

かすみがうら市
歩崎地域観光振興アクションプラン（案）

平成 31 年 3 月

目次

第1部 検討概要	3
1. 検討概要	4
第2部 かすみがうら市の現状	7
1. かすみがうら市の地域資源の現況	8
2. かすみがうら市への来訪者の状況	13
3. かすみがうら市における入込観光客数の状況	15
第3部 基礎調査の結果	17
1. 基礎調査の実施	18
2. インターネット調査結果	19
3. 観光客実態調査	27
4. モニタリングツアー開催結果	36
第4部 関係者会議実施記録	50
1. 歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業 関係者会議	51
第5部 施策の方向性とアクションプラン	59
1. 調査結果のまとめ	60
2. 取り組みの方向性	61
3. アクションプラン	64
第6部 参考資料	85
第7部 歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業関係者会議出席者等一覧	91
1. 関係者会議出席者等一覧	93

第 1 部 検討概要

1. 検討概要

(1) 検討の目的

このアクションプランは、歩崎地域の観光資源（自然環境、歴史遺産、農水産物、スポーツ環境、公共施設等）を効果的に組み合わせ、磨き上げ、魅力をアピールすることで、一年を通じて市内外から大勢の人が訪れ、地域に賑わいと経済的な活力がもたらされることを目指し具体的な観光プログラムをとりまとめるものです。

アクションプランの策定と実施に当たっては、当地域全体の観光マーケティング・マネジメントを集約する上で、市と民間事業者が連携して取り組むことを基本とし、また、今後、同地域においてかすみがうら市が実施を予定するハード整備は、このプランと連動することとなります。

本プランの実現が、歩崎地域を多様な魅力や価値を有する成熟した観光地域として発展させ、かすみがうら市が掲げた基本目標のひとつ、「地域の魅力を磨き、新しい人の流れをつくる」の達成に大きく寄与することを目的とします。

(2) 検討内容

■ 現地調査

- ・歩崎地域が有する地域資源（農産物、伝統産業、食品、観光施設、自然、人物等）、周辺環境等を考慮したうえで、魅力・強み等を整理するとともに、施設の現況を踏まえ課題・問題の整理を行います。

■ 現状分析

- ・かすみがうら市や歩崎地域に対する既存の観光客の動向調査やデータ分析（歩崎来訪者の導線）を行うとともに、現地調査・関係者へのヒアリング等を通じ、事業の今後の方向性を確認します。

■ 需要動向の分析

- ・茨城県が観光誘客において第一のターゲット層とする「首都圏、近隣県からの観光客」や近年急増するインバウンドに対し、そのニーズや関心等をデータ等に基づき把握し、そのうえで地域への関心や需要動向の分析・ターゲットの明確化を行います。

■ 課題の整理と観光プログラムの仮構築

- ・現状・ニーズ等の分析を踏まえたうえで、「本当に強いコンテンツ」「強い資源を補完するコンテンツ」の仕分けと、これらの組み合わせによるプログラム（β版）の仮組みをセグメント毎に行います。

■ モニタリングツアー等による検証と評価

- ・仮組みした観光プログラムβ版をモニタリングツアーにより実証し、プログラムの提供可能性を把握するとともに、ツアー参加者へのアンケートによりプログラムの評価を行います。

■ 観光プログラムの構築とアクションプランの策定

- ・「現地調査」「現状分析」「需要動向の分析」「課題の整理とプログラムの仮構築」「モニタリングツアー等による検証と評価」等を踏まえ、実現性の高い具体的な観光プログラムを構築するとともに、プログラム実施に向けた取組と課題をまとめたアクションプランを策定します。

(3) 検討体制

■ 検討体制

- ・現地調査、現状分析、顧客ニーズ等の需要分析調査等をもとに、市民・観光関連事業者・行政が連携した「関係者会議」を開催し、具体的な観光振興に係る戦略、アクションプラン等を検討するとともに、庁内関係部署による協議を行いました。
- ・かすみがうら市と歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業関係者会議が協力・連携しながら、筑波総研(株)が調査業務、関係者会議の事務局機能を担いました。なお、歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業関係者会議は、下記関係者 16 名に協力いただき実施されました。
- ・かすみがうら市では地域未来投資推進課が中心となり、各種調査、関係者間協議等を実施しました。また、本業務は、観光、農業を含む産業政策全般に関わることから、観光商工課、農林水産課と連携して調査等を実施しました。

[歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業関係者会議 関係者]

No	会社・団体名	役職	お名前	備考
1	株式会社 かすみがうら未来づくりカンパニー	代表取締役	今野 浩紹	
2	株式会社デン・ケリー (かすみがうら市水族館)	館長	赤堀 恭子	
3	株式会社アトレ	主任	高梨 将克	
4	株式会社ラクスマリーナ	専務取締役	秋元 昭臣	
5	一般財団法人行方市開発公社	事務局長兼駅長	磯山 秀喜	
6	株式会社ひのでや	取締役営業本部長	佐賀 正治	
7	有限会社山野水産	専務取締役	山野 英明	
8	手作りパン パンプキン	代表	小泉 智美	
9	貝塚忠三郎商店		貝塚 康博	
10	霞ヶ浦漁業協同組合		沼口 京介	
11	霞ヶ浦帆引き船・帆引き網漁法保存会	後継者育成部会 帆引き船操業継承部員	君崎 一男	
12	株式会社グランバー東京ラスク	代表取締役社長	大川 吉美	
13	オリックス・ゴルフ・マネジメント株式会社 富士OGMゴルフクラブ	営業本部 常盤エリア長兼千葉エリア長兼 富士OGMゴルフクラブ出島コース支配人	皆本 賢吾	
14	オリックス・ゴルフ・マネジメント株式会社 かすみがうらOGMゴルフクラブ	かすみがうらOGMゴルフクラブ支配人	佐藤 元泰	
15	かすみがうら市歴史博物館	学芸員	千葉 隆司	
16	株式会社筑波銀行	常務執行役員	渡辺 一洋	とりまとめ役

(4) 検討スケジュール

■ 月次スケジュール

月	主な実施内容
H30年 6月	<p>[現地調査・現状分析]</p> <p>6/6 ヒアリング調査（市観光商工課「栈橋」「農村環境改善センター」）</p> <p>6/8 ヒアリング調査（株かすみがうら未来づくりカンパニー「市交流センター」）</p> <p>6/8 ヒアリング調査（株デン・ケリー「市水族館」）</p> <p>6/11 ヒアリング調査（あゆみ庵運営ボランティア団体「あゆみ庵」）</p> <p>6/11 ヒアリング調査（市歴史博物館）</p>
7月	<p>[現地調査・現状分析]</p> <p>7/26 第1回関係者会議</p>
8月	<p>[需要動向調査]</p> <p>[課題の整理とプログラムの仮構築]</p> <p>8/8－8/13 インターネット調査</p> <p>8/17－8/27 観光客実態調査（かすみがうら市歴史博物館）</p> <p>8/18 観光客実態調査（かすみがうら市交流センター）</p> <p>8/30 第2回関係者会議</p>
9月	<p>[需要動向調査]</p> <p>[課題の整理とプログラムの仮構築]</p> <p>9/22 観光客実態調査（かすみがうら市水族館）</p> <p>9/26 第3回関係者会議</p>
10月	<p>[課題の整理とプログラムの仮構築]</p> <p>[モニタリングツアー募集]</p> <p>10/23 第4回関係者会議</p>
11月	<p>[モニタリングツアー等による検証と評価]</p> <p>11/11 モニタリングツアー（レンコン堀り・BBQ・パン作り等）</p> <p>11/22 第5回関係者会議</p> <p>11/25 モニタリングツアー（サイクリング・歴史博物館・帆引き船体験等）</p>

第2部 かすみがうら市の現状

1. かすみがうら市の地域資源の現況

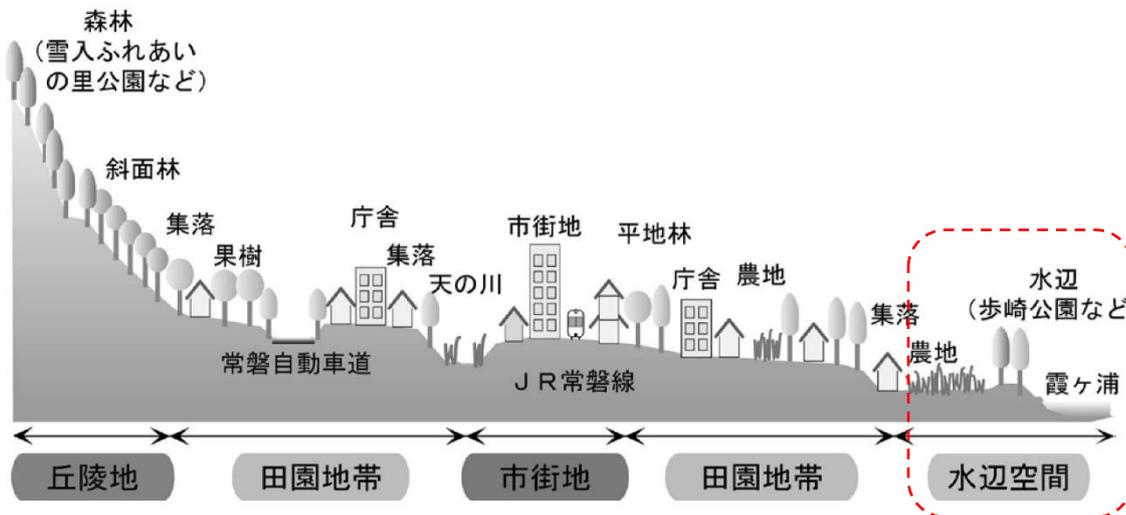
(1) 地理的環境

■ 豊かな自然と各種交通網を有する恵まれた環境

市の大部分は標高 25m 前後の常陸台地で、西端の標高約 380m の山々から霞ヶ浦湖岸の低地へとつづくならかな地形を有しています。一部は水郷筑波国定公園に指定されるなど、優れた自然景観と都市景観が調和した田園都市です。

土浦市、石岡市に隣接し、東京へ約 70km、水戸市へ約 30km、筑波研究学園都市へ約 10km の距離にあります。これらの各都市とは JR 常磐線、常磐自動車道、国道 6 号、国道 354 号等の交通網により結ばれており、立地条件にも恵まれています。

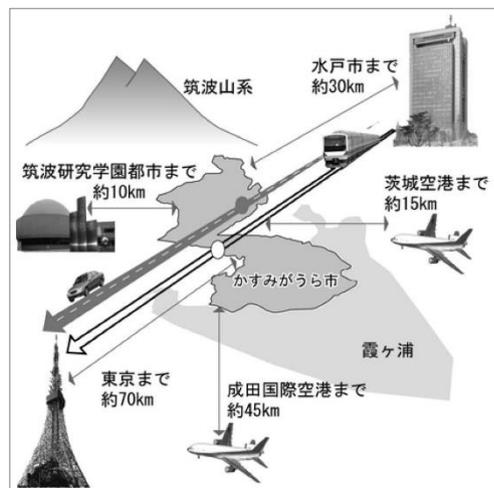
かすみがうら市の地形・立地



出典:かすみがうら市都市計画マスタープランより



出典:「統計かすみがうら」(平成 30 年度版) より



出典:かすみがうら市「都市計画マスタープラン」より

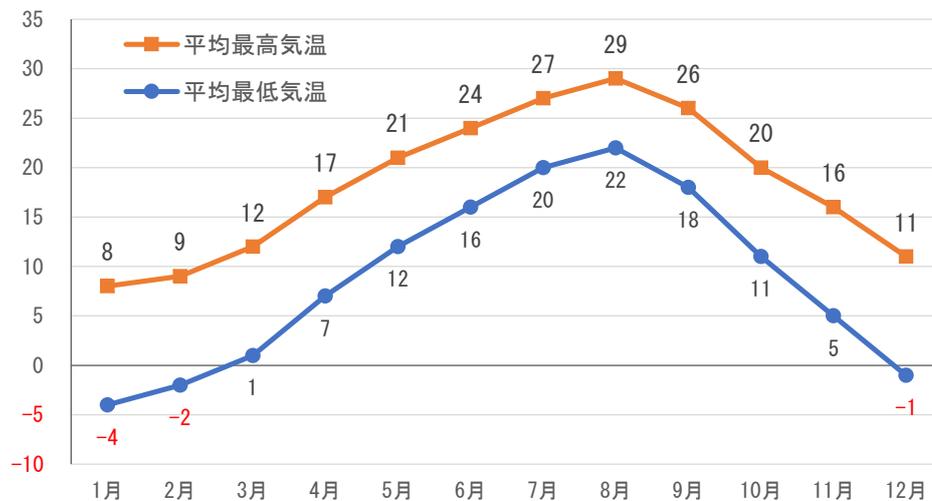
(2) 気象条件

■ 年間を通じて過ごしやすい気候

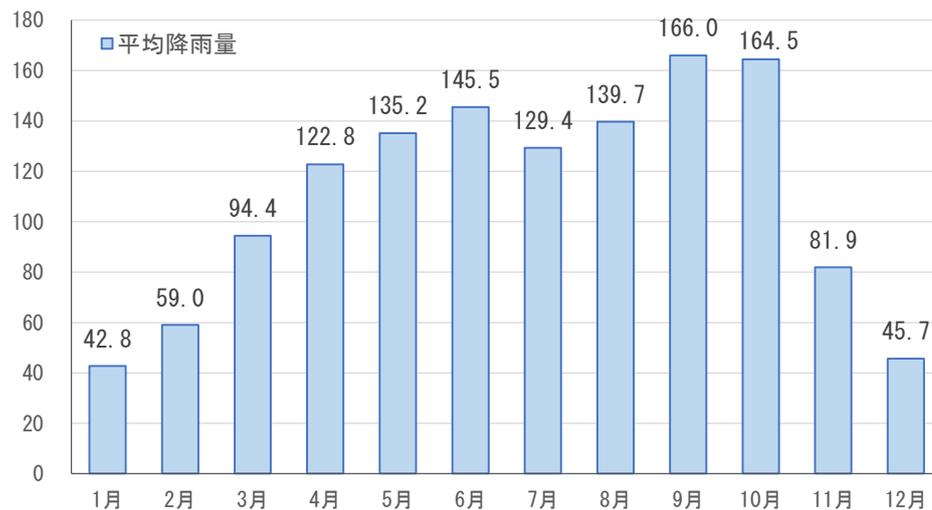
霞ヶ浦や筑波山系の山々の影響を受けて、冬期は比較的暖かく夏期は比較的涼しく、台風や霜、雪などの被害も比較的少ない地域で、温暖な気候に恵まれています。

かすみがうら市の気候条件

月ごとの平均気温



各月の平均降雨量



出典：National Oceanic and Atmospheric Administration より作成

(3) 自然資源、人口施設資源、文化・社会資源

	資源	場所	時期												備考	
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
1. 自然資源	① 霞ヶ浦	-														
	② 歩崎	歩崎地域														名勝として県指定文化財
	③ 成沢の山桜、筑波山地域ジオパーク	雪入														
	④ かすみがうら花のみち	市道西成井・神立線														
	⑤ 霞ヶ浦と八郎潟との連携	東福寺・田伏														帆引き船が秋田県八郎潟に伝わる
	⑥ 筑波山地域ジオパークと男鹿半島ジオパークの連携	-														
2. 人口施設資源 (レジャー施設・直売所等)	① 歩崎展望台	坂														
	② 歩崎公園	坂														
	③ かすみがうら市水族館	坂														H30.4.19リニューアルオープン
	④ かすみがうら市歴史博物館	坂														
	⑤ あゆみ庵、民家園	坂														
	⑥ かすみがうら市交流センター	坂														
	⑦ かすみキッチン	坂														
	⑧ 雪入ふれあいの里公園	雪入														
	⑨ 三ツ石森林公園	雪入														
	⑩ 富士見塚古墳公園	安食														
	⑪ 活性化センター生産物直売所	栄倉														
	⑫ JA土浦サンフレッシュ花野果	下稻吉														農産物直売所
	⑬ JA土浦サンフレッシュ霞ヶ浦店	深谷														農産物直売所
3. 文化・社会資源 (イベント・伝統文化/行事等)	① かすみがうらマラソン	土浦市・かすみがうら市														H30.4.15開催
	② かすみがうらウォーキング	土浦市・かすみがうら市														H30.4.15開催
	③ お田植え祭り&感謝祭	牛渡														お田植え祭り：5/5、感謝祭：12/15
	④ へいさんぼう	牛渡														
	⑤ 観光帆引き船	志戸崎漁港(受付)														
	⑥ あゆみ祭り湖上打上花火	歩崎公園周辺														
	⑦ 成井ばやし	西成井														市指定文化財
	⑧ 藤切り祇園祭	深谷														市指定文化財
	⑨ 千代田町内の祇園祭	上稲吉・下稲吉・下佐谷・中志筑等														
	⑩ かすみがうらエンデューロ&霞ヶ浦まるごとグルメフェス	歩崎公園～鹿島神宮														
	⑪ ライドハンターズ	かすみがうら市域														
	⑫ ふれあい生涯学習フェア	あじさい館														
	⑬ かすみがうら祭	第1常陸野公園・千代田公民館														
	⑮ まぼろしの鉄道	中志筑・上佐谷														加波山鉄道の築提跡
	⑯ 子授かり・安産・子育ての聖地	西野寺・東野寺														子安神社/胎安神社
	⑰ 全国各地の梅を楽しむ	上志筑														
	⑱ 古代～近世にかけての霞ヶ浦を代表する港町	柏崎														

(4) 歴史資源

	資源	場所	時期												備考		
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月			
4. 歴史資源① (指定文化財)	① 椎名家住宅	国指定	加茂														11/4-5にかけて公開 (H29実績)
	② 木造十一面千手観音立像	県指定	中志筑/須賀神社														
	③ 木村家住宅(旅籠皆川屋)	県指定	下稲吉														
	④ 絹本着色阿弥陀三尊来迎図	県指定	宍倉/最勝寺														
	⑤ 木造阿弥陀如来坐像	県指定	宍倉/最勝寺														
	⑥ 鰐口	県指定	安食/太宮神社														
	⑦ 木造十一面観音菩薩坐像	県指定	深谷/法蔵寺														
	⑧ 木造地藏菩薩立像	県指定	戸崎/松学寺														
	⑨ 志筑城跡	県指定	中志筑														
	⑩ 千代田の一里塚	県指定	西野寺														
	⑪ 熊野古墳	県指定	市川														
	⑫ 出島の椎	県指定	下軽部														
	⑬ 富士見塚古墳・富士見出土品	県指定	柏崎														
	⑭ 宝珠杵	県指定	深谷/法蔵寺														
	⑮ 風返稲荷山古墳出土品	県指定	風返/市歴史博物館														
	⑯ 本堂家の墓所	市指定	中志筑/長興寺														
	⑰ 長興寺事山門と本堂	市指定	中志筑/長興寺														
	⑱ 不動明王像および二童子立像	市指定	中志筑/長興寺														
	⑲ 千手観音堂	市指定	中志筑/須賀神社														
	⑳ 木造聖観音菩薩立像	市指定	下志筑/文殊院														
	㉑ 木造阿弥陀如来坐像	市指定	下志筑/文殊院														
	㉒ 板碑	市指定	上佐谷														
	㉓ 雨乞い幕	市指定	上佐谷														
	㉔ 雪入十五社神社祭礼幕	市指定	雪入														
	㉕ 雪入の郷倉	市指定	雪入														
	㉖ 木造千手観音菩薩坐像	市指定	安食/福蔵寺														
	㉗ 柏崎素鷲神社絵馬	市指定	柏崎/素鷲神社														
	㉘ 銅造千手観音菩薩立像	市指定	坂/神宮寺														
	㉙ 銅造菩薩立像	市指定	深谷														
	㉚ 貞照の刀	市指定	県立歴史館寄託														
	㉛ 銅造薬師如来懸仏	市指定	市歴史博物館寄託														
	㉜ 銅造阿弥陀如来懸仏	市指定	市歴史博物館寄託														
	㉝ 絹本着色釈迦十六善神図	市指定	市歴史博物館寄託														
	㉞ 木造十一面観音菩薩立像	市指定	中志筑														
	㉟ 帆引き網漁法の漁具	市指定	歴史博物館														
	㊱ 鰐口	市指定	有河/龍福寺														
	㊲ 木造薬師如来坐像	市指定	加茂/南円寺														
	㊳ 木造不動明王立像	市指定	上稲吉/福性寺														
	㊴ 中志筑石造五輪塔	市指定	中志筑/須賀神社														
	5. 歴史資源② (その他の歴史資源)	① 歩崎観音		坂													観音開き
② 伊東甲子太郎			-														新選組参謀
③ 鈴木三樹三郎			-														新選組九番隊長、伊東甲子太郎実弟
④ 茨城出身の新選組隊士の連携			市歴史博物館寄託														笠間市・行方市・かすみがうら市
⑤ 幕末志士ストリート			宮本中務生家など														
⑥ 水戸藩天狗党の集結の地			安食														竹内百太郎生家等
⑦ 空也堂			宍倉														日本三空也の聖地
⑧ 伊藤幾久造・松学寺			戸崎														日本を代表する挿絵画家
⑨ 師付の田井			中志筑														筑波山の絶景を望む万葉の地
⑩ 歩崎・東福寺等の帆引き船縁の史跡・名勝(坂本九氏を偲んで)			坂/田伏														
⑪ 古代東海道・鎌倉街道・水戸街道等の古道			下稲吉等														
⑫ 志筑城跡等			中志筑														交代寄合本堂家の陣屋跡と町並み
⑬ 閑居山・願成寺跡			上志筑														中世の神仏習合の聖地
⑭ 宍倉城跡・戸崎城跡			宍倉/戸崎														中世の城跡と城下町
⑮ 大塚古墳群			下志筑														古代豪族の奥津城
⑯ 風返古墳群			宍倉														〃
⑰ 田宿・赤塚古墳群			加茂														〃
⑱ 柏崎窯跡群			柏崎														茨城最古の焼き物生産地
⑲ 古渡喜一郎と鶴岡市との連携			宍倉														出島出身の庄内藩士(新徴組)
㉑ 伊東甲子太郎と京都戒光寺・本光寺との連携			長興寺・雲集寺														伊東甲子太郎暗殺の地
㉒ 高島嘉右衛門と横浜市との連携			牛渡														横浜発展の父。現在の高島町の由来
㉓ 本堂家と秋田県美郷町との連携			中志筑														秋田出身の小大名。旧千代田町に移封

(5) 地域特産品、その他の資源

資源	場所	時期												備考			
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月				
6. 特産品等	① いちご	千代田															
	② 落花生	千代田															
	③ しらうお	霞ヶ浦															
	④ わかさぎ	霞ヶ浦															
	⑤ ブルーベリー	千代田															
	⑥ 梨	千代田															
	⑦ 栗	千代田															
	⑧ ぶどう	千代田															
	⑨ 柿	千代田															
	⑩ レンコン	霞ヶ浦湖畔															
	⑪ さつまいも・干しいも	千代田															
	⑫ コイ	霞ヶ浦															
	⑬ 佃煮	霞ヶ浦															
	⑭ レンコンチーズ	牛渡															手作りパン パンプキン
	⑮ クリームパン	牛渡															手作りパン パンプキン
	⑯ ブルーベリーチーズ	牛渡															手作りパン パンプキン
	⑰ やきいも熟成紅はるか・熟成焼き栗	稲吉															(株)久松哲男商店
	⑱ 栗甘納豆・三色甘納豆・落花生甘納豆	稲吉															(株)久松哲男商店
	⑲ ゆで落花生「おおまさり」	稲吉															(株)久松哲男商店
	⑳ ブルーベリーアイス	下佐谷															ブルーベリー安田
	㉑ ブルーベリージャム	下佐谷															ブルーベリー安田
	㉒ 飲むブルーベリー	下佐谷															ブルーベリー安田
	㉓ 海老レンコン佃煮・霞ヶ浦フィッシュ&チップス	牛渡															(株)安部
	㉔ わかさぎ白焼き甘露煮	牛渡															(株)安部
	㉕ ブルーベリーがレット・ビーナッツガレット	稲吉南															お菓子の久月
	㉖ 楽花撰	稲吉南															お菓子の久月
	㉗ わかさぎかりんとう	牛渡															(株)島田商店
	㉘ わかさぎとレンコンのつみれ	牛渡															(株)島田商店
	㉙ 紅あずまチップス	深谷															(株)ひのでや
	㉚ 熟成焼いも焼酎「美並の恵」	深谷															(株)ひのでや
	㉛ 中村さん家のおつまみしらうお	坂															(株)中村商店
	㉜ 中村さん家のしらうおスープ	坂															(株)中村商店
	㉝ 本格やきいも焼酎「湖山」・ブルーベリーリキュール「霞恋」	市農林水産課内															かすみがうら市焼酎づくり推進協議会
	㉞ 霞ヶ浦帆引き船模型	市歴史博物館内															霞ヶ浦帆引き船・帆引き網漁法保存会
	㉟ かすみロール(蓮根)	坂															かすみがうら未来づくりカンパニー
	㊱ 太陽のめぐみ「サンマロン」	宍倉															志士庫園芸農業協同組合
	㊲ 梨のキャラメルパウンドケーキ・ブルーベリーパウンド	稲吉															パティスリープレザン
	㊳ 霞ヶ浦産えび入り揚もち・炭火烧	下稲吉															花見せんべい吾妻屋
	㊴ 蓮根豚	岩坪															(株)広原畜産
	㊵ 飯田吉英と習志野市、日本ハムとの連携	戸崎															ソーセージの普及に尽力
	7. その他の資源	① 葉材(果樹、レンコン等の剪定・収穫等で出るもの)															

