

【平成24年度補正予算】

官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業

広域連携と地域ネットワークによる京都南部域の新たな賑わい創出

京都伏見・宇治「悠久の時 酒茶づけの旅」

に係る調査業務 報告書

平成26年3月

国土交通省 近畿運輸局

目 次

【本編】

第1章	調査概要	3
第2章	事業行程・実施体制の構築	5
第3章	商品化に向けた観光資源の磨き上げ手法の検討	7
第4章	業務遂行中における業務内容に関する報告	22
第5章	目利きの派遣	27
第6章	モニターツアーアンケート	30
第7章	観光庁と連携して実施する業務	30
第8章	まとめ	32

【資料編】

資料編1	提案書	1
資料編2	掲載記事資料	5
資料編3	モニターツアーアンケート資料	8

【本編】

第1章 調査概要

1. 調査の目的

官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業第三者委員会で選定された広域連携と地域ネットワークによる京都南部域の新たな賑わい創出「京都伏見・宇治酒茶づけの旅」（以下、「調査対象案件」という）の提案内容に基づいて、取組を行う観光地への観光資源の「目利き」の派遣、観光資源を題材にモニターツアーの造成・実施及びアンケート調査等、観光資源の確実な商品化への手法を検討・実施する。

2. 調査の概要

調査対象案件の提案内容に基づき、以下の内容にて業務を実施した。

① 事業行程実施体制の構築

調査対象地域（京都市伏見区・宇治市）の提案内容に基づいて、提案者である伏見観光協会をはじめとする地域の関係者からのヒアリングを踏まえ、地域の取り組み実施体制を構築し、詳細な取り組みスケジュールを取りまとめた。

② 商品化に向けた観光資源の磨き上げ手法の検討

調査対象地域の提案内容に基づいて確実な商品化へ向けた観光資源の磨き上げ及び調査対象地域の魅力の情報発信について、その手法を検討するとともに、実施した。

本業務においては、磨き上げた観光資源を活用して旅行商品化し、モニターツアーの企画、造成、参加者の募集、催行に協力した。

③ 業務内容に関する報告

取り組みの進捗状況について観光庁の指定する様式に基づき近畿運輸局に報告した。

本事業の取り組みに関して、自ら行う情報発信のアウトプットをはじめ、調査対象地域の取り組みが新聞やテレビ、雑誌などのメディアで紹介された場合には、掲載記事のスクラップやテレビなどの放送局、放送日時等の情報について近畿運輸局に報告した。

本事業での詳細な効果検証を行うため、取り組みの効果を把握する上で、適当な指標を設定し、取り組み開始時点での状況及び取り組みの進捗に合わせて報告を行った。

④ 目利きの派遣

調査対象地域が希望する目利きが、観光資源の磨き上げと確実な商品化のために最適かどうかを判断し、目利きを決定し、調査対象地域へ目利きを派遣した。

派遣した目利きの活動実績の報告（各活動日の日報）を作成、回収し、保管した。

⑤ モニターツアーアンケート

モニターツアーを実施し、回収したアンケートを集約し、必要枚数があるか、参加者数の水増しはないか等を確認し、近畿運輸局へ報告した。

⑥ その他観光庁と連携して実施する業務

調査対象地域の観光資源の商品化に向けて、観光庁で開設するポータルサイトでの情報発信や、ポータルサイトに掲載するために観光庁で開催する商談会及びPRイベントに参加した。

3. 調査対象案件の提案内容

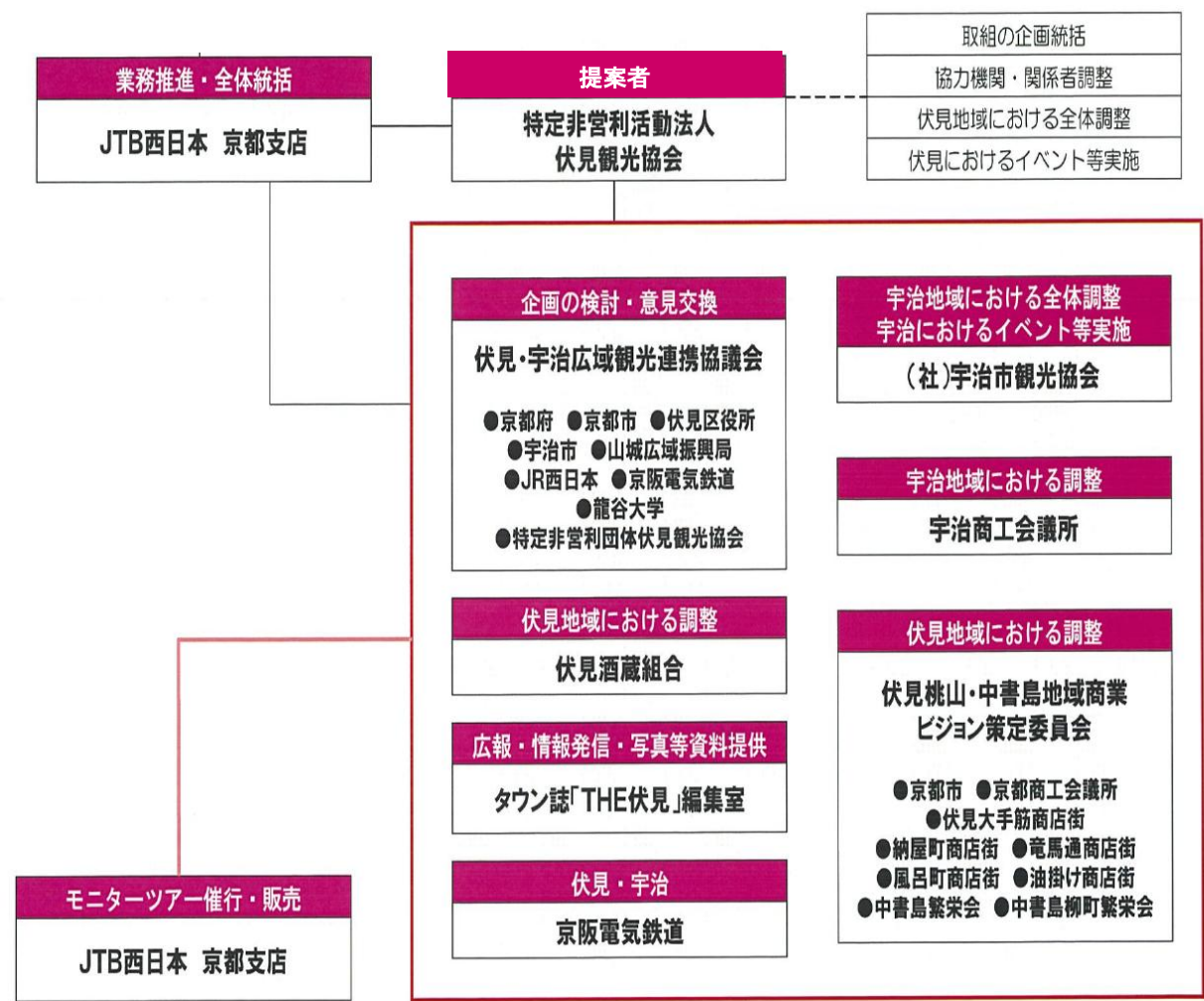
資料編 1 を参照

第2章 事業行程・実施体制の構築

調査対象地域の提案者に対し提案内容のヒアリングを実施した上で、地域の取組実施体制を構築し、事業の取組スケジュールをとりまとめた。

1. 地域の取組体制の構築

提案者である伏見観光協会との協議を重ね、宇治・伏見両地域に関係する諸団体と当事業との関係が想定される団体を抽出し、各団体と調整を行い、体制を構築した。特に宇治・伏見の観光協会については、当事業において初めて実施協力体制が構築され、各関係団体との調整が円滑に行うことができる体制となった。



2. 取組スケジュール

	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月
全体会議	検討 ●	→						→	まとめ	商品化 検討
地域の体制構築	調整 ●	→							連携 継続 ●	→
観光資源磨き上げ	現状 把握 ●	→	検討 ●	→			検証 ●	→		
モニターツアー	下見 ●	→	造成	宣伝 PR ●	募集	実施	検証 ●	→	商品化 検討 ●	→
地域セミナー	検討 ●	→		準備 ●	→	実施				
地域 PR イベント		検討 ●	→	準備	実施					
観光マップ作成		検討 ●	→	構成	印刷 配布	配布 継続 ●	→			
観光冊子作成				検討 ●	→	印刷 取材	印刷 配布	配布 継続 ●	→	
ウェブページ制作						企画 ● 構成 ●	→ →	ウェブ 公開	公開 継続 ●	→
近畿の魅力ある 地域PR展								参加		
タビカレ学園祭									参加	

第3章 商品化に向けた観光資源の磨き上げ手法の検討

1. これまでの取り組みと課題

伏見・宇治両地域ではこれまでの取り組みの中で、クーポンマップの制作や宇治川と濠川にてそれぞれ鵜飼や茶席舟、十石舟・三十石舟の運航を行い、新たな観光資源を創出してきた。

伏見では、おみやげ購入や喫茶のできる情報発信基地となる伏見夢百衆の運営などを通して一貫して観光を楽しめる街づくりに貢献してきた。また、伏見の観光資源の一つである日本酒については、日本酒まつりを開催し日本酒のPRを行い、酒蔵をめぐる動機づけを図った。

宇治では、平等院表参道をはじめとする宇治川流域での観光資源が豊富に点在し、魅力ある観光地として知名度は全国区である。最近では宇治茶を活用した観光開発や、宇治川鵜飼を活用した観光開発に力を入れ、観光客入込を伸ばしている。

伏見・宇治の現状課題として、両地域が位置する京都市南部域の観光振興を積極的に実施する母体が存在していないことが挙げられる。また伏見・宇治に点在する魅力ある観光資源をまとめることができず、観光客が訪れる観光旅行時間が短く、経済効果が少ない。

地域地場産業（日本酒・宇治茶）を積極的にPRできていない現状である。伏見地域においては大型バス受け入れ態勢ができておらず、団体の受け入れには不向きである。地域の知名度はあるものの、地域の積極性や受け入れ体制が整っておらず、滞在時間が短いため経済効果が出ず、資源の魅力が十分に観光客に伝わっていないという課題があった。

2. 確実な観光資源の磨き上げ手法の検討・実施

伏見観光協会を中心とした伏見・宇治地域の関係者、目利きと確実な観光資源の磨き上げ手法の検討・実施について協議を重ねた。

① 観光資源の発掘・磨き上げ

観光資源が点在する伏見と宇治のつながりを辿ることから始め、宇治川でつながる両地域において、京都市内との違いを明確にすることに努めた。伏見・宇治両地域の観光資源の視察を行い、地域が抱える課題を解決するための資源活用方法を模索した。特にキーコンテンツである日本酒・宇治茶にスポットをあて、それぞれが辿ってきた歴史を感じることで、資源の魅力を最大限引き出す手法である。

② 関係機関への協力要請

地域が積極的に観光振興に参加できていない現状を打破するため、当事業を通して、さまざまな関係機関に協力要請を行った。

日本酒については伏見酒造組合の増田理事長に事業説明と協力の要請を行い、快く承諾された。本物を体験するという観点から、招徳酒造、松本酒造に協力を依頼し、事業についての理解を得ることができた。

松本酒造ではツアーなどでは公開されていない建造物見学や、酒蔵内の見学の承諾を得ることができ、招徳酒造では、女性杜氏の方へのインタビュー許可をもらえた。このような協力体制の構築は事業に理解を得ていくなかで、本物を伝えていくという部分に共感してもらえた結果であると考えられる。

宇治茶については、宇治市観光協会とともに宇治市観光課、宇治商工会議所、京都文教大学に協力依頼を要請し、当事業の概要について説明を行った。宇治茶を利用した観光資源の磨き上げについては、本物を体験するという観点から、上林三入氏に当事業の説明を行い、作法から宇治茶の歴史の話などの体験への協力を承諾された。

③ 地域セミナーの開催

伏見・宇治の両地域においてそのキーコンテンツである日本酒・宇治茶の各関係者との連携を構築し、連携の拡大と連携の理解促進を目的として地域事業者や地域商店街事業者などにも事業の説明及び観光資源の磨き上げの必要性に

関して説明する地域セミナーを開催した。

イベント名：京都伏見・宇治 観光による地域連携セミナー

タイトル：酒どころ伏見・お茶どころ宇治の連携が生み出す
「もうひと足の大人旅」

実施日：2013 年 10 月 28 日（月）13:30～16:15

内容：13：30 開会の挨拶

13：45 パネルディスカッションセミナー（75 分）

テーマ

「酒どころ伏見、お茶どころ宇治の連携が生み出す
「もうひと足の大人旅」

パネリスト

株式会社増田徳兵衛商店 増田徳兵衛氏

株式会社通圓 通円祐介氏

宇治観光ボランティアガイド 加納誠三氏

株式会社 JTB 西日本 佐々木寛子

15：00 休憩・会場転換（15 分）

15：45 意見交換会（75 分）

伏見と宇治をよりよく知ることを中心に今後のビジネスに繋がる意見交換を実施

16：30 終了

参加者数：54 名 （行政機関・酒造会社・飲食業者・交通事業者・大学など）

パネルディスカッション形式にて地域セミナーを開催し、異業種の参加者それぞれの知見から新たな「食」の開発や体験プログラムについての意見をもらい、伏見・宇治両地域の連携の方向性を探った。

両地域のキラークンテンツである酒と茶を磨き上げ、そのコンテンツを取り巻く環境においての観光資源を掘り起こすには、酒と茶が独立して存在するのではなく、共に連携した魅力を出すことが必要ではないかという仮説を立てた。酒どころ伏見からは株式会社増田徳兵衛商店十四代目 増田徳兵衛氏を、茶どころ宇治からは株式会社通圓二十四代目 通円祐介氏を招き、両地域連携の可能性やそのシナジーについてディスカッションを実施し、シナジーを最大に引き出すためのきっかけづくりとした。

また、両地域の歴史を確実に観光者に伝えるために必要な語り部の存在についてもフォーカスし、宇治観光ボランティアガイドクラブの代表幹事である加納誠三氏より昨今の観光者が求める情報や志向についてうかがい、地域の関係

者に伝える機会とし、参加者の気づきを促した。

また、セミナー会場に展示コーナーを設置し伏見・宇治両地域の魅力を発信したり、日本酒の仕込み水を使用した宇治茶の試飲を行った。

長年にわたり地域の魅力を支えてきた地域の方々がそれぞれの連携を模索することで、新たな価値観を創造するための機会とした。

↓ セミナー当日のようす：左より森教授、増田氏、通円氏、加納氏、佐々木氏



セミナーを開催した結果として、異業種の参加者同士の親睦が深まり、それぞれの事業や地域が抱える課題について共有することができた。また、新たなアイデアとして、日本酒・宇治茶に共通して追加できる「食」についても体験の要素として入れることを検討した。

明確になった課題は、やはり滞在時間が短い傾向にあることであった。地域に危機感がないという厳しい意見もあり、課題を共有する貴重な機会となった。当事業を通して、団体の観光客が通り一遍の観光を楽しむのではなく、小規模単位であっても長く地域に滞在してもらう観光を作り上げていかなければならないことが目標となった。

意見交換会



セミナー



宇治茶試飲会



展示（パネル）



展示（おばんざい）



展示（日本酒）



配布プログラム

京都伏見・宇治 観光による地域連携セミナー
お茶どころ伏見・お茶どころ宇治の連携が生み出す「もう一足のおとな旅」

○日時：平成25年10月28日（月） 13時30分～16時15分（終了予定）
○会場：伏見夢百景
○主催：JTB西日本京都支店、NPO法人伏見観光協会
○協力：公益社団法人宇治市観光協会

京都の南に位置し宇治川で繋がる宇治と伏見。京都市街とは、ひと味違う個のこのエリアが連携することにより、もう一足の歩み旅をより充実した魅力あるプランとして展開できると考えます。

その重要なポイントとして、伏見・宇治の「お酒・お茶」という大きな地域資源を活用した、新たな「食」の開発や、体験プログラムの開発が望まれます。

「歴史に育まれた本物感」を来訪者に体感してもらう取り組みや、連携するからこそできる「面白いモノやコト」などを食や旅に導いた専門家や、観光ガイドとして長年、観光客の要望などに対応してこられた方の意見をうかがう機会を設け、伏見・宇治連携の方向性を探ります。

○コーディネーター
京都文教大学 総合社会学部総合社会学科
教授 森 正美 氏

○パネリスト
株式会社増田徳兵衛商店
代表取締役社長 増田 徳兵衛 氏

株式会社通園
二十四代目 通園 祐介 氏

宇治観光ボランティアガイドクラブ
代表幹事 加納 誠三 氏

JTB西日本 地域交流ビジネス推進室
マネージャー 佐々木 寛子 氏

○セミナープログラム
13:30 事業のご説明
13:45 セミナー（75分）
【テーマ】
酒どころ伏見、お茶どころ宇治の連携が生み出す「もう一足のおとな旅」
15:00 休憩（15分）
15:15 意見交換会（60分）
・伏見と宇治お互いをよりよく知ることが目的に、今後の観光ビジネスに繋がる意見交換会を行います。
16:15 終了予定

