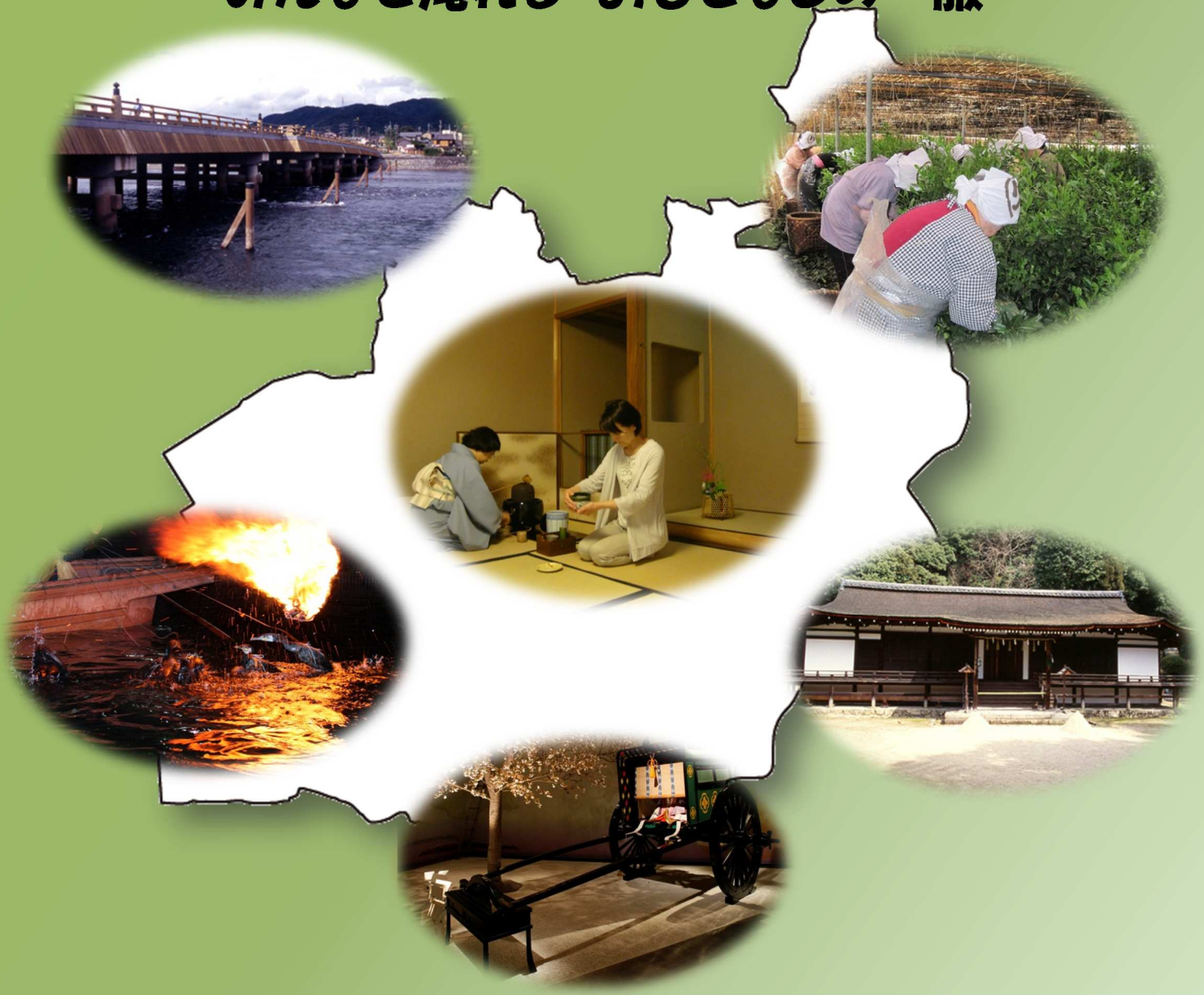
資料４

宇治市観光振興計画(案)

宇治茶に染める観光まちづくり

～みんなで淹(い)れる　おもてなしの一服～



宇治市

目　　次

第 1 章　計画の目的と期間 1
I.　計画策定の背景 1
II.　計画の位置付け 1
III.　計画の期間 1

第 2 章　観光を取り巻く状況 2
I.　国内の観光市場動向 2
II.　外国人観光客数の動向 2
III.　宇治市への観光客数の推移 3
IV.　宇治市への観光客の特徴 3
V.　宇治市への観光客の満足度 6
VI.　京都観光客における宇治への訪問経験 6
VII.　宇治市観光の特性と課題 7

第 3 章　宇治市観光が目指す姿と戦略 16
I.　基本理念･目標 16
II.　コンセプト 16
III.　数値目標 17
IV.　基本方針 18
V.　観光戦略 19
VI.　計画の体系 20
VII.　アクションプラン 21
1　宇治茶ブランド活用戦略 21
2　豊富な観光資源の保全･活用戦略 23
3　観光コンテンツの開発と魅力向上戦略 25
4　おもてなしの心を持った人材育成･環境整備戦略 27
5　情報発信力向上戦略 29

第 4 章　計画の推進に向けた取り組み 31
I.　各組織の役割 31
II.　計画の進行管理に向けて 32

第１章　計画の目的と期間

I. 計画策定の背景

宇治市では、平成 13 年度に、10 年間で観光入込客数を 400 万人から 500 万人に増加させることを目標に「宇治市観光基本計画」を策定し、宇治灯り絵巻等の実施や源氏物語ミュージアムのリニューアルをはじめとする様々な事業を展開し、源氏物語千年紀にあたる平成 20 年には、556 万人の観光客を迎え、当初の目標は達成してきました。

しかしながら、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、国においても、近年の観光をめぐる情勢の変化に対応していくため、観光基本法を改正し、観光立国推進基本法を制定しました。また、人口減少による国内観光市場の縮小とそれに伴う地域間競争の激化、ライフスタイルの変化と余暇活動の多様化、さらに平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災の影響、近年の国際情勢等、観光を取り巻く現状は年々厳しさを増しています。

このような中、近年の観光客のニーズや社会情勢の変化を的確に把握し、恵まれた観光資源に磨きをかけ、多くの人が訪れる観光地を目指すため、「宇治市観光振興計画」を策定しました。

II. 計画の位置付け

本計画は、「宇治市第５次総合計画」を上位計画とし、「宇治茶と歴史・文化の香るまちづくり構想」や「宇治市歴史的風致維持向上計画」等をはじめとした関連計画との整合を図っています。

また、観光の振興は行政だけで推進していけるものではなく、観光事業者等をはじめ、宇治市観光協会、市民、行政が適切な役割分担のもと取り組んでいくことが重要です。本計画では、互いに協働して取り組んでくための基本方針やアクションプラン等を提示するものです。

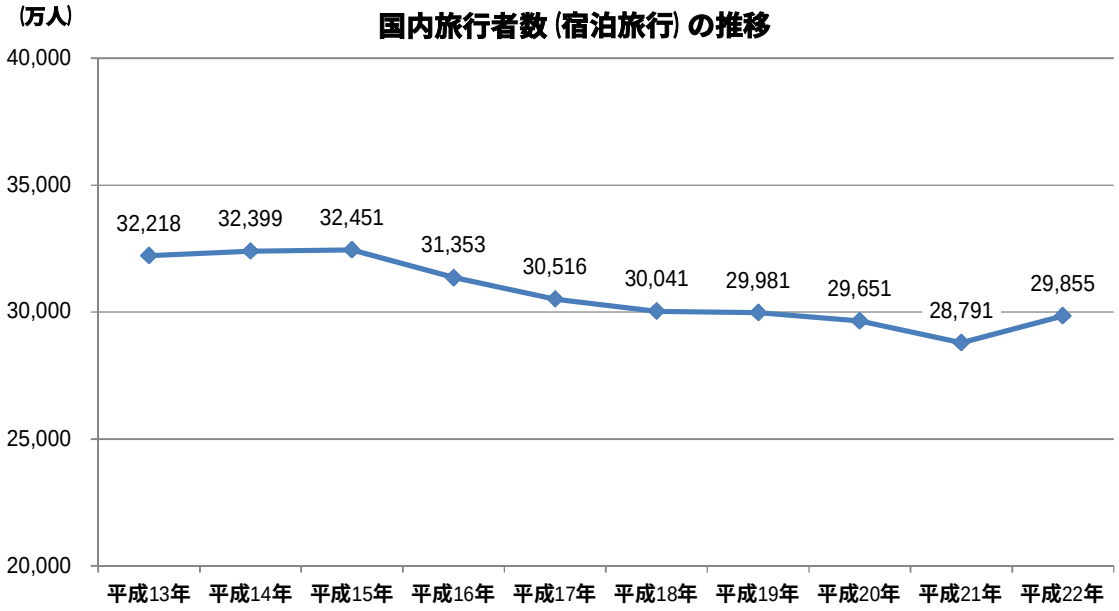
III.計画の期間

本計画は、平成 25 年度から平成 34 年度までの 10 年間としますが、計画期間を前期 5 年と後期 5 年に分け､アクションプランについては前期 5 年を作成し､後期アクションプランについては、前期計画終了時に、それまでの進捗状況や観光を取り巻く社会情勢の変化を踏まえて策定することとします。

第２章　観光を取り巻く状況

Ⅰ. 国内の観光市場動向

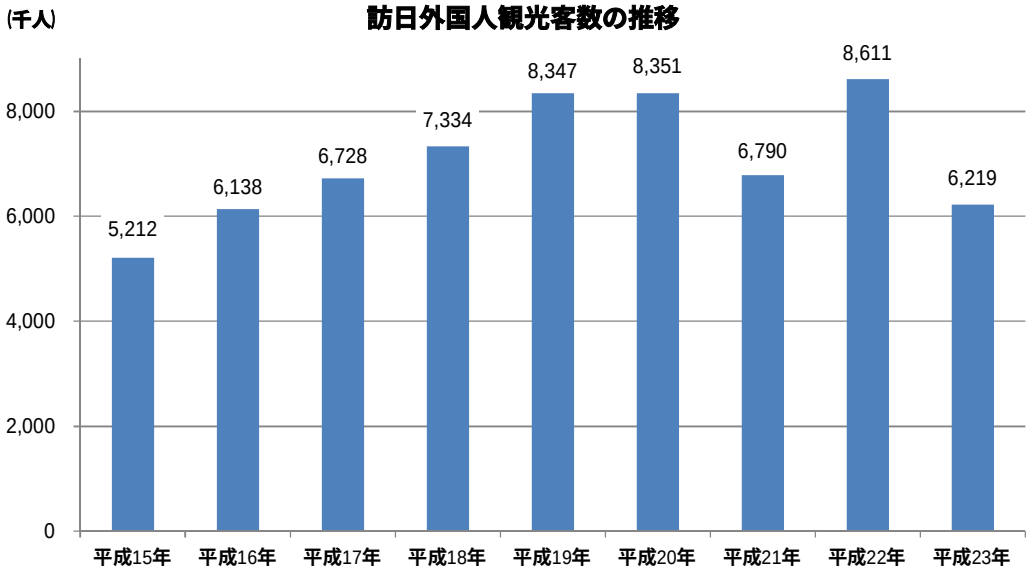
国内旅行者数は、平成 22 年には増加したものの、平成 15 年をピークに少子高齢化や人口減少等を背景として減少傾向にあります。



