

会 議 録

会議の名称		第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議		
開催日時		令和5年(2023年)7月28日10時開会 12時閉会		
開催場所		つくば市役所コミュニティ棟3階 A会議室		
事務局(担当課)		経済部観光推進課		
出席者	委員	岡本 直久委員、小林 真委員、山岡 朋和委員、新井 英輔委員、柳田 貢委員、貝塚 厚委員、松本 茂委員、砂押 匠光委員		
	その他			
	事務局	経済部：片野部長、大橋次長 観光推進課：伊藤課長、久保田課長補佐、 飯村係長、篠寄主査、黄川田主事		
公開・非公開の別		<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部公開	傍聴者数	0人
非公開の場合はその理由				
議題		(1) 中間検証会議の進め方について (2) 令和4年度の市内の状況について (3) アクションプランの事業評価について		
会議次第	1 開 会 2 部長挨拶 3 会長の選任 4 自己紹介 5 議 題 (1) 中間検証会議の進め方について (2) 令和4年度の市内の状況について (3) アクションプランの事業評価について 6 その他 7 閉 会			

<審議内容>

1 開 会

事務局：定刻になりましたので、ただいまから令和5年度 第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議を開催させていただきます。初めに経済部長の片野より御挨拶を申し上げます。

2 部長挨拶

事務局：（部長挨拶）

3 会長の選任

事務局：それでは議題3会長の選任に移ります。本中間検証会議におきまして、現在会長が選任されておられません。委員の皆様にお諮りして会長を選任させていただきたいと思えます。

（事務局一任の声あり）

事務局一任とのお声をいただきました。事務局より推薦させていただきたいと思えます。事務局から岡本委員を会長に推薦いたします。いかがでしょうか。

（異議なしの声あり）

ありがとうございます。それでは、岡本委員に会長をお願いしたいと思います。早速ではございますが、岡本会長より御挨拶をさせていただきたいと思えます。

岡本会長：（会長挨拶）

事務局：ありがとうございました。続きまして、次第4自己紹介に移ります。

4 自己紹介

事務局：初めての方もいらっしゃるかと思いますので、委員の皆様から自己紹介をお願いしたいと思います。配布した名簿順に御名前

を御紹介致しますので呼ばれましたら順にお願いいたします。

(委員の御紹介)

(事務局の紹介)

皆さまどうぞよろしくお願いいたします。それでは、会議の進行を岡本会長にお願い申し上げます。

5 議 題

(1) 中間検証会議の進め方について

岡本会長：それでは、会議の進行を務めさせていただきます。委員の皆様
にお願いですが、本会議におきまして、挙手の上御発言いただきますようお願い申し上げます。議題(1) 中間検証会議の進め方
について、事務局より説明をお願いします。

事 務 局：(事業説明)

岡本会長：事務局の説明について、御質問などがありますか。

私から一点確認なのですが、アクションプランを事務局で策定したとのことですが、本中間検証会議でアクションプランも改定の対象に含めるといことでよろしいでしょうか。

事 務 局：そのように考えています。御意見を賜ればと思っております。

岡本会長：そのほか、質問等がなければ次の議題に移ります。

(2) 令和4年度の市内の状況について

岡本会長：それでは、議題(2) 令和4年度の市内の状況について、事務局より説明をお願いします。

事 務 局：(事業説明)

岡本会長：事務局の説明について、御質問などがありますか。

松本委員：観光入れ込み客数について、いい傾向だと思います。学術会議
について説明がありましたが、主な会議はどのようなものになりますか。

事 務 局：筑波大学等による学会、医学系の学会が多いと感じています。

小林委員：基本的な観測方法を教えてください。

事 務 局：観光入込客数(かんこういりこみきゃくすう)の集計方法については、観測場所、観光スポットによって異なっており、それぞれの数値を合算して算出しています。例えば、筑波山の集計方法ですが、茨城県が指定する平日、日曜日、祝日に調査し、

その数値から代表値を算出し、年間の日数を乗じて観光入込客数としています。一方でエキスポセンターやわんわんランドなどの屋内施設については、実数値を用いています。まつりつくばなどのイベントについても概算値となっています。基本的には、茨城県からの受託事業となっているため、その仕様に合わせて調査を行っています。

小林委員：学術会議について、市が把握している件数は報告を受けた件数なのでしょうか。どの規模の会議まで把握しているのでしょうか。

事務局：つくば観光コンベンション協会からの報告によって把握しています。

小林委員：サイエンスツアーバスのグラフの中に、「学生」というカテゴリがありますが、一般に「生徒」と表記される高校生も含まれるのでしょうか。

事務局：高校生以下を「学生」と表記しています。

砂押委員：観光入込客数について、令和5年度の傾向はどうでしょうか。

事務局：現状把握している数値は、令和5年4月から6月の数値となります。屋内施設については増加傾向にある状況かと思っております。

山岡委員：観光入込客数の内訳は把握していますでしょうか。

事務局：観光案内所においては、外国人利用客を集計しています。全体の数値は把握しておりません。

新井委員：スポーツ合宿推進事業について、他のデータと比較すると戻りが低く見えるが、数値が高い平成30年頃に特別多くなる要因などがあったのでしょうか。

事務局：平成30年度に利用件数が多くなった理由は分析できておりませんが、利用件数が戻っていない理由については、コロナにより合宿を中止したことに加えて、前年度に合宿を中止したことにより、慣例がリセットされてしまいつくば市ではない別の宿泊地で合宿を行っている可能性もあると考えています。

貝塚委員：スポーツ合宿の利用者の推移については、筑波山麓において廃校となった学校があることもあって、スポーツ合宿にも活用していただいていたりましたが、徐々に廃校の活用方法も決まって使

用できる場所が少なくなっているということも可能性としては考えられると思います。

柳田委員：商工会が、ホテル旅館協同組合の事務局となっています。つくば市と協定を結び、宿泊を伴ったスポーツ合宿については宿泊施設からの申請を受けて一定の枠内での施設予約ができるようになっていますが、市の行事などが復活してきて施設利用が増えていることなどから、施設予約が難しくなっていることも考えられると思います。

岡本会長：筑波山の市営駐車場のグラフについてですが、筑波山に車で来る人は秋の行楽シーズンより、1月から3月のほうが多いということがこのグラフで分かりました。登山客と神社の参拝客で回転が異なると思います。筑波山シャトルの乗車人数についても、3か月ごとに把握することができれば、違った結果が見えるかもしれませんので検討してみてください。

事務局：補足ですが、1月から3月に駐車台数が多くなっている理由については、初詣の参拝者もありますが、2月中旬から3月末まで筑波山梅林で開催している梅まつりもあり、増えているものと考えられます。

岡本会長：インバウンドについてですが、数値のとらえ方として旅館、ホテルでは宿泊人数を把握していると思いますので、そのようなデータを掘り起こす必要があるかもしれません。それでは、その他ご意見等はありませんか。なければ次の議題に移ります。

(3)アクションプランの事業評価について

岡本会長：議題(3)アクションプランの事業評価について、事務局より説明をお願いします。

事務局：(事業説明)

岡本会長：事務局の説明について、御質問などはありますか。昨年の計画策定を受けてアクションプランを作成したということですが、委員の皆様から施策の実現に向けたアイデアなどはございますか。

松本委員：水辺のアクティビティについて、実施場所として荃崎を選んだ理由と実施事業者の概要を伺います。

事務局：場所の選定理由についてですが、観光スポットとして筑波山の

PRはもちろん行うのですが、つくば市としては、市内全域の魅力の発掘と磨き上げ、それらのPRを進めていきたいと思っております。南部には牛久沼という魅力的な資源がありますので、それを盛り上げていければという思いがあります。事業者についてですが、昨年度から検討している水辺アクティビティ事業は安全面も大変重要であると思っており、選定は、実績などがある事業者を探し、慎重に行いました。昨年度も検討しておりましたが、ノウハウや機材等の運搬が困難なため、実現には至りませんでした。今年度から普段から子供たちを対象にカヌー体験やアウトドア体験などを実施しているノウハウのある事業者と、今年度9月末頃の実施に向けて準備を進めています。将来的には、つくば市における水辺アクティビティの定着化を図っていききたいと考えています。

新井委員：水辺アクティビティについての説明がありましたが、観光事業者が誘客する場合にあたっては、その事業が継続されているかが重要な観点となります。自治体が様々取り組んでいますが、事業が継続的に実施されないとお客様に紹介しにくくなってしまいます。教育旅行であれば半年前に決定しますが、修学旅行となると2年前に決定するようなこともあります。2年後に体験ができるかどうか、という点があります。筑波山という魅力ある資源がありますが、特別感、通常できない体験などが好まれています。例えば筑波山の山頂にフレンチの店舗を誘致するなどができれば、また違ったお客様にお越しいただくことも狙えるのではないかと思います。

小林委員：第3次つくば市観光基本計画では、1-1の施策として紙媒体以外にもデジタルサイネージなども取り組み例として挙げられています。アクションプランにおいては、紙媒体に焦点を当てていますがその理由を伺います。1-2の施策について、観光基本計画では「ニーズに合った情報を提供できる仕組みを構築」とありますが、アクションプランでは、インスタグラムなどで20代～40代をターゲットとしながらも、「幅広くエリアや年代に合わせて」と記載されているので、矛盾があると感じました。高齢者向けの施策についてと、幅広い「ニーズに合った」と計画では記載されていますが、アクションプランだとターゲットを絞って

るので、整合が取れているのか、というところを感じます。1-3については、観光基本計画ではオープンデータ化とありますが、2次利用できるようなルールを作成して利用してもらったということをKPIにするのであればわかりませんが、写真等を撮影した枚数だともう一つ踏み込んだ施策が欲しいかなと思います。経緯がありましたら教えていただければと思います。

事務局：御指摘の1-1、1-2、1-3についてですが、観光基本計画の1-1から1-3の施策例として同じ文言がそれぞれに入っていることで、担当として区別が難しいと感じていましたので、観光基本計画の各施策を明確化し、施策を実施する目的をはっきりとさせたいと考え作成したものが本アクションプランとなります。まず、1-1では、紙媒体に焦点を当てていますが、どの世代にも受け入れられるマス広告ということで紙媒体を取り上げています。1-2では、SNSを盛んに使う世代をメインターゲットとしておりますが、50代、60代でもSNSを利用する方もいると思いますので、年代のニーズに合わせた内容を投稿したいと考えています。1-3は、メディア向けの施策という方向で整理させていただいております。委員の皆様からも、観光基本計画とアクションプランとの認識の齟齬などがありましたら、ぜひ御指摘、御意見いただきたいと思っております。KPIの設定についても、御意見等を伺えればと思っております。

小林委員：基本的な事業を実施していると思うので、それらのアクションを違う側面から評価するというのも可能かと思えます。「つくばらしい体験」をまつりつくばとつくばフェスティバルに集約されているように見えますが、計画では「科学」と「学び」とあるので、もう少し強く打ち出すとよいのかなと思っております。

事務局：ありがとうございます。今後検討したいと思っております。

柳田委員：チラシのデジタル化について、私自身も旅行の計画はパンフレットを見ながら考えるのですが、つくば市の場合ですと、観光コンベンション協会は筑波山が中心に掲載されていて、中心地についてはまた別のところに掲載されていて、パンフレットを探し出すことにはかなりの労力がかかり大変だと感じるがありました。リンクを貼るということではなく、1ページにあらゆるチラシを見ることができるよう集約してもらえると探し

やすいと思います。また、つくば市は研究所や工業団地が多いと思うのですが、工場見学などができれば他県からの誘客を促進することができるのではないのでしょうか。

貝塚委員：つくば観光コンベンション協会は、現在筑波山を中心にパンフレットの掲載を行っていますが、やはり1ページに集約されていたほうがいいのかと思います。今年度からリニューアルして見やすくなりましたつくば市の観光情報のページに集約していただくといいかと思います。

事務局：つくば観光コンベンション協会と協議していければと思います。

新井委員：そもそも、つくば市を選んでもらうという視点も必要ではないのでしょうか。ホームページを見ていただく、つくば市が「選ばれる」ということに重きを置くことも一つかと思います。

事務局：つくば市を選んでもらう、ということ意識して取り組みを検討したいと思います。取り組みとしては、旬な情報をスピーディに提供できるSNS広告で、来訪者が多いエリアを意識して実施することや、情報が固定しているポスター広告で、ゆっくり見たり読んだりすることができるポスター広告も打っていきたいと思っています。

砂押委員：コンビニでも地域の特産を活かした商品開発を行っているが、つくば市の特産品はどのようなものがあるか教えてください。

事務局：市の傾向としては、ブルーベリーや日本酒、ビール、ワインなどのお酒に関するPRを行っています。

貝塚委員：つくば観光コンベンション協会は、ラーメンとつくば市の特産としている福来みかんを掛け合わせて売り出しておりますが、簡単には定着を図ることは難しく、協力店舗を見つけることがまず難しいと感じています。何か頑張って考えていければと思っています。

柳田委員：つくば観光コンベンション協会と同様ブルーベリーや日本酒などが多いかと思います。福来みかんは大量生産が難しいのかなと思います。過去には、補助金等を活用して商品開発を行っていた経緯があるが、現在その商品はなくなりました。

事務局：つくばコレクションとインターネットで検索していただく認定商品などを見てもらえるとと思いますので、よろしければご確認ください。

岡本会長：2－4のMICEに関連することですが、3点あります。海外から会議に来る方は、つくば市という範囲ではなく、広域観光を考えるとと思います。日本で2番目に広い霞ヶ浦なども近くにありますし、茨城県や近隣市町村との連携で事業を強化してもらえればと思います。

旅行期間中にも、自国の食事をしたくなる時があると思いますが、国別グルメマップがあるといいなと思います。また、会議に来た方が筑波山観光をしようとしたときに、荷物を預ける場所がないという意見を何度か聞いたことがあります。シャワールームもあるといいと思います。サイクリングで推そうとしている土浦市は、土浦駅にシャワー室がありますので、そのようなことをつくば市でも検討してもらいたいと思います。

情報発信について、観光には必要なことですが、移住定住の担当とも連携してプロモーションすることも必要だと思います。グルメ、科学、学術など魅力がたくさんある街ですので、総合的なプロモーションを観光がリードしてもいいと思いました。本日、机上に配布されていたまつりつくばのチラシですが、QRコードを読んで誘導された先にパンフレット以上の情報がないです。このようなチラシを作成する際に、SNSアカウントの宣伝をするなど、もっと食欲でいいと思います。