2. かすみがうら市への来訪者の状況

(1) かすみがうら市への来訪者の年間動向

A 県内からの来訪者については、周辺自治体からの来訪が上位

茨城県内からの来訪者については、土浦市、石岡市、つくば市、小美玉市等のかすみがうら市の周辺自治体からの来訪が多くなっています。

B 県外からの来訪者については、千葉県及び東京都の常磐道・常磐線周辺自治体が上位

茨城県外からの来訪者については、千葉県柏市、同松戸市、東京都足立区、同江戸川区等が上位を占めています。

概ね、常磐自動車道やJR常磐線周辺の自治体からの来訪が多い傾向にあります。

A：茨城県内自治体

No.	自治体名	性別	人数※
1	土浦市	男性	8,986
2	土浦市	女性	8,625
3	石岡市	女性	5,712
4	石岡市	男性	5,627
5	つくば市	男性	4,061
6	小美玉市	男性	3,524
7	つくば市	女性	2,828
8	小美玉市	女性	2,660
9	水戸市	男性	1,756
10	行方市	男性	1,754
11	行方市	女性	1,653
12	阿見町	男性	1,539
13	阿見町	女性	1,364
14	水戸市	女性	1,204
15	笠間市	男性	1,123
16	牛久市	男性	1,021
17	笠間市	女性	902
18	牛久市	女性	746
19	鉾田市	女性	135
20	鉾田市	男性	82

B：茨城県外自治体

No.	自治体名	性別	人数※
1	千葉県柏市	男性	570
2	千葉県松戸市	男性	557
3	東京都足立区	男性	520
4	千葉県柏市	女性	341
5	東京都江戸川区	男性	306
6	千葉県松戸市	女性	278
7	東京都葛飾区	男性	206
8	東京都世田谷区	男性	204
9	東京都練馬区	男性	201
10	東京都足立区	女性	170
11	千葉縣市川市	男性	123
12	東京都板橋区	男性	122
13	東京都足立区	男性	114
14	東京都世田谷区	女性	104
15	千葉県松戸市	男性	102
16	東京都江東区	男性	101
17	千葉県船橋市	男性	99
18	東京都足立区	女性	90
19	東京都練馬区	女性	86
20	埼玉県川口市	男性	84

地域経済分析システム（RESAS）より作成

※数値の積算根拠

- ・対象データ：各月休日14時台において2時間以上滞在した者
- ・計算法：各月休日1日あたり平均滞在者数の合計

【出典】

- ・株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」
- ・総務省「平成27年国勢調査」

(2) かすみがうら市への来訪者の月別動向（上位 10 自治体）

A 県内からの来訪者は、11月に特に増加し、その他4月、9月、12月、3月にやや増加

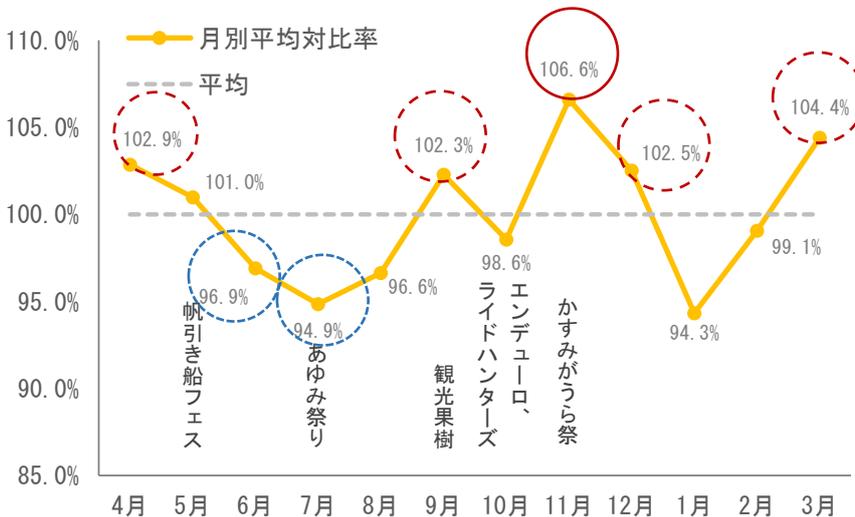
茨城県内からの来訪者は、11月に最も増加する傾向にあります。かすみがうら祭りの開催が来訪者の増加に一定程度寄与していると考えられます。

B 県外からの来訪者は、8月、10月、1月に増加

茨城県外からの来訪者は8月、10月、1月に特に増加する傾向にあります。8月と1月の増加にはお盆や正月時の帰省者が、10月の増加には果樹狩りやエンデューロ等への来訪者が一定程度寄与していると考えられます。

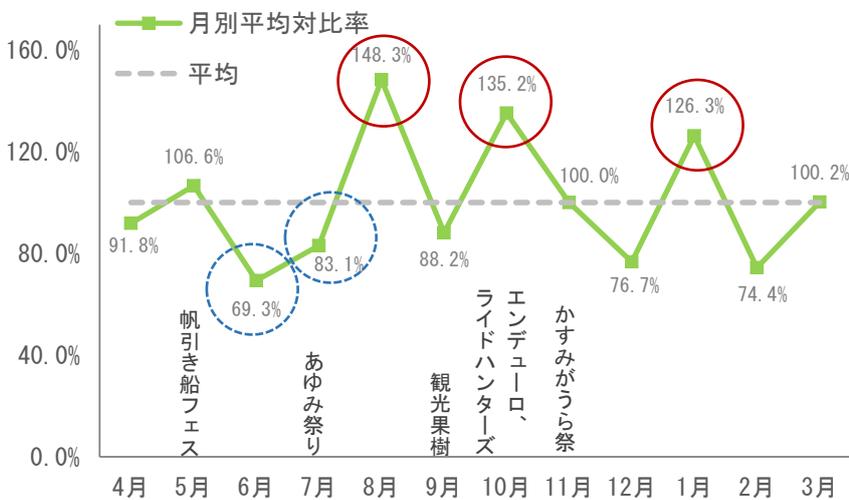
県内・県外からの来訪者数は、全体的に県内からの来訪者が減る時期に県外からの来訪者が増え、相互に入込客数を補完していますが、6月と7月は県内・県外からも来訪者が減少する傾向があります。

A：茨城県内からの来訪者の月別動向



地域経済分析システム (RESAS) より作成

B：茨城県外からの来訪者の月別動向



地域経済分析システム (RESAS) より作成

3. かすみがうら市における入込観光客数の状況

(1) かすみがうら市全体と歩崎地域における観光入込客数の比較

A かすみがうら市全体の年間入込観光客数はほぼ横ばい、月別では9月～11月に集中

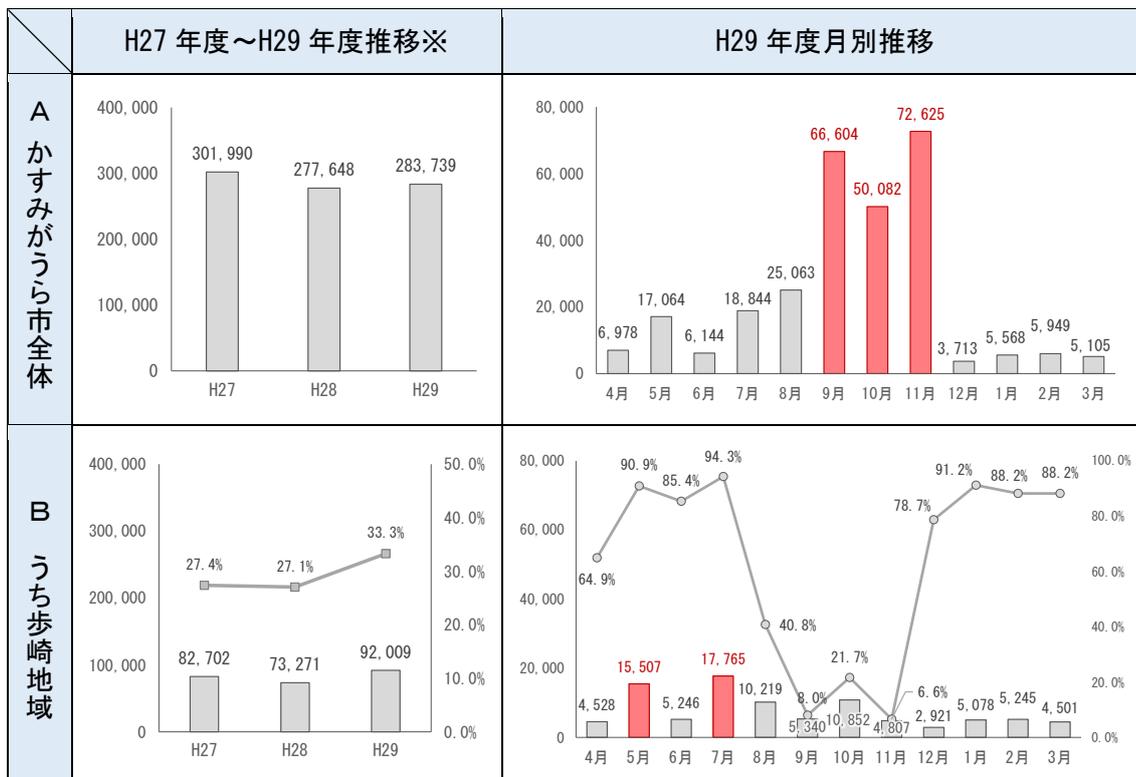
かすみがうら市全体の年間入込観光客数は、平成27年度が301,990人、平成28年度が277,648人、平成29年度が283,739人と、若干の減少がみられるものの、概ね横ばいとなっています。

月別の動向をみると、11月が72,625人と最も多く、次いで9月が66,604人、10月が50,082人と、9月から11月にかけて観光客の入込が集中しています。

B 歩崎地域の年間入込観光客数はほぼ横ばい、月別では5月と7月がやや多い

歩崎地域の年間入込観光客数は、平成27年度が82,702人、平成28年度が73,271人、平成29年度が92,009人と、概ね横ばいとなっていて、市全体の入込観光客数に占める割合は平成27年度が27.4%、平成28年度が27.1%、平成29年度が33.3%と、概ね27%～33%程度で推移しています。

月別の動向をみると、5月が15,507人、11月が17,765人と、他の月と比べて多くなっていて、市全体の傾向と比較すると、9月、10月の入込観光客数に差がみられます。



出典：かすみがうら市資料より作成

※平成29年度より集計対象に「農業環境改善センター」「ライドハンターズ」を追加

※歩崎公園の市交流センターは集計対象外

(2) かすみがうら市全体と歩崎地域における観光入込客数の推移の内訳

A-1 平成 28 年の減少はあゆみ祭り、かすみがうら祭の入込客数減が主な要因

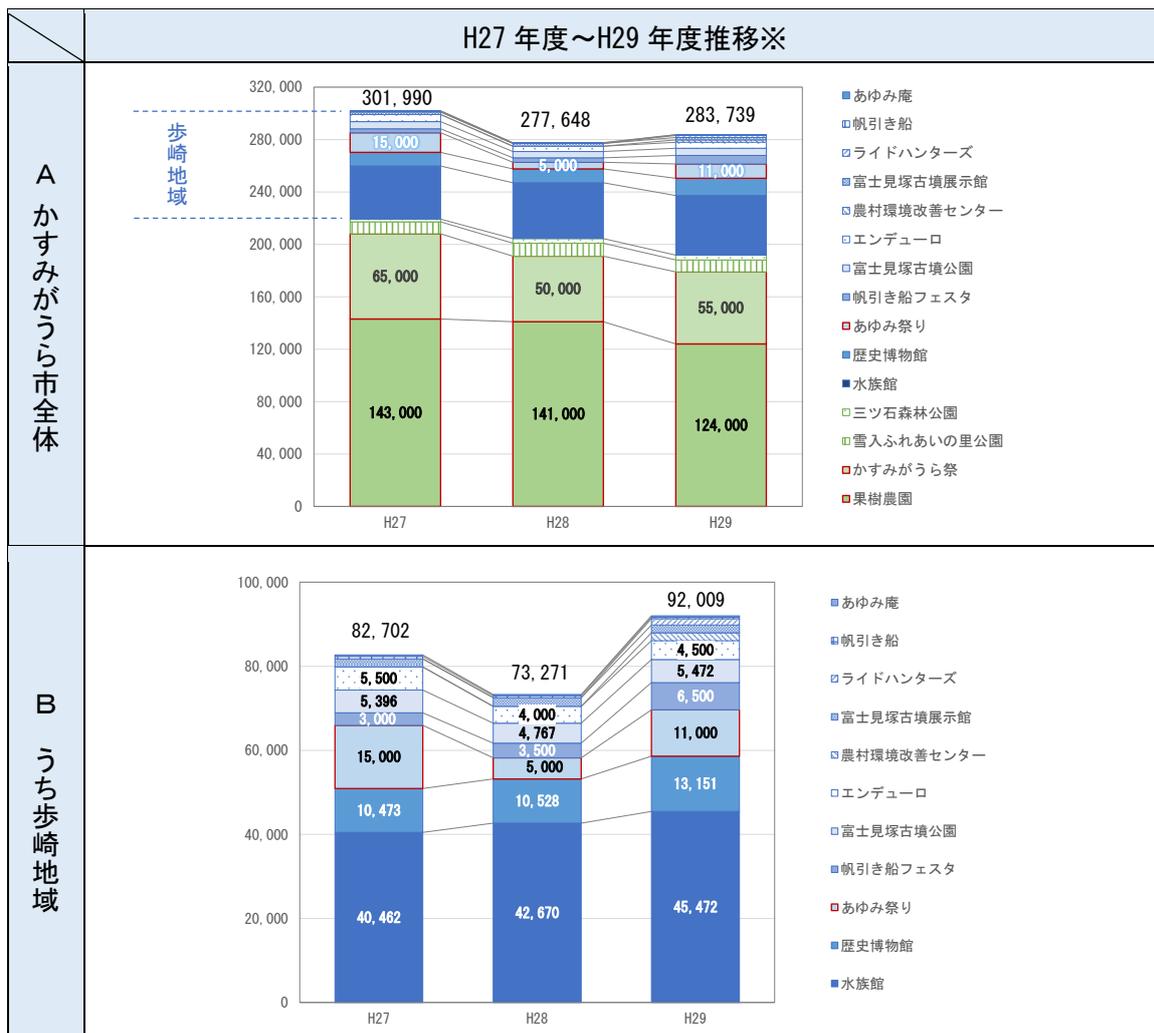
平成 28 年度は、あゆみ祭りの入込客数が平成 27 年度比 10,000 人減の 5,000 人、かすみがうら祭が同 15,000 人減の 50,000 人減となっており、平成 27 年度からの入込客数の減少の要因となっています。

A-2 平成 29 年は果樹農園の入込客数が減少するが、他の項目の増加により全体では微増

果樹農園の入込客数が平成 28 年度比 17,000 人減の 124,000 人となりましたが、あゆみ祭りやかすみがうら祭の入込客数の増加をはじめとする他の項目の増加により、全体では前年度比 6,091 人の増加となっています。

B 水族館、歴史博物館、あゆみ祭りなどが入込客数の上位をしめる

歩崎地域では、水族館、歴史博物館、あゆみ祭りが入込客数の上位を占めています。その他、帆引き船フェスタ、富士見塚古墳公園への入込客数も概ね 5,000 人以上となっています。特に、水族館、歴史博物館、富士見塚古墳公園では平成 27 年度から継続的な入込客数の増加がみられます。



第3部 基礎調査の結果

1. 基礎調査の実施

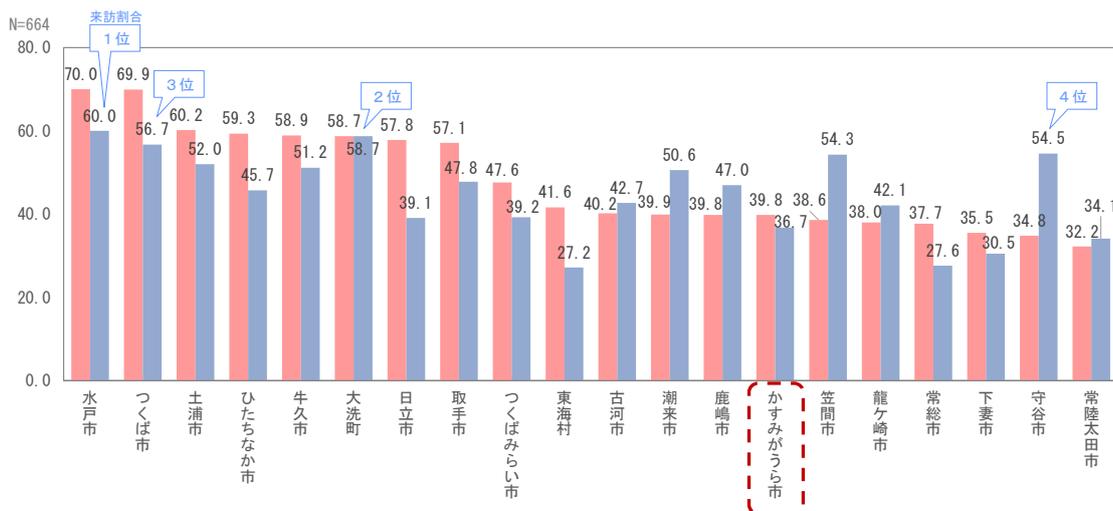
現在の観光のトレンドや、茨城県内観光におけるかすみがうら市の位置づけ、来訪者の実態等を把握するために、以下の2種類の調査を実施しました。

	インターネット調査	観光客実態調査
調査概要	<ul style="list-style-type: none"> ■ 関東在住で直近1年以内に国内旅行をした方に対するインターネット調査 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 歩崎地域を訪れた方に対する現地アンケート調査
目的	<ul style="list-style-type: none"> ■ 首都圏在住者及び茨城県内在住者における、かすみがうら市に関する以下の事項の把握 <ul style="list-style-type: none"> • かすみがうら市の認知度 • 観光資源の認知度 • 観光資源の興味・関心度 • 茨城県内の他自治体と比較したかすみがうら市の位置づけの把握 ■ 観光旅行に行く際に重視することの把握 など 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 歩崎地域への来訪者に関する以下の事項の把握 <ul style="list-style-type: none"> • 来訪回数（頻度） • 同行者 • 来訪手段 • 訪問行程、消費額 • 歩崎地域に対するイメージ • 地域資源の認知度 • 観光体験プログラムのニーズ など
対象者	<ul style="list-style-type: none"> ■ 20代～70代の男女 ■ 東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、茨城県の在住者 ■ 上記のうち、過去1年以内に1回以上旅行経験がある者 ■ 合計：664名 	<ul style="list-style-type: none"> ■ かすみがうら市歴史博物館、交流センター、かすみがうら市水族館の利用者 ※原則、小中高生を除く ■ 合計：294名
実施場所・日時	<ul style="list-style-type: none"> ■ 8/8～8/13 	<ul style="list-style-type: none"> ■ かすみがうら市歴史博物館 8/17-8/27 ■ かすみがうら市交流センター 8/18-8/19 ■ かすみがうら市水族館 9/22

2. インターネット調査結果

①自治体の認知度・来訪経験について

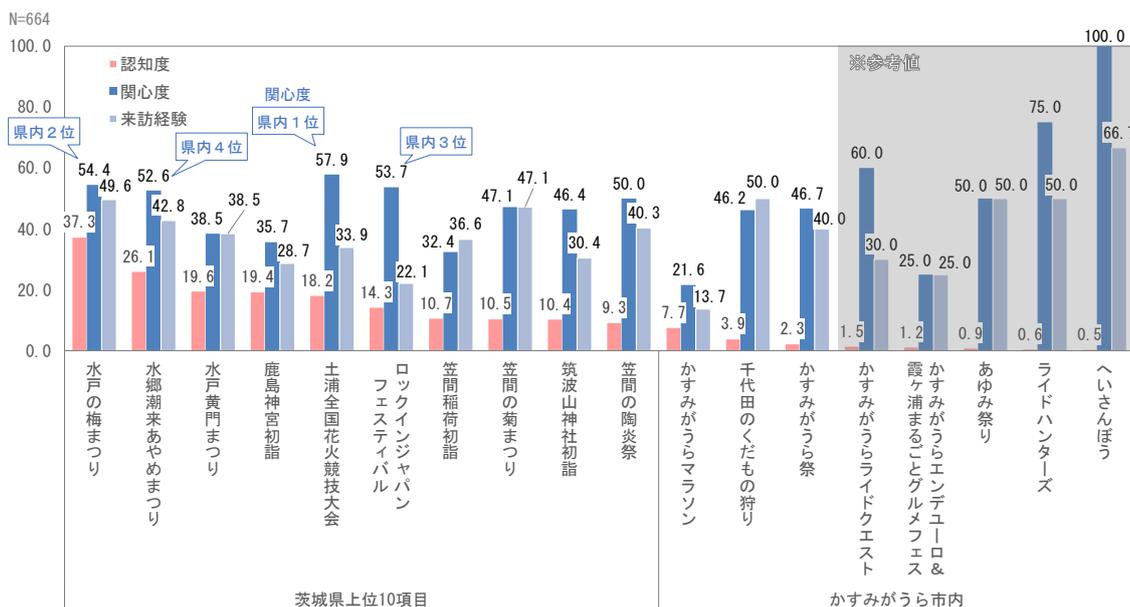
- 県内自治体の認知度は、**水戸市が70.0%**と最も高く、次いでつくば市(69.9%)、土浦市(60.2%)、ひたちなか市(59.3%)となっています。
- **かすみがうら市の認知度は39.8%**と、44市町村中**13番目**と比較的高くなっています。
- 認知している自治体への来訪経験は、**水戸市が60.6%**と最も高く、次いで**大洗町(58.7%)**、**つくば市(56.7%)**、**守谷市(54.5%)**となっています。
- **かすみがうら市を認知している方の来訪経験は36.7%**で認知度上位20自治体中16番目となっていて、認知度の高さの反面、来訪経験は比較的低くなっています。



※回答結果のうち、自治体の認知度上位20自治体を記載

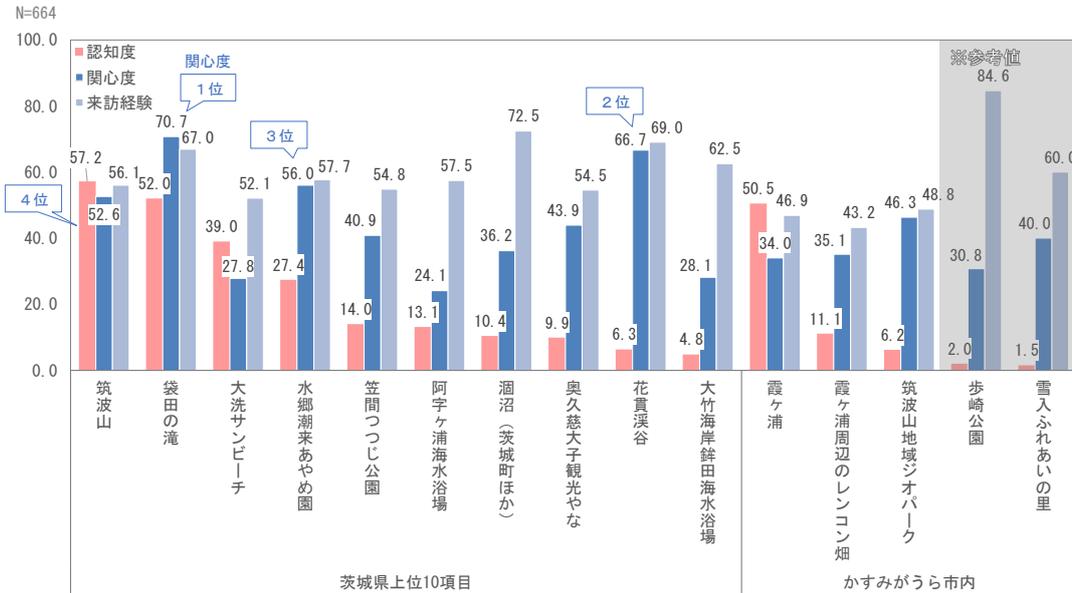
②イベントに対する興味・関心について

- 県内のイベントを認知している人の中での関心度は、県全体では**土浦全国花火競技大会が57.9%**と最も高く、次いで**水戸の梅まつり(54.4%)**、**ロックインジャパンフェスティバル(53.7%)**、**水郷潮来あやめまつり(52.6%)**となっています。
- 市内イベントの認知度は高くなく、関心度は**かすみがうら祭が46.7%**、**千代田のくだもの狩りが46.2%**、**かすみがうらマラソンが21.6%**と、秋のイベントへの関心度が高くなっています。



