

平成
23
年度

観光産業創出のためのプロモーションに関する調査研究

平成
24
年3
月

豊橋市
(財)地方自治研究機構

観光産業創出のためのプロモーション に関する調査研究

平成 24 年 3 月

豊橋市
財団法人 地方自治研究機構

はじめに

先の東日本大震災において被災された皆様に心からお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興をお祈りいたします。

近年、少子高齢化や景気低迷による厳しい財政事情等、地方公共団体を取り巻く環境は厳しさを増しています。そのような中で地方公共団体は地域産業の活性化、地域コミュニティの活性化、観光振興、行財政改革等の複雑多様化する課題に対応していかなくてはなりません。また、住民に身近な行政は、地方公共団体が自主的かつ主体的に取り組むとともに、地域住民が自らの判断と責任において地域の諸課題に取り組むことが重要となってきました。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施しています。

本年度は 5 つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、このうちの一つの成果を取りまとめたものです。

豊橋市には、多くの外国人、とりわけ中国人観光客が宿泊していますが、滞在時間が短く経済効果や認知度の向上につながっていない状況にあります。そこで、本調査研究では、外国人観光客や留学生によるモニター調査を実施し、地域資源の評価や外国人に受け入れられるメニュー等を調査することにより、観光産業創出に向けた外国人観光客誘致に関する施策検討の基礎資料をとりまとめました。

本研究の企画及び実施にあたっては、研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただきました。

また、本研究は、地域社会振興財団の助成金を受けて、豊橋市と当機構が共同で行ったものです。ここに謝意を表する次第です。

本報告書が広く地方公共団体の施策展開の一助となれば幸いです。

平成 24 年 3 月

財団法人 地方自治研究機構
理事長 佐野 徹 治

目次

第1章 調査の概要	3
1 調査研究の背景と目的	3
2 調査研究の方法	3
3 調査研究体制	4
4 委員会の開催	5
5 部会の開催	5
第2章 日本における外国人誘客の状況	9
1 日本におけるインバウンド戦略の推移と実績	9
2 アジア圏（中国、韓国、台湾、香港）における訪日客数の推移及び特徴	11
3 今後の展望	18
第3章 豊橋市における観光施策の取組状況	23
1 豊橋市の概要	23
2 インバウンド施策に対する対応と期待	25
第4章 国慶節モニター調査（短期戦略）に関する調査	29
1 国慶節モニター調査の実施内容と調査実績	29
2 準備段階	30
3 実施日	49
4 調査の成果	50
5 課題と今後に向けた対応方策	87
第5章 地域資源モニター調査（中長期戦略）に関する調査	99
1 地域資源モニター調査の実施内容と調査実績	99
2 準備段階	100
3 実施日	118
4 調査の成果	119
5 観光ルートの提案	177
資料編	189
1 自治体と大学の連携について	189
2 高山市視察調査	194
有識者レポート	217
委員会・部会・事務局名簿	225
委員会・事務局名簿	225
部会・事務局名簿	227

第 1 章 調査の概要

第1章 調査の概要

1 調査研究の背景と目的

平成22年における豊橋市への外国人宿泊者は約8万人である。その過半数の46,000人余りが中国人であり、過去5年間の推移では、平成18年に17,000人程度だった状況から倍増以上の伸びとなっている。

しかし、宿泊施設への聞き取りでは、外国人宿泊者の多くが夕方から夜にかけての到着、早朝の出発ということで、豊橋市での滞在時間が短く、観光や買物はほとんどされておらず、経済効果や認知度の向上につながっていないのではないかと考えられる。

そこで、本調査は、今後、特に日本への中国人観光客の増加が見込まれる中、豊橋市における中国人をはじめとした外国人観光客の実態、文化の違いなどを把握した上で、より多くの外国人及び旅行会社等が、豊橋市を観光地のひとつとして認識してもらうためには何が必要か、また、外国人に受け入れられる製品、メニューは何かについて調査し、中国人観光客の誘客に関する施策検討の基礎資料になることを目的としている。

2 調査研究の方法

このような調査の背景と目的を踏まえ、次の3つの視点から調査を実施し、調査目的である「中国人観光客の誘客に関する施策検討の基礎資料」をとりまとめるものである。

(1) 第1の視点 国慶節モニター調査（短期戦略）に関する調査

豊橋市に宿泊する年間約46,000人の中国人は、東京・大阪を結ぶゴールデンルートを分刻みで移動する団体旅行客である。その中国人が喜び楽しめるイベントや特産品等は何か、国慶節の休暇を利用して豊橋市に来訪する中国人観光客をモニターとして調査を行う。

特に、豊橋市の伝統的な地域資源ともいえる「手筒花火」をキラーコンテンツとして位置づけ、手筒花火の観賞、宿泊ホテルにおける刺子の試着、特産品の試食、豊橋筆の体験等を用意してモニター調査を実施した。

その成果は、モニター調査レポートにまとめ、中国の旅行会社に送付し、豊橋市のアピールを行った。

具体的な調査項目は、以下のとおりである。

- 手筒花火はキラーコンテンツになりうるか
- どの特産品の試食や体験が中国人観光客に受け入れられるか
- 中国人観光客の誘導は、どのようにすれば安全で効率的か
- 直接交渉により、どの中国の旅行会社と連携できるか
- 地元大学の中国人留学生を活用した中国人観光客の通訳は有効か
- 今後の対応における課題は何か

(2) 第2の視点 地域資源モニター調査（中長期戦略）に関する調査

第1の視点では、初めて日本を訪れる中国人観光客を対象としたモニター調査であったが、第2の視点は、再来日するリピーターに、豊橋市を味わっていただくための地域資源モニター調査である。すなわち、中国人のみならず、台湾人・香港人等のリピーターが豊橋市のどのような地域資源を楽しみ、喜びを感じるかを、観光ルートの検討を念頭に行った調査である。

この調査では、地元大学の中国人留学生にご協力をいただき、部会で検討した豊橋市の地域資源を味わうモニター調査を行った。

具体的な調査項目は、以下のとおりである。

- 部会が選定した地域資源に対し、体験に基づきどのような評価がなされるか
- 中国人留学生の評価を参考に、どのような観光ルートが提案できるか

(3) 第3の視点 部会における地域資源の洗出しと選定

3回の委員会のほか、4回の部会を開催し、豊橋市に精通している部会員のブレインストーミングにより地域資源の洗出しと自己評価による選定を行った。

具体的な調査事例は、以下のとおりである。

- 豊橋市の地域資源の洗出し
- 各地域資源に対する評価
- その評価に基づくモニター調査の実施
- モニター調査結果に基づく観光ルート案の作成

3 調査研究体制

(1) 実施主体

本調査研究は、豊橋市と財団法人地方自治研究機構の共同事業として実施した。

(2) 実施体制

本調査研究では、学識経験者、地元関係者、行政関係者等で組織する「外国人誘致を主体としたプロモーションに関する委員会」（以下「委員会」という。）を設置し、調査方法や調査結果の分析などについて、様々な観点から議論を行いながら、調査研究を実施した。

また、委員会の下に、実務家による部会を開催し、地域資源モニター調査（中長期戦略）に関する協議を行った。

この委員会及び部会の下に、豊橋市、財団法人地方自治研究機構（調査研究部）及び基礎調査機関（株式会社ツーリズム・マーケティング研究所）で構成する事務局を設置し、委員会での審議に必要な資料の収集並びに各種調査研究を実施した。

4 委員会の開催

本調査研究は、次のとおり、年度内に3回の委員会を開催した。

- 第1回委員会 平成23年6月29日(水)
 - ・調査研究企画書(案)について
 - ・短期戦略及び中長期戦略の調査実施計画(案)について
- 第2回委員会 平成23年11月2日(水)
 - ・短期戦略(国慶節モニター調査)の実施結果について
 - ・短期戦略(国慶節モニター調査)の実施結果の活用方法について
 - ・中長期戦略(地域資源モニター調査)調査実施計画(案)について
- 第3回委員会 平成24年1月30日(月)
 - ・モニター調査の成果と検討課題について
 - ・受け入れ体制のあり方について
 - ・本年度調査研究報告書構成案について

5 部会の開催

本調査研究は、次のとおり、年度内に4回の部会を開催した。

- 第1回部会 平成23年7月29日(金)
 - ・調査研究企画書及び中長期戦略について
 - ・中長期戦略における魅力ある地域資源(コンテンツ)について
- 第2回部会 平成23年9月14日(水)
 - ・豊橋市及び豊橋市近郊の地域資源一覧について
- 第3回部会 平成23年10月19日(水)
 - ・中長期戦略(地域資源モニター調査)の実施手順について
- 第4回部会 平成23年12月21日(水)
 - ・中長期戦略(地域資源モニター調査)の結果報告について
 - ・観光ルート(案)について

第2章 日本における外国人誘客の状況

第2章 日本における外国人誘客の状況

1 日本におけるインバウンド戦略の推移と実績

(1) 観光立国の契機

2003年1月、小泉元内閣総理大臣は、我が国の観光立国としての基本的なあり方を検討するため観光立国懇談会を開催することを決め、その直後の第156回国会の施政方針演説において、日本を訪れる外国人旅行者を2010年に倍増させることを目標として掲げた。これを受けて観光立国懇談会においては、2003年1月以降4回の懇談会及び数回にわたる有識者の会合や起草委員会が開かれ、観光の意義や課題、戦略などについて幅広い観点から熱心な検討が重ねられた。同年4月には、観光立国懇談会報告書が取りまとめられ、訪日旅行促進事業（以下、ビジット・ジャパン・キャンペーン）が始まった。さらに、同年9月には観光立国担当大臣が任命されるなど、観光に関する動きは目覚ましいものがあった。2005年1月の小泉元内閣総理大臣の施政方針演説では、「2010年までに外国人訪問者を1,000万人にする目標の達成を目指します。」という発言があり、具体的な目標実現に向け動き出した。また、同年12月には議員立法により観光立国推進基本法が、全会一致で可決され、2007年1月に施行されている。同年6月には、観光立国に向けての総合的かつ計画的な推進を図るため観光立国推進基本計画が閣議決定された。観光立国推進基本計画には、観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針や目標とともに、観光立国推進基本法で政府が総合的かつ計画的に講ずべきと示された施策等について定められており、政府はこの計画に基づいて、観光立国の実現に関する施策を推進している。

(2) ビジット・ジャパン・キャンペーン

ビジット・ジャパン・キャンペーンは、小泉元内閣総理大臣が施政方針演説において示した「2010年に訪日外国人旅行者数を倍増させる」との方針を受けて2003年からスタートした事業である。日本における観光の魅力は、外国人の共感を呼び起こすソフトパワーであり、1人1人の交流を通じて国際相互理解の増進に寄与すること、外国人を呼び込むことにより地域活性化やビジネス拡大を図られることから、官民一体で取り組んでいるものである。訪日外国人旅行者数の多い12の国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア）を重点市場として定め、プロモーション展開している。この他、今後大きな伸びが期待できる3市場（インド、ロシア、マレーシア）を追加し、全15市場でプロモーションを展開している。

2008年には国土交通省に観光庁が設置され、観光立国をより総合的かつ計画的に推進するために取り組んでいる。具体的には、青少年の交流が将来のリピーターとなりうることから「訪日教育旅行」の促進や、映画・ドラマ等の映像作品に関心を持つ人々が、当該映像作品の視聴、もしくは作品に関する情報との接触をきっかけとして、映像作品の制作現場となった地域に来訪する「スクリーンツーリズム」の促進等に取り組んでいる。

(3) 訪日客数の推移

ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以降の日本の訪日客数をみると、増加基調にある。2009年はリーマンショックによる世界的な不景気や新型インフルエンザの流行等が影響し、ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以降初めて訪日客数が減少した。特にウォン安の影響で、韓国からの訪日客数が前年より795,625人減少（前年比33.4%減）した影響が大きかった。2010年には大幅に訪日客数は増加し、8,611,175人となった。1,000万人目指すという目標には届かなかったが、2003年と比較すると3,399,450人増（2003年比65.2%増）となっている。また、2011年については、推計値であるが東日本大震災や福島県の原子力発電所の事故等の影響もあり、大幅に訪日客数が減少する見込みである。

(図表2-1, 2-2)

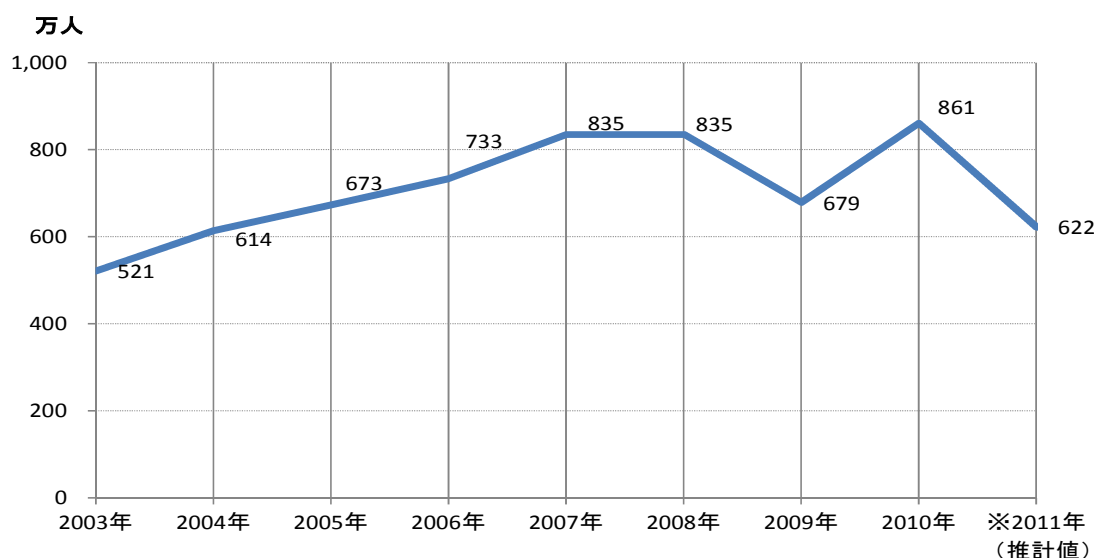
図表2-1 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以降の訪日客数の推移

(単位:人)

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	※2011年
総数	5,211,725	6,137,905	6,727,926	7,334,077	8,346,969	8,350,835	6,789,658	8,611,175	6,219,300
韓国	1,459,333	1,588,472	1,747,171	2,117,325	2,600,694	2,382,397	1,586,772	2,439,816	
中国	448,782	616,009	652,820	811,675	942,439	1,000,416	1,006,085	1,412,875	
台湾	785,379	1,080,590	1,274,612	1,309,121	1,385,255	1,390,228	1,024,292	1,268,278	
香港	260,214	300,246	298,810	352,265	432,042	550,190	449,568	508,691	
タイ	80,022	104,864	120,238	125,704	167,481	191,881	177,541	214,881	
シンガポール	76,896	90,001	94,161	115,870	151,860	167,894	145,224	180,960	
豪州	172,134	194,276	206,179	195,094	222,518	242,031	211,659	225,751	
米国	655,821	759,753	822,033	816,727	815,882	768,345	699,919	727,234	
カナダ	126,065	142,091	150,012	157,438	165,993	168,307	152,756	153,303	
英国	200,543	215,704	221,535	216,476	221,945	206,564	181,460	184,045	
フランス	85,179	95,894	110,822	117,785	137,787	147,580	141,251	151,011	
ドイツ	93,571	106,297	118,429	115,337	125,193	126,207	110,692	124,360	
マレーシア	65,369	72,445	78,173	85,627	100,890	105,663	89,509	114,519	
インド	47,520	53,000	58,572	62,505	67,583	67,323	58,918	66,819	
ロシア	44,512	56,554	63,609	60,654	64,244	66,270	46,952	51,457	
その他	610,385	661,709	710,750	674,474	745,163	769,539	707,060	787,175	

出典: 日本政府観光局 ※2011年は推計値

図表2-2 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以降の訪日客数の推移



出典: 日本政府観光局

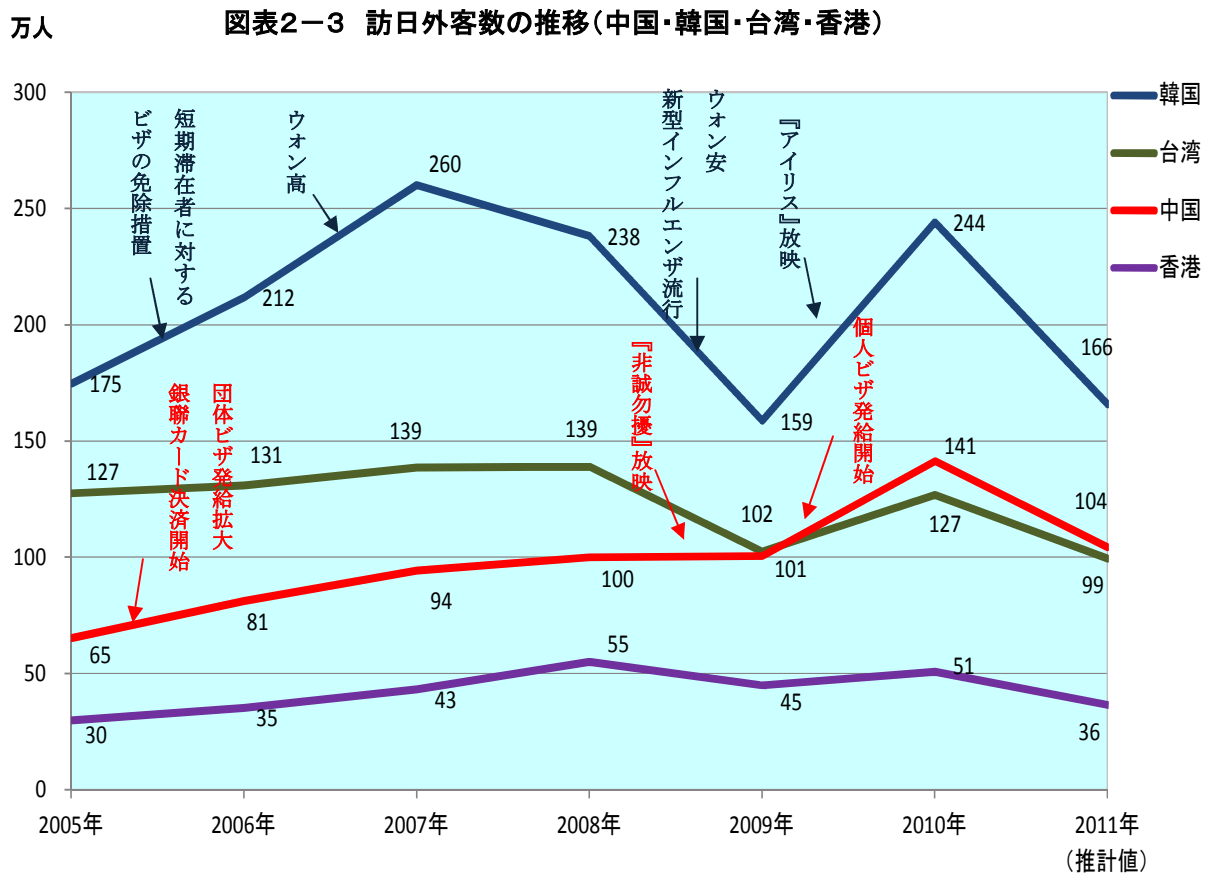
2 アジア圏（中国、韓国、台湾、香港）における訪日客数の推移及び特徴

アジア圏において、中国、韓国、台湾、香港について特徴に差異がみられたため、4地域の訪日客数の推移及び特徴についてみることにする。

(1) 訪日外客数の推移

中国、韓国、台湾、香港の4地域における訪日外客数の推移をみると、2003年から始まったビジット・ジャパン・キャンペーンの効果もあり、4地域とも訪日客数は増加基調にある。秋田県田沢湖を舞台にしたテレビドラマ『アイリス』、東北北海道を舞台にした映画『非誠勿擾』（邦題：狙った恋の落とし方）がそれぞれ韓国、中国でヒットした後にロケ地を訪れる観光客が増加しており、訪日意欲を喚起する要因の一つになったといえる。

