

宇治市観光振興計画
(第 2 回策定委員会資料)

平成 24 年 7 月 20 日

1. 宇治市の観光特性と課題について

豊富な歴史遺産

宇治市観光動向調査（以下、動向調査）によると、「平等院」や「宇治上神社」といった世界遺産をはじめ、社寺仏閣、名所・旧跡などが豊富にあり、これらを宇治観光の主な目的に挙げている人が 8 割となっている。特に「平等院」には来宇者の 8 割以上が訪れており、一極集中の状況が顕著である。

全国ブランドの宇治茶

高級茶として名高い、地名のついた「宇治茶」という全国ブランドの特産品があり、覆下栽培の独特の茶園風景や茶問屋が軒を連ねる街並み、茶道や茶室など文化としての側面もある。動向調査によると京都市への観光客を対象とした宇治の認知度調査では「宇治茶」が最も高く、9 割を超える認知度となっている。

豊かな自然・景観

宇治川を中心とする自然景観や国の重要文化的景観にも選定された宇治を特徴づける自然・文化遺産や伝統産業が凝縮した宇治川周辺地域には、観光ネットワークの基礎となりうる景観資源が数多く存在する。

歴史文化（源氏物語）を活かしたまちづくり

古来より交通の要衝として栄え、平安時代には貴族の別業の地として、また、源氏物語宇治十帖の舞台にもなった歴史文化が息づいている。この約 20 年は源氏物語にスポットをあて、源氏物語のまちづくりを展開してきた。

京都・大阪・奈良からの近接性

JR 西日本、京阪電気鉄道、近畿日本鉄道、京都市営地下鉄などの鉄軌道網や、京滋バイパスや第二京阪道路などの広域幹線道路網が張り巡らされた交通利便性の非常に高い地域となっている。

情報発信力の不足

動向調査によると、宇治エリアを訪問したことがない理由として、情報不足が圧倒的に高いことが明らかになった。また、JR 京都駅にある観光案内所も十分に活用できていないのではとの指摘もある。

市民のホスピタリティの意識の希薄

市民が観光客に対して歓迎の意識をあまり持っていないように感じるとの指摘がある。

交通・駐車場の問題

広域幹線道路網については充実してきたが、観光シーズンにおける市内の駐車場キャパシティや

交通渋滞等の問題が露呈されている。

観光基盤の改善・観光地としての演出

観光動向調査では観光案内所や案内板等による宇治に來られてからの情報提供等の面で、満足が得られていない。また、JR 宇治駅前には観光地らしさ、宇治らしさ、ウキウキ感が感じられないとの指摘もある。

インバウンド対策不足

国においては今後の成長戦略の一つとして観光の推進を掲げており、特に海外からの観光客（インバウンド）の増加を目指している。しかし、動向調査によると、観光事業者の受け入れ体制が不足していることが明らかになった。

来宇者の時期的・時間的な偏りが多い

宇治を訪問される方の多くが、春から秋となっており、特に冬の時期の来訪者数が少ない。また、時間的にも宿泊施設の関係もあるが、夜の観光客が少ない。

観光客のリピーターが少ない

動向調査によると、宇治市を2回以上来訪されたリピーターは約60%となっており、同調査で実施した京都市内でのリピーター率84%と比べると低くなっている。全国平均73.4%と比べても低くなっている。

商品開発力の不足（専門委員会からの意見）

宇治に來るリピーターは自然・景観などまちあるき目的が多く、飲食は持参、お土産は買いたいモノがないと感じるなど、非常に消費が少ない実態がある。

観光コンテンツの不足（専門委員会からの意見）

リピーターが少ないことも、情報発信力不足も、結局はストーリー性のあるコンテンツの不足にある。魅力的なコンテンツが豊富なら、もう一度宇治へ足を運ぶことになり、また、情報も業者が自ら発信してくれる。

宇治の観光特性（強み）

歴史遺産、宇治茶、自然・景観、歴史文化（源氏物語）、京都・大阪・奈良からの近接性

宇治の観光課題（弱み）

情報発信力不足、市民意識向上、交通・駐車場問題、観光基盤整備、観光地らしさ、インバウンド対策、時間的・季節的偏在、リピーター不足、商品開発力不足、観光コンテンツ不足

