



南山城村観光振興計画

令和3年3月

南山城村

目次

第1章	南山城村観光振興計画策定にあたって	
1-1	計画策定の主旨と概要	1
1-2	計画期間	3
1-3	計画の位置付け	3
第2章	観光と取り巻く社会状況と課題	
2-1	国・京都府の動向	4
2-2	本村の現状	6
2-3	本村の観光振興に関する課題	17
第3章	基本方針と施策展開	
3-1	基本方針	21
3-2	SDGs への対応	22
3-3	施策の体系	23
3-4	目標値 (KPI の設定)	24
第4章	推進体制	
4-1	役割分担	25
4-2	計画の推進体制	26
4-3	計画の進捗管理及び効果検証	26
第5章	アクションプラン	
5-1	基本方針 1	27
5-2	基本方針 2	32
5-3	基本方針 3	35
第6章	財源について	
6-1	方針	38

第1章 南山城村観光振興計画策定にあたって

1-1 計画策定の主旨と概要

(1) 主旨

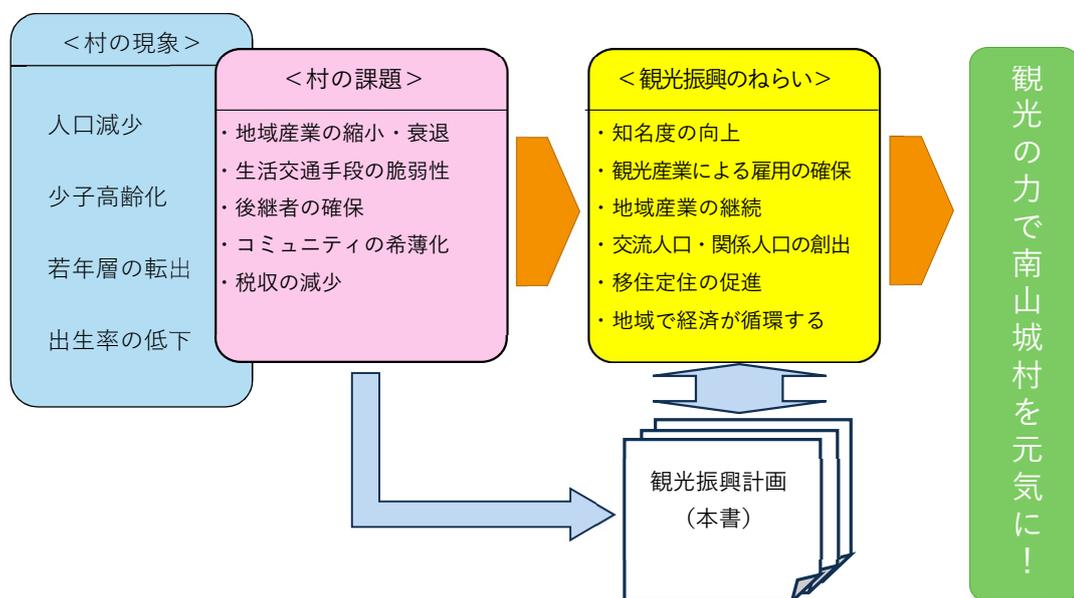
近年、我が国では人口減少社会を迎え、将来の国内需要や経済の縮小が懸念されるなか、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光を成長戦略と地方創生の大きな柱として位置付けるとともに、「観光先進国」の実現を目指して、官民一体となった取り組みを始めています。

南山城村（以下、「本村」と略す。）においては、消滅可能性自治体17位（平成26年日本創成会議）にも数えられるほど、若年層の転出や出生率の低下による人口減少や少子高齢化が進んでいます。このような中で、税収の低下や地域産業の縮小・衰退、さらに茶業をはじめとした地場産業における後継者不足、地域コミュニティの希薄化（にぎわいの減少）など、様々な分野で多くの課題に直面しており、本村の存続に向けた取り組みが急務となっています。

一方で平成29年に開業した「道の駅 お茶の京都みなみやましろ村」には、年間約70万人の入込客があり、この事実は道の駅に大きな集客力と情報発信力の可能性があることを表しています。人口減少が招く様々な課題を抱える本村では、この道の駅に集まる村民の250倍以上にもなる人々を活用しない手はないと考えます。

そこで、本村では「観光」を地域経済の活性化、交流人口の増加による地域のにぎわい創出等、本村が直面している課題解決の1つの手段として位置付け、観光事業を具体的及び効率的に推進するため、「南山城村観光振興計画」（以下、「本計画」と略す。）を策定します。

<観光振興計画策定の主旨>



(2) 概要

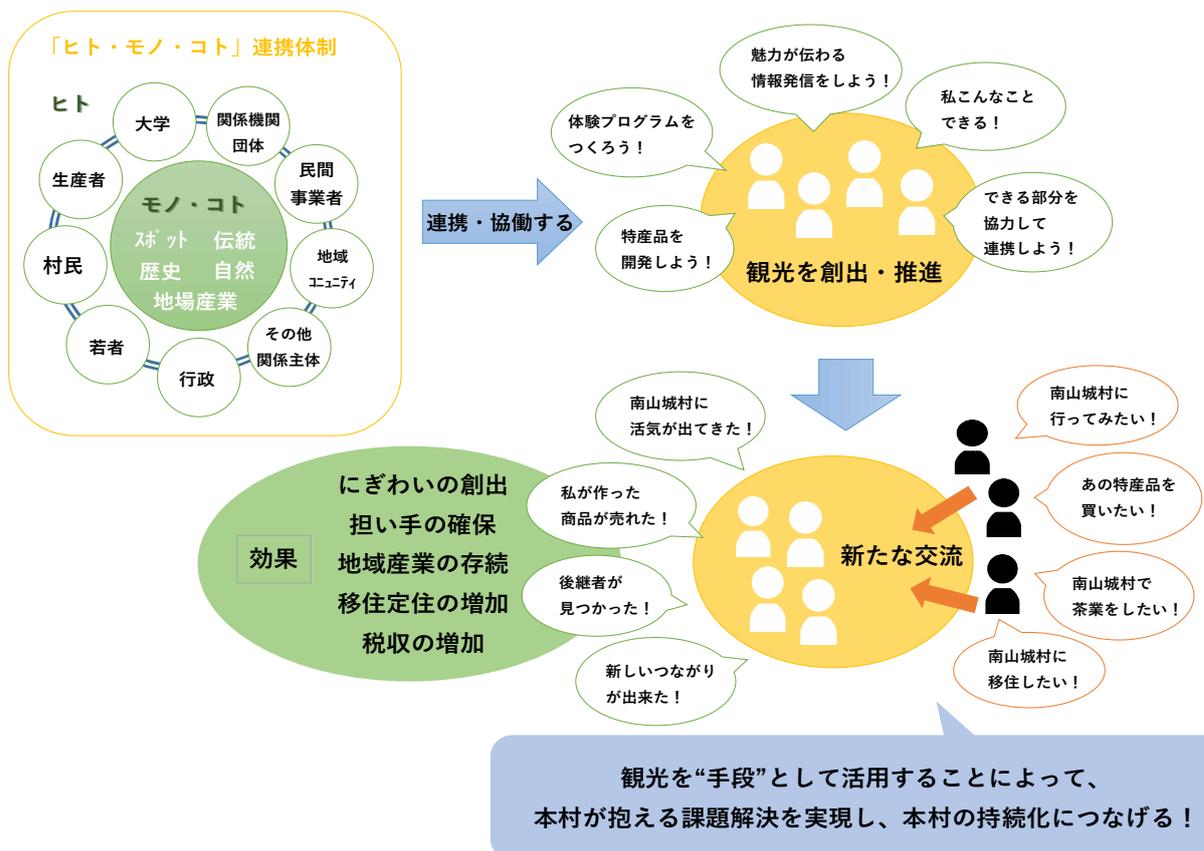
本村が目指す観光は、自然の豊かさ、歴史・文化、伝統芸能、茶業をはじめとする地場産業等の多様な地域資源を指す“モノ・コト”、それらを支える“ヒト”を併せた本村が持つ“独自財産”を観光の取り組みによってつなぎ、様々な交流・効果を生み出すことで、本村の地域経済の活性化や持続化へつなげていく“観光むらづくり”です。

近年、本村の若者は進学や就職により他地域に住居を移すことが常態化してきており、人口減少の大きな1要因となっています。このような中で、「観光むらづくり」により、地域経済が潤う活気ある素敵な村を実現出来れば、子育て時代を過ごす場及び生涯生活できる場として、本村に回帰することが考えられます。また、本村の地場産業である茶業においても後継者不足が叫ばれていますが、観光の力で茶業の「魅力」や「やりがい」を全国に発信することにより、「南山城村で茶業を営みたい」と考える人々（担い手）の創出を実現出来れば、本村の茶業振興とその継承が可能となります。

「観光を“手段”として活用することによって、本村が抱える課題解決を実現し、本村の持続化につなげたい。」そのような想いで、本計画を策定し、策定した施策の実施、実現に向けて積極的に取り組んでいきます。

そのため、村民をはじめ、関係機関・団体、民間事業者等との連携・協働を図りながら、一体となった「観光むらづくり」に取り組むことを念頭に、観光振興に向けた方針や具体的な実施内容、推進体制について示します。

<観光むらづくりイメージ>



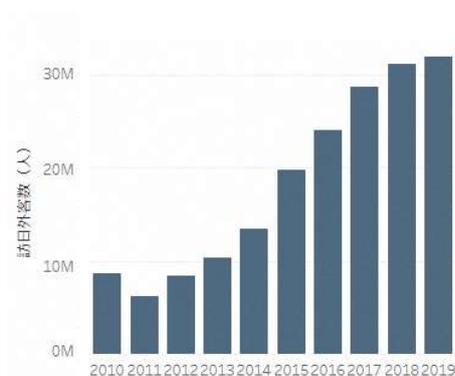
第2章 観光を取り巻く社会状況と課題

2-1 国・京都府の動向

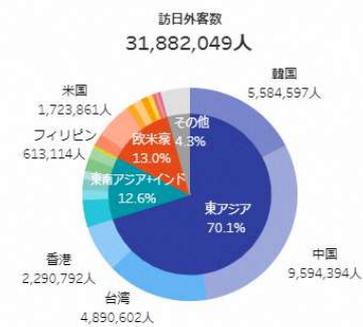
(1) 訪日客数の推移

訪日客数は、毎年度増加の一途をたどっており、令和元年度（2019年度）は約32百万人を記録しました。この中で、国籍（出身地）別外国人延べ宿泊者数は、第1位が中国、第2位が韓国、第3位が台湾、第4位が香港、第5位がアメリカで、東アジア全体で全体の70%を占めています。東アジア圏に日本への旅行ニーズがあると推測されます。

<年別訪日客数の推移>



<2019年度国・地域別内訳>

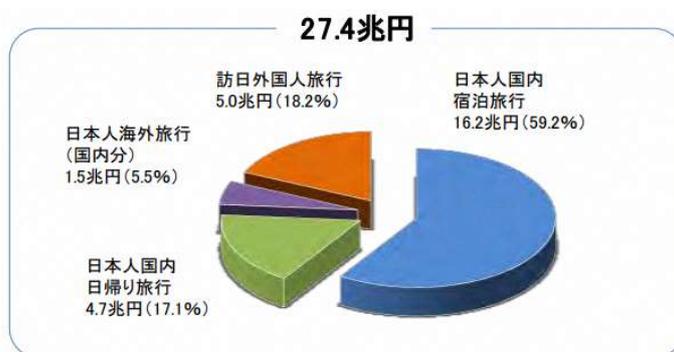


出展：JNTO 日本の観光統計データ

令和2年度（2020年度）は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で大幅な訪日客数の落ち込みが想定されます。