資料：一般社団法人日本旅行業協会、（社）日本観光振興協会「数字が語る旅行業 2011」

Ⅱ. 外国人観光客数の動向

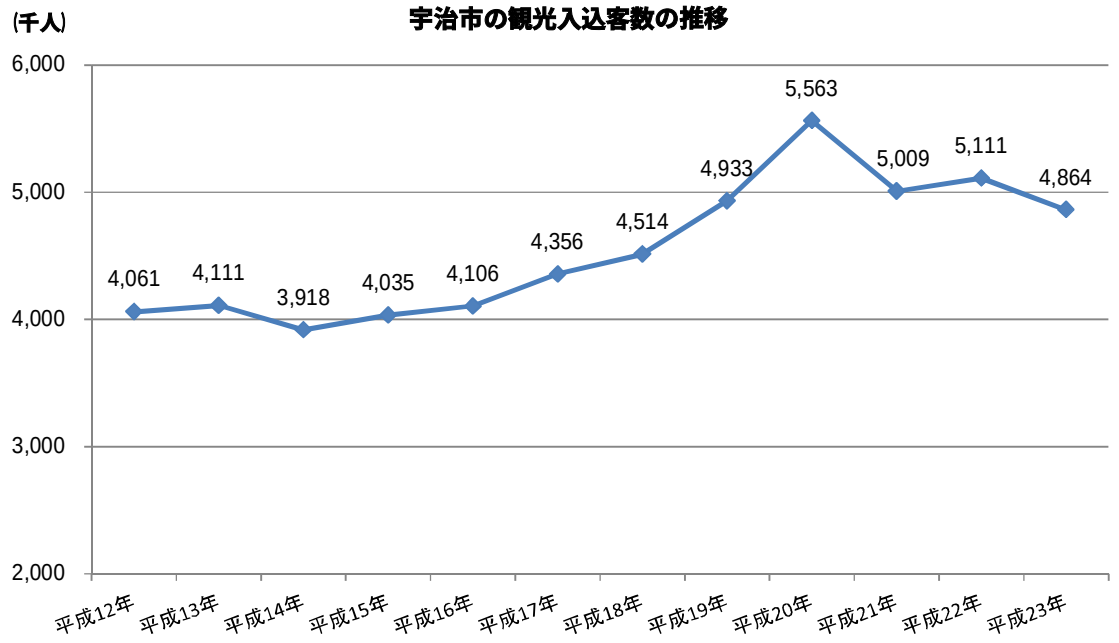
外国人観光客数は、国の政策により増加傾向にありましたが、平成 21 年にはリーマンショック等の影響により、平成 23 年には東日本大震災等の影響により減少しています。



資料：日本政府観光局（ＪＮＴＯ）

III.宇治市への観光客数の推移

観光入込客数の推移をみると、平成 14 年までの 400 万人から徐々に増加し、源氏物語千年紀にあたる平成 20 年には、京都府や京都市等との連携による各種イベントの実施や情報発信、また、源氏物語ミュージアムのリニューアル等が功を奏して過去最高の 556 万 3 千人を記録しました。その後も 500 万人台を保ちましたが平成 23 年は東日本大震災等の影響により 500 万人を割り込みました。

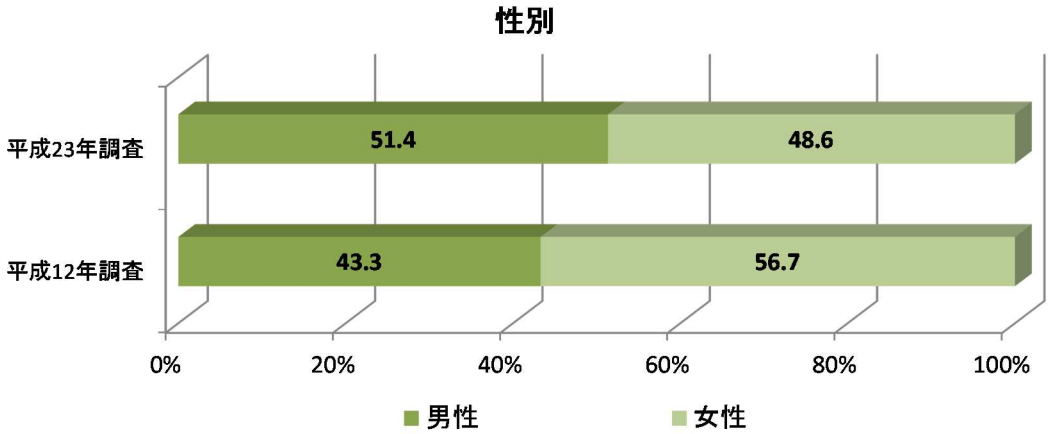


資料：京都府観光入込客数調査

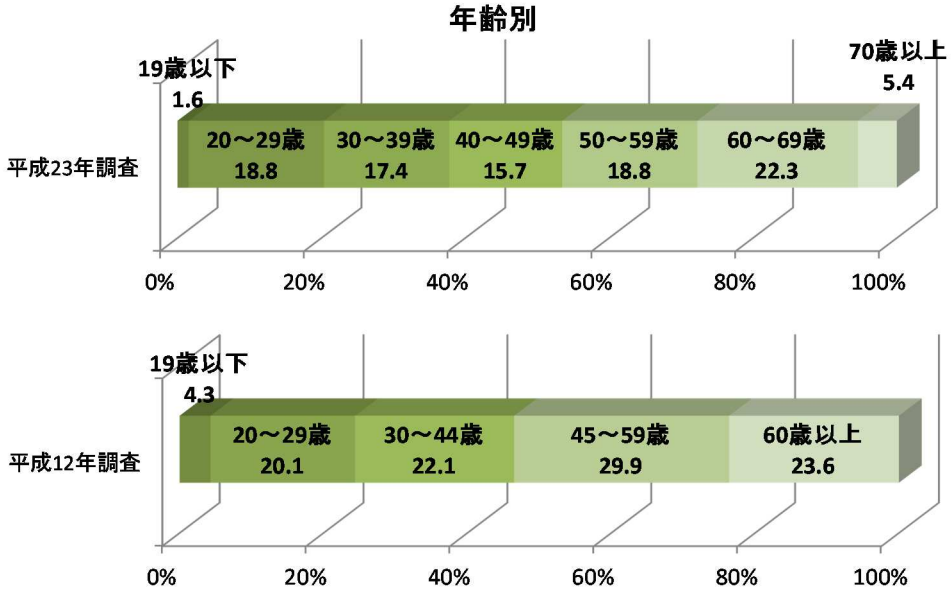
IV. 宇治市への観光客の特徴

宇治市を訪問する観光客の特徴をみると、性別では男女で大きな差はなく、年齢別でも 20～60 歳代の幅広い年齢層が大きなかたよりなく訪れていることが伺えます。

また、平成 12 年の調査と比較すると、男性の割合が増加しており、年齢層では 60 歳以上の高年齢層の割合が増加しています。



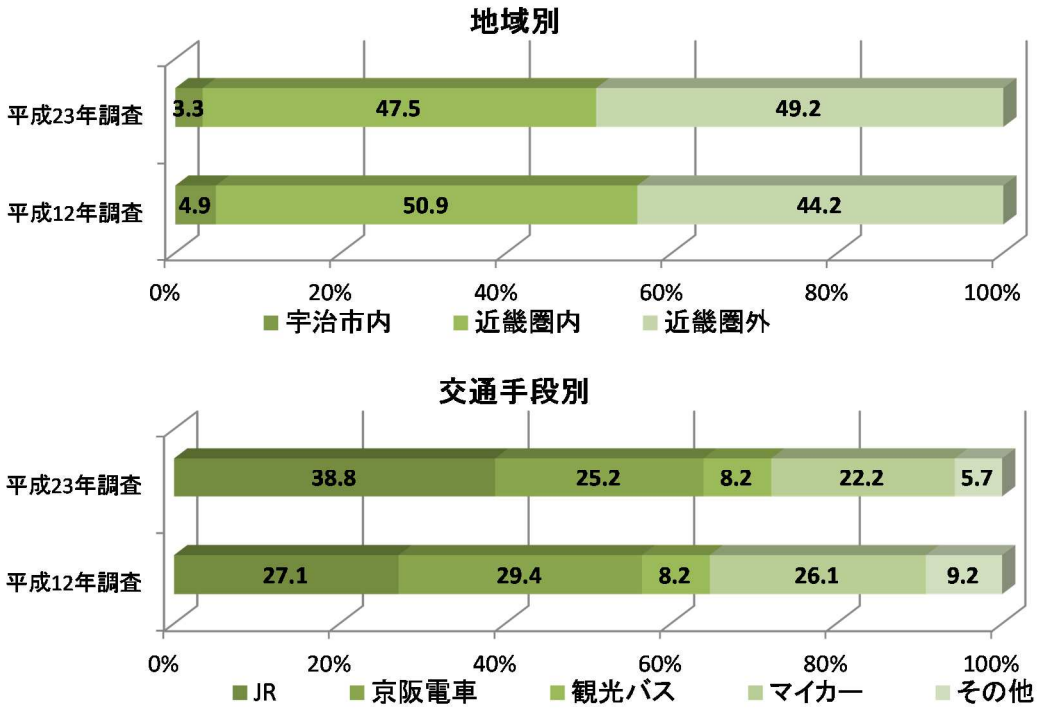
資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査
宇治市観光動向調査 2001