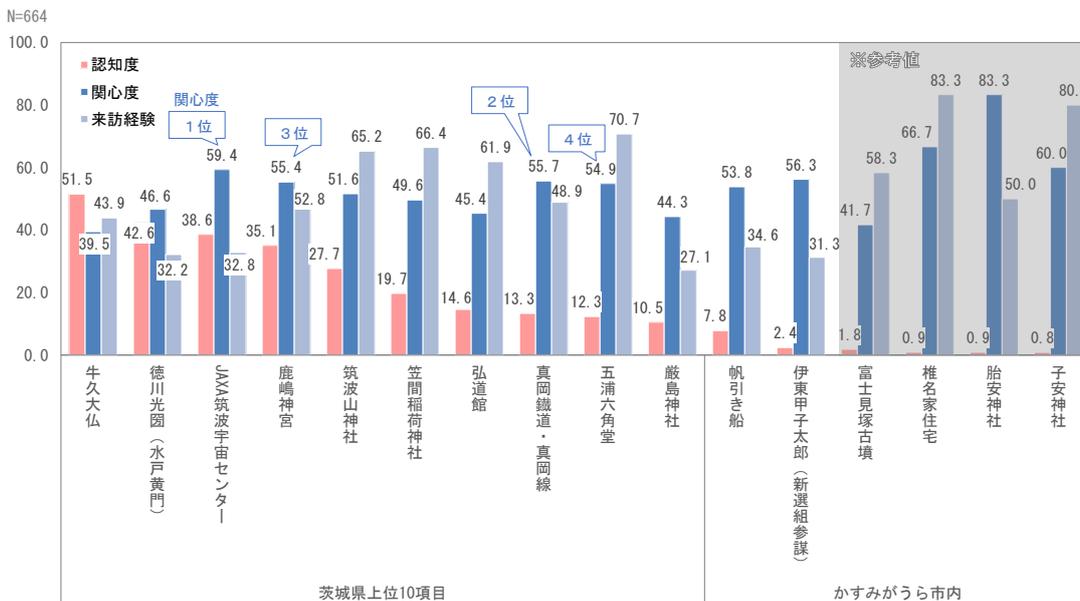
③自然資源に対する興味・関心について

- 県内の自然資源を認知している人の中での関心度は、県全体では**袋田の滝**が**70.7%**と最も高く、次いで**花貫溪谷**（66.7%）、**水郷潮来あやめ公園**（56.0%）、**筑波山**（52.6%）となっています。
- 市内では、**筑波山地域ジオパーク**が46.3%、**霞ヶ浦周辺のレンコン畑**が35.1%、**霞ヶ浦**が34.0%となっていて、霞ヶ浦周辺の自然資源への関心の高さがうかがえます。



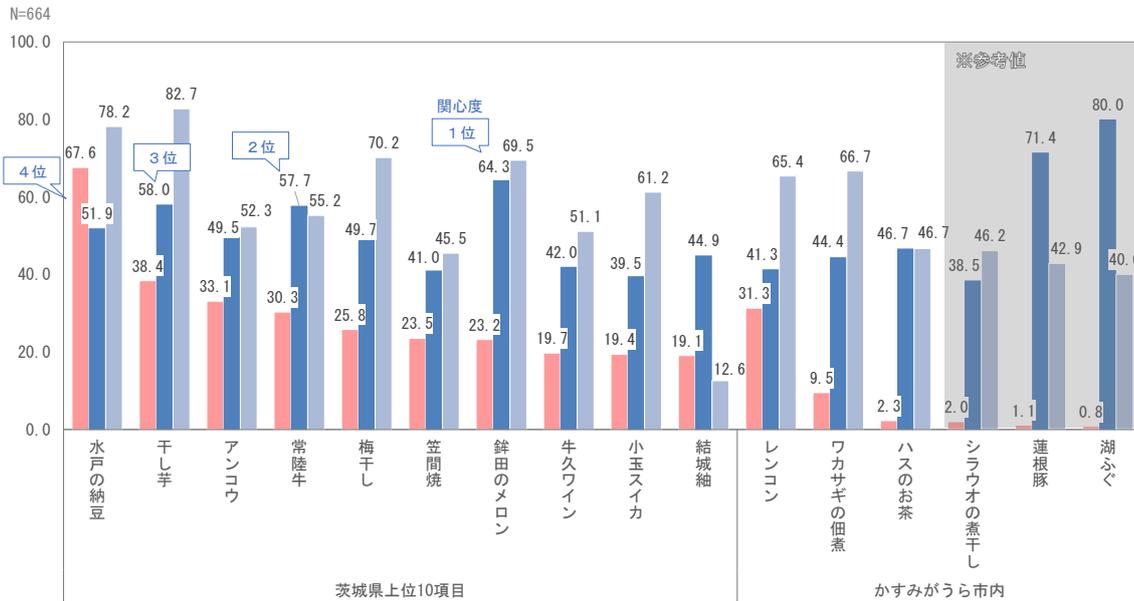
④歴史・文化資源に対する興味・関心について

- 県内の歴史・文化資源を認識している人の中での関心度は、県全体では**JAXA 筑波宇宙センター**が**59.4%**と最も高く、次いで**真岡鐵道・真岡線**（55.7%）、**鹿島神宮**（55.4%）、**五浦六角堂**（54.9%）となっています。
- 市内の歴史・文化資源への認知度は高くなく、関心度は**伊東甲子太郎（新撰組参謀）**が**56.3%**、**帆引き船**が**53.8%**となっています。



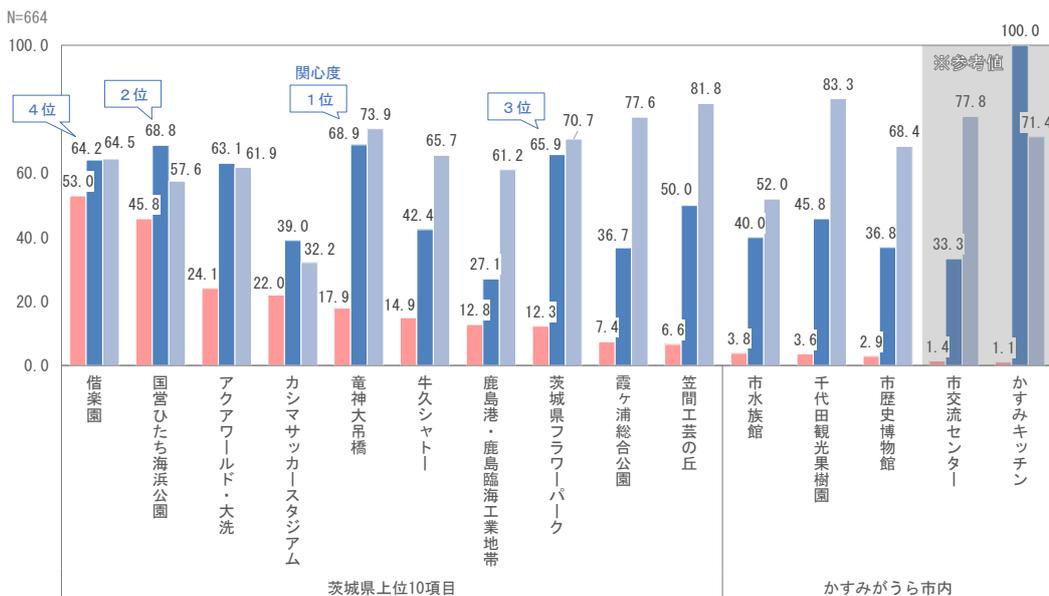
⑤特産品に対する興味・関心について

- 県内の特産品を認知している人の中での関心度は、県全体では**鉾田のメロン**が**64.3%**と最も高く、次いで**常陸牛**（57.7%）、**干し芋**（58.0%）、**水戸の納豆**（51.9%）となっています。
- 市内では、**ハスのお茶**が**46.7%**、**ワカサギの佃煮**が**44.4%**、**レンコン**が**41.3%**となっていて、霞ヶ浦周辺で産出される特産品への関心の高さがうかがえます。



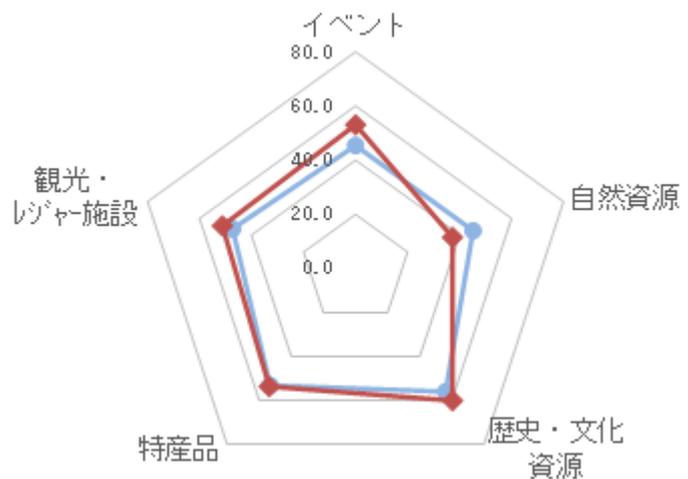
⑥観光・レジャー施設に対する興味・関心について

- 県内の観光・レジャー施設を認知している人の中での関心度は、県全体では**竜神大吊橋**が**64.3%**と最も高く、次いで**国営ひたち海浜公園**（68.8%）、**茨城県フラワーパーク**（65.9%）、**偕楽園**（64.2%）となっています。
- 市内の観光・レジャー施設の認知度は高くなく、関心度は**千代田観光果樹園**が**45.8%**、**かすみがうら市水族館**が**40.0%**、**かすみがうら市歴史博物館**が**36.8%**となっています。



⑦市内の地域資源に関する関心度まとめ

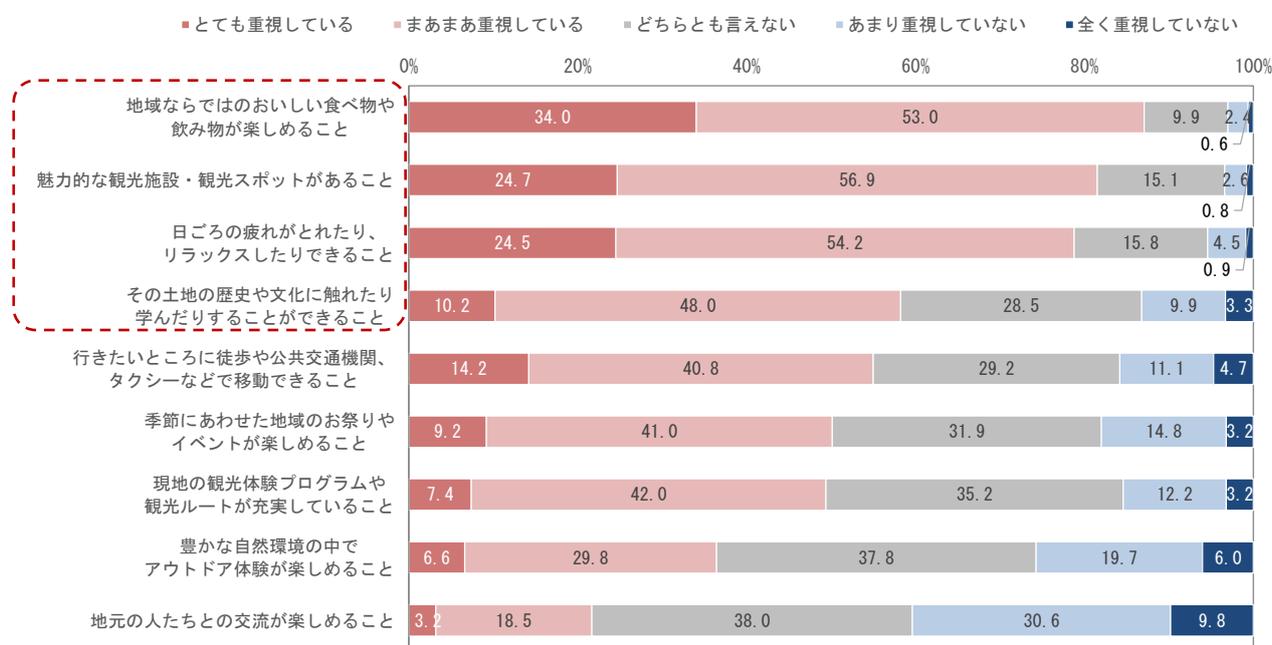
- ✓ 県平均と比べると、イベント、歴史・文化資源、観光レジャー施設への興味・関心が高くなっています。
- ✓ 特産品への関心は県平均と同程度となっています。
- ✓ 県平均と比べ、自然資源への関心はやや低くなっています。



- 市内の「イベント」「歴史・文化資源」「観光・レジャー施設」への認知度自体は高くないものの、それら資源を認知している人の中での関心度は県内の平均を上回る、との傾向は、かすみがうら市が「知る人ぞ知る」地域資源の宝庫であることを示すものと考えられます。今後は「知る人ぞ知る」ものを「皆が知っている」地域資源としていくためのプロモーションが課題と言えるでしょう。
- また、市内の地域資源で関心度が県内平均と同程度の「特産品」や、県内平均を下回っている「自然資源」については、それら資源を認知している人の関心度が経験度（実際に賞味したり訪問したことがある人の割合）を下回る傾向があります。これらは地域資源への満足度の低さ（経験したことはあるがそれほど高い関心はもっていない）を示している可能性があるため、今後は新たな付加価値を付けた提供の仕方など、満足度向上に向けた取組が課題となります。なお、市内の「観光・レジャー施設」も、関心度自体は比較的高いとはいえ、やはり経験度を大きく下回っているため、同様の課題が考えられます。

⑧観光旅行に行く際に重視すること

- とても重視している」と「まあまあ重視している」の回答割合の合計について、**地域ならではのおいしい食べ物や飲み物が楽しめることが87.0%**と最も高く、次いで**魅力的な観光施設・観光スポットがあること(81.6%)**、**日ごろの疲れが取れたりリラックスできること(78.7%)**、**その土地の歴史や文化に触れたり学んだりすることができること(58.2%)**が**できること**となっています。
- **食、観光施設・観光スポットの有無、癒し、学び**などが観光旅行先選定の際のポイントとなっていると考えられます。
- 上記の傾向の他にも、世代別・性別の傾向として、30代男性では「季節にあわせた地域のお祭りやイベントが楽しめること」「豊かな自然環境の中でアウトドア体験が楽しめること」も相当程度重視されていることから、祭りやイベント、アウトドア体験なども、適切なターゲットに対してプロモーションを行うことで、集客を図ることができると考えられます。

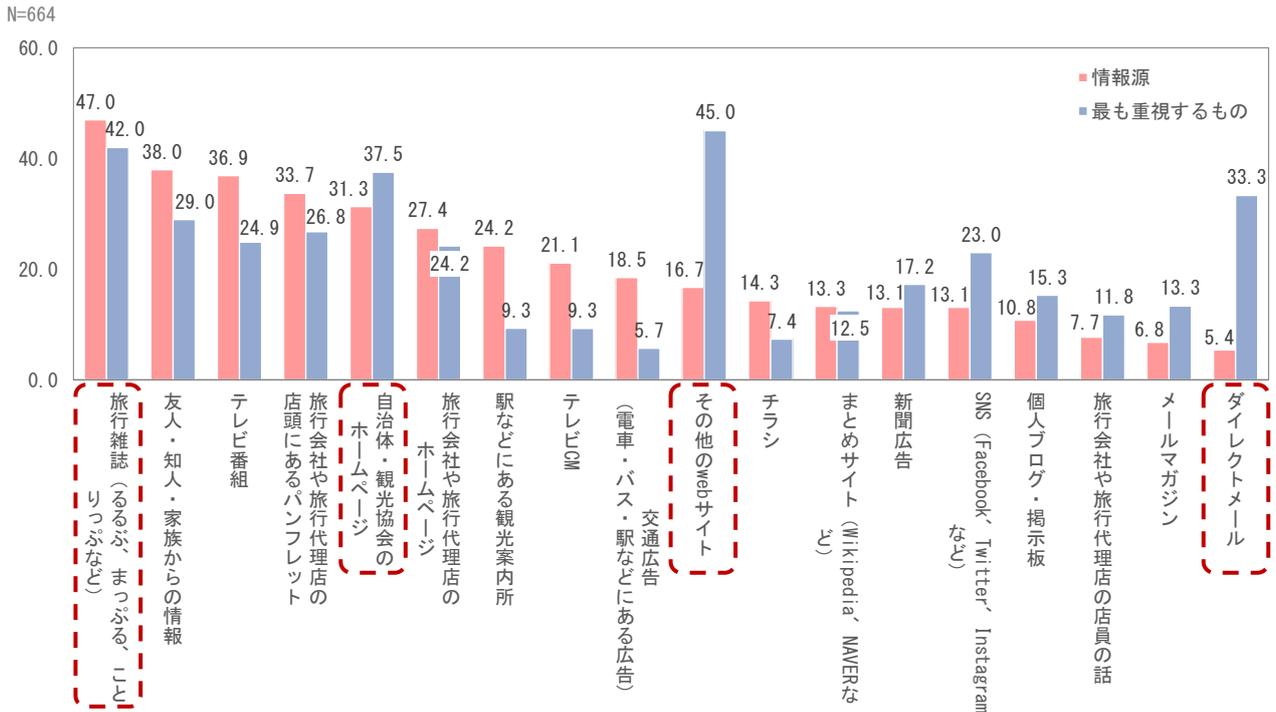


	【Q8(1)】 地域ならではのおいしい食べ物や飲み物が楽しめること			【Q8(2)】 地元の人たちとの交流が楽しめること			【Q8(3)】 その土地の歴史や文化に触れたり学んだりすることができること			【Q8(4)】 季節にあわせた地域のお祭りやイベントが楽しめること			【Q8(5)】 豊かな自然環境の中でアウトドア体験が楽しめること		
	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計
TOTAL(N=684)	87.0	9.9	3.0	21.7	38.0	40.4	58.3	28.5	13.3	50.2	31.9	17.9	36.4	37.8	25.8
年齢別															
20代 (n=108)	83.3	11.1	5.6	23.1	25.9	50.9	52.8	22.2	25.0	53.7	19.4	26.9	40.7	32.4	26.9
30代 (n=113)	80.5	13.3	6.2	26.5	28.3	45.1	56.6	27.4	15.9	56.6	28.3	15.0	36.3	41.6	22.1
40代 (n=110)	90.0	8.2	1.8	19.1	42.7	38.2	54.5	31.8	13.6	53.6	34.5	11.8	39.1	36.4	24.5
50代 (n=111)	91.0	6.3	2.7	17.1	48.6	34.2	55.0	38.7	6.3	47.7	37.8	14.4	36.9	36.0	27.0
60代 (n=113)	88.5	11.5	0.0	16.8	43.4	39.8	60.2	30.1	9.7	42.5	38.1	19.5	27.4	42.5	30.1
70代 (n=109)	89.0	9.2	1.8	27.5	38.5	33.9	70.6	20.2	9.2	46.8	33.0	20.2	38.5	37.6	23.9
男性 ×年齢															
TOTAL(N=323)	83.6	12.4	4.0	22.3	39.3	38.4	58.2	27.6	14.2	45.5	35.0	19.5	38.7	38.7	22.6
20代 (n=51)	82.4	11.8	5.9	27.5	25.5	47.1	49.0	21.6	29.4	49.0	27.5	23.5	41.2	35.3	23.5
30代 (n=54)	79.6	13.0	7.4	37.0	29.6	33.3	64.8	25.9	9.3	63.0	22.2	14.8	53.7	35.2	11.1
40代 (n=55)	85.5	10.9	3.6	14.5	43.6	41.8	47.3	34.5	18.2	47.3	36.4	16.4	40.0	36.4	23.6
50代 (n=53)	84.9	9.4	5.7	15.1	49.1	35.8	52.8	39.6	7.5	39.6	43.4	17.0	35.8	41.5	22.6
60代 (n=55)	81.8	18.2	0.0	16.4	45.5	38.2	58.2	30.9	10.9	30.9	47.3	21.8	20.0	47.3	32.7
70代 (n=55)	87.3	10.9	1.8	23.6	41.8	34.5	76.4	12.7	10.9	43.6	32.7	23.6	41.8	36.4	21.8
女性 ×年齢															
TOTAL(N=341)	90.3	7.6	2.1	21.1	36.7	42.2	58.4	29.3	12.3	54.5	29.0	16.4	34.3	37.0	28.7
20代 (n=57)	84.2	10.5	5.3	19.3	26.3	54.4	56.1	22.8	21.1	57.9	12.3	29.8	40.4	29.8	29.8
30代 (n=59)	81.4	13.6	5.1	16.9	27.1	55.9	49.2	28.8	22.0	50.8	33.9	15.3	20.3	47.5	32.2
40代 (n=55)	94.5	5.5	0.0	23.6	41.8	34.5	61.8	29.1	9.1	60.0	32.7	7.3	38.2	36.4	25.5
50代 (n=58)	96.6	3.4	0.0	19.0	48.3	32.8	56.9	37.9	5.2	55.2	32.8	12.1	37.9	31.0	31.0
60代 (n=58)	94.3	5.2	0.0	17.2	41.4	41.4	62.1	29.3	8.6	53.4	29.3	17.2	34.5	37.9	27.6
70代 (n=54)	90.7	7.4	1.9	31.5	35.2	33.3	64.8	27.8	7.4	50.0	33.3	16.7	35.2	38.9	25.9
東京都 (n=225)	87.1	8.9	4.0	23.1	40.0	36.9	57.3	28.9	13.8	49.3	32.0	18.7	36.4	36.9	26.7
埼玉県 (n=127)	87.4	10.2	2.4	25.2	37.0	37.8	62.2	24.4	13.4	52.8	37.0	10.2	35.4	37.8	26.8
千葉県 (n=104)	88.5	8.7	2.9	20.2	34.6	45.2	57.7	24.0	18.3	52.9	27.9	19.2	36.5	37.5	26.0
神奈川県 (n=161)	85.1	13.7	1.2	16.8	39.1	44.1	56.5	33.5	9.9	44.7	33.5	21.7	34.2	40.4	25.5
茨城県 (n=47)	89.4	4.3	6.4	25.5	34.0	40.4	59.6	29.8	10.6	59.6	21.3	19.1	46.8	34.0	19.1

