

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3年度実績）

国庫支出金 9, 300千円（合併振興基金繰入金を活用しています。）

一般財源 9, 033千円

合計 18, 333千円

（※）合併振興基金・・・合併後の市町村が、地域住民の連帯の強化又は合併関係市町村の区域における地域振興等のために設ける基金。当事業の一部の施策について、当該基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

観光情報誌「るるぶ特別編集筑西市」を改訂しました。

- 鉄道会社等との連携による観光イベントの実施・協力・・・7ページ

- 近隣市町村との連携によるバスツアーの実施・・・7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・・・8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・・・9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。

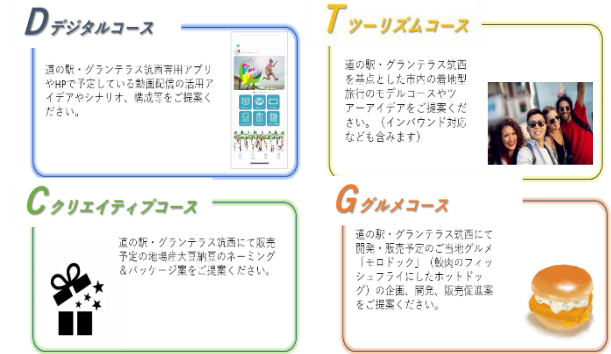
令和3年度の主な実績は以下のとおりです。

①筑西市キャンパスチャレンジカップ(Cリーグ)の開催【新規事業】

→本市の観光まちづくりの機運を高めるため、市内外の大学生、高校生による観光まちづくりに関するアイデアを競い、新しいアイデアを発掘する参加型プレゼンテーションイベントを開催しました。今年度は観光関連学部のある大学等を対象に募集を行い、3チームが参加、表彰式及びプレゼンテーション大会はZoomによるオンライン開催としました。なお、優勝チームには、次年度以降の活動資金として15万円を進呈し、より具体的な企画内容、具現化に繋がる取り組みを求めました。

【R3年度テーマ】道の駅の課題解決のためのアイデア提案

- ・デジタルコース:道の駅公式アプリやHPで公開する動画配信に関する提案
- ・グルメコース :ご当地グルメ「モロドッグ(サメ肉を使用したフィッシュフライドッグ)」の企画開発・販売促進案に関する提案
- ・ツーリズムコース:道の駅を起点とした着地型旅行のモデルコース等に関する提案



②「観光で経済を快進！前進！させようセミナー」の開催

→例年、市内の商工事業者や一般市民を対象に、観光客の誘致やおもてなしの向上にむけて“一体感の醸成”を図る「観光おもてなしセミナー」を行ってきましたが、より当事者意識が持っていただくため、今年度は特に「観光の手法を用いた市内経済の活性化」の視点から、人口減少やコロナ禍などによる影響の現状と、観光が地元経済にもたらす影響力の大きさ、当市に求められている観光需要の方向性などについて講演を行いました。

なお、今年度は新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、筑西市YouTubeアカウントを利用したライブ動画配信によるリモート開催とし、市内事業者等がリアルタイムで視聴しました。

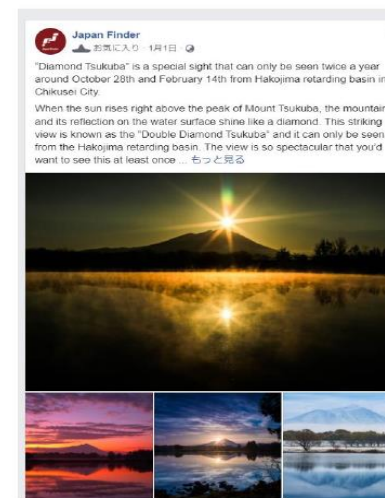
③SNS（Facebook）を活用した観光情報の多言語配信

→新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いて以降、今後訪れるであろう海外旅行需要の拡大に向けて、日本の魅力を世界に発信する総合多言語情報サイト「Japan Finder」への情報掲載を行いました。「Japan Finder」のFacebookに、筑西市の観光資源（ダイヤモンド筑波、最勝寺の紅葉、真岡鐵道のSLといちご狩りなど）に関する記事を、美しい画像と共に、各言語に翻訳して投稿していただくことで、ベトナム・台湾・インドネシア・マレーシア・タイなど、アジア各国に対して幅広く当市の魅力をPRするツールとなりました。1投稿あたり3～8万人のユーザーが記事を見たという実績があがっています。

対応言語：英語・中国語・ベトナム語



投稿記事（英語）



④観光商品の造成

→アクションプランに基づき、観光客に滞在していただく仕組みづくり、周辺観光地との広域連携、市町を越えた周遊ルート of 構築などの観点を踏まえ、JTBロイヤルロード銀座（※）の主催により、東京駅を発着とした茨城県のツアーとして、筑西市内の廣澤美術館を組み入れたツアーを造成・催行しました。

