

太子町観光まちづくりビジョン

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～



平成 29 年 3 月
大阪府 太子町

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～

太子町の魅力を伝え、これからの10年間を計画目標年次とする「第5次総合計画」が平成28年度からスタートしました。そこでは、「人と自然と歴史が交流し 未来へつなぐ 和のまち“たいし”」の実現をめざしたまちづくりを進めるため、基本目標の一つに「活力と魅力にあふれる、個性豊かなまちづくり」を定め、観光を通じて本町の魅力を掘り起し、本町の自然・歴史資源を活用した交流人口の拡大をめざしております。

このような中、平成33年（2021年）には聖徳太子没後1400年を迎えます。また、竹内街道沿道の自治体で構成する竹内街道・横大路（大道）活性化実行委員会においても、竹内街道の日本遺産認定に向け取り組んでいるところであり、これらを本町の知名度アップの好機と捉え、さらなる太子ブランドの強化と地域への誇りと愛着を育みたいと考えております。

こうしたことから、今後10年間における本町の観光まちづくりビジョンの将来像を「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、本町に関わるすべての人たちと協働でまちづくりを進めながら全力で取り組んでまいります。

最後に、「太子町観光まちづくりビジョン」の策定にあたりましては、観光まちづくりビジョン策定検討委員会や町議会をはじめとして、事業者・各種団体へのヒアリング調査、来訪者アンケート、住民ワークショップやパブリックコメント、また、観光まちづくり勉強会などを通じて、多くの住民参加を賜りながらビジョンをつくりあげることができました。この場をお借りして心からお礼申し上げますとともに、このビジョンの策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました多くの皆様に感謝申し上げます。



平成29年3月

太子町長 浅野克己



目次

1. 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定趣旨	1
(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定趣旨	1
(2) 「太子町観光まちづくりビジョン」の位置づけ	1
2. 太子町の観光まちづくりの課題	2
(1) 誇りや愛着の醸成	2
(2) 特産品の生産能力低下の抑制	2
(3) 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ	2
(4) 戦略的なコミュニケーションの展開	3
(5) 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援	3
3. 「太子町観光まちづくりビジョン」の基本的な考え方	4
(1) 基本理念	4
(2) 将来像	4
(3) 計画期間	5
(4) 目標	5
(5) ターゲット	6
4. 「太子町観光まちづくりビジョン」の施策	12
(1) 施策体系	12
(2) 具体的な取組み	13
I. 誇りや愛着の醸成	13
II. 特産品の生産能力低下の抑制	17
III. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ	21
IV. 戦略的なコミュニケーションの展開	26
V. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援	30
(3) 重点メニュー	33
5. 「太子町観光まちづくりビジョン」の推進	62
(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の推進主体	62
(2) 「太子町観光まちづくりビジョン」の進行管理	62
(3) (仮称) 太子町観光まちづくりビジョン評価会議	63
6. 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定経過	64
(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定の経過	64
(2) 「太子町観光まちづくりビジョン」策定検討委員会要綱	66
(3) 「太子町観光まちづくりビジョン(案)」についての意見具申	68
(4) 「太子町観光まちづくりビジョン」策定検討委員会等名簿	69

1. 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定趣旨

(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定趣旨

人口減少と少子高齢化が全国的に進展している中、その抑制策の一つとして観光振興やシティプロモーションが注目されており、各市町村が「交流人口の増加」や「企業誘致」、「定住促進」などに戦略的に取り組んでいます。

本町では、平成 28 年（2016 年）に策定した「第 5 次太子町総合計画」【平成 28 年度（2016 年度）～平成 37 年度（2025 年度）】の政策に「まちの魅力を活かした交流の推進」「地域への愛着心の醸成」「住民との協働の推進」を掲げており、また地方創生をめざして平成 28 年（2016 年）に策定した「太子町まち・ひと・しごと創生総合戦略」【平成 27 年度（2015 年度）から平成 31 年度（2019 年度）】においても、基本方針に「まちの魅力を活かした交流・観光の推進」「地域への愛着心の醸成」を掲げています。

本町には、町名の由来ともなっている聖徳太子御廟や、用明天皇、推古天皇などの歴代天皇陵が点在し、日本最古の官道である竹内街道が町内を縦断するなど優れた歴史資源を有しています。二上山をはじめとする豊かな自然環境も保全されており、全国に誇るみかんやぶどうなどの特産品も栽培されています。また住民文化が醸成されており、住民主体のまちづくりが長きにわたって展開されていることも特筆すべき点だと言えます。

しかしながら、これら交流・観光を振興していくに資する資源を有しているものの、現状、これらの魅力を十分に活かしておらず、交流人口の増加や定住の促進には至っていません。

平成 33 年（2021 年）には聖徳太子没後 1400 年の節目を迎えることもあり、本町ではこの好機を捉え、さらなる知名度の獲得や太子ブランドの強化を図りたいと考えています。

そこで、今後ますます勢いが増すと予想される人口減少と少子高齢化を抑制していくため、本町の地域資源を活かした観光振興の方向性と具体的な施策を示す「太子町観光まちづくりビジョン」を策定することとします。

(2) 「太子町観光まちづくりビジョン」の位置づけ

「太子町観光まちづくりビジョン」は、「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」を上位計画とする個別計画とします。

2. 太子町の観光まちづくりの課題

現況調査等（別紙「太子町観光まちづくりビジョン-資料編-」参照）から、観光まちづくりの課題として以下のものが考えられます。

（１）誇りや愛着の醸成

「第 5 次総合計画策定のためのアンケート調査」【平成 27 年度（2015 年度）】では、太子町に住んでいる人のうち、特に 10 歳代～30 歳代の人が「町外に移りたい」と回答している割合が高いことが分かりました。

人口減少と少子高齢化が進展していく今後、次世代の観光まちづくりの担い手を確保するためにも、また、現在住んでいる人の転出を抑制し転入者を増やしていくためにも、地域への誇りや愛着（シビックプライド）を醸成することが急務となっています。

（２）特産品の生産能力低下の抑制

国勢調査の結果から、太子町に住んでいて、農業・林業に従事している人のうち 7 割以上が 60 歳以上であるということが分かっています。また大阪府統計年鑑からは、農家の数が減少してきていることが明らかとなっています。

太子町の農業は、後継者等に引き継がれない限り、衰退の一途をたどり、一方で遊休農地が拡大していくことも予想されます。特産品であるぶどうやみかんの生産も危機的状況にあると言っても過言ではありません。ぶどうやみかんは太子町の有力な観光まちづくりコンテンツの 1 つですので、これらを将来にわたって観光まちづくりに活かしていくために、特産品の生産能力の低下を抑制していくことが求められています。

（３）観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ

太子町では平成 24 年（2012 年）に太子町観光・まちづくり協会が設立されたものの、年間を通じて、既存イベントの準備に追われ、その他の観光まちづくり事業に注力できていない現状があります。

また太子町観光・まちづくり協会をはじめ、観光まちづくり関連の事業を手掛けている事業者、住民団体等とが十分に連携をとれておらず、住民も含め、地域が一体となって、観光まちづくりを推進していける体制が整っていません。

全国の市町村で積極的なシティプロモーションや移住促進に向けた取組みが展開されている中、後発的に観光まちづくりを推進していくためには、既存の観光まちづくりコンテンツをブラッシュアップしたり、太子町のオリジナリティを活かした新たな観光コンテンツを開発することはもちろん、観光まちづくりを推進する主体としての担い手を育成していくなど、積極的な取組みが必要です。

(4) 戦略的なコミュニケーションの展開

太子町は全国的に知名度が低く、大阪府内においても太子町（たいしちょう）と正確に読んでもらえないこともあるなど、多くの人に認知されていない現状があります。また、観光まちづくりに関しては太子町と太子町観光・まちづくり協会がそれぞれのHP等で情報発信を行っているものの、十分なリーチ¹を獲得できていないとは言えません。

町外から太子町へ来訪してもらい、定住を促していくためには、まずは太子町を認知してもらわなければなりません。そのためにターゲットの絞り込みを行い、効率的・効果的にコミュニケーションを実施していくことが必要です。

(5) 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援

太子町ではこれまで積極的に観光まちづくり事業に着手してきておらず、広域的な取組みや民間活力を呼び込むような取組みもあまり行ってきませんでした。また、観光まちづくりに関するデータ等もこれまで収集してきておらず、詳細な現状把握や効果測定等を行うことができていませんでした。

観光まちづくりの動きを大きく展開していくためには、民間活力や他都市と互恵関係を築き、連携・協力することで相乗効果を生んでいく必要があります。また、継続的に有効な施策が講じられるよう、適切に評価・分析する仕組みの構築が必要不可欠です。

¹ リーチとは、特定の Web サイトが一定期間内にどれだけの人に閲覧されたかを示す値のこと。

3. 「太子町観光まちづくりビジョン」の基本的な考え方

(1) 基本理念

「太子町観光まちづくりビジョン」を推進していくにあたり、以下の2点を基本理念として定めます。

- ・ **地域に対する誇りと愛着を太子町内外の人の心に育みます**
太子町内外の人の心に、地域に対する誇りと愛着（シビックプライド）を育みます。
- ・ **「和」の精神をもって近つ飛鳥の里の魅力を創造します**
「和」の精神をもって、近つ飛鳥、遠つ飛鳥の魅力を掛け合わせることで、地域内外の交流を生み、人與人、人とまちとの関係を育みます。

(2) 将来像

以下を「太子町観光まちづくりビジョン」の将来像として定めます。

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～

かつて奈良県高市郡明日香村飛鳥の「遠つ飛鳥」と区別して、「近つ飛鳥」と呼ばれていた太子町一帯は、飛鳥と難波を結ぶ日本最古の官道である竹内街道が通り、古代の時代より人や物が行き交う、国際色豊かな地域でした。

近つ飛鳥の里である太子町は、御陵が集積する「王陵の谷」として知られています。中でも町名の由来でもある聖徳太子御廟の存在は非常に大きく、「聖徳太子のまち」であることが住民の誇りとなっており、まちには聖徳太子の「和」の精神が根付いています。

全国各地でシティプロモーションやシティブランディングが推進されている中、後発的に観光まちづくりに取り組み、成果を出すには、聖徳太子の「和」の精神を引き継ぎ、「近つ飛鳥」「遠つ飛鳥」の資源と遺産を有効に組み合わせながら、効果的に伝えていくことが重要です。

太子町の宝である聖徳太子の「和」の精神で新しい“たいし”を創造し、伝えていく。そうした思いから「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～」という将来像を設定しました。

(3) 計画期間

平成 29 年度（2017 年度）～平成 33 年度（2021 年度）を前期、平成 34 年度（2022 年度）～平成 38 年度（2026 年度）を後期とする計 10 か年を計画期間として設定します。なお、前期と後期の切り替え時期に、計画の見直しを行い、太子町の状況及び社会情勢の変化に応じて、計画を更新するものとします。

(年度)

前期（5 年間）					後期（5 年間）				
H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)	H33 (2021)	H34 (2022)	H35 (2023)	H36 (2024)	H37 (2025)	H38 (2026)

▲
計画更新

(4) 目標

前期【平成 29 年度（2017 年度）～平成 33 年度（2021 年度）】と後期【平成 34 年度（2022 年度）～平成 38 年度（2026 年度）】の目標をそれぞれ、以下の通り設定します。

