会　議　録

会議の名称		第３次つくば市観光基本計画アクションプラン中間検証及び第４次つくば市観光基本計画策定委員会　第３回会議		
開催日時		令和８年（2026 年）７月２日（木）午後１時 30 分開会 午後３時 40 分閉会		
開催場所		つくば市役所コミュニティ棟１階　会議室３		
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、鹿野 紀夏委員、菊池 真由美委員、空 香菜子委員、吉沼 正美委員、富田 哲司委員、坂本 美奈委員		
	その他			
	事務局	観光推進課：久保田課長、瓜阪課長補佐 篠嵜係長、塚本主査、雨宮主任、廣野主事		
公開・非公開の別		☑公開　□非公開　□一部公開	傍聴者数	０人
非公開の場合はその理由				
議題		(1) 第４次計画の骨子案見直しについて		

会議次第	1　開　　会 2　議　　題 (1) 第4次計画の骨子案見直しについて 3　そ の 他 4　閉　　会

＜審議内容＞

1　開　　会

事 務 局：ただいまから第３次つくば市観光基本計画アクションプラン中間検証及び第４次つくば市観光基本計画策定委員会第３回会議を開催させていただきます。
私、観光推進課の久保田と申します。よろしくお願いいたします。
改めまして、本日はお忙しい中、御出席をいただきましてありがとうございます。本日は、第４次計画の骨子案についての議論がメインとなります。忌憚なく御意見をいただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

まず初めに、本日出席の委員の御紹介をいたします。

（委員の御紹介）

本日の検討会議は、委員８名全員に御出席いただいております。第３次つくば市観光基本計画アクションプラン中間検証及び第４次つくば市観光基本計画策定委員会設置要項の第６条第２項に定めます委員の半数の出席要件を満たしていますので、会議が成立しておりますことを御報告いたします。

この後の議事進行は、委員会設置要項に基づき、岡本委員長にお願いいたします。

２　議　　題

(1) 第４次計画策定用アンケート調査結果の報告について

岡本委員長：改めまして岡本でございます。会議の進行を務めさせていただきます。よろしくお願いします。それでは、会議に入る前に、２点ほど確認です。

１つ目は、本会議はAI議事録を使用していますので、ご発言される際には、挙手の上お手元のマイクを使って、氏名を述べてからご発言いただきますようお願いします。また、時間配分についてもご配慮いただき、会議がスムーズに進行できるよう、ご協力をお願いいたします。なお、会議終了時刻は、15時 30 分を予定しています。

２つ目に、会議の公開についてです。当会議は、観光という一般に開かれた議題を議論する場で、個人情報等の不開示情報も含まれないため、「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」により、公開の会議となります。

本日は、傍聴人がいないようなので、このまま進めさせていただきます。それでは、次第に沿って進行を続けます。議題「第４次計画の骨子案見直しについて」を、事務局から説明してください。

事務局：（説　明）

岡本委員長：それでは、事務局から説明のあった内容について、ご質問、ご意見等ございますか。

富田委員：質問ですが、冬の筑波山に登ったことがないのですが、どんな感じでしょうか。例えば竹田城だと、霧が全体に広がっているとか太平洋まで見えるとかそういうことがあるのかないのかなど特徴が知りたいです。

事務局：冬の筑波山はかなりおすすめでして、寒いのですが空気が澄んでいるので、日中の景や夜景が非常に綺麗です。富士山や東京スカイツリーまで見渡せる日がかなり多くなります。東京のビル群まで見渡せる感じになります。夏の空気がもやっとしてしまう時よりも、冬の方が断然おすすめです。それを見越して、冬だけスターダストクルージングと銘打って、ロープウェイが

夜間運行していたりもします。少し寒いというデメリットはあるのですが、それを超えた感動的な夜景が見えると思います。

富田委員：着こめば大丈夫でしょうか。

事務局：そうです。着こめば大丈夫ですし、年間を通して雪はほとんど降らず、雪山装備はそこまでいらない山ということもPRの対象になるかなと思います。

小林委員:カテゴライズの検討のところで、つくばね号というのが２ヶ所あるのですがこの位置付けが分からなかったです。

事務局：大変申し訳ございません。誤植です。つくばね号は資料の左にある方１つです。つくばね号というのは、筑波山麓を走るタクシー会社が運行するワゴンの乗り合いタクシー、乗り合いバスのような交通手段になります。タクシー会社は観光タクシーの概念で残したい。科学にも混ざっているところにあるという感じですが、基本は地域資源ですかね。周遊性が悪いところでもタクシーしかないというようなところはタクシーになるかなと思います。

岡本委員長：つくばエクスプレスが筑波山の方に入っているので、場所を変えた方がいいかもしれないです。

事務局：科学の少し下の方にしておきます。

岡本委員長：関東鉄道バスを書いているので、つくばね号ではなくて、もしかしたら、つくバスを書きたかったのか、つくタクを書きたかったのかなと思ったのですが、多分そうだと思います。

事務局：分布をざっくりと薄い色で塗ったので、つくばエクスプレスは観光誘客の意識が強い事業者で知名度も高いから、ここあたりかなと思って書いたのが、たまたま少し緑に重なりました。後ろの文字はぴったりはまらないところもあるのですが、大体分布分けすると、こういう傾向があるということを見るためです。黒字で書いてある資源も全部は拾い切れてはいないと思ってい

るし、細かいことはご容赦いただきたいと下部にも書かせていただいています。

吉沼委員：関東鉄道バスが真ん中にあるのに違和感があります。つくばエクスプレスが筑波山と科学が交わるところにあると今の課題は解決するのかなと思いますがいかがでしょうか。

事務局：ありがとうございます。

岡本委員長：そもそもサイエンスツアーオフィスという組織は何をやっている組織ですか。批判的に聞いているわけではなくて、素直に何をしているかを聞きたいです。

事務局：こういう質問が出ることがまさに課題でして、サイエンスツアーオフィスはかなりいろいろ動いてくれているので、知名度を上げたいところです。茨城県科学技術振興財団の傘下にある組織で、事業自体はサイエンスツアー実行委員会という茨城県科学技術振興課が事務局を行っている実行委員会があり、その実行委員会からの委託を受けて仕事をしています。つくば市も実行委員会に入っています。科学を観光資源にして誘客を図っている組織で、様々な動きをしているのですが、団体や個人の一般の方々がつくばで科学の施設を巡りたいという問い合わせに対して、コースをプランニングしたり、要予約の施設の予約をアテンドしてあげて手配しています。お客様が楽しめるように、下準備を全部してあげるというような動きもしていたり、あとは、研究施設をPRするために、サイエンスツアーバスにガイドとして定期的に乗り、各施設をお客さんと一緒に巡って、施設の見所をガイドするイベントを行ったり、夏休みには、各研究施設を巡って、謎解きをするようなイベントを企画運営したり、研究施設の広報担当者のハブ的な役割をして、研究施設同士をコラボさせてサイエンスカフェを実施したり科学にまつわるイベントを行っています。また、つくばはこれだけ見学できる研究機関があることを、県内や他県の学校などに、営業したりもしています。５、６人しかいない組織ですが頑張っています。

岡本委員長：その活動が、今の程度の認知だとすると方法に問題があって、

もっと活躍をアピールするべきだろうし、もっと華々しくできるはずです。そのためには、この組織の改組が必要ではないでしょうか。内部的な仕組みの見直しとか、そういったものは、この計画の中に入れないのですか。

サイエンスツアーオフィスだけを言っているのではなくて、つくば駅前観光案内所だってそうだし、何か組織の見つめ直しのようなことは、計画の中に入っていてもいいと思います。

事務局：サイエンスツアーオフィスは、もともと科学技術の普及啓発を図ることを目的として設置されている団体で、科学技術の学びの場があるので、そこに観光をうまくつなげられないかなというのが課題の１つに挙がっています。そのため、普及啓発という面で科学を取り入れられるようなことができればいいと思いますし、こちらも組織とコラボレーションなどしながら、伸ばしていきたいなとは思っています。

岡本委員長：もともと、JAXA などの組織は、観光のために研究を行っているわけでもなく、国民に理解を深めてもらうという意味でイベントを行ったり、展示室を設けたりということをやっているので、そこをうまく観光資源として紡いであげるという役割だと思うが、いちいちプランを作らなくてはいけないのでしょうか。初めからこうやって回れば見られますということを、予約が必要なら予約するように、分かりやすい案内があれば済む話なのに、全然目に入ってこないのはなぜなのだろうと思ってしまいます。

事務局：科学の課題出しをしていて、とにかく一番課題だと大きく出てきたのは広報力です。研究施設側もサイエンスツアーオフィスも、かなりの弾数のイベントや施策を行っているのに知られていないので、プラットフォームを整備したいです。今は様々な情報が様々なところに飛び交ってしまっています。研究所からしてみれば、子供たちを呼びたいと思ったら、市の教育局に情報を渡して　学校から伝えてもらうから、あまり広報や観光に情報が落ちてこない。それぞれが考えるイベントのターゲットで情報を出していくので、どんどんばらばらになってしまい集約ができていない状態です。