	【Q8(6)】 魅力的な観光施設・観光スポットがあること			【Q8(7)】 行きたいところに徒歩や公共交通機関、タクシーなどで移動できること			【Q8(8)】 日ごろの疲れがとれたり、リラックスしたりできること			【Q8(9)】 現地の観光体験プログラムや観光ルートが充実していること		
	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計	とても重視している +まあまあ重視している 合計	どちらとも言えない	あまり重視していない +全く重視していない 合計
TOTAL(N=684)	81.6	15.1	3.3	55.0	29.2	15.8	78.8	15.8	5.4	49.4	35.2	15.4
年齢別												
20代 (n=108)	86.1	11.1	2.8	64.8	18.5	16.7	86.1	10.2	3.7	49.1	28.7	22.2
30代 (n=113)	77.9	17.7	4.4	54.0	29.2	16.8	76.1	15.9	8.0	49.6	31.9	18.6
40代 (n=110)	81.8	13.6	4.5	50.9	30.9	18.2	81.8	15.5	2.7	43.6	43.6	12.7
50代 (n=111)	81.1	17.1	1.8	45.9	36.0	18.0	79.3	18.0	2.7	46.8	42.3	10.8
60代 (n=113)	83.2	14.2	2.7	52.2	31.9	15.9	79.6	16.8	3.5	52.2	34.5	13.3
70代 (n=109)	79.8	16.5	3.7	62.4	28.4	9.2	69.7	18.3	11.9	55.0	30.3	14.7
男性 ×年齢												
TOTAL(N=323)	78.9	17.6	3.4	50.8	33.1	16.1	74.3	20.1	5.6	45.5	39.0	15.5
20代 (n=51)	82.4	13.7	3.9	58.8	23.5	17.6	84.3	11.8	3.9	45.1	29.4	25.5
30代 (n=54)	79.6	14.8	5.6	53.7	35.2	11.1	79.6	14.8	5.6	50.0	33.3	16.7
40代 (n=55)	78.2	18.2	3.6	49.1	27.3	23.6	76.4	20.0	3.6	41.8	47.3	10.9
50代 (n=53)	75.5	24.5	0.0	41.5	43.4	15.1	69.8	24.5	5.7	41.5	47.2	11.3
60代 (n=55)	78.2	18.2	3.6	47.3	34.5	18.2	70.9	27.3	1.8	47.3	41.8	10.9
70代 (n=55)	80.0	16.4	3.6	54.5	34.5	10.9	65.5	21.8	12.7	47.3	34.5	18.2
女性 ×年齢												
TOTAL(N=341)	84.2	12.6	3.2	58.9	25.5	15.6	83.0	11.7	5.3	53.1	31.7	15.2
20代 (n=57)	89.5	8.8	1.8	70.2	14.0	15.8	87.7	8.8	3.5	52.6	28.1	19.3
30代 (n=59)	76.3	20.3	3.4	54.2	23.7	22.0	72.9	16.9	10.2	49.2	30.5	20.3
40代 (n=55)	85.5	9.1	5.5	52.7	34.5	12.7	87.3	10.9	1.8	45.5	40.0	14.5
50代 (n=58)	86.2	10.3	3.4	50.0	29.3	20.7	87.9	12.1	0.0	51.7	37.9	10.3
60代 (n=58)	87.9	10.3	1.7	56.9	29.3	13.8	87.9	6.9	5.2	56.9	27.6	15.5
70代 (n=54)	79.6	16.7	3.7	70.4	22.2	7.4	74.1	14.8	11.1	63.0	25.9	11.1
東京都 (n=225)	80.9	15.6	3.6	60.9	28.0	11.1	80.0	12.9	7.1	47.6	34.7	17.8
埼玉県 (n=127)	84.3	14.2	1.6	55.1	29.9	15.0	81.1	16.5	2.4	51.2	37.8	11.0
千葉県 (n=104)	89.4	7.7	2.9	54.8	24.0	21.2	81.7	13.5	4.8	58.7	28.8	12.5
神奈川県 (n=161)	74.5	21.7	3.7	50.9	30.4	18.6	73.3	20.5	6.2	45.3	37.9	16.8
茨城県 (n=47)	85.1	8.5	6.4	40.4	40.4	19.1	78.7	17.0	4.3	46.8	36.2	17.0

⑨観光旅行に行く際の情報源

- 回答者全体では、その他の Web サイトが 45.0%と最も高く、次いで旅行雑誌（るるぶ、まっぷる、ことりっぷなど）（42.0%）、自治体・観光協会のホームページ（37.5%）、ダイレクトメール（33.3%）となっています。
- 上記の傾向のほかにも、世代別の傾向として、30代男性・女性は SNS やまとめサイトを活用する傾向があることから、これらの層をターゲットとしたイベントや観光プログラムのプロモーションにおいて、SNS などソーシャルメディアの活用は有効と考えられます。



		テレビCM	テレビ番組	新聞広告	チラシ	DM (ダイレクトメール)	旅行雑誌(るるぶ、まっぶる、ことりっぶなど)	交通広告(電車・バス・駅などにある広告)	旅行会社や旅行代理店のホームページ	自治体・観光協会のホームページ	個人ブログ・掲示板	SNS (Facebook、Twitter、Instagramなど)	まとめサイト (Wikipedia、NAVERなど)	その他のウェブサイト	旅行会社や旅行代理店の店頭にあるパンフレット	旅行会社や旅行代理店の店員の話	駅などにある観光案内所	友人・知人・家族からの情報	メールマガジン	その他	参考にする情報源はない
TOTAL		21.1	36.9	13.1	14.3	5.4	47.0	18.5	27.4	31.3	10.8	13.1	13.3	16.7	33.7	7.7	24.2	38.0	6.8	0.2	6.5
年齢別	20代 (n=108)	15.7	25.9	3.7	7.4	0.0	52.8	15.7	20.4	24.1	17.6	18.5	21.3	18.5	24.1	4.6	22.2	38.9	2.8	0.0	14.8
	30代 (n=113)	19.5	26.5	6.2	8.0	3.5	49.6	20.4	27.4	28.3	15.9	31.0	30.1	25.7	28.3	8.8	17.7	36.3	2.7	0.0	5.3
	40代 (n=110)	20.0	37.3	9.1	12.7	2.7	49.1	18.2	29.1	32.7	11.8	11.8	9.1	24.5	31.8	11.8	25.5	40.0	4.5	0.0	6.4
	50代 (n=111)	25.2	49.5	8.1	14.4	2.7	46.8	26.1	34.2	44.1	12.6	9.9	12.6	15.3	40.5	9.0	27.9	37.8	9.0	0.0	3.6
	60代 (n=113)	21.2	36.3	19.5	16.8	9.7	41.6	10.6	25.7	29.2	3.5	4.4	2.7	8.0	38.1	7.1	22.1	39.8	8.0	0.9	4.4
	70代 (n=109)	24.8	45.9	32.1	26.6	13.8	42.2	20.2	27.5	29.4	3.7	2.8	3.7	8.3	39.4	4.6	30.3	34.9	13.8	0.0	4.6
男性 × 年齢	TOTAL	18.3	33.1	12.4	12.7	4.6	40.9	18.0	28.5	33.1	9.6	11.8	13.0	19.8	29.7	5.9	19.8	30.0	6.2	0.0	8.7
	20代 (n=51)	13.7	15.7	7.8	11.8	0.0	43.1	19.6	29.4	31.4	11.8	17.6	19.6	21.6	21.6	5.9	23.5	33.3	2.0	0.0	15.7
	30代 (n=54)	18.5	25.9	9.3	9.3	5.6	40.7	22.2	29.6	20.4	16.7	27.8	31.5	29.6	25.9	7.4	18.5	27.8	3.7	0.0	9.3
	40代 (n=55)	16.4	36.4	7.3	9.1	1.8	45.5	21.8	23.6	32.7	7.3	9.1	5.5	27.3	21.8	5.5	20.0	38.2	3.6	0.0	5.5
	50代 (n=53)	17.0	43.4	3.8	7.5	3.8	37.7	22.6	32.1	37.7	13.2	9.4	13.2	20.8	34.0	5.7	17.0	22.6	3.8	0.0	7.5
	60代 (n=55)	20.0	34.5	18.2	16.4	5.5	34.5	3.6	21.8	36.4	5.5	3.6	5.5	10.9	34.5	7.3	14.5	30.9	7.3	0.0	7.3
	70代 (n=55)	23.6	41.8	27.3	21.8	10.9	43.6	18.2	34.5	40.0	3.6	3.6	3.6	9.1	40.0	3.6	25.5	27.3	16.4	0.0	7.3
女性 × 年齢	TOTAL	23.8	40.5	13.8	15.8	6.2	52.8	19.1	26.4	29.6	12.0	14.4	13.5	13.8	37.5	9.4	28.4	45.5	7.3	0.3	4.4
	20代 (n=57)	17.5	35.1	0.0	3.5	0.0	61.4	12.3	12.3	17.5	22.8	19.3	22.8	15.8	26.3	3.5	21.1	43.9	3.5	0.0	14.0
	30代 (n=59)	20.3	27.1	3.4	6.8	1.7	57.6	18.6	25.4	35.6	15.3	33.9	28.8	22.0	30.5	10.2	16.9	44.1	1.7	0.0	1.7
	40代 (n=55)	23.6	38.2	10.9	16.4	3.6	52.7	14.5	34.5	32.7	16.4	14.5	12.7	21.8	41.8	18.2	30.9	41.8	5.5	0.0	7.3
	50代 (n=58)	32.8	55.2	12.1	20.7	1.7	55.2	29.3	36.2	50.0	12.1	10.3	12.1	10.3	46.6	12.1	37.9	51.7	13.8	0.0	0.0
	60代 (n=58)	22.4	37.9	20.7	17.2	13.8	48.3	17.2	29.3	22.4	1.7	5.2	0.0	5.2	41.4	6.9	29.3	48.3	8.6	1.7	1.7
	70代 (n=54)	25.9	50.0	37.0	31.5	16.7	40.7	22.2	20.4	18.5	3.7	1.9	3.7	7.4	38.9	5.6	35.2	42.6	11.1	0.0	1.9
東京都 (n=225)	22.2	36.4	14.7	14.7	5.8	38.7	22.2	27.1	32.4	11.6	16.0	15.1	16.0	32.0	7.6	22.2	41.8	5.8	0.0	8.4	
埼玉県 (n=127)	27.6	42.5	13.4	11.8	4.7	49.6	18.9	29.9	24.4	11.0	10.2	7.9	15.0	35.4	4.7	28.3	31.5	6.3	0.0	6.3	
千葉県 (n=104)	21.2	41.3	14.4	17.3	2.9	57.7	16.3	25.0	31.7	14.4	18.3	12.5	22.1	38.5	14.4	21.2	46.2	5.8	0.0	1.9	
神奈川県 (n=161)	16.8	31.1	9.3	10.6	5.6	47.8	13.7	26.1	32.9	7.5	8.1	14.3	16.1	32.3	4.3	25.5	32.3	6.2	0.6	7.5	
茨城県 (n=47)	12.8	34.0	14.9	25.5	10.6	53.2	21.3	31.9	38.3	10.6	12.8	17.0	14.9	31.9	12.8	25.5	38.3	17.0	0.0	4.3	

3. 観光客実態調査

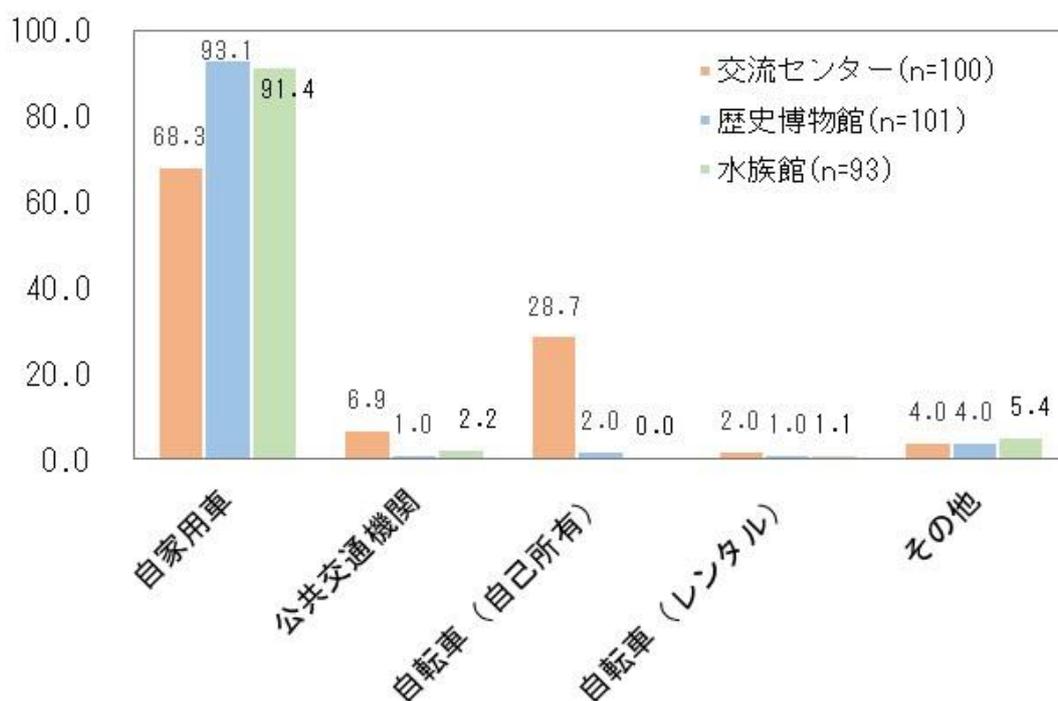
①歩崎地域への来訪回数

- 歴史博物館では「はじめて」が64.6%、水族館では同49.5%と最も高くなっています。
- 一方、交流センターでは「4回以上」が51.5%と最も高く、リピーターの獲得に一定の成果が表れてきています。



②歩崎地域への来訪手段

- 交流センター、歴史博物館、水族館ともに「自家用車」での来訪が多くなっています。特に、歴史博物館と水族館では「自家用車」が90%を超え、回答者のほとんどが自家用での来訪となっています。
- 交流センターでは「自転車（自己所有）」が28.7%と比較的多く、つくば霞ヶ浦りんりんロードからの自転車での来訪割合が高くなっていると考えられます。



③歩崎地域来訪者の居住地

- 茨城県内からの来訪者が 58%、茨城県外からの来訪者が 42%となっています。
茨城県外の来訪者では、東京都、千葉県、埼玉県からの来訪者が多く、全来訪者の 30%を占めています。

※回答者数：人

居住地 都道府県別	交流センター 回答者数	割合 %	水族館 回答者数	割合 %	歴史博物館 回答者数	割合 %	合計 回答者数	割合 %
茨城県	53	53%	57	61%	61	60%	171	58%
東京都	18	18%	9	10%	7	7%	34	12%
千葉県	7	7%	11	12%	13	13%	31	11%
埼玉県	10	10%	7	8%	6	6%	23	8%
神奈川県	3	3%	5	5%	2	2%	10	3%
栃木県	3	3%	2	2%	4	4%	9	3%
台湾					2	2%	2	1%
不明	2	2%					2	1%
オーストラリア	1	1%					1	0%
愛知県	1	1%					1	0%
宮城県					1	1%	1	0%
群馬県					1	1%	1	0%
山形県					1	1%	1	0%
山梨県	1	1%					1	0%
滋賀県	1	1%					1	0%
新潟県					1	1%	1	0%
静岡県			1	1%			1	0%
大阪府					1	1%	1	0%
福島県			1	1%			1	0%
北海道					1	1%	1	0%
	100	100%	93	100%	101	100%	294	100%

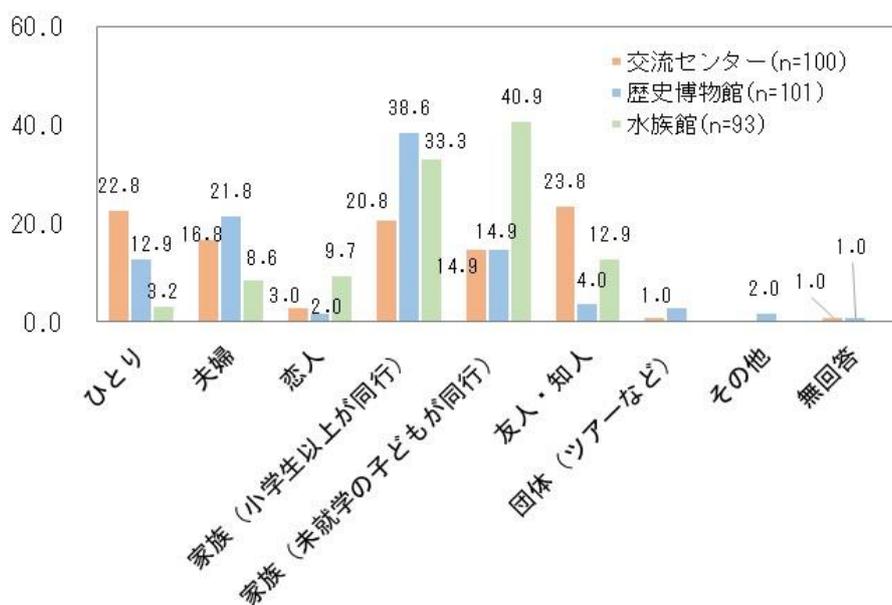
- 交流センターは、「市内からの来訪者」を除くと、「県外からの来訪者」数が「かすみがうら市内を除く茨城県内市町村からの来訪者」数を上回っています。

※回答者数：人

居住地	交流センター 回答者数	割合 %	水族館 回答者数	割合 %	歴史博物館 回答者数	割合 %	合計 回答者数	割合 %
かすみがうら市	11	11%	4	4%	13	13%	28	10%
かすみがうら市内除く 茨城県内市町村	42	42%	53	57%	48	48%	143	49%
県外	47	47%	36	39%	40	40%	123	42%
合計	100	100%	93	100%	101	100%	294	100%

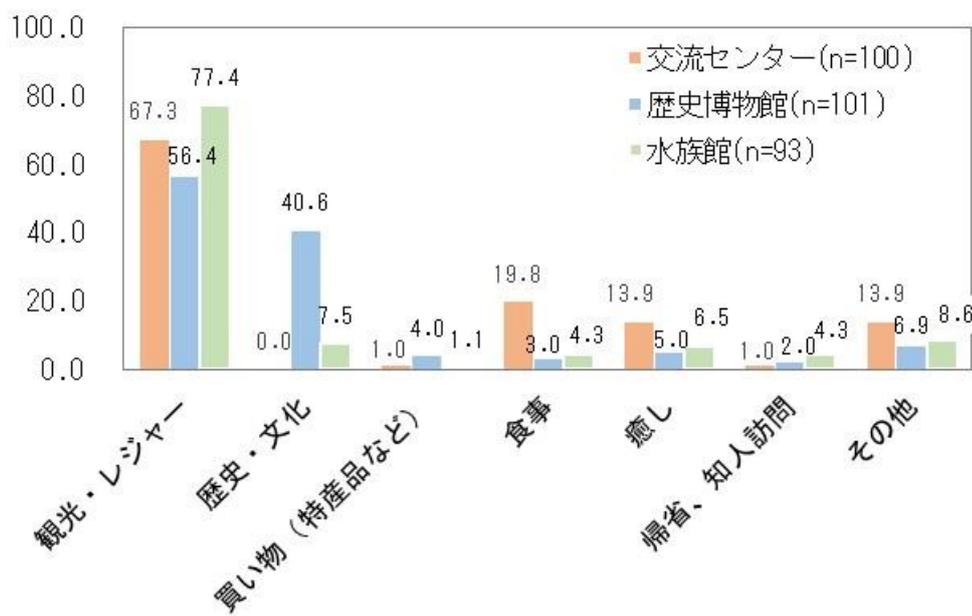
④来訪時の同行者

- 水族館では「**家族（未就学の子どもが同行）**」が 40.9%と最も高く、次いで「**家族（小学生以上が同行）**」が 33.3%と、子連れの家族での来訪割合が高くなっています。
- 歴史博物館では「**家族（小学生以上が同行）**」が 38.6%と最も高く、次いで「**夫婦**」（21.8%）、「**家族（未就学の子どもが同行）**」（14.9%）となっています。
- 交流センターでは「**友人・知人**」が 23.8%と最も高く、次いで「**ひとり**」（22.8%）、「**家族（小学生以上が同行）**」（20.8%）となっています。



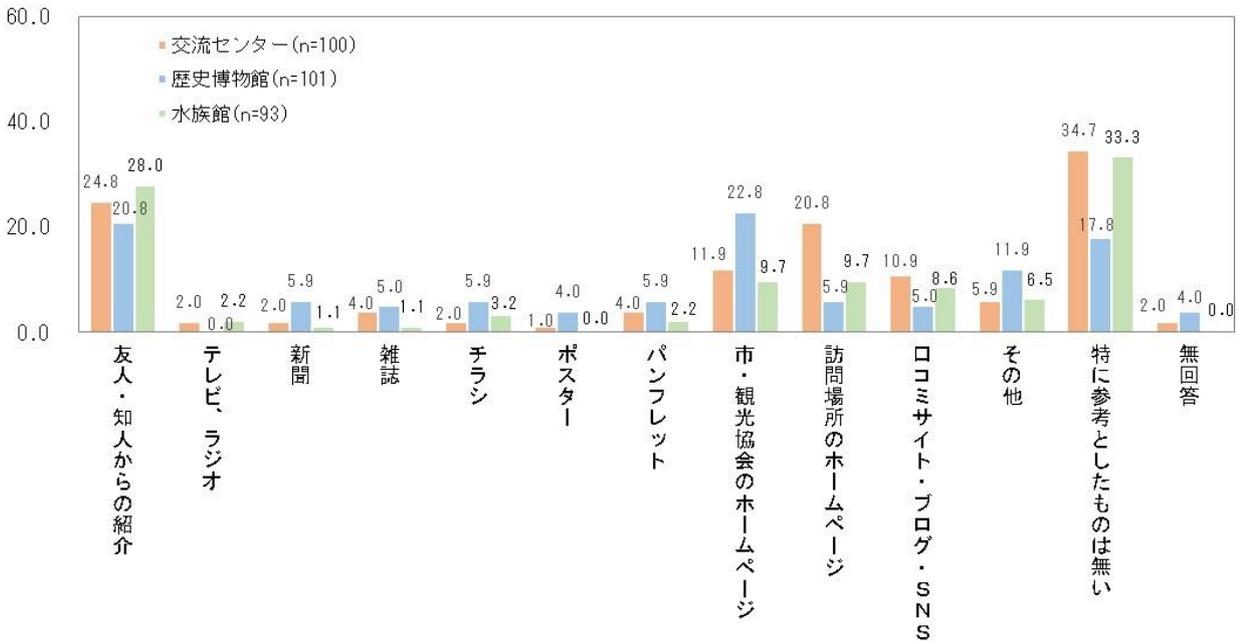
⑤来訪目的

- 3施設ともに「**観光・レジャー**」が最も高くなっています。特に水族館では 77.4%となっており、観光・レジャーを目的とする来訪が顕著となっています。
- 歴史博物館では「**歴史・文化**」（40.6%）が、交流センターでは「**食事**」（19.8%）と「**癒し**」（13.9%）がやや高くなっており、回答結果に差がみられます。



⑥来訪時に参考とした情報

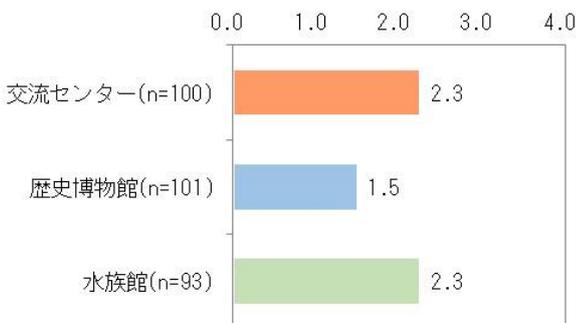
- 3施設ともに「友人・知人からの紹介」が20%を超え、やや高い値となっています。
- 歴史博物館では「市・観光協会のホームページ」が22.8%、交流センターでは「訪問場所のホームページ」が20.8%となっており、参考とした情報源に差がみられます。
- 「特に参考としたものは無い」が一定割合を占めることから、更なる発信力の強化が必要です。



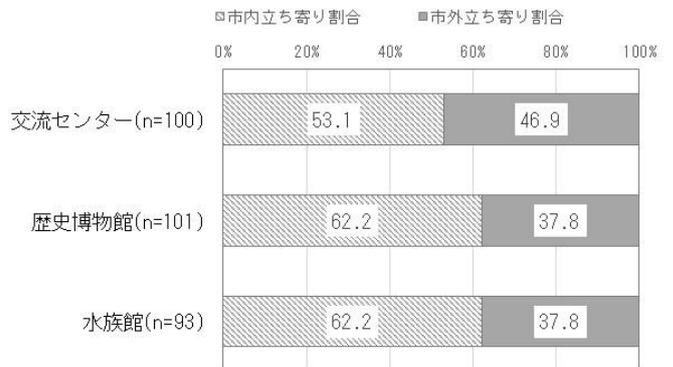
⑦立ち寄り箇所数

- 交流センター及び水族館への来訪者の平均立ち寄り箇所数は2.3箇所であるのに対し、歴史博物館では1.5箇所となっていることから、交流センター及び水族館への来訪者の方がより多くのスポット・ポイントに立ち寄っている傾向にあることが推測されます。
- 市内外別の立ち寄り先割合を見ると、交流センターでは市外立ち寄り割合が約47%であるのに対し、歴史博物館及び水族館への来訪者は市内立ち寄り割合が62.2%であることから、交流センター来訪者はより広域を回遊し、歴史博物館及び水族館来訪者はより市内を回遊していると推測されます。
- 市内への回遊を促すために、各立ち寄り先での観光や特産品に関する情報発信の強化が必要です。