貝塚委員：議題が戻りますが、令和4年度の市内の状況について、補足説明をさせていただきたいと思います。国際会議について、件数についてはつくば観光コンベンション協会から市に報告している数値になります。職員を1名派遣しておりまして、20名を超える会議をカウントしています。半分程度は市内の研究所、民間の事業者による講演会などが中心であると聞いています。アフターコンベンションは重要で、体験やグルメを提供できないと東京に帰ってしまいますので、課題としてとらえておりますので委員の皆様からの御意見もいただければと思います。

小林委員：昨年国際会議に携わる機会がありまして、ビーガンメニューやハラルメニューをケータリングができなかったことがありました。まとまった情報が簡単に見られるようにしてもらえるといいと思います。国際会議を誘致する際にも、食事のメニューで

つくば市の特産品を使ってビーガンメニューやハラルメニューを情報提供できるように整理しておくと思われ、主催者側は助かると思われいます。

岡本会長：そのほか御意見ございませぬか。アクションプラン改定が本会議の一つの役割となりますので、次回以降に改定案を作成していただき議論していきたく思われいます。
ないようですので、次第の6その他に移ります。

6 その他

岡本会長：その他の案件などで委員の皆様、事務局から共有しておきたいことなどがございませぬらお願いいたします。

事務局：机上に配布したまつりつくばについて説明いたします。まつりつくばは、2019年から4年ぶりに同規模での開催に向けて鋭意準備を進めているところですので。会場付近の住民や、環境もかなり変わっているため、調整も多く大変なことも多いですが、皆様楽しみにされていると思われいますので、安心、安全に開催できるようにしっかりと準備していきたく思われいます。よろしくお願いいいたします。

松本委員：インバウンドについてですが、インバウンドの方は、情報をキャッチするのがとても速く、住民も知らないような温泉地を調べて来ていますが、つくば市にもそのような場所があるのでしょうか。

事務局：今年度市内を回る周遊コースを策定しているところですので。インバウンド向けにも活用していきたく思われいます。

岡本会長：インバウンドの方は、「自分が発見した」という点も楽しんでるようですね。

その他ございませぬか。

ないようですので、これで次第6のその他を終了といたします。以上で議題すべてを終了しましたので、進行を事務局にお返しいたします。皆様、御協力ありがとうございました。

7 閉 会

事務局：岡本会長、議事進行ありがとうございました。委員の皆様におかれましても長時間にわたり御協議いただきありがとうございました。今後につきましては、御説明いたしました中間検証の手順に沿って皆様からの御意見と実績等を踏まえて、事務局で会長と御相談させていただきながらアクションプラン改正（案）を作成したいと思っております。それでは以上をもちまして第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議を閉会いたします。

(12 : 00)

第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議

日 時 令和5年(2023年)7月28日(金)

午前10時00分から

場 所 つくば市役所コミュニティ棟 A 会議室

1 開 会

2 部長挨拶

3 会長の選任

4 自己紹介

5 議 題

- (1)中間検証会議の進め方について ……資料1
- (2)令和4年度の市内の状況について ……資料2
- (3)アクションプランの事業評価について ……資料3

6 その他

7 閉 会

【送付資料】

- ・第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議次第
- ・(資料1)中間検証会議の進め方について
- ・(資料2)令和4年度の市内の状況について
- ・(資料3)アクションプランの事業評価について(A3)
- ・(参考)第3次つくば市観光基本計画アクションプラン(評価付き)
- ・(参考)第3次つくば市観光基本計画中間検証会議設置要項
- ・(参考)第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議委員簿

【持参いただくもの】

- 送付資料 第3次つくば市観光基本計画 アクションプラン
- 駐車券

資料1

中間検証会議の進め方について

1 目的

令和4年4月に策定した第3次つくば市観光基本計画に紐づくアクションプランについて、「中間検証会議」を開催し、事業の取組に対する評価・検証を行い、社会情勢の変化や計画の進捗状況等により必要に応じて見直しを行います。

2 検証スケジュール

■第1回 令和5年7月28日（金）

○事務局

令和4年度の市内の状況、実績を報告する
アクションプラン事業評価について報告をする



○中間検証会議各委員

知見や実績等に基づき意見等を述べていただく



○事務局

意見を反映した第3次つくば市観光基本計画アクションプラン（案）を作成する



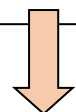
■第2回 令和5年10月～11月頃

○事務局

第3次つくば市観光基本計画アクションプラン（案）を提示する

○中間検証会議各委員

第3次つくば市観光基本計画アクションプラン（案）に対して知見や実績等に基づき意見等を述べていただく



※第3回会議開催については進捗状況によりご相談

■令和6年1月頃

○第3次つくば市観光基本計画アクションプラン改定 完了

2023.7.28 第1回中間検証会議資料

資料1

令和4年度の市内の状況について

目次	ページ数
○観光客入込数.....	1
○筑波山市営駐車場利用台数.....	3
○筑波山きっぷ(筑波山あるきっぷ)販売数.....	4
○筑波山シャトル乗車実績.....	5
○フォレストアドベンチャーつくば利用人数.....	6
○スポーツ合宿誘致推進事業利用者数.....	7
○レンタサイクル利用台数.....	8
○サイエンスツアー(受入数、バス利用者数).....	9

アクションプランの事業評価について

観光基本計画			アクションプラン					(事務局) 令和4年度事業評価		
基本方針	施策		事業方針	KPI			評価 S:達成 A:順調 B:遅れ C:未着手	分析		
	番号	施策方針		具体施策	R4年度実績値	R5年度目標値			R7年度目標値	
1 観光客とつくばが“つながる”	1-1	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。	【媒体】【内容】紙媒体を好む世代を意識したサイズ、デザイン、内容等に配慮しつつジャンルなどを精査し作成する。	観光推進課とつくば観光コンベンション協会で作成している紙媒体の広報物数を3分野程度まで絞る	6分野	6分野	4分野	A:順調	既存のチラシについて、①フットパスMAP、②まちあるきMAP、③レジャー施設案内チラシ、④登山関係MAP、⑤市内総合案内パンフレット、⑥市内花木カレンダーの6分野まで整理した。これにより、各紙媒体広報物の使用目的を明瞭化することができた。令和5年度に、在庫数などにより需要の調査を行い、令和6年度以降需要調査の結果から求められている情報を整理しながら、チラシの統廃合を進める。
	1-2	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、アウトドア層などのカテゴリーに属し、それぞれが必要とする情報は多様化しています。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を構築します。	【ターゲット】観光推進課公式Instagram等のフォロワーや一般にSNSの利用率が高い20代~40代の女性をターゲットとしつつ、話題性を意識して幅広く年代やエリアに合わせて観光PRを強化する。	市内映えスポットや体験コンテンツなどの紹介記事を月1回SNSに投稿する。	42回	12回	12回	A:順調	月に2回以上の頻度で季節の写真映えする場所の紹介や市内イベントの紹介等をTwitterおよびInstagramにて行い、SNS利用者に向けた情報発信・拡散をすることができた。引き続きSNS投稿を実施しながら、令和5年度から、市内の小中学生に向けた情報発信方法の検討を開始し、令和7年度頃からの実施を目指す。
	1-3	広がる情報発信	近年急速に拡大するSNSの即時性、拡散性を活用した情報発信に取り組みます。また、誰もが共有・活用することの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、意外性があり、人に教えたくなるような情報などを意識した情報発信に取り組みます。	【発信力】即時性の高いSNSなどのデジタルツールの活用や拡散力のあるマスメディアや著名人を活用するなど、伝わりやすい媒体を活用する。	・写真の累計枚数・観光PR動画の累計再生回数(YoutubeやSNS等)	740枚 12,155回	330枚 10,000回	390枚 17,500回	A:順調	市内全域の観光スポットの写真を740枚撮影することができた。また、令和4年度に制作した3種類の観光PR動画をYouTubeやTwitter、Instagram等のSNSに掲載し、累計10,000回以上の再生回数を記録することができた。これにより、市の観光情報を広くPRする環境を整備することができた。令和5年度以降も、市内観光スポットの撮影を継続し情報発信の素材を増やしていく。

アクションプランの事業評価について

観光基本計画			アクションプラン				(事務局) 令和4年度事業評価			
基本方針	施策		事業方針	KPI			評価 S:達成 A:順調 B:遅れ C:未着手	分析		
	番号	施策方針		具体施策	R4年度実績値	R5年度目標値			R7年度目標値	
2 伝えたい資源を観光に“つなげる”	2-1	つくばの“強み”の磨き上げ	観光の中心的存在である筑波山を始め、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、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、これまでスポットが当てられていなかった地域資源の掘り起こし・磨き上げも推進していきます。	【観光コンテンツづくり】 市が所有する観光施設において、体験型コンテンツの創設につながる取組を試行的に実施する。実現の可能性について検証し、必要に応じて法整備等を行う。	体験型観光イベント事業数	0回	1回	2回	A:順調	水辺のアクティビティを実施することが可能な事業者を探し、令和5年度以降の実施に向けて打ち合わせを実施した。教育旅行を打ち出す事業者と、つくば市の「科学」「ジオ」といった特性にスポットを当てたツアー造成を検討し、国の補助事業申請のサポートを行った。 これにより、新たな体験型観光コンテンツの創設に向けた動き出しをすることができた。令和5年度以降は、水辺のアクティビティの実施に向けて調整を進めていく。
	2-2	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、社会情勢の変化にも臨機応変に対応できる安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。	【大型イベント】 まつりつくばやつくばフェスティバルなどの大型イベントの開催や、つくば市でしか体験できない既存の観光資源を磨き上げることで、市内のみならず県内外からの来訪者に向けたつくば市の魅力を伝える。	まつりつくばとつくばフェスティバルを開催し、それに加え、市内既存施設等を生かしたイベントの実施回数	1回	2回	3回	B:遅れ	令和4年度については、新型コロナウイルス流行の影響により、現地開催を予定していたまつりつくばが中止となってしまったが、つくばフェスティバルについてはオンラインにて開催することができた。令和5年度以降は、まつりつくば及びつくばフェスティバルの開催に加え、市内施設等においてイベントを開催していく。
	2-3	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・拡充に取り組めます。	【グルメ】 庁内関連部署や観光協会と連携した特産品のPRを実施する。	市内グルメイベントのPR回数	5回	5回	5回	A:順調	つくば観光コンベンション協会と連携し、福来ラーメンのイベントについて年2回PRし、地元グルメの振興につなげることができた。令和5年度以降は、紹介可能なグルメコンテンツの整理を行い、SNS等でPRしていく。
	2-4	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など、大きな経済波及効果を生み出します。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の開催を契機として、市民がその英知を享受することのできる“学び”の場を提供することで、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めます。	【国際会議】 市内で開催される国際会議等によるエクスカージョンの実施を推進するなど、つくば市へ恩恵が感じられる取組を実施していく。	補助金交付団体によるエクスカージョンや市民公開講座の実施など市民や市内事業者への還元取組件数	未把握	3回	5回	A:順調	つくば市の特色ある補助内容を検討するため、他自治体や団体のMICE開催補助制度について調査・分析を行った。これにより、より費用対効果が明瞭となるような補助金交付要項の改正に向けた準備をすることができた。令和5年度以降は、つくば市にとってよりよい制度となるよう、補助金交付要項の改正（案）を作成する。

アクションプランの事業評価について

観光基本計画			アクションプラン				(事務局) 令和4年度事業評価			
基本方針	施策		事業方針	KPI			評価 S:達成 A:順調 B:遅れ C:未着手	分析		
	番号	施策方針		具体施策	R4年度実績値	R5年度目標値			R7年度目標値	
3 地域と“つながる”周遊観光の促進	3-1	市内周遊観光の推進	つくば市は、小貝川地域や牛久沼地域、小田城跡や平沢官衙遺跡などの豊富な自然・歴史的資源を有しています。これらをいかし、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。	【周遊コース策定】 市内周遊観光に関しては、現在ある周遊コースは徒歩を前提としたコースであることから、公共交通機関や自転車などの移動手段や歴史文化に関するストーリーなどテーマを持たせたコース設定とする。	周遊ルートを6コース造成する。	5コース	5コース	11コース	A:順調	フットパスマップ及びつくばまち歩きMAPに記載の周遊コースについて、コース上に記載されているスポットの確認を行った。また、市内全域を対象とした周遊コース作成に向け、現地調査やエリアの検討を行った。これにより、主要観光地以外の観光資源の発掘を一部行うことができた。令和5年度以降は、周遊コースを策定し、コースのPRや実証ツアーを実施し、参加者からの意見や要望等を聞き取り周遊コースの磨き上げに活かしていく。また、つくスマアプリとの連携も検討していく。
	3-2	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。	【広域周遊観光】 観光案内所による広域観光PRの取組を実施することで、市内、広域周遊観光を推進する。また、令和5年度にオープン予定の筑波山地域ジオパーク中核拠点施設を活用して認知度の向上をはかるため連携してPRを実施する。	広域連携PRの実施回数(媒体は自由)	7回	4回	5回	A:順調	交流都市間でのPR協力(ブース出展、広告掲載)や、令和5年に本番を迎える茨城デスティネーションキャンペーンのプレイベントへのPRブース出展等を実施し、広域的な観光PRにつなげることができた。令和5年度以降は、茨城県と連携したデスティネーションキャンペーンや、県内観光施設等との連携により広域観光PRを強化していく。
	3-3	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、観光者の快適で安心・安全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。	【交通事業者との連携強化】 交通事業者と連携し、周遊切符等のPRを実施することで、公共交通機関で観光スポットへアクセスしやすい状況にする。	交通事業者と連携しPRした回数	16回	20回	28回	A:順調	つくばサイエンスツアーバスについて、市報への掲載を毎月行った。また、筑波山あるキップ及び筑波山きっぷについて交通事業者によるPRを行った。また、JRの駅からハイキングを実施した。これにより、公共交通機関を利用した観光を促進することができた。JRの駅からハイキングに令和5年度に作成した6つの周遊コースの活用などを検討していく。
	3-4	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、筑波山とその周辺の豊かな自然の保全や、自然環境や歴史、文化、産業をいかした教育・観光を主軸とした活動を行っています。観光の観点からも、筑波山周辺地域で連携し、筑波山地域ジオパークの魅力発信やジオパークを目的とする観光客の受入れ態勢強化を推進します。	【ジオとの連携企画】 R5に完成予定の筑波山地域ジオパーク中核拠点施設を活用したPRを行い、認知度の向上、地域の魅力や価値の発信につなげる。筑波山地域ジオパークのさらなるPRのため、市内観光案内所との連携を図る。	筑波山地域ジオパーク中核拠点施設やイベントのPR回数	1回	6回	10回	A:順調	上郷周辺まちめぐり電子スタンプラリーと併催する形で、上郷ジオサイトのツアーを実施し、筑波山地域ジオパークのPRを行うことができた。令和5年度以降は、「筑波山ゲートパーク」の観光施設としてのPRやイベントの実施など、新たな観光コンテンツとしての活用することで、ジオパークの認知度向上につなげていく。
	3-5	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、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観光コンテンツづくりが必要となっています。また、首都圏からの誘客に加え、成田空港や茨城空港方面からの誘客も視野に入れた、国際競争力のある魅力的な観光地を目指します。	【意見交換、マナー向上啓蒙】 1万人を超える市内在住外国人やMICEやビジネス等で来訪した外国人に意見交換を実施する。また、観光マナーの啓蒙なども行う。	意見交換会など外国人との交流回数	1回	2回	3回	A:順調	筑波大学主催の留学生との意見交換会に出席し、市内観光における外国人のニーズをヒアリングすることができた。令和5年度以降は意見交換会に加え、新型コロナウイルス感染症の収束を見据えて、モニターツアーを開催するとともに、参加者へのニーズ調査を幅広く行う。

