

会 議 録

会議の名称		第3次つくば市観光基本計画策定委員会 第2回会議		
開催日時		令和3年(2021年)5月31日 開会 10:00 閉会 12:00		
開催場所		市役所コミュニティ棟3階会議室A、B		
事務局（担当課）		経済部観光推進課		
出席者	委員	岡本直久、生田目美紀、松本圭司、東英俊、澁谷賢一、青木研一、中村充、布浦万代、吉原一行、松信利彦、星野弘、浅井知枝、河内洋行、橘敦子、田中依子、松本茂、（代理）小貫友絵、（代理）塩入貴光		
	その他			
	事務局	野澤経済部長、大橋経済部次長、兼平観光推進課長、鳥飼主任、笹山主任、黄川田主事		
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) 議事事項 ① 第3次つくば市観光基本計画骨子（案）について ② アンケート調査の実施について (2) 報告事項 ① 今後の予定について		
会議録署名人			確定年月日	令和3年7月19日
会議次第	1	開会		
	2	委員長挨拶		
	3	議事		
	4	その他		
	5	閉会		

＜審議内容＞	
3 議事	
(1) 議事事項	
① 第3次つくば市観光基本計画骨子(案)について	
委員長：① 第3次つくば市観光基本計画骨子(案)について、事務局からご説明をお願いいたします。	
事務局：(資料1、資料2に基づき説明)	
委員長：ありがとうございます。前回の会議の中でも皆さんから、つくばの観光に対して熱い思いを語っていただきました。それぞれ皆さんにアイデア	

をゴールデンウィーク前後の宿題という形でお願いしたところです。細かいアイデア、こんなことをしたらというのはたくさん思いつくのですが、こういった計画にしたときには、それはアクションプランという実際の現場で行うべき計画自体の方向性や、そういったものに集約するというので、まずは資料2のように皆さんからいただいたアイデアを集約させていただきました。そこに表題をつけて骨子案ということで作っていただきました。ご自身が出されたアイデア、あるいは他の委員のアイデアも見ていただいて、この骨子案について、何かこのようなことが足りないのではないのか、あるいはこの方向性は本当によいのかといったご意見を今日は時間を取って意見交換をしていただきたいと思います。

委員：まず、お聞きしたいことがあります。観光基本計画はこれから市がどのように観光について取り組んでいくべきかを定める計画だと思います。その詳しい話をする前に、つくば市において観光を促進していくということが、どんな効果をもたらすことを目的としてやっているのかという、もっと先の大きな目標やビジョン、つくば市の中において観光がどのような役割を果たしていくべきなのかを確認しておきたいと思います。

委員長：今いただいたご質問に対するご意見があればいただいて、まとめて事務局からお答えいただければと思いますがいかがでしょうか。では、事務局からお願いします。

事務局：まず、つくば市の観光に対するビジョンですが、自治体において少子高齢化をとまなう人口減少や、地域経済の低迷等深刻な問題が存在しており、今後もそういった問題は継続していきます。そういった問題を解決する1つの手段として、観光施策の取組による交流人口の拡大等が挙げられると考えています。また、観光振興は観光産業への経済効果に留まらず、食材を生産する第1次産業や地域特産品の製造業等の第2次産業、地域の飲食店等の第3次産業と幅広い雇用、産業への経済効果も期待できます。そのため、市でも観光分野をそういった1つの武器と位置づけて重要と認識して推進しているところです。以上です。

委員：ありがとうございます。

委員長：総合戦略を各市町村がつくっています。「まち・ひと・しごと」や地方創生等、その計画の中には観光で雇用をどれくらい生むというのが1つの目標になっていると思います。つくば市の例がどうだったかは記憶にないのですが、様々な事業を雇用の可能性にしたりというのが他の地域や市にはあったかと思います。つくば市も1つは雇用を生んで地域の経済活性化に寄与するという可能性になると思います。これは私の昔から思っていることですが、インバウンドというのは非常に大事です。明治時代からインバウンドというのは政府は一生懸命やっていました。たまたま高度経済成長期で日本人が豊かになった時代はアウトバウンド、日本人が外国旅行を楽しむということばかりに注目していたものですか

ら、インバウンドに関して改めてやり始めようといったときに、今からやる必要ないのではないかという経済学者の方が本当にいっしゃいました。日本というのは製造業でやっているのだから、観光で儲けようなんていないんだよとおっしゃった方もいました。もちろん明治時代からやっていた外貨獲得は最大の優先課題だったのですが、インバウンドに対応するためにつくられた清里だとか箱根だとか、そういったものが我々の今、遺産、財産になっているわけです。そういった直接結びつかないのだけれど、実はインバウンドをやることによって今、我々が非常に豊かに暮らしている、その礎になっているという部分も間違いありません。小泉政権のインバウンドの目標は世界の平和でした。これは確かに本質を理解してもらうことによって、戦争があっても兵隊は出さない日本は何事だということに対する理解を少しでも広げようという狙いがあったと思います。いずれにせよ、インバウンドは現時点での経済的な寄与はそんなに大きくないです。観光の消費自体がGDPのたった2%ぐらいです。インバウンドをやることによって経済がすぐよくなるわけでありません。ただ、それを契機にいろいろなことが活発に動き出していくというのが現状だろうと思います。私自身は現状をそのように認識しています。余計なことを申し上げましたが、その他、骨子案についてご意見はございませんか。

委員：つくば市の観光の位置づけはわかったのですが、観光からいろいろな産業に経済効果が波及するというのが重要で、そのために新しいお客様をどんどん受け入れていこうというのが大きなところだと思います。じゃあ、例えばどんな観光客を増やしたいのかといった意思を持って誘客促進をすることで、つくば市らしい観光のあり方が見えてくるのではないかと思います。例えばですが、これから高齢化社会なので、つくば市はシニア層を受け入れるような大きな土台をつくりましょうというのであれば、そのようなまちになっていくし、いやいやそうではなく、これから未来ある子どもたちのために頑張っていこうとするのであれば、つくば市は外からそのようなまちに見えるようになると思います。子どもがいるからつくば市に行ってみようといった、そのようなまちになっていて、そういった一つひとつの行動の積み重ねがつくば市らしさ、つくば市らしい観光というのを生み出していくのではないかと思います。じゃあゴールをどこに定めるのか、とりあえずの計画なのであれば、5年後にどのような姿になっているのかということをしかりと話し合えば、後はそれに向かってどのような行動を取っていけばその姿に近づいていけるかを考えるだけでよいので、そうするとたくさん出てきたアクションプランの取捨選択や追加ということが簡単に進んで行くのではないかと思います。そういったことを、今日詳しくお話できればよいと個人的に思っています。

委員長：ありがとうございます。非常に重要な興味深いテーマだと思います。ご

意見をいただければと思います。

委員：観光というものをマクロ的に捉えるのか、ミクロ的に捉えるのかという点も大事だと思います。私が思うのは、今持っているつくばのレガシー的なものをいかに広めていくのが大切だと思います。新たなものを起こすためには基本的なベースがないといけないと思います。委員の意見も素晴らしいと思いますし、私はそのような観点から観光というものを考えています。

委員：先ほど委員の意見で、どのような対象にするかターゲットを決めるというお話がありました。つくば市というのは、本当に多様性がある方々が集まっているまちだと思います。SDGsも取り組んでおりますし、多様性にも対応できるというコンセプトはどうかと個人的には思っています。わかりやすい言葉でいうと、ユニバーサルデザインということになるかと思うのですが、誰一人取り残さないというSDGsにつながりますし、たくさん外国人の方もおられます。高齢化が進む一方で若い方々もどんどんきてくださっていて、お子さま連れも増えているという状況がありますので、ここは多様性に対応できるということがつくば市らしいのではないかと思います。

委員長：ありがとうございます。その他にいかがでしょうか。

委員：先ほどの補足ですが、ターゲットの話が一番わかりやすかったのを例に取ったのですが、多世代、多様な人たちに対応するようなテーマの設定も可能です。例えばですが、私が個人的にやりたいと思っているのは、茨城県や特につくば市は都心からのアクセスがよく気軽に来られる場所です。なので、首都圏や都会に住む人たちが何か新しい趣味を探したいとなったときに、初めての経験をできるまちにしていきたいと思っています。すべての入口がつくば市からといったことができたらいと思っています。そのような「あなたのストーリーが始まる」というテーマ設定でも可能だと思いますし、つくば市には専門家の方たちがたくさんいらっしゃるので、そのストーリーを深めることもできます。そういったテーマに絞ることも可能だと思います。それは1つのテーマに絞ることにはなるのですが、その中で、多世代で多様な人たちを受け入れられるようにするということも可能です。マーケティングの世界では、「誰でも来てくださいますし誰にも刺さらない」という言葉があります。ですから、こういった特徴を持って、特にこういう人たちを受け入れているというのを明確にしていかないと、無色透明なまちになってしまって目に入らない、目に留まらないまちになってしまいます。それではどこに観光に行こうかなと考えている人たちの目には留まらないのではないかと思います。ターゲットで絞るのもよいですし、テーマで絞るのもよいですし、何かそういった1つの大きなテーマみたいなものが定められるとよいのではないかと思います。

委員長：先ほど委員からマクロ、ミクロという言い方でご指摘がありましたが、

今持っている資源を武器として切り込んでいくマーケティングが一番手っ取り早いです。委員のご指摘のように、基礎力があれば次に展開できるというような戦略というのはオーソドックスではあるかと思いますが、今ご覧いただいたように、第2次では何とかこの資源をつくっていかうということで資源は転がってはいるのだけれど、まだPRが足りないという課題も残っています。当然のことながら、今のところは強みをさらに強めて、そこに刺さるような環境、そこに刺さる世代を引っ張って、それにつられて周りの世代もついてくるというのが、私自身も考える1つのシナリオです。それはどうお考えですか。

委員：この5年間は、つくば市らしさを探す5年間という位置づけにするのであれば私も納得して会議に臨めると思います。ゆくゆくはどのようなテーマで、どのようなまちにしていくのか、どのようなつくばらしさをつけ加えていくのかというのは考えていかないといけないと思います。

委員：観光はどこにターゲットを持っていくかということについて、今おっしゃられたように、つくばは多様性のあるまちでございます。私も全国、仕事でいっている状況ですが、やはりつくばから来ましたという「科学のまちですね」とおっしゃいます。「茨城県ですね」という話はまず聞かないです。特に科学を生かした観光プログラムの推進、これは随分前から課題にはなっていると思います。お伺いしたいのですが、修学旅行というように書いてあります。これは県内なのか、全国なのか、また海外も含めてどこをターゲットにしているのでしょうか。

事務局：ありがとうございます。科学のまちということで、つくば市ができてから研究所がありまして、1つの大きな武器であると事務局としても認識しています。修学旅行に関しましては、サイエンスツアーさんに調整役として受けていただくことが多いのですか、こちらのエリアに関しましては、全国が対象となっております。事例としては、福岡県の理数科の先生が調整をしていて、例えば生物系と科学系は違うので、そういったところを紹介してほしいといったものであったり、そのような点についてやっていただいて好評いただいているという事例はあります。

委員：データとしてどのくらいありますか。

事務局：サイエンスツアーさん、この点はいかがでしょうか。

委員：つくばの科学技術のテーマを素材にして来られる学校の多くは県外の学校です。それは2019年までの話で、来られる学校の行事としては修学旅行や、スーパーサイエンスハイスクールの研修としてこられるケースがほとんどだと思います。昨年、コロナで数が激減しており、県をまたぐ移動は難しいということで、県内の学校に改めてつくばの科学技術の施設を再認識してもらおうということで動き始めております。現在進行形でこのエリアを中心に動いています。つくば及び周辺の学校は非常につくばの施設の認知度は高いのですが、ちょっと外になると急に認知度が低いということがあります。まずは手始めに県内に焦点を絞って活動を

しています。この8月には県内の県立高校の理系の教職員対象に、教職員モニターツアーを実施して、まずは県内の特に鹿行の先生を招き、科学技術の施設を再認識していただき、その先に学校行事として生徒を連れてきていただこうと、そのような取組を行っています。私たちのメインのターゲットとしては、県内の学校、県内の団体に焦点を絞って、今年1年はそこをメインに動いて行きたいと思っております。

委員：県内については理解しました。コロナが収まるようになったら、全国または海外にもPRしていくことも重要だと思います。その1つに、私が経験したことなのですが、国際交流協会で韓国とつくばの中学生の相互派遣交流をしております。3泊4日のホームステイです。私はつくば市の中学生を連れて韓国の大田広域市に行きました。あちらもつくばと同じ研究都市です。つくばを模した形でつくられたということで、非常につくば市の研究所と似ていて、広大な中に研究所がつくられています。その中の薬をつくっている会社で、生徒たちが模擬授業と、それからちようど行ったのが12月だったので軟膏薬をつくりました。そのときに思ったのですが、つくばから大田、大田からつくば、去年からコロナの影響で受け入れができない状態なのですが、生徒たちが帰ってきた反応または感想を見ますと、やはり科学のまちに特化した経験をしたということにおいて、帰って来てから更に自分でそれを深めようという傾向は見られます。ですから、ぜひここは国際交流、姉妹都市の学生さんたちに、このような時代ですからインターネットで誘致ができる方法があるのではないかと思います。

委員長：ありがとうございます。大事な問題提起をいただきました。

委員：委員のお話を伺って、学びというのが1つの大きなテーマとなると思いました。県内の学生も県外の学生も、基本的なことを学び、かつ海外の学生たちも学ぶことは一緒です。SDGsの話もありましたが、世界の子どもがSDGsというテーマに沿っていろいろな学びを広げる中で、つくば市はサイエンスももちろんですが、生物学的なこと、それから歴史に関すること、学びという括りで考えると、複合的に理科、社会という形で今後の組み方ができると思っています。そのテーマに沿った素材を考えていくというのは1つの手段ではないかと思っています。また、学びというと学生だけではなくリタイヤした人たちや学びたいという人はたくさんいますので、それを広められる場所、新しく学び直せる場所、学び続けられる場所というのもキーワードとしては面白いのではないかと思います。

委員：今、いくつかのご意見を伺って、ざっくりとしたつくば市の観光の課題があるのではないかと思います。多分、資源はたくさんあるのに認知度が圧倒的に足りないのではないかと思います。その認知度が足りないから、まず認知度の向上をさせていくということは大きな施策になると思います。骨子案の1の情報

発信に関する項目は、まず1つ入れておいてよいだろうと判断できます。この内容に関しては改めて精査が必要だと思います。認知度が足りていないのはなぜかという、その資源をいかしきれていないという状況があると思います。例えば、筑波山の歴史も古いものがあるけれど、その情報がどこかにまとまっているのか、その情報を持っている人は誰なのかといったことが、誰しもがわかる状態になっているのかどうかというと、私は残念ですが存じ上げません。そういった強みをいかしたプログラムづくりや、強みをまとめるといった意味で、この基本方針の2に書いてある観光資源の強みをいかした誘客促進も方向性としては間違っていないと思います。例えば、2に関しては、観光資源の強みをいかしたプログラムづくりや、強みづくり等、そこまでに留めておいたほうがよいのではないかと思います。誘客促進まで考えてしまうと、すぐにお客さんを入れなければと思って、本当の強みを育てていく余裕がなくなってしまうこともあると思います。そこはプログラムづくりというのを5年間でやっていくという方向性を定めて、それ以降でつくった強み、プログラムというものをどのようなところで発信していくのかといったことを次の5年間で考えていくといった、そういうベースに分けて考えていった方がよいと思います。何でもかんでもあれをやらなければ、これをやらなければとなって結局何もできませんでしたとなったり、結局すべてが少しずつ進んだだけだったという感じだと、意味のない5年間になってしまうと思います。まずは今、改善すべき大きな課題を共通認識として持って、その課題をここまでこの5年間で解決して行こうというところが決められるとよいのではないかと感じました。

委員長：ありがとうございます。せっかく観光で課題を解決して行こうという、目先に見えているものについては取り組みやすいわけですね。ただ、おっしゃったように、皆さんの共通認識として強みが足りない、強みが認知されていないという、何となく言葉ではわかるのだけれど目に見えてこない課題があります。それを目に見えるようにするというのも1つの方向だろうと思います。これに対して課題解決というよりは、イコールプログラムづくりで終わってしまうかなという気がしますね。その次のところまで用意しておくのか、そこも定めておいて、まず設定をこの計画の中に書き込んでおくのか、こういったところの議論は後半になって議論していかなければならない話だと思います。おっしゃるとおり、プログラムづくりということを前面に出していくのか、冒頭申し上げましたように、今、骨子案に書いてあるローマ数字のⅠ、Ⅱ、Ⅲ、Ⅳの下に書かれているような言葉は全てがアクションプランだと認識しています。この下の色々な具体例やこのようなことに取り組みますというのはまさにプログラム、アクションだと思っています。確かに基本方針のタイトルにプログラムづくりを載せるかどうかは議論すべきだと思います。骨子案に訪日外国人の誘客促進とありますが、MICEもその中に

含まれるのかといった議論もあろうかと思います。細かく見ていくと、訪日外国人誘客の1つのターゲットは実は筑波大学の留学生で、その両親、兄弟に年に1回くらい来てもらえれば相当な人数の外国人がやって来ることになります。そういったことを次のセクションではやって行きたいと思います。その骨子案として今のところこのような状況で整理をさせていただいているのが事務局案だろうと思います。このレベルで何か抜けているものはないのかということをお見いただくとよいと思います。皆さんから色々なレベルでのご意見がありましたので、それを総括するような形で事務局としてこの骨子案を作られたと思います。これは私自身の意見ですが、筑波山については確かにつくば市の観光資源として一番大事にしなければならない資源だと思いますが、それを資源と言って大事にするあまりに、あるいはそこでお金儲けをしようとするあまり、このままどんどん渋滞の状況が続けていて本当によいのかという議論は必要だと思います。ですから、筑波山に関しては持続可能なところに入れた方がよいと思います。場合によっては今来ている人の半分ぐらいに抑えていたほうが持続可能なのではないかと思います。それはこの業界に携わっている方々がどうお考えになっているかだと思いますが、日光等でもあまりにも人が入りすぎて、はげ山になってしまうこともありますよね。そんなことになってはいけません。

委員：筑波山の問題に関しては、私も少し考えることがあります。今、ほとんどつくば市に観光にきている方の入口は筑波山、もしくはサイエンスツアーといったところだと思います。今後、観光客を増やして行くと考えたときに、筑波山に来る人をもっと増やしていくのか、それとも筑波山に一回来て、また来たいと思っている人の数を増やしていくのか、その戦略は色々と考えられると思います。それについては今、皆さんがどのようにお考えなのかということは確認しておきたいところです。私はそこだけに集中するのではなく分散させた方が、やはりそれだけ筑波山を愛してくれる方というのも増えて行くのかなと思います。私の過去の経験として、そんなに知られていないときに観光に行ったところが後々すごく人気になってしまい、入れないエリアができて柵がたくさん立てられてしまったり、ちょっと観光するのに規制が入ってしまったりということで寂しい思いをしたことがあります。そういったことがあると足が遠のいてしまいます。そのような経験もあるので、楽しめる程度の混雑具合といったところで留めて、何か他の魅力を発信していけるとよいのではないかと個人的には考えています。

委員長：〇〇委員や〇〇委員は観光で来ていらっしゃる方と直接お会いになりながらお仕事をされていると思います。今、委員がおっしゃったように、きっかけは登山なのだけれど、その後つくばに他の楽しみを求めて来ているといった人は多いですか。その辺りどうでしょうか。

委員：観光ボランティアガイドをしております。つくば市は半分以上が筑波山

です。今、年間 200 万人くらい来ているのですが、一時は 300 万人いました。圧倒的にリピーターが多いです。確かに、今つくば市でフォレストアドベンチャーを体験したり、食文化を周知したりといった色々な施策は実際に行っています。筑波山に来てくれた人に来てよかったなというプラスアルファの施策は今でも行っています。渋滞が一番の問題になっているのですが、渋滞はどこにもあるわけです。ですから、渋滞を上手く使うという方法は必要かもしれません。やはりつくばのイメージをよくするのであれば、筑波山を中心としたプラスアルファをセットとした考え方を基本計画の中に入れればよいのではないかと思います。来訪者が多いのは、高尾山に続いて 2 番目です。我々観光ボランティアガイドを行ってお客さんに対応するのですが、やはり不満を言われる方もいます。私たちは必ず、またおいでくださいと言っています。そうすると、嫌な顔をする人は誰もいません。またおいでくださいと言うと、また来るよと言われますので、今はコロナでガイドができていないのですが、それまでは年間 140 日くらいまで行っていました。そのようにせっかく来てくださったお客さんへのおもてなしをもっと増やしていく必要があります。つくばの観光基本計画はもちろんサイエンスツアーもありますが、やはり筑波山を中心としたものがあって、そこにプラスアルファが付随した形で基本計画を作るのが一番よいのではないかと私は思います。また、もし歴史が分からなくなったら我々は勉強会をたくさんやっています。歴史については詳しいのでつくば市の歴史については私の方に聞いてください。

委員：筑波山の方で旅館をしています。私どものお客さんの層で言うと、やはり筑波山に登山した後にお泊まりになるお客さんもいらっしゃいます。泊まった後は北部の方に観光に行かれるお客さんもいらっしゃいます。5 月の連休前後ですとひたちなか海浜公園を目的にいらっしゃるお客さんや、後は大洗に行かれるお客さんもいらっしゃいます。筑波山や茨城県を拠点にした観光の方が多数いらっしゃいます。一番は渋滞対策が解消して行くとよいです。お客さんが山の下から上に来るまでに 3 時間かかったといったご意見も聞きます。せっかく来ていただいたのに車で疲れ切った様子なので、そこが整ったらと思います。

委員：プランニングや実施するにあたって、安全・安心が担保されているというのが大前提です。その観点が少し抜けているのではないかという気がします。レジャーを楽しみに来るのですが、思わぬところでトラブル、事故がないとも限りません。たまたま登山に来たら崖崩れがあった、落石があった、本当はそういったことがあってはいけないのですが、全体としてはそういうことがないようにすること、その次は事故が起きたときにどう対応するか観点が出てくるのではないかと思います。登山される方は若い方が多いのですが、年配者も増えてきて、急に心肺停止になってしまった、どこかで滑落してしまったといったときの対応はどう

しますか。心肺停止したときに側にAEDがあれば対応できるかもしれませんが。でも残念ながらボランティアの我々の詰め所にはAEDは置いてありません。そのようなハードもソフトも含めた安全・安心に対する対応が抜けていると思います。つくばに来て、何事もなく家に帰ってよかった、つくばは安全・安心のまちだったのだということが最大なるおもてなしに繋がるのではないかと思います。

委員：私も東京の方と知り合いまして、その方はつくばに興味を持たれていて、一般公開に来たことがきっかけで本当に毎年のように来てくださるようになりました。今度はその方の息子さん夫婦がお孫さんを連れて来て、どんどんそこから広がって、更に興味を持ってくださっているということがあります。もちろん筑波山も素晴らしいですが、やはり季節や気候等によって左右される部分が観光にはあると思います。年間を通じて、色々な時に来て、更につくばの魅力で来ていただける方が増えると全体として増えるのではないかと思います。色々な研究機関がつくばは多いというのが1つの魅力だと思います。そこには本当に素晴らしいものがあるって、一般公開ではお客様をご案内する形で私も関わらせていただいております。コロナ禍の中で今は出来ていませんが、YouTube 等色々なものを使ってPR、情報発信することで、コロナ禍が落ち着いたら来てくださるお客様を増やせるような準備が出来ればよいですし、研究機関と相談しながら出来るのではないかと思います。

委員：〇〇委員、〇〇委員と共通するかもしれませんが。茨城県の筑波山は非常にインパクトが強いと思っています。ただ、筑波山というものを主に考えるのではなく、市内の周遊ルートを考えるのか、それとも市外、他県を考えた広域の周遊ルートを考えるのかといったときに、私はトライアングル観光というものを提案したいです。皆さん新聞でお読みになった方もいらっしゃると思いますが、つくば市周辺の観光拠点を創設していますと、石岡市の市長さんはこんなことをいっています。筑波山麓の観光の拠点として期待という談話がありました。そういったことを考えると、筑波山をもちろんメインとして、それから他の3拠点をプランニングするというような観光を広域で考えていくことが必要ではないかというのが1点です。もう1点は、筑波山の保全等を考えた場合に、クラウドファンディングをやるのが1つと、具体的な事業でふるさと納税を募って観光客受け入れの基盤整備を図ることです。これで成功している例があります。私も実際に行きましたが、岩手県の東日本大震災復興に向けた鉄道の活性化というものが参考となります。このようなコロナ禍の時代ですが、打って出なければ観光は伸びないのではないかと思います。筑波山と広域連携された周遊ルートを作らなければ生き残っていけないと思います。筑波山に高齢者の方が登るのは大変です。若い人にはどのようなメリットがあるのか、バーベキューをするのか、家族連れで筑波山に来るのか、県内の人は泊まらないで来るわけです。筑波山にあ

る温泉を使った足湯等、そのようなピンポイントでできるものを選択しながら考える必要があるのではないかと思います。

委員長：前半にご指摘いただいた広域周遊の話では、例えば筑西も道の駅をつくってそこから山へ、あるいは新しい事業を一生懸命頑張っていると思いながらお話を伺っていました。そういう地域間の連携は、当然取り組まなければならないですし、そのリーダーシップをつくば市が取ればなおよいと思います。それから後半のご指摘です。クラウドファンディングというのは、この計画のアイデアを書き込んでいくと、それは一体誰がやるのかということは絶対に出てきます。そうすると、自治体がやるのか、いやいや業者がやるんです、でも業者さんでは大変ですよ、でも支える方法としてこんなことはありますよといったところまで実は計画の中に書き込んであれば、皆さん非常に好意的に読んでいただけ、あるいは参考にさせていただけるのだと思います。ぜひいただいたアイデアは議事録にも残るかと思いますが、実施しやっていたいただければと思います。また、委員の意見もごもっともです。この計画のどこかに書いておかなければいけない話だと思いました。国が観光基本計画というものを作ったときの第一弾は今から 10 数年前です。そのときに、やはり安全・安心というキーワードで章立てができております。私も他の自治体の観光基本計画づくりに携わったときに、安全・安心ということで、地震は多いけれどそんなに災害はないのだとおっしゃった方がいましたが、次の年に 3.11 が起こりました。ぜひ、安全・安心については書き込むべきだと思います。登山客はやはり危険と隣合わせであろうかと思えます。また、竜巻を経験しているまちですから、そういった自然災害への備えというのも、観光の観点からインバウンドをやるからには、そういった体制を考えなければいけません。そういった指摘さえしてあれば動いていただけたと思います。

まだまだ議論がつきないですが、次の議論に移ります。

② アンケート調査の実施について

委員長：議論の中で委員からご指摘のあった、どんな人達がつくばを求めているのかということに繋がるのが次の議題のアンケートです。アンケートの中でどんなターゲットが絞り込めるか、その原案が出てきておりますので、これを事務局より説明していただければと思います。

事務局：（資料 3 に基づき説明）

委員長：まず、アンケートで何が示されたということを説明してください。いくつか優先順位があるかもしれません。いくつかこのようなことを考えている、これが大事だと思っているということと、アンケートの設計は関東圏のつくば市に住んでいる人たち以外、例えば 3,000 人くらいに答えてくださいと依頼することで返ってくるのだと思います。実際にもう来てしまっている人、これをどう捕まえるかということのも多分お考えがある

うかと思います。この2点について質問ということで説明してもらえますか。

事務局：まず、アンケートの趣旨としましては、前回、第2次計画で策定したときにも設定をしていたのですが、そもそもどのような人、どんな特性の人が、どれだけ興味があって来ているのか、感心があるのかというところをベースとして図りたいということが1つございます。次に、旅行に関する基礎ということで、その人が旅行に関してどのような関心を持っているのかを図るような形になっています。要するにターゲットというか、つくば市にどのような方が関心を持っているのかということ、そもそも潜在的につくば市に価値があるのかということ、こういったアンケートであぶり出して、つくば市の資源をどうやっていかせば観光に繋がるかというところを主題にアンケートを考えております。一方で、強みばかりではなく、つくば市はどのようなところが弱いのかといったところも合わせて聞くことで弱みの克服といった点もこのアンケートで調査していき、計画に盛り込めたらと考えております。

委員長：コロナ禍で登山客が減っているとはいえ、それでもやはりいらっしゃっているので、登山客にも同様のアンケートをしてもよいかと思います。どこか行きたいところが別にあるのか、これから行く予定なのかといった項目を作ってもよいのではないかと思います。その際に何が浮かび上がってくるのか、そういったこともご検討ください。

委員：1点、メールをお送りしたときに質問したことがあります。No. 23です。2枚目の一番下の、つくば市の観光についてで、「つくば市へは、また行ってみたいと思いますか」という設問の選択肢が、前回のアンケートでは「近いうちに行ってみたいと思う」というような選択肢であったような気がします。今回、選択肢が変わっているのでしょうか。その意図について確認したいと思います。

事務局：整理する都合の中で、表現についてどちらが適切かということで、事務局でこのような形にさせていただきました。議論の中で、このような聞き方の方がよいということであれば対応させていただきます。

委員長：今のご指摘だと、「そう思う」の前に「近いうちに」という選択肢が1つ増えていても随分違うと思います。

委員：前回のアンケートでは「近いうちに行ってみたいと思う」「将来機会があれば行ってみたいと思う」「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」という選択肢でした。私的には前回の項目のほうが、アンケート対象者の気持ちが読み取りやすいと思いました。「自ら行ってみたいとは思わないけれど、人から誘われれば行ってもよい」が一番多くて40%という結果になっていました。前回のままの方が諮りやすいのではないかと思います。いかがでしょうか。

委員：私は観光のお手伝いをさせていただいていて、実は地元の人に聞くと「こ

んなところ何もないよ」といわれる人も結構多いです。私たちが筑波山だけではなく神社等色々やっていますが、つくば市内から来られる人よりTXでこられた人、いわゆる新々住民の人が圧倒的に多いです。昔からの人は正月の初詣でつくば神社に来られますが、それ以外は全くいません。ですから、自分のところのよいところがはっきりいうと分かっていないです。私も旧筑波町出身ですが、外から見るとつくば市はよいところがたくさんあります。ところが中にいる人たちが認識していないので、自分の知人やお客様に対してPRできていません。当たり前になってしまっています。従って、市民がつくば市の魅力をどのように思っているのか、市民意識調査から分かるような形で示してもらえるとよいのではないかと思います。

委員長：同じカテゴリで取るとどのように変わったかというのは分かります。そういった意味では前回に合わせた方がよいと思います。

委員：アンケートの中で、これはあったらよいのではないかと思うのは、来られた方に対するアンケートということで、来られた方が今後リピーターになるのか、ならないのかというところを調べる手段は必要だと思います。リピーターになるために、何がきっかけになっているのかということ、No.15の後の「つくば市に行ってみたいと思いますか」を、さらに掘り下げた部分の項目があった方がよいです。これがあることで、なぜ来ないのか、逆になぜ来たいと思うのかが明確になります。ここは必要項目だと思います。

委員長：ありがとうございます。今聞いても、本当にその人が10年後に来るのかというのは分からないのが本当に悩ましいところです。未来のリピーターというのは現時点での意志の強さ、あるいは今時点でもうリピーターになっている人がどのようなことを望まれているかということまでしか聞けません。これは皆さんのほうが詳しいのかもしれませんが、私たちの頃はリピーターというと、沖縄県のリピーターは、最初は沖縄の島に行きますが、リピーターになればなるほど那覇に集中して他のものはどこかに集約されてしまいます。佐渡島にくる人たちは、最初は金山やトキを目的にくるのですが、結果的にリピーターとして残っていらっしゃる方々は海がきれいなところでマリンスポーツをやっている方が多いです。筑波山は確かに、今お話があったようにリピーターを呼び込む1つの資源だろうと思いますが、市内にある資源も実はその可能性はあるのだろうと思います。

委員：No.44の設問で、「ノバホールには行ったことがありますか」とあります。利用したことがある、ないというところで、例えば子どものピアノの発表会から一流の音楽家の高い料金を出してのコンサートまで色々あります。それはどういったことで来たのか、また、今後どのような催しであればまた来たいのかというところが追って聞けたらどうかと思いました。また、最初の設問であなたの性別は男性か女性かとありますが、回

答の中に「その他」が入っているのはよいと思いました。

委 員：資料3のアンケートで、右側に※マークがついているものがあります。

※のあるものは「要検討」となっています。その説明をお願いします。

事務局：失礼いたしました。冒頭で説明させていただいたのですが、現在委員の皆様からいただいた質問が48問ということになっております。30問で設問しなければいけないという設定上、事務局案として全体の観光に関する設問という観点から検討して調整をして行った方がよいのではないかというものを※で案として挙げさせていただいております。

委 員：この※を除くとちょうど30問になるのですか。

事務局：そうです。※印が18個あります。それを除くとちょうど30問になります。

委員長：※マークでこれは残すべきだというものがあればお願いします。

委 員：※印だけを検討するやり方もあると思うのですが、※印がついていないものに関しても、項目ごとに検討していくとよいと思います。例えばですが、まず基本属性の確認について、職業、同居の家族と子どもの年齢について※印がついています。その3つを除いても何か聞くべき項目があるのか、ちょっとこれは追加したほうがよいといったものがあるのか、そういったところが話し合えるとよいと思います。No.5と6の設問に関しては、これは多分私が案で出させていただいたものだと思います。家族構成や子どもがいる、いないで結構旅行の決め方や旅行先での行動の仕方は変わると思います。子どもがいるかを確認したいという感じです。例えば、設問数が多すぎるのであればNo.5と6の設問を1つにまとめて、子どもがいるのであればその子どもの年齢にチェックしてくださいという複数回答にすればよいと思います。ただ、子どもがいる、いないというのは別にこのアンケートで取らなくてもよいのであれば無くすということでもよいと思います。

委員長：事務局がここに※印をつけた理由については、あまり家族連れについては関係ないという判断ですか。

事務局：設問を48問から削らなければいけないということで、なかなか難しいところもあります。No.9の設問で、「旅行に行くときは誰と行くことが多いですか」ということで類似した設問がありましたので、こちらを残してNo.5と6に※をつけさせていただきました。

委 員：わかりました。No.9の設問で代替しているのであればよいと思います。

委 員：設問のNo.9と19は同じような内容なので統一したらよいと思います。

委員長：ありがとうございます。統一できるところはそうをお願いしたいと思います。他のところにも同様の部分があるかもしれませんので、事務局で確認をしてください。それでは、次の報告事項になろうかと思いますが、スケジュールによるとアンケート実施が6月の下旬ですね。まだ少し時間があるので、今日いただいたご意見をもう一度委員の皆さんにフィードバックする時間はありますね。では、もう一度いただいたご意

見を反映した形で各委員にご連絡いただいて、改めて各委員からご意見をいただければと思います。残念ながら委員会まではできませんが、それをいただいた上で最終的には私のほうで中身を確認してからゴーサインを出していきます。それでよろしいでしょうか。

各委員：（承認）

委員長：ありがとうございます。議題の骨子案自体についてはここで結論は出せません。今日いただいたご意見でもう一度作り直さなければならない項目も出てきました。皆様のご意見を反映させていただきたいと思います。事務局はそれでよろしいですか。

（２）報告事項

① 今後の予定について

委員長：それでは、（２）報告事項、今後の予定ということで、事務局から説明をお願いします。

事務局：（今後の予定について説明）

委員長：確認しておきたいのですか、次回、第３回策定委員会は骨子案検討ということになります。その下に素案検討で第４回で策定委員会をやるということです。次回の第３回には骨子案プラス素案も出てくるという認識でよろしいですか。

事務局：はい。事務局のほうで、今回、参考資料で骨子案の素案をつけさせていただきました。そちらの主題を基に、第１章から第３章について現在の国の動向や市の状況の辺りは事務局のほうで作成させていただいて、より冊子に近いかたちの素案ということで提出させていただこうと考えております。

委員長：この第１章から第３章については、もう少し書き加えるのだらうと思います。総合戦略の中にも観光に関する記述があろうかと思います。総合計画というのはやめたのでしたね。

事務局：はい。未来構想とそれに基づく戦略プランで構成しています。

委員長：それを参考にしながら、ここの議論を進めていかなければいけなかったのかもしれない。この計画よりも、さらにつくば市が打ち出している上位の計画があります。そのような記述もここに中に入れていかなければならないので、次回以降、素案として出すときにはそこは完成版で出していいただければと思います。

委員：アンケートのところで、今回はインターネットで全件取るということでしたが、今まで郵送で取っていた方というのはつくば市の観光について資料請求された方にお出ししているのですよね。その方たちがなぜつくば市に興味を持ったのか、なぜ資料請求しようと思ったのかというところを聞くのは有用な方法なのではないかと思います。郵送でアンケートを取るという形までは行かないにしても、どんな資料を請求してきたのかといったことがデータとしてあればよいです。何歳くらいの方

がどのように資料を請求して、こんな資料を送りましたといったことがデータとして見られると、こういったところに興味を持ってつくば市の資料請求をしたということが分かるので、見えるものがあるのではないかと思います。

事務局：ありがとうございます。事務局のほうで資料請求された方がどういったパンフレットの提供を希望されたかという記録はあります。次回の会議で参考資料としてご提示できればと思います。

4 その他

委員長：その他、全体を通してご意見があればお願いします。

それでは、ご用意いただいた議題については終了いたしました。皆様、貴重なご意見をいただきありがとうございました。進行を事務局にお返しします。

5 閉会

事務局：委員長、議事進行ありがとうございました。また、委員の皆様には長時間にわたりお疲れ様でした。前回のオンラインでの会議では、やはり議論をスムーズに進めることができませんでした。今回、非常に進行もスムーズで、かつ議論が深まったということも感じております。冒頭にもお話をさせていただきましたが、次回以降の会議につきましては、このように対面で実施できるか、オンラインになるかは感染状況次第で市の方針に従って会議を開催しなければなりませんので、その辺はご理解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策定委員会第2回会議を閉会いたします。本日はありがとうございました。

閉会（12:00 終了）

第3次つくば市観光基本計画策定委員会 第2回会議次第

日 時 令和3年5月31日（月）10:00 から
場 所 市役所コミュニティ棟3階 会議室 A, B

1 開 会

2 委員長挨拶

3 議 事

(1)議事事項

- ① 第3次つくば市観光基本計画骨子(案)について
- ② アンケート調査の実施について

(2)報告事項

- ① 今後の予定について

4 そ の 他

5 閉 会

【配布資料】

- ・（資料1）第3次つくば市観光基本計画骨子案
- ・（資料2）各委員からの意見集約
- ・（資料3）アンケート案
- ・ 参考資料

第3次観光基本計画骨子案

第2次観光基本計画(参考)	
基本理念	つくばの資源をいかし、世界を魅了するまち —つくばの魅力発信に向けて—
基本方針	主な取組
1 「おもてなし」を大切に した観光環境づくり	I 人材の育成 II 観光拠点等の整備 III 食と特産品の開発・推進 IV 社会インフラとの連携
2 自然・科学・歴史を いかした観光プログラム づくり	I 自然環境をいかした観光プログラムの推進 II 科学をいかした観光プログラムの推進 III スポーツツーリズムの推進 IV 誘客・観光PRの促進
3 インバウンドに 対応した観光体制 づくり	I 訪日外国人旅行者への「おもてなし」体制づくり II グローバルMICE誘致の推進とアフターコンベンションの促進 III 訪日外国人旅行者の誘客促進
4 筑波山地域ジオ パークの活用と 広域観光の推進	I 筑波山地域ジオパークの活用 II 近隣地域との広域連携の推進

第3次観光基本計画(案)		
基本理念	【キーワード】 「つくばの資源をいかす」「つくばの魅力発信」「持続可能な観光都市」	
基本方針	主な取組	第2次観光基本計画からの承継
1 マーケティングを 意識した情報 発信	I トレンドを意識した情報発信 II メディアを意識した情報発信 III ターゲットを意識した情報発信	2－IV 2－IV
2 観光資源の強みを いかした誘 客促進	I “まち”の強みをいかした誘客促進 II 誘客イベントの開催 III 特産品の振興 IV 滞在型観光の促進 V 訪日外国人旅行者の誘客促進 VI MICE誘致推進とアフターコンベンションの充実	2－I、II、III、 3－III 2－IV 1－III 3－III 3－II
3 周遊観光の推進	I 市内周遊観光の推進 II 広域周遊観光の推進 III 交通インフラとの連携強化 IV 筑波山地域ジオパークとの連携	1－IV、4－II 4－I
4 持続可能な観光 都市の構築	I 人材育成 II 観光客の満足度向上 III 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和 IV 稼げる観光産業の振興	1－I 1－II、3－I

各委員からの意見集約

資料2

1 マーケティングを意識した情報発信

I トрендを意識した情報発信

- ・ 梅雨時期のあじさい、冬の筑波山からの夜景のPR強化
- ・ 季節毎（つつじ、カタクリ、山桜、紅葉）の筑波山の魅力を発信
- ・ サイエンスのPRを全国展開で実施する
- ・ マイクロツーリズム推進としての筑波山の魅力発信
- ・ 筑波コレクション含め、名産品やグルメ情報の発信
- ・ 市内レストランと協力をして、市内名産品を前面に出した食のPR(例：福来みかんグルメを目的につくばを目指す観光客の増加を目指す等)

II メディアを意識した情報発信

- ・ テレビ・映画などロケ地のPR強化
- ・ 短い動画で様々な旬の魅力をアップしたものをウェブサイト（Googleなど）で紹介
- ・ テレビで地質や歴史の視点からの筑波山周辺の魅力を取りあげてもらう
- ・ リアルなSNS及びIoTによる各種情報の発信
- ・ 「映え写真」撮影ツアーの実施
- ・ 地元出身(茨城県出身)の芸能人(あるいは著名人・お笑い芸人等)を「つくば市の観光大使」に任命し、各メディアを利用して情報を発信
- ・ 若者向けへのつくば市オリジナルの「アプリ」を作成し、つくば観光の魅力を発信
- ・ 情報発信の推進（MATCHA、GUIDOOR等外国人向け媒体での情報の発信）

III ターゲットを意識した情報発信

- ・ ターゲット別（赤ちゃん連れ、車椅子ユーザーなど）の観光お役立ち情報の発信
- ・ パンフレット、ウェブサイト、SNS等の広告媒体によるPRを強化し、ターゲットを意識した効果的な広報の実施
- ・ 筑波山において、ターゲット層毎に複数パターンのコースマップを作成（エルダー層、子連れ層、サイクリスト層、登山初心者層等）
- ・ 「銀座・有楽町」所在の茨城県「アンテナショップ」の活用（街頭でのパンフレット配布及びつくば市観光のビデオ等の放映）

IV その他

- ・ つくば検定などで全国に魅力を発信
- ・ 写真・俳句などのコンテストの開催

各委員からの意見集約

- ・ オンラインツアーの推進

2 観光資源の強みをいかした誘客促進

I “まち”の強みをいかした誘客促進

● 自然を活かした観光の推進

- ・ 繁忙期以外の筑波山誘客プログラム造成・推進
- ・ 宝篋山の利便性向上を図り、来訪者の周遊を促進
- ・ 小貝川・牛久沼をいかした観光プログラムの造成
- ・ 環境保全体験プログラムの実施（森林・里山の整備などを体験）【既存】
- ・ 都会にはない星空の体験とプラネタリウム見学
- ・ フォレストアドベンチャー・つくばの活用等による体験型観光の推進
- ・ 体験型農業の推進【既存】
- ・ 筑波山ヤマスタスタンプラリーの継続【既存】

● 科学を活かした観光の推進

- ・ サイエンスツアーの更なる魅力向上【既存】
- ・ 研究機関の方が講師となった、音楽とのコラボレーション講座

● 文化・歴史を活かした観光の推進

- ・ 小田城跡歴史ひろば及び平沢官衙遺跡を活用した観光ルートの開発
- ・ 徳川家との関係を活用した定期的な展示企画（例、水戸徳川ミュージアム・松戸戸定邸・日光東照宮など）
- ・ 筑波山神社所有の文化財（36歌仙板絵・太刀など）の公開拠点を市営駐車場に整備
- ・ 万葉集に筑波山が多く謡われていることを取り上げた学びと探索のための講座

● スポーツツーリズムの推進

- ・ スポーツツーリズムの対象を市内全域に拡大する（桜、荃崎等）【既存】
- ・ テニスコートが豊富な点を活用し、これと温泉と組み合わせた交流会の開催

● 教育旅行の推進

- ・ 親子(小学生)、中高生向けの体験学習の場の提供
- ・ 県内外からの教育旅行需要の取り込み強化（歴史、科学、文学、国際関係と幅広い分野で親和性あり）

各委員からの意見集約

Ⅱ 誘客イベントの開催

- ・ 「まつりつくば」をはじめとした各種フェスティバルやイベントを開催し、誘客を推進

Ⅲ 特産品の振興

- ・ 筑波山名物、名産品の創出と推進（福来みかん）
- ・ 茨城産特産物を使い、ワンハンドで食べられる物（肉巻きおにぎり等）の開発・売り出し【既存】
- ・ つくば駅前に「つくば市の土産専門店」を開設【既存】
- ・ 地酒や地元ワインなどを筑波山等で気楽に飲める場所の確保
- ・ 酒蔵やワイナリー等の活用
- ・ 地域の名物・名産品の創成
- ・ 産直販売【既存】
- ・ 豊里ゆかりの森でのバーベキューパーティー・地元の食材を使ったアウトドア料理の紹介

Ⅳ 滞在型観光の促進

- ・ 宿泊をしたくなるコンテンツの開発（日本夜景遺産を活用した夜間イベント、複数日滞在が必要になるような素材開発）
- ・ 日本夜景遺産を活用した夜間観光等による滞在型観光の促進