【参照】

官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業 ～「広域連携と地域ネットワークづくりによる京都南部地域の新たな賑わい創出～」 実 施 内 容

独自の文化を形成し時を重ねてきた伏見と宇治に誇る歴史文化を観光資源化。地産産業である日本酒・日本茶を要素に加え、現地でしか体験できない「ほんまもん」を織り交ぜた気軽に楽しめる「大人の旅」の商品化に向けて事業を推進します。

地域資源の磨き上げ

両地域に点在する地域の魅力を発信する資源をつなぎ、地域と共に磨き上げ旅行商品化
例：伏見（日本酒・造り・舟遊び・黒米史跡・名水・社寺仏閣等）
宇治（日本茶・茶室・世界遺産・平安の遺構・自然等）

地場産業体験コンテンツ創り

日本酒・日本茶等、この地域でしか体験できない内容で満足度向上と地産産業PRを実施
例：日本酒づくり・茶摘み・さき湯・造り茶・美味しい和食のたどり着き方（お薦めのつけ方など）、美味しいお茶の入れ方講習体験・茶室体験・ほしご体験、日本酒オリジナルラベルづくり、陶器で、茶碗、湯呑みをつくろう（器ができたら、自分で作った器でお酒、お茶をいただく）等

地元商店街との連携

地元商店街や宿泊と連携し、観光資源を磨き上げ、地域への活性化につながるシステムづくり
例：Betsu-Baraチケットの仕組みづくり、オリジナル商品、商人体験等、オプション企画

旅の仕組みづくり

自由度の高い旅の仕組みを各施設と調整し創り上げ
例：回遊する施設や食事処はチケット制とし、営業時間内いつでも行ける等システムづくり 等

上記項目について関係機関との調整などを経て、下記の事業を推進していきます。

モニターツアー実施

磨き上げた地域資源を活用したモニターツアーを実施し、更なる磨き上げのため参加者へのアンケート調査によるデータを収集する

地域資源PRイベント・情報発信

地域資源PRイベントの開催・インターネットコンテンツ制作・情報発信について検討（地域資源、モニターツアーを広くPRすると共に、継続的的確な情報発信）

伏見・宇治「観光による地域連携セミナー」開催

関係施設や商店へ向け、伏見・宇治連携に向けた観光セミナーを開催
受入施設を監修、商品クリエイティブの向上をねらい、意識向上による地域一体となった長期的な観光への取り組みを考える

MAPパンフレット制作

地域への理解、旅の楽しみ方を解説するMAP・パンフレット制作
（楽しみ方や魅力をわかりやすくまとめた旅手帖）

3. 調査対象地域の魅力の情報発信の手法の検討・実施

伏見・宇治地域の魅力を効果的に発信するため、地域の関係者、目利きと情報発信の手法について協議、検討し実施した。

（ア）地域 PR イベントの開催

伏見・宇治両地域の魅力を発信し、誘客するため、まずは日帰り観光圏内の 20 代以上の女性に向けて、京都の伏見と宇治が連携して行う観光のイメージとモニターツアーの実施を PR した。

タイトル：京都伏見・宇治 灯ろう夜会
～おひとつどうぞ 伏見のお酒・宇治のお茶～

実施日：第 1 日目 2013 年 10 月 24 日（木）16:00～20:00

第 2 日目 2013 年 10 月 25 日（金）16:00～20:00

場所：グランフロント大阪 うめきた広場サブスペース、ポイントスペース

参加人数：1,200 名程度

モニターツアーおよび今後の商品化にあたっては、大人女性をターゲットとし、ホンモノの探求や自己啓発に関心が高く、上昇志向のある意欲的な女性をイメージして事業に取り組んだ。その中で、イベント開催についても、上記イメージと合致するターゲットが多く存在する場所を選定した。

2013 年 4 月 26 日にオープンとなり賑わうグランフロント大阪が最もふさわしく、対象両地域のコンテンツである酒と茶との親和性の高い時間帯において開催することを決定した。

本物の内容を追及するため、高級宇治茶の試飲提供、多種類の日本酒の試飲、粕汁の提供を行い、提供者は基本的に和服を着用しホンモノを演出した。また、モニターツアーの案内や、伏見・宇治のパンフレット、宇治茶飴を同封した手提げ袋を配布し PR を行った。

流行中であるご当地ゆるキャラのおうじちゃまも登場し、若い女性の関心を引いた。また、能楽の披露や伏見をとせ太夫の巡行や仮装による歴史的なイメージを彷彿とさせ、通行人の興味を引くイベントとなった。

女性の興味を引く本物の日本酒や宇治茶が好評であり、試飲した後で美味しい飲み方やお茶の淹れ方を質問される場面も多くみられた。したがって、20代以上の女性で、日帰り圏内にいる方にまだまだ本物の伏見と宇治の魅力が伝わっていないことがわかった。また、飲食を共にすると、見知らぬ人との会話が弾むこともわかり、地域のPRにおいて当該地域の食の魅力を同時に楽しんでもらうことは、誘客促進の手法として非常に効果的であることが分かった。

当日のイベント中の写真を撮りながら SNS などでの発信をされている通行人も多く、写真を撮ってもらえる象徴的なマスコットや衣装が宣伝に効果的であり、京都らしさに加え、そこから一歩踏み込んだ伏見・宇治の魅力の発信に大きく寄与したことがうかがえた。

実施内容

①宇治茶と酒饅頭の振る舞い

京都府茶協同組合のお茶レディが日本髪に着物姿でその場で淹れた宇治茶と、酒饅頭の振る舞いを実施した。



「もっと苦いと思っていたけれど、飲みやすい」
「自分でおいしく入れるための秘訣は何ですか」
という声が聞けた。
新たな発見をされ、質問されていた。

②日本酒の振る舞い

伏見酒造組合 17 蔵 17 銘柄の日本酒の振る舞いを実施した。

黄桜／特別純米酒 生酏山廃山田錦	鶴正宗／純米吟醸 京のとき
富翁／祇園小町	豊祝／吟醸酒
京姫／山田錦 大吟醸 匠	慶長／慶長小判
キンシ正宗／平安のしらべ	月の桂／大極上中汲 にごり酒
月桂冠／超特撰 鳳麟 純米大吟醸	日出盛／純米吟醸 桃の滴
英勲／古都千年	都鶴／長期熟成酒 うなぎのねどこ
招徳／新純米吟醸 古都旅情	鷹取／鷹取 純米大吟醸
松竹梅／超特撰 松竹梅 純金箔入	神聖／京の龍馬 純米酒
玉乃光／純米吟醸 ひやおろし	



「甘くてすっきりしている」
 「蔵ごとに違いが出ており、蔵めぐりをしてみたい」
 「このお酒は燗か冷かどちらがおすすめですか」
 という声が聞けた。

③粕汁の振る舞い

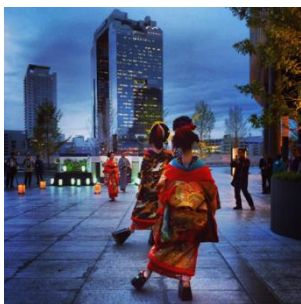
伏見の老舗昆布屋きたせ昆布の店主北澤氏の協力を得て、キッチンカーを利用し、その場で温かく調理した粕汁を振る舞った。



「甘さが際立って美味しい」
 「温まって美味しい。今晚作りたい」
 という声が聞けた。

④伏見をとせ太夫道中の実施

宇治と伏見のイメージを訴求するため、坂本龍馬や花魁、町娘、平安衣装に扮し、拍子木と鈴の音を響かせながら、イベントスペースを練り歩いた。



通行人の多くは写真を撮りながら楽しんでいた。

⑤ゆるキャラ「チャチャ王国のおうじちゃま」のグリーティング

宇治のゆるキャラ「チャチャ王国のおうじちゃま」を登場させ、通行人に向け、地域のPRを実施した。

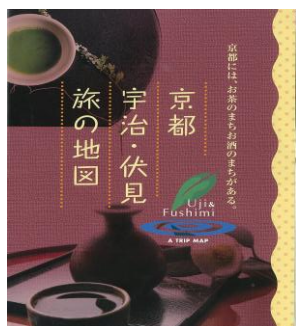


子どもや女性と一緒に写真を撮る方が多く
 宇治の地域PRに非常に効果的であった。

(イ)「京都宇治・伏見旅の地図」「心の源流をめぐる旅」の発行と配布

旅行に欠かせないものとしての地図を作成し、伏見観光協会前や中書島駅にて配布した。ネット情報を閲覧する若い世代の観光客であっても、旅行当日に手にしているものは旅のガイドブックであり、その観光地で手に入れる情報冊子は魅力発信に効果的であることは明確であった。

お茶やお酒の用語解説やイベントカレンダーなどを地図と共に掲載し、 旅する好奇心を高揚させる地図を作成し、モニターツアー催行当日は勿論のこと、イベントなどで配布した。訪問された観光者が手に取りながら気ままに旅行していただけるものとなった。



(ウ) コンテンツ作成

当事業において、伏見・宇治の地域紹介ウェブページコンテンツを作成した。伏見観光協会のホームページでは、イベント紹介や観光紹介のみは充実しているものの、観光周遊の仕組みについて触れるページや、地域の方の魅力を伝えるページはなく、より身近に伏見地域を感じていただけるものであり、かつ宇治との回遊を紹介するものを発信することで、より観光客に対して魅力を伝えるものとするためのコンテンツを制作した。特徴としては地域の散策マップや地域の名産品の紹介、女性杜氏や女性鵜匠のインタビューを掲載していることが挙げられる。

伏見観光協会ホームページ



また、地域紹介ショートムービーを作成し、地域の魅力を映像で紹介するものとした。伏見の湧水の画像、酒造の町並みを中心とした構成とし、まるで徒歩で観光しているような気分を味わうことのできる動画とした。この画像は各イベントなどで放映し、伏見・宇治をイメージ写真とともに紹介する動画となった。

地域紹介ショートムービーのキャプチャ画像



4. モニターツアーの造成

伏見・宇治の本物の魅力を伝えるための旅行商品を開発するにあたり、モニターツアーを企画・募集し実施した。企画に際しては、各目利きとの観光地視察や、地域事業者からのヒアリングを実施し、より魅力的なものとなるようツアー構成を実施した。

① モニターツアーの企画

独自の文化を形成し、時を重ねてきた伏見と宇治に残る歴史と文化を大きな観光資源としてとらえ、地場産業である日本酒と日本茶を重要要素に据え、現地でしか体験できないホンモノを取り入れつつ気軽に楽しめる大人の旅を商品化するために企画した。参加対象者は20歳代～40歳代の女性とし、同じ趣味嗜好を持つ女性同士で気兼ねなく旅を楽しむ世代にアプローチする企画とした。おいしいものやおしゃれなものに敏感で、自分磨きに興味を持つトレンド発信世代であり、この世代に伏見・宇治の大人女子旅をコーディネートすることで、需要を掘り起こし、興味を喚起することを目的とし企画した。

地域の課題である観光客の滞在時間の短さと、経済効果が低いこと（お土産など地産品購入の動機付け）に焦点をあてることが必要であった。本物を体験することで、地域特産品の背景を知ることができ、地産品購買意欲につながるとの仮説をたてた。

新たな取り組みとして伏見地域が実施している伏見バルという酒蔵とその日本酒を取り扱う店舗において、横断的に特別チケットを利用することで日本酒

を味わうイベントからヒントを得て、伏見・宇治地域において、モニターツアー中に甘味を食べ歩きができるチケット Betsu-Bara チケットを企画した。

Betsu-Bara チケット参画協力要請は、両観光協会と JTB 西日本にて行い、伏見地域ではキザクラカッパカントリーの酒まんじゅう、宇治地域では稲房安兼の特別パッケージ茶団子、福寿園の宇治のみどり（餅菓子）、岩井製菓の抹茶飴の協力を得ることができた。単なる試食ではなく、各店舗に立ち寄り店員の方とお話ししながら食べることで、商品の背景などもうかがい知ることができ、滞在時間の長期化と経済効果の増大に寄与する企画を行った。

また、地域セミナーにて新たな意見が出た日本酒・宇治茶をつなぐ「食」については、おばんざい研究会の藤掛氏に依頼し、京都の家庭料理であるおばんざいを日本酒および宇治茶と召し上がっていただく機会を作ることができた。モニターツアー中では、日本酒の利き酒体験の際におばんざいのケータリングが実現した。

どちらの企画についても、地域セミナーへの参加依頼や協力依頼を通して、当事業の趣旨を理解してもらえたことが非常に重要であったと考える。

② モニターツアーの造成

造成にあたっては、宇治市観光ボランティアガイドクラブの代表幹事に直接お話を聴き、現在のトレンドやよくある質問などからヒントを得て本物をめぐる歩く旅とした。肌で感じる地域の空気感を大切に、自分の目で見、舌で感じて、手で触れて、五感で楽しめるものにするため、体験を重視し、聞く話についても本物にこだわった。

企画段階での協力先であった松本酒造については、普段広く公開されていない万暁院での日本酒についての座談会と酒蔵見学、試飲の協力を得ることができた。伏見には観光ガイドが存在しないため、地域商店街の方や事業者の方からのクチコミから、地元小学校の教員をしながら日本酒について研究しているジェyson氏に伏見の観光ガイドを依頼した。ツアーの目的を十分に説明したうえで、ツアーを催行させる意味を伝達し、今後の商品化に際しても抵抗なく行えるよう、メリットを訴求しながら造成にあたった。

モニターツアーの募集については、チラシを作成し、大阪駅にて開催した地域 PR イベントで配布するとともに、伏見夢百衆や JTB 西日本京都支店内にて配布した。また、地方紙京都新聞や情報誌シティリビング誌でも募集を実施した。

それぞれの媒体ではすべて写真付きで掲載されており、視覚的に好印象であった。またモニターツアー申込先まで掲載していただいたため、媒体からの申込者数も多く、アンケートによると 13 名（34%）が媒体から申し込みされた。

特にシティリビング紙の女性モデルによる取材については、実際にモニターツアー案を事前に体験していただき、感想や風景を掲載していただけたことで、訴求効果が高く、モニターツアーのイメージがしやすく、多くの申し込みにつながったと考える。イメージが伝わりにくい旅行という商品を宣伝する場合は、事前に体験記を掲載することで募集がしやすくなることを再認識できた。

↓ 自社の蔵を説明する松本酒造 松本社長



↓ : 三星園上林三入本店で説明を受ける



モニターツアーチラシ

募集期間 2014年9月20日から2014年11月5日まで

承認番号:130948

JTB
感動のそばに、いつも。

女子力アップ! 京都宇治・伏見

お茶とお酒をたしなむ “Betsu-Bara”の一日

お茶の名所・宇治と、酒蔵の街・伏見。豊かな水に恵まれた二つの街は京都と深くかかわりながらもそれぞれが独自の文化が発展した街です。日本が誇る「宇治茶」と「伏見のお酒」を味わい、文化・歴史体験を通して、女子力を磨く華やかな一日を体験してみませんか?

