

かすみがうら市観光基本計画
素案

目次

市長あいさつ	1
第1章 計画策定の基本的事項	2
1 計画策定の目的	2
2 計画の位置づけ	3
3 計画期間	3
第2章 本市の現状と課題	4
1 かすみがうら市の観光に関する論点の整理	4
（1）観光資源の状況	4
（2）既存施設の活用可能性	21
（3）観光市場における新たなニーズへの対応状況	22
（4）市民・事業者の意識	24
（5）交通アクセス	31
（6）観光宣伝・PR	33
（7）体制・組織	34
第3章 観光振興の戦略	35
1 基本的な考え方	35
（1）観光資源を価値あるコンテンツにする	35
（2）地域の事業者、住民の利益となる観光を目指す	36
（3）事業者・住民が自分事として取り組むための仕掛け・体制構築	37
2 かすみがうら市の核となる価値	38
3 かすみがうら市の核となる資源、「農水産物・生産者・生産現場」の価値を活かす5つの方策	39
（1）湖と山が育む「食」の魅力創出	39
（2）湖と山をつなぐ自転車の活用	39
（3）「歴史・生活文化」を背景とした体験・体感の仕組みづくり	39
（4）湖と山の「自然環境・景観」の保全と共生の実現	39
（5）地域産業の持続的発展に貢献する観光拠点の整備拡充	39
4 かすみがうら市の資源価値を高める分野横断的な2つの方向性	40
（1）市民理解、コミュニティの活性化	40
（2）戦略的なマネジメント	40
5 計画の目標数値	41
第4章 施策の展開	43
1 湖と山が育む「食」の魅力創出	43
2 湖と山をつなぐ自転車の活用	44
3 「歴史・生活文化」を背景とした体験・体感の仕組みづくり	45
4 湖と山の「自然環境・景観」の保全と共生の実現	46

5 地域産業の持続的発展に貢献する観光拠点の整備拡充	47
6 市民理解、コミュニティの活性化	48
7 戦略的なマネジメント	49

第5章 計画の推進に向けて..... 50

1 庁内・関係事業者の分野横断的な観光推進体制の構築	50
2 プロジェクト組成の仕組みづくり	51
3 観光施策の進捗管理の体制構築	51

補章 資料 52

1 かすみがうら市観光基本計画策定経過	52
(1) 委員会	52
(2) アンケート調査	52
(3) ヒアリング調査	53
2 かすみがうら市観光基本計画策定委員会設置要綱	54
3 かすみがうら市観光基本計画策定委員会委員名簿	56

市長あいさつ

第1章 計画策定の基本的事項

1 計画策定の目的

本市は、“湖山の宝”と称されるように、霞ヶ浦から新治台地、筑波山系の山々につながる豊富な自然資源を持ち、サイクリングロードや果樹狩り、帆引き船、貝塚・古墳群などの歴史資源といった多様な観光資源を有している個性と魅力にあふれたまちです。

観光の目的は、その語源が「国の光を観る」とあるように、地域資源を用いることで、地域外から観光客を誘客し、地域経済を活性化することにあります。しかしながら昨今は、「地域経済」のみならず「地域社会」「地域環境」の3方向からの視点により観光を推進することが重要になってきています。こうして、「観光客が訪れてみたいまち」と「地域住民が住み続けたいまち」を一体として考え、地域住民主体で観光という手段を用いた地域活性化を実現することが期待されています。

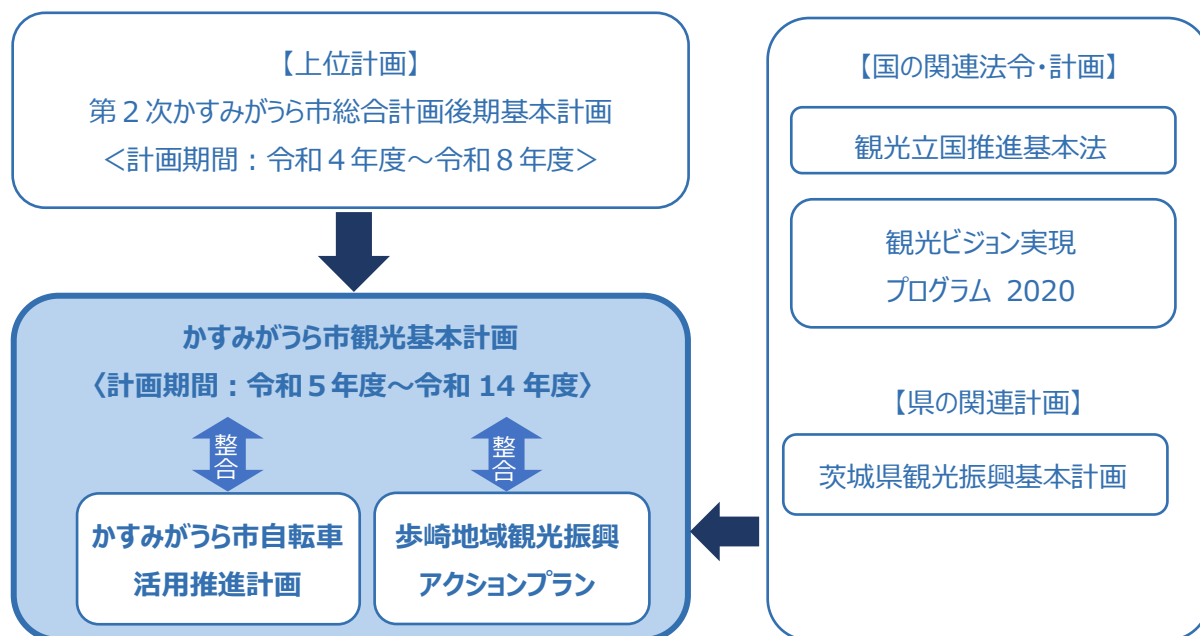
その一方で、令和2（2020）年には、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大が起こり、人々の暮らしを揺るがし、観光を取り巻く環境にも多大な影響を及ぼしています。将来の見通しが難しい不確実性の時代でありながらも、ウィズコロナ・アフターコロナと回復の段階を見据えながら、本市にふさわしい観光振興の方向性を明確にする必要があります。

こうした状況を踏まえ、本市のこれからの観光振興に向けた戦略を描き、観光需要や生活様式の変化に対応した方策を位置づけ、観光に関わる全ての関係者が連携・協働することにより、交流人口・関係人口の拡大とそれに伴う消費による観光を通じた経済の活性化を図ることが求められています。

以上のことから、本市が今後10年間で進むべき観光の指針として、このたび「かすみがうら市観光基本計画」を策定いたします。本計画は、観光に関わる施設や事業者だけでなく、地域住民も含めて、「かすみがうら市の観光のこれから」をともに考えながら、一体となって観光振興を目指すものです。本市が有する豊かな自然や貴重な歴史文化等の資源を守り伝え、磨きをかけ、人々に「楽しみ・喜び・癒やし・感動」を与えるとともに、市民の暮らしを支え、市民が「住み続けたい」と思えるような活力あふれる地域へと持続的に発展する、新たな「観光地域づくり」の10年とします。

2 計画の位置づけ

本計画は『第2次かすみがうら市総合計画』に基づく部門計画として位置づけます。また、『かすみがうら市自転車活用推進計画』、『歩崎地域観光振興アクションプラン』を包含する観光のマスタープランであり、本市観光振興の旗印となるものとして位置づけます。



3 計画期間

本計画の期間は10年（令和5（2023）年度から令和14（2032）年度）とし、計画の適切な進捗管理および社会経済情勢などの変化の把握に努め、5年を目途に必要なに応じて見直します。



第2章 本市の現状と課題

1 かすみがうら市の観光に関する論点の整理

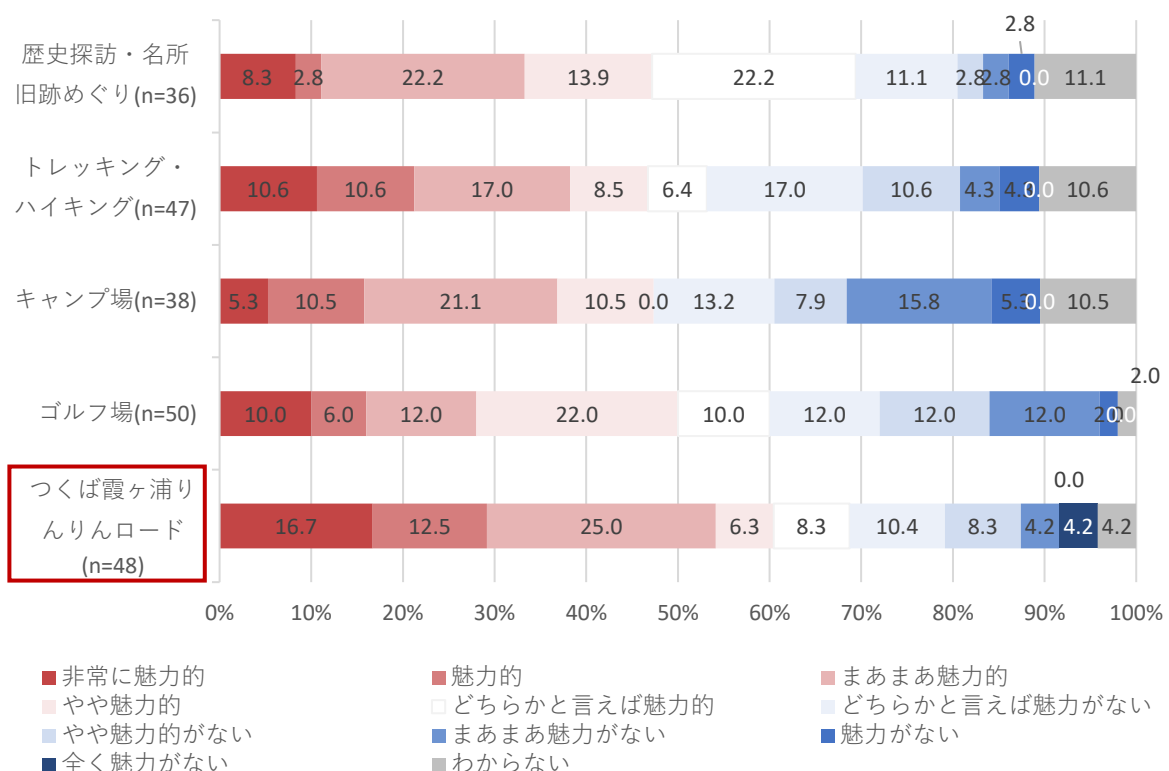
(1) 観光資源の状況

(まとめ)

- ・コンテンツ（観光客を惹きつけるモノやサービス、景観や自然環境など）を提供する事業者の収益性の確保が必要です。
- ・コンテンツの持続的な提供のための担い手の確保、育成が必要です。
- ・コンテンツの背景やストーリーの掘り下げによる価値づけ、地域全体としてのプロモーションのあり方の検討、景観・デザインの観点からも改善が必要です。
- ・体験できる内容や購入できる産品等、観光客に提供できる資源の季節変化が大きいことから、季節に応じた需要に対応できるような体制をつくり、連携を図ることが重要です。

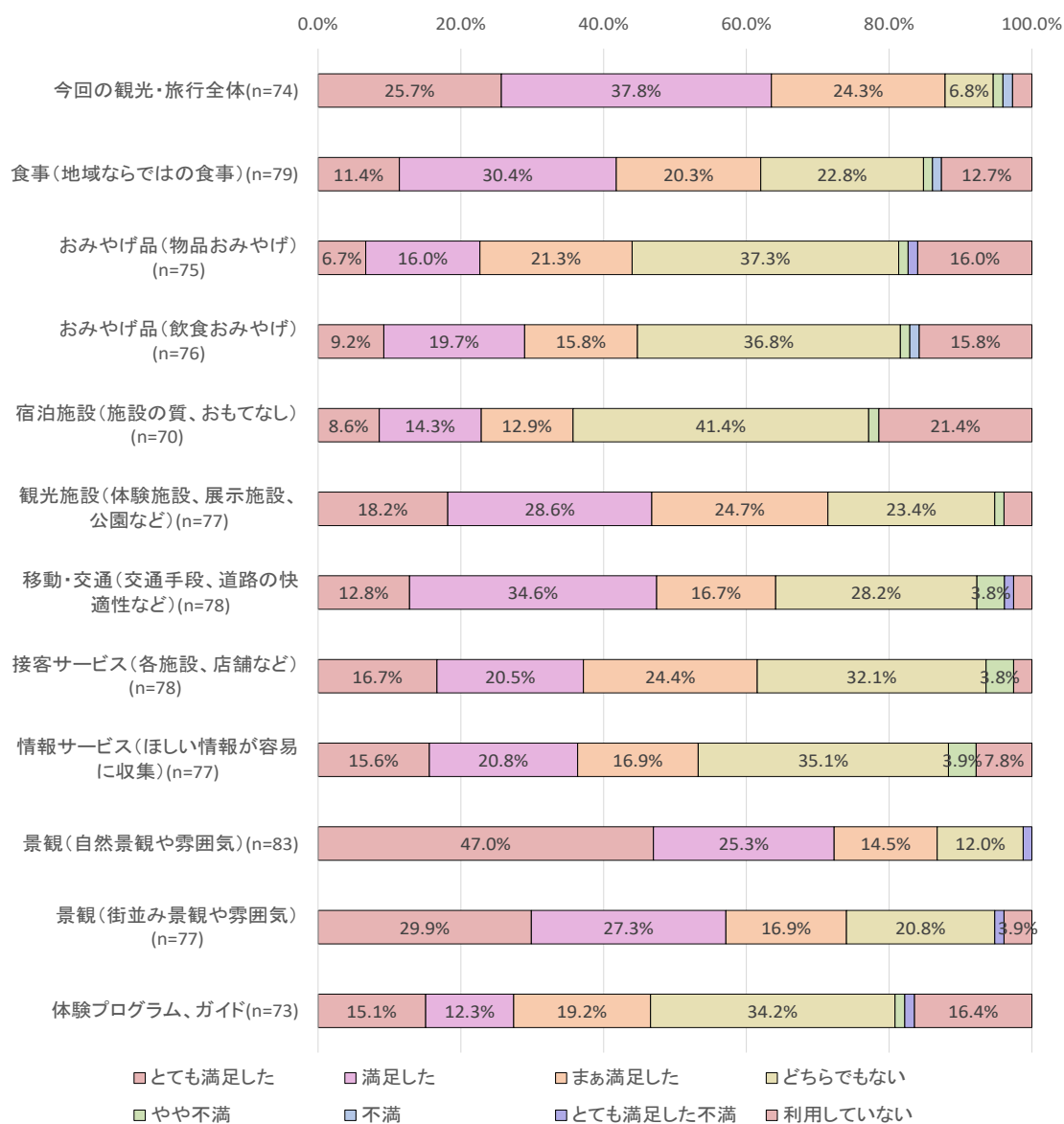
【かすみがうら市のコンテンツの魅力度】

- ・「つくば霞ヶ浦りんりんロード」の魅力度は他の資源に比べて高い状況です。



【かすみがうら市のコンテンツの満足度】

- ・ 景観（自然景観や雰囲気）、景観（街並み景観や雰囲気）の満足の回答の割合が高い一方で、宿泊施設（施設の質、おもてなし）、おみやげ品（物品おみやげ）の満足の回答の割合が低い状況です。



①果樹観光

現状

- ・栗、柿、梨、ぶどう、イチゴを中心とした果樹観光農園が千代田地区に集積しています。収穫体験や直売所での販売のほか、インターネット販売を行う農家もあります。
- ・来訪客は東京、千葉、埼玉、神奈川が多くなっています。バスツアーや団体旅行が中心ですが、家族連れの個人客も増えてきております。また、固定の農園のリピーターと、千代田エリアとしてのリピーター（複数の果樹園をめぐる）の両パターンがみられます。



ニーズ

- ・アフターコロナでの団体客の来訪予約が回復し始めています。
- ・客層が高齢化していること、若年層にフルーツを食べる習慣が無いことから、果樹狩りの将来的なニーズ減少が懸念されます。

課題

- ・来訪者層およびその行動の変化により、土産としての果樹購入が減少傾向にあります。入園料の再考など収益確保の方法について、再検討が必要です。
- ・かすみがうら市への合併以前、「千代田」という地名で果樹狩りが認知されていたことから、再度「かすみがうら市と言えば果樹狩り」というイメージを定着させるための取組が必要です。

活用に向けて

- 代理店を介した団体客からの収益確保のみならず、増加する個人客に対応した新たな事業モデルについても検討が必要です。
- 良質な果樹の産地としての背景（気候や土壌、作り手のこだわりなど）の掘り下げによる価値づけ、地域全体としてのプロモーションのあり方の検討、景観・デザインの観点からも改善の可能性があります。
- 果樹狩りや直売だけでなく、「果樹園＋カフェ・飲食」など経営の多角化に関心を持つ農家もあり、本市の観光資源としてのさらなる魅力向上が期待されます。