Ⅴ 訪日外国人旅行者の誘客推進

- ・ 研究者・留学生を起点とした観光誘客の推進
- ・ インバウンドの学生団体の誘致推進
- ・ 多言語化の推進
- ・ インバウンド商談会等の推進
- ・ ファムツアーの誘致推進
- ・ アフターコロナを見据えた、3密回避の受入体制や安全性アピールための宣伝商材の準備
- ・ つくば駅前広場の「お土産売り場専門店」等での「免税店コーナー」の確保

Ⅵ MICE 誘致推進とアフターコンベンションの充実

- ・ 国際会議場、周辺施設を活かしたグローバル MICE の更なる誘致推進
- ・ エクスカーション対応等が可能な公開研究機関の増加推進
- ・ 学術会議参加者の消費傾向や行動特性を調査し、潜在的ニーズを顕在化する

各委員からの意見集約

ことで、MICE 競合他市との差別化を図る

- ・ アフターコンベンションの充実等による満足度の向上
- ・ アフターコンベンションとして魅力的な観光プログラムを提供することで、コンベンション参加者につくばを知っていただくと同時に、滞在中に市内でお金を使っていただく仕組みを作る

Ⅶ その他

- ・ 廃校、廃墟の観光スポットへのリニューアル化

3 周遊観光の推進

Ⅰ 市内周遊観光の推進

- ・ つくば周辺を巡るツアーバスの設定
- ・ グルメ・バスツアーの実施
- ・ 筑波山登山と宝篋山登山の関係性の検証
- ・ フットパスのPRと体験ツアー
- ・ フットパスマップのさらなるPR・活用

Ⅱ 広域周遊観光の推進

- ・ 大洗、笠間、真壁など県内観光地との連携強化
- ・ 近隣施設等との連携推進による広域周遊観光の推進
- ・ つくば道、フラワーパーク、真壁、ヒロサワシティとの連携（つくば駅～フラワーパーク～筑波山のバスルート検討、真壁のひな祭りと筑波山梅まつりのジョイント）
- ・ 筑波山地域ジオパーク推進協議会及び周辺地域との連携によるトレッキングとサイクリングに特化した拠点の整備
- ・ 石岡市(県フラワーパーク)との連携による周遊ルートの確立及びひたち海浜公園を含む「トライアングル観光」の促進（トライアングル観光ルートの確立）
- ・ 「広域観光周遊ルート検討委員会」を立ち上げ、県内観光地のネットワーク化を推進
- ・ 各観光地を結ぶための観光 MaaS 導入の検討
- ・ 周辺自治体との連携による広域的なインバウンドの推進
- ・ 「茨城空港」との連携(茨城空港までの往復移動交通手段の確立)によるアジア圏との早期の観光ルートの創設
- ・ 周遊観光データ等の収集・活用を推進し、PDCA サイクルによる、ターゲットを意識した持続的・継続的な改善を実施

各委員からの意見集約

Ⅲ 交通インフラとの連携強化

- ・ 首都圏新都市鉄道、関東鉄道、筑波観光鉄道、高速道路等との連携により、観光資源間や施設間の回遊性の向上を推進する
- ・ 公共交通の充実
- ・ レンタサイクルのワンウェイ利用（つくば駅で借りて筑波山口にて返却等）
【りんりんロード上の各拠点ではワンウェイ対応有】
- ・ 観光とレストランをセットにしたタクシープラン（素敵なレストランもあるが車でないといけないため）
- ・ 「つくば霞ヶ浦りんりんロード」の活用による広域観光の推進
- ・ ナショナルサイクルルートの一つに選ばれた「つくば霞ヶ浦りんりんロード」の活用と自転車のまちつくばの実現

Ⅳ 筑波山地域ジオパークの推進（筑波山保全等、ボランティアツアー、スタディツアー等）

- ・ 筑波山の保全
- ・ 筑波山地域ジオパークの活用
- ・ 筑波地域ジオカフェなどを開催【継続】
- ・ 筑波山保全及び筑波山地域 ジオパーク並びに名所・旧跡等への「クラウドファンディング」の創設

4 持続可能な観光都市の構築

I 人材育成

- ・ ユニバーサルデザインサポーターの育成と登録
- ・ いばらき観光マイスターのつくば版の育成（農業(野菜・果物・米)、お酒、文化、芸術の各分野でアピールできる人材を増やす、研究者、大学院生など各専門家の活用)
- ・ いばらき観光マイスター、観光大使によるさらなる PR や現地でのサポート強化
- ・ 観光ガイドの育成
- ・ 観光ボランティアガイドの拡大及び質の向上による「おもてなし」体制の強化
- ・ 観光産業の担い手の育成
- ・ 市民サポーター制度の導入（観光ボランティアの活用）
- ・ 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もって地域活性に取り組めるようにするための仕組み作り

各委員からの意見集約

- ・ 地元つくば市の様々な魅力を学校教育のカリキュラムに取り入れた観光教育の推進（地元ゆかりの経営者ら及び行政担当者が、高校(小中学校を含む)で特別(出前)授業等をする「ふるさと教員」制度の創設）

Ⅱ 観光客の満足度向上

- ・ リピーター獲得を目指した、何度でも来たくなる観光地のおもてなし体制の構築
- ・ リピーター確保のための仕組み作り（マイル登録、SNS 拡散へのリターン等）
- ・ つくば駅構内でのウェルカム感の醸成（サイエンスの街を強調するようなオブジェの設置、筑波山などの大型パネルまたはデジタル画面の掲示）
- ・ 「観光協力の家」の推進
- ・ 筑波山頂水道、登山道の整備推進
- ・ 宝篋山周辺駐車場の整備検討
- ・ フォレストアドベンチャー・つくばの整備推進
- ・ 筑波山地域ジオパーク推進協議会及び周辺地域との連携によるトレッキングとサイクリングに特化した拠点の整備
- ・ 筑波山頂レストランの整備（若い人たちが楽しめるようなカフェ、地元の卵や果物を使ったパフェ、ケーキなど）
- ・ 御幸ヶ原の地面・ベンチなどの整備（ロングベンチや塀を兼ねた腰掛けられるスペース（例：高尾山）など）
- ・ つくば道上でのベンチ・休憩所などの整備（石倉 RIZ の活用、昔のつくば道の写真や歴史看板の設置）
- ・ 神社参道の整備（歩行者保護のための歩道確保、参道に統一感を持たせる）
- ・ 説明看板の増設
- ・ 筑波ふれあいの里の整備（アウトドアフィールド化）
- ・ おもてなしの目線にたった施設整備の推進（トイレ、ベンチ等）
- ・ わかりやすい案内標識の整備推進
- ・ つくば市外への案内看板等の整備促進
- ・ ワークーション等社会情勢に対応した施設整備の推進
- ・ 観光案内所の整備推進
- ・ 訪日外国人旅行者を対象とした多言語表記の整備（フットパスや周辺部の神社等の観光施設となり得る場所）
- ・ 歩道や自転車用通路の整備
- ・ ユニバーサルデザイン、バリアフリー化の推進
- ・ 既存観光スポットまでの導入路の整備（道路、沿道の植樹等）
- ・ 無料 Wi-Fi（公共含む）の更なる整備拡大
- ・ 道の駅の整備
- ・ 具体的な事業を掲げて「ふるさと納税」を募り、観光客受け入れの基盤整備

各委員からの意見集約

を図る

- ・ 安全安心の確保
- ・ 異常時、事故時の迅速な対応

Ⅲ 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和

- ・ 筑波山周辺道路の渋滞緩和の推進（導線コントロール）
- ・ 登山道混雑緩和の推進（導線コントロール）
- ・ 宝篋山周辺駐車場の整備検討
- ・ 混雑分散化の推進
- ・ パーク＆バスライド（風返し峠付近）、パーク＆ライドの整備（わんわんランド付近）

Ⅳ 稼げる観光産業の振興

- ・ 地域住民と観光事業者等の連携による観光施策の検討

議事事項②アンケート調査の実施について

アンケート

資料 3

対象者:

- 関東圏(東京・神奈川・千葉・埼玉・群馬・栃木・茨城)在住者

※ただし、つくば市在住者は除く

- 過去2 + 年以内に国内旅行に1回以上行ったことのある者(日帰り旅行含む)

設問設定の目的

第2次つくば市観光基本計画で実施したアンケート内容となっています。第2次と第3次の間で変化があった点などを確認するために同様の質問でのアンケートを実施したいと思っています。

なお、アンケート追加項目については、回答様式②にてご回答ください。

設問種別	設問	回答	回答種別
基本属性の確認	1 あなたの性別は次のうちどれですか。	男性 女性 その他	単一回答
	2 あなたの年齢は次のうちどれですか。	10歳代 20歳代 29歳以下 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代 70歳以上 60歳以上	単一回答
	3 あなたの職業は次のうちどれですか。	会社員・団体職員・公務員 会社役員・団体役員 自営業・自由業 パートタイム・アルバイト 専業主婦 学生・無職・その他	単一回答
	4 あなたのお住まいは次のうちどれですか。	東京都 神奈川県 千葉県 埼玉県 群馬県 栃木県 茨城県 (市・町)	単一回答
	あなたと同居しているご家族の方を教えてください。	配偶者 子ども 孫 自分の親 配偶者の親 その他 同居していない	複数回答
	【問 で同居している子ども、孫がいると回答した人】同居している子ども、孫の年齢を教えてください	0～5才 6～12才 13～18才 19才以上	複数回答

設問種別	設問	回答	回答種別
旅行に関する基礎情報	5 あなたは、過去1年間で国内の旅行にどれくらい行きましたか。 ※日帰りの旅行の場合 宿泊を伴う旅行の場合	年に1回 年に2～3回 年に4～6回 年に7～9回 年に10回以上 わからない	クロス回答
	6 最近1年間の宿泊を伴う国内旅行の1人当たりの平均予算はどのくらいでしたか。 ※日帰りの旅行の場合 宿泊を伴う旅行の場合	1万円未満 1万円以上2万円未満 2万円以上4万円未満 4万円以上6万円未満 6万円以上10万円未満 10万円以上 わからない	クロス回答
	旅行に行くときは誰と行くことが多いですか。	一人で 配偶者 子ども 孫 自分の親 配偶者の親 友人 その他	複数回答
	7 旅行に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。 ※特にあてはまるもの3つまで回答	テレビ 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 旅行代理店の公式サイト 会員制旅行サイト 旅行情報サイト 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 個人ブログ、インターネット掲示板、SNS 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 特に参考にしたものはない。わからない	複数回答
	【問7で「特に参考にしたものはない。わからない」と回答しなかった人】 特によく参考にする媒体名(雑誌名やサイト名、SNS名など)を教えてください。	(雑誌名やサイト名、SNS名など)	記述回答
	旅行先としてよく行く地域はどこですか？多い地域を3つまで選んでください。	東京都 神奈川県 千葉県 埼玉県 栃木県 群馬県 茨城県 山梨県 長野県 静岡県 その他	複数回答

設問種別	設問	回答	回答種別
旅行に関する基礎情報	上記によく行く理由は何ですか	お気に入りの宿泊先があるから お気に入りの観光地・スポットがあるから 親族がいるから 友人・知人がいるから 近いから 渋滞がない等、移動がスムーズだから 公共交通機関で行けるから	複数回答
	旅行先を決めた要因は何ですか。 ※つくばに決めた場合 つくばに決めなかった場合	交通費 観光スポット 体験 食べ物 好奇心 買い物 景色 家からの移動時間 1度行ったから 対応	クロス回答
	コロナ禍またはアフターコロナにおける旅行先の選定において、最も重視する項目は何ですか。	3密が回避できること ウイルス対策がされていること 旅先の医療体制が充実していること 店舗が閉鎖されていないなど、旅程に影響が出ないこと 重視する内容にコロナ前と変化はない その他()	単一回答
つくば市への観光について	つくば市の観光スポットで思いつく場所がありますか。思いつくスポット名を1か所記入してください。	思いつく (スポット名;) 思いつかない	単一回答 (記述回答)
	8 あなたは、茨城県つくば市にどれくらい行ったことがありますか。	1ヶ月に2回以上 1ヶ月に1回程度 2～3ヶ月に1回程度 半年に1回程度 1年で1回程度 数年に1回程度 ほとんど行ったことがない 一度も行ったことがない	単一回答
	9 【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 最も最近につくば市へ行ったのはいつですか。	1ヶ月以内 2～3ヶ月以内 半年以内 1年以内 1年以上前 わからない	複数回答
	10 【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市へはどの目的で行くことが多いですか。 ※特にあてはまるもの3つまで選択	観光・遊び 買物 仕事・会議参加 研究・勉強 イベント参加 知人・親戚訪問 学校の遠足・校外学習 スポーツ合宿 その他	複数回答

設問種別	設問	回答	回答種別
つくば市への観光について	11【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市へは主にどなたと行きましたか。 あてはまるものを全て選んでください	配偶者(夫/妻) 子ども 恋人 友人 親・兄弟・親戚 ひとりで その他	複数回答
	12【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市内ではどのくらい滞在することが多いですか。	日帰り 1泊2日 2泊3日 3泊4日以上	単一回答
つくば市への観光について	13【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市へはどの交通手段で来ることが多いですか	電車(つくばエクスプレス) 電車(JR常磐線) バス(高速バス) バス(路線バス) 車(マイカー) 車(レンタカー)	単一回答
	14【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市内ではどのように移動する事が多いですか。	徒歩 自転車(レンタサイクル) 路線バス・コミュニティバス タクシー・乗り合いタクシー 車(マイカー) 車(レンタカー) その他	単一回答
	15【問8で数年に1回以上程度行くと回答した人】 つくば市へは、また行ってみたいと思いますか。	そう思う どちらかといえば、そう思う どちらかといえば、そう思わない そう思わない わからない。その他	単一回答
	【問15で「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」と回答した人】 また行ってみたいと思う要因は何ですか。また観光スポットはどこですか。	(何が良かったか) (行ってみたい施設名)	記述式
	【問15で「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」「どちらかといえば、そう思わない」「そう思わない」と回答した人】 ※「そう思う」「どちらかといえば、そう思う」と回答した人 「どちらかといえば、そう思わない」「そう思わない」と回答した人	交通費 観光スポット 体験 食べ物 好奇心 買い物 景色 家からの移動時間 対応	クロス回答
	筑波山で温泉に入れる宿泊施設としてのホテルなどがあることを知っていますか。	知っている 知らない	単一回答
	温泉で足湯などができる場所が必要だと思いますか。	必要である 必要がない	単一回答
	あなたはつくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものはありますか。	ある (食べ物名) (商品名) (店名) ない	単一回答 (記述回答)

設問種別	設問	回答	回答種別
観光施設・イベント等の 認知・利用	16 あなたは次の市内の施設に 行ったことがありますか ※行ったことがある 行ったことはないが、名前は知っ ている 行ったことはない。名前も聞いたこ とがない わからない	筑波山 筑波山神社 宝篋山(ほうきょうさん) フォレストベンチャーつくば つくばエキスポセンター 筑波宇宙センター(JAXA) 国立科学博物館 筑波実験植物園 地質標本館 地図と測量の科学館 サイエンス・スクエア つくば(産業総合研究所) 茨城県つくば美術館 つくば国際会議場 筑波大学 つくばわんわんランド 洞峰公園 平沢官衙遺跡 つくば牡丹園 つくば市内の観光案内所 その他()	クロス回答
観光施設・イベント等の 認知・利用	あなたは次の市内の施設に 行ってみたいと思いますか	筑波山 筑波山神社 宝篋山(ほうきょうさん) フォレストベンチャーつくば つくばエキスポセンター 筑波宇宙センター(JAXA) 国立科学博物館 筑波実験植物園 地質標本館 地図と測量の科学館 サイエンス・スクエア つくば(産業総合研究所) 茨城県つくば美術館 つくば国際会議場 筑波大学 つくばわんわんランド 洞峰公園 平沢官衙遺跡 つくば牡丹園 つくば市内の観光案内所 その他() 全くない	複数回答
	あなたの訪れたことのある観光地 で、知人友人にお勧めしたい度合を 数字にて表してください。 強く勧めたい:5 勧めたい:4 勧められない:2 全く勧められない:1	() 筑波山 () 筑波山神社 () 宝篋山(ほうきょうさん) () フォレストベンチャーつくば () つくばエキスポセンター () 筑波宇宙センター(JAXA) () 国立科学博物館 筑波実験植物園 () 地質標本館 () 地図と測量の科学館 () サイエンス・スクエア つくば(産業総合研 究所) () 茨城県つくば美術館 () つくば国際会議場 () 筑波大学 () つくばわんわんランド () 洞峰公園 () 平沢官衙遺跡 () つくば牡丹園 () つくば市内の観光案内所	選択回答

設問種別	設問	回答	回答種別
観光施設・イベント等の 認知・利用	つくば市にあれば良いと思う施設があれば利用しますか。	利用する ボールパークとしてのリゾート施設 遊園施設のある公園 空家利用によるソーラークー () 利用しない	単一回答 複数回答
	17 あなたは次の市内のイベントに行っていたことがありますか ※行ったことがある 行ったことはないが、名前は知っている 行ったことはない。名前も聞いたことがない わからない	つくばフェスティバル まつりつくば つくば物語 筑波山梅まつり 筑波山もみじ祭り つくばマラソン その他()	クロス回答
	18 つくば市には、市内の厳選グルメを認証した「つくばコレクション」があります。あなたは「つくばコレクション」の物産品を買った(もらった)ことがありますか	買った(もらった)ことがある 買った(もらった)ことはないが、名前は知っている 買った(もらった)ことはない。名前も聞いたことがない わからない	単一回答
	つくばの食べ物で印象に残ったものは、また購入したいものはありますか ※印象に残ったもの 購入したいもの	農産物 ふくれみかん ブルーベリー 野菜 卵 その他() 特になし	クロス回答
	つくばの酒で興味あるもの、知っている銘柄ありますか	日本酒 (好きな銘柄) ワイン	複数回答
観光施設・イベント等の 認知・利用	つくば市の名産品などの土産品を購入する物は何が多いですか。	民芸品 お菓子類 地元名産品 置物(ガマなど) 登山用ストック 刺繍品 小物類	複数回答
	筑波山地域ジオパークに関する設問	場所も内容も知っている 場所を知っているが内容は知らない 場所も内容も知らない	単一回答
	つくば市には「ノバホール」というコンサートホールがありますが、利用されますか。	利用する 利用しない	単一回答
市のイメージについて	19 つくば市のイメージとして、あてはまるものを選んでください ※そう思う どちらかといえば、そう思う どちらかといえば、そう思わない そう思わない わからない	科学・サイエンスのまち ハイキングや登山のまち 自然豊かなジオパークのまち パン・ラーメンなど グルメのまち 国際会議など 国際的なまち 合宿場など スポーツのまち 歴史・文化のまち 芸術・アート of the まち	クロス回答

設問種別	設問	回答	回答種別
観光への要望	20 つくば市にどのような魅力があれば 行きたいと 思いますか。 ※特にそう思うもの3つまで選択	1箇所で一日楽しめる観光スポットがある 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 知的好奇心を刺激する体験ができる 自分で作品をつくる体験ができる 登山、アウトドアなど自然の中での体験ができる からだによい体験、癒やしの体験ができる 地元グルメを堪能できる 地元の特産品・みやげ品が買物できる 地元の人たちとふれあうことができる 参加したい祭りやイベントがある 歴史や文化を知ることができる 芸術やアートに触れることができる 是非泊ってみたい旅館・ホテルがある お得な旅行ツアーがある 小さな子ども連れの旅行ができる ペット連れの旅行ができる その他	複数回答
	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。	交通の便 食事個所の選定 宿泊場所の選定 主要観光地以外の訪問先 その他() 不便さは感じていない	複数回答
	つくば市における既存施設の中で、最も期待しているものはどれですか。また作って欲しい施設はありますか。 ※期待しているもの 作って欲しい施設	筑波山麓下の花火大会 公園を中心とした盆踊り大会 パブリックビューイングの設置 科学都市独自の先端技術の施設	クロス回答

第3次つくば市観光基本計画

(案)

令和4（2022）年〇月
つくば市

目 次

第1章 計画の策定にあたって・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

- 1 策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 2 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 3 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第2章 本市の観光を取りまく現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・3

- 1 国内の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
- 2 アンケート結果の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
- 3 本市の観光における主な課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・4

第3章 計画の基本的考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・5

- 1 基本理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 2 基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 3 目標指標・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
- 4 施策の体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・6

第4章 基本方針に基づく主な施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・7

- 1 マーケティングを意識した情報発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
- 2 観光資源の強みをいかした誘客促進・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
- 3 周遊観光の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
- 4 持続可能な観光都市の構築・・・・・・・・・・・・・・・・・・8

第5章 具体的施策の実施・・・・・・・・・・・・・・・・・・9

資料編・・・・・・・・・・・・・・・・・・10

- 1 つくば市観光基本計画策定委員会要綱・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- 2 つくば市観光基本計画策定委員名簿・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- 3 アンケート結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
- 4 用語解説・・・・・・・・・・・・・・・・・・10



計画の策定にあたって

1 策定の趣旨

現在、各市町村においては、少子高齢化に伴う人口減少、地域経済の低迷など深刻な問題が存在しています。こうした問題を解決する手段として観光による交流人口の拡大が注目されています。観光の振興は観光産業への経済効果にとどまらず、食材を生産する第1次産業、地域物産品の製造業などの第2次産業、地域の飲食店などの第3次産業と幅広い産業への雇用創出効果も期待できます。そのため、国も今後の地方創生において観光分野の重要性を示しています。

これまでつくば市（以下、「本市」という。）においては、平成24年6月に「つくば市観光基本計画」を、平成29年3月に「第2次つくば市観光基本計画」を策定し、本市における観光分野の大きな方向性を示し、施策を展開してきました。

そして、法令や社会環境等が変化したこと、また、上記計画の期間が令和3年度までとなっていることから、これまでの本市の取組の進展などを踏まえた見直しを実施し、「第3次つくば市観光基本計画」（以下、「本計画」という。）を策定することとなりました。

2 計画の位置付け

本計画は、市が取り組むべき今後の観光施策の基本方向を定めた総合的な計画であり、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、国および県それぞれが策定した関連の計画との整合・連携を図るとともに、「つくば市未来構想」の部門別計画として、本市が策定した上位計画・関連計画との整合・連携を図ります。

3 計画の期間

本計画の対象期間は、令和4年度から令和8年度までの5年間とします。また、目標年度である令和8年度には、事業の検証や評価を行うとともに、国や県の動向等を注視しながら、次期計画の策定について検討していきます。

また、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。



本市の観光を取りまく現状

1 国内の動向

(1) 国・県の観光施策の経緯

国及び茨城県の近年の観光政策の流れを説明します。

(2) 本市の観光施策の経緯

はじめに、本市の観光を取り巻く状況について、これまでの流れを説明し、現在の本市の観光資源を、筑波山地区、研究学園地区、周辺地区の3つから整理します。

その後、本市の観光の現状と取り組みとして、本市の観光の統計データを、国の統計（RESAS）や県の統計等を利用して紹介し、さらに第2次観光基本計画期間内での主な取組を直近の本市の観光への取り組みとして説明します。

2 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の中から主要結果を抜粋し、市外・県外からの観光の現状及び意識を整理します。

(2) 市民意識調査（令和元年度）

令和元年度におこなった意識調査の中から、「市民が思う本市の魅力」、「市民による本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す。

3 本市の観光における主な課題

これまでの各種データ及び調査結果を踏まえ、本計画策定にあたっての課題を「つくばの資源をいかしたプログラムづくり」、「つくば市の魅力の発信」、「持続可能な観光都市に向けて」といった計画の基本方針に沿った形で分類し、考察します。



計画の基本的考え方

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の向上とグローバルな視点から国内外の誘客の拡大を図ることをつくば市の観光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、

～策定中～

とします。

2 基本方針

- (1) マーケティングを意識した情報発信
- (2) 観光資源の強みをいかした誘客促進
- (3) 周遊観光の推進
- (4) 持続可能な観光都市の構築

3 目標指標

令和8年度 観光入込客数:  人

4 施策の体系

基本理念・基本方針・主な施策を一覧できる体系図を掲載します。



基本方針に基づく主な施策

1 マーケティングを意識した情報発信

I トrendを意識した情報発信

II メディアを意識した情報発信

III ターゲットを意識した情報発信

2 観光資源の強みをいかした誘客促進

I “まち”の強みをいかした誘客促進

II 誘客イベントの開催

III 特産品の振興

IV 滞在型観光の促進

V 訪日外国人旅行者の誘客促進

VI MICE 誘致推進とアフターコンベンションの充実

3 周遊観光の推進

I 市内周遊観光の推進

II 広域周遊観光の推進

III 広域連携の強化

IV 筑波山地域ジオパークとの連携

4 持続可能な観光都市の構築

I 人材育成

II 観光客の満足度向上

III 筑波山の交通渋滞・登山道の混雑緩和

IV 稼げる観光産業の振興



具体的施策の実施



資料編

1 つくば市観光基本計画策定委員会要綱

2 つくば市観光基本計画策定委員名簿

3 アンケート結果

4 用語解説

会 議 録

会議の名称		第3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3年(2021年)9月2日(木) 開会 13:30 閉会 16:00			
開催場所		市役所コミュニティ棟3階会議室A、B、オンライン会議			
事務局(担当課)		経済部観光推進課			
出席者	委員	岡本直久、生田目美紀、松本圭司、遠田勇人、武藤成一、東英俊、三輪武士、中村充、布浦万代、吉原一行、松信利彦、星野弘、浅井知枝、橘敦子、田中依子、松本茂			
	その他				
	事務局	野澤経済部長、大橋経済部次長、兼平観光推進課長、鳥飼主任、笹山主任、黄川田主事			
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) アンケート結果について (2) 第3次観光基本計画素案について			
会議録署名人				確定年月日	令和3年11月11日
会議次第	1	開会			
	2	委員長挨拶			
	3	議事 (1) アンケート結果について (2) 第3次観光基本計画素案について			
	4	その他			
	5	閉会			

＜審議内容＞	
議事	
(1) アンケート結果について	
3 議事	
(1) アンケート結果について	
委員長：議事(1) アンケート結果について、事務局より説明をお願いいたします。	
事務局：(アンケート調査結果報告書に沿って説明)	
委員長：ありがとうございます。ご意見をいただきたいと思います。	
私から質問いたします。「認知度が低い」ということですが、どの資料を見ればよろしいですか。	
事務局：資料38ページの「あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか」という資料をご覧ください。「筑波山」の割合が60.7%で最も高く、次いで「筑	

波大学」の割合が 52.6%です。

委員長：距離との関係もあると思います。居住地から離れた施設の認知度は低くなります。もう少し踏み込んだ分析が必要になってくるかと思います。

その上で、どのマーケットをターゲットにするのか検討する必要があると思います。

他にご意見等はございませんか。

委員：5 点の質問があります。

一点目です。アンケート結果の 10 ページの「つくば市への来訪頻度別」ですが、「旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌」の割合が多くなっていますが、旅行会社や出版社等に働きかけておられるのですか。

2 点目です。このデータを見ると、「SNS を使ってつくば市を知る」という方は、若い層で非常に少ないということがわかります。SNS が大きく普及し、高齢者でもインターネットが活用できる時代になりましたが、若い方には利用が少ないということがわかりました。

3 点目です。14 ページの「下記の地域によく行く理由は何ですか」という設問ですが、一番多い回答は「魅力的な観光地・スポットがあるから」です。これはどのような場所をターゲットとしているのでしょうか。

4 点目です。このアンケート結果を見ると、「1 か所でいろいろなスポットがあり、一日過ごせる場所がよい」という回答がありますが、つくば市の場合、観光スポットが点在しています。それらをどのようにしてつなぎ、子どもから高齢者までが楽しめる場所をつくっていくかが課題だと思います。

5 点目です。6 月 12 日の日本経済新聞の記事で、茨城県は SNS のフォロワー数が全国 2 位とありました。ましてや、つくば市は積極的な取り組みをしているということで、写真入りで取り上げられています。そのように考えると、茨城県つくば市が、経済的な魅力やふるさと納税も含め、地域経済を動かす SNS と同時に、観光スポットの情報を SNS に発信していく必要を感じます。時代に対応した SNS への対応は、今後取り組むべき一番重要な課題だと思います。

委員長：ありがとうございます。ご回答できる部分から、事務局よりご回答をお願いいたします。

事務局：SNS のフォロワーについては、つくば市でも今年度以降、Twitter の運営を強化しており、SNS の情報発信を強化していきたいと考えております。一方で、ターゲット別のデータについては十分に把握できておらず、弱みになっていると思いますので、そのような部分は今回の計画で強化し、今後 5 年間で強化し、マーケティング等も意識した情報発信をしていきたいと考えております。

委員長：ご指摘のように、「魅力的なスポットを目指してやって来る」という回答が半分以上です。「どこに行ったことがあるか」というデータもとっていますので、その質問項目とクロスして集計をし直すと、どこを目指して来て

いる層なのかが見えてくると思います。今のところ、一次元での集計結果だけですが、今後、もう少し集計を進めると、マーケットのセグメンテーションがわかってくると思います。

事務局：ありがとうございます。アンケート結果のより踏み込んだ集計を、事務局で実施したいと考えております。集計ができましたら、委員の皆さまに共有させていただきます。

委員長：ご指摘いただいた、雑誌という媒体やSNSに関しては、どのようなところに働きかけるかが大変重要だと思います。関東圏には数多い観光地がありますので、そのような競争相手の中からつくばを選んでいただけるきっかけになる情報発信の方法が必要だと思います。そのようなアイデアは、事務局ではおもちですか。

事務局：紙媒体での情報発信ということで、今回のアンケート調査で特徴的だったことは、50 歳代、60 歳代、70 歳代の層が、紙媒体から情報を収集されているということです。そのような方々にマッチした情報、例えば「ゆっくり温泉に入ることができる」とか「自然の中でゆっくりと過ごすことができる」というような付加価値を盛り込んでいけるとよいと考えております。

委員長：ありがとうございます。

他にご意見等はございませんか。

委員：基本的なことを2点お聞きします。一点目は、1 ページのアンケート回収状況についてです。今回のアンケートは関東圏の在住者を対象にインターネットにより回収ということですが、この13%という回収率は妥当な数値なのでしょうか。

2 点目は、つくば市の認知度が低いという課題についてです。34、35 ページの「行ってみたい施設」には、最初は「筑波山」、続いて「研究施設」つまり、サイエンスツアーで回っている施設が挙がっています。このような場所には行ったことがある比率が高く、認知度の低さと比べて、整合性がとれていないように感じます。いかがでしょうか。

付け加えると、つくばエクスプレスが開業したころから、つくばの魅力は筑波山に代表される筑波山・霞ヶ浦の自然と、科学施設だと思っております。筑波山の観光の魅力度については、よく高尾山と比較されますが、高尾山と比べて、筑波山が劣る部分をしっかりと見極めた中で、魅力度を高めていくことが必要だと思います。

委員長：私の知っている範囲でご回答いたします。これは、インターネットの調査会社に依頼して、「1,000 票ください」という形で調査依頼をして、調査会社は自社が抱えているモニター7,800 人に一斉に連絡して、先着1,000 名で打ち切るという形式で実施したのだと思いますが、それでよろしいですか。

事務局：はい。

委員長：2 点目の「行ってみたい施設」の回答と認知度との整合性についてのご質問ですが、39 ページのグラフと34 ページのグラフの形の違いでしょうか。

事務局：39 ページの設問は、回答数が1,049 で、全体の回答数となっています。

35 ページの設問は、つくば市に来たことがある人の比率ということで、見え方が違ってくるのだと思います。

委員長：34、35 ページの設問は、筑波山に行ったことがある人に、将来行ってみたいところを聞いているということですね。

委員：そのようなことから考えても、やはり科学の魅力は重要だと考えていますので、後ほど出てくるかもしれませんが、こちらの方面のPRも必要だと考えております。

委員長：ありがとうございます。

委員：今の設問に関連して申し上げます。この書き方だと、「最初の質問で、つくば市に一度訪れたことがあると回答した人の中でクロス集計した」ということが、わかりにくいと思います。できれば見出しをつける等の工夫をされるとよいと思います。

2 点目です。先ほど、委員長が、ご自身でも集計等をしてみると言われましたが、私どもでもクロス集計をするためのデータは閲覧したり、いただけたりしますか。

事務局：1 点目のご指摘ですが、次回までに資料を見やすく構成し直します。

2 点目のクロス集計のデータ提供については、内部で検討させていただき、可能であれば提供させていただきます。よろしくお願いいたします。

委員：ありがとうございます。

委員長：他にご意見等はございませんか。

委員：11 ページの最初のところで、つくば市に「ほとんど行ったことがない」「一度も行ったことはない」という方が、1,000 人の回答の 7 割以上となっています。たぶん、関東近郊で、「つくば市」や「筑波山」を知らない人は少ないと思いますが、7 割以上の人が行ったこともないし、行く予定もないということは、PRを見直さなければいけないと思います。

筑波山は、緊急事態宣言が出ている時以外、土日には市営駐車場が満車なほどの観光客です。したがって、筑波山だけでなく、アンケートにあるように「科学技術のまち」という部分をもう少しPRする必要があるかもしれません。また、何らかの形で検索できるように整える必要があると思います。

例えば、今、防災についてよく語られていますが、つくば市には環境技術研究所、気象研究所、防災技術研究所、土木技術研究所、国土地理院等、防災に関係する研究所が数多くあります。そのようなところとうまく連携した施策も入れていただけるとよいと思います。

「ジオパークを知っていますか」という設問には、半分以上の方が「知らない」と答えています。「興味はありますか」という聞くと、「聞いたことはないけれども、興味はある」と答える人が多くなっています。日本全体でジオパークを知っている人は少ないと思いますが、ジオパークの宝は地質標本館です。地質標本館に行けば、ジオパークのことはよくわかります。このアンケートでは、エキスポセンターや筑波宇宙センターの集客は結構多くなっていますが、地質標本館は少ない状況です。地質標本館は一日いても、見飽

きません。地質標本館とジオパークをうまく組み合わせたものがあると思います。

筑波山や筑波山神社だけでなく、研究所の中で観光的な要素があるものを組み合わせることができると思います。可能であれば、今後の施策の中に入れていただけるとありがたいと思います。

委員長：ありがとうございます。事務局、いかがでしょうか。

事務局：ご指摘、ご提案ありがとうございます。観光推進課としては、今回のアンケートの分析とは別の見方もしております。まず、市民の筑波山やサイエンスツアーなどの観光に関する認識不足を非常に強く感じています。市民がつくば市の観光に関心をもっているのかどうか、ということです。これまで様々な観光PRを進めてきましたが、感触としては、認知度向上につながったのかと考えると、それほど大きくはないと思っています。どのようなPRが必要なのかと考えると、まず身近なことで、市民がつくばの観光に対してどのように理解しているのかということが重要だと思います。市民にもっと関心をもっていただきたいという思いがあります。

先日、サイエンスオフィスからも、サイエンスツアーの利用者層をみると、近場である県内利用がほとんどないとお話を頂きました。地元の小中学校もほとんど利用されていないということでした。新型コロナウイルス感染症の影響もありますが、タイミングを見ながら身近なところで営業していこうと考えております。市内の学校の課外学習や遠足等で利用していただくことを推し進めていきたいと思っています。

また、筑波山に関しても、市内の学校が課外学習や遠足等で利用されているのか聞きますと、これも利用が少ない状況です。各学校での判断となっているようですが、教育委員会に確認すると、教育現場は多忙で、その部分の検討に時間を割けていないという事情もあるようです。筑波山は自然豊かで、本当に行ってみて魅力を感じる場所ですので、ぜひ学校等にもPRして、我々の自慢できる観光地を、子どもや先生達に紹介し、楽しんでいただき地元の観光を誇りに思ってもらいたいと考えております。

市民のSNS等で発信する口コミ効果は、非常に大きな発信力になると思っています。これからは紙媒体やホームページ等に加え、市民の発信力もいかしていければと考えております。

委員長：ありがとうございます。

他にご意見等はございませんか。

委員：34、35ページの「行ったことのある施設」「行ってみたい施設」のアンケート結果に関して申し上げます。センタービルは建築界のノーベル賞といわれるプリツカー賞を受賞した磯崎さんの設計です。これは、ポストモダン建築の代表で、ローマのカンピドリオ広場を反転した設計だといわれています。あの広場は山の上ですが、つくば市のビルは反転しているので、噴水も反転して山と逆の設計になっています。

つくば市に転入される方は、1年間で1,000名弱です、全国的に見ても転入

者が多い地域だと思います。人口減がいわれている中で、人口が増えているということですが、転入された方は以前に住んでいたところがあります。口コミ力も大変大きいと思いますので、今後アンケート調査等をする際は、センタービルの由来や歴史を入れ込んでいただけるとよいと思います。センタービルについては、アンケートのどこにも記載されていません。茨城県では、水戸の芸術館とセンタービルが、代表として挙げられています。つくばのランドマークでもありますので、すばらしい観光の目玉になると思いますが、いかがでしょうか。

事務局：ありがとうございます。確かにセンタービルやセンター広場は、つくば市を代表する景観の1つだと思いますので、今後、アンケートを実施する際には、重視して考えていきたいと思います。また、イベントや祭では、中心になる場所でもありますので、そのような点からも意識して計画に反映していきたいと思います。

委員：アンケート調査をした、他の都道府県の人でも、センタービルを知らない方がほとんどだと思います。全国でここにしかないものですので、そのような魅力を発信していただけるように、重ねてお願いいたします。

委員長：ありがとうございました。

委員：アンケートの52ページについて、意見を申し上げます。「筑波山地域ジオパークを知っていますか」という設問がありますが、この解釈の部分で重要なことは、「名前も聞いたことがないが、興味がある」という33.5%の人に着目することだと思います。「興味があるという方すべてを足していくと、約半分になるので、可能性がある」「この33.5%の方をとり込んでいきたい」という書き方をしていただけると、やる気がでる結果になると思います。ご意見ありましたように、一日滞在できるような観光の形が望まれていると考えると、筑波山地域ジオパークは一日楽しめる場所ですし、宿泊すれば湖に行ったり、山に行ったりできると思います。現在、ジオパークは全国的にネットワークでつながっていますので、この部分に着目されるとよいと思います。

委員長：ありがとうございます。

他にご意見等はございませんか。

アンケート結果を踏まえ、戦略を具体的に描いていく等、私どもがつくろうとしている基本計画の次のステップ、実際に行政でそのようなターゲットを見つけて、働きかけていくことに対して、このアンケートは役立っていくのだと思います。

委員の皆さんからは、見方についてのご提案が多かったと思いますが、ぜひ、これだけにとどまらず、この先の分析もしていただき、役立てていただけるとよいと思います。

では、先に進みます。

(2) 第3次観光基本計画素案について

委員長：議事（２）第３次観光基本計画素案について、事務局より説明をお願いいたします。

事務局：（素案、補足資料に沿って説明）

委員長：ありがとうございます。本日の議論の中心は、素案の題４章「基本方針に基づく主な施策」、あるいは第３章「つくば市観光振興の指針」、第２章「つくば市の観光を取り巻く現状」の４「つくば市の観光における主な課題」だと思いますが、このような部分から認識が違うのではないかというご指摘があるかもしれません。22 ページ以降の部分について、議論を深めることができればよいと思います。

25 ページに基本理念の表記が、〇〇と表記されていますが、これについては説明されましたか。

事務局：基本理念については、今回の会議でご議論をいただき、次回の第４回会議でご議論いただき、全体のつくば市の観光を方向付けるワードを決定したいと考えております。

委員長：ありがとうございます。

では、委員の皆さんからご意見をいただきたいと思います。

委員：３点ご質問いたします。１点目は、委員長から 22 ページからというお話ですが、前段として、４、５ページの中の「本計画の実施体制」の（８）「市民の役割」について、お聞きします。口コミやＳＮＳ等で積極的に発信していくことについて、いろいろなヒントがありましたが、具体的には市民はどのような観点からＳＮＳに対応していく必要があるのでしょうか。私も詳しくありませんが、ＳＮＳでつくば市の魅力を発信していきたいと思っております。

２点目です。９ページの「観光動向」には、「水郷筑波国定公園」「筑波山」「豊かな自然」「農業」「最先端の科学技術」「整然とした街並みによる優れた都市景観」というものがキーワードになっていますが、このようなことを含めて、体験型観光の促進を考えると、「自然」「花の名所」「歴史・文化」「科学」その他のアクティビティということで、点在しているこれらを何とかして結び、県外の方も行けるようにコースを考えていただきたいと思います。これは予算も関係して大変な面もあるでしょうが、ここにヒントがあると思います。

10 ページの「つくばコレクション（2020）」「観光イベント」等がありますが、このようなものを組み合わせるような施策が重要になると思います。

また、つくば市内で配られる雑誌「クータ」の７月号に、「つくばの完熟ブルーベリー狩り」が載っています。つくばのブルーベリー狩り体験農場が 17 か所載っています。このようなものも市内の観光資源ということで加えるとよいと思います。

３点目です。22 ページ以降の「つくば市の観光における主な課題」の中で、24 ページの「持続可能な観光地づくり」とありますが、これは観光地のマネージメントだと思います。この中の課題として「渋滞・登山道混雑の緩和・

改善」については、今に始まったことではなく、以前から問題になっていたことです。現在は、どのような対策をたてて対応されているのでしょうか。国土交通省、行政等が、どのようなプロセスで対策を進めているのか、お聞かせください。

季節的な差はあるかもしれませんが、渋滞・登山道混雑を解決することは大きな課題だと思います。アンケート結果では、「渋滞を避けて、茨城、つくばに来ない」というような意見はそれほど多くなく、それには反するかもしれませんが、渋滞緩和策を打ち出していく必要があると思います。

委員長：ありがとうございます。事務局、いかがですか。

事務局：1点目のご質問についてお答えします。市民が地元を愛する意識をもつということは重要で、つくばの観光に興味をもっていただき、身近なSNS等で発信することで、口コミで広がっていくのではないかと考えております。そのような市民の発信力が最大のパワーになります。行政の力だけでは限界があると思っております。そのような思いから、市民の役割として挙げさせていただきました。私どもも、皆さんが身近なつくばを知るためのツールが大事だと感じております。

2点目のご質問についてお答えします。私どもでも、市内の周遊観光として「まちあるき」を身近な観光につなげていこうと考えております。まずはそれぞれのまちの良さを知っていただきたいということで、具体的には、筑波山の隣の宝篋山地域に着目して、今年度試験的に「まちあるきスタンプラリー」を実施しようと考えております。宝篋山にも多くの人が訪れていますが、登山してそのまま帰宅してしまうということで、大きな魅力のある地域の近くまで来られても周遊していただけていないという現状です。まちあるき体験プログラムの構築を含め、周遊観光も進めていけるとよいと思っております。

3点目のご質問についてお答えします。筑波山の渋滞対策については、第1回会議でもご意見をいただきました。茨城県とも協力して、筑波山地域の渋滞対策解消のために分析を進めております。具体的な話としては、一般車両を止めて、公共交通機関だけを走らせることや、一方通行とすることはできないかという意見がありましたが、いろいろと検証してまいりましたが様々な法的規制等の解決が必要になりますので、その案は保留になっている状況です。近くに大きな駐車場が必要であるとか、もしくは駐車場があっても、そこに寄っていただけるかということが課題です。つつじヶ丘方面については、朝日峠の交差点から、交通規制を実施しており、その周辺の効果は高いのですが、あくまでも一部区間だけの効果です。麓から筑波山神社周辺までの渋滞の解消には至っておりません。

今後の展開としては、筑波山の駐車場料金を高めに設定したらどうかということもあります。今後は、そのようなことも含め、総合的に検証を進めていきたいと考えております。

一方で、この渋滞を解消することによる、登山道の大混雑という問題も懸念されております。現在、行楽シーズンの登山道は、2、3時間、ひどいとき

には3時間以上かかるような日もあったりしますので、登山道の混雑の改善に向け、こちらも取り組んでおります。

委員長：ありがとうございます。今年は、何か企画されていますか。

事務局：今年も新型コロナウイルス感染症の影響で、県が事務局である協議会が開催できていない状況です。

また、駐車場の検証として、どのような人が訪れて、どの車が何時間、駐車されているかという調査を実施しようとしています。

委員長：そのような準備を進めて、11月には実施すると決めていかないと間に合わないと思います。栃木県有名観光地の那須、鬼怒川、日光等は、世界遺産に登録までされているのに、「二度と行きたくない観光地」となり、凋落してしまいました。その理由は、やはり渋滞に対して何の対策も講じてこなかったからだだと思います。いろは坂の渋滞に巻き込まれれば、トイレがありません。委員がご心配をされていることは、筑波山もそのようになるかもしれないということだと思います。何らかの手立てを打つことが必要だと思います。

他にご意見等はございませんか。

委員：筑波山の渋滞についてご議論をいただいておりますが、ぜひ、有効な対策を引き続きご検討願いたいと思います。具体的な実行に向けて、引き続きお願いいたします。

先ほどご指摘がありましたように、筑波山になかなか地元の子供達に来ていただけておりません。私も赴任後に調べてみて驚きましたが、周辺の地域にくらべても少ないということがわかりました。地元ですので、その気になればいつでも行けるということかもしれません。また、学校側からの意見としては、「天候不良の場合はどのようにするのか」という課題もあると思いますが、やはり郷土愛や地元の誇りとしての筑波山を再発見する機会がより増えてもよいのではないかと思います。山の上から我が町を見るという体験が今回の素案の「我が町、我がふるさとの良さ」を魅力として、外に向けて積極的に発信するきっかけになるのではないかと思います。そのようなことが素案に盛り込まれており、大変よいと感じています。

委員長：ありがとうございます。

委員：この素案の中に盛り込んだほうがよいという視点で、4点、ご指摘いたします。一点目は、インターネット時代の集客の法則として、まずつくばという土地があるという「気づき」として認知度を上げること、興味をもって調べるところまでは、今までと変わらないのですが、インターネット時代ですので、「他の観光地をくらべる」という段階が入ると思います。この素案の中に組み込んだ方がよいと思うことは、「ライバルを意識した魅力の発信方法や魅力の開発」です。そのようなことは強めに意識したほうがよいと思います。人口が多い東京都等から観光に行く選択肢として、つくばは挙がってもいません。富士山、熱海、伊豆、軽井沢ではなく、つくばを選んでいただける理由をつくっていかなければいけません。一言でいえば「ブラン

