

## 1 第2次宇都宮市観光振興プランの評価

基本戦略	評価
<p>I 宇都宮らしさを追求した観光資源の磨き上げ強化</p>	<p>&lt;推進施策 I - 1 宇都宮ブランドの確立&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・認知度が高い「餃子」をはじめ、「ジャズ」や「カクテル」、「自転車」などの観光資源の磨き上げのほか、様々な観光資源を組み合わせた観光PRや周遊促進策等の各種観光施策に官民一体となって取り組んだ結果、市観光動態調査の結果等を踏まえると、これまで認知度の高かった「餃子」の更なるブランド力の向上が図られただけでなく、<u>餃子以外の認知度向上につながった。</u>しかしながら、感染症の影響により、想定していた観光プロモーションを展開できない時期があったところではあるが、本市に抱くイメージでは、「餃子」と比較すると「ジャズ」や「カクテル」など餃子以外の観光資源の割合は低い。</li> <li>・今後も餃子以外の観光資源についても「餃子」と同様のイメージが形成できるよう、戦略的な観光資源の磨き上げに取り組むとともに、全国的に浸透している「餃子」を活用したPRを継続的に行うことで、「餃子」以外の観光資源の魅力発信にもつなげ、更なる宇都宮ブランドの確立に取り組む必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策 I - 2 大谷地域の再創生&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光周遊拠点施設等の整備や積極的な立地誘導、地域資源を活用した周遊スポットの創出支援等の各種取組により、<u>地域の利便性や周遊性の向上、魅力の発信につながった。</u></li> <li>・今後は、飲食店等の観光施設の充実や休日ピーク時以外にも賑わいが継続するよう魅力発信、<u>地域資源を有効活用したアクティビティなどの観光コンテンツ創出等</u>にも取り組む必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策 I - 3 観光交流拠点の魅力向上&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年間を通した各種体験事業や地元農業者と連携した取組、施設の魅力向上、積極的な情報発信、レストラン事業での新たな取組により、<u>多くの来園者の獲得や利用者の満足度向上につながった。</u></li> <li>・今後は、施設の老朽化対策に取り組むとともに、感染症の影響による来園者・利用者の減少が顕著となっていることから、<u>魅力的な誘客促進・利用促進策の展開が必要である。</u></li> </ul> <p>&lt;推進施策 I - 4 個性あるツーリズムの推進&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパンカップや3 x 3ワールドツアーなどの継続的な開催やプロスポーツチームと連携した本市観光資源の情報発信等のスポーツ資源を活用した誘客促進のほか、農資源を活用した交流事業を実施する団体への支援をはじめとしたグリーンツーリズムの展開、新たな体験型観光メニューの造成等により、<u>交流人口の増加による地域経済の活性化や本市ブランド力の向上、新たな魅力の創出、滞在時間の延長につながった。</u></li> <li>・引き続き、国際的スポーツイベントの更なる磨き上げやプロスポーツチームとの連携を強化することで、<u>本市独自のスポーツツーリズムの展開による年間を通した誘客促進</u>に取り組むとともに、<u>観光客の変化する多様なニーズに的確に把握し、本市の魅力的な観光資源を有効に活用しながら様々なツーリズムを創出していく必要がある。</u></li> </ul>

## 1 第2次宇都宮市観光振興プランの評価

基本戦略	評価
Ⅱ 戦略的な情報発信とプロモーションの推進	<p>&lt;推進施策Ⅱ－1 国内プロモーションの強化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・感染症の影響により、平成30年の約1,500万人の来訪者数をピークに本市への来訪者数は減少しているところではあるが、多様なメディアや最新の媒体を活用した情報発信などの各種観光宣伝、積極的なロケ支援による映像を通じた本市の魅力発信に取り組んだ結果、県内外に本市観光の認知度向上や誘客促進につながった。</li> <li>・旅先に本市を選択してもらえるよう、本市の認知度向上や来訪意欲が高まるような観光PRに継続して取り組む必要がある。また、その手法として、本市の魅力が効果的に観光客に訴求するよう、デジタル媒体などの情報発信媒体の激しい移り変わりを的確に捉えた効果的な情報発信や積極的な撮影誘致などのフィルムコミッションの強化に取り組む必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅱ－2 インバウンドの推進&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャラバン活用や旅行博等への参加等の各種インバウンド誘客に取り組んだことにより、感染症の感染拡大前においては、外国人宿泊者数が8万人を超え、県内でも有数の外国人誘客となった。また、国別で見ると、台湾やタイについては令和元年には平成28年と比べ2倍の宿泊数となったところであるが、感染症の影響により国外へのプロモーションを縮小した時期もあり、海外においての本市の認知度が低い。</li> <li>・今後は、積極的に現地旅行会社への働きかけやより多くのFIT層をターゲットとしたPRなど、効果的なプロモーションに取り組むとともに、民間事業者等とも連携しながら、外国人の興味・関心をひく観光資源の発掘・磨き上げに取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅱ－3 効果的な観光情報の発信&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市観光交流課のSNSアカウント（Twitter・instagram）を作成し、最大約1万人を超える多くのフォロワーを獲得し、定期的な情報発信を行うとともに、有数の集客力を誇る「道の駅うつのみや ろまんちっく村」等での効果的なPRや首都圏における情報発信を行い、知名度アップやブランド価値向上、誘客促進につなげた。また、「市観光動態調査」などの各種データを参考にしながら様々な観光施策を企画・展開し、本市を訪れる観光客の行動分析や消費行動の分析を行った。</li> <li>・流行の情報発信ツールは常に変化をしていることから、より効果的な情報発信を行うため、時機や社会状況を捉えつつ効果的な情報発信を行う必要があり、効果的な観光施策を展開するために本市を訪れる観光客の幅広いマーケティングデータを収集する必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅱ－4&gt; MICE等の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市MICEの推進の目指す姿等を取りまとめた「宇都宮市MICE戦略」を策定し、関係団体等との共通認識を図るとともに、本市MICE開催における優位性を高めるため、開催支援補助制度の新設や市内企業等と連携したテクニカルビジットの造成、催事主催者に対しアフターコンベンションをまとめたMICEプランニングガイドの配布などに取り組んだ結果、新規MICEの予約獲得等が図られた。</li> <li>・本市が開催地として選ばれるためには、コンベンション施設の魅力向上やナイトタイムエコノミーなどの開発といった会議終了後のアフターコンベンションの充実を図るなど、MICE開催における優位性を高めていく必要がある。</li> </ul>

## 1 第2次宇都宮市観光振興プランの評価

基本戦略	評価
<p>Ⅲ 県内観光のハブ機能の強化及び周辺都市等との広域連携の推進</p>	<p>&lt;推進施策Ⅲ-1 県内観光のハブ機能の強化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県央エリアにおいて更なる観光振興を図るため、SNSを活用した情報発信やパンフレットの作成、周遊モデルコースの造成を図るなど、周遊促進策等を検討することなどにより県内自治体との連携強化を図った。また、LRT開業や宇都宮駅東口交流拠点施設の開業等を見据え、誘客促進につながる取組を検討した。</li> <li>・引き続き、地域観光ルートの開発など誘客促進につながる事業の実施やLRT開業等に合わせたより一層の誘客促進が図れる観光振興策に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅲ-2 広域連携の強化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北関東中核都市や関東一円の自治体、東日本連携・創生フォーラム等と連携したPRを実施したことで、国内外を問わず観光客誘客促進を図ったところであるが、観光ルートの創出等に至っておらず、さらには、感染症の影響もあり、継続的な連携したPRが実施できていない。</li> <li>・観光プロモーション等の各種観光施策のインパクトを大きくしより多くの誘客につなげるためには、近隣都市や東日本連携・創生フォーラム等の広域連携を活用した継続的な観光プロモーションや観光ルートの創出等の観光施策に取り組んでいく必要がある。</li> </ul>
<p>Ⅳ 官民一体となったおもてなしの充実</p>	<p>&lt;推進施策Ⅳ-1 市民事業者のおもてなし意識の向上&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「宇都宮ブランド推進協議会」や「宇都宮市おもてなし推進委員会」と連携し、広報紙やHP、SNSを活用したおもてなし意識の向上を図るとともに、観光関係事業者向けにおもてなし力の向上に資するようおもてなしセミナーや勉強会を継続して開催した結果、市観光動態調査の「親切度」に係る不満の経年変化が減少し、おもてなしの向上が図られた。</li> <li>・引き続き、更なるおもてなしの推進を図るために、おもてなし意識の認知度を高める継続した情報発信を行うほか、おもてなし推進委員会と連携した取組を実施していく必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅳ-2 国内外からの観光客受入体制の整備&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ブースや宿泊施設、高速道路のSAなどあらゆる機会や様々な場所での「るるぶ宇都宮」の配布や観光客がスマートフォン等で瞬時に情報を入手できる「宇都宮市観光デジタルマップ」の構築、民間事業者における外国人観光客受入体制の整備の補助金による支援などにより、観光PRや周遊促進、観光客の受入環境が向上した。</li> <li>・また、北西部周遊バス等により観光客の利用ニーズを確認することができた。</li> <li>・今後は、デジタルマップの内容の充実やインバウンド需要回復期を見据えた観光事業者への受入体制整備の働きかけにより観光客の受入体制の充実を図るほか、新しい生活スタイルに合った二次交通の周遊促進策を検討する必要がある。</li> </ul> <p>&lt;推進施策Ⅳ-3 人材の育成&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「おもてなしセミナー」や「おもてなし勉強会」の開催により、市内観光事業者のおもてなし意識の向上や次世代の育成を図るとともに、「観光ボランティアガイド養成講座」において市内の最新のイベント情報を案内するなど内容の拡充を行ったほか、約9割の受講者が「うつのみやシティガイド協会」に入会するなど、おもてなし環境の充実につなげた。</li> <li>・今後、更なる観光客の受入環境の向上を図るためには、より一層の講座の開催に関する周知に努め受講を促すなど、観光人材の育成を着実にやっていく必要がある。</li> </ul>

