

太子町観光まちづくりビジョン

後期

近つ飛鳥の里の魅力を伝える
聖徳太子のまち “だいし”
〜我が宝は和が宝〜



資料編

令和4年3月
大阪府 太子町



目次

1	観光まちづくり動向の整理.....	1
1-1	国や府における観光に関する動向の整理.....	1
(1)	国の動向.....	1
①	国の観光政策の経緯.....	1
②	観光ビジョン.....	3
③	日本版 DMO を中心とした観光地域づくり.....	4
④	持続可能な観光まちづくり手法「観光まちづくり」.....	5
⑤	日本版持続可能な観光ガイドライン.....	6
(2)	関西・大阪府の動向.....	7
①	関西圏域の観光.....	7
②	大阪府の観光.....	8
1-2	太子町における観光まちづくりの動向の整理.....	11
(1)	太子町の概況.....	11
(2)	上位計画.....	12
(3)	関連計画.....	14
(4)	これまでの太子町における観光関連の主な取組み.....	16
(5)	広域連携.....	20
①	竹内街道・横大路～難波から飛鳥へ日本最古の官道「大道」～活性化実行委員会.....	20
②	聖徳太子ゆかりの地友好都市.....	20
③	羽曳野市、藤井寺市、太子町シネマプロジェクト.....	20
④	華やいで大阪・南河内観光キャンペーン協議会.....	20
⑤	聖徳太子プロジェクト推進協議会.....	20
2	太子町における観光まちづくりに関するデータ整理.....	21
2-1	太子町観光まちづくり関連データ.....	21
(1)	人口に関するデータ.....	21
①	人口・世帯数.....	21
②	年齢構成.....	21
③	人口の自然増減・社会増減.....	22
(2)	産業・労働に関するデータ.....	24
①	産業.....	24
②	産業構成比.....	24
③	事業所数と従業員数.....	25
④	農業従事者数と耕作面積.....	26
⑤	就業地.....	26

(3) 交通に関するデータ	27
①最寄りの鉄道駅の乗降客数.....	27
②交通量に関するデータ	28
(4) 観光に関するデータ	29
①RESAS（地域経済分析システム）による観光分析.....	29
②観光入り込み客数等の状況.....	34
③消費額に関するデータ	36
④南河内の観光ニーズ	36
2-2 太子町の観光まちづくり資源の整理	44
(1) ひと	44
(2) もの	45
(3) こと	47
(4) 太子町の周辺状況	48
2-3 住民等意向調査結果の整理	50
(1) 総合計画における住民意向（抜粋）	50
(2) 転出入者の本町の評価.....	57
(3) 観光客の公共交通に関する意向調査	58
3 参考事例等.....	64
4 観光まちづくりビジョン（前期5年分）の評価	86
(1) 評価の方法.....	86
(2) 評価結果の概要	88
(3) メニュー／重点メニューの進捗状況の評価.....	89
(4) 各課題／各重点メニューの評価結果	93
(5) 課題別の今後の課題	95

1 観光まちづくり動向の整理

「太子町観光まちづくりビジョン」を太子町の状況及び社会情勢の変化に対応したものに更新するにあたり、「観光まちづくり動向の整理」として、国や大阪府の観光に関する動き、太子町の観光まちづくりの経緯等を整理する。

1-1 国や府における観光に関する動向の整理

国や府における観光に関する動向の整理として、国や関西広域連合、大阪府などで策定されている観光関連の計画等を整理した。

(1) 国の動向

① 国の観光政策の経緯

観光産業は他の産業に比べて経済波及効果が大きく、また雇用効果や税収効果の高い産業であることから、国では、観光振興を重要政策として位置付け、訪日外国人旅行者の倍増を具体的な目標に掲げて、これまで様々な取組みを進めてきている。

平成 14 (2020) 年に、外国人旅行者の訪日を促進する「グローバル観光戦略」が策定され、官民一体となって訪日外国人旅行者数の拡大を進めていく「ビジット・ジャパン・キャンペーン (平成 15 (2003) 年～)」が展開されるとともに、平成 19 (2007) 年には「観光立国推進基本法」が制定され、これに基づく「観光立国推進基本計画」が策定された。平成 20 (2008) 年には、関係省庁との連携・調整を強化して、総合的かつ計画的に施策を推進するため、国土交通省の外局として「観光庁」が発足されるなど、観光施策を推進していくための基盤が整えられた。

その後、平成 24 (2012) 年には東日本大震災の影響による社会情勢の変化を踏まえた、新たな「観光立国推進基本計画」が策定され、翌平成 25 (2013) 年には、新たな成長戦略として「日本再興戦略」が閣議決定され、訪日外国人観光客を平成 32 (2020) 年に 2,000 万人、平成 42 (2030) 年に 3,000 万人の目標を掲げるとともに、これを実現するための観光政策が示された。

平成 27 (2015) 年には訪日外国人旅行者数が 2,000 万人を超えるなど、想定を上回る勢いで、訪日外国人観光客が増加したことから、平成 28 (2016) 年には新たな目標を掲げる「明日の日本を支える観光ビジョン」が示された。

観光ビジョンを踏まえた政府の短期的な行動計画として「観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム」を策定し取組みが進められ、訪日外国人旅行者数やその消費額は近年急速に増加してきたが、令和 2 (2020) 年 1 月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、観光需要は大きく減少している。この状況に対して「観光ビジョン実現プログラム 2020」では、

- [1]新型コロナウイルス感染症により深刻な影響が生じている観光関連産業において、まずは雇用の維持と事業の継続の支援策を最優先に取り組む
- [2]観光需要の回復に向けて反転攻勢に転じるための基盤を整備する
- [3]感染の状況等を見極めつつ、我が国の観光消費の 8 割を占める国内旅行需要を強力に喚起し、観光産業の回復と体質強化を図る

[4]国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図ること等を打ち出している。

現在、我が国の観光は厳しい状況にあるが、自然、食、伝統文化、芸術、風俗習慣、歴史など日本各地の観光資源の魅力が失われたものではなく、国内外の感染症の状況を十分に見極めつつ、国内旅行とインバウンドの両輪により、観光立国を実現していくことがめざされている。

令和2(2020)年5月には、文化観光拠点施設を中心に、文化についての理解を深める機会の拡大と国内外からの観光客の来訪を促進させ、文化・観光の振興、地域の活性化の好循環を全国各地で創出していくことを目的として「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」(以下「文化観光推進法」という。)が施行された。文化観光推進法においては、文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光を推進するため、主務大臣が定める基本方針に基づく拠点計画及び地域計画の認定や、当該認定を受けた計画に基づく事業に対する特別の措置等について定めている。令和3(2021)年5月現在、計40件(うち拠点計画24件、地域計画16件)が認定されている。

主な国の動向

平成14年(2002年)	「グローバル観光戦略」策定
平成15年(2003年)	「ビジット・ジャパン・キャンペーン」開始
平成19年(2007年)	「観光立国推進基本法」制定、「観光立国推進基本計画」策定
平成20年(2008年)	「観光庁」発足
平成24年(2012年)	「観光立国推進基本計画2013～2017」策定
平成25年(2013年)	「日本再興戦略」策定
平成28年(2016年)	「明日の日本を支える観光ビジョン」発表
令和2年(2020年)	「観光ビジョン実現プログラム2020」

②観光ビジョン

国では、「観光は真に我が国の成長戦略と地方創生の柱である」との認識の下、新たな目標を掲げるとともに、この目標の実現のため、3つの視点を柱とする10の改革を掲げている。

「明日の日本を支える観光ビジョン¹」（平成28（2016）年3月）の概要

■新たな目標

	2020年目標 オリンピック・パラリンピックイヤー	2030年目標
訪日外国人旅行者数	4,000万人 (2015年の約2倍)	6,000万人 (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	8兆円 (2015年の2倍超)	15兆円 (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ 宿泊者数	7,000万人泊 (2015年の3倍弱)	1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2,400万人 (2015年の約2倍)	3,600万人 (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	21兆円 (最近5年間の平均から約5%増)	22兆円 (最近5年間の平均から約10%増)

■「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改善」

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- 「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

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

- 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

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

- 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、躍動感あふれる社会を実現

¹ 観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28（2016）年）

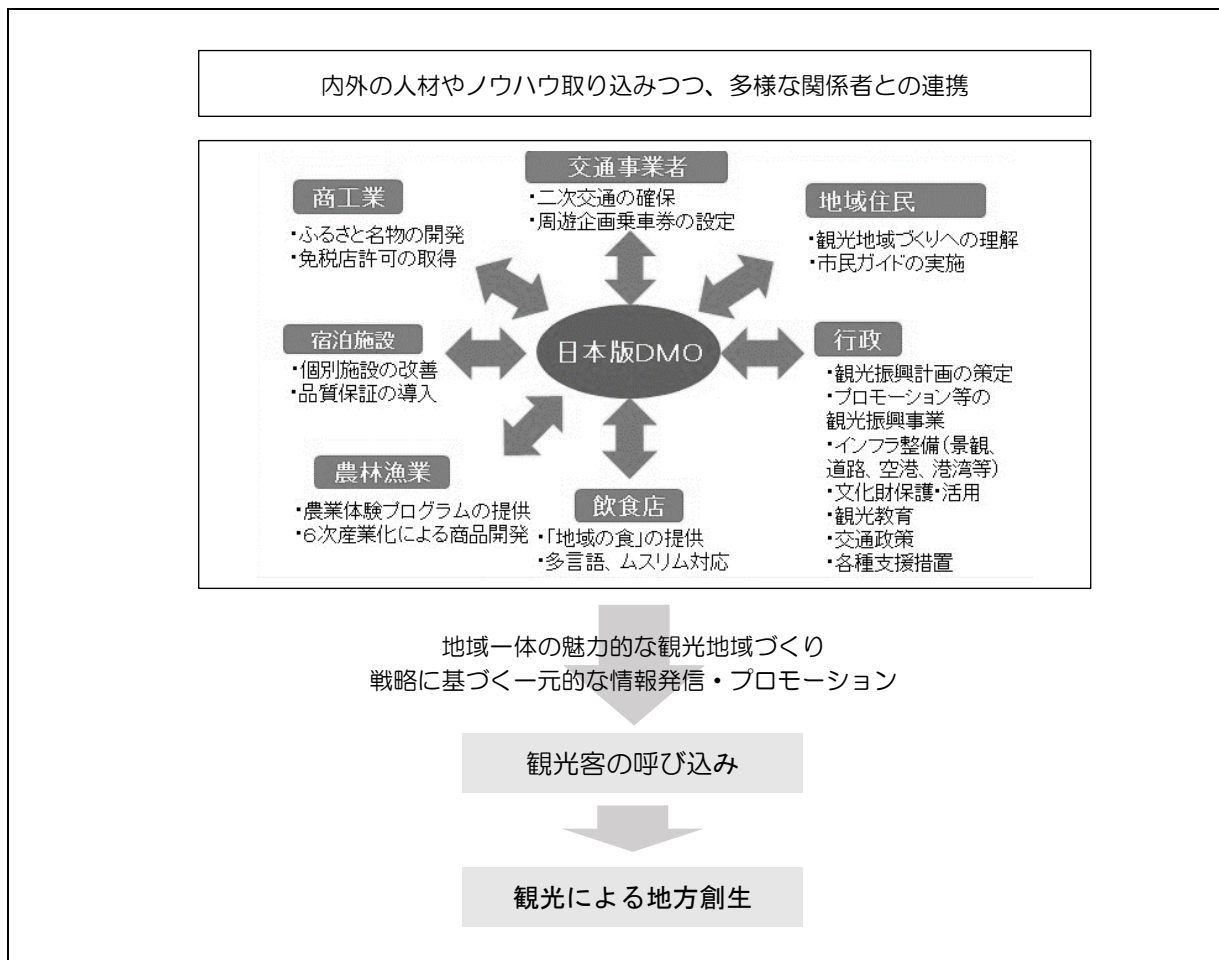
③日本版 DMO を中心とした観光地域づくり

国では、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役「日本版 DMO」を各地域で形成・確立し、これを中心とした観光地域づくりをめざしている。

日本版 DMO の概要²（日本版 DMO 役割）

- ① 日本版 DMO を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
 - ② 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI の設定・PDCA サイクルの確立
 - ③ 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション
- +
- 観光地域づくりの—主体として実施する個別事業
 (例)・着地型旅行商品の造成・販売
 ・ランドオペレーター業務の実施 等

日本版 DMO の概要（多様な関係者との連携）



² 観光庁「日本版 DMO の概要」（平成 27(2015)年）

④持続可能な観光まちづくり手法「観光まちづくり」

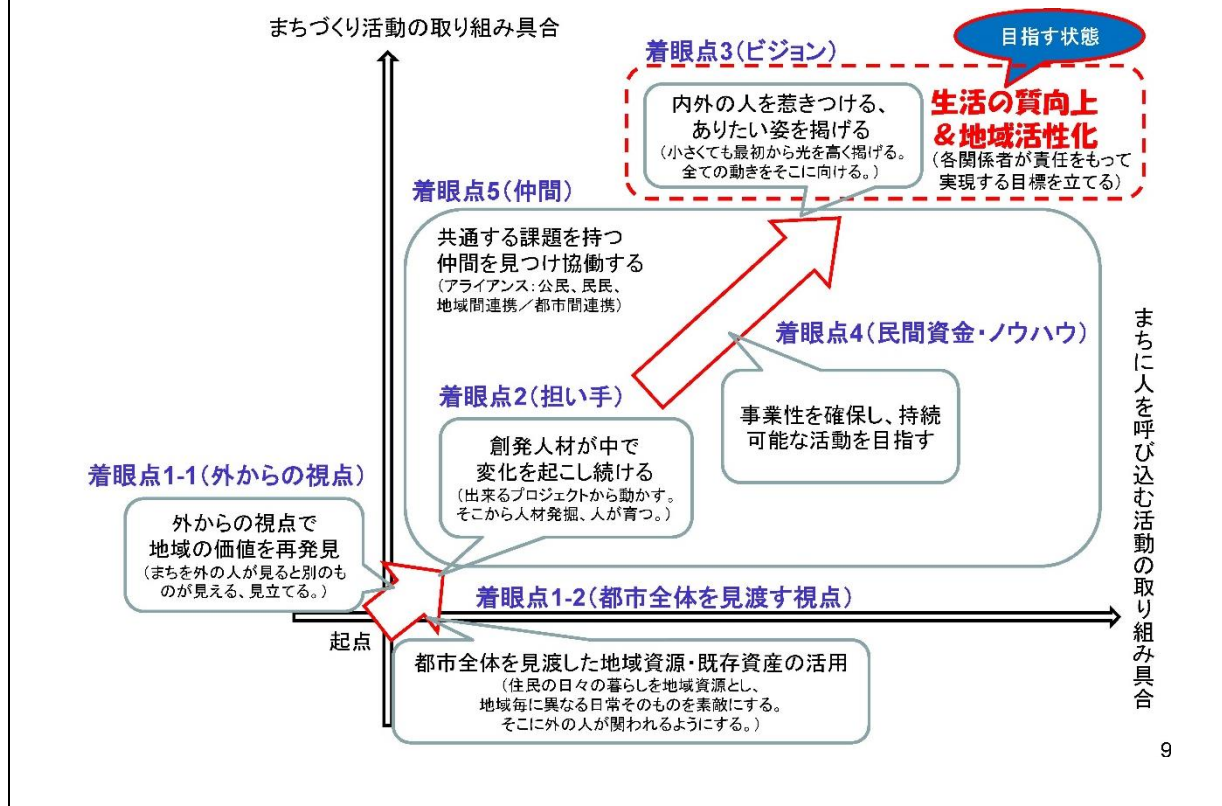
国では、外と中の人の交流から小さな経済活動が活発化していくような、従来型の観光地とは異なる形で外から人を呼び込むまちづくりを「観光まちづくり」と名付け、持続可能なまちづくりの手法の一つとして位置付け、地域の「まちづくり活動」と「外から人を呼び込む活動」が一体となる観光まちづくりを展開していくためのガイドラインを示している。

「観光まちづくりガイドライン³」（平成 28（2016）年 3 月）の概要

観光まちづくりを進めるにあたって、様々な利害関係者（住民、まちづくり団体、地元金融機関、地元商工会、大学、不動産会社等）がつながり、創造的なまちづくり活動と積極的な情報発信を行う人材や団体の活動が、まち全体の取組みへと調和していくことが重要としています。そのうえで、これらの取組みを進める上で、留意すべき5つの着眼点を示しています。

【5つの着眼点】

- 1 「外からの視点／都市全体を見渡す視点」～地域資源・既存資産を活用する～
- 2 「担い手」～創発人材が中で変化を起こし続ける～
- 3 「ビジョン」～内外の人を惹きつける、ありたい姿を掲げる～
- 4 「民間資金・ノウハウ」～事業性を確保し、持続可能な活動を目指す～
- 5 「仲間」～共通する課題を持つ仲間を見つけ協働する～



9

³ 国土交通省「観光まちづくりガイドライン」（平成 28（2016）年）

⑤日本版持続可能な観光ガイドライン

日本版持続可能な観光ガイドライン⁴は、持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標である。

日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「GSTC-D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）」に準拠した指標となっている。

「持続可能な観光」とは：国連世界観光機関（UNWTO）の定義

「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」



「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」のロゴマークは、日本のシンボル、富士山を中心に、世界中に広がる日本の文化や観光資源を象徴的に表現しています。

GSTC-D の概要： 観光地向けに開発された指標 GSTC-D は、4つの分野、合計 38 の大項目・174 の小項目が設定されている。各分野と、掲げられた項目の例は次のとおり。

4つの分野の例示

A. 持続可能なマネジメント	例) 現行のデスティネーション戦略・取組を公表していること。(A2.a) 例) リスクや危機管理について、地域内で情報を共有し、訓練を実施していること。(A11.d)
B. 社会経済のサステナビリティ	例) 経済データの収集についての取組を行っていること。(B1.a) 例) 地域の観光事業者による農産物等の地域特産物の購入やサービスの利用を推奨する取組があること。(B3.c)
C. 文化的サステナビリティ	例) 文化資産の修復や保全の取組があること。(C1.b) 例) 文化的な場所やその周辺で、観光による負荷に関する取組があること。(C6.b)
D. 環境のサステナビリティ	例) 自然的な場所における来訪者管理について、ツアーオペレーターやガイドに向けた行動基準等があること。(D2.d) 例) エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。(D5.a)

【抜粋】 SECTION B: Socio-economic sustainability 社会経済のサステナビリティ

地域経済への貢献

B 1 観光による経済効果の測定：観光による経済効果の測定をしていること

- ① 地域への直接的な経済波及効果（観光消費額）について測定し、公表していること（直接効果の把握）
- ② 産業連関分析等を用いて観光による間接的な経済波及効果について測定し、公表していること（間接効果の把握）
- ③ 観光に伴う不動産開発が地域社会に与える影響について把握、公表していること（地価、家賃等の動向把握）
- ④ 観光関連業種における雇用者数（雇用誘発効果）を調査し、公表していること

B 2 ディーセント・ワークと雇用機会：働きがいのある人間らしい仕事（ディーセント・ワーク）と雇用機会に関する取組を行っていること

- ① 観光関連事業者への就業を促進する取組があること
- ② 性別、年齢、季節等に左右されない、安定した雇用や公正な賃金の実現に向けた取組を行っていること

⁴ 観光庁・UNWTO 駐日事務所「日本版持続可能な観光ガイドライン」（令和 2(2020)年 6 月）

(2) 関西・大阪府の動向

① 関西圏域の観光

関西の2府5県で構成する関西広域連合（平成22（2010）年12月設立）では、関西を魅力ある観光圏としていくため、関西が一体となって戦略的に取り組むべき重点分野、事業、目標等を定める「関西観光・文化振興計画」（平成24（2012）年3月）を策定、その後の社会情勢の変化等を踏まえ、概ね3年ごとに見直しを行いながら推進している。令和4（2022）年3月をもって計画期間（10箇年）の満了を迎えることから、有識者等で構成する策定委員会を設置し、新たな計画の策定に取り組まれている。

「関西観光・文化振興計画⁵」（平成28（2016）年8月）の概要

- 【目標】** 関西から日本の元気を取り戻す、観光から日本の元気を取り戻す
- 【計画期間】** 概ね「関西ワールドマスターズゲームズ⁶2021」（平成33（2021）年）開催まで
- 【将来像】** アジアの文化観光首都
- 【基本方針】**
- 国際観光なくしてKANSAIの発展なし
 - 文化観光資源の宝庫・強みを活かす
 - 関西ファンをつくる
 - 文化芸術の継承・創造を通じて観光を振興する
 - 「関西は一つ」になって国際観光振興と文化振興に取り組む

【数値目標】

	2015年（実績）	2020年目標
関西への訪日外国人訪問率	40.0%	45.0%
関西への訪日外国人訪問者数	約790万人	1,800万人
関西での外国人延べ宿泊者数	1,592万人泊	3,700万人泊
関西での訪日外国人旅行消費額	約1兆3,900億円	3兆円

- 【目標達成のための戦略】**
- ① KANSAI を世界に売り込む
 - ② 新しいインバウンド市場への対応
 - ③ 的確なマーケティング戦略による誘客
 - ④ 安心して楽しめるインフラ整備の充実
 - ⑤ 関西文化の魅力発信
 - ⑥ 関西文化の継承とプラットフォームづくり
 - ⑦ 東京オリンピック・パラリンピック等に向けて

⁵ 関西広域連合広域観光・文化・スポーツ振興局「関西観光・文化振興計画」（平成28（2016）年）

⁶ 「ワールドマスターズゲームズ」とは、国際マスターズゲームズ協会（IMGA）が4年ごとに主催する、30才以上の成人・中高年の一般アスリートを対象とした生涯スポーツの国際総合競技大会。

②大阪府の観光

大阪府は、これまで観光政策として「大阪都市魅力創造戦略」（平成 24（2012）年度～平成 27（2015）年度）を策定し、水と光のまちづくり推進体制の構築／大阪アーツカウンシルの設置／大阪観光局の設置／重点エリアのマネジメント／2015 年シンボルイヤー／大阪ミュージアム⁷などを推進してきた。

府市が連携して推進してきた取組みを発展・進化させるとともに、さらなる都市魅力のステップアップを図り、大阪府域全体の発展に資するために、大阪府・大阪市では、平成 28（2016）年 11 月に「大阪都市魅力創造戦略 2020」を策定、「世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市へ加速」に向け各種プロジェクトを推進し、令和元（2019）年の来阪外国人旅行者数は過去最高を達成するなど好調なインバウンド需要を取り込むことで、大阪のにぎわいを創出してきた。2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の開催決定をはじめ、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録の決定（令和元（2019）年）など、国内外における大阪の存在感は確実に高まってきている。

しかし、令和 2（2020）年、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、人の移動や集客が制限され、インバウンド需要はほぼ消失し、宿泊、飲食等を中心に売上げが大幅に減少するなど、観光をはじめあらゆる分野において多大な影響を受けている。新たな生活様式の浸透や消費行動、働き方が変化しているなか、観光分野においても地域の魅力再発見につながるマイクロツーリズムやアウトドア志向、旅の個人化・分散化、ワーケーションの進展による旅の長期化など、旅行者のニーズが変容しており、こうした潮流をとらえた施策が求められている。

このような状況の中で、令和 3（2021）年 3 月に大阪府・大阪市共通の戦略として「大阪都市魅力創造戦略 2025」が策定された。この戦略は、新型コロナウイルス感染症の影響・状況を踏まえ、観光需要の回復を担う国内旅行の促進や新たな潮流に対応した魅力の創出・強化、インバウンド回復後を見据えた基盤整備などを着実に推進するとともに、大阪・関西万博の開催さらには万博後に向けて、国際都市大阪に相応しい新たな賑わいを創り出し、活力を高めていくための方向性を示すものである。

⁷ 大阪府では、『「明るく」「楽しく」「わくわく」するまち・大阪』を実現するため、まち全体を「ミュージアム」に見立て、魅力的な地域資源を発掘・再発見し、磨き・際立たせ、結びつけることにより、大阪のまちの魅力を内外に発信する「大阪ミュージアム」を推進している。

太子町の大阪ミュージアム登録物 30 件（令和3(2021)年7月現在）

No.	登録物
1	緑の一里塚
2	小野妹子墓
3	仏眼寺跡
4	竹内街道（大道旧山本家住宅及び町立竹内街道歴史資料館）
5	科長神社夏祭
6	二子塚古墳
7	鹿谷寺跡と岩屋
8	梅鉢御陵
9	西方院
10	一須賀古墳群
11	鎌田邸の楠
12	大阪にある安藤忠雄氏の設計した名建築物・大阪府立近つ飛鳥博物館
13	大阪きゅうり
14	大阪なす（千両なす）
15	仏陀寺古墳（蘇我倉山田石川麻呂の墓）

No.	登録物
16	海老塚（蘇我蝦夷塚、一須賀 Q10 号墳）
17	善秀寺川の太鼓橋
18	竹内街道灯路祭り
19	太子聖燈会
20	叡福寺及び聖徳太子御廟
21	たいし聖徳市
22	叡福寺大乘会式
23	稲穂の風景に映る推古天皇陵
24	唐川に乱舞するホタル
25	東條地区に広がる棚田
26	二上山（万葉の森）
27	上の太子観光みかん園
28	大阪ぶどう
29	近畿最大のぶどう団地
30	道の駅「近つ飛鳥の里・太子」

「大阪都市魅力創造戦略 2025⁸」（令和3(2021)年3月）の概要

【目指す姿】 魅力共創都市・大阪

～新たな時代を切り拓き、さらに前へ～

難局の先にある新たな時代を切り拓くため、住民・企業をはじめ、あらゆるステークホルダーとともに、大阪府が持つ豊かな歴史・文化や人々の多様な魅力、都市のポテンシャルを生かし、チャレンジし続けることにより、大阪を元気にし、府民・市民が誇りや愛着を感じることのできる、世界に誇る魅力あふれる都市を創り上げることをめざす。

【計画期間】 令和3(2021)～令和7(2025)年度

【基本的な考え方】

次の3つの基本的な考え方のもと、10のめざすべき都市像を定め各種施策を推進する。また本戦略に基づく各種施策について、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に貢献する。



10の目指すべき都市像

1	安全で安心して滞在できる 24時間おもてなし都市	大阪を訪れる人々が昼夜を問わず快適に、安全で安心して滞在できるおもてなし都市をめざす。
2	大阪ならではの 賑わいを創出する都市	大阪の人々が誇りや愛着を感じ自慢できる、大阪ならではの賑わいを創出する都市をめざす。
3	多様な楽しみ方ができる 周遊・観光都市	国内外を問わず幅広い国・地域から多彩な人々が訪れ、集い、府内各地を周遊し多様な楽しみ方ができる都市をめざす。
4	世界水準の MICE都市	IR誘致に伴う世界水準のMICE施設の整備を見据え、国内外の都市に伍する競争力を備えたMICE都市をめざす。
5	大阪が誇る 文化力を活用した魅力あふれる 都市	国内外から芸術家等が集い、様々な文化芸術が交流し、新たなつながりや創造が促進されることにより、大阪の文化力や都市の魅力のさらなる向上につながる都市をめざす。
6	あらゆる人々が 文化を享受できる都市	府民・市民の自主性、創造性が発揮されることはもとより、あらゆる人々が等しく、文化芸術を鑑賞、参加、創造できるような環境が整備され、次世代へと継承されている都市をめざす。
7	世界に誇れる スポーツ推進都市	世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会を創出し、夢や希望、活力を生み出すとともに、スポーツの魅力を活用した様々な形のスポーツツーリズムの推進等により、世界に誇れるスポーツ推進都市をめざす。
8	健康と生きがいを創出する スポーツに親しめる都市	大阪・関西万博に向けた「10歳若返り」を見据え、年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市をめざす。
9	大阪の成長を担う グローバル人材が活躍する都市	大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材が育成され、活躍できる国際都市をめざす。
10	出会いが新しい価値を生む 多様性都市	外国人が安心・快適に暮らせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市をめざす。

⁸ 大阪府・大阪市「大阪都市魅力創造戦略 2025」（令和3(2021)年3月）

1-2 太子町における観光まちづくりの動向の整理

太子町における観光まちづくりの動向の整理として、太子町の概況はもとより、観光まちづくりに関連する計画やこれまでの取組み、各種データ及び観光まちづくり資源等について整理した。

(1) 太子町の概況

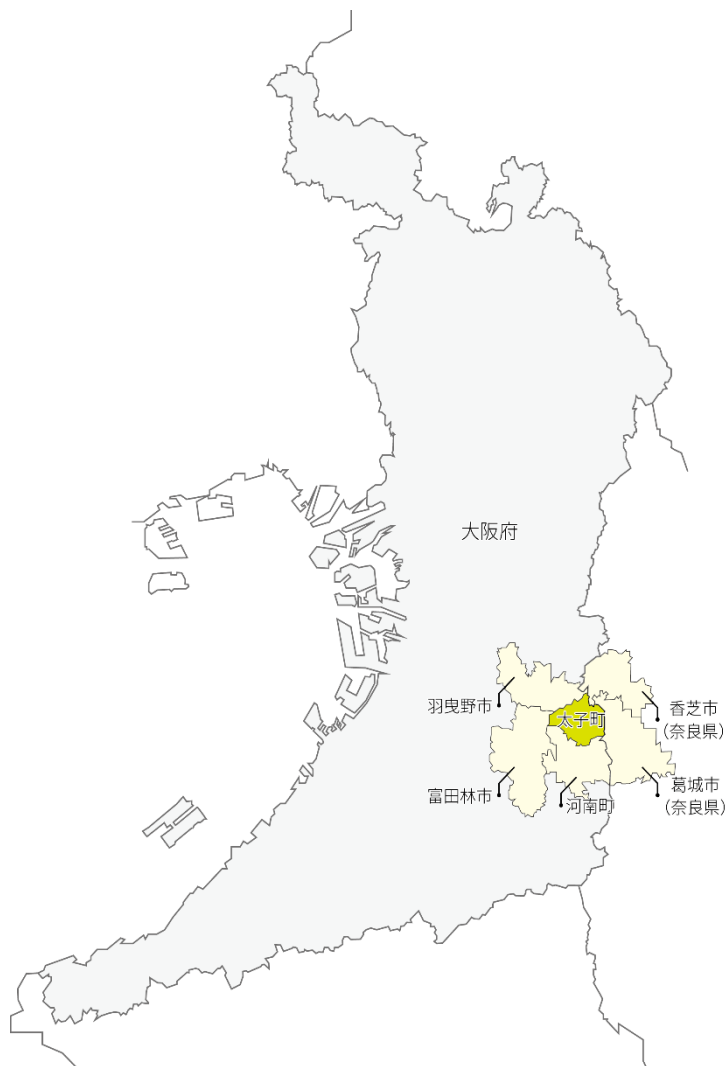
太子町は、大阪府の東南部に位置し、北を羽曳野市、西を富田林市、南を河南町に接し、東は金剛生駒紀泉国定公園を境に奈良県と接している。町の総面積は14.17 km²で、町域の約40%を山林、30%を田畑、10%を市街地、その他（雑種地、河川等）を20%が占めており、緑豊かな自然環境に恵まれた町である。

太子町は、大阪府内でも古くから栄えた地域として知られている。この地域には二上山の火山岩・サヌカイト（かね石）が広く分布しており、二上山のサヌカイトで作られた石器が近畿一円の遺跡で発掘されていることから、当時の近畿地方の人々の生活を支える重要な拠点であったことが分かっている。

飛鳥の時代には、政権を担当した蘇我氏の本拠地となり、蘇我氏の庇護の下に、大陸から渡来した人々が多く移り住むなど、国際色が豊かであった。

古代において、奈良の飛鳥が「遠つ飛鳥」と呼ばれたのに対し、太子町一帯は「近つ飛鳥」と呼ばれ、都のあった飛鳥と難波津を東西に結ぶ我が国最古の官道である「竹内街道」が町域を横断して開通し、遣隋使・小野妹子や大陸からの使者が往来するシルクロードの東端の地として繁栄した。また、推古天皇や聖徳太子ら皇族の陵墓を中心に豪族の古墳が多く残っており、「王陵の谷」と呼ばれる磯長谷古墳群もある。

町の東には太子町のランドマークである「二上山（にじょうざん）」がある。二上山は、北側の高い峰の雄岳（517m）と南側の低い峰の雌岳（474m）をあわせて呼ぶ名で、かつては「ふたかみやま」とも呼ばれ、万葉集にも詠まれるなど、数多くの歴史に彩られた山として知られており、付近は金剛生駒紀泉国定公園に指定されている。



(2) 上位計画

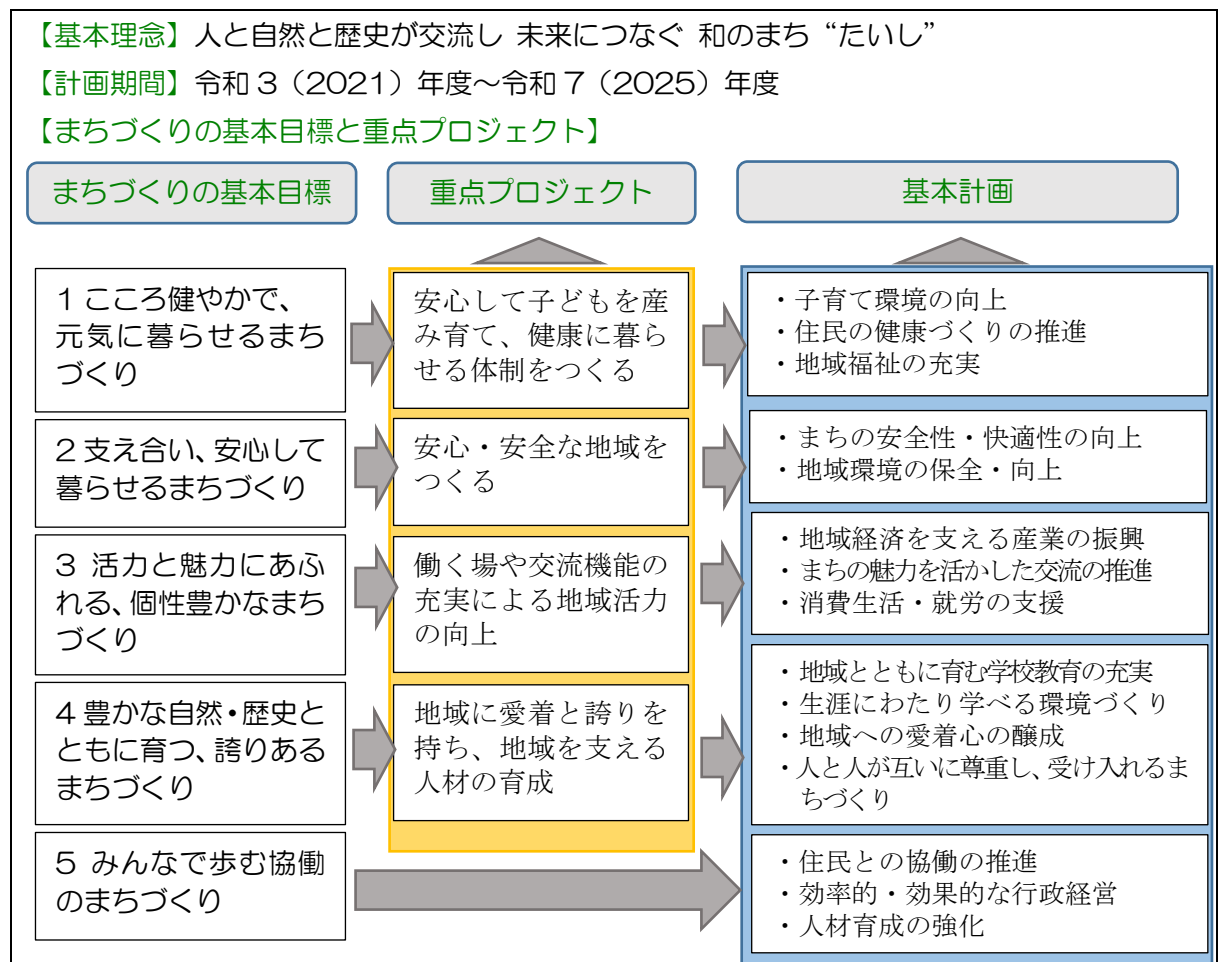
国勢調査の結果によると、太子町の人口は平成 17（2005）年までは増加傾向にあったものの、平成 22（2010）年の国勢調査ではじめて減少に転じている。平成 22（2010）年の人口は 14,217 人、令和 2（2020）年は 13,001 人であり、少子高齢化や社会移動等のために今後も減少傾向は続くと考えられる。

平成 28（2016）年に策定された「第 5 次太子町総合計画」、「太子町人口ビジョン⁹」では、令和 7（2025）年の目標人口を 13,500 人、令和 22（2040）年 13,000 人と設定しており、交流人口の増加から定住人口の減少抑制を図っていくとしている。

「第 5 次太子町総合計画前期基本計画」や同じく平成 28 年に策定された「太子町まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、この目標人口を達成するための施策及び評価指標・KPI がそれぞれ明示され、これに基づき町では総合的かつ計画的に施策を実施してきた。

令和 3（2021）年 3 月には、社会変動への対応も踏まえながら、持続的な本町の維持・発展を図るため、前期基本計画を踏まえ「第 5 次太子町総合計画後期基本計画」が策定された。改訂時期を迎えた「太子町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における人口減少や少子高齢化、住みよい地域づくりに関する施策は「重点プロジェクト」として、後期基本計画に包含している。景観の向上や都市農業の振興、商工業の活性化、観光レクリエーションの振興、個性豊かなコミュニティ活動の促進、歴史文化の保全と活用、住民主体のまちづくりの推進など、観光まちづくりに関する施策も含まれている。

「第 5 次太子町総合計画後期基本計画」における観光まちづくり関連施策



⁹ 太子町「太子町人口ビジョン」（平成 28（2016）年）

【基本計画】観光まちづくり関連施策（一部抜粋）

●2 支え合い、安心して暮らせるまちづくり

政策：1. まちの安全性・快適性の向上

施策：② 景観の向上を図るとともに住環境の整備を進めます

評価指標	単位	平成31年度	令和7年度
景観計画・地区計画区域数	地区	4	8

●3 活力と魅力にあふれる、個性豊かなまちづくり

政策：1. 地域経済を支える産業の振興

施策：① 都市農業の振興を図ります

② 商工業の活性化を図ります

政策：2. まちの魅力を活かした交流の推進

施策：① 観光・レクリエーションの振興を図ります

評価指標	単位	平成31年度	令和7年度
遊休農地利用者数	人	36	50
農地の賃貸借等の面積	ha	4	10
道の駅販売額	万円	5,895	7,700
イベント（聖燈会、灯路祭り）による集客者数（町内外を含む）	人	11,500	14,000
聖徳市出店数	店	40	50
観光ボランティアガイド利用者数	人	636	700
ふるさと太子応援基金寄附（ふるさと納税）	円	4,202,010	↑

●4 豊かな自然・歴史とともに育つ、誇りあるまちづくり

政策：3. 地域への愛着心の醸成

施策：① 個性豊かなコミュニティ活動の促進を図ります

② 歴史文化の保全と活用を図ります

評価指標	単位	平成31年度	令和7年度
町会・自治会加入率	%	52.3	60.0
竹内街道歴史資料館利用者数	人	4,551	6,000
大道旧山本家住宅利用者数	人	1,426	2,000