訪日客数の推移には経済情勢が大きく影響しており、2009年には世界的な経済不況の影響や新型インフルエンザの流行もあり、中国を除いて大幅に減少している。2011年（推計値）は東日本大震災、福島県の原子力発電所事故等の影響があり、4地域ともに訪日客数は減少する見込みである。（図表2-3）



(2) 2009年訪日外客訪問地調査からみた国別の特徴

①中国

中国の訪日客は訪問地、訪日目的、訪日回数、宿泊日数、旅行形態に特徴が見られる。具体的な特徴は以下のとおりである。

- ・ 訪問地はいわゆるゴールデンルート（東京都、大阪府、京都府、神奈川県、千葉県、山梨県）に集中している。（図表2-4）
- ・ 訪日目的は「観光」が41.6%と他地域より割合が低く、「商用」が37.5%と高くなっている。（図表2-5）
- ・ 「初めて訪日する」割合が78.9%と高い。（図表2-6）
- ・ 宿泊日数が「5泊以上」の割合が75.7%と高い。（図表2-7）
- ・ 旅行形態は「個人旅行」が22.2%と割合が低く、「団体旅行」が76.7%と高い。（図表2-8）
- ・ 訪日後に満足したことの上位は「ショッピング」、「温泉」、「自然景観・田園風景」である。気に入った食事の上位は「ラーメン」、「刺身」、「寿司」である。（図表2-9）

②韓国

韓国の訪日客は訪問地、宿泊日数、旅行形態に特徴が見られる。具体的な特徴は以下のとおりである。

- ・ 訪問地は福岡県、大分県、熊本県といった九州を多く訪れている。（図表2-4）
- ・ 訪日目的は「観光」が48.0%、「商用」が29.7%である。（図表2-5）
- ・ 訪日回数は「1回」が41.0%、「2回以上」が59.0%である。（図表2-6）
- ・ 宿泊日数が「1~2泊」が32.2%、「4泊以内」の割合が73.5%である。（図表2-7）
- ・ 旅行形態は「個人旅行」が76.7%と割合が高く、「団体旅行」が20.5%と低い。（図表2-8）
- ・ 訪日後に満足したことの上位は「日本の食事」、「温泉」、「自然景観・田園風景」である。気に入った食事の上位は「寿司」、「ラーメン」、「刺身」である。（図表2-9）

③台湾

台湾の訪日客は訪問地、訪日後に満足したことに特徴が見られる。具体的な特徴は以下のとおりである。

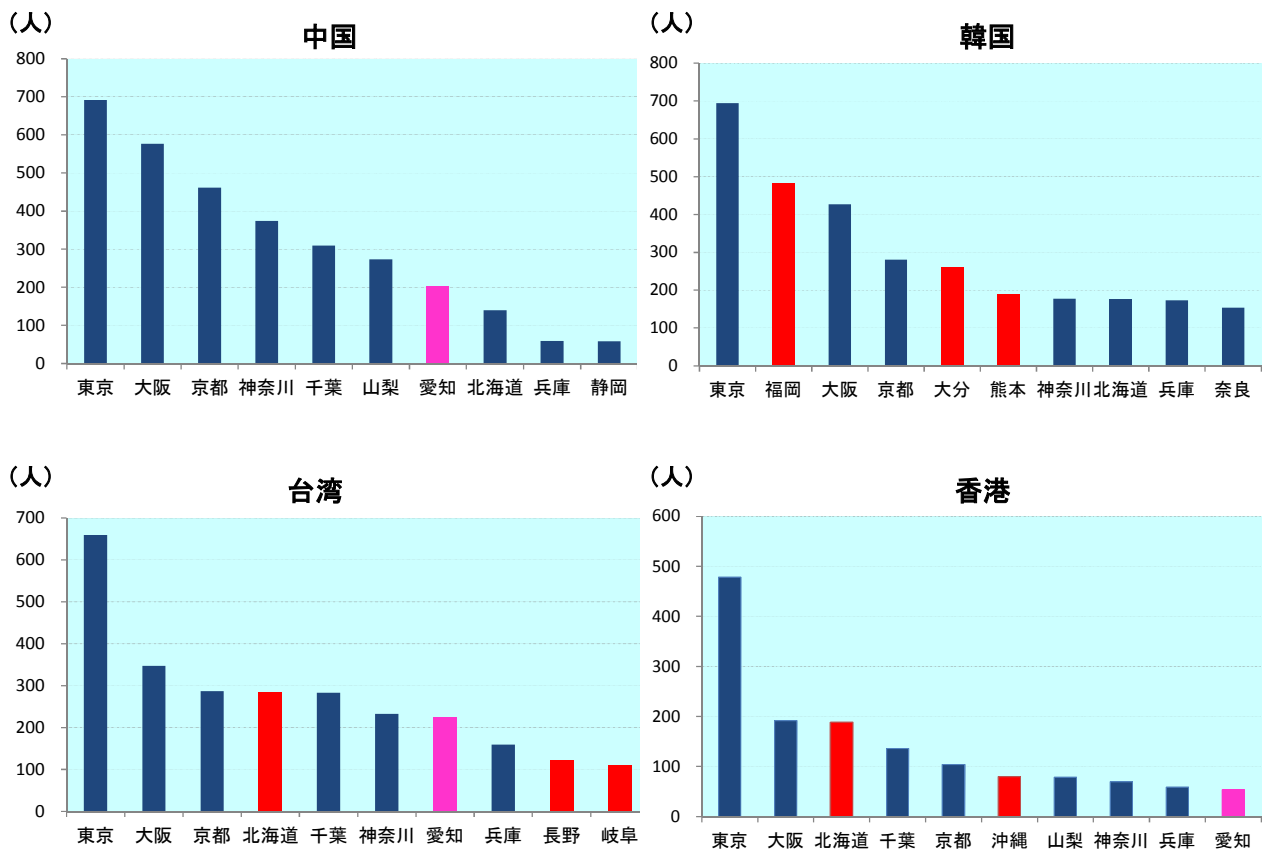
- ・ 訪問地の上位に北海道（4位）、長野県（9位）、岐阜県（10位）が入っている。（図表2-4）
- ・ 訪日目的は「観光」が71.5%と高く、「商用」が16.7%である。（図表2-5）
- ・ 訪日回数は「1回」が23.5%、「2回以上」が76.5%と高くなっている。（図表2-6）
- ・ 宿泊日数が「3~4泊」の割合が56.0%と高くなっている。（図表2-7）
- ・ 旅行形態は「個人旅行」が55.0%、「団体旅行」が44.2%である。（図表2-8）
- ・ 訪日後に満足したことの上位は「自然景観・田園風景」、「日本の食事」、「温泉」である。気に入った食事の上位は「寿司」、「ラーメン」、「うどん」である。（図表2-9）

④香港

香港の訪日客は訪問地、訪日目的、訪日回数、旅行形態に特徴が見られる。具体的な特徴は以下のとおりである。

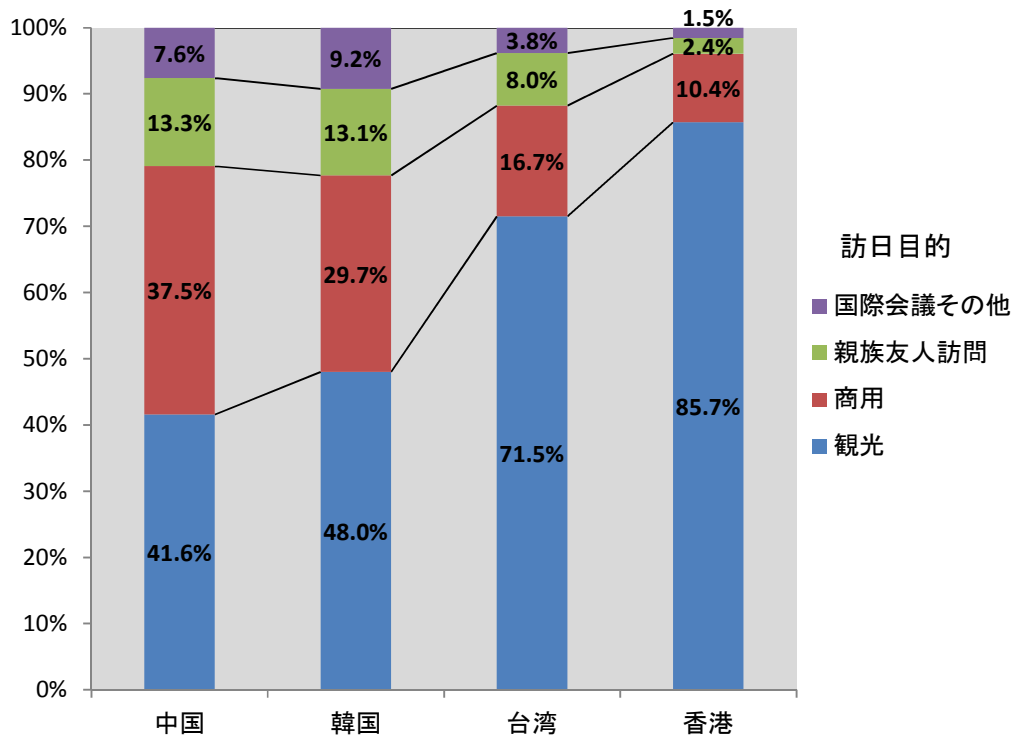
- ・ 訪問地の上位に北海道（3位）、沖縄県（6位）が入っている。（図表2-4）
- ・ 訪日目的は「観光」が85.7%と高く、「商用」が10.4%である。（図表2-5）
- ・ 訪日回数は「1回」が17.6%、「2回以上」が82.4%と高くなっている。（図表2-6）
- ・ 宿泊日数は「1～2泊」が3.4%、「3～4泊」の割合が48.3%となっている。（図表2-7）
- ・ 旅行形態は「個人旅行」が71.4%と割合が高く、「団体旅行」が27.4%と低い。（図表2-8）
- ・ 訪日後に満足したことの上位は「日本の食事」、「ショッピング」、「自然景観・田園風景」である。気に入った食事の上位は「寿司」、「ラーメン」、「うどん」である。（図表2-9）

