

2-(2) 宇治茶ブランドの魅力発信強化

高級茶としての宇治茶に加えて、宇治茶を使ったスイーツや覆下栽培等宇治ならではの茶園風景を活かしながら、その歴史や伝統も知っていただける観光を推進します。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①宇治茶に関する体験を通じた魅力発信 市営茶室「対鳳庵」やお茶と宇治のまち交流館「茶づな」、宇治茶道場「匠の館」等での宇治茶に関する体験を通して、宇治や宇治茶の魅力を発信します。			
②お茶に関する伝統行事の啓発 宇治茶まつりや献茶祭、萬福寺で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。			
③宇治ならではの生産景観を活かした観光の推進 宇治茶巡りガイドツアーや茶摘みのつどい、茶づなでの茶摘み体験等を通して、宇治の伝統的な覆下栽培や手摘み、一番茶といった宇治ならではの生産景観や生産方法を伝え、その価値を知っていただきます。			

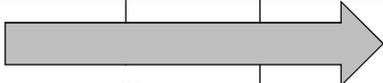
2-(3) 社寺等の歴史資源との連携

平等院、宇治上神社の世界遺産をはじめ、萬福寺、三室戸寺、宇治神社、興聖寺等多数の社寺や伝統行事と連携し、歴史的なまちなみを継承しながら、それぞれのブランド力やストーリー性を活かした取組を進めていきます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①世界遺産との連携 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、そのブランド力と連携した集客に努めます。			
②豊富な歴史遺産との連携 萬福寺や三室戸寺等の社寺をはじめとした、多数の有形・無形の文化財が持つ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広域的な取組を推進します。			
③伝統行事の継承と活用 宇治川の鶺鴒やあがた祭り等の宇治の伝統行事を継承しながらその広報にも努め、集客を図ります。	全国鶺鴒 サミット開催		

2-(4) 宇治にまつわるコンテンツを通じた魅力の発信

認知度が高く誘客効果の高い作品やイベントと連携することにより、地域の魅力を発信していきます。

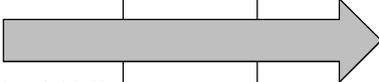
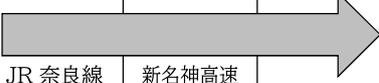
アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
<p>①宇治を舞台にした作品を通じた魅力発信 宇治を舞台にしたアニメや映画、ドラマ等の作品と連携したPRを行い、現地へも足を運んでいただける取組を進めます。</p>			
		大河ドラマ放送 響け!ユーフォニアム 新シリーズ	
<p>②宇治で開催されるイベントを通じた魅力発信 宇治市文化センターや太陽が丘、お茶と宇治のまち歴史公園等で開催される音楽や文化芸術等のイベントを通じて、宇治の魅力も感じていただける取組を進めます。</p>			
<p>③フィルムコミッションを活用した魅力発信 宇治の魅力的な景観や建造物を活かして、映画やドラマ、CM等のロケ撮影を誘致・支援し、宇治のPRにつなげます。</p>			
		大河ドラマ放送	

3 広域的な観光の推進

広域的な新たな交流の機会を捉え、多様な主体と連携してお互いの地域の魅力を活かすことで、国内外の観光客に周遊・滞在型の観光を楽しんでいただくとともに、大阪・関西万博等の開催が予定されている中、京都・阪神圏・中京圏を訪れた観光客が宇治へも訪れていただけるような取組を進めていきます。

3-(1) 市内周遊性の向上

中宇治地域だけではない市内の多様なエリアのにぎわい創出や周遊ルートの整備に取り組み、観光客に宇治を広く巡っていただける仕掛けづくりを行います。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①市内の多様なエリアのにぎわい創出 萬福寺のある黄檗地域や任天堂資料館(仮称)ができる小倉地域をはじめ、市内の多様なエリアと連携し、それぞれの特徴を活かしたにぎわいづくりに努めます。			
②商店街等の魅力向上とにぎわいの創出 商店街や各店舗等と連携し、飲食店をはじめとした宇治の魅力を観光客だけでなく市民の方にも楽しんでいただけるようなにぎわいを創出します。			
③エリアをつなぐ交通の強化 公共交通の利用促進や、駅やそれぞれの観光地間をつなぐ新たな交通手段を、環境にも配慮しながら検討し、各エリア間の周遊を促進します。	JR 奈良線 第2期複線化	新名神高速 延伸	
④お茶と宇治のまち歴史公園の活用 宇治茶や歴史・文化等宇治の様々な魅力を知っていただく体験やイベントを拡充するとともに、旅行会社や鉄道会社等と連携しながらPRを行い、集客を図ります。			

3-(2) お茶の京都エリアで連携した魅力発信

宇治市をお茶の京都エリアである山城地域の玄関口として、お茶の京都 DMO や各市町村と連携してそれぞれの地域の魅力や特徴を活かした誘客を行うことで、周遊・滞在型の観光を強化していきます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①宇治茶の特徴を活かした観光の推進 市内産の宇治茶をはじめ、山城地域に受け継がれるお茶の歴史や生産風景に触れ、その魅力を体感していただく観光を推進します。			
②歴史や文化でつながる周遊観光の推進 宇治を起点として山城地域に受け継がれる歴史や文化をつなぎ、地域間で連携した周遊観光を推進します。			

3-(3) 広域観光の推進

新名神高速道路の延伸が予定されている中、観光連携協定をはじめ宇治市と様々な連携協定を結ぶ市町村等と広域的な連携を進めていくことにより、それぞれの持つ魅力を協力して発信・誘客していく取組を進めていきます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①連携協定地域等との取組の推進 宇治市や宇治市観光協会が連携協定を結ぶ地域や京都府内外の関連地域とテーマを持って連携することで、より魅力的な取組を進めます。			
②京都観光客の宇治への誘客 京都を訪れる多くの観光客が宇治へ訪れたいと思うコンテンツづくりや情報発信に努めます。	 <small>JR 奈良線 第2期複線化</small>		
③ものづくり産業との連携(再掲) 地元企業と連携したオープンファクトリーツアー等により、ものづくりを通じた宇治の魅力発信に努めていきます。	 <small>大阪・関西 万博</small>		

3-(4) 外国人観光客の誘客強化

大阪・関西万博の開催が予定されている中、海外の国や地域のニーズを踏まえたプロモーション活動を戦略的に行うとともに、外国人観光客を引きつける観光コンテンツや文化的背景にも対応した受入環境の整備を進めていきます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①宇治ならではの体験の提供(再掲) 国内外の観光客を惹き付ける宇治ならではの体験を、お茶と宇治のまち交流館「茶づな」をはじめ、市内の様々な店舗で提供し、宇治の魅力に触れる機会を提供します。			
②買物しやすい環境づくり キャッシュレス環境の整備や免税店登録を推進することにより買物がしやすい環境づくりを進め、地域の産業振興につなげます。			
③ビッグデータを活用したマーケティングの強化 様々なビッグデータを活用したマーケティングの強化を検討し、効果的・効率的な情報発信につなげます。			
④国内外へのプロモーションの強化【重点項目】 様々な国や地域のニーズを踏まえたプロモーション活動やターゲットに応じた情報提供を積極的・戦略的に行い、外国人観光客も含めた誘客を図ります。			
			大阪・関西 万博

4 おもてなしのまちづくり

宇治市民が宇治を知り、好きになり、誇りに思うことで、おもてなしの心を持って観光客に接するとともに、より良いまちづくり、地域づくりにつなげていきます。また、宇治を訪れる全ての方が安心して快適に観光できる環境の整備をデジタル技術も活用し、持続可能な観光のまちづくりを進めていきます。

4-(1) 地域への愛着を通じたおもてなし

子どもから大人までが自分たちの住む地域や宇治の良さを理解し、魅力を再発見できる取組を進めることで、地域に愛着を持ち、誇りに思い、観光客を温かく迎え入れる心や自分たちの地域をより良くするためのまちづくりにつなげます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①学校教育における宇治を学ぶ機会の充実 宇治の歴史や宇治茶の文化を学ぶ「宇治学」等の学習の機会を、様々な方の協力を得ながら広げていきます。			
②宇治の魅力再発見講座等の拡充【重点項目】 市民が大河ドラマ等をきっかけに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、ふるさと意識の醸成に努めていきます。	 大河ドラマ放送		
③観光推進のための人材育成 観光振興の中心となる観光事業者の人材育成を推進することにより、おもてなしの輪を広げるとともに、より良い観光地づくりを進めていきます。			