ド構築」という言葉になると思いますが、前回会議でも話題にでしたが、「学び」をつくばの観光テーマにしてもよいと思います。テーマが絞り切れなければ、3つのテーマにしても構わないと思いますが、「学び」というテーマを掘り下げ、このテーマでは一番を取ろうと決めれば、いろいろな観光施設や観光事業者が「自分のところではどのような学びを提供できるか、どのような学びを楽しいものにできるのか」と考え発信していただけるのではないかと思います。そうなることで、「つくばならでは」というものが「オールつくば」で実現していけるとと思います。ライバルを意識しながら、つくば観光の大きなテーマをもつということが有効だと考えます。つくばだけを見るのではなく、その自然や学びは他所とくらべてどうなのかを考えると、例えば、「軽井沢の白樺林の中のドライブ」にはかなわないと思います。では、軽井沢に負けない自然体験として何があるかを考えるということです。それがあって初めて、軽井沢ではなくつくばに来ていただけるということになります。

2点目です。インターネットのアクセス解析はされていますか。雑誌の告知等の紙媒体のPRがメインだということですが、現在のつくば市の観光関連のページのアクセス解析をして、どのような検索をされているのか、いつどの検索が多くなっているのかを調べると、インターネットでどのようにつくば市の観光地を探しているのか、どのようにしてつくば市の観光にたどり着いたのかが、ある程度見えてくるとと思います。素案の中にインターネットのアクセス解析も活用できるような体制づくりを盛り込めるとよいと思います。

3点目です。つくば市の観光資源が、素案の10ページにまとめてありますが、ここに筑波山温泉は入っていません。アンケートにも「つくばに温泉があることを知っていますか」という設問があり、「知らなかったけれども興味がある」という方が47%もおられます。これを活用しないのは残念だと思います。

4点目は筑波山に関してです。特産品の振興等に関わるのですが、素案の31ページに、主な取り組みとして「特産品の普及を促進します」「PRを行う、販売促進を支援します」とあります。アンケートでは、「1か所で完結する観光地がよい」という意見が多く、その中では、ランチやおやつ、休憩というものも重要な要素になっていると思います。「ランチにその土地の特産品を食べられるかどうか」「おやつや休憩のときに、その土地のおいしいものを食べられるかどうか」は、観光地に求めるものの中で大きなウェイトを占めているように思います。筑波山のつつじヶ丘や筑波山神社等の雰囲気を感じ浮かべると、他の観光地と同じ印象があります。七味唐辛子が売っているとか、これしかないので食べるうどん等が思い浮かびます。観光客が集まる場所、例えばつつじヶ丘の駐車場に、まちの特産品を使った食べ物を売る出店やキッチンカーを促すことも、1つの案だと思います。

渋滞緩和の施策としては、すぐに思いつくことは「パークアンドライド」で

す。筑波山麓等、別の場所に駐車場をつくり、そこからバスに乗り換えて行くということです。委員長が言われたように、筑波山の上の駐車場は予約制にするということもよい案だと思います。

パークアンドライドを考えると、ただの駐車場だと乗り換えが面倒なだけで魅力がないのですが、麓で駐車場として活用する場所に、特産品の出店やキッチンカーをだして、「これを買って筑波山の上で食べてください」という見せ方ができると、自然もスムーズに楽しんでもらえて、特産品もおいしく食べてもらえ、渋滞もなく楽しく帰宅していただけるかもしれません。

委員長：ありがとうございます。後ほど、事務局から、何人かの委員のご意見について、まとめてご回答ください。

他にご意見等はございませんか。

委員：この計画は、私どもの協会の事業、観光事業の展開に大変重要な役割を担っていると考えております。アンケート調査の結果と合わせ、大変重要だという視点の下で、意見と質問を4点いたします。

1点目です。10ページの「つくばの観光資源」の中に、「歴史・文化の観光資源」に「筑波山神社」が挙がっていますが、できればここには蚕影神社を挙げていただけるとよいと思います。蚕影神社は全国にある蚕影神社の総本山でもあり、絹織物の発祥の地ともいわれていますので、歴史的にも重要な遺産であると思います。

また、「自然の観光資源」の中に「つくば霞ヶ浦りんりんロード」が挙がっていますが、最近では、りんりんロードの桜が見ごろを迎えて、花の時期には桜のトンネルを楽しむことができますので、左下の「花の名所」にも加えていただけるとよいと思います。

2点目です。これまで、第1次、第2次基本計画を踏まえた第3次計画になっていると思いますが、第2次計画の総括がでてくるべきだと思います。何が達成され、何が不十分なのか、進捗状況はどのようなになっているのか、もしかしたら計画の大枠は大きく変化していないのかもしれませんが、例えば、第1次からある「フットパス」について、その後の成果を見えてくるとよいと思います。第1回目の会議の際にお示しいただいたのかもしれませんが、資料を持ち合わせておらずわかりません。

3点目です。26ページ、「令和8年度観光入込客数は4,966,000人」とあります。この数字は何らかの根拠に基づいてだされたものだと思いますので、これがよいのかどうかという議論は置いておいて、目標としては「500万人」という大きな枠で切り取ったほうがよいかと思います。34,000人の差で、4,966,000の1%以下の数字でもありますので、説明しやすい数字がふさわしいかと思います。

同時に、その下の※に「令和元年度観光入込客数4,158,800人」とありますが、11ページでは4,259,000人となっています。数字に差があるのは、県の数値と市の数値の差かもしれませんが、一貫性をもった数値を挙げたほうがよいと思います。

4 点目です。5 年間の計画をみると、2 年ごとに検証され、次の計画につないでいくというロードマップになっていますが、全体のロードマップがありません。2 年後の検証についても、何をもって検証できるのか、5 年後に何をもって達成度を測るのかと考えると、唯一、このアンケート調査程度しかないように思います。第 1 次、第 2 次にはロードマップが定義されていました。今回、外した理由があれば教えていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

委員長：ありがとうございます。

委員：盛り込んだほうがよいと思われることを申し上げます。27 ページの施策の体系は、とてもよいと思っております。36 ページに、「持続可能な観光都市の構築」に、「地域資源を将来に渡って保全し」「現在と未来の環境に十分に配慮した持続可能な観光」というように、すてきな表現がありますが、その続きが「人材育成」と「観光客の満足度向上」、「渋滞緩和」「稼げる観光産業の振興」となっています。ここに、「自然や環境そのものを保全する」ということを、ぜひ盛り込んでいただきたいと思います。尾瀬等でも、歩いてよいところと歩いては行けないところを区分けして自然を守っています。筑波山にも絶滅危惧種の植物がさりげなく咲いているという話も聞きます。計画の段階から保全すべき地域と、人が歩いてよい地域を明確化する等、自然を守るというものを盛り込まないと持続可能な観光の中心部分が壊れてしまうと思います。ぜひお願いいたします。

委員長：ありがとうございます。

委員：つくばならではの食材を使うというご意見がありましたが、私は仕事の関係で、万葉集が読まれた全国 300 か所ほどを歩いてきました。その中で気づいたことを申し上げます。

旅の楽しみの 1 つは食、特にランチだと思います。明日香村は万葉の宝庫ですが、古代米の赤米を使ったランチが結構あります。当時の人が何を食べたのか、貴族の食べ物、庶民の食べ物は何か、専門家に分析をしていただき、再現をしているランチもあります。そこはいつも長蛇の列です。つくばの万葉の歌は富士山よりも多いので、つくばに来て万葉の歌碑をみたときに、特色のあるランチ、万葉時代の特別な食がいただけるとよいと思います。静岡県浜松でも、多くの万葉が読まれていますので、万葉公園では万葉時代の食べ物を食べることができます。そこも、いつも長蛇の列です。つくばに来たら、このようなものが食べられるというものを宣伝できるとよいと思います。

文化的、歴史的なものに食を加えるということですが、魅力度を増すためには食べものも重要だと思います。古代米は赤米と青米がありますが、特に赤米は栄養価も高くなっています。そのようなことも含め、今後、つくばでも並んで食べられるようなものについて、議論していただけるとよいと思います。

委員長：ありがとうございます。

委員：10 ページの観光資源の表記についてですが、私どもも緊急事態宣言下で、PR も難しく、参加型のイベント開催も難しいという状況で、昨年からオン

ラインクイズラリーを実施しています。これはTX沿線のクイズラリーですが、第1回目は矢中の杜や高天原等も含め、クイズを通して観光地を知っていただく、興味をもっていただくという形で実施しました。

参考に、実際のアンケートによりますと、参加されたユーザー7,000人の中で、商品に応募していただけた方が2,000人おられ、そのアンケートの中で多かったものは、「筑波ハム」と「北条米」でした。実際に筑波ハムには562名、北条米には203人の応募をいただいております。実際に行ってみたいという場所では、「つくばワイナリー」に170人方が興味を示しています。これらもラインナップに入れていただけるとありがたいと思います。

場所としては、「つくば道」というものが、筑波山と周遊観光を含めた大きな観光資源だと思います。ここの整備も含め、つくば観光資源のところに載せていただくとよいと思います。

対策について、ご意見を申し上げます。アンケートの中で「知っている」という施設は、「筑波山」や「筑波宇宙センター」は60%、50%と高い値ですが、それ以外の場所は、ほとんどが10%以下です。今後の観光計画の中で、人気度の高いところのリピーターになっていただくことは非常に重要です。魅力的な観光地にしていくためには、観光計画は、PR等の普段の取り組みだけでなく、なかなかできない大きな整備について考えていくことが大切だと思います。参道の整備や渋滞対策等も含め、筑波山の整備を進めることが重要だと思います。他には、周辺施設やサイエンス施設も、筑波宇宙センター以外の施設も認知度が低いので、筑波宇宙センターとうまく連携しながらPRと整備を進めていくとよいと思います。

SNSに関しては、以前、私どももインフルエンサーを呼び、「つくば道」や「筑波山」をPRしていただきました。美しい画像処理をしていただき、大きな反響があり驚きました。20人ほどの女性に筑波山をPRしていただく取り組みも実施しました。ただ、SNSの発信も重要なのですが、内容が伴っていないと、そこから拡散されないと感じます。おいしいもの、食べたいと思えるもの等も共同して開発していくことと、発信が並行していかないと、うまく届かないと思います。

私どもが手がけていることを申し上げます。ライバルとしての他の観光地との違いについてのご意見があり、例えば「高尾山に勝つ」という考え方も大切だと思いますが、同じ場所に生き続ければ飽きると思います。現在は緊急事態宣言により中止していますが、私どもも大山との連携をしております。大山に行った人に「今度は筑波山に行ってみてください」という形で、大山阿夫利神社と筑波山神社と連携した御朱印を展開しています。そのような形で、今後も連携を深めていくことの1つの方法ではないかと思います。

委員長：ありがとうございます。

他にご意見等はございませんか。

私の意見を申し上げます。本日はSNSについての議論が展開されていますが、SNSはフォローしていない人は見ることはできません。発信に関する

工夫も必要ですが、どのようにしてフォローしていただくかということも重要だと思います。

インフルエンサーを呼び、取り組みを展開されたということですが、そのような一歩踏み込んだ、プラスαの工夫が必要だと思います。どこの自治体の観光計画でもSNSの利用は取り上げられていると思いますので、それに勝つためにも、期待したいと思います。

他の分野でも同じことだと思います。「周遊」というキーワードで、広域周遊も、いきなり周遊も、滞在型観光も目指す中で、目指し方として、どこにターゲットを置くか等を明記していただきたいと思います。例えば、「サイエンス好きの子どもたち向けツアー」をつくる等を箇条書きにしてもよいですし、世代、テーマを考えた周遊ルートづくりを考えてもよいと思います。

「周遊観光を推進します」というだけではなく、一歩踏み込んだ、つくば市なりの進め方を書き込む必要があると思います。

全体を通して、「マーケティングを意識した情報発信」「ターゲットを意識した取り組み」というキーワードがあるのですが、実はすべてが総花的になっていると感じます。小さな村なので可能なかもしれませんが、関東の道の駅ナンバー1になったこともある川場村の取り組みは、40年間、世田谷と交流協定を結び、毎年夏に世田谷の子どもたちを呼ぶというものです。その子どもたちが20年後、30年後、40年後に川場村に行き、中には起業した方もいます。観光ではないかもしれませんが、一時的には観光客として子どもたちが訪れ、ついでに家族も訪れ、長い目でみると交流が生まれ、Iターンにもつながっています。そのようなターゲットも絞り方も参考になると思います。単なる姉妹都市ではなく、本当の意味での交流を目指す都市、まち、村があってもよいと思います。そのような事例は他にもあると思いますので、学びながら、もう少し具体的な書き込みをしていただきたいと思います。

委員：先ほどのご意見に、オンラインのクイズラリーの話がありましたが、コロナ禍で出かけられないので、名産をオンラインで購入している知人が多くいます。実際、このような事例をお聞きしたので、進めていただきたいと思います。

また、アンケート結果でも、マイカーで訪れる方が多く、電車の割合が2割程度で低くなっています。35ページの「交通インフラとの連携」にも書かれていますが、先ほどのパークアンドライドの話のように、具体的なものがわかりやすく発信できるとよいと思います。

また、誘客イベントとしてはいろいろなことが考えられると思いますが、アンケートでも、「筑波大学はよく知っているが、訪れたことはない」という方が多くなっています。今回のオリンピックで活躍した選手もおりますし、健康、スポーツ、留学生の多さ等を踏まえ、今できることから楽しい誘客イベントについても入れていけるとよいと思います。

委員長：ありがとうございます。

委員：皆さんから、食に対する意見が多くでていますが、コロナ禍で「観光」と

いうものがピンとこない時代になってしまいました。私が実際にやっていることですが、他の地域に住む友人と、3,000 円ほどの予算で、自分の土地の珍しい食べ物、おいしいものを人数分用意して、互いに交換しています。そして、家で食べてみて、意見を交わしています。それは大変おもしろいと好評で、輪が広がっています。このような取り組みを、つくばを知らない方や他の地域の方にも広げ、互いに情報交換し合うことができれば、今は観光には行けないけれど、食を通じてつくばを知ってもらうことはできるのではないのでしょうか。

委員長：ありがとうございます。

25 ページの指針については、どのようにいたしますか。それも含め、事務局より、皆さまからのご意見に対するご返答、お考えをお願いいたします。

事務局：ご意見ありがとうございます。確かに、コロナ禍で観光の取り組みが消極的になっておりますが、今後、新型コロナウイルス感染症が収束することを前提に、準備を進めなければいけないと考えております。私共も、第3次観光基本計画をしっかりとつくり上げ、すぐにでも行動できるようなものにしたいと思っています。新しいイベント等のご意見もいただきましたので、新しい取組みも積極的に取り入れ、市民も含めて楽しんでいただだけ、集客もできるようなイベントの開催を検討していきたいと思います。

発信力に関しても、多くのご意見をいただきましたが、「つくばならではの観光とは何か」ということで、我々が誇りに思っている魅力を観光資源として生かしていけるように、第3次計画も取り組んでいきたいと思います。

インターネットの解析についてもご意見をいただきましたが、そもそもつくばの観光情報というものが少ない状況です。理由としては、私共も観光コンベンション協会も、観光情報サイトをもっていないということがあります。情報をまとめたサイトが存在しないということで、つくばのグルメ情報や一日中楽しめる情報等、滞在型に発展する可能性のある情報をまとめたサイトがありませんので、まずは前提となる情報提供が必要だと考えております。これまで、アナログ中心だった取り組みの中では、データ解析というものはできていません。データの解析は大変重要だと思います。提供されている情報や、今回のインターネットアンケートも含め、ビッグデータ等を活用し、しっかりと分析した上で、計画に反映していきたいと思います。

委員長：ありがとうございます。

本日の会議録を早急に起こしていただき、第4回会議には、ご意見を盛り込んだ形で素案をお示しいただきたいと思います。中には盛り込めないご意見もあるかもしれませんが、貴重なご意見に対して、ぜひご対応ください。

では、議事が終了しましたので、進行を事務局にお返しします。議事の進行にご協力いただき、ありがとうございました。

4 その他

事務局：その他として3点ご報告いたします。

(今後のスケジュールについて説明)

(パブリックコメント実施について説明)

(基本理念について説明)

事務局：会議の開催に当たり、不手際があり皆さまにご迷惑をおかけしたことをお詫び申し上げます。

5 閉会

事務局：以上をもちまして、第3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。

閉会（16:00 終了）

第3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3年9月2日(木) 13:30 から
場 所 市役所コミュニティ棟3階 会議室 A, B
オンライン会議

- 1 開 会
- 2 委員長挨拶
- 3 議 事
 - (1) アンケート結果について
 - (2) 第3次観光基本計画素案について
- 4 そ の 他
- 5 閉 会

【配布資料】

- ・ (資料1) アンケート結果について
- ・ (資料2) 第3次つくば市観光基本計画素案
- ・ 参考資料

つくば市
観光基本計画策定に関するアンケート
調査結果報告書

令和3年8月

つくば市

目 次

I	調査の概要.....	1
1	調査の目的	1
2	調査対象	1
3	調査期間	1
4	調査方法	1
5	回収状況	1
6	調査結果の表示方法	1
II	調査結果.....	2

I 調査の概要

1 調査の目的

観光的知名度や来訪意向、来訪経験と魅力評価、期待するもの等をたずね、今後の観光振興に何が求められるかを把握する。

2 調査対象

対象地域：関東圏（東京・神奈川・千葉・埼玉・群馬・栃木・茨城）在住者

※ただし、つくば市在住者は除く

対象条件：18 歳以上男女個人

3 調査期間

令和 3 年 7 月 21 日～令和 3 年 7 月 30 日

4 調査方法

インターネットによる回答

5 回収状況

配 布 数	有効回答数	有効回答率
7,886 通	1,049 通	13.3%

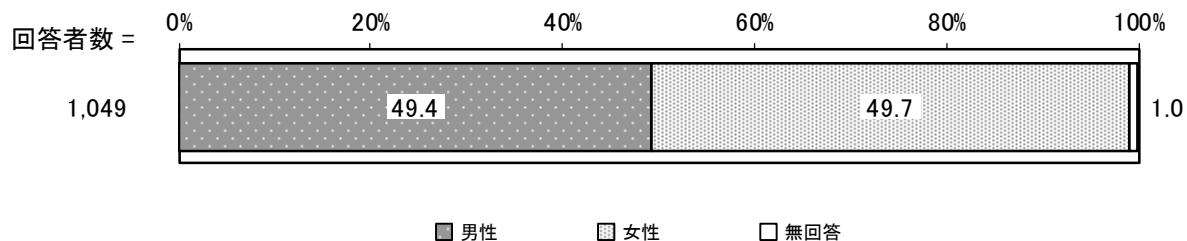
6 調査結果の表示方法

- ・回答は各質問の回答者数（N）を基数とした百分率（%）で示してあります。また、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、内訳の合計が 100.0%にならない場合があります。
- ・複数回答が可能な設問の場合、回答者が全体に対してどのくらいの比率であるかという見方になるため、回答比率の合計が 100.0%を超える場合があります。
- ・クロス集計の場合、無回答を排除しているため、クロス集計の有効回答数の合計と単純集計（全体）の有効回答数が合致しないことがあります。なお、クロス集計とは、複数項目の組み合わせで分類した集計のことで、複数の質問項目を交差して並べ、表やグラフを作成することにより、その相互の関係を明らかにするための集計方法です。
- ・調査結果を図表にて表示していますが、グラフ以外の表は、最も高い割合のものを  で網かけをしています。（無回答を除く）

Ⅱ 調査結果

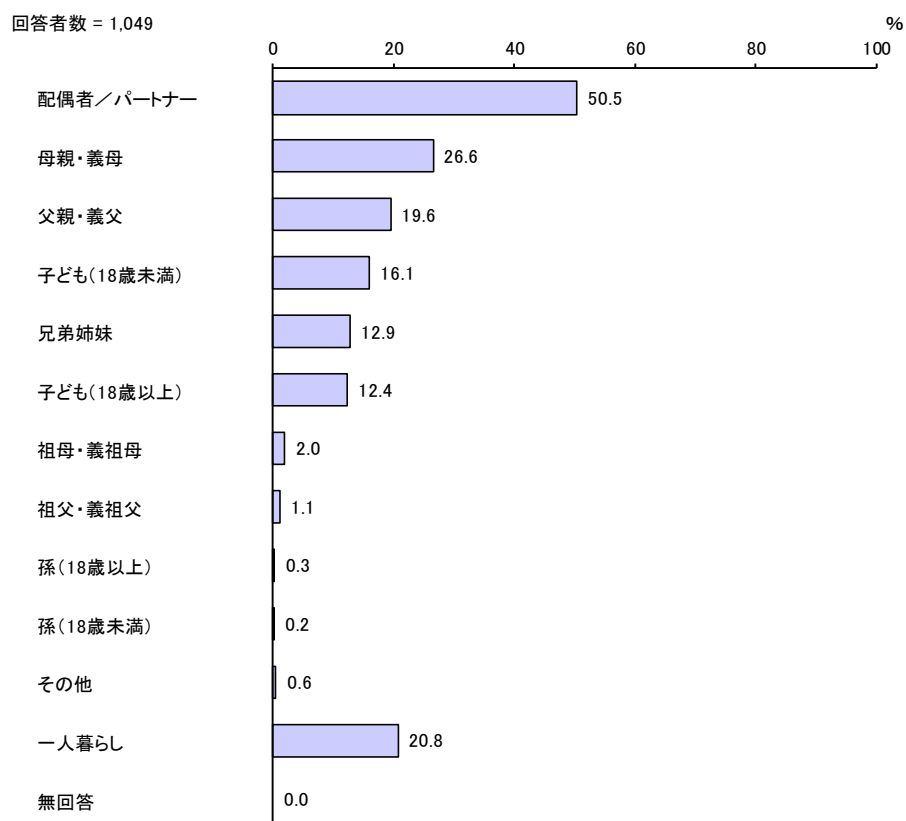
性別

「男性」の割合が49.4%、「女性」の割合が49.7%となっています。



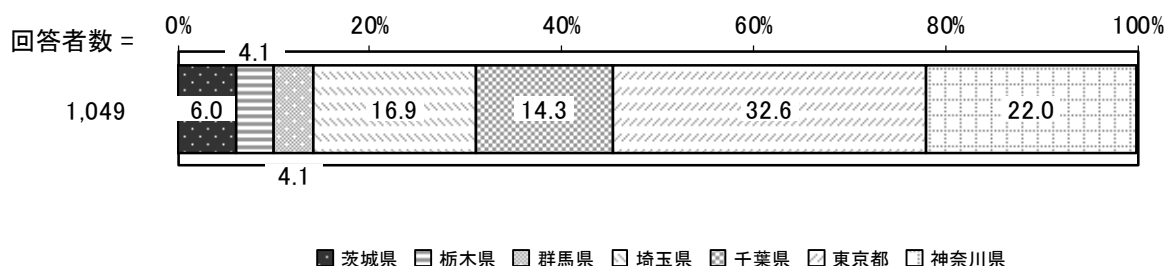
同居家族

「配偶者／パートナー」の割合が50.5%と最も高く、次いで「母親・義母」の割合が26.6%、「一人暮らし」の割合が20.8%となっています。



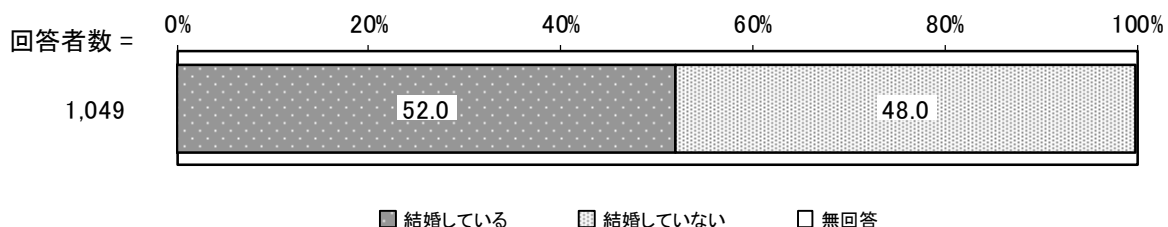
居住地

「東京都」の割合が32.6%と最も高く、次いで「神奈川県」の割合が22.0%、「埼玉県」の割合が16.9%となっています。



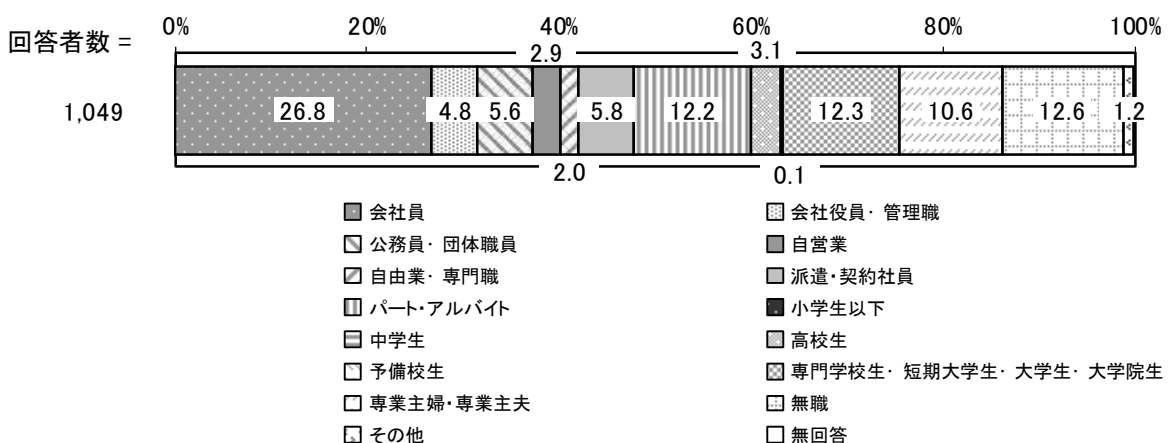
婚姻状況

「結婚している」の割合が52.0%、「結婚していない」の割合が48.0%となっています。



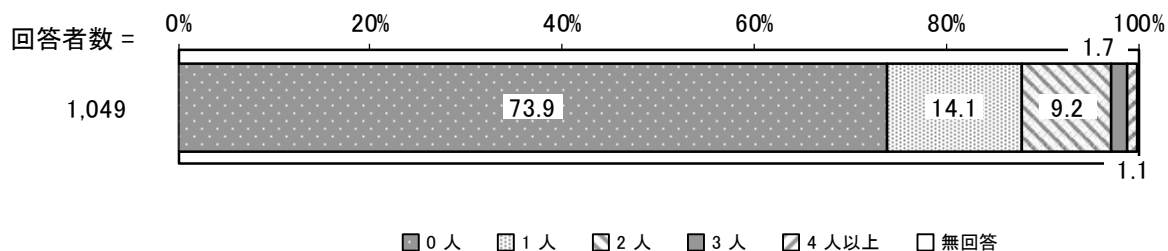
職業

「会社員」の割合が26.8%と最も高く、次いで「無職」の割合が12.6%、「専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生」の割合が12.3%となっています。



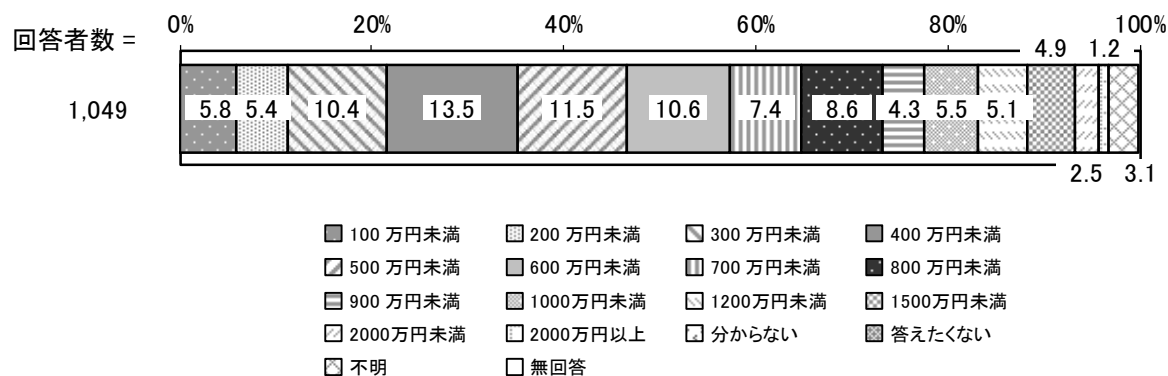
同居子供人数

「0 人」の割合が 73.9%と最も高く、次いで「1 人」の割合が 14.1%となっています。



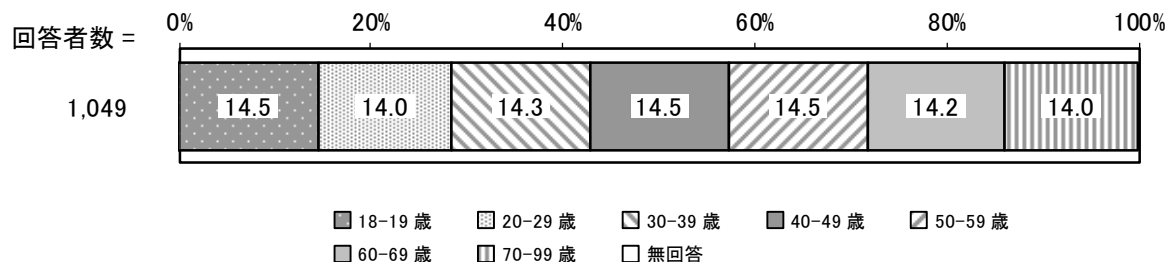
世帯税込年収

「400 万円未満」の割合が 13.5%と最も高く、次いで「500 万円未満」の割合が 11.5%、「600 万円未満」の割合が 10.6%となっています。



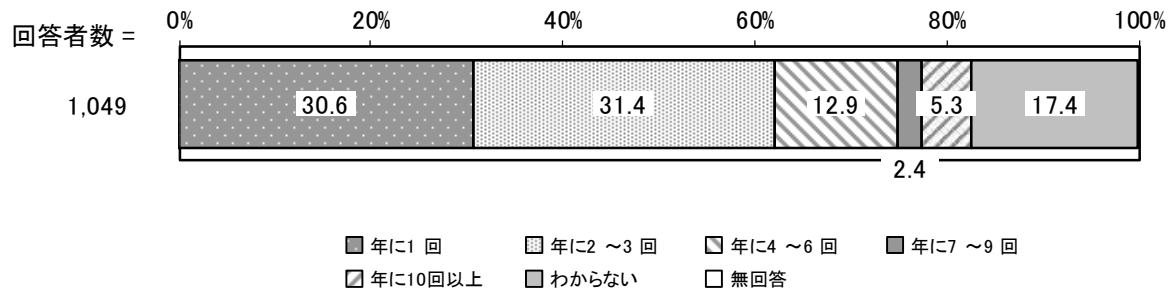
年代

「18～19 歳」、「40～49 歳」、「50～59 歳」の割合が 14.5%と最も高くなっています。



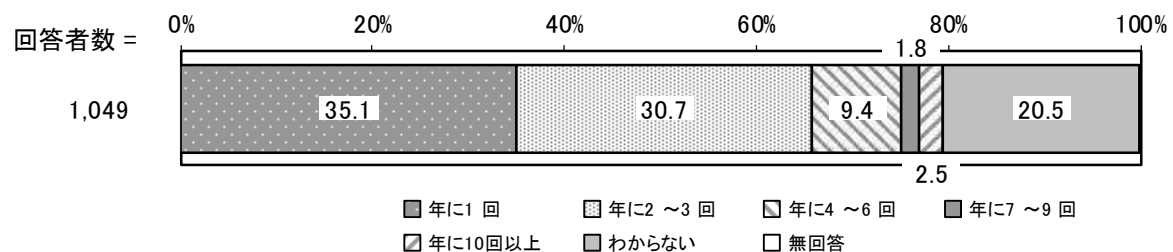
あなたは、新型コロナウイルス流行以前の1年間で国内の旅行（帰省を含む）にどれくらい行きましたか。 日帰りの旅行（帰省を含む）の場合

「年に2～3回」の割合が31.4%と最も高く、次いで「年に1回」の割合が30.6%、「わからない」の割合が17.4%となっています。



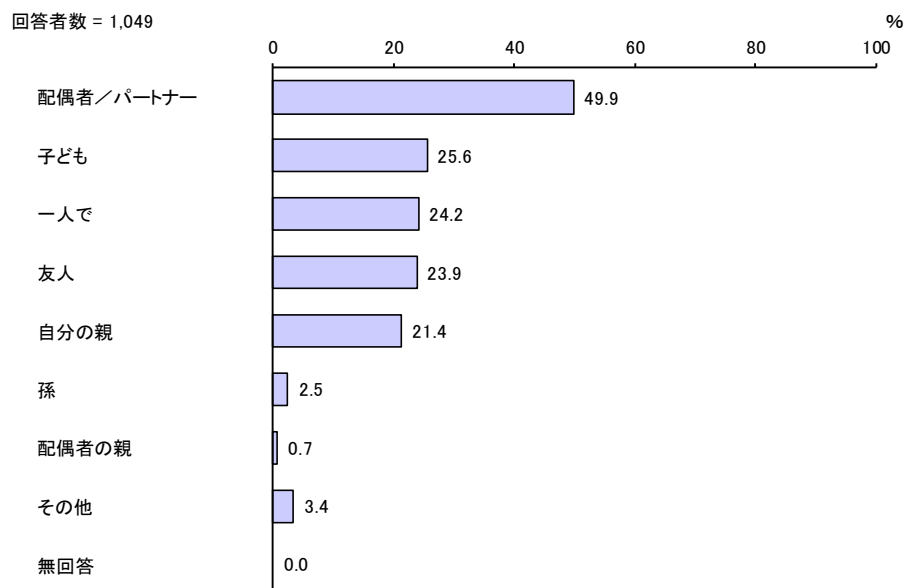
あなたは、新型コロナウイルス流行以前の1年間で国内の旅行（帰省を含む）にどれくらい行きましたか。 宿泊を伴う旅行（帰省を含む）の場合

「年に1回」の割合が35.1%と最も高く、次いで「年に2～3回」の割合が30.7%、「わからない」の割合が20.5%となっています。



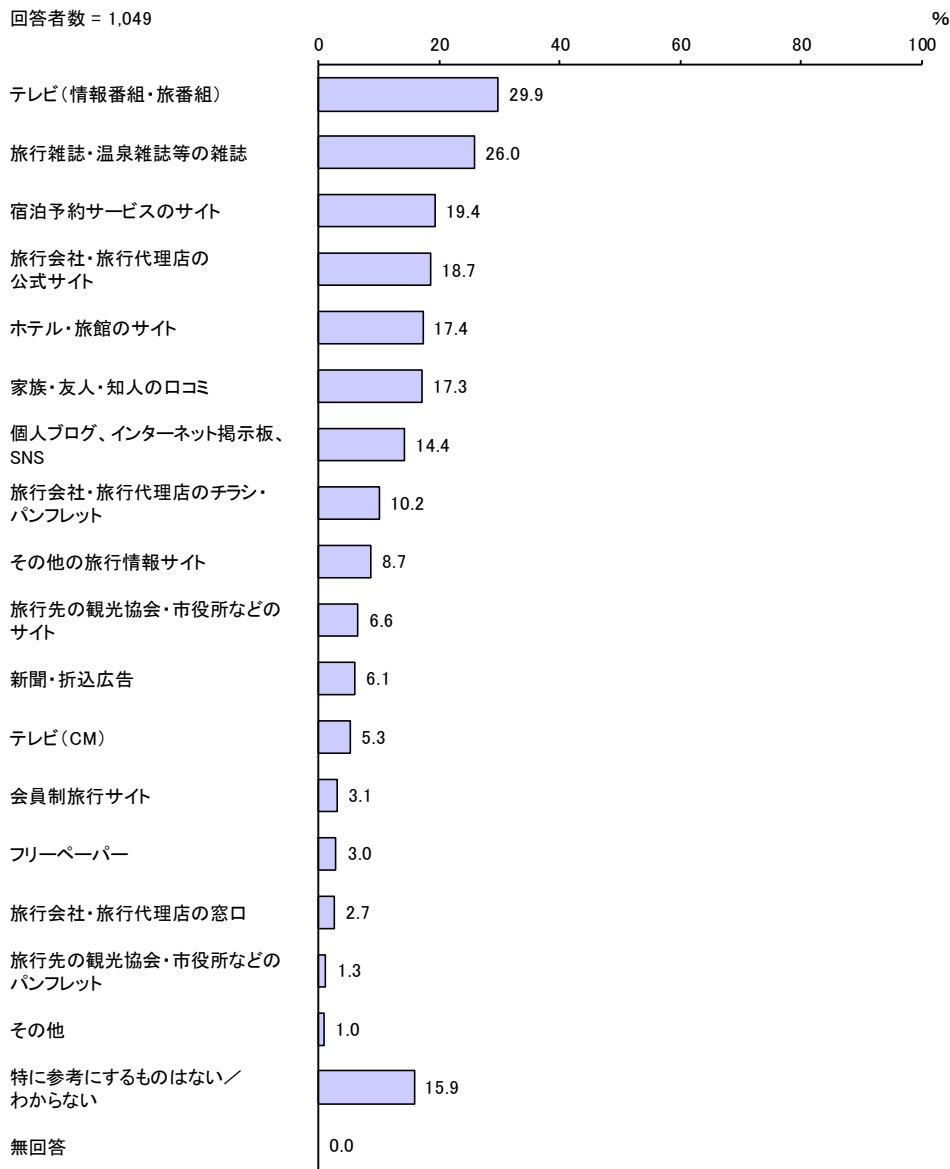
問国内の旅行（帰省を含む）に行くときは誰と行くことが多いですか。同行する頻度の高い方を全てお選びください。（回答はいくつでも）

「配偶者／パートナー」の割合が49.9%と最も高く、次いで「子ども」の割合が25.6%、「一人で」の割合が24.2%となっています。



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。
※特にあてはまるもの3つまで回答

「テレビ（情報番組・旅番組）」の割合が 29.9%と最も高く、次いで「旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌」の割合が 26.0%、「宿泊予約サービスのサイト」の割合が 19.4%となっています。



【性・年齢別】

性・年齢別でみると、男性の 70-99 歳、女性の 60-69 歳で「旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌」の割合が高く、約 4 割となっています。また、女性の 30-39 歳、40-49 歳で「宿泊予約サービスのサイト」の割合が高く、約 3 割となっています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	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
男性 18-19 歳	73	31.5	8.2	2.7	20.5	4.1	12.3	2.7	5.5	11.0
男性 20-29 歳	74	23.0	6.8	2.7	13.5	1.4	8.1	4.1	4.1	16.2
男性 30-39 歳	74	27.0	5.4	1.4	29.7	4.1	23.0	4.1	2.7	16.2
男性 40-49 歳	73	35.6	6.8	2.7	21.9	2.7	16.4	4.1	8.2	19.2
男性 50-59 歳	77	24.7	—	5.2	27.3	3.9	15.6	—	6.5	23.4
男性 60-69 歳	74	33.8	6.8	13.5	21.6	1.4	23.0	9.5	8.1	25.7
男性 70-99 歳	73	31.5	6.8	24.7	41.1	—	23.3	4.1	8.2	13.7
女性 18-19 歳	76	30.3	7.9	1.3	14.5	1.3	17.1	—	5.3	17.1
女性 20-29 歳	72	26.4	5.6	—	19.4	8.3	20.8	2.8	6.9	25.0
女性 30-39 歳	76	30.3	2.6	1.3	23.7	1.3	18.4	1.3	6.6	32.9
女性 40-49 歳	77	33.8	3.9	2.6	31.2	2.6	13.0	2.6	5.2	29.9
女性 50-59 歳	73	30.1	4.1	2.7	31.5	2.7	24.7	4.1	9.6	13.7
女性 60-69 歳	75	36.0	5.3	9.3	40.0	5.3	25.3	2.7	4.0	16.0
女性 70-99 歳	72	25.0	5.6	15.3	30.6	2.8	22.2	1.4	12.5	11.1

区分	ホテル・旅館の サイト	個人ブログ、インタ 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	特に参考にする ものはない／ わからない	無回答
男性 18-19 歳	16.4	17.8	5.5	—	4.1	—	13.7	1.4	26.0	—
男性 20-29 歳	14.9	23.0	8.1	—	2.7	—	13.5	1.4	28.4	—
男性 30-39 歳	16.2	10.8	9.5	4.1	8.1	1.4	14.9	—	18.9	—
男性 40-49 歳	17.8	19.2	11.0	—	11.0	—	19.2	—	15.1	—
男性 50-59 歳	22.1	11.7	13.0	3.9	10.4	1.3	9.1	—	18.2	—
男性 60-69 歳	14.9	9.5	6.8	5.4	14.9	1.4	13.5	1.4	6.8	—
男性 70-99 歳	13.7	6.8	5.5	5.5	15.1	1.4	23.3	—	4.1	—
女性 18-19 歳	17.1	21.1	1.3	—	5.3	1.3	23.7	1.3	22.4	—
女性 20-29 歳	19.4	19.4	1.4	—	2.8	1.4	19.4	2.8	25.0	—
女性 30-39 歳	14.5	26.3	9.2	5.3	6.6	1.3	17.1	—	17.1	—
女性 40-49 歳	23.4	16.9	11.7	2.6	7.8	—	16.9	—	11.7	—
女性 50-59 歳	24.7	8.2	15.1	4.1	16.4	1.4	13.7	2.7	13.7	—
女性 60-69 歳	18.7	2.7	13.3	1.3	13.3	1.3	20.0	—	9.3	—
女性 70-99 歳	12.5	5.6	9.7	5.6	23.6	6.9	25.0	2.8	5.6	—

【性・居住地別】

性・居住地別でみると、埼玉県的女性で「旅行会社・旅行代理店の公式サイト」の割合が高く、約3割となっています。また、埼玉県の男性で「旅行会社・旅行代理店のチラシ・パンフレット」の割合が高くなっています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	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
男性 茨城県	30	23.3	3.3	16.7	16.7	3.3	16.7	6.7	6.7	13.3
栃木県	21	33.3	9.5	19.0	42.9	—	14.3	4.8	9.5	28.6
群馬県	22	22.7	4.5	9.1	18.2	—	22.7	—	13.6	31.8
埼玉県	85	25.9	3.5	8.2	23.5	5.9	15.3	2.4	4.7	16.5
千葉県	74	35.1	4.1	8.1	23.0	—	16.2	6.8	2.7	9.5
東京都	167	30.5	7.8	6.6	25.1	3.0	17.4	3.6	6.0	16.2
神奈川県	119	29.4	5.9	3.4	27.7	1.7	19.3	4.2	7.6	23.5
女性 茨城県	31	32.3	3.2	9.7	32.3	3.2	9.7	—	6.5	25.8
栃木県	22	36.4	—	4.5	22.7	4.5	4.5	—	9.1	27.3
群馬県	20	40.0	10.0	5.0	30.0	—	15.0	5.0	—	15.0
埼玉県	90	24.4	2.2	5.6	22.2	4.4	30.0	2.2	5.6	18.9
千葉県	75	26.7	5.3	5.3	29.3	5.3	21.3	1.3	4.0	18.7
東京都	172	30.2	3.5	3.5	25.6	1.2	20.3	2.3	8.1	22.7
神奈川県	111	34.2	9.9	3.6	31.5	5.4	18.0	2.7	9.9	19.8

区分	ホテル・旅館の サイト	個人ブログ、インタ 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	特に参考にする ものはない／ わからない	無回答
男性 茨城県	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	—	16.7	—	20.0	—
栃木県	9.5	14.3	4.8	4.8	9.5	—	14.3	—	4.8	—
群馬県	9.1	13.6	—	—	4.5	—	22.7	—	13.6	—
埼玉県	17.6	9.4	5.9	3.5	18.8	—	10.6	—	16.5	—
千葉県	20.3	14.9	6.8	2.7	10.8	—	16.2	—	20.3	—
東京都	15.0	16.8	9.6	2.4	3.6	1.8	15.6	1.2	19.2	—
神奈川県	20.2	14.3	11.8	0.8	10.9	0.8	16.0	0.8	13.4	—
女性 茨城県	25.8	9.7	3.2	—	12.9	3.2	29.0	—	9.7	—
栃木県	18.2	18.2	4.5	—	4.5	4.5	18.2	13.6	18.2	—
群馬県	15.0	10.0	10.0	10.0	15.0	—	10.0	—	10.0	—
埼玉県	15.6	8.9	7.8	3.3	7.8	—	20.0	1.1	22.2	—
千葉県	21.3	12.0	10.7	2.7	17.3	1.3	25.3	1.3	8.0	—
東京都	19.2	18.6	11.0	2.3	11.6	3.5	19.8	1.2	14.5	—
神奈川県	17.1	15.3	7.2	2.7	7.2	0.9	13.5	—	16.2	—

【つくば市への来訪頻度別】

つくば市への来訪頻度別でみると、他に比べ、1ヶ月に1回程度来る人で「テレビ（情報番組・旅番組）」「旅行会社・旅行代理店の公式サイト」の割合が高くなっています。また、半年に1回程度来る人で「旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌」の割合が高く、約4割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	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
1ヶ月に2回以上	21	19.0	—	9.5	33.3	4.8	14.3	—	9.5	19.0
1ヶ月に1回程度	18	44.4	5.6	5.6	22.2	—	27.8	11.1	—	11.1
2～3ヶ月に1回程度	31	25.8	6.5	9.7	29.0	3.2	9.7	—	3.2	19.4
半年に1回程度	22	18.2	4.5	13.6	40.9	—	18.2	—	4.5	27.3
1年に1回程度	48	35.4	4.2	12.5	25.0	2.1	22.9	2.1	12.5	20.8
数年に1回程度	182	35.7	7.1	7.7	26.4	2.7	23.1	3.3	9.9	22.5
ほとんど行ったことがない	285	32.6	4.2	6.0	29.1	3.2	18.9	3.9	7.7	17.9
一度も行ったことがない	442	26.0	5.7	4.1	22.9	3.2	16.7	2.7	4.3	19.0

