

宇都宮大生による宇都宮餃子の消費行動

——2018年度宇都宮大学地域デザイン科学部

「社会調査実習」成果報告第3報——

A research on purchase action of Utsunomiya-Gyoza targeted
at Utsunomiya University students

鈴木 富之¹・鈴木 達也²・上原 基暉³・尾崎 菜々子³・

布宮 和花菜³・平山 安奈³・森山 優雅³

SUZUKI Tomiyuki, SUZUKI Tatsuya, UEHARA Motoki, OZAKI Nanako,
NUNOMIYA Wakana, HIRAYAMA Anna, MORIYAMA Yuga

¹宇都宮大学地域デザイン科学部講師

²自治医科大学地域医療学センター助教

³宇都宮大学地域デザイン科学部学部生

宇都宮大生による宇都宮餃子の消費行動 ——2018年度宇都宮大学地域デザイン科学部「社会調査実習」成果報告第3報——

A research on purchase action of Utsunomiya-Gyoza targeted
at Utsunomiya University students

鈴木 富之¹・鈴木 達也²・上原 基暉³・尾崎 菜々子³・

布宮 和花菜³・平山 安奈³・森山 優雅³

SUZUKI Tomiyuki, SUZUKI Tatsuya, UEHARA Motoki, OZAKI Nanako,
NUNOMIYA Wakana, HIRAYAMA Anna, MORIYAMA Yuga

本稿の目的は、宇都宮大生を対象とした宇都宮餃子の消費行動における特徴と認知度を明らかにすることである。まず、宇都宮餃子の歴史とこれまでの情報発信について整理し、自動車による集客圏の調査を行った。さらに、大学生を対象としたアンケート調査を行うことで、これまでの情報発信と現在の認知度について把握した。

調査の結果、自動車での集客は平日では、県内からの利用が多く、休日では関東圏からの利用客が増加することがわかった。また、アンケート調査から、県外出身の大学生は宇都宮餃子祭りの認知度が低いという結果から、「宇都宮餃子祭り」の大学生へ向けた情報発信を行うことで、県外へ繋がりを持つ大学生を活用した認知度向上の可能性が示唆された。

I. はじめに

本稿は、2018年度前期に実施された、宇都宮大学地域デザイン科学部「社会調査実習Ⅰ」の成果のうち、「宇都宮大生による宇都宮餃子の消費行動」について報告するものである。2000年代以降、ご当地B級グルメなどフードツーリズムによる地域振興が注目を集めており、宇都宮餃子はその代表例として知られている。学生たちは、本調査を通じてSNSによる情報発信の効果が大きい大学生の宇都宮餃子の消費行動を明示することを目指した。学生、そして指導をした我々も全力で取り組んだ調査だが、いまだ不十分な箇所が見られるかもしれない。読者諸氏の忌憚のないご意見を賜れば幸いである。なお本稿は、Ⅰを鈴木富之と鈴木達也、Ⅱを布宮和花菜、Ⅲを上原基暉、Ⅳ-1を森山優雅、Ⅳ-2を平山安奈、Ⅴを尾崎菜々子、Ⅵを上原、Ⅶを上原・尾崎・布宮・平山・森山の担当で、執筆された。

¹ 宇都宮大学地域デザイン科学部講師 t.suzuki@cc.utsunomiya-u.ac.jp

² 自治医科大学地域医療学センター助教 s_tatsuya@jichi.ac.jp

³ 宇都宮大学地域デザイン科学部学部生

II. 本研究の目的

宇都宮市には、餃子やいちご、カクテルといった食に関するものから、道の駅ろまんちっく村や宇都宮城址公園、二荒山神社といった観光地まで、多くの観光資源が溢れている。なかでも、宇都宮市観光交流課の調査によると宇都宮市に訪れている観光客の来訪目的の 63%を占めている宇都宮餃子は、最も重要な観光資源であるといえる。

現在では地域ブランドとして全国に名を知られている宇都宮餃子であるが、以前は宇都宮市内の人々にすら魅力として認知されていないほどのものであった。しかし、「宇都宮餃子会」の発足やメディアでの情報発信などの影響により宇都宮餃子の魅力は広く認知されるようになった。そして、2007 年 3 月に公表された「食」の地域ブランドランキングにおいて、消費者の熱望度ランキング 6 位、加工食品のブランド実力ランキングで 2 位にランクされるなど、高い評価を得るに至った。また、地元・宇都宮市においても市教育委員会が実施した調査で、「わたしの好きな食べ物」、「宇都宮市民の誇れること」の両部門で 1 位を獲得するなど、今では「宇都宮餃子」は宇都宮市の地域文化として根付いている。東日本大震災の影響により 15 年守り続けてきた「餃子消費量日本一」の座からは一度陥落したものの、「宇都宮餃子日本一奪還推進委員会」による活動により、2013 年には再びこの座を奪還した。

