

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4回会議			
開催日時		令和3年(2021年)10月22日(木) 開会9:30 閉会11:00			
開催場所		市役所本庁舎6階委員会室			
事務局(担当課)		経済部観光推進課			
出席者	委員	岡本直久、松本圭司、遠田勇人、武藤成一、東英俊、三輪武士、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、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) 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 月 日	
会議次第	1	開会			
	2	委員長あいさつ			
	3	議事			
		(1) 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＞	
3 議事	
(1) 第3次つくば市観光基本計画案について	
委員長：第3次つくば市観光基本計画案について、事務局より説明をお願いいたします。	
事務局：(策定経緯の説明)	
委員長：ありがとうございます。	
基本理念について、これから決めていきたいと思います。基本理念案が3つ提示されています。ご意見があればお願いいたします。	
委員：ご説明では単純に①、②、③とありましたが、①から③までの部分を組み合わせた設定も考えられると思います。	
委員長：②と③は原案として委員から出されたもので、いろいろな分析結果を基に事務局で総合的にまとめたものが①だと認識しています。	
委員：基本理念で重視したほうがよいと思うことは、施策ごとにそれが基本理念に沿っているのか単純に問いかけて考え、判断できる言葉のほうがよいとい	

うことです。

①「つくばとつながる」だと、「つながるのはだれなのか」ということで、問いかけが簡単にでき、基本理念に沿っているのかどうか判断が的確にできると思います。望ましいと思います。

委員長：多分、想定されるつながる相手は、人であったり、ものであったり、土地であったり、場合によっては雰囲気的な目に見えないものであったりします。今後もどのようなものが出てくるか、激動の時代なのでわかりません。

「つながる」ということだけを大事にしておくとういと思います。個別具体的に記載されていると、身動きができなくなる恐れがあります。基本理念は、そのように何にでもつながり得る表現が望ましいかもしれません。

委員：素晴らしい資料をいただき、感謝申し上げます。

「つくばと」「つくばが」という助詞が非常に効いていると感じます。胸がわくわくするようなメッセージでとてもよいと思います。

ご意見にあるように、「だれとつながっているのか」「どのようにつながっているのか」と考え、この言葉をひも解いてみると、わくわくするようなものが出てくるのではないかというキャッチフレーズに強みがあると思います。

具体的な例が、自然、科学、歴史、文化、人と地域で、それらがこの後続くのであるという未来感、期待につながり、大変よいと思います。

委員長：ありがとうございます。

変更して申し訳ありませんが、基本理念については、内容の議論をした後に決定したいと思います。

個別具体的に、基本計画案が提示されていますので、ご意見等があればお願いいたします。

どの基本理念案のキーワードも、「つながる」「つながり」だと思います。それに基づき、いろいろな施策の枠をつくっていくことになります。

委員：46 ページ「つながる情報発信」の下の方3行に、「市民、観光客が観光に関する知りたい情報を」とありますが、「つくばを知らない人」「つくばに行きたいとさえ思わない人」にも情報を届けるということも考えていかないと、新しい観光客は誘致できないと思います。「知りたい」と思う前の段階の方にも、どのようにリーチしていくかも盛り込むことができれば、より効果的だと思います。新しいつながりも生み出せるような情報発信として意味があると思いますので、ご検討ください。

委員長：「知りたい情報」ではなく、「知らせたい情報」としてはいかがですか。

委員：よいと思います。「知ってほしい情報」という表現でもよいと思います。

また、全体的に、関係主体のところで市民にもう少し丸が付いてもよいのではないのかと思います。例えば49 ページ「つくばの強みの磨き上げ、体系の提供」では、市民にも丸が付いていますが、53、54 ページ「市内周遊観光の推進」「広域周遊観光の推進」でも、市民にも丸を付けるとよいと思います。市民の方も休日につくば市内をまわって遊んだり、つくば市を出て観光に行

ったりしています。それは、60 歳代の男女だったり、子育て世代だったり、学生だったりしますが、それぞれの楽しみ方があると思いますので、市民の方がどのように楽しんでいるのかを聞き取り把握することで、新たな周遊ルートの発掘につながる可能性もあります。つくばの観光も魅力や観光の仕方を市民の方はよくご存知だと思いますので、それを発信したいとお考えの方もいると思いますので、そのような方とも意見交換をして、アイデアをいただける場があると新たな魅力が発見していけるとと思います。

委員長：ありがとうございます。56 ページのジオパークのところでは、ご指摘の市内観光、広域周遊観光の市民にも丸が付いています。

他にご意見等はございませんか。

委員：膨大な貴重な資料をありがとうございました。

1 点目です。例えば 53 ページ「地域とつながる周遊観光の促進」の取組 3 つの中に、「小貝川周辺、牛久沼」という固有名詞が出てきます。どのような景観なのか詳しく知りませんが、この小貝川周辺に起点を見出し、ライン下りや屋形船の就航のようなものをピンポイントで取り上げてはいかがでしょうか。小貝川周辺、牛久沼周辺を見に行くだけでは、物足りないと感じ、ご提案いたします。それは行政だけではできないことですので、民間も巻き込んでいくとよいと思います。

委員長：事務局、いかがですか。

事務局：ご意見、ありがとうございます。周遊観光の推進では「小貝川周辺、牛久沼」は具体的な地名を挙げていますが、今回考えていることは、この地域については、例えば、牛久沼であれば茎崎地域、小貝川周辺であれば上郷地域や吉沼地域という各地域で、市でも周辺市街地の活性化としての取組を進めているところです。各地域に素晴らしい資源がある中で、その資源を活用して、まちの魅力を知っていただくという取組となっています。ここに、具体的なアクションを表現してしまうと、できるものもあればできないものもありますので、「周遊」という言葉をキーワードにして、「地域の魅力を磨き上げて発信していきましょう」というメッセージで表現しております。

委員長：49 ページに「磨き上げ」という部分があり、そこでも触れられています。小貝川で体験型のコンテンツをうまく作れるかどうか自体の検討から始めていこうという意気込みが、ここに投影されていると思います。まさに先ほどいただいたご意見につながると思います。

委員：事務局の説明はよくわかりましたが、11 ページの市内観光資源グループ図の中に、小貝川のエリアもあります。そこには吉沼地域や上郷地域も入りますので、それを絡めて、小貝川も包摂した取組も重要だと思いました。

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：交通インフラや渋滞に関するところについては、CO₂ 削減等、環境にや

さしい乗り換えバス等が世界中で導入されているので、そのような環境にやさしい取組についても入れることができるとよいと思います。長期的な取組ですので、すぐにはできないかもしれませんが、めざしているものとして挙げてよいと思います。

委員長：具体的には 55 ページの交通インフラとの連携強化の中にも、環境に関するキーワードを盛り込む文章を入れるか、本文にも「環境」というキーワードを入れるか、ご検討いただきたいと思います。

他にご意見等はございませんか。

委員：小貝川についてのご意見がありましたが、地元の方は、吉沼や上郷を含んだ地域を「小貝川」と認識しているかもしれません。つくばと小貝川の結び付きは遠いと感じていました。むしろ、万葉の里と言われる桜川を認識します。世阿弥の歌は、全国的にも知られており、桜川の源流が、つくば山の一滴のしずくから流れ落ちたということです。何の変哲もない、ただの川ですが、歴史的、文化的なものがありますので、つくばを代表する川としては、桜川もふさわしいと思います。万葉が好きな方は訪れていますし、桜川の源流を見るということは、筑波山の登山につながりますので、ご提案させていただきます。

事務局：先ほどの小貝川、牛久沼周辺についてのご指摘については、11 ページにあるように、栄地区も含めた桜地区も包含しており、その周辺地域の取組を結び付けるような事業として、周遊観光をめざしていきたいと考えております。例えば、各地域にはそれぞれの歴史を刻んできた文化が残っており、素晴らしい地域であることを、観光資源として生かしていくということです。

委員長：ありがとうございます。

委員：R8 の話に関連して申し上げます。私は、小田地域で、まちづくりの運営に携わっていますが、つくばの R8 のまちづくりに取り組んでいる人たち自体も、素敵につくばの資源だと思っています。他の地域のスタディーツアー等にも参加していますが、そのような需要もあると考えています。

全体を通して、つくばの魅力というと「自然、科学、歴史、文化」となりがちですが、まちづくりに取り組んでいる人たちやソーシャルな活動をしている若者たちも多いので、そのような方たち自体も観光としての魅力になり得ると思います。そのようなニュアンスもどこかに入れていただけるとよいと思いました。

51 ページの特産品の振興について、上の 3 行に「食やグルメの開発、普及」と「認知度向上」、「魅力の創出拡充に取り組む」とありますが、「販路促進」や「販路の拡大」が言葉として入っていないので、追加していただけるとよいと思います。

先ほどの質問で、市民に丸が付く部分がもっとあってもよいのではないかという部分についての意見は、詳細をこの会議の場でお示したほうがよろしいですか。

委員長：「販路拡大」を追加することは反対します。販路が拡大するということは、遠いところにおいても、つくばの食べ物が食べられるということです。観光にはつながらないと思います。大間のマグロを築地に上げるので、大間にだれも来なくなるという理論と同じです。大間のマグロは大間でしか食べられなければ、多くの人が来るはず。 「販路拡大」は、あえて入れていないということだと思います。

委員：私の申し上げた「販路拡大」は、つくば市内での販路についてです。お土産を買いたいと思ったときに、そこになれば買うことはできません。観光客の導線につくばのお土産が並んでいることは重要だと思います。

委員長：お土産処の充実というニュアンスですね。

委員：お土産ものだけでなく、食に関しては、観光時の朝食、昼食、おやつ、夕食の1日4回のタイミングがありますが、そのタイミングに、つくばがプレゼンしたい食べ物が身近にあるかどうかは、かなり重要だと思います。

委員長：誤解されないような表現で表記できるようにご検討ください。

委員：全体的によくまとめられていると思います。

1点目です。52ページのMICE誘致推進のところ、事例はあくまでも事例で、すべてが網羅されているわけではないと言いつつも、この事例に関しては、MICE誘致案に係る事業展開というより、サポートするような趣旨に受け取られがちな表現だと思います。アフターコンベンションやエクスカッションあるいは市民講座等、とありますので、主体的にMICE誘致を推進するという趣旨の事業展開が読めるような表現が望ましいと思います。私ども観光コンベンション協会ですと、1,000人、2,000人規模のイベントは、なかなかできません。MICE誘致となると、簡単に1,000人、2,000人を超える人たちに、つくばに集まっていただくことが可能になります。その方々が宿泊されたり、エクスカッションで各観光地をまわる等、かなり観光的な展開が期待できると思います。ぜひ、MICE誘致については積極的な事業展開に結び付くような表現をお願いいたします。

併せて、「市民、企業、行政が一体となって歓迎する」となれば、関係主体として「市民」も入り、「商工事業者」等も関係してくると思います。

2点目です。56ページの「ジオパークと連携」では、今後も積極的なジオパークの展開が期待されますが、今後は校外学習等、教育につながるようなジオパークの活用に入力していくことになると思います。それであれば、関係主体に「研究機関、大学」等も加わっていただいたほうが、より効果的な事業展開が期待できると思います。

事務局：ご意見、ありがとうございます。委員からもご指摘がありましたように、「市民の参加」という観点から考えると、もう少し「市民」に丸が付いてもよいと思います。

周辺の地域を巻き込み、市内の魅力を発信するには、そのような活動をしている方々が参加することで、観光地としての意識を市民にもっていただき、認知度の低い状況を改善し、「つくば市の観光を市民と共に盛り上げていこ

う」というようなメッセージとしてもよいと思います。ここに市民が参加するという具体的な取組のところの表現を工夫して記載させていただきます。

委員：今回、初めて会議に参加させていただきました。この資料は大変よくできていると思います。88 ページの「これまでの取組実績」に、平成 29 年度から令和 2 年度までのプロセスが載っており、行政の対応や事業の詳細も記載されております。例えば、93 ページ令和元年度 2019 年度の「夏の筑波山観光キャンペーン（TX 秋葉原駅構内）」や「茨城県人会賀詞交歓会」「都庁キャンペーン」「寅さんサミット」「筑波山梅まつりキャンペーン」「いばらき産直市 in 日暮里」「秋のうまいもんキャンペーン in 銀座」等の取組を知り、自分も資料を分析しながら、新たな取組をしていけばよいと思いました。取組実績が掲載されていて、私としては非常に勉強になりました。

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：ありがとうございます。今回初めて、これまでの取組実績を載せましたが、主要政策の成果と実績を毎年度で議会に報告して、ホームページに各部署の取組として挙げております。こちらのほうも、私どもがこれまで取り組んできたことに対して、どれだけの成果が上がったかがわかる報告になっておりますので、ご参考にさせていただけるとよいと思います。

委員：51 ページの食の特産物について、前回もご意見させていただきましたが、「食やグルメの開発」の「開発」という言葉が気になります。つくばに来たからこそ食べられるものをご提案しました。万葉時代の食は、明日香村等では旅館やレストラン等で研究され、提供されています。各地方に特産物はたくさんありますが、食と文化を結び付けたものをご提案させていただきましたが、栄養価も高く、つくば周辺で採れるものを使うこともできます。専門家を呼んで栄養価やつくり方の調査をしているところもありますので、つくばでもそのような取組を実施してはいかがでしょうか。旅館に泊まれば万葉の食事を食べることができ、山に登れば万葉と出会えるということで、食と結び付きます。できないことはないと思いますので、ぜひお願いいたします。

私は、昨夜、丹後半島から戻りましたが、丹後半島は豪雪地帯でありながら、人の温かさを強く感じる場所でした。地元の方は、観光客でも、道で会った人には丁寧なご案内をしてくださいます。人のもてなしという点で、とても大切なことだと思いました。人との交流は、言葉から発せられるものが第一印象になると思います。

丹後半島は目の前が海ということで、海産物食材の開発が盛んです。11 月 8 日より松葉かきが解禁になるそうですが、各地から宿泊問い合わせがきているそうです。かにを食べに来るだけではなく、丹後半島の方の心の温かさもおもてなしの 1 つだと思います。ぜひ、人との交流に関してもご検討ください。

委員長：ありがとうございます。「開発」という言葉の前に、「再発見」ということで、「見直す」という考え方だと思います。それと、取組自体の中に、ご提案を入れることはよいアイデアだと思います。「つくばならではの」とい

う枠組みの中に入りますので、事務局と検討させていただきます。

他にご意見等はございませんか。

委員：市内観光や広域観光は大変よい施策だと思いましたが、実施スケジュールの市内観光の推進で、「2年間かけてルートを検討する」とありますが、これは1か月で実施するべきだと思います。新型コロナウイルス感染症の影響で長期の計画となっているのでしょうか。

事務局：実施スケジュールの周遊ルートの検討については、前段の市内周遊観光の、既存の人気観光地である筑波山や宝篋山の周遊ルートについては、比較的すぐにできると考えています。一方で、これからルートを開拓していく、牛久沼や小貝川に関しては、まず地域に何があるのかを知り、そこをどのようにつなげれば1日かけて楽しめるルートになるのかを熟考した検討が必要だと考えております。そのために2年間とさせていただいております。

委員：私も、牛久沼でも観光ガイドをしています。周遊ルートはすぐにできると思います。牛久沼の見晴らしは、茨城百景にもなっており、素晴らしいものです。もし、コロナ禍でうまく進まないということであれば、ZOOMを使ったリモートガイドを実施すればよいと思います。

また、ジオパークの連携のところで、サイエンスツアーとありますが、これはどのような内容ですか。ジオパークとサイエンスツアーは、まったく異質のものだと思いますが、いかがですか。

事務局：サイエンスツアーは市内の研究所をまわるということで、ジオパークは筑波山地域ということです。つくば市の特色として、「研究所がある」ということで、そこが市民の学びの場となるということが挙げられます。ジオパークの現地で学ぶ場ということも、大変貴重な体験だと思いますが、一方で、地質標本館、産業技術総合研究所等の研究所で、これまで蓄積されたデータや最先端の技術を学ぶことと連携することで、例えば、「午前中はサイエンスツアー等研究所の見学で学び、午後は筑波山で実地で学ぶ」などというような構想も可能だと考えます。

今までの議論の中で、「学び」というものがテーマになっていると思いますので、ここに挙げております。

委員：わかりました。ありがとうございます。サイエンスツアーは、県の事業として実施されていて、ルートも決まっていますので、それに拡充するという取組であれば、大変よいと思います。

広域周遊観光については、かねてから重視しなければいけないと考えていました。「筑波山に行ったら、次は真壁のひな祭りに行く」、「宇宙航空研究開発機構の後は、牛久沼の大仏を見に行く」という方は多いようです。

54 ページの主な取組事例があり、「商工事業者等の民間活力を積極的に活用し」とありますが、商工事業者に丸が付いていません。漏れているのであれば、追加してください。

委員長：今週のプラタモリでは、今の実質おっしゃったような、国土地理院などを訪ね、「つくばを解明する」というタイトルでしたが、そのようなものが

きっかけになるとよいと思います。

委員：研究所の体験と他の観光の組み合わせについてですが、私の東京の知人が、11月の南極の催しが7日までなので見に行きたいということですが、その後に、例えば、農林の研究も見たいのだが、土日はやっていないということで、大変残念がっていました。研究機関との調整は難しいと思いますが、連携を取りながら、さまざまなニーズに答えていけるように拡大を目指していけるとよいと思います。

委員長：ご意見の通りだと思います。研究機関も連携していただけると効果的だと思いますので、働きかけながらイベントを企画できるとよいと思います。他にご意見等はございませんか。

委員：61ページの「観光客の満足度の向上」がありますが、今や安全、安心は当たり前になり、いかに観光客の満足度を上げていくのかが非常に重要だと言われています。観光客の満足度が向上すれば、その方がリピーターになりますし、口コミも広まっていきますので、大切なことだと思います。ただ、観光客の満足度の向上を測っても、その結果が明らかになるのは、1年先、2年先です。満足度の向上には、63ページの実施スケジュールにあるように、5年間かけてのんびり実施するのではなく、今年と来年は重点的に施策を打つというようなことをしないと、なかなか反映はされないと思います。また、観光客の満足度を向上させるためにはどのようにしたらよいのかという手段が、前のページに書かれていますが、本来、これらはセットになるものだと思います。おもてなしが向上して、観光客の満足度を上げるということだと思います。

委員長：ありがとうございます。

満足度の向上については、この計画自体が観光客のための計画ですので、ここに載っている施策は最終的には観光客の満足度を向上させるものだと受け取っていただきたいと思います。そのために新しい観光資源も必要ですし、古い資源をより使いやすくすることも必要だと考えています。

委員：茨城県の魅力ランキングが、また最下位になりました。通算8年間も最下位で、大変屈辱的です。市町村が取り組んでいる施策を、県庁の観光課はどのように捉えているのでしょうか。記者会見では、知事は「痛くもかゆくもない」と言っています。茨城は保守的な県ですが、それでは進歩はないと思います。このような会議の報告も届くと思いますが、県はどのように捉えているのでしょうか。知事が気にしていないということでは、何年経っても進歩は望めないと思います。なぜ、立ち上がらないのか疑問です。魅力ランキング最下位と報道されれば、何もないところだと思われて、訪れる人も増えません。つくば市としても、意見を集約したものを県庁に持っていき、県にも立ち上がっていただきたいと思います。基本計画とは、論点がずれているかもしれませんが、モチベーションを上げていく工夫が必要だと思います。

事務局：ありがとうございます。直近の魅力度ランキングで茨城県は最下位ということですが、一方で観光客の入込客は、数値としては伸びています。ご指摘

のように茨城県には多くの魅力があり、海産物、さまざまなアクティビティ、新しい取組としてはVチューバーということで、若者層をターゲットにした取組を実施しており、着実に認知度は上がっています。

魅力度ランキングについては、ブランド総合研究所という民間企業が実施しているもので、この計画でも記載するかどうか検討しましたが、一民間企業の指標ということで、見送りました。私どもも一般市民として、ランキングには興味がありますが、「行政と市民で着実にまちをつくっていく」という取組の中では、ランキングも視野に入れつつ、ご意見も温かいご指導を承りつつ、着実に数値として結果を出していく計画を作っていきたいと考えております。

委員：43、44 ページについて、気づいたことを2点申し上げます。

1点目は43ページの基本方針4つの文言で、1と3が、4章以降の文章と少し違います。例えば、1には「新たな来訪客とつくばがつながる」とありますが、45ページの施策の体系の基本方針では「観光客とつくばがつながる」となっています。基本方針3も43ページでは「市内外地域がつながる」となっていますが、45ページでは「地域とつながる」となっています。正しい表現に統一したほうがよいと思います。

事務局：ご指摘の通り、文言が違っていて申し訳ありません。45ページの表現に統一させていただきます。

委員長：よろしく願いいたします。

委員：今回初めて、基本方針や基本理念が挙がってきましたが、それらに合わせて目標指標も検討し直したほうがよいと思います。例えば、1の数値設定の観光入れ込み客数は、今後も、新型コロナウイルス感染症拡大のような事態にならないとも限りませんので、入れ込み客数だけでなく、観光マーケティングを進めていくのであれば、発信についてもインプレッションの表示数も目標にするとよいと思います。

また、アンケート数値の「つくばに行ったことはないけれども、行ってみたい」という数値を伸ばすということも、基本方針や基本理念に則った施策の展開につながると思います。

目標指標に関しては、再検討していただけるとよいと思います。

事務局：ありがとうございます。基本方針に基づく主な施策で、持続可能な観光地ということです。経済的な視点も今後は重視していくということで、59ページ（2）で「観光マーケティングの振興」を記載しています。今後、施策を打つときに、データを収集し、5年間で蓄積し、その都度中間検証を行い、改めて数値としてご報告させていただきます。検証ごとに、どのように伸ばしていくかを検討していきたいと考えております。

結論を申し上げますと、今の時点で施策に対する数値がない部分も多いので、文言の中で、今後、検証にあたり、そのような指標を上げていくというように追加させていただきたいと思います。

委員長：他にご意見等はございませんか。

では、以上で議事を終了いたします。皆さまからいただいたご意見を反映させ、最終的には、事務局と私で確認させていただきます。

今後のスケジュールに関して、事務局から説明をお願いいたします。

事務局：パブリックコメントについては、12月広報誌で市民に見えていただける予定です。12月3日から1月4日の期間で実施いたします。事務手続きとして、11月2日には、この委員会案として計画案を提出し、その後にパブリックコメントを実施することになります。11月2日までは、基本理念も決まった計画として提出することになります。

第5回の策定委員会については、パブリックコメントの後に、意見についての回答を作成し、2月上旬に開催する予定です。最後の会議になりますので、この会議での調整の上で計画策定となります。

委員長：本日ご議論で、この方向性でよろしいとお認めいただけたと思います。少々足りない部分を補強して、パブリックコメント用に準備するということです。

基本理念案が、3つありますが、多数決でよろしいでしょうか。

委員：基本理念案の3つを見比べると、施策にとどまる文言なのか、施策の先にある文言なのか、という違いがあると思います。①案だと、つくばとつながってどのようになりたいのかが見えてこない感じがします。②案も、つくって、つながって、学べるまちになり、その先はどのようなまちになるのか見えてきません。③案は、選ばれるつくばということで、将来像が見えるところまで書いてあると思います。どれがよい、悪いということではなく、この5年間でどこまでを見据えるのかという問題だと思います。

①案は「つくばの自然、科学、歴史、文化で人と地域と世界をつなぐ」ですが、「自然、科学、歴史、文化」に限定してしまうことに不安を感じます。まちづくりに取り組んでいる方々の活動自体も魅力になり得ると考えると、そのように限定しなくてもよいと思います。

委員長：ありがとうございます。

では、挙手をお願いいたします。

(委員挙手)

委員長：①案が12名です。委員は17名ですので、①案とさせていただきます。

4 その他

委員長：その他として、事務局、よろしいですか。

事務局：今後のスケジュールはお伝えした通りです。

各地域でいろいろな取組がされていますが、それを地域の賑わいづくりだけではなくて、何とか観光につなげ、外からも人を呼んでいきたいと考えております。今回、手始めに、小田地域を中心に、地域が活動で作成した「地域マップ」を利用させていただき、スタンプラリーイベントを実施し、まちに人を集め、そのまちの魅力を知っていただきたいと考えております。そして、まちを知っていただいた方々から、その魅力を発信していただきたいという

ことで、紹介させていただきます。

事務局：（スタンプラリーのチラシに沿って説明）

事務局：この取組に関しては、従来から取り組んでいたフットパス事業を新たな取組として捉えたときに、地域ごとのスケジュール感がどのようになっているのか、具体を示すことができませんでした。地域の方々とも協議する中で、観光と呼べるようなものがある地域を見定め、どのように観光につなげていくか、市内全体をどのように捉えていくのかの検討も、今後進めていきたいと考えております。今後、シリーズ化することもあるかもしれませんが、手始めにこのスタンプラリーを行い、どれだけの実証が得られるかを検証したいと考えております。

委員長：パンフレットはどちらに配置していますか。

委員：筑波山や市内の各施設、土浦駅等に配置しています。

委員長：つくばエクスプレスの駅等、広範囲に配置をお願いいたします。

委員：そのように考えております。

委員：景品の素晴らしさをご存知ない方やご家庭は多いと思います。ヨシムラミートについて知らない方や、使い慣れていない方に魅力を伝えるために、ホームページやSNSで発信する際に、景品の素晴らしさも発信していただけるとよいと思います。

ターゲットは小田の方ではなく、外部の方だと思いますので、小田のブランド米についても違いや特色を発信できるとよいと思います。

委員：先ほど、基本理念が決まりましたが、皆さんから提案された15の基本理念と理由づけから、インパクトを受けたものを何点か挙げていただけると、非常に参考になると思います。

委員長：皆さんのご意見をお聞きして、まず、「発信」が足りないと感じました。基本理念の基本になった「つながり」「つながる」ということは、素朴に素敵な言葉だと思います。AIを細工したものでも、やはり「つながり」という言葉は関係します。キーワードとしては、その2つを重視すると感じました。

委員：ありがとうございます。

委員長：広域周遊等を考えるときには、何時のバスに乗れば、何時に着いて、滞在時間は何時間ぐらい必要か、帰りのバスは何時に乗ればよいのかというような情報、スケジュールの提案があると、不安がなくなり、よいと思います。では、以上で審議を終了します。活発なご意見を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：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4回会議を閉会いたします。長時間に渡るご審議、ありがとうございました。

第3次つくば市観光基本計画策定委員会 第4回会議次第

日 時 令和3年10月22日（金）9:30 から
場 所 市役所本庁舎6階 第1委員会室

1 開 会

2 委員長挨拶

3 議 事

第3次つくば市観光基本計画案について

4 そ の 他

5 閉 会

【配布資料】

- ・（資料）第3次つくば市観光基本計画案
- ・ 参考資料

第3次 つくば市 観光基本計画

令和4年(2022年)4月

〔対象期間〕

令和4年度(2022年度)から
令和8年度(2026年度)まで



市長挨撈

目 次

第1章 計画の基本的考え方	1
1 策定の背景と目的	1
2 本計画の位置づけ	2
3 本計画の期間	3
4 SDGs達成に向けての取組	4
5 本計画の実施体制	5
第2章 つくば市の観光を取りまく現状と課題	7
1 つくば市の概要	7
2 つくば市の観光資源の特徴	10
3 国内の観光動向	13
4 統計データからみえるつくば市の現状	26
5 アンケート結果の概要	33
6 つくば市の観光における主な課題	42
第3章 つくば市観光振興の指針	44
1 基本理念	44
2 基本方針	46
3 目標指標	46
4 施策の体系	48



第4章 基本方針に基づく主な施策 49

- 1 新たな観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－ 49
- 2 今ある資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－ . 52
- 3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－ 57
- 4 未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－ 61

第5章 実施スケジュール 66

資料編 67

- 1 つくば市観光基本計画策定委員会要項 67
- 2 つくば市観光基本計画策定委員名簿 67
- 3 アンケート結果 68
- 4 用語解説 83



計画の基本的考え方

1 策定の背景と目的

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

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

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

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

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

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



2 本計画の位置づけ

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

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

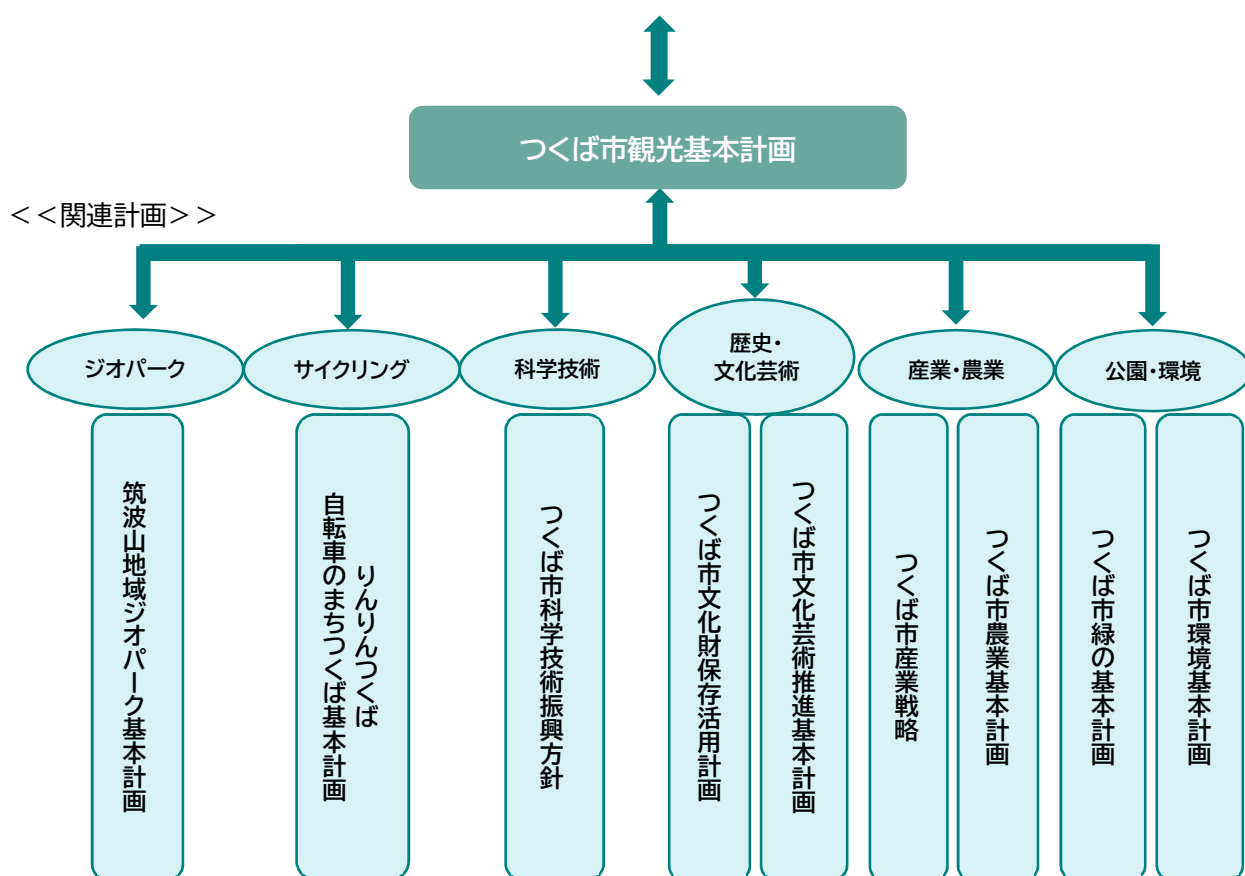
また、本計画は、国及び県それぞれが策定した関連の計画との整合を図るとともに、市が策定した関連計画との連携を図ります。

<<上位計画>>

つくば市未来構想(2020-2050)
第2期戦略プラン(2020-2024)

<<国・県計画、指針>>

観光立国推進基本計画
持続可能な観光地域づくりガイドライン
SDGs への貢献と持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の推進に係る取組方針
茨城県観光振興基本計画 など





3 本計画の期間

本計画の対象期間は、令和4年度(2022年度)から令和8年度(2026年度)までの5年間とします。また、社会情勢等を鑑み、概ね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。

さらに、新型コロナウイルス感染症の流行により観光を含む社会経済活動への影響が生じており、今後の観光のあり方や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。

計画策定後に毎年、「第3次つくば市観光基本計画推進委員会」を開催し、事業の取組の評価を行います。



4 SDGs達成に向けての取組

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

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

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





5 本計画の実施体制

本計画の推進にあたっては、市民、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学、行政の役割を明確にし、それぞれの役割を担う中で相互に連携・協調することで、つくば市の観光の未来をともに創る取組が必要です。

(1) 行政の役割

行政は、市民、観光事業者、交通事業者、商工事業者、研究機関、大学と協働し、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実施するとともに、各主体が自主的に取り組む観光事業への支援を推進します。

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

そのほか、観光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

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

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

(3) 観光事業者の役割

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

(4) 交通事業者の役割

交通事業者は、観光の最前線で観光客と接する、おもてなしの主役を担うとともに、市内における周遊観光の根幹として、安全、安心を第一とした移動手段を提供します。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向上が求められています。



(5) 商工事業者の役割

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

(6) 研究機関の役割

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

それらは、市民、ひいては県民、国民にとって、他に類を見ない貴重な“学び”を得られる場であり、様々な交流の場を提供が求められています。

(7) 大学の役割

つくば市は、研究学園都市を有し、筑波大学や筑波技術大学、筑波学院大学などが立地しています。

大学が有する教職員や学生は、つくばの未来を築く、貴重な人材であり宝です。

これらの教職員や学生が、積極的につくば市の観光振興に関わることで、市民と学生とをつなげ、学びや地域の交流機会を創出が求められています。

(8) 市民の役割

市民は、地元つくばの魅力、これまでの自然、歴史、文化を後世に紡ぐ主役です。市民自らがまちを知り、楽しみ、その魅力や価値を享受し、発信していくことで、地元への愛着や誇りを増進し、ゆとりや潤いのある、より豊かな生活を実現が求められています。



つくば市の観光を取りまく 現状と課題

1 つくば市の概要

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

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

また、つくば市から見る牛久沼は、静かで美しい水郷風景を映し出しています。

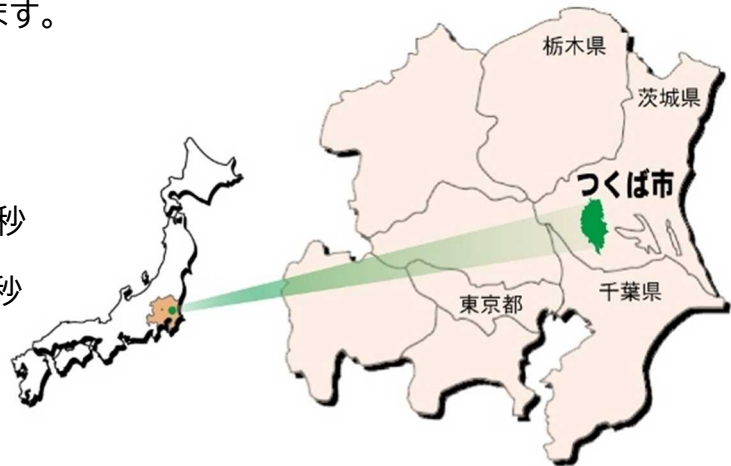
筑波山地域を除く市域の大部分は、筑波・稲敷台地と呼ばれる標高20～30メートルの関東ローム層に覆われた平坦な地形であり南北に流れる小貝川、桜川、谷田川、西谷田川などの河川は、周辺の平地林、畑地あるいは水田等と一体となり、落ち着いた田園風景を醸し出しています。

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

総面積：283.72 平方 km

位置 北緯：36 度 5 分 0.9 秒

東経：140 度 4 分 35 秒

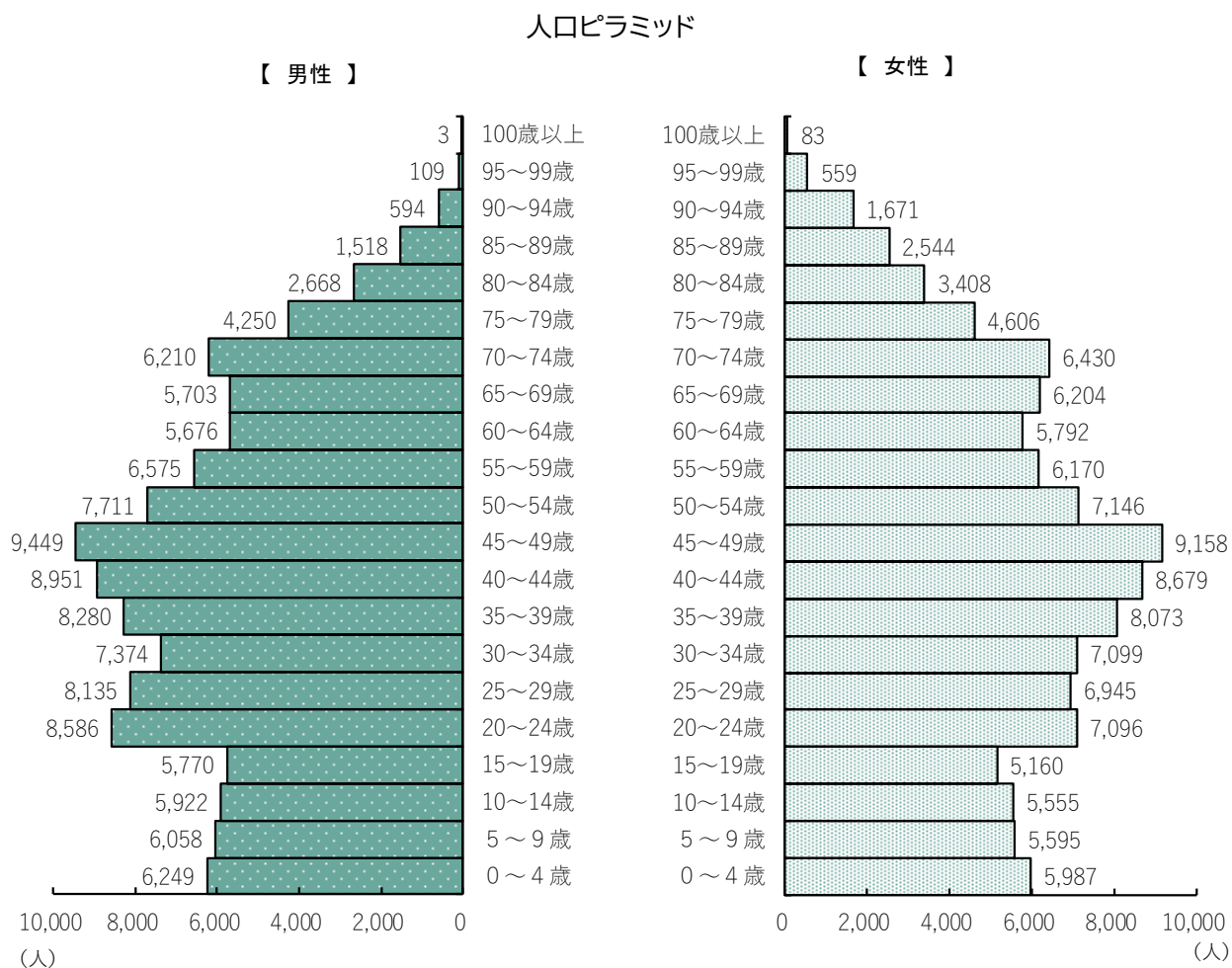


*総面積と位置は、国土地理院電子国土基本図（地図情報）に基づいています。



ア 人口ピラミッド

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

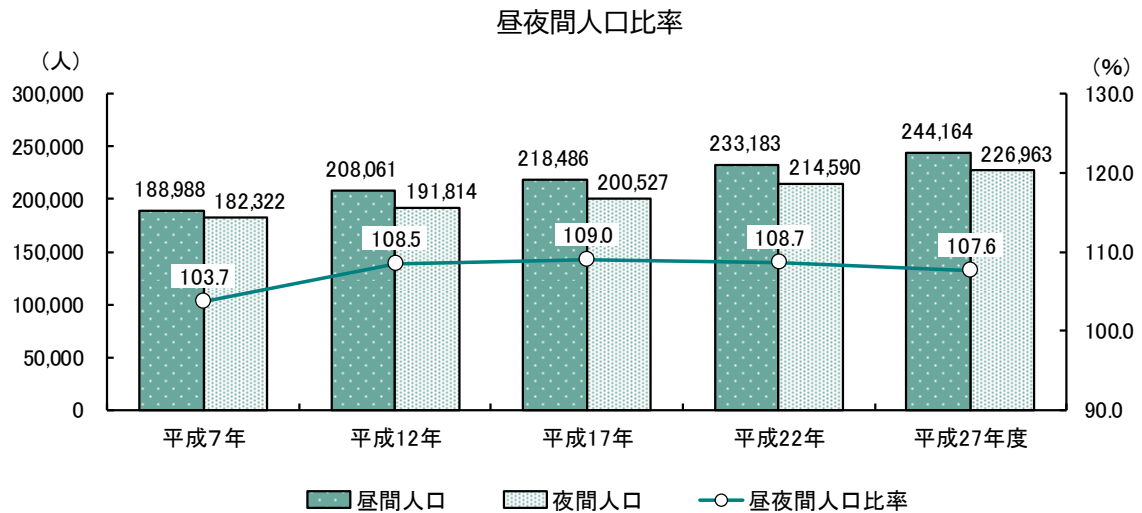


資料:統計つくば 令和2年度(2020年度)(茨城県常駐人口調査 令和2年(2020年)10月1日現在)



イ 昼夜間人口比率

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



資料：国勢調査

2 つくば市の観光資源の特徴

(1) つくば市の観光資源

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

つくば市の観光資源

特産品・食	観光イベント	自然の観光資源
つくばコレクション 2020 筑波山地域ジオパーク認定商品 ラーメン屋が多い街 パン屋が多い街 福来みかん ネギ ブルーベリー 米 等	つくばフェスティバル まつりつくば 筑波山ガマまつり 筑波山麓秋祭り 筑波山梅まつり 等	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 茎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 等
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 洞峰公園 燧ヶ池周辺 農林さくら通り 等	筑波山神社 蚕影神社 大曾根鹿島神社 金村別雷神社 普門寺 八崎大使堂 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 つくばセンター広場 吉沼祇園祭 長屋門 等	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 等

詳細は資料編をご覧ください。



市内観光資源分布図



凡例

- 自然
- 花の名所
- 歴史・文化
- 科学
- その他アクティビティ
- 自然・観光ゾーン
- 周辺市街地地域

(2) つくば市の観光施策の経緯

ア つくば市の観光のあゆみ

また、昭和60年(1985年)には、21世紀を創造する科学技術のビジョンを世界に示した「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の民間の研究機関・企業等が立地しており、我が国最大の研究開発拠点となっています。

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

つくば市の観光のあゆみ

年	できごと
1949	ガマまつり開催(以降、毎年開催)
1966	筑波山梅林造成 梅まつり開始(以降、毎年開催)
1981	常磐自動車道開通
1985	国際科学技術博覧会(つくば万博)開催
1987	大穂町、豊里町、桜村、谷田部町が合併し、つくば市誕生(11月30日)
1988	筑波町を編入合併、つくばフェスティバル'88開催 まつりつくば(以後、毎年開催)
1989	ゆかりの森ファミリースポーツ公園オープン 筑波ふれあいの里オープン 一般財団法人 茨城県科学技術振興財団発足
1990	つくばフェスティバル'90開幕(以後、毎年開催) つくば市物産会発足 つくば市観光協会設立
2002	つくばりんりんロード全線開通(延長40.1キロメートル) 茎崎町を編入合併
2005	つくばエクスプレス開業
2006	初代つくば観光大使 筑波山もみじまつり開催
2007	つくば市国際交流協会設立 宝篋山小田休憩所オープン
2008	筑波山麓秋まつり(以降、毎年開催)
2011	つくば国際戦略総合特区 指定
2012	つくば市観光基本計画策定
2014	筑波山森林体験パークオープン(フォレストアドベンチャーつくば)
2015	筑波山おもてなし館オープン 旧長島家土塀修復
2016	「G7 茨城・つくば科学技術大臣会合」開催 筑波山地域「日本ジオパーク」認定

3 国内の観光動向

(1) 国・県の観光施策の状況

ア 国の観光施策の推移

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

イ 県の観光施策の推移

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

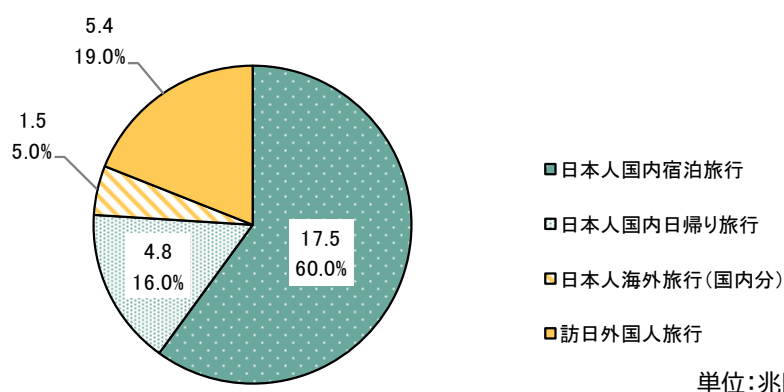
(2) 国・県の観光の状況

ア 国の観光の動向

日本国内における内部観光消費(国際基準)

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

日本国内における内部観光消費(国際基準)



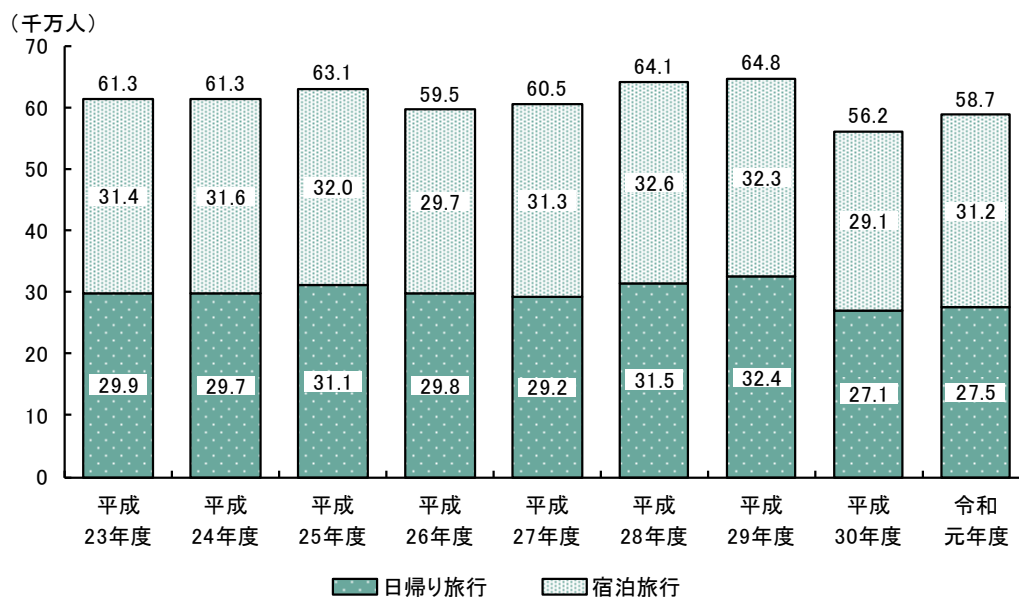
資料:観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

(ア)日本人旅行者について

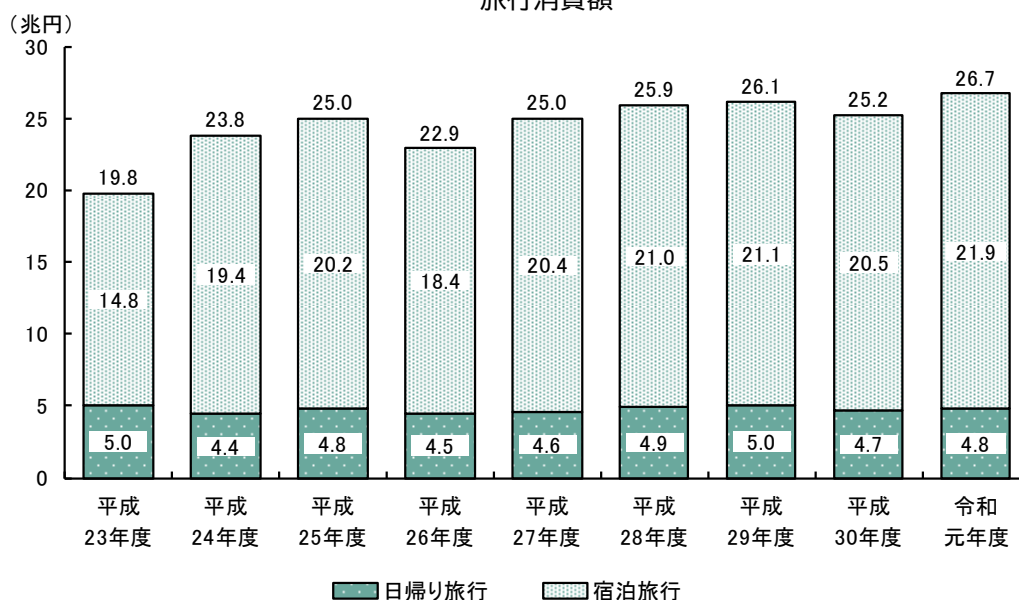
① 日本人国内旅行者数と旅行消費額の推移

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

日本人国内旅行者数の推移



旅行消費額

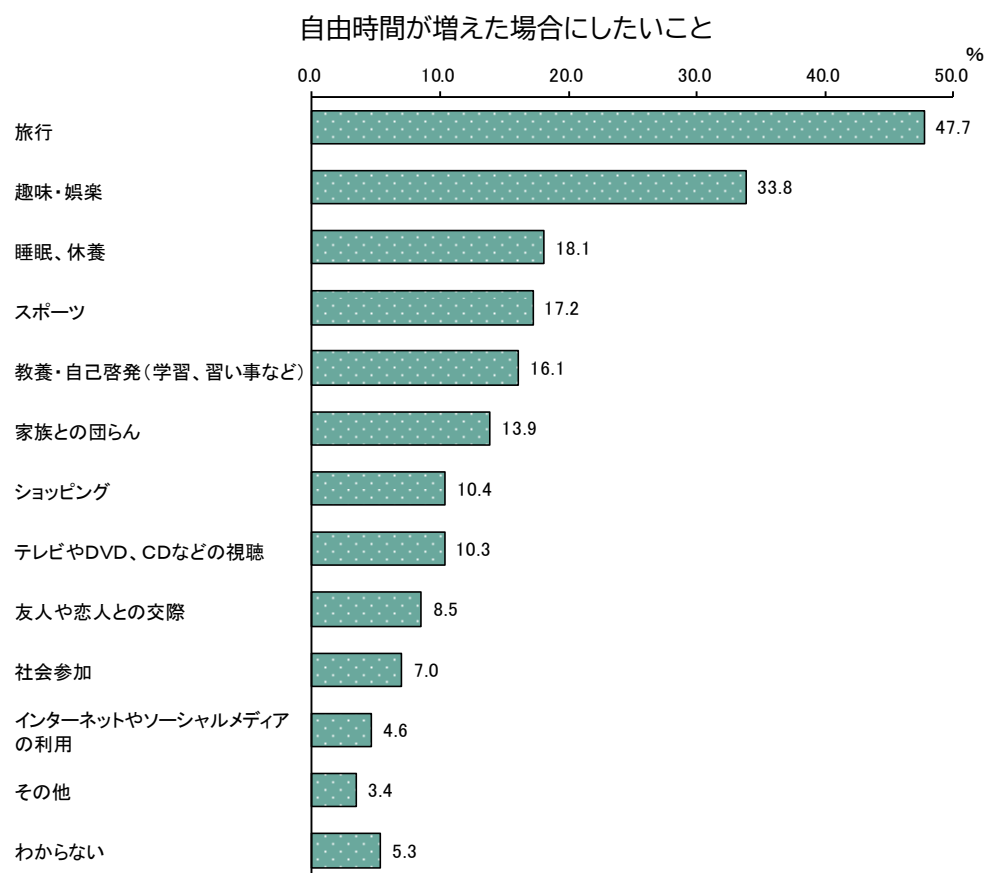


資料：観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」



② 国民の観光に関する意識

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



資料:世論調査 2019

③ 旅行形態別の消費単価

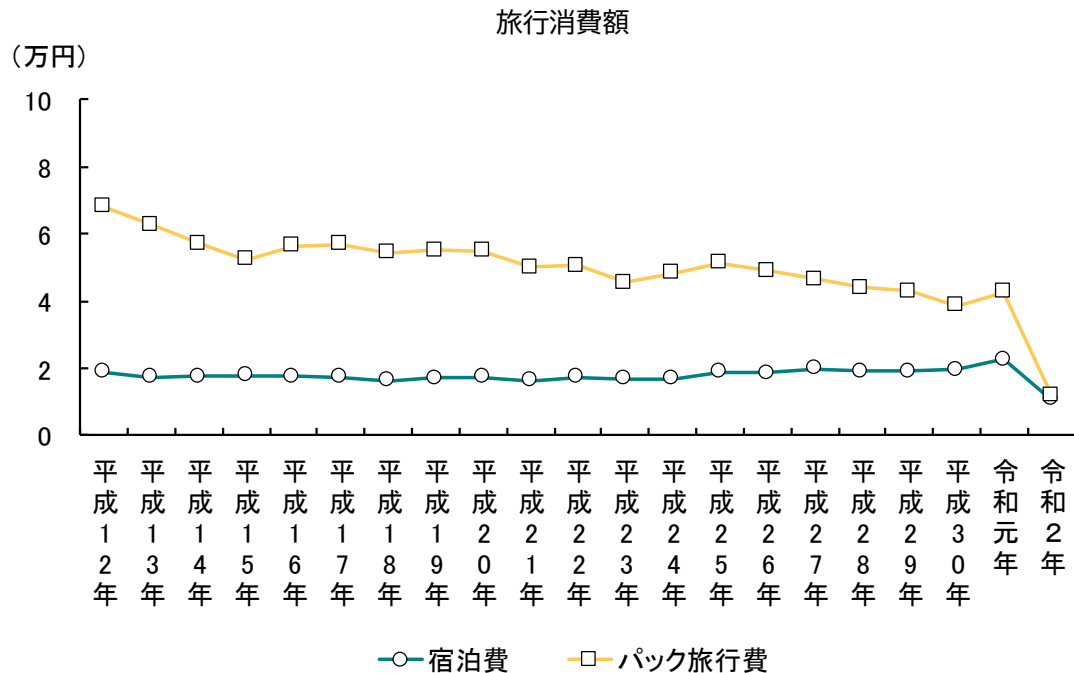
旅行形態別の消費単価について、宿泊旅行は日帰り旅行より約 4 倍高いことから、宿泊旅行の推進は経済に大きな効果をもたらすといえます。

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

資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

④ 家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移

家計調査によると、家計に占める宿泊費はコロナウイルス感染症の流行前の平成 31 年(2019 年)まで増加傾向にあるが、パック旅行費は減少傾向にあることがわかります。このことから、宿泊旅行の需要が全国的に増加している一方で、パック旅行の需要は減少していると考えられます。

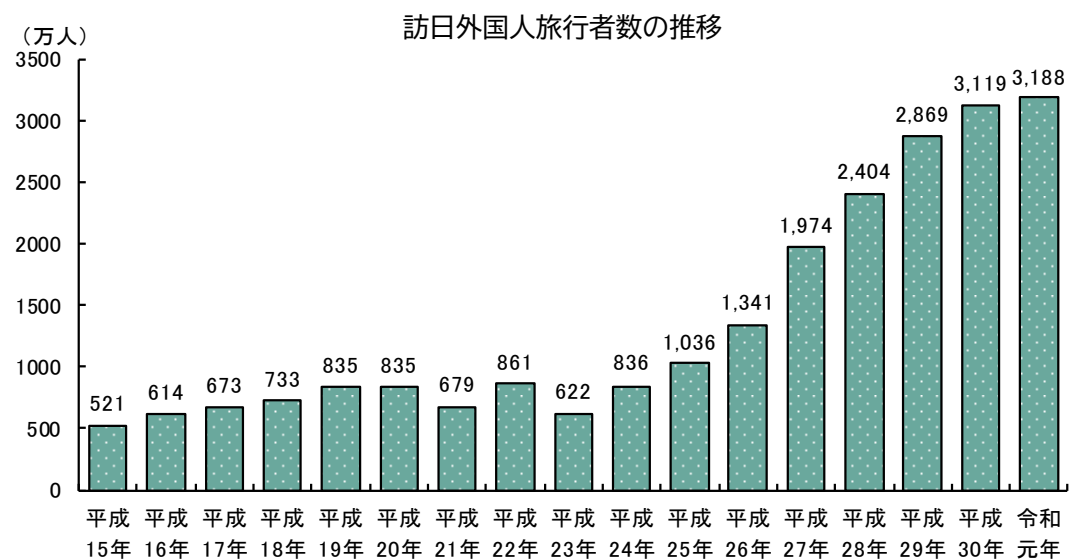


資料：家計調査

(イ) 訪日外国人旅行者について

① 訪日外国人旅行者数の推移

訪日外国人旅行者数は、平成 21 年(2009 年)のリーマンショック、平成 23 年(2011 年)の東日本大震災の影響で一度落ち込んだものの、平成 24 年(2012 年)より急増しています。