②サイクリング

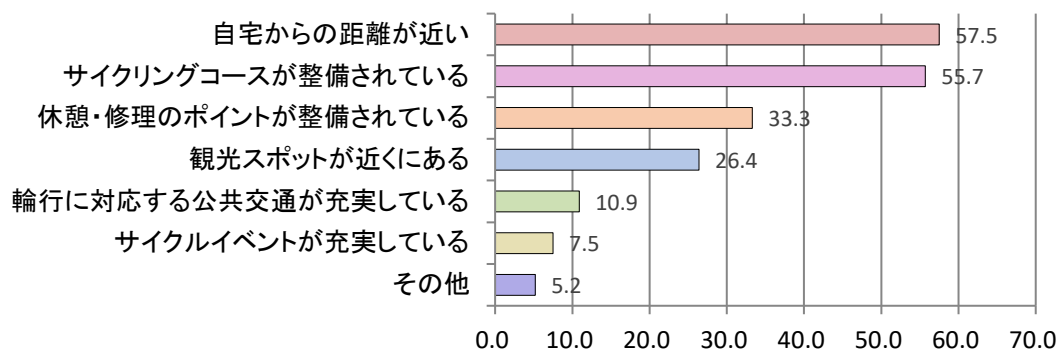
現状

- ・霞ヶ浦、水郷地域や筑波山地域などの自然をめぐるつくば霞ヶ浦りんりんロードを中心に多くのサイクリストが訪れています。
- ・サイクリングイベントでは、スマートフォンアプリを使用した「サイクルボール」(コース走破への特典付与)「チャリ Pay」(観光スポット等立ち寄りへのポイント付与)「ライドクエスト」(果樹狩りサイクリング等体験プログラム)などが実施されています。また、歩崎周辺で特設コースを周回する自転車レースが行われています。
- ・観光スポットを巡り、フルーツなどの地域産品を満喫されています。歩崎公園を拠点に、千代田地区においても栗園でソフトクリームを食すなどの立ち寄りも多くみられるようになっていきます。

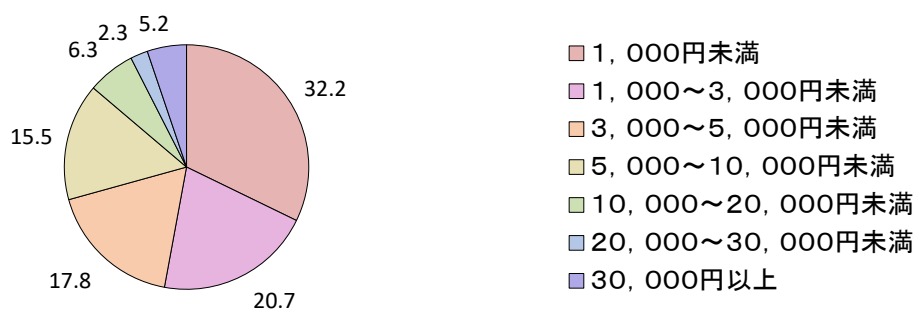


ニーズ

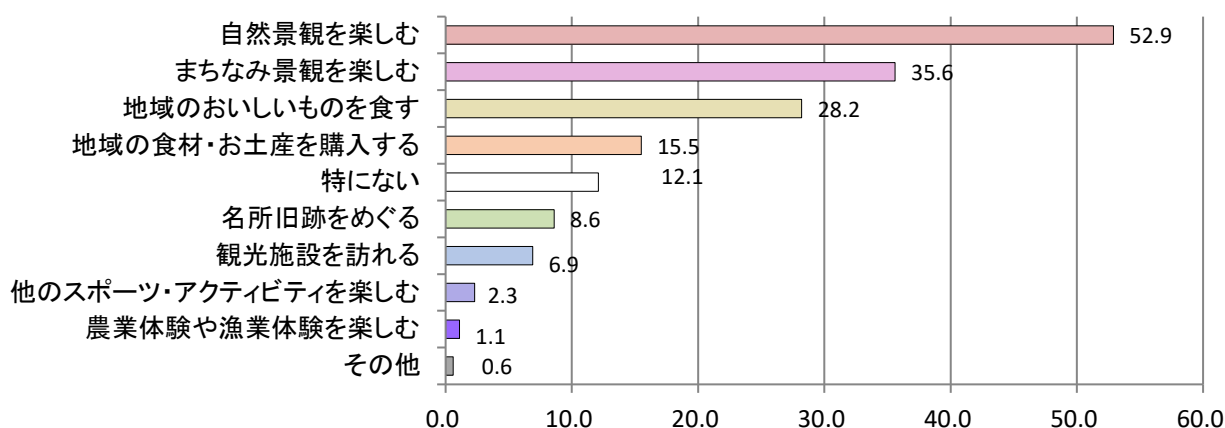
- ・サイクリングにおける来訪先の選び方は、「自宅からの距離が近いこと」「サイクリングコースが整備されていること」「休憩・修理のポイントが整備されていること」が特に重視される傾向にあります。



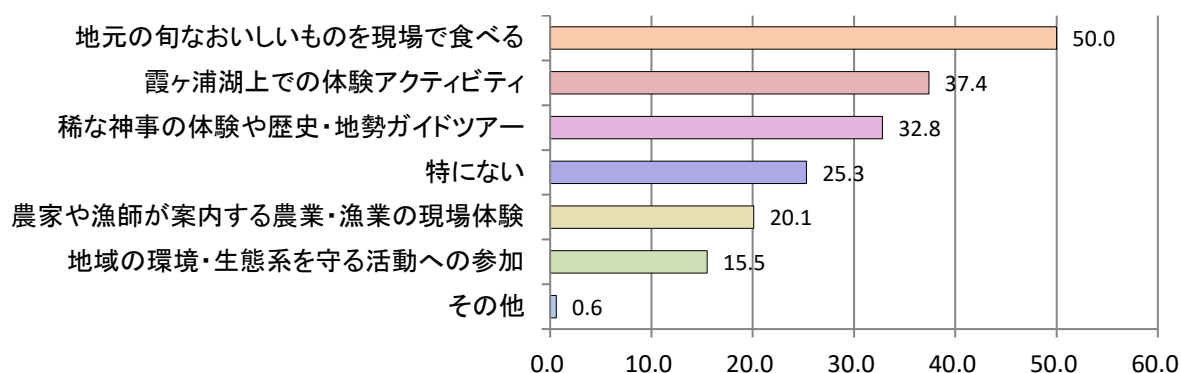
- ・1回あたりのサイクリングでかける予算は「1,000 円未満」が最も多く、次いで「1,000～3,000 円未満」「3,000～5,000 円未満」となっています。



- ・余暇活動でサイクリングをする層が「サイクリングで各地を訪れる際に、楽しみにすること」を調査した結果、「自然景観を楽しむ」「まちなみ景観を楽しむ」「地域のおいしいものを食す」が特に多い傾向にあります。



- ・余暇活動でサイクリングをする層が「今後期待したいコンテンツやサービス」を調査した結果、「地元の旬なおいしいものを現場で食べる」「霞ヶ浦湖上での体験アクティビティ」「稀な神事の体験や歴史・地勢ガイドツアー」が特に多い傾向にあります。



課題

- ・コロナ禍でのサイクリストの増加に対して、ライドクエストの展開と湖上体験を組み合わせたコンテンツの充実には可能性があります。
- ・地域での消費のポイントとして、特に「食」の充実が求められています。サイクリストが立ち寄りたくなる魅力的な食のコンテンツづくり、店舗情報の発信、サイクリスト向けの商品開発などが考えられます。

活用に向けて

- 増加するサイクリストをターゲットとする滞在型のコンテンツ、地域での消費ポイント（お金を使ってもらえるスポット）をつくる必要があります。
- サイクリング来訪を、かすみがうら市への来訪のリピート、関係人口化のきっかけとするための仕掛けも、検討が必要です。

③農水産業体験

現状

- ・果樹観光の他に、農水産業体験のコンテンツとして、レンコン堀り、芋ほり、ブルーベリー収穫などがあります。民間企業や団体が主催するイベントや、前述のライドクエストのプログラムとして実施されているほか、古民家ゲストハウス江口屋での体験プログラムとして体験ができます。
- ・東京都板橋区との交流ツアーとして、農水産業への関心を高める収穫体験などの取組が継続的に行われています。

ニーズ

- ・レンコン堀り体験については、来訪者アンケートにおいて体験したい活動として高い関心が示されています。
- ・近年、農泊（農山漁村地域に宿泊し、地域の食事や体験を楽しむ旅行）への関心の高まり（特に若年層）が見られ、稲刈りなどの農業体験のプログラムは全国的に増加しています。また、世界の旅行者の50%が「カルチャーショックを経験したい」と回答（ブッキングドットコム引用）しており、日常では体験できない農業、漁業へのニーズが想定されます。

課題

- ・ツアーコンテンツの収益性が課題です。低価格でコンテンツを提供した場合は利益確保が、高価格で商品化した場合は価格に見合ったサービスの提供が難しいという、双方の課題を抱えています。
- ・農業体験での協力農家、圃場の確保、漁業体験での時間（早朝の操業）への対応に課題があります。

活用に向けて

- 持続的な運営ができるコンテンツの検討・造成（収益性を上げられる事業だけでなく、市内事業者のプロモーションとしての体験・見学会の実施、生涯学習・教育・健康事業、環境事業など、公的事業の一環施設としての展開も検討）が必要です。
- 湖山の宝推奨品との連動による産品プロモーションとしての体験も考えられます。

④湖上アクティビティ

現状

- ・霞ヶ浦では、明治から昭和にかけて霞ヶ浦の漁に使われていた帆引き船を、現在にも受け継ぐ観光帆引き船があります。帆引き船の随伴船に乗り、見学、写真撮影に多くの方が訪れています。
- ・近年は霞ヶ浦でのカヌー・SUP（サップ）などのアクティビティが実施されています。ジェットスキーなどの利用も増加しています。

ニーズ

- ・霞ヶ浦での釣りについては、来訪者アンケートにおいて体験したい内容として意見が得られています。SUPについては、霞ヶ浦での試行的に実施し、多くの参加者を集めました。

課題

- ・観光帆引き船の運営を持続するための、担い手の確保に課題があります。
- ・霞ヶ浦でのアクティビティを展開するにあたっての水質や景観の改善を検討する必要があります。
- ・湖上アクティビティとしてジェットスキーなどのモータースポーツを活用するには、漁業者側との湖面利用の調整が必要となります。

活用に向けて

- 持続的な運営のための担い手の確保と収益性の確保が求められます。
- 漁業や環境保全の取組との調整に留意した上で、コンテンツの造成を行うことが必要です。

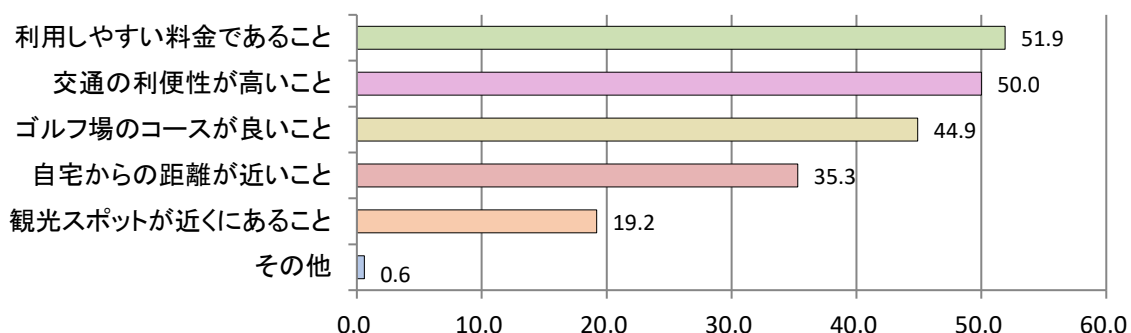
⑤ゴルフ

現状

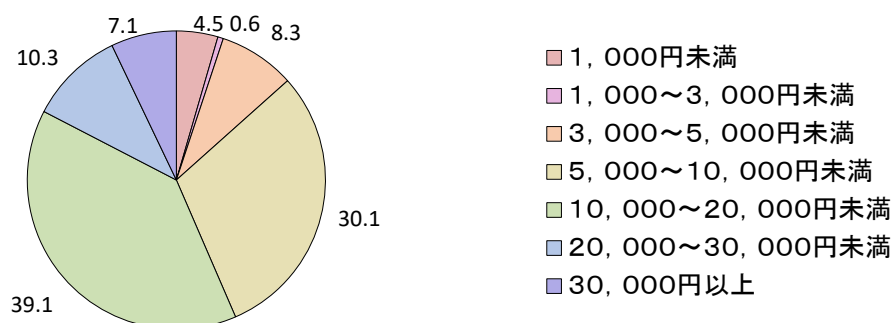
- ・市内にゴルフ場が4施設あり、コロナ禍においても多くのお客様を集めてきました。市外からの来訪者の多くがゴルフ場の来訪者となっています。
- ・コロナ禍においては、特に市内の来訪者が増加傾向にありました。

ニーズ

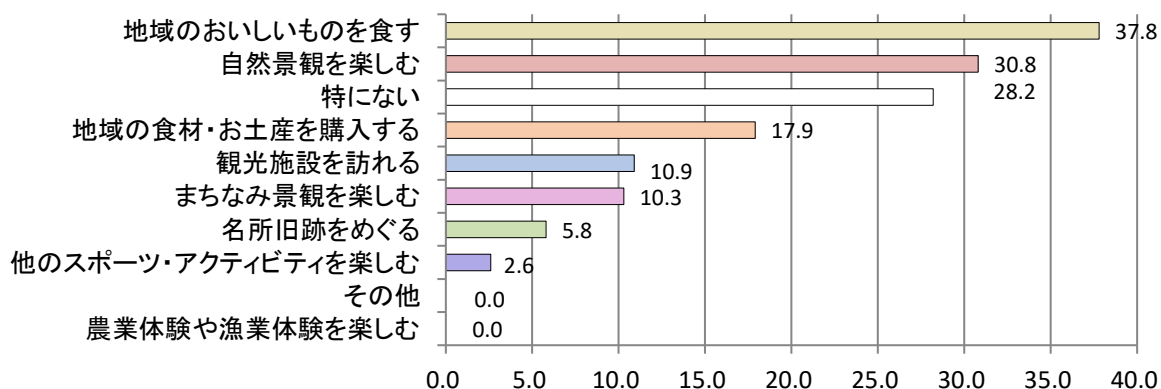
- ・ゴルフにおける来訪先の選び方は、「利用しやすい料金であること」「交通の利便性が高いこと」「ゴルフ場のコースが良いこと」が特に重視される傾向にあります。



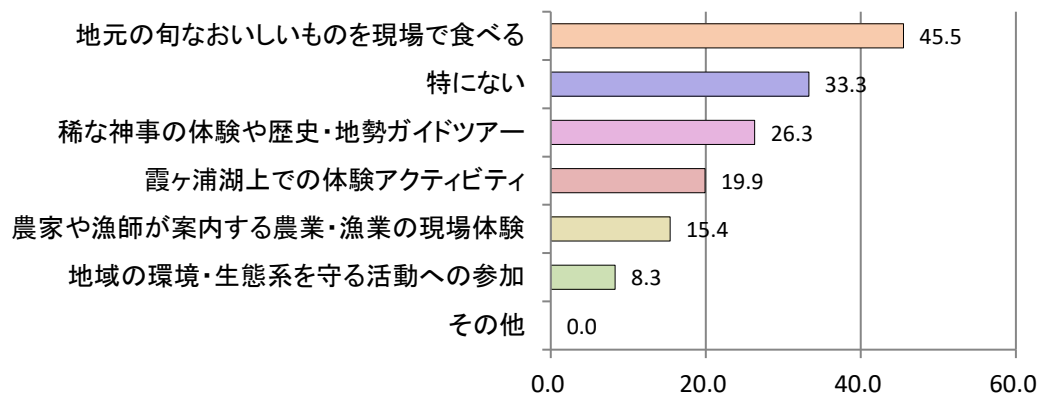
- ・1回あたりのゴルフでかける予算は「10,000～20,000 円未満」が最も多く、次いで「5,000～10,000 円未満」、「20,000～30,000 円未満」となっています。



- ・ゴルフで各地を訪れる際に楽しみにすることについては、「地域のおいしいものを食す」「自然景観を楽しむ」「特にない」の割合が高くなっています。



- ・余暇活動でゴルフをする層が「今後期待したいコンテンツやサービス」を調査した結果、「地元の旬なおいしいものを現場で食べる」「特にない」「稀な神事の体験や歴史・地勢ガイドツアー」が特に多い傾向にあります。



課題

- ・ゴルフの客層は比較的消費額が大きいことから、来訪時にお金を落としてもらうことが期待できる一方、十分に消費ポイント（お金を使ってもらうスポット）をつくりだせていない状況です。
- ・ゴルフ場のみが目的地化しているため、市内への周遊による立ち寄りが少ないのが課題です。周遊のきっかけとなる地元情報を来訪者へ提供できていないことが課題の一つとして考えられます。