宇都宮餃子に関する情報発信として、商工会議所では中心市街活性化事業の空き店舗対策としてアンテナショップである「来らっせ」を運営したり、宇都宮餃子会ではイベントを開催していたりと、積極的な取り組みがなされている。他にも、宇都宮観光コンベンション協会では宇都宮市の観光に関する情報発信を行っており、餃子に関する情報についても多く取り上げている。さらに、関東鉄道では宇都宮市の中心部を走る市内循環線「きぶな」の車内アナウンスを宇都宮餃子 PR アンバサダーの橋田いずみ氏が担当し、バス停近くの餃子店の紹介を行っている。また、宇都宮市は餃子店が集積する通りを「餃子通り」と命名し、餃子がデザインされたマンホール蓋や餃子形のバス停看板、横断幕の設置や、路側帯を「餃子」をイメージしたきつね色に塗装するなどし、SNS での普及を期待できる取り組みを行っている。

本稿の目的は、SNS による情報発信の効果が大きいと考えられる大学生に着目し、宇都宮餃子の消費行動と認知度を明らかにし、これまでの情報発信の課題を抽出することで、宇都宮餃子の認知度向上に向けた今後の展望を整理することである。

III. 研究方法

まず、宇都宮餃子がここまでの観光資源となった起源と経緯、また現在の取り組みについて整理するため、2018 年 7 月 2 日に宇都宮餃子会に聞き取り調査を行った。

次に、宇都宮餃子を目的とした観光客の分布特性を把握するために、「宇都宮餃子館東駅前イベン

ト広場店」の駐車場である「東ロイベント広場駐車場・第二東ロイベント広場」、「宇都宮みんみん駅東口店」の駐車場である「宇都宮みんみん駅東口店専用駐車場」の3カ所にて平日（2018年7月18日、水曜日）と休日（2018年7月15日、日曜日）にナンバープレート調査を行った。

さらに、大学生の宇都宮餃子の消費行動と認知度を把握するため、宇都宮大学で「地誌学」の受講生65名を対象に2018年6月6日にアンケートを実施した。

IV. 宇都宮餃子の歴史とその集客圏

1. 宇都宮餃子の歴史

ここでは、宇都宮餃子会への聞き取り調査および五十嵐（2009）をもとに、宇都宮餃子の歴史について述べる。

宇都宮市で餃子が広まった起源として、中国東北部への開拓団や第十四師団（中国東北部への宇都宮駐屯部隊）が宇都宮市へ持ち帰ってきたという説がある。また、宇都宮市で最初に餃子をメニューに載せたといわれるのは、「宮茶房」という喫茶店で、1951年頃から数年間、JR宇都宮駅近くで営業していた。これに関して、当時、「料理店、飲食店、カフェー、バー、キャバレー、飲食露店、待合、芝居茶屋等設備を設け客に飲食物を供し又は供する慣行のある営業」が禁止され、営業が許可されたのは「外食券食堂、宿屋、喫茶店等」だけだったため、営業を続けることができなくなった飲食店は、喫茶店に看板をかえて営業をしていた経緯がある。

一方で、宇都宮市で餃子が広まった背景として、材料の供給事情が考えられる。農林水産省の作物統計によると、栃木県は、ニラ（2016年：生産量全国2位）や白菜（2016年：生産量全国4位）、豚肉（2018年：飼育頭数全国8位）などの生産が盛んであり、皮を作るための小麦も多く生産していることから、材料が手に入りやすかったという状況があり、餃子の生産・消費を後押ししたといえる。

また、餃子が観光資源として認知されるきっかけとしては、1987年総務省の家計調査で「餃子の一世帯当たり年間購入額」という項目が追加され、宇都宮市が全国1位を獲得したことが大きな要因である。この頃から、餃子が宇都宮市の地域食として大きな役割を果たし、現在では約80店舗が宇都宮餃子会に加盟して、現在も餃子によるまちおこしを行っている。

2. 自動車による集客圏

水曜日の結果をみると、栃木県がおよそ7割を占めている。第2位に埼玉、第3位に茨城が続いた。日曜日の駐車自動車台数をみると、栃木県内のナンバーがおよそ6割、他県ナンバーが4割であった。栃木に次いで茨城県が第2位、群馬県が第3位と北関東3県が上位という結果になった。

水曜日と日曜日の結果を比較すると、平日である水曜日は、県外ナンバーの利用者が29%である

のに対し、休日である日曜日は43%の利用者が県外ナンバーである。自動車のナンバーと現在の居住地は必ずしも一致するとは限らないが、平日と休日の差を考えると、休日に集客圏が広がることが推察される。一方で、平日と休日いずれも、自動車利用者を対象とした餃子専門店の集客圏は栃木県を中心とした関東地方であることがうかがえる。

表 1 平日の都府県別駐車自動車台数（2018 年 7 月 18 日 水曜日）

都道府県名	台数（台）	比率（％）	ナンバープレート別内訳
栃木	56	71%	宇都宮：52, 那須：2, とちぎ：1, 栃木：1
福島	1	1%	会津：1
茨城	6	8%	水戸：2, つくば：4
群馬	2	3%	群馬：1, 高崎：1
埼玉	8	10%	大宮：2, 川口：1, 所沢：2, 川越：1, 春日部：1
千葉	1	1%	千葉：1
東京	2	3%	品川：1, 足立：1
神奈川	1	1%	横浜：1
新潟	1	1%	長岡：1
滋賀	1	1%	滋賀：1
合計	79	100%	

