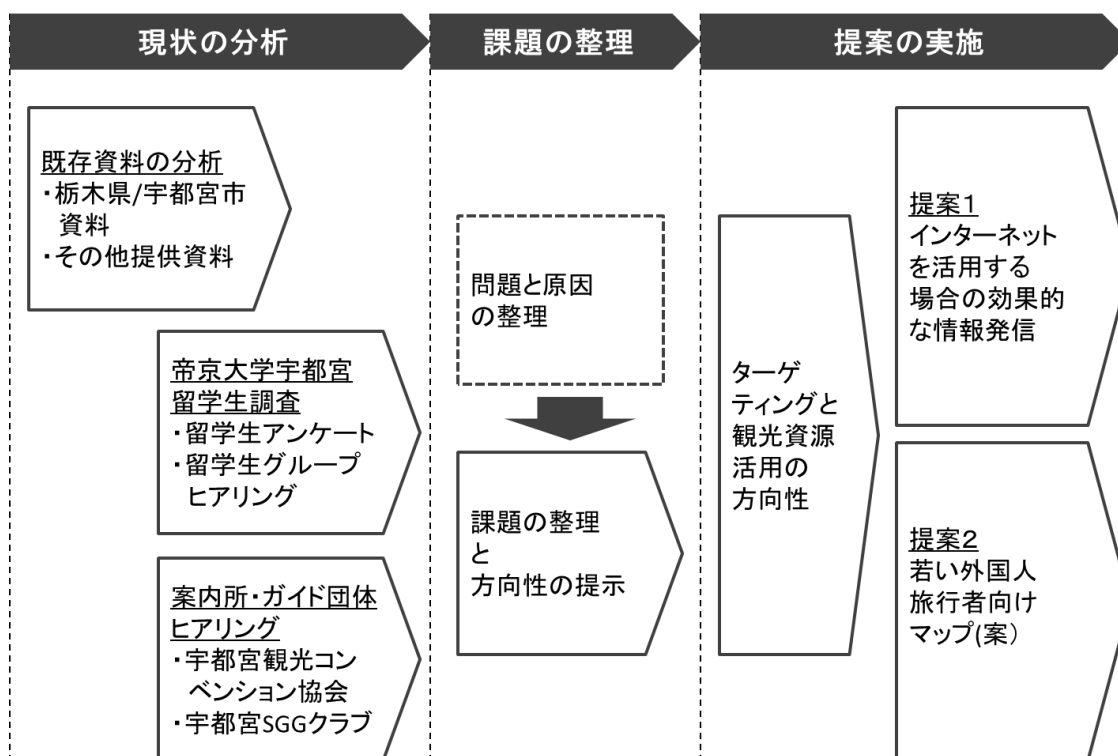


No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
12	「一度は訪れたいまち」「もう一度訪れたいまち」としての訪日外国人旅行者向け情報発信方法の提案	帝京大学 五艘みどり研究室	
		小林 美咲	帝京大学 経済学部
		指導教員 氏 名	五艘 みどり

## 1 提案の要旨

訪日外国人旅行者数は、近年著しい増加を見せており、今後は宇都宮市でも訪日外国人旅行者が増加することが想定される。宇都宮市は「ネットワーク型コンパクトシティ形成ビジョン」の今後のまちづくりの理念の柱に「特性を生かした産業・観光を維持・発展させる都市」を位置付け、そのための事業に「観光で来訪する外国人への情報発信の促進」を挙げている。しかしながら、現状は市の訪日外国人旅行者の動向は十分に把握されているとは言えない。これまで宇都宮は、観光では日光など県内の他観光地への経由地であり、宇都宮を訪れる外国人旅行者の多くはビジネス目的であると認識がされる傾向にあった。こうした認識からか、訪日外国人旅行者への情報発信も積極的に行われているとは言えず、対策はこれからという段階にある。