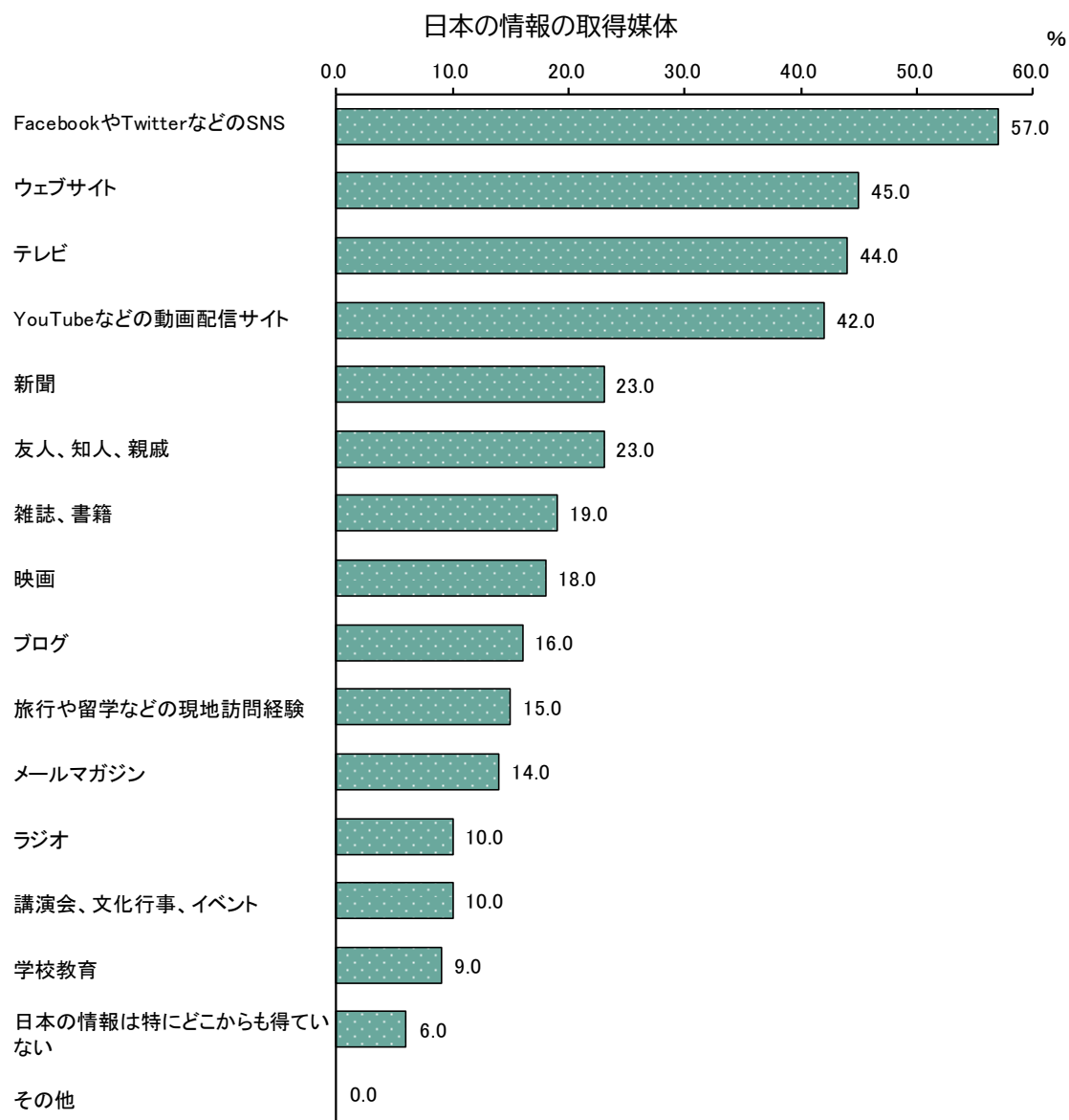


資料：国土交通省 令和元年度(2019 年度)「観光の状況 観光施策」



② ASEAN 諸国に関するデータ

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

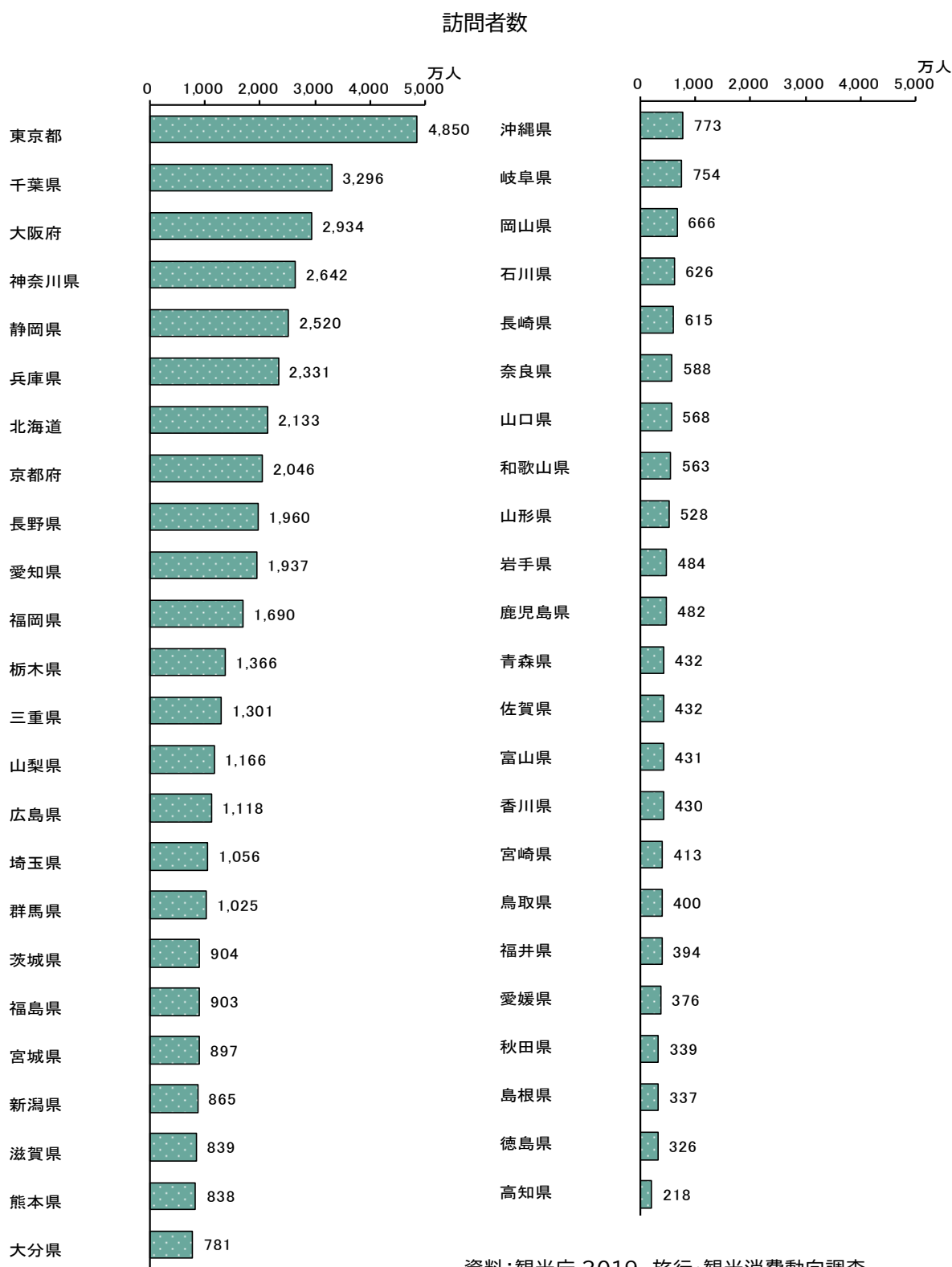


資料：外務省 2019「海外における対日世論調査」

イ 県の観光の動向

① 日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

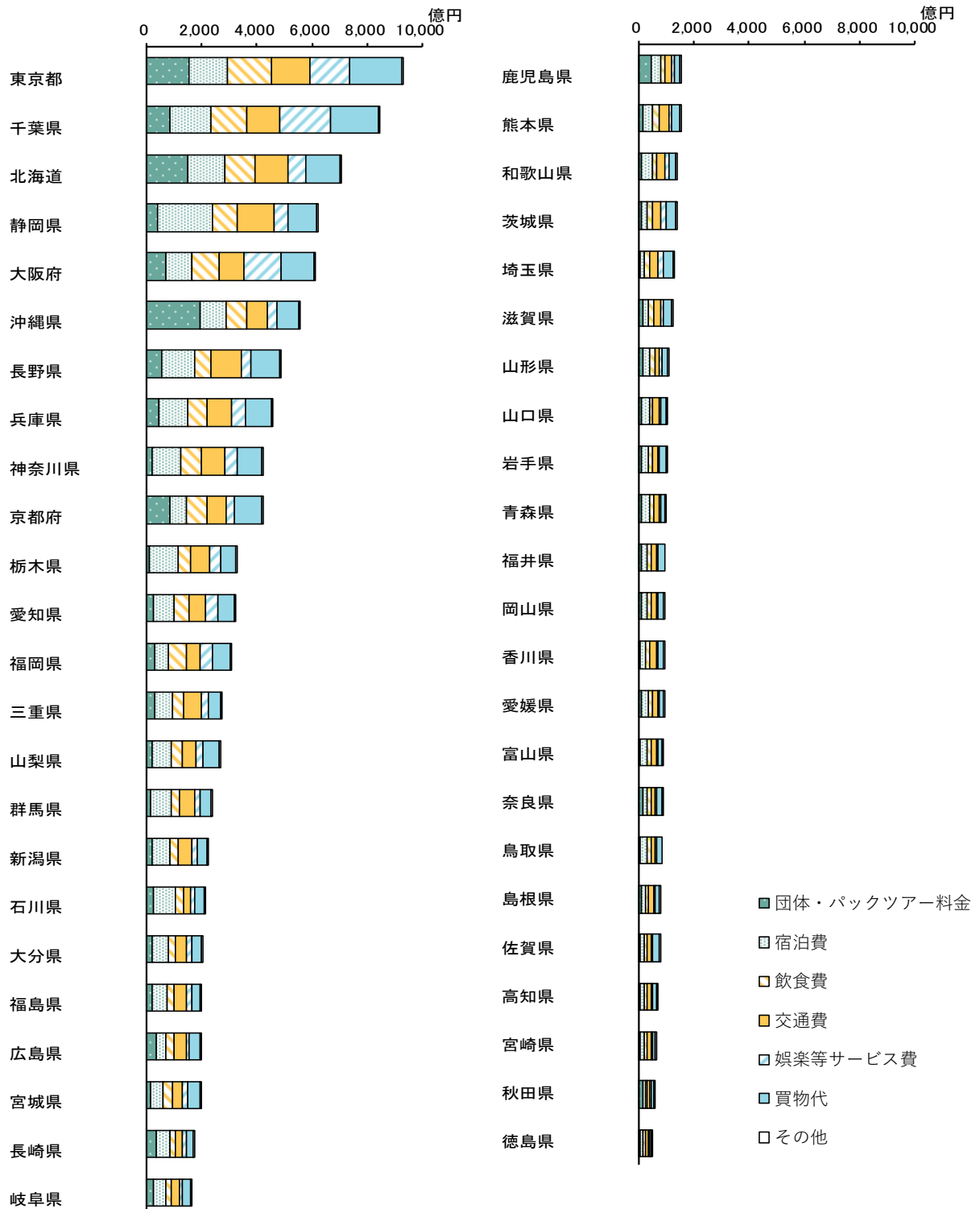
令和元年度(2019 年度)の県別訪問者数の順位で、茨城県は 18 位でした。一方で、旅行消費額については 28 位であることから、茨城県は訪問者数が多いものの、消費単価が少ないと考えられます。



資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査



観光消費額

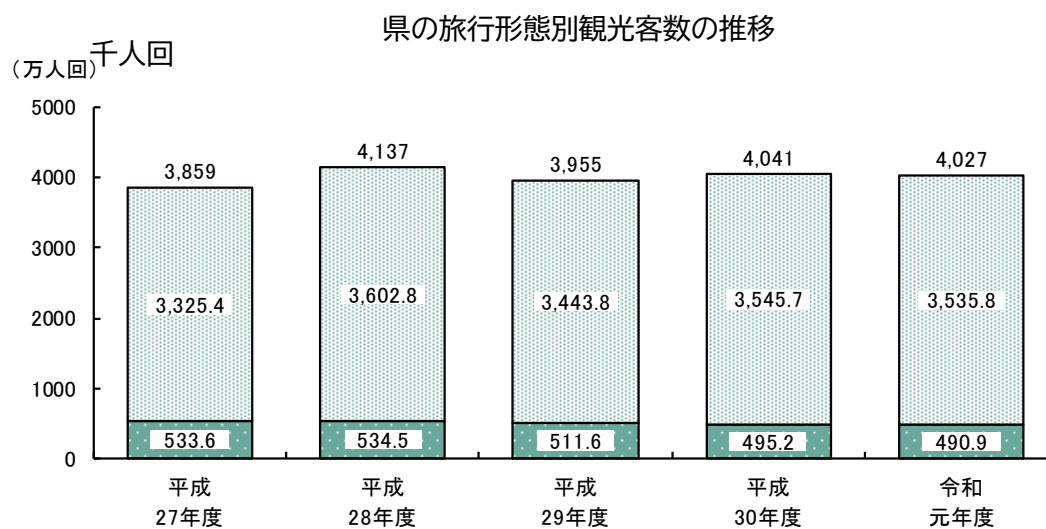


資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査



② 県の旅行形態別観光客数の推移

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

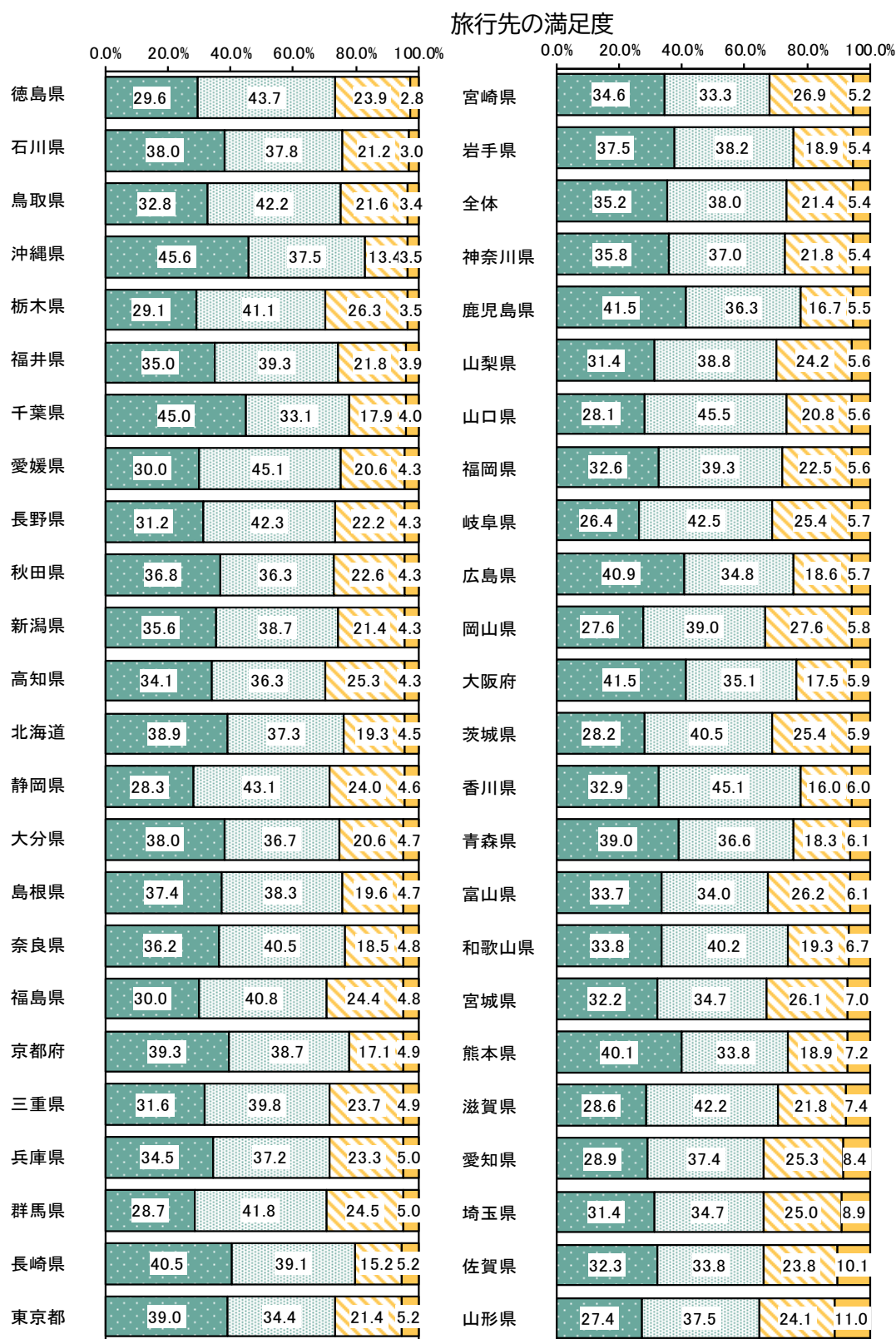


資料：茨城県「茨城県の観光レクリエーション現況(令和元年(2019年度)観光客動態調査報告)」



③ 旅行先の県別満足度

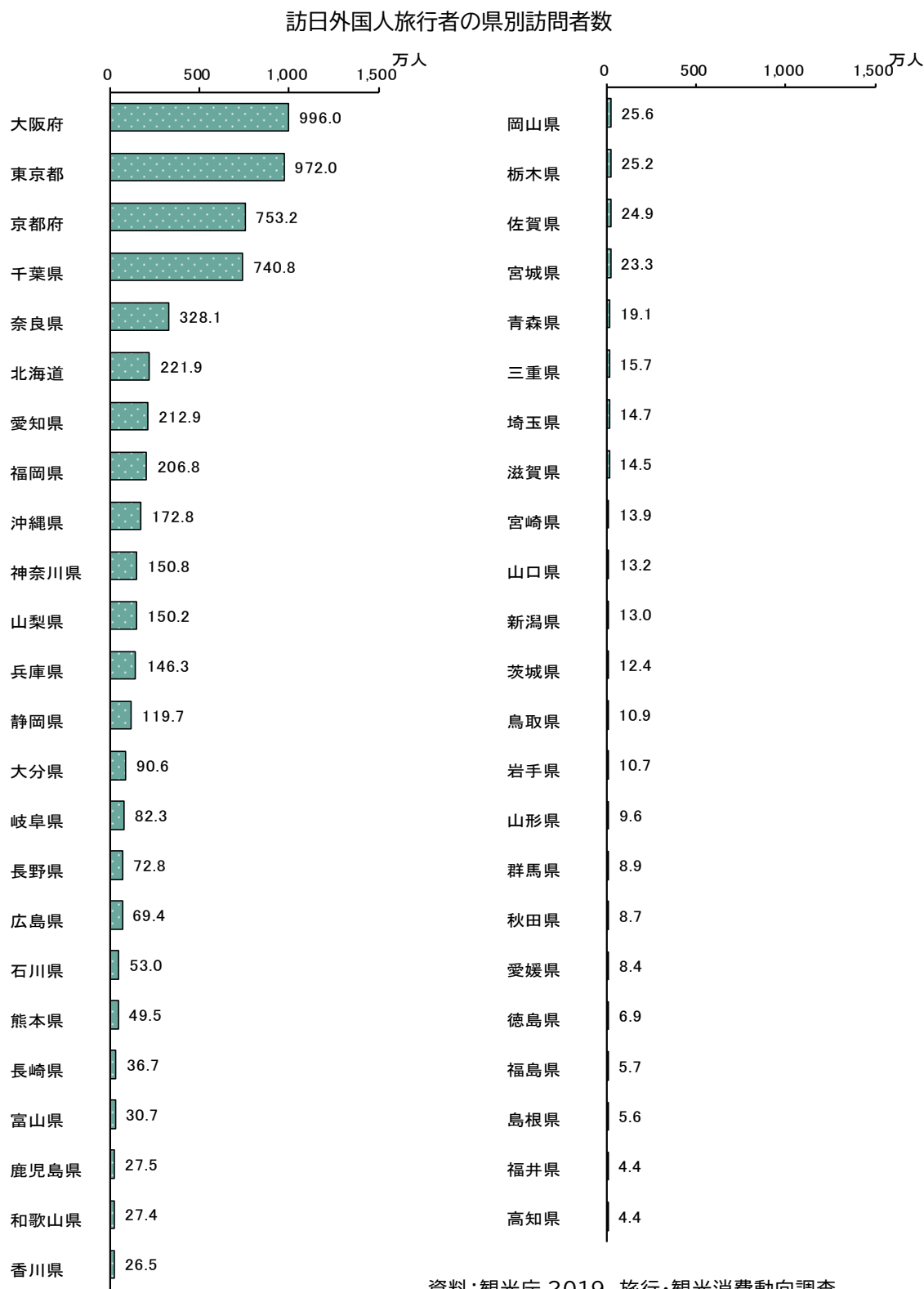
旅行先の県別の旅行満足度について、「どちらともいえない・不満」と回答した割合が多い順に並べると、茨城県は12位となることから、全国的に見て茨城県での観光は観光客の需要を満たせていないと考えられます。



資料：公益社団法人日本観光振興協会 観光の実態と志向

④ 訪日外国人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

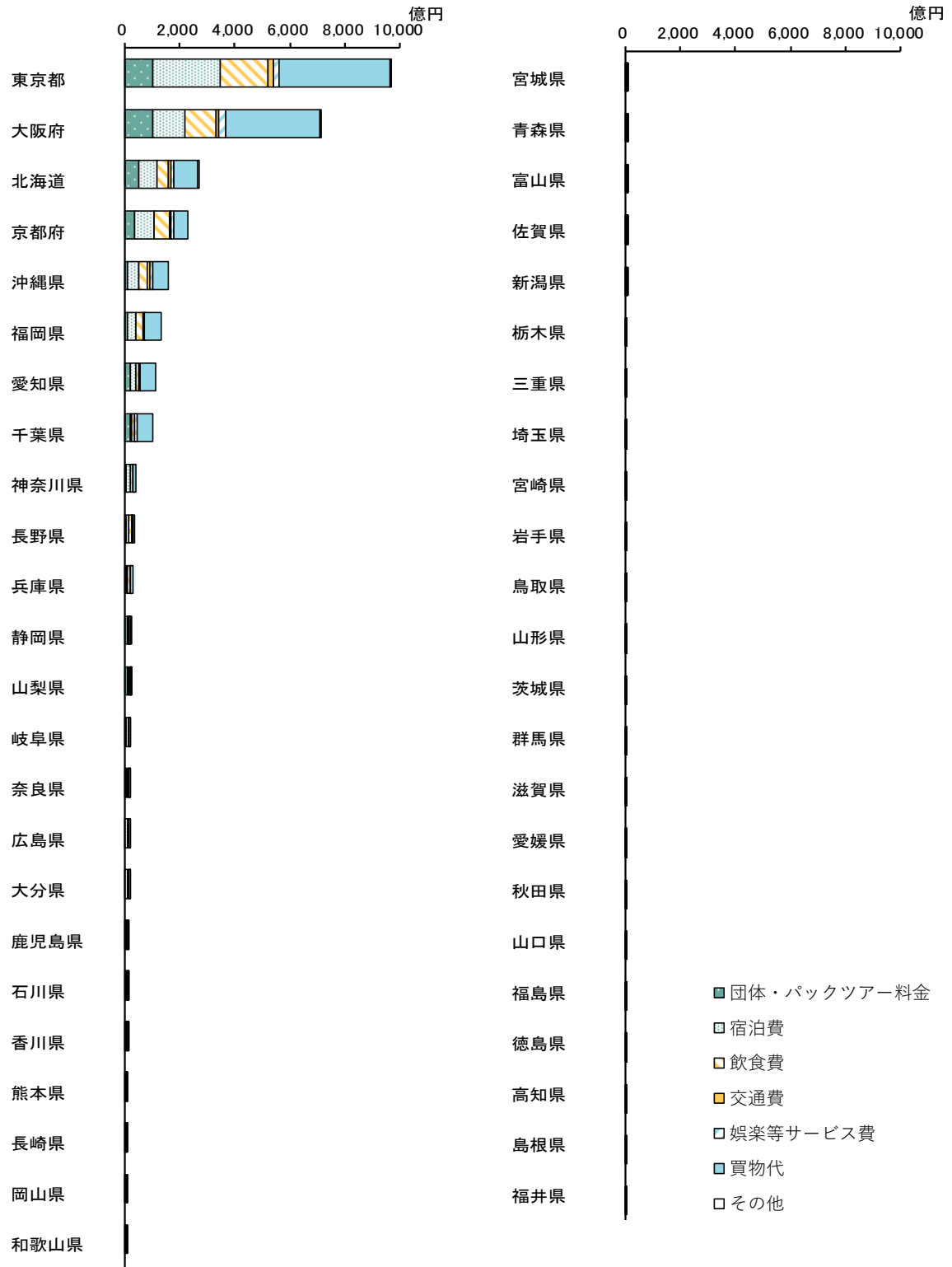
茨城県は、訪日外国人旅行者の県別訪問者数が36位、旅行消費額が37位となっていることから、全国的に見て訪日外国人旅行者が少ないことがわかります。



資料：観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査



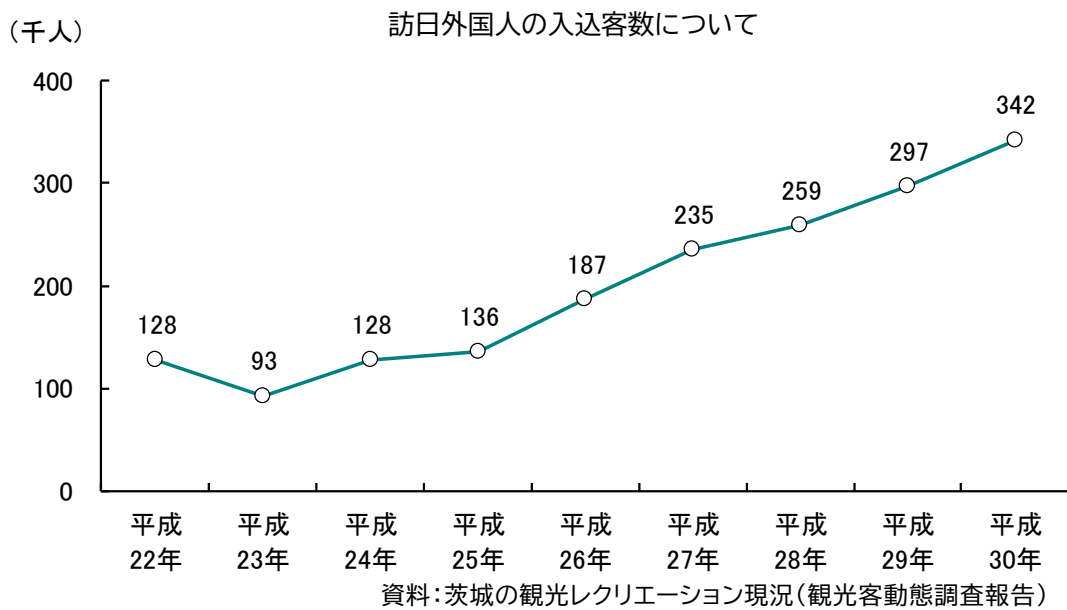
訪日外国人旅行者の県別旅行消費額



資料:観光庁 2019 旅行・観光消費動向調査

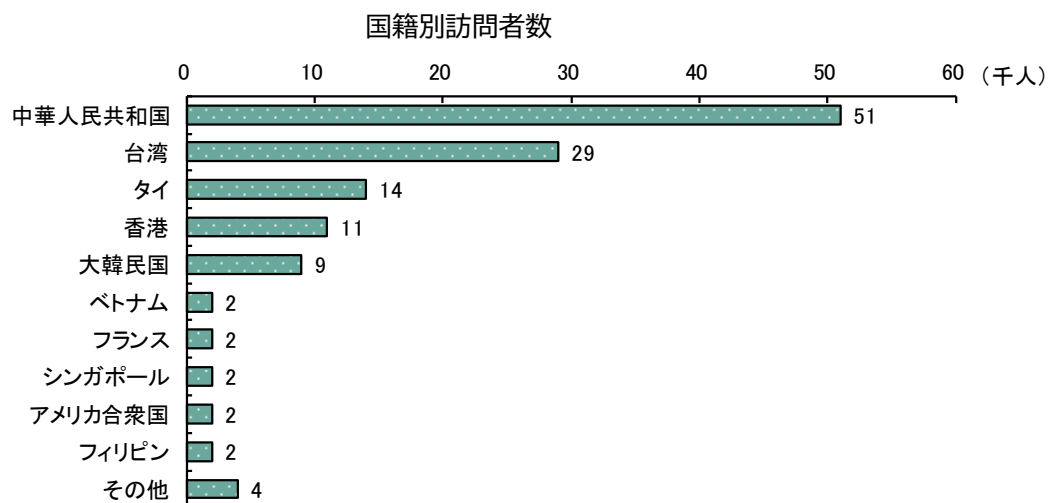
⑤ 茨城県の訪日外国人の入込客数

訪日外国人の入込客数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前では、平成23年(2011年)に一旦減少しているものの、その後年々増加し、平成30年(2018年)では342千人となっています。



⑥ 茨城県の平成31年(2019年)の国籍別訪問者数

茨城県の平成31年(2019年)の国籍別訪問者数をみると、アジア圏からの訪問者が上位を占めており、特に「中華人民共和国」からの訪問者が最も多く、次いで「台湾」、「タイ」、「香港」となっています。



資料：地域経済分析システム(RESAS)

観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」

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



ウ つくば市の観光を取りまく現状

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

つくば市の総観光客入込数は平成17年度(2005年度)には400万人を超えましたが、東日本大震災の影響により、一時減少傾向になりました。その後回復傾向に転じ、令和元年度には420万人を超え、第2次計画時の目標値を達成しました。(P27ア観光入込客数の推移参照)

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

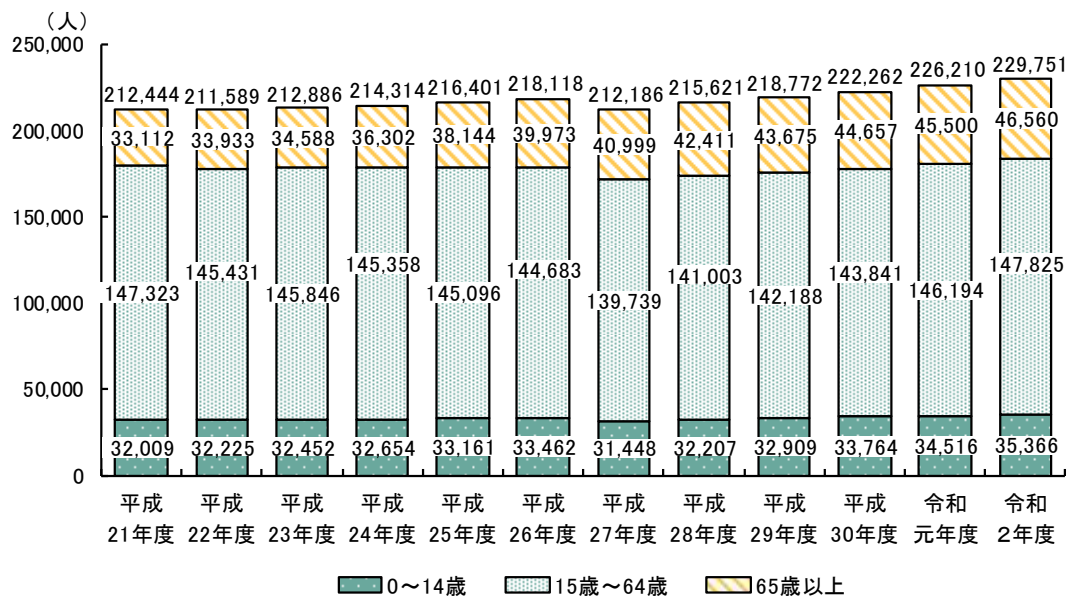
4 統計データからみえるつくば市の現状

(1) 人口

ア 年齢3区分別人口の推移

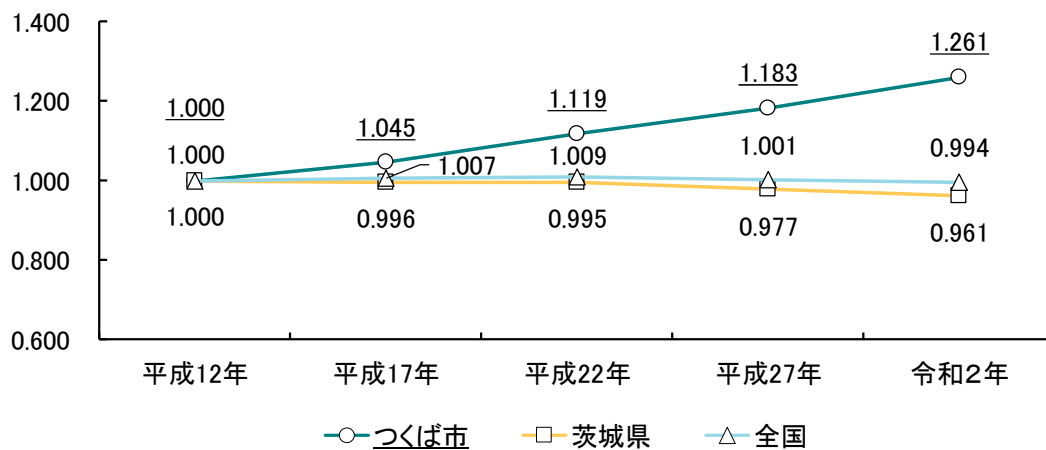
つくば市の人口推移は増加傾向にあり、平成27年度(2015年度)で減少しましたが、再び増加に転じ、令和2年度(2020年度)には229,751人となりました。また、つくば市は、3区分別人口は総じて増加傾向となっており、3区分別人口割合をみると、全国、県と比べ0～14歳の割合が高く、65歳以上の割合が低くなっています。

つくば市の年齢3区分別人口の推移



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

総人口の増減率の推移(国・県比較)



資料：国勢調査

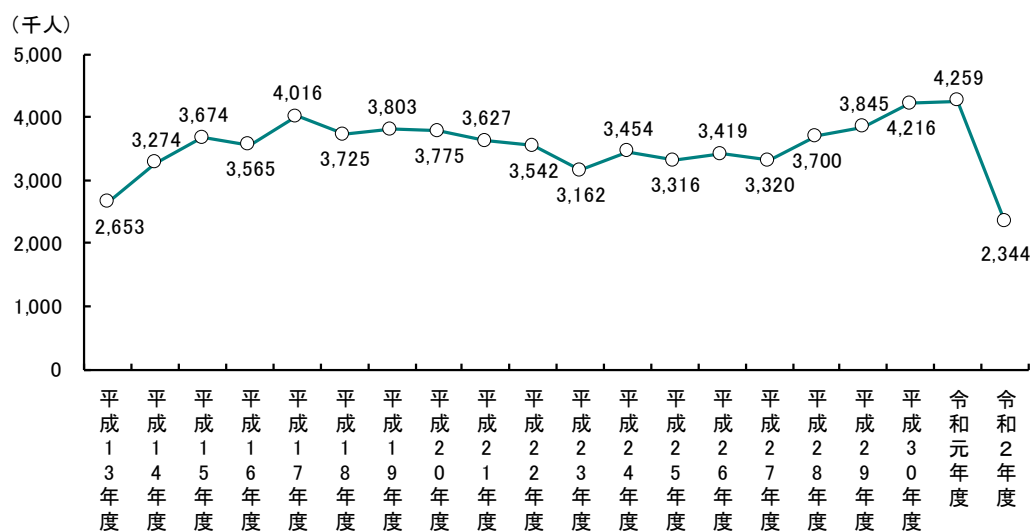
(2) 観光動向

ア 観光入込客数の推移（つくば市）

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

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

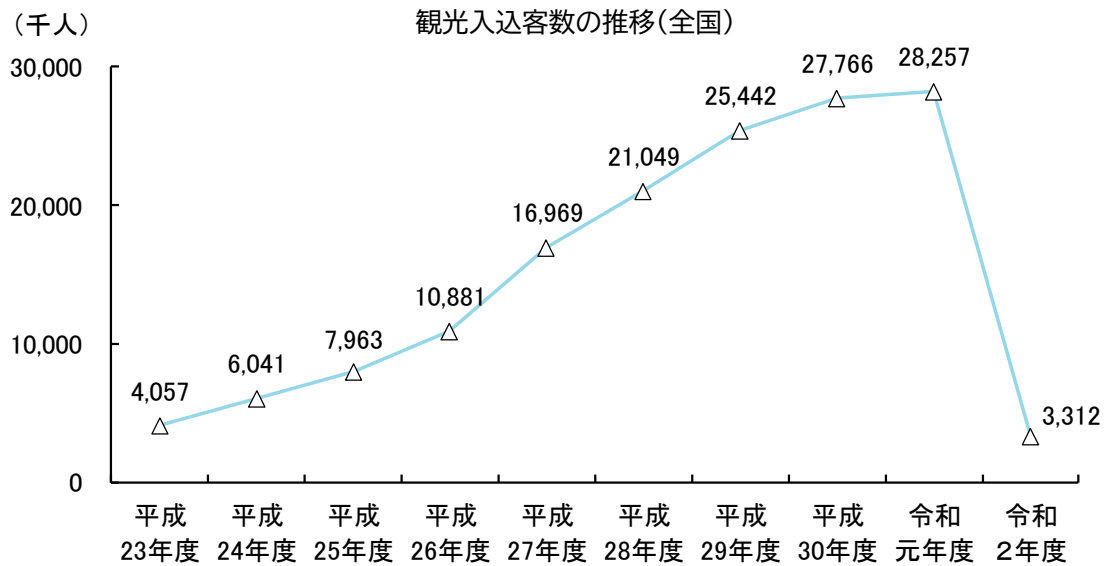
観光入込客数の推移(つくば市)



資料：茨城の観光レクリエーション現況

イ 観光入込客数の推移（全国）

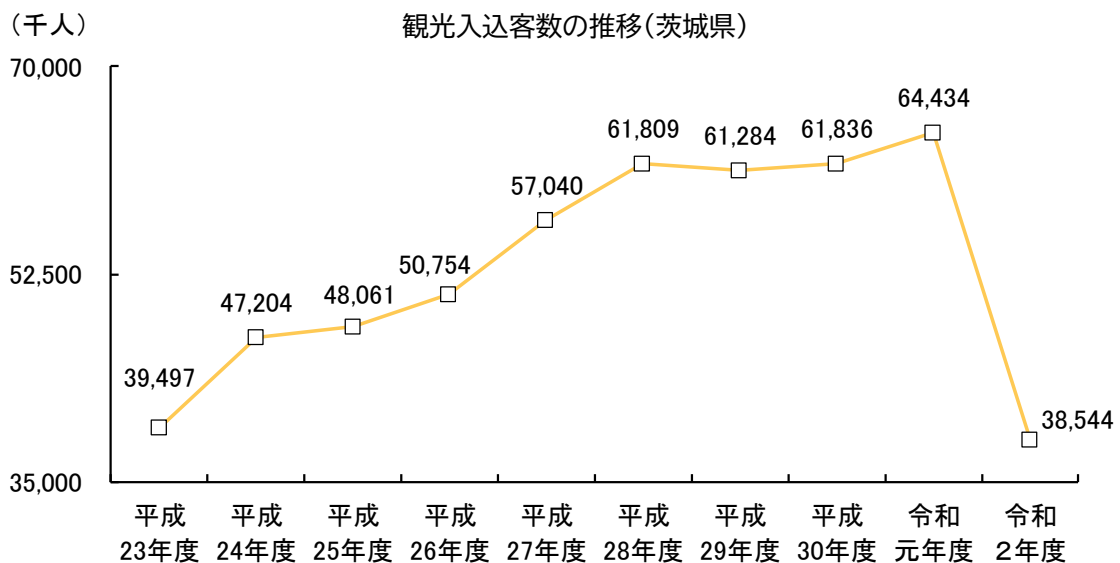
全国の観光入込客数の推移をみると、平成23年度(2011年度)から令和元年度(2019年度)まで増加傾向にあり、令和元年(2019年)では28,257千人となっていました。その後、新型コロナウイルスの影響で令和2年(2020年)では、3,312千人まで減少しています。



資料:訪日外客数 各年(日本政府観光局(JNTO))

ウ 観光入込客数の推移（茨城県）

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

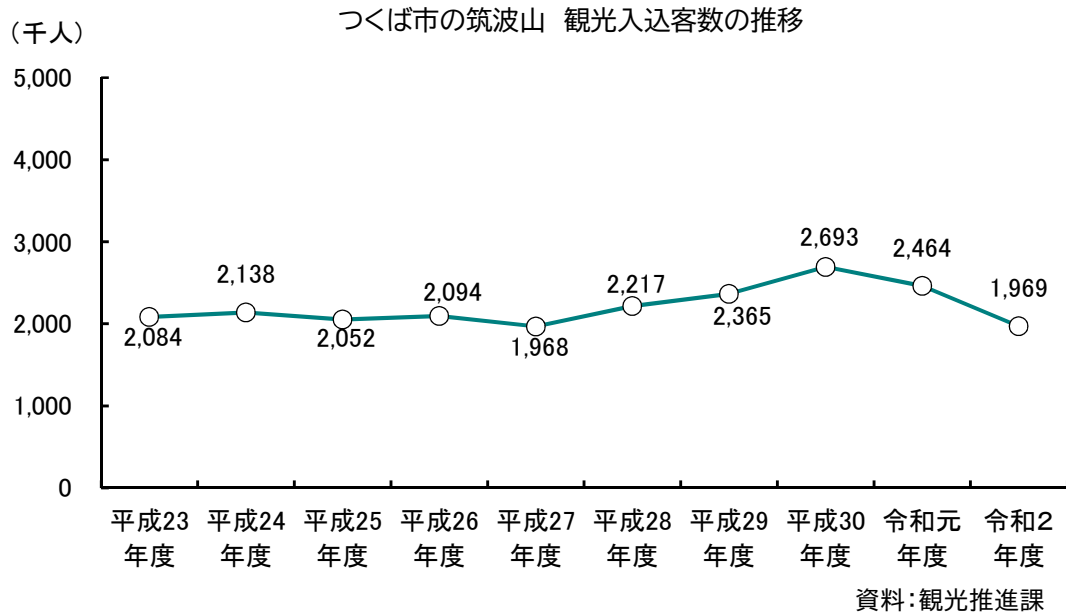


資料:茨城の観光レクリエーション現況
茨城県の令和2年(2020年)は【観光客動態調査の結果】より引用



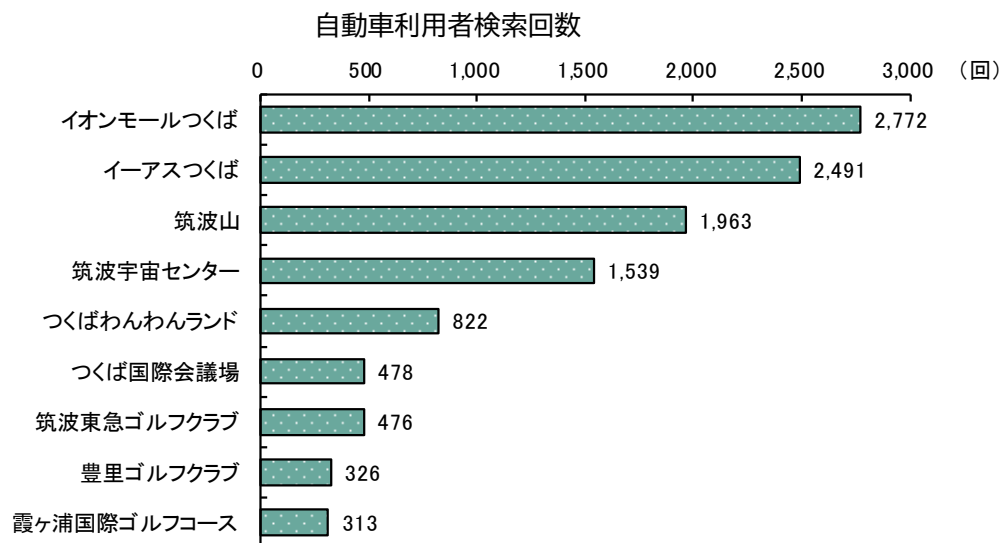
エ 筑波山の観光入込客数の推移

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



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

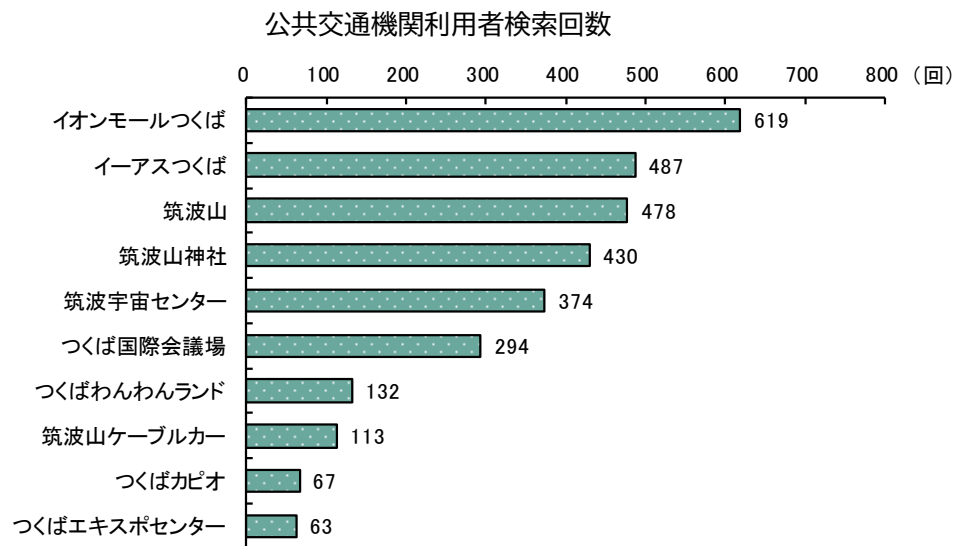
令和元年(2019年)休日期間の目的地検索の上位目的地は、「イオンモールつくば」が2,772回と最も多く、次いで「イーアスつくば」が2,491回、「筑波山」が1,963回となっています。



資料:地域経済分析システム(RESAS)

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

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



資料：地域経済分析システム（RESAS）

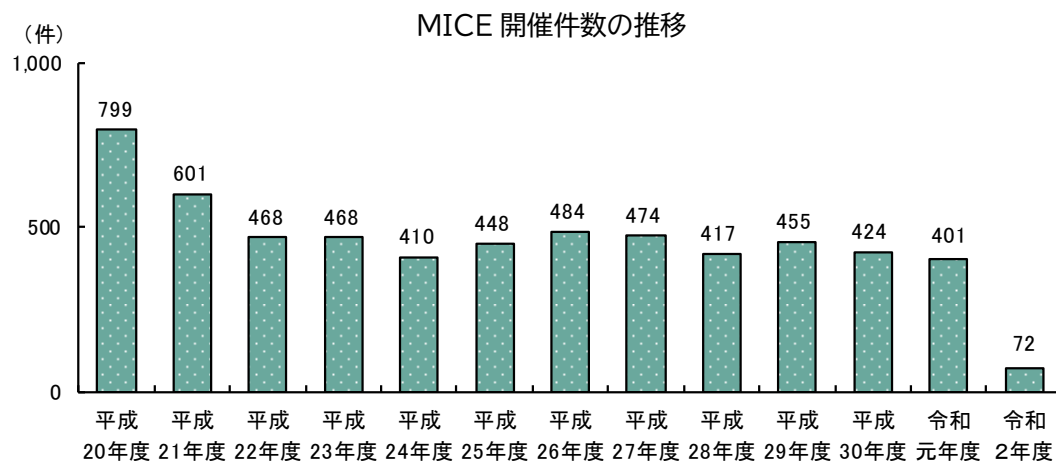
【注記】検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。

下記条件にすべて該当した場合にのみ表示。

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

キ MICE開催件数の推移

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



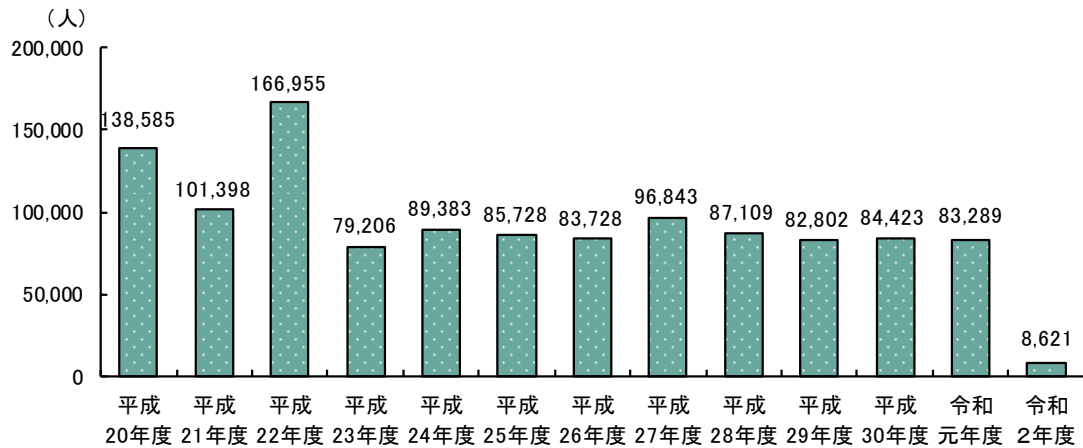
資料：（一社）つくば観光コンベンション協会



ク MICE参加人数の推移

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

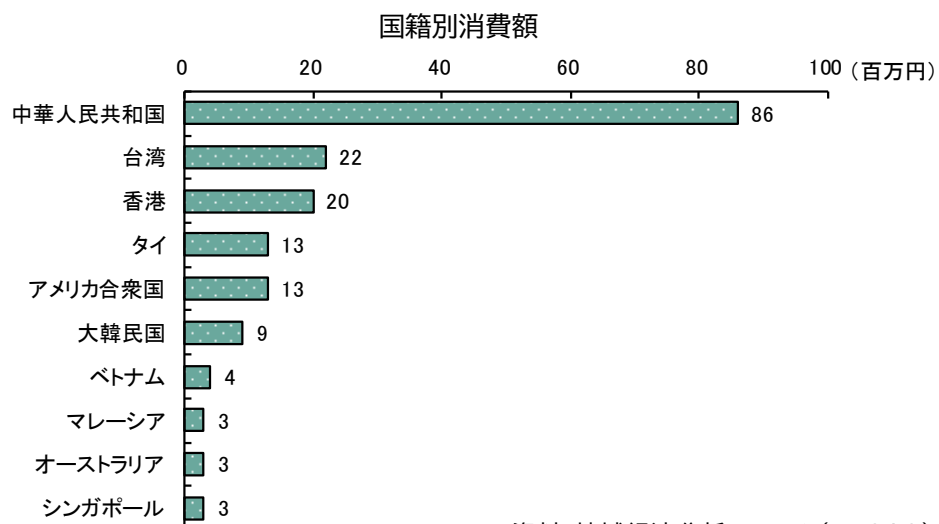
MICE 参加人数の推移



資料：(一社)つくば観光コンベンション協会

ケ 茨城県の令和元年(2019年)9月の国籍別消費額

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

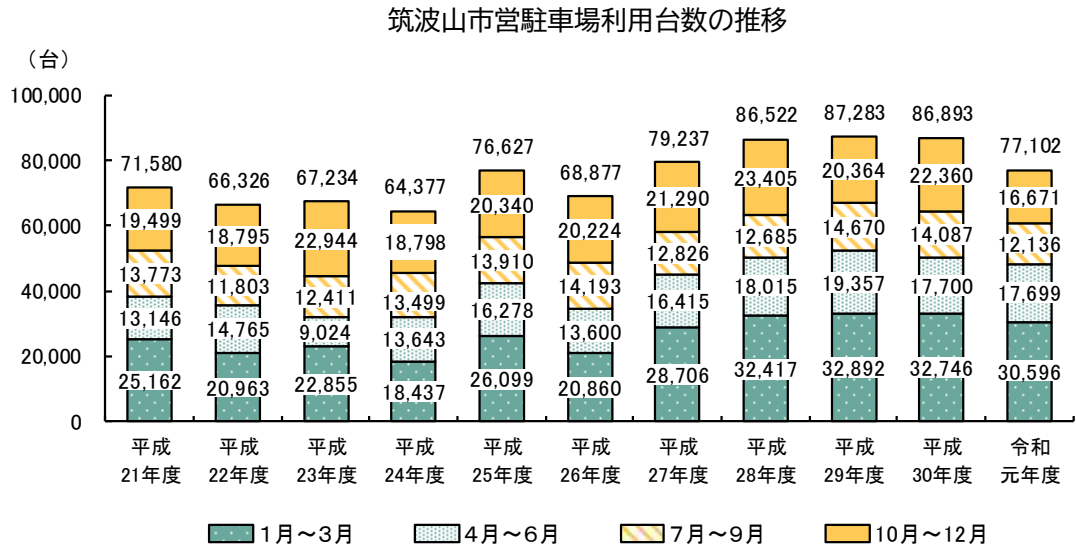


資料：地域経済分析システム(RESAS)

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

コ 筑波山市営駐車場利用台数の推移

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



資料：観光推進課

サ つくば市の文化財の概要

つくば市に現存する文化財は、以下のとおりです。

単位:件

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

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



5 アンケート結果の概要

(1) 市外・県外在住者向けアンケート

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

◆調査の目的

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

◆調査期間

令和3年(2021年)7月21日～令和3年(2021年)7月30日

◆調査対象

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

◆回収数 1,049通

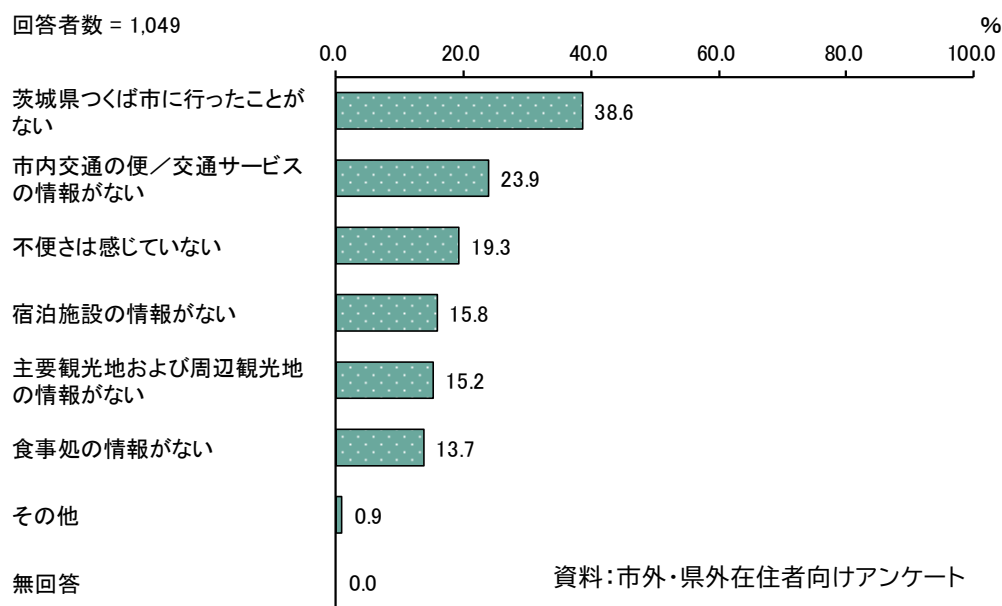
◆主な結果

ア 茨城県つくば市を観光する際の不便さについて

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

茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか。

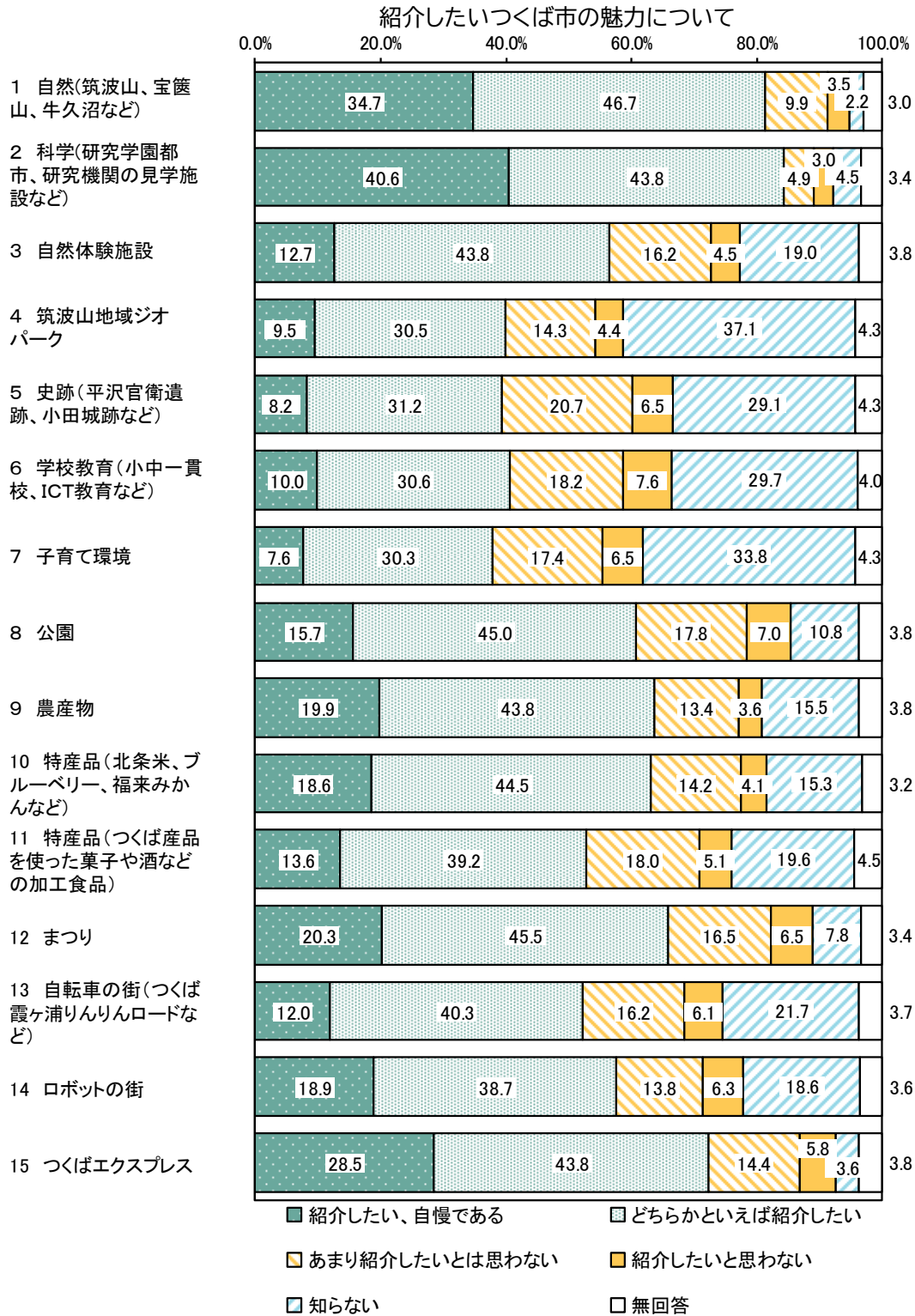
回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

