

第 2 期宇治市観光振興計画
中期アクションプラン
(最終案)

令和 8 年 2 月

第1章 計画の目的と期間



1-1 計画策定の趣旨

宇治市では、恵まれた観光資源を最大限に活かし、多くの人を訪れる観光地を目指すため、平成25年度に「宇治市観光振興計画」を策定しました。

策定後、令和2年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、観光を取り巻く環境は大きく変化し、宇治市の観光入込客数は大きく落ち込みました。

観光産業にとって厳しい状況が続く中、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年度までの11年間を計画期間とする「第2期宇治市観光振興計画」を策定するとともに、変化する社会情勢に対応できるよう、令和5年度から令和7年度を計画期間とする「前期アクションプラン」を策定しました。

前期アクションプランでは、大河ドラマ「光る君へ」の放送を契機とした「紫式部ゆかりのまち」の取組や、ニンテンドーミュージアムが開館した小倉地域、国宝指定された黄檗山萬福寺の黄檗地域などを含めた市内の周遊観光の促進に取り組んだことや、多くのインバウンド来訪等により、令和6年の宇治市の観光入込客数は過去最高の約614万人となりました。

また、令和6年から令和7年にかけて実施した「宇治市観光動向調査」では、「寺院・神社、名所・旧跡」「自然や風景」等、満足度が高い項目が多数あったものの、環境整備に関することなど、様々な観光課題が明らかとなる結果となりました。

このような状況を踏まえ、課題の解決に向けた取組の推進や、豊富な観光資源を活かし宇治ならではのプレミアムな体験により誘客を図るとともに、リピーターの獲得を目指し、「第2期宇治市観光振興計画中期アクションプラン」を策定します。

1-2 計画の位置づけ

本計画は、「宇治市第6次総合計画」を上位計画とし、「宇治市産業戦略」や「宇治市文化芸術振興基本計画」、「第2期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（第2期）」等の関連計画との整合を図っています。

また、観光の振興は行政だけで推進していけないものではなく、観光事業者をはじめ、宇治市観光協会やお茶の京都DMO、市民、行政等が適切な役割分担のもと取り組んでいくことが重要です。

本計画は、互いに協働して取り組んでくための基本方針やアクションプラン等を提示するものです。

国	観光立国推進基本計画（計画期間：令和8年度～令和12年度）
京都府	京都府観光総合戦略（令和5年度～令和8年度）
	WITH コロナ・POST コロナ社会における産業戦略（令和3年6月）
宇治市関連計画	宇治市第6次総合計画
	宇治市産業戦略
	宇治市文化芸術振興基本計画
	第2期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（第2期）

1-3 計画の期間

本計画は、令和5年度から令和15年度までの11年間とし、計画期間を前期3年・中期4年・後期4年に分け、それまでの進捗状況や観光を取り巻く社会情勢の変化を踏まえて策定することとします。

中期アクションプランは令和8年度から令和11年度までの4年間の計画期間とし策定します。

R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
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			

第2章 観光を取り巻く状況

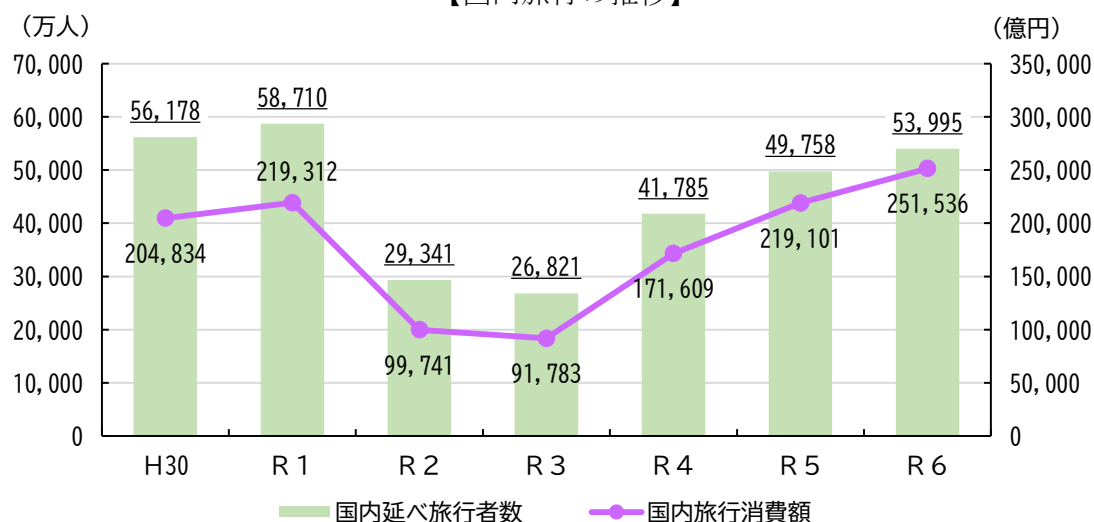


2-1 国内の観光の現状

(1) 国内旅行市場の推移

令和元年には国内旅行消費額が21.9兆円と過去最高水準となりました。令和2年以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内延べ旅行者数や消費額は急減しましたが、「全国旅行支援」などにより回復傾向へ転じました。令和5年には消費額がコロナ禍前の水準にほぼ回復し、令和6年には延べ旅行者数が回復傾向にあることや、宿泊料をはじめとする物価上昇等により1人1回当たり旅行支出が増加したことを受けて25.1兆円とコロナ禍前を上回り過去最高水準となっています。

【国内旅行の推移】

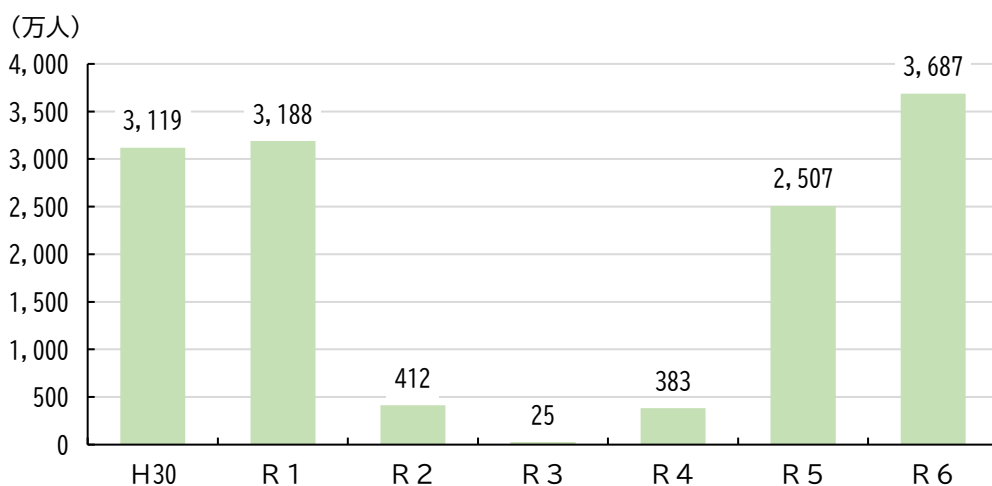


資料：旅行・観光消費動向調査（観光庁）

(2) 訪日外国人旅行者数の推移

訪日外国人旅行者数は令和元年に3,188万人と過去最高となりましたが、令和2年以降の新型コロナウイルス感染症による入国制限の影響で激減し、令和3年にはわずか25万人となりました。令和4年の水際措置緩和を経て回復が進み、令和5年には2,507万人と回復傾向となりました。令和6年には堅調な訪日需要や航空便の回復により、アジアや欧米豪等の幅広い国・地域からの旅行者が増加しコロナ禍前を上回る水準となっています。

【訪日外国人旅行者数】



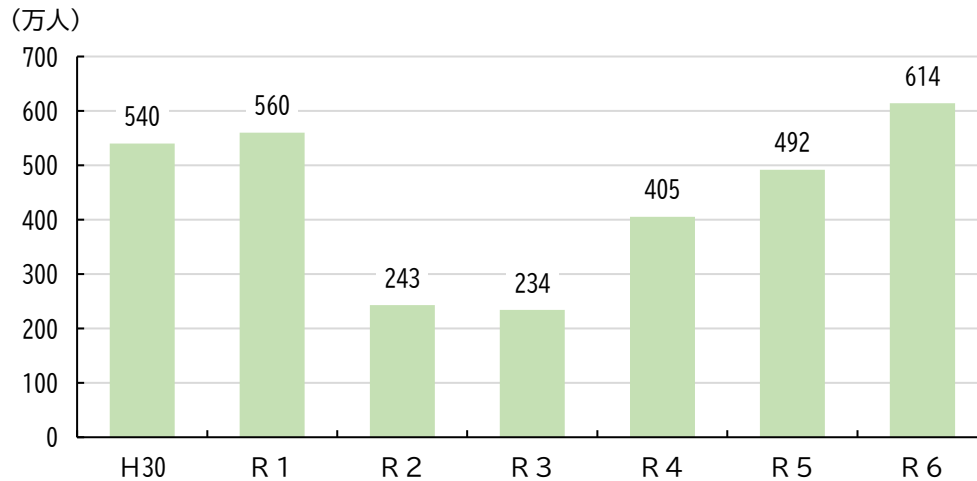
資料：日本政府観光局（JNTO）

2-2 宇治市の観光の現状

(1) 宇治市を訪れる観光客数の推移

令和2年から令和3年にかけては、新型コロナウイルス感染症の影響により観光入込客数が過去最低となりましたが、令和4年以降は回復傾向に転じました。令和6年には、NHK大河ドラマ「光る君へ」の放送効果やインバウンドの増加、さらに抹茶の需要の高まり等により、過去最高の観光入込客数となっています。

【宇治市観光入込客数】



資料：宇治市観光振興課

(2) 宇治市を訪れる観光客の特徴

宇治市観光動向調査の結果から、宇治市の観光客の特徴を整理しました。

①性別・年代 (P31 資料1 参照)

宇治市を訪問する日本人観光客の性別は、男性は全体の42.4%、女性は56.0%となっています。年代別では、50代が21.1%と一番多く、次に20代の18.0%、40代の15.6%と続きます。外国人観光客の性別は、男性が40.9%、女性が55.2%となっています。年代別では、20代が41.6%と一番多く、次に30代の31.9%、40代の12.5%と続きます。

②地域別/国籍別 (P32 資料2 参照)

宇治市への来訪者を地域別で見ると、大阪府、京都市、兵庫県の順で多く、また、近畿圏以外では東京都、愛知県、神奈川県、千葉県の間で多くなっています。外国人観光客を国籍別にみると、北米、台湾、中国の間で多くなっています。

③宇治市までの主な移動手段 (P33 資料3 参照 複数回答)

日本人観光客の宇治市までの主な移動手段は、JRが36.0%、自家用車が25.6%、京阪電車が22.0%となっています。また外国人観光客の主な移動手段は、JRが65.4%、京阪電車が28.2%、近鉄電車が11.8%と鉄道が大半を占めています。

④宇治市への到着時間と出発時間 (P34、35 資料4 参照)

日本人観光客の宇治市への到着時間帯のピークは10時台ですが、帰りのピークは15時台と早く、昼間の観光が中心となっており、夜間の観光客は非常に少ない状況です。外国人観光客の到着時間帯のピークは10時台で、帰りのピークは17時台となっています。

⑤宇治市での平均滞在時間及び1人あたりの観光消費額 (P36 資料5、P37 資料6 参照)

日本人観光客の宇治市での平均滞在時間は4時間6分、1人あたりの観光消費額は7,156円となっています。外国人観光客の平均滞在時間は4時間48分、1人あたりの観光消費額は22,843円となっています。

(3) 宇治市観光の特性と課題

宇治市観光動向調査の結果や宇治市観光振興計画策定委員会、ワーキンググループ^{注1}等の意見を集約すると、宇治市の観光についての特性や課題が明らかになりました。

【観光の特性（観光の強み）】

①豊富な歴史遺産（P38 資料7 参照）

世界遺産「平等院」「宇治上神社」をはじめ国宝「萬福寺」等、寺院・神社、名所・旧跡等が豊富にあり、これらを宇治観光の主な目的に挙げている人が、日本人観光客 69.4%、外国人観光客 61.2%となっています。

②歴史文化を活かしたまちづくり

紫式部が記した『源氏物語』の舞台でもある宇治には平安の豊かな歴史・文化が現在まで息づいています。大河ドラマの放送を契機に、紫式部ゆかりのまちの取組を強化し、宇治の歴史文化をPRしてきました。また夏の風物詩となっている宇治川の鵜飼は令和8年度に100周年を迎えます。

③宇治茶のブランド力（P39 資料8、P40 資料9 参照）

「宇治茶」は高級茶として名高い特産品であり、宇治市内の多くの茶園では、覆下栽培・手摘み・一番茶のみの収穫など伝統的な栽培方法が実施されています。観光動向調査における観光満足度「宇治茶（施設、店舗等含む）」においても日本人観光客 91.2%、外国人観光客 95.8%と、ともに高い水準となっています。