## 1 第2次宇都宮市観光振興プランの評価

成果指標		進捗状況	
観光入込客数	<p><b>2022年（令和4年）：1,550万人</b> ⇒基準年の2016年（平成28年）から約70万人の増加を目指す。</p>	<p><b>2021年（令和3年）：894万人</b> （2020年（令和2年）：747万人） （2019年（令和1年）：1,476万人） （2018年（平成30年）：1,512万人）</p>	<p>・感染症の感染拡大に伴う、外出自粛要請により、<u>観光入込客数や宿泊者数、観光消費額は、最終的に大きく目標値を下回った。</u></p> <p>・しかしながら、感染症の感染拡大前は、前計画策定時よりも増加しており、目標値に迫る数値を記録していた。</p> <p>・来訪満足度については、<u>令和2年をピークに目標値を下回った。</u>代表的な意見を集めると、様々なグルメスポットがあることや利便性や目当ての商品が購入できること、ろまんちっく村などの観光に適した場所やそこでしか体験できないことがあること、渋滞がなくアクセスが良い点、店員等の親身な対応が評価されている一方で、餃子以外の飲食で特筆することがない点や目的の観光スポットがない点、駐車場の案内や行き先が分かりにくい点が挙げられた。</p>
宿泊者数	<p><b>2022年（令和4年）：163万人</b> ⇒基準年の2016年（平成28年）から約7万人の増加を目指す。</p> <p>【参考値】外国人宿泊者数 2022年（令和4年）：11万人 ⇒基準年の2016年（平成28年）から約2.7万人の増加を目指す。</p>	<p><b>2021年（令和3年）：119万人</b> （2020年（令和2年）：103万人） （2019年（令和1年）：161万人） （2018年（平成30年）：161万人）</p>	
観光消費額	<p><b>2022年（令和4年）：915億円</b> ⇒基準年の2016年（平成28年）から43億円の増加を目指す。</p>	<p><b>2021年（令和3年）：594億円</b> （2020年（令和2年）：493億円） （2019年（令和1年）：896億円） （2018年（平成30年）：911億円）</p>	
来訪満足度	<p><b>2022年（令和4年）：85.0%</b> ⇒基準年の2016年（平成28年）から約5ポイントの増加を目指す。 ※市観光動態調査における「訪問して満足した」と回答した割合</p>	<p><b>2021年（令和3年）：78.6%</b> （2020年（令和2年）：84.1%） （2019年（令和1年）：64.5%） （2018年（平成30年）：78.2%）</p>	



## 2 観光資源の特色

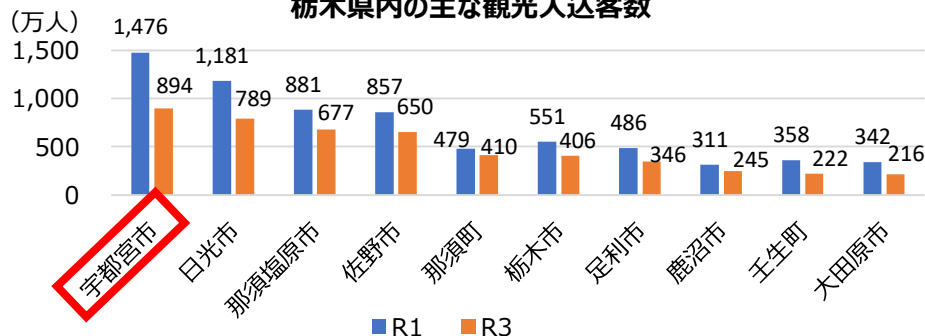
・「餃子のまち」、「ジャズのまち」、「カクテルのまち」、「大谷石をはじめ歴史・文化を今に残すまち」、「自転車のまち」、「スポーツのまち」、「豊かな農産物があふれるまち」を記載し、併せて、参考として本市の観光資源の一覧を記載予定。

## 3 現状

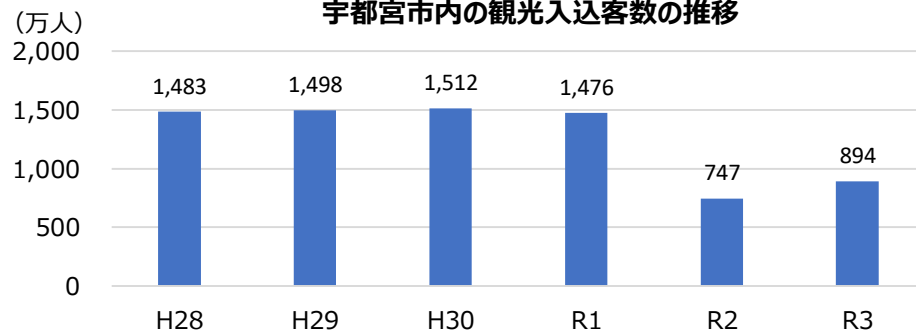
### (1) 観光入込客数

- ・**栃木県で最も多い観光入込客数**となっている。次いで、日光市、那須塩原市となっており、この傾向も感染症の影響に関係ない。
- ・近年は、デスティネーションキャンペーン期間（平成29～令和元年度）で過去最高を記録した**平成30年をピークに横ばい状態となり、その後、感染症の影響を大きく受け、減少**している。特に、令和1年には国内延べ観光旅行者数は5%増加したが、本市は減少しており、「**選ばれる観光地**」としては**若干の弱み**が見られる。
- ・**コロナ禍前での伸び（H24/R1）は、概ね県平均と同等の伸び**を示しているが、**コロナ禍（R3/R1）での減少幅は県平均を上回る減少**となった。

栃木県内の主な観光入込客数



宇都宮市内の観光入込客数の推移



出典：栃木県「令和3（2021）年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より作成

出典：宇都宮市「平成28年～令和3年市観光動態調査」より作成

県内上位観光入込客数の推移

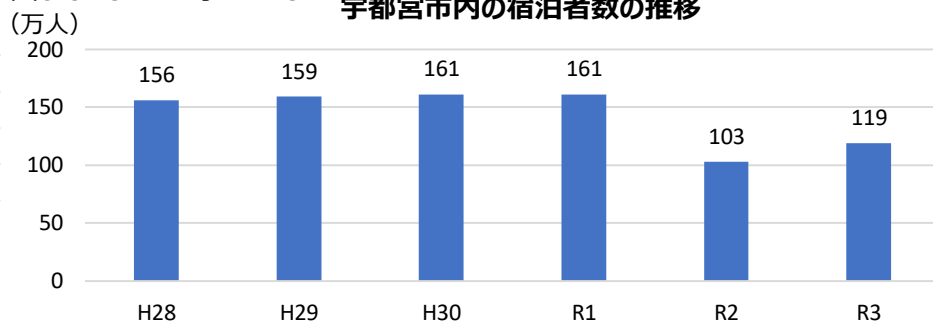
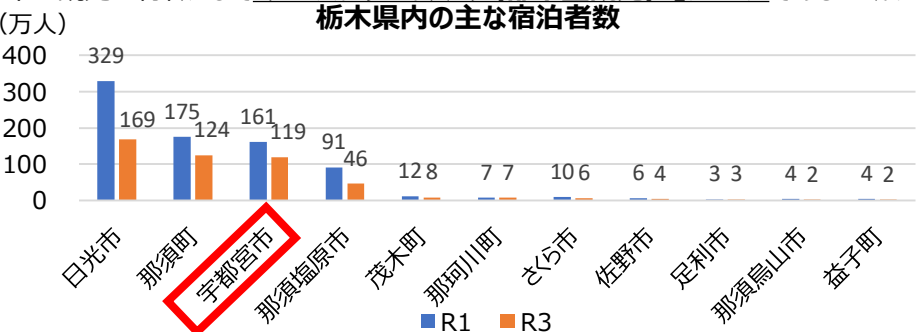
単位：%	R1/H24	R3/R1	単位：%	R1/H24	R3/R1
宇都宮市	12.4	▲39.4	小山市地区	23.9	▲41.0
旧佐野市地区	1.5	▲25.0	茂木町地区	35.5	▲39.8
旧日光市地区	12.1	▲20.3	益子町地区	47.9	▲36.0
旧黒磯市地区	▲6.5	▲25.2	全県平均	12.1	▲30.5
足利市地区	58.9	▲28.7			
那須町地区	6.8	▲14.4			
壬生町地区	▲3.2	▲37.9			