区分	ホテル・旅館のサイト	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	特に参考にしないものはない／わからない	無回答
1ヶ月に2回以上	14.3	14.3	9.5	4.8	—	—	14.3	—	28.6	—
1ヶ月に1回程度	16.7	11.1	11.1	—	5.6	—	11.1	—	5.6	—
2～3ヶ月に1回程度	19.4	12.9	—	—	16.1	—	19.4	—	9.7	—
半年に1回程度	22.7	13.6	9.1	4.5	22.7	—	13.6	—	9.1	—
1年に1回程度	18.8	16.7	8.3	8.3	12.5	2.1	20.8	—	10.4	—
数年に1回程度	13.2	16.5	9.3	2.2	13.2	3.8	19.2	1.1	9.3	—
ほとんど行ったことがない	17.2	12.6	11.9	2.1	11.2	1.1	18.6	0.7	12.6	—
一度も行ったことがない	19.0	14.7	6.8	2.7	7.7	0.7	15.8	1.4	21.9	—

【つくば市への来訪回数別】

つくば市への来訪回数別でみると、他に比べ、一度も行ったことがない人で「特に参考にするものはない／わからない」の割合が高く、約２割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	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
複数回来訪したことがある	322	32.9	5.9	9.0	27.6	2.5	21.1	2.8	8.7	21.4
ほとんど行ったことがない	285	32.6	4.2	6.0	29.1	3.2	18.9	3.9	7.7	17.9
一度も行ったことがない	442	26.0	5.7	4.1	22.9	3.2	16.7	2.7	4.3	19.0

区分	ホテル・旅館のサイト	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	特に参考にするものはない／わからない	無回答
複数回来訪したことがある	15.5	15.5	8.4	3.1	12.7	2.5	18.3	0.6	10.6	—
ほとんど行ったことがない	17.2	12.6	11.9	2.1	11.2	1.1	18.6	0.7	12.6	—
一度も行ったことがない	19.0	14.7	6.8	2.7	7.7	0.7	15.8	1.4	21.9	—

【つくば市に同行した人別】

つくば市に同行した人別でみると、他に比べ、友人で「家族・友人・知人の口コミ」の割合が高く、3割となっています。

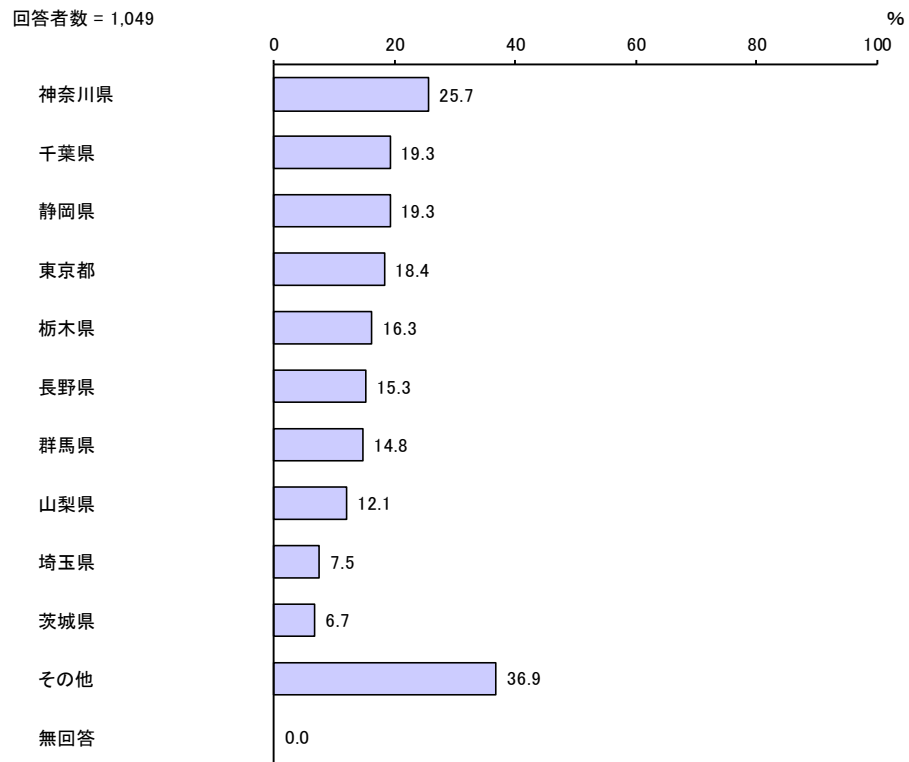
単位：％

区分	回答者数（件）	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
一人で	105	30.5	3.8	6.7	31.4	2.9	18.1	1.9	7.6	25.7
配偶者／パートナー	125	35.2	3.2	11.2	28.8	1.6	24.8	4.0	8.8	22.4
子ども	47	27.7	4.3	10.6	29.8	2.1	23.4	2.1	4.3	19.1
孫	7	14.3	—	28.6	57.1	—	—	—	—	28.6
自分の親	46	30.4	8.7	2.2	13.0	4.3	26.1	—	6.5	21.7
配偶者の親	3	66.7	—	—	33.3	—	33.3	—	—	33.3
友人	80	31.3	8.8	10.0	26.3	2.5	25.0	2.5	8.8	13.8
その他	19	31.6	5.3	10.5	36.8	—	36.8	—	5.3	21.1

区分	ホテル・旅館のサイト	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
一人で	18.1	18.1	5.7	4.8	6.7	4.8	17.1	—	14.3	—
配偶者／パートナー	16.8	12.0	10.4	4.0	15.2	0.8	15.2	1.6	6.4	—
子ども	21.3	6.4	6.4	6.4	14.9	2.1	8.5	—	14.9	—
孫	—	—	14.3	28.6	28.6	—	—	—	—	—
自分の親	17.4	26.1	6.5	—	8.7	—	21.7	—	15.2	—
配偶者の親	33.3	—	—	—	—	—	—	—	—	—
友人	13.8	18.8	10.0	1.3	17.5	1.3	30.0	1.3	7.5	—
その他	15.8	10.5	10.5	—	21.1	—	15.8	5.3	5.3	—

旅行（帰省を含む）先としてよく行く地域はどこですか？多い地域を3 つまで選んでください。

「その他」の割合が36.9%と最も高く、次いで「神奈川県」の割合が25.7%、「千葉県」、「静岡県」の割合が19.3%となっています。



【つくば市への来訪頻度別】

つくば市への来訪頻度別でみると、他に比べ、2～3 ヶ月に 1 回程度来る人で「栃木県」「群馬県」「茨城県」の割合が高くなっています。

単位：％

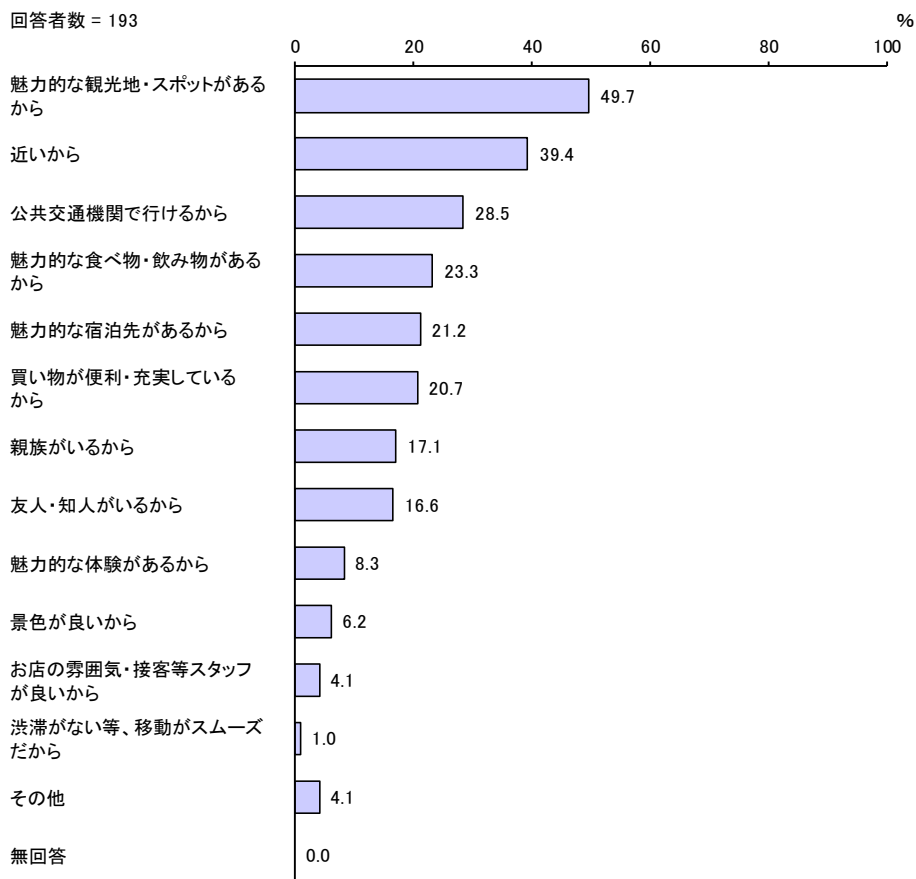
区分	回答者数 (件)	東京都	神奈川県	千葉県	埼玉県	栃木県	群馬県	茨城県
1 ヶ月に 2 回以上	21	23.8	19.0	28.6	4.8	19.0	23.8	14.3
1 ヶ月に 1 回程度	18	5.6	33.3	27.8	5.6	27.8	16.7	—
2～3 ヶ月に 1 回程度	31	16.1	16.1	29.0	9.7	54.8	32.3	29.0
半年に 1 回程度	22	22.7	18.2	31.8	18.2	13.6	9.1	18.2
1 年に 1 回程度	48	14.6	14.6	10.4	8.3	29.2	14.6	20.8
数年に 1 回程度	182	20.3	26.9	20.9	8.2	22.0	18.7	13.2
ほとんど行ったことがない	285	16.8	26.7	20.0	7.4	15.1	15.8	3.9
一度も行ったことがない	442	19.2	26.9	17.0	6.8	10.2	11.1	2.0

区分	山梨県	長野県	静岡県	その他 ①	その他 ②	その他 ③	特 に な い ／ わ か ら な い	無 回 答
1 ヶ月に 2 回以上	9.5	9.5	14.3	23.8	9.5	—	9.5	—
1 ヶ月に 1 回程度	27.8	22.2	11.1	11.1	—	—	5.6	—
2～3 ヶ月に 1 回程度	16.1	9.7	16.1	—	—	—	—	—
半年に 1 回程度	22.7	13.6	9.1	31.8	18.2	9.1	4.5	—
1 年に 1 回程度	14.6	18.8	25.0	22.9	10.4	—	12.5	—
数年に 1 回程度	11.5	15.4	20.3	30.8	13.2	3.3	3.8	—
ほとんど行ったことがない	11.9	16.8	21.1	29.8	9.8	1.4	11.2	—
一度も行ったことがない	10.9	14.5	18.3	26.0	5.9	1.1	16.3	—

下記の地域によく行く理由は何ですか。(回答はいくつでも)

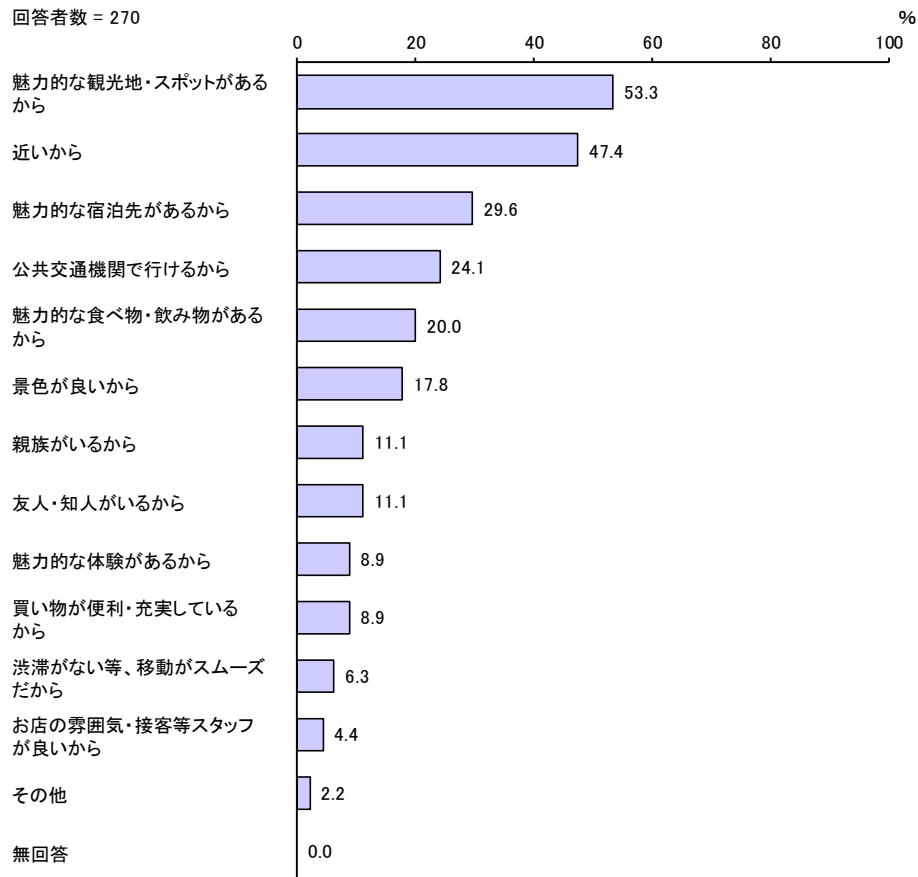
1. 東京都

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が49.7%と最も高く、次いで「近いから」の割合が39.4%、「公共交通機関で行けるから」の割合が28.5%となっています。



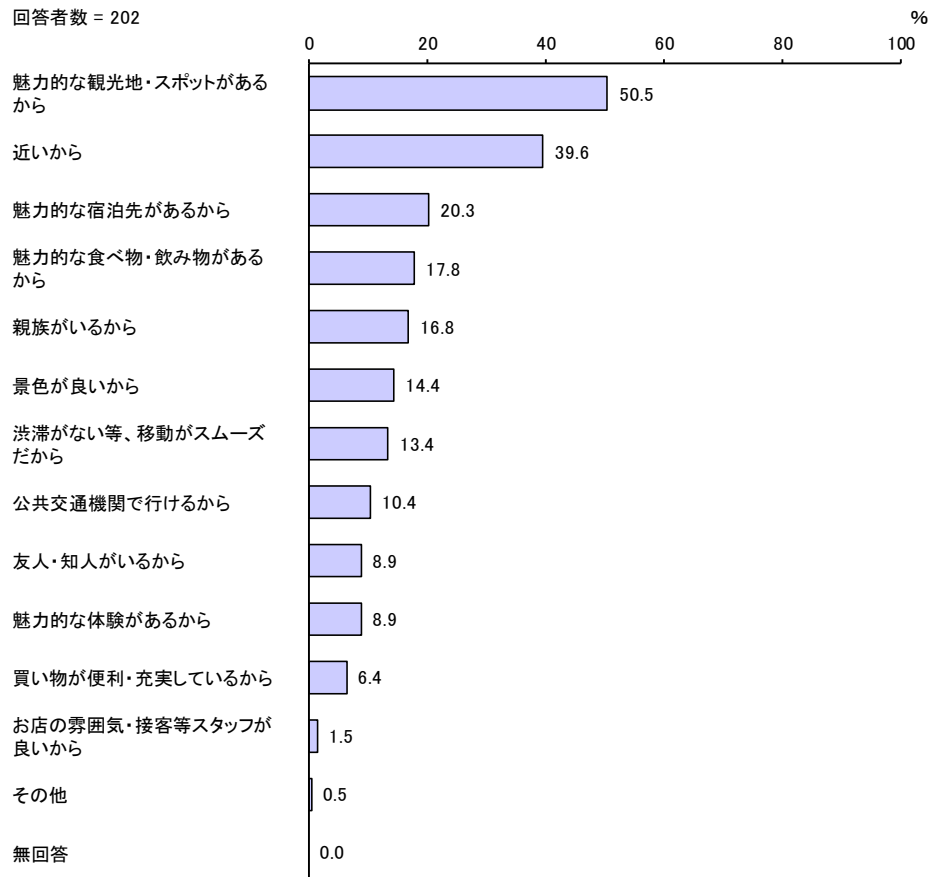
2. 神奈川県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が53.3%と最も高く、次いで「近いから」の割合が47.4%、「魅力的な宿泊先があるから」の割合が29.6%となっています。



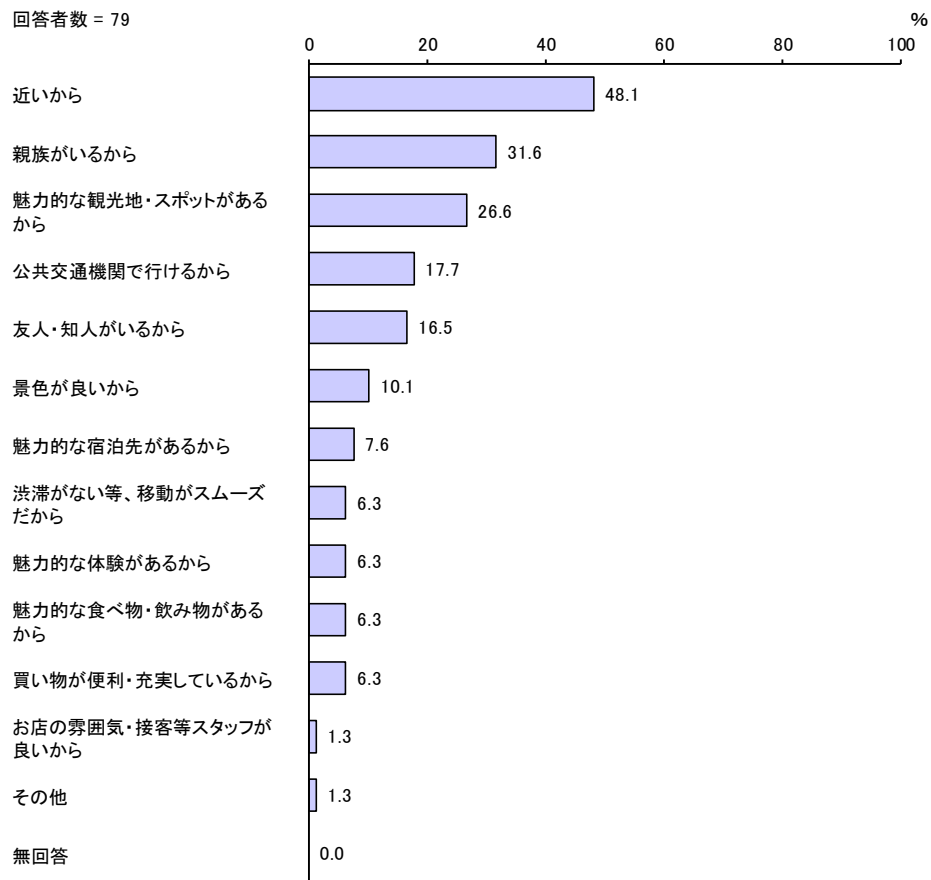
3. 千葉県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 50.5%と最も高く、次いで「近いから」の割合が 39.6%、「魅力的な宿泊先があるから」の割合が 20.3%となっています。



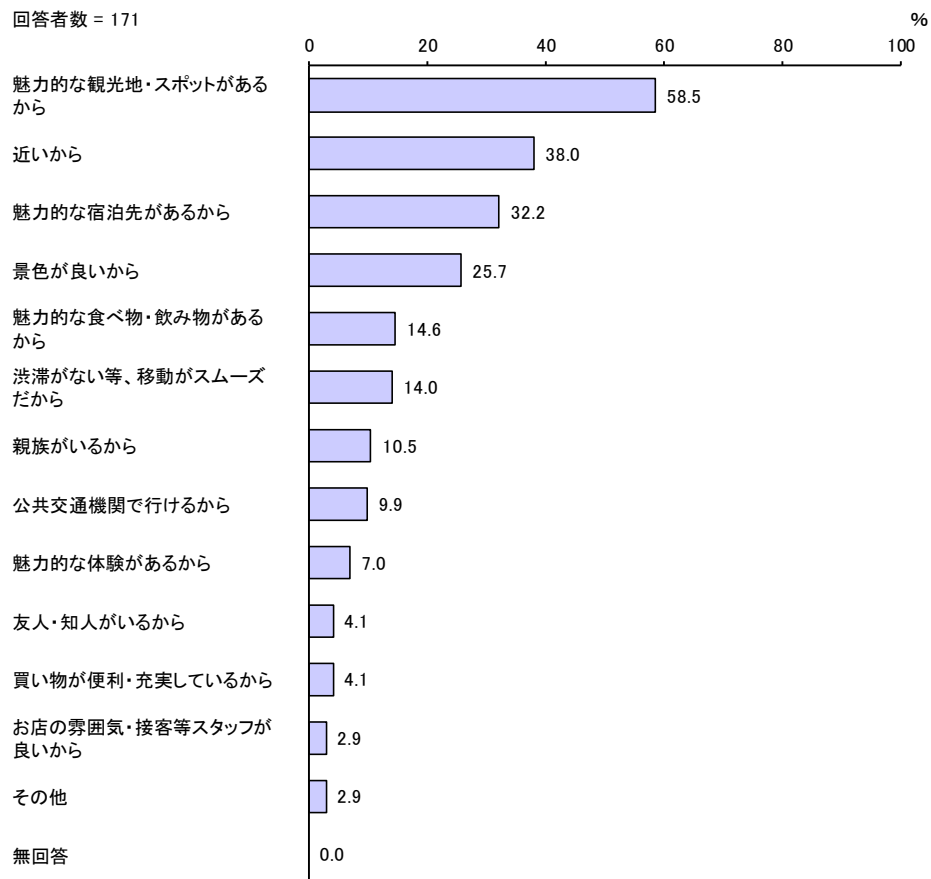
4. 埼玉県

「近いから」の割合が48.1%と最も高く、次いで「親族がいるから」の割合が31.6%、「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が26.6%となっています。



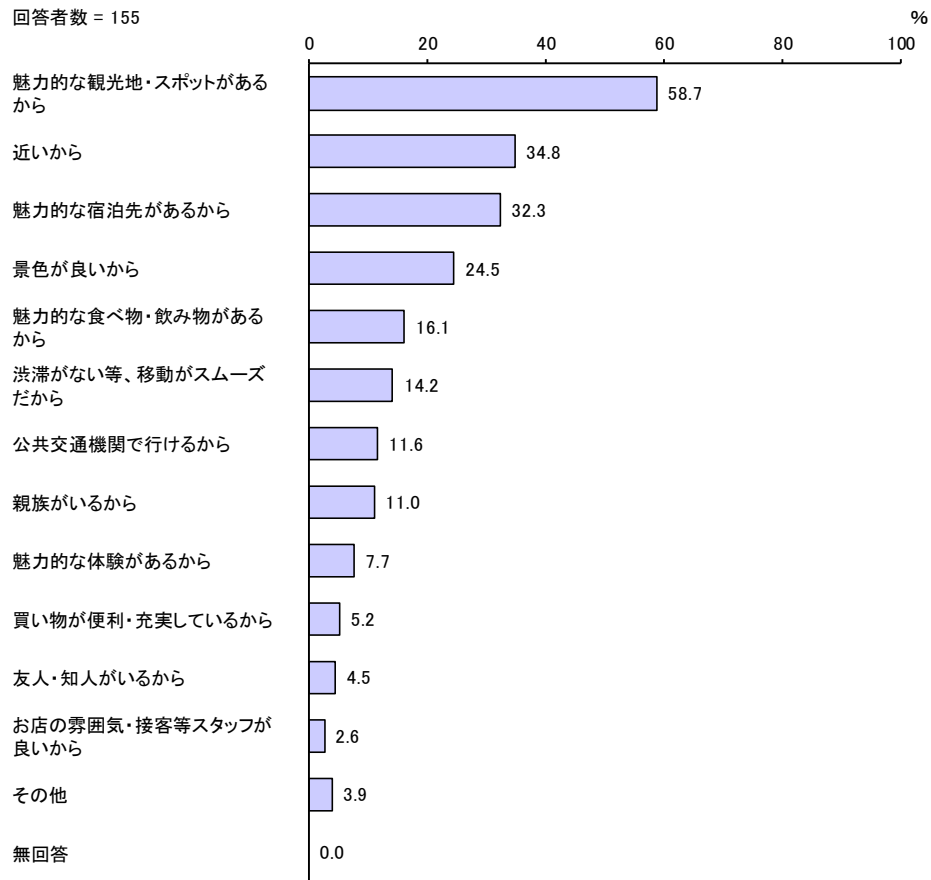
5. 栃木県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が58.5%と最も高く、次いで「近いから」の割合が38.0%、「魅力的な宿泊先があるから」の割合が32.2%となっています。



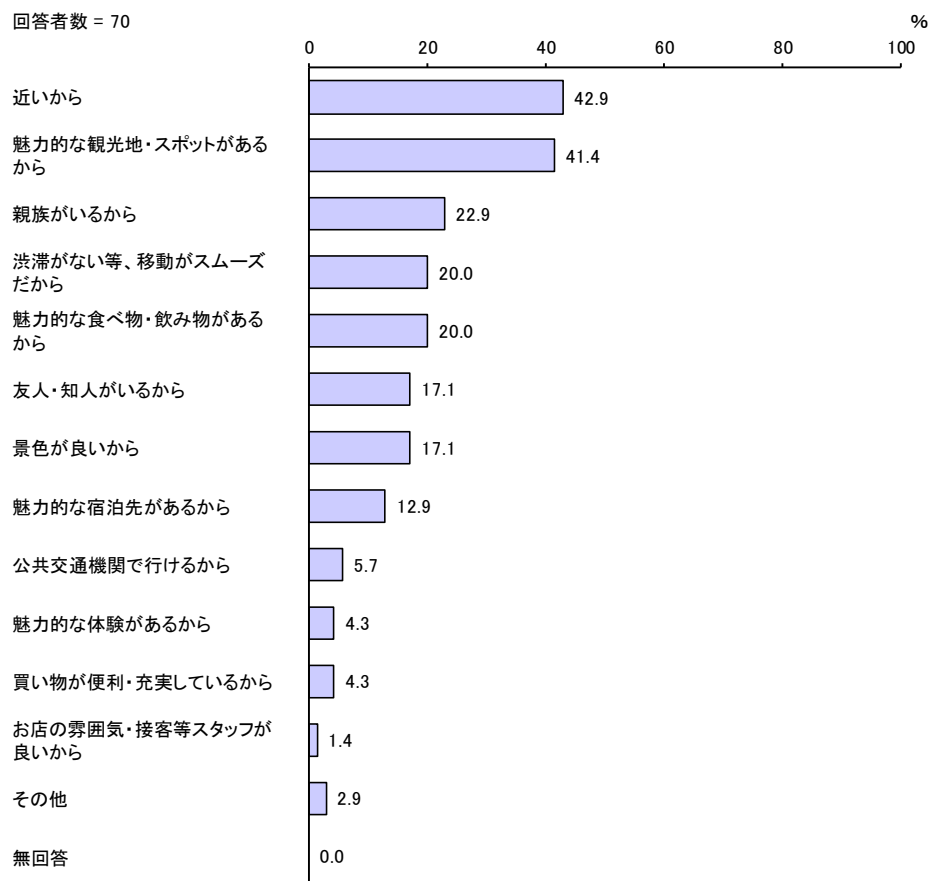
6. 群馬県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が58.7%と最も高く、次いで「近いから」の割合が34.8%、「魅力的な宿泊先があるから」の割合が32.3%となっています。



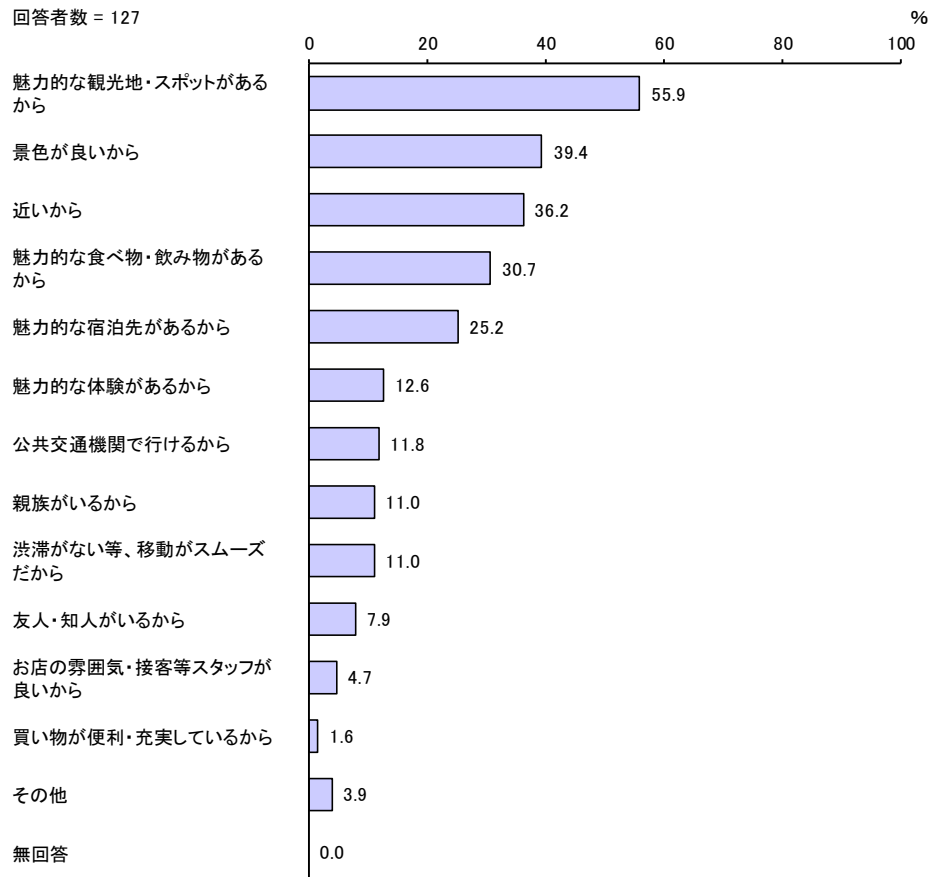
7. 茨城県

「近いから」の割合が 42.9%と最も高く、次いで「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 41.4%、「親族がいるから」の割合が 22.9%となっています。



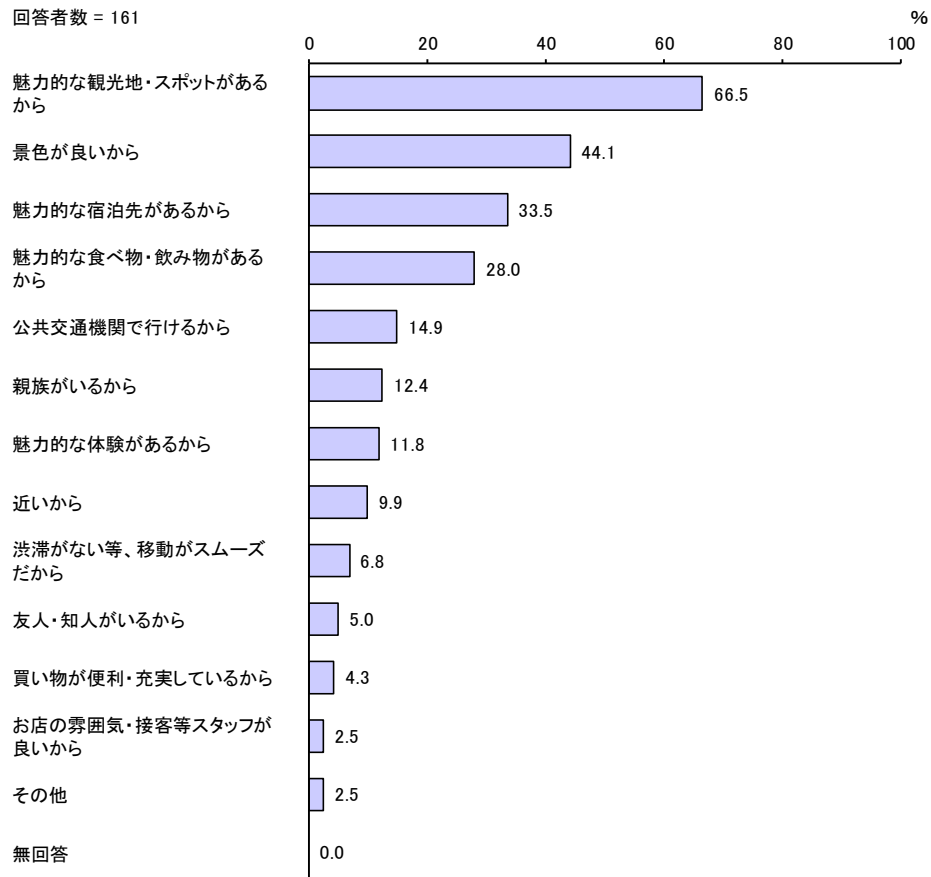
8. 山梨県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 55.9%と最も高く、次いで「景色が良いから」の割合が 39.4%、「近いから」の割合が 36.2%となっています。



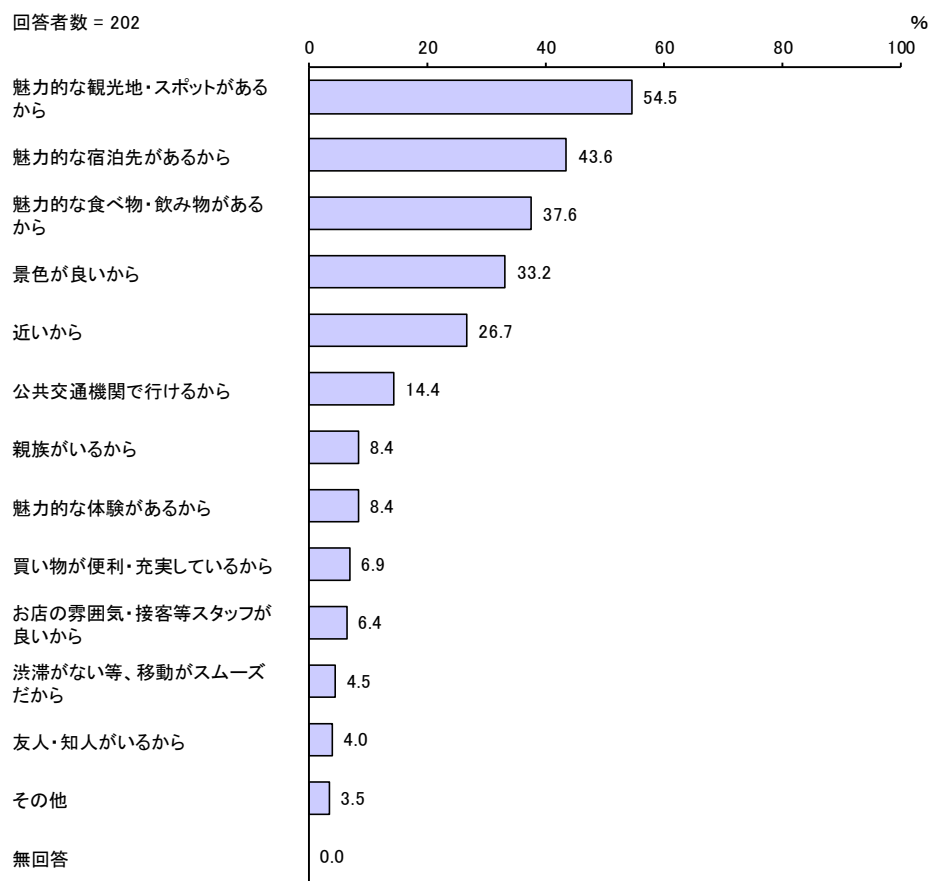
9. 長野県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 66.5%と最も高く、次いで「景色が良いから」の割合が 44.1%、「魅力的な宿泊先があるから」の割合が 33.5%となっています。



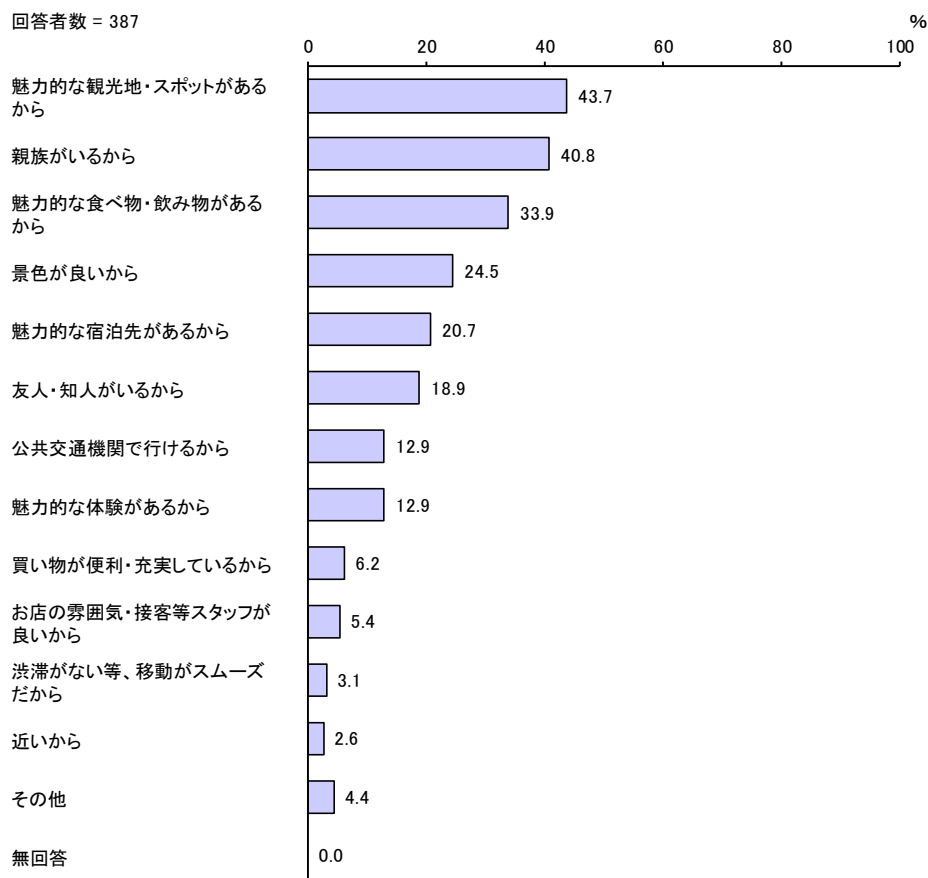
10. 静岡県

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 54.5%と最も高く、次いで「魅力的な宿泊先があるから」の割合が 43.6%、「魅力的な食べ物・飲み物があるから」の割合が 37.6%となっています。



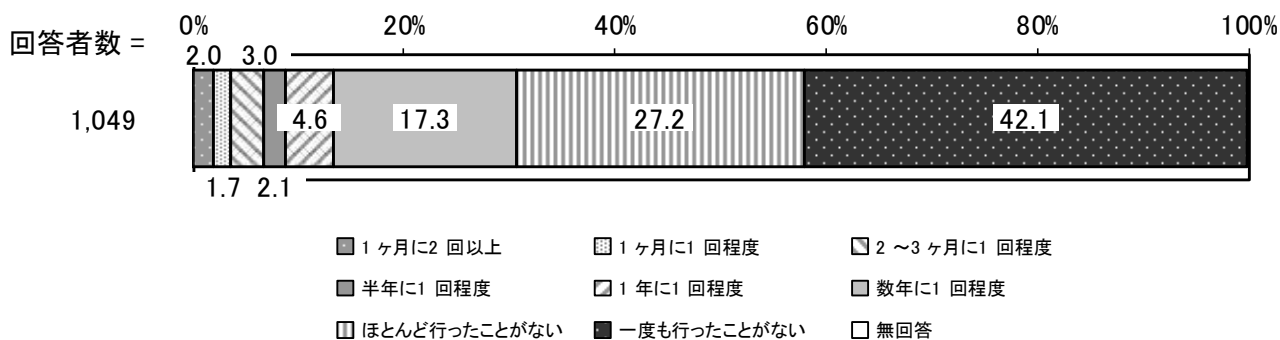
11. その他

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 43.7%と最も高く、次いで「親族がいるから」の割合が 40.8%、「魅力的な食べ物・飲み物があるから」の割合が 33.9%となっています。



あなたは、茨城県つくば市にどれくらい行ったことがありますか。(回答は1つ)
※新型コロナウイルス流行以前のことについてお答えください。

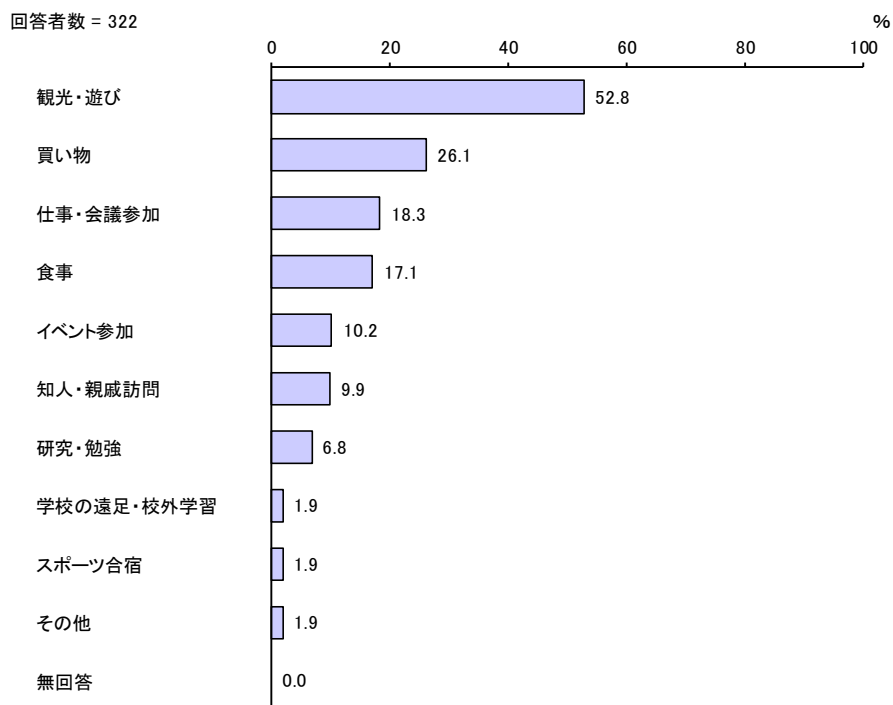
「一度も行ったことがない」の割合が 42.1%と最も高く、次いで「ほとんど行ったことがない」の割合が 27.2%、「数年に1回程度」の割合が 17.3%となっています。



茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

茨城県つくば市へはどの目的で行くことが多いですか。特にあてはまるものを3 つまで選択してください。(回答は3 つまで)

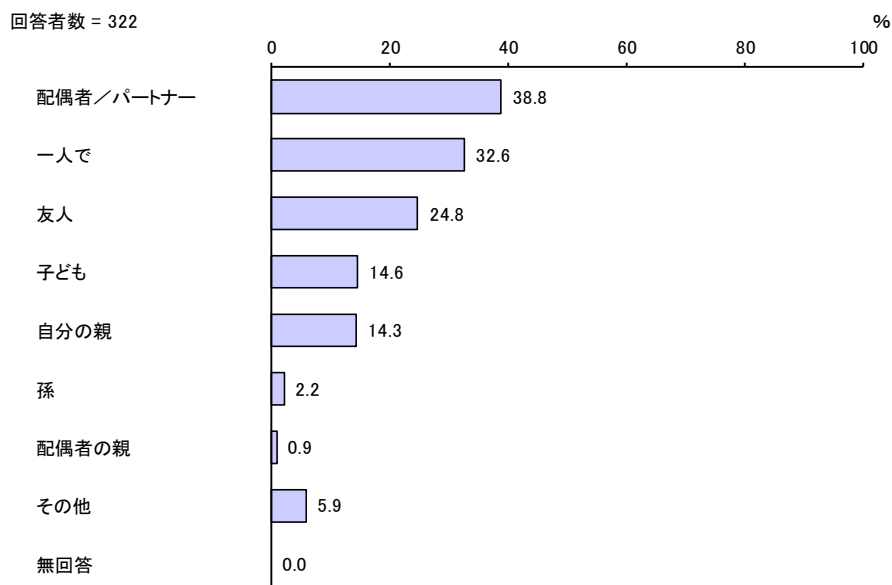
「観光・遊び」の割合が52.8%と最も高く、次いで「買い物」の割合が26.1%、「仕事・会議参加」の割合が18.3%となっています。



引き続き、茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

茨城県つくば市へは主にどなたと行きましたか。あてはまるものを全て選んでください。（回答はいくつでも）

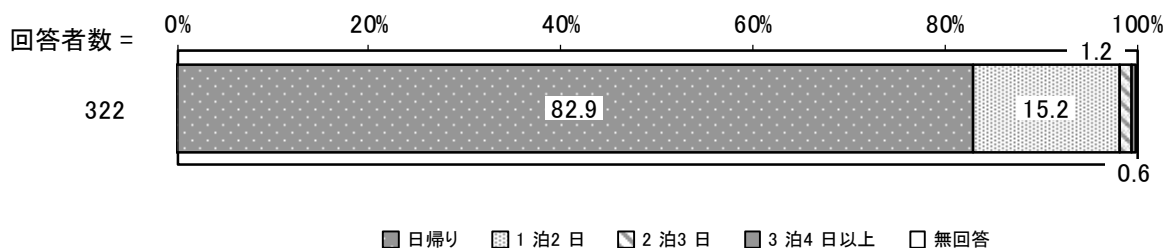
「配偶者／パートナー」の割合が38.8%と最も高く、次いで「一人で」の割合が32.6%、「友人」の割合が24.8%となっています。