● 前期目標【平成 29 年度（2017 年度）～平成 33 年度（2021 年度）】

「観光まちづくり」推進のための人材・組織の発掘・育成及び基盤整備

「観光まちづくり」を推進するために必要不可欠な推進主体となる人材・組織を発掘・育成していくとともに、推進環境を整えるなど基盤整備を行うことを前期の目標とし、平成 33 年度（2021 年度）に迎える聖徳太子没後 1400 年の節目を好機と捉えて、積極的な「観光まちづくり」の取組みを展開します。

● 後期目標【平成 34 年度（2022 年度）～平成 38 年度（2026 年度）】

持続可能な「観光まちづくり」の推進

「観光まちづくり」の取組みが縮小することなく、持続的に展開できるよう「観光まちづくり」を推進していくことを後期の目標とし、「くらしの舞台」として選ばれるまちをめざします。

(5) ターゲット

効果的な施策を展開していくために、ターゲットを以下の通り設定し、それぞれの「重点ターゲット」については具体的な人物像（ペルソナ）を設定します。

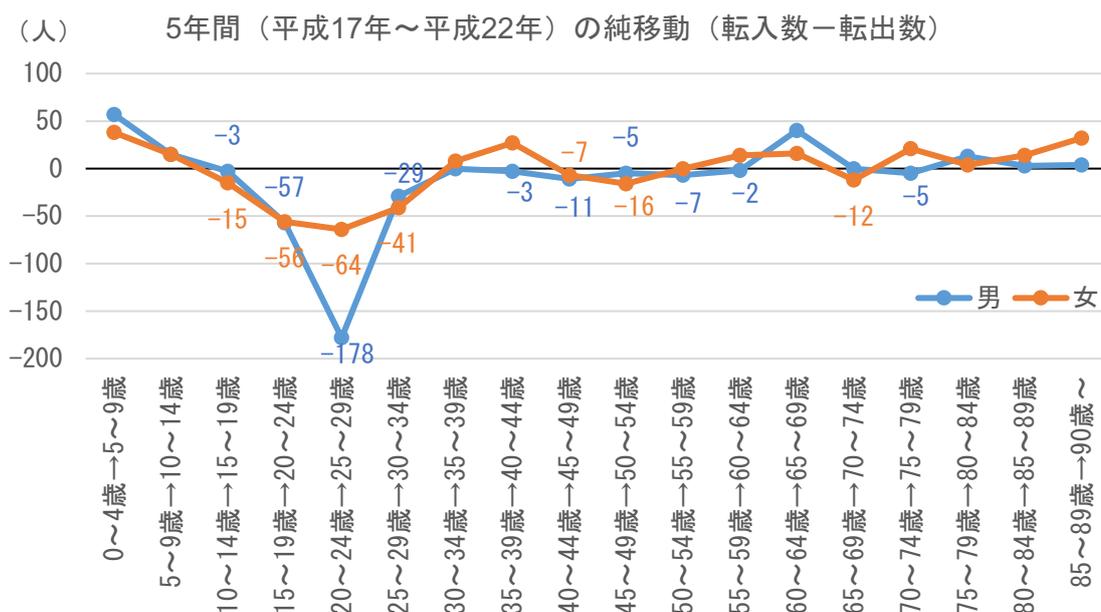
1. 太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人

「太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人」にまちに対する愛着や誇りを育んでもらうために、観光まちづくりの取組みに主体的に参画してもらい、町外流出を抑止します。

特に「太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人」のうち、観光まちづくりの担い手となりうるとともに、転出の多い世代でもある10～40歳代の人を重点ターゲットとします。

重点ターゲット

観光まちづくりの担い手となりうる10～40歳代の住民及び太子町に在学・在勤している人



出典：総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」

※ 重点ターゲットの設定について

地域のまちづくり活動には多世代の参加・協力が不可欠です。しかし、10～40歳代は学業や仕事、子育てなどに忙しく、地域のまちづくり活動に関わることが難しいため、50歳代以降の世代がその中心を担っている現状があります。

ターゲットとしては老若男女に関わらず、「太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人」を想定していますが、人口減少と少子高齢化が進んでいく今後のことを見据え、地域のまちづくり活動の次世代を担う人材を育成するという意味で、重点ターゲットを「10～40歳代の住民及び太子町に在学・在勤している人」と設定しています。

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生

21 歳の大学生。太子町の実家から大阪市内の大学に通っている。大学ではテニスサークルに所属し、大阪市内のアパレルショップでアルバイトをしている。サークル活動とアルバイトに忙しく、太子町にはほとんど寝に帰るだけの生活だが、毎年、だんじりには欠かさず参加している。就職を機に太子町を出ようと漠然と考えている。

人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生

太子町立中学校に通う 15 歳の女子中学生。部活動は社会科学部に所属しており、部活動の一環として、太子町の歴史や特徴などをまとめたフリーペーパーを作成している。休日は大型商業施設などに家族で出かけることが多い。生まれ育った太子町には愛着があるものの、移動も不便で、遊ぶところも少ないので、将来は太子町を出ようと思っている。

人物像 03：兼業農家の独身男性

ぶどう農家の長男で、兵庫県の大学を卒業後、大阪市内の会社に就職し、実家の太子町から通勤していたが、30 歳を機に家業を継いだ。現在 32 歳。ぶどうのシーズンには作業に追われているものの、閑散期には大阪市内で派遣のアルバイトにも従事している。休みの日には近畿一円にドライブに出かけることが多い。出会いがないのが最近の悩み。毎年だんじりには参加している。

人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員

大阪市内の会社に勤める 36 歳の会社員。妻と 2 人の小学生の息子と暮らす 4 人家族。生まれも育ちも太子町で、太子町から出て生活したことはない。太子町での暮らしには満足しており、今後も太子町を出る予定はない。地域の行事ごとの際には頼られることが多く、だんじりでは中心となって活躍している。太子町のために何かしたいと考えているものの、具体的なアクションは起こせていない。

人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

42 歳の女性。夫と中学生の息子と暮らしている。太子町の観光まちづくり関連の団体に所属し、週に 2、3 日パートとして働いている。生まれ育ったまちだということもあり、太子町を盛り上げたいとは思ってはいるものの、日々、目の前の業務に追われており、また観光まちづくりを専門的に学んだわけでもないため、なかなか新しいことに取組めないでいる。

2. 太子町に関心のある人

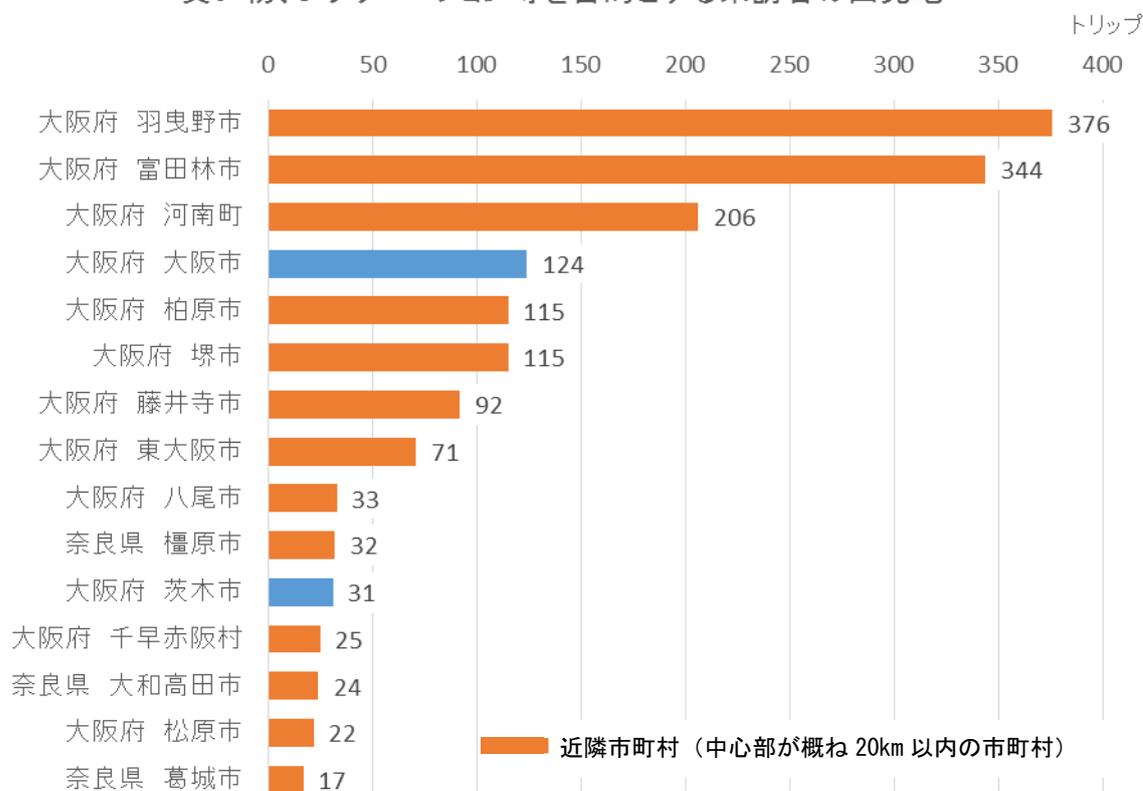
観光に限定せず、これまでに太子町に来訪したことのある「太子町に関心がある人」に繰り返し再訪してもらうことにより、太子町に対する愛着を育むとともに、太子町や太子町の住民との関係を構築します。

特に「太子町に関心のある人」のうち、近隣（太子町の20km圏）に住んでおり、観光、アクティビティ、買い物、休憩等を目的に太子町に来訪したことのある20～60歳代の人を重点ターゲットとします。

重点ターゲット

近隣（太子町の20km圏）に住んでおり、観光、アクティビティ、買い物、休憩等を目的に太子町に来訪したことのある20～60歳代の人

買い物、レクリエーション等を目的とする来訪者の出発地



出典：京阪神都市圏交通計画協議会²「近畿圏パーソントリップ調査³」（2010年）

※ 目的地が太子町、目的が自由（通勤、通学、業務、帰宅以外）のトリップを出発地別に集計したOD量⁴。

²京阪神都市圏交通計画協議会は国土交通省近畿地方整備局、地方公共団体、高速道路、鉄道バス会社等で構成。

³ パースントリップ調査は、「いつ」「どこから」「どこまで」「どのような人が」「どのような目的で」「どのような交通手段を利用して」移動したのかについて調査し、人の1日のすべての動きをとらえるもの。

⁴ OD量は、ある地域からある地域へ移動する交通量（単位はトリップ）。Origin（出発地）－Destination（目的地）の略語。

人物像 06：富田林市在住の市民ランナー

大阪市内の会社に勤める 55 歳の男性。2 人の子どもが就職を機に家を出たため、現在は富田林市のマンションに妻と二人暮らし。趣味はマラソンで、年に 1 度はフルマラソンの大会に出場している。マラソンのトレーニング用に自分で設定した 20km 前後のコースをいくつか持っており、その 1 つに自宅と道の駅「近つ飛鳥の里・太子」を往復するコースがある。太子町にはトレーニングでたびたび訪れているものの、道の駅「近つ飛鳥の里・太子」で休憩するだけで、観光はしたことがない。