2. 目標の設定等について

ここで改めて、本計画の基本方針となる計画の理念(計画についての基本的な考え方) 計画期間、計画の目標(本計画終了後の観光都市・宇治のあるべき姿) 計画のコンセプト(計画の概要を端的に表すキャッチフレーズ) 数値目標について検討していきます。

・計画の理念

宇治市には豊富な歴史遺産や高級茶として全国に名高い宇治茶、宇治川をはじめとする自然・景観や源氏物語などを育んだ歴史文化など、古来より受け継がれてきた貴重な財産があります。これらは市民にとってかけがえのない財産であると同時に、宇治を訪れる観光客にとっては、魅力的な観光資源となるものです。本市では、こうした宇治市にしかない貴重な財産を市民全体で大切に守り、次代に引き継ぐとともに、多くの観光客に選ばれる、輝き続ける観光都市・宇治を構築します。

・計画期間

平成 25 年度から平成 34 年度までの 10 年間の計画期間とします。また、前期・後期それぞれ 5 年間のアクションプランを作成することとし、後期アクションプランについては、前期アクションプラン終了後に策定することとします。

・計画の目標

宇治市の財産であり、観光資源でもある歴史遺産、宇治茶、自然・景観、歴史文化の重要性を市民、事業者、行政が共有し、その認知度を高めるとともに、観光の質を高め、地域経済の活性化、観光満足度の向上などを通じて、観光都市・宇治のブランド力を高めます。

・計画のコンセプト

コンセプトに関しては、情報発信力にも大きく関わってくるため、計画の目標を端的にわかりやすく表現するメッセージ・コンセプトを定めます。

コンセプト(案)

- ・歩いて楽しい宇治のまち
- ・宇治茶と歴史・文化の香るまち
- ・お茶と自然あふれるまち
- ・癒しとふれあいの感動都市・宇治
- ・ずっと住みたい、また訪れたい観光都市
- ・川のせせらぎと歴史文化・お茶の香るまち

目標となる指標値(案)(平成 34 年の宇治市の観光目標)**定量的な目標値**

- ・市内への観光入込み客数を数値目標とするかどうか？ 資料 4

国や京都市の計画では人口減少等により国内市場規模が縮小傾向にある中、観光入込客数など量の上積みを目指としては掲げずに、満足度など質の向上に重点が置かれています。

【平成 23 年 486 万人】

- ・宇治市内で飲食した割合 85%【平成 23 年度 76%】
市内経済への影響を表す指標
- ・宇治市内でお土産を購入した割合 85%【平成 23 年度 74%】
市内経済への影響を表す指標
- ・訪問、利用施設等についての満足度(とても満足+ほぼ満足) 全項目 85%以上
宇治観光のホスピタリティにあたっての評価指標 【平成 23 年度 69%~95%】
- ・宇治市訪問者のリピーター率 70%【平成 23 年度 58%】
「また来たくなる」指標
- ・京都市各施設・エリアの中での訪問率の向上 60%【平成 23 年度 47% 6 番目】
京都観光の中での宇治市観光の位置付け・存在感を図る指標

3. 観光方針について

本計画の目標に掲げた“観光都市・宇治のブランド力を高める”ためには、今ある観光資源に磨きをかけるとともに、新たな観光資源を発掘するなど観光資源を充実させ、宇治市を訪れていただく観光客に「訪れてよかった、また来てみたい」と感じていただける、満足度の高い受入態勢の充実を図り、観光客のニーズに応じた的確な情報提供に努めていくことが重要です。そのため以下の3点を観光方針として定め、観光方針に沿った戦略を展開していきます。

観光方針 1 宇治らしさを極める

本市には、宇治川を中心とする自然景観、世界遺産である平等院や宇治上神社をはじめ、萬福寺や三室戸寺などの豊富な歴史遺産、平安時代をテーマにした源氏物語、加えて、宇治茶を好んだ豊臣秀吉が築堤した太閤堤の遺跡が近年発見されるなど、豊富な観光資源が存在します。これらの観光資源に磨きをかけるとともに、まだ埋もれている観光資源を発掘し、光を当てていくことが重要です。

また、世界文化遺産登録を目指す“宇治茶”は、高級茶として全国的なブランドとなっているものの、宇治への訪問目的にはつながっていないことから、このギャップを埋める取り組みを推進していきます。

さらに、観光客が“宇治”に来たことを実感できる、景観や雰囲気などを醸し出すとともに、各店舗においては、個性豊かな店舗づくりやメニュー、お土産など、商品開発力を強化し、集客力のある魅力的な“宇治”ならではのまちづくりを進めていきます。