活用に向けて

- ゴルフ来訪者による、飲食や物販での立ち寄りを誘発する方策を検討します。
- ゴルフ来訪者をターゲットに、市内事業者が連携した、情報発信・PRの推進が考えられます。

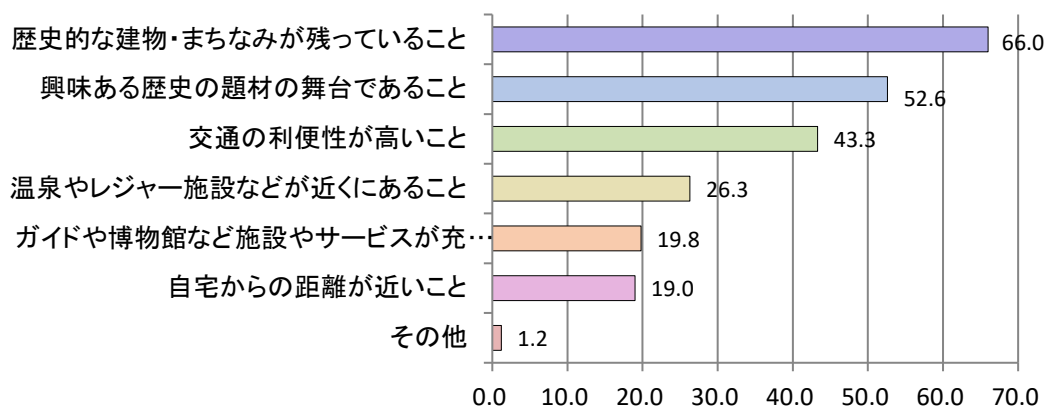
⑥歴史探訪・史跡めぐり

現状

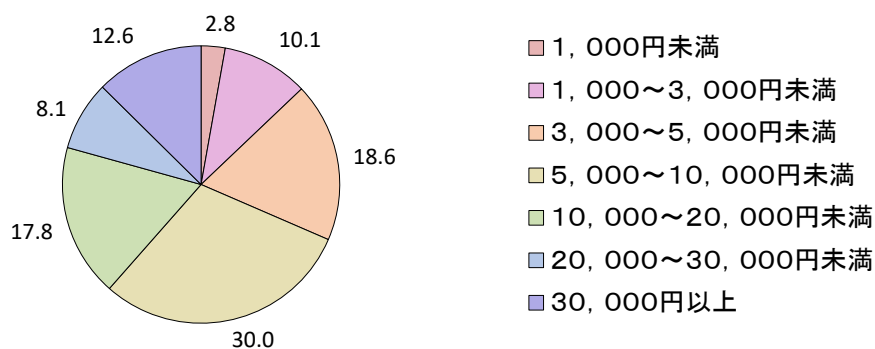
- ・市内の遺跡数は県内でも有数の規模を誇っており、後世に伝えたい景観、生活文化、祭礼行事、昔話や伝説、産業技術など、原子古代から現代に至る歴史文化が豊富にあります。
- ・市内各地には古くから伝わる農村神事、全国的にも稀な神事祭礼や芸能もあります。新選組隊士を数多く選出した地として、幕末・明治の歴史をたどることもできます。
- ・かすみがうら市歴史博物館では、かすみがうらの歴史を学ぶことのできる資料が展示されており、歴史観光における主要な拠点となっています。

ニーズ

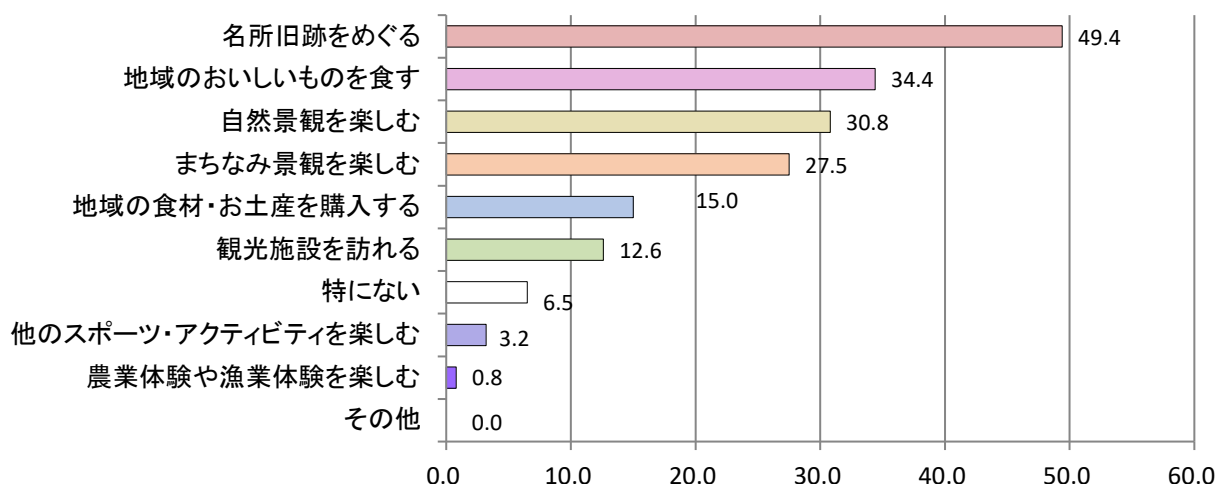
- ・歴史探訪、名所旧跡めぐりにおける来訪先の選び方は、「歴史的な建物・まちなみが残っていること」「興味ある歴史の題材の舞台であること」「交通の利便性が高いこと」が特に重視される傾向にあります。



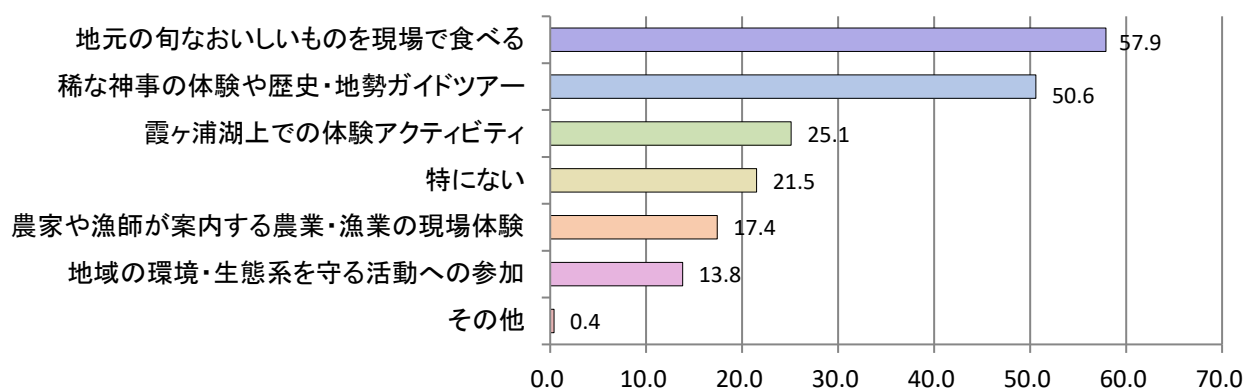
- ・1回あたりの歴史探訪、名所旧跡めぐりでかける予算は「5,000～10,000 円未満」が最も多く、次いで「3,000～5,000 円未満」、「10,000～20,000 円未満」となっています。



- ・歴史探訪、名所旧跡めぐりで各地を訪れる際に楽しみにすることについては、「名所旧跡をめぐる」「地域のおいしいものを食す」「自然景観を楽しむ」の割合が高くなっています。



- ・余暇活動で歴史探訪、名所旧跡めぐりをする層が「今後期待したいコンテンツやサービス」を調査した結果、「地元の旬なおいしいものを現場で食べる」「稀な神事の体験や歴史・地勢ガイドツアー」「霞ヶ浦湖上での体験アクティビティ」が特に多い傾向にあります。



課題

- ・歴史好きの層に対して魅力的に訴求するコンテンツやサービスが不足しています。
- ・各資源に対して、歴史的なストーリーの紐づけができていないなど、観光資源と歴史的背景の関係性をつくることが重要となっています。

活用に向けて

- 各所旧跡周辺の街並みの整備など、歴史的な雰囲気の良い（景観、デザイン等）を磨く必要があります。
- 既存のコンテンツ（名所旧跡や街並み、文化財、郷土食等）に対して、歴史的なストーリーを付加価値として提供し、より質・満足度を高めることが必要です。

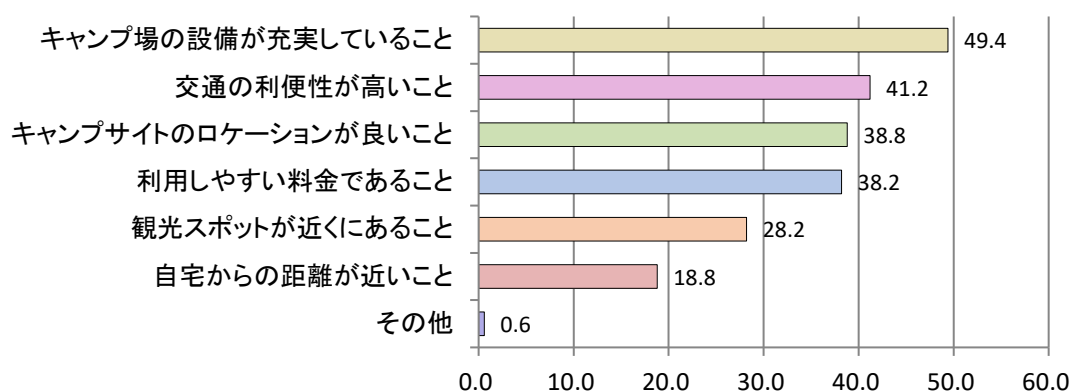
⑦キャンプ

現状

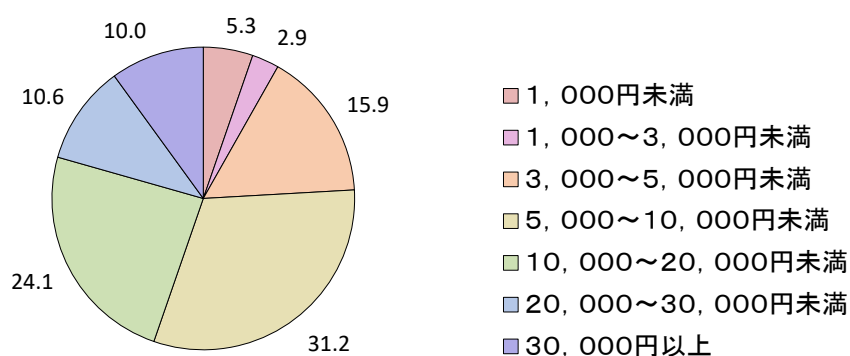
- ・つくば犬たちの森ドッグラン・キャンプ場、湖山アウトドアビレッジ雪入、かすみがうらドッグ&MTBパーク、CAMPiece かすみがうらといったキャンプ施設が市内に点在しています。
- ・コロナ禍の状況で、近年特にキャンプやアウトドアの需要が高まっていることから、利用者は増加傾向にあります。

ニーズ

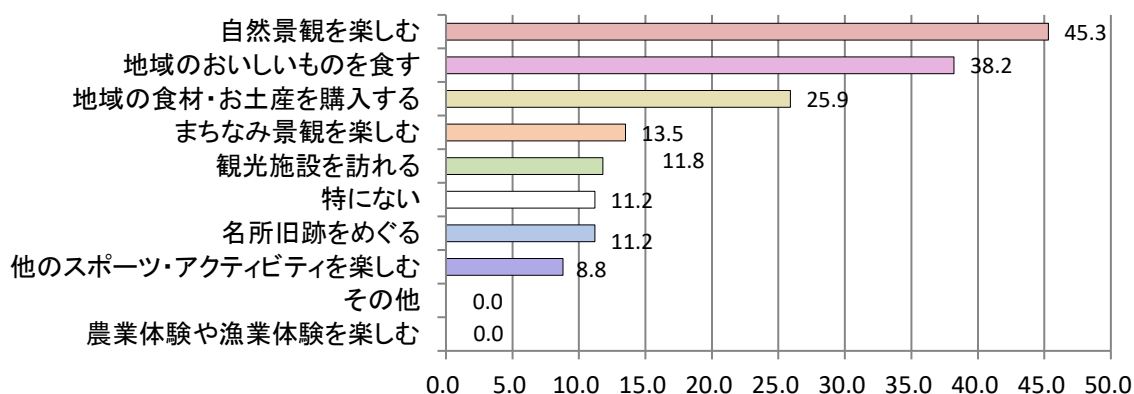
- ・キャンプにおける来訪先の選び方は、「キャンプ場の設備が充実していること」「交通の利便性が高いこと」「キャンプサイトのロケーションが良いこと」「利用しやすい料金であること」が特に重視される傾向にあります。



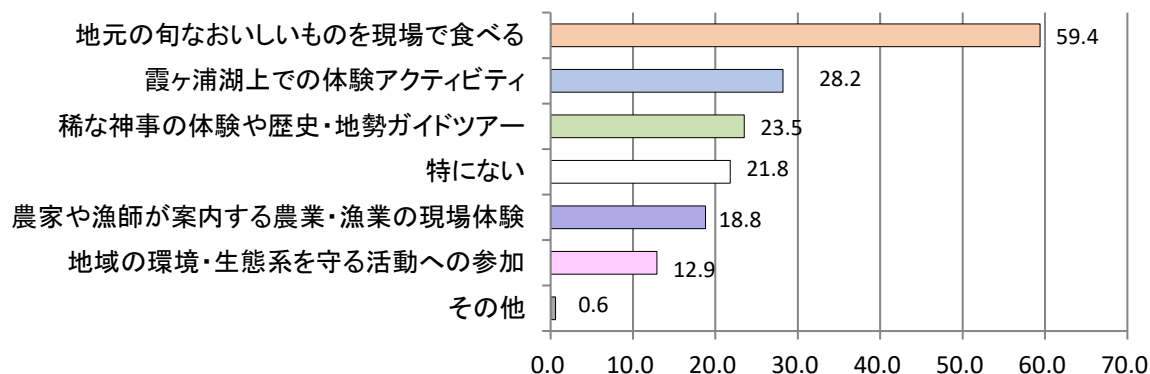
- ・1回あたりのキャンプでかける予算は「5,000～10,000 円未満」が最も多く、次いで「3,000～5,000 円未満」、「10,000～20,000 円未満」となっています。



- ・キャンプで各地を訪れる際に楽しみにすることについては、「自然景観を楽しむ」「地域のおいしいものを食す」「地域の食材・お土産を購入する」の割合が高くなっています。



- ・余暇活動でキャンプをする層が「今後期待したいコンテンツやサービス」を調査した結果、「地元の旬なおいしいものを現場で食べる」「霞ヶ浦湖上での体験アクティビティ」「稀な神事の体験や歴史・地勢ガイドツアー」が特に多い傾向にあります。



課題

- ・主要道路からやや離れた場所に各施設が位置しており、施設までのルートや近隣の目印となる看板が分かりづらい、道路状態が悪いなど、アクセス性の改善が必要です。
- ・ペット連れの客層や、アウトドア好きの客層など、特定のターゲットに対して個々の事業者がWEBやSNS等を活用して発信しながらリピーターを確保している状況で、市の主要な観光スポットと連携した宣伝・PRは十分には行われてはいません。
- ・市と連携したイベントを実施したい意向のある事業者もあり、今後の検討課題です。また、リピーターの獲得に向けて、市内の食（農水産物）や交通分野との連携を深めることも求められます。

活用に向けて

○市内および近隣地域の居住者においても認知度が低い状況です。必要に応じて案内サインの整備のほか、各施設と市が連携してイベントを実施するなど、認知度や集客力を高めるための仕掛けが求められます。

