

第2期木津川市まち・ひと・しごと創生総合戦略

・令和2年度地方創生推進交付金事業実績

木津川市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会



木津川市

地方創生推進交付金について

地方創生推進交付金は、地方版総合戦略に位置づけられた、地域再生法に規定する認定地方公共団体の自主的・主体的で先導的な事業を、複数年度（3年から5年）にわたり安定的・継続的に支援する国の交付金です。

令和2年度地方創生推進交付金実績一覧

No	交付対象事業の名称	総事業費 ※対象外経費含む	交付決定額 (対象経費×1/2)	事業内容 ※() = 総事業費
1	京都やましろ地域×東京しぶや連携 ～和文化×多文化 関係人口創出プロジェクト～	1,006,000円	503,000円	・京都やましろ地域×東京しぶや連携事業
2	アート&クラフト市場の活性化と 文化観光のコラボによる文化芸術 産業創生事業	19,978,411円	9,989,205円	・木津川アート事業 (3,735,111円) ・当尾地域活性化共同モデル事業 (16,243,300円)
3	今だけ、ここだけ、貴方だけ観光 推進事業	6,741,522円	2,587,761円	・お茶の京都DMO協議会負担金 (6,372,000円) ・山城古道推進協議会負担金 (369,522円)
4	京野菜・織物リジエネレーション 事業	7,182,538円	3,591,269円	・地域産業活性化事業 (展示会等出展支援・認可取得支援) (3,385,000円) ・農で頑張る協議会負担金 (3,797,538円)
合 計		34,908,471円	16,671,235円	

令和元年度地方創生拠点整備交付金実績一覧（令和2年度へ予算繰越分）

No	交付対象事業の名称	総事業費 ※対象外経費含む	交付決定額 (対象経費×1/2)	事業内容 ※() = 総事業費
5	木津川市山城町森林公園交流拠点 整備事業	59,639,800円	29,819,000円	・ハード整備事業 (56,650,000円) ・ソフト整備事業 (2,989,800円)

令和2年度 取り組み内容

1. 京都やましろ地域×東京しぶや連携 ~和文化×多文化 関係人口創出プロジェクト~ (P.4・5)
2. アート&クラフト市場の活性化と文化観光のコラボによる文化芸術産業創生事業 (P. 6・7)
3. 今だけ、ここだけ、貴方だけ観光推進事業 (P. 8・9)
4. 京野菜・織物リジェネレーション事業 (P. 10・11)
5. 木津川市山城町森林公園交流拠点整備事業 (P. 12・13)

1 京都やましろ地域×東京しぶや連携 ～和文化×多文化 関係人口創出プロジェクト～

＜事業概要＞

山城地域（木津川市、宇治市、城陽市、八幡市、京田辺市、久御山町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村）のお茶に代表される和の文化と渋谷区の先端的なファッショントレンド、デザインの融合による新たな商品や生活文化の創出により、両地域の関係人口の創出・拡大を目指すもの。

＜令和2年度実績＞

- ・交流戦略委員会の設置・開催

山城地区、渋谷区からそれぞれの市町や観光関係団体の代表者12名で構成している。

【実施状況】

交流戦略委員会			
回	開催年月日	主な案件	場所
交流戦略委員会準備会	2020年8月25日	<ul style="list-style-type: none">・交流戦略委員会準備会の設置について・関係人口創出プロジェクトについて・令和2年度事業実施計画(案)について	宇治市役所 渋谷区立勤労福祉会館
交流戦略委員会第1回	2020年10月27日	<ul style="list-style-type: none">・令和2年度事業実施(案)について・令和3年度からの新たな事業について・交付金実施計画の申請概要について	宇治市役所 東京区政会館
交流戦略委員会第2回	2020年12月18日	<ul style="list-style-type: none">・令和2年度事業の実施(準備)状況について・令和3年度からの新たな事業の詳細について・交付金実施計画の申請(案)について	宇治市役所 東京区政会館

- ・交流戦略策定のための調査・戦略の立案

渋谷カルチャーの担い手である渋谷区民と来訪者（通勤者/通学者含む）に対するアンケート調査を実施した。事業のターゲット層である「和文化嗜好のある人」へ山城地域が有する歴史的景観やお茶などをはじめとする和文化、特産品に関する意識調査・ニーズ調査を実施することで、魅力的な歴史文化体験プログラムを創出するまでの基礎データを収集した。

調査結果から、「子ども交流事業」と「関係人口プロジェクト推進体制」についての取り組みを合わせて検討していくことが、令和3年度以降の関係人口創出プロジェクトの推進に向けて有効であり、効果的であると分析をした。調査結果については「交流戦略」立案に反映させた。

