。DMO の戦略や活動状況等の情報を地域のプレーヤー等に伝達し、地域における合意形成を図りつつ、地域資源の掘り起こしやデータベース化、地域資源の体験・交流プログラム化や特産品化に向けた調整などを実施（令和元年度 13 人に委嘱）</li> <li>・ 当 DMO の組織内に、事業に対する合意形成の場として、幅広い事業者・団体の参画による「森の京都 DMO 会議」を設置。「観光」「農村都市交流」「特産品」「交通利便向上」「人材育成」「暮らし文化・産業」「事業振興」の分野ごとに部会を設け、各参画事業者・団体の専門的知見等を基に、個別事業に係る連携・協働方策等について実践的な議論を実施（令和元年 95 回開催）</li> <li>・ 当 DMO、京都府及び対象区域の市町が役割分担をしつつ緊密に連携して観光地域づくりに取り組むため、府・市町で構成する「森の京都 DMO 府・市町実務者会議」を設置し、概ね 4 半期毎に開催</li> </ul>
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>観光客に提供するサービスを維持・向上・評価する仕組み・体制として、以下のような取組を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光客や DMO 事業利用者等を対象にした調査・アンケート等を実施し、この地域を訪れている観光客の属性とともに、満足度や再来訪意向等を把握。関係者で共有し、サービス向上のための効果的な事業実施に活用</li> </ul> <p style="margin-left: 20px;">観光客動向調査（日本人観光客 1,361 件、外国人観光客 410 件）、京都市内を訪れているインバウンドの意識調査（90 件、うち欧米豪 56 件、アジア 29 件、その他 5 件）、モニターツアー等の参加者へのアンケート調査等を実施するとともに、マーケティング研究会を設置し、商品を起点においたプロモーション・開発販売体制、web の充実、データの解釈と活用などについて研鑽を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域内事業者から各施設等の充実状況（施設数、客室数等）を聴取することにより、観光客の受入や事業改善に向けた各事業者の意欲を把握。受入体制の充実・事業改善に向けた効果的な事業実施に活用（35 事業者を訪問してヒアリング調査を実施）</li> <li>・ 大学等と連携し、上記の調査、アンケート、ヒアリング等により収集したデータを基に、地域の現状や強み・弱みを総合的に分析。関係者で共有し、サービス向上のための効果的な事業実施に活用</li> <li>・ 観光地域づくりを担う人材を継続的に掘り起こすとともに、観光客へのサービス向上に資する各種人材育成研修（インバウンドローカルガイド養成講座等）を実施（これまで 5 回実施、今後継続実施）</li> </ul>

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の事業者等をネットワーク化し、地域の魅了や店舗の魅力を英語で語れるよう実践型英語講座等を展開することにより、地域全体のサービスの質の底上げ等を推進（これまでに5回開催）</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>これまで十分に光が当たってこなかった地域のイベントや伝統行事等の情報をデータベース化し、総合ウェブサイトにより一元的に情報発信（実施中、これまでの閲覧数約59万ビュー）</li> <li>エリア内の各観光案内所がエリア相互または全体の観光案内・滞在プログラム等の提供に係るワンストップサービスを行えるよう「森の京都コンシェルジュ」を育成（今後、実施予定）</li> <li>SNSを活用し、ターゲットに応じた効果的なプロモーションも展開（インスタグラム、ツイッターで発信中）</li> </ul>

6. KPI（実績・目標）

(1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	17,400	17,400	7,400	13,000	18,500	24,100
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	16,875	18,455	12,681	-	-	-
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●来訪者満足度 (%)	目標	527	527	191	335	478	621
	実績	(20)	(20)	(6)	(11)	(15)	(20)
●来訪者満足度 (%)	目標	511	478	329	-	-	-
	実績	(14)	(15)	(2)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	74	78	79	80	81	82
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	77	81	69	-	-	-
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	56	57	70	68	66	64
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	55	55	60	-	-	-
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