アクションプランの事業評価について

観光基本計画			アクションプラン				(事務局) 令和4年度事業評価			
基本方針	施策		事業方針	KPI			評価 S:達成 A:順調 B:遅れ C:未着手	分析		
	番号	施策方針		具体施策	R4年度実績値	R5年度目標値			R7年度目標値	
4 持続可能な観光地域づくりの構築	4-1	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地域資源は、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、文化が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。	【マナー向上啓蒙】 筑波山や宝篋山の環境保全活動や登山マナーなどを入山者に分かりやすくPRし、自然と共生する持続可能な観光地の構築を図る。	筑波山や宝篋山の観光客に対しマナー向上を啓蒙する取組数	4回	5回	5回	A:順調	環境保全の啓蒙の意味合いも込めたジオツアーの実施や、登山時のマナーを記載したマップの作成、HPへの登山時の注意案内、筑波山及び宝篋山での看板案内を実施し、来訪者へ環境保全の意識の向上を図ることができた。令和5年度以降については、マナー向上啓蒙活動を行っている自治体等の事例調査を実施するなど、取り組みを強化していく。
	4-2	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様々な観光動向情報が、ICTの急速な進化により、データ収集を容易に行うことができ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、持続可能な観光誘客を担保していくうえで重要となっています。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。	【分析】 調査分析の手法や分析結果の活用方法を整理するとともに、各種データを活用した分析を行い、自立した経済活動を促す観光施策につなげる。	アクションプランの各施策の実施準備にあたって行うデータ分析数	5回	6回	7回	A:順調	観光客動態調査の分析や、上郷周辺まちめぐり電子スタンプラリーの結果分析等を実施し、次年度以降の施策展開につなげることができた。令和5年度以降は、各施策の既存データ等を基にした分析に加え、データ分析に関するスキルを身に着けるため、研修等への参加を予定している。
	4-3	こころあたたまるおもてなし意識の醸成	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、観光客受入環境整備の重要な要素です。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、各関係機関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。	【おもてなし研修】 つくば観光コンベンション協会と連携して、おもてなし研修や意見交換等を実施し、地域と一体となった「おもてなし」意識の向上を図る。	研修の実施回数	1回	2回	3回	A:順調	つくば観光コンベンション協会による事業者向けのおもてなし研修を実施し、「おもてなし」意識の向上を図ることができた。令和5年度以降は、おもてなし研修の継続と研修内容等の精査を行いより効果的な研修となるよう検討していく。
	4-4	観光客の満足度向上(安心・安全な観光の推進)	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、災害対策の更なる強化を図ることにより、観光客が安心・安全かつ快適に観光できる環境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んでいます。	【環境の整備】 より多くの方が快適で安心かつ安全に観光できる環境等の整備を順次進めることで、観光客の満足度向上を図る。	(満足度の向上を意識した)大規模修繕(入札案件)の件数。(設計・工事は別カウント)	12件	2件	2件	A:順調	筑波ふれあいの里のキャンプ場改修に係る測量・設計や、トイレの改修、梅林の剪定等を実施し、より多くの方が快適で安心かつ安全に観光できる環境の整備を進めることができた。令和5年度以降は、筑波ふれあいの里を魅力あるアウトドア施設としての再整備やキャンプ場の追加造成などを検討していく。
	4-5	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、特定の期間には大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域と一体になった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。	【平準化、分散】 筑波山における繁閑差解消のため、閑散期における魅力的な情報を発信し、年間を通して来訪者の平準化を図る。 ・公共交通機関での来訪を促進し、来訪目的に合わせた時間帯分散策を図る。	1シーズンあたりに実施する渋滞緩和に向けた施策数	4種	4種	4種	A:順調	風返し峠からつつじヶ丘駐車場へのパークアンドバスライド、SNSによる渋滞・混雑情報の発信、交通誘導、う回路案内を実施し、筑波山の渋滞緩和を図ることができた。令和5年度以降は、渋滞に対する地域住民、事業者、来訪者への意識調査を実施し、茨城県や交通事業者等で構成する渋滞対策会議内で情報共有し、対策内容を検討する。

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-

基本方針	1	施策番号	(1) つながる情報発信				担当係	観光振興係				
		事業名	14事業	⑦観光宣伝事業		想定される連携部署	広報戦略課、国際都市推進課					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体、電子媒体での広告戦略が不明瞭である。 総花的に市内の観光情報を掲載したパンフレットの視認性が悪く、筑波山に関するパンフレットは内容が重複しているものがある。 											
原因	<ul style="list-style-type: none"> 時勢的に電子媒体での宣伝広告に移管することが求められているが、紙媒体の需要も一定数根強くある現状を整理しきれていない。 観光協会などの関係団体との連携不足。 											
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体での広報は、ターゲットを中高年に絞って、その層に見やすい紙面、見やすい媒体で来訪行動に結びつく情報の発信を行う。 広報物の種類をスクラップアンドビルドして適正化する。③紙媒体の広報物はHP上にもアップし、できるだけダウンロードして利用することを促していく。などを行い、紙媒体の広報戦略が明瞭な状態にする。 											
重点対象エリア	市内を中心とした関東圏					重点対象年代	10代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	既存のチラシについて、①フットパスMAP、②まちあるきMAP、③レジャー施設案内チラシ、④登山関係MAP、⑤市内総合案内パンフレット、⑥市内花木カレンダーの6分野まで整理した。これにより、各紙媒体広報物の使用目的を明瞭化することができた。 令和5年度に、在庫数などにより需要の調査を行い、令和6年度以降需要調査の結果から求められている情報を整理しながら、チラシの統廃合を進める。								
評価指標(KPI)	観光推進課とつくば観光コンベンション協会で作成している紙媒体の広報物数を3分野程度まで絞る						現状値	6分野				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			6	6	5	4	3					
実績値			6									
実施内容	既存チラシ整理、需要調査											
	精査・厳選											
	検証											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			2,490		2,152		3,200		3,200		3,200	
備考	※事業費は観光宣伝事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	1	施策番号	(2) 役立つ情報発信		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	⑦観光宣伝事業		想定される連携部署	広報戦略課、スマートシティ戦略課、学び推進課				
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・交通サービスや宿泊施設、観光地情報などの市内外に向けた情報発信が不十分である。(計画p.71上図) ・ターゲットによって参考にする情報媒体が異なるが、それを意識した情報発信が不足している。(計画pp.67-68) ・市が発行するパンフレットなどの紙媒体のみでの広報では拡散力に限界がある。 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・若者向けのSNS映えするフォトスポットの発掘など、ターゲット毎で必要となる情報発信施策について整理ができていない。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・つくば観光コンベンション協会等と連携してSNSを活用した市内映えスポットなどターゲットを意識した情報をSNS世代であり拡散力のある10~40代に向けて発信し、SNS利用者同士の情報発信を促すことで、将来的には幅広い世代への情報拡散を図る。また、子供をターゲットとした情報発信を行い家庭での情報拡散を図る。 										
重点対象エリア	市内、近隣市町村				重点対象年代	10代未満、10代、20代、30代、40代					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調		評価の分析	月に2回以上の頻度で季節の写真映えする場所の紹介や市内イベントの紹介等をTwitterおよびInstagramにて行い、SNS利用者に向けた情報発信・拡散をすることができた。引き続きSNS投稿を実施しながら、令和5年度から、市内の小中学生に向けた情報発信方法の検討を開始し、令和7年度頃からの実施を目指す。						
評価指標(KPI)	市内映えスポットや体験コンテンツなどの紹介記事を月1回SNSに投稿する。				現状値	6					
		R4		R5		R6		R7		R8	
目標値		12		12		12		12		12	
実績値		42									
実施内容	SNS投稿										
	検討(小中向け)										
	実施(小中向け)										
	情報発信状況整理・分析										
事業費見込み(千円)		予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
		2,490		2,152		3,200		3,200		3,200	
備考	※事業費は観光宣伝事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本方針	1	施策番号	(3) 広がる情報発信			担当係	観光振興係			
		事業名	14事業	⑦観光宣伝事業		想定される連携部署	広報戦略課、文化芸術課			
R4時点での課題	・市観光推進課公式SNSによる即時性と拡散力を活用した観光PRを実施しているが、まだ知られていない市内の観光資源がある。									
原因	・観光PRが不足している。 ・市民や来訪者が観光情報を得る機会の提供が十分でない。									
事業方針	・市の観光資源の魅力や価値が伝わりやすいPR写真と動画を新たに制作し、市民やマスメディアなどが観光情報を発信できる環境を整備することで、市民やマスメディアがつくば市に関する情報を取り上げやすい状態にする。									
重点対象エリア	市内、近隣市町村、関東、国内外					重点対象年代	10代、20代、30代、40代			
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	市内全域の観光スポットの写真を740枚撮影することができた。また、令和4年度に制作した3種類の観光PR動画をYouTubeやTwitter、Instagram等のSNSに掲載し、累計10,000回以上の再生回数を記録することができた。これにより、市の観光情報を広くPRする環境を整備することができた。令和5年度以降も、市内観光スポットの撮影を継続し情報発信の素材を増やしていく。						
評価指標(KPI)	・写真の累計枚数 ・観光PR動画の累計再生回数(YoutubeやSNS等)					現状値	・10枚 ・0回			
			R4	R5	R6	R7	R8			
目標値			写真 300枚	写真 350枚	写真 375枚	写真 390枚	写真 400枚			
			動画 5,000回	動画 10,000回	動画 15,000回	動画 17,500回	動画 20,000回			
実績値			写真 740枚 動画 12,155回							
実施内容	検討、準備									
	実施									
	効果検証									
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			2,490		2,152		3,200		3,200	
備考	※事業費は観光宣伝事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。									

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促進－

基本方針	2	施策番号	(1) つくばの”強み”の磨き上げ		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	②観光振興事業	想定される連携部署	ジオパーク室、公園施設課、周辺市街地振興課					
R4時点での課題	・市民意識調査の結果から、紹介したいつくばの魅力について「自然」は上位となっているが、「自然体験施設」は下位に位置しており、体験型観光コンテンツが不足していると考えられる。(計画P.80)										
原因	・観光資源の掘り起こしや磨き上げ及び活用についての調査、検討が不足している。										
事業方針	・市内の様々な観光資源を活用したつくばならではの体験型観光イベントの誘致を推進し、効果や事業の継続性を検証していくことで、持続的なつくば市の新たな体験型観光コンテンツの創設を目指す。										
重点対象エリア	市内				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	水辺のアクティビティを実施することが可能な事業者を探し、令和5年度以降の実施に向けて打ち合わせを実施した。教育旅行を打ち出す事業者と、つくば市の「科学」「ジオ」といった特性にスポットを当てたツアー造成を検討し、国の補助事業申請のサポートを行った。これにより、新たな体験型観光コンテンツの創設に向けた動き出しをすることができた。令和5年度以降は、水辺のアクティビティの実施に向けて調整を進めていく。							
評価指標(KPI)	体験型観光イベント事業数					現状値	0				
			R4	R5	R6	R7	R8				
目標値			0	1	2	2	2				
実績値			0								
実施内容	検討、準備										
	実施										
	効果検証										
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
			6,648		6,695		6,700		8,700	8,700	
備考	※事業費は観光振興事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本方針	2	施策番号	(2) つくばらしい体験の提供			担当係	観光振興係、観光イベント係					
		事業名	13事業 14事業	②観光振興事業		想定される 連携部署	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					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・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、既存施設で体験できるコンテンツが周知されていない。 ・大イベント（まつりつくばやつくばフェスティバル）等は新型コロナウイルス感染症の影響で実施できていない。 											
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・既存施設については、情報発信する媒体がHPのみで、発信媒体が不足している。 ・大イベントについては、感染症対策とイベント開催を両立させることが困難。 											
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・市やつくば観光コンベンション協会の公式SNSを活用し、臨場感のある情報、体験談などを積極的に発信したり、既存施設やジオパークを生かしたイベントを実施し市内体験コンテンツの認知度を上げることで、興味を持つ人を増やす。自ら情報拡散してもらうことで筑波山以外のコンテンツへの誘客強化につなげる。 											
重点対象エリア	市内を中心とした広く関東圏					重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	B：遅れ	評価の分析	令和4年度については、新型コロナウイルス流行の影響により、現地開催を予定していたまつりつくばが中止となってしまったが、つくばフェスティバルについてはオンラインにて開催することができた。令和5年度以降は、まつりつくば及びつくばフェスティバルの開催に加え、市内施設等においてイベントを開催していく。								
評価指標(KPI)	まつりつくばとつくばフェスティバルを開催し、それに加え、市内既存施設等を生かしたイベントの実施回数						現状値	1				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			2	2	2	3	4					
実績値			1									
実施内容	検討、精査											
	イベントの実施											
	効果検証											
	SNSでの情報発信											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			42,212		42,255		42,800		43,300		43,800	
備考	R4年度は「まつりつくば」「つくばフェスティバル」ともに中止。筑波ふれあいの里は、R5年度より大規模改修を予定しているため、KPIから除いている。※事業費は観光行事に要する事業の予算総額からくさぎさ夢まつりに係る補助額を差し引いた額と観光振興事業の合計額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	2	施策番号	(3) つくばならではの特産品の振興		担当係	観光振興係						
		事業名	14事業	⑧観光宣伝事業		想定される連携部署	農業政策課、産業振興課					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・地元グルメを堪能できることがつくば市を来訪する上での決め手になっているにもかかわらず、食事処の情報発信が不足している。(計画p.71~p.73) ・市民意識調査での紹介したいつくばの魅力として、農産物は上位に上がっているものの、加工食品は下位となっている。(計画p80) 											
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・公平性の観点から、市が事業者を選定してPRすることが容易ではない。 ・飲食店やグルメのPRにあたって、庁内関係部署やつくば観光コンベンション協会等の団体との連携が不足している。 											
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・庁内の関係部署やつくば観光コンベンション協会等の団体と連携し、検討会等を実施することで地元グルメの振興につなげる。 ・市内で開催されるグルメイベントについて、主催団体と連携し広く市内にPRをする。 											
重点対象エリア	市内				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代						
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	つくば観光コンベンション協会と連携し、福来ラーメンのイベントについて年2回PRし、地元グルメの振興につなげることができた。令和5年度以降は、紹介可能なグルメコンテンツの整理を行い、SNS等でPRしていく。								
評価指標(KPI)	市内グルメイベントのPR回数						現状値	2				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			2	5	5	5	5					
実績値			5									
実施内容	SNSによるPR											
	グルメに関する会議の実施											
	効果検証											
	紹介可能なグルメコンテンツの整理											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			2,490		2,152		3,200		3,200		3,200	
備考	※事業費は観光振興事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	2	施策番号	(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		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	③MICE誘致推進事業		想定される連携部署	国際都市推進課、科学技術振興課				
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・誘致した会議が市内にもたらず経済効果や、市民が享受できる恩恵が分かりづらい。 ・県域レベルでの誘致活動において、つくば市のPRが不足している。 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE開催支援補助金の交付事務を委託しているつくば観光コンベンション協会との情報連携不足 ・茨城県MICE誘致推進協議会との連携不足 ・新型コロナウイルス感染症の影響でR2, R3年度は会議がほとんど開催できていない。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・費用対効果がより分かりやすくなるよう補助金交付要項の内容を精査し、また、県協議会のPR活動を最大限に活用して県域での誘致を図ることで、「研究学園都市」というつくば市の特徴を市民や市内事業者がさらに感じられる状態にする。 										
重点対象エリア	市内、関東、国内外				重点対象年代	30代、40代、50代、60代					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	つくば市の特色ある補助内容を検討するため、他自治体や団体のMICE開催補助制度について調査・分析を行った。これにより、より費用対効果が明瞭となるような補助金交付要項の改正に向けた準備をすることができた。令和5年度以降は、つくば市にとってよりよい制度となるよう、補助金交付要項の改正（案）を作成する。							
評価指標(KPI)	補助金交付団体によるエクスカージョンや市民公開講座の実施など市民や市内事業者への還元取組件数				現状値	未把握					
			R4	R5	R6	R7	R8				
目標値			—	3	5	5	5				
実績値			—								
実施内容	他自治体の支援内容研究										
	要項検討、準備										
	実施										
	効果検証										
事業費見込み(千円)	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
	15,602		23,253		21,000		21,000		21,000		
備考	※事業費は、MICE開催誘致補助金と茨城県MICE誘致推進協議会の負担金額。(R6年度以降開催補助金額は2,000万円と仮定)										