出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より作成

## 3 現状

### (2) 宿泊者数

- ・コロナ禍前後問わず**栃木県内で3位**となっている。
- ・近年は、**平成30年・令和元年をピークに減少**した。
- ・**コロナ禍前での伸び（H24/R1）は、概ね県平均と上回る伸びを示しており、コロナ禍（R3/R1）での減少幅は県平均よりも減少幅は小さく、**県内有名観光地である「日光市」や「那須町」、「那須塩原市」よりも小さかった。
- ・**宿泊率（「宿泊者数」÷「総入込客数」）は県全体の平均に比べ高い傾向を示し、かつ上昇している。**このことは、「(1)観光入込客数」の傾向とも含めて考えると、本市の観光の特徴として「**アーバンツーリズム（都市型観光）**」が**主流**であることが起因しているものと考えられる。



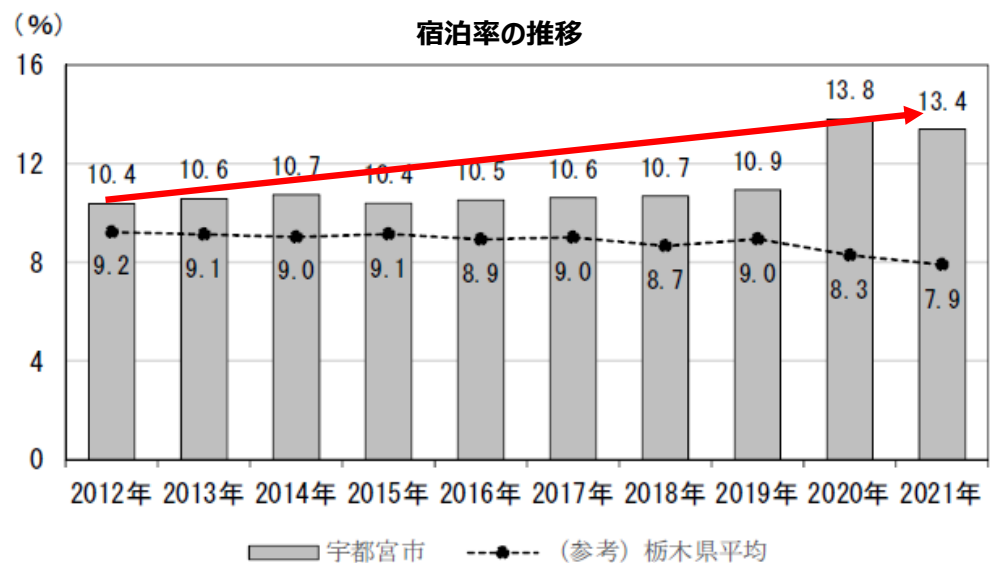
出典：栃木県「令和3（2021）年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より作成

出典：宇都宮市「平成28年～令和3年市観光動態調査」より作成

県内上位宿泊数の推移

	R1/H24 (%)	R3/R1 (%)
<b>宇都宮市</b>	18.4	<b>▲25.8</b>
旧藤原町地区	▲1.6	▲51.7
那須町地区	12.6	▲28.9
旧日光市地区	▲2.2	▲42.4
旧塩原町地区	▲0.6	▲49.5
<b>全県平均</b>	8.6	<b>▲38.6</b>

出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より作成

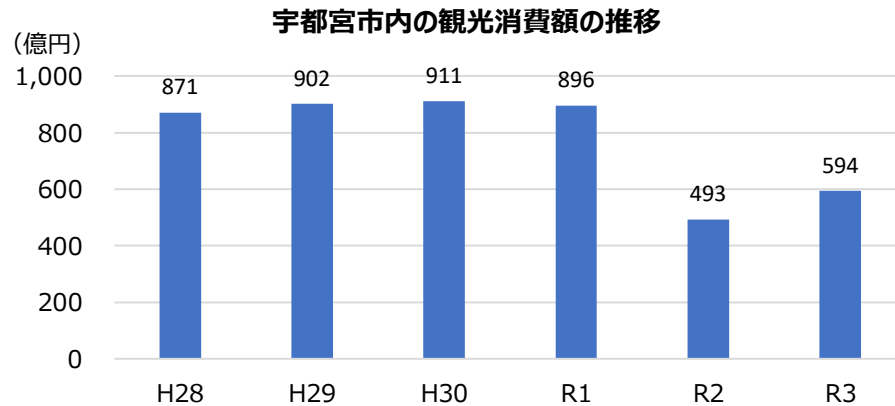


出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」と宇都宮市「市観光動態調査」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

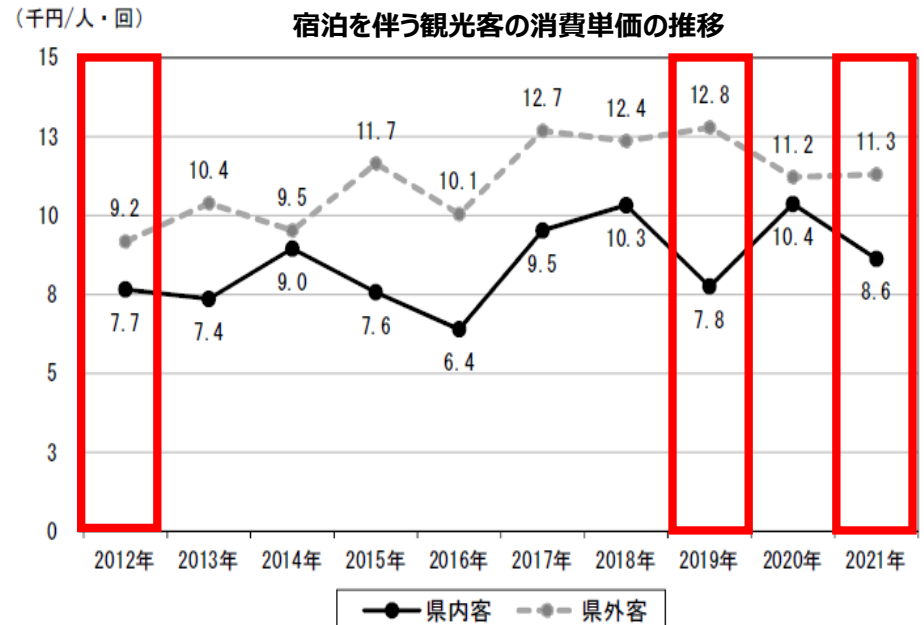
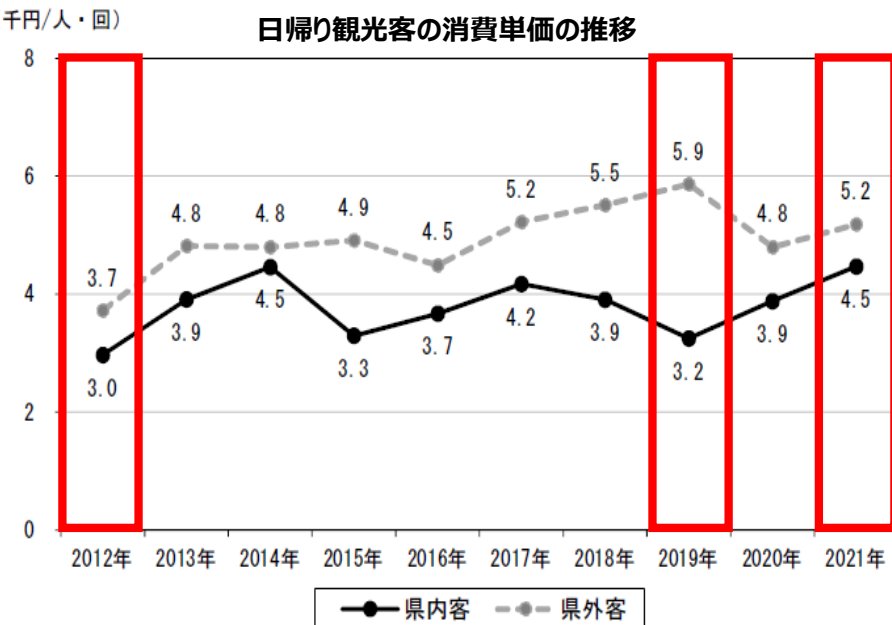
## 3 現状