●5 みんなで歩む協働のまちづくり

政策：1. 住民との協働の推進

施策：① 住民主体のまちづくりを進めます

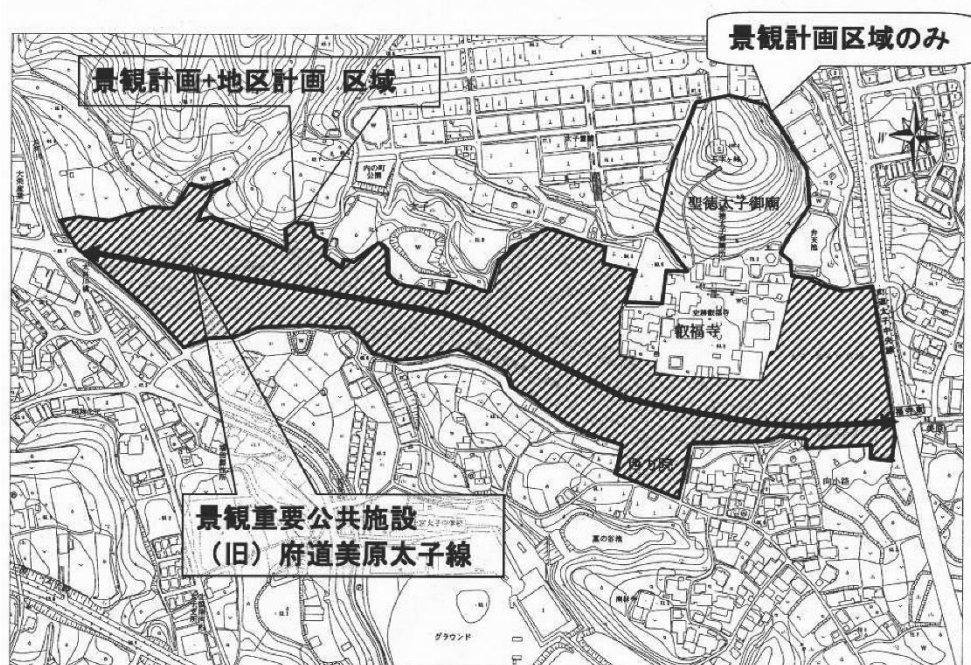
評価指標	単位	平成31年度	令和7年度
町のホームページのアクセス数	件	129,624	200,000
「積極的に町政に対し提言したい」と思う住民の割合（アンケート調査結果）	%	32.3	↑

(3) 関連計画

太子町では、観光まちづくりに関わる計画として、これまでに「太子町景観計画¹⁰」（平成 20 年策定）が策定され、叡福寺周辺地区を景観計画区域（景観法）として設定し、景観形成の目標を「叡福寺を中心とする歴史的景観や周辺のまちなみ景観、さらに道路空間とが一体となる、調和のとれた景観形成を図る。」としている。併せて（旧）府道美原太子線を景観重要公共施設として位置づけ整備の方針を定めている。

平成 21（2009）年になると、叡福寺周辺地区計画（都市計画法）が設定され、「叡福寺周辺まちづくり協議会」が主体となり、叡福寺を中心とする良好な景観を末永く保全し、（旧）府道美原太子線の安全な歩行空間を創出するなど、地区の景観まちづくりへの取組みを進めるとともに、より良好な住環境を守っていくためのまちづくりを進めている。

景観計画区域と景観重要公共施設、地区計画区域図



平成 29（2017）年 6 月に「太子町地域公共交通検討委員会」が設置され、地域公共交通の望ましいあり方を取りまとめた「太子町地域公共交通基本計画」を策定した。本計画は、町の人口減少や高齢化が進む中で、将来にわたって地域住民に利用されるための持続可能な公共交通体系について、基本理念、基本方針や今後の方向性を示している。基本理念には「3 多様な人の交流の創造」を掲げている。

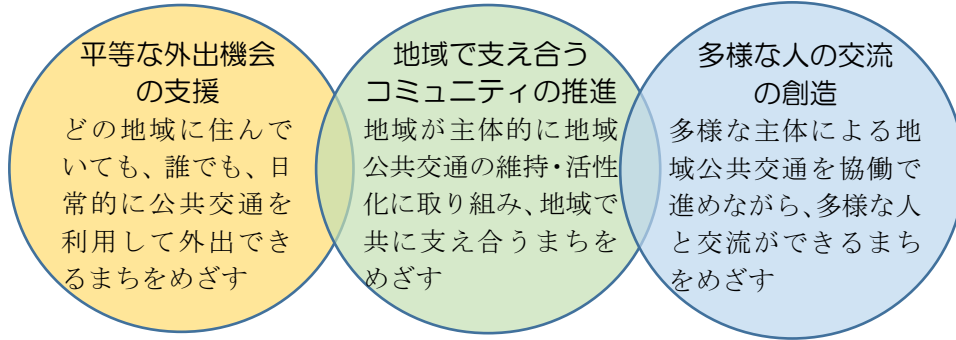
基本計画の実現に向けて、平成 31（2019）年 3 月には「太子町地域公共交通網形成計画」を策定、基本理念及び基本方針を達成するために、計画目標と目標達成のための施策が示された。これに基づき、住民や交通事業者と行政がそれぞれの役割を發揮し、協働することで、地域公共交通によるまちづくりを進めている。

令和 3（2021）年 9 月には、竹内街道周辺地区を新たな景観計画区域に追加し、竹内街道の歴史的資源を活かした良好な景観の保全と形成に取り組んでいる。

¹⁰ 太子町「太子町景観計画」（平成 20（2008）年）

【基本理念】

地域公共交通によるまちづくり

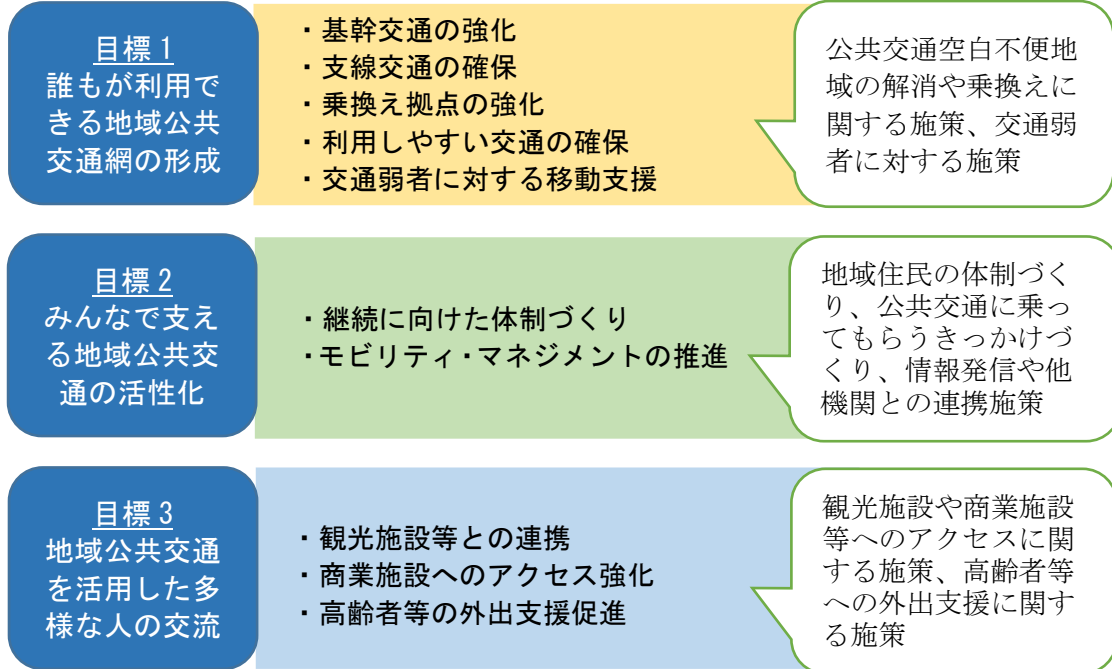


【計画期間】 令和 1（2019）年度～令和 5（2023）年度

【基本方針】

- 様々な主体が連携・協働しながら、みんなで地域公共交通を支援する
- 地域特性や需要に即した地域公共交通を実現する
- 持続可能な地域公共交通を構築する

【目標と施策】



(4) これまでの太子町における観光関連の主な取組み

太子町では平成9年に「太子町観光ビジョン」が策定され、それに基づく観光政策・事業が展開されているが、その前後においても太子町では観光に関連する取組みが行われてきている。

太子町においてこれまで進められてきた観光関連のハード面における大きな取組みとしては、平成2年の竹内街道整備事業をはじめ、平成5年の太子町立竹内街道歴史資料館、平成9年の道の駅「近つ飛鳥の里・太子」、平成16年の太子・和みの広場、平成27年の「竹内街道交流館」の整備などがある。

またソフト面では、平成19年のボランティア組織である「太子街人の会」の発足や平成21年の太子町のマスコットキャラクター「たいしくん」の商標登録などがあり、平成24年には「太子町観光・まちづくり協会」が設立されている。また令和3年は聖徳太子が没してから1400年目となる年であることから、町ではこれを契機に知名度をさらに高め、住民の地域に対する誇りと愛着を育むことをめざして、「聖徳太子没後1400年事業」を進めている。

公民連携の取組みとして、令和3年2月に町と株式会社F.C.大阪と包括連携協定を締結した。町のPR、地域活性化、福祉・子ども、スポーツ・健康、デジタルトランスフォーメーション(DX)など5分野にわたり、連携と協働による新たな公民連携の取組みがスタートしている。

これまでの太子町における観光関連の主な取組み

年	観光関連計画等	観光関連施設整備等	観光関連イベント等	広域連携等
H1 (1989)				
H2 (1990)		竹内街道整備		華やいで大阪・南河内観光キャンペーン協議会
H3 (1991)		二上山万葉の森		
H4 (1992)				
H5 (1993)		太子町立竹内街道歴史資料館  看板設置2基 		
H6 (1994)				太子サミット(奈良県斑鳩町・兵庫県太子町)
H7 (1995)		歴史国道整備事業	「竹内街道」歴史国道に認定	

年	観光関連計画等	観光関連施設整備等	観光関連イベント等	広域連携等
H8 (1996)	第3次太子町総合計画	唐川ふるさと砂防事業 ウォーキングトレイル事業 地域総合オアシス整備事業 看板設置7基 	ふるさと散歩道 ガイドブック 「平成太子の万葉集」 発行	
H9 (1997)	太子町観光ビジョン 	道の駅「近つ飛鳥の里・太子」 		太子ゆかりの地友好都市提携（奈良県斑鳩町・兵庫県太子町）
H10 (1998)			ツール・ド大阪たいしウォーキング	
H11 (1999)				
H12 (2000)				
H13 (2001)		南阪奈道路（太子インターチェンジ）		
H14 (2002)				
H15 (2003)				
H16 (2004)		大道旧山本家住宅 太子・和みの広場 	「おおさか山の日」 イベント	

年	観光関連計画等	観光関連施設整備等	観光関連イベント等	広域連携等
H17 (2005)		看板修繕 4 基 (観光協議会) 		
H18 (2006)	第 4 次太子町総合計画			
H19 (2007)			観光ボランティア 「太子街人の会」	
H20 (2008)				
H21 (2009)		看板設置 5 基 (竹内街道)  看板修繕 15 基 (河内ふるさとのみち) 	「たいしくん」商標登録 	
H22 (2010)				
H23 (2011)				
H24 (2012)			太子町観光・まちづくり 協会設立	竹内街道・横大路 (大道) 活性化実行委員会 (12 自治体) 太子町竹内街道 1400 年実行委員会

年	観光関連計画等	観光関連施設整備等	観光関連イベント等	広域連携等
H25 (2013)		太子町まちづくり観光交流センター 	羽曳野市・藤井寺市・太子町シネマプロジェクト	
H26 (2014)		看板設置他 10 基 		
H27 (2015)		竹内街道交流館 		
H28 (2016)	第 5 次太子町総合計画 太子町まち・ひと・しごと創生総合戦略			
H29 (2017)	太子町観光まちづくりビジョン			『1400 年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」竹内街道・横大路(大道)』日本遺産認定
H30 (2018)				
H31・R1 (2019)			聖徳太子没後 1400 年記念実行委員会 聖徳太子没後 1400 年記念講演会開催	
R2 (2020)		看板 (多言語化)	聖徳太子没後 1400 年連続歴史講座開催 「たいし郷土カルタ」作成	
R3 (2021)		看板 (多言語化)	・聖徳太子像を建立 ・シンポジウム	

(5) 広域連携

太子町では観光施策・事業を推進していくにあたり、町単独ではなく、近隣市町村とも連携してきている。

①竹内街道・横大路～難波から飛鳥へ日本最古の官道「大道」～活性化実行委員会

街道沿線の10市町村（大阪市・堺市・松原市・羽曳野市・太子町・葛城市・大和高田市・橿原市・桜井市・明日香村）と大阪府、奈良県の12自治体による横断的な連携組織。竹内街道が敷設1400年を迎えたことを契機に、沿線の自治体が一体となり、産学民と連携し、竹内街道・横大路とその周辺地域の魅力を再発掘し、国内外に情報を発信することや、それら地域をつなぎ、紡ぐことにより、さまざまな交流を促進し、地域の活性化につなげ、地域に愛着や誇りを醸成することを目的として設置。竹内街道・横大路(大道)実行委員会による取組みの結果、『1400年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」竹内街道・横大路(大道)』が大阪府初の日本遺産に認定された。

②聖徳太子ゆかりの地友好都市

聖徳太子ゆかりの地として歴史をもつ、太子町と兵庫県太子町、奈良県斑鳩町の三町は、教育・文化・観光・経済等の交流によって相互の理解を深め、地域社会の発展と振興に寄与するため、友好都市の提携を行っている。

それぞれのイベント「ふれあい TAISHI」（太子町）、「太子あすかふるさとまつり」（兵庫県太子町）、「斑鳩の里ふるさと秋祭り」（奈良県斑鳩町）に相互参加・出店するとともに、「三町交流中学生太子サミット」として各町の中学生が年に一度集い、ともに学ぶ事業としてバレーボール大会などのイベントを実施している。

③羽曳野市、藤井寺市、太子町シネマプロジェクト

太子町と羽曳野市・藤井寺市が連携し、地域資源の魅力を広く内外に発信し、地域ブランドの向上、地域活性化を目的として、映画製作の支援等を行う「羽曳野市、藤井寺市、太子町シネマプロジェクト」を展開している。3市町を舞台に撮影された映画『あしたになれば。』（三原光尋監督作品、2015年製作）は、第6回北京国際映画祭の「2016北京・日本映画週間」で上映された。

④華やいで大阪・南河内観光キャンペーン協議会

南河内を中心とする大阪の観光魅力のPRを行うとともに、観光客の受け入れ体制の充実と観光客の誘致促進を目的に設置。藤井寺市、河内長野市、富田林市、大阪狭山市、河南町、千早赤阪村（休会）、羽曳野市、太子町をはじめ、大阪府、大阪観光局、近畿日本鉄道（株）、南海電気鉄道（株）、（株）りそな銀行等で構成。

⑤聖徳太子プロジェクト推進協議会

令和3（2021）年に聖徳太子没後1400年を迎えるにあたり、奈良県では「聖徳太子プロジェクト」を展開。聖徳太子ゆかりの歴史文化資源の整備・活用を進め、多くの皆様に聖徳太子の足跡を訪ねていただく仕組みも整える取組み。奈良県、奈良市、大和郡山市、橿原市、桜井市、香芝市、葛城市、宇陀市、平群町、三郷町、斑鳩町、安堵町、川西町、三宅町、田原本町、曾爾村、明日香村、王寺町、広陵町、河合町、大淀町、大阪市、大阪府太子町、兵庫県太子町で構成。

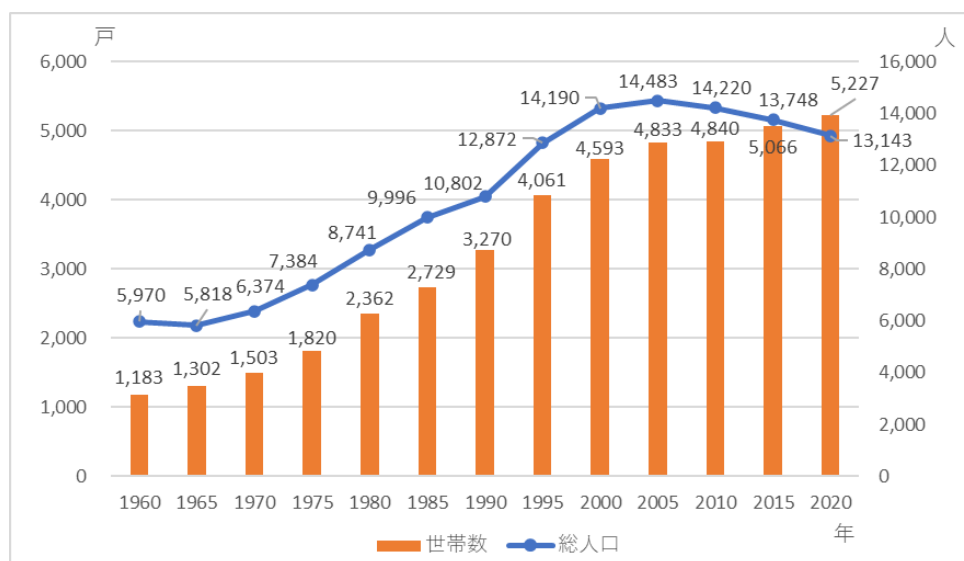
2 太子町における観光まちづくりに関するデータ整理

2-1 太子町観光まちづくり関連データ

既存の各種統計データ等から、太子町の観光まちづくりに関連するデータを整理した。

(1) 人口に関するデータ

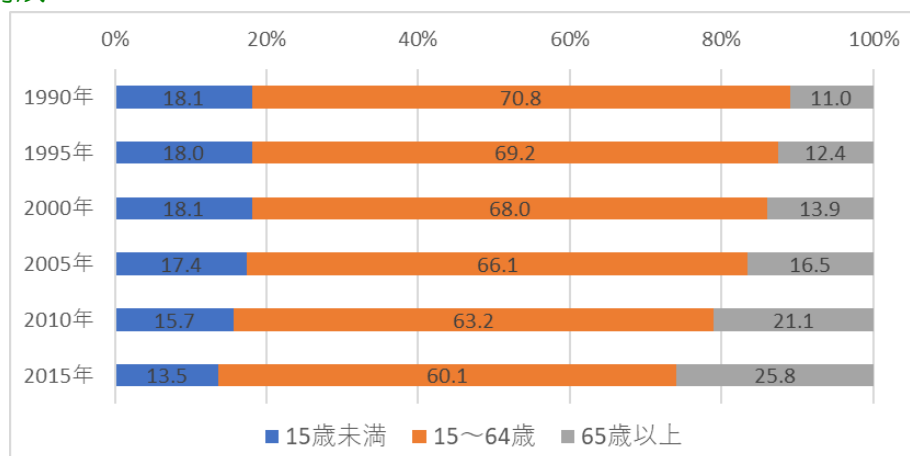
①人口・世帯数



出典：2015年までは国勢調査、2020年は大阪府による推計人口（10月1日現在）

- 太子町の人口は平成17（2005）年頃をピークに減少傾向にある一方、世帯数は増加傾向にある。

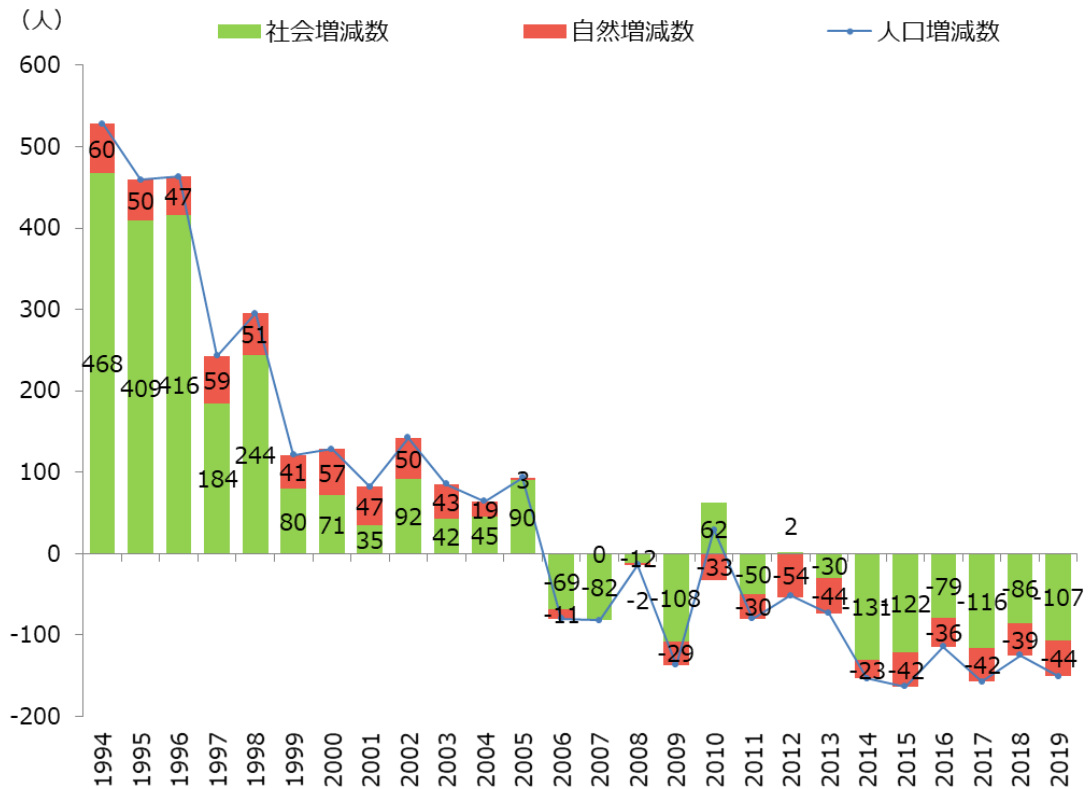
②年齢構成



出典：国勢調査

- 太子町では15歳未満（年少人口）と15~64歳（生産年齢人口）がともに減少傾向にある一方、65歳以上（老年人口）が急激に増加しており、少子化・高齢化が進行している。

③人口の自然増減・社会増減



出典：地域経済分析システム (RESAS)

総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」再編加工

注記：2012年までは年度データ、2013年以降は年次データ、2011年までは日本人のみ、2012年移行は外国人含む数字

- ・平成18(2006)年に自然増減・社会増減の合計がマイナスに転じ、平成22(2010)年に若干プラスになったものの、その後もマイナスが続いている。

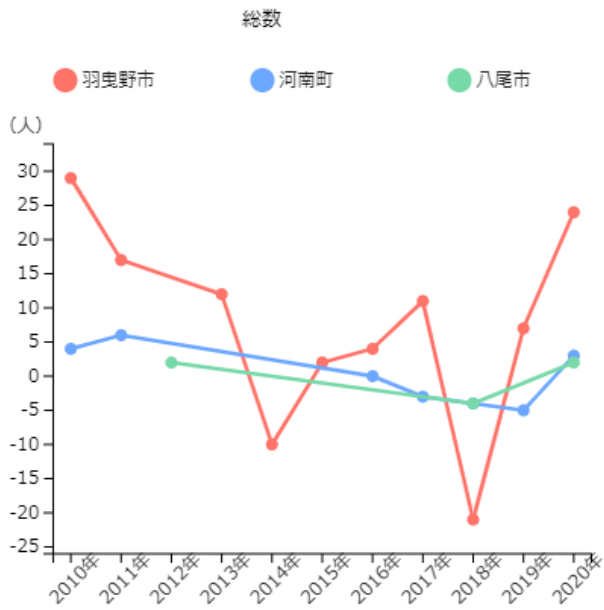
転入／転出状況 (令和元(2019)年)

転入元		人	%	転出先		人	%
1位	大阪市	51	15.7	1位	大阪市	71	16.6
2位	羽曳野市	38	11.7	2位	富田林市	44	10.3
3位	富田林市	24	7.4	3位	羽曳野市	31	7.2
4位	堺市	21	6.5	4位	堺市	19	4.4
5位	藤井寺市	15	4.6	5位	藤井寺市	19	4.4
6位	河南町	11	3.4	6位	河南町	16	3.7
7位	松原市	11	3.4	7位	柏原市	15	3.5
-	大阪府内その他市町村	54	16.7	8位	松原市	13	3.0
-	奈良県	32	9.9	9位	八尾市	12	2.8
-	その他の県	67	20.7	-	大阪府内その他市町村	61	14.2
	転入数合計	324	100.0	-	奈良県	14	3.3
				-	その他の県	114	26.6
					転出数合計	429	100.0

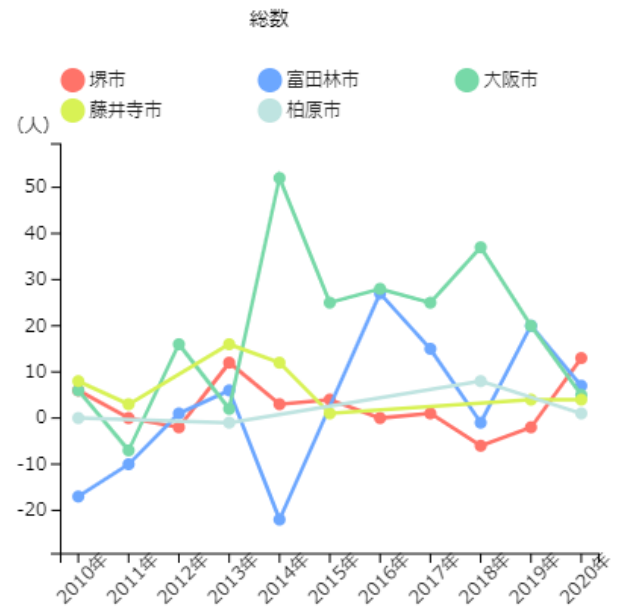
出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」(2019年)より作成

- ・令和元(2019)年の太子町は105人の転出超過。

転入超過数上位地域



転出超過数上位地域



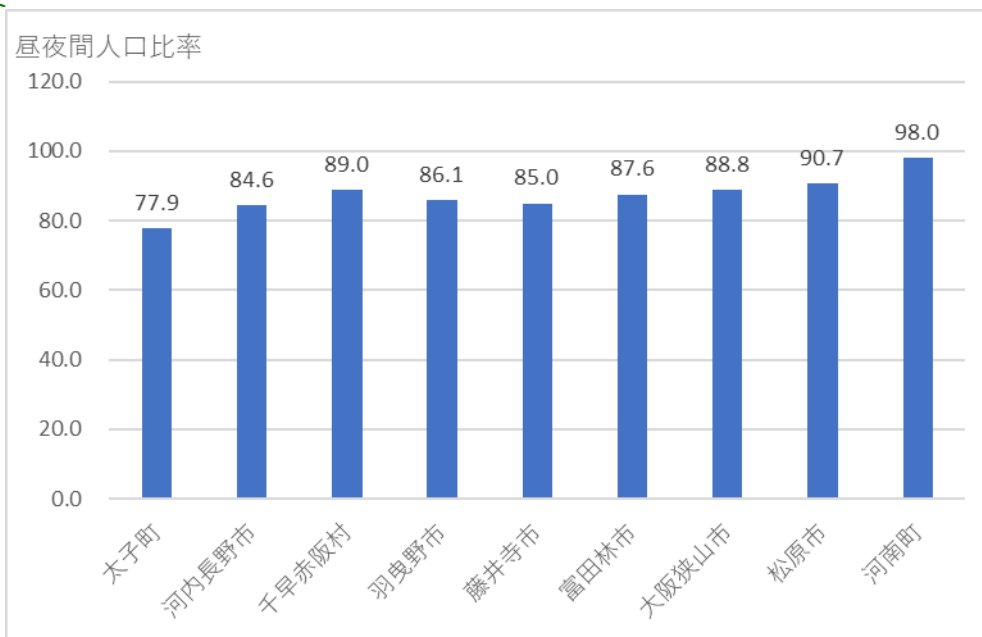
出典：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

2017年までは日本人のみ、2018年からは外国人を含む移動者数

- ・転出入の超過の傾向は近隣都市との間で多く見られ、年毎変動している。

(2) 産業・労働に関するデータ

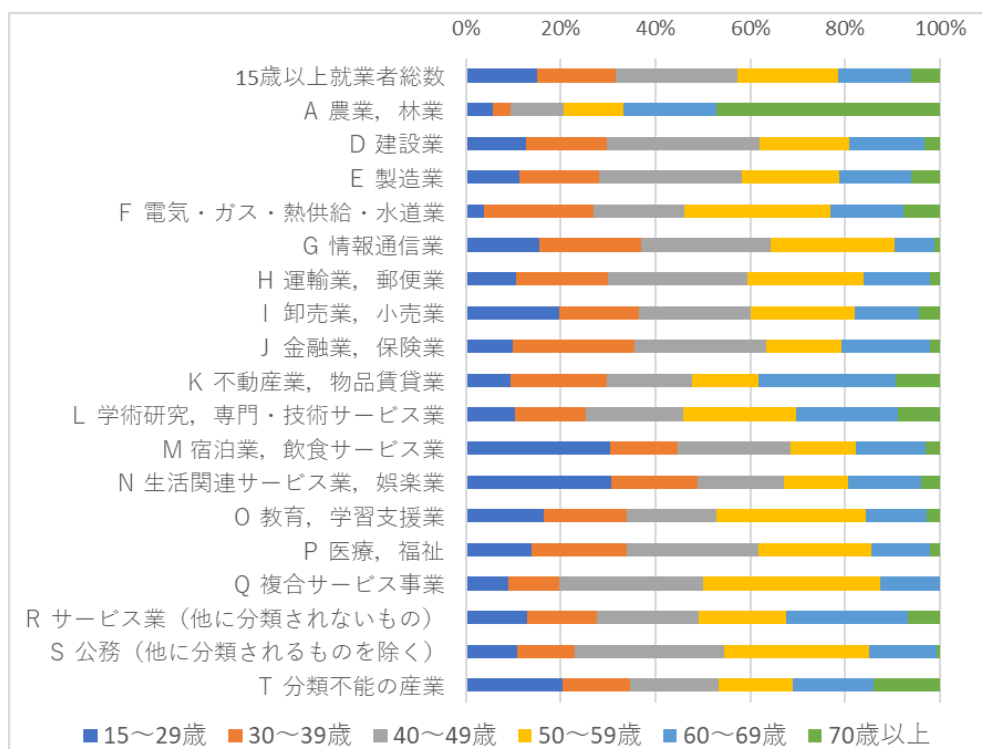
①産業



出典：国勢調査（2015年）

- 太子町の昼夜間人口比率は周辺都市と比べても低い水準にあり、通勤・通学等で町外へ通っている人が多いことが分かる。

②産業構成比

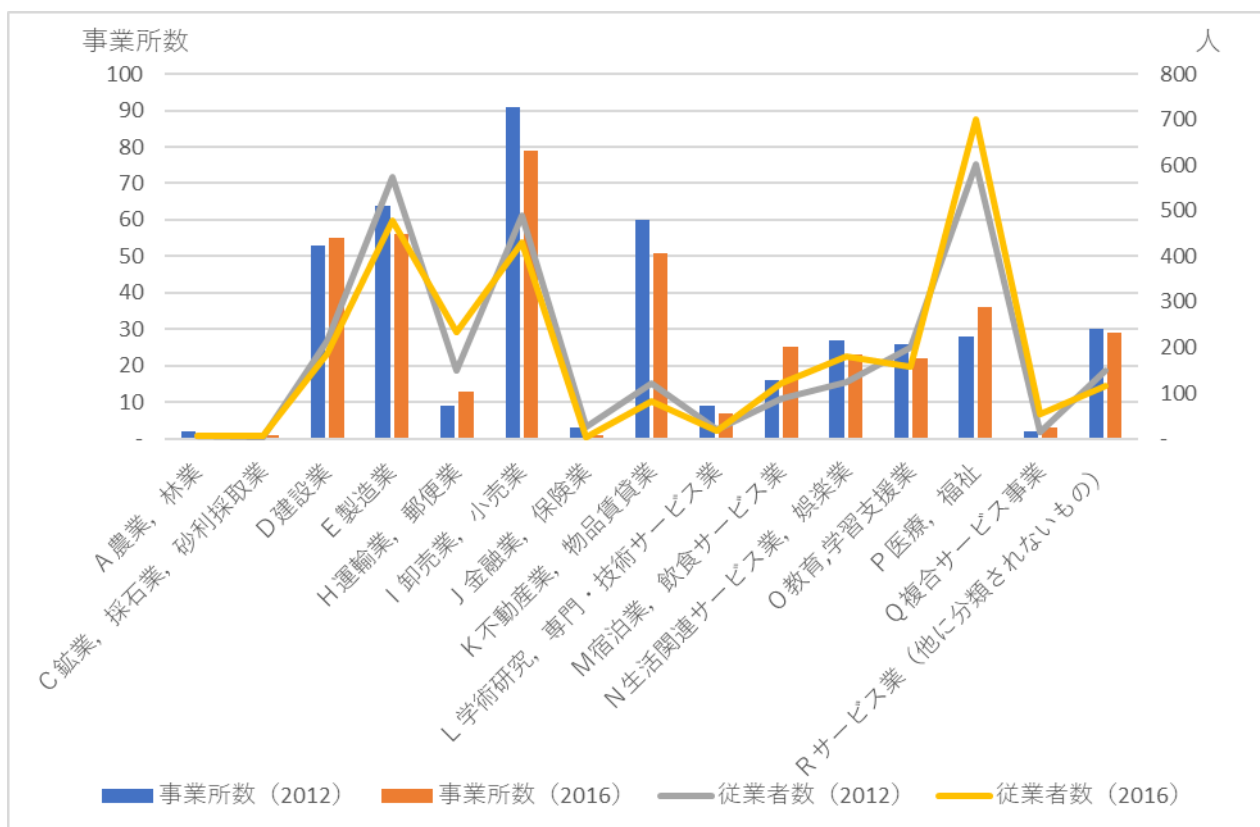


出典：国勢調査（2015年）

※太子町では「B 漁業」「C 鉱業、採石業、砂利採取業」に従事する人がいないため、ここでは割愛している。

- 農業、林業の高齢化が顕著に表れており、後継者に引き継がれない限り、今後、確実に農業、林業は衰退していくこととなり、耕作放棄地等が増加すると考えられる。

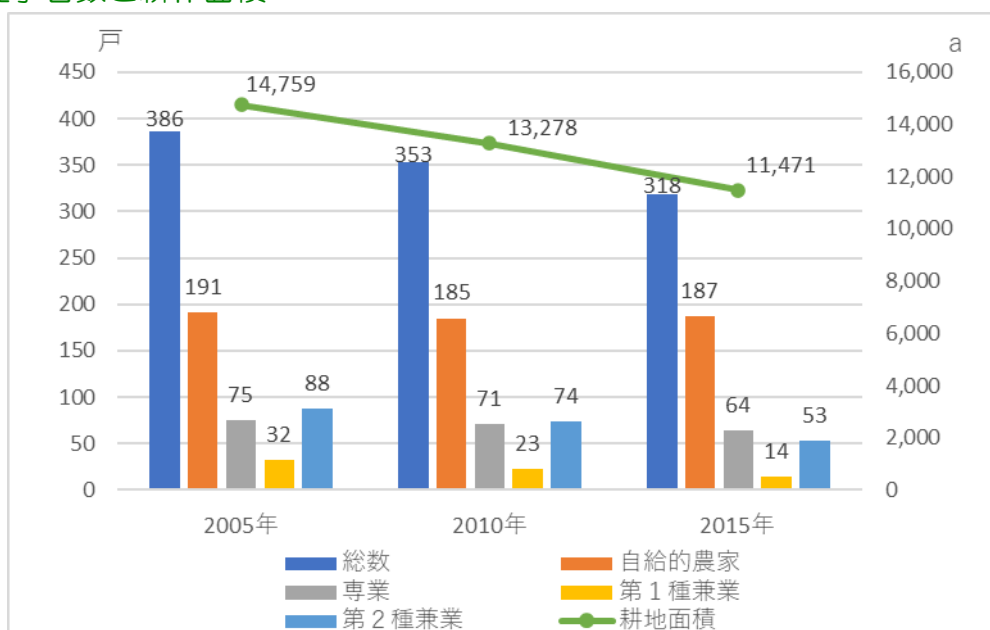
③事業所数と従業員数



出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

- ・ 事業所数、従業員数ともに「医療、福祉」分野は増加しているが、その他の産業では横ばいか減少傾向にある。

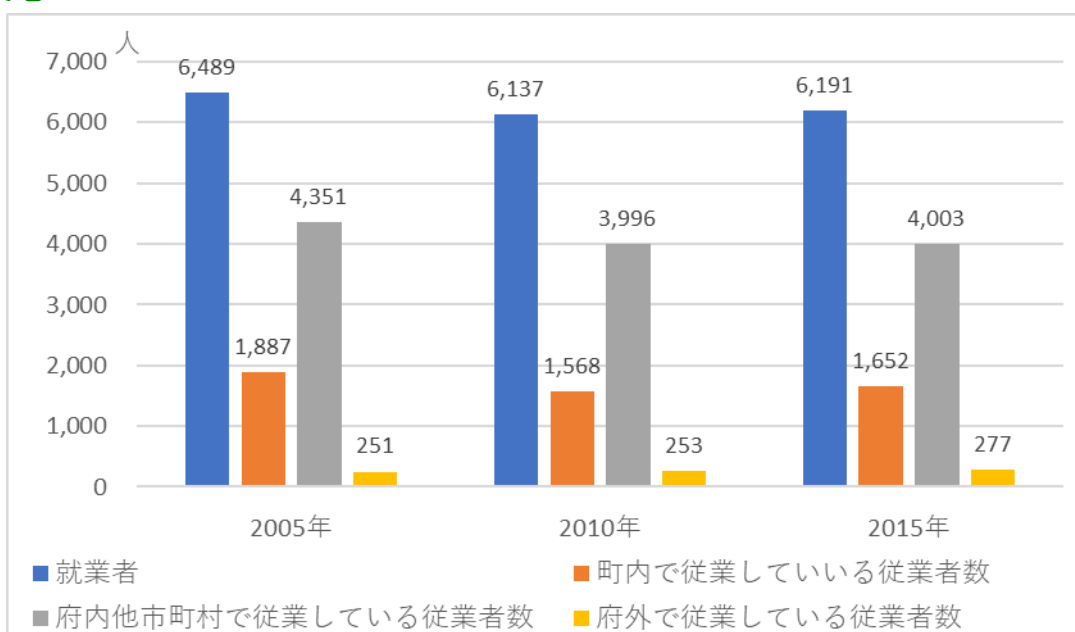
④農業従事者数と耕作面積



出典：大阪府総務部統計課「農林業センサス結果概要」

- ・ 農家は「自給的農家」が増えているものの、その他はすべて減少傾向にある。
- ・ 農家数の減少に伴い、耕作面積も年々、縮小している。

⑤就業地



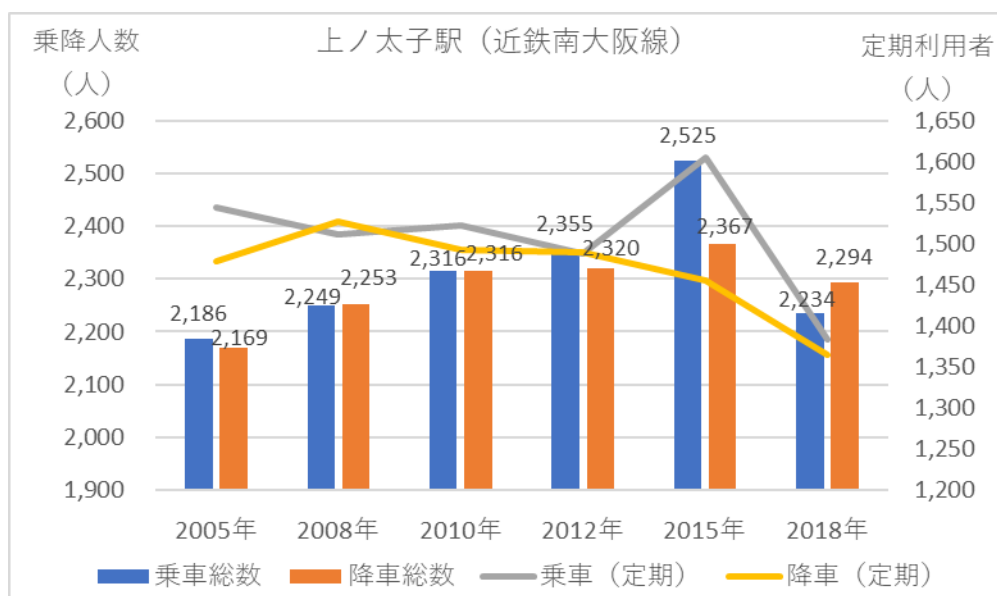
出典：国勢調査

- ・ 全体として従業者が減少傾向にあるが、平成 27 (2015) 年にはやや持ち直している。内訳としては府内他市町村で従業している就業者数が 6 割以上を占めるが、町内で従業している就業者数も一定数を維持している。

