

第1章 「お茶の京都」交流促進アクション・プランの策定にあたって

1. プラン策定の目的

全国的な問題である人口減少・少子高齢化は、本町においても避けては通れない課題です。本町の人口は、昭和60年をピークに減少が続いており、人口動態の特徴としては、転出超過が大きいということが挙げられます。

そうした中、「観光」という視点を通して、今まで「当たり前」に思っていた文化や歴史、風景などの久御山町の魅力に地域住民があらためて気付くことで、久御山へのより強いふるさと意識と誇りを持って「住み続けたい」と思えること、再発見した地域資源の保全と活用によって、持続可能でより豊かな暮らしを実現させることを目指します。

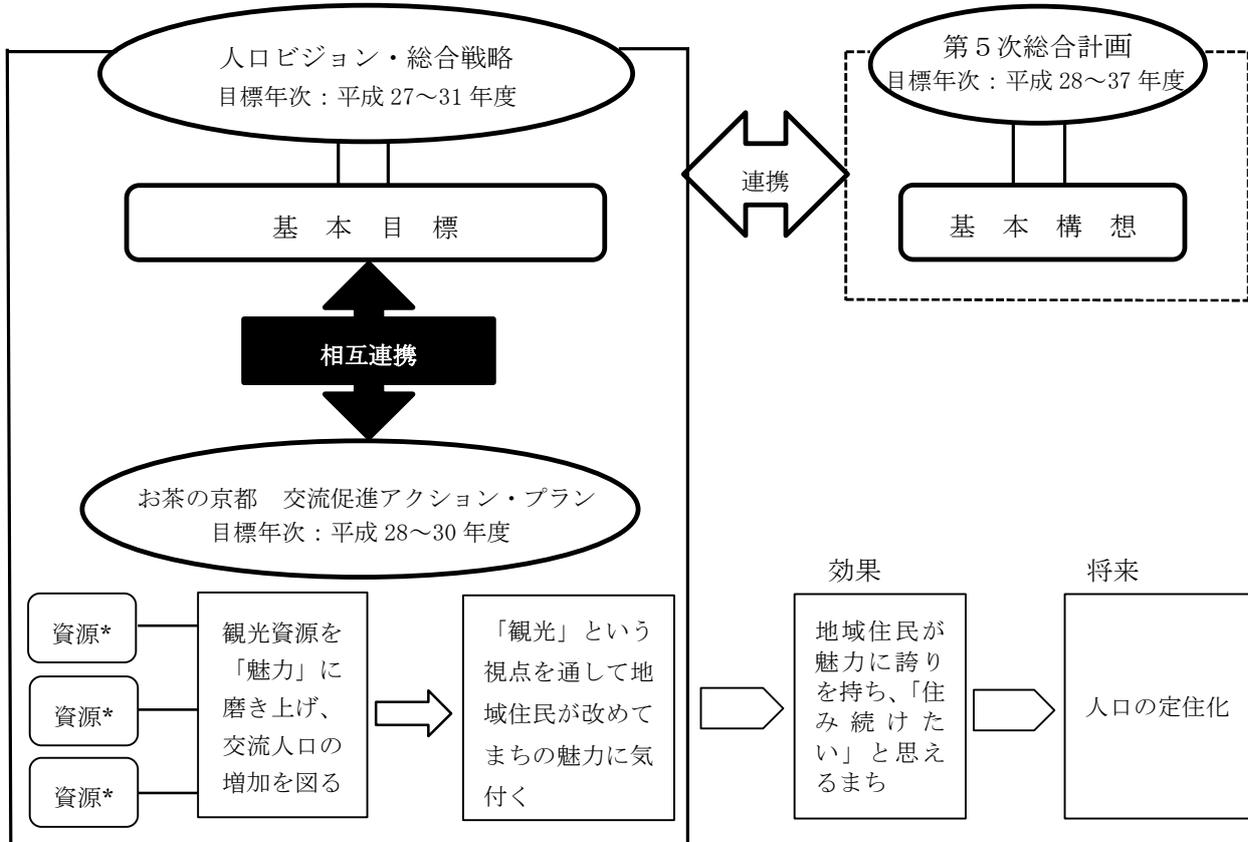
加えて、地域資源を磨き観光資源として活用し、移住者や優秀な人材確保を含めた交流人口を増やすことで地域活性を目指し、その具体的な計画を示すため、『お茶の京都』久御山町交流促進アクション・プラン」を策定します。

