

第2回宇治市観光振興計画策定委員会 議事録

日時 令和4年9月7日(水) 午前10時~午後12時

場所 宇治市役所6階 602会議室

出席者

委員長 坂上 英彦

委員 藤原 直樹

” 片山 明久

” 脇 博一

” 堀井 長太郎

” 神居 文彰

” 佐脇 至

” 酒井 勇治

” 今岡 弘典

” 奥野 美奈子

” 西村 嘉高

オブザーバー 宇治商工会議所 事務局次長 西本 浩

事務局

産業観光部部長 脇坂 英昭

産業観光部副部長 前田 聖子

産業観光部産業政策推進専門官 松田 敏幸

産業観光部観光振興課課長 木田 陽子

産業観光部観光振興課副課長 山田 裕之

観光振興課観光企画係係長 辰己 義人

観光振興課観光企画係主任 西井 利治

資料

- ・ 第 2 回宇治市観光振興計画策定委員会 次第
- ・ 宇治市観光振興計画策定委員会 委員名簿
- ・ 宇治市観光振興計画策定委員会 設置要項
- ・ 宇治市観光振興計画策定委員会の会議の公開に関する要項
- ・ 第 1 期宇治市観光振興計画後期アクションプラン総括資料(案) 資料 1
- ・ 第 1 回策定委員会(6/2)での主な意見 資料 2
- ・ ワーキンググループでの主な意見 資料 3
- ・ その他ヒアリングでの意見 資料 4
- ・ R 4 宇治市観光動向調査(速報値) 資料 5
- ・ 第 2 期計画骨子(案)について 資料 6
- ・ 今後のスケジュール 資料 7

1. 開会

2. 議事

(1) 第1期宇治市観光振興計画後期アクションプランの総括について 資料1

事務局：

事務局より資料1について説明。

委員：

リピーター率の減少はどの程度か。

事務局：

この後の資料5で説明予定。

委員長：

コロナ禍では特に宿泊への影響が大きいですが、宇治市は宿泊客が元々多くないので影響が少ないのではないかと。一方、お土産物では大きく落ち込みが見られる。

(2) 第1回策定委員会での主な意見について 資料2

(3) ワーキンググループ等の意見について 資料3 資料4

(4) 宇治市観光動向調査(速報値)の報告について 資料5

事務局：

事務局より資料2 資料3 資料4 資料5について説明。

委員長：

今回、計画策定するにあたって多様な意見の収集や調査が行われた。

委員：

資料2の「旅行者同士で盛り上げられるような場所」というのは具体的にどういったものか。

事務局：

これまでは地域側から魅力を発信して旅行者に消費してもらっていたが、近年は主導権が旅行者に変わってきており、旅行者が自由に行動し、旅行者同士で盛り上げられる場所が求められている。

具体例として、佐脇委員のお店は、響け！ユーフォニアムとのコラボレーションなどでファン同士が集える場所として定着している。

委員：

飲食店のようなイメージなのか。

事務局：

飲食だけにとらわれないイメージと考えている。

委員：

資料3のCグループの意見で「行政は情報収集に徹して、発信はプロに依頼する方が効果的ではないか。」とあるが、最近は情報発信ツールが多種多様にある。プロに依頼するのはよいが、行政でコントロールをする必要がある。

委員長：

プロに依頼するとコストパフォーマンスがかかる。地元が目線や日常感覚を置いていかなないようにしなければならない。ユーチューバーの活用もよいのではないか。

委員：

ワーキンググループには他県（愛媛県）の学生もメンバーに入っていた。

宇治市内には座って休憩できるパブリックスペースが少ない。世界の観光都市ではこのような機能とモダンデザインを兼ね揃えたスペースが作られ始めている。

今後、外国人旅行者が増加していくと思うので外資系ホテルを呼び込む取り組みもできればよい。

夜の賑わいについては、奈良でも同じように課題とされている。最近では中川政七商店が団塊世代を対象としたプレミアム路線を打ち出している。

一方で学生の旅行者も多い。SNSが主な情報収集の手段なので、ファンマーケティングといったSNSを活用した発信によって認知度を高めていければよい。

海外では国外旅行のニーズが高まっているが、日本がOECDの中で最も入国基準が厳しい。1,2年の間にアジア旅行のビクバンが起こるのではないか。そのときに備えてAETの意見なども参考にされたいと思う。

委員：

情報発信をすべてプロに依頼してしまうのはどうかと思う。SNSは多少の手づくり感があつた方が親近感がわくのではないか。

「旅行者同士で盛り上がる」と言ったら語弊があるかもしれないが、主導権を旅行者に取ってもらうといった意味では、佐脇委員のお店ではうまく具現化されていると思う。

一方、源氏物語の読書会グループは国内で相当数ある。源氏物語ミュージアムを聖地化してサミットを開催してはどうか。リピーターを作る手法は様々に眠っていると思うので根気強く引き出していく。