※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】

- ・「森の京都」エリアの観光地域づくりを広域的に推進する上で、エリア全体の観光客の動向に係るデータの収集・分析は重要。中でも、「旅行消費額」や「延べ宿泊者数」は地域経済への波及効果が大きく、地域の需要や雇用創出等地域活性化の指標の一つともなる重要な指標であり、これらをKPIに設定
- ・また、地域経済への波及効果の観点からは、近年増加し、滞在・周遊が期待される外国人観光客への対応も重要であり、これに係る指標として「外国人の宿泊者数」をKPIに設定
- ・この他、この地域におけるおもてなしの質を客観的に測る指標として、「来訪者満足度」「リピーター率」をKPIに設定した。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

京都府地方創生戦略による設定目標（平成2014～2018年度の5年間の目標）に係る伸び率（128%）を平成2016～2021年度の5年間に係る伸び率として準用し、設定（2020年はオリンピックイヤー需要を見込む）していたが、2020年度は2019年度の40%、2021年度は70%、2022年度で100%へ回復

#### ●延べ宿泊者数

平成2014～2018年度の5年間の伸び率（120%）を平成2016～2021年度の5年間に係る伸び率として準用し、設定していたが、2020年度は2019年度の40%、2021年度は70%、2022年度で100%へ回復

#### ●外国人の宿泊者数

2017年宿泊旅行統計調査（速報値）全国平均値12.4%増が2017年度以降2021年度まで毎年度持続するとして設定していたが、2020年度は2019年度の40%、2021年度は70%、2022年度で100%へ回復

#### ●来訪者満足度

2017～2018年度の数値は、同年度の京都府観光客動向調査により把握。満足度に関する質問への回答全体から「無回答」「分からない」を控除後、「大変不満」を0点、「不満」を33点、「満足」を66点、「大変満足」を100点として満足度（点）を算出。2019年度はこれまでの5段階評価から7段階評価に変えたため、「大変不満」を0点、「不満」を16点、「やや不満」を33点、「どちらでもない」を50点、「やや満足」を63点、「満足」を80点、「大変満足」を100点として評価した。2020～2022年度までの見込みについては、2019年度の目標数値に毎年1ポイントの増として設定

#### ●リピーター率

京都府観光客動向調査により把握。2017年度の数値は、森の京都エリアへのリピーターとして把握したが、2018年度は質問を変えて調査地点へのリピーターとして把握したため下降。2018年度以降2021年度まで毎年1ポイントの増として設定

## (2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●観光入込客数 (万人)	目標	1,040	1,060	400	700	1,000	-
	実績	981	1,024	未	-	-	-
●認知度 (%)	目標	36	39	42	45	48	-
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)



(別添) 様式 1

	実績	39.4 (11.5)	36.4 (12.4)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●DMO着地型 商品取扱額 (万円)	目標	1,000 (-)	3000 (-)	500 (-)	800 (-)	1,200 (-)	1,600 (-)
	実績	803 (-)	870 (-)	未 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●教育体験旅行 受入数(宿泊) (人)	目標	1000 (-)	1500- (-)	0 (-)	600 (-)	700 (-)	800 (-)
	実績	1,120 (313)	1,683 (562)	0 (0)	- (-)	- (-)	- (-)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 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】

- ・この地域は、豊富な観光資源を擁しながら、資源のネットワーク化・一体的な情報発信等が不十分でマーケットに訴求できていないという現状から、「森の京都」としての認知度が低い状況。認知度の低さは、訪問地選択の機会損失を招きかねないため、一元的な情報発信・プロモーションの取組推進と合わせ、「観光入込客数」「認知度」をKPIに設定し、取組の効果測定に活用
- ・また、観光地域づくりに係るPDCAサイクルを回すためには、取組の結果(アウトプット)に係るデータの収集・分析も必要である。このため、「DMO着地型商品取扱額」「教育体験旅行受入数(宿泊)」をKPIに設定

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●観光入込客数

2017年～2018年においては、自然災害の影響を受け、入込客数が伸び悩んだ。京都府地方創生戦略による設定目標(平成2014～2018年度の5年間の目標)に係る伸び率(10%)を2017年から2021年にかけての伸び率として準用し設定していたが、2020年度は2019年度の40%、2021年度は70%、2022年度で100%へ回復

