

様式第3号（第7条関係）

パブリックコメント募集案件公表書
【案件名：第3次つくば市観光基本計画(案)】

令和3年(2021年)12月
つくば市経済部観光推進課

案件名	第3次つくば市観光基本計画(案)
募集期間	令和3年(2021年)12月3日 ~ 令和4年(2022年)1月4日
担当課	経済部観光推進課
問合せ	TEL 029-883-1111 (内線)6371

■ 意見募集の趣旨

平成29年4月に策定された「第2次つくば市観光基本計画」を見直し、つくば市の観光振興の更なる充実を図るため、令和4年度から令和8年度の5か年を計画期間として「第3次つくば市観光基本計画」を策定します。

つきましては、計画案を公表しますので、市民の皆様の御意見をお寄せください。

■ 資料

- ・第3次つくば市観光基本計画(案)

■ 提出方法

- 直接持参
 - ・ 経済部観光推進課 (コミュニティ棟3階)
 - ・ 各窓口センター
 - ・ 各地域交流センター
 - ※施設閉庁日を除く。
- 郵便
 - 〒305-8555
 - つくば市研究学園一丁目1番地1
 - つくば市経済部観光推進課
- ファクシミリ 029-868-7615
- 電子メール eco041@city.tsukuba.lg.jp
- ホームページの電子申請・届出サービス


※ 意見の提出については、別に定める「パブリックコメント意見提出様式」又はホームページの電子申請・届出サービスの入力フォームに必要事項を入力して意見をお寄せください。ただし、意見は様式以外でも提出できます。必ず計画・条例等の名称並びに氏名及び住所（法人その他の団体は、名称、代表者氏名及び所在地）を明記の上、提出してください。

■ 提出された意見の取扱い

- ・ パブリックコメント手続は、計画等の案の賛否を問うものではなく、内容をより良いものにするために、意見を募集し、意思決定の参考とするものです。提出された意見を十分考慮した上で、第3次つくば市観光基本計画の最終決定を行います。
- ・ 提出された意見は、集計後から市の考え方を公表するまでの間、原文を公表します。個人情報等の取扱いには十分注意するとともに、公表に際しては、個人が識別できるような内容及び個人又は法人等の権利利益を害するおそれのある情報など公表することが不適切な情報（つくば市情報公開条例第5条に規定する不開示情報をいいます。）については、公表しません。
- ・ 提出された意見に対する市の考え方は、意見をいただいた方々に個別に回答するのではなく、類似する意見を集約するなどして、意見の概要とそれに対する市の考え方を公表します。
また、案の修正を行った場合は、その修正案を公表します。

■ 意見の概要及び意見に対する市の考え方の公表時期並びに公表場所

- 公表時期 令和4年(2022年)2月頃を予定しています。
- 公表場所 市ホームページ、観光推進課、
情報コーナー（庁舎1階）、
各窓口センター、各地域交流センター



第3次 つくば市 観光基本計画

令和4年(2022年)4月

〔対象期間〕

令和4年度(2022年度)から
令和8年度(2026年度)まで

これからの
やさしさの
ものさし
つくばSDGs



市長挨拶

目 次

第1章 計画の基本的考え方	1
1 策定の背景と目的	1
2 本計画の位置づけ	2
3 本計画の期間	3
4 SDGs達成に向けての取組	4
5 本計画の実施体制	5
第2章 つくば市の観光を取りまく現状と課題	7
1 つくば市の概要	7
2 つくば市の観光資源の特徴	10
3 国内の観光動向	13
4 統計データからみえるつくば市の現状	24
5 アンケート結果の概要	31
6 つくば市の観光における主な課題	40
第3章 つくば市観光振興の指針	42
1 基本理念	42
2 基本方針	43
3 目標指標	43
4 施策の体系	45



第4章 基本方針に基づく主な施策	46
1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－	46
2 伝えたい資源を観光に“つなげる” －観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－	49
3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－	53
4 未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－	58
資料編	63
1 つくば市観光基本計画策定委員会要項	63
2 つくば市観光基本計画策定委員名簿	65
3 アンケート結果	66
4 用語解説	81
5 つくば市の観光資源の詳細	83
6 これまでの取組実績(平成 29 年(2017 年)～令和2年度(2020 年度)).....	90



計画の基本的考え方

1 策定の背景と目的

つくば市では、平成24年(2012年)6月に、本市の持つ地域資源や特性を最大限にいかした観光振興の推進を図ることを目的に「つくば市観光基本計画」を策定しました。平成29年(2017年)3月には「第2次つくば市観光基本計画」を策定し、「つくばの資源をいかし、世界を魅了するまちへーつくばの魅力発進に向けてー」を基本理念に、観光施策を展開してきました。

これらの取組により、つくば市への観光客数は平成30年度(2018年度)に約448万人、令和元年度(2019年度)に約425万人と2年連続で目標の400万人を突破して過去最高水準となりました。

しかしながら令和2年(2020年)の新型コロナウイルス感染症の流行により、全国の観光関連産業は大打撃を受けており、様々な社会情勢の変化にも対応した新たな観光戦略が求められています。

これら様々な社会情勢の中でも、将来にわたって持続可能で豊かな市民生活を実現するためには、観光を起爆剤とした地域経済の活性化及び交流人口の創出を図り、つくばの魅力を市民とともに創りあげていくことが重要です。

また、豊かな市民生活の下支えとなる、自分の住むまちへの愛着や誇りの喚起や、市民の理解が得られる持続可能な観光地域づくりを推し進める必要があります。

こうした背景のもと、これまでの取組や社会情勢の変化を踏まえ、これからの観光の未来につなげていくため、「第3次つくば市観光基本計画」(以下、「本計画」という。)を策定しました。

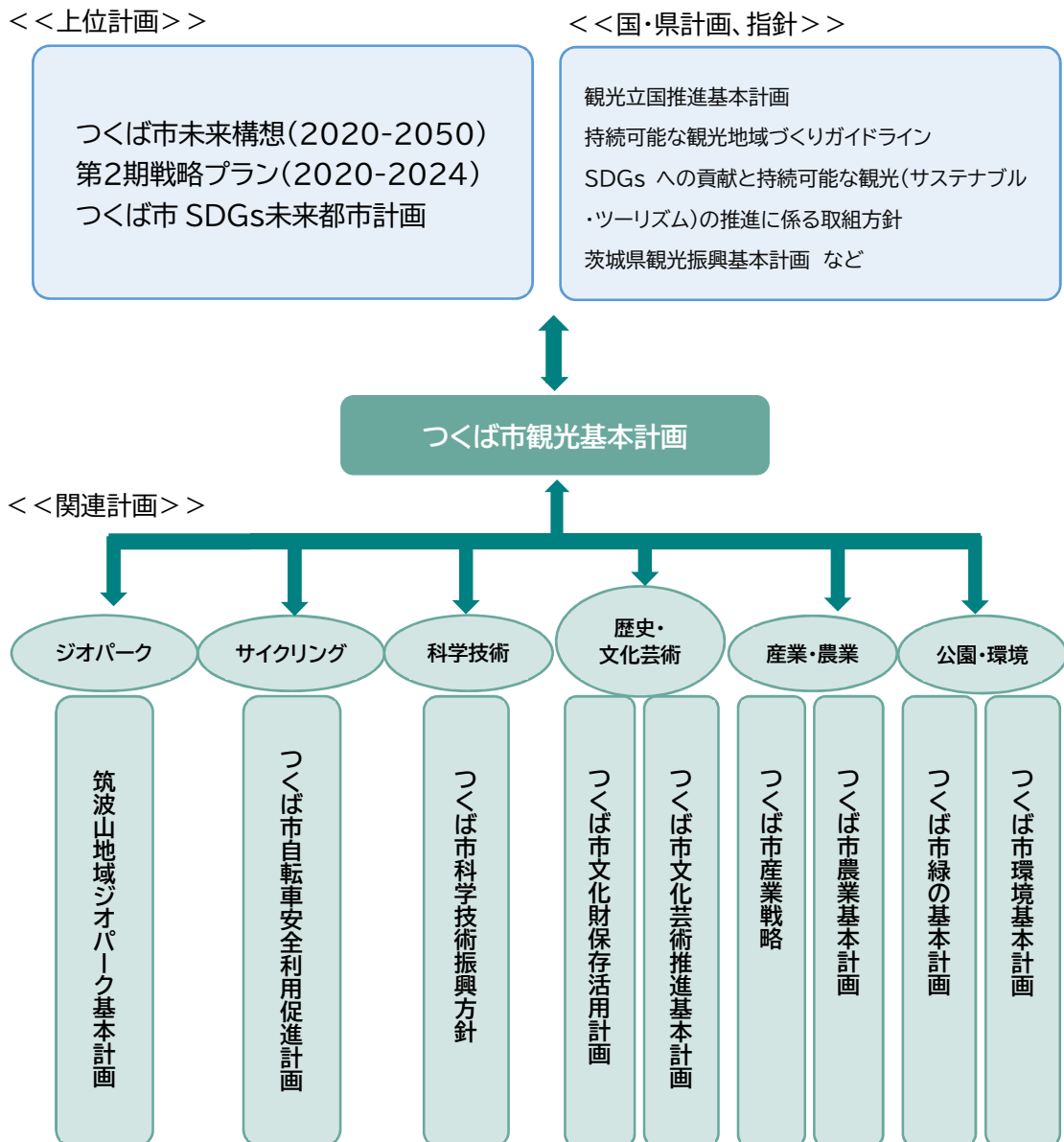


2 本計画の位置づけ

本計画は、上位計画となる平成27年(2015年)3月に策定(令和2年(2020年)3月改定)された「つくば市未来構想」及び令和2年(2020年)3月に策定された「第2期つくば市戦略プラン」の内容を踏まえ、これらの部門別計画として位置づけられる、本市が取り組むべき今後の観光施策の基本方向を示すものです。

同時に、市民や関係企業・各種団体などが自主的かつ積極的な活動を行うための指針となるものです。

また、本計画は、国及び県それぞれが策定した関連の計画との整合を図るとともに、市が策定した関連計画との連携を図ります。



3 本計画の期間

本計画の対象期間は、令和4年度(2022年度)から令和8年度(2026年度)までの5年間とします。また、社会情勢等を鑑み、計画策定後の2年毎に、「第3次つくば市観光基本計画中間検証会議」を開催し、事業の取組の評価・検証を行います。

さらに、新型コロナウイルス感染症の流行により観光を含む社会経済活動への影響が生じており、今後の観光のあり方や新型コロナウイルス感染症収束後を見据えた戦略を、適宜検討していく必要があります。そのため、社会情勢の変化や計画の進捗状況等により、必要に応じ見直しを行います。

4 SDGs達成に向けての取組

持続可能な開発目標(SDGs:Sustainable Development Goals)は、平成27年(2015年)9月の国連サミットにおいて採択されました。令和12年(2030年)までを期限とする持続可能でよりよい世界の実現を目指し、17のゴール・169のターゲットから構成され、「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。

本計画においても、17のゴールのうち「8 働きがいも経済成長も」を主軸に、市民をはじめ、観光コンベンション協会、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学、行政が相互に協力し、すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)を推進し、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につなげ、市民が主役となる持続可能な観光地域づくりを推進するための施策を立案します。

このほかにも、「11 住み続けられるまちづくりを」、「15 陸の豊かさも守ろう」の取組として、筑波山をはじめとする豊かな自然との共生による持続可能な観光を推進します。また、観光施設の整備にあたっては、「5 ジェンダー平等を実現しよう」、「6 安全な水とトイレを世界中に」についても取り込み、サステナブルツーリズムを推進し、魅力あふれるまちの創出に向けた各種取組を進めていきます。



5 本計画の実施体制

本計画の推進にあたっては、市や市民、観光コンベンション協会、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学が相互に連携・協調することで、つくば市の観光の未来をともに創る取組が必要です。

(1) 市

市は、市民、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学と十分に連携を図りながら、本計画に基づく総合的な観光施策を実施するとともに、各主体が自主的に取り組む観光事業への支援を推進します。

また、社会情勢の変化に適切に対応するため、国・県及び近隣市町村等との連携を図り、情報収集や分析を行い、観光振興に資する調査・研究を行います。

そのほか、観光施策実施のために必要となる情報発信や、様々な観光プロモーション活動を展開します。

(2) 観光コンベンション協会

観光コンベンション協会は、観光誘客促進や情報発信、コンベンション誘致推進の中心的役割を担っているとともに、行政、交通、宿泊、飲食、観光事業者とを結ぶ重要な役割を担っています。

また、市内観光事業者のおもてなし人材育成を推進し、市内観光サービスの質の向上が求められています。

(3) 観光事業者

観光事業者は、観光の最前線で観光客と接する、おもてなしの主役を担っています。こうしたことから、おもてなしの質の向上を常に心掛け、人材を育成し、観光客の多様なニーズに対応した質の高いサービスを提供することが期待されています。

(4) 交通事業者

交通事業者は、観光の最前線で観光客と接するおもてなしの主役を担うとともに、市内における周遊観光の根幹として安全、安心を第一とした移動手段を提供し、観光地域における利便性向上が期待されています。

(5) 商工事業者

つくば市商工会及びその会員をはじめとする商工事業者は、経済活動の活性化による賑わいの創出や、観光による地域振興を目指す観光地域づくりにおいて、重要な基盤です。来訪者への付加価値提供とその消費による経済効果を高めることが期待されています。

(6) 研究機関

「科学のまちつくば」には150を超える研究機関が集積しており、それらはつくばを特徴づけるものであり、重要な財産です。

それらは、市民、ひいては県民、国民にとって、他に類を見ない貴重な“学び”を得られる場であり、様々な交流の場を提供することが期待されています。

(7) 大学

つくば市は、研究学園都市を有し、複数の大学が立地しています。

大学が有する教職員や学生は、つくばの未来を築く貴重な人材であり、教職員や学生が観光振興に積極的に関わることで、地域の新たな価値を創出することが期待されています。

(8) 市民

市民は、地元つくばの魅力、これまでの自然、歴史、文化を後世に紡ぐ主役です。市民自らがまちの魅力や価値を知ることにより、市民が主役となる持続可能な観光地域づくりに積極的に参加し、本市の魅力を広く発信することが期待されています。



第2章

つくば市の観光を取りまく 現状と課題

1 つくば市の概要

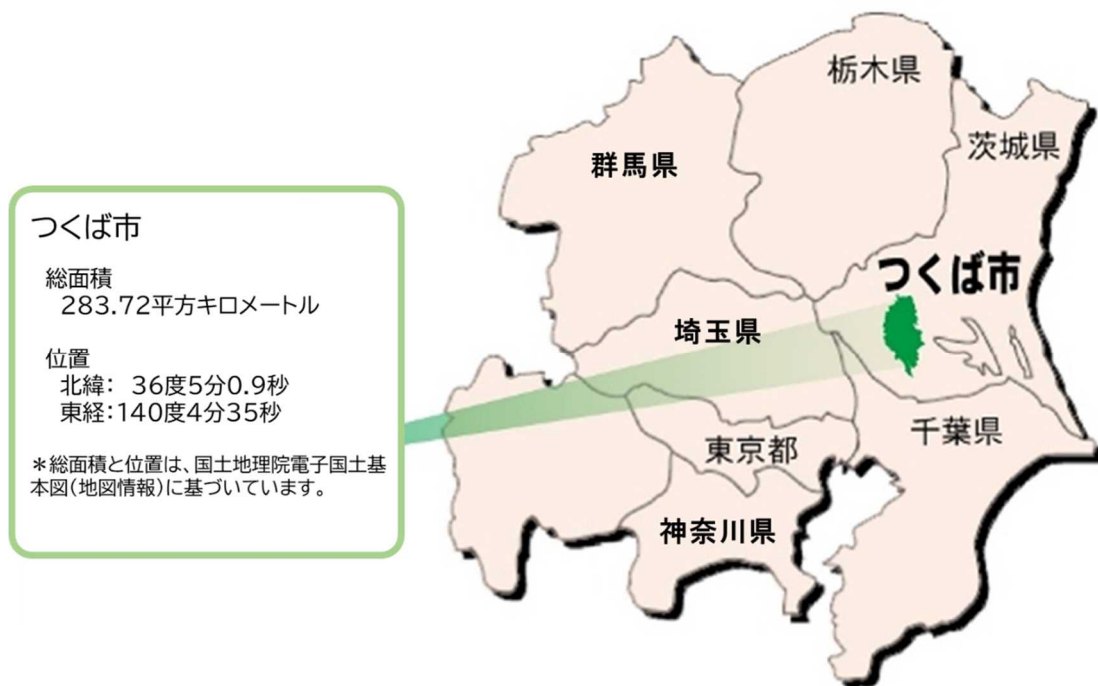
つくば市は、茨城県の南西部に位置し、首都東京から北東に約50km、成田国際空港(成田市)から北西に約40kmの距離に位置しています。市の総面積は283.72km²で、これは県内で第4位の広さとなっています。

北には関東の名峰筑波山を擁し、東には我が国第2位の面積を有する霞ヶ浦が控えており、一帯として水郷筑波国定公園に指定されています。

また、つくば市から見る牛久沼は、静かで美しい水郷風景を映し出しています。

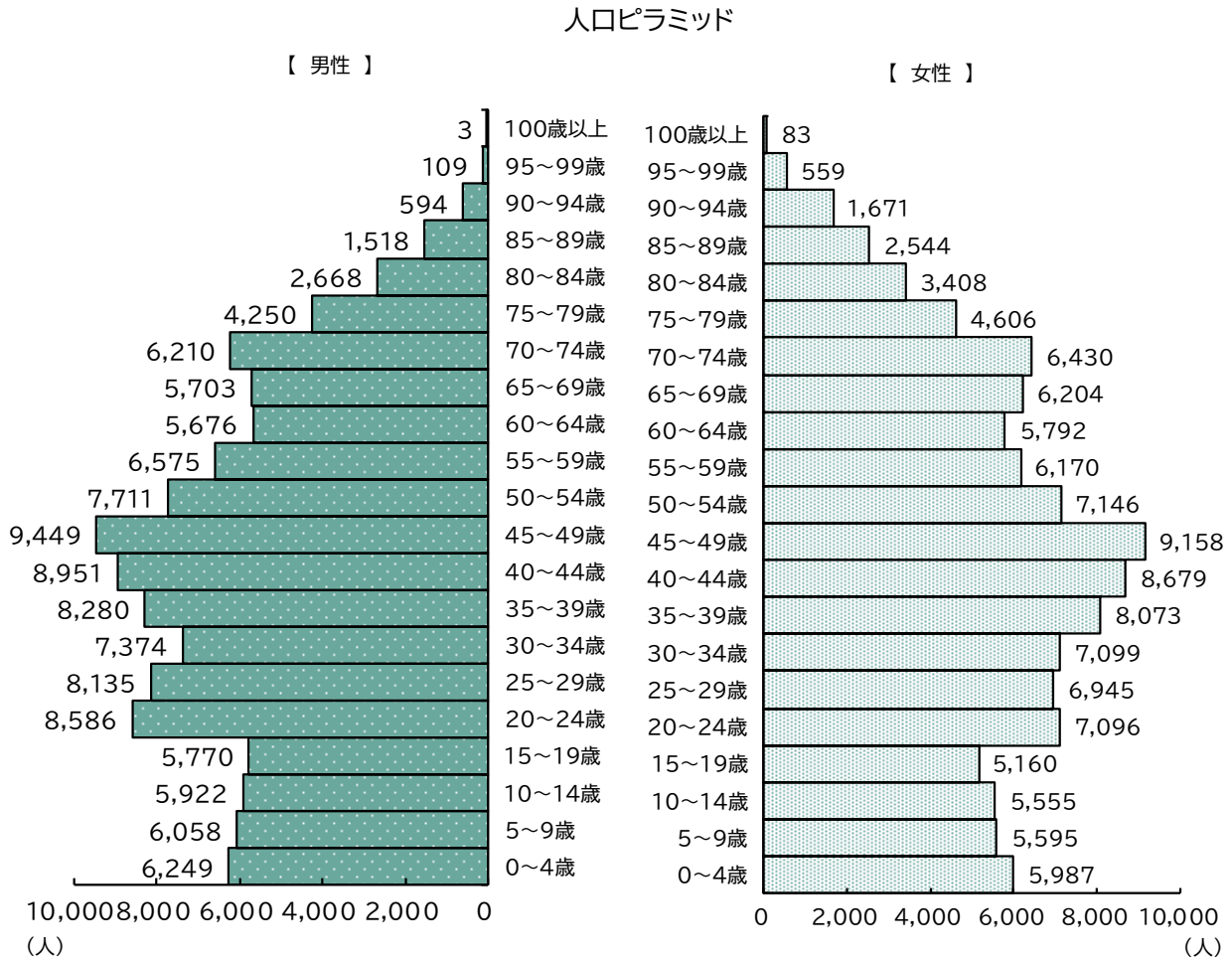
筑波山周辺を除く市域の大部分は、筑波・稲敷台地と呼ばれる標高20～30mの関東ローム層に覆われた平坦な地形であり南北に流れる小貝川、桜川、谷田川、西谷田川などの河川は、周辺の平地林、畑地あるいは水田等と一体となり、落ち着いた田園風景を醸し出しています。

気候については、年間平均気温が15.1度と温暖な地域であり、年間降雨量は、1,336.0mmとなっています。(令和2年度(2020年度))また、降雪は年に2～3回程度で、特に冬季に吹く「筑波おろし」と呼ばれる乾いた冷たい風は、筑波山南部地域の特徴となっています。



ア 人口ピラミッド

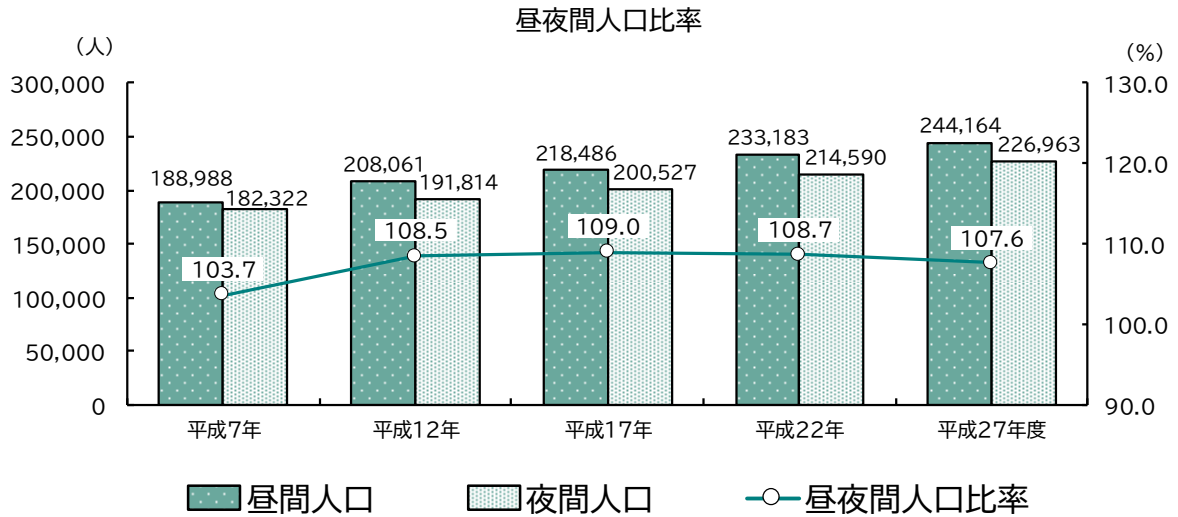
つくば市の令和2年(2020年)10月1日の人口ピラミッドをみると、生産年齢人口が多く、年少人口、老年人口が少ない「ほし型」となっています。人口が最も多いのは男性、女性ともに45～49歳で、次いで40～44歳となっています。



資料:統計つくば 令和2年度(2020年度)(茨城県常駐人口調査 令和2年(2020年)10月1日現在)

イ 昼夜間人口比率

つくば市の昼夜間人口比率をみると、昼間の人口の方が多い「中心都市型」となっています。平成17年(2005年)の109.0%をピークに、平成27年(2015年)では107.6%となっています。



資料：国勢調査

2 つくば市の観光資源の特徴

(1) つくば市の観光資源

つくば市は、水郷筑波国定公園に指定されている「筑波山」や静かに水をたたえる「牛久沼」など、豊かな自然に恵まれ、農業なども盛んな地域です。また、市の中心地区は、最先端の科学技術が集積され、整然とした街並みによる優れた都市景観を有しています。さらに、これらを活用することで、新たな体験型観光の促進が期待されます。

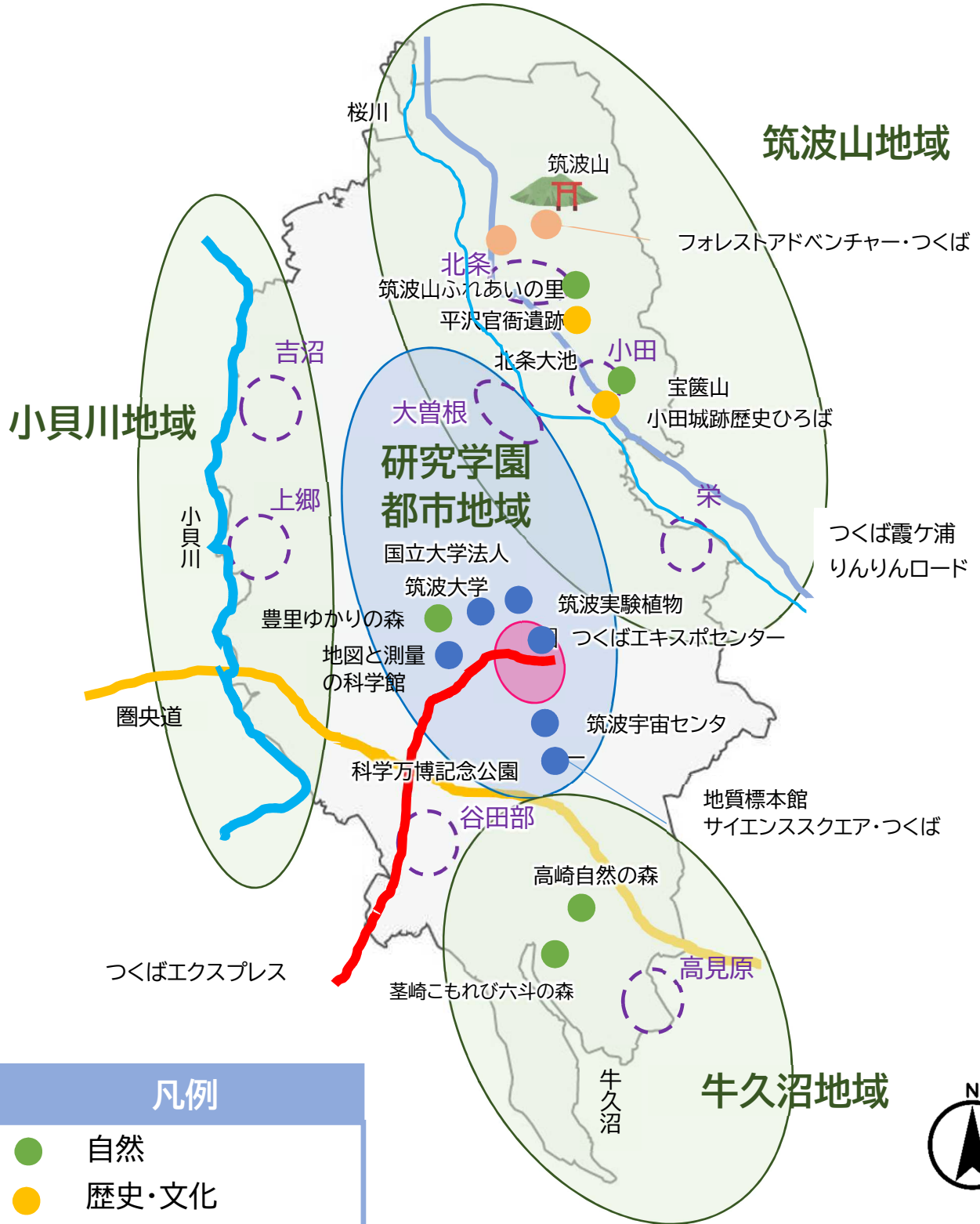
つくば市の観光資源

特産品・食	観光イベント	自然の観光資源
つくばコレクション 筑波山地域ジオパーク認定商品 芝 ラーメン パン うどん 福来みかん ネギ ブルーベリー 米 等	つくばフェスティバル まつりつくば 筑波山ガマまつり 筑波山麓秋祭り 筑波山梅まつり くきざき夢まつり 等	筑波山 筑波山温泉郷 フォレストアドベンチャー・つくば 宝篋山 筑波山ふれあいの里 筑波山梅林 豊里ゆかりの森 高崎自然の森 茎崎こもれび六斗の森 つくば霞ヶ浦りんりんロード 不動峠 桜川 小貝川 牛久沼 等
花の名所	歴史・文化の観光資源	科学の観光資源
桜 筑波山 北条大池 科学万博記念公園 洞峰公園 農林さくら通り 高崎自然の森 彼岸花 燧ヶ池周辺 梅 筑波山梅林 あじさい 筑波山梅林 福寿草 筑波山 ヤマユリ 高崎自然の森 等	筑波山神社 平沢官衙遺跡 蚕影神社 大曾根鹿島神社 金村別雷神社 普門寺 泊崎大師堂 平沢官衙遺跡歴史ひろば 桜歴史民俗資料館 出土文化財管理センター 谷田部郷土資料館 つくばセンター広場 小田祇園祭 吉沼祇園祭 長屋門 等	筑波実験植物園 地図と測量の科学館 つくばエキスポセンター 筑波宇宙センター 地質標本館 サイエンススクエアつくば つくばサイエンスツアー 等

