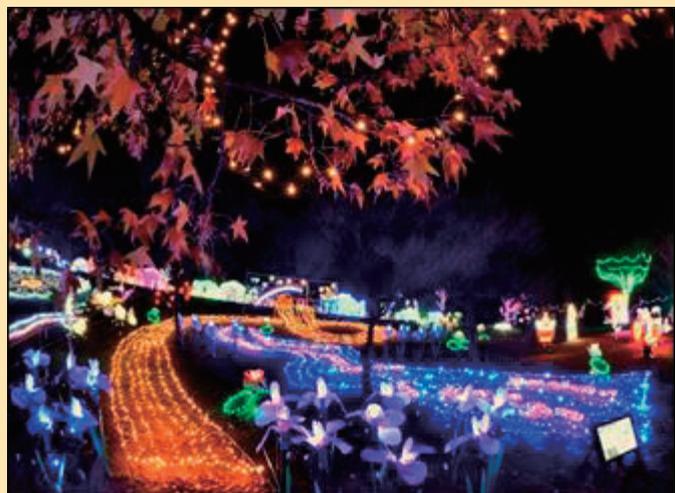


第2次

城陽市観光振興計画

～大交流のステージへ～ 立ち寄りたくなるまち・城陽



城陽市

「～大交流のステージへ～」

立ち寄りたくなるまち・城陽」の実現のために



観光は、国の成長戦略の柱の一つで、日本の成長を牽引する要素の一つとなっており、観光立国の実現に向けて、国を挙げて推進しております。

本市においても、平成35年度全線開通予定の新名神高速道路、現在企業立地が進んでいる久世荒内・寺田塚本地区土地区画整理事業や京都山城白坂テクノパーク、新名神高速道路の整備に併せて進めている東部丘陵地整備事業、平成35年春のJR奈良線の高速化・複線化など、大規模なプロジェクトが立て続けに進行する中、これらの大きなインパクトを活用し、大きく変わっていく城陽、「ニュー城陽」の実現に向け、さらなる観光振興を進めていく必要があると考えております。

現在の本市には、鴻ノ巣山運動公園や、木津川運動公園などのスポーツ・レクリエーション施設や、TWINKLE JOYO、青谷梅林梅まつりなどのイベントを中心とし、年間約100万人の観光客が訪れております。

しかし、未来輝く、にぎわいと交流が生まれるまちをつくるためには、近年のライフスタイルの変化や、少子高齢化など、日々変化していく社会情勢や観光客のニーズを踏まえた、これまで以上の観光の振興を図る必要があることから、今後10年間の観光の指針となる「第2次城陽市観光振興計画」を策定いたしました。

本市はこれから、交流人口が増加するまちへ変貌してまいりますことから、観光客をもてなす環境づくり、胸躍らせる体験・体感ができる観光資源の活用、新たな魅力的な商品の開発などを目指す、「～大交流のステージへ～立ち寄りたくなるまち・城陽」を基本理念といたしております。

この基本理念の実現のため、観光協会・市民・農業者・商工業者や各種団体などと行政がそれぞれの役割分担のなかで連携・協力し、戦略、アクションプランや重点施策に取り組んでまいりたいと考えておりますので、御理解と御協力をお願い申し上げます。

最後に、本計画の策定にあたりまして、熱心に御議論いただきました第2次城陽市観光振興計画検討会員及び市議会、ならびに、観光に関するヒアリングやパブリックコメント等を通じて、貴重な御意見を賜りました皆さまに厚くお礼を申し上げます。

平成29年（2017年）3月

城陽市長 奥田 敏晴

目次

第1章 第2次城陽市観光振興計画の策定にあたって

1 計画策定の背景.....	1
2 計画の期間.....	1
3 計画の位置付け.....	1

第2章 観光を取り巻く現状と課題

1 国の動向.....	2
2 京都府（山城地域）の動向.....	8
3 城陽市の特性.....	10

第3章 第2次計画の基本的な考え方

1 計画の基本理念.....	20
2 交流人口の増加を目指す4つの戦略.....	25
3 戦略の基本的な展開.....	26
4 基本理念の達成に向けた数値目標.....	27

第4章 観光振興の推進に向けた施策とアクションプラン

1 第2次観光振興計画一覧.....	28
2 事業内容別一覧.....	29
3 戦略別事業内容.....	30
戦略1 大きなアドバンテージを活かした観光客の呼び込み.....	30
戦略2 「ちょうどよい五里の立ち寄りどころ・城陽」のおもてなし.....	32
戦略3 これまでの観光をさらに育み、高める取り組み.....	34
戦略4 新たな魅力づくり.....	37
4 アクションプランに示す事業別の主なターゲット層別一覧.....	39
5 アクションプランに示す事業内容別時系列（短期・中期・長期）.....	40
6 前期5年間での事業内容.....	42

（参考）平成27年度城陽未来まちづくり会議（資料抜粋）（テーマ：観光）.....	50
（参考）ヒアリング調査結果.....	54
（参考）平成28年度城陽未来まちづくり会議（資料抜粋）（テーマ：エコミュージアム）.....	64
用語の説明.....	83

第 1 章

第 2 次城陽市観光振興計画の策定にあたって

1 計画策定の背景

本市の観光振興計画は、平成 19 年度に策定した第 3 次城陽市総合計画に掲げられた「活力に満ちたまちづくり」を実現するための具体的施策として、平成 21 年 6 月に策定いたしました。計画では、「“五里のふるさと” ふれあいを楽しむまち城陽」を市民、民間、行政と観光協会が共に育てていくことを基本理念に、3 つの目標と 4 つの基本方針に基づくアクションプランとし、さらに 3 つの重点施策を展開してまいりました。

ここにおいて、平成 35 年度全線開通予定の新名神高速道路、現在企業立地が進んでいる久世荒内・寺田塚本地区土地区画整理事業や京都山城白坂テクノパーク、新名神高速道路の整備に併せて進めている東部丘陵地整備事業、平成 35 年春の JR 奈良線の高速化・複線化など、大規模なプロジェクトが立て続けに進行中、これらの大きなインパクトを活用し、交流人口を増やし、本市を観光の面から発展させていく必要があることから、この度、観光の多様化・広域化を推進するための具体的施策として、「第 2 次城陽市観光振興計画」を策定いたしました。

2 計画の期間

本計画の計画期間は、平成 29 年度から平成 38 年度までの 10 年間とします。

なお、国の制度などの変更や、市民ニーズ、社会情勢の変化などに対応するため、必要に応じて計画の見直しを検討します。なお、前期 5 年間については、事業内容を示し、計画を実施します。

平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度	平成 36 年度	平成 37 年度	平成 38 年度
第 2 次城陽市観光振興計画 (平成 29 年度～38 年度)									

3 計画の位置付け

本計画は、「第 4 次城陽市総合計画」の意義を踏まえた部門別計画として、本市がめざす観光の目標と方向性を明確に示すとともに、目標を達成するための取り組みを示しています。

第2章

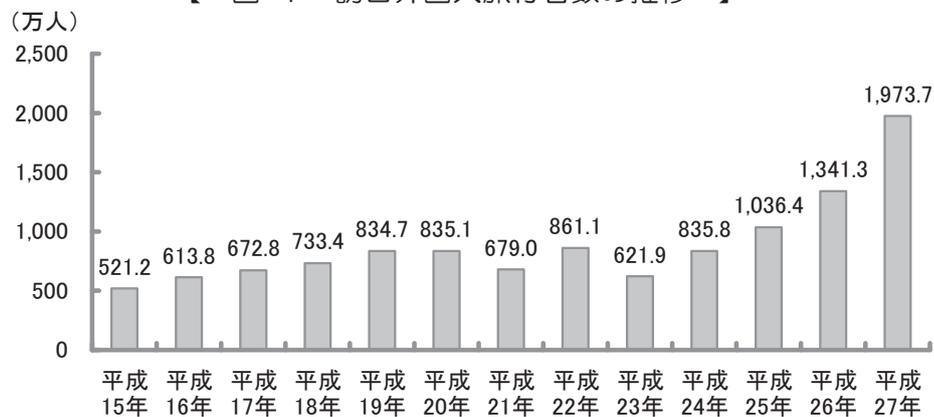
観光を取り巻く現状と課題

1 国の動向

(※国土交通省 観光庁HPより)

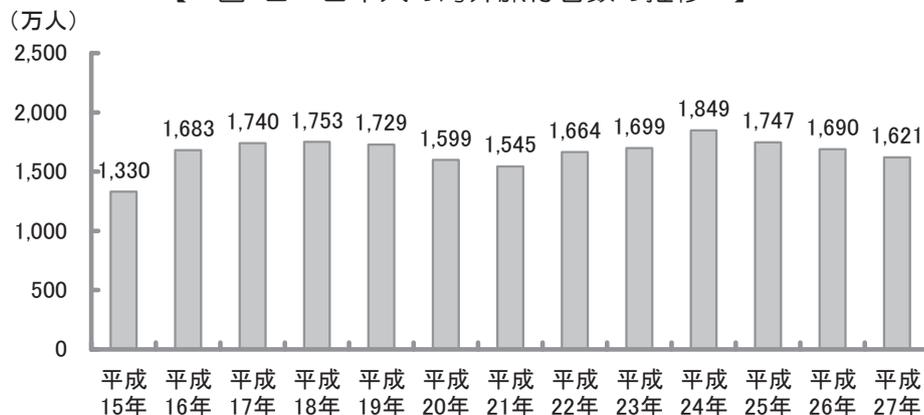
我が国を訪れる平成27年の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった平成26年の1,341万人をさらに上回り、1,974万人となり、3年連続で過去最高を更新したと同時に、統計を取り始めた昭和39年以降で最大の伸び率を記録しています。

【 図-1 訪日外国人旅行者数の推移 】

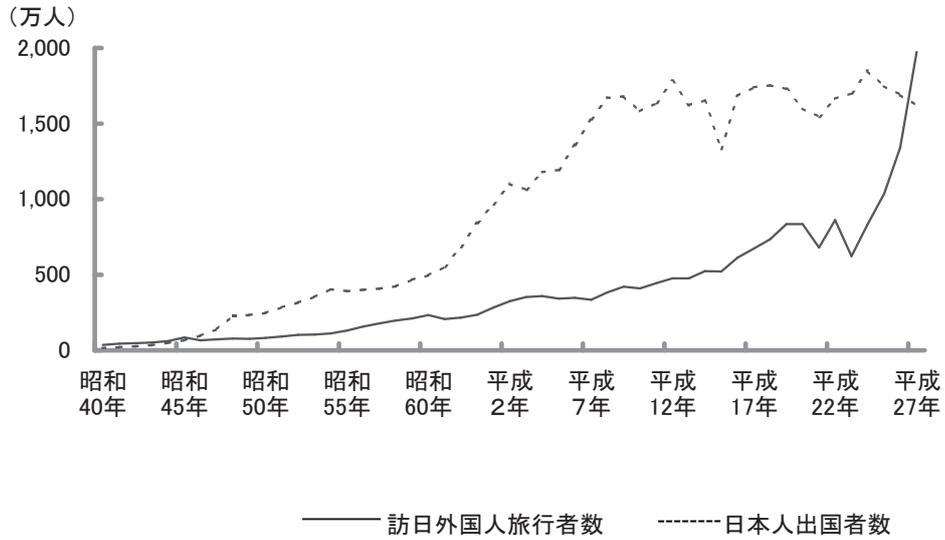


一方、平成27年の日本人の海外旅行者数は1,621万人で、3年連続の減少となり、平成27年は出国日本人数が1,621万人、訪日外国人旅行者数が1,974万人となり、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回りました。

【 図-2 日本人の海外旅行者数の推移 】

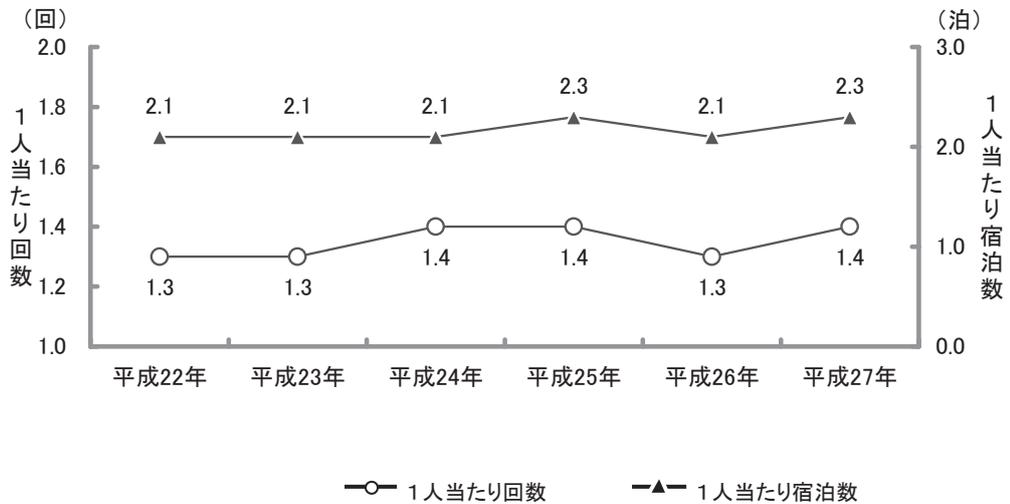


【 図-3 訪日外国人旅行者数と出国日本人数の推移 】



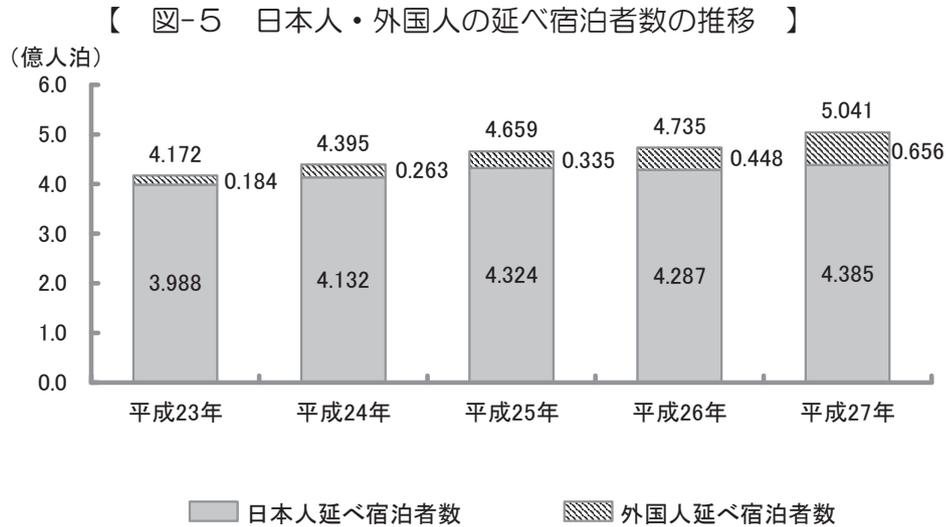
国内旅行の状況については、平成27年に、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.4回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.3泊でした。国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに、平成26年は減少に転じましたが、平成27年は再び増加しました。

【 図-4 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 】

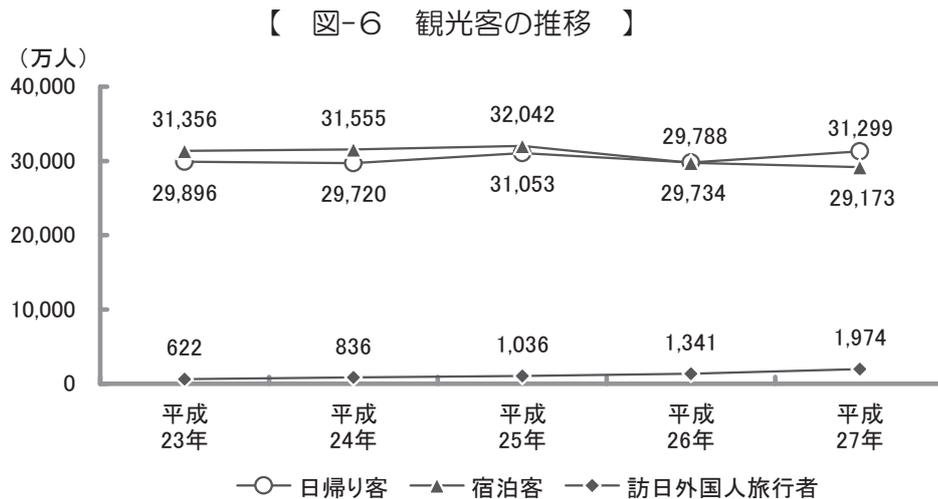


日本における延べ宿泊者数については、平成27年は5億410万人泊と初めて5億人泊を突破しました。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億3,850万人泊、外国人延べ宿泊者数は6,560万人泊でした。

また、延べ宿泊者数全体に占める外国人宿泊者数の割合は13%と、初めて1割を超えました。



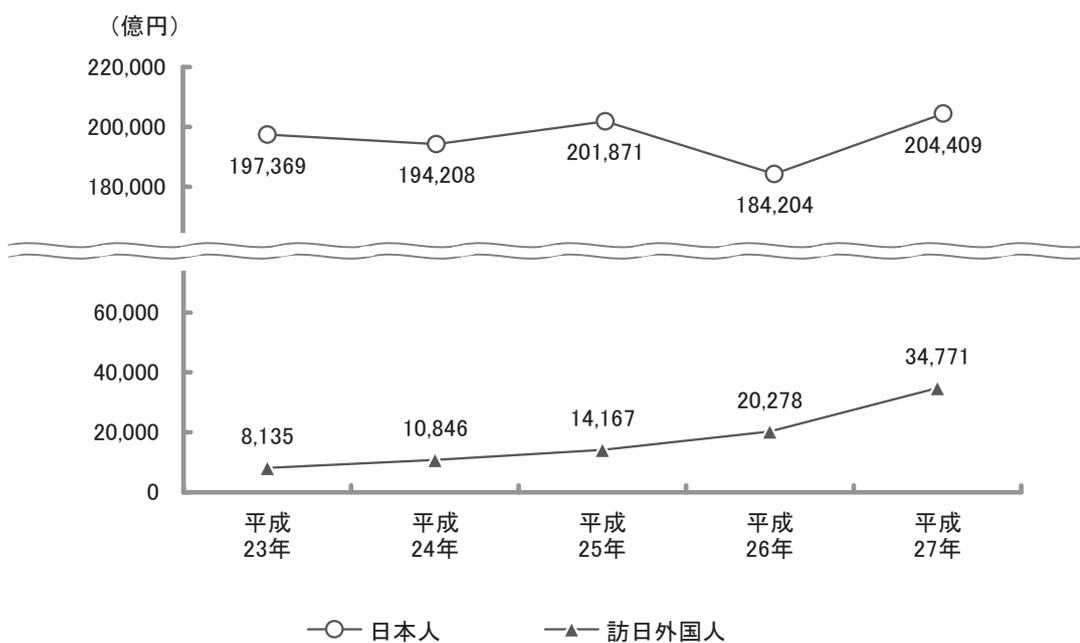
日本の日帰り客、宿泊客は、年間3億人前後で推移しており、平成27年には2億9,173万人となっています。宿泊客も、平成27年には3億1,299万人となっています。また、訪日外国人旅行者は増加しており、平成27年には1,974万人と平成23年と比べて約1,300万人増加しています。



観光消費額の推移は、日本人では20兆円前後で推移しており、27年には20兆4,409億円となっています。

一方、訪日外国人は増加しており、平成27年には3兆4,771億円と、平成23年と比べて約2兆6,000億円増加しています。

【 図-7 観光消費額の推移 】



◎「明日の日本を支える観光ビジョン―世界が訪れたくなる日本へ―」

観光庁は2016年10月に訪日外国人旅行者数が2,000万人を超えたと発表しました。次の時代の新たな目標を定めるとともに、必要な対応の検討を行うため、平成28年3月30日に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン―世界が訪れたくなる日本へ―」を実施すべく、従来の政府目標を大幅に前倒しし、かつ、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の新たな目標に向かって進んでいくこととしています。

- ★訪日外国人旅行者数2020年：4,000万人 2030年：6,000万人
(従来目標：2020年2,000万人、2030年3,000万人)
- ★訪日外国人旅行消費額 2020年：8兆円 2030年：15兆円
(従来目標：2,000万人が訪れる年に4兆円)
- ★地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数
2020年：7,000万人泊 2030年：1億3,000万人泊
- ★外国人リピーター数 2020年：2,400万人 2030年：3,600万人
- ★日本人国内旅行消費額 2020年：21兆円 2030年：22兆円



●日本一の碾茶を育む、上津屋の木津川河川敷に広がる茶畑

この、「観光ビジョン」においては、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、以下の3つの視点を柱とし、10の改革をとりまとめています。

3つの視点

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

10の改革

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あられる社会を実現

このように、観光は、我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱であるとの認識の下、国を挙げて推進することとされているところです。



●水度神社（本殿重要文化財）

2 京都府（山城地域）の動向

（※「明日の京都」山城地域振興計画「やましる観光」の推進 より）

山城地域は、京都・奈良・大阪を結び歴史文化軸に展開する豊富な歴史的文化遺産や宇治川・木津川・桂川、周辺を丘陵・山地に囲まれた豊かな自然、宇治茶やタケノコをはじめとする全国に誇るブランド特産物、関西文化学術研究都市など特色ある観光資源に恵まれています。

京都府では、これらの有利な条件を活かし、観光関係団体等との連携や広域的な観光情報の発信等による「ひと足のばし」の観光誘客に取り組まれています。

今後は京都第二外環状道路（にそと）・京滋バイパスを活用した府北中部との交流、南丹地域との連携、JR線・阪急線・京阪線や名神高速道路等による中部圏・関西圏からの観光誘客、さらに2020年（平成32年）の東京オリンピック・パラリンピック開催等も見据えた外国人観光客への対応等の求めに対し、府民や関係団体と連携を図りながら、山城地域ならではの魅力ある観光資源や地域住民との交流、おもてなしの心を活用した観光施策を推進するため、市町村や観光関係団体のニーズを踏まえた広域的な連携を進め、「お茶の京都」など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、地元産品を活用した食の楽しみや各種体験プランを盛り込んだ魅力ある観光コースの設定や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事業を推進する必要があるとされています。