あと、研究所が単独で広報しても広報力が足りません。サイエンスツアーオフィスも知名度が低いので、一生懸命ホームページや X に出してもなかなか広まっていかない。もっと束になって、プラットフォームを作ってどんと広報するという仕組みを作りたいということは書こうと思っています。

菊池委員：前回の熱の入った計画の骨子から全部変わってしまって、私もすごく驚いて拝聴しましたが、前回のものよりも目玉の軸というのはすごい分かりやすくなって、捉えやすいなと思いました。事務局が言っていた通り、筑波山と科学というカテゴリーの収益化しづらいものが大きく２つあって、地域資源はこれからまだまだ伸びしろがあるという話がありましたけども、基本戦略の「４ 観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ」が実は一番大切というか、実態としては最上位に取り組んでいくべきところかなというふうに私は捉えています。というのも観光基本計画は第４次になりますし、前回の意見のフィードバックにも書きましたが、日本としては稼ぐ観光というところに来ています。筑波山の課題解決のために何をするかとか、研究所関連の観光資源化をどうするかというのを、今から２大要素としていくというよりは、ピンクになっている基本戦略４を一番トップに捉えていって、何でも既存にあるものを組み合わせて、PR や有料コンテンツ化、収益化をどうしたらできるかというところを、もっともっと考えていけば、つくば市としても主力となる産業になり得ると思います。もう少し基本戦略４が、横断的に取り組むところが見えやすいというか、第４次ではここを強化していくというところが見えてくるといいなと思いました。それを具体的にどういうふうに章立てするかというところまでコメントできないのですが、そのように感じました。

あと PR とプロモーションは違いますよということを考えて欲しいなと思ったのですが、広報強化と言っても、実際には市に経済的な波及が大して持ち込まれていないという可能性もあります。なので、そこをデータ化していくところ、強化されるというふうに書いていらっしゃるので、ぜひ期待したいところです。

岡本委員長：少しご意見を伺いたいのですが、課題・強みの洗い出しで、今

おっしゃったような経済的な話、収入的な話で「筑波山観光の消費額が少ない」と書いてあるここに注目したのですが、お金が欲しかったら、サイクリストも無視しちゃっていいと思っています。シンプルに、自転車さえよければいいという人達なのでお金を使わない。そうすると登山客も相手しなくていいのかという話になっていくので、そこをどう棲み分けすればいいだろうなと思っていました。

菊池委員：私も「持続可能な経営」と書いてあるところに、まさにその稼ぐにはどうしたらいいかという課題が２つ出ているということで今お話はしたのですが、委員長がおっしゃるように、やはりサイクリストや登山客に、いかに周遊して事業者や地域の店、お土産も買ってもらうかというところに尽きると思います。そこの紐付けができていないのが、今、つくば市の一番もったいないところだと思います。そこは、広報というかプロモーションになると思うのですが、いかに購入の機会を増やしていくようなモデルコースだったり、滞在の時間を増やすことだったり、少しソフト面の施策の観点があるといいのかなと思います。半日で１万 2,000 円から１万 3,000 円ぐらいのツアーをやっているのですが、結局ツーリスト、サイクリストの中でも、サイクル「ツーリズム」を楽しむ方々が、リピートしてくださっているのです。その方々が何をしたいかというと、自転車で走りたいというよりは地域を知りたいとか、地域のおいしいもの、情報誌に載っていないものをガイドに教えてもらいたいとか、そういうことに、自転車のレンタル代は別途で１万 2,000 円を払ってくれている。なので、そういう方々、要するにつくばのファンが増えていくということになると、有料コンテンツ化に対しても、何度も来ていただける。リピート率の話もありましたが、そういう主軸を取っていくほうが、これからは持続可能というところに繋がっていく観光の形なのかなと思います。つくば市には、科学と筑波山と、あとは点在しているその地域資源があるので、PR とプロモーションをうまく組み合わせて、基本戦略の４をもっと大きく出していけたらいいなと思います。

岡本委員長：ネットが浸透した世の中において、そんな掘り出し物みたいな、お食事処とかが残っているものですか。

菊池委員：飲食店は、インフルエンサーが非常に県内にも多いので、隠れカフェとかそういうアカウントでやってらっしゃる方がいますが、体験は、ネット上に出てきづらい部分がまだあるし、その人に頼まないといけないとか、その人を通じないと表に出してくれないとか、そういう体験物の需要はあるので、それを付加価値化して、収益化していくということは、つくば市の観光モデルとしても、まだまだできるのではないかなと思います。

岡本委員長：この間、ある街の道の駅の相談を受けているときに、行かないと食べられないものは、すごい武器になるよという話はさせていただきました。信玄餅の店が、消費期限 30 分のようなお餅を出していて、あれは食べに行かないと食べられない。星野リゾートの星野さんがテレビでよく言っているのは、大間のマグロを築地に出したりするからみんな大間に行かなくなる。出さなかったら皆、食べに行っているのにという話をされているので、実はつくばにしかないもの、ここでしか味わえないもの、体験はまさにそう、ここでしか食べられないものというのは、それこそ磨いていかなきゃいけないと思いますね。そういう話をどこかに入れ込みたいです。

富田委員：現在つくばでしか食べられないものはあるのでしょうか。一般的にみんな知っているもので。

岡本委員長：個人的な話ですが、うちの奥さんが大好きなのは福来氷で、駅前には売っているのですが、都内では見たことがないので、横浜の親戚の家に行くときはそれをお土産にして持っていっています。つくばコレクションに載っている。

事務局：つくばコレクションは毎年認定していますが、忖度しないで百貨店のバイヤーなどが審査員をしています。
今お話いただいた、つくばならではのコンテンツというのは、まだ具体的にどういうものかは分からないですけど、筑波山の章でも、科学の章でも、地域資源の章でも、ニーズにあったとか、コンテンツの特徴を捉えたコンテンツづくりのようなことは、どの章でもあげてはいるので、このコンテンツを作ってもっと強化す

るというのと、広報を強化するというのは、２大目標だなと思っています。今、菊池委員が言われた広報、PR とプロモーションが違うというのは印象的で、調べたところプロモーションはちゃんと消費行動に移すための広告であると。そこまでは、行政の立場で考えていたので、考えが及んでいなくて。

菊池委員:そうですね。民間事業者の課題でも上がっていましたけども、プロモーションの取り組みが少ないのかなというのは、つくばの周辺では感じるところはあります。やはり行政側としてはもちろん PR が最重要であって、広く認知していくことが重要というか、そこが一番の役目だと思うのですが、他の全国的に起こっている観光的な動きや、プロモーションの仕方、市での PR 施策と連動したプロモーション施策など、もっと民間の事業者と連携、お声がけして、意識改革につながる部分も基本戦略４に入ってくると、底力になるというか、多分変わってくると思います。
私も実際に色々な周辺地域に行って事業者と話すと、今、高齢のご夫婦の方々だけで運営されているような小さな商店は、この代で終わりにしようとか、もう土日の営業はやめたということがすごく増えているなというのを、心苦しいなと思いながら聞いていましたが、そういうところの若手の担い手を、地域の中に投入させるとか、観光推進でありながら地域づくりというところの観点も、基本戦略４では必要になってくるかなと思います。PR はもちろん重要ですが、民間のプロモーションの意識づけというところも、併せて今後 10 年間は必要になってくるのかなと思います。

富田委員：国の研究所はあまり常設展示ができないという話があったように思うのですが、確かにどこも研究所は小さく集約されていくところがあるので、展示までやってられないのかなという気はします。
そういう意味で、もったいないものが実はそこにあるかもしれないので、委員長がおっしゃったように、何か仕組みを作ってそれをフックにやってしまう組織を作ることが次のやり方かもしれないと思いました。

岡本委員長：今の話は多分、サイエンスツアーオフィスの人やりたいが、やる術がないのか、人手がいないのかなと思います。今週は、国土地理院でこれをやっているとか、来週は産総研に行けばこれが見ら

れるという、入口ができていないというのが我々の感覚。多分、「つくば　観光」でヒットする入口が欲しいという話ですかね。

事務局：岡本委員長がおっしゃっているような広報のプラットフォームの入口、ここに行けば数珠つなぎ的に情報が取得できるというものを作りたいです。富田委員がおっしゃっているようなことも、今回の計画を考える上でサイエンスツアーオフィスにヒアリングをしたのですが、やはり各施設が紐づく省庁とか、担当者とか、施設ごとの意見によっても、研究機関としてどこまで広報をするかという温度感は非常にばらつきがあります。基本的に常設展示を持っているようなところは、アウトリーチの場所として広報も頑張るという温度感。なかなか常設までいかないところは、一般に向けたアウトリーチにはそこまで力が入れられないというような施設だったりします。

そこまで広報に手を回せないというところの補完をするためにサイエンスツアーオフィスがいるとオフィスが言っていたので、サイエンスツアーオフィスが、普段、表に出てくることができない施設の特別イベントなどのPRの協力をするなどをもっと推進できるようになったらいいなと思います。