イ 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。

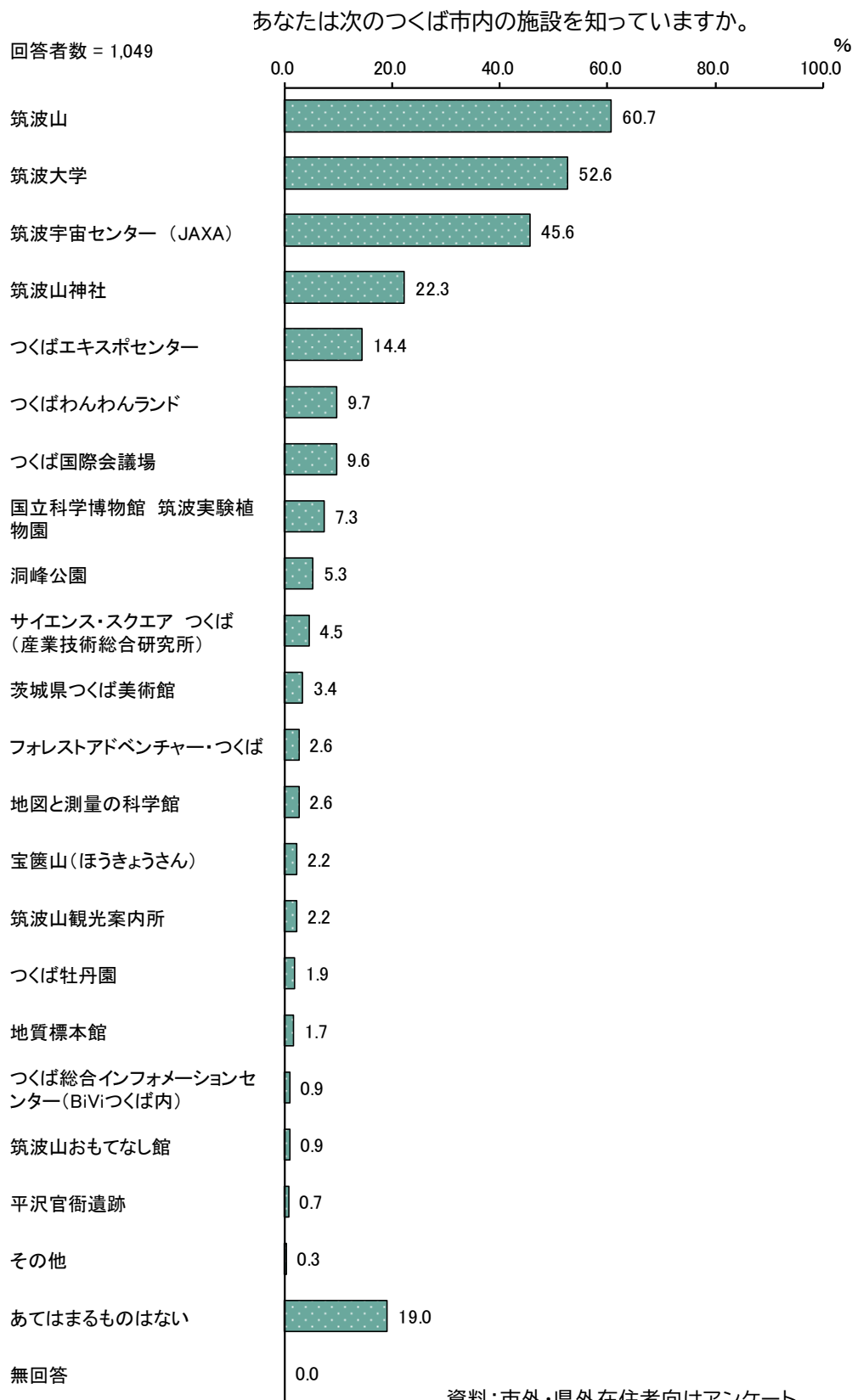


資料：市外・県外在住者向けアンケート



ウ つくば市内の施設を知っているかについて

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

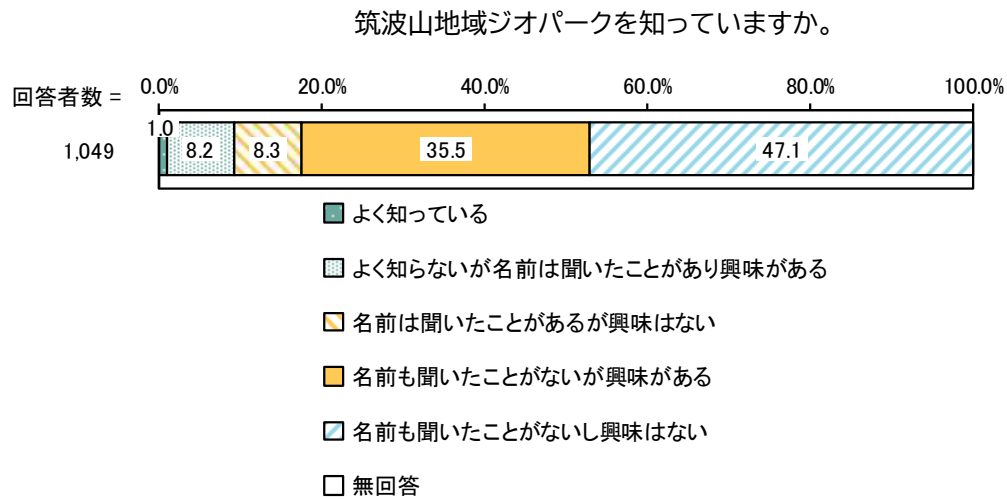


資料：市外・県外在住者向けアンケート



エ 筑波山地域ジオパークを知っているかについて

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



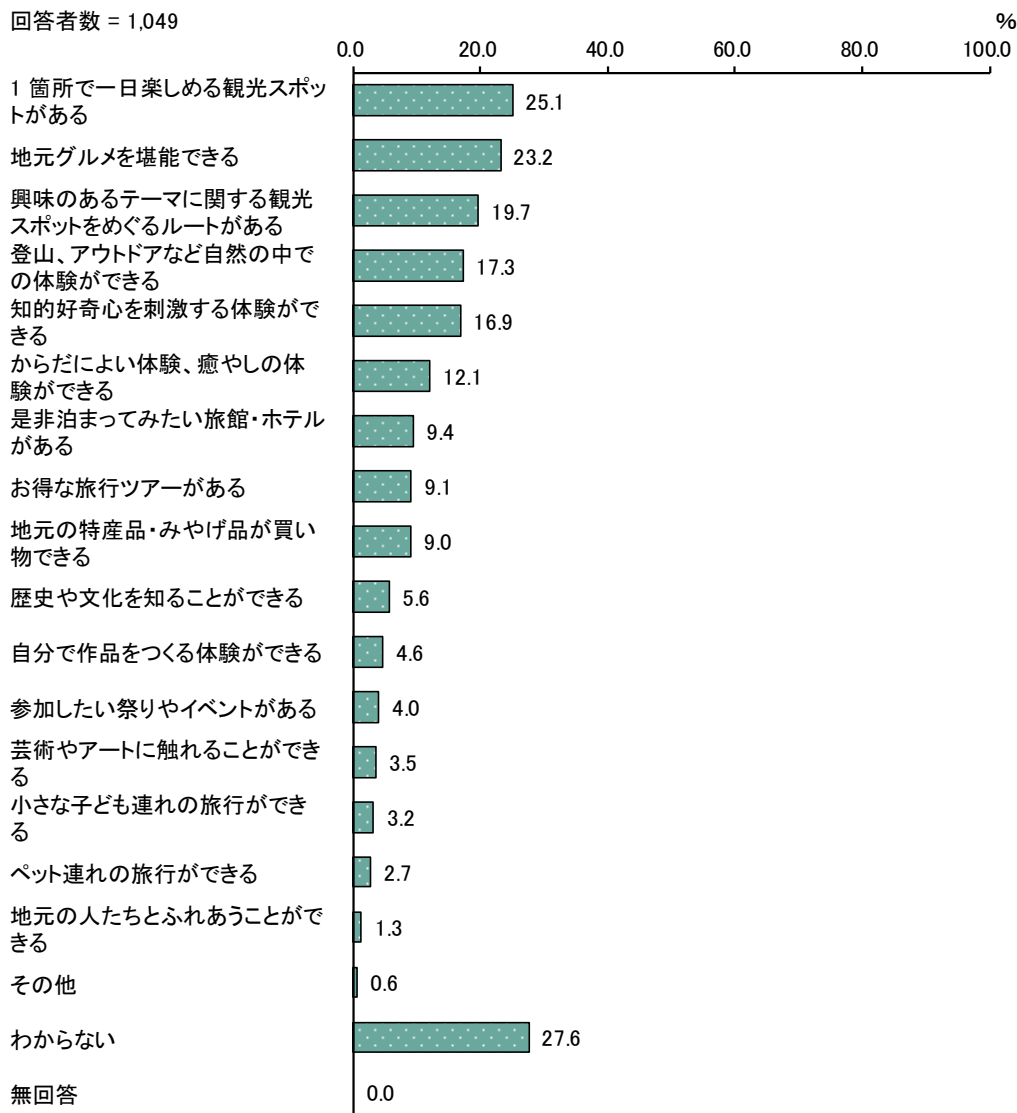


オ つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思うかについて

「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。

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。

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

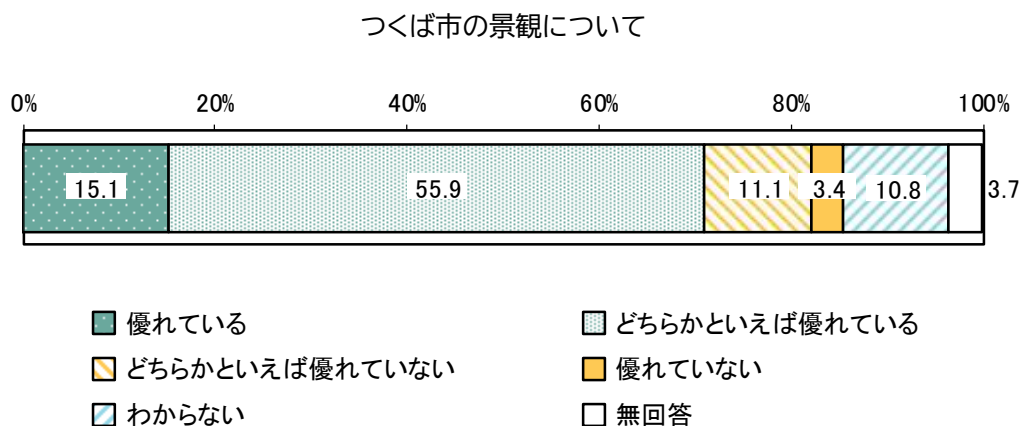


(2) 市民意識調査（令和元年度（2019年度））

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

ア つくば市の景観について

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



資料：市民意識調査（令和元年度（2019年度））

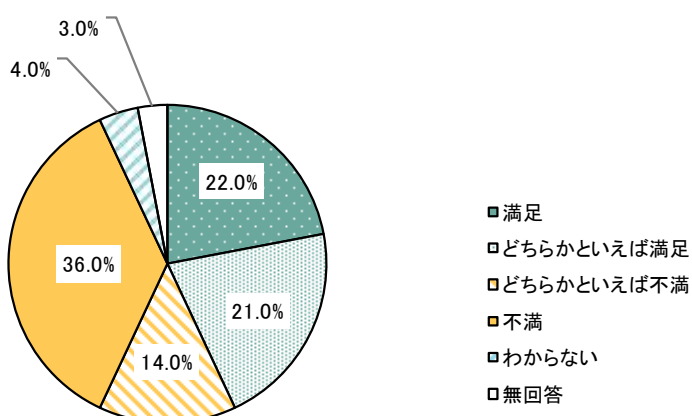


イ つくば市の現状やまちづくりへの取組に対する満足度

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

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

観光の振興に対する満足度



ウ 「観光の振興」に対する満足度の推移

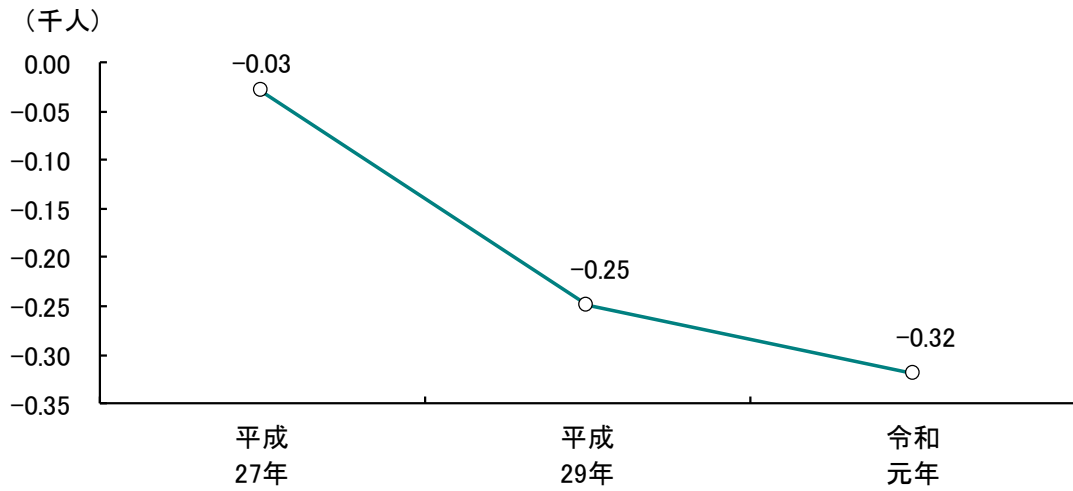
満足度に対する回答について、以下の方法で点数化し、調査年毎の推移をみると、観光の振興に対する満足度は、年々下がっていることがわかります。

<満足度の算出方法>

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

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

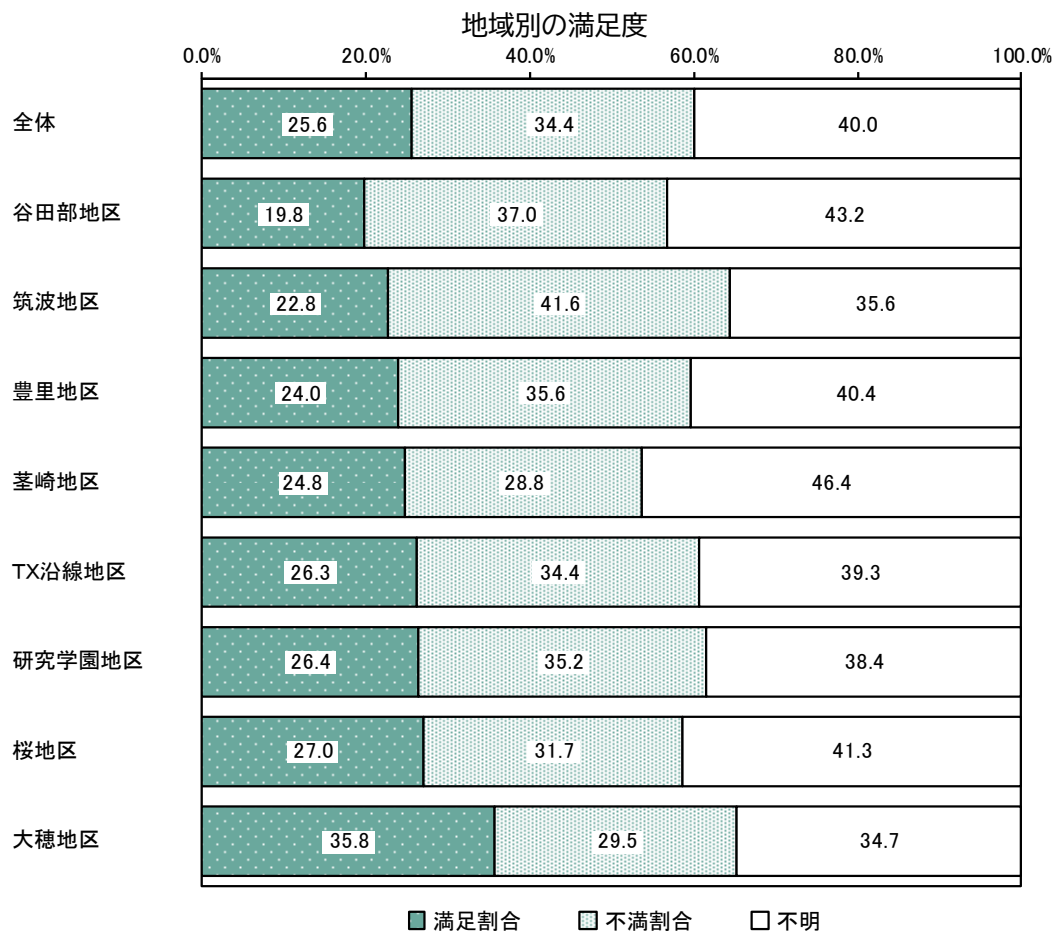
調査年毎の「観光の振興」に対する満足度の推移



エ 地区別満足度

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

また、周辺地域になるほど、満足割合が低くなる傾向にあることが分かります。





オ 不満に感じている理由

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

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

不満に感じている理由の順位

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



6 つくば市の観光における主な課題

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

(1) 観光地としての認知不足

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

(2) 観光資源の魅力の向上が不十分

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

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

(3) 観光資源間の周遊性が不十分

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

(4) 持続可能な観光地づくりの視点が不十分

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



つくば市観光振興の指針

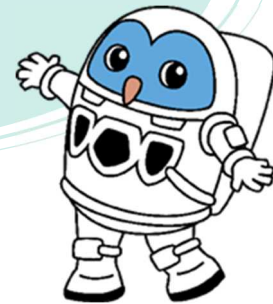
1 基本理念

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

そして、この基本理念をもとに、本計画のタイトルを、

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
○○○○○○○○○○○○

とします。





2 基本方針

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

1 新たな観光客と つくばが“つながる”

－つながる・役立つ・広がる情報発信－

2 今ある資源を観光に“つなげる”

－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－

3 市内外地域が“つながる”

－周遊観光の促進－

4 未来に“つなげる”

－持続可能な観光地域づくりの構築－

3 目標指標

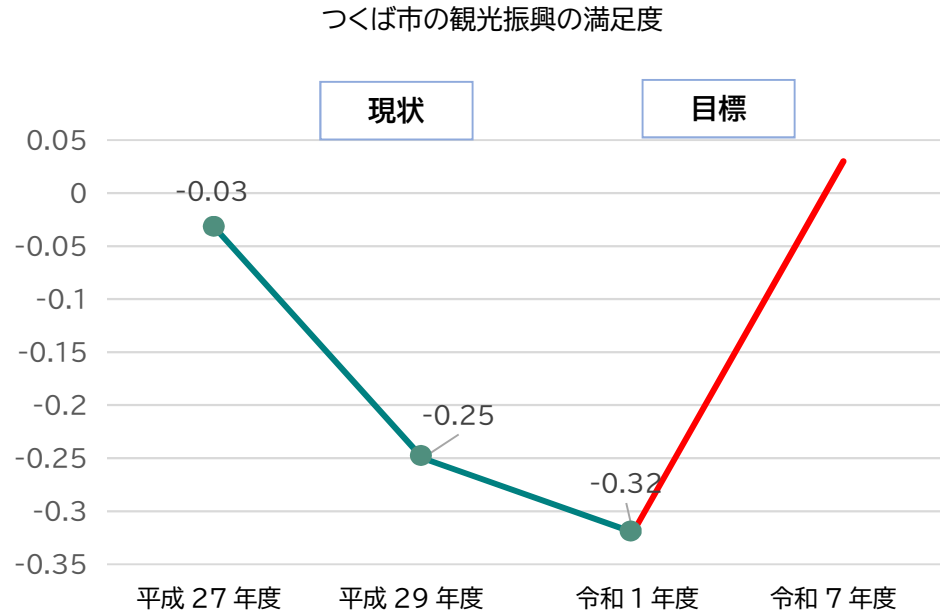
(1) 数値設定

令和8年度(2026年度) 観光入込客数: 5,000,000人

※令和元年度(2019年度)観光入込客数4,258,800人をもとに、第2期つくば市戦略プランの目標数値との伸び率により算出しています。

令和6年度(2024年度) 観光入込客数:4,720,000人

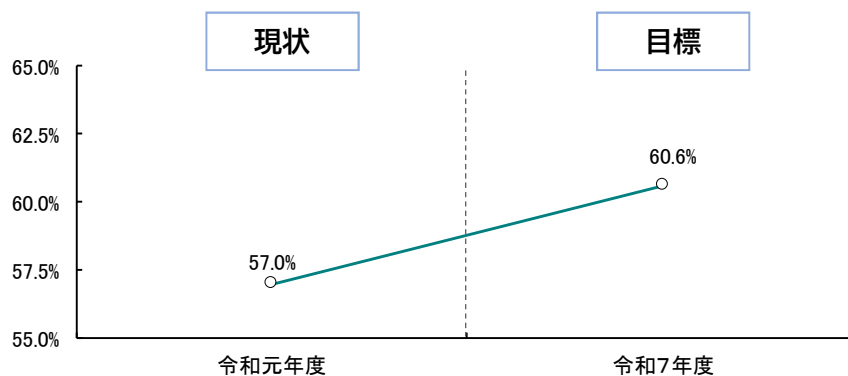
(2) 市民意識の醸成

市民意識調査におけるつくば市の観光振興の満足度を増
加させます

「あなたは、ふだんの生活の中で、次の 1)～42)の項目について、どの程度満足していますか。」の「観光の振興」に対する満足度指数を令和元年度(2019 年度) -0.32 から令和7年度(2025 年度)プラスに向上させます。

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

「つくば市の魅力を市外の友人に紹介したい(自慢したい)」と思う市民の割合



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

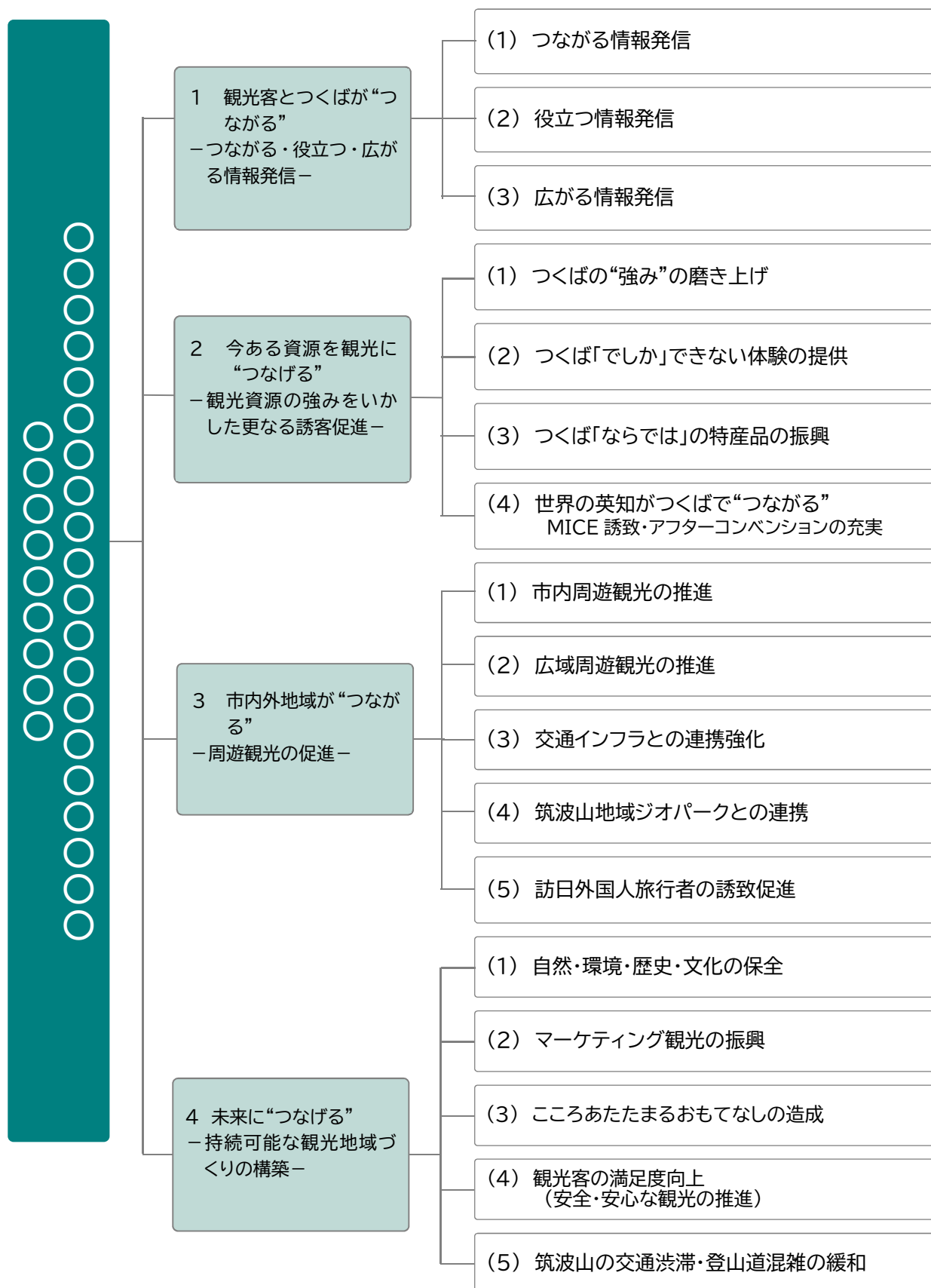


4 施策の体系

[基本理念]

[基本方針]

[施策]





基本方針に基づく主な施策

1 観光客とつくばが“つながる” －つながる・役立つ・広がる情報発信－

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

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

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

(1) つながる情報発信

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

【主な取組例】

- 観光施設等へのデジタルサイネージの整備等を推進し、その場で観光客が求める情報にアクセスすることができる環境の構築
- 様々な SNS ツールを積極的に活用するとともに、検索傾向等の市場動向を分析することで、情報を求める人に必要な情報が届くような情報発信
- 市民や観光客の来訪(行動)に結び付く情報発信 等

【関係主体】

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



(2) 役立つ情報発信

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(3) 広がる情報発信

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



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

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

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

(1) つくばの“強み”の磨き上げ

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

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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

(2) つくばらしい体験の提供

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

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(3) つくば「ならではの」の特産品の振興

つくばならではの食材を使った「食」や「グルメ」の開発・普及、つくば市認証物産品「つくばコレクション2020」等の認知度向上、つくば市の特産品をいかした魅力の創出・拡充に取り組めます。

【主な取組例】

- (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」物産品の開発、普及の促進
- つくば市認証物産品「つくばコレクション 2020」等のPR、販売促進 等

【関係主体】

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



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

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

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

【主な取組例】

- つくば市の誇る研究・教育機関の集積や豊富な自然をいかしたアフターコンベンションやエクスカージョンの充実
- 開催される国際会議等における、市民の傍聴・参加や市民講座等の併催 等

【関係主体】

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



(5) 訪日外国人旅行者の誘客促進

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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

3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－

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

(1) 市内周遊観光の推進

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

【主な取組例】

- 小貝川周辺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的な観光資源を活用した、市内周遊観光の推進
- 小田城跡、平沢官衙遺跡などの文化資源を活用した、市内周遊観光の推進
- 観光パンフレットやフットパスマップの電子化等、利便性の向上による周遊観光の推進等

【関係主体】

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



(2) 広域周遊観光の推進

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

【主な取組例】

- ヤマ:筑波山地域ジオパーク推進協議会の取り組みなど、周辺自治体と連携することで、筑波山を舞台とした面的な周遊観光ルートの整備拡充及び情報発信を推進
- カワ:小貝川等の自然や歴史を活用した周遊観光を推進
- ヌマ:牛久沼の水辺を活用した周遊観光を推進
- ミチ:つくば霞ヶ浦りんりんロードの活用等、自転車を活用した広域観光を推進
- 商工事業者等の民間活力を積極的に活用し、小貝川や牛久沼におけるサイクリングやウォータースポーツ、釣り等の観光拠点整備 等

【関係主体】

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



(3) 交通インフラとの連携強化

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(4) 筑波山地域ジオパークとの連携

平成28年度(2016年度)に認定された、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、自然環境をいかした教育・観光を主軸とした活動を行っています。観光の観点からも、筑波山周辺地域と連携し、筑波山地域ジオパークの魅力の発信や受入れ態勢を強化します。

【主な取組例】

- 筑波山地域ジオパークにおける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の推進
- 筑波山地域ジオパーク推進協議会と連携した案内サインの整備等、受入体制の充実
- 首都圏の小・中・高校を対象とした、ジオツアーを研修旅行プログラムの提供
- 市内小中学校における筑波山への校外学習メニュー創設などによる自然体験の推進による、市民がより筑波山が身近に感じることができる取組
- ジオガイドの拠点としての、ガイド同士の交流の場づくりによるガイド活動推進 等

【関係主体】

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

4 未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－

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

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

(1) 自然・環境・歴史・文化の保全

つくば市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、これまで私たちの世代までその雄大な自然、環境、歴史、文化は引き継がれてきました。これらを後世までつなげていくため、その保全に取り組んでいきます。

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(2) 観光マーケティングの振興

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

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

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

【主な取組例】

- ICT 技術の活用等、ウェブサイトを通じて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による持続可能な観光誘客
- 恒常的なデータ収集ができる仕組みの構築 等

【関係主体】

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



(3) ころあたたまるおもてなしの造成

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(4) 観光客の満足度向上（安全・安心な観光の推進）

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



実施スケジュール

基本方針	施策	R4	R5	R6	R7	R8	R9
新たな観光客とつなばる つながる役に立つ広がる情報発信	(1)つながる情報発信		SNSによる情報発信・分析				
			サイネージ・情報発信				
	(2)役に立つ情報発信		データ集約・情報の一元化				
			PRサイト構築・随時追加				
	(3) 広がる情報発信		写真・動画収集				
			オープンデータ化				
今ある資源を観光につなげる 観光資源の強みをいかした更なる誘客促進	(1)つくばの“強み”の磨き上げ		情報収集・ネットワーク				
	(2)つくば「でしか」できない体験の提供		イベントの開催				
	(3)つくば「ならでは」の特産品の振興		市民参加の検討			市民公開講座への周知	
	(4)世界の英知がつくばで“つながる”MICE誘致・アフターコンベンション		国際会議誘致				
	(5)訪日外国人旅行者の誘客促進	周遊ルートの検討		PR			
地域とつながる 周遊観光の促進	(1)市内周遊観光の推進	周遊ルートの検討		周遊ルートの提案			
	(2)広域周遊観光の推進		市内周辺市街地のスタンプラリー				
		周遊自治体との検討		実証			
	(3)交通インフラとの連携強化	交通ルートの検討		実証			
		サイエンスツアーの強化施策検討		実証			
	(4)筑波山地域ジオパークとの連携					効果検証	
未来につなげる 持続可能な観光都市の構築	(1)自然・環境・文化の保全			啓発			
	(2)観光マーケティングの振興	データ収集		分析		実証	
	(3)こころあたたまるおもてなしの造成			おもてなし研修			
	(4)観光客の満足度向上（安全・安心な観光の推進）			受入環境整備			
	(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和			渋滞対策			

第1章

第2章

第3章

第4章

第5章

資料編



資料編

1 つくば市観光基本計画策定委員会要項

2 つくば市観光基本計画策定委員名簿

第1章

第2章

第3章

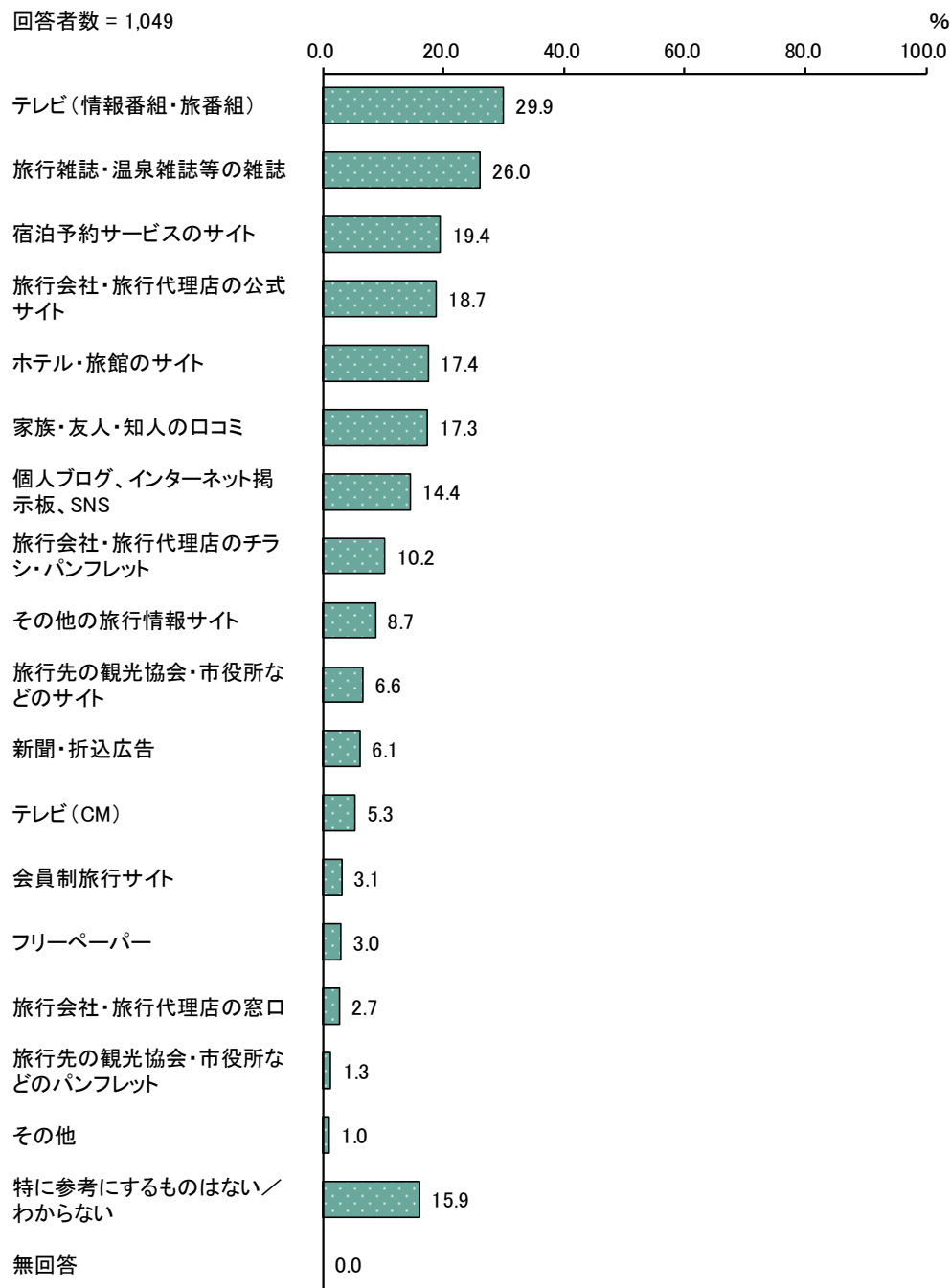
第4章

第5章

資料編

3 アンケート結果

旅行(帰省を含む)に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

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

単位: %

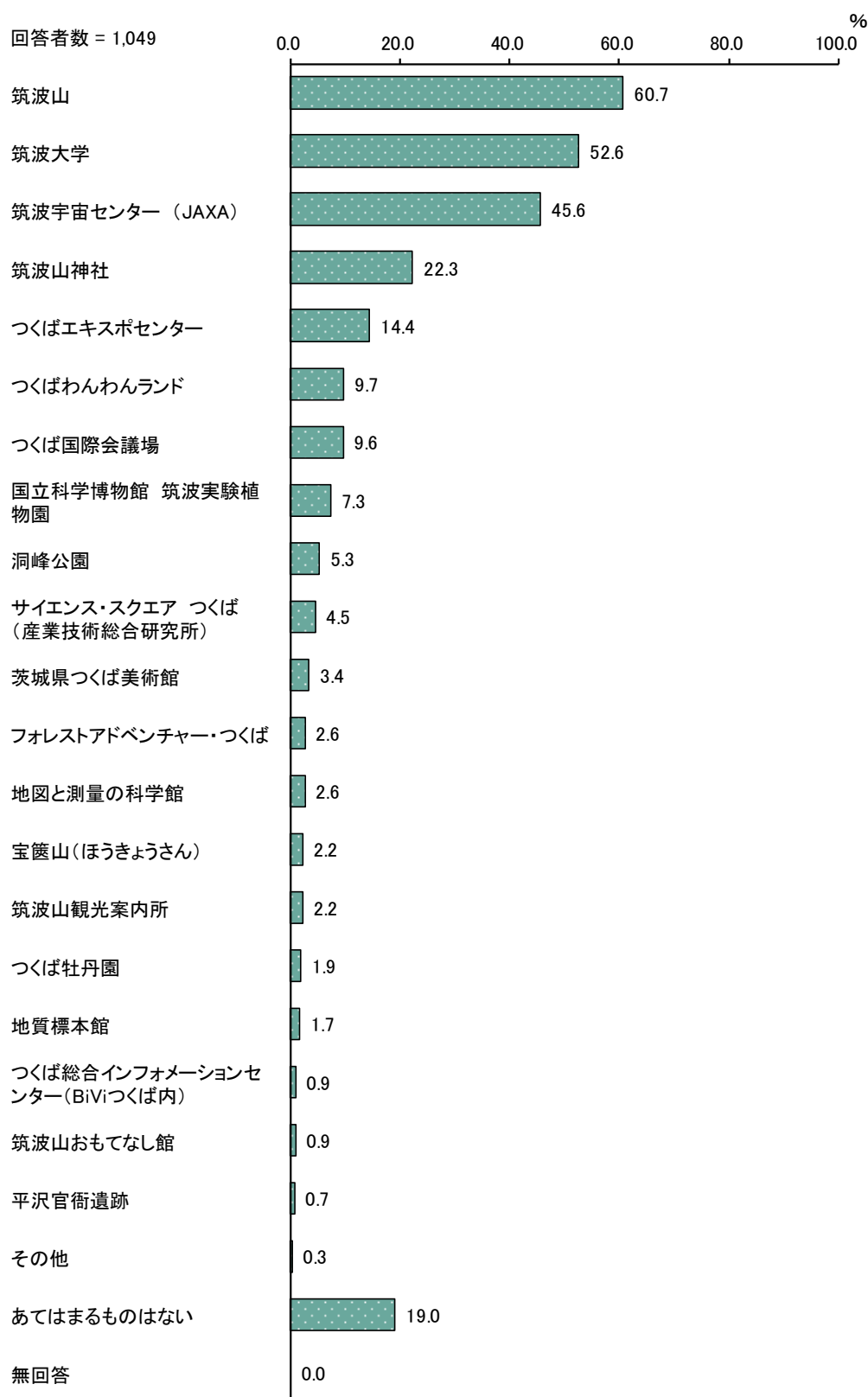
項目	テレビ (情報番組・旅番組)	テレビ (CM)	新聞・折込広告	旅行雑誌・温泉雑誌 等の雑誌	フリーペーパー	旅行会社・旅行代理 店の公式サイト	会員制旅行サイト	旅行先の観光協会・ 市役所などのサイト	宿泊予約サービスの サイト	ホテル・旅館のサイ ト
全体	29.9	5.3	6.1	26.0	3.0	18.7	3.1	6.6	19.4	17.4
18-19 歳	30.9	7.9	2.6	17.1	2.6	14.5	1.3	5.3	14.5	16.4
20-29 歳	24.5	6.1	1.4	16.3	4.8	14.3	3.4	5.4	21.1	17.0
30-39 歳	28.7	4.0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

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

資料: 市外・県外在住者向けアンケート

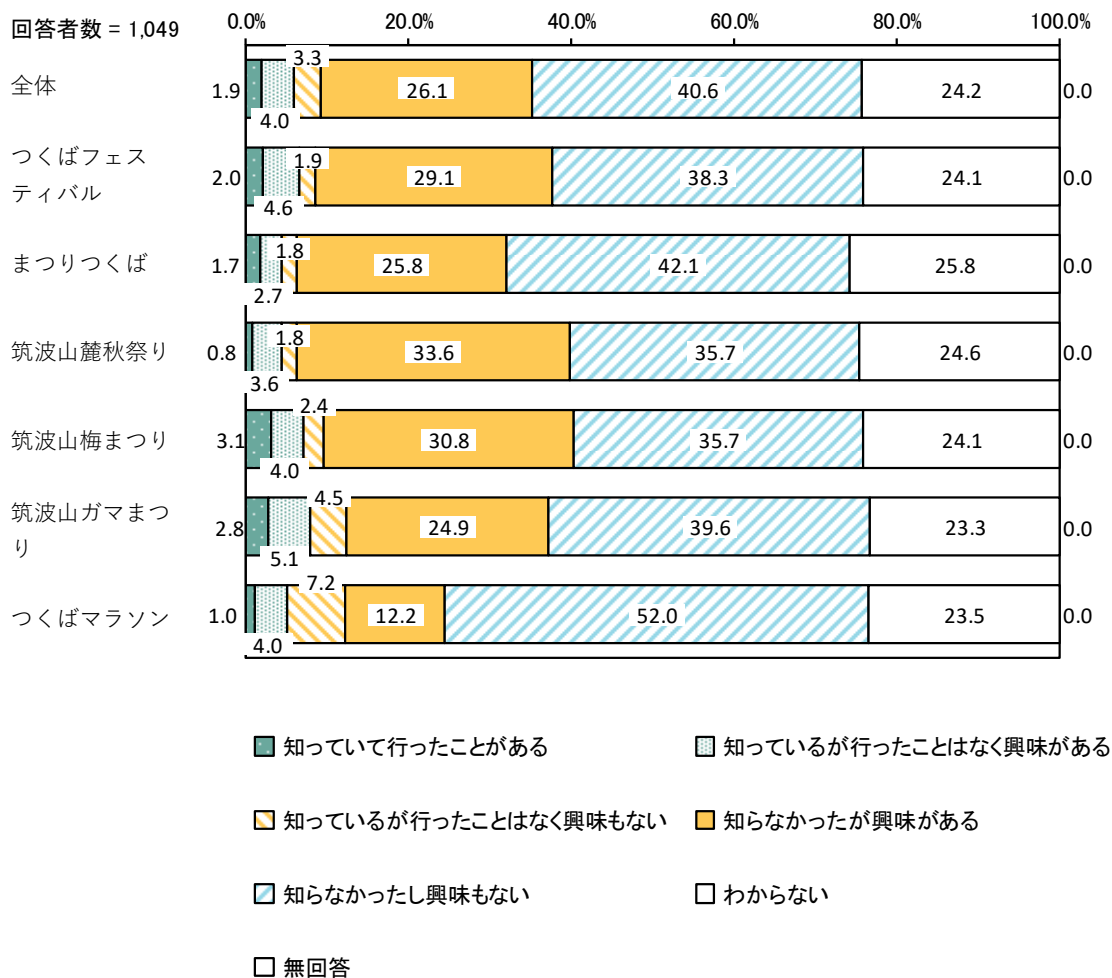


あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか。



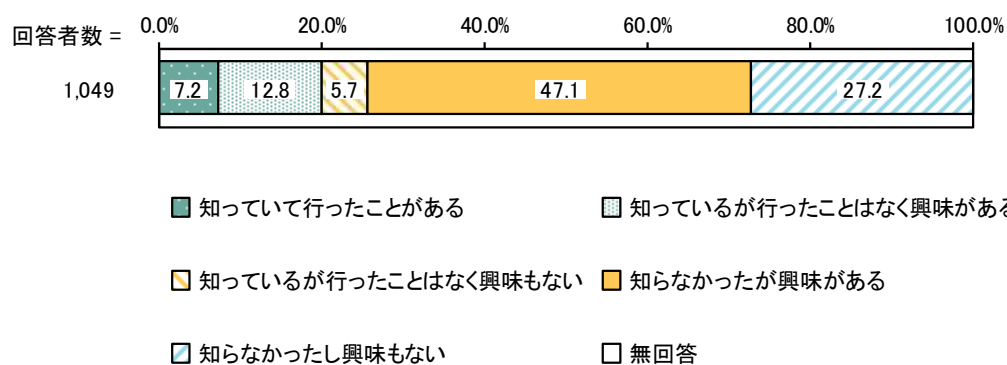
資料：市外・県外在住者向けアンケート

つくば市内のイベントに行ったことがあるかについて



資料：市外・県外在住者向けアンケート

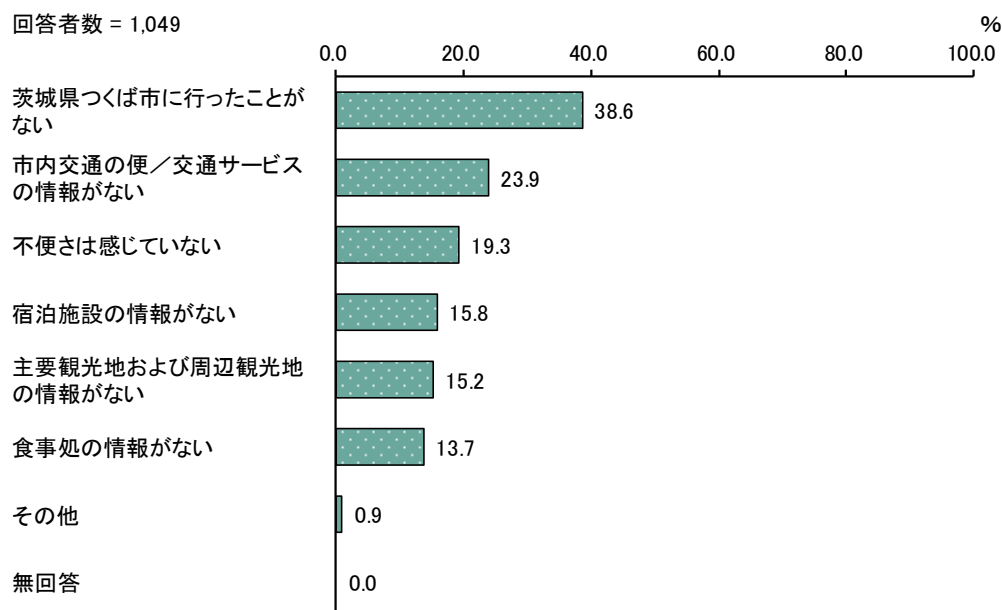
温泉に入ることができる宿泊施設が筑波山にあることを知っていますか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか。

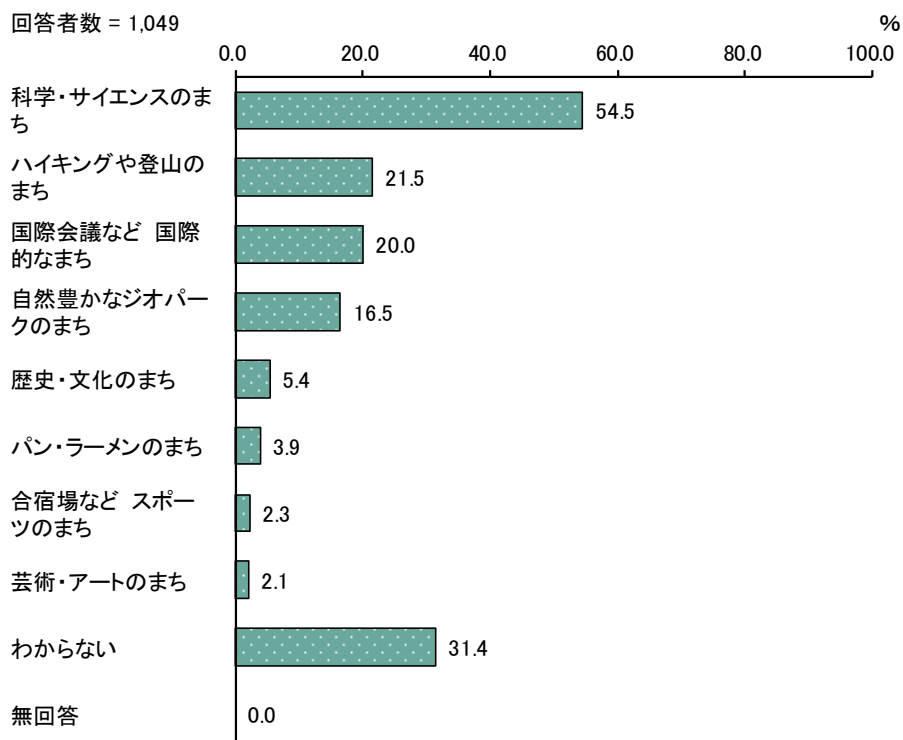
回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市のイメージとして、あてはまるものは、以下のうちどれですか。

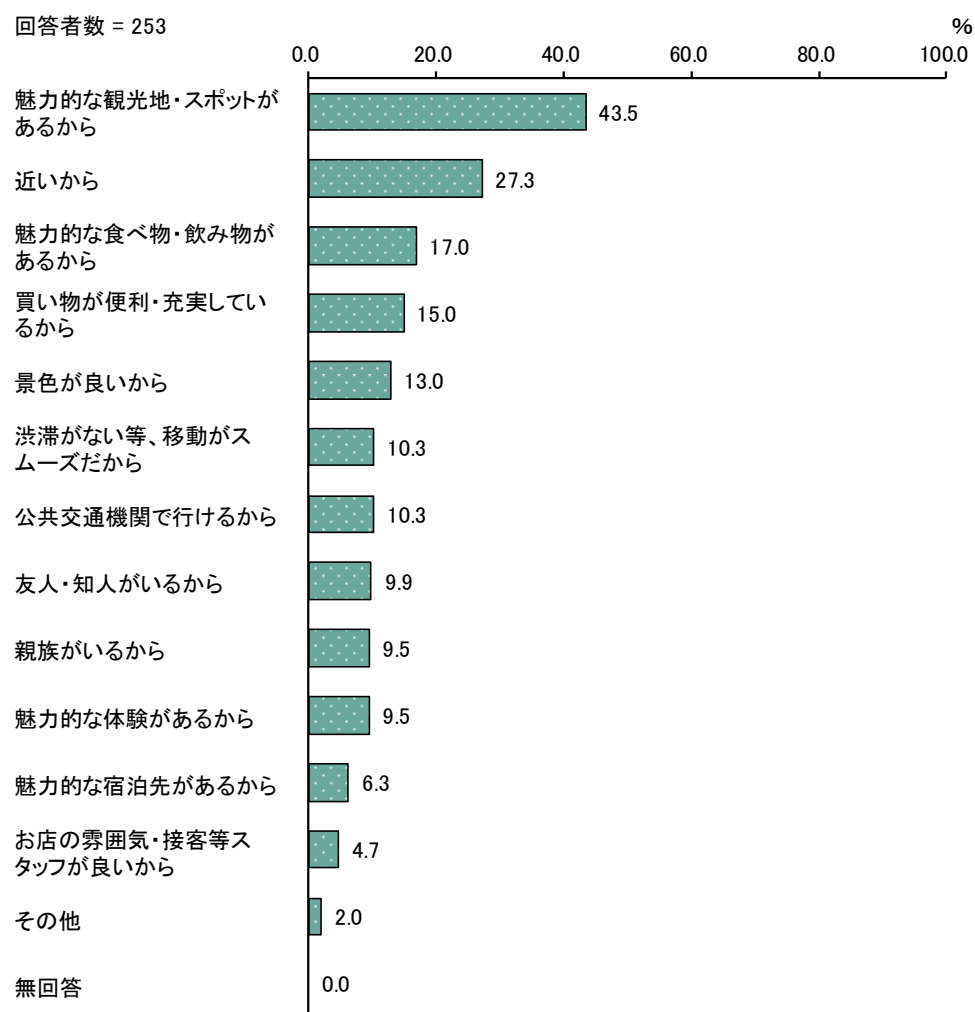
回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

つくば市へまた行ってみたいと思うのはなぜですか。

回答者数 = 253



資料：市外・県外在住者向けアンケート

第1章

第2章

第3章

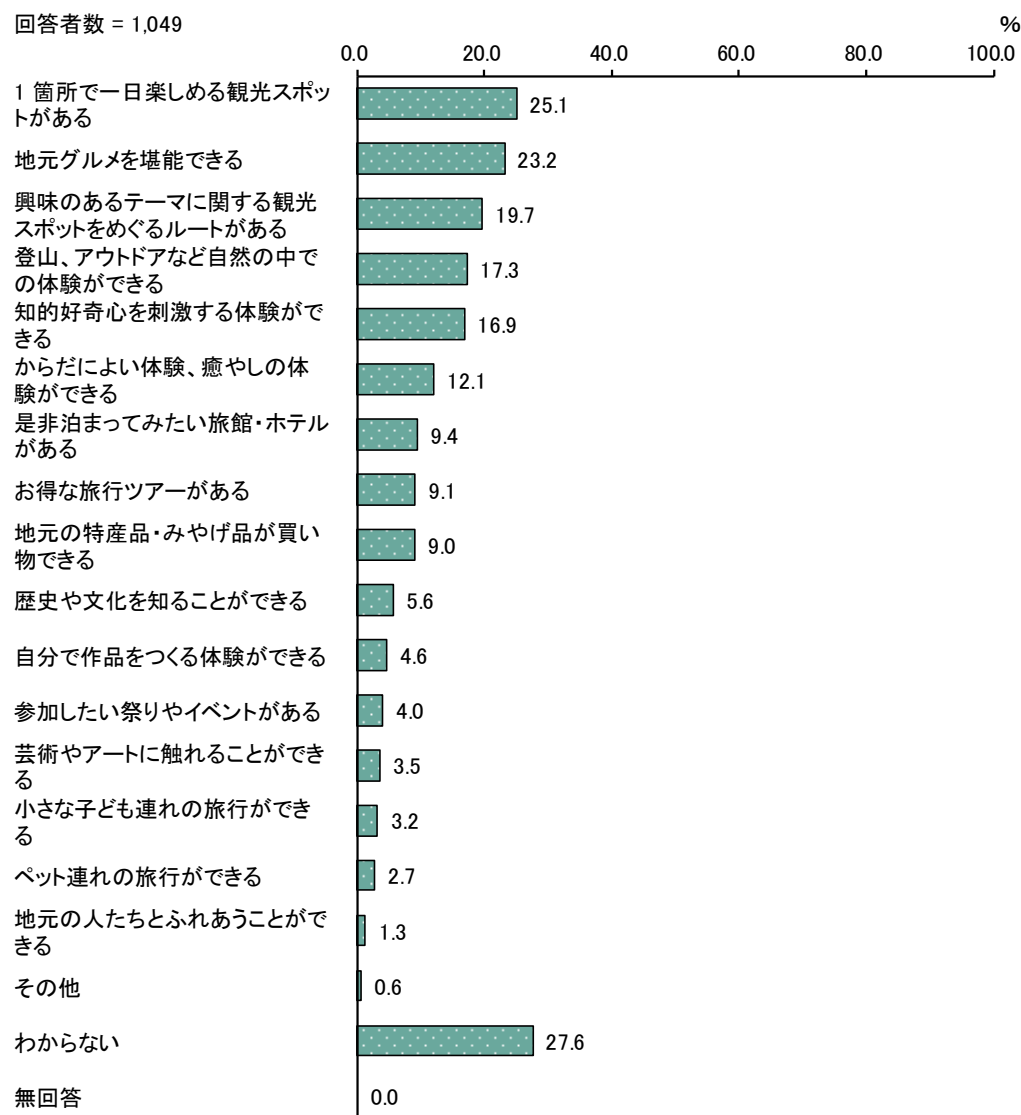
第4章

第5章

資料編

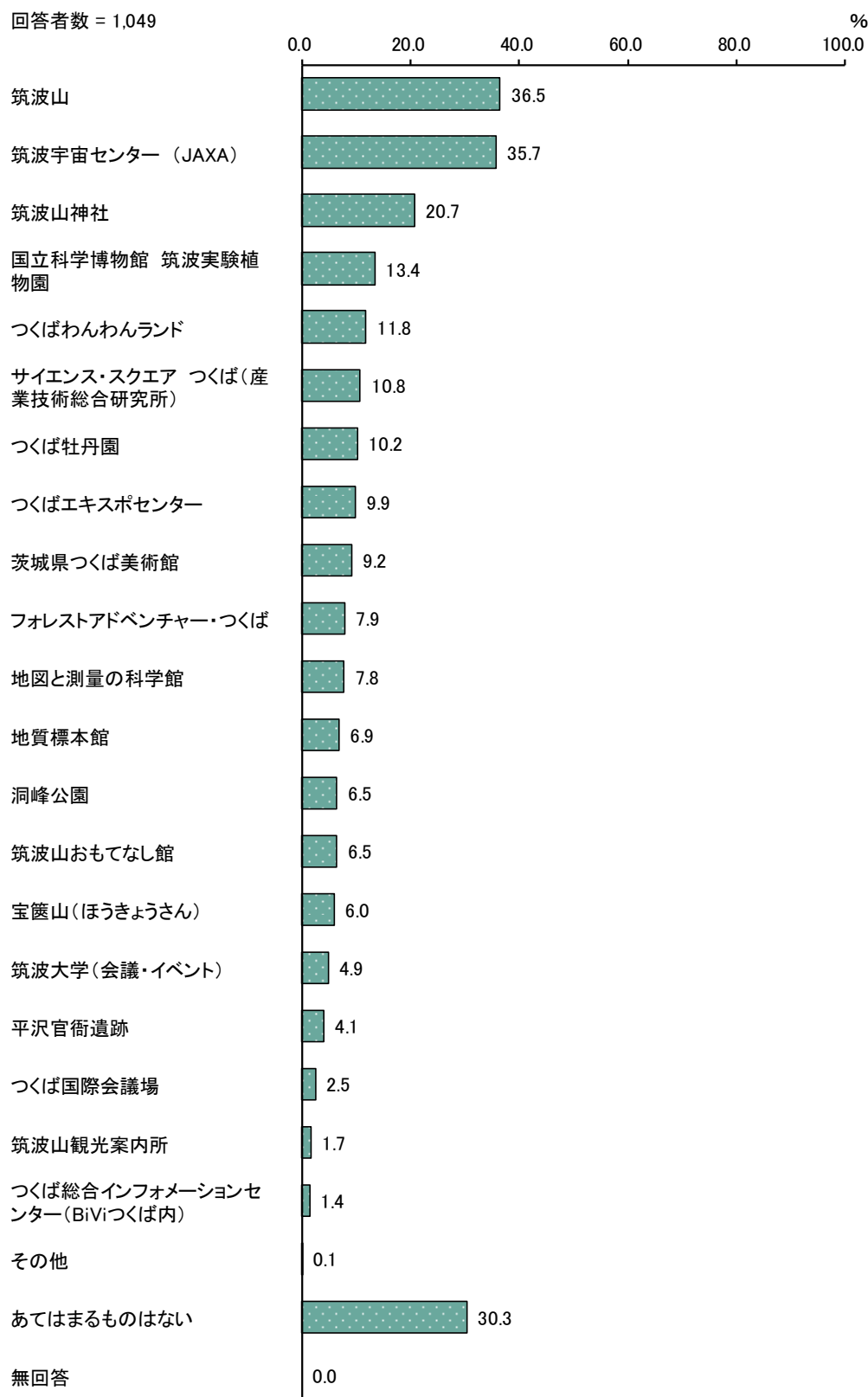
茨城県つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思いますか。