4-(2) 商店街等と連携した地域のにぎわいづくり

多様な主体と連携・協働し、魅力的なヒト・モノ・コト・空間に出会える各商店街をはじめとした地域のにぎわいづくりを行い、観光客にも市民にも楽しんでいただけるよう取組を進めていきます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①商店街等の魅力向上とにぎわいの創出(再掲) 商店街や各店舗等と連携し、飲食店をはじめとした宇治の魅力を観光客だけでなく市民の方にも楽しんでいただけるようなにぎわいを創出します。			
②多様な主体と連携・協働した観光まちづくりの推進 市民や事業者、NPO、大学等の多様な主体と連携・協働した観光まちづくりを推進します。			

4-(3) 安心して誰もが観光できる環境の整備

高齢者や障がいがある方、子育て世帯や外国人観光客にも、安全に安心して観光できる環境を整備します。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①誰にも優しい観光地づくりの推進 バリアフリー化やユニバーサルデザインの推進に努め、観光に来られる誰もが安心して快適に観光できる環境整備に取り組みます。			
②安全な観光地づくりの推進 災害時の観光客への避難場所の周知や誘導の方法、帰宅困難者支援等、安心・安全な観光地としての取組を進めます。			
③観光案内の充実 デジタル技術等の活用により、観光案内所や観光センターでの案内機能を強化し、また観光案内サインの整備を進めることで、必要とされる情報を提供できるように取り組みます。			

4-(4) 快適に観光できる環境の整備

訪れた方が快適に過ごせるよう、市内の周遊性を高める取組や四季を通じて観光を楽しめる環境づくりに取り組みます。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①観光シーズンにおける交通渋滞緩和に向けた検討 交通渋滞の緩和に向け、関係機関と連携を図りながら臨時駐車場の設置等の検討を行います。			
②場所や季節を問わず快適に過ごせる環境づくり 場所や季節に関わらず快適に過ごしていただけるよう、トビケラや暑さ等へのさらなる対策を検討し、環境整備に取り組みます。			
③宇治川周辺の憩いの提供と美しい景観づくり 大吉山や宇治川周辺の美化等、良好な環境維持に努めるとともに、ベンチ等の休憩施設をはじめとした環境整備に取り組みます。			
④買物しやすい環境づくり(再掲) キャッシュレス環境の整備や免税店登録を推進することにより買物がしやすい環境整備を進め、地域の産業振興につなげます。			

5 効果的な魅力発信

宇治の持つ多様な魅力を世界中の方に発信することで、観光地として宇治を選んでいただくための訪問意欲の喚起や観光後も宇治とつながっていただける取組をデジタル技術等も活用し進めていきます。

5-(1) 戦略的な情報発信

情報発信・情報取得の方法や旅行者のニーズが多様化する中、各観光戦略で取り組む様々な情報を、必要な時に、必要な人へ届けられるよう、データの収集・活用を行い、ターゲットに合わせた情報発信を行います。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①ビッグデータを活用したマーケティングの強化(再掲) 様々なビッグデータやデジタル技術を活用したマーケティングの強化を検討し、効果的・効率的な情報発信につなげます。			
②オンラインサイトやふるさと納税との連携 オンラインサイトやふるさと納税と連携し、モノから広がる魅力の発信により、宇治への訪問意欲の喚起や旅行後も宇治とつながり、リピーターとなっていただけるよう取組を進めます。			
③国内外へのプロモーションの強化【重点項目】(再掲) 様々な国や地域のニーズを踏まえたプロモーション活動やターゲットに応じた情報提供を積極的・戦略的に行い、外国人観光客も含めた誘客を図ります。			

5-(2) 観光大使やメディア等を活用した情報発信

発信力の強い観光大使やメディア等と連携し情報を発信することや、フィルムコミッションによるロケ誘致等に取り組み、宇治を知っていただく機会を創出します。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①観光大使と連携した情報発信 発信力の強い観光大使に情報発信していただくための連携に努めるとともに、観光大使を起用した PR にも積極的に取り組みます。			
②フィルムコミッションを活用した魅力発信(再掲) 宇治の魅力的な景観や建造物を活かして、映画やドラマ、CM等のロケ撮影を誘致・支援し、宇治の PR につなげます。			

5-(3) 市民や訪れた方が発信したくなる取組

市民や訪れた方が SNS 等を活用し、宇治の魅力を発信したくなる取組を行います。

アクションプラン	実施年度		
	R5	R6	R7
①市民や訪れた方が発信したくなる取組 年々利用率が増加する SNS 等を利用して、市民や訪れた方が周りの方へ伝えたい、発信してみたいとなるような取組を行います。			

3-7 数値目標

これから日本が人口減少社会を迎えることや観光のスタイルが多様化していること等から、国や京都府の計画においても、観光入込客数等、量の上積みを目指しては掲げずに、観光客の満足度向上などの「質」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。なお、現状値において85%以上のような高い割合が出ている項目についても、さらに高い目標値を設定して取り組んでいきます。

	現状値(令和4年度)	目標値(令和7年度)
観光客の宇治市満足度 (飲食・お土産・標識・交通等)	64~94%	全て85%以上



(内訳)

宇治茶(施設、店舗等含む)	88%	90%以上
寺院・神社、名所・旧跡	94%	95%以上
自然や風景(さくら・紅葉 等)	90%	95%以上
源氏物語関係	74%	85%以上
宇治のまちなみ	88%	90%以上
観光案内所などでの情報提供	75%	85%以上
標識などの観光案内	70%	85%以上
交通状況	64%	85%以上
土産について	84%	85%以上
飲食について	87%	90%以上
宿泊について	65%	85%以上

	現状値(令和4年度)	目標値(令和7年度)
リピーター率	59%	70%

	現状値(令和4年度)	目標値(令和7年度)
京都観光客の宇治への訪問率	42%	60%

	現状値(令和4年度)	目標値(令和7年度)
観光客の市内飲食店利用率	81%	85%

3-8 計画の進行に向けて

本計画(PLAN)の基本理念を実現し目標を達成するためには、計画の実行(DO)について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、国や京都府の計画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、宇治市観光協会やお茶の京都DMO、宇治商工会議所、社寺、商店街等、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「宇治市観光振興計画推進委員会」によって、計画を推進するとともに、進行管理を行っていきます。

①宇治市の役割

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、観光振興に向けた主体的な取組や広域的な取組を進めるとともに、宇治市観光協会や観光事業者等の主体的な取組を支援します。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組に参画しやすい環境整備に努め、観光まちづくりを進めます。さらに、本計画の実現に向けリーダーシップをとり、その周知を図り、それぞれの役割を果たせるよう調整することで、計画の実現を推進します。

②観光協会等の役割

宇治市観光協会やお茶の京都DMO、宇治商工会議所等は異業種間や各種団体間等の連携、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組をサポートし、宇治市の観光を支えるプラットフォームとしての機能を果たします。また、宇治市及び山城地域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。

③観光事業者等の役割

飲食業、お土産業、宿泊業、社寺、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、地域への関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。

④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温かく迎え入れます。また、地域における観光振興の取組に積極的に参画し、自らも楽しみながら、魅力ある観光地づくりに努めます。

