

平成 27 年度 宇治市観光振興計画推進委員会

< 要点録 >

【1. 開会】

事務局より開会と資料の確認

【2. 委員の委嘱】

京都府観光連盟 参与 門道夫氏 を新たに委員に委嘱。

【3. 観光振興計画進捗状況等報告】 【4. その他】

事務局より宇治市観光振興計画アクションプランについての進捗状況を資料に基づき説明。その後各アクションプランについて意見交換。以下、委員ごとの発言要約。

【森委員長】

アクションプラン『1. 宇治茶ブランド活用戦略』について、宇治市内産のブランド化推進事業についての説明があったが、日本遺産の取り組みについて小川部長からご説明いただきたい。

【小川委員】

「日本遺産 (Japan Heritage)」の認定の資料を基に説明。日本遺産は今年度から始まったものである。特徴的なのはストーリーそのものが日本遺産に認定されたところ。審査員がいるが、全会一致で推薦されたのは「日本茶 800 年歴史散歩」のみ。中国からお茶が伝来し、次に抹茶文化の確立の初期経過のストーリーや七名園の奥の山茶園が唯一残っている所として認定された。また、お茶の文化継承がしっかりできている点、八十八夜、汲み上げの儀、茶かぶきなど文化継承についても合わせて認定された。

【森委員長】

振興計画の中でどのようなアクションを実践していくかという時に、ストーリーを活用するという部分と、国内外に戦略的に発信して地域活性化を図っていくところが正に、観光振興計画の中で取り組もうとしている宇治茶の部分と非常にマッチングが高いので、先にご説明いただいた。

宇治茶のブランド活用戦略の中で質問、意見はありますか。

【神居委員】

宇治茶はブランディングにつきると思う。

宇治茶の世界遺産への申請は宇治市だけでやるのですか。府がやるのですか。

【森委員長】

世界文化遺産登録に関しては府でやっていること。

【神居委員】

宇治茶の定義は何ですか。

【森委員長】

世界文化遺産登録の中で話されている宇治茶と、先程説明があった中での「市内産宇治茶」の違い、定義は何なのか。

【小川委員】

先程説明申し上げた宇治茶というのは茶業協会が持っておられる宇治茶のことで、府内産宇治茶を中心として、一部府外産のものも入っているもの、一般的に宇治茶として売られているものだと認識している。

日本遺産の宇治茶はそれとイコールではない。府内、山城地域だけのお茶だと認識している。しかし、宇治市に限定しているものでもない。

【神居委員】

「宇治茶とは何なのか」をきちんとブランディングできることが重要。観光振興のためには宇治茶のストーリーをどのように作るかが課題。宇治茶が何なのかを一言で言えることが重要。子供も含めて、抹茶を宇治茶とは言えると思うが、煎茶を宇治茶と皆が言えるのか。宇治茶はすでにブランドとしてあるはずだが、実際、宇治市として宇治茶をブランディングできていないことは悩ましいこと。どういったものを宇治茶として発信していくかが重要。

【事務局 松田部長】

外から見たら宇治茶はもうブランディングできていると思われるが、中のものからすると、特に我々、市役所からすると農業という業態も抱えているので、どこまでがどの宇治茶なのか、歴史の深さで言った時にどうなのかなど横軸、縦軸いろいろなものが入っていると思う。

先日伺った話によると、今のように行政の区域がない時、宇治川と木津川の源流へさかのぼっていった方に向かって作られていったのが宇治茶と言われていたが、今、行政の区

域ができる中で、地域登録商標ということでの宇治茶があるが、それらを茶師の方がブランドして年中同じ味をつくられる技術も一つ、宇治茶のポイントである。そしてそのお茶の一番の中心を占める味なり、色なりを構成している、この源流の地である宇治でつくられるお茶をきちんと残していかなければならないという思いがあります。ご指摘いただいたようにくどくど説明をすると分からないし、奥も深いので、分かりやすくアピールしたい。そして何がしたいかという、消費を押し上げたい、みんなに買っていただきたい、飲んでいただきたい。全体の量が上がれば、宇治市内で作る量も増えるのではないかと順番で考えている。