どこも費用が不足しているようで広報まで予算が回ってこないそうです。施設も多く、オフィスにも負担金を出してはいるけど、それでもお金が足りないが、財団がやっている組織なので自ら収益を出すことができず、収益を出さないまでも受益者負担の必要性というのが今課題にあがっています。

小林委員:私は、つくばサイエンスツアーオフィスにお世話になっているので運営が５人と聞いて驚きました。「つくば ツアー」で検索したらでてくるし、つくばで研究所を見学しようとすると最初にヒットすると思います。それに、サイエンスツアーバスも走っているし結構な人気なのではないかと思っていたので、ご存じないと聞いて残念でありました。サイエンスツアーバスがJAXAや国土地理院など一部を巡るコースで運行しており、それ以外の50以上の研究機関とも協力してオーダーメイドの見学に対応できるところまでPRしているので、痒い所まで手が届くようなつくりをしていると思います。実際、コリドイオでの企画も行っており、市民へのリーチもがんばっていますが、「つくばサイエンスツアーオフィ

ス」という名前は隠れています。隠れていてもいいと思っています。

つくばは、公共交通機関がネックで、車を持っていない方が観光に来た時にどうするのかなと思います。車を持っている方しか来ないのかとも思ったりします。つくば駅周辺、研究学園駅周辺にレンタカーも増えてきたなとは思っていますが、観光を考えたときに、その場所に行く交通手段を考えないといけません。筑波山は、つくば駅からバスに乗って行って戻ってくるというルートが確立されていて集客できていると思います。一方で渋滞の問題もあると聞いて、車を持っている人やレンタカーの人もそれなりにいるので、車で行くスポットを紹介できたらプロモーションできるのかなとも思います。知人が、ワイナリーとかお酒の方もPRしてほしいと言っていましたが、車で行くと飲むことができず、整合性が難しいと半分冗談で言っていました。つくばの課題として、昔から交通の部分があると思います。観光スポットの案内は色々やられていると思いますが、そこに行くまでの道のりが想像できない気がするので、そのハードルが下がると行ってみようと思う人がいるかもと考えました。他の県から来る方の視点に立ってみると違うニーズが見えてくるかなと思います。

鹿野委員：今の話に付随してお話しさせていただくと、昨年度、つくば市からアンケート調査を受託して、直接筑波山に来られたお客様とお話しする機会をいただいたのですけれども、大体車で来る、もしくはバスで遠くから来られた方はバスで来て、そこに来た後にどこに行くかとなったときに、ネットとかSNSとかで出てくるけれども、そこに行く足がないというのは実際によくお話をいただきました。あとは駐車場の問題であったり、一番多かったのは常総の道の駅に行かれるというお客様が多くて、茨城県で調べると出てくるし､食事で調べると道の駅のメロンパンが出てきたりして。メロンパンはどこにでもあると思うのですけれども、人気になっているというだけで人は集まるのだなと思ったので、先ほどおっしゃっていた車で行ける周遊もいいと思います。

あと、千葉県の流山市から通っているのですが、仕事始めるまでつくばにあまり来ることがなく、観光客の目線で考えると、レンタカーをつくばで借りることが、今はあまり少ないのかなと思っています。遠くから来る方がレンタカーに乗ってくる事はたく

さんあると思うのですが、つくばに来てレンタカー借りてでも周遊してみたいとか、そういったところを PR していくことがすごく重要なのかなと思い述べさせていただきました。

空委員：先ほどのお話に付随しての話になってしまうのですけれども、やはり日帰りの方が多いというところだと思うのですね。せっかく筑波山にホテル、旅館の老舗もある中で、いかにつくばへの滞在時間を増やしてもらえるかといったところだと思います。いろんな魅力がたくさんあることをどうやって PR していくかといったところが全体の課題になるのではないかなとは思っております。

岡本委員長：泊まりがけを必要とするイベントがあっても、皆様、泊まっていないと思います。逆に言うと、つくばの強みでもあると思います。首都圏の日帰り圏になってしまったというのは、強みでもあるし、おっしゃるように弱みなのかもしれないですね。

余談ですけど、筑波大学に通っている学生の、20 年前は８％が自宅からだったのが今 23%、５人に１人は自宅から通学しています。これは鉄道のおかげですけども、その分、学生の車のナンバープレートが首都圏ばかりで、昔は那覇や青森とかがいっぱいあったのに、今は知っているつくば、土浦ばかりになってしまったので、ちょっと寂しい気がしますよね。

昨日、トナリエの屋上で学生生徒たちとバーベキューをやって常陸牛が食べたいと言ったが、宮崎牛しかなくて、なぜつくばでバーベキューしているのに常陸牛が食べられないのですかね。ここに行けば確実に常陸牛が買えるというところが、定着していないなという気もしました。もちろん高いところにはあるのだろうなと思いますが。

事務局：全体的に郷土愛のような、誇りに思っているものや自信、市民の愛着とかプライドとかというのも高めていきたいという気持ちは、計画の中でも出せればいいなと思っています。つくばならではのものがこれだけあって、楽しかったりおいしかったりするものを育てていくから、市民も大好きになってほしいと。なので、観光客だけじゃなくて市民にも選ばれるつくばというのを目指す姿には書きました。愛着みたいなものはもう少し必要だなと感じております。

吉沼委員:科学のフレーズで「最先端の研究と交流が生まれる」が何となく気になっていて、皆さんの話を聞いていると、つくばのまちは、新しい発見に出会えるとか、学び、最近は生涯学習という観点も広く使われているので、学び続けるとかがいいと思います。そのまま文字としては使えないと思いますが。楽しいを使うのであれば楽しく学べるまちのような。何か学び的な要素というのが、愛着とはちょっと繋がるかどうか分からないが、つくばに来ることによって学べることって非常に多くあるような気がします。楽しいだけではなく何かそういう観点のことが入るといいと思いました。個性豊かな地域資源の方が、活気があって楽しいという言葉が似合いそうだなという気がしました。ここで使う楽しいがちょっと気になったので、楽しいよりは学べるような、何かそういうカテゴリーが入ってきた方がいいかなというところです。

あと、自由な発言ということでご理解いただきたいのですが、先ほど委員長も触れていましたが、研究機関の常設施設というのは、なかなか観光パッケージになりにくいですよね。委員長が言っていたように、研究機関は観光を目玉にした展示施設ではなくて、広く国民全体に知ってもらう、どちらかというとプロモーションよりPRの専門の施設なので、プロモーション的なところに変えられるのかどうかに懸かっているのかなという気がしています。例えば防災科研のナダレンジャーは、雪崩の起きるその経過を面白楽しく教えてくれるのですが、まさにプロモーションなのかなと思います。あれが他の研究機関とか大学も含めてできるのかというと、おそらくなかなか難しいと思うのでそこの差だと思います。行政が関わることで何かできるのか、検討の余地があるのかなという感想です。

事務局：私も同じようなことを言おうと思っていて、国の研究所は、国民に対して自分の研究成果が、いかに生活に馴染んでいるかというところを示していくところです。先ほどの話ではないですが、実はつくばから出ている名産や食べ物もあって、シャインマスカットも農研機構で開発されたものだったりします。各施設で生活圏に馴染んでいる研究成果があるということで、よく市長も、科学は怖いものではないと言っていますが、実際、自分たちの周りに技術が使われていて、自分たちの生活が豊かになっているという

ところがあります。先ほどもありましたけど、事務局としてもそこと観光を紐づけるために、どこにワードを入れてとかは、悩んだ挙げ句、今この結果になっています。そこの落とし込みは今後、会議の中で、皆さんの意見を聞きながら、分かるような形の表現で示していけたらなと思います。

「研究と交流が生まれる訪れて楽しいまちへ」の「楽しい」にした気持ちは、先ほどから何度も出ているように、科学研究施設というのは観光のための施設ではないけれども、科学のまち、サイエンスシティとしての知名度はものすごくあるので、観光としてもその恩恵にあやかりたいというものです。だから科学を、観光要素だけ抽出して、科学を楽しんでもらうことを目標にしたいと思って、楽しいという言葉が出ています。

サイエンスツアーオフィスともいろいろ話した結果、旅行業者が有料ツアーを作るには、手数料で収益をとっているから、無料施設は施設側からの手数料収入がもらえない施設なので、なかなかツアー化はしづらい。なので、一般の募集物のツアーで科学を取り込むというのは非常に難しいという話は聞きました。やるとしたら教育旅行であれば、企画料金を学校側から旅行業者に払って、少し収益が旅行業者側には出るので、科学の施設をプロモーション的に使うには、教育旅行でどんどん取り上げていくことが、最短距離だろうということでした。そうやって科学を盛り上げていくという意味では、学ぶという要素が重要になってくるので、先ほど吉沼委員が言っていたように、楽しく学べるというふうに変えてもいいのかなと思いましたし、楽しいというのが大上段にあって、その中の要素として学べるがあってもいいのかなと思いました。