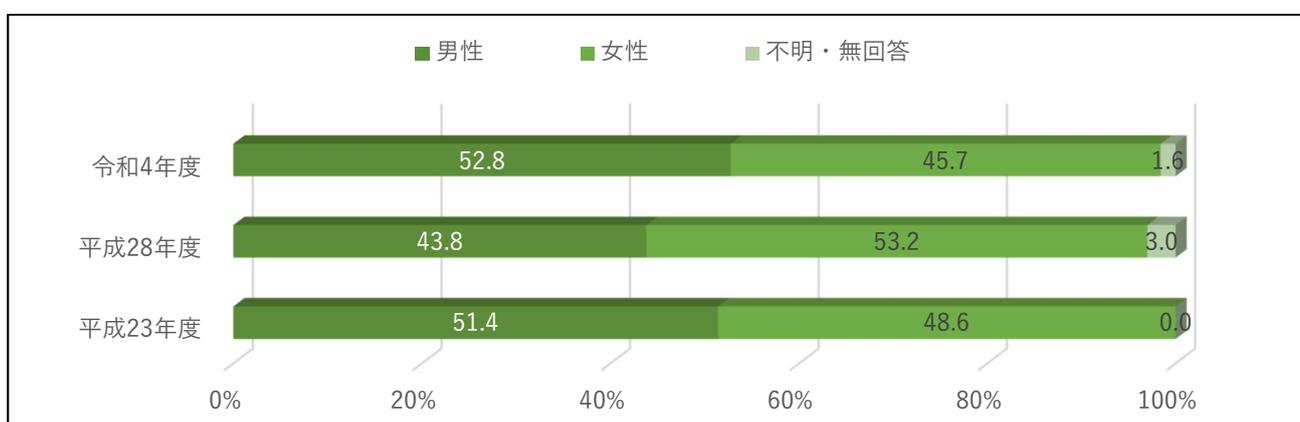
資料編

宇治市観光動向調査報告

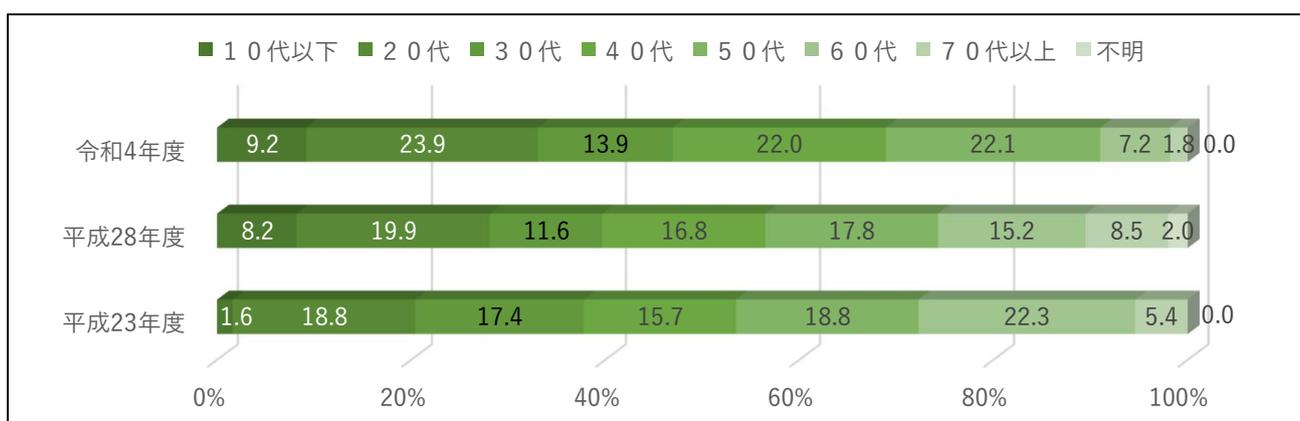
実施年度	調査時期	調査件数
令和4年度	令和4年7月、8月	1,025件
平成28年度	平成28年9月・11月、平成29年1月・2月・5月	2,153件
平成23年度	平成23年11月・12月、平成24年1月・2月	2,481件