【森委員長】

京都府茶業会議所で作られた宇治茶の定義は、オフィシャルの定義。今回は宇治市の観光振興計画として、宇治市としてどうしていくかという点から話をしたいと思う。神居委員が言われたのは、ブランドを支える地元にもまずきちんと価値が認識されていないのではないかとことを子供たちの事例を通して言われたのだと思う。今年度、宇治学の取り組みの中で、全ての小学校で市内産の宇治茶を飲むという取り組みを小学校3年生で全員にやってもらう予算がつけられている。まず子供たちに飲んでもらおう、そして総合的な学習の中で宇治学をきちんと教えていくという大きな柱が宇治茶だということが考えておられるのだと思う。

宇治茶の定義は、別の文脈でも対応しなければならないと個人的に思っている。京都府茶業会議所が生産協議会と茶商の集まりである京都市茶業会議所とでつくられた宇治茶の定義は周辺の県も含んで生産された宇治茶が、宇治茶の技術を使って、京都府内で加工されたもの、つまり仕上げられたものと決まっている。これはオフィシャルな定義。しかし今、さまざまなかたちでお茶に対する注目が集まっている中で、各市町村で独自の取り組み、努力が進んでいる。自分たちの宇治茶をどう名づけ、ブランド化し、マーケティングしていくかは、各市町村で取っている戦略はそれぞれである。例えば、和東茶はある段階から宇治茶と銘をうつことをやめ、和東茶というかたちで一方ではブランディング化されている。

ブランディング戦略構築の中で流通の仕組みに関する見直し、サポートがどうできるかが大きな柱となってくると思う。観光客が来て買ってもらったからといって商品価値は上がらない。

また、「市内産宇治茶ブランド化推進事業について」の資料、趣旨の3段落目に『「宇治茶」は高級茶としての用途のみならず、製菓材料等への用途拡大など、需要の拡大は多方面への広がりを見せているが、「宇治茶」のブランド価値の源泉と自負する宇治市内の茶園及び茶業は、その製法が伝統的なものであるため、産出コストが高く、現在の単価低迷状況の中、非常に厳しい経営を強いられている。』と書かれている。この1年スーパーにいくと顕著に「抹茶菓子コーナー」というのがあるとあらゆる場所で出現していて、「宇治抹茶」

という表記がかなり使われている。また、JR 宇治駅前で、お茶の接待をしていると「本当の抹茶を売っているところを教えてください」と聞かれた。「ある所で、粉末煎茶を抹茶として買わされた。そういうことをもうしたくないので、宇治にわざわざ来た。」と言われ、「宇治のお茶屋さんはそのような商売はしていないので、大丈夫です」と申し上げた。

つまり、そういう流通のところもきちんと品質管理、認証登録のシステムを早急に作らないといけない。結局、商品の価値が落ちたら、ブランドもなくなってしまう。そのあたりを宇治市としてどうするのか、京都府とどう協力していくのか、農協とどう協力するのかという深刻な問題がある。

【神居委員】

宇治市は宇治茶の聖地としての戦略を練らなければならない、特に今回、日本遺産はストーリーなので、宇治茶の聖地としての宇治市のストーリーが必要。今は見えていない。

【森委員長】

市内産宇治茶ブランド化推進事業は、観光の部局、教育の部局、まちづくりの部局、事業者、生産関連の皆さん入っていただいて、チーム体制を練って早急にやらないとストーリーは出てこない。このままだと、宇治抹茶が違う形で流布して、消費されて、手遅れになる。市としてそれに取り組んでいるのかといった時に、乏しい状況である。

観光客の視点からすると、宇治と言えば、宇治茶と言われる。3、4年前は平等院といった声も多かったが、最近は圧倒的に宇治茶という声が多い。そういう空気、流れに完全に乗り遅れている感じがあるので、今年度の非常に大きな課題。

