

## 第2期計画骨子（案）について

- 策定委員会・ワーキンググループなどの意見を集約すると、宇治観光の現状は以下のよう  
に分類して考えることができます。

### シビックプライド

宇治市民が宇治市を誇れるように 自分たちの住むまちの資源や観光とは何かを理解  
地元を愛する土壌が必要

### ホスピタリティ

市民も含めた人材育成を 一人ひとりの意識ですぐに取り組める

### 街並み・自然景観

まちづくりの分野とも連携を

### 観光公害

渋滞解消の方法は 観光公害への未然対応 ゴミ箱が少ない

### 近隣等との連携

文化庁京都移転 周辺の市と併せて宇治をどう活用していくか  
京都、奈良、大阪へのアクセスが良い

### 情報発信

広報が足りていない 発信はプロに依頼 平等院やお茶に組み合わせて発信

### 夜間観光

家族経営では夜間営業の負担が大きい 宇治独自の資源を活かした夜のイベントを  
宿泊施設が少ない 夜間観光ができるところが少ない

### 観光環境

旅行者同士で盛り上げられるような場所を 座ってゆっくりできる場所が少ない  
歴史・文化・お茶以外の観光資源が少ない 大型施設が少ない  
1日で回れるコンパクトな観光が可能 トビケラが多い  
納涼床を 体験型アトラクションを 観光の玄関口でのおもてなし演出不足  
歴史や伝統を伝えられる仕掛けづくりを  
迅速・柔軟に活用できる支援制度（危機対応）

- 加えて観光動向調査(速報値)における代表的な指標は以下のようになっています

観光客の宇治市満足度 (いずれも目標値 85%以上)

- ・宇治茶 88% **強み**
- ・寺院・神社、名所・旧跡 94% **強み**
- ・自然や風景(さくら・紅葉等) 90% **強み**
- ・観光案内所などでの情報提供 76%
- ・標識などの観光案内 70%
- ・交通状況 64%

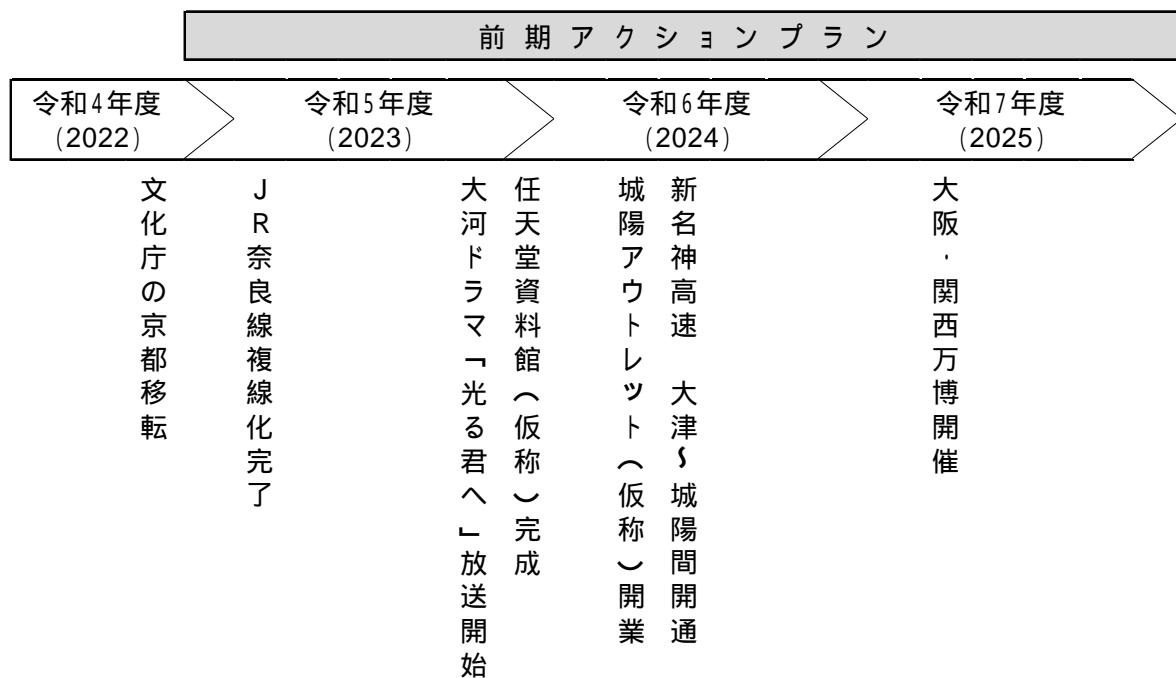
リピーターの割合 59% (目標値 70%)