委員：

2024年放送予定のNHKの大河ドラマ（光る君へ）は大きなチャンスになると思われるので準備はしておくべき。

委員：

資料5の観光動向調査の速報値について質問内容等の詳細な調査概要を知りたい。

数字のみの掲載ではミスリードをする可能性があるのではないか。年齢比、男女比、時間帯等によって変化が表れてくると思うので、これだけの情報では評価しかねる。

余力があれば、調査地点の追加や次の目的地に関する質問もできればよい。

お土産の購買率については、現地販売とネット販売を総合的に分析して仕掛けをつくっていかなければならない。

委員：

宇治茶へのニーズは高まってきているように感じる。特に専門的な知識を持っている人に対して満足していただける対応ができればよい。

旅行者同士で自由に楽しまれている一方、観光案内をするととても喜ばれる。

委員長：

詳細な調査項目や結果については後日配布をお願いする。

今後、円安の影響もあり旅行者が増加して爆発的な経済効果を生むのではないか。

スペシャルインタレストツアーといった、その土地にある自分の興味・関心に焦点を当てている観光形態も狙っていったらどうか。

（5）第2期宇治市観光振興計画の骨子（案）について 資料6

事務局：

事務局より資料6について説明。

委員：

委員会では情報発信の弱さがよく指摘されているが、5年前と比べると旅行者からの発信の機会は相当多くなったので弱みとは思えない。ただ、重要視はすべきである。

夜の賑わいについては、京都の三條木屋町のような賑わいではなく宇治市らしい静かな夜の賑わいが求められているのではないか。中宇治エリアを見ると個々の飲食店ではコロナ前の賑わいを徐々に取り戻してきていると思う。

委員長：

海外と国内とでは夜の賑わいのニュアンスに違いがある。

委員：

宇治らしい賑わいが必要という意見には賛成。

宇治市内の観光地の一極集中は果たして弱みなのだろうか。

資料6の1ページの第2期計画骨子(案)は計画策定において最も重要なので、もっと議論を深めていく必要があるのではないか。

委員長：

今後、この場で議論を深めていく。

委員：

平等院や宇治茶に組み合わせて情報発信するという案には賛成。

平等院ではなく「宇治平等院」というネーミング(呼称)を定着させてはどうか。

委員：

アンケートにおける複数回答は重要である。複数回答に出た意見に関連付けをして観光施策に発展させることが必要。例えば萬福寺と煎茶のスイーツを掛け合わせた仕掛けづくりをしていくなど。

夜の賑わいについては佐脇委員の意見に賛成。例えば、奈良で仕事があっても宿泊は遊ぶところが多い京都にされることが多い。宇治は宿泊施設が非常に少ない。夜の賑わいについて何と掛け合わせていくか。大人を対象とするならお酒を関連させていくなど。夜、宇治で遊んだ後に京都へ帰るインフラ整備も含めて考えていく。

宇治茶の正しい知識や認識をもって街と連携させていく。以前、観光客から宇治茶と言われて売られたのが玄米茶だったという苦情があった。観光客は事前にしっかり観光地の情報収集をされている。

何度来ても面白いと思えるコンテンツは、平等院としても用意をしている。夜間拝観も行っている。他府県で巡回展をしたときに、夜間拝観には圧倒的な説得力があるのでまた来たくなると言われていた。こういったことがリピーターに繋がってくる。

新しい仕掛けと既存のものの強化、それをどう関連付けて掛け合わせていくかが重要。

委員：

資料6の4ページの「観光戦略と施策の展開(案)」を見たときに、主に供給側の視点になっていると感じた。

どういった人たちを対象にするかを仮に4つのセグメントに分けてみてはどうか。学生・ファミリー層・団塊の世代・外国人それぞれのアプローチの仕方があればアイデアが生まれやすいのではないか。例えば、若者にはアニメーション、外国人には自然景観、団塊世代には源氏物語やプレミアム路線といったように受け手に対してアプローチを変えていく。

宇治には心を静める精神世界があると思う。インドネシアのバリ島など、中心地に近い郊外では自然景観と歴史を活かした滞在型のワーケーションが展開されており、世界中から若者や NGO が集まってきている。そのようなアイデアも計画骨子に入れてみてはどうか。