【北村副委員長】

流通の面では、宇治抹茶、宇治煎茶、宇治玉露として、茶袋や茶缶に印刷できるのは、先程言われた宇治茶の定義に合致するもの。奈良県、滋賀県、三重県、京都府の全体のお茶を原料として使って、京都府内で仕上げたもの。割合は宇治の京都府産を多く使う努力をすることである。しかし、一般に流通しているものは、この表示でなされているところが現在少ない。メーカーによっては、何々園の茶、何々銘茶など茶名を使い昔からの販売方法でなされているので、あえて宇治とつけない方が、有利性があり、ブランド化してやっておられる方もある。それを宇治だけが本物の抹茶原料を使っているのか？作っているのか？と言われた時に言えない部分がある。

JA の入札に行くと、城陽市や八幡市も立派な玉露をつくられていたり、京田辺は碾茶をつくられている。手摘みの特別なコーナーがある。入札の別枠があり、そこには生粋の宇治の抹茶や玉露という販売方法を取ってもらい、市場に出回っている。今、茶業者全体が「宇治」という冠をつけて、販売を行うのは難しい状況。しかし、宇治として、「宇治」をこだわってつけておられる所は、規模からいうと、大きく数量で扱おうとすると、他産地も

ブレンドした中でやっていけなければ、流通量が比べものにならない。流通面においては経済行為なので、色々なそのあたりの事情も含まれていると思う。

【森委員長】

今言われた通り、単純に宇治市内茶産のお茶がいいというもダメな話。今、常に経済的な価値と文化的な価値がつかひきをしていて、結局、宇治市内産の宇治茶は文化的な価値が非常に高いと言われた時に、経済的な価値や選択がひきつけられるようなきちんとしたかたちのマーケティングが必要。量でいくのか、質でいくのか、どういうマーケティングでいくのか。実際それが「売れる」となれば、マーケットも逆転していく。

宇治、京都の強さは生産者と茶商がうまくコミュニケーションを取りながら、いいものをつくっていけるところ。宇治市内でも同じように事情を汲みながら、かつそれを観光の文脈がそれをサポートしていく仕組みが必要。それがアクションプランの中に盛り込まれているのかを議論したい。

例えば、スイーツコンテストで使われている抹茶が商品化を目指しているとなれば、量の問題があると思う。その時に宇治市の観光名物として、特に宇治市内限定販売とすれば、高くても売れると思う。例えば、宇治市内産の宇治茶が特別に使われているものを、数ではなく、話題性、ストーリー性で売る方法もある。今のままでいくと、個性のあるものも、ないものも皆一緒の語られ方になってしまって、消費者からすると分からなくなってしまう。いい物の価値がどんどん見えなくなってしまう。

【神居委員】

このお茶は、宇治茶であるとジャッジするのは宇治のどこかの商店ですか。

【森委員長】

今、それをジャッジする場所はない。それは京都府にも言っている。茶業研究所などで、認証登録制度のようなかたちでやってもらうことを要望している。

【北村副委員長】

努力目標として、12町村でお茶を作っていないところが2町、10か所あるので、その辺りの地図を入れて、「どこ産である」と明示するようにする。

【森委員長】

具体的な工夫が必要。

【神居委員】

宇治茶には子供でも一言で言えるものが必要。例えば、宇治茶って何と聞いた時、「最高

に甘いもの」など。かつては、献上茶というのが一つの大きなジャッジの問題で、それに向けて誰もが努力し、献上できるというのが一つのステイタスで宇治茶を支えてきたが、今はそういうものがないので、そういうものをつくる必要がある。それに加えてストーリーが必要。

【森委員長】

今後のブランド推進事業の中で、今ご意見いただいた内容を反映していただきたい。少なくとも宇治市内の旅館でお茶を出す時に宇治市内産もしくは京都産のものを出し、「違うな、おいしい」と思ってもらえるようにする。それが事業者的にコスト面などで大変ということであれば、それを皆でどう支えていけるかを考えていく必要がある。少なくとも宇治市内で飲んだお茶が、「ああ、これか。」とならないようにしないといけない。観光地として非常に残念だなという話になる。