④豊かな自然景観

宇治川周辺地域は特別風致地区に指定される等、都市に隣接する豊かな自然が保全された地域です。また国の重要文化的景観にも選定される等、宇治を特徴づける自然・文化遺産や伝統産業が凝縮した地域であり、天ヶ瀬ダムをはじめとする魅力的な景観等の観光資源が数多く存在しています。

⑤新たな観光コンテンツ

アニメや、ニンテンドーミュージアムなど宇治には新たな観光コンテンツが多数存在しています。アニメの舞台巡りやイベント等への参加、またニンテンドーミュージアムへの来訪など市内の様々な場所で賑わいを見せており、新たな来訪目的となっています。

^{注1} 中期アクションプランの策定にあたり、学生や観光事業者を始めとした、幅広い世代・立場の方々に参加いただき、宇治観光の課題や、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。

⑥京都・阪神圏・中京圏からの近接性

京滋バイパスや第二京阪道路等の広域幹線道路網に加え、令和10年度（2028年度）以降には新名神高速道路の天津～城陽間の開通が予定されており、自動車での宇治へのアクセスの利便性はますます向上します。

公共交通では、JR奈良線、京阪宇治線、近鉄京都線、京都市営地下鉄東西線の鉄道4路線があり、多方面からの誘客が期待できます。

【観光の課題（観光の弱み）】

①滞在時間（P36 資料 5、P37 資料 6、P39 資料 8 参照）

観光動向調査より平均滞在時間は日本人観光客 4 時間 6 分、外国人観光客 4 時間 48 分となっており、ワーキンググループでも「滞在時間が短い」「周遊観光に課題」といった声がありました。また、宿泊についての満足度は日本人観光客約 60%と目標値の 85%以上を大きく下回る結果となっています。宇治らしさを活かした「周遊観光」「宿泊観光」の創出を図り、消費拡大につなげていく必要があります。

②観光ルートの定番化（P41 資料 10 参照）

宇治駅周辺の中宇治エリアを起点とし、小倉エリアや黄檗エリアの周遊観光を促進してきましたが、観光動向調査では、徒歩圏内による観光がメインである結果となりました。

引き続き各エリアの魅力を戦略的に発信し、周遊観光の促進や、リピーターの獲得を目指す必要があります。

③観光地美化（P41 資料 11 参照）

観光入込客数は増加している一方、日本人の観光動向調査では、宇治観光での残念な点としてトイレ・ゴミ箱に対する割合が多く占める結果となりました。トイレの清掃や、ゴミ問題の具体的な解決策等、観光地美化の取組を強化する必要があります。

④受入環境の整備

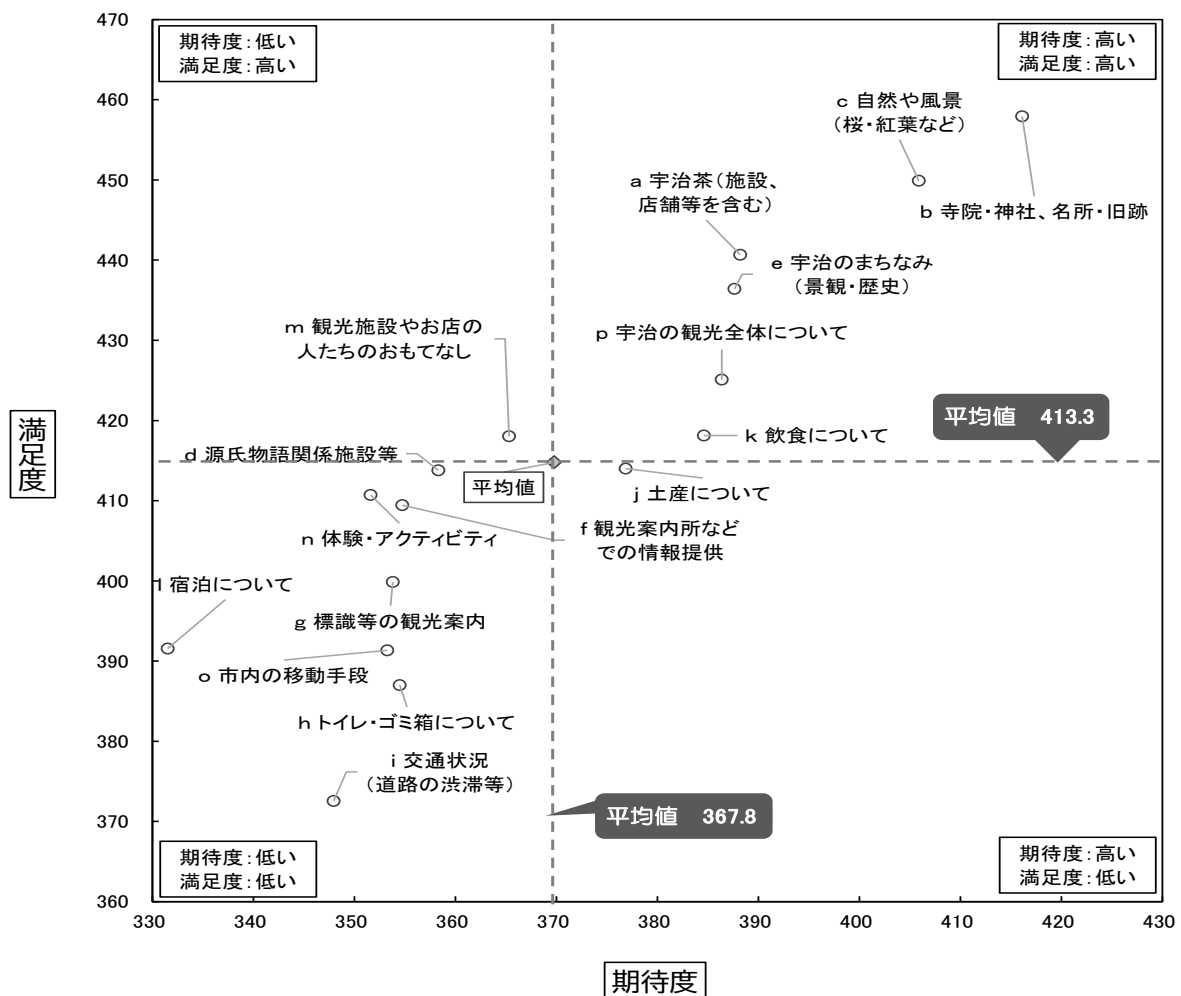
近年大規模な災害が増加する中、外国人観光客を含めた災害時の避難誘導などが重要となっています。多言語への対応や手ぶら観光の推進など、誰もが安全に安心して快適に観光を楽しむ観光地づくりを進める必要があります。また観光シーズンにおける交通渋滞や、春から夏にかけて宇治川周辺のトビケラ大量発生 of 課題にも引き続き対策を進める必要があります。

2-3 第2期宇治市観光振興計画前期アクションプラン総括

第2期宇治市観光振興計画前期アクションプランは、「新たな時代に輝く宇治の観光まちづくり」をコンセプトに掲げ、令和5年度から令和7年度までの間、基本方針「宇治を照らす」「宇治から広がる」「宇治でもてなす」に沿って戦略的な施策を展開し、宇治のまちがさらに輝き、豊かになるよう、取組を進めてきました。

紫式部ゆかりのまち宇治の取組、宇治茶を活かした宇治ならではの体験の提供、夏の風物詩宇治川の鵜飼など宇治の伝統文化の継承、小倉エリアのニンテンドーミュージアムの開館や黄檗山萬福寺の国宝指定などによる周遊観光の促進など、観光戦略に基づく取組を着実に進めることができました。

しかしながら、今回実施した宇治市観光動向調査において寺院・神社、名所・旧跡、桜や紅葉などの自然や風景などをはじめとする期待度や満足度は高い傾向にあったものの、交通状況や宿泊などの満足度は低い結果となりました。また、宇治観光における残念な点としてトイレやゴミの不満も多く、快適に観光できる観光地の整備を強化していく必要があります。



資料：宇治市観光動向調査

※満足度・期待度について

宇治市観光動向調査（日本人）の満足度・期待度の結果の各項目の割合に下記点数を乗じた合計。

満足度（縦軸）：「とても満足」を5点、「満足」を4点、「どちらでもない」を3点、「不満」を2点、「とても不満」を1点。

期待度（横軸）：「大いに期待していた」を5点、「期待していた」を4点、「どちらでもない」を3点、「期待していなかった」を2点、「まったく期待していなかった」を1点。



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、時代に沿った新たな観光ニーズにおいても、宇治の様々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。

3-2 基本方針

本計画の基本理念に掲げた“宇治のブランド力を未来へ織りなす”を進めるためには、豊富な観光資源の新たな魅力を再発見・再発信し、新たな交流の機会を捉え、国内外の観光客に楽しんでいただけるよう、市民生活にも配慮しながらおもてなし環境の充実を図り、観光客のニーズに応じた的確な情報提供に努めていくことが重要です。そのため以下の3点を基本方針として定め、基本方針に沿った観光戦略を展開していきます。

◆基本方針1 宇治を照らす ～新たな魅力の発見～

宇治には宇治川を中心とする自然景観、世界遺産である平等院や宇治上神社をはじめとした豊富な歴史資産、平安時代を舞台にした源氏物語、加えて、宇治茶を好んだ豊臣秀吉が築堤した史跡宇治川太閤堤跡や、お茶に関する伝統的な生業の風景が息づく宇治のまちの文化的景観など、豊富な観光資源が存在します。また中期アクションプランの期間中には、宇治川の鶴飼100周年、宇治市源氏物語ミュージアム開館30周年などを迎え、さらに宇治の伝統ある資源を活かす取組を進めていきます。

一方で、これまであまり注目されることのなかった資源にも様々な角度から光をあて、新しい技術も活用することで、さらなる魅力を発見できる取組を進め、訪れるたびに宇治の良さが体感できるようなまちづくりを進めていきます。

◆基本方針2 宇治から広がる ～広域交流の実現～

ニンテンドーミュージアムのある小倉地域や、国宝萬福寺のある黄檗地域など様々な観光資源を活かし、市内の周遊観光を促進します。また新名神高速道路の延伸により、京都・阪神圏・中京圏からの近接性も活かしながら多様な主体と連携し、それぞれの魅力的な観光資源を活かすとともに、ストーリー性を持って共同で発信することで、相互に人が行き交う周遊・滞在型の観光を楽しんでいただける仕掛けづくりを進めていきます。

◆基本方針3 宇治でもてなす ～おもてなし力の向上～

宇治を訪れる観光客に「訪れてよかった、また来てみたい」と感じていただくためには、まち全体で「おもてなし」の心を持って迎え入れることが必要です。そのため、宇治市民が宇治を好きになり、豊富な自然、歴史文化、観光資源を持つ宇治を誇りに思い、「ふるさと宇治」に來られる観光客を温かくお迎えすることができるよう取組を進めていきます。

また、国内外から多くの観光客の来訪が期待される中、宇治を訪れる全ての方に満足していただけるよう、安全に安心して快適に観光できる環境の整備を進めていきます。

3-3 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。

【中期アクションプランのコンセプト】

五感で愉しむプレミアムな宇治の観光まちづくり

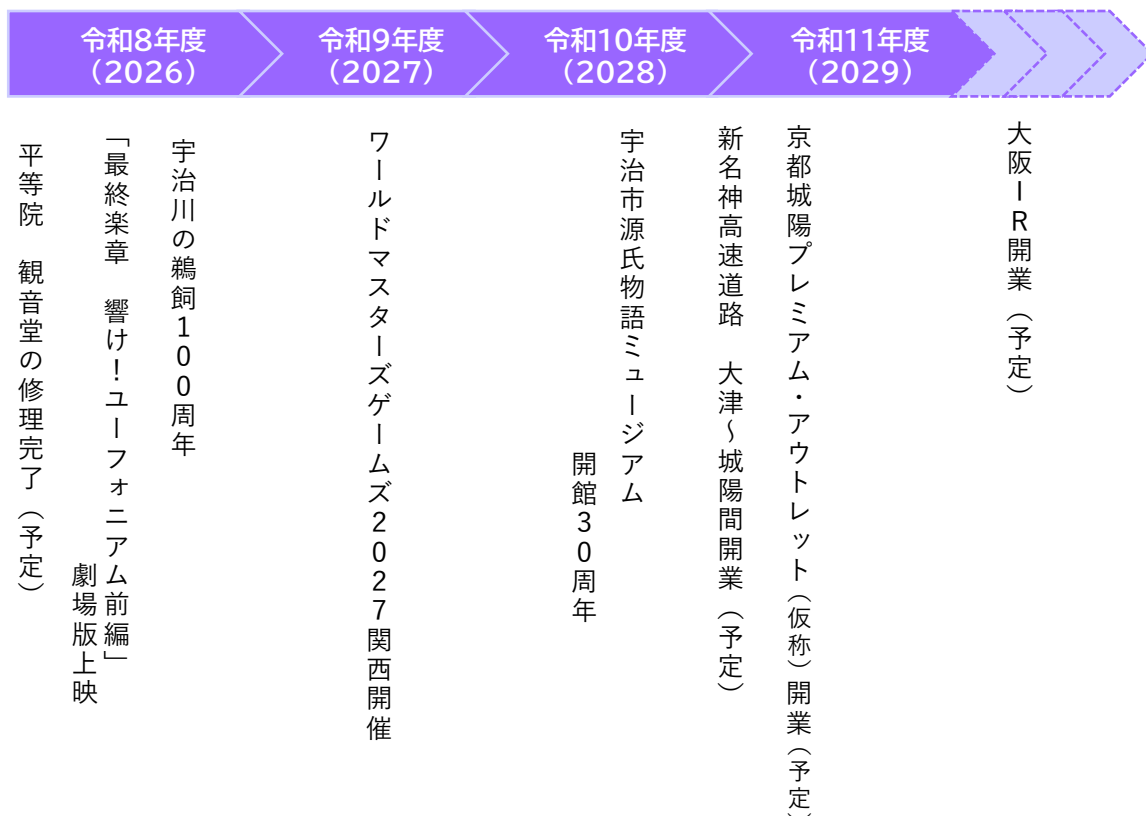
【中期アクションプラン（令和8年度～令和11年度）の考え方】

大河ドラマ「光る君へ」の放送に合わせた、紫式部ゆかりのまちの取組や、市内の周遊観光の促進、世界的な抹茶ブーム等によるインバウンドの増加などにより、令和6年には宇治市の観光入込客数は過去最高の約614万人となりました。