##### ●認知度

2017年度の数値は、同年度の京都府観光客動向調査により把握。認知度に関する質問への回答全体から「無回答」「分からない」を控除。2020年度以降2022年度にかけて毎年度3ポイントずつ増加幅として設定

##### ●DMO着地型商品取扱額

2017年9月から取扱(販売)を開始。2018～2019年度にかけて倍増した。2020年度は約8百万円の増に設定し、着実な販売に努める。

##### ●教育体験旅行受入数

2017～2019年度の数値は、受入団体である「京都丹波食と森の交流協議会」及び「美山DMO」の受入人数の実数を把握。2020年度はコロナの影響もあり、2021年以降の再開に向けて取り組む

## 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(円)
2018(H30)年度	109,834,000円	【都道府県からの補助金】 56,075,000円 【市町からの補助金】 49,130,000円 【収益事業収入】 4,168,000円 【その他】 461,000円
2019(R1)年度	117,143,000円	【都道府県からの補助金】 45,443,000円 【市町からの補助金】 47,443,000円 【収益事業収入】 14,906,000円 【その他】 9,351,000円
2020(R2)年度	152,395,000円	【都道府県からの補助金】 43,260,000円 【市町からの補助金】 46,260,000円 【収益事業収入】 5,575,000円 【その他】 57,300,000円
2021(R3)年度	112,621,000円	【都道府県からの補助金】 53,080,000円 【市町からの補助金】 46,080,000円 【収益事業収入】 4,000,000円 【その他】 9,461,000円
2022(R4)年度	112,621,000円	【都道府県からの補助金】 53,080,000円 【市町からの補助金】 46,080,000円 【収益事業収入】 4,000,000円 【その他】 9,461,000円
2023(R5)年度	112,621,000円	【都道府県からの補助金】 53,080,000円 【市町からの補助金】 46,080,000円 【収益事業収入】 4,000,000円 【その他】 9,461,000円

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018(H30)年度	109,065,000円	【一般管理費】 22,157,000円 【プロモーション】 21,492,000円 【マーケティング】 7,096,000円 【着地型旅行商品の造成等】 22,950,000円 【特産品ブランド化】 3,052,000円 【人材育成】 8,934,000円 【情報発信】 18,430,000円 【交通実証実験】 1,354,000円
2019(R1)年度	116,518,000円	【一般管理費】 23,046,000円 【マーケティング】 8,070,000円 【インバウンド推進】 11,657,000円 【食のブランド化】 5,555,000円

## (別添) 様式 1

		<b>【農山村教育民泊】</b> 6,234,000 円 <b>【着地型旅行商品の造成等】</b> 24,074,000 円 <b>【認知度向上取組強化】</b> 12,365,000 円 <b>【交通実証実験】</b> 1,066,000 円 <b>【受託事業】</b> 5,317,000 円 <b>【収益事業】</b> 9,883,000 円 <b>【その他】</b> 9,250,000 円
2020 (R2) 年度	149,409,000 円	<b>【一般管理費】</b> 23,766,000 円 <b>【マーケティング】</b> 6,643,000 円 <b>【インバウンド推進】</b> 17,621,000 円 <b>【食のブランド化】</b> 1,394,000 円 <b>【農山村教育民泊】</b> 5,507,000 円 <b>【着地型旅行商品の造成等】</b> 25,059,000 円 <b>【認知度向上取組強化】</b> 21,206,000 円 <b>【交通実証実験】</b> 2,765,000 円 <b>【その他】</b> 45,448,000 円
2021 (R3) 年度	111,937,000 円	<b>【一般管理費】</b> 27,156,000 円 <b>【マーケティング】</b> 8,000,000 円 <b>【地域開発推進】</b> 32,981,000 円 <b>【食を活用した地域づくり】</b> 4,460,000 円 <b>【受入体制・環境整備】</b> 22,900,000 円 <b>【認知度向上取組強化】</b> 14,500,000 円 <b>【交通実証実験】</b> 1,940,000 円
2022 (R4) 年度	111,937,000 円	<b>【一般管理費】</b> 27,156,000 円 <b>【マーケティング】</b> 8,000,000 円 <b>【地域開発推進】</b> 32,981,000 円 <b>【食を活用した地域づくり】</b> 4,460,000 円 <b>【受入体制・環境整備】</b> 22,900,000 円 <b>【認知度向上取組強化】</b> 14,500,000 円 <b>【交通実証実験】</b> 1,940,000 円
2023 (R5) 年度	111,937,000 円	<b>【一般管理費】</b> 27,156,000 円 <b>【マーケティング】</b> 8,000,000 円 <b>【地域開発推進】</b> 32,981,000 円 <b>【食を活用した地域づくり】</b> 4,460,000 円 <b>【受入体制・環境整備】</b> 22,900,000 円 <b>【認知度向上取組強化】</b> 14,500,000 円 <b>【交通実証実験】</b> 1,940,000 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**