注：構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない場合があります。

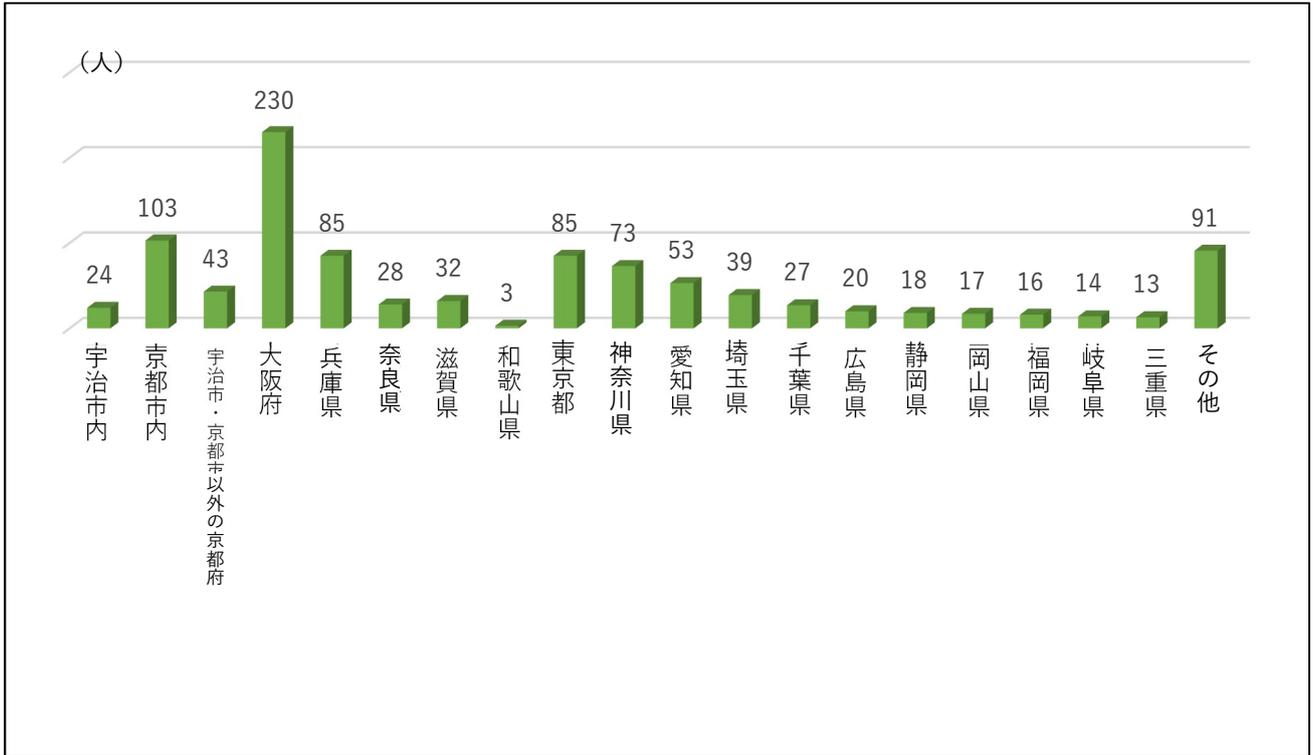
(資料1) 宇治を訪問する観光客の性別



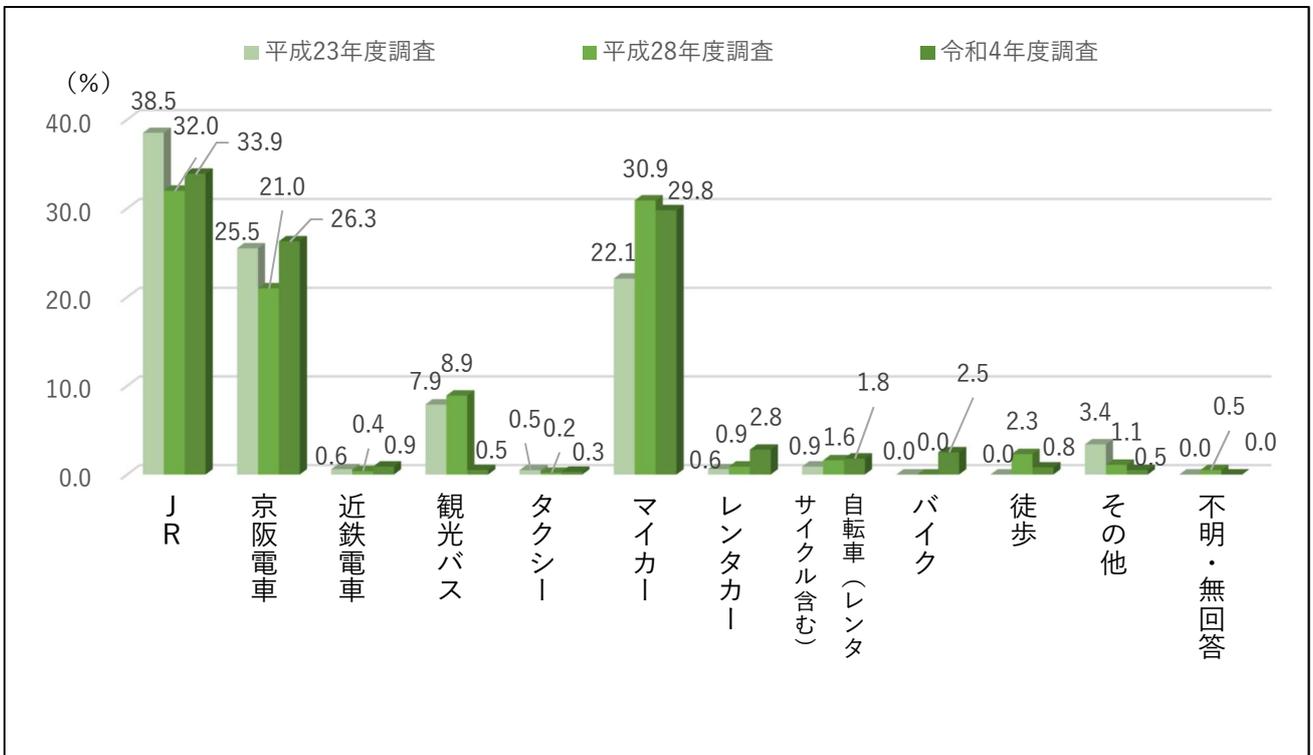
(資料2) 年代別



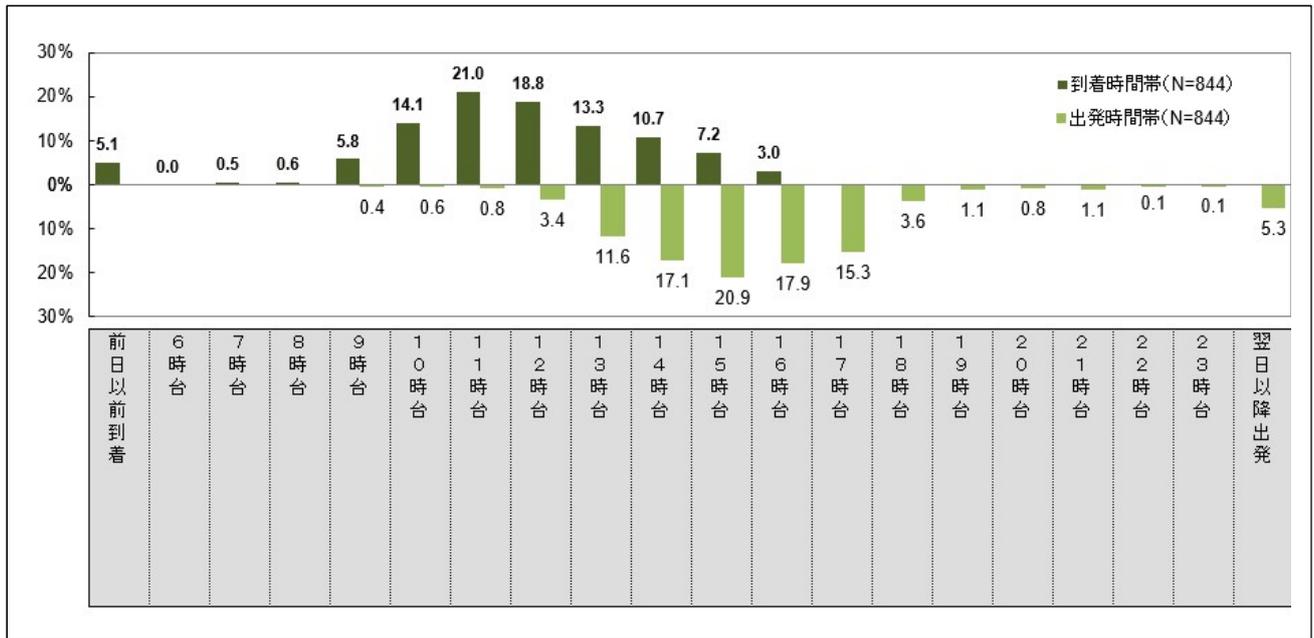
(資料3) 地域別



(資料4) 宇治までの主な移動手段



(資料5) 宇治への到着時間と出発時間



(資料6) 平均滞在時間及び1人あたりの観光消費額

調査年度	平均滞在時間	1人あたりの観光消費額(注1)	項目別1人あたりの消費額(注2)
令和4年度	3時間30分	6,291円	飲食費 2,861円 交通費 1,580円 物品購入費 2,865円 その他(注3) 1,918円
平成28年度	3時間34分	4,046円	飲食費 2,092円 交通費 1,795円 物品購入費 2,407円 その他(注3) 978円
平成23年度	3時間21分	3,432円	飲食費 1,695円 土産品購入費 2,000円 その他(注3) 1,028円