日帰りモニターツアー

宇治

源氏物語に想いを馳せ
香高いお茶を味わう

日本三大茶にも数えられる「宇治茶」の産地。京都・宇治、お茶の香りをしみながら平等院表参道を歩いて、三休園でお茶を淹きたて、味わいます。



写真協力: 三星園上林三入本店

三星園上林三入本店は、創業天正年間、長い歴史と伝統を持つ老舗宇治茶店です。2階には宇治茶の資料を展示する「三休庵・宇治茶資料室」があります。



写真協力: 宇治市観光協会

宇治川に渡された朝霧橋。橋の上からの上流側の景色は山紫水明そのもので、下流側では正面に愛宕山を望めます。橋の神社側には宇治十帖のモニュメントがあり、源氏物語の世界にあなただけをいざないます。

伏見

歴史の薫る街並みを巡り
酒蔵文化に触れる

かつては「伏水」と呼ばれていたほど上質な伏流水が豊富な伏見。歴史深い街並みを背景にたしなむ一杯は心はずみです。



写真協力: NPO法人伏見観光協会

清酒「神聖」で知られる「山本酒造」の酒蔵を改装したお店「鳥せいの本店」。ゆったりとした店内で洗練された料理をお楽しみください。



写真協力: NPO法人伏見観光協会

かつては運河として活躍した宇治川・派川の深川を進んで行く十石舟。



写真協力: NPO法人伏見観光協会

寛政3年(1791)に創業をした「松本酒造」。仕込蔵やレンガ煙突、万睡院等の保存や活用により平成19年には経済産業省から「近代化産業遺産」に認定されました。

添乗員 全行程、添乗員が1名同行します。

募集人員 各20人(20歳以上の女性限定) 最少催行人員15人

旅行期日 2013年11月9日(土)、10日(日)

旅行代金 (おとな1名様) **6,800円** (税込)

お申し込み期限 2013年11月5日(火)まで

ご参加者様には旅行終了後、ツアー全般に関するアンケート(A4/7枚程度)にお答えいただきます。

③ モニターツアーの催行

開催日 第1回目 2013年11月9日(土) 19名
第2回目 2013年11月10日(日) 19名

催行にあたっては、その広報活動について特に重要視した。
開催日が紅葉シーズンの京都であり、秋のピークを迎える時期に設定した。モニターツアーのみで体験するプログラムの優位性や、混雑する観光地の中でガイドの話をイヤホンガイドで聞きながら気ままに観光することの面白さをアピールすることができた。宇治でのガイド案内は宇治市観光ボランティアガイドが、伏見では日本酒研究家のジェイソン・デヴィッド氏がそれぞれ担当し、参加者と会話をしながら街並みを散策することができた。

モニターツアー第2回目は雨天だったにも関わらず満足度は高く、体験や見学が天候に左右されにくい資源であることが再認識できた。体験箇所や見学箇所は屋根が設置されておるところがほとんどであり、また雨天での散策であっても、商店街やアーケードにてお買い物をしながら観光することができ、雨天での観光手法についてもそれぞれの参加者は工夫して観光されていた。

ただし、今回は季節柄ブーツを履いての参加も多く、靴の着脱の回数が多いものに関しては事前に案内するなどの気配りも必要であると痛感した。

当モニターツアーは2回合計で38名の参加であった。

女子力アップ！お茶とお酒をたしなむ “Betsu-Bara”の一日 コースご案内

◆2013年11月9日(土)、10日(日) ◆昼食1回

月 日	行 程	食 事
11/9 (土) ・ 11/10 (日)	京阪宇治駅(9:45発).....(さわらびの道).....宇治上神社(世界遺産).....(朝霧橋〜橋樑).....	☒
	◎三星園上林三入本店「三休庵・宇治茶資料室」(第十六代・上林三入 氏より煎茶・玉露・抹茶の淹れ方や味の違いを学びます。).....	
	平等院表参道商店街(「Betsu-Baraチケット」を利用して、ちょこっとスイーツを楽しみながらお買物).....京阪宇治駅.....	
	京阪中書島駅.....【昼食】鳥せい本店(酒蔵を改装した趣あるお店で昼食).....	☒
	◎キザクラカッパカントリー(「Betsu-Baraチケット」を利用して、ちょこっとスイーツを楽しみながらお買物).....	
	(竜馬通り商店街〜納屋町商店街〜大手筋通り〜竹田街道〜瀬川〜松本酒造).....◎松本酒造(社長より、万成院(迎賓館)や酒蔵	
	などを案内していただきます。).....◎醸造蔵「月桂冠酒香房」酒造り見学.....◎伏見夢百衆	☒
	(おいしいお酒のたしなみを学び、味わう「きき酒体験」).....現地解散(アンケート記入済の方から自由解散)(17:30頃)	

◎印は入場観光となります。 ***** 電車利用 徒歩移動

※行程の訪問順序は変更となる場合があります。

【宇治地域では】ボランティアガイドさんが案内します。 【伏見地域では】ジェイソン・デヴィッドソンさんが案内します。

Betsu-Baraチケットとは

今回のモニターツアーでお楽しみいただけるちょこっとスイーツなどの引換券です。
宇治・伏見の各協力店で利用できる券ですので、お買物の間にぜひご利用くださいませ。

モニターツアー当日のようす

↓鳥せゑでの昼食



↓サプライズなやまっち一登場



↓朝霧橋を渡る参加者の皆様



↓宇治上神社を出発（左後の女性）



↓風情ある伏見酒蔵のまち



↓珍しいレンガ造りの煙突



第4章 業務遂行中における業務内容に関する報告

1. 取組の進捗状況の報告

取組の進捗状況について、2週間に1回期間中合計19回、指定様式に基づき近畿運輸局に報告した。

①地域関係者との協議

伏見観光協会および宇治市観光協会とともに協議を重ね、各地域の関係者を随時訪問し事業内容の説明や協力依頼を実施した。

②各地域の観光資源視察

伏見・宇治に存在する観光資源の視察を適時実施した。目利き、観光事業者、地域事業者とともに視察を行い、モニターツアー造成や観光マップ作成のための素材を掘り起こし、事業への協力要請や観光地の現状ヒアリングを実施した。

③モニターツアー造成

目利き、旅行業者、大学教授、地域事業者の意見を取り入れ、モニターツアーを造成した。観光地の特徴を最大限引き出すため、協議を重ねた。ターゲット選定やツアー行程には特に協議時間を割き、現地観光資源視察やヒアリングを重ねた。

④地域PRイベントの開催

伏見・宇治のPRイベントのコンセプト設定や当日のイベント内容について各観光協会、地域関係者との協議を実施した。モニターツアーのターゲットとする女性が多く、発信力のあるイベント開催地を選定し、訴求効果の高いイベントとなるよう協議した。

⑤地域セミナーの開催

地域事業者の連携を構築し、事業の理解促進を図るため開催した地域セミナーの内容について協議を実施した。パネリストの選定については、伏見・宇治

の両観光協会からの働きかけと、京都文教大学 森正美教授の助言をもとに各業界からパネリストを選定した。

当日の運営についての打ち合わせ協議は伏見観光協会を中心として実施し、協議参加者がそれぞれ、地域事業者に参加呼びかけを実施した。

⑥コンテンツ作成

ホームページコンテンツ、観光パンフレットを作成するにあたり、伏見プランニングセンターとの打ち合わせを実施した。既存のホームページに連結させるため、伏見観光協会との協議も並行して実施し、地域資源を伝える観光パンフレットとの連携も模索し、統一した内容で進行するための協議を随時実施した。

⑦観光庁と連携して実施する業務

観光庁で開設するポータルサイト「タビカレサイト」のムービー作成やストーリー作成を実施するため、伏見観光協会、宇治市観光協会、伏見プランニングセンターとの協議を実施した。イメージ写真提供にあたっては、各酒造への協力依頼や、各茶舗への協力依頼を実施した。

各イベントへの参加協力依頼を実施し、地域をPRする機会を有意義に活用することができた。

⑧連携体制の構築

モニターツアーや各イベントの終了後、当事業に関係した団体や事業者について取りまとめ、各目利きや地域事業者との連携体制が構築された。

本事業の取組について以下の媒体に掲載された。

[illegible]

豊かな水が縁
観光PRタッグ

京都市伏見区と宇治市の観光協会が共同で観光PRを始めた。それぞれの特産酒と宇治茶の試飲イベントを開いたり、日帰りツアーを企画し、担当者は「地域のPR活動に力を注ぎたい」としている。

隣り合う両地域の観光協会は、これまで、単発で合同イベントを実施することはあが、本格的にタッグを組むのは初めて。豊かな水を使った飲み物が名産という共通を生かし、広域的な観光リートをつくること、伏見観光協会は、

9、10月 共同でツアー

ツアーを前に、24、25日は和装姿の関係者がJR大塚駅近くで酒・茶の試飲イベントを実施した。今後は地元商店主のしそを聞き、観光客の受け入れ態勢を強化する。

伏見観光協会の川田雄介事務局長は「歴史的な拠点で取り組む」と話し、宇治市観光協会の多田平光事務局長は「歴史的な建物の付加価値をもっと活かす」としている。ツアーの問い合わせは、伏見専用ダイヤル

2013年(平成25年)10月31日 木曜日

酒どころ伏見+茶の聖地宇治

試飲イベントの伏見の茶を進行中

↑ 京都新聞 朝刊 21 面 2013 年 10 月 31 日掲載

それぞれの媒体ではすべて写真付きで掲載されており、視覚的に好印象であった。またモニターツアー申込先まで掲載していただいたため、媒体からの申込者数も多く、アンケートによると13名（34%）が媒体から申し込みされた。

特にシティリビング紙の女性モデルによる取材については、実際にモニターツアー案を事前に体験していただき、感想や風景を掲載していただけたことで、訴求効果が高く、モニターツアーのイメージがしやすく、多くの申し込みにつながったと考える。イメージが伝わりにくい旅行という商品を宣伝する場合は、事前に体験記を掲載することで募集がしやすくなることを再認識できた。

3. 効果指標の設定とその効果

設定指標については伏見観光協会ホームページ閲覧件数とした。旅行先に出かける前にチェックするものとして旅行者の興味の高さを測るためには最良の材料となる。またホームページ閲覧後その情報をもとに旅行者が計画を立てることから、ホームページ内容の充実度合いは旅行者の訪問意欲に大きく関わる重要なものであると認識する。

（開始時：平成25年5月末日時点）
15,571 アクセス（決算時カウンター）

（最新状況：平成26年2月28日時点）
71,386 アクセス（上記日程時点カウンター）



第5章 目利きの派遣

1. 目利きの決定

目利きの決定プロセスにおいては、伏見・宇治・旅行事業者から各1名を選定し、それぞれの知見から意見を求めることとした。広く人脈のある人物でありなおかつ実行力のある人物を選定するため、協議を重ね、下記3名を選定した。

① 伏見プランニングセンター 代表取締役 永山 邦明氏

伏見地区における地域活性に長年寄与され、各関係者との人脈も多く事業を進めるにあたり必要不可欠な人材である。

伏見宇治両地域各関係事業者との連携協力体制構築のアドバイスを期待し選定した。

平成11年 京都市伏見区グランドビジョン策定委員会委員

平成12年 国土交通省近畿地方整備局 三栖閘門維持管理計画懇話会委員

平成13年 京都商工会議所地域活性化推進委員

平成16年 淀川河川事務所伏見出張所河川レンジャー運営会議座長

などを歴任

② 宇治市観光協会 専務理事 多田 重光氏

5年先、10年先の宇治の観光を見据え様々なイベントや企画を実施されている。自身も鵜飼船を操縦するなど観光活性に非常に前衛的な人材である。

宇治市への観光者数を平成20年に500万人超を達成された。

イベント企画や事業推進の方法についてのアドバイスを期待し選定した。

③ JTB 西日本京都支店 営業開発プロデューサー 西槇 優

JTB 西日本京都支店にて営業開発プロデューサーとして地域交流ビジネスを手掛ける。京都府事業、京都市事業などを手掛け、地域コミュニケーションと旅行業との相乗効果を最大限引き出す事業を多数成功させた。

旅行商品化の手法や、商品化に必要なコンテンツ開発においてのアドバイスを期待し選定した。

各地域と旅行造成のそれぞれの立場から活発な意見交換が行われ、モニターツアーのみならずイベントやセミナーにおいても全体を統括する立場で目利きとして活動し、事業推進の要となった。

2. 目利きの派遣

目利きとしての3名においては、観光資源の確認と発掘のため、下見を実施しコース選定の際の要となり活動した。

また、事業推進時において、関係者からの意見を取りまとめ、三方よしの考え方により事業の方向性を導いた。

モニターツアー催行当日は目利きとしてツアーに同行し、参加者の反応やツアーの進行状況を確認し、スムーズに進行するように各関係機関に調整をした。

① 永山 邦明氏

伏見地区の観光資源磨き上げのための具体的指示を行い、全体統括として意見を頂戴した。特に伏見酒造組合との折衝においては、増田徳兵衛氏との連携や、松本酒造との連携に尽力した。また、伏見観光協会と地域事業者との間に立ち、地域事業者への連絡調整を担当した。

地域セミナーにおいては、参加者の募集や事業説明を行った。地域PRイベントにおいてはイベント内容へのアドバイスや試供品提供のための依頼をした。またモニターツアー企画段階においては、日本酒研究者のジェイソン氏をご提案いただき大きく貢献した。

- 7/8 伏見観光協会にて打ち合わせに同席し、地域特性についての助言とモニターツアーの方向性について助言を実施。
- 7/23 中書島、伏見桃山周辺地域の視察に同行し、適宜助言をした。
- 7/29 宇治周辺地域の視察に同行し、モニターツアー造成方法の助言をした。
- 10/17 朝日新聞社による取材を受け、事業とモニターツアーについて発言した。
- 11/9 モニターツアーに同行し、利き酒の際の助言と地域事業者の調整をした。

② 多田 重光氏

宇治地区の観光資源および観光施設や茶業組合に対して働きかけを行った。

地域セミナーには実際参加し、京都文教大学の森教授との連携を行った。また、地域PRイベントにおいては茶業組合からの宇治茶の提供や当日の運営をサポートした。モニターツアーでは、企画構成段階からアドバイスをして、当日は同行しながら、参加者からの声を拾い、よりよい内容となるよう訪問箇所との調整などバックアップを行った。

- 7/10 伏見観光協会と宇治市観光協会の打ち合わせに同席し、モニター企画案や地域資源、開催イベント等についてのアドバイスをした。

- 7/25 モニターツアー、イベントなど全体スケジュールについて打ち合わせを実施。宇治地域での体験プログラムについて助言と調整を実施した。
- 8/26 モニターツアー企画案についての最終調整について助言を実施。
地域 PR イベントの内容についての助言を実施。また参加団体の調整を実施。
- 11/9 モニターツアーに同行し地元との調整を行った。
- 11/10 モニターツアーに同行し地元との調整を行った。

③西槇 優

当事業すべてにおいてアドバイス、関係機関との調整を行ったが、目利きとしての活動で観光プロデューサーとしての知見を発揮した。

特にモニターツアーにおいては、事前の下見や当日の行程管理を行い、滞在時間の長期化と経済効果の増大に寄与するコースづくりのためのアドバイスを積極的に行った。また、他の目利きである永山氏と多田氏とのコミュニケーションを活発に行い、各イベントを実施する際の要となった。

- 6/11 伏見地域の視察を実施。
- 7/10 伏見観光協会と宇治市観光協会の打ち合わせに同席し、モニター企画案や地域資源、開催イベント等についてのアドバイスをした。
- 7/25 モニターツアー、イベントなど全体スケジュールについて打ち合わせを実施。モニターツアー内容の助言を実施した。
- 8/13 宇治地域の視察を実施。

第6章 モニターツアーアンケート

資料編3を参照。

観光庁指定の様式によりモニターツアーアンケートを実施した。

より正確な意見を集約し、忌憚のない意見をいただくため、モニターツアー行程において最終立ち寄り箇所の伏見夢百衆にてアンケートを実施した。

集約結果から、旅行前の期待度と旅行後の訪問意思についての質問についての差が顕著であったため、以下の通り特筆すべきと考える。

旅行パンフレットでは、そのイメージ写真や文字行程表から読み取れる部分は受け取り側により差があり、期待が薄い意見が多くを占めた。しかしながら実際に訪れることにより次回訪問意思が高まる結果を踏まえると、伏見・宇治地域においては、まだまだ魅力的な観光資源、風景があり、来訪意欲を高揚させるものが多く存在することが判明した。旅行前のパンフレットの案内で来訪意欲をいかに高めることができるかで、第一次観光者が増え、再度の来訪につながり、口コミにて新たな観光者を呼び込む流れが確立できると考え、またそのポテンシャルを秘めた地域であることが判明した。

アンケート結果によると、もっと長時間滞在したかったという意見が多く、少し観光として足りないくらいが次回の来訪につながる要素になり得ることも判明した。

当該地域において、その魅力は大型観光施設いわゆるマスツーリズム化されていない知る人ぞ知るニッチな部分が、観光者の知的好奇心と探究心を煽り、来訪意欲につながるのだと分析する。ただし、そのニッチな部分を大切に守り、あらたな価値を創造することで、さまざまな観光者の満足につながる観光地になる可能性を大いに秘めている。

第7章 観光庁と連携して実施する業務

1. ポータルサイトでの情報発信に係る業務

観光庁で開設するポータルサイト「タビカレサイト」においては、ショートムービーの作成やストーリーを作成した。日本茶と日本酒に焦点をあてているが、風景写真や酒蔵のイメージ写真が旅行意欲を掻き立てる一因になっているとの意見も聞くことができた。日本全国で推進されている酒蔵ツーリズムにおいては、京都伏見においてもぜひとも発展させるべきものであり、日本酒ブー

[illegible]

② タビカレ学園祭

2014年2月1日（土）～2月2日（日）東京ビックサイト

タビカレ学園祭においては、当地域にお越しいただける観光者を案内する旅行事業者からの質問や、一般参加者からのさまざまな意見を聞くことができた。特に酒蔵めぐりについてや、十石船・三十石船の運航について、坂本竜馬についての質問が多く、まだまだ紹介できる観光資源があると感じた。

団体旅行者、個人旅行者により紹介できる資源が違い、当地域での過ごし方も全く違う中で、さまざまな旅行形態に対応できる、メニューの開発も必要であると痛感した。モニターツアーのアンケート結果からも判明したが、まずは地域もしくは地域事業者から、旅行者に対して地域資源のメニューを提供して、一度足を運んでいただき、魅力を感じた旅行者が口コミなどで情報を拡散するという流れを作るための商品づくりが必要であると気づいた。

↓ブースでの展開



↓机上での資料配布



第8章 まとめ

当事業全体を通して、地域の方が連携し、共通した認識で観光客を迎える体制が整っていることが魅力ある観光地に不可欠な要素であることが認識された。

ソフト面いわゆるおもてなしの心、ハード面いわゆる磨き上げた観光資源が両立してはじめて魅力的な資源になり得る。

一度訪問していただいた観光客に対して地域の魅力を余すことなく伝えることのできる制度・仕組みが必要である。今回事業では多くの情報を記載した地図の作成と冊子の作成、インターネットコンテンツを作成したが、その内容については、地域に根差した人物からの生の情報が含まれている。