京都府の具体的施策

ア 地域資源の魅力をテーマごとに磨きあげた観光施策の推進

- 山城地域には、歴史文化に触れられる世界遺産や国宝等の遺産、食文化や景観を楽しめる宇治茶やタケノコ等の特産物があり、さらに産業文化を構成するものづくり企業や研究機関の集積など、様々な物語性やテーマ性を持つ豊富な観光資源がある。これらを活用し、京都市内からの「ひと足のばし」の観光に加え、山城地域を繰り返し訪れたり、長時間楽しめる観光モデルルート等を開発し、増加する個人旅行者や外国人旅行者のニーズ（歴史体験、お茶体験、写真撮影、工場見学等）に対応した広域的な観光連携事業を推進する。

- 新名神高速道路、京都縦貫自動車道等の高速道路網の整備、JR奈良線の高速化・複線化等交通アクセスの飛躍的な向上が見込まれる中、中京圏や阪神圏、府北部地域をターゲットとした観光誘客活動を進めるとともに、山城地域の豊富な観光資源をつなげるアクセス等の検討や多くの人に魅力が発信できるような取り組みを交通関連事業者（鉄道・バス・レンタカー事業者等）と協働して進める。

- 地域における集客力や観光消費額を相乗的に高めるため、歴史文化や特産物等をテーマにした広域観光連携事業を実施する市町村、観光協会等の取り組みに対する支援、インバウンド対策等の地域の人材を育成する研修、観光ニーズの調査や成功事例等の情報共有を積極的に行い、観光による元気な地域づくりを推進する。

イ 豊かなやましろの歴史・文化を集中的に発信するとともに、継続したキャンペーンを展開

- 最近の観光客の訪問先選択に大きな影響を持つ口コミ情報の積極的な活用を図るなど、若い女性や学生等と連携しながら、豊かな歴史文化など、地域の多彩で魅力的な観光資源、見どころや祭り、イベント等の多彩な観光情報を情報誌やインターネット等の様々な方法により、集中・継続して地域内外に発信するとともに、増加する個人旅行客向けにブログ等のSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した情報発信も強化する。
- 増加する外国人旅行客向けに英語版ホームページを開設するとともに、多言語で表示する案内板等の設置を観光施設管理者と協議しながら進める。
- 「お茶の京都」づくりの取り組みや宇治茶の世界文化遺産登録をめざす活動等と連携した効果的な情報発信や、独自の取り組みを進める商店街等をPRする催し等に取り組む。

ウ 広域観光連携事業の推進とインバウンド対策の強化

- 山城地域の多様で広域に点在する観光資源を有効に活用した観光施策を推進するため、「お茶の京都」をはじめ歴史・文化・自然等、テーマごと、地域ごとに観光関係団体のニーズに合わせた、柔軟で機動的な連携体制による観光振興を進める。
- ホームページ等を活用した情報発信を通じて、山城地域の広域観光連携事業の活動PRや、国やエリアを絞ったインバウンド対応の強化を図る。

エ ご当地キャラを活用した地域の魅力の発信

- 山城各地のご当地キャラが力を合わせて京都を盛り上げる「京都応援きゃらくたあず(京きゃら)」の活動により、山城地域の様々な魅力を全国に発信し、ファンの拡大を図る。

このように、京都府においては、山城地域の広域的な観光の連携が推進されているところです。

(1) 歴史的・地理的特性

本市は、東は宇治田原町、西は八幡市・京田辺市、南は井手町、北は宇治市・久御山町とそれぞれ接しており、周辺市町とともに、京都府南部地域の南山城地区に存し、その中心に位置しています。京都と奈良のほぼ中間に位置することから、「五里五里の里」として、親しまれています。

歴史的特性として、本市は近世の農村集落から、昭和26年4月に久津川、寺田、富野荘および青谷の4ヶ村の合併を経て「久世郡城陽町」として誕生し、京都・大阪都市圏の影響を受けながら住宅都市として発展し、昭和47年5月の市制施行により「城陽市」となり現在に至っています。北部の久津川周辺には、久津川古墳群をはじめとする古代の古墳や遺跡が数多く分布し、南部の長池周辺には江戸時代の大和街道の宿場町としての形態が残されています。また、京都と奈良の中間に位置する本市は交通の要衝として位置づけられてきました。

また、地理的特性は、鉄道としてJR奈良線と近鉄京都線が並行して市内をほぼ南北に縦断し、国道軸として、国道24号、国道307号、京奈和自動車道が存在します。

さらに、平成35年度には新名神高速道路「大津-城陽」間が供用開始され、新名神高速道路が全線開通されることにあわせ、ジャンクション・インターチェンジに直結する新市街地や東部丘陵地を中心に、商業・工業・流通機能をはじめとする多様な都市機能の集積が進みつつあります。

(2) 自然的特性

自然的特性として、本市の地形は、沖積層からなる西部の低地と、洪積層からなる東部の丘陵地、古生層からなる南東部の山地に分かれ、市域西側を木津川が北流しています。南東部から北西部にかけて低くなる地盤傾斜を示しており、変化に富んだ地形条件となっています。

また、気候は比較的温暖な瀬戸内式気候であり、加えて、豊富な地下水や豊かな緑が地域のうるおいある環境を創出しています。本市南部の青谷地域には、およそ20haの面積を誇る「青谷梅林」が広がり、毎年2月～3月にかけて梅が咲き誇り、訪れる多くの人々の目を楽しませています。また、京都の自然200選にも選ばれている「鴨谷の滝」等の周辺には、豊かな自然が多く残されています。市域西側には木津川が流れ、堤防は桜づつみとして整備され、また河川敷の茶畑は、平成27年度に京都府景観資産登録地区に登録され、さらに、「流れ橋と両岸上津屋・浜台の「浜茶」」が「日本茶800年の歴史散歩」のひとつとして日本遺産に認定されました。

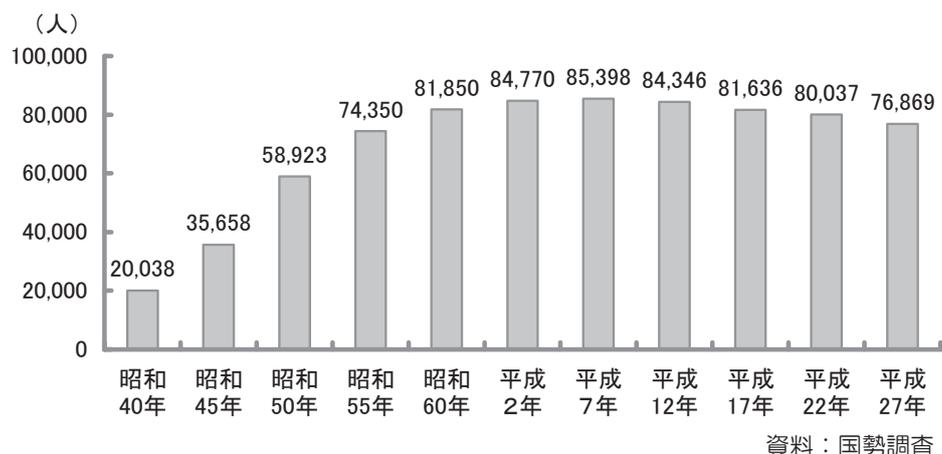
また、市街地と東部の丘陵地の間に位置する鴻ノ巣山は、桜やツツジなど植物の宝庫となっているほか、緑豊かな自然と小鳥のさえずりが満喫できる市民の憩い^{てんちや}と散策の場となっています。そのほか、自然環境に恵まれた本市には、梅、花しょうぶ、碾茶、イチジク、寺田いもなど多くの特産物があります。

(3) 人口の推移

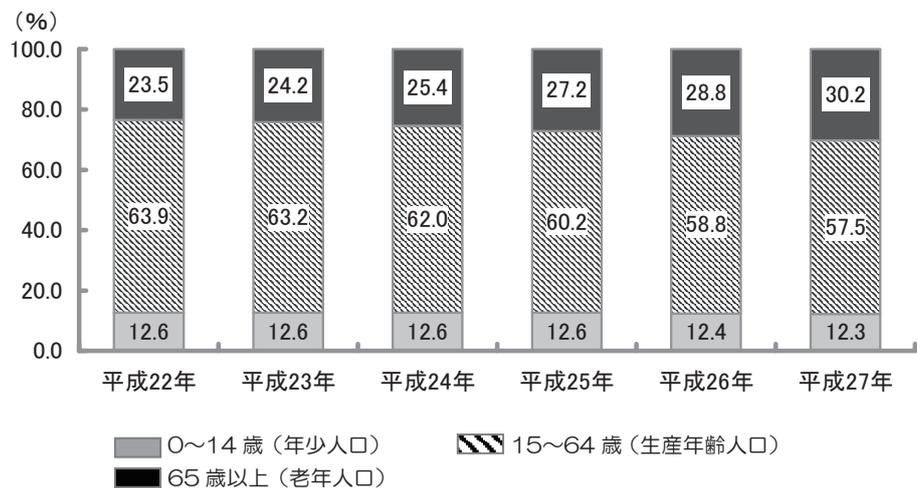
本市の人口は、平成27年には7万6,869人と、8万人を下回っています。

年齢3区分別構成比をみると、平成27年における年少人口割合は12.3%となっている一方、老年人口割合は30.2%と急激に増加していることから、本市においても少子高齢化が進行しており、またこの傾向は今後も続くものと予想されます。

【 図-8 人口の推移 】



【 図-9 年齢3区分別構成比の推移 】

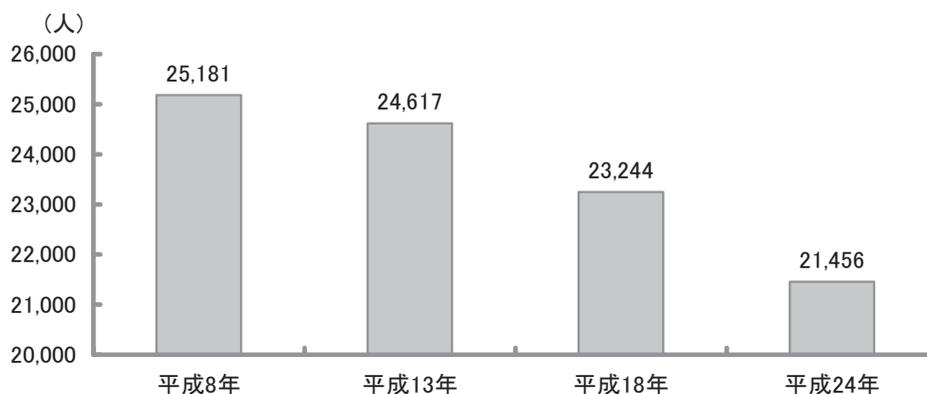


(4) 産業の推移

市内事業所の従業者数は、年々減少しており、平成24年には2万1,456人と、平成8年に比べて約3,700人、割合で約15%減少しています。また、市内の卸売・小売業の年間商品販売額は減少傾向にあり、平成11年から平成26年の15年間で約400億円減少しています。

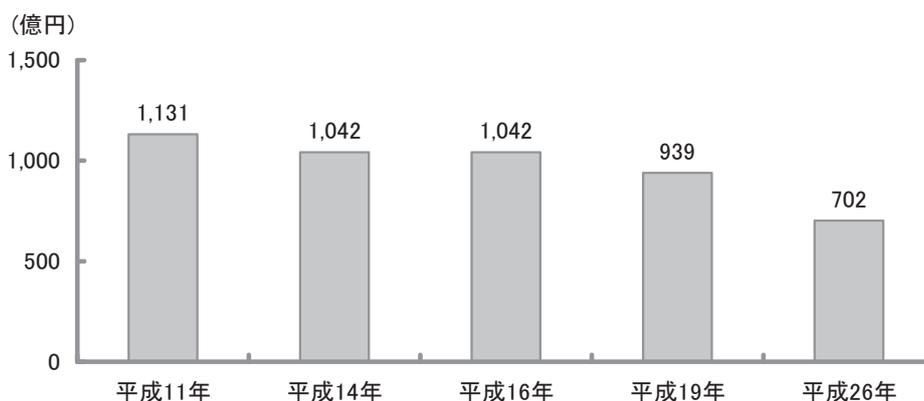
今後は、本市で行われている久世荒内・寺田塚本地区土地区画整理事業や京都山城白坂テクノパーク、新名神高速道路の整備に併せて進めている東部丘陵地整備事業などにより、雇用の増加等が見込まれます。

【 図-10 事業所の従業者数の推移（全産業） 】



資料：平成18年までは事業所・企業統計調査
平成24年は経済センサス-活動調査

【 図-11 年間商品販売額の推移（卸売・小売業） 】



資料：商業統計調査

(5) 交通の状況

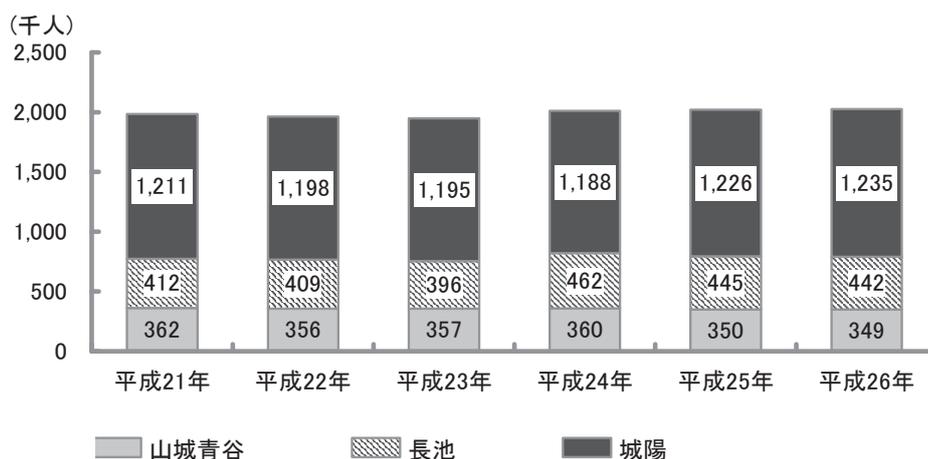
① 鉄道

本市の主要交通機関としては、JR奈良線と近鉄京都線があります。JR、近鉄ともに京都駅まで、所要時間は約30分です。JR奈良線の市内の駅には「城陽駅」「長池駅」「山城青谷駅」が、近鉄京都線の市内の駅には「久津川駅」「寺田駅」「富野荘駅」があります。

JRの乗客数は、平成23年以降は微増傾向にあり、平成26年は202万6千人となっています。逆に、近鉄は平成21年の473万7千人から平成26年は432万人と減少しています。

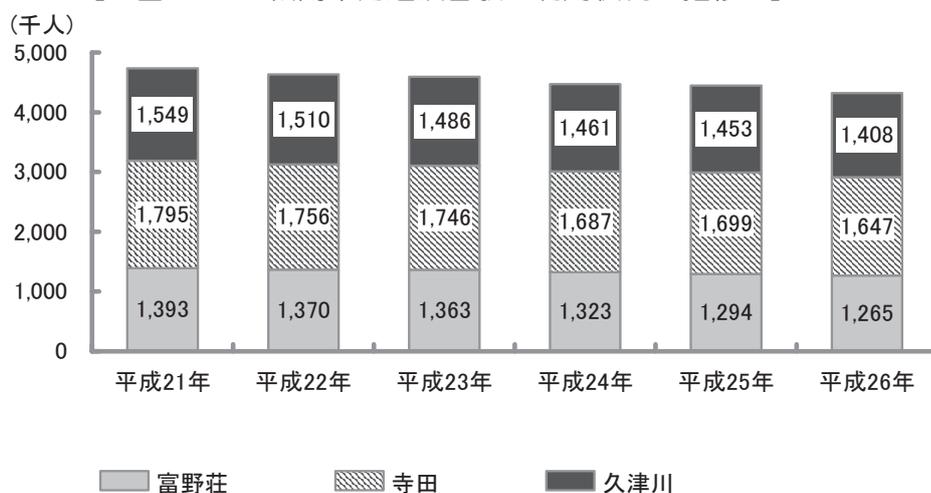
全体の乗客数は、平成21年の672万2千人に対し、平成26年は634万6千人と減少しています。

【 図-12 城陽市内JR各駅の利用状況の推移 】



資料：城陽市統計書

【 図-13 城陽市内近鉄各駅の利用状況の推移 】



資料：城陽市統計書

② 道路

本市の南西部には、京奈和自動車道の始点があり、国道24号は本市中央部を南北に通過、さらに国道307号は南部を東西に通過しているなど、広域的な交通条件に恵まれています。

また、平成29年春には新名神高速道路「城陽―八幡」間が開通し、平成35年度に新名神高速道路「大津―城陽」間が開通すると、新名神高速道路の全線開通となります。



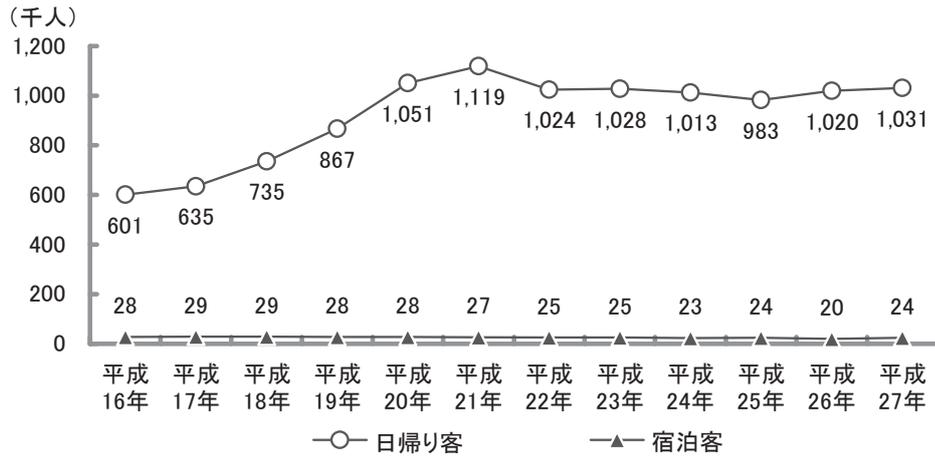
●新名神高速道路 城陽―八幡間

(6) 観光入込客の推移

① 観光客の推移

本市の観光客は、平成16年から平成27年までに、約40万人増加しており、平成27年には103万1千人となっております。また、宿泊客について、平成27年は2万4千人となっております。

【 図-14 観光客の推移 】



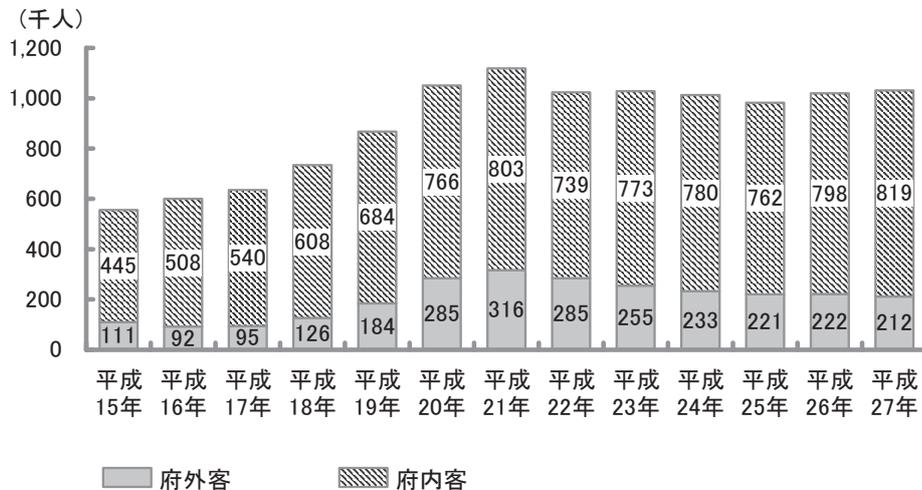
資料：京都府観光入込客調査

② 観光客の府内外客の推移

本市を訪れる観光客は、府内客に比べて府外客が少なくなっています。

府内客と府外客の割合をみると、府外客の割合は約2割となっております。観光客のほとんどが府内客となっております。

【 図-15 観光客の府内外客の推移 】



資料：京都府観光入込客調査

③ 観光消費額の推移

観光消費額は、平成19年以降は20億円弱で推移しており、平成27年は、平成15年と比べると2億円増加しています。

【 図-16 観光消費額の推移 】

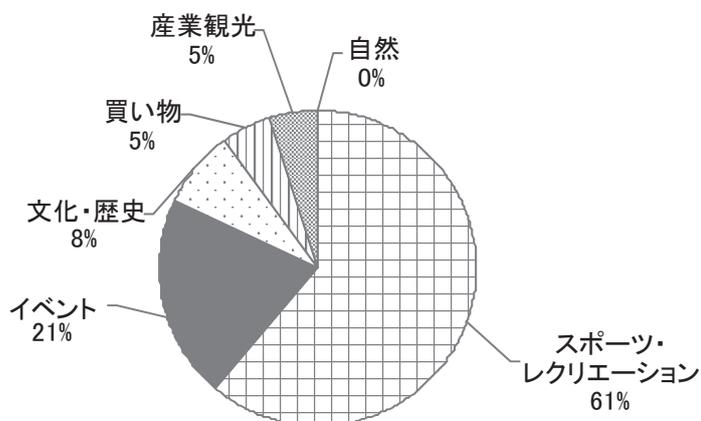


資料：京都府観光入込客調査

④ 平成27年の城陽市観光客の割合

本市の平成27年の分類別観光客数の割合は、「スポーツ・レクリエーション」、「イベント」、「文化・歴史」の順に年間来場者が多くなっています。「スポーツ・レクリエーション」では、鴻ノ巣山運動公園レクリエーションゾーン、「イベント」は、TWINKLE JOYO、「文化・歴史」は文化パルク城陽（プラムホール、ふれあいホール等）が多く、市を訪れる観光としては、スポーツ・レクリエーションとイベントで8割以上となっています。