(3) 交通に関するデータ

①最寄りの鉄道駅の乗降客数

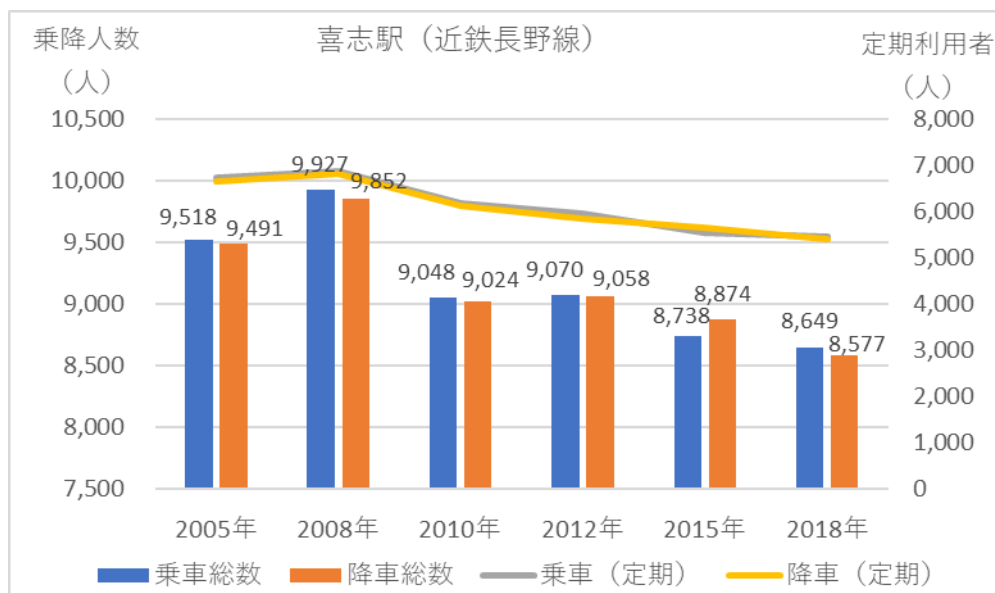
近鉄上ノ太子駅の乗降客数



出典：大阪府統計年鑑（近畿日本鉄道交通量調査による）

- ・ 上ノ太子駅は近年、「乗車総数」「降車総数」とともに増加傾向がみられたが平成 30（2018）年には減少している。定期利用者については、「乗車（定期）」が平成 27（2015）年に増加したが、全体的には減少傾向がみられる。

近鉄喜志駅の乗降客数

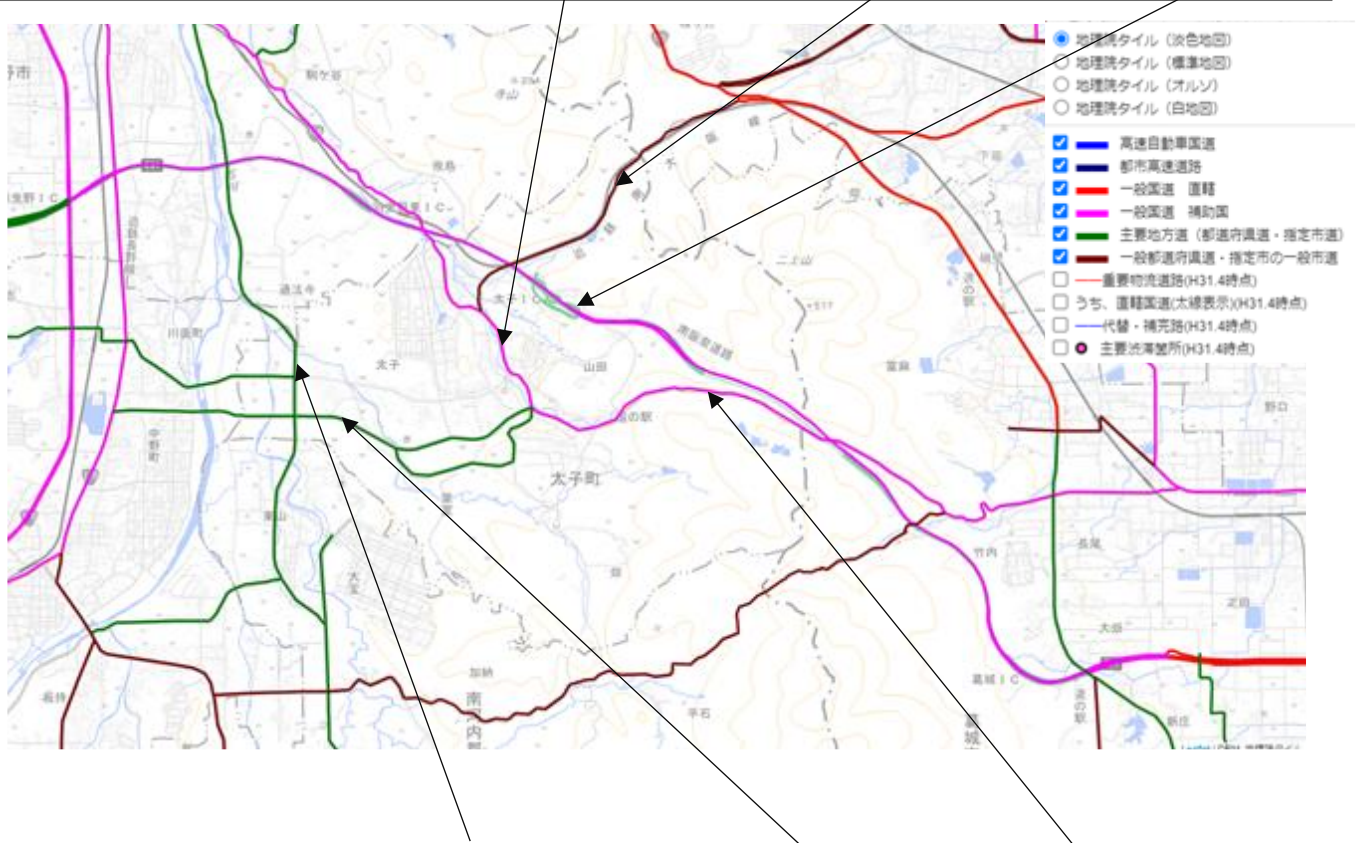


出典：大阪府統計年鑑（近畿日本鉄道交通量調査による）

- ・ 喜志駅は「乗車総数」「降車総数」とともに減少傾向が続いており、定期利用者も同様に減少傾向となっている。
- ・ 近年、利用者が減少傾向にあるものの、利用者数は上ノ太子駅の 4 倍近くある。

②交通量に関するデータ

	一般国道166号	香芝太子線	一般国道165号(南阪奈道路)
昼間12時間交通量(全車上下計)(台)	1,070	6,032	16,063
24時間交通量(全車上下計)(台)	1,295	7,781	20,784
混雑度	0.30	0.90	1.35
混雑時旅行速度(上り)(km/h)	23.1	37.8	
混雑時旅行速度(下り)(km/h)	22.3	28.9	64.3
昼間非混雑時旅行速度(上り)(km/h)	25.3	37.8	72.4
昼間非混雑時旅行速度(下り)(km/h)	23.2	31.9	67.9



	柏原駒ヶ谷千早赤阪線	美原太子線(新)	一般国道166号
昼間12時間交通量(全車上下計)(台)	7,079	9,990	4,164
24時間交通量(全車上下計)(台)	9,203	13,187	5,202
混雑度	0.92	1.13	0.55
混雑時旅行速度(上り)(km/h)	17.3	34.0	38.2
混雑時旅行速度(下り)(km/h)	23.6	28.7	36.0
昼間非混雑時旅行速度(上り)(km/h)	24.1	34.3	39.7
昼間非混雑時旅行速度(下り)(km/h)	25.2	32.2	37.6

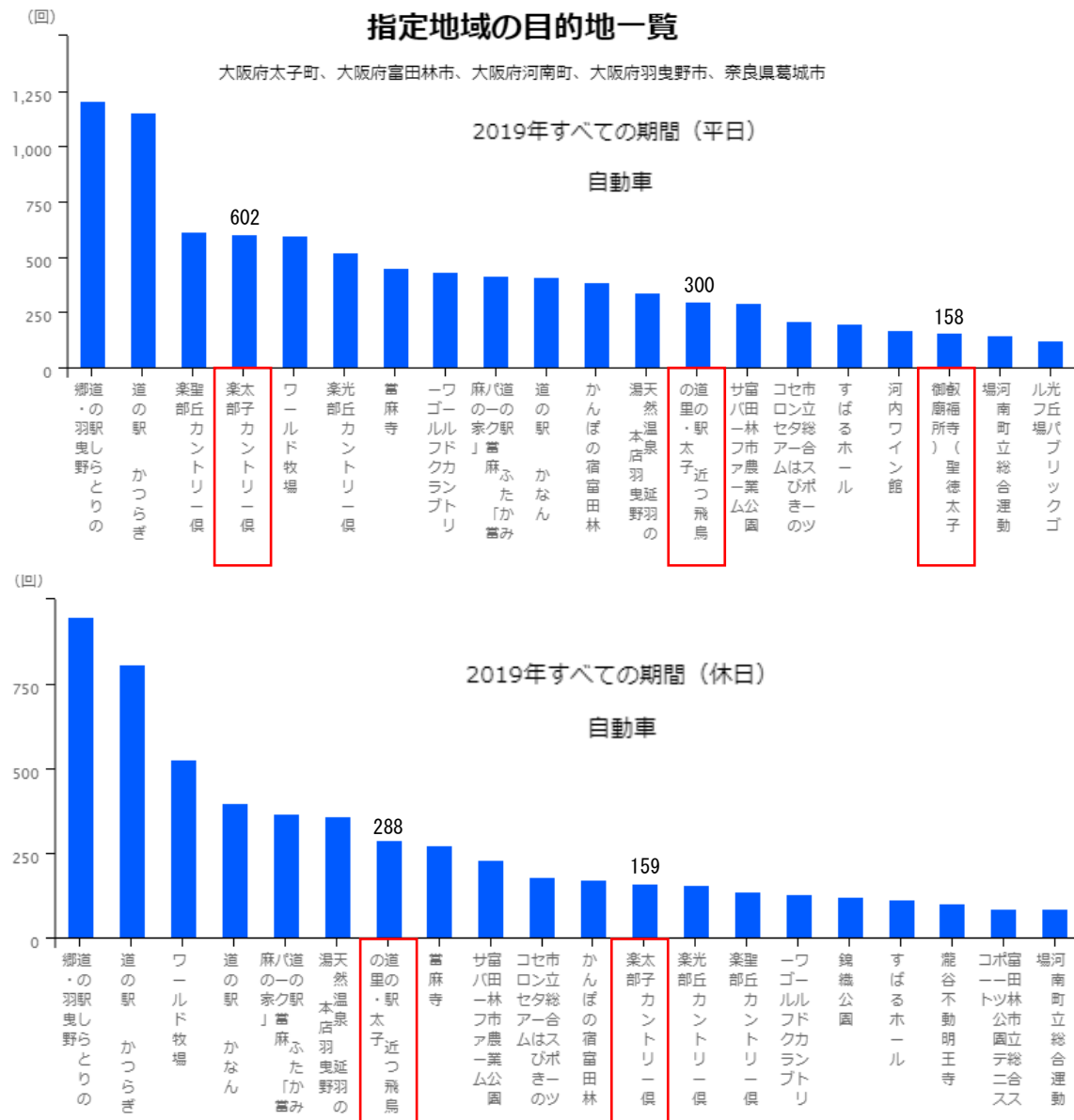
出典：平成27年度交通量センサス

- 平成27(2015)年度交通量センサスにおける町内の道路の交通量は、道の駅の前国道166号が昼間12時間交通量は約4,100台、美原太子線は約10,000台、南阪奈道路は約16,000台が通行している。

(4) 観光に関するデータ

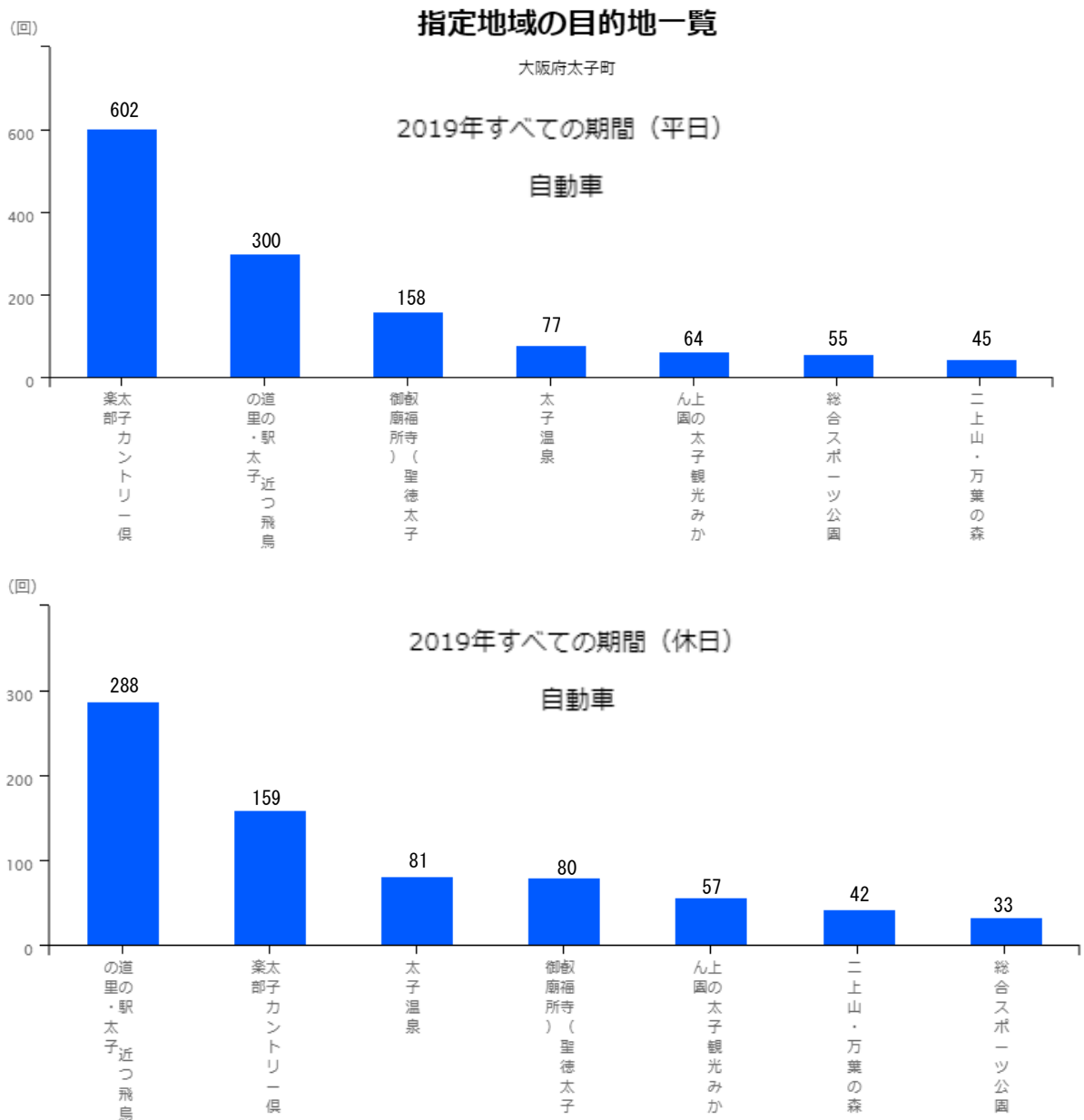
①RESAS（地域経済分析システム）による観光分析

観光マップ／目的地分析



出典：株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

- ・ ナビゲーションアプリケーションの目的地検索において、太子町及び近隣市町の検索回数が多い目的地は「道の駅しらとりの郷羽曳野」、「道の駅かつらぎ」など周辺の道の駅が上位を占める。観光施設では「ワールド牧場」、「当麻寺」、「富田林市立農業公園サバーファーム」が上位に見られる。
- ・ 太子町の上位は「太子カントリー倶楽部」「道の駅 近つ飛鳥の郷・太子」「叡福寺」。



出典：株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

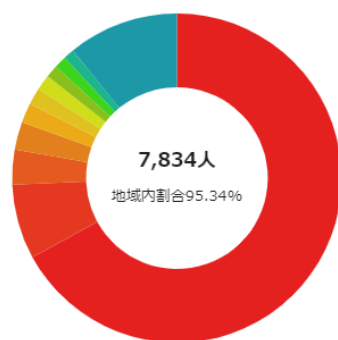
- ※ 検索回数は、同一ユーザーの重複を除いた月間のユニークユーザー数。下記条件に全て該当した場合にのみ表示。
- ※ 施設分類が、観光資源、宿泊施設や温泉、広域からの集客が見込まれるレジャー施設や商業施設に該当。
- ※ 年間検索回数が自動車は 50 回、公共交通は 30 回以上。
- ※ 年間検索回数が全国 1000 位以内または都道府県別 50 位以内または市区町村別 10 位以内。

- ・ 太子町内の「太子カントリー倶楽部」「道の駅 近つ飛鳥の郷・太子」「叡福寺」に続く目的地の上位は、「太子温泉」「上の太子観光みかん園」「二上山・万葉の森」「総合スポーツ公園」となっている。

観光マップ／滞在人口（平日、令和元（2019）年10月）

滞在人口の地域別構成割合 市区町村 → 市区町村

滞在人口 / 都道府県内



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

- 1位 大阪府太子町 5,251人 (67.03%)
- 2位 大阪府富田林市 576人 (7.35%)
- 3位 大阪府羽曳野市 266人 (3.40%)
- 4位 大阪府河南町 215人 (2.74%)
- 5位 大阪府藤井寺市 152人 (1.94%)
- 6位 大阪府柏原市 129人 (1.65%)
- 7位 大阪府河内長野市 120人 (1.53%)
- 8位 大阪府大阪市平野区 96人 (1.23%)
- 9位 大阪府八尾市 94人 (1.20%)
- 10位 大阪府和泉市 80人 (1.02%)
- その他 855人 (10.91%)

大阪府太子町

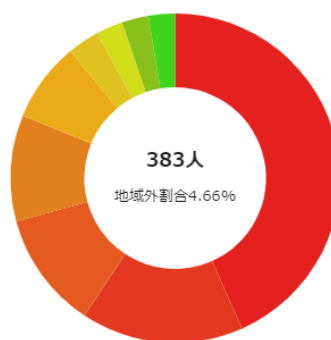
2019年10月平日14時

総数（15歳以上80歳未満）

滞在人口合計：8,217人（滞在人口率：0.76倍）

（国勢調査人口：10,868人）

滞在人口 / 都道府県外



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 奈良県香芝市 166人 (43.34%)
- 2位 奈良県大和高田市 61人 (15.93%)
- 3位 奈良県橿原市 44人 (11.49%)
- 4位 奈良県葛城市 40人 (10.44%)
- 5位 奈良県奈良市 30人 (7.83%)
- 6位 奈良県三郷町 12人 (3.13%)
- 7位 奈良県五條市 10人 (2.61%)
- 8位 奈良県桜井市 10人 (2.61%)
- 9位 兵庫県西宮市 10人 (2.61%)

出典：株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング
「モバイル空間統計®」
総務省「平成27年国勢調査」

【注記】

滞在人口とは、指定地域の指定時間（4時、10時、14時、20時）に滞在していた人数の月間平均値（平日・休日別）を表している。

滞在人口率は、滞在人口（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」）÷国勢調査人口（総務省「国勢調査」夜間人口）で表される。

携帯電話の運用データについては国籍に関わらず契約者のデータが使用されていることから、滞在人口の算出には国内に居住する外国人も推計として含まれている。

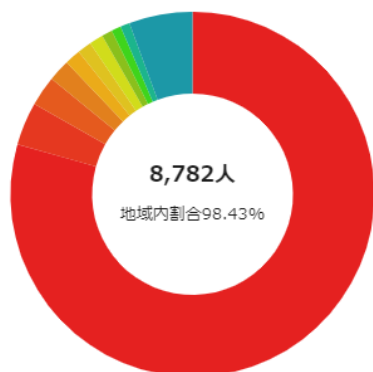
- ・ 令和元（2019）年10月の平日14時に滞在している人は、本町住民が5,251人、次いで富田林市民576人、羽曳野市民266人、河南町民215人となっている（15歳以上80歳未満）。県外では、香芝市民166人、大和高田市民が61人となっている。
- ・ 国勢調査の太子町人口（15歳以上80歳未満）よりも10月平日の14時には約2,700人近く少なくなっている。

観光マップ／滞在人口（休日、令和元（2019）年 10 月）

滞在人口の地域別構成割合
市区町村 → 市区町村

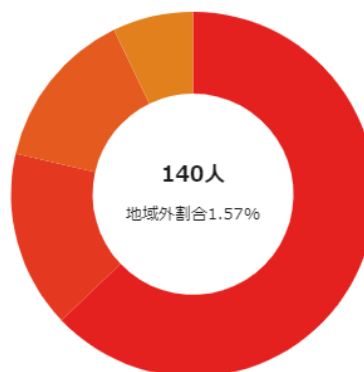
大阪府太子町
2019 年 10 月 休日 14 時
総数（15 歳以上 80 歳未満）
滞在人口合計：8,922 人（滞在人口率：0.82 倍）
（国勢調査人口：10,868 人）
滞在人口 / 都道府県外

滞在人口 / 都道府県内



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

- 1位 大阪府太子町 6,975人 (79.42%)
- 2位 大阪府富田林市 336人 (3.83%)
- 3位 大阪府羽曳野市 234人 (2.66%)
- 4位 大阪府河南町 170人 (1.94%)
- 5位 大阪府柏原市 123人 (1.40%)
- 6位 大阪府藤井寺市 110人 (1.25%)
- 7位 大阪府八尾市 109人 (1.24%)
- 8位 大阪府松原市 82人 (0.93%)
- 9位 大阪府東大阪市 75人 (0.85%)
- 10位 大阪府大阪市平野区 73人 (0.83%)
- その他 495人 (5.64%)



滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

- 1位 奈良県香芝市 88人 (62.86%)
- 2位 奈良県橿原市 22人 (15.71%)
- 3位 奈良県大和高田市 20人 (14.29%)
- 4位 奈良県葛城市 10人 (7.14%)

出典：株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング
「モバイル空間統計®」
総務省「平成 27 年国勢調査」

【注記】

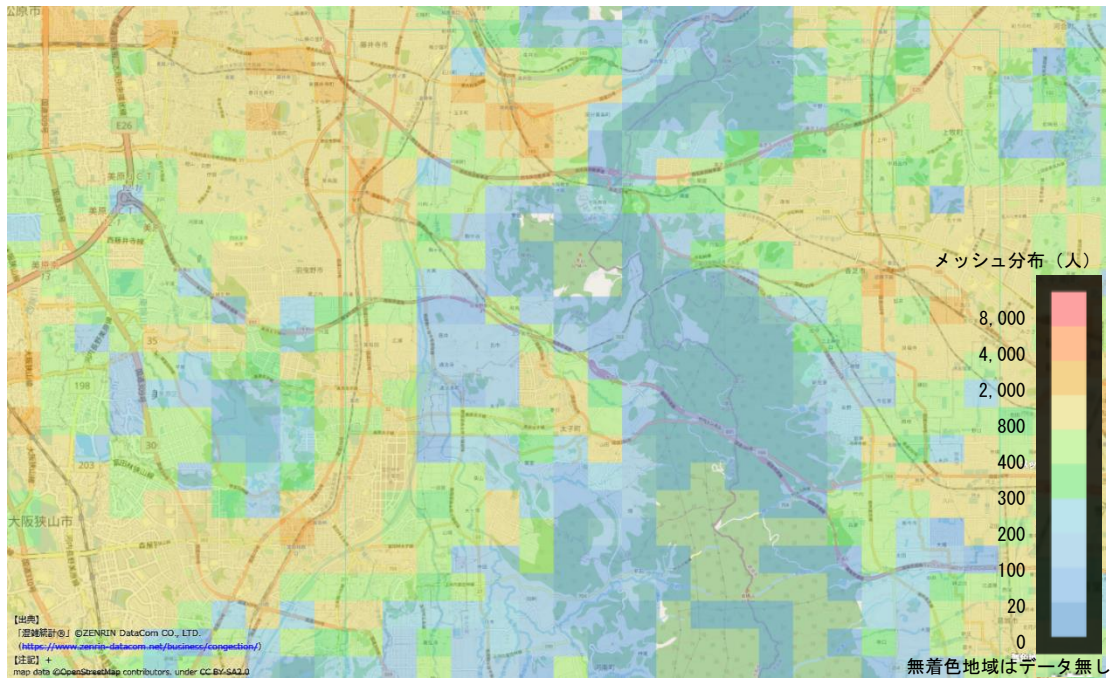
滞在人口とは、指定地域の指定時間（4 時、10 時、14 時、20 時）に滞在していた人数の月間平均値（平日・休日別）を表している。

滞在人口率は、滞在人口（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」）÷国勢調査人口（総務省「国勢調査」夜間人口）で表される。

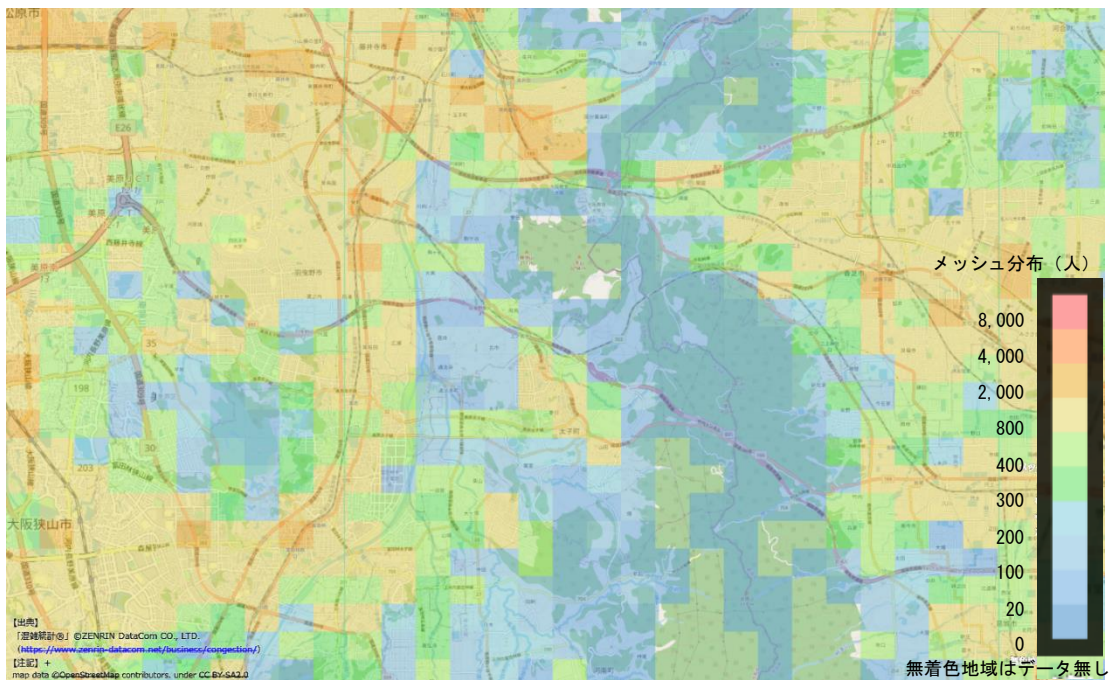
携帯電話の運用データについては国籍に関わらず契約者のデータが使用されていることから、滞在人口の算出には国内に居住する外国人も推計として含まれている。

- ・令和元（2019）年 10 月の休日 14 時に滞在している人は、本町住民が 6,975 人、次いで富田林市民 336 人、羽曳野市民 234 人、河南町民 170 人となっている（15 歳以上 80 歳未満）。県外では、香芝市民 88 人、橿原市民が 22 人となっている。
- ・国勢調査の太子町人口（15 歳以上 80 歳未満）よりも 10 月休日の 14 時には 2,000 人近く少なくなっている。

まちづくりマップ：令和元（2019）年 10 月（平日）流動人口



令和元（2019）年 10 月（休日）（流動人口）



出典：「混雑統計®」©ZENRIN DataCom CO., LTD.

(<https://www.zenrin-datacom.net/business/congestion/>)

【注記】 - 「混雑統計®」データは、NTT ドコモが提供するアプリケーション（※）の利用者より、許諾を得た上で送信される携帯電話の位置情報を、NTT ドコモが総体的かつ統計的に加工を行ったデータ。位置情報は最短 5 分毎に測位される GPS データ（緯度経度情報）であり、個人を特定する情報は含まれない。※ドコモ地図ナビサービス（地図アプリ・ご当地ガイド）等の一部のアプリ。

- ・ 令和元（2019）年 10 月の平日・休日の本町の中心部には島状に流動が大きな部分が見える。
- ・ 二上山付近の山中でも、少数ではあるが人流が確認できる。

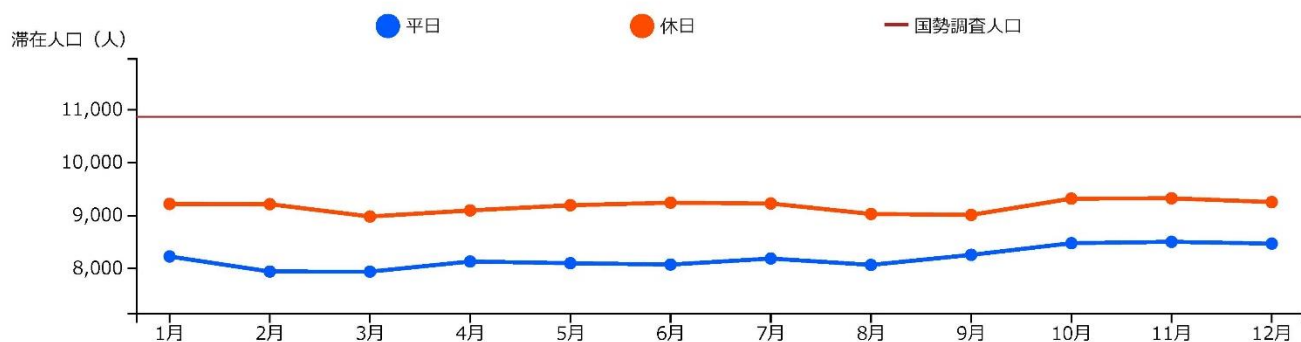
滞在人口の月別推移

大阪府太子町

2019年 14時

総数 総数（15歳以上80歳未満）

（国勢調査人口：10,868人）



出典：株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」
総務省「平成27年国勢調査」

【注記】

滞在人口率は、滞在人口（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」）÷国勢調査人口（総務省「国勢調査」夜間人口）で表される。

滞在人口とは、指定地域の指定時間（4時、10時、14時、20時）に滞在していた人数の月間平均値（平日・休日別）を表している。携帯電話の運用データについては国籍に関わらず契約者のデータが使用されていることから、滞在人口の算出には国内に居住する外国人も推計として含まれている。

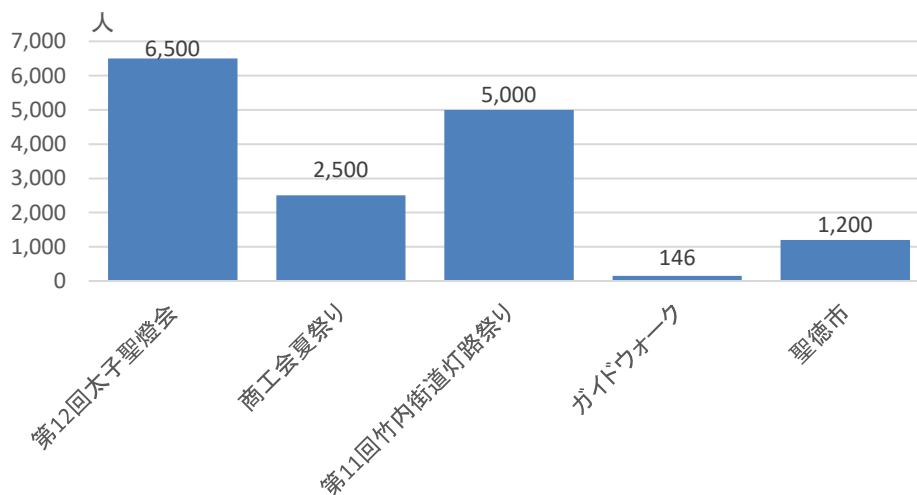
- ・令和元（2019）年の14時は休日の滞在人口は11月が最も多く、3月が最も少ない。
- ・平日の滞在人口は11月が最も多く、3月が最も少ない。

②観光入り込み客数等の状況

本町で把握している観光入り込み客は聖徳太子1400年イベント参加者数、町民主体の祭り等のスタッフ数、道の駅のレジ通過人数となっている、

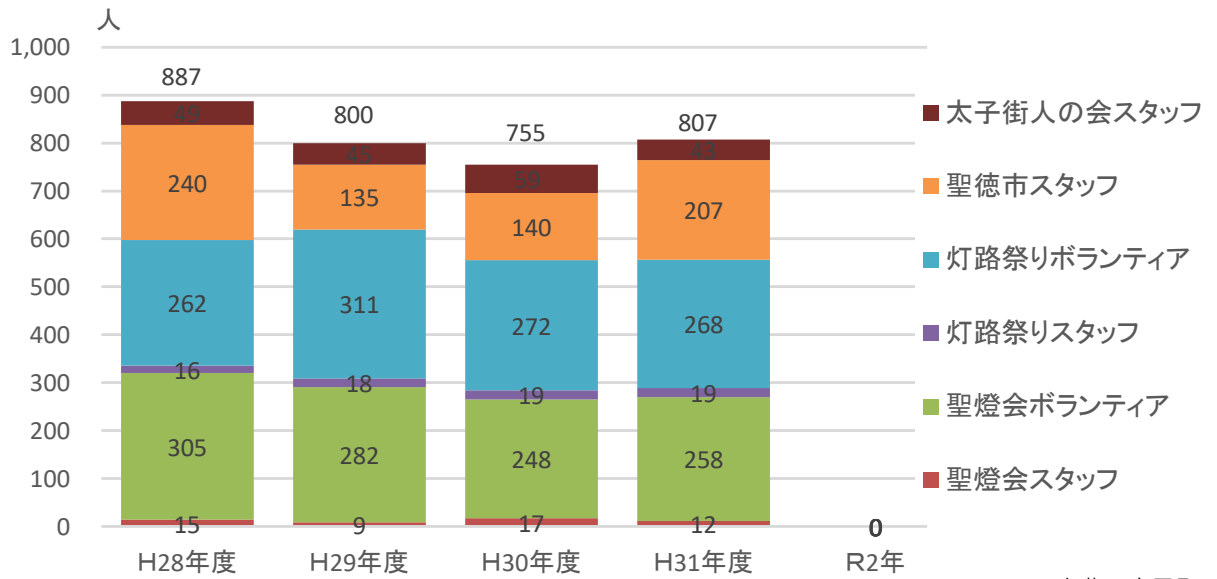
聖徳太子没後1400年イベントは、平成30（2018）年度では、約15,000人が参加した。

聖徳太子没後1400年イベント参加者数（H30年度）



出典：太子町

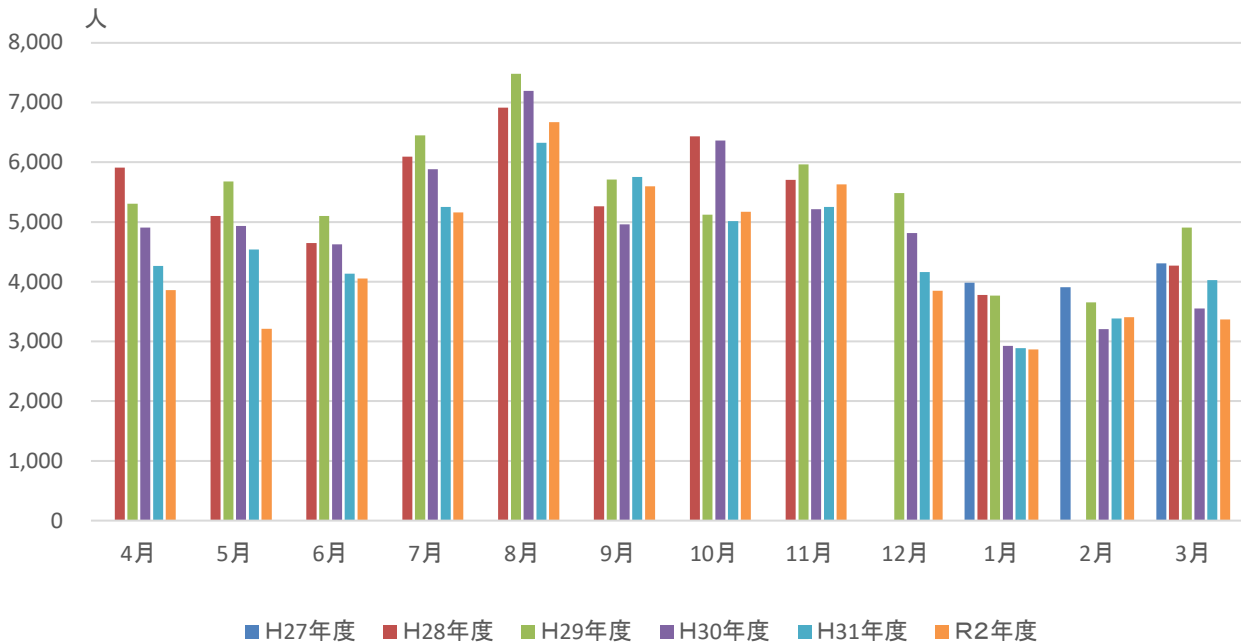
町民主体の祭り等のスタッフ・ボランティア数の推移



出典：太子町

- ・観光まちづくりの取組実績を市民主体の祭り等へのスタッフ・ボランティア数で見ると、およそ 800 人前後でありスタッフあるいはボランティアとして多くの人が関与していることがわかる。
- ・令和 2 年度は新型コロナウイルスの影響で、イベントを実施できなかった。

道の駅レジ通過人数

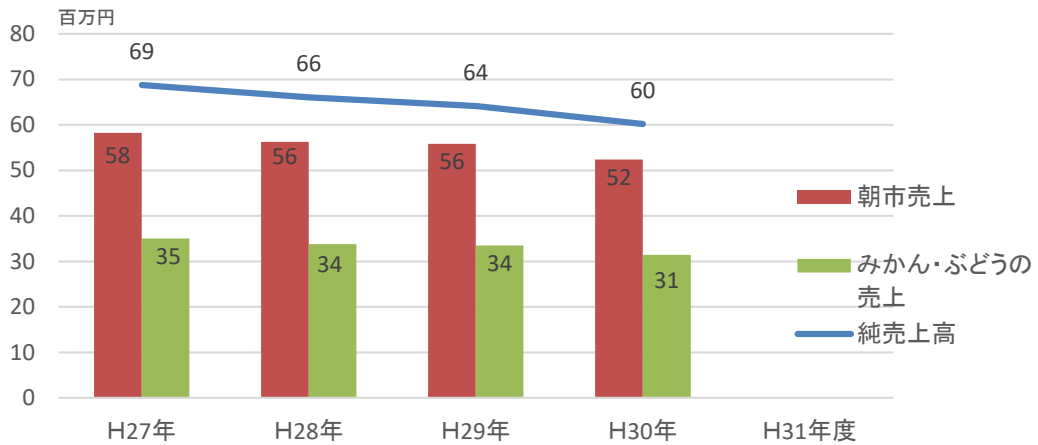


出典：太子町

- ・道の駅は、平成 27 年度以降、休業した時期もあるものの、8 月がピークでおよそ 7,000 人、1 月、2 月が閑散期で 3,000~4,000 人程度となっている。

