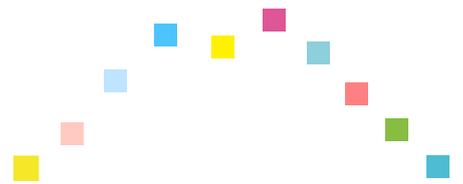




筑西市 観光推進のためのアクションプラン



改訂版 令和3年3月 筑西市観光振興推進協議会



- 筑西市観光推進のためのアクションプラン改訂にあたって -

2020年は、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大が、人々の生活様式・価値観に大きな変化を及ぼし、観光産業のビジネスモデルにかつてない影響を与えました。2021年に入り、国内ではワクチン接種が始まりましたが、新型コロナウイルスの感染収束は、まだ見通せない状況です。

こうした状況の中、2020年度、筑西市観光振興推進協議会では、2017年3月に策定した「筑西市観光推進のためのアクションプラン」が、2021年度に4年を経過することから、改訂することとしました。これまで筑西市で進められてきた観光推進に係る取組を検証するとともに、コロナ禍への対応や新型コロナウイルスの感染拡大収束後を見据えwithコロナを意識した新しい観光のあり方を模索してきました。

まずは、観光施設等における感染症拡大防止の取組状況を確認し、安心安全基準の導入など、新しい生活様式に沿った受入体制について協議を行い、次に、新型コロナウイルスの感染収束後を見据え、これまでのアクションプランでは十分実現できなかった取り組みや市・社会の変化に合わせて新たに取り組むべき事項を協議しました。特に、訪日外国人の需要消失への対応については、新型コロナウイルス感染の感染拡大収束後を考え、筑西市近郊の在日外国人へプロモーションを掛け将来的に旅行者の国間移動が回復した折に訪日外国人の来訪を強く念頭においた取組としました。

また、今回、アクションプランの改訂にあたっては、観光の地域経済に与える影響について定性的にとらえるだけでなく定量的に捉える試みにもチャレンジし、持続可能で地域全体が潤う地域経済循環の考え方を取り入れながら観光の在り方を検討しました。

こうした検討を重ねる中で、観光客の方々に楽しんでもらえる筑西市ならではの付加価値の高い観光コンテンツ創出へのアイデアが生まれ、コロナ禍の厳しい状況の中で官民一体となった観光地づくりに向けた大きな礎を築くことが出来たと思います。

本アクションプランの策定にあたり、熱心にご審議を賜りました筑西市観光振興推進協議会の皆様をはじめ、ご協力いただきました関係者の皆様に、心からお礼申し上げます。

筑西市観光振興推進協議会 会長 渡辺 一洋 （筑波銀行常務執行役員）

目次

I. 協議会とアクションプラン改訂

- 1.1 筑西市観光振興推進協議会と観光資源調査・発掘事業P. 04
- 1.2 筑西市観光振興推進協議会とアクションプラン改訂についてP. 05
- 1.3 アクションプラン（改訂版）一覧P. 06

II. アクションプラン

- 1.1 アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくりP. 09
- 2.1 アクションプラン / 2. 観光商品の開発P. 16
- 3.1 アクションプラン / 3. 県内・県外でのプロモーションの強化P. 20
- 4.1 アクションプラン / 4. 食資源の充実P. 25
- 5.1 アクションプラン / 5. 体験型観光の推進P. 30
- 6.1 アクションプラン / 6. 「おもてなし」の向上P. 34
- 7.1 アクションプラン / 7. インバウンド対策の推進P. 37
- 8.1 アクションプラン / 8. 関係諸機関との連携推進P. 42
- 9.1 アクションプラン / 9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出P. 50
- 10.1 アクションプラン / 10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組みP. 54
- 11.1 今年度の協議会事業活動に関する考察P. 58

III. 補足資料

- 1.1 平成28年度調査抜粋P. 60
- 2.1 平成29年度調査抜粋P. 69
- 3.1 平成30年度調査抜粋P. 78
- 4.1 平成31年度（令和元年度）調査抜粋P. 85
- 5.1 令和 2年度調査抜粋P. 88
- 6.1 令和 2年度委員一覧P. 95

1. 協議会とアクションプラン改訂

筑西市観光振興推進協議会と観光資源調査・発掘事業

1. 協議会の設立と観光資源発掘に向けた事業開始

A. 協議会設立

- 平成28年9月に、筑西市の観光資源や観光振興について協議すべく、市民、有識者、筑西市等で構成される「筑西市観光資源調査・発掘協議会（令和元年度に「筑西市観光振興推進協議会」に改称）」が設立された。

B. 協議会

- 「筑西市観光資源調査・発掘協議会（筑西市観光振興推進協議会）」では、現状分析、観光資源、観光振興の進め方等について調査、協議を重ね、平成29年3月に、筑西市の観光振興のあり方や具体的な行動目標を定めた「筑西市観光推進のためのアクションプラン」を策定した。
- 平成29年度以降、平成29年3月に策定された「筑西市観光推進のためのアクションプラン」を基に、同協議会での意見、助言等を踏まえながら、観光客誘客と市内の観光振興を目的に、既存観光資源の見直し、新たな観光資源の発掘に向けた調査・検討、具体的な観光事業等を実施してきた。

2. 協議会内容

A. 目的

- 既存観光資源の磨き上げと新たな観光資源の発掘に向けた調査・検討を行うことにより、観光客誘客の新たな取り組みにつなげ、市内の観光振興に寄与する。

B. 取組内容

- 次の事項等について協議会で協議を行い、筑西市に提言を行う。
 - ① 既存観光資源を洗い出し、活用する。
 - ② 新たな観光資源を発掘し、活用する。
 - ③ 新たな取り組みのための提案を行い、展開、実施、行動する。
 - ④ アクションプランを協議、作成する。
 - ⑤ 観光振興のために必要な事項について協議を行い、取り組む。
 - ⑥ 「るるぶ特別編集筑西市」制作に対する助言を行う。

C. 委員等

※巻末に、委員等の氏名を掲載。



筑西市観光振興推進協議会とアクションプラン改訂について

3. 協議会開催実績

A. 平成28年度

- ・現状分析、観光資源、観光振興施策の進め方及びその優先順位付け等について調査、協議を行い、「筑西市観光推進のためのアクションプラン」をとりまとめた。計7回開催。

①H28/09/09 ②H28/10/06 ③H28/11/10 ④H28/12/09 ⑤H29/01/19 ⑥H29/02/17 ⑦H29/03/17

B. 平成29年度

- ・モニターツアーの結果等をふまえながら、滞在の仕組み、体験型観光、PR、インバウンド、食、おもてなし等に関連したグループワーク等を実施し、具体的な観光振興策について協議を行った。計4回開催。

①H29/09/28 ②H29/11/02 ③H30/01/11 ④H30/02/13

C. 平成30年度

- ・アクションの進捗状況、観光客動態調査結果、モニターツアーの結果等について確認、協議を行うとともに道の駅の開業を踏まえた今後の観光振興に係る取組について議論した。計4回開催。

①H30/06/21 ②H30/09/27 ③H30/11/01 ④H31/02/21

D. 平成31年度/令和元年度

- ・アクションプランを進めるうえでの課題への対応策を検討するとともに、道の駅の活用、食のブラッシュアップ、2次交通、里山の活用、おもてなし、アクションプランの改訂等について協議を行った。計3回開催。

①R01/07/11 ②R01/10/17 ③R02/01/16

E. 令和2年度

- ・アクションプランを進めるうえでの課題への対応策を検討するとともに、コロナ感染拡大の影響等を踏まえ、アクションプランの改訂等について協議を行った。計3回開催。

①R02/10/22 ②R02/12/17 ③R03/02/25※ ※コロナ感染拡大防止の観点から、書面開催

4. アクションプラン改訂にあたって

- ・アクションの進捗状況、観光客動態調査結果、モニターツアーの結果、協議会での協議内容の他、次の①～④を踏まえ、令和3年3月に、アクションプランの改訂を行った。

①令和2年2月以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、観光需要が一時的に激減している。

②新型コロナウイルス感染拡大の中、「withコロナ・afterコロナ期」に、地元や近隣地域を観光するいわゆるマイクロツーリズムの需要が高まっている。

③これまで地元の観光資源について意識していなかった若年層や女性、そして子育て世代をターゲットの中心に据え「新しい生活様式」を取り入れながら、観光振興施策を実施していくことが肝要である。

④訪日外国人の需要が見込めない中、新型コロナウイルス感染症の収束、共存を考え、まずは筑西市近郊の在日外国人へプロモーションを掛け、新たな旅行需要の起爆剤とし、ひいては将来的に旅行者の国間移動が回復した折に訪日外国人の受入れを強く念頭におく。

アクションプラン（改訂版）一覧 ①

アクションプラン（改訂版）一覧

- ・筑西市観光振興推進協議会にて、筑西市の観光振興を進めるうえで必要となる10の大項目と74の施策からなるアクションプラン（改訂版）を策定した。各施策の実施時期について、次のA、B、Cの時間軸を設定した。

A. 短期的アクション …………… 可及的速やかに取り組むべきアクションプラン

B. 短期～中長期的アクション …… 短期～中長期的な構えで、議論と研究を重ねるべきアクションプラン

C. 中長期的アクション …………… 中長期的な取り組みを通じて動向等を注視しながら進めるべきアクションプラン

1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり		
番号	アクション名	時間軸
1-A-1	駅を中心としたイベントの実施	短期的アクション
1-A-2	下館駅構内コンテナハウスの利活用	短期的アクション
1-A-3	歴史をテーマとしたルートづくりとスポット整備	短期的アクション
1-A-4	コミュニティサイクルの利用率増加に向けた周遊ルートの提案、マップの作成	短期的アクション
1-A-5	道の駅と連携した周遊マップの作成	短期的アクション
1-A-6	サイクルツーリズムへの取り組み	短期～中長期的アクション
1-B-7	観光客にターミナル駅である下館駅から街中を周遊していただく仕組みづくりの構築	短期～中長期的アクション
1-B-8	観光客が宿泊したくなる仕組みづくり	短期～中長期的アクション
1-B-9	季節に合わせた風物詩となるアイテム・小物等を活用したイベント等の開催	短期～中長期的アクション
1-C-10	観光客の利便性とおもてなしを兼ね備えた交通手段の確保	中長期的アクション
1-C-11	主要拠点や観光拠点を結ぶ定期運行バスの実施・バス停の見直し	中長期的アクション
1-C-12	観光客に滞在していただく仕組みづくり	中長期的アクション
2. 観光商品の開発		
番号	アクション名	時間軸
2-A-13	ターゲットに応じた観光拠点選定とコース設定	短期的アクション
2-A-14	観光バス誘致に向けたイベント等における駐車場の確保	短期的アクション
2-A-15	花火大会の開催	短期的アクション
2-B-16	モデルコースの作成と課題整理	短期～中長期的アクション
2-B-17	道の駅を含む観光関係事業者との連携強化による観光商品の開発	短期～中長期的アクション
3. 県内・県外でのプロモーションの強化		
番号	アクション名	時間軸
3-A-18	SNSを活用したフォトコンテスト等の開催	短期的アクション
3-A-19	ちくせい観光大使によるSNSを用いた情報発信	短期的アクション
3-A-20	名刺裏面・商品パッケージ等を利用した情報発信	短期的アクション
3-A-21	新たな地での観光PR	短期的アクション
3-B-22	写真映えする（フォトジェニックな）場所の発掘・開発	短期～中長期的アクション
3-B-23	公共施設の「筑西の情報発信基地」化	短期～中長期的アクション
3-C-24	周辺観光地との広域連携、市町を超えた周遊ルート構築	中長期的アクション
4. 食資源の充実		
番号	アクション名	時間軸
4-A-25	筑西ならではの広告媒体（ポスター等）の作成	短期的アクション
4-A-26	大使を活用したPR	短期的アクション
4-A-27	ご当地グルメ、農畜産物の積極的なPR及び地元企業とのマッチングを図った商品開発	短期的アクション
4-B-28	筑西グルメマップ（パンフレット）の開発	短期～中長期的アクション
4-B-29	食資源のブランド化	短期～中長期的アクション
4-C-30	お土産商品の開発	中長期的アクション
4-C-31	観光果樹園の本格運用（常設化）と持続化に向けた取り組み	中長期的アクション
4-C-32	下館駅前通りに休憩スペースの開設	中長期的アクション

アクションプラン（改訂版）一覧 ②

5. 体験型観光の推進		
番号	アクション名	時間軸
5-A-33	筑西市又は周辺地域のイベントを体験できるメニューの開発	短期的アクション
5-A-34	体験型観光推進のための補助金制度の検討	短期的アクション
5-A-35	産業ツアーの開発	短期的アクション
5-A-36	国有形文化財等を活用した各種体験イベントの開催	短期的アクション
5-B-37	里山を活用した体験型観光メニュー（キャンプ等）の充実	短期～中長期的アクション
5-C-38	川等を活用したアクティビティの開発	中長期的アクション
6. 「おもてなし」の向上		
番号	アクション名	時間軸
6-A-39	観光の必要性や「おもてなし」向上を図る研修の実施	短期的アクション
6-A-40	市内小学校・中学校・高等学校等における観光教育の推進	短期的アクション
6-A-41	広報媒体を活用した市民の「おもてなし」意識啓発の推進	短期的アクション
6-B-42	「おもてなし」推進団体との連携、ガイドの人材育成	短期～中長期的アクション
7. インバウンド対策の推進		
番号	アクション名	時間軸
7-A-43	多言語対応の各種媒体の作成	短期的アクション
7-A-44	インバウンド商談会等での積極的なセールス	短期的アクション
7-B-45	インバウンド観光に取り組む人材育成	短期～中長期的アクション
7-B-46	筑西ならではの外国人にとって魅力あるメニュー開発	短期～中長期的アクション
7-B-47	日本の日常を体験できるメニュー整備、宿泊型プランの作成	短期～中長期的アクション
7-B-48	ベトナム等、筑西市と観光を通じた連携の推進	短期～中長期的アクション
7-B-49	筑西市界隈に在住する外国人との交流	短期～中長期的アクション
番号	アクション名	時間軸
8. 関係諸機関との連携推進		
番号	アクション名	時間軸
8-B-50	東京都台東区との連携	短期～中長期的アクション
8-B-51	鉄道沿線自治体等との連携	短期～中長期的アクション
8-B-52	隣接市町等との連携	短期～中長期的アクション
8-B-53	市内のまちづくり・観光振興団体との連携	短期～中長期的アクション
8-B-54	友好都市 高梁市との経済振興に係る更なる連携	短期～中長期的アクション
8-C-55	全国報徳研究市町村協議会加盟自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-56	芸術のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-57	伊達家のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-58	ひまわりフェスティバルのつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-59	ダイヤモンド筑波のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-60	小栗判官関連のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-61	新治庵寺関連のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-62	産学官金のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出		
番号	アクション名	時間軸
9-B-63	筑西市の玄関口である道の駅への訪日外国人の取り込み	短期～中長期的アクション
9-B-64	道の駅と観光資源との連携を図ったイベント等の開催	短期～中長期的アクション
9-B-65	道の駅における旅行業の取得	短期～中長期的アクション
9-B-66	道の駅を発着とした着地型観光商品の開発・催行	短期～中長期的アクション
9-B-67	道の駅を拠点としたグルメ開発	短期～中長期的アクション
9-B-68	道の駅を拠点としたお土産の開発	短期～中長期的アクション
10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組み		
番号	アクション名	時間軸
10-A-69	道の駅グランテラス筑西等でのECサイトの構築	短期的アクション
10-A-70	「ワーケーション」ができる環境整備の構築	短期的アクション
10-A-71	「マイクロツーリズム」を意識したターゲット層へのアプローチ	短期的アクション
10-A-72	「アウトドアツーリズム」の推進	短期的アクション
10-A-73	自動車に特化したイベント等の開催	短期的アクション
10-A-74	自動車で出掛けることを前提とした周遊マップ等の作成	短期的アクション

II. アクションプラン

アクションプラン

1

1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり

アクションと時間軸

・アクションプラン「1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり」に係る事業は、下表の12事業である。

番号	アクション名	時間軸
1-A-1	駅を中心としたイベントの実施	短期的アクション
1-A-2	下館駅構内コンテナハウスの利活用	短期的アクション
1-A-3	歴史をテーマとしたルートづくりとスポット整備	短期的アクション
1-A-4	コミュニティサイクルの利用率増加に向けた周遊ルートの提案、マップの作成	短期的アクション
1-A-5	道の駅と連携した周遊マップの作成	短期的アクション
1-B-6	サイクルツーリズムへの取り組み	短期～中長期的アクション
1-B-7	観光客にターミナル駅である下館駅から街中を周遊していただく仕組みづくりの構築	短期～中長期的アクション
1-B-8	観光客が宿泊したくなる仕組みづくり	短期～中長期的アクション
1-B-9	季節に合わせた風物詩となるアイテム・小物等を活用したイベント等の開催	短期～中長期的アクション
1-C-10	観光客の利便性とおもてなしを兼ね備えた交通手段の確保	中長期的アクション
1-C-11	主要拠点や観光拠点を結ぶ定期運行バスの実施・バス停の見直し	中長期的アクション
1-C-12	観光客に滞在していただく仕組みづくり	中長期的アクション

1.1

アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ①

1-A-1 駅を中心としたイベントの実施

短期的アクション

A. 内容

- ・ イベント列車運行、駅から街歩き等のイベントを企画し、観光客等に一度筑西市に来てもらうきっかけづくりとするものである。
- ・ 南北が連携したハロウィンフェスティバル等の開催等を、今後も継続して実施することは効果大である。



1-A-2 下館駅構内テナハウスの利活用

短期的アクション

A. 内容

- ・ 下館駅内のテナハウスの活用した鉄道・SLグッズ等筑西限定商品の物販スペース、駅構内での鉄道模型常設展示等を整備し、駅周辺の魅力を向上させるものである。

※平成30年6月16日に、筑西市地域おこし協力隊が下館駅で「駅ナカカフェ」を行った。イベント列車「DL&SLもおか号」運行にあわせ、お囃子演奏やミニコンサート、地元食材を使ったカフェで来訪者をもてなした。このようなイベントを継続して実施することは効果大である。



