

筑西市観光推進のための アクションプラン



平成29年3月
筑西市観光資源調査・発掘協議会



目次

- 1.本協議会の取組概要
- 2.本市の観光交流に関する調査・報告
- 3.協議会実施記録
- 4.観光交流の方向性
- 5.アクションプラン(AP)
- 6.参考資料
- 7.筑西市観光資源調査・発掘協議会委員等一覧



1.本協議会の取組概要

「筑西市観光資源調査・発掘協議会」設立の経緯

筑西市においては、通年で観光客の誘致が見込める観光資源の発掘が喫緊の課題となっており、既存の観光資源を活かしきれていない、かつ、潜在する観光資源を発掘できていない状況にあった。

観光客誘致のキーワードである「おもてなし」についても、市民ひとりひとりの機運醸成が望まれていた。

筑西市には下館祇園まつり、どすこいペア、あけのひまわりフェスティバル、小栗判官まつり等、歴史や風土に彩られた観光資源が存在するが、いずれも季節の風物詩であり、通年で楽しめるものではない。

また、市内には多様な歴史、風土、産業などの観光資源候補が豊富にありながら、それらの多くが観光客を迎え入れる体制が整っていない状況にあった。

そこで、既存観光資源の洗練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、観光客誘致の新たな取り組みにつなげ、市内の観光振興に寄与することが求められていた。

これらを実現させる手段として、筑西市の観光資源や観光振興について協議すべく、筑西市民、有識者等で構成される「筑西市観光資源調査・発掘協議会」を設立した。

協議会の目的

既存観光資源の洗練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、観光客誘致の新たな取り組みにつなげ、市内の観光振興に寄与する。

具体的には、

- ・既存観光資源の洗い出しと活用
- ・新たな観光資源の発掘と活用
- ・新たな取り組みのための提案、展開、実施、行動→アクションプランの作成
- ・観光振興のために必要な事項の取組
- ・「るるぶ特別編集筑西市」制作に対する助言

といった内容を協議会で議論をし、筑西市に提言を行う。

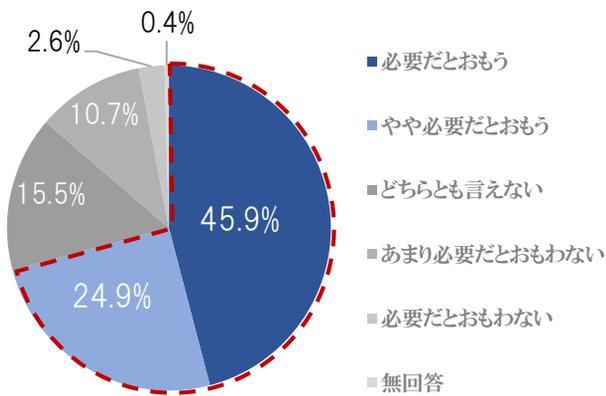


2.本市の観光交流に関する調査・報告

本市の観光交流に関する調査・分析

【市民アンケート結果】

まちの活力を維持するために
観光交流が必要だと思うか



■ 調査の目的

- 市民の観光交流に対する考え方や、地域資源に対する認識・評価等の把握。

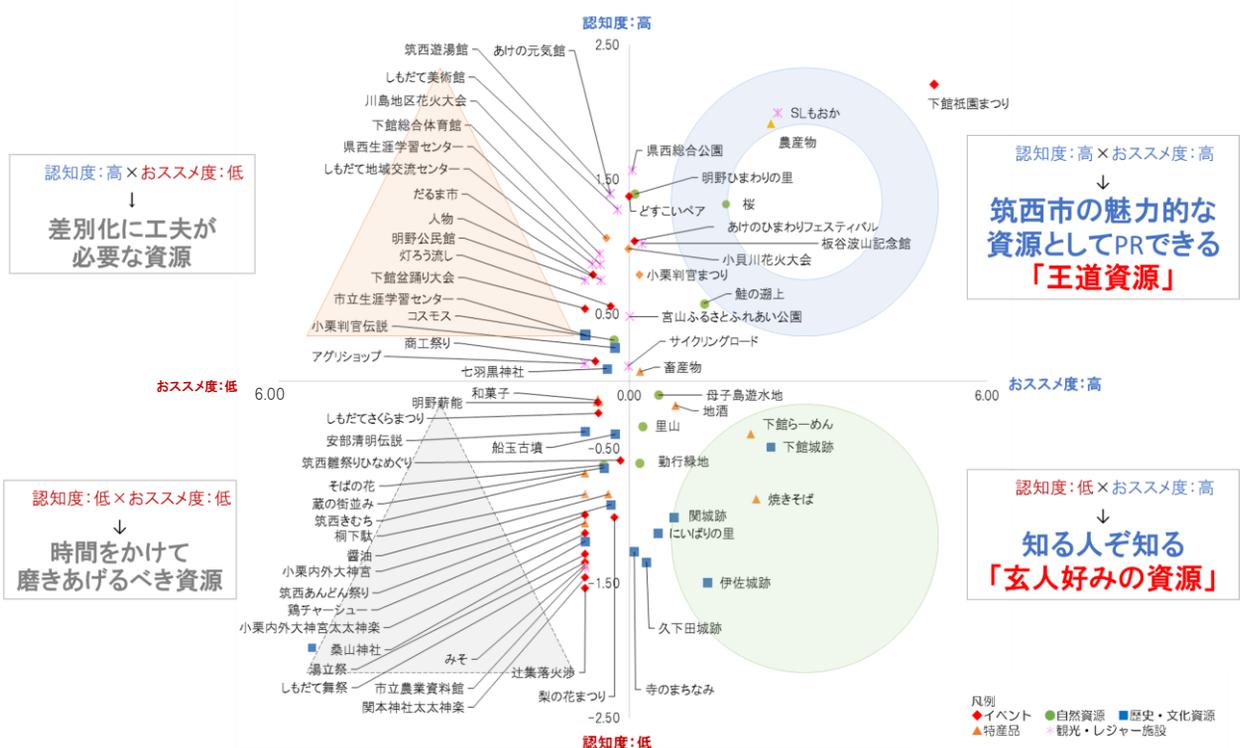
■ 調査結果要旨

- まちの活力を維持していくために、**約70%の市民が観光交流を「必要だと思う」「やや必要だと思う」と回答。**
- 各資源に対する認知度とおススメ度の視点から、地域資源を、4つのタイプに分類（下図）。

■ 施策の方向性

- 観光交流に対する「必要性の認識」から観光交流を担う「人材の育成」へ。
- 資源のタイプに合わせた**短期・中期・長期の戦略の立案。**

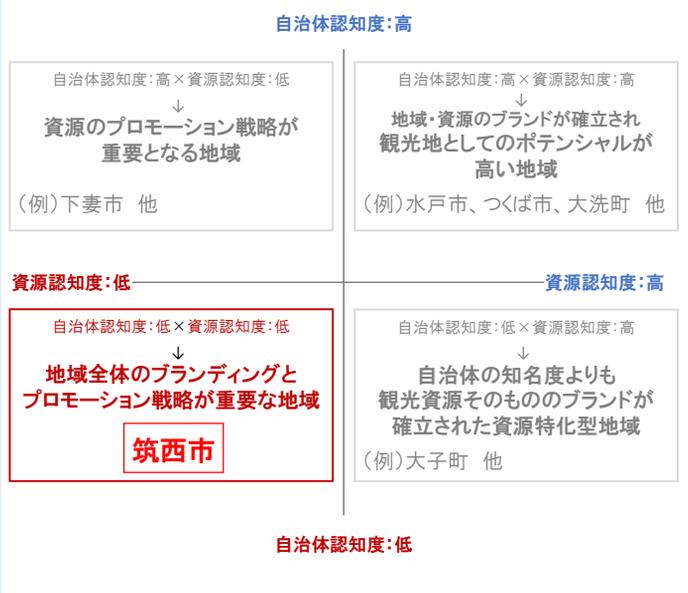
筑西市の地域資源分類表



本市の観光交流に関する調査・分析

【市場動向調査結果】

茨城県における筑西市および地域資源の位置づけ



■ 調査の目的

- ・ 誘客のターゲットとなりうる首都圏在住者に対し、筑西市および市の地域資源に対する認知度を把握。
- ・ 観光の視点から見た茨城県内における筑西市の位置づけの把握。

■ 調査結果要旨

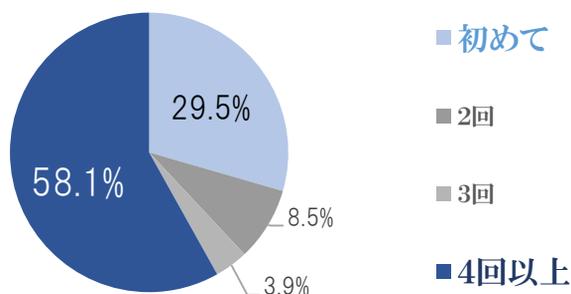
- ・ 首都圏在住者の筑西市および市の地域資源に対する認知度はあまり高くない。
- ・ 茨城県内における筑西市のプレゼンスは改善の余地あり。

■ 施策の方向性

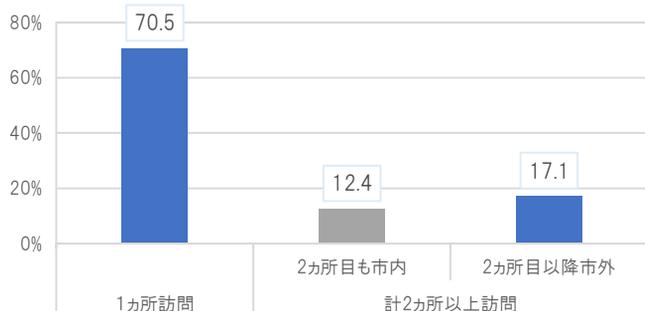
- ・ 地域資源の磨き上げなどによる市の知名度向上。
- ・ 明確なターゲット設定に基づく効果的なプロモーション活動の展開。