2. プランの位置付け

人口減少をはじめとする久御山町特有の課題に対応するため、地方創生の動きのもと策定する「久御山町人口ビジョン・総合戦略」において、基本目標3 「くみやま」魅力発信を掲げており、本プランはそのための具体的な取組（戦術）と「お茶の京都」推進に当たっての取組を策定するものです。

また、久御山町第5次総合計画においても、その基本構想で「まちの魅力を向上させるとともに、定住人口の増加に向け、地域の活性化や交流の促進を目指す」こととしており、本プランはその構想にも則した計画とします。

プランの位置付けイメージ図



*ここで言う「資源」とは、自然や文化財といった「観光資源」のことであり、潜在的な「魅力」です。

3. 計画年次

本計画を着実に実施し、それを足がかりに住民意識が啓発されることを狙う観点から、平成28年度を初年度に、平成30年度までの3か年計画とします。

第2章 本町をとりまく環境の変化

1. 国の動向

政府は、力強い日本経済を立て直すための成長戦略の柱として、世界に誇る魅力あふれる観光立国の実現に向けて強力に施策を推進するとして、平成25年に観光立国推進閣僚会議を立ち上げています。

観光は交流人口を拡大させ、地域を活性化させる原動力となるとし、平成25年から「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が取り組まれています。内外から観光客を呼び込み、観光の力で地域の経済活動が活性化し、活気ある地域社会の実現を目指して、今後、一層強力に観光立国を進めていくとしています。

2. 京都府の動向

京都府においても、特に北部地域や相楽東部地域における人口流出が著しく、出生数の減少とあいまって人口減少に拍車をかけており、地域の活性化・交流人口の増加を定住人口の増加につなげていくことが強く求められています。

そうした中、「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」と言った、様々な物語性やテーマ性を持つ豊富な観光資源を活用し、リピーターの誘客を図るとともに、増加する個人旅行者や外国人旅行者のニーズに対応した広域的な観光連携を進める必要があるとしています。

3. 久御山町の動向

「久御山町総合戦略」において、基本目標3として「くみやま」魅力発信を掲げています。コンパクトなまちの中に、たくさんの個性と魅力を有していながらも、町外から本町は十分に認識されているとは言えず、住民も、「ふるさと意識」を高める魅力（＝地域資源）に気付いていない現状があります。

定住・交流人口の確保のために、町の魅力発信・プロモーションを強力に進め、まちの駅クロスピアくみやまを拠点に知名度の向上に取り組むとともに、まちの資源に磨きをかけ、新たな資源を積極的に創造していくとしています。

第3章 久御山町の「観光」

1. 久御山町の「観光」現況

本町では、観光客を積極的に呼び込んで来なかった経緯から、目立った観光産業があるとは言えないのが実情です。また、第4次総合計画（平成18年度～平成27年度）における「観光」の記載がないことから、重要視してこなかったことも事実です。

「平成26年京都府観光入込客調査報告書」（京都府商工労働観光部まとめ）によると、観光入込客は京都府内で久御山町が一番少なく、観光消費額が「0円」である唯一の自治体であります。また、山城地域においても、京都府全体においても、対前年比で入込客数が増えているにもかかわらず、久御山町では約3,500人が減少しているのが実情です。

平成26年観光入込客数及び観光消費額一覧

(単位：人、千円)

市町村名	観光入込客数				観光消費額（日帰り＋宿泊）			
	H26	H25	増減	対前年比	H26	H25	増減	対前年比
京都府	83,748,416	77,870,429	5,877,987	107.5	813,856,338	745,854,913	68,001,425	109.1
久御山町	51,837	55,303	△3,466	93.7	0	0	0	0.0
京都市	55,636,000	51,618,000	4,018,000	107.8	762,573,000	700,215,000	62,358,000	108.9
宇治市	5,201,764	3,947,844	1,253,920	131.8	9,070,386	5,267,500	3,802,886	172.2
城陽市	1,020,274	982,618	37,656	103.8	1,826,638	1,941,695	△115,057	94.1
八幡市	1,829,850	1,884,226	△54,376	97.1	453,623	460,084	△6,461	98.6
井手町	352,021	329,370	22,651	106.9	92,437	101,087	△8,650	91.4
宇治田原町	121,559	124,064	△2,505	98.0	125,042	130,678	△5,636	95.7