引き続き、茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

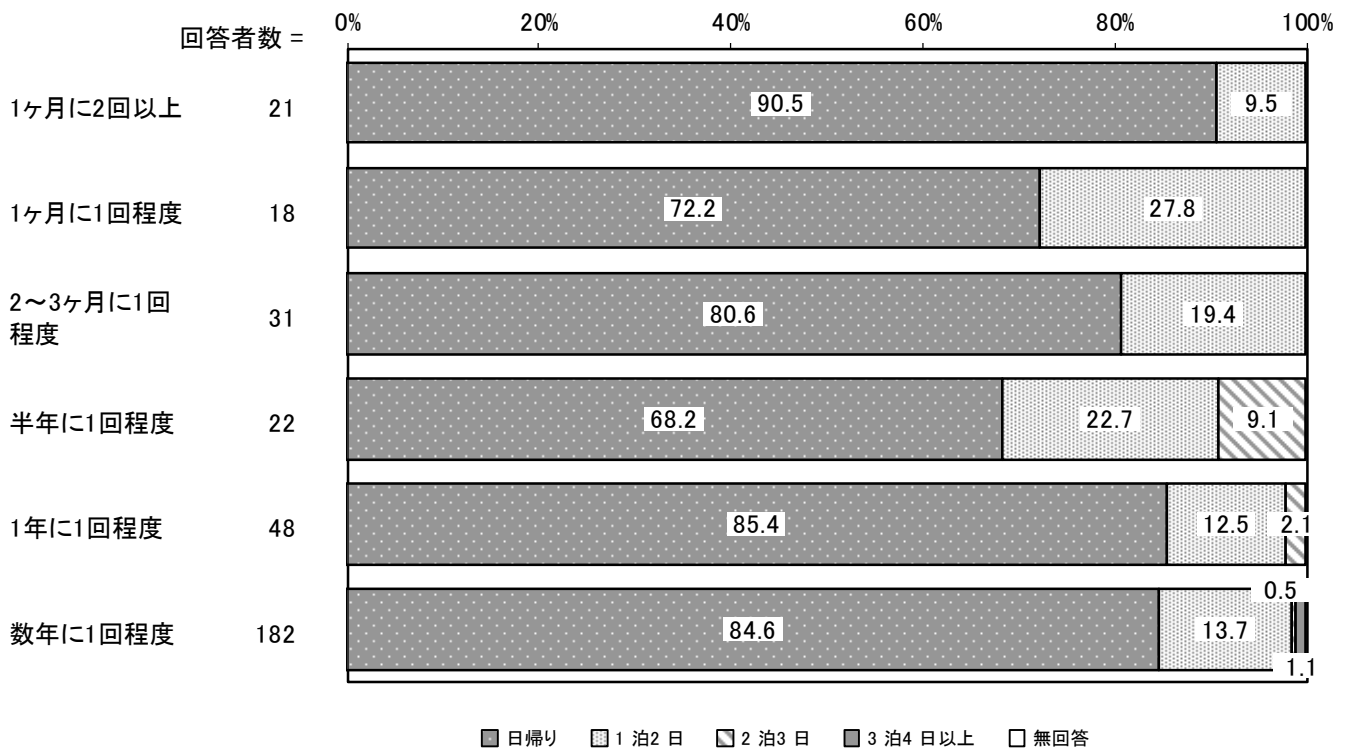
茨城県つくば市内ではどのくらい滞在することが多いですか。（回答は1つ）

「日帰り」の割合が82.9%と最も高く、次いで「1泊2日」の割合が15.2%となっています。



【つくば市への来訪頻度別】

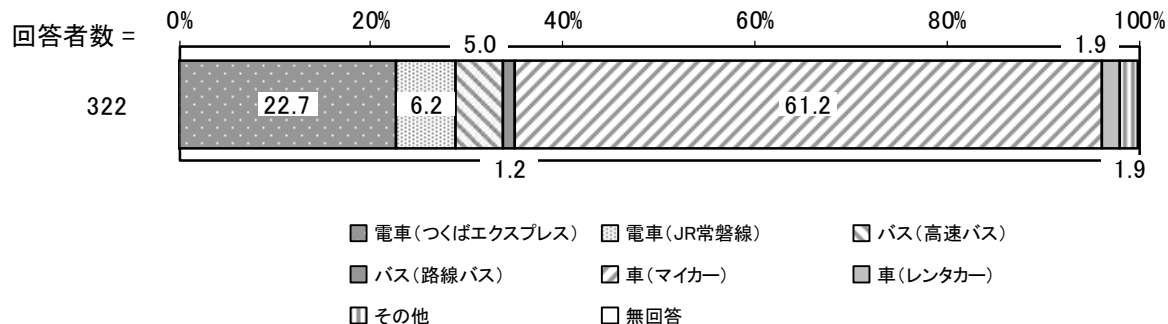
つくば市への来訪頻度別でみると、他に比べ、1ヶ月に2回以上で「日帰り」の割合が高く、約9割となっています。また、1ヶ月に1回程度で「1泊2日」の割合が高く、約3割となっています。



引き続き、茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

茨城県つくば市へはどの交通手段で来ることが多いですか。(回答は1つ)

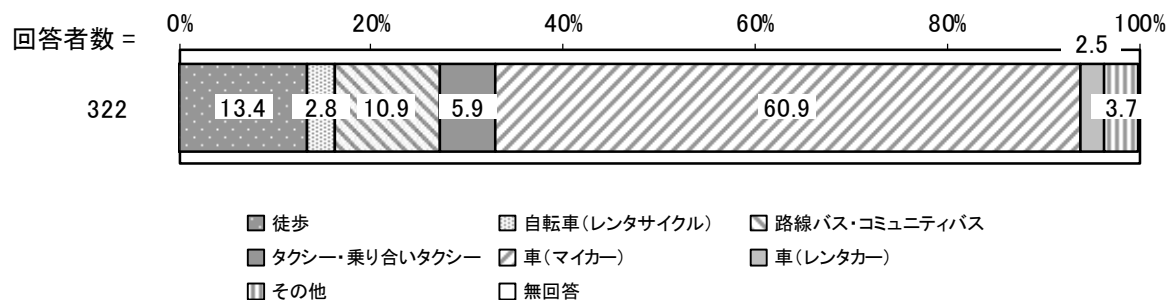
「車（マイカー）」の割合が61.2%と最も高く、次いで「電車（つくばエクスプレス）」の割合が22.7%となっています。



引き続き、茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

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。(回答は1つ)

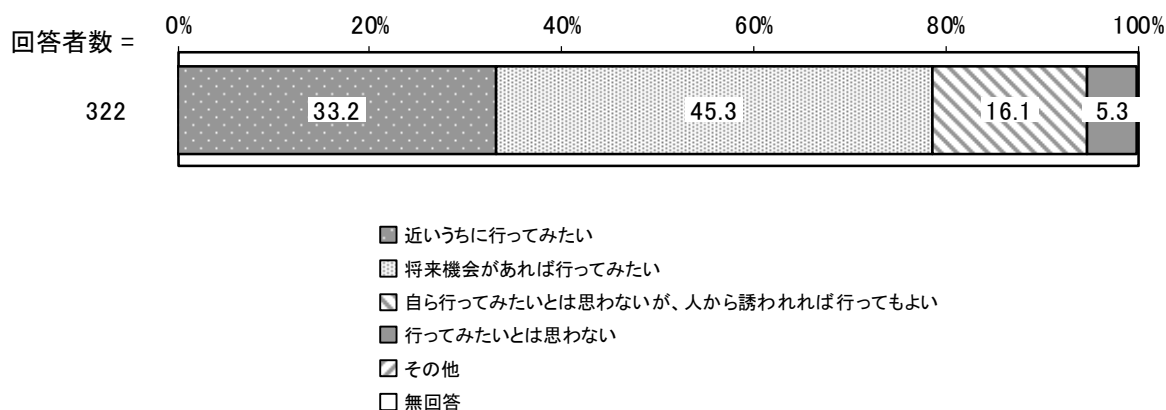
「車（マイカー）」の割合が60.9%と最も高く、次いで「徒歩」の割合が13.4%、「路線バス・コミュニティバス」の割合が10.9%となっています。



引き続き、茨城県つくば市に行ったことがあるとお答えの方にお伺いします。

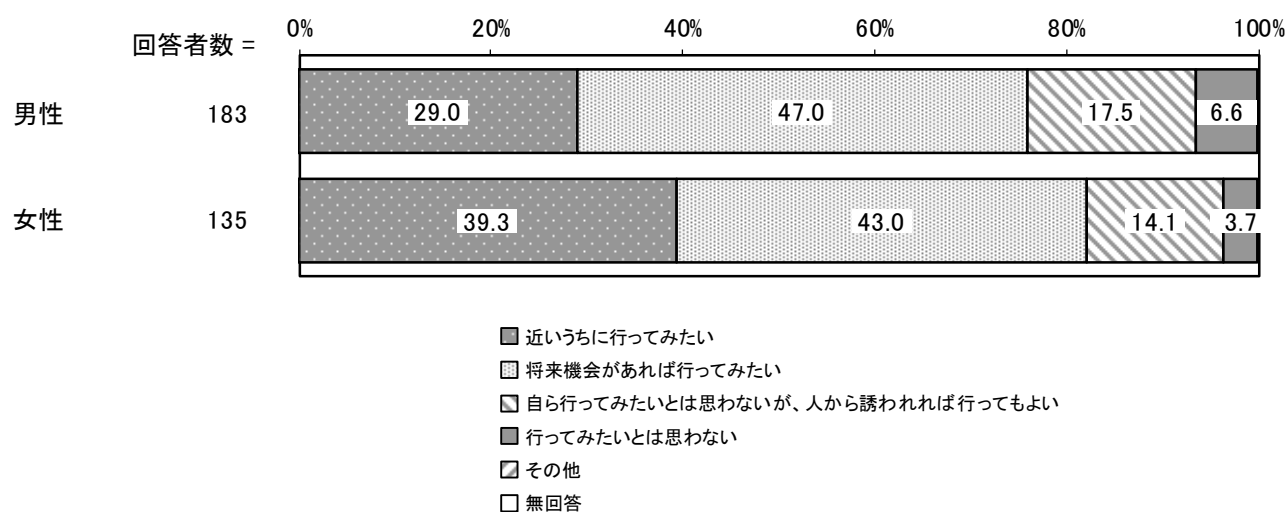
茨城県つくば市へは、また行ってみたいと思いますか。(回答は1つ)

「将来機会があれば行ってみたい」の割合が45.3%と最も高く、次いで「近いうちに行ってみたい」の割合が33.2%、「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」の割合が16.1%となっています。



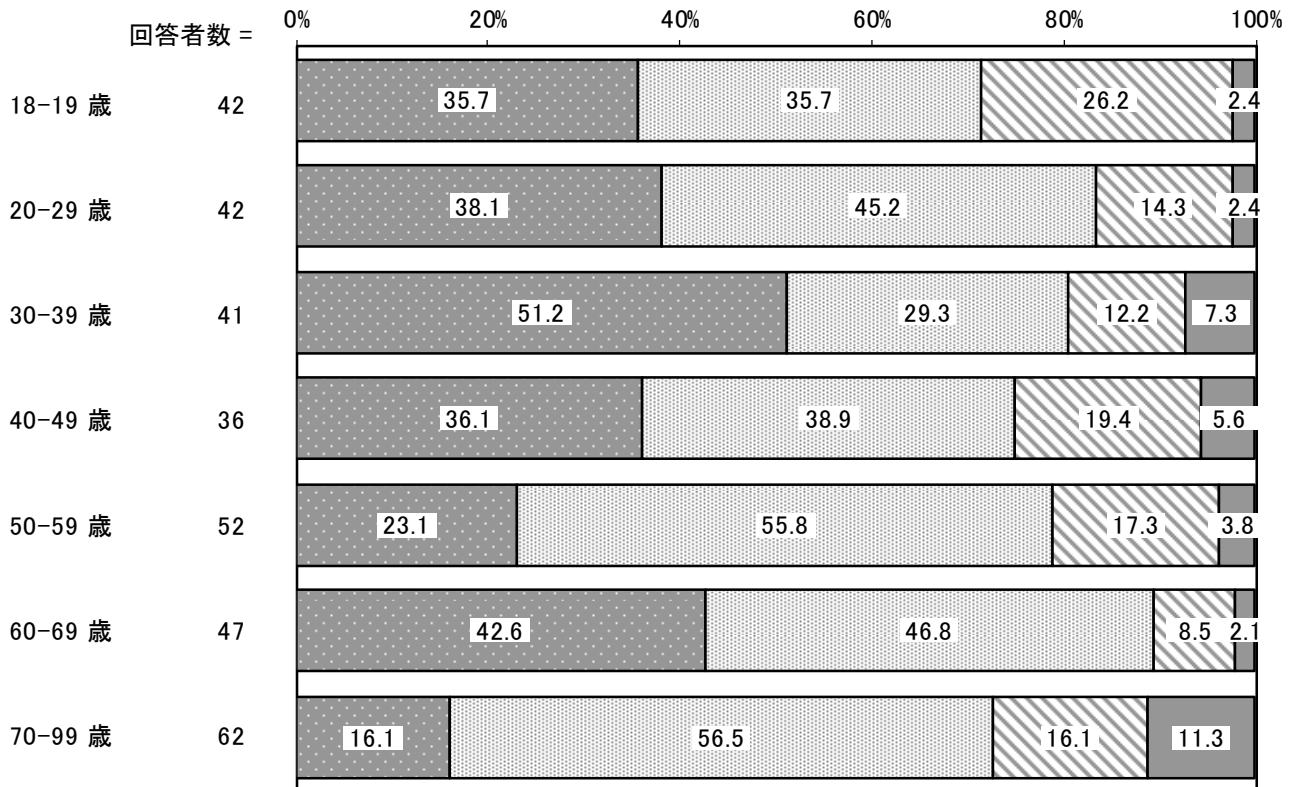
【性別】

性別でみると、男性に比べ、女性で「近いうちに行ってみたい」の割合が高く、約4割となっています。



【年齢別】

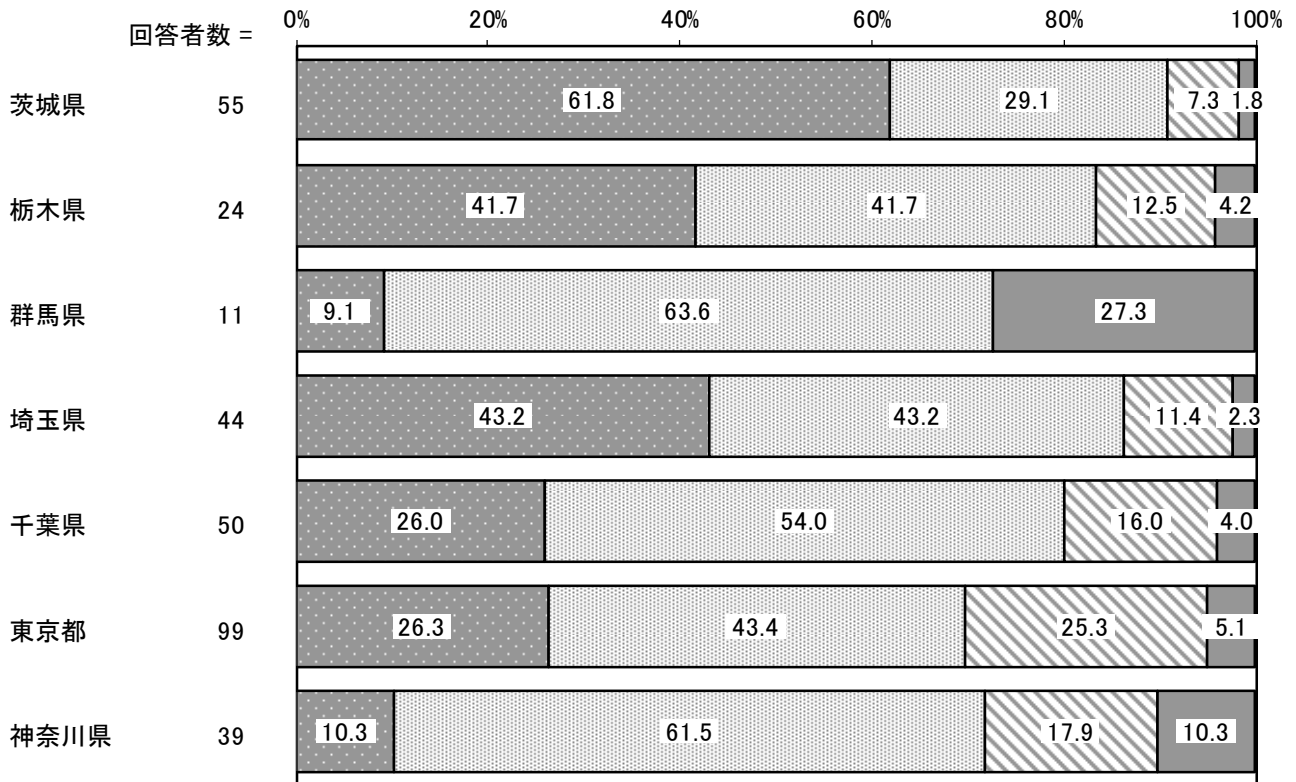
年齢別でみると、他に比べ、50-59 歳、70-99 歳で「将来機会があれば行ってみたい」の割合が高く、5 割半ばとなっています。また、30-39 歳で「近いうちに行ってみたい」の割合が高く、約 5 割となっています。



- 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
- 無回答

【居住地別】

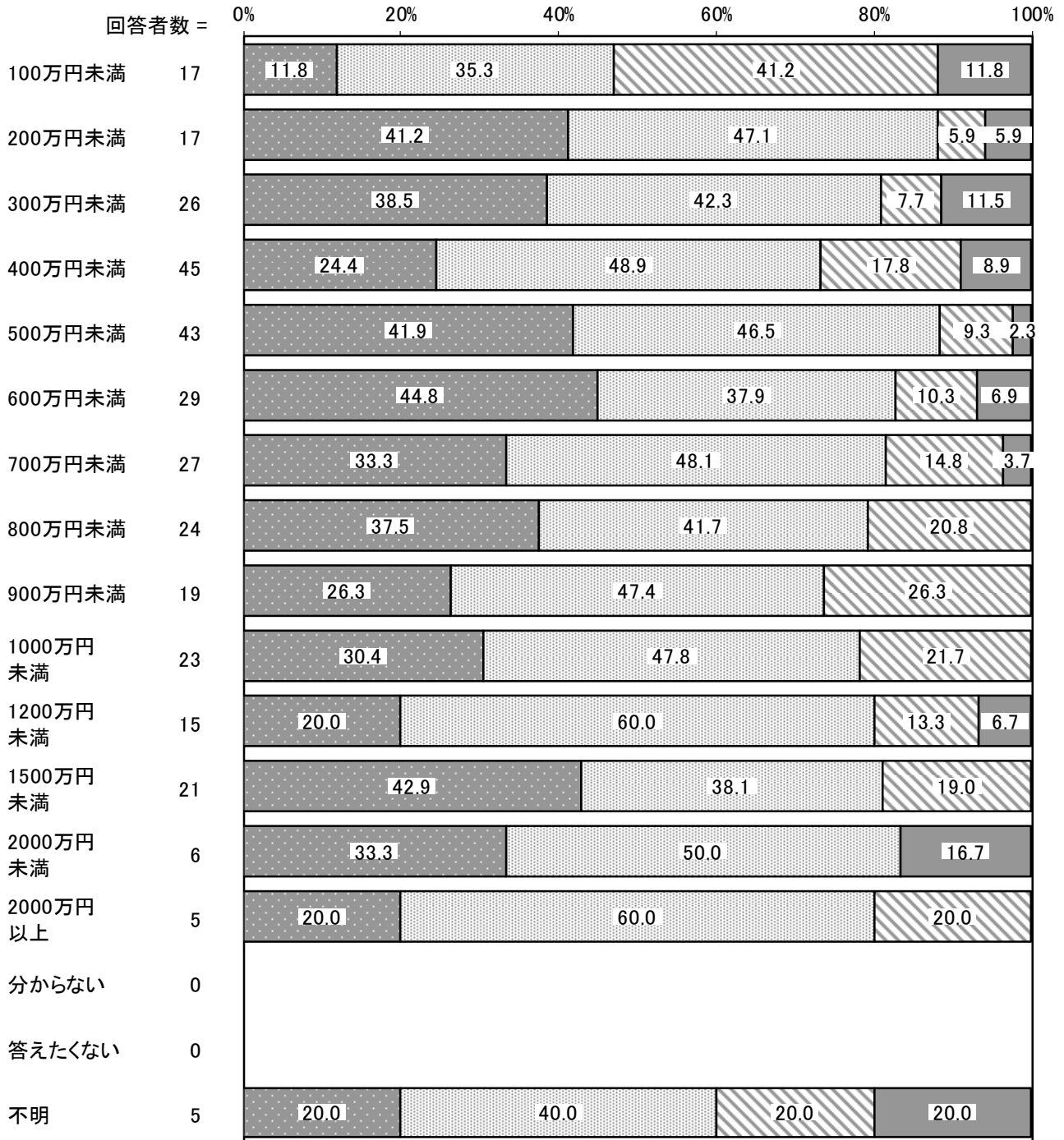
居住地別でみると、他に比べ、茨城県で「近いうちに行ってみたい」の割合、群馬県、神奈川県で「将来機会があれば行ってみたい」の割合が高く、約6割となっています。また、群馬県で「行ってみたいとは思わない」の割合が高く、約3割となっています。



- 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
- 無回答

【世帯年収別】

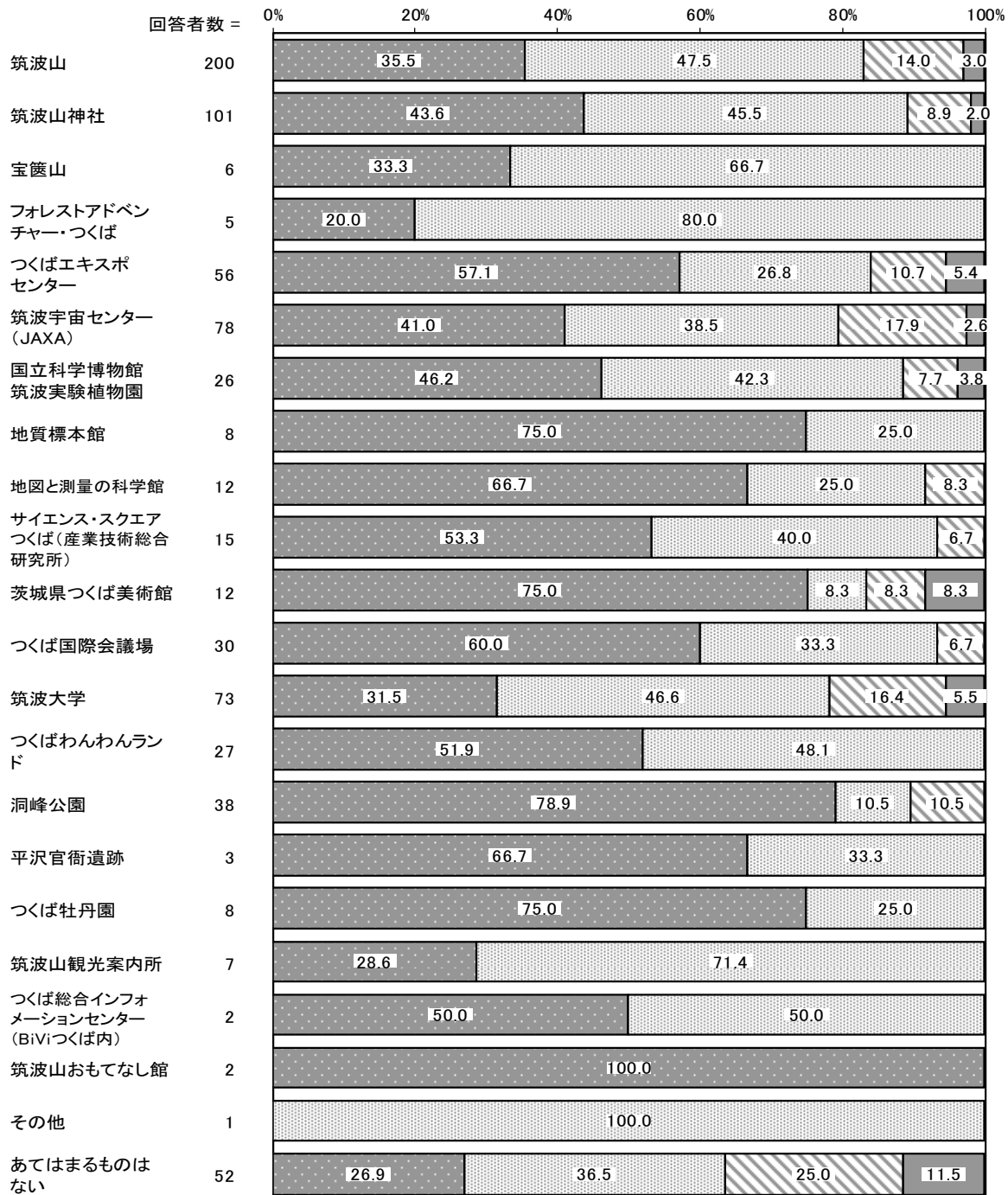
世帯年収別でみると、他に比べ、1200万円未満で「将来機会があれば行ってみたい」の割合が高く、6割となっています。また、600万円未満で「近いうちに行ってみたい」の割合が高く、4割半ばとなっています。



- 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
- 無回答

【行ったことのある施設別】

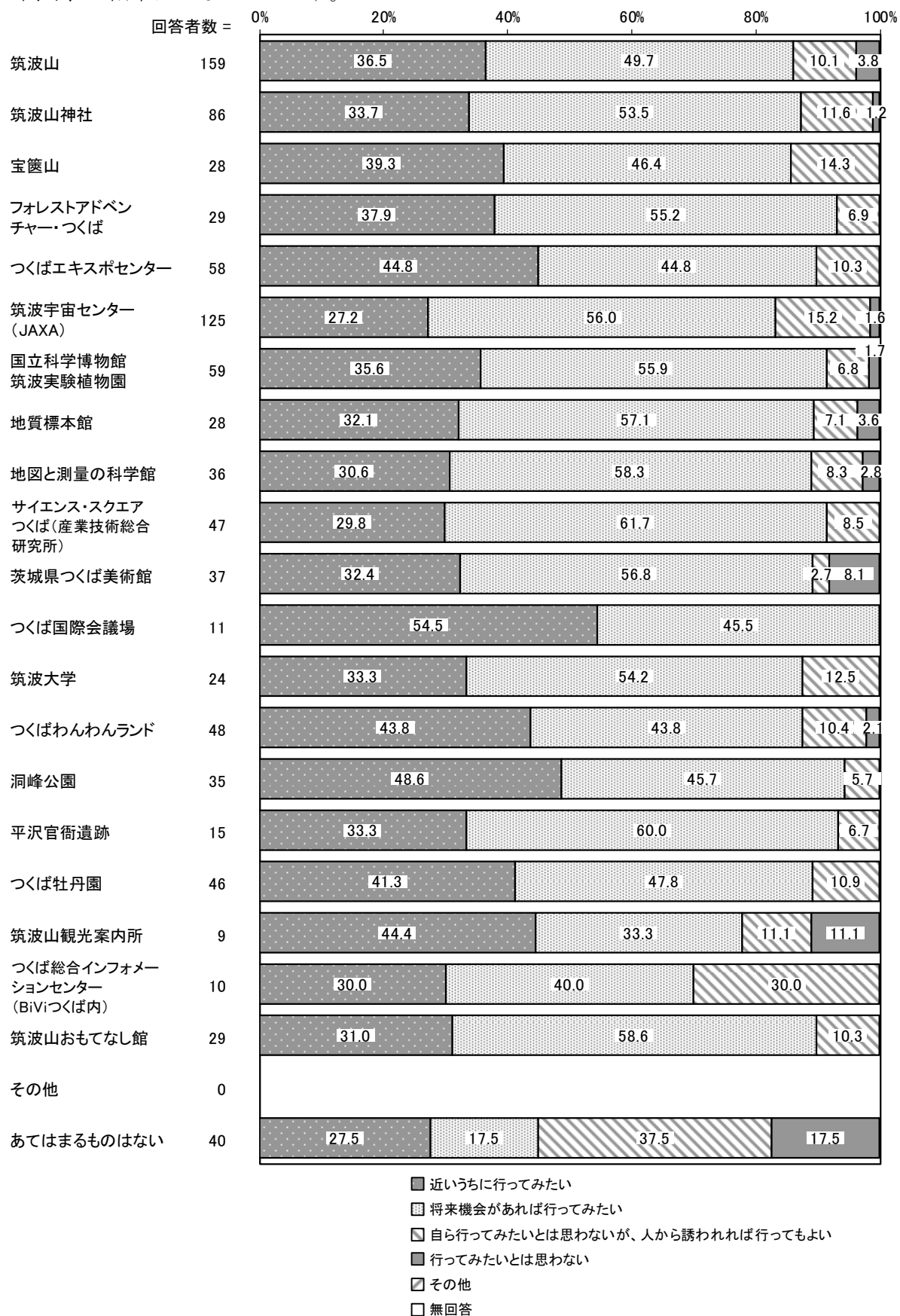
行ったことのある施設別でみると、他に比べ、茨城県つくば美術館、洞峰公園で「近いうちに
行ってみたい」の割合が高く、7割を超えています。また、筑波山、つくばわんわんランドで「将
来機会があれば行ってみたい」の割合が高く、約5割となっています。



- ☒ 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
- ☐ 無回答

【行ってみたい施設別】

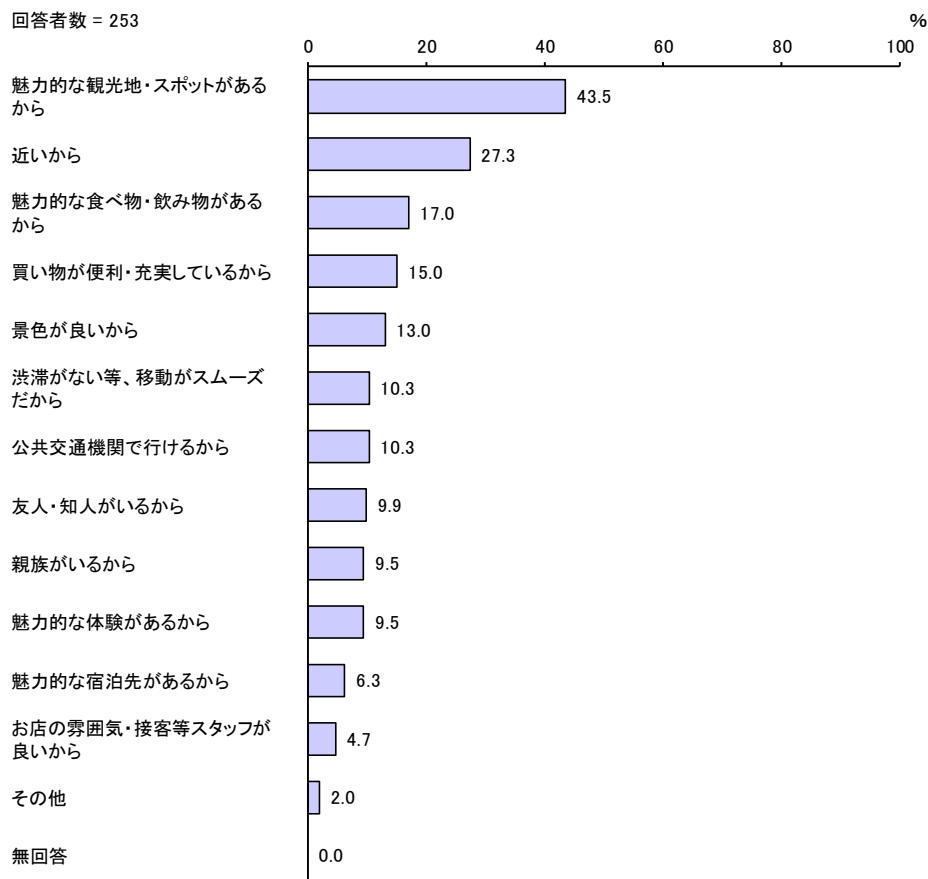
行ってみたい施設別でみると、他に比べ、地質標本館、地図と測量の科学館、サイエンス・スクエアつくば（産業技術総合研究所）、平沢官衙遺跡で「将来機会があれば行ってみたい」の割合が高く、約6割となっています。また、つくば国際会議場で「近いうちに行ってみたい」の割合が高く、5割半ばとなっています。



茨城県つくば市へ「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」とお答えの方にお伺いします。

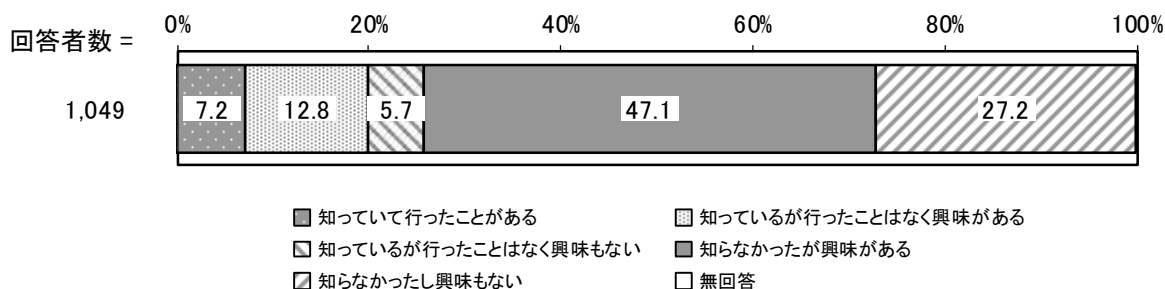
また行ってみたいと思うのはなぜですか。（回答はいくつでも）

「魅力的な観光地・スポットがあるから」の割合が 43.5%と最も高く、次いで「近いから」の割合が 27.3%、「魅力的な食べ物・飲み物があるから」の割合が 17.0%となっています。



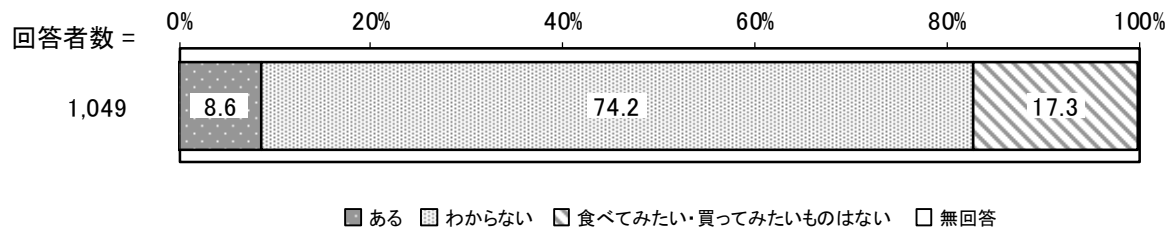
温泉に入ることができる宿泊施設が筑波山にあることを知っていますか。（回答は1つ）

「知らなかったが興味がある」の割合が 47.1%と最も高く、次いで「知らなかったし興味もない」の割合が 27.2%、「知っているが行ったことはなく興味がある」の割合が 12.8%となっています。



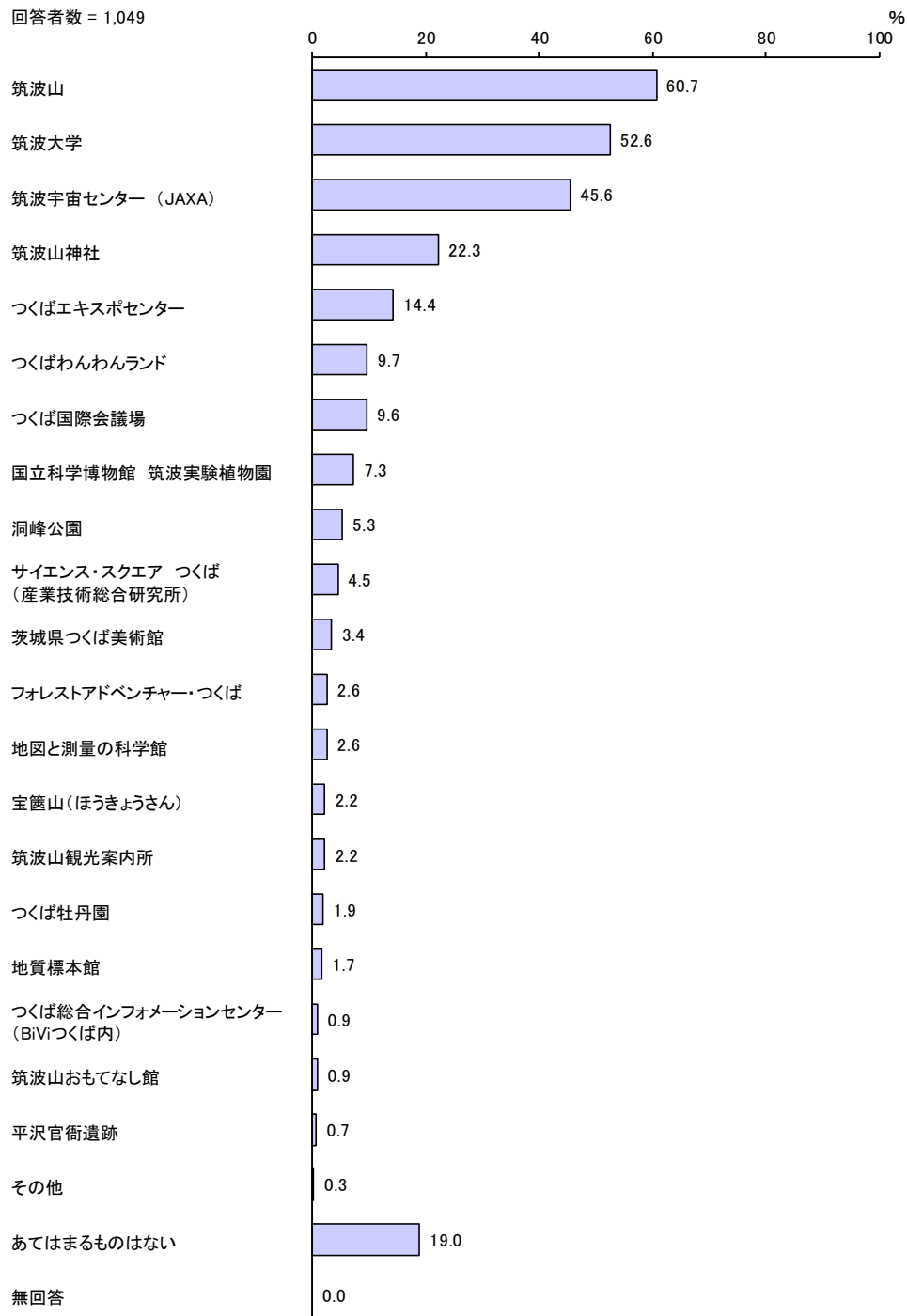
茨城県つくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものはありますか。
分かる限りの商品名、店名をご記入ください。

「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。



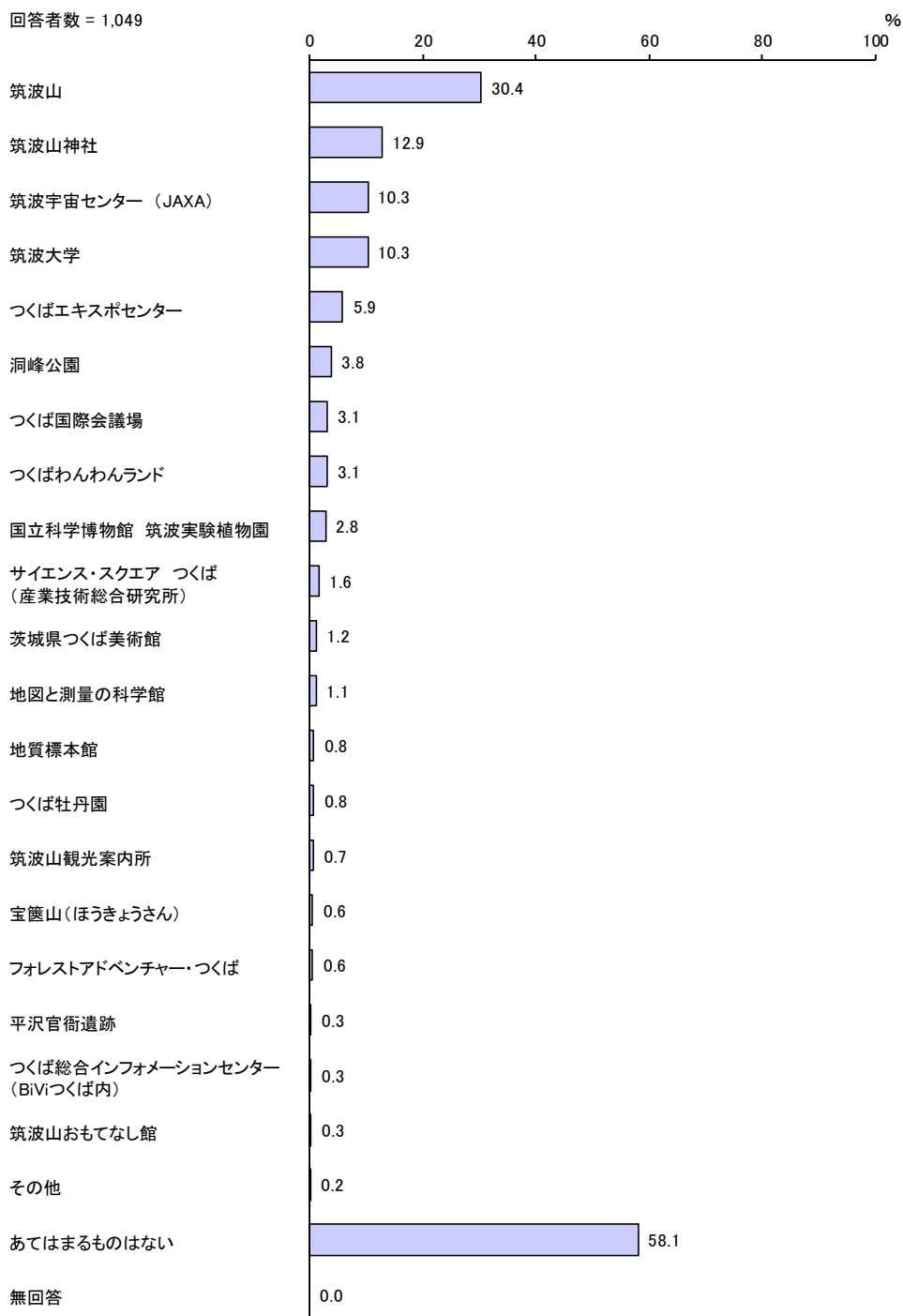
あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか。

「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に行ったことはありますか。

「あてはまるものはない」の割合が 58.1%と最も高く、次いで「筑波山」の割合が 30.4%、「筑波山神社」の割合が 12.9%となっています。



【性 別】

性別でみると、女性に比べ、男性で「筑波山」の割合が高く、3割半ばとなっています。一方、男性に比べ、女性で「あてはまるものはない」の割合が高く、約6割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター（JAXA）	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば （産業技術総合研究所）	茨城県つくば美術館
男性	518	34.2	13.1	0.8	0.8	5.6	11.8	3.3	0.6	1.2	1.9	1.0
女性	521	26.9	12.1	0.4	0.4	6.3	9.0	2.3	1.0	1.2	1.3	1.3

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Bivvつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
男性	3.1	10.0	2.5	3.7	0.4	0.4	0.8	0.4	0.2	0.2	54.8	—
女性	3.1	10.6	3.5	4.0	0.2	1.2	0.6	0.2	0.4	0.2	61.4	—

【年齢別】

年齢別でみると、年齢が高くなるにつれ「筑波山」「筑波山神社」の割合が高くなる傾向がみられます。

単位：％

区分	回答者数 (件)	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター (JAXA)	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば (産業技術総合研究所)	茨城県つくば美術館
18-19 歳	152	15.8	6.6	—	0.7	4.6	10.5	2.0	2.0	1.3	1.3	1.3
20-29 歳	147	17.0	6.1	0.7	2.0	5.4	6.1	2.0	0.7	2.0	1.4	2.0
30-39 歳	150	20.7	5.3	0.7	0.7	3.3	7.3	2.7	—	0.7	0.7	0.7
40-49 歳	152	28.9	9.9	—	—	6.6	9.9	3.3	0.7	1.3	—	—
50-59 歳	152	42.8	16.4	0.7	—	9.2	12.5	2.0	0.7	—	2.6	1.3
60-69 歳	149	42.3	21.5	1.3	0.7	5.4	10.1	2.0	0.7	—	2.0	1.3
70-99 歳	147	45.6	24.5	0.7	—	6.8	15.6	5.4	0.7	2.7	3.4	2.0

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター (Bivivつくば内)	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
18-19 歳	1.3	9.2	3.3	2.6	0.7	—	—	0.7	—	—	67.1	—
20-29 歳	1.4	10.9	3.4	2.0	—	—	0.7	—	0.7	—	65.3	—
30-39 歳	2.0	7.3	3.3	3.3	—	1.3	0.7	0.7	—	—	69.3	—
40-49 歳	2.0	7.9	4.6	5.9	—	—	0.7	—	—	—	64.5	—
50-59 歳	5.9	9.9	1.3	3.3	—	0.7	—	0.7	0.7	0.7	48.7	—
60-69 歳	4.0	13.4	2.7	4.7	—	1.3	0.7	—	0.7	—	49.7	—
70-99 歳	5.4	13.6	2.7	4.8	1.4	2.0	2.0	—	—	0.7	41.5	—