＜旅程＞

東京駅⇒廣澤美術館⇒常陸牛料理「ひたち野」での昼食⇒筑波山神社参拝⇒東京駅

⑤個人周遊型まちあるきイベント「筑西財宝伝」の開催

→コロナ禍の中でも参加しやすいイベントとして、集団にならず個人や小グループで市内を周遊することができる謎解きイベント「筑西財宝伝」を開催しました。

参加者は暗号が記されたパンフレットを手に市内を周遊し、暗号を解くと次に目指すべきスポットが分かる「リアル宝探し」という手法を取り入れたもので、若年層やファミリー層を中心に非常に興味をもっていただくことができました。

まちなかを歩き回って楽しむことから、探索エリアである下館駅周辺の賑わいに人々が行き交う賑わいが生まれました。令和4年4月から始まる板谷波山生誕150年記念事業と関連づけ、暗号を板谷波山に因んだ内容にすることで、「筑西市と板谷波山」を印象づけ、また、参加賞や抽選商品に筑西市ならではの賞品を設定することで、地域産品の認知向上にも資することができました。

＜イベント参加実績＞ 1, 345名※アンケート回収数



※ 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

▼観光情報誌「るるぶ特別編集筑西市」の改訂

→イベント、観光スポット、施設、食など、筑西市の観光情報を一冊にまとめた情報誌「るるぶ特別編集 筑西市」を改訂しました。

今回の改訂では、店舗情報のほか、施設の整備が進むザ・ヒロサワ・シティや、ちくせい花火大会の情報を更新しました。

観光情報誌として認知度の高い雑誌「るるぶ」の体裁を取ること
で、手に取りやすく、かつ、持ち帰って読み返すことが多い媒体として、多くの方々に受け入れられています。様々な興味・関心に対応できる冊子であり、筑西市の認知度向上に役立っています。



発行部数 100,000部

<本媒体の効果>

道の駅グランテラス筑西を中心とした観光拠点施設、駅などに配置し、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、滞在時間の増加につながっています。

また、イベント等の時期に合わせて再訪しようといった来市のきっかけづくりにも効果を発揮しており、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

東日本旅客鉄道(株)と連携し、ハイキングイベントである「駅からハイキング」を春と秋の2回実施しました。(関東鉄道(株)共催)

【各回の実績】

- ・ 4月5日(月)～18日(日)
「北関東最大級の道の駅と下館のさくら散策コース」 142名
- ・ 11月6日(土)～14日(日)
「愛され続ける銘菓と下館の古い町並みをぶらり」 179名



□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「3市で送る秋のフルコース～レタスと茶道と酒蔵にダチョウ肉を添えて～」を催行(参加人数19名)しました。本市では「最勝寺」の茶道体験と「ナチュラルセンスいのせ」での昼食(筑西市産ダチョウ肉料理)を堪能いただきました。

参加者からは、特に最勝寺の庭園・建物内部について称賛の声が多数寄せられました。お寺側も様々なメニューに対応いただけることから、今後積極的にPRしていける観光資源であると確認できました。



□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。令和5年秋に茨城県での「デスティネーションキャンペーン」決定に伴い、幅広いキャンペーン活動を展開するため、令和3年9月7日付で「いばらき観光キャンペーン推進協議会」に名称変更されました。

注) デスティネーションキャンペーン：県及びJRグループ6社、市町村、関係団体等が一体となって観光プロモーション当を展開し、全国からの観光誘客を図る一大キャンペーン

☆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]28,572名（R4.3.31現在）

※まちあるきイベント「筑西財宝伝」を紹介。

②HP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。

③新観光プロフェクト応援事業の実施

地域の資源・強みを活かした「新たな観光スタイル」の確立に挑戦する観光宣伝事業に対する協賛。

※まちあるきイベント「筑西財宝伝」実施費用の一部を助成いただきました。

④その他、デスティネーションキャンペーンに向けた地域資源開発支援 等



□入込観光客数の推移について（過去5年度間）

▼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3年度 1,000人（前年度比 +200人）

※ 令和2年度及び3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のワクチン接種が進み、収束とまではいかないものの令和4年度以降は徐々に観光需要が動きつつあります。

このような中、茨城県では令和5年のデスティネーションキャンペーンに向けて、様々な地域資源の見直し・磨き上げ支援を行う動きが活発になってきています。

この流れを逃さず、これまで取り組んできた本市の魅力ある観光資源の磨き上げや情報発信をさらに推進するとともに、地元や近隣地域を巡るマイクロツーリズムの認知度向上や商品化、土産品開発等を図ることで、「筑西市と言えば〇〇」と言えるような特徴ある観光資源を増やし、PRしていくことが重要であると思料しております。

