

宇都宮市観光振興プラン

平成25年4月
宇都宮市

< 目次 >

第1 宇都宮市観光振興プランの策定にあたって	1
1 旧プランの概要	
2 旧プラン策定後の社会潮流の変化	
3 本プランの概要	
第2 本市の観光を取り巻く現状と課題	5
1 本市観光の現状	
2 旧プランの評価	
3 本市観光の課題	
第3 基本理念と基本方向	18
1 基本理念	
2 基本方向	
3 目標指標	
第4 基本施策と重点事業	21
1 基本施策	
2 重点事業	
3 リーディングプロジェクト	
4 地域別観光振興	
第5 推進体制	53

第1 宇都宮市観光振興プランの策定にあたって

1. 旧プランの概要

「宇都宮市都市観光振興プラン」(以下、旧プラン)は、平成16年3月に策定した本市の観光振興にかかる個別計画(計画期間:平成16年度~平成25年度)である。本市においては、この旧プランに基づいて観光振興にかかる各種施策に取り組んできた。

図表 旧プランにおける趣旨と目的

本市においては、名所旧跡や自然景勝地等の観光資源とともに、都市そのものの魅力や生活、文化、遊び等を観光資源として集客を図る「都市観光」を視点とする観光振興を推進している。本プランは、本市における「都市観光」のあり方について、中長期的な視点からビジョンを見出すとともに、都心部における集客・交流人口の増加に資する観光戦略を立案することを目的とする。

資料)本市「宇都宮市都市観光振興プラン」(平成16年3月)

2. 旧プラン策定後の社会潮流の変化

(1) 本市における観光とまちづくりの連携

本市では、平成19年度に第5次宇都宮市総合計画を策定し、平成34年を目標年次とする基本構想に掲げる都市像「くらしいきいき まちキラキラ つながる人 ★ 夢のみや うつのみや」の実現に向け、重点的に取り組むべき3つの戦略プランを示した。各プランにはそれぞれ「戦略プロジェクト」を設定しており、観光に関連する「“ブランド力”アップ戦略プラン」では「50万都市の中核機能・交流機能強化、活力向上プロジェクト」「都市ブランド確立・アピールプロジェクト」の2つの戦略プロジェクトを位置付けた。

同プラン内では「市街地再開発事業の推進」「魅力ある都市景観づくり事業の推進」などまちづくりに主に関連する項目と「おもてなしのまち宇都宮の推進」「地域資源を活用した戦略的観光事業の推進」など観光に主に関連する項目を併記しており、今後は、観光とまちづくりを連携し、一体的に進める必要がある。

(2) 国の動向

ア 観光立国の実現に向けた動き

国では、第156回国会施政方針演説（平成15年1月）、観光立国懇談会報告（平成15年4月）をきっかけに、人口減少・少子高齢化が進むなかで、地域に幅広い経済効果が見込まれる観光は、地域住民の誇りと愛着による活力に満ちた地域社会の実現をもたらすとして注目されるようになった。他方で、現状、「観光がその使命を果たすことができる観光立国の実現に向けた環境の整備は、いまだ不十分な状態である。また、国民のゆとりと安らぎを求める志向の高まり等を背景とした観光旅行者の需要の高度化、少人数による観光旅行の増加等観光旅行の形態の多様化、観光分野における国際競争の一層の激化等の近年の観光をめぐる諸情勢の著しい変化への的確な対応は、十分に行われていない」（観光立国推進基本法前文より）との課題があり、観光立国の実現に向けた施策の総合的かつ計画的推進に向け、観光立国推進基本法が平成18年12月に成立した。同法の成立を受け、観光立国の実現は、21世紀の日本の発展のために不可欠な国家的課題として、認識が共有され、体制整備として観光庁が発足（平成20年1月）し、観光立国推進本部が設置（平成21年12月）された。また、「新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～」（平成22年6月閣議決定）においても、7つの成長戦略分野の一つとして「観光立国・地域活性化戦略」が位置付けられている。

イ 観光立国推進基本計画

観光立国の実現に関する諸施策の総合的かつ計画的な推進を図るためのマスタープランとして、観光立国推進基本計画が策定され、現行計画（平成24年3月閣議決定）においては、「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を大きな方向性とし、基本的な方針として「震災からの復興」「国民経済の発展」「国際相互理解の増進」「国民生活の安定向上」を掲げている。

(3) 栃木県の動向

観光立国推進基本法においては地方公共団体の責務として、「地方公共団体は、基本理念にのっとり、観光立国の実現に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する。」「地方公共団体は、前項の施策を実施するに当たっては、その効果的な実施を図るため地方公共団体相互の広域的な連携協力を努めなければならない。」と定めている。

栃木県では産業分野の計画である「とちぎ産業プラン」に基づき、観光振興諸施策を実施していたが、「観光立県」を目指し、積極的な観光振興を図るべく観光分野の基本方針を示す計画として「新とちぎ観光プラン」を平成23年3月に策定した。「観光でまちを元気に！～とちぎで楽しむ，とちぎを楽しむ～」を基本理念に、同計画は概ね10年後を展望した上で、5年間の計画期間としている。

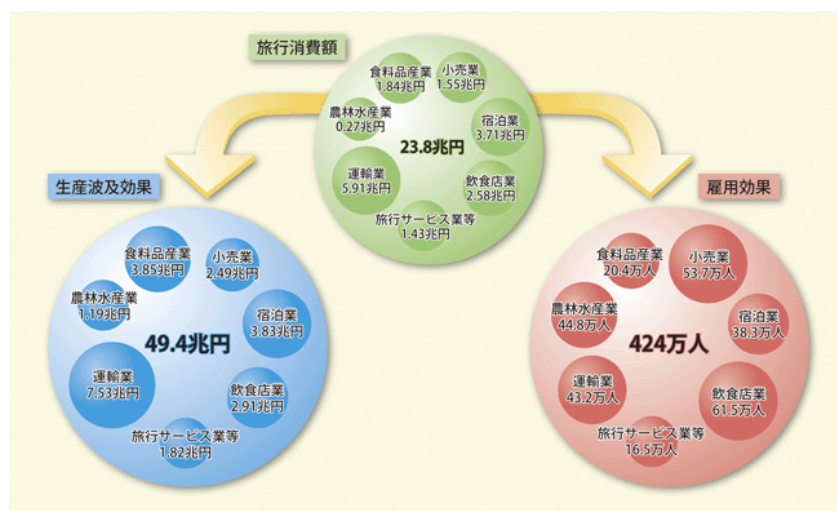
また、東日本大震災後の風評被害による観光客の減少を受け、栃木県では、平成23年12月に県内の観光関係者からなる「栃木県観光振興・復興県民会議」を設置。部会報告書（平成24年10月30日）では、早急に取り組むべきテーマとして「効果的なメディアの活用」と「東京スカイツリーとアンテナショップの活用」、中長期的に取り組むべきテーマとして「県内観光地間の連携強化」を挙げている。

3. 本プランの概要

(1) プランの目的

観光は人を動かし、文化の交流を促進するものであり、観光施設や宿泊施設などの直接的に観光に関わる産業に留まらず、農林水産業からサービス業まで幅広い範囲に経済効果を及ぼす裾野の広さを有している。その振興は、さまざまな産業に活力を与え、雇用を創出することから、本市地域経済における、将来を見据えた継続的な成長のエンジンとして期待されることである。

図表 観光産業の裾野の広さ（平成22年産業別経済効果）



(注) 1 観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
 2 生産波及効果とは、新たな需要が生じた際に、結果として産業全体にどれだけ効果が生じたのかを示したものの(例えば、旅行・観光消費が発生し、これらに原材料(中間財)を納めた業者の売上や当該業者に勤務する従業員の給与の増加によりもたらされる産業全体の新たな生産がどれだけ生じたのかを反映したもの)。

資料) 観光庁「平成24年度観光白書」

このような中、本市においては、平成16年3月に旧プランを策定し、観光振興にかかる各種施策に取り組んできた。しかしながら、国や県における観光立国や観光立県を掲げた積極的な観光施策の推進、人々の観光に対するニーズの多様化や旅行形態の変化、市町合併によるエリアの拡大、さらには、北関東自動車道の開通や茨城空港の開港による旅行圏域の拡大など、環境の変化が著しいことから、これに対応した新たな観光施策の展開が求められている。

そのため、本市の地域資源を最大限に活用し、魅力ある観光を総合的に推進していくため、旧プランを全面的に見直し、新たに「宇都宮市観光振興プラン」を策定するものである。

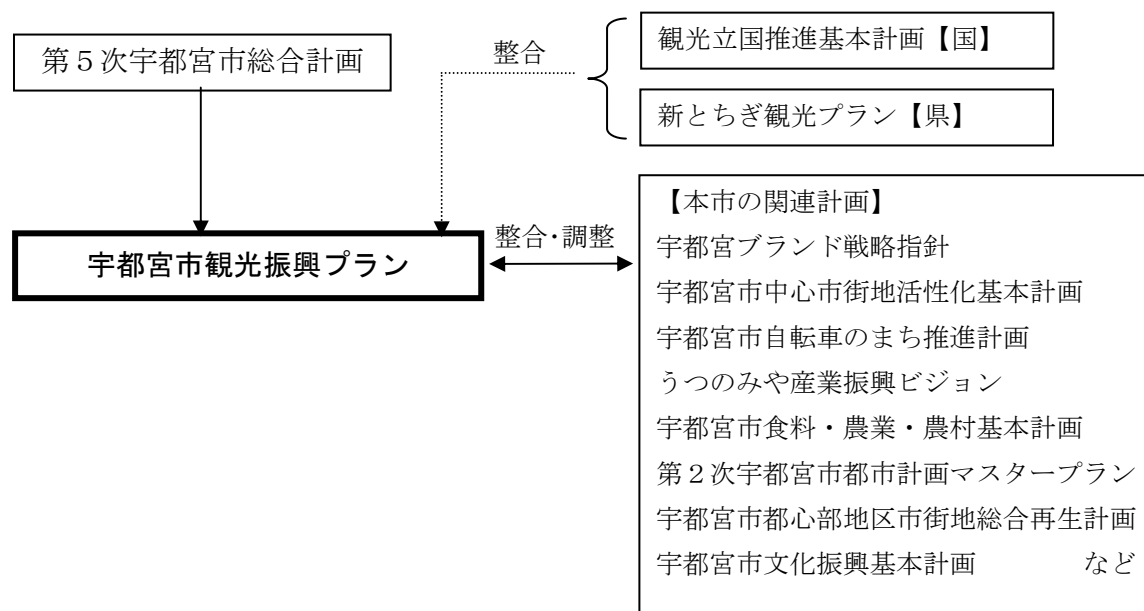
(2) プランの位置づけ

第5次宇都宮市総合計画の分野別計画「市民の豊かな暮らしを支える活気と活力のある社会を築くために」の基本施策「魅力ある観光と交流を創出する」の実現に向け、本市の強みや特色を生かし、官民一体となって総合的、戦略的に観光を推進する上での方向性を示すプランとする。

ア 関連する計画との整合・調整

国の「観光立国推進基本計画」や県の「新とちぎ観光プラン」との整合を図るとともに、関連計画における観光に関する施策・事業との整合・調整を図る。

図表 関連する計画との整合・調整



(3) 計画期間

本プランの計画期間は、平成25年度から平成29年度までの5年間とする。

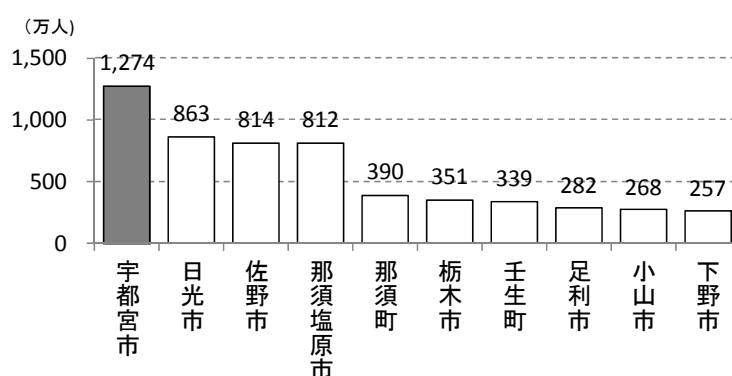
第2 本市の観光を取り巻く現状と課題

1. 本市観光の現状

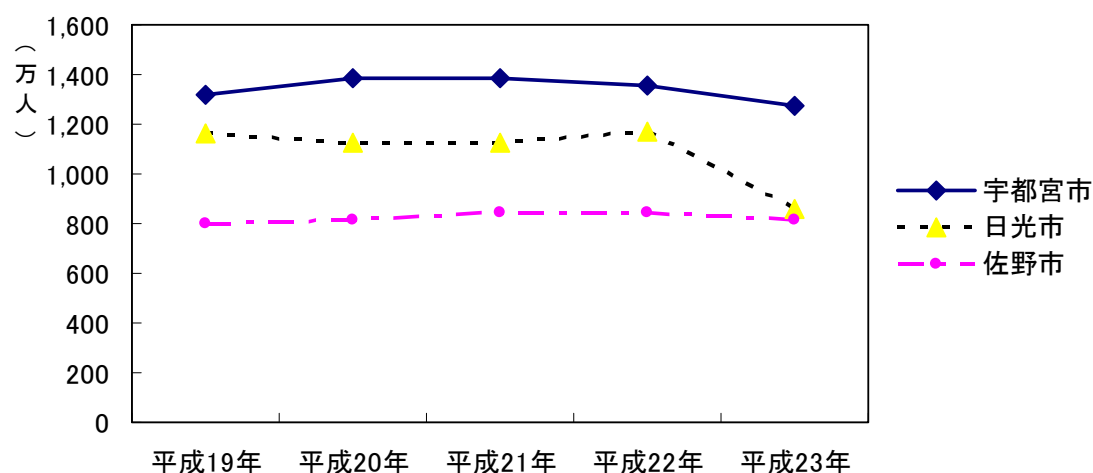
(1) 県内で最も多い観光入込客数

観光客入込数を見ると、宇都宮市は1,274万人と栃木県内で最も多く、日光東照宮や鬼怒川温泉などの観光地で知られる日光市(863万人)や、佐野プレミアム・アウトレットや佐野厄除け大師などの集客力ある観光資源を有する佐野市(814万人)よりも多くの観光客を集めている。ただし、観光客入込数を時系列で見ると、概ね横ばいである。

図表 栃木県内の観光入込客数



図表 宇都宮市と日光市、佐野市の観光客入込数の推移比較

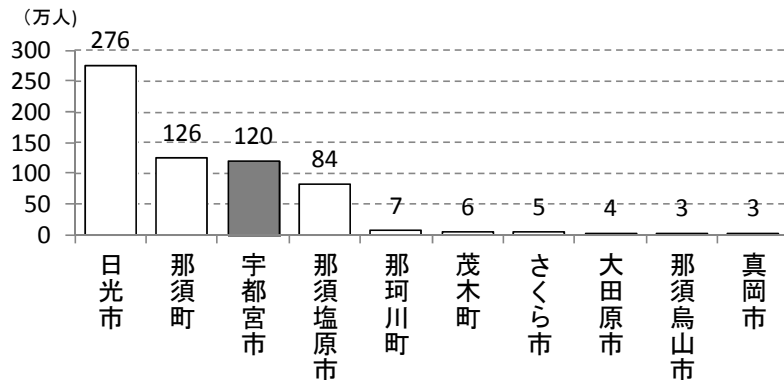


資料) 栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査結果」(平成23年)より作成

ア 宿泊者数では県内3位

宿泊数を見ると、宇都宮市は120万人(対前年11.8%増)と県内3位であるものの、1位の日光市(276万人)と比較して4割強にとどまっている。

図表 栃木県内の宿泊者数



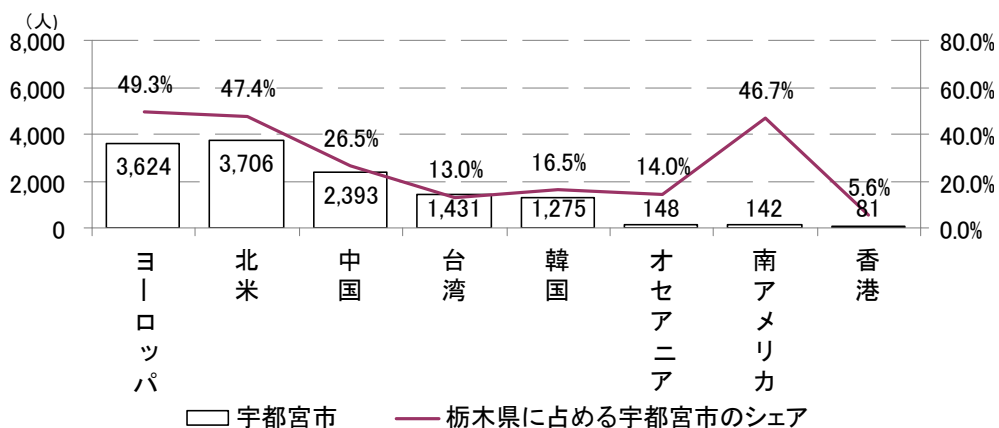
資料) 栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査結果」(平成23年)より作成