また、日本国内における観光消費額は、平成30年度（2018年度）で約27.4兆円となっています。

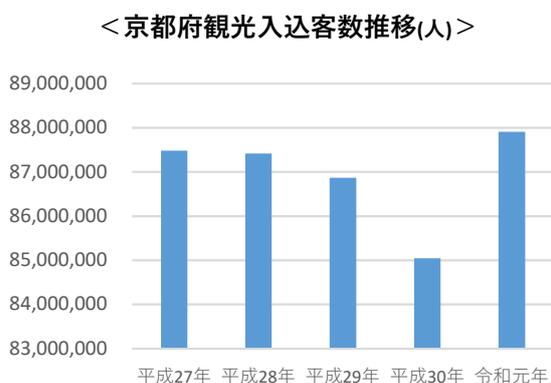
<2018年度日本国内における観光消費額>



出展：国土交通省観光庁

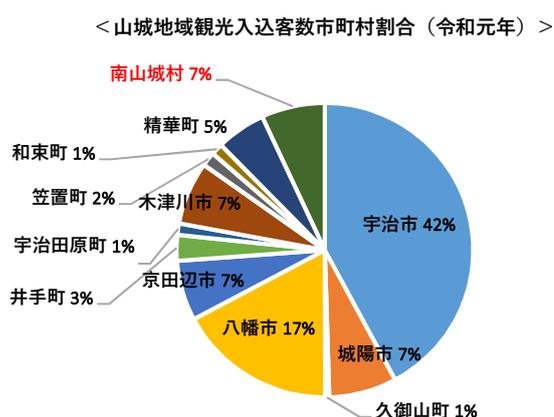
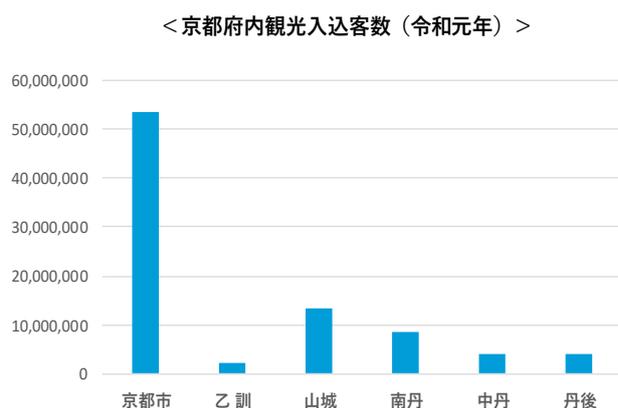
(2) 京都府内の観光入込客数

令和元年は、京都府内を訪れた府内観光入込客数は、約 8,791 万人となり、平成 30 年の入込客数 (8,505 万人) を上回り、過去最高を記録しました。また、府内観光消費額は約 1 兆 3,025 億円となりました。平成 30 年の観光消費額 (1 兆 3,701 億円) を下回ったものの、5 年連続で 1 兆円台を維持しています。



出典: 京都府観光入込客調査報告書

京都府内の 6 つの地域 (京都市エリア、乙訓エリア、山城エリア、南丹エリア、中丹エリア、丹後エリア) 別における令和元年の観光入込客数の割合は、京都市エリアが全体の 62% を占めています。本村がある山城地域は 2 位であり、京都府内で全体の 15% を占めています。山城地域では宇治市が 42%、次いで八幡市が 17% と多くを占め、本村は城陽市・木津川市とともに 7% で、観光拠点としての道の駅の集客力の高さもあり、人口規模や観光地の数に勝る中規模都市に並ぶ結果となるなど健闘しています。



出典: 京都府観光入込客調査報告書

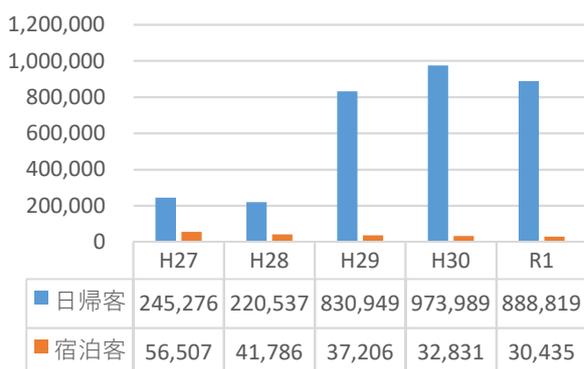
2-2 本村の現状

(1) 観光状況

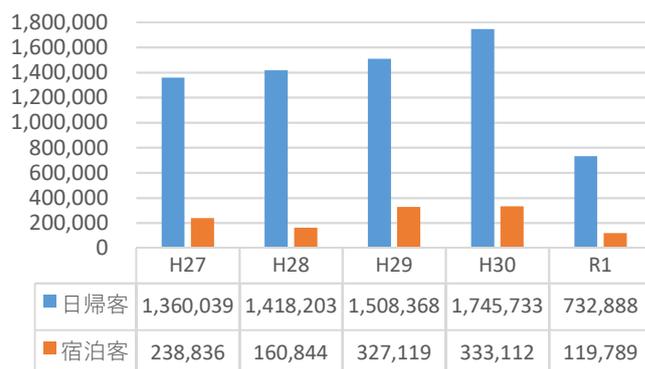
平成 29 年に道の駅「お茶の京都 みなみやましろ村」(以下、「道の駅」と略す。)がオープンしたことにより、来訪者が大幅に増加しました。しかし、道の駅以外の施設への入込客数と消費額は依然として低迷しており、本村への観光目的というよりは道の駅を目的とした来訪、もしくは旅行中の通過点として道の駅を利用している方が多い事がうかがわれます。このため、日帰客が 80~90%を占めている状況となっています。

一方、本村にある宿泊施設については、リゾートホテル・民宿・簡易宿所等が挙げられます。特にゴルフ場等の遊興施設を併設した「レイクフォレストリゾート」は、これまで国内外問わず多数の観光客に利用されてきましたが、平成 30 年~令和元年にかけて温泉・プール施設の廃止や宿泊事業から撤退したことで、令和元年の観光入込客数・消費額ともに減少となりました。今後、道の駅への来訪者を村内各地へ誘導して滞在時間の延伸を図り、宿泊も絡めながら地域内消費を拡大する事が必要です。