【観光客実態調査結果】

筑西市への来訪回数



観光客の訪問行程



■ 調査の目的

- ・ 筑西市における観光客の実態（来訪回数、交通手段、滞在時間等）の把握。

■ 調査結果要旨

- ・ 来訪者の多くは筑西市周辺に住む地元住民のリピーター。
- ・ 初めての訪問者も2番目に多かったが、2回目、3回目来訪者の割合が少ない。
- ・ 市内の1ヵ所のみ訪問する観光客が多く、市内を2箇所以上めぐる観光客が少ない。（回遊している観光客が少ない。）

■ 施策の方向性

- ・ 遠方からの初回来訪者に、再来訪してもらえる仕組みの構築（域外からのリピーター獲得）。
- ・ 観光客の滞在時間の長期化を図るための観光ルートの開発。

本市の観光交流に 関する調査・分析

【業界ヒアリング調査結果1】

旅行会社 国内旅行仕入販売担当プロデューサー 茨城県担当 T氏

国内旅行のパッケージ商品の商品企画を担当。主に茨城県と群馬県を担当。

各旅館やホテルの仕入れ販売をメインに日々どうやったらお客様が地域に増えるか、また宿泊件数が上がるのか企画中。

<現状>

「筑西市」と聞いて思い浮かぶのは、字のごとく、筑波山の西。そこからイメージを広げると田園風景や昔の日本の田舎というイメージがあり、今の筑西市は観光地と呼ぶのには程遠い。

良い面では、とにかく空が広いこと。またその町に対するホッとする安心感がある。しかし、新しい名前になったことで、「筑西市」と言われても、どの辺りなのかという場所がピンとこなくなったのは現状にある。昔の名前がどこにもないので、今後の展開が難しいのではないかと思った。

また、我々の業界目線で言えば、交通の便が悪く、観光としては何もないのでツアーを組むことは現状として難しい。

<今後>

例えば日本テレビ番組「満天 青空レストラン」。あの番組を見ていると、自然豊かなロケーションが近くにあるならば、団体旅行では難しいが、個人旅行では行きたくなるのではないか。親なら子供に自然というものを体験させたいという想いはあるのではないだろうか。そこでしか体験できないこと、その場だからおいしいと思わせるロケーションや農産物を最大限に活かしてみてもどうか。また参考場所としては、群馬県川場村のようなテーマパークのような道の駅を目指してみるのも一つの手。川場村の道の駅は、自然に囲まれた中で新鮮な農産物が販売しており、裏山では遊べるスペースもある。近隣の県外の人がそのために訪れたいくなるスペースを作ること第一の目標にしてみるといいと思う。

【業界ヒアリング調査結果2】

旅行会社 インバウンド事業開発プロジェクト長 K氏

日本におけるインバウンド事業を担当し、現在は新規事業を立ち上げるプロジェクトに携わる。インバウンドに特化し、外国人に向けてさまざまな仕掛けをしている。

<現状>

まず「筑西市」と聞いても、場所の検討がつかず「どこ？」と思わず聞いてしまうレベル。自ら足を運んだこともなければ、イメージすら持っていないのが現状。

「筑西市」の「筑」という漢字を見ると、福岡県の筑前の「筑」のイメージが先行してしまい、茨城県のイメージが少ない。

また現状では、明確な観光資源が目立っておらず、インバウンド事業でもなかなか取り上げにくい。人を呼ぶためにはその場へ行って楽しめること、時間が潰せることが絶対条件だと考える。イメージもなく「筑西市」の良い面も悪い面もわからないが、何だかよくわからないということは悪い面ではある。

<今後>

「筑西市」ならではのものや、そこに行かないと体験できないもの、また目新しさがないと人はなかなか呼べない。那須の方に、地元で収穫されたお米を使い、それを釜戸で炊いたお店があった。地元で採れた食材を使い、おかずと合わせて1,000円くらいで提供していた。そこは地元の人だけでなく、観光客もたくさん訪れていたようで、お昼時は満席。そういった地元ならではのものは、県外の人には喜ぶのではないか。

【業界ヒアリング調査結果3】

旅行会社 電子チケット事業開発担当部長 I氏

おでかけ電子チケットサービス「PassMe!」のサイト立ち上げから運営まで担当。日帰りやおでかけの分野に特化し、さまざまな仕掛けをし、チケット販売増加に注力している。

<現状>

合併前の地名の認識が強く、「筑西市」という地名を聞いてもあまり場所のイメージつかないのが現状。良い面は特に浮かばないが、その「何もない」というところが良い部分ではないか。

また、観光地というより、農作物の産地というイメージが強く、「筑西市」に行く目的やきっかけがないのが他県から人が来ない理由でもあると考える。

さらに、高速道路も通り便利になったことが逆効果になりどこかへ行く寄り道のルートからも外れてしまった。“おでかけ”という観点から言えば、「あそこへ行こう」というスポット、テーマ、時間の過ごし方などいずれかに引っ掛けられないと難しいのではないかと思う。

<今後>

多くの農産物を作っているが、これといって突出したものがないのが現状でもあるので、例えば「筑西市」オリジナルのいちごブランドなど、地域全体で協力し、看板となる農作物を作ってみてはどうか。

ただ、「ひまわり畑」と「常陸秋そば」、「梨」が中でも人が呼べるものとして存在しているようにも見える。しかし、それだけではやはり観光地としては弱く、時間は潰せないので、隣接している地域と組み、盛り上げていくというのも一つの手法だと考える。

現状を見る限り、良質な農作物を作っているなら、それを活かしていくのが一番自然ではないか。

例えば、産地としての強みを活かし、「家庭でも簡単に育てられる〇〇(農作物)キット」などを通販し、観光客を呼ぶという考えから、シフトするのもいいのではないだろうか。

モニターツアー による調査

筑西市モニターツアー 平成28年12月4日(日)開催

筑西市をより知ってもらい、かつ外部からの目線で感じた意見を吸い上げて、今後の観光推進に結び付けることを目的として、平成28年12月4日(日)に市外・県外から27名に参加いただき、「筑西市モニターツアー」を実施した。

モニターツアー中にはアンケートも行い、参加者から、筑西市に対する印象を挙げてもらった。

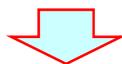
【当日の行程表】

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・しもだて美術館・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】	====
10:30	11:00	東睿山千妙寺
	13:50	15:30
====	吉野農園【昼食・収穫体験】	====
12:10	14:20	小栗判官まつり見学【行列・凱旋式】
	16:30	
====	来福酒造見学	====
15:50	18:15	宇都宮駅東口
		====
		栃木銀行本店営業部前
		18:30



【参加者から挙げられた筑西市に対する印象(抜粋)】

- ・歴史・文化・食と魅力にあふれている街だった
- ・各分野のツアーをつくってみてはと思った ・板谷波山など有名な方が多い街
- ・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
- ・発信すべきスポットの多さに驚いた ・地域の人柄が良いと感じた
- ・レトロな街並み ・SL・体験・祭りは子どもに受けると思う
- ・文化・酒蔵は年配の方に受けると思う
- ・自分の地元にも気づかない魅力があるので気づかされた
- ・地元を愛する方によって築かれた街だと感じた



実際に市外・県外の方から見た筑西市の印象は、地元目線で受ける印象と異なる。良い印象のものは、素直に受け入れて、今後の観光推進に活かしていくべきである。



3.協議会実施記録

第1回協議会 平成28年9月9日(金)開催

最初に協議会設立の目的と事業内容について説明を行い、筑西市、ならびに協議会各委員との間で、双方の認識のすり合わせを行った。

筑西市は旧4市町が合併して新設されたが、自身が住んでいる以外の地域の観光資源を知らないことも多い。そこで各委員に、筑西市内の観光資源を再確認いただいた。

その後、筑西市に必要なものは何か、各委員からの意見集約を行った。

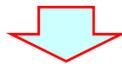
とりわけ「食」を活用することが、観光促進にもっとも即効性があるという意見が多く出された。

【主な意見】

- ・通年で観光客を呼べる資源の醸成
- ・他の地域に誇れる食(下館ラーメン、キングポーク、紫峰牛など)の発信
- ・希少価値のある食文化(モロサメ)の発信
- ・里山や工場見学など、「体験」を取り入れた新たな資源の発掘
- ・鉄道3線が集中しているアクセスの活用 など

各委員から出された意見の通り、筑西市には良い素材がたくさんある。外部からの目線で見れば、より顕著に感じられる。各委員の目指すべき方向性を一つにすることで、さらに素晴らしい検討ができて行くはずだ。

次回の協議会では、より深耕させた資源の掘り起こしを行う。



筑西市には良い素材がたくさんある。その素材を内部から磨き上げていくことが求められる。そのためには、抽出されたキーワードを基にして、より深い議論を重ねて行く必要性がある。

第2回協議会 平成28年10月6日(木)開催

茨城県の観光戦略を藤井参与(茨城県商工労働観光部観光局観光物産課課長補佐)より説明いただいた。具体的には観光客消費額、宿泊観光客の増加を茨城県として取り組み、さらには茨城空港の活用、インバウンドの強化を推進させ、おもてなし日本一を目指している。

当然のことながら、筑西市の観光戦略も茨城県の観光戦略に則ったものでなければならぬ。筑西市単独ではなく、筑西市が茨城県と連携を図ることが、観光拡大には不可欠であると言える。

第1回協議会の内容を振り返り、今回は各委員からアイデアを出してもらった。

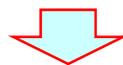
【主な意見】

- 地産地消の推進
- 「食」をアピールできるイベントの設定
- サイクリングの活用
- 川遊びを活用したアクティビティ
- 「サケの遡上」という希少価値のあるものの活用
- 宿泊させる仕組みづくり＝地元にお金が落ちる仕組みづくり
- 全国的に有名な観光資源の積極的な活用(東叡山金剛寿院千妙寺など)
- SNSの活用による「下館」ではなく「筑西」のブランド化

意見をまとめると、大きく「食」・「動線」・「イベント&アクティビティ」・「観光スポット」の4つのカテゴリーに分けられる。次回以降の協議会では、ワークショップ形式でこのグループごとにさらに深い議論を行い、具体的なアクションプランを導き出して行く。