【 図-17 観光客の割合（分類別）（平成27年） 】



(7) 城陽市の観光における現状と課題

《現状》

本市の観光は、第1次観光振興計画の重点施策に位置づけられている「梅の郷青谷づくり」や、京都における代表的イルミネーションイベントに成長した「TWINKLE JOYO」、さらには観光協会の組織機能の強化の3つを核として、観光振興の以下の4つの基本方針を観光振興の柱として取り組んできました。

① 歴史・文化・伝統を活かした魅力あふれるまちづくり

城陽市観光案内ボランティアクラブによる歴史・文化等を活かしたウォークを開催し、史跡めぐり等の充実による魅力づくりを進めてきました。

また、TWINKLE JOYOは平成14年度に7万球だったイルミ球が、平成28年度には70万球となり、約20万人の来場者を迎える、京都を代表する魅力ある観光資源になっています。

② 豊かな自然と特産物を味わえるまちづくり

本市を代表する自然資源である青谷梅林等、ボランティアの協力のもと、梅の郷青谷づくりの振興に取り組んでいます。

特産品のPRとして、青谷の梅（城州白）、イチジク等市内外で販売を行い、城陽産梅酒の海外販路拡大販売事業や、城州白を使ったスイーツコンテストの実施を行いました。

また、平成25年度には、城陽市の特産品であるイチジクをモチーフにしたゆるキャラ「じょうりんちゃん」が誕生し、PRに力を入れ観光振興を進めています。

③ おもてなしの心がひろがるまちづくり

観光案内ボランティアクラブによるガイド、史跡等をめぐるウォーク等充実を図っています。また、各イベント時において臨時的な駐車場や案内板を設置し、おもてなしの充実に努めています。また、観光協会も平成29年4月に近鉄寺田駅前へ移転し、総合観光案内、情報発信、市民・関連団体との連携・協働活動の拡充により、本市観光振興の中核的な役割を担っています。

④ 行ってみたいまち、五里のふるさとづくり

「梅の郷青谷おもしろやましろガイドブック」の作成や「城陽日和」の年2回発行、日本一の碾茶と「お茶の京都」事業に合わせた「京都城陽 てんちゃ」の発行などにより、地域の魅力をガイドブックや広報紙等で戦略的に発信しています。

《課題》

平成21年度の観光振興計画策定からこの間、大規模なインフラ整備など、まちは大きく変化してきました。

また、本市内外における社会・経済情勢の変化や、平成27年度城陽未来まちづくり会議での意見、市内外の団体へのヒアリング調査、第2次城陽市観光振興計画検討会での意見などから、これからの本市の観光の課題が浮き彫りになってきました。

① 新たなインフラ整備による観光拠点整備

新名神高速道路の全線開通、JR奈良線の複線化・高速化、東部丘陵地の整備や区画整理事業などを契機として、本市が通過交通にならないよう、広域的に多くの集客が図れる魅力ある拠点施設の整備が必要です。

また、観光客が泊まれる宿泊施設の検討も必要です。

② おもてなし意識の向上

イベントにおいて、駐車場（特に大型バスの駐車場）の設置やトイレなどの来訪者に優しい環境整備が必要です。

また、英語表記を含むサインの充実など、インバウンド対策に向けての検討が必要です。



●平成27年度城陽未来まちづくり会議

③ 観光情報の発信強化

市では様々な事業やイベントを行っていますが、市内だけでなく、市外の方々にも情報が行き届くよう、SNSやマスメディア等の活用等、広域的な情報発信・PRが必要です。

④ 観光に関する市民意識の醸成

観光地、イベントの認知度を上げることに加え、観光に対する市民意識の醸成が必要です。

また、地域住民と協働し、地域一丸となった観光地域づくりが必要です。

⑤ 特産物を活かした地域の活性化

本市には青谷の梅、碾茶、イチジク、寺田いもなどの美味しい特産物が多数あります。その知名度の向上や、お土産品のさらなる展開やPRが必要です。

また、市内外の観光客が買って帰りたいお土産品の開発やPRが必要です。



●あらす観光いも掘り農園

1 計画の基本理念

観光は魅力づくり

観光の目的は十人十色です。自然や歴史、文化を体感したり、名所や旧跡を巡る観光だけでなく、広義には、ショッピングやスポーツを楽しんだり、観劇・観戦も観光と言えます。

そのまちを訪れるにあたって、目的を定めて綿密な計画を立て、準備万端で訪れるケースもあれば、単に通り過ぎるだけのつもりで、そのまちを訪れたというケースもあるかもしれません。

些細なきっかけで訪れたはずが、まちのすばらしさに魅入られて、二度三度と訪れる回数が増えるうちに、更なる新たな発見に喜びを見出すケースもあるでしょう。

そうして見出された魅力は、まちの風物だけでなく、人のぬくもりに触れる機会を醸成し、いつか住んでみたくなるまちへと繋がることもあるかもしれません。

観光に対する変化

近年、国内にあっては全国に高速道路網が整備され、スマートインターチェンジの急速な普及は、身近な場所から高速道路を利用できる環境を作り、自動車での移動をより快適なものにしました。大型輸送網としての鉄道網は、日本全国を結ぶ新幹線整備など、より早く、より多くの人を目的地へ輸送できるよう、進歩を続けているところです。

このような状況にあって、ライフスタイルの多様化や余暇時間の増大などを背景に、観光に対するニーズは、これまでの名所旧跡を見るだけの非日常型の観光から、地域の自然や歴史、文化を体験し、そこに息づく人々とも触れ合えるような魅力を求める観光へと変化してきています。

また、おもてなしの和の心が息づく、安全で快適な日本という国に対する憧憬が、これまでにない多くのインバウンドに繋がっています。これを考慮することも、重要な視点となっています。

おもてなしの心

観光客を惹きつける、すばらしいコンテンツに恵まれていても、訪れた人が心地よく、ひと時を過ごしていただける快適な環境が整っていなければ、その魅力はたちまち失われ、二度と訪れられることのない場所となってしまいます。訪問者はその場所での魅力あふれる体験を求めておられるのであり、環境が整っていることは当然のこと、それを凌駕するほどの快適さを演出することが、何度も訪れたい場所につながります。

魅力を伝える発信力

現在、わが国には、史跡名勝天然記念物だけでも3千を超える数があります。全国各地には、それだけ多くの魅力に満ち溢れています。そのような中で、他に引けをとらない、オンリーワンの魅力を見出し、さらにその魅力を、あらゆる手段を用いて最大限に発信することが訪問者の琴線に触れることとなります。

これまでの城陽市の観光

市はこれまで、市民参加型の観光振興の推進を掲げ、平成14年3月に観光協会が設立され、新たな市の魅力の創出に、多くの市民の協力のもと、取り組んでこられました。

このような取り組みを背景に、平成21年6月に、市の観光資源・地域資源の実情を踏まえ、これらの資源を最大限に活用して「“五里のふるさと”ふれあいを楽しむまち城陽」を市民、民間、行政と観光協会が共に育てていくことを基本理念に、「第1次城陽市観光振興計画」を策定しました。

第1次計画の実績としては、近畿の名勝地であった青谷梅林と青谷地域の自然を活かし、地域の発展に資する事業として3つの部会を設置し、荒廃梅林の景観維持、自然を活かした環境整備と散策道整備、ガイドブック作成、観光ツアーの企画開催、特産品開発と販路拡大など、市民ボランティア活動に取り組んでいただき、魅力の創出に尽力いただいています。

また、光のページェント TWINKLE JOYOは、観光協会が設立時から作り上げられ、7万球からスタートしたこのイベントも、今や70万球にまで拡大し、京都を代表する冬の風物詩として、市内外から20万人の来場者が訪れる魅力あふれる事業になったところです。

そして平成28年度に設立15周年を迎える観光協会は、観光を通じて市の魅力を広め、活性化を図る活動を続けられており、総合観光案内、情報発信、市民・関連団体との連携・協働活動の拡充により、市の観光振興の中核的な役割を担われています。

これからの城陽市の観光（将来像）

平成29年春には新名神高速道路「城陽―八幡」間が開通し、いよいよ、城陽が全国の高速度道路網と直結します。また、平成35年度に新名神高速道路「大津―城陽」間が開通すると、新名神高速道路の全線開通となり、これまでの京都と奈良の中間「五里五里のまち」としてだけでなく、名古屋圏や大阪・神戸、関西国際空港からも、直接市へ訪れることが可能となり、全国に繋がるクロスポイントとなります。江戸時代に宿場町として栄えた長池から、悠久の時を経て、今再び近畿圏域の交通の要衝となるのです。

これからの城陽は、わざわざ「行ってみたい」「訪れてみたい」まちではなく、どこへ行くにも「通らざるを得ない」まちに変貌を遂げます。この絶好の機会は、市にとって、千載一遇のチャンスであると同時に、裏を返せば単に通過されるだけのまちになる可能性も大いに孕んでいます。単なる通過交通にならないための「仕掛けづくり」と「魅力の創出」はこれからの市の観光を考える上での最重要課題であり、また、貴重な観光資源を活用して、産業を活性化させ、地域の稼ぐ力を創出することを目標に、これまでの様々なコンテンツを更に

育み、既存の魅力を高める取り組みは当然ながら、市民の観光への意識や誇りを醸成し、これまでになかった新たな魅力を、観光面から創出する必要があります。

そこで第2次観光振興計画の基本理念は、【～大交流のステージへ～ 立ち寄りたくなるまち・城陽】とします。

【基本理念】

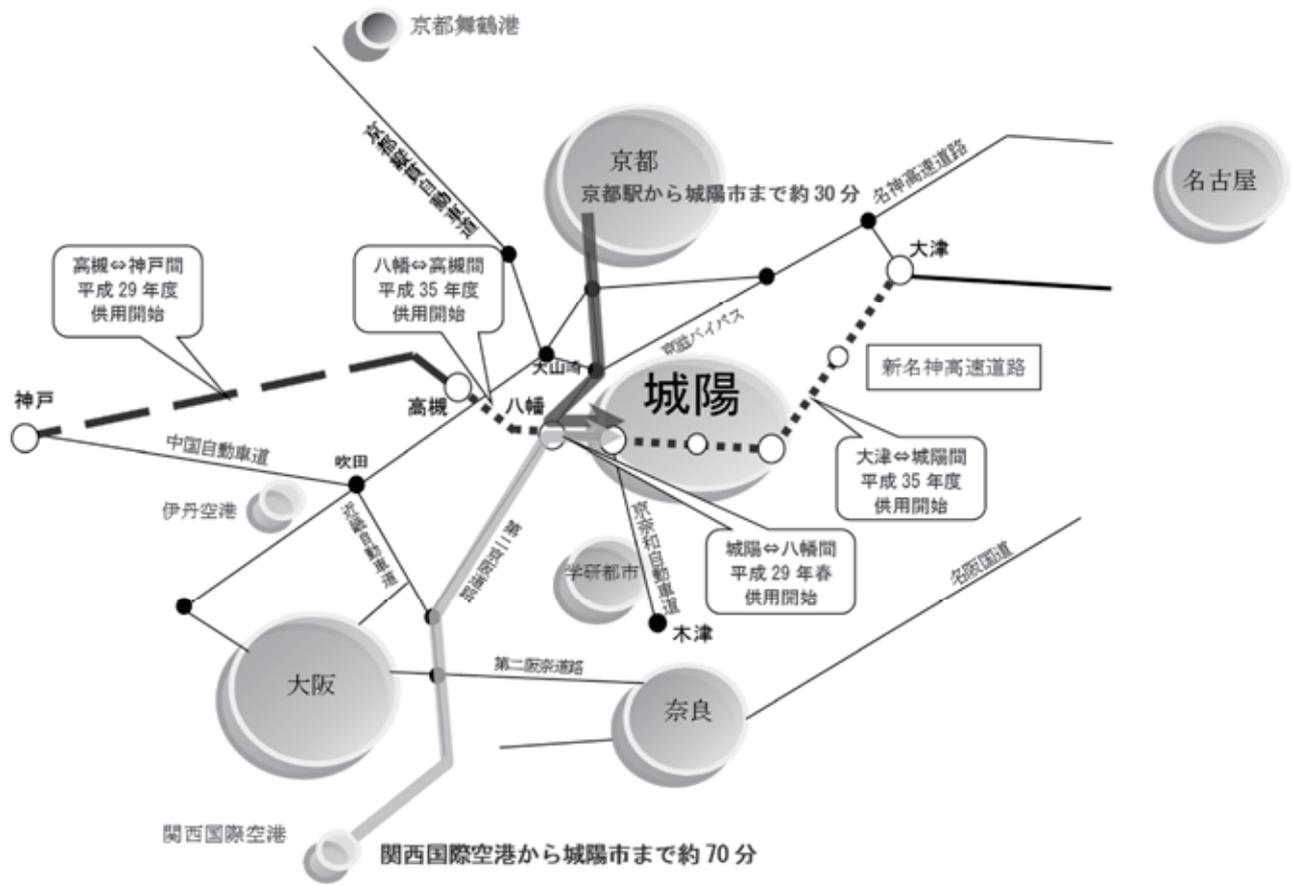
～大交流のステージへ～ 立ち寄りたくなるまち・城陽

(コンセプト)

「大交流のステージへ」は、新名神高速道路の開通、JR奈良線の複線化・高速化、東部丘陵地の整備などにより、多くの人々が城陽を訪れることで、これまでになかった多くの交流人口が集うまちへと変貌を遂げることを表現しています。

「立ち寄りたくなるまち」は、そのようなまちの変化に対して、機会を逃すことなく、ただ通り過ぎるだけのまちにならないよう、観光客をもてなす環境づくり、胸躍らせる体験・体感ができる観光資源の活用、新たな魅力的な商品の開発、広域での観光連携などに取り組むとともに、積極的に地域における観光を盛り上げる人材を育むことで、城陽の魅力を発信し、立ち寄っていただけるまちを目指すことを表現したものです。

高速道路ネットワーク図



計画の基本コンセプト

計画の基本コンセプトとしては、観光に訪れる人がより深く本市に関わりを持っていただけるようなまちを目指し、おもてなしの心と魅力の発信に努めることとします。

● 観光の深度

全国からの立ち寄りどころのまち

- 魅力あふれるほかでは手に入らない地場産品
 - > 城州白、いちじく、碾茶・抹茶、寺田いも
 - > ここにしかない魅惑の新商品
- 全国発信の集客コンテンツ
 - > 春の訪れを求めて～青谷梅林
 - > 手作りの温もりが聖夜を彩る～TWINKLE JOYO
 - > 大型商業施設の誘致
 - > 道の駅の建設
 - > お茶の京都事業

何度も訪れたいくなるまち

- おもてなしの心でつくるエコミュージアム構想
- 自然・文化・歴史遺産
 - > 歴史が香る古墳群
 - > 名水が紡ぐ伝統産業
 - > 山城一帯での広域観光
 - > 一服の清涼剤～鴨谷の滝
- サンガホームタウンのまち

住んでみたいくなるまち

- お出かけにちょうどよい生活環境
 - > 京へ五里、奈良へ五里
 - > 手ごろな居住空間と安定の雇用環境
- 子育てにやさしいまち
- and more…

● おもてなしの心

- 遠方より訪れる方への快適な環境づくり
 - > 大型バスも収容できる駐車場整備
 - > 立ち寄る人の心に残る美しいトイレ環境
 - > 京都へ奈良へ大阪へ滋賀へ
 - …どこへでも繋がる旅のお宿の提供

● 魅力発信の姿勢

- 全国に繋がる高速道路網を活用した発信
- 鉄道網を活用した発信
- 金融機関との包括連携を活用した発信
- SNSやYouTubeなどを活用した発信

2 交流人口の増加を目指す4つの戦略

本計画の基本理念において、交流人口の増加を目指すための4つの戦略を定め、この戦略のもと、事業を展開していきます。

戦略1 大きなアドバンテージを活かした観光客の呼び込み

新名神高速道路の開通、JR奈良線の複線化・高速化、東部丘陵地の整備などを契機に、集客施設の誘致や新たな観光スポットなど、拠点整備の検討を行います。

また、この大きなアドバンテージを活かし、近隣市町と連携した新たな広域観光ルートの設定など、山城地域の魅力を高める広域観光の連携強化を図ります。

戦略2 「ちょうどよい五里の立ち寄りどころ・城陽」のおもてなし

通過交通にならないための魅力あふれる立ち寄りどころを創出し、トイレや休憩所、インバウンドを意識した案内標識の整備など、快適な環境で観光客に満足してもらえる取り組みを図ります。

また、SNSやマスメディアを活かした取り組みを積極的に実施し、立ち寄りたくなる仕掛けづくりと魅力を発信します。

戦略3 これまでの観光をさらに育み、高める取り組み

市内の魅力ある観光資源を再認識し、磨き、育み、高める取り組みとして、エコミュージアムなどを推進し、観光資源を有効に活用します。

また、観光における人材を育てるため、地域人材づくりを図り、観光への意識を高める取り組みを図ります。

戦略4 新たな魅力づくり

立ち寄りたくなる心くすぐる新たな魅力を発信するため、梅、イチジク、お茶、寺田いも等を近畿圏外や首都圏へPR販売を実施します。

また、商品開発・販売拡大に向け、地場特産物によるコンテストを実施し、お土産品の開発に向けた取り組みを実施するとともに、食や自然、歴史・文化、産業など、本市の特性や強みを活かした体験型観光などを検討し、旅行業者によるツアー造成に向けた取り組みを図ります。

3 戦略の基本的な展開

交流人口の増加

- ・新名神高速道路の開通
- ・大型商業施設の誘致

新名神高速道路という新たなインフラを活用し、買い物観光拠点の整備としての大型商業施設の立地による買い物観光客（交流人口）の増加を図ります。これらの大きなインパクトをもとに、城陽の観光施策を展開していきます。



観光客をもてなす
環境づくり

新名神高速道路の開通は、多くの交流人口を呼びます。観光客にまた訪れたいまちとして感じてもらえるような施策を展開します。



体験・体感による
観光資源の活用

さらなるまちの魅力向上へ、既存の観光資源の魅力は勿論、体験体感できる資源の活用により城陽に滞在する仕組みを展開します。



地元特産物の
商品開発

日本一の特産や地場特産物を用いた自慢できる、喜んでもらえる名物商品開発に向け、事業者と一体となった施策を展開します。

4 基本理念の達成に向けた数値目標

本計画の基本理念を実現するための数値目標を掲げ、目標の達成に向けて、取り組むこととします。

◎第2次観光振興計画における数値目標

平成31年度
観光入込客数 120万人（山背五里五里のまち 創生総合戦略目標値）
観光消費額 20億円

平成38年度
観光入込客数 123万人
観光消費額 21億円

※大型商業施設等、インフラ整備による数値を除く。



●多くの来場者が訪れる京都市陽山背彩りの市

第4章

観光振興の推進に向けた施策とアクションプラン

1 第2次観光振興計画一覧

新名神高速道路の開通、JR奈良線の複線化・高速化、東部丘陵地の整備といった大きなアドバンテージを最大限に活用し、大型商業施設を立地することにより、買い物を目的とした観光客が大幅に増大し、交流人口の増加が見込まれます。これまでにない大交流の機会を逃すことなく、次の事業を展開します。

	戦略	アクションプラン	事業名
1	戦略1 大きなアドバンテージを活かした観光客の呼び込み	1 新たなインフラを活用した取り組み（重点施策）	(1) 買い物観光拠点の整備
2			(2) 観光拠点を活かした取り組み
3			(3) 宿泊機能の充実
4		2 広域観光の連携強化（重点施策）	(1) お茶の京都事業への積極的な参画
5			(2) 広域観光事業への参加
6			3 自然を活かした拠点整備
7	戦略2 「ちょうどよい五里の立ち寄りどころ・城陽」のおもてなし	1 観光客をもてなす環境づくり（重点施策）	(1) 来訪者に優しい環境整備
8			(2) インバウンドを意識した観光整備
9			(3) 鉄道網を活かした取り組み
10		2 ITやマスメディアを活用した観光客へのサービスの充実	(1) SNSやマスメディアを活かした取り組み
11		3 様々な観光客が効率的に情報取得できる情報提供方策の検討	(1) 観光情報ガイドブックの発行
12	戦略3 これまでの観光をさらに育み、高める取り組み	1 市内の魅力再発見（重点施策）	(1) 鴻ノ巣山散策道の充実
13			(2) TWINKLE JOYOの魅力向上
14			(3) サンガタウン城陽のPR
15			(4) 文化パルク城陽の活用
16			(5) 山背古道事業への取り組み
17			(6) 梅の郷青谷づくりの拡充
18			(7) 観光資源の再発見
19			(8) エコミュージアムの推進
20	2 地域人材づくり（重点施策）	(1) 地域観光人材づくりへの取り組み	
21	戦略4 新たな魅力づくり	1 特産品を活かした地域の活性化（重点施策）	(1) 日本一の金銀系を活かした取り組み
22			(2) 城州白などの地場特産品を活かした商品開発・販路拡大
23		2 旅行者等との連携事業の展開	(1) 新たな観光ツアーの造成