【北村副委員長】

宇治市に来られるお客さんは、これは宇治のお茶だと言って買っていかれる。外国の方が抹茶を買われる時も、どこのお茶屋さんかということは聞かれない。抹茶を買いに来たと言われる。4月に台湾でお茶屋さんに行った時も、宇治の抹茶のブランド力、知名度を感じた。

【森委員長】

よって、逆に言うと、信じていたのに裏切られた経験があると、結局、宇治抹茶に対する信頼自体がゆらいでしまう。きちんと介入していかないといけない。信頼を品質と流通とで共に守っていかないといけない。宇治抹茶とうたっているならば、内実が伴っていないと消費者は離れてしまう。

【北村副委員長】

宇治抹茶が信頼を得ようと思うと、JAは生産履歴を作っているのだから、その生産者の名前をきちんと書いて、宇治抹茶として売り、それをノーブレンドで売り、高めていくのが、今取り巻く環境の中では一番取り組みやすい事柄ではないかと思う。生産者を育成していかうと思えば、ブランド、生産者の名前をきちんと表記することが必要。その生産者の名前をもっと情報発信することが必要。

【小川委員】

京都府が去年、アクションプラン委員会で宇治茶ブランド中の最高ブランドをつくると言って、会議所と一緒にブランドの研究会をやり始めている。生産者名を出すということは、宇治であれば宇治市の方の生産者名となると、それではもしかすると商品にならない

のではないか。

【森委員長】

量の話ですか。

【小川委員】

量の話、あるいは、よいのは宇治市内だけではないのかもしれないという話。

【神居委員】

お茶はブレンド力なので、その年で一番おいしいお茶をつくるのが宇治茶なのではないか。

【森委員長】

両方の形でよいと思う。仕上げの技術でブランド化する部分と、生産で努力されている農家が一定出る。一定量でいいと思う。量がものすごく出るわけではなく、その中で高付加価値がつくことによって、全体の取引の中の位置づけが変わってくる。商取引や観光の中でそんなに上手く進んでいない。皆が一丸となって協力すればできないことではない。宇治茶のブランド化は農林茶業課だけの仕事ではない。観光振興計画の中でも非常に重要な仕事。

ブランド価値を向上させるような取り組みというのは、消費の話だけではなく、生産面、作る場所からも地元として守っていかないといけない。アクションプラン『1-3 宇治茶を守り、後世に伝える事業の推進』を観光振興計画としてどのように取り組むかは非常に難しいと思うが、アクションプランに書き足すのか、少し横断的なプロジェクトとして位置付けていくのか、事務局として考えていただきたい。

【小川委員】

京都府の事業について、今年は海の京都、来年は森の京都、再来年 29 年度はお茶の京都の事業をと考えている。新名神が一部開通することもターゲットとして、「宇治茶フェア」として、いろいろなイベントなどを、季節問わず、どこでも宇治茶を楽しんでいただけるイベントを練っている。

【神居委員】

アクションプラン『1-2-⑨の「宇治の朝」』は宿泊がメインですか。

【山本委員】

それはうちの方でやっている。茶粥をやっている、朝粥をだしている。

【神居委員】

どこの旅館でもやっているのか。できるのか。

【山本委員】

旅館組合では言っているが、全てではやっていない。

【森委員長】

観光地としての満足度を上げるためには、量の向上を安易にうたうのではなく、質の向上を高めようと言っているので、ここに行ったら当たりだったけれども、あそこはハズレだったという観光地は残念な観光地。どこに行っても間違いはないというのが重要。それは町づくりなので、地域のなかでの取り組みが必要。それがもし取り組みにくいことなのであれば、それを出していただいて、皆が取り組めるようにどこをサポートしていけばいいかを相談していかなければならない。

【古賀委員】

お茶屋ではない、お茶とは関係のない店にお茶のことを聞いて来られることが結構ある。宇治茶の定義、統一見解、お茶関係以外で観光に従事している所に指針のようなもの、ガイドライン、こういうものですと紙で渡せるものがあればいいと思う。