人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト

羽曳野市で自営業を営む 36 歳の独身男性。趣味は自転車で、週末には自転車仲間と一緒に、早朝から近隣市にロングライドに出掛けることも多い。ぶどう畑を一望でき、適度なアップダウンもある「南河内グリーンロード」を通して、太子町の道の駅「近つ飛鳥の里・太子」をゴールにすることもしばしば。自転車移動のため、買い物をすることはほとんどない。

人物像 08：河南町在住のハイカー

河南町で夫と二人暮らしをしている 64 歳の女性。趣味のガーデニングをしたり、手芸サークルに参加したり、悠々自適に暮らしている。夫が定年退職してからは、一緒に六甲山や生駒山、岩湧山などの日帰りで登れる山にハイキングに出掛けることも。近所の二上山にも訪れたことがある。ハイキングの時は喫茶店等で休憩することはあっても、荷物になるため、買い物はしないことが多い。買い物には道の駅「かなん」をよく利用する。

人物像 09：橿原市（奈良県）在住のワイン好きの主婦

橿原市で夫と娘の 3 人で暮らしている 49 歳の主婦。平日の昼間は奈良市内の会社でパートスタッフとして働いており、休日は夫と食事や買い物に出かけることもあるが、自宅でワインを飲みながらのんびりと過ごすことも多い。よく飲むのはフランスやイタリアのワインだが、最近はワイン業界でも評価が高くなってきている国内産のワインも気になっており、ワイン目当てに何度か羽曳野市や太子町の道の駅に足を運んだことがある。

人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

堺市で妻と二人で暮らす 38 歳の男性会社員。夫婦ともに歴史好きで、休日には 2 人で寺社仏閣や遺跡を巡ったりすることもある。どこかに行くときは事前にインターネットや図書館などで下調べするので、基本的には現地ガイドに頼らず、自分たちが行きたいところを自分たちのペースで回ることが多い。太子町には大阪府立近つ飛鳥博物館を訪れたついでに立ち寄り、太子町立竹内街道歴史資料館や聖徳太子御廟などを巡ったことがある。

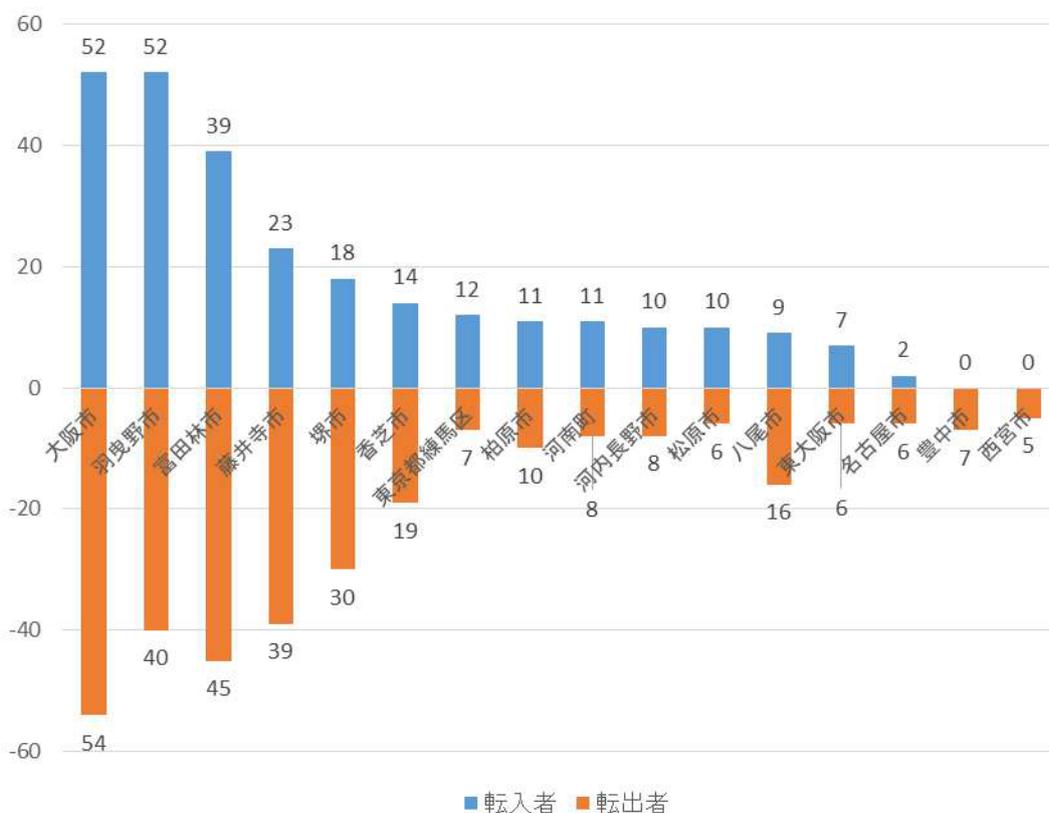
3. 太子町の魅力に気づいていない人

訪日外国人旅行者はもちろん、国内にも「太子町の魅力に気づいていない人」は多くいます。そうした人々の来訪を積極的に促すことによって、新規来訪者の獲得をめざします。

特に太子町にアクセスしやすい大阪都市圏に在住の太子町に来訪したことのない20～60歳代の人を重点ターゲットとして設定します。

重点ターゲット 大阪都市圏在住で太子町に来訪したことのない20～60歳代の人

転出元・転入先の市町村分布(平成25年度)



出典：太子町「太子町人口ビジョン」

人物像 11：大阪市で一人暮らしをしている女子大学生

大阪市内で一人暮らしをしている 20 歳の女子大学生。大学ではグラフィックデザインを学んでいる。大学の課題に追われながらも、天王寺のインテリアショップでアルバイトもしており、忙しくも充実した毎日を送っている。休日は同世代の高感度な人たちが集まるようなイベントや展覧会に行くため、大阪、神戸、京都、奈良などの都市部に行くことが多い。

人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員

大阪市内の会社に勤める 42 歳の女性。大阪市内のマンションに夫と暮らしている。仕事帰りにヨガに行くなど日頃から運動を心がけており、食事にも気をつかうなど健康志向が強い。休日には夫と一緒に地元産の商品や掘り出し物を求めて、マルシェやフリーマーケットに出かけたりすることも。話題のスポットに遊びに行くなど新しいもの好きなどところもある。

人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員

高槻市のマンションに暮らす 62 歳の男性会社員。3 人の子どもたちは全員親元を離れて生活しており、今は妻との 2 人暮らし。自宅の近所に市民農園を借りており、休日は妻と一緒に土いじりをしたりして楽しんでいる。都市部での生活も便利で気に入っているものの、定年後は田舎で悠々自適に暮らしたいという思いもあり、都市と田舎の二拠点生活を検討している。

人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員

育児に熱心な奈良市在住の 33 歳の男性会社員。5 歳の娘が可愛くて仕方がない。平日もできるだけ早く帰って、娘と遊ぶ時間を作るよう努めている。休日も娘が喜ぶスポットに出かけることが多い。年に 1、2 回はテーマパークや職業体験施設などにも行くが、経済的な負担が大きいため、あまりお金のかからない地域イベントを見つけては行くようにしている。そのための情報収集は欠かさない。

人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

家族で日本への旅行を検討している上海在住の 34 歳の中国人男性。東京や大阪などの大都市を中心に妻と 6 歳の息子が喜ぶスポットを観光しようと、旅行会社が運営する旅行情報サイトや口コミサイト、ポータルサイトなどを中心に事前にリサーチ中。

4. 「太子町観光まちづくりビジョン」の施策

(1) 施策体系

「太子町観光まちづくりビジョン」の施策体系を以下のように設定します。

課題	施策	メニュー
Ⅰ. 誇りや愛着 の醸成	1. 地域に対する誇りや愛着を醸成します	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 ② 広報「太子」にて太子町の観光スポットを紹介するコーナーを設けます ③ アドプト・プログラムを推進します ④ 太子町おもてなし作戦を推進します ⑤ 竹内街道の景観保護を推進します ⑥ 遣使の任命活動を推進します ⑦ ふるさと納税を活用します
	2. 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	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 ② 聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討します【重点】
Ⅱ. 特産品の 生産能力低 下の抑制	1. 特産品の生産支援を行います	① 農業法人設立を促進します ② 援農隊の利用拡大を促進します ③ 就農支援に向けた取組みを検討します
	2. 特産品の販売・加工品開発支援を行います	① 特産品の六次産業化・ブランド化を推進します ② 地元食材の学校給食等への利用の充実をめざします 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	① 遊休農地の利活用を推進します ② 市民農園の利用拡大を促進します
Ⅲ. 観光まちづく りコンテンツ のブラッシュ アップ	1. 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 「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします【重点】 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します【重点】 ③ 地域連携DMOについて検討します
	2. 観光まちづくりに関わる人材を発掘・育成します	① 観光まちづくりガイド・サポーター養成講座の開講を検討します 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
	3. 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	① 観光まちづくり団体等への人的支援策を検討します 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 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】
	4. 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	① 日帰り観光ルート（プラン）の設定に向けた取組みを推進します ② 観光まちづくりガイド・サポーターの活動の支援策を検討します ③ 二上山のプランティングを推進します ④ 既存イベントのリニューアル等を促進します
	5. “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	① 大道旧山本家住宅の利用を促進します ② 空き家の利活用を推進します ③ フルーツラン・ライドイベントの開催に向けた取組みを推進します ④ ワインツーリズムを推進します
Ⅳ. 戦略的な コミュニケ ーションの 展開	1. 観光まちづくりの拠点を整備します	① 古民家の活用を検討します ② 竹内街道交流館等の既存施設の活用を検討します 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】
	2. 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	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 ② シティプロモーションを推進します ③ 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を推進します ④ 定住・セカンドハウス促進プロモーションを推進します ⑤ サイン計画の策定を検討します【重点】 ⑥ 訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進します
	3. 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	① メディアリレーションズを推進します 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 ③ ウェブ上で太子町の情報が拡散するよう努めます
Ⅴ. 観光まちづく り事業を 誘発・育成す る行政支援	1. 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 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 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
	2. 広域連携・地域連携を強化します	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 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	① 定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します【重点】 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

(2) 具体的な取組み

I. 誇りや愛着の醸成

1 地域に対する誇りや愛着を醸成します

太子町に住んでいる人の転出を抑制し、転入者を増やしていくために、地域に対する誇りと愛着（シビックプライド）を醸成します。

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

児童・生徒がまちの魅力を認識できるよう義務教育期間に近つ飛鳥の歴史や資源など地域理解を促進します。

② 広報「太子」にて太子町の観光スポットを紹介するコーナーを設けます

住民にまちの魅力を認識してもらえるよう全戸配布される広報「太子」でまちの観光スポットを紹介します。

③ アドプト・プログラムを推進します

住民や事業者などが中心となり、道路や川、森林などの緑化や美化活動を継続的に取り組むアドプト・プログラム（アドプトロード、アドプトリバー、アドプト活動など）を推進します。