2 事業内容別一覧

番号	事業名	事業内容
戦略1-1-(1)	買い物観光拠点の整備	① 大型商業施設立地 ② 他の交通インフラ整備と併せ、拠点整備の検討
戦略1-1-(2)	観光拠点を活かした取り組み	① 大型商業施設の造成に併せた、市内周遊旅行商品（ツアー）の開発
戦略1-1-(3)	宿泊機能の充実	① 観光協会HPやSNS等でPRを実施 ② 新たな宿泊施設の造成に向けた検討
戦略1-2-(1)	お茶の京都事業への積極的な参画	① お茶の京都事業での連携した各種取り組みに参画 ② 日本遺産やお茶の京都事業と合わせた、木津川河川敷サイクリングコースをPR
戦略1-2-(2)	広域観光事業への参加	① 新名神高速道路の開通による交通の要衝というスケールメリットを活かした広域観光施策への積極的な参加
戦略1-3-(1)	道の駅の造成検討	① 道の駅の設置に向け、インフラ整備や交通状況を踏まえ、造成を検討
戦略2-1-(1)	来訪者に優しい環境整備	① 市内事業者によるおもてなしの検討 ② 新名神高速道路を活かした大型駐車場の造成検討 ③ トイレ、休憩所や駐車場の設置検討
戦略2-1-(2)	インバウンドを意識した観光整備	① イベントや観光地に英語表記も含めたサインの設置 ② 英語表記の観光マップや観光PR冊子の作成
戦略2-1-(3)	鉄道網を活かした取り組み	① 市内のJR、近鉄の駅や、京都駅等広域的にイベントの周知ポスター、チラシを設置
戦略2-2-(1)	SNSやマスメディアを活かした取り組み	① SNS、テレビ、ラジオ等のメディアを積極的に活用し、様々なイベントを広域的にPR ② 共通のアカウントを作成し、更新頻度を向上させる仕組みを検討
戦略2-3-(1)	観光情報ガイドブックの発行	① 既存の観光マップの刷新や市の観光PR冊子の作成 ② テーマごとの各種パンフレット・ガイドブックの作成
戦略3-1-(1)	鴻ノ巣山散策道の充実	① 継続的な維持管理の実施 ② 健康増進のための空間としてPRを実施
戦略3-1-(2)	TWINKLE JOYOの魅力向上	① 新名神高速道路の開通に併せた広域的なPR ② TWINKLE JOYOを含むバスツアーの実施
戦略3-1-(3)	サンガタウン城陽のPR	① 市内のイベントに選手と交流できる機会を創出 ② フットサルコートの利用促進等の周知
戦略3-1-(4)	文化パーク城陽の活用	① 新名神高速道路開通に伴う広域道路網を活かし、イベント等での活用を促すPR活動の実施
戦略3-1-(5)	山背古道事業への取り組み	① 幅広い世代に山背古道をPR ② 健康増進の視点から、ウォークイベントの継続実施
戦略3-1-(6)	梅の郷青谷づくりの拡充	① 青谷梅林の復興と青谷地域の自然を活かした散策道の整備
戦略3-1-(7)	観光資源の再発見	① 金融機関との包括協定を活かしたPRの実施
戦略3-1-(8)	エコミュージアムの推進	① 地域に根ざす歴史や文化、芸術などの掘り起こしとストーリー化 ② 地域資源を結ぶルート（ディスカバリートレイル）の設定 ③ 散策会、体験・探検ツアー等の実施 ④ 市内外へのPR活動
戦略3-2-(1)	地域観光人材づくりへの取り組み	① 観光への意識を高める地域観光人材づくりの実施
戦略4-1-(1)	日本一の金銀系を活かした取り組み	① 金銀系を用いた製品の販売場所の増加を図る
戦略4-1-(2)	城州白などの地場特産物を活かした商品開発・販路拡大	① 市内はもとより、近畿圏外や首都圏にて、地場特産物のPRや販売を実施 ② 新商品の開発を推進するため、コンテスト等の実施検討 ③ お土産品を開発
戦略4-2-(1)	新たな観光ツアーの造成	① 旅行者とのツアー検討・実施 ② 市内で体験・体感できる事業の推進や、一般的には体験できない特別感のあるツアーの展開検討（長期）

3 戦略別事業内容

戦略1 大きなアドバンテージを活かした観光客の呼び込み

アクションプラン1 新たなインフラを活用した取り組み

重点施策

大型商業施設を訪れる買い物観光客を、大型商業施設に訪れるだけにならないよう、市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 買い物観光拠点の整備
事業内容	①大型商業施設立地（長期） ②他の交通インフラ整備と併せ、拠点整備の検討（長期）
主なターゲット	市外若年層
平成38年度 目標値	大型商業施設による観光客の増大

事業名	(2) 観光拠点を活かした取り組み
事業内容	①大型商業施設の造成に併せた、市内周遊旅行商品（ツアー）の開発（長期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層
平成38年度 目標値	観光入込客数 1,200人 観光消費額 200万円

事業名	(3) 宿泊機能の充実
事業内容	①観光協会HPやSNS等でPRを実施（短期） ②新たな宿泊施設の造成に向けた検討（長期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	観光消費額 1億1千万円

アクションプラン2 広域観光の連携強化

重点施策

城陽から近隣市町村へ。様々な広域観光コンテンツへとつながる山城観光ハブ拠点となることを目指します。

事業名	(1) お茶の京都事業への積極的な参画
事業内容	①お茶の京都事業での連携した各種取り組みに参画（短期） ②日本遺産やお茶の京都事業と合わせた、木津川河川敷サイクリングコースをPR（短期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 2,000人 観光消費額 330万円

事業名	(2) 広域観光事業への参加
事業内容	①新名神高速道路の開通による交通の要衝というスケールメリットを活かした広域観光施策への積極的な参加（中期）
主なターゲット	市外中高年層
平成38年度 目標値	広域観光事業に参画

アクションプラン3 自然を活かした拠点整備

近畿の中心「城陽」に、道の駅の設置を検討し、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 道の駅の造成検討
事業内容	①道の駅の設置に向け、インフラ整備や交通状況を踏まえ、造成を検討（長期）
主なターゲット	市外中高年者層
平成38年度 目標値	道の駅の造成整備

戦略2 「ちょうどよい五里の立ち寄りどころ・城陽」のおもてなし

アクションプラン1 観光客をもてなす環境づくり

重点施策

大交流のステージにふさわしい、快適なおもてなしの環境をつくることにより、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 来訪者に優しい環境整備
事業内容	①市内事業者によるおもてなしの検討(中期) ②新名神高速道路を活かした大型駐車場の造成検討(長期) ③トイレ、休憩所や駐車場の設置検討(長期)
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	恒常的な大型駐車場、トイレや休憩所の設置

事業名	(2) インバウンドを意識した観光整備
事業内容	①イベントや観光地に英語表記も含めたサインの設置(中期) ②英語表記の観光マップやPR冊子の作成(中期)
主なターゲット	インバウンド
平成38年度 目標値	英語表記の観光マップ・PR冊子の完成 英語表記も含めたサインの設置

事業名	(3) 鉄道網を活かした取り組み
事業内容	①市内のJR、近鉄の駅や、京都駅等広域的にイベントの周知ポスター、チラシを設置(短期)
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	イベントのチラシ・ポスターの設置 市内6駅周辺の歴史や文化資源などの特色を活かした観光集客の方策を検討

アクションプラン2 ITやマスメディアを活用した観光客へのサービスの充実

若い世代にも城陽の魅力発信を。スマートフォンやタブレットからでも満足する情報を流し、城陽の知名度のさらなる向上により、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) SNSやマスメディアを活かした取り組み
事業内容	① SNS、テレビ、ラジオ等のメディアを積極的に活用し、様々なイベントを広域的にPR（短期） ② 共通のアカウントを作成し、更新頻度を向上させる仕組みを検討（中期）
主なターゲット	市外若年層
平成38年度目標値	毎日更新される情報ツールの確立

アクションプラン3 様々な観光客が効率的に情報取得できる情報提供方策の検討

分野別の情報発信により、老若男女、様々な方が満足する観光マップやガイドブックの作成により観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 観光情報ガイドブックの発行
事業内容	① 既存の観光マップの刷新や観光PR冊子の作成（中期） ② テーマごとの各種パンフレット・ガイドブックの作成（中期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層
平成38年度目標値	テーマ別の紹介マップ等の完成

戦略3 これまでの観光をさらに育み、高める取り組み

アクションプラン1 市内の魅力再発見

重点施策

地域資源を積極的に発掘し、魅力を付加する取り組みや、体験・体感できる事業の推進により、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 鴻ノ巣山散策道の充実
具体策	①継続的な維持管理の実施（短期） ②健康増進のための空間としてPRを実施（短期）
主なターゲット	市内高齢者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 23,500人

事業名	(2) TWINKLE JOYOの魅力向上
事業内容	①新名神高速道路の開通に併せた広域的なPR（中期） ②TWINKLE JOYOを含むバスツアーの実施（中期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 230,000人 観光消費額 2,300万円

事業名	(3) サンガタウン城陽のPR
事業内容	①市内のイベントに選手と交流できる機会を創出（短期） ②フットサルコートの利用促進等の周知（中期）
主なターゲット	市内若年層・中高年層
平成38年度 目標値	観光入込客数 26,000人

事業名	(4) 文化パーク城陽の活用
事業内容	①新名神高速道路開通に伴う広域道路網を活かし、イベント等での活用を促すPR活動の実施(中期)
主なターゲット	市内若年者・中高年層
平成38年度 目標値	観光入込客数 50,000人 観光消費額 6,800万円

事業名	(5) 山背古道事業への取り組み
事業内容	①幅広い世代に山背古道をPR(短期) ②健康増進の視点から、ウォークイベントの継続実施(短期)
主なターゲット	市内高齢者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 2,000人 観光消費額 300万円

事業名	(6) 梅の郷青谷づくりの拡充
事業内容	①青谷梅林の復興と青谷地域の自然を活かした散策道の整備(中期)
主なターゲット	市内中高年者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 30,000人 観光消費額 1,200万円

事業名	(7) 観光資源の再発見
事業内容	①金融機関との包括協定を活かしたPRの実施(短期)
主なターゲット	市内中高年者層
平成38年度 目標値	金融機関との包括協定を活かした取り組みの実施

事業名	(8) エコミュージアムの推進
事業内容	①地域に根ざす歴史や文化、芸術などの掘り起こしとストーリー化(中期) ②地域資源を結ぶルート(ディスカバリートレイル)の設定(中期) ③散策会、体験・探検ツアー等の実施(中期) ④市内外へのPR活動(中期)
主なターゲット	市内若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	観光入込客数 6,500人 観光消費額 1,100万円

アクションプラン2 地域人材づくり

重点施策

観光を地域とともに盛り上げ自慢のまちへ。観光をより意識し、よりPRする人材を育むことで、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 地域観光人材づくりへの取り組み
事業内容	①観光への意識を高める地域観光人材づくりの実施(短期)
主なターゲット	市内若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	観光施策や魅力を情報発信する中心的役割の人材確保

戦略4 新たな魅力づくり

アクションプラン1 特産品を活かした地域の活性化

重点施策

このまちにしかない逸品を、このまちで手に入れる。豊富な地場産品を活かし、市をかがやかせる名物を開発し、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 日本一の金銀系を活かした取り組み
事業内容	①金銀系を用いた製品の販売場所の増加を図る(中期)
主なターゲット	市外高齢者層
平成38年度目標値	市内金銀系製品販売店(お土産品販売店)の増加 販売専用HPの構築

事業名	(2) 城州白などの地場特産品を活かした商品開発・販路拡大
事業内容	①市内はもとより、近畿圏外や首都圏にて、地場特産品のPRや販売を実施(短期) ②新商品の開発を推進するため、コンテスト等の実施検討(短期) ③お土産品を開発(中期)
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度目標値	地場特産品を活用し、これまでにない新しい魅力的な商品の開発

アクションプラン2 旅行業者等との連携事業の展開

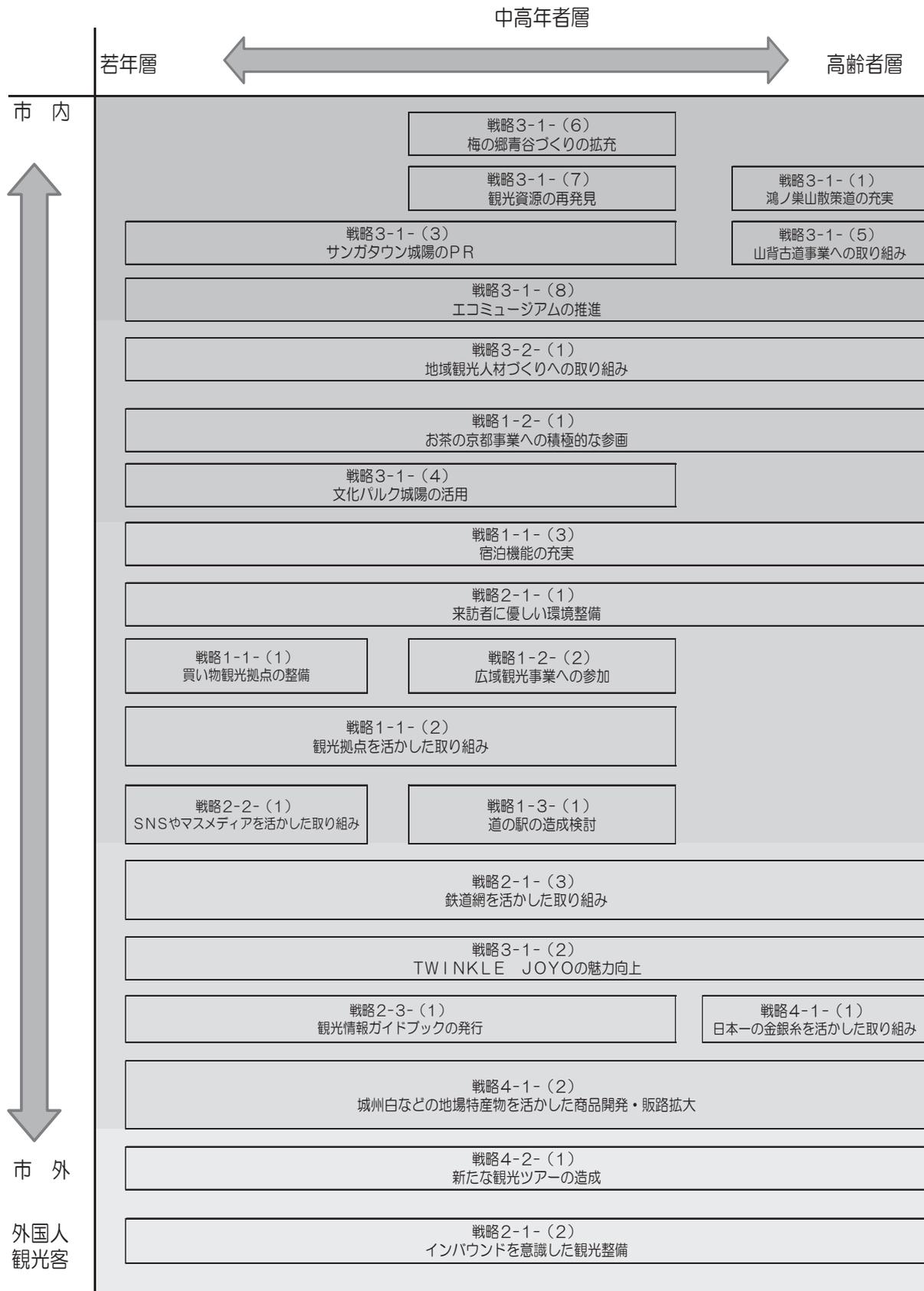
観光ツアーの造成へ。既存の資源や体験施設との連携、旅行業者との連携による特別感でもてなし、観光客を市内各所に呼び込むことを目指します。

事業名	(1) 新たな観光ツアーの造成
事業内容	①旅行業者とのツアー検討・実施（中期） ②胸躍らせる体験・体感ができる事業の推進や、一般的には体験できない特別感のあるツアーの展開検討（長期）
主なターゲット	市外若年層・中高年層・高齢者層
平成38年度 目標値	旅行業者とのツアー造成



●一般ではなかなか体験できない茶摘みの様子

4 アクションプランに示す事業別の主なターゲット層別一覧



5 アクションプランに示す事業内容別時系列（短期・中期・長期）

平成29年度～

短期	戦略3-2-(1)	① 観光への意識を高める地域観光人材づくりの実施
	戦略4-1-(2)	① 市内はもとより、近畿圏外や首都圏にて、地場特産物のPRや販売を実施
	戦略4-1-(2)	② 新商品の開発を推進するため、コンテスト等の実施検討
	戦略1-2-(1)	① お茶の京都事業での連携した各種取り組みに参画
	戦略1-2-(1)	② 日本遺産やお茶の京都事業とあわせ、木津川河川敷サイクリングコースをPR
	戦略3-1-(1)	① 継続的に維持管理を実施
	戦略3-1-(1)	② 健康増進のための空間としてPRを実施
	戦略3-1-(5)	① 幅広い世代に山背古道をPR
	戦略3-1-(5)	② 健康増進の視点から、ウォークイベントの継続実施
	戦略3-1-(3)	① 市内のイベントに選手と交流できる機会を創出
	戦略3-1-(7)	① 金融機関との包括協定を活かしたPRの実施
	戦略2-1-(3)	① 市内のJR、近鉄の駅や、京都駅等広域的にイベントの周知ポスター、チラシを設置
	戦略2-2-(1)	① SNS、テレビ、ラジオ等のメディアを積極的に活用し、様々なイベントを広域的にPR
	戦略1-1-(3)	① 観光協会HPやSNS等でPRを実施
中期	戦略2-1-(2)	② 英語表記の観光マップや観光PR冊子の作成
	戦略2-3-(1)	① 既存の観光マップの刷新や観光PR冊子の作成
	戦略2-3-(1)	② テーマごとの各種パンフレット・ガイドブックの作成
	戦略1-2-(2)	① 新名神高速道路の開通による交通の要衝というスケールメリットを活かした広域観光施策への積極的な参加
長期	戦略2-1-(2)	① イベントや観光地に英語表記も含めたサインの設置
	戦略4-1-(1)	① 金銀糸を用いた製品の販売場所の増加を図る
	戦略2-2-(1)	② 共通のアカウントを作成し、更新頻度を向上させる仕組みを検討
	戦略3-1-(6)	① 青谷梅林の復興と青谷地域の自然を活かした散策道の整備
	戦略3-1-(3)	② フットサルコート等の利用促進の周知

前期
五年間
事業内容

戦略3-1-(8) ① 地域に根ざす歴史や文化、芸術などの掘り起こしとストーリー化

戦略3-1-(8) ② 地域資源を結ぶルート(ディスカバリートレイル)の設定

戦略3-1-(8) ③ 散策会、体験・探検ツアー等の実施

戦略3-1-(8) ④ 市内外へのPR活動

中期 戦略2-1-(1) ① 市内事業者によるおもてなしの検討

戦略3-1-(4) ① 新名神高速道路開通に伴う広域道路網を活かし、イベント等での活用を促すPR活動の実施

戦略3-1-(2) ① 新名神高速道路の開通に併せた広域的なPR

戦略3-1-(2) ② TWINKLE JOYOを含むバスツアーの実施

戦略4-1-(2) ③ お土産品を開発

戦略4-2-(1) ① 旅行業者とのツアー検討・実施

戦略2-1-(1) ③ トイレ、休憩所や駐車場の設置検討

戦略1-1-(1) ① 大型商業施設誘致立地

戦略1-1-(1) ② 他の交通インフラ整備と併せ、拠点整備の検討

長期 戦略1-1-(2) ① 大型商業施設の造成に併せた、市内周遊旅行商品(ツアー)の開発

戦略4-2-(1) ② 胸躍らせる体験・体感ができる事業の推進や、一般的には体験できない特別感のあるツアーの展開検討

戦略2-1-(1) ② 新名神高速道路を活かした大型駐車場の造成検討

戦略1-1-(3) ② 新たな宿泊施設の造成に向けた検討

戦略1-3-(1) ① 道の駅の設置に向けインフラ整備や交通状況を踏まえ、造成を検討

～平成38年度

※網掛け部分は「6 前期5年間での事業内容」に掲載

6 前期5年間での事業内容

戦略3-2-(1) 地域観光人材づくりへの取り組み

① 観光への意識を高める地域観光人材づくりの実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
地域とともに観光を盛り上げていくリーダーとなる人材づくりとして、若い方々や、市内のすでに積極的に活動している人々と議論し、どのように地域を共に盛り上げていけるか、情報発信できるかを考える場を設定				

戦略4-1-(2) 城州白などの地場特産物を活かした商品開発・販路拡大

① 市内はもとより、近畿圏外や首都圏にて、地場特産物のPRや販売を実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
市内はもとより、近畿圏外や首都圏にて、地場特産物のPRや販売を実施				

戦略4-1-(2) 城州白などの地場特産物を活かした商品開発・販路拡大

② 新商品の開発を推進するため、コンテスト等の実施検討（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
一般参加による、市の特産品でのコンテストを実施				
				
新商品開発に向け、事業者との調整				

戦略1-2-(1) お茶の京都事業への積極的な参画

① お茶の京都事業での連携した各種取り組みに参画（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
お茶の京都ターゲットイヤーによる参画				
				
	お茶の京都事業の継続的实施			

戦略1-2-(1) お茶の京都事業への積極的な参画

② 日本遺産やお茶の京都事業と合わせた、木津川河川敷サイクリングコースをPR（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
サイクリングコースのポスター・チラシによる市内外への積極的なPR				

戦略3-1-(1) 鴻ノ巣山散策道の充実

① 継続的に維持管理を実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
散策道や周辺の景観の定期的な維持管理				
				
散策道整備必要箇所の調査を実施				
				
花しょうぶ池の改修を検討実施				

戦略3-1-(1) 鴻ノ巣山散策道の充実

② 健康増進のための空間としてPRを実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
観光PRチラシ・パンフレットの作成				
				
健康増進のための空間として、山背古道だよりなどのPRチラシで市内外に広くPRを実施				

戦略3-1-(5) 山背古道事業への取り組み

① 幅広い世代に山背古道をPR（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
「古道だより」やDM、広報じょうようなどを活用し、幅広い世代へPRを実施				
				
ポスターの作成を検討し、山背古道沿線駅等へのポスター掲載を実施				

戦略3-1-(5) 山背古道事業への取り組み

② 健康増進の視点から、ウォークイベントの継続実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
健康増進の面を広報紙等でPRし、ウォークイベントの継続実施				

戦略3-1-(3) サンガタウン城陽のPR

① 市内のイベントに選手と交流できる機会を創出

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
市内の商店街主催のイベント等で、選手によるサイン会等交流機会を創出				

戦略3-1-(7) 観光資源の再発見

① 金融機関との包括協定を活かしたPRの実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
金融機関との包括協定を活かし、フォトコンテストでの写真を市外にも掲載する取り組みを実施				

戦略2-1-(3) 鉄道網を活かした取り組み

① 市内のJR、近鉄の駅や京都駅等広域的にイベントの周知ポスター、チラシを設置（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
イベントのチラシ・ポスターの設置				