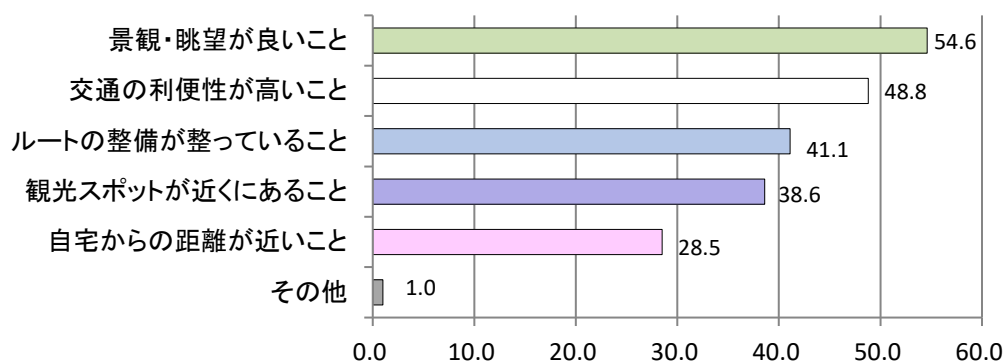
⑧トレッキング・ハイキング

現状

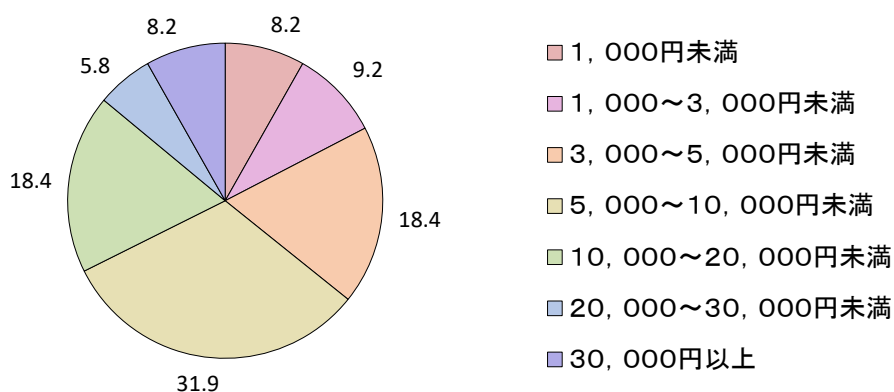
- ・かすみがうら市西部の雪入山や浅間山では、年配の方から子どもまで歩けるハイキングコースが整備されています。約 3,000 本ものヤマザクラが群生している「成沢の山桜」は、茨城の自然百選の一つにも選ばれています。
- ・雪入ふれあいの里公園にはネイチャーセンターがあり、雪入山の森の様子をジオラマやホログラム映像で再現した展示室や、迫力ある映像でかすみがうら市の歴史や自然を体験できるハイビジョンシアター室のほか、電動のレンタサイクルが設置されています。

ニーズ

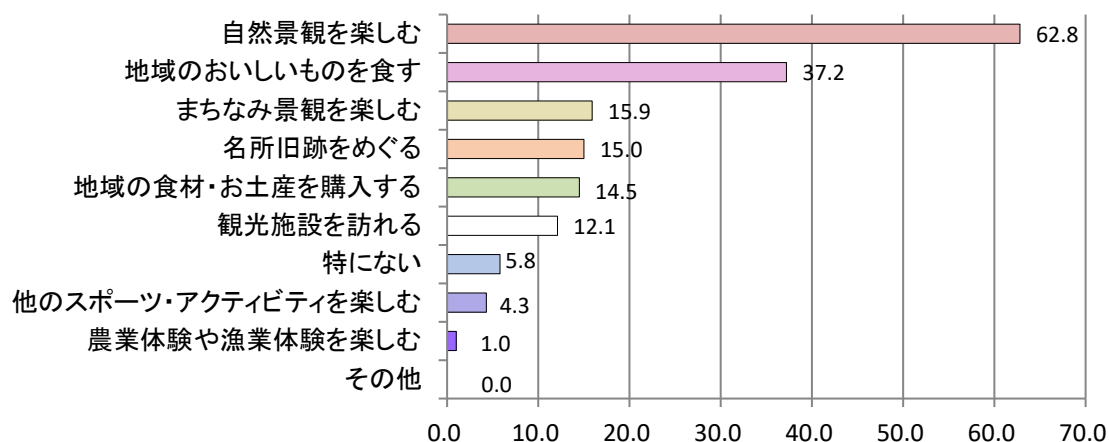
- ・トレッキング・ハイキングにおける来訪先の選び方は、「景観・眺望が良いこと」「交通の利便性が高いこと」「ルートの整備が整っていること」が特に重視される傾向にあります。



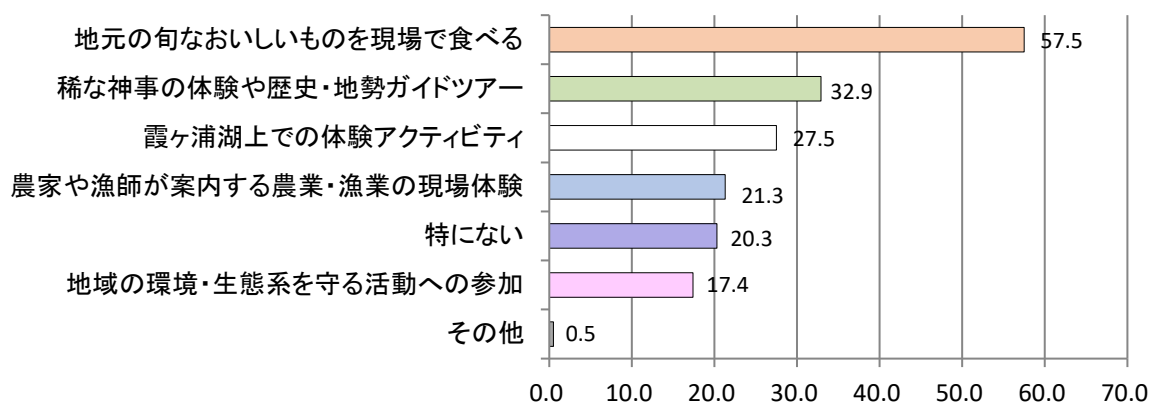
- ・1回あたりのトレッキング・ハイキングでかける予算は「5,000～10,000 円未満」が最も多く、次いで「3,000～5,000 円未満」および「10,000～20,000 円未満」となっています。



- ・トレッキング・ハイキングで各地を訪れる際に楽しみにすることについては、「自然景観を楽しむ」「地域のおいしいものを食す」「まちなみ景観を楽しむ」の割合が高くなっています。



- ・余暇活動でトレッキング・ハイキングをする層が「今後期待したいコンテンツやサービス」を調査した結果、「地元の旬なおいしいものを現場で食べる」「稀な神事の体験や歴史・地勢ガイドツアー」「霞ヶ浦湖上での体験アクティビティ」が特に多い傾向にあります。



課題

- ・コロナ禍において、密にならない登山およびハイキングは来訪者が増えている一方、宣伝・PRが効果的に実施できていません。
- ・マウンテンバイクなどのサイクリング客とハイキング目的の登山客が登山コースを共有することのリスクとして、マナーや安全面の問題が危惧されるため、ルール化や環境整備などの検討も必要です。

活用に向けて

- 山歩き愛好者などコアな登山者、初心者などライト層の両方に向けて、効果的な情報発信を行い、誘客を図る必要があります。
- 地域ならではの食との掛け合わせにより、自然の風景と食をともに楽しめる機会の提供が求められます。

⑨宿泊

現状

- ・市内においては、古民家を改築したゲストハウスとして「江口屋」、「ショコロンホテル」が、ビジネス客を中心とした宿泊施設として、「山口屋旅館」、「奈良旅館」が、公共宿泊施設として「農村環境改善センター」が営業しています。

江口屋

- ・県内 6～7 割、県外 3～4 割。土日はファミリー、平日は 2～3 人の社会人グループ。ゴルフ来訪者の宿泊もあり。



ショコロンホテル

- ・ショコロンホテルでは古民家一棟貸の他、蔵の図書館や、サウナ、焼き栗体験、芋ほり、巻き割りなどの体験も実施。



ニーズ

- ・雰囲気の良い古民家への宿泊にニーズが高まっています。

課題

- ・現状では本市来訪者の多くが日帰り客である一方で、潜在的な宿泊ニーズに対して魅力的な宿泊施設が不足していることが最大の課題となっています。
- ・空き家のさらなる活用にあたっては、物件の確保が難しい状況にあります。
- ・雰囲気のある飲食店や観光施設の連携を図るため、既存拠点・施設の紹介ツールの導入や、各拠点・施設単位でのデザイン性向上、エリアとしての景観形成等が考えられます。

活用に向けて

- 継続的に宿泊者を確保する方法として、企業をターゲットにしたPRや、口コミでの広がりを利用したリピーターの確保に向けた継続的な取組が重要になっています。
- 古民家活用の次の方策について検討する必要があります。
- 地元の方の認知・活用促進のための取組が考えられます。
- 各拠点での過ごし方を提案できるマップなどツールの作成や、「過ごし方の提案」に連携できる事業者の確保が重要です。

⑩おみやげ品・飲食

現状

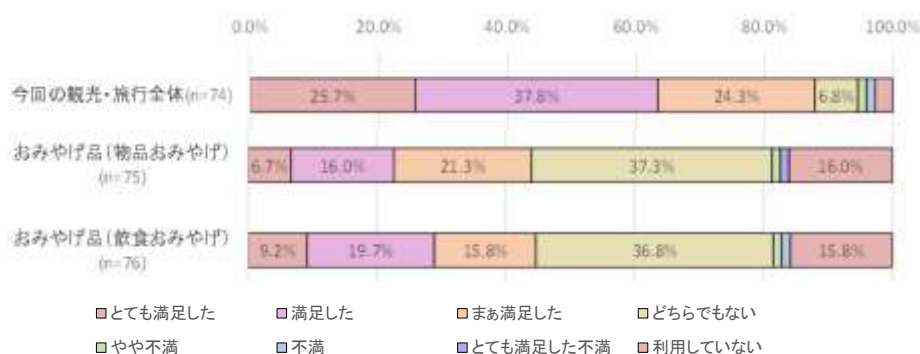
- ・「湖山の宝」推奨品として商品プロモーションが実施されてきました。
- ・かすみマルシェ、JA 等直売所での農水産物や加工品等が販売されているほか、各事業者の直営店舗（サツマイモ、栗、柿、梨、ぶどう、水産加工など）での販売が多い状況です。
- ・観光果樹園の果樹（栗、柿、梨、ぶどうなど）は、インターネットでの販売も増えています。

ニーズ

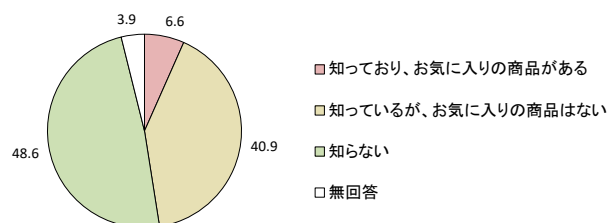
- ・おみやげ品では、「レンコンを買いたい」「梨やぶどうなどを買いにきたい」という意見が多くなっています。
- ・一方、飲食では、「霞ヶ浦の魚料理を食べたい」という意見が特に多い状況です。また、「もう少し歩崎公園で出店なども充実して、おいしいものを選べたらうれしい」「昼食が充実しているといい」という意見もあります。

課題

- ・お土産品の満足度が低い状況にあり、物品おみやげ・飲食おみやげの質・量ともに改善が求められています。



- ・かすみがうら市への来訪者に「湖山の宝」の認知度とお気に入りの商品の有無について尋ねたアンケート調査では、「知らない」が48.6%と最も多く、次いで「知っているが、お気に入りの商品はない」が40.9%、「知っており、お気に入りの商品がある」が6.6%となっています。



活用に向けて

- 市内での地場産品や土産の販売スポット、販売時期などについての情報発信の充実が求められます。
- 飲食店舗については、歩崎のような平日の人流が限られる地域では持続的な経営が課題になることから、キッチンカー、テイクアウト事業など、多様なサービス提供の検討が必要となります。

(2) 既存施設の活用可能性

(まとめ)

- ・観光ニーズに対応した利活用の方策を検討し、地域内での合意形成を進め、効果的な運営方法で活用していくことが求められます。

ア) 農村環境改善センター

霞ヶ浦湖畔に位置する施設で、主に合宿、会議、研修などに利用できる施設として開放されています。老朽化が課題となっているほか、霞ヶ浦を望む眺望を有効に活用できていない状況にあり、施設の活用方法、事業者参入について検討する必要があります。



イ) 空き家

平成 29 年 2 月から同年 9 月に、市内の空き家の実態を把握することを目的とした空き家等実態調査を実施した結果、市内で利用されていないと判断される空き家等は、560 戸点在していると判明しています。

利用可能性のある空き家等については情報を提供するほか、助成制度の導入等により活用を進めることが求められます。特に観光分野においては、古民家への宿泊ニーズの高まりに対応した宿泊施設への活用や、観光施設としての活用モデルの検討の余地があります。



ウ) 廃校

市内の廃校については、公の施設としての転用または民間への貸借等により、施設を活かした有効利用を推進・検討しています。

各エリアでの廃校について、観光拠点としての活用についても可能性があります。



(3) 観光市場における新たなニーズへの対応状況

(まとめ)

- ・観光市場におけるニーズは、新型コロナウイルスの感染拡大やそれに伴う人々の生活様式、価値観の変化など背景として変容しています。
- ・このような多様なニーズに対して、本市の観光資源においては、各事業者の努力により対応が進められているものの、その達成度にはばらつきがあり限定的になっています。地域一体として連携を図り、関係者の意識を底上げしていくため、議論の場が必要です。
- ・ユニバーサルツーリズムや SDGs など、本市においてはまだ議論が十分でない事項もありますが、海外では一般的に定着しつつある概念でもあるため、早期に議論を進め、関係者の意識を醸成していく必要があります。

観光市場におけるニーズ	本市観光資源の現況
マイクロツーリズム 全国的に広域移動の制限や自粛等に伴う、都道府県を越えた移動の縮小等を背景に、注目され始めた新しい旅の概念のことを指します。自宅から1～2時間圏内に居住している方が主なターゲットとなり、日帰り観光に限らず、滞在型旅行（宿泊有り）も含まれます。	●歩崎公園などを活用して市民が楽しめる遊び場やイベントを提供した結果、コロナ禍以降においても来訪者が増えています。 ●地元や近隣を訪れ、魅力を再発見したいとの思いを持つ来訪者に対して、地域交流により再訪のきっかけを構築することや、埋もれている資源・魅力を発掘し、認知度を高めることが課題です。
地域の生活体験・地元民との交流 地域の生活の場を体験し、地元の方と交流することを求める旅行や、暮らすように旅する傾向が強くなっています。	●地域ならではの体験、地域の人との繋がりを求めている人が増えていることは、本市にとって一つのビジネスチャンスと捉えることができます。 ●地元では当たり前の習慣や何気ない風景・営みを、観光資源としてアレンジしていくこと（コンテンツ化）が重要です。
地域の課題解決への参画 SDGs の潮流も相まって、持続可能な地域づくりに向けたソリューションやサービスを提供する企業が増えている傾向にあります。	●本市では企業連携の取組を推進しており、地域の課題解決に企業が参画する機会の創出に力を入れています。 ●プロジェクトの共創によって創出された地域と外部人材の関係を、継続的な関係へと深化させ、定期的・継続的に来訪する関係人口の増加につなげる仕掛け、場づくりが必要です。
テレワーク・ワーケーション テレワークをはじめ場所に捉われない柔軟なワークスタイルや社会情勢の変化とともに顕在化しています。 ワーケーションとはワーク（仕事）とバケーション（休暇）を掛け合わせた造語で、テレワークを活用し、普段の職場とは異なる場所で働きながら地域の魅力に触れる旅のスタイルのことです。	●本市は「江口屋」を拠点にワーケーションを推進しているものの、市内にはその他のコワーキングスペースやサテライトオフィス等の拠点が少なく、電源を提供するカフェなどのスペースも限られている状況にあることから、ワーケーションのニーズへの対応は十分とは言えない状況です。

観光市場におけるニーズ	本市観光資源の現況
インバウンド（訪日外国人観光客）の需要拡大 UNWTO は、世界の国際観光客到着数が令和 12（2030）年までに 18 億人に達すると予測しています。平成 22（2010）年が 9 億 4 千万人、平成 31／令和元（2019）年が 14 億 6 千万人なので、9 年で 5 億人近く需要が拡大する予測です。	⇒ ●本市がインバウンドを呼び込むにあたっては、まず目的とターゲットを明確にし、サービスや伝えたい情報の質を向上することが必要です。 ●観光拠点において、店員とのコミュニケーション、Wi-Fi 環境、キャッシュレス決済、多言語案内、公共交通機関の利用方法など、外国人が不安・不満を抱きやすいポイントについて、ハード・ソフトの両面から対応していくことが求められます。
ユニバーサルツーリズム 国籍、性別、年齢、障がいの有無などによらず、観光客が制約を感じずに参加できる旅行の推進、LGBT フレンドリーのアピールなどが進められています。	⇒ ●ハンディキャップや多様性に配慮した施設整備・サービス提供は、個々の事業者の努力に委ねられており、その質に差がある状況です。 ●観光に関わる事業者の意識改革、施設整備の支援などを進め、意識の醸成および受入環境の底上げを図る必要があります。
SDGs（持続可能な開発目標）達成への貢献 訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光が進められています。	⇒ ●本市における持続可能な観光のあり方について、まだ議論が十分になされていない状況です。まずは関係者で議論を深め、共通の認識を構築することから始める必要があります。
感染症対策・感染リスク回避 旅行者が安全安心に旅行できる環境を整備しておくことが基本であり、混雑や密を作りやすい観光から感染リスクを軽減する個人型・分散型・屋外での旅行スタイルのニーズが高まっています。	⇒ ●飲食事業者は特にコロナの影響を強く受けており、テイクアウトやインターネット販売の導入が増加しました。 ●観光客の視点では、衛生管理が徹底されていて清潔感があることが重要視されており、満足度に直結する要素となっていることから、基本的な水準を満たすよう個々のレベルアップが必要です。個々の事業者での対応が難しい場合には、地域一体で解決していく姿勢も重要です。
技術革新 日本は政府主導で DX 化（データとデジタル技術を使ってビジネスモデルそのものを変革したり生み出したりすること。）を推進しており、先進的な取組としては、MaaS（次世代交通システム）、AR（拡張現実）、VR（仮想現実）などの先端技術を取り入れた観光商品が注目を集めています。	⇒ ●本市の観光事業において、DX 化の取組は限定的であるのが現状です。 ●観光事業者の業務の自動化・システム化により効率化を図るのか、収集されるデータの分析・利活用を図るのか、旅行者の利便性を向上するのか、新たなビジネスを創出するのかが等、関係事業者と連携を図りながら目的と課題を整理し、地域の実情および観光客のニーズに応じた方策を推進していくことが望まれます。