詳細は資料編をご覧ください。



主な市内観光資源分布図



凡例	
● (Green)	自然
● (Yellow)	歴史・文化
● (Blue)	科学
● (Orange)	その他アクティビティ
○ (Green outline)	自然・観光ゾーン
○ (Blue outline)	サイエンスゾーン
○ (Purple dashed outline)	周辺市街地地域

(2) つくば市の観光施策の経緯

ア つくば市の観光のあゆみ

昭和60年(1985年)には、21世紀を創造する科学技術のビジョンを世界に示した「国際科学技術博覧会」(つくば科学万博)が開催され、つくば市は最先端の科学の街としても国内外に知られています。現在では国と民間合わせておよそ150の研究機関・企業等が立地しており、我が国最大の研究開発拠点となっています。

さらには、常磐自動車道やつくばエクスプレスの開業、首都圏を結ぶ首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の開通に伴う交通利便性の向上が、観光誘客の下支えとなっています。

つくば市の観光のあゆみ

年	できごと
1918	土浦-筑波間筑波鉄道開通
1922	筑波駅-神社間自動車道路開通
1923	筑波山乗合自動車運行
1925	筑波山ケーブルカー開通(戦後1954年再開)
1949	ガマまつり開催(以降、毎年開催)
1963	町営筑波山駐車場完成
1965	筑波山つつじヶ丘駐車場完成、筑波山ロープウェイ開通
1966	筑波山梅林造成
1969	筑波山国定公園指定
1974	筑波山梅まつり開始(以降、毎年開催)
1979	表筑波スカイライン完成
1981	常磐自動車道開通
1982	筑波山大駐車場完成
1985	国際科学技術博覧会(つくば科学万博)開催
1987	大穂町、豊里町、桜村、谷田部町が合併し、つくば市誕生(11月30日) 筑波山観光センター開館 筑波鉄道廃線
1988	筑波町を編入合併 つくばフェスティバル開催 まつりつくば(以後、毎年開催)
1989	ゆかりの森オープン 筑波ふれあいの里オープン 一般財団法人茨城県科学技術振興財団発足
1990	つくばフェスティバル '90 開催(以後、毎年開催) つくば市物産会発足 つくば市観光協会設立
2002	つくばりんりんロード全線開通(延長40.1km) 荃崎町を編入合併
2005	つくばエクスプレス開業
2006	初代つくば観光大使、筑波山もみじまつり開催
2007	つくば市国際交流協会設立 宝篋山小田休憩所開館 つくば市総合案内所開館(つくば駅構内)
2008	筑波山麓秋まつり(以降、毎年開催)
2010	つくば観光コンベンション協会(つくば市観光協会とつくばコンベンションビューローの組織統合)
2011	つくば国際戦略総合特区 指定
2012	つくば市観光基本計画策定
2013	市営筑波山麓平沢駐車場完成
2014	市営筑波山第1駐車場完成(拡張) 市営筑波山麓筑波駐車場完成 筑波山森林体験パーク開館(フォレストアドベンチャー・つくば)
2015	市営筑波山麓小田駐車場完成 筑波山おもてなし館開館 旧長島家土塀修復(市営小田駐車場を整備) つくば総合インフォメーションセンター観光案内所開館(BiVi つくば内) つくば市総合案内所閉館(つくば駅構内)
2016	「G7 茨城・つくば科学技術大臣会合」開催 筑波山地域「日本ジオパーク」認定 市営筑波山第1駐車場公衆トイレ完成
2018	「筑波山」が日本夜景遺産に認定
2019	「つくば霞ヶ浦りんりんロード」が国のナショナルサイクルルートに指定(延長180km)

3 国内の観光動向

(1) 国・県の観光施策の状況

ア 国の観光施策の推移

国においては、平成19年(2007年)1月より施行されている観光立国推進基本法に基づき、観光を日本の重要な政策の柱として位置づけています。平成28年(2016年)3月には「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、国内外からの観光誘客を推進することは、地域経済の活性化において重要な施策の一つとなっています。

イ 県の観光施策の推移

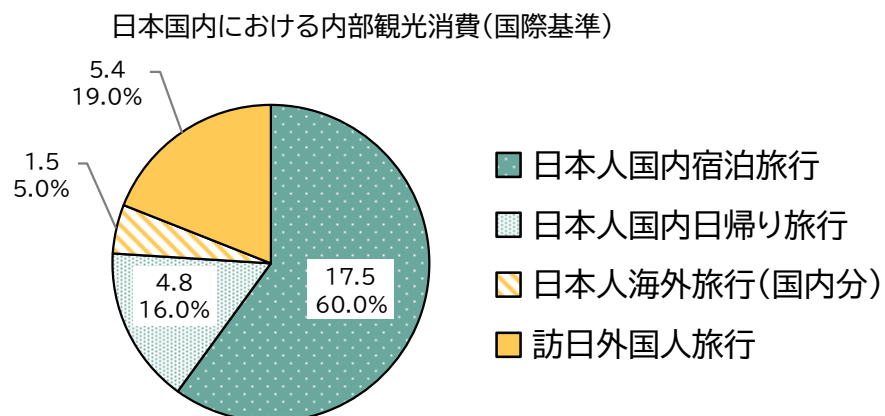
国の動きを踏まえ、県では平成28年(2016年)に「茨城県観光振興基本計画」を策定しました。「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念に、施策を展開してきました。そして、令和2年(2020年)には、第2期「茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、施策を展開しています。

(2) 国・県の観光の状況

ア 国の観光の動向

日本国内における内部観光消費（国際基準）

令和元年度(2019年度)の日本国内における内部観光消費は、29.2兆円でした。その内訳は、日本人国内旅行が全体の約8割を占めていることから、日本の観光産業の大部分は国内旅行によって支えられていることがわかります。



単位:兆円

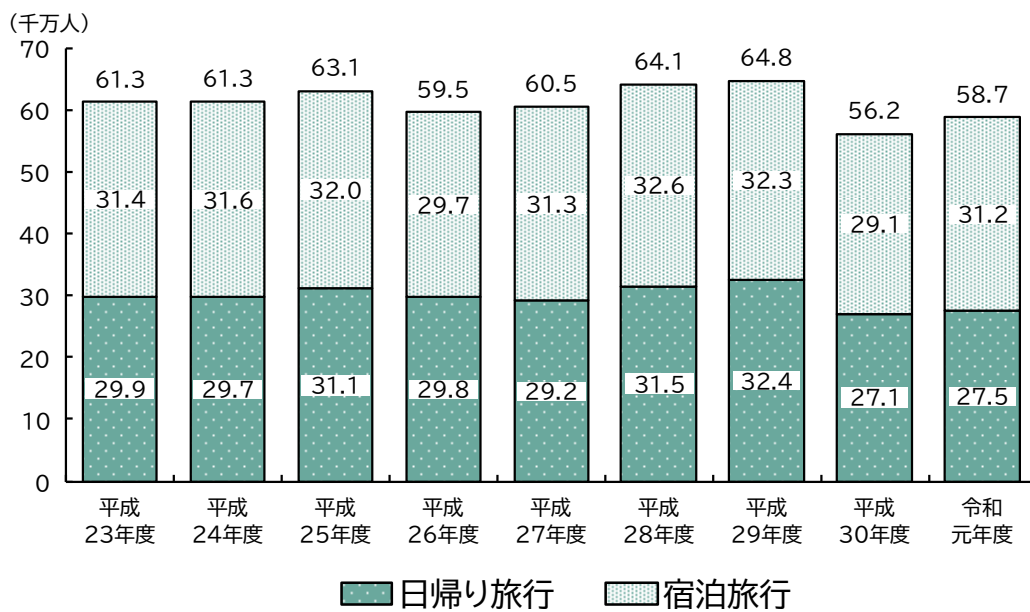
資料:観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

(ア) 日本人旅行者について

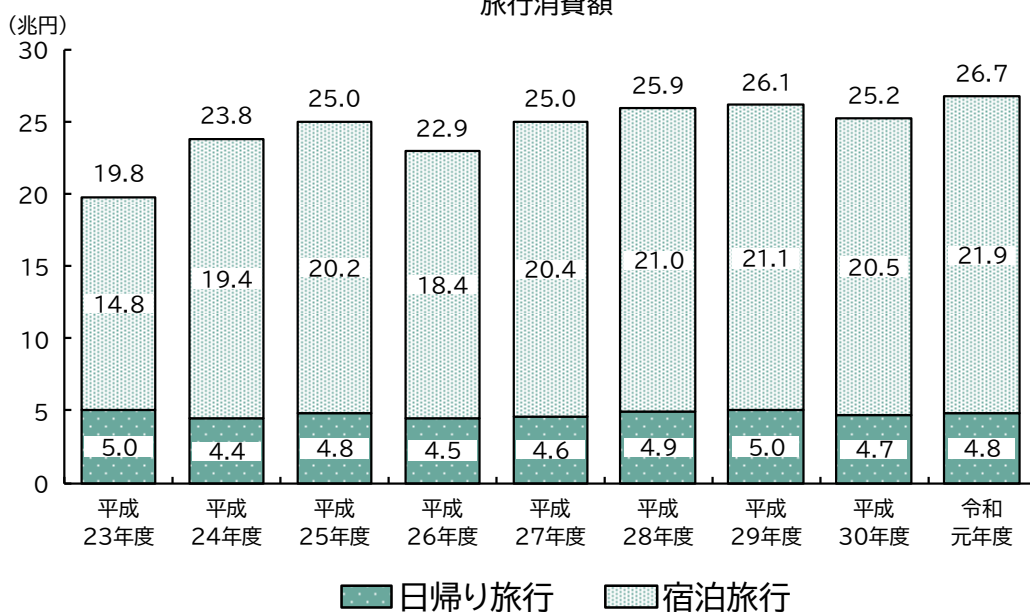
① 日本人国内旅行者数と旅行消費額の推移

日本人国内旅行者数は、平成26年度(2014年度)以外一貫して宿泊旅行者数が日帰り旅行者と比べ、わずかな差で多いです。一方で、旅行消費額は全年度において宿泊旅行が日帰り旅行と10兆円以上の差が多いことから、旅行形態の違いが旅行消費額に大きく影響していることが考えられます。

日本人国内旅行者数の推移



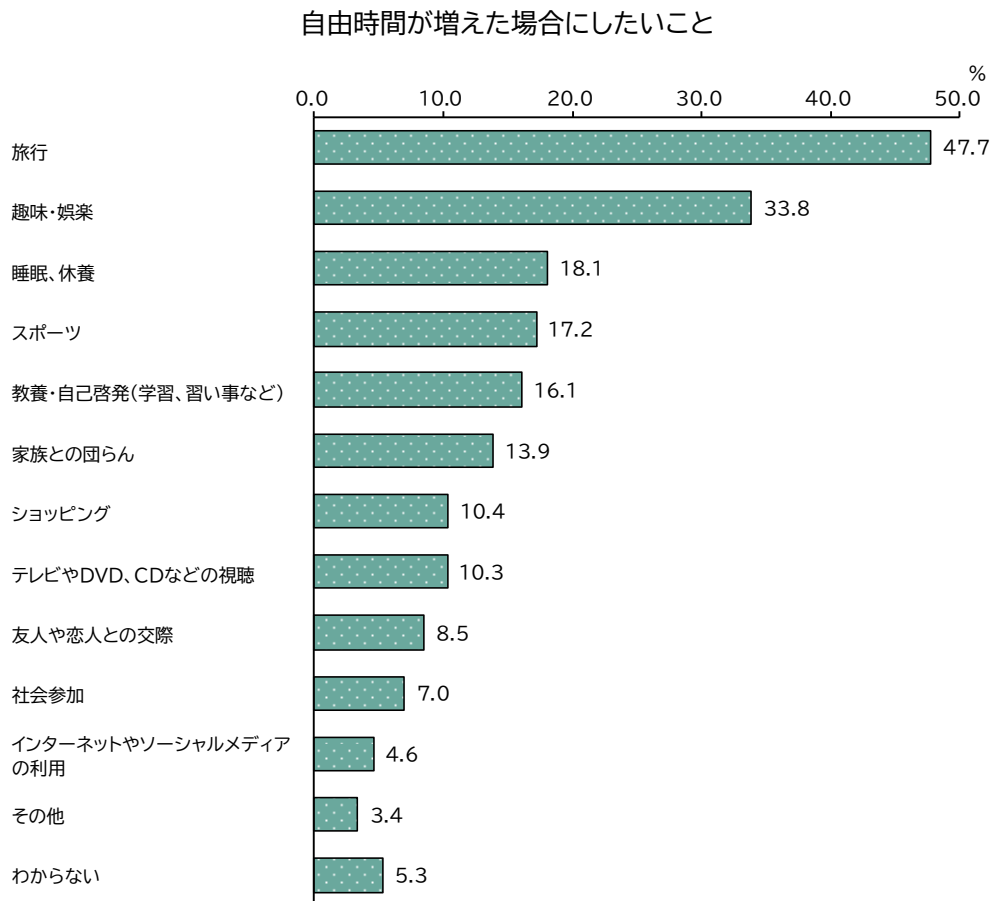
旅行消費額



資料:観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

② 国民の観光に関する意識

世論調査によると、自由時間が増えた場合にしたいこととして、「旅行」と答えた割合が最も多いです。このことから、旅行に関する需要は多いと考えられます。



資料:世論調査 2019

③ 旅行形態別の消費単価

旅行形態別の消費単価について、宿泊旅行は日帰り旅行より約4倍高いことから、宿泊旅行の推進は経済に大きな効果をもたらすといえます。

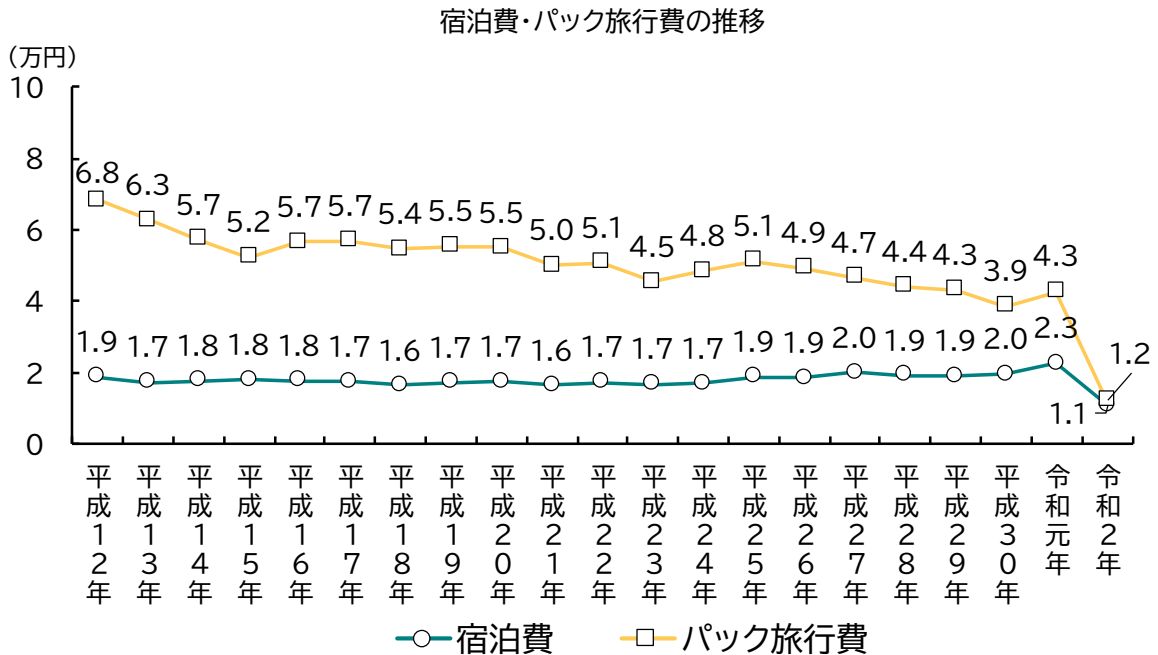
旅行形態別の消費単価

	観光・レクリエーション			
	旅行経験率 (%)	旅行平均回数 (回/人)	旅行単価 (円/人回)	平均泊数 (泊/人回)
宿泊旅行	52.03	1.3605	60,995	1.7
日帰り旅行	41.38	1.5556	16,870	—

資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

④ 家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移

家計調査によると、家計に占める宿泊費は新型コロナウイルス感染症の流行前の令和元年(2019年)まで増加傾向にある一方で、パック旅行費は減少傾向にあることがわかります。このことから、宿泊旅行の需要が全国的に増加している一方で、パック旅行の需要は減少していると考えられます。

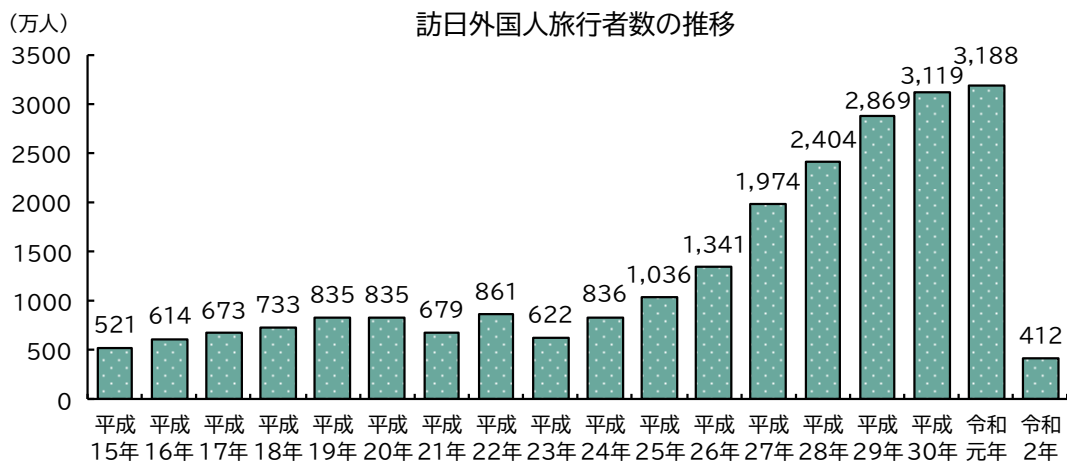


資料:家計調査

(イ) 訪日外国人旅行者について

① 訪日外国人旅行者数の推移

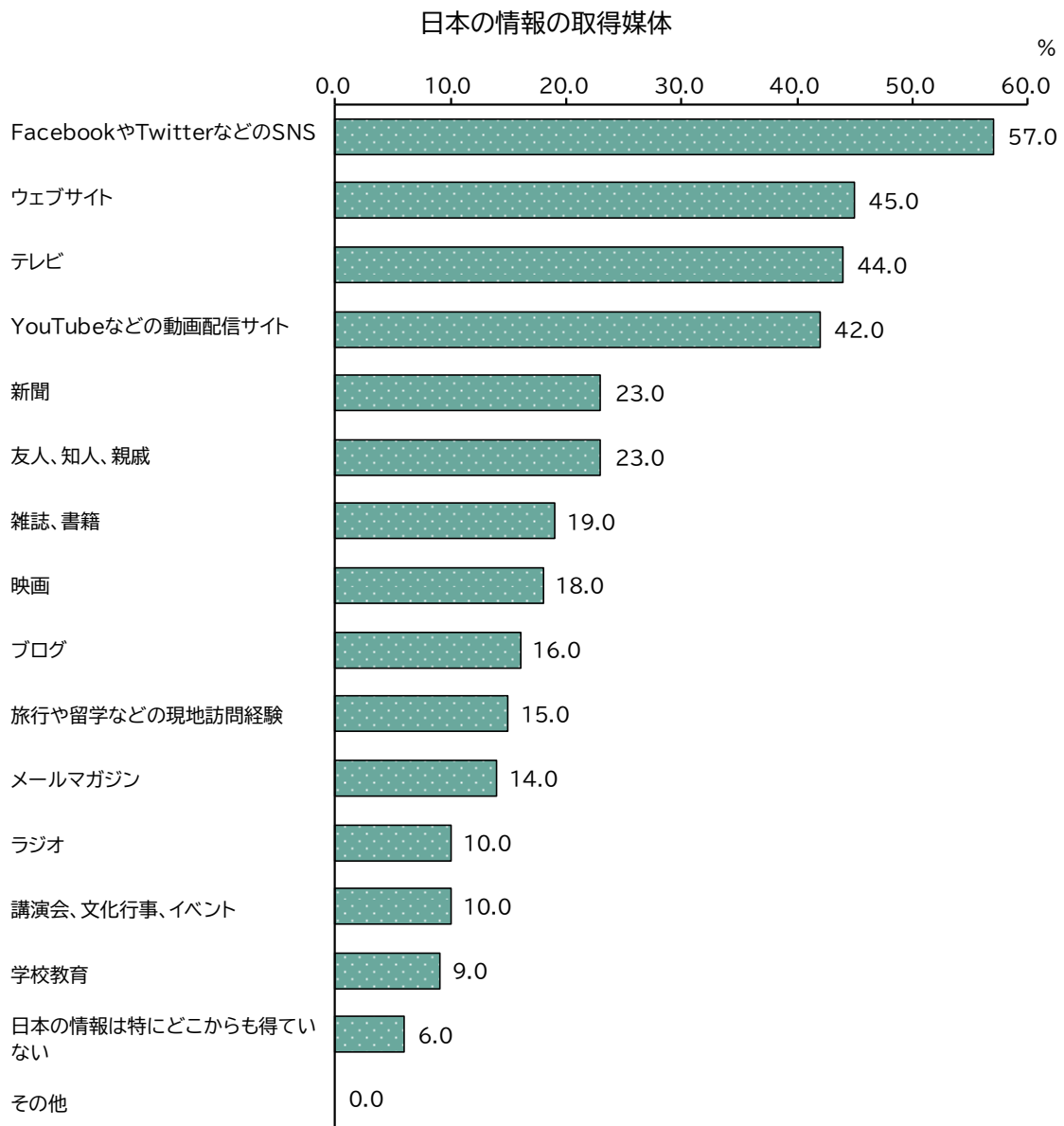
訪日外国人旅行者数は、平成21年(2009年)のリーマンショック、平成23年(2011年)の東日本大震災の影響で落ち込んだものの、平成24年(2012年)より急増しています。ただし、令和2年(2020年)は新型コロナウイルス感染症の流行により、海外からの渡航が規制されたことで大幅に減少しました。



資料:国土交通省 令和2年度(2020年度)「観光の状況 観光施策」

② ASEAN 諸国に関するデータ

茨城県の外国人旅行者の中でも比較的割合の多いASEAN諸国では、日本の情報をSNSやウェブサイトといったデジタル媒体で収集している人が多いということがわかります。ここから、情報発信手段として、デジタル媒体を用いることが有効だと考えられます。

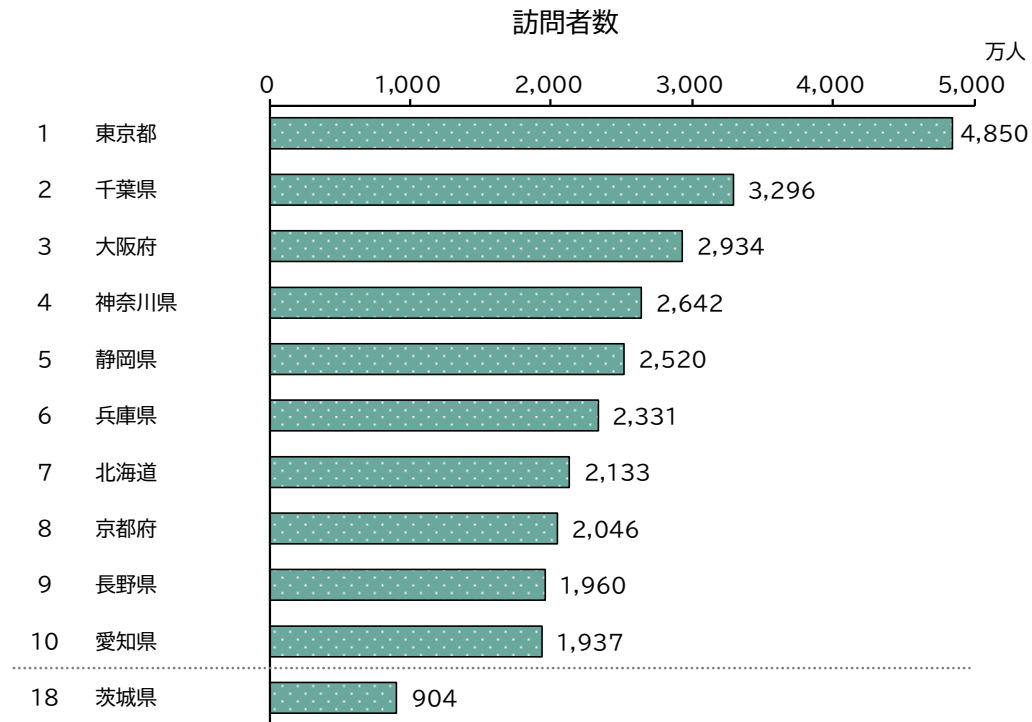


資料：外務省 2019「海外における対日世論調査」

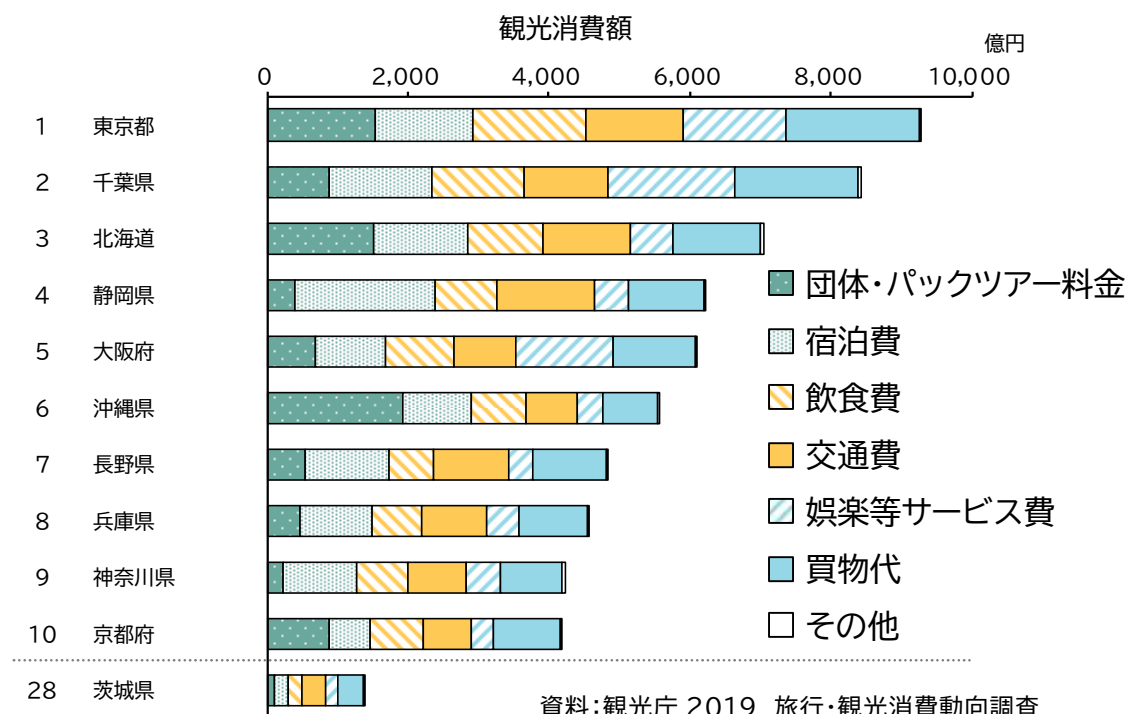
イ 県の観光の動向

① 日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

令和元年度(2019年度)の県別訪問者数の順位で、茨城県は18位でした。一方で、旅行消費額については28位であることから、茨城県は訪問者数が多いものの、消費単価が少ないと考えられます。



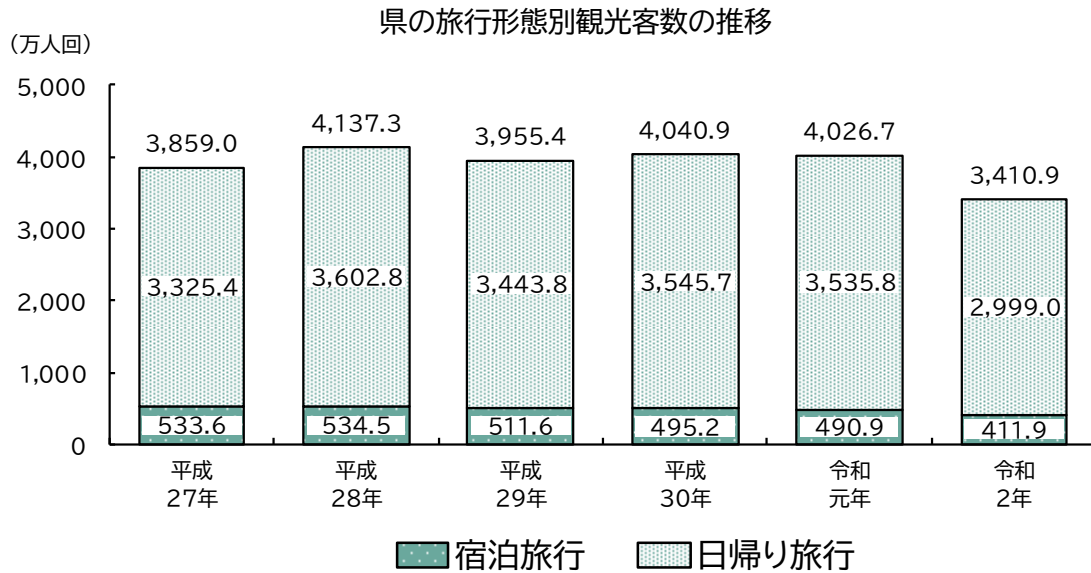
資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査