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査
宇治市観光動向調査 2001

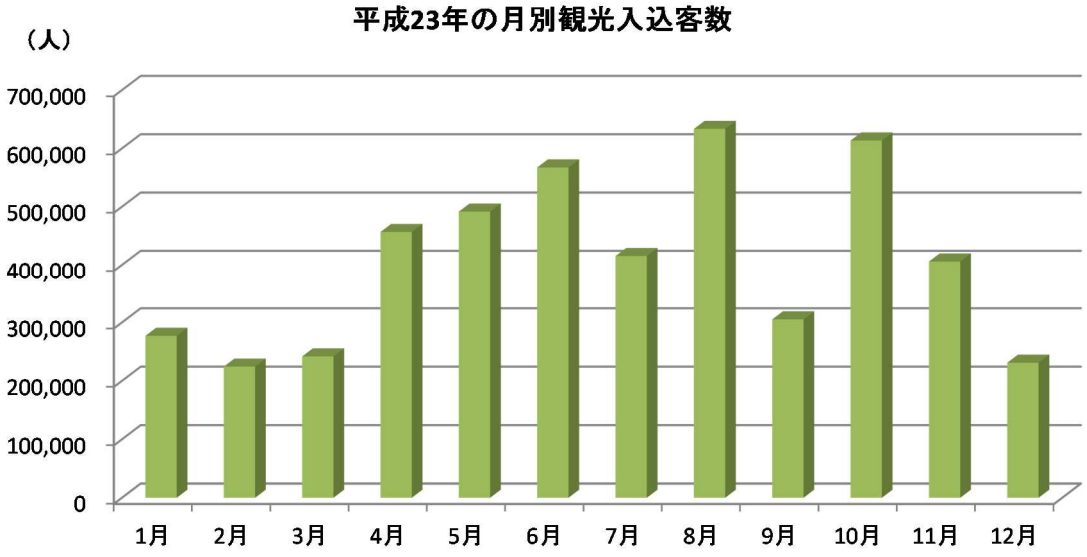
地域別では近畿圏内と圏外がほぼ同数であり、交通手段では JR や京阪電車による鉄道利用者が多く、全体の 64%を占めています。

平成 12 年の調査と比較すると、近畿圏外からの割合が増加し、交通手段ではＪＲの利用者の割合が増加しています。

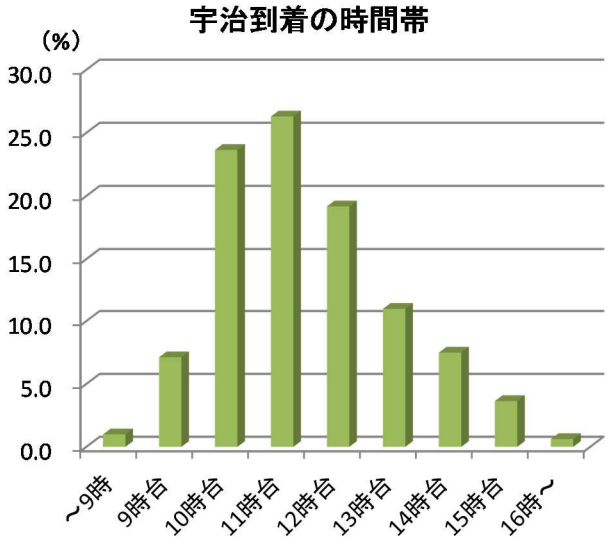


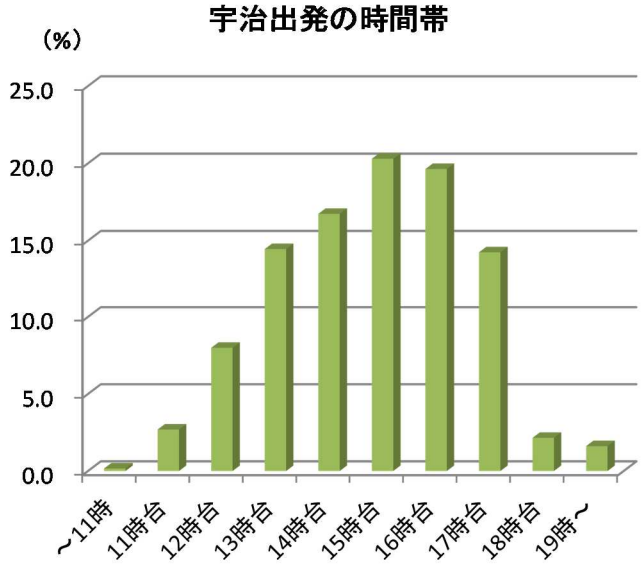
資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査
宇治市観光動向調査 2001

時期的・時間的動向をみると、宇治市を訪問される方の多くが、春から秋となっており、特に冬の時期の観光客数が少なくなっています。また、時間的にも昼間の観光が中心となっており、夜の観光客は非常に少ない状況です。



資料：京都府観光入込客数調査

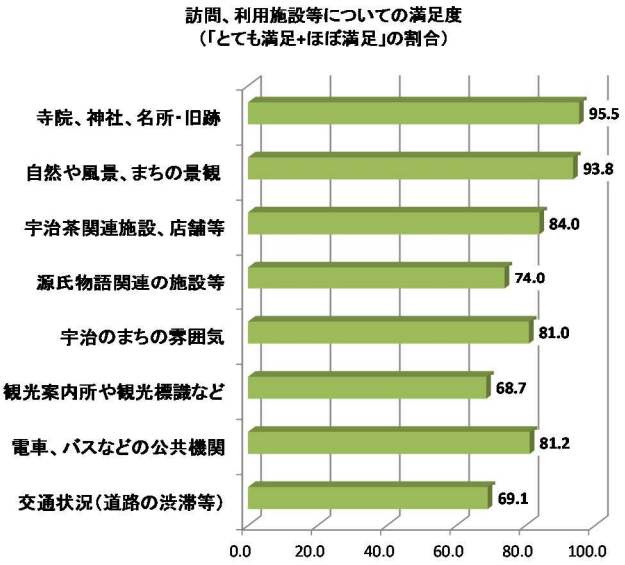


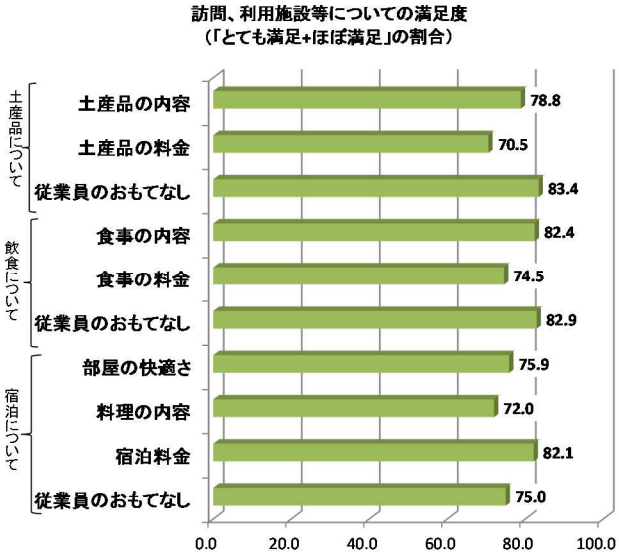


資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

V. 宇治市への観光客の満足度

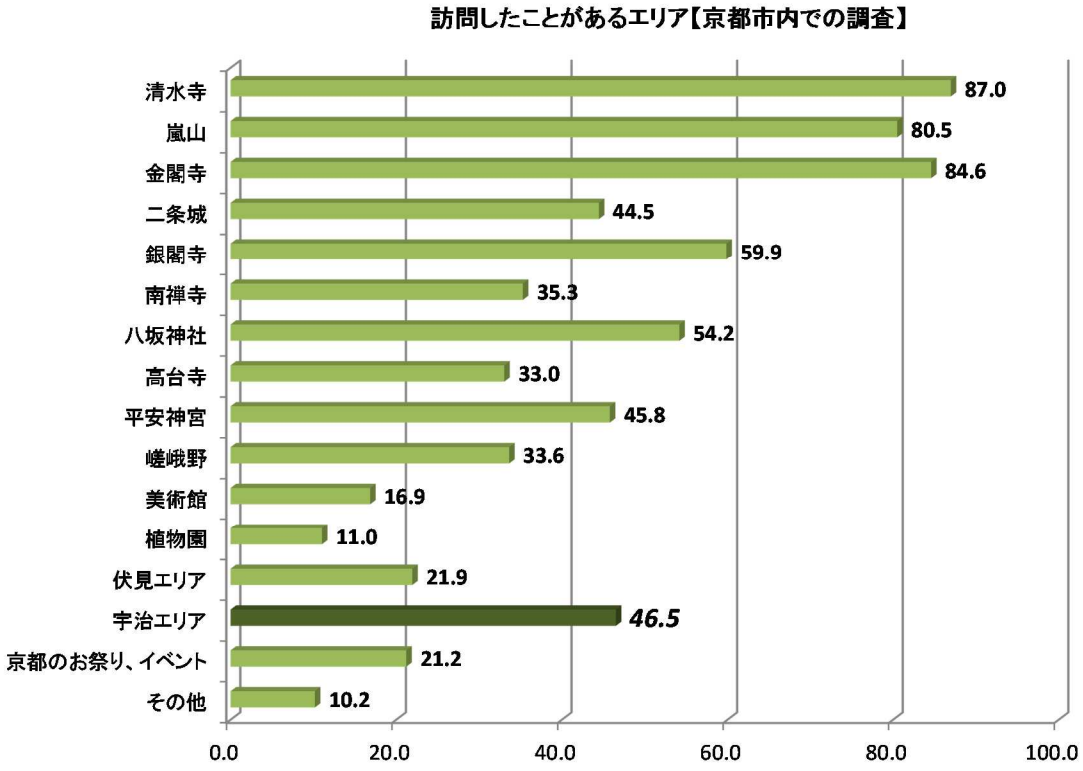
社寺仏閣等や自然・景観については観光客に満足いただいていると言えますが、飲食・お土産・標識・交通等については十分満足いただけていない状況です。