地域に実際に居住する人物からの生の情報こそ、再来訪につながる必要不可欠な要素である。また、その人物を恒常的に派遣できる、もしくはその人物からの情報を恒常的に発信できる地域の基地が必要不可欠である。

例えば、今回のモニターツアーにて案内人として活躍いただいたジェイソン

デイビッド氏や宇治市観光ガイドの加納誠三氏のように観光客の目線に合わせた語りを臨機応変に行うことのできるホスピタリティ精神あふれる人物こそが魅力を伝える最前線にいるべきである。

しかし、魅力を伝える人物が増えたとしても、その機能を最大限に引き出す組織として、またはパフォーマンスを常に最大限にするための教育をする受け皿が必要不可欠である。常に新しく見える地域こそが魅力ある観光地であると再認識することができた。革新を継続していくための機能を持った組織ができ、その組織が直接的、または旅行業者を通じて間接的に旅行者にアプローチすることこそ魅力ある観光地の磨き上げにつながる。

当事業を通して、地域観光資源の商品化について考察する際にはまず上記のような考えをもってあたなければならない。

地域の持つ魅力を、地域住民もしくは地域事業者が誇りに思い、大切に守り、対外的に継続的に発信していく仕組みが重要である。

情報発信基地として、またよろづ相談どころとして機能する組織が新たに結成されることが急務である。特に伏見観光協会においての人員不足を解消するため、観光客が増大することに比例する経済効果が、地域活性につながる仕組みが早急に策定されなくてはならない。また、宇治には存在するボランティアガイドを伏見でも普及させることが必要である。

旅行商品化については、今回のモニターツアー実施で得た結果をもとに考察した。資源が多く存在しており、四季折々の楽しみ方ができる地域であるため商品化を進めていく地域である。しかしながら、特に伏見地域の観光を支える観光協会において人員不足が深刻化しており、観光の受け皿となる組織が結成されない限り、よりよい商品ができない状況である。それを解消すべく、さまざまなツアー企画を行い、効果的な情報発信することで観光客の増加を見込むことができる。

ただし、滞在時間の長期化と高い経済効果を両立するためには、観光客が一定程度地域に滞在する必要があるため、ある程度観光客を地域に留めなければならない。商品化はその問題を解消するものであり、滞在時間を長期化するための手段である。

伏見・宇治地域においての商品化において必要な最低限の要素は、

- ・コース化されておりその全行程に案内役（ガイド）が添乗すること。
- ・大人数ではなく少人数での催行が可能なこと。
- ・日本酒・宇治茶を中心とした体験が盛り込まれていること。
- ・当該商品でしか成し得ない観光資源が盛り込まれていること。

が挙げられる。京都市中心部からのアクセスもしやすく、伏見と宇治の往来もしやすい立地であるため、日帰りでの旅行が可能である。

検討する商品としては、まずは日帰り旅行の商品化を検討するとともに、周辺観光地と連携した、伏見・宇治に長く滞在できる商品の検討を行う。気軽に参加できる上に、京都への観光リピーターへの新たな動機づけとしての伏見・宇治地域の商品を開発し、地域の魅力を新しい観光客層をターゲットとしたい。

【資料編】

京都

葬祭センター
公益社
本社/烏丸三条 221-4000
www.koekisha-kyoto.com

京都総局
〒604-8101
中京区御池通
柳馬場角
☎ 075(211)3351
fax (211)8339
mail:kyoto@asahi.com

学研都市支局
☎ 0774(63)3888
fax (63)3850
舞鶴支局
☎ 0773(76)5555
fax (76)9051

購読のお申し込み
配達お問い合わせ
0120-33-0843
(7:00~21:00)

購読・配達のご用は
075(223)1015
(10:00~17:00
=土・日・祝除く)

広告のご用は
075(254)8211
折り込みは
075(602)8451

茶 酒

の湯 昼の極上品

夕方一献 17歳の

屋は宇治でお茶を楽しむ、夕方は伏見で日本酒を味わう。宇治川をはさんだ宇治・伏見の観光協会がこんなツアーを立ち上げる。全国有数の味を武器に、東山や嵐山の陰に隠れがちな府南部の観光を京都旅行の主役に押し上げようと意気込む。

第1陣として、11月9、10の2日間、女性向けのモニターツアーを企画した。午前中は宇治市で世界遺産の宇治上神社などを回り、宇治茶の老舗で抹茶づくりを体験して極上品を一服。抹茶スイーツの食べ歩きもできる。昼食後は伏見区。十石船で運河をめぐり、酒蔵で女性杜氏の酒造りの説

来月9・10日 第1陣は女性向け

明を聞いた後伏見17歳の酒を味わう。NHKドラマ「龍馬伝」の放映時には伏見を訪れる観光客に宇治行きを勧めるなど、これまでも協力関係はあったが、ツアーを売り出すのは初めてだという。伏見観光協会の永山恵一郎専務理事は「伏見も宇治も京都駅から電車ですぐ。『京都であと1日』というときの日帰りコースとして定着させたい」と話す。

モニターツアーは6800円で両日とも20人。11月5日までにJTB西日本京都支店同ツアー専用番号(075・365・7778)に申し込む。

(機員秀俊)

宇治茶の老舗で抹茶づくり体験ができる
宇治市の三屋園上林三入本店提供



酒

宇治・伏見観光協ツアー企画



長唄「賤機帯(しずはたおび)」を演じる芸妓ら=先斗町歌舞練場

を長年務めるもみ鶴さんは「100回からまた初めに戻るつもりでしっかりと芸を積み重ねていきたい」と話す。

24、27日、いずれも午後4時から。指定席7千円、自由席3千円。指定席は初日と2日目が売り切れ。問い合わせは先斗町歌舞会(075・221・2025)へ。

(久保智祥)

くり協議会が来月、早咲きの桜の苗を植樹する。合わせてイベントも開き、植樹を盛り上げる。

植樹する苗は河津桜という早咲きで有名な品種。原木がある静岡県河津町では、例年2月中旬下旬に約8千本が開花し、桜まつりには100万人もの花見客が訪れるという。

区)で、3月中旬ごろだという。井手町は早咲きの桜を町内に根付かせることで、玉川堤や地蔵院といった桜の名所と合わせ、桜の町をPRするねらいだ。

河津町の業者から苗木約70本を調達し、町民らが交流施設や公園の周辺などに植樹するという。植樹式は11月24日正午、井手町井手

酒どころ伏見+茶の聖地宇治

豊かな水が縁 観光PRタッグ

京都市伏見区と宇治市の観光協会が共同で観光PRを始めた。それぞれの特産の酒と宇治茶の試飲イベントを開いたり、日帰りのツアーを企画し、担当者は「地域のフ

隣り合う両地域の観光協会が今年、宇治市観光協会に連

はこれまで、単発で合同イベントを実施することになった

が、本格的にツアーを組むの

は初めて。豊かな水を使った

飲み物が名産という共通点を

生かし、広域的な観光ルート

をつくること、伏見観光協会

する。

11月9、10日に成人女性限

定のミニツアーを旅行会

社と企画。京阪電車で移動し

て、宇治茶専門店に茶のいれ

方を学んだり、利き酒を体験

する。

9、10日 共同でツアー



試飲イベントで伏見の酒を運搬人に
振る舞う観光協会の関係者(大阪市、
天王寺公園と大阪府)

わだかま 相棒

墨を含んだ穂先がしな
やかに曲がる。その形が
すっ、と細くなったか
思つて、次の瞬間にはふ
わっ、と膨らんだ。京田

辺市真内にて書道教室を開

た筆が茶の香りに使ひや
つても、中国の羊の毛を使
い、型崩れを防ぐために

中 乾かしてからもう一度洗
い、型崩れを防ぐために

すい、という。

100本超 全て「一生もん」

使用するが、おぼろのこ
に、市のお蔵
や社寺にかる
馬額、幼稚園の
地域に残るま
字をつつてき
き上げたもので
心を和ませて、
だいてあげた

書道教授の筆 (京田辺市)

つくる実行委員会が主
エイト保津川」などで

を呼ぶわけである。

てもらつて、わけにはい

は「歴史的な結び付きを知

川も大変な被害に遭つ

況に。主催者は「保津

人の半分も減らない状

時途絶え、定員300

それだとして応募が一

台風18号の被害が報道

なみが伸び悩んでい

12月1日、保津川左

「第2回」がわちゃ

活動の資金となる仕組

みで、今年3月に第1回

回を開き、府内外の3

59人が参加した。

実行委によると、30

329人が参加した

第1回「わちゃ

エイト保津川」など

「第1回」がわちゃ

活動の資金となる仕組

みで、今年3月に第1回

回を開き、府内外の3

59人が参加した。

実行委によると、30

329人が参加した

第1回「わちゃ

エイト保津川」など

「第1回」がわちゃ

活動の資金となる仕組

みで、今年3月に第1回

回を開き、府内外の3

59人が参加した。

実行委によると、30

329人が参加した

第1回「わちゃ

エイト保津川」など

「第1回」がわちゃ

活動の資金となる仕組

みで、今年3月に第1回

回を開き、府内外の3

59人が参加した。

実行委によると、30

329人が参加した

第1回「わちゃ

資料編 3

『女子カアッ！お茶とお酒をたしなむ“Betsu-Bara”の一日』 モニターツアーアンケート集計結果

- ◆実施日：11月9日(土)・10日(日)
- ◆回答数：38件（ツアー参加者全員記入）
- ◆実施方法：ツアー終了時にアンケート用紙配布し記入

Q1. 今回ご参加頂いた『女子カアッ！お茶とお酒をたしなむ“Betsu-Bara”の一日』ツアー内容のうち、あなたがツアー前に魅力を感じたことを全てお知らせ下さい。（〇はいくつでも）

ツアー内容	魅力と感 じた数	シェア
1 宇治上神社	18	14%
2 三星園上林三入本店	25	20%
3 鳥せい本店	20	16%
4 キザクラカッパカントリー	8	6%
5 松本酒造	30	23%
6 月桂冠酒香房	11	9%
7 伏見夢百衆	11	9%
8 その他	5	4%
	128	100%

その他の意見

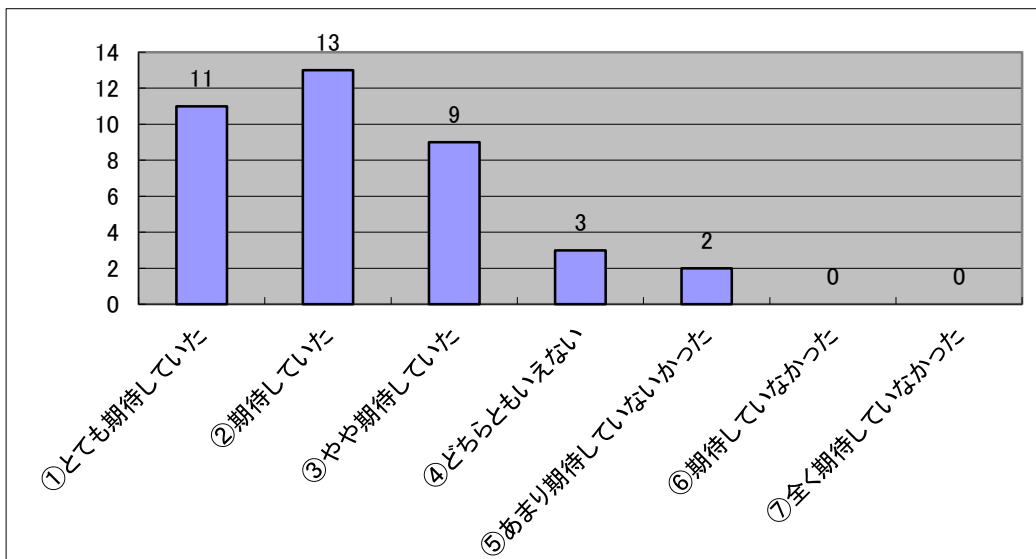
- ・十石舟
- ・ジェイソンさんなど地域の方のお話し
- ・Betsu-Baraチケット
- ・食べ歩き
- ・女性どうしの会話

コメント

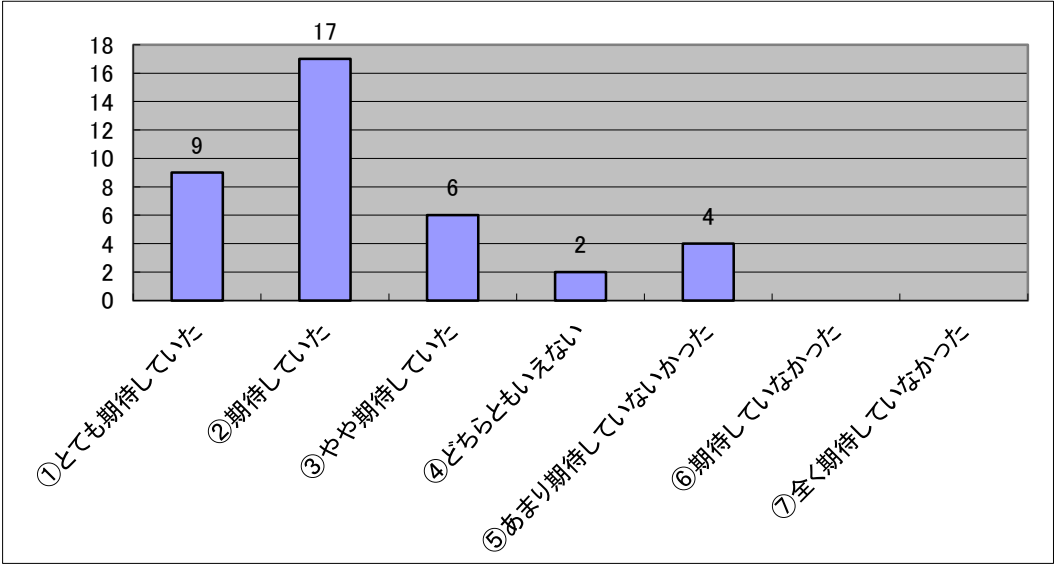
今回のツアーの主要訪問地のシェアが高くなっている。ただし施設自体の魅力を適切に評価された訳ではなく、パンフレット上で訴求を高めた訪問箇所の値が高くなっているのはある意味当然のことだと考える。

