

歩崎地域観光振興アクションプランについて

1. 現状と課題の把握方法

① データによる現状把握（定量分析）

■ オープンデータの活用

- ・ 地域経済分析システム（RESAS）
- ・ 各種統計データ

■ アンケート調査

- ・ Webアンケート調査（首都圏在住者対象）
- ・ 現地アンケート調査（交流センター、歴史博物館、水族館）

② 関係者からの意見ヒアリング（定性分析）

■ 歩崎地域観光振興関係者会議

- ・ 平成30年7月より毎月1回計5回

■ 観光関連施設関係者ヒアリング

- ・ 交流センター、歴史博物館、水族館、あゆみ庵・民家園
農村環境改善センター、歩崎地域湖岸栈橋、歩崎森林公園
歩崎展望台の計8施設について関係者へヒアリング

関係者会議参加事業者・団体

- (株)かすみがうら未来づくりカンパニー
- (株)デン・ケリー（かすみがうら市水族館）
- (株)アトレ
- (株)ラクスマリーナ
- (一財)行方市開発公社
- (株)ひのでや
- (有)山野水産
- 手作りパン パンプキン
- 貝塚忠三郎商店
- 霞ヶ浦漁業協同組合
- 霞ヶ浦帆引き船・帆引き網漁法保存会
- (株)グランバー東京ラスク
- オリックス・ゴルフ・マネジメント(株)
- かすみがうら市歴史博物館
- (株)筑波銀行



1. 現状と課題

2. オープンデータから明らかとなった現状

①市への来訪者の実態（RESAS）

- 県内からの来訪者：
周辺自治体（土浦市、石岡市、つくば市、小美玉市等）が上位。11月に増加傾向。
- 県外からの来訪者：
JR常磐線や常磐自動車道周辺自治体（千葉県柏市、松戸市、東京都足立区、江戸川区等）が上位。

②市の入込観光客の実態（統計データ）

- 過去3カ年の推移：
概ね30万人前後で推移。観光果樹農園やかすみがうら祭が主な誘客コンテンツ。
- 月別の来訪者状況：
9月から11月に集中。観光果樹農園のピークやかすみがうら祭開催が主な要因。

③歩崎地域の実態（統計データ）

- 過去3カ年の推移：
概ね8万人～9万人前後で推移。水族館、歴史博物館、あゆみ祭り、帆引き船フェスタが主な誘客コンテンツ。
- 月別の来訪者状況：
5月および7月に増加傾向。GW期の水族館の来客増や、あゆみ祭りの開催が主な要因。

3. アンケート調査から明らかとなった現状

①興味・関心の高い分野

- 県平均との比較：
イベント、歴史・文化資源、観光レジャー施設への興味関心が高い（果物狩り、各種お祭り、伊東甲子太郎、帆引き船、博物館、水族館等）。

②観光に関するトレンド

- 旅先決定の際の重視事項：
地域ならではの料理を楽しめること（食）、魅力的な観光施設・スポットがあること（場）、リラックスできること（癒し）、その土地の歴史や文化を学んだりできること（学び）を重視。

③情報収集の方法

- 最も参考にする情報源：
Webサイト、旅行雑誌（るるぶ、まっぷる、ことりっふなど）について、「自治体や観光協会のホームページ」が上位。

④歩崎地域への来訪者

- 県内からの来訪者：
近隣自治体から車で来訪が多く、特に水族館は子連れ家族が多い。
- 県外からの来訪者：
東京都、千葉県、埼玉県などの関東圏からの来訪が多く、特に交流センターでは東京都からのサイクリストが多い。

⑤訪問時の行程

- 平均立ち寄り箇所数：
交流センターと水族館来訪者は平均2.3箇所、歴史博物館は平均1.6箇所立ち寄り。
- 市内外別回遊状況：
交流センター来訪者は広域的に回遊し、歴史博物館と水族館来訪者は市内を回遊する傾向。

