

ワーキンググループでの主な意見

ワーキンググループ構成

- 【参加者】社寺4人、観光関連団体5人、商店12人、学生5人、
【男女比】男性19人（73%）、女性7人（27%）
【年齢層】20代：15人（男性9人、女性6人）
30代：8人（男性7人、女性1人）
40代：3人（男性3人、女性0人）

●第3回（10/3）

<観光戦略と施策の展開（案）についてグループに分かれアイデアの創出を行った>

○Aグループ（社寺1人、観光関連団体1人、商店2人、学生1人）

観光資源の活用・創出

1. 新たな観光コンテンツの創出

- ・民間事業者が創意工夫を凝らし様々なチャレンジをすることで、地元の人が盛り上がり、観光コンテンツの創出へもつながっていくのではないかな。
- ・民間事業者のチャレンジを促進するために、行政には「規制のあり方の検討」、チャレンジが進むように様々な事例紹介や成功・失敗体験の共有を行う「広報」、駐車場やベンチなどの「インフラ整備」などのサポートが考えられる。

2. 豊富な観光資源の魅力を再発見する取組

- ・地元の人が来たくくなるような場所、気軽に行ける場所を目指すべきではないか。すぐ近くに観光資源があるのに地元の人から見過ごされている。
- ・観光資源が日常生活の「幸せのルーティン」の一部になればよい。それが観光へとつながっていくような計画を目指すべき。

○Bグループ（観光関連団体1人、商店5人、学生1人）

受入環境の整備

3. 市民のおもてなし意識の向上

- ・市民のおもてなし意識の向上には、まず地元を好きになることが重要だが、興味を持って参加したくなる市民向けの取組が少ない。
- ・シビックプライドの醸成には長期的な教育が必要。学校での宇治学以外にも、親子で興味を持って参加してもらえるようなイベントや事業が必要。
- ・「私のオススメの茶団子」など、地元のうんちくを語りたくなるのもシビックプライドの一つ。

4. 観光環境の整備

- ・行政と事業者ではできることが違って来るので、それぞれの立場での取組が必要。
- ・交通渋滞については課題が多い。観光エリアに車が入り込む前に駐車場を設置する必要がある。
- ・宇治を広く周遊できるようにレンタサイクルがあればよいが、店舗前での駐輪スペース確保が難しい。

〇Cグループ（社寺 1 人、観光関連団体 3 人、商店 1 人、学生 2 人）

効果的な情報発信

5. 旅マエ・旅ナカ・旅アトに必要な情報の発信

- ・観光大使と SNS 上で交流を続け、動向をチェックしておくことが重要。
- ・SNS のハッシュタグを有効に活用する。
- ・SNS で情報発信したくなる仕掛けづくりが重要。
- ・「宇治市カフェコレクション」といったような企画で、1つの店の発信ではなく、宇治市全体のカフェがつながるような発信方法をしてはどうか。

6. 広域的なプロモーション展開

- ・海外のフォロワー数の多いモデルやユーチューバーでお茶が好きな方をプロモーション活動に起用してはどうか。