資料：「京都府観光入込客調査報告書」京都府商工労働観光部

2. 久御山町の魅力

第5次総合計画策定に向けた「久御山町まちづくり住民アンケート」（平成26年度実施）によると、町内の住民は久御山町の魅力を以下のように感じていることがわかります。

木津川の流れ橋やその景観、四季折々に変容する田園風景、前川の桜並木や雙栗神社に魅力を感じていると結果が出ています。

主な内容・キーワード（5件以上のもの）	件数
守りたい景色・風景 ・木津川の流れ橋、木津川の河川敷と堤防を含む景観 ・田植、稲刈りや雪化粧といった四季折々に変容する田園風景 ・巨椋池の自然 ・東一口、前川堤の桜並木 ・古川の風景 ・雙栗神社 など	264
大切にしたい歴史や文化、風習 ・町の祭り（地域の祭、ふるさとフェア、福祉まつり、文化祭等） ・久御山の歴史・文化・風習 ・社寺の歴史 ・旧山田家住宅 など	51
まちの個性・ブランド ・ゆうホール図書館 ・イオン ・優しさや人情あふれる人柄 など	60
特産品 ・淀大根／丸大根 ・野菜、トマト、九条ネギ、ホウレンソウ など	98

また、自由記述では、ふるさと発信や町外からも人が来るような大きなイベントを求める声が多く、久御山の積極的なPRや、それによる人の集いや賑わいが求められていることがわかります。

3. 交流における課題

「観光」の現況からもわかるように、久御山町は「観光」に対する意識が薄く、魅力に感じている「資源」があっても、それを掘り下げたり発信することができていないと言えます。

しかし、本当は観光資源となりえるものの種は蒔かれており、その交流の「芽」を育てる担い手の掘り起しと育成、住民と行政の協働でつなぐことが重要です。そして、その拠点となるべきまちの駅クロスピアくみやまは、今後、ますますその役割を発揮することが求められます。

また、観光入込客数や消費額についても、増やすことはさることながら積極的なカウントが必要であり、サンプルの取り方や基準なども改める必要があります。



第4章 基本理念

～ Discover again Kumiyama ～ 魅力の再発見と地域住民の誇り

観光という言葉の由来は「国の光を観る」こと。私たちはこれを「久御山（まち）の光に誇りを持つ」ことと解釈し、くすぶらせることなく磨きあげ、次代に継承することを理念とします。

久御山町が目指す「観光」とは、テーマパークや旅館業など、「観光産業」の確立を目指すのではなく、外部からの人口流入によって賑わいを創出することです。そして、「観光」とい

う視点を通して、今まで「当たり前」に思っていた地域の歴史文化など、地域住民が久御山町の魅力にあらためて気付くことで、地域住民が久御山町により強い「ふるさと意識」= 誇り（アイデンティティ）を持つことを目指します。

併せて、私たちが誇りをもってその魅力を発信していくことで、久御山町の知名度向上や企業の人材確保といった相乗効果を狙います。

第5章 基本方針

久御山町の「観光」の基本理念を実現するために、次の方針のもと、住民と協働で様々な取組みを推進します。

(1) 人を集める、交流する。

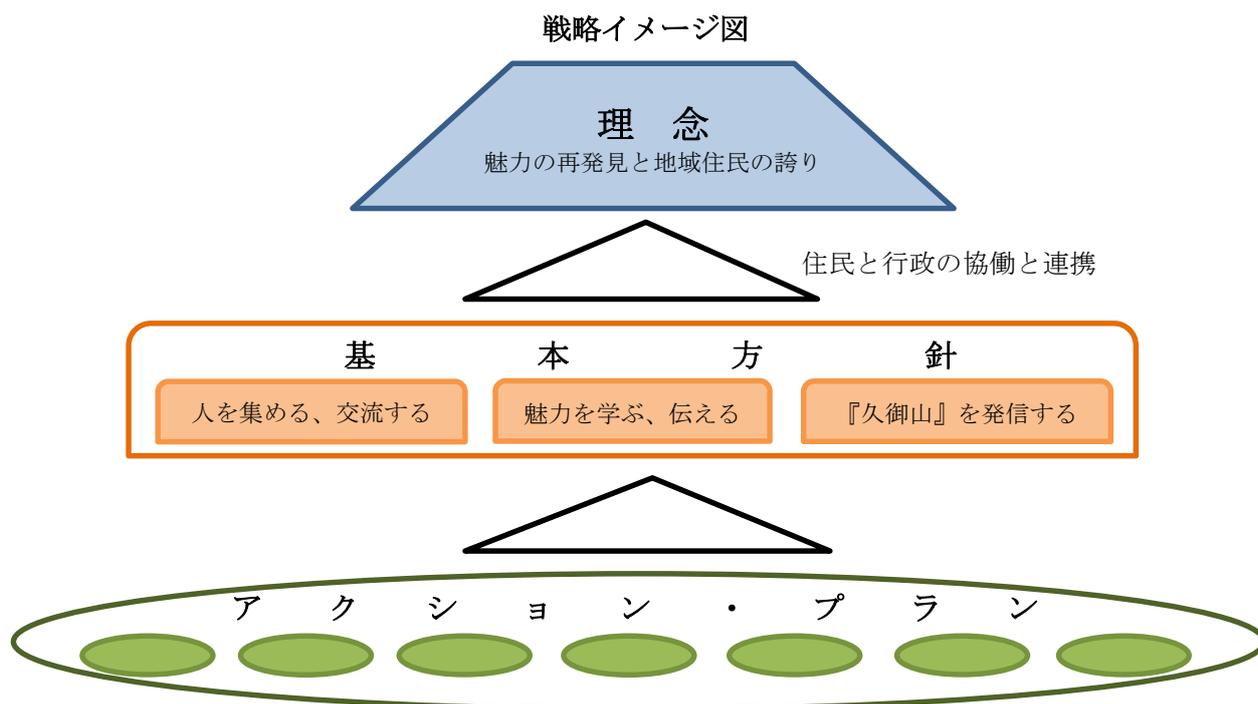
人の興味をそそるような事業を展開し、他とは違う「久御山の良さ」を出し、人を集めたり、久御山に来てもらうために「久御山らしいおもてなし」をおこないます。