本提案は、市への訪日外国人旅行者の状況を資料や聞き取り調査から把握した上で、ターゲット別に市の観光資源の見せ方や楽しみ方を提案するとともに、提案者が同じ目線で訴えることのできる若い世代の訪日外国人に向けた情報発信のあり方を提案するものである。若い世代の旅行者は、観光地を口コミで伝えるオピニオンリーダーと考えられ、訪日外国人旅行者市場が成熟していない宇都宮市においては、最初にターゲティングが有効であると考えている。



【図1】提案の流れ

## 2 提案の目標

本提案は宇都宮のインバウンドの促進を、若者向け情報発信の提案により促進することを目標とする。またインバウンドの増加は経済効果のみならず、域外者による認知度向上から、住民が地域を再認識する機会につながる。こうした住民の地域への愛着心の形成は最終目標といえる。

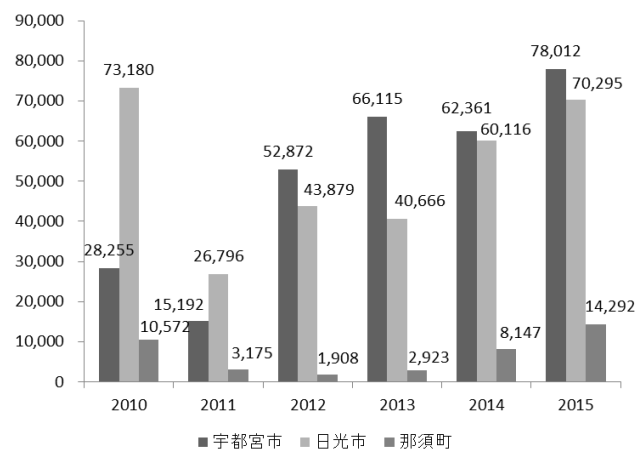
## 3 現状の分析と課題

### 3-1. 宇都宮市における訪日外国人旅行者の状況

既存の資料を収集して、宇都宮市における訪日外国人の状況を把握した。

#### 2015年度の外国人宿泊者数は県内で最多

【図2】に示す通り、宇都宮市における外国人宿泊者は、2010年度は宇都宮市は28,255人だったが、2015年度には78,012人と著しく増加し、日光市の70,295人を抜いて県内で最多となった。宇都宮市は今や、外国人旅行者にとって県内最大の宿泊地となっていると言える。



【図2】外国人宿泊者数の上位3自治体の推移  
(出所：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果、H27)

#### 観光案内所における外国人向けの案内内容は、市内は交通や観光資料に関するもの、市外は日光や交通に関するものは多い傾向

【表1】の通り、宇都宮観光コンベンション協会が運営する市内2カ所の観光案内所での観光案内内容は、交通や県内の他地域の観光案内が中心で、来訪者の多くは宇都宮での観光を主な目的としているわけではないということが考えられる。

【表1】外国人向け観光案内の内容と件数 (出所：宇都宮観光コンベンション協会、H27)

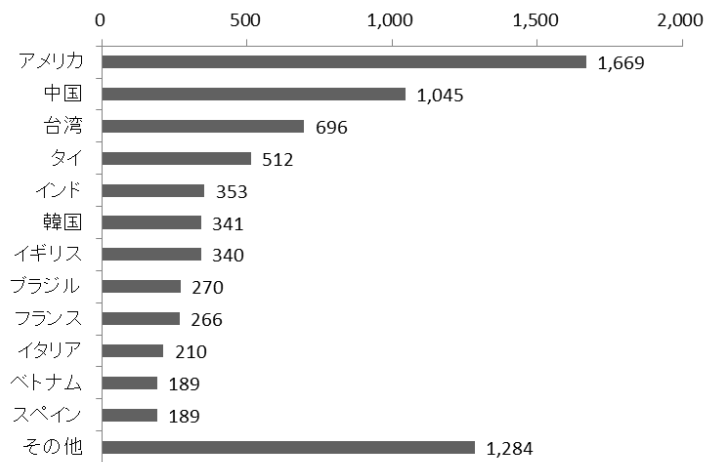
市内の案内内容	件数
バス・タクシー	829
観光資料	788
駅構内案内	401
旅館・ホテル	300
餃子	296
大谷	162
学校・官庁・会社/工場	157
土産品・商店街・カクテル	16
その他	922
合計	3,871