### (3) 観光消費額と消費単価

- ・観光消費額は、近年において、平成30年をピークに減少しており、感染症の影響により概ね半減し、今だに回復していない。
- ・しかしながら、消費単価をみると、概ね維持または上昇傾向にある。



出典：宇都宮市「平成28年～令和3年市観光動態調査」より作成



出典：宇都宮市「市観光動態調査」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

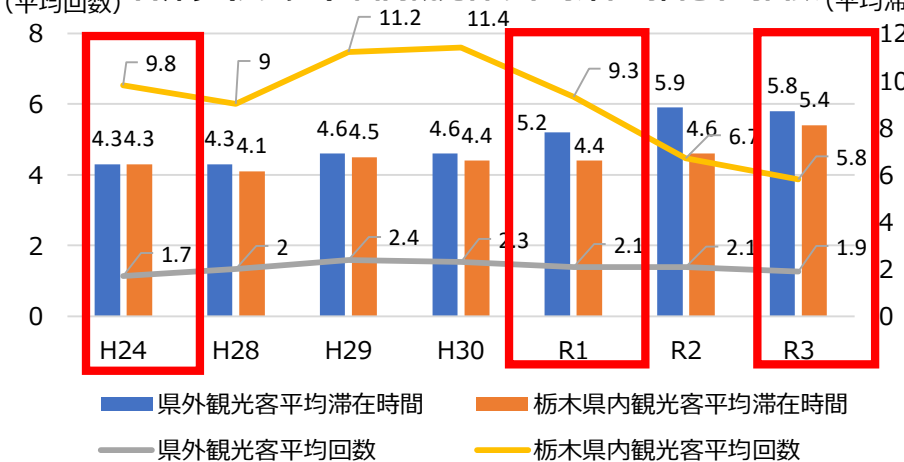
3 現状

(4) 本市を訪れる国内観光客について

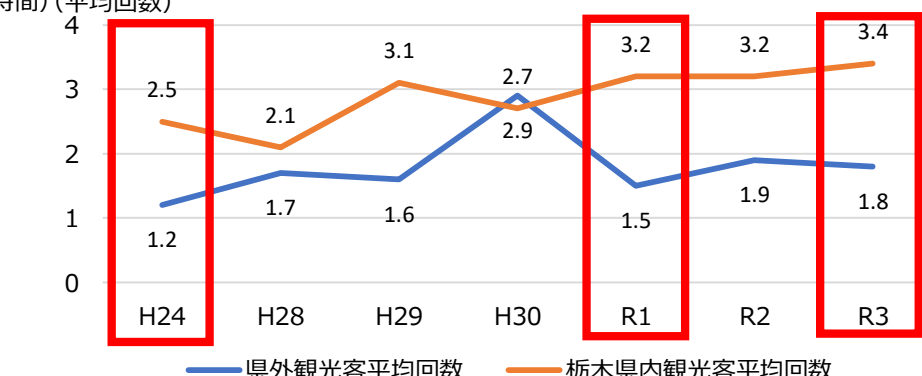
① 平均滞在時間・平均回数・同行者数等

- ・日帰り（レジャー）観光客の平均滞在時間は、**県外・県内とも伸びている。**
- ・平均回数については、日帰り（レジャー）では、**県内観光客は減少しているが、県外観光客は横ばいの状態である。**一方**宿泊を伴う観光では県内観光客は上昇傾向であるが、県外からの観光客は横ばい状態である。**また、平均回数が日帰り、宿泊ともに概ね1年間で2回程度であることから、**来訪頻度が高い傾向である。**
- ・同行者数については、概ね2名~3名程度となっており、日帰り客は、**20代の「友人」「夫婦・恋人」、30代・40代の「家族」、60代の「夫婦・恋人」が多い。宿泊客は20代の「夫婦・恋人」、40代の「家族」、60代の「夫婦・恋人」が多い。**
- ・滞在者数の世代別の年齢層は、平日・休日問わず、**20代~50代が多く、居住地は、県外では東京都等の首都圏からの訪問者が多い。**（RESAS）
- ・宿泊者は、**県内または東京等の首都圏からの訪問者が多く、宿泊日数は半数以上が1泊**となっている。なお、県内はコロナ禍を契機に上昇している。（RESAS）

（平均回数）日帰り（レジャー）国内観光客の平均滞在時間と平均回数



宿泊を伴う国内観光客の平均回数



出典：宇都宮市「平成24年・平成28年~令和3年市観光動態調査」より作成

出典：宇都宮市「平成24年・平成28年~令和3年市観光動態調査」より作成

同行者の人数（令和3年）

単位：人		H30	R1	R2	R3
日帰り旅行（レジャー）	県外観光客	2.5	2.6	2.6	2.4
	県内観光客	2.4	2.3	2.4	2.3
宿泊を伴う旅行	県外観光客	2.5	2.9	2.6	2.4
	県内観光客	2.4	2.2	2.4	2.3

出典：宇都宮市「平成30年~令和3年市観光動態調査」より作成

同行者の構成（令和3年） 上段：日帰り旅行，下段：宿泊を伴う旅行

単位：%	全体	20代	30代	40代	50代	60代
友人	20.4	40.0	19.2	17.8	17.0	17.4
夫婦・恋人	39.7	46.7	43.3	34.1	37.2	47.8
家族（子どもを含む）	39.7	25.3	52.5	51.4	33.5	18.8
ひとり	21.5	17.3	13.3	20.5	29.8	20.3
職場の人	3.3	2.7	5.0	3.8	3.2	-
その他	0.5	-	0.8	-	1.1	-

単位：%	全体	20代	30代	40代	50代	60代
友人	18.9	22.6	20.0	19.6	16.0	17.6
夫婦・恋人	46.3	64.5	50.0	26.1	38.0	64.7
家族（子どもを含む）	30.3	16.1	37.5	47.8	26.0	17.6
ひとり	12.4	9.7	5.0	15.2	22.0	5.9
職場の人	3.0	3.2	5.0	2.2	2.0	2.9
その他	0.5	-	2.5	-	-	-

出典：宇都宮市「令和3年市観光動態調査」



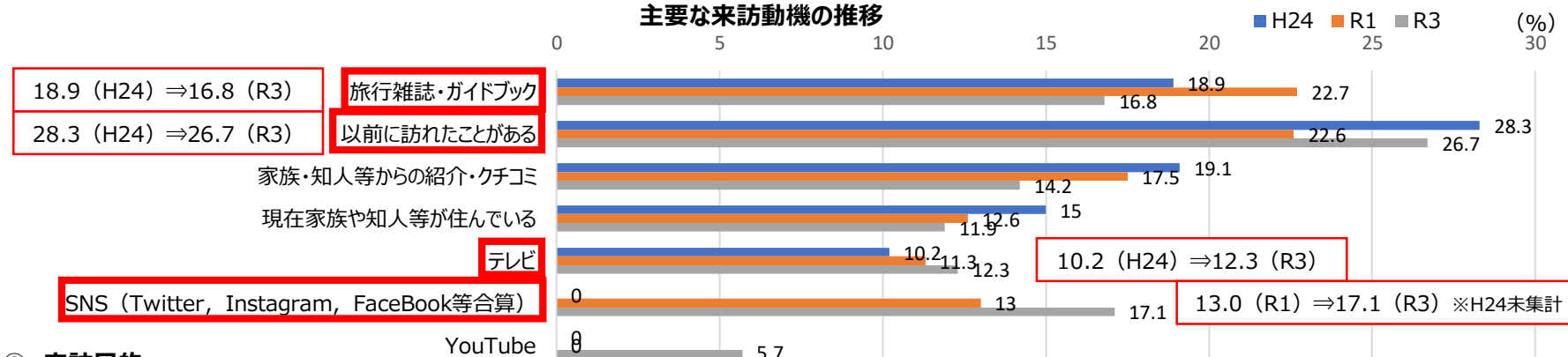
### 3 現状

#### (4) 本市を訪れる国内観光客について

##### ② 主な情報源

・「以前に訪れたことがある」が一番高く、続いて「旅行雑誌・ガイドブック」となっているが、減少傾向である。一方、「テレビ」や「SNS」といったツールが上昇傾向にある。