前アドバイザー(合同会社FRONTLINE代表)より、今後の議論を進めるためのポイントについて、レクチャーを受ける。

- 優先順位を付ける＝地元の皆さんが一致団結して取り組むことがベースになる
- 「genius loci(ゲニウス・ロキ)」＝土地それぞれの流れや経緯を理解して、現在の状況を整理する
- 未来の共有＝子や孫の世代までの「筑西市の未来像を共有すること」
- 曖昧の排除＝目指すべき姿・形、ゴールを明確にさせる
- 地域にしかない食材の活用＝ブランド化を含めたアプローチは重要



「食」・「動線」・「イベント&アクティビティ」・「観光スポット」の4つのカテゴリーに分けて議論を深めて行く。優先順位を付けて、何を進めて行くべきかを明確にさせる。

第3回協議会 平成28年11月10日(木)開催

「食」・「動線」・「イベント&アクティビティ」・「観光スポット」の4つに分けて、具体的に何をすべきか、ワークショップ形式で議論を進めた。

具体的な案を導くには、何から着手するのかを明確にさせ、その上で課題は何かを考え、さらに課題の解決策は何かを検討する事が求められる。

【優先順位の整理①】

- ・「できるもの」「できないもの」に分け、何から着手すべきかを検証
- ・優先順位の高低を付ける

【優先順位の整理②】

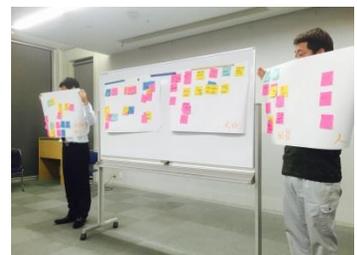
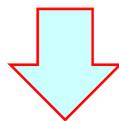
- ・価値の高いもの、取り組みやすいものを2~3個に絞り込む
- ・時間的、金銭的、物理的制約の有無や、現実的な実現性の可否も考慮する

【課題の整理】

- ・抽出した案件に対する課題を検証する
- ・様々な課題のうち、どの課題から解決して行くか優先順位を決める
- ・課題の優先順位に従って取り組むべき案件の優先順位を設定する

【課題の合意】

- ・相互に課題の確認＝合意を図る
- ・課題に対する具体的な解決策を考える＝協議会の最も重要な役割の一つ
- ・アクションプランに落とし込む事を前提とする



優先順位の設定、課題の抽出と解決策から検証する事で、実現可能な具体的なアイデアを導き出すことが可能になる。

第4回協議会 平成28年12月9日(金)開催

前回までの議論、ならびにワークショップでの検討を踏まえ、課題の解決策を共有して、具体的なアイデアに対する検証を行った。

協議会として、具体的に何をしていくべきかの最終的なまとめに入った。

【解決策の検討】

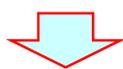
- ・前回までの議論を再確認(振り返り)
- ・各委員の課題の解決策を共有

【事業アイデアの検討】

- ・具体的に事業化する前提でアイデアを出し合う
- ・各カテゴリで検証を進める事業アイデアを1つに絞り込み、検討を重ねる
- ・内部(市民)目線と外部(市外・県外)目線の両方から考える

【各カテゴリの検証内容】

- ・次ページ以降に掲載



各カテゴリごとに課題や具体的な案を議論したが、個別ではなく複数のカテゴリで関連性が認められる。つまり、それぞれの課題や具体案を掛け合わせると、より良い案が出て来ると考えられる。



第5回協議会 平成29年1月19日(木)開催

第5回協議会を含めて合計で3回のワークショップを行い、内部(市民)の立場から、様々な筑西市の観光資源を検証し、あるいは掘り起しを行い課題の抽出を行った。さらには課題の解決策を講じて、実際に事業として進めて行くに当たり、何が必要になるかを各委員が主体的に考え、解決策(具体的な案)を策定するに至った。

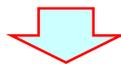
改めて、各カテゴリー単体(点)で進めるのではなく、各カテゴリーを面として捉えることが必要である。

各種調査における、筑西市の実態も浮かび上がってきた。東京圏の8割近くの人が筑西市を知らない現実を認識して、どのようにしたら本当に観光客を呼び込めるかをさらに考えて行かなければならない。短期的に取り組むものと、中長期的に取り組むものとに分けて、再度、課題と取り組むべき事項の整理を行い、実行計画になり得るアクションプランの策定を行う。

同時に、インバウンドへの取組も行う事が求められる。

(インバウンド取組例)

- ・各種媒体の多言語化対応
- ・音声タブレットの活用
- ・外国が対応ができるガイドの育成



これまでの協議会、ワークショップでの議論と検討により、内部(市民)から見た筑西市の観光資源の実情と可能性について、掘り起こす事ができつつある。また、モニターツアーによる外部(市外・県外)から客観的に見た筑西市の素材の良さも抽出できた。

今後、何を実行して行くのか、短期的な視点から取り組むべきものと、中長期的な視点から取り組むべきものとに分けて進めて行くべきである。

以上を踏まえて、来年度以降、具体的に実践できるアクションプランの作成を行う。

第6回協議会 平成29年2月17日(金)開催

協議会で議論した内容をアクションプランに落とし込むために、再度、各委員から具体的な事項に対する意見の集約を行った。

【主な意見】

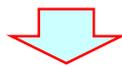
- 「道の駅」との連携が必要
- 観光果樹園の実現
- 「食」の魅力の発信
- SLを活用したイベントの実施
- 下館駅から歩いて街なかを楽しめるコースの策定
- プロモーションツールとしてのSNSの推進

目に見える形でのアクションと同時に、ソフト面で取り組まなければならない事項についても、数多く挙げられた。

【ソフト面で必要となる取組】

- おもてなしの強化
- 観光果樹園を実現させるためのノウハウの蓄積と後継者育成
- ボランティアガイドの増加と人材育成
- 駐車場や公共トイレを地図へ掲載
- お互いの地域をお互いに知り合う

ゴールが形としてわかりやすいものだけではなく、ゴールにたどり着くためのプロセスに対する取り組みも、アクションプラン策定には重要だと考えられる。



協議会で出された意見や議論を十分に踏まえた上で、具体的な取組推進事項だけでなく、ソフト面から推進して行くべき内容も取り入れたアクションプランを策定する。

第7回協議会 平成29年3月17日(金)開催

これまでの協議会での議論内容を踏まえて、アクションプラン(案)を提示。事務局より内容の説明を行い、委員より最終的な意見集約をいただく。

【主な追加意見】

- ・継続的な運営を行っていくために課題として残る人材育成への対応の必要性
- ・「食」の分野で新商品の開発を行うべき

また、前アドバイザーからは、次年度以降に向けて3点のアドバイスをいただく。

①内部に対する目線

- ・観光振興はエンドレス。アクションプランを策定してからが本当のスタート。
- ・協議会には筑西市を盛り上げるためのサポートの継続を行ってほしい。

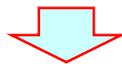
②外部に対する目線

- ・旅行業界の得意分野は「売れるものを売ること」。
- ・売れるものを作るのは、あくまでも地元の皆様である。

③アクションプランの主役

- ・主役は筑西市民一人ひとり。
- ・「民」の力を発揮してアクションプランを行動に移すことが重要。
- ・協力して筑西市が一つとなって取り組むことが大切。

以上を踏まえて、アクションプランを固める。



今回の協議会での意見を踏まえて、最終的なアクションプランの策定に至る。協議会としても主体的にアクションプランの実行に関わり、リーダーシップを取っていくことが求められる。



4.観光交流の方向性

人口減少・人口流出と地域活性化

「筑西市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」によると、2040年までに2010年の人口より30,981人(-28.5%)の減少が見込まれている。全国の平均減少率が16.2%減であることを考えると10%以上も高い数値になっており、本市の深刻な問題であることがうかがえる。

さらに若年世代の就学、就職などに伴う転居による人口流出のリスクも心配されており、本市の活性化は急務の課題といえる。

全国各地で地方創生を御旗に地域の人や雇用をどのように維持していくか、その手法の一つとして観光力活用への注目度は高い。観光は、いわば外貨の獲得を意味し、地域の縮小化する経済を補填する有効な施策として期待されている。

中心市街地の衰退や産業の空洞化などが一朝一夕に解決することは難しく、本市が有名観光地のように連日大型バスが入ってくるようなまちづくりを目指すというものでもない。

まさに今、地域、産業、文化、人々などあらゆる地域資源を業際的につないでいく、観光力の機能を活用することで、新たなムーブメントを地域に醸成させなければ、次代の安心できるふるさとの維持は厳しくなってきたことだけは確かなようである。

求められる“一体感の醸成”と“個性の研磨”

2005年に1市3町が合併して誕生した本市。すでに10年以上の時を経てきた。旧地域の文化や風習は、そこに暮らす人々の大切な記憶であり、人々そのものの生きてきた証であることはいまでもなく、平成の大合併が、様々な地域で“アイデンティティの喪失”との抗いと無縁ではなかったのは事実であり、どれだけの月日が流れても否定されるものではない。

しかし、観光交流の現場においては、地域の境界線は、県境ですら、ほぼ意味を持たない。ましてグローバルな人々の交流が始まった現代、地域、自治体、国々の間ですらボーダーレス化が、さらに進行していくことは誰の目にも明らかである。

既知のとおり、観光交流客というものは、その地域の魅力に対してのみ反応し消費行動をとる。インターネット社会の現代ならなおのこと、そこにいくら有名な地域の名称があっても人々の関心は、そこに向かないものである。魅力＝コンテンツこそが、唯一、人々が動く原動力になっている。

そういう点においては、今、本市に必要なのは、各地に埋もれている資源の個性を相互に客観的に評価し、その魅力を磨きあうことである。各々の地域の個性を改めて棚卸しながら、気づき、発見し、敬い、繋ぎ、面としての本市の強みを再構築する好機ともいえる。

アクションプラン(AP) その位置づけ

アクションプランは、
進むべき道の地図
である。

“観光交流”という生き物は、曖昧なものである。人々の多くが自分の内面でしか体験値をもっていないことが多いからだ。それは帰省であったり、ハネムーンであったり、気の置けない仲間との時間であったり、誰一人として同じ体験をもっていないため、“観光施策”の解釈は、その言葉のまま自由に解釈してしまうという特性がある。