(4) 市民・事業者の意識

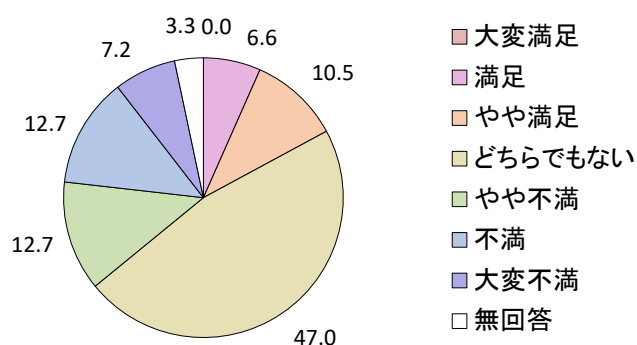
(まとめ)

- ・市民の観光への関心を高める必要があります。
- ・各事業者の考えるコンテンツ・サービスを実現する環境整備が必要です。

①市民の観光への意識

■かすみがうら市での観光に対する総合的な満足度

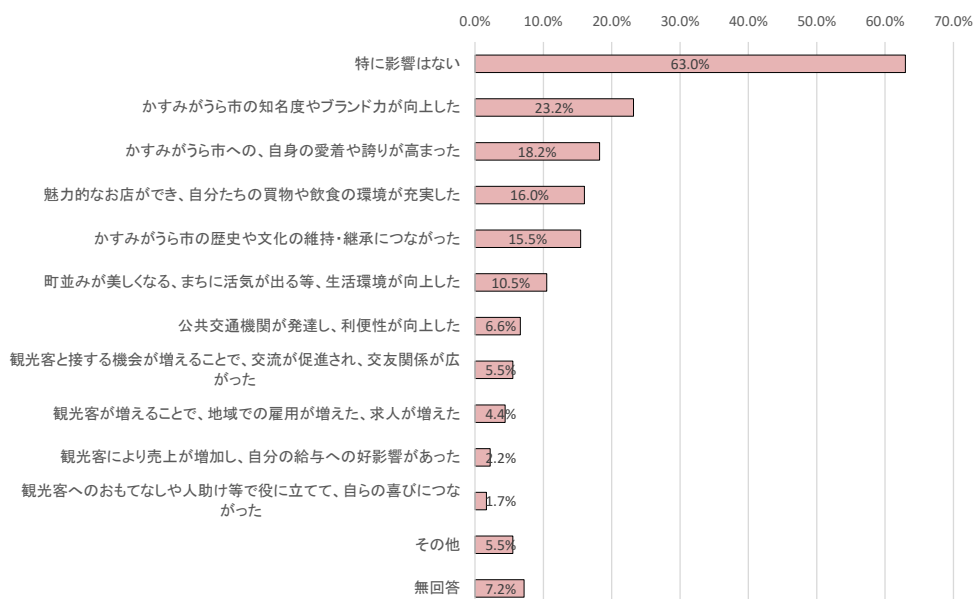
「どちらでもない」が47.0%と最も多く、次いで「やや不満」「不満」が12.7%、「やや満足」が10.5%となっています。



■かすみがうら市へ観光客が来訪することにより感じた良い影響

「特に影響はない」が63.0%と最も多く、次いで「かすみがうら市の知名度やブランド力が向上した」が23.2%、「かすみがうら市への、自身の愛着や誇りが高まった」が18.2%、「魅力的なお店ができ、自分たちの買物や飲食の環境が充実した」が16.0%となっています。

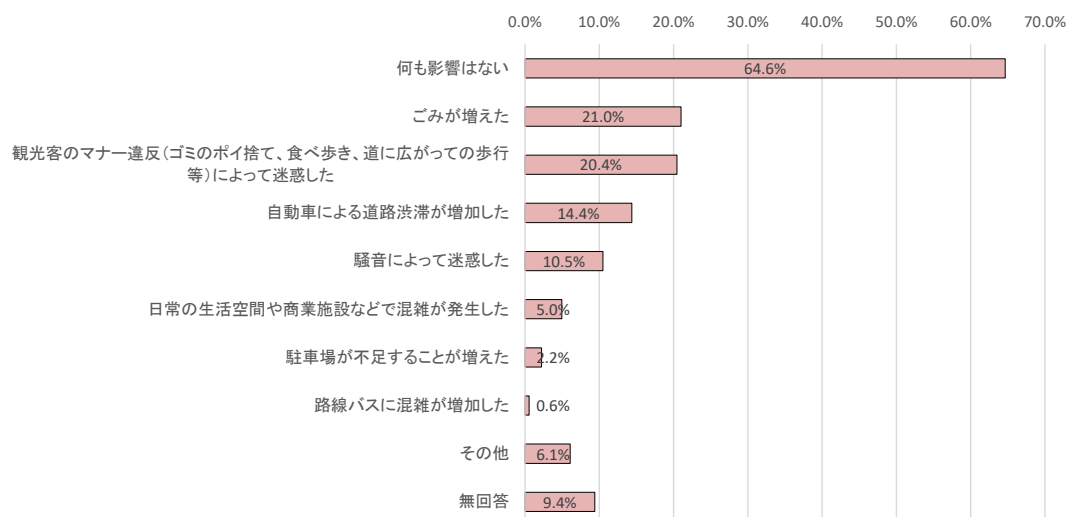
「特に影響はない」と答えた人のうち半数以上は、観光に対する総合的な満足度を「どちらでもない」と回答していることから、現状の観光が市民生活に与える影響の少なさが推測されます。



■かすみがうら市へ観光客が来訪することにより感じた悪い影響

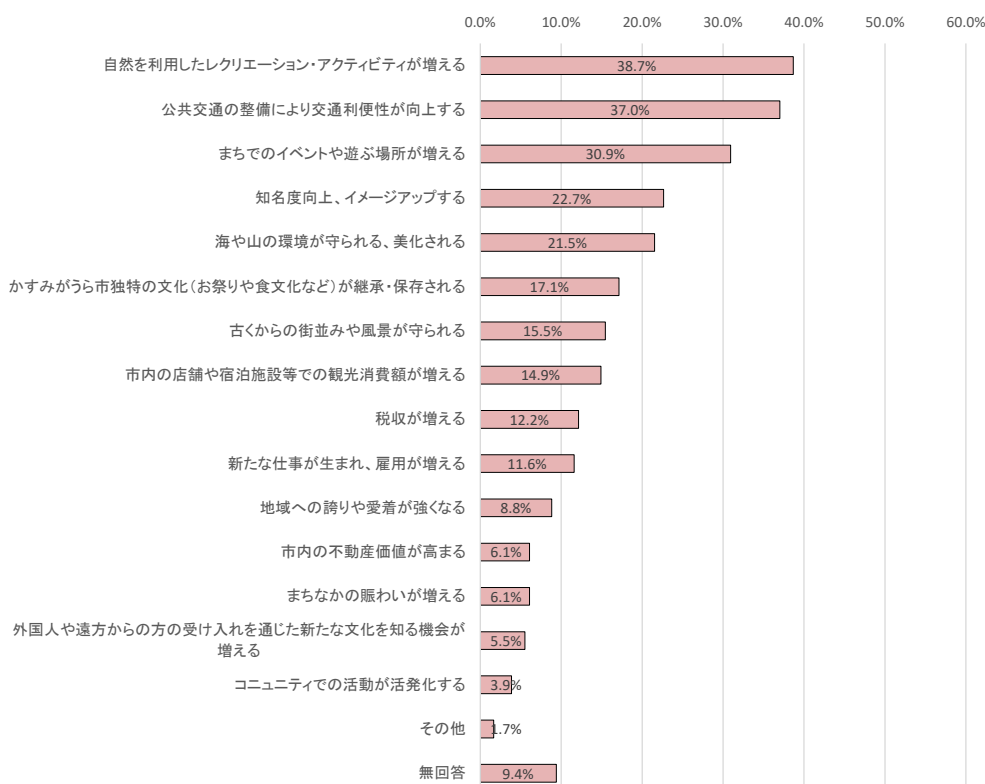
「何も影響はない」が64.6%と最も多く、次いで「ごみが増えた」が21.0%、「観光客のマナー違反（ゴミのポイ捨て、食べ歩き、道に広がっての歩行等）によって迷惑した」が20.4%、「自動車による道路渋滞が増加した」が14.4%となっています。

「何も影響はない」と答えた人のうち半数以上は、観光に対する総合的な満足度を「どちらでもない」と回答していることから、現状の観光が市民生活に与える影響の少なさが推測されます。



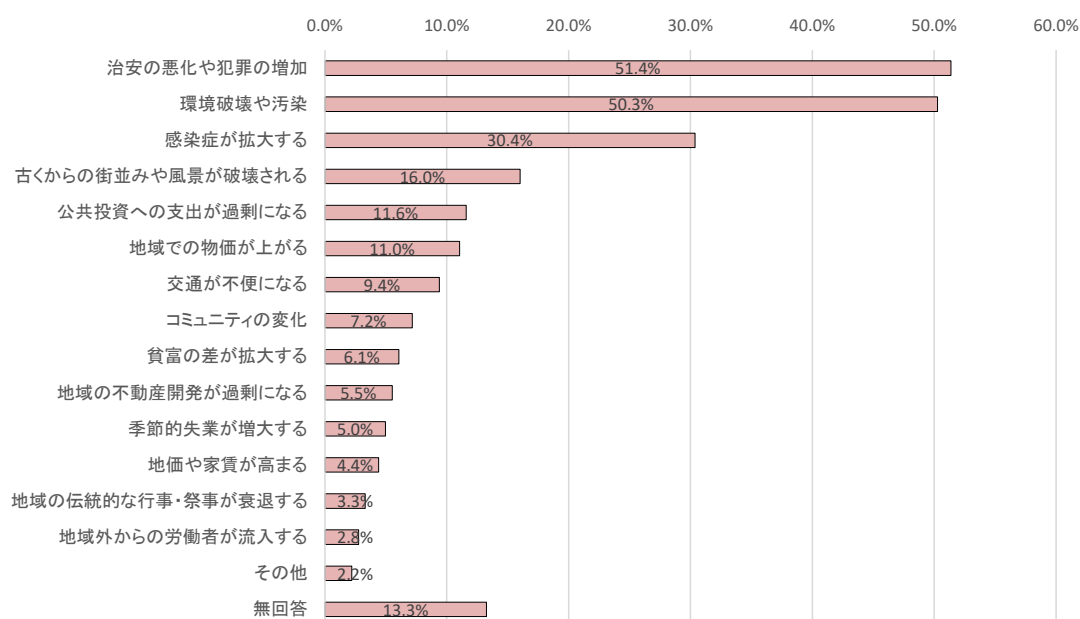
■観光振興（観光客増加）で期待すること

「自然を利用したレクリエーション・アクティビティが増える」が38.7%と最も多く、次いで「公共交通の整備により交通利便性が向上する」が37.0%、「まちでのイベントや遊ぶ場所が増える」が30.9%、「知名度向上、イメージアップする」が22.7%となっています。



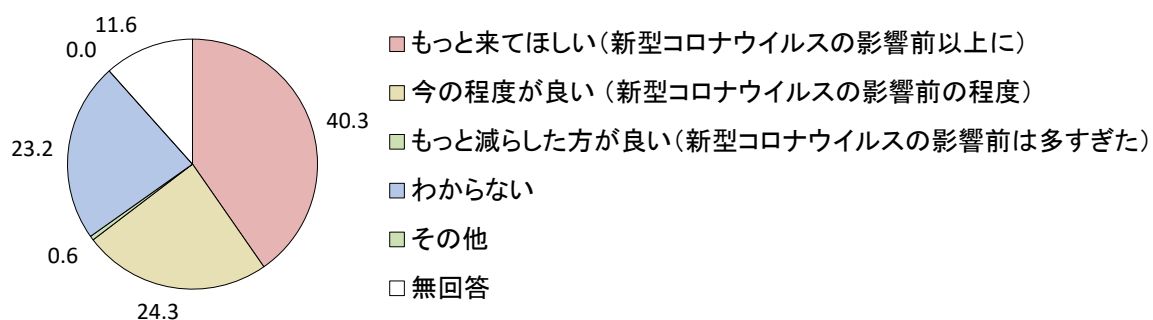
■観光振興（観光客増加）で懸念すること

「治安の悪化や犯罪の増加」が 51.4%と最も多く、次いで「環境破壊や汚染」が 50.3%、「感染症が拡大する」が 30.4%、「古くからの街並みや風景が破壊される」が 16.0%となっています。



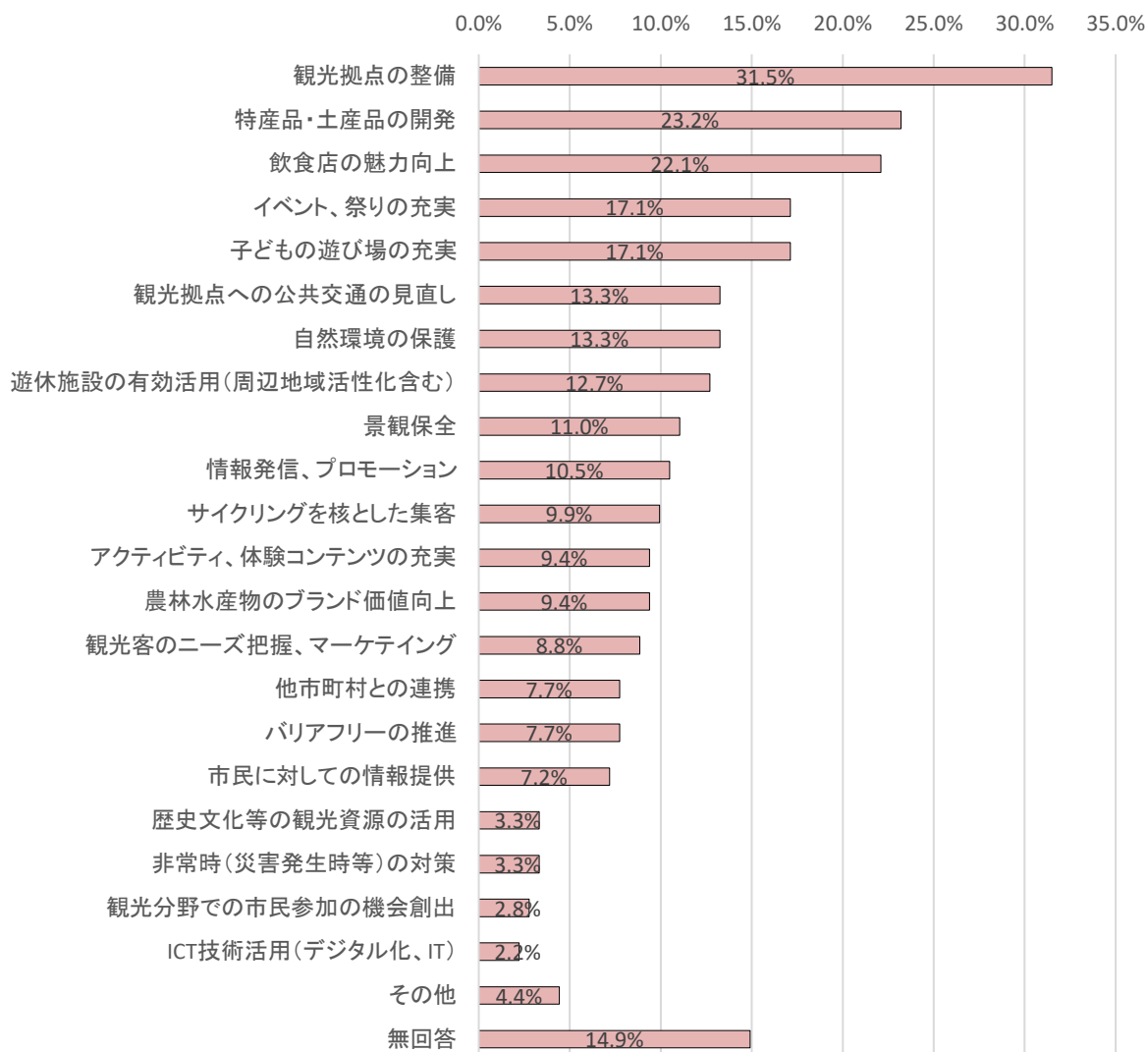
■かすみがうら市へ観光客に来てもらうことについての意見

「もっと来てほしい（新型コロナウイルスの影響前以上に）」が 40.3%と最も多く、次いで「今の程度が良い（新型コロナウイルスの影響前の程度）」が 24.3%、「わからない」が 23.2%、「もっと減らした方がよい（新型コロナウイルスの影響前は多すぎた）」が 0.6%となっています。