（現地調査により作成）

表 2 休日の都府県別駐車自動車台数（2018 年 7 月 15 日 日曜日）

都道府県名	台数（台）	比率（％）	ナンバープレート別内訳
栃木	94	57%	宇都宮：83, 那須：3, とちぎ：7, 栃木：1
青森	1	1%	青森：1
宮城	3	2%	宮城：2, 仙台 1
山形	4	2%	山形：1
福島	4	2%	福島：2, 郡山：1, いわき：1
茨城	18	11%	水戸：8, 土浦：4, つくば：6
群馬	7	4%	群馬：7
埼玉	6	4%	大宮：2, 川口：1, 所沢：1, 熊谷：1, 春日部：1
千葉	4	2%	千葉：2, 袖ヶ浦：1, 柏：1

東京	6	4%	品川：1, 世田谷：1, 練馬：1, 杉並：1, 足立：1, 八王子：1
神奈川	7	4%	横浜：6, 川崎：1
山梨	1	1%	山梨：1
新潟	3	2%	新潟：1, 長岡：2
愛知	1	1%	名古屋：1
三重	2	1%	三重：1
大阪	2	1%	和泉：1, 堺：1
岡山	1	1%	岡山：1
愛媛	1	1%	愛媛：1
合計	165	100%	

(現地調査により作成)

V. 宇都宮大生による宇都宮餃子の消費行動

次に、大学生の餃子の消費行動に関するアンケート調査を行った。その結果を質問項目ごとに分類し、集計した。実施したアンケートは、末尾の【付録】に示す。

1. 消費行動の概要

1) 餃子が好きか嫌いか

餃子が好きかどうかは、図1に示した通りすべての回答者が「好き」もしくは「どちらかといえば好き」と答えた。

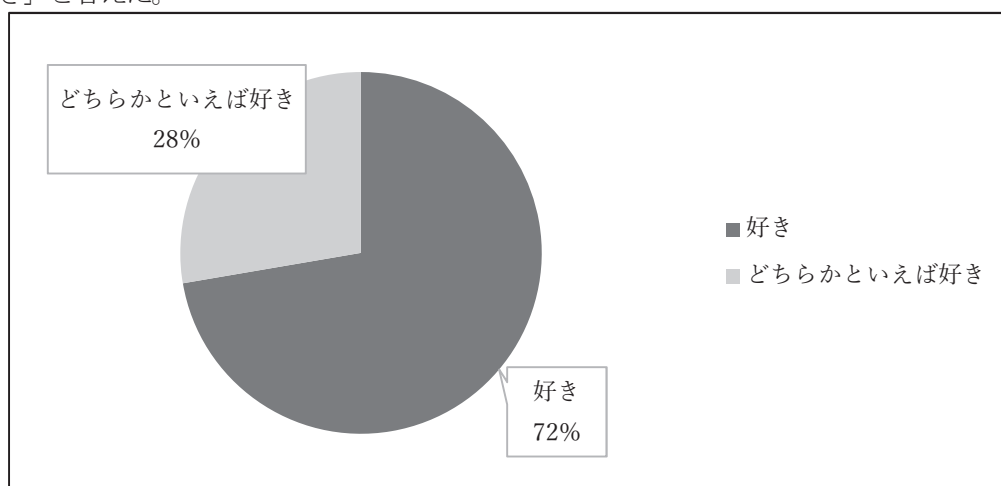


図 1 餃子が好きか嫌いか

(アンケート調査により作成)

2) 餃子をどのくらいの頻度で食べるか

図2に示す通り、餃子を食べる頻度においては月に2～3回以上食べる人が15%で、月に1回は食べている人は42%であり、合計すると月に1回は食べる人が過半数いることがわかり、これは高い水準ではないかと考えられる。

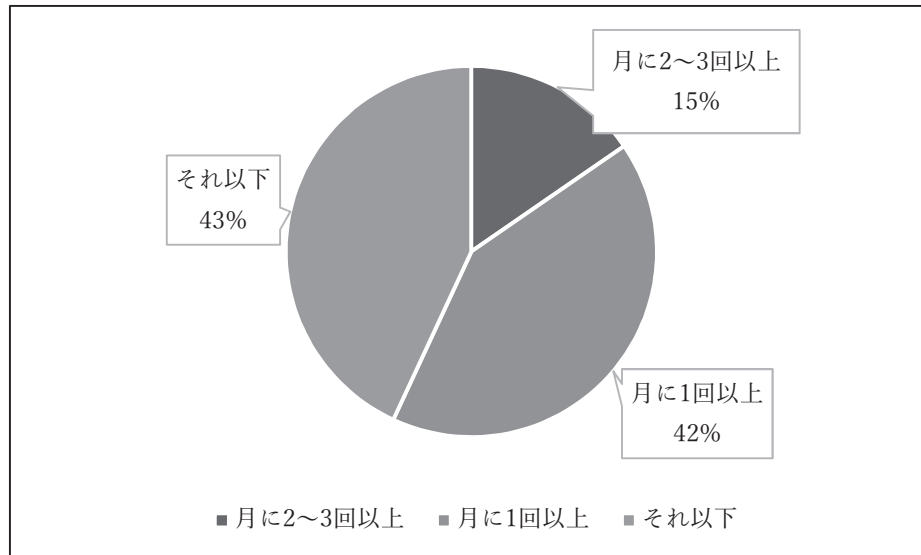


図2 餃子を食べる頻度

(アンケート調査により作成)