1.2

アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ②

1-A-3

歴史をテーマとしたルートづくりとスポット整備

短期的アクション

A. 内容

- ・安倍晴明伝説、仙台伊達家発祥の地、伊勢神宮と縁の深い小栗内外大神宮、東の延暦寺と言われる東睿山金剛寿院千妙寺、久下田城といったテーマに注目したルートづくりとスポット整備を行うと共に、それらを紹介するツールを作成する。（スマートフォン用アプリ、インターネットサイト、紙媒体等）
- ・ちくせい観光ボランティアガイド協会監修の散策マップの改訂等を行う。



1-A-4

コミュニティサイクルの利用率増加に向けた周遊ルートの提案、マップの作成

短期的アクション

A. 内容

- ・結城・筑西・桜川・土浦の4市共同運営によるサイクリングルート検索サイト「ちゃりさんぽ」及び茨城県内の作成したサイクリスト向けポータルサイト等を活用した周遊ルートの提案を推進する。
- ・コミュニティサイクルを導入後、約1年半が経過し、今後、コミュニティサイクルの利活用の促進が必要であり、周遊ルートを開発・提案するとともに、自転車で回れる周遊マップを作成することが効果的である。



出典：「ちゃりさんぽ」

<http://www.charisampo.jp/pc.html>

1.3

アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ③

1-A-5

道の駅と連携した周遊マップの作成

短期的アクション

A. 内容

- ・ 駐車場やトイレ、飲食店、緊急時の病院等、観光客が必要とする情報を整理し、それらを示す地図等を作成、広く情報提供することで、誰もが周遊しやすいまちづくりに努める。
- ・ 現在、下館駅等を起点としたマップはあるが、道の駅を基点とした周遊マップがないことから、今後、道の駅を訪れた方からニーズがある道の駅を基点とした周遊マップを検討していく。



※「道の駅を基点とした周遊マップの検討」

1-B-6

サイクルツーリズムへの取り組み

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ つくば霞ヶ浦りんりんロードの横展開を図る（1-A-4 ちゃりさんぽ）。
- ・ 鬼怒川緊急対策プロジェクトにより今後、広域的に鬼怒川堤防天端（てんば）をサイクリングロードとして活用することができることを受け、クロスバイク等の導入を図るとともに、サイクルツーリズムを関係市町村と構築することにより、サイクリストの取り込みを図ることができる。

鬼怒川緊急対策プロジェクト工事進捗状況(令和元年7月末現在)



1.4

アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ④

1-B-7

観光客にターミナル駅である下館駅から街中を周遊していただく仕組みづくりの構築

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・農産物直売所や観光案内所、電車の車両、SL転車台等、駅前に集客力のある施設を設置することで、鉄道目的の観光客を駅から外に出す動線づくりを行うものである。
- ・令和2年度に開発された子鉄ランチを広く周知していくと共に今後も新たな施策を見出していく。



1-B-8

観光客が宿泊したくなる仕組みづくり

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・市内の宿泊施設に対して、地酒や地元食材を用いた筑西市ならではのメニューの開発と提供に協力していただき、観光客が宿泊したくなる仕掛けづくりを行う。

【アウトドアメニューの充実】

- ・グランピングや里山を活用した取り組みとキャンプ、宮山ふるさとふれあい公園のキャンプ場のリニューアルに伴う仕組みづくりを行い、交流人口の拡大を目指す。
- ・母子島（はこじま）遊水地でのソロキャンプや明野ひまわりの里でのキャンプの可能性を検討。
- ・宮山ふるさとふれあい公園キャンプ場への薪の供給、手ぶらでバーベキューができるように売店等で手ぶらでBBQセット（地場産の肉と農産物）を販売、アルコールの供給も併せて検討。



アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ⑤

1-B-9

季節に合わせた風物詩となるアイテム・小物等を活用したイベント等の開催

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 様々なアイテム（小物）を活用し、音や視覚に訴えるイベント、参加型イベントなどを構築する。

〔例〕

- ・ 風鈴（夏）… 音、視覚
- ・ 傘（四季問わず）… 視覚、参加型



出典：「正寿院 風鈴まつり」（京都府）

http://shoujuin.boon.jp/?page_id=224

1-C-10

観光客の利便性とおもてなしを兼ね備えた交通手段の確保

中長期的アクション

A. 内容

- ・ 定額制の観光タクシーを導入。観光客にとって利便性とおもてなしを兼ね備えた交通手段を確保していく。
- ・ 観光ルートを定額で回遊できる観光タクシーの常設を検討する。
- ・ 料金の明朗性が観光客に周知できれば、安心してタクシーに乗車することもできる。また、タクシーの領収書を市内の飲食店や各店舗の買い物割引券等クーポンとすることにより、リピーターとして筑西市に訪問していただく一手段になる。



出典：栃木県下野市

<https://www.city.shimotsuke.lg.jp/0389/info-0000006515-1.html>

アクションプラン / 1. 観光客に滞在していただく仕組みづくり ⑥

1-C-11

主要拠点や観光拠点を結ぶ定期運行バスの実施・バス停の見直し

中長期的アクション

A. 内容

- ・定期運行バスを実施し、公共施設等の主要施設に加え、観光拠点を結ぶものである。
- ・現在、茨城県西部メディカルセンター止まりの定期運行バスを、ザ・ヒロサワ・シティや県西総合公園まで伸ばし、利便性を向上させる、新たな交流人口の拡大を図っていく。



1-C-12

観光客に滞在していただく仕組みづくり

中長期的アクション

A. 内容

- ・道の駅グランテラス筑西を拠点とし、集客施設や景勝地などと連携し、共通性のあるコンテンツなどを駆使し観光客の誘客に努めていく。



出典：ザ・ヒロサワ・シティ

<https://www.shimodate.jp/service.html>

アクションプラン

2

2. 観光商品の開発

アクションと時間軸

・アクションプラン「2. 観光商品の開発」に係る事業は、下表の5事業である。

番号	アクション名	時間軸
2-A-13	ターゲットに応じた観光拠点選定とコース設定	短期的アクション
2-A-14	観光バス誘致に向けたイベント等における駐車場の確保	短期的アクション
2-A-15	花火大会の開催	短期的アクション
2-B-16	モデルコースの作成と課題整理	短期～中長期的アクション
2-B-17	道の駅を含む観光関係事業者との連携強化による観光商品の開発	短期～中長期的アクション

2.1

アクションプラン / 2. 観光商品の開発 ①

2-A-13

ターゲットに応じた観光拠点の選定とコースの設定

短期的アクション

A. 内容

- ・ターゲットに応じた観光拠点の選定とモデルコースの設定を行うものである。
- ・ターゲットの分類例として、若者のグループやカップル向け、シニア世代向け、家族連れ、学習グループ向け等を検討し、併せて道の駅を拠点としたコース設定も検討する。
- ・若年層向け、女性向け、カップル向け、家族向け等、ターゲットに合わせた観光コンテンツがこれまで開催された協議会で洗い出されており、今後、着地型の観光商品等に組み込んでいく。



2-A-14

観光バス誘致に向けたイベント等における駐車場の確保

短期的アクション

A. 内容

- ・「下館祇園まつり」等、既存のイベントについても、観光バス用駐車場を確保し、その存在を事業者へ情報提供する等により、観光商品化に繋げていくものである。
- ・これまでに、下館祇園まつり時に、筑波銀行駐車場、板谷波山記念館駐車場、常陽銀行跡地駐車場を開放していただいたが、大型バスが駐車できるスペースまでには至らなかった。しかし、本市への入込客数は右肩上がり増加傾向にあり、今後も入込客数が増加することを想定するとイベントに大型バスを呼び込める駐車場の確保は必須である。



2-A-15

花火大会の開催

短期的アクション

A. 内容

- ・ 打上発数1万発～2万発程度の花火大会を近年中に開催。潜在的な観光客の取り込みを図る。また、夜のイベントであることから、飲食・宿泊分野の需要拡大をも取り込む。さらに、他のイベントと同時開催することにより、相乗効果による入込客数の増大を図る。協議会としても観光資源の開発の一環として、先進地視察等を実施し、花火大会開催に向けて動いていく。



出典：「にいがた観光ナビ」

<https://niigata-kankou.or.jp/event/2441>

2-B-16

モデルコースの作成と課題整理

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 自家用車・自転車・ウォーキング・3時間コース・6時間コースなどの設定を行い、各カテゴリに見合うモデルコースを作成し、マップの作成等に活用するもの。
- ・ モデルコース設定における課題を整理し、対応について検討していく。（二次交通、食、店舗の協力等の課題が想定されている）。
→実際に協議会で自転車散策を実施し、参考にする。



A. 内容

- ・ 観光資源についての情報提供を行う等、観光に関係する事業者との連携強化により、観光商品の開発を図るものである。
- ・ 訪日外国人を送客するバス業者や道の駅との連携を図り、新たな観光客の取り込みを図っていく。
- ・ 道の駅における花火大会の栈敷席チケットの優先販売や花火弁当などの調達・販売なども視野に入れていく。
- ・ 「ザ・ヒロサワ・シティ」では、様々な観光コンテンツ（YS-11、レールパーク、美術館、恋人の聖地等）を持っており、今後潜在的な観光客の需要を見込めることから本市の主要観光拠点施設として位置付け、もう一つの観光拠点施設である「道の駅グランテラス筑西」と当該ザ・ヒロサワ・シティが連携して、本市を面的に巡り、かつ、滞在していただける仕組みづくりを構築していく。



アクションプラン

3

3. 県内・県外でのプロモーションの強化

アクションと時間軸

・アクションプラン「3. 県内・県外でのプロモーションの強化」に係る事業は、下表の7事業である。

番号	アクション名	時間軸
3-A-18	SNSを活用したフォトコンテスト等の開催	短期的アクション
3-A-19	ちくせい観光大使によるSNSを用いた情報発信	短期的アクション
3-A-20	名刺裏面・商品パッケージ等を利用した情報発信	短期的アクション
3-A-21	新たな地での観光PR	短期的アクション
3-B-22	写真映える（フォトジェニックな）場所の発掘・開発	短期～中長期的アクション
3-B-23	公共施設の「筑西の情報発信基地」化	短期～中長期的アクション
3-C-24	周辺観光地との広域連携、市町を超えた周遊ルート構築	中長期的アクション

3.1

アクションプラン / 3. 県内・県外でのプロモーションの強化 ①

3-A-18

SNSを活用したフォトコンテスト等の開催

短期的アクション

A. 内容

- ・ SNS上でのフォトコンテスト、プレゼントキャンペーン等、イベントを実施することで、当市への注目度向上、第三者からみて魅力を感じるモノの発掘、説得力のある口コミ効果を図るものである。
- ・ 令和2年度から筑西市観光協会にて、instagram上でフォトコンテストを開催。引き続き、老若男女が気軽に応募できるイベントを実施することで、魅力的な画像素材の確保、新たな地域資源の掘り起こしにつなげていく。



3-A-19

ちくせい観光大使によるSNSを用いた情報発信

短期的アクション

A. 内容

- ・ ちくせい観光大使に年間を通して、SNSを用いた情報発信を行ってもらうものである。
- ・ ちくせい観光大使のSNS（Facebook、Instagram、Twitter）のフォロワーの獲得と情報の更なる拡散をしていく。
- ・ 観光大使自身が写っている画像を掲載することで、より多くのフォロワーを獲得し、情報発信力の強化につなげる。



3.2

アクションプラン / 3. 県内・県外でのプロモーションの強化 ②

3-A-20

名刺裏面や商品パッケージ等を利用した情報発信

短期的アクション

A. 内容

- ・観光大使や関係団体職員の名刺裏面、土産品のパッケージ等、対外的に多くの目に触れる機会があるツールの利活用を進める。
- ・オープンデータで筑西市の地域資源の名刺データを作成しているが、そこまで利用率が伸びていない。商品については、道の駅に卸している商品の一部にダイヤモンド筑波の画像が採用されているが、まだまだ黎明期である。
- ・もっと、地元「筑西市」の色を出した名刺や商品を創出していく。



出典：ちくせい観光大使 フェイスブックより

<https://www.facebook.com>

[/chikuseikankoutaishi/photos](https://www.facebook.com/chikuseikankoutaishi/photos)

[/pcb.2259481031017679](https://www.facebook.com/pcb.2259481031017679)

[/2259469837685465/](https://www.facebook.com/2259469837685465/)

3-A-21

新たな地での観光PR

短期的アクション

A. 内容

- ・「筑西市の地域振興に関する協定」を活かし、筑波銀行やJTB等が後援、共催、提携しているイベント等に積極的に参加し、新たな地で観光PRを行うことにより、新たな観光客の掘り起こしを図るものである。
- ・筑波銀行等から紹介をいただき、これまでも新しいイベント等でPR出展をしてきたが、今後も、高速道路（北関東道、東北道、常磐道、圏央道）、鉄道（JR常磐線、JR水戸線、関東鉄道常総線、真岡鐵道真岡線）、首都圏、筑西市へのアクセスの良さやゆかりのある市町村へ、本市が近郊であること等をPR出展していく。
- ・交流人口の拡大等に効果があると総合的に判断した観光キャンペーン（イベント）等において、筑西市マスコットキャラクター「ちっくん」や「ちくせい観光大使」を活用し、本市の観光PRを実施していく。（令和元年度には、市外・県外合わせて21件の観光キャンペーンにおいて、PR出展を実施している。）



3-B-22

写真映えする（フォトジェニックな）場所の発掘・開発

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ SNSに投稿してもらえそうな写真映えする（フォトジェニックな）場所の発掘、開発を図るものである。
- ・ 若年層や女性、カップル、家族連れ等をターゲットとし、ザ・ヒロサワ・シティが「恋人の聖地」に選定されたこと等を契機として、今後、写真映えするスポットの整備及び積極的なPRをすることにより、観光需要を増やしていく。



3-B-23

公共施設の「筑西の情報発信基地」化

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 人々の交流拠点となるスピカビル本庁舎の総合案内、道の駅等を「筑西の情報発信基地」として活用し、旬な話題を即座に周知できる体制を構築するものである。
- ・ これまで、本庁1F憩いの広場や道の駅グランテラス筑西、下館駅前のちっくんステーション等を筑西の情報発信基地として構築してきた。今後も、集客の多い公共施設等を中心に情報発信ができる仕組みづくりを構築していく。



A. 内容

- ・ 益子町や茂木町等の周辺観光地と広域連携し、第一目的地に行ったついでに立ち寄ってもらえる企画を実施することで、広く筑西市近辺を訪れる観光客に対し、筑西市の存在をPRするとともに、市町を超えた周遊ルートづくりを目指すものである。

(例：陶器市でのレシート提示で、特典がもらえる協力店・イベント等)

- ・ 鉄道沿線、ダイヤモンド筑波、ちゃりさんぼ、りんりんロード等の自転車関連など様々な事業で繋がる自治体と広域的な連携を図り、周遊ルートを構築していく。(これまでにもちゃりさんぼ等では周遊ルートを紹介しているが、絶対的に数は少ない状況である。)



アクションプラン

4

4. 食資源の充実

アクションと時間軸

・ アクションプラン「4. 食資源の充実」に係る事業は、下表の8事業である。

番号	アクション名	時間軸
4-A-25	筑西ならではの広告媒体（ポスター等）の作成	短期的アクション
4-A-26	大使を活用したPR	短期的アクション
4-A-27	ご当地グルメ、農畜産物の積極的なPR及び地元企業とのマッチングを図った商品開発	短期的アクション
4-B-28	筑西グルメマップ（パンフレット）の開発	短期～中長期的アクション
4-B-29	食資源のブランド化	短期～中長期的アクション
4-C-30	お土産商品の開発	中長期的アクション
4-C-31	観光果樹園の本格運用（常設化）と持続化に向けた取組み	中長期的アクション
4-C-32	下館駅前通りに休憩スペースの開設	中長期的アクション

4.1

アクションプラン / 4. 食資源の充実 ①

4-A-25 筑西ならではの広告媒体（ポスター等）の作成

短期的アクション

A. 内容

- ・本市のソウルフードである「下館ラーメン」や「モロ」をはじめとして、筑西市が誇る食資源についてインパクトのあるポスターを作成し、主要施設に掲示してもらうことにより、筑西市の魅力向上を図るものである。
- ・ちくタグでこれまで下館ラーメンのポスターを作成し、掲示してきた。今後もご当地グルメや観光資源等に焦点を当てた広告媒体を活用したインパクトのあるものを作成していく。



4-A-26 大使を活用したPR

短期的アクション

A. 内容

- ・市外、県外に本市をPRすることが多い「ふるさと大使」、「ちくせい観光大使」の名刺を、そのまま市内の店舗で使用できる割引クーポンにすること等により、筑西市への訪問を促すものである。
- ・「ちくせい観光大使」は、イベントのみならず、市のPRにおけるモデルとして利活用を図ってきた。今後も継続して利活用し、本市の活性化を目指していく。



4-A-27

ご当地グルメ、農畜産物の積極的なPR及び地元企業とのマッチングを図った商品開発

短期的アクション

A. 内容

- ・例えば、モロを活用したグルメなど、SNSインフルエンサー等を介し、積極的にPRすることにより、より一層の広報効果を得ることができる。
- ・地元企業（総菜店、パン屋、弁当店、スイーツ店等）とご当地グルメや農畜産物を掛け合わせることで、新商品の開発、販売促進を図り、新たな需要喚起を呼び起こさせる。



出典：千葉県大網白里町

「いわしのつみれ入りコロッケ～いわしっコロ～」

「落花生入りコロッケ～ぴいコロ～」

「黒イチゴ「真紅の美鈴」入りスイーツ～大網いちごロール～」

<https://www.city.oamishirasato.lg.jp/0000005032.html>

4-B-28

筑西グルメマップ（パンフレット）の開発

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・筑西市のグルメスポットに立ち寄れる観光ルートを開発を行うものである。それらルートを観光客に示すことにより、観光客は移動距離や所要時間等が把握でき、回遊が容易になる。
- ・ルートごとにスタンプラリーを実施し、協賛店等から商品を贈呈することも検討していく。
- ・筑西市のご当地グルメに特化したマップ（パンフレット）を作成し、食資源の喫食需要の喚起に努めていく。