観光方針 2 おもてなし力を極める

本市を訪れる観光客が、一度限りで終わることなく、リピーターとして再度来訪いただくには、「訪れてよかった、また来てみたい」と感じていただけるよう“おもてなし”の心を持って迎え入れることが必要です。そのためには、観光事業者のおもてなし力をさらに向上させていくとともに、市民自身が豊富な観光資源を持つ宇治市を誇りに思い、ふるさと意識を持つとともに、“宇治”ならではの観光資源を見に来られる観光客を温かくお迎えする意識を高めます。

また、観光客の満足度を高めるためには、観光客の視点に立ったより快適な受け入れ環境を整えていくとともに、国の成長戦略として訪日外国人観光（インバウンド）を積極的に進めていることから、本市においても、訪日外国人観光客が観光しやすい環境整備を進めていきます。

観光方針 3 情報発信力を極める

動向調査等の結果によると、情報不足を主な原因として本市へ訪問いただけていない実態が明らかになりましたが、実際に来ていただいた方の満足度は比較的高くなっていることから、まずは“宇治”を知っていただき、来ていただくことが重要であることが明らかになりました。

観光都市・宇治を日本全国はもとより、世界の観光客に知ってもらうため、インターネットをはじめ、ガイドブックやマスメディアへ積極的に情報発信していきます。

さらに、居住地域や交通手段、また、初めての来宇カリピーターかなどによって、求められる情報も異なっており、情報発信の手法や内容などに創意工夫を凝らしたタイムリーで的確な情報を発信していきます。

4. 優先順位の検討について

宇治市の観光特性や課題等については、明らかになったところである。しかし、全ての課題等について、同時・並行的に対策を講じるのは困難であり、効果的・効率的に観光振興を進めるには、「選択と集中」による重点的な取り組みが必要である。

これまでの行政計画では、課題を明らかにし、その解決策について検討することが中心となっていたが、本計画では、強みをさらに強化するとともに、優先的に解決すべき課題を明らかにすることにより、実行力のある計画策定を目指す。

検討課題 1

まず、宇治市の観光特性、強みの中で、今後さらに重点的に強化していくべき特性があるのか、また、それはどの部分となるのかについて検討する。

1. 歴史遺産

・期待される側面

平等院、宇治上神社の世界遺産をはじめ、日本の三禅宗の一つである黄檗宗の大本山である萬福寺、つつじやあじさいなど花のお寺として名高い三室戸寺、さらには宇治神社や興聖寺など多数の社寺仏閣がある。

・懸念される側面

宇治に来られる 8 割以上の来訪者が平等院を訪れている現状を踏まえれば、さらなる観光振興を図るには、平等院以外の社寺仏閣で集客を図る必要がある。

・動向調査結果

宇治での調査：歴史遺産を主な目的とした人 78%、歴史遺産の満足度 95%

京都での調査：宇治に関する歴史遺産の認知度 70%

2. 宇治茶

・期待される側面

全国的に高級茶としてのブランドが既に定着しており、宇治と言えはお茶という都市イメージにつながっている。市内には覆下栽培など独特の茶園風景やお茶やさんが軒を連ねるたたずまい、また、本格的なお手前がいただける市営茶室・対鳳庵や最近は抹茶スイーツの人気店なども増えてきている。さらに、お茶の世界遺産登録に向けて取り組みが進められている。

・懸念される側面

宇治市内では茶園やお茶の生産量は減少傾向にあり、他府県産のお茶についても京都府内業者による仕上げ加工等により宇治茶と認定されるほか、碾茶の定義等についても様々な意見がある。また、生産サイドと流通サイドとは考え方が異なる部分もある。

・動向調査結果

宇治での調査：宇治茶を主な目的とした人 15%、宇治茶の満足度 84%

京都での調査：宇治に関する宇治茶の認知度 91%

3 . 自然・景観

・期待される側面

宇治を特徴づける自然・文化遺産や伝統産業が凝縮した宇治川周辺地域は、国の重要文化的景観にも選定された地域であり、観光ネットワークの基礎となりうる景観資源が数多く存在する。特に宇治川は桜や紅葉のシーズンには大変な賑わいを見せているほか、川沿いを歩くだけで何かほっとした気持ちにさせる癒しの空間である。また、霧のかかる宇治川の風景などは神秘的な神々しさを感じさせる。