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

次のつくば市内の施設で行ってみたいと思う施設はどれですか。



第1章

第2章

第3章

第4章

第5章

資料編

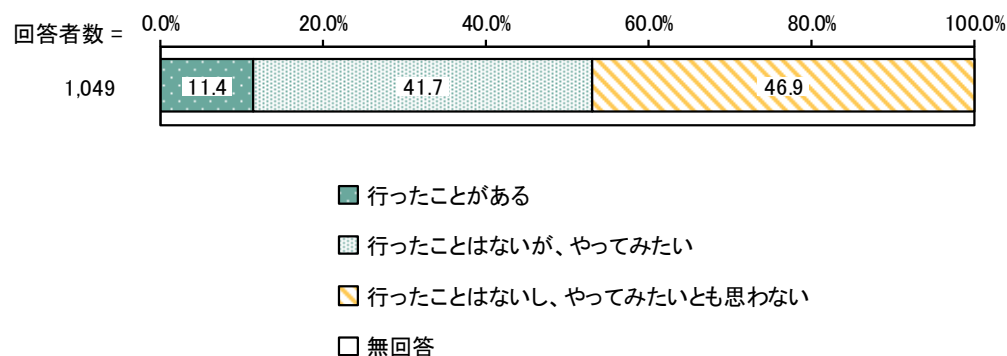
資料：市外・県外在住者向けアンケート

次の茨城県つくば市内の観光地・施設の中であなたが知人友人にお勧めしたいもの



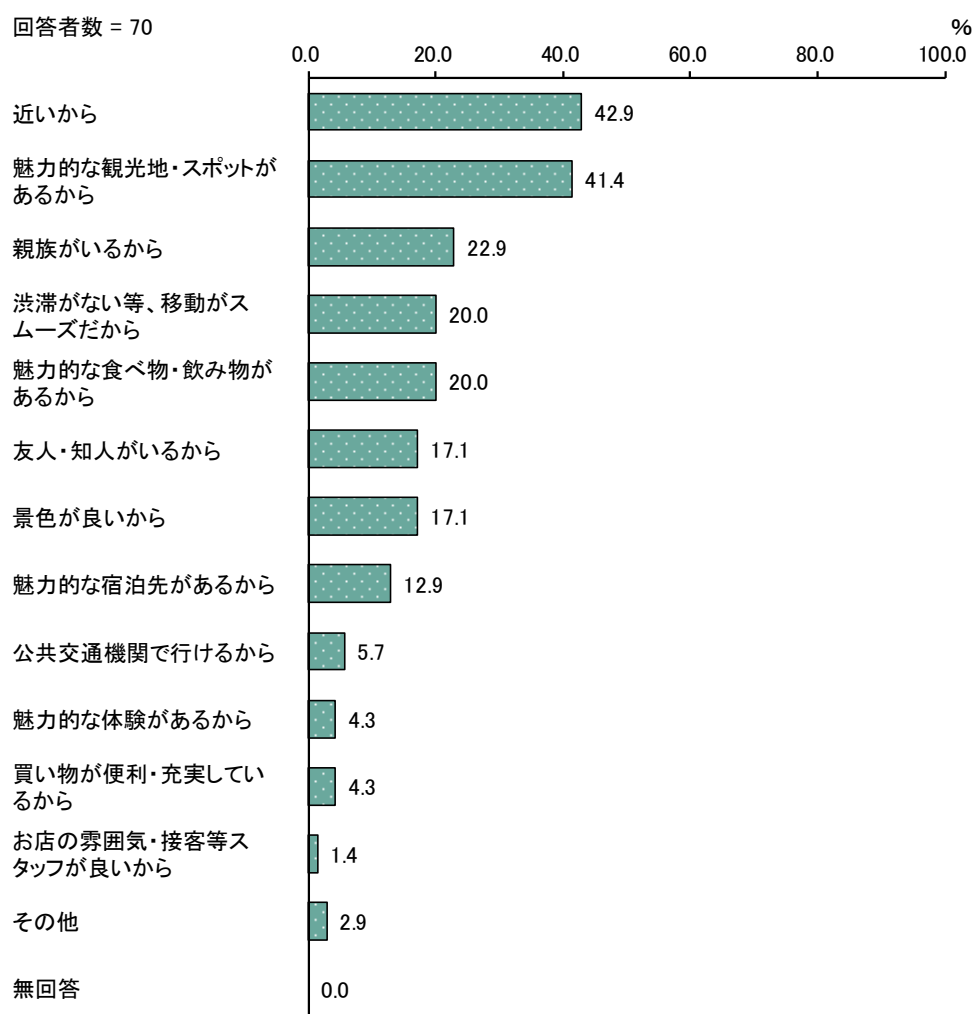
資料：市外・県外在住者向けアンケート

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



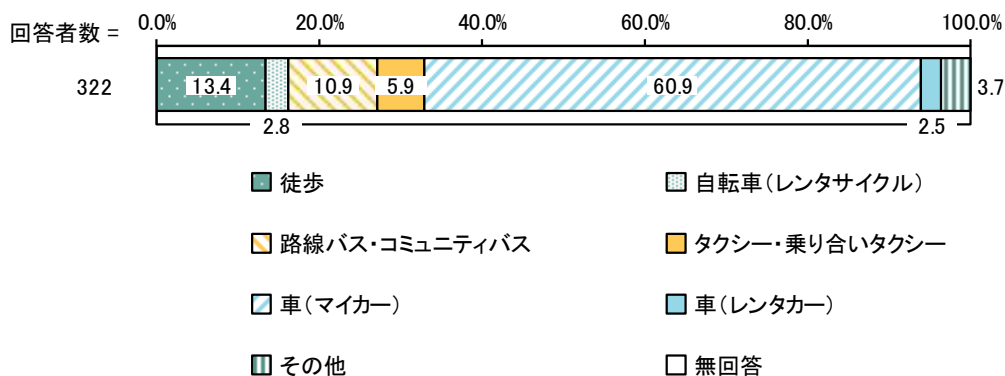
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県によく行く理由は何ですか。



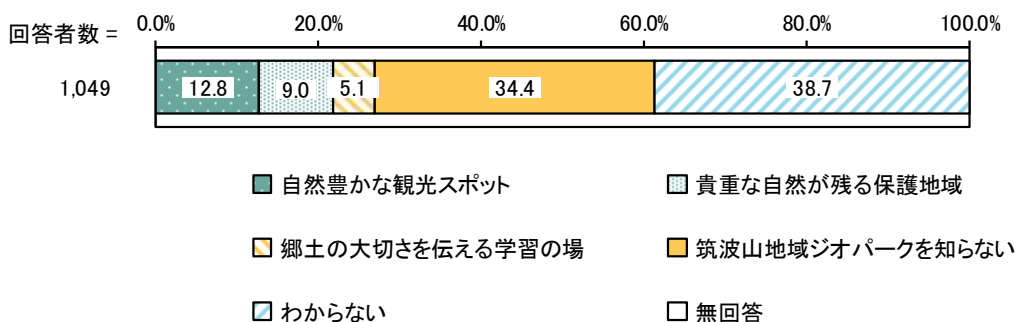
資料：市外・県外在住者向けアンケート

茨城県つくば市内ではどのように移動する事が多いですか。



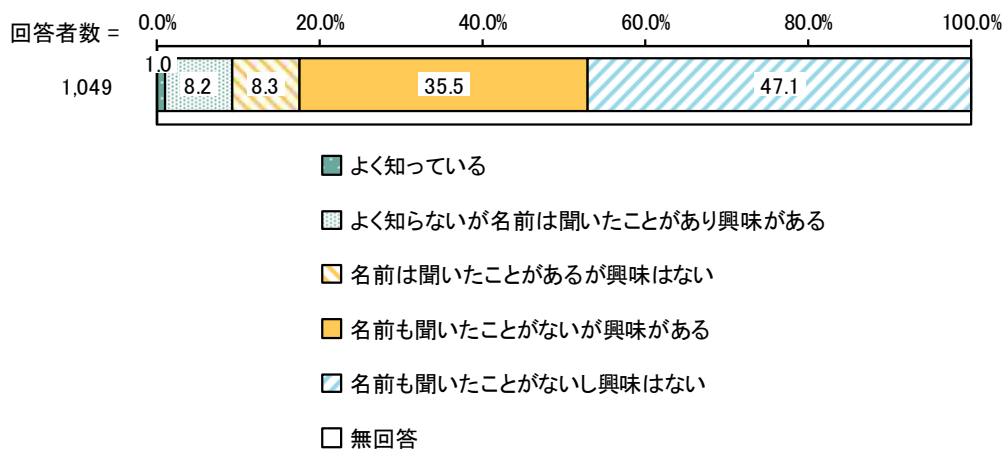
資料：市外・県外在住者向けアンケート

筑波山地域ジオパークのイメージに近いものはどれですか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

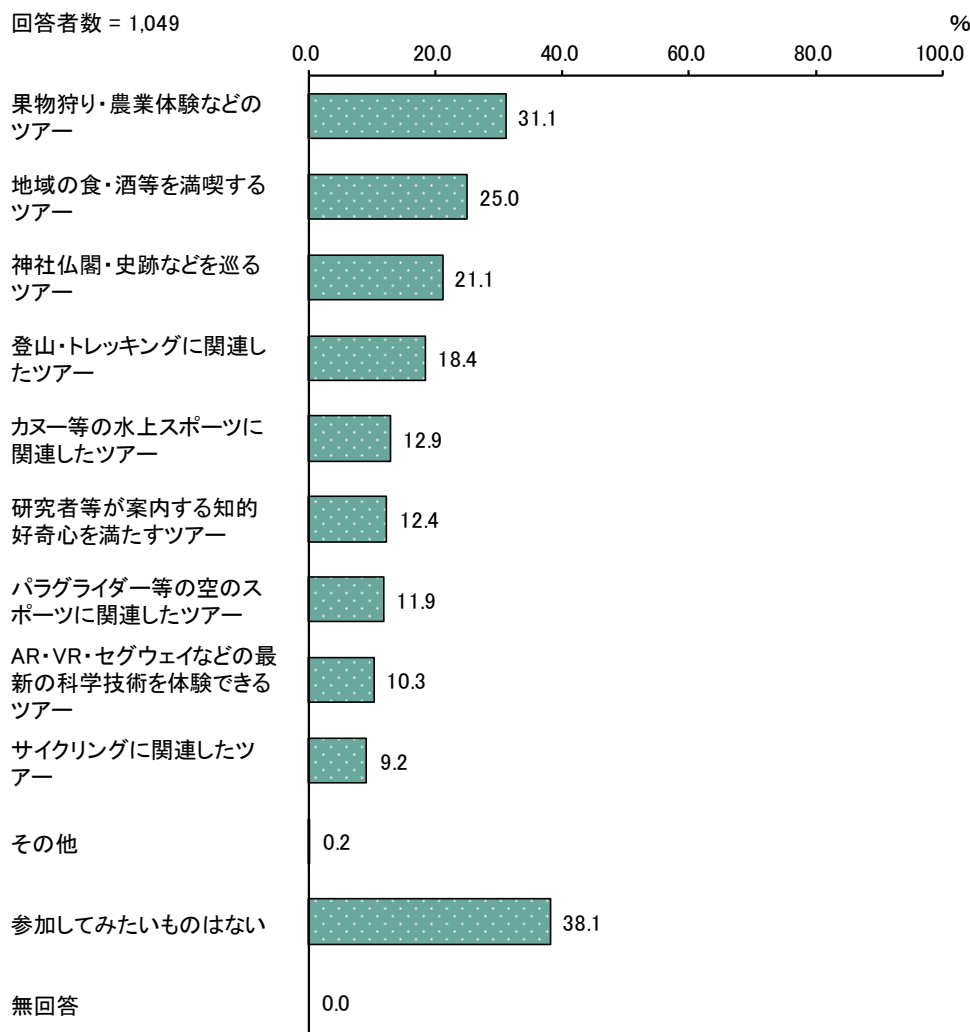
筑波山地域ジオパークを知っていますか。



資料：市外・県外在住者向けアンケート

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

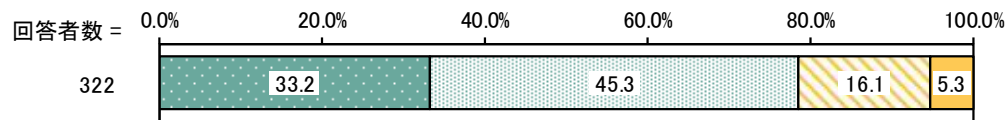
回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート



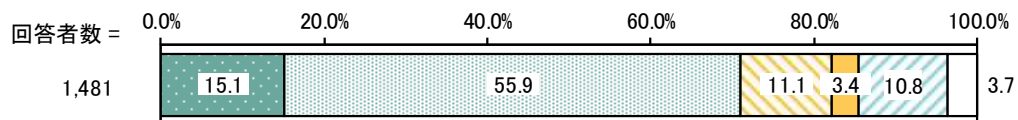
茨城県つくば市へは、また行ってみたいと思いますか。



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

資料：市外・県外在住者向けアンケート

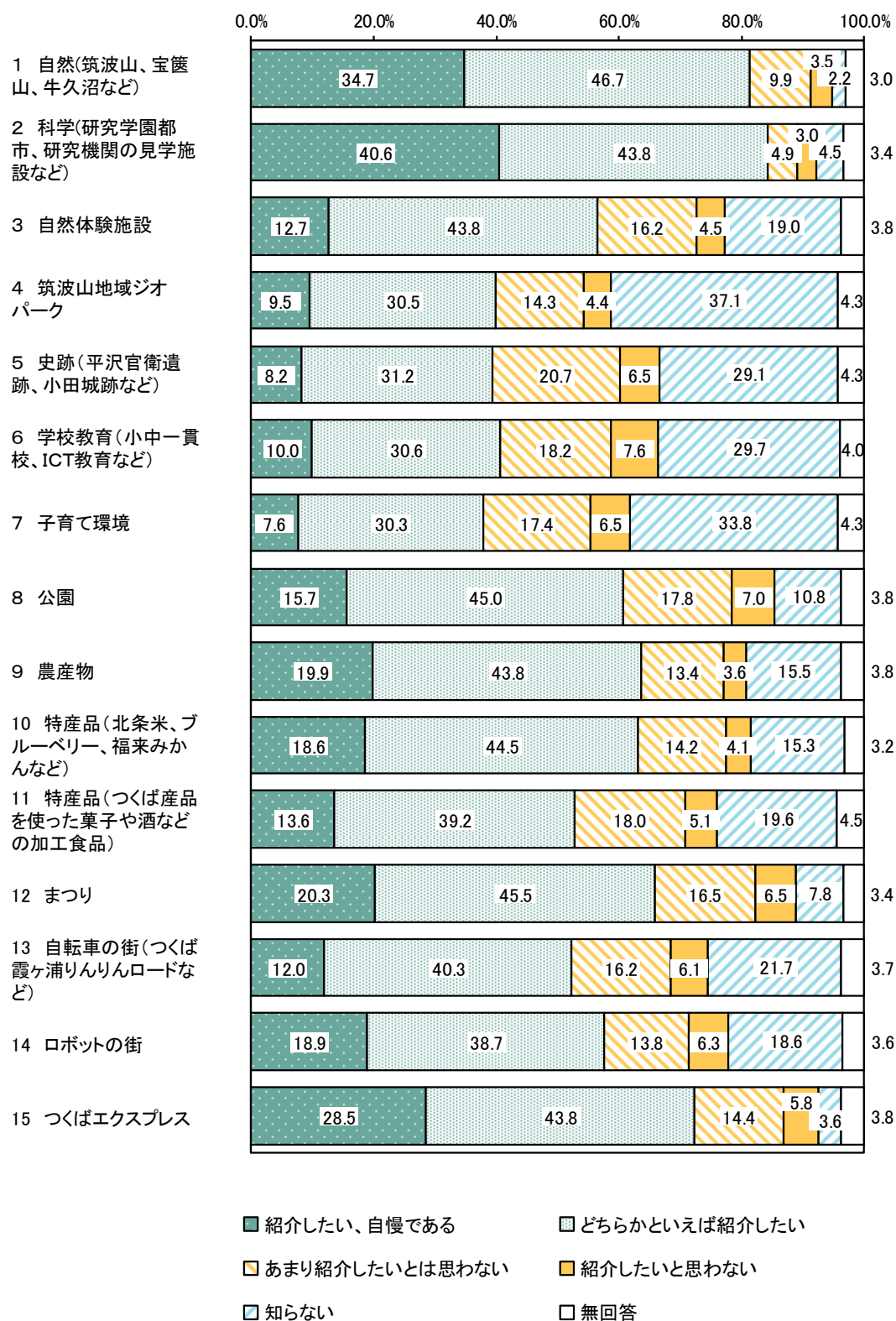
つくば市の景観について



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

資料：市民意識調査(令和元年度(2019 年度))

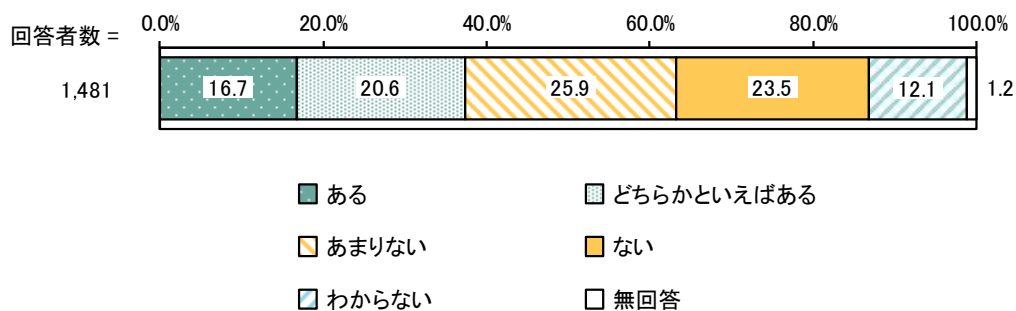
紹介したいつくば市の魅力について



資料：市外・県外在住者向けアンケート

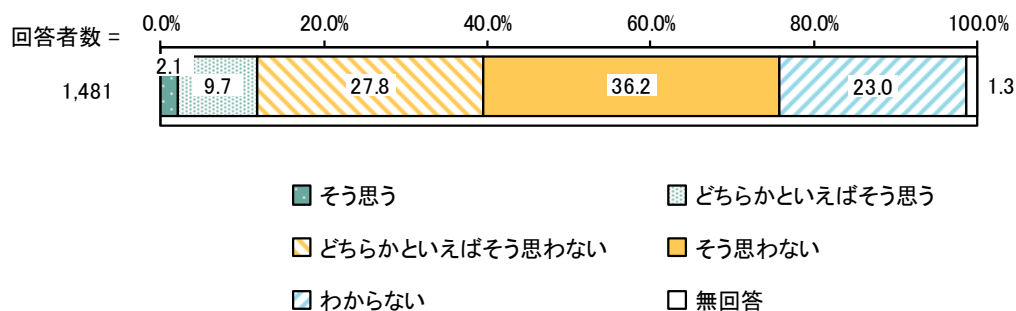


つくばが「科学のまち」であることの恩恵を感じるかについて



資料：市民意識調査(令和元年度(2019 年度))

先端的な製品・サービスが暮らしの中にかかれていると思うかについて



資料：市民意識調査(令和元年度(2019 年度))



4 用語解説

【あ行】

インバウンド(inbound)

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

エコ・ツーリズム(eco tourism)

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

【か行】

グリーン・ツーリズム(green tourism)

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

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

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

【さ行】

ジオパーク(geo park)

「地球・大地(ジオ:Geo)」と「公園(パーク:park)」とを組み合わせた言葉で、「大地の公園」を意味し、地球(ジオ)を学び、楽しむことができる場所を指す。

スポーツ・ツーリズム(sports tourism)

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

【は行】

フットパス(footpath)

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



【や行】

ユニバーサルデザイン(universal design)

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

【英数字】

ICT(アイシーティー)

Information and Communication Technologyの略。

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

JNTO(ジェイエヌティーオー)

Japan National Tourism Organization(正式名称:独立行政法人 国際観光振興機構)の略。

世界の主要都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズム(外国人の訪日旅行)のプロモーションやマーケティングを行っている。

MICE(マイス)

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

SDGs(エスディージーズ)

「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称。

持続可能な開発のための17のグローバル目標と169のターゲットからなる、国連の開発目標。

SNS(エスエヌエス)

SNS(Social Networking Service)の略称。

人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイト。



1 豊かな自然環境

●筑波山

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

●筑波山温泉郷

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

●筑波山梅林

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

●フォレストアドベンチャー・つくば

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

●つくば霞ヶ浦りんりんロード

旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180kmのサイクリングコースです。筑波山方面にはヒルクライムコースがあります。

●小貝川

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

●牛久沼

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

●宝篋山

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

●その他

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



2 イベント、まつり

●まつりつくば

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

(まつりつくばオフィシャルサイトより)

●つくばフェスティバル

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

(令和3年(2021年)プレスリリース資料より)

●筑波山麓秋祭り

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

●筑波山梅まつり

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

●筑波山ガマまつり

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

●くさざき夢まつり

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

3 歴史資源

●筑波山神社

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

●平沢官衙遺跡

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

●蚕影山神社

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

●金村別雷神社

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

●つくばセンター広場

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

●その他

- ・小田城跡歴史ひろば
- ・桜歴史民俗資料館
- ・谷田部郷土資料館 等

4 科学の観光資源

●JAXA筑波宇宙センター

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

●つくばエキスポセンター

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

●サイエンススクエアつくば

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



●地質標本館

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

●筑波実験植物園

筑波山や世界の熱帯地域に生育する植まで三千種におよぶ珍しい植物が公開されています。植物たちの生活のありさまや、環境によってさまざまな特徴を持っている様子、また、四季によって美しく変化する姿などを楽しむことができます。(Guidoor掲載文より)

●国土地理院

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

●つくばサイエンスツアー

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

5 特産品

●福来みかん

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

●ブルーベリー

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

●芝

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



●米

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

6 食文化

●パン

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

●ラーメン

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

●うどん

筑波山麓の綺麗な水を使用した、つくばうどん。
出品する店舗により味付けが異なっており、様々な顔を見せてくれます。

7 花の名所

●科学万博記念公園

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

●北条大池

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

●つくば牡丹園

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

●筑波山梅林のあじさい

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



●筑波山の福寿草

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

●高崎自然の森 蓮の花

牛久沼周辺に位置する、市の森林公園です。春は桜、夏はスイレン、秋は紅葉と、四季折々の自然を楽しむことができます。(市HPより)

これまでの取組実績(平成29年(2017年)～令和2年度(2020年度))

ア 観光整備事業

筑波山梅林及びその周辺整備事業	
筑波山梅林及びその周辺における魅力ある観光資源をいかし、訪れる人々が安全で充実した時間が過ごせる観光施設等の整備を行う。	
(1)筑波山観光案内所整備	令和2年度(2020年度):観光案内所解体工事 (敷地面積 626.03 m ² 、建築面積 130.13 m ²) 仮設観光案内所賃借(設置):建物面積 35.59 m ² 観光案内所擁壁改築設計(擁壁新設:170 m ² (約 47m、高さ2～4m)) 観光案内所擁壁改築工事(次年度繰越) 令和元年度(2019年度):筑波山観光案内所測量(1,800 m ²) 筑波山観光案内所設計(木造平屋(一部 RC 構造)/建築面積:約 274 m ² (延べ床面積:約 296 m ²)/公衆トイレ併設)
(2)梅林園路・園地等整備	令和2年度(2020年度):梅林内 Wi-Fi 整備(3ポイント)、誘導サイン設置工事(1基) 令和元年度(2019年度):維持管理の実施 平成 30 年度(2018 年度):四阿茅葦屋根ふき替え(ヤマカヤ 1,500 束)、菱露台整備 20.76 m ² 平成 29 年度(2017 年度):見返り縁台再整備:29.22 m ² 平成 28 年度(2016 年度):おもてなし館周辺整備:木製デッキ 1 箇所、木製階段 幅 2.0m×42 段、石階段 64.39 m ² 、遊歩道等舗装 646.09 m ²
筑波山麓整備事業	
筑波山麓地域の周遊観光を促進し、地域経済に寄与するため、利便施設等を整備する。 以下の観光施設を整備したことで、魅力的な観光地形成が図れた。	
(1)筑波山麓地域整備	令和2年度(2020 年度):案内看板設置に向けた現地調査を実施した。 令和元年度(2019 年度):神郡駐車場用地測量及び整備:1,200 m ² (収容台数 36 台)、神郡駐車場案内看板整備:1箇所 宝篋山登山道看板設置(常願寺コース):1箇所 平成 30 年度(2018 年度):神郡駐車場用地調査 平成 28 年度(2016 年度):バイオトイレ案内看板設置(1 箇所)
筑波山観光用水安定供給事業	
筑波山観光用水の安定供給に向け、老朽化した水道施設を改良し、観光客の利便性を確保する。 老朽化した管路改良工事のための測量、設計を実施し、次年度当初予算に提案することができた。	
令和2年度(2020 年度):管路改良測量・設計(女体山頂ーつつじヶ丘 約 L=1.6km) 平成 30 年度(2018 年度):御幸ヶ原公衆トイレ受水槽設置工事 1 基(20t) 平成 29 年度(2017 年度):御幸ヶ原公衆トイレ受水槽設置測量設計 1 式	
観光施設維持管理	
快適で魅力ある観光地として、市内の観光施設を適正に管理する。以下の観光施設を適切に維持管理することで、観光客に快適で魅力的な観光施設を提供した	
(1)筑波山御幸ヶ原(山頂)観光施設の維持管理	①公衆トイレ清掃委託(365 日) ②浄化システム点検委託(年8回) ③浄化槽点検委託(年 24 回) ④汚泥汲取委託(70 m ³) ⑤トイレの詰まり、器具類交換、浄化槽設備等の修繕 ⑥筑波山頂湧水量 調査(24 回) ⑦ケーブルカー山頂駅 2 階空きスペースを借用し、「筑波山の



	自然」展示や休憩スペースに活用した。
(2)つつじヶ丘登山コースの維持管理 ※1	①おたつ石コース除草(3,029 m ²) ②つつじヶ丘高原除草(10,606 m ²)
(3)市営筑波山及び山麓駐車場、公衆トイレの維持管理 ※2	①市営筑波山駐車場施設運営委託(365 日) ②市営山麓駐車場(小田・平沢・筑波・六所・神郡)除草等の管理を実施し、適正な維持管理に努めた。 ③筑波山駐車場公衆トイレ及び浄化槽:トイレ清掃(365 日)、浄化槽点検(毎月実施)
(4)筑波山梅林の維持管理	①梅林剪定(916 本)、施肥(年 2 回) ②梅林内木道修繕(約 100m)・案内サイン修繕(15 基) ③梅林内除草管理等:年間を通じて梅林内の除草等の管理を実施した。
(5)宝篋山小田休憩所及び宝篋山観光施設の維持管理	①宝篋山小田休憩所運営委託:登山者等へ通年で宝篋山や小田地域の歴史的文化資源を紹介した。 ②宝篋山バイオトイレ清掃(年 24 回)、山麓駐車場仮設トイレ設置(2か所) ③筑波山麓観光資源整備事業補助金交付(3団体)
(6)筑波山観光案内所・筑波山おもてなし館の観光案内及び維持管理 ※3	①施設運営委託(365 日×2施設):対面の案内で観光客の利便性を確保した。 ②定期清掃(年4回×2施設)、消防設備点検(おもてなし館年2回)
森林体験パーク施設管理事業	
森林を活用した自然共生型アウトドアパークとして、魅力ある通年型観光施設を提供する。	

イ 観光行事

まつりつくば事業
つくばならではの多様な文化をいかし、観光の振興と中心市街地の活性化を目的に、魅力あるコンテンツで来訪者や祭りに関わる誰もが楽しめる観光誘客イベントを開催する。
新型コロナウイルス感染拡大の影響により開催が中止となった。 ・公式ホームページで過去の大パレードの様子をオンラインで配信 ※つくば駅周辺を会場に8月第4土日曜日に開催(通常時)
つくばフェスティバル事業
世界各国の文化と触れ合える飲食・体験ブースやステージなど、国際都市としてのつくばの魅力を伝えるため「ふれあい、そして国際交流」をテーマに春のイベントを開催する。
新型コロナウイルス感染拡大の影響により開催が中止となった。 ・各関係企業等に中止の周知を実施 ※つくば駅周辺を会場に5月第2土日曜日に開催(通常時)
くさざき夢まつり事業
昭和 49 年(1974 年)から商工産業祭、平成 12 年度(2000 年度)からひまわりまつりとして開催され、現在は、くさざき夢まつりとして、茎崎地区の区長会や PTA 等の関係団体で実行委員会を組織し、幅広い年齢層が楽しめるイベントを開催している。
新型コロナウイルス感染拡大の影響により開催が中止となった。 ※くさざき交流センター前芝生広場を会場に市文化祭に合わせて開催(通常時)
筑波山麓イベント事業
地元物産の PR・販売と北部地区の観光資源の周知・PR を行うための筑波山麓地域においてイベントを開催する。
新型コロナウイルス感染拡大の影響により開催を中止した

ウ 観光振興

つくば観光コンベンション協会補助事業	
市内経済の活性化及び観光施策の強化を図るため、つくば観光コンベンション協会が実施する各種観光事業を支援する。 新型コロナウイルス感染症の影響下で、積極的な事業展開が困難な中、感染防止対策を強化した各種事業を実施したことで、観光客の減少を最小限になるよう努めた。特に筑波山の入込客数においては、前年度比で92%であった。	
(1)観光宣伝事業	豊かな自然環境の「筑波山地区」と研究・教育機関が集積する「筑波研究学園都市」等の観光資源について市内外に広くPRを実施した。 ①メディア掲出 メディア等を活用した広報宣伝を積極的に行うことにより、市内外からつくばへの誘客促進を図った。 ②観光キャンペーン 新型コロナウイルス感染症の影響による制限がある中、つくば市の魅力を伝えつくばへの誘客促進を図った。 ③関連機関連絡調整 各関係機関と連携し、スマートフォンを使った非接触型のスタンプラリー「YAMASTA(ヤマスタ)」を活用し「パワースポット」を巡るハイキング推進事業を展開し筑波山への誘客促進を図った。
(2)観光客誘致事業	①10月31日～11月30日の期間で筑波山もみじまつりを開催し、紅葉のみならず夜景・温泉・グルメ等を提供し、筑波山の周遊観光促進を図った。 ②2月26日～3月21日の期間で筑波山梅まつりを開催し、季節を感じていただける食の提供、周遊を促進するための重ね押し限定御朱印、焚き火台を利用したアウトドアカフェの提供など、状況に合わせたイベントを実施し観光誘客を促進した。
(3)コンベンション事業	つくばエクスプレスや茨城空港等からのアクセス利便性の良さをいかし、関係機関と連携して国際コンベンションを核としたMICE誘致活動を実施した。
(4)フィルムコミッション事業	つくば市の豊かな地域資源を映画やTV等を通して全国に紹介することにより、つくば市の知名度向上を目的に、市内への誘致及び市内でのロケーション撮影を支援した。
観光振興事業	
つくば観光コンベンション協会や関係機関と連携し、つくばの魅力ある観光資源を活用し、多様なニーズに合わせた各種事業を展開し、国内外からの観光誘客拡大を図る。 新型コロナウイルス感染症の影響下で、これまでと同様な事業展開が困難な中、今後の観光ニーズを意識した各種事業を展開することで、観光入込み客数の減少を最小限になるよう努めた。	
(1)筑波山麓秋祭り補助事業	筑波山麓地域づくり団体連絡協議会主催の筑波山麓5地区(筑波・田井・北条・平沢・小田)で行う筑波山麓秋祭りは、新型コロナウイルス感染症の影響により通常開催は中止とし、これまでの祭りの記録を再編集したPR動画を公式ホームページに掲載し、新たな取組を実施した。



(2)観光案内業務	①BiVi つくば総合案内所では、令和2年(2020年)10月31日にJNTO(日本政府観光局)認定外国人観光案内所のカテゴリ2認定を取得し、英語対応可能な常駐スタッフの配置により、インバウンドの受入体制を強化した。 ②筑波山観光案内所では、令和2年(2020年)10月31日にJNTO(日本政府観光局)認定外国人観光案内所のカテゴリ1認定を取得し、タブレット翻訳機での多言語対応が可能となった。また、令和3年(2021年)のカテゴリ2認定の取得に向け、英語対応可能な常駐スタッフを配置できるよう準備を進めた。
(3)スポーツツーリズム受入	市内スポーツ施設との連携、廃校活用を実施し、スポーツ合宿の誘致の推進を図ったが、新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊利用が大幅に減少した。
(4)筑波ふれあいの里整備事業	筑波山の豊かな自然をいかした観光アウトドア体験の充実を目的に、筑波ふれあいの里をアウトドア観光の拠点とするための基本構想を策定した。
(5)第3次観光基本計画の策定	第3次つくば市観光基本計画策定委員会を設置した。令和3年(2021年)2月には第1回会議を開催し、次年度の第2回会議に向け委員からの意見等を取りまとめた。
つくば市学術会議支援事業	
学術会議の開催を促進し、国際観光地域づくりの形成を図り、もって観光振興及び地域経済の活性化に寄与するため、補助金を交付する。 新型コロナウイルス感染症の影響により、予定していた大規模会議が全て中止となったが(補助の条件に満たないハイブリッド会議等の小規模会議は実施した)、次年度の誘致に向けた感染防止対策に対応したメニューを創設した。 また、開催を支援した国際会議「筑波会議 2019」が、令和2年度(2020年度)日本政府観光局(JNTO)国際会議誘致・開催貢献賞特別賞を受賞した。筑波会議は世界の若手研究者等が参集し「社会と科学技術」に関する課題について討議する会議で、筑波研究学園都市、つくば市にふさわしい事例として評価された。	
筑波山交通渋滞対策事業	
ゴールデンウィーク及び秋の行楽シーズンに関係機関と連携し筑波山の交通渋滞対策として、渋滞情報や駐車場の情報を発信、混雑箇所への警備員の配置、看板設置による迂回誘導を実施する。 また、登山道においても、激しい混雑が発生していることから、女体山頂付近での状況を調査し対策を実施する。 以下の対策を実施したことで、混雑が緩和されたことにより、来訪者の満足度向上に努めた。	
(1)交通渋滞対策	①秋の混雑期において、つくば駅～筑波山区間の4地点に看板、パネルにより所要時間を掲示し観光の分散化を図った。 ②筑波山麓に設けた臨時駐車場から筑波山観光案内所までつくば道を利用したタクシーによる輸送(パークアンドライド)を実施した。 ③秋の行楽シーズンに茨城県及び関係機関と連携し、迂回誘導看板設置や混雑情報発信、警備員による市営駐車場の交通誘導等を実施した。

(2)登山道混雑緩和対策	①新たな取組として、登山道の混雑状況調査と、登山道一方通行の実証実験を実施した。 ②調査により登山道の混雑状況を把握した。 ③実証実験の結果を基に、女体山の下山者にロープウェイの利用を促し、登山道を登りのみの一方通行化を実施した。
おもてなし観光推進事業	
つくば市を訪れた方の満足度向上を目的に、つくばの魅力を案内する観光ボランティアガイド事業の育成事業及び筑波山の豊かな自然や歴史などを紹介するネイチャーガイド事業を実施する。 新しい生活様式に即した観光ボランティア育成講座を実施したことで、ボランティアガイド登録者数を増加することができた。	
(1)観光ボランティアガイド育成事業	(1)観光ボランティアガイド育成事業 ①新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、ボランティアガイドによる筑波山でのリモートガイドを実施した。 ②新型コロナウイルス感染症の影響を考慮しながら、観光ボランティア育成講座を実施した。
(2)筑波山ネイチャーガイド事業	令和2年度(2020年度)は新型コロナウイルス感染症の影響により、実施できなかった。
フットパス事業	
市内に点在する観光資源を活用し、市内周遊観光を促進するため、フットパスの企画及び道標を整備し、年間を通して魅力的な観光地を提供し、通年での誘客促進を図る。 フットパスマップを配布するなどし、周遊観光の促進を図った。	
(1)新たなルートとして、小貝川周辺の周遊コース策定について検討を行った。 (2)周遊観光コンテンツの電子化に向け、事業者等から意見を聴収し、導入手法の検討を行った。 (3)各種フットパスを市内観光施設等へ配布・設置した。	
レンタサイクル事業	
(1)つくば駅周辺や筑波山麓周辺地域の周遊観光を促進するため、つくば駅及び筑波山口において自転車の貸出業務を実施する。 (2)貸出しにあたり、申請書受理及び利用料金の徴収等を委託し、自転車の修理、日別・月別利用台数調査を実施する。 観光客へ様々な交通手段を提供することで、周遊観光の促進が図れた。 (1)緊急事態宣言等により62日間の休止があったが、筑波山口の1営業日当たりの利用台数は、前年度比を上回った。 (2)三密を回避できるレジャー・移動手段を提供することができた。 ※令和2年度(2020年度)から事業を総合交通政策課へ移管し、予算を令達している。	
広域レンタサイクル事業	
茨城県、対象地域の14市町村、国、企業、その他関係団体で構成する、「つくば霞ヶ浦りんりんロード利活用推進協議会」と連携し、レンタサイクル乗り捨て事業を展開する。 つくば霞ヶ浦りんりんロード利活用推進協議会と連携し、BiViつくば観光案内所において広域レンタサイクルの受付窓口を運営することで、周遊観光の促進が図れた。 ・つくば霞ヶ浦りんりんロード利活用推進協議会発行のサイクリングマップを提供するなど、つくば霞ヶ浦りんりんロードのPRを実施し広く周知した。 ※令和2年度(2020年度)から事業を総合交通政策課へ移管し、予算を令達している。	
サイエンスツアー事業	
1)つくばに所在する研究機関等との連携を強化し、本市に集積する科学技術への理解を深めるとともに、科学教育の充実や、観光、飲食業をはじめとする地域産業の活性化を目的として、サイエンスツアー事業を実施する。	



(つくばサイエンスツアー実行委員会(事務局:茨城県)から(一財)茨城県科学技術振興財団つくばサイエンスツアーオフィスへ事業委託)
(2)サイエンスツアーバスを巡回させ、市内回遊性の強化により、個人等の利便性向上を図る。
また、学校や企業をはじめとする各種団体の見学アレンジ等を行い、つくばの研究機関等への誘客を促進する。

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策に努め、サイエンスツアーオフィスや各研究機関と連携し、サイエンスツアーバスの運行、夏休み特別企画などを実施することで、観光誘客に努めた。

観光PRの実施

- (1)つくばフェスティバル、まつりつくば、筑波山梅まつり等のイベント情報、四季折々のつくばの観光情報などについて、各種キャンペーンやメディア等を通じて観光PRを行う。
- (2)守谷、菖蒲、酒々井等の高速道路のSAにチラシを設置し、つくば市の観光PRを実施する。
- (3)SNS等を活用した観光PRを実施する。

新型コロナウイルス感染症の影響で、積極的なPR活動は難しいことから、状況に応じた以下のPR活動を実施し、観光地としての知名度向上に努めた。

- (1)つくば市の観光情報を新聞等のメディアに提供し、イベント等のPRを実施した。
- (2)新型コロナウイルス感染症の影響による活動の制限がある中、可能な範囲で高速道路等のSAにつくば市の観光チラシを設置し、高速道路利用者にPRを行った。
- (3)JNTO(日本政府観光局)の外国人向け地域情報発信事業に梅まつり記事を掲載し、広く梅まつりのPRを行った。
- (4)SNSによる市観光情報を定期的に発信し、新たなフォロワーを獲得した。

■観光キャンペーンへの参加

【令和2年度(2020年度)】

いばらき応援プロジェクト(IFS)

【令和元年度(2019年度)】

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

【平成30年度(2018年度)】

- (1)総理大臣表敬 (2)荒川区表敬、キャンペーン (3)筑波霞ヶ浦広域観光協議会キャンペーン
- (4)茨城県人会賀詞交歓会 (5)茨城県知事表敬 (6)みとちゃん誕生会 (7)その他

【平成29年度(2017年度)】

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

等

【平成28年度(2016年度)】

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

	基本理念	理由
1	～自然・文化・科学で人と地域と世界をつなぐ～	筑波の幅広い資源は、とても貴重です。自然・文化・地域の人々の生活・気持ちなど、未来永劫、大切に守り育てていく必要があります。並行して、つくばの科学技術やグローバルな研究などは、最先端であることを世界に発信し、経済社会とコネクトしていくことが大切です。「SDGsを推進する観光」であることを強調したいと考えました。 つくばの観光は、体験だけでなく、「学び」ということが大きなポイントになると思います。つくばの資源は幅が広いので、市外の教育機関の皆様にも教育の一環として利用していただけたらと思います。一般の来訪者にも自然＋科学技術、文化＋通訳付き、などというように、視野が広がるような組み合わせで、サステナビリティについて考えていただくようなセットツアーを企画するのも一案です。
2	豊かな自然との共生 科学と食を体験する持続可能なまちへ － 更なるつくばの魅力発信に向けて －	つくば市観光のメインとなるのが筑波山であり、またあまり知られていない筑波山地域ジオパークを含めた自然との関わりを入れてみました。 またつくばと言えば『科学』をイメージ出来ていても、『食』に対するイメージが少ないと思われます。観光は視覚と味覚が大きな要素を占めると考え、上記の基本理念の案を考えました。
3	観光資源の強みをいかし、オールつくばで実行する持続可能なまちづくり	施策内容を意識した内容としておりますが、「オールつくば」ということばには行政、事業者、研究機関、大学、市民などがそれぞれに役割を担うという思いと、つくば市内全域で観光を盛り上げていくという思いを込めております。
4	「限りない自然」と「イノベーション」が融合する新たな未来都市つくばの創造に向けて － 豊かな自然と科学が調和するつくばの魅力発信への新たなステージ －	つくばと言えば筑波山のイメージが強いが、先般の会議では「ジオパーク」の魅力発信の重要性も指摘されている。確かに、「ジオパーク」認定を受けるまでのつくば市を始めとする関係自治体の苦労を思えば至極当然のことであり、情報発信不足は否めない。 一方で、つくばは科学のまちと称されているが、研究機関が点在していることもあり、研究学園都市つくばの魅力の再発信を「つくばサイエンスツアー」の利用者増加策等も視野に入れながら、自然と連携・調和した活性化策が必要と考えます。
5	観光客も地元も笑顔になれる街つくば	今まで観光客の数字を重視してきました。観光客の増加はつくば市の魅力度等をはかる上で重要である事には変わりはありませんが、ウィズコロナ、アフターコロナにおける観光業のあり方を見直す時期ではないかと考えます。これはつくば市に限らず日本全体の問題でもあると思います。おもてなし・サービスの有料化など持続できる観光地を目指し、地元も観光客も満足できるようにしていく事が大切ではないかと思っています。 行政の負担（税金）を減らし、観光客が地元落到ちてもらおうお金を増やす工夫を検討していく。またはサービス等への負担を減らし、観光地整備に今まで以上に重きを置く。オーバーツーリズムへの対応にも繋がると思います。
6	資源を磨き 魅力を発信する街 つくば	筑波山や各種研究機関等、既存の観光資源の魅力をより高めるほか、市内の新たな資源のお掘り起しを図る等、つくば市観光の磨き上げが必要である。 また、交通、宿泊、観光地、グルメ等、観光に必要な情報の発信を強化し、つくば市のイメージ、認知度を向上させ、つくば市観光のブランド確立を目指したい。
7	つくる・つながる・学べるまちへ！ ～市民の信頼から、親しみを込めて魅力の発信へ～	いろいろな施策を実行に移しても、一人一人の市民意識がしっかりと醸成されないと根付かないかと思われます。 まずは市民が知り・創り、愛着や誇りを持つこと ↓ 個々の市民のコミュニティーから発信すること ↓ 「学び」をキーワードに置いた魅力的な街創りと発信
8	第3次つくば市観光基本計画 「基本理念」 悠久の歴史と先端科学技術のまち・つくば	つくば市に於いての観光は関東平野に孤高に聳ゆる筑波山なくしては語れない。常陸風土記・万葉集・日本書紀にも登場する筑波山や筑波山神社とその周辺に存在する歴史は語り切れない程存在する。これらに対してもっと光を当てたい。また、その旧さと対象にあるのが世界に冠たる先端技術の街、つくば市である。共に共存しながらその広さと深さを世界に発信したい。
9	つくばの多くの観光資源を住民の皆さんと共に共有し、多くのお客様に来ていただけるよう、自慢できる「観光つくば市」を目指して！！	つくば観光は、発展的要素・魅力的な要素が多くあるものの、他都市・エリアから見た時、まだまだ未熟なところや未発見のところが多くあります。 その為には、課題は先延ばしせず実行し、目標も大きく掲げ、住民と一体・巻き込んでの進め方が大切かと思っています。
10	また 訪れたいくなる街つくば	-
11	1.科学と国際、自然がおりなす夢の舞台へ 2.科学と自然が調和する未来都市に 出会えるまち 3.躍動、静寂、飛躍、人々の夢を奏 でる未来観光都市	1.つくば市の持つ特徴的な観光資源である「科学」と「国際」そして筑波山に象徴される「自然」、これらを複合的に活用した観光振興策を推進することで、他地域とは異なる夢と魅力のあふれる地域づくりを目指す。 2.筑波研究学園都市に象徴される「科学」と筑波山に代表される「自然」が融合・調和する未来志向都市であるつくば市の将来像に会い・ふれあえるまちの実現を目指す。 3.まつりつくばなどの「躍動感」、悠久の歴史を今に伝える筑波山の「静けさ」、そして「世界の明日がみえるまち」を目指すつくば市ならではの夢と希望のあふれる未来観光都市を目指す。
12	科学から農業まで ーあなたをとりこにする材料を用意してお待ちしていますー	つくば市を訪問する理由とか深く考えずとりあえず試しに一度来てみて。 おいしい食べ物と思い出を約束します。天気も晴天が基本。とかいなか(都会田舎)の良い所をひとりじめなのだ。

13	第3次つくば市観光基本計画 おもてなしから、ホスピタリティへの意識醸成顧客満足度No1の街を目指して	第1次では体験を重視した観光プログラム作りがおりこまれ、 第2次では自然、科学といった観光資源に着目しています。 第3次では、第1次の4つの基本方針の残るひとつ、おもてなしを重視した観光体制作りが相応しいと思う。言い尽くされた感はあるますが、来訪者への顧客満足度を上げることを目指したいと思う。
14	多様なつながりを生み出し、選ばれるつくばへ	つくば市の今後の観光客数増のためにまず取り組むべきは ・認知を広げ、興味を持ってもらうための情報発信 ・競合が多くある関東圏で、観光地の選択肢に拵がり、選んでもらえるコンテンツ作成であると考えます。基本施策でカバーできているとは思いますが、理念には「つながり」という言葉で施策を包括してまとめました。「つながり」には以下の意味を含んでいます。 ・各ターゲットに合わせた情報発信を展開し、新たな観光客とのつながりを生み出す ・みんなで魅力を創る施策を企画・展開し、市民や企業・団体等のつながりを強化する ・各ターゲットに合わせた学びや魅力の提供を意識した観光プランや体験プラン等を企画・展開し、“多様なつながり”を生み出す ・魅力的な周遊観光を各ターゲットに合わせて提案し、市内外各地域とのつながりを生み出す ・「またつくばへ来たい」と思われる施策を企画・展開し、観光客との継続的なつながりを生み出す ・観光を通して自然や多様性を大切にす未来へのつながりを生み出す
15	世界をあこがれ、魅力ある自然と人材の宝庫つくばから新たな文化と歴史を創設 つくばを知ること新たな世界を発見―価値創造の未来を拓く 多様性の調和が魅力ある街を創る―私の好きなつくばを身近な人に・世界中に発信	今回のアンケートから一度つくばに来た人はまた行ってみたいとの声が多かったことから つくばの魅力をつくば市民も再発見、そして一度も人生の中で触れたことのない人に一人でも多く、どんな形でも触れてもらう機会を作ること戦略の一つに まずは市民がどんなことでもいいので魅力と感じた点を自分の発信方法で身近なひとに発信できるようなキャンペーン期間を設けるなどもアクションプランの一つに
16	①万葉集にも詠われた“筑波山”の御来光を仰ぎ、笑顔が輝ける「つくば市」の未来への観光ロードマップ ②未知なるコロナ禍に生きる“変化”に対応できる持続可能な「つくば市」の観光資源を活用した“well-being”のある街へ「Welcome!」 ③内外の皆様へ、Now or never! 「つくば市」の多様な観光資源が動き出す瞬間を具に見届けよう！！	1点目は、万葉集にも詠われた「筑波山」をピンポイントにあげ、ウェイトを置きました。 2点目は、未知なるコロナ禍の今までの「生活スタイル」に変化を求めた観光というものにフォーカスおを当てました。 3点目は、若干奇抜かも知れませんが、「つくば市」の観光資源の動き出す「今こそ！」が大事という観点からであります。

基本理念案

①

つくばと“つながる” つくばが“つながる”

-つくばの自然・科学・歴史・文化で人と地域と世界をつなぐ-

②

つくる・つながる・学べるまちへ

—市民の信頼から親しみを込めて 魅力の発信へ—

③

多様なつながりを生み出し、選ばれるつくばへ

基本理念の設定理由をテキストマイニングにより分析し、キーワードを洗い出しました。

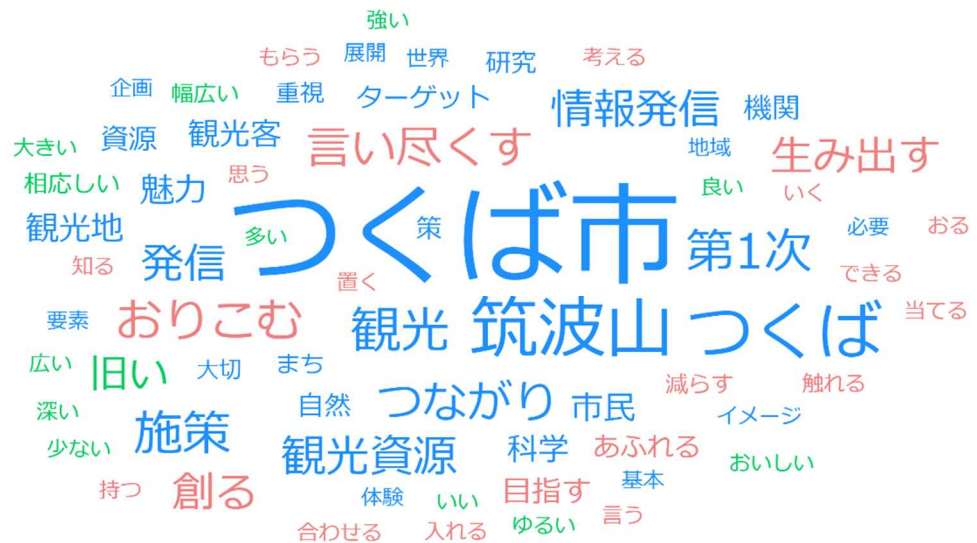
1. ワードクラウド

文章中に使われているキーワードを一覧で表示しています。使われている回数が多いほど、文字が大きく表示されます。単語の色は品詞により異なっています。

(名詞＝青色 動詞＝赤色 形容詞＝緑色)

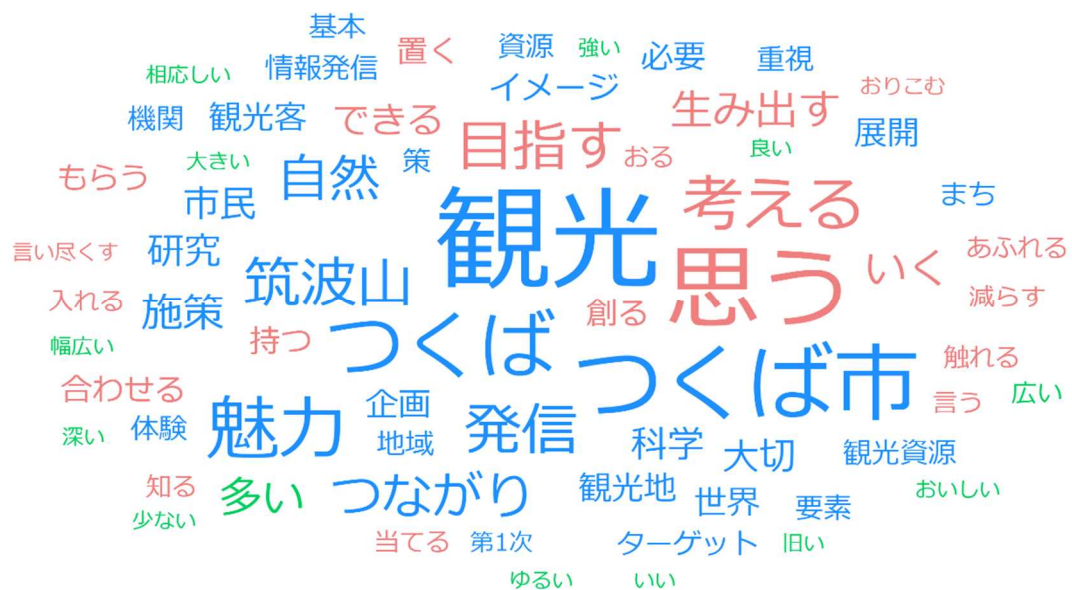
①スコア順

※固有名詞等、特徴的な言葉に重みづけをしたもの



②単純集計

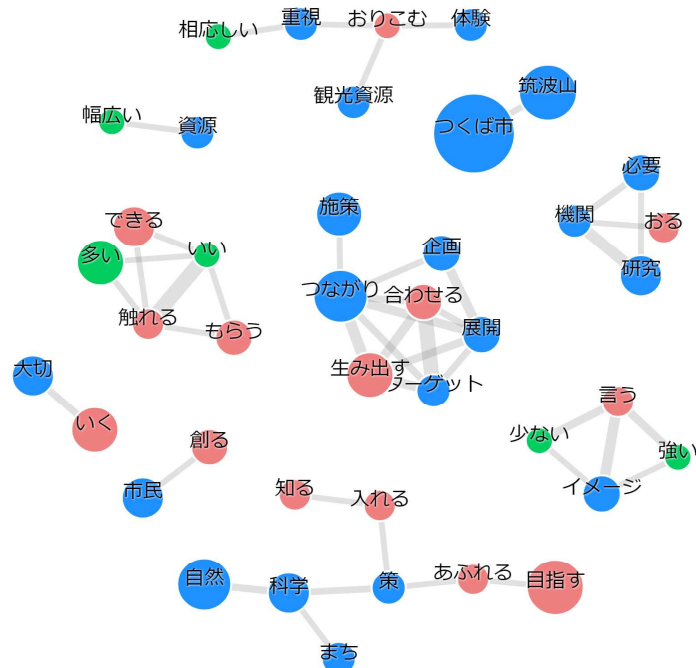
※重みづけをせずに集計したもの



→名詞に注目すると、「つくば市(つくば)」「観光」「つながり」「筑波山」「魅力」「発信」といった単語が頻出しており、キーワードであると考えられます。

2. 共起ネットワーク

文章中出现する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図です。出現数が多い単語ほど大きな円で表示され、文中にセットで出てくる(=共起)回数が多いほど太い線で表示されます。



→共起の程度が強いのは、「つながり」「生み出す」「合わせる」「ターゲット」といった単語と
いうことがわかります。また、自然と科学という単語の共起もみられます。

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5回会議			
開催日時		令和4年(2022年)2月10日(木) 開会 10:00 閉会 11:00			
開催場所		市役所本庁舎5階庁議室			
事務局(担当課)		経済部観光推進課			
出席者	委員	岡本直久、松本圭司、遠田勇人、武藤成一、東英俊、三輪武士、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、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) 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 月 日	
会議次第	1	開会			
	2	委員長あいさつ			
	3	議事			
		(1) パブリックコメントの結果について			
		(2) 第3次つくば市観光基本計画案について			
	4	その他			
	5	閉会			