○行政からの分担金、国・府補助金の獲得、受託事業等により DMO の運営資金を確保できるよう、必要な支援の継続について、社長・副社長・取締役が各首長等に対して、働きかけを続けていく。

○以下の事業を行い、一定の収益事業収入を確保

- ・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

## (別添) 様式 1

- ・農業体験をはじめとする教育体験旅行の販売・予約受付、受入
- ・特産品のインターネット販売
- ・宿泊施設（農家民宿を含む。）の斡旋 等

○特に、今年度から、幅広い分野で地域づくりを一体的に支援することとし、観光を入りに地域との連携を深めながら、移住定住につなげる等、地域で儲かる仕組みづくりを展開することとして、内閣府の地方創生交付金の採択を受けた（5年間の事業費確保）。

## 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「森の京都」地域の市町（亀岡市、南丹市、京丹波町、福知山市、綾部市）は、（一社）森の京都地域振興社（森の京都 DMO）を当該地域における地域連携 DMO として登録されることに同意します。

## 9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携 DMO や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

### ①海の京都 DMO（福知山市・綾部市のエリアが重複）

定期的（四半期毎）に、社長レベル、事務局長レベルでの連絡会を行い、マーケティングデータや戦略・事業計画・各取組の情報共有・意見交換を行っている。

### ②美山 DMO

森の京都 DMO の取締役（理事）に美山 DMO の代表理事が参画し、取締役会に出席いただいている。

日常的にも、相互に訪問し合い、農山村教育旅行における役割分担と連携、マーケティングデータや戦略・事業計画・各取組の情報共有・意見交換を行っている。

本年度からは、南丹市、南丹市内の他地域の観光協会、美山 DMO の連絡会に、森の京都 DMO も参加し、情報共有と連携・役割分担の協議を行うこととしている。

【区域が重複する背景】

### ①海の京都 DMO

京都府・府内市町村で取り組む「もうひとつの京都」（海の京都、森の京都、お茶の京都）を持続的に発展させるため、

各エリアごとに DMO を設立・運営（海は H28～、森・お茶は H29～）。京都府北部連携都市圏及び観光キャンペーンの連携エリアである「海の京都」7市町。古くから「丹波の国」として、歴史文化を共有してきた「森の京都」5市町の双方に、福知山市・綾部市が含まれており、相乗効果を生み出すため、両市が海の京都 DMO・森の京都 DMO の両方に参画している。

### ②美山 DMO

南丹市美山町においては、約30年間にわたり、観光に関わる取組を推進してきた。同エリアを中核とする「京都丹波高原国定公園」の指定を契機に、美山町観光協会、エコツーリズム推進協議会の取組を包含し、進化させるため、美山 DMO を設立運営（H28～）。

## (別添) 様式 1

### 【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

#### ①海の京都DMO

森の京都 DMO は、地域の歴史文化（御城印等）にフォーカスするとともに、地域の拠点づくり（綾部温泉、山家農観連携、里山交流センター等）を支援するアプローチ、海の京都 DMO は、インバウンドと広域周遊に重点を置いたアプローチを行っている。

#### ②美山DMO

森の京都 DMO は、広域でのスケールメリットを活かした取組（農山村教育旅行における国内学校の受け入れ等）、美山 DMO は、地域におけるブランド力を活かした取組（農山村教育旅行における海外の小規模学校の受け入れ等）を行っている。