③消費額に関するデータ

道の駅朝市売上額（みかん、ぶどうなどの売上額）

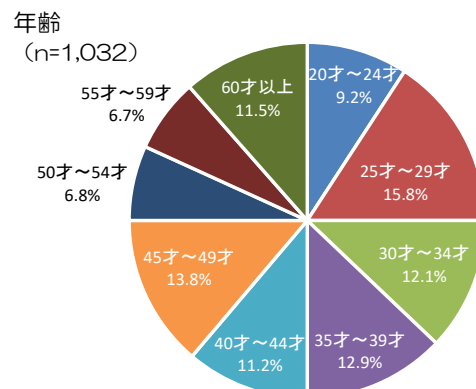
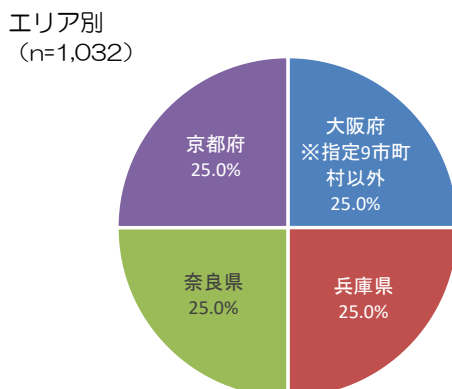
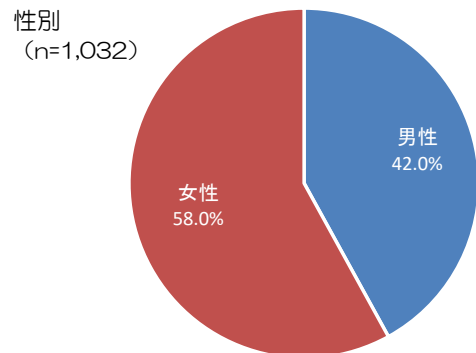


- 道の駅の純売上は約 60 百万円で、純売上高のうち、朝市の売り上げが約 9 割を占める。みかん・ぶどうは同様に純売上高の約 5 割を占めている。
- 純売上高は減少傾向がみられ、朝市、みかん・ぶどうともに減少している。

④南河内の観光ニーズ

南河内観光ニーズGAP調査 対象者プロフィール（抜粋）

- ◆ 実査期間 2017年11月1日(水)～2017年11月3日(金)
- ◆ 対象者 インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員 1,032名
- ◆ ターゲット設定
 - [年代] 20代、30代、40代、50代以上
 - [性別比] 男性 42.0% : 女性 58.0%
 - [居住都道府県]
 - 大阪府（指定9市町村(藤井寺市、河内長野市、富田林市、大阪狭山市、河南町、千早赤阪村、羽曳野市、太子町、松原市)以外) …258名
 - 兵庫県 … 258名
 - 奈良県 … 258名
 - 京都府 … 258名
- ◆ 各表における割合について
小数点以下第2位を四捨五入して整理している為、割合の和と各表の数値が異なる場合があります。



Q 3. 大阪府南河内の来訪先[クロス]集計

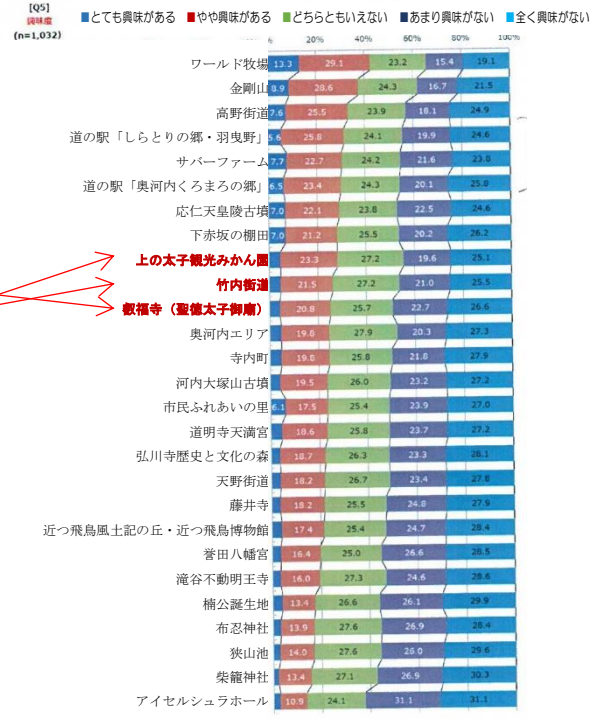
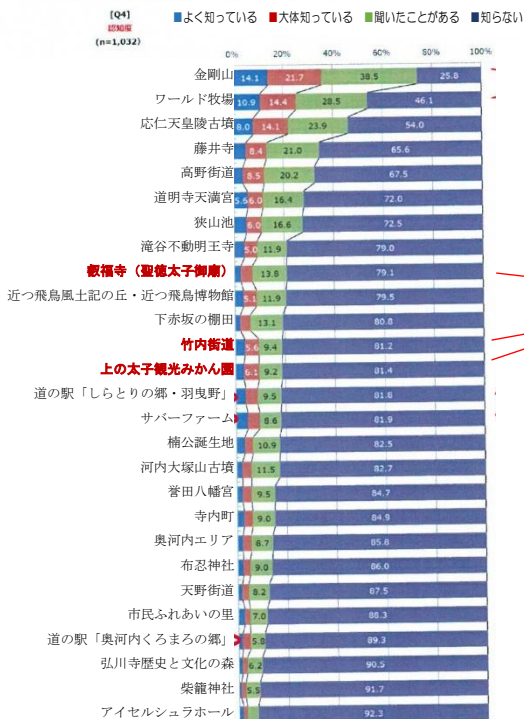
		Q3 大阪府南河内の中のどの(市町村)に行ったことがあるか教えてください。 ※複数回行かれたことがある方はこれまでの事をすべてお答えください。											
		全体	松原市	藤井寺市	羽曳野市	太子町	河南町	富田林市	大阪狭山市	千早赤阪村	河内長野市	9市町村のどこか に行ったことはある が覚えていない	9市町村すべて に行ったことはない
全体		834	34.4	44.1	37.2	19.8	9.8	45.7	25.9	18.5	36.2	7.2	23.5
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	230	47.0	53.0	50.0	22.2	16.5	60.0	40.4	28.3	48.3	5.7	12.2
	兵庫県	199	23.6	29.6	21.6	11.1	4.5	32.7	15.6	10.1	28.6	9.5	37.2
	奈良県	216	43.5	57.4	44.4	33.8	11.6	55.6	28.7	25.5	40.3	4.6	14.4
	京都府	189	20.1	33.3	29.6	10.1	5.3	30.7	15.9	7.4	24.9	9.5	33.3
性年代別	男性・計	383	41.5	52.5	42.0	23.5	11.7	52.0	30.0	23.2	41.8	8.1	17.2
	男性20代	42	23.8	28.6	23.8	16.7	7.1	45.2	19.0	9.5	26.2	7.1	33.3
	男性30代	61	41.0	45.9	44.3	19.7	16.4	44.3	21.3	23.0	34.4	8.2	16.4
	男性40代	117	44.4	57.3	43.6	21.4	11.1	52.1	38.5	21.4	46.2	6.8	13.7
	男性50代以上	163	44.2	57.7	44.8	28.2	11.7	56.4	30.1	28.2	45.4	9.2	16.0
	女性・計	451	28.4	37.0	33.0	16.6	8.2	40.4	22.4	14.4	31.5	6.4	28.8
	女性20代	119	24.4	30.3	26.9	14.3	8.4	37.0	21.8	12.6	29.4	5.0	31.1
	女性30代	142	28.9	40.1	36.8	14.1	5.6	40.8	23.2	10.6	31.7	6.3	25.4
	女性40代	106	27.4	37.7	33.0	21.7	10.4	42.5	20.8	16.0	31.1	8.5	31.1
	女性50代以上	84	34.5	40.5	35.7	17.9	9.5	41.7	23.8	21.4	34.5	6.0	28.6

- ・太子町に来たことがある人は 19.8%であり、隣接する羽曳野市は 37.2%、富田林市は 45.7%、河南町は 9.8%となっている。
- ・奈良県からは 33.8%が、男性の 50 歳代以上の 28.2%が、来たことがあるとしている。

Q 4 × Q 5. 南河内の観光資源に関する認知度・興味度

【認知度】「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」の合計値の高い順

【興味度】「とても興味がある」「やや興味がある」の合計値の高い順



- ・叡福寺(聖徳太子御廟)：認知度 20.9 興味度 28.1 竹内街道：認知度 18.8 興味度 26.3
- ・上の太子観光みかん園：認知度 18.6 興味度 28.1
- ・叡福寺と竹内街道は、認知度より興味度が高いため、今後のお宝項目といえる。

Q 4. 南河内の観光資源に関する認知度[クロス]集計

		Q4 (認知計) 以下の観光スポットを、知っていますか? [1 よく知っている] [2 たいたい知っている] [3 聞いた事がある]の合計値														
		全体	道の駅「しらの郷・羽曳野」	応神天皇陵古墳	豊田八幡宮	奥河内エリア	高野街道	道の駅「奥河内くろまろの郷」	ワールド牧場	近つ飛鳥風土記の丘・近つ飛鳥博物館	弘川寺歴史と文化の森	布忍神社	柴蔵神社	河内大塚山古墳	金剛山	下赤阪の欄田
全体		1032	18.2	46.0	15.3	14.2	32.5	10.7	53.9	20.5	9.5	14.0	8.3	17.3	74.2	19.2
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	27.9	51.2	21.3	21.7	39.9	15.1	65.1	25.6	13.2	21.3	11.6	19.8	80.6	24.8
	兵庫県	258	13.6	43.4	11.2	11.2	28.3	8.1	43.4	12.4	7.0	9.7	5.0	15.9	65.1	17.4
	奈良県	258	21.3	51.6	19.4	14.0	38.0	13.6	67.8	31.4	11.6	17.4	10.5	20.5	85.3	22.5
	京都府	258	10.1	38.0	9.3	10.1	23.6	5.8	39.1	12.8	6.2	7.4	6.2	13.2	65.9	12.0
性年代別	男性-計	433	19.9	56.1	18.2	16.2	39.0	12.2	54.5	24.9	12.0	17.3	10.6	21.5	77.1	23.8
	男性20代	56	14.3	42.9	17.9	12.5	26.8	7.1	37.5	16.1	10.7	14.3	10.7	32.1	67.9	23.2
	男性30代	74	32.4	54.1	23.0	23.0	41.9	16.2	56.8	25.7	16.2	17.6	17.6	28.4	67.6	24.3
	男性40代	133	21.8	57.1	18.0	19.5	36.8	14.3	64.7	24.8	11.3	19.5	12.0	18.8	77.4	23.3
	男性50代以上	170	14.7	60.6	16.5	11.8	43.5	10.6	51.2	27.6	11.2	16.5	6.5	17.1	84.1	24.1
	女性-計	599	17.0	38.7	13.2	12.9	27.7	9.5	53.4	17.4	7.7	11.5	6.7	14.4	72.1	15.9
	女性20代	202	12.9	28.7	12.4	10.4	20.8	8.9	41.1	11.9	7.4	9.9	7.4	13.4	59.9	11.4
	女性30代	184	17.4	41.3	14.1	16.3	32.1	10.3	59.2	16.8	8.2	12.0	8.7	16.8	73.9	19.0
	女性40代	125	17.6	41.6	9.6	7.2	20.0	8.0	60.8	20.8	7.2	12.8	4.0	9.6	76.8	15.2
	女性50代以上	88	25.0	52.3	18.2	19.3	45.5	11.4	59.1	26.1	8.0	12.5	4.5	18.2	89.8	20.5

		全体	楠公園生地	叡福寺 (聖徳太子御廟)	竹内街道	上の太子観光みかん園	狭山池	市民ふれあいの里	天野街道	寺内町	サバーファーム	巖谷不動明王寺	梶井寺	道明寺天満宮	アイセルシージャール
全体		1032	17.5	20.9	18.8	18.6	27.5	11.7	12.5	15.1	18.1	21.0	34.4	28.0	7.7
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	24.4	24.4	22.1	24.0	39.1	16.7	17.4	19.8	29.1	31.8	33.3	34.1	10.1
	兵庫県	258	14.0	17.8	7.8	9.3	20.5	9.3	8.5	11.2	13.6	10.5	32.2	20.2	5.0
	奈良県	258	19.4	28.3	36.4	32.9	27.9	11.2	14.3	19.4	19.0	31.8	40.3	40.3	9.7
	京都府	258	12.4	13.2	8.9	8.1	22.5	9.7	9.7	10.1	10.9	10.1	31.8	17.4	5.8
性年代別	男性-計	433	24.5	24.7	26.1	20.8	36.7	13.4	15.2	16.9	19.4	26.3	38.1	30.7	10.9
	男性20代	56	14.3	32.1	17.9	19.6	25.0	14.3	19.6	21.4	12.5	21.4	33.9	35.7	10.7
	男性30代	74	28.4	28.4	23.0	23.0	29.7	20.3	23.0	27.0	28.4	44.6	32.4	14.9	
	男性40代	133	21.8	21.1	24.8	19.5	39.1	16.5	12.0	14.3	24.1	24.1	32.3	28.6	10.5
	男性50代以上	170	28.2	23.5	31.2	21.2	41.8	7.6	12.9	14.7	14.7	28.8	41.2	30.0	9.4
	女性-計	599	12.5	18.2	13.5	17.0	20.9	10.5	10.5	13.9	17.2	17.2	31.7	26.0	5.3
	女性20代	202	8.9	15.8	10.9	12.4	14.4	8.9	7.9	13.4	13.9	11.4	28.7	21.3	5.4
	女性30代	184	10.9	16.8	12.0	14.7	20.1	12.5	11.4	12.5	16.8	15.8	34.2	31.0	4.9
	女性40代	125	12.0	19.2	16.8	21.6	19.2	8.8	8.0	12.0	20.0	17.6	28.0	19.2	4.0
	女性50代以上	88	25.0	25.0	25.0	18.2	26.1	39.8	12.5	18.2	20.5	21.6	33.0	38.6	36.4

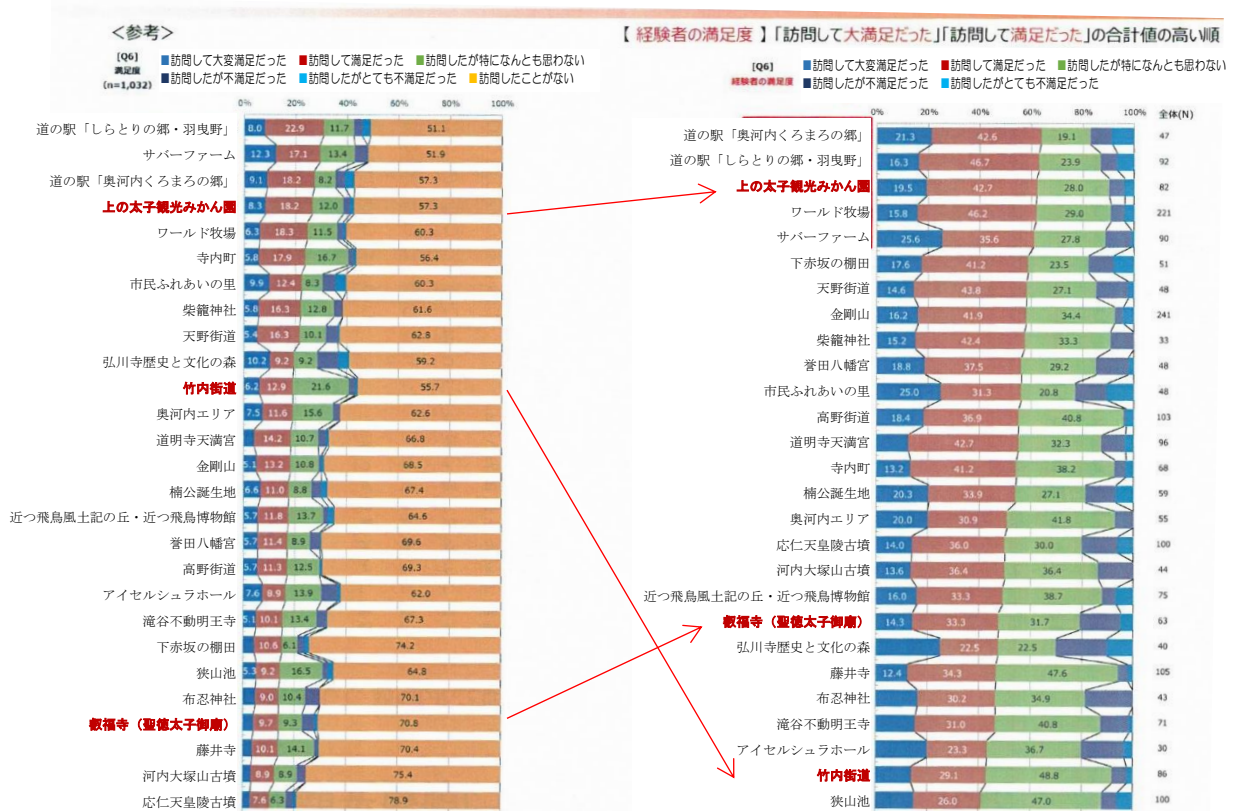
Q 5. 南河内の観光資源に関する興味度[クロス]集計

		Q5 (興味計) 以下の観光スポットに関して、興味がありますか? [1 とても興味がある] [2 やや興味がある]の合計値														
		全体	道の駅「しらの郷・羽曳野」	応神天皇陵古墳	豊田八幡宮	奥河内エリア	高野街道	道の駅「奥河内くろまろの郷」	ワールド牧場	近つ飛鳥風土記の丘・近つ飛鳥博物館	弘川寺歴史と文化の森	布忍神社	柴蔵神社	河内大塚山古墳	金剛山	下赤阪の欄田
全体		1032	31.4	29.1	20.0	24.5	33.0	29.8	42.3	21.5	22.4	17.1	15.6	23.6	37.5	28.2
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	38.0	31.8	24.4	31.4	37.2	38.8	50.8	26.7	28.3	21.3	19.0	28.3	44.6	32.2
	兵庫県	258	25.2	28.7	19.4	19.0	29.8	24.0	36.0	15.9	16.7	15.5	15.5	23.3	30.2	25.2
	奈良県	258	35.3	29.1	20.5	26.7	34.9	29.8	45.7	26.4	21.3	18.2	14.3	20.2	41.9	28.7
	京都府	258	27.1	26.7	15.5	20.9	30.2	26.7	36.8	17.1	23.3	13.2	13.6	22.9	33.3	26.7
性年代別	男性-計	433	21.7	31.6	19.2	18.7	30.7	21.0	34.9	22.2	20.8	13.2	13.6	22.6	38.3	24.2
	男性20代	56	21.4	35.7	21.4	23.2	39.3	23.2	42.9	23.2	28.6	16.1	23.2	33.9	33.9	33.9
	男性30代	74	35.1	23.0	23.0	20.3	33.8	31.1	47.3	25.7	24.3	18.9	12.2	21.6	44.6	21.6
	男性40代	133	20.3	25.6	17.3	18.8	25.6	18.0	32.3	21.1	15.0	12.8	13.5	21.1	30.1	21.1
	男性50代以上	170	17.1	38.8	18.2	16.5	30.6	18.2	28.8	21.2	21.2	10.0	11.2	20.6	43.5	24.7
	女性-計	599	38.4	27.2	20.5	28.7	34.7	36.2	47.7	21.0	23.5	19.9	17.0	24.4	36.9	31.1
	女性20代	202	32.2	22.8	18.8	21.3	27.7	27.7	48.5	15.8	16.8	17.8	14.9	20.3	26.2	22.3
	女性30代	184	40.2	26.1	22.3	31.5	37.5	40.8	57.1	23.4	23.9	19.0	17.9	27.7	39.1	34.2
	女性40代	125	42.4	28.8	19.2	30.4	34.4	40.8	39.2	20.0	28.0	24.0	17.6	23.2	40.8	33.6
	女性50代以上	88	43.2	37.5	22.7	37.5	45.5	39.8	38.6	29.5	31.8	20.5	19.3	28.4	51.1	40.9

		全体	楠公園生地	叡福寺 (聖徳太子御廟)	竹内街道	上の太子観光みかん園	狭山池	市民ふれあいの里	天野街道	寺内町	サバーファーム	巖谷不動明王寺	梶井寺	道明寺天満宮	アイセルシージャール
全体		1032	17.4	25.1	26.3	28.1	16.9	23.6	22.1	24.5	30.3	19.5	21.8	23.3	13.7
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	21.7	31.4	29.8	33.7	22.9	29.8	27.9	29.8	41.5	27.1	24.8	26.4	18.2
	兵庫県	258	16.3	24.0	20.9	19.0	12.4	17.8	18.6	19.8	20.9	17.4	23.3	22.9	8.9
	奈良県	258	16.7	24.4	29.1	35.3	15.5	26.0	21.3	26.0	29.1	19.4	22.5	26.7	15.1
	京都府	258	15.1	20.5	25.2	24.4	16.7	20.9	20.5	22.5	29.8	14.0	16.7	17.1	12.4
性年代別	男性-計	433	19.4	25.4	23.3	19.2	14.1	16.2	17.8	23.1	22.6	19.2	23.6	19.9	12.9
	男性20代	56	23.2	25.0	17.9	28.6	17.9	17.9	32.1	35.7	26.8	28.6	28.6	28.6	17.9
	男性30代	74	16.2	29.7	28.4	32.4	14.9	25.7	16.2	27.0	32.4	21.6	23.0	20.3	20.3
	男性40代	133	17.3	21.1	16.5	13.5	14.3	13.5	9.0	16.5	21.1	15.0	21.8	17.3	9.0
	男性50代以上	170	21.2	27.1	28.2	14.7	12.4	13.5	20.6	22.4	18.2	18.2	23.5	18.8	11.2
	女性-計	599	16.0	24.9	28.4	34.6	18.9	29.0	25.2	25.5	35.9	19.7	20.5	25.7	14.2
	女性20代	202	12.4	20.8	18.8	30.7	16.8	26.2	21.3	18.8	32.2	15.3	15.3	22.8	10.9
	女性30代	184	14.1	24.5	31.5	37.0	19.6	32.6	22.3	28.8	43.5	19.6	20.7	27.7	15.2
	女性40代	125	18.4	24.0	27.2	38.4	20.0	32.0	24.0	24.0	32.0	20.8	24.8	27.2	16.8
	女性50代以上	88	25.0	36.4	45.5	33.0	20.5	23.9	42.0	36.4	34.1	28.4	26.1	26.1	15.0

- ・叡福寺は、女性 50 歳代以上で、認知度 25.0% に対し興味度 36.4%、今後のお宝項目。
- ・竹内街道は、女性 50 歳代以上で、認知度 18.2% に対し興味度 45.5%、今後のお宝項目。
- ・上の太子観光みかん園は、女性 40 歳代で、認知度 21.6% に対し興味度 38.4%、今後のお宝項目。

Q 6. 南河内の観光資源に関する経験者の満足度[全体]



- ・上の太子観光みかん園は経験者 57.3%（経験者 82 人）、経験者のうち満足度は 62.2%。
- ・竹内街道は経験者 44.3%（経験者 86 人）、経験者のうち満足度は 43.0%。
- ・叡福寺は経験者 29.2%（経験者 63 人）、経験者のうち満足度は 47.6%。

Q 6. 南河内の観光資源に関する経験度・満足度[クロス]集計

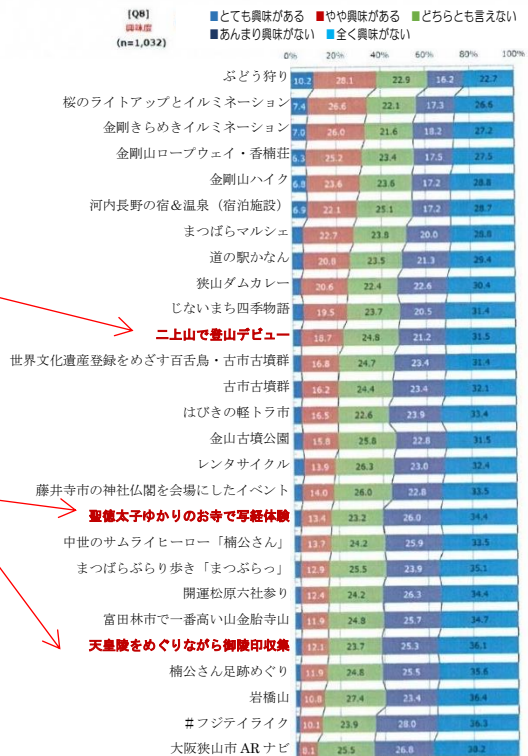
エリア別	全体	楠公誕生地		叡福寺 (聖徳太子御廟)		竹内街道		上の太子観光 みかん園		狭山池		市民ふれあいの里		天野街道	
		全体	満足度	全体	満足度	全体	満足度	全体	満足度	全体	満足度	全体	満足度	全体	満足度
全体	59	54.2	63	47.6	86	43.0	82	62.2	100	41.0	48	56.3	48	58.3	
大蔵府 ※指定9市町村以外	22	68.2	21	47.6	33	39.4	28	57.1	52	44.2	17	52.9	21	61.9	
兵庫県	10	70.0	9	44.4	5	40.0	9	77.8	15	46.7	10	60.0	9	44.4	
奈良県	21	38.1	25	52.0	43	46.5	41	61.0	20	25.0	13	53.8	12	58.3	
京都府	6	33.3	8	37.5	5	40.0	4	75.0	13	46.2	8	62.5	6	66.7	
性別	42	47.6	38	52.6	48	39.6	40	52.5	54	38.9	28	46.4	26	57.7	
男性・計	4	25.0	4	50.0	3	33.3	6	66.7	6	50.0	5	20.0	3	0.0	
男性20代	9	77.8	9	66.7	7	71.4	7	85.7	8	62.5	9	33.3	8	87.5	
男性30代	10	30.0	7	28.6	14	28.6	9	55.6	15	33.3	6	66.7	5	40.0	
男性40代	19	47.4	18	55.6	24	37.5	18	33.3	25	32.0	8	62.5	10	60.0	
男性50代以上	17	70.6	25	40.0	38	47.4	42	71.4	46	43.5	20	70.0	22	59.1	
女性・計	4	50.0	7	42.9	7	42.9	9	55.6	6	83.3	4	100.0	6	66.7	
女性20代	6	83.3	8	37.5	10	30.0	9	77.8	15	40.0	12	66.7	9	44.4	
女性30代	1	100.0	5	40.0	12	50.0	13	84.6	11	18.2	2	50.0	3	100.0	
女性40代	6	66.7	5	40.0	9	66.7	11	63.6	14	50.0	2	50.0	4	50.0	
女性50代以上															

- ・叡福寺の経験者（経験者 63 人）の満足度は、男性が 52.6%、女性より高い傾向がある。
- ・竹内街道の経験者（経験者 86 人）の満足度は、女性が 47.4%で、男性より高い傾向がある。
- ・上の太子観光みかん園（経験者 82 人）の満足度は、女性が 71.4%で、男性より高い傾向がある。

Q7×Q8 南河内の観光資源に関する認知度・興味度 [全体地]

【認知度】「よく知っている」「だいたい知っている」「聞いたことがある」の合計値の高い順

【興味度】「とても興味がある」「やや興味がある」の合計値の高い順



- ・二上山で登山デビューは、認知度が 13.1%、興味度が 22.5%。
- ・天皇陵をめぐりながら御陵印収集は、認知度が 10.1%、興味度が 14.8%。
- ・聖徳太子ゆかりのお寺で写経体験は、認知度が 9.5%、興味度が 16.5%。
- ・上記3つの観光資源では、僅差であるが、二上山で登山デビューが、今後のお宝項目度が高くなっている。

Q7 南河内の観光資源に関する認知度 [クロス集計]

		Q7 (認知計) また、以下の観光スポットやアクティビティに関して知っていますか? [1 よく知っている] [2 だいたい知っている] [3 聞いた事がある]の合計値														
		全体	世界文化遺産登録をめざす百舌鳥・古市古墳群	はげの軽トラ市	ぶどう狩り	レンタサイクル	河内長野の箱&温泉(宿泊施設)	中世のサムライロー「橋公さん」	道の駅かなん	岩橋山	金山古墳公園	開運松原六社参り	まつぶらマルシェ	まつぶらぶらり歩き「まつぶらっ。」	金剛山ハイキング	橋公さん足跡めぐり
全体		1032	28.6	7.3	25.2	17.9	12.0	10.2	13.0	7.9	14.1	7.8	8.7	6.0	31.9	8.8
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	32.9	7.0	34.9	25.6	17.4	13.6	20.2	8.5	14.0	8.1	9.3	7.8	40.7	12.8
	兵庫県	258	23.6	7.0	14.7	14.3	9.3	8.9	9.3	7.4	14.7	7.4	6.6	4.7	26.0	7.8
	奈良県	258	34.9	8.9	35.3	19.8	14.7	10.9	16.3	10.1	17.1	9.7	11.2	7.8	38.8	9.3
	京都府	258	22.9	6.2	15.9	12.0	6.6	7.4	6.2	5.8	10.9	6.2	7.8	3.9	22.1	5.4
性年代別	男性・計	433	36.3	9.0	28.4	22.4	13.4	12.7	14.8	10.9	16.9	9.2	9.5	7.9	36.7	11.8
	男性20代	56	30.4	12.5	26.8	21.4	16.1	8.9	10.7	14.3	28.6	10.7	8.9	7.1	30.4	10.7
	男性30代	74	29.7	12.2	29.7	27.0	20.3	14.9	20.3	14.9	20.3	13.5	13.5	14.9	40.5	10.8
	男性40代	133	35.3	6.0	24.1	21.1	9.8	11.3	15.0	8.3	12.0	9.0	7.5	6.0	24.1	8.3
	男性50代以上	170	41.8	8.8	31.8	21.8	12.4	14.1	13.5	10.0	15.3	7.1	9.4	6.5	47.1	15.3
	女性・計	599	23.0	6.0	22.9	14.7	11.0	8.3	11.7	5.8	12.2	6.8	8.2	4.7	28.4	6.7
	女性20代	202	15.8	5.4	16.8	13.4	9.9	8.9	8.4	6.4	11.4	7.9	6.9	5.9	18.3	6.9
	女性30代	184	23.4	7.1	22.3	16.3	12.0	7.6	13.0	5.4	12.5	7.1	12.0	4.3	28.8	7.1
	女性40代	125	24.0	3.2	26.4	10.4	7.2	4.8	12.0	4.0	10.4	2.4	3.2	1.6	28.0	4.0
	女性50代以上	88	37.5	9.1	33.0	20.5	17.0	13.6	15.9	8.0	15.9	10.2	10.2	6.8	51.1	9.1

		全体	金剛山ロープウェイ・香梅荘	二上山で登山デビュー	天皇陵をめぐるながら御陵印収集	聖徳太子ゆかりのお寺で写経体験	桜のライトアップ&イルミネーション	狭山池ダムカレー	大阪狭山市ARナビ	金剛きらめきイルミネーション	じないまち四季物語	雷田林市で一番高い山 金胎寺山	古市古墳群	藤井寺市の神社仏閣を会場にしたイベント	#フジテレビライク
全体		1032	29.9	13.1	10.1	9.5	10.9	17.1	6.3	10.6	8.3	10.0	24.6	8.2	5.6
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	35.3	15.1	12.8	10.5	15.1	21.7	7.8	12.4	10.5	10.1	29.1	7.0	7.8
	兵庫県	258	22.1	5.8	8.1	9.3	10.5	12.4	4.7	9.3	7.0	7.4	19.8	8.9	3.5
	奈良県	258	39.9	24.4	12.4	13.2	12.4	19.4	8.5	12.0	10.5	13.2	29.8	11.6	6.6
	京都府	258	22.5	7.0	7.0	5.0	5.8	14.7	4.3	8.5	5.4	9.3	19.8	5.4	4.7
性年代別	男性・計	433	38.3	16.4	11.5	11.8	11.8	14.8	7.9	12.0	8.3	12.5	33.7	10.9	6.9
	男性20代	56	21.4	16.1	16.1	8.9	16.1	14.3	12.5	21.4	8.9	14.3	30.4	12.5	12.5
	男性30代	74	35.1	14.9	14.9	17.6	17.6	18.9	13.5	17.6	14.9	21.6	23.0	13.5	9.5
	男性40代	133	33.8	12.0	8.3	8.3	9.8	15.8	4.5	9.0	5.3	8.3	30.1	8.3	3.8
	男性50代以上	170	48.8	20.6	11.2	12.9	9.4	12.4	6.5	8.8	7.6	11.2	42.4	11.2	6.5
	女性・計	599	23.9	10.7	9.0	7.8	10.4	18.7	5.2	9.5	8.3	8.2	18.0	6.3	4.7
	女性20代	202	18.8	8.4	9.9	7.9	9.9	19.8	5.4	9.9	9.9	6.4	12.9	6.9	5.0
	女性30代	184	22.3	10.9	9.8	8.2	12.0	20.1	7.1	11.4	8.2	9.8	19.0	6.0	5.4
	女性40代	125	23.2	9.6	6.4	5.6	7.2	14.4	2.4	4.0	4.0	4.8	17.6	4.0	2.4
	女性50代以上	88	39.8	17.0	9.1	10.2	12.5	19.3	4.5	12.5	11.4	13.6	28.4	9.1	5.7

Q8 南河内の観光資源に関する興味度 [クロス集計]

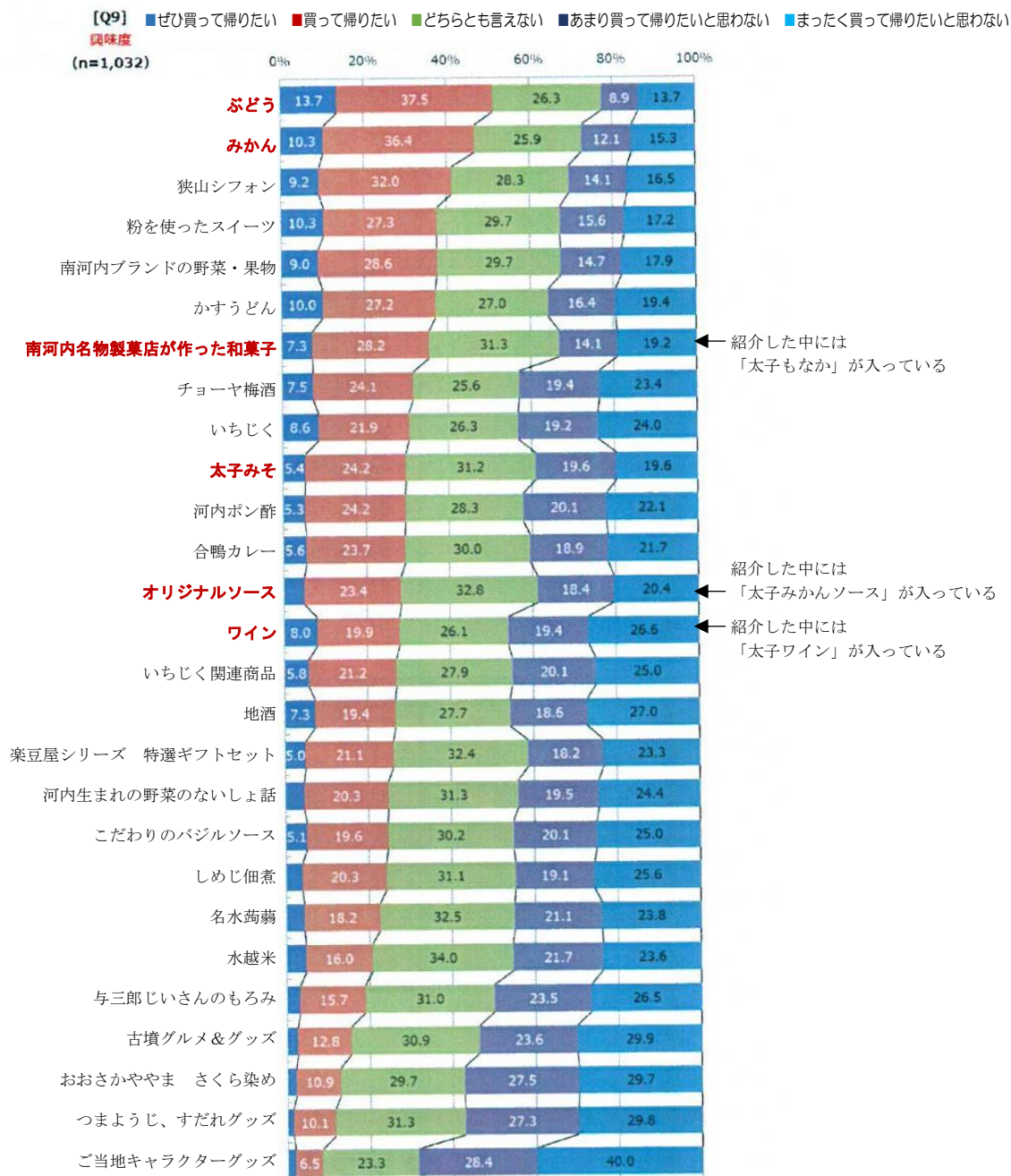
		Q8 (興味計) また、以下の観光スポットやアクティビティに関して興味はありますか? [1 とても興味がある] [2 やや興味がある]の合計値														
		全体	世界文化遺産登録をめざす百舌鳥・古市古墳群	はげの軽トラ市	ぶどう狩り	レンタサイクル	河内長野の箱&温泉(宿泊施設)	中世のサムライロー「橋公さん」	道の駅かなん	岩橋山	金山古墳公園	開運松原六社参り	まつぶらマルシェ	まつぶらぶらり歩き「まつぶらっ。」	金剛山ハイキング	橋公さん足跡めぐり
全体		1032	20.5	20.1	38.3	18.4	29.0	16.4	25.8	12.8	20.0	15.1	27.4	15.5	30.4	14.1
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	24.4	23.3	43.4	20.9	36.8	22.1	32.2	12.4	20.2	17.1	31.4	20.2	35.3	17.1
	兵庫県	258	19.4	14.3	30.2	16.3	24.8	13.6	17.1	10.9	17.8	14.0	19.8	11.2	23.3	14.7
	奈良県	258	20.9	20.9	42.2	17.8	28.3	15.5	28.7	16.7	17.8	15.5	32.2	17.1	34.1	12.4
	京都府	258	17.4	21.7	37.2	18.6	26.0	14.3	25.2	11.2	24.0	14.0	26.4	13.6	29.1	12.4
性年代別	男性・計	433	24.0	15.2	27.3	16.2	24.5	16.9	18.5	12.7	21.2	11.5	16.9	10.4	30.9	15.9
	男性20代	56	30.4	23.2	37.5	28.6	41.1	21.4	21.4	21.4	28.6	19.6	19.6	21.4	30.4	23.2
	男性30代	74	18.9	21.6	36.5	24.3	27.0	18.9	25.7	9.5	17.6	14.9	27.0	20.3	36.5	16.2
	男性40代	133	21.1	12.0	21.8	8.3	18.0	12.8	15.8	12.8	18.0	8.3	14.3	6.0	22.6	12.0
	男性50代以上	170	26.5	12.4	24.1	14.7	22.9	17.6	16.5	11.2	22.9	10.0	13.5	5.9	35.3	16.5
	女性・計	599	18.0	23.5	46.2	20.0	32.2	16.0	31.1	12.9	19.0	17.7	35.1	19.2	30.1	12.9
	女性20代	202	12.9	19.3	44.6	17.8	30.7	14.4	21.8	11.9	13.4	16.3	34.7	15.3	24.8	8.4
	女性30代	184	18.5	27.2	51.1	23.4	28.8	12.0	33.7	9.8	18.5	19.6	39.1	22.8	29.9	12.5
	女性40代	125	23.2	22.4	44.8	17.6	29.6	17.6	37.6	16.8	24.0	17.6	30.4	20.0	35.2	15.2
	女性50代以上	88	21.6	27.3	42.0	21.6	46.6	26.1	37.5	15.9	26.1	17.0	34.1	19.3	35.2	20.5