一方、国内ではソロキャンプ需要もあるので対応できればよい。

インターネットで宇治茶が売れているということから、その後も旅行者との縁を継続できるようなインターネット販売の仕組みがあるとよい。

委員長：

マーケティングの手法や発想を取り入れて考えていくのもよいのではないか。

委員：

宇治市のふるさと納税で一番人気の返礼品は何か。何か参考になるのではないか。

事務局：

抹茶や抹茶スイーツ、鴨肉が人気。

委員長：

近年、ふるさと納税は観光と連動してきている。現地に人が来なくても地域経済は潤い、今後の観光のきっかけにもなる。

委員：

滞在時に宇治のお茶を飲まれてファンになった人が、ふるさと納税をすれば翌年度の新茶が届くといったアイデアはどうか。ファンの固定化にも繋がるのではないか。旅マエ・旅ナカ・旅アトの充実にも関連してくる。

シビックプライドを持てるプレミアム感のある観光施策を打ち出し、きちんと事業者に収益を出していく仕組みになればよい。旅行者と観光地の次に繋がるストーリーを醸成していく。

観光アンケートの結果は計画策定における重要な材料だと思うので、詳細の提供をお願いします。

委員：

ふるさと納税について宇治市は遅れているのではないか。5年程前まではもっと伸びていた。近隣の宇治田原町などはもっと力を入れている。

委員：

必死さが足りないのではないか。

委員：

リピーターに宇治市と関係人口の関係性を持ってもらう。総合計画でも人口減少は課題として挙げられている。将来、宇治市への移住や起業、就業をしていただける方を増やしていく。

資料6の3ページにSWOT分析があるが、JR奈良線の複線化について近隣自治体では非常に期待しているので、できれば強みに入れていただきたい。交通渋滞の解消として、公共交通の利用促進が必要。公共交通利用の低下が全国的に問題となっている。

委員：

JR奈良線の複線化にむけてどのようなおもてなしができるのか準備を進めている段階である。どれだけ親しまれる沿線となるかが重要。価値が高められるよう近隣自治体と協力して取り組んでいきたい。

また、交通渋滞の緩和と公共交通の利用促進にも繋げていきたい。

委員：

複線化以降の停車駅についてはどうか。現状では各駅停車以外は稲荷駅を通過してしまうが今後は解消されるのか。

委員：

定期便ではなく臨時便としての整備は検討している。

JR西日本では「サイコロきっぷ」といった5千円均一でサイコロを振って旅先を決めるといった取り組みがあり、思いの外とても好評である。Z世代からの申し込みもある。従来であれば目的地のために動いていたのが、目的を決めずにゲーム感覚で動くといった考えも出てきたようだ。

委員：

JR複線化により、よりたくさんの旅行者を呼び込めると期待しているので、公共交通事業者間でしっかりネットワークを構築していきたい。

来訪者が快適に周遊してもらうための休憩所などの整備も必要。また、どのようなモビリティがよいのか、乗り換えポイントや駐車場の設置などを含めて調査や実験を進めていくことも重要である。

情報発信の量はこの数年間で相当増えている。当社にもホームページはあるが、鉄道好きの方や運行情報のチェックといった目的でのアクセスが多い。その他の情報はあまり多く見られないので工夫が必要である。

行政や事業者だけの取り組みだけでは無理があるので、ワーキンググループの意見にもあるように、様々な人を巻き込み繋いでいくきっかけづくりをしていきたい。

資料6の5ページの基本方針にある「おもてなし力を極める」ということを市民参加あり

きで考えていきたい。最終的に関係人口に繋げていけるような観光だけに限定しない計画を策定できればよい。

委員：

これから3年、5年と様々な施設が充実していく中で、観光ルートを何パターンか用意しておくことは重要であり、モビリティの環境整備が必須となる。

関係人口は重要である。宇治に住みたい人を増やし、宇治で生涯を終えたくなるまちを目指していきたい。

委員：

大河ドラマや任天堂資料館は重要なファクターであるが、任天堂資料館の予定地である小倉・中宇治間のアクセスが悪いので開業までに解決しなければならない。

私の店の中で聞いた話だけでも、京都府外から宇治市に移住した方は2名、希望者も5名おられる。この小さな動きが今後大きく広がっていく可能性にも期待できる。

委員：

大河ドラマでは石山寺も舞台となる可能性があるので、当社でも何か取り組みができればよいと考えている。

事務局：

大河ドラマについて行政で把握している情報は報道レベルまでである。今後キャスト等が決定していく中で関係市町村も含めて検討を進めていきたい。

小倉・中宇治間のアクセスについては交通分野と連携して検討を進めている。

委員：

資料6の第2期計画骨子(案)の2ページに前期アクションプラン期間中の最終年度に大阪・関西万博の開催がある。そのためのインフラは絶対に必要。

JR複線化のインパクトは大きいのでSWOT分析の強みに加えてほしい。小倉に任天堂資料館ができるので駅名を「宇治小倉駅」に改名してはどうか。

前期アクションプラン中のインフラ整備は必須と考えている。

委員：

コロナ禍になってから自家用車の利用が増加している。それに伴い道路や駐車場の整備を考えていかなければならない。インフラの状況によっては目的地が変更され、機会の喪失が懸念される。