3 地域と“つながる” – 周遊観光の促進 –

基本方針	3	施策番号	(1) 市内周遊観光の促進				担当係	観光振興係			
		事業名	14事業	⑥周遊観光促進事業		想定される連携部署	学園地区市街地振興課、周辺市街地振興課、サイクルコミュニティ推進室、総合交通政策課、文化財課				
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の休日のお出かけスポットが市内にない、あるいはお出かけスポットが知られていない。(計画p. 74) ・市外からの観光客が主要観光地(筑波山)以外の場所に行かない(計画p. 75) 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・主要観光地(筑波山)以外の観光資源の発掘、磨き上げが不十分である。 ・観光資源各々の結び付けが不十分である。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・現在周遊観光事業の1つとして実施しているフットパス事業ではカバーしきれていない市内の観光資源の発掘と磨き上げをし、観光資源を結び付けた周遊ルート化を行うことで、市民や市外からの観光客が休日に気軽に市内をめぐることができる環境を造成し、周遊観光の促進を図る。また、フットパス事業や造成したルートの周知徹底をする。 										
重点対象エリア	市内(周辺市街地・中心市街地)					重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代				
評価年度進捗評価	R4年度	A: 順調	評価の分析	フットパスマップ及びつくばまち歩きMAPに記載の周遊コースについて、コース上に記載されているスポットの確認を行った。また、市内全域を対象とした周遊コース作成に向け、現地調査やエリアの検討を行った。これにより、主要観光地以外の観光資源の発掘を一部行うことができた。令和5年度以降は、周遊コースを策定し、コースのPRや実証ツアーを実施し、参加者からの意見や要望等を聞き取り周遊コースの磨き上げに活かしていく。また、つくすアプリとの連携も検討していく。							
評価指標(KPI)	周遊コースを6コース造成する。						現状値	5			
			R4	R5	R6	R7	R8				
目標値			5	5	11	11	11				
実績値			5								
実施内容	検討、準備										
	実施										
	周知										
	効果検証										
	既存事業の見直し										
事業費見込み(千円)	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
	5,667		3,256		3,700		3,700		3,700		
備考	※事業費は、周遊観光促進事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本方針	3	施策番号	(2) 広域周遊観光の促進		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	⑥周遊観光促進事業	想定される連携部署	総合交通政策課、サイクルコミュニティ推進室					
R4時点での課題	・市域をまたぐ広域連携したPRが不足している。										
原因	・広域周遊観光のPRをするための既存の広報網を十分に活用しきれていない。										
事業方針	・既存の広報網を利用した連携によるPR（JR、TXなど交通事業者等の広報網を活用した誘客促進、荒川区など交流都市間での観光PR協力による誘客促進、活発に活動している協議会（筑波山地域ジオパーク推進協議会）と連携したPRなど）や、観光案内所で広域案内を実施することで、広域での人流創出を図る。										
重点対象エリア	市内を中心とした関東圏				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	交流都市間でのPR協力（ブース出展、広告掲載）や、令和5年に本番を迎える茨城デスティネーションキャンペーンのプレイベントへのPRブース出展等を実施し、広域的な観光PRにつなげることができた。令和5年度は、茨城県と連携したデスティネーションキャンペーンや、県内観光施設等との連携により広域観光PRを強化していく。							
評価指標(KPI)	広域連携PRの実施回数（媒体は自由）				現状値	2（荒川区）					
			R4	R5	R6	R7	R8				
目標値			2	4	4	5	5				
実績値			7								
実施内容	検討、準備										
	相互PR実施										
	効果検証										
	茨城県へ広域施策推進働きかけ										
事業費見込み(千円)	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
	5,667		3,256		3,700		3,700		3,700		
備考	※事業費は、周遊観光促進事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本方針	3	施策番号	(3) 交通インフラとの連携強化			担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	⑥周遊観光促進事業		想定される連携部署	総合交通政策課、サイクルコミュニティ推進室					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊観光を推進するため、電車やバス、ケーブルカーなどの交通事業者間の連携を促進する必要がある。 ・市内観光スポット等へのアクセス方法に関する周知が不足している。 											
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・交通事業者により販売されている周遊切符等について購入場所や使用方法等の周知が不足している。 											
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・交通事業者と連携し、周遊切符等のPRを実施することで、公共交通機関で観光スポットへアクセスしやすい状態にする。 											
重点対象エリア	市内を中心とした関東圏					重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	つくばサイエンスツアーバスについて、市報への掲載を毎月行った。また、筑波山あるキップ及び筑波山きっぷについて交通事業者によるPRを行った。また、JRの駅からハイキングを実施した。これにより、公共交通機関を利用した観光を促進することができた。令和5年度以降は、作成した周遊コースの活用などを検討していく。								
評価指標(KPI)	交通事業者と連携しPRした回数						現状値	14				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			14	20	24	28	32					
実績値			16									
実施内容	検討、準備											
	実施											
	効果検証											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			5,667		3,256		3,700		3,700		3,700	
備考	※事業費は、周遊観光促進事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	3	施策番号	(4) 筑波山地域ジオパークとの連携			担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	②観光振興事業		想定される連携部署	ジオパーク室					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・筑波山地域ジオパークの認知度が低い（計画アンケート：筑波山地域ジオパークを知らない、わからない 約73%） ・筑波山地域ジオパークを紹介したい魅力として挙げていない市民が少ない（計画p.37） 											
原因	・観光としての筑波山地域ジオパークのPRが不足している											
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・R5に完成予定の筑波山地域ジオパーク中核拠点施設を活用したPRを行い、認知度の向上、地域の魅力や価値の発信につなげる。 ・筑波山地域ジオパークのさらなるPRのため、市内観光案内所との連携を図る。 											
重点対象エリア	市内、近隣市町村					重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調		評価の分析	上郷周辺まちめぐり電子スタンプラリーと併催する形で、上郷ジオサイトのツアーを実施し、筑波山地域ジオパークのPRを行うことができた。令和5年度以降は、「筑波山ゲートパーク」の観光施設としてのPRやイベントの実施など、新たな観光コンテンツとしての活用することで、ジオパークの認知度向上につなげていく。							
評価指標(KPI)	筑波山地域ジオパーク中核拠点施設やイベントのPR回数						現状値	0				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			0	6	9	10	11					
実績値			1									
実施内容	検討、準備											
	実施											
	効果検証											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			6,648		6,695		6,700		8,700		8,700	
備考	※事業費は、観光振興事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	3	施策番号	(5) 訪日外国人旅行者の誘客促進		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	②観光振興事業		想定される連携部署	国際都市推進課				
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> 観光地の施設整備や、掲示の多言語化やウェブでの情報発信などの施策にとどまり、誘客までつながっているかわからない。 訪日外国人旅行者にとって魅力あるコンテンツや施策が何なのか分析できていない。 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> 実際に外国人の声を聴く場が不足している。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> つくば市に潜在する約1万人の市内在住外国人やMICEなどビジネスで来訪した外国人などつくば市と接点のある外国人と交流し、外国人にとって魅力的なコンテンツを洗い出す。また、改善点、要望なども聞き取り、施策につなげていく。併せて、観光マナーの啓蒙なども発信していく。 										
重点対象エリア	市内、国内外				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調		評価の分析	筑波大学主催の留学生との意見交換会に出席し、市内観光における外国人のニーズをヒアリングすることができた。令和5年度以降は意見交換会に加え、新型コロナウイルス感染症の収束を見据えて、モニターツアーを開催するとともに、参加者へのニーズ調査を幅広く行う。						
評価指標(KPI)	意見交換会など外国人との交流回数							現状値	1		
		R4	R5	R6	R7	R8					
目標値		1	2	2	3	3					
実績値		1									
実施内容	ウェブサイト等の記事掲載										
	モニターツアー実施(協会)										
	交流会等実施										
	関係機関調査										
	効果検証										
事業費見込み(千円)		予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
		6,648		6,695		6,700		8,700		8,700	
備考	※事業費は、観光振興事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

4 未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築

基本方針	4	施策番号	(1) 自然・環境・歴史・文化の保全			担当係	観光振興係、観光施設係				
		事業名	12事業 14事業	観光施設維持管理に要する経費 ⑥周遊観光促進事業		想定される 連携部署	環境保全課				
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・筑波山、宝篋山など入山者が多い山で、環境被害が発生している。 ・入山者の快適性を重視し、山中にトイレ整備をしているが、環境保護の観点から環境に優しい設備にしているため、利用者キャパが限られている。 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・環境保全以上に娯楽として山を楽しむ人たちが、登山道以外の場所に侵入し、土地を踏み荒らすことで植生を破壊している。 ・入山者への環境保全に対する啓蒙活動が不足している。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・筑波山や宝篋山の環境保全活動や登山マナーなどを入山者に分かりやすくPRし、自然と共生する持続可能な観光地の構築を図る。 										
重点対象エリア	市内、近隣市町村、関東、国内外					重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上				
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調		評価の分析	環境保全の啓蒙の意味合いも込めたジオツアーの実施や、登山時のマナーを記載したマップの作成、HPへの登山時の注意案内、筑波山及び宝篋山での看板案内を実施し、来訪者へ環境保全の意識の向上を図ることができた。令和5年度以降については、マナー向上啓蒙活動行っている自治体等の事例調査を実施するなど、取り組みを強化していく。						
評価指標(KPI)	筑波山や宝篋山の観光客に対しマナー向上を啓蒙する取組数					現状値	4				
		R4	R5	R6	R7	R8					
目標値		4	5	5	5	6					
実績値		4									
実施内容	検討、準備										
	実施										
	効果検証										
事業費見込み(千円)	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
備考	※事業費は、筑波山周辺維持管理費用の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本方針	4	施策番号	(2) 観光マーケティングの振興		担当係	観光振興係				
		事業名	15事業	観光客動態調査事業	想定される連携部署	統計・データ利活用推進室				
R4時点での課題	・現状、観光客動態調査などの調査を実施しているが、データの分析まで至っておらず、ターゲットを意識した施策展開につなげられていない。									
原因	・収集したデータの分析方法や、分析結果の活用方法について整理ができていないため。									
事業方針	・調査分析の手法や分析結果の活用方法を整理するとともに、来訪者・地域の人々へのアンケート等で収集した各種データを活用した分析を行い、自立した経済活動を促す観光施策につなげる。									
重点対象エリア	市内				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上				
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	観光客動態調査の分析や、上郷周辺まちめぐり電子スタンプラリーの結果分析等を実施し、次年度以降の施策展開につなげることができた。令和5年度以降は、各施策の既存データ等を基にした分析に加え、データ分析に関するスキルを身に着けるため、研修等への参加する。						
評価指標(KPI)	アクションプランの各施策の実施準備にあたって行うデータ分析数					現状値	3			
				R4	R5	R6	R7	R8		
目標値				5	6	6	7	7		
実績値				5						
実施内容	既存データ分析実施									
	データ分析・活用方法の検討、準備									
	分析実施									
	有料マーケティング									
事業費見込み(千円)	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
備考	※R7, R8年度は有料マーケティング費用概算を加算。 ※県支出金 R4:120千円 R5:124千円									