図表2-4 市場別都道府県訪問人数



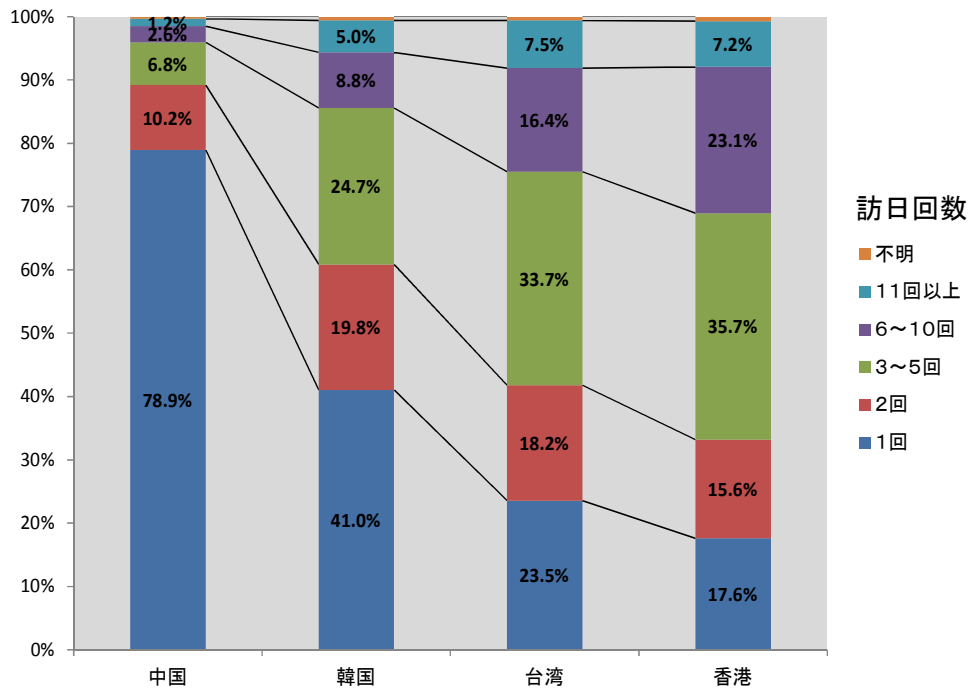
出典: 日本政府観光局

図表2-5 2009年の市場別訪日目的比率



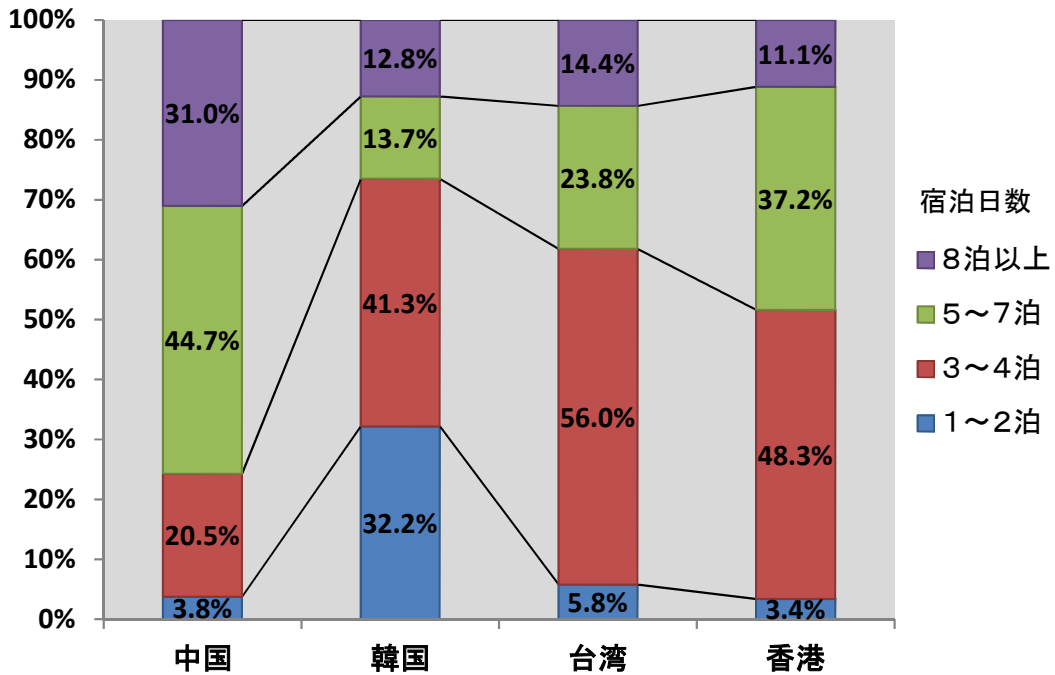
出典：日本政府観光局

図表2-6 2009年の市場別訪日回数比率



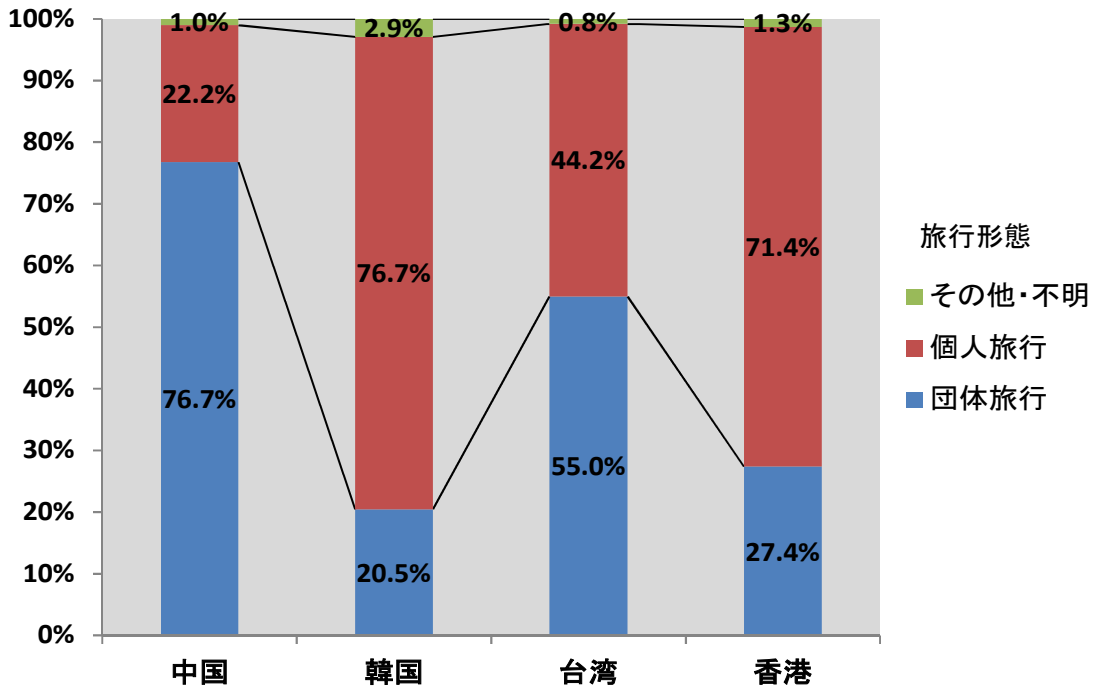
出典：日本政府観光局

図表2-7 2009年の市場別宿泊日数比率



出典：日本政府観光局

図表2-8 2009年の市場別旅行形態比率

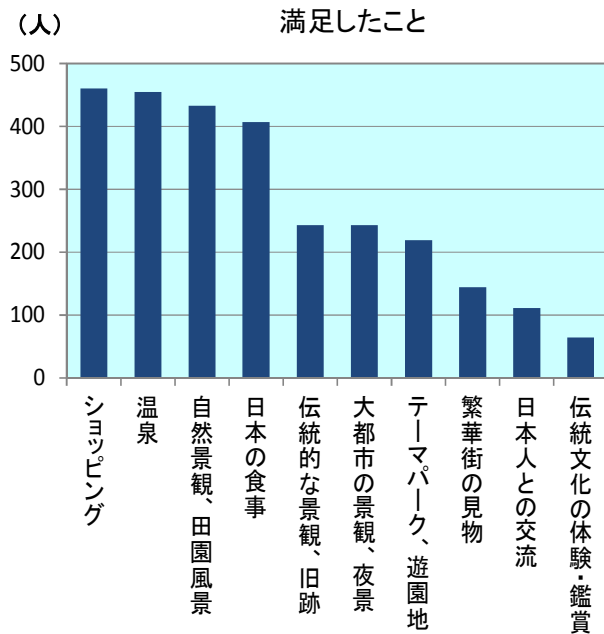


出典：日本政府観光局

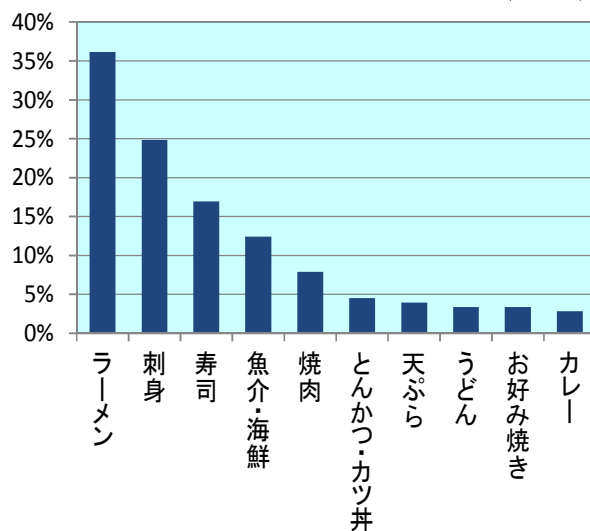
図表2-9 訪日後に満足したこと・特に気に入った食事

中国

満足したこと

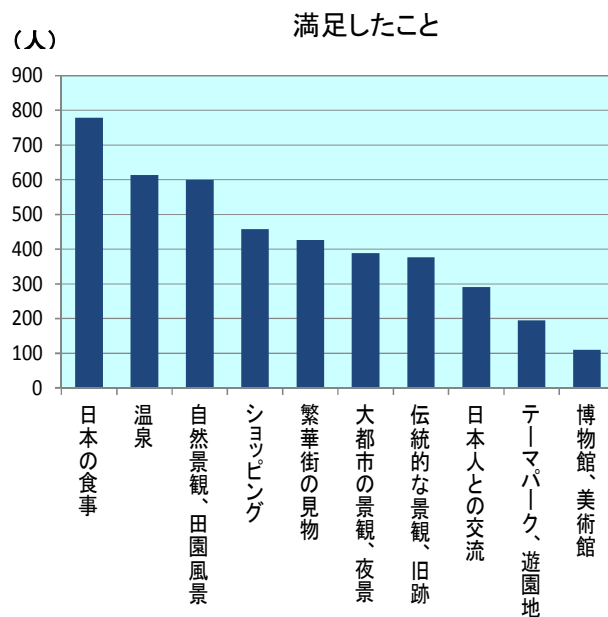


特に気に入った食事 (n=112)

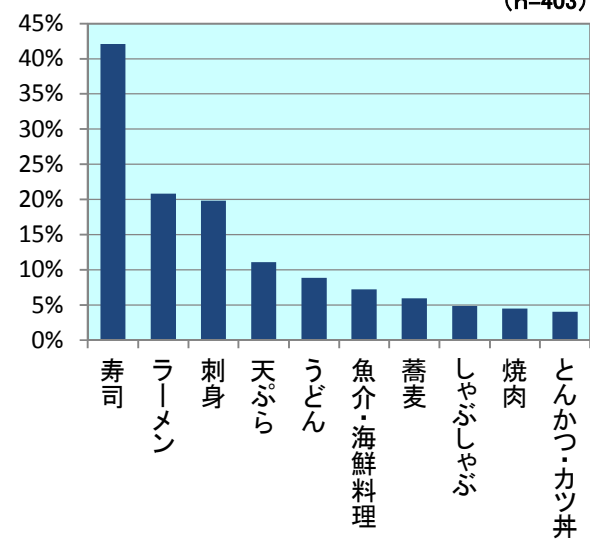


韓国

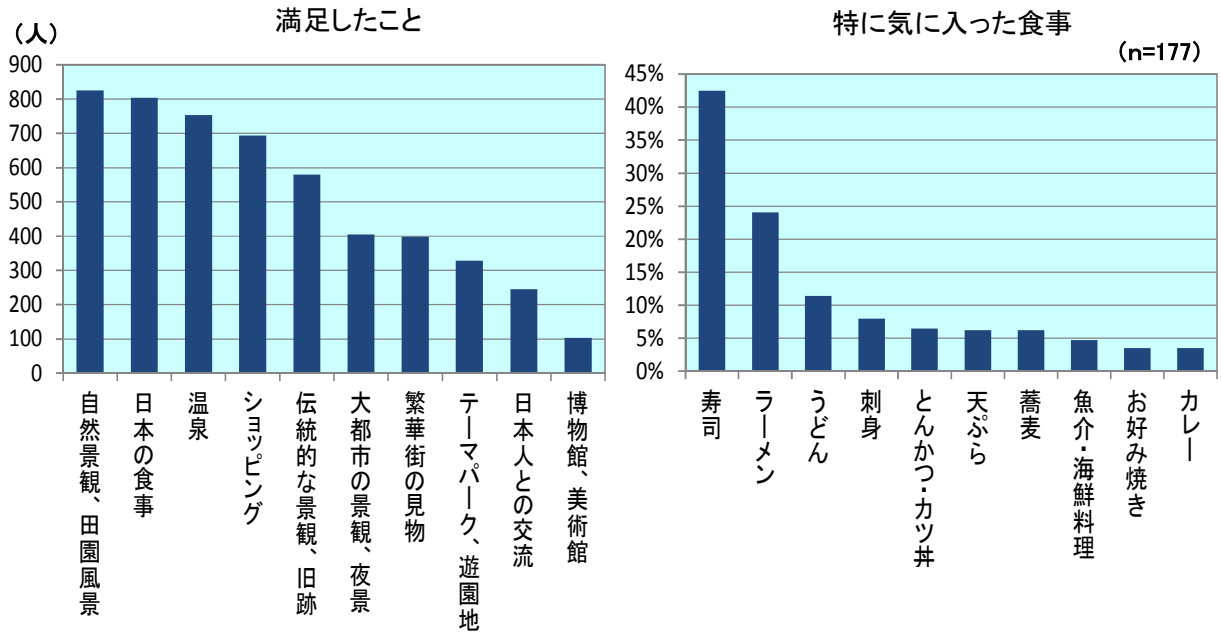
満足したこと



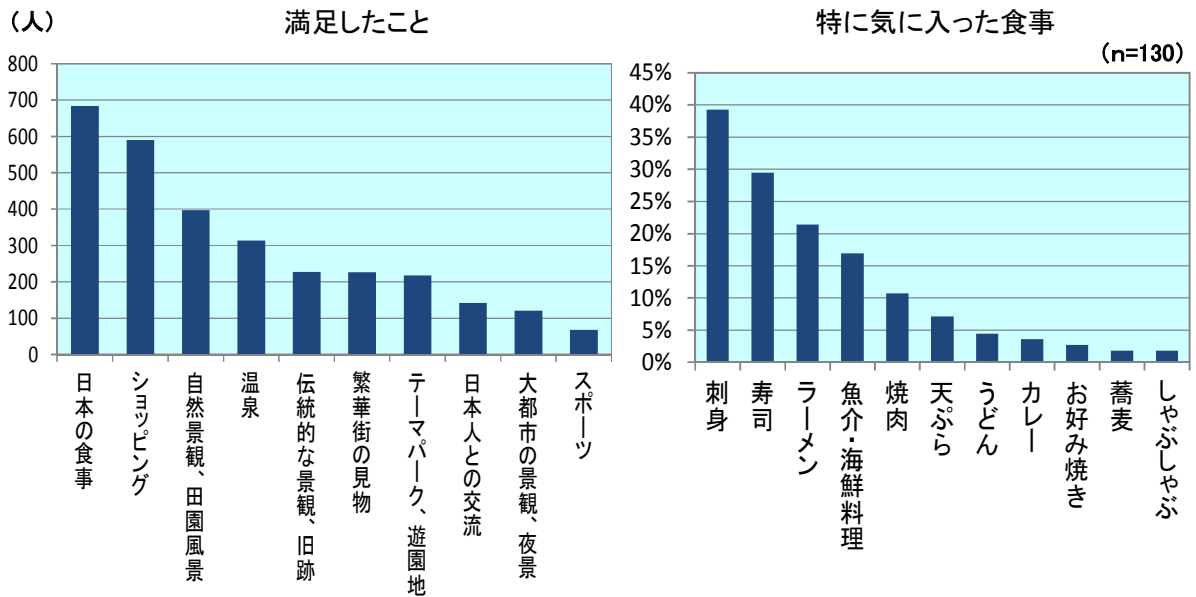
特に気に入った食事 (n=403)



台湾



香港



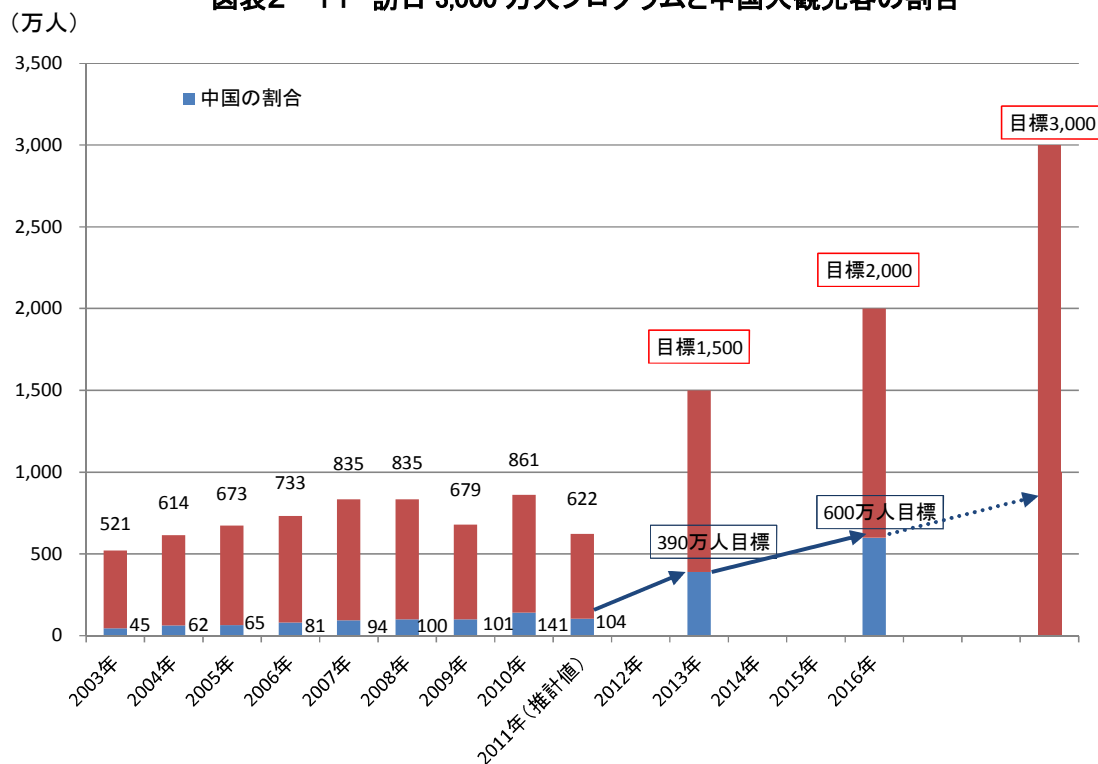
出典：日本政府観光局

3 今後の展望

観光は、旅行業、宿泊業、運輸業、飲食業、製造業等極めて裾野の広い産業である。観光庁の推計によるとその経済効果は極めて大きく、平成 20 年度において、二次的な経済波及効果を含む生産効果は、国内生産額 972.0 兆円の 5.3%の 51.4 兆円、雇用効果は総雇用 6,445 万人の 6.7%の 430 万人となっている。このように、観光は経済、人々の雇用、地域の活性化に大きな影響を及ぼすものであり、21 世紀のリーディング産業となるものである。中でも訪日外国人旅行者の増加は、国際相互理解の増進のほか、旅行消費の拡大、関連産業の振興や雇用の拡大による地域の活性化といった大きな経済効果をもたらすことが期待される。従って、自然環境、歴史、文化等の観光資源を創造し、再発見し、整備し、これを内外に発信することによって、日本が観光立国を目指していくことが重要となっている。しかし、2008 年に日本を訪れた外国人旅行者は約 835.1 万人であり、海外を訪れた日本人旅行者約 1,599 万人と比較して少なく、外国人旅行者受入数では、諸外国と比較しても、世界で第 28 位、アジアで第 6 位（平成 20 年）と低い水準にある。

政府は 2010 年 6 月 18 日に「新成長戦略～元気な日本復活のシナリオ～」を閣議決定した。この中で、「観光立国地域活性化戦略」が 7 つの戦略分野の 1 つに位置づけられ、「訪日外国人 3,000 万人プログラム」、中でも「訪日中国人観光客数の大幅増加」については、経済成長に特に貢献度が高いと考えられる 21 の国家戦略プロジェクトの 1 つに位置づけられた。具体的には、目標とする訪日外国人を 2013 年には 1,500 万人、うち中国人の見込みを 390 万人、2016 年には 2,000 万人、うち中国人の見込みを 3 割にあたる 600 万人としている。（図表 2-11）

図表 2-11 訪日 3,000 万人プログラムと中国人観光客の割合



出典：観光庁

日本政府観光局

訪日中国人観光客数拡大のねらいは、中国人観光客の消費がもたらす経済効果である。日本政府観光局の2009年の訪日外客訪問調査によると、中国人観光客が訪日後に満足したことの1位はショッピングである。また、2010年（4月～12月）に観光庁が実施した訪日外客消費動向調査によると、中国人の1人当たり旅行支出は176,784円となっており、直接的な経済効果に大きな期待が寄せられている。また、より多くの中国人観光客に日本のことを見て知ってもらい、日本人との交流の機会を多く設けることを通じて日中両国の相互理解を深めることも期待されている。

これらのことから、東アジアにおけるプロモーションの充実を図るために、2010年度予算においてビジット・ジャパン・キャンペーン予算が大幅に増額された。また、中国人観光客における個人観光ビザの取得を容易にしたほか、観光庁が中心になり宿泊施設における中国語案内の充実、銀聯カード取扱店の拡大など総合的に取組を進めている。一方で、中国での訪日旅行市場の拡大に伴い、行き過ぎた価格競争が生じ、旅行商品の品質低下という問題も起きている。旅行者から、宿泊施設等が旅行前に提示された条件と違う等の苦情が寄せられる事例がある。訪日回数も浅く、東京から大阪までの「ゴールデンルート」を満喫する旅行者が多い中国であるが、今後さらなる旅行者拡大のためにはリピーター育成が不可欠である。観光庁では2010年5月に「訪日旅行ツアー改善提案窓口」を中国語（簡体字版）ホームページ内に設置し、訪日旅行の苦情をメールで受け付け、苦情の対象となった旅行会社から事情を聴取するなど中国人観光客の満足度向上にも取り組んでいる。

【中国人観光客数拡大のための課題と対応策】

課題	対応
1. 中国におけるプロモーション体制の充実・強化	
①プロモーション拠点の充実	・2008年度まで北京、上海の2拠点 ⇒2009年7月広州に拠点設置
②プロモーション予算の充実	・2010年度予算でビジット・ジャパン・キャンペーン事業予算の増額分（27.9億円→86.5億円）の大半を中国をはじめとする東アジア4市場に投入
2. 日本での受入体制の充実・強化	
①宿泊施設における中国語案内の充実、中国語放送の普及等	・2009年11月、国土交通大臣が宿泊施設の団体に対して協力を要請 ・2010年度には、中国語で旅館の利用方法を紹介する映像制作や中国語放送の導入効果検証のための事業を実施
②銀聯カード取扱店の拡大	・2010年7月に観光庁と中国銀聯の協力に関する覚書を締結。（中国銀聯は「銀聯日本旅行カード」の発行、観光庁は日本国内取扱店の拡大等）
③訪日観光ビザの見直し	・2010年7月1日より個人観光査証の要件緩和、申請受付公館の拡大等を実施
3. 訪日旅行商品の品質向上	
①品質の低い訪日ツアー、悪質ガイド等への対応	・2010年5月から「訪日旅行ツアー改善提案窓口」を設置

第3章 豊橋市における観光施策の取組状況

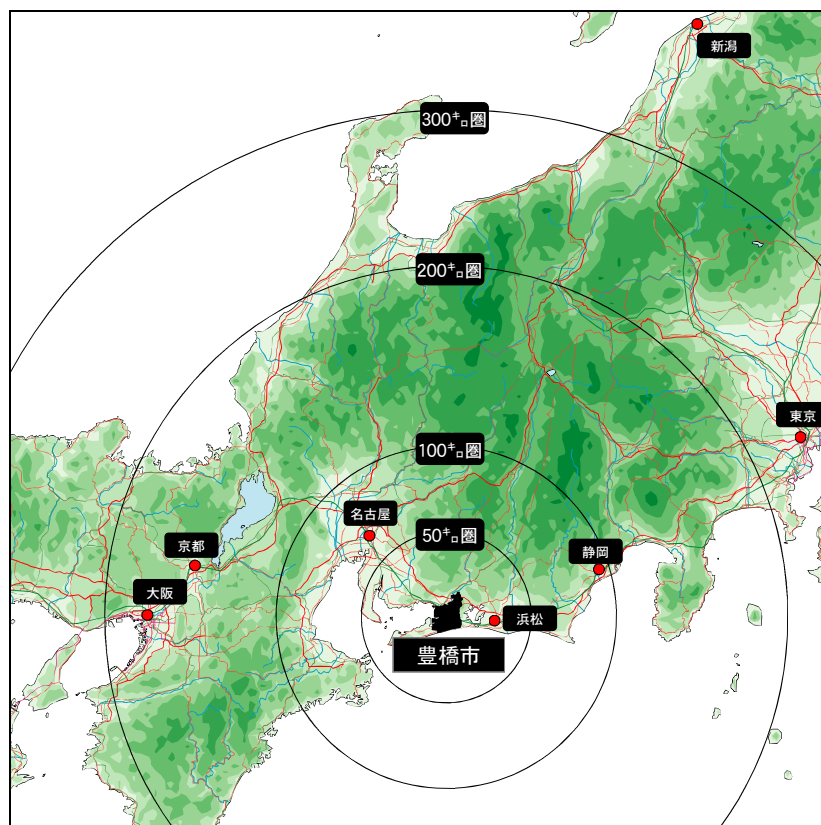
第3章 豊橋市における観光施策の取組状況

1 豊橋市の概要

(1) 位置・沿革

豊橋市は、愛知県の東部に位置し東は弓張山系を境に静岡県と接し、南は太平洋、西は三河湾に面し、豊かな自然と温暖な気候に恵まれている。また、日本のちょうど真ん中に位置しており、新幹線で東京から約85分、大阪から約90分と交通に至便な都市である。