主要な来訪動機の推移



##### ③ 来訪目的

・「餃子を食べた」が一貫して高く、その後、「ショッピング」が続く。また、「餃子・カクテル以外の飲食」や「石の里・大谷地区に行った」、「ろまんちっく村」が安定して高い来訪目的となっている。

・なお、再訪した場合に再度行ってみたいことは、「餃子が食べたい」が一番高く、全体として、経験・体験に基づいた再来訪意向の傾向が示されている。

主な来訪目的

単位：%	H24	R1	R3
餃子を食べた … ①	56.7	54.0	58.8
カクテルを飲んだ … ②	2.5	4.5	3.8
ジャズを聴いた … ③	1.3	2.6	1.1
石の里・大谷地区に行った … ④	4.0	13.0	13.0
餃子像・餃子通りに行った … ⑤	7.2	12.0	14.1
ろまんちっく村に行った … ⑥	11.3	15.4	15.0
餃子・カクテル以外の飲食 … ⑦	26.1	15.1	16.0
JR宇都宮駅等を散策した … ⑧	25.0	23.1	17.6
ショッピング等をした … ⑨	46.8	36.3	14.5

来訪時と再来訪時の内容

出典：宇都宮市「令和3年市観光動態調査」より作成

単位：%	本市を来訪した際にしたこと									
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	
再度行ってみたい理由	①	86.9	79.2	100	68.2	90.8	59.4	61.5	68.1	29.8
	②	4.3	41.7	25.0	3.5	5.1	3.0	6.7	8.8	3.2
	③	3.7	16.7	75.0	5.9	6.1	5.0	4.8	7.1	3.2
	④	13.1	12.5	25.0	30.6	17.3	20.8	10.6	10.6	10.6
	⑤	13.9	33.3	25.0	20.0	30.6	16.8	15.4	15.0	3.2
	⑥	13.1	25.0	50.0	28.2	15.5	45.5	18.3	17.7	13.8
	⑦	9.9	29.2	25.0	16.5	13.3	16.8	32.7	17.7	17.0
	⑧	11.5	20.8	12.5	16.5	16.3	16.8	22.1	36.3	18.1
	⑨	12.8	29.2	12.5	16.5	10.2	21.8	33.7	32.7	84.0

出典：宇都宮市「平成24年・令和元年・令和3年市観光動態調査」より作成

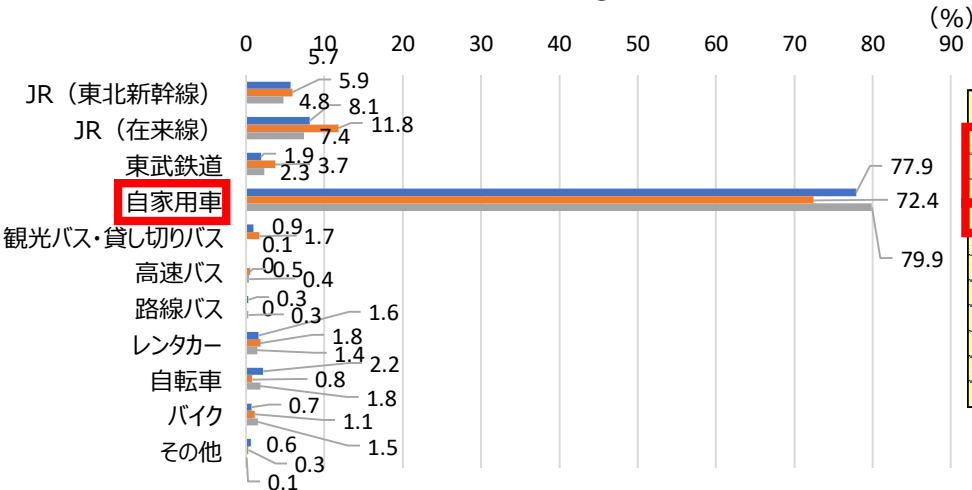
## 3 現状

### (4) 本市を訪れる国内観光客について

#### ④ 来訪時と市内周遊時の交通手段

・来訪時や市内周遊時ともに、「**自家用車**」での交通手段が全年齢層で一番割合が高い。鉄道での来訪は、20代が高い。  
 ・令和3年の調査によると、自家用車で来訪している場合は、周遊時も「自家用車」を利用している割合が高い。また、鉄道で来訪している場合は、周遊時は「バス」または「徒歩」の割合が高い傾向にある。

来訪時の交通手段①



来訪時の交通手段②

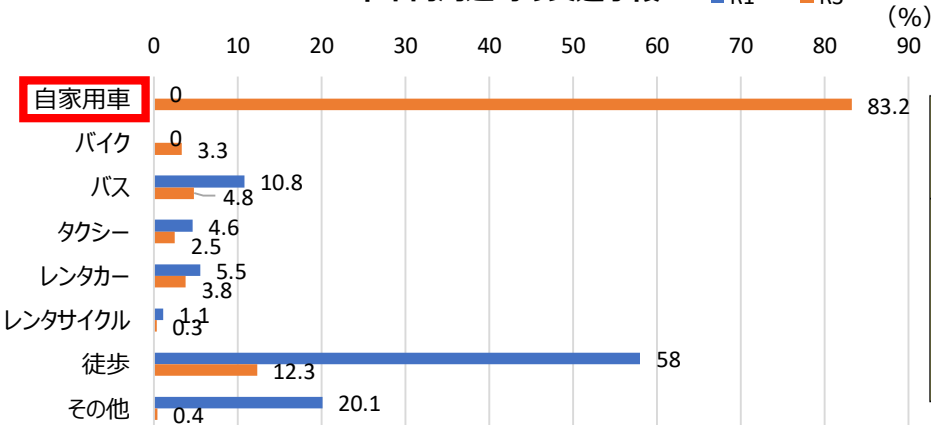
(N=733)

単位: %	全体	20代	30代	40代	50代	60代
JR(東北新幹線)	4.8	3.3	6.5	5.0	4.2	4.4
JR(在来線)	7.4	11.0	9.4	4.0	8.4	5.6
東武鉄道	2.3	5.5	-	1.0	2.8	4.4
<b>自家用車</b>	79.9	72.5	79.0	85.0	77.1	84.4
観光バス・貸切バス	0.1	-	-	0.5	-	-
高速バス	0.4	1.1	0.7	-	0.5	-
路線バス	0.3	-	-	0.5	0.5	-
レンタカー	1.4	4.4	1.4	0.5	1.4	-
自転車	1.8	2.2	2.2	1.5	2.3	-
バイク	1.5	-	0.7	1.5	2.8	1.1
その他	0.1	-	-	0.5	-	-

出典：宇都宮市「令和元年・令和3年市観光動態調査」

出典：宇都宮市「平成24年・令和元年・令和3年市観光動態調査」より作成

本市内周遊時の交通手段



来訪時の交通手段/本市内周遊時の交通手段

単位: %	全体	本市への来訪の交通手段											
		JR(東北新幹線)	JR(在来線)	東武鉄道	自家用車	観光バス・貸切バス	高速バス	路線バス	レンタカー	自転車	バイク	その他	
本市内周遊時の交通手段	自家用車	83.2	11.4	25.9	23.5	96.9	-	33.3	50.0	-	100.0	36.4	100.0
	バイク	3.3	2.9	-	5.9	1.9	-	-	-	-	-	100.0	-
	バス	4.8	31.4	20.4	23.5	1.0	100.0	-	50.0	10.0	-	-	-
	タクシー	2.5	17.1	9.3	11.8	0.7	-	-	50.0	-	-	-	-
	レンタカー	3.8	17.1	7.4	17.6	0.5	-	33.3	50.0	100.0	-	-	-
	レンタサイクル	0.3	-	-	-	0.2	-	33.3	-	-	-	-	-
	徒歩	12.3	40.0	57.4	47.1	6.0	-	-	-	10.0	-	9.1	-
	その他	0.4	2.9	-	-	0.3	-	-	-	-	-	-	-

