観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ　地域連携ＤＭＯ　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）	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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１階	
設立時期	平成２９年３月２８日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	１０名【常勤９名（出向６名、臨時３名）、非常勤１名】	
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） 淺井　栄一 中之島高速鉄道(株) 元相談役	交通事業の経営経験を持ち、地域の事情に明るく、経営能力に長けている。第３セクターでの経営者の経験を活かしながら、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となっている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	勝山　享「専従」 京都府	京都府自治振興課、京都府立大学大学院准教授、府民力推進課、企画参事において、長年、地域の活性化に取り組むとともに、文教課長や文化政策室長として文化行政に携わった経験も活かし、お茶の京都エリアの地域振興を図る能力を持つと共に、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。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	門司　愛子「専従」 京都府	京都府府民労働総務課、商工振興課、農業資源研究センター、土木事務所等において長年、経理（工事経理含む）業務に携わり、持続可能な運営のため、能率的な事業推進や財源の確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーショ	多田　重光　「専従」 （公社)宇治市観光協会　ＯＢ	長年にわたり観光業に携わってきた経験を活かし、効果的なプロモーション戦略を立てること

様式１

ン）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	西谷　昌豊　「専従」 木津川市 阪口　優子　「専従」 京都府	で、地域のブランドイメージの向上や顧客ロイヤリティの強化など、地域との良好なコミュニケーションを基にお茶の京都エリアの地域振興を図る高い知見と能力を持つ。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	湯本　光　　「専従」 （株）ＪＴＢ　ＯＢ 藤原　秀治　「専従」 （株）ＪＴＢ 西川　俊之　「専従」 （株）日本旅行	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地域振興に資する高い能力を有する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	京都府 ・　総合政策環境部地域政策室（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） ・　知事直轄組織広報課（情報発信）、 ・　商工労働観光部（情報発信、観光振興） ・　文化生活部（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） １２市町村 ・企画部門、観光部門、産業部門、農林部門、建設部門	
連携する事業者名及び役割	・　**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、各市町観光協会（宇治、城陽、八幡、京田辺、木津川、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 ・　**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 **（宿泊・食事）**ルートイン京都久御山、フェアフィールド・バイ・マリオット京都みなみやましろ、けいはんなプラザホテル、ロゴスランド、大正池ＧＰ、山城町森林公園、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、孫右ヱ門、炭山陶芸村、宗円交遊庵やんたん、茶づななど **（文化財）**	