【平均立ち寄り箇所数(箇所)】

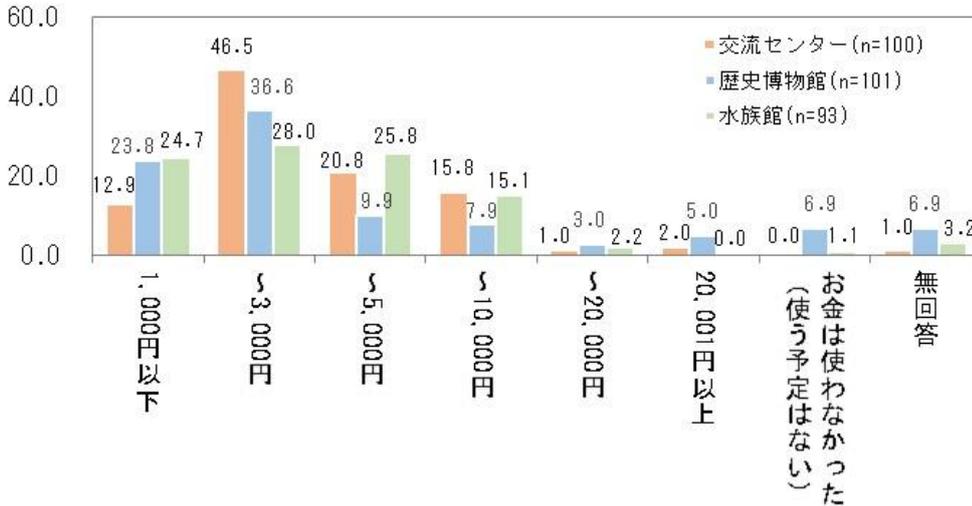


【市内外別立ち寄り割合(%)】



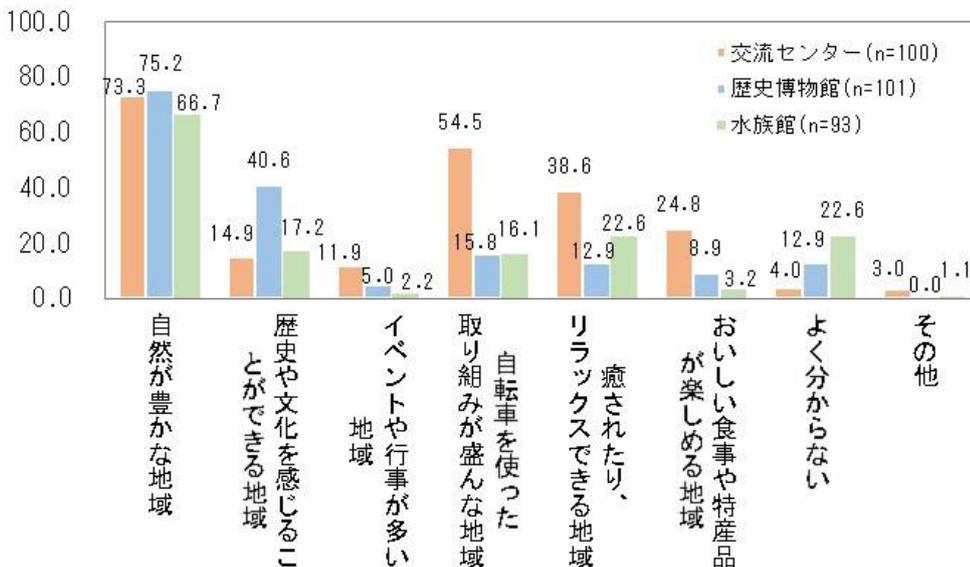
⑧来訪時の消費額

- 3施設ともに「～3,000円」が最も高くなっています。
- 水族館では「～5,000円」が25.8%と他地点と比べて高い割合となっています。
- このような消費の動向は、観光庁「旅行・観光消費動向調査」（平成29年年間値）に基づく国内日帰り旅行の現地消費単価（交通費を除く）約7,000円を大きく下回るため、特産品販売の強化や観光プログラムの充実など、観光消費を促す取組が必要です。



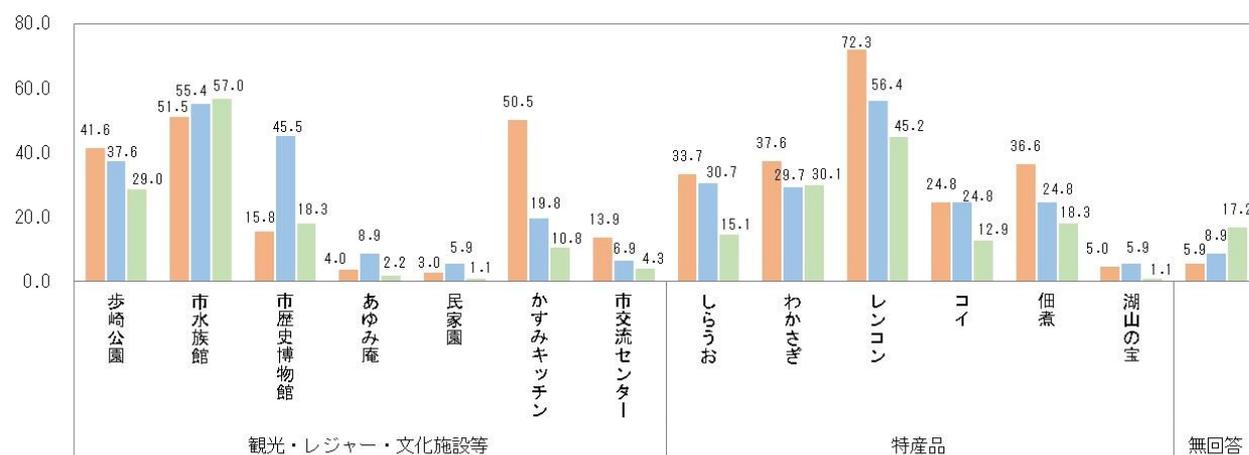
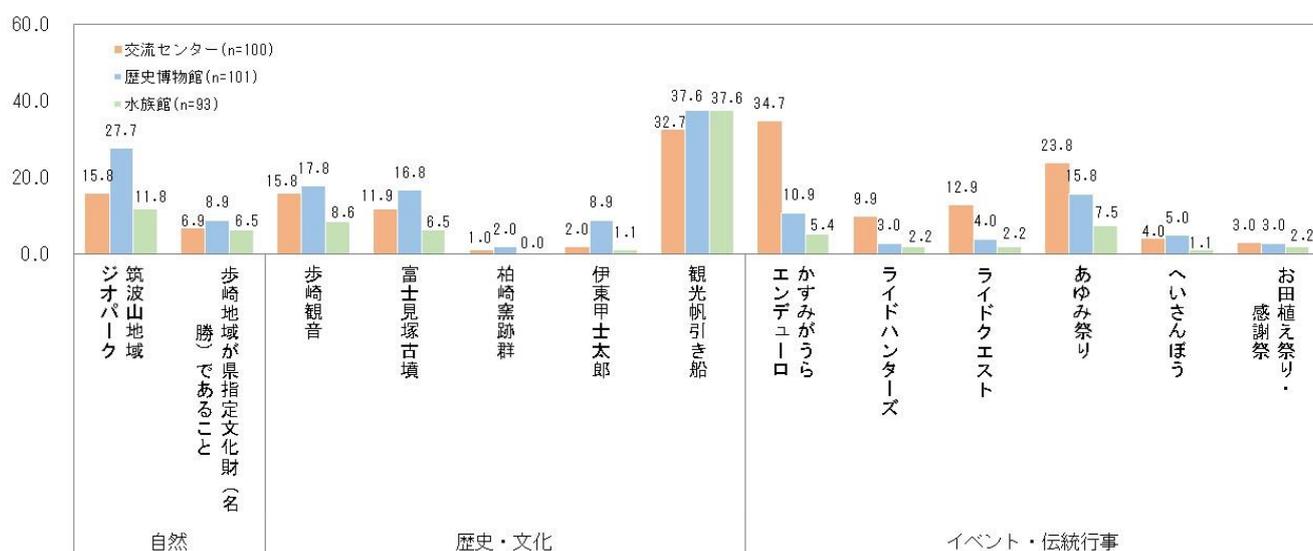
⑨歩崎地域に対するイメージ

- 3施設ともに「自然豊かな地域」が70%前後と、最も高くなっています。
- 水族館では、「癒されたりリラックスできる地域」と「良く分からない」が22.6%と続きます。
- その他、交流センターでは「自転車を使った取組が盛んな地域」(54.5%)、「癒されたりリラックスできる地域」(38.6%)、「おいしい食事や特産品が楽しめる地域」(24.8%)が高い一方で、歴史博物館では「歴史や文化を感じることができる地域」(40.6%)が高くなっており、歩崎地域に対するイメージに差がみられます。効果的な誘客に向けては、歩崎の強みを活かし、他のエリアと差別化できる地域イメージの形成が求められます。



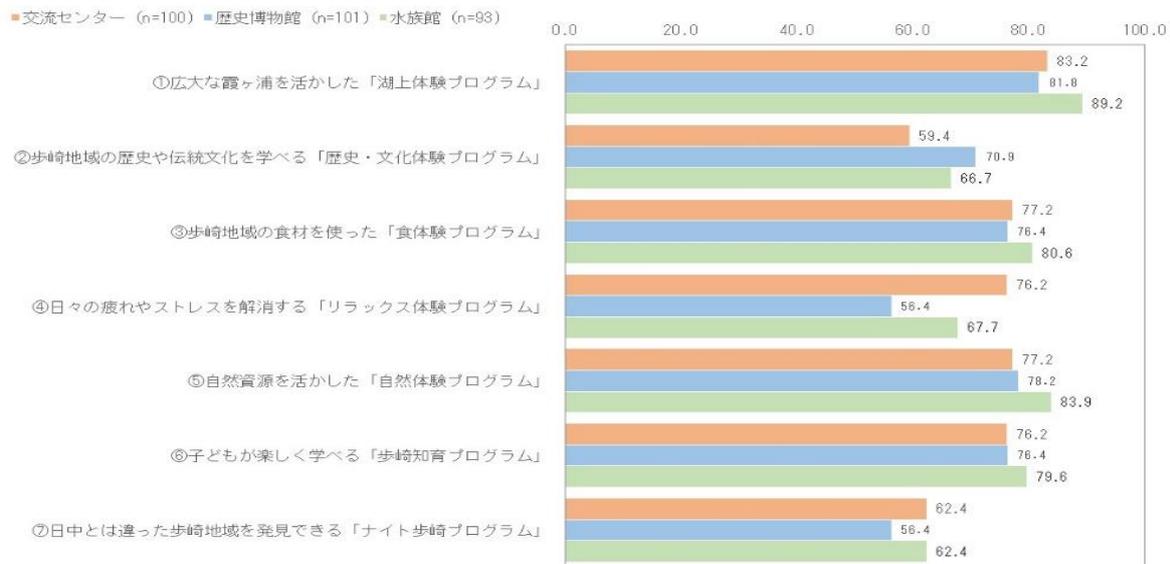
⑪歩崎地域における資源の認知度

- 歴史・文化資源の認知度については、歴史博物館、交流センター、水族館ともに「観光帆引き船」が30%を超え、全体的に高い割合となっています。
- 自然資源の認知度については、歴史博物館で「筑波山ジオパーク」(27.7%)がやや高くなっています。
- イベント・伝統行事の認知度については、交流センターでは「かすみがうらエンデューロ」、「ライドハンターズ」、「ライドクエスト」などの割合が高くなっています。
- 観光・レジャー・文化施設等の認知度については、歴史博物館、交流センター、水族館ともに「市水族館」が50%以上となっています。
- 特産品の認知度については、交流センターで「レンコン」が72.3%、「わかさぎ」が37.6%、「佃煮」が36.6%と、歴史博物館と水族館に比べて高くなっています。



⑫観光体験プログラムに対するニーズ

- 3施設ともに「①広大な霞ヶ浦を活かした「湖上体験プログラム」」が80%を超え、最も高くなっています。現時点で定期的で開催されている「湖上体験」は観光帆引き船に限られるため、今後整備予定の栈橋などを活用した、新たな湖上プログラムの提供が求められます。
- また、水族館では、「③歩崎地域の食材を使った「食体験プログラム」」、「⑤自然資源を活かした「自然体験プログラム」」、「子どもが楽しく学べる「歩崎知育プログラム」」も80%前後となっており、他の調査地点と比べて高い割合となっています。
- 一方、「②歩崎地域の歴史や伝統文化を学べる「歴史・文化体験プログラム」」、「④日々の疲れやストレスを解消する「リラックス体験プログラム」」については回答地点により差がみられます。

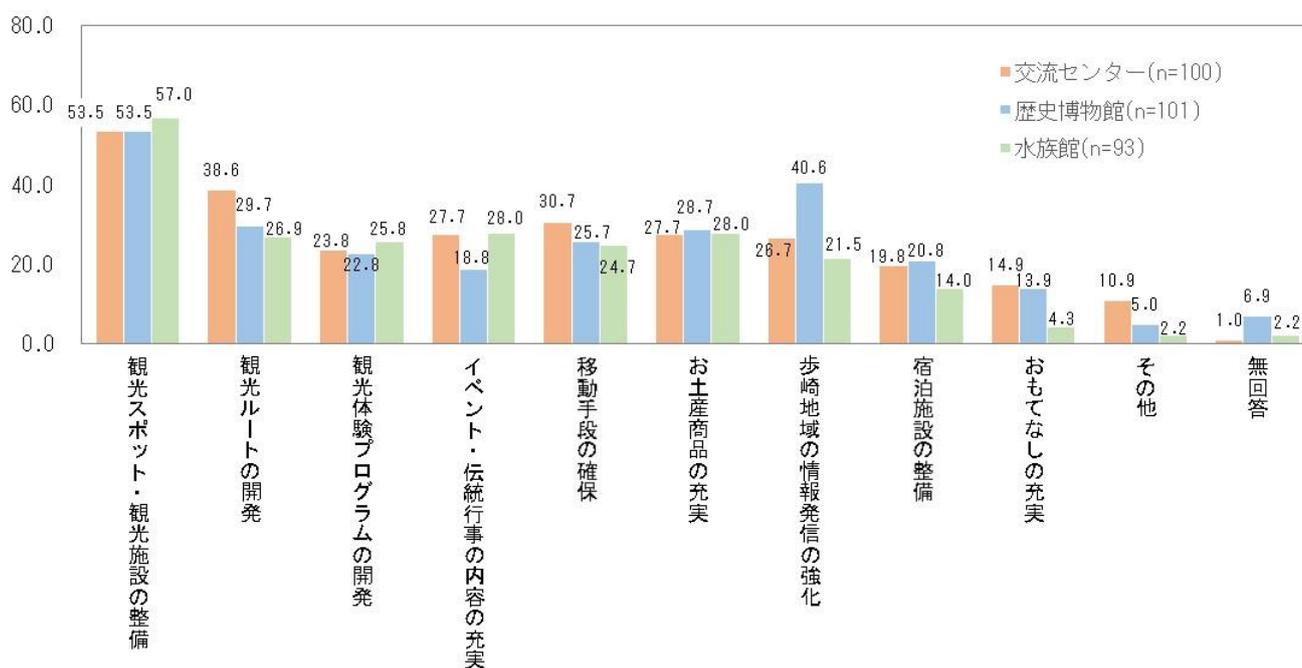


※グラフの値は、各項目に対する「そう思う」「まあまあそう思う」の回答結果の合計を記載

N = 294	①広大な霞ヶ浦を活かした「湖上体験プログラム」					②歩崎地域の歴史や伝統文化を学べる「歴史・文化体験プログラム」					③歩崎地域の食材を使った「食体験プログラム」					④日々の疲れやストレスを解消する「リラックス体験プログラム」					⑤自然資源を活かした「自然体験プログラム」					⑥子どもが楽しく学べる「歩崎知育プログラム」					⑦日中とは違った歩崎地域を発見できる「ナイト歩崎プログラム」				
	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない	そう思う	まあまあそう思う	どちらとも言えない	あまり思わない	全く思わない					
全体	55.4	30.6	7.1	1.0	0.0	26.9	39.1	21.8	4.1	0.3	41.8	34.7	13.9	1.0	0.0	37.1	31.6	20.1	4.4	0.0	51.4	27.6	12.2	1.0	0.3	52.0	25.2	12.2	2.0	0.7	29.3	31.6	23.5	5.8	0.7
年齢別	10代 (n=16)					20代 (n=27)					30代 (n=74)					40代 (n=84)					50代 (n=34)					60代 (n=43)					70代以上 (n=14)				
男女別	男性 (n=152)					女性 (n=133)																													
居住地別	市内 (n=28)					県内 (n=131)					県外 (n=121)																								
調査地別	交流センター (n=100)					水族館 (n=93)					歴史博物館 (n=101)																								

⑪観光の視点から見た歩崎地域の課題

- 3施設ともに「観光スポット・観光施設の整備」が50%を超え、最も高くなっています。新たな施設整備のみならず、利用者の視点に立った現有施設の改修等も課題です。
- その他、「観光ルートの開発」、「観光体験プログラムの開発」、「お土産商品」の充実等も全地点で20%を超えており、比較的高い割合となっています。
- 一方、「歩崎地域の情報発信の強化」については歴史博物館で40.6%、交流センターで26.7%となっており、回答地点ごとに差がみられます。
- また、「イベント・伝統行事の内容の充実」については交流センターで27.7%、水族館で28.0%となっている一方、歴史博物館で18.8%となっており回答地点で差がみられます。



4. モニタリングツアー開催結果

1. 開催概要

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		2回目	
時間	内容	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	8:30	土浦駅集合 駅で広域レンタサイクルをレンタル カキの化石層等の史跡に立ち寄りながら湖畔をサイクリング（ガイド付き）
9:30	ホワイトアリス号乗船		
10:30	玉造港到着 玉造港から根山まで自転車で移動	10:45	歴史博物館到着 館内や帆引きの家見学（ガイド付き）
11:20	レンコン掘り体験	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	レンコン掘り体験終了 自転車でかすみキッチンへ移動	12:40	昼食終了、移動 バスで道の駅たまつくりへ移動
13:00	昼食@歩崎公園 バーベキュー開催	13:10	道の駅たまつくり到着
		13:30	観光帆引き船乗船
14:30	調理体験@交流センター パン作りを体験（1.5h程度） ※手作りパン パンプキン小泉氏に協力依頼 午前中に採ったレンコンを使用	14:30	観光帆引き船下船 バスで歩崎ビジターセンターへ
		15:00	歩崎展望台、民家園・あゆみ庵周遊
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	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

①1回目

(1)モニタリングツアーの目的と開催概要

目的

- 歩崎地域の主要な地域資源を基に観光プログラムβ版を仮構築・実証し、以下の項目を把握すること
 - ① プログラムの提供可能性及び課題の把握
 - ② ツアー参加者からみた地域資源及びプログラムの評価・課題

概要

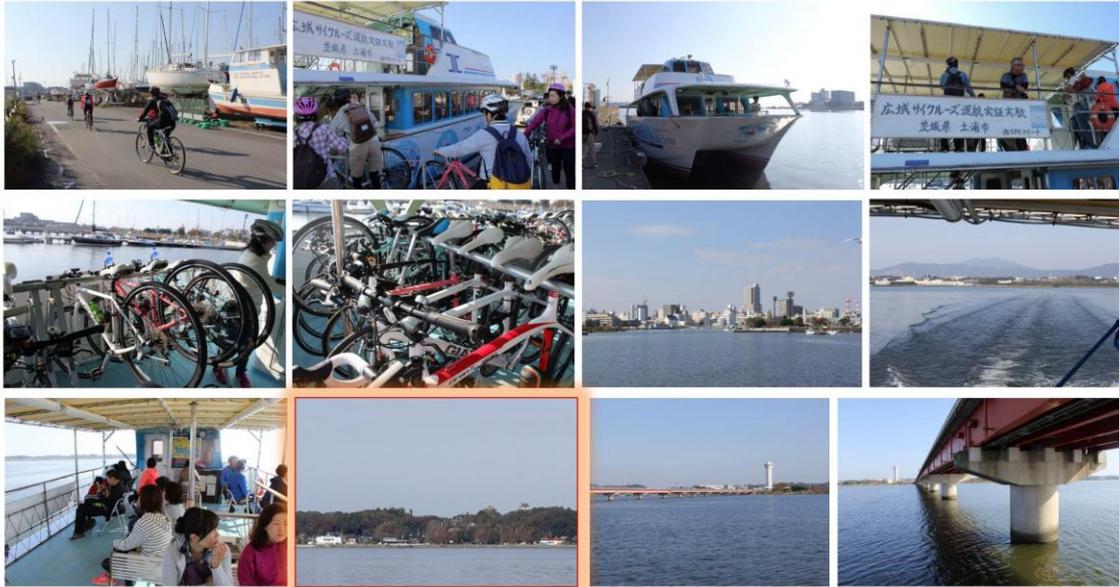
- 参加対象：首都圏在住者
- 参加人数：13名程度（男性5名※うち子ども2人、女性9名）
- 開催時期：平成30年11月11日（土）
- 実施工程：下記のとおり

8:30	9:30	10:30	11:20	12:40	13:00	14:30	16:00		
土浦駅集合	自転車移動 ホワイトアリス号乗船・出港	玉造港到着	レンコン圃場まで自転車移動	レンコン掘り体験	レンコン掘り体験終了	自転車でかすみキッチンへ移動	昼食@歩崎公園 バーベキュー開催	パン作り体験@交流センター ※午前中に採ったレンコンも利用	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)モニタリングツアー中の様子①土浦駅集合時



(2)モニタリングツアー中の様子②ラクスマリーナ・ホワイトアイリス船上



(2)モニタリングツアー中の様子②ラクスマリーナ・ホワイトアイリス船上



(2)モニタリングツアー中の様子③道の駅たまつくり



(2)モニタリングツアー中の様子④レンコン掘り体験



(2)モニタリングツアー中の様子⑤バーベキュー開催時



(2)モニタリングツアー中の様子⑤バーベキュー開催時



(2)モニタリングツアー中の様子⑥パン作り体験中

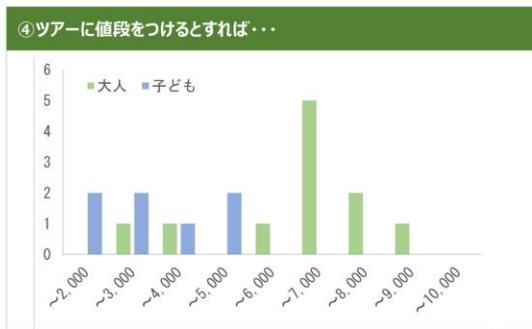
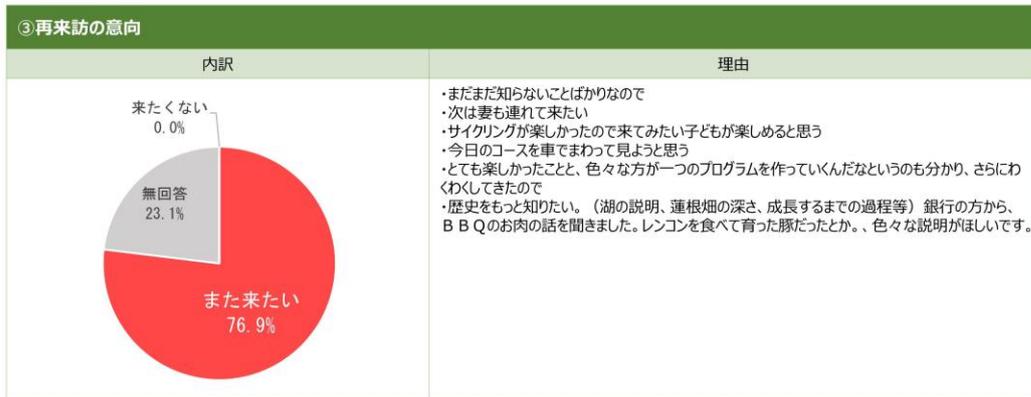


(3)参加者からの主な意見①

①かすみがうら市及び歩崎地域に対する印象の変化	
モニターツアー参加前 (かすみがうら市を以前からご存じだった方)	モニターツアー参加後
<ul style="list-style-type: none"> 湖がある 霞ヶ浦がある市町村 湖の周りの観光 すごく遠くにある市 湖でフィッシング、ヨット（遊覧船）が乗れる観光地 あまり楽しいところというイメージはなかった 特になかった 	<ul style="list-style-type: none"> とても大きな湖があって驚いた。また来たい。 コイやレンコン、ワカサギなどの多くの名産品があることができた。 一般のサイクリストが多く訪れていることが分かった。 くだものが多いことや、ワカサギがシシャモくらいあると聞いてとても印象的だった。 自然が多くて気持ちよかった。関西から嫁いできてはじめてきて自然が多くてうれしい。 湖だけじゃないと分かった（コイ、ナマス、ワカサギ、レンコン等） とても楽しいところだと分かった 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