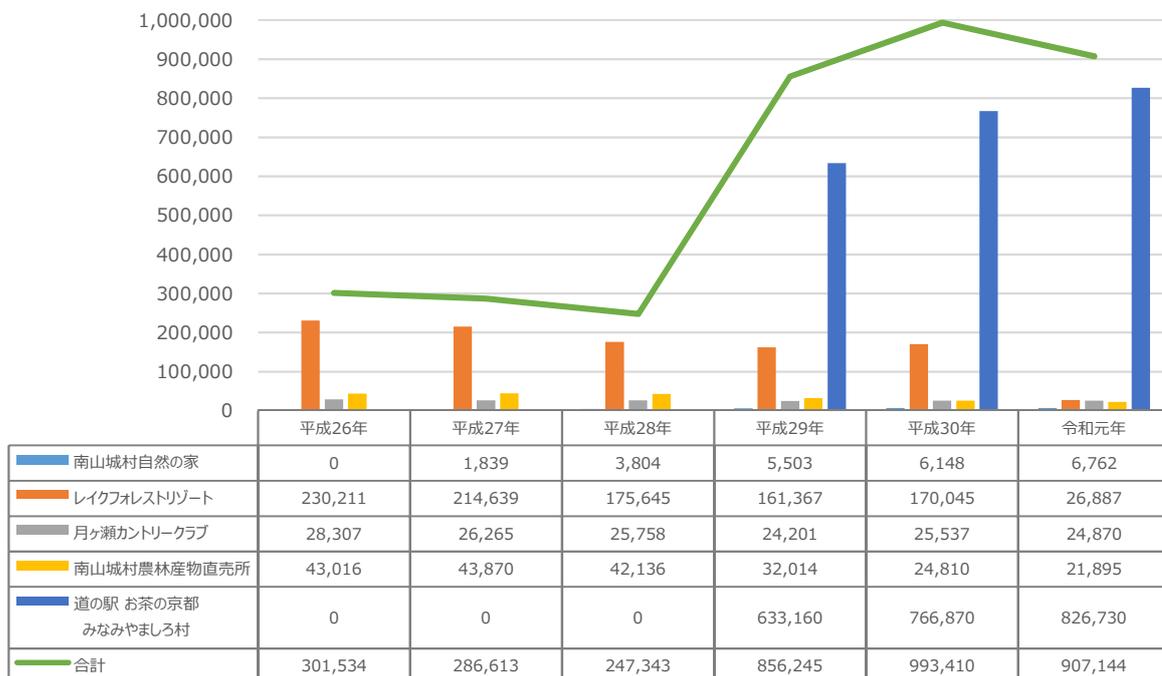
<観光入込客数 日帰・宿泊別 (人)>



<観光消費額 日帰・宿泊別 (千円)>



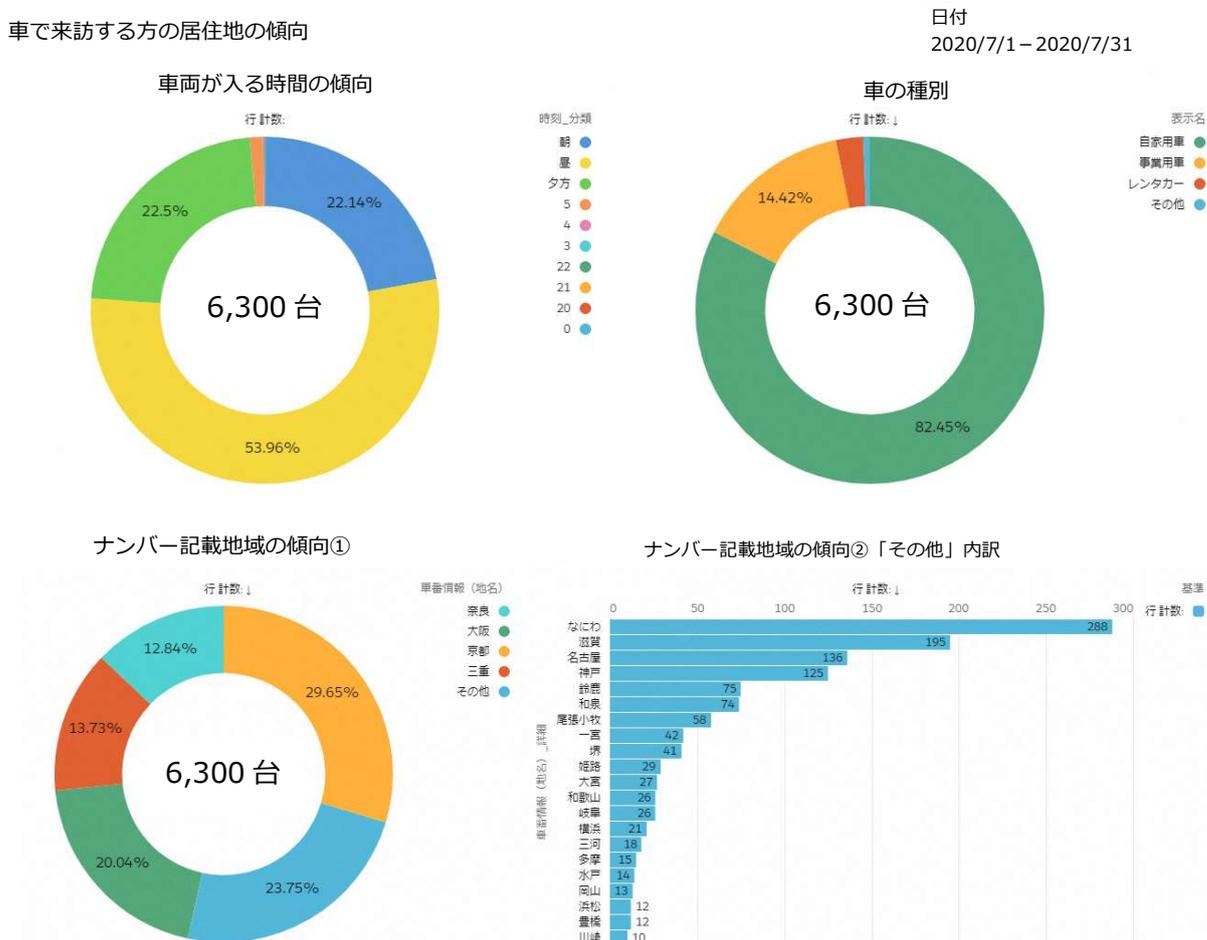
<南山城村観光入込客数 (施設別) (人)>



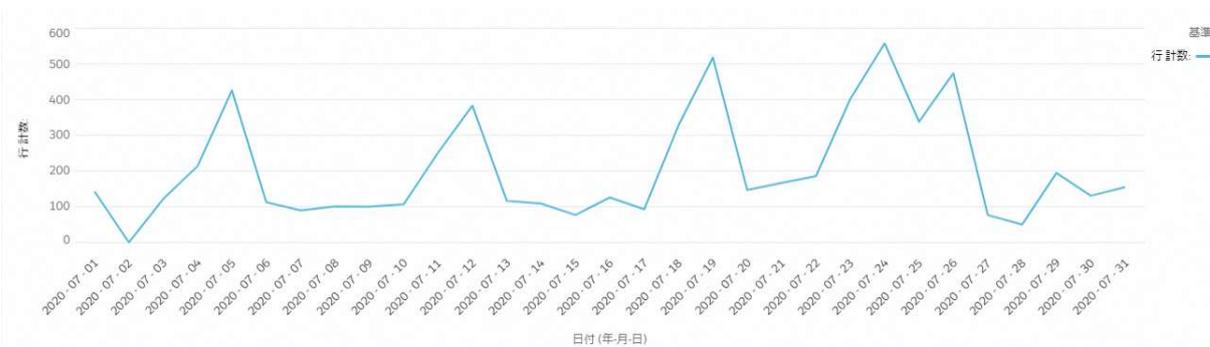
(2) デジタルマーケティング分析

道の駅に設置したIoT機器（車両認識カメラ、人数認識カメラ）から収集したデータ例を下記に示します。

<道の駅駐車場へ進入した車両認識カウント【令和2年（2020年）7月】>



<道の駅施設（土産等売り場）へ入場した人数【令和2年（2020年）7月】>



道の駅に来場した令和2年7月の車両情報では、月6,300台、1日平均約200台の来場車両があります。また、昼の時間帯にマイカーで来訪される方が多い結果となっており、居住地の傾向としては京都府内や隣接する府県からがそれぞれ多く、続いて近畿、中部、関東地域からの来場車両があることが読み取れます。また、来場人数は、連休を含む土日に400~500台超となるなど集中しています。

このデータを見る限りでは、近隣からのマイカー・日帰り客が主な客層と読み取れます。今後は、さらに正確なマーケティング分析が出来るよう、来訪者の目的や属性、実際に道の駅で消費した内容（何を購入したか等）のデータ収集を続けていく必要があります。また、村内外どこからもアクセスがよく、休憩場所やお食事処、買物スポットとして村内で最も集客力がある道の駅は、情報発信の拠点には最適と考えられることから、今後、道の駅の来訪者を村内各地へ誘導して滞在時間の延伸を図り、宿泊客を増やし地域内消費を拡大するため、南山城村の観光案内デスクを開設するなど積極的な活用が必要です。

(3) アンケート調査

令和元年度に3種類の観光アンケート（対象：村民・観光客・旅行会社）を実施しました。その調査結果を整理・分析し、本村が観光振興のため取り組むべき事項の参考としました。観光振興に重要と思われる、特筆すべき結果を下記に示します。

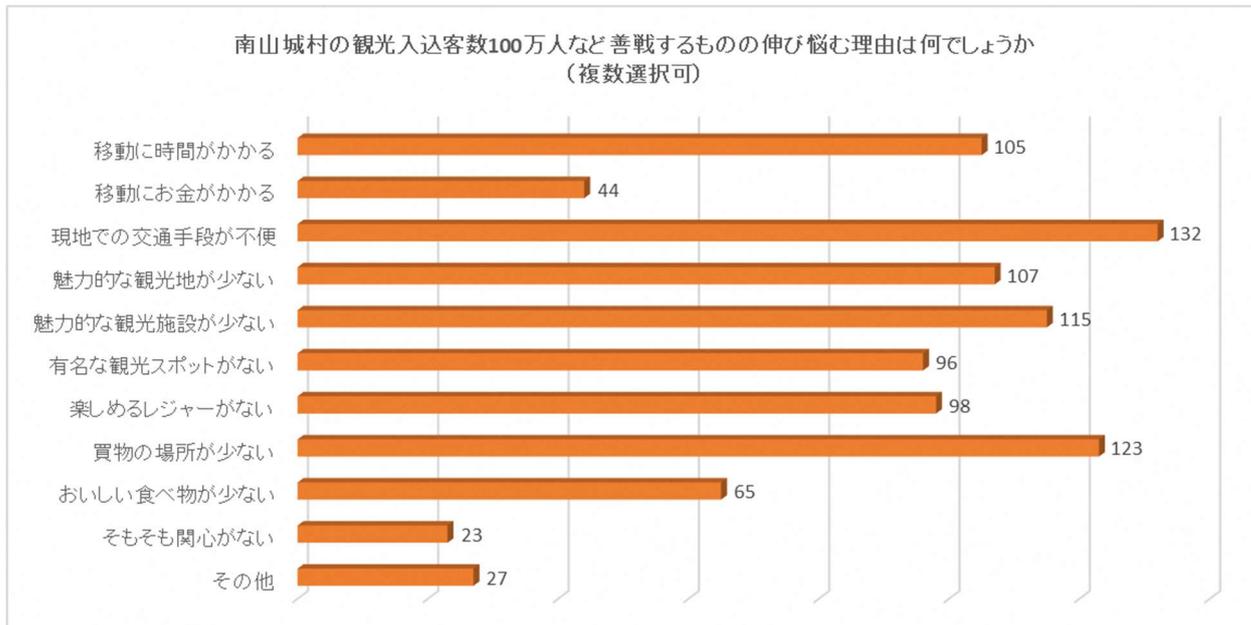
①村民アンケート

地域住民の観光に対する意識や意見を把握し、観光施策の取り組みに対する基礎資料とするため、アンケート調査を実施しました。

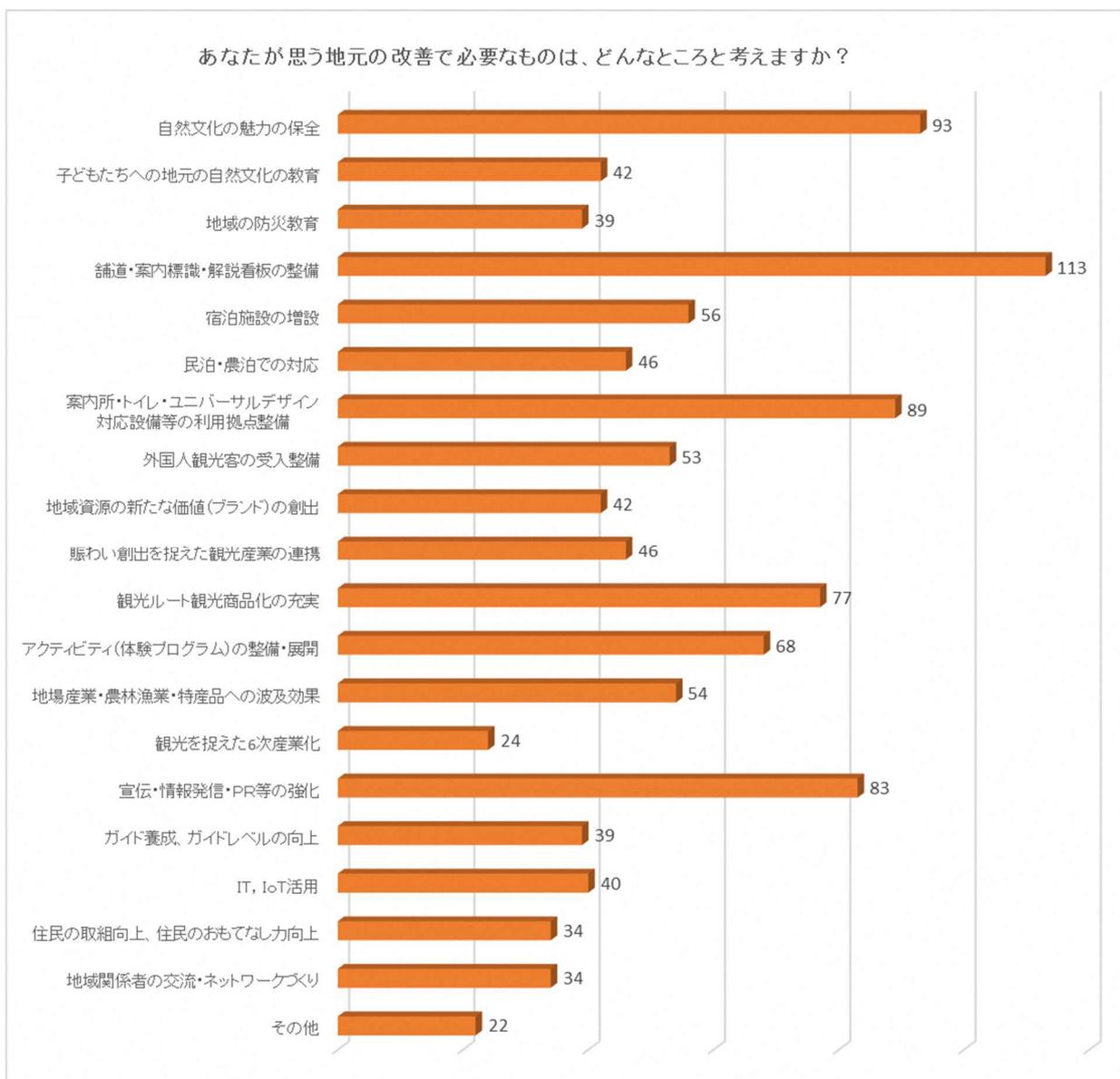
■調査概要

実施日時	令和元年11月初旬～12月23日
調査対象者	南山城村の地域住民
調査方法	調査票に記入し、提出（郵送）
回答数	回答総数：229件（内中学生1・2・3年生：57人）

■結果（全体）



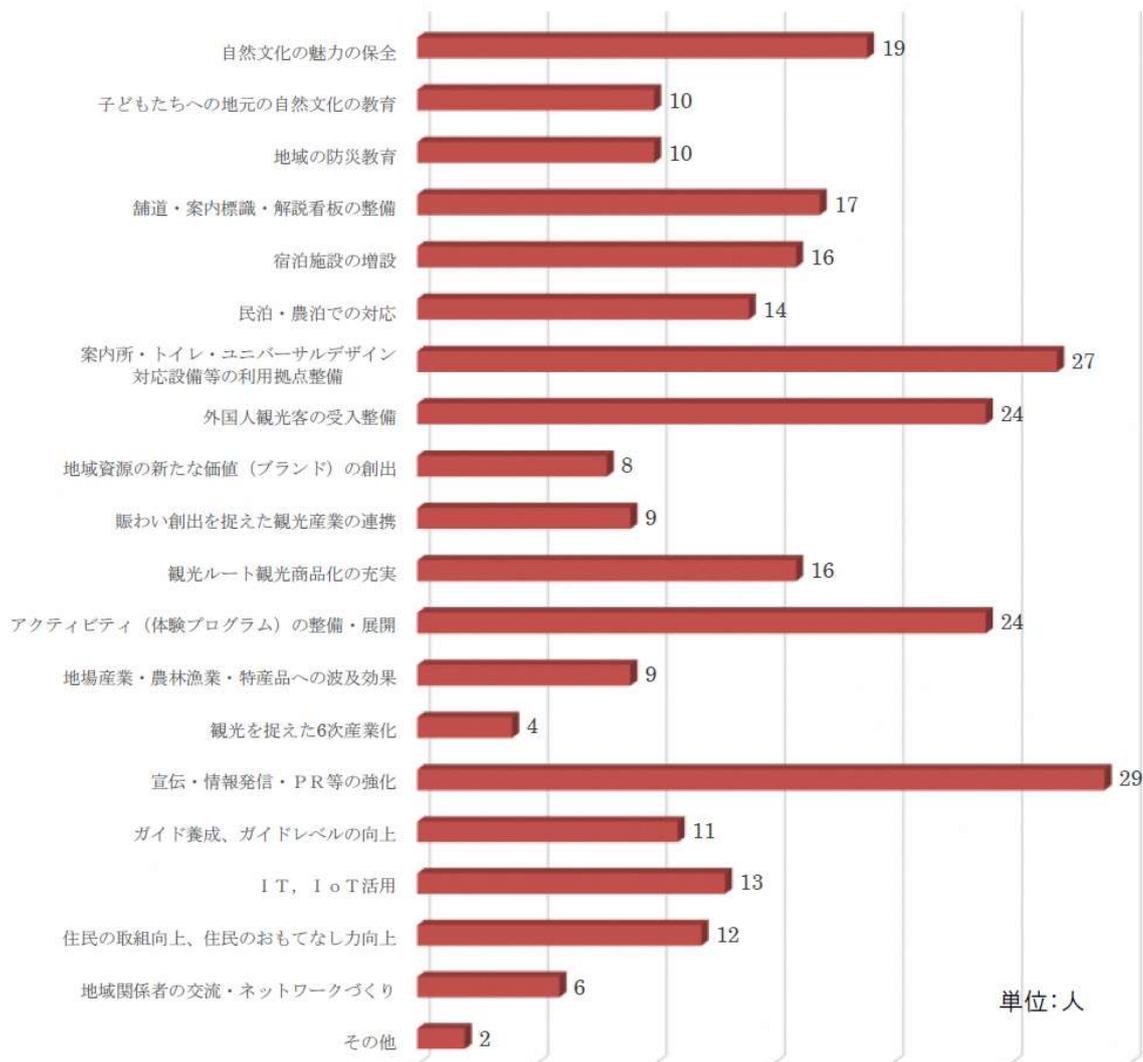
本村の観光入込客数が伸び悩む理由を聞くと、1位は「現地での交通手段が不便」で132人（全体の58%）、2位は「買い物の場所が少ない」123人（全体の54%）、3位は「魅力的な観光地が少ない」115人（全体の50%）との結果となりました。そのほか「魅力的な観光施設が少ない」や「移動に時間がかかる」「楽しめるレジャーがない」「有名な観光スポットがない」について、約100人の方が選択しています。