・懸念される側面

天ヶ瀬ダムの再開発に伴い、平成 28 年度までの間は宇治川改修が実施される予定となっている。また、様々な景観施策に取り組んでいるものの、市民意識の醸成は十分に図られている状況には至っていない。

・動向調査結果

宇治での調査：自然・景観を主な目的とした人 36%、自然・景観の満足度 94%

京都での調査：宇治に関する自然・景観の認知度 57%

4 . 歴史文化

・期待される側面

本市では約 20 年にわたって源氏物語のまちづくりを進め、市民文化の向上や観光振興等を図ってきており、市内外において源氏物語と言えば宇治市との認知度も高まってきている。また、近年は太閤堤跡が発見され、史跡指定を受けたところであり、貴重な文化財として保存を図る施設整備が検討されている。

・懸念される側面

源氏物語ミュージアムでは年間約 10 万人の入館者で安定してきており、さらに大きく集客増を図ることは困難と考えられる。

・動向調査結果

宇治での調査：源氏物語関連を主な目的とした人 8%、源氏物語関連の満足度 74%

京都での調査：宇治に関する源氏物語関連の認知度 32%

検討課題 2

次に、宇治の観光課題、弱みの中で、今後、どの課題を優先的に解消していくことが観光振興に効果的かについて検討する。

1．情報発信力不足

京都市内での調査において、宇治の未訪問理由として情報が少ないが 63%と圧倒的に高かった。また、動向調査では事前情報収集としてインターネット、ガイドブックがそれぞれ 37%と高かった。

2．市民意識向上

市民が観光客に対して歓迎の意識をあまり持っていないように感じるとの指摘があった。

3．交通・駐車場問題

動向調査では、宇治に来られる交通手段として JR が 40%、京阪電車が 25%、マイカーが 22%となっており、公共交通機関の満足度は 81%、交通状況（道路の渋滞等）は 69%となった。平成 18 年度から平成 23 年度には春・秋の観光シーズンに天ヶ瀬ダムに臨時駐車場を設けていたが、ピーク時には駐車場不足が生じていた。また、慢性的に交通渋滞が発生している。

4．観光基盤整備

観光案内板の見直しについては、平成 20 年度に実施しているが、動向調査では観光案内所や標識などの情報提供等の満足度が 69%となっている。トイレについては、直近では平成 15 年度に夢浮橋ひろばに設置した。

5．観光地らしさの演出

JR 宇治駅を降りた時に、どこの駅かわからない。駅を降りて宇治らしさを感じられる演出が必要との指摘があった。

6．インバウンド対策

観光動向調査では、物販事業者では、94%の店舗で外国人観光客があるのに対し、指差しシート等のツールが用意されている事業者が 26%、飲食事業者では 98%の店舗で外国人観光客があるのに対し、メニュー等で外国語表記がされているのは 30%となっていた。

7．時間的偏在

鵜飼や宇治川花火大会、宇治田楽まつりや灯り絵巻などの夜のイベントも実施しているが、宇治には夜の観光のイメージがあまりないとの指摘がある。動向調査では、宇治を出発する時間について 17 時台で 14%となっているが、18 時台、19 時台とも 2%と非常に低くなっている。

8．季節的偏在

季節的な偏在について、平成 23 年の状況では、全体では 1～3 月、12 月にかけて 20 万人台と低く、社寺仏閣に限れば 2 月と 7 月に 10 万人台を割る低い状況となっている。

9．リピーター不足

動向調査を分析すると、宇治へのリピーター像は、社寺仏閣よりも自然・景観を目的とし、店での飲食は減少し持参の傾向が増え、土産品の購入も減少し特にほしいものがないとの意見が増えている。全般的に満足度が下がっているが、自然・景観と源氏物語関連については満足度が向上している。

10．商品開発力の不足

宇治に来るリピーターは自然・景観などまちあるき目的が多く、時間的な余裕があるにもかかわらず、飲食は持参、お土産は買いたいモノがないと感じるなど、観光地としては非常に厳しい実態がある。

11．観光コンテンツの不足

リピーターが少ないことも、情報発信力不足も、結局はストーリー性のあるコンテンツの不足にある。魅力的なコンテンツが豊富なら、もう一度宇治へ足を運ぶことになり、また、情報も業者が自ら発信してくれる。

12．その他