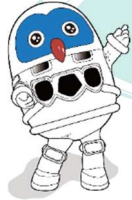
基本方針	4	施策番号	(3) ころあたたまるおもてなし意識の醸成			担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	⑤おもてなし観光推進事業		想定される連携部署						
R4時点での課題	・シンボリック存在の「筑波山」は、多数ある市内の観光スポットの中で最も観光入込客数が多くつくば市の顔と言えるため、ソフト面の「おもてなし」意識の向上が重要である。											
原因	・つくば市と観光事業者の「おもてなし」に対する意識が共有できていない。											
事業方針	・つくば観光コンベンション協会と連携して、おもてなし研修や意見交換等を実施し、地域と一体となった「おもてなし」意識の向上を図る。											
重点対象エリア	市内					重点対象年代	20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	つくば観光コンベンション協会による事業者向けのおもてなし研修を実施し、「おもてなし」意識の向上を図ることができた。令和5年度以降は、おもてなし研修の継続と研修内容等の精査を行いより効果的な研修となるよう検討していく。								
評価指標(KPI)	研修の実施回数						現状値	1				
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			1	2	2	3	3					
実績値			1									
実施内容	検討、準備											
	実施											
	効果検証											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			8,400		8,788		8,800		8,800		8,800	
備考	※事業費は、おもてなし観光推進事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	4	施策番号	(4) 観光客の満足度向上 (安全・安心な観光の推進)		担当係	観光施設係、観光振興係						
		事業名	12事業 14事業	観光施設維持管理事業 ⑤おもてなし観光推進事業	想定される連携部署	公共施設整備課						
R4時点での課題	・既存の観光案内看板や観光施設の中には、経年劣化が進んでいるものがあり、早急に対応する必要があるものから優先順位をつけて順次改修していく必要がある。特に案内看板については、常に最新の情報を提供することが困難である。											
原因	・看板や施設などのハードは屋外に設置されるものが多く経年劣化が生じやすいため。 ・つくば市の街並みの変化が激しいため。											
事業方針	・より多くの方が快適で安心かつ安全に観光できる環境等の整備を順次進めることで、つくば市への観光の満足度向上を図る。											
重点対象エリア	市内				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上						
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	筑波ふれあいの里のキャンプ場改修に係る測量・設計や、トイレの改修、梅林の剪定等を実施し、より多くの方が快適で安心かつ安全に観光できる環境の整備を進めることができた。令和5年度以降は、筑波ふれあいの里を魅力あるアウトドア施設としての再整備やキャンプ場の追加造成などを検討していく。								
評価指標 (KPI)	(満足度の向上を意識した) 大規模修繕 (入札案件) の件数。(設計・工事は別カウント)					現状値	8					
			R4	R5	R6	R7	R8					
目標値			8	2	2	2	2					
実績値			12									
実施内容	検討、準備											
	実施											
	効果検証											
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
			122,195		124,379		125,000		125,000		125,000	
備考	※事業費は、観光施設維持管理事業とおもてなし観光推進事業の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。											

基本方針	4	施策番号	(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和		担当係	観光振興係					
		事業名	14事業	④筑波山交通渋滞対策事業	想定される連携部署	道路管理課					
R4時点での課題	<ul style="list-style-type: none"> ・春のGWと秋の紅葉シーズンに来訪者が集中し、年間で見ると繁閑差が激しい。 ・来訪時間帯が9時～14時の間に集中し、局所的に渋滞、混雑が発生しており、市民の生活にも影響が出ている。 										
原因	<ul style="list-style-type: none"> ・閑散期における筑波山の魅力発信が不十分 ・混雑回避に関する情報発信が不十分 ・自動車での来訪が多い ・公共交通機関での来訪の場合、混雑時間帯に行動時間がかぶってしまう。 										
事業方針	<ul style="list-style-type: none"> ・繁閑差解消のため、閑散期における魅力的な情報を発信し、年間を通した来訪者の平準化を図る。 ・公共交通機関での来訪を促進し、来訪目的に合わせた時間帯分散策を図る。 										
重点対象エリア	市内を中心とした広く関東圏				重点対象年代	10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上					
評価年度進捗評価	R4年度	A：順調	評価の分析	風返し峠からつつじヶ丘駐車場へのパークアンドバスライド、SNSによる渋滞・混雑情報の発信、交通誘導、う回路案内を実施し、筑波山の渋滞緩和を図ることができた。令和5年度以降は、渋滞に対する地域住民、事業者、来訪者への意識調査を実施し、茨城県や交通事業者等で構成する渋滞対策会議内で情報共有し、対策内容を検討する。							
評価指標(KPI)	1シーズンあたりに実施する渋滞緩和に向けた施策数				現状値	4					
				R4	R5	R6	R7	R8			
目標値				4	4	4	4	4			
実績値				4							
実施内容	検討、準備										
	実施										
	効果検証										
事業費見込み(千円)			予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額	
			3,194		4,731		4,750		4,800		
備考	※事業費は、渋滞対策関連の予算総額。具体的事業が決まり次第明細を追記する。										

基本理念

自然、歴史、文化、研究・教育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。



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—

目標指標

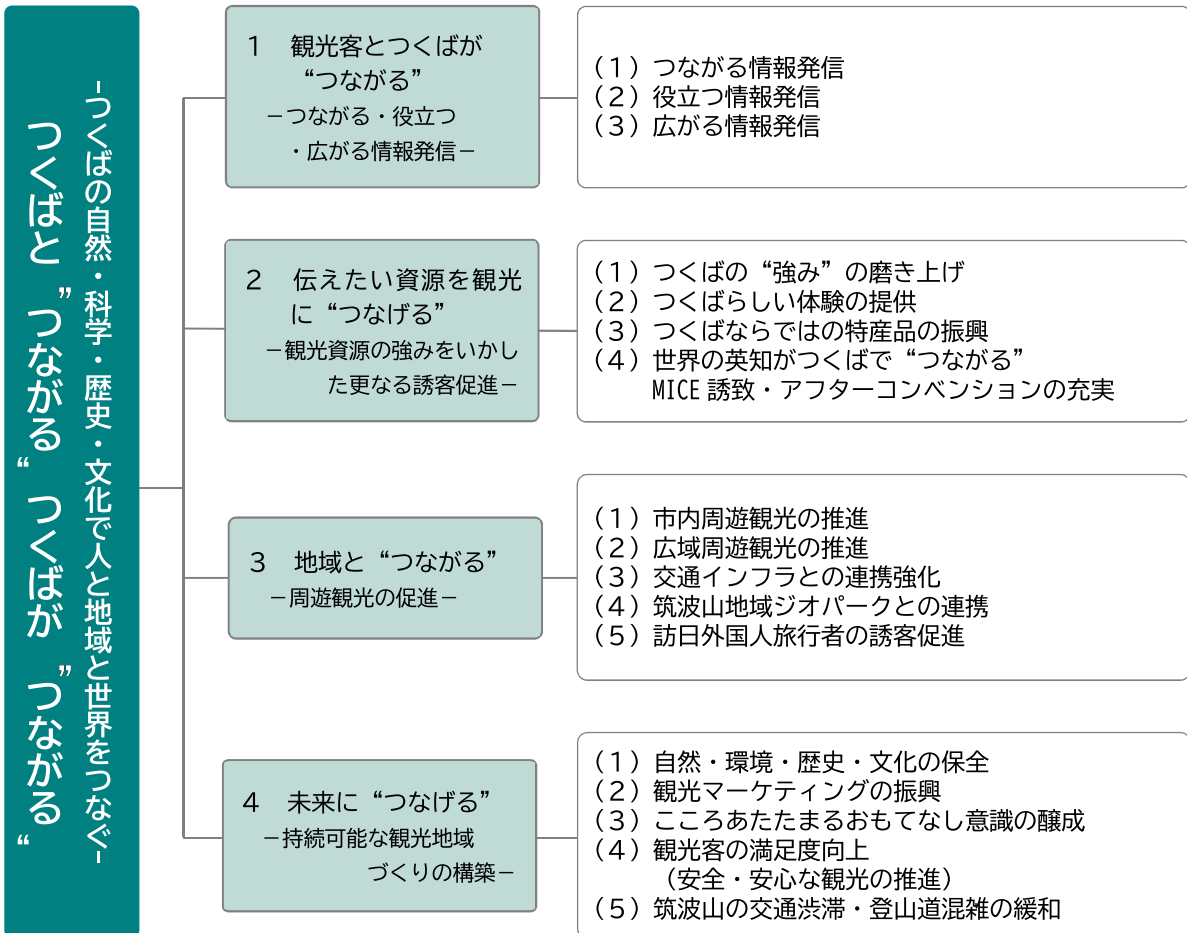
令和8年度（2026年度） 観光入込客数：5,000,000人

施策の体系

[基本理念]

[基本方針]

[施策]



第3次つくば市観光基本計画中間検証会議設置要項

(設置)

第1条 第3次つくば市観光基本計画中間検証（以下「中間検証」という。）の実施に当たり、学識経験者、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中間検証会議（以下「会議」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 会議の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 中間検証の実施に関すること。
- (2) その他中間検証の実施に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 会議の委員は、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、委嘱の日から令和6年3月31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 会議に委員長を置く。

- 2 委員長は、委員の互選により定め、会務を総理し、会議を代表する。
- 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。

(会議)

第6条 会議は、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7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、つくば市附属機関の会議及び懇談会等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 8 条 会議は、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 9 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 10 条 この要項に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、委員長が会議に諮って定める。

附則

この要項は、令和 5 年 4 月 1 日から施行する。

【別紙】

	所属機関・団体	有 識 別
1	国立大学法人 筑波大学	観光政策等学術的知見
2	国立大学法人 筑波技術大学	観光政策等学術的知見
3	株式会社近畿日本ツーリスト関東 つくば支店	誘客プラン、観光パッケージの造成
4	株式会社JTB 茨城南支店	誘客プラン、観光パッケージの造成
5	つくば市商工会	物産品開発による観光誘客
6	一般社団法人 つくば観光コンベンション協会	観光誘致、コンベンション事業
7	市民委員	公募により選定
8	市民委員	公募により選定

第3次つくば市観光基本計画中間検証会議委員名簿 令和5年7月18日現在

委嘱期間: 令和5年(2023年)7月18日～令和6年(2024年)3月31日

	所属機関・団体	氏名	ふりがな	役職等	有識別
1	国立大学法人 筑波大学	岡本 直久	おかもと なおひさ	システム情報 系教授	観光政策等学術 的知見
2	国立大学法人 筑波技術大学	小林 真	こばやし まこと	情報システム 学科 教授	観光政策等学術 的知見
3	近畿日本ツーリスト株式会 社 つくば支店	山岡 朋和	やまおか ともかず	支店長	誘客プラン、観光 パッケージの造成
4	株式会社JTB 茨城南支店	新井 英輔	あらい えいすけ	営業課長	誘客プラン、観光 パッケージの造成
5	つくば市商工会	柳田 貢	やなぎだ みつぐ	事務局長	物産品開発によ る観光誘客
6	一般社団法人 つくば観光コンベンション協 会	貝塚 厚	かいつか あつし	事務局長	観光誘致、コンベ ンション事業
7	市民委員	松本 茂	まつもと しげる		
8	市民委員	砂押 匠光	すなおし たくみ		

会 議 録

会議の名称	第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議		
開催日時	令和5年(2023年)11月29日14時開会 16時閉会		
開催場所	つくば市役所コミュニティ棟3階 A会議室		
事務局(担当課)	経済部観光推進課		
出席者	委員	岡本 直久委員、小林 真委員、勝山 典明委員、貝塚 厚委員、松本 茂委員	
	その他		
	事務局	経済部：片野部長、大橋次長 観光推進課：伊藤課長、飯村係長、篠寄主査、黄川田主事	
公開・非公開の別	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部公開	傍聴者数	0人
非公開の場合はその理由			
議題	(1) 追加調査分析結果について (2) アクションプランの改定案について		
会議次第	1 開会 2 部長挨拶 3 会長挨拶 4 議題 (1) 追加調査分析結果について (2) アクションプランの改定案について 5 その他 6 閉会		
＜審議内容＞			

1 開 会

事務局：定刻になりましたので、ただいまから令和5年度第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議を開催させていただきます。初めに経済部長の片野より御挨拶を申し上げます。

2 部長挨拶

事務局：(部長挨拶)

3 会長挨拶：(会長挨拶)

事務局：ありがとうございました。

続きまして、議題に移る前に事務局より机上に配布した資料の説明と前回の会議の振り返りを行っていきたくと思います。

(事務局説明)

それでは、次第4の議題に移ります。会議の進行を岡本会長にお願い申し上げます。

4 議 題

(1) 追加調査分析結果について

岡本会長：それでは、会議の進行を務めさせていただきます。議題(1)追加調査分析結果について、事務局より説明をお願いします。

事務局：(事務局説明)

岡本会長：事務局の説明について、御指摘、御質問などがありますか。

小林委員：シャトルバスは、つくばセンター発のバスのためつくばセンターからの来訪者がほとんどだと思いますが、初詣は県外からというよりは、つくば市周辺からの来訪が多いと思っています。県外から来訪者を呼び込むための施策として増便するという考えも一つかと思いますが、そもそも初詣の時期にシャトルバス乗車待ちは発生しているかにもよると思います。また、シャトルバスの周遊性を高めるため、筑波山直行ではなく、途中の観光スポットを経由して周遊させるなどもいいと思います。

松本委員：茨城交通や関東鉄道はバスのドライバー不足で減便となっていると聞いていますが、そのような状況で何か施策を考えているのでしょうか。

事務局：観光推進課としても、秋の行楽シーズンにおいて臨時便での対応をお願いしたのですが、対応が困難な状況だったということ

がありました。対策については、つくば市とバス会社ともに検討していかなければならないと考えています。

岡本会長：事務局の説明に「増便」とありましたが、利用者の滞在時間が短くなる冬の時期にバス運行ダイヤを合わせるは難しいのではないのでしょうか。今回の減便は、来訪者が少なくなったから減便になったのではなく、労働時間を制限されるため人材不足となり減便するに至っているのでは仕方ないことで、現状維持でただけで御の字だと思います。むしろ、筑波山登山に来た方にまた来たいと思ってもらえるか、山頂の狭さから山頂付近が混雑するのは仕方がないですが、混雑緩和などを行って「質」の部分も考えていかなければならないと思います。内側が狭いので、入口を狭めることも必要なのではないかと考えているところです。様々整備するにも費用がかかりますので、駐車場料金を調整するなど一つの方法として議論を続けていく必要があると思います。

小林委員：現在、駐車場の混雑状況をモニタリングする仕組みはあるのでしょうか。

事務局：現状リアルタイムで駐車場の状況を発信できる仕組みはないのですが、筑波山梅林手前で市営駐車場1、3、4、つつじが丘駐車場の満空表示看板を出しています。鳥居奥の民間駐車場の満空状況は、把握できていません。道路の渋滞状況を映しているライブカメラを設置していますので、ライブカメラの利用を促すPRをしています。