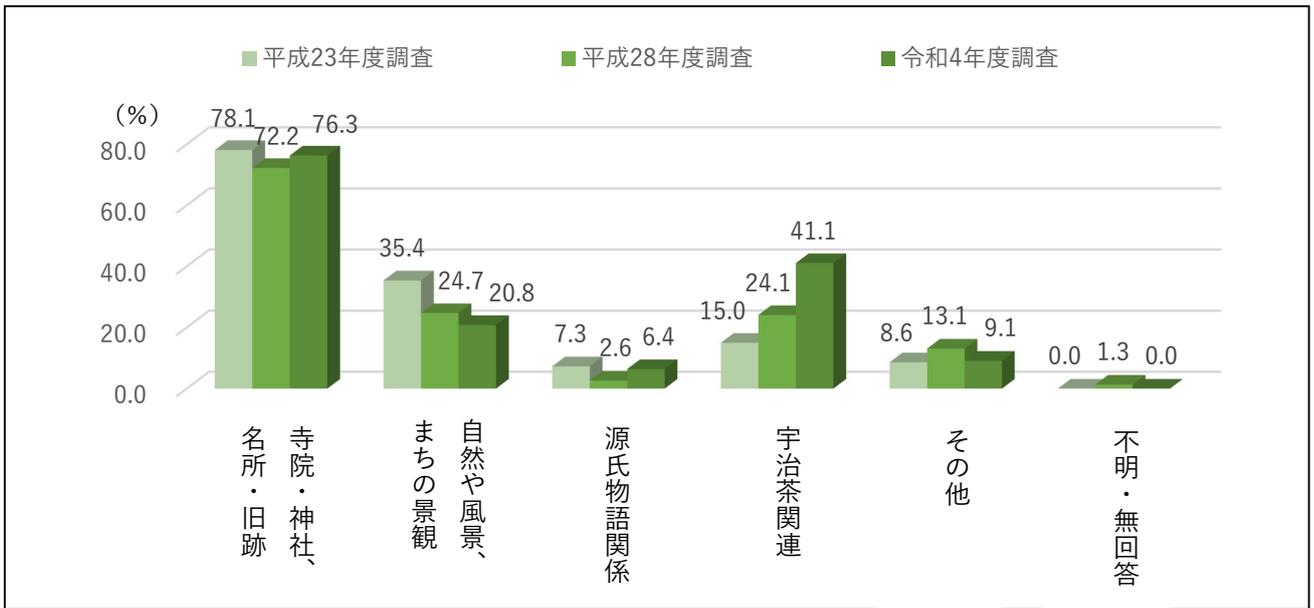
注1：全体の消費額を全体の回答者数で除したのもの

注2：項目ごとの消費額合計をその項目の回答者数で除したのもの。

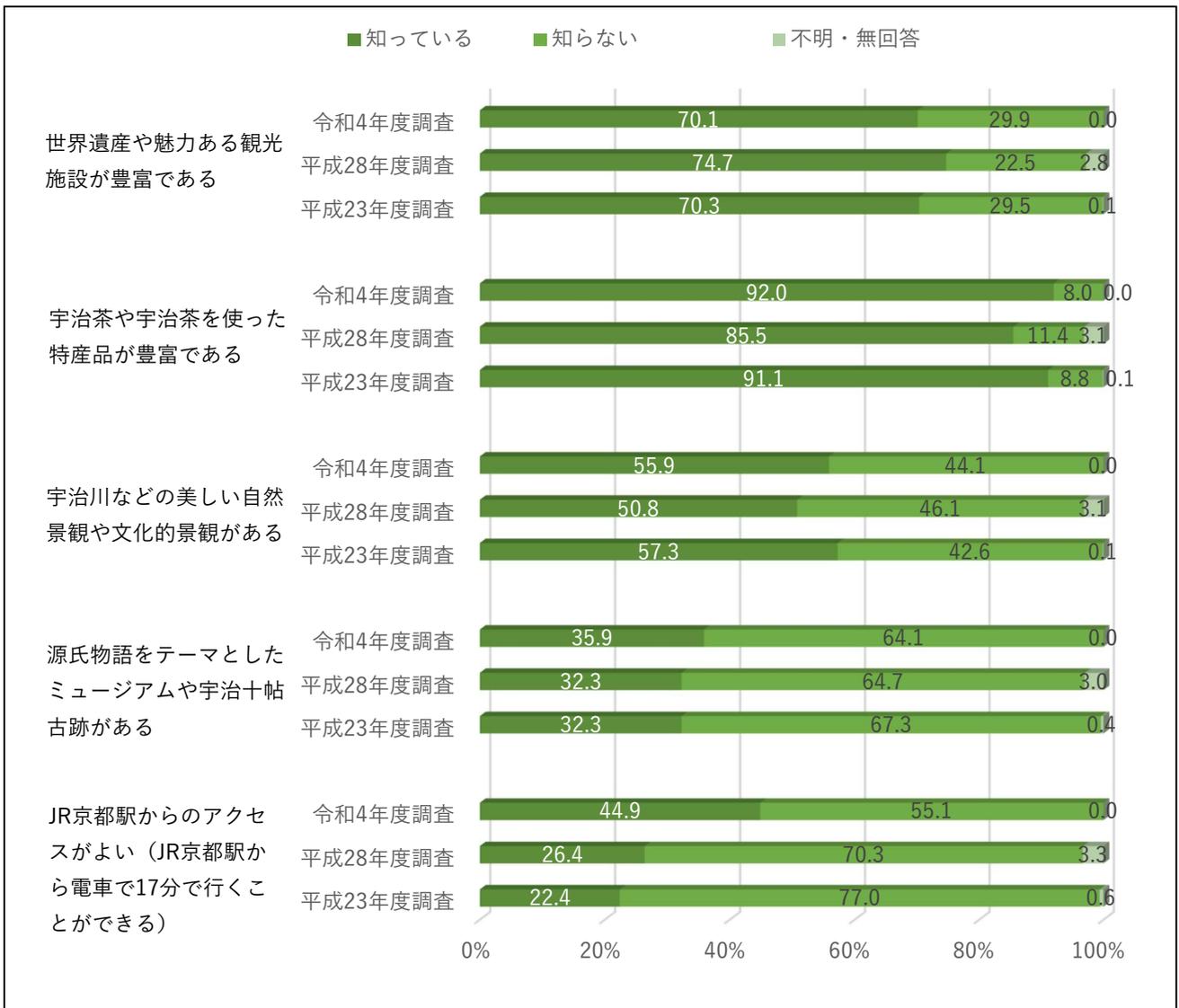
項目は主なものを記載。

注3：施設入場料や体験参加料金など

(資料7) 観光の目的

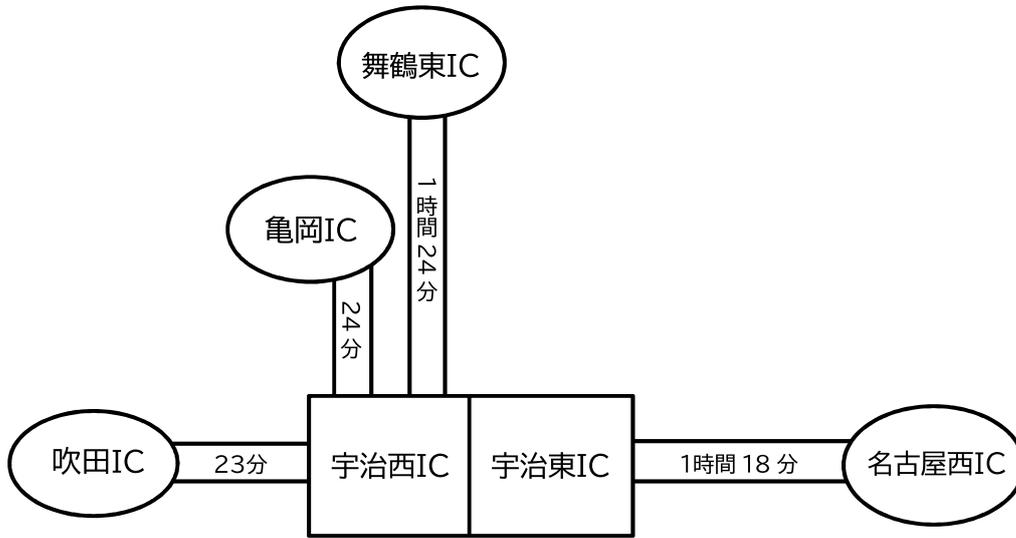


(資料8) 宇治観光に関する認知【京都市内での調査】

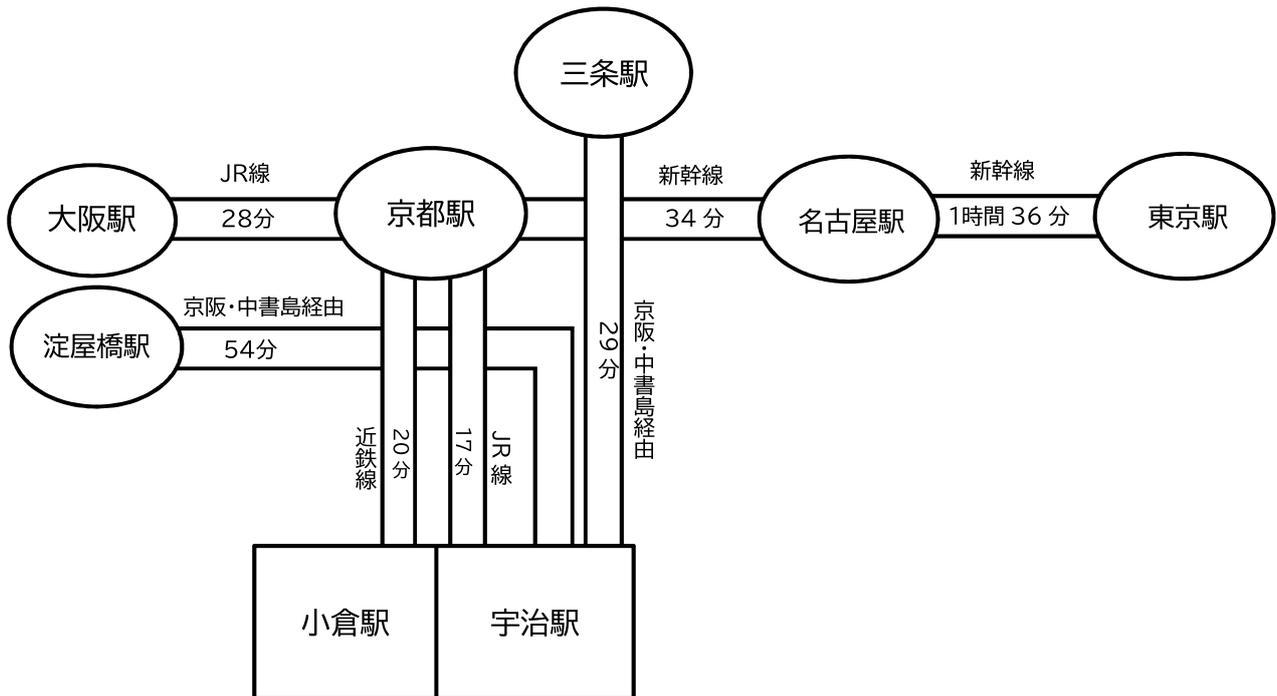