④ 太子町おもてなし作戦を推進します

太子町の観光スポットを中心に太子町おもてなし作戦（清掃活動）を実施することで、観光スポットの魅力化を図るとともに、まちへの所属意識を高めます。なお、太子町おもてなし作戦は、楽しく取り組めるよう、ゴミ袋等を工夫（デザイン等）します。当メニューは「太子町観光まちづくりネットワーク」のコラボレーションプロジェクト（p.43 参照）としての実施を検討します。

⑤ 竹内街道の景観保護を推進します

「竹内街道・横大路（大道）」沿道や周辺の9市町村と連携し、竹内街道の景観保護を定める取組みを推進します。

⑥ 遣使の任命活動を推進します

オリジナル名刺のデザインデータを作成します。デザインデータをダウンロード・活用してもらえ
る人を太子町の使者・遣使として任命し、太子町のPRに努めてもらいます。



⑦ ふるさと納税を活用します

ふるさと太子応援寄付金（ふるさと納税）額の向上のため、かつて紙幣の図案として使用された聖徳太子を模した地域通貨など、ニュース性の高い特典を用意するなど趣向を凝らし、また、寄付してく
れた人に対して、太子町への来訪を促すプロモーションを展開します。

2 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

次世代の観光まちづくりの担い手を確保・育成していくために、住民が主体的に連携・協力しながら
進める観光まちづくりを推進します。

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

外部講師(雑誌づくりのプロなど)を招いて、住民主体で観光まちづくりガイドブックを作成します。
講師のアドバイスをもとにリサーチ、取材、撮影、記事作成などを住民が行うことで、地域の魅力を
再認識します。

② 聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討します【重点】

平成 33 年（2021 年）に迎える聖徳太子没後 1400 年のメモリアルを好機と捉え、これを記念す
る関連事業を検討します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 太子町をはじめ、「近つ飛鳥」や「遠つ飛鳥」に関する歴史や観光スポットについて学びます。
- 観光まちづくりの協働プログラムに参加します。

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

1. 地域に対する誇りや愛着を醸成します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①小・中学校で近つ飛鳥の里の歴史を知り、地域理解を推進します		●													
②広報「太子」にて太子町の観光スポットを紹介するコーナーを設けます	●	●	●	●	●										
③アドプト・プログラムを推進します	●	●	●	●	●										
④太子町おもてなし作戦を推進します	●	●	●	●	●										
⑤竹内街道の景観保護を推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
⑥遣使の任命活動を推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
⑦ふるさと納税を活用します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①住民主体で作成する観光ガイドブックづくりを推進します	●	●	●	●	●										
②聖徳太子没後1400年関連事業を検討します【重点】	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
 人物像 03：兼業農家の独身男性
 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
 人物像 08：河南町在住のハイカー
 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
 人物像 12：大阪市内在住の健康志向の強い会社員
 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
太子町に住み続けたい住民の割合（シビックプライド） （「第 5 次総合計画住民アンケート調査」）	%	71.4 （平成 26 年度）	80.0 （平成 32 年度実施予定）
大阪府アドプト・プログラム参加団体数	団体	4	5
太子町アドプト・プログラム参加団体数	団体	3	5



▲ 太子町アドプト活動・よいまちネット太子



▲ 大阪アドプト・リバー・唐川ホテルを守る会

Ⅱ. 特産品の生産能力低下の抑制

1 特産品の生産支援を行います

特産品の生産力低下を抑制するための支援と新たな就農者や後継者を増やすための支援を行います。

① 農業法人設立を促進します

遊休農地化を抑制し、ぶどうやみかんといった特産品の生産量を拡大していけるよう農業法人の設立を促します。

② 援農隊の利用拡大を促進します

援農隊制度を多くの人に利用してもらうよう促すことで、ぶどうやみかんといった特産品の生産にかかる人手不足を補います。

③ 就農支援に向けた取組みを検討します

農業の担い手を発掘できるよう就農支援に向けた取組みを検討し、特産品の生産体制を次代に継承していきます。

2 特産品の販売・加工品開発支援を行います

新たな需要を掘起し、商品価値を高めるため、特産品の販売強化や加工品開発の支援を行います。

① 特産品の六次産業化・ブランド化を推進します。

特産品の付加価値を高めるとともに、他の生産地との差別化を図るため、六次産業化を促し、ブランド認定制度を設けるなど、ブランド化に向けた取組みを推進します。

② 地元食材の学校給食等への利用の充実をめざします

地産地消の取組みを推し進め、地域内での流通と消費を図るため、地元食材の学校給食等への利用をめざした取組みを進めます。

③ 体験型企画の受入環境の整備を検討します

来訪者がぶどうやみかんといった特産品のもぎとり体験や、ジャムづくりなどの加工体験ができるよう、農家や道の駅「近つ飛鳥の里・太子」等と連携するなど、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

人口減少と高齢化に伴い拡大が予想される遊休農地を観光まちづくりに活用するための取組みを促進します。

① 遊休農地の利活用を推進します

遊休農地の利活用を推進することで、農産物の生産力向上を図ります。

② 市民農園の利用拡大を促進します

市民農園の利用拡大を進めることで、遊休農地の有効利用を促します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 援農隊を利用するなど、太子町の特産品との関わりを持ちます。
- 事業者・団体は特産品の生産量を低下させないように取り組みます。
- 地元産の食材や加工品を活用するよう心がけます。
- 市民農園の利用に努めます。



▲ 太子みかんソース

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

特産品の生産能力低下の抑制	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
1. 特産品の生産支援を行います			●												
①農業法人設立を促進します			●												
②援農隊の利用拡大を促進します	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
③就農支援に向けた取組みを検討します	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2. 特産品の販売・加工品開発支援を行います	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①特産品の六次産業化・ブランド化を推進します			●												
②地元食材の学校給食等への利用の充実にめざします			●												
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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①遊休農地の利活用を推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②市民農園の利用拡大を促進します	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
 人物像 03：兼業農家の独身男性
 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
 人物像 08：河南町在住のハイカー
 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

人物像 11：大阪府で一人暮らしをしている女子大学生
 人物像 12：大阪府在住の健康志向の強い会社員
 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
ぶどうの栽培面積 (農林水産省「2015 年農林業センサス」)	ha	40 (平成27年2月1日)	42
みかんの栽培面積 (農林水産省「2015 年農林業センサス」)	ha	9 (平成27年2月1日)	10
農家数 (農林水産省「2015 年農林業センサス」)	戸	318 (平成27年2月1日)	330
遊休農地面積	m ²	54,347	48,000
体験型企画の受入農家数	戸	-	3



▲ 援農隊

Ⅲ. 観光まちづくりコンテンツのブラッシュアップ

1 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

観光まちづくりに関わる人材・組織が利害関係を調整し、互いに補完し、効果的に発展していくため、ネットワークを形成し、連携強化を行います。

- ① 「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします【重点】
「竹内街道」や「太子道」、「その他の地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリー」の日本遺産認定をめざし、観光スポットとしての注目度を高めます。
- 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します【重点】
太子町の観光まちづくりに関わる太子町観光・まちづくり協会、住民団体、民間事業者、行政等が連携・協働していくための検討が行えるよう、太子町観光まちづくりネットワークを設立します。
- ③ 地域連携DMO⁵について検討します
大阪府及び奈良県の周辺自治体と効率的・効果的に観光まちづくり政策を展開できるよう、地域連携DMO組織の立ち上げを検討します。

2 観光まちづくりに関わる人材を発掘・育成します

観光まちづくりを持続的に推進していくために、観光まちづくりに関わる人材を地域内外から発掘し、育成します。

- ① 観光まちづくりガイド・サポーター養成講座の開講を検討します
太子町の観光まちづくりを住民主体で盛り上げていけるよう、住民（小・中学生を含む）を対象とする観光まちづくりガイド及び観光まちづくりサポーターを養成するための講座の開講を検討します。

⁵ 地域連携DMOとは、複数の地方公共団体にまたがる区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織のこと。

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

太子町職員を太子町の観光まちづくりを推進するPRパーソンとするために、職員対象の観光まちづくり勉強会の開催を検討します。

3 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

社会環境変化や来訪者のニーズに企画力と機動力をもって柔軟に即時対応できるような太子町の観光まちづくりを牽引する組織を形成します。

① 観光まちづくり団体等への人的支援策を検討します

観光まちづくり団体等が観光まちづくり活動に注力できるよう、専門性を備えた人材を公募するなど、人的支援策を検討します。

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

観光まちづくり団体等が事業領域を拡大できるよう法人化に向けた取組みの支援策を検討します。

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】

観光まちづくり団体等が自立していけるよう、事業や人事、運営方法等を盛り込んだ中長期の経営戦略づくりの支援策を検討します。

4 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

来訪と定住を促進するため、既存の観光まちづくり資源の組み合わせや連携を強化するなど工夫を施すことにより、価値と質の高い観光コンテンツを開発します。

① 日帰り観光ルート（プラン）の設定に向けた取組みを推進します

関西圏から日帰りの来訪者を誘引するために、日帰りターゲットごとに日帰り観光ルート（プラン）を設定し、HP やパンフレット等の媒体で紹介するなどの取組みを進めます。

② 観光まちづくりガイド・サポーターの活動の支援策を検討します

観光まちづくりガイド・サポーター養成講座を修了した「観光まちづくりガイド」と「観光まちづくりサポーター」が活躍し、地域イベントの企画等に関わる仕組みを整えるなど、両者の活動の支援策を検討します。

③ 二上山のブランディングを推進します

太古の昔より近つ飛鳥一帯で親しまれてきた二上山（雄岳、雌岳）を、太子町のランドマークとして存在感を高められるよう、「恋人（夫婦）の聖地」としてなど、ストーリー性を重視したブランディングを行い、観光スポットとしての魅力化を図ります。「愛妻の日」（1月31日）をはじめ、「バレンタインデー」（2月14日）や「ホワイトデー」（3月14日）、「恋人の日」（6月12日）、「ハグの日」（8月9日）「いい夫婦の日」（11月22日）、そして「クリスマス」（12月25日）といった日にちなんだ夫婦・カップル参加型イベントや婚活イベントを実施することなどを検討します。なお、当メニューは「太子町観光まちづくりネットワーク」のコラボレーションプロジェクト（p.43参照）としての実施も検討します。

④ 既存イベントのリニューアル等を促進します

既存イベントを選択と集中の視点で見直し、廃止及び集約化を図るとともに、資源を最適に分配することで各コンテンツの質を高め、より集客力のあるイベントへとリニューアルしていきます。

5 “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

来訪と定住を促進するため、太子町の地域特性やこれまであまり活用されてこなかった空き家等を新たな観光まちづくり資源として掘り起し、非日常的な体験ができる観光コンテンツとして活用します。

① 大道旧山本家住宅の利用を促進します

大道旧山本家住宅で体験型のプログラム（ワークショップ、ライブイベント、映像上映など）を実施するなど、利用促進を図り、集客力の向上に努めます。

② 空き家の利活用を推進します

ゲストハウスやセカンドハウスなど交流人口の増加につながるような空き家の利活用を推進します。

③ フルーツラン・ライドイベントの開催に向けた取組みを推進します

近隣自治体と連携し、太子町の特産品であるみかんやぶどうをエイドステーションで味わえるランニングイベントやツーリング（自転車）イベントの開催に向けた取組みを推進します。当メニューは「太子町観光まちづくりネットワーク」のコラボレーションプロジェクト（p.43参照）としての実施を検討します。