小林委員：需要があるかはわかりませんが、駐車場の様子をリアルタイムでモニタリングする仕組みがあるといいかもしれません。また、筑波山ライブカメラのサイトを見ますと、ライブカメラのアイコンがY o u T u b e とフックン船長の2種類ありますが、フックン船長がライブカメラのアイコンだと認識できませんでした。U I (ユニバーサルインターフェイス) としてよくないと思います。

岡本委員：筑波山山頂の混雑状況がわかるライブカメラは、筑波山に行こうと考える方、行った方、どの段階で活用することを想定しているのでしょうか。ないよりはあったほうが良いですが、自宅を出る際に見るなど、活用方法を想像できませんでした。駐車場の料金は、便利になるほど高くなると思うのですが、鳥居の奥に行けば高い、という設定にすると観光地としての違っ

た楽しみ方も考えられると思います。

小林委員：現地でみる看板等のわかりやすさが一番だとも思っています。手前の駐車場に停めて、歩く楽しさをPRすることも一つだと思っていて、歩道の整備などのほうが大事なのかもしれません。階段を上っていると「あと何段」、という表示がありますが、もっと早めの入口あたりから出ていると親切だと思います。

岡本会長：ホテル旅館へのインバウンド状況調査についてはいかがでしょうか。

小林委員：何歳の男性の状況、などのクロス集計はできていますか。

事務局：クロス集計はできる回答となっていません。

岡本会長：インバウンドの時代なので、ホテル旅館組合にご協力いただいて、状況把握に努めていただきたいと思います。

今回の調査で、把握していない事業者が半数以上という結果が出て驚いています。事業者の負担にならないよう調査票を作成してあげるとか、調査結果を共有するとか、事業者によって、調査結果が欲しい情報である可能性もありますので、働きかけをしてもらいたいと思います。

小林委員：最近のネットニュースで見たのですが、宿泊先で「朝食時間のシールを貼る」という取り組みをご存じですか。利用者自身が他の利用者が利用時間の枠内に貼ったシールによって、視覚的に混雑状況を見ることができ、空いている時間を指定できます。自ら指定することで責任をもってその時間に利用してもらえ、可視化することでコントロールしやすい、ということだそうです。

松本委員：外国人の国籍不明の回答が増えていますが、理由は何でしょうか。宿泊事業者として問題ないのでしょうか。

事務局：今回調査した際に、過去について回答を求めたこともあり、正確に把握していない事業者もいたと思います。具体的に国籍をどのように確認していたかまで把握していないので、詳細はわかり兼ねます。

松本委員：在留資格などの確認行わず、業務に問題はないのかと思って聞きましたが、大丈夫であればいいです。

小林委員：もしかすると、調査票の選択肢のどのエリアに該当するか不明、という回答も「国籍不明」として回答している事業者もいる可能性がありますか。ロシア、北欧だと、選択肢に迷いが発生する可能性もあるかもしれません。

事務局：可能性としてはあり得ると思います。

岡本会長：3番の表で、2位が知人訪問とありますが、留学生の子供に会いに来る親など、つくば市はある程度期待できる客層であると思うので、観光業界の方々にフィードバックしてあげるとよいと思います。逆に言うと、留学生が筑波山周辺に良いホテルがあることを知らないなどの可能性もあると思います。

宿泊統計を観光庁主導で実施しているはずなので、大きなホテル用と小さなホテル用2種類の調査があります。小さなホテル用の調査は、インバウンドの状況を把握するための設問もあるはずですので、把握していないというのは、調査を知らないか嘘をついているかとなりますが、そのあたりをもう一度調査に関して調べていただいて、周知しなければならないのではないかと、懸念をいただきました。

小林委員：筑波山に行くと、やはり駐車場の問題があるのかなと思います。車のない場所、車のない人が行くとなると、バスなどが施策として重要になってくるのだと思います。介入が難しいかもしれませんが、筑波山のお土産屋さんが50年前で時代が止まっているので、つくば市のサテライトショップなどを置いて研究学園都市らしさを筑波山に出してもいいと思います。グッズ開発なども一つかと思えます。

岡本会長：そのほか御意見等ございませんか。無いようですので次の議題に移ります。

(2) アクションプランの改定案について

岡本会長：それでは、議題(2)アクションプランの改定案について事務局から説明をお願いします。

事務局：(事業説明)

岡本会長：事務局の説明について、御質問などはありますか。

貝塚委員：第1回会議で御意見をいただいたチラシの集約化については、市と連携して実施したところです。SNSについては、流れてしまいがちなので面白い内容を回数にとらわれず、発信していければと思っています。

グルメマップについては、つくばセンター地区活性化協議会が作成していて、国際会議場に観光コンベンション協会から派遣しております職員等が、主催団体様への御紹介などをさせていただいております。今後は、デジタル化を進めるためQRコー

ドを付して読み込んで利用していただけるよう市と連携して進めていきたいと考えております。

松本委員：2ページについて、東京国立博物館の収蔵量が多く維持していくことが難しいことからクラウドファンディングを実施しているということが話題になっていました。つくば市には博物館がないので、科学の博物館を設置してもいいのではないかと思います。

先日岩手県宮古市観光協会事務局長（元宮古駅長）に会う機会があり、つくば市の科学の魅力は素晴らしいのでぜひ連携できれば嬉しいと言っていました。広域観光の概念をさらに広げて取り組むことも一つではないかと思っています。近隣というと栃木県や群馬県となりがちですけれども、さらにもう一歩出てPRをするのもよいと思います。

事務局：つくば市では茨城県と連携してサイエンスツアーバスを展開して、各研究施設を巡ることができるようになっていきます。現在は、宇宙飛行士をテーマにした漫画とコラボレーションしたスタンプラリーを実施しておりますし、今後も様々取り組みを行っていかねばと考えています。また、他自治体とのネットワークについては、友好都市とはやり取りをさせていただいて、まつりつくばでも他県からPRのために来ていただきブース出展で連携をしています。47か所あるジオパークのネットワークを活用し全国研修会などを開催して、その際に各地の特産物などを持ち寄って相互PRを行っているところです。

小林委員：フットパスのKPIについて、サイエンスツアーを参考にしたとの説明について、フットパスよりサイエンスツアーのほうが耳にしていると思うのですが、ネット上で検索しようとするときに、フットパスを知らない方が知ることができるチャンネルはあるのでしょうか。とてもいいコンテンツだと思うので、プッシュ型のPRを実施すると若い世代にも広がっていくかもしれないと思います。

また、フットパスの始点と終点が別なので終点の後の戻り方はどうなるのかなと思ったので、始点に戻って終われるコースのほうが行ってみようと思ってもらえるかもしれません。

事務局：今年度作成している6コースについては、ターゲットを設定して、どういった楽しみ方ができるか、どう周遊して戻ってくるか、ということシステムティックに計算したコースとしたい

と考えています。このコースを特設サイトできちんとPRしていくよう準備しているところです。市内の観光資源を熟知した事業者をプロポーザルで選定しており、資源調査を宗教食の提供可否なども含めて行っている最中です。大人も子供も学べて、歴史や文化を感じたりできるものとしたいと考えています。

岡本会長：6コースのコンセプトはどのように設定していますか。

事務局：2コースは公共交通機関だけで回れるコース、自転車で回るコースなどを仕様で定めています。

コンセプトとしては、愛着や誇りの喚起、進化し続けるまち、地域産業としての火種をつくる、オールドニュー、サステナブル、となります。

ターゲットとしては、市内中心部在住の市民、筑波山に來訪した茨城県、埼玉県、千葉県、東京都からの観光客としています。テーマとして、1つ目は、初めてのつくばとしておりまして、つくば市に移住した方に向けて市内の主要観光スポットや子育て世帯がお出かけしやすいコース、2つ目は、自然とアクティビティとして、自然とコト消費を喚起するコース、3つ目は、文化を特集するコース、としております。つくば市への愛着を喚起する趣旨で文化財、建物、アート、寺社仏閣、史跡を巡るもの、4つ目は、地域としておりまして、周辺地域の資源を活かし、古民家や酒蔵めぐりなど、というテーマで現在進めているところです。1つ目から4つ目になるにつれて、つくば市ビギナー層からつくば市ディープ層になっていく、というつくりにしたいと考えています。

岡本会長：ターゲットが2種類あるということでしたが、近場にお住まいの方は、あまりたくさん回らないとっていて、遠くからくる方は、たくさん回るしその方の好みに場所であればまた来てもらえるので、しっかりすみ分けをしたほうが良いと思いました。リピーターに関して、沖縄の例だと、はじめは那覇や名護やひめゆりの塔などにも行くけれども、最終的には那覇だけでリピートすることになっていて、佐渡島でも同様の傾向がみられるので、理由は理解しきれていないけれども、集約されてしまうという特性があるようですので、参考になればと思います。

事務局：筑波山もリピーターが多いので、山麓の魅力やアクティビティを紹介して周遊してもらいたいとと思っているところです。

松本委員：水辺アクティビティを実施されて大成功されているとのこと

すが、定員の枠を超えた応募があったようですが、対策や対応はしているのでしょうか。応募者の居住地はどのあたりの方か、体験会を行った場所はどのような場所か教えてほしいと思います。

事務局：応募は80名以上あり、公正に抽選を行いました。多くの方が落選してしまう状況でしたので、落選通知には、来年度も同様のイベントを実施するのでまたご応募いただきたい旨を丁重にお伝えさせていただいています。

つくば市南部の観光を盛り上げたいという思いと、水辺を使ったコンテンツがなかったことから実施に至りました。会場としたのは、荃崎こもればい六斗の森という市営のキャンプ場でバーベキュー場やシャワー、更衣室などがきれいに整備されている場所となります。今後も継続して実施していくことで、観光振興、地域振興につながればと考えているところです。

小林委員：募集チャンネルは何で行われましたか。

事務局：つくスマアプリと市の広報紙のみで行っています。SNSでの募集も行う予定でしたが、広報紙が配布した直後から非常にたくさんの方からご応募いただいた、という状況です。

勝山委員：情報発信について、名刺などにQRコードを付してフォロワー獲得の取り組みを行っているようですが、それだけでフォロワーが増えていると考えていますか。

事務局：一定数投稿していて以前からフォロワーは増えている状況です。QRコードを付したことで爆発的に増えた、ということは体感としては感じていません。

勝山委員：普段の業務でフォロワーが増えず考えているのですが、どんなに素敵な企画を提供しても、情報発信ができていないと、食いつきが悪いのかなと思いました。カヌー体験については、広く広報したわけではないのに、応募が殺到したというところにヒントがあるのかなと思っていて、ターゲットが明確であったために多くの応募があったのだらうと思っていて、フットパスマップや周遊コースを作っても、誰にどのように周知していくのかを決めていかないと知ってもらうことは難しいのかなと思いました。

岡本会長：国交省の事業で日本風景街道という事業があります。一時期、筑波山も取り組んでいた時があったのですが、フォトコンテストを実施したことがあって、それも一つありかなと思いました。

フォトコンテスト参加者による周遊に期待できるかなと思いましたが。熊本県の水俣市の小学5年生は環境教育を受けるため、資料館に行かなければならないとなっているようです。ジオミュージアムができたと思うので、小学生に行ってもらうように教育部門に働きかけをするなどが必要なのではないかと考えています。

5 その他

岡本会長：アクションプランの改定案について、今後は事務局と調整しながら改定としてもよろしいでしょうか。

(異議なしの声あり)

出来上がり次第、委員の皆様にも共有いたします。

次第5のその他について、何かお知らせしたいことなどがありましたらお願いいたします。

岡本会長：ラーメンフェスティバルは今年で終了なのでしょうか。

勝山委員：別の形での企画を考えていると聞いています。

岡本会長：その他ございませんか。

ないようですので、これで次第5のその他を終了といたします。以上で議題すべてを終了しましたので、進行を事務局にお返しいたします。皆様、御協力ありがとうございました。

6 閉 会

事務局：岡本会長、議事進行ありがとうございました。委員の皆様におかれましても長時間にわたり御協議いただきありがとうございました。今回御提示しましたアクションプラン改定案については、本日いただきました御意見等も踏まえ会長と調整の上、改定の手続きを進めさせていただければと思っております。それでは以上をもちまして、第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議を閉会いたします。ありがとうございました。

(16:00)

第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議

日 時 令和5年(2023年)11月29日(水)

午後2時00分から

場 所 つくば市役所コミュニティ棟 AB会議室

1 開 会

2 部長挨拶

3 会長挨拶

4 議 題

議題(1) 追加調査分析結果について ……資料 1

議題(2) アクションプランの改定案について ……資料 2

5 その他

6 閉 会

【送付資料】

- ・第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議次第
- ・(資料1) 追加調査分析結果について
- ・(資料2) アクションプランの改定案について
- ・(参考)