これからの4年間は、様々な観光資源を活かし宇治ならではのプレミアムな体験やサービスを提供し上質な観光地づくりに取り組む必要があると考えます。行政だけでなく、市民や事業者等地域全体で宇治のまちを盛り上げ「おもてなしのまち」として、また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に取り組んでいきます。

これらを踏まえ、中期アクションプランのコンセプトを設定し、基本方針に沿って戦略的な観光施策を展開し、愛される観光地として地域全体で取組を進めていきます。

【中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】



3-4 観光戦略

3つの基本方針を基に、5つの観光戦略を掲げ、計画的かつ確実に目標の達成に向けた施策を展開していくこととします。

1 観光コンテンツの新たな発見

- 1- (1) 自然環境を活かした観光の推進
- 1- (2) 伝統的文化を活かしたコンテンツづくり
- 1- (3) 時間のうつろいを感じられる観光の推進
- 1- (4) 地元産業と連携した体験型観光の創出

2 豊富な文化観光資源の魅力再発信

- 2- (1) 「源氏物語のまち」のブランド力の強化
- 2- (2) 宇治茶ブランドの魅力発信強化
- 2- (3) 社寺等の歴史資源との連携
- 2- (4) 宇治にまつわるコンテンツを通じた魅力の発信

3 広域的な観光の推進

- 3- (1) 市内周遊性の向上
- 3- (2) お茶の京都エリアで連携した魅力発信
- 3- (3) 広域観光の推進
- 3- (4) 外国人観光客の誘客強化

4 おもてなしのまちづくり

- 4- (1) 地域への愛着を通じたおもてなし
- 4- (2) 市民や事業者等と連携した地域のにぎわいづくり
- 4- (3) 安心して誰もが観光できる環境の整備
- 4- (4) 快適に観光できる環境の整備

5 効果的な情報発信

- 5- (1) 戦略的な情報発信
- 5- (2) 観光大使やメディア等を活用した情報発信
- 5- (3) 市民や訪れた方が発信したくなる取組

3-5 計画の体系

基本理念

宇治のブランド力を未来へ織りなす

基本方針

宇治を照らす
～新たな魅力の発見～

宇治から広がる
～広域交流の実現～

宇治でもてなす
～おもてなし力の向上～

中期アクションプランコンセプト

五感で愉しむプレミアムな宇治の観光まちづくり

観光戦略と施策の展開

1 観光コンテンツの新たな発見

- 1-(1) 自然環境を活かした観光の推進
- 1-(2) 伝統的文化を活かしたコンテンツづくり
- 1-(3) 時間のうつろいを感じられる観光の推進
- 1-(4) 地元産業と連携した体験型観光の創出

2 豊富な文化観光資源の魅力再発信

- 2-(1) 「源氏物語のまち」のブランド力の強化
- 2-(2) 宇治茶ブランドの魅力発信強化
- 2-(3) 社寺等の歴史資源との連携
- 2-(4) 宇治にまつわるコンテンツを通じた魅力の発信

3 広域的な観光の推進

- 3-(1) 市内周遊性の向上
- 3-(2) お茶の京都エリアで連携した魅力発信
- 3-(3) 広域観光の推進
- 3-(4) 外国人観光客の誘客強化

4 おもてなしのまちづくり

- 4-(1) 地域への愛着を通じたおもてなし
- 4-(2) 市民や事業者等と連携した地域のにぎわいづくり
- 4-(3) 安心して誰もが観光できる環境の整備
- 4-(4) 快適に観光できる環境の整備

5 効果的な情報発信

- 5-(1) 戦略的な情報発信
- 5-(2) 観光大使やメディア等を活用した情報発信
- 5-(3) 市民や訪れた方が発信したくなる取組

3-6 アクションプラン

ここでは、戦略ごとのアクションプランを記載しています。アクションプランは、4年以内に検討・実施できるものを掲げています。

また、アクションプランの検討・実施にあたり、積極的に取り組むべき項目を「重点項目」として設定しています。

1 観光コンテンツの新たな発見

宇治は、歴史・文化、宇治茶、自然・景観等、多様な観光資源に恵まれています。その中でも、これまであまり注目されることのなかった資源に光をあてることで観光コンテンツの新たな発見に努めるとともに、事業者等の新たなチャレンジを支援することで、何度も訪れたい観光地を目指します。

1-1 自然環境を活かした観光の推進

春のさくらや秋の紅葉など、宇治川周辺の景観や豊かな自然環境が織りなす四季折々の姿を活かした宇治ならではの観光を推進します。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
①かわまちづくり計画の推進【重点項目】 「宇治市天ヶ瀬ダムかわまちづくり計画」を踏まえ、旧ガーデンズ天ヶ瀬跡地、ダム直下広場、天ヶ瀬森林公園等がある天ヶ瀬ダム地区や茶づな付近の河川敷等を含む宇治橋地区のにぎわいづくりを進めるとともに、地域全体の周遊性を高める取組を推進します。				
②水辺のにぎわいづくりの推進 淀川沿川自治体との連携を深め、沿川地域の魅力発信を推進するとともに、水上アクティビティやプレミアムダイニングに改修を行う舞台船等を活用した水辺のにぎわいづくりを進めます。				
③アウトドアツーリズムの推進 宇治市総合野外活動センター(アクトパル宇治)や、山城総合運動公園(太陽が丘)等の野外活動施設を活かしたアウトドアツーリズムを推進します。				

1-(2) 伝統的文化を活かしたコンテンツづくり

宇治の地に古来より受け継がれてきた伝統的文化を伝承・保存するとともに、新たな取組にも挑戦し、宇治にしかない魅力を生み出します。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
①放ち鶉飼の継承・推進 宇治でしか行われていない放ち鶉飼を新たな観光資源として継承・推進します。				
②紫式部ゆかりのまちの取組の推進【重点項目】 紫式部や源氏物語の魅力を効果的に発信し、紫式部ゆかりのまちとしてのブランド力の更なる向上を目指します。				

1-(3) 時間のうつろいを感じられる観光の推進

時間によって表情が変わる宇治を、朝から夜まで、その時間ならではの表情を楽しんでいただけの仕掛けづくりに取り組みます。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
①朝から楽しめる観光の推進 萬福寺や興聖寺での坐禅や写経等の 特別 な体験、宇治川の朝霧などの自然景観を活かした早朝からの観光を推進します。				
②宇治らしい夜の観光の推進 宇治川を天の川に見立てた「京の七夕 in Uji」や商店街でのイベント、社寺での夜間拝観等、宇治らしい夜のにぎわいづくりに取り組みます。				

1-(4) 地元産業と連携した体験型観光の創出

農業やものづくりなどの地元産業と観光を結びつけることで、さらなる付加価値を生み出すとともに、生産者との交流で多くの学びや新たな発見が得られる体験型の観光を広げ、新たな観光需要を生み出します。

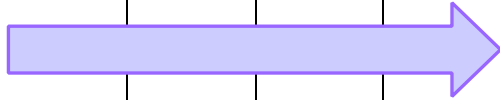
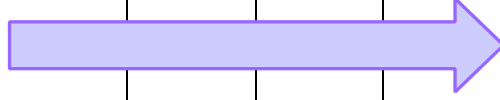
アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
①宇治ならではの体験の提供 国内外の観光客を惹きつける、宇治茶を活かした体験や、生産者と交流する農業体験など、市内の様々な事業者と連携し宇治の魅力に触れる機会を創出します。				
②ものづくり産業との連携 地元企業と連携した工場見学やものづくり体験、職業体験等を通じ、市内産業や宇治の魅力発見につなげ、新たな観光需要を創出します。				
③スポーツツーリズムの推進 太陽が丘や京都アイスアリーナ等のスポーツ施設との連携による大会の誘致や宇治川マラソン大会の開催、観光資源を巡るウォーキング・ランニングを通じたスポーツツーリズムを推進します。				
		ワールド マスターズ ゲームズ 2027 関西		

2 豊富な文化観光資源の魅力再発信

広く知られている観光資源にも、その伝統・歴史・文化を守りながら様々な角度から光をあて、新しい技術も活用することで、多くの方へさらなる魅力を再発信できる取組を進めていきます。

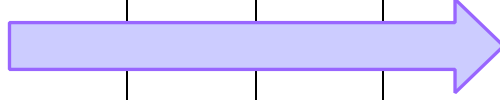
2-(1) 「源氏物語のまち」のブランド力の強化

宇治市がこれまでから取り組んできた「紫式部ゆかりのまち」や「源氏物語のまちづくり」をさらに推進するとともに、各種イベント等との連携を強化しながら文化観光を推進します。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
①源氏物語ミュージアムの活用 中期アクションプラン期間中に開館 30 周年を迎えることから、工夫を凝らした展示、タイミングを捉えた企画展、施設整備機器の更新により魅力を向上させるとともに、地元商店街等とも連携した取組を進めることで、より多くの市民や観光客に親しんでいただける文化観光資源として、活用を図ります。				
②源氏物語関連事業の推進 源氏ろまん事業をはじめとした源氏物語のまちづくりを、デジタル技術の活用や新たな取組の検討も行いながら推進します。				
③紫式部ゆかりのまちの取組の推進【重点項目】（再掲） 紫式部や源氏物語の魅力を効果的に発信し、紫式部ゆかりのまちとしてのブランド力の更なる向上を目指します。				

2-(2) 宇治茶ブランドの魅力発信強化

覆下栽培等、宇治ならではの茶園景観を活かしながら、高級茶としての宇治茶の製法や歴史・文化を正しく伝え、品質の高さを理解してもらい、宇治茶のブランド力を更に高める取組を推進します。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
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歴史公園「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周知 伝統ある宇治茶文化の継承と宇治茶ブランドを支える宇治の歴史的背景をより発信するため、宇治茶まつりや献茶祭、萬福寺での煎茶道大会等、市内で行われるお茶に関する伝統行事の周知に努めます。				
③宇治ならではの生産景観を活かした観光の推進 覆下栽培や手摘み、一番茶のみの収穫といった伝統的な宇治茶の製法を活かし、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推進します。				

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			
	R8	R9	R10	R11
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 国宝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 令和8年度に 100 周年を迎える宇治川の鵜飼や大幣神事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。				

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			
	R8	R9	R10	R11
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。				
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。				

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、様々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、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様々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			
	R8	R9	R10	R11
①市内の様々なエリアのにぎわい創出【重点項目】 萬福寺がある黄檗地域や、ニンテンドーミュージアムがある小倉地域をはじめ、炭山地域、白川地域など市内の様々なエリアと連携し、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、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 各エリア間の周遊を促進するため、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ます。				
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体感していただくとともに、宇治観光の情報拠点として旅行会社や鉄道会社等と連携しながら周遊観光促進に努めます。				

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			
	R8	R9	R10	R11
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

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			
	R8	R9	R10	R11
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 京都市や新名神高速道路の延伸が予定されている山城地域を訪れる観光客が、宇治へ訪れたいと思うコンテンツづくりや情報発信、アクセス強化に努めます。				
③ものづくり産業との連携（再掲） 地元企業と連携した工場見学やものづくり体験、職業体験等を通じ、市内産業や宇治の魅力発見につなげ、新たな観光需要を創出します。				

***観光連携協定**

・ 宇治市

京都市・宇治市による観光振興と安心安全に関する連携協定(平成 27 年 12 月 22 日締結)

紫式部ゆかりのまち宇治市・越前市・大津市 連携協定(令和 5 年 6 月 12 日締結)

・ 公益社団法人宇治市観光協会

宇治・亀岡・舞鶴 観光連携協定(平成 29 年 3 月 28 日締結)