菊池委員：楽しいと学びはどちらもあった方がいいと思います。事務局からお話のあった手数料の話ですが、確かに大型のバスで年間数千人とか数万人を回すという企画においては、各施設からの手数料を積み重ねて収益上げているのは間違いないことだと思うが、私としてはこのつくばのサイエンスという要素が、教育旅行はもちろん主軸であるとして、もう１個の伸びしろとしては首都圏のファミリーとかの個人訪問、FIT としての旅行商品になり得ると思います。手数料で収益を上げ、通期の積算で収益を上げるというモデルではなく、もともと無料のコンテンツと有料のコンテンツを

組み合わせて、さらに付加価値を付けた価格で買ってもらうという考え方の方が、今後は個人で動く場合の旅行の主流になってきているので、大手の旅行会社がサイエンスをやるということよりは、もっと身近なファミリー層や教育に興味のある家庭にリーチできるような、つくばでしかできないコンテンツにサイエンスを引っかけてやるのが、一番つくばらしい解決策かなと思います。

私もつくばサイエンスツアーバスを体験したことがあるが、何がすばらしいってガイドさんがとても素晴らしいです。つくばが、なぜこうなったかとか、電線が埋まっている話とか、若いガイドさんだったが、事細かに楽しく説明してくれて、子供たちにクイズ形式で行っていて、観光ガイドとしてもうすごい方々だなと思いました。

しかしガイドの数はすごく少ないと言っていて、ガイド育成が課題と言っていました。バスに同乗していたファミリーは首都圏から来た人がほとんどで、サイエンスツアーが終わったら帰ってしまう。そこも市の観光振興としては、サイエンスツアーで来た方々に、もう１つ何か立ち寄ってもらってから帰るとか、そういう仕掛けがほしいです。あとは例えば研究者とキャンプ場で一晩語り合いながら、科学やワークショップできるなど、そういう滞在型のプランとか、それこそ筑波山の中でサイエンス×筑波山とか。あとは、首都圏近郊の女性は働き盛りで頑張り屋の方が多いので、リトリートの旅として健康増進の科学的なプログラムを入れてあげる、年に４回連続でのリトリートプログラムみたいな形とか。そういうつくばでしかできないサイエンスのコンテンツを、まず３つぐらい掲げてみて、そこから勝手に広まって続いていくと思います。常設の展示はサイエンスツアーバスで十分に網羅されていてレベルも高いので、そこからもう１歩踏み込んだその施策をこの計画では入れたほうがいいのかなと思います。

岡本委員長：もしサイエンスバスツアーの需要が今の３倍来たら回るのでしょうか。

事務局：受け入れ施設側が例えば JAXA とか比較的大きなところでも、おそらく少し難しいのではないかと思います。回し方もあると思いますし、各研究機関に相談だとは思いますが。あとは交通網で、二次交通の事業者が、その便が出せるかどうかは必要になるのかな

と思います。

岡本委員長：愛着のことで、例えばつくば市内の小学生は、１年生から６年生の間で、研究所巡りはしないのですか。熊本県の小学生は、必ず水俣の記念館に行くそうです。水俣が今こんなに綺麗になったということを教える。愛着を持たせるためだと思うが、熊本県は頑張っているなと思って見ていました。サイエンスシティに住んでいる小学生なのだから、サイエンスシティに誇りを持ってもらいたいという意味では、そういうツアーを小学生時代にやるべきだろうなと思います。

小林委員：文科省のイベントで科学技術週間をやっています。最近は学校へのチラシ投げ込みができないとも聞いていますが。その辺はやっていますよね。

事務局：科学技術週間は５月あたりだったかに全施設がオープンに開かれていたのですが、それも今、数が減ってきてしまっているような状況です。とはいえ、先ほどおっしゃっていた「ちびっ子博士」というパスポートを使って研究所を回る事業もやっていますし、特につくばの子たちは夏休みの課題とかもですが､STEAM コンパスというサイトを科学技術戦略課で行っているのですが、子供たちの質問に対して研究者が答えていくというキャッチボールのやりとりの中で、１つの課題に対して子供と研究者が一緒になって考えていくプログラムで、それぞれの研究者がリストアップされていて、その人との対話によって課題解決ができるとか、そういったこともやってたりするので、私の知り得る限りだと、つくばの子供たちは生まれながらして科学と馴染んで生活しているのかなと思います。

小林委員:つくばの子供たちは相当やっています。グループワークとディスカッションとプレゼンテーションまで全部含めて小学校２年生ぐらいからやっていて、相当教育されていると思います。

話は変わりますが、ビジョンのフレーズについて、自分の意見を先に申し上げます。専門家の方がいる中で素人意見ですが、個人的には候補２がいいと思っています。具体性があるというか。候補３は、ちょっと具体性がなくて何かビジョン分かりにくいなと

思ったのと、候補１は長過ぎると思いました。
せっかく筑波山と科学が出てきているので、筑波山と科学で繋ぐとすると、何かを繋ぐというふうに思うのかなと考えました。私が案をもとにして考えていたのは、「筑波山と科学でつなぐ多彩な体験ができるつくば」とかですね。候補３の「体験」というのもすごく良いキーワードだなって思ったのですけども、地域資源が、３番目のカテゴリーというのをあまり理解してなかったのもあるのですが、筑波山と科学がカテゴライズとして強く出てくるのかなと思ったので、「筑波山と科学でつなぐ多彩な体験ができるまちつくば」みたいなのがいいのかなと思ったりしていました。

岡本委員長：宿題でもいいし、今おっしゃったように候補２がいいが、楽しむじゃなくて、体験するに変えてみようとかそういうことを皆さんで試行錯誤していただいて。

事務局：菊池委員がおっしゃっていた、基本戦略４の基盤が最重要課題なのではないかという考えに基づくと、グルッと変わってしまうかと思っています。とても重要な意見だと思っています。

富田委員：候補の話ですが、私は候補１「自然・科学・地域の魅力が響きあう、訪れても暮らしても楽しめるつくばの観光」と候補２「筑波山と科学がつなぐ、多彩な地域資源を楽しむまち　つくば」・候補３「つくばの魅力をまるごと体験みんなが楽しめるまち つくば」という２つのパターンがあって、候補２・３だと観光推進課がつくば市の人口増や発展まで見据えているという気概が感じられると思います。但し、他の計画や課も同じ目的を含んでいて、観光課さんは観光に特化する志向が強いのであれば「つくばの観光」や候補１もありだと思います。その辺はどうでしょう。

事務局：観光がつくばを全部、語ろうとは思っていませんでしたので、つくばの観光に限定したフレーズでいいかなと思っております。

小林委員：質問ですが、これはどこでどう使われますか。印刷されるのか、ポスターなどに使われるのか。その辺によって、使いやすさというのが出てくるので、アイコンにしやすいとか、ビジュアルが思い浮かびやすいとか字の配置が韻を踏んでいるかとか、文字数に

よってレイアウトが整うかとか、そこまで考えないといけないのか。いわゆるコピー的なものとして進むのであればという頭があったので、筑波山と科学というのはすごくアイコンにしやすいので、インスタで１枚出すときに分かりやすいなと思いました。地域はアイコンにしにくいなと思って。なので、何に使うかというのがよく分からないです。

質問で、決まった後で、何に使われるのか、どこに出てくるのか、何に利用されて誰が受け取るのか、受け取る人たちの対象はどこか、その辺も含めて考えた場合、どういう想定をすればいいのか知りたいです。宿題にするにしても何か前提が欲しいと思いました。

岡本委員長：基本的にこの計画全体の基本的なポリシーを表現するとこれになるというフレーズではないのか。だから候補２が一番分かりやすいというか、コンテンツとマッチしている。筑波山の話、科学のまちの話、豊富な地域資源の話という目次立てで考えているから。そうすると候補２の方が親和性は高いとは思います。

候補１、３がいいと思うとひょっとしたら別のところにコンテンツ増やさなきゃいけないかもしれないですしね。

事務局：小林委員の質問に答えると、計画本編の中で、計画を体現する言葉として使う予定です。計画を読む人は、内部の人か外部の筑波山やつくばの観光に興味のある事業者とか、勉強熱心な一般の方とかが読む際に、一体この計画は何を目指しているのかをパッと一言で感じられるフレーズにしたいと思っていて、ポスターにするとかアイコンとかまでは考えていなくて、そこまでやるつもりは今のところなかったです。

第三次計画までは、ずっとつくばといえば筑波山などの「自然」と「科学」というのが柱になっていましたが、今回の計画は、地域資源を３つ目の柱に入れているのが特徴です。つくばおでかけジャーニーという市内周遊観光の情報プラットフォームをつくり地域資源を観光資源に育てようと頑張っています。市内に点在する酒ツーリズムやパンなど色々ないいところや体験事業とかも掘り起こしていきたいという気概みたいなところが、今回の計画の肝になるかなと考えています。