あなたが思う地元での改善すべき事柄で、1位になったのが「舗道・案内標識・解説看板の整備」で113人（全体の49%）、2位が「自然文化の魅力の保全」93人（全体の41%）、3位が「案内所・トイレ・ユニバーサルデザイン対応設備等の利用拠点整備」89人（全体の39%）と、ハード面での観光受入整備を多く挙げています。それ以降では、「観光ルート観光商品化の充実」77人（全体の34%）、続いて「宣伝・情報発信・PR等の強化」を選択しています。

■結果（中学生のみ）

あなたが思う地元の改善で必要なものは、どんなところと考えますか？



中学生目線での南山城村の改善点は、1位「宣伝・情報発信・PR等の強化」29人（全体の51%）を選択しています。若者はやはり情報化社会に生きており、メディアを駆使して国内はおろか、世界と結ばれていることを強く感じており、情報発信の必要性を挙げています。そして2位が「案内所・トイレ・ユニバーサルデザイン対応設備等の利用拠点整備」27人（全体の47%）、3位が「外国人観光客の受入れ体制」「アクティビティ（体験プログラム）の整備・展開」同24人（同全体の42%）という結果になりました。中学生の立場で、未来の南山城村を真剣に考えている回答が返ってきたと感じます。まさに、これからの観光振興における重要な改善点が挙がっていると言えます。

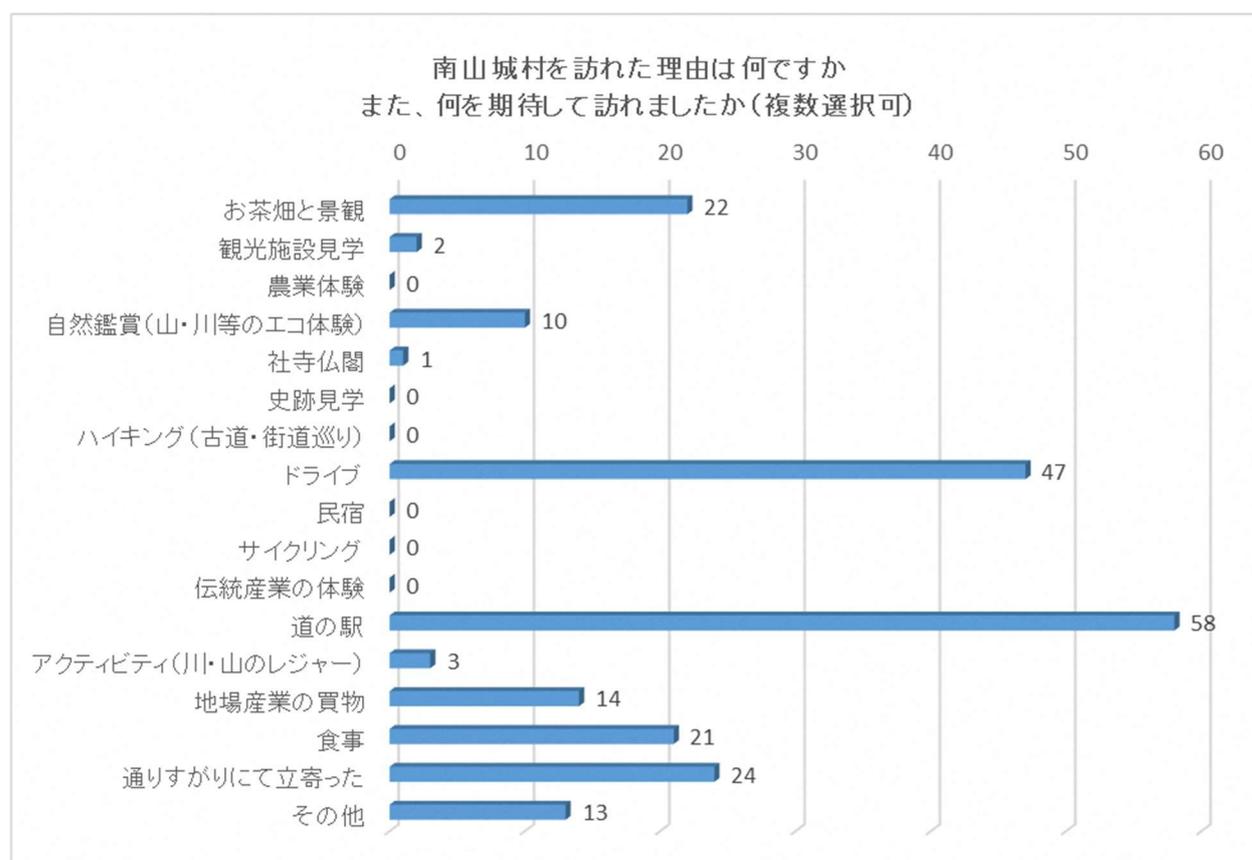
②観光客アンケート

訪問者からみた本村の観光資源や観光課題についての意見を集めるため、アンケート調査を実施しました。

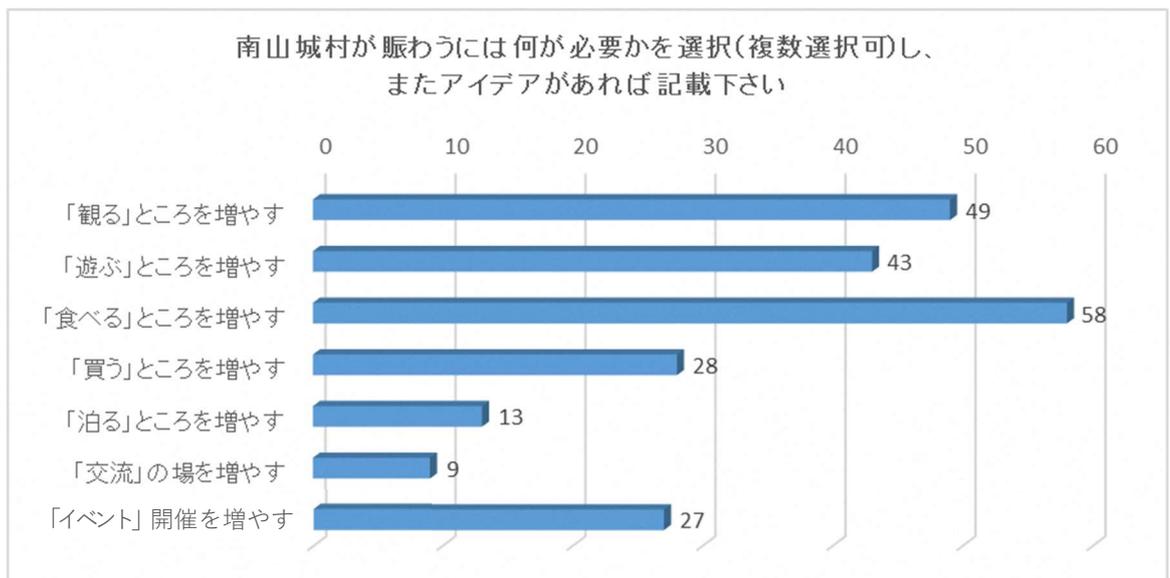
■調査概要

実施日時	令和元年12月中旬～令和2年2月中旬
調査対象者	南山城村を訪れた訪問客（観光客）、特に道の駅に立ち寄った人々
調査方法	調査票に記入し、提出（道の駅で回収）
回答数	回答総数：117件

■結果



南山城村を訪れた理由を尋ねると、1位が〔道の駅〕58人、2位が〔ドライブ〕47人、3位が〔通りすがりにて立寄った〕24人が上位を占めました。4位の〔お茶畑と景観〕5位の〔食事〕についても善戦しており、ブラッシュアップや情報発信次第では訪れる強い動機になりうると考えられます。この結果からは、話題性が高く情報発信力が強い道の駅を目的として訪れる方が最も多く、逆に情報の少ない他のスポットやアクティビティを期待する方が少ないことがうかがえます。



旅行先を選定する上で重視すること (自由回答)

温泉と食べもの／おいしいものが食べられること／自然の多い所／道の駅スタンプラリーをしているので／安くて子どもが遊べる所、ご飯がおいしい所／観光地が多い・食べたいものがある／私自身イベントを主催する側であり、家族で楽しめる楽しいコンテンツがたくさんあればいいと思います／温泉／かけ流し温泉／食べ物と金額／おいしいものがある。ゆったりと時間を過ごすところがある。自然も楽しめるところがある／食べ物(その土地ならではのものが良い)／美味しい食事、話題性、イベント／あまり俗化していないこと／観光施設・食事・のんびりできること・観光スポット・施設自然があり食材が豊富で充実している所／自然が多いこと／温泉を増やす／温泉(日帰り入浴)+食事できる所／アクセス・目的／自然が美しいところ・美味しいものがあるところ・歴史的な施設があるところ／混み合っていないこと・歴史的な建物・資料・自然景観・トイレ、駐車場の完備／そばが美味しいところ・日帰り温泉／特産品(2)／ごはんがおいしい／便が良いし車がなくても観光地をまわれる／お茶など体験する場、お茶がキーワード／土地のものを活かした、そこでしかない物／観光／何かイベントがあれば行きたいと思う。イベント→交流→活性化／イベント開催、遊びのスポット／おいしいおはぎ等あれば遠くても行くと思います／道の駅は色々行きましたが、ここはとってもきれいで、自然もたくさんあってとてもいいところです。また来ますね／ゆっくり美味しいものがある事(決してひとごみでない)／ごはん・おふろ・お土産／近いので、子ども向けイベントや新しいお店とかができるとうまく行く／おいしいものがあるかと温泉／癒されること♡／うまいもの、うまい酒、そこにしかないもの／自然(景色が美しい)／その場にしかない景観や温泉・食事／

南山城村を賑わせるには何が必要かの選択回答の1位〔「食べる」ところを増やす〕58人、2位〔「観る」ところを増やす〕49人、3位〔「遊ぶ」ところを増やす〕43人が上位を占めます。これこそが現状において目指すべき南山城村の観光振興に必要となるところと言えます。また「旅行先を選定する上で重視すること」を尋ねる回答を見ると、観光客のニーズが読み取れます。特に「家族で楽しめる楽しいコンテンツがたくさんあればいい」「自然が美しいところ・美味しいものがあるところ・歴史的な施設があるところ」「イベント開催、遊びのスポット」など観光開発に関しての要望も多いです。特に注目すべきは「お茶など体験する場、お茶