VI. 京都観光客における宇治への訪問経験

京都市の観光地（東山、嵐山、金閣寺）へ観光に来られた方約 1500 名に、宇治エリアへの訪問経験を尋ねると、約 700 名の方が訪問経験ありと回答されました。



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

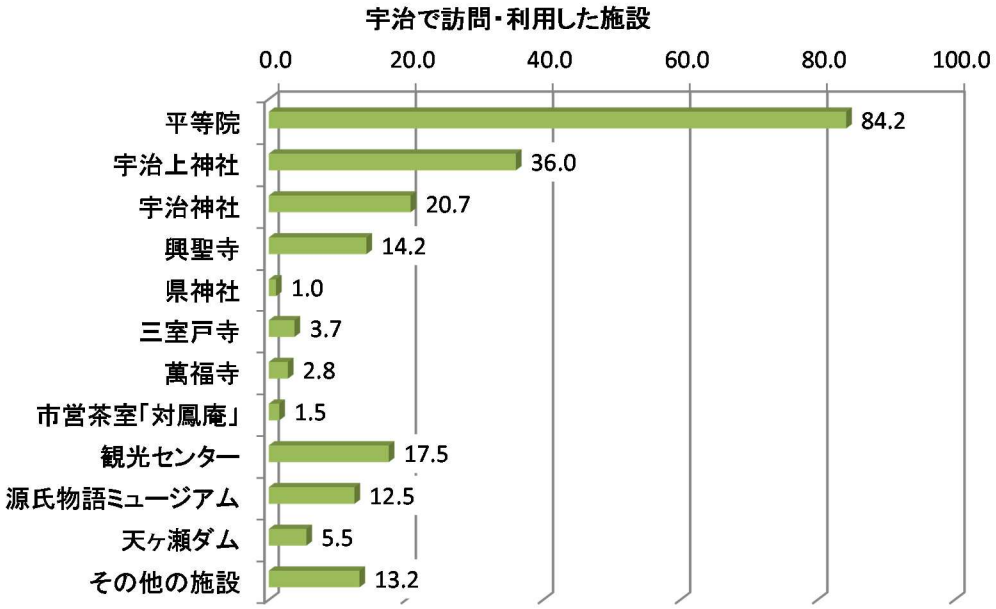
Ⅶ. 宇治市観光の特性と課題

観光動向調査や統計資料、策定委員会等の意見を集約すると、宇治市の観光についての特性や課題が明らかになってきました。

■観光の特性（観光の強み）

1 豊富な歴史遺産

宇治市には、「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・旧跡等が豊富にあり、これらを宇治市観光の主な目的に挙げている人が８割となっています。特に「平等院」には 8 割以上の観光客が訪れており、一極集中の状況が顕著です。

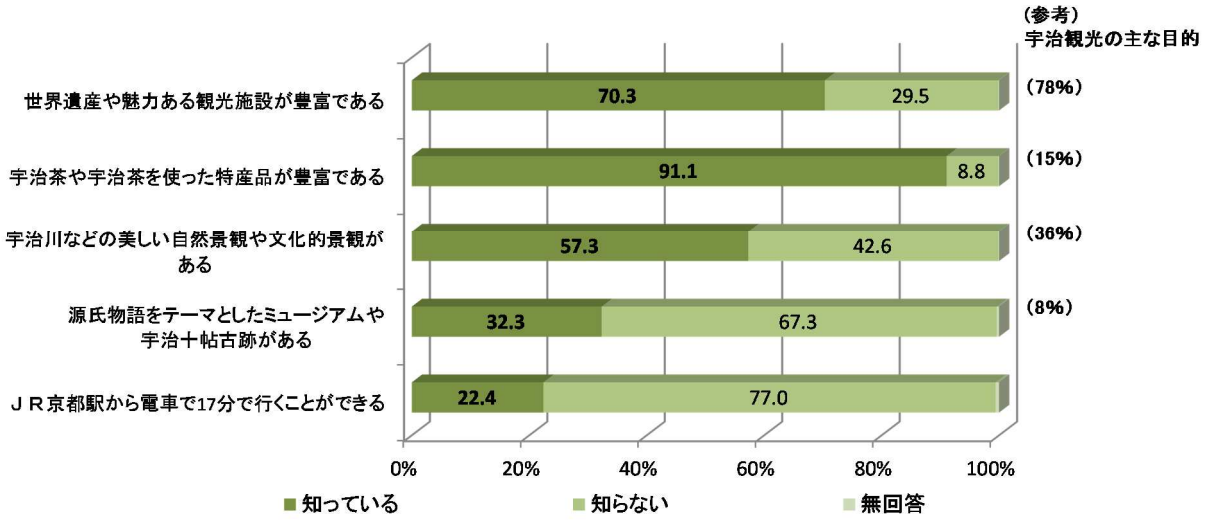


資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

2 全国ブランドの宇治茶

高級茶として名高い、「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まち並み、茶道や茶室等文化としての側面もあります。観光動向調査によると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ますが、宇治観光の主な目的とされている方は 15%であり、観光客が来る目的にはつながっていない状況です。最近では宇治茶を使ったスイーツの人気店等の増加や宇治茶の世界遺産登録へ向けた機運が高まっており、「宇治茶」ブランドのさらなる活用が期待できます。

宇治に関する認知



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

3 豊かな自然･景観

宇治川周辺地域は、特別風致地区に指定される等都市に隣接する豊かな自然が保全された地域であり、また、国の重要文化的景観にも選定される等宇治を特徴づける自然・文化遺産や伝統産業が凝縮した地域であり、数多くの魅力的な景観が存在しています。

●宇治橋上流の景色

4 歴史文化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ます。この約 20 年間は源氏物語にスポットをあて、ハード面では源氏物語散策の道や源氏物語ミュージアム等の整備、ソフト面では紫式部文学賞・紫式部市民文化賞の創設等、源氏物語のまちづくりを展開してきました。さらには近年、宇治川太閤堤跡の史跡指定や、宇治の市街地とその周辺が国の重要文化的景観に選定されたことを契機に、「お茶と歴史・文化の香るまちづくり構想」に基づき、歴史まちづくりを展開してきました。

5 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、京都市営地下鉄の鉄道網や、京滋バイパスや第二京阪道路等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ます。

宇治までの所要時間

●車で

《大阪方面から》

名神・京滋バイパス経由

吹 田 ― 21 分 ― 宇治西

《名古屋方面から》

東名阪・新名神・京滋バイパス経由

名古屋西 ― 1 時間 20 分 ― 宇治東

《滋賀方面から》

新名神・京滋バイパス経由

草津田上 ― 16 分 ― 宇治東

《京都駅方面から》

阪神・京滋バイパス経由

上鳥羽 ― 10 分 ― 宇治西

●電車で

《東京方面から》

新幹線・ＪＲ線・京都駅経由

東京 ― 2 時間 32 分 ― 宇治

《名古屋方面から》

新幹線・ＪＲ線・京都駅経由

名古屋 ― 57 分 ― 宇治

《大阪方面から》

ＪＲ線・京都駅経由

大阪 ― 44 分 ― 宇治

京阪・中書島駅経由

淀屋橋 ― 49 分 ― 宇治

《奈良方面から》

ＪＲ線

奈良 ― 31 分 ― 宇治

《京都方面から》

ＪＲ線

京都 ― 17 分 ― 宇治

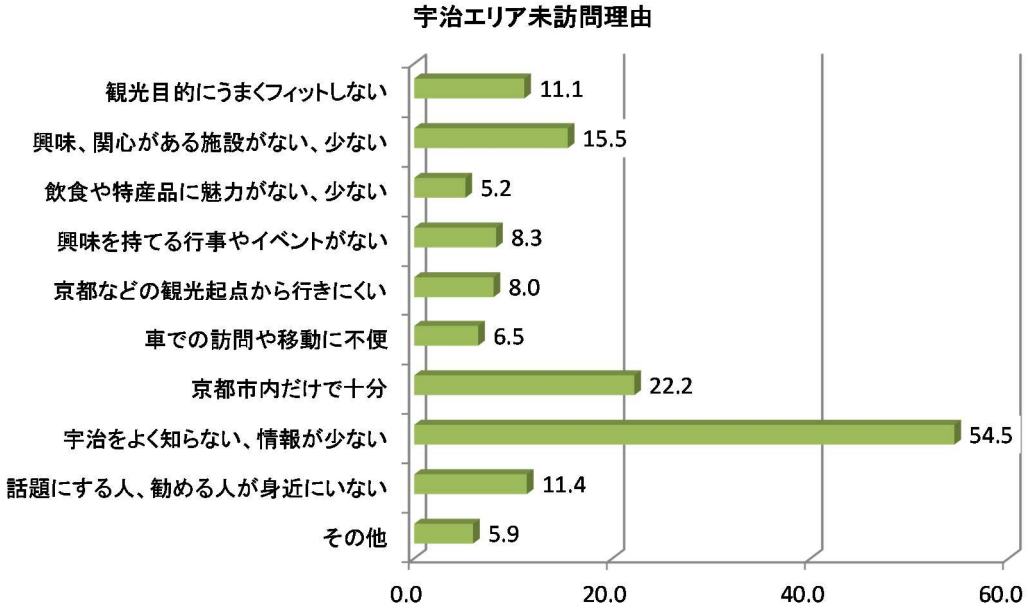
京阪・中書島駅経由

三条 ― 26 分 ― 宇治

■観光の課題（観光の弱み）

1 情報発信力の不足

観光動向調査によると、京都観光客のうち宇治エリアを訪問したことがない方の理由として、情報不足が圧倒的に高いことが明らかとなりました。また、京都府と京都市がJR京都駅に設置した観光案内所「京なび」についても十分に活用できていないとの指摘が策定委員会等からあります。



資料：平成23年度宇治市観光動向調査

2 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ましたが、観光シーズンにおける市内の駐車場キャパシティの不足や交通渋滞等が課題となっています。

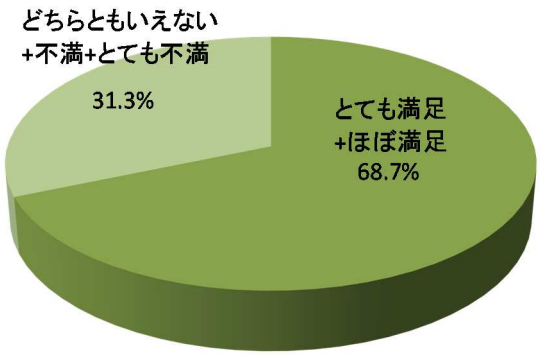
エリア	駐車台数（乗用車）	駐車台数（バス）
ＪＲ宇治駅周辺エリア	267 台	0 台
京阪宇治駅・宇治川周辺エリア	250 台	49台
京阪三室戸駅周辺・三室戸寺エリア	320 台	20 台
合計	837 台	69台