②モニターツアーのアクティビティに関するご意見				
サイクリング体験	遊覧船による湖上体験	レンコン掘り体験	バーベキュー体験	パン作り体験
<ul style="list-style-type: none"> もう少し走行距離があっても良かった もう少しサイクリングしたかった 周辺のガイドを個々に渡した無線で聞きたかった 自由なスピードで走れると良い 	<ul style="list-style-type: none"> 船内のアナウンスがもっとあると良かった 船から見える景色のアナウンスが欲しかった 少し寒かった 湖も景色も最高でした 	<ul style="list-style-type: none"> 作業の説明が外国の方によるものだったので分かりにくかった 掘り方の説明が分かりにくかったためレンコンが折れてしまった 胴長のサイズを充実してほしい レンコンの話をもっと聞けるとレンコンのことが分かり、掘るのも楽しくなると思った おもしろかった 先に全員に掘り方を説明してほしいかった 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての食材を出すことができなかった連携の不備はあったものの、その後のフォローはよかった ハエが多いのが困った メニューが全部出なかったのは残念 	<ul style="list-style-type: none"> 講師の方の説明がとても分かりやすかったし、パンもおもしろかった レンコンのソース炒めよりもレンコンの味を活かしたレンコンチーズとかが良かった 後ろのテーブルではお手本が見づらかった

(3)参加者からの主な意見②



① 2 回目

(1) モニタリングツアーの目的と開催概要

概要

- 参加対象：首都圏在住者
- 参加人数：7名（男性5名、女性2名）
- 開催時期：平成30年11月25日（日）
- 実施工程：下記のとおり

8:30	9:20	9:50	10:00	10:15	10:45	11:30	11:40	12:40	13:00
土浦駅集合	鹿ヶ浦環境科学センター (トイレ体験含む)	戸崎城跡	崎浜の化石層	牛渡の牛塚古墳	市歴史博物館到着	歴史博物館見学	市歴史博物館出発 自転車がかすみキッチンへ移動	昼食@かすみキッチン	バスで道の駅たまつくりへ移動 昼食終了
13:30	14:30	14:45	15:00	15:20	15:50	16:00	17:00	18:00	
観光船引船乗船乗船	観光船引船乗船乗船	観光船引船乗船乗船	道の駅たまつくり出発 バスで森林公園へ移動	歩崎展望台、歩崎観音周辺回遊	あゆみ庵到着	抹茶試飲体験等	あゆみ庵出発 徒歩がかすみキッチンへ移動	意見交換会@かすみキッチン アンケート記入	かすみキッチン出発 バスで土浦駅までバスで送迎 土浦駅着、解散

(2) モニタリングツアー中の様子①土浦駅集合時



(2)モニタリングツアー中の様子②サイクリング中の立ち寄り・ガイド等



(2)モニタリングツアー中の様子②サイクリング中の立ち寄り・ガイド等

【牡蛎の化石礁@崎浜】



【牛塚古墳@牛渡】



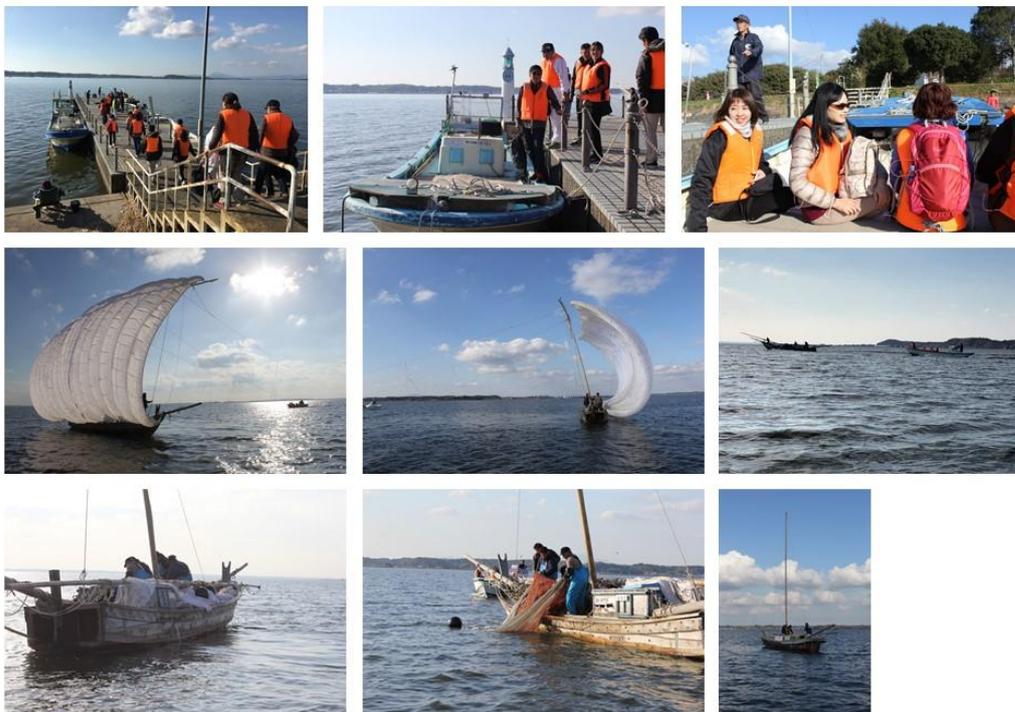
(2)モニタリングツアー中の様子③歴史博物館



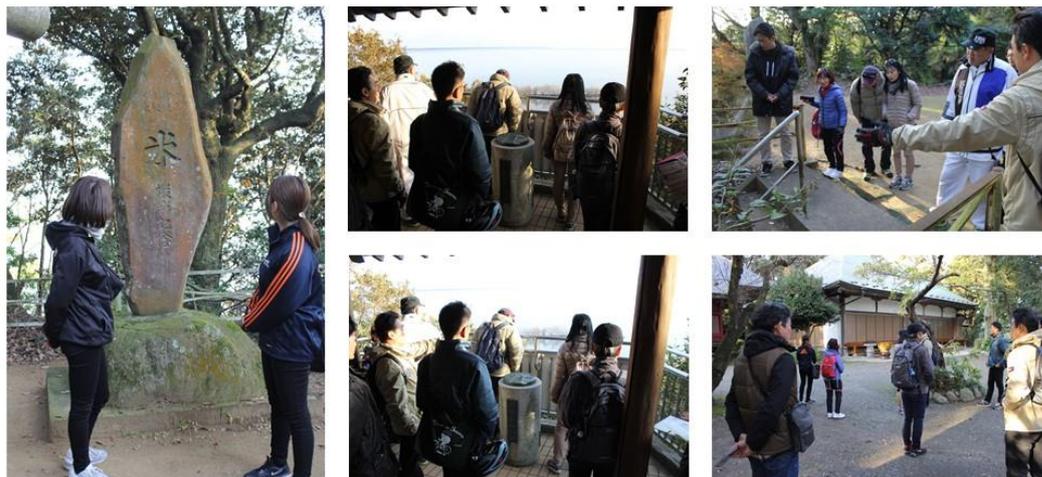
(2)モニタリングツアー中の様子④かすみキッチン(昼食)



(2)モニタリングツアー中の様子⑤観光帆引き船(随伴船乗船)



(2)モニタリングツアー中の様子⑥歩崎展望台・歩崎観音周辺散策



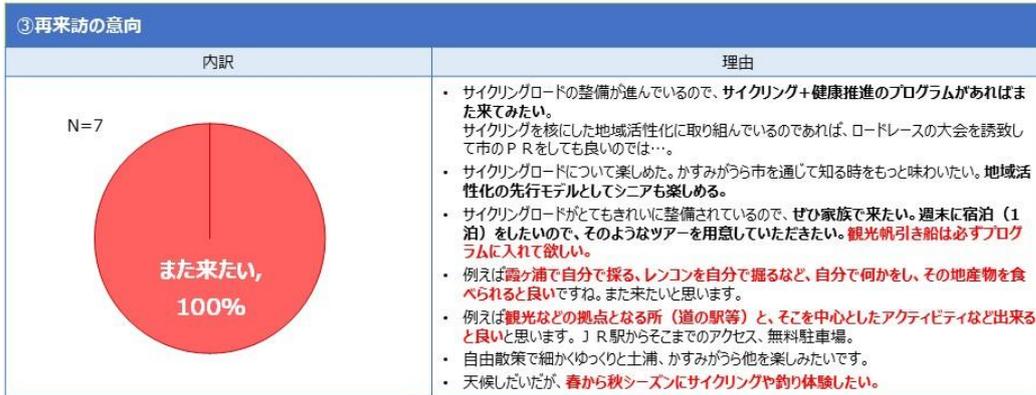
(2)モニタリングツアー中の様子⑦あゆみ庵・民家園



(3)参加者からの主な意見①

①かすみがうら市及び歩崎地域に対する印象の変化					
モニターツアー参加前 (かすみがうら市を以前からご存じの方)		モニターツアー参加後			
<ul style="list-style-type: none"> 市名から霞ヶ浦に隣接していると思っていたが、具体的な場所が分からなかった。 大変申し訳ないが、イメージは湖があるだけでした。後は高校野球で霞ヶ浦高校が強いというイメージです。後は特に無かったです。 ブラックバス釣り のどかな田舎、レンコン 		<ul style="list-style-type: none"> 湖畔サイクリングで多くのレーサーを見た（自転車ブームもあるためか）。都心から1時間強の移動時間で安全にサイクリングを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動した。 サイクリングロードの整備がされていて驚いた。観光帆引き船をはじめ知り、白い帆のたなびく様子が雄大で感動した。 サイクリングロードが整備されている。芝生などがきれいな場所がある。食材について多くの地産物があり驚きました。 サイクリングロードも整備されていて、思った以上にとても気持ちよく走れました。 			
②モニタリングツアーのアクティビティや施設に関するご意見					
	霞ヶ浦湖畔サイクリング	かすみがうら市歴史博物館	かすみキッチン・交流センター	観光帆引き船	あゆみ庵（お茶）
コンテンツについて	<ul style="list-style-type: none"> コースの事前説明や所要時間 人により坂道が大変。 サイクリング初心者だったので、最初自転車に乗ったときに普通の自転車よりも軽くスピードが出てしまい少し怖かった。 サイクリングロードにもう少し案内板があれば良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 音声案内設備も充実したほうがよい。もしくは専任の案内人。 もう少し時間があれば良かった。 最初に10～15分くらいかすみがうらの歴史やポイントのような話をした方がよい。 	<p>【かすみキッチン】</p> <ul style="list-style-type: none"> 土地の産品が盛りだくさんで楽しめた。 とても良い。 ピュウフェなどで好きなものを食べられると良いのですが…。 ご当地物の印象が薄い。例えばB級グルメとかこの地ならではの当地料理があると強い。 	<ul style="list-style-type: none"> 風が無くても十分楽しめた。 風があつて漁をしている場面を見かけたです。 天候にシビアなので…、実際に出来なかったときの代替案があると良い。 乗船内での案内説明 	<ul style="list-style-type: none"> お茶の作法や土浦流の説明があればより楽しめる。 良い機会なのでお茶の手前の説明あつても良いのでは。 お茶にまつわる説明などがあると良い。 あゆみ庵の歴史？的な話やお茶や庭などもう少し話を聞きたかった。
施設・設備について	<ul style="list-style-type: none"> 専用サイクリングロードの整備、他サイクリングロードとの接続。 自転車道と一般道の区分案内車も通るのでそこがちょっと気になった。 案内がコース進行と反対側にあつたりして分かりにくかった。 方面看板の増設 	<ul style="list-style-type: none"> 車椅子客でも不自由なく見学できる設備（EVなど） 特色があると思うので、より強調した展示物の配置などの工夫があると良い。 セミナールームのようなところで話を聞ける、またはビデオ等を見るなど出来るとう良い。 	<p>【交流センター】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域用と観光用に目的をはっきり分けても良い。 サイクリストのペースになるよう、自転車の様々な設備を兼ね備えていると良い。 かすみマルシェにお土産のお菓子をもう少し置いて欲しい。 		<ul style="list-style-type: none"> 雰囲気や堪能できる庭。

(3)参加者からの主な意見②



第4部 関係者会議実施記録

1. 歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業 関係者会議

(1) 第1回関係者会議

■ 次第

日時：平成30年7月26日（木）18：00～20：00

場所：かすみがうら市役所 霞ヶ浦庁舎 大会議室

1. 開会
2. 市挨拶
3. 出席者紹介
4. とりまとめ役挨拶
5. 観光振興アクションプラン策定に関する説明・質疑・討論
 - (1) 観光振興アクションプラン策定の経緯説明
 - (2) 関係者の取組事業説明
 - ①株式会社 かすみがうら未来づくりカンパニー
 - ②株式会社 アトレ
 - ③株式会社 グランバー東京ラスク
 - ④一般財団法人 行方市開発公社
 - (3) 歩崎地域の現況説明等
 - (4) 討議
 - (5) 討議とりまとめ
6. 閉会



■ 内容

- ・かすみがうら市から歩崎地域観光振興アクションプランの策定趣旨について説明が行われた。
- ・関係者（「株式会社 かすみがうら未来づくりカンパニー」「株式会社 アトレ」「株式会社 グランバー東京ラスク」「一般財団法人 行方市開発公社」）から自社の取組事業について説明が行われた。
- ・筑波総研㈱から、歩崎地域の「入込観光客数」「来訪者の年間動向」「地域資源」「地理的条件」等に関する分析結果について説明が行われ、それら資料をもとに関係者間で協議が行われた。

〈主な意見〉

- ・歩崎地域は観光に関し高いポテンシャルを有するが、行政間の連携が不足していて、その資源を上手く活用出来ていない。
- ・歩崎地域に来訪する観光客のターゲットを明確にしたうえで、観光客を呼び寄せる施策を検討していく必要がある。
- ・これまで「レジャー」と「漁業」が上手く折り合わなかった経緯があり、今後その点を考慮しつつ地元の人々の理解を得ながら観光振興を進めていく必要がある。
- ・歩崎地域の観光、霞ヶ浦の観光の将来を考えると、関係者がそれぞれ妥協しながら、観光振興を進めていく必要がある。
- ・歩崎地域には、車を利用しなければ来訪出来ない。神立駅から歩崎地域へはアクセスが悪く車を利用しないで来訪する観光客への対応を考えていく必要がある。
- ・地元の人が地元のことを知らないので、地元の人に地域の魅力、観光資源を知ってもらう必要がある。

(2) 第2回関係者会議

■ 次第

日時：平成30年8月30日（木）18：00～20：00

場所：かすみがうら市役所 霞ヶ浦庁舎 大会議室

1. 開会
2. 市挨拶
3. とりまとめ役挨拶
4. 関係者の方の取組事業説明
 - ・株式会社ラクスマリーナ
5. アンケート・インターネット調査結果説明
6. グループワーク事前説明
7. グループワーク（3グループ）
 - ・グループA「食」
 - ・グループB「アクティビティ」
 - ・グループC「学び」
8. グループ発表（3グループ）
9. 閉会



■ 内容

- ・(株)ラクスマリーナから自社の取組事業や霞ヶ浦に係る観光等について説明が行われた。
- ・筑波総研(株)から、交流センターや歴史博物館で実施したアンケート結果やインターネット上で実施した首都圏在住者の観光ニーズ調査等について、説明が行われた。
- ・「食」、「アクティビティ」、「学び」の3つのテーマを設定し、歩崎地域で提供可能な観光プログラムやそれらプログラムを提供していくうえで課題となる部分について、関係者の方に3つのグループに分かれてもらい協議を行った。

※次ページに「食」、「アクティビティ」、「学び」の3つのプログラムイメージ掲載

〈グループA「食」によるプログラムイメージ〉

テーマ：食

プログラム名：「蓮根de癒し、パンde美味し」プログラム

	<p>プログラムの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆かすみがうら市の特産品であるレンコンと、パン作り体験をコンテンツとして活用。 ◆市内2か所あるゴルフ場の利用客のうち、小学生以上の子どもがいるファミリー層をターゲットとして、父親がゴルフをしている間に、母親と子どもが楽しめるプログラムを展開。 ◆ゴルフ場ではレンコンの加工品をお土産として販売。 	<p>想定ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆小学生以上の子供がいる家族でゴルフ場利用者
	<p>活用できる資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆レンコン、蓮田、湖岸の冷涼な気候、かすみキッチン、交流センター、ゴルフ場 	
<p>1日目</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 車で交流センターに到着、自転車をレンタル ② かすみキッチンでパン作り体験 ③ かすみキッチンで食事(作ったパンも提供) ④ レンコンの収穫体験(夏期) ハスのお茶づくり体験(通年?) ⑤ ゴルフを終えた父親と合流、市内で宿泊 <p>※農業改善センターで宿泊することも想定</p>	<p>2日目</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 早朝の霞ヶ浦湖岸探索(シーズン中) ② かすみキッチンでモーニング ③ 道の駅「たまつくり」でショッピング 	<p>検討すべき課題・想定される課題等</p> <p>課題①</p> <p>課題②</p>

〈グループB「アクティビティ」によるプログラムイメージ〉

テーマ：アクティビティ

プログラム名：お母さんがゆっくりできる家族みんなでエンジョイプログラム / 森林も湖も暮らしも歴史も体験できるたっぷりプログラム

 <p>※写真：かすみから未来づくりカンパニーHPより</p>	<p>プログラムの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆土浦市を起点としたプログラムAと歩崎地域を起点としたプログラムB ◆プログラムAは、お母さんがゆっくりできることを主眼にファミリーみんなが楽しめるプログラム ◆プログラムBは、キャンピングだけではなく湖や暮らし、歴史を体験できるプログラム 	<p>想定ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆小学生以上の子供がいる家族
	<p>活用できる資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ゴルフ場、霞ヶ浦、交流センター、歴史博物館、水族館、民家園、志戸崎の街並み、農村改善センター 	
<p>パターンA (土浦市起点)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① ラクスマリーナで学び <ul style="list-style-type: none"> ・子供たちは海洋少年団で舟艇体験、航海訓練などを体験 ・お母さんはホワイトアリスで玉造、歩崎へ ② 道の駅「たまつくり」でレンタサイクルを借りる ③ かすみがうら湖畔散策 ④ かすみキッチンでゆつたりお茶・食事 ⑤ 道の駅「たまつくり」でお買い物 ⑥ ラクスマリーナで足湯体験 	<p>パターンB (歩崎地域起点)</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 交流センターでレンタサイクル借りる ② 歩崎地域散策 <ul style="list-style-type: none"> 霞ヶ浦湖畔、博物館、水族館、歩崎ジオサイト等観光 ③ 古民家体験 <ul style="list-style-type: none"> 民家園で古民家体験 ④ 農村環境改善センターで温泉 ⑤ 森林公園でキャンピング <ul style="list-style-type: none"> ラクスマリーナの温泉を活用 	<p>検討すべき課題・想定される課題等</p> <p>課題①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自家用車をもっているファミリー層がターゲットの前提となってしまう。(歩崎地域へのアクセスの問題) ・森林公園の整備 <p>課題②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・かすみがうら市内の宿泊施設が充実すれば、ゴルフを基軸とした観光プログラムが出来る(宿泊施設の課題) ・温泉を歩崎でも活用できればシニア層にも喜ばれるプログラムが出来る。

〈グループC「学び」によるプログラムイメージ〉

テーマ：学び

プログラム名：1年365日楽しめる帆引き体験



プログラムの概要	想定ターゲット
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 底堅い人気を有する観光帆引き船に「帆引きへの理解を深める」「帆引きが盛んだった往時の街並みに想いをさせる」「漁獲の中心だったワカサギ・白魚の生態を知る」「ワカサギ・白魚の美味しさを知る」などの付加価値を付けた観光プログラム。 ◆ 将来的にはVRシステムの導入をし、いつでも帆引きを疑似体験できる環境整備を行なうことで、年間を通じて集客が期待される観光プログラムを構築することも想定。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 小学生以上の子供がいる家族 ◆ 歴史・文化に興味のあるシニア層
活用できる資源	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 観光帆引き船、歴史博物館、水族館、映画「米」、志戸崎の街並み、ワカサギ、白魚、佃煮、かすみキッチン 	

1日目	2日目
<ol style="list-style-type: none"> ① Play atreでレンタサイクルを借りる ↓ 🚲 歩崎までサイクリング ② かすみキッチンで湖畔を眺めながら昼食 ↓ 🚲 歴史博物館へ移動 ③ 「米」のダイジェスト版を見る ↓ 🚶 帆引きの家へ移動 ④ 帆引き漁の仕組みについて学ぶ ↓ 🚲 自転車で随伴船係留所へ ⑤ 随伴船で帆引き漁を見学 ↓ 🚲 自転車で志戸崎漁港へ ⑥ 志戸崎漁港 ↓ 🚶 ホワイトアイリスで土浦へ ⑦ 土浦で宿泊 	<ol style="list-style-type: none"> ① Play atreでレンタサイクルを借りる ↓ 🚶 ホワイトアイリスで玉造へ ② 道の駅「たまつくり」で買い物など ↓ 🚲 歩崎までサイクリング ③ 「港町」志戸崎を街歩き(ガイド付) ↓ 🚶 貝塚忠三郎商店へ ④ 佃煮作り見学(出来たて佃煮の試食付) ↓ 🚲 自転車で水族館へ ⑤ ワカサギや白魚の生態を学ぶ(ガイド付) ↓ 🚶 かすみキッチンへ移動 ⑥ ワカサギ・白魚を使った料理で昼食 ↓ 🚶 交流センターで佃煮作り体験(お土産作り) ⑦ サイクリングを楽しみながら土浦へ

検討すべき課題・想定される課題等

課題①

課題②

(3) 第3回関係者会議

■ 次第

日時：平成30年9月26日（水）18：00～20：00

場所：かすみがうら市役所 霞ヶ浦庁舎 大会議室

1. 開会
2. 市挨拶
3. とりまとめ役挨拶
4. 関係者の取組事業説明
 - ①株式会社ひのでや
 - ②株式会社デン・ケリー
5. 第2回関係者会議 観光プログラム説明
6. モニタリングツアー（イメージ案）説明
7. グループワーク（2グループ）
 - ①グループA「イベント」
 - ②グループB「プロモーション」
8. グループ発表（2グループ）
9. 閉会



■ 内容

- ・(株)ひのでや、(株)デン・ケリーから自社の取組事業について説明が行われた。
- ・筑波総研(株)より、第2回会議で協議された歩崎地域の観光プログラムイメージとモニタリングツアーのイメージ案について説明が行われた。※モニタリングツアーのイメージ案を次ページに記載
- ・「イベント」、「プロモーション（情報発信）」の2つのテーマについて、関係者の方に2つのグループに分かれてもらい協議を行った。

〈主な意見〉

- ・「イベント」については、歩崎地域でしか体験出来ないものを考えていくべきである。
例：レンコンの収穫体験、漁業体験、星空体験、芋に関連した体験等
- ・お城や水族館を活用したプログラム、イベントを開発し、同施設内での宿泊が出来るようにしたい。
- ・女子会や歴女等ターゲットを明確にしたイベントを実施することで全体の集客力が高まっていく。
- ・「プロモーション（情報発信）」については、観光協会のHPなどで情報を発信しているが、ツイッターなどで帆引き船などの運行情報の他、天候や風など、観光客が知りたい情報をリアルタイムで発信出来るとよい。
- ・歩崎地域の観光スポットや食のスポットなどをまとめた観光マップを作るべきである。
- ・車でのお客が多いことから、かすみがうら市でコミュニティFMができるとよい。
- ・「モニターツアー（イメージ案）」については、ターゲットを明確にしたうえで、プログラムを修正する必要がある。また、可能であれば、農泊や農村環境改善センター等を利用した歩崎地域で宿泊を検討すべきである。
- ・「モニターツアー」の宿泊地を、土浦市内で行う必要はない。無理に宿泊を入れず、ターゲットを分けて、ツアーを2回実施してもよい。

※モニタリングツアー（当初イメージ案）

観光プログラムβ版（モニタリングツアー）実施計画（案）

資料5

目的

- 歩崎地域の主要な地域資源を基に観光プログラムβ版を仮構築・実証し、以下の項目を把握すること
 - ① プログラムの提供可能性及び課題の把握
 - ② ツアー参加者からみた地域資源及びプログラムの評価・課題

概要

- 参加対象：首都圏在住者
- 催行人数：20名程度
- 開催時期：平成30年11月3日（土）、11月4日（日）／一泊二日
- 実施工程：次ページを参照
- アンケート：①プログラムの提供可能性調査（対事業者アンケート）
 - 属性、組織体制、○運営、プログラム提供上の課題、○実施前のイメージとの相違点
 - 今後必要となる人的・物的リソース、○今後のプログラム内容、方向性 等
- ②地域資源・プログラムの評価分析（対参加者アンケート）
 - 回答者属性、○参加人数・参加形態、○モニタリングツアー参加理由、○歩崎地域への来訪回数
 - モニタリングツアーに期待していたこと、○歩崎地域に対するイメージ、○モニタリングツアーの価格感
 - 再訪問意向、○希望するプログラム内容、○宿泊施設に対する意向 等