また、増え続けている市民にも、生活の中でも楽しめる観光資

源がたくさんあるいうのを伝えたい気持ちも多いので、地域資源という具現化されている事業としては小さい玉をあえて並列に持ってくることで、これから育てていくという気持ちを出しているのが候補１です。候補３はもっと抽象化しているのと、候補２は具現化されているのは筑波山と科学だから、そこから人流を拡大させていくという気持ちで書いています。AI を使って候補を作っているので、これでなくてはいけないという強い気持ちの候補はないので、皆さんに考えていただければと思っております。気持ちとしては、地域資源にも焦点を当てて、つくばは筑波山と科学だけではないという気概を見せたいなという気持ちがあります。

富田委員：筑波山と科学をとってしまってもいいのではないですか。当たり前のようにやって、次は地域をもっと活発にしていくぞみたいな。

小林委員：「筑波山と科学だけじゃないぞ、つくば」と書いてあってもいいのではないですか。冊子として出す場合に、筑波山と科学は、一番最初のカテゴライズで多分出てくると思います。それが出てきたというのは、委員会でのプロセスを記録として残して、何か外に出すという意味では、筑波山と科学と地域資源があったほうが、何となくまとまりはいいような気はします。なので、筑波山と科学だけじゃなく、地域資源をあるぞとしてもいいと思います。

岡本委員長：また次の会議でもう１回候補を持ってくるか。２つぐらいに絞って持ってくるかでいいのではないですか。

事務局：次回の会議が 10 月 19 日に予定していて、11 月の初めには庁議にかけて 12 月にはパブリックコメントをするというスケジューリングになっています。なので、次の会議ではパブリックコメントに出す素案を提示します。骨格に関しては、本日、異論は出なかったと思っています。

岡本委員長：コンテンツや中身の大枠は大体認めていただいて、異論なかったと思うので、そこを増やしていけば、次回に文章になって出

てくるっていうだけですよね。

事務局：あとはこの基本戦略４の基盤をどう見せるかです。

吉沼委員：先ほどのご意見のところのピンク色の部分の話は、確かにおっしゃる通り重要な一番の核だと思うのですけど、章立てを変えたらどうでしょうか。例えばそれを先に持ってきて、そのあと筑波山、科学にするとか。

あと１つ､候補２で私もやはり筑波山と科学というのは切れないというご意見に同感なのですが、先ほど多彩な地域資源を体験ができるまちと、私に気を使って楽しむところを変えたのかなと思いましたが、ここでは科学で楽しむはちょっと違うなと違和感を覚えました。ここは多彩な地域資源と言っているのでここは別に楽しむでも私は構わないと思います。

小林委員：短くしたいだけでした。

菊池委員：そんな大きな問題になると思っていなかったのですけど、章立てを変えることは大きなことになってしまいますかね。この場で出した１つの意見なので、それをこの委員会でどう思われるかというのは協議していただいた方がよろしいかなと思います。必ずそうしてくれということではないです。

あとは、施策の体系のところで、基本戦略４のピンク色の帯が基本戦略１、２、３にかかっているところは、事務局の想いが結構入っているのかなと思いますので、カラーリングやデザインで、うまく強調していくことでこの基本計画がどういうところを目指しているのかというのは分かりやすくなると思います。

岡本委員長：データに基づく観光の推進というところは、５章の体制のところに入れたいなと思っていました。サイエンスシティなので色々なところでデータを取っているという体制を作りたいのは、次の観光基本計画にも繋がるし、現在の経営にも繋がるし、体制の中に入れたいなとは思っています。

それは観光振興とはまた別の分類なので､そういうコンテンツの改修はまだこの後あるというところを残しておいて、今日は

これぐらいにしとこうかなと思います。

事務局：フレーズについては、書面会議をやりますか。

岡本委員長：最後の 10 月の会議で１個示していただければいいですが。

事務局：かしこまりました。今回の議論をもとに、これだというものを事務局で１個持ってきます。それに意見をいただければと思います。

岡本委員長：以上で本日の議事は全て終了いたしました。議事進行にご協力いただき、ありがとうございました。進行を事務局に戻します。

３　その他　　なし

４　閉会

事 務 局：岡本委員長、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ご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、皆様からのご意見を踏まえて、最終的に公表する計画書の形態に整えて参ります。次回はパブリックコメント実施前の状態の計画書をご審議いただく予定です。

次回の会議は、令和８年 10 月 19 日（月）10：00 からを予定しておりますので、よろしくお願いいたします。

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アクションプラン中間検証及び第４次つくば市観光基本計画策定委員会第３回会議を閉会いたします。ありがとうございました。

第3次つくば市観光基本計画アクションプラン中間検証及び
第4次つくば市観光基本計画策定委員会 第3回会議次第

日　時　令和８年(2026 年)7月２日(木)
午後1時 30 分から
場　所　つくば市役所 コミュニティ棟1階　会議室3

１ 開　　会

２ 議　　題
第4次計画の骨子案見直しについて

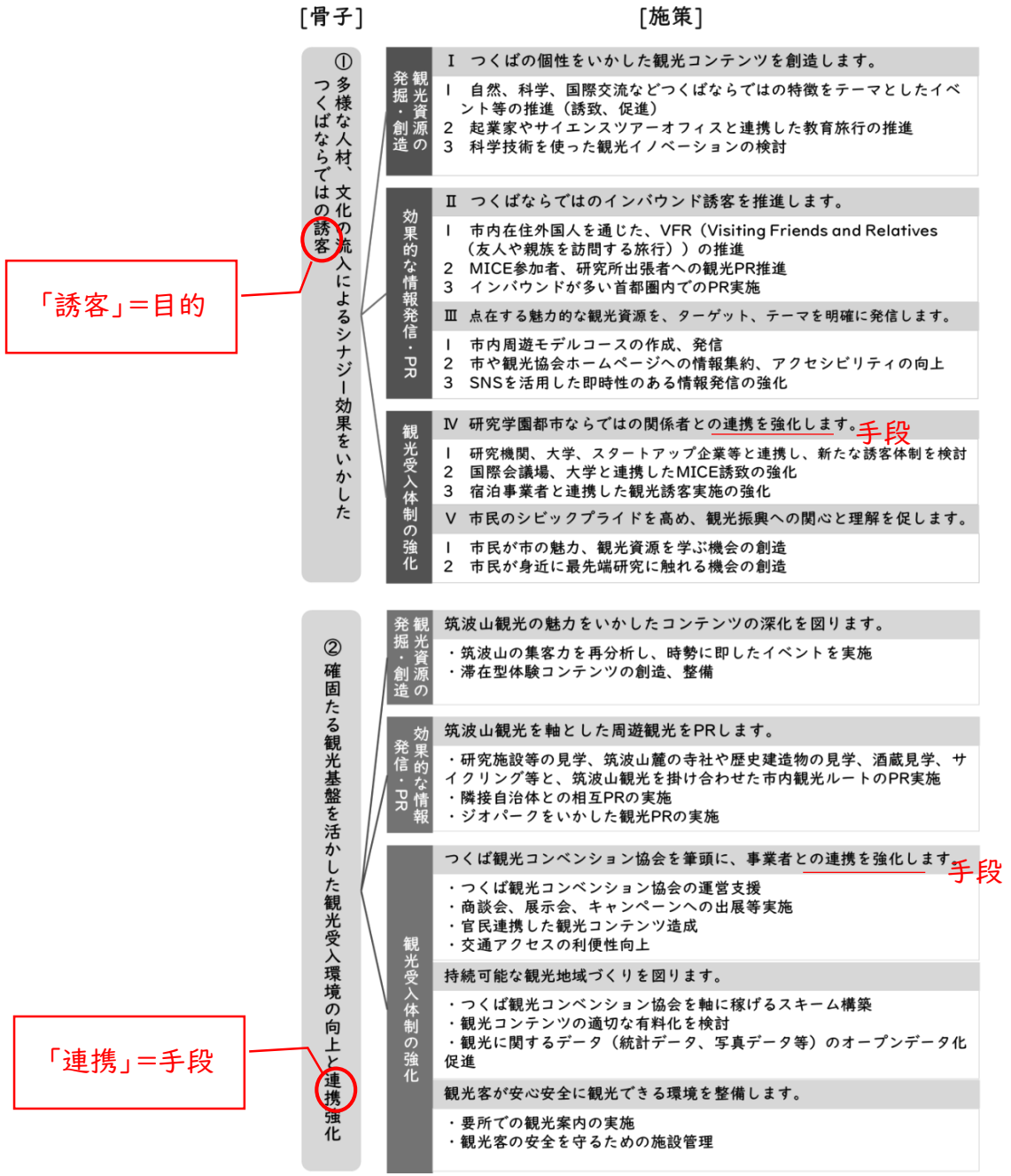
３ その他

４ 閉　　会

第3次つくば市観光基本計画アクションプラン中間検証及び
第4次つくば市観光基本計画策定委員会
第3回会議資料

項目	ページ
第2回会議の振り返り	2
課題・強みの洗い出し方法（カテゴライズの検討）	3
課題・強みの洗い出し	4
基本戦略・施策の体系案	8
施策の体系に紐づく具体策の方向性	9
計画本編の目次建て（案）	18
ビジョンのフレーズについて	19