交通政策課調べ 平成２４年６月現在

3 観光基盤の改善･観光地としての演出不足

観光動向調査では観光案内所や案内板等、宇治市に来られてからの情報提供の面で、十分な満足が得られていないことがわかりました。また、京阪宇治駅は宇治川や宇治橋に隣接し、正面には古いたたずまいを残した茶問屋等宇治らしさがあるものの、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が策定委員会等からあります。

観光案内や標識の満足度



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

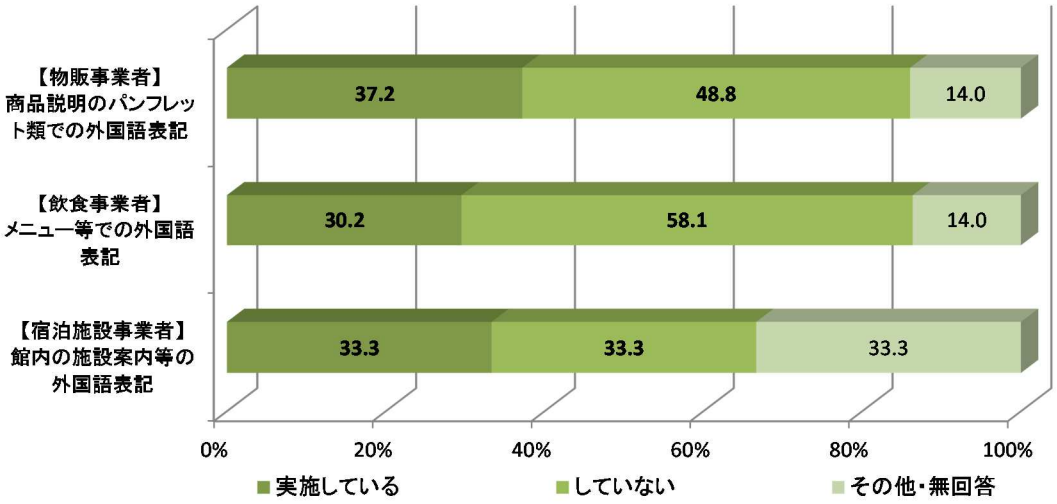
●JR 宇治駅前から見た景観

●京阪宇治駅から見た景観

4 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が掲げられ、特に訪日外国人観光客（インバウンド）の増加を目指しています。しかし、観光動向調査によると、宇治市内の 9 割以上の観光事業者において外国人観光客を受け入れていますが、その体制が不足していることが明らかになりました。

外国語表記の状況



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

5 おもてなし意識の希薄

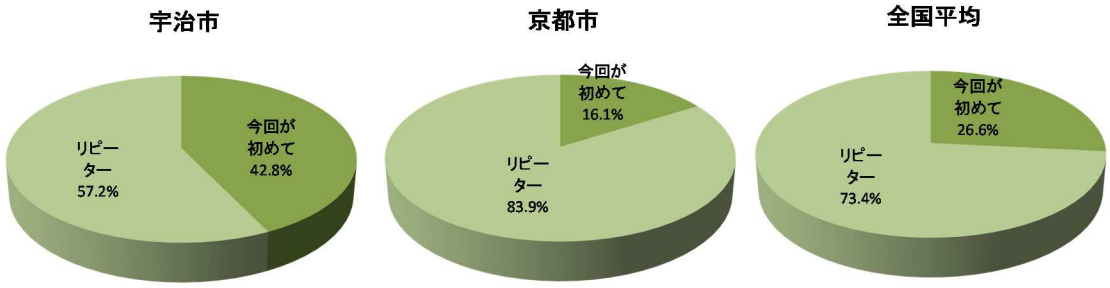
宇治市は日本有数の観光地であるにも関わらず、観光客に対して、歓迎の意識やおもてなしの意識をあまり持っていないように感じるとの指摘が策定委員会等からあります。

一般的な傾向として、有名な観光地では恒常的に集客が見込めることから、観光事業者等のおもてなし意識が希薄になりがちです。観光地の印象は、観光施設等の魅力だけでなく、その地域の人やお店での対応等、人との出会いやふれあいにより大きく左右されるものです。宇治市においても、観光事業者だけでなく、市民全体でおもてなしの意識、観光客をあたたかく迎える気持ちを再認識していく必要があります。

6 観光客のリピーターが少ない

観光動向調査によると、宇治市を２回以上来訪されたリピーターは５８％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ます。集客力の高い観光地はリピーターが多いことを踏まえると、また来たくなるような魅力をさらに向上させ、リピーターを増やしていく必要があります。

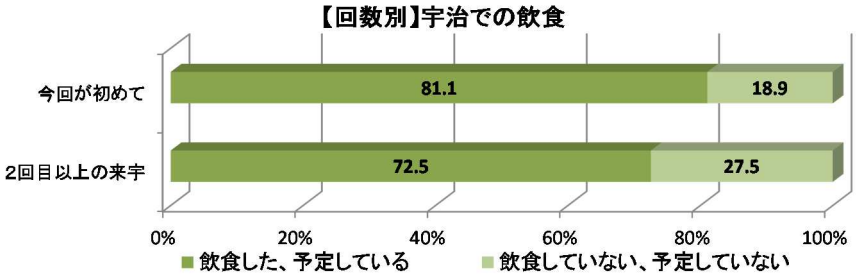
リピーターの割合

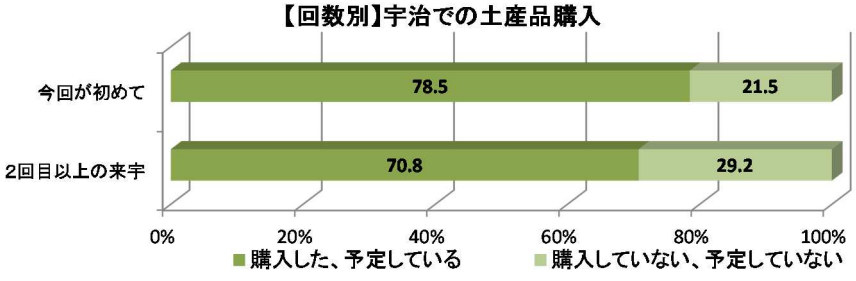


資料：宇治市：平成 23 年度宇治市観光動向調査
京都市：平成 23 年度宇治市観光動向調査
全国平均：じゃらん旅行調査

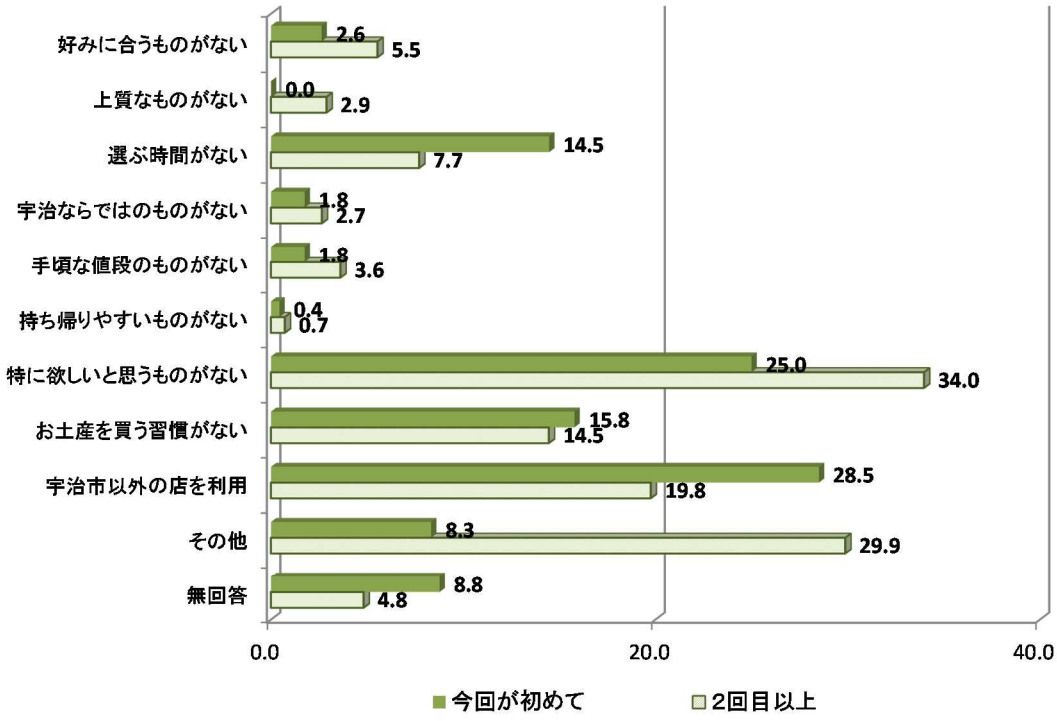
7 商品開発力の不足

観光動向調査によると、宇治市に来られる観光客で飲食やお土産の購入をされた方は約 75%となっています。初めて来られる観光客については約 8 割が飲食やお土産の購入をされていますが、リピーターについては約 7 割に減少しています。リピーターの意見として、飲食については持参の方が、お土産については買いたいモノがないと感じる方が多い等、次に来たときには「あれを食べよう」「あのお土産を買って帰ろう」と思える商品が不足している実態があります。