資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

② 県の旅行形態別観光客数の推移

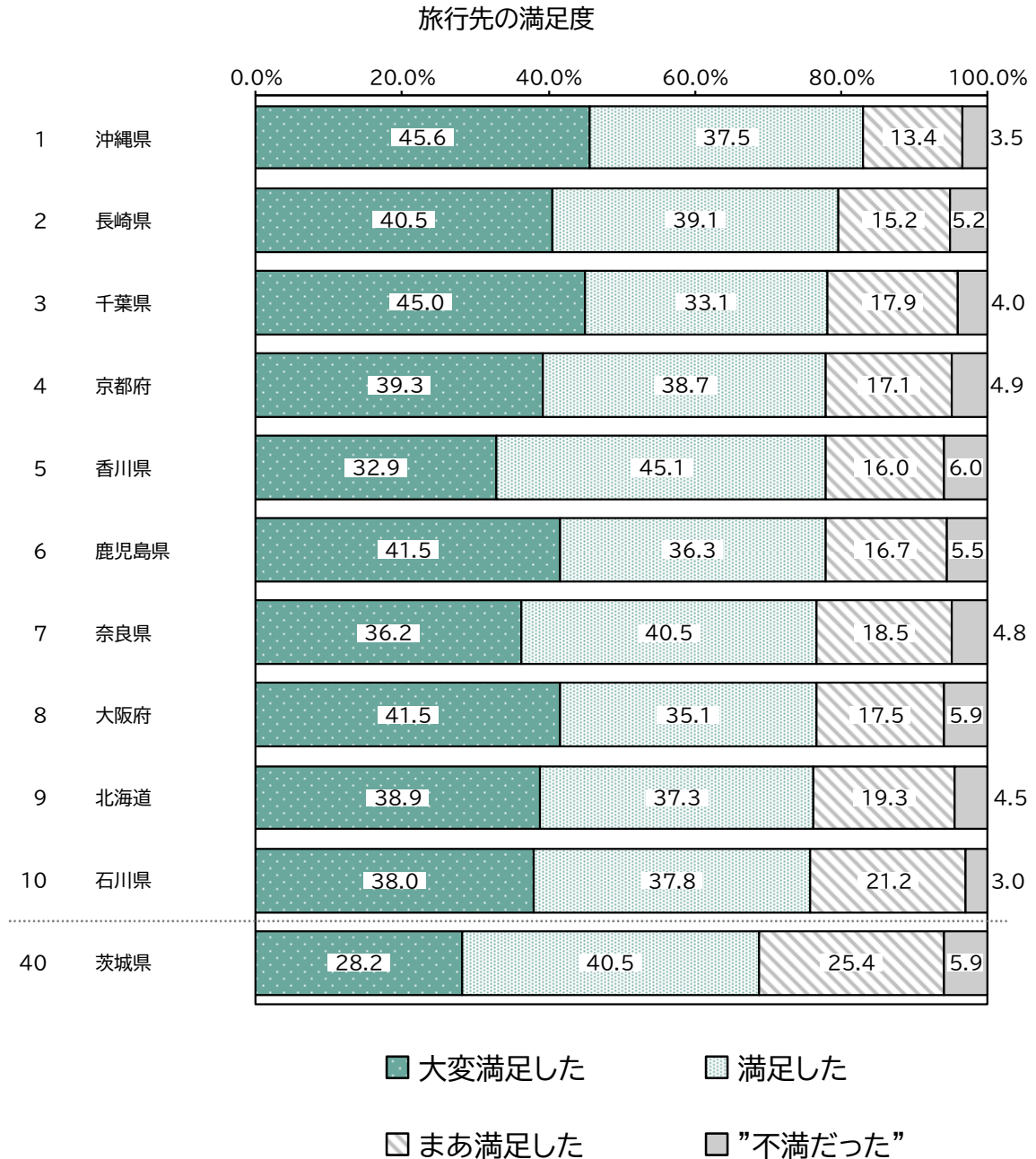
茨城県の入込客数は、コロナウイルス感染症流行以前の5年間は大幅な増減がありませんでした。また、旅行形態としては日帰り旅行が宿泊旅行の約7倍となっていることから、消費単価が少ないと考えられます。



資料：茨城県「茨城県の観光レクリエーション現況(令和2年(2020年)観光客動態調査報告)」

③ 旅行先の県別満足度

旅行先の県別の旅行満足度について、全国的に見て茨城県での観光は観光客の需要を満たせていないと考えられます。



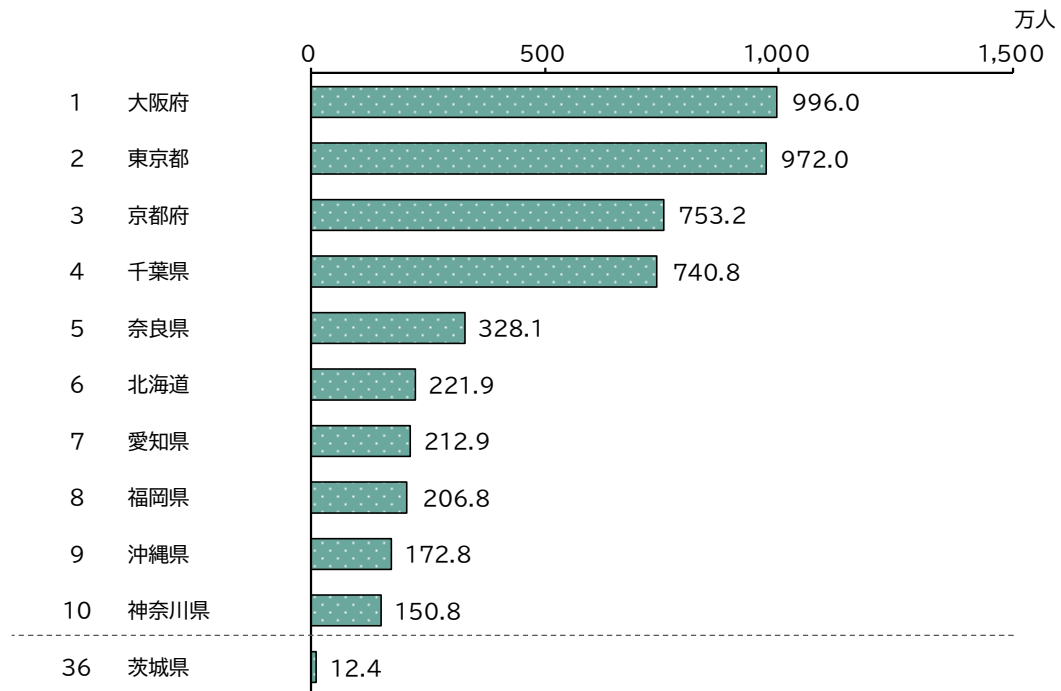
資料：公益社団法人日本観光振興協会 令和元年度版 観光の実態と志向

【注記】「”不満だった”」は、「どちらともいえない」、「やや不満だった」、「不満だった」、「大変不満だった」を合わせた割合。

④ 訪日外国人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

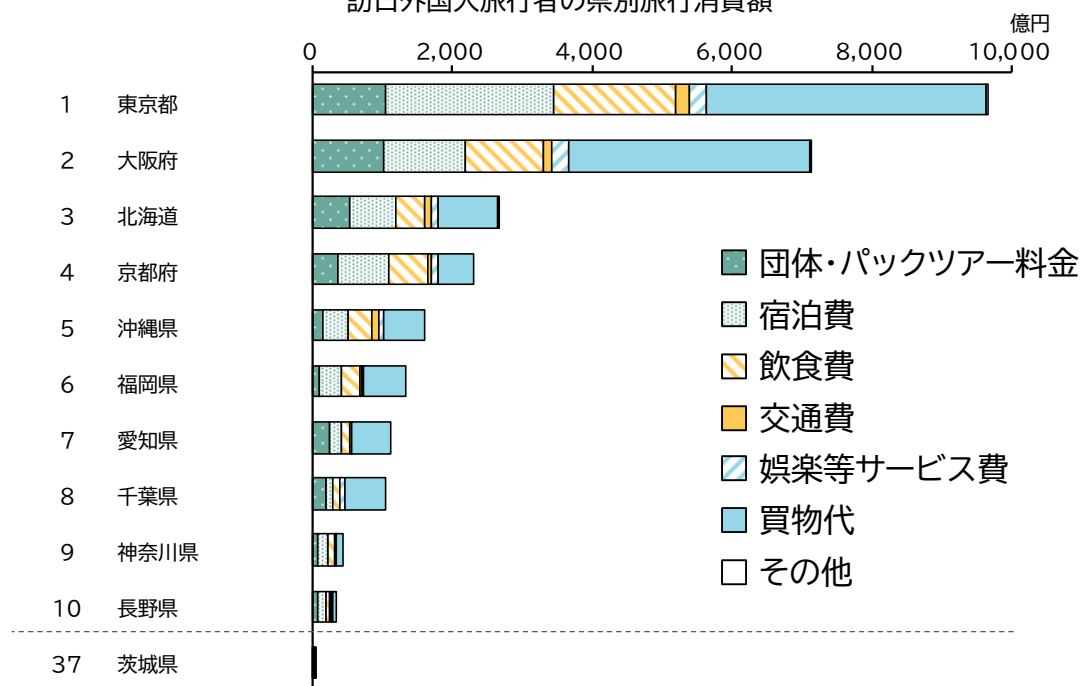
茨城県は、訪日外国人旅行者の県別訪問者数が36位、旅行消費額が37位と
なっていることから、全国的に見て訪日外国人旅行者が少ないことがわかります。

訪日外国人旅行者の県別訪問者数



資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

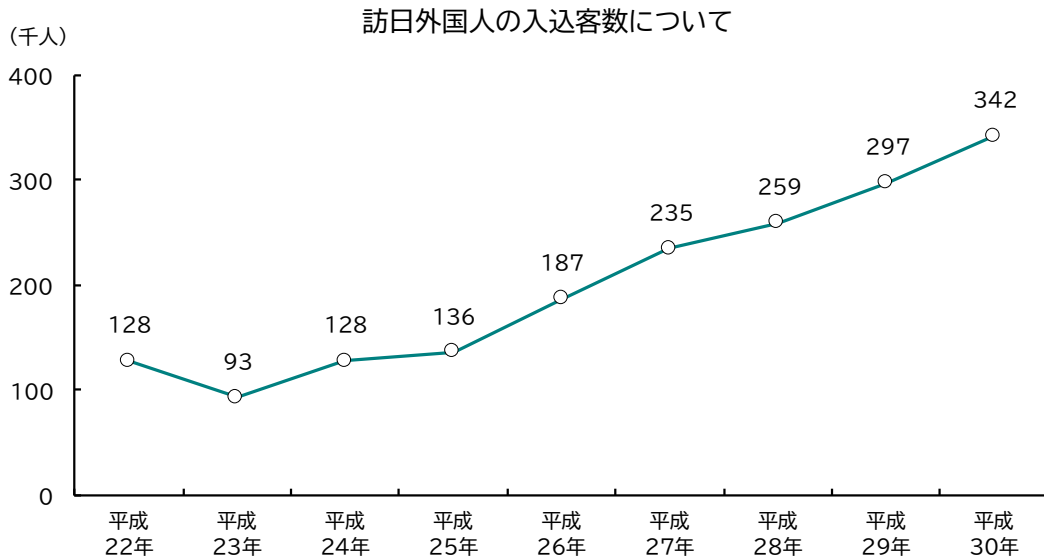
訪日外国人旅行者の県別旅行消費額



資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

⑤ 茨城県の訪日外国人の入込客数

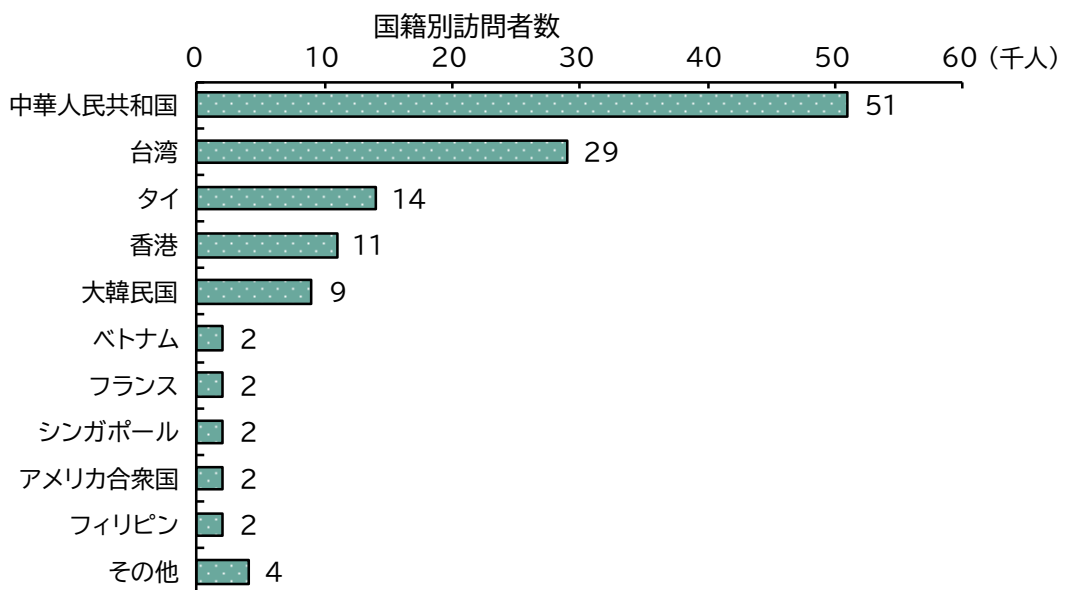
訪日外国人の入込客数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前では、平成23年(2011年)に一旦減少しているものの、その後年々増加し、平成30年(2018年)では34万2千人となっています。



資料:茨城の観光レクリエーション現況(観光客動態調査報告)

⑥ 茨城県の令和元年(2019年)の国籍別訪問者数

茨城県の令和元年(2019年)の国籍別訪問者数をみると、アジア圏からの訪問者が上位を占めており、特に「中華人民共和国」からの訪問者が最も多く、次いで「台湾」、「タイ」、「香港」となっています。



資料:地域経済分析システム(RESAS)

観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

【注記】「地域別の訪日外客数=地域別の訪問率【観光・レジャー目的】×訪日外客数×旅行目的別構成比【観光・レジャー目的】」により推計している。

ウ つくば市の観光を取りまく現状

つくば市では、豊富な観光資源を活用し、筑波山地域ジオパークやつくばサイエンスツアーといった特徴的な取組を行ってきました。また、まつりつくばや筑波山梅まつり等の観光イベントの開催により、観光客の集客が図られています。

つくば市の総観光入込客数は平成17年度(2005年度)には400万人を超えましたが、東日本大震災の影響により、一時減少傾向になりました。その後回復傾向に転じ、令和元年度には420万人を超え、第2次計画時の目標値を達成しました。(P25ア観光入込客数の推移参照)

しかし、世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客入込数は大幅に減少しました。こうした現状から、今後は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮するとともに、その収束後を見据えた観光振興施策を行う必要があります。

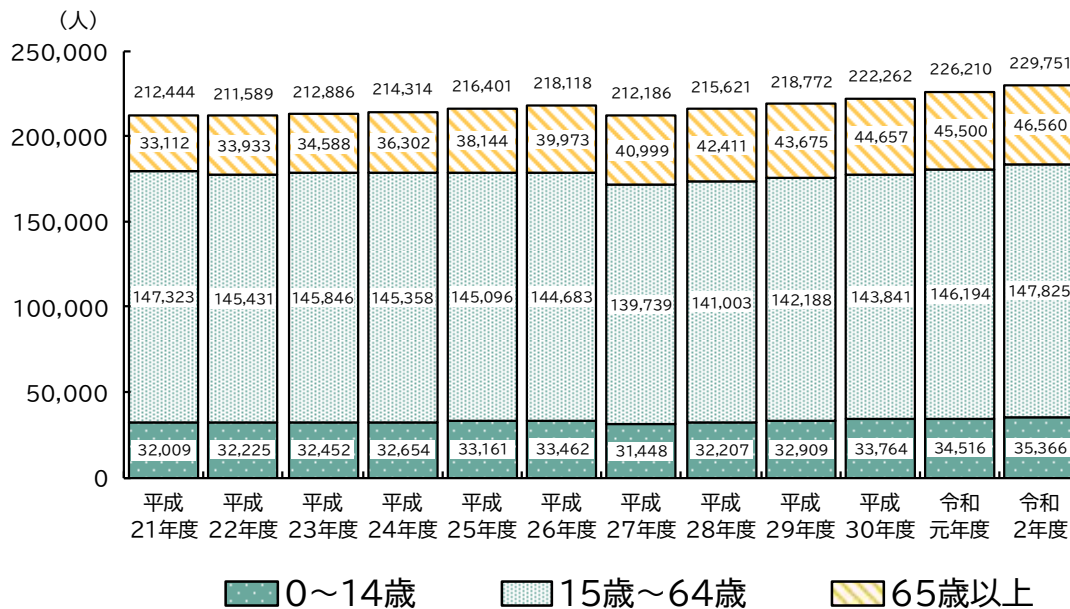
4 統計データからみえるつくば市の現状

(1) 人口

ア 年齢3区分別人口の推移

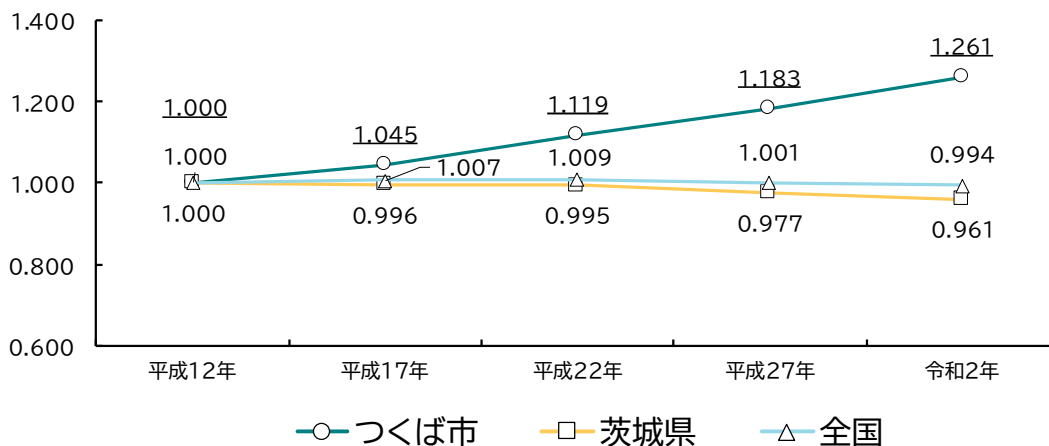
つくば市の人口推移は増加傾向にあり、平成27年度(2015年度)で減少しましたが、再び増加に転じ、令和2年度(2020年度)には229,751人となりました。また、つくば市は、3区分別人口は総じて増加傾向となっており、3区分別人口割合をみると、全国、県と比べ0～14歳の割合が高く、65歳以上の割合が低くなっています。

つくば市の年齢3区分別人口の推移



資料：茨城県の年齢別人口(茨城県常住人口調査結果)四半期報(各年度10月現在)

総人口の増減率の推移(国・県比較)



資料：国勢調査

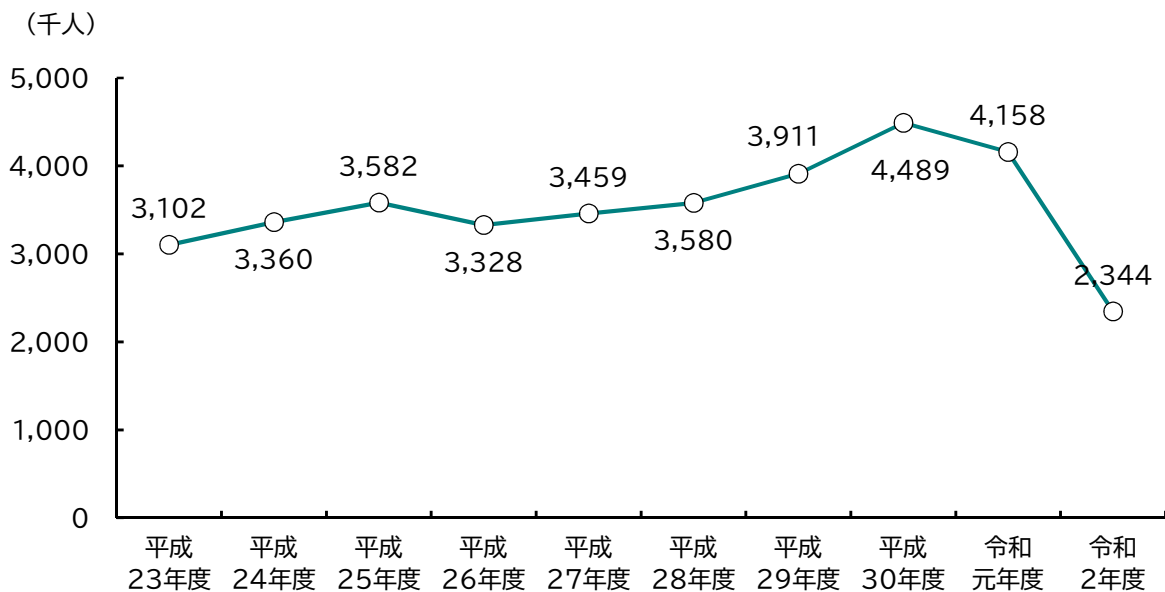
(2) 観光動向

ア 観光入込客数の推移（つくば市）

つくば市の観光入込客数の増減率の推移をみると、全国、茨城県と比べて増加率は緩やかとなっていますが、令和元年(2019年)まで増加傾向にありました。

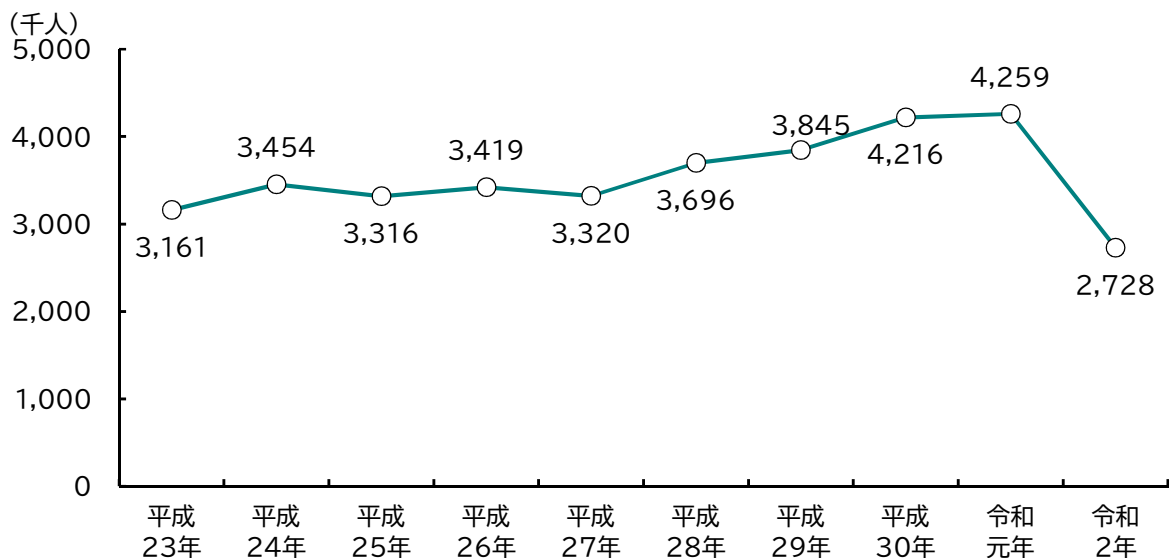
その後、令和2年(2020年)では新型コロナウイルス感染症の影響で減少へ転じています。

【年度集計】観光入込客数の推移(つくば市)



資料：つくば市観光推進課

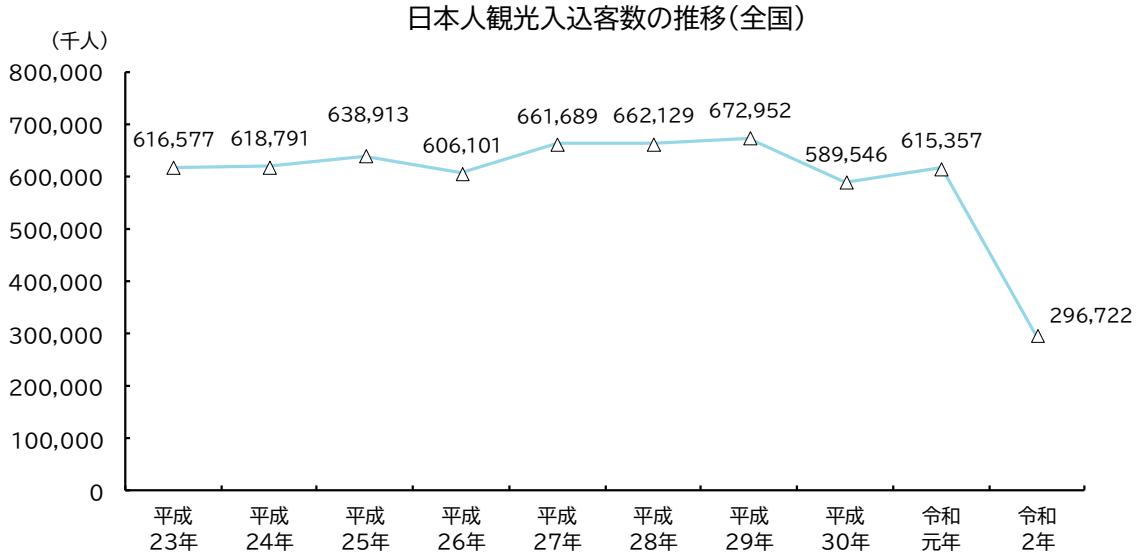
【年集計】観光入込客数の推移(つくば市)



資料：つくば市観光推進課

イ 観光入込客数の推移（全国）

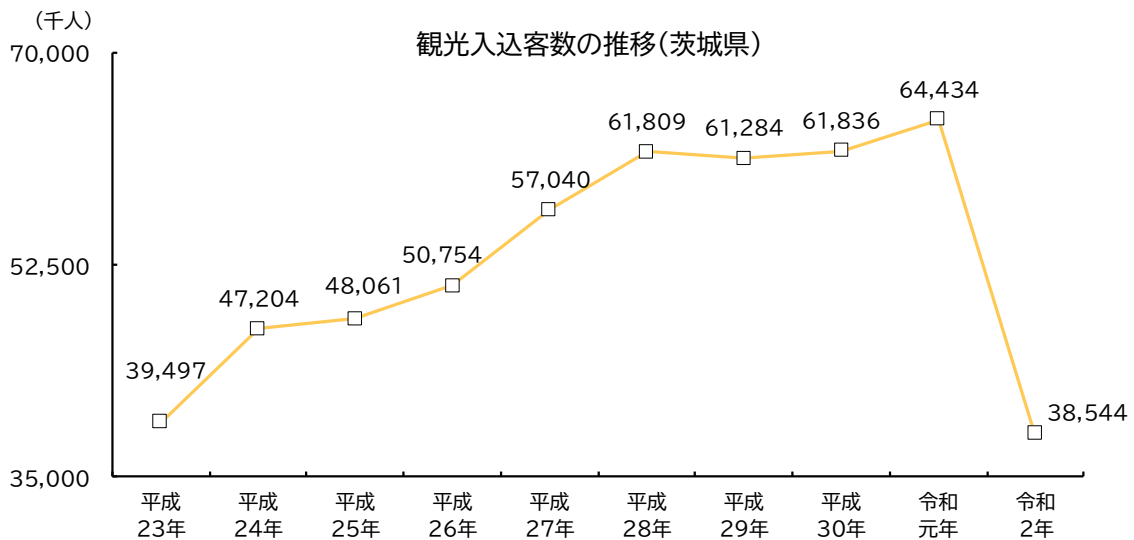
全国の日本人観光入込客数の推移をみると、平成29年(2017年)まで横ばいで推移していましたが、平成30年(2018年)に減少に転じています。その後、新型コロナウイルスの影響で令和2年(2020年)では、296,722千人まで減少しています。



資料:日本人:観光庁「旅行・観光消費動向調査」、外国人:日本政府観光局(JNTO)
各調査は調査方法が異なるため、合計値は参考値

ウ 観光入込客数の推移（茨城県）

茨城県の観光入込客数の推移をみると、平成23年(2011年)から令和元年(2019年)まで増加傾向にあり、令和元年では64,434千人(延べ人数)となっていました。その後、新型コロナウイルスの影響で令和2年(2020年)では、38,544千人まで減少しています。