本市は、京都や鎌倉、軽井沢のような年間数百万人もの人々を迎え入れている観光立市とは異なる。だからこそより具体的なアイデアや誰でもがイメージできるもので、道を示さねば結束して進んでいくことは難しい。

本アクションプランは、まさにその地図の役割を果たすものに他ならない。

アクションプランは、
関わる人々の約束
である。

“観光交流”には、ゴールというものがない。そこに地域がある限り、そこに訪ねる人々がいる限り、“観光”は、時間を重ねていくものである。それはやがて伝統や文化などと呼ばれることになったりもするが、その多くは人の力の積み重ねによってのみ生まれてくる。

関わる人々は、同じ地図を携えながら、どこまで進むかを約束してこそ、地域は、初めて一つの方向へ向かう準備ができてくる。行政、組織、企業、市民を問わず、この約束を実現するための協議を幾度も繰り返してきた。

本アクションプランは、その果たすべき約束を現したものに他ならない。

アクションプランは、
成果へ向けた実践
である。

“観光交流”のよい“送り手・創り手”になるためには、よい“受け手”でもなければならない。そしてそうなるための答えは、訪ねてくる人々の中にしか正解がないのが一般的である。人々が何を求めて、何をしてほしいのか、先回りして見つけてくる地道な作業でもあり、それが“おもてなし”と呼ばれることもある。

ゲストの数だけニーズがあり、評価もある。何が正しいか、否か、その多くは結果からしか見つけられないことも多い。常に繰り返す実践のその先に、成果や内外の評価が見えてくることは、多くの観光先進事例が証明している。

本アクションプランは、本市がはじめて挑む実践のためのリストに他ならない。

本事業では、上記を踏まえ取り組むべき具体的なタスクを
“アクションプラン”として次章にまとめた。

筑西市の
観光振興のイメージ

筑西市の観光振興のイメージ

【イベント・アクティビティ】

- ・里山体験
- ・産業観光
- ・歴史散策
- ・鮭の遡上
- ・

【観光スポット】

- ・グルメ
- ・SL
- ・道の駅
- ・母子島遊水地
- ・

見る・体験
する

観光客

「食」を活用

【食】

- ・筑西グルメ(下館ラーメン、常陸秋そば等)の開発
- ・道の駅から発信(「モロ」の商品化、特産果樹の商品化)
- ・グルメルートの開発

食べる

【動線(駅までどう呼び込むか、駅から降りてもらうには)】

- ・二次交通の検討
- ・SLの活用

受入態勢の整備

おもてなし向上

インバウンド対策



5.アクションプラン(AP)



アクションプラン
の全体像

<p>1. 観光客に滞在していただく 仕組みづくり</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル、サイクルステーションの設置 ・駅を中心としたイベントの実施 ・下館駅構内コンテナハウスの利活用 ・歴史をテーマとしたルートづくりとスポット整備 ・サイクリングによる周遊ルートの提案 ・周遊マップの作成 <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅前に集客力のある施設を設置 ・観光客が宿泊したくなる仕組みづくり <p>【中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自転車専用道路の設置 ・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 ・主要拠点や観光拠点を結ぶ定期運行バスの実施
<p>2. 観光商品の開発</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットに応じた観光拠点の選定とコースの設定 ・イベント等に駐車場の確保を図り、観光バスを呼びこむ。 <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデルコースの課題整理と今後の対応・検討 ・観光関係事業者との連携強化による観光商品の開発
<p>3. 県内・県外での プロモーションの強化</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「筑西市のベストショット」の募集 ・ちくせい観光大使によるSNSを用いた情報発信 ・名刺裏面や商品パッケージなどを利用した情報発信 ・新たな地での観光PR <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・写真映えする(フォトジェニックな)場所の発掘・開発 ・公共施設の「筑西の情報発信基地」化 <p>【中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周辺観光地との広域連携→市町を超えた周遊ルート構築
<p>4. 「食」資源の充実</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筑西ならではのポスター等の作成 ・大使を活用したPR <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅を拠点としたグルメ開発 ・筑西グルメを味わえるルートの開発 ・食資源のブランド化 <p>【中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お土産の開発 ・観光タクシーの導入 ・観光果樹園の創設



<p>5. 体験型観光の推進</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筑西市のイベントを体験できるメニューの開発 ・体験型観光推進のための補助金制度の検討 <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山を活用した体験型観光メニューの充実 <p>【中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ネイチャーセンターの整備 ・川下り等、川を活用した体験型観光メニューの開発
<p>6. 「おもてなし」の向上</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光振興の必要性や観光資源の再認識を図る研修会の実施 ・「おもてなし」向上を図る研修の実施 ・市内小中学校における観光教育の推進 ・広報媒体を活用した市民の「おもてなし」意識啓発の推進 <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「おもてなし」推進団体との連携、ガイドの人材育成
<p>7. インバウンド対策の推進</p>	<p>【短期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応の各種媒体の作成 ・インバウンド商談会等での積極的なセールス <p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド観光に取り組む人材の育成 ・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 ・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
<p>8. 関係諸機関との連携推進</p>	<p>【短期～中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京都台東区との連携 ・鉄道沿線自治体等との連携 ・隣接市町等との連携 ・市内のまちづくり・観光振興団体との連携 <p>【中長期的アクション】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国報徳研究市町村協議会加盟自治体等との連携 ・陶芸を連想できる自治体等との連携 ・伊達家のつながりで想定される自治体等との連携 ・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 ・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 ・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 ・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 ・産学官金の連携

**短期的
アクションプラン**
可及的速やかに
取り組むべき
アクションプラン

**短期～中長期的
アクションプラン**
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

**中長期的
アクションプラン**
中長期的な取り組みを
通じて動向などを
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

イベント時に限らず、常時の誘客を目指した、筑西市を訪ねていただける、また、少しでも長く滞在していただけるような、筑西ならではの観光資源の充実を図るとともに、それらの観光資源を巡る動線の確保についても検討する。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
鉄道会社、タクシー会社 等

滞在時間の延長に
ついての考え方

- ・当市は、鉄道路線が3つも集まって東西南北に走る下館駅、都心近郊で通年定期運行している真岡鐵道のSLと、鉄道関連で優れた観光資源を有している一方、鉄道目的の観光客にとっては通過点になってしまっているのが現状。鉄道で集めた観光客を駅の改札外に出させる仕組みが必要である。
- ・滞在時間を確保するためには、複数の観光スポットを巡るための仕組みと手段が必要であり、そのためには二次交通の整備が必須となる。
- ・健康志向の高まりやスポーツツーリズムの普及に伴い、近年茨城県でもサイクリング事業に力を入れている。二次交通に頼らず、滞在時間も比較的長いサイクリング愛好者(以下、サイクリスト)は、需要が高く常時誘客が可能な対象と言える。
- ・市内には、全国的に有名な人やモノとゆかりの深いものが多くある。これらをキーワードとして観光資源の中に位置づけることで、テーマ性を持ったターゲット層をつかむことができる。



具体的アクション

◎二次交通の確保

【短期的アクション】

「レンタサイクル、サイクルステーションの設置」

・駅から観光地スポットに至る手段として、レンタサイクルを用意し、観光スポット等にサイクルステーションを設置することで、市内に回遊性を持たせる。

【中長期的アクション】

「自転車専用道路の設置」

・レンタサイクルの普及やサイクリストの誘致を進めた場合の安全性を確保すべく、自転車専用道路を設置する。

「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」

・現在は福祉目的がメインのデマンドタクシーを観光客も利用できるようにする。また将来的には定額制とし、市内ガイドもできる観光タクシーを創設することで、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する。

「主要拠点や観光拠点を結ぶ定期運行バスの実施」

・定期運行バスを実施し、観光拠点に加えて公共施設等の主要拠点を結ぶ。

◎鉄道のまちとしての魅力向上

【短期的アクション】

「駅を中心としたイベントの実施」

・イベント列車運行、駅から街歩き等のイベントを企画し、一度筑西市に来てもらうきっかけづくりとする。

「下館駅構内コンテナハウスの利活用」

・下館駅内コンテナハウスの活用した鉄道・SLグッズなど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などを整備し、駅周辺の魅力を向上させる。

【短期～中長期的アクション】

「駅前に集客力のある施設を設置」

・農産物直売所や観光案内所、電車の車両、SL転車台など、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。

具体的アクション

◎周遊力の強化

【短期的アクション】

「歴史をテーマとしたルートづくりとスポット整備」

・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、紙媒体など)

「サイクリングによる周遊ルートの提案」

・結城・筑西・桜川の3市共同作成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。

「周遊マップの作成」

・駐車場やトイレ、飲食店、緊急時の病院など、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して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。

【短期～中長期的アクション】

「観光客が宿泊したくなる仕組みづくり」

・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。

2. 観光商品の開発

筑西市の魅力を活かした定番の観光商品(ツアー)が乏しい状況。旅行会社等との連携により、観光商品の開発に取り組む。「食」や「体験型観光」などを組み合わせ、筑西ならではの商品開発を目指す。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会 等

観光商品の開発に
ついでの考え方

・筑西市において、観光商品に組み込まれているイベントの例として、「あけのひまわりフェスティバル」が挙げられる。「あけのひまわりフェスティバル」は例年、市内外から多くの観光客があり、「はとバス」等観光バスツアーのルートに組み込まれるなど、リピーターが見込まれるイベントとして定着してきている。

※「あけのひまわりフェスティバル」：平成28年は6日間で6万人、平成27年は9日間で9万人の入込客。8月下旬から9月上旬開催。

・昨年12月には、宇都宮方面からの観光客を想定し、「小栗判官まつり」と酒蔵を巡るモニターツアーを開催し、参加者からの意見の収集を図った。

・モニターツアーの分析・検証や観光事業者との連携を図ることで、筑西ならではの観光商品を開発に繋げていく。

具体的アクション

【短期的アクション】

「ターゲットに応じた観光拠点の選定とコースの設定」

・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。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、学習グループ向けなど。併せて道の駅を拠点としたコース設定も行う。

- (例)
- | | |
|--------|---------------------------|
| 若者向け | ：神輿、下館ラーメン、和菓子、・・・ |
| シニア向け | ：板谷波山記念館、母子島遊水地、中館観音寺、・・・ |
| 学習グループ | ：しもだて美術館、東睿山金剛寿院千妙寺、・・・ |

