

# 平成22年度 事業評価（事業活動記録）

事業No. 472

所管部局	農林商工部	所管課	商工観光課	担当者名	山内 里美
事業名	観光宣伝事業			事業分類	ソフト事業
細事業名	観光宣伝事業			政策体系	244
会計	一般会計	科目	7.商工 - 1.商工 - 3.観光		

## 1. 事業の概要

全国的に知名度があり、旧町の中でも先進的な観光地として事業を行ってきた美山のネットワークを活かしながら、「かやぶきの里・美山」のある南丹市として、美山を軸とした市域全体の観光資源のPRを行い、誘客を図るとともに、知名度の向上を目指す。また、単独の自治体だけでは実施が難しい活動にも近隣市町との広域のネットワークを使って共に取組み、南丹エリアへの誘客を図っていく。

## 2. 事業の目的と必要性

### ① 施策で目指す目標との関連付け

観光地としての市全体のレベルアップと知名度を向上させるための事業。  
 施策目標として定める「観光入込客数200万人」を目指す。

### ② 事業を実施する必要性

本市においては、南丹市全域を宣伝・PRする組織・機構がまだ成熟しておらず、また他に宣伝等を行う事業がないため、施策目標実現のためには本事業が必要不可欠である。

## 3. 事業費の推移

	単位	平18決算	平19決算	平20決算	平21決算	平22予算	平23計画	平24計画
決算額または計画額	千円	3,950	2,579	2,404	2,333	1,065	2,130	2,130
うち一般職・嘱託職・臨時職の給与および共済費等	千円	0	0	0	0	0	0	0
財源内訳	使用料・手数料等	千円	0	0	0	480	638	0
	国・府支出金	千円	0	0	0	0	0	0
	地方債	千円	0	0	0	0	0	0
	一般財源	千円	3,950	2,579	2,404	1,853	427	2,130
職員等の従事人員	人/年	—	—	1.25	0.75			
人件費	千円	—	—	8,490	4,904			
事業費総額	千円	—	—	10,894	7,237			

※事業費を要しない場合は「0」、事業を実施しない場合は「空白」で表示。  
 ※千円未満を四捨五入し表示しているため、合計等が一致しない場合がある。

## 4. 主な事業費の内訳

京都観光宣伝販売促進会議（旅費・会場使用料等）	159,620円
観光キャンペーン等（旅費・消耗品費等）	270,724円
南丹市観光パンフレット改訂増刷（印刷製本費）	1,638,000円
観光案内資料改訂増刷（印刷製本費）	76,650円
観光ポスター増刷（印刷製本費）	40,425円
広域パンフ広告掲載料（広告料）	73,500円

## 5. 事業結果の概要

知名度向上と市内の観光スポットを広く知ってもらうため、機会あるごとに観光パンフレットの配布等によるPRを行うとともに、情報の発信や広域のネットワークをいかした活動の中で、地域事業者とも連携した物販を行い地元の食材をPRすることができた。