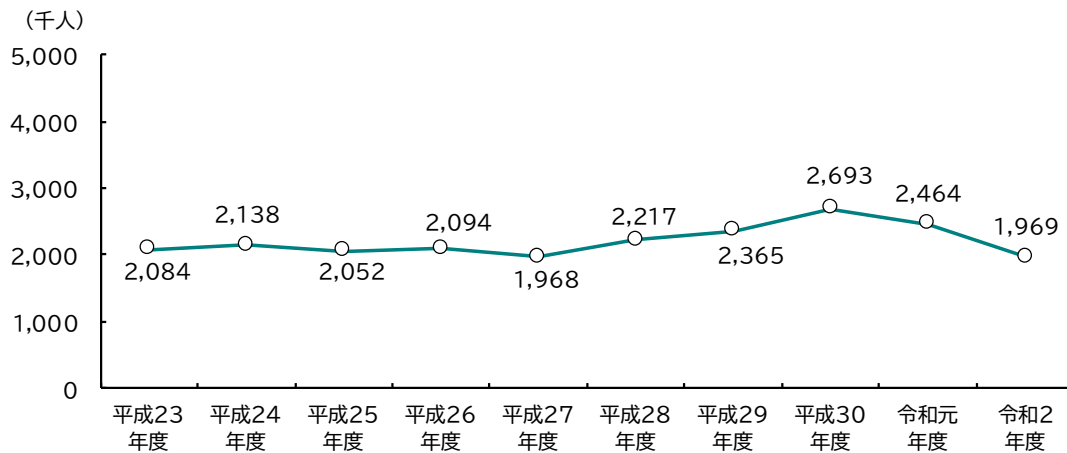


資料:茨城の観光レクリエーション現況
茨城県の令和2年(2020年)は【観光客動態調査の結果】より引用
【注記】入込客数は県内の観光地点及び行祭事・イベントの入込客数を単純合計した入込客の総数(延べ人数)。

エ 筑波山の観光入込客数の推移

筑波山の観光入込客数の推移をみると、平成27年(2015年)以降年々増加していましたが、令和元年度(2019年度)以降、秋の行楽シーズンの天候不順や新型コロナウイルス感染症の影響を受け、減少が続いています。

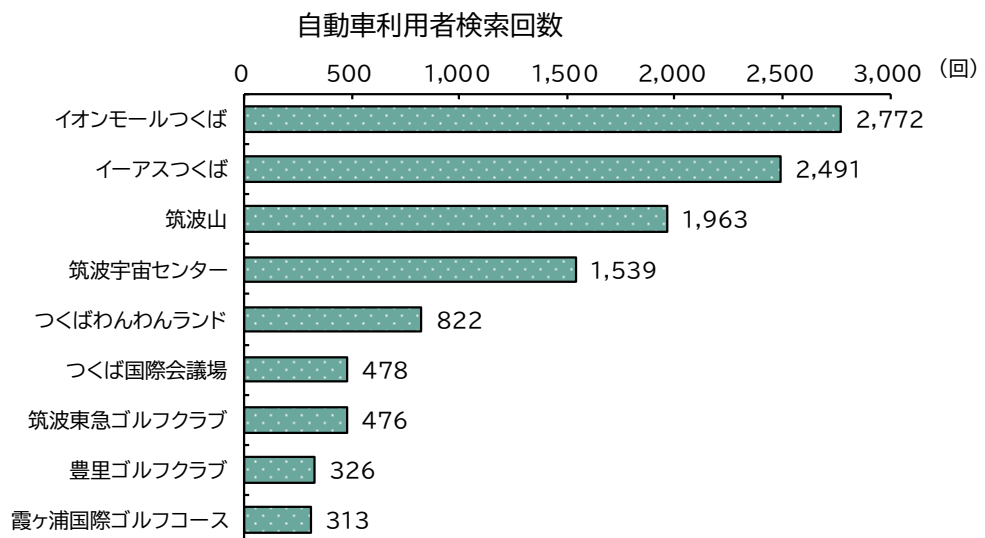
つくば市の筑波山 観光入込客数の推移



資料:観光推進課

オ 令和元年(2019年)休日期間のインターネットによる目的地検索上位目的地(自動車利用者)

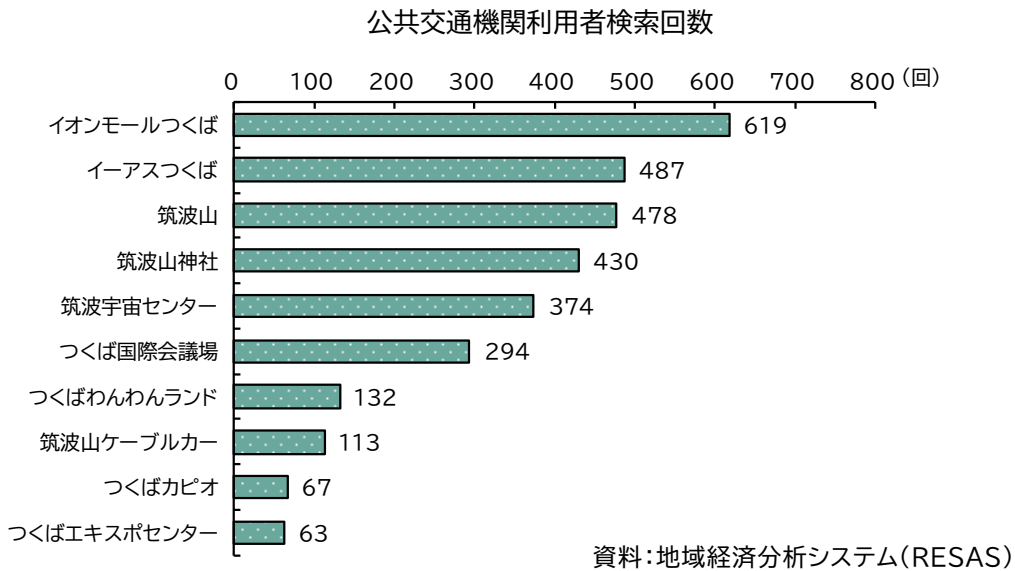
令和元年(2019年)休日期間の目的地検索の上位目的地は、「イオンモールつくば」が2,772回と最も多く、次いで「イーアスつくば」が2,491回、「筑波山」が1,963回となっています。



資料:地域経済分析システム(RESAS)

カ 令和元年（2019年）休日期間のインターネットによる目的地検索上位目的地（公共機関利用者）

令和元年（2019年）休日期間の目的地検索の上位目的地は、「イオンモールつくば」が619回と最も多く、次いで「イーアスつくば」が487回、「筑波山」が478回となっています。



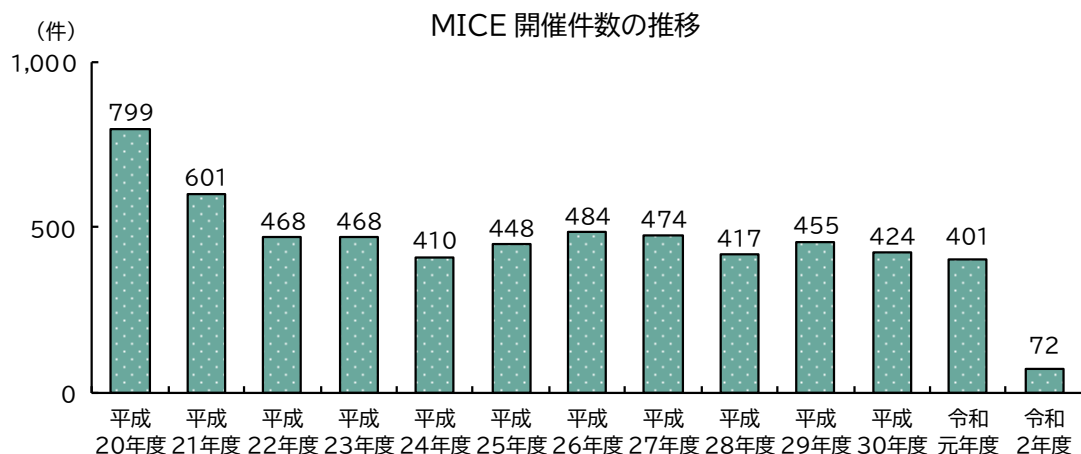
【注記】検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。

下記条件にすべて該当した場合にのみ表示。

- ・施設分類が、観光資源、宿泊施設や温泉、広域からの集客が見込まれるレジャー施設や商業施設に該当
- ・年間検索回数が自動車は 50 回、公共交通は 30 回以上
- ・年間検索回数が全国 1,000 位以内または都道府県別 50 位以内または市区町村別 10 位以内

キ MICE開催件数の推移

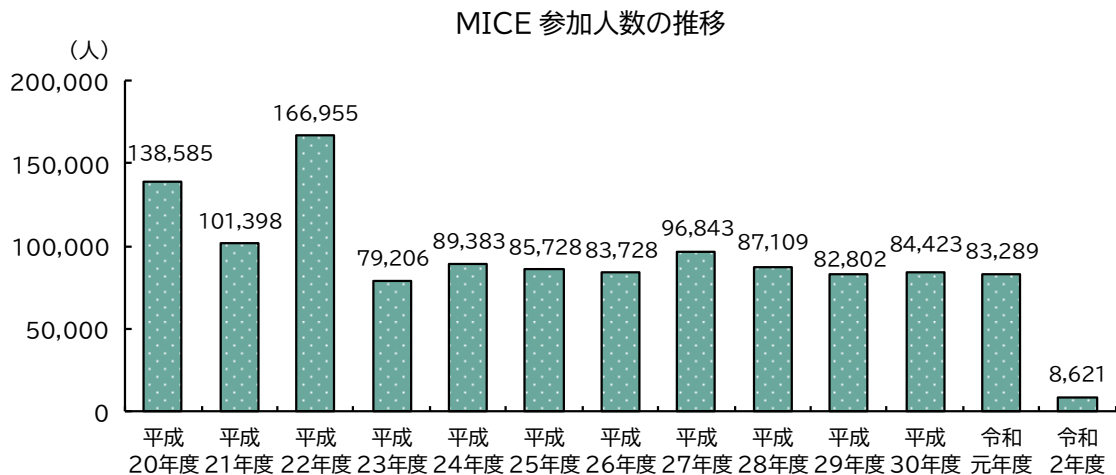
MICE開催件数の推移をみると、平成22年度（2010年度）以降は400件台で増減を繰り返しながら推移していましたが、令和2年度（2020年度）は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しています。



資料：（一社）つくば観光コンベンション協会

ク MICE参加人数の推移

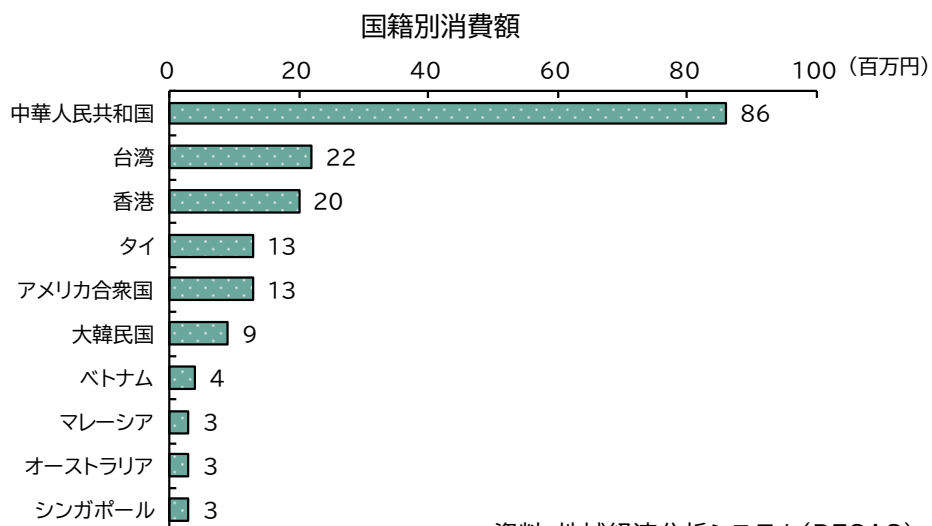
MICE参加人数の推移をみると、令和元年度(2019年度)では83,289人と平成22年度(2010年度)と比較すると半減しており、平成23年(2011年)以降は8~9万人台で推移しています。令和2年度(2020年度)は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しています。



資料:(一社)つくば観光コンベンション協会

ケ 茨城県の令和元年(2019年)9月の国籍別消費額

茨城県の令和元年(2019年)9月の国籍別消費額をみると、「中華人民共和国」が86百万円と最も高く、次いで「台湾」、「香港」となっています。



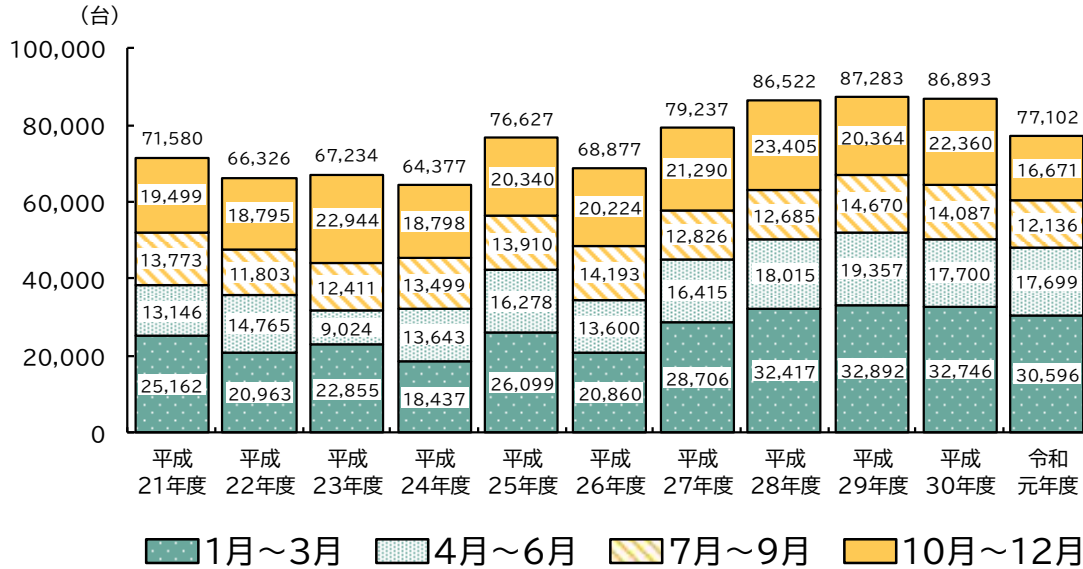
資料:地域経済分析システム(RESAS)

【注記】消費額は、外国人訪問客がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア率等から算出した金額。
 国・地域は、カード所有者の居住地であるため、観光客以外の永住者・定住者による消費額も含まれる。

コ 筑波山市営駐車場利用台数の推移

筑波山市営駐車場利用台数の推移をみると、平成29年度(2017年度)以降減少傾向にあり、令和元年度(2019年度)には77,102台となっています。

筑波山市営駐車場利用台数の推移



資料：観光推進課

サ つくば市の文化財の概要

つくば市に現存する文化財は、以下のとおりです。

単位:件

	有形文化財						無形文化財	記念物	記念物	合計
	建造物	絵画	彫刻	工芸品	書跡	考古資料	民俗文化財	史跡	天然記念物	
国指定	1	0	0	2	0	0	0	3	1	7
県指定	8	5	2	7	2	1	0	2	2	29
市指定	8	16	23	7	0	6	8	6	9	83
国登録	23	0	0	0	0	0	0	0	0	23
市認定	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
合計	40	21	25	16	2	7	9	11	12	143

資料：つくば市文化財保存活用計画
「市民が誇り、市民とともに伝える文化財」へ向けて(平成30年(2018年)11月時点)

5 アンケート結果の概要

(1) 市外・県外在住者向けアンケート

市外・県外在住者向けに実施したインターネット調査結果のうち主要結果を抜粋し、市外・県外からの観光の現状及び意識を整理しました。

◆調査の目的

観光的知名度や観光意向、観光経験と魅力評価、期待するもの等を質問し、今後の本市観光振興に何が求められているかを把握することを目的に実施。

◆調査期間

令和3年(2021年)7月21日～令和3年(2021年)7月30日

◆調査対象

関東圏(東京・神奈川・千葉・埼玉・群馬・栃木・茨城)在住者のうち、18歳以上の男女 ※ただし、つくば市在住者は除く

◆回収数 1,049通

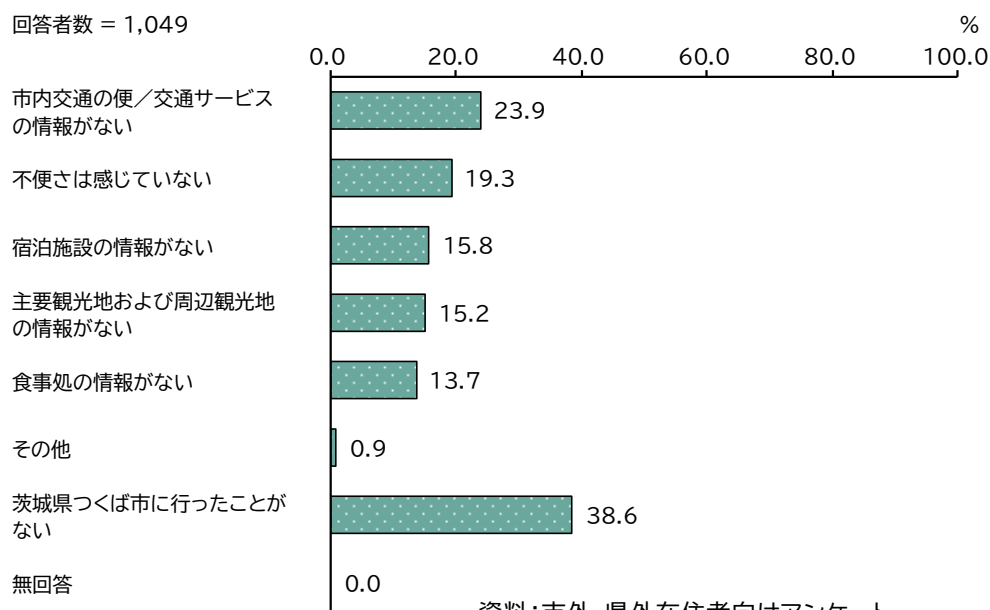
◆主な結果

ア 茨城県つくば市を観光する際の不便さについて

「市内交通の便／交通サービスの情報がない」が最も多く23.9%となっています。

茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか。

回答者数 = 1,049

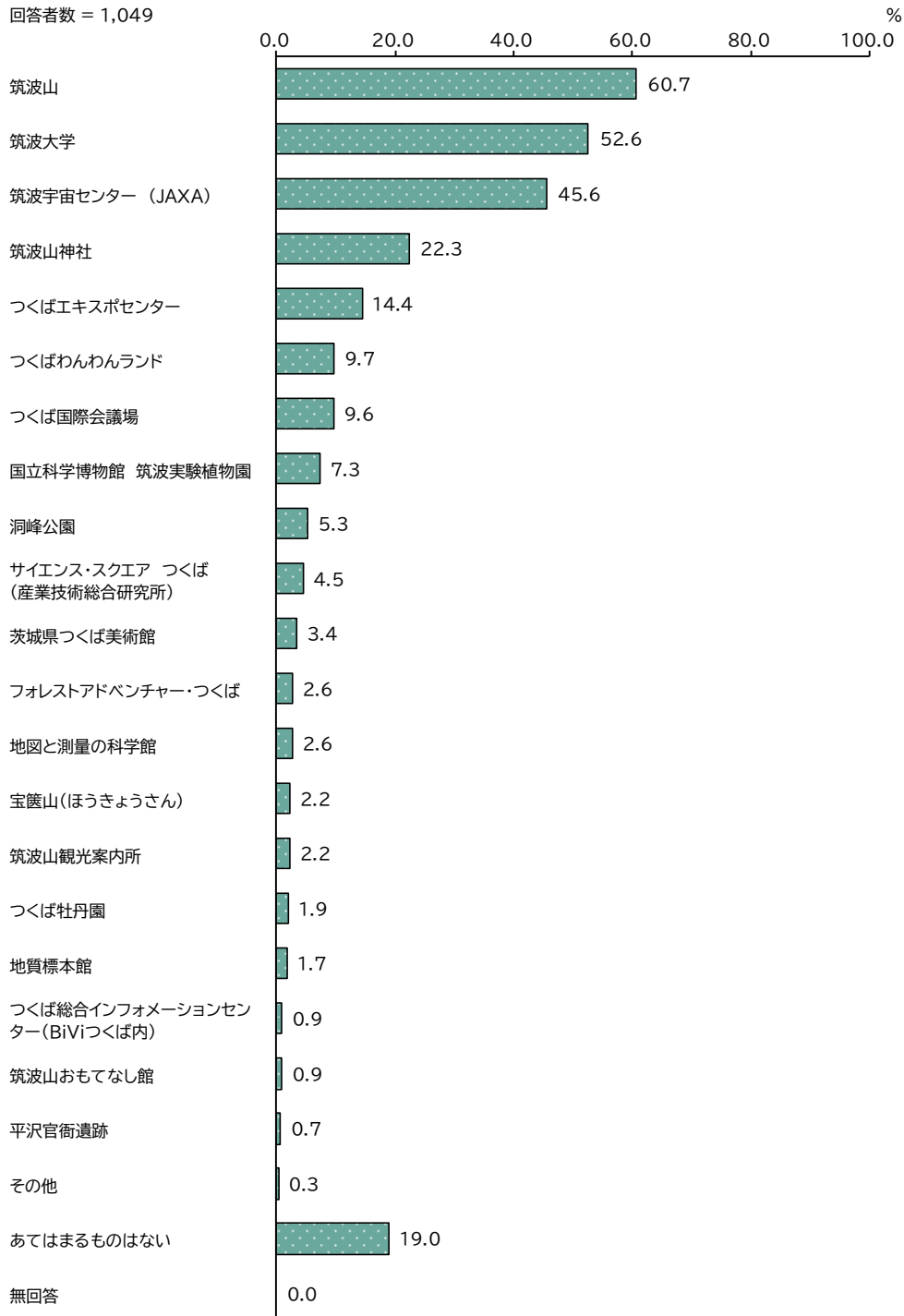


資料：市外・県外在住者向けアンケート

イ つくば市内の施設を知っているかについて

「筑波山」の割合が60.7%と最も高く、次いで「筑波大学」の割合が52.6%、「筑波宇宙センター（JAXA）」の割合が45.6%となっています。

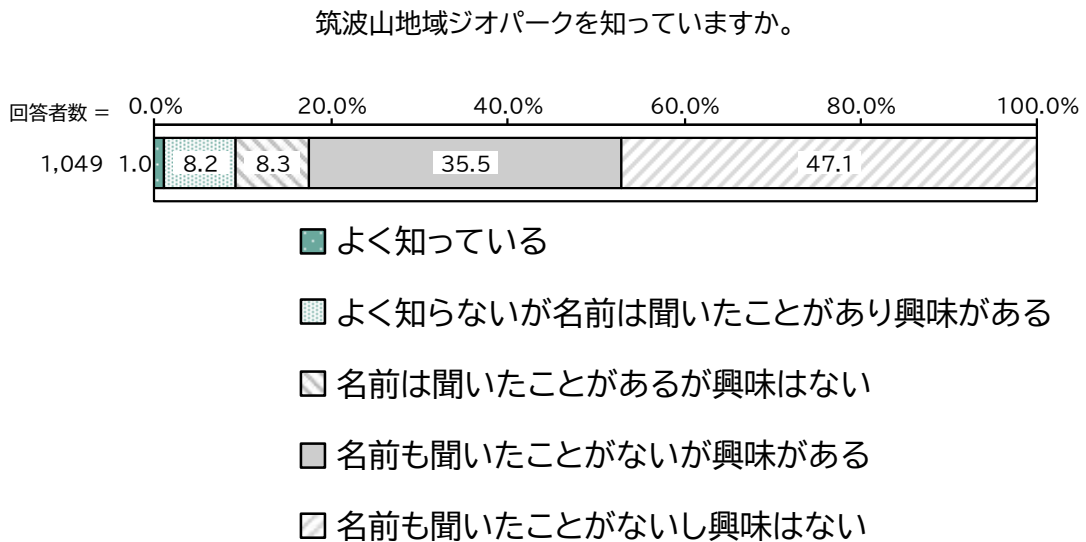
あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

ウ 筑波山地域ジオパークを知っているかについて

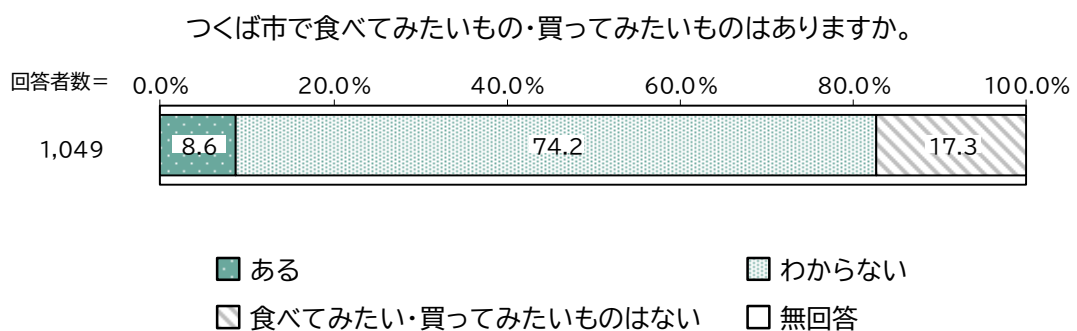
「名前も聞いたことがないし興味はない」の割合が47.1%と最も高く、次いで「名前も聞いたことがないが興味がある」の割合が35.5%となっています。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

エ つくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものについて

「わからない」の割合が74.2%と最も高く、次いで「食べてみたい・買ってみたいものはない」の割合が17.3%となっています。

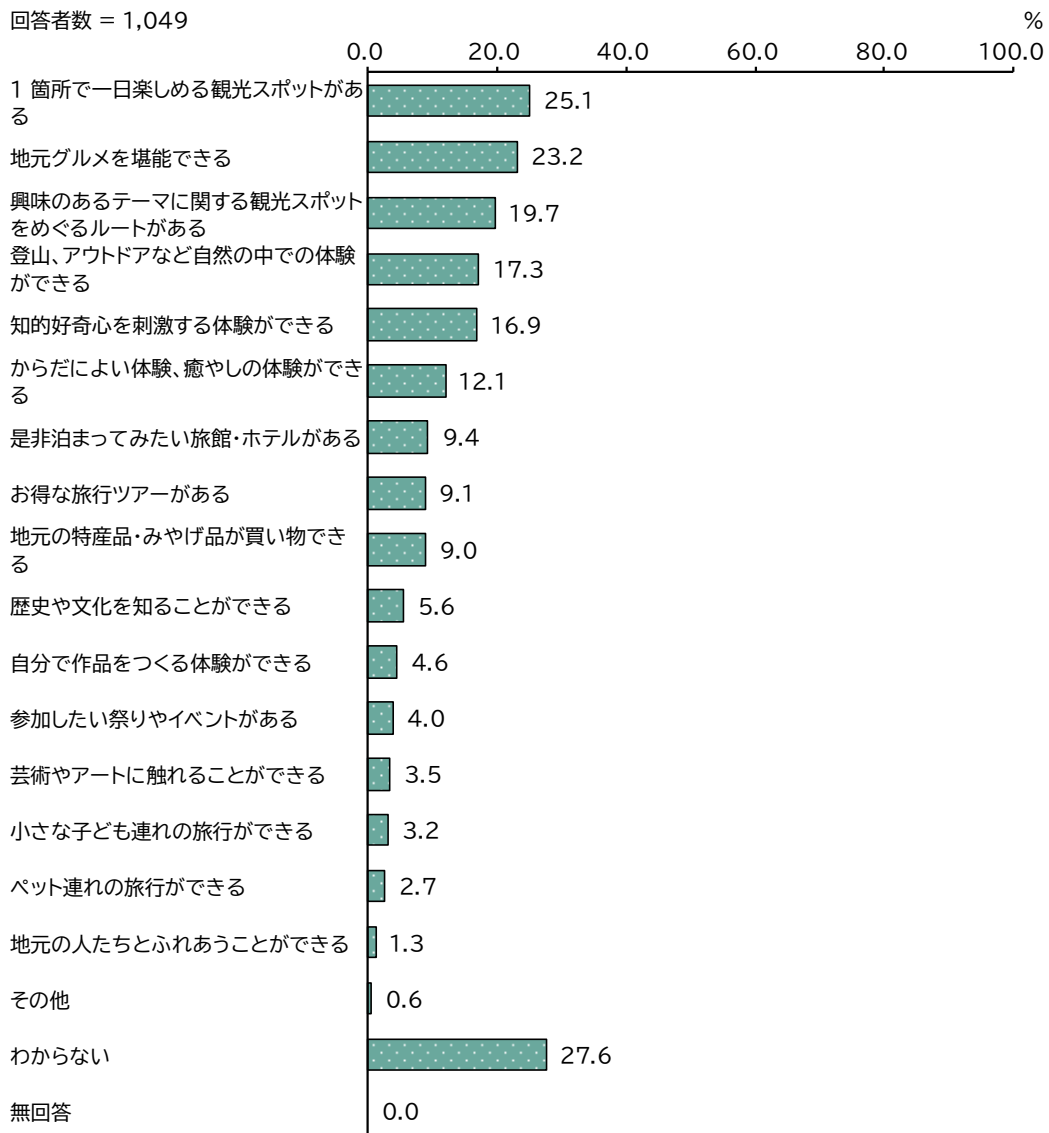


資料：市外・県外在住者向けアンケート

オ つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思うかについて

「1箇所て一日楽しめる観光スポットがある」の割合が25.1%と最も高く、次いで「地元グルメを堪能できる」の割合が23.2%、「興味のあるテーマに関する観光スポットをめぐるルートがある」の割合が19.7%となっています。