【居住地別】

居住地別でみると、他に比べ、茨城県で「筑波山」「筑波山神社」「つくばエキスポセンター」「つくば国際会議場」「筑波大学」「つくばわんわんランド」「洞峰公園」の割合が高くなっています。また、群馬県、神奈川県で「あてはまるものはない」の割合が高く、7割を超えています。

単位：％

区分	回答者数（件）	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター（JAXA）	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば （産業技術総合研究所）	茨城県つくば美術館
茨城県	63	81.0	46.0	3.2	—	34.9	23.8	9.5	4.8	7.9	6.3	7.9
栃木県	43	44.2	16.3	—	—	14.0	25.6	2.3	—	4.7	—	—
群馬県	43	16.3	7.0	—	—	2.3	7.0	—	—	—	—	—
埼玉県	177	28.8	12.4	0.6	2.3	4.0	9.6	4.5	1.7	0.6	1.1	—
千葉県	150	43.3	15.3	0.7	—	4.7	8.7	5.3	—	0.7	3.3	0.7
東京都	342	27.5	11.4	0.6	0.6	4.4	10.8	1.5	0.6	0.9	1.5	1.5
神奈川県	231	13.9	5.2	—	—	1.7	5.2	0.4	—	—	0.4	0.9

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Bivivつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
茨城県	28.6	31.7	17.5	39.7	3.2	6.3	—	1.6	—	—	11.1	—
栃木県	—	9.3	2.3	2.3	—	—	4.7	—	2.3	—	39.5	—
群馬県	—	2.3	4.7	—	—	2.3	—	—	—	—	74.4	—
埼玉県	1.7	9.6	1.7	2.3	—	1.1	0.6	—	—	—	60.5	—
千葉県	3.3	5.3	2.7	2.7	0.7	0.7	0.7	0.7	—	—	46.7	—
東京都	1.5	11.1	2.6	1.8	—	—	0.9	—	0.3	—	60.2	—
神奈川県	0.9	8.7	0.9	—	—	—	—	0.4	0.4	0.9	73.6	—

【世帯年収別】

世帯年収別でみると、他に比べ、900 万円未満で「筑波山」の割合が高く、4 割半ばとなっています。また、200 万円未満、500 万円未満、900 万円未満で「筑波山神社」の割合が高く、約 2 割となっています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター (JAXA)	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば (産業技術総合研究所)	茨城県つくば美術館
100 万円未満	61	21.3	9.8	—	—	3.3	8.2	—	—	—	—	—
200 万円未満	57	31.6	22.8	—	—	5.3	17.5	1.8	—	1.8	—	—
300 万円未満	109	33.9	14.7	0.9	—	9.2	6.4	3.7	1.8	—	1.8	0.9
400 万円未満	142	32.4	11.3	0.7	1.4	6.3	10.6	1.4	—	0.7	2.1	1.4
500 万円未満	121	33.9	17.4	1.7	0.8	6.6	14.0	4.1	0.8	1.7	4.1	0.8
600 万円未満	111	25.2	9.9	1.8	—	7.2	11.7	2.7	0.9	2.7	—	3.6
700 万円未満	78	32.1	10.3	—	1.3	—	7.7	2.6	—	—	1.3	—
800 万円未満	90	26.7	10.0	—	—	7.8	7.8	2.2	1.1	1.1	1.1	—
900 万円未満	45	46.7	17.8	—	2.2	4.4	13.3	2.2	—	2.2	—	2.2
1000 万円未満	58	32.8	12.1	—	—	8.6	12.1	8.6	5.2	3.4	5.2	3.4
1200 万円未満	54	29.6	14.8	—	—	3.7	7.4	1.9	—	—	—	—
1500 万円未満	51	25.5	9.8	—	—	7.8	9.8	—	—	—	2.0	—
2000 万円未満	26	30.8	15.4	—	3.8	3.8	11.5	7.7	—	3.8	3.8	—
2000 万円以上	13	38.5	15.4	—	—	—	7.7	—	—	—	—	7.7
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	33	15.2	3.0	—	—	3.0	6.1	3.0	—	—	—	3.0

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター (B i v i つくば内)	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
100 万円未満	1.6	11.5	6.6	—	—	—	—	1.6	—	—	60.7	—
200 万円未満	1.8	5.3	—	3.5	1.8	—	—	1.8	1.8	—	50.9	—
300 万円未満	4.6	10.1	2.8	4.6	0.9	2.8	0.9	—	—	—	60.6	—
400 万円未満	2.8	9.2	2.1	1.4	0.7	0.7	0.7	—	—	—	56.3	—
500 万円未満	6.6	9.1	5.8	9.1	—	1.7	0.8	0.8	—	—	57.0	—
600 万円未満	2.7	9.9	1.8	3.6	—	1.8	0.9	—	0.9	—	61.3	—
700 万円未満	1.3	3.8	2.6	3.8	—	—	—	—	—	—	56.4	—
800 万円未満	3.3	14.4	3.3	6.7	—	—	—	—	—	—	63.3	—
900 万円未満	—	13.3	2.2	11.1	—	—	—	—	—	—	42.2	—
1000 万円未満	5.2	13.8	6.9	3.4	—	—	1.7	—	—	—	55.2	—
1200 万円未満	—	11.1	—	—	—	—	—	—	—	1.9	57.4	—
1500 万円未満	5.9	19.6	—	—	—	—	2.0	—	—	—	60.8	—
2000 万円未満	3.8	11.5	3.8	—	—	—	3.8	—	—	3.8	50.0	—
2000 万円以上	—	15.4	7.7	—	—	—	—	—	7.7	—	61.5	—
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	—	3.0	3.0	—	—	—	—	—	—	—	75.8	—

【つくば市への来訪回数別】

つくば市へ複数回来訪したことがある人で「筑波山」「筑波山神社」「つくばエキスポセンター」「筑波宇宙センター（JAXA）」「筑波大学」「つくばわんわんランド」の割合が高くなっています。

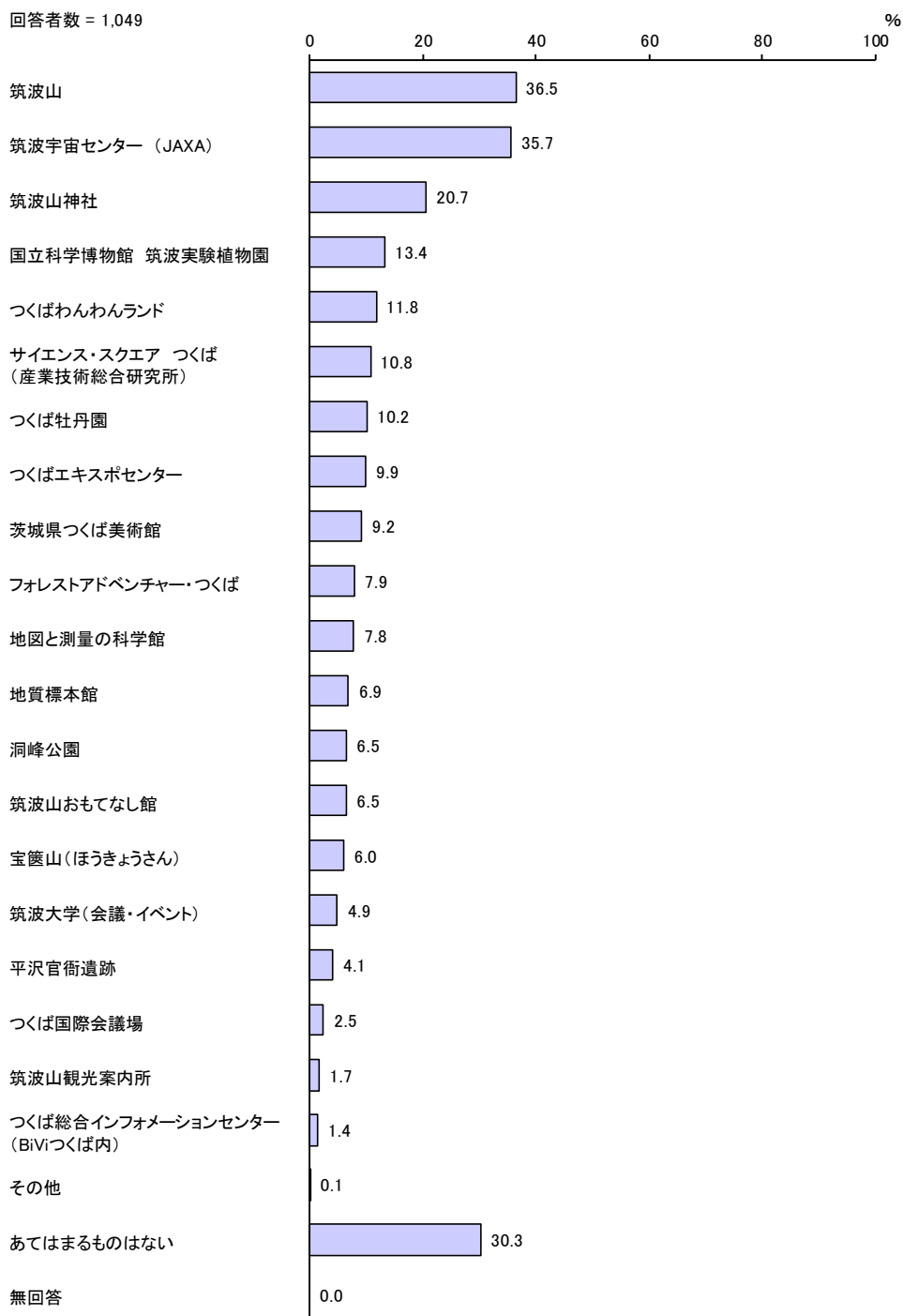
單位：%

区分	回答者数（件）	筑波山	筑波山神社	宝篋山	つくば フォレストアドベンチャー・ つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター （JAXA）	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば （産業技術総合研究所）	茨城県つくば美術館
複数回来訪したことがある	322	62.1	31.4	1.9	1.6	17.4	24.2	8.1	2.5	3.7	4.7	3.7
ほとんど行ったことがない	285	32.6	10.9	—	0.4	2.1	8.8	0.7	—	—	0.4	0.4
一度も行ったことがない	442	5.9	0.7	—	—	—	1.1	0.2	—	—	0.2	—

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Bivivつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
複数回来訪したことがある	9.3	22.7	8.4	11.8	0.9	2.5	2.2	0.6	0.6	0.3	16.1	—
ほとんど行ったことがない	0.7	7.7	1.4	0.7	—	—	—	—	—	—	56.5	—
一度も行ったことがない	0.2	2.9	0.2	—	—	—	—	0.2	0.2	0.2	89.6	—

次のつくば市内の施設で行ってみたいと思う施設を複数選択してください。

「筑波山」の割合が 36.5%と最も高く、次いで「筑波宇宙センター（JAXA）」の割合が 35.7%、「あてはまるものはない」の割合が 30.3%となっています。



【性 別】

性別でみると、女性に比べ、男性で「筑波宇宙センター（JAXA）」の割合が高く、約4割となっています。一方、男性に比べ、女性で「茨城県つくば美術館」「つくば牡丹園」の割合が高くなっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター（JAXA）	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば （産業技術総合研究所）	茨城県つくば美術館
男性	518	38.0	19.9	5.4	5.6	11.0	39.0	12.4	6.4	6.8	10.4	5.6
女性	521	34.7	21.7	6.5	10.2	8.6	32.4	14.6	7.3	8.8	10.9	12.5

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Bivivつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
男性	2.9	5.8	9.5	6.9	3.5	6.8	1.9	1.4	4.1	0.2	30.9	—
女性	2.1	4.0	14.4	6.1	4.8	13.6	1.5	1.5	9.0	—	29.9	—

【年齡別】

年齢別でみると、39 歳以下に比べ、40 歳以上で「筑波山」「筑波宇宙センター（JAXA）」の割合が高く、4 割を超えています。一方、18-19 歳、20-29 歳で「あてはまるものはない」の割合が高く、約 4 割となっています。

單位：%

区分	回答者数 (件)	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・ つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター (JAXA)	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば (産業技術総合研究所)	茨城県つくば美術館
18-19 歳	152	27.0	11.8	2.6	9.9	8.6	22.4	14.5	7.2	11.2	9.2	5.3
20-29 歳	147	27.2	14.3	3.4	13.6	8.2	20.4	12.2	8.2	8.2	12.2	8.8
30-39 歳	150	31.3	19.3	3.3	13.3	4.7	35.3	13.3	8.0	9.3	12.0	8.7
40-49 歳	152	40.8	28.9	7.2	7.2	13.2	44.1	6.6	3.9	7.9	9.9	7.2
50-59 歳	152	40.8	21.1	7.2	5.9	11.2	42.1	11.2	6.6	5.3	10.5	7.9
60-69 歳	149	46.3	26.2	9.4	3.4	14.8	44.3	17.4	7.4	5.4	12.8	11.4
70-99 歳	147	42.2	23.1	8.8	2.0	8.8	41.5	19.0	6.8	7.5	8.8	15.0

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Ｂｉｖｉつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
18-19 歳	4.6	9.9	10.5	7.9	3.9	6.6	1.3	2.6	3.9	—	39.5	—
20-29 歳	2.7	7.5	13.6	4.8	5.4	7.5	2.7	0.7	4.1	0.7	40.8	—
30-39 歳	1.3	0.7	16.0	3.3	2.0	10.0	—	0.7	3.3	—	36.7	—
40-49 歳	2.0	5.3	14.5	5.3	3.9	3.3	1.3	2.0	5.3	—	29.6	—
50-59 歳	1.3	3.9	11.2	7.9	5.9	9.2	2.0	1.3	7.9	—	25.0	—
60-69 歳	2.7	4.0	8.7	7.4	3.4	14.8	2.0	0.7	10.1	—	19.5	—
70-99 歳	2.7	2.7	8.2	8.8	4.1	20.4	2.7	2.0	10.9	—	21.1	—

【居住地別】

居住地別でみると、他に比べ、茨城県で「筑波山」「筑波山神社」「洞峰公園」の割合が高くなっています。また、栃木県で「サイエンス・スクエア つくば（産業技術総合研究所）」の割合が高く、約2割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター（JAXA）	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば （産業技術総合研究所）	茨城県つくば美術館
茨城県	63	54.0	31.7	9.5	6.3	19.0	31.7	19.0	7.9	9.5	7.9	9.5
栃木県	43	41.9	25.6	—	9.3	9.3	34.9	16.3	9.3	11.6	18.6	11.6
群馬県	43	37.2	23.3	4.7	2.3	4.7	41.9	11.6	2.3	2.3	11.6	11.6
埼玉県	177	40.7	22.0	3.4	6.8	13.0	33.3	14.1	8.5	10.2	10.7	6.8
千葉県	150	40.0	15.3	6.0	7.3	13.3	30.7	14.0	6.0	6.0	10.7	7.3
東京都	342	31.9	21.3	7.3	9.1	6.1	37.1	13.7	7.6	9.4	10.2	10.8
神奈川県	231	32.0	17.7	6.5	8.7	9.5	39.0	10.4	5.2	4.8	10.8	8.7

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター（Bivivつくば内）	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
茨城県	1.6	1.6	19.0	17.5	1.6	12.7	—	—	4.8	—	22.2	—
栃木県	4.7	4.7	11.6	2.3	4.7	18.6	4.7	—	7.0	—	25.6	—
群馬県	—	4.7	11.6	7.0	—	7.0	—	4.7	9.3	—	25.6	—
埼玉県	1.7	5.6	15.8	4.0	4.0	9.6	1.1	1.1	5.6	—	31.1	—
千葉県	4.0	3.3	9.3	7.3	4.7	11.3	3.3	2.0	6.7	0.7	30.0	—
東京都	1.5	4.1	9.6	6.4	3.8	9.4	0.9	1.5	6.1	—	29.5	—
神奈川県	3.9	7.4	11.7	5.6	5.6	9.5	2.6	1.3	7.4	—	35.1	—

【世帯年収別】

世帯年収別でみると、他に比べ、800 万円未満で「筑波山」の割合が高く、約 5 割となっています。また、1000 万円未満で「国立科学博物館 筑波実験植物園」の割合が高く、2 割半ばとなっています。

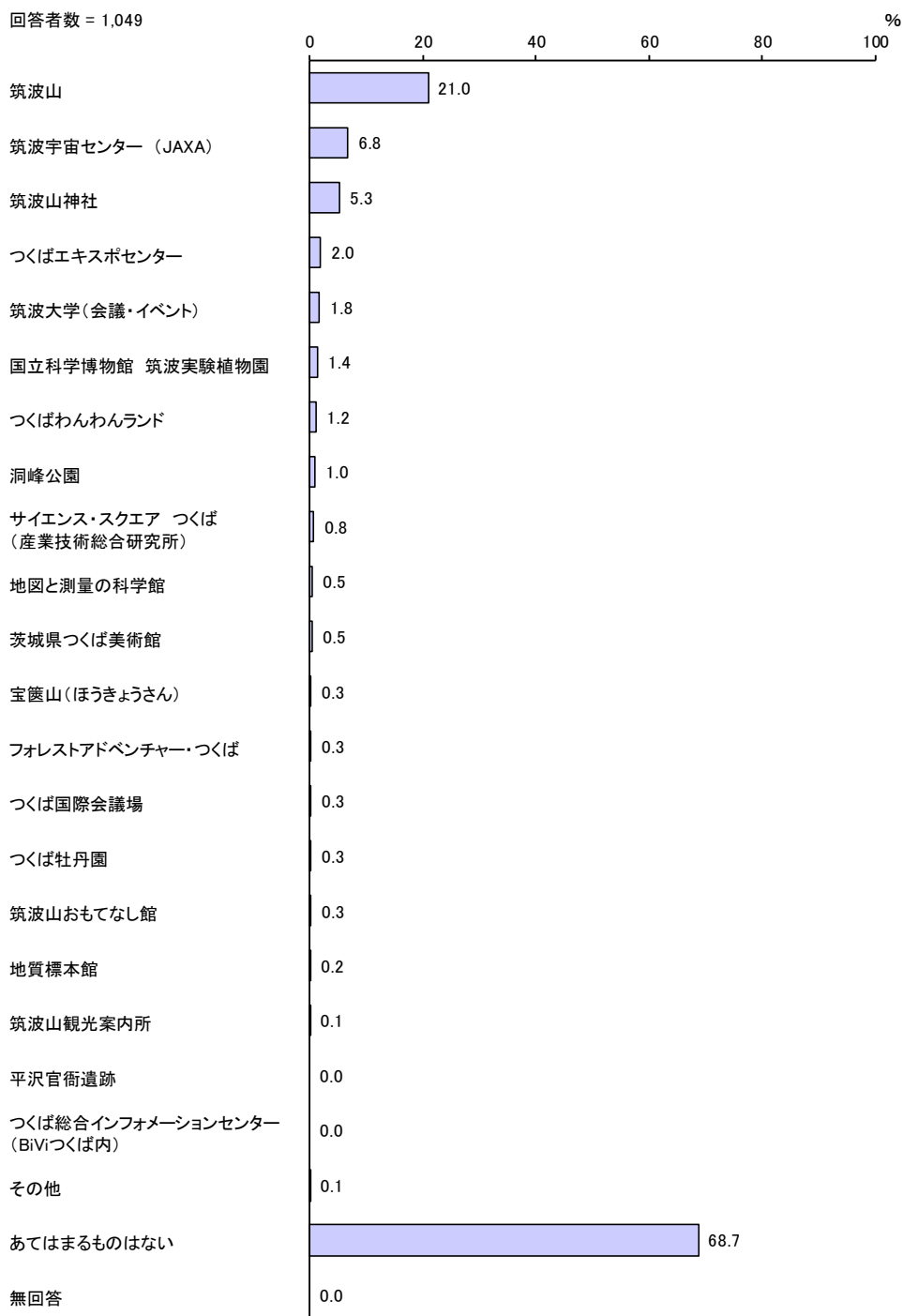
單位：%

区分	回答者数 (件)	筑波山	筑波山神社	宝篋山	フォレストアドベンチャー・ つくば	つくばエキスポセンター	筑波宇宙センター (JAXA)	国立科学博物館 筑波実験植物園	地質標本館	地図と測量の科学館	サイエンス・スクエアつくば (産業技術総合研究所)	茨城県つくば美術館
100万円未満	61	24.6	14.8	3.3	4.9	9.8	16.4	11.5	4.9	8.2	6.6	3.3
200万円未満	57	35.1	24.6	7.0	1.8	8.8	38.6	14.0	3.5	12.3	5.3	10.5
300万円未満	109	41.3	23.9	6.4	7.3	10.1	38.5	13.8	7.3	7.3	8.3	12.8
400万円未満	142	41.5	20.4	3.5	8.5	10.6	28.9	12.7	5.6	4.2	7.7	12.0
500万円未満	121	43.0	21.5	6.6	5.8	13.2	42.1	17.4	7.4	7.4	15.7	12.4
600万円未満	111	33.3	20.7	6.3	7.2	4.5	33.3	9.9	8.1	6.3	12.6	10.8
700万円未満	78	33.3	23.1	9.0	12.8	10.3	38.5	17.9	7.7	7.7	14.1	7.7
800万円未満	90	47.8	27.8	8.9	10.0	12.2	43.3	8.9	3.3	4.4	6.7	4.4
900万円未満	45	33.3	15.6	—	6.7	6.7	42.2	8.9	2.2	2.2	6.7	2.2
1000万円未満	58	29.3	19.0	8.6	8.6	8.6	39.7	25.9	10.3	13.8	13.8	10.3
1200万円未満	54	38.9	18.5	5.6	9.3	5.6	38.9	9.3	13.0	11.1	20.4	7.4
1500万円未満	51	29.4	19.6	9.8	9.8	9.8	39.2	15.7	11.8	11.8	9.8	7.8
2000万円未満	26	30.8	19.2	7.7	19.2	15.4	38.5	15.4	3.8	11.5	19.2	7.7
2000万円以上	13	46.2	15.4	—	—	23.1	38.5	—	7.7	15.4	15.4	—
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	33	12.1	6.1	—	6.1	12.1	15.2	9.1	6.1	12.1	6.1	9.1

区分	つくば国際会議場	筑波大学	つくばわんわんランド	洞峰公園	平沢官衙遺跡	つくば牡丹園	筑波山観光案内所	つくば総合インフォメーションセンター (Bivivつくば内)	筑波山おもてなし館	その他	あてはまるものはない	無回答
100万円未満	1.6	4.9	16.4	3.3	3.3	3.3	—	1.6	4.9	—	37.7	—
200万円未満	5.3	3.5	8.8	7.0	1.8	14.0	—	—	1.8	—	21.1	—
300万円未満	1.8	3.7	13.8	7.3	3.7	14.7	3.7	2.8	11.0	—	31.2	—
400万円未満	2.1	3.5	10.6	5.6	4.2	13.4	1.4	0.7	7.7	0.7	33.1	—
500万円未満	1.7	4.1	15.7	12.4	1.7	5.8	2.5	1.7	7.4	—	26.4	—
600万円未満	1.8	3.6	9.9	4.5	3.6	10.8	1.8	1.8	8.1	—	32.4	—
700万円未満	5.1	7.7	12.8	6.4	9.0	14.1	2.6	1.3	7.7	—	29.5	—
800万円未満	1.1	5.6	11.1	8.9	2.2	8.9	—	1.1	5.6	—	23.3	—
900万円未満	—	6.7	8.9	2.2	—	6.7	4.4	—	6.7	—	26.7	—
1000万円未満	1.7	5.2	6.9	5.2	8.6	12.1	—	1.7	1.7	—	24.1	—
1200万円未満	—	9.3	13.0	3.7	7.4	7.4	1.9	—	3.7	—	27.8	—
1500万円未満	3.9	3.9	9.8	3.9	5.9	7.8	2.0	3.9	5.9	—	31.4	—
2000万円未満	7.7	3.8	26.9	7.7	7.7	15.4	—	—	3.8	—	34.6	—
2000万円以上	7.7	—	—	—	—	—	—	7.7	7.7	—	30.8	—
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	6.1	9.1	6.1	9.1	3.0	6.1	3.0	—	3.0	—	60.6	—

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を選択してください。（回答はいくつでも）

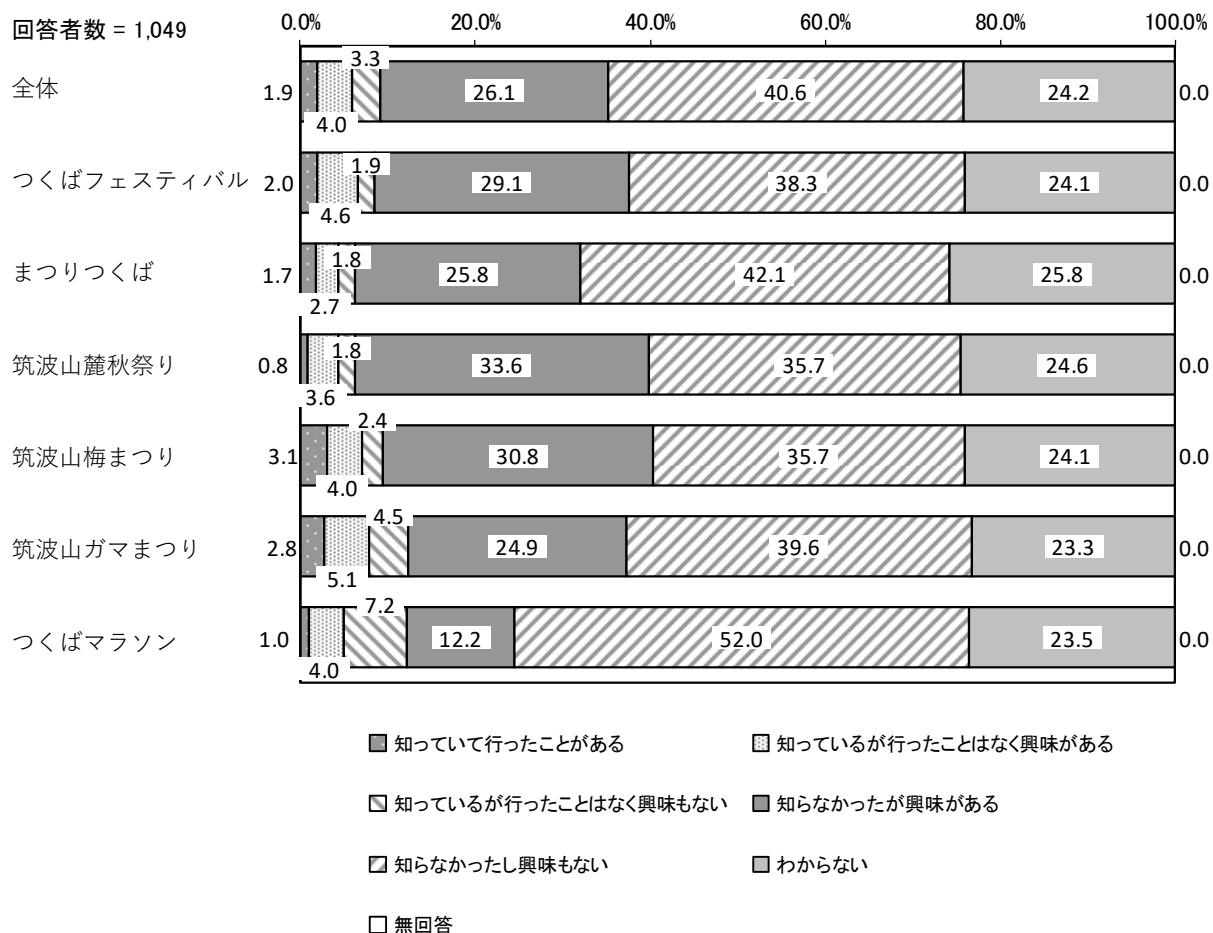
「あてはまるものはない」の割合が68.7%と最も高く、次いで「筑波山」の割合が21.0%となっています。



あなたは次のつくば市内のイベントに行ったことがありますか。

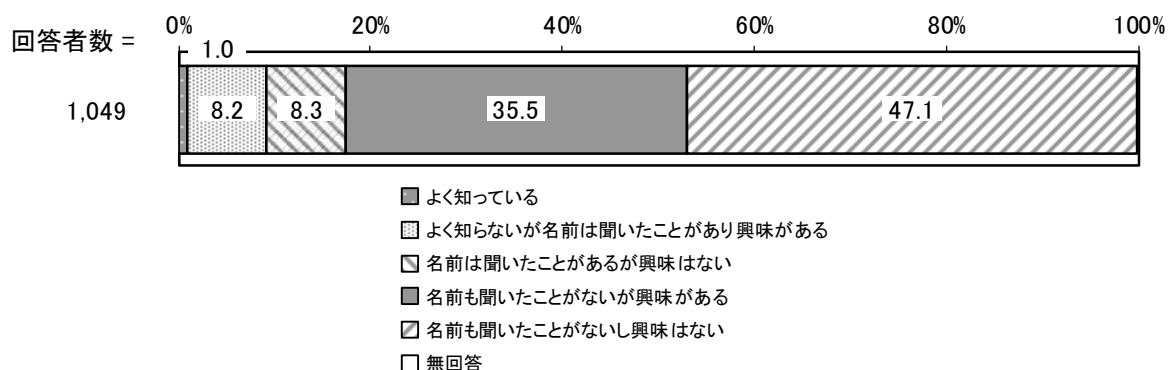
すべてのイベントで「知らなかったし興味もない」の割合が最も高くなっており、特に『つくばマラソン』では約5割となっています。

また、他のイベントに比べ、『つくばフェスティバル』『筑波山麓秋祭り』『筑波山梅まつり』で「知らなかったが興味がある」の割合が高く、約3割となっています。



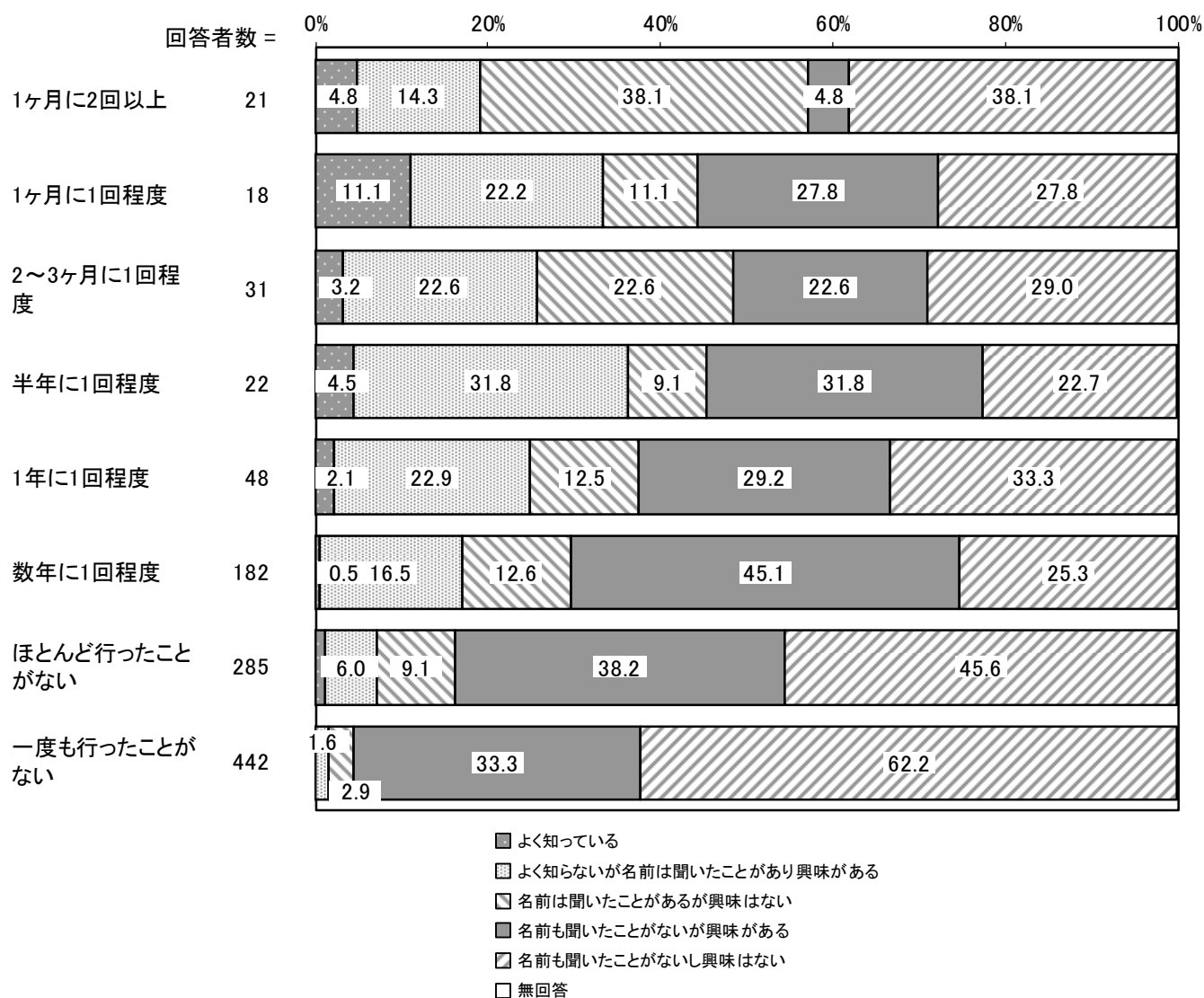
筑波山地域ジオパークを知っていますか。

「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。



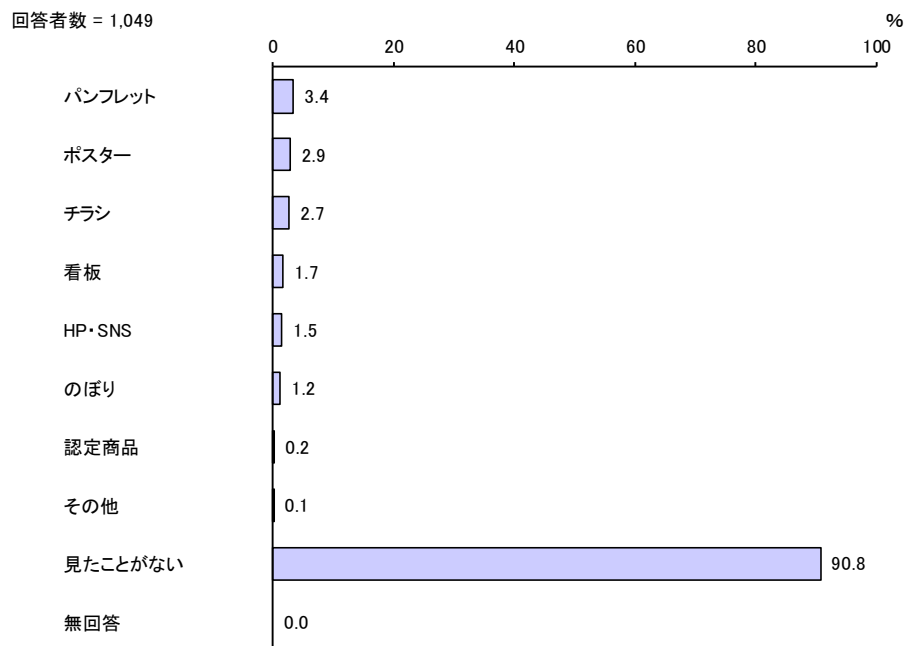
【つくば市への来訪頻度別】

つくば市への来訪頻度別でみると、他に比べ、数年に1回程度で「名前も聞いたことがないが興味がある」の割合が高く、4割半ばとなっています。また、半年に1回程度で「よく知らないが名前は聞いたことがあり興味がある」の割合が高く、約3割となっています。



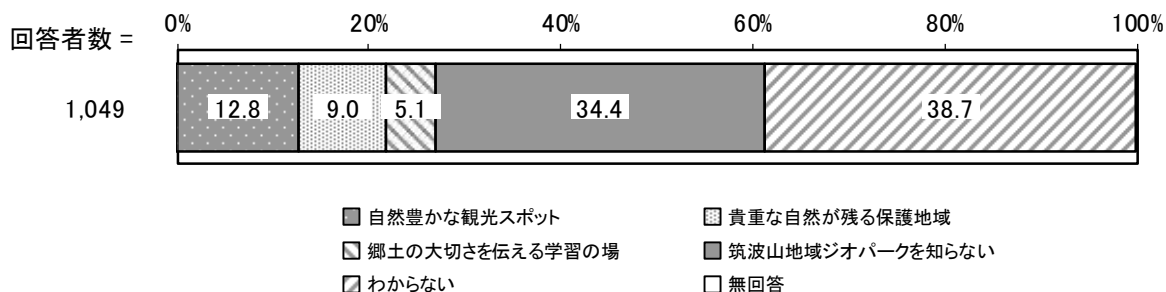
茨城県つくば市で筑波山地域ジオパークに関連するものを見たことがありますか。
(回答はいくつでも)

「見たことがない」の割合が90.8%と最も高くなっています。



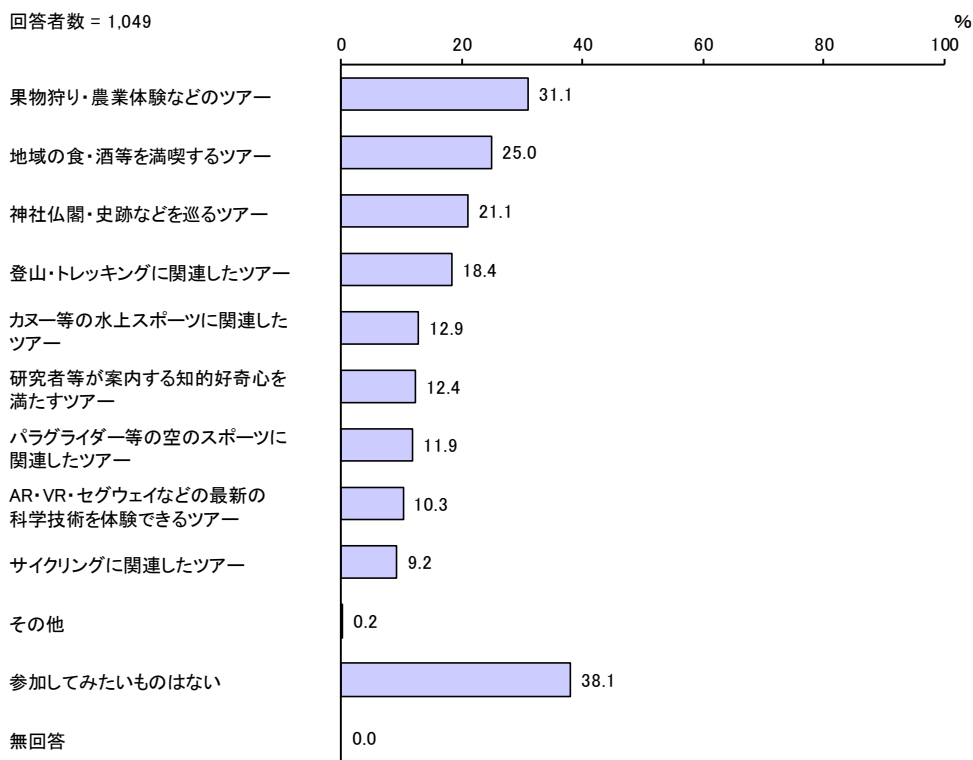
筑波山地域ジオパークのイメージに近いものはどれですか。

「わからない」の割合が38.7%と最も高く、次いで「筑波山地域ジオパークを知らない」の割合が34.4%、「自然豊かな観光スポット」の割合が12.8%となっています。



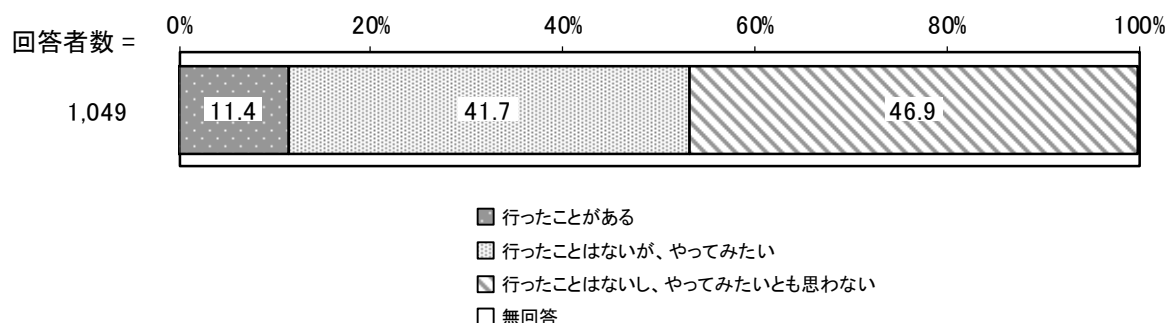
問筑波山地域ジオパークの大地の恵みを感じるツアーとして参加してみたいものは、以下のうちどれですか。

「参加してみたいものはない」の割合が38.1%と最も高く、次いで「果物狩り・農業体験などのツアー」の割合が31.1%、「地域の食・酒等を満喫するツアー」の割合が25.0%となっています。



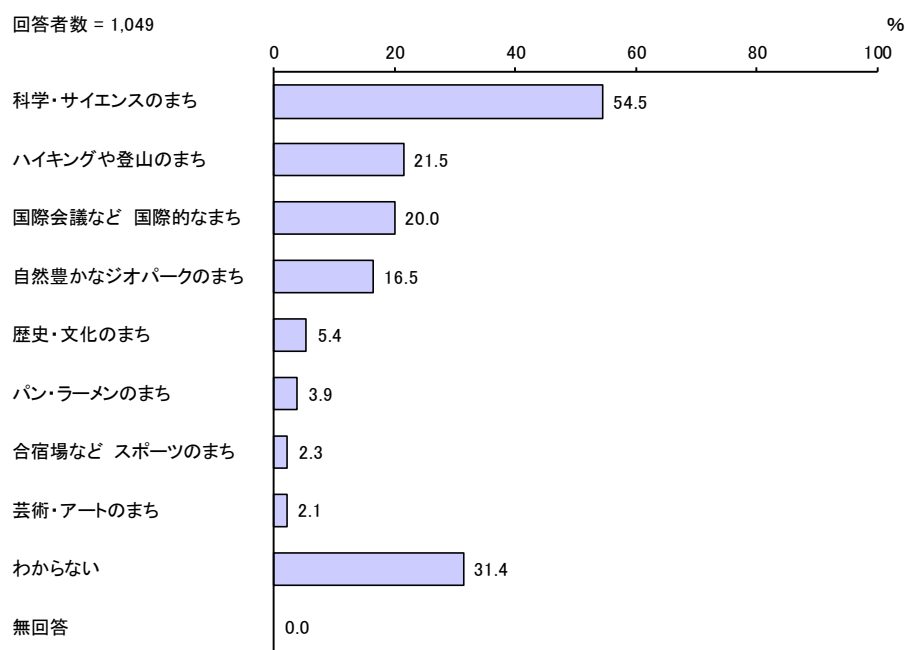
筑波山登山など、屋外の自然体験（アクティビティ）を茨城県つくば市で行ったことがありますか。（回答は1つ）

「行ったことはないし、やってみたいとも思わない」の割合が46.9%と最も高く、次いで「行ったことはないが、やってみたい」の割合が41.7%、「行ったことがある」の割合が11.4%となっています。



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。特にそう思うもの3つまで選択してください。（回答は3つまで）

「科学・サイエンスのまち」の割合が54.5%と最も高く、次いで「わからない」の割合が31.4%、「ハイキングや登山のまち」の割合が21.5%となっています。



【つくば市への来訪回数別】

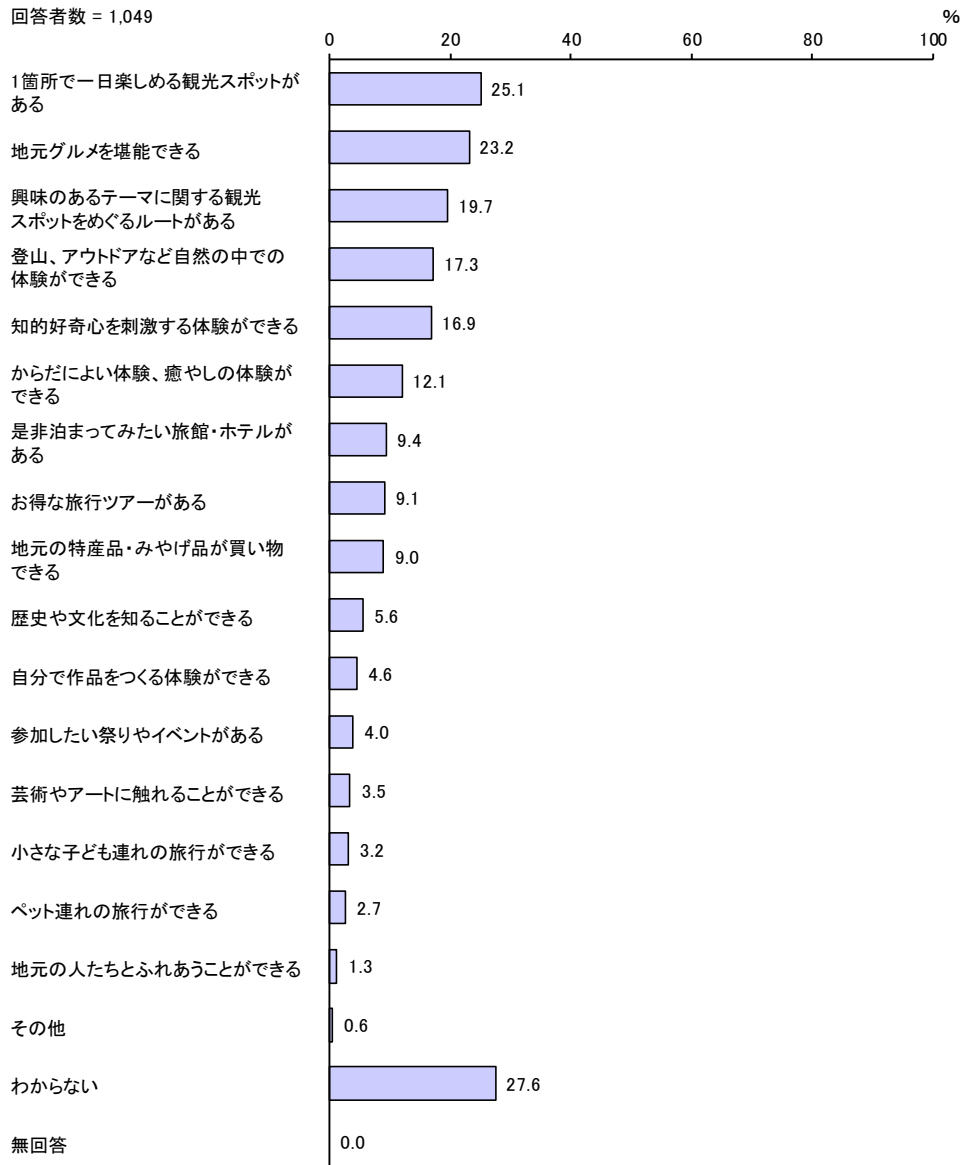
つくば市への来訪回数別でみると、来訪回数が多くなるにつれ「科学・サイエンスのまち」「ハイキングや登山のまち」「自然豊かなジオパークのまち」「国際会議など国際的なまち」の割合が高くなる傾向がみられます。

