

交付金名称	地方創生推進交付金		
事業名称	京都西山・乙訓地域ブランディング事業		
地域再生計画の名称	京都西山・乙訓地域ブランディング計画		
実績額	5,159,000円	国の補助率	1/2

概要			
P (概要)	地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)		
	<p>◎ 定住の促進等、人口8万人のまちとしての活力を保つ。 ◎ 地域経済の好循環を生み出す等、本市の魅力さをさらに磨き高める。</p> <p>定住人口だけでなく、交流人口からも「稼ぐ」仕組みを作ることで、地域経済の規模を維持・拡大させることが必要であり、観光消費拡大のための観光商品を提供する事業者を増やすことが必要である。また、交流人口から「稼ぐ」仕組みを作ることで、働く場の創出へとつなげることが必要である。あわせて、観光をきっかけに訪れた人が、本市の魅力さを体験することで、「住んでみたい」と感じてもらうきっかけと捉え、定住人口へとつなげていく施策が必要である。</p>		
	地方創生の実現における構造的な課題		
	<p>・観光入込客数は120万人を超える一方で、主な観光資源は神社仏閣の春や秋の花であり、年間を通して集客することができていない。季節的な観光消費に限られることから、市内に観光を主たる生業とする事業者が育っていない。</p> <p>・飲食・宿泊・体験コンテンツなど商材となる観光商品が少なく、観光商品を造成することが急務である。また季節の花をメインコンテンツとする寺院では、この10年間で観光入込客が半減しており、観光ニーズが季節の花から体験コンテンツへとシフトしており、時代のニーズに合わせた取り組みを行うことで集客と消費額を伸ばす必要がある。</p> <p>・年間5,300万人以上の観光客が訪れる京都市と隣接し、鉄道で10分の立地にあることから、日本屈指の巨大観光都市の陰に隠れてしまい、本市の観光資源が京都市内にあると誤解されていることも少なくない。ポストコロナの観光ニーズを取り込むためにも、混雑を避けた「京都観光」の周遊エリアとして、竹や京だけのこの産地としての文化圏を形成する「西山・乙訓地域(京都市西京区・向日市・大山崎町等)」のブランドイメージを形成する必要がある。</p> <p>・シティプロモーションを進める上でも、交流人口の増加を重視しているが、観光をきっかけに訪れた人を定住に結びつける取り組みには至っていない。観光をきっかけとする関係人口の増加により、働く場の充実や暮らすイメージを体験する観光コンテンツの造成が必要である。</p>		
	交付対象事業の概要		
	<p>① 一貫したテーマ性やストーリー性を持った観光コンテンツの造成</p> <p>・テーマ性やストーリー性を持った観光コンテンツの造成と販売体制の構築を目指し、ワークショップやセミナーなどを開催。市内外の事業者や人材が参画できるプラットフォームを構築する。</p> <p>・ターゲットとしては、テーマに合致する商品やサービスの提供が可能な事業者を中心に、旅行代理店やメディア関係者などを含め、具体的な観光商品へブラッシュアップするためのプロデュースや事業者間連携のコーディネート、観光商品やエリアの魅力さを発信する事業者や人材の育成・支援を行う。プラットフォームは連携やマッチングの場として、観光商品の販売事業者とつなぐことで、取り組みの持続性や自立性の担保を図る。</p> <p>・こうしたプラットフォームの活動を通じて、市外の事業者や人材が、市内で新たに事業を展開し、創業につなげていくこともあわせて目指す。</p> <p>② 観光商品のパッケージ化による地域ブランドイメージの形成と「京都観光」の周遊エリアとしての広域連携</p> <p>・「京都観光」の周遊エリアとして、隣接する向日市・大山崎町・京都市西京区等と連携し、「西山・乙訓」地域の文化や歴史に根差したテーマ性やストーリー性のある観光商品を造成・パッケージ化することで、地域の魅力を具体的に伝え、地域ブランドイメージの形成に寄与するプロモーションを行う。</p> <p>・発信する媒体も、マスメディアだけではなく、SNSを活用し、プラットフォームに参画するライターやメディア関係者などと連携しながら、体験価値を訴求する情報発信を行う。</p> <p>③ 「暮らすまち」を体験する旅行パッケージの造成</p> <p>・最終目標である定住につなげるために、体験プログラムを通じた関係人口を増加させ、リピーター化することが重要である。観光をきっかけに訪れた人が、「暮らし」をイメージできるよう、事業者や宿泊施設と連携をして、観光体験コンテンツを宿泊施設と組み合わせた長期滞在やワーケーションの旅行パッケージの創出を行う。</p>		
交付対象事業が構造的な問題の解決に寄与する理由			
<p>周遊性・リピート性を高める取組を一体的に展開することで、国内外の観光客の京都府内滞在時間の延長及びそれに伴う観光消費額の増大を図るとともに、着地型観光商品の開発などによる観光の質を変える取組を行うことで、他産業への波及効果の拡大を図ることが可能になる。</p>			

令和4年度の主な取組						
D (取組)	KPI I	観光入込客数(年間)			単位	人
	期首値	年度	3	4	5	
	488,057 (R2見込み)	目標	500,000	625,000	750,000	
		実績	528,077	645,779		
		前年比較	40,020人増	117,702人増		
	KPI II	観光コンテンツの造成数			単位	事業
	期首値	年度	3	4	5	
	23 (R元年度)	目標	30	32	34	
		実績	37	38		
		前年比較	14事業増	1事業増		
	KPI III	観光消費額総額(年間)			単位	千円
	期首値	年度	3	4	5	
560,289 (R元年)	目標	560,300	560,305	560,310		
	実績	314,262	447,716			
	前年比較	246,027千円減	133,454千円増			
<b>取組① 京都西山・乙訓地域ブランディング事業</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>・通年での旅やお出かけの目的となる“消費の受け皿”を充実させるために、「新・観光戦略プラン」の前期期間中に発掘した事業者(プレイヤー)が造成する体験プログラムを常時販売できる体制を構築し、旅行事業者に働きかけ、本市を含む京都西山エリアでの商品造成と販売体制づくりへの支援を行った。</li> <li>・長岡天満宮周辺で事業を行うプレイヤーの連携による「拠点化」の一環として、境内で定期的開催するマルシェイベントの立ち上げを支援した。</li> </ul>						

※令和3年度の前年比較値は、事業開始前値との比較とする。

交付金事業による取組に対する評価				
C (評価)	KPIの目標値に対する達成状況			
	達成状況	KPI毎の	目標値を達成	I. 観光入込客数(年間)
		目標値を達成	II. 観光コンテンツの造成数	
		目標値の7割以上達成	III. 観光消費額総額(年間)	
	交付金事業の地方創生への効果			
	効果	地方創生に相当程度効果があった		
課題等	<b>取組① 京都西山・乙訓地域ブランディング事業</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プレイヤーの自立的な活動の継続とさらなる活性化のために、事業者間連携や情報発信、誘客・販路開拓などの面で支援を行う必要がある。</li> <li>・造成された体験プログラムなどの観光コンテンツをまちの魅力発信につなげるためのプロモーションや磨き上げを強化する必要がある。</li> </ul>			

交付金事業の次年度以降の対応	
A (行動)	方向性
	・事業者間の連携や情報発信、誘客など、自立的な取組みを後押しするための支援を行う。