【森委員長】

お茶屋以外の所でお茶のことを聞かれることは多い。業界と地域がうまくコンセンサスを取りながらやっていかないといけない。宇治に来る人は何度も来るわけではない。でも、その時に買ったお茶が「ここのお茶を買ってよかった。」と思っただけないと、二度と来てもらえない。そういう観光地全体としての取り組みは、次の段階に入っているのが必要。しかし、宇治にはその危機感が感じられない。

【事務局】

「2. 豊富な観光資源の保全・活用戦略」「3. 新たな観光コンテンツの開発」の説明

【神居委員】

(『3-1-⑤「観光動画コンクールの実施」』に関する資料を配布)

立命館の中高生が作成した宇治をテーマにした活性化プロジェクトのプレゼンテーションの第1回目が6月15日に行われる。

【森委員長】

コンテンツが開発されることは、おもてなしの人材育成、そういうものを見て語ること

ができる人を育成するところに結びついてくる。

【佐脇委員】

宇治橋通り商店街に関しては、「笑顔いっぱいわさかフェスタ」は例年通り、開催予定。その前に 8 月の花火の代替イベントの際に、宇治橋通り商店街としてはそこにのっかる形で、独自イベントを実施する予定。今年の春に 3 商店街で京都府の協力を得て、「お茶まち巡り」をアプリを使ってやった。このアプリを使ってまたイベントをやりたいと考えている。

【池本委員】

源氏タウン銘店会は加盟店が少ないので、独自でなかなかイベントはできないが、来年度は銘店会が設立して 10 周年という節目の年になるので、その時には、イベントを考え、3 商店街に連携をしてもらってできればと思っている。

川東の方は「周遊できるような街づくり」を考えてやってもらっているが、それでも観光客が少ないのが現状。天気が悪い日には、特に少ないので、どうにかしていきたい。個店の魅力や宇治上神社や宇治神社など、魅力はある通りなのだが、もうひとつ来ていただけないところをどうにかしないといけないという課題がある。

【神居委員】

周遊のために必要なものは何ですか。

【森委員長】

宇治橋通り商店街と源氏タウン銘店会の状況が全く違う。誘導する仕掛け、仕組みがない。池本委員が言われたのは、一部分に起きていることが面化していないということ。佐脇委員が言われたのは 3 月にやられたイベントが本当にその時期でいいのかということ。もう一度改めて、通年的に宇治市の観光の事業がどうなっているのか、整理してカレンダー化し、本当に今のやり方、時期でいいのか検討する必要がある。逆に頑張っているのに結果につながらないのは配置の問題。全体のグラウンドデザインの問題があるかもしれない。一度改めて、スケジュールや時間的な部分を分析、検討する必要がある。

【佐脇委員】

川東の方に大型の観光案内所のようなものがあれば変わるのか。太閤堤の活用をどうされるのかによって、導線をどう変えていくかが分かる。

【神居委員】

宇治上神社の修理の後の周知、広報は何かしたのですか。

【宇治市観光協会 多田専務】

改修が終わったので、奉祝で商店街にのぼりを設置していただき PR もさせていただいている。また宇治市が昨年、市民向けの取り組みとして、平等院で市民観光デーというイベントを実施されたので、今年は宇治上神社で実施を考えておられる。世界遺産をアピールする、そして宇治市民にも世界遺産を知り、理解していただくことにつながっていくと思う。

【森委員長】

世界遺産としての一体感、世界遺産を取り巻く町としての源氏タウンエリアのイメージや新しい魅力的なお店ができていることは、また別の魅力がある。行かれた方の満足度、リピート率は高いと思います。知られていないのが非常に大きいと思うので、どう PR していくか考えていく必要がある。

【神居委員】

市民意識の向上に関して、静岡市が月に1度、静岡茶の日というのを決めている。市民皆で飲もうという日。観光デーというのは来てもらう側と受け入れる側、両方が必要になる。能動的に市民がお茶を活用する日があってもいいのではないかな。