		全体	金剛山ロープウェイ・香梅荘	二上山で登山デビュー	天皇陵をめぐるながら御陵印収集	聖徳太子ゆかりのお寺で写経体験	桜のライトアップ&イルミネーション	狭山池ダムカレー	大阪狭山市ARナビ	金剛きらめきイルミネーション	じないまち四季物語	雷田林市で一番高い山 金胎寺山	古市古墳群	藤井寺市の神社仏閣を会場にしたイベント	#フジテレビライク
全体		1032	31.5	22.5	14.8	16.5	33.9	24.6	9.5	32.9	24.3	14.8	20.2	17.7	11.7
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	34.5	24.4	16.7	18.6	40.7	30.2	14.0	39.9	28.3	15.1	23.6	19.0	15.9
	兵庫県	258	27.9	16.7	14.7	17.4	29.1	22.1	6.6	24.0	21.7	13.6	17.4	15.9	7.8
	奈良県	258	36.0	26.7	14.0	14.3	32.9	24.8	8.5	37.6	24.0	15.5	20.2	19.0	11.6
	京都府	258	27.3	22.1	14.0	15.5	32.9	21.3	8.9	30.2	23.3	15.1	19.4	17.1	11.6
性年代別	男性・計	433	28.2	21.5	12.7	12.0	23.3	20.6	8.8	24.9	21.2	14.1	24.5	12.9	9.5
	男性20代	56	25.0	33.9	21.4	19.6	32.1	21.4	16.1	37.5	30.4	26.8	26.8	23.2	17.9
	男性30代	74	25.7	27.0	14.9	17.6	35.1	31.1	13.5	31.1	31.1	16.2	17.6	13.5	14.9
	男性40代	133	21.7	15.0	9.0	6.8	21.1	22.6	5.3	24.1	15.8	9.8	20.3	7.5	6.8
	男性50代以上	170	35.9	20.0	11.8	11.2	17.1	14.1	7.1	18.8	18.2	12.4	30.0	13.5	6.5
	女性・計	599	33.9	23.2	16.4	19.7	41.6	27.5	10.0	38.7	26.5	15.4	17.0	21.2	13.4
	女性20代	202	25.7	17.8	14.4	19.8	41.6	27.7	5.4	36.1	22.8	13.4	14.4	19.8	12.4
	女性30代	184	33.7	23.9	16.8	21.7	42.4	31.0	10.9	44.0	29.3	14.7	15.8	20.1	13.0
	女性40代	125	38.4	24.8	18.4	15.2	40.8	28.8	13.6	38.4	24.8	16.8	19.2	20.0	16.0
	女性50代以上	88	46.6	31.8	17.0	21.6	40.9	18.2	13.6	34.1	31.8	19.3	22.7	28.4	12.5

- 二上山で登山デビューは、男性 20 歳で、認知度が 16.1%に対し興味度が 33.9%で、今後お宝項目。
- 天皇陵をめぐるながら御陵印収集は、男性 20 歳代で、認知度が 16.1%に対し興味度が 21.4%で、今後お宝項目
- 聖徳太子ゆかりのお寺で写経体験は、女性 30 歳代で、興味度が 7.9%に対し興味度が 21.7%で、今後お宝項目。

Q9 お土産に関する興味度

【興味度】「ぜひ買って帰りたい」「買って帰りたい」の合計値の高い順



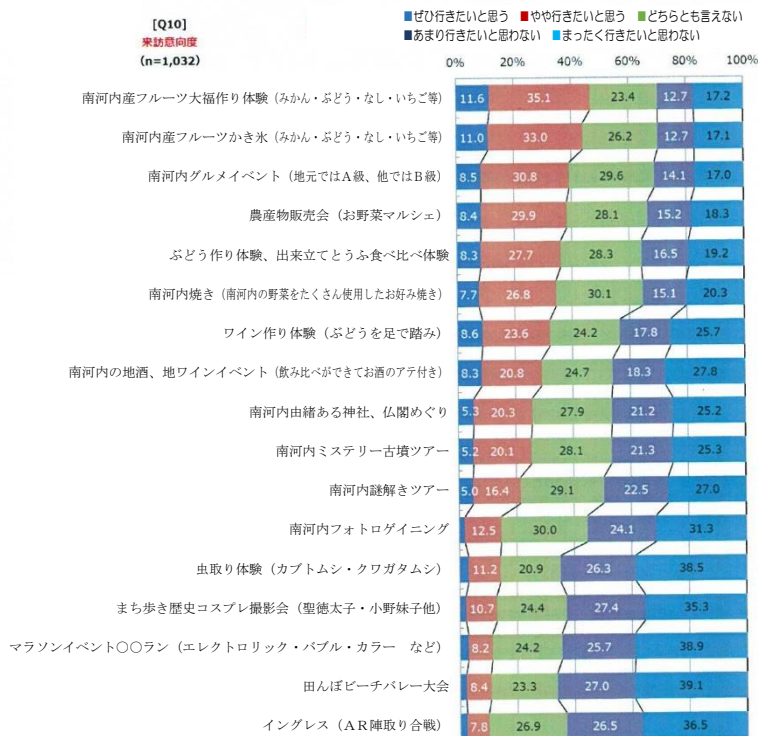
・興味度が高い順に、ぶどう 51.2%、みかん 46.7%、南河内名物製菓店が作った和菓子 35.5%、太子みそ 29.7%、オリジナルソース 28.4%、ワイン 27.9%となっている。

Q10 南河内への再来意向

南河内への来訪意向については、

「南河内産フルーツ大福作り体験（みかん・ぶどう・なし・いちご等）」が約47%で最も高く、次いで「南河内産フルーツかき氷（みかん・ぶどう・なし・いちご等）」約44%、「南河内グルメリメント（地元ではA級、他ではB級）」約39%となっている。

【来訪意向度】「ぜひ行ってみたいと思う」「やや行ってみたいと思う」の合計値の高い順



		全体	まち歩き歴史コスプレ撮影会（聖徳太子・小野妹子他）	南河内フォトロギング	インGRESS（AR陣取り合戦）	マラソンイベント〇〇ラン（エレクトロニック・バブル・カラーなど）	南河内グルメリメント（地元ではA級、他ではB級グルメリメント）	南河内の地酒、地ワインイベント（飲み比べができてお酒のアテ付き）	南河内の野菜をたくさん使用したお好み焼き	農産物販売会（お野菜マルシェ）	虫取り体験（カブトムシ・クワガタムシ）
全体		1032	12.9	14.5	10.1	11.2	39.3	29.2	34.5	38.4	14.3
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	15.5	16.3	11.6	11.6	47.7	34.9	38.8	41.5	17.8
	兵庫県	258	11.6	12.4	7.0	10.1	32.9	19.8	26.0	34.9	11.6
	奈良県	258	12.4	15.9	10.1	10.1	42.6	31.8	38.8	41.9	12.0
	京都府	258	12.0	13.6	11.6	13.2	34.1	30.2	34.5	35.3	15.9
性年代別	男性・計	433	12.9	12.9	9.7	10.9	30.5	27.9	25.4	25.2	15.5
	男性20代	56	16.1	21.4	21.4	26.8	46.4	35.7	32.1	37.5	23.2
	男性30代	74	16.2	21.6	13.5	16.2	40.5	37.8	33.8	40.5	21.6
	男性40代	133	9.8	6.8	5.3	9.0	24.8	22.6	25.6	15.0	15.0
	男性50代以上	170	12.9	11.2	7.6	4.7	25.3	25.3	19.4	22.4	10.6
	女性・計	599	12.9	15.7	10.4	11.5	45.7	30.1	41.1	47.9	13.5
	女性20代	202	10.9	13.4	9.9	15.3	44.6	25.2	40.1	38.6	12.4
	女性30代	184	11.4	17.4	12.0	12.0	49.5	33.7	41.8	53.3	18.5
	女性40代	125	16.8	14.4	9.6	9.6	44.0	29.6	43.2	48.8	15.2
	女性50代以上	88	14.8	19.3	9.1	4.5	43.2	34.1	38.6	56.8	3.4

		全体	とうふ作り体験・出来立てとうふを食べ比べ体験	南河内産フルーツ大福作り体験（みかん・ぶどう・なし・いちご等）	ワイン作り体験（ぶどうを足で踏み）	田んぼビーチバレー大会	南河内ミステリー古墳ツアー	南河内謎解きツアー	南河内産フルーツかき氷（みかん・ぶどう・なし・いちご等）	南河内由緒ある神社、仏閣めぐり
全体		1032	36.0	46.7	32.3	10.7	25.3	21.4	44.1	25.7
エリア別	大阪府 ※指定9市町村以外	258	36.8	51.9	34.9	12.8	28.3	24.0	51.9	27.5
	兵庫県	258	30.2	38.0	27.5	8.9	20.9	17.8	36.4	24.4
	奈良県	258	39.5	53.9	33.3	10.9	29.5	23.6	48.4	26.7
	京都府	258	37.6	43.0	33.3	10.1	22.5	20.2	39.5	24.0
性年代別	男性・計	433	23.8	33.7	26.1	10.6	23.8	18.9	30.5	23.8
	男性20代	56	33.9	41.1	35.7	25.0	30.4	30.4	44.6	26.8
	男性30代	74	36.5	40.5	35.1	18.9	24.3	23.0	41.9	27.0
	男性40代	133	21.1	32.3	21.8	8.3	21.1	15.8	24.1	21.1
	男性50代以上	170	17.1	29.4	22.4	4.1	23.5	15.9	25.9	23.5
	女性・計	599	44.9	56.1	36.7	10.7	26.4	23.2	53.9	27.0
	女性20代	202	42.1	56.4	34.2	15.8	21.3	20.3	55.0	22.3
	女性30代	184	52.7	63.0	39.7	8.2	28.3	22.8	58.7	28.3
	女性40代	125	43.2	52.8	36.0	8.0	29.6	27.2	48.8	29.6
	女性50代以上	88	37.5	45.5	37.5	8.0	29.5	25.0	48.9	31.8

- ・農産物販売会は、30歳代以上の女性約50%が興味を持っている。
- ・南河内産フルーツ大福作り体験、南河内産フルーツかき氷への興味は、女性は50%を超える。

2-2 太子町の観光まちづくり資源の整理

太子町の観光まちづくり資源を「ひと」「もの」「こと」の3分類で整理した。

(1) ひと

No.	活動団体	概要
1	太子町観光・まちづくり協会	平成24年に設立された太子町の観光協会。観光事業の実施や観光案内所の運営などを行っている。
2	たいしくん	太子町の公式マスコットキャラクター。
3	たいし聖徳市実行委員会	毎月第3日曜日におこなっている青空市「たいし聖徳市」の実行組織。 ※事務局は「太子町観光・まちづくり協会」
4	たいし聖徳市特産品開発チーム	「たいし聖徳市」から生まれた太子町の特産品を開発するチーム。これまでに「太子みかんソース」などの開発をおこなっている。
5	太子聖燈会の会	平成31年で12回目の開催となった「太子聖燈会」を企画・実施する組織。 ※事務局は「太子町観光・まちづくり協会」（令和2、3年は新型コロナウイルス感染症の影響により中止）
6	竹内街道にぎわいづくり協議会	平成31年で11回目の開催となる「竹内街道灯路祭り」を企画・実施する組織。 ※事務局は「太子町観光・まちづくり協会」（令和2、3年は新型コロナウイルス感染症の影響により中止）
7	竹内街道・横大路（大道）活性化実行委員会	竹内街道・横大路が整備されて1400年を迎えたことを契機に、沿線自治体が一体となり、その魅力を再発掘し、国内外に魅力を発信することを目的とした組織。街道沿線の10市町村（大阪市・堺市・松原市・羽曳野市・太子町・葛城市・大和高田市・橿原市・桜井市・明日香村）と、大阪府と奈良県が加盟。
8	最古の官道“竹内街道”ルネッサンス構想推進協議会	「NPO、企業、行政が一体となって、竹内街道と地域が持つ魅力を掘り起し、交流の歴史や道の役割を広くPRするとともに、道案内の充実、安全な歩行空間の確保など、みちづくりとまちづくりに取り組む」ことを目的とした組織。（NPO法人ゴダイ、NPO法人竹の内街道歩き隊、近畿日本鉄道株式会社、西日本高速道路株式会社関西支社、大阪府道路公社、大阪府、奈良県、堺市、松原市、羽曳野市、葛城市、太子町）が加盟。 ※事務局は大阪府
9	歴史街道推進協議会	「日本各地に散在する歴史資源に新しい魅力的な切り口でスポットをあて、世界の誰からも親しまれる『日本の顔』『日本文化の体感ルート』をつくりたい」との思いから設立された団体で、多数の「省庁」「経済団体・各種団体」「民間企業」「府県・市町村」が会員となっている。 ※太子町は会員ではない
10	太子街人の会	少人数～30人ほどまでのグループガイドを受けつける太子町の観光ボランティアガイドグループ。
11	唐川ホテルを守る会	ホテルの保護区域に指定されている唐川の除草や清掃活動を行う団体で、毎年6月にはホテル観賞会を開催している。
12	聖徳太子没後1400年記念実行委員会	聖徳太子没後1400年（2021年）のメモリアルを好機と捉え、これを記念する事業で実施する組織。 ※事務局は「太子町」と「太子町観光・まちづくり協会」

(2) もの



No.	施設名
1	叡福寺
2	聖徳太子御廟
3	西方院
4	用明天皇陵
5	敏達天皇陵
6	推古天皇陵
7	孝徳天皇陵
8	科長神社
9	小野妹子墓
10	竹内街道
11	道の駅 近つ飛鳥の里・太子
12	太子町立竹内街道歴史資料館
13	太子温泉

No.	施設名
14	太子カントリー倶楽部
15	上の太子観光みかん園
16	二上山
17	唐川
18	大阪府立近つ飛鳥博物館
19	大阪芸術大学
20	ダイヤモンドトレイル
21	大道旧山本家住宅
22	竹内街道交流館
23	二上山万葉の森
24	二子塚古墳
25	鹿谷寺跡
26	岩屋

No.	施設名	概要
1	叡福寺	聖徳太子墓を守護するために、推古天皇によって建立された寺院。戦国時代に織田信長の兵火により焼失したものの、豊臣秀頼により、伽藍が再興された。府指定史跡。
2	聖徳太子御廟	推古天皇の摂政として、十七条憲法や冠位十二階、遣隋使の派遣などの進んだ政治制度や文化を取り入れたことで知られる聖徳太子の日本で唯一の墓。 ※聖徳太子は太子町の名前の由来でもある。
3	西方院	叡福寺の向いに建つお堂。聖徳太子の死後に、その乳母であった月益姫、日益姫、玉照姫(それぞれ蘇我馬子、小野妹子、物部守屋の娘とされる)の3人が、剃髪して仏門に入り、太子の冥福を祈って墓前に建立したのが起源。
4	用明天皇陵	用明天皇の墓。東西 65 メートル、南北 60 メートル、高さ 10 メートルの方墳で、周囲には幅 7 メートルの空濠を巡らせており、この濠の外堤までを含めた規模は、一辺 100 メートルに達する巨大な規模を有している。
5	敏達天皇陵	敏達天皇の墓。敏達天皇陵は全長約 93 メートルの磯長谷では唯一の前方後円墳で、周囲には空濠を巡らせている。
6	推古天皇陵	日本初の女帝である推古天皇の墓。東西に長い三段築成の長方墳。
7	孝徳天皇陵	孝徳天皇の墓。別名「うぐいすの陵」と呼ばれ、竹内街道沿いに位置する直径約 30 メートルの小さな円墳。
8	科長神社	科長神社は、平安時代の『延喜式』という書物に記録された式内社と呼ばれる由緒のある神社。級長津彦命(しながつひこのみこと)、級長津姫命(しながつひめのみこと)など 8 柱を祀るために、八社大明神とも呼ばれる。毎年 7 月 24 日から 30 日の間の日曜日の例祭には、神輿と地車 5 台が出され、地域が賑わう。
9	小野妹子墓	小野妹子の墓。黒田博樹投手(元プロ野球選手)が高校時代(上宮高校)にトレーニングをしていた場所としても知られる。
10	竹内街道	大阪府堺市から奈良県葛城市の長尾神社付近に至る約 26km の街道で、日本最古の官道と言われている。現在、そのほとんどの区域が国道 166 号に指定されており、太子町内を縦断している。一部、修景整備もしており、歴史的な雰囲気漂う街道となっている。
11	道の駅 近つ飛鳥の里・太子	太子町にある道の駅で、太子町の農産物が買えるほか、観光情報や交通情報の提供も行っている。
12	太子町立竹内街道歴史資料館	竹内街道に関する資料館。竹内街道と太子町の関わりが分かりやすく展示されている。
13	太子温泉	二上山のふもとに湧く大阪府公認の天然温泉。泉質は弱アルカリ性単純温泉で、温泉大浴場があり、大・中宴会場もある。
14	太子カントリー倶楽部	太子町にあるゴルフ場。施設内のレストラン SAKURA は、ゴルフ以外の一般客の利用も可。
15	上の太子観光みかん園	1 万本ものみかんの木が植えられている関西最大規模のみかん園。アスレチックも併設されており、毎年、シーズンには多くの観光客が訪れる。
16	二上山	万葉の昔から親しまれてきた山で、「ふたかみやま」とも呼ばれている。山麓からは石器の材料になったサヌカイトや、石棺や礎石に利用された凝灰岩が採取されており、考古学的にも重要な意味を持っている。
17	唐川	ホテルの保護区域に指定されており、毎年 6 月にホテルの鑑賞会が開催されている。
18	大阪府立近つ飛鳥博物館(河南町)	「近つ飛鳥」という固有名詞・地域性と、「古墳文化」を 2本の柱とする府立博物館。建築設計は安藤忠雄氏が手掛けており、「平成の古墳」として知られる。
19	大阪芸術大学(河南町)	西日本最大規模の総合芸術大学。学生とは太子町のイベント等で一部、連携・協力関係にある。
20	ダイヤモンドトレイル	金剛葛城山系の稜線を縦走する全長約 45 km の長距離自然歩道。どんづる峯、二上山、大和葛城山、金剛山、岩湧山、槇尾山をむすぶルート。

No.	施設名	概要
21	大道旧山本家住宅	竹内街道の沿道にある茅葺の古民家で、大和棟の形態をよく残す「国登録有形文化財（建造物）」。
22	竹内街道交流館	観光案内及び竹内街道を散策される人の休憩スポット。
23	二上山万葉の森	二上山山麓に整備された公園で、史跡をめぐる園路や広場などがある。雌岳頂上広場からは遠く大阪平野や、晴れていれば大阪湾や明石海峡まで見渡せ、奈良県側には畝傍山、香鼻山、耳成山の和歌山三山の穏やかな姿も見る事ができる。「大阪みどりの百選」にも選ばれている万葉ロマン豊かなスポット。
24	二子塚古墳	方墳を2基つなぎ合わせた双方墳という珍しい形状を有している国史跡の古墳で、推古天皇陵の南東に位置する。地元には二子塚古墳こそが本当の推古天皇と竹田皇子の合葬陵であるとする言い伝えがある。
25	鹿谷寺跡	奈良時代に凝灰岩の岩盤を掘り込んで作られた大陸風の石窟寺院。岩屋と共に、日本唯一の大陸風の石窟寺院で国史跡に指定されている。寺院の中心部には、十三重の石塔と岩窟に彫りこまれた線刻の三尊仏坐像が遺されており、かつてこの周辺から日本で最初の流通貨幣と考えられる和同開珎が出土した。
26	岩屋	奈良時代に造られた大小2基の石窟から成る石窟寺院。鹿谷寺と共に、日本唯一の大陸風の石窟寺院で国史跡に指定されている。岩屋については文献に何ら記録がなく、どのような氏族が造営にかかわったのか不明。

(3) こと

月	イベント名	概要
1	二上山元旦初登り	元旦に二上山に登り、雌岳山頂で初日の出を眺め、新年の祈願をする行事。記念のしゃもじが配られ、人気を呼んでいる。
2	—	—
3	—	—
4	叡福寺大乗会式	聖徳太子の命日にちなんで行われ、「太子まいり」と親しまれている。町内外から多くの参詣者が詰めかけ、境内には露店が並び、大いににぎわう。
	太子聖燈会	1万燈の灯火（ともしび）が彩る灯ろうイベント。まちの活性化につながってほしいとの思いから、地域住民主体で始まった。
	岳のぼり	毎年4月23日に二上山麓周辺地域の人たちが「岳のぼり」と称して、二上山に登る伝統行事。その歴史は古く、江戸時代に出版された「西国三十三所名所図会」という書物にも記載がある。
5	—	—
6	唐川ホテル観賞会	ホテルの保護区域に指定されている唐川で行われるホテルの鑑賞会。「唐川ホテルを守る会」主催のイベント。
7	科長神社夏祭り	毎年7月23日から30日の間の日曜日に行われる科長神社の例祭。太子町周辺では唯一の神輿とだんじりが繰り出す夏祭り。
8	ぶどう祭り	太子町特産物のぶどうの最盛期に道の駅「近つ飛鳥の里・太子」で行われる感謝祭。テラウェア、巨峰、ピオーネなどのぶどうはもちろん、地元でとれた新鮮野菜や太子町特産品などの特売が行われる。
9	—	—
10	竹内街道灯路祭り	竹内街道を舞台に灯ろうを並べ、古民家でのコンサートや軒下ギャラリーなどが行われる地域住民手づくりのイベント。また、時代行列も行われる。
11	道の駅「近つ飛鳥の里・太子」感謝祭	太子町特産物のみかんの最盛期に道の駅「近つ飛鳥の里・太子」で行われる感謝祭。「みかんのすくい取り」や地元でとれた新鮮野菜や太子町特産などの特売も行われる。
12	—	—

市町村名	主な観光まちづくり資源
羽曳野市（大阪府）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 道の駅「しらとりの郷・羽曳野」 ・ 古市古墳群 ・ 誉田八幡宮 ・ 壺井八幡宮 ・ 大津神社 ・ 飛鳥ワイン ・ 河内ワイン ・ チョーヤ梅酒など
富田林市（大阪府）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 富田林寺内町 ・ 聖丘カントリー倶楽部 ・ 富田林市農業公園サバーファーム ・ 城山オレンヂ園 ・ 富田林獄山温泉（かんぼの宿富田林）など
河南町（大阪府）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近つ飛鳥博物館 ・ 近つ飛鳥風土記の丘 ・ ワールド牧場 ・ ワールドカントリークラブなど
香芝市（奈良県）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 二上山 ・ 二上山博物館 ・ どんづる峯 ・ 千股池など
葛城市（奈良県）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 當麻寺 ・ 道の駅「ふたかみパーク當麻」 ・ 道の駅「かつらぎ」 ・ 二塚古墳 ・ 葛城山 ・ 金剛山 ・ 葛城山自然つつじ園など

2-3 住民等意向調査結果の整理

(1) 総合計画における住民意向（抜粋）

【調査の概要】

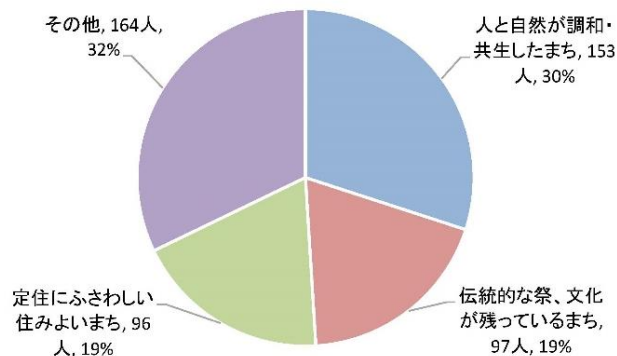
総合計画を策定するに当たり、住民を対象にアンケート調査を行った。この結果から、まちの現状評価や今後のまちづくりに期待する方向などについての調査結果をまとめると次のとおりとなっている。（総合計画では平成 26 年度調査との比較を行っている。）

アンケート実施日	令和 2 年（2020）8 月
アンケート調査対象者数	1,000 人
アンケート調査回収数	385 票

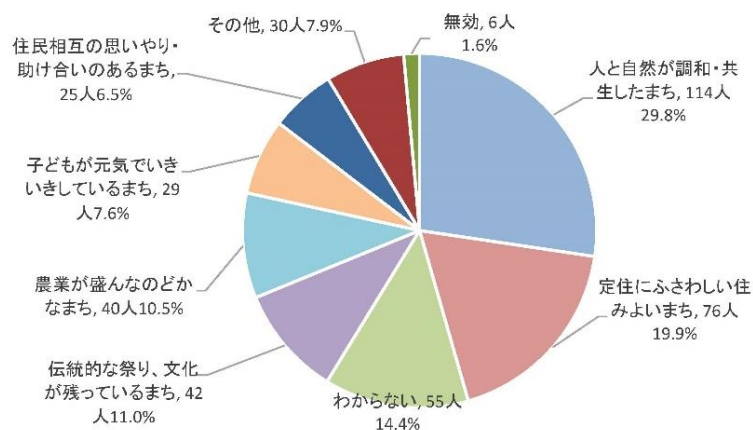
1) まちの印象

太子町の印象については、「人と自然が調和・共生したまち」が最も高くなっており、次いで「定住にふさわしい住みよいまち」の順となっている。前は高かった「伝統的な祭り、文化が残っているまち」は前回 19.0%だったが、今回は 11.0%と占める割合が低下している。

■太子町の印象（平成 26 年度(2014)）



■太子町の印象（令和 2 年度(2020)）

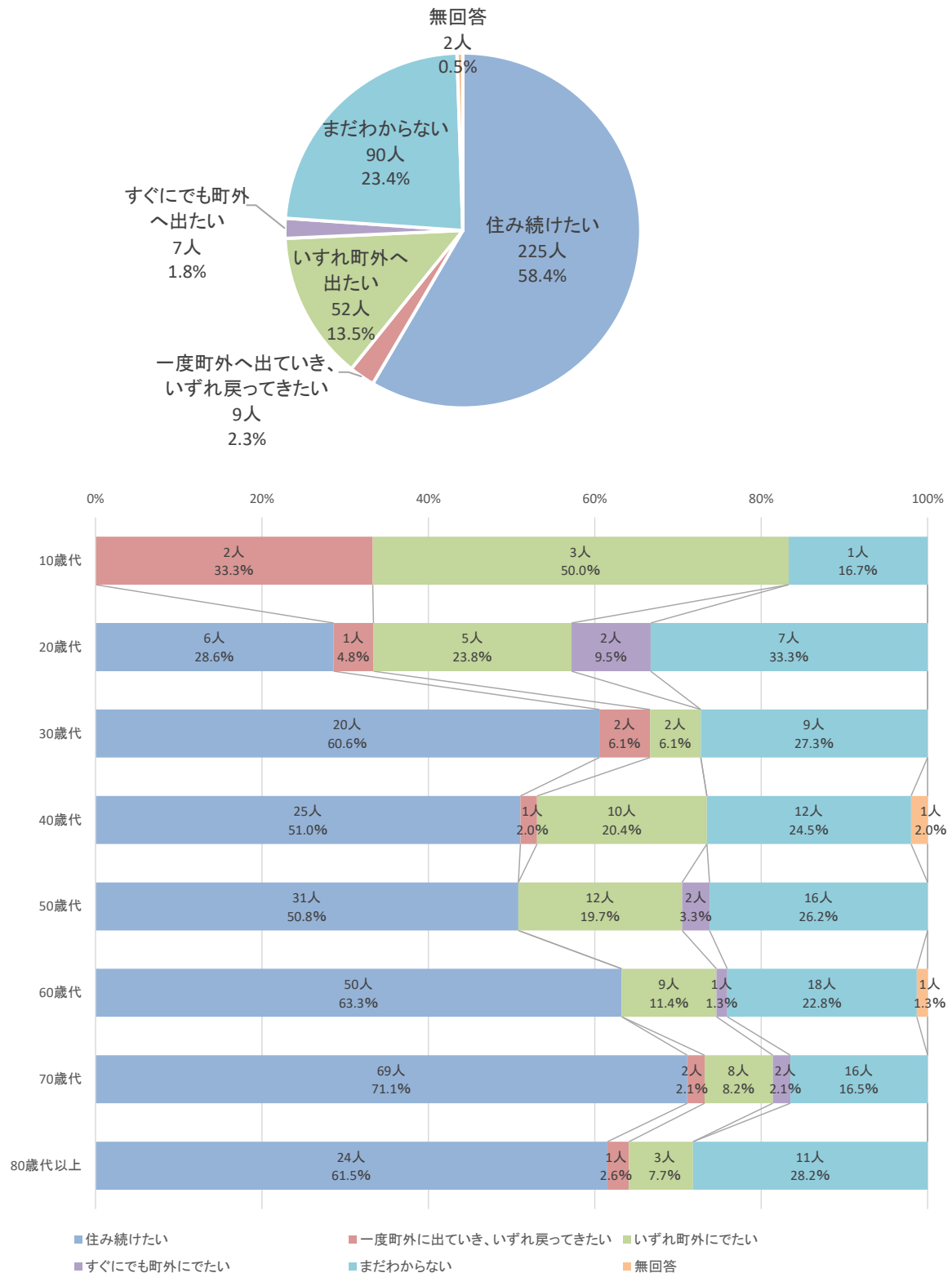


2) 定住意向

定住意向は60%にみられるが、転出意向は15%、「住み続けたい」と言い切れない「まだわからない」が23%となっている。

10歳代を除いた全世代で「住み続けたい」が5割を超えているが、10歳代では「住み続けたい」とする回答はなく、「いずれ町外に出たい」が多くなっている。

■あなたは今後も太子町に住み続けたいですか。(令和2年度(2020))

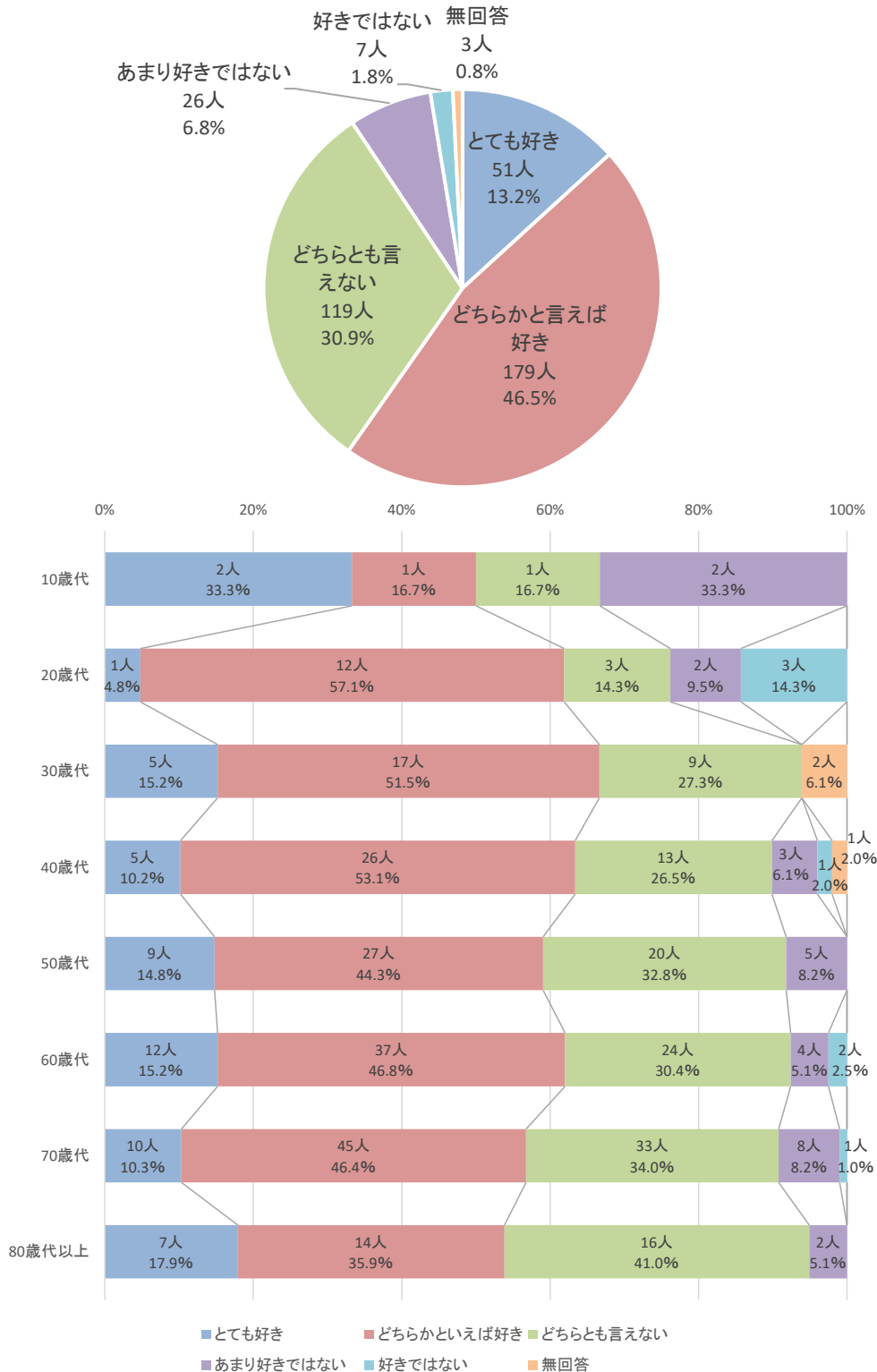


3) 町の感じ方

太子町のことを「好き」という町民は6割で、どちらとも言えないが3割となっている。

10歳代を除き、年齢が上がるにつれて「好き層」が増え、「どちらとも言えない」が減る傾向がみられる。

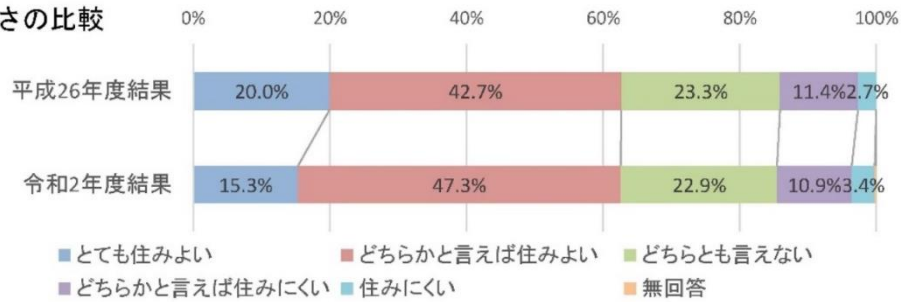
■あなたは太子町をどのように感じられていますか。(令和2年度(2020))



4) 住みやすさ

前回に比べ、「とても住みよい」は 20.0%から 15.3%と低下しているが、「とても住みよい」と「どちらかと言えば住みよい」を合計した「住みよい層」については 62.7% から 62.6%、また「住みにくい」と「どちらかと言えば住みにくい」を合計した「住みにくい層」については 14.1%から 14.3%とほとんど変化はみられない。

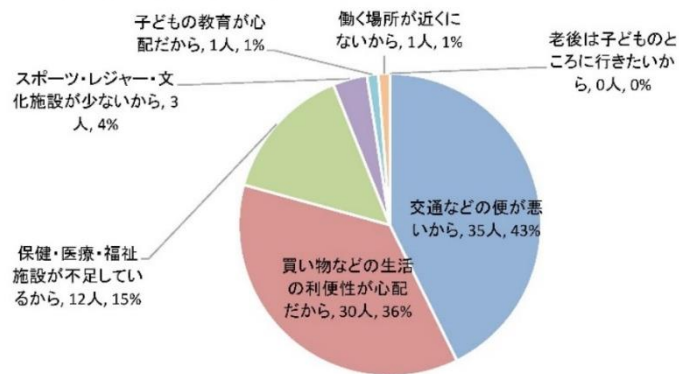
■住みやすさの比較



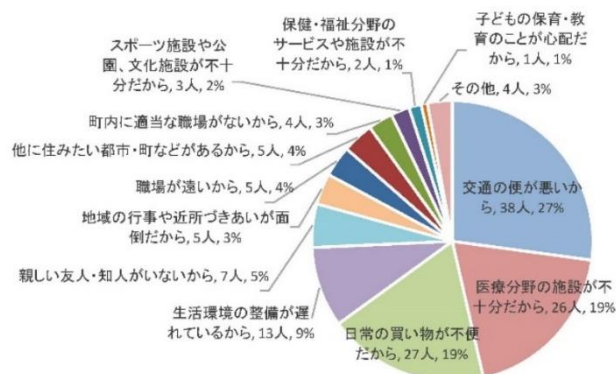
5) 町外へ移りたい理由

町外へ移りたい理由として「交通などの便が悪いから」、「日常の買い物が不便だから」、「医療分野の施設が不十分だから」を理由とした回答の多さは変わらないが、いずれも構成比は低くなっている。

■町外に移りたい理由（平成 26 年度 (2014)）



■町外に移りたい理由（令和 2 年度 (2020)）



6) 施策に対する満足度

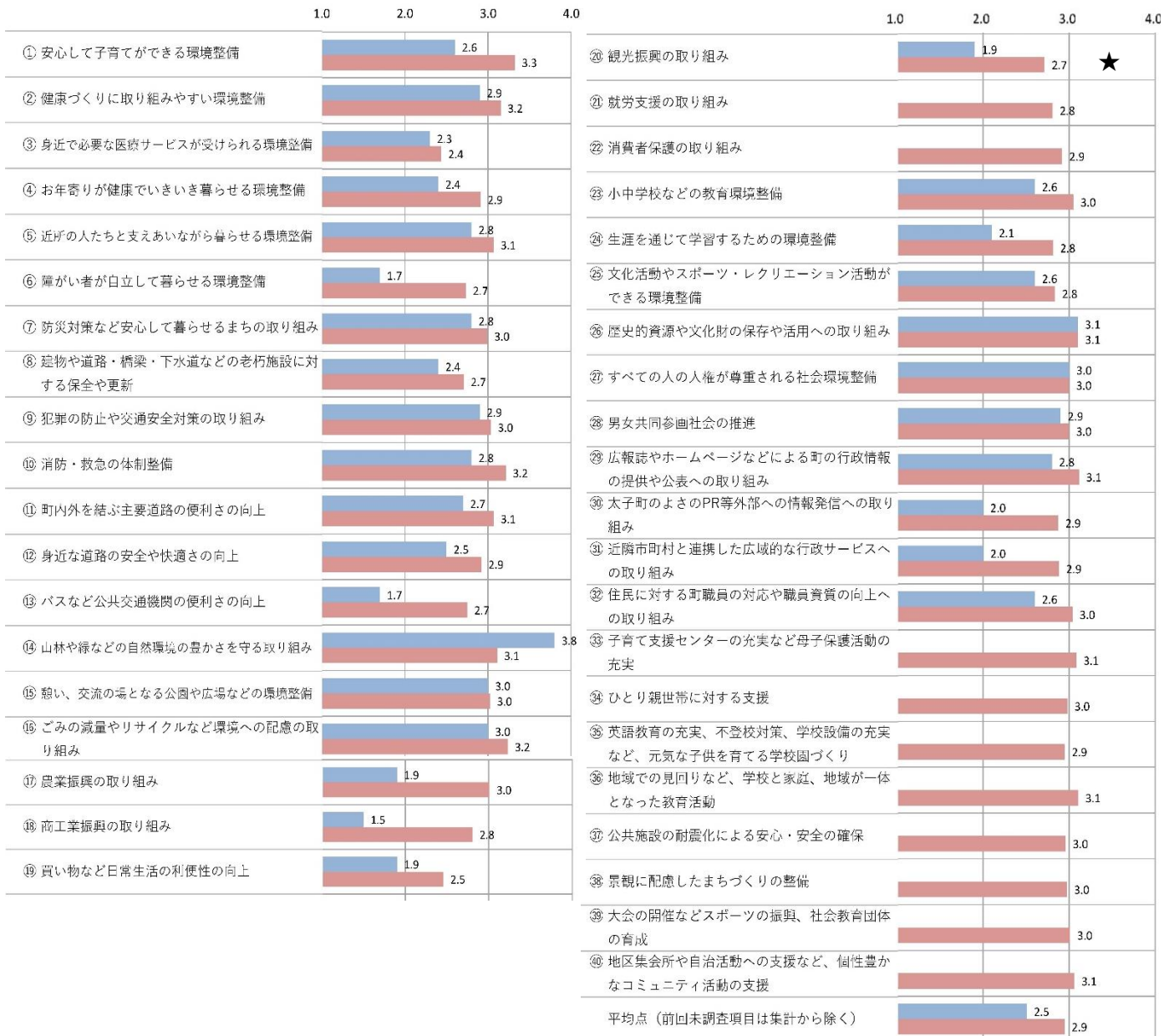
全体では、前回の 2.5 から 2.9 へ評価は向上しており、ほとんどの項目で向上もしくは現状維持となっている。

特に向上がみられたのは「⑥障がい者が自立して暮らせる環境整備」、「⑬バスなどの公共交通機関の便利さの向上」、「⑰農業振興の取り組み」、「⑱商工業振興の取り組み」、「⑳観光振興の取り組み」などである。

一方評価が低下したのは「⑭山林や緑などの自然環境の豊かさを守る取り組み」のみとなっている。

■ 施策に対する満足度の比較結果

※満足度の評価方法はアンケート結果で、「満足」を 5 点、「やや満足」を 4 点、「普通」を 3 点、「やや不満」を 2 点、「不満」を 1 点とし、回答総数で割ったものである。5 点が満点となる。
※前回調査以降新たな設問を設定した項目もある。