3) どこで餃子を食べるか

図3に餃子を消費する場所についての結果を示す。自宅で食べる人が65人中39人と1番多かった。また、宇都宮市で特徴的な飲食店である餃子専門店と答えた人は22人で全体の約34%に止まった。

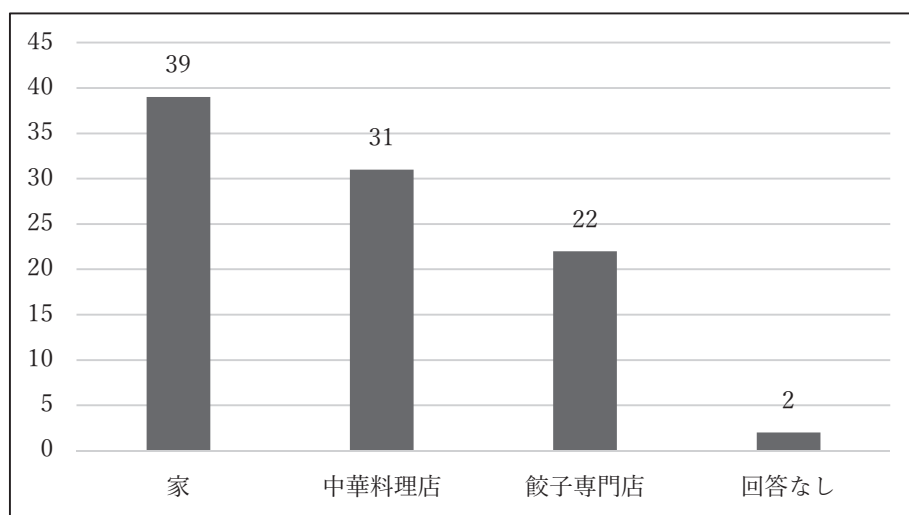


図3 どこで餃子を食べるか

(アンケート調査により作成)

2. 餃子専門店の利用状況

1) どのくらいの頻度で餃子専門店に行くか

図4～図8までは餃子専門店に行ったことのあると回答した者を対象とした集計結果である。図4に訪問頻度についての結果を示す。16%の人が月に1回以上餃子専門店に行くが、40%は年に1回または数年に1回の低頻度の利用に止まっている。

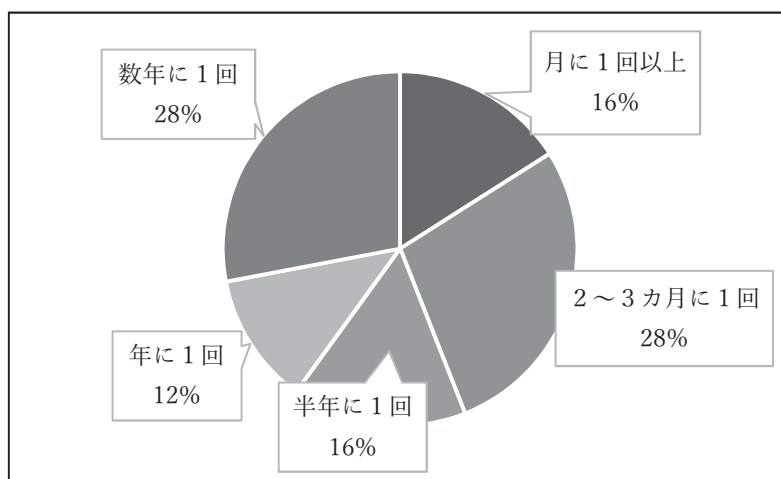


図4 どのくらいの頻度で餃子専門店に行くか

(アンケート調査により作成)

2) 誰と餃子専門店に行くか

図5より家族と餃子専門店に行くとした人が65人中40人であった。これに関して、対象者の出身地は、県内が23名に対して県外が42名となっている。このような中でこの回答が得られたということは、家族が栃木県に来た際に利用していると考えられる。また本人だけでなく家族の希望による消費行動である可能性も考えられる。また、友達と行くとした人は65人中24人、一人で行くと答えた人が65人中4人であった。