(資料9) 宇治までの所要時間

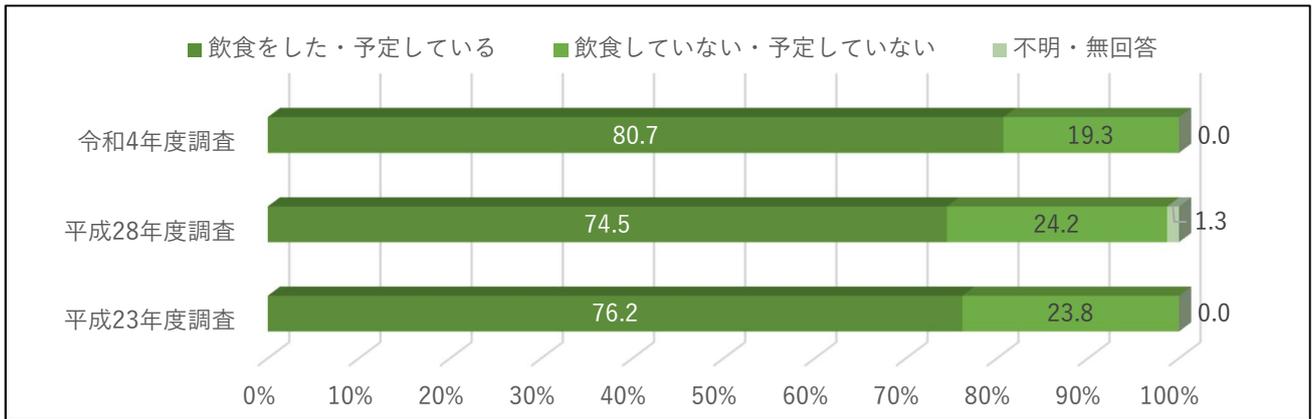
●車で



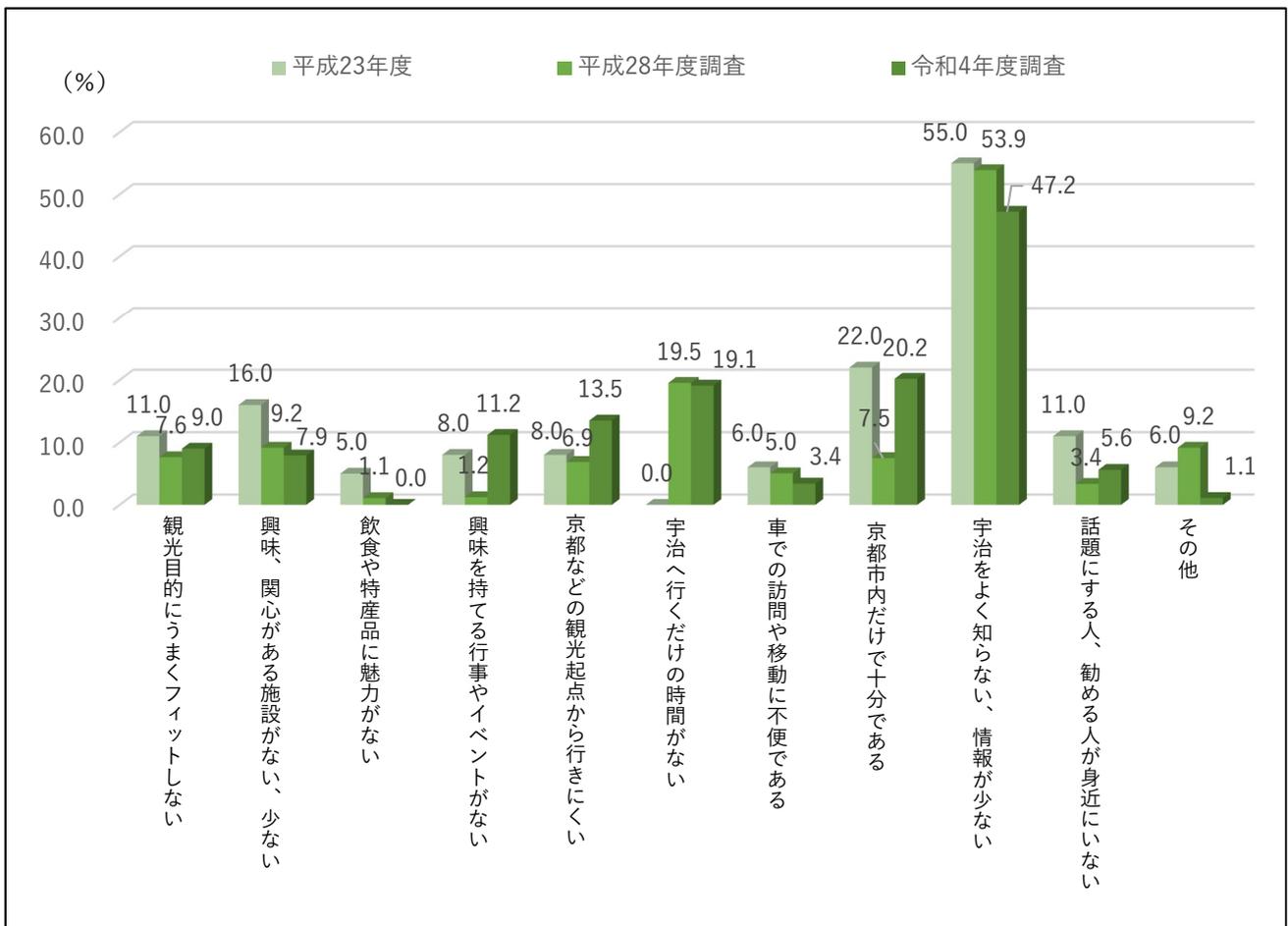
●電車で



(資料10) 市内で飲食を利用する割合

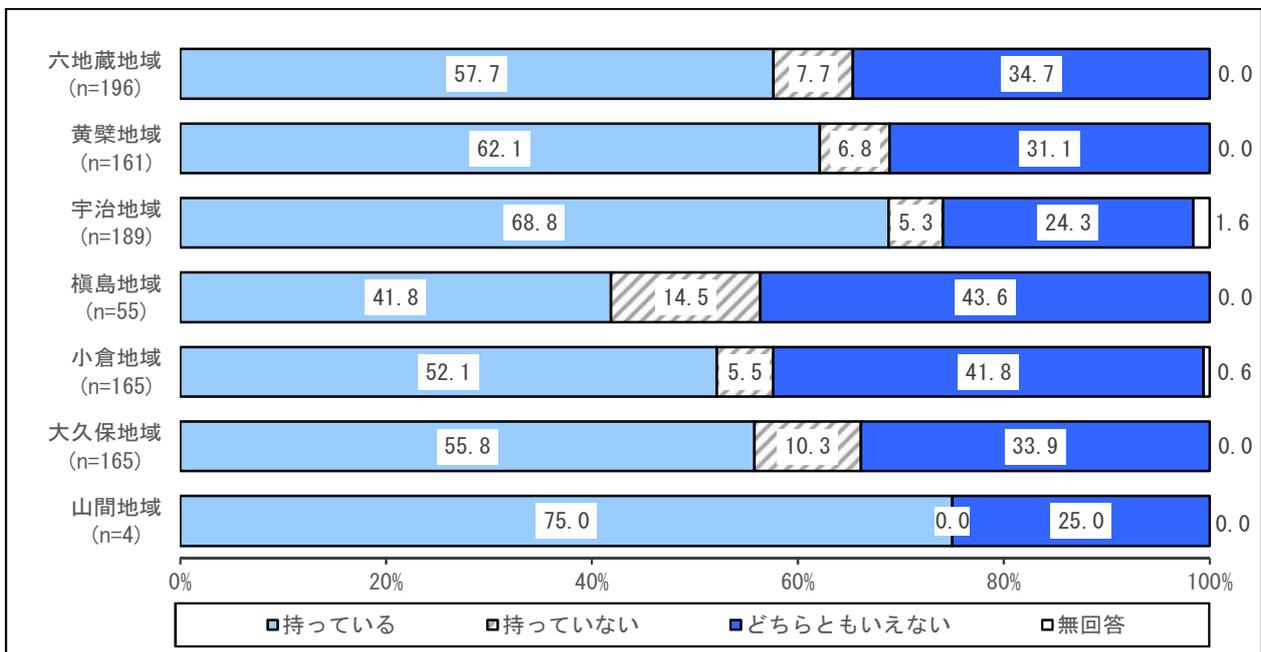
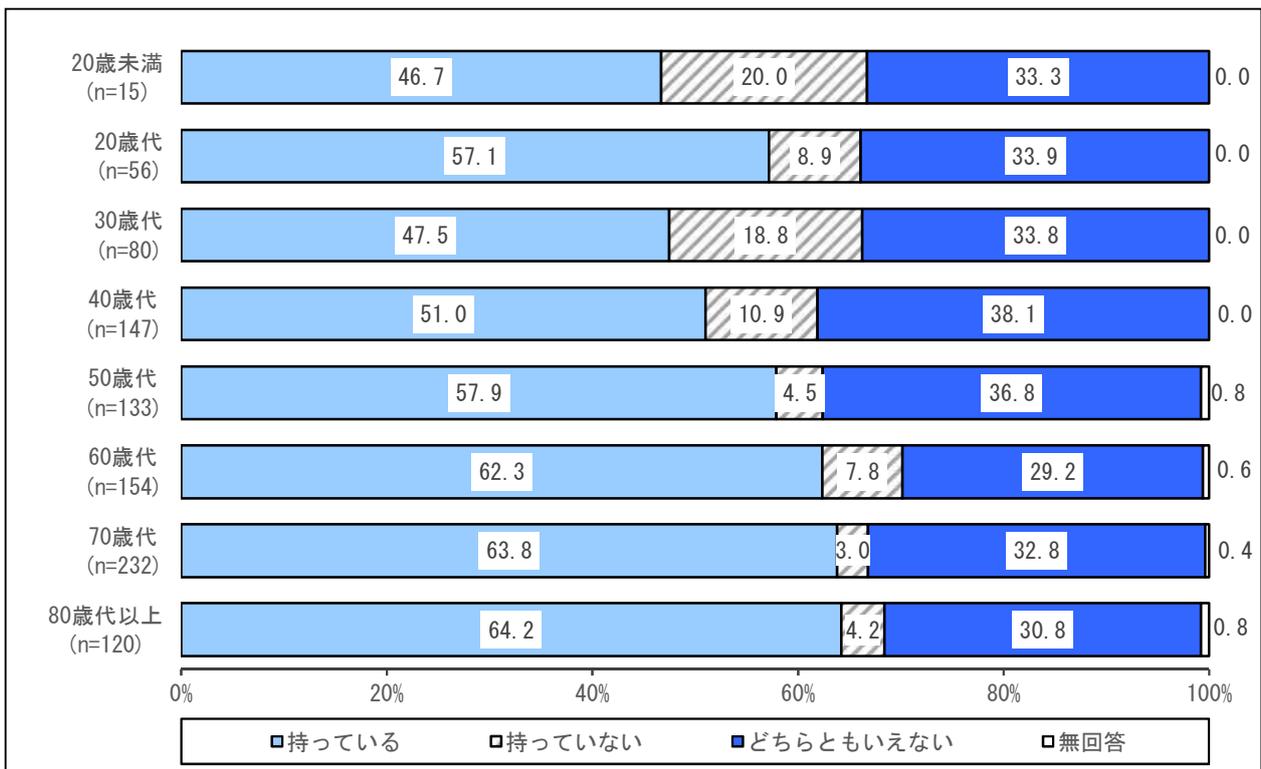
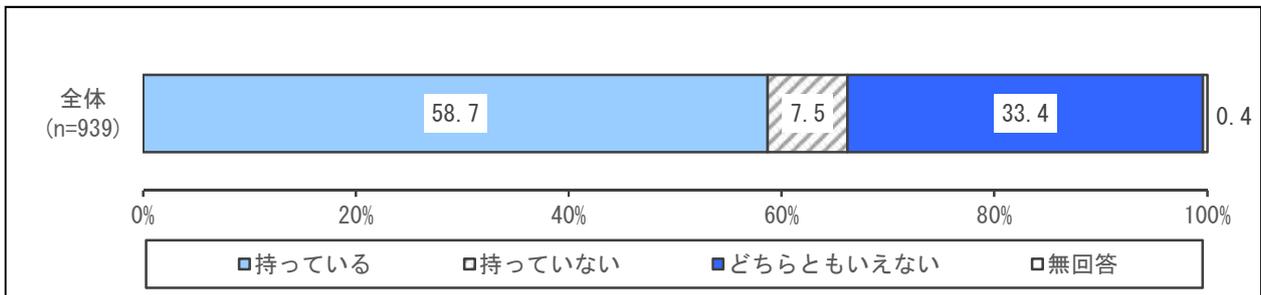