中間検証会議の進め方について

観光入込客数目標値と見込値について

第3次つくば市観光基本計画_概要版 set 版体系図

第3次つくば市観光基本計画中間検証会議設置要項

第3次つくば市観光基本計画中間検証会議委員簿

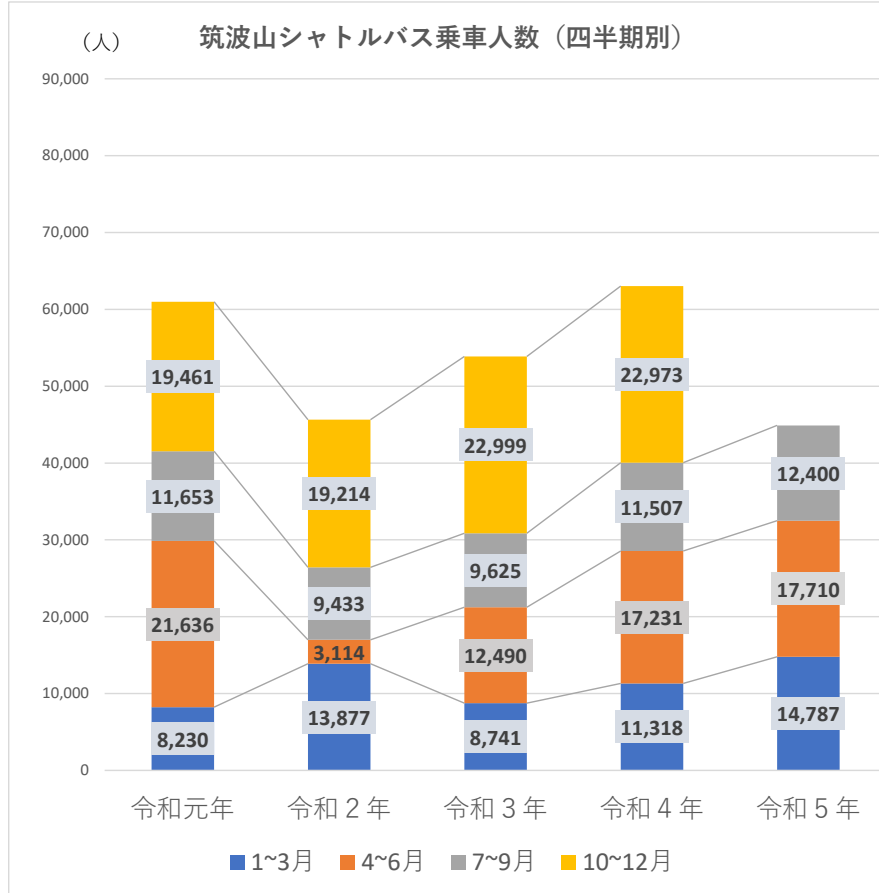
【持参いただくもの】

- 送付資料
- 第3次つくば市観光基本計画
- アクションプラン
- 駐車券

■追加調査分析結果について

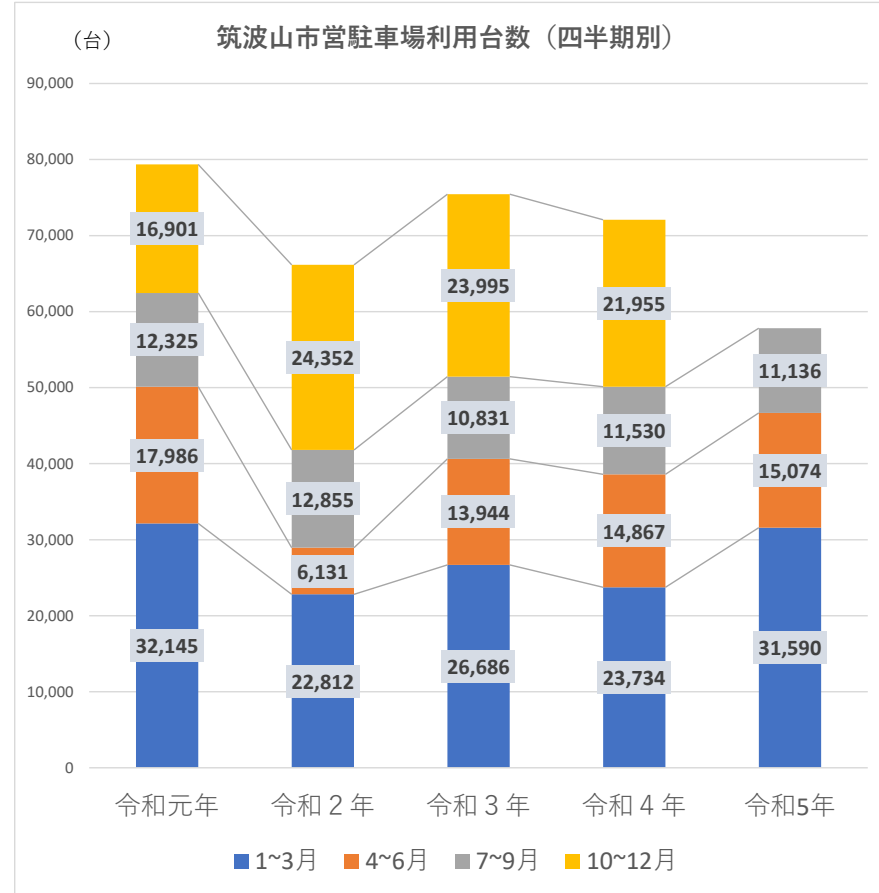
筑波山シャトルバス利用状況（3か月ごと）※第1回中間検証会議にてご意見あり

バスと駐車場の比較 筑波山シャトルバスは秋→春→夏→冬の順で利用者数が多い一方、筑波山市営駐車場は冬→秋→春→夏の順で利用台数が多い。また、筑波山シャトルバスの利用者数がコロナ前の水準に回復している一方、筑波山市営駐車場の利用台数はコロナ前の水準まで回復していない。



筑波山シャトルバス乗車人数

(人)	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	平均
1~3月	8,230	13,877	8,741	11,318	14,787	11,391
4~6月	21,636	3,114	12,490	17,231	17,710	14,436
7~9月	11,653	9,433	9,625	11,507	12,400	10,924
10~12月	19,461	19,214	22,999	22,973	11,136	21,162
合計	60,980	45,638	53,855	63,029	44,897	53,680



筑波山市営駐車場利用台数

(台)	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	平均
1~3月	32,145	22,812	26,686	23,734	31,590	27,393
4~6月	17,986	6,131	13,944	14,867	15,074	13,600
7~9月	12,325	12,855	10,831	11,530	11,136	11,735
10~12月	16,901	24,352	23,995	21,955	11,136	21,801
合計	79,357	66,150	75,456	72,086	57,800	73,262

■追加調査分析結果について

市内ホテル旅館インバウンド状況調査結果※第1回中間検証会議にてご意見あり

◎インバウンド客数調査について

調査期間：令和5年8月31日から9月15日まで

調査対象：茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合つくば支部会員

回答数：11/29社（37%）

調査方法：質問紙調査 ※調査票原本は別紙参照

【結果分析】

1.インバウンド客数の把握について（N=11）

インバウンド客数を把握している事業者は約半数となった。

把握している	6	55%
把握していない	5	45%

2.居住地別宿泊客数について（N=6）

インバウンド客数を把握している事業者から居住地別宿泊客数を回答いただいた結果、90%近くが日本在住者であり、海外からの宿泊客はアジア地域居住者が多いことが分かった。

割合	H30	H31	R2	R3	R4
日本	85.81%	89.03%	98.94%	99.23%	96.68%
アジア	14.06%	9.41%	0.61%	0.38%	1.69%
ヨーロッパ	0.01%	0.60%	0.23%	0.05%	0.49%
北アメリカ	0.01%	0.45%	0.07%	0.06%	0.56%
南アメリカ	0.00%	0.05%	0.01%	0.04%	0.02%
オセアニア	0.00%	0.15%	0.02%	0.06%	0.06%
アフリカ	0.01%	0.04%	0.00%	0.01%	0.02%
外国人（国籍不明）	0.10%	0.27%	0.11%	0.17%	0.49%
合計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

3.インバウンド客の宿泊目的について（N=7）

中心部に位置する宿泊施設ではビジネス客が、筑波山周辺に位置する宿泊施設では観光客が多いことが分かった。

順位	市内観光	市外観光	ビジネス	乗り継ぎ	知人訪問	その他
全体	3位	2位	1位	5位	4位	6位
中心（N=5）	5位	3位	1位	3位	2位	6位
筑波山（N=2）	1位	1位	3位	3位	5位	6位

4-1.インバウンドの年齢について (N=7)

中心部に位置する宿泊施設では30代など比較的若い世代が多く、筑波山に位置する宿泊施設では50代など比較的高い年代が多いことが分かった。

順位	~20代	~30代	~40代	~50代	~60代	70代~
全体	5位	1位	2位	3位	4位	6位
中心 (N=5)	3位	1位	2位	3位	5位	6位
筑波山 (N=2)	5位	3位	4位	1位	2位	6位

4-2.インバウンドの性別について (N=6)

中心部に位置する宿泊施設では男性が多く、筑波山に位置する宿泊施設では男女差がないことが分かった。

割合	男性	女性
全体	62%	38%
中心 (N=5)	64%	36%
筑波山 (N=2)	50%	50%

4-3.インバウンドの来訪形態について (N=7)

中心部に位置する宿泊施設では個人客が多く、筑波山に位置する宿泊施設では複数または団体客が多いことが分かった。

順位	個人	複数	団体
全体	2位	2位	1位
中心 (N=5)	1位	3位	2位
筑波山 (N=2)	3位	1位	1位

観光基本計画			7/28 委員からの意見等	アクションプラン改定(案)			改定理由・検討結果等	
基本方針	施策			事業方針	具体施策	KPI 目標値		
	番号	施策方針						
1 観光客とつくばが “つながる”	1-1	つながる情報発信	<p>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。</p>	<p>・HPのパフレットページにあらゆるチラシを集約してもらえると探しやすい。 ・QRコードを読んで誘導された先にパフレット以上の情報がない。 ・チラシを作成する際に、SNSアカウントの宣伝をするなど、もっと貪欲でいい。</p>	<p>【媒体】【内容】 ・紙媒体での広報は、ターゲットを中高年に絞って、その層に見やすい紙面、見やすい媒体で来訪行動に結びつく情報の発信を行う。 ・広報物の種類をスクラップアンドビルドして適正化する。 ・紙媒体の広報物はHP上に集約し、できるだけダウンロードして利用することを促していく。 ・チラシなどの広報物を作成する際は、SNSアカウントにつながるQRコードを掲載する。</p> <p>観光推進課とつくば観光コンベンション協会で作成している紙媒体の広報物数を3分野程度まで絞る。</p>	<p>R6年度：5分野 R7年度：4分野 R8年度：3分野</p>	<p>・委員から指摘のあったホームページへのチラシの集約化を事業方針に加え、デジタルパフレットの利用促進を図る。(集約化はR5対応済み) ・SNSによるPRをより一層推進するため、観光推進課が作成するチラシ等に観光推進課公式SNSアカウントにつながるQRコードを掲載する文言を追記した。 ・QRコードの遷移先となるHPについては、掲載情報を充実させるとともに情報更新を徹底する。</p>	
	1-2	役立つ情報発信	<p>市民を含む観光客は、様々な年齢層やファミリー層、アウトドア層などのカテゴリーに属し、それぞれが必要とする情報は多様化しています。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を構築します。</p>	<p>・Instagramなどで20代~40代をターゲットとしながらも、「幅広くエリアや年代に合わせて」と記載されているので、矛盾がある ・移住定住の担当とも連携してプロモーションすることも必要。総合的なプロモーションを観光がリードしてもいい</p>	<p>【ターゲット】 ・つくば観光コンベンション協会等と連携してSNSを活用した市内映えスポットなどターゲットを意識した情報をSNS世代であり拡散力のある10~40代に向けて発信し、SNS利用者同士の情報発信を促すことで、将来的には幅広い世代への情報拡散を図る。また、子供をターゲットとした情報発信を行い家庭での情報拡散を図る。</p>	<p>市内映えスポットや体験コンテンツなどの紹介記事を平均月1.5回以上SNSに投稿する。</p>	<p>R6年度：+260回 R7年度：+270回 R8年度：+280回</p>	<p>・本施策では、「ターゲットを意識したPR」について方針を定めている。PR方法はSNSとし、情報拡散力のある10代から40代をメインにし、話題性を獲得することでマスメディア等大衆に向けた周知につなげ、将来的に幅広くPRを実施していく。 ・アクションプランを作成した際に、参考にした過去のツイート数は、R4年度と令和5年度上半期の実績をもとに上方修正を行う。 ・移住定住の担当部局である広報戦略課とは随時PRにて連携をしている。</p>
	1-3	広がる情報発信	<p>近年急速に拡大するSNSの即時性、拡散性を活用した情報発信に取り組みます。また、誰もが共有・活用することの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、意外性があり、人に教えたくなるような情報などを意識した情報発信に取り組みます。</p>	<p>写真等を撮影した枚数よりももう一つ踏み込んだ施策が欲しい。</p>	<p>【発信力】 ・市の観光資源の魅力や価値が伝わりやすいPR写真と動画を新たに制作し、市民やマスメディアなどが観光情報を発信できる環境を整備する。また、写真等を使用し市民やマスメディアがつくばに関する情報を取り上げやすい状態にする。</p>	<p>写真動画の提供件数の累計枚数 観光PR動画の累計再生回数(YouTubeやSNS等)</p>	<p>R6年度：10件375枚 15,000回 R7年度：15件390枚 17,500回 R8年度：20件400枚 20,000回</p>	<p>・観光推進課が所有する写真等撮影時期が古くPR素材には向かないものや、職員が過去にスマートフォンで撮影し、季節やアングルなどに偏りがある状態となっている。まずはプロが撮影した素材を増やし、撮影されたものから順次PRに活用していく。 ・KPIの変更案：写真及び動画の提供件数 ↳写真及び動画のオープンデータ化を進めるため、HP掲載用の写真リストを作成中</p>

観光基本計画			7/28 委員からの意見等	アクションプラン改定(案)			改定理由・検討結果等	
基本方針	施策			事業方針	具体施策	KPI 目標値		
	番号	施策方針						
2 伝えたい資源を観光に“つなげる”	2-1	つくばの“強み”の磨き上げ	観光の中心的存在である筑波山を始め、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、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、これまでスポットが当てられていなかった地域資源の掘り起こし・磨き上げも推進していきます。	・水辺アクティビティについて、観光事業者が誘客する場合にあたっては、その事業が継続されているかが重要な観点となっている。自治体が様々な取り組みを行っているが、事業が継続的に実施されないとお客様に紹介しにくくなってしまいうため2年後に体験ができるかどうかが大切である。 ・工場見学などができれば他県からの誘客を促進することができる。	【観光コンテンツづくり】 ・市内の様々な観光資源を活用したつくばならではの体験型観光イベントの誘致を推進し、効果や事業の継続性を検証していくことで、持続的なつくば市の新たな体験型観光コンテンツの創設を目指す。	体験型観光イベント事業数	R6年度：2事業 R7年度：2事業 R8年度：2事業	今年度9月にこもれび六斗の森付近の谷田川で、カヌー体験会を行った。大変好評で定員の枠を大幅に上回る応募があり、ニーズの高さをうかがい知ることができた。現在、来年度に向けて実施回数を増やすなどの検討を行っている。 委員からの意見にもあるように、事業をいかに継続できるかという観点で、今後の継続性を担保するための調査及び検討を行っていく。
	2-2	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、社会情勢の変化にも臨機応変に対応できる安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。	計画では「科学」と「学び」とあるので、もう少し強く打ち出すとよい。	【大型イベント】 ・市やつくば観光コンベンション協会の公式SNSを活用し、臨場感のある情報、体験談などを積極的に発信したり、既存施設やジオパークを生かしたイベントを実施し市内体験コンテンツの認知度を上げることで、興味を持つ人を増やす。自ら情報拡散してもらうことで筑波山以外のコンテンツへの誘客強化につなげる。	まつりつくばとつくばフェスティバルを開催し、それに加え、筑波山ゲートパークなどの市内既存施設やサイエンスツアー等を活用したイベントの実施回数	R6年度：23回 R7年度：34回 R8年度：45回	「科学」を楽しく「学ぶ」ことができる具体的なコンテンツとして、筑波山ゲートパークとサイエンスツアーを具体施策に追記した。ジオパークやサイエンスを難しく感じてしまう方でも入りこみやすくなるようなコンテンツを設けるなど、筑波山ゲートパークやサイエンスツアーの認知度を上げる取組と、楽しんでもらえるよう工夫を行っていきたい。
	2-3	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。		【グルメ】 ・庁内の関係部署やつくば観光コンベンション協会等の団体と連携し、検討会等を実施することで地元グルメの振興につなげる。 ・市内で開催されるグルメイベントについて、主催団体と連携し広く市内にPRをする。	市内グルメイベントのPR回数	R6年度：5回 R7年度：5回 R8年度：5回	
	2-4	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など、大きな経済波及効果を生み出します。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の開催を契機として、市民がその英知を享受することのできる“学び”の場を提供することで、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。	・会議に来た外国人や会議主催者に紹介できるような、つくば市内の国別グルメマップがあると良い。	【国際会議】 ・費用対効果がより分かりやすくなるよう補助金交付要項の内容を精査し、また、県協議会のPR活動を最大限に活用して県域での誘致を図ることで、「研究学園都市」というつくば市の特徴を市民や市内事業者がさらに感じられる状態にする。	補助金交付団体によるエクスカーションや市民公開講座の実施など市民や市内事業者への還元取組件数	R6年度：5件 R7年度：5件 R8年度：5件	国別グルメマップについては、今年度実施している周遊コースづくり業務で行う市内の資源調査に飲食店も調査対象としており、宗教食の対応をチェック項目として設けている。調査結果をもとにリスト化することで、問い合わせや情報提供を円滑に対応できるよう整備していく。