市外の案内内容	件数
日光	703
列車時刻問合せ	492
観光資料	404
バス・タクシー	175
鬼怒川・川治	69
益子	67
那須・塩原	11
旅館・ホテル	6
その他	143
合計	2,070

観光案内所を利用する外国人旅行者の国籍は、アメリカが最多で、中国、台湾が続く

観光案内所を利用する外国人は、アメリカが1,669件が最多で、それに中国が1,045件、台湾が696件と続く。実際、イギリス、フランス、イタリア、スペインなどのヨーロッパの国もアメリカやアジアに次いで多い傾向となっている。

ただし、アメリカは県内製造業を訪れるビジネス客、ブラジルは県内在住者関連とも考えられ、必ずしも観光目的の来訪者とは言えないことに注意が必要と考える。



【図3】観光案内所利用者の国籍  
(出所：宇都宮観光コンベンション協会、H27)

3-2. 外国人の視点で見る、宇都宮の観光資源における魅力と情報発信

3-2-1. 留学生による宇都宮の観光資源および外国人向け情報発信の評価

帝京大学宇都宮キャンパスの留学生への調査により、宇都宮の観光資源のイメージやおすすめの観光行動、観光に利用する情報元などを把握した。

【調査の概要】

調査1：帝京大学留学生アンケート調査

- ・対象者 帝京大学宇都宮キャンパス留学生 40名
- ・回収サンプル 15件（うち有効サンプル15件）
- ・実施期間 2016年10月18日（火）～11月17日（木）

調査2：帝京大学留学生グループインタビュー調査

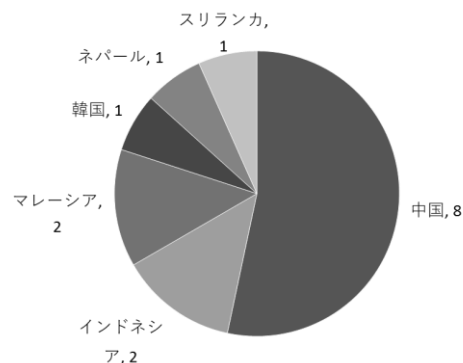
- ・対象者 帝京大学宇都宮キャンパス留学生 6名
- ・実施方法 学内でのグループディスカッション
- ・実施日 2016年10月21日（木）・11月10日（木）

【留学生アンケートの結果】

アンケートの回答者の国籍は【表2】の通り半分以上の8人が中国であった。滞在期間は1年以上が8割を占めた。

【表2】国籍(N=15)

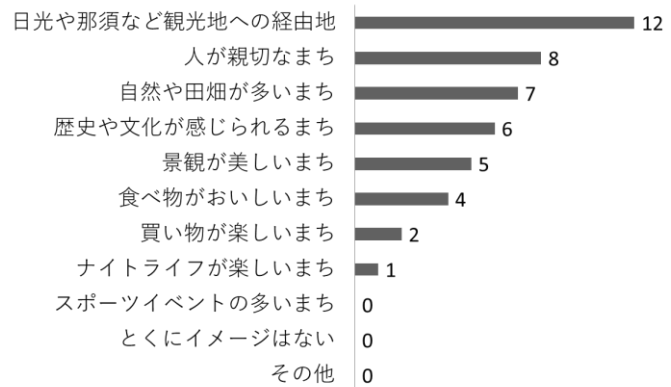
国籍	数(人)
中国	8
インドネシア	2
マレーシア	2
韓国	1
ネパール	1
スリランカ	1



【図3】滞在期間(N=15)