イ 外国人宿泊者数は県内2位

本市の外国人宿泊者数は15,192人と、日光市(18,564人)に次いで県内2位となっている。栃木県に占める宇都宮市のシェアをみると、外国人計では県内の約2割であるが、ヨーロッパとアメリカ合衆国については県内の約5割を占めており、県内他市町に比べて欧米系の外国人の比率が高い。

事業者ヒアリング(主要観光施設等へのヒアリング調査)では、広域的な集客力を持つ文化施設において、外国人の来訪者について言及されているが、それ以外ではあまり外国人観光客に言及された例はなかった。こうしたことから、ビジネス利用の観光客が多いことが推測される。

図表 外国人宿泊者数および栃木県に占める宇都宮市のシェア



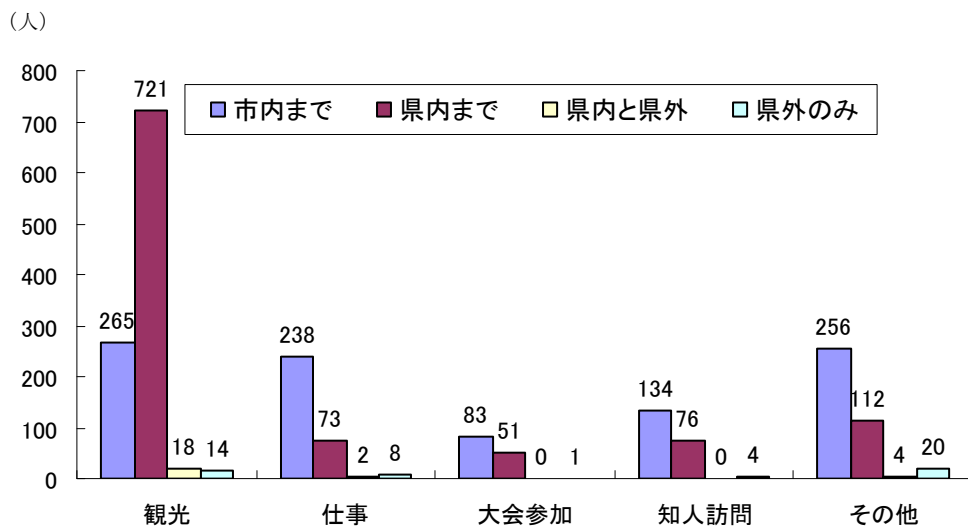
資料) 栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査結果」(平成23年)より作成

ウ 宿泊者の観光行動

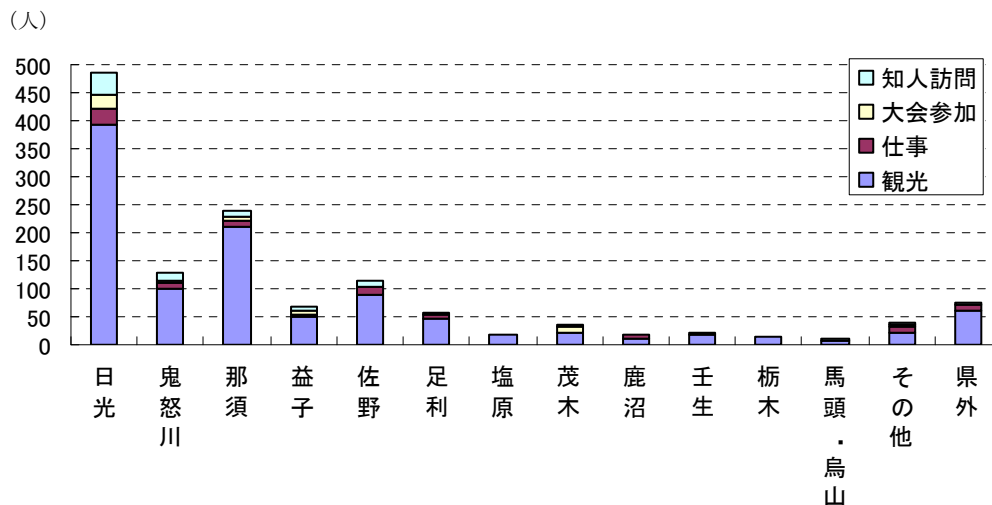
市内宿泊者の半数は本市以外の県内観光地に足を運んでいるが、観光目的の場合、その割合は70%に達する。本市以外の県内観光地訪問先として、日光が圧倒的に多く、本市への全宿泊者の25%、観光目的宿泊者の39%が日光へ訪問しており、市外観光地へ行く人の約半数は日光を訪れている。次に、那須（全宿泊者の13%、観光目的宿泊者の21%が訪問）、鬼怒川、佐野と続いている。

（宇都宮観光コンベンション協会と宇都宮市が平成24年度に実施した、2012「でかけてみよう！宇都宮」キャンペーンでのアンケート調査結果より。実施期間は、ゴールデンウィーク（5/3～6）、とちまるショップオープン記念（5/25～6/24、金～日の宿泊者）、夏休み（7/20～8/19、金～日の宿泊者））

図表 宿泊目的別の市外観光の有無



図表 市外観光地への訪問（複数回答）

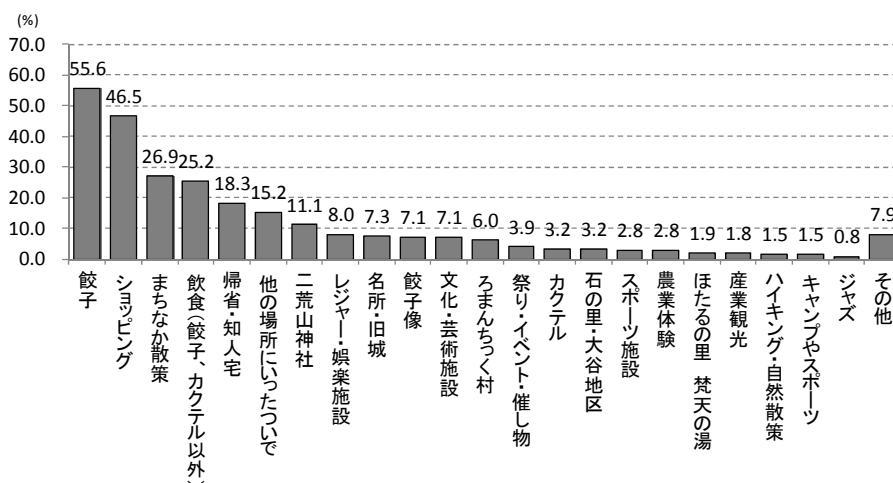


(2) 餃子を目的とした来訪者が圧倒的に多い

宇都宮市の来訪目的をみると、「餃子」が55.6%と最も多く、本市のイメージを形成していると思われる。

また、北関東の中心都市であることから「ショッピング」(46.5%)、「飲食」(25.2%)、「他の場所にいったついで」(15.2%)の割合も高い。このほか、座談会(首都圏在住者へのグループインタビュー調査)では観光地というよりもビジネス街としての印象が強いという意見があったほか、中心部と郊外部を移動するような観光行動を取った人はあまりみられなかった。

図表 本市への来訪目的

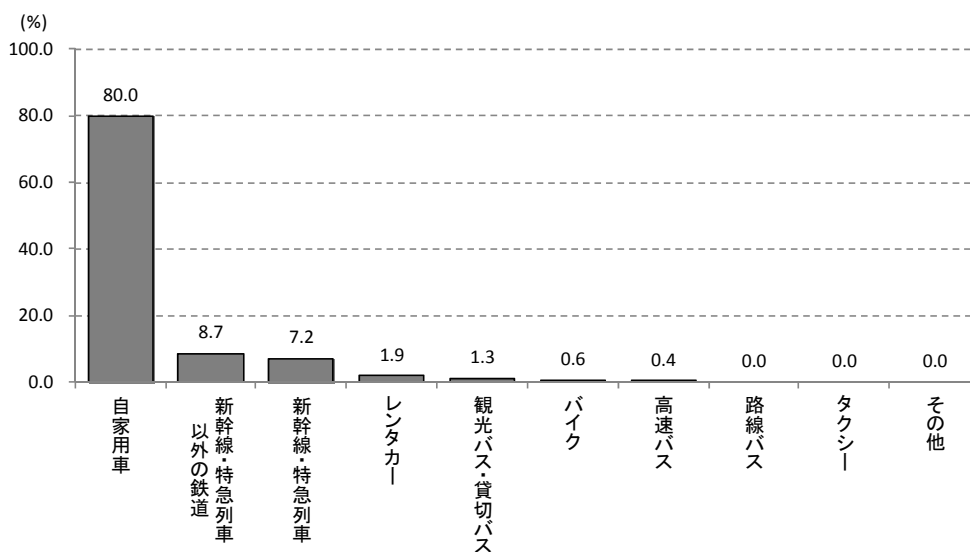


資料) 本市「宇都宮市観光動態調査 報告書」(平成23年)

(3) 来訪手段は自家用車が多い

宇都宮市への来訪手段をみると、「自家用車」が80.0%と最も高く、次いで鉄道(新幹線・特急列車及び新幹線・特急列車以外計)が15.9%となっている。

図表 本市への来訪手段



資料) 本市「宇都宮市観光動態調査 報告書」(平成23年)

(4) 交通基盤

ア 広域道路ネットワーク

市北部の東北自動車道宇都宮 I C は、東北自動車道、日光宇都宮道路の結節点であり、平成 22 年 12 月には上河内 S A のスマート I C が上下両方向で利用可能となり、市南部には平成 23 年 3 月に完全開通した北関東自動車道の宇都宮上三川 I C があるなど、南北交通に加えて東西方面の交通基盤も充実している。

イ 鉄道

中心駅である J R 宇都宮駅は、J R 東北新幹線によって東京・仙台などの大都市と接続しているほか、在来線である宇都宮線、湘南新宿ライン、日光線、烏山線が乗り入れており、栃木県の広域交通拠点となっている。また、中心部には東武宇都宮駅があり、栃木駅または新栃木駅で東武鉄道日光線に乗り換えることで、北千住・浅草駅など東京都内の主要駅にアクセス可能である。

ウ 空港

宇都宮市から 100 km 圏内には福島空港と茨城空港、100～150 km 圏内には羽田空港・成田空港が立地している。J R 宇都宮駅から大都市圏拠点空港である羽田空港・成田空港までは公共交通で約 2 時間を要するが、近年開港した茨城空港までは自動車利用で約 1 時間 30 分である。ただし、茨城空港からのリムジンバスは茨城県内、東京方面に限られている。

(5) 観光資源

ア 餃子、大谷など特徴有る資源と、豊富にあるニューツーリズムの資源

本市では、餃子が市のイメージを形成するほどの観光資源となっている点は、他地域にない大きな強みである。また、ニューツーリズムにかかわる新しいタイプの観光資源を豊富に有している。しかし、かつては本市の観光の柱となっていた大谷では平成元年の陥没事故以降、来訪者は減少傾向である。

図表 市内の主要な観光資源一覧

区分		観光資源	
従来型の観光資源	名所・旧跡、文化施設等	文化・歴史	平和観音、大谷資料館、大谷磨崖仏（大谷寺）、大谷景観公園、多気不動尊、多気山城、二荒山神社、松が峰教会、聖ヨハネ教会、旧篠原家住宅、大豆三粒の金仏（善願寺）、鉄塔婆（清巖寺）、およりの鐘（宝蔵寺）、蒲生神社、大いちょう、清明館、長岡百穴、汗かき阿弥陀（一向寺）、野口雨情旧居、戊辰の役戦士墓、羽黒山神社、岡本家住宅、白澤宿、宇都宮城址公園、飛山城史跡公園、うつのみや遺跡の広場、ジャズ
		美術館・博物館	宇都宮美術館、栃木県立美術館、栃木県立博物館、栃木県子ども総合科学館、うつのみや妖精ミュージアム、上河内民俗資料館
	レジャー施設	道の駅ろまんちっく村、宇都宮動物園、とちのきファミリーランド、八幡山公園、緑水公園、みずほの自然の森公園、オリオンスクエア（イベント開催地）・バンパ広場（イベント開催地）	
	温泉	天然温泉 ザ・グランドスパ 南大門、ろまんちっく村温泉館、梵天の湯	
	食資源	餃子、カクテル、あゆのくされずし、しもつかれ、宮牛、梨（Premium13）、トマト（Premium7）、アスパラガス（アスパラリン）、屋台横丁、宮カフェ、レモン牛乳、地ビール、地酒、雷都物語シリーズ	
	季節の花木等	羽黒山神社のろう梅、ろまんちっく村のカタクリ、御用川の桜堤、桜づつみ園、城山西小学校の孝子桜、祥雲寺のしだれ桜、八幡山の桜、蒲生神社の桜、慈光寺の桜、二荒山神社の桜、新川の桜並木、宇都宮大学工学部前の桜並木、総合運動公園の桜、日光街道の桜並木、塚山古墳のツツジ、羽黒山のヤマツツジ、鬼怒グリーンパーク白沢のポピー、うつのみや遺跡の広場のキスゲ、ろまんちっく村の ラベンダー、日光街道のアジサイ、ろまんちっく村のコスモス、田川コスモスロード、駅東公園のイチヨウ並木、成願寺のイチヨウ、蛭（梵天の湯）	
	ショッピング	東武百貨店宇都宮店、PARCO、FKD（宇都宮店、インターパーク店）	
	イベント	ふるさと宮まつり、うつのみや花火大会、天下一関白神獅子舞、LOVEかみかわち サマーフェスティバル、フェスタ in 大谷、宇都宮餃子祭り、宮の市、さつき&花フェア、農林業祭、うつのみや食育フェア、梵天祭り、宇都宮カクテルカーニバル、宇都宮カクテルナイト、宇都宮ジャズクルージング、ミヤ・ストリートギグ、ミヤ・ジャズイン、みやびい百人一首フェスタ、百人一首市民大会、宇都宮美術館・うつのみや妖精ミュージアム開催イベント、駅からハイキング、宮コン、全国装蹄競技大会、馬に親しむ日	
ニューツーリズムの観光資源（※）	スポーツ	スポーツ観戦・スポーツイベント	栃木サッカークラブ（栃木県グリーンスタジアム）、リンク栃木ブレックス（ブレックスアリーナ宇都宮）、宇都宮ブリッツェン、宇都宮競輪、スポーツ大会（北関東大会）、ジャパンカップサイクルロードレース、とちぎ熱気球インターナショナルチャンピオンシップ、宇都宮マラソン大会、うつのみやサイクルピクニック
		するスポーツ	宇都宮市体育館、栃木県立体育館、栃木県総合運動公園、宇都宮スケートセンター、ドリームプールかわち、鬼怒グリーンパーク白沢、ゴルフ場、パラグライダースクール、乗馬施設
		ハイキング・サイクリング	冒険活動センター、古賀志山、宇都宮アルプス（篠井富屋連峰）、羽黒山、宇都宮市森林公園、子どもの森公園、田川サイクリングロード、鬼怒川サイクリングロード、山田川サイクリングロード、宇都宮市サイクリングターミナル、宮サイクリング、レンタサイクル
	農業体験・観光農園	ろまんちっく村、逆面地区（田植え・稲刈り）、篠井地区（うどん作り）、いちご狩り、なし狩り、りんご狩り、たけのこ狩り、ぶどう狩り、ハーブ農園	
	産業観光・工場見学	工場見学（工業団地）、市場見学、大谷石の石彫体験・石細工体験、餃子作り体験	
	ポップカルチャー	フェスタ（ホビー専門店の複合施設）、デジタルまんが甲子園、アニメ関連イベント、ミヤリー、とちまるくん	

注釈）ニューツーリズムの観光資源は、原則として観光庁「観光立国推進基本計画」で示されたニューツーリズムに沿って分類したが、食資源については本市においてはニューツーリズムと位置づけるのは適切でない判断し、従来型観光資源に分類している。

資料）各種資料より作成

イ コンベンションの開催状況は概ね横ばい

本市におけるコンベンションの開催状況について、直近4年間の状況をみると120～140件/年と横ばいで推移している。

コンベンション開催は、集客効果や経済波及効果が見込まれることから、誘致活動の範囲を広げ、強化する必要がある。

図表 コンベンション開催数

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年
国際会議				1
国際大会	1	1	1	1
国内学会				
国際規模			1	
全国規模	10	11	7	17
関東規模	6	5	3	1
東日本			2	
国内大会				
国際規模		1		
全国規模	21	19	25	22
関東規模	21	25	27	20
東日本	1	2		
スポーツ大会				
国際規模	6	5	5	3
全国規模	35	42	40	34
関東規模	25	26	22	15
東日本	3	5	5	4
展示会	4	4	4	5
合計	133	146	142	123