## 6. 活動の詳細

活 動 内 容	活動日又は時期	活動結果等
(1) P R活動		
●日吉ダムマラソン観光PR (会場：府民の森ひよし) 毎年全国から多くのランナーが参加する大会であり、南丹市全体を知ってもらえるよう、ポスターや写真の掲示、観光パンフレットを配布することで、PRを行った。	4月26日 (日)	主催：日吉ダムマラソン実行委員会 エントリー：2,674人 悪天候でランナーや応援等の参加者も場内をゆっくりされることがなかったのが残念。
●京都府商工会青年部イベント「22の挑戦」観光PR (会場：京都競馬場) 京都府内の商工会青年部によるイベント。南丹市商工会ブースにおいて商工会は飲食やイベントコーナーを市は観光PRを行った。	5月10日 (日)	主催：京都府商工会青年部 飲食ブースやゆるキャラと遊ぶイベント等も行われ、多数の人で賑わった。配布パンフ：約300セット
●第16回京都観光宣伝販売促進会議 (9月10日・11日) (会場：東京ステーションコンファレンス：東京日本橋口) 首都圏の旅行エージェントやキャリア等に行催事情報や商品情報等を提供し、京都府域について旅行商品等への具体的な盛り込みや観光客誘致手段としての活用方法について、関係者間での意見交換や助言を得る場として開催されている会議。京都府観光連盟から依頼を受けた自治体や観光団体が大手旅行会社を対象に自分たちの観光地の魅力をPRしている。合併前には美山町として過去6回参加実績があり、合併後は美山町を中心に南丹市の観光情報について資料を配布し、プレゼンテーションしている。	9月9日(水)～11日(金) 7月初旬より打ち合わせ等の準備活動あり	参加者：6社50名(京都側：9団体) 主催：(社)京都府観光連盟 南丹市全体の観光スポットの案内とともに、今回は特に美山の田舎体験・エコツーリズムを中心に提案を行うとともに、企画書等にも使ってもらいやすいよう、写真データの配布も行った。
●京都丹波秋の観光物産キャンペーン (会場：京都縦貫自動車道南丹PA上り) 亀岡市・南丹市・京丹波町で構成する京都中部圏観光協議会がNEXCO西日本関西支社京都丹波道路管理事務所の協賛を得て、観光物産キャンペーンを実施。特産品の販売、パンフレットの配布等を行い、秋のシルバーウィーク期間中に出かけている方を対象に、京都南丹エリアのPRを行った。	9月23日 (水・祝) 6月頃より打ち合わせ等の準備活動あり	無人パーキングは場所的に簡単にイベントのできる場所ではないが、NEXCOと連携することで警備面も含め、スムーズに場内整理や客の誘導ができ、多くの方に立ち寄っていただき、南丹エリアのPRができた。地元の商業者の方々にも直接販売していただけた。来場者 約1,500人
●ゆるキャラまつりin彦根 キグるミさみっと2009 (会場：ひこね市文化プラザ) 全国のゆるキャラが一同に会するイベントに南丹市商工会青年部が「さくらちゃん」で参加。南丹市ブースでの観光パンフレット配布等により、南丹市のPRを行った。	10月23日(金)	主催：井伊直弼と開国150年祭実行委員会・彦根商店街連盟150年祭実行委員会 全国のゆるキャラが一同に会するイベントで、多くのゆるキャラファンが集まった。キャラクターのイベントであるため、グッズを配布や販売されているところが多かったが、南丹市のパンフレットもたくさん配布することができた。
●向日市まつり観光PR (会場：向日市競輪場) 向日市が市民の融和と結束を深め産業振興に資することも目的に毎年実施されているまつり。テーマ「5万人のふれあい」。桂川の水源地である南丹市とその水を上水に利用している向日市との関係性から、水資源機構日吉ダム管理所とともに日吉ダムと南丹市のPRを行った。	11月21日(土)、22日(日)	主催：向日市まつり実行委員会(向日市、向日市商工会、京都中央農業協同組合) 水資源実施のアンケートと流木チップの堆肥プレゼントは好評であった。1日目は「南丹ものづくりの祭典」で入選した特産品「黄金芋」の販売も行い、用意した100個は早々に売り切れた。南丹市のパンフ配布約250セット。

<p>●第12回京の味めぐり・技くらべ展（1月13日～19日） 観光コーナー（会場：大丸京都店 7階催会場） 京都の食品・工芸品などの地場産品等の物産展会期中の2日間、観光コーナーで観光案内、観光パンフレットの配布、アンケートやプレゼント抽選を行った。</p>	<p>1月13日(水)、14日(木) 12月中旬より打ち合わせ等の準備活動あり</p>	<p>主催：京の味めぐり・技くらべ展実行委員会(京都府・京都府商工会連合会、京都府物産協会、京都府観光連盟等) アンケート回収299枚。アンケートの実施と市内の特産品の提供等により南丹市を知り、興味をもってもらうことができた。</p>
<p>●京都丹波春の観光物産キャンペーン（2月15日～19日）（会場：東京都庁全国観光PRコーナー） 亀岡市・南丹市・京丹波町で構成する京都中部圏観光協議会と京都府南丹広域振興局による観光物産キャンペーンを実施。特産品の販売、パンフレットの配布や、ポスター等の展示、抽選会による特産品や宿泊券のプレゼントを行い、首都圏での京都南丹エリアのPRを行った。</p>	<p>2月14日(日)～19日(金) 9月中旬より打ち合わせ等の準備活動あり</p>	<p>来場者数 約3,700人 都庁展望台への観光客及び都庁職員が主な来場者。外国人客(特に中国人)も多数。首都圏での京都南丹エリアのPRができた。</p>
<p>●コンシェルジュ等に対する観光情報説明会（会場：京都タワーホテル） 京都市内のホテル・旅館等の宿泊施設のコンシェルジュ等に、京都府内の観光情報を提供し、その地域等を知ってもらうことにより、宿泊客に情報提供していただく機会を増やし京都府行きへの誘客促進を図るために開催されている説明会。  南丹市の観光地のプレゼンテーションと観光資料の配</p>	<p>2月22日(月)</p>	<p>主催：(社)京都府観光連盟 観光情報を提供するとともに、コンシェルジュやお客様が必要とする情報を知ることができた。</p>
<p>(2) 案内資料</p>		
<p>●南丹市観光パンフレット「南丹あったか便り」改訂増刷 既存の部数が少なくなったこととともない、南丹市全体を紹介する観光パンフレット「南丹あったか便り」の改訂増刷を行った。</p>	<p>12月～22年2月</p>	<p>65,000部 事業費 1,638,000円 マップや写真の改訂増刷を行うことで、PRや各種の行事等にも積極的に活用できた。</p>
<p>●観光案内資料の増刷 昨年度作成した「るり溪・深山ハイキング」のチラシを一部改訂し増刷した。</p>	<p>12月～22年2月</p>	<p>A4 両面カラー 5000枚 事業費 76,650円 観光ガイドのシステムのないところなので、チラシによって見所やコースを紹介できている。</p>
<p>●観光地行きバス案内資料 主な観光スポットとして紹介している場所へ公共交通機関を利用する場合にはバスの乗り継ぎが必要であるが、複雑であるため、JRや市営バス等のダイヤ改正時期にあわせて、主な観光地へのバスの乗り継ぎの案内資料を作成。美山（かやぶきの里方面）へのバス案内／るり溪方面へのバス案内／美山（大野ダム方面）へのバス案内</p>	<p>4月、9月、11月、平成22年3月(2回)</p>	<p>観光パンフレットと配布するとともに、南丹市HP、美山町観光協会HPや観光施設において案内資料として活用している。</p>
<p>●南丹市観光ポスター増刷 観光PRや観光関係業者の方にも利用いただくことのできる種類・サイズのポスターについて増刷を行った。</p>	<p>2月～3月</p>	<p>B2 写真バージョン 200枚 事業費 40,425円</p>
<p>●ハイウェイマップ(2市1町版) 作成にかかる広告掲載 広告掲載による、市内の観光スポット情報の掲載とマップの納品。広告掲載については、2市1町及び南丹広域振興局で調整した。</p>	<p>2月</p>	<p>もともと広域の道路情報も充実している同シリーズのマップを、亀岡市・南丹市・京丹波町エリアで各事業所等の広告も集められる中で業者が作成。ハイウェイマップなので、高速道路の案内所に設置いただけるということでPR効果は高</p>
<p>●JR嵯峨野線沿線観光キャンペーン推進協議会 ひと足のばして もっと京都新発見 着地マップ改訂増刷 協議会で印刷されているマップが改訂増刷されることとなり、原稿の修正を行った。</p>	<p>8月</p>	<p>発行：京都府・JR西日本 観光連携協議会統一のパターンでマップが作成され、駅構内のわかりやすいところに設置されているので、観光客等へのハイキングや案内マップとして活用できている。</p>
<p>(3) HP</p>		