「イベント等に駐車場の確保を図り、観光バスを呼びこむ」

・「下館祇園まつり」等、既存のイベントについても、例えば、観光バスの駐車場を手配し、事業者へ情報提供することで、観光商品化に繋がる。

【短期～中長期的アクション】

「モデルコースの課題整理と今後の対応・検討」

・観光資源の磨き上げとして、モデルコース設定における課題を整理し、対応について検討する(二次交通、食、店舗の協力などの課題が想定される)。

「観光関係事業者との連携強化による観光商品の開発」

・観光資源についての情報提供等、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。筑西市のような都市の商品化に取り組んでいる事業者を選定し効果的な情報発信を図る。

3. 県内・県外でのプロモーションの強化

観光資源の充実やおもてなしの向上とともに、観光地としての魅力付けのためにはプロモーションの強化が必要。県内外の各種イベントを活用したPR活動やSNSの活用により、筑西市の観光面での認知度向上を図る。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
道の駅(H32年開設予定) 等

プロモーション強化に
ついての考え方

- ・インターネットやソーシャルネットワークサービス(以下SNS)の普及により、個人が情報を収集・拡散していく現在では、口コミの範囲は市内外を問わず、いかに観光客自身に筑西市を発信してもらえるか、仕組みを作るかが重要となる。
- ・その一方で、インターネットをあまり利用しない層や筑西市に意識を向けていない層にとっては、イベントなど従来通りの対面的なPRが依然有効である。新たなPR先を開拓することで、今まで筑西市の情報に触れることの少なかった新たな客層を捉える必要がある。



アクションプラン の詳細

具体的アクション

【短期的アクション】

「筑西市のベストショット」の募集

・「筑西市のベストショット」を募集、最も反響のあった写真の投稿者に特典をプレゼントするようなSNS上での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。

「ちくせい観光大使によるSNSを用いた情報発信」

・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。

「名刺裏面や商品パッケージなどを利用した情報発信」

・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など、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。

「新たな地での観光PR」

・「筑西市の地域振興に関する協定」を活かし、筑波銀行やJTBなどが後援、共催、提携しているイベントなどに積極的に参加し、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。

【短期～中長期的アクション】

「写真映えする(フォトジェニックな)場所の発掘・開発」

・SNS(インスタグラム・facebook・ツイッターなど)に投稿してもらえるような写真映えする(フォトジェニックな)場所の発掘、開発を図る。

「公共施設の「筑西の情報発信基地」化」

・人々の交流する拠点となるスピカ本庁舎の案内所、道の駅などを「筑西の情報発信基地」として活用するため、旬な話題を即座に周知できる体制を構築する。

【中長期的アクション】

「周辺観光地との広域連携→市町を超えた周遊ルート構築」

・益子町や茂木町など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。

(例:陶器市でのレシート提示で、特典がもらえる協力店・イベントなど)



4. 「食」資源の充実

観光誘致に向け、「食」資源の充実が不可欠。筑西ならではの「ソウルフード」、ブランド化を図るべき農産物等の特産品を活用した「食」の開発と既存「食」資源の多様な情報発信に取り組む。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

北つくば農業協同組合、
道の駅(H32年開設予定)、
下館商工会議所、筑西市商工会 等

「食」資源の充実に
ついての考え方

- ・当市は、自然豊かで肥沃な大地で育った農・畜産物や昔から食べられているソウルフードなど、多彩な食資源の宝庫である。
- ・しかしながら、農産物などを使用した6次産業化やブランド化については、積極的な推進が今まであまりなされなかった。
- ・筑西市を訪れる人が、「筑西にはおいしいものがたくさんある！」とあっていただく仕組みづくりが必要である。

具体的アクション

【短期的アクション】

「筑西ならではのポスター等の作成」

・当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、筑西市の魅力向上が図られる。

「大使を活用したPR」

・市外、県外にPRをすることが多いふるさと大使や、ちくせい観光大使の名刺が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により、筑西市への足を運んでもらうことができる。

具体的アクション

【短期～中長期的アクション】

「道の駅を拠点としたグルメ開発」

- ・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」(ネズミザメ)を活用した料理の開発・製造・販売を行う。具体的なモログルメとして、「モロバーガー」・「モロドック」などが挙げられる。
- ・また、当市で豊富に穫れる果物等を使ってのスイーツの開発・製造・販売を行う。例としてジェラートやかき氷などに筑西市産の「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いただける。

「筑西グルメを味わえるルートの開発」

- ・筑西市のグルメスポットに立ち寄れる観光ルートの開発を行い、それらを観光客に示すことにより、移動距離や所要時間等が把握でき、回遊をしやすくすることができる。ルートごとにスタンプラリーを実施し、協賛店などから商品を贈呈する。

「食資源のブランド化」

- ・日本一の収穫高を誇る「こだますいか」、県内一の収穫高を誇る「梨」、県内有数の収穫高を誇る「いちご」などのブランド化を推進していく。商品を手にする方は、まずはパッケージに目が行くことから、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、販売促進を行う。

【中長期的アクション】

「お土産の開発」

- ・お土産を普及させることにより、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をすることができ、交流人口の拡大に寄与できる。例えば、「下館ラーメン」のお土産化を図る。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により、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、当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。

「観光タクシーの導入」

- ・観光ルートを定額で回遊できる観光タクシーを常設。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など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。

「観光果樹園の開設」

- ・農家の皆さんの協力により、観光果樹園を開設し、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、当市の農産物のPRができると同時に農家の収益の一助になり、ひいては後継者不足の解消に寄与できる。

5. 体験型観光の推進

新たな観光誘客として、里山体験、収穫体験、工場見学など、筑西ならではの資源を活用し、「体験型観光」の構築を図る。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
各市民団体(NPO法人里山を守る会等)、
各民間施設(ザ・ヒロサワ・シティ等) 等

体験型観光の推進に
ついての考え方

- ・旅行者の価値観やライフスタイルの変化等により、現在の観光に対するニーズは、「見る観光」から「体験する観光」へ変わりつつある。また、自然とのふれあい、安らぎなど、経済的な豊かさよりも精神的な豊かさを重視する傾向も高まっている。しかしながら、各観光地等受け入れ側は必ずしもこの変化に対応しきれていない。
- ・当市においても、受け入れ体制に課題があり、それらを解決することが必要である。筑西市ならではの資源を活かし、既存の体験型観光メニューの洗い出しや今後見込めるメニューの開発が必要である。

具体的アクション

【短期的アクション】

「筑西市のイベントを体験できるメニューの開発」

・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、筑西市のイベントを体験できるメニューの開発をする。

「体験型観光推進のための補助金制度の検討」

・体験型観光推進のための補助金制度の検討をする。各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。

【短期～中長期的アクション】

「里山を活用した体験型観光メニューの充実」

・筑西市の里山「五郎助山」等を活用した体験型観光メニューの充実を図る。
(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)

【中長期的アクション】

「ネイチャーセンターの整備」

・ネイチャーセンターの整備をし、自然体験等の体験型観光の拠点を作る。

「川下り等、川を活用した体験型観光メニューの開発」

・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。

6. 「おもてなし」の向上

筑西市を訪れた方に満足していただけるよう、市内における観光振興の重要性や観光資源の魅力、新たな観光資源発掘の必要性について、市民や観光関係者が理解を深めることで、事業者や市民の「おもてなし」の向上を図る。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
鉄道会社 等

「おもてなし」の向上に
ついての考え方

- ・茨城県においては、「おもてなし日本一」を目指していくために、平成26年11月に「いばらき観光おもてなし推進条例」が施行された。
- ・当市においても、人口減少への対応として、将来に向けての定住促進に繋がるよう、交流人口の拡大を図る観光振興、とりわけ、イベント時以外の常時の観光誘客が喫緊の課題となっており、これまで以上に「おもてなし」の向上を図って行く必要がある。
- ・そのために、市民や観光に関係する事業者をはじめ、観光関係団体等による、筑西市の魅力の積極的な発信、郷土愛の醸成、観光づくりのための人材育成、交通等ハード面の整備など、様々な取り組みとともに、市民が、筑西を訪れた人を、真心のこもった笑顔とあいさつで温かく迎え、誇りを持って筑西市の魅力を伝えていくこと、筑西市を訪れた人が「また行きたい」と思える筑西としていく必要がある。

具体的アクション

【短期的アクション】

「観光振興の必要性、観光資源の再認識を図る研修会の実施」

・市民や観光に係る事業者、関係団体等を対象に、筑西市の魅力の積極的な発信、郷土愛の醸成、観光づくりのための人材育成のほか、観光振興の必要性や観光資源の再認識を図る研修を開催する。

「「おもてなし」向上を図る研修の実施」

・公共交通機関等の事業者のおもてなし向上を図る研修等を開催する。（目玉の観光資源目当てで筑西市を訪れたお客様に、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）

「市内小中学校における観光教育の推進」

・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。

「広報媒体を活用した市民の「おもてなし」意識啓発の推進」

・市や関係団体においては、それぞれの広報媒体等を活用し、「おもてなし」に向けた市民の意識啓発を図る。

【短期～中長期的アクション】

「「おもてなし」推進団体との連携、ガイドの人材育成」

・市においては、「ちくせい観光ボランティアガイド協会」などの「おもてなし」を推進する団体との連携・活用を図るとともに、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。

7. インバウンド対策の推進

県内においては、茨城空港や高速道路の整備など、ハード面でのインバウンド受け入れ態勢が整いつつある。筑西市においても、インバウンド向けの観光資源の発掘・発信・受け入れ体制の整備等を進め、新たな誘客に繋げる。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
鉄道会社 等

インバウンド対策の推進に
ついての考え方

・平成32年に開催される東京オリンピック・パラリンピック等による外国人観光客の増加を見据え、茨城県及び筑西市を訪れる外国人観光客の把握と分析を行い、外国人を魅了することができる観光資源の発掘・発信・受け入れ体制の整備等を図っていく必要がある。

具体的アクション

【短期的アクション】

「多言語対応の各種媒体の作成」

・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。

「インバウンド商談会等での積極的なセールス」

・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。

【短期～中長期的アクション】

「インバウンド観光に取り組む人材の育成」

・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)