豊橋市のある東三河地域は、古くは「穂の国」と呼ばれ、鎌倉時代には今橋、戦国時代には吉田と改称され、江戸時代には東海道五十三次34番目の宿場町として栄えた。明治に入り吉田は豊橋と改称され、明治39年に県下2番目に市制を施行し、豊橋市が誕生した。戦前は糸の町、軍都として発展し、終戦後は戦災復興事業による都市整備が行われ、緑豊かな都市として生まれ変わった。東京、大阪の中間に位置する地理的条件のもと、工業整備特別地域、農業経済圏などの指定を受け、開発や整備がすすみ、農業は露地野菜や施設園芸を中心に全国屈指の農業地帯となり、三河港は自動車輸出台数、金額ともに全国一になるなど全国有数の国際貿易港として発展してきた。現在では東三河地域の中心都市として多くの公共機関、民間企業、大学等が立地し、学術、文化、ビジネスの交流拠点としての役割を担っている。また、海、山、川、温泉、歴史、伝統文化を誇る東三河観光の玄関口として、飯田線沿線、三河湾、浜名湖、伊勢志摩地域等への観光交流の拠点ともなっている。



(2) 観光振興

豊橋市の主な観光資源・施設としては、豊橋が発祥の地とされている手筒花火、市街地近郊の小湿原で愛知県指定天然記念物である葦毛湿原や遠州灘に面して約 51 キロにわたり美しい砂浜が続く表浜海岸、国内 4 例目となるアジアゾウの出産に成功した総合動植物公園（のんほいパーク）や二川宿と当時の交通事情がわかる二川宿本陣資料館などの施設があり、年間約 270 万人の来訪客がある。

豊橋市ではこれらの観光資源の魅力を高めるため、観光施設等の整備充実を図るとともに、特色のあるイベントを開催し、本市の知名度向上を図り、周辺地域と連携したプロモーション活動を進めている。

観光客の推移は、平成 22 年が延べ 2,740,854 人となり、前年を上回り、本年は対前年比 0.3% (9,265 人) の増加。入込形態別にみた年間入込客数では「行事・催事」が 1,094,000 人と全体の 39.9% を占め、「公営公園等」が 883,279 人で全体の 32.2% となり、この 2 つで年間入込客数の約 4 分の 3 を占めている。月別入込客数をみると、「行事・催事」の行われる月の多さが目立ち、2 月に鬼祭・うめまつり、4 月にさくらまつり、6 月に花しょうぶまつり、7 月に豊橋祇園祭・豊橋みなとフェスティバル、9 月に炎の祭典、10 月に羽田祭・豊橋まつりとなっており、特に 10 月は秋の行楽シーズンであることも手伝い、663,362 人と年間の 24.2% を占めている。

○観光入込客数の推移

	平成 18 年	平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年
観光入込客数 (前年比)	3,015,662 (14.4%)	2,760,636 (△8.5%)	2,843,732 (3.0%)	2,731,589 (△3.9%)	2,740,854 (0.3%)

外国人観光客は平成 22 年には、年間約 8 万人が豊橋市内に宿泊しており、そのうち過半数の約 46,000 人が中国人観光客というのが現状である。これだけ多くの外国人観光客、特に中国人観光客が市内に宿泊しているにもかかわらず、市内事業者のなかでは広く知られていない。これは、主に宿泊のみを目的とし、夜遅く到着し、朝早く出発する形態であるためである。このように多くの外国人、特に中国人が宿泊しているのは、豊橋がゴールデングルート（東京～大阪）と言われる訪日旅行周遊コースの真ん中に位置し、またインバウンド誘致活動を積極的に展開しているホテルが市内にあるからと考えられる。ただし、目的が宿泊だけであるので、本市での滞在時間が非常に短く、観光や買い物は、ほとんどされておらず、経済効果や認知度の向上につながっていない。

約 8 万人の外国人宿泊客のうち中国人の宿泊が約 46,000 人を占め、平成 23 年は東日本大震災や福島原発の問題により減少したが、今後はより増加していくことが予想される。中国人をはじめとした外国人観光客の実態、文化の違いなどを把握した上で、本市を観光地のひとつとして認識させるためには何が必要なのか、また、外国人に受け入れられる商



大迫力の手筒花火



二川宿本陣資料館

品等は何かを調査研究し、今後の地域活性化につなげていく施策を検討していきたい。

○外国人宿泊客数の推移

	平成 18 年	平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年
外国人宿泊客数 (中国人宿泊客数)	63,822 (16,674)	69,481 (18,312)	78,876 (23,472)	60,563 (34,183)	78,685 (45,838)

2 インバウンド施策に対する対応と期待

豊橋市では、インバウンド施策に対して大きな2つの期待を持って取り組んでいきたいと考えている。

1つは、本市に宿泊する外国人観光客の数が最も多い中国人観光客に対して、引き続き本市をゴールデンルート商品の宿泊地として選んでいただき、さらに宿泊のみの滞在ではなく、観光・買い物等により、当地域への経済的な効果を生み出したいと考えている。

国内の観光需要が低迷するなか、年間約46,000人にのぼる中国人観光客の滞在は、いわゆる観光都市ではない豊橋としては非常に大きな数であり、高い可能性を秘めたものと思われる。ただし、この数字はインバウンド誘致に積極的に取り組んでいる事業者の努力に支えられてきたものであり、本市に宿泊しなければならない絶対的な理由に乏しく、都市間競争によっては宿泊客が他の地域へ流出してしまう懸念がある。このため、本市がゴールデンルート商品の宿泊地として、なくてはならない存在になるためにも、当地域ならではの手筒花火をコンテンツとしたプロモーションやインバウンドを誘致するための支援策が必要であると考えている。手筒花火は、豊橋が発祥といわれ東三河地域の各所で古くから行われてきた。また花火を揚げる際に使用される刺子や法被づくりの盛んな地でもあり、まさに豊橋は手筒花火の本場である。「手筒花火発祥の地 豊橋」をブランド化し、外国人観光客に対して積極的に売り込んでいくことにより、豊橋が宿泊のみを目的とした滞在地からの脱却をはかりたいと考えている。

また、中国人観光客の団体ツアーの多くは、東京・大阪間を分刻みで移動し、豊橋のホテルには夜遅く到着し、翌日朝早く出発するスケジュールで組まれているため、本市で観光や買い物をする十分な時間が確保されていない。その一方で、ホテル到着後、夜の時間帯はやることなく時間を持て余しているともいわれている。この点においては、ホテル周辺の案内や土産品の販売PRなど、観光客と事業者とのマッチングを行うことにより、経済的な効果を生み出していきたいと考えている。ただしこれを実現するためには、各事業者間の調整が必要であり、一步一步できることから着実にすすめることが重要である。

2つ目は、外国人観光客の多様化に対応するため、ゴールデンルート商品で訪れる中国人観光客によらない新たな需要を掘り起こし、当地域への観光リピーターを呼び込みたいと考えている。

現在、本市を訪れる外国人観光客の多くを中国人観光客が占めているが、ゴールデンルート商品を利用する観光客は、初めて日本を訪問する人が圧倒的に多く、将来的にはその旅行需要も多様化し、旅行目的地の変化や、また団体旅行から個人旅行への旅行形態の変化も予想される。これらの変化に対応するためには、本市の地域資源が外国人観光客にと

って何がふさわしいのか、あらためて評価することにより、新しい魅力の発信やルート設定を行い、インバウンド誘致に取り組んでいきたいと考えている。このプロセスにより評価された地域資源は、インバウンドのみならず国内観光客の誘致にも活用できるものであり、豊橋のみならず東三河、遠州、南信州、伊勢志摩地域と連携することにより、新たな観光ルートの開発へつながるものと期待している。

第4章 国慶節モニター調査（短期戦略） に関する調査

第4章 国慶節モニター調査（短期戦略）に関する調査

1 国慶節モニター調査の実施内容と調査実績

初めて日本を訪れる中国人観光客は、東京、富士・箱根、京都、大阪などの有名観光地を訪問したい意向が極めて強く、当該観光地を効率よく訪問するために利用されているのが東海道を通るルート、いわゆるゴールデンルートである。豊橋市は当該ルート上に立地しており、年間約46,000人の中国人観光客が宿泊している。しかし、到着は京都観光終了後の夜となり、出発は富士・箱根観光前の朝となっていることから宿泊以外の経済効果が極めて少ない状況である。このため、豊橋市最大の地域資源である「手筒花火」の観賞や、特産品の試食や体験をしてもらうことにより滞在時間の延長を図ることが可能であるか、また、ゴールデンルート商品に手筒花火の観賞や各種体験を組み込むことがオペレーション上可能であるかを確認することを目的として当調査を実施した。

（1）実施内容

①内容

- ・手筒花火（羽田祭）の観賞
- ・豊橋ちくわ、三河つくだ煮の試食
- ・豊橋筆の体験
- ・刺子羽織体験、写真撮影
- ・アンケート調査、インタビュー調査

②日時

中国の長期休暇（国慶節）にあたる10月1日（土）、2日（日）
17時～22時

③場所

- ・羽田八幡宮（10月1日手筒花火会場）
- ・羽田八幡宮御旅所（松葉公園）（10月2日手筒花火会場）
- ・ホテル日航豊橋（特産品試食、豊橋筆、刺子羽織体験、アンケート等会場）

④運営補助

豊橋市内の大学（愛知大学、豊橋技術科学大学）に在籍する中国人留学生

（2）調査実績

①手筒花火観賞

調査実施企画時に想定していた50人を上回る参加があった。

- ・訪日中国人観光客3団体約90人
- ・ホテル日航豊橋へ宿泊していた中国人観光客6人

②特産品体験

手筒花火を観賞しなかった訪日中国人観光客も参加した。

- ・訪日中国人観光客約250人
- ・ホテル日航豊橋へ宿泊していた中国人観光客6人

2 準備段階

訪日中国人観光客の多くが利用する東京大阪間を移動する行程の中間地として、多くの訪日中国人観光客が宿泊している実態を踏まえ、第1回委員会において、前頁の実施内容の説明を行い、調査を進めていくこととした。実施時期は集客が期待できる国慶節にイベントを開催することとした。

(1) 中国の旅行会社・日本のランドオペレーターに対するアクション

① 6月下旬

中国のなかでも成長著しく訪日観光客が多い上海を訪問することとし、訪日観光客の取扱いが多い旅行会社を選定した。

② 7月上旬

上海の旅行会社へアポイントをすることとあわせて、訪問の意義を伝えるため豊橋市長名の文書（簡体字へ翻訳）により依頼をした。また、国慶節モニター調査の説明資料として、手筒花火、豊橋筆等の特産品の紹介、国慶節モニター調査のプログラム案を作成した。

なお、中国の旅行会社担当部署は、日本のランドオペレーター等と連絡を行うことから日本語を話せるスタッフが配置されていることが多く、日本語でアポイントをとることも可能である。

③ 7月中旬

上海の旅行会社を訪問し、手筒花火DVD、豊橋市パンフレットおよび国慶節モニター調査資料を活用し、当該調査への参加を依頼した。

日本を訪問したことのない中国人観光客は、大阪、京都、富士山、箱根、東京といった有名観光地を訪問したい意向が強い。このことから、東京～大阪間を移動するいわゆるゴールデンルート上にあり、宿泊地として利用している豊橋市の認知度は高かった。ただし、手筒花火などの地域資源の認知度は極めて低い状況であった。中国人観光客を多く送客しているなかで、豊橋市の地域資源の存在を知られていないことは残念であったが、今後プロモーションを行うことにより、さらなる誘客へつながると考えられる結果であった。

なお、DVD映像を見てもらったところ手筒花火のインパクトは大きく、どの旅行会社も手筒花火に高い興味を示したため、国慶節モニター調査への期待感が持てた。航空券は約2ヶ月前に申請を行うが、当該時期は需要が多く確保競争が激しいため、航空券の確保が出来た場合は国慶節モニター調査に参加したい旨の回答を得た。

④ 8月上旬～中旬

7月に訪問した上海の旅行会社に対して、国慶節モニター調査日に豊橋市に宿泊可能となる航空券の確保状況を確認したが、各旅行会社とも未確保であった。本調査日と1日異なって豊橋市へ宿泊する旅行会社からは、手筒花火の観賞ができなくて残念であるとの感想があったなど、手筒花火への関心が高いことは改めて実感した。

⑤ 8月下旬～9月上旬

国慶節モニター調査に参加する訪日中国人観光客を把握するため、中国の旅行会社、日本のランドオペレーターへ依頼を行った。

中国の旅行会社は約70社へ電話で依頼を行い、国慶節モニター調査日の訪日中国人観光客の取扱いの有無を確認するとともに、メールおよびFAXで当該調査への参加依頼文を送付した。日本のランドオペレーターに対しても、中国の旅行会社と同様の手法で約170社へ依頼を行った。そのうち、国慶節モニター調査へ参加可能性があると回答した会社や当該調査日に豊橋市および近郊都市へ宿泊予定団体を取り扱っていると回答した会社である関西のランドオペレーター8社、東京のランドオペレーター5社へ訪問を行い、直接依頼を行った。

これらの結果、複数の団体から、国慶節モニター調査へ参加の内諾を得ることができた。

⑥ 9月中旬

中国からの訪日旅行は、観光客のビザ申請が認められないことや集客不足による予約取消があるなど催行確定が直前まで決まらないことが多い。今回の事例も例外ではなく催行決定が直前まで決まらない状況にあり、日本のランドオペレーターに対して催行確認を複数回行った。

⑦ 9月下旬

訪日中国人観光客に対して本調査を案内するため、手筒花火、豊橋市のパンフレットを訪日前に現地旅行会社へ送付することを想定していたが、催行確定が旅行直前まで決まらず、パンフレットを送付することができなかった。そのため、ランドオペレーターへ添乗員から参加者への配布を依頼した。具体的には、豊橋市訪問前日の宿泊施設を聞き取り、当該施設へパンフレットの郵送を行うとともに、添乗員への協力依頼を行った。また、添乗員は中国人観光客が日本到着前に空港で待機していることを考慮し、当該時間に国慶節モニター調査への参加依頼を電話で行った。

■ 上海旅行会社への依頼文（日本語）

平成23年7月吉日

（旅行会社名） 様

豊橋市長 佐原 光一

国慶節歓迎イベント「ウェルカム豊橋」へのご案内（お願い）

平素より本市へ観光客のご送客をいただきまして誠にありがとうございます。この度は、日頃より本市へご送客をいただいております貴社に特別にご案内するものであります。

さて、本市では今年为国慶節休暇に合わせまして、中国よりお越しの団体観光客の皆様に、当地が発祥の「手筒花火」をご見学いただける歓迎イベントの開催を下記のとおり予定しております。

つきましては、貴社の訪日団体旅行者の皆様に、この歓迎イベントにご参加いただき、豊橋の魅力をご紹介させていただきたいと考えております。

記

1. 開催日時 平成23年10月1日（土）・2日（日）
2. 会場 ホテル日航豊橋（愛知県豊橋市藤沢町141）
3. 主な内容
 - ① 日本一の手筒花火の祭礼「羽田祭」見学
 - ② 日本的高级筆「豊橋筆」体験
 - ③ 豊橋名産品の試食※ 必要に応じて今後の顧客満足度向上に資するための簡単なアンケート調査等を実施させていただき、報告書として貴社に概要を報告いたします。
4. その他 手筒花火は数10メートルもの火柱があがる筒を、自らが担いで揚げるという特異な花火であり、450年の歴史と伝統がある当地域が誇る伝承文化であります。

連絡先

豊橋市今橋町1番地
豊橋市役所産業部商業観光課
観光グループ 河合・中村
TEL 0532-51-2430
Fax 0532-55-9090
e-mail shogyokanko@city.toyohashi.lg.jp

■ 上海旅行会社への依頼文（簡体字）

2011年7月吉日

致上海錦江旅遊有限公司

豊桥市长 左原 光一

国庆节特别活动「欢迎豊桥」活动介绍

首先，我非常感谢各大旅行社一直以来对我市的大力支持和关怀。为答谢各大旅行社的大力支持，特此向各大旅行社推荐我市所举办的欢迎活动。

迎国庆，我们特地给中国的团队游客，准备了当地的「手筒烟花」欢迎活动。

我诚邀中国的访日旅游团来我市参加此次欢迎活动，亲身体会豊桥市的魅力。

1. 举办日期 2011年10月1日（星期六）・2日（星期日）
2. 地点 Hotel 日航豊桥（爱知县豊桥市藤沢町 141）
3. 主要内容
 - ① 体验日本第一的手筒烟花祭礼「羽田祭」
 - ② 体验日本高级毛笔「豊桥笔」
 - ③ 品尝豊桥土特产

※为了更好地满足游客的不同需求，根据情况将实施简单的问卷调查，并将调查结果以书面形式发给各大旅行社。
4. 其他 豊桥市具有 450 年的历史和传统文化，手筒烟花是当地宣扬的传承文化。手筒烟花比较特殊，人抱着烟花筒放烟花，火柱可喷出数十米高。

联系方法

豊桥市今桥町 1 番地

豊桥市役所产业部商业观光科

观光组 河合・中村

Tel 0 5 3 2 - 5 1 - 2 4 3 0

Fax 0 5 3 2 - 5 5 - 9 0 9 0

e-mail shogyokanko@city.toyohashi.lg.jp

■ 上海旅行会社ヒアリング結果

(A) 上海中旅国際旅行社有限公司

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用したことはない。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ
- ・宿泊するだけで、観光は行わない地域である。
 - ・京都と富士箱根の間の距離が遠いことから、当該地域の間宿泊地である。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地
- ・名古屋：利用している。
 - ・豊橋：利用していない。
 - ・浜松：浜名湖畔の宿泊施設を多く利用している。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・お客様が疲れないう、コース・商品の繋がりを重視する。
 - ・日本旅行のなかで温泉体験を一度は行いたい、京都・箱根は価格が高い。比較的安価な中部地域の温泉付宿泊施設を選択することがある。
 - ・日本のランドオペレーターからの紹介もある。
- エ 豊橋市のイメージ
- ・特になし
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・面白い。中国には手筒花火のような花火はなく、日本の一般的な打ち上げ花火とも異なるので、時間があれば見学したい。
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・日本の打上げ花火大会を船で観覧するツアーを実施したが、観覧する際に座布団に座る方式で、疲れたという感想が多かった。見学は特等席より立ち見など自由に動ける方式がよい。
- キ 豊橋筆の説明とパンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・年配の人は興味があると思うが、若者には興味がない。
 - 日本の歌舞伎と同じ感覚である。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・豊橋筆を飾ってあれば見るかもしれないが、通常興味は持たない。
 - ・お土産体験作りなどその他の体験とあわせて豊橋筆の体験ができれば、観光客は楽しくなると思う。