Q2. 今回のツアーを申し込まれた際に、あなたはツアーに対してどの程度期待されていましたか。項目別にお知らせください。（それぞれ〇は1つ）

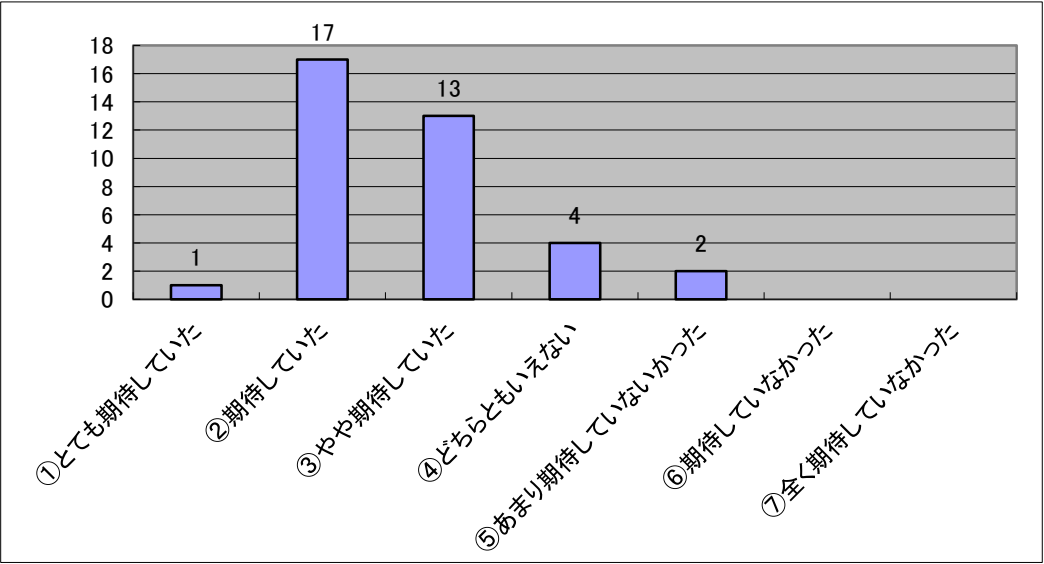
(1)旅行先（伏見・宇治）



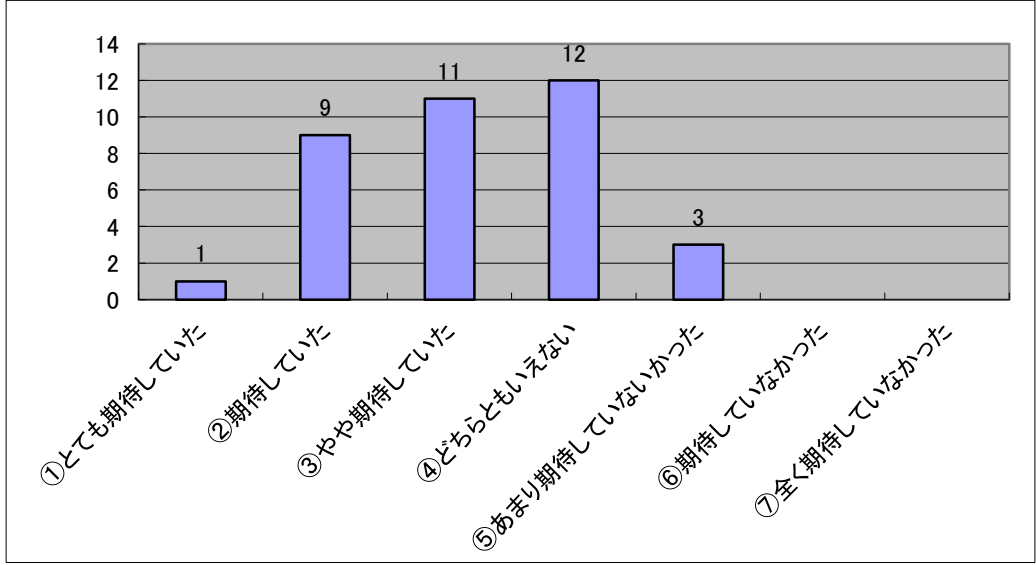
(2)体験内容（三星園上林三入本店）



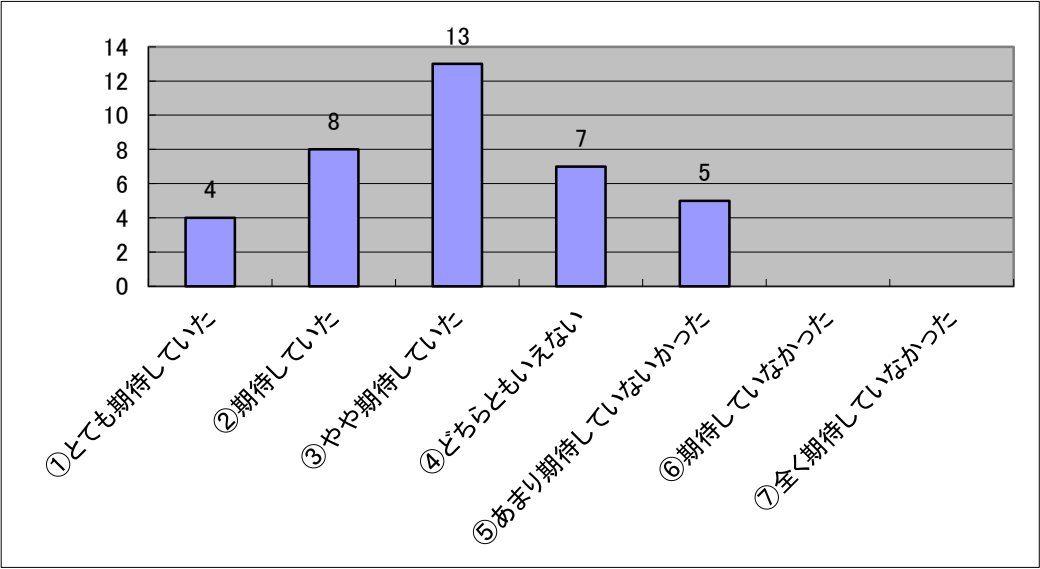
(3)ツアーのメニュー構成



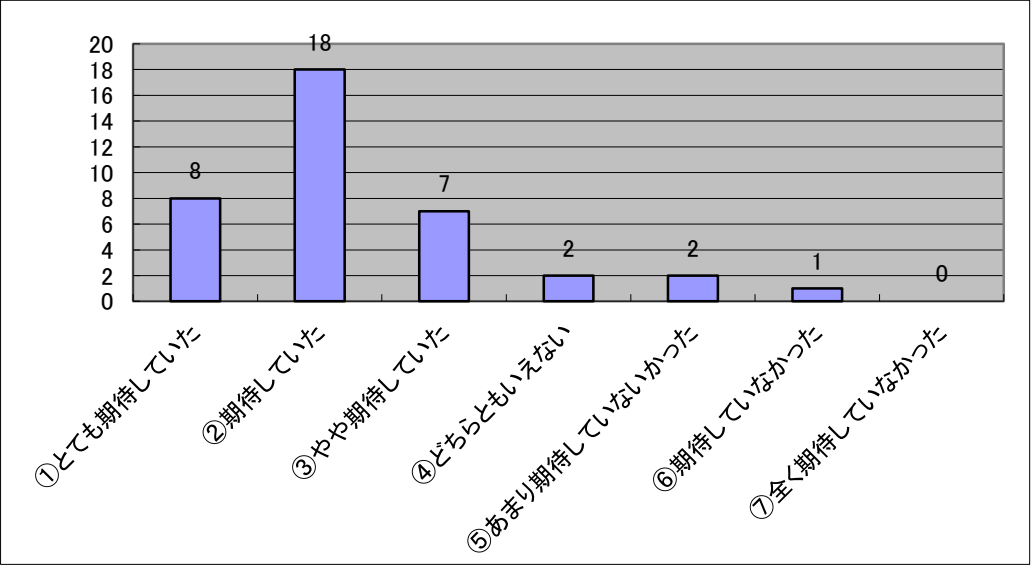
(4)ツアーの行程（タイムスケジュール）



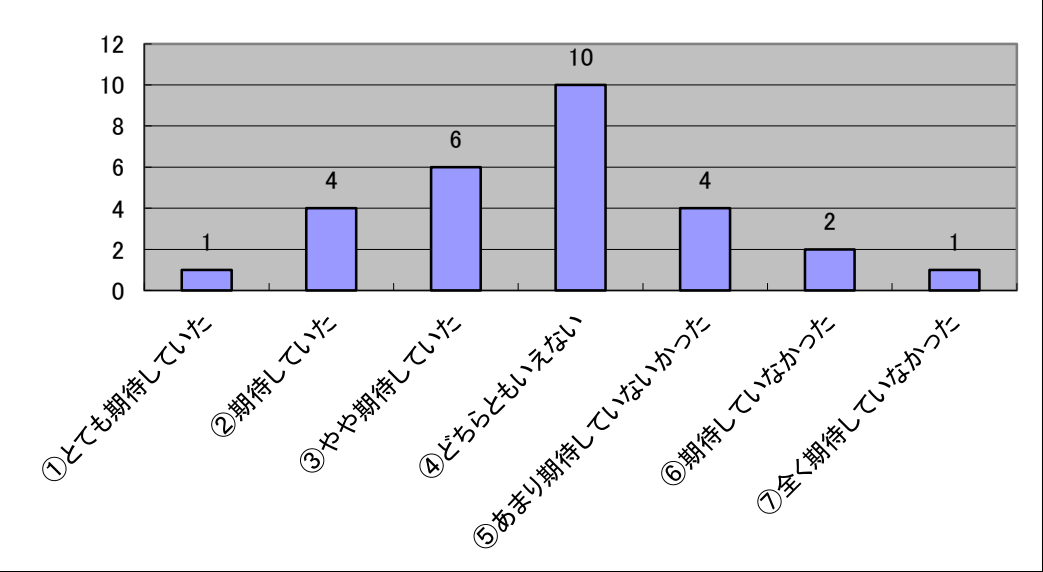
(5) ツアーガイドの知識



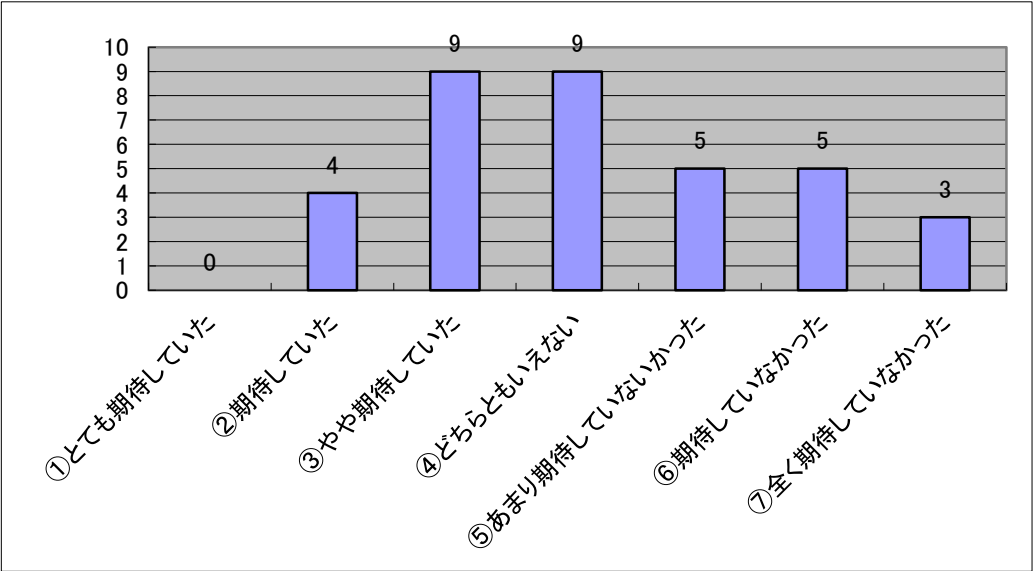
(7) 食事（鳥せい本店）



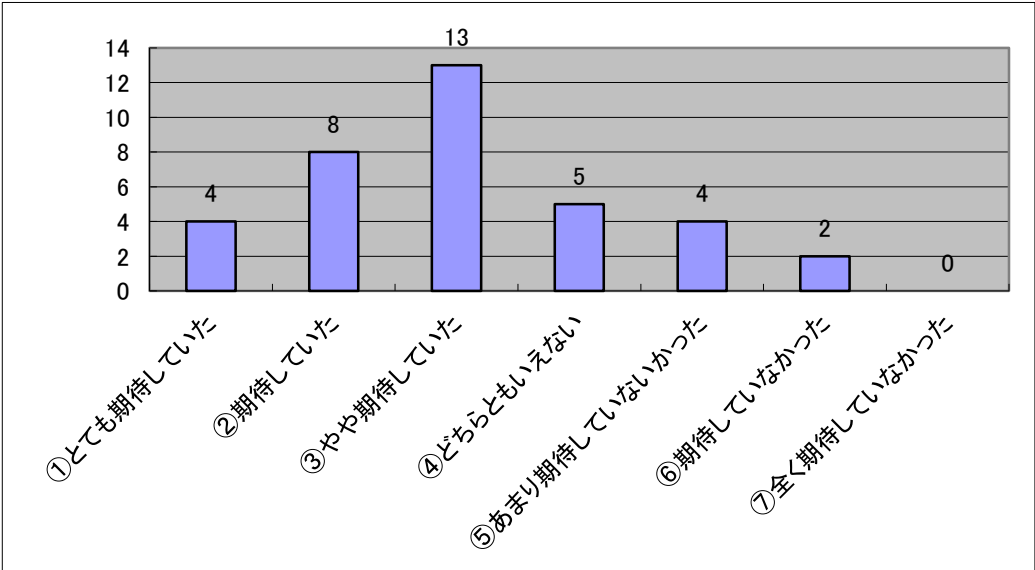
(9) ツアー以外での旅行先での滞在



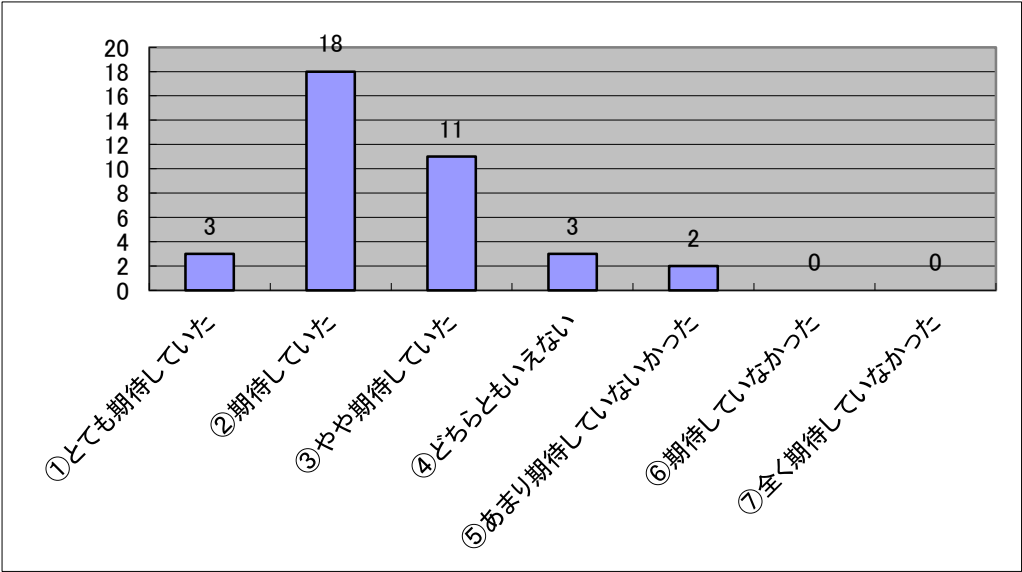
(10) 地域の人々との交流



(11) コストパフォーマンス



(12) 総合的に見て



Q3. あなたは、当ツアー情報をどこでお知りになりましたか？（〇はいくつでも）

項目	選択数
1. タピカレサイト	0
2. 旅行会社のウェブサイト	0
3. 官公庁のウェブサイト	0
4. ウェブ広告（バナーなど）	0
5. その他の機関・団体のウェブサイト	0
6. テレビやラジオ（広告や番組）	0
7. 新聞（広告や記事）	2
8. 雑誌やフリーペーパー（広告や記事）	11
9. 旅行会社の店頭（店員・ポスター）	0
10. チラシやポスター、パンフレット	1
11. アウトドア・スポーツ店など	0
12. 友人や知人からの口コミ・誘い	5
13. 職場・学校など	10
14. 家族・友人・知人など	9
15. その他	1

その他1名はグランフロントでのイベント

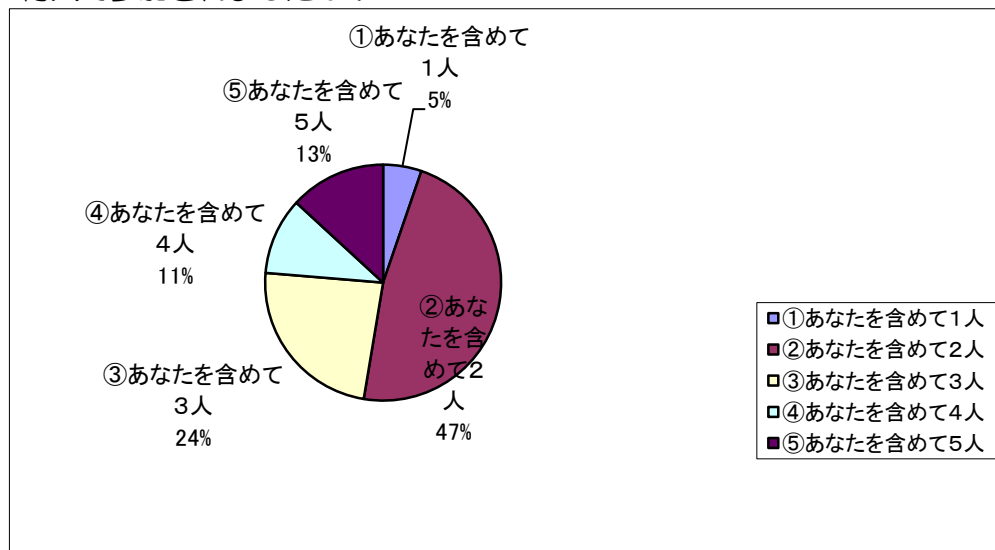
Q4. 今回のツアーの参加にあたり、事前の情報は十分なものでしたか。（〇は1つ）

項目	選択数
1. 十分だった	30
2. さらに知りたい情報があった	5

2. の具体的な内容

- ・十石舟に乗船できること
- ・酒蔵がもう少し見たかった
- ・靴の履き脱ぎが多いこと

Q5. 何人で参加されましたか？



Q6. 今回のツアーはどなたと参加しましたか。あなたから見た属性をお知らせください。（〇はいくつでも）

項目	選択数
1. 一人で参加	2
2. 友人・知人	13
3. 夫・妻	
4. 中学生以下の子供	
5. 高校生・大学生の子供	0
6. 社会人の子供	2
7. 親	3
8. 祖父母	0
9. 職場の同僚・関係者	17
10. その他	5

その他の回答

- ・親族 3名
- ・姉 1名
- ・妹 1名

SQ1. 「社会人の子供」とご旅行された方にお伺いします。
 今回の旅行費用はどなたがお支払いになりましたか。(〇は1つ)

項目	選択数
1. 社会人の子供	0
2. あなたご自身	2
3. その他	0

Q7. あなたは、年間に何回くらい国内旅行をされていますか。日帰り旅行、宿泊旅行別に回数をお知らせください。また、去年のトータルに宿泊数をお知らせください。

【日帰り旅行】

項目	選択数
1回	8
1回～2回	3
2回	2
2回～3回	2
3回	2
4回	2
5回	8
6回	1
8回	1
10回	3
20回	2
無回答	4

平均回答回数・・・4,7回

【宿泊旅行】

項目	選択数
0回	2
1回	5
1回～2回	2
2回	5
2回～3回	2
3回	5
3回～4回	1
4回	3
4回～5回	1
5回	3
6回	2
7回	1
10回	2
無回答	4