4-B-29

食資源のブランド化

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・日本一の収穫高を誇る「こだますいか」、県内有数の収穫高を誇る「梨」や「いちご」等のブランド化を推進していくものである。
- ・これらの商品を手にする方は、まずはパッケージに目がいくことから、パッケージを重点的に作成していくとともに、筑西市農産物ブランド化推進協議会と各業界が連携し、販売促進を行っていく。
- ・また、本市には「下館ラーメン」や「キングポーク」、「常陸秋そば」、「モロ（もうかざめ）」をはじめ、様々な食資源が存在する。これらの食資源を日本や世界に通用するものとしていくために、ブランド化を図り、唯一無二のものを創り上げ、本市への観光誘客の起爆剤としていく。



4-C-30

お土産商品の開発

中長期的アクション

A. 内容

- ・お土産商品を開発・普及させることで、今まで筑西市に足を運ばなかった潜在的な観光客へアプローチし、交流人口の拡大を目指すものである。
- ・例えば、「下館ラーメン」のお土産化を図り、商品に下館ラーメンの由来、店舗一覧とマップを添付することで、お土産をもらった方が筑西市を訪れるきっかけとなる。また、本市産の農産物や果物等の缶詰化やドライフルーツ化を図り、いつでも季節を選ばずに、お土産品として提供できるようにする。



4.4

アクションプラン / 4. 食資源の充実 ④

4-C-31 観光果樹園の本格運用（常設化）と持続化に向けた取組み

中長期的アクション

A. 内容

- ・ 農業従事者の方々の協力により、観光果樹園を開設していただくものである。女性や子供も気軽に楽しめる果物狩りを体験していただくことにより、本市の農産物のPRができると同時に農業従事者の方々の収益の一部となり、ひいては後継者不足の解消に寄与できるものである。
- ・ 平成30年度に観光果樹園の創設のため、視察そして実証実験を行ってきた。今後、将来的には常設化を目指し、本格運用できるような仕組みづくりを構築していくことにより、観光客の需要の取込みを行っていく。



4-C-32 下館駅前通りに休憩スペースの開設

中長期的アクション

A. 内容

- ・ カフェの新設
- ・ 飲食店のチャレンジショップの開設



アクションプラン

5

5. 体験型観光の推進

アクションと時間軸

・アクションプラン「5. 体験型観光の推進」に係る事業は、下表の6事業である。

番号	アクション名	時間軸
5-A-33	筑西市又は周辺地域のイベントを体験できるメニューの開発	短期的アクション
5-A-34	体験型観光推進のための補助金制度の検討	短期的アクション
5-A-35	産業ツアーの開発	短期的アクション
5-A-36	国有形文化財等を活用した各種体験イベントの開催	短期的アクション
5-B-37	里山を活用した体験型観光メニュー（キャンプ等）の充実	短期～中長期的アクション
5-C-38	川等を活用したアクティビティの開発	中長期的アクション

5.1

アクションプラン / 5. 体験型観光の推進 ①

5-A-33

筑西市又は周辺地域のイベントを体験できるメニューの開発

短期的アクション

A. 内容

- ・ 毎年担ぎ出される神輿としては日本最重量級の平成神輿をはじめとし、子ども神輿等の渡御体験、小栗判官まつりでの武者行列体験等、筑西市のイベント（近隣自治体で開催するイベント等を含む）を体験できるメニューの開発をするものである。
- ・ 体験例：「菜香や（なかや）」のぬか漬け体験・真壁藍工房の藍絞り染め体験等



5-A-34

体験型観光推進のための補助金制度の検討

短期的アクション

A. 内容

- ・ 体験型観光推進のための補助金制度の検討をするものである。こうした補助金により、各観光関連の団体及び施設での体験型観光メニュー開発の活性化を促すものである。



5.2

アクションプラン / 5. 体験型観光の推進 ②

5-A-35

産業ツアーの開発

短期的アクション

A. 内容

- ・本市では、製造業をはじめ、多種多様な産業が集積している。この特性を活かし、産業ツアーを催行することにより、新たな観光客の需要喚起を図っていく。



5-A-36

国有形文化財等を活用した各種体験イベントの開催

短期的アクション

A. 内容

- ・旧尾見家住宅の活用
 - ※カフェ（ジャズバンド）
 - ※レストラン
（例→常総市：野村醸造のフレンチレストラン）
 - ※市民の人にコンサートなど、広く使ってもらえるようにしたい



5-B-37

里山を活用した体験型観光メニュー（キャンプ等）の充実

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 筑西市の里山「五郎助山（ごろすけやま）」等を活用した体験型観光メニューの充実を図るものである。（間伐体験、里山での野外シアター、釣り、ツリークライミング、落ち葉ひろい・焼き芋、植物観察会、キャンプ（グランピング）、星空観察会、農産物収穫等）
- ・ 飯盒炊爨道具一式の貸し出し、地元米、農畜産物の販売。
- ・ 里山オーナー制度の確立（寄付をしてくれた方に農産物を返礼品として贈答。一年に一度、オーナーに里山に来ていただき、下草刈り体験等を行ってもらう。）を検討する。
- ・ 里山の間伐材を使用したログハウスづくり体験、カブトムシ・クワガタの捕獲体験等を検討していく。



出典：茨城県生涯学習 子供いきいき自然体験
フィールド100

https://www.gakusyu.pref.ibaraki.jp/100sen/100groundtabletop/kensei/53/#_7311

5-C-38

川等を活用したアクティビティの開発

中長期的アクション

A. 内容

- ・ 川下り等、市内を流れる川を活用した体験型観光メニューを開発するものである。
- ・ 勤行緑地（ごんぎょうりょくち）など比較的流れの弱い川や池などにおいて、カヌーやボートのアクティビティとキャンプ（グランピング等）を掛け合わせることで、キャンパー等の需要喚起につなげていく。



出典：新潟県十日町市

http://www.city.tokamachi.lg.jp/shisei_machidukuri/F032/F033/F034/1454546827324.html

アクションプラン

6

6. 「おもてなし」の向上

アクションと時間軸

・アクションプラン「6. 「おもてなし」の向上」に係る事業は、下表の4事業である。

番号	アクション名	時間軸
6-A-39	観光の必要性や「おもてなし」向上を図る研修の実施	短期的アクション
6-A-40	市内小学校・中学校・高等学校等における観光教育の推進	短期的アクション
6-A-41	広報媒体を活用した市民の「おもてなし」意識啓発の推進	短期的アクション
6-B-42	「おもてなし」推進団体との連携、ガイドの人材育成	短期～中長期的アクション

アクションプラン / 6. 「おもてなし」の向上 ①

6-A-39

観光の必要性や「おもてなし」向上を図る研修の実施

短期的アクション

A. 内容

- ・公共交通機関等の事業者を中心に、観光の必要性やおもてなし向上を図る研修等を開催するものである。（目玉の観光資源を目的に筑西市を訪れたお客様に対して他にも様々な魅力があることを知っていただける仕組みづくりに繋げる）
- ・当該セミナーは市内商工業者を中心に継続して実施していくことが重要。

旅館の女将が考えた「地域」が幸せになる秘訣!

観光おもてなしセミナー

日時 令和2年2月27日(木) 18:00~20:00

会場 スピカビル 6階 コミュニティプラザ
*お車でお越しの際は立体駐車場(スピカビル側)をご利用ください。

定員 70名様

講師プロフィール
江崎 貴久
KIKU EIZAKI
1997年、有限会社業乃設立。代表取締役。新潟県のあるべき姿を推進し、地域振興を目的に毎月1回の研修を開催。

筑西市観光振興推進協議会では、三重県鳥羽市で旅館を営む傍ら、エコツアー「海島遊民くらぶ」を設立し、次世代につなげる地域の活性化に取り組んでいる江崎貴久さんを講師に迎えて、取組のきっかけや様々なおもてなしの実例について講演をいただきます。皆様ぜひ奮ってご参加ください。

6-A-40

市内小学校・中学校・高等学校等における観光教育の推進

短期的アクション

A. 内容

- ・将来の筑西市を担う若年層への啓発として、市内小中学校における観光教育の推進を図るものである。
- ・Iターン※、Jターン※を促進するよりも、市内の小中高生に観光教育を行い、郷土の素晴らしい資源を若いうちから知ってもらうことで、将来的なUターンを促し、市内への定住促進を図っていく。

※Iターン（出身地とは違う地方に移住して働くこと）

※Jターン（生まれ育った故郷から進学や就職で都会に移住した後、故郷に近い地方都市に移住すること）



6.2

アクションプラン / 6. 「おもてなし」の向上 ②

6-A-41 広報媒体を活用した市民の「おもてなし」意識啓発の推進

短期的アクション

A. 内容

- ・市や関係団体にて、それぞれの広報媒体等を活用し、市民に向けた「おもてなし」意識の啓発を図るものである。
- ・商工業者を対象としたおもてなしセミナーのほか、市民向けに「筑西市は観光地である」という認識を持っていただくとともに観光客へのおもてなし意識を啓発していくために、引き続き、広報紙等でその大切さを知る機会を作っていく。



6-B-42 「おもてなし」推進団体との連携、ガイドの人材育成

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・「ちくせい観光ボランティアガイド協会」等の「おもてなし」を推進する団体との連携を図るとともに、市内の観光イベント・観光スポット等をガイドする人材の育成に努めるものである。



アクションプラン

7

7. インバウンド対策の推進

アクションと時間軸

・アクションプラン「7. インバウンド対策の推進」に係る事業は、下表の7事業である。

番号	アクション名	時間軸
7-A-43	多言語対応の各種媒体の作成	短期的アクション
7-A-44	インバウンド商談会等での積極的なセールス	短期的アクション
7-B-45	インバウンド観光に取り組む人材育成	短期～中長期的アクション
7-B-46	筑西ならではの外国人にとって魅力あるメニュー開発	短期～中長期的アクション
7-B-47	日本の日常を体験できるメニュー整備、宿泊型プランの作成	短期～中長期的アクション
7-B-48	ベトナム等、筑西市と観光を通じた連携の推進	短期～中長期的アクション
7-B-49	筑西市界隈に在住する外国人との交流	短期～中長期的アクション

7.1

アクションプラン / 7. インバウンド対策の推進 ①

7-A-43

多言語対応の各種媒体の作成

短期的アクション

A. 内容

- ・多言語対応の各種媒体（観光情報紙・動画）の作成を行い、プロモーションツールの充実を図るものである。
- ・これまで、英・中（繁・簡）・韓・ベトナム語での観光パンフレットを作成してきた。今後も継続して、外国人のニーズなどを聞き取りながら、より良い多言語観光パンフレットの作成につなげていく。



7-A-44

インバウンド商談会等での積極的なセールス

短期的アクション

A. 内容

- ・旅行商談会（インバウンド商談会）でのセールス等を積極的に行い、情報の収集や外国人の誘致に努めるものである。



7-B-45

インバウンド観光に取り組む人材の育成

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ インバウンド観光に取り組む人材の育成に努める。
(セミナーの開催、外国人対応に関する研修等)
- ・ 外国人対応に関する研修等を行い、インバウンド観光に取り組む人材の育成に努めていく。



7-B-46

筑西ならではの外国人にとって魅力あるメニューの開発

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 毎年担ぎ出される神輿としては日本最重量級の平成神輿をはじめとし、子ども神輿等の渡御体験、小栗判官まつりでの武者行列体験等、筑西市ならではの外国人にとって魅力あるメニューの開発を行っているものである。
- ・ ダイヤモンド筑波や神輿（川渡御等）は、外国人が興味をもっていることが判明した。このような朝方のイベント等への参加促進、小栗判官まつりでの武者行列体験、糠漬け体験等、本市ならではの外国人にとって魅力あるメニューの開発を行っている。



7-B-47

日本の日常を体験できるメニューの整備と宿泊型プランの作成

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・日本（筑西市）の日常を体験できるメニューの整備をし、試験的な受け入れを行い、将来的には、周辺地域を含めた広域での宿泊型プランも作成するものである。
- ・来福酒造の酒造り見学、旧尾見家住宅で食事をしていただく等、日本固有のモノ・コトの体験をしていただく。



7-B-48

ベトナム等、筑西市と観光を通じた連携の推進

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ベトナムの人口は増加しており、訪日外国人数も年々右肩上がりとなっている。
- ・訪日ベトナム人の消費額は、年々大幅に伸びている。
- ・茨城県は、台湾、香港、中国、タイ、ベトナムから来訪される宿泊者が多い。
- ・ベトナム人は、東アジアの中で、特に花を好む民族である。
- ・このようなことからベトナムとの連携を図り、本市への観光需要を喚起していく。



A. 内容

- ・ 研修生等を受け入れている法人等に声掛け、本市観光資源の紹介、意見交換、ツアーへの参加を募ることにより、マイクロツーリズムにつなげていく。加えて、SNS等で発信していただくことにより、諸外国の友人等にもリーチすることができ、本市を知ってもらう機会を構築することができる。



出典：松江市国際交流会館

<http://www.city.matsue.shimane.jp/cgi-bin/rus7/micc-report/view.cgi?d=49>

アクションプラン

8

8. 関係諸機関との連携推進

アクションと時間軸

・アクションプラン「8. 関係諸機関との連携推進」に係る事業は、下表の13事業である。

番号	アクション名	時間軸
8-B-50	東京都台東区との連携	短期～中長期的アクション
8-B-51	鉄道沿線自治体等との連携	短期～中長期的アクション
8-B-52	隣接市町等との連携	短期～中長期的アクション
8-B-53	市内のまちづくり・観光振興団体との連携	短期～中長期的アクション
8-B-54	友好都市 高梁市との経済振興に係る更なる連携	短期～中長期的アクション
8-C-55	全国報徳研究市町村協議会加盟自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-56	芸術のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-57	伊達家のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-58	ひまわりフェスティバルのつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-59	ダイヤモンド筑波のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-60	小栗判官関連のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-61	新治廃寺関連のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション
8-C-62	産学官金のつながりで想定される自治体等との連携	中長期的アクション

8.1

アクションプラン / 8. 関係諸機関との連携推進 ①

8-B-50

東京都台東区との連携

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・台東区と筑西市との連携協定※（平成29年4月1日から4年間）に基づき、特産品や観光等、産業面での交流を図るものである。

※「東京都台東区と茨城県筑西市との特定分野における連携に関する協定」



8-B-51

鉄道沿線自治体等との連携

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・JR東日本水戸線、真岡鐵道真岡線、関東鐵道常総線各沿線の自治体等と連携を図っていくものである。



8-B-52

隣接市町等との連携

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 結城市、桜川市等の隣接自治体、同観光協会等と連携し、市内のまちづくりを進めていくものである。



8-B-53

市内のまちづくり・観光振興団体との連携

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・ 「市内のまちづくり・観光振興団体」との連携を推進していくものである。これにより、新たな価値の創造が膨らみ、既存イベント等の洗練を図り、かつ改革していくことにより、潜在的な観光客を創出することができる。



8-B-54

友好都市 高梁市との経済振興に係る更なる連携

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・岡山県高梁市（たかはしし）との互産互生※などを実施する。

（例）SAや農産物直売所などでのPR

※互産互生（地域同士が「お互いの地域にないもの」を相互に交換するなかで、経済活動や人的交流から新たな価値を創造していこうという活動）



出典：Google maps

8-C-55

全国報徳研究市町村協議会加盟自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・全国報徳研究市町村協議会※加盟自治体等との連携を図り、加盟自治体と互産互生や相互イベント等での観光PR等ができないか模索していくものである。
- ・引き続き、北海道豊頃町とのつながりを大切にするとともに、ほかの加盟自治体と互産互生や相互イベント等での観光PR等ができないか模索していく。
- ・想定される自治体、観光協会等は次の通りである。
北海道中川郡豊頃町、福島県相馬市、南相馬市、双葉郡（大熊町、浪江町）、相馬郡飯館村、栃木県日光市、真岡市、那須烏山市、芳賀郡茂木町、桜川市、神奈川県小田原市、秦野市、三重県多気郡大台町等



※全国報徳研究市町村協議会（報徳思想に学び、自治体の行財政改革を進め、地方分権の時代に備えたまちづくり・人づくり等について協議するとともに、二宮尊徳の生涯や考え方を周知するための活動を行うことを目的とした協議会）

出典：小田原市

<https://www.city.odawara.kanagawa.jp/public-i/facilities/sontoku/p09963.html>

8-C-56

芸術のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・東京美術学校で岡倉天心に学んだ板谷波山と横山大観のつながりで北茨城市との連携などを模索していく。
- （現在、どすこいペアに北茨城市のPRブースを設置。北茨城市では、雨情の里港まつり、市民夏まつりに筑西市のPRブースを設置させていただいている。いずれも東日本大震災復興の関連で双方向のやりとりをしている。これをもっと広げていくことが、今後の観光振興に寄与できるのではないか。）



8-C-57

伊達家のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・宮城県仙台市や福島県伊達市との連携を模索していく。



8-C-58

ひまわりフェスティバルのつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・あけのひまわりフェスティバルのつながりで想定される自治体等との連携を進めるものである。
- ・先般、山梨県北杜市明野サンフラワーフェスの実行委員会をヒアリングした。今後、連携に向けて模索していく。



8-C-59

ダイヤモンド筑波のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・ダイヤモンド筑波が見られる市町村（筑西市・結城市・下妻市/サンライズ、小美玉市・石岡市・かすみがうら市/サンセット）の写真を活用したカレンダーの制作（茨城県観光物産協会や筑西市観光協会が主体となることを想定）をすることで、筑西市のみならず、広域的な宣伝効果が期待できる。



8-C-60

小栗判官関連のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・小栗判官関連のつながりで想定される自治体等との連携を進めるものである。

(例)

平成30年度に小栗判官の子孫といわれる愛知県半田市の小栗家の女性が小栗判官まつり時に照手姫役として参加されたことに伴い、今後も継続して連携を図り、その一つとして、当該小栗家当主がプロデュースした日本酒を道の駅で販売し、半田市の直売所では筑西市産の農産物等を売るいわゆる互産互生の連携を進められるのではないかと。



8-C-61

新治廃寺関連のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・現在、日高市とイベントでの相互PR交流を行っている。引き続き、交流を行うとともに、観光協会同士で観光協定等を結び、「遠足の聖地」日高市への遠足等を促進するとともに、日高市から筑西市周辺への誘客を図っていく。