- ケ 国慶節モニター調査への参加にあたっての課題
- ・国慶節は全国民が移動する時期であり、航空券の確保が問題であること。
 - ・会場が高速道路から遠くなく、ゴールデンルートコースへの影響がないこと。
 - ・温泉のある旅館が近くにあればよい。

- コ 国慶節の航空券獲得判明時期

- ・8月下旬

- サ 海外旅行の出発前説明会開催時期

- ・2日前

- シ 豊橋市について欲しい情報

- ・日本の他地域では見られない特徴あるもの



- ス その他

- ・中国における訪日旅行の予約は、日本のように早めに行う習慣はなく、1ヶ月前に募集を開始し、締切りは出発10日前頃である。団体ビザ取得は旅行前日となる場合もある。
- ・中国の中でも富裕層は、良いものを体験したいと考えているが、富裕層でない人は、宿泊場所や食事に対する要求は少なく、日本へ行くことに意味を求めている。

(B) 上海中信国際旅行社有限公司

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設は多く利用している。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ
- ・宿泊するだけの時間しかとれない地域である。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地
- ・名古屋：利用している。
 - ・豊橋：多く利用している（ホテル日航豊橋）
 - ・浜松：ほとんど利用していない。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・部屋がきれいであること。
 - ・部屋が狭くないこと。
- ホテル日航豊橋の部屋は狭くないことから、お客様に奨めている。部屋が狭いとクレームにつながる。
- エ 豊橋市のイメージ
- ・にぎやかな街と感じた。
 - ・ホテル日航豊橋の隣にイトーヨーカ堂がある。
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・面白い。
 - ・雨の日は大丈夫なのか気になる。
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・中国では見たことがない花火なので、喜ぶと思う。とても面白い。
 - ・宿泊日にイベントがあれば、絶対喜ぶ。
- キ 豊橋筆の説明とパンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・材料は何を使っているのか。動物の毛で値段が違うのか。
 - ・中国人にはほとんど習慣がない。お年寄りもほとんど使用していない。

ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
・買い物、祭りには興味があるが、筆の購入は難しい。

ケ 国慶節モニター調査への参加にあたっての課題
・20時頃に豊橋市へ到着することが多く、時間を確保すること。
・現地でお客様を案内するにあたっての注意事項は特にない。

コ 国慶節の航空券獲得判明時期
・8月下旬

サ 海外旅行の出発前説明会開催時期
・1日前

シ 豊橋市について欲しい情報
・有名なもの、人物、歴史、景色、名所



ス その他
・京都を17時頃に出発し、食事を19時頃に行い、豊橋へは20時頃に到着する。
・ホテルの食事は高いので利用しない。
・日本のランドオペレーターに対して、商品造成を依頼することは可能である。
・富士山に行くため、豊橋のホテルは朝8時頃に出発している。
・日本での買い物は、東京、大阪。遊ぶところは田舎の都市がよい。

(C) 上海国旅国際旅行社有限公司

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用したことがある。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ
- ・宿泊をするだけで観光は行わない地域である。
 - ・京都と富士箱根の間の距離が遠いことから、当該地域間の宿泊地である。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地
- ・名古屋：多く利用している。
 - ・豊橋：ほとんど利用していない。
 - ・浜松：ほとんど利用していない。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・高級ツアーの取扱いが多いため、知名度が重要である。
 - ・都会、都市の中心部では部屋が狭くてもよいが、知名度がない都市の場合は部屋が広いこと。部屋が狭いとクレームになる。
 - ・到着は夜間になるため、ショッピングセンターは閉店時間間際である。必ずしもショッピングセンターが近隣にある必要はない。
- エ 豊橋市のイメージ
- ・トヨタ関係の街、交通が便利である。
 - ・一般のお客様はイメージがない。
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・中国の花火とは種類が違い、面白い。
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・演じている方の勇気に感動する。
- キ 豊橋筆の説明とともに、パンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・書道家はいるが、一般市民の習慣はない。
 - ・クラブ活動はあるが、学校の授業では教えていない。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・お年寄りであれば興味はあるかもしれないが、上海近郊にも筆の産地がある。
 - ・趣味を持っている方、高級ツアーであれば、購入する可能性がある。
- ケ 国慶節モニター調査への参加にあたっての課題
- ・今年の国慶節連休は10月1日から始まるため、10月2日の参加が基本となる。
 - ・東日本大震災の影響により募集状況が悪く、10月1日以前の出発商品の予定なし。
- コ 国慶節の航空券獲得判明時期
- ・8月下旬頃
- サ 海外旅行の出発前説明会開催時期
- ・2日前
- シ 豊橋市について欲しい情報
- ・市内の観光情報、祭りの状況
- ス その他
- ・東日本大震災の影響で、国慶節にゴールデンルート商品があるか未定である。
 - ・名古屋から東は問題（放射能等）のある地域として認識されている。
- 岡山イン・アウト（香川→道後温泉→徳島→神戸→美観地区）のような商品が売れている。田舎の風景が見たい人、リピーターが多く利用している。
- ・豊橋は知名度が少なく、安いコース商品向けであり、当社では利用が少ない。
- ホテル日航豊橋は良いホテルだが、豊橋到着時にはイトーヨーカ堂が閉店していることが多い。近隣にコンビニエンスストアがなく、少し寂しい感じがする。
- ・名古屋に宿泊する場合、昼はうなぎ、夜は焼肉を食することが多い。
 - ・上海人はカレーが好き。うどんだけでは足りないので、ご飯が付いているのは良い。
 - ・愛知万博、F1が開催されていた時は、豊橋のホテルを利用していた。



(D) 上海中国青年旅行社

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用したことがある。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ
- ・宿泊地である。
 - ・名古屋に宿泊する場合は観光をすることもある（名古屋城、栄町、熱田神宮）。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地
- ・名古屋：多く利用している。
 - ・豊橋：多く利用している（ホテル日航豊橋）
 - ・浜松：ほとんど利用していない。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・値段が安いことが第1である（浜松は少し遠い）。
 - ・部屋の広さはそれほど重要でない。
- エ 豊橋市のイメージ
- ・静かである
 - ・特産品のイメージはない。
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・危ないと思う。
 - ・きれいである。
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・時間があえば見たいと思う。
 - ・音が出て、賑やかでよい。
 - ・好評になると思う。
- キ 豊橋筆の説明とともに、パンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・書道家が使う程度で、習慣はほとんどない。
 - ・筆自体が専門的でよく分からない。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・一般の人は興味を持たない。書道をやっている方でないと難しい。
 - ・予算（値段）にあえば土産品として購入する可能性はある。
ただし、高級筆なので可能性は少ないと思う。

- ケ 国慶節モニター調査への参加にあたっての課題
- ・航空券確保が未定のため決定できない。航空券が確保できれば可能性はある
 - ・到着する時間による。豊橋到着は、19時～20時頃が多い。

- コ 国慶節の航空券獲得判明時期
- ・8月中旬頃

- サ 外旅行の出発前説明会開催時期
- ・2日前

- シ 豊橋市について欲しい情報
- ・ホテル日航豊橋以外のホテル情報



- ス その他
- ・国慶節の航空券が確保できれば、ゴールデンルート商品を造成し、豊橋市に宿泊する可能性はある。
 - ・旅行商品は、中国側で造成する。ランドオペレーターは手配が中心であるが、合理的な提案があれば受け入れることもある。
 - ・東日本大震災以後は大阪方面が人気であり、ゴールデンルート商品への参加者は少なくなっているが、国慶節の時期は需要が多くなると思う。
 - ・団体ツアー旅行者の日本行きは少なくなっているが、個人旅行者は多いと思う。

(E) 上海錦江旅遊有限公司

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用している。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ
- ・時間をかけていないため、観光はしていない地域である。
 - ・宿泊地である。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地
- ・名古屋：利用している。
 - ・豊橋：多く利用している（ホテル日航豊橋の利用は多いが、ホテルアソシア豊橋を利用することもある）
 - ・浜松：ほとんど利用していない（浜名湖畔近くの温泉宿の利用はある）。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・ランドオペレーターが予約しやすいこと。
 - ・名古屋、豊橋は、同程度のランクのホテルを利用している。
- エ 豊橋市のイメージ
- ・トヨタ関連の工場がある
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・手筒を持ちながら花火を揚げるのか（驚愕の反応）。
 - ・近日出発（8/5、12、19）のツアー日程を確認し、別の手筒花火を観賞できるかを確認したが日程は合わなかった。とても残念である
 - 今後のツアー日程も確認してみたい。優良な情報に感謝する。
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・面白いと思う。
 - ・このためだけでは日本ツアーに参加しないと思うが、豊橋到着後に時間があれば見ると思う。
- キ 豊橋筆の説明とともに、パンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・小学校で習う。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・書道が好きな人はよいと思うが、そうでない人の反応は難しいと思う。
 - ・土産品として購入することはない。
- ケ 国慶節イベント（短期戦略実施）への参加にあたっての課題
- ・航空券の確保が問題である。日程が分かり次第の検討となる。
- コ 国慶節の航空券獲得判明時期
- ・8月下旬
- サ 海外旅行の出発前説明会開催時期
- ・2日前が一番多い。
- シ 豊橋市について欲しい情報
- ・手筒花火を実施する日時の情報
(集客のひとつとすることができる)
- ス その他
- ・豊橋市到着の時間は夜遅いことが多い。
 - ・食事はランドオペレーターが手配する。
 - ・ホテルアソシア豊橋を利用した際は近隣にある食事会場を手配していたこともあったが、今はお客様が好きな場所で食事が出来るようにしている。
 - ・旅行商品は、中国、日本両方で造成する。希望商品をランドオペレーターに依頼すれば断られることはないと思う。



(F) 上海航空国際旅遊集团有限公司

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用している。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。

ア 大阪東京間を移動するゴールデンルート上の中部地域の位置づけ

- ・宿泊地である。
- ・観光をすることはほとんどない。

イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）の宿泊地

- ・名古屋：多く利用している。
- ・豊橋：多く利用している。（ホテル日航豊橋）
- ・浜松：利用していない。
（岐阜市内の宿泊施設を利用することが多い）

ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準

- ・ツアー商品の値段による。
（高価格帯のツアーは名古屋、その他は豊橋、岐阜が多い）
- ・お客様から具体的な要望があれば、検討することもある。

エ 豊橋市のイメージ

- ・特になし

オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想

- ・面白い。

カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応

- ・興味はかなりあると思う。
- ・時間が合うかどうかである。

キ 豊橋筆の説明とともに、パンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣

- ・筆を使用することはほとんどない。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・難しいと思う。
 - ・興味を持つのは、年配の方・書道家に限られるので、土産品として購入されることは少ないと思う。
- ケ 国慶節イベント（短期戦略実施）への参加にあたっての課題
- ・ホテル日航豊橋以外の宿泊施設でも参加可能か。バスの手配はどうか。
 - ・参加には予約が必要か
- コ 国慶節の航空券獲得判明時期
- ・9月上旬頃
- サ 海外旅行の出発前説明会開催時期
- ・3日前
- シ 豊橋市について欲しい情報
- ・宿泊施設、イベントの状況
- ス その他
- ・ゴールデンルート商品の通常の行程であれば、豊橋市内到着は19時～20時30分頃である。
 - ・夕食はツアーの行程で異なり、高速道路インターの近くや豊橋市内の飲食施設など異なり、いつも同じ箇所でするわけではない。
 - ・ツアー商品は、中国と日本で共同造成を行う。
 - ・中国人は東北のことを、東京と北海道と理解している。
(当該会社では北海道商品の販売実績が悪く、ゴールデンルート商品の割合が増えている)



(G) 上海東湖国際旅行社

全体の要約

- 豊橋市の宿泊施設を利用したことはない。
- 手筒花火の反応は良いが、豊橋筆の反応は良くない。
- 国慶節イベント用商品は、検討余地がある。(ゴールデンルート商品外の可能性あり)。

- ア 大阪東京間を移動するゴールデンルートにおける中部地域の位置づけ
- ・宿泊地である。
- イ ゴールデンルート商品の中部地域（名古屋・豊橋・浜松）での宿泊地
- ・名古屋：ほとんど利用していない。
 - ・豊橋：利用していない。
 - ・浜松：利用していない。
- ウ 中部地域での宿泊施設先選択基準
- ・京都観光後は京都に宿泊をするため、中部地域を通過して富士・箱根に移動することが多い。
- エ 豊橋市のイメージ（観光資源、特産品）
- ・特になし
- オ 手筒花火の説明とともに、DVD、パンフレットを見た感想
- ・凄いと思う
- カ 中国人観光客が、手筒花火を観覧した際の予想反応
- ・中国では見られないものなので、興味はあると思う。
- キ 豊橋筆の説明とともに、パンフレットを見た感想ならびに中国での筆習慣
- ・筆習慣はほとんどない。

- ク 中国人観光客が、豊橋筆を使って文字を書いた際の予想反応
また、土産品や旅行の記念品として購入する可能性
- ・生産する過程であれば興味をもつ可能性はある。
 - ・手筒花火に比べると喜ばれる可能性は少ない。
- ケ 国慶節イベント（短期戦略実施）への参加にあたっての課題
- ・ゴールデンルートではなく、中部国際空港イン関西国際空港アウトの商品で参加する可能性がある。
- コ 国慶節の航空券獲得判明時期
- ・8月上旬頃
- サ 海外旅行の出発前説明会開催時期
- ・1、2日前
- シ 豊橋市について欲しい情報
- ・イベント情報
 - ・他にない特別なもの
- ス その他
- ・中部国際空港イン大阪アウト商品が多い。
（中部国際空港に到着し、近隣地域で宿泊し、翌日に京都・大阪方面へ移動する行程が多い）
 - ・旅行商品は、中国側で造成している。



（２）豊橋市のホテル・特産品業者・羽田祭り関係者に対するアクション

会場であるホテル選定は、愛知県ホテル・旅館生活衛生共同組合に相談し、市内業者の中でインバウンドに取組み、外国人観光客が宿泊しているホテルを紹介していただいた。市内では、シーパレスリゾート、ホテルアソシア豊橋、ホテルアークリッシュ豊橋及びホテル日航豊橋ということであった。今回の国慶節モニターツアーでは羽田祭で放揚される手筒花火を觀賞していただくことになっているため、10月1日と2日に多くの中国人観光客が宿泊するホテルであり、かつ今回の調査にご協力していただけるホテルという条件のもとで、市内4箇所のホテルに相談した結果、当日中国人宿泊客の予約が一番多いのがホテル日航豊橋であったため、この調査の会場としてホテルのロビーを利用させていただくこととした。

この調査の目的の一つに、中国人観光客の趣向の傾向を把握することがあったため、豊橋特産品の試食と豊橋伝統の体験ができるコーナーの設置が必要であった。そのため、豊橋観光コンベンション協会内に事務局がある名物協会に依頼した。名物協会とは創業60年以上を有する企業で組織され、豊橋の名産品を広く全国にPRしている協会で、現在イチビキ（株）第三工場、國松本店、光陽製菓（株）、杉本屋製菓（株）、美酒蔵（株）早川商店、（株）平松食品、（有）筆匠榊原、ヤマサちくわ（株）、（資）山安食料品店及び（有）若松園の10企業から組織されている。試食コーナーは、今回会場がホテル内ということで販売ができないこと及び今回の調査の趣旨にご賛同いただけるということで、ヤマサちくわ（株）と（株）平松食品に参加していただいた。体験コーナーは、豊橋筆振興協同組合に依頼し、筆製作の実演と試し書きができるコーナーの設置をしていただいた。

また、羽田祭の手筒花火放揚会場は、10月1日が羽田八幡宮境内で、2日は松葉公園となっており、大型バスの乗り入れと多くの中国人観光客が来ることの相談を、手筒花火を主催している羽田八幡宮祭礼余興年番の方々に行い、この調査の趣旨のご理解とこの調査のご協力をいただけることとなった。

（３）愛知大学・豊橋技術科学大学に対するアクション

① 8月

愛知大学地域政策学部戸田委員長、愛知大学地域政策学部荒川教授を通じて国慶節モニター調査に協力していただける愛知大学の中国人留学生を募集。愛知大学より6名の留学生をご紹介いただく。

② 9月

豊橋地区日本中国友好協会を通じて国慶節モニター調査に協力していただける中国人留学生を募集。豊橋技術科学大学より4名ご紹介いただく。

なお、豊橋市と愛知大学、豊橋技術科学大学はそれぞれ連携・協力に関する包括協定を結んでいる。本調査研究においてもスムーズに協力していただくことができた。（包括協定の経緯等については資料編を参照）

留学生に本調査研究の趣旨、事業概要等についてメールにて連絡。調査に関する質問等は各留学生と個別にメールで対応した。

3 実施日 平成 23 年 10 月 1 日（土）、10 月 2 日（日）

（1）ホテルでの準備事項

国慶節モニター調査のために貸与できる場所、訪日中国人観光客のホテル到着時の行動、添乗員から当該観光客への宿泊案内説明場所の確認を行い、特産品会場の設営を行った。また、訪日中国人観光客へ手筒花火のアピールを行うため、手筒花火ポストカードを地元写真家から写真の提供を受け、豊橋市パンフレット（簡体字版）とあわせて配布する準備を行った。

アンケート調査は特産品会場で実施したが、当該会場では国慶節モニター調査の感想を得ることができない場合があり、より多くの訪日中国人観光客の意見を得るため、特産品会場と宿泊部屋へつながるエレベーターホールまでの間に、アンケート机を設置した。

（2）中国人留学生に対する指導

調査開始前に、参加者全員によるオペレーション会議を行った。当日のオペレーションのほか、おもてなしの心が必要であることを確認した。

中国人留学生に対して運営マニュアルを送付していたが実施日まで打ち合わせは行わなかった。今後はより効率的な運営ができるよう、訪日中国人観光客のことを理解している中国人留学生の意見を取り入れ、事前に打ち合わせを行うことが重要である。