観光プログラムβ版（モニタリングツアー）実施計画（案）

1日目		2日目	
8:00	8:30 土浦駅到着	8:00	～9:00 広域レンタサイクルをレンタル
9:00	～9:00 PLAYatreで自転車レンタル ↓ レンタサイクルで土浦へ	9:00	9:00 土浦出発
9:30	9:30 霞ヶ浦広域サイクルズ乗船	9:20	9:20 古代最大の港町大津郷 ※堤防で説明
10:00	↓ ホワイトアリスで玉造港へ	9:40	9:40 戦国時代の激戦地！戸崎城跡
10:30	10:30 玉造港到着	10:00	10:00 ダイナミック！カキの化石層
11:00	↓ 牛渡までサイクリング	10:20	10:20 霞ヶ浦を渡った牛の伝説地！牛塚古墳
11:10	11:10 イモ掘り体験@牛渡（～11:40）	10:40	10:40 漁師の守り神！水神様 ※立ち寄り
12:00	↓ 交流センターまでサイクリング	11:00	11:00 水族館到着（～12:00） ワカサギ・シラウオの見学 霞ヶ浦の生態系学習の勉強
12:40	12:40 調理体験@かすみキッチン	12:00	12:00 昼食（BBQ）（～13:15） 事前に作ったレンコン豚とアメリカナマズのソーセージも用意 麻生藩将軍家献上品、土浦駅名物「焼ワカサギ」体験
13:00	↓ 調理体験@交流センター（～14:00） ※イモ掘り体験で収穫したイモを使用したおやつ・お土産作りなど	13:00	↓ 広域レンタサイクルで移動
14:00	14:00 交流センター出発	13:30	13:30 帆引き船ゆかりの史跡見学（～14:15） 発祥の地碑、田伏東福寺で坂本九家族の墓参り
14:30	↓ 玉造港までサイクリング	14:30	↓ 広域レンタサイクルで歴史博物館へ
15:00	14:30 玉造港到着、道の駅でショッピング	14:30	14:30 歴史博物館・帆引きの家見学（～15:30） 霞ヶ浦やかすみがら市の魅力情報学習
15:00	↓ ホワイトアリスで土浦港へ	16:00	↓ レンタサイクルで交流センターへ
16:00	16:00 土浦港到着	16:00	16:00 帆引き船見学（17:00） 随伴船に乗船しながら帆引き船の操船技術や霞ヶ浦の景観の解説を聞く
16:20	↓ レンタサイクルでPLAYatreへ	17:00	17:00 交流センター着、バスで土浦に移動 お土産に「帆引き船ポストカード」か「段ボール帆引き船キット」をプレゼント
16:20	16:20 自転車返却、ホテルへ移動	18:00	18:00 土浦到着、解散
17:00	17:00～ 自由行動		

(4) 第4回関係者会議

■ 次第

日時：平成30年10月23日（火）18：00～20：00

場所：かすみがうら市役所 霞ヶ浦庁舎 大会議室

1. 開会
2. 市挨拶
3. とりまとめ役挨拶
4. 関係者の取組事業説明
 - ①有限会社山野水産 山野様
5. アンケート調査結果説明（水族館）
6. 「歩崎地域観光振興アクションプラン」とりまとめに向けた考察
7. 歩崎地域観光振興アクションプラン方向性協議
 - ①集客のための仕組みづくり
 - ②観光商品の開発（プログラム、イベント）
 - ③プロモーションの強化
 - ④「食」資源の充実
 - ⑤推進体制の整備
 - ⑥もてなしの向上
 - ⑦その他
8. モニタリングツアー案 説明
9. 閉会



■ 内容

- ・（有）山野水産から自社の取組事業について説明が行われた。
 - ・かすみがうら市より「歩崎地域観光振興アクションプラン」とりまとめに向けた説明が行われた。
 - ・筑波総研(株)より、市水族館で実施したアンケート調査結果や実施施策に関して時間軸（「短期」「中期」「長期」）を示しながら歩崎地域観光振興アクションプラン方向性について説明が行われた。
- 〈主な意見〉
- ・観光マップ、情報発信は、歩崎地域の整備が進んでいけば自ずとSNS等で情報が拡散していく。
 - ・他地域と連携しながら、食の情報が入ったマップを作成した方がよい。
 - ・マップを作成するにあたっては、埋もれている情報を見直すとともに案内、看板等を整備していく必要がある。
 - ・水産事務所主導で、わかさぎの調理済冷凍商品を開発している。
 - ・誰が歩崎地域の観光を進めていくかが問題となる。この点については、今後関係者で議論を深めていく必要がある。
 - ・市が出資する第三セクターである(株)かすみがうら未来づくりカンパニーが主導して、旅行商品の組成を進めていきたいが現時点ではリソースが不足していることから難しい。来年度以降は、市が主導しながら関係者の方々と協力していきながら年に何回かプログラム、イベントを実施出来るようにしていきたい。

(5) 第5回関係者会議

■ 次第

日時：平成30年11月22日（木）18:00～20:00

場所：かすみがうら市役所 霞ヶ浦庁舎 大会議室

1. 開会
2. かすみがうら市挨拶
3. とりまとめ役挨拶
4. モニタリングツアー説明
5. 歩崎地域観光振興アクションプラン協議
6. まとめ
7. 閉会



■ 内容

〈主な意見〉

- ・他市町村と連携した取り組みが出来るとよい。
- ・市の公式ホームページ、SNS上で、モニタリングツアーの参加者と交流が出来るとよい。
- ・海外からの誘客が進みつつあるので、外国人対応や多言語対応を進めていく必要がある。
- ・市交流センターが情報発信の拠点であることがわかりにくい。
- ・インフォメーション（現地での観光案内）については、やれるものからすぐにやっていくべきである。
- ・サイクリングロード沿いに案内がないと、サイクリストは素通りしてしまう。
- ・サイクリングロードの表示板設置は、法的な難しさがある。
- ・サイクリングロード沿いに、サイクルラックがあって少し休憩出来る場所があるとよい。
- ・漁港をもっと活用した方がよい。
- ・モニタリングツアーでトライアンドエラーを繰り返しながら、新たなプログラムを作っていかなければならない。そうした取り組みを通じて、常時、楽しめるプログラムが生まれてくる。
- ・サイクリストはお金を落とさないというが、おいしいものがあれば購入してくれる。サイクリストがツアーの途中で購入したものを、後で出発地にもってきてくれるサービスも生まれつつある。
- ・食資源の認知度向上のためのプロモーションを進めていくべきである。
- ・かすみがうら市らしいおもてなしが出来るとよい。
- ・旅行商品の開発・運営の主体として、かすみがうら未来づくりカンパニーが想定されるが、まだまだ体制が十分でない。今後、関係者と協力しながら強化していく必要がある。
- ・観光客は、観た風景の裏にあるストーリーが知りたい。観光客にそのストーリーを伝えられるようにガイドや案内を充実させていく必要がある。
- ・推進体制の充実の一環として、市の内部の観光協会を整備・強化していく必要がある。
- ・着地型観光を開発していくためには、宿泊施設の整備を行っていかねばならない。
- ・来年度以降、この関係者会議をベースに、新たな観光関連事業者に参加してもらいながら、観光関連事業者間の連携をさらに深めていけるとよい。
- ・市民に対してもっと観光関連事業者を知ってもらうような取り組みを進めていけるとよい。

第5部 施策の方向性とアクションプラン

1. 調査結果のまとめ

オープンデータから明らかとなった現状

<p>①市への来訪者の実態 (RESAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。8月、1月などの帰省シーズンに増加傾向。 	<p>②市の入込観光客の実態 (統計データ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 過去3カ年の推移： 概ね30万人前後で推移。観光果樹農園やや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すみがうら祭開催が主な要因。 	<p>③歩崎地域の実態 (統計データ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
--	---	---

アンケート調査から明らかとなった現状

Webアンケート調査

<p>①興味・関心の高い分野</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、伊藤甲子太郎、帆引き船、博物館、水族館等）。 	<p>②観光に関するトレンド</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<p>③情報収集の方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、ことりっぴなど）について、「自治体や観光協会のホームページ」が上位。
---	--	--

現地アンケート調査

<p>④歩崎地域への来訪者</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 県内からの来訪者： 近隣自治体から車で訪が多く、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。 	<p>⑤訪問時の行程</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<p>⑥歩崎地域のイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<p>⑦体験観光に対するニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
--	--	---	---

関係者会議でいただいた主な意見

<p>関係者会議でのご意見①</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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で、もっと地元を知ることが必要 	<p>関係者会議でのご意見②</p> <ul style="list-style-type: none"> ● それぞれの活動主体同士のつながり、行政とのつながり、行政間とのつながりが不足 ● 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
---	---

<p>テーマ①：食</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 活用可能性のある資源 <ul style="list-style-type: none"> ● レンコン、蓮田 ● 湖岸のさわやかな空気 ■ 活用イメージ <ul style="list-style-type: none"> ● ゴルフ場と連携した「家族でレンコン体験プログラム」 	<p>テーマ②：アクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 活用可能性のある資源 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<p>テーマ③：学び</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 活用可能性のある資源 <ul style="list-style-type: none"> ● 帆引き船、歴史博物館 ● 各種特産品 ■ 活用イメージ <ul style="list-style-type: none"> ● 帆引き船と地域の歴史の学び体験プログラム 	<p>テーマ④：イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 主な意見・今後の方向性 <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<p>テーマ⑤：PR・発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 主な意見・今後の方向性 <ul style="list-style-type: none"> ● 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
---	---	---	---	--

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

<p>①交流センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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： <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<p>②市水族館</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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： <ul style="list-style-type: none"> ● 地域内の連携充実 	<p>③市歴史博物館</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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： <ul style="list-style-type: none"> ● 郷土愛の醸成 	<p>④あゆみ庵・民家園</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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）
<p>⑤農村環境改善センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<p>⑥歩崎地域湖岸棧橋</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<p>⑦歩崎森林公園</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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） 	<p>⑧歩崎展望台</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 施設個別の課題： <ul style="list-style-type: none"> ● 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： <ul style="list-style-type: none"> ● 地域内の連携充実

2. 取り組みの方向性



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



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
- ・ 農村環境改善センター老朽化に伴う大規模修繕の実施
- ・ 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



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、お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



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 若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



歩崎地域観光振興アクションプラン

歩崎地域観光振興アクションプランの上位計画である第2次かすみがうら市総合計画では、本市が活力ある元気な地域へと発展させていくために、目指すべき将来都市像を「きらりと輝く 湖（みず）と山（みどり） 笑顔と活気のふれあい 都市 ～未来へ紡ぐ安心とやさしさの郷（さと） かすみがうら～」と定め、3つの基本理念「1. 豊かな自然と地域産業が共存するまち」「2. 日々の暮らしを守る快適で安全なまち」「3. とともに支え成長する人材あふれる安心なまち」を定めています。歩崎地域観光振興アクションプランにおいても、これらを基本理念とし、歩崎地域の農水産物など豊かな自然が育む地域資源を活かし、歩崎地域が観光地として多くの観光客が訪れ市民との交流が生まれ市内経済が活性化し、市民に笑顔と活気があふれるまちを目指して、本年度の調査結果、関係者の方々の意見等を踏まえ、次の6つのプロジェクトと30の具体的なアクションについてとりまとめました。

1 集客のための仕組みづくり

短期

- 1 - ① / 歩崎地域観光マップの作成
- 1 - ② / 栈橋の整備

中期

- 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

- 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

2 観光商品の開発

短期

- 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

- 2 - ③ / 栈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

3

「食」資源の充実・活用

短期

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

3 - ③ / 食資源の認知度向上

3 - ④ / お土産品の充実

4

おもてなしの向上

短期

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

4 - ③ / 観光ガイド人材の育成、継承強化

5

推進体制の整備

短期

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

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

6

プロモーションの強化

短期

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

中期

6 - ⑤ / 近隣他市町村と連携したPR

■補足：アクションの「短期」、「中期」、「長期」の区分について

「短期」…可能な限り速やかに取り組むアクション（1年以内）

「中期」…短期から中期的な構えで検討や研究を行い取り組むアクション（1～3年以内）

「長期」…観光動向等を注視しながら長期的な構えで取り組むアクション（3年超）

1

集客のための仕組みづくり

短期

1 - ① / 歩崎地域観光マップの作成

1 - ② / 栈橋の整備

中期

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

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

具体的な観光プログラムを策定し、誘客を進めていくためには、多様な地域資源を発掘、洗い出し、訪れる人々にその魅力を伝えるとともに、観光案内や観光関連施設の整備・改良を進めていく必要があります。また、2020年には、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が予定されており、今後も拡大が見込まれる訪日外国人観光客の受け入れに向けた体制を整備していく必要があります。

短期

1 - ① / 歩崎地域観光マップの作成

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- 市内の「見どころ」「グルメスポット」等の情報を、観光ガイドブックやWeb情報として整理します。市民、民間事業者等から写真、文章等の提供を受けながら、埋もれている情報を発掘します。歩崎地域についても、これらガイドブック、Web等の中で特集等を組みながら観光マップを作成し、市内外の観光関連施設等に設置を進めていきます。



実施予定事業

- 観光PR推進事業（政策）〔体験型観光マップ、ルート作成事業を検討〕
- シティプロモーション事業（政策）

短期

1 - ② / 棧橋の整備

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・市交流センター前湖岸に、棧橋を設置します（2019 年秋工事着工、2020 年 3 月竣工予定）。「土浦駅サイクリング拠点施設や対岸地区等と連携したサイクルーズ（舟運による輪行）」「水辺のアクティビティ」の拠点として活用できるものとしてします。
- ・棧橋完成後のマリーナ機能の提供、湖上スポーツ等アクティビティの実施に関して、民間事業者等と連携し観光拠点化を進めます。



実施予定事業

- ・歩崎公園管理運営事業（政策）〔棧橋整備事業の実施〕

中期

1 - ③ / 宿泊施設の整備

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- ・国、茨城県等で進める古民家活用の支援措置等の動きをふまえ、市において、活用可能な空き家等の掘り起こしと運営事業者等との橋渡しを進めていきます。
- ・歩崎地域等でのキャンプ、グランピング等による宿泊の実現を検討していきます。
- ・市内の宿泊機能の充実に向けて、民間活力を導入した宿泊施設の整備や市所有施設の有効利用等を検討します。



実施予定事業

※既存施設のリノベーション、体験型観光の宿泊等、宿泊施設の整備事業の検討

中期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- ・老朽化により判読不能となっている案内や破損している案内、情報が更新されていない案内等の修繕を進めるとともに、観光マップや観光プログラムと連動した看板、案内（観光案内アプリを含む）を作成します。
- ・サイクルラック等、観光客の市内への回遊促進に寄与する備品の設置、整備を行います。



実施予定事業

- ・歩崎公園管理運営事業（政策）
- ・観光PR推進事業（政策）

中期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・市、㈱かすみがうら未来づくりカンパニーが連携し、歩崎地域の観光マップ作成の過程等で得られた情報（文字情報、写真、動画）を、市交流センター等にて紙媒体、壁面案内板、液晶モニター等で紹介します。あわせて地域のショールームとして特産品を紹介し、市内生産者と観光客との接点を拡大することで販売促進を図ります。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）
〔観光アプリ、デジタルサイネージ整備事業〕

長期

1 - ⑥ / 森林公園の整備

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- 森林公園周辺施設の観光誘客の動向をふまえながら、庁内にて施設修繕、さらなる利活用に向けた検討を行い必要な予算措置を検討していきます。



実施予定事業

- 歩崎公園管理運営事業（政策）

長期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- 国、茨城県等で実施する外国人観光客受け入れに向けた各種支援措置等を活用しながら、市内事業者等に対して多言語対応や宗教・生活習慣に合わせたメニュー開発に関する情報提供、支援措置を講じていきます。
- 案内板、パンフレットの他、デジタルサイン、QRコードなど最新の技術を活用し、外国人観光客受け入れに向けた多言語対応を進めていきます。



実施予定事業

- 観光PR推進事業（政策）〔Wi-Fi 整備事業〕
- シティプロモーション事業（政策）〔外国語の案内表示〕

2

観光商品の開発

短期

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

2 - ③ / 栈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

市歴史博物館や市水族館では学びをテーマとしたプログラムを提供しています。また、(株)かすみがうら未来づくりカンパニーでも、市内の事業者と連携し地域資源を活用した観光プログラムの開発に取り組んでいます。こうした取り組みを加速させ、歩崎地域に多くの人々に訪れてもらうためには、地域資源を活用した場やモノ・コトに共感してくれそうな人々を具体的に設定、モニターツアー等を実施し、想定したターゲットやコンセプトとの整合性を検証しながら、改善を繰り返していく必要があります。

短期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- ・博物館や水族館は、社会教育のための施設、人々の学習の場として位置づけられてきましたが、近年参加型学習機会の提供や地域活性化のための知恵袋として、活動の場が広がっています。本市の歴史博物館、水族館においても地域の活性化等に資する観光プログラムの開発を進めるとともに、市内外の事業者・団体等とも連携したプログラムの開発を検討していきます。
- ・水族館は、あわせて館内の改修を検討、実施します。



実施予定事業

- ・歴史博物館管理運営事業（政策）
- ・水族館管理運営事業（政策）

短期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・地域では日々の生活の中で当たり前と思っているモノ・コトの中に、観光客にとっては非日常的な価値がある場合があります。こうした地元の人々も気づかない日常的な風景にある価値を地域資源として再認識しながら、日本一の産地で体験するレンコン収穫や、霞ヶ浦の魚食文化を学べる漁業体験等、㈱かすみがうら未来づくりカンパニー、民間事業者等が進める体験型観光プログラムの開発を支援し、商品化を目指していきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）〔体験型観光プログラム開発支援事業を検討〕

中期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・歩崎公園湖岸に設置予定の棧橋の整備計画に合わせ、市から民間事業者等に棧橋の整備内容の情報を提供し、水平線を眺めながら霞ヶ浦の雄大さを感じ、大自然を満喫出来る湖上レジャープログラムの開発を支援していきます。



実施予定事業

- ・歩崎公園管理運営事業（政策）
- ・市民ふれあいスポーツ推進事業（政策）〔カヌー教室等実施予定〕

中期

2 - ④ / 近隣他市町村と連携したプログラム開発

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- サイクリングと本市を含む水郷・筑波地区の多様な地域資源を結びつけることで、東京圏を中心に国内外から多くのサイクリストを含む観光客の誘客を図ります。また、「筑波山」及び「霞ヶ浦」の広域エリアへの誘客を契機に、県全域への周遊観光に繋げ、宿泊を含む県内全体の観光入込を増加させるように、近隣他市町村、茨城県と連携しながら広域でのプログラム開発を検討していきます。



実施予定事業

- 観光サイクリング事業（政策）〔関係者会議等で広域連携プログラム開発を検討〕

中期

2 - ⑤ / 湖と里の連携プログラム開発

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー

実施内容

- 千代田地区等市内他地域の観光事業者、施設運営者等の意向、状況を確認しながら、㈱かすみがうら未来づくりカンパニー等で進めている湖と里山を連携させた観光プログラム開発を市で支援し、商品化を目指していきます。



実施予定事業

- 地域活性化DMO推進事業（政策）

中期

2 - ⑥ / 若者やファミリー層に向けたプログラム開発

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 株式会社かすみがうら未来づくりカンパニー

実施内容

- 歩崎地域で若者やファミリー層に向けた観光プログラムの提供を希望する市内外の事業者に対して、場所の提供、連携可能な市内事業者の紹介等の支援を実施していきます。
- 株式会社かすみがうら未来づくりカンパニー等で進めている若者、ファミリー向け観光プログラムの開発を市で支援していきます。



実施予定事業

- 地域活性化DMO推進事業（政策）

3

「食」資源の充実・活用

短期

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

3 - ③ / 食資源の認知度向上

3 - ④ / お土産品の充実

霞ヶ浦と筑波山系の山々に面した本市は、梨・栗をはじめとする果樹や米、レンコン等の農産物、霞ヶ浦の伝統的な魚食文化を育んだワカサギやしらうお等の水産物など豊かな自然が育む地域資源に恵まれています。これら地域資源を活かし、現在、(株)かすみがうら未来づくりカンパニーを中心に、市交流センター内の地産地消レストランや直売スペースで地産食材を使った料理・商品の提供をしています。こうした取り組みを地域全体に広げていくためには、生産者、市民が協力し、市外の人々の意見を取り入れながら地域資源を活かした付加価値のあるメニューを開発、市内外にその食資源を広く発信していく必要があります。

短期

3 - ① / 地域資源を活かしたメニュー開発

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・(株)かすみがうら未来づくりカンパニーや市内の民間事業者等が行う、地域資源を活かしたメニュー開発を支援するとともに、小中学生を対象とした教育プログラムの一環として、地域資源を活用した食育教育や子供たち自身によるメニュー開発を進めていきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）〔メニュー開発事業の実施検討〕
- ・子どもミライ学習事業（政策）〔子どもミライ学習でのメニュー開発の検討〕
- ・観光PR推進事業（政策）
- ・シティプロモーション事業（政策）
- ・農業振興事業（政策）

短期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・市民団体、小中学校等のネットワークを活用し、市民によるメニュー作りを支援したり、市と市内民間事業者等が協力した料理イベント等を開催します。こうした活動を通じて地域資源を活かした新たなメニューを開発していきます。



実施予定事業

- ・子どもミライ学習事業（政策）〔子どもミライ学習でのメニュー開発の検討〕
- ・地域活性化DMO推進事業（政策）
〔イベント等での地域食材を活用した料理コンテストの検討〕
〔コンテスト優秀作品の飲食店での取扱支援事業の実施検討〕

中期

3 - ③ / 食資源の認知度向上

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・食のイベント等で市内食資源のPRを進めていくとともに、消費者やバイヤー等へ訴求するためのパンフレット等を充実させて食資源の販路拡大、地産外商を進めていきます。



実施予定事業

- ・シティプロモーション事業（政策）〔市内農産物取扱市内飲食店のPR強化事業〕
〔湖山の宝に関する情報発信強化事業〕〔地域資源等の国内外への情報発信事業〕
〔ふくまる特別栽培米のPR及び販路開拓事業の検討〕
〔未来づくりカンパニーのECサイト内での地域産品販売促進事業〕
〔食の文化祭、食のコンテスト開催事業の検討〕
- ・農業振興事業（政策）

中期

3 - ④ / お土産品の充実

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・観光客、消費者に土産品を食してもらうためには、味付け、商品パッケージ、価格設定、流通経路、広告、製品製造方法、原材料調達等多岐に渡る事項を一つひとつ検討・調整していく必要があります。その際必要となる知識、市場動向に関する情報等を、土産品等の開発を希望する市内の民間事業者に対して、専門家の派遣やセミナー等の開催を通じて提供していきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）〔土産品等開発支援事業の検討〕
- ・農業振興事業（政策）〔湖山の宝認定事業〕

4

おもてなしの向上

短期

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

4 - ③ / 観光ガイド人材の育成、継承強化

未来に向かって活力があり魅力的なまちとして本市が発展するためには、学校教育等において、子供たちが地域に根付き、地域の担い手として成長出来るように郷土教育を推進していく必要があります。また、歩崎地域、本市の観光振興を進めていくためには、市民一人ひとりが市の自然、歴史、文化を理解し、自らの言葉でその魅力を伝えていく必要があります。こうしたことから、市内小中学校における郷土教育や市民に向けた観光情報の提供、観光ガイド・ボランティアの育成・継承を進めていきます。

短期

4 - ① / 市内小中学校における郷土教育の推進

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- 学芸員等による出前講座を継続実施し、市内の小中学生の郷土教育を進めていきます。また、2019年に茨城国体、2020年に東京オリンピックが開催され市内来訪観光客の増加が見込まれることから、観光マップ等の作成や地域資源の発掘活動を通じ小中学生の地域に対する愛着を深めることで、来訪者にも郷土の良さを感じてもらいたい、との「おもてなしの心」を醸成していきます。



実施予定事業

- 子どもミライ学習事業（政策）
〔街の未来を考えるワークショップ、地場産品・歴史文化を題材としたキャリア教育の出前事業〕〔学芸員、市民学芸員による出前講座の実施検討〕
- ジオパーク推進事業（政策）〔ジオパークを活用した郷土愛醸成講座の実施検討〕

短期

4 - ② / 市民に向けた観光情報提供、もてなし啓発の推進

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- ・市民一人ひとりが市の自然、歴史、文化を理解し、自らの言葉でその魅力を来訪者に伝えたいとなるよう、広報かすみがうら、各種イベント、地域ポイントシステム等を活用しながら、市民が地域資源や観光スポットなど「地域を知る」機会を提供することで、地域への愛着や来訪者にも郷土の良さを感じてもらいたい、との「おもてなしの心」を醸成していきます。



