

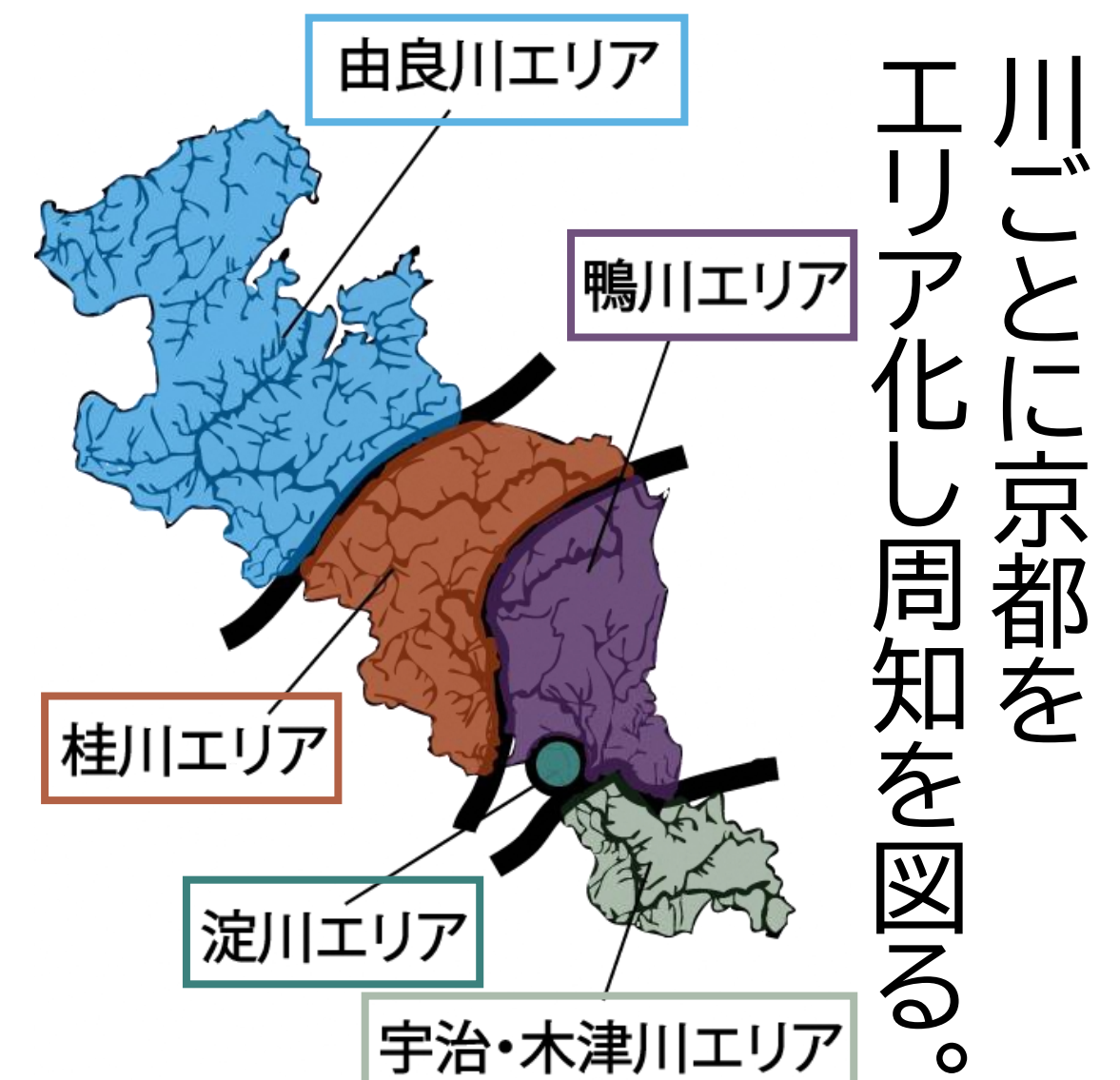


「川の京都」調査研究プロジェクト ー川による魅力ある観光とまちづくりー

京都府における広域観光施策促進のための新たな提案

「川」の可能性と各地の観光魅力を最大限に引き出した上で、府内全域への観光客誘致を図る。

現行施策や各地域の現状を直接調査しながら課題を発見し、今回の提案を行なった。



①府域全体の広域観光を目指す 観光魅力の造成・発信策

京都府への政策提案 「川の京都プロジェクト」

龍谷大学 政策学部 高畑ゼミナール

観光客の集中が問題視される中、我々が必要と感じたのは広域観光。

④府域全域で普遍的な特徴

統一テーマ「川」を取り上げた 広域観光振興策