(資料11) 宇治観光に行かない理由【京都市内での調査】

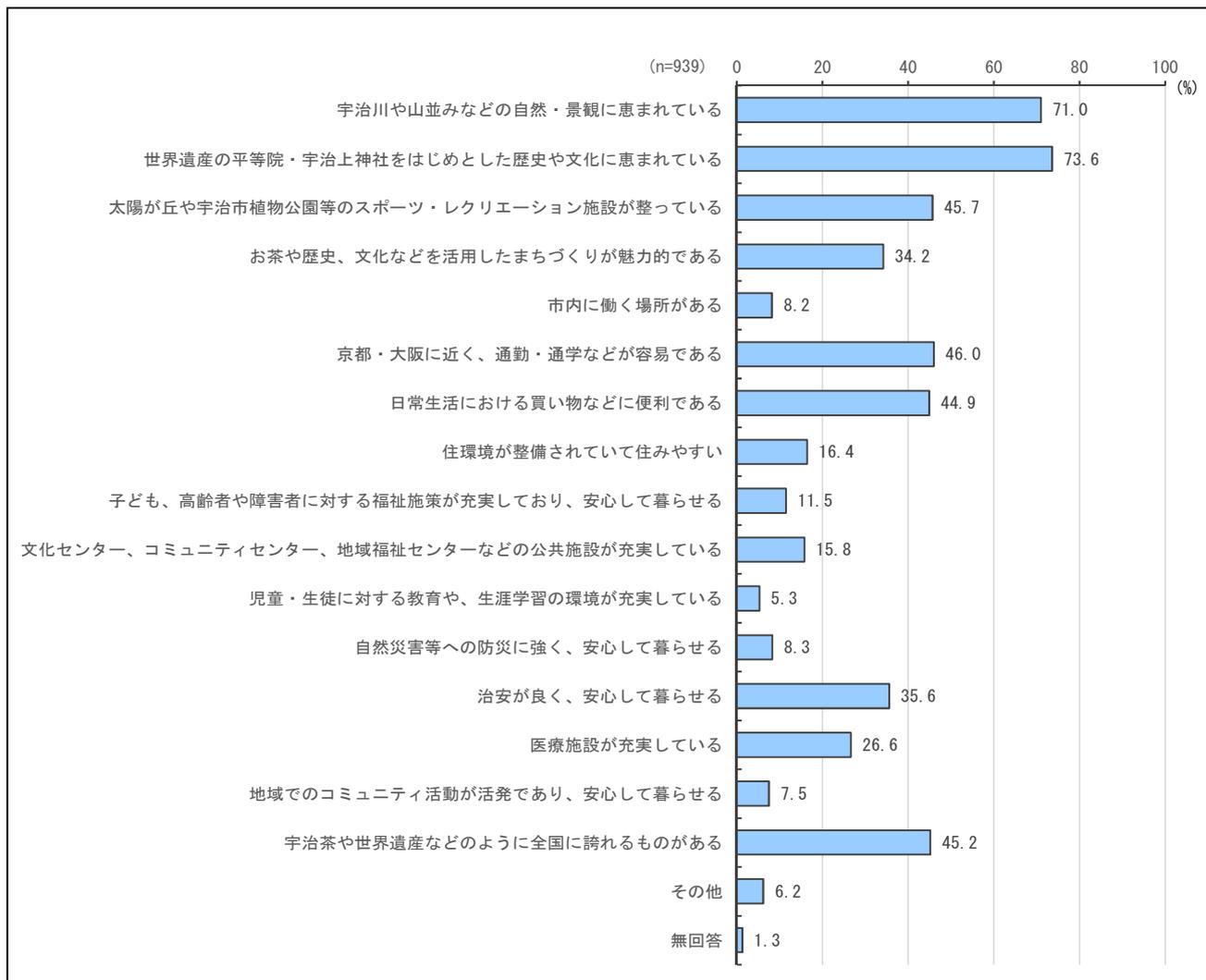


宇治市総合計画策定のためのアンケート調査報告(令和3年度)

(資料 12) 宇治市への愛着



(資料 13) 宇治市の魅力



第1期計画での目標達成状況

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
観光満足度 (飲食・お土産・標識・交通等)	68～95%	55～93%	64～94%	全て85%以上

宇治茶（施設、店舗等含む）	84%	85%	88%	85%以上
寺院・神社、名所・旧跡	95%	93%	94%	85%以上
自然や風景（さくら・紅葉 等）	93%	87%	90%	85%以上
源氏物語関係施設等	74%	89%	74%	85%以上
宇治のまちなみ	81%	81%	88%	85%以上
観光案内所などでの情報提供	68%	61%	75%	85%以上
標識などの観光案内		57%	70%	85%以上
交通状況	69%	55%	64%	85%以上
土産について	77%	78%	84%	85%以上
飲食について	80%	81%	87%	85%以上
宿泊について	76%	72%	65%	85%以上

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
リピーター率	58%	56%	59%	70%

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
京都観光客の宇治への訪問率	47%	44%	42%	60%

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
宇治茶を目的とする宇治訪問率	15%	24%	41%	30%

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
観光客の市内飲食店利用率	76%	75%	81%	85%

	第1期計画策定時 (平成23年度)	後期AP策定時 (平成28年度)	現状値 (令和4年度)	目標値 (令和4年度)
市内でのお土産購入率	74%	59%	62%	85%

ワーキンググループでの主な意見

第2期計画の策定にあたり、下記のメンバーで構成したワーキンググループにおいて、課題の抽出、これからの観光施策の展開について、意見交換を行いました。

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1回（7/11）＜議題とすべき今後の課題の抽出を全体で行った＞