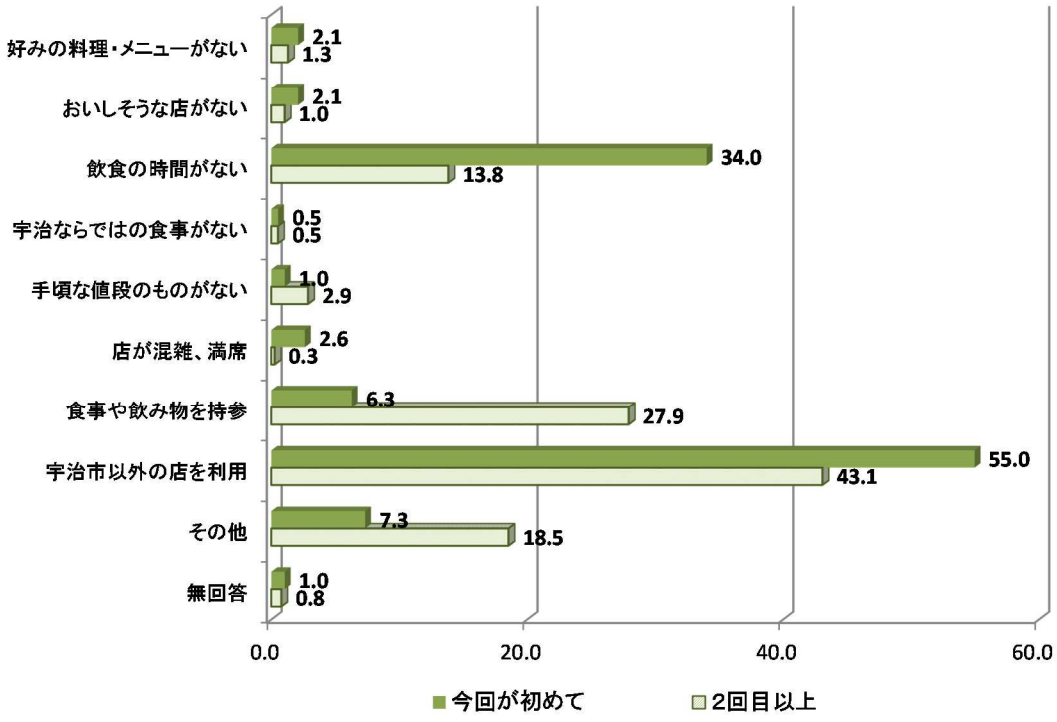




【回数別】 土産品を購入しない理由



【回数別】 飲食しない理由



資料：平成 23 年度宇治市観光動向調査

第 3 章　宇治市観光が目指す姿と戦略

I. 基本理念･目標

宇治市には歴史遺産、宇治茶、自然・景観、歴史文化等、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、宇治市を訪れる観光客にとっては、魅力的な観光資源です。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、観光都市・宇治のブランド力を高めます。

II. コンセプト

宇治市は“世界遺産”、“宇治茶”、“源氏物語”といった世界に誇れる観光資源や宇治川を中心とする自然景観などを有する、多くの観光客や市民を惹きつけることのできるまちです。本計画では数ある観光資源の中でも、認知度が高いもののこれまで十分に活用できていなかった“宇治茶”ブランドを最大限に活用していくことを計画の柱としました。また、宇治市の観光を観光事業者だけでなく市民全体で盛り上げ、国内外からの観光客に対して宇治らしいおもてなしの心を持ってあたたかくお迎えしていきたいとの思いを込めて、計画のコンセプトを以下のように設定します。

宇治茶に染める観光まちづくり

～みんなで淹(い)れる　おもてなしの一服～

Ⅲ.数値目標

平成 13 年度に策定した「宇治市観光基本計画」では、観光入込客数 400 万人であったものを 500 万人に増やす目標を設定しました。しかし、これから日本が人口減少社会を迎えることや国内旅行市場規模が縮小傾向にあること等から、国や京都市の計画においても、観光入込客数等量の上積みを目標としては掲げずに、観光客の満足度や経済効果に重点が置かれています。本計画においても観光客の満足度や観光によってもたらされる地域経済の活性化等を指標とした数値目標を定めます。

観光満足度		
	現状値（H23）	目標値（H34）
観光客の宇治市満足度 （飲食・お土産・標識・交通等）	69～95%	全て 85%以上

リピーター率		
	現状値（H23）	目標値（H34）
リピーターの割合	58%	70%

京都観光客の宇治への訪問率		
	現状値（H23）	目標値（H34）
京都市へ観光した人が宇治へ来る割合	47%	60%

宇治茶を目的とする宇治訪問率		
	現状値（H23）	目標値（H34）
宇治茶を目的に宇治へ来る割合	15%	30%

市内飲食店利用率		
	現状値（H23）	目標値（H34）
観光客が市内で飲食店を利用する割合	76%	85%

お土産購入率		
	現状値（H23）	目標値（H34）
観光客が市内でお土産を購入する割合	74%	85%

Ⅳ. 基本方針

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等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、満足度の高い受け入れ体制の充実を図り、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点を基本方針として定め、基本方針に沿った観光戦略を展開していきます。

基本方針１　宇治らしさを極める

宇治市には、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、黄檗山萬福寺や三室戸寺等の豊富な歴史遺産、平安時代を舞台にした源氏物語、加えて、宇治茶を好んだ豊臣秀吉が築堤した史跡宇治川太閤堤跡や、お茶に関する伝統的な生業の風景が息づく宇治のまちの文化的景観など、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、宇治市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く必要があります。

さらに、観光客が“宇治”に来たことを実感できる、景観や雰囲気等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、お土産等、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。

基本方針２　おもてなし力を極める

宇治市に訪れる観光客が、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、市民全体が豊富な観光資源を持つ宇治市を誇りに思い、ふるさと意識を持ち、“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が重要です。

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客（インバウンド）の増加を積極的に進めていることから、宇治市においても、訪日外国人観光客が観光しやすい環境整備を進めていく必要があります。

基本方針３　情報発信力を極める

観光動向調査等の結果によると、情報不足を主な原因として宇治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いことから、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す。

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くことが必要です。

さらに、居住地域や交通手段、また、初めて宇治市に来られた方かリピーターか等によって、求められる情報も異なっており、手法や内容等に創意工夫を凝らしたタイムリーで的確な情報の発信が必要です。

Ⅴ. 観光戦略

３つの基本方針を基に、５つの観光戦略を掲げ、計画的かつ確実に目標に向けた施策を展開していくこととします。

1 宇治茶ブランド活用戦略

①宇治茶に染める観光の推進
②宇治茶を活かした新たな食文化の開発・提供
③宇治茶を守り、後世に伝える事業の推進

2 豊富な観光資源の保全･活用戦略

①世界遺産等の歴史遺産の活用
②自然・景観の保全・整備
③源氏物語のまちづくりの推進

3 観光コンテンツの開発と魅力向上戦略

①新たな観光コンテンツの開発
②歩く宇治観光の推進
③観光事業者（商店街・個店）の魅力向上の推進

4 おもてなしの心を持った人材育成･環境整備戦略

①おもてなし力・市民意識の向上
②観光案内の充実
③安全・快適に市内を観光できる環境の整備

5 情報発信力向上戦略

①情報発信力の強化
②観光プロモーションの強化

Ⅵ. 計画の体系

宇治観光の特徴

- 情報発信力不足
- 観光地の一極集中
- 観光コンテンツとしての宇治茶の認識不足

目指すべき将来像

観光都市・宇治のブランド力を高める

基本コンセプト

宇治茶に染める観光まちづくり
～みんなで淹れる　おもてなしの一服～

基本方針

- 宇治らしさを極める
- おもてなし力を極める
- 情報発信力を極める

観光戦略と施策の展開

1.宇治茶ブランド活用戦略
- ①宇治茶に染める観光の推進
- ②宇治茶を活かした新たな食文化の開発・提供
- ③宇治茶を守り、後世に伝える事業の推進

2.豊富な観光資源の保全・活用戦略
- ①世界遺産等の歴史遺産の活用
- ②自然・景観の保全・整備
- ③源氏物語のまちづくりの推進

3.観光ｺﾝﾃﾝﾂの開発と魅力向上戦略
- ①新たな観光コンテンツの開発
- ②歩く宇治観光の推進
- ③観光事業者(商店街・個店)の魅力向上の推進

4.おもてなしの心を持った人材育成・環境整備戦略
- ①おもてなし力・市民意識の向上
- ②観光案内の充実
- ③安全・快適に市内を観光できる環境の整備

5.情報発信力向上戦略
- ①情報発信力の強化
- ②観光プロモーションの強化

数値目標

- 観光客の宇治市満足度（全て 85%以上）
- リピーターの割合（70%）
- 京都市へ観光した人が宇治へ来る割合（60%）
- 宇治茶を目的に宇治へ来る割合（30%）
- 観光客が市内で飲食店を利用する割合（85%）
- 観光客が市内でお土産を購入する割合（85%）

Ⅶ. アクションプラン

ここでは、戦略毎のアクションプランを記載しています。アクションプランは、５年以内に検討・実施できるものを掲げ、実施主体を明らかにしています。

1　宇治茶ブランド活用戦略

宇治市には「宇治茶」があり、全国的に高級茶としてのブランドが定着し、宇治と言えば“ お茶 ”という都市イメージに繋がっています。市内には、覆下栽培等独特の茶園風景やお茶屋さんが軒を連ねるたたずまいといった宇治市ならではの景観が息づいており、宇治茶を味わうという面からは、市営茶室・対鳳庵でのお点前や、最近では宇治茶を使ったスイーツの人気店等も増加しています。

さらに宇治市を含めた山城地域全体で、宇治茶の世界遺産の登録へ向けた機運が高まってきています。日本・世界に誇れる“ 宇治茶 ”ブランドを観光に活かすため、宇治茶ブランドの活用戦略を推進します。

1 - 1　宇治茶に染める観光の推進

宇治に来られた観光客の方に、「宇治茶」を感じていただけるものが少ないのが現状です。そこで、お茶の香りの演出や、宇治茶を活かしたサービス、宇治茶の情報発信等、宇治茶にどっぷりと染まってもらうための、施策を進めていきます。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
①ＪＲ宇治駅を降りたら「お茶の香り」の演出 ＪＲ宇治駅前観光案内所に、お茶を焙じる機械を設置し、茶どころ宇治ならではの香りの演出をします。	観光協会 行政	調整 実施				
②　宇治茶を活かしたサービスや宇治茶のまちを感じさせる演出 宇治茶を感じさせる演出や給茶スポットの設置等、宇治茶を活かしたサービスや演出を進めます。	事業者等 観光協会 行政	研究・検討		実施		
③市営茶室・対鳳庵での高級茶の提供 市営茶室・対鳳庵で通常茶と高級茶の 2 種類のお茶を提供し、それぞれの良さを味わえる取り組みを検討します。	観光協会 行政	調整	実施			
④宇治茶の郷づくり構想の推進 京都府の宇治茶の郷づくり構想の推進により、宇治茶の歴史や文化、景観など各種資源や体験などを結び付け、宇治茶歴史街道を活用した観光誘客に努めます。	事業者等 観光協会 行政	継続実施				
⑤舟茶席の啓発 お茶どころ宇治だからこそ味わえる、宇治川とお茶席とのコラボレーションである舟茶席の魅力の啓発に努めます。	観光協会	利用者増				
⑥　宇治茶の歴史・文化を伝える施設の整備 史跡宇治川太閤堤跡歴史公園の中で、茶摘み等ができる施設や、宇治茶の歴史・文化を紹介する情報発信施設を整備します。	行政	設計・整備				

