# 観光資源開発事業について

筑 西 市 経 済 部

## ▼事業目的

観光パンフレット並びにノベルティグッズの作成や各種媒体を活用した情報の発信等により、筑西市の魅力を県内外へPRするとともに、各協議会等へ参画することにより、連携してイベントなどに参加。加えて、通年で観光客の誘致が見込める観光資源の発掘・活用等を見出し、交流人口の拡大を図り、もって本市の観光振興に寄与することを目的としています。

## ▼事業費（令和２年度実績）

国庫支出金　４，２３１千円（地方創生推進交付金（※）を活用しています。）
一般財源　９，４４３千円
合計　１３，６７４千円

（※）地方創生推進交付金・・・地方創生の充実・強化に向け、先駆性のある取組及び先駆的・優良事例の横展開を図ることができる事業に対し、補助率１／２で国から交付されるもので、当事業の一部の施策について、当該交付金を活用しています。

## 【事業概要】

- 観光資源調査・発掘事業･･･３ページ

　市民や有識者そして行政等、官民が一体となって組織する「観光振興推進協議会」を活用し、観光振興の施策につなげています。

- 観光パンフレット等の作成･･･５ページ

「多言語観光ガイドマップ」（韓国語/中国語（繁体字・簡体字））を作成しました。
「ちくせい魅力散策MAP」を改訂しました。
「ちゃりさんぽマップ」を作成しました。
「筑西市観光ガイドマップ」を作成しました。

- 鉄道会社等との連携による観光イベントの実施・協力･･･６ページ
- 近隣市町村との連携によるバスツアーの実施･･･６ページ
- 漫遊いばらき観光キャンペーン推進協議会への参画・・・７ページ
- 入込観光客数の推移、本事業の今後の展望について・・・８ページ

# □観光資源調査・発掘事業について

本市においては、既存の観光資源を活かしきれていない、潜在する観光資源を発掘できていない状況であったことから、平成28年度に本事業が立ち上がりました。同年、「筑西市観光資源調査・発掘協議会」（令和元年度「筑西市観光振興推進協議会」に改称）を設置。当協議会で「筑西市観光推進のためのアクションプラン」を作成しました。当該アクションプランを筑西市の観光振興の指針として、現在、その具現化を図っています。

令和２年度の主な実績は以下のとおりです。

## ①観光おもてなしセミナーの開催

→観光客誘致やおもてなしに向けて基本となる一体感の醸成と個性の研磨を図るため、観光おもてなしセミナーを開催いたしました。商工業者等の機運の醸成を図ることができました。

## ②在日外国人を対象としたモニターツアーの開催

→新型コロナウイルス感染拡大の状況により、現在、旅行者の国間移動が叶わない状況であります。このようなことから、在茨城県ベトナム人を対象としたモニターツアーを催行し、参加者が自らのSNSで各々本市の魅力を海外を中心に発信・拡散していただくことを条件に参加していただき、将来的に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に寄与することを目的に催行しました。

## ③「いちごのむヨーグルト」の開発

→道の駅に隣接するストロベリーランド筑西のいちご（イバラキッス）を使った飲むヨーグルトの商品化をすすめ、令和2年11月21日に「いちごのむヨーグルト」が完成し、試飲販売会を行いました。今後もこのような商品開発を継続して行っていくことにより、地元にお金を落としてもらえる仕組みづくり、そして新たな集客、筑西のブランドの構築に寄与していきます。

## ④主要観光拠点施設等への筑西市観光パンフレットの配置及びポスターの掲出

→常磐自動車道守谷サービスエリア、東京シティアイ等、主要観光拠点施設等へ観光パンフレットの配置及びポスターの掲出を行いました。コロナ禍での当該事業は、観光意欲をかき立て、 afterコロナ期、 withコロナ期を狙った取り組みとして将来的に本市に来訪していただける一つの礎となりました。

## ⑤道の駅グランテラス筑西におけるサイン看板・ベンチの設置

→道の駅の周囲を見渡せるテラス部分にサイン看板及びベンチを設置いたしました。

看板には、本市を代表する観光拠点や名勝、名跡、寺社仏閣などを掲載したほか、筑西市・筑西市観光協会・ちくせい観光大使・下館ラーメン学会のHPなど、看板では掲載しきれない情報を二次元バーコードを利用して情報を訪れた方々に見ていただけるような工夫を施しました。

訪れた方からは「道の駅から市内の観光地までの距離を表わしてあるので、非常に分かりやすい。これまで知らなかった筑西市の観光地もこの看板で知ることができた。」「ベンチで休憩しながら道の駅から見える山々を看板で眺められるところがおもてなしを感じる。」などの意見をいただきました。

※　上記は一例です。これまでにアクションプランに基づき、
具現化された事業が多数ございます。

# □観光パンフレット等の作成

**▼「多言語観光ガイドマップ」（韓国語、中国語（繁体字/簡体字））の作成**

→新型コロナウイルスの共存期、収束期を見据え、訪日外国人に本市の魅力をPRするため、３言語（韓国語、中国語（繁体字/簡体字））のガイドマップを作成しました。（各１，０００部）