宇都宮の観光のイメージは、「日光など観光地への経由地」が最多

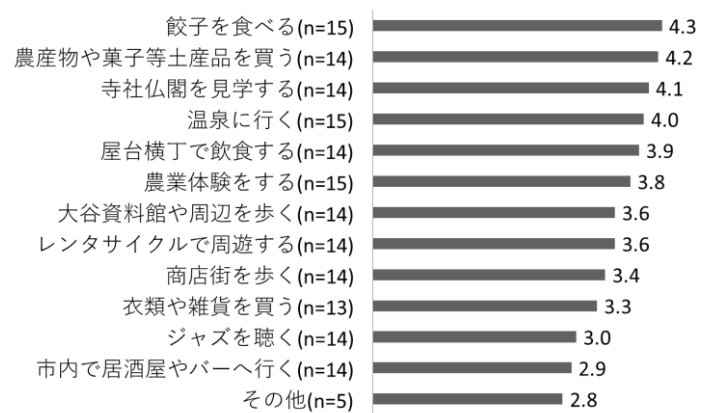
【図 4】の通り、宇都宮の観光のイメージは「日光など観光地への経由地」が最多で、宇都宮が観光目的地という認識がされていなかった。「人が親切なまち」が続いたが、これは今まであまり認識してこなかった内容で意外性があった。



【図 4】 宇都宮の観光のイメージ(N=15)  
※複数回答

宇都宮でおすすめの観光行動は「餃子を食べる」だが、その理由は「日本一」「有名」という特別なイメージによる

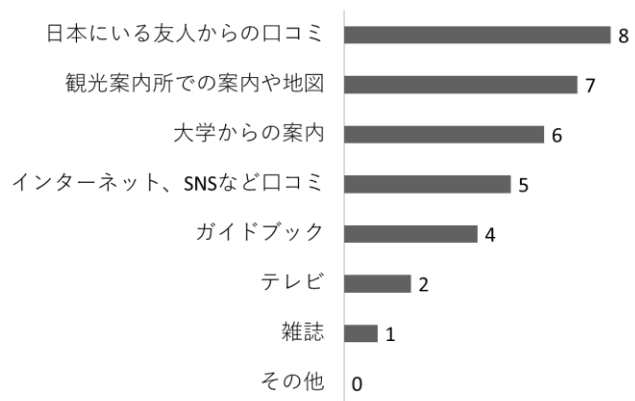
【図 5】の通り、最もおすすめの観光行動が「餃子を食べる」で、理由はおいしいからというよりも、「日本一」「有名」という理由からであった。観光資源から特別な何かを感じることが重要だと考えられる。寺社仏閣、温泉、屋台横丁は体験したことはないが楽しそうだからという理由での回答が多かった。



【図 5】 宇都宮でおすすめの観光行動  
※ 「とてもおすすめする」を「5」とした場合の回答者平均値

観光で参考にする情報は身近な人からの情報が多く、次に上がるのがインターネットによる情報

【図 6】の通り、観光で参考にする情報は「友人からの口コミ」など身近な人からの情報であった。身近なところからの情報を除くと、最も参考にするのは「インターネットや SNS などの口コミ」となった。これらの具体的な内容を聞いたところ、フェイスブック、ツイッター、グーグル検索などが挙げられた。gaijin.spot など観光系ウェブサイトも挙げられた。



【図 6】 観光で参考にする情報元(N=15)  
※複数回答

【留学生グループインタビューの結果】

ヒアリング調査の結果、バスなどの交通環境が不便だという意見が最も多かった。外国人観光客がスムーズに宇都宮市を観光できるよう、路線図は見やすく多言語で表記するなどの改善が必要だと考えられる。また外国人観光客を対象に乗り降り自由のバスのフリー切符を作り宇都宮市を思う存分観光できるような工夫も必要だと考えられる。

宇都宮市は観光地が少ないという意見がある一方で、大谷資料館のような歴史的建造物に感動した、もっとPRすべきだという意見も上がった。外国人が感動するようなすばらしい観光地があるのに知られていないのはもったいない。また宇都宮市が餃子のほかにもジャズやカクテルなどをアピールしているにも知らなかったという意見も多かった。餃子以外の宇都宮市の魅力が十分にPRされていないと考えられる。

