

地方創生関係交付金事業 (令和5年度推進状況)

◆ 国への報告基準に基づき評価

1. 目標値(KPI)に対する達成状況

- ・ 目標値を達成
- ・ 目標値の7割以上達成
- ・ 目標値の5割以上達成
- ・ 目標値の達成は5割未満

2. 交付金事業の地方創生への効果

① 地方創生に**非常に効果的**であった

全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合

② 地方創生に**相当程度効果**があった

一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合

③ 地方創生に**効果**があった

KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合

④ 地方創生に対して**効果がなかった**

KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合

3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ 事業期間 R3～R5年度

【地方創生として目指す将来像】

- ◎ **定住の促進**等、人口8万人のまちとして活力を保つ
- ◎ **地域経済の好循環**を生み出す等、本市の魅力をさらに磨き高める

3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

【構造的な課題】

- **季節的な観光**に限られ、観光を主たる生業とする事業者が少ない
- **時代のニーズ**に合わせた取組が必要
- 「京都観光」の周遊エリアとしての**ブランドイメージ形成**が必要
- 定住に結びつけるための、**暮らすイメージ**を体験する**コンテンツ**の造成が必要

3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

【交付金対象事業の概要】

- ◎ 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
- ◎ 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
- ◎ 「暮らすまち」を体験する旅行パッケージの造成

3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ 観光誘客に向けた観光コンテンツ造成

◎ インバウンド向け旅行会社による体験コンテンツ情報のSNS発信

◎ 「EXPO2025関西観光商品素材集」への掲載

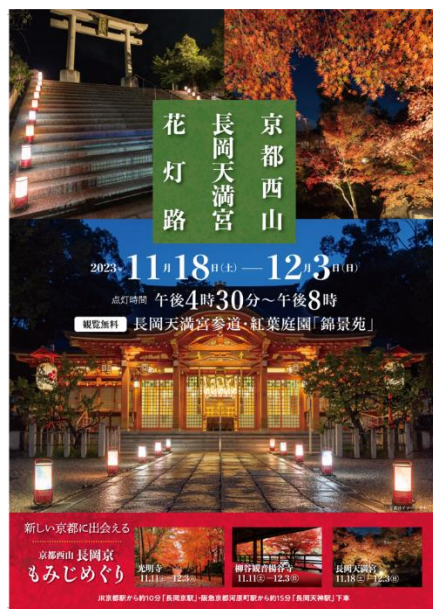


3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ 観光資源の拠点化に向けた取組支援

◎ 長岡天満宮への新たな集客イベントとして
「京都西山・長岡天満宮花灯路」の開催支援

◎ 乙訓寺 重要文化財特別公開の実施支援



3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ 地域ブランド「イメージ」確立に向けたプロモーション

◎ 「はじめまして京都西山」の発行（竹の里乙訓と連携）

◎ SENSE長岡京のインスタ広告の出稿



3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ 隣接自治体等との連携

- ◎ 京都西山エリアを巡りながら
現地の看板等をヒントに謎を解
くリアル謎解きゲーム「月の姫
様と乙訓の秘宝」を竹の里乙訓
連携して実施
- ◎ 全国的にも珍しい行政区域を
跨いだ広域フォトコンテスト
「京都西山はいいぞ！フォトコ
ンテスト」を京都市と竹の里乙
訓と連携して実施



3. 京都西山・乙訓地域ブランディング事業

■ KPI達成状況・効果

観光入込客数（年間）

期首値（R2見込）	目標（R5）	実績（R5）
488,057人	750,000人	658,364人

観光コンテンツの造成数

期首値（R1）	目標（R5）	実績（R5）
23	34	40

観光消費額総額（年間）

期首値（R1）	目標（R5）	実績（R5）
560,289千円	560,310千円	562,777千円

② 地方創生に相当程度効果があった

一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合