宇治茶を目的とする宇治訪問率 41% (目標値 30%) **強み**

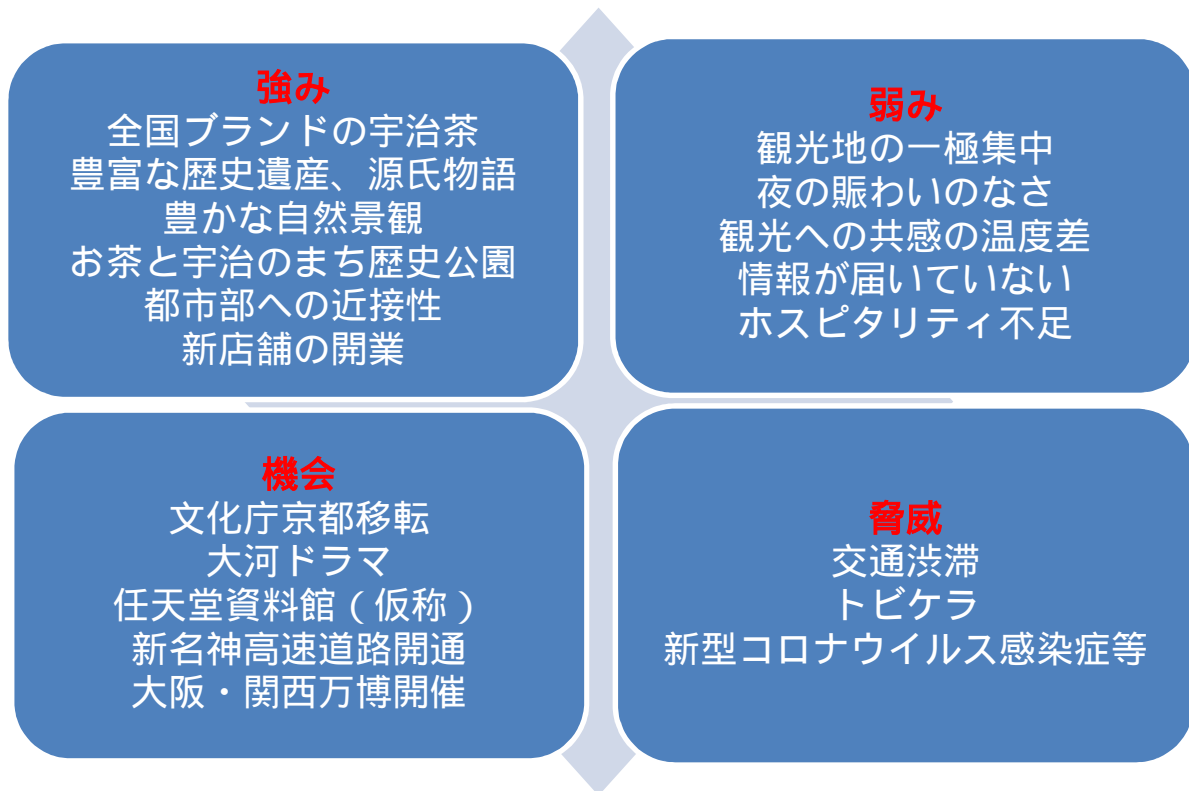
観光客が市内で飲食店を利用する割合 81% (目標値 85%)

観光客が市内でお土産を購入する割合 62% (目標値 85%)

- さらに前期アクションプラン計画期間には以下のようなトピックス(機会)があります。



- これら意見から導かれた特徴を「強み・弱み・機会・脅威」といった特徴に分類すると以下のように図式化できます。



## 第2期計画の体系案

### 観光戦略と施策の展開(案)