④ ワインツーリズムを推進します

近隣自治体と連携し、ぶどう畑やワイナリーをめぐるたり、絶景ポイントでワインが飲めるようワインツーリズムを推進します。当メニューは「太子町観光まちづくりネットワーク」のコラボレーションプロジェクト（p.43 参照）としての実施を検討します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 「竹内街道」等の日本遺産認定を応援します。
- 事業者・団体は、「太子町観光まちづくり推進ネットワーク」に参加します。
- 「観光まちづくり講座」に参加します。
- 観光まちづくりイベントに参加・協力します。

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

1. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
③地域連携DMOについて検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2. 観光まちづくりに関わる人材を発掘・育成します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①観光まちづくりガイド・サポーター養成講座の開講を検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					
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	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①観光まちづくり団体等への人的支援策を検討します					●										
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】					●										

4. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①日帰り観光ルート(プラン)の設定に向けた取組みを推進します						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②観光まちづくりガイド・サポーターの活動の支援策を検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					
③二上山のブランディングを推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
④既存イベントのリニューアル等を促進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
5. “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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①大道旧山本家住宅の利用を促進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②空き家の利活用を推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
③フルーツラン・ライドイベントの開催に向けた取組みを推進します							●								
④ワインツーリズムを推進します									●						

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
太子町観光まちづくりネットワーク登録団体数	団体	-	20
観光まちづくりのための空き家の利活用数	戸	-	3

IV. 戦略的なコミュニケーションの展開

1 観光まちづくりの拠点を整備します

太子町内外の人の来訪を促すとともに、観光まちづくりの取組みを周知・拡大していくための拠点施設を整備します。

① 古民家の活用を検討します

古民家をリノベーションするなどして、地域の情報や特産品・加工品が集まり、食事なども楽しめるような観光まちづくりの拠点となる複合施設の整備を検討します。

② 竹内街道交流館等の既存施設の活用を検討します

竹内街道交流館等の既存施設を来訪者にとってより魅力的なものにするために、リノベーションや機能追加などを行い、活用を検討します。

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】

平成9年（1997年）のオープンから20年が経過した道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の機能追加を含めたリニューアルを検討します。

2 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

観光まちづくりの取組みを効果的に周知・拡大させていくために、具体的なターゲット設定をしたコミュニケーションを展開します。

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

統一的なプロモーションを展開していくために、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。

② シティプロモーションを推進します

太子町の認知度を高めていくために、広告出稿やPRイベントに参加するなど、シティプロモーションを推進します。

- ③ 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を推進します
HPなどをスマートフォンやタブレットなどのモバイルデバイスにも最適化させるとともに、各種媒体でターゲットの属性に合わせた観光ルート（プラン）や観光スポット、歴史、特産品等を紹介することで来訪意欲を掻き立て、同時に来訪者の滞在時間の延長と消費の拡大を図ります。
- ④ 定住・セカンドハウス促進プロモーションを推進します
定住とセカンドハウスの利用促進を図るため、HPを構築したり、パンフレットを作成・配布するなど、プロモーションを推進します。
- ⑤ サイン計画の策定を検討します【重点】
国内外からの多様な来訪者が快適に行動できるような公共サインを継続的に設置していくためのガイドラインとしてサイン計画の策定を検討します。
- ⑥ 訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進します
アプリケーションやQRコード等の情報通信技術を有効に活用しながら、各種媒体の多言語表記化やモバイルデバイスへの最適化、無料公衆無線LAN環境の整備など、情報環境の整備を図るとともに、通訳ガイドを配置するなど訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進します。

3 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

マスメディア等での情報拡散及び都市イメージを向上させるために、戦略的にメディアリレーションズを推進します。

- ① メディアリレーションズを推進します
各種媒体に取り上げてもらえるよう、メディアリレーションズに努めます。
- 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
太子町の認知度を拡大するため、近隣自治体と連携しながら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、働きかけに努めます。
- ③ ウェブ上で太子町の情報が拡散するよう努めます
住民や来訪者が自身のブログやSNSをはじめとしたウェブサービス等で、太子町を発信したくなるような取組みを行い、ウェブ上での情報の拡散に努めます。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- SNS 等を通じて太子町を PR します。
- 太子町で実施する観光まちづくりイベント等の情報を行政に提供します。

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

1. 観光まちづくりの拠点を整備します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①古民家の活用を検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②竹内街道交流館等の既存施設の活用を検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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】	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
②シティプロモーションを推進します						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
④定住・セカンドハウス促進プロモーションを推進します						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
⑤サイン計画の策定を検討します【重点】						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
⑥訪日外国人旅行者の受入環境整備を推進します															●

3. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
①メディアリレーションズを推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
③ウェブ上で太子町の情報が拡散するよう努めます	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
 人物像 03：兼業農家の独身男性
 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
 人物像 08：河南町在住のハイカー
 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

人物像 11：大阪一人で暮らしをしている女子大学生
 人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員
 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
観光まちづくり団体等の HP の年間ユニークユーザー ⁶ 数	人	-	36,500
観光まちづくり団体等のコミュニケーション活動 ⁷ 件数	件	500	1,000
パブリシティ数（総数）	件	3	30
看板等の多言語対応率	%	0	50.0

⁶ ユニークユーザーとは、Web のアクセス数の単位の 1 つで、特定の Web サイトを一定期間のうちに訪れた人の正味の人数のこと。

⁷ ここでのコミュニケーション活動とは、ブログや SNS をはじめとするメディアへの投稿件数やニュースリリースの配信本数など、主体的なコミュニケーション行動全般のこと。

V. 観光まちづくり事業を誘発・育成する行政支援

1 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

民間活力による観光まちづくりの取組みを誘発するため、仕組みの構築や体制整備など、ソフト面での支援を充実します。

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

住民団体等が主体となり観光まちづくりのイベントや事業等を企画・実施する際に、支援できる助成制度の創設を検討します。

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

民間事業者が近隣自治体等で観光まちづくりのイベントや事業等を企画・実施する際に、「ひと」「もの」「こと」を紹介したり、ステークホルダーとの連絡調整を行うなどの支援策を検討します。

2 広域連携・地域間連携を強化します

観光まちづくりの動きを大きく展開していくために、広域連携・地域間連携を強化します。

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

近隣自治体や友好都市等と集客力の高い連携イベント・事業の実施を推進します。

② 地域イベントへの参加・PRを推進します

太子町の認知度の拡大を図るため、全国の市町村で開催されるイベント等への参加・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

「太子町観光まちづくりビジョン」の進捗管理を行うとともに、観光まちづくりの取組みに活かしていくため、関連データを収集・分析・公開します。

① 定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します【重点】

太子町の観光まちづくりのステークホルダーのニーズの把握と「太子町観光まちづくりビジョン」の進捗管理を行い、結果を観光まちづくりにフィードバックしていくために、定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します。

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

太子町観光・まちづくり協会や住民団体、民間事業者等の活動に役立ててもらうため、マーケティングリサーチの結果をはじめ、農業や空き家など、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。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 観光まちづくりに関する企画・実施を行います。

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

1. 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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
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	●	●	●	●	●										
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			●												
2. 広域連携・地域連携を強化します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
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						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
① 定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します【重点】	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
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	●	●	●	●	●										

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
観光まちづくり関連のデータセット ⁸ 件数	件	-	20
観光まちづくり関連イベント実施回数	回	6	10
町外イベントへの参加回数	回	3	6

⁸ データセットとは、コンピューターで処理されるデータのまとまりのこと。

(3) 重点メニュー

人口減少と少子高齢化が進むと、今後、財政状況が厳しくなっていくことが予想されます。そうした状況の中で、効率的・効果的に観光まちづくりを推進していくため、また平成 33 年（2021 年）に迫った「聖徳太子没後 1400 年」に向けて、行政資源を優先的に配分する重点メニューを定めます。

「太子町観光まちづくりビジョン」の前期【平成 29 年度（2017 年度）～平成 33 年度（2021 年度）】においては、前期の目標である『観光まちづくり』推進のための人材・組織の発掘・育成及び基盤整備の達成をめざすとともに、前期の最終年度である平成 33 年度（2021 年度）の「聖徳太子没後 1400 年」に向けて以下の 7 つを重点メニューとします。

1. 聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討します
2. 「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします
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
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
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
6. サイン計画の策定を検討します
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

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



▲ 聖徳太子御廟

● 選定理由

平成 33 年（2021 年）に聖徳太子没後 1400 年を迎えます。太子町には日本唯一の聖徳太子御廟が所在しており、「聖徳太子のまち」を標榜してきました。「聖徳太子のまち」である太子町が観光まちづくりを推進していくにあたり、聖徳太子没後 1400 年のメモリアルは 100 年に 1 度の好機です。平成 33 年（2021 年）は「太子町観光まちづくりビジョン」の前期の最終年度でもあることから、これに向けて事業を実施していくことは、観光まちづくりの推進基盤を固めると同時に、日本国内外に向けて太子町を発信していくまたとない機会だと考え、「聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討します」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

聖徳太子没後 1300 年となる 1921 年（大正 10 年）には、全国より 20 万人もの人が太子町を訪れたという記録が残っています。平成 33 年（2021 年）を迎える聖徳太子没後 1400 年のメモリアルを好機と捉え、これを記念する事業を住民参加型で実施することで、「聖徳太子のまち」として太子町の知名度を飛躍的に高めるとともに、住民の地域に対する誇りと愛着（シビックプライド）を醸成します。

● 主な取組み

■ 「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

「聖徳太子没後 1400 年関連事業」に向けて取り組んでいくにあたってのファーストステップとして、観光まちづくりに関心のある人たちに対して、観光まちづくりの第一線で活躍される講師による勉強会の開催を検討します。

■ (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

太子町の観光まちづくりに携わる人材はもとより、近隣自治体や民間事業者、大学等からも広く委員を招聘し、「聖徳太子没後 1400 年関連事業」を検討するにふさわしい実行委員会の設置を検討します。

■ 「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

(仮称) 聖徳太子没後 1400 年関連事業実行委員会を中心に、アンケート調査や住民ワークショップなど、住民等の意見やアイデア等を反映できる仕組みを取り入れながら、「聖徳太子没後 1400 年関連事業」の企画や実施体制等を定める「聖徳太子没後 1400 年関連事業」の事業計画の策定を検討します。なお、事業計画の策定にあたっては、「太子ゆかりの地友好都市」である兵庫県太子町や奈良県斑鳩町のほか、近隣市町村との連携・協働についても検討します。

■ 「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

「聖徳太子没後 1400 年関連事業」をより開かれた事業にするため、「聖徳太子没後 1400 年関連事業」で実施したいプログラムの公募を検討します。住民団体はもちろん、民間事業者や大学等に広く呼びかけ、「聖徳太子没後 1400 年関連事業」の参加性を高めます。