第2回会議の振り返り



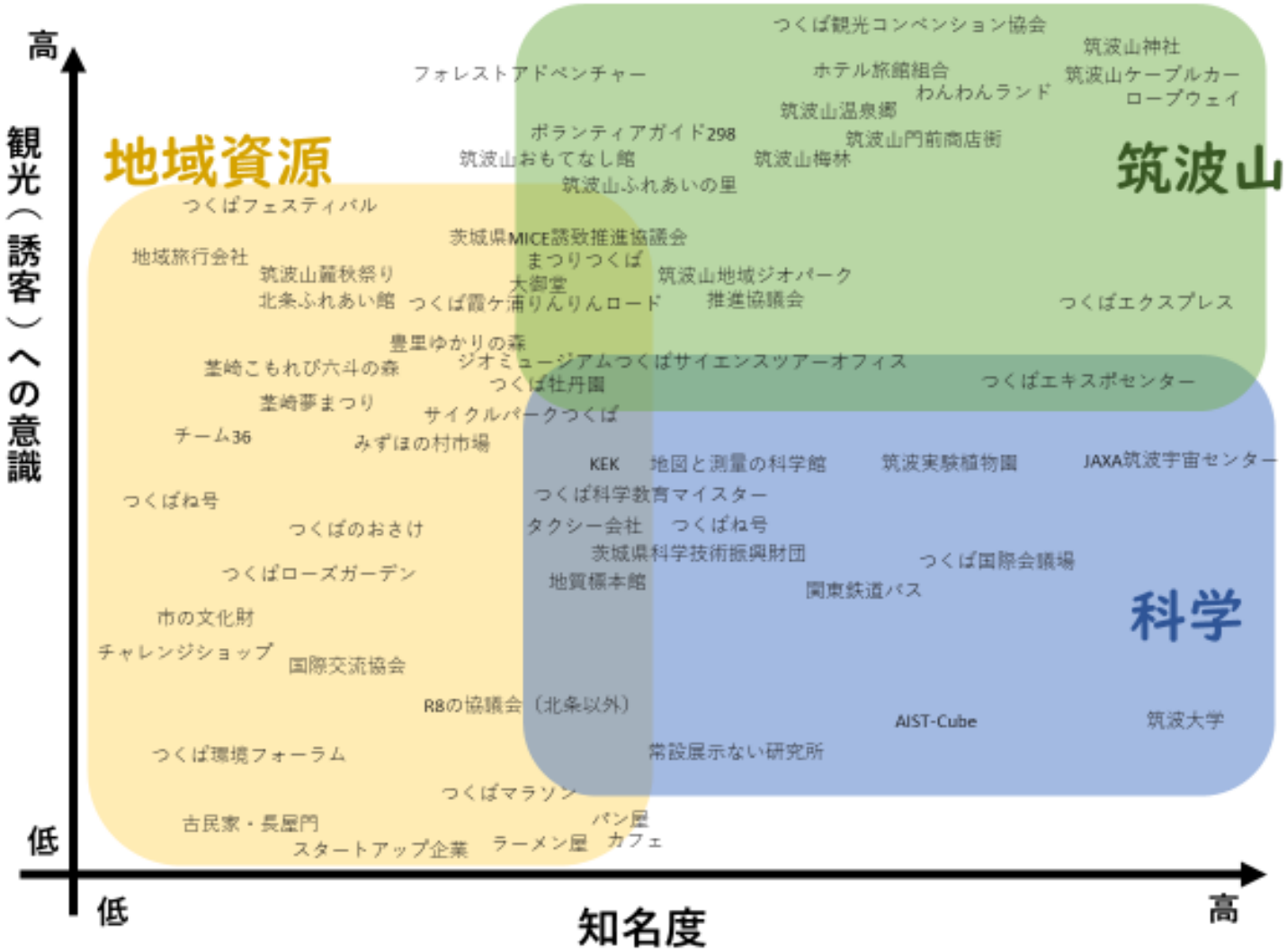
前回、アンケート調査等から強み、課題をまとめ、左図のような骨子案とそれに紐づく施策案を提案

委員の皆様より
「目的」を書くべきところに
「手段」が混在しているとの指摘あり

委員長と協議しながら
再度、つくばの観光課題や強みの洗い出しをやり直し

課題・強みの洗い出し方法（カテゴライズの検討）

「人」軸でカテゴライズするか、「資源」軸でカテゴライズするか検討した結果、つくばの観光資源には下図のような相関性があると整理し、3種の資源ごとに「課題」「強み」「関係者」を洗い出すことにしました。



※大枠の特徴をつかむための相関図です。細かい位置関係の相違はご容赦ください。

課題、強みの洗い出し【筑波山】

課題

〇対象
ターゲット層の固定化
顧客エリアの固定化
混雑時期以外の観光客が少ない

〇新規コンテンツ
コンテンツ開発に携わる人材の不足
新規事業者の参入への障壁

〇メインコンテンツ（登山）以外のコンテンツ
雨天時の誘客施策の不足
登山以外の観光資源の認知不足
ニーズやターゲットを捉えた体験コンテンツの不足

〇受入環境
二次交通が来訪者のニーズをカバーできていない
白雲橋コース終盤の登山道が際立って混雑する
女体山山頂が混雑し、待つ人の列ができる
観光地としての良好な景観を維持できていない
観光客のニーズを捉えた受け入れ環境整備の不足
交通渋滞が発生する
電気・水道・電波等が脆弱

強み

首都圏からのアクセスが良い
ケーブルカー、ロープウェイがあり山頂付近まで行ける
ホテル・旅館が集積している
日本百名山の１つ（百名山で最も標高が低い）
山頂からの眺望が日本夜景遺産に登録されている
筑波山の地名度が高い
老舗の事業者が多い
梅まつりが人気
山頂のパノラマや奇岩など映えるスポットが多い
熟練したガイドがいる
バーナーエリアが整備されている
ブランド力が定着している
広報無しでも来訪してもらえる程度の誘客力がある
万葉時代からの歴史がある
安定した来訪者数を確保している
雪が積もることが少ない
熊が生息していない　　など

関係者

つくば市　市民　茨城県　石岡市　桜川市　茨城森林管理署
つくば観光コンベンション協会
つくば観光ボランティアガイド298
つくば市商工会　茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合
筑波山神社　筑波山大御堂　筑波山宮前振興会
筑波山山頂組合　筑波山山頂水道組合　筑波山温泉組合
筑波観光鉄道　交通事業者
筑波山地域ジオパーク推進協議会　　など

資源

筑波山神社　パワースポット、巨岩・奇岩　筑波山温泉郷
筑波山神社門前町　筑波山山頂売店
ロープウェイ、ケーブルカー　筑波山観光案内所
筑波ふれあいの里　おもてなし館　筑波山梅林
フォレストアドベンチャーつくば　つくばね号
筑波山シャトルバス　筑波山ロレンタサイクル　展望デッキ
福来みかん　　など

課題、強みの洗い出し【サイエンスシティ】

課題

【科学のまち】

〇コンテンツ改善（磨き上げ）
研究機関の展示施設によって市民・観光客が読み取れる内容に差がある
ニーズに合ったガイドができていない

〇広報
関係事業との連携不足
広報力が不足している
広報の機会が不足している
情報収集の仕組みが不足している

〇新規コンテンツ
情報拡散のためのプラットフォーム不足
科学を観光素材とするコンテンツ不足

〇受入環境
公共交通で複数周遊しづらい

【ＭＩＣＥ】

〇新規コンテンツ
滞在することの魅力が不足している
エクスカーションを呼び込む工夫が足りない

〇受入環境
新設施設に比して国際会議場の利便性が劣る
近県の競合による競争が激化している

〇広報
広報量不足による市民認知不足

強み

常設展示施設がある　研究機関が集積している
科学のまちとしてのブランド力がある
子どもから大人まで展示が楽しめ、ターゲットが広い
ミュージアムショップが多い
科学教育イベントを開催している　視察旅行が多い
教育旅行の需要が高い　　など

県と連携したMICE誘致を行っている　MICE補助金制度あり
MICE開催件数が多い（国内トップ10）
MICEに付随する市民公開講座がある
首都圏からのアクセスが良い
会議座長となる学者が多い
国内外からの出張、転勤者が多い　　など

関係者

つくば市　市民、留学生、研究者　茨城県　筑波大学
つくば観光コンベンション協会　つくばボランティアガイド298
交通事業者　各研究機関
旅行会社　茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合つくば支部
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）
茨城県MICE誘致推進協議会
つくば市科学教育マイスター　スタートアップ企業
飲食店（ケータリング等）　　など