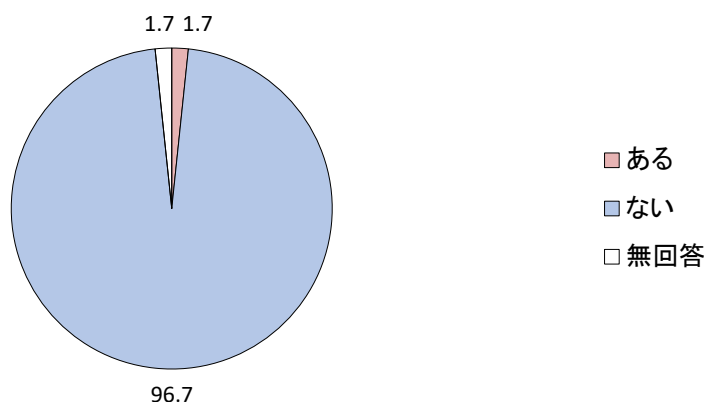
■観光振興のために必要なこと

「観光拠点の整備」が31.5%と最も多く、次いで「特産品・土産品の開発」が23.2%、「飲食店の魅力向上」が22.1%、「イベント、祭りの充実」「子どもの遊び場の充実」が17.1%となっています。



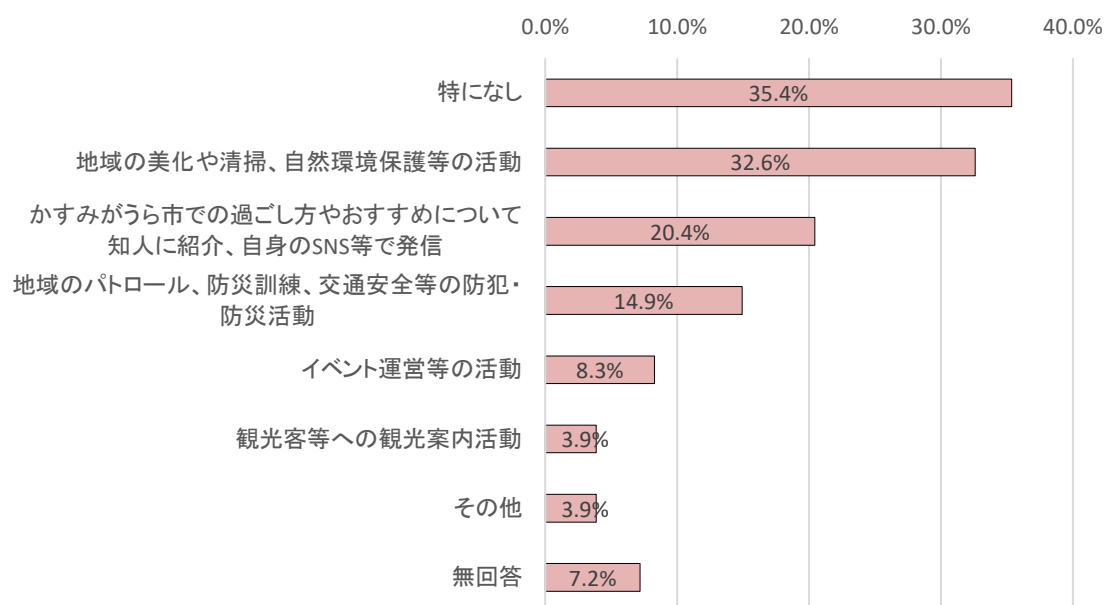
■市民における「観光客との関わり」の有無

「ない」が96.7%を占めており、ほとんどの市民が日常生活の中で観光客との接点や交流の機会等を持っていないことが明らかとなっています。



■どのようにかすみがうら市の観光に関わることができそうか

「特になし」が35.4%と最も多く、次いで「地域の美化や清掃、自然環境保護等の活動」が32.6%、「かすみがうら市での過ごし方やおすすめについて知人に紹介、自身の SNS 等で発信」が20.4%、「地域のパトロール、防災訓練、交通安全等の防犯・防災活動」が14.9%となっています。市民が間接的に観光振興に貢献するような活動や観光客へのおもてなし等に関心を持ち、参画する機会を増やすことが求められます。



②観光関連従事者の観光への意識

業種	コンテンツ・サービスの可能性	環境整備の必要	ソフト施策の必要	その他
観光施設	・夏休みにこどもキャンプのイベントをしたい。 ・市と連携したイベントをやりたい。 ・キャンプ合コン、街コンイベントをしたい。 ・鯉の養殖業を見学する湖上体験学習ができるのではないかな。	・ワーケーション利用者のための設備や環境の整備、スペースの確保が必要。 ・観光拠点が足りない。 ・歩崎までの交通アクセスの改善が課題である。	・雪入の山の利用課題改善（ランナーとサイクリングの人の間でトラブルが起きる）。 ・回遊できる面的整備を、ソフト面も含めて行うことが重要。	・体制づくりが重要。
宿泊	・現在の民泊に加えて、ヒストリーガイドやネイチャーガイドをしたい。	・市内の看板のデザインなどを上質化すべき。 ・雰囲気のある集客拠点を増やさなければならない。		・消費をしてくれる客層を呼び込むことが重要。
飲食物販	・果樹観光や帆引き船の強化が必要である。		・高品質なサービスを提供するための人材育成（ガイド等）が求められる。 ・アクティビティが足りない。 ・食の提供を充実させることが必要。	・焼き栗、栗の加工品を展開したい。
果樹園	・農園の雰囲気の良さを売りにしたまち歩きに結びつける。 ・民泊やカフェの経営などの展開に関心がある。 ・夜のいちご狩りは流行りそうである。	・サイクリングしやすい環境づくりとして道路の草刈りが必要。 ・市の指定文化財を綺麗にしていきたい。 ・そもそも人が来る目的地をつくることが重要。（フラワーパークは良い例である） ・農園の規模拡大を支援策でフォローしていきたい。	・「かすみがうら市」と言えば果樹狩り」というイメージを定着させるための取組が必要。昔は首都圏にも「千代田」という地名で果樹狩りがイメージできるほど認知されていた。	・地元小中学生の職場体験学習の受け入れ等、意義は理解されているが、負担の軽減については検討が必要。 ・コロナが確実に収まるなら、新しい企画もできそうだが、現状難しい。 ・インスタグラムの集客力が強いので、継続したい。
農業	・板橋区との交流、イベント展開を考えたい。 ・サツマイモの苗植え体験、収穫芋ほり体験、倉庫見学を行ったことがある。 ・焼き芋づくり見学が面白いが、見学用の工場でないため難しい。	・市の観光資源は点在しているのでもったいない。大きな拠点があると良い。	・農業の担い手育成をしなければならない。	・市に求めることは連携である。特に県の観光名所との連携を深めたい。

業種	コンテンツ・サービスの可能性	環境整備の必要	ソフト施策の必要	その他
水産業	・帆引き船の後に試食、購入に結び付けることを考えたい。 ・湖から山を眺める体験、釣り人に外来種（アメリカナマズ等）を釣って食べてもらう体験ができれば、霞ヶ浦ならではの体験になる。	・霞ヶ浦沿岸は淡水魚（鯉など）が豊富なのに、魚を提供する専門店が無い。 ・歩崎の栈橋はぜひ活用していただきたい。もったいない。 ・栈橋を拡張して、キャンプ施設や集客施設を整備することを提案したことがある。	・帆引き船の人材育成、継承が課題である。 ・佃煮の特色を伝えるチャート図、パンフレットの作成ができないか。 ・鯉の認知度、生産量の高さが知られていない。海の魚に比べて川魚はランクが落ちるイメージがある。	・顧客は常連もいるが、経営の維持だけでも大変。 ・千代田は千代田の特性、出島は出島の特性がある。お互いの良い部分を融合していくこと。 ・市が明確な観光の方向性を示してほしい。
交通	・大手会社と連携した着地型の観光コンテンツの可能性、住宅探しの観光バスツアー（埼玉、千葉、つくば等ターゲット）の可能性がある。 ・企業研修としてのバス利用も考えられる。	・バスが通れないといけない。 ・市の拠点が離れて分散しているため、一定の集積やインターネット販売も重要である。	・ツアーにおいて、何の「食」を提供するかが重要である。 ・つくば方面などの企業研修受入 ・県内客は自家用車移動のため、バスツアーの需要は少ない。着地型観光の発想でコンテンツ作りを考えたい。	・北海道東川町のような写真映えの町づくり、PRを参考にしたい。

(5) 交通アクセス

(まとめ)

- ・市内に点在する観光施設をつなぐネットワークの構築が課題です。
- ・交通手段の確保、わかりやすい案内が求められます。
- ・特にバスルートの見直しによるアクセス性の向上が求められます。

①市内観光施設への交通アクセスの現状

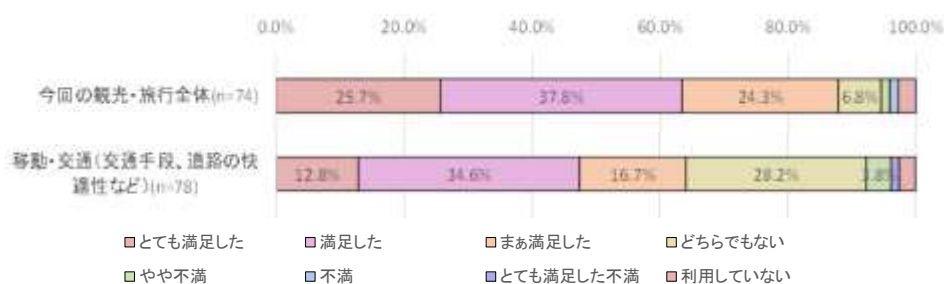
本市は、我が国第2位の面積を誇る湖「霞ヶ浦」と筑波山系南麓にはさまれ、首都東京へ約70km、県都水戸市へ約30km、つくば市へ約10kmの距離に位置しています。幹線交通網として、JR常磐線、千代田石岡ICが置かれている常磐自動車道、国道6号、国道354号を有するなど、立地条件に恵まれています。一方で、観光施設は市内に点在しており、観光施設をつなぐネットワークの構築は課題となっています。



②観光客の移動の実態、周遊状況

○交通への満足度が低い。

- ・本市に交通の満足度は低い状況です。観光客がストレスなく観光スポットにたどり着くことができるような交通手段の確保、わかりやすいアクセス方法の整備が求められます。



○かすみがうら市来訪の際の交通手段

- ・「自家用車」が83.7%と最も多く、次いで「自転車（自己所有）」が12.2%、「自転車（レンタル）」が6.1%、「鉄道」が4.1%となっている。歩崎公園、雪入など、主な観光拠点では共通して車での来訪でなければ不便な状況となっています。

○現在地（かすみがうら市内の調査地）の前に来訪したところ

- ・「なし」が39.8%と最も多く、次いで「土浦（亀城公園、霞ヶ浦、りんりんポート土浦など）」が19.3%、「つくば霞ヶ浦りんりんロード（サイクリング）」が17.0%、「かすみがうら市水族館」が13.6%となっています。

○現在地（かすみがうら市内の調査地）の後に訪れる予定のところ

- ・「なし」が46.8%と最も多く、次いで「土浦（亀城公園、霞ヶ浦、りんりんポート土浦など）」が17.7%、「かすみがうら市水族館」「つくば（筑波山、研究施設、文化施設など）」が7.6%となっています。

③改善ニーズ

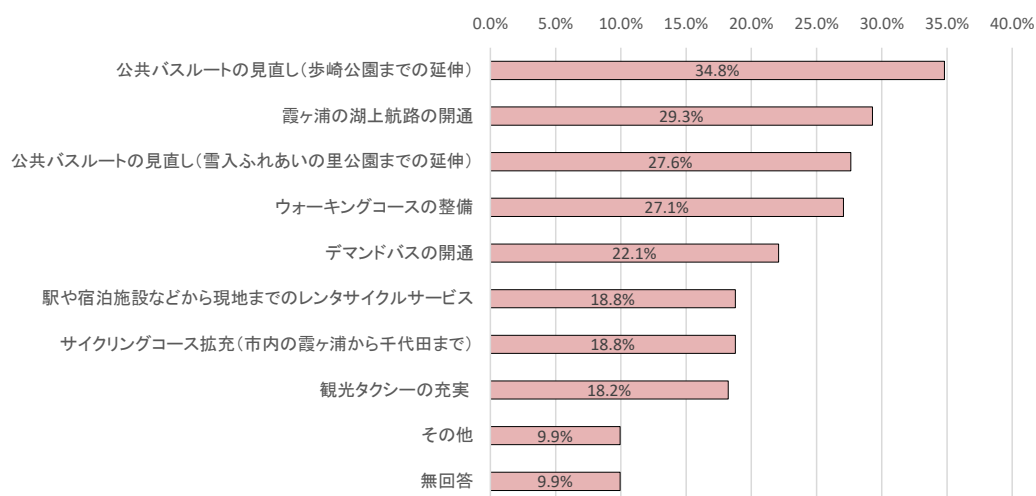
観光客の意見

- ・車で行ける観光ルートがあるといい。
- ・霞ヶ浦で船に乗ってみたい。
- ・レンタルサイクルの費用が高額なため、気軽に借りようと思えない。ファミリー層が借りられ自転車があればよい。
- ・サイクリングの別ルートがあると良い。

市民の意見

○バスルートの見直し、ウォーキングコースの整備が求められている。

- ・「観光スポットに観光客や市民の利用を増やすための交通手段の充実」について、「公共バスルートの見直し（歩崎公園までの延伸）」が34.8%と最も多く、次いで「霞ヶ浦の湖上航路の開通」が29.3%、「公共バスルートの見直し（雪入ふれあいの里公園までの延伸）」が27.6%、「ウォーキングコースの整備」が27.1%となっています。



事業者の意見

- ・歩崎までの交通アクセスの改善が必要である。
- ・県内客は自家用車移動のため、バスツアーの需要は少ない。着地型観光の発想でコンテンツ作りを考えたい。
- ・サイクリングしやすい環境づくりのため、道路の草刈りが重要。

(6) 観光宣伝・PR

(まとめ)

- ・かすみがうら市、観光協会により「湖山の宝」のブランディングや、HP や SNS、マップ等、多種多様なツールでの情報発信を進めています。
- ・ターゲットの再考と、効果的なプロモーションが求められます。

①これまでの取組

- ・かすみがうら市内に有する観光資源のほか、推奨指定や市産の生鮮品や加工品等を「湖山の宝」として位置づけ、農水産物を使った加工品や土産品等のブランディングに積極的に取り組んできました。
- ・HP や SNS、マップ等、多種多様なツールでの情報発信がされています。「フォトジェニックな女子旅」や「ライドクエスト」などの切り口から、若者や家族向けの新たな取組を進めてきました。



「フォトジェニックな女子旅」をキーワードとした PR



かすみがうら観光アプリの導入



体験をテーマに地域産品等を楽しむサイクリング周遊プログラム「ライドクエスト」

②課題

観光客

○かすみがうら市への旅行計画の参考にした情報媒体

- ・「インターネット（携帯電話含む）」が 54.3%と最も多く、次いで「家族、友人、知人の紹介」が 25.5%、「無料パンフレット」「その他」が 11.7%となっています。

○自由意見

- ・「もう少し歴史的なところを紹介してほしい」という意見が見られる。

事業者

- ・「かすみがうら市と言えば果樹狩り」というイメージを定着させるための取組が必要。
- ・BtoB の先買いシステム（企業が企業に対して、商品やサービスを提供するビジネスモデル）を作ることに取り組みたい。企業連携、関係人口の確保という方向性に可能性があると考えられる。単価を上げるための工夫が必要。
- ・ターゲットの再考が必要（車を持っていない人、外国人なども検討するなど）
- ・雰囲気のある飲食店や観光施設が少ない。デザインが現在の流行にあった観光マップ作成が必要。市として、CM などの大々的な広報が重要。

(7) 体制・組織

(まとめ)

- ・ かすみがうら市、観光協会、関連団体、市民・市民団体、事業者により観光に関する事業推進を行っています。
- ・ 民間事業者による観光コンテンツの創出が求められます。

①これまでの観光推進における主な組織・団体の役割

組織	主な役割等
かすみがうら市 (観光課、地域未来投資 推進課、政策経営課、生 涯学習課)	・ 観光施策の企画、実施 ・ イベントの企画および実施、プロモーション、施設活用、観光事 業者支援 ・ 農水産業を活用する観光コンテンツの実施支援
かすみがうら市観光協会	・ イベントの企画および実施、プロモーションを実施
関連団体 (商工会・漁業協同組 合、果樹観光協会等)	・ 事業者、農漁業者協力による観光コンテンツの実施支援
市民・市民団体	・ 現地ガイド等により、地域の自然、歴史文化を守り伝える。 ・ 地域行事の実施、コミュニティの活性化など、観光客との交流の 場の確保。
事業者	・ 観光コンテンツの運営実施、土産商品の製造販売など