がキーワード」との声であり、1～3位の回答と合わせて、お茶の「食べる」・お茶の「観る」・お茶の「遊ぶ」を創出することが、本村ならではのキラコンテンツ創りのヒントとも読み取れます。

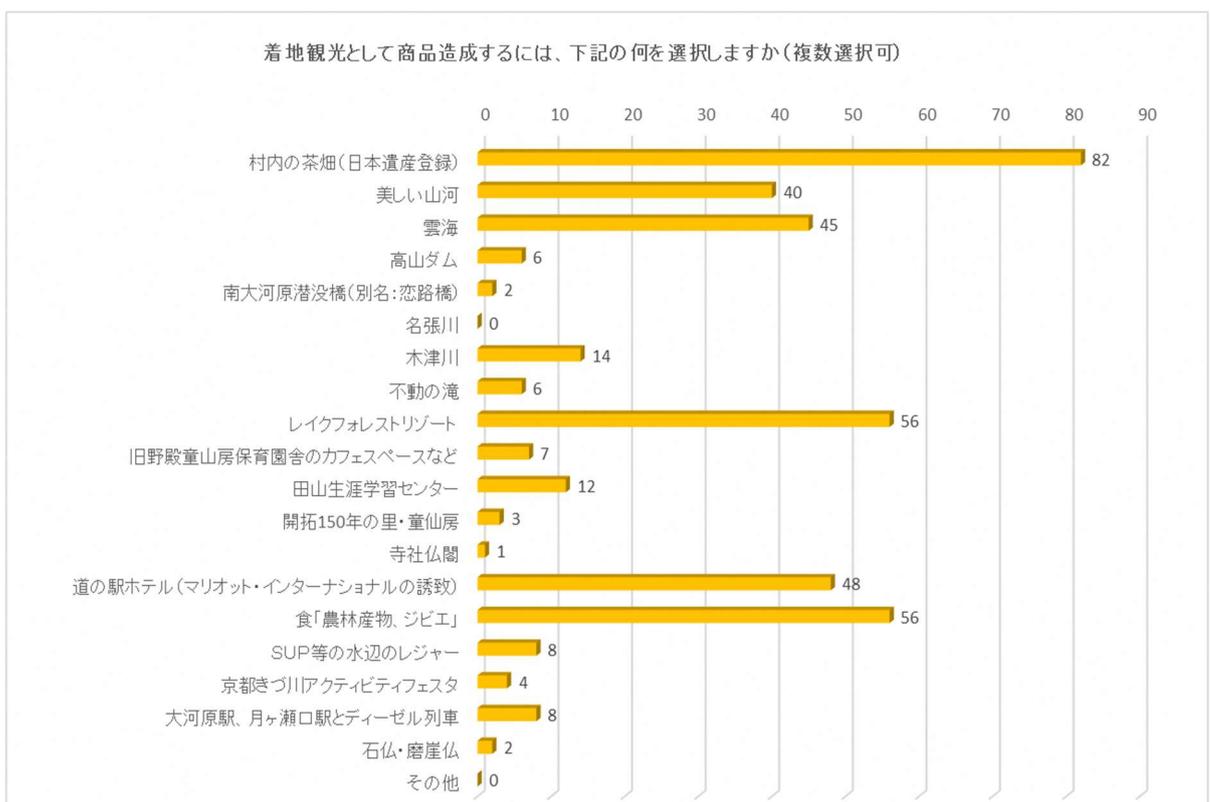
③旅行会社アンケート

本村の観光事業に取り組むにあたって、旅行会社の目線で観光課題とその克服に向けた取り組みについての意見を集めるため、アンケート調査を実施しました。

■調査概要

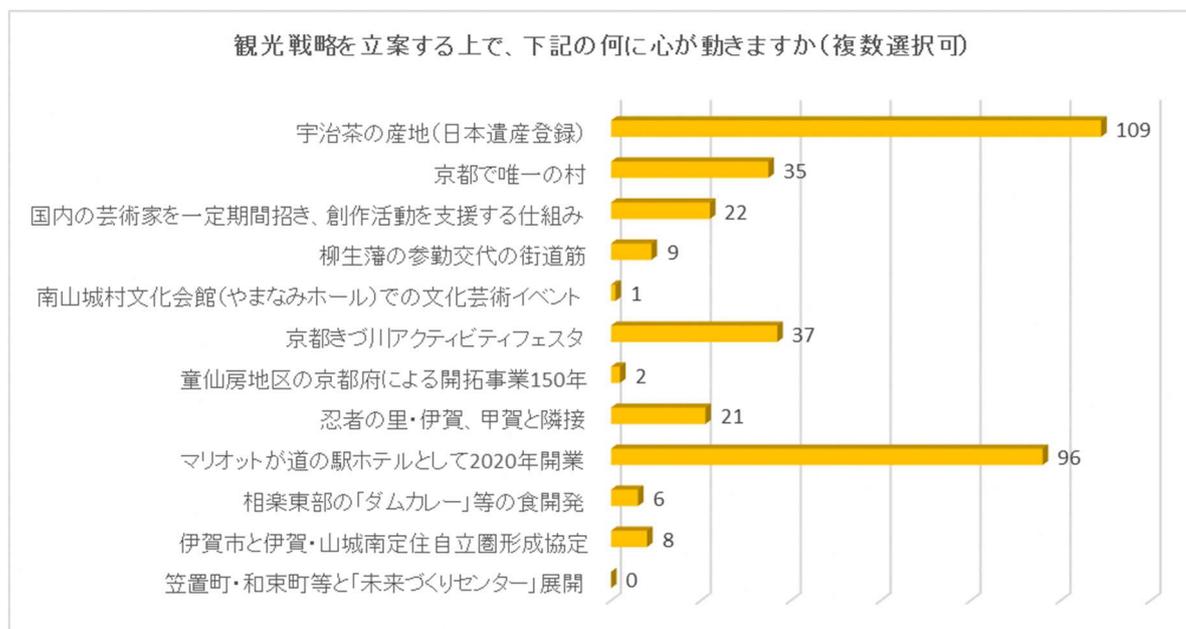
実施日時	令和元年 11 月初旬～11 月 20 日
調査対象者	旅行会社（株式会社 JTB の本社、各支店のスタッフ他）
調査方法	調査票に記入し、提出
回答数	回答総数：182 件

■結果



南山城村の着地観光コンテンツとして造成するなら旅行会社のプロの目は、どこに着眼したかをアンケート結果から見ると、1位は「村内の茶畑（日本遺産登録）」（82人）でした。やはり南山城村＝宇治茶の産地ということから、お茶づくりの現場や日本遺産である茶畑の風景は外せないと認識しています。次に「レイクフォレストリゾート」「食（農産物、ジビエ）」（共に56人）、次いで「道の駅ホテル マリオット・インターナショナルの誘致」（48人）が挙がりました。特に「レ

イクフォレストリゾート」はゴルフ場として知名度があり、また世界的に有名な「マリオットホテルの進出」には、関心が高い事が読みとれます。



南山城村に関わるキーワードや話題を集めた項目から関心のあるもの、心が動くものを抜き出すと、1位「宇治茶の産地(日本遺産登録)」(109人)、「マリオットが道の駅ホテルとして2020年開業」(96人)が選ばれました。ここでもお茶の日本遺産登録と誘客の効果を生むマリオットホテルの存在が際立っています。

今後、南山城村が着地型観光を進めるうえで重要と思われることがあればアドバイス下さい(自由表記)

- ・持続成長させるためのコンテンツとして宇治茶があったが、宇治茶＝南山城になっていない。そこを一致させる取り組みをすることが重要だと思います。
- ・「宇治茶の名産地」というイメージはある程度浸透していると思うので、お茶以外の魅力のPRが重要ではないかと思います。
- ・知名度を上げることが大切。大阪からも近いので日帰りの観光コースなどアピールポイントを明確化すれば良いと思います。
- ・それだけの観光は地元であれば日帰りなど良いと思うが、遠方から来てもらうには京都・奈良の観光とともに訪問できる。近くに自然もあるという事を伝えられると良いと思う。
- ・南山城村の知名度を上げること。(まち名での名前でも、名所の名前でも構わないと思います)
- ・マイカーの方向けには駐車場や散歩マップなど。ライトアップやフードフェスなど目玉になるイベントや景色、アートフェスなど? また体験等で公共機関利用向けのバスツアー等?
- ・南山城村ならではの価値。体験の配信方法(宣伝)
- ・せっかく京都府で唯一の村なのに知らなかった。もっと広く伝えて、まず土地を沢山の人が知ってもらう必要がある。
- ・まず南山城村を知ってもらうということが必要。SNSなど利用して認知度を上げる。

今後の南山城村における着地型観光を進める上で重要なことを尋ねた自由回答では、設問1で本村を訪れたことのない6割の方が「知名度を上げる」「認知度を上げる」「南山城村を知ってもらう」等、PR・情報発信の必要性を上げています。また、土地勘のある方の回答者からは、「宿泊施設」「道路整備」「魅力的な“食”」「立地の悪さ」などの改善が挙げられており、それには「体験アクティビティ」の魅力の重要性が挙げられています。

(4) ワークショップによる意見

観光振興計画策定にあたり、実際に本村で観光産業を担う事業者・団体・個人等から意見をいただく場として「南山城村観光むらづくりワークショップ」（参加者14名・令和2年度全3回）を開き、観光むらづくりの現場を担うそれぞれの立場から意見を出し合いました。ここでは、ワークショップメンバーから出された南山城村の「魅力」と「あったらいいなあ」と思うもの、この計画が終了する令和6年度の南山城村のありたい姿、それを実現するためのアクションプラン案を下記に示します。

<南山城村観光むらづくりワークショップ「現状」>

村の「魅力」	村に「あったらいいなあ」
<p>(スポット・施設)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パン屋 ・高山ダムがある ・不動の滝 ・道の駅がある ・山のテーブル (レストラン) ・韓国のお寺 高麗寺がある←すごいカラフル ・直売所 ・鉄道駅 ・やまなみホール ・古い発電所 建物がある ・磨崖仏がある ・美しい夢絃峡がある ・カフェセブン ・高山ダムでボート遊泳 <p>(自然・景観)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・怖いところがある ・夜が静か ・バス釣りができる ・川がある ・星空がきれい ・どこでも自然 ・未開拓地が多い ・アウトドアやり放題 ・空土地はいくらでもある (有効活用) ・森林 ・野鳥がいっぱいいる ・木津川 (昔は遊覧船もあったらしい) & 船運 ・雲海がきれい ・岩が多い、川がある ・川遊びカヌーができる ・すごい伝説の乳母の滝がある <p>(産業・文化・産物)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茶畑がある、茶がうまい ・田山花踊り (文化財) がある ・昔のモノ ・トマトが美味しい ・日本人なのに知らない人が多い「お茶の淹れ方」を教えてもらえる ・茶工場 (お茶がどうして作られるかわかる) ・和紅茶 (しかも廃校で作っている) ・原木しいたけ ・ブルーベリーが美味しい 	<p>(スポット・施設)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子ども／ファミリーと遊べる所 ・公園 ・コンビニ ・銭湯 ・図書館 ・温泉、サウナ ・キャンプ場 ・パン屋 ・味のあるバー ・定食屋 ・各地域に茶屋 ・南山城歴史館 ・開拓博物館 ・南山城の宇治茶と夜ごはんがあればいい ・写真映えスポット ・163号から見える広大な茶畑 ・地元のが楽しめる場所 ・農産物をつくれる畑 ・ジビエ料理店 ・鹿の放牧場 ・天体観測所 ・宿泊施設 ・猫カフェ (地域ネコ) ・本屋カフェ ・パラグライダー施設 ・船の弁当屋 (釣人向け) ・ハイキング／トレッキング／オフロードバイクコース <p>(受入れ環境)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道がきれい ・トイレ ・駐車スペース ・不動の滝・乳母の滝・稚児の滝に行く道とガイド ・ふらっと来ても「どうしたらいいかわからない！」を解消 (HP?) ・広い道路、高速道路 ・高麗寺の受入体制と案内 ・ガイドさん ・山村で長く生活できるサービス ・村内での仕事 <p>(観光プログラム)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・村内にもっとアクティビティ ・気軽な茶畑の体験 ・田舎らしい体験 ・産地の〇〇体験 ・村内アイドル ・巨岩ゴロゴロツアーの何か ・空き家めぐり <p>(観光サービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・茶畑のMAP ・人の家でお茶が飲めるチケット ・道の駅以外の魅力を知ってもらう