8-C-62

産学官金のつながりで想定される自治体等との連携

中長期的アクション

A. 内容

- ・筑西市では、「筑西市の地域振興に関する協定」を筑西市観光協会、(株)筑波銀行、(株)JTBと締結している。これに、研究機関である大学とも連携することにより、先進事例の紹介やノウハウの提供を受けるとともに、商品開発、歴史の認識について共同研究を行うものである。



アクションプラン

9

9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出

アクションと時間軸

・アクションプラン『9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出』に係る事業は、下表の6事業である。

番号	アクション名	時間軸
9-B-63	筑西市の玄関口である道の駅への訪日外国人の取り込み	短期～中長期的アクション
9-B-64	道の駅と観光資源との連携を図ったイベント等の開催	短期～中長期的アクション
9-B-65	道の駅における旅行業の取得	短期～中長期的アクション
9-B-66	道の駅を発着とした着地型観光商品の開発・催行	短期～中長期的アクション
9-B-67	道の駅を拠点としたグルメ開発	短期～中長期的アクション
9-B-68	道の駅を拠点としたお土産の開発	短期～中長期的アクション

9.1

アクションプラン / 9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出 ①

9-B-63

筑西市の玄関口である道の駅への訪日外国人の取り込み

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・茨城空港や成田空港着の訪日外国人に、筑西市を知ってもらうことを目的に、訪日外国人を送客するバス会社等と連携し、筑西市の玄関口である道の駅グランテラス筑西へ立ち寄っていただく。



出典：九州農政局HP

「道の駅阿蘇 ASO田園空間博物館総合案内所」

https://www.maff.go.jp/kyusyu/portal/toprunner/1711_aso.html

9-B-64

道の駅と観光資源との連携を図ったイベント等の開催

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・一例として、道の駅でのイベント（イルミネーションやプロジェクションマッピング、キッチンカー、マルシェなど。主に女性や子育て世代、若年層をターゲットとしたイベント）とザ・ヒロサワ・シティの恋人の聖地などの観光拠点施設や観光資源を連携させていくことにより、誘客の拡大につなげていく。



出典：鹿児島県曾於市（そおし）HP

「道の駅すえよしイルミネーション」

https://www.city.soo.kagoshima.jp/kankou_event/huukei/huyu/sueyoshiirumi.html

9.2

アクションプラン / 9. 「道の駅グランテラス筑西」と連携した交流人口の創出 ②

9-B-65

道の駅における旅行業の取得

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・道の駅を発着としたモニターツアーを開催。ノウハウや着地型観光商品の旅程先等について協議会等で協議。最終的には道の駅で旅行業（地域限定）を取得し、道の駅からのまちなかへの回遊性を図る。



出典：道の駅ましこ facebook

<https://www.facebook.com/michinoeki.mashiko/posts/2010253405890546/>

9-B-66

道の駅を発着とした着地型観光商品の開発・催行

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・道の駅を発着としたツアー等を開催、催行する。



出典：道の駅五箇山和紙の里（富山県南砺市）

<https://gokayama-washinosato.com/taiken.html>

9-B-67

道の駅を拠点としたグルメ開発

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・道の駅を拠点とし、女性をターゲットとしたグルメを考える。筑西市をはじめとした茨城県の一部と栃木県の一部を中心とした地域のヘルシーソウルフードである「モロ」（モウカザメ）を活用した料理の開発・製造・販売を行うものである。具体的なモログルメとして「モロバーガー」・「モロドック」等が挙げられる。
- ・本市で豊富に採れる果物等を使ってのスイーツの開発・製造・販売を行うものである。（例：ジェラートやかき氷等に筑西市産の「梨」「いちご」「こだますいか」等を混ぜ込むことにより、当市の果物のおいしさをスイーツとして味わってもらう）
- ・令和2年度には、乳製品加工業者と道の駅、ストロベリーランド筑西で「いちごのむヨーグルト」を商品開発。このような道の駅と企業をマッチングさせた道の駅発のグルメ等の開発を行うことにより、本市への誘客拡大を図っていく。



9-B-68

道の駅を拠点としたお土産の開発

短期～中長期的アクション

A. 内容

- ・現在、進めている「下館ラーメンお土産化計画」をはじめ、道の駅限定で販売できるお土産品等を開発していく。



出典：道の駅もてぎ

<http://www.motegi plaza.com/topics.html>

10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組み

アクションと時間軸

・アクションプラン「10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組み」に係る事業は、下表の6事業である。

番号	アクション名	時間軸
10-A-69	道の駅グランテラス筑西等でのECサイトの構築	短期的アクション
10-A-70	「ワーケーション」ができる環境整備の構築	短期的アクション
10-A-71	「マイクロツーリズム」を意識したターゲット層へのアプローチ	短期的アクション
10-A-72	「アウトドアツーリズム」の推進	短期的アクション
10-A-73	自動車に特化したイベント等の開催	短期的アクション
10-A-74	自動車で出掛けることを前提とした周遊マップ等の作成	短期的アクション

10.1

アクションプラン / 10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組み

10-A-69

道の駅グランテラス筑西等でのECサイトの構築

短期的アクション

A. 内容

- ・ECサイト（※）を構築し、インターネット等を通して、地場産の野菜や特産品等を購入していただくとともに、道の駅グランテラス筑西をはじめとした本市の魅力を発信し、今後、訪れていただくためのツールとしても活用していく。

※ECサイト＝エレクトロニック・コマースサイトの略で、電子商取引を意味する。デバイス（スマートフォンやパソコン、タブレット等）から注文を行い、商品を買うことができる。



出典：道の駅 川場田園プラザ

「川場ビール&シールド詰め合わせセット」

<https://www.denenplaza.co.jp/shop/items/>

10-A-70

「ワーケーション」ができる環境整備の構築

短期的アクション

A. 内容

- ・新型コロナウイルス感染拡大にともなう新しい働き方（テレワーク等）を推進し、ワーケーション（※）ができる環境を構築し、新たな本市への人の流れをつくる。

※ワーケーション＝仕事(work)と休暇(vacation)を組み合わせた造語。観光地やリゾート地でテレワーク等を活用し、働きながら休暇を取る過ごし方。



出典：環境省 cool choice

「ワーケーションと脱炭素型地域交通モデルを組み合わせた小田原市の試み」

<https://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/kaiteki/topics/20210115.html>

10-A-71

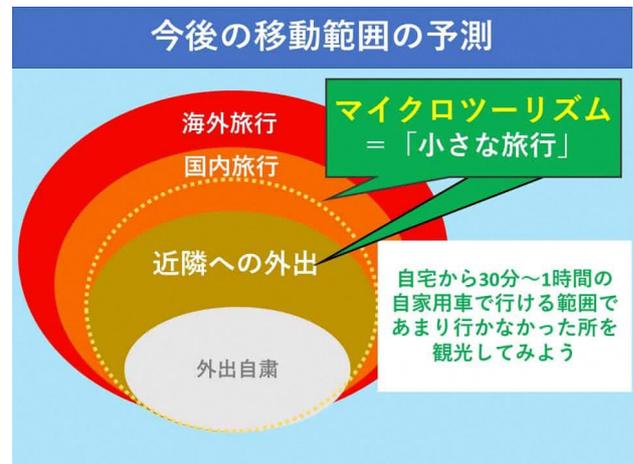
「マイクロツーリズム」を意識したターゲット層へのアプローチ

短期的アクション

A. 内容

・新型コロナウイルス感染拡大期、共存期には全国からの観光客、訪日外国人が減少する。旅行需要は、自家用車での旅行や短時間移動の旅行から回復すると言われており、マイクロツーリズム(※)を意識した本県・近都県在住者や在日外国人をターゲットにアプローチをすることが重要。SNS等を活用した観光情報の発信、感染防止対策を徹底したモニターツアーやイベントの実施等により、旅行需要の喚起を促していく。さらにこういったイベント等で地域の方々との交流を図り、本市(地元)の魅力を再発見してもらおう。

※マイクロツーリズム=自宅から約1時間圏内の地元や近隣への短距離観光のこと。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、大きな打撃を受けた観光業界を救うひとつの手段として株式会社星野リゾート代表星野佳路氏が提唱した。



出典：星野リゾートHP

<https://www.hoshinoresorts.com/information/release/2020/05/90190.html>

10-A-72

「アウトドアツーリズム」の推進

短期的アクション

A. 内容

・今般、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、アウトドア(特にキャンプ)を楽しむ方が多くなっている。一概にキャンプと言っても、デイキャンプ、オートキャンプ・ツーリングキャンプ・ソロキャンプ・グランピングなどその形態は様々であり、このような需要に応えられるよう、施設の充実を図りアウトドアのニューノーマル(新常态)に対応していく。



出典：関東森林管理局HP「日影沢キャンプ場」

<https://www.rinya.maff.go.jp/kanto/takao/campzyo.html>

10.3

アクションプラン / 10. 新型コロナウイルス等に伴う共存期、収束期に向けた取組み

10-A-73 自動車に特化したイベント等の開催

短期的アクション

A. 内容

- ・ 自家用車で鑑賞できるシアターの開催など



出典：釧路町HP

<http://www.town.kushiro.lg.jp/news/205522450609.html>

10-A-74 自動車で出掛けることを前提とした周遊マップ等の作成

短期的アクション

A. 内容

- ・ ドライブマップの作成、夜景マップの作成



出典：四日市港管理組合

<http://www.yokkaichi-port.or.jp/ut14/>

— コロナという観光モラトリアムを活かし次のステージへ —

まずは今年度も本協議会活動の末席に加えていただきましたこと、並びに各委員の皆様へのひたむきな活動に賞賛と謝意を申し上げます。

さて、未曾有の想定外事案となった「新型コロナウイルス」による影響は、多くの産業に厳しい環境をもたらしたことは周知の通りです。殊更、観光産業においては、その影響は甚大なものでありビジネスモデルそのもののありようにも影を落としました。

今、この状況下で「地域」という基本的な視座から今後を考えたとき、いくつかの地域タイプをまずは整理することができます。いわゆる1) レガシーな観光地域なのか、2) それを追随しようとしている観光地域、そして、3) 観光まちづくりによって観光地の道を模索している非観光地域、さらには、4) 観光力を活用して地域のまちづくりに活かそうとしている非観光地域なのかです。

本協議会は、この原則的な立ち位置について、あまり整理をしないまま進んできたように思います。この基本的ポジションと目指すべきゴールのイメージについて、一旦立ち止まった上で、行政、市民を交えて本協議会を中心にシェアしていく場面も必要なのではないでしょうか。

そのような意味においては、逆説的に今般の踊り場のようなコロナ時間は、これまで発掘、磨いてきた資源をテーブルに並べながら熟考するには良い機会にも思われます。

観光とは無形なもの。人々のイメージの複合体として現象化されるものです。よって常に曖昧さを排除できず、ステークホルダーは、常に小さな不満と満足の間で揺れ動きます。よって具体化されるものは、共有されやすく、また評価も早いものですが、時として振り返った時の道筋に違和感を覚えることもあります。裾野の広い産業だからこそ、その基本的な方向性は、多くの方々の間で共有される必要があるのではないのでしょうか。

これまで各セクターで積み重ねてきた検討や議論の結果、道の駅が軌道に乗り始め、様々な地域資源が掘り起こされつつあり、関係者の機運が整いつつある今だからこそ、アフターコロナを睨んだ緻密な準備を進める必要があります。具体的な1) インバウンドを含むターゲットプロファイルや商圈のイメージ、そしてそれを動かす体制づくり、2) 出揃ったコンテンツのプライオリティの整理、3) マネタイズのための綿密で大胆な発想、4) 低コストで効果の高いプロモーションの検討などを具体的な作戦計画として、来期は整えていくことが求められます。

———— 『 “Vision” から “Session” さらに “Mission” へ。 』

筑西市観光振興推進協議会 アドバイザー 前 好光 （合同会社FRONTLINE 代表）

III. 補足資料

平成28年度調査抜粋

H28

内容

- 1.1 平成28年度調査 / 市民アンケート調査
- 1.2 平成28年度調査 / 観光市場調査（Web調査）
- 1.3 平成28年度調査 / ヒアリング調査
- 1.4 平成28年度調査 / モニターツアー

平成28年度調査 / 市民アンケート調査 ①

1. 調査目的

- ・本調査は、「筑西市観光推進のためのアクションプラン」の策定に当たり、筑西市にお住まいの方々への郵送によるアンケート調査により、以下の事項を把握することを目的として実施したものである。
 - ①筑西市民の方々の地域資源に対する認知度・評価等
 - ②本市における観光振興に関するご意見・アイデア等

2. 調査内容

- ・対象者 : 平成28年4月1日現在、本市住民基本台帳ネットに登録のある方 10代～70代の各年代から無作為に20名ずつ計1,000名抽出
- ・回収数 : 232名
- ・方法 : 郵送によるアンケート形式（返信用封筒を同封し、回収）
- ・調査期間 : 平成28年12月6日～平成28年12月31日
- ・設問構成 :
 - ① 筑西市の観光交流等に関する意見
 - ② 筑西市における観光資源の認知度・評価等
 - ③ その他観光に関する自由意見

3. 調査結果要旨

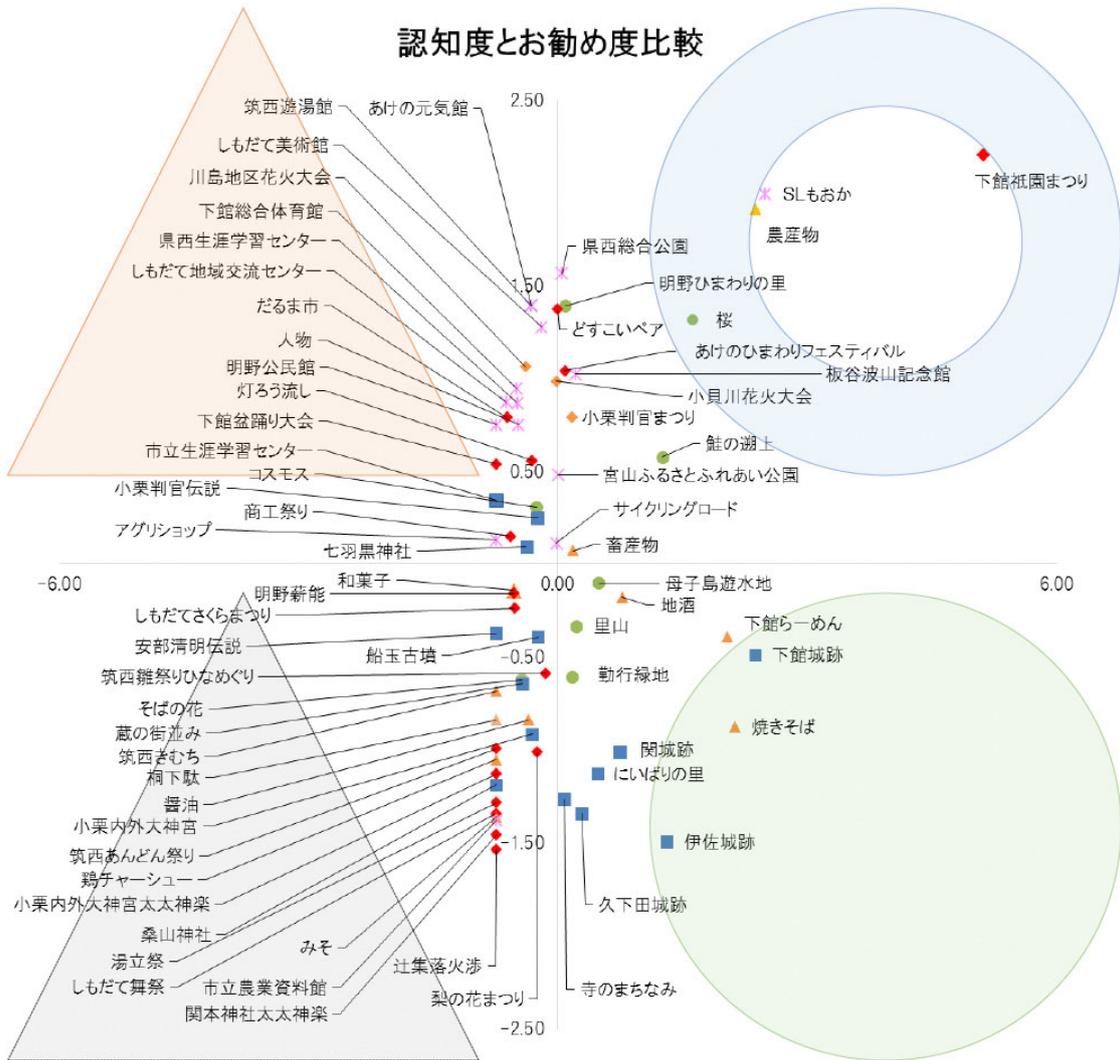
A. 市民が考える本市の地域資源の評価に関する分析〔P. 62 図〕

- ・本市の地域資源を、住民の認知度と評価の視点から以下の4つの資源タイプに分類した。
 - ①一つ目の「王道資源」タイプは、筑西市民の多くがその地域資源を認知し、また他者へ勧められると考えている資源であり、下館祇園まつりやSLもおかなどが該当する。
 - ②二つ目の「玄人好みの資源」のタイプは、その地域資源を認知している市民は少ないが、認知しているものの多くがその地域資源を他者へ勧める「知る人ぞ知る」資源であり、史跡などの歴史的・文化的資源が多く該当している。
 - ③三つ目の「差別化が必要な資源」タイプは、市民の多くから認知されているものの、地域資源としてはあまり高い評価を得られていないものである。アルテリオなどの公共施設が多く同資源タイプに該当している。
 - ④4つ目の「時間をかけて磨きあげるべき資源」タイプは、市民の認知度が低く、また地域資源としての評価もあまり高くないため、今後の観光振興施策における活用可能性について検討していく必要がある。
- ・市民の地域資源に対する4つの分類を参考にしつつ、それぞれの資源の活用について短期・中長期的な戦略を立案していくことが重要である。