資料) 宇都宮観光コンベンション協会資料

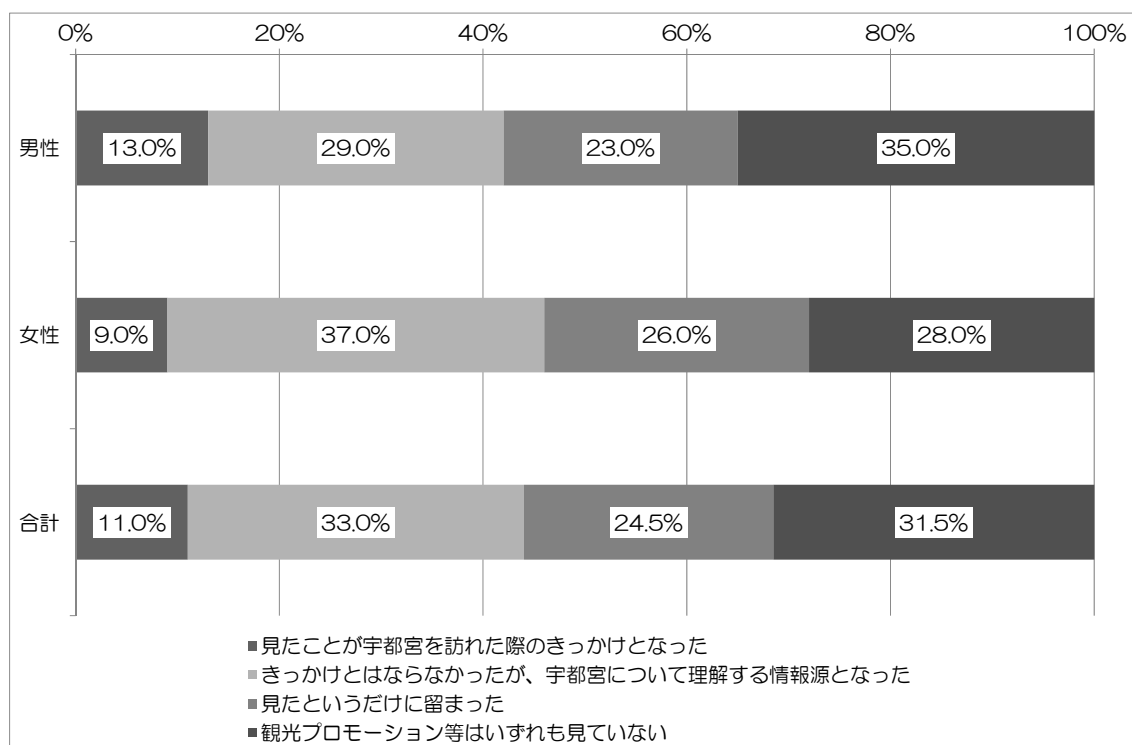
(6) プロモーションや受入体制について

ア プロモーションが訪問のきっかけとなった割合

本市による観光情報発信の効果を検証するため、観光プロモーション（観光パンフレット、ポスター、旅行雑誌、観光キャンペーン等）の認知度等をWebアンケートにより調査したところ、本市訪問者の7割は訪問の際に観光プロモーション（パンフレットやポスター）をみているという回答があった。さらに、こうした観光プロモーション本市訪問のきっかけとなったという回答者は11.0%となっている。

また、座談会においては、観光情報の発信においてスマートフォンの活用や、本市の餃子以外の資源についても情報発信した方がよいという提案もあった。

図表 プロモーションが宇都宮訪問のきっかけとなったか



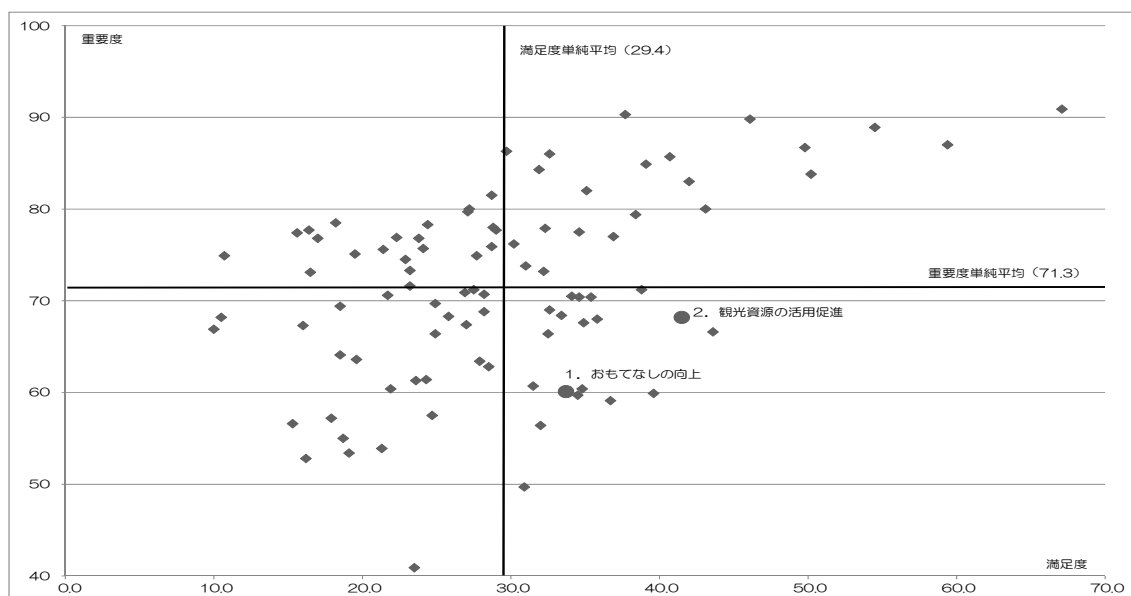
イ おもてなしに関する市民意識

平成23年度市民意識調査によれば、本市観光の施策「おもてなしの向上」に対する満足度は33.7%、「観光資源の活用促進」は41.5%であり、施策全体の満足度平均（29.4%）を上回っている。

また、施策重要度をみると、「おもてなしの向上」が60.1%、「観光資源の活用促進」は68.2%であり、重要度平均（71.3%）を下回っている。

いずれの施策も、市民の満足度は高いものの重要度はやや低い結果となっている。

図表 市民意識調査における施策の重要度と満足度



資料) 本市「市民意識調査」(平成23年度)より作成

2. 旧プランの評価

旧プランで掲げた施策については、着実に推進を図っており、重点事業もすべて実施済である。ただし、旧プラン策定時において顕在化していなかった、訪日外国人の増加や、ICT（情報通信技術）が進化する中で、携帯情報端末やSNS（ソーシャルネットワークサービス：フェイスブックやツイッター等）の急速な普及による情報発信手法の多様化、平成18年以降に宇都宮に本拠地を置いたプロスポーツの観光資源としての活用等への対応が求められている。

また、旧プランにおいて取組の遅れている事業（スポーツ体験プログラムの充実強化、体験学習メニューの作成）や、一部実施の事業（体験型ソフトやプログラム・メニューの開発、モデルコースやルートの作成、「食」の開発、まちなか演出や情報収集・提供等）については、とりわけ関係団体や民間事業者との協力、連携が必要な事業であり、推進体制の強化が求められる。

さらに、情報発信については、「宇都宮＝餃子」のイメージが定着し、効果が高い一方で、餃子以外のプロモーションの強化が必要である。

図表 旧プラン施策事業実施状況一覧

事業名	実施主体			実施時期			実施の有無
	市	コソ協	民間	短期	中期	長期	
1. PR・情報発信力の強化							
1-1 「宇都宮都市観光」のイメージ形成							
◆ ①観光動態調査の実施	○			●	●		◎
◆ ②「体験型の都市観光地・うつのみや」のイメージ形成	○	○	○	●	●		◎
◆ ③宇都宮くちコミ特派員の活用	○			●	●	●	◎
◆ ④ターゲットエリアへのPR活動の推進	○	○		●	●	●	◎
◆ ⑤ナムコ・ナンジャタウンを拠点とする情報発信	○	○	○	●	●		◎
1-2 情報交流機能の強化							
◆ ①観光情報発信機能の強化		○	○	●	●		◎
◆ ②情報収集、蓄積能力の強化	○	○		●	●		◎
◆ ③観光情報データベースの構築	○	○		●	●		◎
2. 「まちなか観光」の創出							
2-1 まちなか観光拠点の整備							
◆ ①餃子横丁等の誘導・支援、連携	○	○		●	●		◎
◆ ②観光体験センター機能の整備	○	○	○		●		◎
◆ ③宇都宮城址整備にあわせた歴史軸の整備	○		○		●		◎
◆ ④カクテル・ジャズ資源の有効活用	○	○	○	●			◎
◆ ⑤朝市、農作物のアウトレットストア等の出店誘導	○		○	●	●		◎
2-2 まちなか散策ルートの設定							
◆ ①魅せる商店、ファサードによる楽しい散策ルートの演出	○		○	●			◎
◆ ②「食」資源の活用		○	○	●			◎
◆ ③歴史・文化、芸術資源の活用		○	○		●		◎
◆ ④エンターテインメントやショッピングイベントの活用	○	○	○	●	●		◎
◆ ⑤ナイトスポットルートの設定		○	○	●			◎
2-3 まちなか観光ソフトの開発							
◆ ①餃子教室・カクテル講座等の体験教室の開設		○	○	●			◎
◆ ②歴史体験ソフトの開発	○		○	●	●		◎
◆ ③二荒の杜の観光活用	○	○		●	●	●	◎
◆ ④音楽を活かしたソフトの開発		○	○	●	●		◎
◆ ⑤都市河川の観光活用	○	○	○	●	●	●	◎
◆ ⑥まちなかのストーリーづくり	○			●			◎

3. 「まちなか周辺観光」及び「広域観光」の推進						
3-1 北西部観光の推進						
◆	①北西部観光の拠点機能の整備	○	○	●●		◎
	②大谷観光の推進	○	○	●●		◎
	③県立自然公園の有効活用	○	○	●●		◎
	④篠井・富屋エリアの観光振興	○	○	●●		◎
3-2 その他のまちなか周辺観光の推進						
	①東部地区の観光振興	○	○	●●		◎
	②南部地区の観光振興	○	○	●●		◎
	③中央北部地区の観光振興	○	○	●●		◎
3-3 周辺観光ネットワークの構築						
	①周遊観光モデルコースの作成	○	○	●		○
	②市町合併を視野に入れた広域観光の推進	○	○	●●		◎
	③共同イベントの開催		○	○	●●	○
4. 観光ソフト、旅行商品の開発						
4-1 「食」の開発						
◆	①大谷熟成ブランドの開発・活用	○	○	○	●●	◎
	②名物料理・郷土料理の開発		○	○	●●●	○
	③特色ある飲食店舗の誘導		○	○	●	◎
4-2 体験型観光の推進						
	①農業体験の観光活用	○	○		●	◎
	②スポーツ体験プログラムの充実強化		○	○	●●	△
	③産業体験の推進	○	○	○	●●	◎
	④歴史・文化体験の推進	○	○	○	●●	◎
	⑤体験学習メニューの作成	○	○		●●	△
	⑥季節感を活かした自然体験の推進		○	○	●●	◎
4-3 旅行商品の造成						
◆	①観光バス商品の事業化推進	○	○	○	●●	◎
	②宇都宮城址整備にあわせた観光ソフトの開発		○	○	●●	◎
	③妖精資料活用事業と連携した観光ソフトの開発		○	○	●●	◎
	④文化・エンターテインメント事業を活用した旅行商品の造成		○	○	●●	◎
	⑤地産地消をテーマにした旅行商品の造成		○	○	●●	◎
	⑥旅行商品造成のための実証実験の試行	○	○		●●	◎
	⑦観光関連事業者への効果的な情報提供と連携強化	○	○		●	○
5. 交通環境・サービス及び観光案内の強化						
5-1 交通環境・サービスの向上						
◆	①市内交通サービスの強化促進	○	○		●●●	◎
	②まちなかの大型バス用駐車場の確保	○			●●	◎
	③駐車場料金体系の改善	○	○		●●	◎
	④高速バス等多様なアクセス体系の促進	○	○		●●	◎
5-2 観光案内機能の強化						
◆	①インフォメーションポイントの整備	○			●●●	◎
	②誘導案内・サインの充実強化	○			●●	◎
	③観光案内所機能の強化	○	○		●●	◎
	④携帯電話を利用した観光案内システムの検討	○	○		●●	◎
6. ホスピタリティの向上と受入体制の整備						
6-1 受入体制の整備						
◆	①観光ボランティア養成事業の推進	○	○		●●	◎
	②観光ガイドの事業化検討	○	○	○	●●	◎
	③歓迎感のあるまちなかの演出	○	○	○	●●	○
	④観光関連事業者のホスピタリティの醸成		○	○	●	◎
	⑤都市観光講座の開設	○	○	○	●●	◎
6-2 観光・コンベンション活動の促進						
	①コンベンション開催に係る支援体制の充実		○		●●	◎
	②コンベンション誘致活動の強化		○		●	◎
	③特色あるコンベンション施設整備の検討	○	○		●●	○
	④特色ある宿泊機能の研究		○		●●	○
	⑤観光誘致事業の強化	○	○		●●	◎
	⑥フィルムコミッションの検討		○		●●	◎
	⑦国際コンベンションシティの推進		○		●●●	◎
	⑧観光施設、ルートのバリアフリー対応	○	○		●●	○

※実施の有無について：◎実施 ○一部実施 △取組の遅れている事業

◆：重点事業

3. 本市観光の課題

観光動向や観光資源の整理，事業者ヒアリング・座談会等を通じて，得られた現状から抽出された本市観光の課題は以下のとおりである。

(1) 受入体制に関する課題

ア 受入体制の充実

市民意識調査の結果をみると，市民は観光施策に対する重要度の認識はさほど高くない。一方で，観光は裾野の広い産業であり，多くの人が関わりを持っていることから，地域におけるおもてなし向上等，市民も主役となることが求められている。

このため，観光ガイド等の人材育成や，市民や事業者によるおもてなしの意識向上によるオール宇都宮での取組を一層進めることが必要である。

イ 情報発信の強化

本市の観光プロモーションの効果検証をみると一定の効果がみられるが，近年ではスマートフォンの利用者が増加するなど，新たな観光情報発信手段が急速に普及している。

このため，スマートフォン向けアプリケーション活用などを含め，より一層の誘客促進を図るとともに，また来訪者のニーズに対応した効果的な情報発信を行う必要がある。

(2) 観光資源の活用に関する課題

ア 大谷地域の再活性化

大谷地域は陥没事故や震災の影響により，観光客の減少が続いているものの，本市を代表する貴重な観光資源である。

このため，自然，景観，歴史，文化資源など，大谷地域の魅力，地域の特性を活かした観光の推進が必要である。

イ コンベンション誘致の強化

経済面や集客面に効果のあるコンベンション誘致にむけて，全国的に様々な取組が推進されており，本市においても継続的に取り組んできたところである。

このため，特に多くの集客交流が見込まれるMICE（会議[Meeting]，研修旅行[Incentive]，総会，学会[Convention]，イベント，展示会[Event/Exhibition]の頭文字)の開催数増加に向けて，受入体制の充実や，誘致活動の推進を一層図る必要がある。

ウ 日常生活や商用目的での来訪者への対応

本市は北関東の中核都市であり，買い物などの日常生活での来訪者が多く，「ショッピング」「飲食」「他の場所にいったついで」などが訪問目的の上位にある。また，本市には日本有数の工業団地があり，首都圏から2時間以内に位置しているため，日帰りの商用訪問者が多いと考えられる。

このため，買い物やビジネス等の目的で来訪している方の滞在時間の増加に向け，ターゲットを絞った観光情報の発信や短時間用の観光コースの造成を行う必要がある。

(3) 着地型観光に関する課題

ア 市内観光資源周遊の促進

本市は郊外部にも観光資源を豊富に有しているものの、商用目的や餃子目的で来訪者が多い中心部から郊外部への移動はあまりみられない。

このため、中心部と郊外部での移動手段の充実、観光商品やルートの開発により、各資源間の連携を強化し、来訪者の滞在時間の増加を図る必要がある。また、移動手段の充実に向けては、電気自動車や自転車、レンタサイクル等を活用しながら、市内公共交通のアクセス向上を図る必要がある。これらの観光商品・ルートの造成にあたっては、関係団体や民間事業者との連携や役割分担等が重要であることから、推進体制の確立を図る必要がある。

イ ニューツーリズムへの対応

「体験型」「交流型」旅行のニーズの高まりを踏まえ、地域資源を活用した新たな形態の旅行である「ニューツーリズム」が注目されているが、本市にはこうしたニューツーリズムに対応できる地域資源が多く分布している。

このため、市内のあらゆる地域資源を観光資源として捉え、新たな視点から様々な分野における資源の発掘、活用を図ることが必要である。

(4) 広域観光に関する課題

ア 広域観光としての拠点機能強化

本市は、周辺に日光や那須をはじめとした全国的・国際的に集客力の高い観光地があり、交通の便が良く、充実した宿泊施設を有していることから、市外の観光地を巡る上での移動拠点・滞在拠点として機能している。

このため、広域観光ネットワーク形成の推進とともに、「広域観光ハブ」としての機能強化が求められる。

イ 訪日外国人客の取り込み

わが国における訪日外国人旅行者の増加を踏まえ、本市でも、インバウンド観光（訪日外国人観光）の振興に取り組んでいく必要がある。本市の現状は、北米や欧州からの来訪者の占める割合が大きく、業務目的で長期滞在する外国人の割合が大きい。

このため、北米や欧州からの来訪者を確保しながら、近年の訪日客増加が著しいアジア地域からの誘客を図るため、受入体制の充実や、市内観光を楽しんでいただくための方策が必要である。