●南丹市HPの更新 イベント情報、バスに関する情報更新、観光地の風景(写真)	通年(随時)	年間のイベント情報や桜や紅葉の様子、バス案内を提供していくことで、観光客の利便をはかれた。
<b>(4) その他</b>		
●観光情報の提供 京都府観光連盟への観光施設や行催事などの情報提供。桜と紅葉の時期に開花、紅葉情報の提供。	観光情報：4半期毎、桜：3月～4月(週2)、紅葉：10月～11月(週1)	京都府観光連盟発行の観光だより(冊子)への掲載とHPでの掲載など。
●京都府の企画展やキャンペーンでの観光パンフレットの配架 ・新型インフルエンザ関係(北海道・東京・愛知) ・秋季「京都展」(愛知・山梨・福岡・東京・大分・宮城) ・春季「京都展」(埼玉・千葉・東京・神奈川) ・関西春の観光展(JR京都駅内)	新型インフルエンザ関連：6月～7月、秋季：9月～11月、春季：3月、関西春の観光展：3月13日・14	対応：京都府観光課・京都府観光連盟 首都圏や九州などの百貨店などで実施される「京都展」で観光パンフレットを配布いただき、PRを行った。
●美山鹿肉キャンペーン関連事業(大野振興会・京都大学) ○美山鹿肉キャンペーン(11月15日～12月13日) 美山町内の料理店飲食業者が美山のシカ肉を使ったメニューを期間限定で提供。これにあわせた料理店向けの講習会や「美山鹿」京都デビューイベントを開催。	9月10日(木) 11月6日(金)	主催：南丹広域振興局 新たに考案された「京大カレー(鹿カレー)」シカ肉メニューのPR等により、話題を提供するとともに、観光客の誘客につながっ

## 7. 所属長評価 [平成20年度から改善した点、今後の展開など]

全国的に知名度のある美山「かやぶきの里」を軸として市域全体の観光資源のPRを行った。限られた予算と人員の中で各種イベントでの観光PRや旅行エージェント等への情報提供により知名度の向上を図る地道な取り組みができた。  
 年々削減の本事業予算で実効性のある事業展開を模索する中で施策目標である「観光入込客数200万人」達成に向け継続した取り組みを行う。  
 また、山陰本線(京都～園部間)複線化を契機に京都市内観光客を本市に誘客するための工夫を行いたい。

### 【参考】過年度の評価

#### ■平成21年度の所属長評価

- ①有効性・効率性を向上させるため、担当職員と議論を重ねた点  
観光地としての市全体のレベルアップと知名度を向上させるための事業展開について議論した。
- ②当該事業のアピール事項  
宣伝活動により特産品の販売拡大に貢献でき地域の活性化に繋がる。
- ③反省点、今後の展開・方向性等  
「観光入込客数200万人」を目指した宣伝及び情報発信。