3-(4) 外国人観光客の誘客強化

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、外国人観光客を惹き付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			
	R8	R9	R10	R11
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つける、宇治茶を活かした体験や、生産者と交流する農業体験など、市内の様々な事業者と連携し宇治の魅力に触れる機会を創出します。				
②消費拡大に向けた受入環境の充実 多言語への対応や手ぶら観光の推進、宿泊施設の増加に向けた取組など、消費拡大を目指した受入環境の充実を図ります。				
③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、 富裕層等 ターゲットを明確にした情報発信を積極的・戦略的に行い、何度も訪れたい観光地を目指します。				
④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、安全・安心に過ごせる取組を進めるとともに、文化の違いを尊重し快適に観光できる観光地づくりに努めます。				

4 おもてなしのまちづくり

宇治市民がおもてなしの心を持って観光客に接することができる機運を醸成し、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行うことで、上質で持続可能な観光のまちづくりを進めます。

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			
	R8	R9	R10	R11
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 市民が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継続させ、ふるさと意識の醸成に努めていきます。				
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や観光ガイドの人材育成を支援することにより、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) 市民や事業者等と連携した地域のにぎわいづくり

様々な主体と連携・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			
	R8	R9	R10	R11
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、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様々な主体と連携・協働した観光まちづくりの推進 市民や事業者、NPO、大学等の様々な主体と連携・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			
	R8	R9	R10	R11
①誰にも優しい観光地づくりの推進 ユニバーサルデザインの推進に努め、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（再掲） 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、安全・安心に過ごせる取組を進めるとともに、文化の違いを尊重し快適に観光できる観光地づくりに努めます。				
③観光案内の充実 デジタルマップや SNS 等の活用により、必要な時に新しい情報を提供できるように取り組みます。また、観光客が安全かつ円滑に移動できるよう、観光案内サインの設置について検討を進めます。				

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、観光地の美化や市内の周遊性を高める取組に加え、四季を通じて観光を楽しめる環境づくりに取り組めます。

アクションプラン	実施年度			
	R8	R9	R10	R11
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、トビケラの駆除やクールスポット等のさらなる対策を検討し、環境整備に取り組めます。				
③宇治川周辺の憩いの提供と美しい景観づくり【重点項目】 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、トイレの改修やベンチ等の休憩施設や観光施設等、質の高い環境整備に取り組めます。				
④消費拡大に向けた受入環境の充実（再掲） 多言語への対応や手ぶら観光の推進、宿泊施設の増加に向けた取組など、消費拡大を目指した受入環境の充実を図ります。				
⑤市民生活と調和のとれた観光地づくり【重点項目】 ゴミの問題や、マナーの問題などの観光課題に対して検討を進め、観光客だけでなく住民も含めた、誰もが快適に過ごせる 上質 な観光地づくりを目指します。				

5 効果的な情報発信

宇治の持つ様々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			
	R8	R9	R10	R11
①データやデジタル技術を活用した情報発信 観光に関するデータや、デジタル技術等の活用により、旅マエ・旅ナカ・旅アトの循環を意識した効果的・効率的な情報発信を目指します。				
②ふるさと納税やWEBサイトとの連携 ふるさと納税やWEBサイト等による、モノ消費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、 富裕層等 ターゲットを明確にした情報発信を積極的・戦略的に 行い、何度も訪れたい観光地を目指します。				

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、映画、ドラマ、テレビ番組等のロケ撮影の支援に取り組み、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			
	R8	R9	R10	R11
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メディアによる情報発信の支援 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、情報番組等のロケ撮影を誘致・支援するなど宇治の 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			
	R8	R9	R10	R11
①市内各所で楽しめる取組の推進 宇治市内の事業者、市民、観光客等が一体となり楽しめるイベントを開催し、宇治の魅力に気づき、自ら発信したくなる取組を推進します。				

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。

	現状値(令和7年度)		目標値(令和11年度)
	日本人	外国人	
観光客の宇治市満足度 (飲食・お土産・標識・交通等)	59~95%	75~96%	全て 85% 以上

(内訳)



宇治茶（施設、店舗等含む）	91%	96%	95% 以上
寺院・神社、名所・旧跡	95%	95%	95% 以上
自然や風景（さくら・紅葉 等）	94%	93%	95% 以上
源氏物語関係	76%	85%	85% 以上
宇治のまちなみ	89%	93%	90% 以上
標識などの観光案内	72%	89%	85% 以上
トイレ・ゴミについて	66%	83%	85% 以上
交通状況	59%	88%	85% 以上
土産について	81%	91%	85% 以上
飲食について	81%	91%	90% 以上
宿泊について	60%	75%	85% 以上

	現状値(令和7年度)	目標値(令和11年度)
リピーター率（日本人観光客）	57%	70%
京都観光客の宇治への訪問率 （日本人観光客）	41%	60%

	現状値(令和7年度)		目標値(令和11年度)	
	日本人	外国人	日本人	外国人
観光消費額	7,156 円	22,843 円	7,900 円	25,200 円

※日本人・外国人ともに約10%増加

	現状値(令和7年度)	目標値(令和11年度)
宇治市民の満足度（満足+やや満足） 観光客の受入環境の整備	20.0%	40.0%

※宇治市第6次総合計画第2期中期計画策定のためのアンケート調査より(P42 資料12 参照)

3-8 計画の進行に向けて

本計画(PPLAN)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**、地域における観光振興の取組に参画し、自らも楽しみながら、魅力ある観光地づくりを**目指します**。

資料編

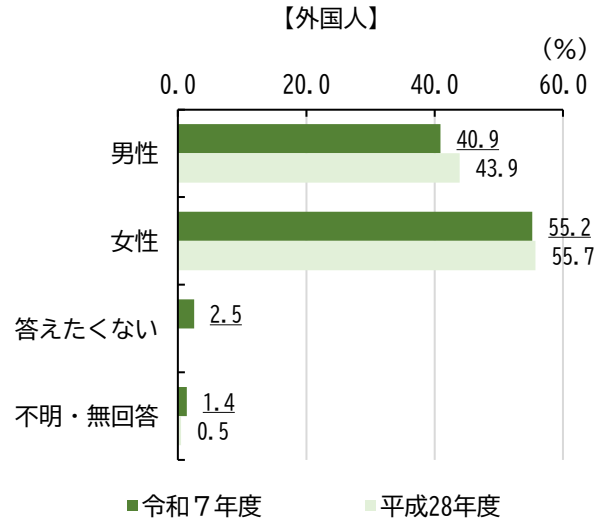
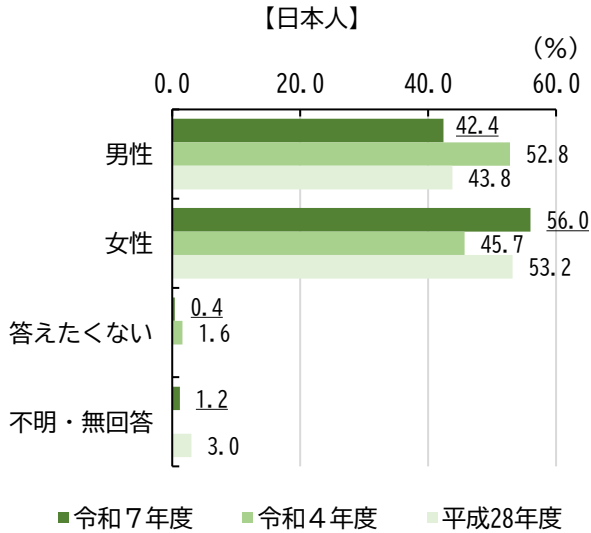
宇治市観光動向調査

実施年度	調査時期	調査件数
令和7年度	令和6年11月、令和7年4月	1,608件（日本人：1,175件、外国人：433件）
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	2,593件（日本人：2,153件、外国人：440件）

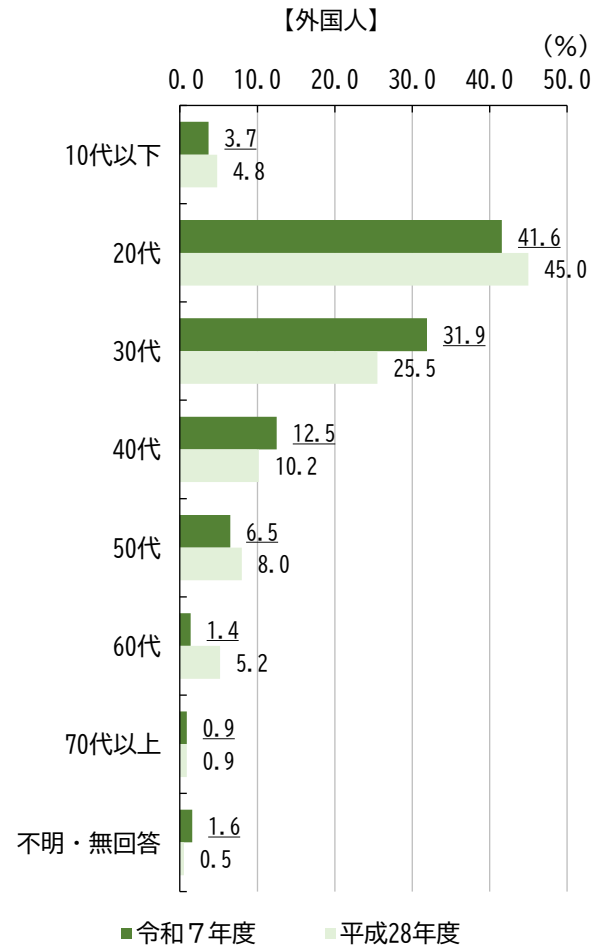
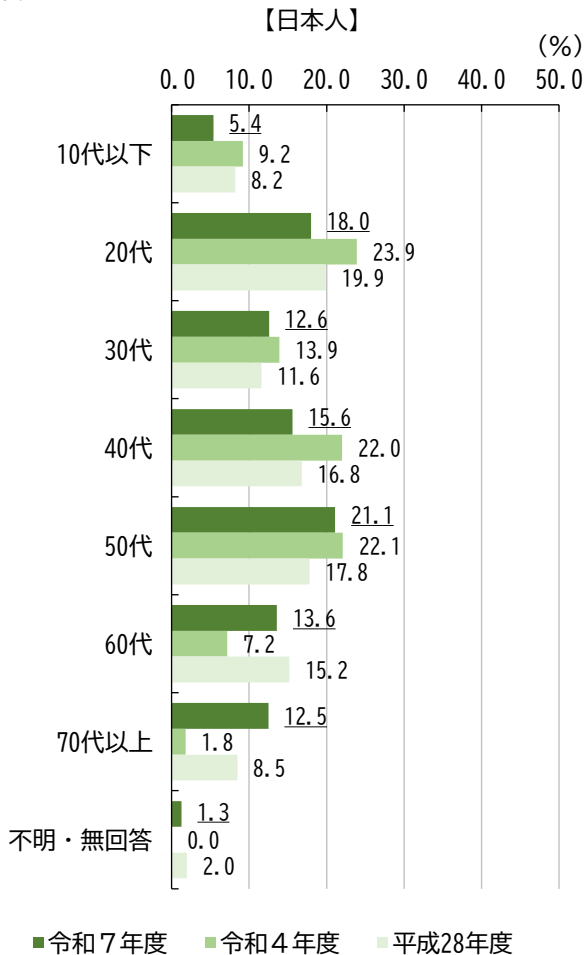
※令和4年度は、日本人観光客動向調査のみ。