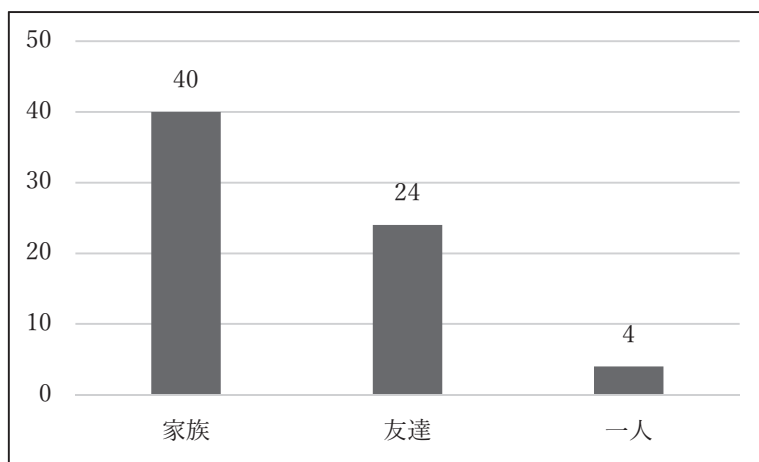


図5 誰と餃子専門店に行くか

(アンケート調査により作成)

3) 餃子専門店で1人当たりいくら使うか

図6から、餃子専門店で1人当たり使う額では1000円以下と答えた人が80%、1501円以上と答えた人が2%に止まっている。

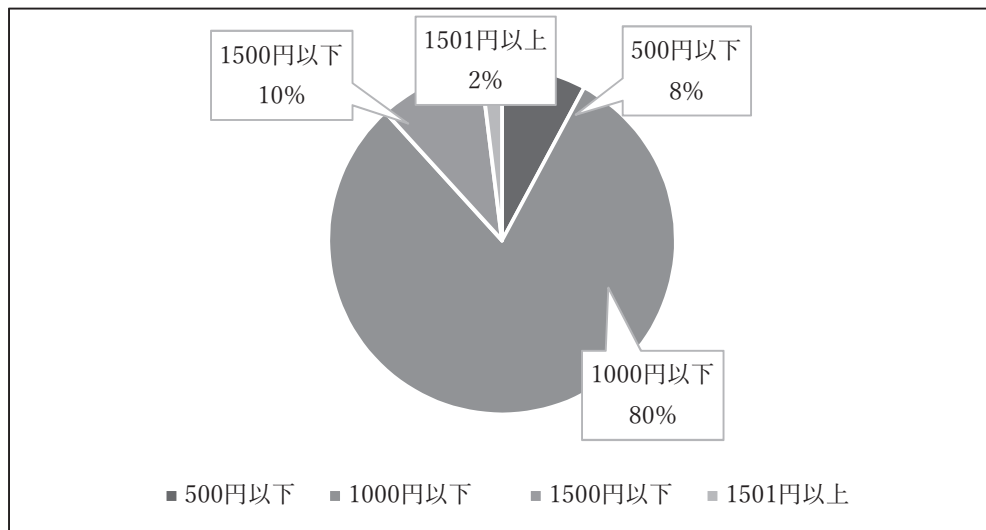


図6 餃子専門店で1人当たりいくら使うか

(アンケート調査により作成)

4) 行ったことのある餃子専門店

図7からみんなに行ったことがある人が65人中42人と、どのお店よりも圧倒的に多いことがわかる。また駅周辺に多くある健太餃子が15人、正嗣が14人とみんなに続いている。

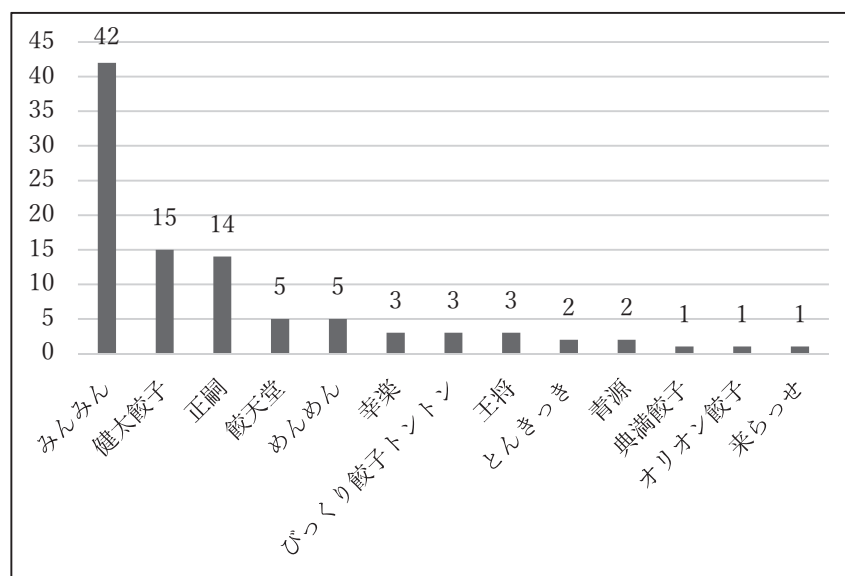


図7 行ったことのある餃子専門店

(アンケート調査により作成)

5) 好きな餃子専門店

図8より好きな餃子専門店も、上述の「行ったことのある餃子専門店」で一番人数が多かったみんなが65人中24人であり、1番多いことがわかる。次いで正嗣が8人、餃天堂が4人であり、行ったことのある人数比を考慮すると支持率が高いといえる。