＜審議内容＞	
3 議事	
(1) パブリックコメントの結果について	
委員長：パブリックコメントの結果について事務局から説明をお願いします。	
事務局：(パブリックコメント結果の説明)	
委員長：ありがとうございました。	
パブリックコメントの意見と事務局側で修正いただいた内容についてなにかご質問はありませんか。2番目も基本計画の話ですのでまとめてご意見をいただけたらと思います。	
(2) 第3次つくば市観光基本計画案について	
事務局：(基本計画案について説明)	

委員長：説明していただいた通りです。何度もご覧いただきご意見をいただいているので、大きな修正はないと思いますが、細かい修正等や全体でご意見がありましたら発言をお願いします。

委員：パブリックコメントと計画案を含めてですが、ホテル関係の要望が多く散見されました。つくばは日帰り観光客が多いことが特徴ですが、ホテル建設や民間委託には民間のノウハウとともに予算や土地の誘致の問題もありますので、市としての働きかけをお聴きしたい。アパホテルはホテル単体ではなくアミューズメントや球場等との複合施設として全国で展開していますが、このような大胆な施策も必要ではないでしょうか。ホテルと交通機関を繋ぐ都市計画についてもどうお考えですか。

委員長：ホテル業界の動向のようなことについては事務局わかる範囲で結構です。

事務局：宿泊施設につきましてはつくば市内に建設されるというような情報はありません。誘致の件ですが、コロナ禍という現状の中で宿泊を伴う旅行が難しくなっていて、積極的に動いているわけではありませんが、今後は滞在型の観光都市計画も積極的に進めて行きたいとは考えています。

委員長：ありがとうございます。その他ありませんか。

では、出来上がった基本計画を最終案として決定させていただきます。今後は議会での承認ということになりますが、最終案に異議はありませんか。

(異議なし)

では、その他に移ります。

4 その他

委員長：その他として、事務局、よろしいですか。

事務局：庁内の承認ですが、手続きは庁内で進めていきますのでよろしくお願いいたします。

中間検証については計画の進捗管理について説明させていただきます。

(進捗管理の説明)

冊子の送付は完成版の冊子が3月の終わりに完成しますので、完成しましたら郵送させていただきます。

事務局：補足ですが、進行管理として2年ごとをお願いをしていく形になりますが、事務局が毎年度、事務事業マネジメントとして各施策のKPIを定めておりまして、こちらの管理も行っていきます。観光基本計画の96ページに主要施策の成果を記載しておりますが、これまでの取り組み実績も議会で説明をし、進行管理を行っていきます。

委員長：では、以上で審議を終了します。議事進行にご協力いただきまして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：委員長ありがとうございました。委員の皆様にも慎重なご審議をいただきまして誠にありがとうございました。

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5回会議を閉会いたします。本日はお疲れ様でした。

第3次つくば市観光基本計画策定委員会 第5回会議次第

日 時 令和4年2月10日(木) 10:00 から
場 所 市役所本庁舎5階 庁議室

1 開 会

2 委員長挨拶

3 市長挨拶

4 議 事

- (1) パブリックコメントの結果について
- (2) 第3次つくば市観光基本計画案について

5 そ の 他

6 閉 会

■パブリックコメント意見集計結果

令和3年 12 月3日から令和4年1月4日までの間、第3次つくば市観光基本計画(案)について、意見募集を行った結果、6人から 25 項目の意見がありました。これらの意見について、適宜要約した上、項目ごとに整理し、それに対する市の考え方をまとめました。

■パブリックコメントでいただいた意見について

No.	意見概要	市の考え方
1	P30 に筑波山市営駐車場の利用台数調査があり、ここ最近では横ばいか微減傾向になっています。P27 に筑波山の観光入込客数がありますが、必ずしも連動しておらず、公共交通機関での観光利用が増えてきているのではないかと思います。（第二次つくば観光基本計画にも筑波山シャトルの乗車実績が右肩上がりである記載があります。） つくば市は TX が通っていることで都心からのアクセスが良く、東京・神奈川・埼玉といった人口集中地からの観光アクセスが期待できます。しかし、これらの人口集中地の居住者は、茨城県民の想定以上に自家用車を持っていないことが多く、観光にも公共交通機関を利用します。実際に、P76 の市外・県外在住者アンケートにあるように 3 割以上は公共交通機関利用者と考えてよいでしょう。各種研究機関の公開施設と並んでつくば市の観光の目玉である筑波山へのアクセスは、特にこれらの公共交通機関利用者にとっては TX つくば駅から筑波山シャトルに乗る一択になります。また、自	ご意見いただいた通り公共交通利用者についての取組も重要と考えております。 公共交通利用者の周遊観光を促進する上でも、交通インフラは重要です。P55 の中で交通インフラについて方向性を示しており、ご意見を踏まえて、施策を展開してまいります。

No.	意見概要	市の考え方
	家用車利用者も、寄り道せずに自宅から最短経路で筑波山にアクセスする人も多いと考えられます。	
2	P72 の市外・県外在住者アンケートの上位が「1 箇所でも一日楽しめる観光スポットがある」「地元グルメを堪能できる」ことができれば観光に来たい、という結果がありますが、これはとりもなおさず、筑波山がそういうスポットとして認識されていないということを意味します。実際、TX つくば駅の筑波山シャトルのバスターミナルで、筑波山に行って山歩きして何も買わず（手荷物が殆どないことから推測）何も食わず（時間が早いことから推測）帰っていきそうな観光客を多く見かけて、もったいないなと思っています。高尾山までとは言いませんが、筑波山口周辺、次点で公共交通機関利用者に向けた TX つくば駅周辺で、「地元グルメ・地元産品を堪能できる」食事処（地酒も美味しくて売りポイントですが、ファミリー利用も考えて居酒屋以外の形態もあるとよいと思います）やカフェ、買い物場所を増やしていく必要があるのではないのでしょうか。1 回あたりの訪問における消費額を増やすためには、ある程度消費施設の集約が不可欠です。（TX つくば駅周辺の場合は地元民にとっても利用しやすくなるかと）	ご意見いただいた通り、観光客がつくば市の魅力に触れる機会を増やすためには、観光スポット、消費施設の集約は、重要と認識しています。P49、P53、P56 の中で観光スポット等の充実等、観光消費につながる施策の方向性を示しており、具体的な取組を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	ただ、各店舗施設が風光明媚な田舎の中にポツンと 1 軒だけあるという、という状況の多さがある意味つくば市の面白さ・魅力でもあるので難しい状況ではありますが…。せっかくつくば市は「パン・ラーメンのまち」と打ち出しており、実際にハイレベルなお店が沢山ありますが、マイカー利用者ですらはしごをするのをためらうレベルで距離が離れて点在しています。各店主にとっては「こんな不便なところまでわざわざ来ていただけるお客様を大切にしたい」というプライドがあることは承知の上ですが、地元観光産業への貢献度は低めかもしれません(1 回あたりの訪問で使用する金額はそのお店に対してだけなので)。筑波山口や TX つくば駅周辺で手軽にこだわりの地元グルメを味わえる食事処やカフェの設立に協力的な方を探すというのも有効な手かと思います。	
3	観光地のはしごをしやすいように、現在のように「全てつくば駅をターミナルにして放射線状にバスをつなぐ」のではなく、横串を通すような観光用路線(小型のシャトルバスや、科学技術のイメージも含めて無人自動運転車を導入してみるなど)をテスト運用するのもよいかもしれません。	ご意見いただいた通り交通インフラの整備・充実は、重要と認識しています。 P54、P55 の中で交通インフラについて方向性を示しており、頂いたご意見は、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。
	p66 からのアンケート結果について	貴重なご意見として、今後の調査を

No.	意見概要	市の考え方
4	て アンケートの項目が曖昧。 例えば、「歴史・文化のまち」とは、万葉集とかつくば万博を指すのか、これらが思い浮かぶかどうかで答えが違ってきます。 つくば市に来た目的がビジネス、受験、会議、友人や親族と会う、観光（季節によって違う）などで訪れる施設や欲しい設備、サービスも変わってきます。 しかし、公共交通が不便なことや地元の美味しいものを食べたい、フリーWi-Fiと充電スポットの整備、などは共通の問題と捉えることができるかもしれません。	実施する際の参考にさせていただきます。 観光利用者の状況、魅力向上への課題を検討していく上でいただいたご意見は、参考とさせていただきます。
5	科学都市（研究所）見学、筑波山（登山、ハイキング）、キャンプ、星空観察、フルーツ狩り、野菜料理（例：奈良の大和の伝統野菜料理が近年人気。焼き野菜を藻塩、味噌などで食べる。）、農業体験。 地元野菜のブランド化、ハムづくり体験、土産物開発。 アート体験、国際料理体験、サイエンスカフェやサイエンス講座など、筑波大学の留学生や研究所OB、OGの人材を活用することも考えられます。	ご意見いただいた通り、観光振興には、地域や企業、大学との連携や人材活用が重要と認識しています。 P60の中で人材活用について方向性を示しており、また、第4章の施策全体で、役割を記載しており、観光振興に向けて、行政だけでなくあらゆる主体と連携しながら、具体的な施策を展開してまいります。
6	つくば市中心部（吾妻の公務員宿舎跡地）にシティホテルやビジネスオフィス街が欲しいです。	ご意見いただいた通り宿泊施設の整備・充実は、重要と認識しています。 P60の中で観光客へ提供するための受入環境整備について方向性を

No.	意見概要	市の考え方
	現在のつくば市のホテルはバリアフリーに対応していないところもありますが、「つくば市ラブホテルの建築等規制条例」のため改修できなかつたり、食堂がないとダメだつたり、ツインやダブルの部屋が少なかつたりします。 家族で泊まろうとしてもツインやダブルがすぐ満室になり宿泊できなくなります。 外国人は日本人より体格の良い人も多く、ダブルサイズは需要があります。 家族や仲間 3 ～ 4 人で 1 部屋に泊まれるようなホテルも少ない、もしくはほとんどありません。 これでは、つくば市に家族連れで宿泊に来るには筑波山の旅館（ホテル和室）しかありません。筑波山以外が目的の旅行客には不便です。受験生は特に困ります。 通信制の角川 S 高校（旧筑波西中学校、作谷。生徒数約 1 万人、筑波大学も約 1 万人）ができ、スクーリングでもホテルが必要になってきました。 「つくば市ラブホテルの建築等規制条例」の見直しを行うこともつくば市の観光産業を考える上で重要だと思います。 今、「ホテル JAL シティつくば」が受験の時期にも関わらず休業中なのは CASA の閉店により食堂がないからかもしれませ	示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	ん。	
7	ツインルーム 温泉 お風呂 ラブホ条例 市民が利用で助成（障害者、高齢者、企業） 会議ホール テレワーク 地場野菜 地酒 バー サイエンスバー 観光、ビジネスでも違う 長期宿泊 受験客、学会 家族を訪ねる 老朽化したバリアフリー化 アニメツーリズム ロケット 研究所 観光農業体験 自転車 釣り ハイキング バーベキュー キャンプ 星空観測 サイエンス週間の一般公開 多様な国際料理 科学体験 どう市民に影響するのか つくばにくる外国、観光客じゃないかも リピーターか初めて訪れるのか インスタグラム いも、かいつか アミーチ	ご意見いただいた通りデータ分析は、重要と認識しています。 今後も、ビックデータの活用など、P59 の中で観光データの収集・分析について実施してまいります。

No.	意見概要	市の考え方
	クローンヌ 栗 ブルーベリー 科学体験 市民外でつくば市の地区ってそんなに把握しているのか？ 観光でよその街に行った時も周遊するのか 周遊連携もターゲットごとに違う つくば、科学都市のわりにビッグデータなどデータ分析も弱い 季節ごとでも違う 市民や観光客にオープンハウスで意見を求めるべきもしくは他のアンテナなどでできないのか	
8	フードツーリズム 地元の食材を買ってきたのを好みの味付け、調理法で調理してもらう施設など食の体験型施設（朝市的な施設など） 治療や検診などつくばに多い病院を活かしたヘルス（健康）ツーリズム 宇宙や星空を活かした宙ツーリズム 科学などのスタディツーリズム アートなどのクリエイティブツーリズム 世界の料理を学べる食べられるツーリズム グリーンツーリズム：地方の農業体験を通じた交流プログラム エコツーリズム：自然環境を肌身で感じることの出来るプログラム ロケツーリズム：ドラマ、アニ	ご意見いただいた通り観光スポットなどの育成は、重要と認識しています。 P49～52 の中で多様な観光プログラムの整備について方向性を示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	メ等のロケ地を実際に回るプログラム 温泉浴、自然の中での森林浴、地元食材を使ったオーガニック料理等を体験 ハムづくり体験 WIFI、電源整備 観光振興が果たす役割 食品、料理、食材のブランド化 10 年後に観光でどうするか、どういう観光スポットなどを育てるのかなど将来を見据えた計画 再来意向率 つくば観光 一般公開スケジュール 農業ツーリズム 他の市の観光計画って読んだことあるのか？ 近隣市町村は？同レベルの人口の街は？観光で成功している都市は？ 大都市では？ また観光であまり目立った産業がない地方都市の事例では？ 海外事例、国内事例では？ 他の市の観光計画制定参考事例 鎌倉市、小樽市、日光市、呉市、高知市、伊勢市、甲賀市、甲府市、福井市、八幡市、石垣市、大館市、成田市、春日部市、富士市、伊東市、大津市、高崎市、厚木市、柏市、水戸市、土浦市、牛久市、結城市、笠間市、常陸大宮市、鴨川市、勝浦市、富士吉田市、稲城市、南足柄市、田村市、三好市、朝来市、豊川市、桜井市、大牟田	

No.	意見概要	市の考え方
	市、魚津市、湖西市、東松山市、西尾市、善通寺市、防府市、知多市、伊豆の国市、小牧市、直方市、朝倉市、三豊市、袋井市、糸島市など 順不同	
9	・観光学などの講座、講師との1対1講習会、講師複数人のディスカッション トーク 会場の場も一体のラウンドテーブル、質問会、パネル発表、ネットや SNS も含め一体になれる場、市民によるツイッターやインスタグラムなどで、「日常に潜む面白いもの」「きれいなもの」「美味しそうなもの」「他所から見たら不思議なもの」「観光で広めたいもの」などを広める会こういうのを開いて欲しい ・他の地域の事例も知りたい 他の観光都市へは何がメインで行くのかやその行きたい所のような場はつくばにはあるのかまたあるならどう PR するか、また質を上げるには、なども分析が必要だ 他の都市の土産物屋なども何を買うのか分析が必要だ 他の都市での問題点や改善事例点などももしわかればそれを参考に改善していく必要がある ・特に若者を育てたい、異業種交流も欲しい ・都市間相互などでの文化交流、観光や物産展なども開いて欲しい ・まちおこしと萌えで聖地巡礼	ご意見いただいた通り観光のコンテンツづくりは、重要と認識しています。 P49～52 の中で多様な観光プログラムの整備について方向性を示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	などのコンテンツ化 既存や新規コンテンツでは聖地 舞台コンテンツの広報化 鉄道やバス、商店街などを上げた 宣伝、スポンサー集め アニメやドラマなどのロケ地交 渉 その際地域での著作権グッズ開発 や地域著作権など許可などによる 地域に愛されるコンテンツとし ての著作権管理 事例 対象地域では使えるよう にする (くまモンや東北ずん 子)、 公式著作権ライセンスシールを 買って売る時に貼れば公式グッ ズとして販売可能 (浦和の調 ちゃん) 上記などのようなサポートが必要	
10	ツインルーム、トリプルルーム があるホテルがつくばに少なぎ る そのため駅前のビジネスホテル などではいつも満室になっている 観光振興が果たす役割 どう市民に影響するのか 食品、料理、食材のブランド化 10 年後に観光でどうするか、ど ういう観光スポットなどを育て るのかなど将来を見据えた計画 などがビジョンや項目に欲しい テレワークやワーケーションや WEB 会議など長期滞在、部屋での パソコン作業などができるビジ ネスホテルなどを増やしてほし	ご意見いただいた通り宿泊施設の整 備は、重要と認識しています。また、 新型コロナウイルス感染症の拡大に より、テレワークやワーケーション等 の新たな観光の動向が生まれてお り、それらを踏まえた取組を検討す ることも重要と認識しています。 P60 の中で観光客へ提供するため の受入環境整備について方向性を 示しており、いただいたご意見は、具 体的な施策を展開する上で参考にさ せて頂きます。

No.	意見概要	市の考え方
	い	
11	市民でも利用できて地場野菜、豚肉など地産地消の食材や地酒の飲食できるホテルレストランが欲しい 地元研究者や OB、OG を使ったトークやイベントのあるサイエンスバー、サイエンスカフェなどが欲しい 受験客なども筑波大や S 高などで需要が増えているから考慮すべきだとおもう バーベキューやキャンプ、グランピングなど、観光農業体験などアピールできる グリーンツーリズム：地方の農業体験を通じた交流プログラム エコツーリズム：自然環境を肌身で感じることの出来るプログラム ロケツーリズム：ドラマ、アニメ等のロケ地を実際に回るプログラム 宙ツーリズム：空（SKY）・スペース（SPACE）・宇宙（UNIVERSE）に関わるプログラム 温泉浴、自然の中での森林浴、地元食材を使ったオーガニック料理等を体験 フードツーリズム 地元の食材を買ってきたのを好みの味付け、調理法で調理してもらう施設など食の体験型施設（朝市的な施設など） 治療や検診などつくばに多い病院を活かしたヘルス（健康）	ご意見いただいた通り観光のコンテンツづくりは、重要と認識しています。 P49～52 の中で多様な観光プログラムの整備について方向性を示しており、テーマ型の観光も検討しながら、周遊観光の促進につなげていきたいと考えております。いただいた貴重なご意見は、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	ツーリズム 宇宙や星空を活かした宙ツーリズム 科学などのスタディツーリズム アートなどのクリエイティブツーリズム 世界の料理を学べる食べられるツーリズム	
12	つくば、科学都市のわりにビッグデータなどデータ分析も弱い 観光客の可視化ができていない（科学に興味、ロボット好き、自然に興味、御朱印集め、ラーメン食べ歩き、菓子パン好き、サンドイッチ好き、年齢などでもターゲットもアプローチも違う）ステレオタイプやレッテル張り、アンコンシャス・バイアス（無意識の偏見）とは別に嗜好、興味分析はマーケティングでも必要	ご意見いただいた通りデータ分析は、重要と認識しています。 P59 の中で観光データの収集・分析について方向性を示しており、ビッグデータの活用などを今後、実施していく予定です。
13	WIFI、電源整備が欲しい ・ATM, 両替 銀行、郵便局、ホテル、コインランドリー、トイレ、衣料品店、コンビニ、wifi、電源、こういうのの MAP アプリがほしい リピーターか初めて訪れるのかなどが重要 サイエンス週間の一般公開の情報や多様な国際料理などももっとつくばでアピールが必要 食品、料理、食材のブランド化 栗、ブルーベリー、芋などでもお菓子、デザートなど地元グルメの開発、ブランド化がいる 他の市の観光計画って政策を作	ご意見いただいた通り観光のコンテンツづくりや受入環境の整備は、重要と認識しています。 P49～52、P61 の中で方向性を示しておりますが、いただいたご意見は、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。 また、つくば市の課題を踏まえて、先進的な地域の事例を踏まえて、取組を検討しており、今後も他市の事例を研究しながら施策を見直してまいります。

No.	意見概要	市の考え方
	る時に読んだことあるのか？ 近隣市町村は？同レベルの人口 の街は？観光で成功している都 市は？ 大都市では？ また観光であまり目立った産業 がない地方都市の事例では？ 海外事例、国内事例では？ 他の市の観光計画制定参考事例 鎌倉市、小樽市、日光市、呉 市、高知市、伊勢市、甲賀市、 甲府市、福井市、八幡市、石垣 市、大館市、成田市、春日部 市、富士市、伊東市、大津市、 高崎市、厚木市、柏市、水戸 市、土浦市、牛久市、結城市、 笠間市、常陸大宮市、鴨川市、 勝浦市、富士吉田市、稲城市、 南足柄市、田村市、三好市、朝 来市、豊川市、桜井市、大牟田 市、魚津市、湖西市、東松山 市、西尾市、善通寺市、防府 市、知多市、伊豆の国市、小牧 市、直方市、朝倉市、三豊市、 袋井市、糸島市など 順不同 特に最初のいくつかの観光都市 は行政にも観光の政策アドバイ ザーがついていて参考になった り近隣都市などは問題点も同じ ことも多いので参考になる	
14	・観光学などの講座、講師との 1 対 1 講習会、講師複数人の ディスカッション トーク 会 場の場も一体のラウンドテー ブル、質問会、パネル発表、ネッ トや SNS も含め一体になれる 場、市民によるツイッターやイ	ご意見いただいた通り観光のコンテ ンツづくりは、重要と認識していま す。 P49～52 の中で多様な観光プログ ラムの整備について方向性を示して おり、具体的な施策を展開する上で 参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	インスタグラムなどで、「日常に潜む面白いもの」「きれいなもの」「美味しそうなもの」「他所から見たら不思議なもの」「観光で広めたいもの」などを広める会こういうのを開いて欲しい ・祭りなどでの痛車やコスプレイベント、創作同人イベント、SF、西部劇、時代劇、武将、などの模擬合戦、コスプレ仮装イベントなど またそのような催し会場などの交渉 研究所一般公開やまつりの PR こういうこととして欲しい。 ・他の地域の事例も知りたい 他の観光都市へは何がメインで行くのかやその行きたい所のような場はつくばにはあるのかまたあるならどう PR するか、また質を上げるには、なども分析が必要だ 他の都市の土産物屋なども何を買うのか分析が必要だ 他の都市での問題点や改善事例点などももしわかればそれを参考に改善していく必要がある どんなところに行ってきたか 何が目的か いつ、日程 どれくらい使うか 何を買ってきたか など ・特に若者を育てたい、異業種交流も欲しい ・都市間相互などでの文化交流、観光や物産展なども開いて	

No.	意見概要	市の考え方
	欲しい ・まちおこしとマンガ、アニメ、ゲーム、ドラマ舞台の聖地巡礼やフィルムコミッションなどのコンテンツ化 既存や新規コンテンツでは聖地舞台コンテンツの広報化 つくばは、一例で とある科学の超電磁砲や恋する小惑星、ポヨポヨ観察日記、宇宙兄弟、ヤマノススメ、新世界よりなど多くの作品の舞台で取り上げられている。 鉄道やバス、商店街などを上げた宣伝、スポンサー集め アニメやドラマなどのロケ地交渉 シチューパイ、ハンバーグパイ、ツナパイ、麻婆豆腐 マーボーラーメン カレーラーメン 天ぷらラーメン 冷やしスタミナラーメン バジルラーメン ジェノベーゼラーメン ホワイトシチューラーメン など何かつくばらしい B 級グルメなどを開発していく必要がある B 級 安いもの 想像できる味 1 + 1、庶民的、でも他にないもの 和洋中エスニックなどを組み合わせる ラーメンやカレーなどは競争が激しいが定番、麻婆、シチュー、サンドイッチ、パンケーキ、餃子、まんじゅう、おやき、パスタ	

No.	意見概要	市の考え方
	地場のものを使う 芋、メロン、クリ、ブルーベリー、スイーツか、宇宙 ツイートしたりインスタグラムなど広めたいもの、そこでしか食べられないもの 作る時に最後に目の前で一工夫などでパフォーマンス化など ヘルシー 野菜、豚、鶏 科学カフェ サイエンス料理 リノベカフェ 酒蔵や古民家などリノベカフェ、バー紹介、MAP ・そこにしかない撮影スポットなどの意識 他の都市での問題点や改善事例点などももしわかればそれを参考に改善していく必要がある	
15	・つくば観光で研究学園都市研究所めぐりを科学技術週間、地図の日、土木の日など一般公開スケジュールをぜひ載せてください。 ・農業ツーリズムで体験農業や果物狩り、野菜をその場で調理できる飲食店、 地場野菜が食べられる食堂、レストラン、割烹、居酒屋、民宿、ホテルなどが知りたい 「歴史・文化・芸術」 「祭・イベント」 「最新スポット情報」 「穴場スポット情報」 「モデルコース情報」 「イベント情報」 「交通情報」	ご意見いただいた通り情報発信は、重要と認識しています。 P46～48 の中で多様な情報発信について方向性を示しており、観光客のニーズに応じた情報が入手しやすい仕組みを構築していきたいと考えております。いただいた貴重なご意見は、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	こういうのも欲しい	
16	・VR、AR などを使った観光 ・都市景観 テーマ性、ゾーニング、外観の統一、看板など ・テーマを付けた商店街（商品や装飾、外観など）にすることで購入対象層も狙えたり、観光客需要も得られる。 リサーチ、開発支援、技術研修 こういうことは単独の企業だけでは地域文化としてできないこともあり商工会や行政サポートが必要だ	ご意見いただいた通り商工会や行政サポートや新たな情報技術の活用は、重要と認識しています。 関係機関などと連携した体制づくりや情報技術の活用について方向性を示しており、ご意見をいただいた取組を含め、具体的な施策を展開する上で個々の取組の中で参考にさせていただきます。
17	ツイートしたりインスタグラムなど広めたくなるもの、そこでしか食べられないもの 作る時に最後に目の前で一工夫などでパフォーマンス化など ・地域クリエイターの育成 魅力的なお土産、そこでしか手に入らないものの開発 ・アートの街化、アートや芸術、音楽でもPR 大道芸もそうだし、センター広場でライブがあったり、各所でパフォーマンスがあったりすると良い。 ・農業体験、その場での調理などの新鮮な野菜料理、農業民宿、ロボット民宿、外国語体験民宿など付加価値のある宿の提供 民宿の特区化などや高付加価値民宿への講習や認定制度、紹介制度が必要 ・バスの案内 バスの車内案内表記や外国語対応、位置情報、待ち時間なども	ご意見いただいた通り、つくば市に來ないと味わえない魅力が観光客の誘客につながると認識しています。 P60、P61 の中で人材育成や観光施設の充実について方向性を示しており、特に地域との連携やお土産の開発等、そこでしか体験できない、手に入らないものを充実していくことで、つくば市の魅力に触れる機会を増やしていくことが重要と考えております。いただいたご意見は貴重なご意見として、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	わかるように 乗り換えもわかりやすく ・料金も他の市町村と協同ででも安くならないのか、また市町村をまたいだ広域循環バスもやって欲しい 観光客向けにタクシーやバスなども一日観光パスができないか？ 市内ホテル利用で交通割引 市内交通利用で宿や市内商店割引 市内買い物で市内交通割引など ・VR、AR などを使った観光 ・都市景観 テーマ性、ゾーニング、外観の統一、看板など ・テーマを付けた商店街（商品や装飾、外観など）にすることで購入対象層も狙えたり、観光客需要も得られる。 リサーチ、開発支援、技術研修 こういうことは単独の企業だけでは地域文化としてできないこともあり商工会や行政サポートが必要だ	
18	・国際都市なので外資系ホテル（マリオットなど）も欲しい他の県には道の駅などで作っている フェアフィールド・バイ・マリオット 道の駅プロジェクト https://hotel-deals.marriott.com/jp-JP/fairfield-by-marriott-michinoeki/ フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木宇都宮	ご意見いただいた通り宿泊施設の整備は、重要と認識しています。 P60 の中で観光客へ提供するための受入環境整備について方向性を示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	2020年10月7日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木もてぎ 2020年11月20日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・栃木日光 2021年3月22日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜郡上 フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜清流里山公園 2020年10月6日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜美濃 2020年10月6日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・岐阜高山荘川 2021年8月2日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・三重御浜 2020年10月12日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・三重おおだい 2021年3月9日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・京都京丹波 2020年10月8日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・京都天橋立 2020年12月15日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・京都みなみやましろ 2021年3月12日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・和歌山串本 2021年4月14日開業 フェアフィールド・バイ・マリオット・和歌山串本	

No.	意見概要	市の考え方
	オット・和歌山すさみ 2021年6月9日開業 フェアフィールド・バイ・マリ オット・奈良天理山の辺の道 2022年3月21日開業予定 ・ロボット館、数学博物館なども誘致して欲しい	
19	セグウェイが走る都市や滑走路のように伸びた都市道路や並木、少し離れたら農村が見えてくるまるで異世界にできた街かドーム都市のようなSFを思わせる科学都市、巨大な大学のある学園都市、こういうのも都市景観としてマンガやアニメ、小説の舞台になっているのでうまく観光資源（もしくはコンテンツを呼び込む要素）に活用してほしい 何か街にも遊びやパブリックアート、サイエンスアートのなものも欲しいかも	ご意見いただいた通り観光資源の活用は、重要と認識しています。 P49の中で独自の観光コンテンツづくりについて方向性を示しており、科学都市としての魅力を活かした観光も本市の重要な観光資源のひとつと認識しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。
20	筑波大学を受験生でもホテルがなくてラブホテルなどに宿泊などが多いというのは何とかしてほしい 外国語の通じる病院情報 宗教食アレルギー食などの情報が欲しい	具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。
21	タクシーが迎車料金がかかるのが不便	具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。
22	自分はコンテンツツーリズム学会でマンガ・アニメ・ゲーム、ライトノベルの舞台の聖地巡礼と観光、ファン文化とまちおこしの研究、台湾観光などの研究	ご意見いただいたコンテンツツーリズムも新たな観光の形として、検討してまいります。 具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	をしている つくば市に来た主な目的（季節ごと）、きた回数、何時ごろ来るのか、滞在時間 こういう調査がない 参考鎌倉市 https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/kankou/documents/dai3ki_kankoukihonkeikaku.pdf 参考になりそうな項目が多くて上げきれないが ●市民に向けて外国人旅行者の国別の文化や習慣の違いについての情報提供 ●観光事業者向けに、ハラル（※19）など外国人対応等の情報提供及び講習会等の実施 ●外国人観光客に向けた日本のマナーやルールの情報提供など 小樽市の事例が参考になる https://www.city.otaru.lg.jp/docs/2020101000233/file_contents/2nd.pdf 呉市 https://www.city.kure.lg.jp/uploaded/attachment/64555.pdf 高知市 https://www.city.kochi.kochi.jp/uploaded/attachment/75312.pdf 伊勢市 https://www.city.ise.mie.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/002/832/keikaku2018-2021.pdf 甲賀市 https://www.city.koka.lg.jp/s	

No.	意見概要	市の考え方
	ecure/28613/%E7%AC%AC2%E6%AC%A1%E7%94%B2%E8%B3%80%E5%B8%82%E8%A6%B3%E5%85%89%E6%8C%AF%E8%88%88%E8%A8%88%E7%94%BB%EF%BC%88%E8%A6%8B%E7%9B%B4%E3%81%97%EF%BC%89R0309. pdf 甲府市 https://www.city.kofu.yamanashi.jp/kanko/shise/shisaku/shise/sangyo/documents/kihonkeikaku3.pdf 福井市 このあたりも質問内容や政策が非常に参考になると思う。 https://www.city.fukui.lg.jp/kankou/osirase/osirase/p022129_d/fil/shinkoukeikaku.pdf はっきり言うとゼロベースでとまではいわないが、かなりよその街でも参考につくば市に置き換えて作り直してほしいレベルの内容だ。	
23	つくば市のホテルでもテレワークやワーケーション利用など多様な労働スタイルの変化に伴いウィークリープランやマンスリープランなどの支援が欲しい、市内在住で東京や大阪、福岡もしくは海外企業勤務という人や個人事業主で海外との取引なども増えていると聞く	ご意見いただいた通りデータ分析は、重要と認識しています。 P59 の中で観光データの収集・分析について方向性を示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。
24	ホテルでもウィークリーやマンスリーなど長期宿泊の時、フードデリバリーや取り寄せなどで食べられるこういうのをつくば市内の宿泊業、飲食業など組んで支援やサービスがあればより	ご意見いただいた通り宿泊施設の充実は、重要と認識しています。 P60 の中で観光客へ提供するための受入環境整備について方向性を示しており、具体的な施策を展開する上で参考にさせていただきます。

No.	意見概要	市の考え方
	滞在型の旅行でも食を楽しむことができる、以前つくば市のコロナ支援の時外食のテイクアウトや出前の案内があったがそういう支援もあるといいです。	
25	市内のホテルでも高齢者割引や障害者割引、子育て割引、低所得者割引、求職者割引、学生割引みたいに市民でも何らかの支援があると利用できると思う	貴重なご意見として、今後、関連業界との連携を検討していく上での参考とさせていただきます。

■ 修正事項について

パブリックコメントによる修正ではありませんが、事務局において修正した箇所を以下に記載します。

修正前	修正後
【市長挨拶】 掲載なし	【市長挨拶】 掲載済

修正前	修正後
P1 【策定の背景と目的】 しかしながら令和2年(2020年)の新型コロナウイルス感染症の <u>流行</u> により、	P1 【策定の背景と目的】 しかしながら令和2年(2020年)の新型コロナウイルス感染症の <u>感染拡大の影響</u> により、
P1 【策定の背景と目的】 <u>これら様々な社会情勢の中でも、</u>	P1 【策定の背景と目的】 <u>こうした社会情勢の中で、</u>
P1 【策定の背景と目的】 豊かな市民生活の下支えとなる、 <u>自分の住むまちへの愛着や誇りの喚起や、市民の理解が得られる持続可能な観光地域づくりを推し進める必要</u> があります。	P1 【策定の背景と目的】 豊かな市民生活の下支えとなる <u>自分の住むまちへの愛着や誇りを感じることなど、市民の理解が得られる持続可能な観光地域づくりを推進する必要</u> があります。

修正前	修正後
P2 【本計画の位置づけ】 本計画は、 <u>上位計画となる</u> 平成27年(2015年)3月に策定	P2 【本計画の位置づけ】 本計画は、 <u>上位計画である</u> 平成27年(2015年)3月に策定
P2 【本計画の位置づけ】 <u>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</u> ものです。	P2 【本計画の位置づけ】 <u>また、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して位置付ける</u> ものです。
P2 【本計画の位置づけ】 <u>また、</u> 本計画は、	P2 【本計画の位置づけ】 <u>なお、</u> 本計画では、

修正前	修正後
P4 【SDGs の図】	P4 【SDGs の図】 SDGsのアイコンが3つ特出して三角に並べていたが、国連広報センターのSDGsのガイドラインでは、一部のSDGs アイコンを混合、対比またはグループ分けすることで、恣意的な類型を作らない。「*SDGs アイコンは一行あるいは左寄せでグループとして表示できる。」(P66)とあり、一行に並べて表記した。

修正前	修正後
P5 【本計画の実施体制】 つくば市の観光の <u>未来をともに創る</u> 取組が必要です。	P5 【本計画の実施体制】 つくば市の観光の <u>未来を市民とともに</u> 創る取組が必要です。

修正前	修正後
P5 【交通事業者】 観光の最前線で <u>観光客と接する</u> おもてなしの主役を <u>担うとともに</u> 、市内における周遊観光の <u>根幹</u> として安全、 <u>安心</u> を第一とした移動手段を提供し、観光地域における利便性 <u>向上</u> が期待されています。	P5 【交通事業者】 観光の最前線で <u>観光客と接するなど</u> 、おもてなしの主役を <u>担っています</u> 。 <u>こうしたことから</u> 、市内における周遊観光を <u>支える観光客の足として</u> 、 <u>安心・安全</u> を第一とした移動手段を提供し、観光地域における利便性の <u>高い交通の実現</u> が期待されています。

修正前	修正後
P6 【商工事業者】 経済活動の <u>活性化</u> による賑わいの創出や	P6 【商工事業者】 経済活動による賑わいの創出や

修正前	修正後
P6 【商工事業者】 来訪者への <u>付加価値提供とその消費</u> <u>による経済効果を高めることが期待</u> されています。	P6 【商工事業者】 来訪者への <u>付加価値の提供や、地域経</u> <u>済の活性化</u> が期待されています。

修正前	修正後
P6 【研究機関】 重要な財産です。	P6 【研究機関】 <u>本市にとって重要な財産です。</u>

修正前	修正後
P6 【大学】 <u>つくば市は、研究学園都市を有し、</u>	P6 【大学】 <u>世界最先端の科学技術が集積するつく</u> <u>ば市は、日本でも有数の学術都市であ</u> <u>り、</u>

修正前	修正後
P6 【市民】 持続可能な観光地域づくりに積極的 に参加し、	P6 【市民】 持続可能な観光地域づくりに積極的に 参画するとともに、

修正前	修正後
P10 【特産品・食】	P10 【特産品・食】に追加 <u>ワイン</u> <u>日本酒</u>

修正前	修正後
P10 【自然の観光資源】	P10 【自然の観光資源】に追加 <u>筑波山地域ジオパーク</u>

修正前	修正後
P10 【花の名所】	P10 【花の名所】に追加 <u>つくば露ヶ浦りんりんロード</u>

修正前	修正後
-----	-----

P10 【歴史・文化の観光資源】	P10 【歴史・文化の観光資源】に追加 <u>千勝神社</u> <u>つくば道</u>
------------------	---

修正前	修正後
P12 【つくば市の観光のあゆみ】 常磐自動車道やつくばエクスプレスの開業、	P12 【つくば市の観光のあゆみ】 常磐自動車道や <u>つくば</u> エクスプレスの開業、

修正前	修正後
	P12 【2019 年】に追加 <u>「G20 茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合」開催</u>

修正前	修正後
P13 【茨城県の観光施策の推移】 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。	P13 【茨城県の観光施策の推移】 第2期「茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するとともに、新たに令和4年度(2022 年度)からの「 <u>茨城県観光振興基本計画</u> 」を策定しています。

修正前	修正後
P14 【日本人国内旅行者数と旅行消費額の推移】 平成 26 年度（2014 年度） <u>以外一貫して宿泊旅行者数が日帰り旅行者と比べ、わずかな差が多いです。一方で、旅行消費額は全年度において宿泊旅行が日帰り旅行と 10 兆円以上の差が多いことから、旅行形態の違いが旅行消費額に大きく影響していることが考えられます。</u>	P14 【日本人国内旅行者数と旅行消費額の推移】 平成 26 年度(2014 年度) <u>を除き、日帰り旅行者数に比べ宿泊者数が多くなっています。一方で、全年度で旅行消費額が日帰り旅行に比べ宿泊旅行が大幅に上回っていることから、旅行形態の違いが旅行消費額に大きく影響していることが考えられます。</u>

修正前	修正後
P15 【順番の入替】 ② <u>国民の観光に関する意識</u> ③ <u>旅行形態別の消費単価</u>	P15 【順番の入替】 ② <u>旅行形態別の消費単価</u> ③ <u>国民の観光に関する意識</u>

修正前	修正後
P15 【旅行形態別の消費単価】 旅行形態別の消費単価について、宿泊旅行は日帰り旅行より約4倍高いことから、宿泊旅行の推進は経済に大きな効果をもたらすといえます。	P15 【旅行形態別の消費単価】 <u>観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査の、旅行形態別の消費単価を見ると、宿泊旅行は日帰り旅行に比べ約4倍となり、宿泊旅行を推進することで、より経済波及効果が高くなることが分かります。</u>

修正前	修正後
P15 【国民の観光に関する意識】 世論調査によると、自由時間が増えた場合にしたいこととして、「旅行」と答えた割合が最も多いです。このことから、旅行に関する需要は多いと考えられます。	P15 【国民の観光に関する意識】 <u>内閣府が実施した世論調査によると、自由時間が増えた場合にしたいこととして、「旅行」と答えた方の割合が最も多いです。このことから、旅行に関する需要の高さがうかがえます。</u>

修正前	修正後
P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 家計調査によると、	P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 <u>総務省統計局が実施した家計調査によると、</u>
P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 パック旅行の需要は減少していると <u>考えられます。</u>	P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 パック旅行の需要は減少しています。

修正前	修正後
P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 資料：家計調査	P16 【家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移】 資料：総務省統計局 家計調査

修正前	修正後
P16 【訪日外国人旅行者数の推移】 <u>ただし</u> 、令和2年（2020年）には	P16 【訪日外国人旅行者数の推移】 <u>しかしながら</u> 、令和2年（2020年）には

修正前	修正後
P17 【ASEAN 諸国に関するデータ】 茨城県の外国人旅行者の中でも比較的割合の多い ASEAN 諸国では、	P18 【ASEAN 諸国に関するデータ】 <u>外務省が実施した海外における対日世論調査によると</u> 、茨城県の外国人旅行者の中でも比較的割合の多い ASEAN 諸国では、

修正前	修正後
P18 【日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 令和元年度（2019年度）の県別訪問者数の順位で	P19 【日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 <u>観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査によると</u> 、令和元年度（2019年度）の県別訪問者数の順位で
P18 【日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 茨城県は訪問者数が多いものの、 <u>消費単価</u> が少ないと考えられます。	P19 【日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 茨城県は来訪者数が多いものの、 <u>観光消費額</u> は少ないことがうかがえます。

修正前	修正後
P19 【県の旅行形態別観光客数の推移】 茨城県の入込客数は、<u>コロナウイルス感染症流行以前の5年間は大幅な増減がありませんでした。また、旅行形態としては日帰り旅行が宿泊旅行の約7倍となっていることから、消費単価が少ないと考えられます。</u>	P20 【県の旅行形態別観光客数の推移】 茨城県「<u>茨城県の観光レクリエーション現況</u>」によると、<u>茨城県の観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症流行以前の5年間は大幅な増減がありませんでした。また、旅行形態としては日帰り旅行が宿泊旅行の約7倍となっており、このことが茨城県の観光消費額が他都道府県と比べると低いことがうかがえます。</u>

修正前	修正後
P20 【旅行先の県別満足度】 旅行先の県別の旅行満足度について、全国的に見て茨城県での観光は観光客の需要を満たせていないと<u>考えられます。</u>	P21 【旅行先の県別満足度】 <u>公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」</u>によると、旅行先における県別の旅行満足度について、全国的に見て茨城県は満足度が低い傾向にあります。

修正前	修正後
P21 【訪日外国人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 茨城県は、訪日外国人旅行者の県別訪問者数が36位、旅行消費額が37位となっていることから、全国的に見て訪日外国人旅行者が少ないことがわかります。	P22 【訪日外国人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額】 <u>観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査によると、</u>茨城県は、訪日外国人旅行者の県別訪問者数が36位、旅行消費額が37位となっていることから、全国的に見て訪日外国人旅行者の<u>来訪が</u>少なくなっています。

修正前	修正後
P22 【茨城県の訪日外国人の入込客数】 訪日外国人の入込客数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前では、平成 23 年（2011 年）に一旦減少しているものの、その後年々増加し、平成 30 年（2018 年）では 34 万 2 千人となっています。	P23 【茨城県の訪日外国人の入込客数】 <u>茨城県「茨城の観光レクリエーション現況(観光客動態調査報告)」によると、訪日外国人の入込客数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前では、平成 23 年(2011 年)に一旦減少しているものの、その後年々増加し、平成 30 年(2018 年)には 34 万2千人と増加傾向にあります。</u>

修正前	修正後
P22 【ページ変更】 ⑥茨城県の令和元年（2019 年）の国籍別訪問者数	P17 【ページ変更】 ②茨城県の令和元年(2019 年)の国籍別来訪者数

修正前	修正後
P23 【茨城県の令和元年（2019 年）の国籍別訪問者数】 茨城県の令和元年（2019 年）の国籍別訪問者数は、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、	P17 【茨城県の令和元年(2019 年)国籍別来訪者数】 <u>地域経済分析システムや観光庁、日本政府観光局の報告によると、茨城県の令和元年(2019 年)の国籍別来訪者数は、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」からの来訪者が最も多く、</u>

修正前	修正後
P23 【つくば市の観光を取りまく現状】 東日本大震災の影響により、一時減少傾向になりました。その後回復傾向に転じ、令和元年度には 420 万人を超え、第2次計画時の目標値を達成しました。(P25 ア観光入込客数の推移参照) しかし、世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客入込数は大幅に減少しました。こうした現状から、今後は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮するとともに、その収束後を見据えた観光振興施策を行う必要があります。	P24 【つくば市の観光を取りまく現状】 東日本大震災の影響により、一時減少傾向となりました。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次観光基本計画時の目標値を達成しました。(P25 ア観光入込客数の推移参照) しかし、世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客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の取組が必要です。

修正前	修正後
P24 【年齢3区分別人口の推移】 つくば市の人口推移は増加傾向にあり、平成 27 年度(2015 年度)で減少しましたが、再び増加に転じ、令和 2 年度(2020 年度)には 229,751 人となりました。また、つくば市は、3 区分別人口は総じて増加傾向となっており、3 区分別人口割合をみると、全国、県と比べ 0～14 歳の割合が高く、65 歳以上の割合が低くなっています。	P25 【年齢3区分別人口の推移】 つくば市の人口推移は増加傾向にあり、平成 27 年度(2015 年度)は減少となりましたが、再び増加に転じ、令和 2 年度(2020 年度)には 229,751 人となりました。また、つくば市の3区分別人口は総じて増加傾向となっており、その割合をみると、全国、茨城県と比べ 0～14 歳の割合が高く、65 歳以上の割合が低くなっています。

修正前	修正後
P25 【観光入込客数の推移（つくば市）】 茨城県と比べて増加率は緩やかとなっていますが、令和元年（2019年）まで増加傾向にありました。その後、令和2年（2020年）では新型コロナウイルス感染症の影響で減少へ転じています。	P26 【観光入込客数の推移（つくば市）】 茨城県と比べて増加率は<u>比較的緩やか</u>ではありますが、令和元年（2019年）まで増加傾向にありました。その後、令和2年（2020年）には新型コロナウイルス感染症の影響で減少に転じています。

修正前	修正後
P26 【観光入込客数の推移（全国）】 全国の日本人観光入込客数の推移をみると、平成29年（2017年）まで横ばいで推移していましたが、平成30年（2018年）に減少に転じています。その後、新型コロナウイルスの影響で令和2年（2020年）では、296,722千人まで減少しています。	P27 【観光入込客数の推移（全国）】 全国の日本人観光入込客数の推移をみると、平成29年（2017年）まで横ばいで推移していましたが、平成30年（2018年）には減少に転じています。その後、<u>新型コロナウイルス感染症</u>の影響で令和2年（2020年）には、296,722千人まで減少しています。

修正前	修正後
P26 【観光入込客数の推移（茨城県）】 令和元年では64,434千人（延べ人数）と<u>なっていました</u>。その後、新型コロナウイルスの影響で令和2年（2020年）では、38,544千人まで減少しています。	P27 【観光入込客数の推移（茨城県）】 令和元年では64,434千人（延べ人数）となりました。その後、<u>新型コロナウイルス感染症</u>の影響で令和2年（2020年）には、38,544千人まで減少しています。

修正前	修正後
P27 【筑波山の観光入込客数の推移】 令和元年度（2019年度）<u>以降</u>、秋の行楽シーズンの天候不順や<u>新型コロナウイルス感染症の影響を</u>	P28 【筑波山の観光入込客数の推移】 令和元年度（2019年度）には、秋の行楽シーズンの天候不順による影響が見られ、<u>令和2年度（2020年度）には、新型コロナウイルス感染症の影響を</u>

修正前	修正後
P27 【タイトル変更】 オ 令和元年（2019 年）休日期間のインターネットによる目的地検索の上位目的地（自動車利用者）	P28 【タイトル変更】 オ 令和元年（2019 年）休日期間のインターネットによる目的地検索上位目的地（自動車利用者）

修正前	修正後
P28 【MICE開催件数の推移】 令和2年度（2020 年度）は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しています。	P29 【MICE開催件数の推移】 令和2年度（2020 年度）には新型コロナウイルス感染症の影響により大幅な減少となりました。

修正前	修正後
P29 【茨城県の令和元年（2019 年）9 月の国籍別消費額】 「中華人民共和国」が 86 百万円と最も高く、次いで「台湾」	P30 【茨城県の令和元年（2019 年）9 月の国籍別消費額】 「中華人民共和国」が 86 百万円と最も高額で、次いで「台湾」

修正前	修正後
P31 【市外・県外在住者向けアンケート】 市外・県外在住者向けに実施したインターネット調査結果のうち主要結果を抜粋し、市外・県外からの観光の現状及び意識を整理しました。	P32 【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・県外からの本市の観光の現状及び意識を整理しました。

修正前	修正後
P31 【調査の目的】 観光 <u>的</u> 知名度	P32 【調査の目的】 観光地としての知名度

修正前	修正後
P31 【主な結果】 ア 茨城県つくば市を観光する際の <u>不便さ</u> について	P32 【主な結果】 ア 茨城県つくば市を観光する際の <u>不便な点</u> について

修正前	修正後
P32 【主な結果】 イ つくば市内の施設を <u>知っている</u> <u>かについて</u>	P33 【主な結果】 イ つくば市内の施設の <u>認知度</u> につい て

修正前	修正後
P33 【主な結果】 ウ 筑波山地域ジオパークを <u>知って</u> <u>いるかについて</u>	P34 【主な結果】 ウ 筑波山地域ジオパークの <u>認知度</u> に ついて

修正前	修正後
P33 【主な結果】 エ つくば市で <u>食べてみたいもの・</u> <u>買ってみたいものについて</u>	P34 【主な結果】 エ つくば市での <u>観光消費意欲</u> につい て

修正前	修正後
P34 【主な結果】 オ つくば市に <u>どのような魅力があ</u> <u>れば行きたいと思うかについて</u>	P35 【主な結果】 オ つくば市への <u>観光動機</u> について

修正前	修正後
P36 【市民意識調査】 令和元年度（2019年度）に行った意 識調査の中から、	P36 【市民意識調査】 令和元年度（2019年度）に <u>本市で行っ</u> <u>た市民意識調査</u> の中から、

修正前	修正後
P37 【「観光の振興」に対する満足度の推移】 年々下がっていることがわかります。	P38 【「観光の振興」に対する満足度の推移】 年々下がっていることがわかります。 <u>なお、令和3年度(2021年度)の速報値によると、満足度は上向きに転じています。</u>

修正前	修正後
P39 【不満に感じている理由】 観光の振興に対して不満を感じる理由としては、観光PRや振興が不十分であること、観光地がないことなどが多く挙げられていました。	P40 【不満に感じている理由】 観光の振興に対して不満を感じる理由としては、「<u>観光 PR や振興が不十分</u>」であること、「<u>観光地がない</u>」ことなどが多く挙げられていました。

修正前	修正後
P40 【観光地としての認知不足】 これまでの取組では、紙媒体や観光キャンペーンを実施することで、<u>不特定多数の方に広く知っていただくことを目的に情報発信を行ってきました。</u>成果として観光入込客数は増加しており、<u>第2次観光基本計画の目標数値も達成していることから、</u>一定の効果はあったと考えられますが、一方で、<u>どのような人にどの程度情報が届いていて、</u>つくば市に興味を持つ人がどのような情報を必要としているのかを把握する仕組みがありませんでした。	P41 【観光地としての認知不足】 これまでの取組では、紙媒体を<u>活用した情報発信</u>や観光キャンペーンの実施による観光PRを行い、一定の効果はあったと考えられますが、一方で、<u>どのような人にどのような情報が届いているのか、またつくば市に興味を持つ人がどのような情報を必要としているのかを把握する仕組みがありませんでした。</u>

修正前	修正後
P40 【観光地としての認知不足】 市民からもPR 不足が指摘されています。魅力ある地域づくりには、市民が自分の住むまちに愛着や誇りを <u>持つことが重要です</u> 。	P41 【観光地としての認知不足】 市民からも <u>観光 PR の不足</u> が指摘されており、魅力ある地域づくりには、市民にも自分の住むまちに愛着や誇りを <u>持っていただくことも重要と考えています</u> 。

修正前	修正後
P40 【観光地としての認知不足】 一方で、知らないが行ってみたいなどの興味関心がある割合は高いことから、認知度を向上させることで新たな需要創出の可能性があります。	P41 【観光地としての認知不足】 一方で、知らないが行ってみたいなどの興味関心がある割合が <u>高いこと</u> から、認知度を向上させることで、 <u>新たな観光需要創出につながると考えています</u> 。

修正前	修正後
P40 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・つくばらしい体験の提供や他の観光地との差別化を図ることで、	P41 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・つくば <u>ならではの</u> 体験の提供や他の観光地との差別化を図ることで、

修正前	修正後
P40 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、観光の振興に関する自由記述の中で「観光地がない」という指摘がありました。市民にとって誇りあるまちにしていくなめには、観光資源の認知度の向上と合わせて、資源の魅力の掘り起こしや、今ある資源の磨き上げによる<u>価値付与</u>が必要です。 ・「観光地をもっとアピールし、観光名所が増えて欲しい」という指摘もあり、市内の観光資源の有効活用や磨き上げが必要となっています。	P41 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、観光の振興に関する自由記述の中で「観光地がない」や「観光地をもっとアピールし、観光名所が増えて欲しい」という指摘がありました。市民にとって誇りあるまちにしていくなめには、観光資源の認知度の向上と合わせ、<u>地域資源の魅力の掘り起こしなど既存資源の磨き上げによる高付加価値化</u>が必要です。

修正前	修正後
P40 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・令和元年度（2019 年度）の市民意識調査では、紹介したい(自慢したい)という項目として、自然、科学が挙げられています。その一方で、市民にとって誇りあるまちとしていくためには、これらの<u>資源</u>をいかした観光地としての充実が<u>重要</u>であることが示されています。	P41 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、紹介したい(自慢したい)という項目として、自然、科学が挙げられています。その一方で、市民にとって誇りあるまちとしていくためには、これらの<u>観光資源</u>をいかした観光地としての充実が<u>必要</u>であることが示されています。

修正前	修正後
P41 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・アンケート調査の結果では、「つくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものはあるか」という問いについて、「わからない」という割合が74.2%となっていることから、<u>物産品</u>についての認知度の向上はもとより、今ある物産品の磨き上げが必要です。	P42 【観光資源の魅力向上への取組が不十分】 ・アンケート調査の結果では、「つくば市で食べてみたいもの・買ってみたいものはあるか」という問いについて、「わからない」という割合が74.2%となっていることから、<u>物産品・特産品</u>についての認知度の向上はもとより、今ある<u>物産品・特産品</u>の磨き上げが必要です。

修正前	修正後
P41 【観光資源間の周遊性が不十分】 ・各観光資源をつなぐストーリーやテーマ性のある周遊ルートの整備など、<u>観光地としての魅力度向上のためには</u>、地域が一丸となった観光資源間の連携、ネットワーク化の推進が必要です。	P42 【観光資源間の周遊性が不十分】 ・<u>観光地としての魅力度向上のために</u>、各観光資源をつなぐストーリーやテーマ性のある周遊ルートの整備など、地域が一丸となった観光資源間の連携、ネットワーク化の推進が必要です。

修正前	修正後
P41 【観光資源間の周遊性が不十分】 ・市域をまたぐ広域連携は魅力向上に必要不可欠な要素であり、他自治体等広域のメンバーで構成される筑波山地域ジオパーク推進協議会の<u>取組など</u>、積極的な連携、取組が必要です。	P42 【観光資源間の周遊性が不十分】 ・市域をまたぐ広域連携は<u>つくば市の観光地としての魅力向上に必要不可欠な要素であり</u>、他自治体等広域のメンバーで構成される筑波山地域ジオパーク推進協議会の<u>枠組みを活用した</u>、積極的な連携、取組が必要です。

修正前	修正後
P41 【観光資源間の周遊性が不十分】 各観光資源をつなぐ周遊ルートの整備を<u>行い</u>、観光客の滞在時間の延長による滞在型観光の推進が必要です。	P42 【観光資源間の周遊性が不十分】 <u>観光消費額を増加させるためには、各観光資源をつなぐ周遊ルートの整備を進めることで、観光客の滞在時間の延長による滞在型観光の推進が必要です。</u>

修正前	修正後
P41 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 ビッグデータや各種数値データによる<u>検証体制が整備されていませんでした。</u>	P42 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 ビッグデータや各種数値データを<u>活用した検証体制が整備されていませんでした。</u>

修正前	修正後
P41 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 需要の極端な集中を回避すべく時間的な分散、来訪者の空間的な分散や受入環境の<u>拡大等の整備を検討、実施し、筑波山の魅力向上に努めることが必要です。また各種イベントの実施や移動手段の誘導等によって、観光スポットの分散化を図ります。年間を通して天候に左右されずに楽しめる観光地域づくりが求められています。</u>	P42 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 <u>観光需要の極端な集中を回避すべく、時間的な分散、来訪者の空間的な分散や受入環境拡大等の整備を検討・実施し、筑波山の魅力度向上に努めることが必要です。また、各種イベントの実施や移動手段の提案等によって、観光スポットの分散化や年間を通じ天候に左右されずに楽しめる観光地域づくりが求められています。</u>

修正前	修正後
P41 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 観光客のニーズを捉えた周辺観光資源の提案による<u>分散・抑制策が必要</u>です。	P42 【持続可能な観光地づくりの視点が不十分】 観光客のニーズを捉えた周辺観光資源の提案による<u>分散化等の取組みが必要</u>です。

修正前	修正後
P43 【基本方針】 目指す観光地域づくり像に <u>近づく</u> ため	P44 【基本方針】 目指す観光地域づくり像を <u>実現する</u> ため

修正前	修正後
P43 【数値設定】 第2期つくば市戦略プランの目標数値 <u>との</u>	P44 【数値設定】 第2期つくば市戦略プランの目標数値 (<u>以下の数値</u>)からの

修正前	修正後
P44 【市民意識の醸成】 「観光の振興」に対する満足度指数を令和元年度（2019年度）-0.32から令和7年度（2025年度）プラスに向上させます。	P45 【市民意識の醸成】 「観光の振興」に対する満足度指数を令和元年度（2019年度） <u>の</u> -0.32から令和7年度（2025年度） <u>にはプラスへ</u> と向上させます。
P44 【市民意識の醸成】 「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。」 <u>の各分野において</u> 「どちらかといえば、紹介したい」と「紹介したい、	P45 【市民意識の醸成】 「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。」という設問の全項目について「どちらかといえば、紹介したい」と「紹介したい、
P44 【市民意識の醸成】 自慢である」を合計した際の割合 <u>57.0%（令和元年度（2019年度））、60.0%（令和6年度（2024年度））</u>	P45 【市民意識の醸成】 自慢である」を合計した際の割合を令和元年度（2019年度） <u>の57.0%から、令和7年度（2025年度）には60.6%に向上させます。</u>