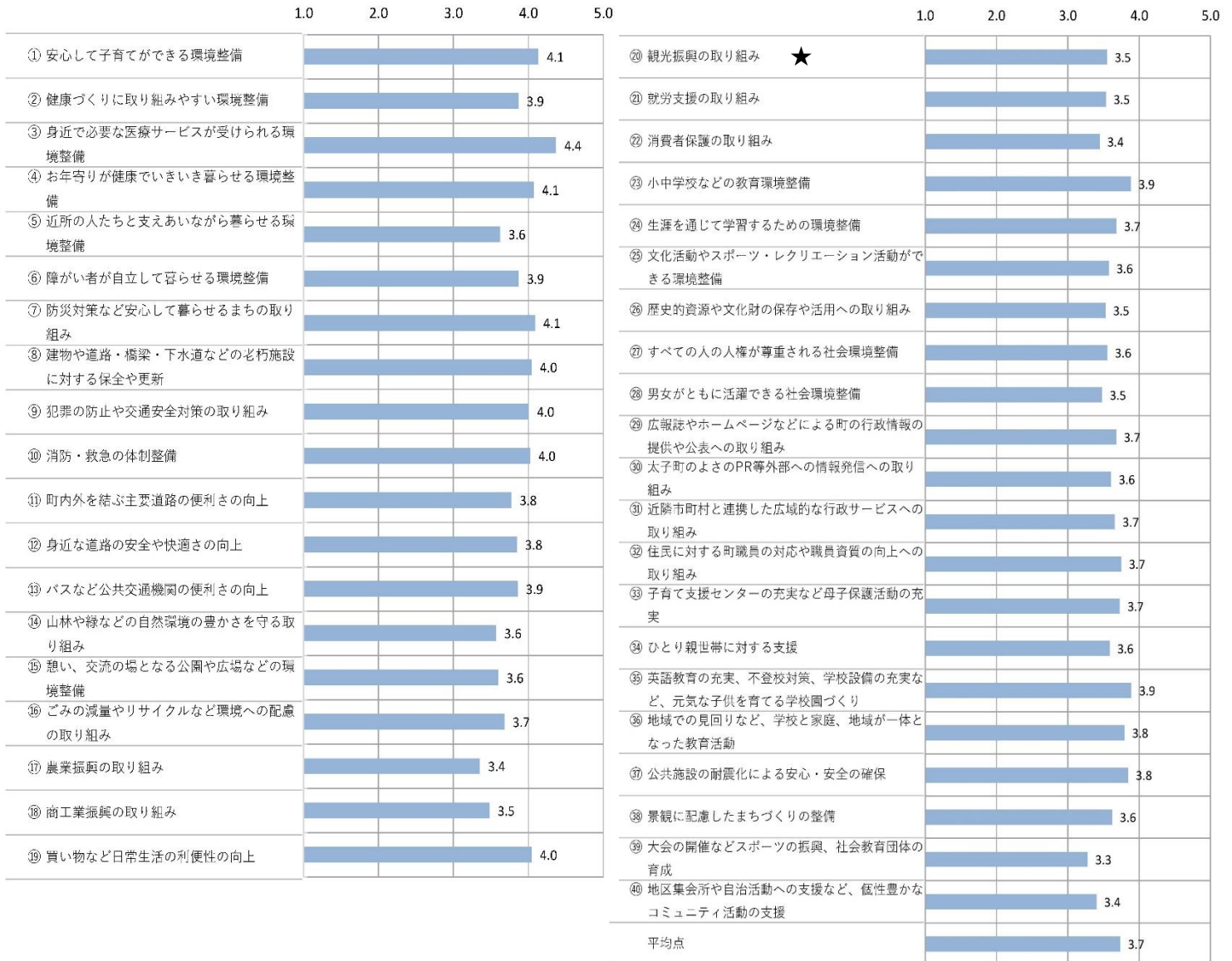
7) 施策に対する重要度

重要度が高い項目は「③身近に必要な医療サービスが受けられる環境整備」、「①安心して子育てができる環境整備」、「④お年寄りが健康でいきいき暮らせる環境整備」、「⑦防災対策など安心して暮らせるまちの取り組み」などとなっている。

また重要度の低い項目は、「⑳大会の開催などスポーツの振興、社会教育団体の育成」、「㉒消費者保護の取り組み」などとなっている。

■ 施策に対する重要度の評価結果（令和2年度（2020））

※重要度の評価方法はアンケート結果で、「とても重要」を5点、「やや重要」を4点、「どちらでもない」を3点、「あまり重要でない」を2点、「重要でない」を1点とし、回答総数で割ったものである。5点が満点となる。
 ※前回調査以降新たな設問を設定した項目もある。



8) 人口減少や少子高齢化に関する取り組み

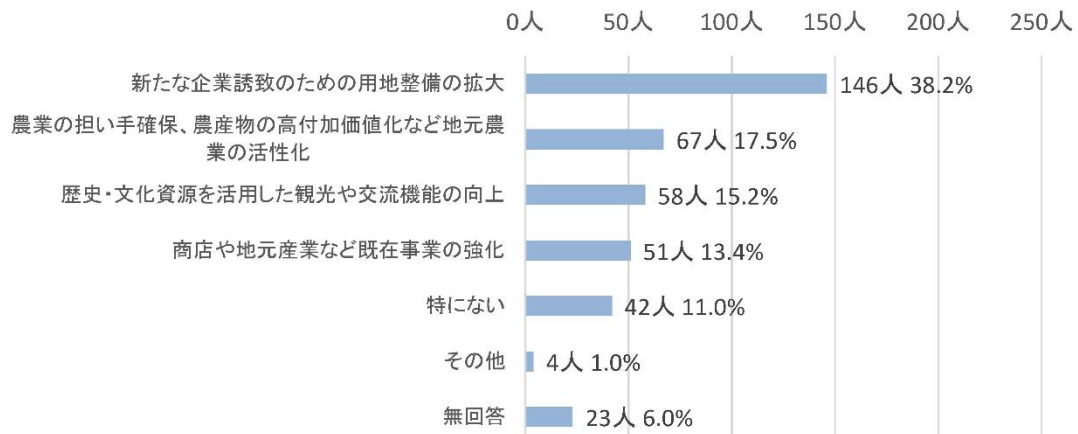
雇用の拡大をめざす取り組みについては、「地元雇用に対する企業や雇用者への支援金補助」、「就労相談体制の充実」、「技能取得機会の充実」、「ワークライフバランスの向上など働きやすい環境の整備」に対する意見が多くなっている。

地域経済の安定化・活性化のための取り組みについては、「新たな企業誘致のための用地整備の拡大」に対する意見が多くなっている。

■雇用拡大をめざす取り組み（令和2年度（2020））



■地域経済の安定化・活性化（産業振興）のための取り組み（令和2年度（2020））



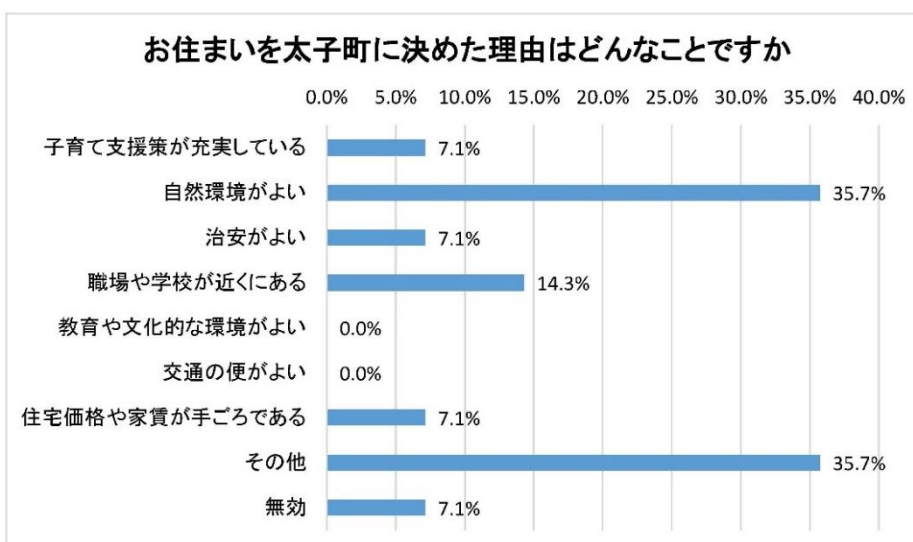
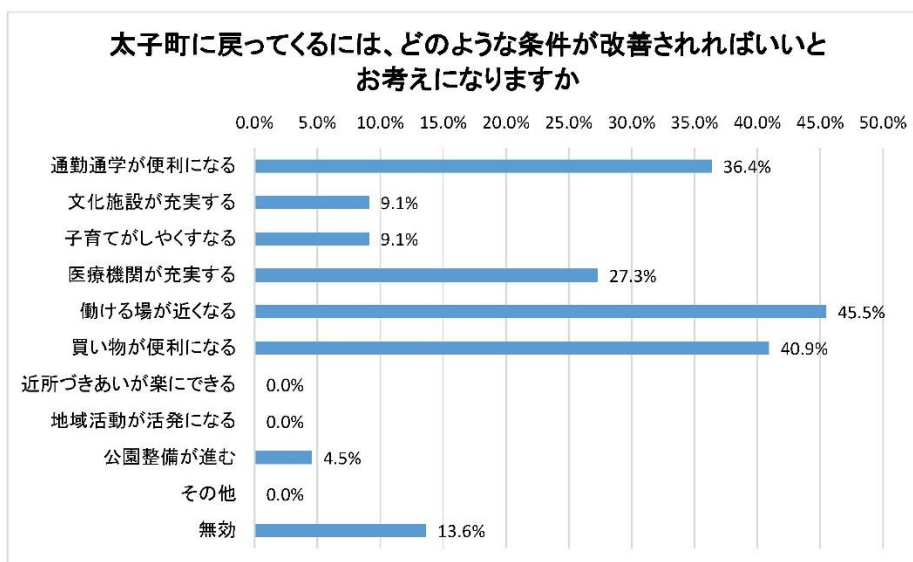
(2) 転出入者の本町の評価

【調査概要】

町外への転出者及び、町外から本町への転入者に対するアンケートを実施。

調査名	人口ビジョン策定に係る町外への転出者及び、 町外から本町への転入者アンケート
調査時期	平成 29 年 9 月
回答者	転入者 14 票、転出者 22 票

転出者が太子町に戻ってくるための条件は、「働ける場が近くなる」「買い物便利になる」「通勤通学が便利になる」が4割前後、一方で転入者が太子町に決めた理由は「自然環境がよい」が4割弱となっている。



「複数回答含む」

(3) 観光客の公共交通に関する意向調査

【調査概要】

観光客に対し観光行動や意向に関するヒアリング調査を実施。

調査日	平成 29 年 10 月 8 日 (日) 【通所の日曜日】 平成 29 年 12 月 17 日 (日) 【イベント開催時】
調査箇所	道の駅、竹内街道歴史資料館、叡福寺前、和みの広場

①太子町への来訪

1) 観光客の居住地

通常の日曜日 (10 月 8 日) においては、大阪府下、大阪市からの来訪者が多い。

12 月 17 日のイベント開催時には、町内に加え、羽曳野市や富田林市など近隣市からの来訪者が多い。

表 観光客の居住地

	10月8日	12月17日	合計
太子町内	0	54	54
羽曳野市	8	14	22
富田林市	4	10	14
河内長野市	3	1	4
香芝市	1	1	2
葛城市	1	0	1
藤井寺市	2	2	4
大阪市	12	3	15
大阪府下	35	14	49
奈良県	4	9	13
京都・兵庫	2	3	5
近畿以外	3	5	8
回答者数	75	116	191

2) 同行者数

通常の日曜日 (10 月 8 日) においては、1 人での来訪が 4 割強であり、殆どが 3 人未満での少人数での来訪である。一方、イベント開催時 (12 月 17 日) には、同行者数が多くなる傾向にある。

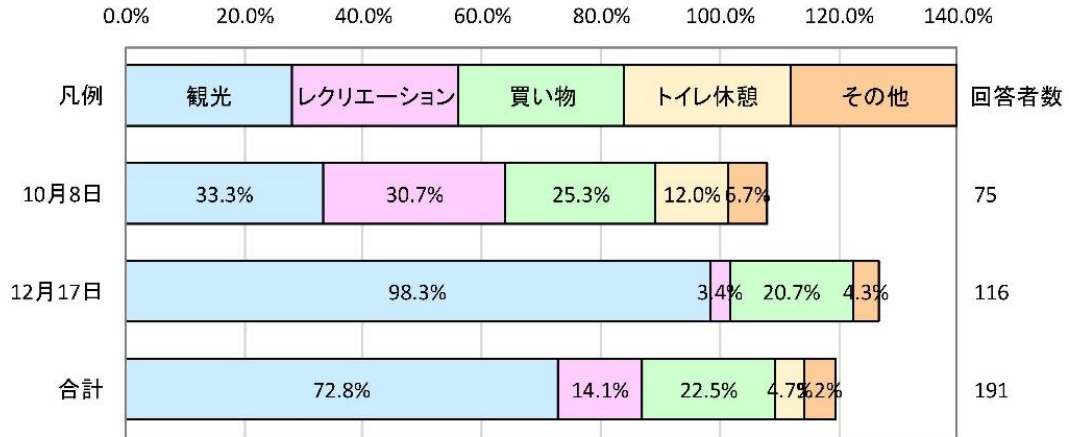
図 同行者数割合



3) 来訪目的

通常の日曜日（10月8日）においては、観光、レクリエーション、買い物と幅広い目的で来訪がある。

図 来訪の目的



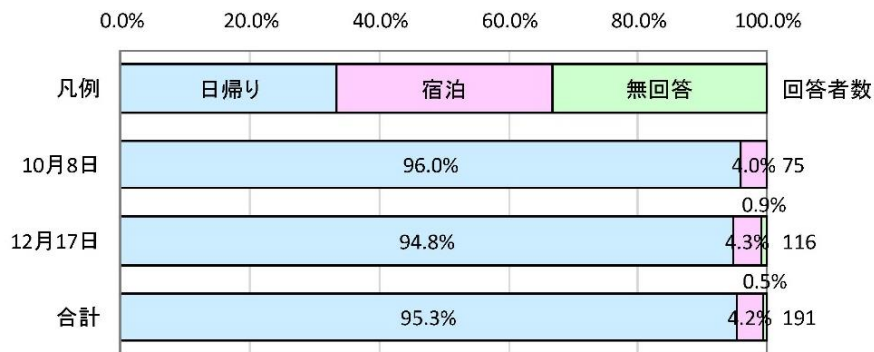
		10月8日	12月17日	合計
観光	名所旧跡	1	7	8
	文化施設	12	5	17
	街並み散策	11	1	12
	自然景観	0	1	1
	イベント	0	113	113
	観光計	24	127	151
レクリエーション	サイクリング	15	0	15
	ハイキング	1	2	3
	ランニング	2	1	3
	ツーリング	5	0	5
レクリエーション計	23	3	26	
買い物	農産物等の特産品	14	11	25
	飲食	4	13	17
	道の駅	1	4	5
買い物計	19	28	47	
トイレ休憩	9	0	9	
その他	5	5	10	
回答数	80	163	243	
回答者数	75	116	191	

※複数回答

4) 旅行日数

来訪者の95%が日帰りである。

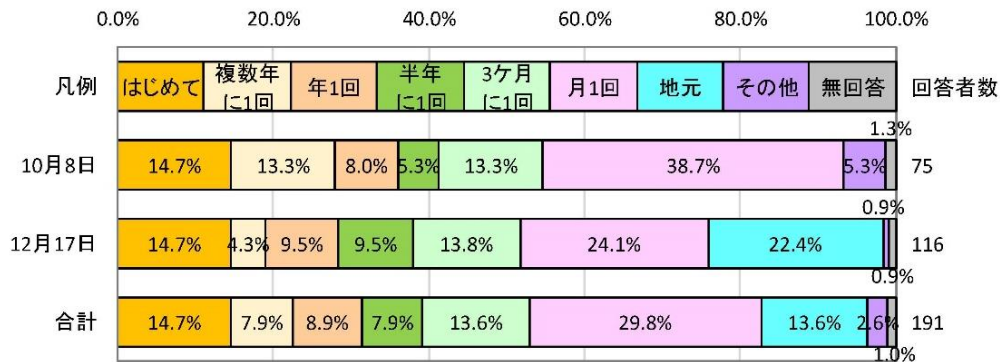
図 旅行日数



5) 来訪頻度

太子町への来訪回数は、「はじめて」の方が15%と少なく、殆どの来訪者がリピーターである。

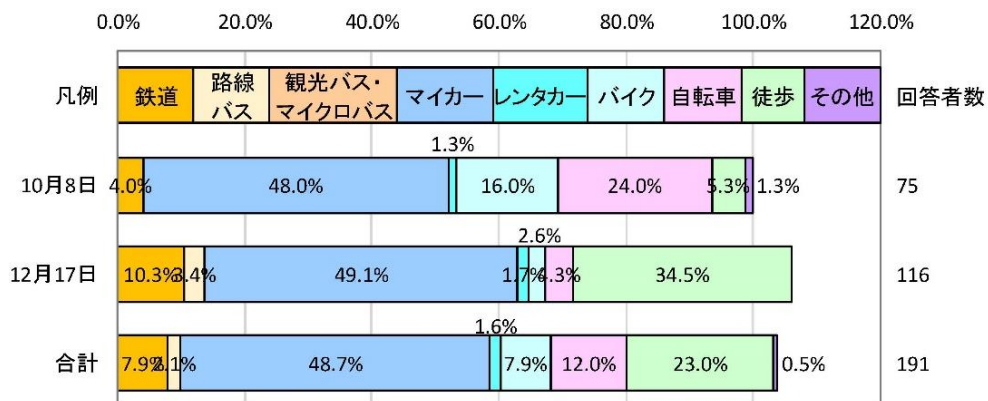
図 来訪頻度



6) 来訪手段

来訪者の約半数が「マイカー」での来訪である。周辺市や町内からの来訪者も多いため、「自転車」、「バイク」、「徒歩」での来訪も一定数ある。

図 来訪の交通手段



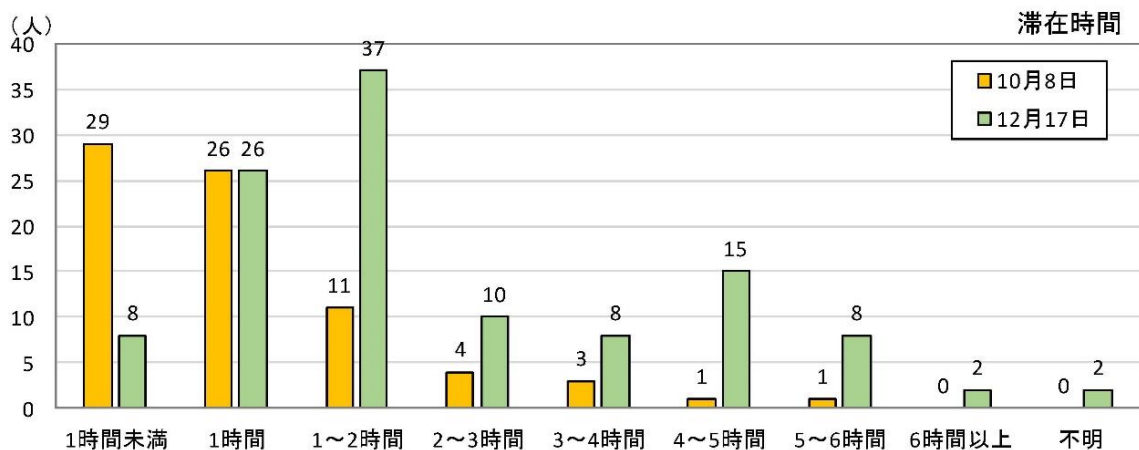
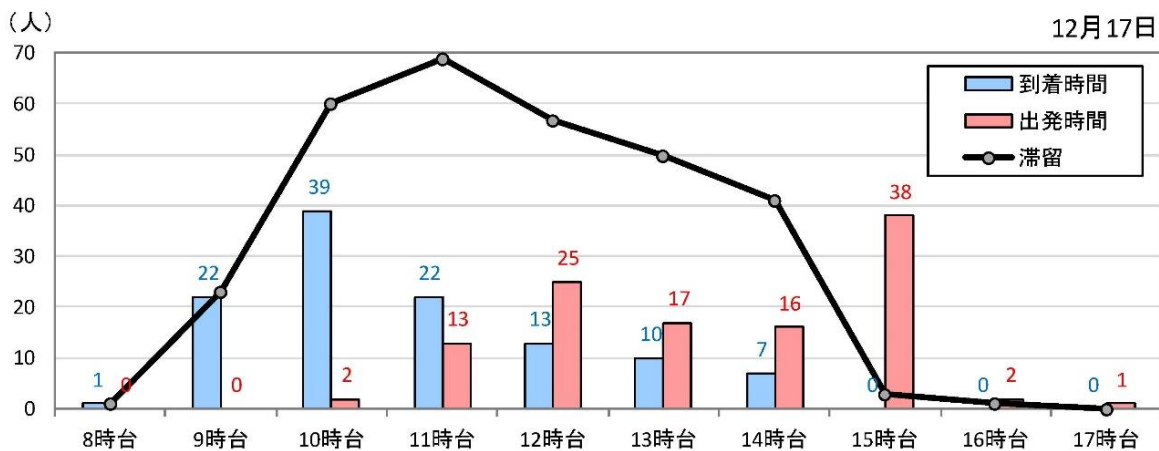
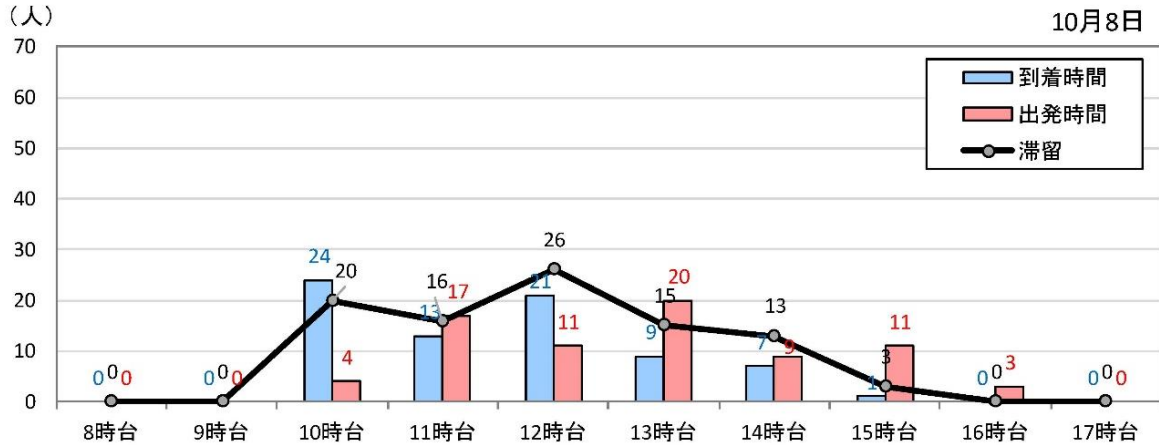
※複数回答

7) 観光時間

通常の日曜日（10月8日）においては、太子町への来訪は午前10時～12時、出発は11時～13時が多く、1時間程度の滞在となっている。

一方、イベント開催時（12月17日）には、来訪は朝9時～11時、出発は12時～15時が多くなっており、滞在時間が長い傾向にある。

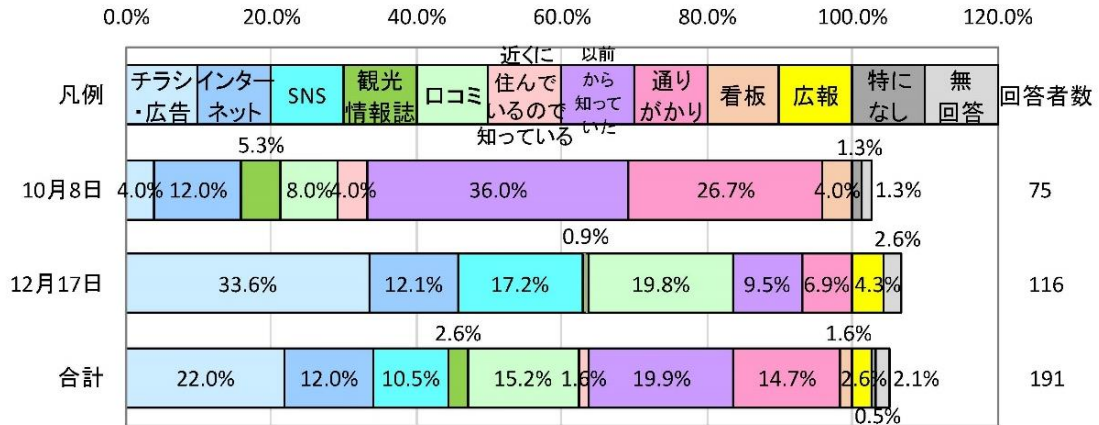
図 観光滞在時間



8) 情報媒体

来訪者の殆どがリピーターであり、周辺市や町内からの来訪者も多いため、「以前から知っていた」の割合が多い。イベント開催時（12月17日）においては、「チラシ・広告」からの情報取得も多い。

図 情報取得媒体



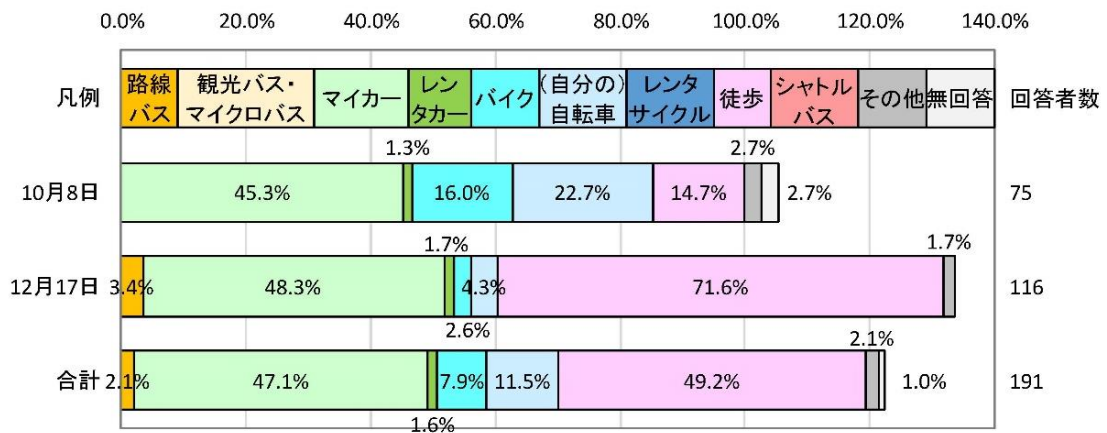
※複数回答

②太子町内での周遊

1) 交通手段

町内での周遊について、太子町への来訪交通手段と同傾向であり、来訪交通手段でそのまま回遊している来訪者が多い。

図 周遊の交通手段



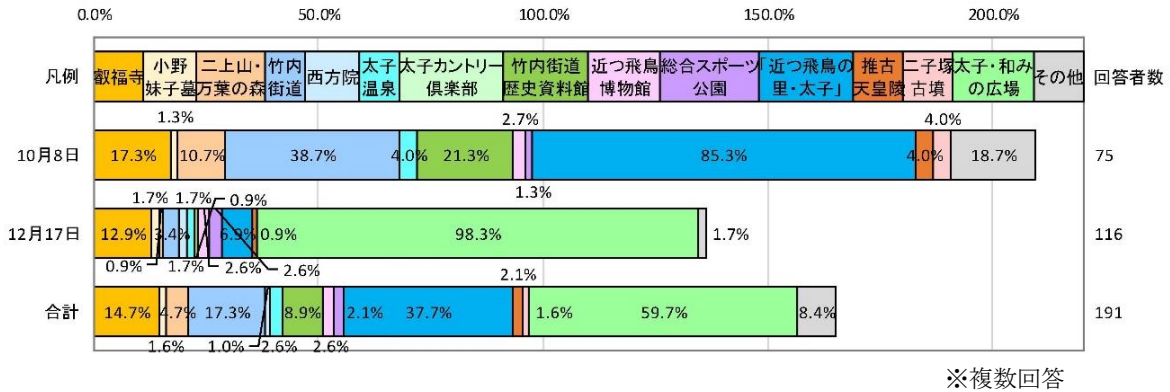
※複数回答

2) 来訪先

通常の日曜日(10月8日)においては、道の駅「近つ飛鳥の里・太子」への来訪に加え、「竹内街道」、「歴史資料館」、「叡福寺」への来訪が多い。

イベント開催時(12月17日)においても、「叡福寺」や道の駅「近つ飛鳥の里・太子」も周遊していることが分かる。

図 来訪先



3) 来訪者の公共交通や観光に対する意向

来訪者からは、バスの増便や歩道整備、公衆トイレの維持管理・増設、情報発信などに対する意見があげられた。

表 公共交通や観光に対する意向

分類	要望	10月8日	12月17日	回答数
公共交通	バスの本数を増やしてほしい。	1	19	20
	バスの路線を増やしてほしい。	0	1	1
	バス停を増やしてほしい。	0	1	1
	駅からの交通の便をよくしてほしい。	1	2	3
	電車の駅を増やしてほしい。	0	1	1
道路	自転車が走りやすい道路にしてほしい。	1	1	2
	歩道を整備してほしい。	1	3	4
	街灯が少ない。	0	1	1
	道の駅を広くしたり、商品数を増やしてほしい。	3	0	3
道の駅・施設	飲食店を増やしてほしい。	1	1	2
	太子温泉に足湯がほしい。	1	0	1
	公衆トイレを綺麗にし、増やしてほしい。	2	3	5
	駐車場を広くしたり、増やしたりしてほしい。	1	2	3
	太子・和みの広場のトイレ付近にカーブミラーを設置してほしい。	0	1	1
	子供が遊べる施設がほしい。	2	0	2
	イベント情報のPRや観光案内をもっと増やしてほしい。	4	2	6
イベント	イベントの数を増やしてほしい。	0	5	5
	イベントの時期を春にしてほしい。	0	1	1
	イベントのキャラクター投票の方法がわかりにくい。	0	1	1
	イベントが楽しかった。	0	1	1
	合計	18	46	64

※特になし、無回答除く。

3 参考事例等

1. 誇りや愛着の醸成から発展する主体的活動の促進
事例 1 : 鹿角市 中学生によるボランティアガイドの実践
事例 2 : 豊川市広報 もの、ヒト、シゴトの紹介
事例 3 : 三原市 高校生が作る「三原 PR 動画」
2. 地域経済の活性化につなげる仕組みと実践
事例 4 : 広陵町 市民参加型農業 健康農業
事例 5 : 宮津市 栗田小学校 5 年生が考えた宮津市の特産品メニュー
事例 6 : 指宿市 指宿の「豆」を使った健康レシピを募集
3. 何度も楽しめるストーリー性のあるコンテンツの充実
事例 7 : 北海道 バスガイドは町長さん、北海道でじわり人気に
事例 8 : 長期的な滞在への興味・長期滞在をしたい理由 (調査結果)
事例 9 : コミュニティ・ツーリズムの展開 (大阪市・京都市)
4. 交流を深める場づくりや情報発信によるコミュニケーションの促進
事例 10 : 千歳水族館・多気町・青龍山・吉祥寺 観光 DX サービスの実証実験を開始
事例 11 : 下呂温泉他 観光地情報アプリによる観光客情報の収集・分析・活用
事例 12 : 山梨県丹波山村 ツイッターで返礼品の桃を PR し寄付額 10 倍に
事例 13 : 和泉市 市民参加型シティプロモーション動画
事例 14 : 北海道栗山町 PR 動画 (30 秒) をチームで創るワークショップ
事例 15 : 姫路市 姫路市インスタ #my_himeji
事例 16 : 柏原市 広報発 SNS レッスン開催 (Facebook & Instagram)
事例 17 : 甲府市 市民レポーター
5. 安全・安心で快適な観光まちづくりの環境整備
事例 18 : 京丹後市 安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例

1. 誇りや愛着の醸成から発展する主体的活動の促進

事例 1	鹿角市：中学生によるボランティアガイドの実践
概要	鹿角市立八幡平中学校では総合的な学習時間に「ふるさとキャリア教育」の一環でボランティアガイドの実践を継続して行っている。

国内事例⑥ (市立中学校・秋田県)「鹿角市立八幡平中学校」

- 対象：全校生徒（約100名）
- 時間：「総合的な学習の時間」
- 授業実施者：全教員が取組に参加（約15名）
- 目的：
 - ・ 観光教育を通じて地域への理解を深め、地域に対する愛着を醸成する
 - ・ 観光教育を通じて、地域の社会課題について考え、解決する能力を育成する
 - ・ その他（愛着をもって、将来、地元で働く人材を育成する）
- 背景・きっかけ・動機：
 - ・ 秋田県は人口減少が著しく、子ども達にふるさとの良い面を理解してもらい、ふるさにと残る子どもや戻ってくる子どもを増やすため、「ふるさとキャリア教育」を行っており、その一環として、平成22年に市内で初めて中学生によるボランティアガイドの取組が始まった。その効果を受けて、平成24年に八幡平中学校も取組を開始した。

□ 内容：

時期	テーマ	授業内容等
6月	ふるさとを学ぶ	ガイダンスで説明
6月	準備活動/校内	校内に仮想ポイントを設置し、ガイドの練習
7月	準備活動/現地	「八幡平外来種駆除活動」に参加し、現地練習
9月	準備活動/校内	八幡平小学校の6年生を対象に、校内の仮想ポイントでガイドの練習
10月	準備活動/現地直前	山の案内人の助言
	ガイドの実践(土日)	タブレットや写真等を使用
	活動報告会	学校報による広報



中学生が地元・八幡平をガイド



タブレットで説明



片言の英語で外国人にも対応

- 教材・副読本：
 - ・ 学校独自に作成したマニュアルをベースにガイド内容を生徒が検討する。ガイドマニュアルは主に理科の教員が中心となり作成、地域の専門家等の助言も受けた。マンネリ化を防ぐため、毎年内容を改定している。
- 継続性：平成24年度から継続的に実施。
(当初は3年生対象で実施。徐々に対象学年を拡大し、平成26年度から全校生徒で実施。)
- ポイント：
 - 縦割りでリーダー性を学ぶ**：全校生徒が参加し、各学年の生徒を24グループに分け、1~3年生が混合でボランティアガイドに取組む。部活動や生徒会活動以外にも、ボランティアガイドの縦割りの活動を通じて、特に3年生にはリーダー性が身に付く。
 - ガイドを通じた地域への愛着の醸成**：ボランティアガイドは八幡平国立公園内の後生掛、大沼の2コースを案内する内容となっている。各コースで12グループずつがボランティアガイドとして活動する。後生掛は火山地帯で火山活動のガイドがメイン、大沼は紅葉がキレイなので植生のガイドがメイン。生徒は3年間で両方の地域を担当する。近年は外国人観光客も増加しており、中国語の挨拶程度の外国語対応を行っている。平成30年度は英語も使ったガイドに挑戦する予定。
 - 役に立っているという実感につなげる**：観光客からのお礼の手紙が来る等、生徒にとっては大きな喜びがあり、役に立っているという実感につながっている。
 - 地域で一体となった取組へ**：教員、環境省、秋田県、鹿角市、地域の山岳部、保護者など、地域の関係者が連携して一体的な取組となっている。これまで保護者はボランティアとして有志が参加していたが、平成30年度からはPTA活動の一環として行うことになった。

事例 2

豊川市広報 もの、ヒト、シゴトの紹介

概要

豊川市が誇るモノづくりとそれに携わるヒトを毎月紹介している



モノ、ヒト シゴト

TOYOKAWA PRODUCE

豊川市が誇るモノづくりと、それに携わるヒトを紹介しています。

VOL.
12

ご当地の味を世界に届ける

山本製粉株式会社
営業部部長・鈴木 利延さん

愛されるご当地の即席麺

創業100年を超える老舗の製粉会社として、開発から製造・販売を手掛ける山本製粉。中でも年間約85万食を売り上げる即席麺・ボンポコラーメンは、東三河を中心に古くから親しまれている。「味はもちろん、安くてお腹いっぱいになる商品づくりがモットー」と鈴木さんは話す。

変わらぬこだわりの味

ボンポコラーメンを開発したのは昭和39年。食べごたえのあるラーメンにしたと選んだのは中太麺。即席麺の主流であった細麺に比べ、太めの麺はお湯を注いでから戻すまでに時間がかかることが課題だった。そこで、麺のたたみ方を工夫し、お湯により多くの麺が触れるようにし、3分ですべての麺に食べた味をいつまでも食べられるように、味を変えずに販売してきた。その長い歴史の中には、苦しい時期もあったと

いう。時代はバブル、好景気の影響で、消費者が高価な商品を好むようになり、安価が売りの即席麺は販売量が落ち込んだ。ボンポコラーメンの製造ラインも止まり、社内では生産をやめようという意見も出ていた。「こうした中、製造を続ける後押しとなったのは、消費者アンケートに寄せられたこの味を残してほしいという多くの声だった。懐かしの味を買った結果、東三河を中心に愛されるロングセラー商品となった。

海を越えるこだわりの麺

現在は、海外進出にも力を入れる山本製粉。各国が設ける食品安全規制に対応した商品を開発できる点が評価された。「さまざまなブランドがある中で、お客さんに選んでもらえることがうれしい。これからも国内外に山本製粉の商品を広めていくことが目標」と鈴木さんは話す。受け継がれてきた技術をもとに、世界を見据える山本製粉の麺作りは続く。



1原料の配合からパッケージまで、自動で製造を行う 2発売以降、種やスープの味を変えず、懐かしの味を提供し続けている 3検品の作業はセンサーに加え、一つ一つ目で行う

山本製粉株式会社

小坂井町八幡田37-1

1916年創業の製粉・製麺会社。ボンポコラーメンは、発売から50年以上の歴史を持つロングセラー商品。現地の嗜好を調査し、開発した商品を販売している。

事例 3	三原市 高校生が作る「三原 PR 動画」
概要	高校生が取り組む PR 動画づくりと併せてプロジェクト PR のための TikTok の活用。

市の魅力を住民や地元企業と一緒に発見し、発信する「シティプロモーション推進事業」に取り組んでいます。その一つとして三原高等学校2年生の12人が三原をPRする映像づくりを行なった。映像を制作するにあたり、地元ケーブルテレビ局の三原テレビ放送や三原市シティプロモーション外部アドバイザーの山崎祥之さん（有限会社パルチザン代表）らが生徒たちをサポートしていますが、あくまでも主役は生徒たち。高校生自らが「三原の何を伝えるべきか」に向き合い、映像づくりを進めた。

TikTok でプロジェクトを PR !