⑥歩崎地域のイメージ

- 歩崎地域共通のイメージ：
全調査地点で「自然が豊かな地域」が最上位。
- 調査地点別のイメージ：
交流センターでは「自転車を使ったイベントが盛ん」、「癒し」、「食べ物がおいしい」、歴史博物館では「歴史や文化を感じる」、水族館では「癒し」がそれぞれ上位。

⑦体験観光に対するニーズ

- 歩崎地域共通のニーズ：
全調査地点で「湖上体験」が上位。その他、「食体験」、「自然体験」等が続く。
- 調査地点別のニーズ：
交流センターでは「リラックス体験」、歴史博物館では「歴史・文化体験」、水族館では「知育体験」がそれぞれ上位。

1. 現状と課題

4. 関係者会議でいただいた主な意見

関係者会議でのご意見①

- ・歩崎地域には良い資源がたくさんあり、ポテンシャルがある
- ・地元の人が歩崎地域のことを良く知らないなので、もっと地元を知ることが必要

関係者会議でのご意見②

- ・それぞれの活動主体同士のつながり、行政とのつながり、行政間につながりが不足
- ・これまで連携不足であった観光・レジャーと漁業関係者との関係性構築
- ・歩崎地域だけで考えるのではなく、他地域との連携の中で検討することが必要

テーマ①：食

- 活用可能性のある資源
 - ・レンコン、蓮田
 - ・湖岸のさわやかな空気
- 活用イメージ
 - ・ゴルフ場と連携した「家族でレンコン体験プログラム」

テーマ②：アクティビティ

- 活用可能性のある資源
 - ・霞ヶ浦、志戸崎の街並み
 - ・歩崎地域内の各施設
- 活用イメージ
 - ・ラクスマリーナを中心とした湖上・湖畔体験プログラム
 - ・暮らしや歴史体験プログラム

テーマ③：学び

- 活用可能性のある資源
 - ・帆引き船、歴史博物館
 - ・霞ヶ浦の魚食文化
- 活用イメージ
 - ・帆引き船と地域の歴史の学び体験プログラム

テーマ④：イベント

- 主な意見・今後の方向性
 - ・歩崎ならではの体験プログラムの検討
 - ・ストーリー性、テーマ性の付与
 - ・ターゲットの明確化
 - ・歩崎地域での宿泊検討
 - ・既存施設の更なる活用

テーマ⑤：プロモーション

- 主な意見・今後の方向性
 - ・SNSを活用したリアルタイムでの情報発信
(例：帆引き船の運行状況)
 - ・りんりんロードの地点別距離一覧表の作成
 - ・地域一体となった情報発信

5. 観光関連施設関係者ヒアリングから明らかになった主な課題

①交流センター

- 施設個別の課題：
 - ・雇用、労働力の確保
 - ・備品の収納スペース確保
- 歩崎地域の課題：
 - ・宿泊に寄与するコンテンツの不足
 - ・観光地案内版やサインの不足

②市水族館

- 施設個別の課題：
 - ・問い合わせへの対応
 - ・建物、ベンチ等の老朽化
 - ・施設の中へのトイレ設置
- 歩崎地域の課題：
 - ・地域内の連携充実

③市歴史博物館

- 施設個別の課題：
 - ・SNS等の情報発信
 - ・スマホ対応
 - ・他地域との連携
- 歩崎地域の課題：
 - ・郷土愛の醸成

④あゆみ庵・民家園

- 施設個別の課題：
 - ・運営ボランティアスタッフの高齢化
 - ・施設までの道の整備
 - ・民家園のトイレ整備
 - ・新たな観光体験メニューとしての活用（かまど体験、宿泊体験等）

⑤農村環境改善センター

- 施設個別の課題：
 - ・老朽化に伴う大規模修繕の実施
 - ・避難所機能、公民館機能の確保
 - ・採算性、各種オペレーションの検討
 - ・観光プログラムとの連携

⑥歩崎地域湖岸棧橋

- 施設個別の課題：
 - ・想定される利用シーンに合わせた棧橋レイアウト及び工事手法等の調整（例：遊覧船、Eボート、帆引き船、カヌー体験、プレジャーボート体験、釣り、カフェ等。H31年度以降着工予定）