- ①観光客の一極集中、歩いて回れるコンパクトさはあるが市内周遊しにくい
- ②宿泊施設が少なく夜のにぎわいが無い
- ③渋滞やトビケラにより印象が低下
- ④地元の人も大切にしたい営業・取組が重要
- ⑤情報発信の考え方・方法を見直すべき

■第2回（8/1）＜第1回で抽出した課題に基づきテーマごとにグループに分かれ課題の深掘りを行った＞

○Aグループ

テーマ①既存観光資源の活用、新たな観光資源の創出

- ・社寺は本来の役割を担いながら、様々な取組に柔軟に対応している。
- ・体験施設やコンテンツが少ないという意見もあるが、広報が足りていないのでは。
- ・本ワーキングのように、人をつなぐきっかけづくりを支援してもらいたい。

○Bグループ

テーマ②夜間観光について（営業時間、イベント、宿泊施設）

- ・家族経営では夜間営業の負担が大きいため、新規イベントは入込客数が読めない。
- ・交通の便が良いため、宇治観光をしても最終的には京都市で宿泊される傾向にある。
- ・宇治独自の資源を活かした夜のイベントを行ってはどうか。昼の中宇治、夜の小倉。

テーマ③受入環境の整備

- ・迅速・柔軟に活用できる支援制度があればコロナやインバウンドにも対応できる。
- ・施設整備は予算がかかるが景観保全や接客は一人ひとりの意識ですぐに取り組める。

○Cグループ

テーマ④観光客と市民の共存

- ・観光客を+αと捉えて地元を愛する土壌がないと観光客も来てくれないのでは。
- ・交通渋滞などの観光公害は周辺住民との対立が生まれる前に未然に対応しなければ。

テーマ⑤情報発信の考え方・方法

- ・情報発信を単発で終わらせるのではなく、平等院やお茶に組み合わせて発信しては。
- ・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。

■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

テーマ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と。
- ・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。

テーマ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

テーマ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な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。

テーマ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くるので、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。

○Cグループ

テーマ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。
- ・「宇治市パフェコレクション」といったような企画で、1つの店の発信ではなく、宇治市全体のパフェがつながるような発信方法をしてはどうか。

テーマ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。

観光施設における外国人の地域別割合

	JR 宇治駅前観光案内所	京阪宇治駅前観光案内所	市営茶室対鳳庵
H29	①アジア 27,198 人(81.1%)	①アジア 5,109 人(89.6%)	①アジア 8,523 人(72.1%) ②ヨーロッパ 1,868 人(15.8%) ③その他 1,425 人(12.1%) 合計 11,816 人
	②ヨーロッパ 3,535 人(10.5%)	②北米 258 人(4.5%)	
	③北米 1,611 人(4.8%)	③ヨーロッパ 226 人(4.0%)	
	④オセアニア 836 人(2.5%)	④オセアニア 92 人(1.6%)	
	⑤その他 361 人(1.1%)	⑤その他 15 人(0.3%)	
	合計 33,541 人	合計 5,700 人	
H30	①アジア 23,465 人(75.3%)	①アジア 6,508 人(87.4%)	①アジア 8,359 人(70.5%) ②ヨーロッパ 2,069 人(17.4%) ③その他 1,430 人(12.1%) 合計 11,858 人
	②ヨーロッパ 4,567 人(14.7%)	②北米 384 人(5.2%)	
	③北米 1,828 人(5.9%)	③ヨーロッパ 355 人(4.8%)	
	④オセアニア 867 人(2.8%)	④オセアニア 145 人(1.9%)	
	⑤その他 394 人(1.2%)	⑤その他 55 人(0.7%)	
	合計 31,121 人	合計 7,447 人	
R1	①アジア 21,664 人(75.0%)	①アジア 5,479 人(86.8%)	①アジア 7,050 人(64.5%) ②ヨーロッパ 2,495 人(22.8%) ③アメリカ 1,025 人(9.4%) ④オセアニア 257 人(2.4%) ⑤その他 103 人(0.9%) 合計 10,930 人
	②ヨーロッパ 4,111 人(14.3%)	②ヨーロッパ 415 人(6.6%)	
	③北米 1,861 人(6.5%)	③北米 284 人(4.5%)	
	④オセアニア 798 人(2.8%)	④オセアニア 105 人(1.7%)	
	⑤その他 410 人(1.2%)	⑤その他 34 人(0.4%)	
	合計 28,844 人	合計 6,317 人	

資料：宇治市観光振興課

第2期宇治市観光振興計画策定の主な経過

年月日	事項	内容
令和4年6月2日	宇治市観光振興計画策定委員会 (第1回)	<ul style="list-style-type: none"> ・委員会の設置 ・第2期宇治市観光振興計画の策定について ・今後のスケジュールについて
令和4年7月11日	宇治市観光振興計画策定 ワーキンググループ(第1回)	<ul style="list-style-type: none"> ・宇治観光の課題の抽出
令和4年8月1日	宇治市観光振興計画策定 ワーキンググループ(第2回)	<ul style="list-style-type: none"> ・宇治観光の課題の深掘り
令和4年9月7日	宇治市観光振興計画策定委員会 (第2回)	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・第1回策定委員会での主な意見について ・ワーキンググループ等の報告について ・宇治市観光動向調査(速報値)の報告について ・第2期宇治市観光振興計画の骨子(案)について ・今後のスケジュールについて
令和4年10月3日	宇治市観光振興計画策定 ワーキンググループ(第3回)	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的施策アイデアの創出
令和4年10月19日	宇治市観光振興計画策定委員会 (第3回)	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回策定委員会での主な意見について ・ワーキンググループでの主な意見について ・宇治市観光振興計画策定庁内連絡会議の報告について ・宇治市観光動向調査(確定値)の報告について ・第2期宇治市観光振興計画について ・今後のスケジュールについて
令和4年11月24日	宇治市観光振興計画策定委員会 (第4回)	<ul style="list-style-type: none"> ・第2期宇治市観光振興計画(初案)について ・今後のスケジュールについて
令和4年12月21日 ～令和5年1月20日	市民意見募集 (パブリックコメント)	<ul style="list-style-type: none"> ・提出者数：8人、意見数：28件
令和5年2月6日	宇治市観光振興計画策定委員会 (第5回)	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリックコメントの結果について ・第2期宇治市観光振興計画(最終案)について ・今後のスケジュールについて

宇治市観光振興計画策定委員会設置要項

(目的及び設置)

第1条 宇治市観光振興計画（以下「振興計画」という。）を策定するため、宇治市観光振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(担当事務)

第2条 委員会の担当事務は、振興計画の策定に関することとする。

(組織)

第3条 委員会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、学識経験者、観光関係者及び行政関係者その他市長が必要と認める者のうちから市長が委嘱し、又は任命する委員をもって構成する。

3 委員の任期は、1年以内とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

2 委員長は、委員の互選により定める。

3 委員長は、委員会を代表し会務を総理する。

4 副委員長は、委員長が指名する。

5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 会議は委員長が召集し、委員長がその議長となる。

2 会議は、委員の2分の1の出席がなければ会議を開くことができない。

3 委員長が必要と認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

4 第1回目の委員会の招集は、第1項の規定にかかわらず、市長が行う。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、産業観光部観光振興課において処理する。

(委任)

第7条 この要項に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が定める。

附 則

この要項は、平成24年4月1日から施行する。

附 則

この要項は、令和4年5月23日から施行する。

宇治市観光振興計画策定委員会委員名簿

	氏名	現職名
学識経験者	◎坂上 英彦	嵯峨美術大学 名誉教授
	藤原 直樹	追手門学院大学 教授
	片山 明久	京都文教大学 准教授
観光関係者	○中村 藤吉	(公社)宇治市観光協会 会長
	山仲 修矢	宇治商工会議所 会頭
	脇 博一	(一社)京都山城地域振興社 社長 (お茶の京都 DMO)
	堀井 長太郎	(公社)京都府茶業会議所 会頭
	後藤 英之	(公社)京都府観光連盟 専務理事
	神居 文彰	宗教法人 平等院 住職
	荒木 将旭	黄檗宗大本山 萬福寺 執事長
	佐脇 至	宇治橋通商店街振興組合 理事長
	酒井 勇治	京阪ホールディングス(株) 経営企画室事業推進担当部長
	今岡 弘典	西日本旅客鉄道(株) 宇治駅 駅長
	奥野 美奈子	(株)京都銀行 取締役
行政関係者	西村 嘉高	京都府山城広域振興局 農林商工部 部長

(敬称略、◎委員長、○副委員長)