【表3】 帝京大学宇都宮キャンパス・留学生グループインタビューの結果

分類	ヒアリング項目	得られた意見
宇都宮のイメージと魅力について	①宇都宮の観光地としてのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然が多い</li> <li>・餃子のまち</li> <li>・地味。日光のほうに目がいってしま</li> </ul>
	②宇都宮を訪れる前後であったイメージの変化	<p><u>よくなった点</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大都市のようにうるさくなく、静かに過ごせる</li> <li>・思っていたより震災の影響を受けていない</li> </ul> <p><u>悪くなった点</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・遊ぶところが少ない</li> <li>・バスの本数が少ない</li> <li>・交通の環境が整っていない</li> </ul>
	③宇都宮で好きな場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・餃子の店</li> <li>・大谷資料館</li> <li>・オリオン通り</li> <li>・インターパーク</li> </ul>
	④外国人から見る宇都宮の魅力とは	<ul style="list-style-type: none"> <li>・餃子が美味しい</li> <li>・八幡山公園など自然豊かなところ</li> <li>・大谷資料館のような歴史的建造物</li> </ul>
観光の利便性、情報発信方法について	⑤宇都宮の観光で不便な点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電車、バスなどの交通 →乗り方がわからない、路線図が見にくい</li> <li>・言葉が通じない →英語、中国語</li> <li>・案内が少ない →多言語での表記がないなど</li> </ul>
	⑥観光情報の収集元	<ul style="list-style-type: none"> <li>インターネット</li> <li>・SNS</li> <li>・大学の掲示板</li> <li>・テレビ番組</li> </ul>
	⑦観光情報の発信方法に関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>大学の掲示板にイベントのポスターを貼る</li> <li>・web サイト</li> <li>・SNS</li> </ul>
宇都宮の観光を良くするための意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドを増やす →多言語に対応する</li> <li>・交通環境を良くする →バスの本数を増やす、終バスの時間を遅くする、料金を安くする</li> <li>・案内所を増やす・wi-fi環境を整える</li> <li>・もっと観光地をPRする</li> </ul>	

### 3-2-2. 観光案内所における外国人旅行者の情報収集状況

観光案内所を運営している宇都宮観光コンベンション協会へ、訪日外国人旅行者への案内内容や旅行目的、今後のインバウンド促進の問題や期待する政策などについてヒアリングを行った。

