

宇治市観光動向調査について

①令和6～7年度観光動向調査の概要

・日本人、外国人観光動向調査

調査対象者	宇治市に訪れた日本人・外国人観光客
調査方法	調査員による対面聞き取り（紙調査票またはQRコードを読み込んだWeb回答・自記式）
調査実施期間	日本人対象：令和6年11月17日(日)、23日(土) 令和7年4月20日(日)、26日(土) 外国人対象：令和6年11月23日(土)、24日(日) 令和7年4月19日(土)、20日(日)
集計サンプル数	日本人：1,175件 外国人：433件 ※（令和4年度）日本人：1,014件 外国人：コロナの影響により0件 ※（平成28年度）日本人：2,153件 外国人：440件
調査地点	①JR宇治駅(日：183 外：139) ②京阪宇治駅周辺(日：277 外：100) ③平等院(日：335 外：83) ④朝霧橋(日：143 外：64) ⑤萬福寺(日：120 外：21) ⑥ニンテンドーミュージアム周辺(日：117 外：25)

・宇治市イメージ調査

調査対象者	京都市を訪れた観光客	調査方法	調査員による対面聞き取り
調査実施期間	令和6年 12月15日(日)、21日(土)	集計サンプル数	514件
調査地点	京都駅		

・インターネット調査

調査対象者	近畿圏のインターネットモニター
調査方法	WEB回答
調査実施期間	令和7年2月28日(金)～3月4日(火)
集計サンプル数	1,139件

②観光動向調査等の結果概要

・日本人調査

観光満足度において、「宇治茶」「寺院・神社、名所・旧跡」「自然や風景」等は高い値を示したが、「交通状況」や「宿泊について」の値は低い結果であった。

購入したお土産では、新規に「抹茶」を選択肢に設けた。2割ほどの購入率があることがわかった。

訪問した観光施設は、「平等院」「宇治神社」「宇治上神社」が上位を占め、前回調査と同様の結果であった。

・外国人調査

観光満足度において、日本人と同様「宇治茶」「寺院・神社、名所・旧跡」「自然や風景」は高い値であった。また、「土産について」「飲食について」については、日本人と比較し高い値であった。

市内で飲食店を利用する割合や、お土産を購入する割合が前回調査時と比較して上昇傾向にあった。そのどちらにも言えることは、「宇治茶」「抹茶」関係であるということ。

来訪目的では、「自然や風景、まちの景観」「宇治茶(購入・体験)」「抹茶スイーツ」が前回調査と比較すると顕著に上昇していた。

・宇治市イメージ調査

京都市の観光客は、宇治市を「知っている」が約半数であり、「地名を知っている程度」を合わせた認知度は94.4%であった。また、宇治市を認知している人は、「宇治茶」「世界遺産があること」「自然景観や文化景観があること」として認知している割合が高かった。

京都観光で宇治市を訪れない理由として、「宇治へ行くだけの時間がない」が45.4%と最も高く、次いで「過去に観光で行ったことがあるから」、「宇治をよく知らない、情報が少ない」が2割前後となっていた。

・インターネット調査

宇治市のイメージとして、世代を問わずイメージされているのは、「お茶・抹茶」「京都府の一部」であり、居住地を問わずイメージされているのは、「お茶・抹茶」「平等院」「抹茶スイーツ」であった。

宇治市への来訪目的は、「寺社・神社、名所・旧跡」「抹茶スイーツ」「自然や風景、まちの景観」「宇治茶(購入・体験)」が割合の多くを占める。

また「ニンテンドーミュージアム」は来訪目的16.2%、認知度34.9%と一定の割合を占めていた。

③ 観光動向調査の分析の方向性(委員からのご意見含む)

- ・「居住地」と観光目的・期待度・満足度・消費額のクロス集計
- ・「初訪問者」「複数回訪問者」の満足度・再訪意向・滞在時間・消費額のクロス集計
- ・アジア圏と欧米圏の観光目的・消費傾向・滞在時間に差があるのか分析
- ・宇治を紹介したい・したくない人の要因分析
- ・「大阪在住の日帰り客」「京都市内に宿泊する旅行者」にグループ分けをした上で、属性や行動パターン(到着時間・出発時間、飲食・体験など)をペルソナ分析
- ・満足度等において特に好ましくないと回答をした属性を分析し、他の項目の回答の関連を見ることで、その回答に至る要因などを掘り下げる。

→来訪経験の有無や、居住地、世代等、様々なカテゴリーからクロス集計やペルソナ分析等を行い、中期アクションプラン策定に活かす

④ 観光動向調査の結果から見える課題等について(別紙①)