- ・交流事業のPR

WEBメディアへのWEB広告を中心に、新聞、雑誌、テレビを活用したPRを実施した。

- ・デジタルお茶会の実施

本市にある団体の協力により「お茶の淹れ方、楽しみ方」の動画を作成し、YouTubeにて公開した。
動画視聴者数 188名（2021年3月末時点） <https://yamashiro-shibuya.com/>

- ・東京の資源を活用した京都の茶文化進化事業

やましろ産品を活かしたメニュー開発

やましろ地域のお茶のオフィス向けブレンド開発

都市回遊型イベント「SCIAL INNOVATION WEEK」との連携による特産品づくり

＜今後の方針＞

東京の資源を活用した京都の茶文化進化事業（デジタル交流事業や特産品づくり）、京都の資源を活用した渋谷カルチャー進化事業（モニタリングツアー）、お茶の京都・東京しぶや戦略的交流事業（子どもの交流事業や市民・企業向けPR）の実施などの事業を展開し、関係人口の創出を目指す。

2 アート&クラフト市場の活性化と文化観光のコラボによる文化芸術産業創生事業

＜事業概要＞

市が有する豊かな自然環境や歴史・文化の中に、全国公募作家による「現代アート」を取り入れ、新たな市の魅力の再発見と誘客を図り、地域活性化に取り組むとともに、地域と共に策定した「当尾地域力創造プラン」に基づき、当尾の郷会館の空き部屋をクリエイターに工房として貸出し、地域と交流しながら地域力の創造に取り組むもの。

＜令和2年度実績＞

- ・【木津川アート10周年記念 つながる まち・ひと・とき】の発行

令和2年度に実施予定であった「木津川アート」が新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から延期となったことから、過去6回（2010、2011、2012、2014、2016、2018）の実施を振り返り、木津川アートの作品や作家の紹介だけでなく、木津川アートが地域とともに歩んできた証として、ボランティアや展示場所提供者などへのインタビューを掲載した10周年記念本を作成し、木津川アート2020への機運醸成を図った。

作成冊数 2,000冊 配布先 作家（150人）・ボランティア等関係者及び新規ボランティア募集に活用

- ・木津川アート専用ラジオ「アートな時間」（インターネットラジオ）

令和2年8月～ 9回配信（不定期）

総裁正解数 677回

DJ：キチ、ドラ（木津川アート関係者）

- ・当尾の会館事業

アート活動を行う個人や団体に貸し出すことを目的に令和2年度は3階部分5室の空調設備改修工事を行った。令和2年度については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、イベントは実施できなかった。

＜今後の方針＞

令和3年度に、木津川アート2021の開催を予定している。木津川アートが培ってきた小規模地域芸術祭としての価値を維持しつつ、食フェスの開催など、新たな視点も取り入れることで、地域活性化や関係人口創出を図る。

「当尾地域力創造プラン」を具現化するため、当尾の郷会館CREATIONPROJECT第2期を稼働し、関係人口と地域住民が共創しながら、当尾の郷会館を拠点とした当尾地域の活性化を図る。

＜当尾地域力創造プランに関する取組経過＞

・当尾の郷会館CREATIONPROJECT

当尾の郷会館の一部を「制作室」としてクリエイターに無償で提供することで、クリエイターによる地域に根ざした芸術活動を促し、それによって、芸術活動を通じた交流人口の増加を図るとともに、クリエイターと地域住民との連携による地域づくりを進めている。

第1期 平成30年4月～令和3年3月 当尾の郷会館 2階 2組

第2期 令和3年4月～ 当尾の郷会館 3階 5組

・当尾の郷会館CREATIONPROJECT企画「とおのと」

「当尾の郷会館CREATION PROJECT」の参加作家が発起人となり、郷会館での現代アート展覧会を開催した。

令和2年2月15日～29日 来場者数1,300人 当尾地域ボランティア数 54人

・とおのらいぶらりー

地域住民からのアイデアにより、当尾の郷会館に残っていた、かつての小学校の鳥小屋を「とうのらいぶらりー」にリフォームして、来場者が自由に本を借りることができる様にした。

制作には、地域住民、「当尾の郷会館CREATION PROJECT」の参加作家、通い版地域おこし協力隊（※）が参加した。

※通い版地域おこし協力隊…木津川市の交通の利便性を活用し、通いながら地域活性化への取組みに参加するものとして、総務省による「地域おこし協力隊」の非対象地域であることを逆手にとて全国に先駆けて創設した制度