(資料1)性別・年代

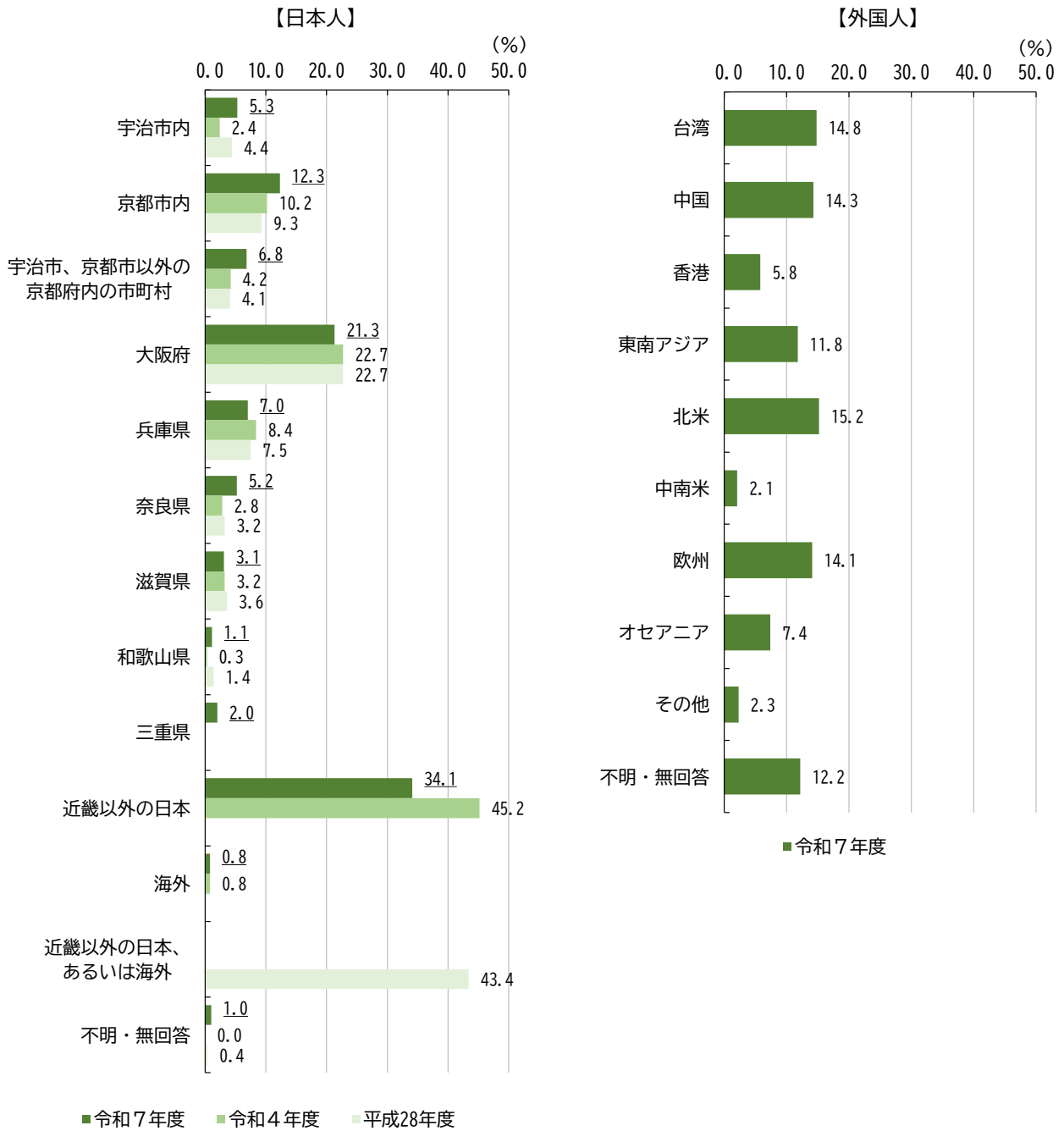
■性別



■年代



(資料2)地域・国籍



※「三重県」は令和7年度のみ。

※「近畿以外の日本」「海外」は令和7年度、令和4年度のみ。

※「近畿以外の日本、あるいは海外」は平成28年度のみ。

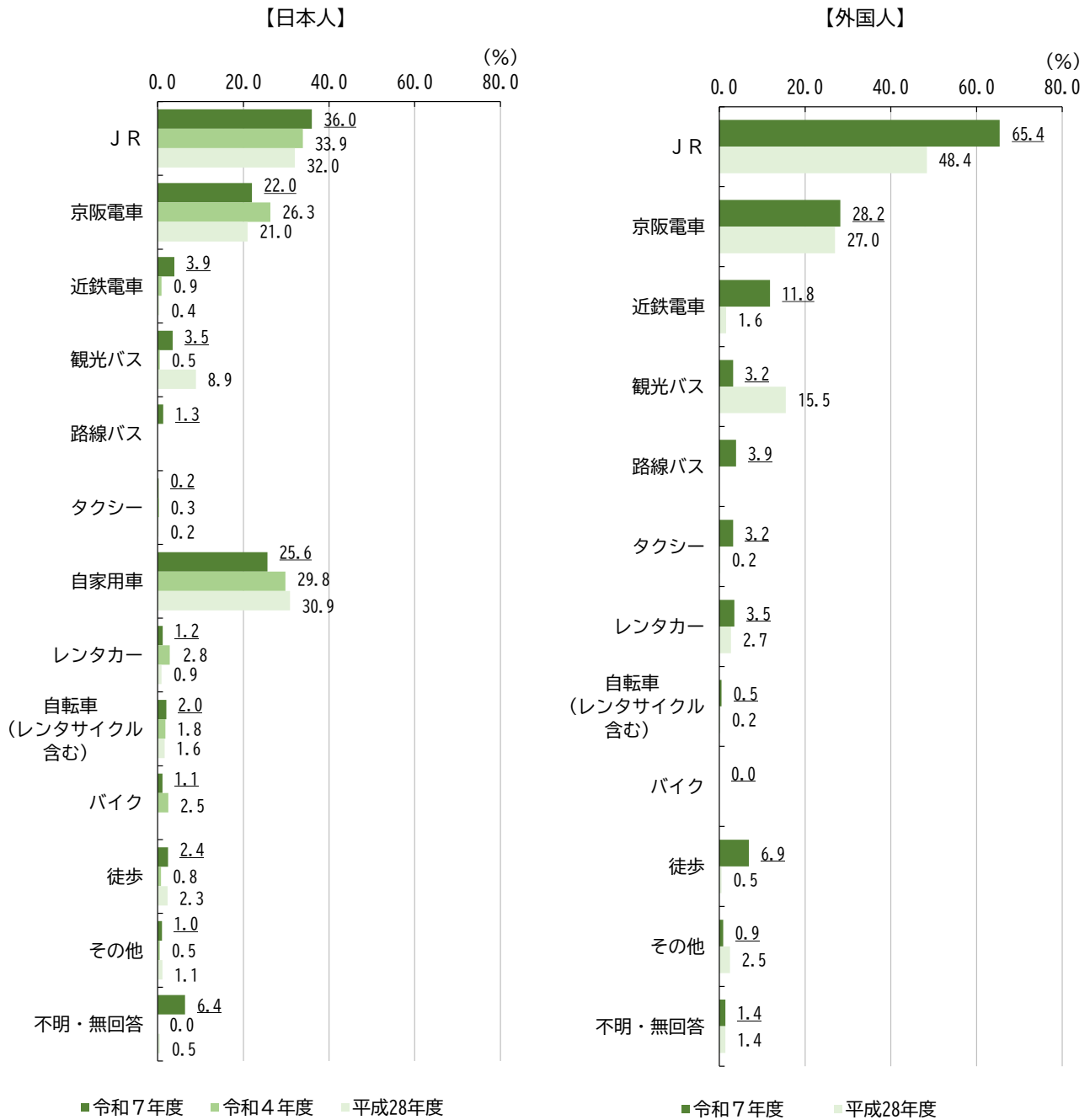
■主な近畿以外の日本

・東京都(66件)

・愛知県(56件)

・神奈川県、千葉県(29件)

(資料3)宇治市までの主な移動手段



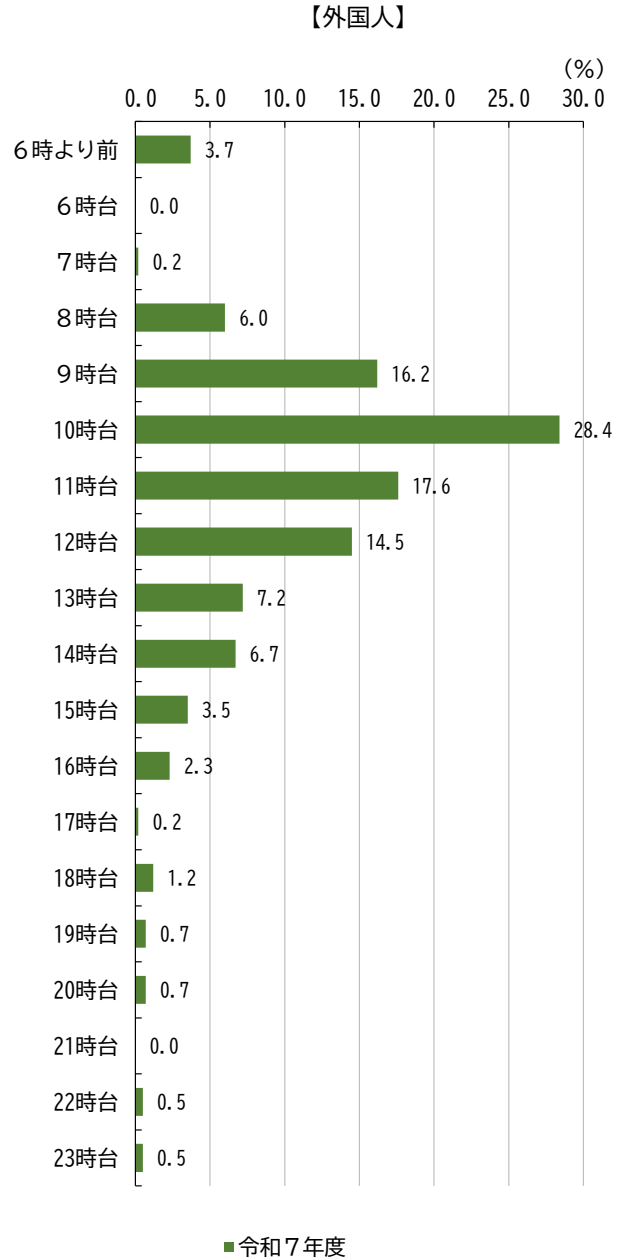
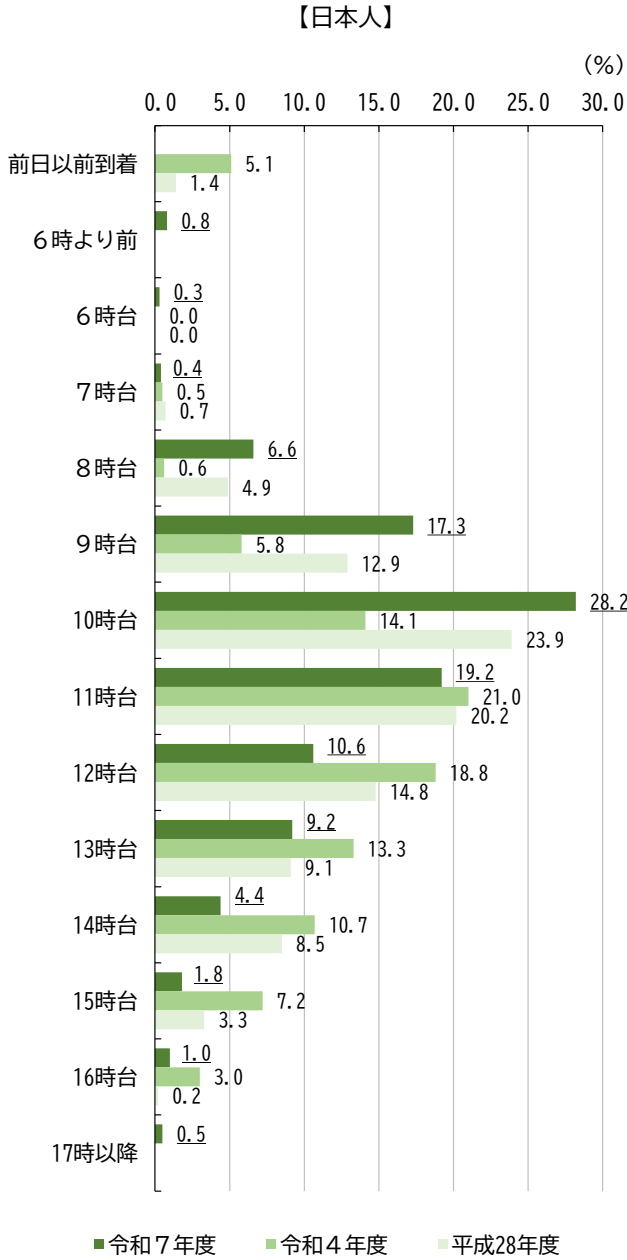
※「路線バス」は令和7年度のみ。