茨城県つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思えますか。



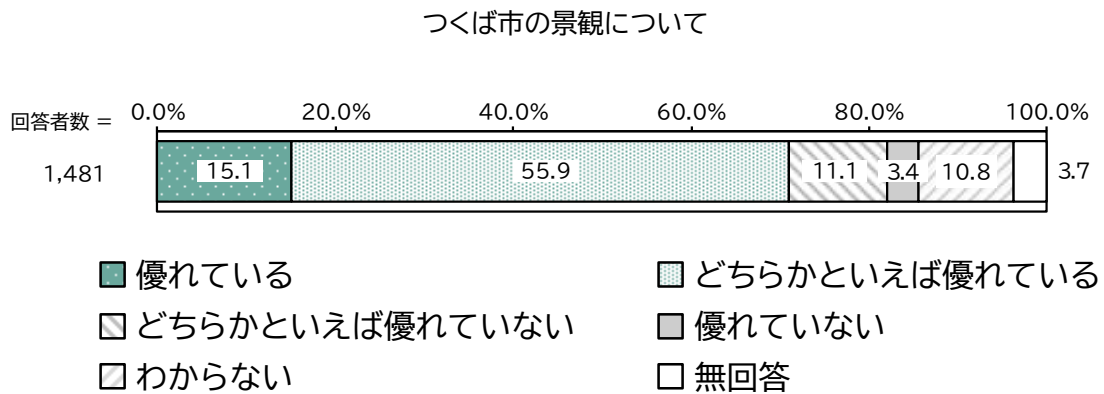
資料：市外・県外在住者向けアンケート

(2) 市民意識調査（令和元年度（2019年度））

令和元年度(2019年度)に行った意識調査の中から、「市民が思うつくば市の魅力」、「市民によるつくば市の観光施策の評価」、「市民による観光施策の具体的なニーズ」といった観光に関する設問の結果を抜粋し、市民の観光への意識を整理しました。

ア つくば市の景観について

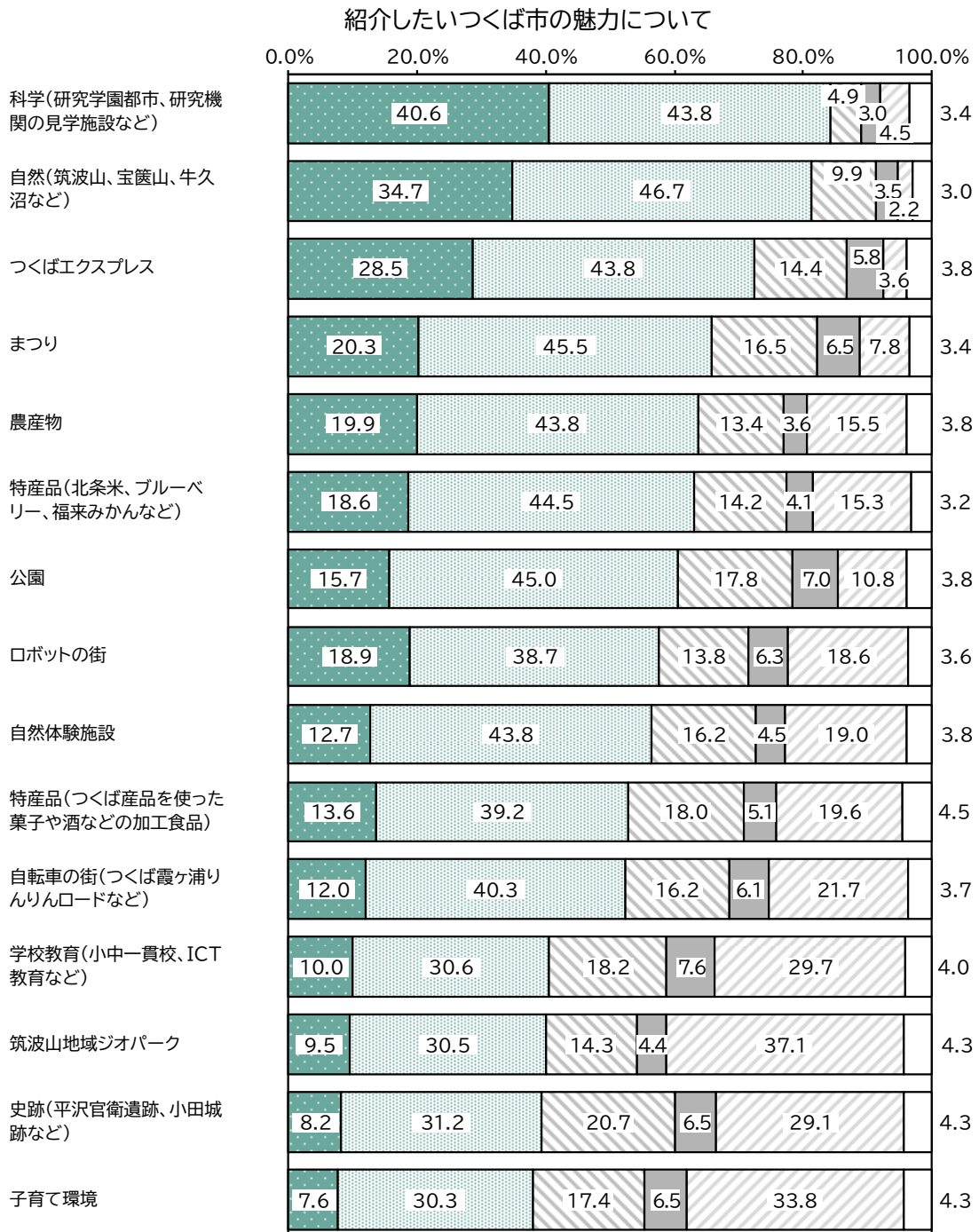
つくば市の景観について、「優れている」「どちらかといえば優れている」を合わせた割合が7割を超えています。



資料：市民意識調査(令和元年度(2019年度))

イ 紹介したいつくば市の魅力について

紹介したいつくば市の魅力について、「科学(研究学園都市、研究機関の見学施設など)」が40.6%で最も多く、「自然(筑波山、宝篋山、牛久沼など)」が34.7%、「つくばエクスプレス」が28.5%と続いています。



- 紹介したい、自慢である
- どちらかといえば紹介したい
- あまり紹介したいとは思わない
- 紹介したいとは思わない
- 知らない
- 無回答

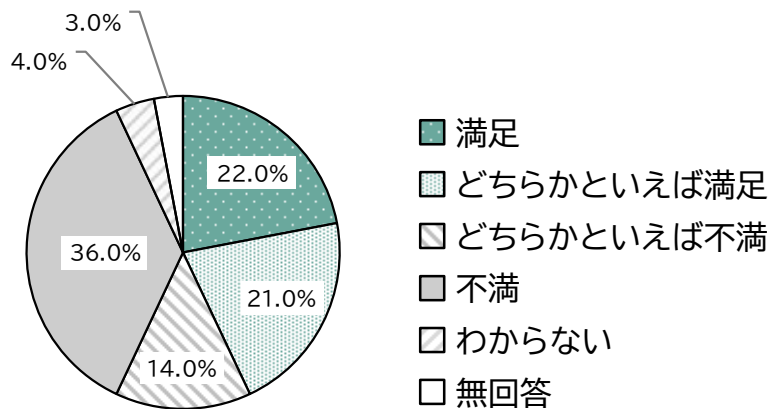
資料：市民意識調査(令和元年度(2019年度))

ウ つくば市の現状やまちづくりへの取組に対する満足度

観光の振興についての満足度は、「満足」「どちらかといえば満足」と答えた割合よりも、「どちらかといえば不満」「不満」と答えた割合が高く、満足度が低い傾向にあります。

また、市の現状や取組について同様の質問項目(全42項目)の回答のうち、観光の振興に対する満足度の順位は40位と、低い結果となっています。

観光の振興に対する満足度



エ 「観光の振興」に対する満足度の推移

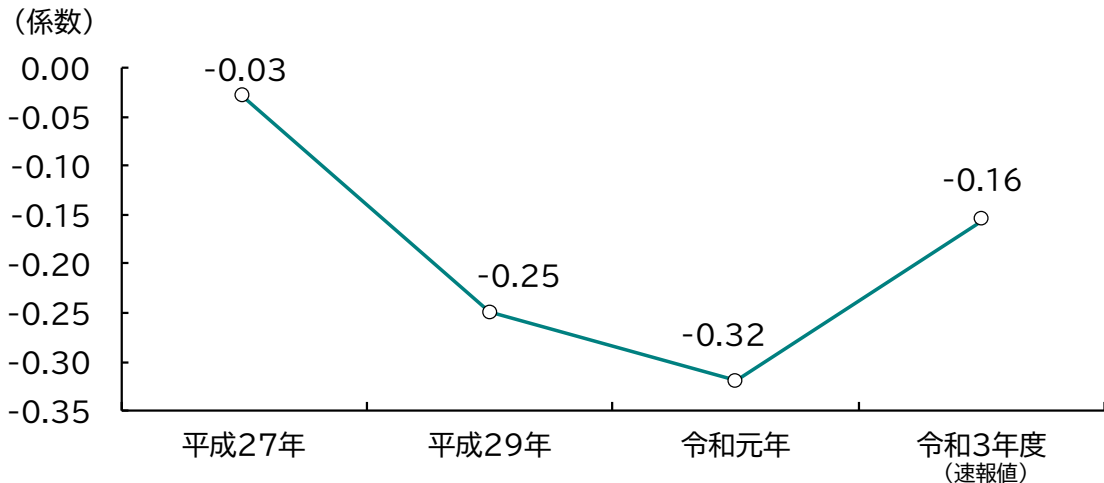
満足度に対する回答について、以下の方法で点数化し、調査年毎の推移をみると、観光の振興に対する満足度は、年々下がっていることがわかります。

<満足度の算出方法>

以下の表のとおり点数化をし、「わからない」「無回答」を除く回答者数で平均値を算出。

	満足	どちらかとい えば満足	どちらかとい えば不満	不満	わからな い・無回答
各回答の点数	2点	1点	-1点	-2点	対象外

調査年毎の「観光の振興」に対する満足度の推移

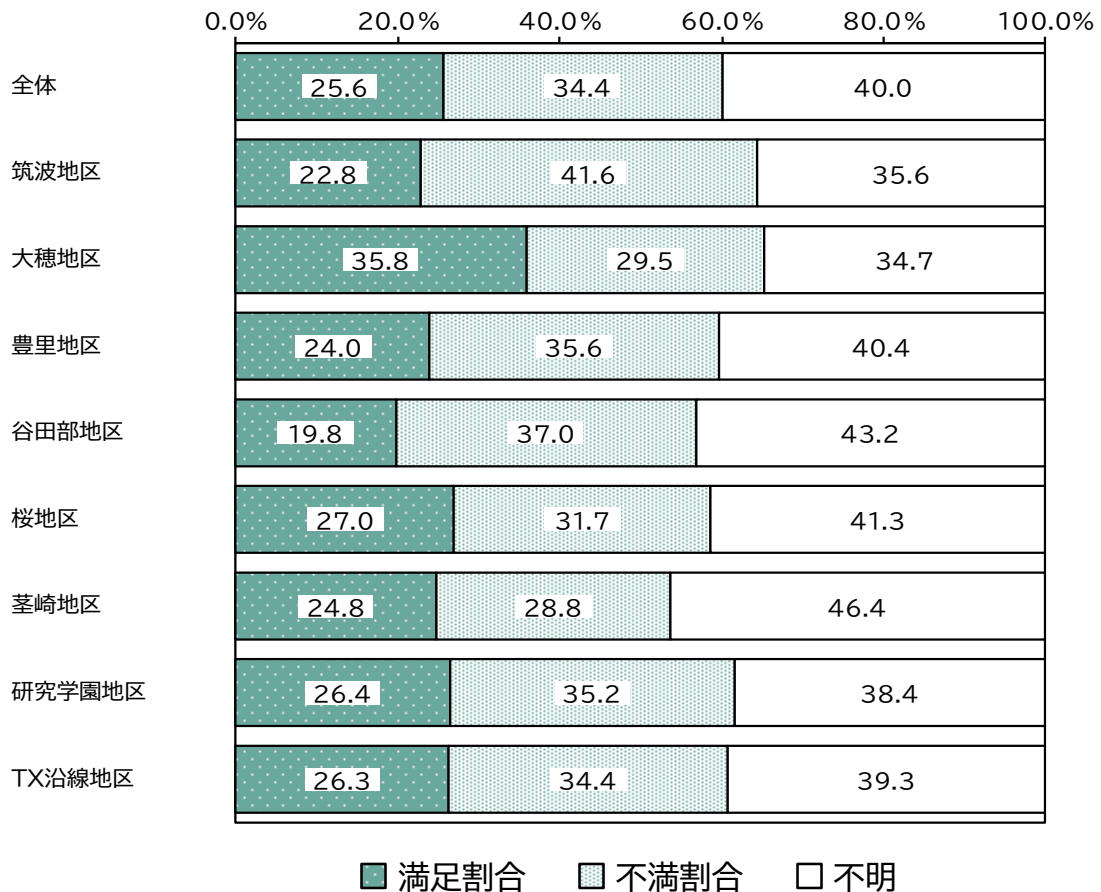


オ 地区別満足度

「満足」「どちらかといえば満足」と答えた割合を「満足割合」、「どちらかといえ
ば不満」「不満」と答えた割合を「不満割合」とし、地区別に観光の振興に対する満
足度を比較したところ、満足割合が不満割合を上回っているのは大穂地区のみと
なっています。

また、全体の満足割合より低い地区は、谷田部地区、筑波地区、豊里地区、荃崎
地区となっています。

地区別の満足度



カ 不満に感じている理由

観光の振興に対して不満を感じる理由としては、観光PRや振興が不十分であること、観光地がないことなどが多く挙げられていました。

また、各施策に対する自由記述項目でも、「筑波山の観光PRが不足している」「観光地をもっとアピールし、観光名所が増えてほしい」といった回答があることから、観光PRや観光資源の磨き上げを推進していく必要があることがわかります。

不満に感じている理由の順位

順位	理由	回答数(63件)
1位	観光PRや振興が不十分	19(30%)
2位	観光地がない	18(28%)
3位	筑波山の観光の振興が不足している	10(15%)

6 つくば市の観光における主な課題

これまでの取組や社会情勢、市民意識調査、アンケート調査の結果から抽出した、つくば市の観光を推進するための課題は以下のとおりです。

(1) 観光地としての認知不足

- これまでの取組では、紙媒体や観光キャンペーンを実施することで、不特定多数の方に広く知っていただくことを目的に情報発信を行ってきました。成果として観光入込客数は増加しており、第2次観光基本計画の目標数値も達成していることから、一定の効果はあったと考えられますが、一方で、どのような人にとどの程度情報が届いていて、つくば市に興味を持つ人がどのような情報を必要としているのかを把握する仕組みがありませんでした。
- 市民意識調査を見ると、「観光 PR や振興が不十分」という結果が出ております。また、同調査の自由記述においても、「筑波山の観光 PR が不足している」とあり、市民からも PR 不足が指摘されています。魅力ある地域づくりには、市民が自分の住むまちに愛着や誇りを持つことが重要です。そのためには、市民が自らの地域のことを知る事ができるきっかけづくりが必要です。
- アンケート調査の結果における認知度に関する調査項目では、総じてつくば市の観光資源に対する認知度が低い傾向にあることがわかりました。一方で知らないが行ってみたいなどの興味関心がある割合は高いことから、認知度を向上させることで新たな需要創出の可能性がります。

(2) 観光資源の魅力向上への取組が不十分

- つくばらしい体験の提供、他の観光地との差別化を図ることで、選ばれる観光地を目指す取組が必要です。
- 令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、観光の振興に関する自由記述の中で「観光地がない」という指摘がありました。市民にとって誇りあるまちにしていくためには、観光資源の認知度の向上と合わせて、資源の魅力の掘り起こしや、今ある資源の磨き上げによる価値付与が必要です。
- 令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、紹介したい(自慢したい)という項目として、自然、科学が挙げられています。その一方で、市民にとって誇りあるまちとしていくためには、これらの資源をいかした観光地としての充実が重要であることが示されています。
- 「観光地をもっとアピールし、観光名所が増えて欲しい」という指摘もあり、市内の観光資源の有効活用や磨き上げが必要となっています。

- アンケート調査の結果では、「つくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものはあるか」という問いについて、「わからない」という割合が74.2%となっていることから、物産品についての認知度の向上はもとより、今ある物産品の磨き上げが必要です。

(3) 観光資源間の周遊性が不十分

- 市内には多くの観光資源が点在し、それぞれが独自に PR やイベントを行っている状況で、観光資源間の連携が不十分といえます。各観光資源をつなぐストーリーやテーマ性のある周遊ルートの整備など、観光地としての魅力向上のためには、地域が一丸となった観光資源間の連携、ネットワーク化の推進が必要です。
- 市域をまたぐ広域連携は魅力向上に必要不可欠な要素であり、他自治体等広域のメンバーで構成される筑波山地域ジオパーク推進協議会の取組など、積極的な連携、取組が必要です。
- つくば市への滞在期間についての調査結果から、「日帰り」の割合が82.9%となっており、宿泊を伴う滞在型観光の傾向が低いことがわかります。各観光資源をつなぐ周遊ルートの整備を行い、観光客の滞在時間の延長による滞在型観光の推進が必要です。

(4) 持続可能な観光地づくりの視点が不十分

- ビッグデータや各種数値データによる検証体制が整備されていませんでした。社会情勢の変化に伴い、SNS の普及や IoT 等デジタル技術が目覚ましく進歩しています。今後はこのようなデータや技術を活用し、データマーケティングを意識した観光施策の振興に取り組み、持続可能な観光づくりを目指すことが必要です。
- 需要の極端な集中を回避すべく時間的な分散、来訪者の空間的な分散や受入環境の拡大等の整備を検討、実施し、筑波山の魅力向上に努めることが必要です。また各種イベントの実施や移動手段の誘導等によって、観光スポットの分散化を図ります。年間を通して天候に左右されずに楽しめる観光地域づくりが求められています。
- 筑波山において、ハイシーズンにおける道路渋滞や登山道混雑が発生しています。観光客のニーズを捉えた周辺観光資源の提案による分散・抑制策が必要です。



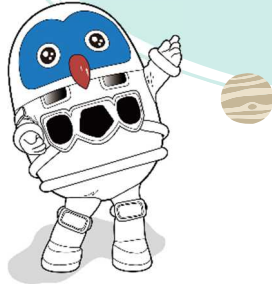
つくば市観光振興の指針

1 基本理念

つくば市は、豊かな自然環境、歴史と文化、国際性そして世界の最先端を行く研究・教育機関の集積など、他に類を見ない多様な地域資源があり、それらはすべてつくばならではの「観光資源」と捉えることができます。自然、歴史、文化、研究・教育研究機関など数多くの観光資源を活用することにより、つくばならではの空間とストーリーを創出し、観光地としての魅力度の向上、加えてグローバルな視点から国内外の誘客拡大を本計画の基本理念とします。

そして、この基本理念をもとに、本計画のタイトルを、

つくばと“つながる” つくばが“つながる”
-つくばの自然・科学・歴史・文化で人と地域と世界をつなぐ-



とします。

2 基本方針

基本理念を具現化し、目指す観光地域づくり像に近づくため、基本方針を次のとおり定めます。

1 観光客と つくばが“つながる”

－つながる・役立つ・広がる情報発信－

2 伝えたい資源を観光に“つなげる”

－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－

3 地域と“つながる”

－周遊観光の促進－

4 未来に“つなげる”

－持続可能な観光地域づくりの構築－

3 目標指標

(1) 数値設定

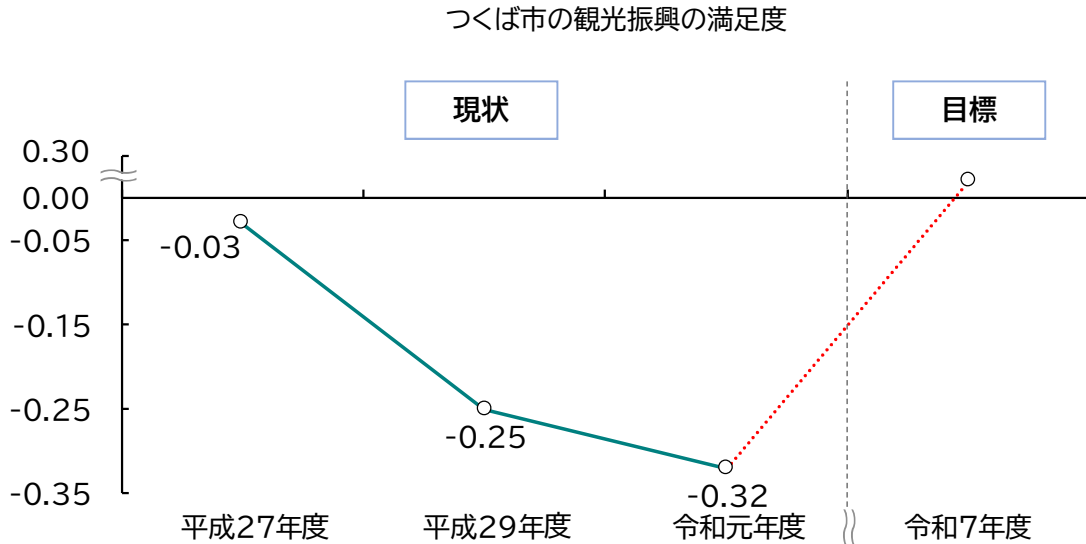
令和8年度(2026年度) 観光入込客数: 5,000,000人

※令和元年度(2019年度)観光入込客数4,158,800人をもとに、第2期つくば市戦略プランの目標数値との伸び率により算出しています。

令和6年度(2024年度) 観光入込客数:4,720,000人

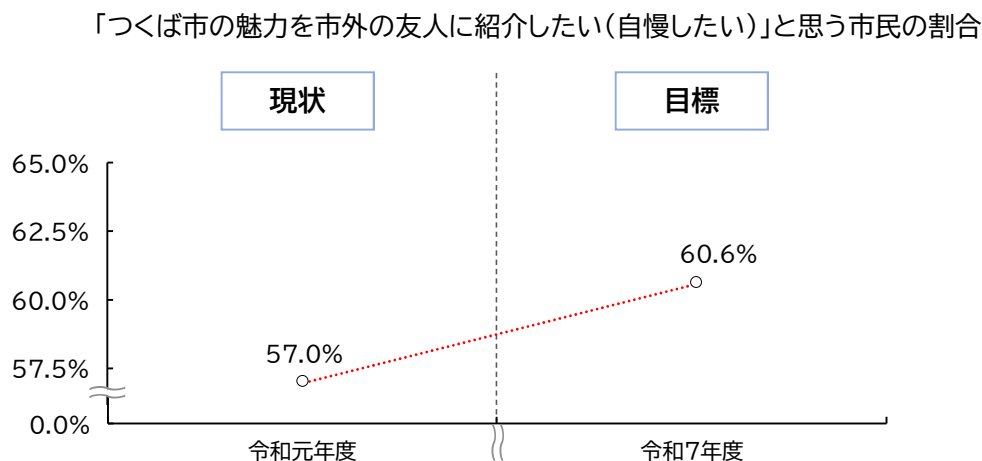
(2) 市民意識の醸成

市民意識調査におけるつくば市の観光振興の満足度を向上させます



「観光の振興」に対する満足度指数を令和元年度(2019年度)-0.32から令和7年度(2025年度)プラスに向上させます。

市民意識調査における「つくば市の魅力を市外の友人に紹介したい(自慢したい)」と思う人の割合を増加させます



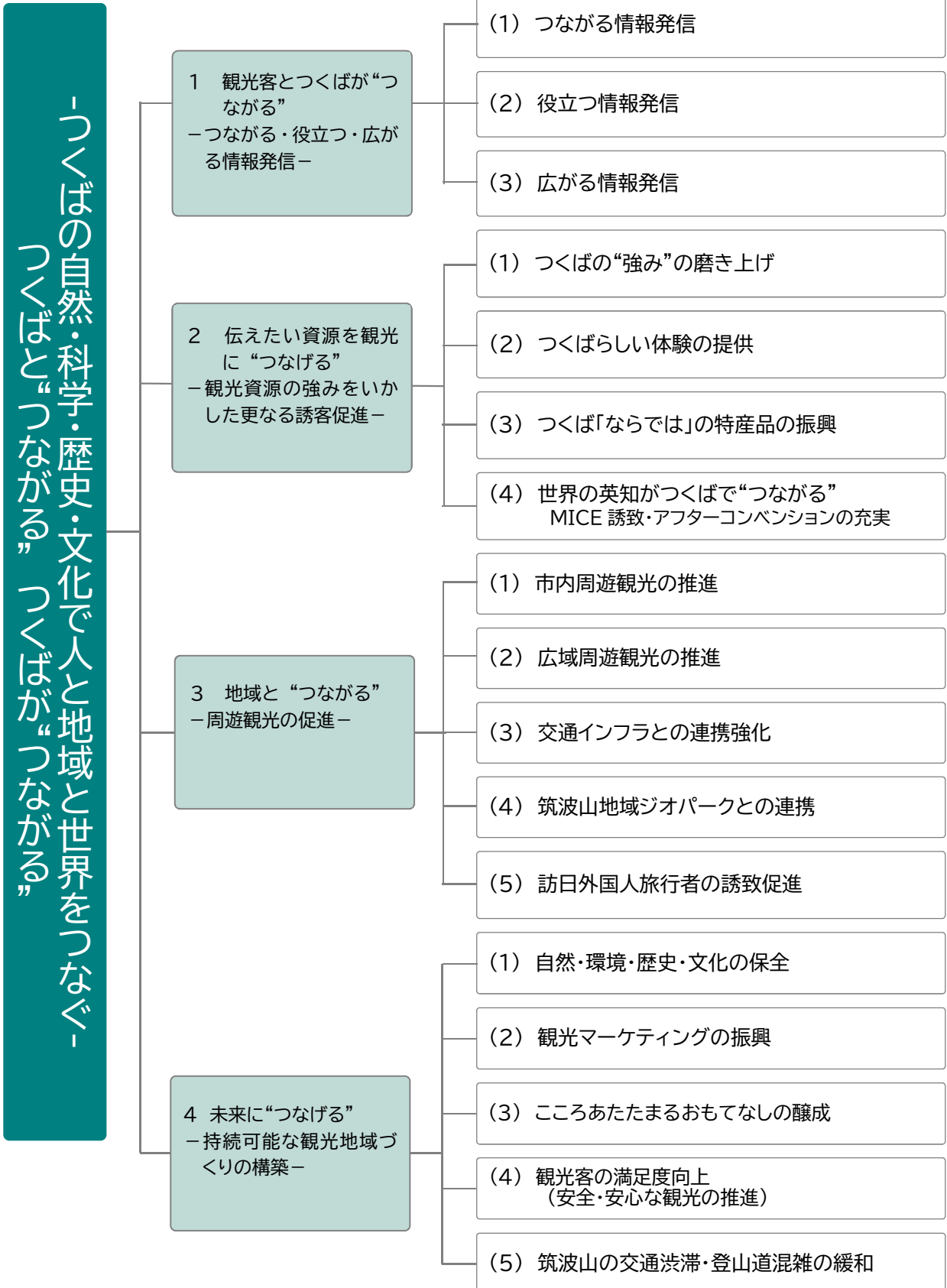
「あなたが市外の友人に紹介したい(自慢したい)と思うつくば市の魅力はなんですか。」の各分野において「どちらかといえば、紹介したい」と「紹介したい、自慢である」を合計した際の割合 57.0%(令和元年度(2019年度))、60.0%(令和6年度(2024年度))

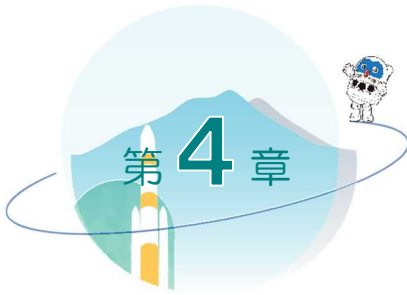
4 施策の体系

[基本理念]

[基本方針]

[施策]





第4章 基本方針に基づく主な施策

1 観光客とつくばが“つながる” —つながる・役立つ・広がる情報発信—

情報発信の手段が多様化する昨今の社会情勢の変化から、これまでの行政が主体となった紙媒体を中心とした情報発信では、多くの人に情報提供する媒体としては限界があります。

本市の観光を振興するためには、一番身近である市民や地元事業者自らが地元に着や誇りを持ち、市の魅力や価値をより多くの人に知ってもらうための情報発信が不可欠です。そのために、市民目線に立ち、市民が自らの地域について深く知る機会の創出、地域を知るきっかけとなる情報発信を推進します。

また、観光客に対しては、筑波山、サイエンス施設等の認知度をさらに高めていくとともに、観光に関する情報収集を行うことで、ターゲットを意識した戦略的な情報発信につなげます。