#### 【調査の概要】

調査3：宇都宮観光コンベンション協会へのヒアリング

- ・対象者 宇都宮市観光コンベンション協会
- ・実施日 2016年10月21日（木）

【表4】宇都宮市観光コンベンション協会ヒアリングの結果

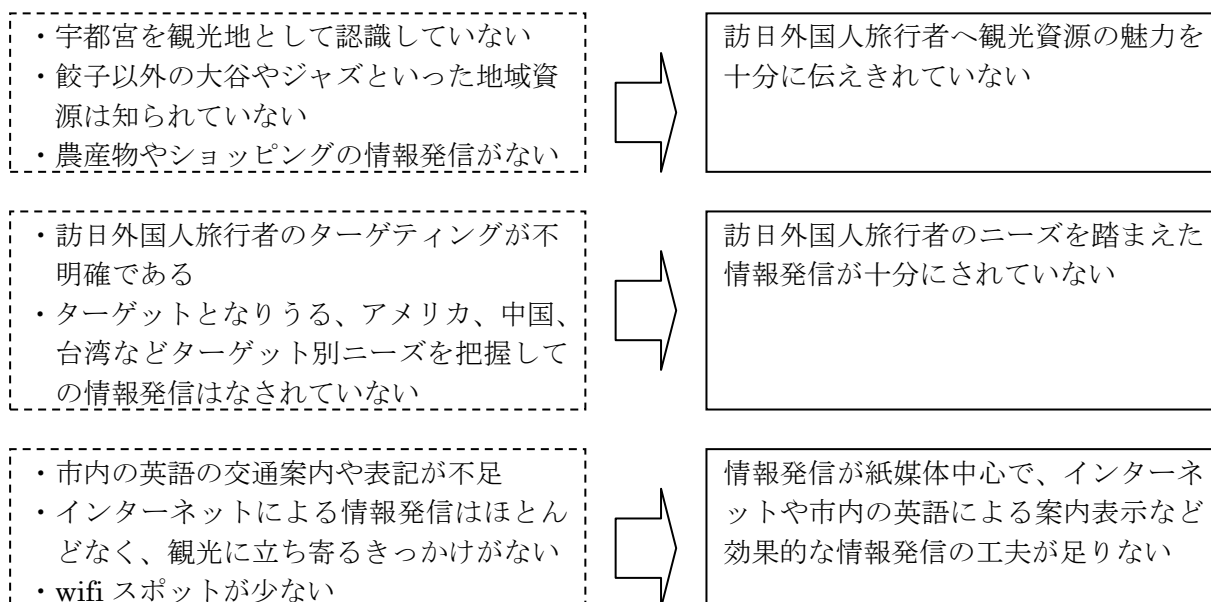
分類	ヒアリング項目	得られた意見
訪日外国人旅行者の状況	国籍、職業、年代など	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最多はアメリカで、次に東アジア(中国、台湾)。近年、タイ、ベトナム、スペインが増加。タイは富裕層、親日家が多い。</li> <li>1 かつては欧米が多かったが、現在は東南アジアの外国人が増加傾向。</li> <li>・年代は30～50代が多く、女性よりも男性のが1割多い。</li> </ul>
	来訪目的と案内所利用目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベトナムなどビジネス目的、清原工業団地ほか栃木の工業団地を訪れる際の宿泊地としての傾向。</li> <li>・案内所利用目的は、バス乗り場を探している、ホテルへの行き方、銀行や両替のできる場所に関する質問、ヨドバシカメラやドンキホーテなど免税の施設への行き方、など。</li> </ul>
宇都宮の観光資源について	観光客が増えている施設の例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「おさるの居酒屋」：猿のいる居酒屋としてSNSで話題に。</li> <li>・「文挾駅(ふばさみえき)」：日光線の無人駅。SNSで拡散。人気の理由は景色が良さやホテルの存在など。</li> </ul>
	協会が積極的に案内している内容・場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「夜の宮」：夜も楽しめる場所の案内。例えば、昼は餃子で夜はカクテルなど。近年、ジャズのお店に行く外国人も増えている。夜遅くまで開店している餃子屋、餃子が食べられる居酒屋もあるので案内している。</li> <li>・「英語版パンフレット」：宇都宮市マップは英語、中国語があり、城址公園や二荒山神社などを中心に描かれている。</li> <li>・タクシー会社には指差しシート(英語、中国語、韓国語対応)を配布し、タクシー利用の利便性も説明。</li> </ul>
今後の宇都宮のインバウンド促進に向けた意見	協会が考える課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション協会には英会話のできる人が少ない。一方、宇都宮SGGクラブは数カ国語対応している。(宇都宮SGGはコンベンション協会の支援によって、平成元年に発足。)</li> <li>・実際、宇都宮来訪者の多くが日光へ行き宇都宮は見ない。</li> </ul>
	実施して欲しい政策	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSの活用</li> <li>・観光パンフレットの充実</li> <li>・宇都宮市民全体でのおもてなし精神の向上(活気が必要、改善策として、小中学生を対象に、宇都宮を知ってもらう講座など実施)</li> <li>・酒蔵が多く、お米や水、農産物が美味しいことを宣伝(JALの国際線で使用された栃木の”四季桜”は外部の評判高い)</li> <li>・観光パンフレットの配置場所が少ない</li> <li>・郷土料理店が不足、あってもアピールされていない</li> </ul>