※「バイク」は令和7年度、令和4年度のみ。

※「自家用車」は日本人調査のみ。

(資料4)到着時間・出発時間

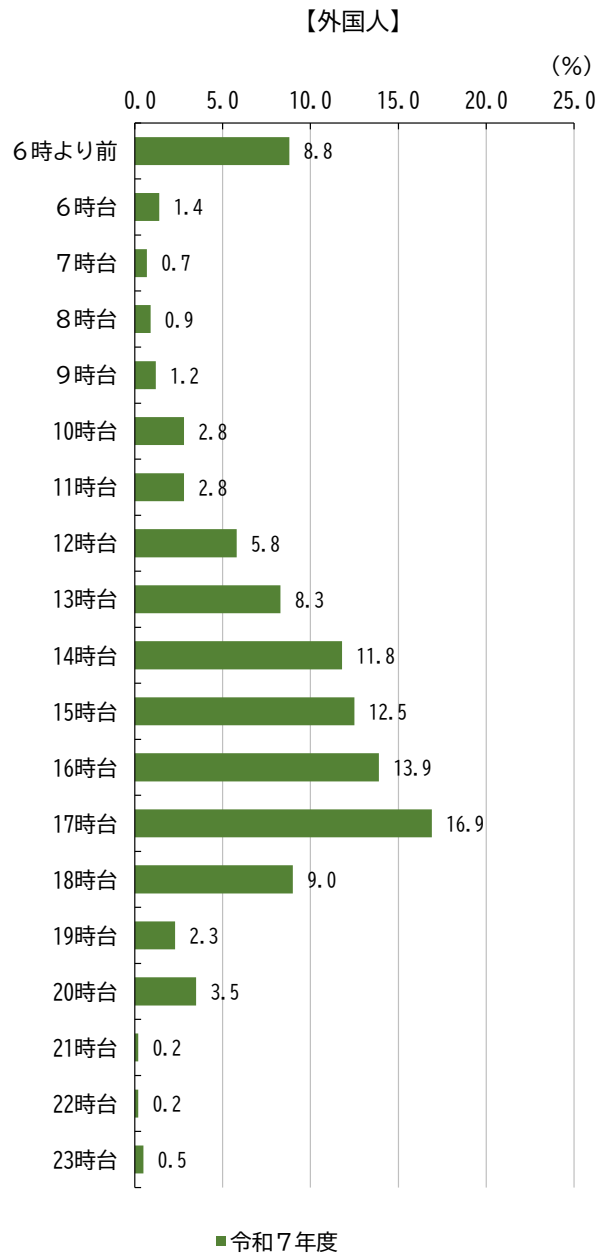
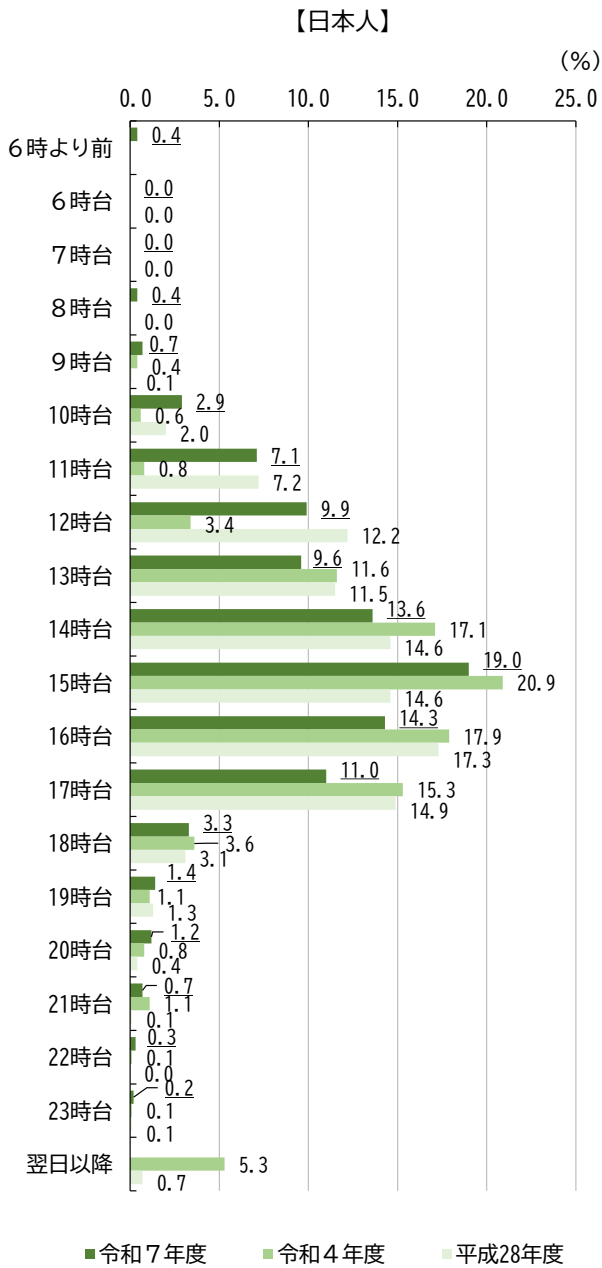
■到着時間