村の「魅力」	村に「あったらいいなあ」
<p>(産業・文化・産物続き)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・童仙房の開拓の歴史はおもしろい ・様々な文化 ・伝統 ・地域ごとの祭り <p>(人や暮らし)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住者(人の魅力) ・元気なシニアの方々 ・おじいちゃん おばあちゃんがやさしい ・食のくらし ・仲西さんの手料理 ・かわいいおばあちゃんがいっぱいいる ・昔ばなしができるお年寄り <p>(その他・考え方など)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「村」が魅力 ・人が少ないことがよい 	<p>(観光サービス続き)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ガイドがなくてもソコに行ける仕組み (MAP・看板・IT) ・動物ウォッチングガイド ・村でやることをもっと発信 ・観光案内所ガイド ・もっと道の駅を使ったイベント <p>(交通サービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移動、交通サービス ・観光地行きバス ・24時間村内タクシー ・バス (伊賀、奈良、京都へ) ・細い道もいける交通手段 (車のない人も便利) ・電車の本数が増えたら良い ・交通がよくなったらいい (地域内周遊) ・山へ登るケーブルカー (ゴンドラ) <p>(人や暮らし)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・村人図鑑 ・昔の人の知恵を残す ・地域のストーリーを見える化 ・観光外貨に頼らない村づくり

< 令和6年度の南山城村の観光 ありたい姿 (まとめ) >

<ul style="list-style-type: none"> ○もうひとつのいなか ○家族でも楽しめる (大人も子どもも) ○インバウンド ○自然 (山・茶畑等) を楽しみたい <ul style="list-style-type: none"> ・お茶×自然 (アウトドア) ○グリーンツーリズムの推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○暮らしが残る村 <ul style="list-style-type: none"> ・残していかないといけないものを残す (変わらなくていい) ・あるものを活かす (時代に合わせ変わっていくものは変える) ・自分たちが住んでいる場所 ○地域住民が困らなくて楽しめる
---	---

～ありたい姿 (イメージ)～



子どもと一緒に里帰り。

「よく来たね」

おいしい“お茶”とともにいつも“温かく”迎えてくれる。

一緒に“農作業”したり、川遊びしたり、探検したり・・・

“自然”の恵みに感謝しながら自然と“遊ぶ”。

里帰りした気分になれるのは“人々の暮らしが残る村”だから。

“変わらないもの”と“変わっていくもの”が共存しているから。

“もうひとつの田舎”

5年後の南山城村はそうありますように・・・

＜ワークショップによるアクションプラン案のまとめ＞

1 “むらを知り、行きたくなる” 誘客事業の促進と推進体制づくり

- ◎村内のクリエイティブチームと行政が連携＜企画・デザイン・ブランディング＞
- ◎村人取材班
- ◎写真・動画などをデータベース化

2 “むらに来て、楽しめる” 魅力ある観光コンテンツの創出

- ◎山、川、空、ダム、畑をコンテンツにする
- ◎ツアーコンシェルジュの創出
- ◎ワーケーション施設

3 “むらにまた来たいと思える” おもてなしの充実と環境整備

- ◎村の暮らし、人、スポットなどを紹介できる人と来訪者をマッチングできる仕組み
- ◎おもしろいガイド育成（話題性のある・専門分野に特化した）
- ◎地域や民間団体による地域に利益が入る形の環境整備（駐車場など）

2-3 本村の観光振興に関する課題

本村は、昔から農林業を主な産業とし、特に特産品のお茶は宇治茶の主産地として上質な煎茶の生産と高い製茶技術で、長年、数々の品評会で高い評価を得てきました。一方で加工・販売・PRなどの取り組みや支援は遅れていましたが、平成29年の道の駅の開業で加工・販売をはじめ、「村のお茶」としてのブランディングやメディア露出が功を奏し、本村を知らない遠方の方々にも「お茶の村」として少しずつ認知が広がっています。

お茶以外にも原木しいたけや高原トマトなどの農産品、伝統芸能や神社仏閣などの歴史・文化遺産、自然豊かな景観スポット、匠が作る工芸品など、魅力あふれる資源が本村には点在しています。しかし、それらをつなぐルートやストーリー、またツールが観光客向けにアレンジされていない状況です。

今回、むらづくりを目的とした観光振興を効果的に推進するため、「2-1 国・京都府の動向」および「2-2 本村の現状」で述べた状況を踏まえ、本村が観光振興を検討・推進する上での課題を考察します。

（1）観光に関する課題

① 推進体制に関する課題

新たな事業を推進するにあたり、活動意欲のある若者、観光に関わる事業者や興味・関心がある村民などの協力と組織づくりが重要であると考えます。このことから、目指すべき目標を共有でき、自ら主体的に観光事業を検討・実施していく推進

体制の構築が必要です。最終的には、南山城村の暮らしに紐づく観光商品の造成を含め、本村全体の観光マネジメントを担う行政と民間の協働による観光むらづくり団体の設立を目指します。

② 観光コンテンツに関する課題

観光客アンケート結果では、訪れた理由として道の駅以外では「茶畑・景観」が上位に、また、旅行会社アンケート結果では、商品造成したい対象として「村内の茶畑」、関心がある・心が動く対象として「宇治茶の産地」という意見が1位となりました。これまでの本村の産業の経緯や歴史に、観光客や旅行会社の着眼点を併せて考慮すると、やはり本村における絶対的コンテンツとなりうるものは「お茶」であり、お茶の「食」・「景観」・「体験」を創出することが求められます。

この他、本村への観光客が少ない要因は、豊かな自然、歴史文化、伝統行催事などの既存資源の活用が出来ておらず、歴史的背景などの付加価値をつけるなど魅力向上のための取り組みが未熟であることが挙げられます。

本村の観光振興を図るためには、既存の観光資源を磨き上げ、魅力向上を図ることが必要です。さらに、観光客のニーズに対応したテーマ性(産業、文化、歴史等)が強く、体験の要素を取り入れた観光形態、いわゆる「着地型体験観光」などの新たな観光コンテンツの創出も必要です。それらを組み合わせることにより、観光客が村内に長期滞在したくなる、かつ何度でも訪れたいくなるような観光プログラムの創出が必要です。

③ 特産品に関する課題

本村では道の駅の開業により、「お茶を作ってきた村の暮らし」を軸に特産品であるお茶を中心とした商品開発及びそれらのブランド化への取り組みが進んでいるものの、他の産品や資源については取り組みの余地を多分に残しています。南山城村の特産品を観光客のニーズに応えられる、かつ他の産地との差別化がされた商品(キラ商品)の開発が求められます。そういった商品は即観光コンテンツにもなりうる魅力の高い商品となり、話題性や認知度の向上にもつながっていきます。

④ 情報発信に関する課題

中学生のアンケート結果では、情報発信の強化を必要とする意見が最も多くありました。旅行会社アンケート結果では、着地型観光に重要なこととしてPR・情報発信の必要性を挙げています。

今日では、スマートフォンやインターネットなどの普及により情報化社会が進み、観光客の情報収集手段も多様化している中で、いかに本村のイメージを魅力あ

るものとして発信できるか、認知させるか、また、最新情報をタイムリーかつ的確に提供し、観光誘客を図るかが重要になってきています。

しかし、現状では、本村の観光イメージの構築ができておらず、ホームページや観光パンフレットによる情報発信及び地域プロモーションが不十分な状況です。情報発信のツールとして、ホームページ、観光パンフレット、新聞や情報誌、SNS（Social Networking Service）等のメディアがありますが、様々な媒体を積極的に活用し、国内外に充実した観光情報の発信を強化し、知名度の向上や誘客の促進を図る必要があります。

⑤ 受入環境に関する課題

本村の観光客を受け入れる環境は、十分とは言えない状況であり、観光客が快適に過ごせるような環境整備が必要です。ハード面では、アクセス道路の整備・2次交通手段・案内看板・標識・トイレ・休憩所・駐車場等が挙げられ、ソフト面では観光案内（コンシェルジュ機能・トラブル対応）・ツアーガイド等が挙げられます。

また、将来的には外国人観光客を受け入れる環境の整備も必要です。

これにより、観光客が安全・安心に本村を満喫し、また訪れてみたいと感じるよう、ハード・ソフト両面において積極的な環境整備を行うことが必要となります。

（2）直近の課題

令和3年3月に、マリオット・インターナショナルが運営する「フェアフィールド・バイ・マリオット・京都みなみやましろ」（以下、「道の駅ホテル」と略す。）が開業することに伴い、宿泊者への受け入れ環境について、早急に整備（対応）する必要が生じています。そのため、前述の「（1）観光に関する課題」の中で、道の駅ホテル開業に向けた主な課題を下記に示します。



① 観光コンテンツに関する課題

宿泊者が村内に滞在し、村内の観光を楽しんで頂くための仕掛けを準備する必要があります。地域資源を活用した観光コンテンツ（場所）それぞれの整備を行い、それらを周遊して頂くための観光プログラムの作成が必要です。

② 観光情報提供に関する課題

上記①に加え、村内の観光を安心して楽しんで頂くために必要な観光案内看板の設置、観光マップの作成等が必須です。現在、村内には観光案内看板等はほとんど

存在しないため、適切な場所に設置する必要があります。また、インバウンドを意識した多言語での表記も考慮することが必要です。

③ 飲食に関する課題

道の駅ホテルでは朝食・夕食のサービスが無いいため、宿泊客はホテル外での飲食が基本となります。現状、ホテル付近には、道の駅および喫茶店（食事可）がありますが、店舗の営業時間や立地により道の駅ホテルの宿泊客に対して十分対応できる状況にありません。

そのため、宿泊者への飲食に対するサービスの充実・向上が必要です。

④ 移動手段に関する課題

現在、村内には観光客が利用できる公共交通機関が少なく、宿泊者が観光等を目的として村内を周遊するためには、自家用車または自転車等、自ら移動手段を用意する必要があります。また、JR 関西本線を利用して村を訪れたホテル宿泊者は、徒歩以外に移動する手段がない状態です。

このため、宿泊者がいつでも安全に村内観光等に利用できる移動手段を整備する必要があります。



第3章 基本方針と施策展開

3-1 基本方針

「2-2 本村の現状」から考察した「2-3 本村の観光振興に関する課題」を踏まえた上で、南山城村観光むらづくりワークショップでの協議から生まれた南山城村の5年後、令和6年度の観光のありたい姿を「観光むらづくりの将来像」として位置づけます。

そして、それを実現するための基本方針として3つの柱を設定し、アクションプランにつなげるものとします。

観光むらづくりの将来像

南山城村の令和6年度の観光のありたい姿として、「南山城村観光むらづくりワークショップ」では思いのある様々な意見が交わされました。それを集約すると、「いつもお茶とともに温かく迎えてくれる、豊かな暮らしが残り、自然やアウトドアが家族で楽しめる、都会に生活の拠点を置く人にとっての“もうひとつのいなか”でありたい」というイメージにまとまりました。

これに基づき観光むらづくりの将来像を下記のとおりとします。

「お茶がつむぐ もうひとつの田舎」

(1) “むらを知り、行きたくなる” 誘客事業の促進と地域体制づくり

国内外から本村へ観光客として訪れて頂くためには、多くの方々が本村を知り、行ってみたいと思えるきっかけづくりが必要です。その施策として、メディア、インターネット、SNS等を活用し、若者から高齢者までの幅広い世代に向けて、積極的な情報発信を行っていきます。

また、活動意欲のある若者、観光に関わる事業者や興味・関心をもつ村民など、主体となり得る人材の育成と組織化に向けた推進体制を整備し、「観光むらづくり」を持続的な取り組みとします。