第3 基本理念と基本方向

1. 基本理念

本市は北関東最大の人口を有し、栃木県内ほぼ全域に商圏が及ぶ中核都市となっている。「中心部」は、商業施設や芸術文化施設が立地するなど、人・物・情報などの活発な日常交流の場として機能している。本市の代名詞ともなっている「宇都宮餃子」の存在はいうに及ばず、2日間で約60万人の観客を集めた「ふるさと宮まつり」をはじめ、集客力がある数々の祭り、イベントが多数開催されていることも本市の魅力を大きく高めている。一方、「郊外部」には豊かな自然があり、一步足をのばせば手軽に自然とふれあうことができる。また地域交流を目的とした施設、地域産業を学ぶことのできる環境なども整備されており、大谷地域のように、他に比類ない資源も存在している。さらに「広域」に目を向けると、北関東自動車道の開通や、茨城空港の開港等、交通基盤の整備・充実に伴って、本市は、日光をはじめ栃木県内や北関東にある集客力の高い観光地へのゲートウェイとしての機能を発揮している。

こうした多様な観光資源を有する本市のこれからの観光として、本市の強みや特色を生かした観光の推進、まちづくりと観光の連携（産業、景観、スポーツ、文化等あらゆる分野との連携）、旅行者を受け入れる側の地域（着地）が、地域独自の旅行商品等を企画提案し、発信する着地型観光の促進、来訪者の再来意欲の向上を目指すことが求められる。

本市の「住めば愉快」な都市の魅力と、「観れば愉快」「体験が愉快」な本市特有の観光資源の魅力を融合し、おもてなしの充実による「来れば愉快」な観光のまちを目指し、基本理念を下記の通り定める。

基本理念：「愉快タウン！ 宇都宮」

2. 基本方向

現状や課題をふまえ、基本理念を実現するための基本的な方向を設定する。

(1) おもてなしある受入体制の充実

本市を訪れる多くの人に満足していただき、本市への再訪や定住に結びつけるため、観光ボランティア等の人材育成や受入基盤の充実を図りながら、市民一人ひとりがおもてなしの主役となり、官民一体でおもてなしを推進する。本市の魅力をあらゆる機会を捉え、様々なツールを用い国内外へ発信し、本市のイメージアップと誘客を図る。

(2) 観光資源の活用促進

本市が誇る様々な地域資源の発掘及び歴史・文化をはじめとした既存資源のブラッシュアップにより、都市観光としての魅力を高め、来訪者の増加を図るとともに、また行きたい観光都市としてのまちづくりを推進する。

(3) 着地型観光の促進

地域独自の着地型旅行商品として、体験型観光、産業観光を中心に組み合わせたきらりと光る観光ルートを開発し、効果的にPRすることにより来訪者に魅力を伝え、市内での観光行動を促進する。

(4) 広域観光の促進

本市を拠点とした広域観光を推進すべく、隣接市町の観光関係者との連携を強化し、情報共有を進め、広域観光ルートの開発を行う。また、外国人受入環境の整備や、観光案内所の多言語対応力強化により、訪日外国人旅行者の誘客を図り、広域観光を促進する。

3. 目標指標

基本方向を実現するための基本目標を設定する。

指標	現状値 (基準年)	平成29年度目標
「来てよかった」、「また訪れたい」と感じている来訪者の割合	44.6% (平成23年12月現在)	50.0%
年間入込客数	13,531千人 (平成22年実績) (※震災等の特殊事情により平成22年実績を基準とする。)	15,000千人
宿泊者数	1,077千人 (平成22年実績) (※震災等の特殊事情により平成22年実績を基準とする。)	1,200千人

(1) 「来てよかった」、「また訪れたい」と感じている来訪者の割合

市民のおもてなし意識の向上や、受入体制の充実により、本市を訪れる多くの人が満足し、本市への再訪意欲が高まることから、およそ1割の伸びを目標に、50.0%と設定する。

(2) 年間入込客数

豊富な観光資源を活用し、観光都市としての魅力を高めることで、来訪者の増加が見込めることから、およそ1割の伸びを目標に15,000千人と設定する。

(3) 宿泊者数

広域観光の拠点としての機能強化や、訪日観光客の受入体制の整備等を促進することで宿泊者の増加が見込めることから、およそ1割の伸びを目標に、1,200千人と設定する。

第4 基本施策と重点事業

1. 基本施策

基本方向を具体化するための基本的な施策を設定する。

基本理念	基本方向	基本施策	目指すべき姿
「愉快タウン！宇都宮」	おもてなしある受入体制の充実	市民によるおもてなし意識の向上	官民一丸となって観光都市としての意識を醸成し、市民のおもてなし意識が高まる。
		受入体制の強化	観光案内拠点の充実や観光ボランティアの育成、活用により、受入体制が強化され、来訪者が容易に旅行情報を取得でき、観光案内が受けられる。
		受入基盤の充実	市内交通等の機能向上により、観光基盤が強化される。また、本市来訪者の特性調査により、ニーズに対応した受入基盤の充実が図られる。
		観光情報発信の充実	観光プロモーションの充実や、マスメディアの活用等、ブランド戦略と連携した情報発信を強化することで、本市の魅力が高まり、多くの人々に「うつのみや」の魅力が伝わる。
	観光資源の活用促進	餃子を起点とした周遊促進	本市を代表する観光資源である宇都宮餃子を本市観光情報発信拠点として活用することで、餃子を起点とした来訪者の市内周遊が促進される。
		既存資源の磨き上げと新たな資源の発掘	大谷地域においては、大谷石採取場跡地の観光活用や、多気山、古賀志山でのハイキング、植栽等による景観形成、3Dやアートなどの新たな取組による来訪者の誘致を図ることで、地域の活性化が促進される。また、カクテル、ジャズ、食や景観、道の駅ろまんちっく村や河内・上河内地域の資源等が発掘、活用され、本市の魅力が向上し、来訪者が増加する。
		イベントの活用とコンベンション誘致強化	MICE 誘致の強化を図ることで、本市を認知し、訪問する機会が創出され、「コンベンションシティ宇都宮」が一層推進される。また、集客力が高く、地域活性化にも有効なイベントや祭りを活用し、本市の魅力を発信することで、イメージ向上が図られる。
	着地型観光の促進	体験型観光・産業観光の推進	本市の有する多彩な観光資源を発掘、活用し、体験型観光・産業を推進することで、魅力的な着地型旅行商品・観光ルートが恒常的に催行されている。
		スポーツ・ツーリズムの推進	自転車、サッカー、バスケットのプロスポーツチーム本拠地であることや「自転車の街」の推進、大型スポーツイベントを有することなどの強みを活かして、スポーツ・ツーリズムが促進される。
		グリーン・ツーリズムの推進	市郊外部の農村資源を活用して、農業、農村体験による都市住民との交流が促進される。
	広域観光の促進	周辺地域との広域連携機能の強化	本市を拠点とし、本市周辺の集客力の高い観光地への観光行動がみられることをふまえ、隣接市町の観光関係者と情報共有を図り、双方の魅力を組み合わせた広域旅行商品や観光ルートを造成する等により地域全体の観光力向上が図られる。
		外国人受入体制の強化	観光案内所の外国語対応や観光情報発信の多言語化等を促進し、外国人が歩きやすい環境を整えることで、外国人観光客が増加する。

図表 施策体系一覧

基本理念	基本方向	基本施策	施策項目
愉快タウン！ 宇都宮	おもてなしある受入体制の充実	市民によるおもてなし意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・（仮称）うつのみやファンクラブの創設【重点】 ・おもてなし運動の推進
		受入体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光コンシェルジュ制度の導入【重点】 ・まちかど案内所の充実
		受入基盤の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・二次交通アクセス、バス駐車場の充実【重点】 ・観光マーケティングの強化 ・自転車の活用
		観光情報発信の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信の強化【重点】 ・でかけてみよう宇都宮キャンペーンの実施
		餃子を起点とした周遊促進	<ul style="list-style-type: none"> ・宇都宮餃子を活用した観光促進【重点】 ・餃子の街の推進
	観光資源の活用促進	既存資源の磨き上げと新たな資源の発掘	<ul style="list-style-type: none"> ・石の里大谷の推進【重点】 ・道の駅ろまんちっく村の活用 ・河内・上河内地域の資源の活用 ・カクテルの街、ジャズの街の推進 ・食資源の活用 ・うつのみや百景の活用
		イベントの活用とコンベンション誘致強化	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE誘致強化【重点】 ・アフターコンベンションの充実 ・イベント・祭りを活用した観光促進
		体験型観光・産業観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・新旅行商品の開発【重点】 ・体験型観光メニューの充実
	着地型観光の促進	スポーツ・ツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツを活用した観光促進【重点】 [再掲] 自転車の活用
		グリーン・ツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・都市と農村の交流促進と農村地域の活性化【重点】 ・農業・農産加工体験の充実 [再掲] 道の駅ろまんちっく村の活用 [再掲] 河内・上河内地域の資源の活用
		周辺地域との広域連携機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・広域連携による旅行商品の開発【重点】 ・広域観光宣伝の強化
	広域観光の促進	外国人受入体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人受入環境の整備【重点】 ・姉妹都市・文化友好都市等との観光交流促進

2. 重点事業

基本施策の目指すべき姿を実現するために重点的に取り組む事業を、重点事業として設定する。

(1) 重点事業1： (仮称) うつのみやファンクラブの創設

<事業概略>

・首都圏などでの本市観光情報の効果的な発信を行うくちコミ特派員の活動を拡大し、市民と市外の人々がソーシャルネットワーキングサービス（SNS）¹等を活用し双方向で観光について情報交流を行う場として「(仮称) うつのみやファンクラブ」を創設する。

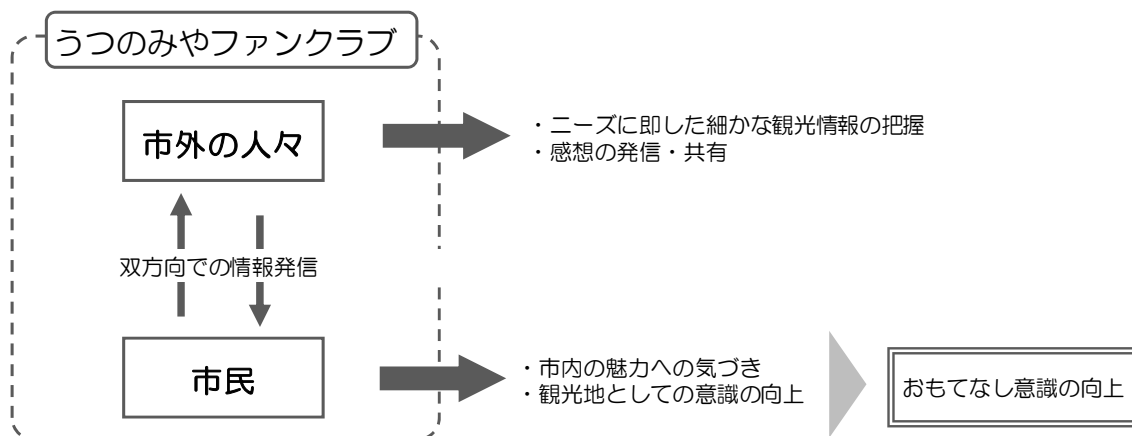
<事業内容>

・(仮称) うつのみやファンクラブの創設

市外への情報発信と、市民が本市を知ることによるおもてなし意識の向上に向け、観光情報の交流の場として「(仮称) うつのみやファンクラブ」を創設する。

また、うつのみやファンクラブ会員間でのSNS等を活用した双方向での情報発信を促すために、ブランド戦略等と連携し、愉快市民、くちコミ特派員などが発信する情報の会員間への広報などを行う。

図表 うつのみやファンクラブのもたらす効果のイメージ



<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
・くちコミ特派員への情報提供	・うつのみやファンクラブ創設に向けた検討	・うつのみやファンクラブ創設	・うつのみやファンクラブの会員数3,000人

注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

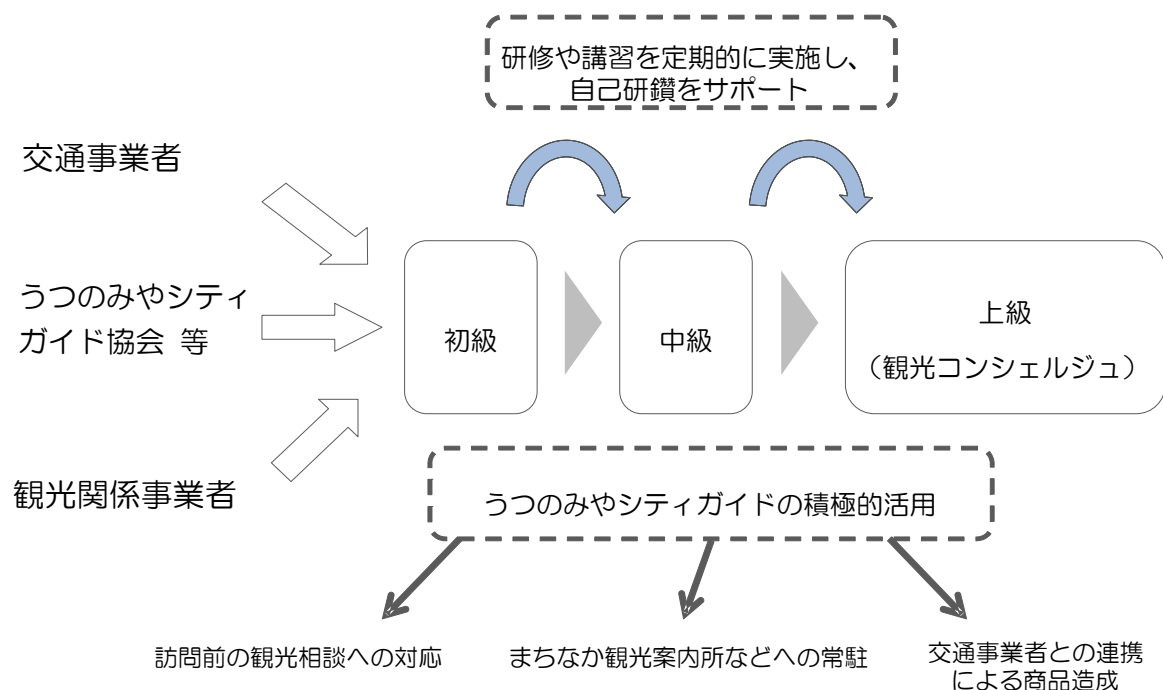
¹ フェイスブックやツイッター等

(2) 重点事業2：観光コンシェルジュ制度の導入

<事業概略>

- ・訪問前の観光相談等に対応するため、うつのみやシティガイド協会等を拡充・階層化し、観光コンシェルジュを新設する。また、ボランティア等の自己研鑽を促すために、階層化と併せて研修などの学習環境を整備する。
- ・市内においても来訪者が手軽に旅行情報を取得できるように、うつのみやシティガイド協会のまちなか観光案内所への常駐、交通事業者との連携による商品造成などの取り組みを進める。

図表 観光コンシェルジュ制度の導入による多様な活動展開のイメージ



<事業内容>

・観光コンシェルジュ制度の導入

うつのみやシティガイド協会等をその知識や案内力等に応じて初級、中級、上級に区分し、それぞれの段階で求められる能力や資質を明確化し、上級者を観光コンシェルジュに任命する。観光コンシェルジュは、ホームページや電話などでの観光相談や、訪問前の観光相談にも対応する。

その上で、より上位の会員を増やし、ガイドの質を向上させるため、研修や外部講師による講習などを定期的に実施する。

・常設案内所の増設

現在、宮カフェに設置されている「まちなか案内所」（毎週日曜日、宮カフェ前を観光案内拠点として、うつのみやシティガイド協会がまちなか案内を実施）を、市内の交通・観光の要衝各所に拡大し、うつのみやシティガイド協会の会員がガイドとして常駐することで、来訪者が必要に応じて街中でうつのみやシティガイド協会に相談できる体制を構築する。

・うつのみやシティガイドと交通事業者の連携による商品造成

バス事業者との連携による路線バスを利用したまちなか案内コースや、タクシー事業者との連携による郊外部まで観光タクシーで移動し、うつのみやシティガイド協会の解説のもとハイキングなど郊外部の観光を行うプラン等、うつのみやシティガイド協会と交通事業者の連携による観光商品の造成を促進する。

<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
<ul style="list-style-type: none"> ・原則5名以上の段階から要望があった場合に観光案内を実施 ・うつのみやシティガイド協会の会員は約80名 	<ul style="list-style-type: none"> ・うつのみやシティガイド協会会員や観光事業者の階層制度の検討 ・会員等を対象にした研修・講習な開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光コンシェルジュ制度の導入 ・「まちなか案内所」の増設 ・うつのみやシティガイド協会と交通事業者の連携による商品の造成 ・研修・講習の定期的な開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・相談対応が可能な体制の構築 ・うつのみやシティガイド協会を活用した旅行商品の企画・造成 ・会員の増加と質の担保

