

京田辺市産業振興ビジョン検討ワークシート（観光分野）

1. 現状と課題

分類	現状と課題
観光客	<p>【統計・入込客数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光入込客数、山城地域でワースト 4(9/12 位)。 ○一休寺などの寺社はシーズンとシーズンオフで入込客数の差が大きい。 ○甘南備山への山歩きをする人やハイキングイベントへの参加者が増えている。 <p>【周知】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光客だけでなく、市民も知らなかったり、行かなかったりする場所がある。 ○特産品のアピールができておらず、集客が図れていない。 ○市民や観光客へ観光地や文化財などの魅力を PR できていない。
施設	<p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宿泊施設の閉鎖により、観光客・消費額が大幅減となり、観光分野全体に影響が出ている。 ○市民や観光客、大手企業等から宿泊施設誘致の希望が多い。 <p>【観光施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光案内所の場所がわかりにくい。 ○観光付帯施設が充実していない。 ○市外の人に知られている観光施設は、一休寺と木津川サイクリングロード。 ○寺社以外の魅力が乏しい。 ○甘南備山登山口へのアクセスが悪い。 ○観光農園やバーベキュー場など、リピートできる気軽なレジャー施設の需要が高い。 <p>【その他施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○民間の観光施設が行っているイベントがあるが、アピールできていない。 ○人が集まる広い場所がない。まちに賑わいが必要。
商品	<p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○特産品や京田辺ブランド一休品の認知度が低い。 ○特産品の一つが玉露であるが、一般市民の間で茶離れがある。 ○市内商業施設での特産品販売は、地元の人に知ってもらえるいい機会である。 <p>【消費額】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地域振興としてお金につなげないといけないが、おみやげを買ってもらえていない。
担い手	<p>【観光団体】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光ボランティアガイド協会が JR ふれあいハイクや市民講座で誘客につとめている。 ○観光に関係する市民団体がたくさんできているが、個別に活動しており、連携できていない。 <p>【後継者】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光振興の担い手（後継者）づくりが課題。
PR	<p>【情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光施設、文化財、特産品の認知がされていない。 <p>【対象・方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ふるさと納税をされた方へのお礼の品に特産品を入れて PR している。 ○転入された新しい市民への PR が十分でない。
サービス・イベント・連携	<p>【企画】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○既存イベントの集客力が減少している。 ○スポーツ・産業などテーマ型観光の取り組みをしていない。 ○日帰り観光の企画が充実していない。 <p>【関係団体との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○霧島市や習志野市など友好関係にある都市との観光における連携が少しずつ進んでいる。 ○近鉄や JR との連携ができていない。
周辺環境・地域資源	<p>【地理・アクセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○京都と奈良の中間に位置し、通過点になってしまっている。 ○観光施設が分断している。市内の観光地間の公共交通アクセスが悪い。 ○観光客用の歩道や自転車道が未整備で、危険な所がある。 ○市内の標識や散策コースがわかりにくい。 <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大都市近郊でありながら、気軽に農村の雰囲気味わえる。 ○緑が多く、ほたるなども見られ、自然豊かな観光がある。春の桜も見所多い。空気もきれい。 <p>【資源の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○一休とんち大賞や一休さんウォークなど一休さんを活用している。 ○一休さんだけでなく、おんごろどんや大住隼人舞など他の地域資源も活用する必要がある。 ○たくさん資源がありすぎということもいえる。歴史・自然・季節などの観点でストーリーづける必要がある。

2. 観光振興の理想的な将来像（ビジョン）

市民が郷土愛ととんちをもって安らぎと潤いのある観光地づくりを行い、市内外の観光客がひとやすみできるまち

目指す将来像の実現に向けて取り組むべき方策は？

3. 観光分野の具体的な取組方策

分類	具体的取組方策	
	取組方策	具体的な取組内容
観光地	新たな観光資源を生かした目玉となる観光資源の確立	<ul style="list-style-type: none"> ◎「お茶の京都」、「日本茶 800 年の歴史散歩」、「ツアー・オブ・ジャパン」を生かした観光振興 ◎人物や歴史、文化、コンテンツにより観光地を結びつけたストーリー性のあるコースの提案 ◎観光協会による地域密着型観光プランの企画提案、イベント実施の支援 ◎自転車観光に向けた取組検討 ◎農業体験事業、直売所間交流等による商品数アップなど農産物直売所の魅力向上の取組支援（農業観光資源の創出）
	「体験する・体感する・学ぶ」ことができる観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ◎農産物直売所や農産物加工場等を生かした農業体験型観光プランの開発 □企業と連携した工場見学ツアーの開催（産業観光プランの創出） □四季や里山など自然を感じることができるイベントの実施や情報発信 □京田辺市産農産物（例：茶スイーツ、ナスやエビイモ等）を使ったイベント開催・情報発信（誘客事業）
	利便性と快適な環境を創出するための施設整備	<ul style="list-style-type: none"> ◎観光案内拠点の強化 ◎宿泊施設立地に向けた検討 □観光付帯施設（トイレ・土産物店等）と案内標識の整備
担い手	住んでいるまちへの誇りと愛着を生む取組	<ul style="list-style-type: none"> ◎SNS を活用した市民による情報発信の促進 ◎転入者を対象とした観光地案内 □伝統行事に触れる機会や各種行事への参加の促進
	市民によるおもてなしの心が広がる取組	<ul style="list-style-type: none"> ◎リタイア世代の人材活用 □京田辺の魅力伝えるガイド活動の支援
	市民・団体・企業の連携促進	<ul style="list-style-type: none"> ◎関係団体をつなぐキーパーソンの発掘 ◎関係団体の情報交換会開催 □観光事業補助金
	観光振興の中核機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ◎観光協会を中心とした観光推進組織体制づくり支援 □観光協会の組織強化支援 □観光協会事業補助金
観光客	京阪神地域在住者をターゲットとした日帰り観光客の誘客	<ul style="list-style-type: none"> ◎リピートできる観光プランの提案 □鉄道会社・バス会社等と連携した観光 PR
	京都・大阪・奈良からの一足伸ばし観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ◎東京オリンピックを契機としたインバウンド観光の取組 □京都やましろ観光のネットワークを中心とした広域観光の取組 □京都を訪れる修学旅行生への一足伸ばし観光のプラン提案
	市民と観光客が交流することによるにぎわいと活気を生む取組	<ul style="list-style-type: none"> ◎普賢寺ふれあいの駅を拠点とした交流促進事業 □友好関係にある都市との交流を生かした観光・物産 PR
商品	知恵とひらめきを生かした京田辺らしい特産品の開発	<ul style="list-style-type: none"> ◎農業者と商業者のマッチングによる京田辺市産農産物等を活用した商品開発の促進（名物となる土産物・食事メニューの創出） ◎パッケージデザインや販売・宣伝方法の工夫など商品の魅力向上支援
	京田辺の逸品・土産物の消費拡大	<ul style="list-style-type: none"> ◎メディアの活用や著名人を起用するなど効果的な情報発信の取組 ◎利便性の高い場所でのアンテナショップ設置 ◎鉄道会社と連携した取組 ◎京田辺市産農産物などの京田辺ブランド一休品認定促進 □京田辺ブランド一休品の知名度及び一休品に認定メリットの向上支援 □ふるさと納税制度を活用した特産品の PR