出典：宇都宮市「令和元年・令和3年市観光動態調査」

出典：宇都宮市「令和元年・令和3年市観光動態調査」より作成

### 3 現状

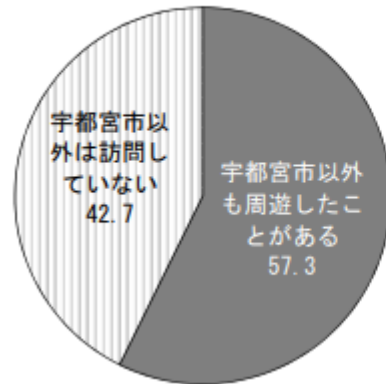
(4) 本市を訪れる国内観光客について

(5) 来訪時の他の観光地（県外も含む）への周遊

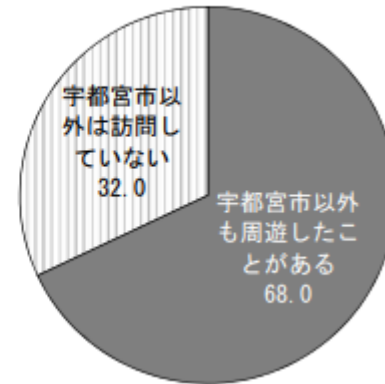
- ・日帰り（レジャー）観光客、宿泊を伴う観光客ともに約半数以上が周遊旅行を経験している。
- ・周遊先は、日光が約半数を占める。日帰り（レジャー）では、次いで、那須、鬼怒川、佐野の順となり、宿泊を伴う旅行では、鬼怒川も多い。
- ・県外周遊よりも、**県内周遊の方が多い。**

本市来訪時の他の観光地への周遊経験の有無

【日帰り旅行】 (%)

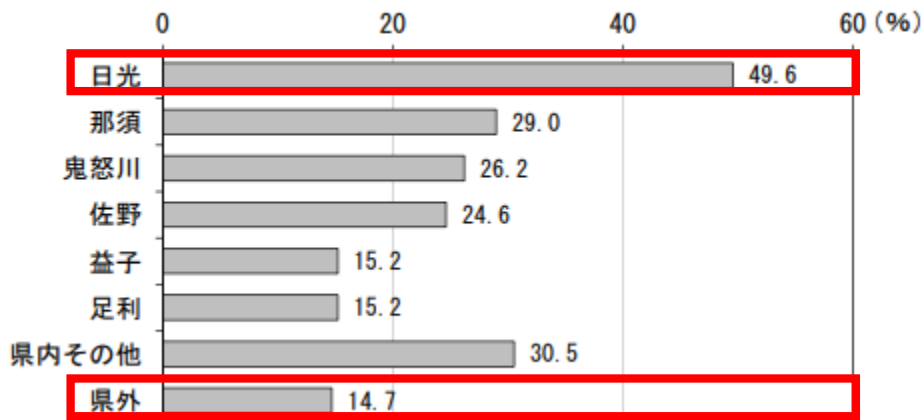


【宿泊旅行】 (%)

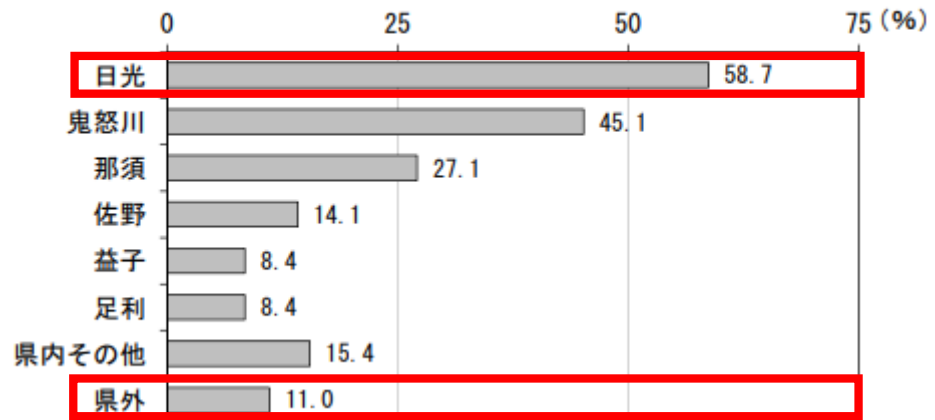


出典：宇都宮市「令和元年市観光動態調査」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

【日帰り旅行】



【宿泊旅行】



出典：宇都宮市「令和元年市観光動態調査」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

## 3 現状

### (4) 本市を訪れる国内観光客について

### (6) 本市観光に対するイメージと評価

- 本市のイメージは、「餃子のまち」が圧倒的に高く、次いで、「近隣に有名な温泉地や観光地があるまち」、「日帰り旅行に適したまち」、「大谷石のまち」などが続く。
- 本市の主要なイメージ（イメージ上位7項目）で推移をみると、**コロナ禍前は評価が低減する傾向にあったが、令和3年では再評価**されている。
- 本市を訪れた時の評価としては、「再度行ってみたい」や「訪問して満足した」の「イメージがある・そう思う」が約8割であり、それ以外の項目でも、4割近くの「イメージがある・そう思う」の評価を得ている。一方で、特に「公共交通で移動しやすい」の「イメージがない・そう思わない」の方が2年連続で多く、さらに、四角枠の項目では、過去「イメージがない・そう思わない」の方が多かった年もある。
- 訪問時の対応では、利用者・接触者のうち、「親切・やや親切」の割合は、特に「小売店（土産品等）」や「飲食店」が約8割以上を占めており、その他の項目も上昇傾向である。

### 本市の主要なイメージの推移（「イメージあり」の割合）

	2012年	2019年	2021年
餃子のまち	95.2%	84.1%	93.8%
近隣に有名温泉地や観光地があるまち	49.3%	37.3%	46.1%
日帰り旅行に適したまち	37.9%	32.4%	44.9%
大谷石のまち	29.6%	31.3%	37.9%
自然の豊かなまち	40.9%	30.4%	40.6%
おいしいものが豊富なまち	30.3%	30.3%	44.4%
都心から近く利便性の高いまち	39.6%	29.1%	40.5%

出典：宇都宮市「市観光動態調査」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

### 本市来訪時の対応評価

### (利用者・接触者に占める「親切だった」と「やや親切だった」の割合)

単位：%	H30	R1	R2	R3
観光案内所	85.6	78.9	80.6	87.2
バス	72.9	73.1	69.1	78.5
タクシー	67.9	73.2	71.6	81.7
飲食店	88	84.6	88.7	91.3
小売店（土産品店等）	87.1	84.8	85.2	89.3
ホテル	84.6	80.3	87.4	90.3
市民	80.3	77.2	77.2	80.9

### 本市来訪時の印象（「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計割合）

単位：%	H30	R1	R2	R3
訪問して満足した	78.2	64.5	84.1	78.6
再度行ってみたい	75.8	68.3	81.7	79.4
おいしいものが多い	61.3	57.4	64.8	69.8
公共交通機関で移動しやすい	38.4	38.6	40.1	38.1
駐車場が充実している	38.5	44	45.1	50.7
車での移動がスムーズ	49.2	52.2	57	62.3
案内表示が分かりやすい	35.7	41.1	40.4	47.1
観光情報が分かりやすい	36.8	41.7	41.8	48.6
市民が親切で優しい	35.1	41.3	36.1	42.6
街並みがきれい	41.9	45.7	44.5	47.9
施設等のサービスや対応が良い	38.3	45.4	42.7	50.7
中心市街地に賑わいを感じる	42.5	44.4	41.8	46.2