平成28年度調査 / 市民アンケート調査 ②

認知度:高 × おススメ度:低
↓
差別化に工夫が
必要な資源

認知度:高 × おススメ度:高
↓
筑西市の魅力な
資源としてPR できる
「王道資源」



認知度:低 × おススメ度:低
↓
時間をかけて
磨きあげるべき資源

認知度:低 × おススメ度:高
↓
知る人ぞ知る
「玄人好みの資源」

平成28年度調査 / 観光市場調査（Web調査）①

1. 調査目的

- ・本調査は、「筑西市観光推進のためのアクションプラン」の策定に当たり、誘客のターゲットと想定される関東地方在住者に対し、以下の内容を把握することを目的として実施したものである。
 - ①本市および本市の地域資源の認知度
 - ②茨城県内における本市の位置づけ

2. 調査内容

- ・対象者 : 茨城県を除く関東地方在住で調査実施時点から過去3か月以内に国内旅行をしたことがある方
- ・対象数 : 331名
- ・方法 : インターネットによるアンケート方式
- ・調査期間 : 平成29年1月13日～平成29年1月16日
- ・設問構成 : ①本市の認知度、来訪経験等
 - ②茨城県内の各市町村の認知度
 - ③本市、本市周辺自治体および茨城県内の主要な地域資源の認知度

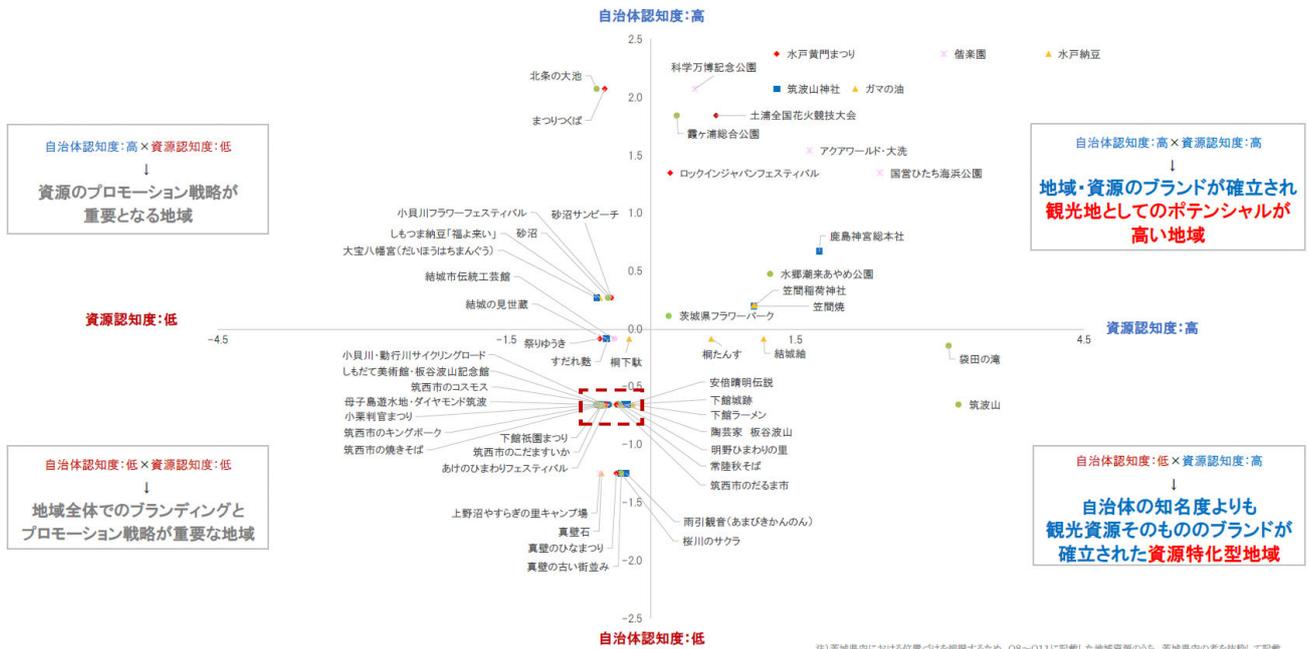
3. 調査結果要旨

- ・本市の認知度については、回答者の約23%が本市を認知しており、そのうちの約55%が何らかの目的で本市への来訪経験があった。特に隣県である栃木在住者において、本市の認知度が高いことが明らかとなった。一方で、約77%が本市を認知しておらず、また、本市の認知度と茨城県内の他の自治体の認知度を比較すると、44自治体中30位であることなどから、本市の認知度の向上が課題となっている。
- ・地域資源の認知度については、茨城県内の主要な地域資源のほか、本市の地域資源の1つであり、本市を発着点とする真岡鐵道の沿線自治体における地域資源も調査対象として加えた。また、調査対象地の地域資源を「イベント」「自然資源」「歴史・文化資源」「地域特産品」「観光・レジャー施設」の5つの分野に分類し、それぞれの分野ごとに地域資源の認知度を調査した。
- ・その結果、本市の地域資源は、各分野のいずれにおいても、あまり認知度が低いことが明らかとなった。一方で、隣接する自治体や真岡鐵道沿線自治体の地域資源のうち、比較的認知度の高いものがあることから、これらの地域資源を有する自治体との観光分野における広域での連携も視野に入れた施策の展開も選択肢の一つとして考えられる。
- ・これら本市および茨城県内自治体の認知度、および各地域資源の認知度に関する各調査結果をもとに、観光の視点から見た茨城県内における自治体の位置づけを4つに分類した。1つは自治体・地域資源ともに認知度の高い「観光地としてのポテンシャルが高い地域」。2つ目は自治体の認知度は低いが、地域資源の認知度の高い「資源特価型の地域」。3つ目は自治体の認知度は高いが、地域資源の認知度は低い「資源のプロモーション戦略が重要となる地域」、最後に自治体の認知度・地域資源の認知度ともに低い「地域全体でのブランディングとプロモーション戦略が重要な地域」である。
- ・本市は上記のうち4つ目の地域に該当することが明らかとなった。本市の地域資源のさらなる磨き上げによる地域資源の価値や認知度の向上と、それに伴う本市自体の認知度を向上させていくことが今後の主な展開の方向であると考えられる。

平成28年度調査 / 観光市場調査（Web調査）②

A. 自治体の認知度と地域資源から見た茨城県内における本市の位置づけ〔下図〕

- ・本市および茨城県内自治体の認知度、および各地域資源の認知度に関する各調査結果をもとに、観光の視点から見た茨城県内における自治体の位置づけを4つに分類した。
- ・1つ目の自治体・地域資源ともに認知度の高い「観光地としてのポテンシャルが高い地域」については、水戸市やつくば市等が該当する。
- ・2つ目の自治体の認知度は低いが、地域資源の認知度の高い「資源特価型の地域」については、大子町などが該当する。
- ・3つ目の自治体の認知度は高いが、地域資源の認知度は低い「資源のプロモーション戦略が重要となる地域」については下妻市などが該当する。
- ・本市は、4つ目の自治体の認知度・地域資源の認知度ともに低い「地域全体でのブランディングとプロモーション戦略が重要な地域」に該当し、地域資源のさらなる磨き上げによる地域資源の価値や認知度の向上と、それに伴う本市自体の認知度を向上させていくことが重要である。



平成28年度調査 / ヒアリング調査 ①

1. 調査目的

- ・本調査は、「（仮称）筑西市観光振興計画」の策定に当たり、筑西市の伝統行事やイベント等への来場者に対するヒアリング調査を通じて、以下の事項を把握することを目的として実施したものである。
 - ①筑西市における観光客の傾向
 - ②現在および将来的な観光ニーズ（需要）や嗜好の傾向

2. 調査内容

- ・対象者 : 本市の伝統行事やイベント等へ来場した「筑西市外」在住の方
- ・対象数 : 132名（有効回答数：129名）
- ・方法 : 下記イベント等の実施会場における来場者への無記名アンケート
- ・調査期間 : 平成28年7月30日（下館祇園祭）
平成28年8月29日（あけのひまわりフェスティバル）
平成28年9月6日（あけのひまわりフェスティバル、どすこいペア）
- ・設問構成 : ①本市への来訪目的、来訪回数、来訪手段、同行者、訪問行程
②これまで体験してきた/これから体験したい観光やレジャー・アクティビティ
③観光やレジャー・アクティビティに対して求めるもの

3. 調査結果要旨

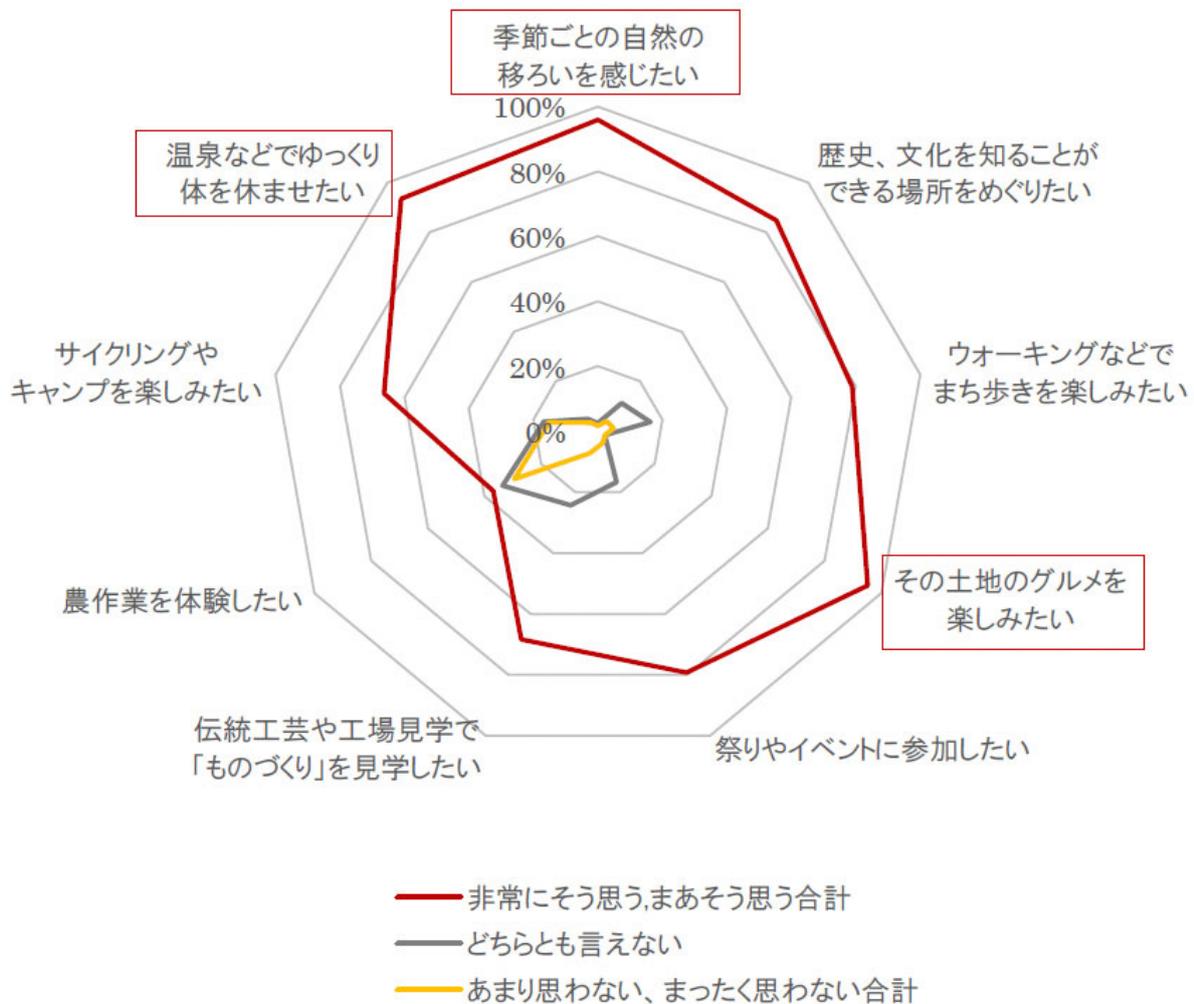
- ・本市への来訪者については次のような傾向が見られた。一点目は、初めて本市へ来訪した者と4回以上来訪している者の割合が多く、2回目・3回目の来訪者が少ない点、二点目は日帰りでの来訪が多い点、三点目は市内をあまり回遊せず1ヵ所のみ訪問する点である。一点目については、初回訪問者の多くが県外居住者であり、4回以上来訪者は県西地域周辺住民であることから、県外など広域からの2回目・3回目の来訪者獲得に至っていないことが明らかとなった。また、二点目、三点目については、本市における滞在時間が短い傾向にあることが伺えることから、市内観光ルートの開発等により滞在時間の長期化を図ることが課題であると考えられる。
- ・来訪者の観光・レジャーアクティビティに関する傾向として、『いままで』体験してきたものは花見や遊園地、温泉、ハイキングなど自然に関するものが多く、また、『これから』体験してみたいものについても温泉、ハイキング、果物狩りなど自然に関連するものが多かった。なお、『これから』体験してみたいものについては、B級グルメなどの「食」に関するニーズやまち歩きなどの「都市観光」に関するニーズが高まってきていることも明らかとなった。
- ・観光やレジャーに求めるもの（嗜好）については、季節ごとの自然の移ろいを楽しみたい、その土地のグルメを楽しみたい、温泉などでゆっくり体を休ませたい等の回答が多く、自然の中でリラックスすることや癒し、食への関心が高いことが明らかとなった。

平成28年度調査 / ヒアリング調査 ②

A. 観光・レジャーアクティビティに対する嗜好の分析

- ・観光・レジャーアクティビティの嗜好に関する各設問全体を通してみると、「季節ごとの自然の移ろいを感じたい」、「その土地のグルメを楽しみたい」「温泉などでゆっくり体を休めたい」が上位3つを占める結果となった。
- ・旅行者が観光やレジャーに対して、四季の変化や地域の食文化を楽しむこと、癒しなどを求めていることが推測される。

観光、レジャー・アクティビティに求めるもの(一覧)



1.4

平成28年度調査 / モニターツアー ①

1. 実施概要

- ・実施日 平成28年12月4日（日）
- ・事前申し込み者 27名
- ・当日参加者 27名（栃木銀行行員を中心とした一般参加）
- ・ターゲット 筑西市外在住で筑西市に興味のある方々、世代は問わず

2. 行程

月日(曜)	行 程
12/4 (日)	07:30 07:50 栃木銀行本店営業部前 ===== 宇都宮駅東口 =====
	10:20 ===== 下館駅付近散策【板谷波山記念館・下館美術館・アルテリオ】 ...
	09:00
	10:40 11:50 ... 下館駅にてSL見学【下館駅10時35分発】 ===== 千妙寺 =====
	10:30 11:00
	13:50 15:30 ===== 吉野農園【昼食・収穫体験】 ===== 小栗判官まつり見学【行列・凱旋式】 =====
	12:10 14:20
	16:30 ===== 来福酒造見学 ===== 宇都宮駅東口 ===== 栃木銀行本店営業部前
	15:50 18:15 18:30

3. 参加者の筑西市の印象

- ・歴史・文化・食と魅力にあふれている街だった
- ・隣にあることは知っていたが、深く知ることが出来た
- ・明野のひまわり、関城の梨、ダイヤモンド筑波等知名度がないだけで魅力的
- ・地域の人柄が良いと感じた
- ・合併直後の市の雰囲気を知りたいと思った
- ・板谷波山をはじめ有名な方が多い街・このようなツアーでもっと人が来る機会を増やしてみたいと思った
- ・通常のバスツアーとは違う奥深さ
- ・文化・酒造は年配の方に受けると思う
- ・地元を愛する方によって築かれた街だと感じた
- ・またぜひ行きたい
- ・各分野のツアーをつくってみてはと思った
- ・発信すべきスポットの多さに驚いた
- ・レトロな街並み
- ・SL・体験・祭りは子どもに受けると思う
- ・自分の地元にも気づかない魅力があるのではと気づかされた

4. 実施内容詳細

- ・12月4日（日）に「筑西市モニターツアー」を催行。
- ・天気は多少雲が出ていたが、概ね良好。貸切バスにて栃木銀行本店営業部前を7時30分に出発。その後宇都宮駅東口を経由して筑西市へ向かう。
- ・筑波銀行筑西支店に到着後、渡辺会長、ちくせい観光ボランティアガイドの諏訪様、小石川様と合流及び挨拶。駐車場すぐ横の「時の蔵」にあるグッドデザイン賞を受賞したトイレをご紹介し、10分ほどトイレ休憩。
- ・まず初めに下館駅付近の散策を行う。最初はアルテリオへ向かい、展示してある大神輿を見学。参加者は大神輿の迫力に驚くだけでなく、ボランティアガイドの丁寧な説明に熱心に聞き入っていた。
次に板谷波山記念館へ向かう。小石川様に板谷波山に関する紙芝居を用いて、生涯や功績等の説明が好評。その後実際の作品や資料の見学。板谷波山の作品を前にして時間を忘れるように見入っていた。
- ・板谷波山記念館を出発後、真岡鐵道株式会社が運行している真岡線のSL見学のため下館駅へ。若干急ぎ足での移動にはなったが、ちょうど出発する前にホームへ到着し、なかなか生で見ることのできないSLを前にして、参加者は興奮気味で写真を撮っていた。
- ・下館駅南口を出発後、東睿山金剛寿院千妙寺へ。寺史展示室へご案内し、ボランティアガイドの説明後、各自で見学いただく。歴史的に貴重な史料も多く、時折ボランティアガイドに質問も投げかけながら見学していた。
- ・千妙寺出発後、吉野農園へ。吉野農園では、新鮮な野菜を使ったトマト入りチキンカレー、野菜スープ、サラダをバイキング方式にて提供。
- ・その後、バスで1分ほどの所へ移動し収穫体験を実施。カブ、ニンジン、大根といった野菜の収穫体験を楽しそうに行っていた。最後に野菜のお土産をいただき吉野農園を出発。
- ・次に小栗判官まつり会場へ到着。メイン広場である新治小学校までご案内し、自由散策のためいったん解散。会場周辺では、ところどころで行列が通るのを道沿いで楽しみに待っている参加者の姿が見受けられた。今回は限られた時間であり、もっと滞在したかったという声が挙がっていた。
- ・最後に来福酒造を見学。社長による蔵の説明を聞いて、また試飲していただくこともでき、すべての方が満足した様子だった。
- ・来福酒蔵を出発後、「道の駅にのみや」で休憩をはさみながら宇都宮へ向かい、無事到着することができた。ツアー終了時に参加者から「楽しかった」「筑西市がこんなに魅力のある街だと知らなかった」「ありがとうございました」と様々なお言葉をいただいた。モニターツアー実施に際しご協力いただいた関係機関の皆様のおかげで無事ツアー終了。筑西市の魅力が再認識できる、実りのあるモニターツアーとなった。