<table>
<tr><td></td><td>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</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①
（概要）京都府及び１２市町村を社員とし、取締役として行政、観光協会、商工会、寺社、観光関連事業者、ＪＡ及び茶業会議所が参画し、定期的に取締役会を開催することで意思決定に携わる。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>ＤＭＯが実施する観光地域づくりに関わるニュースをまとめた「お茶の京都ＤＭＯニュース」を発行し、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。
また、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の実施や、地元ガイド団体と連携し、ツアー造成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啓発を実施している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>平成２９年～令和６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～）
・ＣＲＭの導入（R2 年～）
・「もうひとつの京都」ダイレクトマーケティング事業
・ＳＮＳ発信（Twitter H29～、Instagram H30～、Facebook R1～、YouTube R1～）
・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、スペイン）
・ファムトリップ実施
・国内プロモーション（阪急交通社国内旅行推進協力会 近畿・東海支部商談会参加）
・「京都の教育旅行プログラム」現地視察・説明会（京都府観光連盟主催に参加）
・文化庁／日本遺産認定地域における情報発信モデル事業→「日本茶のふるさと」連携強化による面的な情報発信促進事業（SNS 情報発信・市町村情報交換・スキルアップ）
・「宇治新茶・八十八夜茶摘みの集い」講演・協力
・メディア出演・撮影協力（ラジオ大阪「平田進也の耳からトラベル」出演、日邦レンタカーYouTube 動画撮影協力、ＫＢＳ京都ラジオ「原田伸郎のなにすんのぉ～ラジオ」出演）</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>平成２９年～令和６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ＰＲ
・宇治茶バス運行支援
・サイクリングモニターツアー</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・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 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）
	観光資源の磨き上げ	平成２９年～令和６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　祈りのともしび　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） ・観光庁／看板商品創出（R4）→「日本三禅宗の一つ黄檗宗の大本山「萬福寺ランタン」ナイトコンテンツ事業」「人々をつなぐ京阪奈ラボ＆リサーチで遊ぼう事業」「国宝・石清水八幡宮「祭祀と直会」によるユニークベニュー事業」 ・観光庁／インバウンド観光コンテンツ造成支援事業（R5）→ 南山城地区古寺で触れて感じる本物の時間 japanese culture 事業、萬福寺を彩る光の饗宴「黄檗ランタンフェスティバル」の継続及びインバウンド需要獲得整備事業、『国宝・石清水八幡宮「NAORAI」と特別参拝』ユニークベニューに対するインバウンド販売モデルの構築 ・観光庁／観光再始動事業（R5）→ KUNUKYO　Wabisabi　Experience 幻の都「恭仁京」でのインバウンド特別体験造成事業 ・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） ・各大学、中学校、高等学校のフィールドワーク ・海外からのバスツアー 炭山陶芸村陶房訪問プログラム、けいはんな記念公園枯山水づくり体験、和束町茶摘み・利き茶体験 ・京都駅から行く南山城古寺巡礼ツアー（R5） ・観光庁／地域観光新発見事業（二次公募）」「初瀬詣」で賑わった山背古道の「旅」の情景を体感 ・アクセス向上で「会いに行ける美仏」誘客促進事業→ジャンボタクシーの運行、ライトアップ・夜間特別拝観 ・三重県連携事業「ＪＲ関西線１２駅途中下車の旅」 ・地域内路線周遊バスの運行支援（木津川古寺巡礼バス等）

【定量的な評価】

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 5,006 万円、令和４年度 4,339 万円、令和５年度 3,724 万円、令和６年度 2,684 万円の事業収益となった。
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地域にお金が落ちる仕組みづくりへの寄与が進みつつある。

実施体制
※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）。

【実施体制の概要】

府、12 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、商工業者、商工会、交通事業者、金融機関、大学など、地域の多様な関係者が密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】

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
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、観光協会、商工会、寺社、JA、観光関連事業者、茶業会議所から就任） 監査役（監事）（地元金融機関）

事　務　局

事務局長　京都府派遣職員（専）
監理部長　京都府派遣職員（専）
事業部長　旅行会社派遣職員（専）２名
文化担当事業部長（旅行会社ＯＢ）（専）
事業課長　地元金融機関派遣職員（専）
総務企画課長　木津川市派遣職員（専）
係　　長　京都府派遣職員（専）
文化観光サポーター
事務員

様式１

お茶の京都ＤＭＯ会議		
観光部会	**特産品部会**	**交通部会**
・観光協会（宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、木津川市、笠置町）、商工会、観光連盟 ・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など	・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・団体など	・JR 西日本、近畿日本鉄道、京阪電車、京阪バス、京都京阪バス、奈良交通、タクシー会社など

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【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。

【観光客の実態等】

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%）

【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(こう)津屋(づや)・浜台の「浜茶(はまちゃ)」、飯岡の茶畑、童仙房、高尾、田山、今山の茶園、海住山寺、上狛の茶問屋街、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、茶壷口切の儀、茶筅塚供養の儀、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、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
・**国宝**　萬福寺（令和６年 12 月指定）
・**国の重要文化的景観**　宇治の文化的景観
・**京都府文化的景観**　和束の茶畑景観、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**　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、木津川流域でのアクティビティ
・**ＳＡＶＯＲ　ＪＡＰＡＮ**　京都山城地域が平成 30 年 12 月７日付で農林水産省ＳＡＶＯＲＪＡＰＡＮに認定

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
　京都市、大阪市、奈良市には宿泊施設が数多く立地しているが、お茶の京都エリアは、京都市、大阪市、奈良市の三方に囲まれ、交通アクセスが優れているものの、宿泊施設（特に、ホテル）の立地数は少ない状況である。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ている状況となっている。