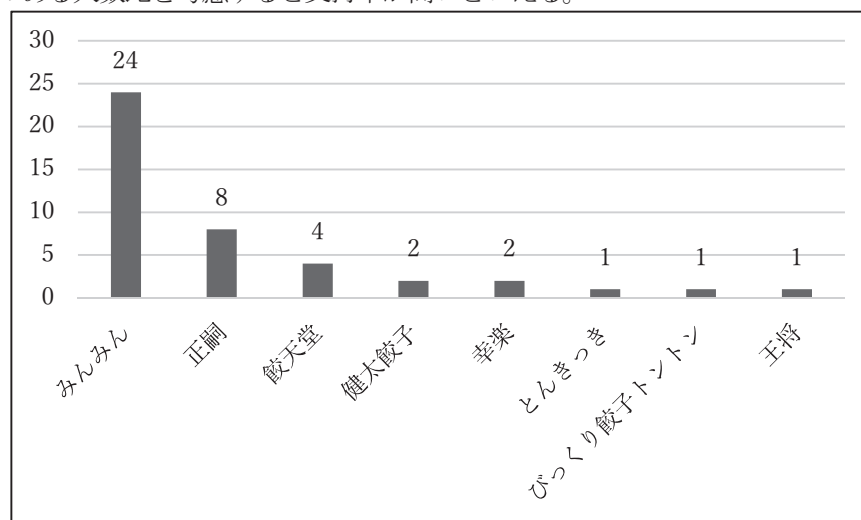


図8 好きな餃子専門店

(アンケート調査により作成)

3. 餃子へのこだわり

1) 餃子につける調味料

図9より餃子につける調味料は、醤油が65人中51人と一番多い。また餃子の一般的な「醤油・酢・ラー油につける」という食べ方があるだけあり、醤油に続いてラー油・酢が多い。その他の調味料はどれも横並びとなっている。

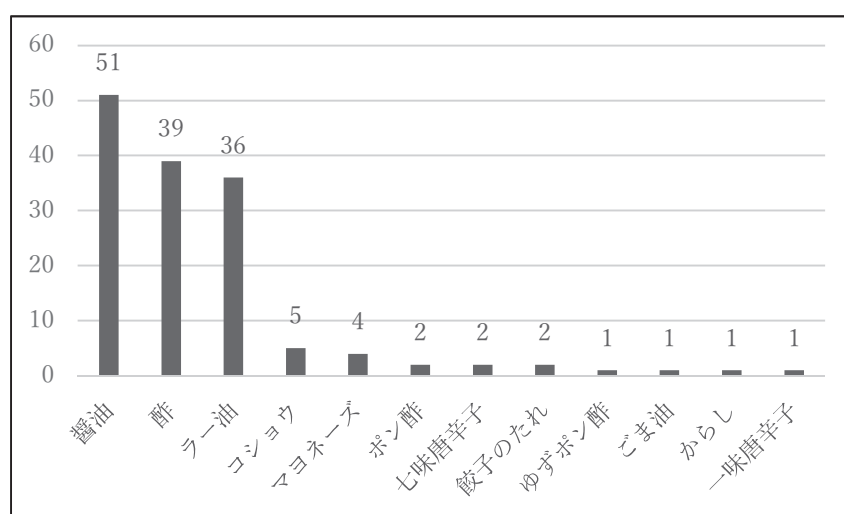


図9 餃子につける調味料

(アンケート調査により作成)

2) なに餃子が好きか

焼き餃子を好きな人が 65 人中 62 人であり、約 95%の人が焼き餃子を好きである。続いてよく焼き餃子とセット販売されている水餃子が 20 人、揚げ餃子は 4 人という結果となっている。

4. イベントの認知度

宇都宮城址公園で宇都宮餃子会が 1999 年から開催しているイベント「宇都宮餃子祭り」に関する認知度などの質問を行った。

1) 宇都宮餃子祭りの認知度

表 3 に宇都宮餃子祭りの認知度を出身地別に示した。宇都宮市内の出身者を見ると 9 人中 6 人（約 67%）が知っていると答えており、市外と県外出身者よりは高い割合である。続いて宇都宮市外（栃木県内）の出身者を見ると認知度 50%である。また、栃木県外の出身者では、42 人中 5 人が知っており、認知度約 12%となっている。全体での認知度は約 28%であり、とくに県外に対する情報発信が課題となっている。

表 3 宇都宮餃子祭りを知っているか（出身地別）

	はい	いいえ	総計
宇都宮市内	6	3	9
宇都宮市外（県内）	7	7	14
栃木県外	5	37	42
総計	18	47	65

（アンケート調査により作成）

2) 宇都宮餃子祭りに行ったことがあるか

表 4 は、宇都宮餃子祭りの訪問経験を出身地別に示したものである。表 3 に示す通り全体で知っている人が 18 人いたが、表 4 から行ったことがある人は 3 人しかいないことが示された。