平成29年度調査抜粋

H29

内容

- 2.1 平成29年度調査 / 観光客実態調査
- 2.2 平成29年度調査 / モニターツアー（12/3 小栗判官まつり）
- 2.3 平成29年度調査 / モニターツアー（1/27 街歩き・蔵めぐり）
- 2.4 平成29年度調査 / モニターツアー（3/17 街歩き・蔵めぐり）

平成29年度調査 / 観光客実態調査 ①

1. 調査目的

- ・筑西市の小栗判官まつりへの来場者に対するヒアリング調査を通じて、以下の事項を把握することを目的として実施したものである。
 - ①筑西市における観光客の傾向
 - ②冬のシーズンにおける観光ニーズ（需要）や嗜好の傾向

2. 調査内容

- ・対象者 : 小栗判官まつりに来場した「筑西市外」在住の方及び同日開催のモニターツアー参加者
- ・対象数 : 116名（うち現地回答者74名、モニターツアー参加者42名）
- ・方法 : 無記名アンケート方式
- ・調査期間 : 平成29年12月3日（日）9:00～16:00
- ・設問構成 : ①本市への来訪目的、来訪回数、来訪手段、同行者、訪問行程
 - ②冬に体験したい観光やレジャー・アクティビティ等
 - ③観光やレジャー・アクティビティに対して求めるもの

3. 調査結果要旨

A. 移動手段は『自家用車』が最多

- ・モニターツアーを除く多くの来場者は自家用車での来訪であった。

B. 来訪者の多くは『初回来訪者』か『4回以上来訪者』

- ・初回来訪者の多くはモニターツアーの参加者であり、4回以上の来訪者は筑西市周辺自治体の住民である。2回目、3回目の来訪者が極端に少なく、交流人口の拡大のため新たなリピーター獲得が課題である。

C. 『自宅⇒イベント⇒自宅』の訪問行程

- ・モニターツアーを除く来訪者の多くは、自宅とイベント会場を往復するのみであり、イベントの前後で市内を回遊している来訪者は少なかった。そのため、市内での回遊を促進するための観光ルートの開発等が課題である。

D. 『日帰り客』が多い

- ・周辺自治体からの来訪者が多いことから、イベント後は宿泊せず帰宅する来訪者が多い。3.の観光ルートの開発とともに滞在時間の長期化を図り、宿泊してもらえる仕掛け作りが課題である。

E. 冬に体験したいのは『温泉』『夜景、イルミネーション』『星空観察（スターウォッチング）』

- ・冬に体験したいものとしては、『温泉』と『夜景、イルミネーション』の回答割合が高く、次いで『星空観察（スターウォッチング）』となっており、冬の閑散期における誘客手段として活用できる可能性がある。

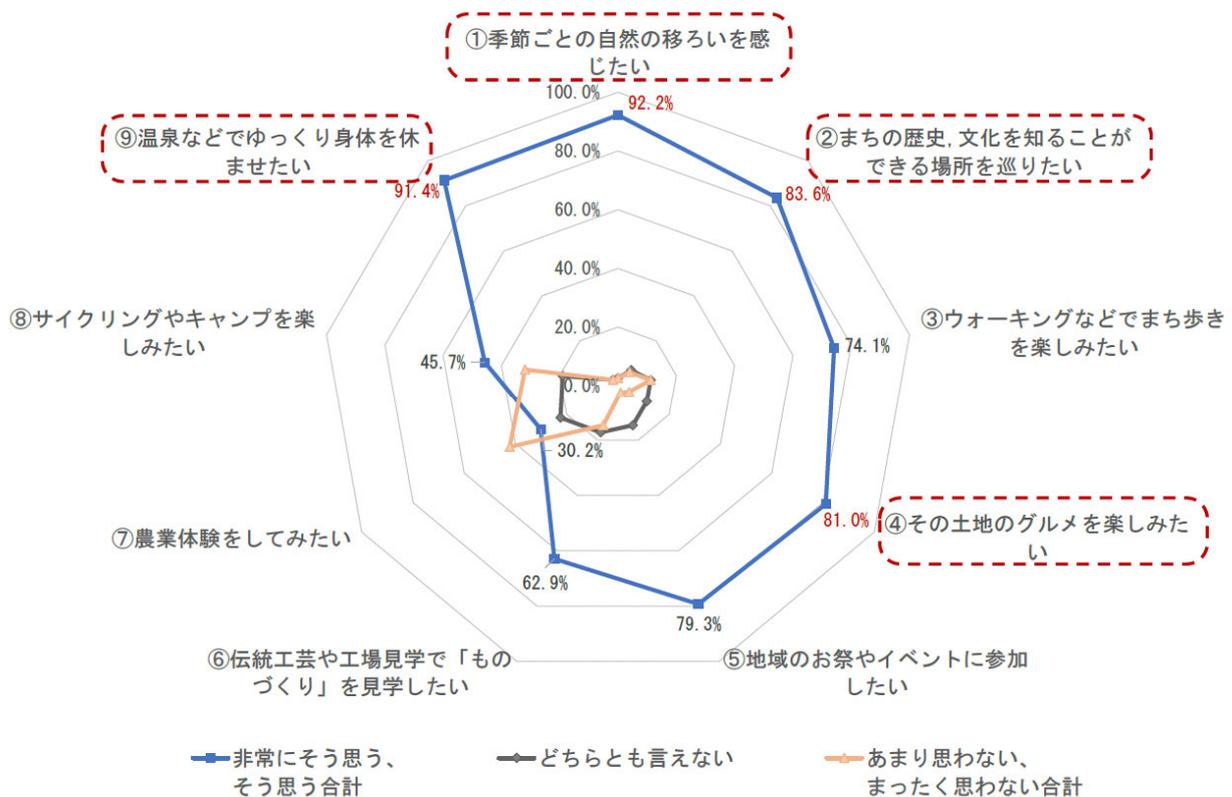
F. 観光等に求めるものは『季節ごとの移ろいを感じたい』『温泉などでゆっくり身体を休ませたい』

- ・観光やレジャーに求めるものについては、『季節ごとの移ろいを感じたい』『温泉などでゆっくり身体を休ませたい』の回答割合が高く、本市への来訪者の多くが季節の変化や癒し等を求めている傾向にある。

平成29年度調査 / 観光客実態調査 ②

A. 観光・レジャーアクティビティに対する嗜好の分析〔下図〕

- ・観光・レジャーアクティビティの嗜好に関する各設問全体を通して、『季節ごとの自然の移ろいを感じたい』、『温泉などでゆっくり体を休めたい』、『まちの歴史、文化を知ることができる場所を巡りたい』、『その土地のグルメを楽しみたい』が上位4つを占める結果となった。
- ・旅行者が観光やレジャーに対して、四季の変化や地域の歴史及び食文化を楽しむこと、癒しなどを求めていることが推測される。



2.2

平成29年度調査 / モニターツアー（12/3 小栗判官まつり）①

1. 実施概要

- ・日 時：平成29年12月3日（日）
- ・対 象：モニターツアー参加者 42名
- ・募 集：埼玉県さいたま市・上尾市・伊奈町周辺在住者
昨年2月に茨城県域において首都圏中央連絡自動車道が全線開通したことに伴い、埼玉県をターゲットとしたモニターツアーを催行した。
- ・調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程						食事									
1	12/3 (日)	大宮ソニックシティ	07:45	<30>	岩槻 I. C.	08:15	08:15	<60>	常総 I. C.	09:15	09:15	<45>	朝：－ 昼：○ 夕：－				
		○下館街歩き	10:00	【50】	10:50	<20>	とんかつ入船 (昼食)	11:10	【60】	12:10	<5>	○小栗判官まつり (自由見学)		12:15	【180】	15:15	<25>
		○あけのアグリショ ップ (買物)	15:40	16:00	<40>	常総 I. C.	16:40	16:40	<60>	岩槻 I. C.	17:40	17:40		<30>			
		大宮ソニックシティ	18:10														

3. 調査内容

- ・アンケート目的
筑西市における筑西市観光資源調査・発掘事業の一環として実施したモニターツアーの満足度と改善すべきことの把握。
- ・るるぶ特別編集筑西市掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し、今後の観光誘向へのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・アンケート項目
 - ①性別・年代
 - ②各体験内容の満足度（6段階評価と自由記入のコメント）
 - ③筑西市の認知度（3段階評価）
 - ④ツアー代金についての意見集約

4. アンケート結果

・男女別参加者比率	男性 23.8% / 女性 69.0%
・ツアー全体	良かった 57.1%
・下館駅付近散策	興味深かった 57.1%
・昼食（とんかつ入船）	興味深かった 45.2%
・小栗判官まつり	興味深かった 42.9%
・あけのアグリショップ	どちらともいえない 38.1%
・筑西市をご存知でしたか？	知らなかった 50.0%

5. 今後に向けた考察

- ・昨年2月に開通した圏央道を利用した首都圏（主にさいたま市内）からの誘客と、初の有料モニターツアーということで参加される方々は「筑西市」を知らなかった方が多く、認知度を上げるためにも継続的な市外PRの必要性を感じる。
- ・アクセスは非常によく、また常総インターを降りてからの国道294号線は秀麗な筑波山とどかな田園風景が広がるパノラマの景色を楽しめる。マイカー利用のお客様も「るるぶ」など観光パンフレットを片手に一日楽しめるコンテンツがあり、今回参加のお客様からの口コミでの誘客も期待が持てる。
- ・食事については、非常に好評でキングポークを使った出来立てのとんかつは、待ってでも食べたいという印象を受けた。
- ・他方、大型バスでの観光については、駐車場・食事箇所の選択肢の少なさ等のハード面、筑西市についてのガイディングなどのソフト面双方での課題が見られた。
- ・全体として地元のお客様に愛されるお店が多く、団体受け入れに慣れていない点をどうやって魅力に変えていくか、下館駅前以外のガイド育成をどうするか、観光箇所をつなぐ二次交通をどうするかなどが具体的な点として挙げられる。



2.3

平成29年度調査 / モニターツアー（1/27 街歩き・蔵めぐり）①

1. 実施概要

- ・日 時：平成30年1月27日（土）
- ・対 象：モニターツアー参加者41名
- ・募 集：埼玉県さいたま市・上尾市・伊奈町周辺在住者
 昨年2月に茨城県域において首都圏中央連絡自動車道が全線開通したことに伴い、埼玉県をターゲットとしたモニターツアーを催行した。
- ・調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程						食事				
1	1/27 (土)	大宮ソニックシティ	——	岩槻 IC	——	常総 IC	——	朝：－ 昼：○ 夕：－				
		07:30	<30>	08:00	08:00	<60>	09:00		09:00	<60>		
		◇るるぶ・日程表配布										
		◎下館美術館 (街歩きスタート)	……	◎板谷波山記念館 (蔵めぐり)	……	食の蔵荒為 (昼食)	——					
		10:00	【110】	11:50		11:50	【50】		12:40	<25>		
◇降車後、バスは波山記念館駐車場へ回送												
		○来福酒造 (酒蔵見学)	——	○五郎助山 (里山で焼き芋)	——	常総 IC	——					
		13:05	【90】	14:35	<30>	15:05	【55】	16:00	<60>	17:00	17:00	<60>
		岩槻 IC	——	大宮ソニックシティ								
		18:00	18:00	<30>	18:30							

3. 調査内容

- ・アンケート目的
 筑西市における筑西市観光資源調査・発掘事業の一環として実施したモニターツアーの満足度と改善すべきことの把握。
- ・るるぶ特別編集筑西市掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し今後の観光誘客に向けてのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・アンケート項目
 - ①性別・年代
 - ②各体験内容の満足度（6段階評価と自由記入のコメント）
 - ③筑西市の認知度（3段階評価）
 - ④ツアー代金についての意見集約

平成29年度調査 / モニターツアー（1/27 街歩き・蔵めぐり）②

4. アンケート結果

・ 男女別参加者比率	男性 34.1% / 女性54.8% / 無回答7.3%
・ ツアー全体	非常に良かった 56.1%
・ 下館駅付近散策	興味深かった 65.9%
・ 昼食（食の蔵）	非常に興味深かった 80.5%
・ 来福酒造見学	興味深かった 65.9%
・ 里山（五郎助山での焼き芋）	非常に興味深かった 43.9%
・ 筑西市をご存知でしたか？	知らなかった 53.7%

5. 今後に向けた考察

- ・ 昨年2月に開通した圏央道を利用した首都圏（主にさいたま市内）からの誘客と、2回目となる有料モニターツアー。前回と同様「筑西市」を知らなかった方が多く、認知度を上げるためにも継続的な市外PRの必要性を感じる。
- ・ 往路車中で「特別編集する『筑西市』」を配布し、筑西市について紹介。表紙のダイヤモンド筑波の画像に見入るお客様が多く、常総インターを降りてから筑波山が見えてくると感嘆の声が上がった。のどかな景色と蔵の街並みは観光資源として今後も誘客の強力なコンテンツになると期待される。
- ・ 大型バスでの観光について、前回同様、駐車場・食事箇所の選択肢の少なさが課題として残るが、観光客の動向がFIT（個人化）している昨今、マイカーまたは公共交通機関を利用した観光誘客に軸足を置くことも発展の要素となるように思われる。点と点をつなぐ二次交通をどうするかなどが具体的な検討事項として挙げられる。



2.4

平成29年度調査 / モニターツアー調査 (3/17 街歩き・蔵めぐり) ①

1. 実施概要

- ・日 時：平成30年3月17日(土)
- ・対 象：モニターツアー参加者 19名
- ・募 集：株式会社トモノカイ（留学生支援事業部）にて告知、募集
- ・参加者：本邦内留学中の大学生（主にアジア圏出身）、SNSによる情報発信ができる方
- ・調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程	食事
1	3/17 (土)	<p>東京駅 08:00 <130> 下館駅 (SL見学) 10:10 【30】 10:40 <5> 湖月庵 (お買い物) 10:45 【15】 11:00 <5></p> <p>◇北口銅像前にて降車後、バスは旧本庁舎へ回送・待機 ◇JR 駅入構時にネームホルダー着用 ◇筑西市観光資源調査・発掘協議会会長、市役所職員、ガイド合流</p> <p>◎しもだて美術館 11:05 【15】 11:35 <5> ◎板谷波山記念館 11:40 【30】 12:10 <5> 蔵の街並み見学 12:15 【10】 12:25 <5></p> <p>◇入場券は波山記念館との共通券 ◇学芸員案内依頼済み</p> <p>食の蔵 荒為 (昼食) 12:30 【45】 13:15 <15> ○ザ・ヒロサワシテ イ (梅まつり見学) 13:30 【60】 14:30 <20> 来福酒造 (酒蔵見学と試飲) 14:50 【80】 16:10 <130></p> <p>◇席は2階の広間24席 ◇ハラル対応リクエスト3名 ◇駐車場は総合駐車場を利用</p> <p>東京駅 18:20</p>	<p>朝：－ 昼：○ 夕：－</p>

3. 調査内容

- ・アンケート目的
筑西市における筑西市観光資源調査・発掘事業の一環として実施したモニターツアーの満足度と改善すべきことの把握。
- ・「特別編集する『筑西市』」掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し、今後の観光誘客に向けてのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・アンケート項目
 - ①性別・年代
 - ②各体験内容の満足度（6段階評価と自由記入のコメント）
 - ③筑西市の認知度（3段階評価）
 - ④ツアー代金についての意見集約

平成29年度調査 / モニターツアー（3/17 街歩き・蔵めぐり）②

4. アンケート結果

- ・ 男女別参加者比率 男性21.1%、女性78.9%
- ・ 訪日回数 5回～9回33.3%
- ・ 筑西エリア訪問回数 1回（初めて）100.0%
- ・ 訪日目的 留学94.7%
- ・ 日本滞在中に行ったこと 日本食を食べる100.0%
- ・ 旅行の情報収集源 FacebookなどのSNS78.9%
- ・ 筑西エリアの満足度 非常に興味深かった・興味深かった47.4%
- ・ 筑西エリアの再訪意向 来たい42.1%

5. 今後に向けた考察

- ・ 東京都内の大学に在学中の留学生を対象としたモニターツアーを通じて、今後のインバウンド旅行者受入に向けての課題が見つかった。具体的には、英語ガイドの育成、受け入れ施設のトイレ設備、食事のハラル、ベジタリアン対応等が挙げられる。
- ・ ツアー後には、各参加者がSNSを通して「筑西市（CHIKUSEI）」を発信しており、口コミによる誘客も期待できることから、同様のモニターツアーを重ねてのPRも効果が期待できるのではないかと推測される。
- ・ ガイド対応ができない観光箇所の情報を多言語パンフレットや携帯アプリ、Wifiの設置など旅行者が常に情報を捕捉できる環境づくりも必要になると思われる。
- ・ ツアー参加者からの評判は良く、日本ならではの「梅」「酒」「蔵」「和食」のある筑西市への今後のインバウンド旅行者の増加が期待される。



平成30年度調査抜粋

H30

内容

- 3.1 平成30年度調査 / 周辺自治体観光客実態調査
- 3.2 平成30年度調査 / モニターツアー調査（8/29 あけのひまわりフェスティバル）
- 3.3 平成30年度調査 / モニターツアー調査（群馬県前橋市発ツアー）

平成30年度調査 / 周辺自治体観光客実態調査 ①

1. 調査目的

- 本調査は、筑西市における観光振興施策の展開にあたり、広域での観光客の誘客を図るため、近隣自治体であるつくば市、及び下妻市への来訪者の実態を把握することを目的として実施したものである。

A. デスク調査

- デスク調査は、茨城県の観光動態調査等の観光に関する基本的な統計情報の整理をはじめ、つくば市、下妻市、筑西市の鉄道や高速道路などの広域での移動に必要な社会インフラの整備状況、地域経済分析システム（RESAS）における各種分析ツールを活用した各自治体への来訪者実態等について、詳細を把握することを目的として行ったものである。