（3）中国人観光客の団体ツアー添乗員との調整事項

到着日午前中に、調査への参加依頼の確認を添乗員へ行うとともに、豊橋市内へ到着する目安の時間の確認を行った。午後には、再度状況の確認を行った。

初日は参加表明のあった団体は予定時間とは異なる時間の到着ではあったが、手筒花火の観賞を行うことができた。

二日目は手筒花火終了時間の直前に間に合うと連絡のあった複数の団体は道路混雑により観賞することができなかった。ただ、国慶節モニター調査へは未参加の連絡を受けていた一部の団体から、急遽参加をしたい旨の連絡が午後の早い時間にあった。再確認のため当該団体到着予定1時間前に連絡を行ったが、疲労が大きい者がいるため、手筒花火の観賞を取りやめたいとの返答があった。手筒花火の良さを再度伝え観賞依頼を行い観賞に至った。

なお、参加表明のあった一部の団体ツアー添乗員から、事務局からの電話連絡回数が複数回になり、参加を断る旨の連絡があった。添乗員の利点が少ないことや、ランドオペレーターから添乗員に対して調査の重要性が伝わらなかったことが影響した結果となった。

4 調査の成果

(1) 中国人観光客に対するアンケート結果

国慶節モニター調査に参加した中国人観光客のうち 90 人に対して、手筒花火の観賞、特産品の体験、試食等についてアンケート調査を実施した。

アンケート結果によると中国人観光客のうち、約 6 割が 20 代、30 代の若年層であった。日本人海外旅行者は 60 歳以上の観光客が約 2 割を占めている状況と比べると、若年者の利用が多く、中国の実情を反映した結果となった。

各地域資源の評価は全て高評価を得ることができた。特に手筒花火の評価は、楽しかったと回答した人が約 97%、再度見たいと回答した人が約 93%、家族、友人に伝えたいと回答した人は約 98% となっており、極めて高い結果となった。自由回答では、手筒花火を揚げる人の勇氣、手筒花火は日本文化であると感動を受けたと回答した人が多くいた。

豊橋市は訪日中国人観光客にとっては宿泊するための都市としているが、手筒花火は、一つのアクセント、一点突破でアピールするには極めて価値の高い地域資源であることを認識することができた。また、これらの結果は、帰国後の家族、友人等に対する口コミ効果も相当程度期待することができ、新たな観光客の誘客につながる結果である。

なお、調査にあたっては、中国人留学生が中国人観光客に対してヒアリングをする形でアンケート調査を実施した。アンケート調査票は簡体字に翻訳を行っていたが、中国人留学生が聞き取ることによって、豊橋市の印象向上につながったものと考えられる。

アンケート調査のお礼として、日本国内でブレイクし売上高が急増している豊橋にゆかりのあるお菓子を提供した。当該菓子のパッケージは、豊橋市内の観光地等の写真が掲載されており、豊橋市のアピールをする際に非常によい商品ツールである。



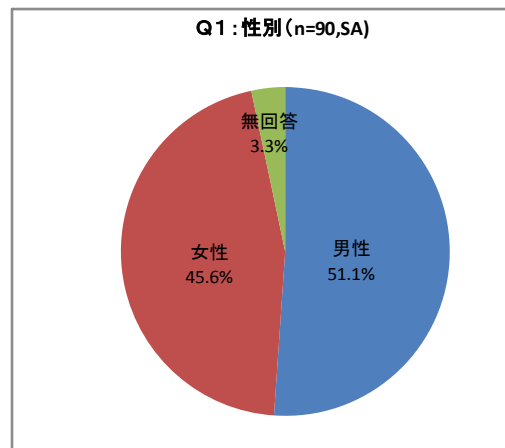
①国慶節モニター調査に関するアンケート結果

■回答者の属性

年代では、20代、30代で約6割を占め、60歳以上は僅か約2%である。
 中国の旅行者は、日本と比べて若年者層が多い実情を反映した結果となっている。
 (日本の海外旅行者のうち、約2割が60歳以上である)

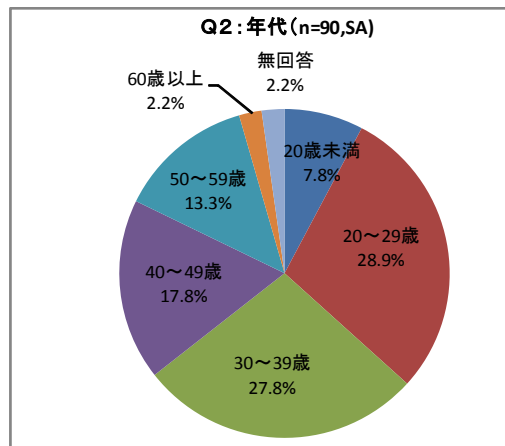
Q1: あなたの性別をお知らせください。

	回答数	回答率
男性	46	51.1%
女性	41	45.6%
無回答	3	3.3%
回答者数	90	100.0%



Q2: あなたの年齢をお知らせください。

	回答数	回答率
20歳未満	7	7.8%
20～29歳	26	28.9%
30～39歳	25	27.8%
40～49歳	16	17.8%
50～59歳	12	13.3%
60歳以上	2	2.2%
無回答	2	2.2%
回答者数	90	100.0%



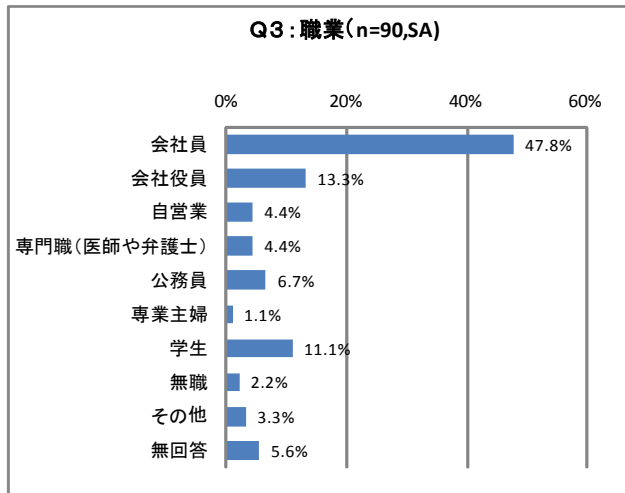
回答者の職業では、「会社員」が47.8%と最も多く、続いて会社役員が13.3%、学生が11.1%を占めている。主婦の割合は1.1%と少ない。
居住地は、広州が40.0%と最も多く、続いて北京が18.9%、西安が11.1%を占めている。

Q3: あなたの職業をお知らせください。

	回答数	回答率
会社員	43	47.8%
会社役員	12	13.3%
自営業	4	4.4%
専門職(医師や弁護士)	4	4.4%
公務員	6	6.7%
専業主婦	1	1.1%
学生	10	11.1%
無職	2	2.2%
その他	3	3.3%
無回答	5	5.6%
回答者数	90	100.0%

(その他の回答)

教員	3
----	---

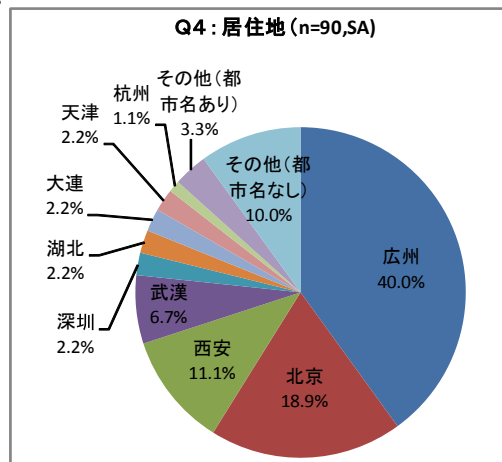


Q4: あなたの住んでいる都市をお知らせください。

	回答数	回答率
広州	36	40.0%
北京	17	18.9%
西安	10	11.1%
武漢	6	6.7%
深圳	2	2.2%
湖北	2	2.2%
大連	2	2.2%
天津	2	2.2%
杭州	1	1.1%
その他(都市名あり)	3	3.3%
その他(都市名なし)	9	10.0%
回答者数	90	100.0%

(その他の都市名)

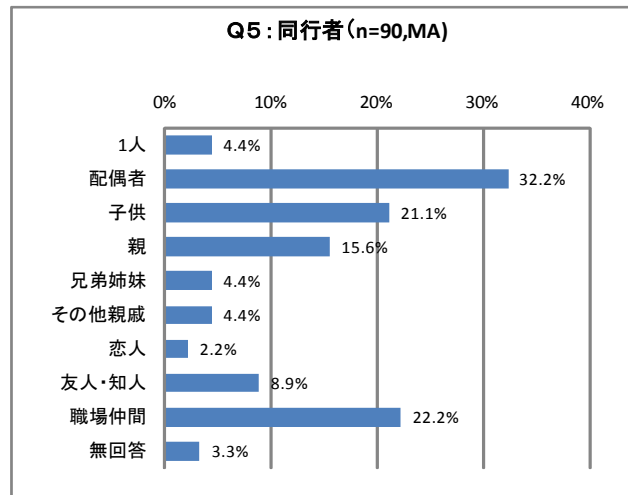
	回答数
蘇州	1
襄陽	1
陝西	1



同行者は、配偶者32.2%、子ども21.1%、親15.6%など家族での参加者が多くを占めている。
 一方で、職場仲間も22.2%を占めている。
 1人で参加した人も4.4%いた。

Q5 今回の旅行者の同行者をお知らせください(複数回答)。

	回答数	回答率
1人	4	4.4%
配偶者	29	32.2%
子供	19	21.1%
親	14	15.6%
兄弟姉妹	4	4.4%
その他親戚	4	4.4%
恋人	2	2.2%
友人・知人	8	8.9%
職場仲間	20	22.2%
無回答	3	3.3%
回答者数	90	100.0%



■手筒花火の感想

手筒花火の感想は、楽しかった人が96.8%、再び見たい人が93.4%、家族・友人に伝えたい人が98.4%であり、極めて評価の高い結果となった。特に、家族・友人に伝えたい人が多く、訪日中国人観光客帰国後の口コミ効果が期待できる結果となった。

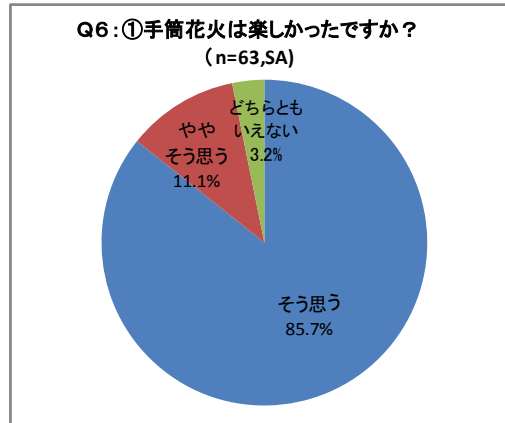
具体的な感想は、手筒花火演者の勇気、日本の伝統文化に感動を受けている人が多い。

Q6：手筒花火の感想について（有効回答のみ集計）

①楽しかったですか？

	回答数	回答率
そう思う	54	85.7%
ややそう思う	7	11.1%
どちらともいえない	2	3.2%
回答者数	63	100.0%

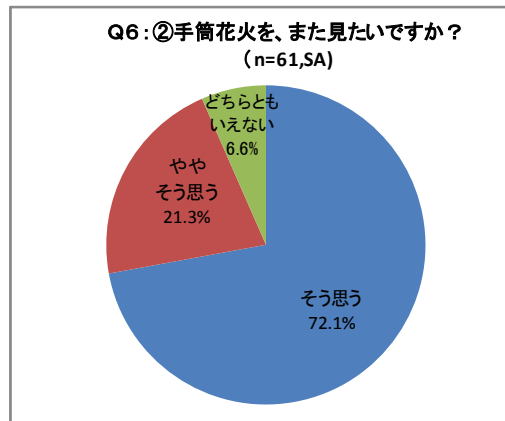
※体験なし・無回答27人



②また見たいですか？

	回答数	回答率
そう思う	44	72.1%
ややそう思う	13	21.3%
どちらともいえない	4	6.6%
回答者数	61	100.0%

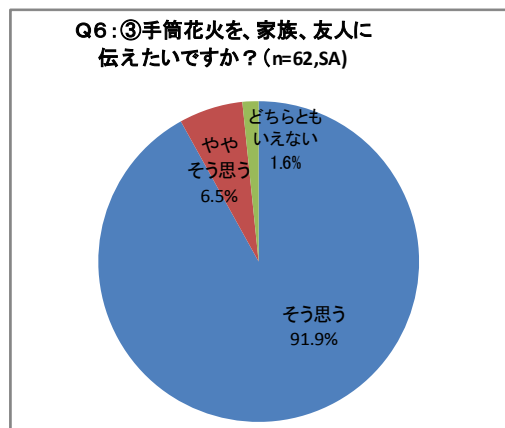
※体験なし・無回答29人



③家族、友人に伝えたいですか？

	回答数	回答率
そう思う	57	91.9%
ややそう思う	4	6.5%
どちらともいえない	1	1.6%
回答者数	62	100.0%

※体験なし・無回答28人



Q7: その他に手筒花火を見た感想があればお知らせください。

回答内容	回答数
とても刺激的で面白かった。	4
危ない、勇気がある。	4
勇気が素晴らしい。チームワークが良くて印象的であった。	2
郷土愛、人情味が感じられた。	2
珍しかった。	2
独特のものであった。	2
感動した。思い出になる	2
雰囲気良かった。	1
花火をやっている人は勇敢で、女の人も勇敢でした。	1
にぎやかで、伝統的で、しかもユニークであった。	1
楽しかったが、少し煙たかった。	1
日本の文化が味わえてとても満足です。ありがとう。	1
伝統文化が見え、心で異文化交流できた。	1
目新しい。日本は伝統文化の伝承と発展に力を入れており、我々の学び対象になる。	1
他の種類の花火も見られるように頑張ってほしい。	1
ライトがもっと明るくてもよかった。	1
近距離で体験できなかった。	1
遠すぎて、はっきり見えなかった。	1
音楽があつたらもっと良かった。	1

■ 特産品等体験の感想

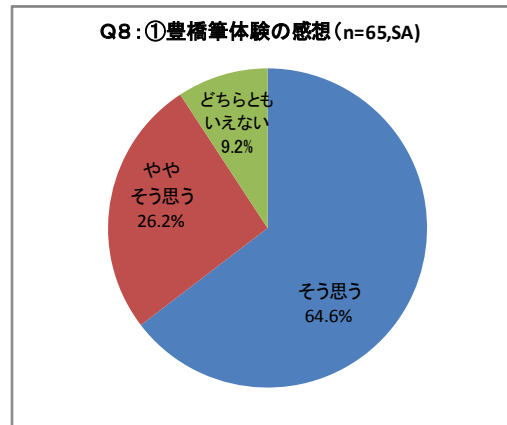
ホテル内での特産品の体験等も極めて高い評価となった。
 (豊橋筆の体験は90.8%、ちくわの試食98.4%。佃煮の試食93.7%、刺子の羽織体験98.4%)
 また、ホテルの感想として、広い、清潔などの高評価があった。

Q8: ホテル内で体験した次の項目は楽しかったですか？(有効回答のみ集計)

① 豊橋筆

	回答数	回答率
そう思う	42	64.6%
ややそう思う	17	26.2%
どちらともいえない	6	9.2%
回答者数	65	100.0%

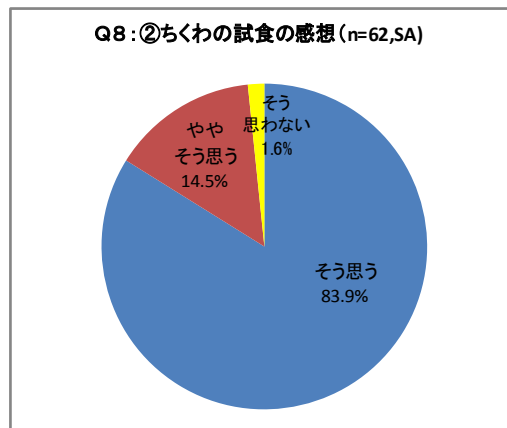
※体験なし・無回答25人



② ちくわの試食

	回答数	回答率
そう思う	52	83.9%
ややそう思う	9	14.5%
そう思わない	1	1.6%
回答者数	62	100.0%

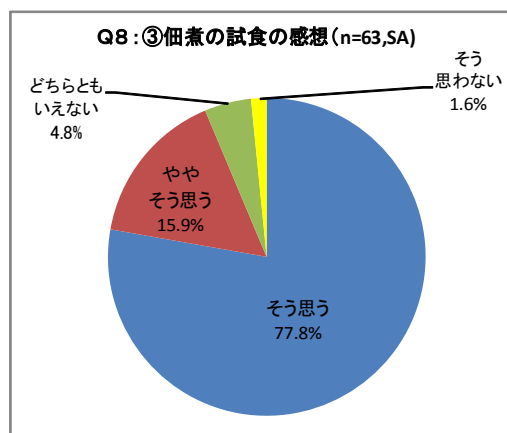
※体験なし・無回答28人



③ 佃煮の試食

	回答数	回答率
そう思う	49	77.8%
ややそう思う	10	15.9%
どちらともいえない	3	4.8%
そう思わない	1	1.6%
回答者数	63	100.0%

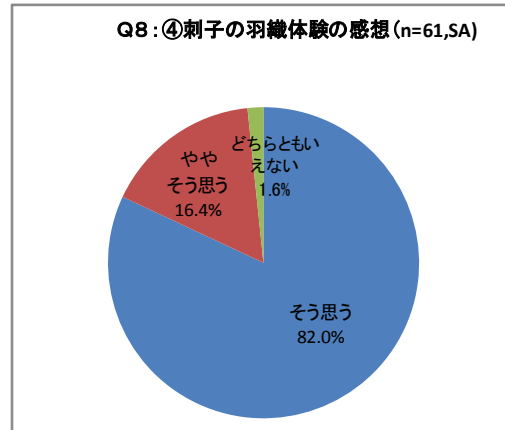
※体験なし・無回答27人



④ 刺子の羽織り

	回答数	回答率
そう思う	50	82.0%
ややそう思う	10	16.4%
どちらともいえない	1	1.6%
回答者数	61	100.0%

※体験なし・無回答29人



Q9: その他にホテル内で体験した感想があればお知らせください。

回答内容	回答数
良かった。	11
とても素晴らしい。	2
良かった。ホテルが広い。	5
筆づくりが面白かった。	2
まあまあ満足できた。	2
ちくわが甘かった。	2
もてなしはとても良い。	1
良かった。また来たい。	1
とても環境が良い。	1
きれいで、居心地よい。	1
きれいで必要な設備もそろっている。	1
清潔である。	1
静かである。	1
くつろげて良かった。しかも地元の文化も体験できて楽しかった。	1
とても情熱的でやさしい。	1
文化旅行と言える。	1
中国では自分で筆を創ることがない。	1
古すぎた。	1
wifiが見つからなかった。	1