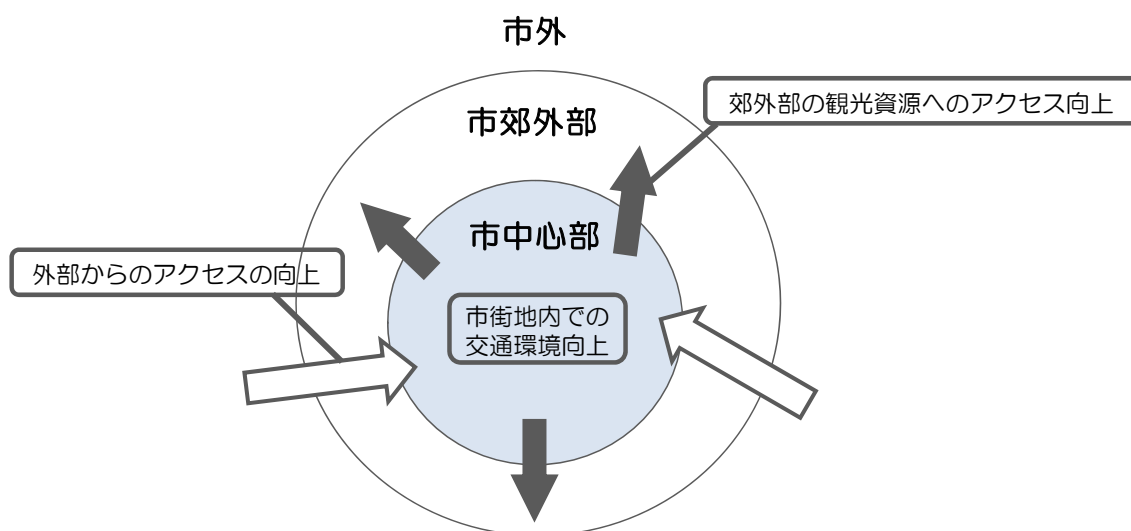
注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年日以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(3) 重点事業3：二次交通アクセス、バス駐車場の充実

<事業概略>

- ・来訪者の交通環境向上のため、市内バスやタクシー、自転車等それぞれの特性を活かすとともに、主要駅から各観光資源への二次交通の機能を向上させるために、関係者間で一日乗車券（ワンデイパス）や観光タクシーの導入を検討する。
- ・インターチェンジを有する宇都宮の強みを活かし、大型バスでの来訪に対応するため、駐車場や乗降場所（バスポート）の充実を図る。

図表 交通環境整備のイメージ



<事業内容>

- ・市内バスの一乗車券の導入
来訪者が様々な観光資源を周遊し、楽しめるように、民間交通事業者と連携し、課題整理をした上で一日乗車券の導入を検討する。
- ・観光タクシーの導入
市内の観光スポットを巡る観光タクシーの導入を検討する。導入にあたっては、事業者や観光タクシー運転手候補者に対する観光情報の周知等を実施するとともに、観光タクシーのPRを展開する。
- ・駐車場等の充実
インターチェンジを有する市の特性を活かし、大型バスを利用し宇都宮を訪れる観光客を増大させるため、大型バスに対応可能な駐車スペースや乗降場所（バスポート）の確保を推進する。

<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
・大型バス駐車場 城 址公園駐車場4台	<ul style="list-style-type: none"> ・ 5台分増加 ・ 一日乗車券の導入に向けた検討 ・ 観光タクシーの導入，運行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 5台分増加 ・ 一日乗車券の導入に向けた調整・試験導入（実証実験） ・ 観光タクシー運行ルートの充実 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10台分増加 ・ 一日乗車券の試験導入 ・ 観光タクシーの運行

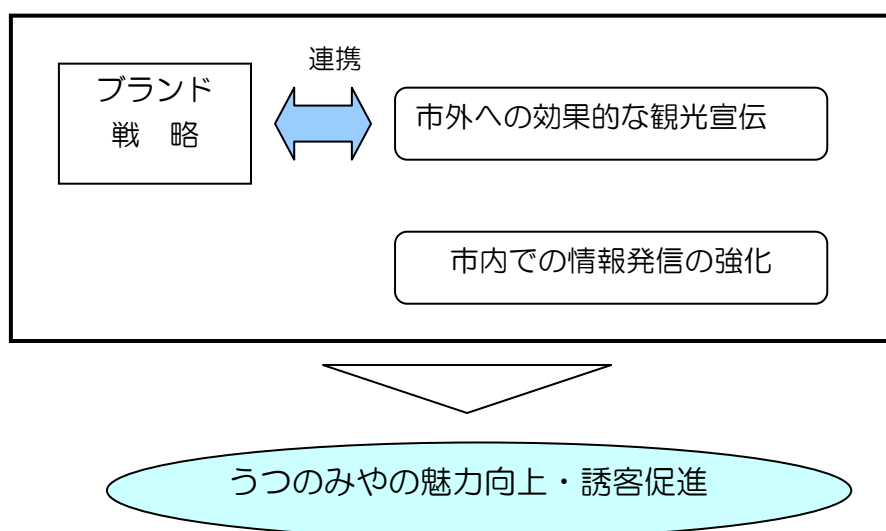
注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で，環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(4) 重点事業4：情報発信の強化

<事業概略>

- ・主に首都圏において実施している観光宣伝事業について、引き続きブランド戦略等と連携し、効率的・効果的に実施するとともに、PRエリアを拡大する。
- ・情報発信の強化に向け、宇都宮観光コンベンション協会のウェブサイトの充実などを行う。
- ・ICT（情報通信技術）を活用し、本市を訪れる個人旅客、外国人観光客への観光案内の充実・強化を図るとともに、宮カフェ、道の駅ろまんちっく村、観光案内所等を情報発信の拠点として積極的に活用する。
- ・観光情報の一元化を図り、効果的な情報発信を実施する。

図表 情報発信強化のイメージ



<事業内容>

・市外への観光宣伝事業の強化

観光宣伝強化のため、東京スカイツリータウン内にある栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」における観光キャンペーンなど首都圏でのキャンペーンをブランド戦略と連携し実施するほか、地域活性化に効果のあるフィルムコミッションを活用し、本市のイメージアップやブランド力向上を図る。

また、旅行雑誌や旅行情報サイトへの観光情報の掲載などを進めるとともに、観光宣伝のPRエリアの関西エリア等への拡大、宇都宮観光コンベンション協会のウェブサイトの充実化などを行い、観光情報の市外への発信を強化する。

・市内での観光情報発信の強化

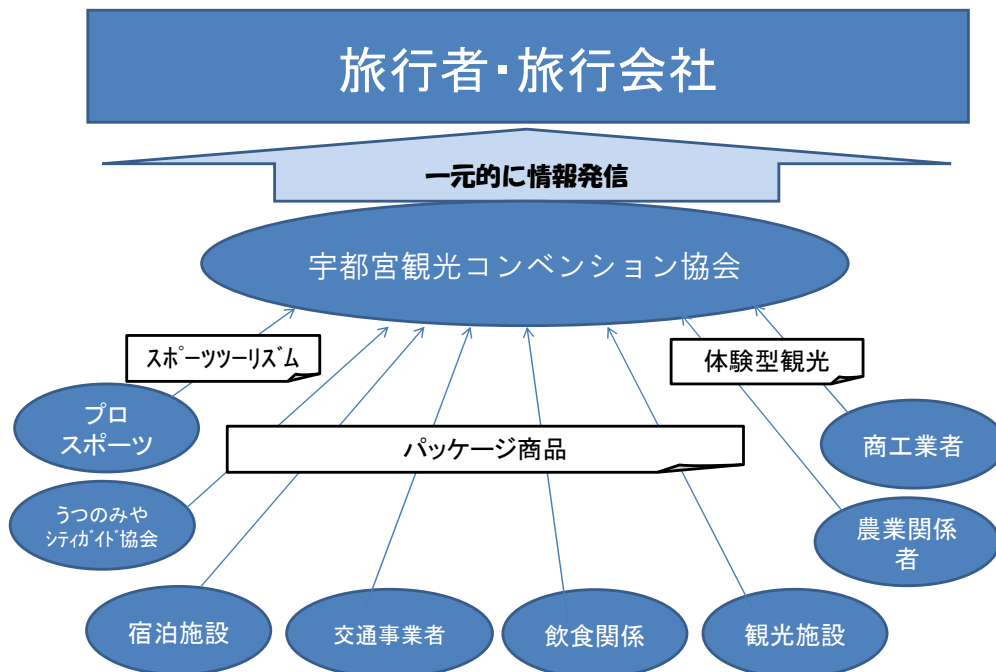
スマートフォンなどのカメラで映し出す現実の映像に、文字や音声等多様な観光情報を重ね合わせる技術（AR）²を活用し、個人旅行者に対し充実した観光案内を提供し、あわせて外国語対応も踏まえたスマートフォン用アプリの開発を行うことで、外国人観光客向けの情報発信を強化する。

また、アンテナショップ宮カフェ、道の駅ろまんちっく村、観光案内所等を情報発信の拠点として積極的に活用する。

・宇都宮観光コンベンション協会による市観光情報の一元化

個々の事業者による情報発信では、発信力に限界があるため、宇都宮観光コンベンション協会が観光情報を一元的に集約・発信し、観光事業者と旅行者とを繋ぐワンストップ窓口となる。

図表 観光情報の一元化イメージ図



<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
・本市の観光PR，キャンペーンが訪問のきっかけになった割合 6.8%	・PRエリアの拡大 ・宇都宮観光コンベンション協会のウェブサイトの充実化 ・情報発信拠点の強化 ・ARでの観光情報の提供に向けた検討	・PRエリアの拡大の効果検証 ・宇都宮観光コンベンション協会による観光情報の一元化 ・ARでの観光情報の提供	・本市の観光PR，キャンペーンが訪問のきっかけになった割合 15%

注釈）「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

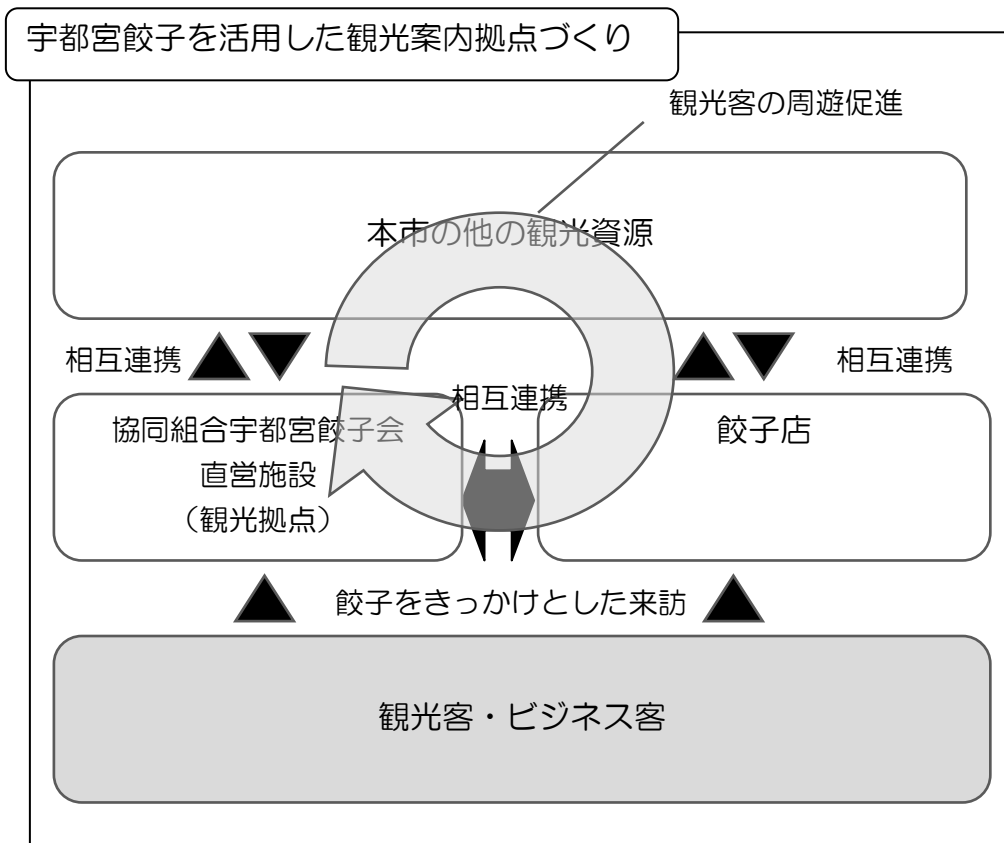
²現実の環境に対して、情報を付加・追記する（拡張する）情報技術、および拡張された環境を指す。代表的なものに、スマートフォンを通して風景をみるとその説明文が浮かんで見える技術等がある。

(5) 重点事業5：宇都宮餃子を活用した観光促進

<事業概略>

- ・圧倒的な知名度を誇る宇都宮餃子を活かした協同組合宇都宮餃子会の直営施設の再整備を支援し、観光案内機能を強化したこの施設と連携することで、本市の集客力を更に高める。
- ・市内餃子店に、観光客の様々なニーズに対応した滞在時間別観光パンフレットを設置することで、観光客が餃子に「プラスワン」した行動を促していく。

図表 協同組合宇都宮餃子会直営施設や市内餃子店を起点とした周遊イメージ



<事業内容>

・宇都宮餃子を活用した観光案内拠点づくり

餃子横丁（飲食施設）、餃子の歴史紹介、餃子づくりの体験など餃子に係わる多面的な機能をもつ協同組合宇都宮餃子会直営施設（現「来らっせ」）の再整備を支援し、観光案内拠点機能を最大限強化する施設として連携することで、市内の他の観光資源への周遊が促される仕組みを構築するほか、様々な取組に展開していく。

・宇都宮餃子オフィシャルマップの活用

本市の観光資源をシーズン、時間帯、滞在時間別に分類（予約なしで1時間～半日のプログラム等）し、商用客のように短時間滞在の人でも楽しめる観光メニューや、比較的時間に余裕がある人が楽しむ観光メニュー、サイクリングの情報等を整理し、宇都宮餃子オフィシャルマップに掲載する。こうしたパンフレットを市内餃子店に設置し、市内餃子店に情報発信拠点としての役割を備えることで、来訪者に餃子に「プラスワン」した行動を促していく。

・本市の餃子消費に関する実態把握

総務省家計調査による餃子消費額は、餃子専門店での飲食や持ち帰りは対象外であり、限られた統計データであることから、市民の餃子に関する消費行動の実態を把握し、餃子のまちとしての推進に活用する。

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
<ul style="list-style-type: none"> ・「来らっせ」での展示や販売 ・プロモーションの実施やイベントへの参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者との協議 ・戦略的なプロモーション実施やイベント参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・協同組合宇都宮餃子会直営施設への支援、連携 ・戦略的なプロモーション実施やイベント参加の継続 	<ul style="list-style-type: none"> ・協同組合宇都宮餃子会直営施設を拠点とした観光事業の展開による来訪者の増加 ・宇都宮餃子ブランドの価値向上
<ul style="list-style-type: none"> ・餃子マップに観光情報QRコード掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・餃子マップに滞在時間別観光メニューを掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光メニューの充実 	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者がパンフレットを活用し、市内を周遊する。
<ul style="list-style-type: none"> ・総務省家計調査による餃子消費額の把握 	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者との協議 ・餃子消費の実態把握調査の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・調査結果を事業展開に活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の餃子消費に関する実態把握

注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(6) 重点事業6：石の里大谷の推進

<事業概略>

- ・大谷石採取場跡地における体験型観光の実施など、民間による利活用に向けた試みへの支援を行う。
- ・石を利用したアートに取り組むアーティストによる作品コンテストを開催し、大谷石の利用機会拡大を図るとともに認知度を高め、幅広い層における大谷地域、そして大谷石とその文化に対する興味を向上させる。
- ・コンテスト優秀者や若手アーティストに対して、アーティスト・イン・レジデンス・プログラムを提供し、大谷への滞在を促すとともに、地域住民との交流を促すことで地域の活性化に繋げる。
- ・大谷石採取場跡地や大谷石建造物を背景とした「3Dプロジェクションマッピング(※)」などの夜間イベント等での活用を検討し、来訪者の飲食・宿泊などの追加行動の誘引に繋げる。

<事業内容>

- ・大谷石採取場跡地の民間利活用に向けた支援

大谷石採取場跡地の水辺におけるカヤック体験と大谷地域でのハイキング等との組み合わせによる体験型観光産業、更には、新たなIT技術等の観光活用など、民間による採取場跡地利活用に向けた試みを支援、検討する。

- ・大谷石アートコンテストの開催

大谷石を使用したアート作品コンテストを開催し、アーティスト・イン・レジデンスプログラムによる滞在アーティストをはじめ、芸術系大学や関係団体にも幅広く参加を呼びかけることで、域内外のアーティスト、事業者、市民が意欲的に大谷石を活用するような仕組みづくりを進める。