観光基本計画			7/28 委員からの意見等	アクションプラン改定(案)			改定理由・検討結果等
基本方針	施策			事業方針	具体施策	KPI 目標値	
	番号	施策方針					
3 地域と「つながる」周遊観光の促進	3-1	市内周遊観光の推進	つくば市は、小貝川地域や牛久沼地域、小田城跡や平沢官衙遺跡などの豊富な自然・歴史的資源を有しています。これらをかき、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。	【周遊コース策定】 ・現在周遊観光事業の1つとして実施しているフットパス事業ではカバーしきれていない市内の観光資源の発掘と磨き上げをし、観光資源を結び付けた周遊ルート化を行うことで、市民や市外からの観光客が休日に気軽に市内をめぐることができる環境を造成し、周遊観光の促進を図る。また、フットパス事業や造成したルートの周知徹底をする。	周遊ルートを6コース造成設定する。 R7年度以降→周遊ルートを掲載したHPのPV数	R6年度：11コース R7年度： 11コース 5,000PV R8年度： 11コース 5,500PV ※R5年度に6コース設定 R6年度のサイトを構築 R7年度以降は、KPIをサイトPV数に変更	R5年度、R6年度に6つの観光周遊ルートの設定や観光資源調査、広報物作成、特設サイト構築などを行っていく。 R7年度は、特設サイトにコースを掲載する予定としているため、KPIを「周遊ルートを掲載したHPのPV数」に修正する。 ※PV数の根拠は、現在つくば市観光情報ページに掲載している「サイエンスツアー」のPV数(R5年4月~9月)を参考に設定した。 ※PV：ページビュー
	3-2	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。市域にとわらず、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。	【広域周遊観光】 ・既存の広報網を利用した連携によるPR(JR、TXなど交通事業者等の広報網を活用した誘客促進、荒川区など交流都市間での観光PR協力による誘客促進、活発に活動している協議会(筑波山地域ジオパーク推進協議会)と連携したPRなど)や、観光案内所で広域案内を実施することで、広域での人流創出を図る。	広域連携PRの実施回数(媒体は自由)	R6年度：47回 R7年度：58回 R8年度：59回	実情に合うよう令和4年度と令和5年度上半期の実績から、KPIを上方修正する。 令和5年度から、茨城県内でも有数の観光スポットである大洗水族館との相互PRを開始している。
	3-3	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、観光者の快適で安心・安全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。	【交通事業者との連携強化】 ・交通事業者と連携し、周遊切符等のPRを実施することで、公共交通機関で観光スポットへアクセスしやすい状態にする。	交通事業者と連携しPRした回数	R6年度：24回 R7年度：28回 R8年度：32回	交通事業者利用者のデータ提供していただき行った数値分析の結果、筑波山シャトルバスは夏と冬の乗車人数が低いことが分かった。特に冬については、筑波山市宮駐車場の利用台数が高いことから、誘客はできているものの公共交通機関の利用率が低い。初詣や梅まつり等のイベント時に公共交通機関利用に関する情報発信を強化したほうがよいと考える。夏については、筑波山市宮駐車場の利用も低いことから、根本的な筑波山への誘客が必要だと思われる。
	3-4	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、筑波山とその周辺の豊かな自然の保全や、自然環境や歴史、文化、産業をいかした教育・観光を主軸とした活動を行っています。観光の観点からも、筑波山周辺地域で連携し、筑波山地域ジオパークの魅力発信やジオパークを目的とする観光客の受入れ態勢強化を推進します。	【ジオとの連携企画】 令和5年11月オープンジオミュージアムR5に完成予定の筑波山地域ジオパーク中核拠点施設を活用したPRや企画を行い、認知度の向上、地域の魅力や価値の発信につなげる。 筑波山地域ジオパークのさらなるPRのため、市内観光案内所との連携を図る。	筑波山地域ジオパーク中核拠点施設やイベントのPR回数	R6年度：9回 R7年度：10回 R8年度：11回	ジオパークを難しく感じてしまう方でも入りこみやすくなるようなコンテンツを設けるなど、筑波山ゲートパークの認知度を上げる取組と、楽しんでもらえるよう工夫を行ってほしい。
	3-5	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、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観光コンテンツづくりが必要となっています。また、首都圏からの誘客に加え、成田空港や茨城空港方面からの誘客も視野に入れた、国際競争力のある魅力的な観光地を目指します。	【意見交換、マナー向上啓蒙】 ・つくば市に潜在する約1万人の市内在住外国人やMICEなどビジネスで来訪した外国人などつくば市と接点のある外国人と交流し、外国人にとって魅力的なコンテンツを洗い出す。また、改善点、要望なども聞き取り、施策につなげていく。併せて、観光マナーの啓蒙なども発信していく。	意見交換会など外国人との交流回数	R6年度：2回 R7年度：3回 R8年度：3回	・市内の宿泊事業者(29箇所)に調査した結果、インバウンド客数を把握している事業者は11箇所であった。そのうち、インバウンド客数の割合は最大でも15%程度(平成30年度実績)となった。なお、中心部は若年層かつビジネス目的が多く、筑波山周辺は比較的高齢層かつ観光目的が多いことが改めて分かった。 ・筑波山観光案内所にロッカーがある。また、シャワーについては筑波山周辺のホテル旅館等で日帰り入浴が可能な施設があるため、案内を強化すべきだと考える。

観光基本計画			7/28 委員からの意見等	アクションプラン改定(案)			改定理由・検討結果等
基本方針	施策			事業方針	具体施策	KPI 目標値	
	番号	施策方針					
4 持続可能な観光地域づくりの構築	4-1	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地域資源は、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、文化が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。	【マナー向上啓蒙】 筑波山や宝篋山の環境保全活動や登山マナーなどを入山者に分かりやすくPRし、自然と共生する持続可能な観光地の構築を図る。	筑波山や宝篋山の観光客に対しマナー向上を啓蒙する取組数	R6年度：5回 R7年度：5回 R8年度：6回	
	4-2	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様々な観光動向情報、ICTの急速な進化により、データ収集を容易に行うことができ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、持続可能な観光誘客を担保していくうえで重要となっています。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。	【分析】 調査分析の手法や分析結果の活用方法を整理するとともに、各種データを活用した分析を行い、自立した経済活動を促す観光施策につなげる。	アクションプランの各施策の実施準備にあたって行うデータ分析数	R6年度：6 R7年度：7 R8年度：7	
	4-3	こころあたたまるおもてなし意識の醸成	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、観光客受入環境整備の重要な要素です。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、各関係機関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。	【おもてなし研修】 つくば観光コンベンション協会と連携して、おもてなし研修や意見交換等を実施し、地域と一体となった「おもてなし」意識の向上を図る。	研修の実施回数	R6年度：2回 R7年度：3回 R8年度：2回	
	4-4	観光客の満足度向上(安心・安全な観光の推進)	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、災害対策の更なる強化を図ることにより、観光客が安心・安全かつ快適に観光できる環境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。	【環境の整備】 より多くの方が快適で安心かつ安全に観光できる環境等の整備を順次進めることで、観光客の満足度向上を図る。	(満足度の向上を意識した)大規模修繕(入札案件)の件数。(設計・工事は別カウント)	R6年度：2件 R7年度：2件 R8年度：2件	
	4-5	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、特定の期間には大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域と一体となった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。	【平準化、分散】 筑波山における繁閑差解消のため、閑散期における魅力的な情報を発信し、年間を通じた来訪者の平準化を図る。公共交通機関での来訪を促進し、来訪目的に合わせた時間帯分散策を図る。	1シーズンあたりに実施する渋滞緩和に向けた施策数	R6年度：4施策 R7年度：4施策 R8年度：4施策	

(机上配布) 2023.11.29 第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議資料
第1回中間検証会議振り返り

会 議 録 (抜粋)

会議の名称		第3次つくば市観光基本計画第1回中間検証会議		
開催日時		令和5年(2023年)7月28日10時開会 12時閉会		
開催場所		つくば市役所コミュニティ棟3階 A会議室		
事務局(担当課)		経済部観光推進課		
出席者	委員	岡本 直久委員、小林 真委員、山岡 朋和委員、新井 英輔委員、 柳田 貢委員、貝塚 厚委員、松本 茂委員、砂押 匠光委員		
	その他			
	事務局	経済部：片野部長、大橋次長 観光推進課：伊藤課長、久保田課長補佐、 飯村係長、篠寄主査、黄川田主事		
公開・非公開の別		<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部公開	傍聴者数	0人
非公開の場合はその理由				
議題		(1)中間検証会議の進め方について (2)令和4年度の市内の状況について (3)アクションプランの事業評価について		
会議次第	1 開 会 2 部長挨拶 3 会長の選任 4 自己紹介 5 議 題 (1)中間検証会議の進め方について (2)令和4年度の市内の状況について (3)アクションプランの事業評価について 6 その他 7 閉 会			

【第1回中間検証会議の振り返り】 (抜粋)

(1)中間検証会議の進め方について

本中間検証会議で第3次つくば市観光基本計画に紐づくアクションプランの改定も対象に含め、ご意見を伺う場であることを確認しました。

(2)令和4年度の市内の状況について

事務局から入込客数や筑波山市営駐車場利用台数、サイエンスツアーの受入数などの実績をご報告し、令和5年度入込客数についての質問があり市全体としては概ね増加傾向にある一方で、筑波山の入込客数が減少傾向である旨を説明しました。

○委員からの意見、質問

- ・筑波山の市営駐車場のグラフに合わせて、筑波山シャトルの乗車人数についても、3か月ごとに把握できれば違った結果が見えるのではないかと。
- ・旅館やホテルが把握しているインバウンドの数値を調査する必要がある。 等

(3)アクションプランの事業評価について

事務局から、アクションプランの事業評価について説明し、委員の皆様から施策の実現に向けたアイデアなどを多数いただきました。

○委員からの意見、質問等

- ・水辺のアクティビティの実施場所と事業者の選定理由
- ・観光事業者が取り扱う旅行等の中には、2年前に計画することもあるため、継続されていることが重要である。
- ・アクションプランでは、20代～40代をターゲットとしながらも、事業方針等に「幅広くエリアや年代に合わせて」とあり矛盾を感じた。
- ・デジタルチラシの集約化ができるとよい。
- ・国際会議等の際に、つくば市の特産品を使ってビーガンメニューやハラールメニューを情報提供できるように整理しておくとうい。 等

本日は、第1回中間検証会議でのご意見等を踏まえ、事務局で作成したよりアクションプランの改定案についてご意見を伺います。

小林委員：第3次つくば市観光基本計画では、1-1の施策として紙媒体以外にもデジタルサイネージなども取り組み例として挙げられています。アクションプランにおいては、紙媒体に焦点を当てていますがその理由を伺います。1-2の施策について、観光基本計画では「ニーズに合った情報を提供できる仕組みを構築」とありますが、アクションプランでは、Instagramなどで20代~40代をターゲットとしながらも、「幅広くエリアや年代に合わせて」と記載されているので、矛盾があると感じました。高齢者向けの施策についてと、幅広い「ニーズに合った」と計画では記載されていますが、アクションプランだとターゲットを絞っているの、整合が取れているのか、というところを感じます。1-3については、観光基本計画ではオープンデータ化とありますが、2次利用できるようなルールを作成して利用してもらったということもKPIにするのであればわかりませんが、写真等を撮影した枚数だともう一つ踏み込んだ施策が欲しいかなと思います。経緯がありましたら教えていただければと思います。

事務局：御指摘の1-1、1-2、1-3についてですが、観光基本計画の1-1から1-3の施策例として同じ文言がそれぞれに入っていることで、担当として区別が難しいと感じていましたので、観光基本計画の各施策を明確化し、施策を実施する目的をはっきりとさせたいと考え作成したものが本アクションプランとなります。まず、1-1では、紙媒体に焦点を当てていますが、どの世代にも受け入れられるマス広告ということで紙媒体を取り上げています。1-2では、SNSを盛んに使う世代をメインターゲットとしておりますが、50代、60代でもSNSを利用する方もいると思いますので、年代のニーズに合わせた内容を投稿したいと考えています。1-3は、メディア向けの施策という方向で整理させていただいております。委員の皆様からも、観光基本計画とアクションプランとの認識の齟齬などがありましたら、ぜひ御指摘、御意見いただきたいと思っております。KPIの設定についても、御意見等を伺えればと思っております。

小林委員：基本的な事業を実施していると思うので、それらのアクションを違う側面から評価するというのも可能かと思えます。「つくばらしい体験」をまつりつくばとつくばフェスティバルに集約されているように見えますが、計画では「科学」と「学び」とあるので、もう少し強く打ち出すとよいのかなと思っています。

事務局：ありがとうございます。今後検討したいと思えます。

(机上配布) 2023.11.29 第3次つくば市観光基本計画第2回中間検証会議資料
第1回中間検証会議振り返り

岡本会長：2-4のMICEに関連することですが、3点あります。海外から会議に来る方は、つくば市という範囲ではなく、広域観光を考えるとと思います。日本で2番目に広い霞ヶ浦なども近くにありすし、茨城県や近隣市町村との連携で事業を強化してもらえればと思います。

(12:00)