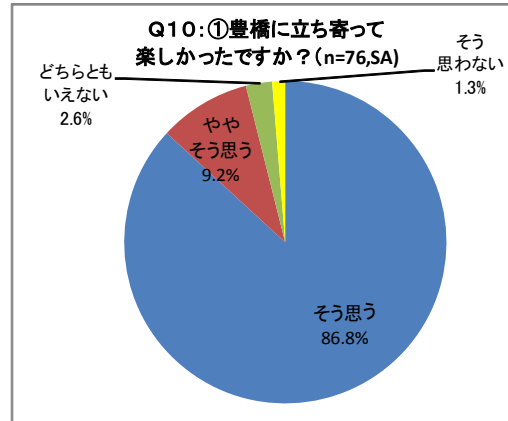
■豊橋の印象

豊橋に立ち寄ってよかった人が、96.1%、豊橋にまた来たい人が94.6%と極めて高く、リピーターの可能性を感じさせる結果である。
 本イベント以外で、豊橋を体験したいものとしては、豊橋うなぎ40.0%、豊橋カレーうどん31.1%、豊橋の日本酒28.9%が希望が高かった。

Q10:①豊橋に立ち寄って楽しかったですか？

	回答数	回答率
そう思う	66	86.8%
ややそう思う	7	9.2%
どちらともいえない	2	2.6%
そう思わない	1	1.3%
回答者数	76	100.0%

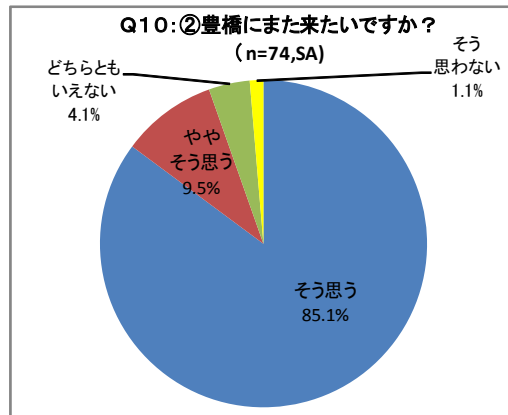
※無回答14人



Q10:②豊橋にまた来たいですか？

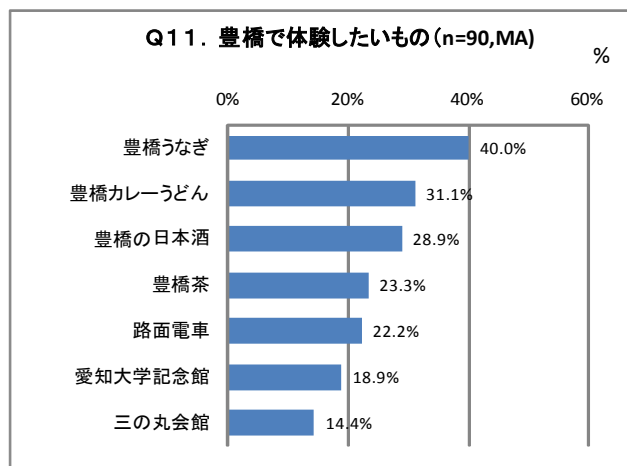
	回答数	回答率
そう思う	63	85.1%
ややそう思う	7	9.5%
どちらともいえない	3	4.1%
そう思わない	1	1.1%
回答者数	74	100.0%

※無回答16人



Q11:下記の項目で、体験したいものを全てお知らせください。

	回答数	回答率
豊橋うなぎ	36	40.0%
豊橋カレーうどん	28	31.1%
豊橋の日本酒	26	28.9%
豊橋茶	21	23.3%
路面電車	20	22.2%
愛知大学記念館	17	18.9%
三の丸会館	13	14.4%
回答者数	90	100.0%



②中国人観光客に対するアンケート調査票（日本語）

豊橋市中国人観光客歓迎イベントに関するアンケート

この度は、豊橋市中国人観光客歓迎イベントにご参加いただきましてありがとうございます
このアンケートは、イベント参加者に実施するアンケートです。中国から豊橋市に訪れる皆様に、今回のイベントの率直なご意見を伺うために実施しています。御協力の程、よろしくお願ひします。

【あなた自身についてお聞きします】

Q1：あなたの性別をお知らせください。

1. 男性 2. 女性

Q2：あなたの年齢をお知らせください。

1. 20歳未満 2. 20～29歳 3. 30～39歳 4. 40～49歳 5. 50～59歳 6. 60歳以上

Q3：あなたの職業をお知らせください。

1. 会社員 2. 会社役員 3. 自営業 4. 専門職（医師や弁護士など） 5. 公務員
6. 専業主婦 7. アルバイト・パート 8. 学生 9. 無職 10. その他（ ）

Q4：あなたの住んでいる都市をお知らせください。

1. 北京 2. 上海 3. 広州 4. 深圳 5. 重慶 6. 杭州 7. それ以外（ ）

Q5：今回の旅行者の同行者をお知らせください（該当する項目すべてに○を付けてください）。

1. 1人 2. 配偶者 3. 子供 4. 親 5. 兄弟姉妹 6. その他親戚 7. 恋人 8. 友人・知人
9. 職場仲間 10. その他（ ）

【手筒花火の感想をお聞きします】

Q6：手筒花火の感想について、該当する項目に○を付けてください。

項目	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	まったく そう思わない	体験 していない
楽しかったですか？	1	2	3	4	5	6
また見たいですか？	1	2	3	4	5	
家族、友人に伝えたいですか？	1	2	3	4	5	

Q7：その他に手筒花火を見た感想があればお知らせください。

[]

【特産品等の体験の感想をお聞きします】

Q8：ホテル内で体験した次の項目は楽しかったですか？ 該当する項目に○を付けてください。

項目	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	まったく そう思わない	体験 していない
豊橋筆	1	2	3	4	5	6
ちくわの試食	1	2	3	4	5	6
佃煮の試食	1	2	3	4	5	6
刺子の羽織り	1	2	3	4	5	6

Q9：その他にホテル内で体験した感想があればお知らせください。

()

【イベント全体についてお聞きします】

Q10：豊橋に立ち寄って楽しかったですか？ 該当する項目に○を付けてください。

項目	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	まったく そう思わない
豊橋は楽しかったですか？	1	2	3	4	5
豊橋へまた来たいですか？	1	2	3	4	5

Q11：下記の項目で、体験したいものを全てお知らせください。

1. 路面電車 (道路の上(レール)を走る電車です。夏にはビールを飲める電車も走ります。)
2. 三の丸会館 (日本庭園を眺めながら、日本茶(抹茶)が体験できる場所です。)
3. 豊橋茶 (豊橋で作った日本茶です。全国茶品評会で最優秀産地賞を受賞しています。)
4. 愛知大学記念館 (孫文の資料や、孫文と行動を共にした日本人の資料を展示しています。)
5. 豊橋の日本酒 (金賞を受賞した酒造会社もあります。)
6. 豊橋うなぎ (豊橋で育てたうなぎです。愛知県内は日本一の生産量を誇っています。)
7. 豊橋カレーうどん (カレー、うどん、ごはん、とろろが一体となった食べ物で、豊橋独自の食べ方です。)

Q12：帰国後、SNS(人人網、開心網など)で使用する手筒花火や特産品の写真(電子データ)がほしい方はメールアドレスをお知らせください。メールにてお送りします。

() @ ()

御協力ありがとうございました。

*調査員記入欄

番号	備考

③中国人観光客に対するアンケート調査票（簡体字）

丰桥市中国游客欢迎活动问卷调查表

非常感谢您参加本次丰桥中国游客欢迎活动。

本问卷的实施对象是针对参加本次活动的人员。到访丰桥的各位尊敬的中国游客，我们期待您宝贵而坦诚的意见和建议。感谢您的配合。

【关于您个人的情况】

Q 1：请告知我们您的性别。

1. 男性 2. 女性

Q 2：请告知我们您的年龄层。

1. 20 周岁未満 2. 20～29 周岁 3. 30～39 周岁 4. 40～49 周岁 5. 50～59 周岁
6. 60 周岁以上

Q 3：请告知我们您的职业情况。

1. 公司职员 2. 公司管理层 3. 私营业主 4. 专业人士（医师、律师等） 5. 公务员
6. 家庭主妇 7. 零时工、钟点工 8. 学生 9. 无业 10. 其他（ ）

Q 4：请告知我们您所居住的城市。

1. 北京 2. 上海 3. 广州 4. 深圳 5. 重庆 6. 杭州 7. 其他（ ）

Q 5 请告知我们您本次旅行的同行者情况（请在所有符合的选项上画○）。

1. 单独出行 2. 配偶 3. 子女 4. 父母 5. 兄弟姐妹 6. 其他亲戚 7. 情侣 8. 朋友
9. 同事 10. 其他（ ）

【关于您对手筒烟火的评价】

Q 6：针对手筒烟火，请在符合的选项上画○。

项目	的确如此	大体上如此	很难说	不这样认为	完全不这样认为	没有参加
是否很愉快？	1	2	3	4	5	6
还想再看么？	1	2	3	4	5	
想要告诉家人和朋友么？	1	2	3	4	5	

Q 7：如果还有其他有关手筒烟火的感受，请写在下面。

()

【关于特产体验的感受】

Q 8 : 在宾馆体验的下列项目是否很愉快? 在符合的项目上画○。

项目	的确如此	大体上如此	很难说	不这样认为	完全不这样认为	没有参加
丰桥笔	1	2	3	4	5	6
鱼竹轮试吃	1	2	3	4	5	6
咸煮海味试吃	1	2	3	4	5	6
日式绣花厚布披肩	1	2	3	4	5	6

Q 9 : 如果关于宾馆内的体验还有其他感想, 请写在下面。

()

【关于活动整体的情况】

Q10 : 丰桥之行是否愉快? 请在符合的项目上画○。

项目	的确如此	大体上如此	很难说	不这样认为	完全不这样认为
丰桥之行愉快么?	1	2	3	4	5
还想再来丰桥么?	1	2	3	4	5

Q11 : 下面的选项中, 请选出所有您希望体验的项目。

1. 路面电车 (在路面铁轨上运行的电车, 夏季还有可以在车上喝啤酒的电车运行。)
2. 三之丸会馆 (是可以边欣赏日本庭院边品尝日本茶(抹茶)的地方)
3. 丰桥茶 (丰桥出产的日本茶。在全国茶叶品评会上得到最优秀产地称号。)
4. 爱知大学纪念馆 (展示了孙中山以及和孙中山一起活动的日本人的相关资料。)
5. 丰桥的日本酒 (有受到金奖的酿酒企业。)
6. 丰桥鳗鱼 (丰桥养殖的鳗鱼。在在爱知县内是日本最大的鳗鱼产地。)
7. 丰桥咖喱乌冬面 (咖喱、乌冬面、米饭、山药泥一起加工成的丰桥独特的食物。)

Q12 : 回国后、想在在社交网站(人人网、开心网等)和微博上使用手筒烟火和特产的照片(电子版)的话, 请写下您的电子邮件地址。我们会通过邮件发给您。

() @ ()

感谢您的配合。

* 调查员记录栏

编号	备注

(2) 中国の旅行会社に対する勧誘資料の送付

国慶節モニター調査アンケート結果によると、手筒花火等の評価は極めて評価の高い結果になった。このため、豊橋市の素晴らしい地域資源をアピールするため、国慶節モニター調査レポートを作成した。豊橋市の紹介、国慶節モニター調査の内容に加え、今後の旅行商品造成の参考とするため今後開催される手筒花火の予定を掲載した。なお、表紙は豊橋市一体となった取組みを表すため、豊橋市と豊橋観光コンベンション協会の連名表記とした。

中国の旅行会社へは豊橋市から電子メールで送付を行い、日本のランドオペレーターへは郵送で配布を行った。

①国慶節モニター調査レポート（日本語）





豊橋市の紹介

2



豊橋市紹介

愛知県豊橋市は、東京と大阪の中間点（両都市とは、新幹線で約1時間30分（約300キロメートル）であり、日本でこの地域でしか楽しめない「手筒花火発祥の地」であります。

そのほか、孫文との関係が深い愛知大学、日本一の輸入自動車量を誇る三河港、日本の高級筆の約7割を生産している豊橋筆、三河佃煮、豊橋ちくわ及び豊富な野菜などが豊橋名物となっています。

中国との関りでは、1987年5月江蘇省南通市と友好都市提携を結びました。以来、教育・文化・スポーツ・産業・経済など様々な交流を重ね、友好の輪は大きく広がっています。



3



日本の伝統「手筒花火」紹介

手筒花火とは、揚げ手が花火の筒を脇の横に両手でしっかりと抱えるように持ち、数10メートルもの巨大な火柱を噴出させ、最後に「ハネ」と呼ばれる炎が、大音響とともに足元に噴き出す勇壮な煙火です。

豊橋市は、手筒花火の発祥の地となっています。



手筒花火発祥の地 豊橋



4



訪日中国人観光客歓迎イベント

5

訪日中国人観光客歓迎イベント

中国の国慶節に当たる10月1日、2日に、豊橋市に宿泊する中国よりお越しの観光客の皆様を対象とした特別イベントを実施しました。

内容は、豊橋発祥の手筒花火の鑑賞、特産品の試食、日本国内産高級筆の約7割を生産する豊橋筆、刺子羽織体験になります。特に手筒花火は450年の歴史があり、約800本の手筒花火を打ち上げる羽田祭の鑑賞を行いました。

豊橋市内に多く在籍する中国人留学生が、イベントスタッフで活躍しました。

- 開催日 10月1日(土曜日)、2日(日曜日)
- 開催場所 羽田八幡宮(10月1日)
羽田八幡宮御旅所(10月2日)
ホテル日航豊橋
- 開催内容 ①手筒花火の鑑賞 ②特産品の試食 ③豊橋筆、刺子羽織体験
- 参加者 約300人

6

1-1. 手筒花火鑑賞



手筒花火の打ち上げ中です



顔の横から火が出ています



近くで見るとすごい迫力です



この迫力は、写真に撮らない訳にはいきません



日本らしいものに興味あります

7

1-2. 手筒花火鑑賞



手筒花火の打ち上げ

風が強く、煙がなびいています



最後は轟音が鳴り響きます



うまく撮れるといいな



手筒花火鑑賞後のバス車内です



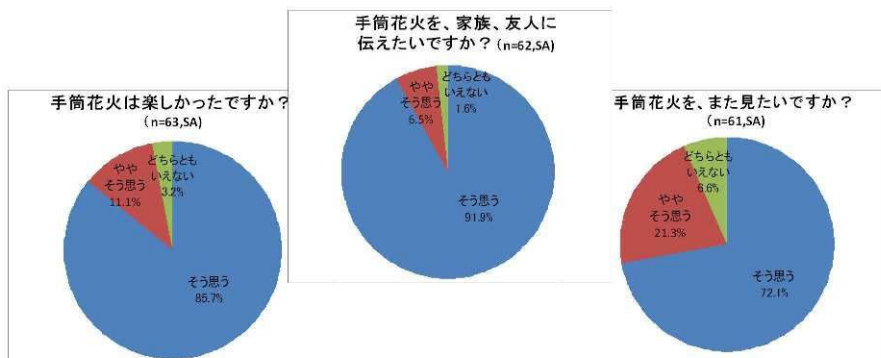
屋台で買い物をしました 8

1-3. 手筒花火アンケート結果

手筒花火の鑑賞について、楽しかったと思う人が85.7%、ややそう思う人が11.1%、合わせて96.8%の人が高評価をしています。

手筒花火をまた見たいと思う人が、72.1%、ややそう思う人が21.3%、合わせて93.4%の人が再び見たいと回答をしています。

手筒花火を家族、友人に伝えたいと思う人が、91.9%、ややそう思う人が6.5%、合わせて98.4%の人が帰国後に話しをしたい答え、口コミの高さが考えられます。



1-4. 手筒花火参加者の声

- ★ 手筒花火を見た感想はどうか？
 - ・感動した。中国は打ち上げ花火なので、地上から見える花火は初めて見た。
 - ・中国が発明した火薬だが、日本でおもしろい使われ方をしている。
中国と日本の関係が良く表現されている。
 - ・民族的特色があり、素晴らしかった。
 - ・賑やかで、伝統的である。
 - ・中国のものと全然違う。中国では専門の人が揚げる。
 - ・こんな近い距離で見たことがない。
 - ・中国で花火を見るのは、お正月など、おめでたい時だけ。うらやましい。
 - ・日本の観光スポットとしても、良かった。
- ★ 手筒花火の鑑賞を友人に薦めたいですか？
 - ・是非、写真と一緒に話をしたい。
 - ・男の勇気を持って花火を揚げていると話す。
 - ・インターネットのブログに自分の感想を載せる。
- ★ 中国にも手筒花火のようなものがありますか？
 - ・花火はあるが、大分違う。民族的な衣装でショーの様である。
 - ・中国の花火とは全然違う。火をつける手段も違い、男の誇りを感じた。
 - ・中国の花火は空に掲げる打上げ花火。手筒花火は地面からである。

10

2-1. 特産品試食



ちくわに興味津々です



中国と日本の魚の違いを試しています



お土産をどれにするか悩んでいます



佃煮のお供にご飯は欠かせません

11

2-2. 特産品試食

美味しいですか？



ちくわ、いかがでしょうか



これも食べてみてください



佃煮どうぞ

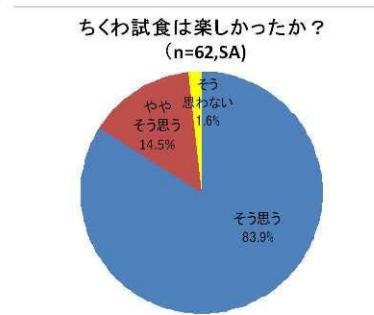
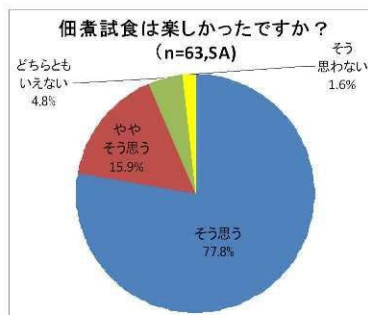


12

2-3. 特産品アンケート結果

佃煮の試食について、楽しかった(美味しかった)と思う人は77.8%、ややそう思う人は15.9%、合わせて93.7%の人から高評価を得ました。

ちくわの試食について、楽しかった(美味しかった)と思う人は83.9%、ややそう思う人は14.5%、合わせて98.4%の人から高評価を得ました



13

2-4. 特産品試食参加者の声

★ 中国には竹輪に似たようなものがありますか？

- ・中国で食べた丸い形の食べ物と似ているが、質は日本が良い。
- ・中国でも似たような食べ物はあるが、豊橋ちくわの方が美味しい。
- ・中国は鍋で食べるので食べ方が違う。若者に人気が出ると思う。