(1) つながる情報発信

市民、観光客が観光に関する知りたい情報・知らせたい情報をいつでも、どこでも入手できるようにすることを目的として、紙媒体のみならず、ICT技術等を活用した情報発信に取り組みます。

【主な取組例】

- 街の魅力を存分に楽しめる市内周遊観光の情報コンテンツを構築し、地域の伝えたい魅力や伝えたい伝統や文化など観光資源を積極的に発信
- 観光施設等へのデジタルサイネージの整備等を推進し、その場で観光客が求める情報にアクセスすることができる環境の構築
- 様々な SNS ツールを積極的に活用するとともに、検索傾向等の市場動向を分析することで、情報を求める人に必要な情報が届くような情報発信
- 市民や観光客の来訪(行動)に結び付く情報発信 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○					

(2) 役立つ情報発信

市民を含む観光客は、様々な年齢層やファミリー層、アウトドア層など多岐にわたっており、情報のニーズが多様化しています。それぞれの目的や嗜好などのニーズに合った情報を提供できる仕組みづくりに取り組めます。

【主な取組例】

- 観光資源やイベント情報の整理・一元化を推進し、観光に関する様々な情報が、便利に収集できる仕組みの構築
- ターゲットを意識し、それぞれのニーズに応じた戦略的・効果的な情報発信
- つくばの季節を感じる身近な最新情報や筑波山の最新の混雑状況、グルメ情報などの旬な情報について、SNS等を活用したスピーディーな情報発信
- 交通アクセス情報や周遊に役立つ情報など、観光客にとって便利な、また楽しめる情報の発信
- 観光情報をわかりやすく提供するデジタルサイネージの構築やウェブ広告等を戦略的・効果的に活用したプロモーション等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○	○		

(3) 広がる情報発信

近年急速に拡大するSNSにおける即時性、拡散性を活用した情報発信に取り組めます。また、誰もが共有できる魅力的な写真・動画のオープンデータ化を進めるとともに、意外性、つい人に教えたくないような情報、などを意識した情報発信に取り組めます。

【主な取組例】

- 市民等が積極的に SNS 等を活用した口コミ情報を発信できるよう、市内観光地の魅力ある写真をオープンデータ化するなど、誰もが気軽に情報発信しやすい環境づくり
- 影響力と発信力を持つインフルエンサーを活用し、イベント等の効果的な情報発信
- つくば市の PR 効果を増大させるテレビや映画などへの露出を促すフィルムコミッション事業の推進 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○	○	○	○

2 伝えたい資源を観光に“つなげる” －観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－

本市の豊かな自然や科学などの観光資源を磨き上げ、つくばらしいできない体験の提供、つくば「ならでは」の物産品の提供、つくばの観光資源の磨き上げに取り組めます。

つくば市を代表する豊かな自然、科学、歴史をいかした観光コンテンツづくり等、対象や目的に合わせ、各種地域資源を最大限に活用した多様な観光プログラムの整備を図ります。

(1) つくばの“強み”の磨き上げ

つくば観光の中心的な存在である筑波山その他、宝篋山、小貝川や牛久沼などの豊かな自然や夜景、つくばサイエンスツアーなどの特徴的な観光資源や多様な歴史・文化遺産をいかし、地域のニーズにも合致する、つくば市独自の観光コンテンツづくりをより一層推進していきます。

また、つくば市内の歴史的建造物などで、これまでスポットが当てられていなかった地域資源を掘り起こし、磨き上げていきます。

【主な取組例】

- 筑波山や宝篋山、小貝川や牛久沼などの豊かな自然をいかした、様々な学びや楽しみのある体験型の観光コンテンツの検討
- まちに根付く貴重な文化や歴史資源についての情報整理や情報発信の強化及び各地域資源への価値付与
- 様々な天候に対応した、周遊観光ルートの検討
- 修学旅行・校外学習・生涯学習・企業研修等、ターゲットを意識した「学び」のコンテンツの醸成 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○			○		○

(2) つくばらしい体験の提供

世界中から多様な文化が集まるつくばだからこそできる、つくばらしいイベントの推進や、特色である「科学」や「学び」をテーマとした体験の提供を推進することで、選ばれる観光地域を目指します。

また、新型コロナウイルス感染症の影響など、社会の変化に対応する安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。

【主な取組例】

- 「科学」と「学び」をテーマとした体験型観光プログラムの醸成によるつくばらしい体験の構築
- つくばの魅力でもある多様な文化をいかし、それらが織り成すつくばらしい、市民の誰もが自慢できる「まつりつくば」、「つくばフェスティバル」の開催
- 日本夜景遺産に認定された「筑波山」を活用した夜間観光プログラムの充実
- 各種イベント開催について、社会情勢の変化を見据えた安心・安全に配慮したイベントの実施
- 豊里ゆかりの森、筑波ふれあいの里、荃崎こもれび六斗の森等、つくばの豊かな自然をいかした、来訪者が気軽に楽しむことができる体験型プログラムの創出・PR 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○	○		○

(3) つくば「ならでは」の特産品の振興

つくばならではの食材を使った「食」や「グルメ」の再発見及び開発・普及、つくば市認証物産品「つくばコレクション」等の認知度向上、つくば市の特産品をいかした魅力の創出・拡充に取り組みます。

【主な取組例】

- つくば観光コンベンション協会やつくば市商工会と連携し、つくば「ならでは」の物産品の開発、普及の促進
- つくば市認証物産品「つくばコレクション」等のPR、販売促進
- つくばの「食」をPRするイベントの開催
- 市内での土産物の販路拡大
- 観光地やグルメ・土産物ガイドの作成 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○		○			○

(4) 世界の英知がつくばで“つながる” MICE誘致・アフターコンベンションの充実

MICEの開催は、主催者・出展者・参加者等による消費支出や関連の事業支出を生み出し、地域経済の活性化に大きく寄与します。これらを踏まえ、アフターコンベンションやMICE開催支援の充実により、積極的なMICE誘致を推進します。

また、こうした世界の英知が集まる国際会議や全国会議において、市民がその英知を享受することのできる“学び”の場の提供に取り組むことで、市民・企業・行政が一体となって国際会議を歓迎する機運の醸成に取り組みます。

【主な取組例】

- MICE を誘致するためのプロモーションの展開
- つくば市の誇る研究・教育機関の集積や豊富な自然をいかしたアフターコンベンションやエクスカージョンの充実
- 開催される国際会議等における、市民の傍聴・参加や市民講座等の併催
- プロモーション動画の作成・配信 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○		○	○	○	○

3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－

市内に点在する科学、自然、歴史などの豊富な資源について、ストーリーやテーマごとに整理し、周遊ルートを設定することでネットワークを構築し、周遊のしやすさの向上を図ります。また、筑波山地域ジオパーク推進協議会の取組など、市域を超えた広域連携による地域の魅力創出に取り組むとともに、つくば霞ヶ浦りんりんロードをはじめとしたサイクリングの活用や、各種公共交通機関との連携強化により、広域観光の推進を図ります。

(1) 市内周遊観光の推進

つくば市は、小貝川地域や牛久沼周辺地域、小田城跡や平沢官衙遺跡などの豊富な自然・歴史資源を有しています。筑波山やサイエンスツアーだけではない市内全域での周遊観光を推進することで、つくば市の観光資源や魅力をまるごと楽しむことのできる取組を推進します。

【主な取組例】

- 小貝川地域や牛久沼周辺地域といった豊かな自然環境や、まだ知られていない魅力的な観光資源を活用し、市内周遊観光を推進
- 小田城跡、平沢官衙遺跡などの歴史資源を活用し、市内周遊観光を推進
- 観光パンフレットやフットパスマップの電子化等による利便性の向上により、周遊観光を推進
- 商工事業者等の民間活力を積極的に活用し、小貝川や牛久沼におけるアウトドアを中心とした観光拠点化を推進 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○			○

(2) 広域周遊観光の推進

重要な自然観光資源である「ヤマ」や「カワ」、「ヌマ」、「ミチ」は、つくば市だけで完結するものではなく、そこには他のまちとの“つながり”があります。市域にとられず、近隣都県や周辺自治体との広域的な連携による魅力創出に取り組み、多様な文化、人との“つながり”のある、広域周遊観光の推進に取り組みます。

【主な取組例】

- ヤマ:筑波山地域ジオパーク推進協議会の取組など、周辺自治体と連携することで、筑波山を舞台とした面的な広域周遊観光ルートの整備拡充及び情報発信を推進
- カワ:小貝川等の自然や歴史を活用した広域周遊観光を推進
- ヌマ:牛久沼の水辺を活用した広域周遊観光を推進
- ミチ:つくば霞ヶ浦りんりんロードの活用等、自転車を活用した広域観光を推進
- 茨城県等と連携を図り、新たな広域観光周遊ルートの形成やツアー造成を推進 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○	○		○

(3) 交通インフラとの連携強化

公共交通機関による移動手段の提供は、観光者の快適で安全、安心な周遊観光促進の要となります。つくば市を周遊観光する観光客の満足度や利便性の向上のため、交通インフラとの連携を強化します。

【主な取組例】

- 観光客への安全、安心な公共交通手段の提供
- 市内のみならず広域からの誘客を図るための、公共交通機関同士の連携強化
- 常磐道、圏央道、北関東道、東北道などの高速道路ネットワークを活用し、SA・PAでの観光キャンペーンの実施や観光パンフレットの設置等により誘客を促進
- 公共交通が運行していない観光地間を結ぶ、観光ハイシーズン限定の移動手段の提供
等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				

(4) 筑波山地域ジオパークとの連携

平成28年度(2016年度)に日本ジオパークに認定された、筑波山地域ジオパークでは、筑波山周辺の豊かな自然の保全や、自然環境をいかした教育・観光を主軸とした活動をしています。観光の観点からも、筑波山周辺地域と連携し、筑波山地域ジオパークの魅力の発信や受入れ態勢を強化します。

【主な取組例】

- 筑波山地域ジオパークにおける地域資源(=地形地質と、それに関連した自然・文化)の価値や魅力の情報を積極的に発信するとともに、ガイド付きツアー等(ジオツーリズム)を行うジオパーク活動の推進
- 筑波山地域ジオパーク推進協議会と連携した案内サインの整備等、受入体制の充実
- 首都圏の小・中・高校を対象とした、ジオツアーを研修旅行プログラムの提供
- 市内小中学校における筑波山への校外学習メニュー創設などによる自然体験の推進による、市民がより筑波山を身近に感じることができる取組
- ジオガイドの拠点としての、ガイド同士の交流の場づくりによるガイド活動推進 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○			○	○	○

(5) 訪日外国人旅行者の誘客促進

今後のインバウンド需要を見据え、従来推進してきた受入環境整備の拡充や訪日外国人旅行者が魅力的に感じるコンテンツづくりが必要となっています。また、首都圏からの訪問に加え、成田空港や茨城空港方面からの訪問も視野に入れた、国際競争力のある魅力的な観光地を目指します。

【主な取組例】

- 市内観光地での多言語対応や観光案内看板等の多言語化の推進、訪日外国人向けの多言語観光情報発信サイト等での広報
- つくばの特色である市内在住外国人の多さに着目した VFR(Visiting friends and relatives)観光の推進
- 訪日外国人への訴求力が高い外部機関による認定・評価取得の推進による、訪日外国人の誘客促進
- JNTO 認定外国人観光案内所の認定制度を活用などによる、観光案内所でのおもてなし力の向上
- 日本百名山、日本の道百選など、つくば市が有する日本の魅力を伝えることができるコンテンツにスポットを当てた、訪日外国人旅行者等の誘客促進
- 体験プログラムや観光ルート設定の検討による、訪日外国人が訪れやすい環境整備 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○	○	○	○	

4 未来に“つなげる” – 持続可能な観光地域づくりの構築 –

つくば市は、筑波山や宝篋山等をはじめとする貴重な地域資源を有しています。これらを将来にわたって保全し、持続可能な利用を確保するためには、観光客と地域住民の双方が配慮し合うことが大切です。また、多面的かつ客観的なデータ収集と分析などの、中長期的な観光地マネジメントを行っていく必要があります。

先人たちが守ってきたこれら地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくため、地域の自然や環境、歴史、文化の保全に取り組むとともに、安全、安心を観光客へ提供するための受入環境整備や、観光客へのおもてなしの向上に取り組めます。

(1) 自然・環境・歴史・文化の保全

つくば市が有する筑波山をはじめとする貴重な観光資源は、古くから地域住民のシンボルとなっており、私たちの世代までその雄大な自然、環境、歴史、文化は引き継がれてきました。これらを後世につなげていくため、その保全に取り組んでいきます。

【主な取組例】

- 観光客へ向けた、自然環境保全の啓発
- 環境負荷の少ない自然共生型のアウトドアアクティビティの推進や観光・宿泊施設における環境保護の取組
- 事業者や観光客が、地域住民とともに地域社会や地域の文化・自然環境の保全に貢献できる機会の創出
- ガイドを利用した旅行先の文化等の理解を深める体験の創出 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				

(2) 観光マーケティングの振興

これまでは収集が困難だった観光動向情報が、データ社会の急激な進化により、様々な情報のデータ収集が容易に行える社会へと変化しつつあります。

こうした社会の変化に対応し、様々な社会情勢の変化をデータで捉え、的確に効果検証していく仕組みづくりが、今後の経済的な持続可能性を担保していくうえで重要となっています。

ビッグデータやアンケート、ICT技術等の活用による社会経済データの収集、分析を推進し、効果検証を未来へつなげ、それらを積み上げていくことで、自立した経済活動を促す観光施策を推進します。

【主な取組例】

- 地域経済分析システム等の活用により、来訪者の属性や消費傾向などのデータ観光データを収集・分析
- 収集・分析したデータの活用による、関係機関と連携した持続可能な観光誘客
- 恒常的なデータ収集ができるデジタルマーケティングの構築 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				○

(3) ころあたたまるおもてなしの醸成

来訪者のニーズ把握や観光満足度向上に寄与する「おもてなし」体制の確保は、観光受入環境整備の大前提かつ重要な要素であることから、地域でまちづくりの活性化に取り組まれている方々と協力しながら、関係機関などとの連携を強化して、観光客の多種多様なニーズを的確に捉えた、「ころあたたまるおもてなし」を提供できる体制づくりに取り組みます。

【主な取組例】

- 観光ボランティアガイドの拡大及び質の向上を図ることによる、多様性に対応できる「おもてなし」体制の構築
- (一社)つくば観光コンベンション協会やつくば市商工会等との連携による、観光事業従事者の「おもてなし」のレベルアップ
- 観光事業者、市民、観光関係団体及び行政が一体となった、心のこもったおもてなしができる体制の整備
- 地域住民主体の観光ボランティアガイドの育成等、住民が当事者意識を持って地域の活性化に取り組めるようにするための仕組み作り 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				○

(4) 観光客の満足度向上（安全・安心な観光の推進）

訪日外国人や高齢者、障害者等あらゆる人に対応するため、観光案内機能や二次交通の充実、筑波山麓地域におけるユニバーサルデザインを取り入れた観光施設の充実や、災害対策のさらなる強化を図ることにより、観光客が安心・快適に観光できるまちづくりに取り組みます。また、将来にわたって魅力ある観光資源を残していくため、自然や環境の維持保全に取り組みます。

【主な取組例】

- 筑波山や宝篋山など、その周辺の整備を推進することによる、訪日外国人や高齢者、障害者等の多種多様な要望に応えられる安全・安心な観光地としての確立
- 訪日外国人旅行者を視野に入れたわかりやすい誘導サイン、案内看板等の受入環境の整備
- 観光地における無料 Wi-Fi 環境の整備拡充による、いつでもどこでもネットワークとつながる環境づくりの推進
- キャッシュレス決済の推進による利便性向上
- 持続可能な公共交通ネットワークの構築や、自転車利用・歩行環境の向上を図ることによる、誰もが使いやすくして便利なユニバーサルインフラの整備推進 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				

(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和

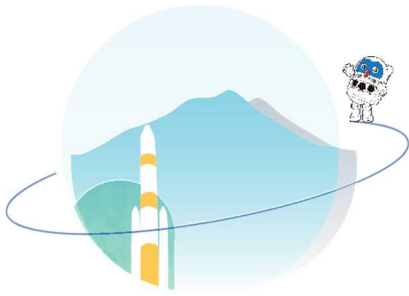
つくば市を代表する観光拠点である筑波山は、古くから地域住民のシンボルとなっており、近年では登山需要の高まり等に伴う観光客の増加により、特定の期間に大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域が一体となった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。

【主な取組例】

- 茨城県や観光事業者との連携による、観光ハイシーズンにおける筑波山の渋滞緩和
- 観光ハイシーズンにおける筑波山周辺駐車場の整備等の検討など、物理的な渋滞緩和
- 時期の分散、場所の分散を意識した周遊観光の推進
- 渋滞緩和を目的とした筑波山市営駐車場の料金体系の検討 等

【関係主体】

行政	観光コンベンション協会	観光事業者	交通事業者	商工事業者	研究機関	大学	市民
○	○	○	○				



資料編

1 つくば市観光基本計画策定委員会要項

(設置)

第1条 第3次つくば市観光基本計画(以下「基本計画」という。)の策定に当たり、学識経験者、関係機関・関係事業者、市民等の意見を反映するため、第3次つくば市観光基本計画策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第2条 委員会の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 基本計画の策定に関すること。
- (2) その他基本計画の策定に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会の委員は、別紙に掲げる機関・団体の代表者等をもって組織する。

(任期)

第4条 委員の任期は、委嘱の日から基本計画の策定が終了する日までとする。ただし、委員が欠けた場合における後任者の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長等)

第5条 委員会に委員長を置く。

- 2 委員長は、委員の互選により定め、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 委員長に事故あるときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(アドバイザー)

第6条 委員会にアドバイザーを置くことができる。

- 2 アドバイザーは、委員会の承認を得て、委員長が選任する。
- 3 アドバイザーは、基本計画策定にあたり重要な事項について委員長の諮問に応じ、委員会に出席して意見を述べることができる。

(会議)

第7条 委員会の会議(以下「会議」という。)は、委員長が招集し、その議長となる。

2 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

(映像等の送受信による通話方式による会議)

第8条 委員長は、委員の全部又は一部について、会議を開催する場所に参集することが困難であると認めるときは、委員同士が映像と音声の送受信により相手の状態を相互に認識しながら通話をすることができる方法(以下「映像等の送受信による通話の方法」という。)により、会議を開催することができる。ただし、つくば市付属機関の会議及び懇談会の公開に関する条例(平成29年つくば市条例第35号)第4条の規定により、会議の全部又は一部を非公開とする場合はこの限りでない。

2 委員長は、映像等の送受信による通話の方法により会議を開催する場合には、会議を開催する場所に参集する委員を除き、当該会議に参加する場所として相当と認める場所を、委員ごとに指定するものとする。

3 委員が映像等の送受信による通話の方法により会議に参加したときは、当該委員は、会議へ出席したものとみなす。

4 映像等の送受信による通話の方法による会議の参加に伴い生じる通信費その他の費用は、各委員の負担とする。

(意見の聴取)

第9条 委員会は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させその意見若しくは説明を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第10条 委員会の庶務は、経済部観光推進課において処理する。

(その他)

第11条 この要項に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附則

この要項は、令和3年2月12日から施行する。

2 つくば市観光基本計画策定委員名簿

	所属機関・団体	氏名	ふりがな
1	国立大学法人筑波大学	岡本 直久	おかもと なおひさ
2	国立大学法人筑波技術大学	生田目 美紀	なまため みき
3	株式会社近畿日本ツーリストつくば支店	松本 圭司	まつもと けいじ
4	株式会社JTB茨城南支店	遠田 勇人	えんた はやと
5	関東鉄道株式会社	武藤 成一	むとう せいいち
6	首都圏新都市鉄道株式会社	東 英俊	あずま ひでとし
7	筑波観光鉄道株式会社	三輪 武士	みわ たけし
8	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合つくば支部	青木 研一	あおき けんいち
9	一般財団法人茨城県科学技術振興財団 つくばサイエンスツアー推進課	中村 充	なかむら みつる
10	一般財団法人つくば市国際交流協会	布浦 万代	ふうら まよ
11	つくば観光ボランティアガイド298	吉原 一行	よしはら かずゆき
12	つくば市商工会	松信 利彦	まつのぶ としひこ
13	一般社団法人つくば観光コンベンション協会	星野 弘	ほしの ひろし
14	市民委員	浅井 知枝	あさい ともえ
15	市民委員	河内 洋行	こうち ひろゆき
16	市民委員	橘 敦子	たちばな あつこ
17	市民委員	田中 依子	たなか よりこ
18	市民委員	松本 茂	まつもと しげる

3 アンケート結果

旅行(帰省を含む)に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

旅行(帰省を含む)に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。(年代別)

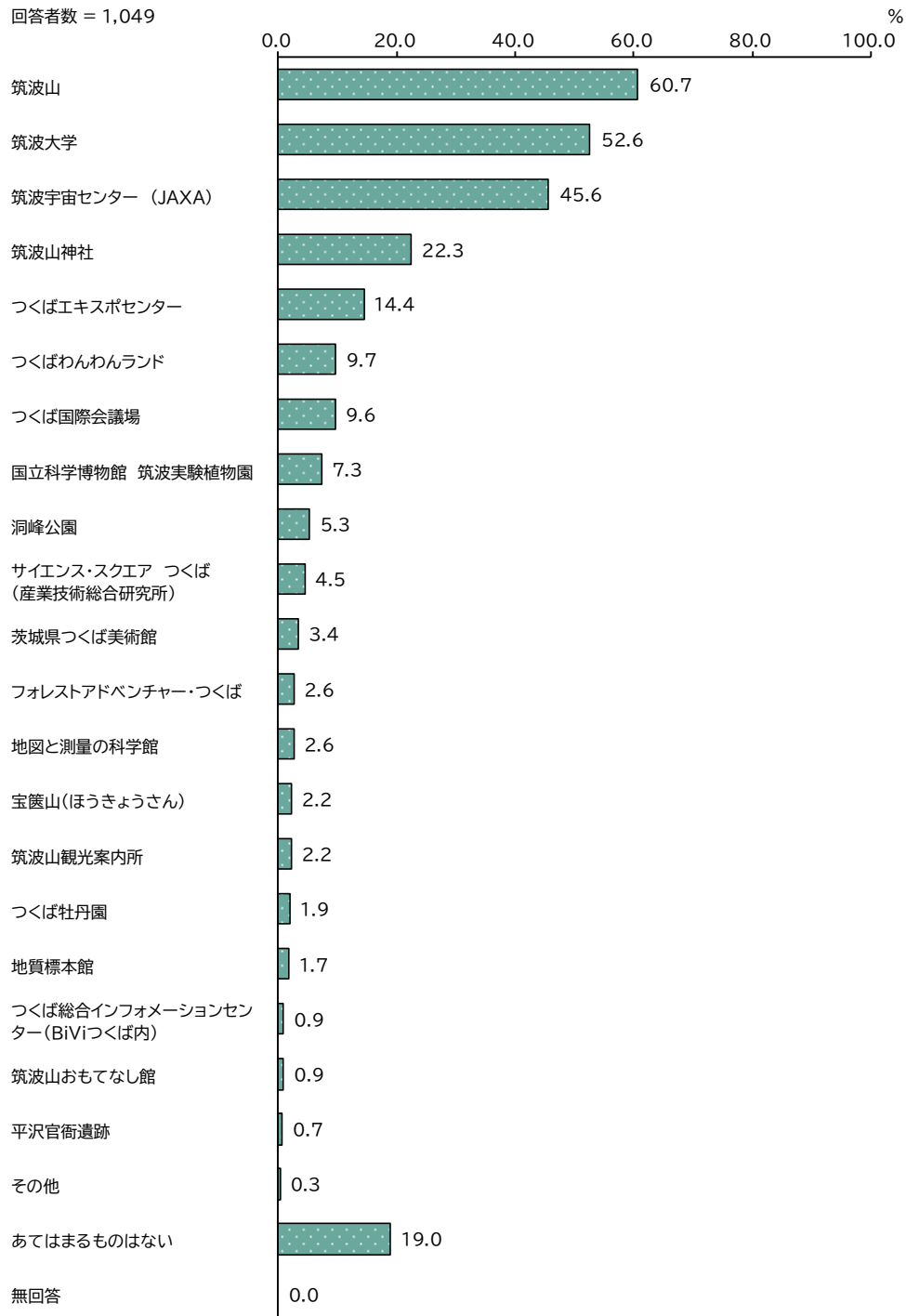
単位:%

項目	テレビ (情報番組・旅番組)	テレビ(CM)	新聞・折込広告	旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌	フリーペーパー	旅行会社・旅行代理店の公式サイト	会員制旅行サイト	旅行先の観光協会・市役所などのサイト	宿泊予約サービスのサイト	ホテル・旅館のサイト
全体	29.9	5.3	6.1	26.0	3.0	18.7	3.1	6.6	19.4	17.4
18-19歳	30.9	7.9	2.6	17.1	2.6	14.5	1.3	5.3	14.5	16.4
20-29歳	24.5	6.1	1.4	16.3	4.8	14.3	3.4	5.4	21.1	17.0
30-39歳	28.7	4.0	1.3	26.7	2.7	20.7	2.7	4.7	24.7	15.3
40-49歳	34.9	5.3	2.6	26.3	2.6	14.5	3.3	6.6	24.3	20.4
50-59歳	27.0	2.0	3.9	29.6	3.3	19.7	2.0	7.9	18.4	23.0
60-69歳	34.9	6.0	11.4	30.9	3.4	24.2	6.0	6.0	20.8	16.8
70-99歳	28.6	6.1	19.7	35.4	1.4	23.1	2.7	10.2	12.2	12.9

項目	個人ブログ、インターネット掲示板、SNS	その他の旅行情報サイト	旅行会社・旅行代理店の窓口	旅行会社・旅行代理店のチラシ・パンフレット	旅行先の観光協会・市役所などのパンフレット	家族・友人・知人の口コミ	その他	特に参考にしない／わからない	無回答
全体	14.4	8.7	2.7	10.2	1.3	17.3	1.0	15.9	-
18-19歳	20.4	3.3	-	4.6	0.7	18.4	1.3	23.7	-
20-29歳	21.1	4.8	-	2.7	0.7	16.3	2.0	26.5	-
30-39歳	18.7	9.3	4.7	7.3	1.3	16.0	-	18.0	-
40-49歳	18.4	11.2	1.3	9.2	-	18.4	-	13.8	-
50-59歳	9.9	14.5	3.9	13.2	1.3	11.8	1.3	16.4	-
60-69歳	6.0	10.1	3.4	14.1	1.3	16.8	0.7	8.1	-
70-99歳	6.1	7.5	5.4	20.4	4.1	23.8	1.4	4.8	-

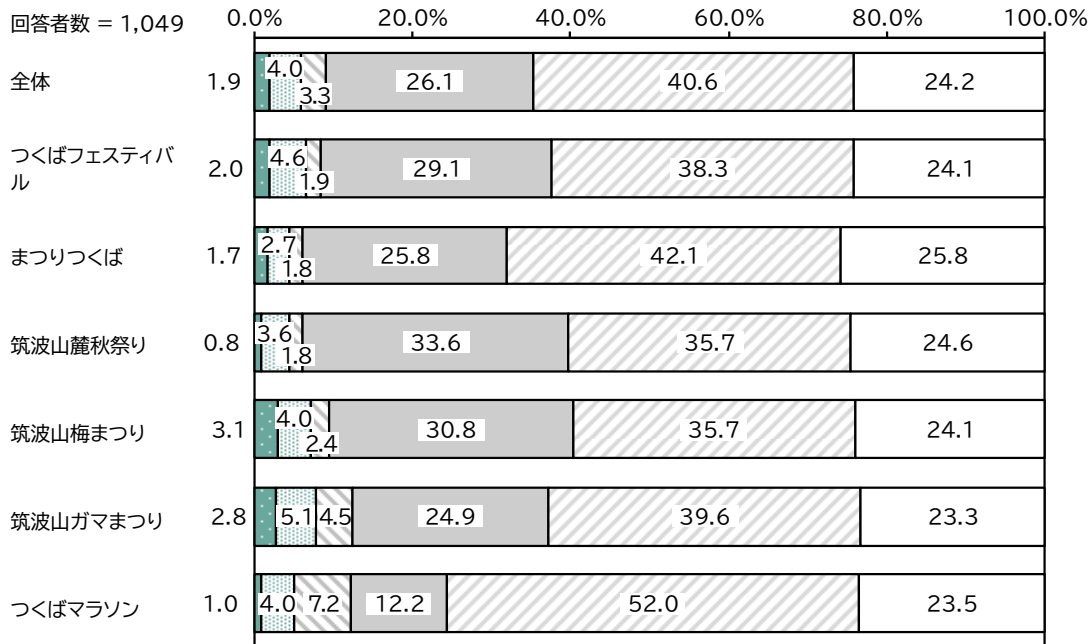
資料：市外・県外在住者向けアンケート

あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか。



資料:市外・県外在住者向けアンケート

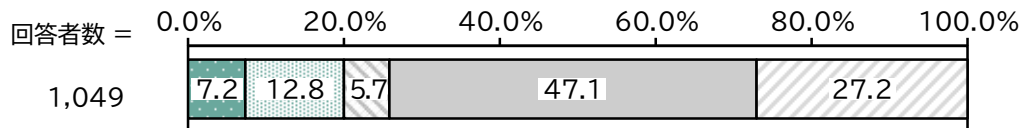
つくば市内のイベントに行ったことがあるかについて



- 知っていて行ったことがある
- 知っているが行ったことはなく興味がある
- 知っているが行ったことはなく興味もない
- 知らなかったが興味がある
- 知らなかったし興味もない
- わからない