+ 地域性を活かす仕組み

が必要である

京都にとって歴史文化・観光価値を持つ川を広く使いながら、地域性の活用を狙う。

⑦プロモーション施策 『「川の京都」の周知・周知促進案』

「川の京都 周遊パス」

府域交通機関の周遊乗車券
+
京都市営地下鉄・バス1日券

交通面にアプローチし観光需要を高めることでプロモーションを行う。

②「京都の観光における価値と課題」

高畑ゼミが行った

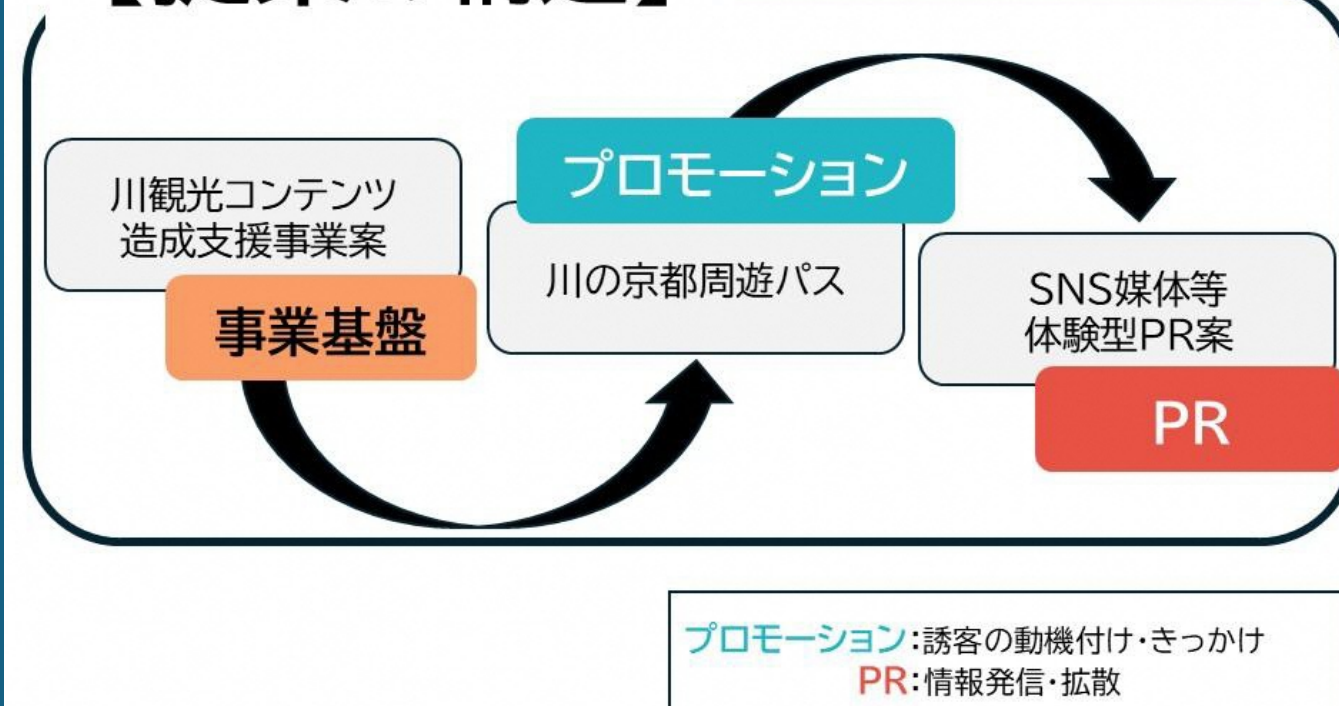
ヒアリング調査先一覧

京都府 (京都府商工労働観光部観光室)	海の京都DMO	亀岡市役所
京都市 (京都市観光MICE推進室、 京都市観光協会)	森の京都DMO	宇治市役所
舞鶴市役所	お茶の京都DMO	淀川河川事務所