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
⑦宇治茶に関する情報発信の強化 全国に向けて宇治茶の情報発信をするとともに、茶摘みやお点前等の宇治茶体験施設や宇治茶スイーツマップ等、宇治茶に関する着地型情報の発信を強化します。	事業者等 観光協会 行政	調整	実施			

1-2 宇治茶を活かした新たな食文化の開発･提供

宇治茶と言えば、高級茶のイメージがあり、アンケート調査でも知名度はありますが、それを目的に宇治に来られる方は少ないことが明らかとなっています。そこで、高級茶のイメージを残しつつ、宇治茶を活用した新たな食文化・スイーツを開発・広報・提供することにより、間口を広げ、“宇治茶”を目的とした観光客を獲得します。

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
⑧宇治茶を使ったスイーツコンテストの実施、新しい名物の開発 宇治茶を使ったスイーツコンテストを実施し、新しい宇治の名物となるお土産品等の開発に努めます。	事業者等	実施				
⑨「宇治の朝」の魅力を体感できる宿泊プランの検討 朝霧のかかる宇治川沿いを歩くなど神秘的な体験と、宇治茶を活用した朝食にスポットを当てたプランを検討します。	事業者等	調整 実施				
⑩宇治茶を使ったご当地グルメの開発 既成概念にとらわれない、宇治茶を使った新しいご当地グルメを開発し、一同に集めた販売等を検討します。	事業者等	開発	合同販売			

1-3 宇治茶を守り、後世に伝える事業の推進

宇治市内において、茶園やお茶の生産量は減少傾向にあり、他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ています。このままの状況が続けば、宇治茶の衰退も懸念されます。そこで、市内産宇治茶のブランド化を図るなど、宇治茶を後世に伝え、守っていくための施策を進めていきます。

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
⑪宇治茶まつり等の伝統行事の啓発 宇治茶まつりや献茶祭、黄檗山萬福寺の全国煎茶道大会等、市内で行われるお茶に関する伝統行事の啓発や宇治茶文化の情報発信に努めます。	事業者等 観光協会	継続実施				
⑫“宇治茶”の世界遺産登録へ向けた取り組み 宇治茶を後世に伝え宇治茶ブランドの価値を高めるため、茶業関係者を中心に地域全体で取り組みを進め、“宇治茶”の世界遺産登録を目指します。	事業者等 市民 行政	継続実施				
⑬宇治茶の消費拡大に向けた取り組み 宇治茶の消費拡大を図るとともに、市民が宇治茶を楽しむ機会の拡充に努めます。	事業者等 行政	継続実施				

2　豊富な観光資源の保全･活用戦略

宇治市には、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萬福寺、つつじやあじさい等花のお寺として名高い三室戸寺、その他にも宇治神社や興聖寺等多数の社寺仏閣があります。また、源氏物語関連施設や太閤堤の遺跡等、豊富な歴史資源が存在しています。

他にも、宇治市を特徴づける自然・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、魅力的な景観が数多く存在します。

こうした豊富な観光資源を保全し、そのブランド力を活用した観光事業に積極的に取り組んでいきます。

2-1　世界遺産等の歴史遺産の活用

宇治市にある世界遺産や豊富な歴史遺産を活かした集客に努め、それぞれのブランド力やストーリー性を活かした観光振興を進めていきます。

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
①世界遺産ブランドの活用 世界遺産である平等院と宇治上神社が持つ文化的な価値を保全するとともに、そのブランド力を活かした集客に努めます。	事業者等 観光協会 行政	継続実施				
②豊富な歴史遺産の活用 市内には黄檗山萬福寺や三室戸寺のほか多数の社寺仏閣があります。それぞれの特徴や歴史、ストーリーを活かした観光振興や周遊性を高める取り組みを検討します。	事業者等 観光協会 行政	継続実施				

2-2　自然･景観の保全･整備

宇治川周辺の景観を保全するとともに、観光振興に活かすための整備を推進します。

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
③宇治橋上流景観の保全・整備 宇治市を代表する景観の一つである宇治橋上流の景観を保全しつつ、防災や観光振興の観点から国が実施している宇治川の改修事業を推進します。	行政	検討 整備		整備 完成		
④歴史的風致の維持向上に資する事業の推進 宇治の風情を守り後世に引き継ぐため、歴史的風致維持向上計画に基づく各種事業を推進します。	事業者等 観光協会 市民 行政	継続実施				
⑤大吉山公園の再整備 市街地が見渡せる大吉山の展望台や休憩施設等の再整備を検討します。	行政	検討	方針 決定			

2-3 源氏物語のまちづくりの推進

宇治市がこれまでから進めてきた、源氏物語をテーマにしたまちづくりを推進し、より一層のPRや各種イベント等との連携を強化し、集客増に向けた取り組みを推進します。

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		25	26	27	28	29
⑥源氏ろまん事業をはじめとする源氏物語関連事業の推進 源氏ろまん事業をはじめ、これまで進めてきた源氏物語のまちづくりを推進していきます。	事業者等 観光協会 市民 行政	継続実施				
⑦源氏物語ミュージアム集客対策の強化 源氏物語の魅力を観光客にもわかりやすくPRするとともに、各種イベント等との連携を図り集客力の強化に努めます。	行政	継続実施				

●源氏物語ミュージアム

3　観光コンテンツの開発と魅力向上戦略

宇治市には、多数の社寺仏閣等の豊富な歴史的資源、魅力的な景観が存在し、特に宇治川周辺は桜や紅葉のシーズンには大変な賑わいを見せています。

しかしながら、宇治市に来られる８割以上の方が平等院に来訪されている現状があり、他の資源での集客力が乏しいと考えざるを得ない状況となっています。

そこで、宇治市の魅力をさらに向上させるため、新たな観光コンテンツの開発や、歩く宇治観光の推進、観光事業者個々の強化を進めていきます。

3-1　新たな観光コンテンツの開発

現状の観光コンテンツだけに頼らず、新たな魅力を発掘・推進していくため、宇治川太閤堤跡の整備、舟運の研究、土産品や食事の開発等、新たな観光コンテンツによる観光振興を図ります。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
①史跡宇治川太閤堤跡歴史公園の整備 太閤堤の遺構の再現展示や宇治茶に関する体験施設、歴史・文化を紹介する施設の整備とともに、来訪者が憩える広場や休息施設を備えた公園を整備します。	行政	設計・整備				
②舟運活用の研究 大阪城から伏見を伐い、宇治までの舟運航路の研究や舟運観光の可能性を検討します。	事業者等 観光協会 行政	研究・検討		方針決定		
③「宇治の朝」の魅力を体感できる宿泊プランの検討（再掲） 朝霧のかかる宇治川沿いを歩くなど神秘的な体験と、宇治茶を活用した朝食にスポットを当てたプランを検討します。	事業者等	調整 実施				
④歴史・ストーリーを活用した観光振興 宇治市にまつわる歴史・ストーリーや市街地として国内で初めて国選定を受けた文化的景観のまち並みを活用した新しい観光コース等を作成します。	観光協会 市民 行政	調整	実施			
⑤観光動画コンクールの実施 四季折々の宇治市の素晴らしい風景や各種イベント等の動画を募集、コンクールを行い、優秀作品については観光PRに活用します。	観光協会 市民 行政	調整	実施			
⑥フィルムコミッションの設立 映画やテレビドラマ、CM等のロケ撮影を支援し、映像化による宇治市のイメージアップを図ります。	事業者等 観光協会 行政	調整	設立			
⑦スポーツ観光の推進 太陽が丘との連携や宇治川周辺道路を活用したランニング、ウォーキング等の取り組みを推進します。	観光協会 行政	研究・検討		方針決定		

3-2 歩く宇治観光の推進

宇治の独特の景観や雰囲気を観光客に味わっていただくためには、市内を歩いてもらうことが必要です。そこで、歩きたくなる、歩いて楽しめるまちの魅力を高めます。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
⑧宇治川沿いや塔の島等へのベンチ等の設置 歩いて宇治を散策されている方が、ほっと一息をつける場所の増設を検討します。	行政	要望		設置		
⑨商店街合同のスタンプラリーの実施 観光客の多い中宇治地域の商店街等が連携したスタンプラリーを実施します。	事業者等 観光協会	継続実施				
⑩周遊性を高めるための仕掛けの検討 主要な観光スポットだけでなく、商店街周辺を歩いてもらうような仕掛け等を検討します。	事業者等 観光協会 行政	調整 実施				

3-3 観光事業者（商店街・個店）の魅力向上の推進

観光客の楽しみの一つには、観る観光だけでなく、“買う”“食べる”といった楽しみも大きな要素になっており、また来てみようというリピート効果にも繋がっています。そうした魅力を担っているのが、市内の商店街や個店であり、来られた方がまた来たいと思っていただける取り組みを進めていきます。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
⑪観光商店街の活性化 地元住民だけでなく観光客をターゲットにした商店街等の魅力を高め、まち歩きを楽しんでいただける商店街づくりを通じた地域の活性化を目指します。	事業者等	継続実施				
⑫魅力的なお土産・食事の開発強化 各店舗において、魅力的なお土産やお食事のメニューの開発強化に努めます。	事業者等	継続実施				
⑬異業種間連携等による割引サービスの実施 各商店街をはじめ、駐車場、鉄道事業者、寺社仏閣、宿泊施設等に協力を得て、セット券等割引サービスの普及に努めます。	事業者等 観光協会	調整	実施			
⑭各店独自の情報発信力の強化 各店舗がそれぞれ個性的で行ってみたいと思わせるＨＰやフェイスブック等の作成に力を入れるとともに、取材等には積極的に対応し、情報発信に努めます。	事業者等	継続実施				

4　おもてなしの心を持った人材育成･環境整備戦略

観光客の方が、気持ちよく宇治のまちを満喫でき、「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、リピーターの増加に繋がります。