(2) 魅力を学ぶ、伝える。

まずは地域住民が久御山を知ること、知ったこと・学んだことを伝えたいとなるような「魅力」にするため、「資源」を磨く事業展開をおこないます。

(3) 『久御山』を発信する。

広域的交流圏や広域連携による広報力を用い、効果的かつ積極的なPRをおこない、全面的に「久御山」を発信することで知名度の向上を図ります。



中長期的には以下のようなエリア展開でアクション・プランを展開していきます。



「遊ぶ」エリア : 買う、体験する、食べるといった娯楽エリア

「観る」エリア : 文化・歴史・風景に触れ、学ぶエリア

【エリア展開の方針】

久御山町は京都、奈良、大阪の近郊に位置している好立地であり、町内各施設は駐車場を整備しているところが多いため車での来町が便利であるという宣伝を効果的におこないます。併せて、バスターミナルや大規模商業施設が隣接し、ほぼ町の中心に位置するまちの駅クロスピアくみやまは、町内をめぐり際のハブ施設とし、魅力発信の拠点としていくことが必要と考えます。より利用しやすい施設を目指すことで交流人口の増加を図り、それぞれのエリアの魅力（観光ポイント）について、積極的にPRしていきます。

また、地域住民が久御山町の魅力を知り、自発的かつ継続的に町の魅力を学び、伝えることの地盤を固めていきます。

第6章 アクション・プラン

1. 方針に基づく推進事業

基本方針に基づき、次頁以降に詳細を表しているとおおり、以下の計画を推進していきます。

(1) 「人を集める、交流する」事業

- ① 農業体験
- ② くみやま お茶と味わい体験
- ③ ものづくり探検
- ④ 久御山ビジネス交流会
- ⑤ 「歴史ツアー」
- ⑥ クロスピア市
- ⑦ レンタサイクル
- ⑧ 「流れ橋と茶畑」景観のPR
- ⑨ お茶の京都拠点整備
- ⑩ 旧山田家住宅の一般公開

(2) 「魅力を学ぶ、伝える」事業

- ① 歴史ガイドパンフレットの整備
- ② 文化・歴史勉強会
- ③ ボランティアガイド養成
- ④ 「直売所」ガイド作成
- ⑤ ガイドマップの広報

(3) 「『久御山』を発信する」事業

- ① 特産品の加工品開発
- ② キャラクターの積極的な活用
- ③ 「お茶の京都」や「歴史街道推進協議会」、交通各社との広域連携

(4) 「お茶の京都」推進に向けて、国・府等と連携が必要な事業

- ① 交番の早期新設
- ② 東西軸道路の渋滞緩和
- ③ 公共交通の充実
- ④ お茶の京都景観スポットの創設

2. 協働の推進に向けて

上記推進事業を含め、交流の「芽」を住民と行政の協働でつないでいくため、久御山の人々の知恵を集める場として、年に2回程度の「交流促進ミーティング（仮称）」開催を検討していきます。

また、計画に関連する関係機関等の事業に対して、あらゆる機会で見聞するなど、情報共有を図ります。