戦略2-2-(1) SNSやマスメディアを活かした取り組み

① SNS、テレビ、ラジオ等のメディアを積極的に活用し、様々なイベントを広域的にPR（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
SNSを積極的に活用し、シェア件数等を増加させ、口コミの輪を広げる				
				
イベントや施設の情報、地域のまつり等を積極的に報道関係者に提供				

戦略1-1-(3) 宿泊機能の充実

① 観光協会HPやSNS等でPRを実施（短期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
観光協会HPやSNS等で市内宿泊施設情報の定期的な情報発信を実施				

戦略2-1-(2) インバウンドを意識した観光整備

② 英語表記の観光マップやPR冊子の作成（中期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
英語表記の観光マップの作成検討				
				
	英語表記の観光マップの作成			
				
	英語表記の観光PR冊子の作成検討			
				
			英語表記の観光PR冊子の作成	

戦略2-3-(1) 観光情報ガイドブックの発行

① 既存の観光マップの刷新や観光PR冊子の作成（中期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
既存の観光マップの刷新検討				
				
	新たな観光マップの作成			
				
	市の観光PR冊子の作成検討			
				
			市の観光PR冊子の作成	

戦略2-3-(1) 観光情報ガイドブックの発行

② テーマごとの各種パンフレット・ガイドブックの作成（中期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
テーマ別パンフレット作成検討				
				
	テーマ別パンフレット作成実施			
				
			テーマ別ガイドブック作成検討	
				
				テーマ別ガイドブック作成

戦略1-2-(2) 広域観光事業への参加

① 新名神高速道路の開通による交通の要衝というスケールメリットを活かした広域観光施策への積極的な参加（中期）

平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	平成33年
				
近隣と連携した広域観光事業づくりの検討				
				
		広域観光事業の実施		
				
			広域観光事業の商品化（ツアー化等） に向け首都圏等へのPR	



●花の小徑に咲くカキツバタ

(参考)

平成27年度城陽未来まちづくり会議（資料抜粋）（テーマ：観光）

1 城陽未来まちづくり会議の実施概要

① 会議開催の目的と位置づけ

城陽未来まちづくり会議は平成26年度から始まった取り組みです。これまで行政に声を届ける機会が少なかった市民の方に、市政への参加を促し、その意見を市政に取り入れること、またそのことを通じて市民意識の高揚を図り、市民活動の担い手の掘り起しにつなげることを目的に開催しました。従って、会議での意見については、諮問に対する答申や提言といったものでなく、「幅広い市民の声」として位置づけられるものとなります。

② 参加者の決定

○参加希望者の選定

住民基本台帳から市民1,800人を無作為に抽出し、城陽未来まちづくり会議への参加依頼を送付しました。あわせて会議についてのアンケート調査を実施しました。

○参加募集の人数

55人。城陽市（以下「本市」）が京都と奈良のほぼ中間に位置し、古くから「五里五里の里」と呼ばれることにちなんで、55人としました。

○参加希望者の決定

参加依頼の結果、62名から参加希望をいただき、会議に参加していただく55人を決定しました。

○抽選の方法

年齢や地域性を考慮し、抽選を行いました。

2 意見の分析結果のまとめ

会議の中で出された戦略の提案すべてについてキーワードごとに分類し、さらに戦略について分析を行いました。

① 城陽の観光を知ってもらうためのPRや情報発信

《分析内容》

- 城陽の観光を更にアピールするために、ホームページは閲覧者目線で情報の切り口を分かりやすく・見やすく整理する必要がある。
- ホームページ・ブログ・フェイスブック・ツイッターなどを組み合わせて情報を発信すると同時に、人が集まる場所へのパンフレット設置等、デジタルとアナログ両方の方法で情報を発信する必要がある。
- 情報の相互間連携とともに、観光に関わる人・組織においても連携や協力を行い、市民との協働による観光の推進が重要である。

《今後の戦略》

- ・城陽に来る前に知ってもらう、帰った後も楽しめるように、観光情報サイトのリニューアルや情報発信の充実
- ・フェイスブックやブログ等を使ったリアルタイムな情報の発信
- ・コンビニを利用した観光パンフレットの設置
- ・様々な分野の組織や団体と連携、協力した組織づくり及び再編や強化
- ・未来の城陽を築く小中学生を対象にふるさと体験学習 等

② 城陽の観光を満喫してもらうための回遊性の向上や機能の充実

《分析内容》

- 城陽市の観光を満喫してもらい、リピーターやファンになってもらうためには、行祭事の関係者と連携して、イベントを定期的に見直し、機能を充実させながらマンネリ化を防ぎ、既存の資源を磨いていくことが重要である。
- 看板やサインを充実させて目的地までの誘導を適切に行うことや、観光途中で休憩できる場所やトイレを設置し、安心して楽しく観光できる環境整備の検討が必要である。

《今後の戦略》

- ・自転車ブームや健康志向の高まりを促進させるべく、木津川サイクリングロードを活用したサイクリングイベントの開催
- ・休耕地や未利用地を活用した巨大花畑の整備
- ・大人も子どもも楽しく遊べるフィールドアスレチックの整備
- ・小さい子どもが遊べる施設をさらに充実・PRし、新名神で訪れるファミリー層の取り込み
- ・新名神で訪れる日帰り客が宿泊客になるように、旬の観光要素を連携
- ・観光案内の看板やサインを道路沿道や駅を中心に整備 等

③ 城陽の思い出を持ち帰る土産物の商品開発や、魅力的な物産施設の整備促進

《分析内容》

- 観光客も地域住民も、土産物や特産品が1箇所でまとめて購入できる施設設置の検討や、既存施設の活用またはリニューアル等の検討が必要である。
- 低農薬や減農薬による農作物を使った食への安心が感じられる商品開発も必要である。

《今後の戦略》

- ・コンビニを利用した特産品の販売
- ・梅の健康増進の効果をPRし、商品開発や販売促進を広く展開
- ・郵便局のふるさと小包で特産品を発送
- ・観光客をターゲットに金銀系をブランド化した新たな商品開発
- ・土産物がつい買いたくなるような、きれいで入りやすい「ショップ五里五里の里」のリニューアル
- ・さつまいもや柿を加工品（干しいも・つるし柿）として販売
- ・城陽の良質な地下水を「名水」として販売 等

④ 城陽の新たなまちづくりと観光拠点の検討

《分析内容》

○自然が豊かなベッドタウンとしての特徴を活かし、スマートシティおよびエコタウンのまちづくりの推進や、新名神の開通を契機に、東部丘陵地等を活用した環境に配慮した集客施設の誘致、新たなスポットや観光拠点として「道の駅」の整備を検討する必要がある。

《今後の戦略》

- ・環境配慮型のモデル地区の設定による、自然エネルギーを活用した街づくりの推進
- ・スマートインターチェンジのサービスエリアを活用した環境配慮型の水族館の誘致
- ・新名神開通や東部丘陵地開発に向けたアウトレットモールの誘致
- ・空き家を活用した民泊施設の整備と収穫体験
- ・大人も子どもも楽しく遊べるフィールドアスレチックの整備（再掲）
- ・休耕地や未利用地を活用した巨大花畑の整備（再掲）

⑤ 城陽の観光をスムーズにするインフラ整備の検討

《分析内容》

○快適な観光を促すためには、鉄道とバスの連携を促進させる必要があり、鉄道の急行停車への働きかけや、路線バスやコミュニティバスの路線やダイヤの見直しが必要である。

○バリアフリーの観点から、観光スポット周辺に短時間駐車できる小規模分散型の駐車場設置の検討や、大型観光バス用の駐車場として、未利用地等の活用や、自転車や徒歩で観光地を巡るための安全な道路空間の確保を検討する必要がある。

《今後の戦略》

- ・京都や奈良への近隣性を活かしたパークアンドライド駐車場の整備
- ・観光客、居住者、従業員を増やし、近鉄急行が停車するように働きかけ
- ・団体旅行に対応した観光バスが停車できる駐車場整備や駅前広場整備
- ・アクセス不便解消に向けて路線バスやコミュニティバスを活用した観光周遊バス等の運行
- ・アクセス不便解消に向けてパークアンドライド駐車場の整備
- ・城陽市を巡る安全な自転車周遊コースの整備
- ・観光ルートの設定や観光バスの導入
- ・安く駐車できるパークアンドライド駐車場として駅を活用

(参考)

ヒアリング調査結果

第2次観光振興計画を策定するため、市全体で観光振興を図っていく必要があることから、広く意見を伺い、協働で進める観光まちづくりを展開していくため、「ヒアリング調査」を実施しました。各種団体の意見は次のとおりです。

○新たなインフラ整備による観光拠点整備について

- 城陽市にもランドマーク的なものが必要である。
- 観光振興を図るうえで観光バス等が停車できる施設や、パークアンドライド的な機能施設が必要。
- 京都市内では不可能なことが城陽市では可能であれば観光客も集まる。車で城陽市によったらバスで全国の観光地どこでもいけるバス乗り場がある。その駐車場も無料であることや、京都へはJRで入れるなどの要素もあれば、「道の京都駅」としてのハブ的要素になり得る。
- 柱を立てて、他（まわり）に任せていけるような取組が出来れば良いものになる。商業についても、滋賀県近江八幡市の「たねや」のように、有名になったことで、周辺にレストランなどが出来てにぎわった。
- 交流人口が増加するために行政が仕組みを作ってもそれ以上は個々の問題であり、自らががんばらなければならない。城陽市に来店してもらえようなお店づくりから、地元や市外からの来店者数を増やして、観光客増加に繋がるという仕掛け作りが必要。観光は地元が良いと思わないものはダメである。
- 年間で人が呼べるものが必要である。山砂利等を有効活用して、花、フラワーテーマパークのようなもので大型商業施設と複合して見られるものが必要である。

○既存イベントの改善策・観光資源を活かしたストーリーづくり

- 梅まつりについて、まちぐるみで実施するならば、道中に昔ながらのお店などがあれば、ご高齢の方々が孫を連れて、そのお店の雰囲気を楽しみに梅まつりに行くのでは。
- 京都市内が観光で大成しているのは、ストーリー性があるからである。京都市から城陽市の間にもストーリーがあるのでは。
- お金のかからない観光づくりをする必要がある。その地域のストーリーがそのまま観光に繋がる例もある。いろんなストーリーを組み合わせる必要がある。市民にはないが市外の観光客には面白いと思うストーリーを。「五里五里」にしても外国人観光客にはストーリーに興味があるように感じる。
- 今の観光は触ったり、食べたり、見るだけでは駄目である。いかに体験でき、ストーリー性があるかが重要である。
- 新名神高速道路の開通により、便利にはなるが、現時点では何も対応できていないように感じる。歴史的なものを総合的に見る必要がある。ストーリー性を持って、強みを伸ばす取り組みが必要と感じる。

○広域観光による集客力の強化・連携による取り組みの充実

- ・京都・奈良・宇治にない、もっと面白可笑しいものが必要である。山背古道についても今以上に整備されると面白い。

○自然のめぐみや既存の環境を活かした観光振興の必要性

- ・外国人観光客が日本に来るということは、古いものを見に来るということである。外国人観光客の受け入れについて、看板を含めて整備が必要である。
- ・イチジク狩りが行えるような観光農園を行う。
- ・観光は良い意味でまじめに考えていては駄目である。木津川運動公園の北側を民間に貸すことで水族館やテーマパークになる可能性もある。

○新しい観光資源の発掘・新しいイベントの実施検討

- ・京都市にはない施設としてゴルフ+観光でPRしていくのはどうか。
- ・観光は人工的に作れば良いと考えている。昔からあるものばかりに頼るのではなく、人工的に新しいモノを作る方が人を呼ぶには手っ取り早い。
- ・運動公園にしても無料で小さな子どもが遊べる。その時には駐車場がいっぱいになる。これがキーポイントでお客さんが多い時にイベントを打つ。
- ・市に魅力はあると感じる。友愛の丘を回って長池へ歩くことを主としたコース。バスで回る観光とは違う。それをPRするのもひとつである。
- ・切り口を変える必要がある。他でやっていないことが必要であり、観光は体験が重要である。お客がお金を払ってでも行きたいと思わせるところが重要である。
- ・非日常的なものを作る。そこにいれば一日何か体験できるようなものにしないといけない。
- ・イルミネーションの作品をボランティアだけで実施するには限界がある。警備協力金で出た利益の1割から2割を玄人の作品にしてほしい。
- ・梅まつりは散歩がてらに行ったが、もっと梅林で子どもが遊べる場所があれば良い。
- ・サイクリングにしても、明日香村等に比べ城陽市内は危ない。森山遺跡付近も自転車ではダンプ街道もあり危ない。
- ・花火や季節感があるものは勿論、最近ではバブルラン（走りながら泡をかぶるイベント）なども流行っている。服が泡だらけや色だらけになって、写真を撮った時にカラフルに写るのが良い。楽しいことを情報発信している。また、何か謂れのある神社に行くことや、縁結び等の言葉にひかれることもある。恋愛、恋等も一つのキーワードである。古墳や刀など歴史的な分野にも興味がある子もいる。
- ・スタンプラリーのようなモノを集めることも、楽しくて学生には興味があるものと感じる。集めるだけでも十分楽しい。
- ・楽しいイベントをしてどんどんイベントを作っていけばよい。
- ・観光は「見る」「食べる」「学ぶ」が重要であり、「お茶の京都」の取り組みにより、城陽で素晴らしい体験ができる場所が必要である。
- ・お茶の京都という取り組みがあるので、お茶風呂を作ることや、泡立てて抹茶風呂にするなど、視点を変えて実施してほしい。ふざけているのかと思われることも面白かったりする。
- ・一部の人間が突き抜けることが大事であり、全員が喜ぶものを創るよりも、一部に突出しているも

のを創るのが観光であると思う。

- 五里五里の丘にはよく行くが、ボール遊びできない公園では駄目である。おもいきりボール遊びができる、体を動かせる場所が必要。
- メルカートにしてもあんなに人が呼べるイベントはないように感じる。メルカートは観光ではない。メルカートは農家を見て創ったイベントである。このイベントこそコンテンツを別のものにぶつけたものである。あるコンテンツに別のものをぶつけないと駄目である。実績と環境が人を創るということを学んだ。グルメは農業を引きだすコンテンツである。その先にとんでもないコンテンツを創れるかどうかである。イチジクをどうしよう、梅をどうしようと考えていては無理がある。
- (くまものTシャツを見て) このキャラクターは今誰でも使うことができる。こういったことも観光PRの一貫であると感じる。
- ご当地グルメ、グルメ大会 (B級グルメ、地産地消)
- その地の特産物を知ることのできるもの
- 地元の (梅、お茶、いちじく、イモ城陽らしさを残しつつアレンジしてほしいです)
- 1日で城陽市を巡るツアー
- 城陽市の歴史的な店を巡るイベントは楽しいのではないかと思います
- 県外、市外から来た人にとっては、京都市・宇治市の印象が強く、城陽市が認知されにくくなっています。城陽市といえばこれ、と連想できる強み (産業や文化) をつくって押し出していく必要があると思います
- グルメマップをつくる
- 城陽市で観光事業を行うなら、サイクリングが最近流行っているので、車で来てサイクリングするなどのコンテンツを入れるのはどうか。
- 名所ごとにスタンプラリーのようなものがあれば巡りやすい。宇治や飛騨高山には名所に行くコースが整備されている。城陽市のPRのため、名所を整備する必要がある。
- 特産品である花しょうぶウォーク等があるが、通年で楽しめるようなものがない。
- 「民話を訪ねて」なども面白いように感じる。

○神社・仏閣・史跡などの文化財の魅力をも高める

- 観光といえば、京都には文化遺産がたくさんある。城陽市にもたくさんの古墳等があり、隠れた魅力であると感じる。その魅力を発掘してほしい。古墳、遺跡については、市内外の観光客に知られていないし、遺跡を見に行こうとはならない。しかし、ノビシロはまだまだあるように感じる。
- 古墳は現地に行って楽しめるのか疑問である。古墳は観光を担っているか。現地で感動しない。
- 古墳1つにしてもそこにプラス要素があれば観光である。古墳に何かくっつけることで全くの新規的要素がそこに生まれる。

○城陽の特産物を活かし、観光を活性化させる

- 農作物に関してもお土産にも使用したりしているが、限界がある。実質的に人が呼べる取り組みが必要である。その事業が成功する、そしたらそこで買ってもらえるものを作ろうかとなり、お土産物が出来る。
- 特産品が買える施設が整備されたら人は来る。
- 「ぐるなび」に載っているお店もショッピングやスポーツ観光など、付随する何かがないと店に行かない。食プラス何かが必要であり、大阪に行っても味わえない、城陽にしかないものが必要である。

- おうすの里について、枚方からも来たりする。ホームページを持たずにきてもらうことで運営している。そういう場所に工場見学等実施できれば、珍しいコンテンツになる。おうすの里なら、観光土産にも売り方次第ではなるように感じる。
- 城陽の特産品であるイチジク、いも、梅など食べ物は美味しい。新しく何かを実施する必要はないと感じる。「じょうりんちゃん」もできたが活かしきれていない気がする。

○旅行者等と本市の観光イベントとの連携事業を展開する

- 一番の問題は大型バスの規制である。こんなに規制の多い場所は全国でも珍しい。とにかく道が狭い。道が狭くない産業会館からアルプラザ前の道も通行許可がいる。許可がいらぬようにしていただきたい。
- 城陽の観光PRをテレビで見たことがない。梅まつりぐらいである。茶工場も見せていただけならコースになるがなかなか難しい。サガミには大型バスが駐車出来る。芳香園を見せてもらえれば、観光コースが作れる。外国人観光客もそういったところに連れて行くと喜ばれる。
- マーケットは首都圏にあり、京都には日帰りで来る方が多い。食事等、テーマを持ったコースが多い。
- 旅行シーズンでない時（集客が少ない時）に、京都市内ではない郊外型の旅行商品を作らないといけない。要は稼げるときには、確実に売れるであろう京都市内の商品で稼ぐ。
- 青谷梅林梅まつりやTWINKLE JOYOについてもある程度時期が長いイベントでない商品にしにくい。単発のイベントでも可能ではあるが、商品化にはなりにくい。

○観光地の魅力を再検討し、まずは市民を観光客へ（インナーキャンペーンの必要性）

- 観光地へは誰かに連れて行ってもらう。そこから誰かを連れて行きたくなるような場所、それが魅力のある観光地であると感じる。また、観光イベントには話題性や季節感があることが重要であり、お祭りはまさに季節感を得ることができる。
- 今あるものを今後どれだけ反映されるのか。お金の使い方を考えていかなければならない。
- 城陽市の観光といえば有名な場所がないように感じる。通学路の途中にイチジク畑があるのでイチジクが特産品であるというのは、西城陽高校の生徒なら知っているが他は知らない。梅は知らない。イメージがない。校歌に「青谷の梅」が出てくるが、実在することを初めて知った。梅まつりについてもどこでやっているのかわからない。
- TWINKLE JOYOへは行くが、梅まつりには行ったことはない。
- (広報じょうようを見ながら)「山背古道」のイベントはとても面白そうに感じる。参加したかった。歩くイベントに梅ジュースやぜんざいが無料でもらえるのは魅力的である。
- 文パルにプラネタリウムがあることをもっとアピールする。知名度を上げる（親子向けに）
- まずは城陽市をより多くの方にPRする
- 城陽市の特徴や存在などをもっと具体的に「城陽市=〇〇」といった形でイメージを他の市や県に広げるべきだと思う

○市民がふるさとを自慢したくなるために。市民が誇りを持った観光地（イベント）へ

- 地元の人が良いと思うお店は、外部の人もお店に足を運ぶようになる。

- TWINKLE JOYOに関してもメインがないように感じる。毎年行っても変わってない感じであると来場者も減少する。
- 梅まつりに関して、人に自慢できるものがあるのかどうか重要である。和歌山の梅と比べたら何が違うのか。生産量が違うのは分かるが、それだけでない、「違い」を示す必要がある。
- 観光には非日常的なことが大切である。リピーターが来る観光の共通点は、そこに住んでいる人が誇りを持っているかどうかである。
- 文化パーク城陽のイベントを市民が知らない。また、飲食店等で「お忍びで有名人が来る場所」というのでPRしても良いのではないかな。
- 梅についても城陽市は見せ方が下手くそである。城陽市の観光地は根本的にないように感じる。逆に言うと、「ない」という場所から創っていくのが観光であると感じる。
- 城陽市の観光地をあまり知らず、城陽市で観光するというイメージがないため、市自体の認知度も上げるべきだと思う
- もっと市をPRすべき。住んでいてもほぼ何も知らないので遠方から来られる方は何も分からないし興味を示さないとします
- ご当地キャラクターなどを作り、宣伝に活用する
- 城陽で（観光）という概念があまりないので、まず城陽を知ってもらうという事を中心として事業にあたるべきかな・・・と思います
- 城陽には平井神社や鴨谷の滝など良い場所がある。以前新聞で玉山鉄二の記事があった。水度神社が取りあげられていたが、こういうことをやってもらうだけでPRになる。
- また、場所もイベントもだが、市民に広まっていないということは全国的に見ても知らないということである。

○おもてなしの心。観光客に対する環境づくり

- ハード面、ソフト面の両面の整備を今後行っていかなければならないと感じる。
- 梅についても307号バイパス（市辺）から中へ観光ルートが出来ればと考える。山城青谷駅からの観光看板等、基盤整備をお願いしたい。
- 車でもアクセスしやすいように駐車場を用意する
- 高速道路が開通するのに合わせて市の駐車場を増やしておく
- 交通整備をしたり、バリアフリーである場所を増やすことが必要であると考えます
- 公共交通機関の発達（バスの本数をふやすとか）が大事になってくると思います。
- 京都定期観光バスは貸し切りバスでの移動であるので、徒歩誘導が長いコースは不向きである。
- 新名神高速道路の開通について、目玉にはなるが、通り抜けという懸念もあると感じる。南部のコースについても京都と奈良の間に味夢の里のような施設があればと感じる。京都府北部をコースにする際には絶対にルート上に味夢の里を入れる。また年齢層の関係から休憩所としても活用できる。
- 京都～奈良の間である城陽市にもそういう施設があってほしい。南部全体の課題として大型バスで立ち寄るポイントがない。多人数が入れる食事場所がない。トイレ休憩する場所がない。清水寺から奈良に移動するにも2時間程度かかるので休憩所が必要である。できれば高速道路を降りずに休憩所があることが望ましい。
- 最近では高速道路からも一般道からも利用できる施設がある。