資源

研究見学施設　常設展示　多種多様な官民の研究機関
出張イベント（フェスティバル等での出展等）
視察旅行・教育旅行　サイエンスツアーバス
サイエンスツアーバススタッフガイドコース　外国語対応ガイド
サイエンスカフェ　サイエンスツアーオフィス　国際会議場
研究者（サイエンスコミュニケーター）スタートアップ企業
つくばチャレンジ　つくばチャレンジちびっ子博士
科学技術週間の特別公開　つくば科学教育マイスター
シニアエキスパート　視察旅行（エクスカーション）
アフターコンベンション　国際会議場　MICE補助金（市・県）
市民公開講座　MICE商談会　研究センター・会議施設　　など

課題、強みの洗い出し【地域資源】

課題

〇観光資源の掘り起し
未開拓の資源がある
事業者が観光向けに展開していない
観光の担い手不足

〇既存の観光資源
自然をいかしたコンテンツの維持管理に手間がかかる
既存コンテンツ、資源の活用不足

〇受入環境
公共交通では周遊しづらい
コンテンツにあった公共交通の案内ができていない
地域一体となったPR不足
PRするためのプラットフォーム不足

強み

単独で人気のあるスポットが多い
酒蔵が集まっているエリアがある
新規参入事業者が増えている
地域の歴史・文化がある、文化財が保全されている
歴史を伝える人がいる
筑波山地域ジオパーク推進協議会との広域連携
日本ジオパーク認定
道の駅構想がある
各地域で特色がある
市全体では人口が増えている
子育て世代等の発信力がある世代が多い　　など

関係者

つくば市　市民　事業者　R8（アールエイト）
クラフトライファー　つくば市商工会
スタートアップ事業者
つくば観光コンベンション協会
交通事業者
筑波山地域ジオパーク推進協議会　　など

資源

まつりつくば　つくばフェスティバル
つくばマラソン　くきざき夢まつり　筑波山麓秋祭り
つくば牡丹園　つくばローズガーデン
チャレンジショップ
Farm to Table　農産物（芝、ブルーベリー、米など）
水辺（牛久沼・谷田川・小貝川・桜川）や田園風景
酒蔵　ブルワリー　ワイナリー
古民家　キャンプ場　スポーツ施設　つくば道　神郡の街並み
不動峠　りんりんロード　ジオミュージアム　サイクルパーク
レンタサイクル　　など

課題、強みの洗い出し【横断的施策】

【インバウンド】

課題

インバウンド戦略が不足
インバウンド受入体制の不足

強み

日本、県へのインバウンドが過去最高を更新している
留学生や研究者などの在住外国人が多く、家族や友人が訪問することが期待できる
国がインバウンド誘致に力を入れており、地方分散も推進している（2030年の訪日外国人目標 6,000万人）
MICE参加者が多い
アメリカからの教育旅行が多数ある
東京からのアクセスがいい

【物産・飲食】

課題

土産物の取り扱い店舗が少ない
特色のある土産品が少ない
特色ある飲食店をPRできていない

強み

全国的な知名度があり、個性的な飲食店が多い
（スイーツ、カフェ、パン、ラーメン等）
ミュージアムショップをもつ研究展示施設が複数ある
つくばコレクションやつくばのお酒など特徴的な物産品がある
道の駅構想がある

【持続可能な経営】

課題

筑波山観光の消費額が少ない
各研究機関の展示施設の収益化が困難

【データ分析】

課題

明確な人流データがない
インバウンド来訪者数のデータがない
宿泊データが集約できていない
来訪者のニーズに関するデータ不足
通年のアンケート調査を実施していない
効果的な施策を検討するためのデータ分析不足

基本戦略・施策の体系案

［ビジョン］

［目指す姿］

［基本戦略］

P19にて検討

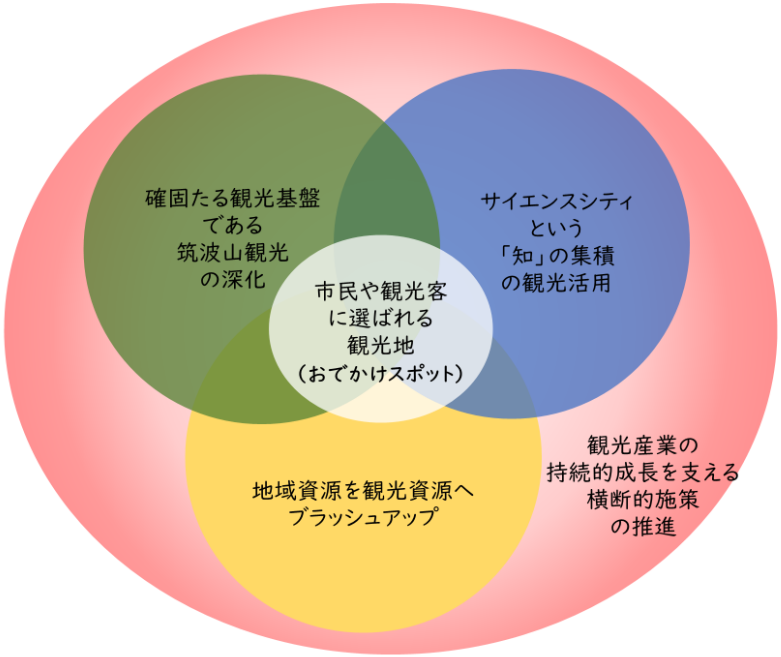
つくば市を代表する観光資源「筑波山」と「サイエンスシティ」を磨き上げるとともに、市内に点在する豊かな地域資源を観光資源として見いだし、観光の裾野を広げることで、市民や観光客に選ばれる観光地（おでかけスポット）になることを目指します。

筑波山の魅力を核に、多くの人が繰り返し訪れるまちへ

先進の研究と交流が生まれる、訪れて楽しいまちへ

個性豊かな地域資源でつながる活気あるまちへ

観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ



［施策の体系］

1 筑波山の魅力を核に、多くの人が繰り返し訪れるまちへ

- 1-1 筑波山地域がさらに一体となり、コンテンツ磨き上げと創出による魅力発信
- 1-2 来訪者の満足度向上に向けた受入環境の整備

2 最先端の研究と交流が生まれる、訪れて楽しいまちへ

- 2-1 観光で楽しめる科学コンテンツの創出・磨き上げ
- 2-2 「科学のまち」の観光プロモーション強化
- 2-3 サイエンスシティの強みをいかしたMICE誘致の促進

3 個性豊かな地域資源でつながる活気あるまちへ

- 3-1 地域と連携した観光資源の発掘
- 3-2 地域に根差した既存の観光資源の磨き上げ

4 観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ

- 4-1 つくばの特性をいかしたインバウンド誘客
- 4-2 物産振興による地域ブランド強化
- 4-3 持続可能な観光経営体制づくりの推進
- 4-4 データに基づく観光振興の推進
- 4-5 「道の駅構想」実現にむけた観光視点での支援

施策の体系に紐づく具体策の方向性

Ⅰ 筑波山の魅力を核に、多くの人が繰り返し訪れるまちへ

Ⅰ-1　筑波山地域がさらに一体となり、コンテンツ磨き上げと創出による魅力発信

ニーズやターゲットを捉えたコンテンツの造成

・登山客向け有償オプショナルコンテンツの検討
・登山客以外の観光客を増やすためのコンテンツの多様化
・新規事業者の参入支援　　など

閑散期の誘客

・閑散期（夜間や冬季）の誘客コンテンツ創出
・雨天時やオフ期の筑波山を宿泊地とした周遊観光の推進（研究機関や近隣自治体と連携した誘客）　　など

顧客層の拡大

・首都圏来訪のインバウンド客のオプショナルツアー先としてのPR
・時差観光のPR（早朝登山、夜の滞在など）
・熊が出ない山として全国の登山家誘客
・道の駅来訪者の筑波山誘客　　など

施策の体系に紐づく具体策の方向性

Ⅰ 筑波山の魅力を核に、多くの人が繰り返し訪れるまちへ

Ⅰ-2　来訪者の満足度向上に向けた受入環境の整備

アクセス性の向上

・交通事業者と連携したアクセス方法の利便性向上推進（ダイヤ改正、セットきっぷ、企画切符、キャンペーンなど）
・来訪目的に合わせたアクセス方法の広報強化　　など

筑波山の行楽シーズンの交通渋滞、登山道混雑対策

・タビマエの情報発信（渋滞時期、時間帯、う回路、代替プランの提案等）の徹底
・タビナカの渋滞情報発信強化（情報看板、電光掲示板など）
・女体山山頂の混雑緩和策実施（一方通行化、列整理など）
・地域住民への影響是正策の実施（生活道路への流入抑制など）
・登山道の混雑ポイントう回路の検討
・ケーブルカー・ロープウェイ待ち列の整理方法検討
・道の駅を活用した自家用車流入制限の検討　　など

インフラ整備

・電気、水道、トイレなど基本インフラの維持管理、整備
・自然と共生したインフラ環境の脆弱さ、大切さを利用者に啓発
・樹木の維持管理、看板などの広告物の適正な維持管理推進　　など