【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・宇治線など発達しており、宇治市の平等院や八幡市の石清水八幡宮への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１㌔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１㌔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
旅行消費額	観光施策の推進を図るための基礎資料とするため。	府内市町村からの報告
延べ宿泊者数	観光施策の推進を図るための基礎資料とするため。	府内市町村からの報告
来訪者満足度	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
リピーター率	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
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

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、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。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** 〇大都市圏に近接 〇１次交通の利便性・将来性 〇地域資源の多様性 〇けいはんな学研都市の存在と最先端分野との連携 〇「宇治茶」のブランド力	**弱み（Weaknesses）** 〇二次交通の脆弱さ 〇観光地域間の連携不足 〇飲食場所の低評価 〇観光インフラの更なる充実 〇宿泊施設が少ない 〇旅行商品の季節偏重
外部環境	**機会（Opportunity）** 〇インバウンド市場の拡大 〇交通ネットワークの拡充 〇城陽山砂利跡地の活用プロジェクト 〇交通事業者、旅行会社等との連携	**脅威（Threat）** 〇少子高齢化、人口減少 〇地場産業の後継者不足 〇国内観光市場の縮小傾向 〇地域間競争の激化

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第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

〇選定の理由
京都市を訪れた観光客数は令和６年で 5,606 万人、京都市に宿泊した宿泊客数が 1,630 万人となっており、過去最高の数値となっている。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。

〇取組方針
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。

〇第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

〇選定の理由
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。

〇取組方針
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、宇治田原町、和束町など

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。
○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
○選定の理由 　お茶の京都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。 　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。 ○取組方針 　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。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	日本茶８００年の歴史を紡ぐ　お茶の京都 ～観光を入り口とした持続可能な地域づくりの実現～ ◆「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」となるとともに、国内外の人々が集い地域の人達と語らい・交流することにより、地域が潤い、誇りと希望にあふれた『住みたい・暮らしたい地域』となる。
②コンセプトの考え方	①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。 ②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、観光客の中長期滞在化や地域の興味・関心を持った関係人口が増えている。 ③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、国内外に多様な手段で情報発信されている。 ④地域に新たな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。

様式１

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	●お茶の京都ＤＭＯ会議の設置 ・地域の多様な関係者（市町村や観光協会、ガイド団体、農泊施設、文化団体、地域づくり団体など）と協働・連携して「観光を入り口とした持続可能な地域づくり」を進めるための「お茶の京都ＤＭＯ会議」を設置し、とりわけ戦略的に進めるテーマとして、「観光」「特産品」「交通」等について定期的に意見交換と合意形成を図る部会を設置する。 ・なお、当部会は、お茶の京都ＤＭＯが実施する事業の成果等を検証し、提言を行う役割も担い、また、テーマやメンバーの追加・見直しも行うこととし、実践的、実効性ある組織運営を行います。 ・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する。
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	・ 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）を実施 ・ 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 ・ 京都府観光客動向調査（京都府・各ＤＭＯ合同調査、実態調査・満足度調査） ・ 地域のガイドや観光事業者等を対象とした地域ガイド育成講座、英語ガイド育成講座、アドベンチャートラベルセミナーを開催し、人材の発掘や人材育成を実施 ・ お茶の京都ガイド登録制度説明会を実施
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	・ 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。 ・ 宿泊情報、飲食店情報、オンラインショップを地元金融機関ＥＣサイトで運営し、ＳＮＳも活用し、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。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	222	222	195	203	213	223
		(16)	(16)	(16)	(16)	(16)	(16)
	実績	179	258	289			
		(－)	(－)	(－)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	228	228	181	188	197	207
		(20)	(20)	(6)	(6)	(7)	(7)
	実績	160	181	167			
		(1)	(7)	(8)			
●来訪者満足度（%）	目標	93	93	88	90	92	94
		(97)	(97)	(97)	(97)	(97)	(97)
	実績	84	86				
		(－)	(－)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	73	73	95	96	97	98
		(22)	(22)	(22)	(22)	(22)	(22)
	実績	93	94				
		(－)	(－)	(－)			