表 4 宇都宮餃子祭りに行ったことがあるか（出身地別）

	ある	ない	総計
宇都宮市内	1	8	9
宇都宮市外（県内）	2	12	14
栃木県外	0	42	42
総計	3	62	65

（アンケート調査により作成）

5. お土産としての餃子に関する消費行動

宇都宮市外・栃木県外出身の大学生が多いため、お土産を買うことも1つの餃子の消費行動に入れ、分析を行った。

1) お土産に餃子を買うか

表 5 からはお土産に餃子を買うかを出身地別に示した。県外出身者が買う頻度が高いことがわかる。42 人中 2 人が「よく買う」、17 人が「たまに買う」と答えていることから栃木県外出身の大学生の約半数が餃子をお土産という側面から消費していることがわかる。そして宇都宮市内および宇都宮市外栃木県内の大学生は「ほとんど買わない」と「買わない」と答えた人が 90%以上を占めており、出身地の大学に通っている人はそもそもお土産を買い機会が少ないために餃子をお土産として買わないと予測できる。

2) 餃子をお土産に買う際に何を基準にするか

図 10 からは餃子をお土産に買う際に何を基準にして買うかがわかる。「味」、「価格」、「知名度」の3つが特に優先基準となっている。

表 5 お土産に餃子を買うか

	よく買う	たまに買う	ほとんど買わない	買わない	総計
宇都宮市内	0	0	3	6	9
宇都宮市外（県内）	0	1	2	11	14
栃木県外	2	17	4	19	42
総計	2	18	9	36	65

(アンケート調査により作成)

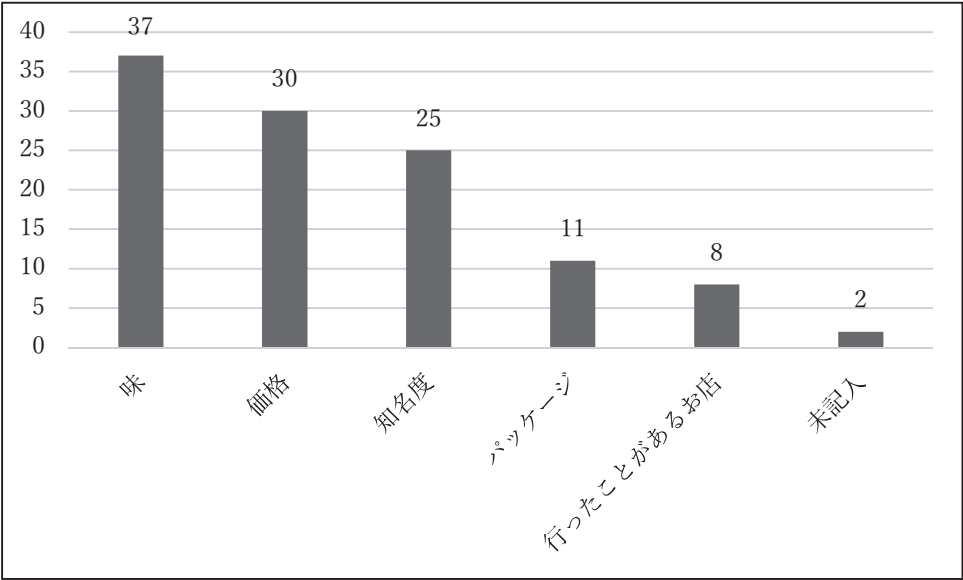


図 10 餃子をお土産に買う際に何を基準にして買うか

(アンケート調査により作成)

VI. まとめ

聞き取り調査の結果、宇都宮市に餃子が広まった歴史的背景が明らかになるとともに、地域における農産物等の生産状況から、餃子が宇都宮市の地域食として大きな役割を果たしていることがわかった。

次に、ナンバープレート調査では、主な自動車利用客は栃木県もしくは栃木県周辺の地域から来ていることが推測された。また宇都宮市周辺地域から来ている客が多い。

アンケート調査の結果、餃子の好み、食べ方、宇都宮餃子祭りの認知度、お土産としての餃子の購買行動の傾向などがわかった。行ったことのある餃子専門店には、大学生が自転車を主な交通手段としていることもあり、宇都宮大学が立地する宇都宮駅の東口にあるお店が多く挙げられていた。また、出身地別の傾向が大きくみられたのは宇都宮餃子祭りの認知度・お土産としての餃子の購買行動についてである。宇都宮市内出身の人の認知度が67%であるのに対し、栃木県外の人々の認知度は12%とかなりの差がみられた。一方、お土産としての購買度では、栃木県外の人々が45%の人が「よく買う」もしくは「たまに買う」と答えているが、宇都宮市内の人々はほとんど買わないことが示された。

VII. 今後の展望

ナンバープレート調査の結果から、宇都宮市周辺の地域からだけでなく、遠方から来る日帰りでない客を増やすことが必要だと考えられる。また、JR宇都宮駅西口にある餃子専門店には駐車場があまりないことが多いので駐車場の整備もする必要がある。一方で、本稿では自動車利用客について調査を行ったが、複数の鉄道会社と新幹線の停車駅がある宇都宮市において、鉄道利用客の把握については今後の課題である。