【古賀委員】

表参道に関しては今年の2月末に Free-Wifi のスポットを設置したが、それが一度ストップして、先々週ぐらい前に JAPAN-Free Wifi の設置が完了した。今ついているのは各個店全てではなく、スマートフォンを持って途切れることがない範囲の8ヶ所ぐらいでの設置が完了した。

【神居委員】

外国人にとって、Wifi は命づなである。

【北村副委員長】

京都府商工労働観光室の HP で Tax Free Shop のページを立ち上げていただけて有難い。宇治市にも対応していただきたい。Tax Free Shop の15店舗はインバウンドの観光客からも高い評価を得ているので、より充実させていただきたい。

【古賀委員】

アクションプラン『3-2-⑧宇治川沿いや塔の島等へのベンチ等の設置』とあるが、自然の木のベンチは朽ちると、汚くなり座るのが嫌という声があるので、素材を検討していただきたい。

【池本委員】

源氏タウン銘店会の Wifi の件は、まずはパブリックな所につけることが決まり、通圓さんと駿河屋さんのスペースの所、朝霧橋をおりた朝日焼さんの辺りに公共 Wifi の設置がほぼ決まる予定。源氏タウン通りの全てを網羅するのは厳しい。

【森委員長】

導線的に考えると、宇治上神社への誘導などが上手くできるといい。外国の方に「駅で地図をありますよ。」と渡そうとすると、「スマホがあるから結構です。」と言われることが多い。町に出て Wifi がないので困ると思うので、Wifi はマストで対応しないとイケない。設置しにくい場所など何か問題があるのであれば行政に相談してもらえばいいと思う。

【事務局】

『4.おもてなしの心を持った人材育成・環境整備戦略』

『5.情報発信力向上戦略』の説明

【森委員長】

「放ち鵜飼」に関しては、観光振興計画に組み込み、アクションプランの中に追記していただければと思っている。

【古賀委員】

情報発信に関して、佐脇さん、池本さんにも協力いただいてトビケラのステッカーを作成した。黒と黄色の縞々の模様が蜂のように見え、外国や地方から来た方には、刺すのではないかと思われる。風評被害がでないように作成した。

【神居委員】

小川委員から新名神の話が出たが、八幡経由が先行してできる。今までは、城陽から大津の方に抜けていくということで、北部から南下という案内板はあったが、これからは城陽から北上するための案内板が必要。八幡経由でくるお客様が増えてくると思う。今から戦略を練っていくと、新しい展開があると思う。

【小川委員】

サイン、看板計画の香り街道に関して、共同して統一感を出してやっていきたいと思っている。「市町村に配慮した」ということも香り街道にも書かれているので、よろしくお願

いします。

【神居委員】

文教も京大もあるので、学会や MICE をもっと促進したらどうか。

【森委員長】

800 名規模の学会を宇治でやりたいという相談を受けた。800 名が入れる規模で 200 名～300 名ずつの分化会もされるので、パラレル（平行）で回せる場所はないかという話があった。宇治市にはそれができる施設がなく、京都市内で実施されることになった。宇治市にお越しいただいたら満足度は高いと思うが、宇治市単体では MICE は難しい。うまく戦略を練り、先に会議をされるなどの情報を得て、そういうところに情報提供をしていくということが必要。

800 名以上などの MICE 規模になると会社に事務作業は委託されるので、そういう所と連携していくことが必要。ポテンシャルはあるが、なかなかマッチングができない。マーケットとしてももう少し小規模なところで来ていただける仕掛けを作っていく。でも「ウェルカム（歓迎していますよ）」というのがなかなか伝わっていないのが今後の課題。

【佐協委員】

今年のゴールデンウィークに実施した駐車場解放に関して。武田病院を解放していただいたことで、そこからの流れで商店街に入っていたのでよかった。今後も継続してお願いしたい。秋のシルバーウィークでもお願いしたい。