※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】

平成 29 年度に取締役会や市町村実務者会議等にて意見交換を行ったうえで本計画における目標数値を含む「お茶の京都ＤＭＯ観光地域づくり戦略」を策定し、当該戦略に基づき目標数値を設定した。

令和５～６年度には、これまでの取組に対する評価など取締役会や市町村の意見を踏まえた上で、「お茶の京都ＤＭＯ観光地域づくり戦略」を改定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、コロナ禍前の令和元（2019）年度の 84%まで回復すると想定し 187 億円と設定。令和９（2027）年度にコロナ禍前の令和元（2019）年度の状況にまで回復させることを目標に目標値を 223 億円と設定。この目標値を達成するために、令和６（2024）年度・令和７（2025）年度については前年度比 104%、令和８（2026）年度・令和 9（2027）年度については前年度比 105%として、それぞれの目標値を設定した。

●延べ宿泊者数

令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、コロナ禍前の令和元（2019）年度の 84%まで回復すると想定し 174 千人と設定。令和９（2027）年度にコロナ禍前の令和元（2019）年度の状況にまで回復させることを目標に目標値を 207 千人と設定。この目標値を達成するために、令和６

（2024）年度・令和７（2025）年度については前年度比 104%、令和８（2026）年度・令和 9（2027）年度については前年度比 105%として、それぞれの目標値を設定した。

●来訪者満足度
令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、令和４（2022）年度の実績に 2%の増加を見込み 86%と設定。令和６（2024）年度以降、毎年 2%ずつ増加させることを目標に各年度の目標値を設定した。

●リピーター率
令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、令和４（2022）年度の実績に１%の増加を見込み 94%と設定。令和６（2024）年度以降、毎年 1%ずつ増加させることを目標に各年度の目標値を設定した。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2026（Ｒ８）年度
●観光入込客数（万人）	目標	1,442	1,442	1,153	1,199	1,259	1,322
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	1,027	1,140	1,262			
		（－）	（－）	（－）			
●お茶体験施設利用者数（千人）	目標	61	61	47	49	52	54
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	43	47	243			
		（－）	（－）	（－）			
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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。
※お茶の京都ＤＭＯ観光地域づくり戦略改定時の推計値

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】

平成 29 年度に取締役会や市町村実務者会議等にて意見交換を行ったうえで本計画における目標数値を含む「お茶の京都ＤＭＯ観光地域づくり戦略」を策定し、当該戦略に基づき目標数値を設定した。

令和５～６年度には、これまでの取組に対する評価など取締役会や市町村の意見を踏まえた上で、「お茶の京都ＤＭＯ観光地域づくり戦略」を改定した。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数

令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、コロナ禍前の令和元（2019）年度の 84%まで回復すると想定し 1,109 万人と設定。令和９（2027）年度にコロナ禍前の令和元（2019）年度の状況にまで回復させることを目標に目標値を 1,322 万人と設定。この目標値を達成するために、令和６（2024）年度・令和７（2025）年度については前年度比 104%、令和８（2026）年度・令和 9（2027）年度については前年度比 105%として、それぞれの目標値を設定した。

●お茶の体験施設利用者数

令和５（2023）年度の実績値について集計中のため、コロナ禍前の令和元（2019）年度の 84%まで回復すると想定し 45 千人と設定。令和９（2027）年度にコロナ禍前の令和元（2019）年度の状況にまで回復させることを目標に目標値を 54 千人と設定。この目標値を達成するために、令和６（2024）年度・令和７（2025）年度については前年度比 104%、令和８（2026）年度・令和 9（2027）年度については前年度比 105%として、それぞれの目標値を設定した。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	210,415,190 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 43,344,825 円 【その他収入（前期繰越金を含む。）】 46,570,365 円
2023（Ｒ５）年度	225,966,562 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 37,003,379 円 【その他収入（前期繰越金を含む。）】 68,463,183 円
2024（Ｒ６）年度	183,332,260 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 26,708,933 円 【その他収入（前期繰越金を含む。）】 36,123,327 円