アンケート調査では、イベント認知度の低さから、宇都宮餃子祭りの県外に向けたアプローチの工夫が必要であるといえる。また、お土産として購買行動の結果から、宇都宮市内の人が市外の人に贈答品として渡せるような餃子の商品開発などがこれからの餃子を利用したまちづくりに必要となってくるのではないだろうか。さらに、宇都宮餃子祭りを知っている人数に対し、行ったことのある人数が少ないことから、会場へのアクセス方法の周知や利便性を向上させる臨時バス・臨時駐車場の増設が求められる。また、県内だけでなく県外出身も多い大学生に向けた集中的な広報は、現状では認知度が低いことから、県外への宇都宮餃子の周知が期待できる。

餃子のまちとして確立されたからこそ、その餃子を利用し、他の宇都宮市の観光資源も発信できるような広告であったり施設を作ったりすることでさらなる宇都宮市の発展につながるであろう。

【謝辞】

本稿を執筆するにあたり、聞き取り調査にご協力いただいた宇都宮餃子会の事務局長を務める鈴木章弘氏、アンケート調査にご協力いただいた「地誌学」を受講する宇都宮大学学部学生 65 名の皆さんに感謝の意をここに表します。

【参考文献】

栃木県. 栃木の畜産の姿. <http://www.pref.tochigi.lg.jp/g06/system/honchou/honchou/sugata.html>.

(2018 年 10 月 22 日アクセス)

栃木県. 農林業. <http://www.pref.tochigi.lg.jp/c05/kensei/aramashi/sangyou/nouringyou.html>.

(2018 年 10 月 22 日アクセス)

五十嵐幸子 (2009) 『秘訣は官民一体 ひと皿 200 円の町おこし—宇都宮餃子はなぜ日本一になったか』小学館

付録：アンケート票

「宇都宮市における餃子に関する調査」—個人調査票—

(2018 年社会調査実習 I で作成)

性別（男・女） 学年（ 年） 学部（ ）

調査の目的

本調査は社会調査実習 I の一環として、宇都宮大学の学生の餃子の消費活動について把握する目的で実施いたします。調査結果につきましては、回答者のプライバシーに細心の配慮をし、データ処理をしたうえで報告書を作成いたします。

記入にあたってのお願い

特に指示がない限り、該当する番号1つに丸を付けてください。

設問

(ア) 現在どこに住んでいますか。

1. 宇都宮市内 2. 宇都宮市外（栃木県内） 3. 栃木県外

(イ) 餃子は好きですか。

1. 好き 2. どちらかといえば好き
3. 嫌い 4. どちらかといえば嫌い

(ウ) どれくらいの頻度で餃子を食べますか。

1. 週に1回以上 2. 月に1回以上 3. 2～3カ月に1回 4. それ以下

(エ) 主にどこで餃子を食べますか。

1. 餃子専門店 2. 中華料理屋（ラーメン屋も含む） 3. 家
4. その他（ ）

次の質問（エー1～3）は餃子専門店に行ったことがある方のみお答えください。

(エー1) どれくらいの頻度で餃子専門店に行きますか。

1. 月に2回以上 2. 月に1回以上 3. 2～3カ月に1回
4. 半年に1回 5. それ以下

(エー2) 今まで行ったことのある餃子専門店の名前をできるだけ全てお答えください。
()

(エー3) あなたが一番好きな餃子専門店はどこですか。
()

(オ) 宇都宮市内で行われている餃子関係のイベントを知っていますか。
1. はい (イベントの名称:) 2. いいえ

(カ) 家族や知人等へのお土産として餃子を買いますか。
1. よく買う 2. たまに買う
3. ほとんど買わない 4. 買わない

(キ) 宇都宮餃子会というものがあることを知っていますか。
1. はい 2. いいえ

(カー2) 誰と餃子専門店に行きますか。
1. 友達 2. 家族 3. 一人 4. その他

(カー3) 一度の食事でいくら使いますか。(餃子専門店/一人当たり)
1. 500 円以下 2. 1000 円以下 3. 1500 円以下 4. 1500 円以上

(カー4) 今まで行ったことのある餃子専門店の名前をできるだけ全てお答えください。
()

(カー5) あなたが一番好きな餃子専門店はどこですか。
()

(キ) 餃子につける調味料を教えてください。(例) 醤油・酢
()

(ク) なに餃子が好きですか。(複数回答可)

1. 焼き餃子 2. 水餃子 3. 揚げ餃子 4. その他 ()

(ケ) 宇都宮餃子祭りというイベントを知っていますか。

1. はい 2. いいえ

(コ) 宇都宮餃子祭りに行ったことがありますか。

1. はい 2. いいえ

(サ) 家族や知人等へのお土産として餃子を買いますか。

1. よく買う 2. たまに買う
3. ほとんど買わない 4. 買わない

(シ) お土産を買う際に何を基準で選びますか？(複数回答可)

1. 価格 2. 知名度 3. パッケージ
4. 行ったことがある店舗

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。