⑦歩崎森林公園

- 施設個別の課題：
 - ・公園内の安全性の確保
 - ・利用者がお金を落とす仕組みの検討（例：簡易キャンプ場やオートキャンプ場等としての活用等）

⑧歩崎展望台

- 施設個別の課題：
 - ・展望台の管理方法の検討（くもの巣が張っていることがある等）
 - ・展望台までの案内が不十分
- 歩崎地域の課題：
 - ・地域内の連携充実

(参考)モニタリングツアーの開催

1. 概要

項目	1回目	2回目
開催日時	11/11 (日)	11/25 (日)
ターゲット	ファミリー層 (30代~40代)	シニア層 (60代後半~70代)
人数	14名	7名



2. 行程

1回目	
時間	内容
8:30	土浦駅集合 ⇒ レンタサイクルでラクスマリーナへ移動
9:30	ホワイトアリス号乗船
10:30	玉造港到着 ⇒ 玉造港から志戸崎まで自転車で移動
11:20	レンコン掘り体験
12:40	レンコン掘り体験終了 ⇒ 自転車でかすみキッチンへ移動
13:00	昼食@歩崎公園 (バーベキュー開催)
14:30	パン作り@交流センター ⇒ 午前中に採ったレンコンを使用
16:00	意見交換会@交流センター ⇒ 終了後、土浦駅までバスで送迎

2回目	
時間	内容
8:30	土浦駅集合 ⇒ 駅で広域レンタサイクルをレンタル、カキの化石層等史跡に立ち寄りながら湖畔をサイクリング (ガイド付き)
10:45	歴史博物館到着 ⇒ 館内や帆引きの家見学 (ガイド付き)
11:40	昼食@かすみキッチン ⇒ 白魚やワカサギを使った料理などを賞味
12:40	バスで道の駅たまつくりへ移動
13:30	観光帆引き船乗船
14:30	観光帆引き船下船 ⇒ バスで歩崎展望台へ
15:00	歩崎展望台、民家園・あゆみ庵周遊 (ガイド付き)
16:00	意見交換会@交流センター ⇒ 終了後、バスで土浦駅まで送迎

3. 参加者の主な意見

1回目
<ul style="list-style-type: none">湖だけの地域ではないと分かった。(コイ、ナマズ、ワカサギ、レンコンなど)おいしいものがたくさんあることを知った。サイクリングに最適な環境だと思った。開放感を感じた。若干地味だが、おいしいものがたくさんあって、のんびりゆったり過ごせる素敵なおところだと思う。来る前と印象がガラッと変わった。サイクリングが楽しかったのでまた来てみたい。子供も楽しめると思う。色々な説明がほしい。(湖の説明、レンコン畑の深さ、レンコンが成長する過程など)レンコンの掘り方の説明が解りにくかったため、レンコンが折れてしまった。

2回目
<ul style="list-style-type: none">都心から1時間強の移動時間で安全にサイクリングが楽しめるようにサイクリングロードが整備されていることに感心した。サイクリングロードが整備されている。芝生のきれいな場所がある。食材についても多くの地産物があり驚いた。例えば霞ヶ浦で自分で獲る、レンコンを自分で掘るなど、自分で何かをして、地産物を食べられると良い。また来たいと思う。ぜひ家族で来たい。週末に宿泊をしたいので、そのようなツアーを用意してもらいたい。観光帆引き船は必ずプログラムに入れてほしい。歴史博物館、観光帆引き船、あゆみ庵などではもっと参加者向けの説明がほしかった。

I. 現状と課題

歩崎地域に関する定量分析のまとめ

■ 観光に関するマクロ動向

- 旅先決定の際の重視事項は、「食」「場」「癒し」「学び」
- 重視する情報収集ツールは「Webサイト」「旅行雑誌」について、「自治体・観光協会のHP」

■ かすみがうら市、歩崎地域における観光の実態

- 来訪者は、近隣自治体（土浦市、つくば市、小美玉市等）や東京都、千葉県、埼玉県等の関東圏が上位
- 車での来訪が多く、特に水族館は子連れ家族が多い
- 交流センター来訪者は広域的に、博物館・水族館来訪者は市内回遊の傾向
- 歩崎地域のイメージは「自然豊かな地域」が主。その他、「自転車」「歴史、文化」「癒し」など
- 「湖上体験」へのニーズが最も高く、次いで「食体験」、「自然体験」。交流センターでは「リラックス体験」、博物館では「歴史・文化体験」、水族館では「知育体験」もニーズあり