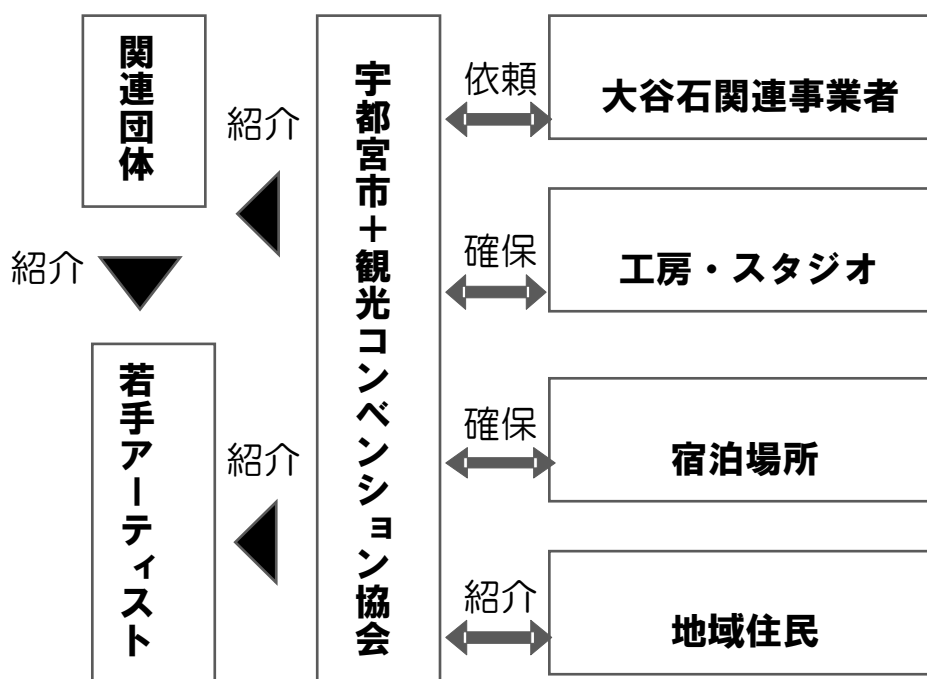
- ・アーティスト・イン・レジデンスの推進

大谷石に関する地元事業者と協力して、アーティストにとって魅力的な滞在地や工房、スタジオ等を確保し、大谷地域にアーティストを呼び込む環境(アーティスト・イン・レジデンス)を整備する。

大谷石アートコンテストの優秀者や大谷石に興味を持つ若手アーティストに対して、アーティスト・イン・レジデンス・プログラムを提供し、大谷への滞在と情報発信を促し、現在の大会地区に対する風評の払拭に寄与する。あわせて地域住民との交流を促すことで地域の活性化に繋げるとともに、アトリエや工房の公開等により着地型観光資源としても活用する。

なお、滞在アーティストには、大谷石アートコンテストにおいて作品発表の機会を確保する等の仕組みにより、アーティスト・イン・レジデンス・プログラム、大谷石アートコンテストの双方の魅力を高めるよう、連動した運営を図る。

図表 アーティスト・イン・レジデンス



- ・3Dプロジェクションマッピング等を活用したイルミネーションの実施
 既存施設の形状を活用した演出が可能であることから、大谷石採掘場跡・大谷石作りの建物などを活用し、夜間イベント等での新たなイルミネーションの実施を検討する。

※3Dプロジェクションマッピングとは
 プロジェクターを用いて建物等に映像を投影し、新しい空間の演出をするもの。最近では、東京駅丸の内駅舎保存・復元工事完成記念イベントで実施された。

<事業スケジュール>

現状	短期 (H25~H26)	中期 (H27~H29)	目標 (H25~H29)
・大谷石あかり等地域住民による取組	<ul style="list-style-type: none"> ・大谷石採取場跡地での民間利活用への支援 ・工房・スタジオ施設整備のための地域との協議 ・3Dプロジェクションマッピング等を活用したイルミネーションの実施検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・大谷石採取場跡地での民間活動の活用 ・コンテスト等催行の検討・実施及びアーティスト募集 	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティストによる作品やスタジオ見学の実施

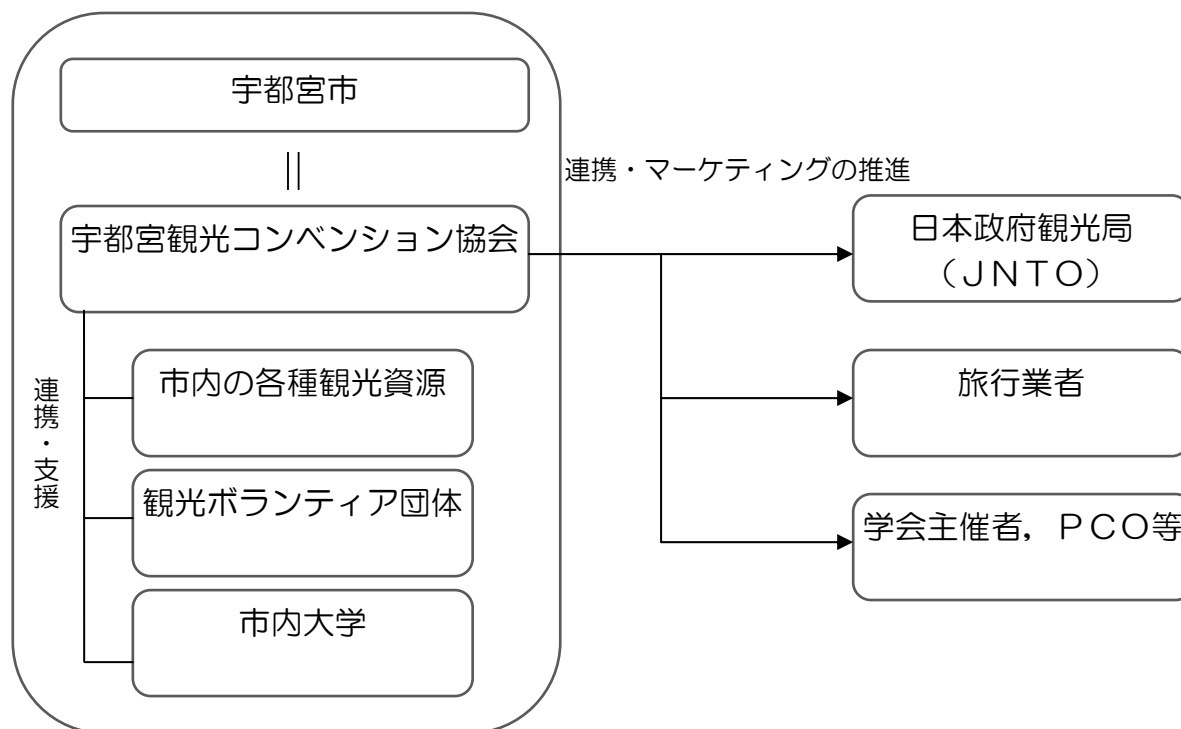
注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(7) 重点事業7：MICE誘致強化

<事業概略>

- ・本市の知名度向上，地域交流の活発化や経済的効果を高めるため，多くの集客交流が見込まれるMICE（会議[Meeting]，研修旅行[Incentive]，総会，学会[Convention]，イベント，展示会[Event/Exhibition]の頭文字）を積極的に誘致するとともに，宇都宮駅東口地区整備の検討状況を見据えながら体制強化を図る。
- ・市と宇都宮観光コンベンション協会が市内ボランティアと連携することでMICEの受け入れ体制を充実させるとともに，市内大学の学会活動の開催支援を進めるほか，日本政府観光局（JNTO），旅行者との連携によるマーケティング情報の収集や，首都圏の学会主催者・会議専門運営組織（PCO）³などから有力案件を抽出・営業を進めていく。

図表 MICE誘致に向けた市内外の体制整備イメージ



³ Professional Congress Organizer の略であり，コンベンション等を専門的かつ総合的に組織・企画・運営し，そのサービスを提供する法人を指す。

<事業内容>

・市内のボランティアとの連携による受入体制の強化

宇都宮SGGクラブ（善意通訳のボランティア組織）やうつのみやシティガイド協会との連携を引き続き進めていくことで、国際コンベンションやエクスカージョン（体験型の視察見学会）の受入体制を充実していく。

・市内大学における学会活動の支援

市内には、宇都宮大学をはじめ4年制大学が5校、短期大学が3校、隣接市町に医科大学が2校あることから、これらの大学における学会活動において広報活動や宿泊場所の情報提供等の支援を進めていく。

・主要機関との連携

日本政府観光局（JNTO）、旅行者との連携を図り、MICEに関するマーケティングの情報を収集するとともに、キーパーソン（決定権者）招聘による誘致活動を進めていく。

・首都圏に対するマーケティング

高速道路のインターチェンジや新幹線停車駅等を有するアクセスの良さを活かし、首都圏における開催都市が決定していない有望案件について、学会等の主催者、PCOや、旅行代理店への営業活動を強化していく。

<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
<ul style="list-style-type: none"> ・宇都宮観光コンベンション協会によるMICEの誘致 ・市内のボランティアとの連携による受け入れ体制の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・大学との連携体制の構築 ・JNTO、旅行者等との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・大学との連携強化 ・JNTO、旅行者等との連携強化 ・キーパーソン（決定権者）の招聘 	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE開催数の拡大

注釈）「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(8) 重点事業8：新旅行商品の開発

<事業概略>

- ・市内を発着地とする着地型旅行商品を開発し、モニターツアーを通じてその商品性を磨き上げ、市内旅行業者等に流通促進を働きかける。
- ・テーマ性、趣味性の高いツアーの公募、コンテストを実施し、バラエティ豊かかつ他に無いユニークな着地型旅行商品を開発する。

<事業内容>

・モニターツアーの実施

市内を発着地とする企画旅行について、モニターツアー（実証実験）を実施する。モニターツアー参加者から意見を収集し、一層魅力的かつ事業化が容易な旅行商品として熟度を高める。また、市内旅行業者や交通事業者、観光関係事業者に対し、本市から旅行商品の内容と対応するモニターツアーの結果を提供し、開発した着地型旅行商品の市内旅行業者等による（催行・販売）流通促進を働きかける。

・スペシャル・インタレスト・ツアーコンテストの実施

文化鑑賞や体験などを盛り込んだテーマ性、趣味性の高いツアー（SIT：スペシャル・インタレスト・ツアー）の旅行商品アイデアを公募し、バラエティ豊かかつ他に無い“愉快な”着地型旅行商品を開発する。

・宇都宮観光コンベンション協会による着地型旅行商品の催行と継続的開発

着地型旅行商品の取扱いの担い手として、宇都宮観光コンベンション協会が平成25年4月に創設される「地域限定旅行業」に登録し、着地型旅行商品の催行・販売を検討する。また、協会による催行にあたっては、事業化を促進するとともに、着地型旅行商品に関する情報を一元化し、情報発信する。

【参考：地域限定旅行業登録とは】

地域の観光資源の活用や多様化する観光客のニーズへの対応の観点から、地域独自の魅力を活かした地域密着型の旅行への期待が高まっており、「着地型旅行」の商品提供を促進するための取組が求められている。

これを踏まえ、「地域限定旅行業」を新たに創設するなど、旅行業法施行規則（昭和46年運輸省令第61号）の一部について所要の改正が行われた。

(1) 地域限定旅行業の創設

営業所の存する市町村並びにこれに隣接する市町村等の限定された区域についてのみ、企画旅行、手配旅行等を行うことのできる旅行業の類型として「地域限定旅行業」を創設し、当該類型の営業保証金の供託額及び基準資産額を他の旅行業の類型よりも引き下げる（営業保証金の最低額、基準資産額ともに100万円）ことにより、限定された区域のみで旅行業務を行おうとする者の旅行業への参入を容易化する。

施行：平成25年4月1日

資料) 観光庁「旅行業法施行規則の一部改正について」（平成24年12月14日）より抜粋

図表 旅行業種別業務範囲・登録要件

旅行業の種類	募集型企画旅行 (パッケージ)		受注型 企画旅行 (修学旅行等)	手配旅行 (チケット手配等)	営業保証金	基準資産
	(海外)	(国内)				
第1種	○	○	○	○	7,000万	3,000万
第2種	×	○	○	○	1,100万	700万
第3種	×	△ (隣接市町村等)	○	○	300万	300万
地域限定	×	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	100万	100万

注: 第3種と地域限定の間に、国内の隣接区域に限定 (赤い矢印) と、区域限定に伴う引き下げ (赤い矢印) の注釈がある。

資料) 観光庁「旅行業法施行規則の一部改正について」(平成24年12月14日)

<事業スケジュール>

現状	短期 (H25~H26)	中期 (H27~H29)	目標 (H25~H29)
民間事業者による取組	<ul style="list-style-type: none"> ・モニターツアーの実施 ・SIT コンテストの実施 ・宇都宮観光コンベンション協会の「地域限定旅行業」の登録に関する関係者協議 	<ul style="list-style-type: none"> ・市内関係事業者に対する流通促進の働きかけ ・SIT コンテスト上位アイデアの商品化 ・宇都宮観光コンベンション協会の「地域限定旅行業」の登録による着地型旅行商品の催行 	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の着地型旅行商品の開発 ・開発した着地型旅行商品の市内旅行業者等による催行・販売

注釈) 「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(9) 重点事業9：スポーツを活用した観光促進

<事業概略>

- ・スポーツ・ツーリズム推進の観点から、プロスポーツをこれまで以上に積極的に観光促進に活用する。
- ・参加型スポーツイベントや豊かな自然環境を活かしたアウトドアスポーツなどの既存のスポーツ資源の魅力向上と、これらを目的に来訪する観光客への観光情報等の発信に取り組む。
- ・スポーツ・ツーリズムの推進に向け、総合的な調整機能を持った推進の仕組みづくりについて検討を進める。

<事業内容>

・プロスポーツの活用

栃木サッカークラブ（栃木SC）やリンク栃木ブレックスのホームゲーム、そしてジャパンカップサイクルロードレース開催時には、多くのファンやサポーターが試合会場に来場していることから、これらの観戦者に対して、本市の観光情報等を効果的に発信することにより、観戦の前後における市内観光行動の喚起を図るなど、スポーツ観戦目的の来訪者による観光を推進する。

また、プロスポーツチームと連携・協力することにより、Jプロツアーなどの国内サイクルロードレースの招致や、バスケットボールにおけるJBLのオールスター戦など、全国規模の各種大会の開催や新規大会の招致を目指す。

・スポーツ資源の魅力向上による市内観光行動への誘導

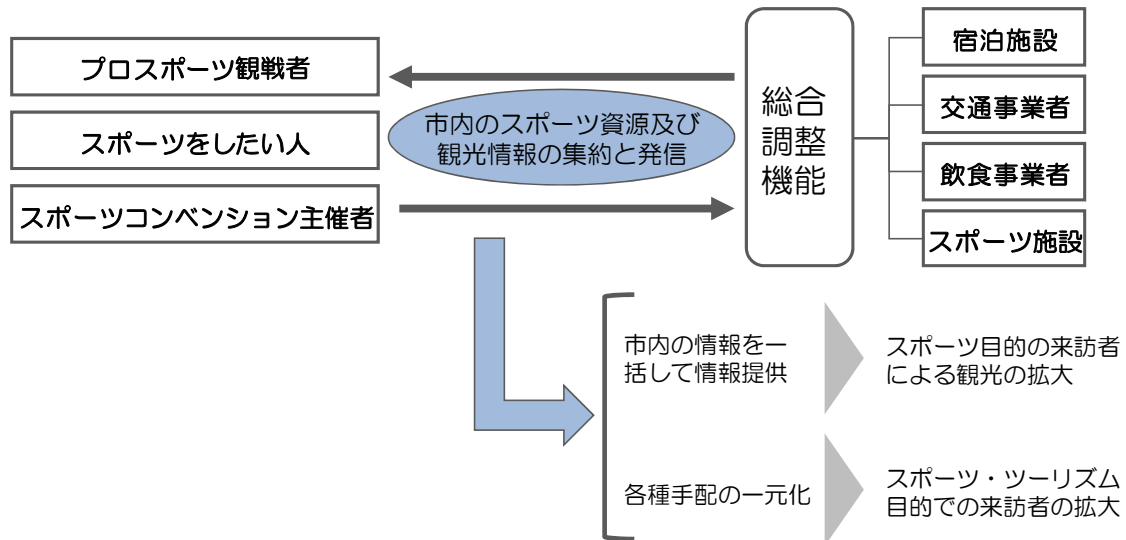
本市は、森林公園周辺にサイクリングコースや、スカイスportsなどのスポーツ施設が集積するとともに、栃木県総合運動公園周辺では、県において総合スポーツゾーンの検討が進められている。また、ハイキングに適した古賀志山、羽黒山や篠井富屋連峰などの「低山」を有するなど、アウトドアスポーツのフィールドとして、高いポテンシャルを有している。こうしたことから、他の観光資源との周遊ルート開発など、資源間の連携を図ることにより、新たな観光需要の創出に取り組む。

また、本市では、マラソン大会やトレイルランなど、さまざまなスポーツイベントが開催されていることから、これらの参加者に対して、市内への観光行動を喚起するための取組を行う。

・スポーツ・ツーリズム推進の仕組みづくり

スポーツ・ツーリズムの推進にあたっては、イベントの誘致や運営支援、広報・PR、観光事業者や施設管理者等との連携、スポーツ資源の旅行商品化など、多様かつ専門的な事業者等との総合的な調整が不可欠となることから、スポーツコミッションの設置など、これらを担う仕組みづくりについても併せて検討する。

図表 総合調整機能のイメージ



<事業スケジュール>

現状	短期 (H25~H26)	中期 (H27~H29)	目標 (H25~H29)
スポーツ等を目的とする来訪者割合 (※観光動態調査) 5.8%	・スポーツ周遊ルートの開発 ・関係事業者との連携, 事業改善	・スポーツ周遊ルートの活用 ・新規大会の招致活動の実施	・スポーツ等を目的とする来訪者割合の増加