「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」

・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う。

「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」

・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う。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。

8. 関係諸機関との連携推進

観光振興を図るうえでは、関係諸機関の連携による支援・協力体制を構築していく必要がある。自治体や関係団体、金融機関等による連携を一層推進する。

リーダーシップをとることが
想定される機関等

筑西市観光協会、
下館商工会議所、筑西市商工会、
まちづくり・地域振興団体、金融機関 等

関係諸機関との連携推進に
ついでの方

- ・筑西市近隣の自治体や観光協会と広域的な連携を結ぶことにより、点ルートでの観光から面・軸ルートでの観光へ移行することができ、スケールメリットの恩恵を受け、観光客が筑西市を訪問する機会の向上が図られる。
- ・筑西市とゆかりのある自治体等との連携を図り、観光客に連想させることにより、インパクトを与え、相互の知名度の向上が図られる。
- ・加えて、観光を通じた地域振興、経済発展につなげていく。
- ・産学官金の連携を一層強化し、新事業の取り組みを企画立案し、観光振興に寄与していく。
- ・市内のまちづくり・観光振興団体との連携を推進し、相互の組織強化を図り、潜在的な観光客の創出を図る。

具体的アクション

【短期～中長期的アクション】

「東京都台東区との連携」

・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。

「鉄道沿線自治体等との連携」

(JR東日本水戸線、真岡鐵道真岡線、関東鉄道常総線各沿線)

「隣接市町との連携」

・想定される自治体、観光協会等
結城市、桜川市 等

具体的アクション

【短期～中長期的アクション】

「市内のまちづくり・観光振興団体との連携」

・市内のまちづくり・観光振興団体との連携を推進し、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。

【中長期的アクション】

「全国報徳研究市町村協議会加盟自治体等との連携」

・想定される自治体、観光協会等

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

「陶芸を連想できる自治体等との連携」

「伊達家のつながりで想定される自治体等との連携」

「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」

「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」

「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」

「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」

「産学官金の連携」

・現在、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関東と締結しているが、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。

アクションプランの 実行に向けて

テーマからチームへ、
そしてアクションへ。

協
議
会

- 食
- 動線
- イベント&アクティビティ
- 観光スポット

次年度からは、下記のような機能別組織として
位置づけ、地域、業界、組織の垣根を越えた
観光交流と地域活性化のための民間主導の
プラットフォームとして活動を進める。

新
体
制
へ
移
行



市民や
事業者
の参加

自治体
・既存組織の
バックアップ

民間主導の観光交流を活用した
持続的な地域活性化プラットフォームの構築

※「tasks」...仕事・課題の意、taskの複数形



6.参考資料

主なワークショップの中で具体的に発掘された筑西市の資源群

■第3回協議会(ワークショップ①)

【食】

◎観光資源のキーワード(下記の列記は優先順位)

- ・下館ラーメン、常陸秋そば、キングポーク
- ・焼きそば、モロサメ
- ・鶏チャーシュー、地酒(来福酒造)、和菓子
- ・紫峰牛、農作物(梨、こだますいか、大玉すいか、ミルククイーンなど)
- ・匠うどん(西村製麺)、正栄デリシイ、カフェ
- ・せっちゃんメンチ、上ホ醤油、ソース(ポパイ食品製)、鶏の唐揚げ(藤田鶏肉店)
- ・せんべい、スモーク製品(風實)
- ・ジャージー牛といちごのケーキ、リーフパイ、にらうどん
- ・塩ぴき餅(しょーぴき餅)、すみつかれ
- ・お粉焼き(ちゃらり)
- ・パウロのチョコボー、小野沢食堂の焼きそば、どぶそば、吉田商店の焼きそば、筑西きむち、カルメ焼き、どすこいペア梨カレー、梅山豚、にんじんジュース、古橋氷店のかき氷、ののひろ

◎観光資源の絞り込み

- ・下館ラーメン(下館ラーメン目当てで市外からの観光客が増加)
- ・常陸秋そば(茨城県内で一番の収穫高を誇る)
- ・キングポーク(筑西市で生まれた銘柄豚)
- ・鶏チャーシュー(下館ラーメンにもトッピングされるソウルフード)
- ・和菓子(商都のまち「下館」地区に多い)
- ・モロサメ(地元で愛されるソウルフード)
- ・来福酒造(筑西市唯一の酒蔵)



【動線】

◎観光資源のキーワード

- 二次交通、バス連携、環状道路、タクシーの割引、到着後の自転車活用、無料レンタサイクル、デポジット制レンタサイクル、関東鉄道常総線の快速利便性・付加価値
- レールスター体験乗車、梨狩り列車、食×列車、「SLもおか」号(真岡鐵道) 筑波山ビュートレイン(関東鐵道常総線)、常総線正月列車「大宝」号、下館工房ソーセージ作り体験作り列車、花と列車のコラボレーション、3線(JR・関東鐵道・真岡鐵道)カフェ・スイーツ列車、トロッコ列車、正栄デリシイスイーツお買いもの列車、常総線レールメイト乗車・カフェトレイン、食堂列車、SL×物産
- 2019年宇都宮ライトレール開業(真岡鐵道への接続計画)、常総線区間快速化
- 各駅ごとに特産品を選定、鉄道部品のオークション、バス・鉄道の広域連携
- 下館駅からの筑波山観光、下館駅からの真壁ひなまつり観光、鉄道模型、下館駅内のコンテナハウス、沿線車窓(コスモス、ひまわり)、そば畑

◎すでにやっているもの、現在あるもの＝取組事項から除外

- 全方向(方面)停車、下館駅3線乗り入れ
- 昔ながらのレトロな駅、国鉄時代の駅
- 各社連携(JRと真岡鐵道の共同取組、常総線とTXの共同割引切符)
- バスとの乗り継ぎ割引
- 常総線ビール列車
- 一日切符
- SL下館駅一日停車
- 関鉄×筑波山の風景
- 駅から見た筑波山
- 黒子の桜
- 車内販売
- 自転車持ち込み
- ザ・ヒロサワ・シティの車両
- SL部品の販売(ヘッドマーク、サイドボード、行先表示板、石炭)
- 鉄道を使った商品開発・販売促進
- 「駅からハイキング」「駅からウォーキング」

◎残された課題＝取り組むべき事項(絞り込み)

- 鉄道の利便性を活用した上で、どのような付加価値を与えられるか？
- 鉄道で(主に)下館駅まで来た後に、二次交通の弱さを自転車でカバーするには何が必要か？



【イベント・アクティビティ】

◎観光資源のキーワード

①里山体験

- ・焼き芋作り体験、宮山ふるさとふれあい公園、キャンプ、ツリークライミング、落ち葉さらい、こだますいか収穫、井上さつまのさつま掘り、植物観察、山菜天ぷら

②サイクリングロード

- ・桜つつみ歩き、コスモス

③日帰りモデルコース

- ・下館ラーメン食べ歩き、老木(高樹齢)めぐりツアー、七羽黒めぐり、農業体験、果実完食ツアー、鮭おかえりなさい!、パワースポットめぐり、来福酒造酒蔵見学、小栗判官伝説めぐり

④地区行事

- ・神輿(下館祇園まつり)、どすこいペア、ひまわりフェスティバル、茨城クラフトフェア、小栗判官まつり、灯ろう流し、筑西あんどん祭り、だるま市

⑤他資源及び今後の提案

- ・軽トラ市、輪くぐり、さくらまつり、ちくせいマラソン、飛行場通り、灯ろう流し、ハロウィンフェスティバル、商工まつり、下館駅なか駅まえフェスティバル、舞祭、どんどん焼、雷神社湯立祭、火渉、船を利用した観光、カヌー・竹竿を使った川下り、イカダ下り、観光果樹園、農産物収穫ツアー、熱気球、川飛込み、坂の景色、モトクロス、河川敷、北斗星宿泊(ザ・ヒロサワ・シティ)、筑西マイスター、板谷波山生誕150年(2022年)

◎観光資源の絞り込み(課題の抽出)

①里山体験

- ・PR、サポーターのスキルアップ、イベントの企画、サポーターの人件費、資格取得に対する補助、駐車場、トイレ

②サイクリングロード

- ・アクセス駐車場、レンタル、きれいなトイレ、食事処(弁当・屋台)、坂、プラスアルファのコンテンツ

③日帰りモデルコース

- ・発信、企画(メインコンテンツ)、ターゲット設定、二次交通、食事場所(日曜定休が多い)、各店舗の協力

④その他

- ・地域のイベント・地区行事は既に成熟している⇒優先順位は低い
- ・県内他地域との差別化としてゴルフ場の活用



【観光スポット】

◎観光資源のキーワード

①風景

- ・カプトムシ、コスモス、田園風景、鬼怒川の鉄橋と夕暮、夏のひまわり、小貝川、しだれ桜(観音院、延命寺)、下館街なかを中心とした坂道、母子島遊水地、勤行川桜づつみ

②人物

- ・青木繁、西条八十、おっこの室、安倍晴明、小栗判官

③体験施設

- ・正栄デリシィ、県西総合公園、温泉・温浴施設(あけの元気館、遊湯館)、篠崎畳店、ゴルフ場、ザ・ヒロサワ・シティ、ファナック、下館総合体育館、来福酒造、板谷波山記念館、五郎助山、日本ハムファクトリー、下館工房、観光果樹園(すいか、梨、いちご等)、神輿

④文化

- ・新治廃寺、市立農業資料館、東睿山金剛寿院千妙寺、関城跡、荒川家住宅、北向地蔵、石川公大袖鎧(しもだて美術館)、蔵等の古い建物、船玉古墳、中館観音寺(伊達家のルーツ)、羽黒神社、旧尾見家住宅、定林寺(水谷家の墓)、雷神社(湯立祭)、小栗内外大神宮、しもだて美術館

◎観光資源の絞り込み(課題の抽出)

①母子島遊水地

- ・母子島遊水地利活用ワーキングチームの設立、遊水地への構築物の是非、トイレがない、食事をするところがない、案内がしづらい、大型バスが入れないもったきれいにしたい