プロジェクトをより多くの人に知ってもらうために、TikTok での映像配信を始めました。生徒たちは撮影の合間を縫って、TikTok 用の映像を作成。放課後をテーマにしたものや、やっさだるマンが登場する学園コメディなど、高校生ならではの映像でプロジェクトを PR している。

高校生が3つのグループに分かれて、4本の動画を制作しました。

2年3組 やっさだるマンくん（2本が続きます）



<https://www.city.mihara.hiroshima.jp/soshiki/4/120122.html>

2. 地域経済の活性化につなげる仕組みと実践

事例 4	広陵町 市民参加型農業 健楽農業
概要	奈良女子大学が提案した広陵町をモデルに実践された遊休農地活用事業

都市農業における担い手としての市民農業団体の立上げから自立への道筋
 —奈良県広陵町における公民連携活動の実践記録—

出典：近江郁子 中山徹 公益社団法人日本都市計画学会 都市計画論文集 Vol55No3.2020年10月

非農家市民が農作物を栽培し販売する農業を行うことを市民農業団体とよび、市民農業団体の「健楽農業」の立上げから5年間の実践の経緯を具体的に報告し、様々な観点から成果や問題点、今後の課題を具体的に示した論文である。

【健楽農業の概要】

市民による農業団体が都市農業を担う取組を実践。経費は売上から賄い、農家と同様、担い手として農作物を供給している。ただし、農地の個人所有の賃貸借はなく、場合によっては手当てを出すことはあるが、法律上の農家や農業生産法人にはならない（町長名で土地を貸借）。個人でも始めるには自信のない人もグループに属して実践することで助け合いながら始めることができると考えて取り組まれた実験である。

【結果抜粋】

奈良県や広陵町との関係は、立上げ時の支援が重要であった。圃場確保と栽培技術、水や道具を確保する費用の助成があったことでシニア世代が安心してはじめ、仲間づくりを行うことができた。ただしこのような団体は地域に一つあればその後はこれを拠点にできる。健楽農業は自立を目指していたため2年目からは町支援は参加者の自立した取り組みを支援する形をとった。そのため、2年目から企画運営は独自に行い、広陵町には報告のみであった。広陵町の事業として継続することで任意団体のまま農地を借りることができ、新規入会者も安心して入会できた。広陵町としてもそれまでの市民農園のような管理をする必要がなく、予算を出す必要もない。また、地域の農家から指導してもらうこともなくなったが、助け合える関係ができた。

立上げから運営が安定できてきたところで次の課題も見えてきた。今後、初期投資で得られた設備や機械の買い替えの問題、2層に分かれた参加者の整理、役割分担の問題、さらに健康面や高齢といった理由から退会する人が多いことから持続していくためには若い世代の取り込みとその育成の方向性を示せるかどうか課題である。



けんぎょう
 健楽農業参加者募集！
 広陵町民参加型農業

農業をやってみたいけど一人では不安。サークルでやってみたいという人

ファミリー農園や家庭菜園よりも少し広い菜園で作ってみたいという人

農機具貸出！参加費無料！
皆で作って、皆で食べて、皆で売って活動費用を稼ぎ出します。

参加者の声

- ・子供と一緒に収穫したら子供が嬉しい野菜を食べるようになりました！（幼稚園ママ）
- ・参加してから10kgの収穫しました！（シニア参加者）
- ・初めてでも皆に教えてもらいながら、野菜をつくれました！（初心者ママ）
- ・本格的な野菜が沢山できるので驚いています。（シニア参加者）

共同作業には週1回程度参加してください。（現在、週2回開催中）
 定例ミーティングは月1回
 個人区画は希望者のみ（人数制限あり）
 代表の登録でグループ参加もOK!

皆でつくる畑（全員参加）
 +
 個人区画（希望者のみ）

個人区画使用は、少しお待ちいただくことがあります。詳しくは、見学時に説明いたします。



facebook ページ展開中
 「健楽農業 広陵フィールド」「農業体験プロジェクト 奈良女子大学」

見学、申し込み随時
 お問い合わせは、下記
 広陵町地域振興課まで
 TEL 55-1001 FAX 55-1009

健楽農業とは
 奈良県の「県内大学生が創る奈良の未来事業」に奈良女子大学が提案した住民による遊休地活用事業で広陵町をモデルとして企画して始めた事業です。

事例5	宮津市 栗田小学校5年生が考えた宮津市の特産品メニュー
概要	小学生がふるさと学習で考えた特産品アイデアを基に連携協定を結ぶ大和学園がレシピを完成させ、市内事業者がメニュー化して販売した。

「ふるさとみやぶ学」の中で、宮津市内の事業者を見学し、宮津市の特産品を学習したまとめとして、学んだことを人に伝えたいと新たな特産品を7品考え、これらを商品化しようと思立ちました。新型コロナウイルスの影響で、調理実習を通じた新商品7品の試作ができない中、市と連携協定を締結している「学校法人大和学園」の協力を得て、児童たちのアイデアを基に、飲食店等で利用できる5品のレシピを完成させました。これらのレシピを、市内の飲食店等で料理メニューにさせていただくため、3月15日、飲食店等に向けたプレゼン会を開催したところ、5つの事業者が、4品をメニュー化していただけることになりました。

現在も販売している飲食店もありますので、ぜひお店でご賞味ください。また、学校法人大和学園が作成したレシピは公開しておりますので、新たにメニュー化を検討される飲食店等の方は宮津市商工観光課 商工係までご連絡ください。



大和学園へのプレゼンの様子



鱈のオリーブ丼

■材料	
鱈(生食用)	1/2尾分
白胡麻(煎り)	大さじ1
大葉しそ	2枚
卵黄	1個
オリーブオイル	大さじ1
淡口醤油	大さじ1/2
ご飯(温めに炊いたもの)	150g

<作り方>

- ① 鱈は食べやすい大きさに切る。
 - ② ボウルにオリーブオイル・淡口醤油を混ぜ合わせる。
 - ③ 大葉しそは軸を取り除き、せん切りにする。
 - ④ ごはんに白胡麻を混ぜ合わせる。
 - ⑤ 器に②を盛り、①を見栄えよくのせ、真ん中に卵黄を乗せる。全体に大葉しそを散らして仕上げ。食べる際に③をかけて召し上がってもらう。
- (加々も商品案に入れてもらったが、大葉しそを色味がかぶるので今回は大葉しそのみになりました。)

大和学園が作成したレシピ



アジのオリーブ丼



クジラカステラ

天橋立 カップケーキ



大天橋立カップケーキ



真珠ハンバーグ

オリーブの香る魚アイス



オリーブの香る魚アイス

<https://www.city.miyazu.kyoto.jp/soshiki/9/8419.html>

事例 6	指宿市 指宿の「豆」を使った健幸レシピを募集
概要	地域食材の豆を使ったレシピを募集。

指宿市では、地域食材を活用した健幸食の普及を目的に、指 TABLE(いぶたべる)レシピコンテストを開催しています。

令和2年度は、「おうち時間で料理をつくろう!」をテーマに指宿特産の豆類を使った、作って楽しい! 食べて元気になる健幸レシピを募集します。みなさんのアイデア料理をお待ちしております。ぜひご応募ください♪

※小中学生部門は別途ご案内します

部門 1 食べて幸せ♡指宿のお豆スイーツ部門

スイーツには「そら豆」、「実えんどう」、「スナップえんどう」のうちどれかを必ず使用してください。ジャンルは問いません。(和洋中どれでも可)

部門 2 見て食べて元気が出る お豆料理部門

「そら豆」、「実えんどう」、「スナップえんどう」のうちどれかを必ず使用してください。ジャンルは問いません。(和洋中どれでも可) 主食・主菜・副菜・汁物どれでも可

第5回 指宿の豆を使った健幸レシピ大募集!

指宿市では、地域食材を活用した健幸食の普及を目的に、レシピコンテストを開催しています。令和2年度は、「おうち時間で料理をつくろう!」をテーマに指宿特産の豆類を使った、作って楽しい! 食べて元気になる健幸レシピを募集します。皆さんのアイデア料理をお待ちしております。ぜひご応募ください!

一般部門

生産量日本一!! **そら豆** 収穫時期 12月上旬~4月下旬

生産量九州一!! **実えんどう** 収穫時期 12月下旬~4月下旬

生産量日本一!! **スナップえんどう** 収穫時期 11月中旬~4月中旬

上記のどれかを必ず使用すること

テーマ: おうち時間で Let's クッキング♪

1 **指宿のお豆スイーツ部門** (食べて幸せ♡)

2 **お豆料理部門** (見て食べて元気が出る♪) (主食・主菜・副菜・汁物どれでも可)

令和2年 11月2日(月) ▶ 令和3年 1月20日(水)

入賞者には 豪華賞品を贈呈します!

応募者全員に 指宿の特産品 プレゼント

複数応募大歓迎! たくさんのご応募お待ちしております!! (小・中学生部門は別途チラシがあります)

<https://www.city.ibusuki.lg.jp/main/kenko/kenkodsukuri/page024091.html>

3. 何度も楽しめるストーリー性のあるコンテンツの充実

事例 7	北海道 バスガイドは町長さん、北海道でじわり人気に
概要	町長がガイドするバスツアーが人気。ふるさと納税や移住につながることも。

北海道中央バス傘下の旅行会社、CB ツアーズ（札幌市）が大手と一線を画するユニークなアイデア戦略で注目を集めている。5年前に始めた「町長ツアー」は自治体の幹部から聞く地域のウンチクや普段は珍しい行き先が評判に。ふるさと納税ばかりか、訪れた地域への移住を検討する人も現れ始めている。

1月下旬の土曜日、札幌市中心部のバスターミナルにツアー参加者が続々と集まってきた。この日は十勝地域の町を巡る「広尾町長ツアー」。札幌を出発した参加者一行は鹿追町の神田日勝記念美術館を見学し、帯広市で豚丼の昼食を取り、幕別町の十勝ナウマン温泉で冷えた体を温めた。



代打の副町長が奮闘、スタート5年で定着

夕方、広尾町に着いたところで田中靖章副町長がバスに乗り込み、町の歴史や変遷を紹介した。身内に不幸のあった町長は出席できなかったものの、参加者は「広尾町ってこういう町なんだ。知らなかったね」と満足そう。田中副町長と囲んだ地元の民宿での夕食は八角の刺し身や名物のししゃも焼き、毛ガニの味噌汁など食べ切れないほどの量が出され、笑顔の花が咲いた。

5年間で約30、延べ60町村向けのツアーを企画し、延べ1100人以上が参加している。2015年、同社の戎谷侑男社長が月形町長と集客策を議論していたところ「博物館について熱く語る町長の説明がとてもわかりやすかった」（戎谷社長）。バスガイドをやってみませんかと提案し、町長ツアーが始まった。

15年7月の第1回はもちろん月形町ツアー。申し込みを開始すると半日で満席となり、追加開催の2回もほぼ満席になった。他の町長や自治体から「うちの町でもやってほしい」と声がかかるようになり、戎谷社長自ら自治体を回って企画作りに携わってきた。

広尾町はサンタランドのイルミネーションをCB ツアーズのツアーのために特別に点灯した（1月25日、北海道広尾町）ツアーの事前準備は骨が折れる。定番の観光地と違い、受け入れ体制が整っていない場合も多いからだ。町長の日程調整に始まり、宿の収容人数や訪問先の選定は通常の観光ツアーなら9割が自社の都合で組み立てられるが、町長ツアーでは町との入念な擦り合わせが欠かせない。

北竜町長ツアーでは普段体験できないメロン狩りを特別にメニューに組み込んだ。一般客が行かないところに行ける、と参加者の評判も上々だ。ツアーの最後のアンケートでは8割以上の参加者が「良かった」と回答する好評ぶりという。

観光産業は日韓関係などの外交問題や新型コロナウイルスのような外的影響を受けやすい。今や予約はネット経由の個人旅行が主流で「よそと同じ道を歩んでもしかたない」（戎谷社長）。訪日客の増加を受けて海外戦略に力を入れる企業が多い中でも、海外人材を採用するなど流れは見据えつつ軸足は国内旅行。「参加者の気持ちになるとわくわく感を作り出せる」と戎谷社長の自信作だ。

広尾漁業協同組合の直売イベントで魚介類を購入した小樽市の70代女性は「知人から評判を聞いて申し込んだ。町の詳しい話も聞けて、地元のイベントに参加できて楽しい」と笑顔を見せた。ツアー参加後に、訪れた自治体へふるさと納税をしたという人や移住を検討する人もいるという。

CB ツアーズは「北海道遺産」を巡ったり地域の行事参加と名産のランチを組み合わせたりといったニッチな見どころを巡るツアーメニューをそろえ、中でも町長ツアーは独創的な人気コンテンツに育った。20年はツアーを開催する町や村をさらに20増やし、50町村のツアーの企画を目指している。これまで手薄だった十勝地域や余市町などがある後志地域などでもツアー催行を目指す。町と力を合わせ、丁寧に魅力を掘り起こす。

事例 8

長期的な滞在への興味・長期滞在をしたい理由（調査結果）

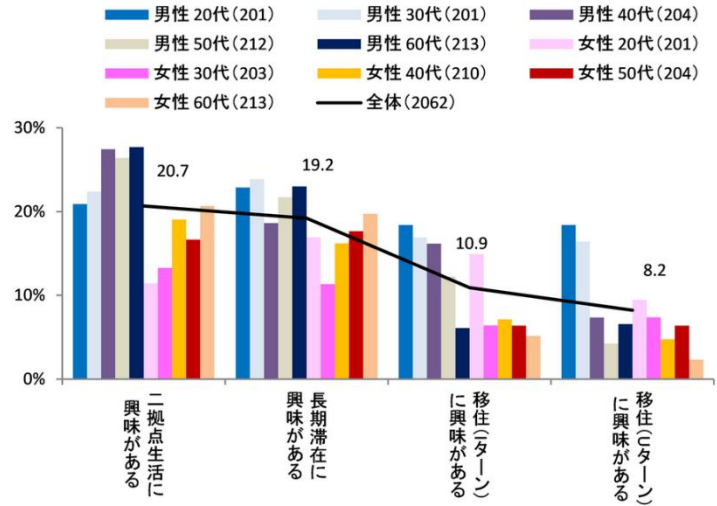
概要

関心のある滞在の形態としては、「長期滞在」が19.2%で上位。長期的な滞在をしたい理由の上位は、「自然が豊かなところに住みたい」、「生活費が安い場所で暮らしたい」、「その場所が好きだから」。交流については、若い世代ほど旅先で生活エリアでの地元の人との交流を望み、上の世代は知的好奇心を埋めるような観光の場を求める傾向にある。

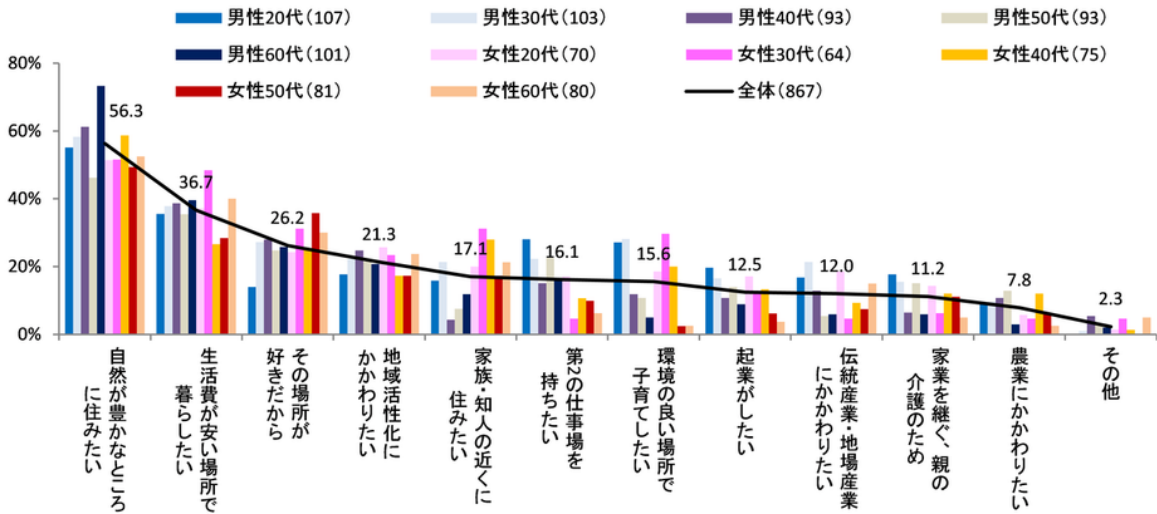
出典：株式会社 JTB 総合研究所 進化した領域を拡大する 日本人の国内旅行（2019） JTB総合研究所

調査方法：インターネットアンケート調査
 対象者：過去1年間（2018年9月以降2019年9月まで）に1泊以上の国内旅行（業務旅行も含む）をした、全国に居住する20～69歳の男女 30,000人（スクリーニング）、2,062人（本調査）
 調査時期：2019年9月10日～9月13日
 *直近の旅行実態については、以下の「旅行についての調査（JTB）」のデータを使用
 対象者：過去1年間（2018年1月以降2018年12月まで）に1泊以上の国内旅行（業務旅行を除く）をした、全国に居住する20～69歳の男女 7,385人
 調査時期：2018年12月18日(火)～2018年12月22日(土)

長期的な滞在への興味



長期的な滞在がしたい理由



旅行先での交流についての考え方

	地域への活動に参加するなど、積極的に交流を持ちたい	農家民泊など、地域の人とふれあえるところに泊りたい	お店のおばちゃんなどと雑談するのが好き	地域の歴史や文化について、より深く知りたい	地域の産業について、深く知りたい	地域の日常生活に触れたい	地域の人よりも、旅行者同士で現地の情報交換をしたり、交流したりしたい	その他	地域の人や他の旅行者と交流を持ちたいと思っただけではない	
全体	3608	8.8	8.7	23.6	39.3	13.9	21.1	6.8	0.6	32.3
男性 20代	258	20.5	12.4	22.5	33.7	22.5	23.6	7.8	0.0	28.7
男性 30代	258	13.2	10.5	18.6	36.0	16.7	19.8	6.6	0.4	33.3
男性 40代	258	9.3	9.7	29.1	35.3	14.3	19.4	5.8	0.4	34.1
男性 50代	515	5.8	6.6	21.0	42.1	15.7	21.0	3.7	0.6	30.3
男性 60代	515	8.0	8.9	24.5	48.3	14.8	22.3	8.2	1.0	29.9
女性 20代	258	10.1	8.5	26.4	23.3	8.5	17.1	8.5	0.0	41.5
女性 30代	258	7.8	12.0	22.9	31.4	12.4	19.8	2.7	0.4	38.4
女性 40代	258	10.9	8.5	22.9	35.3	13.2	19.8	4.3	0.0	36.0
女性 50代	515	7.0	8.2	25.2	41.0	11.5	22.9	8.7	0.6	30.5
女性 60代	515	5.2	6.4	23.5	46.4	11.8	21.7	8.9	1.2	29.5

事例9	コミュニティ・ツーリズムの展開（大阪市・京都市）
概要	地域住民との交流を通じ、地域独特の文化や環境などの魅力を体験するまち歩き、里山体験等のメニューを提供。

1.【まち歩き型】大阪あそ歩

「大阪あそ歩」は、2008年10月、大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会（大阪市、大阪商工会議所、大阪観光コンベンション協会＝現・大阪観光局、その後、大阪あそ歩委員会が加入）の事業としてスタートした。チーフ・プロデューサーに茶谷幸治が就いて、当初の2コースから3年目には150コースに拡大、日本一の規模の「まち歩き」プロジェクトになった。2012年春には事務局が独立し、すべての活動をガイドと参加者が協力して支える組織として再構成され、現在は財政においても運営においても完全に自立した市民活動として存立している。

組織は、公認ガイドの自発的な参画をもって営利を求めない一般社団法人となり、茶谷が代表理事に就き、公認ガイドの互選による理事およびプロデューサーが運営を担っている。

主な事業は「まち歩き」「まち遊び」のプログラムの作成と実施で、発足以来「大阪は、まちがほんまにおもしろい」をキャッチフレーズにして、いまでは一年を通じて活動を展開しています。

（中略）現在、「大阪あそ歩」には150の基本コースがある。最近では、ガイドが独自のアレンジを加えてバリエーションがどんどんと広がっているだけでなく、大阪を越えて、京都、奈良、神戸、和歌山方面にも範囲を広げて、いまや関西一円の「まち歩き」「まち遊び」になっている。1,500円～（おひとり様、小学生以上。保険料50円込み）

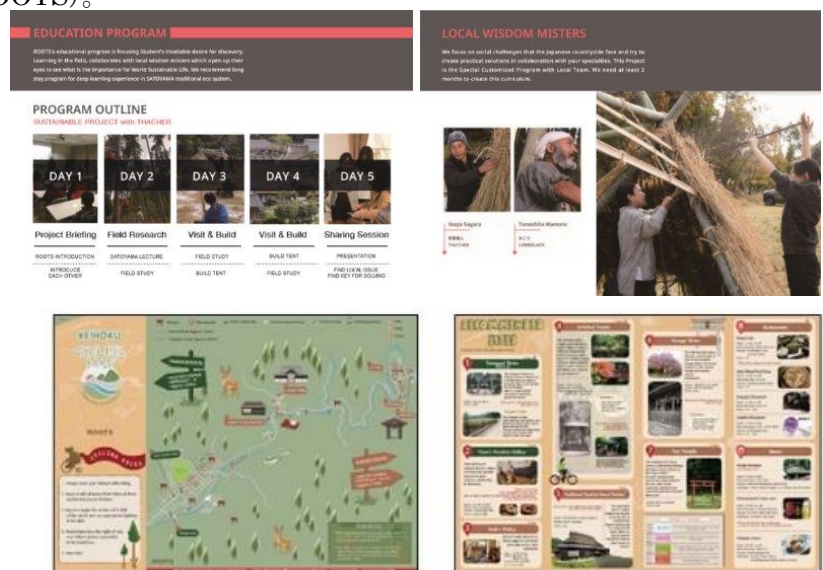
001	佃・大和田	万葉集に詠まれた浜清い難波の海～紀貫之も訪れ、佃漁民ゆかりの地となった～	詳細	予約が完了しました
002	野里	家保・岩見重太郎伝説と一夜官女ものがたり～淀川とともに生きたまち・野里～	詳細	予約が完了しました
003	十三	淀川+下町×ものづくり=十三！～知られざる職人の町・十三をめぐる～	詳細	予約が完了しました
004	新大阪・中島大水道	ほんまは「古大阪」？～中島大水道悲話から法橋・節開月の墓まで～	詳細	予約が完了しました
005	西淡路・東中島	ものいわじ世がために身を捧げた人々～中島にまつわる悲話の救々～	詳細	予約が完了しました
006	伝法	【予約不要】大坂発江戸行き廻船はここから：大阪港の原点～酒も菜種油も高級家具も「下りもの」が積み込まれた～	詳細	予約が完了しました
006	伝法	下り酒を積んだ樽廻船～鴻池ゆかりの地・伝法を歩く～	詳細	予約が完了しました
007	浦江・大仁	おしるや咲くやこの花浦江・大仁～王仁博士も文人墨客も眺めた花と夕陽～	詳細	予約が完了しました
008	中崎町	無国籍シティ・中崎町散策～古民家と雑居ビルと路地裏と～	詳細	予約が完了しました

出典：https://www.osaka-asobo.jp/course/mapselect

2.【里山体験型】「とっておきの京都～定番のその先へ～」プロジェクト(京都市及び京都市観光協会)

京都市及び京都市観光協会（DMO KYOTO）が取り組む「とっておきの京都～定番のその先へ～」プロジェクトでは、観光地経営事業者（DMC）による市内周辺部（伏見、大原、高雄、山科、西京、京北等）への継続的な誘客に繋がる新たな取組を支援・協力する制度（「とっておきの京都プロジェクト」DMC事業支援制度）を創設しており、2020年3月、インバウンド向け「里山コミュニティ・ツーリズム事業」の開始する（株式会社ROOTS）。

- (1) 農家民宿
- (2) 里山体験ツアー
- (3) 里山スタディツアー：京北エリアの人材や資源（自然・歴史・里山文化）を活用した地域課題解決型の教育プログラムを提供し、香港や欧米の学生等を京北エリアに誘客。木こりや木工などの職人体験や昔ながらの暮らしを知る農家体験を通じ、地域での観光コンテンツづくり及び地域事業者への利益還元に取り組む。
- (4) ウェブサイトの開設



出典：https://www.kyokanko.or.jp/news/20200327_1/

4. 交流を深める場づくりや情報発信によるコミュニケーションの促進

事例 10	千歳水族館・多気町・青龍山・吉祥寺 観光 DX サービスの実証実験を開始
概要	観光地や施設で体験型音声ガイドを利用すると地域の電子クーポンがダウンロード可能な「クーポン付き音声ガイド」。観光地の消費創出を支援。

凸版印刷とMEBUKU、観光DXサービスの実証実験を開始

観光地や施設で体験型音声ガイドを利用すると地域の電子クーポンがダウンロード可能な「クーポン付き音声ガイド」を3拠点で実証開始。観光地の消費創出を支援。

凸版印刷株式会社

2021年3月25日 14時06分

9 いいね！ シェア	ツイート	はてな	素材DL	・・・ その他
------------------	------	-----	------	------------

凸版印刷株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：磨 秀晴、以下 凸版印刷）と株式会社MEBUKU（本社：東京都練馬区、代表取締役社長：入江田 翔太、以下 MEBUKU）は、スマートフォンアプリで対象施設の音声ガイドを利用すると、周辺施設で利用可能な電子クーポンがダウンロードできる観光DXサービス「クーポン付き音声ガイド」（以下本サービス）の実証実験を実施します。

本サービスは、凸版印刷の電子クーポンソリューションとMEBUKUが提供する音声ガイドアプリ「Pokke（ポッケ）」を連携させ、観光施設で対象の音声ガイドを利用すると周辺の観光施設や店舗で利用できる電子クーポンをダウンロードすることが可能です。これにより、観光地を訪れた観光客が1つの施設にとどまることなく、周辺の観光施設や店舗へ周遊を促し、訪問先で電子クーポン利用による消費を創出。また、コロナ禍において、感染症対策として非接触で音声ガイドを提供でき、地域や施設の魅力を再発見できる仕組みを構築することでマイクロツーリズムを促進します。

なお今回の実証実験では、サケのふるさと 千歳水族館（所在地：北海道千歳市）、多気町（所在地三重県多気郡）、青龍山 吉祥寺（所在地：群馬県利根郡）の3拠点で、それぞれのニーズに合わせた本サービスの有効性検証を行います。また、第1弾として2021年3月25日より、サケのふるさと 千歳水族館での実証を開始し、順次その他施設での実証を開始いたします。

クーポン付き音声ガイドとは？

観光客が自分のスマートフォン一つで、音声ガイドや謎解きなどを通じて、体験的に観光できる旅行ガイドアプリです。そのため、三密を回避したコロナ時代の旅の体験を提供することができます。また、周辺施設のクーポンとの連動により、周遊の促進が可能です。

/サービス利用の流れ

01/施設やガイドを知る



現地を訪れたり、Pokkeアプリ内の通知やSNSによって、施設や会場で体験できる音声ガイドを知ります。

02/ガイドを体験する



謎解きやクイズなど、体験的な音声ガイドを体験します。施設や観光地は、体験価値向上や収益向上につながります。

03/クーポン利用で周遊



商店の飲食店などを利用し、クーポンを利用します。店舗や観光地や、観光客やエリア全体の収益向上につながります。



■ 開発の背景

昨今、地方自治体にとっては、地域活性化を推進するうえで観光分野の重要性が非常に高まっています。しかし、従来の観光を軸としたアプリやキャンペーンは一過性のものが多く、持続的な効果を創出することが困難となっていました。加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光客が減少しており、その対策が急務となっています。

このような中で凸版印刷とMEBUKUは、観光地と密接に連携した観光DXサービスを共同で構築。観光地への観光客の誘致と周遊を実現し、持続的な観光業の活性化を目指します。

■ 実証実験の概要

・サケのふるさと 千歳水族館 「Motto!サケふる!オーディオガイド~不思議でおもしろい!おさかなのはなし」

実証期間：2021年3月25日～9月30日

内容：①実力派声優の起用による引き込まれるナレーションの提供

②ガイド解説とクイズによる入館者の体験価値向上

③「音声ガイド付き入館チケット」販売による施設の顧客単価向上

④周辺飲食店で利用可能な電子クーポン提供による地域周遊の促進

⑤非接触での音声ガイド提供によるコロナ感染症対策



北海道千歳市
千歳水族館

音声ガイド
クーポン参加店

クイズ付き
おさかな解説音声ガイド

約15店舗

クーポン付き音声ガイドで期待する効果

01/ Guide 実力派声優のナレーションによる音声ガイド提供	02/ Guide ガイド解説とクイズによる入館者の体験価値向上	03/ Guide 「音声ガイド付きチケット」による顧客単価向上
04/ Guide 非接触での音声ガイド提供でのコロナ感染症対策	05/ Coupon 周辺飲食店のクーポン提供による地域周遊の促進	

・多気町 「謎解き街歩き観光ガイド」/「祈りの旅 熊野古道 女鬼峠」

実証期間：2021年3月30日～9月30日

サービスサイト：<https://jp.pokke.in/taki/>

内容：①声優（小野賢章さん）の起用による引き込まれるナレーションの提供

②謎解き音声ガイドで大人や子供が楽しみながら地域の文化や歴史に触れる体験の創出

③地元の小学校や中学校で地域の歴史教育に活用

④ガイドの高齢化により失われつつある地域の物語の保存

⑤地域限定で体験価値を向上させる電子クーポン提供

⑥コロナ禍におけるマイクロツーリズムの促進

・イベント概要

本実証の一環として2021年4月8日（木）から4月13日（火）まで、東京都日本橋にある三重テラスにて音声ガイドの無人展示イベント実施いたします。本イベントでは、多気町の観光を現地に行くことなく、音声ガイドを通して体験が可能となります。また、音声ガイドアプリの認知度向上と、将来の現地への送客を目指します。



音声ガイド	クーポン参加店
多気町謎解き街歩きガイド 熊野古道 女鬼峠ガイド	約 20 店舗

クーポン付き音声ガイドで期待する効果

01/ Guide 実力派声優のナレーションによる音声ガイド提供	02/ Guide 謎解きガイドで楽しみながら歴史等に触れる体験	03/ Guide ガイドの高齢化により失われつつある物語の保存
04/ Guide 地元の小学校や中学校で地域の歴史教育での活用	05/ Guide コロナ禍におけるマイクロツーリズムの促進	06/ Coupon 地域限定の体験価値向上の電子クーポン提供

・青龍山 吉祥寺「花寺吉祥寺境内ガイドツアー」

実証期間：2021年4月22日～10月31日

内容：①実力派声優の起用による引き込まれるナレーションの提供

②音声ガイド収益の一部を仏像や仏教建築などの重要文化財保護に活用

③電子クーポンによる地域観光の活性化支援

④地域の歴史や文化の学習への活用



音声ガイド	クーポン参加店
花寺吉祥寺 境内ガイドツアー	約 10 店舗

クーポン付き音声ガイドで期待する効果

01/ Guide 実力派声優のナレーションによる音声ガイド提供	02/ Guide ガイド収益を仏像等の重要文化財保護に活用	03/ Guide 地域の歴史や文化の学習への活用
04/ Coupon 電子クーポンによる地域観光の活性化支援		

■ 今後の目標

凸版印刷とMEBUKUは、本サービスの実証を通じて、観光地への誘致と周遊を促すとともに、企業・自治体・観光施設などと連携を進め、観光における体験価値向上を目指します。また、今後も地域内における「稼ぐ力」を向上するための支援を行い、持続可能な地域経済の活性化に寄与することを目指します。

■ Pokkeについて

「Pokke」は、世界中の美術館や観光地の文化や歴史の魅力を体験的に楽しめる音声ガイドプラットフォームアプリです。現在、世界30都市400以上のガイドを配信しています。また「Pokke for DX」で提供される音声ガイドは、人気の実力派声優がナレーションを担当し、リアル謎解きや地域の物語体験が楽しめる音声ガイドツアーとなっており、大人から子供まで能動的に施設や地域の魅力を体験することができます。

<特徴>

1. 謎や物語に焦点をあてた体験的な音声ガイドコンテンツ
2. 利用者のスマートフォンで視聴するため、施設側の端末や管理スタッフが不要
3. 感染症対策として非接触でガイド体験が提供可能
4. 数万人のPokke利用者に対して訴求が可能
5. 設置物が不必要なため、景観を乱さずにガイドを提供可能
6. 多言語対応

※「Pokke」のWebサイトURL：<https://jp.pokke.in/>

■ 本サービスへの参加施設・自治体の募集に関して

本サービスに参加を希望する観光施設、美術館・博物館、自治体等を募集しています。興味のある方は以下よりお問い合わせください。

・対象：美術館・博物館、水族館・動物園・植物園、自治体・観光協会・DMO、庭園、お城、寺社仏閣、その他観光地・観光施設

・資料請求：<https://jp.pokke.in/platform/>

・メール：info@mebuku.co.jp

・担当：高橋（株式会社MEBUKU）

* 「Pokke」のダウンロードはこちら

iPhone：<https://bit.ly/34M72k4>

Android：<https://bit.ly/3mLLXwo>

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以上

事例 11	下呂温泉他 観光地情報アプリによる観光客情報の収集・分析・活用
概要	観光地や施設で体験型音声ガイドを利用すると地域の電子クーポンがダウンロード可能な「クーポン付き音声ガイド」。観光地の消費創出を支援。

観光庁の「観光地域づくり法人による宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業」は、宿泊施設等が保有する観光客データを収集分析するとともに、観光地情報アプリを用いて観光客情報を収集・分析・活用する事業で、下呂温泉などで取り組みが進められている。

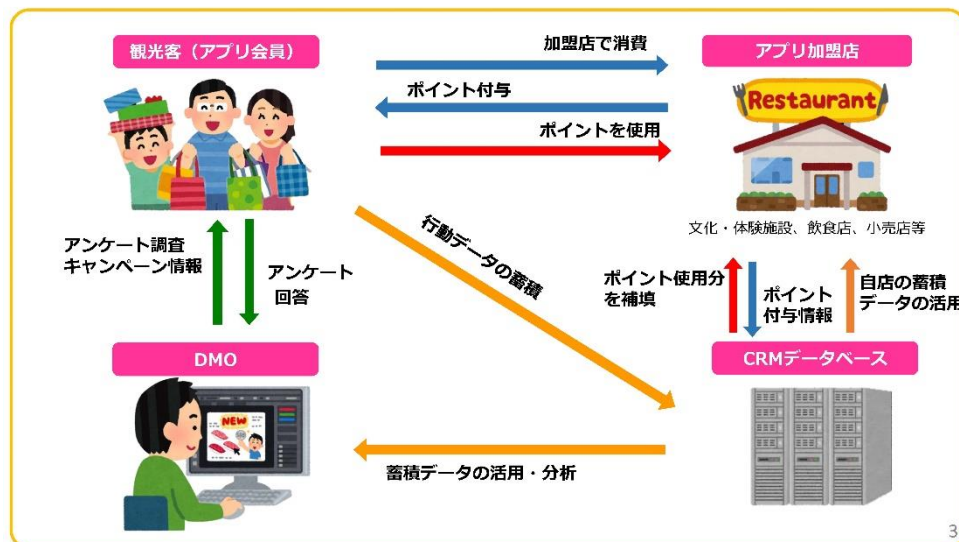
観光地情報アプリ 概要

地域で獲得した顧客情報を活用し、商品・サービスの開発に向けた**アンケートによるニーズ調査や、商品のセール情報、キャンペーン情報を直接顧客に届ける**ことを可能とするものです。



観光地情報アプリの仕組み

観光地情報アプリによって観光客・DMO・観光関連施設が繋がることで、地域のファンを増やし、地域の消費増大・リピーター確保に繋がります。




下呂温泉郷 公式アプリ誕生

アプリをダウンロードして会員登録すると、加盟店の会計ですぐに使える**500ポイント**もらえる！

条件を満たせば、ポイントカード機能！

観光コースがわかる！

STEP-1: アプリダウンロード

STEP-2: 会員登録

STEP-3: 加盟店での会計

先着4000名！

(一社) 下呂温泉観光協会

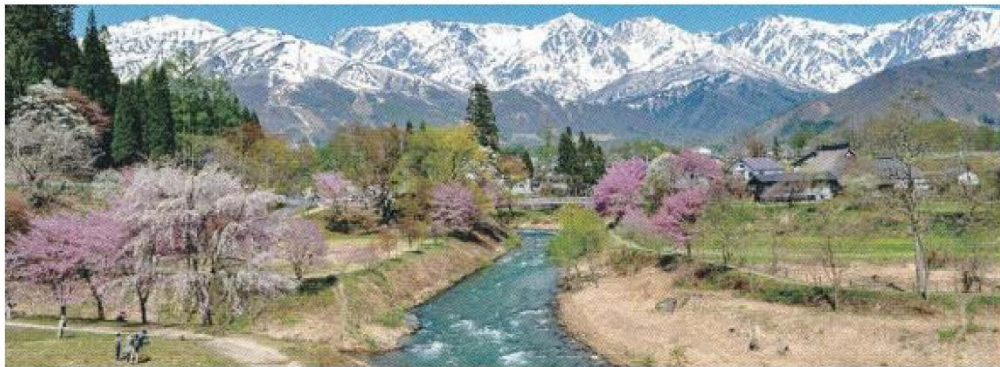
出典：<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001340348.pdf>
 出典：https://www.gero-spa.com/topics/detail_279.html

事例 12	山梨県丹波山村 ツイッターで返礼品の桃をPRし寄付額10倍に
概要	SNS、地域経済動かす 48市町村で住民超すフォロワー 山梨の村、ふるさと納税10倍

出典：日経新聞 2021.6.12 朝刊

データで読む地域再生 SNS、地域経済動かす
48市町村で住民超すフォロワー 山梨の村、ふるさと納税10倍

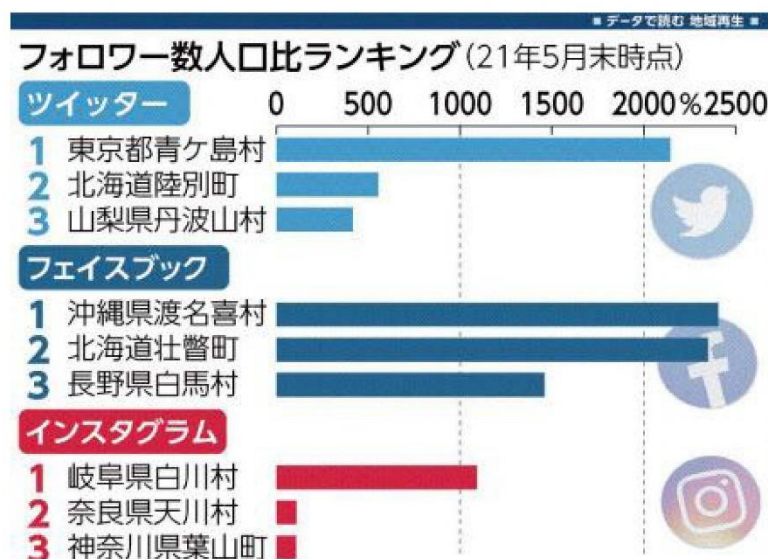
2021/6/12付 | 日本経済新聞 朝刊



長野県白馬村はタイムリーな写真投稿で人気を集める(桜のスポット写真)

自治体のSNS（交流サイト）発信力が経済を動かす時代になってきた。ふるさと納税の寄付先を選択する「決め手」となるほか、観光訪問や将来的な移住にも結びつく。国境に縛られない特性を生かし、海外からフォロワー（閲覧登録者）を獲得することも容易だ。すでに住民数を上回るフォロワーを獲得した自治体もあり、効果的な活用が新型コロナウイルス収束後の活性化を大きく左右する。（関連記事を東京・首都圏経済面に）

全国1741市区町村の公式アカウントを5月末時点で集計した。ツイッター、フェイスブック、インスタグラムの各アカウントを都道府県別にまとめたところ、最多は東京都で90万。行政情報入手のため住民がフォローするケースも多く、人口が集中する東京、神奈川、千葉、埼玉の1都3県が上位（神奈川3位55万、千葉4位53万、埼玉5位45万）に並んだ。



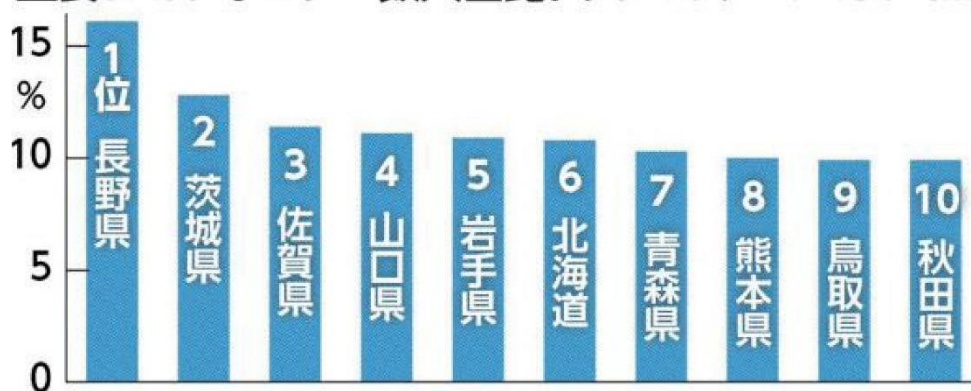
一方、人口比で見ると長野県が16.1%でトップに浮上する。東京（6.5%）や神奈川県（6.0%）などが全国平均（6.6%）を下回ったのに対し、8道県が住民の1割を超えるフォロワーを獲得した。

長野県では人口9000人の白馬村がフェイスブックで13万以上を集め、全体をけん引する。特徴はタイムリーな投稿。「今こそ没入感を楽しんでもらいたい」（担当者）として、スキーシーズンには滑走する動画、登山期には白馬岳山頂から見渡す写真など、工夫をこらす。翻訳機能が備わっていることもあり、投稿の度、オーストラリアや香港などからも「素晴らしい風景」「行ってみたい」などのコメントが寄せられる。

さらに拡散性の高さが閑散期の集客にも効果を発揮する。課題だったシーズン終了後の誘客を図ろうと、4月に「映える桜」を掲載。その途端、カメラマンが増え、前年比3倍の観光客が訪れた。

フォロワー数はふるさと納税の多寡にも直結、フォロワー数の合計が5万未満にとどまる徳島県や福井県など5県の平均寄付単価は2.2万円。一方で50万以上の北海道など4都道県は3.4万円と6割高い。

主要SNSフォロワー数人口比トップ10(21年5月末時点)



(注) 市区町村公式アカウントの合計

市区町村レベルではより傾向が顕著に表れており、ツイッターで人口の4倍強の2000あまりのフォロワーを持つ山梨県丹波山村は、2019年度に550万円だった寄付額が20年度に6000万円と10倍に拡大した。「勝因」はツイッターで返礼品の桃（山梨市産）をPRしたこと。担当者は「山梨市の返礼品も同じ生産者だが、丹波山村の方が人気となった」と話す。

17年度、返礼品競争のあおりを受け流出額日本一（6991万円）の町となった京都府精華町もSNSで起死回生を狙う。架空の女性「京町セイカ」を打ち出して寄付を呼びかけたところ、ツイッターのフォロワーが2倍の1万超に増加。寄付額も261万円から20年度に3891万

円まで増えた。流出は続くものの、今年度は「赤字解消のアイデアを大募集」と呼びかけ、フォロワーから意見を募る。

住民数を上回るフォロワーを獲得しているのは計48市町村。高い関心は移住にも結びつく。神奈川県葉山町は2015年、転出超過の状況を改善しようとインスタグラムに注目。「#葉山歩き」のハッシュタグを設け、町の魅力が伝わる投稿を促したところ「住みたい」との声が増加した。同年からプラスに転じ以後も転入超過を維持する。

人口の20倍以上のフォロワーをフェイスブックで持つ北海道壮瞥町では、自然環境や生活感の伝わる移住ブログの掲載を始めた20年度以降、移住相談が増加した。

(瀬口蔵弘、地域再生エディター 桜井佑介、鈴木洋介)

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。

Nikkei Inc. No reproduction without permission.