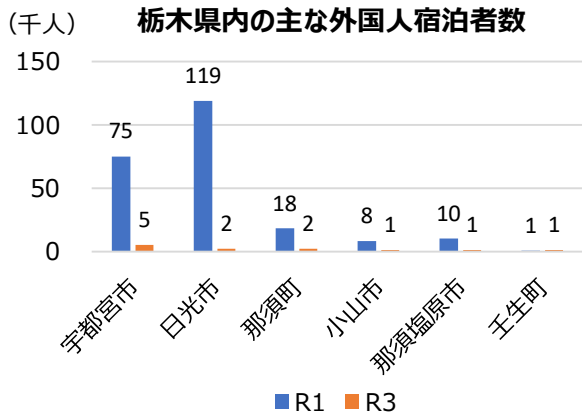
出典：宇都宮市「平成30年～令和3年市観光動態調査」より作成

出典：宇都宮市「平成30年～令和3年市観光動態調査」より作成

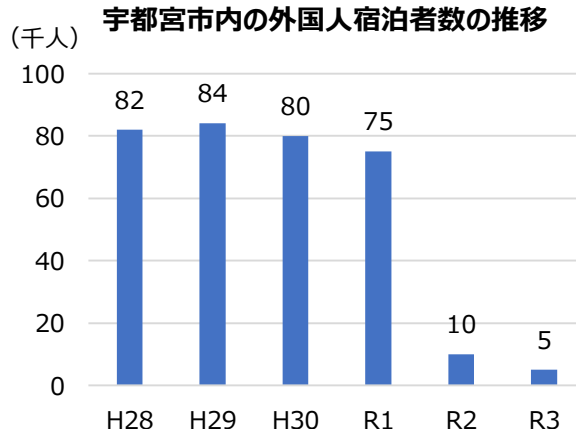
## 3 現状

### (5) 外国人宿泊者数

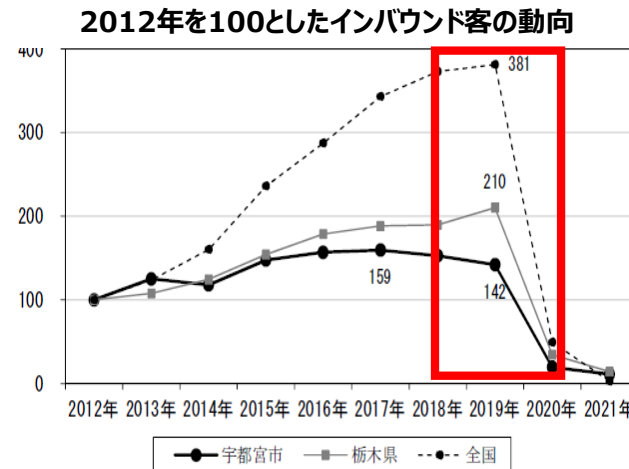
- これまで栃木県内においては日光市に次いで県内2位であったが、感染症の影響もあり、令和3年では栃木県内で最も多かった。
- 近年は、平成29年をピークに減少し、その後、感染症の影響を大きく受け、減少している。
- 国全体ならびに栃木県のインバウンド客数の動向と比較すると、本市は、国や栃木県の伸びよりも低い伸び率となっている。
- 中国が最も多く、米国がこれに次ぎ、欧州・カナダ・台湾も12~13%であり、主要な来訪国となっており、特に米国・欧州・カナダ・タイは全国平均より高い。一方で、中国と米国の割合が低下している一方でタイの割合が増加している。これは、ショッピング重視の中国や個性的な旅行を好む米国が宇都宮離れにつながっている。



出典：栃木県「令和3（2021）年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」より作成

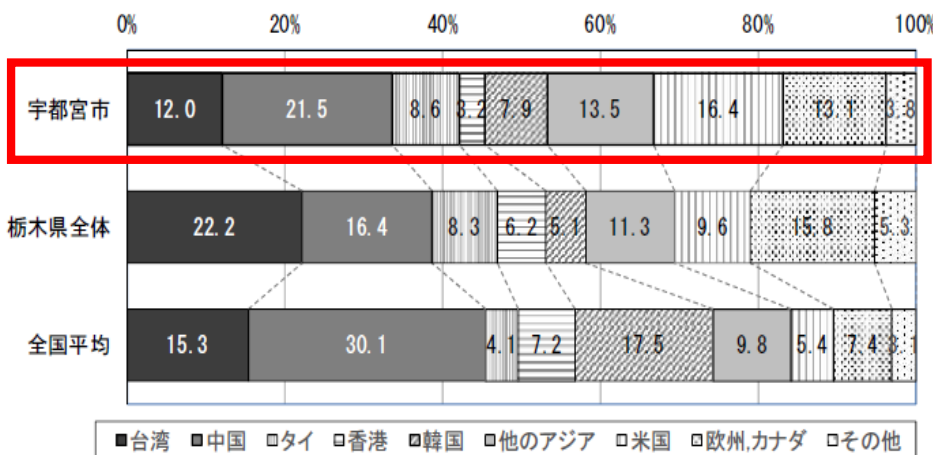


出典：宇都宮市「平成28年～令和3年観光動態調査」より作成



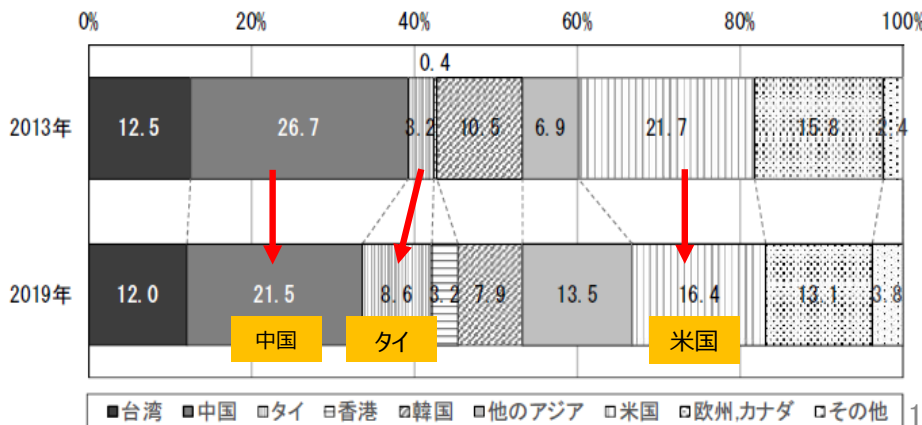
出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」と宇都宮市「宇都宮市観光動態調査」、JNTO「訪日外客数」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

### インバウンド客の国・地域別構成 (令和1年)



出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」を踏まえ、(株)JTBにおいて作成

### 本市を来訪するインバウンド客の国・地域別構成の推移





## 3 現状

(6) 外国人旅行者の行動 (宇都宮市「宇都宮市外国人旅行者の周遊分析調査 (調査期間: H29年10月~R元年9月) の結果に基づき<sup>(株)</sup>JTBが作成。)

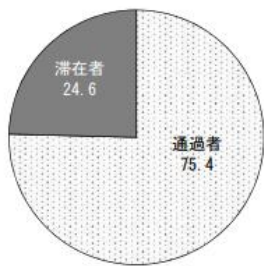
### ① 基本動態

- ・**通過者 (市内での滞在が30分未満であった者) が3/4**を占めており、約6割の通過者がJR宇都宮駅以外の場所で記録されたことから、**その交通手段は「自動車」が多いことが考えられる**。一方、本市で滞在した者の約3/4は、「鉄道」を利用して本市内を訪問している。
- ・通過者の本市通過前後の滞在地を見ると、東京が突出して高く、埼玉県や千葉県が続く。

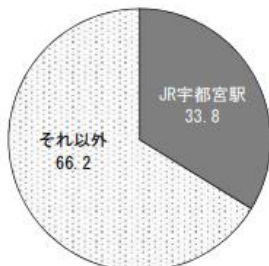
### ② 滞在スポットと周遊ルート

- ・滞在は主に「**市内中心部**」に集中し、周遊ルートは「**JR宇都宮駅を起点に平出工業団地と清原工業団地への移動**」が多い。
- ・市内中心部から市内の主要観光地である「大谷地区」への周遊も確認されているが、「滞在箇所は1か所」の割合が高い。

本市内への滞在・通過率  
(単位: %)



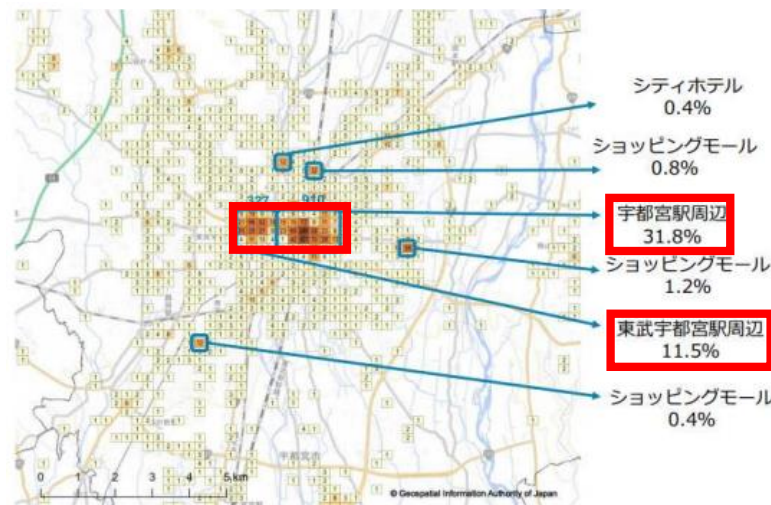
通過者の通過場所  
(単位: %)