平均回答回数・・・3,3回

【去年の宿泊数計】

項目	選択数
0泊	3
1泊	6
2泊	4
3泊	4
4泊	3
5泊	1
6泊	2
7泊	2
9泊	1
10泊	2
15泊	2
20泊	1
無回答	7

平均回答回数・・・4,8回

Q8. 国内旅行では年間いくらくらい使われていますか。
 あなた個人でのおおよその金額をお知らせください。

項目	選択数
1万円	3
1～2万円	1
2万円	2
2～3万円	3
5万円	7
5～6万円	1
6万円	1
8万円	1
10万円	5
15万円	6
20万円	6
30万円	1
無回答	1

平均使用金額・・・9,7万円

Q9. 以下に挙げる地域の観光等のプログラム・ツアーの内、あなたがこれまでに参加したことのあるものを全てお知らせください。

SQ1 また、今後参加してみたいと思われるプログラム・ツアーを全てお知らせください。

項目	Q9参加 したこと のあるも の	SQ1 今後参加 したいと 思うもの
(1) サイクリング・マラソン・トライアスロンなど地域の自然、 気候を活かしたスポーツ参加を目的としたプログラム	6	6
(2) 趣味のスポーツに縁のある地域や気候の合った地域での 合宿プログラム	1	4
(3) 自然のフィールドでのトレッキング・登山などのガイドツアー	5	10
(4) 自然の中での様々な体験を通して、自然を学ぶプログラム	5	10
(5) 地域の歴史をテーマに縁の史跡などを巡るプログラム	7	16
(6) 地域の伝統的文化をまち歩きなどを通して学ぶプログラム	7	15
(7) 地域の伝統工芸等をガイドや職人などの説明を聞いたり 体験しながら学ぶプログラム	8	13
(8) ワイナリーの訪問と地域の食などを楽しむプログラム	6	21
(9) 日本酒の酒蔵訪問と地域の食などを楽しむプログラム	12	13
(10) 地域の食材を楽しむプログラム	5	18
(11) 地域の伝統料理を楽しむプログラム	4	21
(12) 地域の豊かな自然環境等を利用して心と身体の癒し、美容 や健康増進を目的としたプログラム	8	13
(13) 豊かな自然環境の中でゆったりと過ごすリゾートプログラム	3	14
(14) プチ湯治など温泉での癒し・健康増進などを目的とした プログラム	11	15
(15) ローカル線など鉄道そのものを楽しむためのプログラム	1	7
(16) カメラでの撮影を目的としたまち歩き等のプログラム	2	5
(17) 地域での文化・イベント等の企画と地域での観光を組み合わ せたプログラム	1	9
(18) 農林漁村や田舎での生活体験プログラム	4	6
(19) 映画やドラマのロケ地、アニメのモデルとなったスポット を巡るプログラム	2	8
(20) 環境学習を目的とした体験プログラム	3	1
(21) 地域産業の見学やビジネス・学術交流などを目的とした プログラム	3	3
(22) 地域再生や活性化を目的としたボランティアプログラム	3	3

Q10. 当ツアーの内容で、満足された・良かったと思うものを全てお知らせください。
(〇はいくつでも)

ツアー内容	満足され た数	シェア
1 宇治上神社	21	13%
2 三星園上林三入本店	28	18%
3 鳥せい本店	22	14%
4 キザクラカッパカントリー	12	8%
5 松本酒造	30	19%
6 月桂冠酒香房	15	9%
7 伏見夢百衆	27	17%
8 その他	4	3%
	159	100%

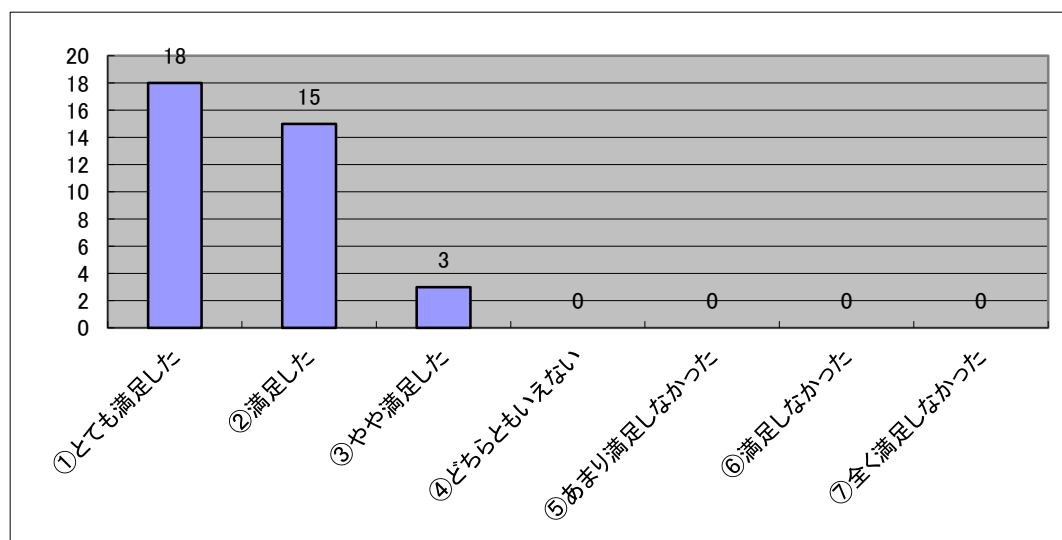
その他の意見

- ・食べ歩き ・ジェysonさん、招徳さんの話し
- ・松本さん、ジェysonさんの話し ・ボランティアガイドの説明

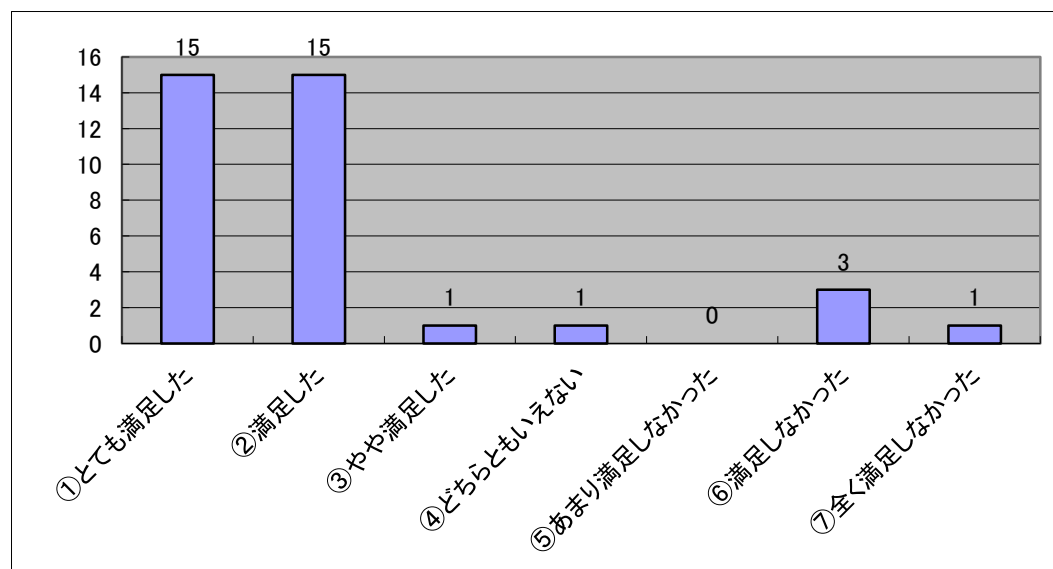
Q11. 当ツアーに参加されて、どの程度満足されましたか。項目別にお知らせください。

(それぞれ〇は1つ)