関係者会議、関係施設ヒアリングでのご意見等まとめ

■ 関係者会議での主なご意見

- ポテンシャルの高い地域だが、地元の人が地域資源を良く知らない
- 各主体同士、地域間の連携強化
- ストーリー性、テーマ性を付与した地域資源のブラッシュアップ
- ターゲットを明確にした観光プログラムの検討
- SNS等による歩崎地域の情報発信の強化

■ 関連施設ヒアリングで明らかとなった課題

- 案内看板やトイレをはじめとする観光関係設備の整備
- 施設運営スタッフ等をはじめとする観光人材の育成・充実
- 宿泊に寄与するコンテンツの検討
- 観光プログラムと連携した施設活用方策の検討
- 地域内の連携充実
- 地元の人々の郷土愛の醸成

定量的なデータと関係者の方々からのご意見を踏まえ、以下の6つの取り組みの方向性を検討



II. アクションプラン〔概要版〕

1. 集客のための仕組みづくり

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 1-① 歩崎地域観光マップの作成
- 1-② 棧橋の整備

【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 1-③ 宿泊施設の整備
- 1-④ 興味を喚起し回遊性を促進させる看板、案内表示板の充実
- 1-⑤ 交流センター等でのインフォメーション（観光拠点案内、地産品紹介）の充実

【長期】（実施に3年以上要するもの）

- 1-⑥ 森林公園の整備
- 1-⑦ 外国人観光客受け入れに向けた多言語対応、メニュー開発

【対応する課題群】

- ・ 地域一体となった情報発信
- ・ 想定される利用シーンに合わせた棧橋レイアウト及び工事手法等の調整
- ・ 民間活力等を活用した宿泊施設の整備
- ・ 案内看板やトイレをはじめとする観光関係設備の整備
- ・ 宿泊に寄与するコンテンツの不足
- ・ 森林公園内の安全性の確保
- ・ 観光プログラムと連携した施設の活用方策の検討



2. 観光商品の開発

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 2-① 歴史博物館、水族館での学びをテーマとしたプログラム開発
- 2-② レンコン収穫、漁業体験等、地域資源を活かしたプログラム開発

【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 2-③ 棧橋の整備に合わせた湖上レジャープログラム開発
- 2-④ 近隣他市町村と連携したプログラム開発
- 2-⑤ 湖と里の連携プログラム開発
- 2-⑥ 若者やファミリー層に向けたプログラム開発

【対応する課題群】

- ・ ストーリー性、テーマ性を付与した地域資源のブラッシュアップ
- ・ ターゲットを明確にした観光プログラムの検討
- ・ 想定される利用シーンに合わせた棧橋レイアウト及び工事手法等の調整
- ・ 各主体同士、地域間の連携強化



II. アクションプラン〔概要版〕

3. 「食」資源の充実・活用

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 3-① 地域資源を活かしたメニュー開発
- 3-② 生産者だけではなく市民を巻き込んだメニュー開発

【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 3-③ 食資源の認知度向上
- 3-④ お土産品の充実



【対応する課題群】

- ・ストーリー性、テーマ性を付与した地域資源のブラッシュアップ
- ・ポテンシャルの高い地域だが、地元の人が地域資源を良く知らない
- ・地元の人々の郷土愛の醸成
- ・SNS等による歩崎地域の情報発信の強化

4. おもてなしの向上

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 4-① 市内小中学校における郷土教育の推進
- 4-② 市民に向けた観光情報提供、もてなし啓発の推進

【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 4-③ 観光ガイド人材の育成、継承強化



【対応する課題群】

- ・ポテンシャルの高い地域だが、地元の人が地域資源を良く知らない
- ・地元の人々の郷土愛の醸成
- ・施設運営スタッフ等をはじめとする観光人材の育成・充実
- ・SNS等による歩崎地域の情報発信の強化