注釈) 「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(10) 重点事業10：都市と農村の交流促進と農村地域の活性化

<事業概略>

- ・本市の豊かな「農」資源を活用し、癒し・やすらぎを求める都市住民のニーズに対応した農村地域と都市住民との交流事業を展開することで、さらなる交流人口の増加につなげる。
- ・都市住民の方に農家に民泊しながら農作業や自然観察などありのままの「農ある暮らし」を体験してもらい、本市の農村を「第2のふるさと」として交流を深めていただきながら、都市と農村の交流促進と農村地域の活性化を図る。

<事業内容>

・農村交流のPR推進

本市の農村交流の取組について情報発信することで、宇都宮が持つ農資源のすばらしさを都市住民にPRする。

・ふるさと里家事業の推進

都市住民が農家に民泊し、農村での農作業や農産加工体験を通じて、ありのままの「農のある暮らし」を感じてもらえる機会を創出し、農村を都市住民の「ふるさと」として交流促進を図る。

・農業・農村ふれあい交流事業補助金

地域団体や農家等が主体的に実施する農資源を活用した交流事業のための経費を一部補助するなど、取組にかかる負担を軽減する。

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
ふるさと里家事業 農業・農村ふれあい交 流事業補助金	・農村交流のPR実施 ・里家事業の実施	・農村交流のPR推進 ・里家事業の推進	・農村部への来訪者の 増加

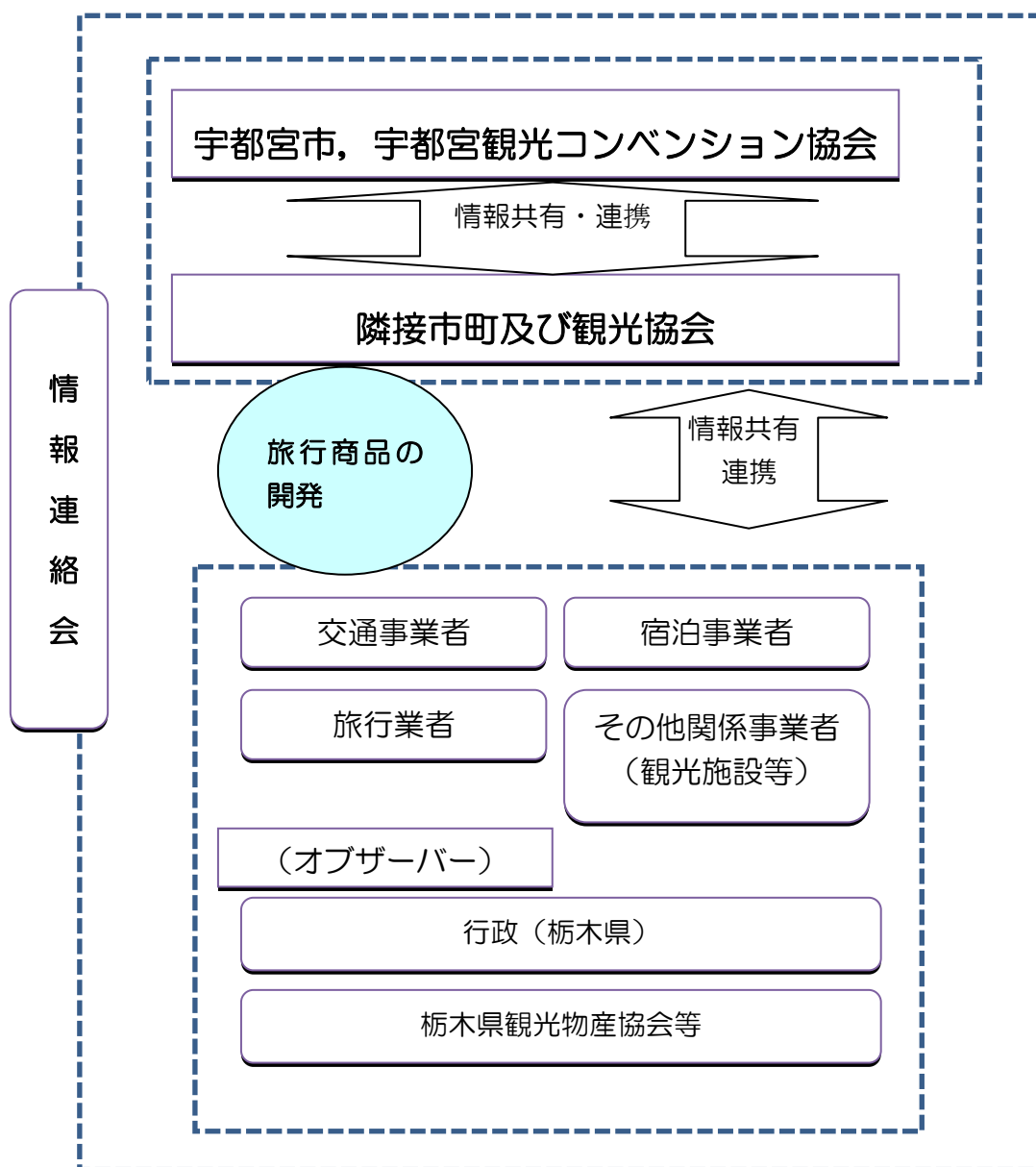
注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年日以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(11) 重点事業11：広域連携による旅行商品の開発

<事業概略>

- ・市内及び隣接市町内に立地する観光関連の民間事業者等による情報連絡会を設置し、情報共有を図るとともに、広域の旅行商品の開発を促進する。

図表 民間事業者を交えた情報連絡会を活用した広域連携型旅行商品の開発



図表 本市および隣接市町の範囲



注釈) 地域限定旅行業者が一定の条件付きで募集型企画旅行を実施できる範囲

<事業内容>

- ・民間事業者を交えた情報連絡会の設置による旅行商品の開発
市及び隣接市町、各観光協会が連携し、情報共有のネットワークを強化する。あわせて、各市町、観光協会、民間事業者（旅行業者や交通事業者、その他観光関連事業者）で構成された情報連絡会を設置し、観光情報の共有や共同での情報発信、イベントでの連携、広域の旅行商品開発を促進する。

<事業スケジュール>

現状	短期（H25～H26）	中期（H27～H29）	目標（H25～H29）
・やすらぎの栃木路をはじめとした連携組織による自治体間の情報交換，キャンペーンの実施	・隣接市町の観光協会との情報共有・連携	・民間事業者を主たる参加者とする情報連絡会の設置・運営 ・旅行商品の開発と関係事業者に対する流通促進の働きかけ	・宇都宮発着の周辺市町まで含めた旅行商品の開発，催行

注釈) 「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年目以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(12) 重点事業12：外国人受入環境の整備

<事業概略>

- ・本市における外国人受入環境整備水準の評価を実施し、各施設等による自主的な受入環境の改善を促し、水準の向上を図る。
- ・日本政府観光局（JNTO）によるカテゴリーⅡの観光案内所への認定を目指し、本市観光案内所における広域観光案内の充実と、外国語対応力の強化等に取り組む。

<事業内容>

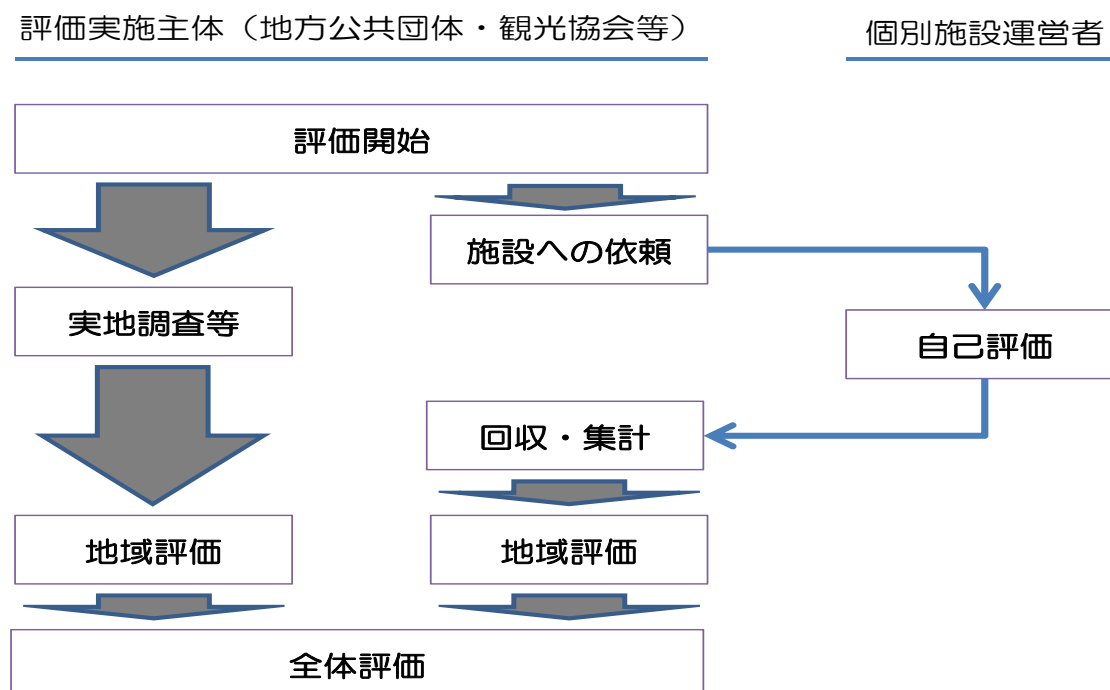
・外国人受入環境整備水準の評価

本市訪日外国人旅行者の受入を担う公共交通機関、宿泊施設、商業施設、飲食施設、観光施設、娯楽施設等を対象に、外国語による情報発信、案内・誘導表示、緊急時の対応等を評価することで、自主的な受入環境の改善を促し、受入環境水準の向上を目指す。

具体的には、観光庁「受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン」（平成23年3月）による評価方式をベースとする。

なお、この評価の実施は観光庁が定める「訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る戦略拠点・地方拠点」の選定要件である。選定された場合、訪日外国人旅行者対応の取組に対して、国の支援が受けられる。北関東ブロックでは地方拠点（今後訪日外国人旅行者の増加が見込まれる地域）が草津のみであることも鑑みて、今後、新規募集があった場合には、この評価結果をもって応募を検討する。この際には、本市とあわせて受入増加が見込まれる周辺市町とも連携の上でとすることが望ましく、広域連携の枠組のなかで調整・協働を図る。

図表 外国人受入環境整備の評価手順



資料）観光庁「受入環境整備水準の評価 評価実施のガイドライン」（平成23年3月）より作成

図表 訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る戦略拠点・地方拠点の概要

戦略拠点	訪日外国人旅行者が多数訪れている地域において、全国的な課題に対応するための重点事業課題に沿った受入環境整備を行うことにより、訪日外国人旅行者の満足度のより高い受入環境を実現する。
地方拠点	訪日外国人旅行者の「増加が見込まれる地域」において、国が自治体等と連携して、地域において最も必要とされる受入環境整備を実施することにより、地域の受入環境の向上と全国的な受入環境整備の底上げを目指すとともに、旅行に必要な実践的な情報の提供により、受入環境が備わっていることを周知することで、訪問への障害の解消を目指す

資料) 観光庁「平成 24 年度訪日外国人旅行者の受入環境整備事業について」(平成 24 年 6 月 12 日)より作成

・外国人受入環境整備の推進

外国人受入環境整備水準の評価結果に基づいて、外国語対応の情報発信、案内表示など外国人受入環境の整備を推進する。あわせて、民間施設等における自主的な受入環境の改善を促す。

なお、上記の地方拠点としての認定を受けた場合には、その仕組みを活用した整備事業を推進する。

・観光案内所の多言語対応力強化

本市観光案内所は、今後の外国人観光客の増加をにらみ、観光庁「外国人観光案内所の設置・運営のあり方指針」(平成 24 年 1 月)に基づいて、日本政府観光局 (J N T O) が認定するカテゴリー II (少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。) の認定 (右図は認定観光案内所のシンボルマーク) を目指す。(平成 25 年 1 月 31 日カテゴリー I に認定。)



そのため、やすらぎの栃木路共同宣伝協議会や民間事業者を交えた情報連絡会等において栃木県や周辺市町、事業者等より提供を受けた広域観光情報の案内を充実させるとともに、外国人観光客の増加状況等も見据えつつ、英語対応可能なスタッフを常駐させる。

認定された場合、日本政府観光局 (J N T O) による、言語に関する支援 (対応準備のない外国語来訪者に対する電話での簡易通訳サポート) や、情報提供に関する支援、案内所の機能向上のための支援が受けることが可能となる。

図表 外国人観光案内所の認定制度の概要

分類	運営の基本的な考え方	求められる立地場所	主なサービス内容	
			多言語対応	サービス
カテゴリーⅠ	地域情報の交流拠点	・外国人旅行者の最終目的地となり、ローカルな情報の提供が求められる地域。	・外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲がある。 ・パートタイムで英語対応が可能なスタッフがいる。又は電話通訳サービスの利用、ボランティアスタッフの協力等により英語対応できる体制がある。	・地域内の公共交通利用や観光情報などを提供できる。
カテゴリーⅡ	広域情報拠点として「次の目的地」への橋渡し	・外国人旅行者が、観光の拠点として多く利用し、ローカルな情報に加え、次の移動先などの広域的な情報の提供が求められる地域。	・フルタイムで少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐している。 ・電話通訳サービス利用やボランティアスタッフの協力を得て、英語以外の言語にも対応できる体制がある。	・広域エリア内の公共交通利用や観光情報などを提供できる。
カテゴリーⅢ	観光案内のゲートウェイ	・外国人旅行者が我が国のゲートウェイとして、最初に訪れる地域。 ・外国人旅行者が特に多く訪れる観光地。	・フルタイムで英語、中国語、韓国語で対応可能なスタッフが常駐している。	・全国の公共交通利用や観光情報などを提供できる。

資料) 観光庁「新たな外国人観光案内所の認定制度を開始します」(平成24年7月10日)より作成

<事業スケジュール>

現状	短期 (H25~H26)	中期 (H27~H29)	目標 (H25~H29)
・外国人観光客に対しては個別施設により個別対応	・外国人受入環境整備水準の評価 ・本市観光案内所における広域情報の提供	・受入環境整備の推進 ・本市観光案内所における英語スタッフの常駐とカテゴリーⅡの認定	・市内観光関連施設における英語を中心とした多言語化 ・JNTO認定観光案内所(カテゴリーⅡ)の運営

注釈)「短期」は当面の期間で実施を想定する事業。「中期」は他項目も含めた「短期」事業を着実に実施した上で、環境の整う3年日以降の計画期間内で実施を想定する事業。

(13) 施策項目

基本方向	基本施策	具体的事業	
おもてなしある受入体制の充実	市民によるおもてなし意識の向上	【重点】(仮称) うつのみやファンクラブの創設 (P 2 3 参照)	
		おもてなし運動の推進 市民や事業者のおもてなし能力を向上させるため、官民共同で設立したおもてなし推進委員会において、事業所の接客マナー等を調査する「おもてなしモニター制度」や「観光ボランティアの育成」、「宮のもの知り達人検定」、子どものおもてなしの心を醸成するための小中学校への「おもてなし出前講座」の実施など、全市的におもてなし運動を推進していく。	
	受入体制の強化	【重点】観光コンシェルジュ制度の導入 (P 2 4 参照)	
		まちかど案内所の充実 来訪者が市内のどこからでも観光情報を入手できるよう、「まちかど案内所」の設置推進を図るとともに、「まちかど案内所」協力店舗の店頭には、餃子をモチーフにしたポスター付きスタンドを設置し、観光パンフレット等を配布するなど、本市のPRを効果的に発信する。(現在まちかど案内所設置数：14ヶ所)	
	受入基盤の充実	【重点】二次交通アクセス、バス駐車場の充実 (P 2 6 参照)	
		観光マーケティングの強化	
		本市の観光施策を充実させていく上で必要な来訪者の観光動態を把握するため旧プランに基づく「観光動態調査」及び分析を実施し、本市への来訪者の総数及び消費額、本市のイメージや来訪者の目的等を算出、把握する。また、市宿泊施設での宿泊者アンケートを実施し、来訪者の属性・目的別の動向を把握し観光セールスに活用する。	
		自転車の活用	
			様々なレンタサイクルの導入や「自転車の駅」の整備、「自転車マップ」の配布を通し、自転車の街を推進している。これらの取組の一層の推進に向け、観光情報発信拠点として機能する施設に「レンタサイクル」を整備することで、自転車を楽しみながら気楽に自然に親しむことのできる環境を整備するとともに、来訪者の利便性を向上させ、市内周遊を促進する。
	観光情報発信の充実	【重点】情報発信の強化 (P 2 8 参照)	
		でかけてみよう宇都宮キャンペーンの実施 本市への来訪者増加と来訪者へのおもてなし向上を目的に、官民一体となり「でかけてみよう！宇都宮」キャンペーンとして、市内宿泊施設の宿泊者に対する餃子券、市内体験施設の優待等の特典提供や、旅行雑誌への広告掲載、首都圏でのキャンペーンPRなどを実施する。また、宇都宮観光コンベンション協会ウェブサイトや旅行雑誌でのPRに加えて、旅行情報サイト掲載によるPRや、スマートフォンのGPS機能を活用したスタンプラリーを実施する。	