■ 「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

観光まちづくりガイド・サポーターはもとより、太子町内外より「聖徳太子没後 1400 年関連事業」にスタッフとして関わりたい人をテーマ別に公募しチームを結成。チームごとに「聖徳太子没後 1400 年関連事業」の一環として実施したいコンテンツを企画立案から実施まで行う「チームプロジェクト」の実施を検討します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 「聖徳太子没後 1400 年関連事業」に向けた勉強会に参加します
- (仮称) 聖徳太子没後 1400 年関連事業実行委員会に参加します
- 「聖徳太子没後 1400 年関連事業」のプログラムの公募に応募します
- 「聖徳太子没後 1400 年関連事業」チームプロジェクトに参加します

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

聖徳太子没後 1400 年関連事業を検討します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 「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	●	●	●	●	●										
■ (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	●	●	●	●	●										
■ 「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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
■ 「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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					
■ 「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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
 人物像 03：兼業農家の独身男性
 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

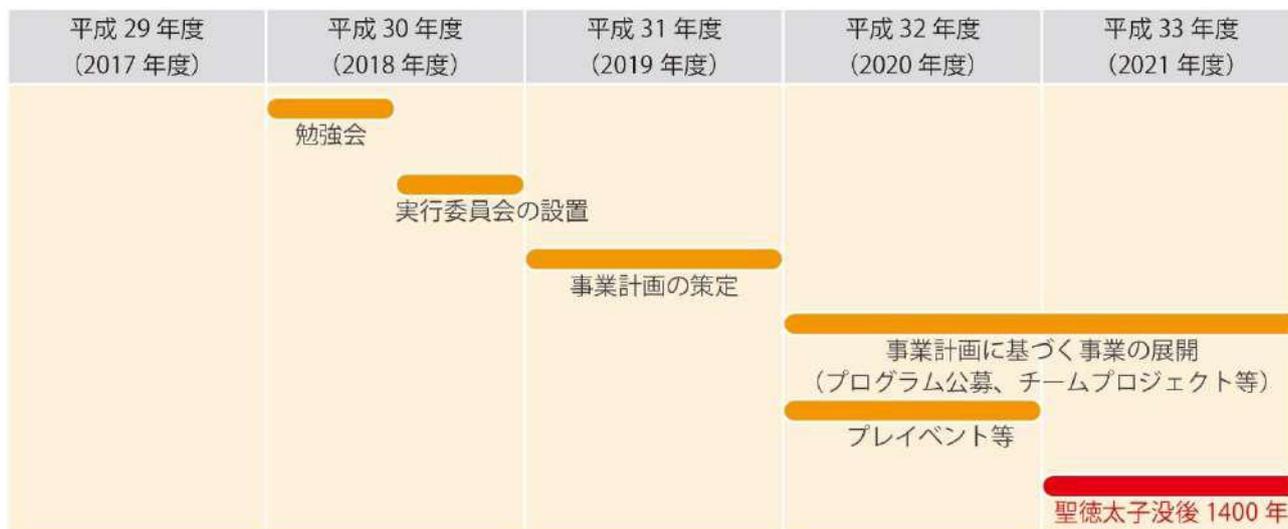
人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
 人物像 08：河南町在住のハイカー
 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

人物像 11：大阪市で一人暮らしをしている女子大学生
 人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員
 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。



評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」関連ボランティア数	人	-	500
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」関連イベント来場者数（総数）	人	20 万 (大正 10 年 ⁹)	20 万
「聖徳太子没後 1400 年関連事業」関連のパブリシティ数	件	-	20

⁹大正 10 年（1921 年）の「聖徳太子没後 1300 年」の節目の年には、太子町（当時は磯長村と山田村）におよそ 20 万人が訪れたという記録が現存。

「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします



▲ 竹内街道

● 選定理由

平成 27 年（2015 年）に文化庁により「日本遺産」が創設されました。これは「地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを『日本遺産（Japan Heritage）』として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の様々な文化財群を総合的に活用する取組を支援」というもので、これまでに全国で 37 件の「日本遺産」が認定されています（平成 29 年 1 月現在）。

太子町には「竹内街道」や「太子道」をはじめ、古代の時代から脈々と受け継がれてきた有形・無形の文化財が数多く点在しています。平成 33 年（2021 年）の聖徳太子没後 1400 年のメモリアルを前に、これらの地域の遺産が「日本遺産」として認定されれば、太子町の観光まちづくりの取組みを国内外により戦略的に発信していけるようになると考え、『竹内街道』等の日本遺産認定をめざします」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

日本最古の官道である「竹内街道」や聖徳太子ゆかりの「太子道」をはじめ、太子町内及びその周辺に点在する有形・無形の文化財を面的に活用することで、国内外における太子町のブランド力を高めていくとともに、住民の地域に対する誇りと愛着（シビックプライド）を醸成することを狙い、近隣自治体と連携して、「日本遺産」の認定をめざします。

● 主な取組み

■ 認定推進組織の活動を積極的に推進します

太子町では日本遺産の認定をめざし、「竹内街道・横大路（大道）活性化実行委員会」や「太子道日本遺産認定推進協議会」の一員として、近隣自治体とともに活動を行っています。引き続き、日本遺産認定の早期実現に向けて、地域住民や事業者等との連携により積極的に活動を推進していきます。

■ 日本遺産を活かした観光まちづくりの取組みを推進します

日本遺産認定を受けた場合、パッケージ化した有形・無形の文化財群を一体的にPRすることで、国内外においての認知度及びブランド力を高めて、来訪を促すとともに、住民のシビックプライドの醸成を促進できるよう、観光まちづくりの取組みを推進します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 日本遺産を活かした観光まちづくりの取組みに参加・協力します
- 日本遺産を活かした観光まちづくりの自主的な推進に取り組みます

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

「竹内街道」等の日本遺産認定をめざします	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 認定推進組織の活動を積極的に推進します	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
■ 日本遺産を活かした観光まちづくりの取組みを推進します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

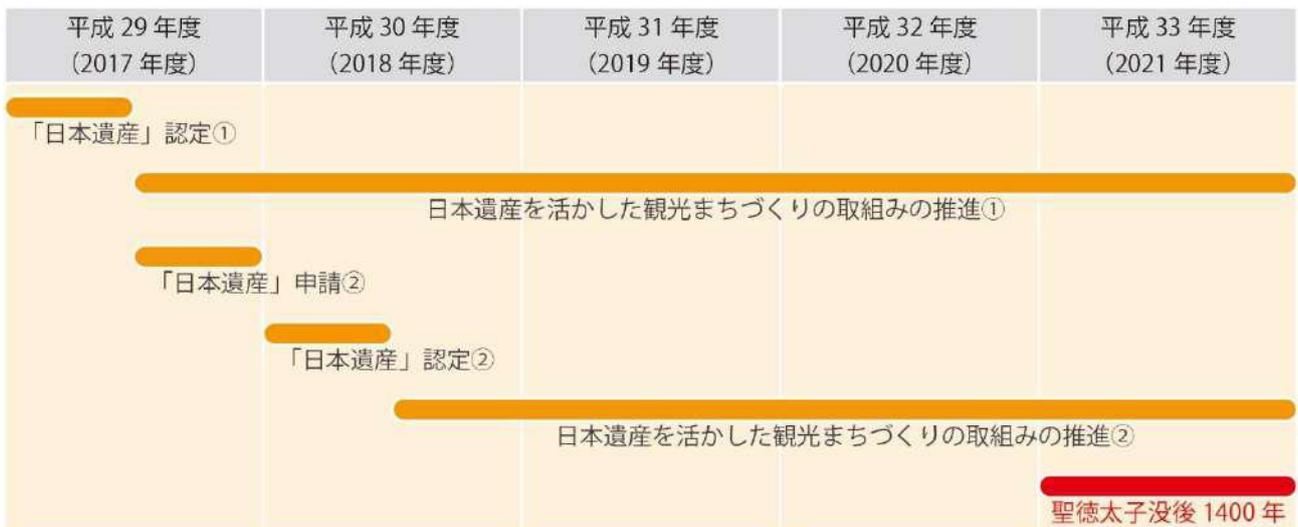
- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市内在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。



評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
認定された「日本遺産」の件数	件	0	2
「日本遺産」関連のパブリシティ数	件	0	2



▲ 竹内街道



▲ 日本遺産認定へ

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



▲ 「太子町観光まちづくりビジョン」策定に向けた住民ワークショップ

● 選定理由

太子町では現在「竹内街道」等の日本遺産認定に向けて取り組んでおり、平成32年（2020年）には東京オリンピック・パラリンピック、平成33年（2021年）には聖徳太子没後1400年のメモリアルが控えています。来訪者の拡大が期待できるこれらの好機を最大限生かしていくためには、太子町の観光まちづくりに関連する事業者や団体等が互いに補完し合い、連携・協働していくことが欠かせません。しかしながら現状としては、事業者や団体間には横のつながりがなく、連携・協働できる体制にはなっていません。機会を最大限生かし、連携・協働による相乗効果を最大化させるためには横のつながりを育み、連携・協働に向けた検討ができるプラットフォームが必要だと考え、「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」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

太子町の観光まちづくりに関わる太子町観光・まちづくり協会や住民団体、民間事業者、行政等が連携・協働するための企画や手法、事業スキーム等について具体的かつ建設的な議論や検討が行える機会を創出し、ネットワークを構築します。

● 主な取組み

■ 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

太子町の観光まちづくりに関わる太子町観光・まちづくり協会や住民団体、民間事業者、行政等をはじめ、関わりたいと考える個人（小・中学生含む）を対象とする太子町観光まちづくりネットワークを創設し、参加団体及び個人の基礎的情報を整理・集約し、情報共有等を容易にするための仕組みとして、ネットワークへの登録制度の整備を検討します。

■ 観光まちづくり講座の開催を検討します

太子町の観光まちづくりを牽引できる人材を育成するため、太子町観光・まちづくり協会をはじめ、観光まちづくりに携わる人を対象に、企画の立案、コミュニケーション方法、マーケティングリサーチなどのスキルやノウハウを身につけられる観光まちづくり講座の開催を検討します。

■ コラボレーションプロジェクトを検討します

太子町観光まちづくりネットワークへの参加団体及び個人が、具体的に連携・協働する企画としてコラボレーションプロジェクトを検討します。

例)・太子町おもてなし作戦 (p.13 参照)

- ・二上山のブランディング (p.23 参照)
- ・フルーツラン・ライドイベント (p.23 参照)
- ・ワインツーリズム (p.24 参照)

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 太子町観光まちづくりネットワークに登録します
- 観光まちづくり講座に参加します
- コラボレーションプロジェクトに参加します

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 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	●	●	●	●	●	●	●	●	●						
■ 観光まちづくり講座の開催を検討します					●										
■ コラボレーションプロジェクトを検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●						

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
 人物像 03：兼業農家の独身男性
 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
 人物像 08：河南町在住のハイカー
 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
 人物像 12：大阪市在住の健康志向の強い会社員
 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人



▲ 『太子チャンネル』

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。



評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
太子町観光まちづくりネットワーク登録団体数 (再掲)	団体	-	20
コラボレーションプロジェクト実施件数	件	-	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