- ・まちづくりの観点からバス停のあるP Aが欲しいと感じる。京田辺P Aはそこで乗り降りができ、買い物等もできればまちの活性化になると感じる。
- ・サービスエリア事態が観光スポットと呼ばれているところもあるので、整備をお願いしたい。
- ・やはり観光を行う上で一番は駐車場が施設等に近いことである。流れ橋と浜茶の景観についてもバスから遠かった。
- ・城陽市内に住んでいても梅まつり会場まで遠い。駐車場もどこにあるのかわからないので行きにくい。会場周辺は歩いている人も多く、運転しにくい。来てもらうための整備の方が大事であると感じる。
- ・城陽市に住んでいても不便なところがあり、そうなると外からも観光客は来ない。
- ・道の駅のような施設で、城陽だけでなく、近隣市町村の物産等ひっくるめて販売しているものがあれば良いと感じる。
- ・観光産業を進めていくうえで城陽にはバスを止められる施設や場所がない。
T W I N K L E J O Y Oにしても大型バスが止められるような場所がない。観光資源を創り出したがそれを資源として環境を良くする取り組みもない。今あるものを活かすためにも、新しいものを活かすにも、駐車場は必要である。

○市民参加型による観光まちづくりの構築に向けて

- ・どれだけ魅力に付加価値を付けるのか。商業の点からいうと、観光と地元を結びつけるのは非常に難しいように感じる。観光に繋がる個店ががんばらないといけない。
- ・城陽の学校にも観光イベントのポスターなど貼っていただきたい。ボランティアに興味がある子が多い。ボランティアを募る啓示をしても、こちらから呼びかけなくても集まることが多い。
- ・町ぐるみで観光に対して事業等実施しなければ、なかなか前に進まない。見せ方、発信の仕方に問題がある。歴史をたどれば、古墳一つについてもストーリーがある。
- ・ボランティアには積極的に参加したい。その事業に携わり、楽しいことと併せて、達成感が得ることができると感じる。
- ・T W I N K L E J O Y Oにもイルミネーションの飾り付けボランティアを行ったが、楽しかった。また参加したい。
- ・ユニークなイベントには興味がある。紙すきなどの体験型のイベントが良い。見るだけでなく、五感で感じるすることができるイベントが良い。例えば、地域の特産品を活かしてモノを作れるなどを行うことで思い出にも残る。
- ・特産品を作るイベントであるとか、特産物の体験ができるモノであったり、さらに食べられるようなイベントがあれば良いと感じる。

○スマートフォン・SNSを活用した情報の発信

- ・観光とは違うがふるさと納税の取り組みを充実させ、その市を知るという方法もある。
- ・高校生の情報を探すツールはT w i t t e r等のSNSが中心である。みんなが興味を持つものが多くあり、信憑性もある。スマートフォンならT w i t t e rから観光情報のリンクに飛ぶこともでき、簡単に情報が手に入るので影響力は大きい。

- T w i t t e r でみんなが行きたいと思うところを乗せることも重要であるが、T w i t t e r に投稿し写真の見せ方が重要である。こんな場所に行ってきた、こんな美味しいものがあると自慢できる投稿が必要となってくる。学生が観光地に行くかどうかは、T w i t t e r 等、SNSで写真に残せるか残せないかである。写真をとって絵になるかどうかである。
- どれだけ良いイベントが実施されていても情報発信できてなければ意味がない。SNSでもっと発信してほしい。
- わかりやすいホームページにすると観光客からの食いつきも良い。
- ツイッターで写真が載っているものから情報を得ることもある。
- T W I N K L E J O Y O など、市のT w i t t e r 等で情報発信してほしい。行政（市役所）は堅いイメージがある。じょうりんちゃんに喋らす等緩い感じでT w i t t e r を活用してはどうか。
- 小学校の時から情報を教えてあげる。それが大人になっても覚えていたりする。昔まゆまろと図書館で握手をしたことがある。その時にカンバッジとティッシュをもらった。キャラクターの活動を通じて喜びを感じた。じょうりんちゃんにも活動を広げてほしい。

○効果的な情報発信方策の検討

- 自分がその町に観光に出向く際、確認するのは観光協会のホームページである。発信の方法によって、大したことの無いものでも、発信方法次第では行ってみたいと感じる。観光客目線で考え、その観光地のイメージと同様の表現を行う必要がある。城陽市の「京都山城」、「五里五里」というものをどのようにイメージを持ってもらうか今後の検討材料である。
- 今の学生は1人が知ったら周りにどんどん広がっていく。若い人の情報力は本当にすごいものがある。逆にこれを活用し、そのイベントに行きたい、写真を撮り情報発信したいとどれだけ思わせることができるのかが重要である。
- 観光は「こんなことができる」、「体験ができる」がある方が良い。一般の観光客は宇治までになってしまう。それだけ城陽市のPR不足を感じる。
- 梅、イチジク、イモ等で、市のPRを行えばよいが、宣伝の力がない。
- マップにしても外国人向けのものもない。呼び込んでいく取り組みが必要であり、城陽には説明の仕方でいいものはある。文化・神社も発信の仕方である。今ある城陽をもう一度見直して発信の仕方を考えてほしい。
- 城陽市で様々なイベントを実施しているがどこでやっているのかわからない。新聞や駅、アルプラザ城陽、文化パーク城陽、マクドナルド等飲食店でも情報を発信してほしい。
- 高校にももっと観光イベントを多く情報発信をしていただきたい。
- 山背古道のように個人にダイレクトメールを送る方法が、来場者が多くなる要因であると感じる。
- 情報発信はテレビCMが一番効果的であると考え。視覚を通じて覚える。
- 子どもを通じてのPRが大事であると感じる。小学校からもらったチラシ等は一通り目を通す。もっと小学校にPRしてほしい。また子どもチャンネル等の活用や宿題と絡めた事業を実施してほしい。広報に乗っていた歴史ウォークについても、夏休みの宿題の時期に併せて実施すれば、もっと参加者が増えるのと感じる。
- イベントの情報については子ども目線で広報紙を読む。また、口コミも重要な情報源である。
- のぼり旗を駅から掲げており、そののぼり旗をたどっていけば球場に行ける仕組みになっている。

お茶も昨年度日本一になったが、日本一になったことの垂れ幕を作りPRをするなど、誰もがみんなわかるものを創り一体になる必要がある。

- 市を挙げてイベントや事業を実施しないと人はひっぱれない。道路を閉鎖して大茶会を実施している自治体もある。和束にしても、「宇治茶」という名前を外してでも「和束茶」としてPRしている。継続性も必要である。
- 観光物産は城陽市内で売る必要はない。宇治で販売する方が客も多くPRになるのではと感じる。市内の販売はプラムインや文化パーク城陽等で公園緑地法に沿った形で売店を作ればそれだけでよいと感じる。

○観光地になるためには宿泊施設の充実・設置が必要

- 宿泊施設は殆どないに等しい。観光客が大型観光地へ向かうことを前提とした宿泊施設、ユースホテルが出来るのが望ましいが、用途地域の問題等がある。
- 京都市や奈良市や隣の平等院にしてもまわりが観光で人気のある場所であることを利用し、その間にある城陽市では「体験して泊まれる」というストーリーを確立するなどすれば、人も集まるように感じる。
- 宿泊にしてもアイリスインやプラムインしかない。ビジネスホテル等が少なく、観光客が呼べない。また、まちなかにトイレがない。高齢者向けにも洋式トイレの整備が必要と考える。
- ホテルが欲しい。外部の団体が運営するのではなく、城陽の人が運営するホテルがほしい。
- 城陽市には現時点では泊まろうとは思わない。泊まるところに魅力がない。外国人向けでビジネスホテルがもっと必要。また、日本に来る外国人観光客への接し方が重要であり、「日本人は優しい」、「日本は危険度が低い」ことに加え、英語でのおもてなしが出来る仕組みをつくる必要。城陽で英語教育に力を入れて、まちでおもてなしが出来る取り組みが必要である。そこまでしないと観光都市にはなれない。幼稚園から英語教室を行い、おもてなし、観光に対する対応力が必要である。
- 今のコンテンツをどう伸ばしていったら観光に結び付けていくか。城陽に必要なのはとても優れているホテルである。ホテルの良さは、周辺に観光地が無くてホテルさえあればそこが観光地になってしまうところにある。その先に梅やイチジクなどの小さなコンテンツがあるということで泊まってもらおう。ホテルという点で長池の宿場町は活かせるのではないかと感じる。
- 宿泊は観光の軸である。観光に来たが泊まる場所がない、お土産を買う場所がない。それでは人は来ない。
- まちそのものをホテルにする取り組みも面白い。昔の宿場町であった長池を、「実はこの場所全体がホテルである。」と、京都からも奈良からも五里の地点であることから呼ばれる“五里五里”を併せて売り出すのも一つである。
- アイリスインは道から見える場所にあるので良いが、プラムインは中に入り込んでいるので場所がわかりにくい。府道に看板等を設置するなどしないといけない。

○観光地やおもてなしに必要なのはトイレである

- 大型バスについては、停められるところにトイレや特産品が買えるところがあればと感じる。
- ターゲットを絞らない方法もある。どこに行っても綺麗、整備されているというのは年代を問わないと感じる。観光にはやはりトイレが一番重要である。どこのトイレに行っても綺麗である。その

きれいなトイレを巡るトイレスタンプラリーなどを実施してもそれはそれで観光である。

- 観光には綺麗なトイレが絶対必要である。青谷梅林についても、人が来ているのにトイレは簡易のままである。祭りの期間中に細い道路も一方通行にしないために渋滞も起こる。
- 綺麗な場所が必要である。観光客が気持ちよく遊べる施設がない。
- 様々なコンテンツいれなくても、綺麗なトイレが並んでいるだけで利用者は立ち寄る。

○観光振興を図るにはターゲットを明確に

- 日本人観光客を引き付けるにはショッピングやテーマパークしかないと感じる。外国人観光客を引き付けるには、古墳など今の城陽の良さをさらにPRする必要がある。要は今後どの客層をターゲットにするのが重要である。日本に来る外国人観光客は今後いきなり減るような気はしない。城陽市は外国人観光客に目を向けるべきであると感じる。日本人をターゲットにすると対象が老人ばかりになってしまう。
- 綺麗な場所が必要である。観光客が気持ちよく遊べる施設がない。子どもは観光に大事なキーワードである。
- 関西から呼ぶのか、関東から呼ぶのか、年代も含めターゲットをどこに置くのか。京都市内の外国人観光客をどう呼ぶのかも考えなければならない。アジアの外国人観光客は殆どが買い物観光である。欧米は文化を実感しに観光に訪れる。
- 城陽市は一般的な観光地とは違って絶対的な観光スポットがないので、まずはターゲットをしぼって事業をした方が良くと思います。そこで知名度を上げ、それからすべての世代に向けた事業をした方が確実だと思います。
- 昨年度「お茶の京都」で定期観光バスイベントを実施したが、首都圏よりも近郊から来るお客さんが多く来られた。近くの方でも多く来ていただけることが分かった。
- 年齢層やターゲットを絞らないといけな。年配者向けにトレッキングイベントを行い、そこからいろんな世代に広がっていく。

○インバウンド対策の必要性

- 近年は国内リピーターが多かったため、マニアックなものや、京都市以外の近郊へのツアーが増えていたが、最近ではインバウンドということもあり、定番の金閣寺、銀閣寺、清水寺のコースに人気に戻ってきている。言葉の問題など、今後はハード面よりもソフト面が大切になってくるように感じる。

○特別感のある旅行商品造成に向けて

- 京阪バス株式会社では、観光事業として京都定期観光バス事業を実施している。年齢層についても40代以上が多い。理由としては、年配の方はお金にも余裕があることが考えられる。値段設定が少しぐらい高くても、減多に食べられないもの、減多に入れない場所には興味を示される。
- 要するに特別感のある場所が旅行者には求められる。京都定期観光バスは半分リピーターである。リピーターはより深く旅行を味わいたいと感じている。
- また、定期観光バス特別コースでは、ツアーの中に「祇園さゝ木」（※京都で有名な料亭で予約するのに1～2か月先まで埋まっている）のコース等があり、1万円を超えるツアーであるが人気とな

っている。40人乗りバスに20人の募集にし、2人掛けに1人で座るなど特別感を出している。

- ・毎年同じものではリピーターも集まらず、常に新しいものにしなければいけない。

○観光振興計画策定に向けての意見

- ・1次計画の課題がそのまま残っているのではないか。10年スパンではなく、2年ぐらいの実現可能性のあるものを作らないと難しい。
- ・城陽には観光地と呼べるものはないように感じる。どういうところが観光地か定義づけを行う必要があると感じる。
- ・「観光はない。」というのが今後を振興していくうえで一番良いキーワードである。
- ・近隣の観光客はどこに泊まっているのか等、今の日本、京都の観光客層をデータ化し、分析し、ターゲットを絞る必要がある。10年計画では難しいものがあるので前期、後期に分ける必要があるのではと感じる。
- ・観光振興にはJAの協力が絶対必要である。城陽市観光協会やJAと機能分担し、行政としてうまくコーディネートが必要。

ヒアリング調査にご協力いただいた団体等

- ・城陽商工会議所
- ・京都府立西城陽高等学校
- ・城陽商工会議所青年部
- ・城陽市観光協会
- ・一般社団法人城陽青年会議所
- ・城陽スマイル
- ・同志社女子大学
- ・京都府立城陽高等学校
- ・株式会社京阪バス
- ・子育てサークル
- ・城陽茶まつり実行委員会

(参考)

平成28年度城陽未来まちづくり会議(資料抜粋)(テーマ:エコミュージアム)

What is Eco-Museum?

エコミュージアムについて

「城陽イメージキャラクター
「じょうりんちゃん」



エコミュージアムって?

エコミュージアムと聞くと、「環境問題の博物館?」と想像する方もいらっしゃると思いますが、ここでの「エコ」とは「生態系」という意味で使われています。この地球上では、すべての生物がつながりあって生きているように、まちも、まちにあるすべてのものがつながりあって存在しています。

また、近年では、世界遺産や特産品のような「目立つ観光資源」だけでは、地方を活性化していくことは難しいといわれています。今後は、まち全体を見て、地域全体を味わえ

る観光のアイデアや、価値あるものを後世に残すべく保存、展示、活用する工夫が必要です。市民にとって何気ない日常の風景も含め、改めて「価値」と捉えることは、来訪する観光客が楽しむということだけでなく、市民の心地よい暮らしを目指していくものになります。

エコミュージアムは、地域全体を「生きた博物館」として捉えるまちづくりの考え方なのです。

エコミュージアムをつくるのは誰?

通常、ミュージアムと言えば、美術館や科学館、博物館や歴史資料館など、それぞれの分野の専門家を中心となって展示内容を考え、つくっていきます。

一方、エコミュージアムは、従来の博物館のように建物の中に資料を集めて展示するだけでなく、地域全体を展示室と捉え、展示するのは本来の場で保存活用しようというものです。博物館の学芸員のようにこのまち

を紹介する人、エコミュージアムをつくっていく城陽市の専門家とは、いったい誰なのでしょう? それは、城陽市で暮らす市民に他なりません。

新しく建物を建設するのではなく、多様な視点で城陽にある「魅力」にスポットライトを当て、城陽の「良いところ」を有機的につなげていくことがエコミュージアムをつくることなのです。



エコミュージアムはその土地ごとの文化や風土によって違うもの？

エコミュージアムは、地方を活性化していくためのまちづくりの手法のひとつではありますが、展開や発展の仕方は、その土地にある資源、課題などによりさまざまです。

例えば、1989年に日本で初めてエコミュージアムに取り組んだ山形県朝日町では、「町民だより」にハガキを付け、「〈朝日町の宝〉を教えてください」と募ったところから始まりました。直接の聞き取り調査をし、方言はそのままテープ起こしをし、テーマごとに冊子を作成し、「個の記憶を公の記憶に変えた」そうです。そのようにして集まった朝日町の宝の活用は、その後冊子として販売したり、学校や公民館でパネル展示したり、実際に「宝の持ち主」から解説をしてもらう見学会をしたり、専門家にも補足してもらう形のシンポジウムをしたりと、どんどん広

がっています。

また、福井県勝山市では、2000年に恐竜エキスポで機運が高まったことや、当時、周辺の集客施設と旧市街地がリンクしていなかったことから、点から線へ、線から面へのまちづくりが求められると認識していたこと、古いものを伝承していきたいという声があり、2002年からエコミュージアムの取り組みが始まりました。恐竜エキスポのあった2000年に200万人を超えていた観光客数は、一時期半分に落ち込んだのですが、近年はエコミュージアムの取り組みの展開による効果もあり、再び200万人を超えています。現在の課題は、個々の地域資源などをさらに有機的につなげていくことだそうです。



城陽市でエコミュージアムをつくっていくには？

エコミュージアムをつくっていくには、城陽市にあるさまざまな魅力を探し、つなげ、伝えていく必要があります。

まずは、城陽市にある魅力をあらゆる角度から掘り起こすことです。これには、城陽市民の視点と目線が必要です。若者の感覚から、高齢者の感覚まで、また、子育てをしている人の感覚、働いている人の感覚、商売をしている人の感覚、農業をしている人の感覚、公共の仕事をしている人の感覚など、幅広く必要です。この作業は、市役所だけでは実現で

きません。

そして、意外なもの同士でも「これとこれをつなげたらおもしろいのでは？」「あの人の関わってもらくと、この場所の魅力が増すのでは？」などの遊び心を持って、自由に発想していくことで、城陽の魅力に自分たちも新たに気づき、また訪れる人たちにも紹介できるのではないのでしょうか。

みなさんの主体性を大いに発揮していただき、みんなで城陽版エコミュージアムをつくり上げていければと思います。

城陽市の地域資源

エコミュージアムの中で、現地に保存された展示物として設定される地域資源は、さまざまなものが該当します。

ここでは、歴史資源、自然資源、産業資源、施設資源、その他に分類して整理しました。

歴史資源

城陽市の歴史にまつわる地域資源です。先人が築き上げてきた史跡、神社仏閣、建造物、石碑などが該当します。

自然資源

城陽市の自然を幅広く地域資源と捉えます。山や川、花・樹木などだけでなく、季節の移ろいとともに変化する風景も該当します。

産業資源

城陽市における多様な産業に関わる地域資源です。農産物のほかに、酒造りや金銀系生産なども該当します。

施設資源

城陽市にある施設・公園なども地域の資源です。市民をはじめとした人々が集い、活動・交流する場が該当します。

城陽市役所選 ～城陽市の魅力、地域資源一覧

市では、エコミュージアムに取り組んでいくために、さまざまな地域資源の掘り起こしを進めています。以下に掲載しておりますのは、市内に数多くある地域資源の中でも、代表的なものの紹介です。

よく知っているもの、初めて知るものなどがあるでしょうか。



歴史資源

国指定史跡

1 森山遺跡

富野森山



【遺跡の概要】

縄文時代から古墳時代にかけての集落遺跡。

縄文時代の竪穴住居跡や配石遺構、埋石が見つかった。竪穴住居は、直径約10mの大型のものと4～5mの小型のものがある。

古墳時代の竪穴住居跡と方形周溝状遺構も見つかった。方形周溝状遺構は周囲に溝をめぐらせた有力者の館跡と考えられる。

【整備内容】

平成5～7年度に歴史学習の場として整備を行った。縄文時代の大型竪穴住居1棟は骨組みを復元し、小型竪穴住居3棟は、遊具などで表示をしている。古墳時代の館跡（方形周溝状遺構）は北半分を復元し、南半分は遺構の平面表示を行っている。

歴史資源

国指定史跡

2 芝ヶ原古墳

寺田大谷、平川山道



【古墳の概要】

前方後方形の古墳で、後方部は東西約21m（北辺）×南北約23m（東辺）ある。後方部の中心には組合式木棺が納められており、銅釧や銅鏡、玉類などが出土している。築造時期は、墳丘の形態や出土した土器から3世紀前半と考えられる。

【整備内容】

平成18～25年度にかけて、歴史学習の場として活用できるように整備を行った。古墳は築造された当時の姿に復元し、周辺の地形についても古墳築造時の地形を活かして整備を行っている。また、見学者が休憩できる場所として、休憩室・トイレを設けている。

【その他】

出土品は一括で重要文化財に指定されており、城陽市歴史民俗資料館で展示されている。

3 久津川車塚古墳

平川車塚



【古墳の概要】

5世紀前半に築造された山城地域最大の前方後円墳で、三段に築かれた墳丘には葺石と埴輪列が施され、周囲には二重に周濠がめぐる。外濠を含めた全長は272m、墳丘長は180mある。埋葬施設は長持形石棺を直接埋めたもので、石棺の内外からは鏡・玉類・武具・武器など多くの副葬品が出土している。南山城地域を支配した大首長の墓と考えられる。

【現在の状況】

3カ所に説明板を設置し、墳丘西側に仮設の見学コースを設けている。

4 丸塚古墳

平川車塚



【古墳の概要】

5世紀前半に築造された前方部が短い帆立貝形の前方後円墳で、墳丘には葺石と埴輪列が施され、周囲には周濠がめぐる。周濠を含めた全長は104m、墳丘長は80mある。

高さが1mある大型の家形埴輪が出土している。

久津川車塚古墳を築いた大首長の地域支配を支えた最も有力な首長の墓と考えられる。

【現在の状況】

古墳の南東にある公園内に、説明板を設置している。

【その他】

家形埴輪は城陽市歴史民俗資料館で展示している。

5 芭蕉塚古墳

平川茶屋裏



【古墳の概要】

5世紀中頃に築造された前方後円墳で、二段に築かれた墳丘には葺石と埴輪列が施され、周囲には周濠がめぐる。周濠を含めた全長は161m、墳丘長は114mある。埋葬施設は、後円部で粘土槨が見つかった。久津川車塚古墳に続いて南山城地域を支配した大首長の墓と考えられる。