II. アクションプラン〔概要版〕

5. 推進体制の整備

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 5-① かすみがうら市による観光関連事業者等への支援強化
- 5-② 観光に係る人材、事業者の発掘、育成支援

【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 5-③ 歩崎地域の観光推進に係るかすみがうら未来づくりカンパニーの機能向上
- 5-④ 着地型旅行商品の造成が可能となる組織の検討
- 5-⑤ 市民・観光関連事業者間の連携強化

【対応する課題群】

- ・ 各主体同士、地域間の連携強化
- ・ 施設運営スタッフ等をはじめとする観光人材の育成・充実
- ・ ストーリー性、テーマ性を付与した地域資源のブラッシュアップ
- ・ ターゲットを明確にした観光プログラムの検討
- ・ 観光プログラムと連携した施設の活用方策の検討



6. プロモーションの強化

【短期】（概ね1年以内に実施を目指すもの）

- 6-① Facebook、Instagram、twitter等のソーシャルメディアを活用したマーケティング
- 6-② 茨城県南、千葉県東葛エリア等でのPR活動強化
- 6-③ JR駅、茨城空港等でのPR活動強化
- 6-④ メディア（新聞、テレビ等）の積極活用

【対応する課題群】

- ・ 来訪者は、近隣自治体（土浦市、つくば市、小美玉市等）や東京都、千葉県、埼玉県等の関東圏が上位
- ・ SNS等による歩崎地域の情報発信の強化
- ・ 各主体同士、地域間の連携強化