修正前	修正後
P45 【施策の体系】 (3) つくば「 <u>ならでは</u> 」の特産品の振興	P46 【施策の体系】 (3) つくばならではの特産品の振興

修正前	修正後
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 情報発信の手段が多様化する昨今の<u>社会情勢の変化から</u>、これまでの行政が主体となった紙媒体を中心とした情報発信では、	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 <u>社会情勢の変化により</u>情報発信の手段が多様化する昨今、これまでの行政主体の<u>情報発信</u>や紙媒体を中心とした情報発信では、
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 多くの人に情報提供する<u>媒体として</u>は限界があります。	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 多くの人に情報提供する手法<u>には</u>限界があります。

修正前	修正後
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 <u>サイエンス施設</u>	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 <u>科学技術の普及啓発を図ることを目的としたつくばサイエンスツアー推進事業</u>

修正前	修正後
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 <u>どこでも</u>入手できるようにすることを目的として、	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 <u>どこでも</u>入手できるようにすることを目的として、

修正前	修正後
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・観光施設等へのデジタルサイネージの整備等を推進し、	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・観光施設等へのデジタルサイネージの導入等を推進し、
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・その場で観光客が求める情報にアクセスすることができる環境の構築	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・その場で観光客が求める情報にアクセスすることができる環境の整備
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・検索傾向等の市場動向を分析することで、	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・利用者の検索傾向等の市場動向を分析することで、
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・情報を求める人に必要な情報が届くような情報発信	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・情報を求める人に必要な情報が届くような情報発信手法の見直し
P46 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・市民や観光客の来訪(行動)に結び付く情報発信 等	P47 【1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－】 ・市民や観光客の来訪(行動)に結び付く情報の発信 等

修正前	修正後
P47 【役立つ情報発信】 アウトドア層など多岐にわたっており、情報のニーズが多様化しています。	P48 【役立つ情報発信】 アウトドア層など様々なカテゴリーに属し、それぞれが必要とする情報は多様化しています。
P47 【役立つ情報発信】 それぞれの目的や嗜好などのニーズに合った情報を提供できる仕組みづくりに取り組みます。	P48 【役立つ情報発信】 それぞれの目的や嗜好などのニーズに合った情報を提供できる仕組みを構築します。

修正前	修正後
P48 【広がる情報発信】 イベント等の効果的な情報発信	P49 【広がる情報発信】 イベント等の効果的な情報の発信

修正前	修正後
P49 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 つくば「 <u>ならでは</u> 」の物産品の提供、 <u>つくばの観光資源の磨き上げ</u> に取り組めます。	P50 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 つくば <u>ならでは</u> の物産品・ <u>特産品</u> の提供に取り組めます。
P49 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 つくば市を <u>代表する豊かな自然、科学、歴史</u> をいかした観光コンテンツづくり等、	P50 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 つくば市の <u>特色・特徴</u> をいかした観光コンテンツづくり等、
P49 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 <u>各種</u> 地域資源を最大限に活用した多様な観光プログラムの整備を図ります。	P50 【伝えたい資源を観光に“つなげる”－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－】 <u>様々な</u> 地域資源・ <u>観光資源</u> を最大限に活用した多様な観光プログラムの整備を図ります。

修正前	修正後
P49 【つくばの“強み”の磨き上げ】 これまでスポットが当てられていなかった <u>地域資源</u> を掘り起こし、 <u>磨き上げて</u> いきます。	P50 【つくばの“強み”の磨き上げ】 これまでスポットが当てられていなかった <u>地域資源</u> の掘り起こし・ <u>磨き上げも推進して</u> いきます。

修正前	修正後
P49 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・様々な学びや <u>楽しみのある</u> 体験型の観光コンテンツの検討	P50 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・様々な学びや <u>アクティビティなどの</u> 体験型の観光コンテンツの検討
P49 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・まちに根付く貴重な文化や歴史的資源についての情報整理や情報発信の強化及び各地域資源への <u>価値付与</u>	P50 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・まちに根付く貴重な文化や歴史的資源についての情報整理や情報発信の強化、 <u>並びに</u> 各地域資源への <u>新たな価値の創出</u>
P49 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・ターゲットを意識した「学び」のコンテンツの <u>醸成</u> 等	P50 【つくばの“強み”の磨き上げ】 ・ターゲットを意識した「学び」のコンテンツの <u>造成</u> 等

修正前	修正後
P50 【つくばらしい体験の提供】 社会の変化に <u>対応する</u> 安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。	P51 【つくばらしい体験の提供】 <u>社会情勢の変化にも臨機応変に対応できる</u> 安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。

修正前	修正後
P50 【つくばらしい体験の提供】 ・「科学」と「学び」をテーマとした体験型観光プログラムの <u>醸成</u> によるつくばらしい体験の構築	P51 【つくばらしい体験の提供】 ・「科学」と「学び」をテーマとした体験型観光プログラムの <u>造成</u> によるつくばらしい体験の構築

修正前	修正後
P50 【つくばらしい体験の提供】 ・それらが <u>織り成す</u> つくばらしい、市民の誰もが自慢できる「まつりつくば」、	P51 【つくばらしい体験の提供】 ・それらが <u>織りなす</u> つくばらしい、市民の誰もが自慢できる「まつりつくば」、
P50 【つくばらしい体験の提供】 ・日本夜景遺産に <u>認定された</u> 「筑波山」を活用した夜間観光プログラムの <u>充実</u>	P51 【つくばらしい体験の提供】 ・日本夜景遺産にも <u>認定されている</u> 「筑波山」を活用した夜間観光プログラムの <u>強化</u>
P50 【つくばらしい体験の提供】 ・各種イベント開催について、 <u>社会情勢の変化を見据えた安心・安全に配慮したイベントの実施</u>	削除
P50 【つくばらしい体験の提供】 ・来訪者が気軽に楽しむことができる体験型プログラムの <u>創出</u> ・PR 等	P51 【つくばらしい体験の提供】 ・来訪者が気軽に楽しむことができる体験型プログラムの <u>造成</u> 等

修正前	修正後
P51 【つくば「 <u>ならでは</u> 」の特産品の振興】 つくば「 <u>ならでは</u> 」の食材を使った「食」や「グルメ」の再発見及び開発・普及、	P52 【つくばならではの特産品の振興】 つくばならではの食材を使った「食」や「グルメ」の再発見及び開発・普及、
P51 【つくば「 <u>ならでは</u> 」の特産品の振興】 ・つくば「 <u>ならでは</u> 」の物産品の開発、普及の促進	P52 【つくばならではの特産品の振興】 ・つくばならではの物産品・ <u>特産品</u> の開発、普及の促進
P51 【つくば「 <u>ならでは</u> 」の特産品の振興】 ・ <u>市内での</u> 土産物の販路拡大	P52 【つくばならではの特産品の振興】 ・土産物の販路拡大

修正前	修正後
P52 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 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 <u>を生み出</u>	P53 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 主催者・出展者・参加者等による消費支出や関連の事業支出など、 <u>大きな経済</u>

<u>し、地域経済の活性化に大きく寄与します。</u>	<u>波及効果を生み出します。</u>
P52 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 こうした世界の英知が集まる国際会議や全国会議において、市民がその英知を享受することのできる“学び”の場の提供に取り組むことで、	P53 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 こうした世界の英知が集まる国際会議や全国会議の開催を契機として、市民がその英知を享受することのできる“学び”の場の提供に取り組むことで、
P52 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 ・市民の傍聴・参加や市民講座等の併催	P53 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 ・市民の傍聴・参加や市民講座等併催の促進
P52 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 ・プロモーション動画の作成・配信等	P53 【世界の英知がつくばで“つながる” MICE 誘致・アフターコンベンションの充実】 ・MICE 誘致推進のためのプロモーション動画の作成・配信 等

修正前	修正後
P53 【地域と“つながる”－周遊観光の促進－】 <u>周遊のしやすさの向上を図ります。</u> また、筑波山地域ジオパーク推進協議会の取組など、市域を超えた広域連携による地域の魅力創出に取り組むとともに、つくば霞ヶ浦りんりんロードをはじめとしたサイクリングの活用や、	P54 【地域と“つながる”－周遊観光の促進－】 <u>周遊観光を促進します。</u> また、筑波山地域ジオパーク推進協議会や市域を超えた広域連携による地域の魅力創出に取り組むとともに、つくば霞ヶ浦りんりんロードの取組を活用し、

修正前	修正後
P53 【市内周遊観光の推進】 歴史資源	P54 【市内周遊観光の推進】 歴史的資源

修正前	修正後
P54 【広域周遊観光の推進】 ヤマ：筑波山地域ジオパーク推進協 議会の枠組みなど、	P55 【広域周遊観光の推進】 ヤマ：筑波山地域ジオパークの取組な ど、

修正前	修正後
P55 【交通インフラと連携強化】 安全、安心	P56 【交通インフラと連携強化】 安心・安全

修正前	修正後
P55 【交通インフラと連携強化】 公共交通機関同士の連携強化	P56 【交通インフラと連携強化】 公共交通ネットワークの連携強化

修正前	修正後
P55 【交通インフラと連携強化】 ・公共交通が運行していない観光地 間を結ぶ、	P56 【交通インフラと連携強化】 ・公共交通の運行がない観光地間を結 ぶ、

修正前	修正後
P55 【交通インフラと連携強化】 観光客へ環境に優しい公共交通の利 用促進	P56 【交通インフラと連携強化】 環境に優しい公共交通の利用を促進

修正前	修正後
P56 【筑波山地域ジオパークとの連携】 ・自然環境をいかした教育・観光を主軸とした活動を <u>しています</u> 。	P57 【筑波山地域ジオパークとの連携】 ・自然環境をいかした教育・観光を主軸とした活動を <u>行っています</u> 。
P56 【筑波山地域ジオパークとの連携】 ・筑波山周辺地域と連携し、筑波山地域ジオパークの <u>魅力の発信</u> や受入れ態勢を強化します。	P57 【筑波山地域ジオパークとの連携】 ・筑波山周辺地域で連携し、筑波山地域ジオパークの <u>魅力発信</u> や受入れ態勢の強化を <u>推進</u> します。

修正前	修正後
P56 【主な取組例】 ・筑波山地域ジオパークにおける地域資源（＝地形地質と、それに関連した自然・文化）の価値や <u>魅力の</u> 情報を積極的に発信するとともに、	P57 【主な取組例】 ・筑波山地域ジオパークにおける地域資源（＝地形地質と、それに関連した自然・文化）の価値や <u>魅力を積極的に</u> 発信するとともに、
P56 【主な取組例】 ・首都圏の小・中・高校を対象とした、 <u>ジオツアーを研修旅行プログラムの提供</u>	P57 【主な取組例】 ・首都圏の小・中・高校を対象とした、 <u>研修旅行プログラムジオツアーの提供</u>
P56 【主な取組例】 ・市内小中学校における筑波山への校外学習メニュー創設などによる自然体験の推進による、 <u>市民がより筑波山を身近に感じることができる取組</u>	P57 【主な取組例】 ・市内小中学校を対象とした筑波山への校外学習プログラムジオツアーを提供するなど、 <u>市民がより自然を身近に感じることができる取組の推進</u>
P56 【主な取組例】 ・ジオガイドの拠点としての、 <u>ガイド同士の交流の場づくりによるガイド活動推進</u> 等	P57 【主な取組例】 ・筑波山地域ジオパークの拠点を整備し、ジオガイドや観光客等の交流や学習の場の創出 等

修正前	修正後
P57 【訪日外国人旅行者の誘客促進】 ・訪日外国人旅行者が魅力的に感じるコンテンツづくりが必要となっています。	P58 【訪日外国人旅行者の誘客促進】 ・訪日外国人旅行者が魅力的に感じる <u>観光コンテンツ</u> づくりが必要となっています。
P57 【訪日外国人旅行者の誘客促進】 ・首都圏からの <u>訪問</u> に加え、成田空港や茨城空港方面からの <u>訪問</u> も視野に入れた、	P58 【訪日外国人旅行者の誘客促進】 ・首都圏からの <u>誘客</u> に加え、成田空港や茨城空港方面からの <u>誘客</u> も視野に入れた、

修正前	修正後
P57 【主な取組例】 ・訪日外国人向けの多言語観光情報発信サイト等での <u>広報</u>	P58 【主な取組例】 ・訪日外国人向けの多言語観光情報発信サイト等での <u>情報発信の強化</u>
P57 【主な取組例】 ・訪日外国人への訴求力が高い外部機関による認定・評価取得の推進による、	P58 【主な取組例】 ・ <u>日本百名山、日本の道百選</u> など、訪日外国人への訴求力が高い外部機関による認定・評価取得の推進による、
P57 【主な取組例】 ・JNTO 認定外国人観光案内所の <u>認定制度</u> を活用などによる、	P58 【主な取組例】 ・JNTO 認定外国人観光案内所認定制度の活用などによる、
P57 【主な取組例】 ・ <u>日本百名山、日本の道百選</u> 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 <u>スポットを当てた、訪日外国人旅行者等の誘客促進</u>	P58 【主な取組例】
P57 【主な取組例】 ・訪日外国人が訪れ <u>やすい環境整備</u> 等	P58 【主な取組例】 ・訪日外国人が訪れ <u>たくなる環境整備の推進</u> 等

修正前	修正後
P58 【未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－】 ・持続可能な利用を<u>確保</u>するためには、観光客と<u>地域住民</u>の双方が<u>配慮</u>し合うことが大切です。	P59 【未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－】 ・持続可能な利用を<u>行う</u>ためには、観光客と<u>地域住民</u>双方の<u>配慮</u>が重要です。
P58 【未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－】 ・文化の保全に取り組むとともに、<u>安全</u>、<u>安心</u>を観光客へ提供するための受入環境整備や、	P59 【未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－】 ・文化の保全に取り組むとともに、<u>安心</u>・<u>安全</u>を観光客へ提供するための受入環境整備や、
P58 【自然・環境・歴史・文化の保全】 ・つくば市が有する筑波山をはじめとする貴重な<u>観光</u>資源は、古くから地域住民のシンボルとなっており、私たちの世代までその雄大な自然、環境、歴史、文化は<u>引き継</u>がれてきました。	P59 【自然・環境・歴史・文化の保全】 ・つくば市が有する筑波山をはじめとする貴重な<u>地域</u>資源は、古くから地域住民のシンボルとなっており、私たちの世代までその雄大な自然、環境、歴史、文化が<u>引き継</u>がれてきました。

修正前	修正後
P58 【主な取組例】 ・環境負荷の少ない自然共生型のアウトドアアクティビティの推進や観光・宿泊施設における環境保護の<u>取組</u>	P59 【主な取組例】 ・環境負荷の少ない自然共生型のアウトドアアクティビティの推進や観光・宿泊施設における環境保護の<u>取組みの推進</u>
P58 【主な取組例】 ・ガイドを利用した旅行先の文化等の理解を深める体験の創出 等	P59 【主な取組例】 ・観光ガイド等を活用した旅行先の文化等の理解を深める体験の創出 等

修正前	修正後
P59 【観光マーケティングの振興】 ・これまでは収集が困難だった観光動向情報が、 <u>データ社会の急激な進化により、様々な情報のデータ収集が容易に行える社会へと変化しつつ</u> あります。	P60 【観光マーケティングの振興】 ・これまでは収集が困難だった観光動向情報が、 <u>ICT の急速な進化により、様々なデータ収集を容易に行うことができる社会へと変化しつつ</u> あります。
P59 【主な取組例】 ・来訪者の属性や消費傾向などの <u>データ</u> 観光データを収集・分析	P60 【主な取組例】 ・来訪者の属性や消費傾向など観光データの収集・分析
・関係機関と連携した持続可能な観光誘客	・関係機関と連携した持続可能な観光 <u>誘客の推進</u>

修正前	修正後
P60 【こころあたたまるおもてなしの醸成】 ・観光受入環境整備の大前提かつ重要な要素で <u>あることから、地域でまちづくりの活性化に取り組まれている方々と協力しながら、関係機関などとの連携を強化して、</u>	P61 【こころあたたまるおもてなし意識の醸成】 ・観光客受入環境整備の大前提かつ重要な要素 <u>です</u> 。地域でまちづくりの活性化に取り組まれている方々と協力しながら、 <u>各関係機関との連携を強化して、</u>
P60 【主な取組例】 ・観光ボランティアガイドの <u>拡大</u> 及び質の向上を図ることによる、 <u>多様性</u> に対応できる「おもてなし」体制の構築	P61 【主な取組例】 ・観光ボランティアガイドの <u>拡充</u> 及び質の向上を図ることによる、 <u>多種多様な要望</u> に対応できる「おもてなし」体制の構築
P60 【主な取組例】 ・心のこもったおもてなしができる体制の <u>整備</u>	P61 【主な取組例】 ・心のこもったおもてなし体制の <u>構築</u>
P60 【主な取組例】 ・地域住民主体の観光ボランティアガイドの育成等、住民が当事者意識を持って地域の活性化に取り組めるようにするための仕組み <u>作り</u> 等	P61 【主な取組例】 ・地域住民が主体となった観光ボランティアガイドの育成等、住民が当事者意識を持って地域の活性化に取り組める <u>仕組みの構築</u> 等

修正前	修正後
P61 【観光客の満足度向上（安全・安心な観光の推進）】 ・災害対策の<u>さら</u>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。	P62 【観光客の満足度向上（安心・安全な観光の推進）】 ・災害対策の<u>更</u>なる強化を図ることにより、観光客が安心・<u>安全かつ</u>快適に観光できるまちづくりに取り組みます。
P61 【主な取組例】 ・筑波山や宝篋山など、<u>その</u>周辺の整備を推進することによる、訪日外国人や高齢者、障害者等の多種多様な要望に応えられる<u>安全・安心</u>な観光地としての確立	P62 【主な取組例】 ・筑波山や宝篋山などの<u>の</u>周辺の整備を推進することによる、訪日外国人や高齢者、障害者等の多種多様な要望に応えられる<u>安心・安全</u>な観光地としての確立
P61 【主な取組例】 ・キャッシュレス決済の推進による利便性向上	P62 【主な取組例】 ・キャッシュレス決済の推進による利便性の<u>向上</u>
P61 【主な取組例】 ・持続可能な公共交通ネットワークの構築や、自転車<u>利用</u>・歩行環境の向上を図ることによる、誰もが使いやすく便利なユニバーサルインフラの<u>整備</u>推進 等	P62 【主な取組例】 ・持続可能な公共交通ネットワークの構築や、<u>自転車</u>・歩行環境の向上を図ることによる、誰もが使いやすく便利なユニバーサルインフラ<u>整備の</u>推進
P61 【主な取組例】	P62 【主な取組例】 ・<u>つくば市の自然や環境を保全する取組の</u>推進 等

修正前	修正後
P62 【筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和】 ・特定の期間に大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域が<u>一体</u>となった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。	P63 【筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和】 ・特定の期間に<u>は</u>大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域と<u>一体</u>になった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。

修正前	修正後
P62 【主な取組例】 ・茨城県や観光事業者との連携による、観光ハイシーズンにおける筑波山の渋滞緩和	P63 【主な取組例】 ・茨城県や観光事業者との連携による、観光ハイシーズンにおける筑波山の渋滞緩和の <u>対策の検討</u>
P62 【主な取組例】 ・観光ハイシーズンにおける筑波山周辺駐車場の整備等の検討など、物理的な渋滞緩和	P63 【主な取組例】 ・観光ハイシーズンにおける筑波山周辺駐車場の整備等の検討など、物理的な渋滞緩和の <u>対策の検討</u>
P62 【主な取組例】 ・渋滞緩和を目的とした筑波山市営駐車場の料金体系の検討 等	P63 【主な取組例】 ・渋滞緩和を目的とした筑波山市営駐車場の料金体系 <u>見直し</u> の検討 等

修正前	修正後
P66 【アンケート結果】 ・旅行（帰省を含む）に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。	P67 【アンケート結果】 ・ <u>(1) 市外・県外在住者向けアンケート</u> 設問: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。

修正前	修正後
	P68～P81 まで「 <u>設問:</u> 」を追記しました。

修正前	修正後
P69 【アンケート結果】 ・つくば市内のイベントに行ったことが <u>あるかについて</u>	P70 【アンケート結果】 ・つくば市内のイベントに行ったことが <u>ありますか。</u>

修正前	修正後
P74 【アンケート結果】 ・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	P75 【アンケート結果】 ・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は <u>どれですか。</u>

修正前	修正後
P78 【アンケート結果】 ・つくば市の景観について	P79 【アンケート結果】 ・ <u>(2) 市民意識調査(令和元年度(2019年度))</u>

修正前	修正後
P84 【エクスカーション (excursion)】 さまざまな学術的内容で専門家の解説を <u>聞き</u> 、	P82 【エクスカーション(excursion)】 さまざまな学術的内容で専門家の解説を <u>聞くとともに</u> 、

修正前	修正後
P84 【地域経済支援システム (RESAS)】 自治体職員 <u>の方</u> や、地域の活性化に関心を持つ様々な分野の <u>方</u> によって、	P83 【地域経済支援システム(RESAS)】 自治体職員や、地域の活性化に関心を持つ様々な分野の <u>方々</u> によって、

修正前	修正後
P85 【ICT (アイシーティー)】 Information and Communication Technology の <u>略</u> 。	P83 【ICT(アイシーティー)】 Information and Communication Technology の <u>略称</u> 。

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P83 【IoT(アイオーティー)】 <u>Internet of Things の略称。</u> <u>「モノのインターネット」の略で、情報通信技術の概念を指す言葉で、これまで主にパソコンやスマートフォンなどの情報機器が接続していたインターネットに、産業用機器から自動車、家電製品まで、さまざまな「モノ」をつなげる技術です。</u>

修正前	修正後
P85 【J N T O（ジェイエヌティーオー）】 Japan National Tourism Organization（正式名称：独立行政法人 国際観光振興機構）の略。	P83【JNTO(ジェイエヌティーオー)】 Japan National Tourism Organization(正式名称:独立行政法人 国際観光振興機構)の略称。

修正前	修正後
P85 【V F R(ブイエフアール)】 V F R とは Visit Friends and Relatives の略。	P84【VFR(ブイエフアール)】 V F R とは Visit Friends and Relatives の略称。

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P85【筑波山地域ジオパーク】 <u>筑波山地域ジオパークは、2016 年9月に日本ジオパークの一つとして認定され、2021 年2月に再認定されました。茨城県中南部に位置するつくば・石岡・笠間・桜川・土浦・かすみがうらの6市エリアから構成され、日本百名山にも選ばれている「筑波山」をはじめ、日本第2位の湖面積を誇る「霞ヶ浦」や日本最大の平野「関東平野」など、日本を代表する大地の遺産が含まれています。また、筑波山地域ジオパーク推進協議会では、筑波山地域ジオパークをイメージできるような食品・料理を「筑波山地域ジオパーク認定商品」として、令和2年度に 13 事業者 14 品が新しく認定され、計 36 品となりました。認定商品には認定ロゴマークの表示が認められており、筑波山地域ジオパークのホームページ、各種イベント等での PR により、食を通じた筑波山地域ジオパークの魅力を発信しています。</u>

修正前	修正後
P87 【筑波山】 筑波山は日本百名山の一つで、<u>「西の富士、東の筑波」と呼ばれる美しい山です。</u>山肌の色が朝は藍、昼は緑、夕は紫と、一日に幾度も表情を変えることから”紫峰”とも呼ばれています。	P85 【筑波山】 筑波山は日本百名山の一つで、山肌の色が朝は藍、昼は緑、夕は紫と、一日に幾度も表情を変えることから”紫峰”と呼ばれている美しい山です。男体山、女体山の二峰を持つことから、生産のシンボル、神の住む山として、古くから多くの人々に愛され、信仰されてきました。また「西の富士、東の筑波」と並び称されてきた優美な姿は、多くの歌人を魅了し、「万葉集」や「小倉百人一首」などに数多く歌われています。また、筑波山からは富士山の美しい景観や関東平野の夜景を眺められるため、2005 年に関東の富士見百景、2018 年に日本夜景遺産に選定されました。

修正前	修正後
P87 【筑波山温泉郷】 平地では味わうことのできない、筑波山の<u>宿泊処</u>ならではの関東平野が見渡せる名湯が点在しています。アルカリ性の温泉で肌が<u>スベスベ</u>になります	P85 【筑波山温泉郷】 関東の名山筑波山の中腹には、筑波温泉・筑波山温泉「双神の湯」のふたつの源泉があります。泉質は、アルカリ性の強いアルカリ性単純温泉で肌が<u>すべすべ</u>になることから「美肌の湯」ともいわれています。

修正前	修正後
P87 【フォレストアドベンチャー・つくば】 <u>筑波山梅林周辺の市有林の保全と有効活用を図るとともに、筑波山観光の活性化を目的とした、自然共生型アウトドアパークです</u>	P86 【フォレストアドベンチャー・つくば】 <u>フォレストアドベンチャー・つくばは、つくば市が整備し、民間事業所が運営する公設民営の観光施設です。森の地形や樹木をそのまま生かし、樹木間をワイヤーや丸太などで繋いで作ったコースを、専用のハーネスを着用して渡っていく自然共生型アウトドアパークです。</u>

修正前	修正後
P87 【つくば霞ヶ浦りんりんロード】 旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180kmのサイクリングコースです。	P86 【つくば霞ヶ浦りんりんロード】 旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180kmのサイクリングコースです。<u>日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングルートを国内外へPRを図るために、一定の水準を満たすルートを対象とした「ナショナルサイクルルート」に選ばれました。</u>

修正前	修正後
P87 【桜川】 桜川は、茨城県の南西部を流れ霞ヶ浦に流入する<u>県南地方最大の川</u>です。<u>古くからの桜の名所であり、「桜川のサクラ」として国の天然記念物に指定されています。</u>	P86 【桜川】 桜川は、茨城県の南西部を流れ霞ヶ浦に流入する<u>利根川水系の一級河川</u>です。

修正前	修正後
P87 【小貝川】 周辺には、小貝川スポーツ公園があります。	P86 【小貝川】 <u>小貝川は、関東平野を北から南へ流れる一級河川です。利根川水系松川の支流で、支流中2位の長さを誇ります。</u> 周辺には、小貝川スポーツ公園があり、<u>市民の憩いの場ともなっています。</u>

修正前	修正後
P88 【宝篋山】 つくば市北東部にある、標高 461メートルの山です。<u>霞ヶ浦や筑波山などを眺めることができます。周辺には、鎌倉時代の遺跡や文化財も数多く点在しています。</u>	P86 【宝篋山】 <u>宝篋山はつくば市北東部にある、標高461mの山です。東には日本で2番目の面積を誇る霞ヶ浦、遠くに太平洋(鹿島灘)を望むことができます。また、南西には関東平野を一望でき、空気の澄んだ日には富士山が、北には名峰筑波山、その先には榛名山・赤城山・日光連山と 360 度のパノラマを楽しむことができます。2005 年には関東の富士見百景に選定されました。登山コースも 6 コース整備されており、それぞれ特色ある景色や植物を楽しむことができます。</u>

修正前	修正後
P88 【その他】 ・筑波ふれあいの里	P87 【筑波ふれあいの里】 <u>筑波ふれあいの里は、筑波山麓の豊かな自然環境の保全や活用場となっています。区域内は、自然的要素(水郷筑波国定公園区域内のため自然が残されており、沢水が豊富であり、景観がよい等)、文化的要素(筑波山神社、蚕影神社、六所皇大神宮、夫女ヶ石等)に恵まれた動植物の多いところです。大小の研修室を備えた宿泊施設をはじめ、バーベキュー場やコテージ、キャンプ場も併設しています。</u>

修正前	修正後
P88 【その他】 ・豊里ゆかりの森	P87 【豊里ゆかりの森】 <u>豊里ゆかりの森は、敷地面積 12ha のアカマツとクヌギの平地林の自然公園です。カブトムシやクワガタムシ、アゲハチョウその他の蝶等の昆虫採集や観察もできます。夏にはオニヤンマも飛び交い、小鳥のさえずり等々と自然がいっぱいです。ゆかりの森の中には、昆虫館、宿泊施設「あかまつ」、など様々な施設があります。</u>

修正前	修正後
P88 【その他】 ・ 荃崎こもれば六斗の森	P87 【荃崎こもれば六斗の森】 <u>荃崎こもれば六斗の森は、豊かな自然（田園、牛久沼に流れる東谷田川）を眺望できる高台に位置し、季節によって様々な自然とふれあうことができます。豊かな自然の中で、キャンプ・バーベキューを御ご利用いただけます。</u>

修正前	修正後
P88 【その他】 ・ 高崎自然の森	P87 【高崎自然の森】 <u>高崎自然の森は、つくば市が管理する森林公園です。自然環境の保全と人と自然とのふれあいを目的に地域の平地林を開放しています。園内は、いくつもの散策路が設けられ、季節の移り変わりでいろいろな発見があり、たくさんの生きものたちと出会い、豊かな自然を満喫することができます。</u>

修正前	修正後
P88 【筑波山梅まつり】 筑波山<u>中腹</u>に位置する<u>市営</u>の梅林で毎年2月下旬から3月中旬にかけて開催されています。	P88 【筑波山梅まつり】 <u>茨城県二大梅まつりの一つで、早春の筑波山を代表するイベントです。筑波山の標高 250m 付近に位置する筑波山梅林で毎年2月下旬から3月中旬にかけて開催されています。</u>

修正前	修正後
P88 【筑波山ガマまつり】 ガマまつりは、昔からガマで商売をしている関係者が、<u>光誉上人とガマを供養・商売繁盛を目的として戦後から始められました。</u>筑波山ガマレースは幅広い世代に<u>ご参加いただいている</u>人気のイベントです。	P88 【筑波山ガマまつり】 ガマまつりは、昔からガマで商売をしている関係者が、<u>ガマの油を生み出したといわれる光誉上人の供養と商売繁盛を祈願するおまつりとして</u>永く開催されています。筑波山ガマレースは、<u>幅広い世代でお楽しみいただける</u>人気のイベントです。

修正前	修正後
P89 【3 歴史資源】 ●筑波山神社 明治 8 年（1875 年）に中禅寺大御堂の跡地に拝殿が造られ、昭和 3 年（1928 年）の改修を経て現在に至ります。	P88 【3 歴史・文化資源】 ●筑波山神社 明治8年(1875 年)に中禅寺大御堂の跡地に拝殿が造られ、昭和3年(1928 年)の改修を経て現在に至ります。<u>また、筑波山大御堂は筑波山神社の近くにあり、大本山護国寺別院、坂東三十三観音の二十五番目の札所として、多くの人たちが訪れて来ます。</u>

修正前	修正後
P86 【●平沢官衙遺跡】	P88 【● <u>国指定史跡</u> 平沢官衙遺跡】

修正前	修正後
P86 【●蚕影神社】 ・遠くは長野まで信仰を集めました。	P89 【●蚕影神社】 ・遠くは長野まで信仰を集めて<u>いました。</u>

修正前	修正後
P86 【●普門寺】 ・筑波山麓一帯で布教活動が続いていた乗海大和尚によって<u>開創</u>された真言宗豊山派の寺院です。	P89 【●普門寺】 ・筑波山麓一帯で布教活動が続いていた乗海大和尚によって<u>創設</u>された真言宗豊山派の寺院です。

修正前	修正後
P86 【●泊崎大師堂】 ・泊崎大師堂は、弘法大師（空海）が泊崎の地を訪れて<u>座護摩</u>を修めたところに建てられたと伝えられています。<u>現在のお堂は、寛保四年（1744年）に再建されたものといわれています。</u>	P89 【●泊崎大師堂】 ・泊崎大師堂は、弘法大師（空海）が泊崎の地を訪れて<u>千座護摩</u>を修めたところに建てられたと伝えられています。昔から縁結びと長寿にご利益があるとされています。

修正前	修正後
P89 【蚕影神社】 遠くは長野まで信仰を集めました。	P89 【蚕影神社】 遠くは長野まで信仰を集めていました。

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P89 【千勝神社】 千勝神社は、つくば市で最も南の荃崎地域にある神社で、社伝によれば今から1500年ほど前の第25代武烈天皇の時代の502年に、常陸と下総の国境で、猿田彦大神を祭神として祀ったことに始まると伝わります。高さ約10メートル、幅約9メートルの総檜造りで、茨城県下随一の大きさを誇る鳥居を潜って入る境内には、関東唯一の三殿並立の社殿が建っています。

修正前	修正後
P89 【普門寺】 元享年間（<u>1321</u>～<u>1324</u>年）、筑波山麓一帯で布教活動が続けていた乗海大和尚によって<u>開創</u>された真言宗豊山派の寺院です	P89 【普門寺】 元享年間（<u>1321</u>～<u>1324</u>年）、筑波山麓一帯で布教活動が続けていた乗海大和尚によって<u>創設</u>された真言宗豊山派の寺院です

修正前	修正後
P90 【出土文化財管理センター】 <u>つくば市内の遺跡からの出土品を収集・保存し展示している施設です。</u>	P89 【出土文化財管理センター】 <u>平沢官衙遺跡の近くに位置しており、市内の遺跡発掘調査による出土品を整理・保管し、その一部を展示しています。付近にある北条中台遺跡の埴輪や、島名熊の山遺跡の須恵器大甕、小泉館跡の陶磁器などを御覧いただけます。</u>

修正前	修正後
P90 【つくばセンター広場】 TX つくば駅に隣接している広場です。まつりつくばなど大きなイベントの際にメイン会場と <u>なる</u> ことが多いです。商業施設が <u>ある</u> ため、買い物に便利です。	P89 【つくばセンター広場】 TX つくば駅に <u>近接</u> している広場です。まつりつくばなど大きなイベントの際にメイン会場として <u>使用されることが多い場所</u> です。商業施設が <u>併設</u> されているため、買い物にも <u>便利</u> です。 <u>つくばセンタービルとともに建築家・磯崎新氏により設計されました。</u>

修正前	修正後
P90 【小田城跡歴史ひろば】 小田城跡は、鎌倉から戦国時代まで常陸国南部で最大の勢力を誇った小田氏の居城跡で、昭和 10 年に国の史跡指定を受けました。小田氏と小田城跡について学習できる案内所も設けています。	P90 【国指定史跡 小田城跡】 小田城跡は、鎌倉から戦国時代まで常陸国南部で最大の勢力を誇った小田氏の居城跡で、昭和 10 年に国の史跡指定を受けました。<u>堀と土塁に囲まれた本丸空間内に池等を復元しており、小田氏と小田城について学習できる案内所も設けています。</u>

修正前	修正後
P90 【小田祇園祭】 <u>筑波山周辺地区の小田エリアで毎年行われている祭りのことです。</u>	削除

修正前	修正後
P90 【吉沼祇園祭】 <u>小貝川周辺地区の吉沼エリアで毎年行われている祭りのことです。</u>	削除

修正前	修正後
P90 【長屋門】 つくば市内には<u>実に</u> 200 軒以上もの長屋門があります。	P 【長屋門】 つくば市内には 200 軒以上もの長屋門が<u>現在</u>あります。

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P90 【つくば道】 <u>つくば道は筑波山の参拝のために徳川時代に整備された参道であり、その風情が現在も残されている。昭和 61 年に国の「日本の道 100 選」に選ばれています。</u>

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P90 【桜歴史民俗資料館】 <u>桜地区の考古資料や民具を展示しています。ナウマンゾウの化石、縄文時代のクッキー状炭化物や土偶、県指定文化財「古来の板碑」などを展示しているほか、農作業や養蚕、近代までこの地域で盛んであった藍染の民具など、貴重で興味深い資料を御覧いただけます。</u>

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P90 【谷田部郷土資料館】 <u>谷田部地区内の文化財、遺物、古文書などの歴史資料を展示しています。江戸時代の発明家「飯塚伊賀七」が製作した木製和時計の復元品を展示しております。なお、谷田部藩細川氏の展示資料も見応えがあります。</u>

修正前	修正後
P91 【JAXA 筑波宇宙センター】 宇宙開発の最先端分野の研究・開発・試験を行っている我が国の宇宙開発拠点の1つとなります。 <u>敷地内の見学エリアでは、国際宇宙ステーションの実物大モデルなどが展示されています。</u>	P91 【JAXA 筑波宇宙センター】 宇宙開発の最先端分野の研究・開発・試験を行っている、我が国の宇宙開発拠点の1つとなります。 <u>展示館「スペースドーム」には、国際宇宙ステーションの一部である、日本が開発した「きぼう」日本実験棟の実物大モデルなどが展示されています。現在の宇宙開発の取り組みや、これまでの歴史、実物のHIIロケットや人工衛星の試験モデルなど、本物の宇宙開発を身近に感じることができる施設となっております。</u>

修正前	修正後
P91 【つくばエキスポセンター】 昭和 60 年（1985）年に開催された科学万博にて、日本の科学技術を紹介する恒久施設として誕生しました。科学万博の閉幕後は、最新の科学技術や身近な科学などに親しんでもらうことを目的とした科学館となっています。	P91 【つくばエキスポセンター】 <u>科学技術を見て・触れて・楽しむことができる科学館。科学の不思議を学びながら体験できる展示のほか、世界最大級のプラネタリウムでは大迫力の映像と美しい星空の世界が楽しめます。</u>昭和 60 年（1985）年に開催された科学万博にて、日本の科学技術を紹介する恒久施設として誕生しました。

修正前	修正後
P91 【サイエンススクエアつくば】 国立研究開発法人 産業技術総合研究所（産総研）が行っている最先端の研究の成果をわかりやすく紹介している「産業技術のショールーム」です。<u>体験展示等もあります。</u>	P91 【サイエンス・スクエアつくば（産業技術総合研究所）】 <u>「サイエンス・スクエアつくば」は、国立研究開発法人産業技術総合研究所（産総研）が行っている最先端の研究の成果をわかりやすく紹介している「産業技術のショールーム」です。産総研の幅広い研究を、試作品や動画などをまじえて紹介し、タッチパネルや音声ガイド等の情報端末も用意されています。最先端の研究が未来の社会をどのように変えていくのかについて、親子で考えるきっかけとなる施設です。</u>

修正前	修正後
P91 【地質標本館】 地球科学専門の博物館です。研究活動で得られた成果を最新の地球科学情報とともに日本の地質、地下資源、海洋の地質、地球環境、火山と地熱、地震と活断層などのテーマごとにまとめて展示しています。	P91 【地質標本館】 <u>地質標本館は、地球科学専門の博物館です。「地球の歴史となりたち」「地球と人間の関わり合い」を理解していただくために、研究活動で得られた成果を最新の地球科学情報とともに日本の地質、地下資源、海洋の地質、地球環境、火山と地熱、地震と活断層などのテーマごとにまとめて展示しています。その他、岩石・鉱物・化石などの標本も多数展示しています。</u>

修正前	修正後
P91 【筑波実験植物園】 <u>筑波山や世界の熱帯地域に生育する植物が植栽され、三千種におよぶ珍しい植物が公開されています。植物たちの生活のありさまや、環境によってさまざまな特徴を持っている様子、また、四季によって美しく変化する姿などを楽しむことができます。</u>	P91 【筑波実験植物園】 <u>国立科学博物館が植物の研究を推進するために設置された植物園です。およそ 14ha の敷地には、日本に生育する植物、私たちの生命(いのち)を支える植物、筑波山で見られる植物など、7,000 種類を超える植物が植栽され、およそ 3,000 種類をご覧くださいことができます。</u>

修正前	修正後
P91 【地図と測量の科学館国土地理院】 地図や測量に関する歴史、原理や仕組み、新しい技術などを総合的に展示する施設です。館内には、専用の赤青メガネで見ると立体的に浮き上がって見える日本列島が広がっています。	P92 【地図と測量の科学館(国土地理院)】 地図や測量に関する歴史、原理や仕組み、新しい技術などを総合的に展示する施設です。館内には、専用の赤青メガネで見ると立体的に浮き上がって見える日本列島が広がっています。<u>古地図や現存する世界最古の地球儀などの展示、楽しみながら地理や地図が学べるパソコンコーナーもあります。館外の地球ひろばには、地球の丸さを実感できる直径 22 メートルの日本列島球体模型があります。</u>

修正前	修正後
P91 【つくばサイエンスツアー】 第 1・3 土曜日限定でスタッフガイド同行コースを開催しています。	P92 【つくばサイエンスツアー(つくばサイエンスツアーオフィス)】 第1・3土曜日限定でスタッフガイド同行コース(予約制)を開催しています。

修正前	修正後
P92 【福来みかん】 <u>筑波山麓で収穫されている、七味唐辛子の材料の陳皮となっているみかんです。近年では、お菓子やラーメンなどにも用いられています。</u>	P92 【福来みかん】 <u>筑波山麓にのみ自生する小ぶりなみかんで、爽やかな香りや酸味が特徴。皮を乾燥させた薬味をはじめ、菓子、酒、ラーメンなど様々な加工品に活用されています。</u>

修正前	修正後
P92 【ブルーベリー】 <u>つくば市のブルーベリーは大粒で、</u> <u>バランスのとれた甘味と酸味が口</u> <u>いっぱいに広がります。市内には約</u> <u>30 のブルーベリー農園があり、多く</u> <u>の農園で摘み取りを楽しめます。</u>	P92 【ブルーベリー】 <u>平成 11 年に「ブルーベリーシティ宣言」</u> <u>をしたつくば市は、日本三大ブルーベ</u> <u>リー生産地とも呼ばれ、いち早くブルー</u> <u>ベリーに取り組んだ産地です。現在では</u> <u>市内に 30 を超えるブルーベリー農園</u> <u>が点在しており、6 月～8 月にはブルー</u> <u>ベリーの摘み取り体験も楽しめます。ブ</u> <u>ルーベリーは品種も多く、寒冷地でよく</u> <u>育ち大粒で爽やかな酸味が特徴のハイ</u> <u>ブッシュ系と温暖な地域で育てられ甘</u> <u>味の強いラビットアイ系があり、品種の</u> <u>バリエーションも豊富だといわれていま</u> <u>す。加工品も多く、お菓子やジャムなど</u> <u>多様な品揃えも魅力です。</u>

修正前	修正後
P92 【米】 <u>つくば市では、水稻栽培が盛んに行</u> <u>われており、水田面積は約 4,900 ヘ</u> <u>クタールとなっています。特に、つ</u> <u>くば市北部の筑波山麓に広がる水田</u> <u>で栽培された米は、弾力があり、甘</u> <u>みと粘りが強く、昭和初期には皇室</u> <u>への献上米となっていました。</u>	P93 【米】 <u>つくば市は皇室献上米として納められ</u> <u>ていた米の産地でもあります。筑波山</u> <u>麓の市北部などのブランド米、寒暖差</u> <u>を生かした滋味あふれる食味に優れた</u> <u>筑波北条米などのブランド米、市南部</u> <u>では牛久沼を背に豊かな水資源と平地</u> <u>をいかしたコシヒカリが栽培されていま</u> <u>す。</u>

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P93 【日本酒】 <u>筑波山の豊かで上質な湧水を使って丹</u> <u>精込めて作られるつくばの日本酒で、</u> <u>つくばと筑波山にちなんだ名をつけら</u> <u>れた銘酒があります。</u>

修正前	修正後
文章なし	P93 【筑波山地域ジオパーク認定商品】 筑波山地域ジオパークの PR および地域の活性化を目的として、地域内で採れた食材を使った商品や、地域内で製造された商品で、筑波山地域ジオパークをイメージできるような商品を「筑波山地域ジオパーク認定商品(食品および料理)」として、平成 30 年度から認定してきました。

修正前	修正後
P92 【ラーメン】 つくば市は数多くのラーメン店がひしめき合う、激戦区です。年に一度、全国から名店が集結する、つくばラーメンフェスタが開催されています。	P93 【ラーメン】 つくば市は、知る人ぞ知るラーメンの街、魅力あるラーメン店がしのぎを削る激戦区。市内にラーメン専門店は約 100 店舗、ラーメンを食べられるお店は約 200 店舗にもなります。茨城最大のラーメンイベント「つくばラーメンフェスタ」が 2012 年から開催され、来場者が例年約 10 万人の来場者が集結し、全国の有名店を押さえつくば市内のラーメン店が総合売上1位となっています。

修正前	修正後
P92 【つくばうどん】 ローズポークの「ば」ら肉の具に地産小麦とレンコンパウダーを使用した麺のご当地うどん。出品する店舗により味付けが異なっており、様々な顔を見せてくれます。	P93 【つくばうどん】 ローズポークの「ば」ら肉の具に地産小麦とレンコンパウダーを使用した麺のご当地うどんです。店舗ごとにアレンジが加わり、味付けも異なります。

修正前	修正後
P90 【科学万博記念公園】 高さ 10 メートルの“科学の門”は、見る方向により歴史に残る 4 人の科学者の顔が浮かび上がるという不思議な門です。	P94 【科学万博記念公園】 <u>昭和 60 年(1985 年)の科学万博跡地に作られました。見ものは高さ 10 メートルの“科学の門”で、小さな球がぶら下がっているだけなのですが、見る方向により歴史に残る 4 人の科学者(東側から見るとエジソン、西側からはアルキメデス、南側はニュートン、北側からガリレオの顔が見えます)の顔が浮かび上がるという不思議な門です。園内には、家族連れや若者たちでにぎわう芝生広場や池、アヤメ園、そして全天候型テニスコートが 5 面あります。</u>

修正前	修正後
P90 【つくば牡丹園】 つくば牡丹園は、<u>常磐自動車道・谷田部 IC 近くの、日本一の種類数を有する、自然溢れる牡丹・シャクヤクの庭です。開園期間は 4 月中旬～5 月下旬です。</u>	P94 【つくば牡丹園】(<u>Peony Garden Tokyo in Tsukuba</u>) つくば牡丹園は、<u>550 種類の牡丹や 250 種類のシャクヤクをはじめとした花々が咲き誇ります。開園期間は牡丹やシャクヤクの季節、4 月中旬～5 月下旬です。</u>

修正前	修正後
<u>文章なし</u>	P94 【筑波山のカタクリの花】 <u>筑波山頂周辺の自然研究路やカタクリの里、ケーブルカー沿線には、3 万株のカタクリ草が自然のまま群生しており、4 月中旬に見頃を迎えます。</u>

修正前	修正後
P90 【燧ヶ池周辺】 筑波山の麓にある田園の中にある農業用ため池です。筑波山の隠れた名撮影ポイントとして写真愛好家に人気が高くなっています。	P95 【燧ヶ池周辺】 筑波山の麓にある田園の中にある農業用ため池です。<u>背景には堂々たる筑波山、そして枝振りの良い見事な古木の大榎という素晴らしいロケーションであ</u>

	り、季節ごとに桜、蓮の花、彼岸花と色 を添えます。筑波山の隠れた名撮影ポイントとして写真愛好家に人気が高くなっています。
--	---

修正前	修正後
P90 【農林さくら通り】 つくば市の桜の名所 <u>の一つとして、</u> <u>人気の高い</u> 全長約 1.5km の並木道 <u>で</u> <u>す。</u>	P95 【農林さくら通り】 つくば市の桜の名所として全長約 1.5 kmの桜並木道が見られます。



第3次 つくば市 観光基本計画

令和4年(2022年)4月

〔対象期間〕

令和4年度(2022年度)から
令和8年度(2026年度)まで



市長挨拶

つくば市は、名峰「筑波山」をはじめとする美しい自然や周辺地域の豊かな歴史と文化、世界最先端の科学技術が集積した自然と科学が調和した魅力あるまちです。

2000年代には、つくばエクスプレス(TX)の開業や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をはじめ、駅周辺の市街地開発が行われるなど、更なる発展を遂げています。

近年、国内のみならず世界的に少子高齢化や気候変動、価値観の多様化や急速なイノベーション、SDGsの取組など、近年私たちを取り巻く環境が大きく変化しています。

このような中で、つくば市は「持続可能都市」を目指し、中長期的な視点で一貫したまちづくりを行うための道標として「つくば市未来構想」を策定するとともに、未来構想の実現に向けたより具体的な施策や取組をまとめた「第2期つくば市戦略プラン」を策定しています。更に観光振興分野の個別計画として、本計画を策定し、今後5年間における本市の魅力や強みをいかした観光施策を推進していきます。

前計画である「第2次つくば市観光基本計画」では、つくば市の豊かな地域資源とアクセスの良さを背景に、同計画最終年度(2021年度)の到達目標指標として設定した「観光入込客数400万人」に対し、平成30年(2018年)には約421万人、令和元年(2019年)には約425万人と、2年連続で目標を上回り順調に推移してきました。しかし、令和2年(2020年)には、全世界で猛威を振る新型コロナウイルス感染症の影響により、本市の観光産業は大きな打撃を受け、観光入込客数も大きく減少しました。

こうした社会情勢の中、新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、観光PRの強化や観光地の魅力を高めることなど、更なる観光振興施策の展開等が求められています。

今回作成した本計画では、「つくばと“つながる”つくばが“つながる”—つくばの自然・科学・歴史・文化で人と地域と世界をつなぐ—」という基本理念の下、社会情勢の変化を捉え、市民の皆様とともに、SDGsへの貢献と持続可能な観光を目指しています。

また本計画は、市民委員に初めて御参加いただいているなど、市民の声を積極的に取り入れた計画となっております。

最後に、本計画の策定にあたり真摯に御議論いただきました、各委員の皆様にご心より感謝申し上げます。

つくば市長 五十嵐 立青



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 S D G s 達成に向けての取組	4
5 本計画の実施体制	5
第2章 つくば市の観光を取りまく現状と課題.....	7
1 つくば市の概要	7
2 つくば市の観光資源の特徴	10
3 国内の観光動向	13
4 統計データからみえるつくば市の現状	25
5 アンケート結果の概要	32
6 つくば市の観光における主な課題	41
第3章 つくば市観光振興の指針.....	43
1 基本理念	43
2 基本方針	44
3 目標指標	44
4 施策の体系	46



第4章 基本方針に基づく主な施策..... 47

- 1 観光客とつくばが“つながる”－つながる・役立つ・広がる情報発信－ 47
- 2 伝えたい資源を観光に“つなげる”
－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－ 50
- 3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－ 54
- 4 未来に“つなげる”－持続可能な観光地域づくりの構築－ 59

資料編..... 64

- 1 つくば市観光基本計画策定委員会要項 64
- 2 つくば市観光基本計画策定委員名簿 66
- 3 アンケート結果 67
- 4 用語解説 82
- 5 つくば市の観光資源の詳細 85
- 6 これまでの取組実績（平成29年(2017年)～令和2年度(2020年度)） 96



計画の基本的考え方

1 策定の背景と目的

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

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

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

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

また、豊かな市民生活の下支えとなる自分の住むまちへの愛着や誇りを感じることなど、市民の理解が得られる持続可能な観光地域づくりを推進する必要があります。

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



2 本計画の位置づけ

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

また、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して位置付けるものです。

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

<<市の上位計画>>

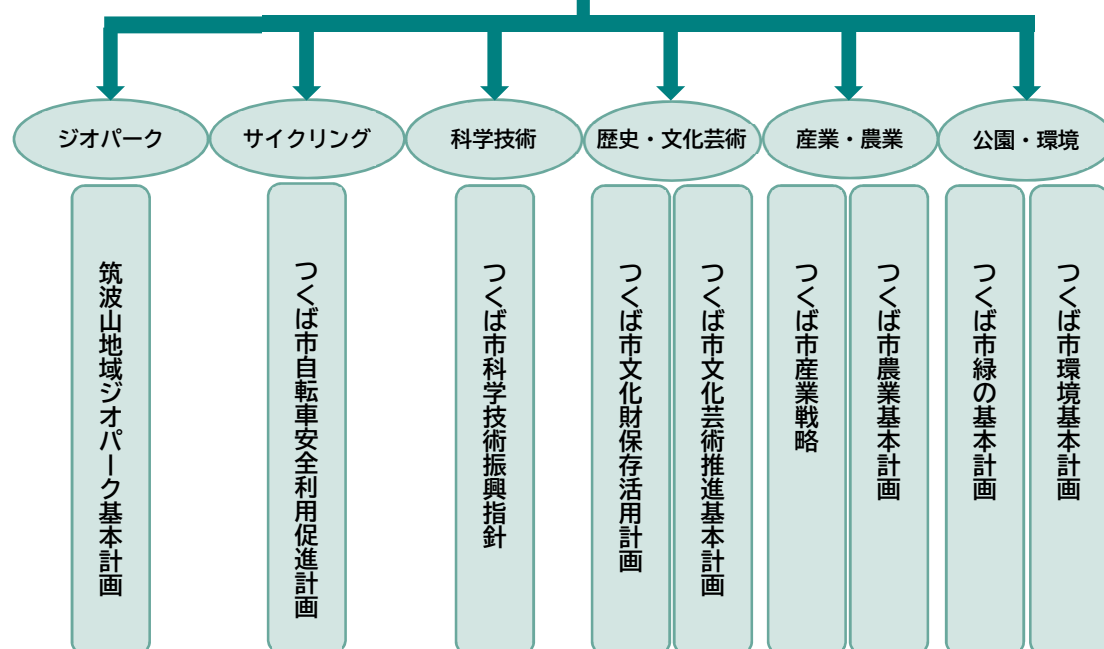
つくば市未来構想(2020-2050)
第2期戦略プラン(2020-2024)
つくば市SDGs未来都市計画

<<国・茨城県計画、指針>>

観光立国推進基本計画
持続可能な観光地域づくりガイドライン
SDGsへの貢献と持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）の推進に係る取組方針
茨城県観光振興基本計画 など

つくば市観光基本計画

<<関連計画>>



3 本計画の期間

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

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

<<スケジュール>>

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				
	評価・検証		評価・検証	

策定後2年ごとに第3次観光基本計画策定委員による中間検証会議を行い、各施策の進捗や有効性を評価・検証します。

また、毎年度で事務事業マネジメントの指標や「主要施策の成果」を評価し、本計画の進捗管理を行います。



4 SDGs達成に向けての取組

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

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

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





5 本計画の実施体制

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

(1) 市

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

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

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

(2) 観光コンベンション協会

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

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

(3) 観光事業者

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

(4) 交通事業者

交通事業者は、観光の最前線で観光客と接するなど、おもてなしの主役を担っています。こうしたことから、市内における周遊観光を支える観光客の足として、安心・安全を第一とした移動手段を提供し、観光地域における利便性の高い交通の実現が期待されています。



(5) 商工事業者

つくば市商工会及びその会員をはじめとする商工事業者は、経済活動による賑わいの創出や、観光による地域振興を目指す観光地域づくりにおいて、重要な基盤です。来訪者への付加価値の提供や、地域経済の活性化が期待されています。

(6) 研究機関

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

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

(7) 大学

世界最先端の科学技術が集積するつくば市は、日本でも有数の学術都市であり、複数の大学が立地しています。

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

(8) 市民

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



つくば市の観光を取りまく 現状と課題

1 つくば市の概要

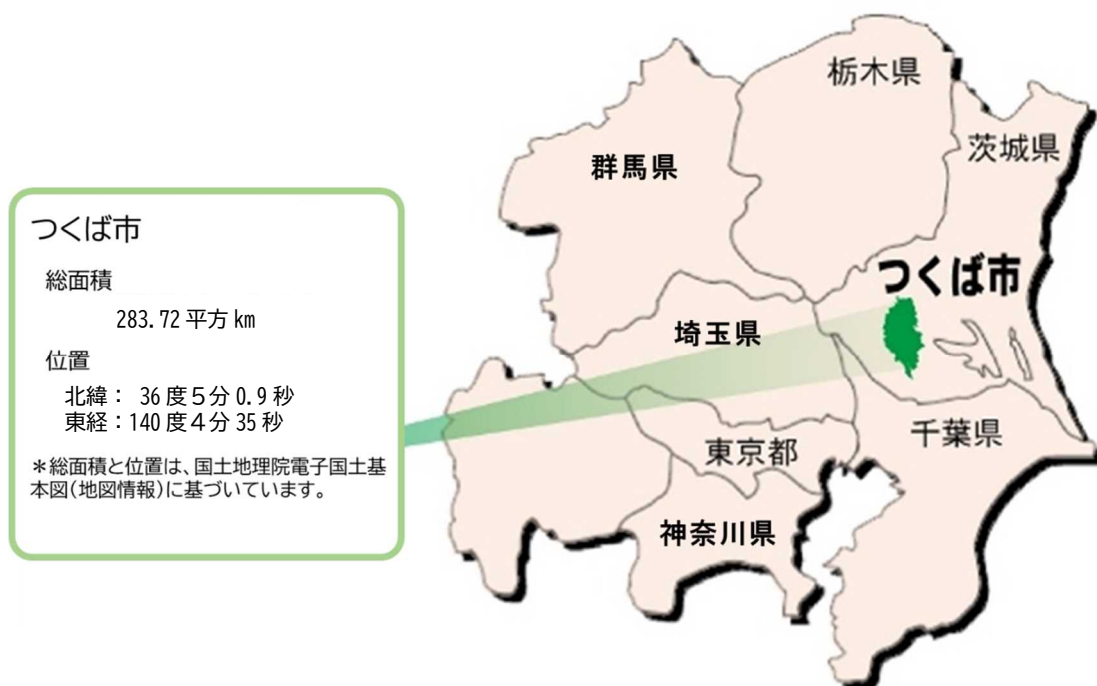
つくば市は、茨城県の南西部に位置し、首都東京から北東に約50km、成田国際空港（成田市）から北西に約40kmの距離に位置しています。市の総面積は283.72km²で、これは茨城県内で第4位の広さとなっています。