また、堤防からの道路については高低差のため視野が悪くなるので、改善が必要ではないか。アウトレットが開業すれば車でアクセスが主になると思うので、今後、宇治への車の

乗り入れ方を考えていくことは重要。

委員：

人間の選択肢は3つまでと言われている。選択肢が多すぎると選べなくなってくる。ターゲットによって情報発信の内容を絞っていくことが必要。

住みやすいと評価の高い世界の都市(メルボルン等)では中心部のモビリティを無料にする取り組みを盛んに行っている。旅行者が毎回きっぷを購入したり時刻表を確認することはストレスになる。

委員：

公共交通機関だけを整備しても、交通渋滞になると意味をなさなくなるので、世界の都市のように車の導線を生活者の目線を通して考えていくことが重要である。

トビケラについては悩ましい問題だと思う。訪れる時期によっても状況が違う。抑制するにしても環境配慮の必要がある。

事務局：

トビケラの増減は年によって異なっている。増加の原因が解明できていない。比較的きれいな川に生息しているようではある。

委員：

昔はトビケラを釣り餌にしていたが、その頃に比べても異常に増加している。

委員長：

大阪・関西万博の意義はインフラ整備の目的もあると思う。高速道路網の充実は関西では遅れている。新幹線延伸なども地域にとっては必要不可欠である。国の道路交通部局へのプッシュも重要ではないか。

委員：

大阪・関西万博は海外からの来訪者を想定して、新たなツールの研究・開発が進められている。事前にバーチャル空間での旅行を体験しておいて、そこで収集した情報を元に現地に来られるなど、次世代のインフラの研究や整備も進めていかなければならない。

さらにキャッシュレス化の整備は必須であり、中小事業者へのサポートが必要。外貨両替自体が世の中から消えつつある。

また、新たな資源づくりも必要。宇治でないと得ることのできない新たな資源開発もこの時期だからこそできることである。

委員：

宇治茶ブランドの確立と打ち出しが必要ではないか。
全国のお茶の産地の中でも一段上ということをアピールしていかなければならない。

委員長：

宇治茶ブランドの認定制度のようなものはあるのか。

委員：

手摘みをされていて尚且つ品質適っているお茶への認証制度(プレミアム宇治茶)がある。

委員長：

ブランド化と返礼品と観光戦略を掛け合わせていってもよいのでは。

今後、SDGs や環境問題への取り組みは観光地に求められていくと思う。また、観光産業には高付加価値化も求められている。

観光地である自治体では観光税の導入も検討されている。宇治は宿泊が少ないので難しいところではある。

宇治にしかない強みをつくり、基本理念であげられるとよい。

委員：

大阪・関西万博では、大阪メトロ中央線がメインルートとなる。京阪電車をそこへ乗り入れできないか検討されている。それができれば宇治にとって非常に有利となり、電車一本で会場から宇治に来ることが可能になる。

委員：

2031年にはJR なにわ筋線も開通し、京阪中之島線とリンクする予定である。

大阪・関西万博後のIRも視野に入れた整備をしていくこととなる。そのタイミングでいかに来訪者を宇治に呼び込めるかしっかり取り組んでいかなければならない。

委員：

SWOT分析をされているが、強み・弱みなどそれぞれを関連付けて整理をしていくべき。

委員：

ウクライナ問題でエネルギー、水、食料の重要性が謳われている。地域でもそれらを確保しているということを観光政策で盛り込むことができればよいのでは。

委員：

資料7にある8月に開催された庁内連絡会議の議事内容について報告いただきたい。

事務局：

後日、報告する。

委員：

SDGsの達成や2050年カーボンニュートラルの実現は意識しておく必要がある。

金融業界は産業界と連携している。地方銀行レベルでも2030年にゼロカーボン達成が謳われている。

委員：

鉄道事業でも国より前倒しで達成目標が立てられている。

(6) 今後のスケジュールについて 資料7

事務局：

事務局より資料7について説明。

3. その他

4. 閉会

事務局：

本日は熱心なご議論ありがとうございました。

情報発信の問題については必要な人に情報を届けることと、インバウンド客への対応などがあるので今後も様々な観点からご意見をいただき検討していきたい。