※「6時より前」「17時以降」は令和7年度のみ。

※「前日以前到着」は令和4年度、平成28年度のみ。

■出発時間



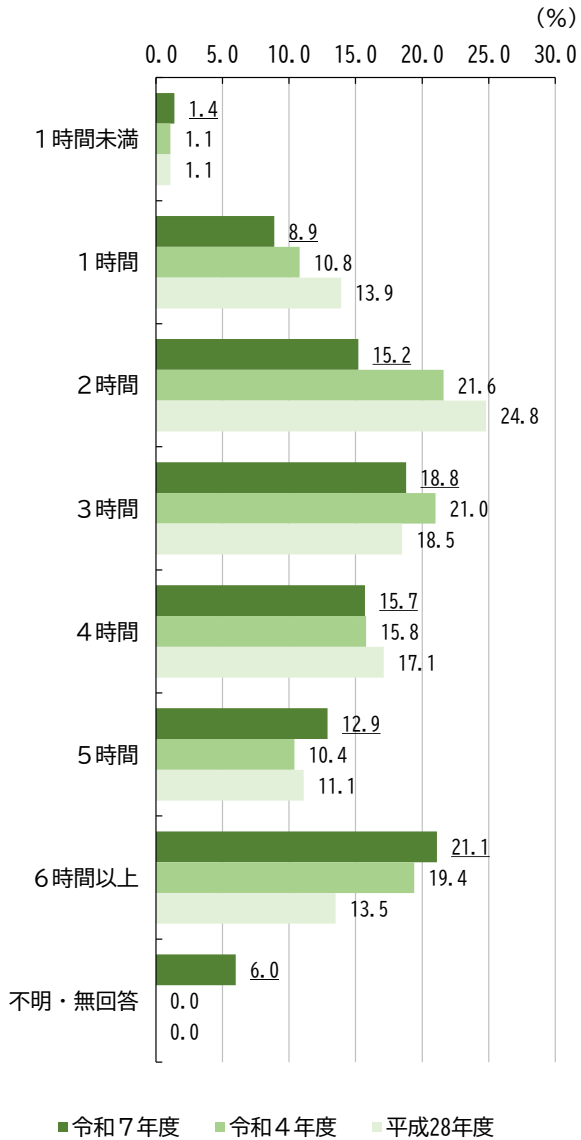
※「6時より前」は令和7年度のみ。

※「6時台」「7時台」「8時台」は、令和7年度、平成28年度のみ。

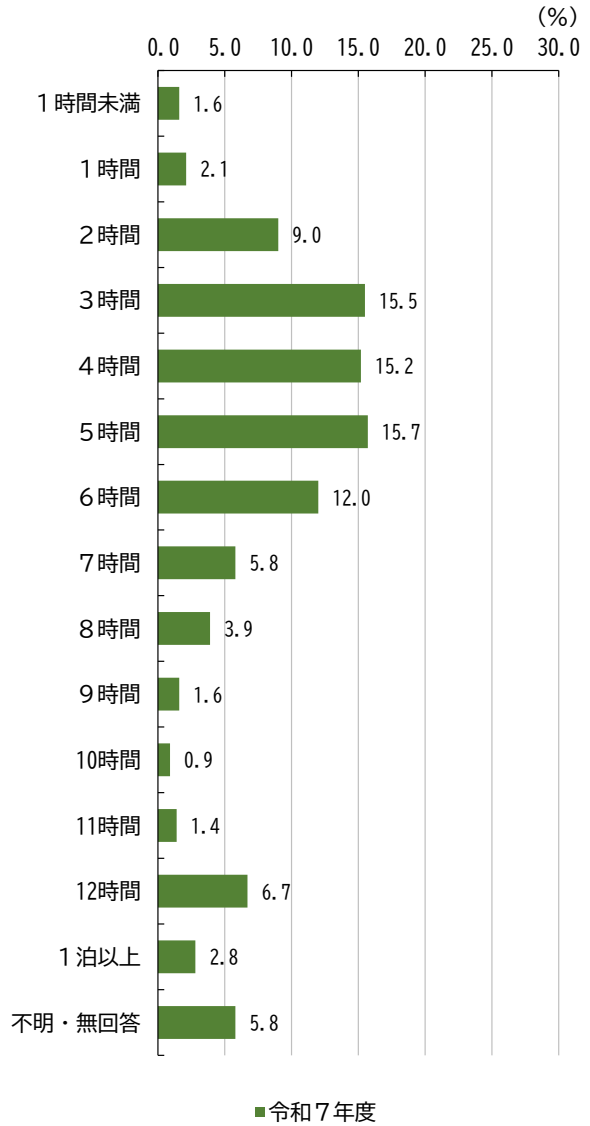
※「翌日以降」は令和4年度、平成28年度のみ。

(資料5)滞在時間

【日本人】



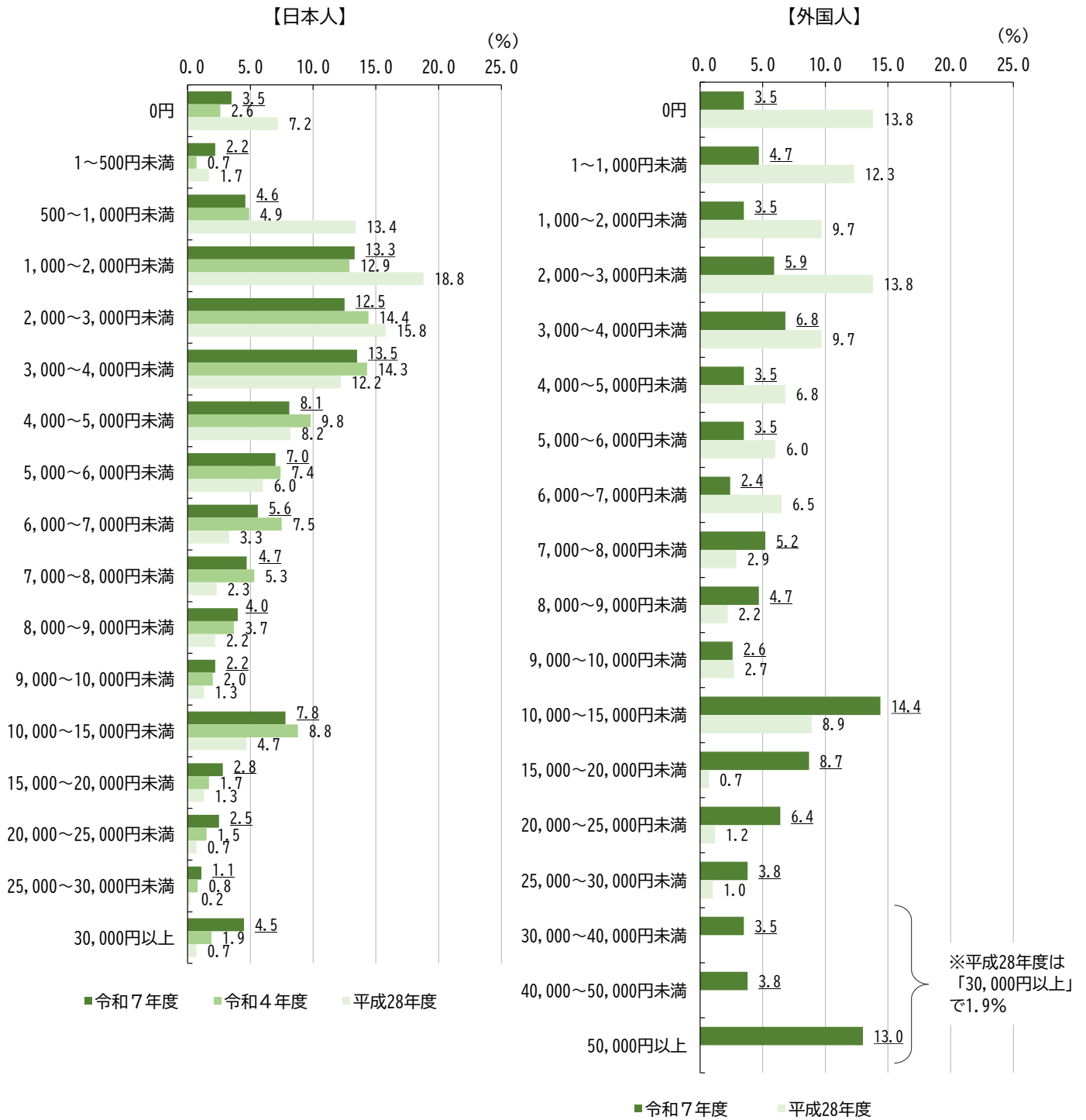
【外国人】



■ 平均滞在時間

	サンプル数	平均滞在時間
日本人観光客	766	4時間6分
外国人観光客	379	4時間48分

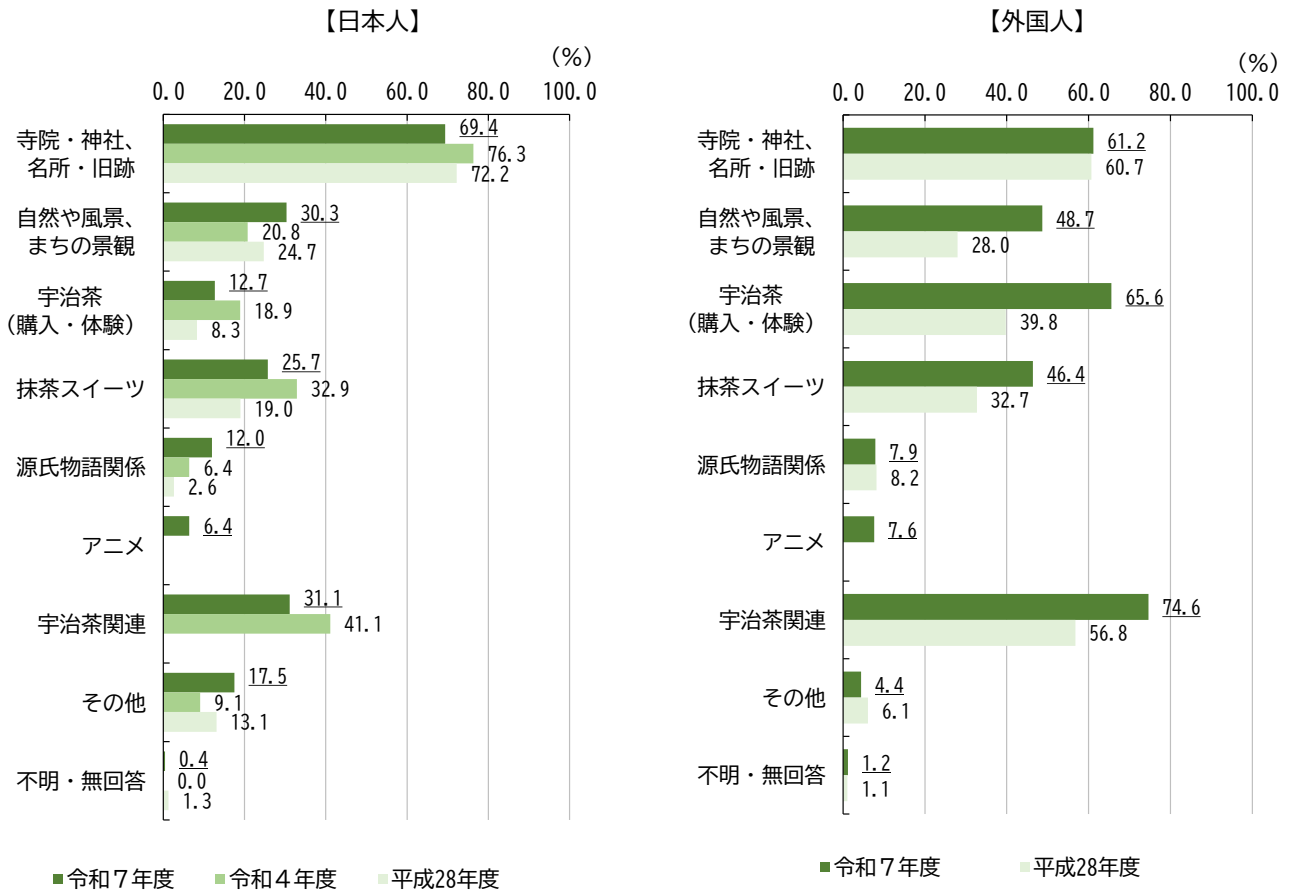
(資料6)消費額



■消費額内訳

	日本人		外国人	
	利用者数	一人当たり平均消費額	利用者数	一人当たり平均消費額
飲食費	893人	2,927円	370人	6,410円
宿泊費	22人	14,091円	7人	9,022円
交通費	530人	1,644円	262人	2,926円
物品購入費	647人	4,164円	317人	12,352円
その他(入館料や体験費用等)	765人	1,882円	226人	9,645円
合計	1,108人	7,156円	407人	22,843円