実施予定事業

- ・地域ポイント推進事業（政策）〔観光情報等の発信事業〕
- ・観光PR推進事業（政策）
- ・シティプロモーション事業（政策）

中期

4 - ③ / 観光ガイド人材の育成、継承強化

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- ・市内の観光ボランティアの状況・ニーズを整理、確認し、必要な支援措置を検討、実施します。
- ・市民学芸員制度の充実を図ります。
- ・筑波山地域ジオパーク推進協議会が実施するジオガイドの育成や霞ヶ浦帆引き船・帆引き網漁法保存会の後継者育成部会が実施する帆引き船の操業継承に向けた取り組みを支援していきます。



実施予定事業

- ・歴史博物館管理運営事業（政策）
- ・ジオパーク推進事業（政策）

5

推進体制の整備

短期

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

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

2016年4月に、市、民間企業、地域金融機関の出資により、(株)かすみがうら未来づくりカンパニーが設立され、地域事業者と連携した体験型観光や市交流センター内の地産地消レストラン・直売スペースで地産食材を使った料理・商品を提供していますが、歩崎地域全体でみると同地の観光地域づくりはまだ始まったばかりです。こうしたことから、同地を訪れた人々が地域の様々な場所で、様々な観光メニューを楽しめるように、観光関連事業者等への支援や市民・観光関連事業者間の連携を強化しながら、観光地域づくりに向けた推進体制を整備します。

短期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・歩崎地域の観光資源等を活かした観光振興アクションプランを策定するため、2018年度、地域の観光関連事業者等による「関係者会議」が開催されました。今後もこの関係者会議を母体として民間事業者等と行政の連携を継続ながら、観光関連事業者のニーズ・課題を共有・確認し、これら事業者へ必要な支援を行っていきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）

短期

5 - ② / 観光に係る人材、事業者の発掘、育成支援

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- 近年は、個人の好みや興味・関心にあわせた特徴的な観光サービスの提供が強く求められています。また、観光関連事業者の高齢化、後継者不足が顕在化し、地域の人材育成も急務となっています。こうしたことから、サービス向上に資する講習会や観光関連事業者の経営支援に関連するセミナー、相談会等を商工会等と連携しながら実施します。



実施予定事業

- 地域活性化DMO推進事業（政策）
- 商工振興事業（政策）

中期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / (株)かすみがうら未来づくりカンパニー

実施内容

- (株)かすみがうら未来づくりカンパニーは、地元事業者との協業を積極的に進めています。こうした協業により観光メニューが充実するだけでなく、地域への経済波及効果も高まることから、これまでの歩崎地域に関する調査等で得られた情報や関係者の方々からの助言等を踏まえ、同社のDMO（※）としての機能向上について、市、同社等にて検討、実施していきます。



実施予定事業

- 地域活性化DMO推進事業（政策）
- 農山漁村活性化推進事業（政策）〔補助金による市交流センター施設整備事業〕

※DMO : Destination Management Organization の略。地域資源を活かして地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの中心となり、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実施する法人。

中期

5 - ④ / 着地型旅行商品の造成が可能となる組織の検討

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・2013年に、旅行業法で地域限定旅行会社が制度化され、観光協会や宿泊施設などが、募集型企画旅行にあたる着地型商品の企画販売が可能となり、地域発の個性的な旅行商品の企画販売が出来るようになりました。こうした法改正の動きや旅先でしか味わえないものを求める本物志向のニーズの高まりをふまえ、関係者会議等にて観光協会の法人化を含めた着地型旅行商品の造成が可能となる組織の検討を行っていきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）

中期

5 - ⑤ / 市民・観光関連事業者間の連携強化

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / ㈱かすみがうら未来づくりカンパニー / 民間事業者等

実施内容

- ・観光地域づくりを進めるためには、市民に地域資源や観光関連事業者の取組を理解してもらい、地域づくりへの参画を促す必要があります。こうしたことから、地域資源を活かした体験型イベントの開催に加え、市と観光関連事業者の連携による小中学生の職場見学や職業体験の受け入れ、観光振興に関する市民、観光関連事業者の意見交換などを通じて、市民の観光関連事業への理解と参画を促し、歩崎地域の観光振興に向けた基盤を強化していきます。



実施予定事業

- ・地域活性化DMO推進事業（政策）

6

プロモーションの強化

短期

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

中期

6 - ⑤ / 近隣他市町村と連携したPR

- ・歩崎地域をはじめ市内には、観光施設だけではなく、魅力的な自然資源、文化社会資源、特産品が数多くありますが、その一部しか一般に知られていないのが現状です。こうしたことから、魅力的な資源を多くの人に知ってもらい、興味をもってもらい、歩崎地域、市内への来訪を促していく必要があります。
- ・これまで実施した観光に関する調査データを活用しながら、様々な世代、趣向を同じにするグループ等、ターゲットに合わせた効果的なPRを、従来の広告媒体だけではなくSNS等新たな媒体を活用しながら実施していきます。

短期

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

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- ・観光情報を発信する手段としてこれまではホームページ、テレビ、新聞のように広く情報を発信する媒体が利用されてきました。しかし、近年、情報が溢れる中、SNSのようにより個別性の高い情報を発信・収集できる媒体が主流となってきています。こうしたことから、SNSを使った観光マーケティングを強化していくとともに、市民や観光客にSNS等で市内観光スポット、資源を拡散してもらうためのキャンペーン、イベントを検討、実施します。



実施予定事業

- ・観光PR推進事業（政策）
- ・シティプロモーション事業（政策）
- ・観光交流推進事業（政策）〔SNS情報を活用した飲食店マップの作成事業〕

短期

6 - ② / 茨城県南、千葉県東葛エリア等でのPR活動強化

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- ・市内には、茨城県南、千葉県東葛エリアから、多くの観光客が訪れています。こうした自治体と観光面での連携をこれまで以上に強化し、同エリア等で開催されるイベントで歩崎地域、市のPRを検討、実施します。



実施予定事業

- ・観光PR推進事業（政策）・観光交流推進事業（政策）
- ・シティプロモーション事業（政策）〔首都圏への情報発信強化事業〕
〔海外進出・首都圏におけるPRイベント等実施による販路拡大支援事業〕
〔市内農水産物の販路拡大を目的とした首都圏における商品等PR事業〕
〔アウトドアに興味がある方々に向けた情報発信強化事業〕
- ・地域ポイント推進事業（政策）〔地域ポイントアプリ活用事業〕

短期

6 - ③ / JR駅、茨城空港等でのPR活動強化

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市 / 民間事業者等

実施内容

- ・茨城県、市、民間事業者等が協力し、多くの人々が往来する神立駅、土浦駅等のJR駅や茨城空港等にて、歩崎地域、本市のPR活動を行います。



実施予定事業

- ・観光PR推進事業（政策）
- ・観光交流推進事業（政策）

短期

6 - ④ / メディア（新聞、テレビ等）の積極活用

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

- SNS等のデジタルメディアだけではなく、従来からある新聞、テレビ、雑誌等のメディアに対しても積極的に情報発信を行っています。
- プレスキット（取材の便宜に供するための参考資料）の作成や報道出版等メディア関係者の連絡網の整備を進め、効果的なPRが出来るようにします。



実施予定事業

- 広報事業
- 報道機関への情報提供事業
- シティプロモーション事業（政策）

中期

6 - ⑤ / 近隣他市町村と連携したPR

リーダーシップをとることが想定される団体等

かすみがうら市

実施内容

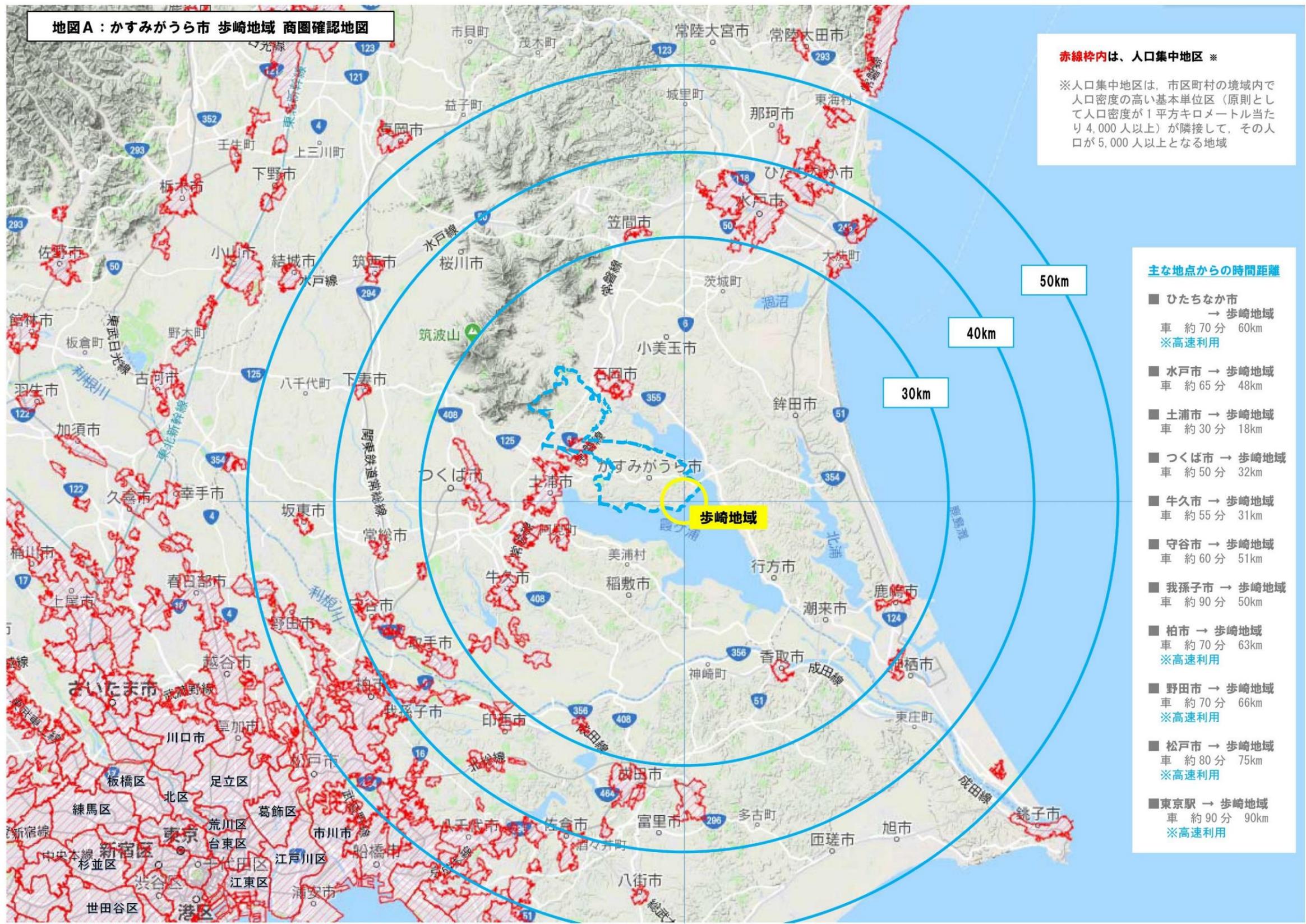
- 近隣の他市町村との広域連携をより一層進めていきます。「筑波山地域ジオパーク推進協議会」や「つくば霞ヶ浦りんりんロード利活用推進協議会」等、近隣市町村が観光面の課題、情報を共有する場や組織を活用して、広域的な観光ルートの構築や自治体間連携によるPRに取組み、観光客への多彩な観光体験の提供を目指します。

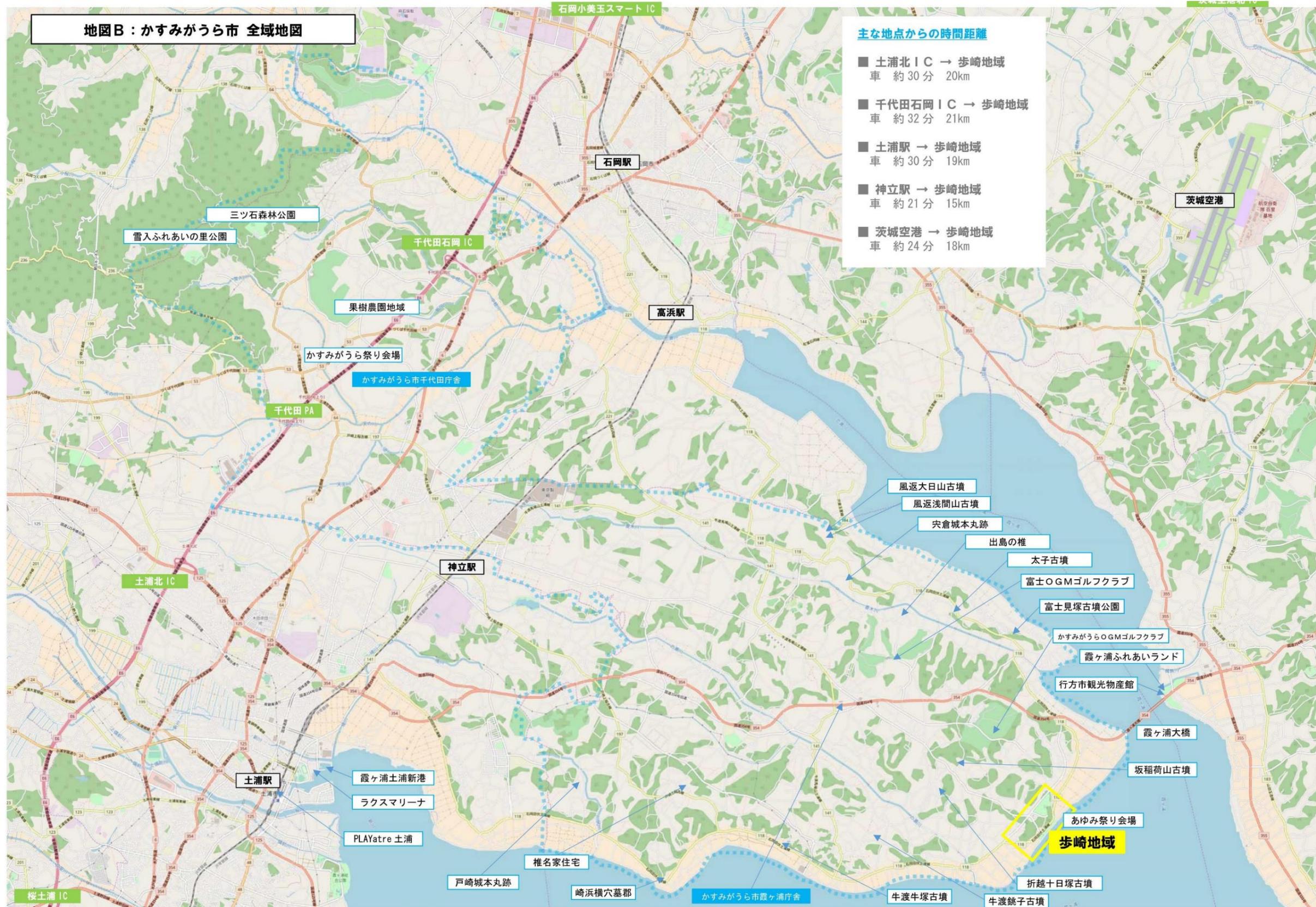


実施予定事業

- ジオパーク推進事業（政策）
- 観光PR推進事業（政策）

第 6 部 參考資料





地図C：かすみがうら市 歩崎地域地図



【参考】歩崎地域観光拠点の現状と課題

	①市交流センター (旧かずみがうら茶葉づくりカンパニー)	②市水族館 (旧デンケリー)	③市歴史博物館	④あゆみ庵・民家園	⑤市農村環境改善センター	⑥歩崎地域湖岸棧橋	⑦歩崎森林公園	⑧歩崎展望台	⑨全体・その他
A. 主な機能	・地域資源を活用した事業の展開により、交流人口の拡大、農家・漁家及び水産加工業者の経営改善と就業(雇用)の促進を目指す	・霞ヶ浦と霞ヶ浦水系に生息する生物の魅力を発信している。かずみがうらとかずみがうら水系の淡水魚を展示している	・三層の天守閣をイメージした歴史博物館。1階は帆船、2階は民俗資料、3階は郷土のあゆみの展示をしている。4階は展望台(霞ヶ浦、霞ヶ浦大橋、筑波の山並等が見える)	・(あゆみ庵)は、数寄屋造りの建物で茶室と座敷広間がある。 ・(民家園)は、江戸時代に建てられた茅葺き屋根に曲がり屋などがある民家である	・農業地域にくらす人々のための施設。会議室や研修室を有し、スポーツクラブチーム等の合宿に適した施設となっている。今後本計画等で予定される体験プログラム等に合わせ、新たな宿泊施設として改修を予定している。	・交流センター前の湖岸に、土浦駅サイクリング拠点施設や対岸地区等と連携したサイクルーズ(舟運に輪行)事業や水辺のアクティビティとして活用できる棧橋の設置を計画している。	・園内には、多種類の花木が育ち、四季折々に美しい表情を見せる。せせらぎ、池、散策道、50mのローラーすべり台、アスレチックがあり、自然を家族連れで満喫できる施設を計画している。	・東屋が設けられた展望台 ・茨城百景。	
B. 現状	・レストラン事業、マルシェ事業、観光案内事業、レンタサイクル事業を実施(市指定管理事業) ・ライドクエスト事業、ワークショップ事業、プランディング事業(自主事業)等	・土・日に教育プログラムを実施。 ・池、噴水の管理、移動水族館等の実施。 ・歴史博物館と共通チケット発行。 ・イベント時動物ふれあいコーナーや動物相談コーナーを実施。	・市内の文化財保護・管理や歴史・文化振興、ジオパーク、出前授業等教育普及事業もしている。 ・毎週土日90分の座学実施 ・年4回展覧会実施 ・市内文化財の一斉公開実施 ・埴輪親子体験の実施 ・ツアー年2-3回企画 ・歴史スポットの一つになっている	・(あゆみ庵)ボランティアによるお茶のもてなしをしている ・ボランティアは、市内の地区ごとに組織化されていて、持ち回りで運営している ・つくば市の方の利用が多い ・あゆみ祭り開催時、多くの方が利用する	・地域の人々を中心に、会議・集会等で利用されている。		・十分活用されていない。 ・遊具が一部壊れていて、全体的に暗い雰囲気となっている。 ・一部の団体がサバイバルゲームのフィールドとして利用している。	・霞ヶ浦が眼下に広がり、左に天王崎、正面に三又沖、右手に浮島・大山を望む絶景が望める。	
C. 問題	・マルシェ事業を考えた場合立地条件が好条件ではない ・事業のための倉庫が不足している ・スタッフの休憩所がない ・交流センターまでのインフラが整備されていない。(2次交通の問題)	・自動車を利用しないと来館することが出来ない ・予算的に有料広告を行うことが難しい ・歩崎公園に関して、様々な問い合わせが来ってしまう ・建物、ベンチ等老朽化が進行している ・施設の中にトイレがない		・道路からの進入路の坂が急になっていて危ないと感じる部分がある	・築後30年強が経過し、大規模修繕が必要な状況である。		・森林公園の奥は、湿地帯となっている。 ・利用者がお金を落とす仕組みがない。 ・母親が子供を遊ばせるのを躊躇する傾向がある。	・季節にもよるが、くもの巣が張っている。 ・展望台までの案内が十分でないところがある。	
D. 今後の方向性	・ライドクエスト、マルシェ(ECサイト含む)事業の充実 ・キッチンカーやイベントを組み合わせた飲食事業の充実 ・ブルーツーリズムの検討	・地域との連携充実(地域、市と協力していく) ・市歴史博物館、市交流センターと連携充実(例:亀アイス、共通チケット・ポスター・チラシ) ・取材への積極対応	・これまで来訪していない人を呼び込む方法を検討していく ・他地域との連携(例:新選組、伊藤甲子太郎、京都) ・郷土愛の醸成	・新たな観光プログラムの一つのメニューとして活用を検討していく ・(民家園)かまど体験、宿泊体験検討	・H30設計H31以降工事予定 ・2人組、ユニットバス付で6室程度の宿泊施設が出来ないか検討中。	・H30設計H31以降工事予定 ・棧橋設置に向けて、許可権者等との打ち合わせや内部調整を行っている ・(利用イメージ)遊覧船、Eボート、帆船、カヌー体験、プレジャーボート体験、釣り、カフェ等	・簡易キャンプ場やオートキャンプ場としての利用の検討	・散策路、周道路の整備 ・見る、食べる、買う(土産品)の充実 ・地域での一体感 ・郷土愛の醸成 ・ハード、看板、案内の整備 ・情報提供の充実	
E. 課題	・雇用、労働力の確保が難しい ・カヌー倉庫があるが、カヌーが入らない。新たな収納スペースを検討していく必要がある ・地域として宿泊に寄与するコンテンツが不足している ・看板、観光地としてのサインが不足している	・バリアフリーへの対応	・SNS等の情報発信方法 ・スマホ対応	・(あゆみ庵)運営のボランティアスタッフが高齢化し、共働き世帯が増えているため将来的にスタッフの人員が不足する可能性がある ・(民家園)便所が使用できない(※現状あゆみ庵トイレ利用)	・避難所としての機能を確保する必要がある ・公民館機能を残す必要がある。地元の方が利用している。(20名×2部屋) ・民間ベースでの宿泊施設は採算面から難しい ・食事はケイタリング等を検討する必要がある ・補助金返還手続きに2年程度かかる可能性がある ・利用者の季節変動が大きくなる可能性がある	・棧橋レイアウト、水深、工事手法等の問題を調整する必要がある ・湖面での工事のため、工事期間が一定の時期に限定される可能性がある	・敷地の大部分が借地となっている		
F. プログラムイメージ	食			・かまど体験					・歴史人物にちなんだ食事メニューの提供 ・日本発祥にちなんだソーセージ開発。 ・魚肉ソーセージの開発(選根豚ラード、ナマズ、蓮根) ・梨ビール ・わかさぎを利用した食の開発 ・うなぎを使った食の開発
	アクティビティ		・子供向けプログラム						・VR体験 ・古代米、農業体験 ・地引網体験
	宿泊								・古民家活用
G. 付記									

第7部

歩崎地域観光振興アクションプラン策定事業関係者会議出席者等一覧

1. 関係者会議出席者等一覧

関係者

No	会社・団体名	役職	お名前	備考
1	株式会社 かすみがうら未来づくりカンパニー	代表取締役	今野 浩紹	
2	株式会社デン・ケリー（かすみがうら市水族館）	館長	赤堀 恭子	
3	株式会社アトレ	主任	高梨 将克	
4	株式会社ラクスマリナー	専務取締役	秋元 昭臣	
5	一般財団法人行方市開発公社	事務局長兼駅長	磯山 秀喜	
6	株式会社ひのでや	取締役営業本部長	佐賀 正治	
7	有限会社山野水産	専務取締役	山野 英明	
8	手作りパン パンプキン	代表	小泉 智美	
9	貝塚忠三郎商店		貝塚 康博	
10	霞ヶ浦漁業協同組合		沼口 京介	
11	霞ヶ浦帆引き船・帆引き網漁法保存会	後継者育成部会 帆引き船操業継承部員	君崎 一男	
12	株式会社グランバー東京ラスク	代表取締役社長	大川 吉美	
13	オリックス・ゴルフ・マネジメント株式会社 富士OGMゴルフクラブ	営業本部 常盤エリア長兼千葉エリア長兼 富士OGMゴルフクラブ出島コース支配人	皆本 賢吾	
14	オリックス・ゴルフ・マネジメント株式会社 かすみがうらOGMゴルフクラブ	かすみがうらOGMゴルフクラブ支配人	佐藤 元泰	
15	かすみがうら市歴史博物館	学芸員	千葉 隆司	
16	株式会社筑波銀行	常務執行役員	渡辺 一洋	とりまとめ役

かすみがうら市

No	事業者名	役職	出席者	備考
1	かすみがうら市 地域未来投資推進課	担当理事（統括）	西山 正	—
2	かすみがうら市 地域未来投資推進課	課長	稲生 政次	—
3	かすみがうら市 地域未来投資推進課	課長補佐	猪俣 直宏	—
4	かすみがうら市 地域未来投資推進課	主幹	長南 礼	—
5	かすみがうら市 観光商工課	課長補佐	鈴木 薫	—
6	かすみがうら市 農林水産課	課長補佐	篠崎 政彦	—

事務局（筑波総研株）

No	事業者名	役職	出席者	備考
1	筑波総研株式会社	上席研究員	佐々木 里也	
2	筑波総研株式会社	研究員	小泉 堯史	