★ 佃煮を食べた感想はどうか？

- ・中国でも魚と御飯を一緒に食べるが、三河つくだ煮の方が新鮮な感じがする。
- ・中国で食べられる味だが、三河つくだ煮の方が美味しい。
- ・美味しい。中国は塩味がして、三河つくだ煮は甘い。
- ・子供はイワシの甘い佃煮が好きである。

14

3-1. 豊橋筆・刺子の羽織り体験



筆の製作工程に興味があります



刺子を羽織った我が子は格好いい



豊橋筆、お買い上げ



子供も書に興味があります



手筒は重たいですよ



原材料の多さにびっくりです

15

3-2. 豊橋筆・刺子の羽織り体験



お似合いですね



じっくり見えます



筆の実演を見学中



シャッターチャンス



いろんな筆を展示しました



大きな筆ですね

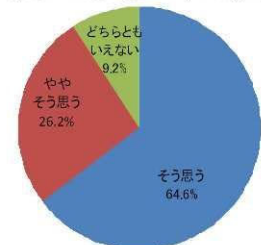
16

3-3. 豊橋筆・刺子の羽織り体験アンケート結果

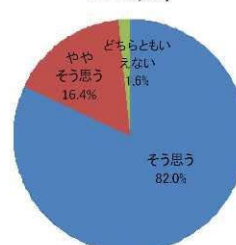
豊橋筆の体験について、楽しかったと思う人は64.6%、ややそう思う人は26.2%、合わせて90.8%の人から高評価を得ました。

刺子羽織の体験について、楽しかったと思う人は82.0%、ややそう思う人は16.4%、合わせて98.4%の人から高評価を得ました。

豊橋筆の体験は
楽しかったですか？(n=65,SA)



刺子羽織は楽しかったですか？
(n=61,SA)



17

3-4. 豊橋筆・刺子の羽織り体験参加者の声

★ 豊橋筆の作り方をみた感想はどうですか？

- ・伝統的な文化を感じる。
- ・子供の為に良かった。
- ・面白かった。
- ・中国の作り方と同じであった。



★ 豊橋筆を使って実際に書いてみた感想はどうですか？

- ・筆を使うことが好き。とても良い。
- ・とても面白い。
- ・書きやすくて良い。

★ 刺子を羽織ってみた感想はどうですか？

- ・大きい鳥、鷹のようだ。
- ・イタチのようだ。
- ・初めて見る、とても良い。

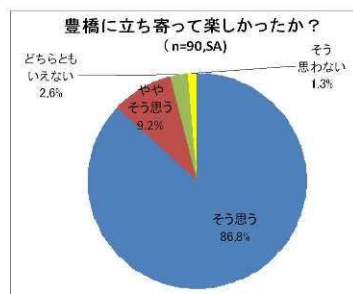


18

4-1. イベント参加者の声

★ 豊橋に来ての感想はどうですか？

- ・花火という形で、日本の民族的な特徴を表すことができている良かった。
- ・今日は時間も短かったが、豊橋で体験したものは素晴らしかった。
- ・祭りも良かった上に、ホテルも綺麗で楽しかった。
- ・今日見学した中で、一番良かった。



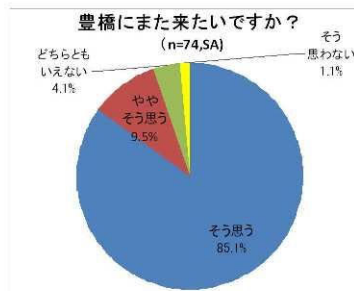
中国人観光客と留学生が触れ合いました

19

4-2. イベント参加者の声

★ 中国に帰ったら、家族や友人に豊橋の話をしますか？

- ・ 写真をたくさん撮ったので話す。
- ・ 中国人旅行者に観光スポットとして是非、薦めたい。
- ・ 是非、話をしたい。



参加者の声を聞いています

20

2012年手筒花火日程

21

2012年手筒花火日程

開催月	開催日	開催場所	開催場所	開催場所	開催場所	
3月	24日(土曜日)	高井正八幡社	北春日公園			
4月	7日(土曜日)	素盞鳴神社				
	14日(土曜日)	豊麻神社	素盞鳴神社	三ツ相町水神社	松山小学校	
	21日(土曜日)	大諒遊園				
	28日(土曜日)	中郷素盞鳴神社				
7月	14日(土曜日)	東赤沢児童遊園	東頭神社			
	20日(金曜日)	吉田神社				
8月	16日(水曜日)	幸小学校				
9月	8日(土曜日)	豊橋球場				
10月	6日(土曜日)	原神明社	大清水小学校	諏訪神社	大山津美神社	
		羽田八幡宮	岩田琴平神社	老津神社	若宮八幡社	
	13日(土曜日)	松葉公園				
		五郷神社	小浜神明社	葦ヶ原神明宮	高産神明社	
		逆戈神社	小鷹野公園	高師小学校	若松中央公園	
		平川神明社	瓦町神明社	三ノ輪中央公園	東山保育園	
		天伯山神社	椚本八幡社	小池神社	牟呂神富神明社	
		吉川神明社	新栄神明社	伊豆栄神社	大岩神明宮	
	14日(日曜日)	神明社	東田神明宮	北春日公園	八桂神社	
		芦原小学校	忠興八幡社	天伯神社	橋良神社	
27日(土曜日)	東田神明宮					
	鳥塚神社	飯村公園				

※ 花火日程は変更となる場合があります。

22

連絡先

中国よりお越しの観光客の皆様は、大阪と東京を結ぶ「いわゆるゴールデンルート」を多く利用されていますが、中部地方(愛知県・豊橋市)は、宿泊するのみの地域となっている現状があります。

しかし、豊橋には、東京や大阪などに負けない魅力ある「手筒花火」があります。本イベントに参加された皆様からも極めて高い評価を受けています。

中国よりお越しの皆様が観光されるルートの中に、この地域でしか味わえない感動を体験できる「豊橋」を選んでいただきますようお願いいたします。

豊橋の魅力についての問い合わせ先は、下記にお願いいたします。

豊橋市役所 産業部 商業観光課 観光グループ
 愛知県豊橋市今橋町1番地
 TEL 0532-51-2430 Fax 0532-55-9090
 e-mail shogyokanko@city.toyohashi.lg.jp

豊橋観光コンベンション協会
 愛知県豊橋市花田町字石塚42-1
 TEL 0532-54-1484 Fax 0532-54-2220
 e-mail toyohashi@honokuni.or.jp

23

②国慶節モニター調査レポート（簡体字）



丰桥市的介绍

丰桥市介绍

爱知县的丰桥市，位于东京和大阪的中点，乘新干线到达两大都市须一个半小时（约300公里）。在日本被称为“手筒烟火发祥之地”，只有在这里才能看到手筒烟火。

此外，还有与孙中山先生有密切关系的爱知大学，进口车辆为日本第一三河港，占日本高级毛笔生产量70%，三河咸煮海味和丰桥鱼竹轮以及丰富的蔬菜等名产。

在与中国的关系方面，于1987年5月与江苏省南通市缔结为友好城市。自此以来，在教育·文化·体育·产业·经济等方面展开各种交流，友好范围不断扩大。



3

日本的传统“手筒烟火”介绍

所谓手筒烟火，是一种将烟火筒夹在腋下，使其喷射出数十米的巨大火柱，最后伴随着巨大声音，→将被称之为“跳跃”的火焰喷至脚部的壮观的烟火。

丰桥市是手筒烟火的发祥地。



4



访日中国游客欢迎活动

5



访日中国游客欢迎活动

在中国的国庆节10月1日、2日，我们实施了以住宿在丰桥市的来自中国的观光客为对象的特别活动。

其内容有，丰桥发祥的手筒烟火的观赏，免费品尝土特产，生产量占日本70%的日本高级毛笔丰桥笔及日式绣花厚布披肩体验等。特别是手筒烟火已有450年的历史，大家欣赏到了约800筒手筒烟火的羽田祭。

在丰桥市内的多位在籍中国留学生作为工作人员对本活动做出了贡献。

- 举办日期 10月1日(星期六)、2日(星期日)
- 举办地点 羽田八幡宫(10月1日)
羽田八幡宫御旅所(10月2日)
日航丰桥大饭店
- 举办内容 ①观赏手筒烟火 ②特产品试吃
③丰桥笔，日式绣花厚布披肩体验
- 参加人员 约300人

6

1-1. 观赏手筒烟火



放手筒烟火中



脸边喷着火



近处看特别有感染力



在这样的感染力下，不能不拍照片留念



对日本式的东西很感兴趣

7

1-2. 观赏手筒烟火



放手筒烟火



风很大，烟雾弥漫



最后有轰鸣声阵阵



希望能照张好的



观赏完手筒烟火后的巴士内

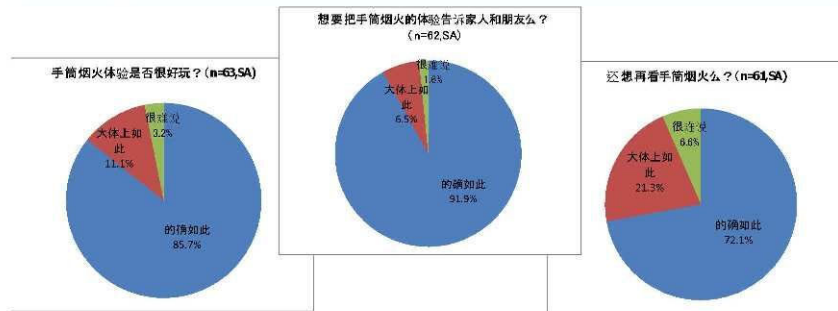


在小摊上买了东西

8

1-3. 手筒烟火手筒问卷调查结果

在对观赏手筒烟火的感想中，表示好玩的占96.8%，表示还想再看的有93.4%，而想将此体验告诉给家人朋友的则有98.4%，这个结果可以说是极高的评价。特别是，想将此体验告诉给家人朋友的很多，可见在结果上，可以期待访日中国游客归国后也能产生极好的宣传效果。有关具体的感想，很多人都表示，感受到了手筒烟火表演者的勇气和日本的传统文



9

1-4. 手筒烟火参加者的声音

- ★ 看完手筒烟火后有何感想?
 - 很感动。中国的烟火是放到空中的，在地面上看的烟火是第一次。
 - 火药是中国发明的，却在日本得到了有趣的应用。很好地表现了中日关系。
 - 很有民族特色，很好。
 - 很热闹，很传统。
 - 与中国的完全不同。中国有专业的人来放。
 - 在这样的近距离看是第一次。
 - 在中国能看到烟火的只有在过年或是节庆之日。很羡慕。
 - 作为日本的观光地，很好。
- ★ 想将欣赏手筒烟火的体验介绍给朋友么?
 - 一定会边看照片边介绍。
 - 我会告诉他们，以男性的勇气放烟火的事。
 - 会在网上的博客写出自己的感想。
- ★ 在中国也有类似手筒烟火的东西吗?
 - 有烟火，但完全不同。这里穿着民族服装，像一个表演。
 - 跟中国的烟火完全不同。点火的方法也不一样，能感受到男性的自豪。
 - 中国的烟火是放到空中的，而手筒烟火是从地面的。

10

2-1. 免费品尝土特产



对鱼竹轮很有兴趣



尝试中日的鱼类的不同



正在犹豫该买什么好



咸煮海味当然要配饭吃啦

11

2-2. 特产试吃



好吃吗？



来吃个竹轮吧！



也请尝尝这种



尝尝咸煮海味吧

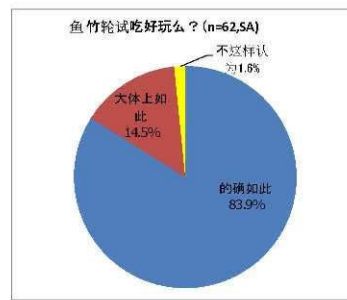
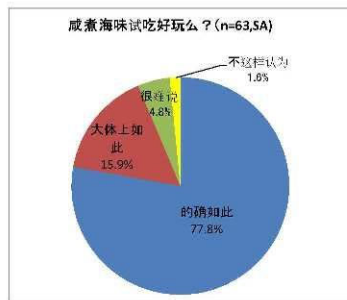


12

2-3. 特产问卷调查结果

关于对咸煮海味的品尝，觉得好玩（好吃）的人占77.8%，大体上觉得好吃的为15.9%，总共有93.7%的客人给予好评。

关于对鱼竹轮的品尝，觉得好玩（好吃）的人占83.9%、大体上觉得好吃的为14.5%，总共有98.4%的客人给予好评。



13

2-4. 特产品尝参加者的声音

★ 在中国也有类似于竹轮的东西吗？

- 在中国也吃过类似的圆形的东西，但是质地上来说是日本的好。
- 中国也有类似的食物，但丰桥竹轮更为美味。
- 在中国是放在火锅里吃，因此吃法不同。在年轻人当中会受到欢迎的。



★ 吃了咸煮海味后有何感想？

- 在中国，鱼和饭是一起吃的。所以对三河咸煮海味的吃法感到很新鲜。
- 在中国也能吃到这种味道，但三河咸煮海味更好吃。
- 很美味。在中国的口味偏咸，三河咸煮海味则有甜味。
- 小孩子很喜欢内含甜甜的沙丁鱼的咸煮海味。

14

3-1. 对丰桥笔·日式绣花厚布的体验



对毛笔的制作过程很感兴趣



我家孩子穿上日式绣花衣裳后真帅



购买丰桥毛笔



孩子也对书法很感兴趣



手筒很重的呢



震惊于原材料之丰富

15

3-2. 对丰桥笔·日式绣花厚布的体验



穿着很合适



看得很认真



参观毛笔实演



拍照好机会



展示了各种毛笔



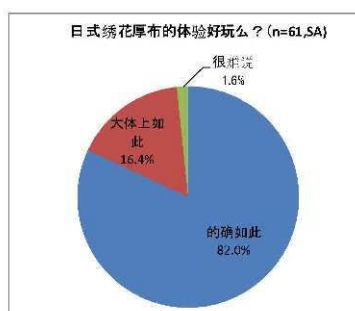
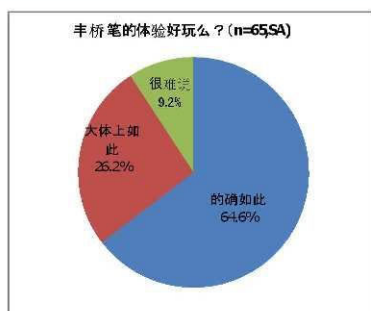
好大的笔

16

3-3. 丰桥笔·日式绣花厚布体验问卷调查结果

关于对丰桥笔的体验，有64.6%的人觉得好玩，还有26.2%大体好玩，总共有90.8%的人给予好评。

关于日式绣花厚布体验，有82.0%的人觉得好玩，还有16.4%大体好玩，总共有98.4%的人给予好评。



17

3-4. 丰桥笔·日式绣花厚布体验参加者的声音

★ 看了丰桥笔的制作方法有何感想？

- 感受到传统文化。
- 对孩子们来说很好。
- 很有趣。
- 跟中国的做法一样。



★ 使用丰桥笔实际上书写之后有何感想？

- 喜欢用毛笔。很好。
- 很有趣。
- 很好写，很棒。

★ 披上日式绣花厚布有何感想？

- 好像一只大鸟或者是鹰。
- 像是黼。
- 第一次见，很好。

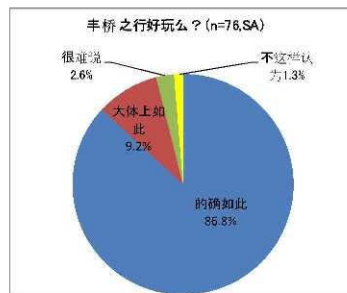


18

4-1. 活动参加者的声音

★ 来到丰桥有何感想？

- 能够以烟火的形式表现日本的民族特性，很好。
- 今天虽然时间很短，但在丰桥体验到的东西很棒。
- 活动很好，而且宾馆也很漂亮，很好玩。
- 在今天的参观中最好。



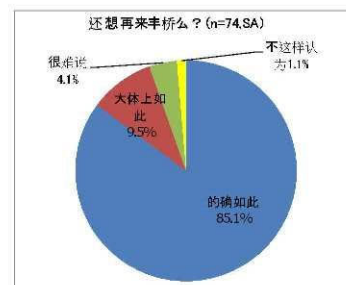
中国游客与留学生交谈中

19

4-2. 活动参加者的声音

★ 回到中国后，会给家人和朋友讲丰桥的体验吗？

- 拍了很多照片，所以会讲的。
- 一定会向中国游客推荐这个观光景点。
- 很想跟他们说。



询问着参加者的感受

20

2012年手筒烟火日程

21

2012年手筒烟火日程

召开月	召开日	召开地点	召开地点	召开地点	召开地点	
3月	24日(星期五)	高井正八幡社	北春日公园			
4月	7日(星期六)	素盞鸣神社				
	14日(星期六)	丰麻神社	素盞鸣神社	三和町水神社	松山小学校	
	21日(星期五)	大般迦园				
	28日(星期六)	中乡素盞鸣神社				
7月	14日(星期六)	东赤泽儿童游园	东头神社			
	29日(星期五)	吉巨神社				
8月	15日(星期六)	幸小学校				
9月	8日(星期六)	丰桥球场				
10月	6日(星期六)	原神神社	太清水小学校	諏访神社	大山洋美神社	
		羽田八幡宫	岩田琴平神社	老津神社	若宫八幡社	
	13日(星期六)	松叶公园				
		五乡神社	小浜神社	善原神明宫	高芦神明社	
		道戈神社	小滨野公园	高师小学校	若松中央公园	
		平川神社	瓦町神社	三枪中央公园	泰山保育园	
		天竹神社	橋本八幡社	小池神社	牟田神富神明社	
		吉川神社	新谷神社	伊豆菜神社	大岩神明宫	
		神时社	東田神明宫	北春日公园	八柱神社	
	14日(星期日)	芦葺原小学校	忠兴八幡社	天伯神社	桥良神社	
		东田神明宫				
27日(星期六)	鸟家神社	坂村公园				

※ 烟火大会的日期有可能会变化。

22



联系方式

来自中国的游客们，多数会利用连接大阪与东京两地的所谓“黄金路线”，而中部地区（爱知县·丰桥市）如今仍只是用来住宿的地区。

然而，丰桥有着不逊于东京或大阪的极富魅力的“手筒烟火”。参加了本次活动的各位游客，都给予了极高的评价。

在来自中国的游客的观光路线中，若能选择“丰桥”，来体验当地特有的感动，我们将深感荣幸。
有关对丰桥魅力的事宜，请联系以下单位。

丰桥市政府 产业部 商业观光科 观光小组
爱知县丰桥市今桥町 1 番地
电话0532-51-2430 传真0532-55-9090
电子邮箱 shogyokanko@city.toyohashi.lg.jp

丰桥观光联合会
爱知县丰桥市花田町字石冢42-1
电话0532-54-1484 传真0532-54-2220
电子邮箱 toyohashi@honokuni.or.jp

23