②勤行川の桜づつみ

- ・鮭の遡上が見られる時期が限定、川が浅い(カヌー等には不適)、蔓がある(川中に草が繁茂)、自転車の走行が危ない、桜づつみまでの交通手段がない、看板整備、駐車場がない、エリアが限定

③板谷波山記念館

- ・作品が少ない、ろくろ体験ができない、滞在時間が短い、宣伝不足



■第4回協議会(ワークショップ②)

【食】

- ◎「道の駅」を拠点としたグルメの開発
 - ・モロサメを活用したグルメの開発・製造・販売
⇒低カロリーを訴求して女性向きの商品を作る
 - ・筑西市産果実を使用したスイーツの開発・製造・販売
⇒特産品の梨・いちご・すいかを活用
- ◎筑西市グルメを味わえるルートの開発
 - ・筑西市は食資源の宝庫
(下館ラーメン、焼きそば、常陸秋そば、キングポーク、来福酒造等)
 - ・それぞれの素材を求めて周遊できる工夫が必要
- ◎具体的な案
 - ・「モロバーガー」・「モロドッグ」・「モロコロッケ」
 - ・スイーツを活用したプレミアム商品の開発
 - ・レンタサイクルの活用、サイクルステーションの設置
 - ・観光タクシーの導入
 - ・各拠点にスタンプラリーを導入するとより効果が高くなる

【動線】

- ◎二次交通をカバーする上での課題
 - ・平成32年度にオープン予定の「道の駅」の活用⇒下館駅からどうやって移動？
 - ・レンタサイクルの活用法⇒他の先進地の事例を参考にする
 - ・駐輪場の整備⇒お金と時間が掛かる
 - ・情報発信の強化⇒既存の施設を活用できないか？
- ◎付加価値として創出できるもの
 - ・下館駅に転車台の設置⇒希少価値が認められる
 - ・SL車両の長時間停車
 - ・鉄道模型の展示による誘客
 - ・キャンプ場の利活用
- ◎具体的な案
 - ・駅周辺の機能強化⇒情報や魅力の発信基地
 - ・観光スポットを周遊するために自転車の活用(レンタサイクル、自転車持ち込み)
 - ・定額制タクシーの設定
 - ・地酒に合う料理の発掘・開発
 - ・地元の方と一緒に企画を作る



【イベント・アクティビティ】

◎ターゲットの検討

- ・筑西市から1時間(50km)圏内、かつ人口50万人以上の宇都宮市を想定

◎具体的な案

①里山(短期的計画)

- ・間伐体験、キャンプ、星空観賞、落ち葉拾いと焼き芋
- ・都市農村交流事業の推進
- ・【課題】体験プログラムの有料化による事業化の実現
- ・【課題】ハード面の整備
- ・【課題】若い世代に継承できるような人材の育成

②川(中長期的計画)

- ・いかだやカヌーなどの川下り
- ・「鮭おかえりな祭」との連携を図ったイベント開発
- ・【課題】水質調査・水深検査、先進地事例の検証

③文化財の活用

- ・文化財を巡るツアー⇒シニア世代を対象
- ・内外大神宮、七羽黒めぐり、巨木

【観光スポット】

◎ターゲットに応じた観光スポットの掘り出し

- ・若者(カップル・女性グループ・男性グループ)
⇒神輿、下館ラーメン、和菓子、街カフェ
- ・シニア世代
⇒しもだて美術館、板谷波山記念館、サケの遡上、母子島遊水地、来福酒造、中館観音寺、入浴施設(あけの元気館、遊湯館)、食蔵荒為、荒七商店
- ・家族連れ
⇒宮山公園、県西総合公園
- ・学習グループ・サークル
⇒しもだて美術館、中館観音寺、東睿山金剛寿院千妙寺

◎観光拠点・素材の具体的な活用案

①体験ツアーの企画

- ・ウインナー、せんべい、和菓子などのものづくり体験ツアー
- ・農業体験ツアー、陶芸・絵付けツアー

②地元グルメツアーの企画

- ・食べ歩きツアー
- ・観光果樹園の創設

③SNSの活用

- ・フォトジェニックな(写真に適している)場所の発掘・開発
- ・手軽にできる情報発信⇒市のHPにアップを行い、市外・県外にPR
それぞれの素材を求めて周遊できる工夫が必要

■第5回協議会(ワークショップ③)

【食】

◎課題

- いかにして市外から筑西に来てもらえるか、その方策は何か？
- 筑西市の知名度を向上させるには、何をすべきか？

◎課題解決のための具体案

①情報発信

- 余計なものをすべて省いたポスターの作成
- 県外イベント等への積極的な出展PR
- スピカ庁舎(市役所本庁舎)1階観光物産コーナーでのPR

②大使を活用したPR

- ちくせい観光大使を活用したメディアへの露出及びイベント等における筑西市の魅力の情報発信
- ちくせい観光大使並びにふるさと大使の名刺をクーポン化

③「るるぶ特別編集筑西市」の有効活用

- 効果的な配置場所の選定

④お土産の普及による交流人口拡大化

- 下館ラーメンのお土産化
- 筑西市の観光等の情報をお土産パッケージに掲載
- 筑西市産の農産物や果実等の缶詰化とドライフルーツ化
- 駅、高速道路のSA・PA、道の駅等との連携

⑤ブランド化

- 食資源のブランド化
- ブランド化させた食資源のPR

⑥観光果樹園を活用した観光誘客

- 観光果樹園の設立
- 観光果樹園を活用した農産物のPR



【動線】

◎課題

- ・鉄道の活用
- ・二次交通

◎課題解決のための具体案

①鉄道の活用

- ・転車台の設置
- ・ザ・ヒロサワ・シティの静態保存された鉄道(車両)の活用

②二次交通

- ・コミュニティバスの運行⇒生活路線の利用
- ・デマンドタクシーの活用
- ・観光タクシーの創設
- ・レンタサイクルの活用

③モニターツアーによる検証

- ・呼び込みたいターゲットを明確にする
- ・観光商品の具現化

④インバウンドへの取組

- ・各種媒体の多言語化対応
- ・音声タブレットの活用
- ・外国が対応ができるガイドの育成

【イベント・アクティビティ】

◎事業を推進させるための具体案

①里山体験

- ・【短期的視点】収容キャパシティ(受入人員)の増加
- ・【短期的視点】ガイドスタッフの有償化による質の向上
- ・【中長期的視点】常駐スタッフの人材育成
- ・【中長期的視点】里山運営の自走化
- ・【中長期的視点】子どもだけでなく親も楽しめるメニューの開発(グランピングなど)

②サイクリングロードの活用

- ・里山を行程に入れたプログラムの策定

③モデルコースの策定

- ・モニターツアーの実施による検証

④既存イベント等の見直し

- ・下館祇園まつり、どすこいペア、あけのひまわりフェスティバル、小栗判官まつり等の既存イベントの磨き上げ

⑤その他

- ・ザ・ヒロサワ・シティの静態保存された鉄道(車両)の活用
- ・川下りプログラムの設定
- ・板谷波山生誕150周年(2022年)に向けたイベントの実施

【観光スポット】

◎モニターツアーの内容の検証

・観光商品を作る前にモニターツアーの内容を考える

若者 (女性)	ファミリー	若者A (男性)	若者B (男女)	グループ	シニア	モニターツアー
		神輿体験	神輿体験	神輿体験		日本一の神輿体験ツアー
和菓子作り	和菓子作り		和菓子作り		和菓子作り	和菓子で女子力UP(運氣UP)ツアー
果樹狩り	観光果樹園		果樹狩り、芋掘り	観光果樹園		果樹園(婚活)ツアー
陶芸、絵付け		陶芸、絵付け	陶芸、絵付け	陶芸、絵付け		思い出 絵付けメモリアルツアー
	煎餅づくり			煎餅づくり	煎餅づくり	米米くらぶツアー
	SL				SL	三世代SLツアー
	ウイナーづくり			ウイナーづくり		家族でコネコネ ウイナー作成体験ツアー
					寺社巡り	シニアのための歴史と蕎麦の里めぐり
					蕎麦食べ比べ	



モニターツアー
日本一の神輿体験ツアー
和菓子で女子力UP(運氣UP)ツアー
果樹園(婚活)ツアー
思い出 絵付けメモリアルツアー
米米くらぶツアー
三世代SLツアー
家族でコネコネ ウイナー作成体験ツアー
シニアのための歴史と蕎麦の里めぐり

・モニターツアーの検証を踏まえて、着地型商品の造成を行い販売を行う。

筑西市モニターツアー
平成28年12月4日(日)開催 参加者27名様

【行程表】

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・しもだて美術館・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】 ===== 東睿山千妙寺 =====

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



【「筑西市モニターツアー」実施報告】

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經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た、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。

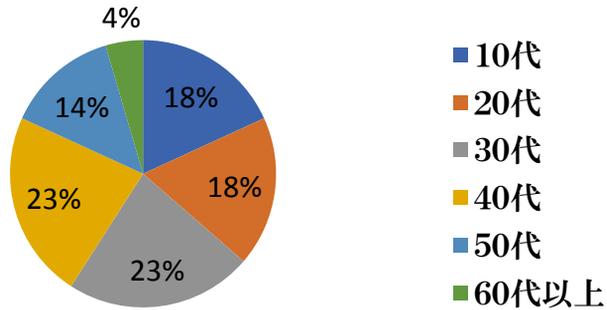
次に小栗判官まつり会場へ到着。メイン広場である新治小学校までご案内し、自由散策のためいったん解散。会場周辺では、ところどころで行列が通るのを道沿いで楽しみに待っている参加者の姿が見受けられた。今回は限られた時間であり、もっと滞在したかったという声が挙がっていた。

最後に来福酒造を見学。社長による蔵の説明を聞いて、また試飲をすることもでき、すべての方が満足した様子だった。

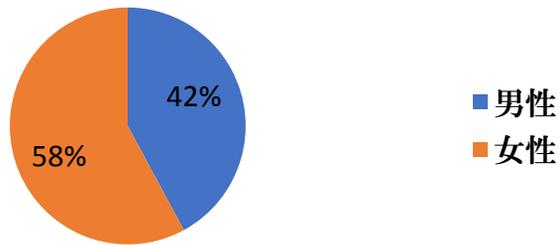
来福酒蔵を出発後、「道の駅にのみや」で休憩をはさみながら宇都宮へ向かい、無事到着することができた。