②課題

- ・ 現状ではかすみがうら市による事業企画のもとで、観光施策を推進しています。
- ・ 民間事業者や市民が主体的に観光を推進していくことを目指していますが、民間事業者において、体験や商品など提供する観光コンテンツが不足しており、新しく創り出す事業者が少ないことも課題となっています。
- ・ 民間事業者による取組（イベント等）がコロナ禍で中止せざるを得なくなり、その後の再開ができていないこともあり、事業者主体の動きが弱くなっている側面も指摘されます。

第3章 観光振興の戦略

1 基本的な考え方

(1) 観光資源を価値あるコンテンツにする

論点1 観光資源の状況から

サイクリングやゴルフ、キャンプ、他農水産物やその現場の体験などの多くの観光の資源がありますが、それら現在ある観光の資源について、コンテンツとして価値の高い体験や消費できる商品に磨き上げていくことが必要であり、そのために、資源同士の組み合わせ、集客力を高めるための仕掛けなどを検討します。それにより事業者・住民など関係者の収益につなげることが求められます。

論点2 既存施設の活用可能性から

既存の公共施設、空き家の活用促進に向けて、具体的な活用促進を図るための地域内での合意形成と、市外を含む潜在的ユーザー（施設の利活用の可能性がある方々）へのアプローチによる活用可能性の検討など、新たな価値認識（古い施設ならではの歴史やストーリーの再評価など）への転換を促す取組の必要があります。

論点3 観光市場における新たなニーズへの対応状況から

新型コロナウイルス感染症を背景に新たな旅行スタイルが生まれています。多様な価値観、ニーズに合わせた本市の資源の活用方法を検討していかなければなりません。



○サイクリングやゴルフ、キャンプ、他農水産物やその現場の体験など、これまでに活用を進めてきた観光資源の活用、新たな観光ニーズに対応する資源、低未利用の施設について、そこに含まれる歴史的な背景や自然の営み、人々の営み、生産者・消費者の想いなどのストーリーを付加することで、価値あるコンテンツとして体験・体感できるものにすることを目指します。

(2) 地域の事業者、住民の利益となる観光を目指す

論点4 市民・事業者の意識から

観光に対する市民満足度や事業者満足度が必ずしも高くない現状に対して、市民や事業者の観光への参加・参画を推進することが考えられます。

市民生活と観光の共存を基本としながら、観光客が来訪することに対してポジティブになれる効果や得られる利益（経済効果、地域課題の解決、生活利便性の向上など）を最大化すること、事業者においても自身が利益を得られるための新たなビジネスモデルの構築、事業者・行政・市民等のステークホルダーの連携により経済効果を最大化すること、観光客のニーズに沿った商品・サービスの再検討、おもてなし意識の醸成、観光教育の推進による担い手の育成が考えられます。

論点5 交通アクセスから

歩崎、雪入への公共交通の確保は、来訪者・市民・事業者全ての視点から必要性が高い事項であり、公共バスルートの見直しが必要となっています。

民間事業者の送迎バスなど既存の移動手段の活用や、霞ヶ浦での湖上交通など新たな移動の可能性、移動自体を楽しむ方策の検討も考えられます。



- 地域の事業者の利益につながる観光として、農水産業、加工業、果樹観光、宿泊業や物販・飲食業、交通事業者などの収益拡大と製品の価値向上につながることを第一義とした観光に取り組みます。現業に加えた新たな観光・交流サービスの創出も促進します。
- 農水産業、加工業、果樹観光、宿泊業や物販・飲食業、交通事業者などの産業を支える生産現場の維持保全、自然景観・生態系の保全など、環境面での良い効果により、持続的な事業環境を守ることにもつながることを目指します。
- 観光・交流サービスの創出や持続的な事業環境を守ることなどが、ひいては地域住民の利益になる観光として、生活利便の高まりや市民の余暇の楽しみが増えることの効果を生むことにつなげることを考えます。

(3) 事業者・住民が自分事として取り組むための仕掛け・体制構築

論点6 観光宣伝・PRから

これまでの観光PRの取組を活かし、今後は市民満足度向上や、市民の観光への参加を推進するための方策が必要です。

市民生活と観光の共存を基本としながら、観光客が来訪することに対してポジティブになれる効果や得られる利益（経済効果、地域課題の解決、生活利便性の向上など）を最大化することを考える必要があります。

論点7 体制・組織から

かすみがうら市の各部門および、市内各施設やエリアでの取組が民間事業者により推進されてきました。効果的に事業展開を図るための役割分担、特に民間主導での事業推進が円滑化するための環境整備が求められます。



○事業者、住民の利益につながる観光として、かすみがうら市の観光振興の主体は事業者・住民となることを目指します。そのため、「自分ごと」として観光関連事業を進めることにつながる仕掛け、体制の構築に取り組みます。

2 かすみがうら市の核となる価値

かすみがうら市の核となる価値：農水産物・生産者・生産現場

- ・観光果樹園での栗、梨、柿、いちご、ぶどう、ブルーベリーや、日本一の産地でもある霞ヶ浦周辺でとれるレンコンや米、サツマイモの生産、水産物についても、ワカサギやシラウオ、その加工品である佃煮などの農水産物、およびその生産者、生産現場を観光振興における核となる価値として位置づけます。
- ・農水産業は、製造業など市内関連産業の関連が多く見込まれること、生産現場の風景と生産者の技、その背後にある文化・歴史にはかすみがうら市の伝えたい価値が多く含まれるものです。
- ・本市農林水産業における産品およびその生産者・生産現場を核として、その価値を高める取組を推進します。



かすみがうら市の核となる資源、 「農水産物・生産者・生産現場」の価値を活かし、価値を高める

かすみがうら市を象徴する湖と山、豊かな自然のイメージが定着する
(果樹園まち歩き、湖上食体験、サイクリングなど)

食の魅力が高まる、地域ブランドの確立
6次産業化（加工販売）、地産地消費食文化の再興

農業者の育成
農泊、民泊
関係人口・ファンが増える

3 かすみがうら市の核となる資源、「農水産物・生産者・生産現場」の価値を活かす5つの方策

(1) 湖と山が育む「食」の魅力創出

かすみがうら市の農産物、水産物を食べる、買うことができる場の充実、土産商品の造成や観光をきっかけとした販路形成、農水産業や生産者のファンづくりのしかけなどにより、かすみがうらの食の魅力を高めることに取り組みます。

➡果樹観光の魅力化・収益化、かすみがうら産の食の価値向上、農業漁業、養殖、農水産加工などの現場との接点づくりなど

(2) 湖と山をつなぐ自転車の活用

既に多くの方が利用するつくば霞ヶ浦りんりんロードやかすみがうら市交流センターの充実を図り、サイクリストへのサービス向上を図るとともに、市内各所の生産現場や食の拠点、歴史資源などをつなぐ移動手段としての自転車の活用、市民や近隣住民の自転車利用による健康づくりなどへの展開を検討します。

➡サイクルツーリズムの充実、二次交通としての自転車活用の促進、健康づくりとの連動による自転車の活用促進など

(3) 「歴史・生活文化」を背景とした体験・体感の仕組みづくり

かすみがうら市の歴史・生活文化を掘り下げ、農水産物の背景にある価値を体感できる仕掛けづくりに取り組みます。歴史的資源と食文化の接点を掘り下げ、それによる商品の魅力化、歴史ガイドの育成・活躍の場創出などを推進します。

➡伝統行事・祭事の継承、歴史を軸としたまち歩きコンテンツ造成、歴史ガイド人材育成とその活用、帆引き船の体験魅力向上、地域の手仕事再生プロジェクトなど

(4) 湖と山の「自然環境・景観」の保全と共生の実現

霞ヶ浦および筑波山の麓の自然環境を守ること、農水産業の基盤となる環境の保全により持続的な農水産業の展開を推進します。

➡ジオパークの活用、自然環境保全をテーマとしたコンテンツの創出、農業・集落の景観形成など

(5) 地域産業の持続的発展に貢献する観光拠点の整備拡充

拠点として観光客が利用できる場の充実を図り、食の活用、歴史文化や自然環境の理解を深める場としての活用を推進します。新たな滞在のあり方としてのワーケーションや企業連携、市民・事業者による空き家や有休施設の活用のほか、歩崎エリア、雪入エリアのエリア一帯としての方向性再整理のもとでの効果的な施策を推進します。

➡果樹観光の拠点充実、歩崎の誘客拠点の充実、ワーケーションの誘致事業、宿泊の魅力化など

4 かすみがうら市の資源価値を高める分野横断的な2つの方向性

(1) 市民理解、コミュニティの活性化

市民・事業者の自分事としての取組ができる観光を目指し、市民活動の観光化、コミュニティとしてのガイド活動や観光客との接点づくりに取り組みます。

➡新たな生活様式への対応、市民の地域活動掘り起こしと観光プロジェクト化、市外コミュニティとの交流促進など

(2) 戦略的なマネジメント

観光推進にあたっての基盤となる来訪者や事業者の情報集約とその活用、推進体制として、多分野の連携・情報共有による効果的な観光事業推進、ターゲットに対応する効果的なプロモーションの実施に取り組みます。また、災害や感染症など観光危機発生時及びその前後での対策についての検討を行い、安全安心な環境づくりに取り組みます。

➡DX化への対応、プロジェクト推進体制の強化、ユニバーサルデザインの推進、観光リスクマネジメント、ターゲットに応じたプロモーション、プロモーション推進体制の強化など

《かすみがうら市の核となる資源「農水産物・生産者・生産現場」の価値を活かす5つの方策

【施策の展開イメージ】

資源価値を高める2つの方向性は、横断的で他の取組と密接な関係性があり、本市の核となる資源価値を活かす5つの方策と連携することで施策の相乗効果が期待できます。

《かすみがうら市の資源価値を高める分野横断的な2つの方向性》

(1) 市民理解、コミュニティの活性化

新たな生活様式への対応、市民の地域活動掘り起こしと観光プロジェクト化、市外コミュニティとの交流促進など

(2) 戦略的なマネジメント

DX化への対応、プロジェクト推進体制の強化、観光リスクマネジメント、ターゲットに応じたプロモーション、プロモーション推進体制の強化など

(1) 湖と山が育む「食」の魅力創出

果樹観光の魅力化・収益化、かすみがうら産の食の価値向上、農業漁業、養殖、農水産加工などの現場との接点づくりなど

(2) 湖と山をつなぐ自転車の活用

サイクルツーリズムの充実、二次交通としての自転車活用の促進、健康づくりとの連動による自転車の活用促進など

(3) 「歴史・生活文化」を背景とした体験・体感の仕組みづくり

伝統行事・祭事の継承、歴史を軸としたまち歩きコンテンツ造成、歴史ガイド人材育成とその活用、帆引き船の体験魅力向上、地域の手仕事再生プロジェクトなど

(4) 湖と山の「自然環境・景観」の保全と共生の実現

ジオパークの活用、自然環境保全をテーマとしたコンテンツの創出、農業・集落の景観形成など

(5) 地域産業の持続的発展に貢献する観光拠点の整備

果樹観光の拠点充実、歩道の誘客拠点の充実、ワーケーションの誘致事業、宿泊の魅力化など

5 計画の目標数値

事業者および住民の利益となること、「訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」という持続可能な観光の考え方に則り、以下の目標数値の達成を目指して観光振興を進めます。

なお、目標数値については、5年後の令和9年時点での目標とし、令和9年時点での施策推進状況、社会的状況を加味して目標値の見直しを行います。

一人当たり観光消費額の増大

本市の資源の価値向上により、住民・事業者の利益になる観光を推進することの指標として設定します。特に飲食・土産品の充実を図ることで消費額を増額することを目指します。

項目	現状値 (令和4年アンケート調査)	目標値 (令和9年時点目標)	備考
消費額	観光来訪時の市内消費額 ○県内(市内を含む)からの来訪者の平均: 1,435 円 ○県外からの来訪者の平均: 2,345 円 ※参考 市内での飲食の消費額 ○県内(市内を含む)からの来訪者の平均: 497 円 ○県外からの来訪者の平均: 982 円 市内での買い物の消費額 ○県内(市内を含む)からの来訪者の平均: 312 円 ○県外からの来訪者の平均: 612 円	観光来訪時の市内消費額の約10%増額を目指す。 ○県内(市内を含む)からの来訪者の平均: 約1,600 円 【土産一品の追加消費相当分の増額】 ○県外からの来訪者の平均: 約4,000 円 【食事一食、土産品一品の追加消費相当分の増額】	アンケートにより計測

市民の観光に対する満足度（期待すること、懸念すること）

住民の利益につながる観光を推進することの指標として設定します。

項目	現状値 (令和4年アンケート調査)	目標値 (令和9年時点目標)	備考
かすみがう ら市での観 光に対する 総合的な満 足度	○満足の回答の割合（大変満足、満足、やや満足の合計）：17.1% ○不満の回答の割合（大変不満、不満、やや不満の合計）：32.6% ※参考 「どちらでもない」の回答割合 ：47.0%	○満足の回答の割合（大変満足、満足、やや満足の合計）を現状から倍増の30.0%を目指します。 ○不満の回答の割合（大変不満、不満、やや不満の合計）を現状から半減の15.0%を目指します。	アンケートにより計測

参考：期待すること（令和4年アンケート上位3項目）

「自然を利用したレクリエーション・アクティビティが増える」、「公共交通の整備により交通利便性が向上する」、「まちでのイベントや遊ぶ場所が増える」

参考：懸念すること（令和4年アンケート上位3項目）

「治安の悪化や犯罪の増加」、「環境破壊や汚染」、「感染症が拡大する」

第4章 施策の展開

1 湖と山が育む「食」の魅力創出

■基本的方向

地域の特色ある地場産品を活用し、食の魅力を最大限 PR することで、誘客を図り、本市のファンを増やします。食材だけでなく、食文化、食を提供する施設、食に関わる人材など、多方面からその魅力を伝え、食の需要を拡大させていくことに取り組みます。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（「食」資源の充実・活用）

■主な取組

1-1	果樹観光の魅力化・収益化
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・果樹園連携企画、情報充実	市、関連団体、事業者
・果樹観光リピーター確保、ファン確保策の実施	
・果樹商品の充実	
1-2	かすみがうら産の食の価値向上
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・かすみがうらの魚食推進、水産物・加工品の販売強化	市、関連団体、事業者
・農産物の販売強化・産品の提供事業者の連携	
・歴史・地勢をふまえた食のストーリー構築	
1-3	農業漁業、養殖、農水産加工などの現場との接点づくり
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・農水産業の現場体験（見学・収穫・作業体験・援農・	市、関連団体、事業者
漁業体験・就業体験）プロジェクト	
・事業者プロモーションの実施	

※実施主体・協力者については、以下の組織・団体等を想定します。

市：観光課 関係各課

関連団体：観光協会、商工会、果樹観光協会、農業協同組合、漁業協同組合など

事業者：宿泊、飲食、体験等施設、物販、食品加工、農業者・漁業者など

市民および市民団体：市民、地縁組織、市民ガイド、歴史等保存会など

2 湖と山をつなぐ自転車の活用

■基本的方向

既に多くの方が利用するつくば霞ヶ浦りんりんロードやかすみがうら市交流センターの充実を図り、サイクリストへのサービス向上を図るとともに、市内各所の生産現場や食の拠点、歴史資源などをつなぐ移動手段としての自転車の活用、市民や近隣住民の自転車利用による健康づくりなどへの展開を検討します。

関連計画：自転車活用推進計画（サイクルツーリズムの推進による地域の活性化・自転車を活用した市民の健康増進）

■主な取組

2-1 サイクルツーリズムの充実

【プロジェクトイメージ】

- ・サイクルツーリズムコンテンツの充実
- ・サイクリストへのサービス充実

【実施主体・協力】

市、関連団体

2-2 二次交通としての自転車活用の促進

【プロジェクトイメージ】

- ・自転車による農・水産資源・コンテンツの連動
- ・レンタサイクルサービスの拡充
- ・新たなモビリティ（e-バイク、電動キックボード、グリーンスクーターモビリティなど）の活用促進

【実施主体・協力】

市、事業者

2-3 健康づくりとの連動による自転車の活用促進

【プロジェクトイメージ】

- ・市民による自転車活用の促進
- ・健康促進事業との連動

【実施主体・協力】

市、市民

3 「歴史・生活文化」を背景とした体験・体感の仕組みづくり

■基本的方向

これまで各地域で守られてきた個性豊かな伝統芸能や祭事などのなかには、人々の高齢化が進み、次代の担い手も減少しています。他方では、地域固有の伝統行事などの活動への参加、歴史的な建造物・町並みや史跡等の保存・活用の取組などへの関心を持つ人もおり、活用においては潜在的な可能性を有しています。歴史的価値を守り後世に伝えていくために、歴史ガイドの育成・活躍の場創出により公開の機会を増やすとともに、その価値を市民や観光客に発信し、関心を高め、参加してもらい、後継者の確保・育成のための取組を推進します。また、かすみがうらの農水産物の背景にある歴史・生活文化を掘り下げ、その価値を体感できる仕掛けづくりに取り組めます。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（観光商品の開発・おもてなしの向上）