様式１

2025（Ｒ７） 年度	173,249,854 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 26,708,933 円 【その他収入】 26,040,921 円
2026（Ｒ８） 年度	173,249,854 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 26,708,933 円 【その他収入】 26,040,921 円
2027（Ｒ９） 年度	173,249,854 円	【都道府県からの補助金】65,251,000 円 【市町村からの補助金】 55,249,000 円 【収益事業】 26,708,933 円 【その他収入】 26,040,921 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	201,557,906 円	【一般管理費】 32,175,685 円 【国内／海外プロモーション】58,433,879 円 【マーケティング調査】 11,662,100 円 【着地型観光商品の造成等】 71,217,026 円 【特産品のブランド化】 6,708,091 円 【地域づくり】 21,361,125 円
2023（Ｒ５） 年度	215,884,156 円	【一般管理費】 33,463,606 円 【国内／海外プロモーション】43,574,476 円 【マーケティング調査】 9,135,848 円 【着地型観光商品の造成等】 92,947,146 円 【特産品のブランド化】 6,860,471 円 【地域づくり】 29,902,609 円
2024（Ｒ６） 年度	161,179,302 円	【一般管理費】 31,773,974 円 【情報発信・プロモーション】39,076,990 円 【マーケティング調査】 9,200,895 円 【着地型観光商品の造成等】 49,855,306 円 【特産品のブランド化】 1,266,845 円 【人材育成】 30,005,292 円
2025（Ｒ７） 年度	161,179,302 円	【一般管理費】 31,773,974 円 【情報発信・プロモーション】39,076,990 円 【マーケティング調査】 9,200,895 円 【着地型観光商品の造成等】 49,855,306 円 【特産品のブランド化】 1,266,845 円 【地域づくり】 30,005,292 円
2026（Ｒ８） 年度	161,179,302 円	【一般管理費】 31,773,974 円 【情報発信・プロモーション】39,076,990 円 【マーケティング調査】 9,200,895 円 【着地型観光商品の造成等】 49,855,306 円 【特産品のブランド化】 1,266,845 円 【地域づくり】 30,005,292 円

2027（Ｒ９） 年度	161,179,302 円	【一般管理費】 31,773,974 円 【情報発信・プロモーション】 39,076,990 円 【マーケティング調査】 9,200,895 円 【着地型観光商品の造成等】 49,855,306 円 【特産品のブランド化】 1,266,845 円 【地域づくり】 30,005,292 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

●次の事業を行い、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）を同圏域における地域連携ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人京都山城地域振興社とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	門司　愛子
担当部署名（役職）	一般社団法人京都山城地域振興社　監理部長
郵便番号	〒611-0021
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

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
担当者氏名	稲上　裕介
担当部署名（役職）	総合政策環境部　地域政策室　主任
郵便番号	〒602-8570
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）	075-414-4485
ＦＡＸ番号	075-414-4389
Ｅ－ｍａｉｌ	y-inagami@pref.kyoto.lg.jp

都道府県･市町村名	宇治市
担当者氏名	杉本　隆之
担当部署名（役職）	産業観光部　観光振興課長
郵便番号	〒611-0021
所在地	宇治市宇治里尻 5-9　ＪＲ宇治駅前市民交流プラザ ゆめりあうじ
電話番号（直通）	0774-39-9408
ＦＡＸ番号	0774-39-9409
Ｅ－ｍａｉｌ	kankoushinkouka@city.uji.kyoto.jp

都道府県･市町村名	城陽市
担当者氏名	森　祐介
担当部署名（役職）	まちづくり活性部　商工観光課長
郵便番号	〒610-0195
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）	0774-56-4019
ＦＡＸ番号	0774-52-3020
Ｅ－ｍａｉｌ	shoko@city.joyo.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	八幡市
担当者氏名	堀川　寛史
担当部署名（役職）	建設産業部　商工観光課長
郵便番号	〒614-8501
所在地	八幡市八幡園内７５
電話番号（直通）	075-983-2853
ＦＡＸ番号	075-983-1123
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	田中　顕房
担当部署名（役職）	経済環境部　産業振興課長
郵便番号	〒610-0393
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	西村　文男
担当部署名（役職）	企画戦略部　観光商工課長
郵便番号	〒619-0286
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

