



京都府
宇治市

観光地点検

奈良県立大学地域創造学部講師
岡本 健

地場産品・情報を総合的に広報 アイドルとゆるキャラがコラボ

世界遺産を有する伝統的観光地。他の観光地からすると、これほど恵まれた地域もないと思われるかもしれないが、有名であるが故の課題もある。

今回事例としてとりあげる宇治市は、京都府の南部に位置する面積67.55km²、人口約19万人の市だ。世界遺産の平等院や宇治上神社をはじめ、様々な名所・旧跡を擁し、年間約490万人（2011年）の観光客を迎える観光地である。

平等院一極集中のリスク

宇治市観光振興計画に示された平成23年度（11年度）宇治市観光動向調査の「宇治で訪問・利用した施設」を見ると、「平等院を訪れた」と回答した人の割合が84.2%、「宇治上神社」は36.0%で、「宇治神社」20.7%と続く。来訪者が一つの観光資源に集中していることが分かる。

これは、平等院がそれのみで宇治に誘客できる魅力を持っていることを示すものでもあるが、何らかの理由でその観光資源が

見られなくなってしまった時に、当該地域への来訪者数が激減してしまうリスクも示している。また、来訪者が周遊せずリピーターになりにくいという問題もある。実際、同調査でも観光客のリピーター率は57.2%で、京都市の83.9%、全国平均の73.4%と比較して低い。

この調査結果からは、情報発信についての課題も見えてくる。宇治エリアへの未訪問理由の割合が最も高いのが「宇治をよく知らない、情報が少ない」で、54.5%を占めるのだ（図）。

有名観光資源の知名度を活かしつつも、他の要素についての情報発信の強化が必要だ。

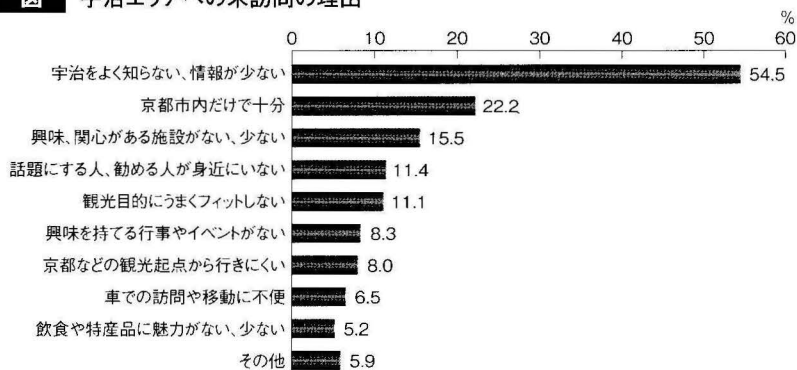
宇治のファン作りに重点

このような状況で、宇治市商工会議所による興味深い2つの取り組みがある。「京都宇治土

産.com」と「チャチャ王国のおうじちゃま」である。

「京都宇治土産.com」は、11年4月に立ちあげられた地域の産品や情報を発信するウェブサイトだ。このサイトの特徴は、「広報」について明確なコンセプトを持っているところにある。一般的にこうしたサイトでは総花的な紹介になりがちだ。そうすると、他のウェブサイトとの差異が感じられにくく、地域の独自性もうまく表現できない。本サイトでは、「京都・宇治へのこだわり」をコンセプトにして、店舗や店主、商品を紹介する画像や文章はもちろん、それ以外の様々なコンテンツも、商工会議所の責任で質を担保して掲載している。本サイトはサイトで商品を購入させることが最終目的ではない。担当者は「このサイトを訪れる前より、さら

図 宇治エリアへの未訪問の理由



（宇治市観光動向調査）

に京都・宇治を好きになっていただくことが重要」と言う。ウェブサイトを通じて商品が購入されればもちろん利益にはなるが、そこから先が繋がらないことが多い。

そのような中、本サイトをきっかけにしてメディアからの連携依頼やバイヤーからの商談依頼、著名人との連携の機会が得られ、その後の展開が見られる。売り上げも初年度は約500万円、2年目は1700万円と増額しており、本年度も昨年度を上回る見込みだ。

「チャチャ王国のおうじちゃま」は、12年に登場した宇治をPRするお茶をモチーフにしたキャラクターだ。ご当地キャラはすでに全国に多数存在するが、本取り組みにはこれまでにない独自の点があった。

そのうちの 하나가、「宇治茶♥大使（うじちゃだいすきたいし）」の総監修である。まず、ハロー！プロジェクトとして知られる、Berryz工房の熊井友理奈さん、℃-uteの鈴木愛理さんが「宇治茶♥大使」として就任した（写真⑤）。2人は日ごろから抹茶好きを公言しており、『抹茶一ず』という名称でファンからも知られる存在で、すでに京都宇治土産.comの企画「抹茶一ずの抹茶デザート研究室」の連携実績があった。この抹茶一ずが、公募で寄せられた案を選出、デザインやプロフィールを監修してキャラクターを

完成させたのだ。大使による若い目線でのお茶や抹茶菓子への関心が生かされたキャラクターとなっており、子供だけでな

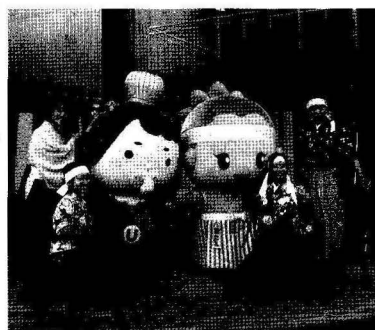
く若者、家族連れ、お年寄りにも人気があると言う。宇治の伝統を大切にしつつも様々な層に対して訴えかけるキャラクター展開が実現されている。

また、情報発信の側面では、アイドルやキャラクターの登場で、メディアへの露出が増えていく。TwitterやFacebookを用いた発信もあり、ファンの反響が見える点も広報戦略を考える上で重要だ。

さらに、キャラクターならではの展開も見られる。大河ドラマ『八重の桜』での観光振興を行っている会津若松には「八重たん」というキャラがいる。会津若松は、その昔、宇治茶屋の離れ離れになった親子が会津の地で巡り合えたことが由来となっている「めぐりあい観音」があるなど、宇治や宇治茶に関わりのある地域なのだ。そこで「八重たんとおうじちゃまが巡り合い両想いになる寸劇」が会津で実施された（写真⑥）。来場者は、宇治と会津との関わりを初めて知って旅行先として興味を示したり、子供が宇治に行きたいと言い出したりと「キャ



宇治茶（だいすき）大使の2人（熊井友理奈さん⑤と鈴木愛理さん⑥）



八重たんとはコラボするチャチャ王国のおうじちゃま

ラ」をきっかけにした宇治全体の広報が実現されている。

今後のポイント

今回紹介した取り組みは、地域の産品や情報を総合的に広報するウェブサイト、アイドル、ゆるキャラなどの相乗効果でこれまで情報が届いていなかった対象にまで宇治の魅力をアピールすることに成功している。また、それらのつながりを通じて、商工会議所側にも様々な情報や広報のノウハウが蓄積されており、ウェブに商品や情報を掲載するだけではなく、様々な展開を見せた広報と言える。

今後は、この「つなぐ力」を生かして、様々な既存の取り組みとの連携、活性を図っていく必要があるだろう。例えば、同じく宇治市のキャラクターである「ちはや姫」や、若手映画監督「宇治茶」氏との連携なども考えられる。

様々なチャンネルやコンテンツで地域文化を編集、発信していくことにより、幅広い層に訴えかける取り組みに今後も期待したい。