事例 13	和泉市 市民参加型シティプロモーション動画
概要	和泉市に関わる方々からの投稿画像を活用し、魅力をみんなでPR

市民の方々からの画像投稿を募集し、本動画を制作、市職員では気づかなかった、和泉市の魅力を全面に発信できる素敵な動画となりました。



出典：https://www.youtube.com/watch?v=1KaS9zYEenM

事例 14	北海道栗山町 PR動画（30秒）をチームで創るワークショップ
概要	住民対象のワークショップを開催し、町のPR動画を作成。

プロのCMプランナーのアドバイスのもと、動画制作のイロハを学びながら楽しく動画を完成させた。1チーム最大4名で、仲間と一緒に最高の栗山町PR動画を創り、完成した動画は「くりにエイトするまち栗山町」ユーチューブチャンネルにて公開。



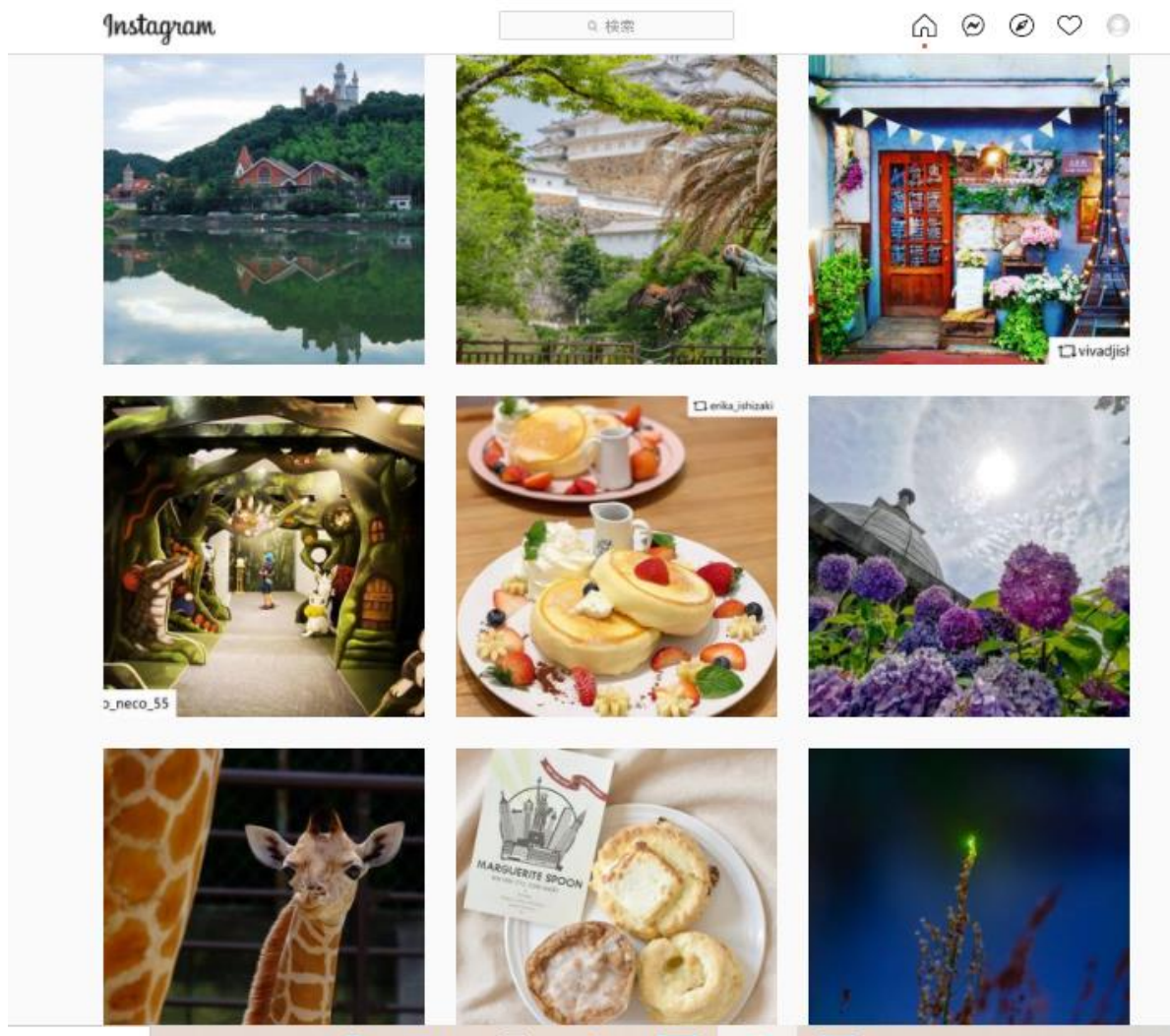
出典：https://www.town.kuriyama.hokkaido.jp/soshiki/46/6238.html

事例 15	姫路市 姫路市インスタ #my_himeji
概要	「#my_himeji」での投稿を依頼し、市アカウントで紹介した中から抽選で地元の商品をプレゼント。

兵庫県姫路市公式アカウント『my_himeji』

当アカウントをフォローの上「#myhimeji」を付けて投稿していただいた中から、素敵な写真や動画を当アカウントで紹介し、抽選で賞品を贈呈しています。

★今月(2021年6月分)の賞品は、「江戸屋」さんの「姫路太市たけのこ最中(12個入り)です★



出典： https://www.instagram.com/my_himeji/?hl=ja


事例 16	柏原市 広報発 SNS レッスン開催 (Facebook & Instagram)
概要	ママを対象にしたインスタグラムのレッスンと、どなたでも参加できる初心者向けの Facebook レッスンを開催

柏原市広報の / SNSレッスン

3-19

人気インスタグラマーにきく！
子育てを楽しむインスタ投稿のコツ
with やさしいお片づけ講座


講師：クラシング代表
瀧本真奈美さん



3-23

柏原の「いいね」をつなぐ達人に教わる
初心者向け★Facebook 活用術

講師：かしわらいネット代表
大村吉昭さん



<http://www.city.kashiwara.osaka.jp/docs/2018011900019/>

事例 17	甲府市 市民レポーター
概要	広報誌やホームページのブログなどを通じ、地域の身近な話題（イベントやおすすめスポットなどの紹介）など、かくれた魅力を発信（年度毎に公募）

市民レポーターの職務：広報誌やホームページ等を活用して地域における産業・文化・教育・福祉等の話題について、市民の目線で取材し情報を発信すること

応募要件：市内在住の18歳以上の方（2021年4月1日時点）

報酬：広報誌「とびだせ！市民レポーター」 1回につき 8,000円

市民レポーターブログ 月に1回以上の投稿で1月につき 2,000円

とびだせ！市民レポーター！

身近な観光スポット「御嶽昇仙峡」へ行こう！

今年6月、甲府市が誇る観光名所の「御嶽昇仙峡」が、日本遺産に認定されました。でも市内に住んでいると、「なかなか行く機会がない」、「しばらく行ってない」という方も多いのでは？そこで昇仙峡観光協会の芦澤卓夫会長に、「近くに住んでいるからこそ」の楽しみ方を伺ってきました！

① 春夏秋冬、変わる景色をご堪能あれ！

「昇仙峡」と聞くと秋の紅葉を思い浮かべますが、実は四季折々の美しさがあるんですよ」と話す芦澤さん。まず春の新緑が芽吹き頃。淡い緑の中に薄いピンクの桜が咲く景色は、芦澤さんイチオシとのこと。梅雨の時期から夏にかけては渓谷全体が濃い緑色に染まり、とても美しいそう。冬は空気が澄んでいるので、展望台や弥三郎岳からの眺めが最高なのだとか。

「季節や天候によって違った景色を楽しめるのが昇仙峡の魅力です。市内や県内に住んでいる方は気軽に来ていただき、その時々によって表情を変える昇仙峡をぜひご覧になってみてください！」



▲展望台からは富士山が拝めます



山道を進んでいくと、高さ30mの美しい滝が現れます。パワースポットと呼ばれるだけあり、力強く流れる水に元気をもらえました！途中聞こえる水のせせらぎも心地よかったです。

▲滝がきれい、虹が見られることも！

昇仙峡の最新情報はこちらをチェック！
昇仙峡観光協会ウェブサイト

【中ホームページ】
市民レポーターブログ

ブログはコチラ ▶

◆◆◆ 編集後記 ◆◆◆

私自身、昇仙峡に足を運ぶのは久しぶりでした。「これからの季節は、雪化粧の深谷美や凍った滝が見られますよ」と教えてもらったので、近いうちに行ってみようと思います（春に向けてイベントなども企画しているそうなので、こちらも楽しみです）。6月に認定された日本遺産は、昇仙峡一帯の山地の歴史や23の文化財から成り立っているので、昇仙峡の歴史を学んでから訪れるとさらに楽しめそう！と感じました。

今月の担当レポーター／山本 恵



<https://www.city.kofu.yamanashi.jp/shise/koho/repo.html>

5. 安全・安心で快適な観光まちづくりの環境整備

事例 18	京丹後市 安全で安心な市民生活と観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例
概要	安全で安心な市民生活と観光立市の実現に向け、市民、事業者、観光客はじめ関係者の役割や方向性等を明確化。

新型コロナウイルス感染症等のまん延の未然防止及びまん延時の早期収束に向けた万全な措置の徹底・強化を図り、もって市民の生命及び健康を保護するとともに、市民生活及び市内経済に及ぼす影響を最小限にし、観光旅行者の安全で安心な来訪と滞在に寄与することを目的とする。

市民と観光旅行者の 安全・安心を守ります

「京丹後市安全で安心な市民生活と 観光立市のための新型コロナウイルス感染症等対策条例」 をつくりました

市の責務 (第3条)

国や京都府と連携し、市内での発生予防、まん延防止対策を適確かつ迅速に実施します。

**市民・事業者・観光関係
団体の役割 (第4条、6条)**

【市民・事業者・観光関係団体共通】
自らの感染予防と、市の対策への協力を努めます。
【事業者】
ガイドライン等に沿ったまん延防止措置の実施に努めます。
【観光関係団体】
事業者への情報提供、助言、調整のほか、旅行者へ適切な情報発信を行うよう努めます。

観光旅行者の役割 (第5条)

安全、安心に滞在できるよう、旅行者の皆さまにもまん延防止など市の対策にご協力をお願いします。(努力義務)

差別・誹謗中傷等の禁止 (第4条)

市民等は、感染等を理由に感染者、家族、関係者等に対し、いかなる不当な差別、心理的外傷を与える言動等をしてはいけません。

この条例で対象としているのは、新型コロナウイルス感染症、新型インフルエンザ(再興型含む)、新感染症などの全国的かつ急速なまん延により国民の生命及び健康に重大な影響を与える恐れがある感染症です。
(新型インフルエンザ等対策特別措置法を引用)

「安全、安心な観光の
まち推進宣言」の
シンボルマークを作りました

令和2年10月2日施行
京丹後市安全で安心な
市民生活と観光立市のための
新型コロナウイルス感染症等
対策条例



「安全・安心な
観光推進のまち」
宣言事業所

京丹後市・京丹後市観光公社

京丹後市では、本条例を理解し、実践することの意思表示として、この「安全、安心な観光のまち推進宣言」のシンボルマークを作りました。今後、市主催の事業や京丹後市観光公社の観光プロモーションなど、様々な場面で掲示し周知を図ります。
京丹後市観光公社HPから自由にダウンロードしていただけますので、本趣旨に賛同いただける市民の皆さん、事業者の皆さんは、店頭や販促物への掲示など、どうぞご活用ください。

ダウンロードは
こちら ▶




このリーフレットに
関するお問合せ 京丹後市商工観光部観光振興課 TEL: 0772-69-0450 mail: kankoshinko@city.kyotango.lg.jp

https://www.city.kyotango.lg.jp/covid_19/kansensho/yoboutaisaku/13811.html

4 観光まちづくりビジョン（前期5年分）の評価

（1）評価の方法

平成29年（2017年）3月に「太子町観光まちづくりビジョン」（以下、ビジョン）を策定し、以下の目的で、学識経験者や観光まちづくりに関する専門家等の第三者を交えて、年1回ビジョンの評価を行い、取組みの改善を図ってきた。

評価の目的

ビジョンの適切な進行管理

ビジョンでは将来像を「近つ飛鳥の里の魅力を伝える聖徳太子のまち“たいし”～我が宝は和が宝～」と定め、その実現に向けて、5つの課題に対し、16の施策とそれに紐づく51のメニューを掲げています。それらの施策やメニューを適切に進行しているかどうかを管理します。

現状把握と課題の整理

ビジョンを推進するには、町のみならず、住民や事業者、住民団体等をはじめ、太子町に関心のある人などとの連携や協働が欠かせません。評価を行うことによって、ビジョンの推進状況を把握するとともに推進に関する課題を整理し、その結果をビジョンの推進に関わる利害関係者にフィードバックすることで、次年度以降の事業や取組み内容の改善に役立てます。

評価方法の概要

■ 評価の対象

評価の対象は、ビジョンに掲げられている全ての課題、施策、メニュー（重点メニュー、重点メニューの主な取組みを含む）です。

■ 評価の手法

【メニュー／重点メニューの主な取組みの評価】

ビジョンの51メニューと重点メニューにおいて「主な取組み」として設定されている取組みについては同じ手法で評価を行います。

まず[進捗状況]を5（順調に進んでいる）～1（まったくできていない）の5段階で評価者が主観的に評価します。そして、それぞれのメニューについて、完了～その他の6つの中から[今後の方針]を選択した上で、「成果」を自由記述します。

[進捗状況]

[今後の方針]

評価区分	評価基準	今後の方針	評価基準
5	順調に進んでいる	完了	取組みが完了
4	概ね順調に進んでいる	継続	現状の取組みを継続的に行う
3	やや進捗が遅れている	拡充し、継続	現状の取組みを拡充した上で、継続的に行う
2	進捗が遅れている	縮小し、継続	現状の取組みを縮小した上で、継続的に行う
1	まったくできていない	廃止・凍結	取組みを廃止・凍結する
		その他	上記以外の方針

【課題／重点メニューの評価】

ビジョンでは、施策の柱として「課題」が定められており、51メニュー中7つを「重点メニュー」として設定しています。「課題」と「重点メニュー」には、評価指標をそれぞれ設けてあるため、同じ手法で評価を行います。

評価は、評価指標に基づき、目標値（令和3年度）に対する〔達成状況〕に応じて、A（目標値に対して、90%以上の達成状況）～F（調査等が未実施のため、達成状況が不明）の6段階で客観的に評価を行います。加えて、「今後の予定」を自由記述します。

[達成状況]

評価区分	評価基準
A	目標値に対して、90%以上の達成状況
B	目標値に対して、75%以上の達成状況
C	目標値に対して、50%以上の達成状況
D	目標値に対して、25%以上の達成状況
E	目標値に対して、25%以下の達成状況
F	調査等が未実施のため、達成状況が不明

【施策の評価】

施策の評価は、施策に紐づくメニューの〔進捗状況〕から平均値を算定し、平均値に応じてA（平均値が4.5以上）～E（平均値が1.25以下）の5段階で評価します。

[評価]

評価区分	評価基準
A	紐づくメニューの平均値が4.5以上
B	紐づくメニュー平均値が3.75以上
C	紐づくメニュー平均値が2.5以上
D	紐づくメニュー平均値が1.25以上
E	紐づくメニュー平均値が1.25未満

【総評】

「課題の評価」「施策／メニューの評価」を踏まえ、総評として課題ごとに「今年度の課題に対する成果」「今後の課題」「今後の取組み」について、自由記述します。

同様に、「重点メニューの評価」「重点メニューの主な取組みの評価」を踏まえ、総評として重点メニューに関する「今年度の課題に対する成果」「今後の課題」「今後の取組み」について、まとめて自由記述します。

【太子町観光まちづくりビジョン評価会議】

第三者を交えた「太子町観光まちづくりビジョン評価会議」を開催し、評価・改善についての検討を行い、「太子町観光まちづくりビジョン 各年度 評価について」を取りまとめます。

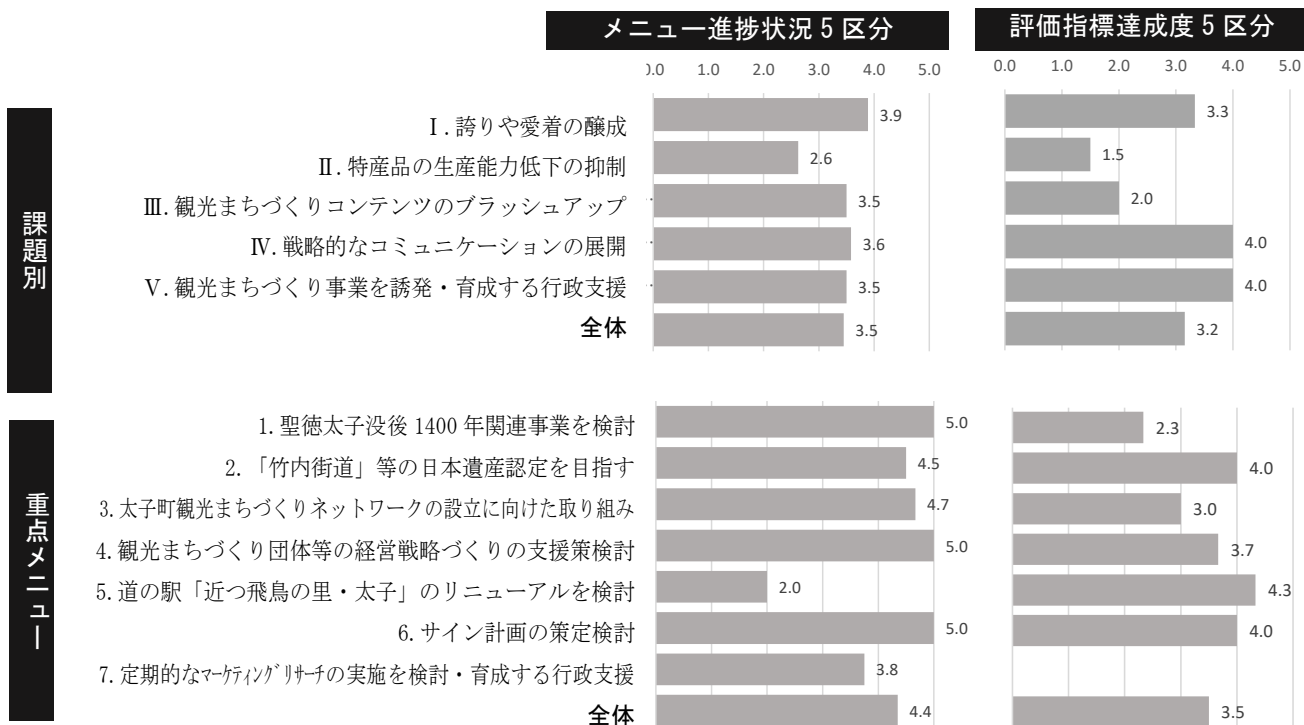
(2) 評価結果の概要

令和2年度の評価を基に、「課題別メニュー／重点メニューの進捗状況」と「課題／重点メニューの評価」から、各項目間を比較するために、加重平均*での算出を行った。

その結果、課題別の「メニュー進捗状況」は、「特産品の生産能力低下の抑制」は進捗が2.6と低くなっている。全体では3.5であり、計画通りに進んでいないメニューが多い。課題別の「評価指標達成度」は全体で3.2であり、「戦略的なコミュニケーションの展開」「観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援」は4となっている。「特産品の生産能力低下の抑制」と「観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ」は低い値となっている。

一方、重点メニューの「進捗状況」は、「道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討」「定期的なマーケティングリサーチの実施を検討・育成する行政支援」を除いて進捗状況は4を超えている。重点メニューの「評価指標達成度」は全体では3.5で、こちらも計画通りに進んでいないメニューが多い。コロナウイルスの影響を受け事業が実施できていない「聖徳太子没後1400年関連事業」等を指標にした項目では数値を伸ばせなかったメニューがある（下の図はコロナウイルス影響を受ける前年の数値を採用）。なお、「定期的なマーケティングリサーチの実施を検討・育成する行政支援」は、指標とした「観光まちづくり関連のデータセット」を実施していないことから評価ができていない。

各評価を項目別に評価結果を加重平均で比較



※加重平均：「メニュー／重点メニューの進捗状況」は5段階評価を1～5に置き換え平均値を算出。「課題／重点メニューの評価」は5段階評価を1～5に置き換え平均値を算出した（調査等が未実施は除く。またコロナウイルスの影響を受けた指標では平成30年度或いは31年度の値を採用。）。

(3) メニュー／重点メニューの進捗状況の評価

メニューの進捗状況は、以下の通りとなっている。

「Ⅰ. 誇りや愛着の醸成」の評価結果一覧

■ 地域に対する誇りや愛着を醸成

「太子町おもてなし作戦を推進します」「遣使の任命活動を推進します」は進捗が遅れているが、それ以外は概ね計画通りに進んでいる。

■ 住民が主体的に連携・協力する観光まちづくりを推進

2つのメニューどちらも順調に進んでいる

「Ⅱ. 特産品の生産能力低下の抑制」の評価結果一覧

■ 特産品の生産支援

「農業法人設立を促進します」が全くできていない、その他の「援農隊の利用拡大を促進します」「就農支援に向けた取組みを検討します」の進捗がやや遅れている。

■ 特産品の販売・加工品開発支援

いずれも進捗が遅れている。

■ 遊休農地を活用促進

いずれも進捗が遅れている。

「Ⅲ. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ」の評価結果一覧

■ 観光まちづくりに関わる人材・組織のネットワークの連携強化

「地域連携 DMO について検討」は全くできておらず、それ以外は順調に進んでいる。

■ 観光まちづくりに関わる人材を発掘・育成

いずれも順調に進んでいる。

■ 観光まちづくりを牽引する企画力・機動力を備えた組織を形成

「観光まちづくり団体等への人的支援策を検討」は順調だが、法人化や経営戦略作りの支援はやや遅れている。

■ 既存資源を活かした観光まちづくりコンテンツの開発

「二上山のブランディングを推進」はやや遅れており、それ以外は、概ね順調に進んでいる。

■ “地”を活かした新たな観光まちづくり資源を発掘・活用

「空き家の利活用を推進」は概ね計画通りだが、「大道旧山本家住宅の利用を促進」は進捗が遅れており、「フルーツラン・ライドイベントの開催に向けた取組みの推進」「ワインツーリズムの推進」は全くできていない。

「Ⅳ. 戦略的なコミュニケーションの展開」の評価結果一覧

■ 観光まちづくりの拠点を整備

「古民家の活用を検討」「竹内街道交流館等の既存施設の活用を検討」は概ね計画通りだが「道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルの検討」がやや遅れている。

■ターゲットを絞った効果的なコミュニケーションを展開

「定住・セカンドハウス促進プロモーションを推進」は全くできておらず、「HP等でターゲット別の観光まちづくり情報を紹介するための取組み推進」がやや遅れている。それ以外は概ね計画通り進んでいる。

■パブリシティの獲得を狙った戦略的な広報活動を推進

「メディア・リレーションズを推進」「民間事業者の観光キャンペーンに取り上げてもらえるよう努める」は遅れており、「ウェブ上で太子町の情報が拡散するよう努める」は概ね計画通りできている。

「V. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援」の評価結果一覧

■観光まちづくり分野の民間収益事業を誘発するソフト支援の充実

いずれも計画通り進んでいる。

■広域連携・地域連携の強化

「広域連携・地域連携イベント・事業の企画・実施の推進」は概ね計画通り進んでいるが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、実施できなかった事業もある。「広域イベントへの参加・PRを推進」はやや遅れている。

■観光まちづくり関連データを収集・分析・公開

「観光まちづくり関連の調査分析データの公開に努める」は全くできておらず、「定期的なマーケティングリサーチの実施」はやや遅れている。

(評価一覧は次頁参照)

「Ⅰ. 誇りや愛着の醸成」の評価結果一覧

施策	メニュー	評価	施策評価
地域に対する誇りや愛着を醸成します	1-①小・中学校で近つ飛鳥の里の歴史を知り、地域理解を促進します	4	C
	1-②広報「太子」にて太子町の観光スポットを紹介するコ-ナ-を設けます	5	
	1-③アドプト・プログラムを推進します	4	
	1-④太子町おもてなし作戦を推進します	2	
	1-⑤竹内街道の景観保護を推進します	4	
	1-⑥遣使の任命活動を推進します	1	
	1-⑦ふるさと納税を活用します	5	
住民が主体的に連携・協力する観光まちづくりを推進します	2-①住民主体で作成する観光まちづくりガイドブックづくりを推進します	5	A
	2-②聖徳太子没後1400年関連事業を検討します【重点】	5	

「Ⅱ. 特産品の生産能力低下の抑制」の評価結果一覧

特産品の生産支援を行います	1-①農業法人設立を促進します	1	D
	1-②援農隊の利用拡大を促進します	3	
	1-③就農支援に向けた取組みを検討します	3	
特産品の販売・加工品開発支援を行います	2-①特産品の六次産業化・ブランド化を推進します	3	C
	2-②地元食材の学校給食等への利用の充実をめざします	2	
	2-③体験型企画の受入環境の整備を検討します	3	
遊休農地を活用促進します	3-①遊休農地の利活用を推進します	3	C
	3-②市民農園の利用拡大を促進します	3	

「Ⅲ. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ」の評価結果一覧

観光まちづくりに関わる人材・組織のネットワークの連携強化を行います	1-①「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします【重点】	5	C
	1-②太子町観光まちづくりネットワークの設立に向けた取組みを推進【重点】	5	
	1-③地域連携DMOについて検討します	1	
観光まちづくりに関わる人材を発掘・育成します	2-①観光まちづくりガイド・サポ-タ-養成講座の開講を検討します	5	A
	2-②職員対象の観光まちづくり勉強会の開催を検討します	5	
観光まちづくりを牽引する企画力・機動力を備えた組織を形成します	3-①観光まちづくり団体等への人的支援策を検討します	5	C
	3-②観光まちづくり団体等の法人化に向けた取組みの支援策を検討します	3	
	3-③観光まちづくり団体等の経営戦略づくりの支援策を検討します【重点】	3	
既存資源を活かした観光まちづくりコンテンツを開発します	4-①日帰り観光ルート(プラン)の認定に向けた取組みを推進します	4	B
	4-②観光まちづくりガイド・サポ-タ-の活動の支援策を検討します	5	
	4-③二上山のブランディングを推進します	3	
	4-④既存イベントのリニューアル等を促進します	4	
“地”を活かした新たな観光まちづくり資源を発掘・活用します	5-①大道旧山本家住宅の利用を促進します	2	D
	5-②空き家の利活用を推進します	4	
	5-③フル-ツラン・ライドイベントの開催に向けた取組みを推進します	1	
	5-④ワインツ-リズムを推進します	1	

「Ⅳ. 戦略的なコミュニケーションの展開」の評価結果一覧

観光まちづくりの拠点を整備します	1-①古民家の活用を検討します	4	B
	1-②竹内街道交流館等の既存施設の活用を検討します	5	
	1-③道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討します【重点】	3	
ターゲットを絞った効果的なコミュニケーションを展開します	2-①太子町観光まちづくりのロゴ、キャッチコピーの制作に向けた取組みを推進します	5	C
	2-②シティブロモ-ションを推進します	4	
	2-③HP等でターゲット別の観光まちづくり情報を紹介するための取組みを推進します	3	
	2-④定住・セカンドハウス促進プロモ-ションを推進します	1	
	2-⑤サイン計画の策定を検討します【重点】	5	
	2-⑥訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進します	4	
パブリシティの獲得を狙った戦略的な広報活動を推進します	3-①メディアリレ-ションズを推進します	3	C
	3-②民間事業者の観光キャンペーンに取り上げてもらえるよう努めます	2	
	3-③ウェブ上で太子町の情報が拡散するよう努めます	4	

「Ⅴ. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援」の評価結果一覧

観光まちづくり分野の民間収益事業を誘発するソフト支援を充実します	1-①観光まちづくりの推進を支援する助成制度の創設を検討します	5	A
	1-②民間事業者の地域連携イベントの支援策を検討します	5	
広域連携・地域連携を強化します	2-①広域連携・地域連携イベント・事業の企画・実施を推進します	4	C
	2-②地域イベントへの参加・PRを推進します	3	
観光まちづくり関連データを収集・分析・公開します	3-①定期的なマーケティングリサ-チの実施を検討します【重点】	3	D
	3-②観光まちづくり関連の調査分析データの公開に努めます	1	

重点メニューの進捗状況は、「聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討」はコロナウイルスの影響で実施できなかった事業があるものの、各検討を順調に行い終了した。

「竹内街道」等の日本遺産認定をめざす「太子町観光まちづくりネットワークの設立に向けた取り組み」「観光まちづくり団体等の経営戦略づくりの支援策検討」「サイン計画の策定検討」は概ね順調に進めてきた。「定期的なマーケティングリサーチの実施を検討・育成する行政支援」は、「町外在住者を対象とするインターネットアンケート調査等の実施を検討」が全くできていないが他は概ね順調に進めてきた。

「道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討」は、いずれも進捗が遅れている。

令和 2 年度の結果 4 以上

1. 聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討

主な取り組み	進捗状況	今後の方針
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」に向けた勉強会の開催を検討します	5	完了
(仮称) 聖徳太子没後 1400 年関連事業実行委員会の設置を検討します	5	完了
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」事業計画の策定を検討します	5	完了
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」のプログラムの公募を検討します	5	完了
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」チームプロジェクトの実施を検討します	5	完了

2. 「竹内街道」等の日本遺産認定をめざす

認定推進組織の活動を積極的に推進します	5	継続
日本遺産を活かした観光まちづくりの取り組みを推進します	4	継続

3. 太子町観光まちづくりネットワークの設立に向けた取り組み

太子町観光まちづくりネットワークの登録制度の整備を検討します	5	継続
観光まちづくり講座の開講を検討します	5	継続
コラボレーションプロジェクトを検討します	4	継続

4. 観光まちづくり団体等の経営戦略づくりの支援策検討

支援する観光まちづくり団体等を選定します	5	継続
観光まちづくり団体等の経営戦略づくりの支援策を検討します	5	継続

5. 道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討

(仮称) 道の駅「近つ飛鳥の里・太子」再整備検討委員会の設置を検討します	2	継続
「道の駅『近つ飛鳥の里・太子』再整備計画」の策定を検討します	2	継続

6. サイン計画の策定検討

「太子町サイン計画」の策定を検討します	5	継続
統一的なサインを町内観光スポットを中心に順次設置します	5	継続

7. 定期的なマーケティングリサーチの実施を検討

住民アンケート調査の実施を検討します	5	継続
町外在住者を対象とするインターネットアンケート調査等の実施を検討します	1	継続
来訪者アンケート調査の実施を検討します	5	継続
観光まちづくり関連施設等の実態・実績把握に努めます	4	継続

(4) 各課題／各重点メニューの評価結果

各課題における評価指標の令和2年度末の達成状況からは、達成したものは2指標のみ「観光まちづくり団体等のHPの年間ユニークユーザー数」「町外イベントへの参加回数」となっており、75%以上まで達しているのが、「大阪府アドプト・プログラム参加団体数」「観光まちづくり団体等のコミュニケーション活動件数」「パブリシティ数」「看板等の多言語対応率」の4指標となっている。

一方、25%以下にとどまる指標が「遊休農地面積(m²)」「観光まちづくりのための空き家の利活用数」となっている。「観光まちづくり団体等のコミュニケーション活動件数」「観光まちづくり関連イベント実施回数」「町外イベントへの参加回数」は、コロナウイルスの影響で令和2年度には実施できなかった事業が影響しているため、コロナウイルスの影響を受ける前年の値で評価)。

「I. 誇りや愛着の醸成」の評価結果一覧

課題の評価指標	達成状況	R2年度	R3目標
太子町に住み続けたい住民の割合(シビックプライド)(%)	C	58.4	80.0
大阪府アドプト・プログラム参加団体数	B	4	5
太子町アドプト・プログラム参加団体数	C	3	5

「II. 特産品の生産能力低下の抑制」の評価結果一覧

ぶどうの栽培面積(ha)	F	—	42
みかんの栽培面積(ha)	F	—	10
農家数	F	—	330
遊休農地面積(m ²)	E	93,441	48,000
体験型企画の受入農家数	D	1	3

「III. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ」の評価結果一覧

太子町観光まちづくりネットワーク登録団体数	C	13	20
観光まちづくりのための空き家の利活用数	E	0	3

「IV. 戦略的なコミュニケーションの展開」の評価結果一覧

観光まちづくり団体等のHPの年間ユニークユーザー数	A	38,059	36,500
観光まちづくり団体等のコミュニケーション活動件数	E(C)	202(745)	1,000
パブリシティ数(総数)	B	26	30
看板等の多言語対応率	B	42	50.0

「V. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援」の評価結果一覧

観光まちづくり関連のデータセット件数	F	—	20
観光まちづくり関連イベント実施回数	E(C)	0(7)	10
町外イベントへの参加回数	E(A)	0(22)	6

()はコロナウイルスの影響を受ける前年の値

重点メニューの評価指標の令和2年度末の達成状況からは、達成したものは4指標のみ「聖徳太子没後1400年関連事業」関連ボランティア数」「日本遺産」関連パブリシティ数」「観光まちづくり団体等のHPの年間ユニークユーザー数」「竹内街道交流館」の年間来訪者数」となっている。

「観光まちづくり関連のデータセット件数」は取組がなく評価できない。

特に、コロナウイルスの影響を受けた指標も多く、重点メニュー1は、「聖徳太子没後1400年関連事業」に関わる指標であり数値が伸びていない。

「重点メニュー1 | 聖徳太子没後1400年関連事業を検討します」の評価結果一覧

重点メニューの評価指標	達成状況	R2年度	R3目標
「聖徳太子没後1400年関連事業」関連ボランティア数	E(A)	0(807)	500
「聖徳太子没後1400年関連事業」関連イベント来場者数	E	0(15,346)	200,000
「聖徳太子没後1400年関連事業」関連のパブリシティ数	E	4	20

「重点メニュー2 | 「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします」の評価結果一覧

認定された「日本遺産」の件数	C	1	2
「日本遺産」関連パブリシティ数	E(A)	0(3)	2

「重点メニュー3 | 太子町観光まちづくりネットワークの設立に向けた取組みを推進します」の評価結果一覧

太子町観光まちづくりネットワーク登録団体数	C	13	20
コラボレーションプロジェクト実施件数	E(C)	0(6)	10

「重点メニュー4 | 観光まちづくり団体等の経営戦略づくりの支援策を検討します」の評価結果一覧

観光まちづくり団体等の主催イベントの参加者数(総計)	E(C)	0(807)	1400
観光まちづくり団体等のHPの年間ユニークユーザー数	A	38,059	36,500
観光まちづくり団体等の自主事業数	C	4	8

「重点メニュー5 | 道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討します」の評価結果一覧

道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の年間販売額(万円)	C(B)	5,763(6,071)	7,700
「竹内街道歴史資料館」の年間来訪者数	D(B)	2,775(5,382)	6,000
「竹内街道交流館」の年間来訪者数	A(A)	1,258(1,640)	1,000

「重点メニュー6 | サイン計画の策定を検討します」の評価結果一覧

看板の多言語対応率	B	42	50
-----------	---	----	----

「重点メニュー7 | 定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します」の評価結果一覧

観光まちづくり関連のデータセット件数	F	-	20
--------------------	---	---	----

()はコロナウイルスの影響を受ける前年の値

(5) 課題別の今後の課題

I. 誇りや愛着の醸成

- ・住民の太子町への定住意向や観光まちづくりへの関心等の基礎データを収集・分析する必要がある。
- ・継続的に展開している大阪府・太子町アドプト・プログラムやクリーンキャンペーンを発展させるとともに、参加者・参加団体の拡大を図る必要がある。
- ・日本遺産に認定された竹内街道について、竹内街道・横大路（大道）活性化実行委員会が主体となって実施してきた文化庁の補助金が終了し、町としても事業の継続について、今後の取組みの整理が必要となっている。
- ・町外の人に知ってもらうために、観光パンフレットをできるだけ町外に配架できるように関係各所に働きかける必要がある。

II. 特産品の生産能力低下の抑制

- ・ぶどうやみかんの栽培面積、農家数等の基礎データを収集・分析する必要がある。
- ・NPO 法人ぶどう塾や就農支援についての相談窓口の設置などの取組みを発展させ、市民農園や遊休農地の利活用につなげていく必要がある。
- ・ぶどうやみかんなどの特産品の流通量の増加（既存農家の収益の確保）に向けて、農業法人の設立や特産品の六次産業化・ブランド化に向けた取組みや、地元食材の学校給食等への利用の充実を進める必要がある。

III. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ

- ・太子町観光まちづくりネットワークや地域連携 DMO の設立に向けて、隣接する市町村や町内外の観光まちづくり団体や事業者等と検討を進める必要がある。
- ・「空き家を活用した飲食店舗開業補助制度」の利用を促すよう、制度の認知の拡大を図る必要がある。
- ・これまでできていなかったメニューに着手していく必要がある。

IV. 戦略的なコミュニケーションの展開

- ・「空き家を活用した飲食店舗開業補助制度」の利用を促すよう、制度の認知の拡大を図る必要がある。
- ・太子町観光・まちづくり協会が SNS（Facebook、Instagram、twitter、ブログ）の活動件数の増加を図り、太子町の情報を拡散していく必要がある。
- ・サインの多言語化や無線 LAN 環境の整備など、訪日外国人の受入環境の整備を図るとともに、メディアに取り上げてもらえるような働きかけをしていく必要がある。

V. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援

- ・PDCA サイクルを回しながら観光まちづくりを推進していくため、観光まちづくりに関連するマーケティングリサーチを実施する必要がある。

(重点メニュー課題)

- ・観光まちづくり団体や事業者等の自主事業の支援やコラボレーションプロジェクトの実施に向けた検討を進めていく必要がある。
- ・道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の営業や既存イベント、竹内街道歴史資料館など、取組みを続けているものの、集客・消費に結びついていない取組み・事業を改善していく必要がある。



太子町 まちづくり推進部 観光産業課