▲ 新たな特産品の開発ワークショップ

● 選定理由

太子町には平成25年(2013年)に「太子町における観光事業の振興と健全たる発展を図ることを目的」に「太子町観光・まちづくり協会」が設立されましたが、年間を通じて既存イベントの準備に追われ、その他の観光まちづくり事業には注力できていません。そのため、太子町には社会変化を柔軟に受け止め、企画力と機動力をもって観光まちづくりに取り組み、観光まちづくりを牽引する組織が不在となっています。他市町村がシティブランディングや観光プロモーションに注力する中、この状況のままでは他市町村の取組みに埋没し、観光まちづくり関連分野において大きな遅れをとってしまう恐れがあるため、観光まちづくりの取組みを自立的かつ継続的に行う組織が必要だと考え、「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」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

太子町において観光まちづくりを牽引したいと考える団体を公募し、当該団体の課題等を抽出するとともに、課題に対応した具体的な改善策を講じることで運営基盤を強化し、自立的に観光まちづくりの取組みを推進できるよう組織形成を促します。

● 主な取組み

■ 支援する観光まちづくり団体等を選定します

太子町において観光まちづくりを牽引していきたいと考える団体を広く公募し、応募書類、面談等を通じた審査を行い、支援する観光まちづくり団体等を選定します。

■ 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

観光まちづくり団体等が自立し、太子町の観光まちづくりを牽引していけるよう、運営状況の調査・分析を行うとともに、業務の改善や効率化を図り、必要に応じて法人化や新規事業等についても検討し、人事や財務、事業戦略等を含めた中長期の経営戦略づくりの支援策を検討します。また、団体に所属する人の意識改革及びスキル・知識の向上を図るため、先進地域の視察や研修等の機会を設けます。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 観光まちづくり団体等が行う活動に参加・協力します



▲ 太子街人（ガイド）の会

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

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	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 支援する観光まちづくり団体等を選定します					●										
■ 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					●										

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市内在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。



評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
観光まちづくり団体等の主催イベントの参加者数（総数）	人	887 (見込み)	1,400
観光まちづくり団体等の HP の年間ユニークユーザー数（再掲）	人	-	36,500
観光まちづくり団体等の自主事業数	回	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



▲ 道の駅「近つ飛鳥の里・太子」

● 選定理由

日本遺産認定をめざす竹内街道の沿道にある道の駅「近つ飛鳥の里・太子」は太子町の玄関口であり、周辺には「竹内街道歴史資料館」や「竹内街道交流館」が立地しており、二上山へもアクセスできるなど太子町の観光まちづくりの資源が集積しています。また、道の駅「近つ飛鳥の里・太子」は平成30年（2018年）を目途に、売場面積の拡張も行われる予定です。住民や来訪者等が集える観光まちづくりの拠点施設として道の駅「近つ飛鳥の里・太子」をリニューアルすることで、周辺施設をはじめ、太子町内に波及効果を生むことができると考え、「道の駅『近つ飛鳥の里・太子』のリニューアルを検討します」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

太子町の特産品の販売拠点でもある道の駅「近つ飛鳥の里・太子」ですが、平成 29 年（2017 年）にオープンから 20 周年を迎えるなど施設の老朽化が進んでおり、近隣に大規模な道の駅が建設されるなど、近年、売上額が下降傾向にあります。また、休憩のみの利用も多く、来訪を効果的に消費に結びつけることができていません。そこで、道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の機能（販売、情報発信、体験、コミュニティスペース等）の向上や地域との連携強化を図るとともに、抜本的に運営を見直すなど、全面的なリニューアルを行うことで、場所としての魅力度を高め、売上額の向上をめざします。

● 主な取組み

- **（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**
道の駅「近つ飛鳥の里・太子」を再整備していくにあたり、「機能」「施設」「事業」「運営」等について具体的に検討するため、産官学民の各セクターより専門家を招聘し、（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。
- **「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**
（仮称）道の駅「近つ飛鳥の里・太子」再整備検討委員会での検討を通じ、道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の「機能」「施設」「事業」「運営」等に関するリニューアルプランとして、「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。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等を行うことを以下のように設定します。

- 「道の駅『近つ飛鳥の里・太子』再整備計画」に参画します

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

道の駅「近つ飛鳥の里・太子」のリニューアルを検討します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ (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	●	●	●	●	●										
■ 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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市内在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。

平成 29 年度 (2017 年度)	平成 30 年度 (2018 年度)	平成 31 年度 (2019 年度)	平成 32 年度 (2020 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
検討委員会の設置				
基礎調査				
	再整備計画の策定			
		再整備計画に基づく事業の展開（人的支援、施設整備、新規事業等）		
				聖徳太子没後 1400 年

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
道の駅「近つ飛鳥の里・太子」の年間販売額	万円	6,967 (平成 27 年度)	7,700
「竹内街道歴史資料館」の年間来訪者数	人	5,596 (平成 27 年度)	6,000
「竹内街道交流館」の年間来訪者数	人	871 (平成 27 年度)	1,000



▲ 竹内街道交流館

重点メニュー6

サイン計画の策定を検討します



▲ 聖和台にある観光案内板

● 選定理由

太子町ではこれまでも看板等を設置してきましたが、デザインが統一されておらず、また二上山をはじめとする観光スポット等に看板が設置されていない現状があります。一方、現在、「竹内街道」や「太子道」の日本遺産認定に向け取り組んでおり、平成 32 年（2020 年）には東京オリンピック・パラリンピック、平成 33 年（2021 年）には聖徳太子没後 1400 年のメモリアルイヤーを迎えるなど、今後、国内外より来訪者を集客する好機に恵まれています。こうした好機を活かすためには、観光まちづくりの基礎的環境として看板等の多言語対応は欠かせず、また継続的に統一的なデザインの看板等を設置できるよう、サイン計画を策定することが重要だと考え、「サイン計画の策定を検討します」を重点メニューとして選定しました。

● 概要

国内外からの多様な来訪者が快適に行動できるよう、多言語表記やピクトグラム、ユニバーサルデザインの考え方を取り入れた統一的な公共サインを継続的に設置していくためのガイドラインとしてサイン計画の策定を検討します。

● 主な取組み

■ 「太子町サイン計画」の策定を検討します

国内外からの多様な来訪者を想定し、アプリケーションやQRコード等の情報通信技術を有効に活用しながら、太子町内にある案内看板等の多言語表記化を図るとともに、ユニバーサルデザインの考え方やピクトグラムを積極的に採用し、継続的に統一的なデザインの公共サインを設置していくため、形状やカラー、フォント、デザイン、表示方法、設置場所、設置計画等を詳細に定める「太子町サイン計画」の策定を検討します。

■ 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

「太子町サイン計画」によって定められたガイドラインに基づく公共サインを、二上山をはじめとする町内の観光スポットを中心に順次設置していき、情報基盤を整備します。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 「太子町サイン計画」に参画します

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

サイン計画の策定を検討します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 「太子町サイン計画」の策定を検討します	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
■ 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	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪市内で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪市内在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。

平成 29 年度 (2017 年度)	平成 30 年度 (2018 年度)	平成 31 年度 (2019 年度)	平成 32 年度 (2020 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
	基礎調査			
	サイン計画の策定			
	サイン計画に基づく事業の展開（改修、新設等）			
				維持管理
				聖徳太子没後 1400 年

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
看板等の多言語対応率（再掲）	%	0	50.0

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



▲ 竹内街道周辺来訪者アンケート調査

● 選定理由

太子町ではこれまで積極的に観光まちづくりに取り組んでこなかったこともあり、観光まちづくり関連のデータの蓄積があまりなく、実態を正確に把握することができていません。限られた人材、財源の中で、効率的かつ効果的に観光まちづくりの成果をあげるためには、正確に観光まちづくりの実態及び来訪者ニーズ等を把握する必要があります。また施策等の評価を行うためにもマーケティングリサーチは欠かせないと考え、「定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します」を重点メニューとして選定しました。

また、調査結果を分析・公開することで今後の観光まちづくりに役立てます。

● 概要

住民や事業者をはじめ、来訪者、町外在住者等に対して、アンケート調査やヒアリング調査等、各種調査を行うことにより、太子町の観光まちづくりの実態及び来訪者等のニーズの把握に努めます。

● 主な取組み

■ 住民アンケート調査の実施を検討します

太子町の施策に対する満足度や重要度を把握するとともに、住民のまちへの誇りや愛着の度合いや転出意向等、住民意識を把握するため、住民アンケート調査を隔年で実施することを検討します。

■ 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

太子町の認知度やイメージ等を把握するため、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を隔年で実施することを検討します。

■ 来訪者アンケート調査の実施を検討します

太子町の来訪者のニーズ等を把握するため、来訪者アンケート調査の実施を検討します。

■ 観光まちづくり関連施設等の実態・実績把握に努めます

太子町の観光まちづくりの実態及び実績を把握するため、観光まちづくり関連施設における入館者数や入館者の属性、売上高等の把握に努めます。

住民や事業者・団体が行うこと

住民や事業者・団体等が行うことを以下のように設定します。

- 住民アンケート調査に協力します
- 観光まちづくり関連施設等の実態・実績の把握に協力します

ターゲット

各メニューのターゲットの一例

定期的なマーケティングリサーチの実施を検討します	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
■ 住民アンケート調査の実施を検討します	●	●	●	●	●										
■ 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						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
■ 来訪者アンケート調査の実施を検討します						●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
■ 観光まちづくり関連施設等の実態・実績把握に努めます					●										

【太子町に住んでいる人及び在学・在勤している人】

- 人物像 01：大阪市内に通う男子大学生
- 人物像 02：部活動に打ち込む女子中学生
- 人物像 03：兼業農家の独身男性
- 人物像 04：生まれも育ちも太子町の会社員
- 人物像 05：観光まちづくり団体に所属する女性

【太子町に関心のある人】

- 人物像 06：富田林市在住の市民ランナー
- 人物像 07：羽曳野市在住のサイクリスト
- 人物像 08：河南町在住のハイカー
- 人物像 09：橿原市在住のワイン好きの主婦
- 人物像 10：堺市在住の歴史好きの会社員

【太子町の魅力に気づいていない人】

- 人物像 11：大阪府で一人暮らしをしている女子大学生
- 人物像 12：大阪府在住の健康志向の強い会社員
- 人物像 13：高槻市在住の田舎暮らしに興味がある会社員
- 人物像 14：奈良市在住のイクメン会社員
- 人物像 15：日本への旅行を検討している上海在住の中国人

想定スケジュール

想定スケジュールを以下のように設定します。

平成 29 年度 (2017 年度)	平成 30 年度 (2018 年度)	平成 31 年度 (2019 年度)	平成 32 年度 (2020 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
施設等利用実態調査	施設等利用実態調査	施設等利用実態調査	施設等利用実態調査	施設等利用実態調査
	住民アンケート調査		住民アンケート調査	
インターネット調査等		インターネット調査等		インターネット調査等
				聖徳太子没後 1400 年

評価指標

以下のように評価指標を設定し、進捗管理を行います。

評価指標	単位	平成 28 年度 (2016 年度)	平成 33 年度 (2021 年度)
観光まちづくり関連のデータセット件数（再掲）	件	-	20

5. 「太子町観光まちづくりビジョン」の推進

(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の推進主体

1. 自治体（太子町）

担当課のみならず、庁内の課を跨いだ横断的な連携・協力体制の上、国や大阪府、近隣市町村とも連携・協力しながら「太子町観光まちづくりビジョン」の推進にあたります。

2. 住民・事業者・住民団体等

「太子町観光まちづくりビジョン」は行政計画であるものの、その推進にあたっては住民はもとより、事業者や住民団体等の参加も欠かせないことから、住民・事業者・住民団体等とも積極的に協働しながら推進にあたります。