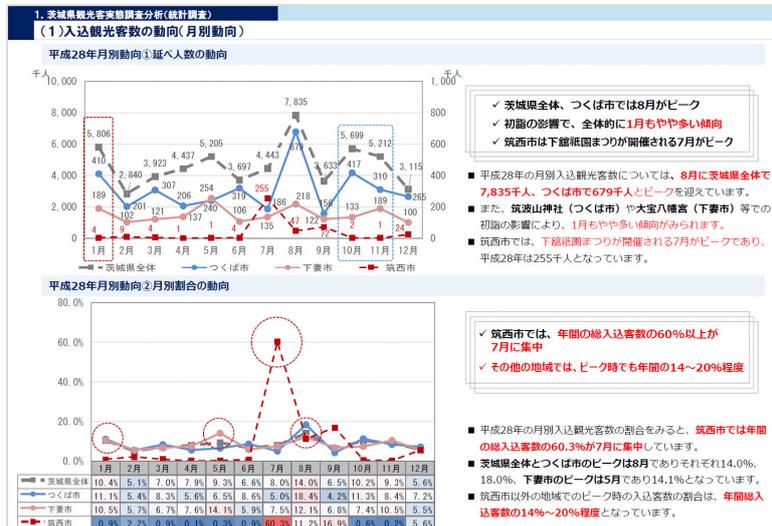
B. Webリサーチ

- Webリサーチは、株式会社マクロミルが保有するモニターのうち、つくば市及び下妻市へ観光を目的とした来訪経験を有する首都圏在住者に対して、来訪時の詳細及び筑西市の認知度や来訪意向に関する設問構成とし、両市への観光客の実態及び観光の傾向を把握することを目的として行ったものである。

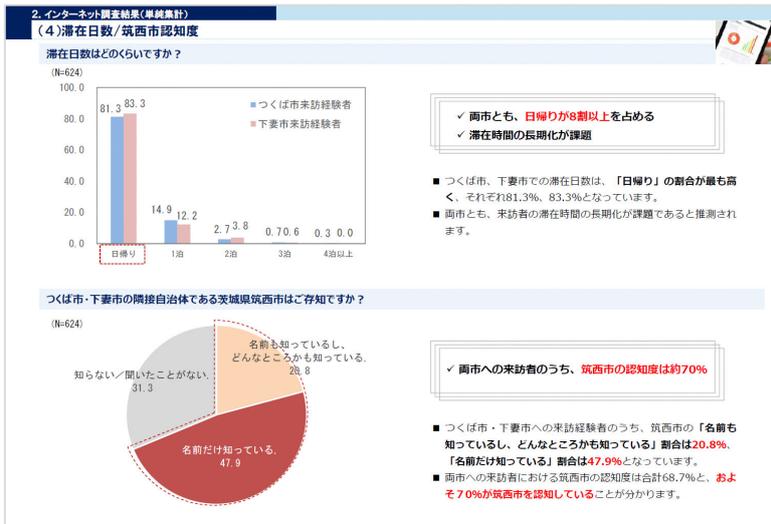
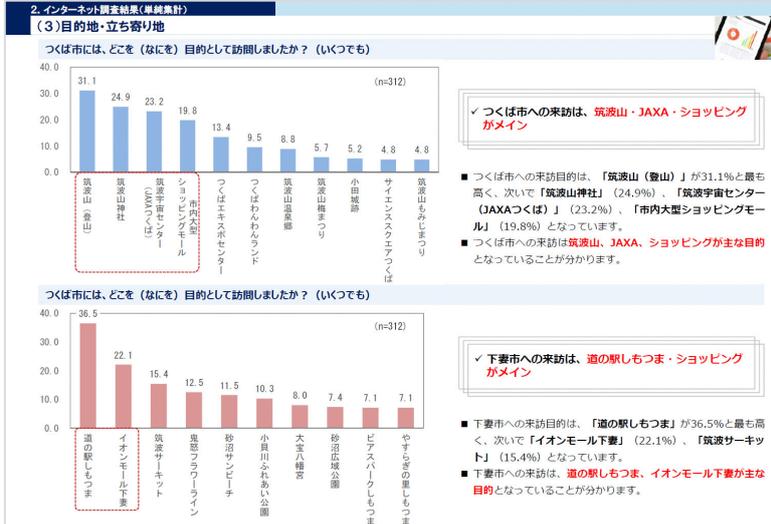
2. 調査内容

デスク調査	Webリサーチ
<ul style="list-style-type: none"> 基本的な観光統計の整理 各自治体の基礎データの収集 <ul style="list-style-type: none"> 立地環境及び社会インフラの整備状況 主な地域資源 (イベント、自然、歴史・文化、観光・レジャー施設) RESASの活用 <ul style="list-style-type: none"> From-to 分析 目的地分析 宿泊地分析 	<ul style="list-style-type: none"> つくば市、下妻市への来訪経験者に関する実態把握 <ul style="list-style-type: none"> 来訪回数、来訪手段、同行者 目的地、滞在日数 その他 筑西市の認知度把握 筑西市への来訪意向把握

3. 調査結果要旨



平成30年度調査 / 周辺自治体観光客実態調査 ②



3.2

平成30年度調査 / モニターツアー調査（8/29 あけのひまわりフェスティバル）①

1. 実施概要

- ・ 日 時：平成30年8月29日(水)
- ・ 対 象：モニターツアー参加者 18名
- ・ 募 集：トモノカイにて告知、募集
- ・ 参加者：本邦内留学中の大学生（主にアジア圏出身）、SNSでの情報発信ができる方
- ・ 調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程										食事	
		首都高速～常磐道											
		東京駅鍛冶橋駐車場				谷和原 IC				道の駅しもつま			
		07:30	<60>		08:30	08:30	<50>		09:20	【20】	09:40	<20>	
1	8/29 (水)	ザ・ヒロサワ・シティ										朝：－ 昼：○ 夕：－	
		○梨狩り (体験・梨のお土産付) 住所：筑西市倉持1304-2			(昼食と見学) 昼食：クラブハウス 見学：美術館 ⇒レイルパーク			◎あけのひまわりフェスティバル自由見学 (切り花ラッピング体験)					
		10:00	【60】	11:00	<20>	11:20	【120】	13:20	<20>	13:40	【60】		14:40
		圏央道～常磐道～首都高											
		○あけのアグリショップ (産直野菜の買物)			常総 IC			東京駅					
		14:45	【30】	15:15	<60>	16:15	16:15	<90>	17:45				

3. 調査内容

- ・ アンケート目的
筑西市における筑西市観光資源調査・発掘事業の一環として実施したモニターツアーの満足度と改善すべきことの把握。
- ・ るるぶ特別編集筑西市掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し、今後の観光誘客に向けてのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・ アンケート項目
 - ①性別・年代・国籍など
 - ②日本及び筑西市への訪問経験（4段階評価）
 - ③訪問の目的ややってみたいことなど9ないし17段階評価と自由記載
 - ④ツアー全体の興味（4段階評価）とツアー代金についての意見集約
 - ⑤自国との交通サービスの違いについて
 - ⑥今回のツアーに対する感想（感動したことやがっかりしたことなど）
 - ⑦今回のツアーの地元ガイドへの感想
 - ⑧ツアー満足度（7段階評価）
 - ⑨筑西市への再訪意向（7段階評価）
 - ⑩日本に関して自国（地元）では流行っていること（自由記載）

3.2

平成30年度調査 / モニターツアー（8/29 あけのひまわりフェスティバル）②

4. アンケート結果

・男女別参加者比率	男性44.4% / 女性55.6%	
・訪日回数	5回～9回	50.0%
・筑西エリア訪問回数	1回（初めて）	94.4%
・訪日目的	留学	89.5%
・日本滞在中に行ったこと	自然景観鑑賞	89.5%
・旅行の情報収集源	FacebookなどのSNS	78.9%
・筑西エリアの満足度	非常に興味深かった	66.7%
・筑西エリアの再訪意向	来たい	55.6%



5. 今後に向けた考察

- ・東京都内の大学に在学中の留学生を対象とした第2回モニターツアーでは、筑西市の夏の風物詩「ひまわり」をメインとしてコースを設定。
- ・アクションプランの実行として、『「食」資源の充実』にある観光果樹園創設に向けて、市内では初となる梨狩り体験や、『イベント・アクティビティ「産業観光」』として「ザ・ヒロサワ・シティ」において梨パーク及び美術館見学を盛り込んだ。
- ・当日は筑西市観光資源調査・発掘協議会渡辺会長、中川委員、事務局をはじめ、筑西市農政課職員の皆様も現場にて、梨狩りの案内や接客にご尽力をいただいた。
- ・アンケートには、梨や昼食の美味しさやひまわり畑の美しさの他、おもてなしへの感謝を述べるコメントが多く、おもてなしによる満足度が上がったと考えられる。
- ・今回参加の留学生はほとんど果物狩りをしたことがなく（リンゴ狩りをしたことがある人が2名）、初めて「園場でもぎたての果物を食べる」という体験に感嘆の声が聴かれた。
- ・また、北斗星などの車両を見学した感想の中に「ただ置いてあるだけでなくもっと遊べる施設だといいい」というような意見もあった。今後はインバウンドだけでなく、広く国内外の観光客を受け入れるにあたっての体験内容の充実について、検討が必要ではないかと思われる。
- ・食事については、下館ゴルフクラブで和食を用意した。献立のメイン「メンチカツ」を初めて食べる参加者が多く、外国語での表現（翻訳）に苦労した。シンプルな表現は“meat cutlet”もしくは“minced meat cutlet”など。
- ・SNS発信については、ツアー中からほとんどの参加者が非常に多くの写真を撮影し、グーグルマップで見学箇所の場所を確認したりしていた。行程を楽しみながら、SNSを通して「筑西市（CHIKUSEI）」を発信している様子が見られた。
- ・帰りのバス車中で、もう一度来たいとの声も上がったが、一様に電車やバスなどの公共交通機関で来るにはどうすればよいかという質問が上がった。観光案内のホームページの英語版があれば、説明しやすいのではないだろうか。

平成30年度調査 / モニターツアー調査（群馬県前橋市発ツアー）①

1. 実施概要

- ・ 日 時：平成31年3月2日（土）
- ・ 対 象：モニターツアー参加者 29名（小人・幼児を除く）
- ・ 募 集：当協議会会長のご紹介によるチラシによる声かけ
- ・ 参加者：東和銀行行員を中心とした一般参加
- ・ 調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程						食事							
1	3/2 (土)	東和銀行本店前	08:30	<20>	関越自動車道 前橋 IC	08:50	08:50	<85>	北関東自動車道 桜川筑西 IC	10:15	10:15	<30>	朝：－ 昼：○ (蔵弁当) 夕：－		
		蔵の町ショートコース（◎アルテリオ～◎波山記念館）													
		地域交流センター アルテリオ前	10:45	10:45	<45>	食の蔵 荒為（昼食）	11:30	【60】	12:30	<10>	ファームオアシス （イチゴ狩り） パティスリーラシーヌでの お買い物（スイーツ）	12:40		【60】	13:40
◇神輿前にて筑西市観光資源調査・発掘協議会渡邊会長挨拶 ◇同、筑西市観光資源調査・発掘協議会事務局中山様挨拶 ◇集合写真撮影 ◇波山記念館内、地域おこし協力隊より案内															
		来福酒造と旧尾見家住宅 （酒蔵見学と試飲販売）	13:50	【80】	15:10	<15>	15:25	【30】	15:55	<45>	16:40	16:40	<15>		
JA北つくば ファーマーズマーケット きらいち筑西店 （産直品のお買い物）															
◇酒蔵は2班制 各40分 ◇下車後は速やかに見学箇所へ移動 ◇旧尾見家住宅内2班制各20分、筑西市教育委員会文化課職員（協議会堀江委員）他1名より案内															
		北関東自動車道 壬生PA上り （トイレ休憩）	16:55	【15】	17:10	<60>	18:10	18:10	<20>	18:30					
関越自動車道 前橋 IC															
東和銀行本店前															

3. 調査内容

- ・ アンケート目的
筑西市における筑西市観光資源調査・発掘事業の一環として実施したモニターツアーの満足度と改善すべきことの把握。
- ・ るるぶ特別編集筑西市掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し、今後の観光誘客に向けてのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・ アンケート項目
 - ①性別・年代・参加のきっかけなど
 - ②観光箇所について（6段階評価と意見集約）
 - ③ツアー及びイベント全体、価格について（6段階評価と意見集約）
 - ④筑西市について
（訪問回数の選択と魅力度、印象についての意見集約、再訪意向）
 - ⑤旧尾見家住宅の活用方法について（意見集約）

平成30年度調査 / モニターツアー（群馬県前橋市発ツアー）②

4. アンケート結果

・男女別参加者比率	男性 44.8% / 女性 55.2%
・筑西エリア訪問回数	1回（初めて） 93.1%
・筑西市の印象	訪問前 38.5点 → 訪問後 80.0点 ※上記は、参加者平均点（100点満点） ※訪問前と比較し41.5点向上
・筑西市への再訪意向	また来たい 96.6%
・筑西市への再訪手段	自家用車 100.0%

5. 今後に向けた考察

- ・今回は、近県（他県）からのモニターツアーということで、群馬県前橋市からの日帰りツアーを実施した。
- ・アクセスについて、圏央道を利用すると利便性が高く、車内でも「思っていたよりも近い」という声が聞かれた。再訪意向も高く、再訪手段は100%が自家用車と回答された。団体旅行ではなく、個人の余暇・レジャースポットとしての魅力が高いと考えられる。
- ・当日は筑西市観光資源調査・発掘協議会渡辺会長、事務局をはじめ、地域おこし協力隊や教育委員会文化課職員の皆様も現場にて板谷波山記念館の案内や旧尾見家住宅での接遇にご尽力をいただき、アンケートでも、おもてなしへの感謝を述べるコメントが多く、おもてなしによる満足度が高かった。
- ・観光農園体験としてイチゴ狩りを組み込んだ。茨城のいちご＝いばらキッスというイメージをお持ちの参加者もあり、圃場での品種についてコメントがあった。翌日がひな祭りということもあり、隣接する店舗にてパック詰めのイチゴを買う参加者が多かった。洋菓子店で日持ちする焼き菓子があればよかったとのコメントや、観光農園への大型車進入禁止等規制等の点等を汲むと、個人の余暇・レジャースポットしてブラッシュアップしてゆくことで、「食べる」「買う」の消費行動が促進されるのではないだろうか。
- ・酒蔵見学と旧尾見家住宅の見学は2班に分けて実施した。初めての酒蔵見学という参加者も多く、丁寧な説明や試飲など対応への感謝のコメントが寄せられ満足度も約9割の方が満足された。旧尾見家住宅の活用についても様々な意見が寄せられていたので今後の参考としていただきたい。
- ・道中、職場へのお土産を買いたいとの声があった。各箇所それぞれ買うものはあるが、野菜や果物、お酒などは個人消費向きでいわゆる「お配り用」には不向き。これからオープンする道の駅のお土産コーナーに期待が高まる。

平成31年度（令和元年度）調査抜粋

H31
(R元)

内容

4.1 平成31年度調査 / モニターツアー調査（8/31観光資源視察会）

4.1

平成31年度調査 / モニターツアー調査（観光資源視察会）①

1. 実施概要

- ・ 日 時：令和元年8月31日（土）
- ・ 対 象：視察会参加者13名、筑波銀行及び筑波総研オプザーバー2名の計15名
- ・ 参加者：茨城大学学生、茨城大学教員、関係者
- ・ 調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。（選択及び自由記載）

2. 行程

日次	月日曜	行程						食事	
1	8/31 (土)	国立茨城大学 正門前	—	水戸北スマート IC	—	桜川筑西 IC	—	朝：— 昼：○ (和食) 夕：—	
		09:30	09:35	09:35	10:05	10:05			
		配布物：「るるぶ特別編集『筑西市』」							
		○松本農園 (梨狩り)	—	○宮山ふるさとふれあい公 園 (あけのひまわりフェス ティバル)	—	めし処よこた (昼食)	—		
10:35	【50】	11:25	11:30	【90】	13:00	13:10	【60】	14:10	◇来福酒造 地酒 PR
◇梨狩り、試食、土産						◇切花ラッピング体験実施			
○グランテラス筑西 (視察と意見交換会)	—	桜川筑西 IC	—	水戸北スマート IC	—				
14:30	【90】	16:00	16:30	16:30	17:00	17:00			
◇到着後、道の駅鈴木駅長より皆様へご挨拶及び施設ガイダンス ◇自由見学後、多目的室①または②にて意見交換会 配布物：道の駅グランテラス筑西 パンフレット 配布物：アンケート (当日回収)									
国立茨城大学 正門前									
17:05									

3. 調査内容

- ・ アンケート目的
筑西市観光資源調査・発掘協議会作成のアクションプランに記載の観光資源の満足度及び改善点の把握。
- ・ るるぶ特別編集筑西市掲載の観光資源・施設の利用体験を通して筑西市の魅力度を把握し、今後の観光誘客に向けてのアクションプランの具現化に反映させる。
- ・ アンケート項目
 - ①性別・年代・お住いの地区
 - ②参加のきっかけ
 - ③参加した同行者
 - ④ツアー全体の興味（5段階評価）と各施設へのコメント集約（自由回答）
 - ⑤ツアーへの価格設定（自由回答）
 - ⑥筑西市への訪問回数
 - ⑦筑西市の魅力度（訪問前と訪問後の2段階回答）
 - ⑧筑西市の印象（訪問前と訪問後の2段階自由回答）
 - ⑨筑西市への再訪以降及び訪問手段

平成31年度調査 / モニターツアー（観光資源視察会）②

4. アンケート結果

- ・男女別参加者比率 男性66.7% / 女性33.3%
- ・筑西エリア訪問回数 1回（初めて） 66.7%
- ・筑西市への再訪意向 また来たい 100.0%