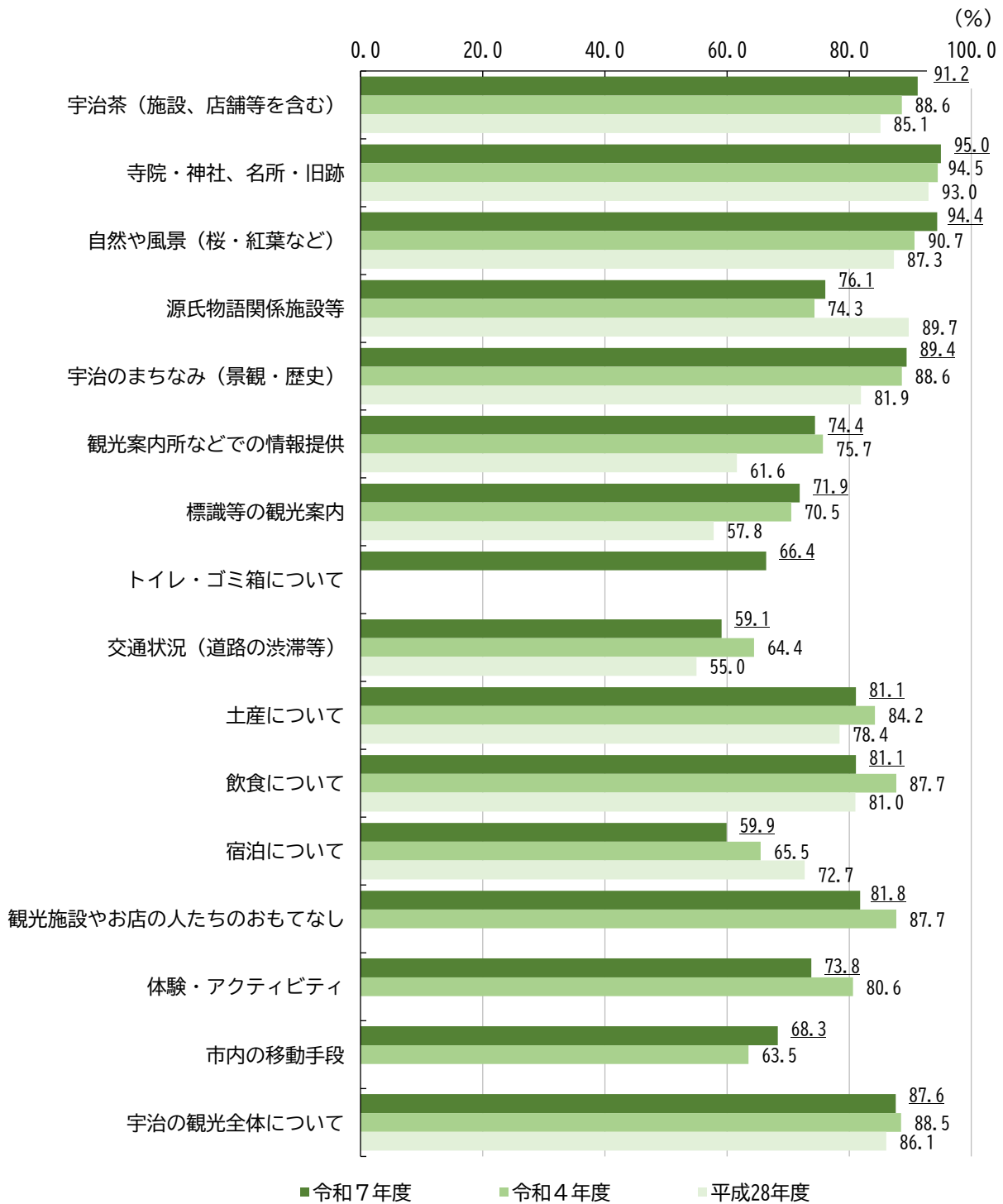
(資料7)観光目的



※「アニメ」は令和7年度のみ。

※「宇治茶関連」は「宇治茶(購入・体験)」「抹茶スイーツ」のいずれかを選択した割合を示す。

(資料8)観光満足度【日本人】



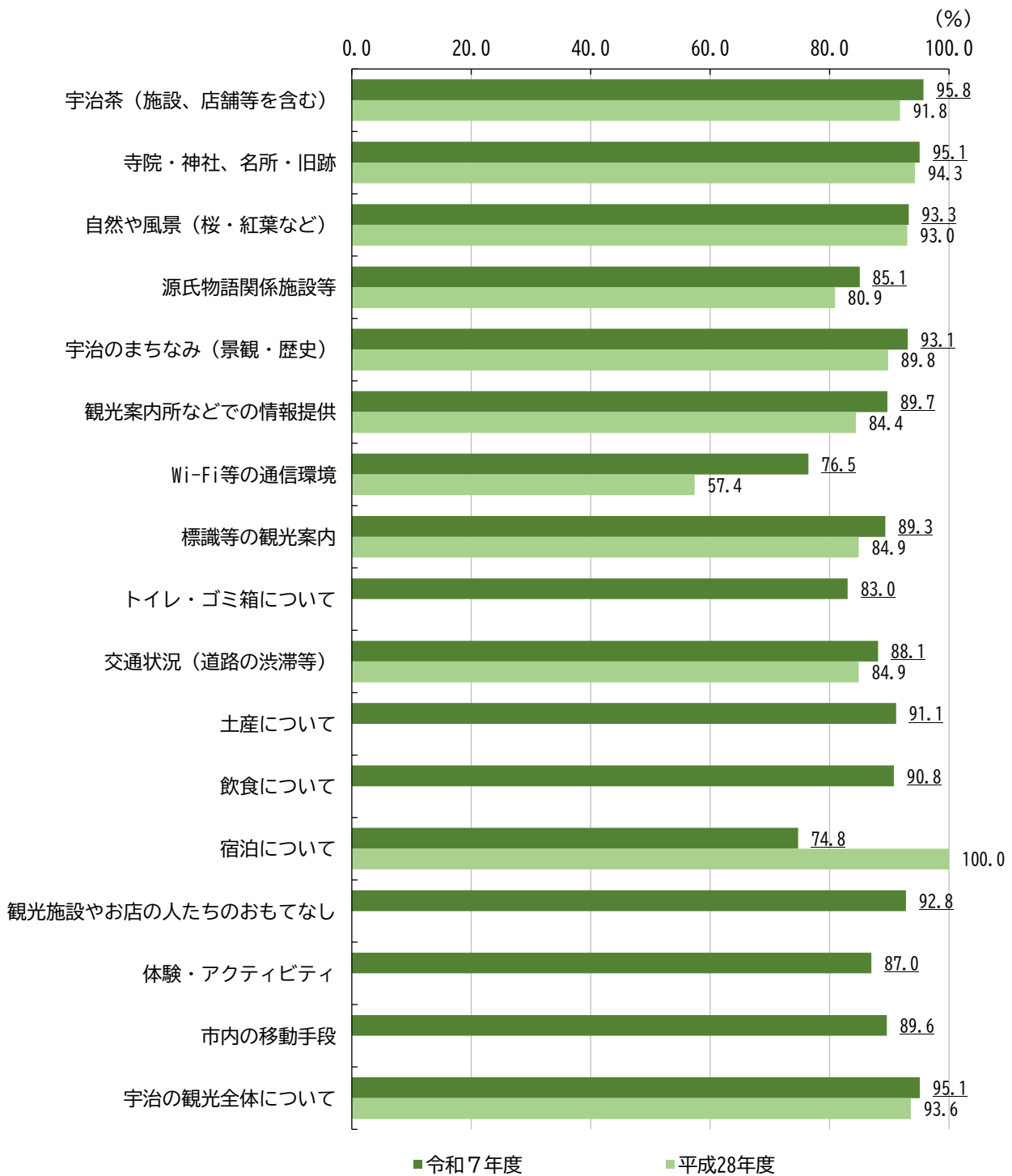
※「不明・無回答」「体験していない」を除いて集計。

※「とても満足」「満足」の合計を掲載。

※「トイレ・ゴミ箱について」は令和7年度のみ。

※「観光施設やお店の人たちのおもてなし」「体験・アクティビティ」「市内の移動手段」は令和7年度、令和4年度のみ。

(資料9)観光満足度【外国人】

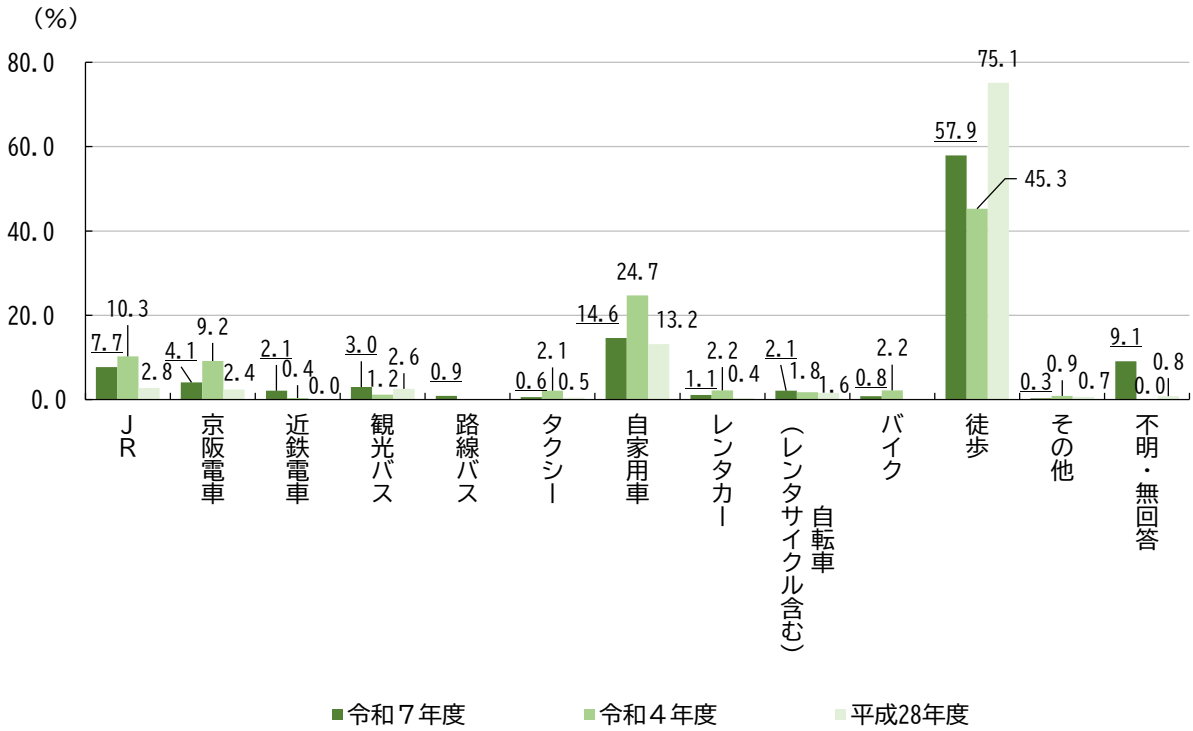


※「不明・無回答」「体験していない」を除いて集計。

※「とても満足」「満足」の合計を掲載。

※「トイレ・ゴミ箱について」「土産について」「飲食について」「観光施設やお店の人たちのおもてなし」「体験・アクティビティ」「市内の移動手段」は令和7年度のみ。

(資料 10)市内移動手段【日本人】

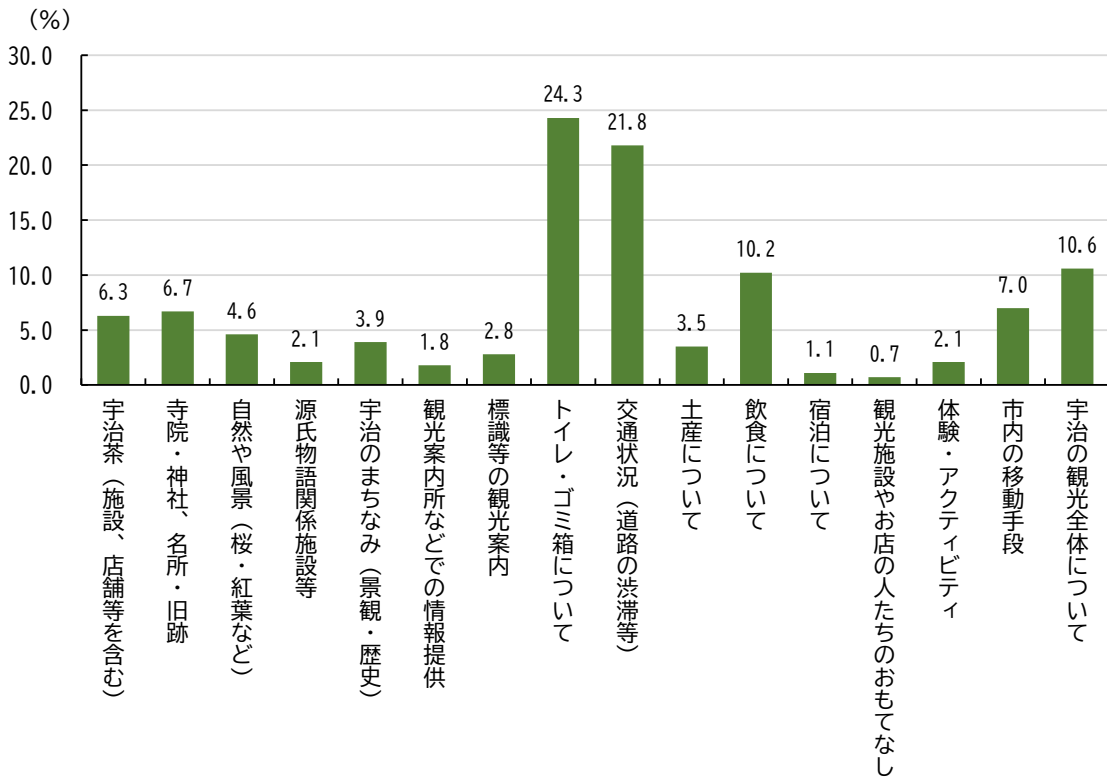


※「路線バス」は令和7年度のみ。

※「バイク」は令和7年度、令和4年度のみ。

※令和4年度は「不明・無回答」を除いて集計。

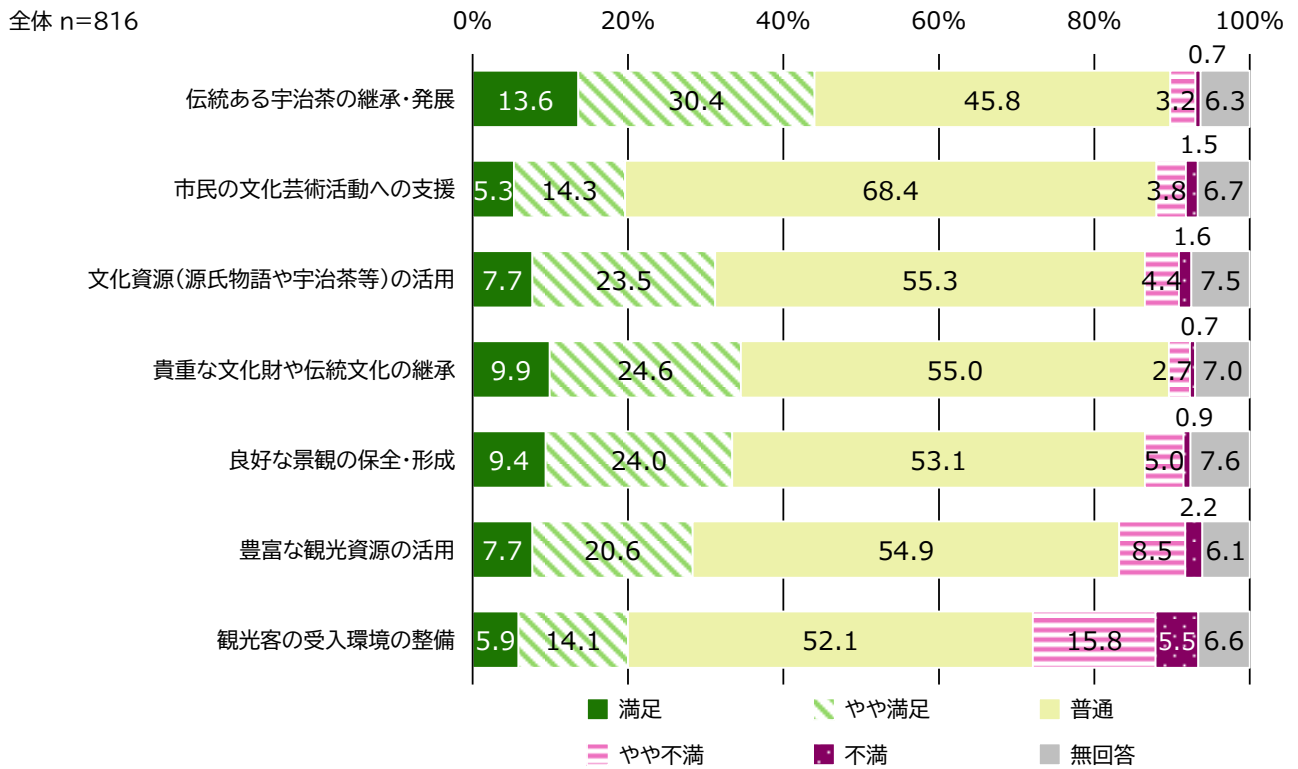
(資料 11)宇治観光で残念な点【日本人】



宇治市第6次総合計画第2期中期計画策定のためのアンケート調査

(資料 12)宇治市民の満足度

伝統と歴史が輝くまち



第2期計画前期アクションプランでの目標達成状況

	第1期計画 後期 AP 策定時 (平成 28 年度)	第2期計画 前期 AP 策定時 (令和 4 年度)	現状値 (令和 7 年度)	前期 AP 目標値 (令和 7 年度)
観光客の宇治市満足度	55～93%	64～94%	59～95%	全て 85%以上
宇治茶（施設、店舗等含む）	85%	88%	91%	90%以上
寺院・神社、名所・旧跡	93%	94%	95%	95%以上
自然や風景（さくら・紅葉等）	87%	90%	94%	95%以上
源氏物語関係	89%	74%	76%	85%以上
宇治のまちなみ	81%	88%	89%	90%以上
観光案内所などでの情報提供	61%	75%	74%	85%以上
標識などの観光案内	57%	70%	72%	85%以上
交通状況	55%	64%	59%	85%以上
土産について	78%	84%	81%	85%以上
飲食について	81%	87%	81%	90%以上
宿泊について	72%	65%	60%	85%以上

	第1期計画 後期 AP 策定時 (平成 28 年度)	第2期計画 前期 AP 策定時 (令和 4 年度)	現状値 (令和 7 年度)	前期 AP 目標値 (令和 7 年度)
リピーター率	56%	59%	57%	70%
京都観光客の宇治への訪問率	44%	42%	41%	60%
観光客の市内飲食利用率	75%	81%	74%	85%

ワーキンググループでの主な意見

中期アクションプランの策定にあたり、学生から観光事業者を始めとした、幅広い世代・立場の方々にご参加いただき、宇治観光の課題や、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。以下に、各回でのご意見やアイデア等を抜粋して掲載しています。

■第1回（7/17）＜黄檗、中宇治、小倉地域の課題・魅力・今後の方向性について＞

	黄檗	中宇治	小倉
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・黄檗へのアクセスが課題 ・宿泊施設がない ・コンテンツ不足、情報不足 ・SNSの活用やMAPを作るにしても掲載するコンテンツが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・ごみ問題 ・キャパオーバーしている ・宿泊施設が少ない ・滞在時間が短い ・朝と夜のコンテンツが少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・朝から行けるお店が無い ・昼はシャッター街 ・夜の街がさみしい、こわい ・ニンテンドーミュージアムで大きなお土産を買った後の周遊が難しい
魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・萬福寺 ・寺ラーメン（寺そば） ・宝蔵院、鉄眼版一切経、明朝体 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地がコンパクトにまとまっている（良くも悪くも） ・世界に誇れるものが多い ・ほどよい田舎 	<ul style="list-style-type: none"> ・ニンテンドーミュージアム ・大和街道の雰囲気が魅力 ・奈良・京都へ行ける
今後の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・新しいお店を増やしたい ・地域ごとの情報を共有したい ・萬福寺の座禅をツアー化 ・交通の便の向上やMAP作成で周遊の流れをつくる 	<ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクルや電動キックボード、人力車の復活 ・歩いて楽しむ観光を大切にする ・他地域への周遊と宿泊 ・街の整備面の強化が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・近鉄小倉駅西口広場を盛り上げたい ・「観光」に縛られず、小倉の街の魅力を掘り起こしブラッシュアップする ・中宇治⇄小倉への移動ルート等の多様化

■第2回（8/5）＜第1回目の意見を踏まえて、①体験型コンテンツ ②情報発信 ③マナー等 ④食をテーマに課題やアイデアを検討＞

	ご意見やアイデア
①新たな体験型コンテンツを創出し周遊観光の促進(体験型コンテンツ)	<ul style="list-style-type: none"> ・発電所ツアーや川遊び、キャンプなど、地域資源を活かしたアウトドア体験の開発 ・寺での座禅や菓子作り、茶摘み、十二単体験など、文化や歴史を深く体験できるコンテンツの創出 ・アニメ等のポップカルチャーを取り入れた企画の実現 ・駅案内所やレンタサイクル、空き家活用など、周遊しやすい環境の整備
②宇治の魅力をどう見える化し発信する?(情報発信)	<ul style="list-style-type: none"> ・「とりあえず SNS で発信する」から脱却し、ターゲットを明確にした戦略的な情報の発信 ・抹茶だけでなく、宇治の文化や空気感、暮らしなど宇治ならではの奥深さに着目 ・高画質でセンスの良い写真や動画の活用、検索時の上位表示（SEO 対策）など、質と世界観の共存 ・地元住民、店主などが、おすすめするリアルな街の温もりを発信
③観光客と地域の日常はどう共存できる?(マナー等)	<ul style="list-style-type: none"> ・ごみの分別徹底やテイクアウト商品の店舗回収など事業者と連携した取組 ・ルール周知やマナー啓発のための多言語案内表示の設置 ・ごみを削減するため携帯したくなるデザインのマイタンブラーや持ち帰りごみ袋の製作・配布 ・歴史と風情ある宇治のまちなみから美観保持の意識を高める
④食による新たな観光コンテンツをつくる(食)	<ul style="list-style-type: none"> ・きのこ、普茶料理、ヴィーガン料理など、健康志向の食を観光に活かしたい ・夜の観光では、お茶とお酒、夜カフェやライブなどを楽しめる「夜のまち」としての魅力づくり ・小倉の「きのこ化計画」や黄檗の茶カフェなど、地域ごとの特色を活かしたブランド化