【現在の状況】

古墳の南東側に説明板を設置している。

6 芝ヶ原古墳群

久世芝ヶ原、寺田大谷



【古墳の概要】

5世紀前半から6世紀前半にかけて築造された前方後円墳2基、円墳10基からなる古墳群。

9～11号墳は、5世紀初めから中頃に築造された大型の円墳である。埋葬施設は粘土槨で、11号墳からは三角縁神獣鏡など、9号墳からは朝鮮半島の土器である陶質土器が出土している。

1～8号墳は、6世紀前半に築造された前方後円墳と円墳である。

13号墳は、方墳または円墳で、築造された時期は分かっていない。

【現在の状況】

久世神社境内地にある1～7号墳と8号墳の一部は史跡久世廃寺跡の史跡指定地として、9号墳は久世小学校古墳として国の史跡に指定されて久世小学校内に、13号墳は緑地として、計10基が保存されている。

7 上大谷古墳群

久世上大谷



【古墳の概要】

3世紀前半から7世紀前半にかけて築造された前方後方墳2基、方墳8基、円墳10基の20基からなる古墳群である。埋葬施設は、粘土槨、木棺直葬、横穴式石室である。各古墳から出土した銅鏡3面（夔鳳鏡、飛禽文鏡、だ龍鏡）は、市指定文化財となっている。

【現在の状況】

移築した横穴式石室1基を含めた11基が保存されている。

8 黒土1号墳

中黒土



【古墳の概要】

6世紀中頃に築造された南北約30m、東西約26mの楕円形の円墳で、南西方向に開口する全長約9.5mの横穴式石室をもつ。

出土遺物には、須恵器、土師器、耳環や馬具片などの金属製品があり、一括で市指定文化財となっている。

【現在の状況】

中天満神社の境内地に保存されており、説明板を設置している。横穴式石室は埋め戻されている。

9 正道官衙遺跡

寺田正道



【遺跡の概要】

8世紀前半から9世紀前半の大型の建物群が方位をあわせて計画的に配置されており、その規模や構造から、奈良時代の山背国久世郡の郡役所跡と推定されている。四方に庇をもつ最も大きな建物が、中心建物である庁屋と考えられている。その後方に副屋と正倉、前面に東屋と向屋、南に門を配置している。

【整備内容】

平成2～4年度にかけて歴史学習の場として活用できるように整備を行った。奈良時代の官衙の中心建物である庁屋、副屋、南門は柱や梁・桁などの骨組みを復元し、東屋、向屋、正倉は柱跡の平面表示を行っている。

10 平川廃寺跡

平川古宮



【遺跡の概要】

8世紀に造営された寺院で、塔を西、金堂を東に置く法隆寺式の伽藍配置をもつ。寺域は、東西約175m、南北約115mと推定される。塔跡の基壇は一辺が17.2mあり、国分寺の塔に匹敵する規模がある。

金堂跡の周辺からは、粘土などで形作られた塑像片が出土しており、市指定文化財となっている。

【現在の状況】

塔跡と金堂跡の範囲が史跡指定地として保存されており、説明板の設置や植栽による遺構の表示を行っている。

11 久世廃寺跡

久世芝ヶ原



【遺跡の概要】

7世紀に創建された寺院で、塔を東、金堂を西に置く法起寺式の伽藍配置をもつ。寺域は、東西約120m、南北約135mと推定される。

南門跡からは、像高9cmの銅造誕生釈迦仏立像が出土している。

【現在の状況】

久世神社の境内地として保存されており、久世神社社務所の西側で塔と金堂の基壇を示す土盛りを見ることができる。神社本殿の南には説明板を設置している。

12 久世神社本殿

久世芝ヶ原



久世神社は、旧久世村の産土神で、江戸時代には「天神社」であったが、明治初年に「久世神社」と改められた。現在の本殿は、細部の様式から室町時代中期頃に造営されたと推定されている。

正面の柱間が一間の「一間社流造」で、屋根は檜皮葺である。正面格子戸の上には唐草模様の透彫があらわれている。

13 水度神社本殿

寺田水度坂



水度神社は、旧寺田村の産土神で、現在の本殿は室町時代の文安5年(1448年)に造営された。

建物正面の柱間は一間、側面は二間で、屋根正面の主屋が前に張り出し、やや反り気味の形をした「一間社流造」である。檜皮葺の屋根正面の中途には「千鳥破風」が、向拝上部には笹竜胆を彫り込んだ「墓股」などがあり、意匠の凝った優美な建物である。

14 荒見神社本殿

富野荒見田



荒見神社は、江戸時代には「氏神社」と呼ばれ、富野・長池集落の産土神で、現在の本殿は江戸時代初期の慶長9年(1604年)に造営された。

檜皮葺の屋根をもち、正面柱間が三間の「三間社流造」で、市内の神社建築では最も大きな規模を誇っている。もとは長池の東方山中の「五社ヶ谷」にあったが、室町時代に現社地に遷されたといわれている。

15 荒見神社境内社・御霊社

富野荒見田



荒見神社本殿の南側に建つ小規模な「一間社流造」、檜皮葺の社で、江戸時代初期の元和9年（1623年）に造営された。

建物全体の意匠は簡素な構成になっていて、「墓股」は本殿のものより古く、室町時代後期頃の特徴を示しているが、組物や向拝頭貫の木鼻などは近世のものである。

16 荒見神社神門・透垣・中門

富野荒見田



神門は本瓦葺の一間薬医門、透垣は棧瓦葺、中門は檜皮葺の一間棟文で、それぞれ近世の寺社の景観をよく伝える。透垣と中門は平成27年12月に修理が完了している。

17 旦椋神社本殿

観音堂甲畑



旦椋神社は、旧観音堂村の産土神で、江戸時代は「冑大明神」と呼ばれていたが、明治初年に「旦椋神社」と改められた。

本殿は覆屋内にあり、正面の柱間が二間ある柿葺の「二間社流造」である。華やかな装飾が施され、彩色もよく残っている。規模は小さいものの、荒見神社本殿と共通した細部をもつことから、江戸時代初期の造営と考えられている。

18 天満神社本殿（市辺）

市辺城ノ下



天満神社は、旧市辺村の産土神で、市辺の集落から離れた山麓の小高い場所に鎮座する。

屋根は檜皮葺で、小規模ながらも本格的な「一間社流造」の構造をとっている。細部は、荒見神社本殿と共通する手法を用い、同じ工匠の手により、同時期に造営されたと考えられる。

19

平井神社本殿・末社若宮八幡社本殿・鳥居

平川東垣外



平井神社は、江戸時代には「牛頭天王社」と呼ばれ、行疫神「牛頭天王」を祀る社だったが、明治2年（1869年）に「平井神社」と改称した。

本殿は、江戸時代初期の正保2年（1645年）に造営され、「一間社流造」の構造をもつ。象鼻を彫刻した海老虹梁で身舎と向拝をつなぎ、中央に墓股が置かれている。これら細部の装飾は、桃山時代の意匠をよく伝えるものである。

末社若宮八幡社本殿は、本殿の東側に鎮座する「一間社流造」の建物である。建立年代は不明だが、細部の装飾に本殿との共通性がみられることなどから、本殿とほぼ同時期に建立されたと考えられる。

鳥居は、石造明神鳥居で、東側の石柱に刻まれた銘文から江戸時代初期の貞享2年（1685年）に造立されたことが分かっている。

20

天満宮社本殿（枇杷庄）

枇杷庄大堀



天満宮社は、旧枇杷庄村の産土神で、もとは現社地より30m南に鎮座していたが、昭和35年（1960年）に木津川の堤防が改修された際、現社地に遷された。

本殿は、正面の柱間が三間、側面が二間の「三間社流造」である。昭和37年（1962年）の修理で、屋根は檜皮葺から鉄板葺に改修された。

なお、棟札から、江戸時代前期の寛永4年（1627年）に富野地区などの近在の大工たちによって造営されたことが分かっている。

21

水主神社本殿

水主宮馬場



水主神社は、『延喜式』神名帳に記載のある式内社で、旧水主村の産土神として古くより信仰を集めている。

江戸時代後期の寛政10年（1798年）に造営された本殿は、檜皮葺の「一間社流造」で、墓股や妻飾などに独特の彫刻装飾を施す個性豊かな建物である。

22

三縁寺大門

寺田中大小

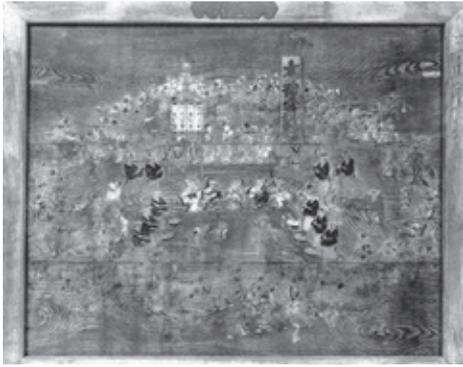


左右両脇の太い円柱が屋根を支える、禅宗様の向唐門で、寺では「大門」と呼ばれている。柱間が一間、その中に扉がある「一間一戸向唐門」で、もとは柿葺だったが、現在は棧瓦葺となっている。唐破風の屋根の曲線は、桃山時代の技法による向唐門の特徴をよく示している。

この門は、明治18年（1885年）に、京都の建仁寺にあった護国院開山堂の表門を移築したものである。

23 おかげ踊り絵馬（水度神社）

寺田水度坂

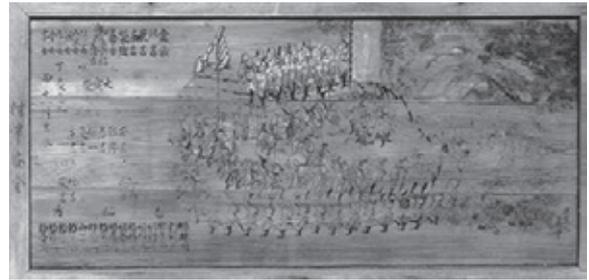


文政13年(1830年)11月1日に寺田村北東町の人々が水度神社に奉納したおかげ踊りの情景を描いた絵馬で、天保2年(1831年)正月に水度神社に奉納された。

画面全体に踊りに参加した109人の村人たちの姿を生き生きと描いている。

24 おかげ踊り絵馬（中天満神社）

中黒土

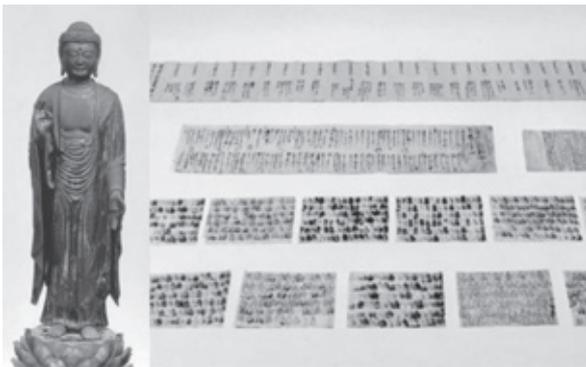


慶応3年(1867年)に中村の人々が、天満神社神前で奉納したおかげ踊りの情景を描いた絵馬で、中村が画家華雪に注文し天満神社に奉納された。

揃いの衣装で整然と踊る村人たちの様子を描いている。

25 木造阿弥陀如来立像（極楽寺）

富野南垣内



ヒノキの一木割削造で玉眼を入れている。近年の修理に際し、像内から見つかった4種類の文書から、仏師快慶の後を引き継いで、弟子の行快が嘉禄3年(1277年)頃に完成させたと考えられる。行快の作例を知るだけでなく、快慶の没年を考える上でも貴重な像といえ、仏教史上でも意義深い文書を納入した極めて貴重な作例といえる。

26 玉池の夜叉ばあさん伝説

寺田水度坂



寺田水度坂の旧大和街道と水度神社参道の交差点南東側にある池は玉池と呼ばれている。池の北側の参道には並木が続いており、そのうちの1本に老女の顔に見えるコブができており、「夜叉ばあさんの人面木」と呼ばれている。

夜叉ばあさんとは、玉池の前に住んでいた女性で、7回嫁いだが戻ってきて尼さんようになっていて、最後は池に身を投げたという。寺田の共同墓地には夜叉の墓がある。嫁入りの行列は玉池のそばを通ると縁起が悪いといわれ、わざわざ遠回りしたという。

27 城陽市内に生息する名木・古木
市内全域



緑化啓発の一施策として、城陽市に生育する古い木、大きい木、珍しい木等で、市民みんなの文化財として後世に残していきたい木を「城陽市名木・古木選定委員会」が選定し、緑に対する意識の向上を図ることとしている。現在36本認定。

28 花の小径
観音堂



日本の4大産地にも数えられ、市の花ともなっている花しょうぶや、カキツバタ、花ハスなどの湧水花き類を見せようと、市が農家の協力を得て平成8年に整備した。総延長約500mあり、コースがわかるように木製の標識も設置している。

29 青谷梅林
中、市辺



市の木である梅が咲き誇る府内最大の梅林。その歴史は古く、鎌倉時代末期にはあったとされる説や、江戸時代に淀藩の奨励により植えられたという説がある。現在は、約20haの面積に約1万本の梅が植えられており、主な品種は「城州白」。2月から3月にかけては約1万本の梅が咲き誇り、大きな白布を広げたように白一色となり、どこまでも梅の香りに包まれる。毎年、この時期には青谷梅林梅まつりが開催され、多くの観梅客で賑わう。

30 鴨谷の滝
奈島高塚



本市東南部に位置し、周りを豊かな自然に囲まれた京都府の自然200選にも選ばれた滝。周囲には鴨谷の滝のほかには椎尾ノ滝が存在する。城陽市観光協会では、毎年8月上旬に鴨谷の滝を巡るツアーを実施しており、案内とともに豊かな自然を楽しむ。

31 鴻ノ巣山
寺田宮ノ谷



標高117.9mの山。

この山に「こうのとりの巣」が築されると豊年になるといわれ、大切にされたことから山名になったとの説がある。

昔は、松茸が採れる山でもあった。

現在は、散策道として整備されており、多くの人を訪れる。

山頂の山背展望台からは、眼下に城陽市街が広がり遠くには生駒山・愛宕山・比叡山の山並みが見渡せる。周辺にはさくら見台・花しょうぶ池・やすらぎの広場があり、緑豊かな自然や四季折々の花・木が楽しめ、さわやかな緑陰のなかで森林浴を満喫することができる。

32 天山
中黒土、北石神



「青谷絶賞」にある青谷八勝の一つで青谷地域の中央に位置する104mの山。

また、青谷小学校の校歌にも歌われており、古くから地元で親しまれている。

平成26年1月に、「天山散策道」として散策道を設置し、山頂まで歩くことができる。

33 島畑
枇杷庄、寺田など市内各地域



水田の中に畑が島のように分布している耕地。

かつてはナシやワタが栽培され、現在は城陽の特産であるイチジクが多く栽培されている。

洪水によって堆積した土を田の1カ所に集めて畑地にし、砂地を切り下げて低い部分を水田にしている。1カ所の耕地を田と畑にすることによって洪水とつきあいながら田畑を維持する先人の知恵をみることができる。

34 上津屋の茶畑
上津屋



木津川の清流と自然仕立ての茶畑と茶畑を洪水被害から守る竹林とが一体となった調和のとれた景観が広がっている。

遠くに流れ橋や愛宕山も見える。

平成27年4月に、日本遺産「日本茶800年の歴史散歩」の構成文化財の一つに認定された。平成27年6月には、京都府景観資産にも登録された。

35 イチジク

寺田、枇杷庄、富野、観音堂 他



【歴史】

昭和8年に寺田地区の岩見氏が、奈良県から榊井ドーフィンの苗を導入して栽培したのが始まりとされている。

昭和25年には古くから栽培されていた梨をイチジクに更新し、優良苗を増殖して栽培農家に配布して技術指導が行われ、寺田地区、富野地区に普及した。

昭和45年以降は、米の生産調整の転作作物として、収益性もよく、収穫期以外管理が容易であることから多くの農家に普及した。

栽培面積約20ha、栽培農家約120戸、出荷量約450t

【品種】

榊井ドーフィン

36 てん茶

久世、上津屋、寺田、水主、富野、奈島、市辺 他



茶畑を収穫する20日ほど前から、寒冷紗や昔ながらの「こも」や「ほんず」で覆うことで直射日光を避けて、うまみを増やして苦みを抑えるようにして育てる。その後、新芽を手摘みや機械刈りなどで収穫し、茶葉を蒸した後揉まないで作るてん茶の荒茶を作る。てん茶の荒茶を問屋で加工し、石臼で挽いたものが抹茶となる。

てん茶は、木津川の河川敷付近を中心に、一部青谷の山地や平川の市街地内でも栽培されている。

木津川付近の茶畑は砂地で、直根が地中深く入るため、松のような濃い緑になる。

栽培面積約30ha、栽培農家約25戸、出荷量約28t（畑から摘んだ茶を一次加工したもの）

【品種】

さみどり、あさひなど

37 梅（城州白）

中、市辺



【歴史】

城陽の梅栽培の歴史は古く、江戸時代の安永年間に青谷地区で数十本栽培されていたとされ、その後、天保年間から安政年間に著しく増加し、「青谷の梅」と呼ばれるようになった。当時は、紅の原料や媒染剤として烏梅の生産が主力で、これは、京染めが行われていたことにより需要があったことからであるが、京染めが衰退するとともに栽培も減少してきた。しかし、明治7年ごろから生梅の食用としての需要が開け、大粒の城州白を中心に生産量は増加している。徒長枝は、「ズアイ」「コクセン」として正月前に出荷されている。

栽培面積約20ha（約1万本）、栽培農家約50戸、出荷量約125t

【品種】

中地区、市辺地区の丘陵地を中心に、小梅がオタフク、ダルマなどで、大梅が、早生の白加賀、鶯宿、晩生の城州白など。

38 寺田いも

久世、寺田



【歴史】

城陽のサツマイモ栽培の歴史は古く、江戸時代の享保年間といわれている。当時、長池の薬問屋を営む鳴利兵衛が、壱岐の島から種芋を持ち帰り、栽培方法などを農民に普及し、富野地区、寺田地区で栽培されたといわれている。なかでも、寺田地区の荒州（木津川の氾濫で出来た水はけのよい砂地の畑）で栽培されたサツマイモがおいしいと評判になり「寺田いも」と呼ばれるようになった。

栽培面積約15ha、栽培農家約50戸、出荷量約250t

【品種】

時代とともに改良され、かつては高系14号が中心であったが、今では色も鮮やかで甘みのある金時、紅はるか、紅あずまの作付けが多い。

39 花しょうぶ
観音堂 他

江戸系の村雲（切り花用）、桂男（切り葉用）が栽培されている。城陽の栽培の特徴は、地下水の温かさを利用した促成栽培である。

地下水は、年中16～17度と一定の水温であることから、12月に掛け流しをすることで、発芽を促成し、通常の開花期（6月）よりおよそ1カ月早く開花するよう栽培している。

花しょうぶは、端午の節句の花として親しまれ、5月5日のこどもの日に出荷できるようにしている。

栽培面積約3.7ha、栽培農家16戸、出荷量約1,121千本

40 カキツバタ
観音堂 他

地下水の温かさを利用した促成栽培。

地下水は、年中16～17度と一定の水温であることから、12月に掛け流しをすることで、発芽を促成し、通常の開花期（6月）よりおよそ1カ月早く開花するよう栽培している。

城陽のカキツバタ栽培は、昭和初期から始まったといわれている。

栽培面積約3.9ha、栽培農家11戸、出荷量約256千本

41 カラー
観音堂 他

城陽で栽培されているカラーの品種は、チルドシアーナが主流であったが、病気に弱く、近年では、ウエディングマーチが主流となっている。

ウエディングマーチは、チルドシアーナに比べ病気には強い品種で、軸が太く花が小さいのが特徴である。カラーの栽培もカキツバタと同時期といわれ、昭和初期から始まったといわれている。

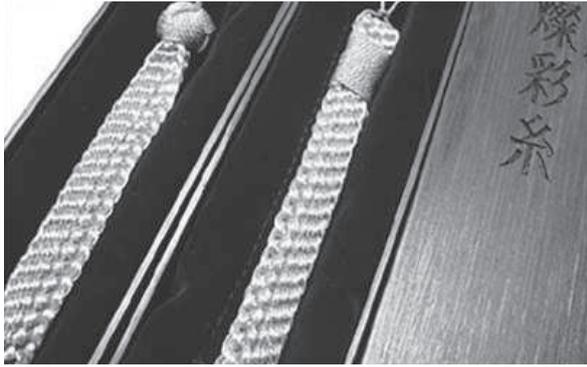
栽培面積約1.7ha、栽培農家8戸、出荷量約421千本

42 花ハス
観音堂、市辺 他

城陽で栽培されているハスは、1970年に姫路より持ち帰った通称イケハスが市域に広がったものである。

ハスの栽培も花しょうぶ同様に、地下水を利用した栽培であるが、地下水の温かさを利用した促成栽培ではなく、湿地を好むハスにとって豊富な地下水をかけ流し栽培している。

栽培面積約8.5ha、栽培農家7戸、出荷量約195千本

43 金銀糸
市内各所

金箔を使って生産するものとポリエステルフィルムを使って生産するものがある。

現在はポリエステルフィルムを使って生産されたものが主流となっている。

主な用途としては、金襴、帯などの和装織物や刺繍用に使われている。

その他、洋装やニット、インテリアなどに使用されている。

44 梅酒
奈良久保野

城陽の特産である城州白(梅)という肉厚で香り高い大粒の実を原材料とした梅酒。

海外にも出展し、好評を博している。

香りが良く味も良い。また、健康にも良い。

45 城陽市歴史民俗資料館
寺田今堀

平成7年11月に開館し、平成19年4月に常設展示室をリニューアルした。

常設展示室は城陽市の歴史が分かる通史展示を行っている。

特別展示室では年間2回の特別展と2回の企画展などを実施している。

普及活動として、年間約20回の勾玉教室他、体験教室などを実施している。

資料館の愛称「五里ごり館」、マスコットキャラクター「ごりごりくん」は平成19年のリニューアル時に公募で選ばれた。

46 文化パルク城陽
寺田今堀

平成7年11月に誕生し、昨年開館20周年を迎えた。近鉄寺田駅から徒歩圏内に位置し、平成15年に1,000万人、平成24年に2,000万人の来館者を達成した。

文化ホールの他、会議室や音楽スタジオなどの貸出用施設、プラネタリウム、子どものためのプレイルーム、図書館、歴史民俗資料館、コミュニティセンター、市民活動支援センター、レストランなどさまざまな施設が一体となった大規模複合型施設となっている。