	今後の宇都宮のプロモーションへの意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・桜の見られる場所の情報発信→外国人は桜が好き</li> <li>・輸出され注目される農産物（梨にっこり、スカイベリー）などのアピール</li> <li>・自転車、カクテルの一層のPR。そもそも知らない人が多い。大谷資料館、八幡山、餃子像、宮染め、宇都宮焼きそばなども。</li> </ul>
--	--------------------	---

### 3-3. 宇都宮市における訪日外国人旅行促進および情報発信における課題

これまでの調査を通して得られた、宇都宮市における訪日外国人旅行促進および情報発信における問題と課題は次の通りとなった。

#### ◆問題点



#### ◆課題

- 宇都宮の観光資源をより魅力的に伝える、見せ方や案内の仕方の工夫
- 訪日外国人旅行者をターゲティングした上での、観光資源の楽しみ方の提案
- 訪日外国人旅行者でオピニオンリーダーとなりうる若者への効果的な情報発信

## 4 施策事業の提案

### 4-1. ターゲティングと観光資源の活用の方向性

これまでの課題を踏まえて、宇都宮市における訪日外国人旅行のターゲット別観光資源のキーワードと楽しみ方の提案をまとめると次の通りになる。

【表6】ターゲット別観光資源のキーワードと楽しみ方の提案

ターゲット国	キーワードと対象となる観光資源	楽しみ方の提案 (いつ・どこで・どのように)
アメリカ	<u>日本らしさ、日本の歴史を感じる建物や文化の案内</u> ・宇都宮餃子、焼きそば ・ブランドになっている梨などの農産物、郷土料理 ・寿司屋、菓子店、屋台横丁 ・大谷地区、二荒山神社	・餃子の食べ比べを楽しむ ・市内を散策しながらの食べ歩き ・日本ならではの居酒屋文化の体験 ・採石により生まれた観音様など、地域の歴史の面白さを知る
中国	<u>栃木の霜降牛肉、宇都宮らしい買物スポット、写真スポット</u> ・大谷地区 ・宇都宮牛 ・家電製品、化粧品、美容品、薬など高品質の日本製品を購入できる場所 ・写真が美しく撮れるビュースポット	・資料館では見る、知る、写真を撮るといった楽しみ方 ・街では食べ歩きや買い物 ・駅周辺に多い免税店のアピール ・宇都宮でしか買えないものを情報発信 ※中国には餃子があるので宇都宮餃子は受けない。一方、近年日本の柔らかくて美味しい高級肉が人気なので、宇都宮牛を売りにできるのではないかと
台湾	<u>日本人の間でも人気の文化・商品、女性は「かわいい」に反応</u> ・「かわいい」お土産 ・化粧品、美容品 ・宇都宮牛、餃子店、おしゃれなカフェ、焼きそば ・大谷石資料館	・街での食べ歩きや買い物の提案 ・大谷石建築のカフェなどおしゃれなスポットを案内 ・しゃぶしゃぶや焼き肉も好むので宇都宮牛を売りにできるのではないかと ※台湾は日本のリピーターが多く、ニーズも多岐に亘るため、日本人の中ではやっているものを積極的に発信する
イギリス、フランス、ドイツ、イタリア	<u>ロードレースの町、自転車で周ることのできる町、日本の歴史・文化体験</u> ・レンタサイクル、サイクリングロード ・大谷地区、二荒山神社、城址公園など巡るルート ・餃子、焼きそば ・松が峰協会等、大谷建築	・ロードレースの町としてのアピールは、自転車レースがさかんな西欧の人々にはポイントになると考える ・ジャパンカップ観戦に来た人には、観戦してから宇都宮で街歩きをしてもらえるような工夫、観光資源の見せ方が必要 ・アメリカと同様に「日本らしさ」を前面に出した観光資源をアピールしていく。