そこで、観光事業者のおもてなし力の向上はもちろんのこと、市民全体にも観光客をあたたかく迎える意識を醸成する必要があります。

また、観光案内機能やアメニティー、バリアフリーの環境整備を進め、外国人をはじめ、どのような方でも、安全・快適に観光できる環境を整えます。

4-1　おもてなし力･市民意識の向上

市全体でおもてなしの心を持って、観光客を迎え入れるために、観光事業者向けの講座や市民に宇治の良さを知ってもらうための取り組み、外国人観光客に対する配慮等、ホスピタリティの向上に向けた取り組みを推進します。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
①観光ボランティアガイドの有効活用 観光ボランティアガイドの活動を支援するとともに、観光客の生の声を観光協会、事業者等に伝え、情報共有に努めます。	事業者等 観光協会 市民 行政	調整 実施				
②「(仮）市民観光デイ」の制定 市民に宇治市の良さを知ってもらい、ふるさと意識や観光客を歓迎する意識の醸成を図るため、各施設やお店で市民割引を設ける等官民一体となった取り組みを行います。	事業者等 観光協会 市民 行政	調整	実施			
③市民向け宇治の魅力体験講座等の拡充 市民が宇治市の魅力を体感し理解を深めていただける講座等を拡充し、おもてなし意識の啓発に努めるとともに、市民のみなさまが観光まちづくりに参画できるような仕組みづくりについて検討します。	観光協会 市民 行政	継続実施				
④学校教育における、宇治の歴史や文化、観光に触れる機会の強化 学校教育の中で、宇治の歴史・文化、また観光の重要性について啓発していきます。	観光協会 市民 行政	継続実施				
⑤インバウンド対策の強化 訪日外国人観光客（インバウンド）対策として両替サービスや通訳サービスのほか、協議会の設立等、総合的な対策を進めていきます。	事業者等 観光協会 行政	研究	設立			
⑥おもてなし講座や優良おもてなし認定制度の検討 店舗等のおもてなし力アップに向けた講座の実施や優良おもてなし認定制度等の発足を検討します。	事業者等 観光協会	調整	実施			

4-2 観光案内の充実

全国から宇治市へ観光に来られる人々に対して、必要とされる観光情報をより的確に、簡単に入手できる環境を整備します。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
⑦観光案内板・道標の再整備 観光案内板等について、外国語表記の追加等再整備のガイドラインを策定し、景観に配慮した整備を行います。	行政	検討・調整		策定	整備	
⑧京阪宇治駅周辺における観光案内所の新設 宇治川太閤堤跡に整備する施設内での情報発信機能を含め、京阪宇治駅周辺での観光案内所の新設を検討します。	行政	実施設計・整備				
⑨観光案内機能の強化 観光センターや観光案内所をより観光客が利用しやすい環境整備に努めるとともに、ＷｉＦｉ環境の整備やスマートフォン等を活用した観光案内の充実に努めます。	観光協会 行政	調整	実施			
⑩民間駐車場での観光案内強化 駐車場における観光案内機能の強化を図り、車での来訪者に対する情報提供の充実に努めます。	事業者等 観光協会 行政	調整	実施			

4-3 安全･快適に市内を観光できる環境の整備

高齢者や障がいを持つ方をはじめ、どのような方でも安全・安心・快適に宇治市を観光できるよう、歩行者にとってやさしいまちの整備等を推進していくとともに、観光シーズンの慢性的な交通渋滞を解消するための施策や整備を検討していきます。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
⑪交通渋滞解消に向けた検討 交通渋滞解消に向け、パークアンドライドや県通りの一方通行等の社会実験を検討します。	行政	研究・検討		方針決定		
⑫観光シーズンにおける駐車場の確保の検討 観光シーズンの駐車場不足を解消するため、市役所駐車場等の活用を検討します。	行政	検討調整	実施			
⑬店舗トイレの一般開放制度の検討 観光シーズンのトイレ不足を解消するため、店舗トイレの一般開放制度を検討します。	事業者等 行政	調整	実施			
⑭安全な観光地づくりの推進 災害時の観光客の避難誘導方法の確立等、安全な観光地としての取り組みを進めます。	事業者等 観光協会 行政	研究・検討		実施		
⑮快適で優しい観光地づくりの推進 観光バリアフリーの取り組みや観光地にふさわしいトイレへの改修等、観光客が快適に過ごせるための取り組みを推進します。	事業者等 観光協会 行政	研究・検討		実施		

5　情報発信力向上戦略

「平等院は知っているけれど宇治は知らない」といった声をお聞きします。宇治を京都市の一部と捉えられている方も多く、外部への情報発信力が不足しているのは否めません。

そこで、宇治の魅力、宇治でしか味わえない良さを知っていただくために、あらゆる手段や機会を通じて、国内外に効果的に情報を発信していきます。

5-1　情報発信力の強化

様々な情報媒体や、ＩＣＴ等を活用した情報発信に加え、宇治市以外での土産物の販売等、様々な形での情報発信策を検討し、新たな観光客の獲得に努め、宇治の魅力を国内外へ効果的に発信できるツール・方法を充実させます。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
①効果的な情報発信のあり方の検討・実施 全国への情報、近畿圏への情報、宇治に来訪されてからの情報等、それぞれのニーズに応じた情報発信に努めます。	観光協会 行政	方針決定				
②時代に応じたＩＣＴ技術を活用した情報発信 時代に応じた新しいＩＣＴ技術を活用した情報発信を行い、利用者等を通じた情報発信の拡大に取り組みます。	観光協会 市民 行政	継続実施				
③鉄道事業者や情報媒体への情報提供・連携強化 鉄道事業者や旅行情報誌等を活用し、全国等に向けて宇治の魅力を情報提供するとともに連携強化に努めます。	観光協会	調整	実施			
④高速道路のサービスエリアや京都駅等での宇治土産の設置拡充 宇治の土産品を宇治市以外で購入できる場を設け、観光都市・宇治の啓発に繋げていきます。	事業者等	継続実施				
⑤京都総合観光案内所「京なび」における宇治観光案内の強化 京都へ来られた観光客を宇治に呼び込むため、「京なび」での宇治の取り扱いの強化を働きかけます。	観光協会 行政	要望				

※ICT：「Information and Communication Technology（情報通信技術）」の略であり、IT とほぼ同義の意味を持つが、「いつでも・どこでも・何でも・誰でも」簡単にネットワークが利用できる現代社会においては、多様でかつ便利な「コミュニケーション」が最も重要であるため、「ICT」の語が使用されている。

5-2 観光プロモーションの強化

宇治のブランド力向上に向け、宇治らしさや宇治の魅力をきめ細かく、効果的に伝える新たなプロモーションの実施と、観光客の様々な要望や嗜好に応じるための広域連携によるプロモーションを実施します。

アクションプラン	実施主体	実施年度 25	26	27	28	29
⑥京都・伏見と連携したプロモーションの実施 宇治のお茶、伏見のお酒とそれぞれの特徴を活かした観光プロモーションを、交通事業者等とも連携して実施します。	事業者等 観光協会 行政	継続実施				
⑦宇治市版「MICE」の推進 太陽が丘や大学等を目的に来られた来訪者にも宇治の観光を楽しんでいただけるよう連携を図ります。	事業者等 観光協会 行政	調整 実施				
⑧宇治茶の郷づくり構想の推進（再掲） 京都府の宇治茶の郷づくり構想の推進により、宇治茶の歴史や文化、景観など各種資源や体験などを結び付け、宇治茶歴史街道を活用した観光誘客に努めます。	事業者等 観光協会 行政	継続実施				
⑨ＪＲ奈良線の名称変更（愛称設定）の検討 ＪＲ奈良線の名称について、より親しみやすい愛称を設定することについて検討します。	事業者等 市民 行政	研究・検討		方針 決定		

※MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

第 4 章　計画の推進に向けた取り組み

Ⅰ. 各組織の役割

本計画の事業を実施する上で、観光事業者・観光協会・市民・行政のそれぞれの役割を以下に示します。

1 観光事業者等の役割

飲食業、お土産業、宿泊業、社寺仏閣、茶業関連、観光に関わりを持つ各種団体等の観光事業者等は、宇治市の観光振興を推進していく原動力は自分たちであるという意識を持ち、観光客や市民に対して、宇治らしい個性的な最高の商品・サービスを提供し、顧客満足度の向上に努めます。また、地域へのかかわりと意義を認識し、異業種間との密接な連携のもと、地域社会・地域経済への貢献に努めます。

2 観光協会の役割

宇治市の観光情報発信の中心的役割を担うとともに、先進的な情報の収集と提供を行い、観光事業者等の活性化に努めます。また、様々な異業種間や各種団体間の連携、調整を行い、観光事業者等が実施する観光振興に関する取り組みをサポートし、宇治市の観光を支えるプラットホームとしての機能を果たします。

3 市民の役割

市民一人ひとりが、宇治茶や歴史、文化、自然に関する体験等を通じて、宇治市に誇りを持つとともに、観光のまちづくりに関心や関わりを持ち、国内外からの観光客をあたたかく迎え入れます。また、地域における観光振興の取り組みに積極的に参画し、自らも楽しみながら、魅力ある観光地づくりに努めます。

4 行政の役割

観光が宇治市の将来を担う主要産業の一つであると認識し、観光振興に向けた取り組みを進めるとともに、観光協会や観光事業者等の主体的な取り組みを支援します。また、歴史遺産、宇治茶、自然・景観、歴史文化等の宇治市の財産を次代に継承していくとともに、市民が観光振興の取り組みに参画しやすい環境整備に努めます。さらに、本計画の実現に向け、各組織がそれぞれの役割を果たせるよう調整し、計画の進行管理を行います。

Ⅱ. 計画の進行管理に向けて

宇治市観光振興計画の目標である“観光都市・宇治のブランド力を高める”ためには、観光振興推進の主役である観光事業者等をはじめ、観光協会、市民、行政が協力し、それぞれの役割を果たしていくことが不可欠です。

また、本計画（PLAN）を「画に描いた餅」に終わらせることなく、目標を実現するための指針とするためには、計画の実行（DO）を観光事業者等をはじめ各種団体に促し、その進捗状況を点検（CHECK）し、計画時点では予測できなかった事象や課題等を踏まえた見直し（ACTION）にも柔軟に対応できる、PDCA による継続的な進行管理体制の構築が必要です。

そのため、観光協会や商工会議所、茶業団体等本計画の推進役となっていただく関係団体や学識経験者等で構成する「（仮）宇治市観光振興計画推進委員会」を宇治市に設置し、計画の進捗状況についてのご意見や観光振興に向けた様々なご助言をいただき、計画の進行管理を行うこととします。

また、上記関係団体のほか観光事業者、商店街、交通事業者等に行政の観光関連担当課を加えた連絡会議を開催し、実務レベルで連携・調整を密に行い、計画の実現を図るとともに、新たな課題等への対応を行っていきます。

さらに、今回のアクションプランは、5 年以内に検討・実施できるものを掲げているため、後期アクションプランを策定する際には、目標の達成状況や各事業の効果等の検証を踏まえるとともに、その時代の社会経済状況等も勘案し、新たな課題等にも対応した戦略の見直し及びアクションプランの策定を行うこととします。