単位：％

区分	回答者数 (件)	科学・サイエンスのまち	ハイキングや登山のまち	自然豊かなジオパークのまち	パン・ラーメンのまち	国際会議など国際的なまち	合宿場などスポーツのまち	歴史・文化のまち	芸術・アートのまち	わからない	無回答
複数回来訪したことがある	322	71.7	35.7	21.7	7.5	32.3	4.3	6.5	3.1	10.9	—
ほとんど行ったことがない	285	62.8	22.1	16.1	1.8	22.1	1.1	6.0	1.4	25.3	—
一度も行ったことがない	442	36.7	10.9	12.9	2.7	9.7	1.6	4.3	1.8	50.2	—

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すか。特にそう思うものを3つまで選択してください。(回答は3つまで)

「わからない」の割合が27.6%と最も高く、次いで「1箇所で一日楽しめる観光スポットがある」の割合が25.1%、「地元グルメを堪能できる」の割合が23.2%となっています。



【性 別】

性別でみると、男性に比べ、女性で「からだによい体験、癒やしの体験ができる」「地元の特産品・みやげ品が買い物できる」の割合が高くなっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	1箇所 で1日 楽しめる 観光 スポット がある	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	知的 好奇心 を刺激 する 体験が できる	自分 で作品 をつ くる 体験が できる	登山、 アウト ドアな ど自然 の中 での 体験が できる	からだ によい 体験、 癒やし の 体験が できる	地元 グル メを 堪能 でき る	地元 の特 産品 ・み やげ 品が 買 い物 でき る	地元 の人 たち とふ れあ う こと が でき る
男性	518	23.4	20.5	18.1	3.5	18.0	6.8	21.6	6.4	1.4
女性	521	26.7	19.2	15.5	5.6	17.1	17.7	24.8	11.7	1.3

区分	参加 したい 祭り やイ ベン トが ある	歴史 や文 化を 知る こと が でき る	芸術 やア ート に 触 れ る こ と が でき る	是非 泊ま って みた い旅 館・ ホテ ルが ある	お得 な旅 行ツ アー が ある	小さ な子 ども 連れ の旅 行が でき る	ペッ ト連 れの 旅行 が でき る	その他	わか らな い	無回 答
男性	3.9	6.8	2.7	7.7	7.1	3.3	2.3	1.0	30.9	—
女性	4.2	4.2	4.2	11.1	10.9	3.3	3.1	0.2	24.2	—

【年齢別】

年齢別でみると、年齢が高くなるにつれ「地元グルメを堪能できる」の割合が高くなる傾向がみられ、特に60歳以上で約3割となっています。また、他に比べ、30-39歳、60-69歳で「1箇所ですぐ楽しめる観光スポットがある」の割合が高く、約3割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	1箇所ですぐ楽しめる観光スポットがある	興味のあるテーマに関する観光スポットをめぐることができる	知的好奇心を刺激する体験ができる	自分で作品をつくる体験ができる	登山、アウトドアなど自然の中での体験ができる	からだによい体験、癒やしの体験ができる	地元グルメを堪能できる	地元の特産品・みやげ品が買える	地元の人たちとふれあうことができる
18-19 歳	152	21.1	15.8	15.8	6.6	11.2	5.9	18.4	3.9	2.0
20-29 歳	147	27.2	21.1	20.4	6.1	16.3	13.6	16.3	8.2	2.0
30-39 歳	150	30.7	15.3	14.0	5.3	17.3	12.0	20.0	9.3	0.7
40-49 歳	152	23.0	17.1	17.1	4.6	21.7	9.9	21.7	7.9	2.0
50-59 歳	152	21.7	19.7	17.8	5.3	21.1	13.2	23.7	9.2	0.7
60-69 歳	149	31.5	23.5	17.4	3.4	16.8	16.8	32.2	11.4	—
70-99 歳	147	20.4	25.9	15.6	0.7	17.0	13.6	29.9	12.9	2.0

区分	参加したい祭りやイベントがある	歴史や文化を知ることができる	芸術やアートに触れることができる	是非泊まってみたい旅館・ホテルがある	お得な旅行ツアーがある	小さな子ども連れの旅行ができる	ペット連れの旅行ができる	その他	わからない	無回答
18-19 歳	5.9	4.6	2.6	7.9	5.9	1.3	0.7	0.7	36.2	—
20-29 歳	3.4	—	2.0	8.2	10.9	4.1	2.0	0.7	29.9	—
30-39 歳	6.0	1.3	3.3	10.0	5.3	9.3	4.7	0.7	30.7	—
40-49 歳	2.6	3.9	1.3	12.5	9.2	5.3	2.6	0.7	27.6	—
50-59 歳	4.6	7.9	5.3	7.9	8.6	1.3	3.9	0.7	25.7	—
60-69 歳	1.3	9.4	4.7	11.4	10.7	1.3	3.4	0.7	18.1	—
70-99 歳	4.1	12.2	5.4	8.2	12.9	—	1.4	—	24.5	—

【居住地別】

居住地別でみると、他に比べ、栃木県で「1箇所ですぐ楽しめる観光スポットがある」の割合が高く、約4割となっています。また、茨城県、栃木県、群馬県で「地元グルメを堪能できる」の割合が高く、約3割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	1箇所ですぐ楽しめる観光スポットがある	興味のあるテーマに関する観光スポットをめぐることができる	知的好奇心を刺激する体験ができる	自分で作品をつくる体験ができる	登山、アウトドアなど自然の中での体験ができる	からだによい体験、癒やしの体験ができる	地元グルメを堪能できる	地元の特産品・みやげ品が買える	地元のひとたちとふれあうことができる
茨城県	63	31.7	15.9	25.4	4.8	23.8	12.7	27.0	4.8	—
栃木県	43	37.2	20.9	18.6	4.7	11.6	9.3	30.2	4.7	4.7
群馬県	43	18.6	23.3	11.6	2.3	14.0	2.3	27.9	9.3	2.3
埼玉県	177	22.6	19.2	13.0	4.5	18.1	7.9	22.6	9.6	0.6
千葉県	150	22.0	20.7	18.7	3.3	18.7	14.0	16.0	8.0	—
東京都	342	24.0	19.0	15.2	5.0	17.8	15.5	23.7	9.4	2.0
神奈川県	231	27.7	20.8	19.5	5.2	15.2	11.3	24.2	10.4	1.3

区分	参加したい祭りやイベントがある	歴史や文化を知ることができる	芸術やアートに触れることができる	是非泊まってみたい旅館・ホテルがある	お得な旅行ツアーがある	小さな子ども連れの旅行ができる	ペット連れの旅行ができる	その他	わからない	無回答
茨城県	9.5	1.6	1.6	4.8	1.6	3.2	3.2	—	22.2	—
栃木県	—	7.0	7.0	4.7	—	2.3	4.7	2.3	20.9	—
群馬県	2.3	7.0	7.0	20.9	7.0	2.3	4.7	—	32.6	—
埼玉県	2.3	3.4	3.4	9.6	10.7	4.5	3.4	—	33.9	—
千葉県	5.3	3.3	4.7	7.3	10.0	5.3	2.7	0.7	28.0	—
東京都	3.8	7.6	3.2	9.6	9.1	2.0	2.6	0.3	26.3	—
神奈川県	4.3	6.5	2.6	10.4	11.3	3.0	1.3	1.3	26.0	—

【世帯年収別】

世帯年収別でみると、他に比べ、1200 万円未満で「登山、アウトドアなど自然の中での体験ができる」の割合が高く、約 3 割となっています。また、500 万円未満で「知的好奇心を刺激する体験ができる」の割合が高く、2 割半ばとなっています。

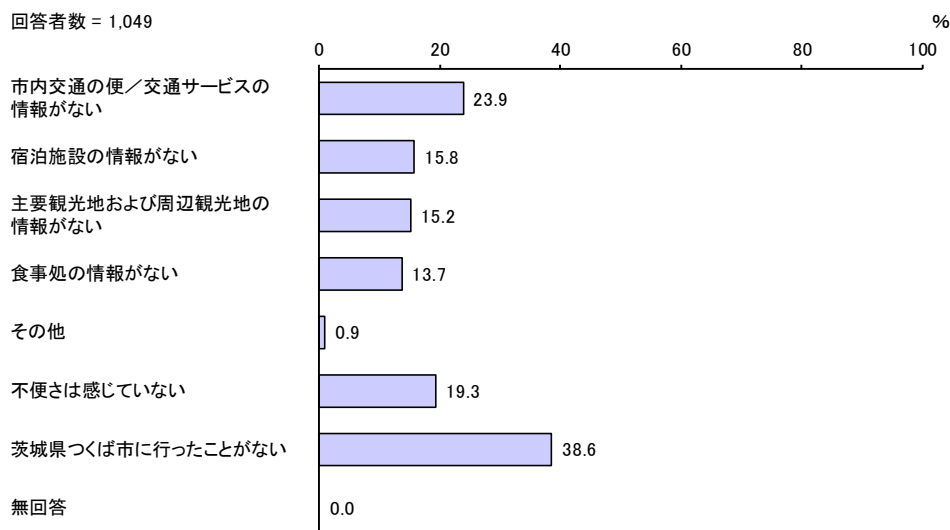
単位：％

区分	回答者数 (件)	1 箇所 で 1 日 楽しめる 観光 スポット がある	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	知的好奇心を 刺激する 体験 ができる	自分で作品を つくる 体験 ができる	登山、 アウト ドアなど 自然の中 での体験 が できる	からだに よい体験、 癒やしの 体験 ができる	地元 グルメを 堪能 できる	地元の特 産品・み やげ品が 買える	地元の人 たちとふ れあう こと ができる
100 万円未満	61	27.9	11.5	8.2	4.9	8.2	11.5	16.4	11.5	—
200 万円未満	57	26.3	24.6	15.8	3.5	12.3	17.5	31.6	14.0	1.8
300 万円未満	109	23.9	23.9	12.8	1.8	19.3	15.6	19.3	11.9	1.8
400 万円未満	142	22.5	21.1	14.8	2.8	15.5	10.6	25.4	8.5	1.4
500 万円未満	121	24.8	24.8	25.6	7.4	19.8	9.9	23.1	7.4	1.7
600 万円未満	111	22.5	16.2	18.9	5.4	15.3	12.6	20.7	8.1	0.9
700 万円未満	78	26.9	14.1	15.4	7.7	19.2	15.4	20.5	5.1	3.8
800 万円未満	90	33.3	17.8	20.0	3.3	23.3	10.0	28.9	8.9	—
900 万円未満	45	26.7	11.1	20.0	—	15.6	8.9	20.0	8.9	2.2
1000 万円未満	58	25.9	25.9	19.0	1.7	20.7	19.0	31.0	5.2	—
1200 万円未満	54	27.8	18.5	18.5	11.1	29.6	7.4	18.5	11.1	—
1500 万円未満	51	23.5	25.5	9.8	2.0	19.6	9.8	29.4	11.8	2.0
2000 万円未満	26	15.4	19.2	11.5	—	15.4	3.8	19.2	15.4	—
2000 万円以上	13	15.4	15.4	7.7	15.4	7.7	15.4	15.4	7.7	7.7
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	33	21.2	15.2	21.2	9.1	—	12.1	18.2	—	—

区分	参加したい 祭りや イベント がある	歴史や文化 を知ること ができる	芸術やア ートに触 れること ができる	是非泊ま ってみたい 旅館・ホ テルがあ る	お得な旅 行ツアー がある	小さな子 ども連れ の旅行が できる	ペット連 れの旅行 ができる	その他	わからない	無回答
100 万円未満	1.6	8.2	1.6	3.3	9.8	—	3.3	—	37.7	—
200 万円未満	3.5	5.3	12.3	8.8	7.0	—	—	—	17.5	—
300 万円未満	1.8	6.4	1.8	5.5	11.0	3.7	1.8	—	35.8	—
400 万円未満	4.2	5.6	3.5	9.9	8.5	0.7	2.8	—	32.4	—
500 万円未満	5.8	5.0	4.1	12.4	10.7	5.8	6.6	—	19.0	—
600 万円未満	2.7	6.3	3.6	13.5	10.8	5.4	1.8	0.9	29.7	—
700 万円未満	6.4	3.8	1.3	7.7	3.8	7.7	2.6	1.3	26.9	—
800 万円未満	3.3	6.7	1.1	12.2	8.9	3.3	5.6	—	21.1	—
900 万円未満	6.7	6.7	—	11.1	20.0	2.2	2.2	2.2	26.7	—
1000 万円未満	1.7	6.9	6.9	5.2	3.4	3.4	1.7	1.7	24.1	—
1200 万円未満	3.7	1.9	7.4	5.6	7.4	3.7	—	—	24.1	—
1500 万円未満	5.9	5.9	2.0	7.8	9.8	—	—	2.0	17.6	—
2000 万円未満	3.8	7.7	—	15.4	3.8	3.8	3.8	3.8	38.5	—
2000 万円以上	7.7	7.7	—	15.4	15.4	—	—	—	15.4	—
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	6.1	—	6.1	12.1	6.1	3.0	—	—	45.5	—

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。（回答は
いくつでも）

「茨城県つくば市に行ったことがない」の割合が38.6%と最も高く、次いで「市内交通の便／
交通サービスの情報がない」の割合が23.9%、「不便さを感じていない」の割合が19.3%となっ
ています。



【性 別】

性別でみると、女性に比べ、男性で「不便さを感じていない」の割合が高く、約2割となっ
ています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	市内交通の便／ 交通サービスの 情報がない	食事処の 情報が無い	宿泊施設の 情報が無い	主要観光地および 周辺観光地の 情報が無い	その他	不便さを感じて いない	茨城県つくば市に 行ったことがない	無回答
男性	518	23.4	15.3	17.6	15.1	0.8	21.8	35.7	—
女性	521	24.0	12.3	14.0	15.2	1.0	16.3	42.2	—

【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、40-49 歳、60-69 歳、70-99 歳で「市内交通の便／交通サービスの情報がなく、約 3 割となっています。また、60-69 歳で「宿泊施設の情報がなく、70-99 歳で「主要観光地および周辺観光地の情報がなく、2 割半ばとなっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	市内交通の便／交通サービスの情報がなく	食事処の情報がなく	宿泊施設の情報がなく	主要観光地および周辺観光地の情報がなく	その他	不便さは感じていない	茨城県つくば市に行ったことがなく	無回答
18-19 歳	152	14.5	4.6	9.9	8.6	0.7	21.7	48.7	—
20-29 歳	147	17.0	10.9	10.2	8.8	—	16.3	52.4	—
30-39 歳	150	21.3	16.0	13.3	14.7	1.3	20.0	40.7	—
40-49 歳	152	27.6	15.8	17.8	11.8	0.7	16.4	40.8	—
50-59 歳	152	26.3	12.5	14.5	15.8	1.3	21.7	32.9	—
60-69 歳	149	32.9	16.8	25.5	20.1	0.7	18.8	24.8	—
70-99 歳	147	27.9	19.7	19.7	26.5	1.4	19.7	29.9	—

【居住地別】

居住地別でみると、他に比べ、茨城県、栃木県で「不便さは感じていない」の割合が高く、4割半ばとなっています。一方、茨城県、東京都で「市内交通の便／交通サービスの情報がない」の割合が高く、約3割となっています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	市内交通の便／ 交通サービスの 情報がない	食事処の情報がない	宿泊施設の情報がない	主要観光地および 周辺観光地の 情報がない	その他	不便さは感じていない	茨城県つくば市に 行ったことがない	無回答
茨城県	63	28.6	19.0	19.0	22.2	—	46.0	4.8	—
栃木県	43	18.6	16.3	14.0	9.3	—	46.5	18.6	—
群馬県	43	14.0	11.6	14.0	18.6	—	18.6	46.5	—
埼玉県	177	16.4	11.3	10.2	11.9	1.1	19.2	45.8	—
千葉県	150	22.7	15.3	19.3	20.7	1.3	14.7	36.7	—
東京都	342	27.8	14.0	17.0	13.2	0.9	15.5	39.2	—
神奈川県	231	26.4	12.6	16.0	15.6	0.9	15.6	45.0	—

【世帯年収別】

世帯年収別でみると、他に比べ、1500 万円未満で「市内交通の便／交通サービスの情報がない」の割合が高く、3 割半ばとなっています。また、1200 万円未満で「食事処の情報がない」の割合が高く、約 3 割となっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	市内交通の便／交通サービスの情報がない	食事処の情報がない	宿泊施設の情報が無い	主要観光地および周辺観光地の情報がない	その他	不便さは感じていない	茨城県つくば市に行ったことがない	無回答
100 万円未満	61	14. 8	1. 6	8. 2	8. 2	—	16. 4	54. 1	—
200 万円未満	57	21. 1	14. 0	15. 8	7. 0	1. 8	19. 3	42. 1	—
300 万円未満	109	27. 5	14. 7	15. 6	20. 2	—	16. 5	39. 4	—
400 万円未満	142	26. 1	11. 3	14. 8	14. 8	2. 1	21. 1	39. 4	—
500 万円未満	121	23. 1	15. 7	11. 6	16. 5	1. 7	19. 8	37. 2	—
600 万円未満	111	25. 2	16. 2	22. 5	14. 4	0. 9	13. 5	39. 6	—
700 万円未満	78	16. 7	14. 1	16. 7	15. 4	—	17. 9	41. 0	—
800 万円未満	90	24. 4	14. 4	15. 6	17. 8	1. 1	24. 4	33. 3	—
900 万円未満	45	33. 3	17. 8	11. 1	13. 3	2. 2	24. 4	22. 2	—
1000 万円未満	58	22. 4	15. 5	15. 5	19. 0	—	24. 1	36. 2	—
1200 万円未満	54	29. 6	29. 6	22. 2	22. 2	—	14. 8	31. 5	—
1500 万円未満	51	35. 3	15. 7	23. 5	11. 8	—	25. 5	27. 5	—
2000 万円未満	26	19. 2	3. 8	11. 5	26. 9	—	15. 4	38. 5	—
2000 万円以上	13	15. 4	—	30. 8	—	—	30. 8	23. 1	—
分からない	—	—	—	—	—	—	—	—	—
答えたくない	—	—	—	—	—	—	—	—	—
不明	33	9. 1	—	9. 1	3. 0	—	12. 1	69. 7	—

【つくば市にあればよい魅力別】

つくば市にあればよい魅力別でみると、他に比べ、登山、アウトドアなど自然の中での体験ができるで「市内交通の便／交通サービスの情報がない」の割合が高く、約4割となっています。是非泊ってみたい旅館・ホテルがあるで「宿泊施設の情報が無い」の割合が高く、2割半ばとなっています。

単位：％

区分	回答者数 (件)	市内交通の便／ 交通サービスの 情報がない	食事処の情報が ない	宿泊施設の情報が ない	主要観光地および 周辺観光地の 情報が無い	その他	不便さは感じて いない	茨城県つくば市に 行ったことがない	無回答
1箇所でも1日楽しめる観光スポットがある	263	29.3	17.9	17.1	19.0	—	23.2	28.1	—
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	207	31.9	16.4	20.3	20.8	1.0	18.8	26.1	—
知的好奇心を刺激する体験ができる	177	33.3	19.8	22.0	23.7	1.1	21.5	20.3	—
自分で作品をつくる体験ができる	48	25.0	18.8	22.9	14.6	—	25.0	18.8	—
登山、アウトドアなど自然の中での 体験ができる	182	40.7	20.3	23.6	23.1	1.1	22.5	15.9	—
からだによい体験、癒やしの体験が できる	127	31.5	19.7	22.0	19.7	1.6	13.4	34.6	—
地元グルメを堪能できる	243	30.0	17.7	21.4	17.7	0.8	19.3	30.0	—
地元の特産品・みやげ品が買い物 できる	94	25.5	19.1	21.3	20.2	2.1	17.0	34.0	—
地元の人たちとふれあうことができる	14	35.7	7.1	—	14.3	—	28.6	28.6	—
参加したい祭りやイベントがある	42	26.2	9.5	9.5	14.3	—	23.8	40.5	—
歴史や文化を知ることができる	59	22.0	15.3	22.0	8.5	1.7	23.7	33.9	—
芸術やアートに触れることができる	37	21.6	8.1	16.2	13.5	—	29.7	27.0	—
是非泊ってみたい旅館・ホテルが ある	99	32.3	14.1	26.3	21.2	1.0	10.1	36.4	—
お得な旅行ツアーがある	95	34.7	9.5	20.0	20.0	—	12.6	38.9	—
小さな子ども連れの旅行ができる	34	14.7	11.8	11.8	8.8	—	26.5	41.2	—
ペット連れの旅行ができる	28	14.3	7.1	14.3	25.0	—	17.9	42.9	—
その他	6	50.0	33.3	—	50.0	—	33.3	16.7	—
わからない	289	10.4	6.6	5.9	5.9	1.0	17.3	65.4	—

第3次つくば市観光基本計画

【素案】

令和4(2022)年〇月

つくば市

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	3
5 本計画の実施体制	4
第2章 つくば市の観光を取りまく現状	6
1 国内の動向	6
2 統計データからみえるつくば市の現状	8
3 アンケート結果の概要	19
4 つくば市の観光における主な課題	22
第3章 つくば市観光振興の指針	25
1 基本理念	25
2 基本方針	26
3 目標指標	26
4 施策の体系	27
第4章 基本方針に基づく主な施策	28
1 マーケティングを意識した情報発信	28
2 観光資源の強みをいかした誘客促進	30
3 周遊観光の推進	34
4 持続可能な観光都市の構築	36
資料編	39
1 つくば市観光基本計画策定委員会要綱	39
2 つくば市観光基本計画策定委員名簿	39
3 アンケート結果	39
4 用語解説	39



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3月には「第2次つくば市観光基本計画」を策定し、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、観光地としての魅力の向上とグローバルな視点から国内外の誘客の拡大を図ることを基本理念に、観光施策を展開してきました。

近年は、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、全国の観光関連産業も大打撃を受けており、新型コロナウイルス感染症との共生や収束後を見据えた観光戦略が重要となっています。

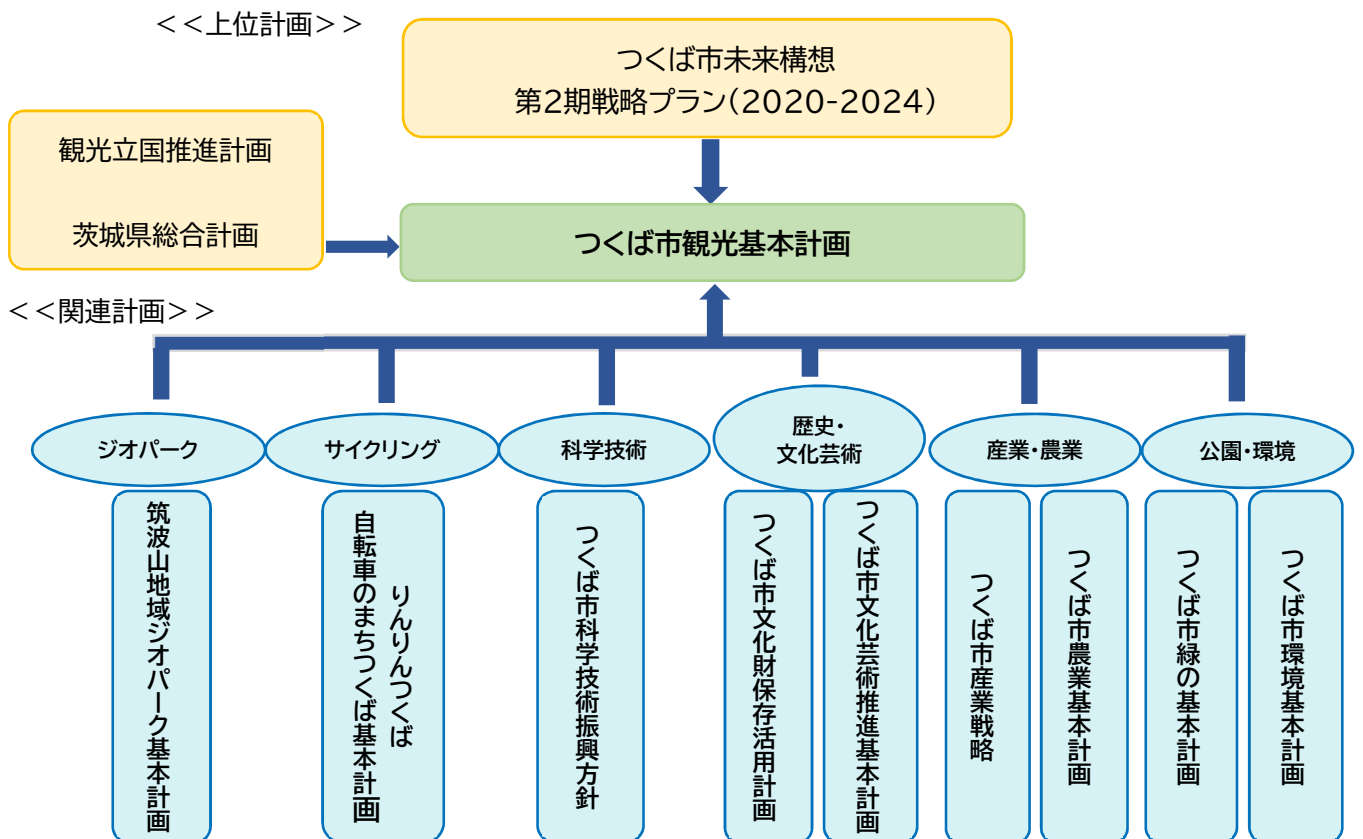
これらの社会情勢の中でも、つくばの魅力を市民とともに創り、誇れるまちとして、持続可能な観光の振興を推し進めることが求められています。

これまでの本市の取組みの進展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。)を策定いたしました。

2 本計画の位置づけ

本計画は、市が取り組むべき今後の観光施策の基本方向を定めた総合的な計画であり、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、国および県それぞれが策定した関連の計画との整合・連携を図るとともに、「つくば市未来構想・戦略プラン」の部門別計画として、つくば市が策定した上位計画・関連計画との整合・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年度から令和8年度までの5年間とします。また、社会情勢等を鑑み、2年ごとに効果検証を行い、次期計画の策定について検討していきます。

また、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影響を与えており、今後の観光のあり方やコロナ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。

計画の期間

令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
第3次つくば市観光基本計画				
	検証		検証	

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、2015年9月の国連サミットにおいて採択されました。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、15「陸の豊かさを守ろう」を主軸に、筑波山をはじめとする豊かな自然との共生、持続可能な利用の推進に貢献できるよう、方針を定めていきます。その他、観光拠点施設整備にあたっては、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」、11「住み続けられるまちづくりを」についても取り込み、総合的に賑わいのあるまちの創出に向けた各種取組みを進めていきます



5 本計画の実施体制

本計画を着実に実施していくために市民、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学、行政が、それぞれ役割を担いながら連携を図り、“オールつくば”での観光受け入れ体制を構築します。

(1) 行政の役割

行政は、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学、市民と協働し、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推進するとともに、各主体が自主的に取り組む観光事業への支援や仕組みづくりに努めます。

さらに、社会経済環境の変化に適切に対応するため、国・県及び近隣市町村との連携を図り、情報収集・分析及び提供に努めるとともに、観光振興における調査・研究を行います。

また、観光戦略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の役割

(一社)つくば観光コンベンション協会は、行政と観光事業者とを結ぶ重要な役割となっており、つくば市の観光産業の担い手である各観光事業者が持つノウハウの質の向上やおもてなしの人材育成を推進することが求められます。また、交通・宿泊・飲食・土産等、観光事業者相互の連携を促進するとともに、市内で行われるコンベンションの誘致・推進に努めることが求められます。

(3) 観光事業者の役割

観光の最前線で観光客と接するというおもてなしの意識を持ち、人材の育成や観光客の多様なニーズに対応した質の高いサービスの提供に努めることが求められます。

(4) 交通事業者の役割

関東鉄道、首都圏新都市鉄道をはじめとする交通事業者は、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の提供が求められます。また、その乗り物自体が観光資源としての役割を果たすことを念頭に置き、利用者の満足度向上や利便性の向上に努めることが求められます。

(5)商工事業者の役割

つくば市商工会およびその会員をはじめとする商工事業者は、観光が市内経済における基幹産業の一つに成長することで、市内の様々な産業分野に直接的・間接的に経済効果をもたらすという潜在性を意識することが求められます。

また、つくば市商工会は、より一層の経済活性化を図るため、観光と各種産業とを結びつける重要な役割を担うとともに、その連携強化に努めることが求められます。

(6)研究機関の役割

産業技術総合研究所、宇宙航空研究開発機構(JAXA)をはじめ、「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、つくば市の観光資源の一つとして重要な役割となることから、各観光関連事業者との連携強化が求められます。

(7)大学の役割

研究学園都市であるつくば市には、筑波大学や筑波学院大学、筑波技術大学などが立地しています。これらのもつ社会インフラや人的資源はつくば市の観光振興に大いに寄与するものであり、大学はつくば市の観光資源の一つとして重要な役割となることから、各観光関連事業者との連携強化が協力が求められます。

(8)市民の役割

市民は、まちの歴史や文化を築きあげるなかで、まちづくりの主役としてのアイデンティティを形成してきました。市民一人ひとりがつくば市を訪れた方を温かく迎え入れ、つくば市の魅力を発信するとともに、市民は地域の自然・歴史・文化への理解を深め、地元としての魅力を再発見し「つくば」に対する愛着と誇りを持つとともに、市民の手によるつくばの魅力を口コミやSNS等で積極的に発信していくことが求められます。



つくば市の観光を取りまく現状

1 国内の動向

(1) 国・県の観光施策の経緯

① 国の観光施策の推移

国においては、平成19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付けています。国内旅行振興も地域の活性化において重要となります。そのため、地域が一丸となって個性あふれる観光地域を作り上げ、その魅力を自ら積極的に発信していくことで、多くの観光客を呼び込み、地域の経済が活性し、さらに住民にとって誇りと愛着の持てる、活気にあふれる地域社会を築いていくことが望まれています。

② 県の観光施策の推移

国の動きを踏まえ、県では平成28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年に第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) つくば市の観光施策の経緯

① つくば市の観光のあゆみ

つくば市は、北に日本百名山の一つに数えられる名峰筑波山を、東に日本第2位の面積を誇る霞ヶ浦を擁する風光明媚な観光地となっています。これら一帯は昭和44年に水郷筑波国定公園に指定されています。こうした豊かな自然は、古くより万葉集に詠われるなど、多くの人に親しまれています。

また、昭和60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「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。現在では国等の研究・教育機関をはじめ、およそ150の1民間の研究機関・企業等が立地しており、科学の観光資源が非常に豊富です。

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



②つくば市の観光を取り巻く現状

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り組みを行ってきました。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。

つくば市の総観光客入込数は平成17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。

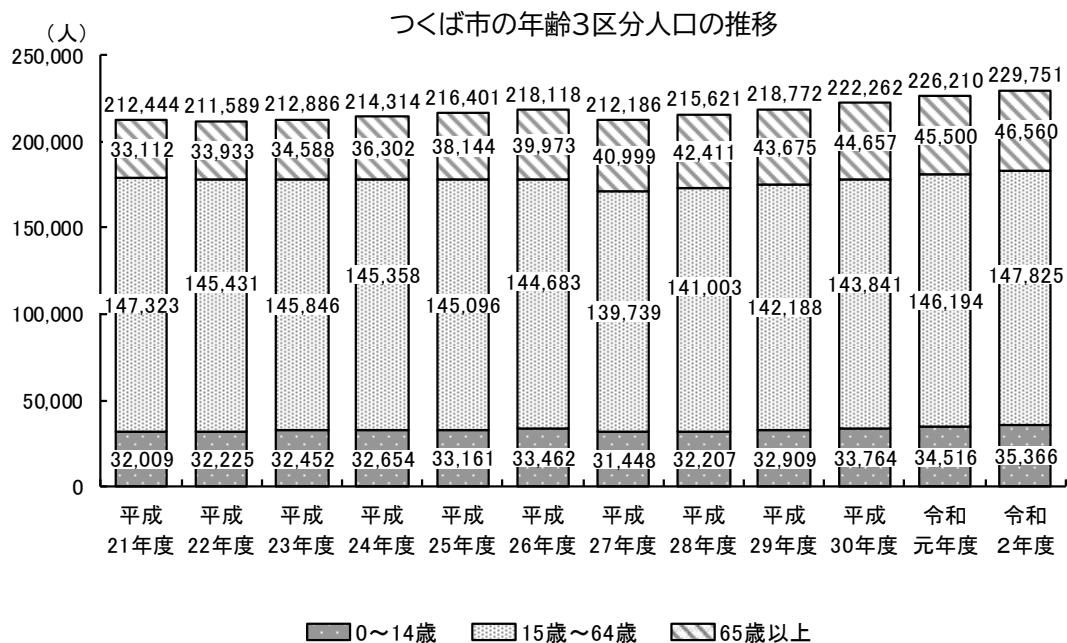
しかし、世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客入込数は大幅に減少しました。こうした現状から、今後は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮するとともに、その収束後を見据えた観光振興施策を行う必要があります。

2 統計データからみえるつくば市の現状

(1)人口

① 年齢3区分人口の推移

つくば市の人口推移をみると、平成22年度以降増加し、平成27年度で減少しましたが、再び増加し、令和2年度で229,751人となっています。



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）

(2)観光動向

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。

市内観光資源分布図



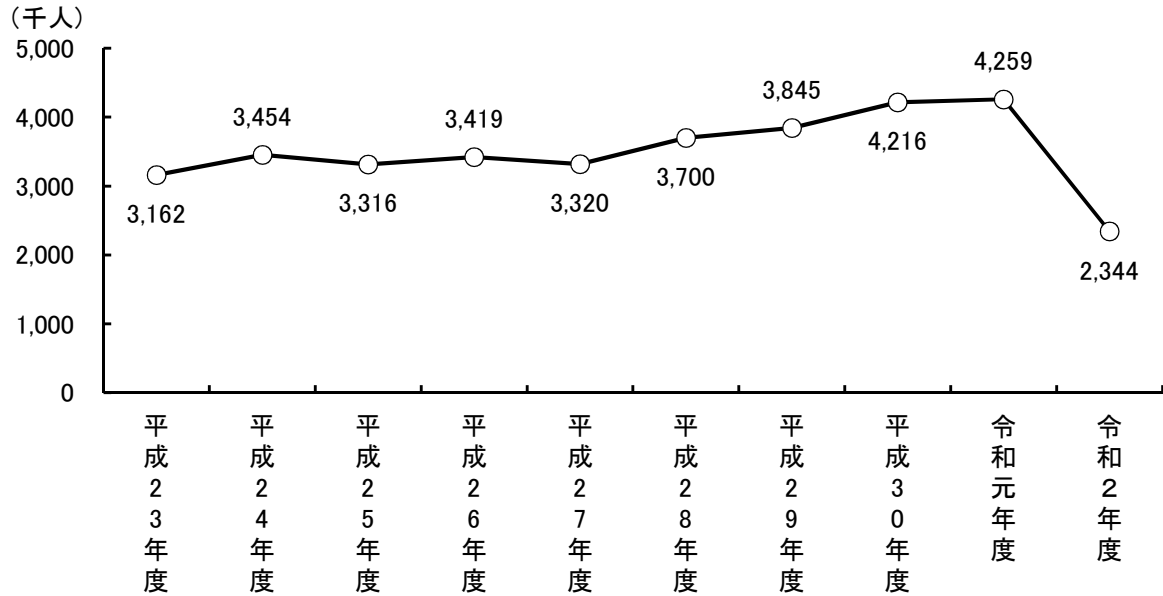
つくば市の観光資源

つくばコレクション(2020)	観光イベント	自然の観光資源
つくば e-choco ナチュラル吉野ドリンクヨーグルト 七福来ギフト BOX 元祖つくば餃子 つくば豚 無添加ボンレスハム 男女川 TSUKUBA100 プレミアム 福来氷 福来ぼんず 男女川 純米大吟醸 槽しぼり 花咲く峰より 筑波山の梅酒 つくば米シフォンケーキ つくばの養蜂家さんのはちみつ	つくばフェスティバル まつりつくば 筑波山ガマまつり くきざき夢まつり 筑波山麓秋祭り 筑波山梅まつり つくばマラソン	筑波山 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 荃崎こもれび六斗の森 つくば霞ヶ浦りんりんロード (小貝川下流域) 牛久沼
花の名所	歴史・文化の観光資源	科学の観光資源
北条大池 科学万博記念公園 つくば牡丹園	筑波山神社 平沢官衙遺跡 小田城跡歴史ひろば 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	筑波実験植物園 国土地理院 つくばエキスポセンター JAXA 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

② 観光入込客数の推移

観光入込客数の推移をみると、平成23年以降は緩やかに上昇し、令和元年には4,259千人となりましたが、令和2年は新型コロナウイルスの影響で減少しています。

つくば市の観光入込客数の推移

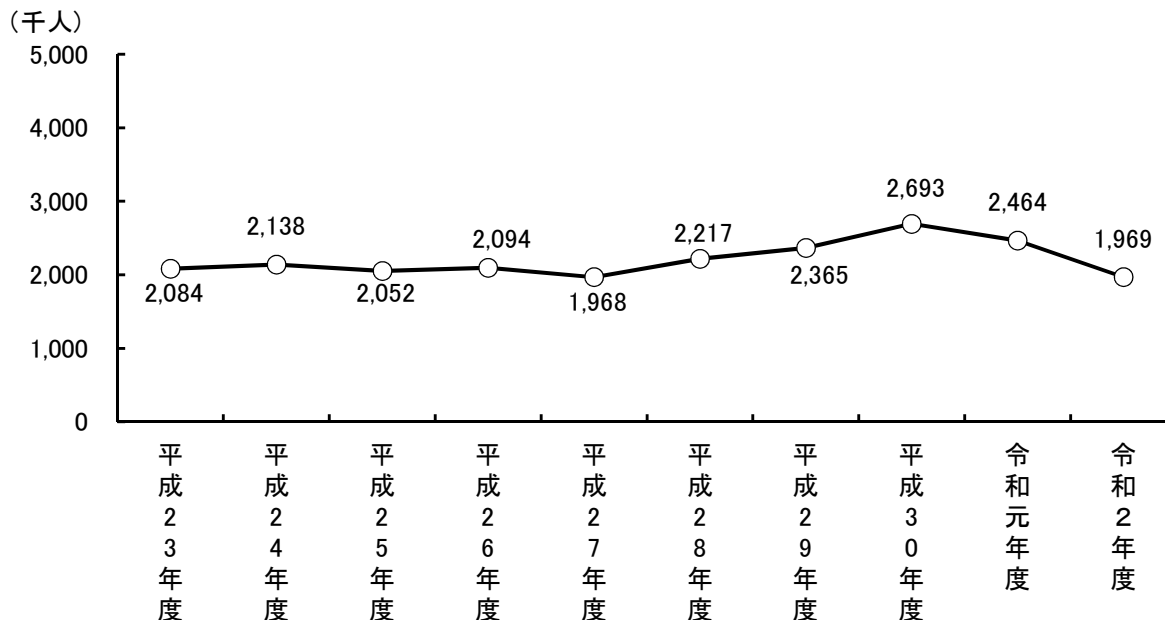


資料：観光推進課

③ 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年以降年々増加していましたが、令和2年には新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少しています。

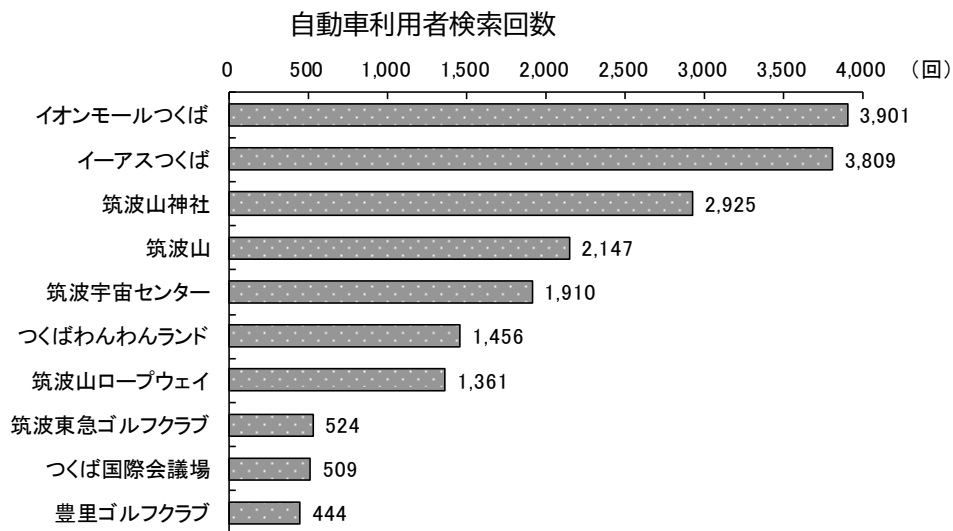
つくば市の筑波山 観光入込客数の推移



資料：観光推進課

④ 2018年休日期間の自動車による目的地検索の上位目的地

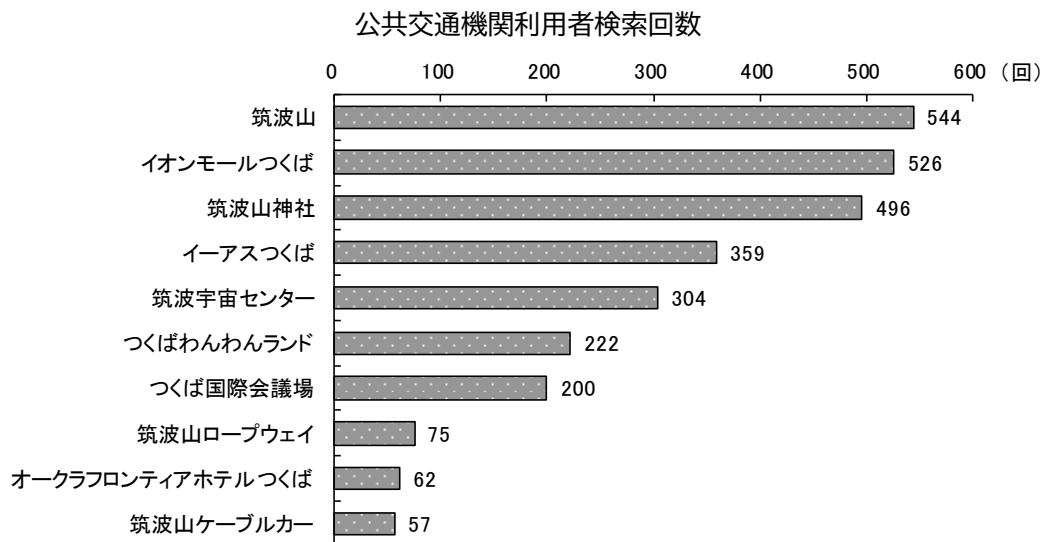
2018年休日期間の目的地検索の上位目的地は、「イオンモールつくば」が3,901回と最も多く、次いで「イースつくば」が3,809回、「筑波山神社」が2,925回となっています。



資料：地域経済分析システム(RESAS)

⑤ 2018年休日期間の公共交通機関による目的地検索の上位目的地

2018年休日期間の目的地検索の上位目的地は、「筑波山」が544回と最も多く、次いで「イオンモールつくば」が526回、「筑波山神社」が496回となっています。



資料：地域経済分析システム(RESAS)