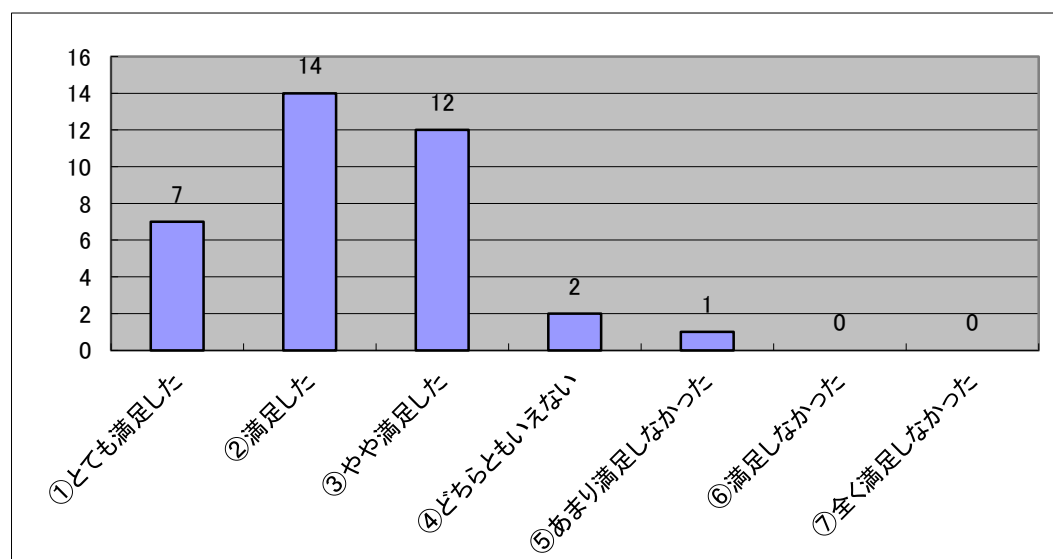
(1)旅行先（伏見・宇治）



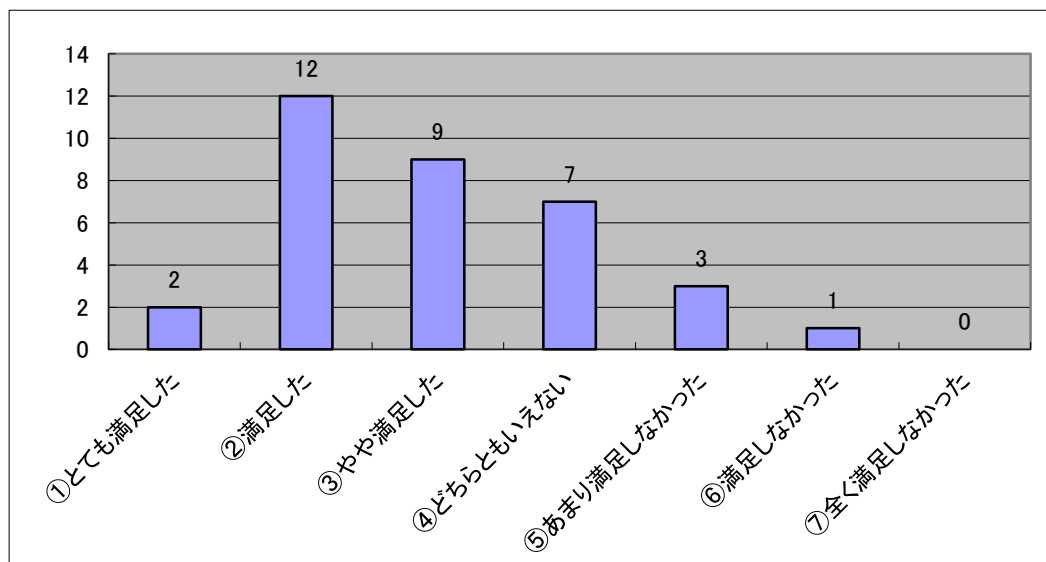
(2)体験内容（三星園上林三入本店）



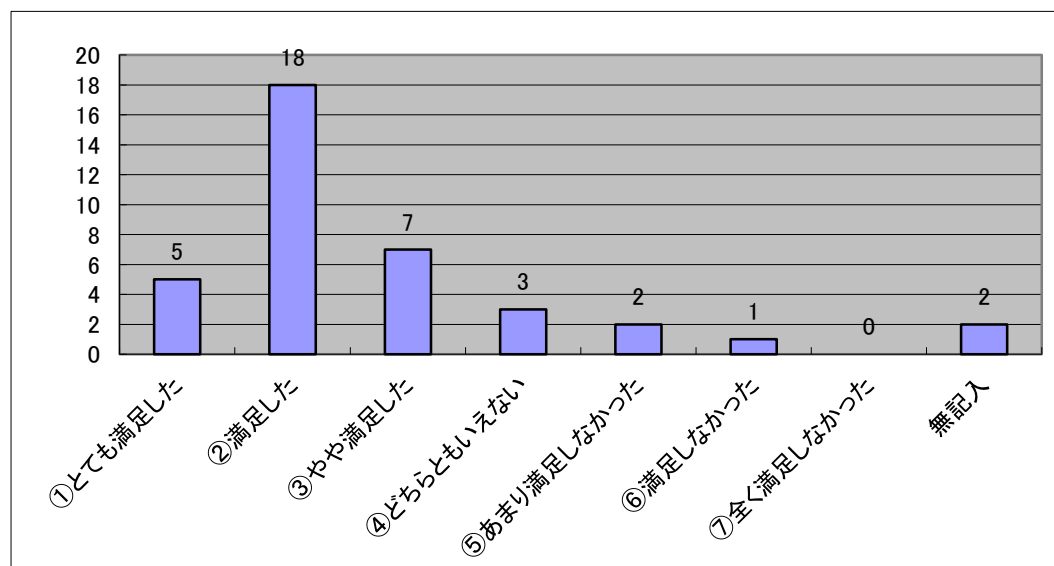
(3)ツアーのメニュー構成



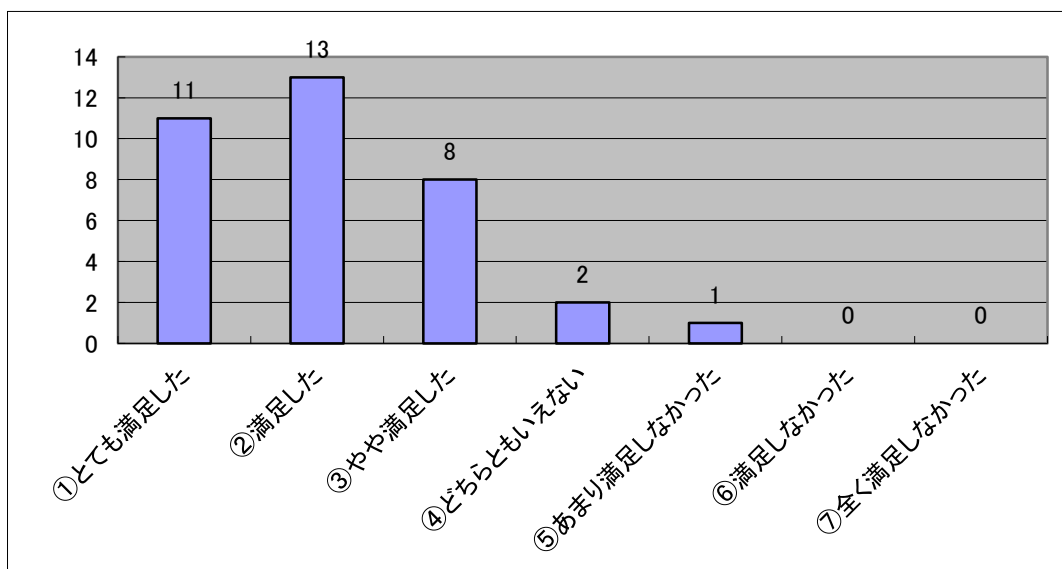
(4) ツアーの行程（タイムスケジュール）



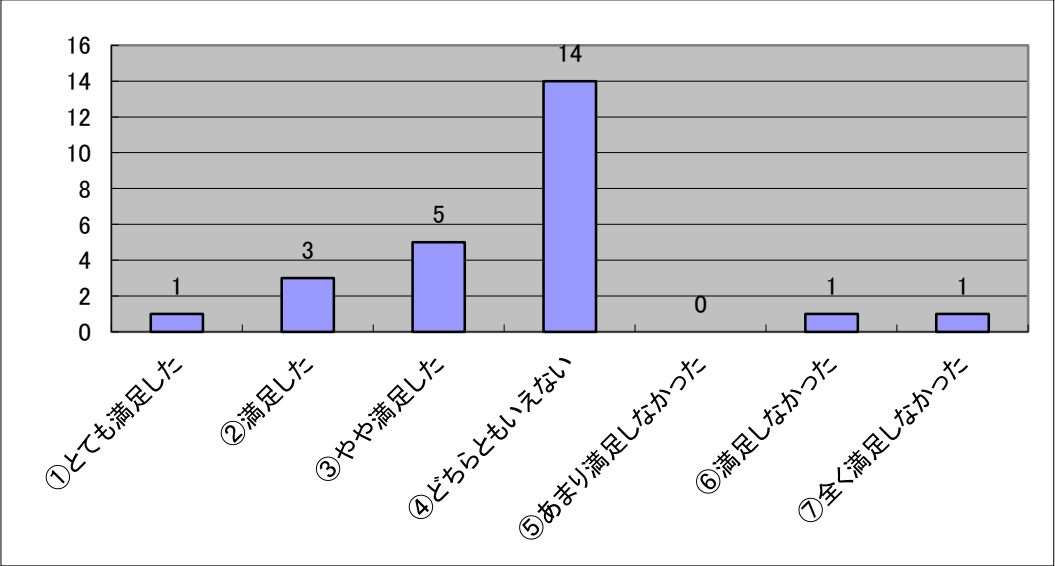
(5) ツアーガイドの知識



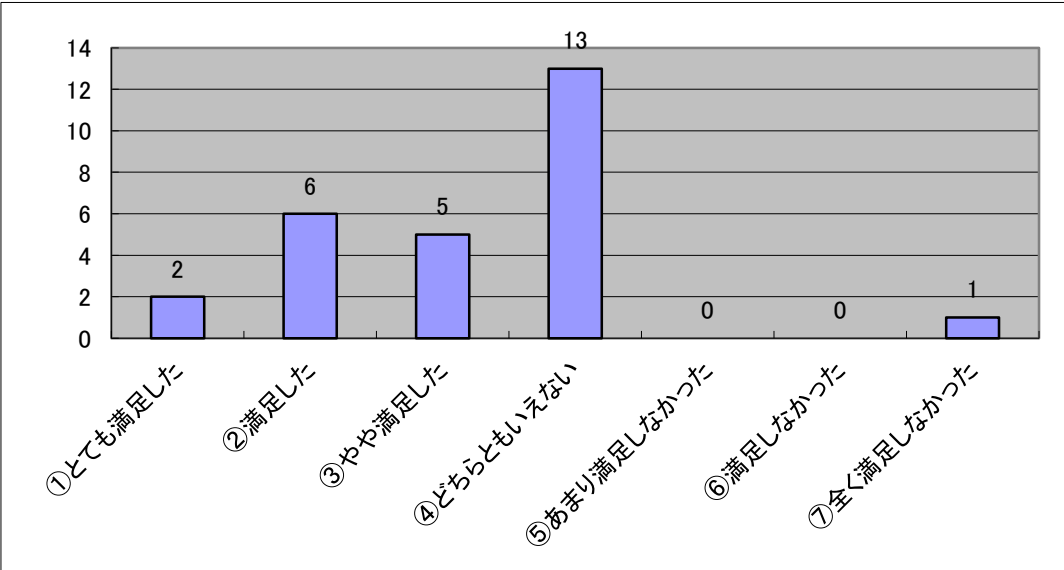
(7) 食事（鳥せい本店）



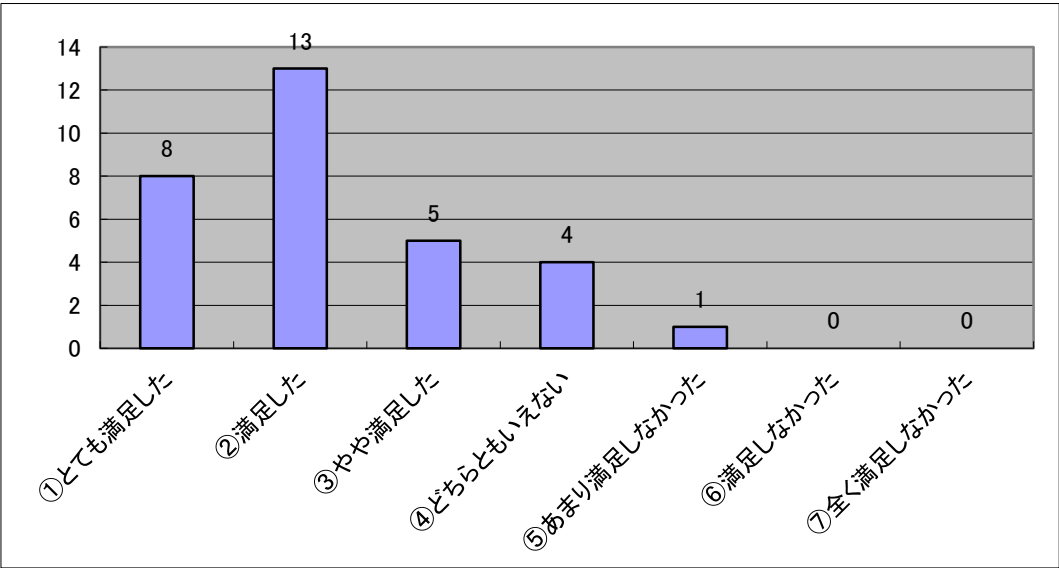
(9) ツアー以外での旅行先での滞在



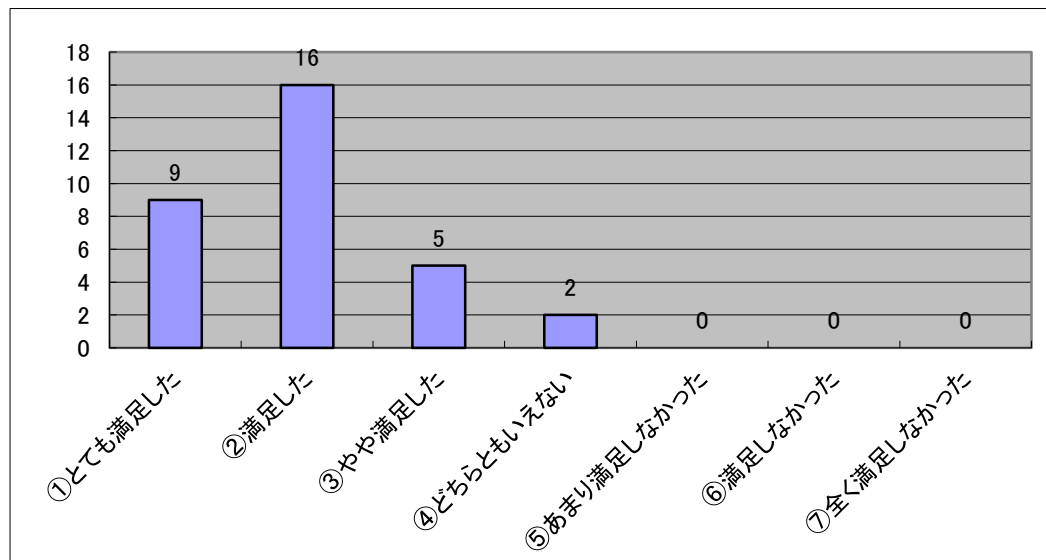
(10) 地域の人々との交流



(11) コストパフォーマンス



(1 2)総合的に見て



Q12. 当ツアーで満足しなかった点を次の内から全てお知らせください。（〇はいくつでも）

項目	選択数
1. 現地までのアクセスが不便	9
2. 体験内容がイメージと違った	4
3. 体験内容が物足りない	4
4. ツアー全体の構成が良くない	0
5. メニューが少ない	0
6. スケジュールがタイト	9
7. 移動距離が長い	6
8. オプションが少ない	1
9. 好みのオプションがない	1
10. スタッフやガイドの接客態度が良くない	0
11. ガイドの案内・説明が不十分	3
12. ガイドの案内・説明が分かりにくい	9
13. 食事の内容	2
14. 宿泊施設の設備・サービス	0
15. 周辺地域へのアクセスが不便	0
16. 周辺地域で楽しめる所が少ない	1
17. 周辺地域でのホスピタリティ	0
18. ツアー代金が割高	2
19. 事前のツアー情報が不十分	2
20. 周辺地域の情報が少ない	3
21. その他	9

※その他の意見

- ・宇治にまつわる歴史の知識
- ・スイーツも楽しめたかった
- ・宇治のガイドの説明内容はあまり分からない、魅力的でなかった、少し残念
- ・天候
- ・各ポイントでもっとゆっくり見たり体験したかった
- ・お昼の内容はあてが多い割りに、お酒が足りない。飲みたい人は頼めるように、プラス時間・ゆとりが欲しい。商店街など歩く時間が遅い。少し無駄な時間が多い。
- ・盛りだくさんで楽しかったけど疲れた
- ・予定より時間がおした
- ・トイレ休憩など、女性が多い為、休憩あったほうが良い

Q13. その他当ツアー内容に対するご意見・改善が必要と思われる点等がございましたら
どのようなことでも結構ですのでお知らせ下さい。

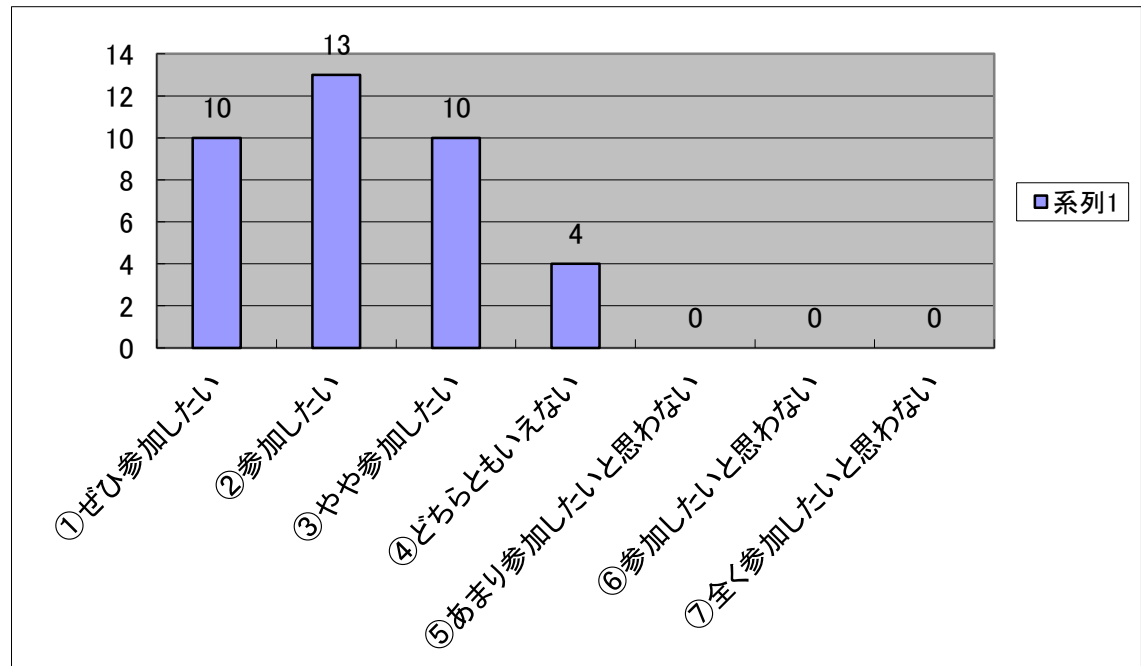
【9日の意見】

- ・時間が少しタイトなので、一部減らしても良いかなと思った
- ・商店街の部分は少し省いても良いと思う
- ・ただ歩き道なので、酒蔵を1つにしても良いと思う
- ・利き酒できるのはすごく楽しい
- ・お土産と（別バラ）とお酒の量にはかなり満足した
- ・新しいお酒の事を知れてたのしかった
- ・歩く速度が遅い割りに移動距離が長い
- ・ボランティアさんの知識と私達の差が大きい、特に宇治のところ
- ・宇治上神社で10分でもいいので自由散策時間が欲しかった（お参りしたかった）
- ・お抹茶体験の方からの説明が好ましく感じなかった
- ・伏見夢百衆でゆっくりお酒を楽しみたい（せっかくお酒がゆっくり楽しめるので）
- ・ガイドの方が皆さんとても良かったです
- ・集合が早かった。集合を遅くして（昼すぎ）、夕食を鳥せいにし、鳥せい解散が良いと思う。
- ・お茶試飲はパンフレットのイメージと違った。（茶室に入って本格的にやるといった）
茶の作法のリーフレットが何か欲しかった
- ・松本神社（でしたっけ？）にも行きたかった 地域の神社に挨拶したかった
- ・時間に余裕がなかった もっとゆっくり見学や買物がしたい
- ・イヤホンをつけて説明を聞けるのはよかった
- ・とても充実した内容であり、素晴らしかった
- ・エコバック（買い物のふくろ）が欲しかった
- ・宇治ツアーが早い（源氏物語ミュージアム、平等院もいきたい）
- ・移動時間や各場所での自由時間に余裕があまりなかったです
でも色々たくさん体験することができたので、良かったです
- ・イヤホンガイドが良かった 説明をちゃんと聞けると満足度高くなります
- ・時間が長いので、半日ぐらいで参加できるようにしてほしい
- ・地元を愛する方々のご案内なので、空気感を感じられ、ガイドブックや個人での
散策では味わえない地元愛を感じられた
- ・参加したら内容（お土産）盛りだくさんののに、上手くパンフレットに表されていない気がする
- ・外人さんが好きそうな内容だと感じました
- ・よく練られたツアーで大満足です。お土産もたくさんいただきましたので、簡易なおしゃれな
バックをいただければエクセレントです（透明の袋は良かったです、少し持ちにくい）
- ・1つ1つの各所でのおみやげ等は良かった
- ・お酒の飲めない人にも、他にすすめる事も必要だと思います。
例えば、アイスクリーム等が良いと思います。
- ・三星園のお茶師の方のお話の内容が不愉快でした。まるで自分がツアーのお客として参加
しているのではないような印象を受けた
- ・利き酒はどのお酒も美味しく頂いたので、お酒は弱いがつい飲みすぎてしまった
『抱腹絶倒』とても美味しかったです
- ・タイムスケジュールの見直し
- ・ざっくりで良いので、事前に地図でまわるルートを教えて欲しい
- ・説明時間をもう少し分けて欲しい 一気に説明は聞くのがしんどい
- ・お茶の方の説明が不愉快でした
- ・おみやげがたくさんでうれしいけど、手さげ袋を用意してなかったら、カバンがぱんぱん
- ・お茶とお酒で分けているなら、もっとはっきり十分な時間がほしい
- ・とても楽しかったですが、ものたりなさを感じる でもそこが、また行きたいと
思わせるので丁度いいのかも
- ・ガイド付きでとても楽しかったです
- ・お茶・お酒と共に良かったのですが、1日でまわると時間が足りないと思います
せっかくの宇治なので、もう少しゆっくりガイドの方の話をききたかったですし、
散策もしたかったですし、夢百衆で色々なお酒が飲めると聞きましたが、時間に追われて
飲めなかったです。ラストはやはり1時間は取って頂きたかったです
あわてて食べて飲んだ感が・・・
- ・内容は非常に良かったが、お酒をメインに扱うのであれば、もう少しどちらかに内容を
かためたほうがいいのでは（全くの初心者、かなり深い知識がある人）

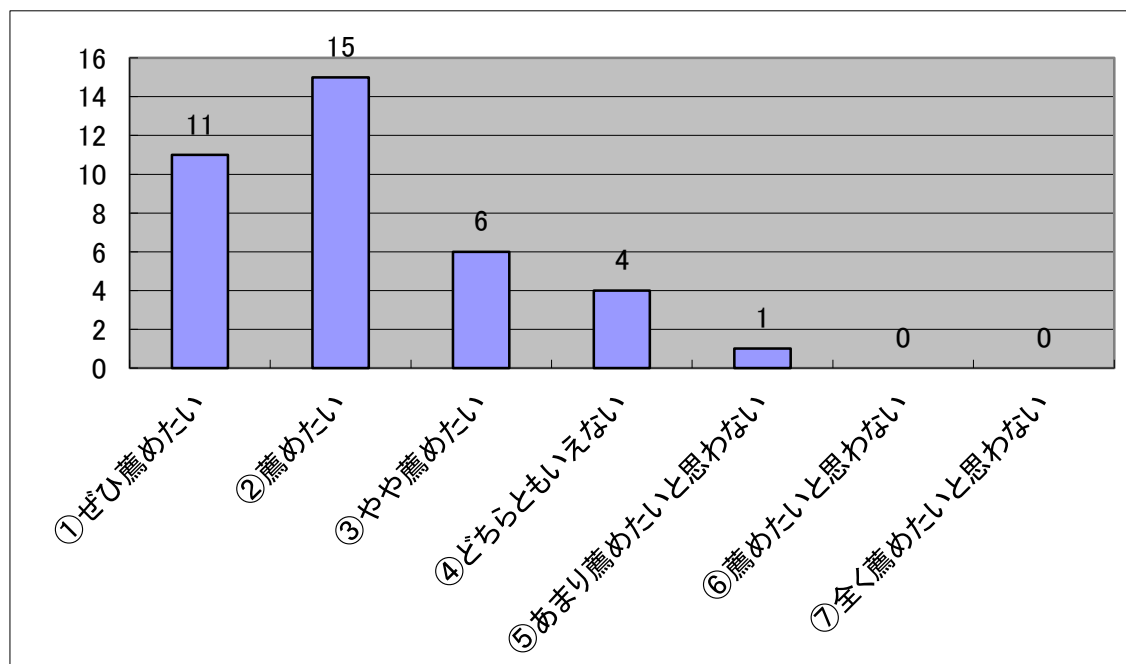
【10日の意見】

- ・今迄参加したツアーと一味違ったツアーでとても参考になりました。有難うございました。
- ・良いものを作って行こうと言う心が良いものになるのだなあと感じました
- ・充実した内容で、伏見在住の私も、わき水の場所や、行ったことのない場所に行けるのでおもしろかった。
- ・ナビゲーターの方か施設の方に、通ったことはある場所、知っているつもりでもいわれ等、詳しいことを知らなかったような事を教えてもらって充実した時間でした。
- ・友人に宇治と伏見だけで6,800円？と言われたので、行ったら充実したもりだくさんの内容だと感じたので、それをチラシやWEBで表現されたら、むしろ安く感じると思う。
- ・このプランはそこそこ若い方向けかと思います。なのでわりとみんな時間どおりに動けて良かったと思う。あまり高齢の方がおられるとつらい内容かと。
- ・私はバスでつれまわされるより、自分で体験して楽しめました。
- ・私の体調が少しわるかったので、1つぐらい訪問地を減らしても良かったかも。
- ・事前のツアー内容が不十分だと思う。もっと宇治の散策内容や酒蔵めぐりの魅力をパンフレットでアピールしたほうが良いと思う
- ・ガイドさんの説明が分かりにくい
- ・抹茶ひき体験と、上林さんの話が含蓄があり面白かった。また宇治に行きます。語り部の方もわかりやすかったです。
- ・伏見の利き酒体験と、松本酒造さんの迎賓館でのお話が印象に残りました。
- ・今日のツアーで日本酒の良さや面白さが体験できて良かったです！
- ・前半、宇治のガイドさんはボランティアということもありますが、説明がよくわからない点が多かったです。（聞き取りにくい・内容も伝わりにくいなど）
- ・たくさんの内容を伝えてあげようという気持ちは分かりますが・・・（やはりお金を払っている以上、満足できる内容であって欲しいと敢えて書かせていただきました）
- ・たいへん楽しいツアーでした。雨もまた風情があって良かったです。
- ・雨天時の対応を考えてくれたらうれしい
- ・お茶・利き酒プラス、スイーツも楽しめたら良かった。
- ・お昼ごはんは美味しかったのですが、秋冬はブーツの人も多いので、靴をぬがずに入れるところがよいかもです。
- ・betsu-baraチケットを失くしてしまったら・・・と心配でした。
- ・これからの季節柄ブーツの方が増えると思うので、出きるだけ靴をぬがなくて良い方がいいと思う。
- ・宇治の自由行動時間が少なかった。
- ・宇治のボランティアのガイドさんの説明がわからない。