## 4-2. 情報発信の方法

### 4-2-1. インターネットによる発信、WiFi スポットの拡充と案内

#### 国や年齢層別で、よく利用するウェブサイトからの情報発信

国や地域ごとに有名な観光系ウェブサイトは異なる。近年若者はウェブサイトでの情報収集の傾向が強いため、国や年代ごとに様々なウェブサイトで観光情報の発信をしていく必要がある。宇都宮がターゲットとする国ごとに有名な観光系ウェブサイトを探したり、現地語で文章を投稿するのは大変な作業だが、市内の留学生の支援を得ることで比較的簡単に作業を行うこともできる。市内の大学と連携して、留学生による情報発信の仕組みを作ることが良いと思われる。

事例：中国で若者に人気のある観光系ウェブサイトの例（帝京大学の留学生の情報提供から）

HP名： チョン・ヨー

URL： [www.gyer.com](http://www.gyer.com)

特色： 誰でも情報を入力できる口コミサイトで都市部の若者中心に閲覧者が多い



#### SNS（ツイッター、フェイスブック）の活用

一度情報発信すれば、例えばツイッターなら「リツイート」機能などで大勢の人に見てもらえる。現地語での入力には翻訳機能を使うことができる。しかし翻訳は正しくされない場合もあるので、訪日外国人旅行者がそれぞれの国の人に向けて SNS で宣伝してもらうのが望ましい。（日本人が外国へ向けて SNS で情報を発信してもあまり注目を浴びない可能性があるが、旅行者が自国の人向けに発信すれば、より多くの外国人の目に留まるはずである）。そこで観光施設や飲食店に SNS の URL が書いてあるチラシを置き、そこから Twitter ではフォロー、Facebook では「いいね」や「シェア」をしてもらい、投稿してもらう。その画面を店員に見せたら値引きやプレゼントなどのサービスをもたらえる特典を付ける。こうして旅行者による情報の拡散を進める仕組みを作っていく。

## WiFi スポットの拡充

日本ではWiFi スポットが少なく不便であるとの声が外国人から聞かれる。無料のWiFi スポットは、公的なもの以外にも飲食店やコンビニエンスストアでもあるので、積極的に外国人向けに情報発信をし、合わせて旅行者向けWiFi スポットの整備も進める必要がある。

### 4-2-2. 若者目線で発信する宇都宮地域マップ

ここでは若者の外国人向けモデルルートの提案をターゲット別に提案する。これを次のイメージのようなマップにして発信するのが望ましいと思われる。

#### ◆マップのイメージ

## Welcome to MIYA ! UTSUNOMIYA Walking & Cycling Map

**Touring**  
Historical Spot

- ・歴史建造物
- ・大谷地区
- ・城址公園等

What's the best in UTSUNOMIYA ??

- ・宇都宮の素晴らしい歴史や文化をアピール

**Excursion**  
(近郊観光)

- ・益子・日光
- ・足尾銅山
- ・栃木蔵の街
- ・那須塩原

**Eating**  
Special Food

- ・餃子
- ・焼きそば
- ・苺デザート、梨
- ・居酒屋
- ・宇都宮牛 / 栃木豚 (土産品案内)

**【裏面】**  
宇都宮餃子  
ミシュラン英語版  
<http://utsunomiya-gyoza.blogspot.jp/>  
※大学生による餃子店の評価サイト(既存)

Model Route A

Model Route B

Model Route C

アメリカの若者向け  
: 宇都宮ならではの日本文化に触れる  
宇都宮駅→地元民が愛する餃子の食べ比べ→二荒山神社→城址公園→市内で買物(菓子)→屋台横丁で乾杯! →宇都宮駅

中国の若者向け  
: 圧巻の大谷巡りと高級宇都宮牛の夕食  
宇都宮駅→大谷資料館・大谷寺・大谷観音(写真スポット)→市内で買物(化粧品・家電)→宇都宮牛の夕食 ※大谷周遊きっぷ利用

イギリス、フランス、ドイツ、イタリア等の若者向け  
: 自転車ツーリングでアクティブに宇都宮を遊ぶ!  
宇都宮駅→レンタサイクル→餃子や焼きそばなど地元料理→大谷地区巡り→城址公園→八幡山・宇都宮タワー→宇都宮駅