多くの自治体等へ京都観光の現状を直接伺った。

⑤「川の京都プロジェクト」

【提案の構造】



地域理解や内容造成から基盤を創る上で、全国的に周知を行うプロセス設定。

⑧PR案 『「川の京都」の周知・周知促進案』

- ① 国ごとに適したSNS媒体の活用
- ② 「モニターツアー」・「ファムトリップ」の導入
- ③ 周遊パスの季節販売に則すエリア同士による宣伝体制の確立

より現代的かつコアで、効果性のあるPR方法を採用。エリア同士の連携も図る。

③「京都の観光における価値と課題」

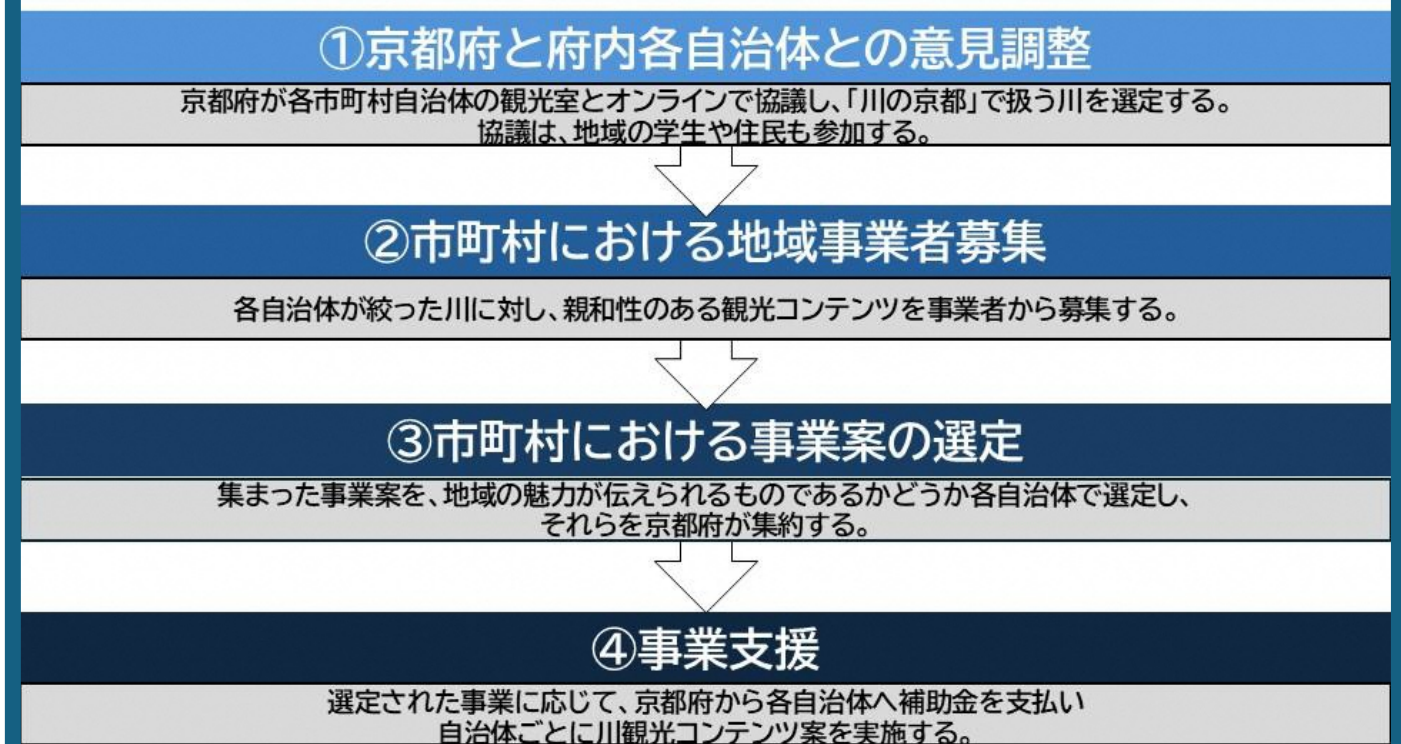
現施策における課題

- 1、観光ブランドの細分化により
京都全体を押し出せていない
- 2、テーマに縛られることにより
各地域の特徴を十分に押し出せていない

「もうひとつの京都」事業からヒントを探る。

⑥『「川の京都」川観光コンテンツ造成支援事業案』

4段階の造成・集約・選定プロセス



住民への理解促進、住民や地域内事業者との協働事業を目指す。

事業提案を経て

各地域に適した取組となる、柔軟な観光促進事業の必要性を強く感じた。
京都府中の地域が連携し、共に観光政策を進められることを願いたい。