**▼「ちくせい魅力散策MAP」の改訂**

→市内をテーマ別に散策したい方を対象とした魅力散策MAPの改訂版を作成しました。

（５種類×各１万部＝５万部）

**▼「ちゃりさんぽマップ」の作成**

→市内には自然や文化、観光資源等が数多くあり、自転車で感じられる本市の魅力を４つのルートを掲載したサイクリングマップを作成しました。（１万部）

**▼「筑西市観光ガイドマップ」の作成**

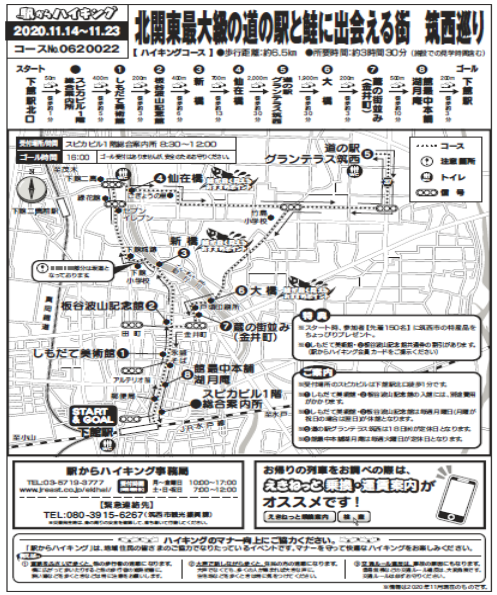
→主要な観光拠点施設や食資源を中心に筑西市の魅力を余すことなく紹介した観光ガイドマップを作成しました。（１．２万部）

これらのパンフレット等については、道の駅グランテラス筑西を中心とした市内の公共施設や観光拠点施設に配布し、市内を効率よく巡っていただくためのツールとして活用されており、その結果、滞在時間が増え、経済効果の創出にもつながっています。

# □鉄道会社等との連携による観光イベントの実施・協力

本市は、東日本旅客鉄道㈱と連携し、ハイキングイベントである「駅からハイキング」を実施いたしました。

令和２年度は、１１月１４日～２３日までの１０日間、テーマを「北関東最大級の道の駅と鮭に出会える街　筑西巡り」と称し、全国から約２５０名の方に筑西市を訪れていただきました。




# □近隣市町村との連携によるバスツアーの実施

結城市、筑西市、桜川市の三市で構成する「結城・筑西・桜川観光連絡協議会」が主催し、三市が誇る観光資源を巡る「ひと狩りいこうぜ！結城･筑西･桜川晩秋の味覚 収穫体験～レタス＋みかん＋紅葉～＝五感を高揚！」を催行（参加人数１９名）しました。本市では、「最勝寺」の紅葉狩り、茶道体験をしていただき、行程の最後には、道の駅グランテラス筑西に立ち寄り、お土産を購入する姿が見られました。参加者からは、「こんなに立派で由緒あるお寺が筑西市にあるとは知らなかった。」、「素晴らしいおもてなしを受けた」、「今後は家族と一緒に来たい」など訪れた方を魅了いたしました。

こういったことの積み重ねを契機にして、観光客誘致等に結び付けられるよう今後も努めてまいります。

# □漫遊いばらき観光キャンペーン推進協議会への参画

■**本協議会の目的**：茨城県の優れた観光資源を広く全国に紹介、宣伝し、観光客の誘致拡大を図るとともに、旅行商品の企画、造成を促進しつつ、受入体制の整備を推進することにより、本県観光の一層の振興と県民福祉の向上に寄与することを目的としています。

## ☆実績報告（抜粋）

**①SNSによる情報発信**

LINE＠（ラインアット）公式アカウント「茨城県」を運用し、登録者に対し毎週観光情報を配信。
[登録者数]26,641名（R3.3.31現在）
※本市の子鉄ランチを紹介。

**②パンフレット等の制作・配布**

※観光マップいばらき２０２１（50,000部）を制作→筑西市の観光資源の紹介、茨城県の地図等の掲載。

**③HP等による情報発信**

※ホームページ「観光いばらき」において、茨城県の観光資源（本市含む）の紹介等。(R2年度総閲覧数1,550万件)

**④広域周遊促進事業（JR連携県内旅行商品の造成）**

※県内市町村の要望を受け、JR東日本と連携しながら鉄道による来県を想定した駅等から県内日帰り周遊旅行商品を企画・催行。（本市は、結城市・桜川市の３市合同で旅行商品を構築しました。）

**⑤その他、旅行会社等への働きかけ等が実施**されました。

## □入込観光客数の推移について（過去５年度間）

▼平成２８年度　５７６，６００人（前年度比　+４７，０００人）
▼平成２９年度　６５５，０００人（前年度比　+７８，４００人）
▼平成３０年度　５６２，９００人（前年度比　−９２，１００人）

※ 平成３０年度は、台風、ゲリラ豪雨等、天候不順により入込客数が減

▼令和元年度　６１１，５９０人（前年度比　+４８，６９０人）
▼令和２年度　８００人（前年度比−６１０，７９０人）

※ 令和２年度は、新型コロナウイルス感染症拡大のため、ほとんどのイベントが中止となったため

## □本事業の今後の展望について

新型コロナウイルス感染拡大による未曽有の事態の只中にあり、観光需要が激減しています。

このような中、ワクチン接種が始まっており、今後の収束期を見据え、本市の魅力ある観光資源情報を継続して発信していくとともに、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推進を図っていきます。

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と思料しております。