資料：市外・県外在住者向けアンケート

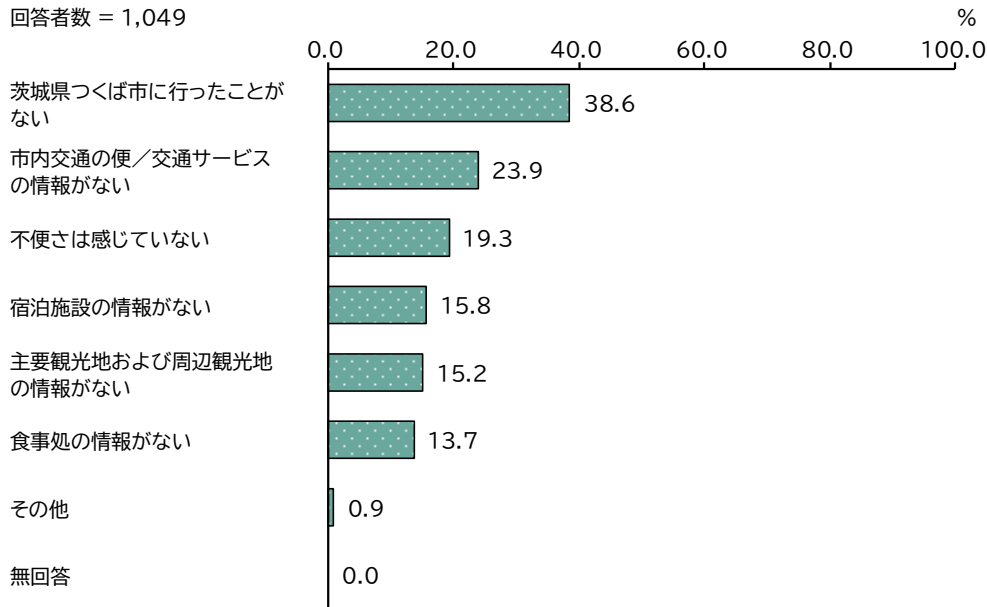
温泉に入ることができる宿泊施設が筑波山にあることを知っていますか。



- 知っていて行ったことがある
- 知っているが行ったことはなく興味がある
- 知っているが行ったことはなく興味もない
- 知らなかったが興味がある
- 知らなかったし興味もない
- 無回答

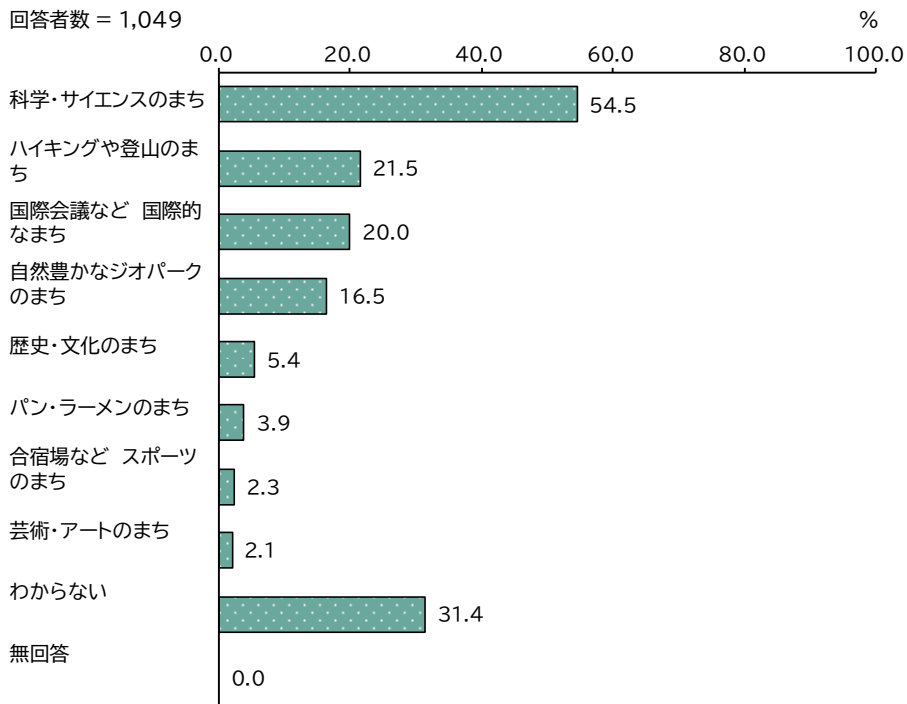
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか。



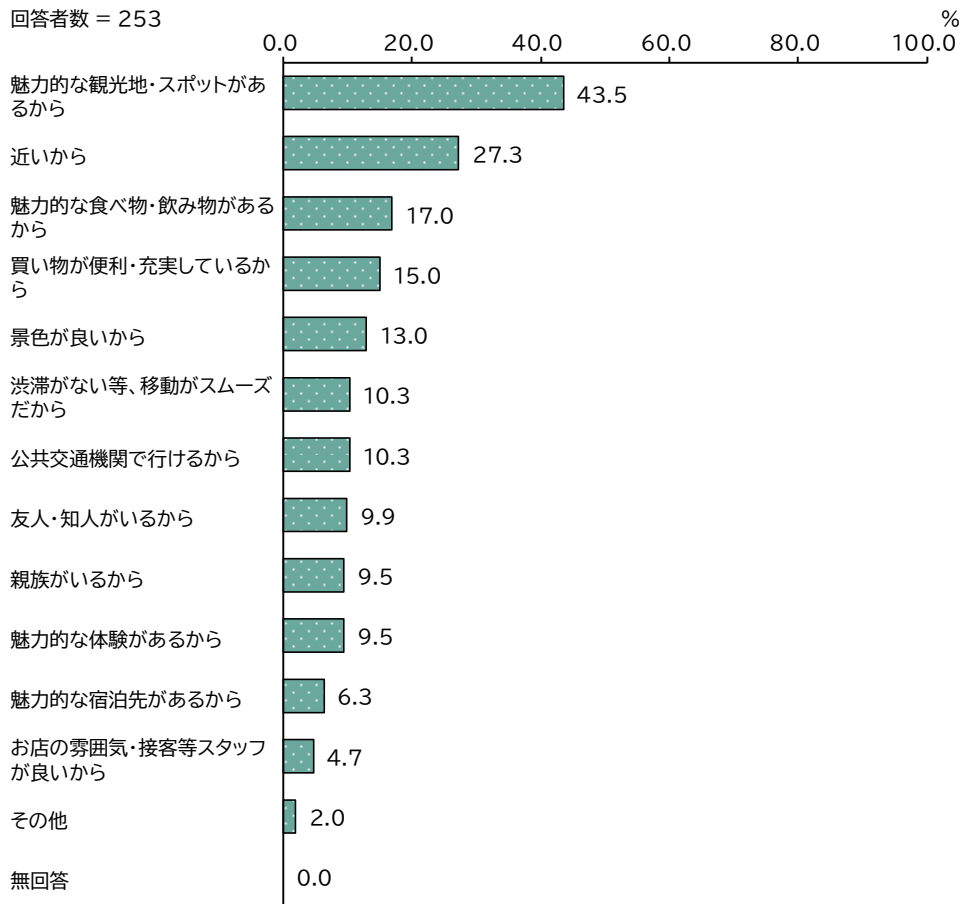
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市のイメージとして、あてはまるものは、以下のうちどれですか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

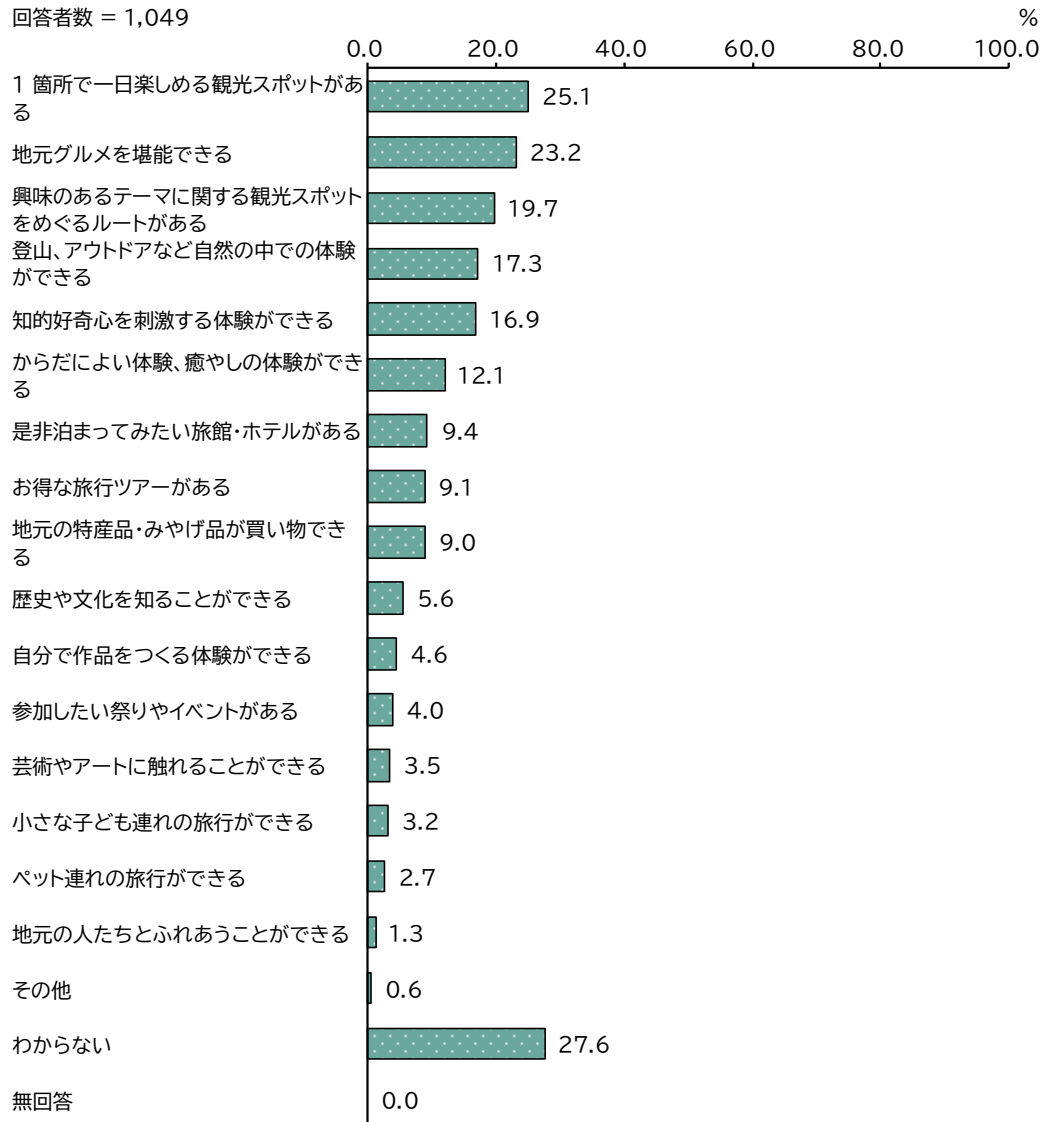
つくば市へまた行ってみたいと思うのはなぜですか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思いませんか。

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

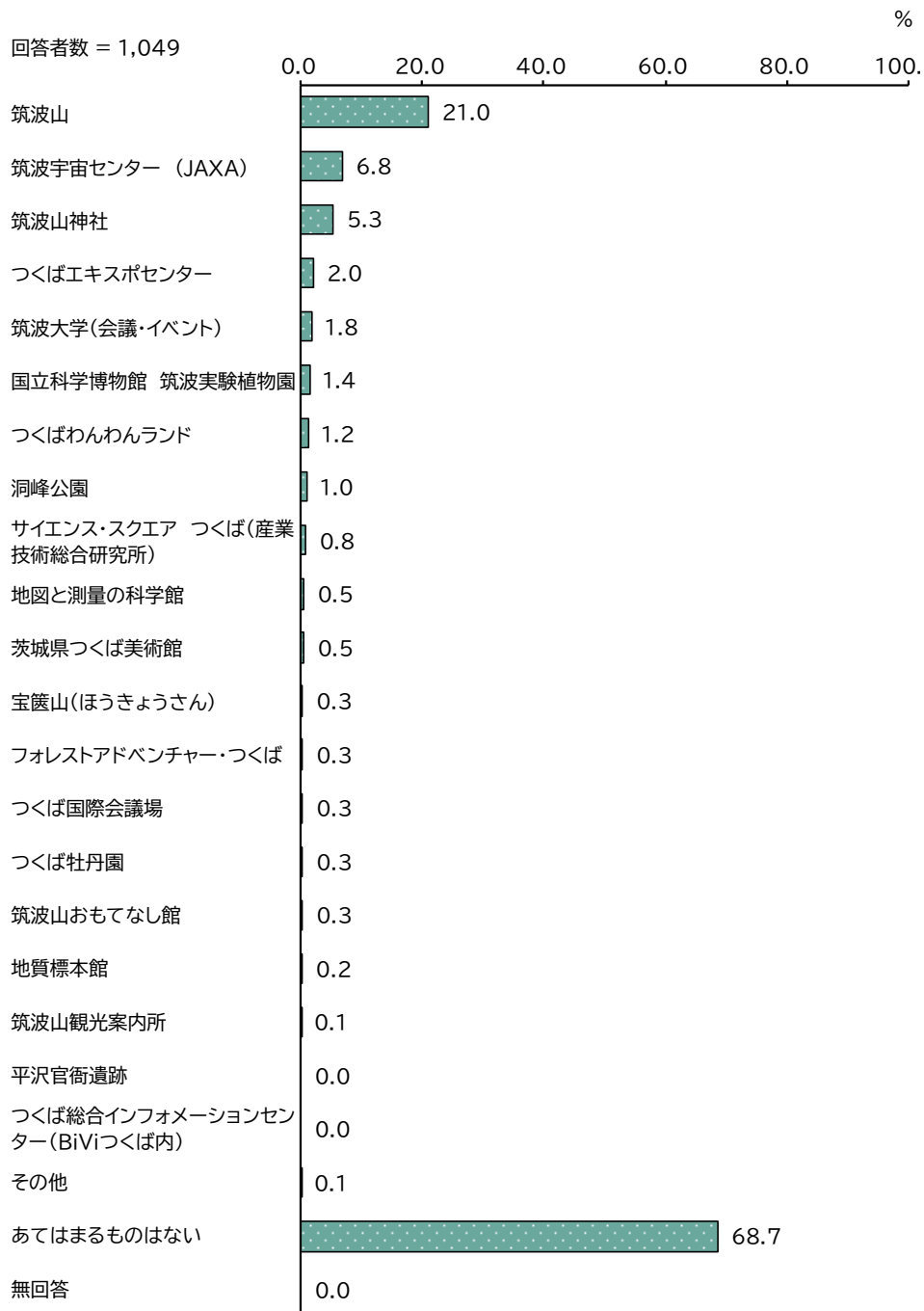
次のつくば市内の施設で行ってみたいと思う施設はどれですか。

回答者数 = 1,049



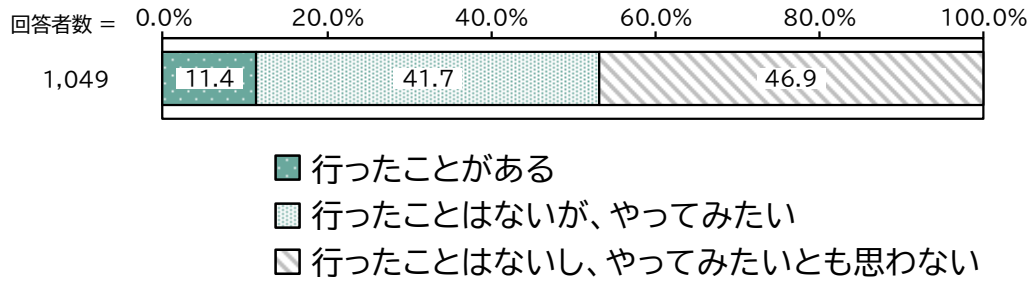
資料：市外・県外在住者向けアンケート

次の茨城県つくば市内の観光地・施設の中であなたが知人友人にお勧めしたいもの



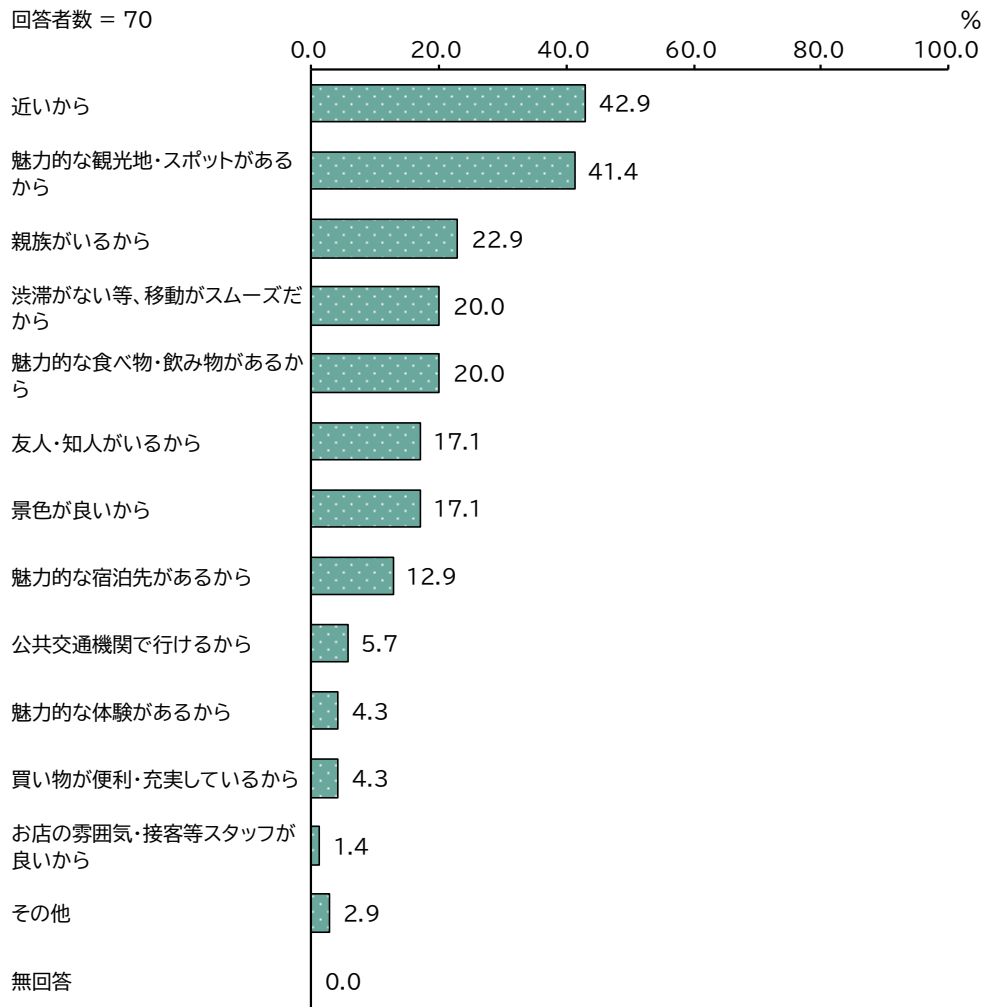
資料：市外・県外在住者向けアンケート

筑波山登山など、屋外の自然体験(アクティビティ)を茨城県つくば市で行ったことがありますか。



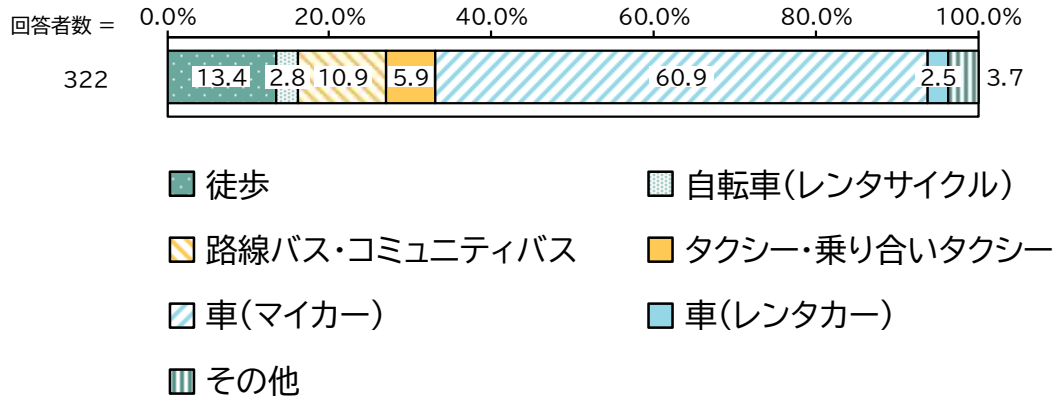
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県によく行く理由は何ですか。



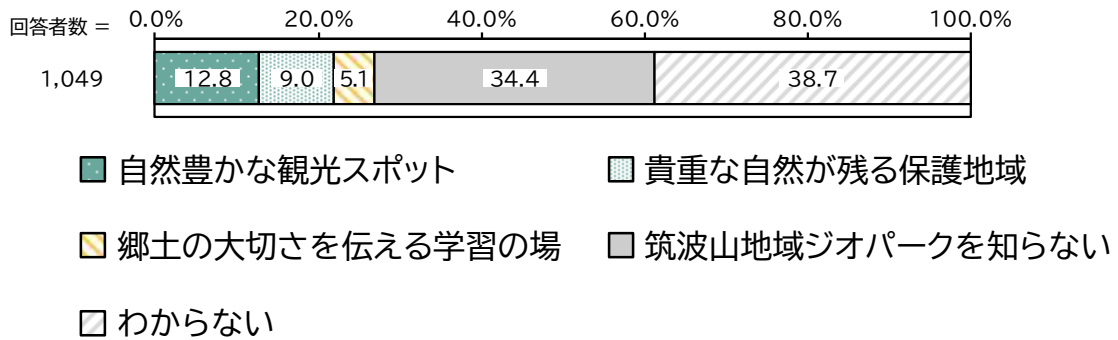
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市内ではどのように移動する事が多いですか。



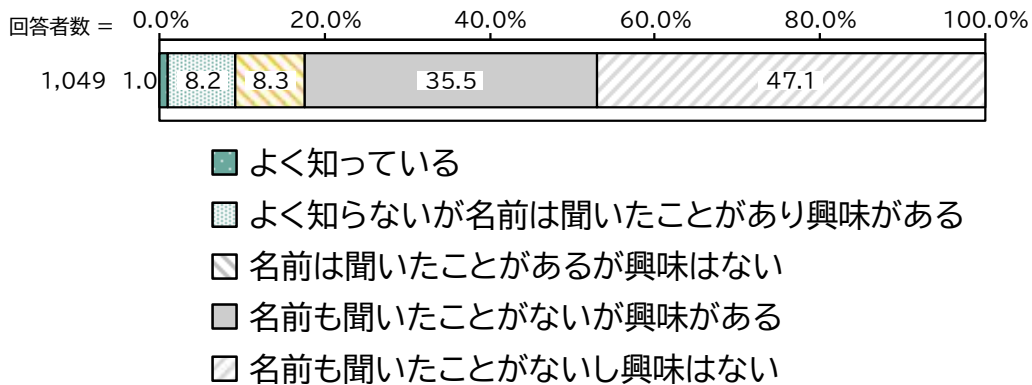
資料：市外・県外在住者向けアンケート

筑波山地域ジオパークのイメージに近いものはどれですか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

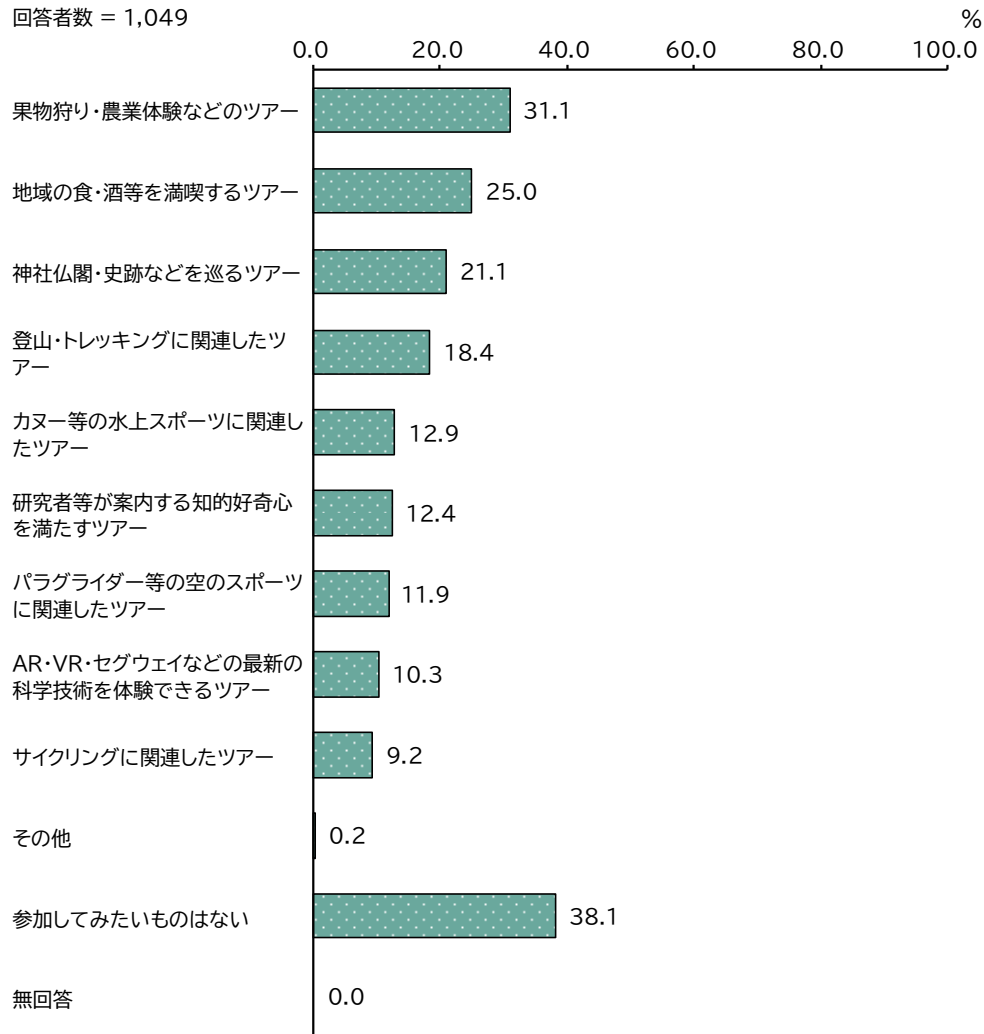
筑波山地域ジオパークを知っていますか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

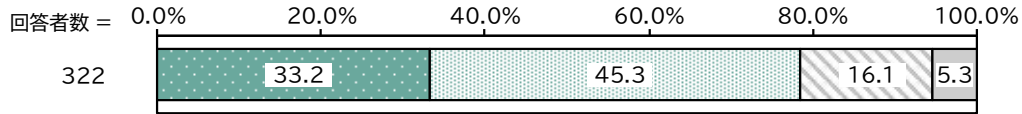
筑波山地域ジオパークの大地の恵みを感じるツアーとして参加してみたいものはどれですか。

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

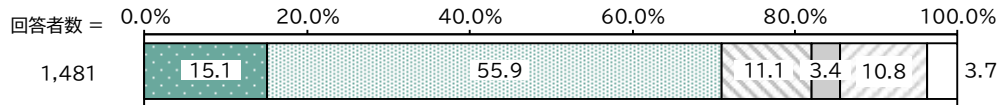
茨城県つくば市へは、また行ってみたいと思いますか。



- 近いうちに行ってみたい
- 将来機会があれば行ってみたい
- 自ら行ってみたいとは思わないが、人から誘われれば行ってもよい
- 行ってみたいとは思わない
- その他