(2) “むらに来て、楽しめる” 魅力ある観光コンテンツの創出

本村の豊かな自然環境や埋もれている観光資源の掘り起こしを行い、それらの磨き上げを積極的に行い、魅力ある観光コンテンツの創出を図ります。

また、観光客のニーズや観光スタイルの変化を考慮し、その時々に応じた観光コンテンツの提供を図ります。

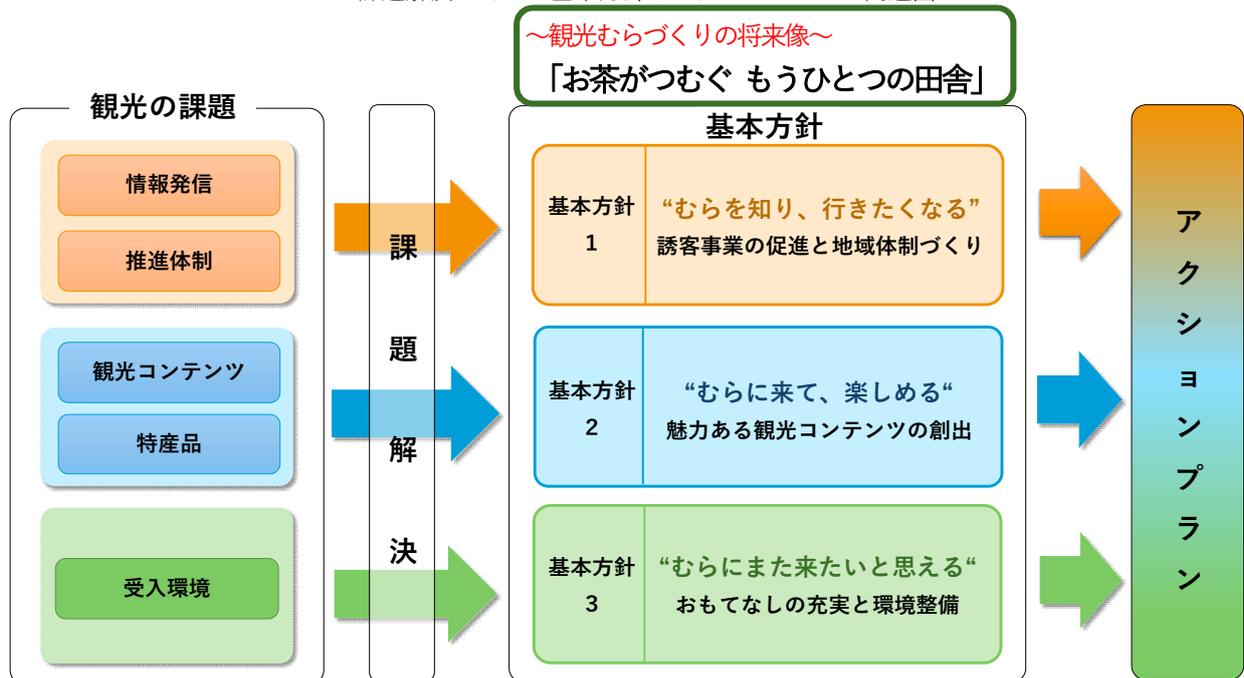
観光むらづくりの取り組みを行うことで、先行している他の観光地域と差別化を図り、本村で楽しんでもらえるメニュー（サービス）づくりを推進します。

(3) “むらにまた来たいと思える” おもてなしの充実と環境整備

本村に再度訪れたいと感じて頂くためには、「おもてなしの心」で受け入れる環境づくりが必要です。本村を訪れる観光客を笑顔で温かく迎えることは、観光むらづくりにとってとても重要なことです。

また、観光客が安全に安心して観光を楽しむため、観光案内看板・標識等のハード面の整備も必要となります。このため、本村における受け入れ環境の整備を、人材育成と環境整備の両面から進めます。

<課題解決のための基本方針とアクションプラン関連図>



3-2 SDGs への対応

世界規模の目標である SDGs は、「誰一人取り残さない」社会の実現を理念に掲げ、国においても推進しているところです。本村においても「村が持続的に成長できる仕組みをつくる」ことを基本理念とし、本計画で策定する様々な施策の中で展開していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



3-3 施策の体系

基本方針1 “むらを知り、行きたくなる” 誘客事業の促進と推進体制づくり

- プロジェクト1 観光推進体制づくり
- プロジェクト2 観光むらづくりに対する村民意識の醸成
- プロジェクト3 情報発信の強化・充実
- プロジェクト4 観光むらづくりに資する観光統計の充実
- プロジェクト5 ふるさと納税を活用した観光誘客の促進



基本方針2 “むらに来て、楽しめる” 魅力ある観光コンテンツの創出

- プロジェクト1 既存の観光資源磨き上げ・新たな観光コンテンツの創出
- プロジェクト2 観光プログラムやストーリーの創出
- プロジェクト3 食の魅力づくり・商品開発促進



基本方針3 “むらにまた来たいと思える” おもてなしの充実と環境整備

- プロジェクト1 観光人材の育成
- プロジェクト2 観光案内における環境整備
- プロジェクト3 交通アクセスの充実・活用



3-4 目標値（KPIの設定）

本計画への取り組みに対する目標や方向性をより明確にするため、本計画の達成状況を客観的に評価できる目標数値を次のとおり設定します。

また、本村における観光指標の基準となる数値とするため、社会情勢に合った基準値を現状値とは別に設定し、KPIを設定します。

<KPI一覧>

単位：〔 〕

	指標	現状値	基準値	目標値/実績値（累積）										KPI計測方法
				R2		R3		R4		R5		R6		
				目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	
計画全体	観光入込客数 〔千人〕	919	460	483	531	584	642	707						京都府観光統計調査施設からの報告数値を集計
	観光消費額 〔百万円〕	853	366	385	423	466	512	563						
基本方針1	観光HP アクセス数 〔件〕	0	0	1,800	3,600	7,200	14,400	28,800						南山城村観光ポータルサイトへのアクセス数を集計
	SNS フォロワー数 〔人〕	0	0	100	400	800	1600	3200						南山城村観光SNSアカウントのフォロワー数を集計
基本方針2	観光 コンテンツ数 〔件〕	0	0	10	20	30	35	40						観光に活用するコンテンツとして認識した数を集計
	観光 プログラム数 〔件〕	0	0	3	5	7	9	11						観光に活用するプログラムとして認識した数を集計
基本方針3	観光 人材育成数 〔人〕	0	0	3	5	7	9	11						観光ガイドとして育成した人材数を集計
	観光 環境整備数 〔件〕	0	0	3	8	13	18	23						観光環境整備数を集計

(注)基準値の設定について

観光入込客数と観光消費額については、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年度の現状値から大幅に減少する事が予想されるため基準値として設定しました。

第4章 推進体制

4-1 役割分担

本計画の「観光むらづくり」を推進するためには、村民、団体・民間企業、行政など、南山城村の観光むらづくりに携わる各主体の役割を明らかにした上で、それぞれの特徴と強みを活かし、相互に連携を図りながら取り組んでいくことが重要です。

最終的には、村の暮らしに紐づく観光商品の造成を含め、村全体の観光マネジメントを担う観光むらづくり団体の設立を目指します。

(1) 村民

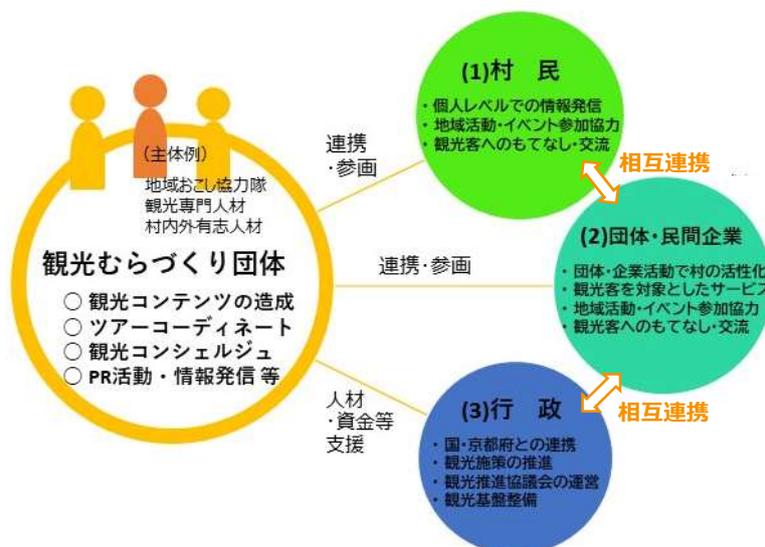
- ・南山城村の魅力を再認識し、家族や友人等にその魅力を伝えます。
- ・地域活動や観光によるむらづくりイベントに積極的に協力・参加します。
- ・来訪者を“おもてなしの心”で温かく迎え入れ、様々な交流やふれあいを図ります。

(2) 団体・民間企業

- ・団体・企業活動を通じて、南山城村の活性化に努めます。
- ・来訪者の増加をビジネスチャンスやむらづくり活性化の機会と捉え、各団体・企業の専門知識や技術を活かした観光事業やサービスの提供に取り組みます。
- ・南山城村全体で観光むらづくりを進めることができるよう、村民・他事業者・行政と連携し、横のつながりを創りながら、積極的な取り組みを進めます。

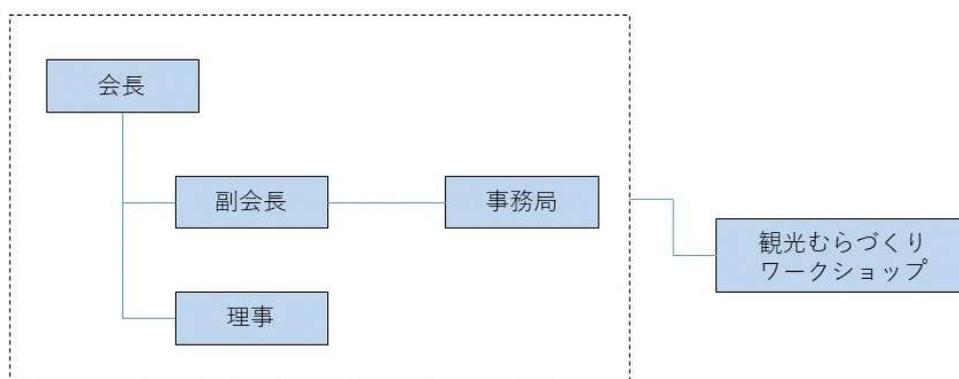
(3) 行政

- ・国や京都府をはじめ、一般社団法人京都山城地域振興社（お茶の京都 DMO）を中心に進められているお茶の京都エリアとしての広域的な観光事業と連携・協働します。また、周辺市町村や事業者、村民とも協働して取り組みや調整を行い、総合戦略や本計画に基づく観光施策を推進します。
- ・観光振興につながる基盤整備などに取り組みます。
- ・様々な主体が取り組む観光事業に対して、積極的な支援を行います。



4-2 計画の推進体制

本村の観光事業を所管する産業観光課を取り纏め部署とし、本計画の着実な推進とより具体的な施策を検討することを目的とする「南山城村観光推進協議会（以下、「本協議会」と略す。）」を令和2年10月に設立しました。又、団体、村民等からの意見を求める場として、「観光むらづくりワークショップ」を設置し、より具体的な事業内容の検討、意見の聴取等を実施しています。



4-3 計画の進捗管理及び効果検証

本計画で定めた事業は、基本方針ごとに KPI を定め、その達成状況を基準として進行状況の評価を行うこととします。

- ・進捗管理は、事業毎に策定したスケジュールに基づいて、適時、定期的を実施します。
- ・本計画全体の進行状況は、4月に前年の評価（KPIに基づく）、10月に当年度の中間での進行状況と評価を行うこととします。
- ・本計画の KPI 評価結果は、第2期南山城村人口ビジョン まち・ひと・しごと創生総合戦略に反映するものとします。

第5章 アクションプラン

5-1

基本方針1 誘客事業の促進と地域体制づくり

プロジェクト1 観光推進体制づくり

【事業概要】

持続可能な観光事業を実現するため、村民・事業者及び団体等が本村の魅力を認識・共有し、主体的に検討・実践していくことが必要です。その中核を担う推進組織として、産官学等の有識者によって構成する「南山城村観光推進協議会」を設立します。また、地域住民参加によるワークショップを開催し、地域住民と一体となった観光事業の推進体制を構築します。将来的には、官民協働で総合的に観光マネジメントを行う観光むらづくり団体の設立を目的とします。