また、3階屋上部分に本格的な茶室がある。

47 コミュニティセンター

市内6カ所（平川広田、富野東田部、枇杷庄知原、寺田正道、市辺五島、寺田今堀）



コミュニティセンターの設置基準は、基本的には中学校区を一つのエリアとしている。

各コミュニティセンターは、図書館の機能、児童館の機能、高齢者憩いの家的機能、社会教育的機能を合わせ持ち、地域に欠かすことのできない施設となっている。

48 城陽市総合運動公園

寺田奥山、寺田大川原



城陽市東部の丘陵地に位置し、京都府立山城総合運動公園、京都府立木津川運動公園、ゴルフ場に隣接する。

緑に囲まれた市民の余暇活動の拠点、気軽に利用できる親しみのある公園、運動・レクリエーション施設を中心に地域文化を育む施設を有する公園として整備された。

体育館、テニスコート、野球場、多目的広場等を有するスポーツゾーン（7ha）と大型遊具、ローラースライダー、大芝生広場を有するレクリエーションゾーン（9ha）の16haで構成され、城陽市民だけでなく他府県の方々など広域的に利用されている。

49 京都府立木津川運動公園

富野北門



城陽市東部の丘陵地西端部に位置する。

大きな芝生広場や多目的広場などでは幅広い世代が気軽にスポーツやレクリエーションを楽しめる。修景池や参画・再生の森などでは自然観察や環境教室、森づくりなど、公園にいる生きものや山砂利採取跡地が緑豊かな自然再生の森に移っていく過程を学んだり、体験したりすることができ、自然の素材を使ったクラフトなども楽しめる。

苗木から大きな森を育て、府民がいろいろな活動の場として活用し、みんなで育てていく公園となっている。

50 サンガタウン城陽

久世上大谷



城陽市東部の丘陵地に位置し、京都府立山城総合運動公園と本市総合運動公園の中間にあたる場所にある。

京都サンガF.C.の選手たちが日々の練習に取り組んでいる練習場で、施設内にはサンガ練習グラウンド2面、人工芝グラウンド1面、フットサルコート3面がある。練習グラウンドの周囲には見学ゾーンが設置されており、迫力あるプレーを至近距離で見られるだけでなく、選手たちとのふれあい、サポーターやファン同士の交流が図れる。

城陽市民選 ～城陽市の魅力、地域資源

城陽未来まちづくり会議の開催にあたり、無作為に抽出しました1800人の市民の方を対象に、8月末にアンケートを依頼しましたところ、385人の方からご返答をいただきました。

以下に掲載していますのは、「城陽市の好きなところをあげてください。もの、人、風景なんでも構いません。」という問いに対して、答えてくださった内容を簡単に分類したものです。

共感すること、あるいは初めて知ることなどがあるでしょうか。



歴史資源

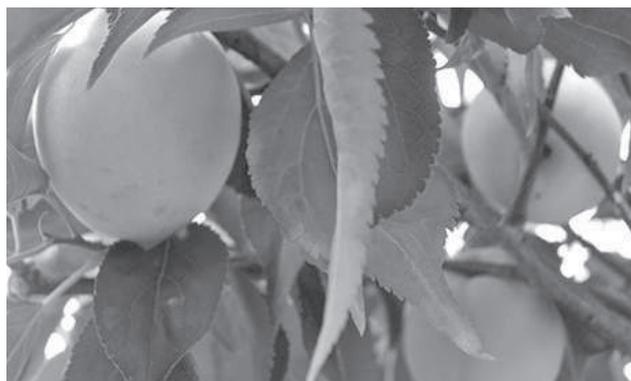
- 古墳がいっぱいあること（久津川車塚古墳、芝ヶ原古墳など）
- 森山遺跡（家の近くにあって、いつも緑がきれいで落ち着きます）
- 荒見神社の井戸
- 水度神社、久世神社、荒見神社等、緑が多く、大好きな場所です。
- 水度神社、久世神社等、歴史のあるものが多い
- 水度神社は初詣も毎年必ず行きますが大好きです。（おごそかです）
- 水度神社は孫のお宮参りをさせていただき他、いつも参拝して気持ちが落ち着きます。
- 水度神社から鴻ノ巣山に登り運動公園に抜ける所。癒される。
- 平井神社は隣に交番があり、安心して遊べる公園もあります。
- 山背古道はハイキングするのに最適です。



自然資源

風景

- 城陽市民体育館までのグリーン
- 木津川沿いのサイクリングロードからの風景（河川敷運動広場など）
- 城陽酒造の建物から酒造りの時の様子が分るとき（湯気がでてたり）
- 富野小学校横のハス池から堤防までの散歩道が好きだ。
- 緑が多く、自然も多く、のんびり過ごせるところです。
- 秋の公園や道端に彼岸花が咲いている風景
- 城陽市は緑が多く、ハスの花など、未来の子ども達のためにこのまま自然を残してほしい。
- 鴻ノ巣山展望台から眺める南山城盆地の風景



- 水度神社から鴻ノ巣山運動公園へつながっていること。とても良い運動となって楽しんでいる。
- 鴻ノ巣山が手軽に登れて丁度よい
- 保健センターの裏の田園風景が広々として好きだ
- 文化パルク城陽と周辺の田んぼの景色が好きです。（春夏秋冬が違って良いです。）
- 鴻巣山、木津川、田んぼなど美しい風景がたくさんあってすばらしいと思います。就職活動の際も地方の企業から内定をいただいても城陽から出たくないため辞退したほどです。
- 木津川が美しい
- 木津川堤防から見える風景（虹も）
- 木津川の河原がゆったりしている
- 木津川右岸、桜並木通りから見る西方 真赤な太陽、夕焼け雲
- 木津川の堤防から見る近鉄電車
- 木津川の自然（昆虫・魚（タナゴ））
- 夕日がキレイ。（城陽高校から見える夕日）
- 正道官衙遺跡から見る夕日（特に梅の花の頃）
- 水度神社参道から見る太陽
- 朝、通勤で平井神社のそばを通る時、セミの鳴き声を聞くとき暑い夏を感じます。木々は手入れもされており雰囲気もよい。
- 寺田ですと、川沿いの樹木、文化パルクの周りの木々
- 水度神社からの景色がキレイ
- アイリスイン周辺の環境
- 青谷保育園のどんがり帽子。青い屋根の三角帽子が園にふさわしく夢のある建物が私は好きです。
- 空がよく見えて星がとてもきれいなところ。（建物が乱立していないので、空が広く見えるため。）
- 市辺天満神社辺りの自然（畑の水生植物のメダカ・ヒメホタル）
- 杜若園芸の水生植物
- 青谷の農業（米、梅、いちじく、ハス）
- 鴻ノ巣山運動公園の前の道路の街路樹→車で通っていて緑

がとてもきれいです。

- 観音堂らへんのハス畑や家並み
- 秋の稲の刈った後の束がまとまっておいてある風景がすてきだ。
- 流れ橋
- いちじく畑の広がる風景
- てん茶（浜茶）の風景
- 茶畑の景観がきれいだ。
- 蓮畑の風景がとても好きです。

花・木

- 季節を感じる花や木々（水度神社周辺から南都銀行にかけての桜並木）が多い
- 梅の花がきれい
- 青谷梅林の梅
- 鴻ノ巣山と鴻ノ巣山運動公園の桜
- 桜並木
- 木津川の桜づつみ（だいぶ桜の木も大きくなり、見応えがあるようになってきました。）
- 富野～青谷の堤防沿いは桜他色々な木や花が咲き楽しませてくれて良い
- 木津川堤防のエノキ
- 私の近所の生花の移り変わり（カラー、菖蒲、ハス、梅、桃 etc）
- 観音堂花しょうぶ等花畑
- 所々に道沿いにハスや菖蒲が咲いているのが好きだ
- ハスの花畑も多く、夏には癒されます。
- 文化パルク南側のハスの花。心があらわれます。
- ハスの花→場所はどこでもですが、とてもきれいだ。このようなところは見たことがない。
- 文化パルクの池のスイレン（夏）
- アルプラザ城陽西入り口道路のハスの花
- 金木犀の香り（秋祭りの頃、歩いていると家々の塀の中からそこはかたなくただよってくるなんともいえない香り。御神燈をみながら通り過ぎます
- 保健所東畑のレンゲ花が好きです



- 久津川ひだまり東側レンゲ畑です
- 今池川 - 古川の桜並木と野草の花
- 四季折々の自然が楽しめます。
- 自然が多くて、静かなのが良い。

産業資源

農作物

- 寺田のあらす芋畑
- 桃畑



- いちじく（毎年栽培農家から、数軒の知り合いに郵送してもらっています。とても喜ばれます！）
- 他の産地のいちじくより美味しい
- 朝取りいちじくがおいしい
- 富野で営農（主にいちじく）今崎さんちの「いちじく」は城陽ブランドの名にふさわしく美味で時期がくると待ちこがれている親戚、友人にドッと送り届けて喜ばれています。
- いちじく、芋等、名産物があり、おいしい
- 生産農家先でのいちじくや野菜の販売（新鮮品あり）
- 青谷の梅がおいしい
- 青谷梅林の梅まつりの際買った地元の方が漬けた梅干。亡き母が漬けたものと同じような味で、煮魚やいろいろな料理に重宝しています。
- 五里五里の里に売っている、青谷の梅ぼしが美味しかったです。
- 他府県へ行った際、青谷の梅をおススメで置いているお店があると、営業活動を頑張っている人だなあとも思うし自分も頑張ろうと励みになる。
- 城陽はおいしい物が多く、農家さんの野菜も良く買います。
- 旬菜市で売られているなす、きゅうり、はちみつ、トマト、いちじく
- 倉田さんのトマト、いちじく
- 自宅前でカゴでお野菜を売っている所を数ヶ所見ますが、安いしおいしいし人がいいってことだと嬉しく思います。
- 寺田いもがおいしい。そのままでも美味しいですが、甘さ・繊維量のお菓子作りに適している。
- 茶
- 城陽産の桃が好きだ（手に入りにくい）
- 城陽市は特産品が多い（青谷の梅、寺田いも、いちじく、蓮 etc...）のに、まだまだ知名度が低くてもったいないと思います。

酒

- 城陽酒造の酒かすや原酒がうまい
- 城陽の地酒 たれくち酒、安くておいしい
- 青谷梅林の梅を使った梅酒
- 城陽酒造の酒蔵も好きです。
- 全国でも戦えるくらい、城陽酒造は日本酒も梅酒も美味しくて大好きです。
- 城陽酒造の蔵開き

お菓子

- 三隆屋の和菓子
- 松屋の鮎
- きねやの和菓子が伝統的かつおいしいところ
- 和菓子（若松）屋さんの苺大福
- 与楽のいちご大福、グレープ柑

- 与楽の和菓子はいつ食べてもおいしくて好きです。私の地元でも好評です。
- 栗太郎の栗パイ（白あずきあん）がめずらしくおいしい
- 城陽駅の近くの古びた和菓子屋さん（栗太郎）のボンボンパイがおいしい。お土産に喜ばれる。
- 栗太郎本舗のなると芋のおまんじゅうが最高
- ガトーアルル洋菓子店のブランデーケーキ
- アンプレシオンガトーシュクル店のケーキがおいしい。

お店

- パン屋さん（プルンニャ）の食パンがおいしい
- ピーターパンのパンが美味しい
- 城陽商店街の「パンの樹」パンがとてもおいしい

飲食店

- 俺のラーメンあっぱれ屋のラーメン
- 屋台（ラーメン）
- やまびこの鍋焼きうどん
- グリル北川
- イルフィーコの飯が美味しい
- オリジナリティがある小売店が多いと思う
- 色々な食事処があるところ
- 実は有名なラーメン屋が多い。
- 飲食店が多いところ
- 旧24号線の飲食店の多さ（久津川）
- 城陽駅おりて5分程あるいた所にある将軍という居酒屋さん
- 寺田駅周辺の飲食街

施設資源

施設

- 文化パーク城陽（星と本と音楽好きなので）
- 文化パークのプラムホール
- 文化パークの資料館
- 城陽市内の図書館
- 家の近くに図書館があるところ。（文化パーク内）
- 文化パーク城陽の図書館の蔵書・システムが良い
- 市内の図書館の本が1箇所です借られる
- 文化パーク内の図書館とふれあいホールでの催し物
- 文化パークでのコンサート（近場で音楽が楽しいです）（自転車で行ける）
- 文化パークでのプラネタリウム（星を見るのが好きです）
- 各コミセン色々なスポーツが出来て良い。
- 北コミセンの和やかで雰囲気が良いところ
- コミセンが色々と情報を発信してくださるので良い
- ひなたぼっこ（地域子育て支援センター）



- 鴻ノ巣山運動公園の遊び場
- 府立木津川運動公園（五里五里の丘）の子どもをはだして走らせることのできる原っぱ（よく遊びに行きます。）
- 木津川堤防散歩道
- 近くにある鴻ノ巣山と運動公園
- 鴻ノ巣山運動公園にあるスポーツセンター（ジム）は気軽に行けて運動になるのでよい
- プラムイン城陽…風呂・すべり台
- 城陽カントリークラブ
- 市民プールが手頃で行きやすく好きだ
- 京都サンガの練習場、サンガタウン城陽
- 友愛の丘
- 文化パークの南側の「旬菜市」
- シルバー農園
- 北城陽中学校

イベント

- 文化パークでの各イベント
- 冬のイルミネーションはきれいだと思います。
- 城陽市総合運動公園のイルミネーション
- 荒洲での寺田いも掘り
- 城陽酒造さんの蔵開き（梅まつり）
- 青谷の梅花祭等、地域旧来の催しもの
- 青谷の梅まつりは毎年散歩がてら、春を感じに行きます
- 産業まつり
- 各コミセンのおまつり。



その他

子育て

- 文化パークなど無料で子供と遊べるところがあるのは助かります。イベントなど参加しやすい
- 文化パークのプレイルーム。子供と毎週のように利用しています。とても良い施設です。
- 広くて近くの公園よりキレイな木津川運動公園で子供と遊べる所
- 木津川運動公園 近所の公園ではボール遊び禁止の所が多いのでここだと自由におもいきり子供とボールで遊べるので。ピクニックもできていいです。
- 公園がたくさんあるので子育てには良いところだと思う。
- 子育てするには手厚いサービスして頂いてると思います。
- 主人を含め地元（城陽市）に残っておられる方が多い印象があります。地元で結婚し、子供を育ててらっしゃる＝環境が良いと感じています。
- 医療補助、小児病院、公園など、子育てしやすい環境である
- 運動公園でゆっくり孫と遊べるのが良い
- 図書室でも子どもが話をしながら楽しく本が読める（東部

- コミセンはしゃべると怒られる)
- 空気もよし、子供にはいい所である。
- 子供の給食が中学までであること。

人々

- 人が親切
- 地域のお年寄り（おっちゃん、おばちゃん）
- 地域の人が優しくて安心できる
- 近所の人たちが仲良しでたいていの人は顔見知り
- 人情が厚い地域で隣近所助け合って50年以上住んでいます
- 知人に商売をしている人が何人かいるが、商売している人達が良い人達で仲が良さそう。
- せまい道でも、ゆずり合いの精神がある（車運転時）
- 富野小学校の校長先生が朝の挨拶運動で積極的に挨拶して下さりフレンドリーだ。
- 城陽市図書館はよみかかせなど若者を含めて頑張っておられる。
- 図書館の司書さんはみんな良い人だった
- シルバー人材さんにお仕事を依頼して良かった、という人がいた
- 生協やユタカに親切な店員の方がおられる
- 人々の気持ちも温かく、暮らしやすい所だと感じています。

環境・雰囲気

- 穏やか、のどかである事
- せかせかしていない所がいい。のんびり暮らしていけそう
- 観光のまちとしてゆっくりと成長しているのがいい
- 城陽市は小さい町なので、一体感を持ちやすい。
- 城陽全体がまったりしているところ。
- 町の中に昔の風景があること
- 町が平和で住みやすい
- 繁華街等なく、住宅地として静かで良い
- ベッドタウンなので夜が静か
- 緑多く静かな住宅都市であること。
- きれいなところ（ゴミ等があまり落ちていない）
- 緑が多くゆったりとしている。自然が多いのが良い。
- 物価が安い
- ごみの収集が無料というのはありがたいです。
- 田畑があるところ
- 公園が多い
- 運動できる所が多い
- 自然に近いのに生活が便利な所
- 自然豊か（梅やしょうぶの季節）
- 自然が多くて農作物（さつま芋、いちじく等）が美味しくて名産
- みどり・空地、空間が多い
- 空の高さ、緑の多さ、鳥ののどかさ
- 木津川の川原ののどかさ
- 散歩に良い所です
- 城陽市は緑がいっぱいで空気もおいしい
- 田んぼ等があり田舎だと思うが、スーパーやコンビニもあり田舎すぎないところが好き（どんどん埋め立てられているので田んぼがなくなってほしくないです）
- 都会過ぎず田舎すぎず、適度に環境が整っているので住みやすい
- ほどよく都会で田舎でのんびりしたところ
- 故郷への想いが一層懐かしく感じられる所ではある
- 適度に緑があり、交通の便も悪くなく、住みやすい

- 田舎の雰囲気が残っている（青谷地域が特に良い）
- 自然や農地が多く、牧歌的雰囲気である
- 緑が豊かで、安らかな気分になれます。
- 私が休日に運動するのに自然が多く、人が少なく、都合が良い。
- 住めば都。京都、伏見区から移り住みましたが、大都市でもないけど、とても気に入っております。
- 普通の生活には何も不自由なく住みやすい市だと思います。
- 気候が温暖だった（以前の事です）※昭和末期に転入して来ました。
- 風土が瀬戸内風
- 冬はあたたかい
- 水道水がおいしい

安全

- 犯罪発生が少ない
- 私の住んでいる所は災害が少ない
- これまで風水害が意外と少なかった

交通・利便性

- 新名神のインターが近未来的な感じがして将来が楽しみに思う。
- 住宅街にもコンビニやスーパーなどがあり、交通の便もよく、とても住みやすい街だと思います。
- まちがコンパクトで生活に必要な施設が比較的近くにある。（手をのばせば届く）
- 生活の中で何でも物がそろう便利な街大き過ぎず小さすぎず程よい大きさの街
- 京都市に近く、奈良にも近いこと。（五里五里の里）
- 立地条件が京都と奈良の間にあり、適度な都市化と少しの自然が残っており、住みやすいところ
- 自然に囲まれた閑静な住環境であり、京都・奈良・大阪に出るのも便利
- 車で出掛けるときにいろいろな所に行けて良いと思います。（交通の便がよい）
- 近鉄、JR が利用できて外出に便利
- さんさんバス
- 生活には十分な施設が整っている
- プラムインなどの運動施設、文化パルク、コミュニティセンターなどの文化施設、病院、量販店などの設備が充実している。
- アルプラザ城陽が大きく、楽しい
- スーパー山田屋
- スーパーやコンビニが沢山あって老人にも買物がたのしみです。足が悪いので娘に車で連れてってもらったり、メモを渡して入用品を買って来てもらい、助かります。（アルプラザ、ライフ等）
- アルプラ、イズミヤなども近く生活に便利
- 駐輪場が充実しているところ
- 陽寿苑などの老人施設が整っていて色々楽しめる
- お米とか果物など新しい物が手に入るのがよい

その他

- 西城陽高校の合唱部
- サッカーが盛ん。
- イメージキャラクターが可愛い
- “五里五里”というネーミング





用語の説明

(50音順)

インバウンド・・・外国人旅行者を自国へ誘致すること。日本においては、海外から日本へ来る観光客を指す外来語。

梅の郷青谷づくり・・・青谷梅林の復興と里山の環境整備などを目的に、平成21年から市民・事業者・関係団体などの方々と協働して実施している事業。

SNS・・・インターネットのネットワークを通じて、人と人をつなぎコミュニケーションが図れるように設計された会員制サービス。ソーシャル・ネットワーキング・サービス social networking service の略。

お茶の京都事業・・・日本茶文化を創造し、全国に普及させてきた「宇治茶」や茶畑景観等の山城地域の価値を再認識し、さらに磨きをかけ、世界に向け発信することにより、多くの人が訪れる大交流圏を創出し、日本の茶文化の一大拠点となることを目指す取り組み。

五里・・・約20kmのこと。

スマートインターチェンジ・・・高速道路の本線やサービスエリア、パーキングエリア、バスストップから乗り降りができるように設置されるインターチェンジ(IC)であり、通行可能な車両(料金の支払い方法)を、ETCを搭載した車両に限定しているIC。

TWINKLE JOYO・・・平成14年から市の冬の風物詩として、市観光協会が中心となり、毎年12月に実施されるイルミネーションイベント。

日本遺産・・・地域の歴史的の魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産(Japan Heritage)」として文化庁が認定するもの。ストーリーを語る上で欠かせない魅力溢れる有形や無形の様々な文化財群を、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内だけでなく海外へも戦略的に発信していくことにより、地域の活性化を図ることを目的とする。平成27年4月に、上津屋の木津川河川敷に広がる茶畑が、日本茶800年の歴史散歩 流れ橋と兩岸上津屋・浜台の「浜茶」として第1号に認定。

ハブ・・・中心となるところ。中枢。拠点。

山背古道・・・城陽市・井手町・木津川市にまたがる全長約25kmの散策道として、平成7年に設定されたもの。3市町で構成する山背古道推進協議会において、ウォークイベントを実施。

第2次城陽市観光振興計画

策定 平成29年3月
城陽市

〒610-0195 京都府城陽市寺田東ノ口16番地、17番地
城陽市 まちづくり活性部 商工観光課
TEL：0774-56-4018
FAX：0774-56-3999



城陽市