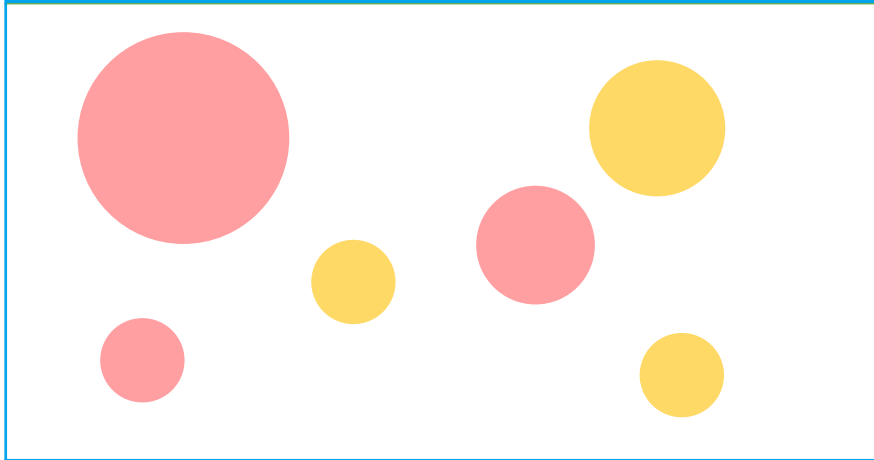
【中期】（概ね2～3年以内に実施を目指すもの）

- 6-⑤ 近隣他市町村と連携したPR



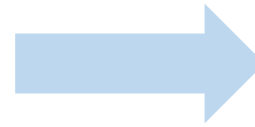
Ⅲ. 今後の取り組みの展開イメージ

ステップ①：個別・独自の取り組み

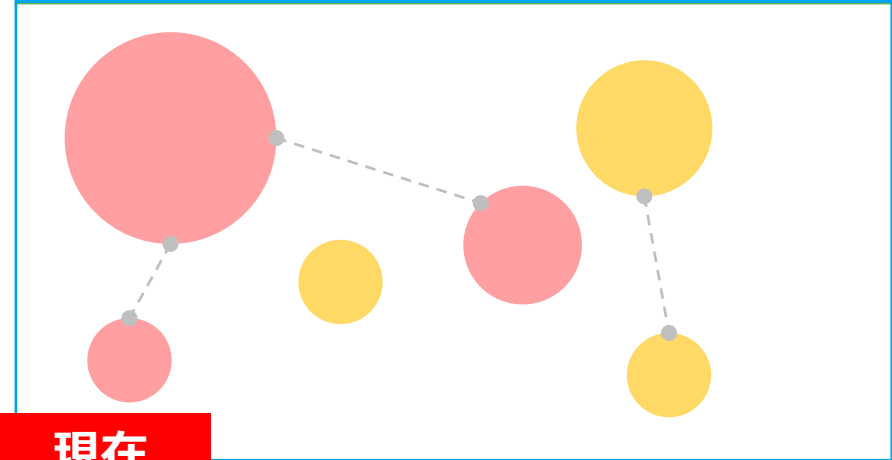


活動の効果が限定的・単発的になる可能性

点から線へ



ステップ②：情報の共有、連携先の模索・検討



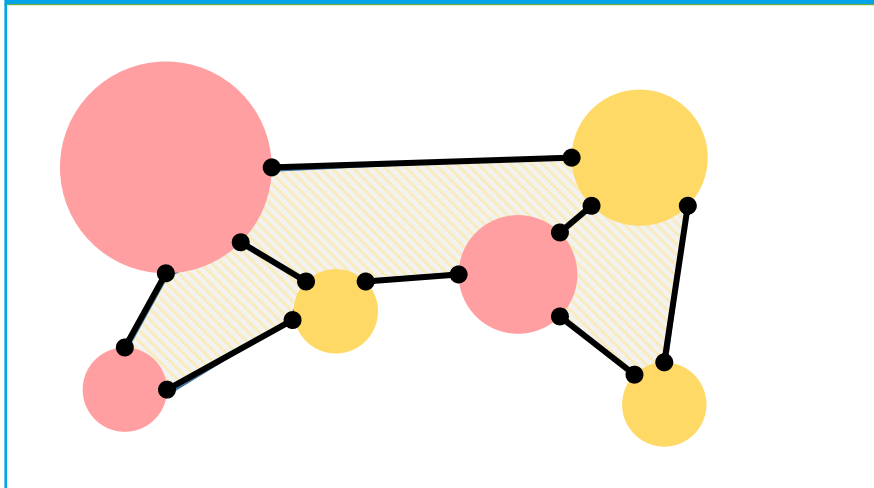
現在

観光振興に関する機運の醸成

今後、線から面へ



ステップ③：主体間の連携・多面的な活動展開



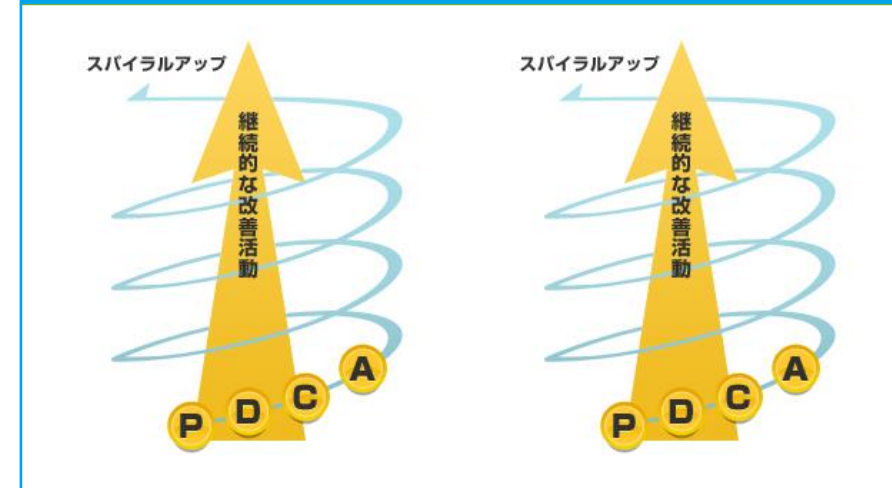
地域の様々な主体による多面的な活動の展開

面から柱へ



モニタリングツアー等での
意見反映

ステップ④：各種観光体験プログラムの展開・販売



継続的な改善活動による地域の魅力向上、活性化