【主な取り組み】

- ① 観光推進協議会の設立
- ② ワークショップの運用
- ③ 観光に関するガイドラインの策定
- ④ 官民協働の観光むらづくり団体の設立

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①	<p>協議会設立</p> <p>▼▼▼▼▼ 定例開催</p>	▼▼▼▼▼ 定例開催	▼▼▼▼▼ 定例開催	▼▼▼▼▼ 定例開催	
②	<p>ワークショップ設立</p> <p>▼▼▼▼▼ 随時開催</p>	▼▼▼▼▼ 随時開催	▼▼▼▼▼ 随時開催	▼▼▼▼▼ 随時開催	
③		<p>ガイドライン策定</p> <p>➡ 運用開始</p>			
④			<p><観光団体設立の検討></p>		

プロジェクト2 観光むらづくりに対する村民意識の醸成

【事業概要】

観光むらづくりへの村民の理解を深め、地域が一体となり、観光事業を推進します。

【主な取り組み】

- ①観光振興計画についてパブリックコメントの実施
- ②本計画の進捗状況をホームページで情報提供

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①	<p>観光振興計画策定</p> <p>パブリックコメントの実施</p> <p>運用開始</p>				
②	<p>▼ 進捗確認</p> <p>▼ 情報提供</p>	<p>▼ 進捗確認</p> <p>▼ 情報提供</p>	<p>▼ 進捗確認</p> <p>▼ 情報提供</p>	<p>▼ 進捗確認</p> <p>▼ 情報提供</p>	

プロジェクト3 情報発信の強化・充実

【事業概要】

南山城村公式観光ポータルサイトを運用し、本村の観光に関する情報を発信します。また、官民協働の広報プロジェクトを立ち上げ、様々な属性・ニーズに対応したSNSをはじめとする新たなコミュニケーションツールを活用し、双方向で情報共有が可能な仕組みの構築を検討します。

【主な取り組み】 ※多言語対応を含む

- ① 南山城村公式観光ポータルサイトの運用
- ② SNS（Instagram、Twitter等）の活用
- ③ 観光マップ・プロモーション動画の作成
- ④ 南山城村ガイドブックの作成
- ⑤ 様々な情報メディアの積極的な活用
- ⑥ 観光PRイベントへの参画
- ⑦ 観光PR大使・ご当地キャラクターの検討
- ⑧ 写真・動画のデータベース化

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		●——● 評価・改善	➡ 運用開始		
②	●——● 構築	➡ 運用開始			
③		●——● 観光マップ・PV作成	➡ 運用開始		
④		●——● ガイドブック作成	➡ 運用開始		
⑤			●——● <活用メディアの検討>		
⑥			●——● <イベント参画の検討>		
⑦			●——● <PR大使・キャラクターの検討>		
⑧		●——●			●
		写真・動画データベース化			

プロジェクト4 観光むらづくりに資する観光統計の充実

【事業概要】

観光に関する客観的データを収集・分析し、デジタルマーケティング等、今後の観光事業に活かしていきます。また、必要な統計数値を各種調査により把握し、効果検証を重ね、事業の見直しと新規施策の企画立案に活用します。

【主な取り組み】

- ① アンケートによる観光へのニーズ調査・分析
- ② 経済指標等、新たなデータ収集・分析
- ③ IoT機器を活用した来訪者数等の客観的データの収集・分析

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①					
②					
③					

プロジェクト5 ふるさと納税を活用した観光誘客の促進

【事業概要】

ふるさと納税の促進により、新たな関係人口や交流人口を創出し、本村を知るきっかけづくり及び村内への観光誘客へつなぐことを目指します。

【主な取り組み】

- ① ふるさと納税促進のための環境整備（返礼品検討等）
- ② ふるさと納税促進のためのPR用パンフレット作成
- ③ 企業版ふるさと納税の運用・活用
- ④ クラウドファンディング型のふるさと納税の活用

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①	●——● 改善検討・整備	➡ 運用開始			
②		●——● <パンフレット作成検討>			
③	●——● 環境整備	➡ 運用開始			
④		●——● <環境整備検討>			

5-2

基本方針2 魅力ある観光コンテンツの創出

プロジェクト1 既存の資源磨き上げと観光コンテンツの創出

【事業概要】

本村にある既存資源の発掘・磨き上げを行い、特色ある観光コンテンツを造成します。また、地域の自然や暮らし、産業と連携した観光コンテンツの創出・活用を検討します。この中で、本村の特性を生かし、来訪意欲の高まる魅力的な観光コンテンツとなるよう各コンテンツをコーディネートするツアーコンシェルジュの育成も検討・実施します。

【主な取り組み】

- ① 観光への活用を目的とした地域資源の調査・発掘 ※以下の②~⑤へ反映
- ② 地域産業を活用した観光コンテンツの創出（農林業・商業・教育等）
- ③ 伝統的行催事を活用したツアーの開催（田山花踊り等）
- ④ 自然を活かした魅力ある観光コンテンツの創出（レジャー施設等）
- ⑤ 集客を目的とした観光イベントの開催（定期開催、他のイベントへの参加）

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①	●—————● <地域資源の調査・発掘・活用検討>				
②		●—————● 実施計画策定			
③			●—————● 実施計画策定		
④			●—————● 実施計画策定		
⑤			●—————● 実施計画策定		

プロジェクト2 観光プログラムの創出

【事業概要】

年齢・性別などの基本属性、テーマや季節及びマーケット等のニーズに応えるため、「プロジェクト1 既存の資源磨き上げと観光コンテンツの創出」で開発した観光コンテンツを活用し、本村へ来訪した観光客の誰もが楽しめる観光プログラムを創出します。

【主な取り組み】

- ① 歴史文化を考慮したストーリー作りとプログラムの創出
- ② 観光関連事業者と連携を考慮したプログラムの創出（農泊等の体験メニュー）
- ③ 茶畑等の景観を考慮したプログラムの創出
- ④ 移動手段を考慮したプログラムの創出
（ドライブ・サイクリング・ウォーキング等）
- ⑤ 近隣市町村と連携を考慮した周遊プログラムの創出

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		●————● <企画・プログラム開発検討>			
②			●————● <企画・プログラム開発検討>		
③		●————●	→ 運用開始		
④			●————● <企画・プログラム開発検討>		
⑤			●————● <企画・プログラム開発検討>		

プロジェクト3 新たな商品開発の促進・食の魅力づくり

【事業概要】

本村の食材を活用した新たな商品を開発し、魅力ある観光コンテンツの1つとして活用します。

【主な取り組み】

- ① 魅力ある商品開発に向けたニーズ調査
- ② 本村の食材を活用した商品の企画・開発（加工品を含む）
- ③ 食を活用したイベントの開催・参画、及び販路の創出

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		●————● ニーズ調査			
②		●————● <商品企画・検討>			
③			●————● <調査・検討>		

5-3

基本方針3 おもてなしの充実と環境整備

プロジェクト1 観光人材の育成

【事業概要】

観光客に対応するため、行政、村民、事業者と連携して「おもてなし意識」を高めます。本村に関する知識（村の概況、歴史・文化等）やガイドとしての基礎知識等を習得する育成講座や研修会を開催し、本村の観光ガイドを創出します。特に本村のファンを獲得するために専門分野に特化したガイド育成に注力します。そのことにより、観光客の満足度向上を図り、リピーターの拡大を目指します。

【主な取り組み】

- ① 「おもてなし」講座や研修会の開催
（本村に関する知識、ガイドとしてのマナー及びインバウンド対応等）
- ② 南山城村公式観光ガイド認定制度の創設・運用

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		● 講座・研修会の開催	● 運用開始		
②		● <認定制度検討>			

プロジェクト2 観光案内における環境整備

【事業概要】

観光客の利便性向上のため、案内看板の設置や道路整備等ハード面での受入体制の整備に取り組みます。また、観光客がいつでも気軽に本村の観光情報を得られる施設（観光案内所等）の設置を計画します。

さらに、昨今注目度を増している観光滞在先で仕事する「ワーケーション（ワーク×バケーション）」という働き方にも本村の環境は適していることから、企業や個人事業者が観光しながら仕事ができる快適な通信環境を備えた施設整備を検討する。

【主な取り組み】

- ① 環境整備計画の策定
 - ・ 歓迎塔・観光案内看板や標識などの設置（多言語対応）
 - ・ アクセス道路整備
 - ・ Wi-Fi 環境の整備
 - ・ トイレ・休憩所・駐車場の整備
- ② 観光案内所の設置
- ③ ワーケーション施設の整備

【スケジュール】

内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		●—————● <環境整備計画検討>			
②	●—————● 調査	●—————● 基本設計	●—————● 実施設計	●—————● 構築	●—————● 運用開始
③			●—————● 調査	●—————● 基本設計	●—————● 実施設計

注) ②の財源として、「拠点整備地方交付金」の活用を前提に検討

プロジェクト3 交通アクセスの充実・活用

【事業概要】

既存の公共交通機関や民間事業者と連携する等、観光客が周遊できる環境を整備します。また、特定のイベントなどに応じた期間限定の交通サービスを検討します。

【主な取り組み】

- ① 交通サービスの開発・運営
- ② 鉄道事業者やタクシー業者等と連携した誘客促進サービスの検討・運用
- ③ 期間限定交通サービスの検討・運用

【スケジュール】

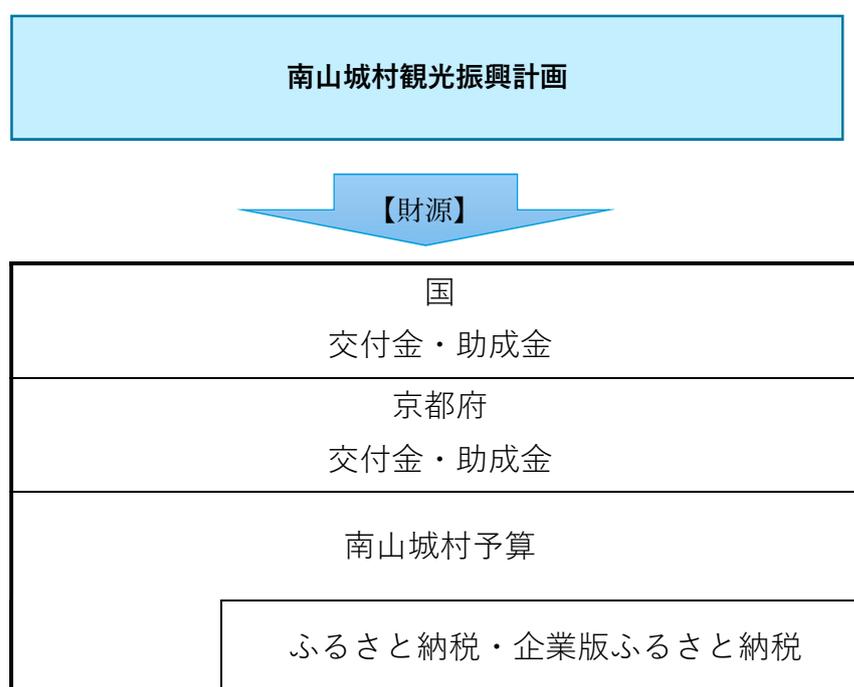
内容	R2	R3	R4	R5	R6
①		 <調査・検討>			
②		 <調査・検討>			
③		 <調査・検討>			

第6章 財源について

6-1 方針

「第5章 アクションプラン」で示した施策を実行に移すために必要な財源確保の方針について下記に示します。

財源は、原則、本村の予算を前提に考えます。しかし、近年の本村の財政状況を勘案すると厳しい状況にあり、京都府、国の交付金・助成金に加え、令和3年度から見直し・改善を行う「ふるさと納税」、「企業版ふるさと納税」による財源調達も視野に入れます。



策定年月日 令和3年3月23日

南山城村役場 産業観光課

〒619-1411

京都府相楽郡南山城村大字北大河原小字久保 14 番地 1