資料：市外・県外在住者向けアンケート

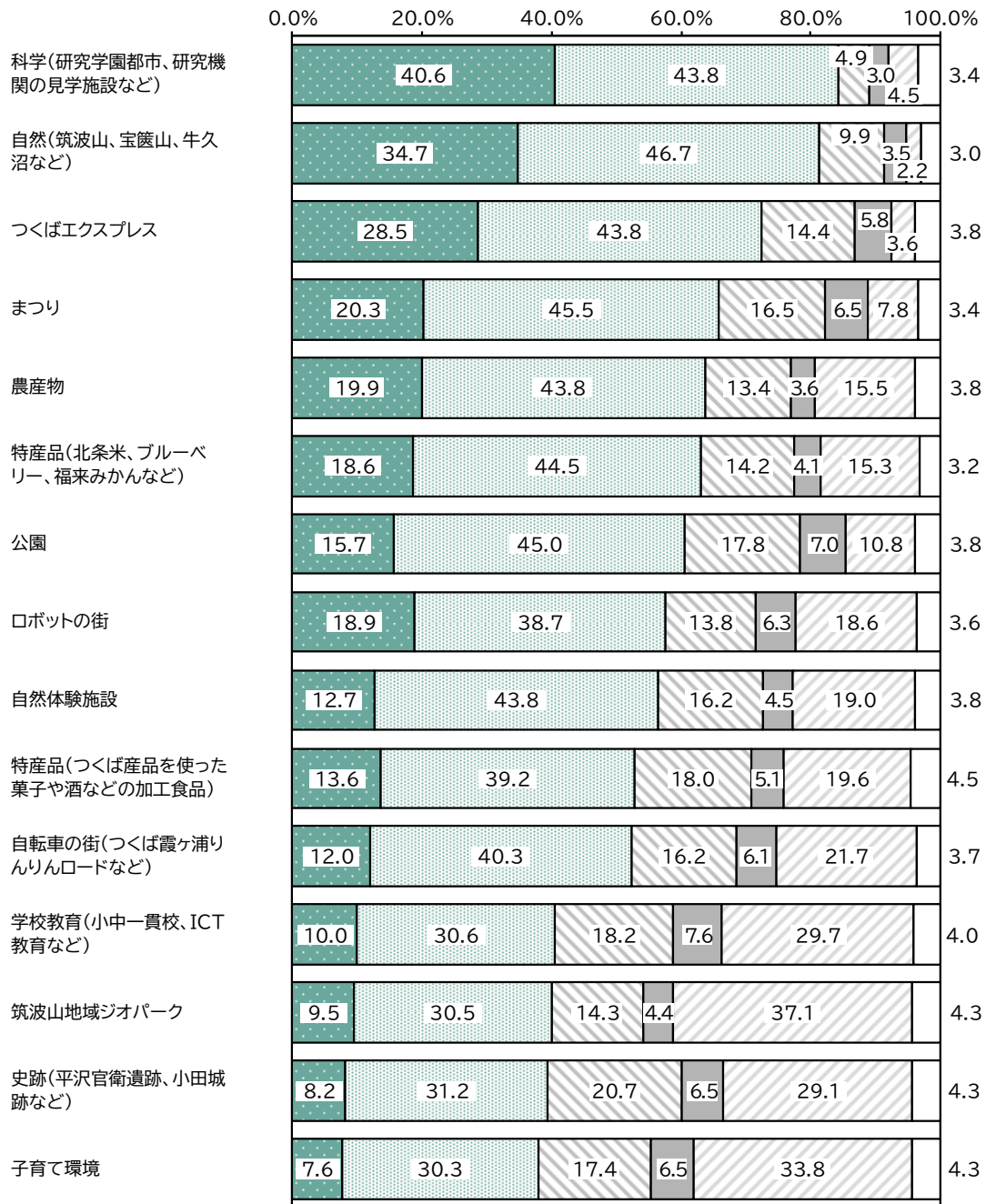
つくば市の景観について



- 優れている
- どちらかといえば優れている
- どちらかといえば優れていない
- 優れていない
- わからない
- 無回答

資料：市民意識調査(令和元年度(2019年度))

紹介したいつくば市の魅力について



- 紹介したい、自慢である
- どちらかといえば紹介したい
- あまり紹介したいとは思わない
- 紹介したいと思わない
- 知らない
- 無回答

資料：市民意識調査(令和元年度(2019年度))

4 用語解説

【あ行】

アフターコンベンション(after convention)

見本市・シンポジウム・博覧会など、コンベンション後の催しや懇親会のことを指す。

インバウンド(inbound)

外国人が訪れる旅行を指す。日本へのインバウンドについては、訪日(外国人)旅行という。

エクスカージョン(excursion)

訪れた場所で、地域の自然や歴史、文化など、さまざまな学術的内容で専門家の解説を聞き、参加者も現地での体験や議論を行い、理解を深めていく「体験型の見学会」のことを指す。

エコ・ツーリズム(eco tourism)

エコツーリズムとは、地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組み。

【か行】

グリーン・ツーリズム(green tourism)

農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動を指す。

コンベンション／アフターコンベンション(convention／after convention)

コンベンションは、博覧会や見本市、会議といった大規模な催しを指し、アフターコンベンションは、コンベンションの後に開かれる催しや懇親会を指す。

【さ行】

ジオパーク(geo park)

「地球・大地(ジオ:geo)」と「公園(パーク:park)」とを組み合わせた言葉で、「大地の公園」を意味し、貴重な地形・地質やそれと関連した地域資源を保全し、教育や観光に活用している地域を指す。

スポーツ・ツーリズム(sports tourism)

スポーツを見るまたは行うための旅行、及びそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流などスポーツに関わる旅行を指す。

サステナブルツーリズム(sustainable tourism)

訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光を指す。

【た行】

地域経済支援システム(RESAS)

地域経済分析システム(RESAS:リーサス)は、地方創生の様々な取り組みを情報面から支援

するために、経済産業省と内閣官房(まち・ひと・しごと創生本部事務局)が提供している。自治体職員の方や、地域の活性化に関心を持つ様々な分野の方によって、効果的な施策の立案・実行・検証のためなどに広く利用されている。

【は行】

フットパス(footpath)

元々は、森林や田園等に設けられた小道・小径の意味。現在のフットパスは、イギリスの歩行権運動に由来し、「歩くことを楽しむための道」として整備された道を指す。

【や行】

ユニバーサルデザイン(universal design)

ユニバーサルデザインはあらかじめ、障害の有無、年齢、性別、人種等に関わらず多様な人々が利用しやすいよう都市や生活環境をデザインする考え方。

【英数字】

ICT(アイシーティー)

Information and Communication Technologyの略。「情報通信技術」の略で、IT(Information Technology)とほぼ同義の意味を持つが、コンピューター関連の技術をIT、コンピューター技術の活用に着目する場合をICTと区別して用いる場合がある。国際的にはICTが定着していることから、日本でも近年ICTがITに代わる言葉として広まりつつある。

JNTO(ジェイエヌティーオー)

Japan National Tourism Organization(正式名称:独立行政法人 国際観光振興機構)の略。世界の主要都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズム(外国人の訪日旅行)のプロモーションやマーケティングを行っている。

MICE(マイス)

企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

SDGs(エスディージーズ)

「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称。持続可能な開発のための17のグローバル目標と169のターゲットからなる、国連の開発目標。

SNS(エスエヌエス)

SNS(Social Networking Service)の略称。人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイト。

VFR(ブイエフアール)

VFRとは Visit Friends and Relativesの略。旅行目的の分類の一つ。友人や親族の訪



問を目的とした旅行を指す。

5 つくば市の観光資源の詳細

1 豊かな自然環境

●筑波山

筑波山は日本百名山の一つで、「西の富士、東の筑波」と呼ばれる美しい山です。山肌の色が朝は藍、昼は緑、夕は紫と、一日に幾度も表情を変えることから”紫峰”とも呼ばれています。

●筑波山温泉郷

平地では味わうことのできない、筑波山の宿泊処ならではの関東平野が見渡せる名湯が点在しています。アルカリ性の温泉で肌がスベスベになります。

●筑波山梅林

筑波山梅林は、筑波山中腹の標高約250メートル付近に位置する市営の梅林で、筑波山地域ジオパークの見どころの一つとなっています。梅林最上部には「展望四阿(あずまや)」があり、見晴らしが良好です。

●フォレストアドベンチャー・つくば

筑波山梅林周辺の市有林の保全と有効活用を図るとともに、筑波山観光の活性化を目的とした、自然共生型アウトドアパークです。

●つくば霞ヶ浦りんりんロード

旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180kmのサイクリングコースです。

●不動峠

石岡市とつくば市の境にある標高294mの峠です。自転車愛好家たちに人気があり、週末はヒルクライムを楽しむ人たちで賑わっています。

●桜川

桜川は、茨城県の南西部を流れ霞ヶ浦に流入する県南地方最大の川です。古くからの桜の名所であり、「桜川のサクラ」として国の天然記念物に指定されています。

●小貝川

栃木県那須烏山市を水源とし、つくば市西部を流れる川です。古くは子飼川、蚕養川と書きました。周辺には、小貝川スポーツ公園があります。

●牛久沼

牛久沼は、茨城百景の一つです。沼の中の中央に長く突き出た泊崎大師堂の高台から望む牛久沼は、ひととき素晴らしい眺望で、多くの観光客が訪れています。

●宝篋山

つくば市北東部にある、標高461メートルの山です。霞ヶ浦や筑波山などを眺めることができます。周辺には、鎌倉時代の遺跡や文化財も数多く点在しています。

●その他

- ・筑波ふれあいの里
- ・豊里ゆかりの森
- ・荃崎こもれび六斗の森
- ・高崎自然の森

2 イベント、まつり

●まつりつくば

毎年8月下旬に開催されるつくば市最大のイベントです。つくばエクスプレス「つくば駅」周辺に複数の会場があり、多彩なイベントが開催されます。

●つくばフェスティバル

昭和63年(1988年)の筑波研究学園都市建設25周年記念事業として始まり、近年は2日間で約14万人が来場する、つくばを代表するイベントの一つです。

●筑波山麓秋祭り

筑波山麓の5地区(筑波、田井、北条、平沢、小田)で毎年10月下旬から11月上旬にかけて開催されているイベントです。史跡公開や展覧会などの催し物があります。

●筑波山梅まつり

筑波山中腹に位置する市営の梅林で毎年2月下旬から3月中旬にかけて開催されています。4.5ヘクタールの園内には、約1,000本の白梅・紅梅が植えられており、見ごろの時期は絶景です。

●筑波山ガマまつり

ガマまつりは、昔からガマで商売をしている関係者が、光誉上人とガマを供養・商売繁盛を目的として戦後から始められました。筑波山ガマレースは幅広い世代にご参加いただいている人気のイベントです。

●くさぎさ夢まつり

荳崎地区の各種団体等が一体となって開催している、地域のお祭りです。出店やステージイベントなど様々な催し物があり、幅広い世代が参加しています。

3 歴史資源

●筑波山神社

江戸時代、筑波山は江戸から見て鬼門にあたることから、徳川幕府により篤く信仰されてきました。明治8年(1875年)に中禅寺大御堂の跡地に拝殿が造られ、昭和3年(1928年)の改修を経て現在に至ります。

●平沢官衙遺跡

古代(奈良・平安時代)の常陸国筑波郡の郡役所跡と想定される遺跡で、昭和55年(1980年)に国の史跡指定を受けました。校倉、土倉、板倉の3棟の高床倉庫を復元して古代空間を再現し、案内所を併設しています。

●蚕影神社

神郡のつくば道沿いにある、全国にある蚕影神社の総本山です。養蚕業が盛んであった昭和中期まで関東一円、遠くは長野まで信仰を集めました。

●大曾根鹿島神社

日本武尊が東征の時、船で上陸し、飲み水を求めて立ち寄った場所という伝説が残る神社です。社の森が「大曾根緑地環境保全地域(自然保護公園)」になっています。

●金村別雷神社

小貝川のほとりに存在する神社で、「関東三雷神」の一つであり、茨城百景にも選ばれています。雷を支配する別雷大神を祭神としています。

●普門寺

普門寺は鎌倉時代末、元享年間(1321~1324年)、筑波山麓一帯で布教活動を続けていた乗海大和尚によって開創された真言宗豊山派の寺院です。

●泊崎大師堂

泊崎大師堂は、弘法大師(空海)が泊崎の地を訪れて座護摩を修めたところに建てられたと伝えられています。現在のお堂は、寛保四年(1744年)に再建されたものといわれています。

●出土文化財管理センター

つくば市内の遺跡からの出土品を収集・保存し展示している施設です。

●つくばセンター広場

TXつくば駅に隣接している広場です。まつりつくばなど大きなイベントの際にメイン会場となることが多いです。商業施設があるため、買い物に便利です。

●小田城跡歴史ひろば

小田城跡は、鎌倉から戦国時代まで常陸国南部で最大の勢力を誇った小田氏の居城跡で、昭和10年に国の史跡指定を受けました。小田氏と小田城跡について学習できる案内所も設けています。

●小田祇園祭

筑波山周辺地区の小田エリアで毎年行われている祭りのことです。

●吉沼祇園祭

小貝川周辺地区の吉沼エリアで毎年行われている祭りのことです。

●長屋門

江戸期に生まれた農家、商家の建築様式で、門構えの両サイドに居住ないし納屋空間をしつらえた大型の門があります。つくば市内には実に200軒以上もの長屋門があります。

●その他

- ・桜歴史民俗資料館
- ・谷田部郷土資料館 等

4 科学の観光資源

●筑波宇宙センター

宇宙開発の最先端分野の研究・開発・試験を行っている我が国の宇宙開発拠点の1つとなります。敷地内の見学エリアでは、国際宇宙ステーションの実物大モデルなどが展示されています。

●つくばエキスポセンター

昭和60年(1985)年に開催された科学万博にて、日本の科学技術を紹介する恒久施設として誕生しました。科学万博の閉幕後は、最新の科学技術や身近な科学などに親しんでもらうことを目的とした科学館となっています。

●サイエンススクエアつくば

国立研究開発法人 産業技術総合研究所(産総研)が行っている最先端の研究の成果をわかりやすく紹介している「産業技術のショールーム」です。体験展示等もあります。

●地質標本館

地球科学専門の博物館です。研究活動で得られた成果を最新の地球科学情報とともに日本の地質、地下資源、海洋の地質、地球環境、火山と地熱、地震と活断層などのテーマごとにまとめて展示しています。

●筑波実験植物園

筑波山や世界の熱帯地域に生育する植物が植栽され、三千種におよぶ珍しい植物が公開されています。植物たちの生活のありさまや、環境によってさまざまな特徴を持っている様子、また、四季によって美しく変化する姿などを楽しむことができます。

●地図と測量の科学館

地図や測量に関する歴史、原理や仕組み、新しい技術などを総合的に展示する施設です。館内には、専用の赤青メガネで見ると立体的に浮き上がって見える日本列島が広がっています。

●つくばサイエンスツアー

土曜・日曜・祝日(年末年始を除く)に運行している、市内6つの研究教育施設を巡る循環バスとなります。第1・3土曜日限定でスタッフガイド同行コースを開催しています。

5 特産品

●福来みかん

筑波山麓で収穫されている、七味唐辛子の材料の陳皮となっているみかんです。近年では、お菓子やラーメンなどにも用いられています。

●ブルーベリー

つくば市のブルーベリーは大粒で、バランスのとれた甘味と酸味が口いっぱいに広がります。市内には約30のブルーベリー農園があり、多くの農園で摘み取りを楽しめます。

●芝

茨城県は芝の栽培面積約3,000ヘクタールの日本一の産地であり、そのほとんどがつくば市で生産されています。平坦な地形を利用して芝が導入され、日本有数の芝産地として確立されました。

●米

つくば市では、水稻栽培が盛んに行われており、水田面積は約4,900ヘクタールとなっています。特に、つくば市北部の筑波山麓に広がる水田で栽培された米は、弾力があり、甘みと粘りが強く、昭和初期には皇室への献上米となっていました。

6 食文化

●パン

つくば市は、「パンの街つくば」と呼ばれるほど、パン屋の名店が多く存在します。市内のパン屋を集めたイベントも開催されています。

●ラーメン

つくば市は数多くのラーメン店がひしめき合う、激戦区です。年に一度、全国から名店が集結する、つくばラーメンフェスタが開催されています。

●つくばうどん

筑波山名物つくばうどんは頭文字をとって筑波茜鶏の「つ」くね、地元産のしいたけやゴボウなどの「く」ろ野菜、ローズポークの「ば」ら肉の具に地産小麦とレンコンパウダーを使用した麺のご当地うどん。出品する店舗により味付けが異なっており、様々な顔を見せてくれます。

7 花の名所

●科学万博記念公園

昭和60年(1985年)の科学万博跡地に作られました。高さ10メートルの“科学の門”は、見る方向により歴史に残る4人の科学者の顔が浮かび上がるという不思議な門です。

●北条大池

江戸時代の古地図にはすでに載っている農業用ため池です。周囲には桜並木の遊歩道があり、桜の名所として知られています。

●つくば牡丹園

つくば牡丹園は、常磐自動車道・谷田部IC近くの、日本一の種類数を有する、自然溢れる牡丹・シャクヤクの庭です。開園期間は4月中旬～5月下旬です。

●筑波山梅林のあじさい

筑波山梅林には約1,000株のあじさいが植えられており、毎年梅雨の時期に見頃をむかえます。色とりどりのあじさいと筑波石とのコントラストをお楽しみいただけます。

●筑波山の福寿草

2月から3月にかけて、筑波山のケーブルカー周辺で咲いている様子を見ることができます。

●洞峰公園

つくば市最大規模の公園です。沼あり、緑ありの豊かな自然環境と充実したスポーツ施設が特徴となっています。ソーラーシステムを有する温水プール、体育館、ナイターも可能な砂入り人工芝のテニスコート6面、そのほか野球場、多目的フィールド、フィールドアスレチックなどがあります。

●燧ヶ池周辺

筑波山の麓にある田園の中にある農業用ため池です。筑波山の隠れた名撮影ポイントとして写真愛好家に人気が高くなっています。

●農林さくら通り

つくば市の桜の名所の一つとして、人気の高い全長約1.5kmの並木道です。

6 これまでの取組実績(平成28年度(2016年度)～令和2年度(2020年度))

ア 観光施設整備

筑波山観光施設整備事業	
筑波山における魅力ある観光資源をいかし、訪れる人々が安全で充実した時間が過ごせる観光施設等の整備を行う。	
(1)筑波山観光案内所整備	令和2年度(2020年度):観光案内所解体工事 仮設観光案内所(設置) 観光案内所擁壁改築工事(次年度繰越)
(2)筑波山梅林整備	令和2年度(2020年度):梅林内Wi-Fi整備、誘導サイン設置 平成30年度(2018年度):四阿茅葦屋根ふき替え、菱露台整備 平成29年度(2017年度):見返り縁台再整備 平成28年度(2016年度):おもてなし館周辺整備(木製デッキ、木製階段、石階段、遊歩道等舗装)
筑波山麓整備事業	
筑波山麓地域の周遊観光を促進し、地域経済に寄与するため、利便施設等を整備する。	
(1)筑波山麓地域整備	令和元年度(2019年度):神郡駐車場整備、宝篋山登山道看板設置 平成28年度(2016年度):バイオトイレ案内看板設置
筑波山観光用水渇水対策事業	
筑波山観光用水の安定供給に向け、老朽化した水道施設を改良し、観光客の利便性を確保する。	
令和2年度(2020年度):管路改良測量・設計(女体山頂-つつじヶ丘)、水源湧水量調査 平成30年度(2018年度):御幸ヶ原公衆トイレ受水槽設置工事、水源湧水量調査 平成29年度(2017年度):水源湧水量調査	

イ 観光施設維持管理

観光施設維持管理事業	
快適で魅力ある観光地として、市内の観光施設を適正に管理する。	
(1)筑波山御幸ヶ原(山頂)観光施設の維持管理(通年)	①公衆トイレ清掃委託(365日) ②浄化システム点検委託(年8回) ③浄化槽点検委託(年24回) ④汚泥汲取委託 ⑤器具類交換、浄化槽設備等の修繕 ⑥ケーブルカー山頂駅 2階の休憩スペースの活用。
(2)つつじヶ丘登山コースの維持管理	①おたつ石コース除草 ②つつじヶ丘高原除草
(3)市営筑波山及び山麓駐車場、公衆トイレの維持管理	①市営筑波山駐車場施設運営委託(365日) ②市営山麓駐車場(小田・平沢・筑波・六所・神郡)除草等の管理 ③筑波山駐車場公衆トイレ及び浄化槽:トイレ清掃(365日)、浄化槽点検(毎月実施)
(4)筑波山梅林の維持管理	①梅林剪定、施肥 ②梅林内木道修繕、案内サイン修繕 ③梅林内除草管理等(年間)
(5)宝篋山小田休憩所及び宝篋山観光施設の維持管理	①宝篋山小田休憩所運営委託 ②宝篋山バイオトイレ清掃(年24回)
(6)筑波山観光案内所・筑波山おもてなし館の観光案内及び維持管理	①施設運営委託 ②定期清掃

森林体験パーク施設管理事業

森林を活用した自然共生型アウトドアパークとして、魅力ある通年型観光施設を提供する。

【利用者数】

令和2年度:10,337人
 令和元年度:13,279人
 平成30年度:14,217人
 平成29年度:16,178人
 平成28年度:12,676人

ウ 観光行事**まつりつくば事業**

つくばならではの多様な文化をいかし、観光の振興と中心市街地の活性化を目的に、魅力あるコンテンツで来訪者や祭りに関わる誰もが楽しめる観光誘客イベントの開催を支援する。(大会本部)

【来場者数】

令和2年度:中止
 令和元年度:470,000人
 平成30年度:460,000人
 平成29年度:550,000人
 平成28年度:440,000人

つくばフェスティバル事業

世界各国の文化と触れ合える飲食・体験ブースやステージなど、国際都市としてのつくばの魅力を伝えるため「ふれあい、そして国際交流」をテーマに春のイベントの開催を支援する。(実行委員会)

【来場者数】

令和2年度:中止
 令和元年度:150,000人
 平成30年度:140,000人
 平成29年度:75,000人
 平成28年度:140,000人

くさぎさ夢まつり事業

昭和49年(1974年)から商工産業祭、平成12年度(2000年度)からひまわりまつりとして開催され、現在は、くさぎさ夢まつりとして、茎崎地区の区長会やPTA等の関係団体で組織し、幅広い年齢層が楽しめるイベントの開催を支援する。(補助事業)

【来場者数】

令和2年度:中止
 令和元年度:8,000人
 平成30年度:7,000人
 平成29年度:2,000人
 平成28年度:10,000人

工 観光振興

つくば観光コンベンション協会補助事業	
市内経済の活性化及び観光施策の強化を図るため、つくば観光コンベンション協会が実施する各種観光事業を支援する。	
(1)観光宣伝事業	豊かな自然環境の「筑波山地区」と研究・教育機関が集積する「筑波研究学園都市」等の観光資源について市内外に広くPRを実施
(2)観光客誘致事業	夏の筑波山ガマまつり、秋の筑波山もみじまつり、春の筑波山梅まつりを開催し、筑波山への観光誘客を促進 【筑波山ガマまつり来場者数】 令和2年度:中止 令和元年度:5,000人 平成30年度:5,000人 平成29年度:5,000人 平成28年度:5,000人 【筑波山梅まつり来場者数】 令和2年度:75,000人 令和元年度:130,000人 平成30年度:190,000人 平成29年度:170,000人 平成28年度:150,000人
(3)コンベンション事業	つくばエクスプレスや茨城空港等からのアクセス利便性の良さをいかし、関係機関と連携して国際コンベンションを核としたMICE誘致活動を実施 【国際会議】 令和2年度:1件 令和元年度:62件 平成30年度:45件 平成29年度:56件 平成28年度:63件 【国内会議】 令和2年度:11件 令和元年度:100件 平成30年度:87件 平成29年度:92件 平成28年度:79件 【経済波及効果】 令和2年度:約700,000千円 令和元年度:約9,400,000千円 平成30年度:約8,200,000千円 平成29年度:約8,800,000千円 平成28年度:約9,000,000千円
(4)フィルムコミッション事業	つくば市の豊かな地域資源を映画やTV等を通して全国に紹介することにより、つくば市の知名度向上を目的に、市内への誘致及び市内でのロケーション撮影を支援 【撮影】 令和2年度:17件

	<p>令和元年度:71件 平成30年度:61件 平成29年度:44件 平成28年度:62件</p> <p>【経済波及効果】 令和2年度:約15,000千円 令和元年度:約65,000千円 平成30年度:約57,000千円 平成29年度:約56,000千円 平成28年度:-</p>
観光振興事業	
つくば観光コンベンション協会や関係機関と連携し、つくばの魅力ある観光資源を活用し、多様なニーズに合わせた各種事業を展開し、国内外からの観光誘客拡大を図る。	
(1)筑波山麓秋祭り補助事業	<p>【来場者】 令和2年度:中止 令和元年度:52,000人 平成30年度:68,000人 平成29年度:63,000人 平成28年度:53,000人</p>
(2)観光案内業務	<p>【観光案内業務】</p> <p>・BiViつくば総合案内所 令和2年度:6,833件 令和元年度:19,504件 平成30年度:19,237件 平成29年度:20,157件 平成28年度:16,482件</p> <p>・筑波山観光案内所 令和2年度:10,924件 令和元年度:12,437件 平成30年度:7,416件 平成29年度:7,351件 平成28年度:7,004件</p>
(3)スポーツツーリズム受入	<p>【スポーツツーリズムの実績】</p> <p>・利用団体数 令和2年度:3 令和元年度:82 平成30年度:87 平成29年度:94 平成28年度:60</p>
(4)筑波ふれあいの里整備事業	
(5)第3次観光基本計画の策定	

MICE支援事業	
MICEの開催を促進し、国際観光地域づくりの形成を図り、もって観光振興及び地域経済の活性化に寄与するため、補助金を交付する。	
【MICE支援補助事業】	
・うち交付件数	
令和2年度:0件	
令和元年度:29件	
平成30年度:18件	
平成29年度:17件	
平成28年度:19件	
筑波山交通渋滞対策事業	
ゴールデンウィーク及び秋の行楽シーズンに関係機関と連携し筑波山の交通渋滞対策として、渋滞情報や駐車場の情報を発信、混雑箇所への警備員の配置、看板設置による迂回誘導、併せてパークアンドバスライド等を実施する。	
また、登山道においても、激しい混雑が発生していることから、女体山頂付近で効果的な誘導整理を実施する。	
【パークアンドバスライド実施日数(春)】	
令和2年度:中止	
令和元年度:3日	
平成30年度:3日	
平成29年度:3日	
平成28年度:3日	
【パークアンドバスライド実施日数(秋)】	
令和2年度:中止	
令和元年度:1日	
平成30年度:3日	
平成29年度:3日	
平成28年度:-	
おもてなし観光推進事業	
つくば市を訪れた方の満足度向上を目的に、つくばの魅力を案内する観光ボランティアガイド事業の育成事業及び筑波山の豊かな自然や歴史などを紹介するネイチャーガイド事業を実施する。	
(1)観光ボランティアガイド育成事業	【育成講座開催件数】
	令和2年度:11回
	令和元年度:16回
	平成30年度:8回
	平成29年度:12回
	平成28年度:10回
(2)筑波山ネイチャーガイド事業	【開催日数】
	令和2年度:中止
	令和元年度:9日
	平成30年度:9日
	平成29年度:11日
	平成28年度:9日
フットパス事業(周遊観光推進事業)	
市内に点在する観光資源を活用し、市内周遊観光を促進するため、フットパスの企画及び道標を整備し、年間を通して魅力的な観光地を提供し、通年での誘客促進を図る。	
【増刷数】	
令和2年度:8,000部	
令和元年度:3,000部	
平成30年度:10,000部	
平成29年度:-	
平成28年度:-	

サイエンスツアー事業

つくばに所在する研究機関等との連携を強化し、本市に集積する科学技術への理解を深めるとともに、科学教育の充実や、観光、飲食業をはじめとする地域産業の活性化を目的に、サイエンスツアー事業を支援する。

(つくばサイエンスツアー実行委員会(茨城県・つくば市・研究機関等)から(一財)茨城県科学技術振興財団つくばサイエンスツアーオフィスへ事業委託)

【サイエンスツアー受け入れ人数】

令和2年度:2,150人

令和元年度:11,976人

平成30年度:14,478人

平成29年度:16,209人

平成28年度:16,976人

【サイエンスツアーバス利用者数】

令和2年度:600人

令和元年度:5,358人

平成30年度:4,575人

平成29年度:4,601人

平成28年度:4,277人

観光PRの実施

各種イベント情報、四季折々のつくばの観光情報などについて、各種キャンペーンやメディア等を通じて観光PRを行うほか、高速道路SAへのチラシ設置や、SNS等を活用し、観光PRを実施する。

■観光キャンペーン

【令和2年度(2020年度)】

いばらき応援プロジェクト(IFS)

【令和元年度(2019年度)】

(1)TX秋葉原駅構内 (2)茨城県人会賀詞交歓会
(3)都庁キャンペーン (4)寅さんサミット (5)筑波山梅まつりキャンペーン

【平成30年度(2018年度)】

(1)総理大臣表敬 (2)荒川区表敬 (3)茨城県人会賀詞交歓会 (4)茨城県知事表敬
(5)みとちゃん誕生会

【平成29年度(2017年度)】

(1)ブルーベリーフェスティバル in 東京交通会館 (2)いばらき産直市
(3)おもてなし県民大会 (4)都市対抗野球大会物産展 (5)いばらきマルシェつくばフェア等

【平成28年度(2016年度)】

(1)夏及び秋の観光キャンペーン (2)いばらき産直市 in 日暮里
(3)秋のうまいもんキャンペーン in 銀座 (4)寅さんサミット
(5)梅まつりキャンペーン in 圏央道開通式 (6)いばらき県産品まつり 等

【SNSによるPRの実施】

・フォロワー数

令和2年度:3,980人

令和元年度:3,164人

平成30年度:2,548人

平成29年度:-

平成28年度:-

・いいね数

令和2年度:2,653人

令和元年度:839人

平成30年度:1,098人

平成29年度:-

平成28年度:-

オ 観光客動態調査

観光客動態調査事業

市内の観光地等における観光客の動態を把握し、観光施策の適正な実施及び推進に必要な基礎資料を得ることを目的として、観光入込客数の調査を実施する。

【つくば市観光入込客数】

・つくば市全体

令和2年度:2,344,400人

令和元年度:4,158,800人

平成30年度:4,489,500人

平成29年度:3,911,400人

平成28年度:3,580,200人

・筑波山全体

令和2年度:1,969,100人

令和元年度:2,463,600人

平成30年度:2,693,300人

平成29年度:2,304,700人

平成28年度:2,104,300人