### 【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

#### ①海の京都DMO

地域における受入体制整備を森の京都 DMO が担い、インバウンドや広域周遊を行う旅行者を海の京都 DMO が誘客する中で、より付加価値が高い商品造成を進め、地域の稼ぐ力を増強することができる。

#### ②美山DMO

美山が有するブランド力を活かして誘客を促進するとともに、美山だけでは受入困難な規模のものや、顧客が求める美山にない資源（温泉等）を組み合わせ、エリア全体としての魅力アップと受入体制の充実を図ることができる。

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	田中邦男
担当部署名（役職）	（一社）森の京都地域振興社 総括部長
郵便番号	621-0804
所在地	京都府亀岡市追分町谷筋 25 番地 30
電話番号（直通）	0771-22-9800
FAX 番号	0771-22-9801
E-mail	k.tanaka@morinokyoto.jp

## 11. 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	京都府亀岡市
担当者氏名	三宅 敦史
担当部署名（役職）	産業観光部 商工観光課 課長
郵便番号	621-8501
所在地	京都府亀岡市安町野々神 8 番地
電話番号（直通）	0771-22-5033
FAX 番号	0771-25-4400

## (別添) 様式 1

E-mail	syokou-kankou@city.kameoka.lg.jp
--------	----------------------------------

都道府県・市町村名	京都府南丹市
担当者氏名	矢田 明美
担当部署名(役職)	農林商工部 観光交流室 室長
郵便番号	622-8651
所在地	京都府南丹市園部町小桜町 47
電話番号(直通)	0771-68-0050
FAX 番号	0771-63-0654
E-mail	yada109@city.nantan.lg.jp

都道府県・市町村名	京都府京丹波町
担当者氏名	栗林 英治
担当部署名(役職)	にぎわい創生課 課長
郵便番号	622-0292
所在地	京都府船井郡京丹波町蒲生八ツ谷 62-6
電話番号(直通)	0771-82-3809
FAX 番号	0771-82-2500
E-mail	h-kuribayashi38@town.kyotamba.lg.jp

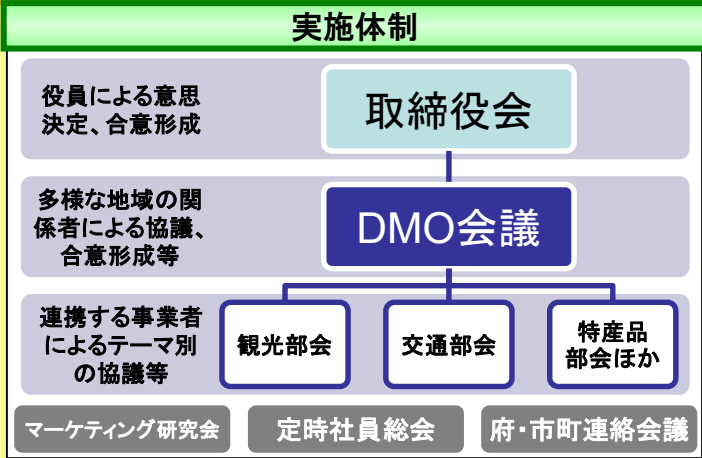
都道府県・市町村名	京都府福知山市
担当者氏名	山田 信義
担当部署名(役職)	産業観光課部 次長(兼 産業観光課長)
郵便番号	620-8501
所在地	京都府福知山市字内記 13 番地の 1
電話番号(直通)	0773-24-7076
FAX 番号	0773-23-6537
E-mail	sankan@city.fukuchiyama.lg.jp

都道府県・市町村名	京都府綾部市
担当者氏名	白波瀬 正彦
担当部署名(役職)	定住交流部観光交流課 課長
郵便番号	623-8501
所在地	京都府綾部市若竹町 8-1
電話番号(直通)	0773-42-4273
FAX 番号	0773-42-4406
E-mail	m-shirahase@city.ayabe.lg.jp