Q14. あなたは、当ツアーについて、また参加されたいと思いますか？（〇は1つ）



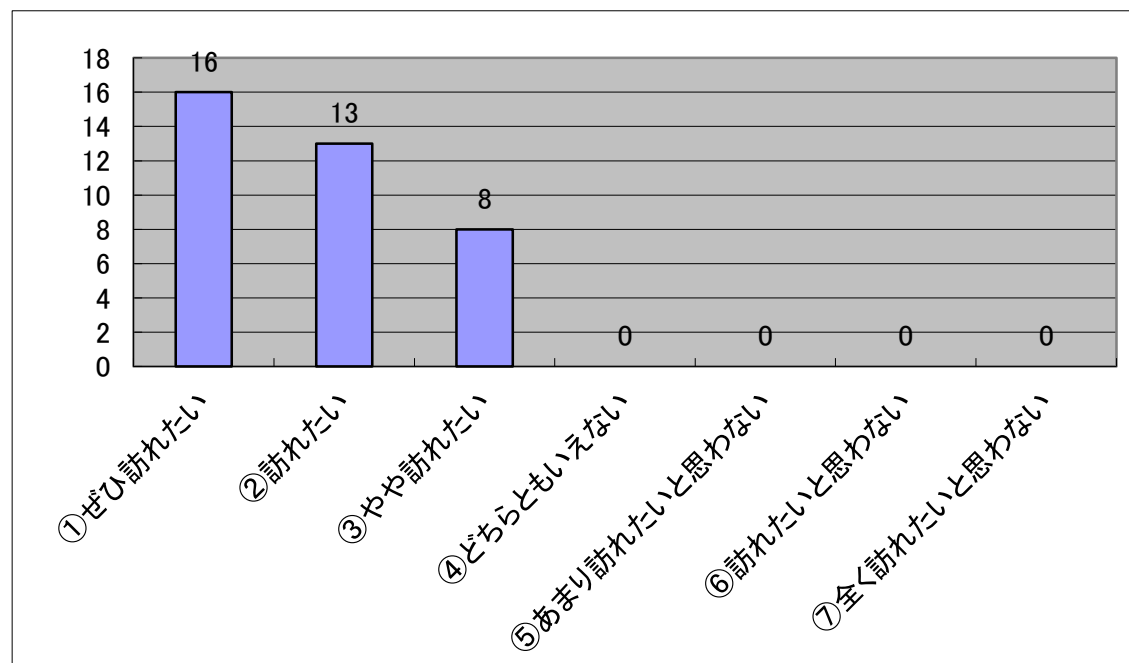
Q15. あなたは、今回のツアーについて、友人・知人などに薦めたいと思いますか？（〇は1つ）



SQ1. 友人・知人などに薦めたいと回答された方にお伺いします。
あなたは、当ツアー内容のどのような点を伝えたいと思いますか。
どのようなことでもけっこうですので具体的にお知らせください。

伝えたい点	同意見
・抹茶体験	8
・お茶の知識を学べる	4
・本物の宇治茶の味わい	
・利き酒	7
・日本酒の知識	7
・酒蔵見学、酒蔵めぐり	3
・お酒好きの友達にすすめたい	3
・万暎院	2
・まち歩き	2
・宇治と伏見を効率よく回れること	
・バスツアーじゃない魅力（徒歩でまわれる）	
・歩くのも苦にならず、いろんな場所をめぐれたこと	
・いろいろな体験ができる	2
・内容盛りだくさん	
・十石舟	
・宇治伏見に来ている友達にも薦めたい	
・普段入れないところ	
・個人では行けないところに行ける事	4
・普段体験できないものを体験できる	6
・個人では聞けない話を聞けること	
・イヤホンガイドの分かりやすい説明	
・Betsu-Baraの楽しさ	
・いろいろなおみやげ	
・お酒好きには伏見を、お茶好きには宇治を勧めたい	

Q16. あなたは、今回のツアーで訪れた地域を、今後どの程度訪れたいと思いますか。（○は1つ）



Q17. ツアー中のお支払いについてお伺いします。下記の項目それぞれに対して
ツアー代金以外に支払った額をお知らせください。

①飲食費（ツアーに組み込まれたもの以外）

項目	選択数
0円位	11
100円位	2
200円位	1
300円位	1
500円位	2
800円位	1
無回答	20

平均使用金額・・・357円位

②ツアー内で購入したもの

項目	選択数
0円位	5
500円位	1
1,000円位	3
2,000円位	4
3,000円位	4
4,000円位	2
6,000円位	2
8,000円位	2
10,000円位	1
20,000円位	1
無回答	13

平均使用金額・・・4,475円位

③土産・買い物など当ツアー以外で購入したもの

項目	選択数
0円位	6
500円位	5
1,000円位	4
3,000円位	2
5,000円位	1
7,000円位	1
8,000円位	1
10,000円位	1
無回答	17

平均使用金額・・・2,833円位

④交通費

項目	選択数
400円位	2
500円位	2
700円位	1
800円位	6
1,000円位	11
1,300円位	2
1,400円位	1
1,500円位	2
1,600円位	1
1,700円位	2
2,000円位	5
無回答	3

平均使用金額・・・1,151円位

⑤その他

項目	選択数
0円位	4
無回答	34

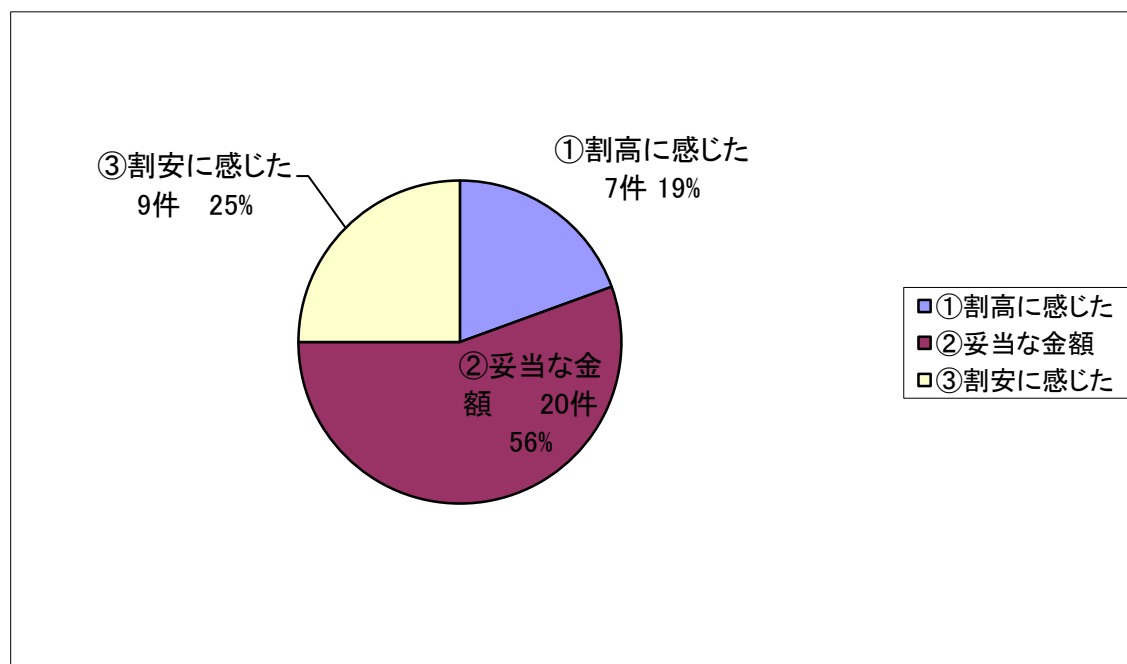
Q18. 今回のツアー参加で必要となる用品などの準備ではいくら出費されましたか。

【ツアー前の購入金額合計】

項目	選択数
0円位	27
300円位	1
500円位	1
2,000円位	1
3,000円位	1
無回答	7

平均使用金額・・・187円位

Q19. 今回のツアーの価格についてどのように思われましたか。（〇は1つ）



Q20. あなたが今後、同様のツアーに参加した場合のツアー代金についてお伺いします。

①このツアーについて、いくら位から「高い」と感じはじめますか。

項目	選択数
5,000円位	4
6,000円位	6
6,800円位	1
7,000円位	2
8,000円位	13
9,800円位	1
10,000円位	6
20,000円位	1
無回答	4

平均使用金額・・・7,959円位

②このツアーについて、いくら位から「高すぎて買えない」と感じ始めますか。

項目	選択数
5,000円位	1
6,000円位	2
7,000円位	1
8,000円位	10
9,000円位	1
10,000円位	13
11,800円位	1
13,000円位	1
15,000円位	2
無回答	6

平均使用金額・・・9,306円位

③このツアーについて、いくら位から「安い」と感じはじめますか。

項目	選択数
3,000円位	4
3,500円位	2
4,000円位	6
4,800円位	1
5,000円位	15
5,500円位	1
6,000円位	4
7,000円位	1
無回答	4

平均使用金額・・・4,685円位

④このツアーについて、いくら位から「安すぎて少し不安」と感じ始めますか。

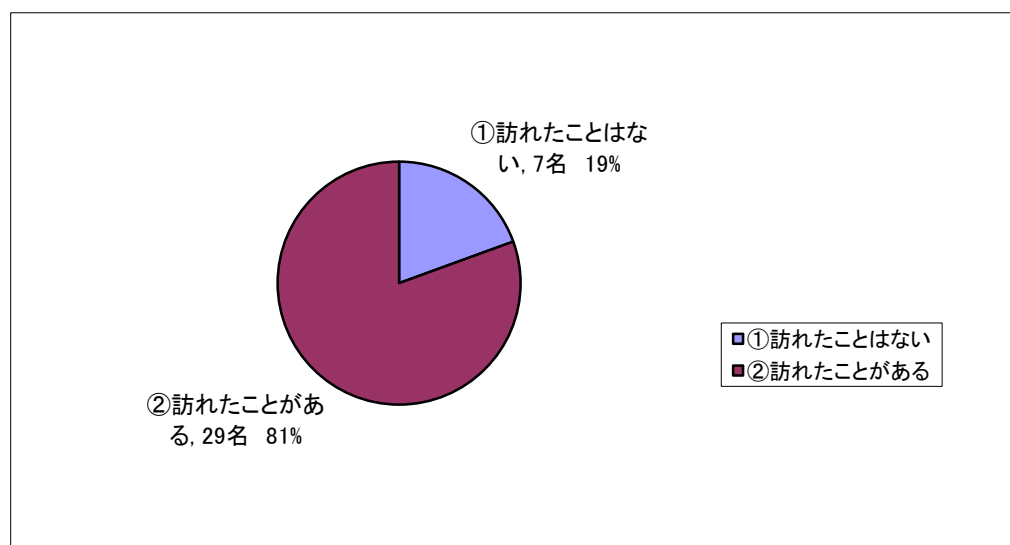
項目	選択数
2,000円位	4
2,800円位	1
2,900円位	2
3,000円位	14
3,500円位	1
3,980円位	1
4,000円位	3
5,000円位	5
5,500円位	1
無回答	6

平均使用金額・・・3,393円位

Q21. あなたが普段よくご覧になっている・利用される情報源で、当ツアーの情報の提供に適切だと思われるものをお知らせください。（〇はいくつでも）

項目	選択数
1. 旅行会社のウェブサイト	18
2. 宿泊施設などのウェブサイト	5
3. 観光協会などのウェブサイト	8
4. FacebookやTwitterなどSNS	6
5. テレビやラジオ（広告や番組）	6
6. 新聞（広告や記事）	5
7. 旅行雑誌	8
8. 一般雑誌	3
9. フリーペーパー	12
10. 旅行会社の店頭	2
11. 旅行会社のパンフレット・チラシ	19
12. 旅行先の観光案内所	5
13. その他	1

Q22. あなたは、今までに伏見・宇治を訪れたことがありますか。訪れたことのある方は回数もお知らせ下さい。（〇は1つ）



【訪れた回数】

項目	選択数
1回	6
2回	5
3回	7
4回	1
5回	1
10回	1
何回も	3
住んでいる	1
無回答	4

F. 最後にあなたご自身についてお伺いします。

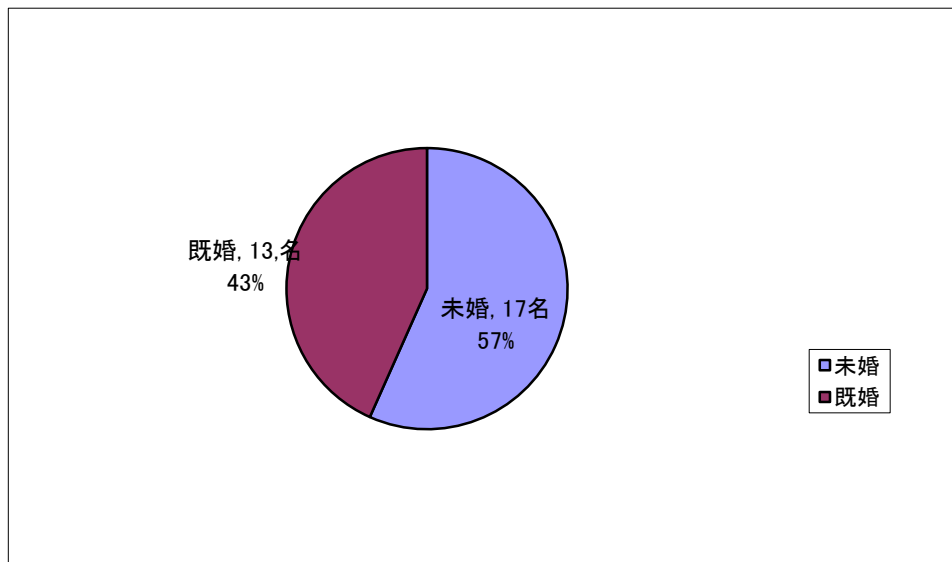
【F1 性別】

今回のツアーは、女性限定ツアーのため参加者全員女性

【F2 年齢】

項目	選択数
20歳～25歳	1
26歳～30歳	9
31歳～35歳	4
36歳～40歳	7
41歳～45歳	4
46歳～50歳	2
50歳～60歳	7
60歳以上	1
無回答	3

【F3 未婚】



【F4 職業】

項目	選択数
1. 勤め人（会社員、公務員など）	32
2. 経営者	0
3. 自営業	0
4. パート・アルバイト	3
5. 自由業	0
6. 小学生	
7. 中学生	
8. 高校生	
9. 大学・短大・専門学校生	0
10. 専業主婦・主夫・家事手伝い	1
11. 無職	0
12. その他	0
無回答	2

【お住まい】

項目	選択数
大阪府	18
京都府	15
兵庫県	1
奈良県	1
滋賀県	1
無回答	2

【交通手段】

項目	選択数
1. 自家用車	1
2. 新幹線	0
3. 鉄道（新幹線以外）	35
4. 飛行機	0
5. 高速バス	0
6. 路線バス	2
7. レンタカー	0
8. その他	0
無回答	2