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

また、つくば市から見る牛久沼は、静かで美しい水郷風景を映し出しています。

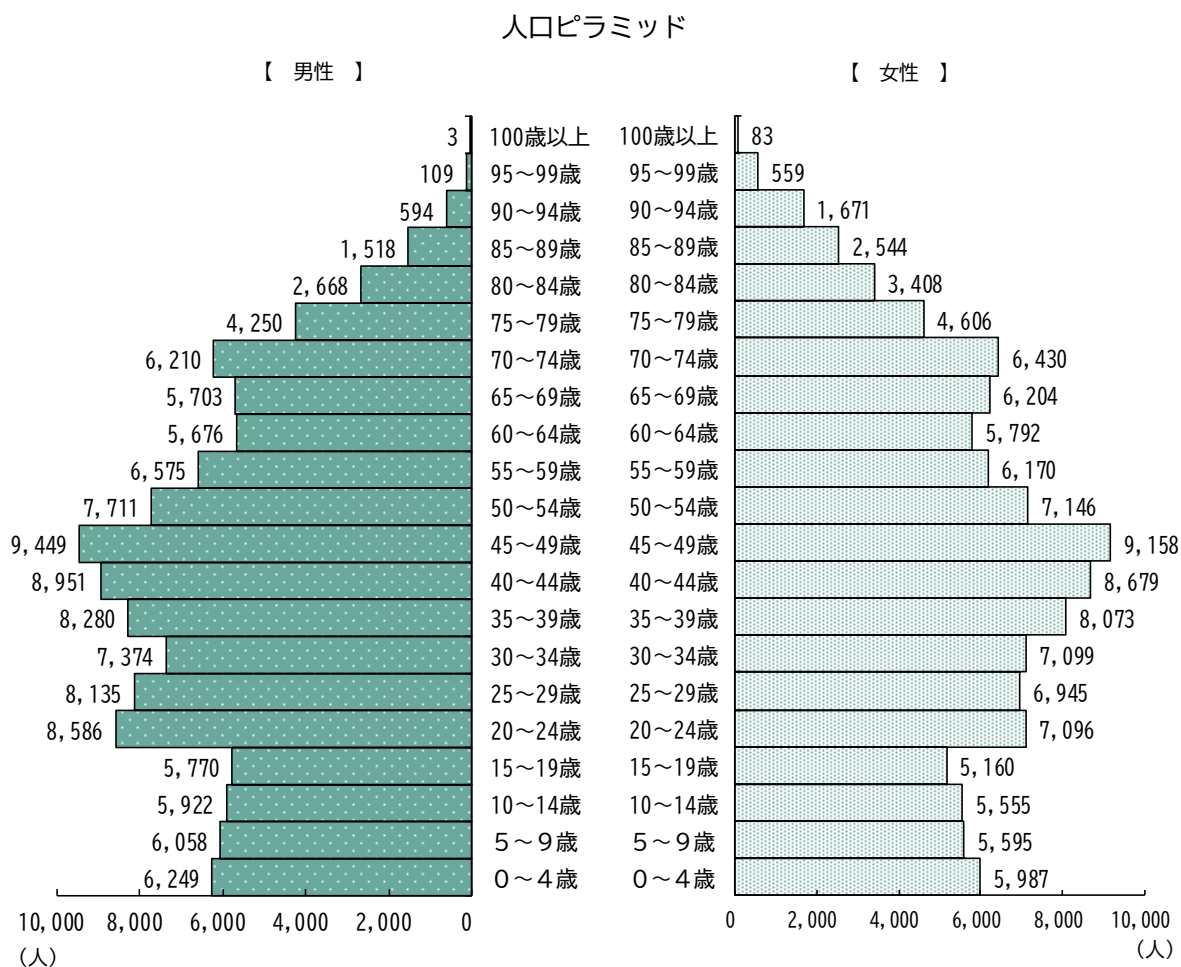
筑波山周辺を除く市域の大部分は、筑波・稲敷台地と呼ばれる標高20～30mの関東ローム層に覆われた平坦な地形であり南北に流れる小貝川、桜川、谷田川、西谷田川などの河川は、周辺の平地林、畑地あるいは水田等と一体となり、落ち着いた田園風景を醸し出しています。

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



ア 人口ピラミッド

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

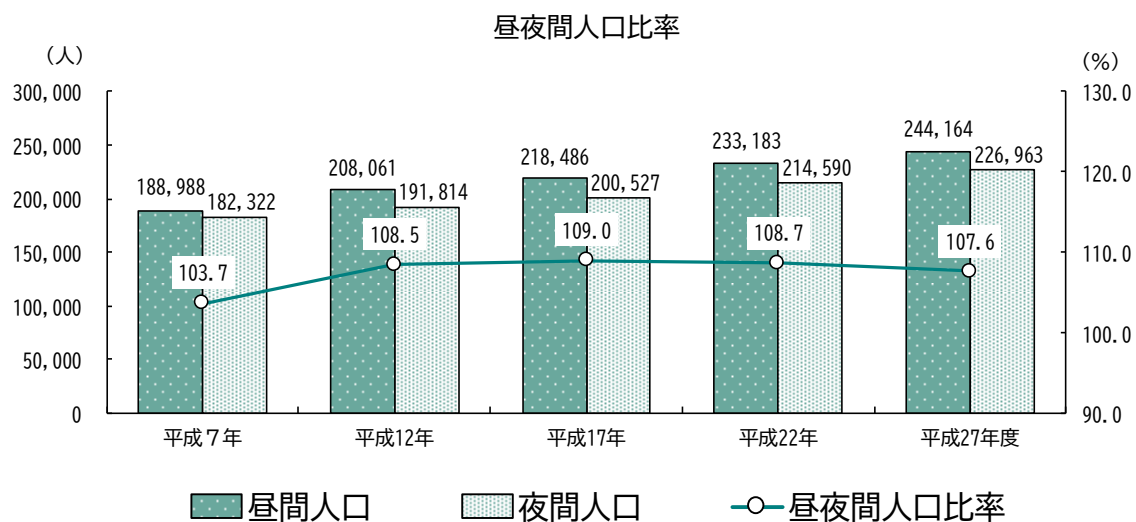


資料：統計つくば 令和2年度（2020年度）（茨城県常駐人口調査 令和2年（2020年）10月1日現在）



イ 昼夜間人口比率

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



資料：国勢調査



[つくば駅周辺]

2 つくば市の観光資源の特徴

(1) つくば市の観光資源

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

つくば市の観光資源

特産品・食	観光イベント	自然の観光資源
つくばコレクション 筑波山地域ジオパーク認定商品 芝 ラーメン パン うどん 福来みかん ネギ ブルーベリー 米 ワイン 日本酒 等	つくばフェスティバル まつりつくば 筑波山ガマまつり 筑波山麓秋祭り 筑波山梅まつり くきざき夢まつり 等	筑波山地域ジオパーク 筑波山 筑波山温泉郷 フォレストアドベンチャー・つくば 宝篋山 筑波山ふれあいの里 筑波山梅林 豊里ゆかりの森 高崎自然の森 茎崎こもれび六斗の森 つくば霞ヶ浦りんりんロード 不動峠 桜川 小貝川 牛久沼 等
花の名所	歴史・文化の観光資源	科学の観光資源
桜 筑波山 北条大池 科学万博記念公園 洞峰公園 農林さくら通り 高崎自然の森 つくば霞ヶ浦りんりんロード 彼岸花 燧ヶ池周辺 梅 筑波山梅林 あじさい 筑波山梅林 福寿草 筑波山 ヤマユリ 高崎自然の森 等	筑波山神社 平沢官衙遺跡 蚕影神社 大曾根鹿島神社 金村別雷神社 千勝神社 普門寺 泊崎大師堂 平沢官衙遺跡歴史ひろば 桜歴史民俗資料館 出土文化財管理センター 谷田部郷土資料館 つくばセンター広場 長屋門 つくば道 等	筑波実験植物園 地図と測量の科学館 つくばエキスポセンター 筑波宇宙センター 地質標本館 サイエンススクエアつくば つくばサイエンスツアー 等

詳細は資料編をご覧ください。

主な市内観光資源分布図



(2) つくば市の観光施策の経緯

ア つくば市の観光のあゆみ

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

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

つくば市の観光のあゆみ

年	できごと
1918	土浦－筑波間筑波鉄道開通
1922	筑波駅－神社間自動車道路開通
1923	筑波山乗合自動車運行
1925	筑波山ケーブルカー開通（戦後 1954 年再開）
1949	ガマまつり開催（以降、毎年開催）
1963	町営筑波山駐車場完成
1965	筑波山つつじヶ丘駐車場完成、筑波山ロープウェイ開通
1966	筑波山梅林造成
1969	筑波山国定公園指定
1974	筑波山梅まつり開始（以降、毎年開催）
1979	表筑波スカイライン完成
1981	常磐自動車道開通
1982	筑波山大駐車場完成
1985	国際科学技術博覧会（つくば科学万博）開催
1987	大穂町、豊里町、桜村、谷田部町が合併し、つくば市誕生（11月30日） 筑波山観光センター開館 筑波鉄道廃線
1988	筑波町を編入合併 つくばフェスティバル開催 まつりつくば（以後、毎年開催）
1989	ゆかりの森オープン 筑波ふれあいの里オープン 一般財団法人 茨城県科学技術振興財団発足
1990	つくばフェスティバル '90 開催（以後、毎年開催） つくば市物産会発足 つくば市観光協会設立
2002	つくばりんりんロード全線開通（延長 40.1km） 茎崎町を編入合併
2005	つくばエクスプレス開業
2006	初代つくば観光大使、筑波山もみじまつり開催
2007	つくば市国際交流協会設立 宝篋山小田休憩所開館 つくば市総合案内所開館（つくば駅構内）
2008	筑波山麓秋まつり（以降、毎年開催）
2010	つくば観光コンベンション協会（つくば市観光協会とつくばコンベンションビューローの組織統合）
2011	つくば国際戦略総合特区 指定
2012	つくば市観光基本計画策定
2013	市営筑波山麓平沢駐車場完成
2014	市営筑波山第1駐車場完成（拡張） 市営筑波山麓筑波駐車場完成 筑波山森林体験パーク開館（フォレストアドベンチャー・つくば）
2015	市営筑波山麓小田駐車場完成 筑波山おもてなし館開館 旧長島家土塀修復（市営小田駐車場を整備） つくば総合インフォメーションセンター観光案内所開館（BiVi つくば内） つくば市総合案内所閉館（つくば駅構内）
2016	「G7茨城・つくば科学技術大臣会合」開催 筑波山地域「日本ジオパーク」認定 市営筑波山第1駐車場公衆トイレ完成
2018	「筑波山」が日本夜景遺産に認定
2019	「G20 茨城つくば貿易・デジタル経済大臣会合」開催 「つくば霞ヶ浦りんりんロード」が国のナショナルサイクルルートに指定（延長 180km）

3 国内の観光動向

(1) 国・茨城県の観光施策の状況

ア 国の観光施策の推移

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

イ 茨城県の観光施策の推移

国の動きを踏まえ、茨城県では平成28年（2016年）に「茨城県観光振興基本計画」を策定しました。「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念に、施策を展開してきました。そして、令和2年（2020年）には、第2期「茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するとともに、新たに令和4年度（2022年度）からの「茨城県観光振興基本計画」を策定しています。

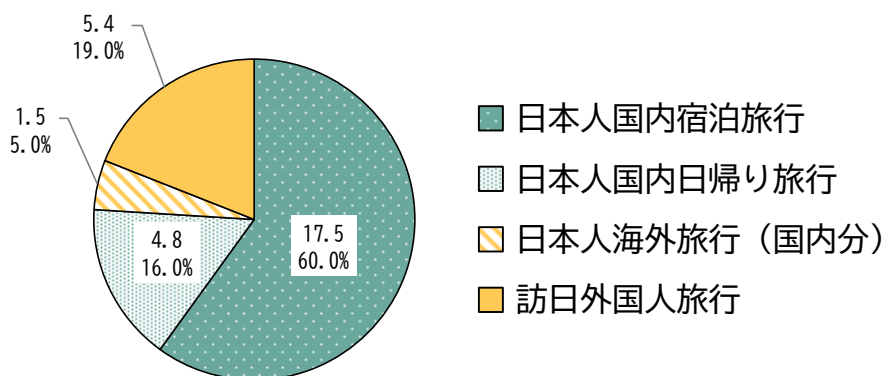
(2) 国・茨城県の観光の状況

ア 国の観光の動向

日本国内における内部観光消費（国際基準）

令和元年度（2019年度）の日本国内における内部観光消費は、29.2兆円でした。その内訳は、日本人国内旅行が全体の約8割を占めています。

日本国内における内部観光消費（国際基準）



単位：兆円

資料：観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

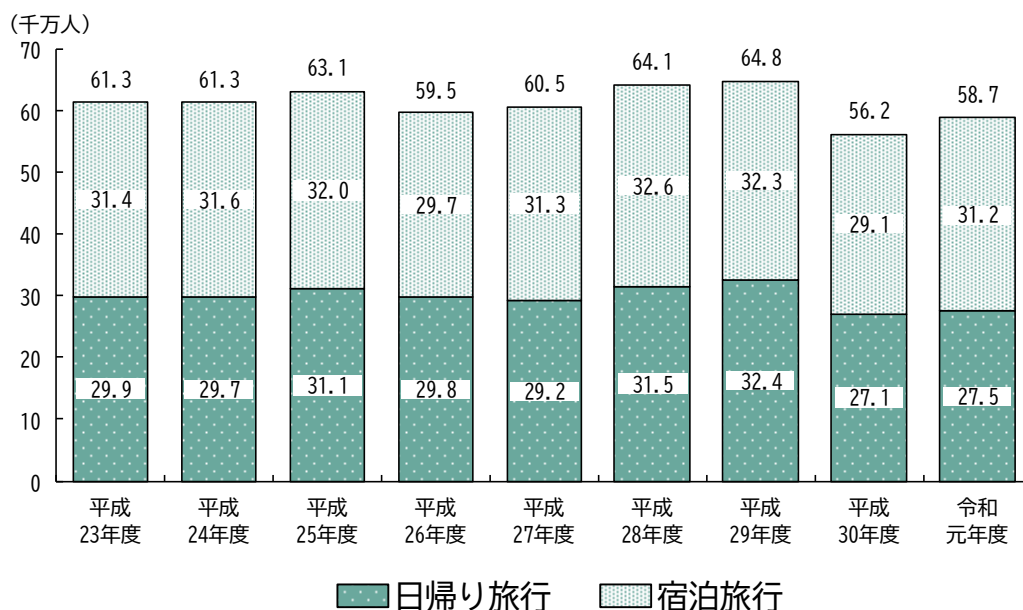


(ア) 日本人旅行者について

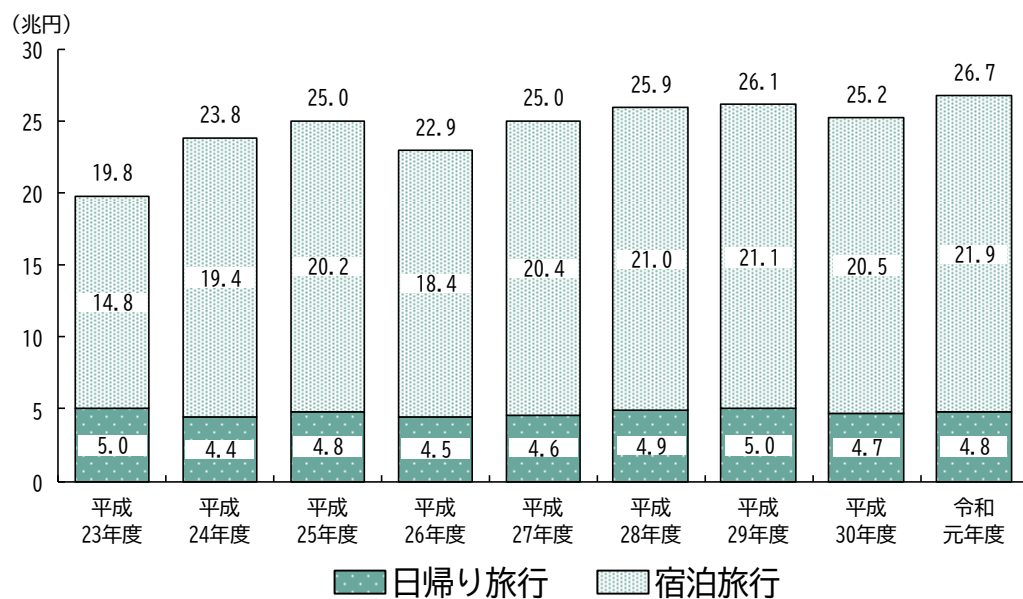
① 日本人国内旅行者数と旅行消費額の推移

日本人国内旅行者数は、平成26年度（2014年度）を除き、日帰り旅行者数に比べ宿泊者数が多くなっています。一方で、全年度で旅行消費額が日帰り旅行に比べ宿泊旅行が大幅に上回っています

日本人国内旅行者数の推移



旅行消費額



資料：観光庁 2019「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」



② 旅行形態別の消費単価

観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査の、旅行形態別の消費単価を見ると、宿泊旅行は日帰り旅行に比べ約4倍となり、宿泊旅行を推進することで、より経済波及効果が高くなることが分かります。

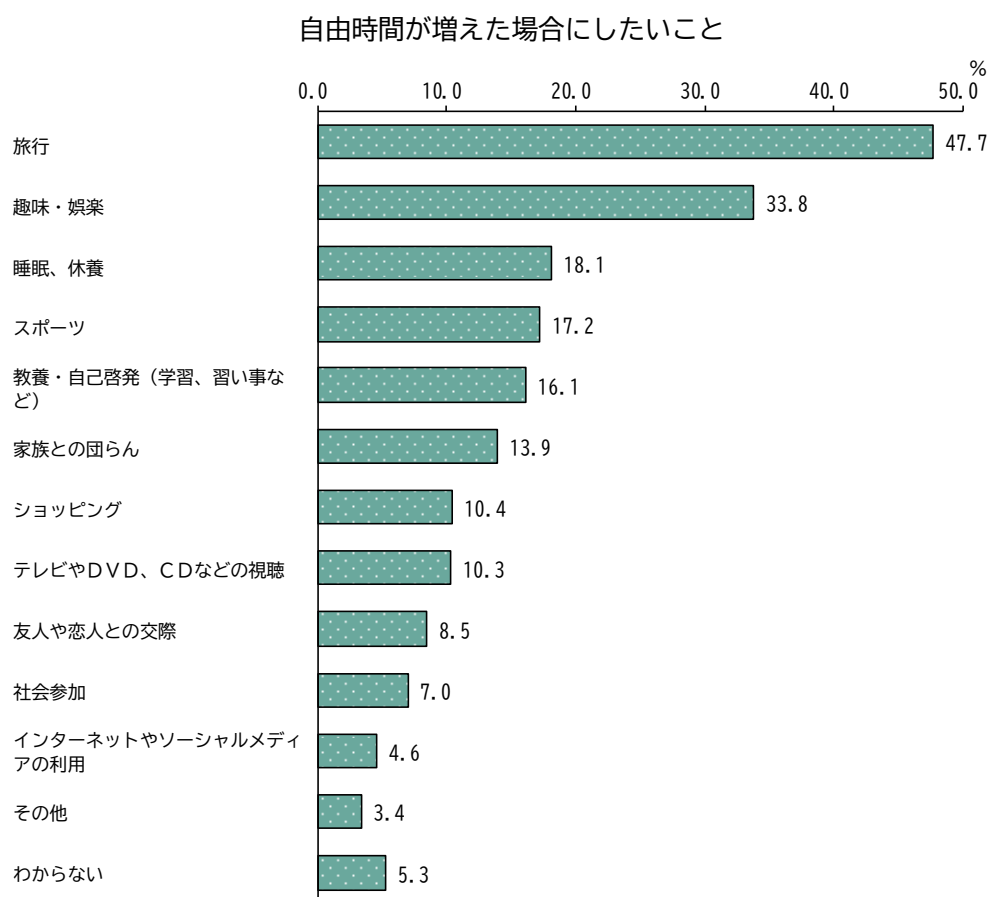
旅行形態別の消費単価

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

資料：観光庁 2019「旅行・観光消費動向調査」

③ 国民の観光に関する意識

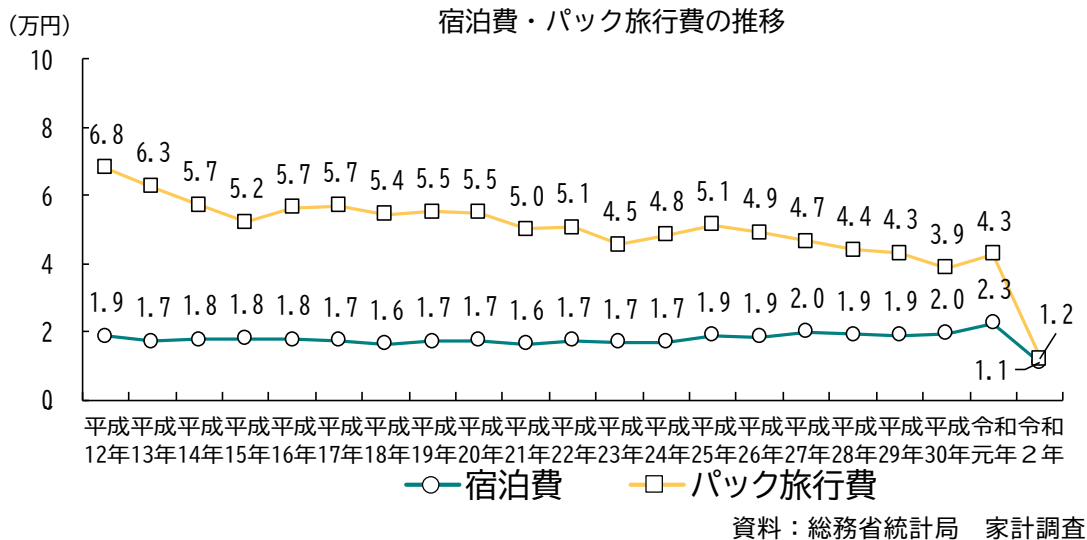
内閣府が実施した世論調査によると、自由時間が増えた場合にしたいこととして、「旅行」と答えた方の割合が最も多いです。このことから、旅行に関する需要の高さがうかがえます。



資料：内閣府 2019「世論調査」

④ 家計に占める宿泊費・パック旅行費の推移

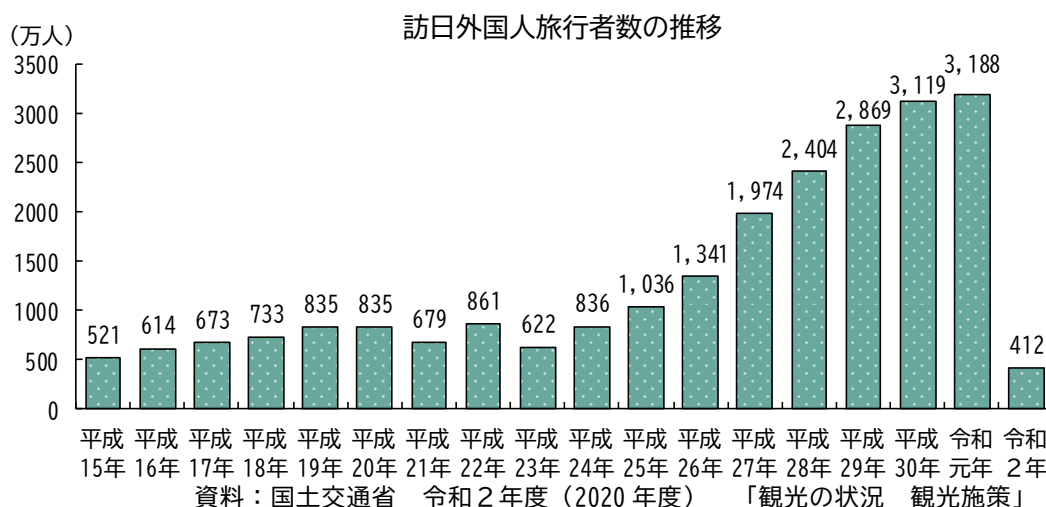
総務省統計局が実施した家計調査によると、家計に占める宿泊費は新型コロナウイルス感染症の流行前の令和元年（2019年）まで増加傾向にある一方で、パック旅行費は減少傾向にあることがわかります。このことから、宿泊旅行の需要が全国的に増加している一方で、パック旅行の需要は減少しています。



(イ) 訪日外国人旅行者について

① 訪日外国人旅行者数の推移

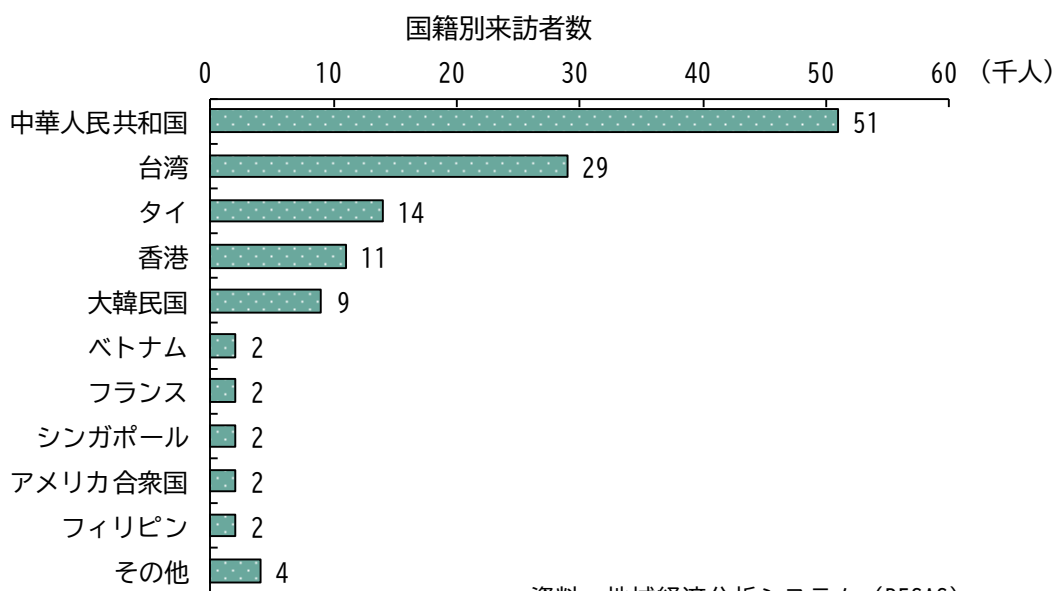
国土交通省「観光の状況 観光施策」によると、訪日外国人旅行者数は、平成21年（2009年）のリーマンショック、平成23年（2011年）の東日本大震災の影響で落ち込んだものの、平成24年（2012年）より急増しています。しかしながら、令和2年（2020年）には新型コロナウイルス感染症の流行により、海外からの渡航が規制されたことで大幅に減少しています。





② 茨城県の令和元年（2019 年）国籍別来訪者数

地域経済分析システムや観光庁、日本政府観光局の報告によると、茨城県の令和元年（2019年）の国籍別来訪者数は、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」からの来訪者が最も多く、次いで「台湾」、「タイ」、「香港」となっています。



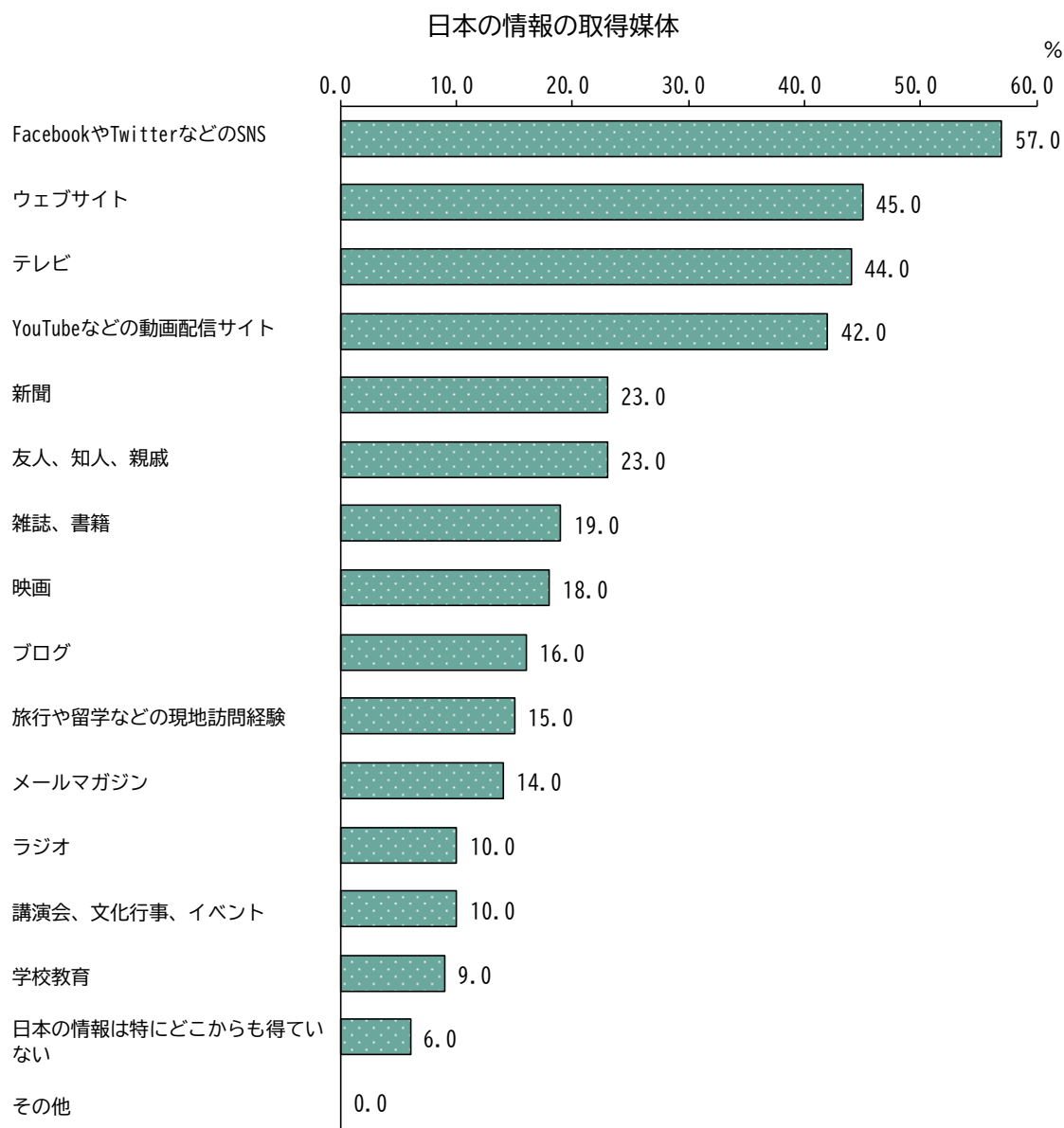
資料：地域経済分析システム（RESAS）

観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

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

③ ASEAN 諸国に関するデータ

外務省が実施した海外における対日世論調査によると、茨城県の外国人旅行者の中でも比較的割合の多いASEAN 諸国では、日本の情報を SNS やウェブサイトといったデジタル媒体で収集している人が多くなっています。



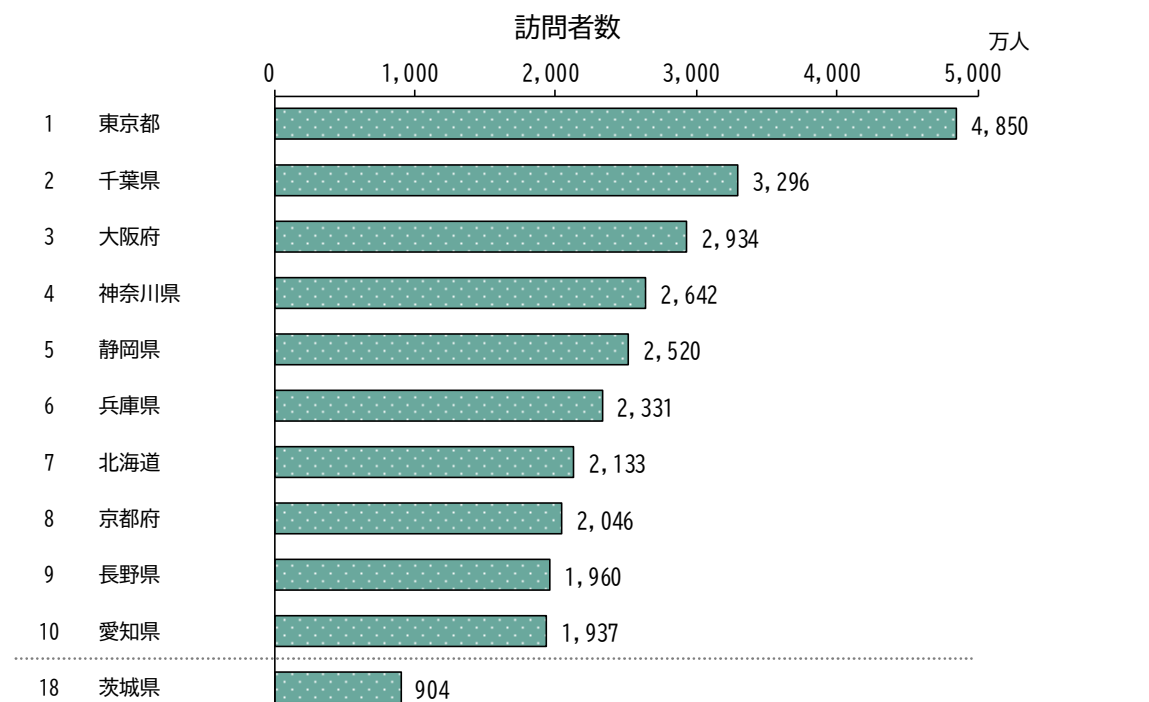
資料：外務省 2019「海外における対日世論調査」



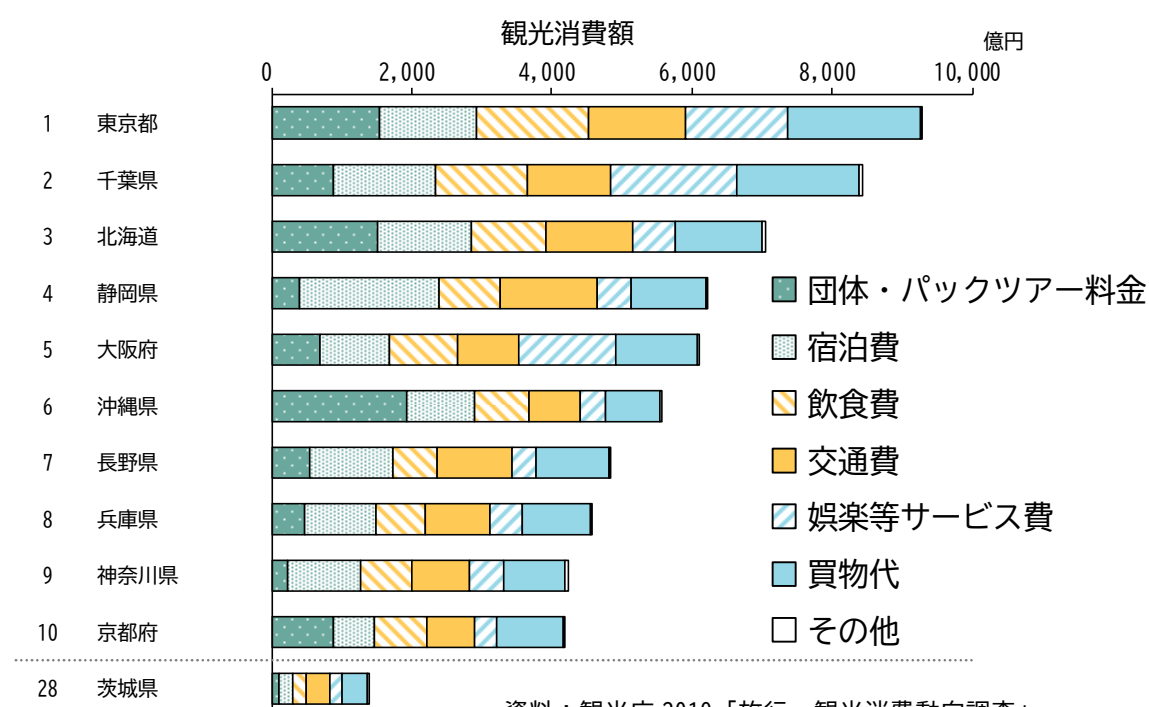
イ 県の観光動向

① 日本人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査によると、令和元年度（2019年度）の県別訪問者数の順位で、茨城県は18位でした。一方で、観光消費額については28位であることから、茨城県は来訪者数が多いものの、観光消費額は少ないことがうかがえます。



資料：観光庁 2019「旅行・観光消費動向調査」

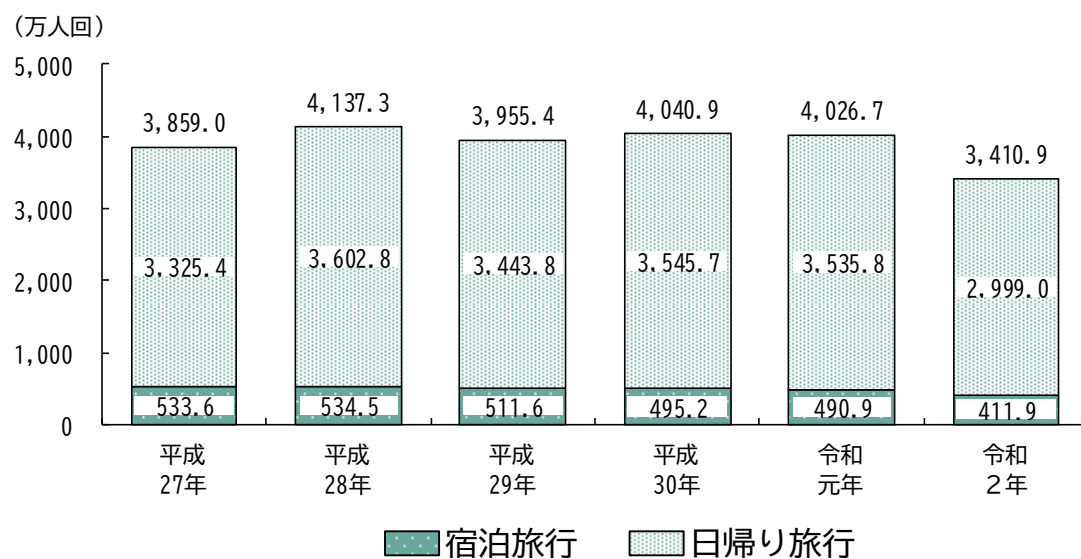


資料：観光庁 2019「旅行・観光消費動向調査」

② 茨城県の旅行形態別観光客数の推移

茨城県「茨城県の観光レクリエーション現況」によると、茨城県の観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症流行以前の5年間は大幅な増減がありませんでした。また、旅行形態としては日帰り旅行が宿泊旅行の約7倍となっており、このことが茨城県の観光消費額が他都道府県と比べると低いことがうかがえます。

茨城県の旅行形態別観光客数の推移

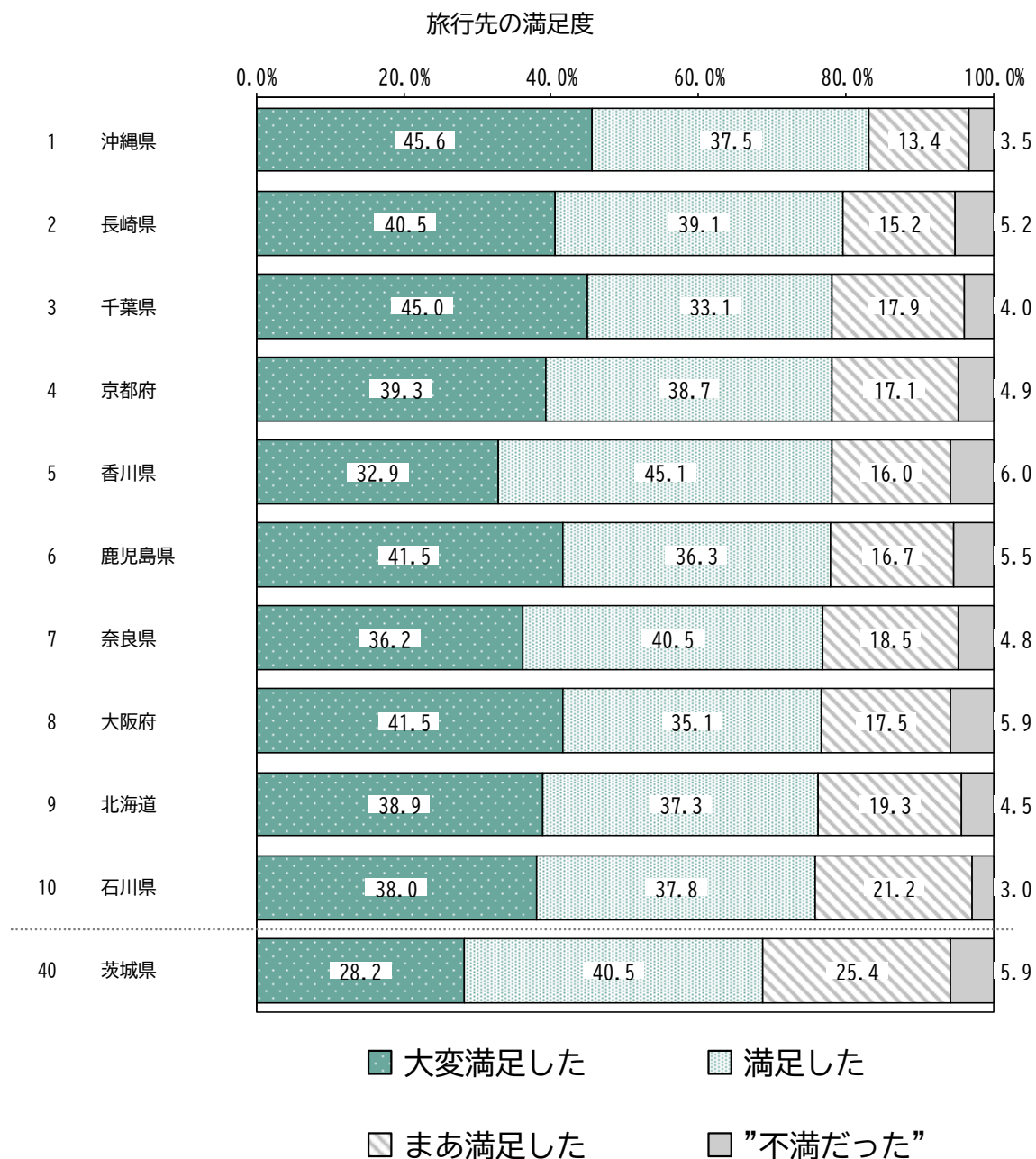


資料：茨城県「茨城県の観光レクリエーション現況（令和2年（2020年）観光客動態調査報告）」



③ 旅行先の県別満足度

公益社団法人日本観光振興協会「観光の実態と志向」によると、旅行先における県別の旅行満足度について、全国的に見て茨城県は満足度が低い傾向にあります。



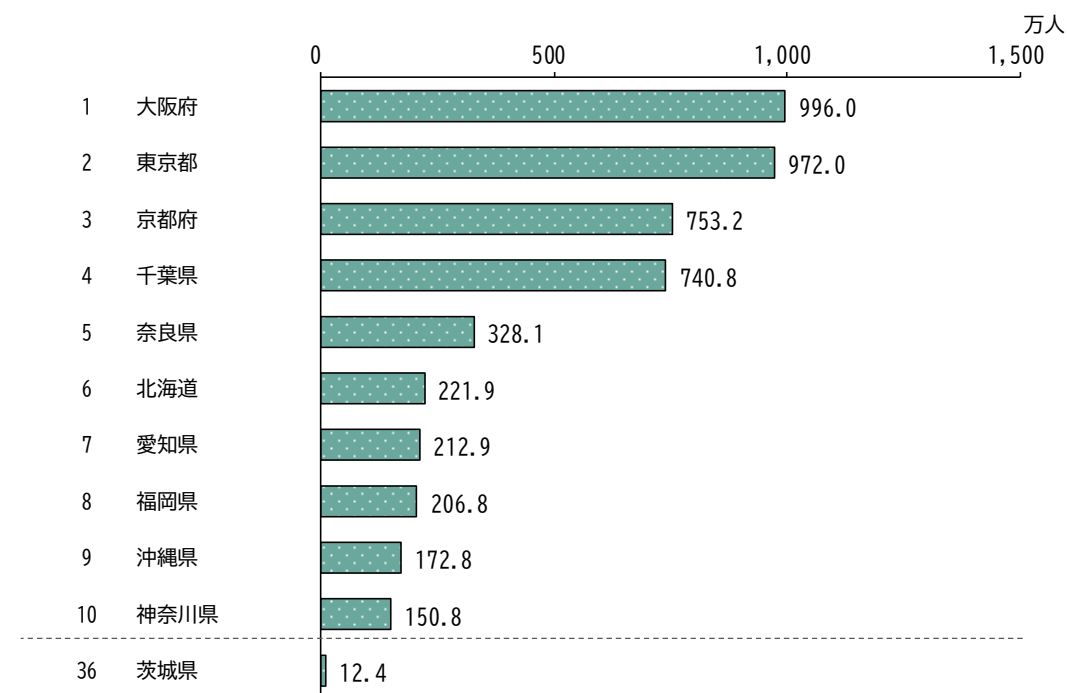
資料：公益社団法人日本観光振興協会 令和元年度版 観光の実態と志向

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

④ 訪日外国人旅行者の県別訪問者数・旅行消費額

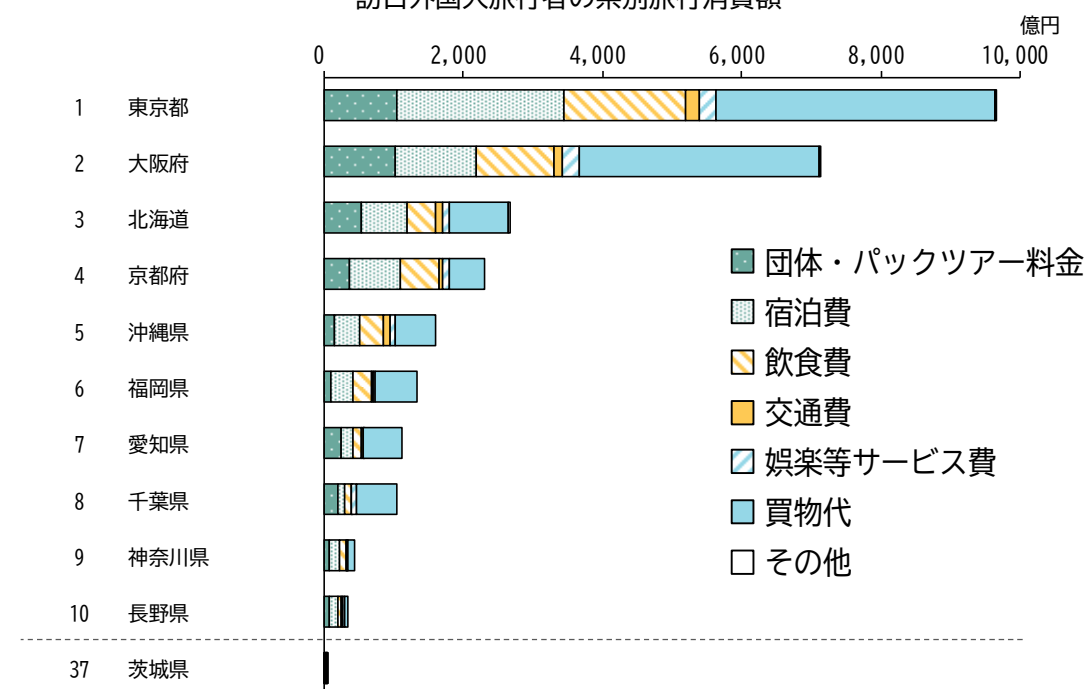
観光庁が実施した旅行・観光消費動向調査によると、茨城県は、訪日外国人旅行者の県別訪問者数が36位、旅行消費額が37位となっていることから、全国的に見て訪日外国人旅行者の来訪が少なくなっています。

訪日外国人旅行者の県別訪問者数



資料：観光庁 2019「旅行・観光消費動向調査」

訪日外国人旅行者の県別旅行消費額

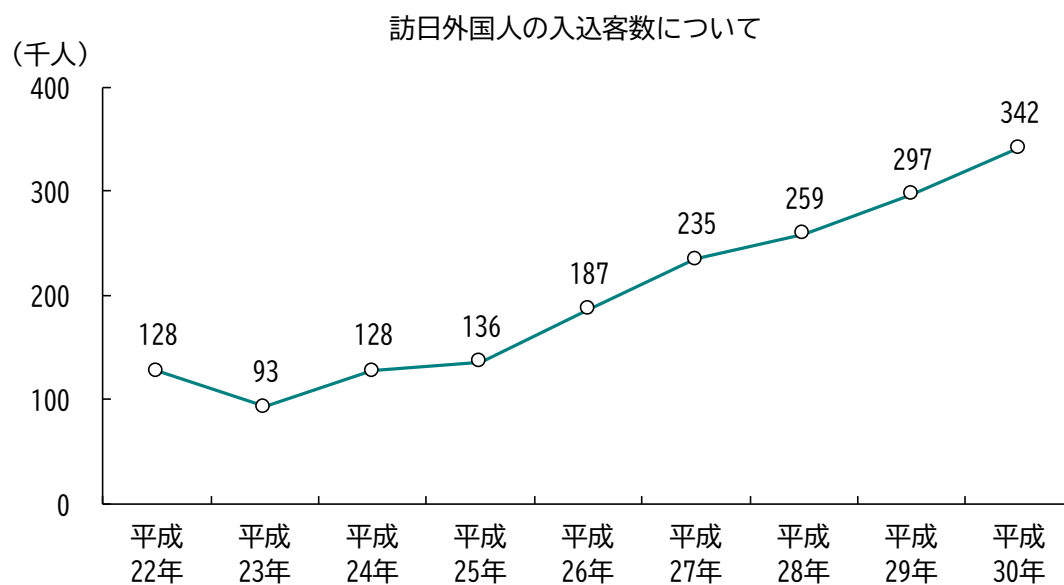


資料：観光庁 2019「旅行・観光消費動向調査」



⑤ 茨城県の訪日外国人の入込客数

茨城県「茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）」によると、訪日外国人の入込客数の推移をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前では、平成23年（2011年）に一旦減少しているものの、その後年々増加し、平成30年（2018年）には34万2千人と増加傾向にあります。



資料：茨城県「茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）」



ウ つくば市の観光を取りまく現状

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

つくば市の総観光入込客数は平成17年度（2005年度）には400万人を超えましたが、東日本大震災の影響により、一時減少傾向となりました。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次観光基本計画時の目標値を達成しました。（P25 ア 観光入込客数の推移参照）

しかし、世界的に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客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の取組が必要です。



〔筑波山〕

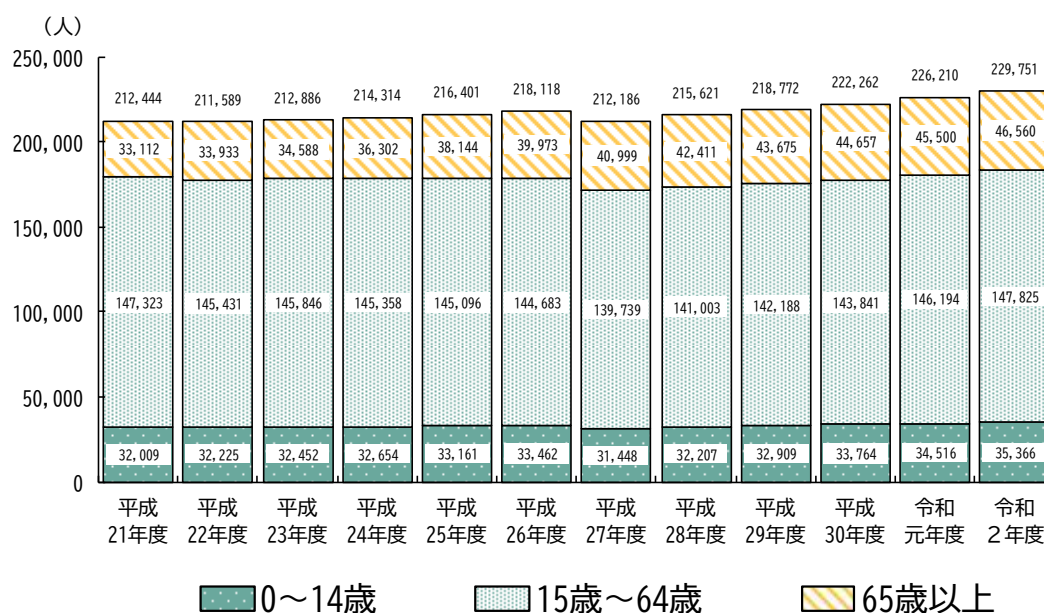
4 統計データからみえるつくば市の現状

(1) 人口

ア 年齢3区分別人口の推移

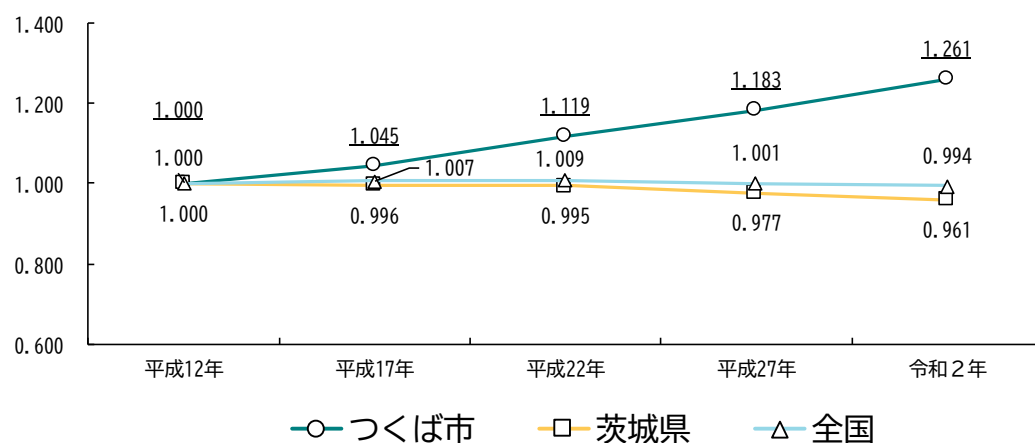
つくば市の人口推移は増加傾向にあり、平成27年度（2015年度）は減少となりましたが、再び増加に転じ、令和2年度（2020年度）には229,751人となりました。また、つくば市の3区分別人口は総じて増加傾向となっており、その割合をみると、全国、茨城県と比べ0～14歳の割合が高く、65歳以上の割合が低くなっています。

つくば市の年齢3区分別人口の推移



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

総人口の増減率の推移（国・県比較）



資料：国勢調査

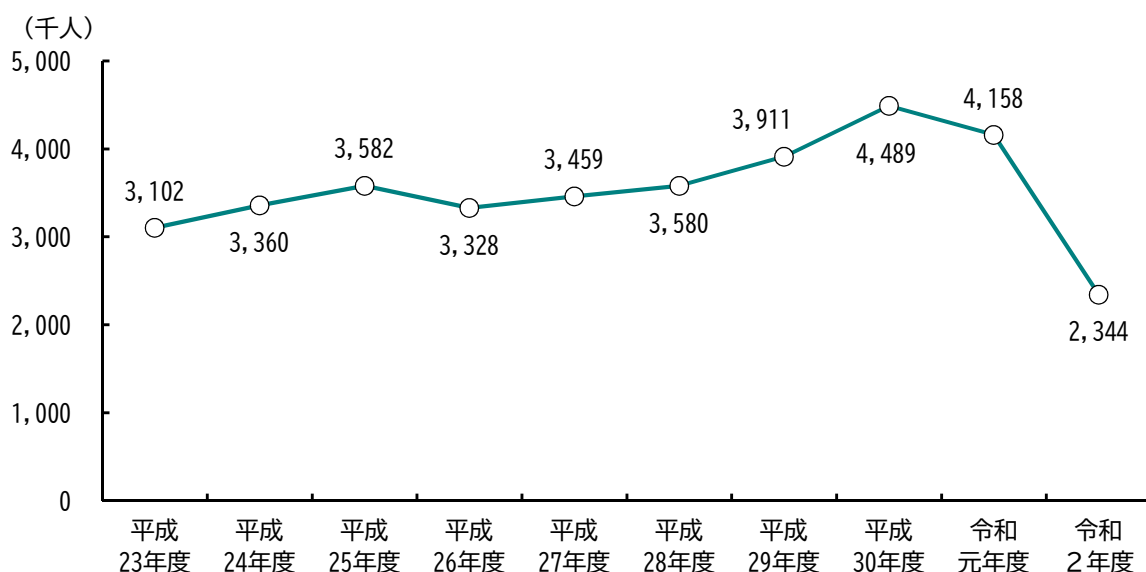
(2) 観光動向

ア 観光入込客数の推移（つくば市）

つくば市の観光入込客数の増減率の推移をみると、全国、茨城県と比べて増加率は比較的緩やかではありますが、令和元年（2019年）まで増加傾向にありました。

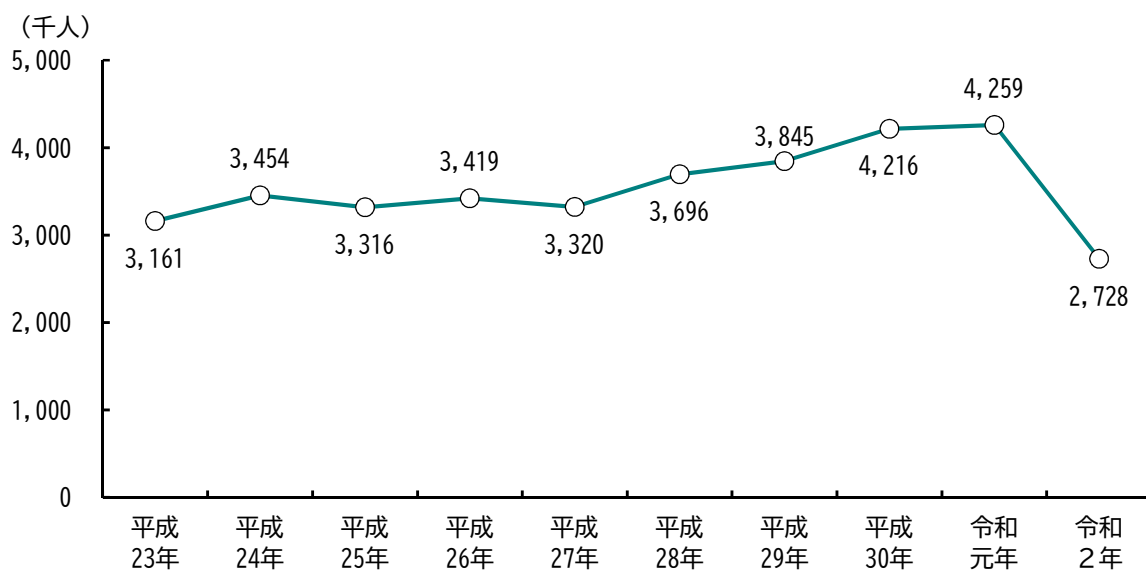
その後、令和2年（2020年）には新型コロナウイルス感染症の影響で減少に転じています。