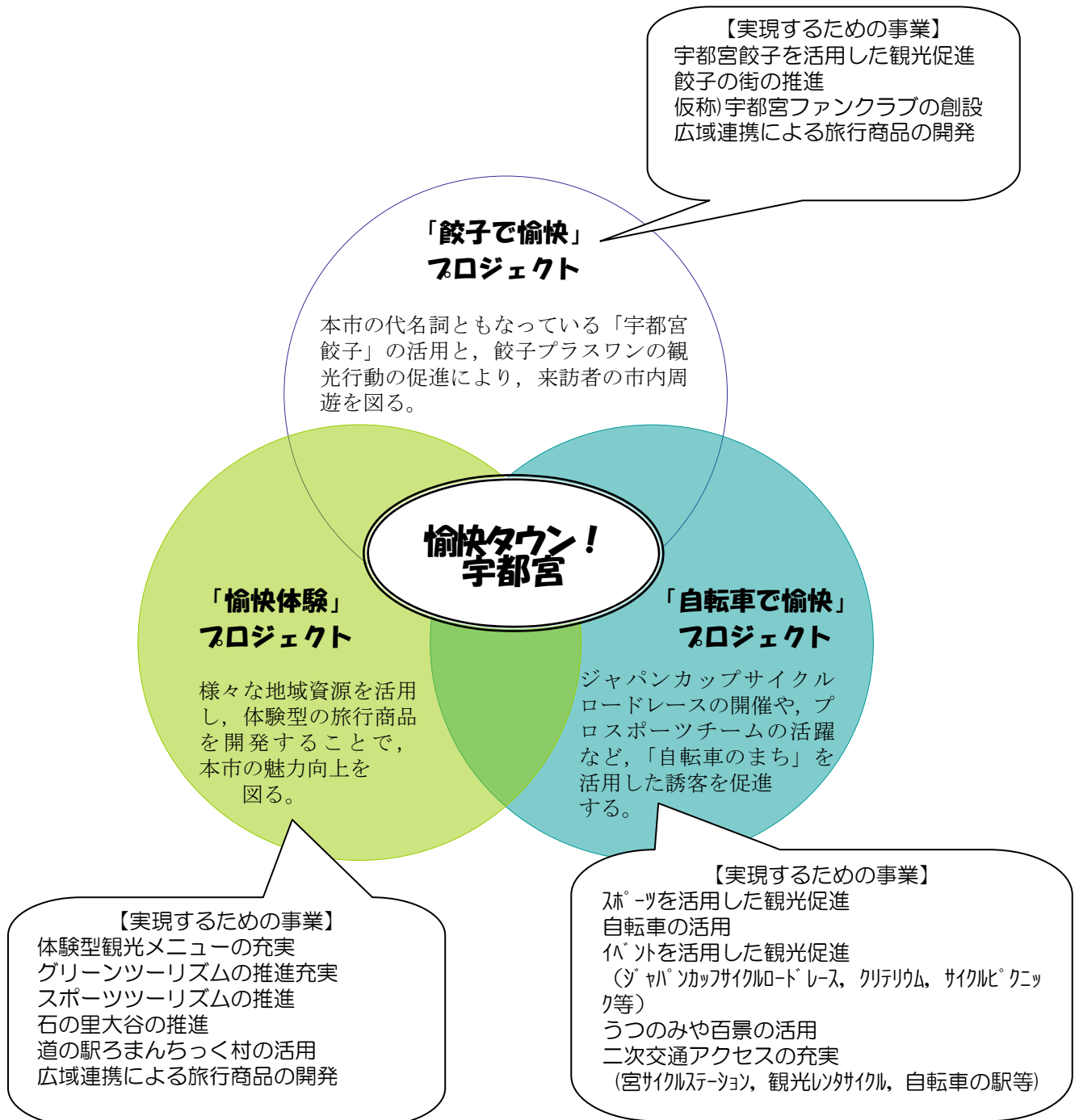
基本方向	基本施策	具体的事業
観光資源の活用促進	餃子を起点とした周遊促進	【重点】宇都宮餃子を活用した観光促進（P30参照）
		餃子の街の推進 本市を代表する観光資源である餃子の魅力を一層高めるため、「宇都宮餃子祭り」等，宇都宮餃子を活用したイベントの開催に際し，主催者等を支援することで，来訪者の増加を図るとともに，効果的なPRを実施し，餃子の街の推進を図る。
	既存資源の磨き上げと新たな資源の発掘	【重点】石の里大谷の推進（P32参照）
		道の駅ろまんちっく村の活用 道の駅ろまんちっく村での農業体験や果物狩り体験をPRするとともに，観光情報発信拠点として活用を図る。またインターチェンジ付近の立地を活かし，交通アクセスの拠点機能を更に充実させるため，「電気自動車急速充電器」を設置し，来訪者の利便性向上を図る。
		河内・上河内地域の資源の活用 白沢地区（景観形成重点地区）における「白澤宿」の景観や，地域の交流や観光拠点としての「梵天の湯」の活用，豊かな農資源を活かした農業農村ふれあい交流事業の推進等により，本市の魅力向上と地域活性化を図る。
		カクテルの街，ジャズの街の推進 本市の観光資源であるカクテル，ジャズの魅力をより一層高めるため，「宇都宮カクテルカーニバル」「宇都宮カクテルナイト」「宇都宮ジャズクルージング」「ミヤ・ストリートギグ」「ミヤ・ジャズイン」等，カクテル，ジャズを活用したイベント時の主催者等への支援や，ナイトスポットのPR等により，カクテル，ジャズの街を推進する。また，ジャズをはじめとする路上パフォーマンスを行う主体に対して認定制度を導入し，認定を受けたパフォーマーが，指定した場所で自由に活動することができる「(仮称)ストリートパフォーマー認定制度」を創設する。
		食資源の活用 「地産地消」の推進や，「アグリネットワーク」による，うつのみや産の農産物などの農資源を活用した新商品・新サービス，観光や歴史・文化など様々な地域資源を組み合わせた「餃子の街宇都宮ベジフル街道」，「雷都物語」等を食資源として活用し，PRすることにより，本市の魅力向上を図る。 ・餃子，カクテル，郷土料理（あゆのくされずし，しもつかれ等），宮牛，梨（Premium13），トマト（Premium7），アスパラガス（アスパラリン），屋台横丁，宮カフェ，レモン牛乳，地ビール，地酒，雷都物語シリーズなど
		うつのみや百景の活用 「うつのみや百景」をはじめ，宇都宮の風景の素晴らしさを観光資源として活用する。
		【重点】MICE誘致強化（P34参照）
		アフターコンベンションの充実 本市の観光資源である餃子，カクテル，ジャズ等が持つ魅力を活用し，誘致したコンベンションでの来訪者に夜の宇都宮を体験してもらい，滞在及び宿泊を促すため，アフターコンベンションの充実を図る。
	イベントの活用とコンベンション誘致強化	イベント・祭りを活用した観光促進 集客力が高く，地域活性化にも有効な各種イベント・祭り等を活用し，文化・芸術をはじめとした本市の魅力を発信することで，集客促進を図る。また，イベント・祭り等の開催にあたって既存の来場者の特性を捉え，情報発信方法を検討するとともに，イベントでは市内観光情報発信をあわせて実施し，再来意欲の向上を図る。

基本方向	基本施策	具体的事業
着地型観光の促進	体験型観光・産業観光の推進	【重点】新旅行商品の開発（P 3 6 参照）
		体験型観光メニューの充実 うつのみや遺跡の広場や飛山城史跡公園での自然や歴史を活用した独自の体験メニュー，宇都宮市中央卸売市場一般開放，J A 日帰り収穫体験ツアー，来らっせにおける餃子手作り教室等，行政や事業者による体験型レジャー等の情報を収集し，各種情報媒体により積極的にPRを図り，体験型観光を推進する。また，地場産業等の体験ができるまちかど観光体験館を設置しようとする工場，商店等を支援し，体験型観光の振興を図る。
	スポーツ・ツーリズムの推進	【重点】スポーツを活用した観光促進（P 3 8 参照）
		[再掲] 自転車の活用（P 4 6 参照）
	グリーン・ツーリズムの推進	【重点】都市と農村の交流促進と農村地域の活性化（P 4 0 参照）
		農業・農産加工体験の充実 「篠井農産加工所」や，「河内農村体験交流館」における体験教室を積極的にPRする。また，学校教育の一環として，体験農園により，児童及び生徒が，農業及び食への理解や関心を深め，併せて，豊かな心を育むほか，市が開設する河内ふれあい市民農園や，上河内地域のシンボルである「ゆず園」の活用により，地域活性化を図る。
		[再掲] 道の駅ろまんちっく村の活用（P 4 7 参照）
		[再掲] 河内・上河内地域の資源の活用（P 4 7 参照）

基本方向	基本施策	具体的事業
広域観光の促進	周辺地域との 広域連携機能の強化	【重点】広域連携による旅行商品の開発（P 4 1 参照）
		広域観光宣伝の強化 「栃木県観光物産協会」、「栃木県国際観光推進協議会」、「やすらぎの栃木路」共同宣伝協議会等の団体活動に参加することにより、広域的な誘客宣伝活動を展開する。また、近隣市町と連携したイベントにおける観光PRを実施し、誘客促進を図る。
	外国人受入体制の強化	【重点】外国人受入環境の整備（P 4 3 参照）
		姉妹都市・文化友好都市等との観光交流促進 姉妹都市・文化友好都市等の観光協会などと相互に情報交換をし、観光交流を促進する。

3. リーディングプロジェクト

本市観光における最大の強みである「餃子」、ジャパンカップサイクルロードレースの会場地である「自転車のまち」、今後の誘客増に大きな可能性を有している「体験」をリーディングプロジェクトとして戦略的に推進し、あわせて、プロジェクトを横断的に結びつけた着地型の旅行商品の開発により、誘客促進を図り、「愉快タウン！宇都宮」の実現を目指す。



4. 地域別観光振興

観光振興をより効果的に推進するため、各地域の資源や特性を活かした振興方向を設定し、各地域がそれぞれに連携しながら事業を展開する。



4 「時間消費型」観光とは、テーマ性の強い、体験・交流などを楽しむ滞在型の観光で、従来型の、足早に観光地を通過する「金銭消費型」の形態から変化してきている。

(1) 北西部地域（篠井・富屋・城山・国本地区）

東北道宇都宮 I C を利用する自動車での来訪者に対するゲートウェイ機能を提供する地域として、道の駅ろまんちっく村を拠点とし、ハイキングやサイクリング等自然と親しむアウトドアの着地型観光や日光等との広域連携を推進する。

また、本市を代表する観光資源である大谷の再活性化を図りながら、北西部地域における各資源間の周遊を促進する。

(2) 中央地域（本庁・宝木・豊郷地区）

高次都市機能の集積を背景に、買物、飲食や娯楽、業務等のさまざまな目的で本市を訪れる人々を幅広く受け入れるとともに、着地型観光、広域観光の拠点機能を強化する。

(3) 東部地域（清原・平石・瑞穂野地区）

国内最大級の内陸型工業団地をはじめとした産業集積を活かし、工場見学をはじめとした産業観光の振興を図る。

また、熱気球の国際大会の開催や、プロスポーツチームのホームスタジアムの立地等をふまえ、スポーツ資源を活用した観光の振興を図る。

(4) 南部地域（姿川・陽南・横川・雀宮地区）

家族や子ども向けの施設が立地することを活かし、家族連れが楽しめる観光拠点として振興する。

(5) 北東部地域（上河内・河内地区）

奥州街道の宿場町である白澤宿に代表される伝統的な街なみと、貴重な自然環境をベースとした農業体験や独特の食文化、梵天の湯などの活用を通して、都市と農村のふれあい交流を促進する。

(6) 地域間の連携

各地域の観光資源を観光ルートとして繋ぎ、来訪者の市内周遊を図るとともに、地域間の連携による地域活性化を促進する。

第5 推進体制

(1) 各主体の役割分担

本プランを推進していくためには、市民、地域、NPO等団体、観光事業者・交通事業者、宇都宮観光コンベンション協会、行政の各主体の役割を明確にし、相互の連携を図りながら一体となって取り組む必要がある。

□市民の役割

- 本市への理解を深めるとともに、本市に対する誇りを持って、地域外の人々へ、宇都宮の持つ魅力を伝える伝道師として行動する
- おもてなしの心で観光客を迎え、交流を深める

□地域の役割

- わがまちの歴史や文化に愛着を持ち、一層の魅力向上や活性化に努める
- わがまちの美観維持や、イベント時の来場者へのおもてなしの提供など、観光客を温かく迎え入れる環境を整えていく

□NPO等団体の役割

- NPOやボランティア団体等は、地域に根ざした活動を通して、魅力づくりや様々な観光交流の取組に努める
- 様々な活動を通して、本市の魅力を広く伝えていく

□観光事業者・交通事業者の役割

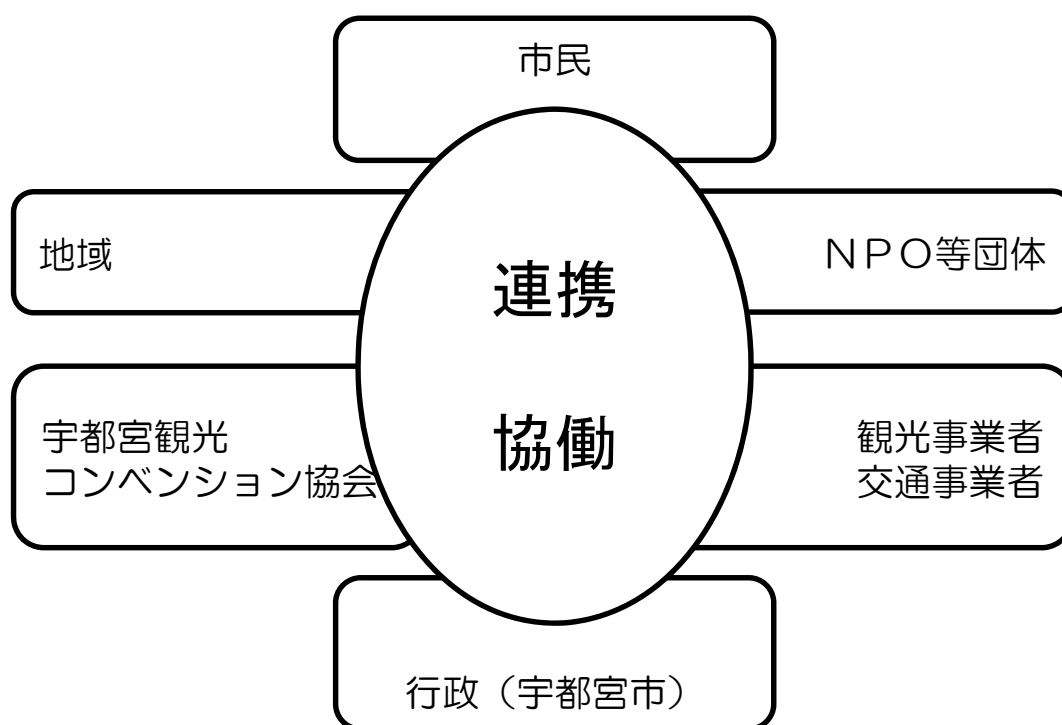
- 魅力ある商品づくりと質の高いサービス提供に努める
- 事業者相互の連携を図りながら、観光産業の振興を図る
- 常に、地域観光の最前線で観光客と接することを意識し、おもてなしの心あふれる接客サービスを提供できる人材を育成する

□宇都宮観光コンベンション協会の役割

- 観光振興の中核的役割を担う団体として、魅力発信、集客促進のための事業を積極的に展開する
- 観光に関わる様々な主体の連絡調整や連携を進め、効果的・効率的な観光振興の司令塔として機能する

□行政（宇都宮市）の役割

- 国、県、周辺市町や庁内各部局との連携・調整を図る
- 観光情報の収集、分析、提供を行う
- 各主体が自主的に行う活動に対する側面支援を行う
- 市民参加型観光まちづくりを進める



(2) 「(仮称) 観光戦略会議」の設置

本市の観光振興を戦略的に進めていくため、官民で構成する「(仮称) 観光戦略会議」を設置する。

本会議は、市及び宇都宮観光コンベンション協会、観光事業の当事者である観光施設や宿泊、土産品、飲食店、旅行業、交通事業者など民間事業者が参画し、情報を共有し、連携して具体的な事業戦略を検討する場とするとともに、プランに計上された事業を推進する上で、詳細について関係団体との調整が必要な項目についての継続的な検討・調整の場とする。

また、急激な社会情勢の変化等により、プラン計上事業を見直す必要が発生した場合等の対応など、PDCAサイクルにそって観光事業を展開するための会議とする。

<設置・運営スケジュール>

現状	平成25年度	平成26年度～ 平成29年度	目標
・関係者が個別に対応	・(仮称) 観光戦略会議の設置	・具体的事業戦略の検討, 見直し ・観光事業実施状況のチェック	・PDCA サイクルにそった観光事業の展開