5. 今後に向けた考察

- ・意見交換を行った中で、「ストーリー」と「告知」について声が多かった。
- ・筑西市の各観光施設を視察した中で、各箇所は独立して賑わいがあり、アンケートでも満足度が高かった半面、施設と施設をつなぐ告知や案内サインがなく、例えばひまわりフェスティバルの会場に道の駅への案内看板等が出ていて観光客が回遊しながら消費をするといった工夫があればより良いのではないかという意見が出ていた。
- ・併せて、「ストーリー」という点でも意見が上がった。
- ・なぜ筑西市でひまわりなのか？について、イベントの背景や歴史などを伝えることでよりイベントに深み・幅が出てくるのではないだろうか。
- ・ひまわりの切花ラッピングについては、一度に15名の希望をあげたところ、受付側の人出が足りないとのことで、前年のように参加者自身がラッピングできず、色を希望して出来上がった花束を受け取る形式となった。これについても、受付控え（番号札のようなもの）がなく、頼んだものが受け取れず別のものを持ち帰る姿も見られたので、今後改善の余地があると思われる。
- ・昼食では、当協議会で筑西のグルメ開発を協議しながら発掘した「モロ」をメインとした昼食を用意した。茨城県内在住のおおかたの参加者が「モロ」を食べたことがなく、モウカザメを食べることへの驚きとともに、そのおいしさに大変満足されていた。
- ・イベント型観光果樹園を目指す松本農園での2回目となる試験運用については、天候の不順により実施が危ぶまれたが、ギリギリのタイミングでおいしい梨をご用意いただき、各自試食後に摘み取りとラッピングを行い、農園の皆様の心温まるおもてなしに後ろ髪をひかれる思いであった。
- ・ここで食べたおいしい梨を毎年取り寄せや観光果樹園での購入などができるようになると販路拡大が可能であると思われる。
- ・今後の筑西市観光推進及び産官学金連携の展開が大いに期待できる視察会であった。



令和2年度調査抜粋

R2

内容

- 5.1 令和2年度調査 / 在茨城県ベトナム人対象モニターツアー
- 5.2 令和2年度調査 / 筑西市インフルエンサーファムツアー
- 5.3 令和2年度調査 / 観光おもてなしセミナー

5.1

令和2年度調査 / 在茨城県ベトナム人対象モニターツアー①

1. 実施概要

- ・ 日 時：令和3年3月20日(土)・21日(日)
- ・ 目 的：新型コロナウイルス感染が拡大し、旅行者の国間移動がかなわない状況であるため、在茨城県ベトナム人を対象にモニターツアーを催行した。
参加者にSNSで筑西市の魅力を海外を中心に発信・拡散してもらい、将来、旅行者の国間移動が回復した折には、withコロナ体制を維持しつつ、本市を訪れてもらう仕組みづくりに寄与することを目的とした。
- ・ 参加者：在茨城県ベトナム人20名、筑波銀行オブザーバー2名、計22名参加
- ・ 調 査：ツアー終了後、書面によるアンケート調査を実施。(選択及び自由記載)

2. 行程

日次	月日曜	行程	食事
1	3/20 (土)	<p>水戸駅南口 08:30 <15> 水戸南 IC 08:45 08:45 <40> 桜土浦 IC 09:25 09:25 <20></p> <p>TX 研究学園駅 09:45 09:45 <45> ○筑波山神社 10:30【70】 11:40 <40> めし処よこた (昼食) 12:20【60】 13:20 <10></p> <p>○来福酒造 (酒蔵見学) 13:30【50】 14:20 <10> ザ・ヒロサワ・シティ ○廣澤美術館・レイルパーク 14:30【120】 16:30 ザ・ヒロサワ・シティ (泊) 16:45</p> <p>夕食 (BBQ) 18:00~20:00</p> <p>ご宿泊：ザ・ヒロサワ・シティ (ロッジ) ※お客様自己手配</p>	<p>朝：－</p> <p>昼：○</p> <p>(モロ料理)</p> <p>夕：(BBQ)</p> <p>※お客様自己手配</p>
2	3/21 (日)	<p>集合：7:20 朝食：7:30~8:30</p> <p>バスは久下田駅へ回送 SL</p> <p>ザ・ヒロサワ・シティ 09:30 <10> 下館駅 (真岡鐵道 真岡線) 09:40【55】 10:35 <15> 久下田駅 (真岡鐵道 真岡線) 10:50【10】 11:00 <15></p> <p>昼食 11:15~12:15 いちご狩り 12:30~13:00</p> <p>グランテラス筑西 11:15【105】 13:00 <25> 延命寺 (しだれ桜) or 最勝寺 (庭園) 13:25【35】 14:00 <60> TX 研究学園駅 15:00【5】 15:05 <25></p> <p>土浦北 IC 15:30 15:30 <35> 水戸南 IC 16:05 16:05 <15> 水戸駅南口 16:20</p>	<p>朝：○</p> <p>(クラブハウス)</p> <p>昼：○</p> <p>(レストラン)</p> <p>夕：－</p>

令和2年度調査 / 在茨城県ベトナム人対象モニターツアー②

3. 調査内容

・アンケート目的

筑西市観光資源の磨き上げを目的に、在茨城県ベトナム人を対象としたモニターツアーを実施し、アンケートによるツアー満足度を調査し、分析を行う。

・アンケート項目

- ①性別・年代
- ②観光箇所についての5段階評価(立ち寄り箇所7、食事施設4、宿泊施設1)
- ③自由記入(感想・メッセージ等)

4. アンケート結果

- ・男女別参加者比率 男性26.7% / 女性73.3%
- ・ツアー全体の総合満足度 大変満足76.9% / 満足23.1% (普通、やや不満、不満は0.0%)
- ・訪問施設の満足度(「大変満足」の割合の高い順…すべて90.0%) :
 - ①廣澤美術館 ②ザ・ヒロサワシティロジ (BBQ) ③ザヒロサワシティロジ (宿泊)
- ・参加者の意見
 - ①めし処よこたの「モロフライ」がサメということで驚いたが、食べてみるとすごく柔らかくておいしかった。
 - ②来福酒造の酒蔵見学と試飲は、忘れられない思い出となった。
 - ③廣澤美術館の庭は素晴らしい。広くて、全部は回れなかったなので、今度はプライベートで来てみたい。

5. 今後に向けた考察

- ・参加者すべてが写真映えがするスポットやモノに長時間滞在する傾向にあった。
- ・本市が想定していたよりも、熱心に写真撮影することが分かった。



Phùng Minh Longさんは小里 茂之さんと一緒にいます。
3月21日・🌐

Sống ở Ibaraki 3 năm, cụ thể là ở ngay sát thành phố Chikusei. Nhưng lại ko hề biết có rất nhiều nơi đáng để trải nghiệm. Có lẽ nếu không có chuyến trải nghiệm miễn phí 2 ngày, của Cục xúc tiến phát triển du lịch thành phố Chikusei. Thì không thể biết ngay cạnh nơi mình từng sống lại cũng có nhiều view rất đẹp.
Hai ngày nghỉ cuối tuần tự nhiên...もっと見る

翻訳を見る



👍❤️ 130

コメント14件・シェア1件

5.2

令和2年度調査 / インフルエンサーファムツアー①

1. 実施概要

- ・ 日 時 : 令和3年3月13日(土)・14日(日)
- ・ 目 的 : SNSなどのインフルエンサー(大きな影響力を持つ人物)等を対象としたファムツアーを開催することにより、本市の本物の魅力を最大限に知ってもらい、SNS等で世界へ発信してもらうことで、知名度の向上、訪日旅行商品の企画時に本市が組み入れられることを念頭に催行した。また、将来、旅行者の国間移動が回復した折にはwithコロナ体制を維持しつつ、本市に訪れていただく仕組みづくりを目的とした。
- ・ 対 象 : 参加者20名、筑波銀行オブザーバー2名、計22名

2. 行程

日次	月日曜	行程						食事
1	3/13 (土)	東京駅鍛冶橋駐車場	====	首都高速都心環状線 宝町出入口	====	常磐自動車道 守谷SA下り	====	朝:- 昼:○ (キングパーク) 夕:○
		08:30 <5>	08:35	08:35 <35>	09:10 [15]	09:25 <20>		
2	3/14 (日)	常磐自動車道 谷田部 IC	====	筑波山神社	====	ザ・ヒロサワ・シティ 下館ゴルフ倶楽部(昼食)	====	朝:○ (ホテル) 昼:○ (モロ料理) 夕:-
		09:45 09:45 <50>	10:35 [45]	11:20 <40>	12:00 [40]	12:40 <5>		
		ザ・ヒロサワ・シティ		◇チェックイン後 夕食まで自由行動				
		廣澤美術館 レイルパーク	====	グランテラス筑西 (いちご狩り)	====	ホテル新東	
12:45 [120]	14:45 <15>	15:00 [60]	16:00 <10>	15:40	18:28 <2>			
旬和食酒房けやき	ホテル新東(泊)						
18:30 [120]	20:30 <2>	20:32						
ご宿泊: ホテル新東								
		ホテル新東	下館駅 (真岡鐵道 真岡線)	SL +++++	久下田駅 (真岡鐵道 真岡線)	====	
		10:15 <5>	10:20 [15]	10:35 <15>	10:50 [10]	11:00 <20>		
		最勝寺 (茶道体験)	====	めし処よこた(昼食)	====	常磐自動車道 谷和原 IC	====	
		11:20 [30]	11:50 <20>	12:10 [60]	13:10 <45>	13:55	13:55 <50>	
		東京高速道路 KK 線 東銀座出口	====	東京駅鍛冶橋駐車場				
		14:45	14:45 <5>	14:50				

5.2

令和2年度調査 / インフルエンサーファムツアー②

3. 調査内容

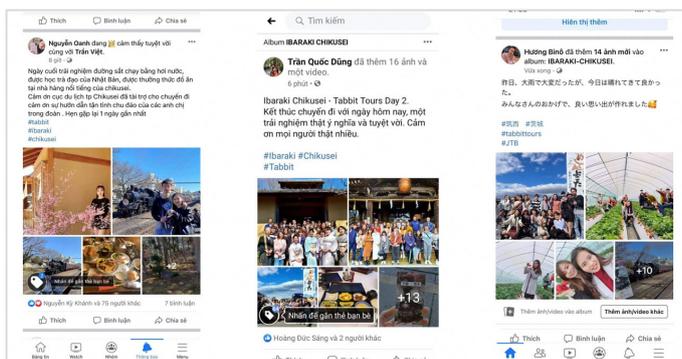
- ・アンケート項目
 - ①性別・年代
 - ②訪問施設についての5段階評価(立ち寄り箇所6、食事施設3、宿泊施設1)
 - ③自由記入(感想・メッセージ等)

4. アンケート結果

- ・男女別参加者比率 : 男性26.3% / 女性73.7%
- ・ツアー全体の満足度 : 大変満足77.8% / 満足22.2% (普通、やや不満、不満は0.0%)
- ・訪問施設の満足度(「大変満足」の割合の高い順) :
 - ①最勝寺(茶道体験) 100.0% ②真岡鐵道90.0% ③ストロベリーランド筑西(いちご狩り) 80.0%
- ・参加者の意見
 - ①茨城には初めて来た。こんなに魅力があるものが豊富にあるところはほかにはない。
 - ②レイルパークにあった北斗星に宿泊できると素晴らしい。
 - ③いちご狩りが本当に忘れられない体験となった。

5. 今後に向けた考察

- ・親日国といわれているベトナムの若いインフルエンサーを中心にファムツアーを実施した意義は大きい。
- ・ツアー全体を通して8割近くが「大変満足」と評価した。
- ・特に最勝寺での茶道体験には全員が関心を示し、日本的なものへの関心が高いことがうかがえる。
- ・真岡鐵道のSLや、いちご狩りの評価がベトナム人モニターツアーとは対照的に高かった。インフルエンサーならではの評価・関心とみると、この差が今後のリリースすべき資源という見方もできそうである。
- ・宿泊施設については、他の国内の多くの施設を視察している可能性から相対的に評価が下がった。
- ・夕食後、市内のフリスポ(筑西市神分: ボーリングやビリヤード、卓球、ダーツなど様々なものが時間制で遊べるスポット)にタクシーで遊びに行く方が多数いた。
- ・今後は、市内ナイトスポットなどを調査し、マップなどの制作をしていくことも考えていく時期に来ているかもしれない。



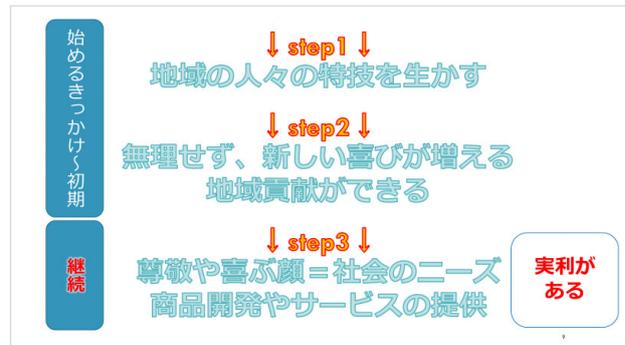
令和2年度調査 / 観光おもてなしセミナー①

1. 実施概要

- ・ 日 時：令和2年11月24日(火) 18:00~20:00
- ・ 会 場：スピカビル6階 コミュニティプラザ
- ・ 演 題：旅館の女将が考えた「地域」が幸せになる秘訣！
- ・ 講 師：海島遊民くらぶ 代表 江崎 貴久 氏
- ・ 参加者：37名、オブザーバー18名、計55名
- ・ 調 査：講演終了後、書面によるアンケート調査を実施。（自由記載、回収枚数12枚）

2. 講演内容

- ・ 筑西市での市内散策を基に、「観光で期待すること」「期待を超えるとは何か」について
- ・ 三重県鳥羽市で伊勢志摩オプションツアー会社を立ち上げるまでの経緯
- ・ 失敗した事例の紹介
 - ① ツアータイトルは、参加者に何をするか伝えるようにつける
 - ② ツアの収支バランスに気を付ける。続ければ続けるだけ赤字に陥るようなツアーはダメ
- ・ 成功するキーワード
 - ① 立ち上げにかかわるメンバーは少なく
 - ② 「らしさ」「ならでは」をクローズアップ



令和2年度調査 / 観光おもてなしセミナー②

3. 質疑応答

Q1. おすすめの書籍は？

- 「私の個人主義」 夏目漱石著など

Q2. 後進のガイドを育成するために気を付けることは？

- 後進育成という視点から、筑西市に関心のある若い仲間を集めるという視点に変えて、仲間づくりをすることを意識してみてはどうか。ご自身と同じ案内をする人材を育てることは難しいと思う。

Q3. コロナの影響がある中、来客数が伸びた要因は？

- 前々からコツコツと準備してきたことが一つの要因。何かが起こってからさあどうしようとなっても、目の前のことに振り回されてよい結果は出ない。

4. アンケート項目

Q1. 「筑西市で魅力的に感じたこと」からご自身の周りの筑西市の魅力をあげるとしたら？また、その理由

- 板谷波山、森田茂などの芸術資源とザ・ヒロサワ・シティの将来性

理由：ほかの地域に負けない魅力を生かしたいから

- 鉄道網の発達しているところ

理由：S Lも走る町、ディーゼルカーも電車も走る町

Q2. 「観光とは」から感じたご自身の観光とは？また、その理由

- 地域を勉強する事は地域を良くしたいという意欲につながる

理由：自分の活動が地域の役に立つことを願っている

- お客を大切にすること

理由：遠路からのお越しに感謝の心を持つこと

Q3. 「現場の小さな協力体制」から筑西市でも取り入れたい、参考になった点は？

- 「島っこガイド」は面白いと感じた。筑西市風アレンジしてやってみたいと思った

- 小さく声をかけていくことはやっぱり大切だなと思った

Q4. 筑西市に必要な「おもてなし」とは？

- いろいろ考えてみたい

- ありのまま

Q5. 今後、筑西市はどのような観光交流をすべきだと思いますか？

- 良いところをいかに取り入れるか「交流」を大切に

- フルーツ観光交流や季節ごとのお祭り

Q6. 今後、筑西市の観光交流にご協力いただけますか？

- はい：11枚、いいえ：0枚、無回答：1枚



令和2年度委員

委員

内容

6.1 「筑西市観光振興推進協議会」委員等一覧

「筑西市観光振興推進協議会」委員等一覧

1. 委員等一覧

・令和3年3月現在 / ※順不同、敬称略

No.	役職	氏名	備考
1	特別顧問	鈴木 勝家	筑西市観光協会
2	会長	渡辺 一洋	株式会社筑波銀行
3	副会長	白井 佐智子	筑西市活性化プロジェクトちゅくたぐ
4	委員	永島 直樹	筑西市活性化プロジェクトちゅくたぐ
5	委員	天貝 和秀	下館青年会議所
6	委員	古橋 寛知	下館商工会議所 青年部
7	委員	篠崎 栄一	筑西市商工会 青年部
8	委員	飯島 成彦	下館レイル倶楽部
9	委員	石井 修	東日本旅客鉄道株式会社 下館駅
10	委員	石塚 茂雄	関東鉄道株式会社 常総線 下館駅
11	委員	池上 俊明	真岡鐵道株式会社
12	委員	諏訪 光一	ちくせい観光ボランティアガイド協会
13	委員	高野 史明	北つくば農業協同組合 営農経済部 特販課
14	委員	瀧 和子	下館珈琲まちなかプロジェクト
15	委員	藤村 俊文	真結酒造組合
16	委員	中川 行夫	特定非営利活動法人里山を守る会
17	委員	助川 喜昭	株式会社筑波銀行 筑西支店
18	委員	小沼 ななせ	ちくせい観光大使
19	委員	飯塚 まゆ	ちくせい観光大使
20	委員	池羽 由	ちくせい観光大使
21	委員	福田 沙織	ちくせい観光大使
22	委員	諏訪 有紀	ちくせい観光大使
23	委員	野寺 倫衣奈	ちくせい観光大使
24	委員	谷島 直哉	筑西市地域おこし協力隊
25	委員	高橋 俊介	筑西市地域おこし協力隊
26	委員	鈴木 一志	道の駅グランテラス筑西
27	委員	大木 幹子	筑西市経済部商工振興課
28	委員	大木 清	筑西市経済部観光振興課
29	委員	岩淵 里之	筑西市経済部農政課
30	委員	松村 佐和子	筑西市市長公室広報広聴課
31	委員	篠崎 正典	筑西市企画部企画課
32	委員	堀江 隆之	筑西市教育委員会文化課
33	参与	菅原 春彦	茨城県営業戦略部観光物産課
34	参与	上野 隆裕	筑波総研株式会社
35	アドバイザー	前 好光	合同会社FRONTLINE