【神居委員】

情報発信が必要。市役所に駐車して、帰る時にどこも大渋滞という状況だった。

【佐協委員】

渋滞情報をどれだけ提供できるかが重要。

【森委員長】

今年のゴールデンウィークを見て、現場に出たの観光案内は今年のボリューム感で考えると、秋の時期には相当必要ではないかと感じた。案内不足が一番満足度の低下につながるのではないかと懸念されていて、渋滞の問題、駐車はできたが帰る時渋滞したということになるともったいない話なので、どう情報発信するかを練らないといけない。

今年は来られたお客さんの数が例年以上に多かった。秋に向けて、案内システム、人員の配置をどうするかなど、行政的には安全管理ということで警備員と考えがちかもしれないが、観光地のホスピタリティ向上を考えた時に工夫しないといけない。お客様が宇治は

のんびりしているからいいと聞いたのに、込み合っていて疲れたとなると残念なので、別途、作戦部会を開かないといけない。

【神居委員】

交通実験は実施されるのですか。

【交通政策課】

観光交通調査については、今年度秋を予定している。12時間の交通量の調査、渋滞、通行時間、合わせて民間の駐車場に止められている方にアンケートをしていただき、どうしてここに入られたのか、年齢構成などを調査できればと考えている。

【事務局】

後期アクションプランを作成するにあたり、来年度動向調査を実施する予定だが、どういった観点でやるべきなのか、ご意見をいただきたい。

【森委員長】

今のアクションプランの見直しに関して、まず27年度の評価をする必要がある。今回作成していただいたアクションプラン進捗状況の資料も、26年度実施された内容が共有できる資料になってきているが、そこに○×△をつけて、何が足りないのか整理していかなければならない。その点を27年度の後半、秋の観光シーズンの終わり頃に会議をする必要がある。通常、委員会は年に1回だが、後期アクションプランを考えていくためには、27年度の評価は非常に重要なので、できればまた集まっていただきたい。

また個別に観光協会と協力して、場合によっては事業者にも集まっていただく。この観光振興計画を策定する際にも観光協会とその事業者との専門部会で立ち上げたアクションプランでもあるので、その事業者にも別途集まっていただいて、実際の観光現場に携わっておられる所からの評価も入れて作成していかなければならない。今日はいきなりアクションプランについての意見は出ないと思うので、今申し上げた進め方で、25、26、27年度の評価を今年度中の後半にやり、来年度、動向調査を行い、同時に28年のうちには27年の評価を踏まえて、新規追加すべき事業、強化すべき項目を作成し、動向調査を踏まえて、最終的に29年度に後期計画をつくるという形になるかと思う。現場の声をどれだけ聞けるかも重要でもあるので、観光協会の会員の声が聞ければと思う。観光事業者、寺社、商店街の方の声も聞き、評価して、次のプランに向けて動いていきたい。

【北村副委員長】

『4-13-⑭「安全な観光地づくり推進』』に関して、帰宅困難者、特に外国人観光客に関して、どのように周知して、案内するかが課題になるかと思う。いつかどこかで訓練

する機会、関係機関と実行する機会を設けるなど、迅速に対応していただきたい。

先程のゴールデンウィークでの宇治橋通りの渋滞の件は、カーナビで都計道路に回ったら早いという案内が出来ればましになるのではと思うのだが。

【佐脇委員】

今回のゴールデンウィークに関しては、それをやっても間に合わない状況であった。しかし、通常の土日であればそれができれば有効であると思う。

【森委員長】

この推進委員会は、もう少し頻度を上げて開催できる仕組みがあればいいと思う。事業ごとにもう少し踏み込んだ話ができればと思う。一つ一つのプロジェクトごとに内部だけでなく外部の方も含めて話し合いができる場があった方が、様々なことを進めるスピードが速くなるのでお願いしたい。

【事務局】

本日いただいたご指摘の内容、ご意見を強く受けとめ、宇治市観光振興計画のよりいっそうの推進を皆様と一緒に頑張っていきたいと思えます。ありがとうございました。