3 今だけ、ここだけ、貴方だけ観光推進事業

＜事業概要＞

京都DMO協議会への負担金

【お茶の京都DMO】

平成29年3月27日に設立された、京都府と山城地域12市町村が社員となる組織（一般社団法人京都山城地域振興社）。それぞれの地域と連携し、観光地域づくりの総合プロデューサーとして、戦略的な観光地域づくりの推進を目的とする。

＜令和2年度実績＞

お茶の京都地域の既存の幅広い観光地域づくり関連組織や団体等と連携し、各地域の個別の取り組みの調整を行った。また、お茶の京都博の取り組みを活かした地域全体の効果的な情報発信及びワンストップ窓口に取り組んだ。

・連携した関係組織、団体

京都府、山城地域12市町村、観光協会、地域の観光に取り組む団体、各寺社、交通事業者、旅行会社、JA京都やましろ

・木津川市域での取り組み

お茶の京都 古寺巡礼バス（利用者数1,448人）

よみがえる恭仁京ライトアップ（海住山寺ライトアップ）事業（動画視聴回数：3,300回）

観光カーシェアリング事業（利用回数357回）

- ・情報発信に関する取り組み

- ツーリズムEXPOジャパンへの参加（オンライン）（商談件数：27件）

- 京都のお宿で魅力再発見キャンペーン（延べ利用件数：1,581人）

- 国外向けプロモーション（ファムトリップ実施日数：3日）

- お茶の京都魅力発信事業として参加型出展イベントへの参加（アンケート回収数：183人）

- 多言語WEBサイトの構築

- SNSの活用（クイズキャンペーン応募者数：614人）

- ・ワンストップ窓口の取り組み

- お茶の京都地域全体の「地域のプロデューサー」として、エリア内連携、観光インフラ整備、インバウンド市場の拡大を図り、それに伴オンラインバウンド対応ガイドなどの人材育成を一体的に実施。

＜今後の方針＞

昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大防止を踏まえた新しい社会スタイルでのプロモーション、インバウンド回復後及び大阪万博に向けた海外への発信などを行ながら、「モノ」「コト」「トキ」などのテーマ性のある魅力を発掘し、地域が儲かる仕組みづくりをDMOを中心に進める。

4 京野菜・織物リジェネレーション事業

＜事業概要＞

市内産農産物の情報発信及び、市内産業の競争力強化を目的とした市内事業者への認証取得支援等を行うもの。

＜令和2年度実績＞

- ・市内産農産物の情報発信
都市近郊農業の振興及び活性化並びに地産地消の推進を図るための活動を行った。
 - 地元の野菜等をテーマにしたフリーペーパー「jiwajiwa」の発行・・・4回
 - 市内スーパー等での「直売所コーナー」の運営件数・・・延べ15件
 - 市内飲食店経営者と生産者のマッチング
- ・市内産業の競争力強化を目的とした市内事業者支援
市内産業の販路拡大を推進するため、国内外で開催される見本市や商談会等への参加に要した経費について支援を行った。
件数：11 金額：2,885千円

- ・市内産業の競争力強化のため、ISOやJISの認証取得又は更新に要した経費について支援を行った。

件数：3 金額：500千円

＜今後の方針＞

農で頑張る協議会については、スーパーなど一定の販路を得たことにより、協議会単独での運営が可能となった。今後は、協議会と行政の役割を明確にし、市の農産物等のブランディングに取り組んでいく。

市内産業の競争力強化については、引き続き支援を行うこととする。

5 木津川市山城町森林公園交流拠点整備事業

＜事業概要＞

宿泊棟をリノベーションすることにより、自然の中でゆったり過ごす「オフな時間」を楽しめる施設とした。それにより、滞在利用のみではなく、宿泊利用へと利用の幅を広げ、さらに遠方からの来訪者の増加を目指すもの。

＜令和2年度実績＞

山城町森林公園状況

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
令和2年度	627	0	3,111	2,117	13,871	4,424	1,831	1,772	940	771	1,350	1,036	31,850
令和元年度	2,068	6,462	1,617	2,924	7,037	3,010	1,594	1,062	535	377	500	291	27,477

令和2年度は新型コロナウイルス感染症に係る緊急事態宣言中の休園期間もあり、例年の状況との比較は難しいが、利用者数は前年度を上回る結果となった。これは、室内での密を避けるために外遊び志向が強まったことが影響していると思われる。

宿泊棟については、緊急事態宣言中は閉鎖しておりリノベーションによる効果は計れなかった。また、ホームページのリニューアルや施設をネット予約できる仕組み作りも行った。

＜今後の方針＞

山城町森林公園は、以前からテントサイトの人気は高く、コロナ禍により人気が高まっている。今後は、本事業の目的である宿泊棟の利用者を増加させるために、市の他の観光資源を活用したプロモーションを行っていく。