【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。

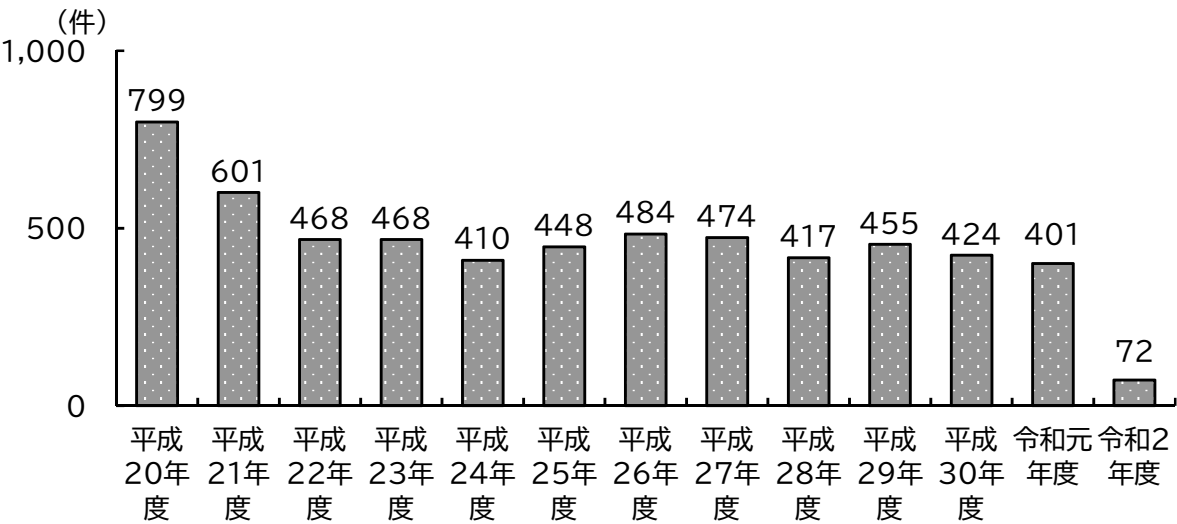
下記条件に全て該当した場合にのみ表示。

- ・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1000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

⑥ 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ました。

MICE 開催件数の推移

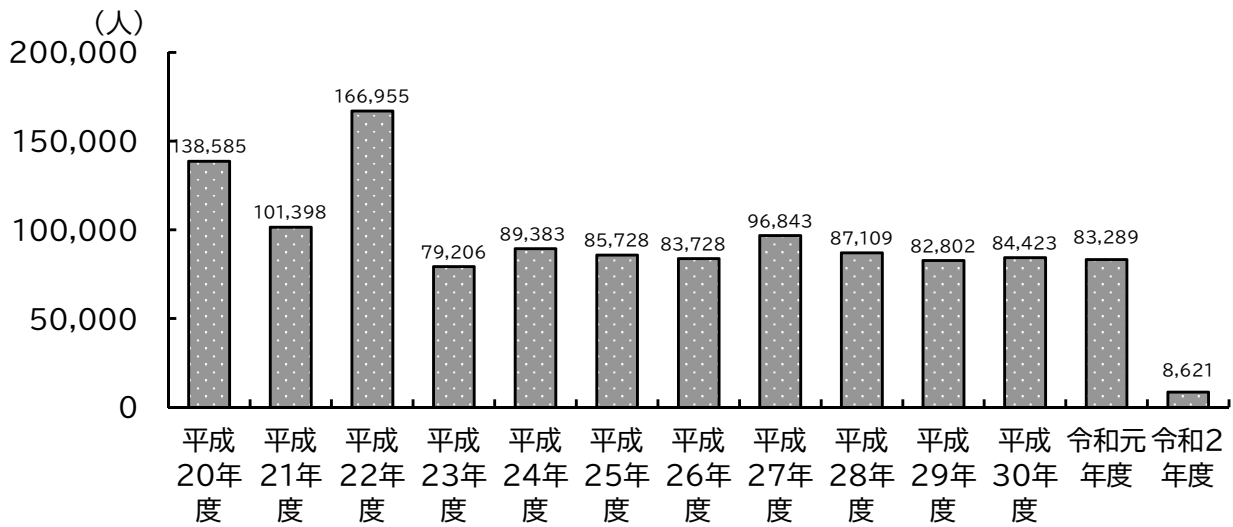


資料：(一社)つくば観光コンベンション協会

⑦ MICE 参加人数の推移

MICE参加人数の推移をみると、令和元年度では84,423人と平成22年度と比較すると半減しており、令和2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ました。

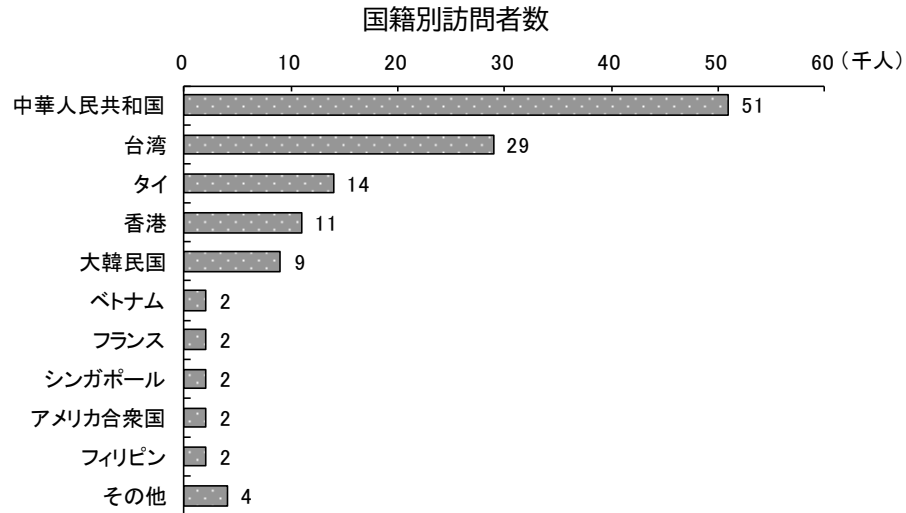
MICE 参加人数の推移



資料：(一社)つくば観光コンベンション協会

⑧ 茨城県の2019年の国籍別訪問者数

茨城県の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。

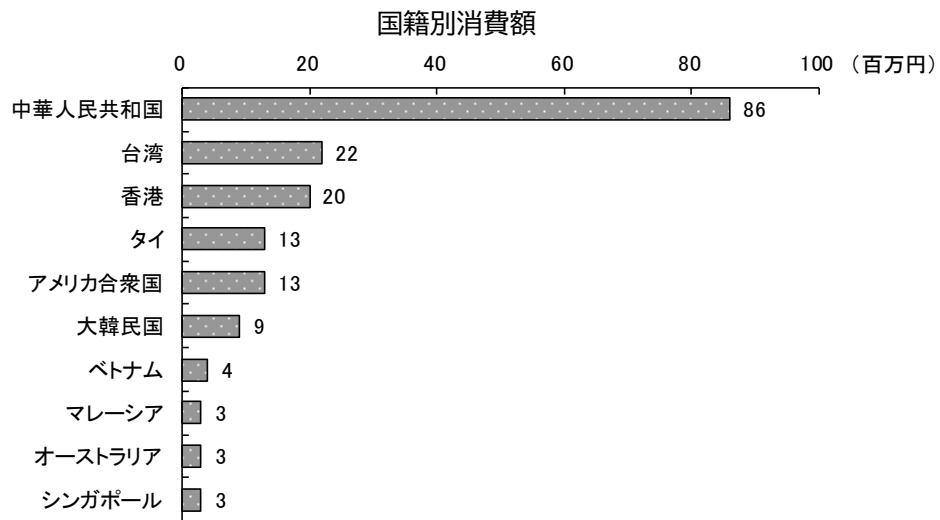


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

【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。

⑨ 茨城県の2019年9月の国籍別消費額

茨城県の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。

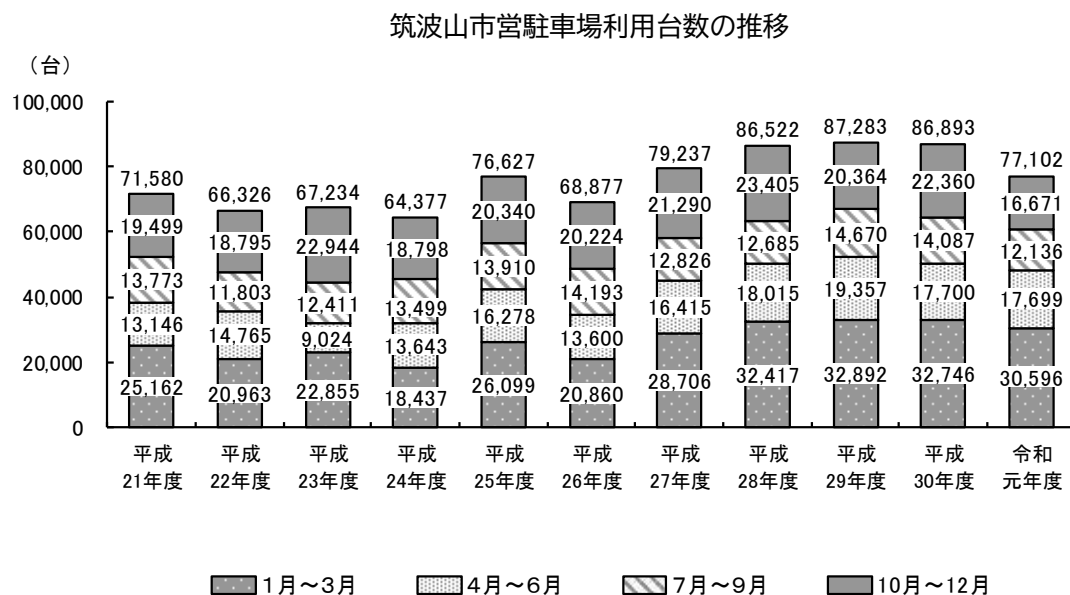


資料：地域経済分析システム(RESAS)

【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。

⑩ 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年度以降減少し、令和元年度では77,102台となっています。



⑪ 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)

3 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す。

◆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、期待するもの等をたずね、今後の観光振興に何が求められるかを把握する。

◆調査期間

令和3年7月21日～令和3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

※ただし、つくば市在住者は除く

対象条件：18歳以上男女個人

◆回収数 1049 通

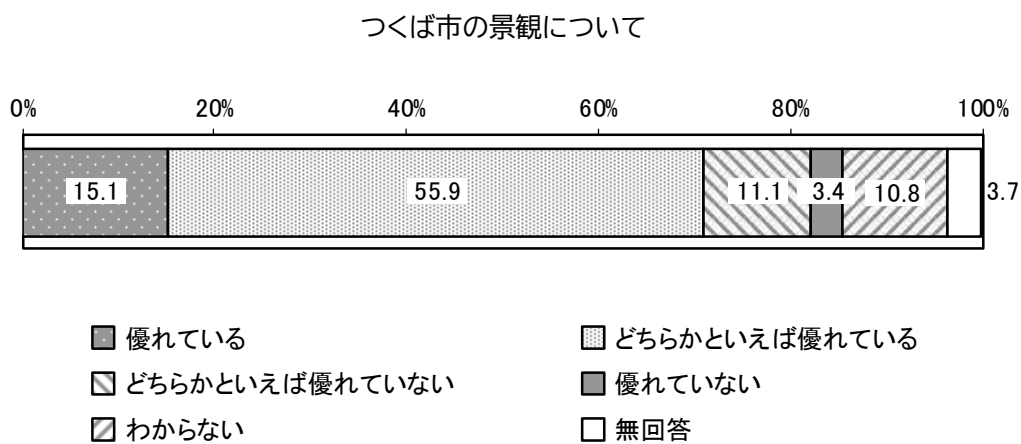
※アンケートの結果については別紙参照

(2) 市民意識調査(令和元年度)

令和元年度におこな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す。

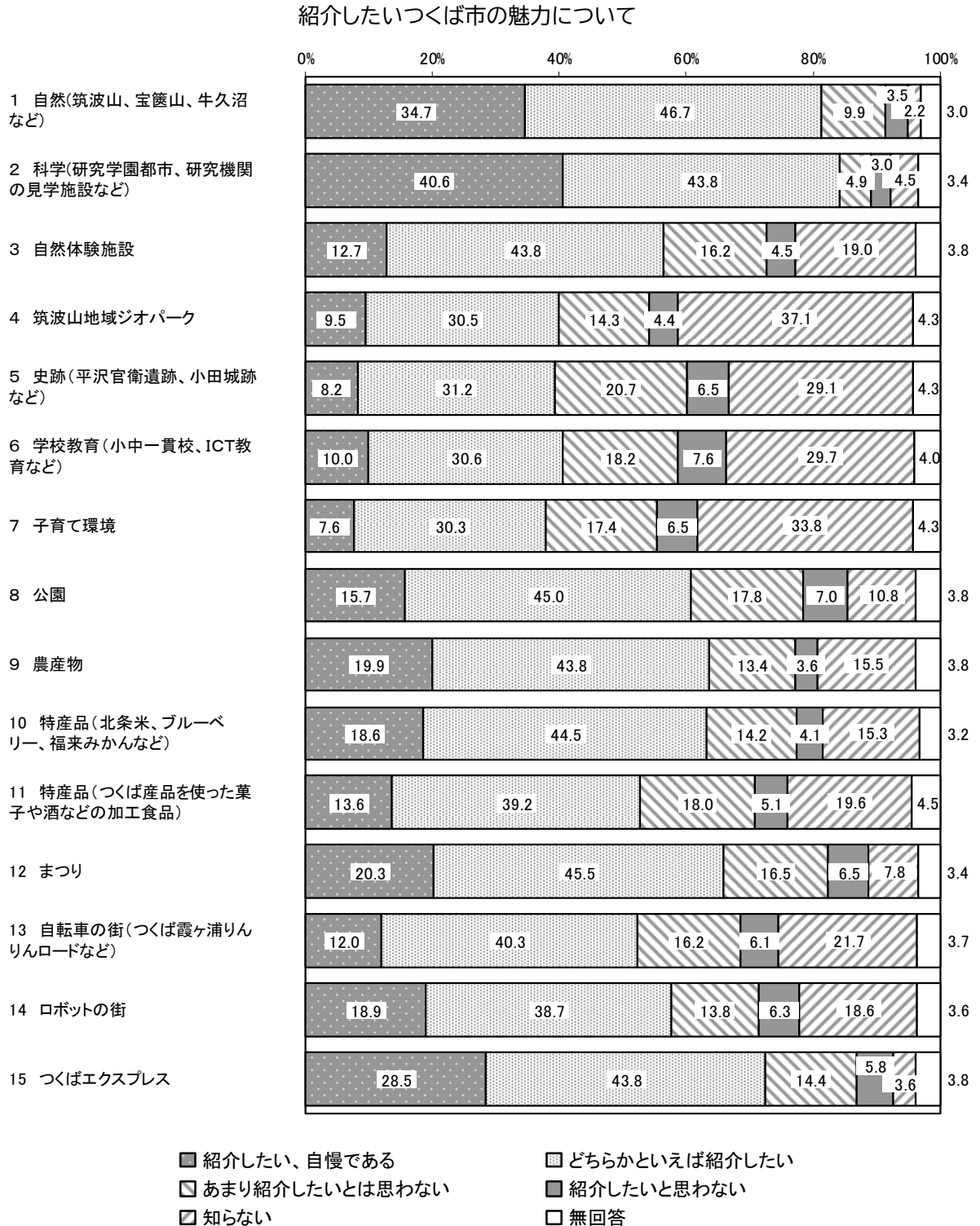
① つくば市の景観について

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」の合わせた割合が7割を超えています。



② 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。



4 つくば市の観光における主な課題

(1) 効果的な情報発信

つくば市の魅力を多くの人に知ってもらい、観光を促すためには、市民と行政が一体となったオールつくばでの情報発信を行うとともに、ターゲットごとのニーズに応じた的確なアピールを行うことが重要です。

【これまでの取組から分かる課題】

紙媒体による観光情報の提供を広く観光客に向けて行ってきましたが、どのような人にどの程度利用されているのか、つくば市に興味を持つ方がどのような情報を必要としているのかの把握する仕組みがありませんでした。

【アンケート調査結果から分かる課題】

年代によって旅行に関する情報の入手方法が異なっていること、またつくば市の観光地や交通サービス、宿泊施設などの認知が低いことから、必要な情報が必要な人に届けられていないことが挙げられます。

また、市内観光地・施設の認知度が低く、観光誘客のPRが不足していることが顕著となっています。

【課題の解決に向けて】

市民に愛される観光地づくりを進め、市民自らがインターネットやSNS等を活用して口コミ情報を発信したくなるような体制を構築する必要があります。また、新たな観光客獲得に結び付くようなインパクトのある情報発信を行うとともに、利用者の属性を分析し、マーケットを意識した、ターゲットごとのニーズに合致する情報を整理し、戦略的かつ効果的な情報発信を行うことが求められています。

(2) 観光資源の磨き上げ

つくば市を代表する豊かな自然、科学、歴史といった観光資源を洗い出し、より魅力的な観光地を造成するとともに、強みをいかした誘客を行うことが重要です。

【これまでの取組から分かる課題】

第2次観光基本計画においては、各地域フットパスコースを設定するなど、観光資源の磨き上げに力を入れてきました。しかしながら、地域間の回遊性向上など、滞在時間の延長に繋がる仕組み作りや観光客への情報提供が不足していました。

【アンケート調査結果から分かる課題】

「科学(研究学園都市、研究機関)」「自然(筑波山、宝篋山)」がつくば市の強みであることが分かります。一方、市内各所の観光資源を十分にいかしきれておらず、日帰りのスポット観光がつくば市の観光動態の中心であり、滞在型観光に結びついていない状況であることが分かります。

【課題の解決に向けて】

筑波山や宝篋山、牛久沼、小貝川などの豊かな自然やつくばサイエンスツアー、多様な歴史・文化遺産を生かしたつくば市独自の観光コンテンツを造成することで、市内の回遊性を高め、滞在型観光を促進することが求められています。

また、コロナ収束後のインバウンド需要を見据えた訪日外国人旅行者の受入環境整備、つくば市の特徴である研究・教育機関の集積をいかしたアフターコンベンションの充実等によるMICE誘致の推進も必要です。

(3) 周遊観光の促進

遠方からの観光誘客や宿泊観光の推進にあたっては、市内の回遊性向上の他、周辺自治体等と連携し、広域周遊観光の観点から誘客を行うことが重要です。

【これまでの取組から分かる課題】

筑波山麓をはじめ、市内各所のフットパスを作成し、周遊を促進していますが、観光客の属性や周遊等の詳細な周遊観光促進に資する観光客データを収集できる仕組みがありませんでした。

【アンケート調査結果から分かる課題】

筑波山と筑波大学以外の認知度が50%以下であることから、観光客の一極集中がおきていることが考えられます。一方、筑波山地域ジオパークについては、認知度が低く、PRが不足していることが考えられます。

【課題の解決に向けて】

豊かな自然環境や文化資源を積極的に活用するとともに、観光客の属性や周遊等の傾向を収集・分析し、それらのデータから施策へ反映させることで市内の回遊性を高める必要があります。また、つくば市と他自治体とをまたぐ観光コンテンツを活用し、周辺自治体と連携した広域周遊観光の推進が求められます。

(4)持続可能な観光地づくり

観光客と地域住民の双方に配慮した、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うことが重要です。

【これまでの取組から分かる課題】

観光ボランティアガイド等の人材育成、観光施設のバリアフリー化、筑波山の交通渋滞対策等を進めてきました。とりわけ、春と秋の行楽シーズンの休日の交通渋滞・登山道混雑の緩和・改善が不十分であることから、更なる対策の強化が求められます。

【アンケート調査結果から分かる課題】

魅力的な宿泊施設の造成や、観光関連店舗等のソフト・ハード面を含めたおもてなし環境の整備が必要であることが分かります。

【課題の解決に向けて】

近年増加している豪雨、猛暑等の自然災害・自然環境の変化や、発生が懸念されている首都直下地震への対応の他、誰もが安心して快適にストレスなく旅行を楽しむことができるよう、ユニバーサルデザイン化による受け入れ環境の整備、渋滞対策の更なる強化が必要です。また、市民や関係団体、市が協働した、全市的な観光まちづくりの機運醸成の取組が必要です。



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の向上とグローバルな視点から国内外の誘客の拡大を図ることをつくば市の観光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、

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○

とします。

(参考)第2次つくば市観光基本計画での基本理念

つくばの資源をいかし、世界を魅了するまちへ
－ つくばの魅力発信に向けて －

2 基本方針

- (1)マーケティングを意識した情報発信
- (2)観光資源の強みをいかした誘客促進
- (3)周遊観光の推進
- (4)持続可能な観光都市の構築

3 目標指標

(1)数値設定

令和8年度 観光入込客数: 4,966,000人

※令和元年度観光入込客数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。

※(参考)第2期つくば市戦略プラン
令和6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

※(出典)つくば市戦略プランより
「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%(2019 年度).60.0%(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 マーケティングを意識した情報発信

つくば市には筑波山麓地域に代表される田園風景などの豊かな自然、学園地区に代表される科学技術の集積、そして万葉や奈良の時代までさかのぼる歴史といった様々な観光資源が存在します。

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には限界があります。

市の魅力や価値をより多くの人に知ってもらい、観光を促すためには、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、人にも教えたいような情報発信が不可欠です。そのためには、まず市民や地元事業者に市内の魅力ある観光資源を知ってもらう必要があります。

(1)トレンドを意識した情報発信

市の魅力や個性をいかせる観光誘客資源を整理するとともに、観光客が知りたい情報をいつでも、どこでも入手できるように、ICT技術等を活用した効果的な情報発信に取り組みます。

【主な取組】

- つくばの季節を感じさせる身近な情報や筑波山の混雑状況、グルメ情報など、市民や観光客が関心のある旬な情報について、SNS等を活用し広く発信します。
- つくば市の特徴的な観光資源であるつくばサイエンスツアーなどをいかした観光コンテンツについて、実際に来訪したくなる工夫をした情報発信を行います。

【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) メディアを意識した情報発信

情報化社会が進展し、旅行先を選ぶ情報源として従来の紙媒体によるパンフレットのみならず、インターネットやSNS等からの情報収集の割合が急速に伸びており、対象メディアを意識した情報発信に取り組めます。

【主な取組】

- 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、情報発信しやすい環境づくりを行います。
- 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を行っていきます。
- 全国への情報訴求力が高いテレビやラジオに取り上げられやすくするため、各メディアへの営業活動による情報提供を推進し、情報を積極的に取り上げてもらう取り組みを推進します。

【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) ターゲットを意識した情報発信

様々な背景や目的をもって情報を求めている観光客に対し、特定層に向けた効果的な情報発信を推進することで観光誘客を促進します。また、市民向け、市外観光者向け、特定の年齢層やファミリー層、アウトドア層など、ターゲットを絞り込んだ情報発信に取り組めます。

【主な取組】

- ターゲットを意識し、それぞれのニーズに応じた戦略的・効果的な情報発信を行います。
- サイエンスツアーの県内学校関係者の招聘や県内学校関係者のネットワークを活用した情報発信を強化することで、市内や近隣からの利用者を増加させ、口コミや紹介による市外への発信力を高めます。
- 訪日外国人向けの情報発信として、多言語観光情報サイトの活用を強化します。
- 従来の紙媒体に加え、インターネットや SNS 等を用いて各種ターゲットに届くきめ細やかな情報発信を行います。

【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 観光資源の強みをいかした誘客促進

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推進を図ります。

(1) “まち”の強みをいかしたコンテンツの構築

つくば観光の中心的存在である筑波山のほか、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くことが必要となっています。

【主な取組】

- 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、様々な学びや楽しみのある体験型の観光コンテンツを造成します。
- つくばサイエンスツアーオフィスと連携し、サイエンスツアーの新たな魅力を創造します。
- まちに根付く貴重な文化や歴史をいかした観光コンテンツを造成します。
- つくば霞ヶ浦りんりんロードや小貝川沿いのサイクリングコースなどを活用し、自転車による周遊観光を推進します。
- 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を造成します。

【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) 誘客イベントの開催

まつりつくばをはじめとするつくば市ならではのイベントやつくば市の特色である科学技術との融合など、付加価値の高いイベントを創出するとともに、コロナ収束後を見据え、「新しい生活様式」に則した形での観光誘客イベント開催することが必要となっています。

【主な取組】

- 各種イベント開催について、コロナ収束後を見据えた新しい形のイベント実施を図ります。
- つくばの魅力でもある多様な文化を生かし、新しい発想を積極的に採り入れ、市民の誰もが自慢できる「まつりつくば」を開催します。
- イベント開催などを通じてつくばセンター広場を中心とした市街地の賑わい創出を図ります。

【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) 特産品の振興

地域の核となる、つくばならではの食材を使った「食」や「グルメ」の開発・普及、つくば市認証物産品「つくばコレクション」や「筑波山地域ジオパーク認定商品」の認知度向上等、つくば市の特産品をいかした魅力の創出・拡充が必要となっています。

【主な取組】

- (一社)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普及を促進します。
- つくば市認証物産品「つくばコレクション」や「筑波山地域ジオパーク認定商品」のPRを行い、販売促進を支援します。

【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) 滞在型観光の促進

従来型の観光コンテンツだけではなく、グリーンツーリズム、エコツーリズム、スポーツツーリズム、産業観光等の体験型観光と連携することで回遊性を強化するとともに、筑波山の夜間観光や市内周遊観光等の充実による滞在型観光の促進が必要となっています。

【主な取組】

- 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体験型プログラムを創出します。
- 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を図ります。
- 観光事業者等が企画する、つくばをまるごと楽しめる周遊観光ツアー造成等の支援メニューの創設を検討します。

【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

アフターコロナ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新たなコンテンツ作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、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】

- 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の積極的な活用を図ります。
- JNTO 認定外国人観光案内所の認定制度を活用するなど、観光案内所でのおもてなし力の向上を図ります。
- 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、訪日外国人旅行者等の誘客を促進します。

【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
○	○	○	○				

(6)MICE誘致推進とアフターコンベンションの充実

企業等の会議や研修旅行、国際機関・団体・学会等が実施する国際会議等のMICE開催を行うことは、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するものと考えられます。こうしたことから、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。

【主な取組】

- 県や(一社)つくば観光コンベンション協会との連携により、MICE誘致を推進します。
- つくば市の誇る研究・教育機関の集積をいかし、アフターコンベンションの充実を図ります。
- 日本の文化に触れることのできる体験(地酒等)を推進します。

【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 周遊観光の推進

筑波山地域ジオパークに代表される優れた生態系を有する豊かな自然環境や、小田城跡、平沢官衙遺跡などの文化資源を積極的に活用するとともに、市内の多様なコンテンツをつなぐ周遊ルートの構築を推進していきます。また、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、小貝川周辺や牛久沼、小田城跡など豊富な自然・文化資源を有しています。筑波山のみならず市内全域における市内周遊観光を推進することにより、つくばをまるごと楽しめる取組みを推進します。

【主な取組】

- 小貝川や牛久沼といった、豊かな自然環境や、まだ知られていない魅力ある観光資源を活用し、周遊観光を推進します。
- 小田城跡、平沢官衙遺跡などの文化資源を活用し、周遊観光を推進します。
- 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、周遊観光を推進します。

【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

筑波山地域ジオパークや国のナショナルサイクルルートに指定されるつくば霞ヶ浦りんりんロードを活用し、周辺自治体との連携をさらに強化することで、市内にとどまらない、より広域な周遊観光を促進します。

【主な取組】

- 筑波山地域ジオパーク推進協議会等、周辺自治体と連携することで、広域を舞台とした面的な周遊観光ルートの整備拡充及び情報発信を推進します。
- つくば霞ヶ浦りんりんロードの活用等、自転車を使った広域観光を推進します。
- 商工事業者等の民間活力を積極的に活用し、小貝川や牛久沼にサイクリングや釣り等の観光拠点整備を目指します。

【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、観光者が快適で安全、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】

- 公共交通機関との連携を強化し、市内のみならず広域からの誘客イベントを開催します。
- 公共交通機関による観光客への安全、安心な交通手段の提供をするため、課題の把握及び解消を推進します。
- 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実施や観光パンフレットの設置等により誘客を促進します。
- 公共交通機関が運行していない観光地間を結び、観光ハイシーズン限定の移動手段の提供を目指します。

【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年度に認定された、筑波山地域ジオパークでは、筑波山地域の豊かな自然の保全や、自然環境を活かした教育・観光を主軸とした活動をしています。観光の観点からは、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】

- 筑波山地域ジオパークにおける大地の遺産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を推進します。
- 筑波山地域ジオパーク推進協議会と連携し、案内サインやジオフットパスの整備等、受入体制の充実を図ります。
- 首都圏の小・中・高校を対象に、ジオツアーを研修旅行プログラムとして提供していきます。

【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 持続可能な観光都市の構築

つくば市は、筑波山や宝篋山等をはじめとする魅力のある地域資源を有し、これらを将来に渡って保全し、持続可能な利用を確保することが重要です。

観光、産業、環境等、受け入れ地域の需要に適合させるとともに、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した持続可能な観光を推進します。

(1)人材育成

観光客のニーズ把握や観光者の観光満足度向上に寄与する「おもてなし」体制の確保は、観光環境作りの基本かつ重要な要素であることから、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に的確に対応しながら、観光客を支援する役割を担える人材の育成に取り組みます。

また、観光事業者の高齢化に伴う後継者不足の解消にも取り組みます。

【主な取組】

- 観光ボランティアガイドの拡大及び質の向上を図り、多様性に対応できる「おもてなし」体制を構築します。
- (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連携し、観光事業従事者の「おもてなし」のレベルアップを図ります。
- 観光事業者、市民、観光関係団体及び行政が一体となり、心のこもったおもてなしができる体制の整備を促進します。
- ジオガイドの拠点として、ガイド同士の交流の場をつくり、ガイド活動を推進します。
- 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も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を推進します。

【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、障がい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。

【主な取組】

- 筑波山や宝篋山など、その周辺の整備を推進し、訪日外国人や高齢者、障がい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を図ります。
- 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を行います。
- 観光地における無料 Wi-Fi 環境を整備拡充し、いつでもどこでもネットワークとつながる環境づくりを推進します。
- 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り、誰もが使いやすいくて便利なユニバーサルインフラの整備を推進します。

【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)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。このことを受けて、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】

- 茨城県や観光事業者と連携し、観光ハイシーズンにおける筑波山の渋滞緩和に努めます。
- 観光ハイシーズンにおける筑波山周辺駐車場の整備等を検討するなど、物理的な渋滞緩和を図ります。
- 時期の分散、場所の分散を意識した、周遊観光の推進を図ります。

【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) 稼げる観光産業の振興

つくば市は、豊かな自然環境や田園環境を有しており、市民をはじめ観光者へ様々な体験を提供してきました。これらの貴重な資源を後世に引き継いでいくためには、様々な社会情勢の変化をデータで捉え、社会経済の持続可能性を担保していくことが重要です。

ビックデータやアンケート、ICT技術等の活用による経済データの収集、分析を推進し、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】

- 豊かな自然環境や田園環境などのつくばの持つポテンシャルをいかし、ICT技術を活用したイベント等の実施を通じて様々な観光データを収集・分析し、関係機関と連携して観光施策を実施することで持続可能な観光誘客を推進します。
- 地域住民と観光事業者等との連携を推進し、地域に根差した観光施策の検討をします。

【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
○	○	○	○	○			○



1 つくば市観光基本計画策定委員会要綱

2 つくば市観光基本計画策定委員名簿

3 アンケート結果

4 用語解説

第3次観光基本計画

第3回策定委員会 素案補足資料

1. 第3次つくば市観光基本計画の概要について

- (1) 計画の概要情報
- (2) 基本計画の位置付け
- (3) 第3次つくば市観光基本計画の策定体制
- (4) 計画の位置付け(全体図)
- (5) 国や県の観光分野に関する方針
- (6) 市の観光分野に関する方針

2. アンケート結果の概要

- (1) 調査概要
- (2) 第2次計画策定以降の現状と課題ーアンケート調査の結果からー
- (3) 第2次計画策定以降の課題(まとめ)
- (4) 基本理念と施策体系

第3次つくば市観光基本計画の概要について

(1) 計画の概要情報

○ 策定の趣旨

平成24年6月「つくば市観光基本計画」
平成29年4月「第2次つくば市観光基本計画」

- ◆ 社会環境等が変化や、これまでの本市の取組の進展などを踏まえて、「第3次つくば市観光基本計画」を策定

○ 計画の位置付け

- ◆ 国および県それぞれが策定した関連の計画との整合・連携
- ◆ 「つくば市未来構想」の部門別計画として、本市が策定した上位計画・関連計画との整合・連携を図り策定

○ 計画の期間

本計画の対象期間は、
令和4年度から令和8年度までの5年間



○ 計画の実施体制

本計画を着実に実施していくために行政、観光事業者、商工業者、交通事業者、研究機関、大学、市民が、それぞれ役割を担いながら連携を図り、“オールつくば”での体制を構築

(2)基本計画の位置付け

第3次つくば市観光基本計画では、観光施策を効果的に推進するために市の観光振興の方向性を示した計画です。本策定委員会では、基本計画の方向性について検討していきます。

【今回策定】

基本計画

つくば市が示す、市の観光振興の方向性(基本方針)と
展開施策をとりまとめた計画



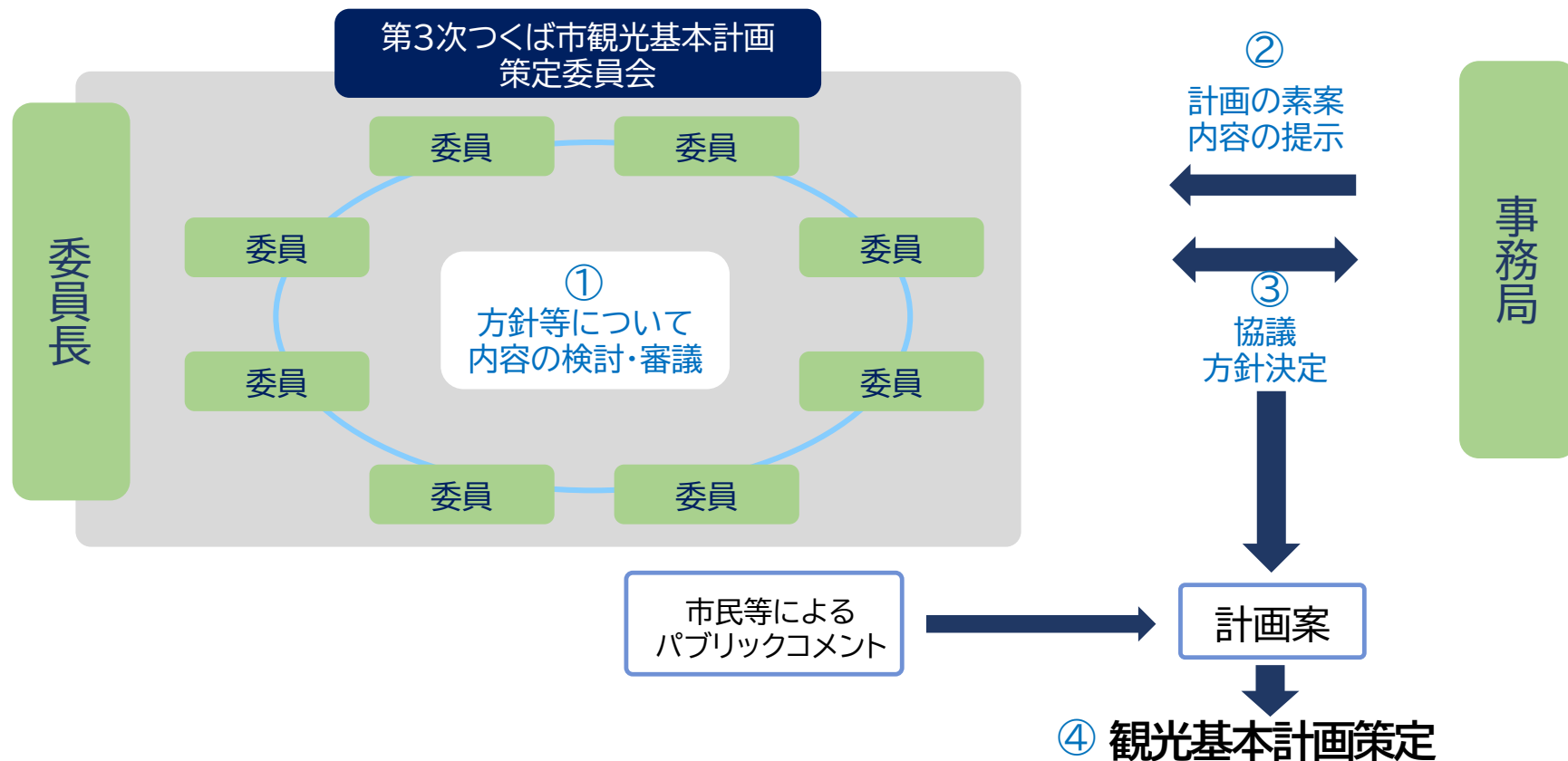
見直し(中間検証)



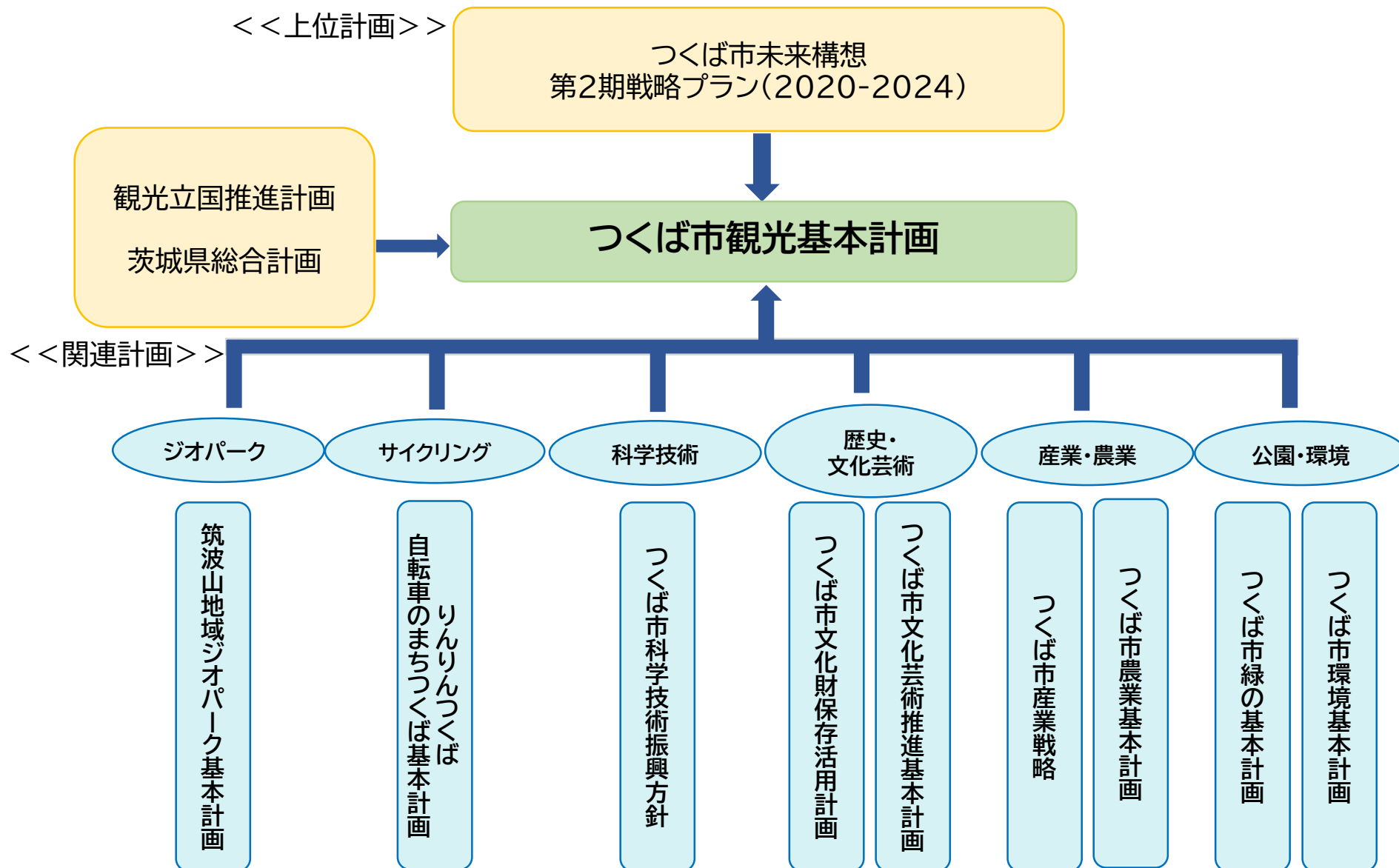
次期計画へ

(3)第3次つくば市観光基本計画の策定体制

- ① 市民や地域の観光事業者、交通事業者、学識経験者等で構成する策定委員会で内容を審議します
- ② 審議した方針に従い事務局(つくば市観光推進課)が計画の素案を策定委員会に提示します
- ③ 委員会で出た意見を委員長が取りまとめ、事務局と委員長による協議により計画案の方針を決定します
- ④ 計画案についてパブリックコメントをいただき、委員会で最終審議を経て、計画を策定します



(4)計画の位置付け(全体図)



(5)国や県の観光分野に関する方針

国の主な観光施策

平成29年 「観光立国推進基本計画」閣議決定

令和2年 「観光ビジョン実現プログラム2020」決定

令和2年 「感染拡大防止と観光需要回復のための
政策プラン」決定

令和3年 観光立国推進基本計画の改定について審議

要 点

- 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、観光関連産業の体質強化、インバウンドの再開に備え、これまで進めてきた受入環境整備や新たなコンテンツづくりに引き続き戦略的に取り組むとしています。

県の主な観光施策

平成28年 「茨城県観光振興基本計画」を策定

平成30年 「茨城県総合計画」を策定

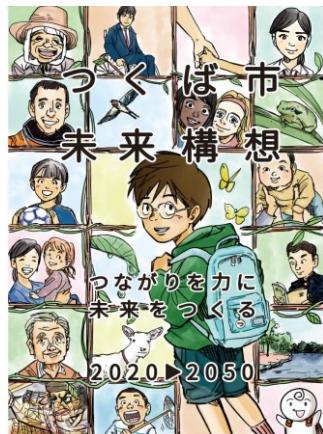
要 点

「活力があり、県民が日本一幸せな県」を基本理念に、地域づくりの基本方向として、観光振興による地域の活性化を地域の特色をいかして様々な施策を実施しています。

- 稼げる観光地域づくりを目指し、新たな観光資源の発掘・活用や宿泊観光の促進、情報発信の強化、土産品の開発やおもてなしの向上による受入体制の整備
- 海浜リゾート、ゴルフ等のスポーツ体験、自然里山体験、映画等のロケ地や歴史的資源など、地域ならではの魅力を活かした観光イメージづくり
- インバウンド需要に対応するため、誘客プロモーションや受入体制を強化し、他県等との連携による広域周遊ルートの策定に取り組むとともに、本県のフラッグシップとなるようなホテル等の誘致

(6)市の観光分野に関する方針

つくば市未来構想



2 目指すまちの姿

1 魅力をみんなで創るまち



市民が中心となり、多様なコミュニティの中で顔と顔が見え、人と人がつながり、つくばならではの魅力を高め、世界に示すまち。

- アイデアや意欲のある人材が集まり、つくばの資産と新たなセンスが融合することで新しい魅力が創り出されています。



戦略プラン



基本施策 I-2

資源をみがき、魅力あふれるまちをつくる

■目指すべき未来

□2030 年の未来像

アイデアや意欲のある人材が集まり、つくばの資産と新たなセンスが融合することで新しい魅力が創り出されています。

□基本施策の方向性

既存資源の掘り起こしと可視化を行い、地域住民の意向や主体性をいかにしながら、関係団体、教育・研究機関、民間事業者等のアイデアやセンスを積極的に取り入れ、既存資源の魅力を最大限に発揮できる施策を展開します。また、各分野間の連携による施策を検討し、つくばならではの魅力を創出します。

②豊かな資源をいかした観光の振興

体験型の観光や観光イベントを実施・支援することで、年間を通して国内外からの観光客を呼び込みます。

■施策の指標

①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%(2019 年度).60.0%(2024 年度)

(3)第2次計画策定以降の課題(まとめ)

	第2次を振り返っての課題	委員の皆様からの意見	アンケート結果の考察
1. 情報発信	・ブランドが確立しきれていない ・ニーズや社会情勢に合った効果的なPRが不足している	・テーマやターゲットを意識したPRをすべき ・様々な媒体を使ったPRが必要	・交通、宿泊、観光地、食事という、観光に必要な情報の発信が不足していると考えられる
2. 観光資源の磨き上げ	・牛久沼、小貝川周辺の観光資源が活かしきれていない ・アフターコンベンションが充実していない	・サイエンスツアーバスの利用者数が伸び悩んでいる ・今持っているつくばの強みの更なる強化が必要	・観光資源自体はあるが、市内各地の観光資源を十分にいかしきれておらず、磨き上げが不足していると考えられる
3. 周遊観光の促進	・時期による一極集中を解消できていない ・広域的な周遊ルートが十分とは言えない	・渋滞をうまく使うべき ・筑波山を含め、広域連携で周遊ルートが必要	・筑波山と筑波大学以外の認知度が50%以下であることから、観光地の一極集中が起きていると考えられる ・筑波山地域ジオパークの認知不足があると考えられる
4. 持続可能な観光	・誰もがストレスなく滞在できる受け入れ環境が十分とは言えない ・渋滞解消には至っていない	・人材育成へ注力すべき ・安心・安全が最大のおもてなしにつながると考える	・現状の宿泊先や店舗のおもてなし環境は、つくば市への再訪理由になりにくいものになっていると考えられる

(4)基本理念と施策体系

基本理念



1 マーケティングを意識した情報発信

- I トрендを意識した情報発信
- II メディアを意識した情報発信
- III ターゲットを意識した情報発信

2 観光資源の強みをいかした誘客促進

- I “まち”の強みをいかしたコンテンツの造成
- II 誘客イベントの開催
- III 特産品の振興
- IV 滞在型観光の促進
- V 訪日外国人旅行者の誘客促進
- VI MICE誘致推進とアフターコンベンションの充実

3 周遊観光の推進

- I 市内周遊観光の推進
- II 広域周遊観光の推進
- III 交通インフラとの連携強化
- IV 筑波山地域ジオパークとの連携

4 持続可能な観光都市の構築

- I 人材育成
- II 観光客の満足度向上(安全・安心な観光の推進)
- III 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和
- IV 稼げる観光産業の振興