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。筑西市の魅力度を再認識できる、実りのあるモニターツアーとなった。

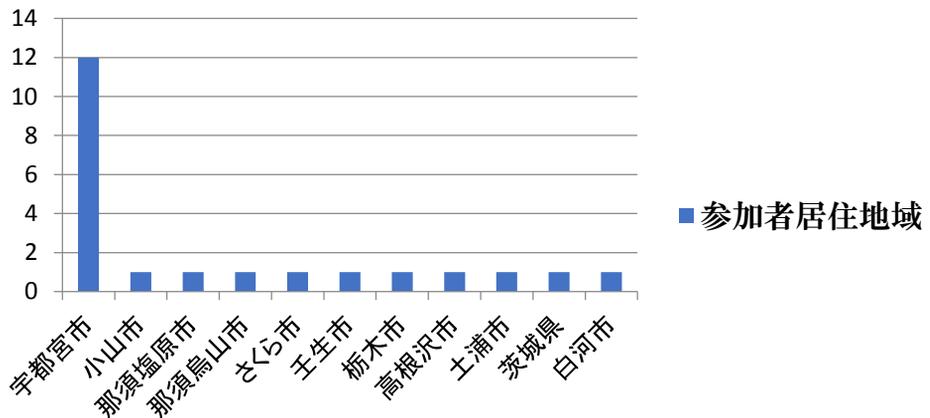
参加者の年齢層



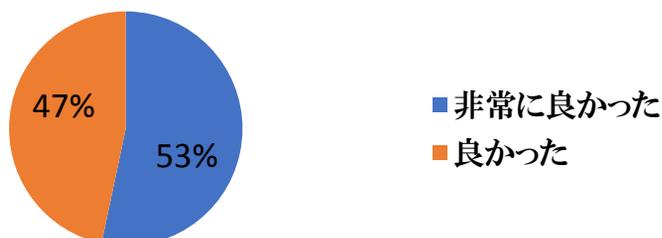
参加者の性別



参加者の居住地



ツアー全体の感想



■上記の主なコメント

近いにも関わらず、歴史・文化等あまり知らなかったが、知ることが出来た/1日に複数箇所回れる点/ボランティアガイドの方が良かった/普段見落としている、地域の魅力に注目できるツアーだった/またゆっくり来たいと思った/移動時間が少なかった/初めてでわくわくした/昼食がおいしかった/普段の生活では訪問しないので良かった/充実した・楽しかった/土産店に寄りたかった

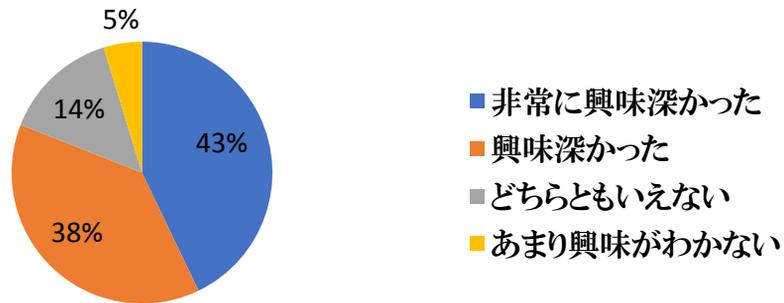
下館駅付近の散策



■上記の主なコメント

神輿・SLがかっこよかった/SLを初めて見た/SLが魅力的/SLに乗りたい/SLの限定感がいい/ボランティアガイドの方の説明がわかりやすく、何倍も楽しめた/ボランティアガイドの方の話が勉強になった/板谷波山記念館が魅力的だった・紙芝居が良かった/板谷波山記念館にもう少し居たい/素晴らしい芸術家を輩出した町だと知ることができた/板谷波山の生涯が興味深かった/美術館も見たい/街並み・文化を知ることができた など

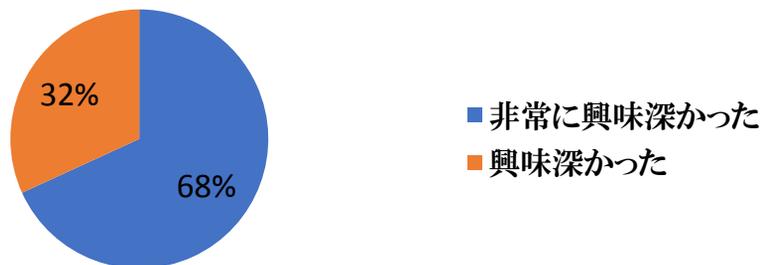
東睿山 金剛寿院 千妙寺



■上記の主なコメント

貴重な展示物を見られた/建物が美しかった・すばらしかった/勉強して行けばよかった/歴史を感じた/筑西市にこれほど格式の高いお寺があると思わなかった/住職と話したかった/あまり興味を感じなかった/閑散としていて淋しかった/花が咲いている時期に来たい/理解が難しかった

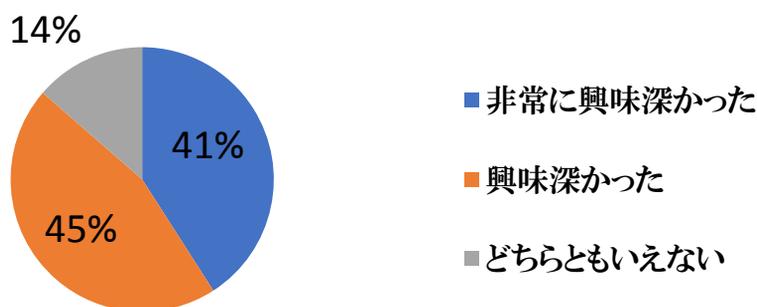
吉野農園での昼食・体験



■上記の主なコメント

農園の方の人柄が良い/味が良い/収穫体験が良かった/野菜の話聞く時間が欲しかった/農家の方の野菜を利用したおいしい料理は面白いビジネスモデルと感じた/夏にトマトを食べに行きたい/普段バイキングをやっていないとのことで、おもてなしを感じた/お土産が嬉しい

小栗判官まつり見学



■上記の主なコメント

大きな祭りで楽しかった/神輿・馬の力強さを感じた/金子昇が見られた/地域の人
がいい人だった/街の活気が良い/行列を体験したい/無形文化財として地域のコ
ミュニケーションツールとなっていて良い/雰囲気が良い/行列の時間と出発時間
がぎりぎりだった/まつりにガイドが欲しかった/もう少し見学したい

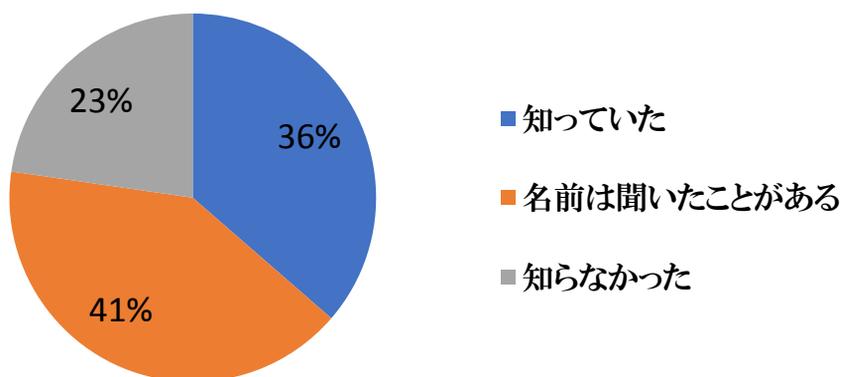
来福酒造見学



■上記の主なコメント

丁寧な説明/こだわりを感じた/お酒を造る工程が知れた/試飲できた/また見学
したい/しぼりたてを飲んでみたい/階段が高く注意必要/床がぬれていてすべ
りやすかった/

筑西市の認知について



■筑西市に持った印象

- 歴史・文化・食と魅力にあふれている街だった
- またぜひ行きたい
- 隣にあることは知っていたが、深く知ることが出来た
- 各分野のツアーをつくってみてはと思った
- 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
- 発信すべきスポットの多さに驚いた
- 合併直後の市の雰囲気を知りたいと思った
- レトロな街並み
- 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てはと思った
- 通常のバスツアーとは違う奥深さ
- SL・体験・祭りは子どもに受けると思う
- 文化・酒造は年配の方に受けると思う
- 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
- 地元を愛する方によって築かれた街だと感じた



7.筑西市観光資源調査・発掘協議会 委員等一覧

筑西市観光資源調査・発掘協議会委員等一覧

特別顧問		
筑西市観光協会	会長	鈴木 勝家
協議会構成委員		
会長		
株式会社筑波銀行	上席執行役員 営業副本部長	渡辺 一洋
副会長		
筑西市活性化プロジェクトちつくタグ	リーダー	白井 佐智子
委員		
特定非営利活動法人地域創造館	理事長	笠原 教志
公益社団法人下館青年会議所	理事長	永島 直樹
下館商工会議所	青年部 会長	古橋 寛知
筑西市商工会	青年部 部長	篠崎 栄一
下館レイル倶楽部	代表	飯島 成彦
東日本旅客鉄道株式会社	下館駅 駅長	川野 重匡
関東鉄道株式会社	常総線 下館駅 駅長	石塚 茂雄
真岡鐵道株式会社	取締役 事業部長	竹村 高
ちくせい観光ボランティアガイド協会	会長	諏訪 光一
北つくば農業協同組合	関城青年部 部長	古谷 清
下館珈琲まちなかプロジェクト	代表	瀧 和子
特定非営利活動法人里山を守る会	理事長	中川 行夫
株式会社筑波銀行	執行役員筑西支店長	長島 明伸
筑西市	経済部 商工観光課長	石崎 桂吾
	経済部 農政課長	關 紀良
	市長公室 次長兼広報聴課長	大和田 浩
	企画部 企画課長	関口 貴一
	教育委員会 文化課文化グループ係長	堀江 隆之
協議会参与		
茨城県	商工労働観光部観光局 観光物産課 課長補佐	藤井 直路
筑波総研株式会社	企画調査部 研究員	富山 かなえ
※順不同、敬称略		