2 最先端の研究と交流が生まれる、訪れて楽しいまちへ

2-1 観光で楽しめる科学コンテンツの創出・磨き上げ

研究機関の展示施設を活用した誘客

・研究機関で実施するイベントの広報連携
・研究施設を巡るガイドツアーの強化
・ガイドの強化（各施設の特色あるガイドのPR、音声ガイドの導入検討など）
・リピーター化、ファン化プログラムの創出（訪問後のフォローアップ・発展学習プログラムなど）　など

関係機関と連携した科学イベントの実施

・研究者が登壇するイベント開催（サイエンスカフェ、講演会など）
・科学イベントと連携した観光誘客（つくばチャレンジ、ちびっ子博士、科学技術週間など）
・研究施設に眠っている科学遺産の活用
・研究施設巡りと筑波山など他観光スポットを巡る市内周遊観光の推進　など

2-2 「科学のまち」の観光プロモーション強化

PRのプラットホームを創出

・科学イベントの情報を集約し掲出する仕組みの整理
・各施設との広報担当者会議の開催（広報連携強化）
・サイエンスツアーオフィスや市の広報網の有効活用　など

ターゲットに則した媒体での効果的な広報

・SNS・インフルエンサーマーケティングの活用
・首都圏での広告掲出、PRキャンペーンの実施
・交通事業者と連携した広報
・近隣市町村での広報掲出　など

2 最先端の研究と交流が生まれる、訪れて楽しいまちへ

2-3　サイエンスシティの強みをいかしたMICE誘致の促進

研究学園都市ならではのMICE誘致戦略

・既存の強み（会議場がある、研究施設が集積している）をいかした誘致活動の実施
・つくばならではのユニークベニューの開発
・開催団体支援（MICE補助金、PR協力など）　　など

滞在時の魅力強化

・エクスカーション用の観光モデルコース創出、PR
・研究機関と連携した視察先の斡旋
・会議参加者の帯同家族向け観光プログラムの創出、PR
・会議参加者へのニーズを捉えたスポット観光プランの提案（お土産、グルメ、観光スポットなど）　　など

市内波及効果の拡大

・会議プログラムへの市内事業者活用
・市民公開講座開催支援
・市内宿泊、懇親会開催支援　　など

3 個性豊かな地域資源でつながる活気あるまちへ

3-1　地域と連携した観光資源の発掘

地域資源の観光資源としての掘り起し

・地域資源の魅力をいかしたイベント実施（牛久沼、小貝川、桜川の水辺の自然等を活用したイベントなど）
・民間事業者参入支援
・魅力あるスポットの効果的なPR実施　　など

観光の担い手づくり

・事業者の受入キャパに見合った少人数のマイクロツーリズムの推進
・R8（アールエイト）の取組みと連動し、地域活性事業から進出した事業者の広報支援の実施
・地域のイベント支援（筑波山麓秋祭り、くきざき夢まつり　など）
・地域の団体や住民と協業した観光スポットの維持管理　　など

施策の体系に紐づく具体策の方向性

3 個性豊かな地域資源でつながる活気あるまちへ

3-2　地域に根差した既存の観光資源の磨き上げ

既存資源をいかした誘客

・点在する観光資源をいかした誘客（りんりんロード、豊里ゆかりの森、茎崎こもれび六斗の森、花の見所など）
・多様な文化が混在する特徴をいかしたイベント開催（まつりつくば、つくばフェスティバル）
・スポーツ施設と宿泊を連携したスポーツ合宿誘致
・つくばマラソンの集客力をいかした観光PR（新たなスポーツツーリズム）　　など

コンテンツに合った移動手段の提案

・多様な移動手段での散策方法、周遊方法をPR（徒歩、バス、レンタサイクル、つくチャリ、スモールモビリティなど）
・地域資源の魅力を詰め込んだバスツアー等のイベント開催
・つくば駅前観光案内所での交通案内を含めた総合的な観光案内の実施　　など

地域一体となったPRの実施

・フットパス事業の推進
・市内周遊観光モデルコース事業での周遊のPR
・地域団体の取組みと連動した誘客施策推進　　など

施策の体系に紐づく具体策の方向性

4 観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ

4-1　つくばの特性をいかしたインバウンド誘客

市内・茨城県南在住外国人を通じたVFR（Visiting Friends and Relatives（友人や親族を訪問する旅行））の推進

・ニーズ分析のためのモニターツアー実施
・大学・研究機関と連携した誘客事業の検討
・SNSキャンペーンなどの実施　　など

インバウンドが多い首都圏内でのPR実施

・秋葉原駅で観光PRイベント実施
・東京観光のオプショナルツアー先としての誘客
・ガストロノミーツーリズムの推進　　など

受入体制の整備

・多言語対応環境の整備
・各国の文化に適応した環境整備　　など

4-2　物産振興による地域ブランド強化

物産の開発

・ご当地グルメ開発の推進
・道の駅等物産販売場所の整備による新規事業者参入促進　　など

物産のPR

・市認定商品等のイベント等でのPR（つくばコレクション、ジオブランド認定商品、つくばチャレンジショップなど）
・つくばのおさけ協議会と連携したPR
・複数ある科学ミュージアムショップと連携したPR
・グルメのカテゴリー（スイーツ、カフェ、パン、ラーメンなど）ごとのPRができる仕組みづくり検討　　など

4 観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ

4-3　持続可能な観光経営体制づくりの推進

観光コンテンツの適切な有料化検討

・受益者負担の検討
・企業版ふるさと納税の活用検討
・市営施設などの時勢にあった運営方法見直し　　など

地域の稼ぐ力の強化

・積極的な有料コンテンツの創出（参加料のあるイベント企画、有償ガイド実施　など）
・スポンサーシップ・企業連携による資金確保の検討
・国、県等の補助事業の有効活用　　など

4-4　データに基づく観光振興の推進

データ収集を強化

・県と協業した観光客動態調査の実施
・ホテル旅館、観光施設等地域事業者と連携したデータ収集（来訪者数、ニーズ、満足度調査など）
・観光案内所等で通年アンケート調査の実施
・市主催イベントでの来場者アンケート実施
・ビッグデータ解析の検討　　など

データ分析

・AI等の技術の有効活用
・分かりやすい指標での分析及びオープンデータ化の推進（MICE、筑波山観光など）　　など

4 観光の基盤が強く、持続的に発展するまちへ

4-5 「道の駅構想」実現にむけた観光視点での支援

観光PR拠点としての道の駅

・つくばの魅力ある観光スポットのPR、観光案内の実施
・つくばの特色ある土産品の集約拠点（筑波山土産、科学グッズ、スイーツなど)
・山岳観光地のニーズにあった施設の併設（温浴施設、団体受入可能な飲食店など）　など

交通拠点としての道の駅

・観光ハイシーズンにおける道の駅を基地とした筑波山への自家用車流入制限の検討
・筑波山及び筑波山麓観光のゲートウェイ機能（徒歩、自転車、バス、タクシー、自家用車など多様な二次交通の集約拠点）　など

計画本編の目次建て（案）

第1章　計画策定にあたって
1　計画策定の趣旨
2　計画の位置づけ
3　計画期間
4　策定の流れ

第2章　国・県の観光施策に関する動向
1　国の計画
2　茨城県の計画

第3章　つくば市の観光に関する現状
1　各種データからみる市の現状
2　アンケート調査からみる市の観光の「強み」と「課題」
3　資源ごとの課題整理　※本日会議資料の資源ごとの課題整理

※第2回会議資料の前段で示したようなデータ

第4章　計画の指針
1　ビジョン　※「目指す姿」を合わせて記載
2　基本戦略
3　ターゲット
4　施策の体系
5　施策ごとの取り組み方針　※各基本戦略の目指す姿を記述後、紐づく各施策を1-1，1-2・・・のレベルごとに約1ページ使用して記載。
各施策のページには、本資料P9以降の具体策の方向性の標題レベルの方針、取組みのスケジュール感、関係者を記載。

第5章　計画の推進体制
1　本計画を推進するための各主体の役割
2　計画の進捗管理　※中間検証の方法を記載
3　目標値（KPI）　※大目標「観光入込客数」 中目標で各戦略ごとの目標値を設定できないか検討中。

資料編
1　ホテル・旅館向けアンケート調査
2　事業者向けアンケート調査
3　観光客・市民向けアンケート調査

ビジョンのフレーズについて

P8の目指す姿にあるように、「筑波山」「科学」と合わせて「地域資源」を観光資源として見いだし、観光客にも、昨今増加を続ける新しい市民にも楽しんでもらうことを体現するフレーズを、ビジョンにしたいと考えています。

候補1

自然・科学・地域の魅力が響きあう、訪れても暮らしても楽しめるつくばの観光

「基本戦略」の資源を並列に表現。「訪れても」で観光客を、「暮らしても」で市民を表現。

候補2

筑波山と科学がつなぐ、多彩な地域資源を楽しむまち つくば

「基本戦略」の資源のうち、「筑波山」と「科学」を核として、地域資源を繁栄させていくイメージの表現。

候補3

つくばの魅力をまるごと体験　みんなが楽しめるまち　つくば

資源や対象を明記せず、抽象化した表現。

候補に限らず、幅広に委員の皆様より御意見をいただきたいです。