■主な取組

3-1	伝統行事・祭事の継承
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・伝統行事・祭事の見学・体験の受け入れ	市、関連団体、市民
・伝統行事・祭事の継承・後継者育成	
3-2	歴史を軸としたまち歩きコンテンツ造成
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・各地区でのまち歩きコンテンツ造成	市、関連団体
・マップ、サインなどによる環境整備	
3-3	歴史ガイド人材育成とその活用
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・かすみがうら市の歴史、文化、伝統の観光活用に関する講座の開設（人材育成講座）	市、関連団体、市民
・教育旅行、地域学習との連携	
3-4	帆引き船の体験魅力向上
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・帆引き船継承の人財確保育成	市、関連団体、事業者
・漁業との連携の充実による収益性向上	
3-5	地域の手仕事再生プロジェクト
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・地域の手仕事の掘り起こし	市、関連団体、市民
・竹製品など地域の手仕事による商品の充実	

4 湖と山の「自然環境・景観」の保全と共生の実現

■基本的方向

霞ヶ浦および筑波山の麓の自然環境を守ること、農水産業の基盤となる環境の保全により持続的な農水産業の展開を推進します。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（観光商品の開発・おもてなしの向上）

■主な取組

4 - 1 ジオパークの活用	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・ジオパークのツーリズムコンテンツの創出	市、関連団体、市民
・ジオパークでのネイチャーガイドの育成	
・市民ガイドの育成	
4 - 2 自然環境保全をテーマとしたコンテンツの創出	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・霞ヶ浦における生態系保全の取組・イベントの実施	市、関連団体、事業者、市民
・農水産分野での脱炭素の取組および、農水産物の価値向上	
・環境保全型の観光コンテンツの創出	
4 - 3 農業・集落の景観形成	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】
・蓮田や水田、畑地、果樹園などの農業景観の改善と活用による誘客	市、事業者、市民
・集落景観の保全・活用の推進	
・地区の生活環境・景観に係る課題解決	

5 地域産業の持続的発展に貢献する観光拠点の整備拡充

■基本的方向

拠点として観光客が利用できる場の充実を図り、食の活用、歴史文化や自然環境の理解を深める場としての活用を推進します。新たな滞在のあり方としてのワーケーションや企業連携、市民・事業者による空き家や有休施設の活用のほか、歩崎エリア、雪入エリアのエリアー帯としての方向性再整理のもとでの効果的な施策を推進します。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（集客のための仕組みづくり）

自転車活用推進計画（サイクルツーリズムの推進による地域の活性化）

■主な取組

5-1 果樹観光の拠点充実	
【プロジェクトイメージ】 ・廃校を活用した拠点整備	【実施主体・協力】 市、事業者
5-2 歩崎の誘客拠点の充実	
【プロジェクトイメージ】 ・歴史博物館、森林公園及び交流センターなどを含めた歩崎エリアの一带整備	【実施主体・協力】 市、事業者
5-3 ワケーションの誘致事業	
【プロジェクトイメージ】 ・各エリアでのコワーキングスペースの整備拡充 ・企業連携による拠点活用の推進	【実施主体・協力】 市、事業者
5-4 宿泊の魅力化	
【プロジェクトイメージ】 ・古民家活用によるゲストハウス増設 ・キャンプ施設の活用、サービスの充実 ・歩崎エリア、雪入エリアの各一体での拠点活用・施策展開の再整理	【実施主体・協力】 市、事業者

6 市民理解、コミュニティの活性化

■基本的方向

市民・事業者の自分事としての取組ができる観光を目指し、市民活動の観光化、コミュニティとしてのガイド活動や観光客との接点づくりに取り組みます。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（集客のための仕組みづくり）

自転車活用推進計画（サイクルツーリズムの推進による地域の活性化・自転車事故のない安全で安心な社会の実現）

■主な取組

6-1	新たな生活様式への対応
【プロジェクトイメージ】 ・感染症対策の継続・充実 ・複数の誘客エリアの設定	【実施主体・協力】 市、事業者、市民
6-2	市民の地域活動掘り起こしと観光プロジェクト化
【プロジェクトイメージ】 ・各種のまつり、イベント等市民活動の支援、観光プロジェクト化の支援	【実施主体・協力】 市、関連団体、事業者、市民
6-3	市外コミュニティとの交流促進
【プロジェクトイメージ】 ・地域間連携による往来の促進 ・都市住民への農のフィールドの提供 ・市外企業との連携促進	【実施主体・協力】 市、関連団体、事業者、市民

7 戦略的なマネジメント

■基本的方向

異分野連携・情報共有による効果的な観光事業推進、そのための共有の仕組みづくり、ユニバーサルデザイン、災害や感染症など観光危機発生時及びその前後での対策についての検討を行い、安全安心な環境づくりに取り組みます。

観光推進にあたっての基盤となる来訪者や事業者の情報集約とその活用、多分野の連携・情報共有による効果的な観光事業推進、特に効果的なプロモーションの実施に取り組みます。

関連計画：歩崎地域観光振興アクションプラン（おもてなしの向上・プロモーションの強化）
自転車活用推進計画（サイクルツーリズムの推進による地域の活性化・自転車事故のない安全で安心な社会の実現）

■主な取組

7-1	DX化への対応	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・統計・データ活用による施策立案	市、事業者	
7-2	プロジェクト推進体制の強化	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・民間事業者や市民の多業種、庁内多分野での共有の場づくり	市、関連団体、事業者、市民	
・観光プロフェッショナル人材（ガイド人材、観光コーディネーター人材）の育成		
7-3	ユニバーサルデザインの推進	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・多言語観光案内サイン整備	市、事業者	
・観光関連事業者におけるバリアフリー意識醸成		
7-4	観光リスクマネジメント	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・観光危機管理計画の検討	市、事業者	
7-5	ターゲットに応じたプロモーション	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・統計・データ活用によるターゲットの設定	市、関連団体、事業者	
・プロモーション策の立案・実施		
7-6	プロモーション推進体制の強化	
【プロジェクトイメージ】	【実施主体・協力】	
・関連事業者および関連部署と連携したプロモーション体制づくり・体制強化	市、関連団体、事業者	
・プロモーションの推進（実施内容の共有・調整）		

第5章 計画の推進に向けて

1 庁内・関係事業者の分野横断的な観光推進体制の構築

計画に位置付けた戦略、施策および目標指標については、市関係各課、事業者、関連団体、市民・市民団体などのそれぞれの役割のもとで推進していきます。

庁内においては、本市観光の旗振り役として市観光課が各分野の横串を差し、商工、農林水産、文化芸能、環境、交通や都市計画等の各行政分野の連携・参画をコーディネートします。

■各主体の期待される役割と課題

主体	観光において期待される役割
市	・ 地域および地域を取り巻く多様なステークホルダーの連携を促進する中心的な繋ぎ役になり、民間事業者等の支援・環境整備、事業の実施、予算確保、政策への反映を行う。 ・ 観光関連情報、マーケティング情報の収集と事業者へのフィードバックを行う。
事業者	・ 観光施設、宿泊、物販、ツアー運営、ガイド、農業者・漁業者など、自らの事業活動を通じて観光に参画する中心的なプレーヤー。
関連団体	・ 観光協会、商工会、果樹観光協会、農業協同組合、漁業協同組合などとして、事業者による観光事業の支援を実施。 ・ 教育機関として観光事業との連携を推進。
市民・市民団体	・ 現地ガイド等により、地域の自然、歴史文化を守り伝える。 ・ 地域行事の実施、コミュニティの活性化など、観光客との交流の場の確保。
県	・ 自転車協議会、ジオパーク推進協議会などの仕組みとして連動。 ・ 事業実施にかかる各種調整の実施。

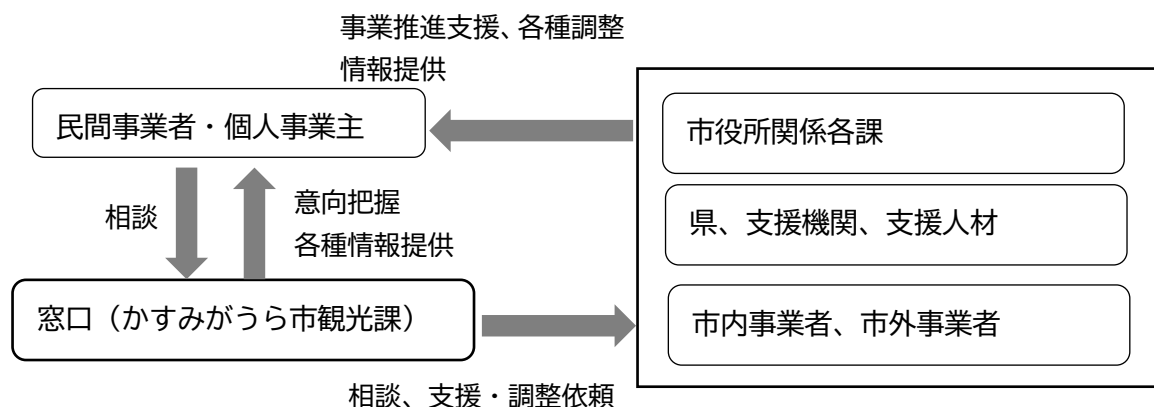
2 プロジェクト組成の仕組みづくり

かすみがうら市の観光振興に関わるプロジェクトや特色ある文化・資源を活かす誘客の取組、新たな施設やインフラ、交通システムの整備、観光 DX の取組、観光マネジメントや人材育成など、様々なプロジェクトが生まれる環境づくりに取り組みます。

民間事業者や個人事業主が、観光に関連する内容を含めた事業を実施する際の、相談窓口の設置を行います。

市の施策内容の確認、手続き、市からの補助制度の有無等、事業を実施していく上での市役所内各部署への取次などのバックアップを行うとともに、新たな事業への事業者の意向把握を行い、支援機関への取次、連携可能性ある事業者の調整などを行います。

【推進体制のイメージ】



3 観光施策の進捗管理の体制構築

計画の実現に向け、計画に位置付けた戦略および施策、目標指標について、PDCA（計画、実行、評価、改善）のサイクルでの進捗管理を行います。

その評価については、本市の観光に関わる、商工、農林水産、文化芸能、環境、交通都市計画等の各分野の事業者参集による協議の場を設置します。各年度での計画に基づく実施施策について関係者間での共有を図り、さらに民間事業者によるプロジェクトの実施状況、新たなアイデアの情報交換や協議を行うことで、新たな事業創出や相互連携等のきっかけとすることを想定します。



補章 資料

1 かすみがうら市観光基本計画策定経過

(1) 委員会

項目	開催日	内容
第1回策定委員会	令和4年 6月3日(金)	(1) 事業概要の共有 (2) かすみがうら市の観光における現状と課題について (3) 来訪者アンケート調査結果共有
第2回策定委員会	令和4年 10月19日(水)	(1) 事業全体像 (2) 各種調査結果報告 (観光動向、アンケート、ヒアリング調査結果共有) (3) 調査を踏まえた課題整理 (4) 計画の方向性・構成案
第3回策定委員会	令和5年 1月13日(金)	(1) かすみがうら市観光基本計画の素案について (2) パブリックコメントの実施について
パブリックコメント	令和5年 1月23日(月) ～2月6日(月)	かすみがうら市観光基本計画(案)について
第4回策定委員会	令和5年 2月下旬(予定)	(1) パブリックコメントの実施結果について(報告)

(2) アンケート調査

項目	開催日	対象	内容
市民アンケート	令和4年5月 ～12月	かすみがうら市民 1,200人配布、318 人回収(有効回答率 26.5%)	市民のかすみがうら市のお気に入り、観光につ いての期待や懸念、必要な施策などの意見を 把握
来訪者アンケート	令和4年5月 ～12月	かすみがうら市内在訪 者 271人	来訪者の旅行の目的、消費額、来訪箇所、 満足度、紹介意向などを把握
来訪ニーズ アンケート (ウェブ調査)	令和4年12月	東京、千葉、神奈川、 埼玉、茨城、栃木在 住者 500人	サイクリングやゴルフ、キャンプ、トレッキング、ハイ キング、歴史探訪・史跡めぐりの愛好家に対し て、それぞれの方の行動特性、かすみがうら市 の資源評価を把握

(3) ヒアリング調査

項目	開催日	対象	内容
事業者ヒアリング調査	令和4年 7月	市内事業者・関連団体 安田果樹園（千代田果樹観光協会会計） ショロンホテル 前川果樹園（千代田果樹観光協会会長） かすみがうら市水族館 かすみがうら市未来づくりカンパニー 沼田農園（千代田果樹観光協会副会長） 関鉄観光バス株式会社 霞ヶ浦漁業協同組合 四万騎農園 つくば犬たちの森 湖山アウトドアヴィレッジ雪入 水郷つくば農業協同組合 株式会社ひのでや 物産振興協会 山野水産 霞ヶ浦北浦水産加工業協同組合 株式会社出羽屋 貝塚忠三郎商店 ふるさと出島の会 株式会社ポテトかいつか 筑波銀行 雪入ふれあいの里公園	事業者の取組状況、課題認識、市の観光振興への評価、今後の取組意向などを把握
庁内関係課ヒアリング調査	令和4年 9月	かすみがうら市関係課 生涯学習課（歴史博物館） 農林水産課 政策経営課 地域未来投資推進課 環境保全課	施策の取組状況、今後の取組の方向性の意見整理

2 かすみがうら市観光基本計画策定委員会設置要綱

○かすみがうら市観光基本計画策定委員会設置要綱

令和4年3月31日告示第55号

かすみがうら市観光基本計画策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 この告示は、かすみがうら市特有の観光資源を磨き上げ、観光拠点を整備するとともに、新たな観光PRツールを有効に活用することで地域に活気があふれた観光の振興を推進するため、観光関係者の中で共通理解を図り、羅針盤となる、かすみがうら市観光基本計画（以下「観光基本計画」という。）を策定するに当たり、必要な事項を検討するため、かすみがうら市観光基本計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討する。

- (1) 観光基本計画の策定に関する事項
- (2) その他観光基本計画の策定に関し必要な事項

(組織)

第3条 委員会の委員は20人以内とし、次に掲げる者のうちから市長が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 市議会の議員
- (3) 観光関連団体の代表者
- (4) 地域住民の代表
- (5) 市の関係職員
- (6) その他市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、計画策定に係る事項の協議が終了したときとする。

2 欠員により委嘱又は任命された委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に、委員長及び副委員長を置く。

- 2 委員長及び副委員長は、委員の互選により選出する。
- 3 委員長は、委員会を代表し、議事その他会務を総括する。
- 4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集し、委員長が議長となる。ただし、委員長が選任されるまでの間は、市長が招集し、議長となる。

- 2 会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。
- 3 会議の議決は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
- 4 委員長は、必要があると認めるときは委員以外の者を会議に出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(その他)

第7条 この告示に定めるもののほか、必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この告示は、令和4年4月1日から施行する。

(失効)

- 2 この告示は、観光基本計画の策定が終了した日限り、その効力を失う。

3 かすみがうら市観光基本計画策定委員会委員名簿

	氏名	区分	所属機関・団体
1	川島 宏一	学識経験者	筑波大学
2	岡崎 勉	市議会の議員	かすみがうら市議会
3	池田 正	観光関連団体の代表者	水郷つくば農業協同組合
4	川井 義久	観光関連団体の代表者	かすみがうら市商工会
5	鈴木 幸雄	観光関連団体の代表者	霞ヶ浦漁業協同組合
6	戸田 廣	観光関連団体の代表者	霞ヶ浦北浦水産加工業協同組合
7	前川 浩幸	観光関連団体の代表者	千代田果樹観光協会
8	佐賀 正治	地域住民の代表	かすみがうら市物産振興協会
9	宮本 富美	地域住民の代表	かすみがうら市商工会女性部
10	西山 正	その他市長が認める者	元かすみがうら市理事
11	谷越 敦子	その他市長が認める者	茨城県営業戦略部観光物産課
12	渡辺 一洋	その他市長が認める者	筑波銀行
13	大塚 英明	その他市長が認める者	関鉄観光バス株式会社 本社営業センター
14	北山 雅也	その他市長が認める者	有限会社美並タクシー
15	染谷 雄一郎	その他市長が認める者	有限会社千代田タクシー
16	高井 淳	市の関係職員	地域未来投資推進課
17	松延 孝之	市の関係職員	かすみがうら市産業経済部

※並び順は区分及び細区分毎の氏名順となっております。



かすみがうら市観光基本計画

令和●年●月

かすみがうら市 産業経済部 観光課

〒300-0192 茨城県かすみがうら市大和田 562 番地
(霞ヶ浦庁舎)

TEL (代表) 0299-59-2111/029-897-1111
(直通) 029-886-3307