**法人名：一般社団法人森の京都振興社**  
**登録区分名：広域連携DMO**

**『都・京都を支えた歴史と文化が息づく「絆」の森と里山』**

【区域】 京都府亀岡市、南丹市、京丹波町、福知山市、綾部市  
 【設立日】 平成29年3月21日  
 【登録日】 平成30年7月31日  
 【代表者】 渡邊晃  
 【マーケティング責任者(CMO)】 岩松義秀  
 【財務責任者(CFO)】 田中邦男  
 【職員数】 15人  
 (常勤12人(正職員7人、出向等5人)、非常勤3人)  
 【連携する主な事業者】 JR西日本、京阪京都交通、保津川遊船、JA京都他



**マーケティング・マネジメントする区域**

【主な観光資源】 美山かやぶきの里、湯の花温泉、保津川下り、トロッコ列車、味夢の里、あやべ温泉、元伊勢神宮ほか

**合意形成の仕組み**

【該当する登録要件】①  
 【概要】 行政、観光(宿泊・体験等)、農村都市交流、農林・商工業、交通事業、地域づくり等に携わる幅広い関連事業者・団体から理事を選任し、各地域の状況や課題に的確に対応できる体制を構築している(2ヶ月に1回開催)

**戦略**

【主なターゲット】  
 ・長期滞在を志向する欧米豪  
 ・京阪神(近隣)地域から1時間程度の近接性を活かし、リピーターとなるファン層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 ・京都市内にはない農山村・里山、食の豊かさ、暮らし文化などの魅力をゆっくりと体感できる宿泊・滞在型観光を進める。  
 ・顧客へのメール配信等による関係性の維持構築、農山村における食・匠の技を体感できる体験交流型プログラム、国立公園におけるアクティビティを組み合わせたアドベンチャーツーリズムの推進

**KPI(実績・目標)** ※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目(年度)	2018(H30)	2019(R1)	2020(R2)	2021(R3)	2022(R4)	2023(R5)
旅行消費額 [百万円]	目標 17,400 (-)	17,400 (-)	7,400 (-)	13,000 (-)	18,500 (-)	24,100 (-)
	実績 16,875 (-)	18,455 (-)	12,681 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
延べ宿泊者数 [千人]	目標 527 (20)	527 (20)	191 (6)	335 (11)	478 (15)	621 (20)
	実績 511 (14)	478 (15)	329 (2)	- (-)	- (-)	- (-)
来訪者満足度 [%]	目標 74 (-)	78 (-)	79 (-)	80 (-)	81 (-)	82 (-)
	実績 77 (-)	81 (-)	69 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
リピーター率 [%]	目標 56 (-)	57 (-)	70 (-)	68 (-)	66 (-)	64 (-)
	実績 55 (-)	55 (-)	60 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
教育体験旅行 受入数(宿泊) [人]	目標 1,000 (-)	1,500 (-)	0 (-)	0 (-)	400 (-)	500 (-)
	実績 807 (313)	1,121 (562)	0 (0)	- (-)	- (-)	- (-)
ウェブサイト アクセス数 [件]	目標 100,000 (-)	150,000 (-)	200,000 (-)	400,000 (-)	600,000 (-)	800,000 (-)
	実績 60,635 (-)	71,187 (-)	137,800 (-)	- (-)	- (-)	- (-)

**法人のこれまでの活動実績**

【情報発信・プロモーション】  
 ・中期経営戦略2025の策定  
 ・webによる情報発信

【観光資源の磨き上げ】  
 ・海外へ向けた食文化の発信の取組  
 ・食、農、アートを融合したブランディング形成  
 ・外国人に選好される旅行商品の開発・強化

【受入環境の整備】  
 ・ホームページの多言語化  
 ・公共交通・観光案内アプリ「森の京都ナビ」の公開運用(多言語対応)  
 ・ローカルガイドの養成・登録  
 ・事業者向けの実践型英語講座を実施

**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**

多様な関係者との戦略の共有状況等  
 ・地域の事業者への情報提供・対話  
 ・地域情報の集約と発信  
 ・支援団体(行政・観光・商工団体等)の取組情報の共有と連携・役割分担確認

**活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

【主な収入】 行政負担金 約89百万円、事業収入(旅行・物販・受託) 約5百万円(R2年)  
 【総支出】 149百万円(一般管理費23百万円、事業費126百万円)  
 ※2021年3月期決算  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】 社員からの負担金継続への説明責任、事業収入、国事業採択