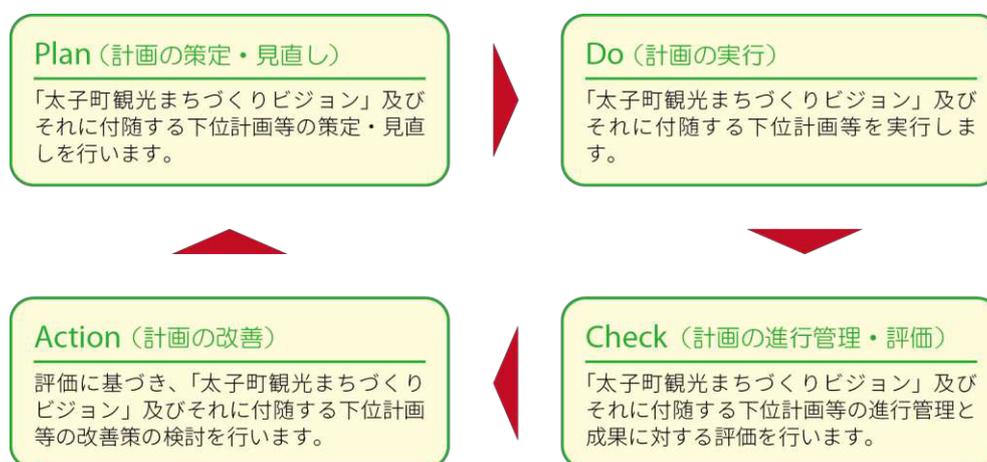
3. 太子町に関心のある人

「太子町観光まちづくりビジョン」に基づく動きをより大きく、そしてより成果を高めていくために、太子町外に住んでいる「太子町に関心のある人」をも巻き込みながら推進にあたります。

(2) 「太子町観光まちづくりビジョン」の進行管理

「太子町観光まちづくりビジョン」では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。これらの進行管理を行うとともに、成果に対する説明責任（アカウントビリティ）を果たすために、「太子町観光まちづくりビジョン」ではPDC Aサイクルを回しながら、その推進にあたります。

また、PDC AサイクルにおけるC（Check：評価）とA（Action：改善）のプロセスにおいては、次項に示す「(仮称)太子町観光まちづくりビジョン評価会議」が中心となって行うこととします。



(3) (仮称) 太子町観光まちづくりビジョン評価会議

「太子町観光まちづくりビジョン」を適切に進行管理していくために、第三者をまじえた「(仮称) 太子町観光まちづくりビジョン評価会議」を年1回開催し、「太子町観光まちづくりビジョン」の評価・改善を行います。

設立目的	「太子町観光まちづくりビジョン」の評価・改善を行うため
内容	年1回の評価会議 ・ 太子町観光まちづくりビジョンの進捗状況の報告 ・ 太子町観光まちづくりビジョンの評価・改善について
委嘱予定委員	・ 学識経験者 ・ 観光まちづくりに関する専門家等
事務局	太子町

6. 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定経過

(1) 「太子町観光まちづくりビジョン」の策定の経過

1. 太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会

年月日	内容
H28.10.6	第1回観光まちづくりビジョン策定検討委員会 【委員委嘱、観光まちづくりビジョンの策定にあたって、現況と課題】
H28.11.28	第2回観光まちづくりビジョン策定検討委員会 【観光まちづくりの基本理念と将来像、施策体系】
H29.1.26	第3回観光まちづくりビジョン策定検討委員会 【パブリックコメントの報告、観光まちづくりビジョン（素案）】
H29.2.21	第4回観光まちづくりビジョン策定検討委員会 【観光まちづくりビジョン（案）、意見具申】

2. 太子町観光まちづくりビジョン策定ワーキング委員会（庁内組織）

年月日	内容
H28.10.4	第1回観光まちづくりビジョン策定ワーキング委員会 【観光まちづくりビジョンの策定にあたって、現況と課題】
H28.11.17	第2回観光まちづくりビジョン策定ワーキング委員会 【観光まちづくりの基本理念と将来像、施策体系】
H29.1.17	第3回観光まちづくりビジョン策定ワーキング委員会 【パブリックコメントの報告、観光まちづくりビジョン（素案）】
H29.2.10	第4回観光まちづくりビジョン策定ワーキング委員会 【観光まちづくりビジョン（案）】

3. 庁内各課協議

年月日	内容
H28.12.7 ～12.12	庁内各課協議 【観光まちづくりのビジョンの施策推進の方向性】
H29.1.18 ～1.23	庁内各課協議 【観光まちづくりのビジョンの具体的な取組み】

4. 住民協働・参画等

年月日	内 容
H28. 9. 1	“観光まちづくりビジョン策定に向けた住民ワークショップ参加者募集” (広報太子9月号)
H28. 9. 8	各種団体等ヒアリング調査
H28. 9. 9	各種団体等ヒアリング調査
H28. 9.15	各種団体等ヒアリング調査
H28. 9.15	アンケート調査（ヒアリング式） ・道の駅「近つ飛鳥の里・太子」及び叡福寺周辺
H28. 9.15 ～11.30	アンケート調査（留置式） ・まちづくり観光交流センター、上ノ太子駅前観光案内所（臨時）、竹内街道交流館及び西方院
H28. 9.18	アンケート調査（ヒアリング式） ・道の駅「近つ飛鳥の里・太子」及び叡福寺周辺
H28. 9.29	第1回住民ワークショップ ・基調講演「住民主体の観光まちづくり」吉兼秀夫氏（阪南大学教授）
H28.10.13	第2回住民ワークショップ
H28.11.26	アンケート調査（ヒアリング式） ・竹内街道交流館
H28.12. 1	“観光まちづくりビジョンを策定しています”（広報太子12月号） “観光まちづくりビジョン（素案）意見募集（パブリックコメント）” (広報太子12月号)
H28.12.16 ～H29. 1.16	観光まちづくりビジョン（素案）意見募集（パブリックコメント）
H29. 3.11	観光まちづくりのススメ ・講演「これからの観光まちづくりについて」吉兼秀夫氏（阪南大学教授） ・太子町立中学校社会科学部の取組み紹介「太子チャンネルについて」 ・「これからの太子町の観光まちづくり」についての座談会
H29. 3.17	町議会（全員協議会）に観光まちづくりビジョン（案）の説明

(2)「太子町観光まちづくりビジョン」策定検討委員会要綱

平成 28 年太子町要綱第 59 号

太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会要綱

(設置)

第 1 条 太子町観光まちづくりビジョン（以下「観光ビジョン」という。）の策定に関し、様々な立場からの意見を踏まえた検討を行うため、太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会（以下「委員会」という。）を置く。

(所掌事務)

第 2 条 委員会の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) 観光ビジョン案の策定に係る意見具申及び助言に関すること。
- (2) その他観光ビジョン策定について必要な事項に関すること。

(組織)

第 3 条 委員会は、委員 8 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから町長が任命する。

- (1) 学識経験を有する者 1 人以内
- (2) 町議会議員 2 人以内
- (3) 地域団体として観光事業者 2 人以内
- (4) 連携団体として民間事業者 2 人以内
- (5) 副町長 1 人以内

(任期)

第 4 条 委員は、観光ビジョンにかかる策定検討が終了したときは、解任されるものとする。

(会長及び副会長)

第 5 条 委員会に会長及び副会長を置く。

2 会長は、学識経験を有する者をもってこれに充て、副会長は、副町長をもってこれに充てる。

3 会長は委員会を代表し、会務を総理する。

4 副会長は会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、必要に応じて会長が招集し、その議長となる。

(専門的助言等)

第7条 委員会は、その任務を行うため必要があると認められるときは、専門知識を有する者又は関係行政機関の職員（以下「オブザーバー」という。）から意見を聴くことができる。

2 オブザーバーは、委員会に出席し、意見を述べることができる。

(報償)

第8条 町長は、委員（町議会議員及び副町長を除く。）に報償を支払うことができる。

(費用弁償)

第9条 委員が委員会のため旅行したときは、その旅行について、費用弁償として旅費を支給する。

2 前項の規定により支給する旅費の支給方法については、太子町職員の旅費に関する条例（昭和58年太子町条例第6号）の規定を準用する。

(庶務)

第10条 委員会の庶務は、まちづくり推進部にぎわいまちづくり課が行う。

(委任)

第11条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関して必要な事項は会長が定める。

附 則

この要綱は、平成28年8月1日から施行する。

(3)「太子町観光まちづくりビジョン（案）」についての意見具申

平成 29 年 2 月 21 日

太子町長 浅野 克己 様

太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会
会長 吉 兼 秀 夫

太子町観光まちづくりビジョン（案）について（意見具申）

標記について、太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会要綱第 1 条の規定に基づき慎重に検討を行った結果、下記のとおり具申いたします。

記

観光まちづくりビジョンの実施にあたっては、策定検討委員会での意見や検討過程を十分に反映し、取り組まれることを望みます。また、多くの方の意見を受け入れ、世の中の変化に対応できるよう体制を整え、成果を住民に周知しながら進めていただきますようお願いいたします。

そして、何よりも、この観光まちづくりビジョンのメニューの一つひとつを、できることから着実に実現していただきますようお願いいたします。

(4)「太子町観光まちづくりビジョン」策定検討委員会等名簿

1. 太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会委員名簿

(敬称略・順不同)

要綱第3条第2項第1号(学識経験を有する者)		
会 長	吉兼 秀夫	阪南大学教授
要綱第3条第2項第2号(町議会議員)		
	村井 浩二	太子町議会議員
	田中 祐二	太子町議会議員
要綱第3条第2項第3号(地域団体として観光事業者)		
	小路 義弘	太子町観光・まちづくり協会 会長
	土井 津多代	太子町観光・まちづくり協会
要綱第3条第2項第4号(連携団体として民間事業者)		
	上林 寛和	近畿日本鉄道株式会社 鉄道本部 企画統括部 観光・宣伝部長
	後藤 由成	西日本高速道路株式会社 関西支社 阪奈高速道路事務所 所長
要綱第3条第2項第5号(副町長)		
副 会 長	松村 勝之	太子町副町長

※ 任期：平成28年10月6日～平成29年2月21日

2. 太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会オブザーバー名簿

(敬称略・順不同)

要綱第7条第1項(オブザーバー)		
	石井 素子	大阪府 府民文化部 都市魅力創造局 企画・観光課 課長補佐
	阪口 寿子	公益財団法人 大阪観光局 魅力創造部 地域素材開発担当部長
	篠原 賢太郎	株式会社KADOKAWA 地域情報コンテンツ局 関西ウォーカー編集長
	高橋 佑司	株式会社リクルートライフスタイル じゃらんリサーチセンター チームリーダー

太子町観光まちづくりビジョン

〒583-8580 大阪府南河内郡太子町大字山田 88 番地

太子町 まちづくり推進部 にぎわいまちづくり課

TEL 0721-98-0300

FAX 0721-98-4514

E-mail matidukuri@town.taishi.osaka.jp