都道府県･市町村名	久御山町
担当者氏名	奥　隆宏
担当部署名（役職）	事業環境部　産業・環境政策課長
郵便番号	〒613-8585
所在地	京都府久世郡久御山町島田ミスノ３８番地
電話番号（直通）	075-631-9964
ＦＡＸ番号	075-631-6149
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyo@town.kumiyama.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	井手町
担当者氏名	高江　裕之
担当部署名（役職）	企画財政課長
郵便番号	〒610-0302
所在地	京都府綴喜郡井手町大字井手小字東高月８
電話番号（直通）	0774-82-6162
ＦＡＸ番号	0774-82-5055
Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@town.ide.lg.jp

都道府県･市町村名	宇治田原町
担当者氏名	谷出　智
担当部署名（役職）	産業観光課長
郵便番号	〒610-0289
所在地	京都府綴喜郡宇治田原町大字立川小字坂口１８－１
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	田中 邦男
担当部署名（役職）	参事兼希望のまち推進課長事務取扱
郵便番号	〒619-1303
所在地	京都府相楽郡笠置町大字笠置小字西通９０－１
電話番号（直通）	0743-95-2327
ＦＡＸ番号	0743-95-2961
Ｅ－ｍａｉｌ	kibou@town.kasagi.lg.jp

都道府県･市町村名	和束町
担当者氏名	中尾　政広
担当部署名（役職）	まちづくり応援課長
郵便番号	〒619-1295
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	matidukuri@town.wazuka.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	精華町
担当者氏名	平井　順
担当部署名（役職）	商工推進室長
郵便番号	〒619-0285
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）	0774-34-0234
ＦＡＸ番号	0774-95-3973
Ｅ－ｍａｉｌ	shoukou@town.seika.lg.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
郵便番号	〒619-1411
所在地	京都府相楽郡南山城村大字北大河原久保１４－１
電話番号（直通）	0743-93-0105
ＦＡＸ番号	0743-93-0444
Ｅ－ｍａｉｌ	d_sangyou@vill.minamiyamashiro.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人 京都山城地域振興社（通称：お茶の京都DMO）

様式２

記入日：　令和7年　7月　31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　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
【設立時期】　平成29年3月28日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】　浅井　栄一
【マーケティング責任者（CMO）】　勝山　享
【財務責任者（CFO）】　門司　愛子
【職員数】　10名（常勤9名（出向6名、臨時3名）、非常勤1名
【主な収入】
　分担金約120百万円、委託事業　16百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　129百万円、管理運営費　32百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　京都府観光連盟、各市町観光協会、各市町村商工会・商工会議所、JA、京都府茶業会議所、（株）南山城（道の駅）　等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R４）年度	2023（R５）年度	2024（R６）年度	2025（R７）年度	2026（R８）年度	2027（R９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	222	222	195	203	213	223
		(16)	(16)	(16)	(16)	(16)	(16)
	実績	179	258	289			
		(－)	(－)	(－)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	228	228	181	188	197	207
		(20)	(20)	(6)	(6)	(7)	(7)
	実績	160	181	167			
		(1)	(7)	(8)			
●来訪者満足度（%）	目標	93	93	88	90	92	94
		(97)	(97)	(97)	(97)	(97)	(97)
	実績	84	86				
		(－)	(－)	(－)			
●リピーター率（%）	目標	73	73	95	96	97	98
		(22)	(22)	(22)	(22)	(22)	(22)
	実績	93	94				
		(－)	(－)	(－)			

戦略

【主なターゲット】
・欧米豪（京都市、奈良市の来訪者）
・香港、台湾、中国、タイ（大阪市の来訪者）
【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。
【観光地域づくりのコンセプト】
・目標像「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～」

具体的な取組

【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

【受入環境整備】
・二次交通対策（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（案内パネル設置）

【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
・海外向けファムトリップ

【その他】
・宇治茶プレミアムブランド化事業
・観光庁事業（地域の稼げる看板商品の創出事業、ユニークベニュー事業等）