

前期アクションプランの総括

1. 第2期宇治市観光振興計画策定の背景

第1期の宇治市観光振興計画のもと、観光入込客数は550万人前後で推移していたが、令和2年度の新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、宇治市の観光入込客数は落ち込み、令和3年度には約 234 万人まで減少した。このような状況を踏まえた上で観光客のニーズや社会情勢の変化を的確に把握し、従来の観光資源に加えて新たな価値や魅力を創出し、宇治市らしさのある観光地を目指すため、令和5年度から令和15年を計画期間とした第2期宇治市観光振興計画を策定した。

さらに、令和5年度から令和7年度までの3年間の詳細な実施計画を盛り込んだ前期アクションプランを策定した。

2. 第2期宇治市観光振興計画の期間

R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
宇治市第6次総合計画(R4～R15)											
第1期中期計画				第2期中期計画				第3期中期計画			
第1期	第2期宇治市観光振興計画(R5～R15)										
後期AP	前期アクションプラン	中期アクションプラン				後期アクションプラン					

3. 第2期宇治市観光振興計画の位置づけ

宇治市第6次総合計画を上位計画とし、宇治市産業計画、宇治市文化芸術振興基本計画、宇治市スポーツ推進計画、宇治市歴史的風致維持向上計画等の関連計画との整合を図る。

4. 第2期宇治市観光振興計画が目指す姿

基本理念 … 「宇治のブランド力を未来へ織りなす」

考え方 …… 第1期宇治観光振興計画の考え方を継承しつつ、コロナ社会の新たな観光ニーズにおいても、宇治の多様な観光資源を組み合わせながら宇治のブランド力を未来へつなげる（「第2期宇治市観光振興計画」第3章 3-1）

5. 前期アクションプランのコンセプト

コンセプト … 「新たな時代に輝く宇治の観光まちづくり」

考え方 …… 宇治市の観光にとって追い風となる事柄が続くことから、国内外から観光客を迎える取組を進める必要があり、関係団体と連携し、コロナ社会においても戦略的な観光施策を展開することで、観光を通して宇治のまちが輝き、豊かになるよう取り組む（「第2期宇治市観光振興計画」第3章 3-2）

6. 観光動向調査比較

	R4年度 観光動向調査結果	目標値(R7年度)	R6~7年度 観光動向調査結果
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	59.1~95.0%

(内訳)



変化はないものの概ね目標達成			
宇治茶(施設、店舗等含む)	88%	90%以上	91%
寺院・神社、名所・旧跡	94%	95%以上	95%
自然や風景(桜・紅葉 等)	90%	95%以上	94%
宇治のまちなみ	88%	90%以上	89%
目標には達していないが変化なし			
源氏物語関係	74%	85%以上	76%
観光案内所などでの情報提供	75%	85%以上	74%
標識などの観光案内	70%	85%以上	71%
目標にも達せず減少している			
交通状況	64%	85%以上	59%
土産について	84%	85%以上	81%
飲食について	87%	90%以上	81%
宿泊について	65%	85%以上	59%

	R4年度 観光動向調査結果	目標値(R7年度)	R6~7年度 観光動向調査結果
リピーター率	59%	70%	57%
京都観光客の宇治への訪問率	42%	60%	40%
観光客の市内飲食店利用率	81%	85%	74%

- ・「源氏物語関係」から「標識などの観光案内」までは、前回調査と同水準であり、引き続き目標達成に向け、情報発信等の取組を進める必要がある。
- ・「交通状況」から「宿泊について」までは前回調査から減少している。今後調査結果を分析し、市内観光事業者等と連携し取組を進める必要がある。
- ・リピーター率は前回調査と同水準であるが、一定数の新規観光客を獲得できているとも考えられる。
- ・市内飲食店利用率は前回調査より減少しており、理由としては「自宅で食べた、食べる予定」「飲食する時間が無い」「宇治市以外の店を利用」の順番に回答が多かった。

第3章 宇治市観光が目指す姿と戦略

3-1 基本理念

前章で記載した宇治市内外の観光を取り巻く状況や宇治市観光の特性と課題等を踏まえ、本計画期間の11年間に宇治市の観光が長期的に目指す姿として設定します。

また、変化する社会情勢に対応できるよう、3～4年間で単位としてアクションプランを策定し、基本理念の実現に向け、施策を展開します。

【基本理念】

宇治のブランド力を未来へ織りなす

【基本理念の考え方】

宇治には、歴史・文化、宇治茶、自然・景観等、古来より受け継がれてきた貴重な財産に加えて、アニメ等のロケーションツーリズムや天ヶ瀬ダムを活用したインフラツーリズムといった、多様な観光動向にも対応できる様々な観光資源が存在しています。

それぞれの資源は魅力あふれるものであり、さらにその資源をストーリー性を持ってつなぐことで共感を生み、新たな価値が生まれると考えています。

これまでからある価値に新たな価値を加え、国内外の観光客をはじめ地元の方々にも知ってもらい、宇治のまちを大切に守り、育て、発信していくことが、宇治の観光を未来につなげていくために必要です。

第1期計画の基本理念である「観光都市・宇治のブランド力を高める」という考え方を継承しつつ、近隣化・分散化・少人数化といった WITH コロナ・POST コロナ社会の新たな観光ニーズにおいても、宇治の多様な観光資源を組み合わせながら、宇治のブランド力を未来へつなげていきます。

※第2期宇治市観光振興計画前期アクションプランより

3-2 コンセプト

3～4年間で単位として施策展開を行うアクションプランの取り組む方向性をコンセプトとして設定します。

【前期アクションプランのコンセプト】



新たな時代に輝く宇治の観光まちづくり



【前期アクションプラン（令和5年度～令和7年度）の考え方】

新型コロナウイルス感染症の影響により、度重なる行動制限やインバウンドの激減等、観光業界は大きな打撃を受けました。

このような中、これからの3年間には JR 奈良線第2期複線化の開業、大河ドラマ「光る君へ」の放送、任天堂資料館（仮称）の完成、新名神高速道路の延伸、大阪・関西万博の開催といった、宇治市の観光にとって追い風となる事柄が続くことから、この機会を逃さず、国内外から観光客を迎える取組を進めていくことが必要となります。

また、宇治市だけでなく、京都府や近隣市町村、お茶の京都 DMO や旅行会社、交通事業者などと連携することで広域的な周遊観光を実現し、様々な観光客の誘致が期待できます。

これらのチャンスを最大限に活かすために、前期アクションプランのコンセプトを設定し、WITH コロナ・POST コロナ社会においても戦略的な観光施策を展開し、観光を通して宇治のまちが輝き、豊かになるよう取り組んでいきます。

【前期アクションプラン期間中に予定されているトピックス】