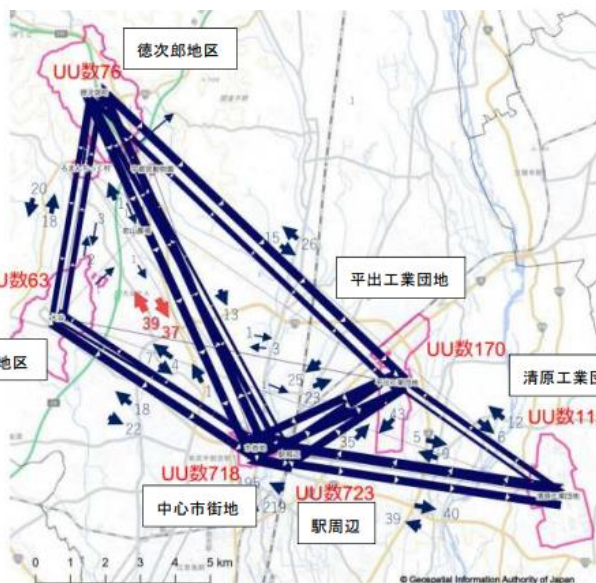
通過者の通過前後の滞在地

宇都宮通過前滞在地		宇都宮通過後滞在地	
都道府県名	訪問者数	都道府県名	訪問者数
東京都	1,986	東京都	2,051
埼玉県	823	埼玉県	988
千葉県	779	千葉県	962
茨城県	704	茨城県	662
群馬県	402	神奈川県	577
神奈川県	377	群馬県	470
長野県	343	福島県	453
福島県	327	宮城県	427
宮城県	276	静岡県	342
静岡県	251	大阪府	299

市中心部の主要滞在スポット



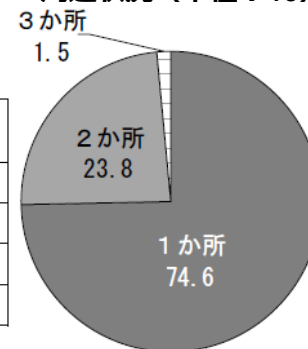
市内主要エリア間の相関経路



大谷地区への訪問状況

区分	訪問者数	対地区内比率 (%)	対全滞在者訪問比率 (%)
大谷区全体	63	100.0	5.7
主な観光スポット	大谷寺	16	25.4
	大谷資料館	15	23.8
	平和観音	13	20.6

大谷地区の地区内周遊状況 (単位: %)



## 3 現状

(6) 外国人旅行者の行動（宇都宮市「宇都宮市外国人旅行者の周遊分析調査（調査期間：H29年10月～R元年9月）の結果に基づき<sup>(株)</sup>JTBが作成。）

### ③ 宿泊の実態

- ・滞在者のうち過半数が「日帰り」である。
- ・宿泊者の約半数にあたる**21.2%が「1泊」**であり、宿泊者の平均泊数は1.84泊である。
- ・宿泊率と平均宿泊数によると、韓国と中国が多く、平均宿泊数は中国が最も高い。
- ・市内宿泊者の宿泊場所は、JR宇都宮駅周辺が最も多く、中心市街地を加えた「**中心部**」が大多数を占める。
- ・市外宿泊者の宇都宮市を訪れた当日の宿泊地は県内が**41.2%**であり、**日光市**での宿泊が最も多い。

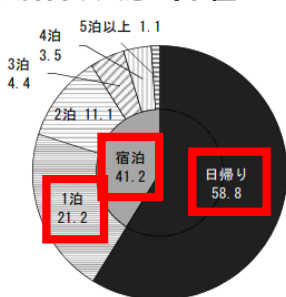
### ④ 宿泊者の回遊・滞在の動向

- ・本市は、多様な飲食店等が集積しており、栃木県全体と比べ**夜間滞在の割合が高い**。（例：日光で日中過ごし、夜宇都宮を訪れる。）
- ・夜間滞在者の日中の動向をみると、市内滞在が約8割で翌日では約6割である。

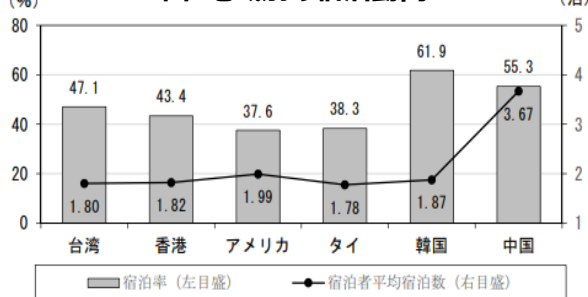
### ⑤ ビジネスユース（平出工業団地ないしは清原工業団地に滞在した者）の動態

- ・総滞在者の**25.3%が該当**し、実数は台湾が最も多く滞在者に占める割合は中国が圧倒的に多い。
- ・滞在日数は、日帰りはほぼおらず、**観光目的の来訪者よりも長く、平均滞在日数は3.36日**である。
- ・ビジネスユース滞在者の観光行動は、**中心市街地を訪れた場合が7割に達し、夜（19時～5時）に訪れた割合が多い**。一方、大谷地区を訪れた人は少数である。

宿泊者の実態（単位：%）



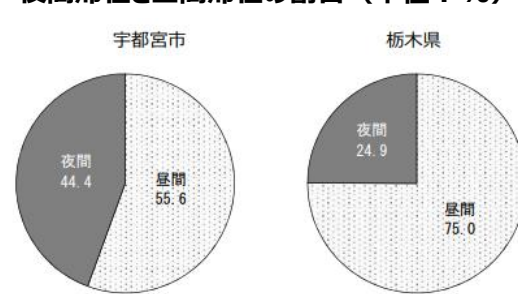
国・地域別の宿泊動向



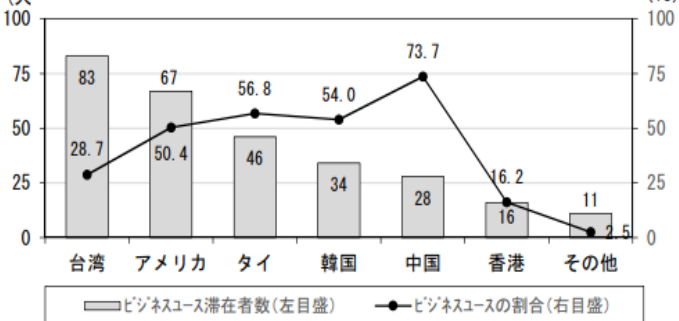
市外宿泊者の本市訪問当日の宿泊地

宿泊地	構成比 (%)
栃木県	41.2
うち日光市	16.5
東京都	13.3
千葉県	11.0
埼玉県	3.7
その他	30.8

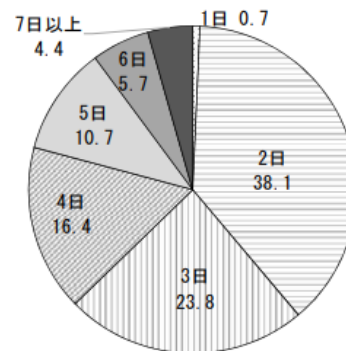
夜間滞在と昼間滞りの割合（単位：%）



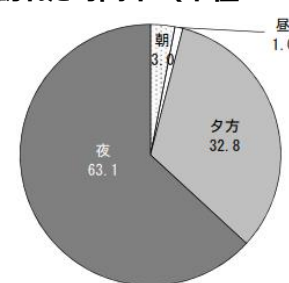
国・地域別のビジネスユース滞り者数とその割合



ビジネスユースの滞在日数（単位：%）



ビジネスユース滞り者が中心市街地を訪れた時間帯（単位：%）



\*「朝」=6～11時、「昼」=11～15時、「夕方」=15～19時、「夜」=19～5時。

**3 現状****(7) その他****ア 本市を取り巻く環境の変化**

・令和4年11月のJR宇都宮駅東口交流拠点施設の開業をきっかけとした更なるMICE誘致の強化や令和5年8月のLRT開業により交流人口の拡大と同年11月の大谷観光周遊拠点施設の開業により本市の観光拠点「石の里 大谷」における更なる地域活性化など、本市の観光を取り巻く環境の変化が想定される。

**イ 観光における時代潮流への対応**

・市内の観光資源の状況を見ると、体験型観光の創出や自然志向に即したコンテンツの造成が図られるなど、観光トレンドである「コト消費」への対応は進みつつあるが、地方への観光地選択の変化が起きている中で本市の観光入込客数等の増加があまり見られていない。

・インバウンドについては、概ね来訪者の国・地域については全国と同様であるが、コロナ禍前までの国の外国人観光客の増加ペースと本市の増加ペースが乖離しており、インバウンドに関しては弱みがある。