【年度集計】観光入込客数の推移（つくば市）



資料：つくば市観光推進課

【年集計】観光入込客数の推移（つくば市）

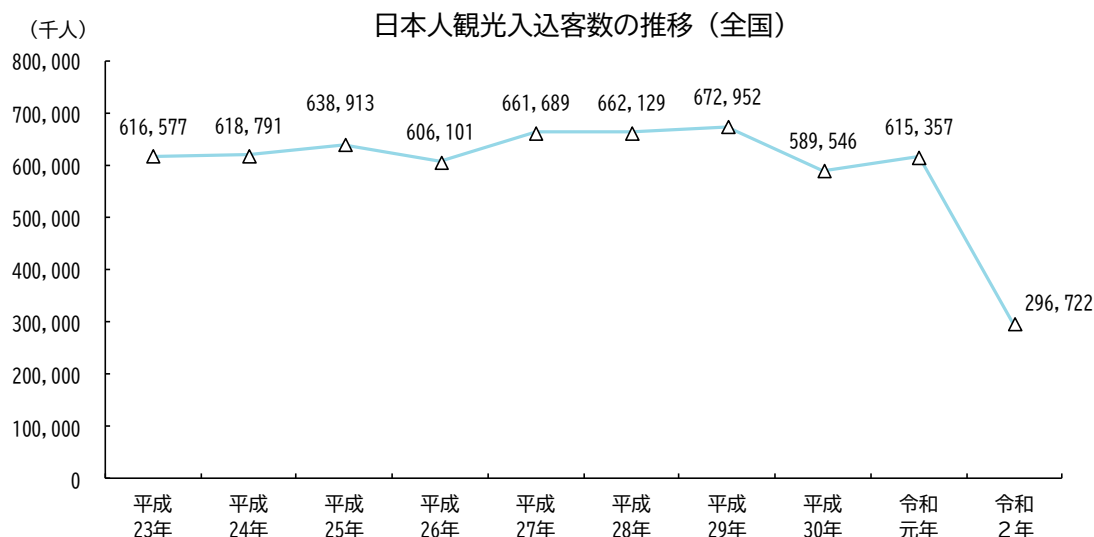


資料：つくば市観光推進課



イ 観光入込客数の推移（全国）

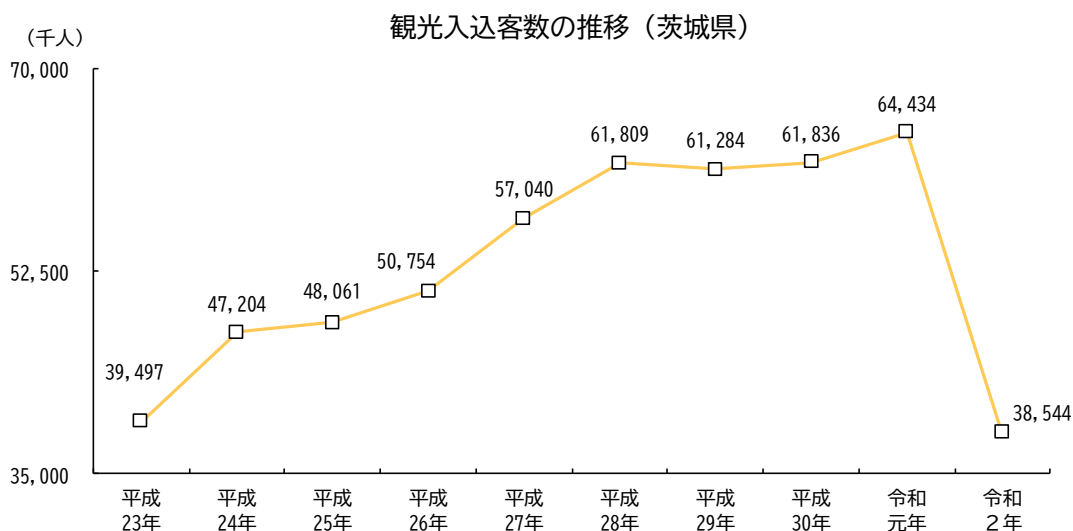
全国の日本人観光入込客数の推移をみると、平成29年（2017年）まで横ばいで推移していましたが、平成30年（2018年）には減少に転じています。その後、新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年（2020年）には、296,722千人まで減少しています。



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

ウ 観光入込客数の推移（茨城県）

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

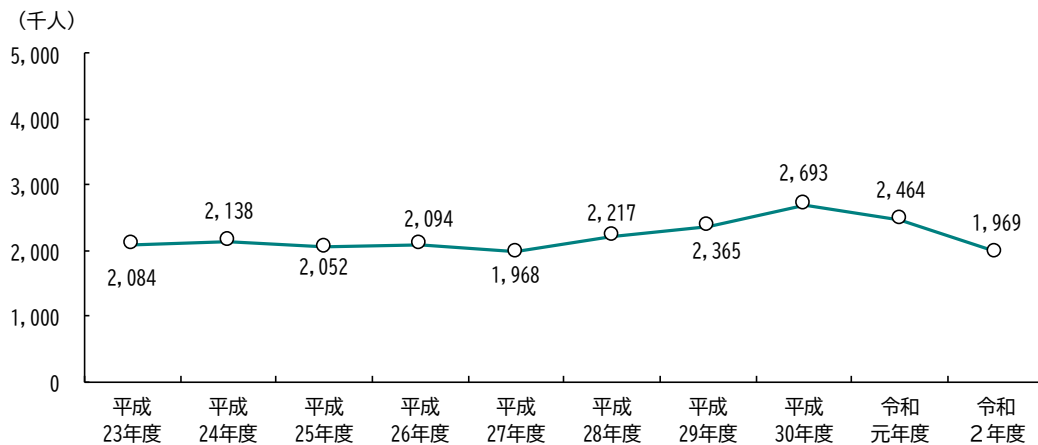


資料：茨城の観光レクリエーション現況
茨城県の令和2年（2020年）は【観光客動態調査の結果】より引用
【注記】入込客数は県内の観光地点及び行祭事・イベントの入込客数を単純合計した入込客の総数（延べ人数）。

エ 筑波山の観光入込客数の推移

筑波山の観光入込客数の推移をみると、平成27年（2015年）以降年々増加していましたが、令和元年度（2019年度）には、秋の行楽シーズンの天候不順による影響が見られ、令和2年度（2020年度）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

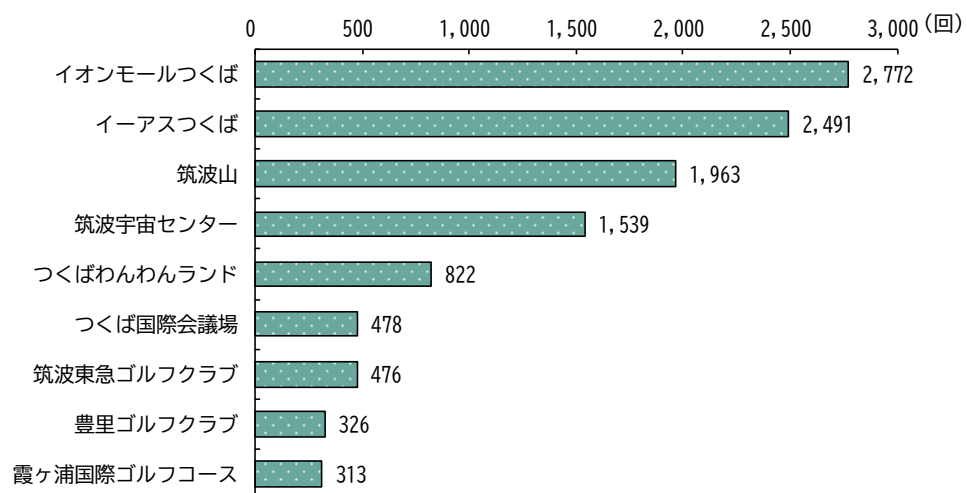


資料：観光推進課

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

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

自動車利用者検索回数

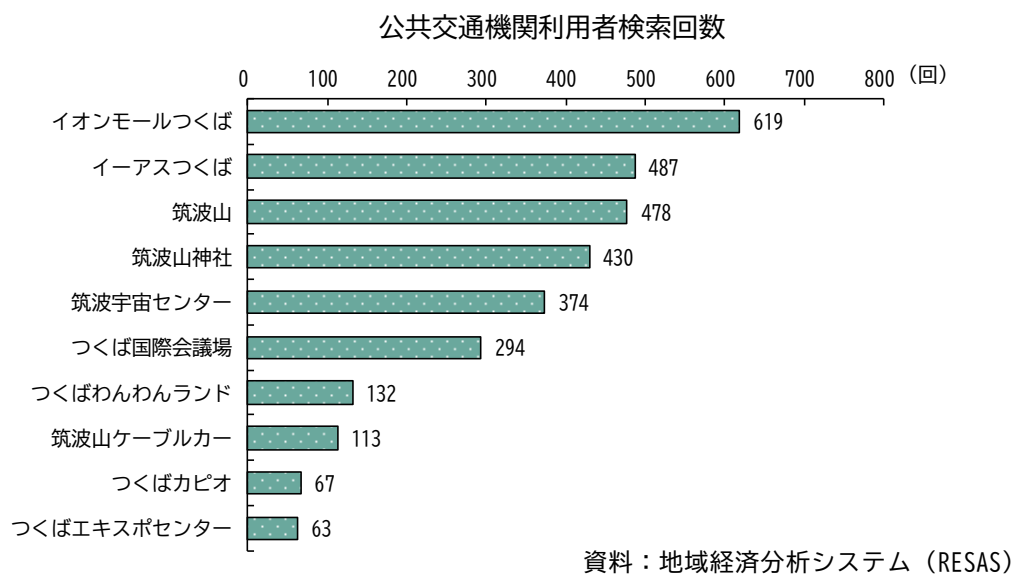


資料：地域経済分析システム（RESAS）



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

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



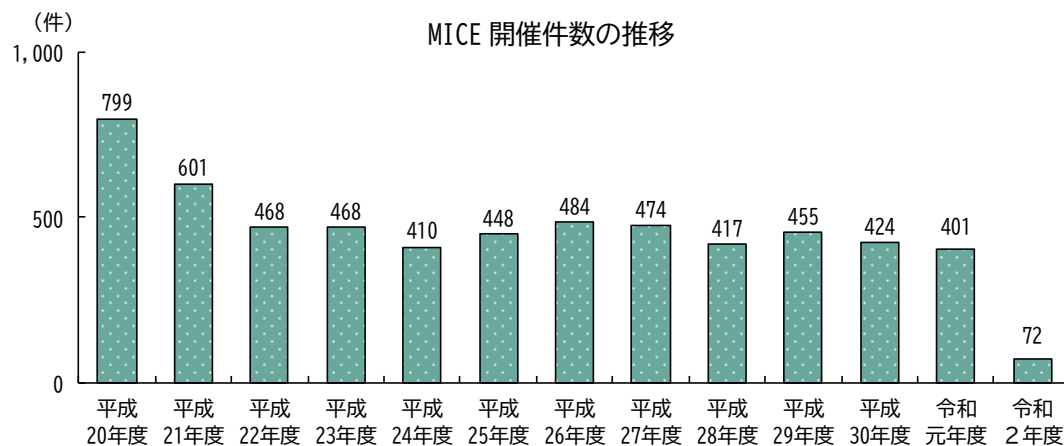
【注記】 検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。

下記条件にすべて該当した場合にのみ表示。

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

キ MICE 開催件数の推移

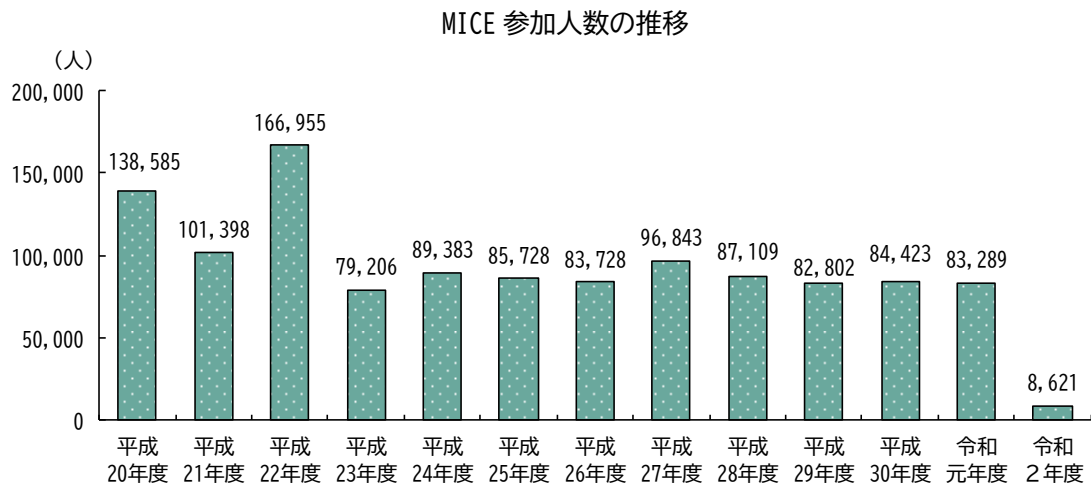
MICE開催件数の推移をみると、平成22年度（2010年度）以降は400件台で増減を繰り返しながら推移していましたが、令和2年度（2020年度）には新型コロナウイルス感染症の影響により大幅な減少となりました。



資料：（一社）つくば観光コンベンション協会

ク MICE参加人数の推移

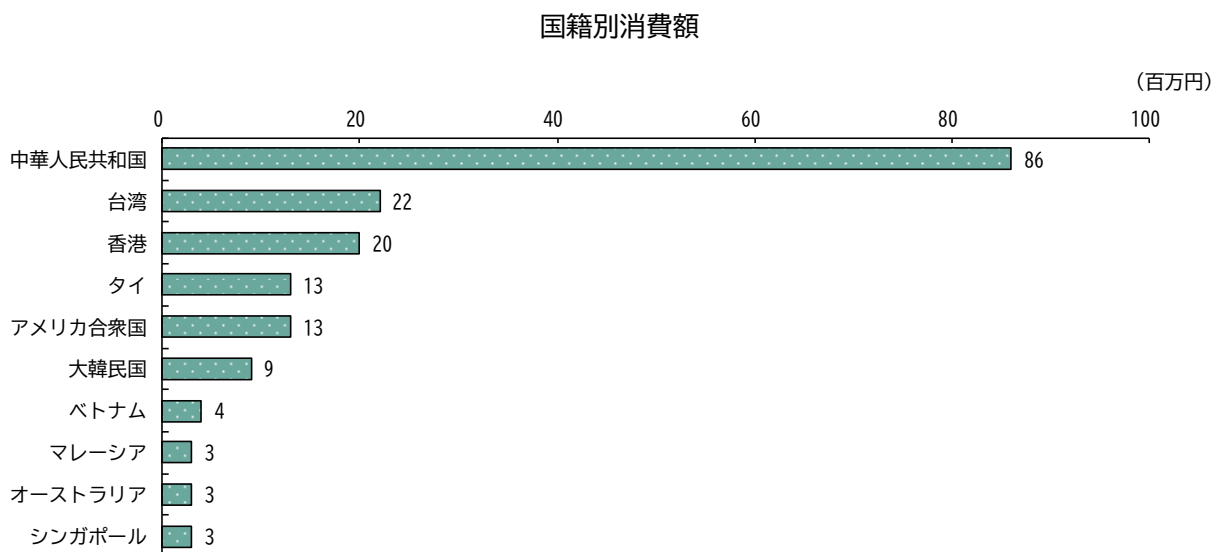
MICE参加人数の推移をみると、令和元年度（2019年度）では83,289人と、平成22年度（2010年度）と比較すると半減しており、平成23年度（2011年度）以降は8～9万人台で推移しています。令和2年度（2020年度）は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しています。



資料：（一社）つくば観光コンベンション協会

ケ 茨城県の令和元年（2019年）9月の国籍別消費額

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



資料：地域経済分析システム（RESAS）

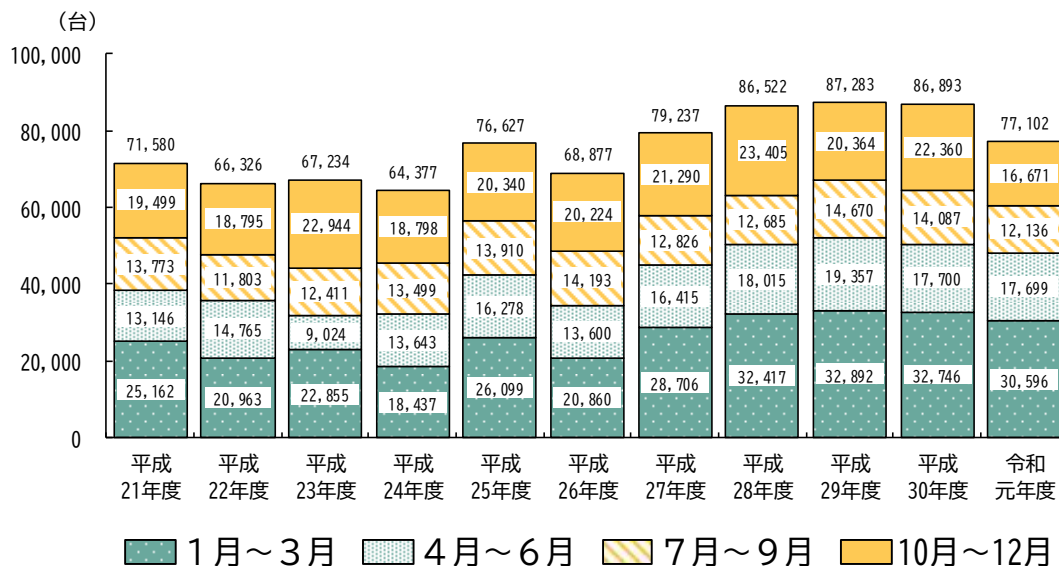
【注記】消費額は、外国人訪問客がクレジットカードを使用した消費額を地域別のシェア率等から算出した金額。
国・地域は、カード所有者の居住地であるため、観光客以外の永住者・定住者による消費額も含まれる。



コ 筑波山市営駐車場利用台数の推移

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

筑波山市営駐車場利用台数の推移



資料：観光推進課

サ つくば市の文化財の概要

つくば市に現存する文化財は、以下のとおりです。

単位：件

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

資料：つくば市文化財保存活用計画

「市民が誇り、市民とともに伝える文化財」へ向けて（平成30年（2018年）11月時点）

5 アンケート結果の概要

(1) 市外・県外在住者向けアンケート

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

◆調査の目的

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

◆調査期間

令和3年（2021年）7月21日～令和3年（2021年）7月30日

◆調査対象

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

◆回収数 1,049通

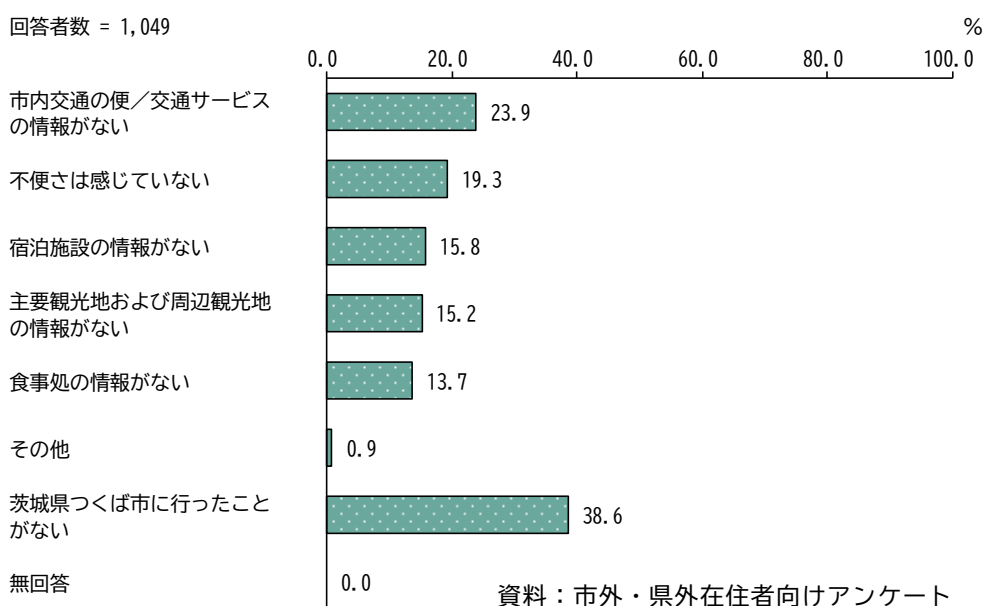
◆主な結果

ア つくば市を観光する際の不便な点について

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

設問：茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

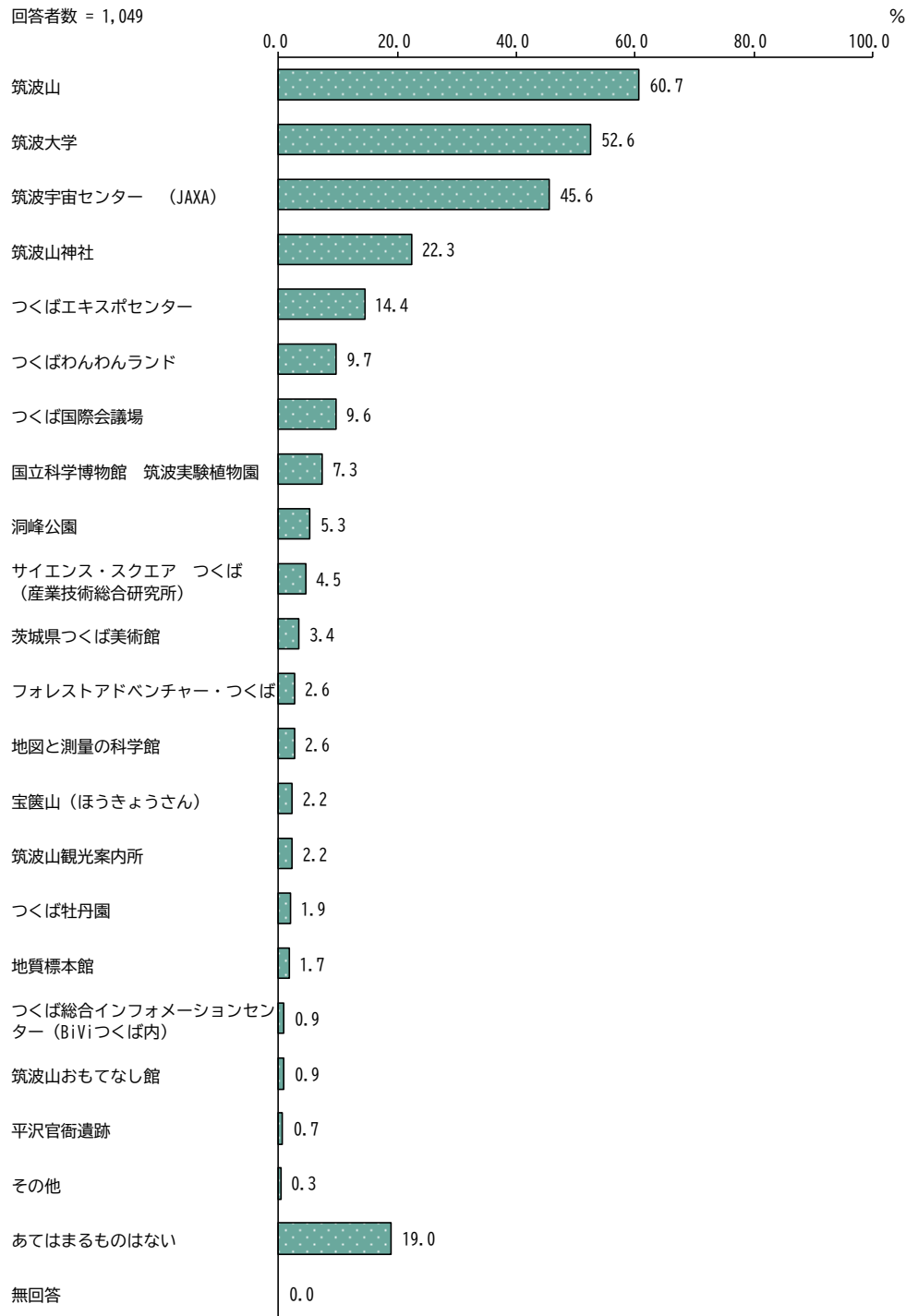


イ つくば市内の施設の認知度について

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

設問：あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか

回答者数 = 1,049



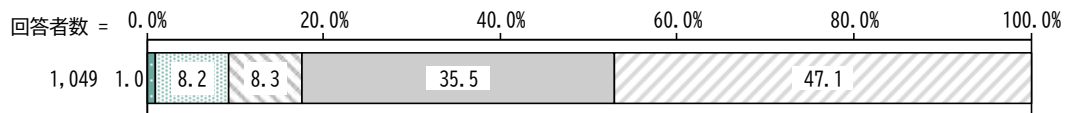
資料：市外・県外在住者向けアンケート



ウ 筑波山地域ジオパークの認知度について

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

設問：筑波山地域ジオパークを知っていますか



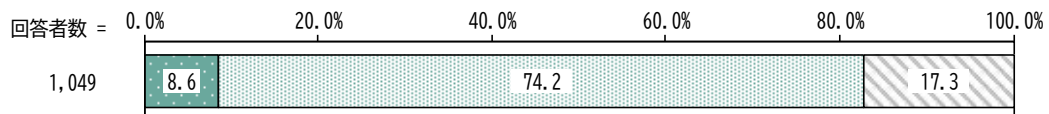
- よく知っている
- よく知らないが名前は聞いたことがあり興味がある
- 名前は聞いたことがあるが興味はない
- 名前も聞いたことがないが興味がある
- 名前も聞いたことがないし興味はない
- 無回答

資料：市外・県外在住者向けアンケート

エ つくば市での観光消費意欲について

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

設問：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
- わからない
- 食べてみたい・買ってみたいものはない
- 無回答

資料：市外・県外在住者向けアンケート

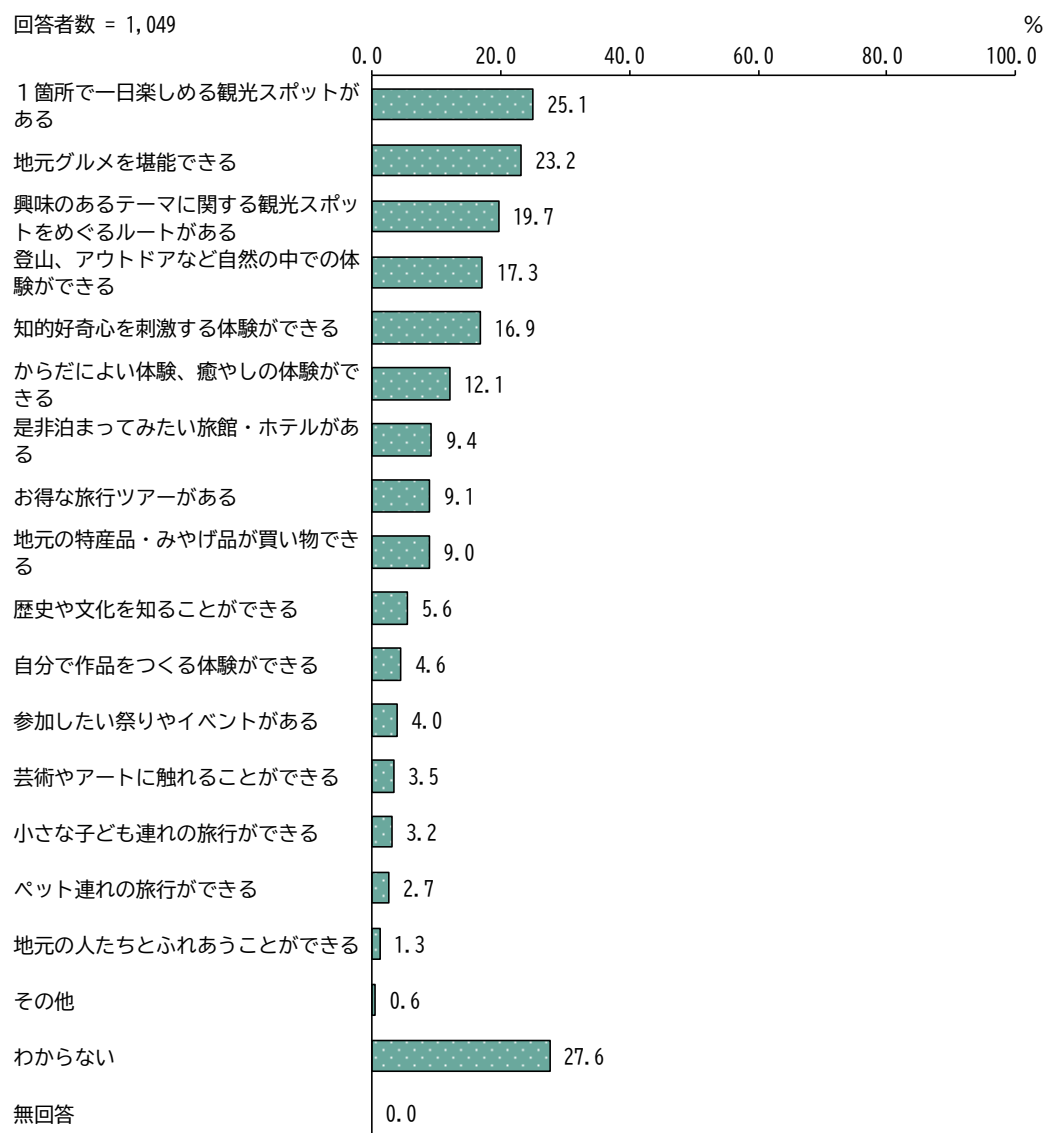


オ つくば市への観光動機について

「1箇所でも一日楽しめる観光スポットがある」の割合が25.1%と最も高く、次いで「地元グルメを堪能できる」の割合が23.2%、「興味のあるテーマに関する観光スポットをめぐるルートがある」の割合が19.7%となっています。

設問：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

回答者数 = 1,049



資料：市外・県外在住者向けアンケート

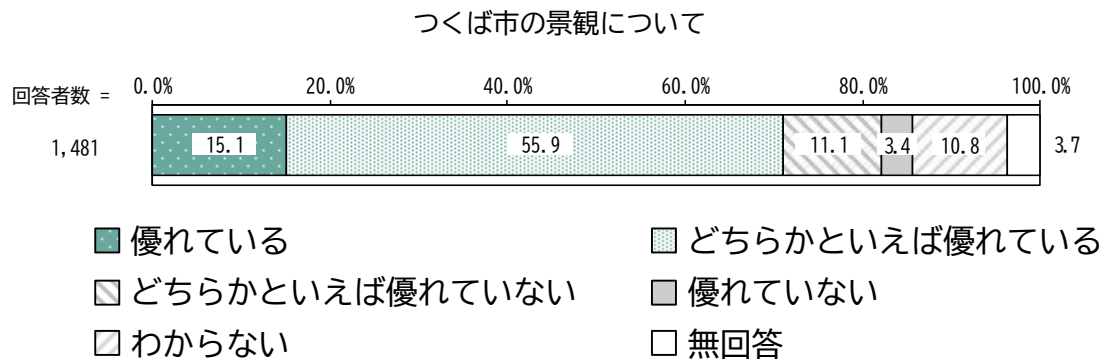


(2) 市民意識調査（令和元年度（2019年度））

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

ア つくば市の景観について

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



資料：市民意識調査（令和元年度（2019年度））

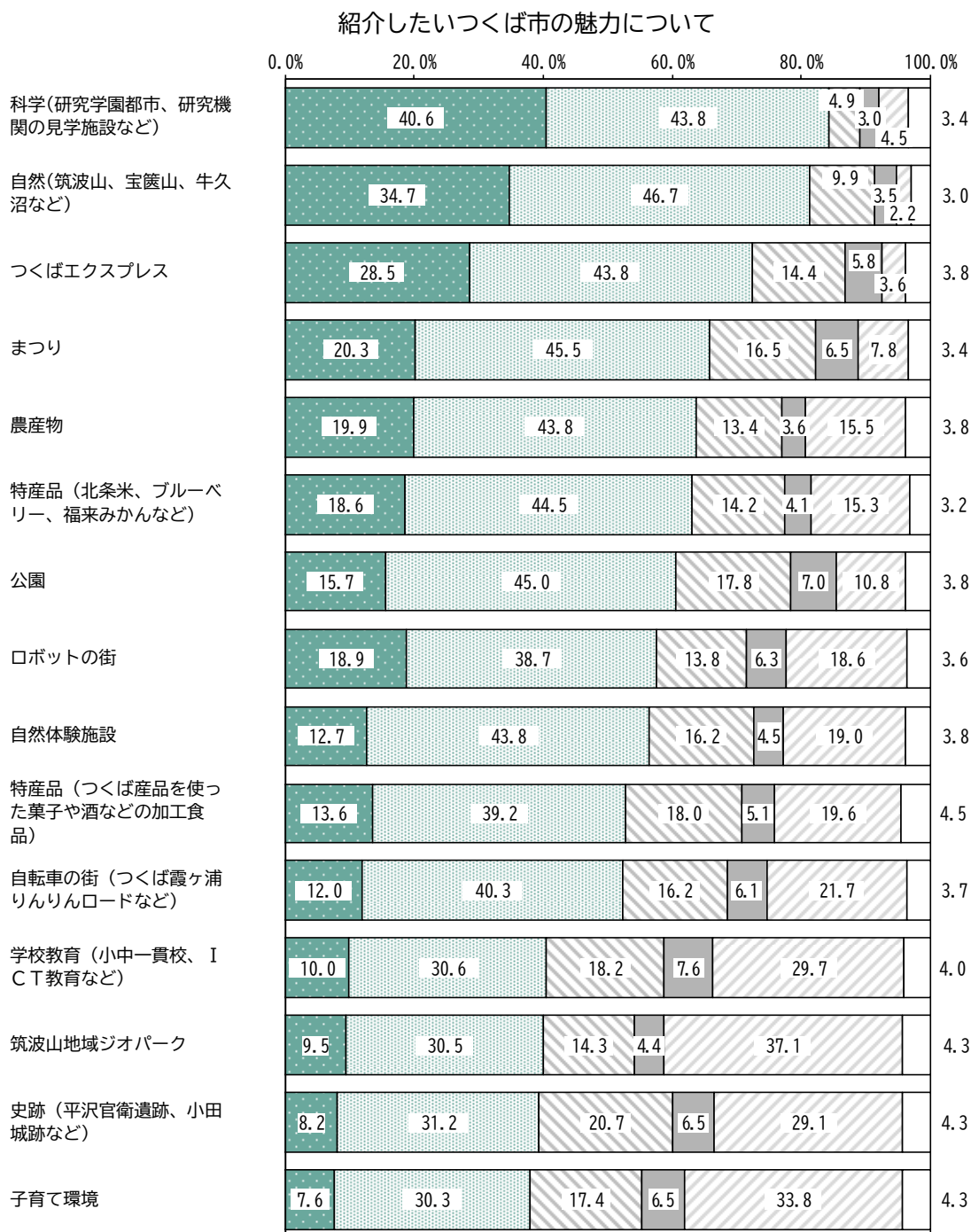


[つくば市内]



イ 紹介したいつくば市の魅力について

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



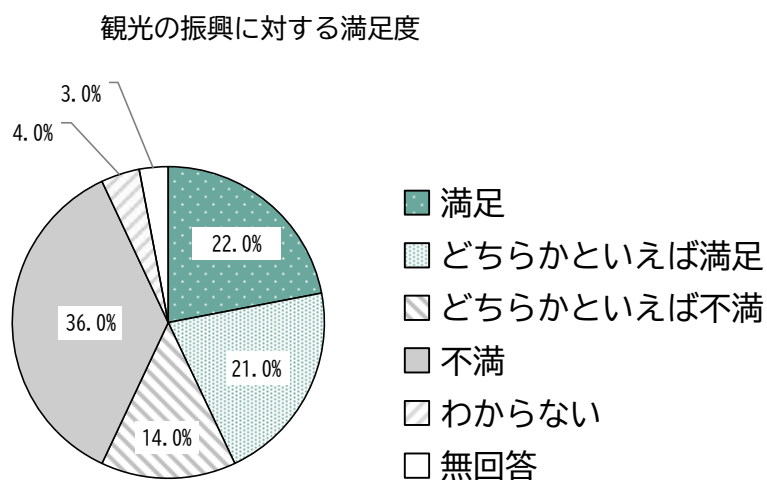
- 紹介したい、自慢である
- どちらかといえば紹介したい
- ▨ あまり紹介したいとは思わない
- 紹介したいとは思わない
- 知らない
- 無回答

資料：市民意識調査（令和元年度（2019年度））

ウ つくば市の現状やまちづくりへの取組に対する満足度

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

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



エ 「観光の振興」に対する満足度の推移

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

なお、令和3年度（2021年度）の速報値によると、満足度は上向きに転じています。

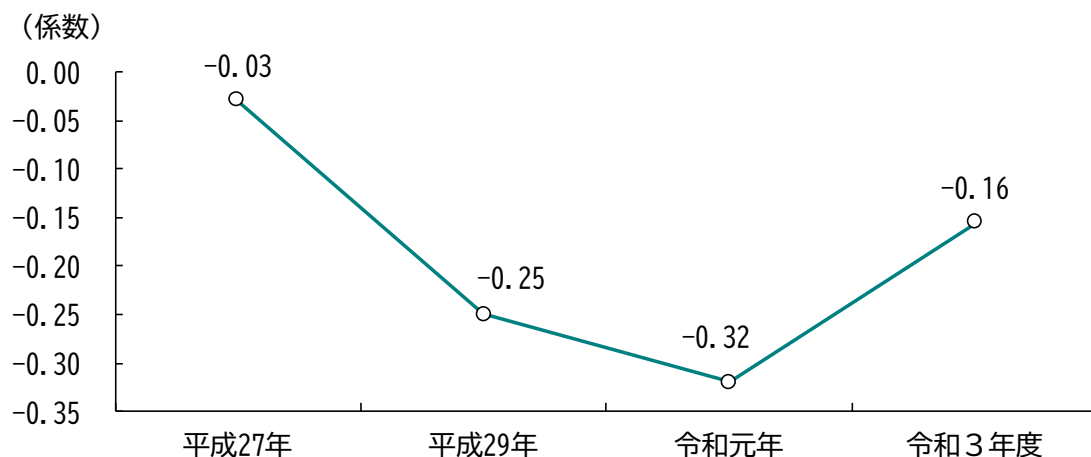
<満足度の算出方法>

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

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



調査年毎の「観光の振興」に対する満足度の推移

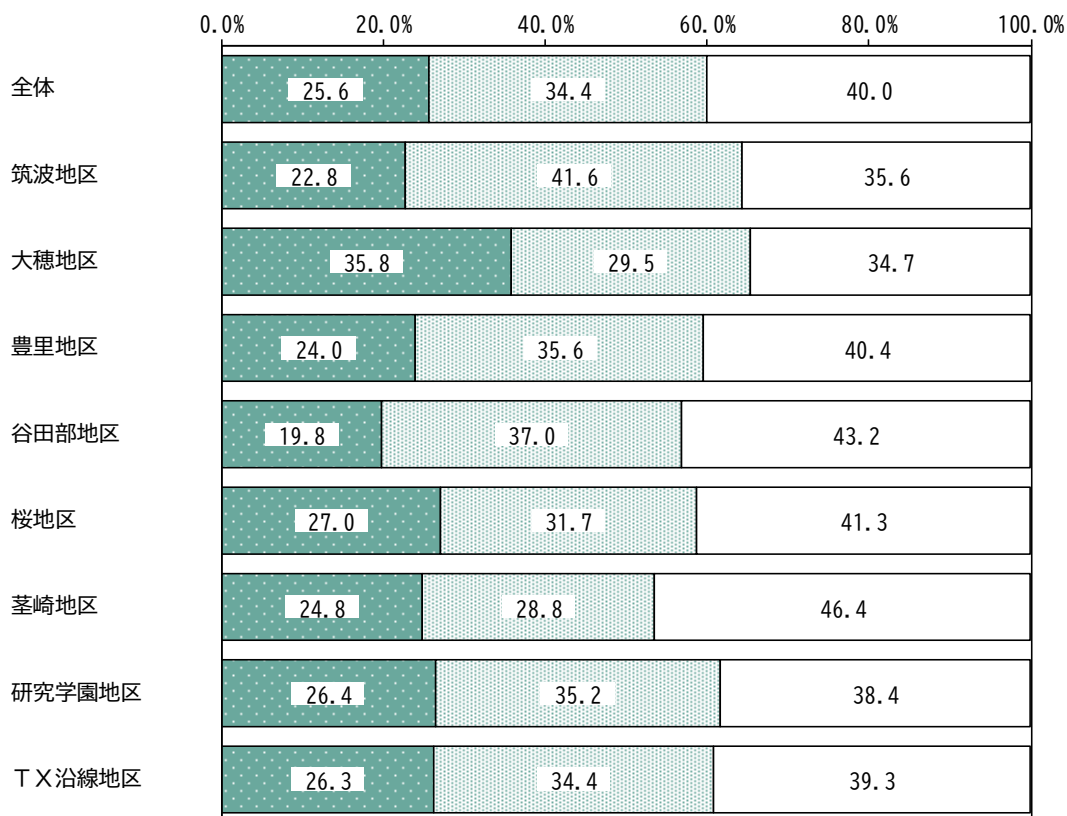


オ 地区別満足度

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

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

地区別の満足度



■ 満足割合 ■ 不満割合 □ 不明



カ 不満に感じている理由

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

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

不満に感じている理由の順位

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



6 つくば市の観光における主な課題

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

(1) 観光地としての認知不足

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

(2) 観光資源の魅力向上への取組が不十分

- つくばならではの体験の提供や他の観光地との差別化を図ることで、観光客や旅行者などに選ばれる観光地を目指す取組が必要です。
- 令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、観光の振興に関する自由記述の中で「観光地がない」や「観光地をもっとアピールし、観光名所が増えて欲しい」という指摘がありました。市民にとって誇りあるまちにしていくためには、観光資源の認知度の向上と合わせ、地域資源の魅力の掘り起こしなど既存資源の磨き上げによる高付加価値化が必要です。
- 令和元年度(2019 年度)の市民意識調査では、紹介したい(自慢したい)という項目として、自然、科学が挙げられています。その一方で、市民にとって誇りあるまちとしていくためには、これらの観光資源をいかした観光地としての充実が必要であることが示されています。



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

(3) 観光資源間の周遊性が不十分

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

(4) 持続可能な観光地づくりの視点が不十分

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



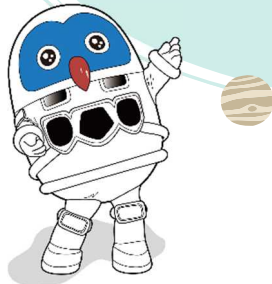
つくば市観光振興の指針

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地域資源があり、それらはすべてつくばならではの「観光資源」と捉えることができます。自然、歴史、文化、研究・教育機関など数多くの観光資源を活用することにより、つくばならではの空間とストーリーを創出し、観光地としての魅力度の向上、加えてグローバルな視点から国内外の誘客拡大を本計画の基本理念とします。

そして、この基本理念をもとに、本計画のタイトルを、

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



とします。



2 基本方針

基本理念を具現化し、目指す観光地域づくり像を実現するため、基本方針を次のとおり定めます。

- 1 観光客と つくばが “つながる”
－つながる・役立つ・広がる情報発信－
- 2 伝えたい資源を観光に “つなげる”
－観光資源の強みをいかした更なる誘客促進－
- 3 地域と “つながる”
－周遊観光の促進－
- 4 未来に “つなげる”
－持続可能な観光地域づくりの構築－

3 目標指標

(1) 数値設定

令和8年度（2026年度） 観光入込客数：5,000,000人

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

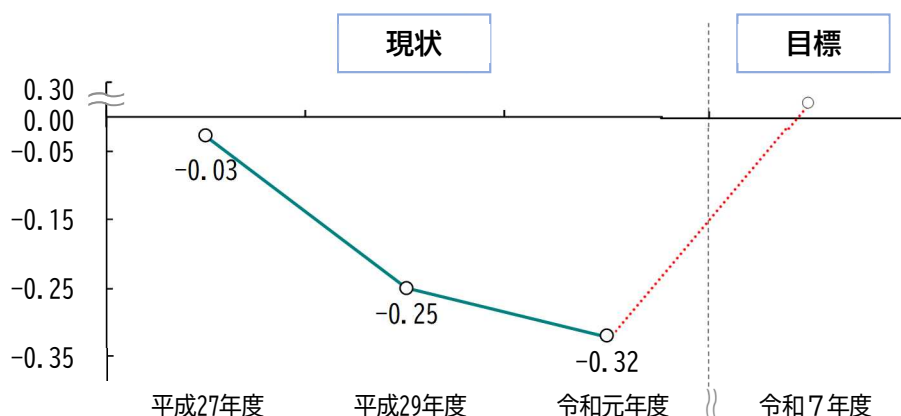
令和6年度（2024年度） 観光入込客数：4,720,000人



(2) 市民意識の醸成

市民意識調査におけるつくば市の観光振興の満足度を向上させます

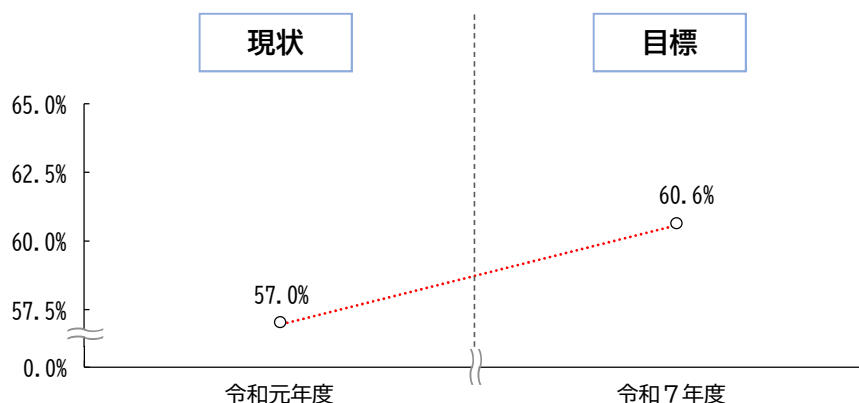
つくば市の観光振興の満足度



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

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

「つくば市の魅力を市外の友人に紹介したい（自慢したい）」と思う市民の割合



「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。」という設問の全項目について「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を令和元年度（2019 年度）の 57.0%から、令和7年度（2025 年度）には 60.6%に向上させます。

4 施策の体系

〔 基本理念 〕

〔 基本方針 〕

〔 施策 〕

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

1 観光客とつくばが“つながる”
－つながる・役立つ・広がる情報発信－

(1) つながる情報発信

(2) 役立つ情報発信

(3) 広がる情報発信

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

(1) つくばの“強み”の磨き上げ

(2) つくばらしい体験の提供

(3) つくばならではの特産品の振興

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

3 地域と“つながる”
－周遊観光の促進－

(1) 市内周遊観光の推進

(2) 広域周遊観光の推進

(3) 交通インフラとの連携強化

(4) 筑波山地域ジオパークとの連携

(5) 訪日外国人旅行者の誘致促進

4 未来に“つなげる”
－持続可能な観光地域づくりの構築－

(1) 自然・環境・歴史・文化の保全

(2) 観光マーケティングの振興

(3) こころあたたまるおもてなし意識の醸成

(4) 観光客の満足度向上
(安全・安心な観光の推進)

(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和

第1章

第2章

第3章

第4章

資料編



基本方針に基づく主な施策

1 観光客とつくばが“つながる” －つながる・役立つ・広がる情報発信－

社会情勢の変化により情報発信の手段が多様化する昨今、これまでの行政主体の情報発信や紙媒体を中心とした情報発信では、より多くの人に情報提供する手法には限界があります。

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

また、観光客に対しては、筑波山、科学技術の普及啓発を図ることを目的としたつくばサイエンスツアー推進事業等の認知度をさらに高めていくとともに、観光に関する情報収集を行うことで、ターゲットを意識した戦略的な情報発信につなげます。

(1) つながる情報発信

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(2) 役立つ情報発信

市民を含む観光客は、様々な年齢層やファミリー層、アウトドア層など様々なカテゴリーに属し、それぞれが必要とする情報は多様化しています。それぞれの目的や嗜好などのニーズに合った情報を提供できる仕組みを構築します。

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(3) 広がる情報発信

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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

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

本市の豊かな自然や科学などの地域資源・観光資源を磨き上げ、つくばらしいできない体験の提供、つくばならではの物産品・特産品の提供に取り組みます。

つくば市の特色・特徴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、様々な地域資源・観光資源を最大限に活用した多様な観光プログラムの整備を図ります。

(1) つくばの“強み”の磨き上げ

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

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

【主な取組例】

- 筑波山や宝篋山、小貝川や牛久沼などの豊かな自然をいかした、様々な学びやアクティビティなどの体験型の観光コンテンツの検討
- まちに根付く貴重な文化や歴史的資源についての情報整理や情報発信の強化、並びに各地域資源への新たな価値の創出
- 様々な天候に対応した、周遊観光ルートの検討
- 修学旅行・校外学習・生涯学習・企業研修等、ターゲットを意識した「学び」のコンテンツの造成 等

【関係主体】

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

(2) つくばらしい体験の提供

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

また、新型コロナウイルス感染症の影響など、社会情勢の変化にも臨機応変に対応できる安心・安全に配慮したイベントの実施に取り組みます。

【主な取組例】

- 「科学」と「学び」をテーマとした体験型観光プログラムの造成によるつくばらしい体験の構築
- つくばの魅力でもある多様な文化をいかし、それらが織りなすつくばらしい、市民の誰もが自慢できる「まつりつくば」、「つくばフェスティバル」の開催
- 日本夜景遺産にも認定されている「筑波山の夜景」を活用した夜間観光プログラムの強化
- 豊里ゆかりの森、筑波ふれあいの里、荃崎こもれび六斗の森等、つくばの豊かな自然をいかした、来訪者が気軽に楽しむことができる体験型プログラムの造成 等

【関係主体】

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



〔中央公園〕



(3) つくばならではの特産品の振興

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



〔福来みかん〕



〔ラーメン〕



〔うどん〕



〔日本酒〕



(4) 世界の英知がつくばで“つながる”

MICE誘致・アフターコンベンションの充実

MICEの開催は、主催者・出展者・参加者等による消費支出や関連の事業支出など、大きな経済波及効果を生み出します。これらを踏まえ、アフターコンベンションやMICE開催支援の充実により、積極的なMICE誘致を推進します。

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



〔国際会議〕



3 地域と“つながる”－周遊観光の促進－

市内に点在する科学、自然、歴史などの豊富な資源について、ストーリーやテーマごとに整理し、周遊ルートを設定することでネットワークを構築し、周遊観光を促進します。また、筑波山地域ジオパーク推進協議会や市域を超えた広域連携による地域の魅力創出に取り組むとともに、つくば霞ヶ浦りんりんロードの枠組みを活用し、各種公共交通機関との連携強化により、広域観光の推進を図ります。

(1) 市内周遊観光の推進

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(2) 広域周遊観光の推進

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(3) 交通インフラとの連携強化

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

【主な取組例】

- 観光客への安心・安全な公共交通手段の提供
- 市内のみならず広域からの誘客を図るため、公共交通ネットワークの連携強化
- 常磐道、圏央道、北関東道、東北道などの高速道路ネットワークを活用し、SA・PAでの観光キャンペーンの実施や観光パンフレットの設置等により誘客を促進
- 公共交通の運行が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
- 筑波山の交通渋滞を緩和するため、環境に優しい公共交通の利用を促進 等

【関係主体】

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



〔ケーブルカー〕



〔つくばエクスプレス〕



〔路線バスの旅〕



(4) 筑波山地域ジオパークとの連携

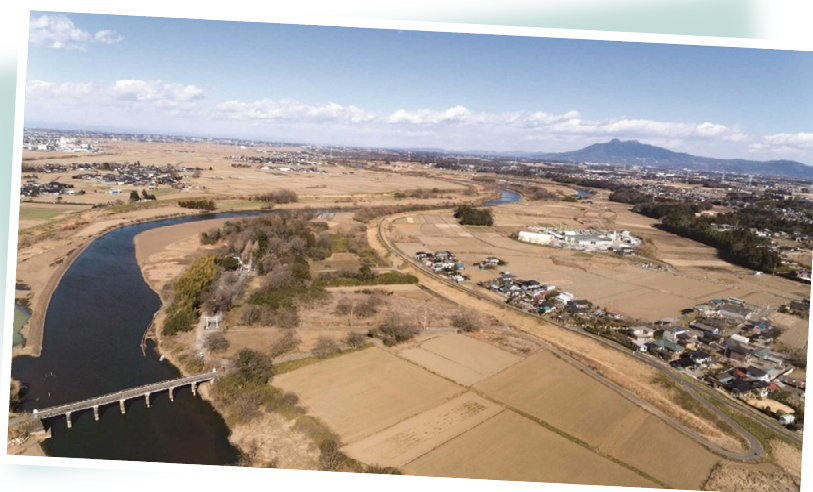
平成28年度（2016年度）に日本ジオパークに認定された、筑波山地域ジオパークでは、筑波山周辺の豊かな自然の保全や、自然環境をいかした教育・観光を主軸とした活動を行っています。観光の観点からも、筑波山周辺地域で連携し、筑波山地域ジオパークの魅力発信や受入れ態勢の強化を推進します。

【主な取組例】

- 筑波山地域ジオパークにおける地域資源（＝地形地質と、それに関連した自然・文化）の価値や魅力を積極的に発信するとともに、ガイド付きツアー等（ジオツーリズム）を行うジオパーク活動の推進
- 筑波山地域ジオパーク推進協議会と連携した案内サインの整備等、受入体制の充実
- 首都圏の小・中・高校を対象とした、研修旅行プログラムジオツアーの提供
- 市内小中学校を対象とした筑波山への校外学習プログラムジオツアーを提供するなど、市民がより自然を身近に感じることができる取組の推進
- 筑波山地域ジオパークの拠点を整備し、ジオガイドや観光客等の交流や学習の場の創出等

【関係主体】

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



〔筑波山地域ジオパーク〕

(5) 訪日外国人旅行者の誘客促進

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

【主な取組例】

- 市内観光地での多言語対応や観光案内看板等の多言語化の推進、訪日外国人向けの多言語観光情報発信サイト等での情報発信の強化
- つくばの特色である市内在住外国人の多さに着目した VFR(Visiting friends and relatives)観光の推進
- 日本百名山、日本の道百選など、訪日外国人への訴求力が高い外部機関による認定・評価取得の推進による、訪日外国人の誘客促進
- JNT0 認定外国人観光案内所認定制度の活用などによる、観光案内所でのおもてなし力の向上
- 体験プログラムや観光ルート設定の検討による、訪日外国人が訪れたくなる環境整備の推進 等

【関係主体】

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



4 未来に“つなげる” —持続可能な観光地域づくりの構築—

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

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

(1) 自然・環境・歴史・文化の保全

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(2) 観光マーケティングの振興

これまでは収集が困難だった観光動向情報が、ICTの急速な進化により、様々なデータ収集を容易に行うことができる社会へと変化しつつあります。

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

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

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



(3) ころあたまおもてなし意識の醸成

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

【主な取組例】

- 観光ボランティアガイドの拡充及び質の向上を図ることによる、多種多様な要望に対応できる「おもてなし」体制の構築
- (一社)つくば観光コンベンション協会やつくば市商工会等との連携による、観光事業従事者の「おもてなし」のレベルアップ
- 観光事業者、市民、観光関係団体及び行政が一体となった、心のこもったおもてなし体制の構築
- 地域住民が主体となった観光ボランティアガイドの育成等、住民が当事者意識を持って地域の活性化に取り組める仕組みの構築 等

【関係主体】

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

(4) 観光客の満足度向上（安心・安全な観光の推進）

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

【主な取組例】

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

等

【関係主体】

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



(5) 筑波山の交通渋滞・登山道混雑の緩和

つくば市を代表する観光拠点である筑波山は、古くから地域住民のシンボルとなっており、近年では登山需要の高まり等に伴う観光客の増加により、特定の期間には大規模な交通渋滞、登山道の混雑が顕在化しています。このことを受け、周辺地域と一体になった渋滞、混雑の緩和対策を実施します。

【主な取組例】

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

【関係主体】

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



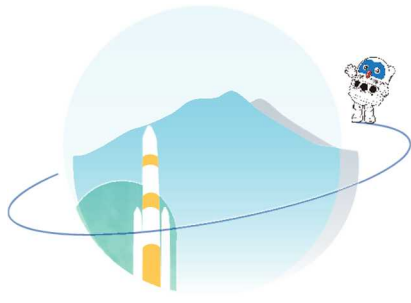
〔筑波山登山道混雑〕



〔筑波山の交通渋滞〕



〔筑波山の交通渋滞〕



資料編

1 つくば市観光基本計画策定委員会要項

（設置）

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

（所掌事項）

第2条 委員会の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

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

（組織）

第3条 委員会の委員は、別紙に掲げる機関・団体の代表者等をもって組織する。

（任期）

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

（委員長等）

第5条 委員会に委員長を置く。

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

（アドバイザー）

第6条 委員会にアドバイザーを置くことができる。

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



(会議)

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

2 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

(映像等の送受信による通話方式による会議)

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

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

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

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

(意見の聴取)

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

(庶務)

第10条 委員会の庶務は、経済部観光推進課において処理する。

(その他)

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

附則

この要項は、令和3年2月12日から施行する。

2 つくば市観光基本計画策定委員名簿

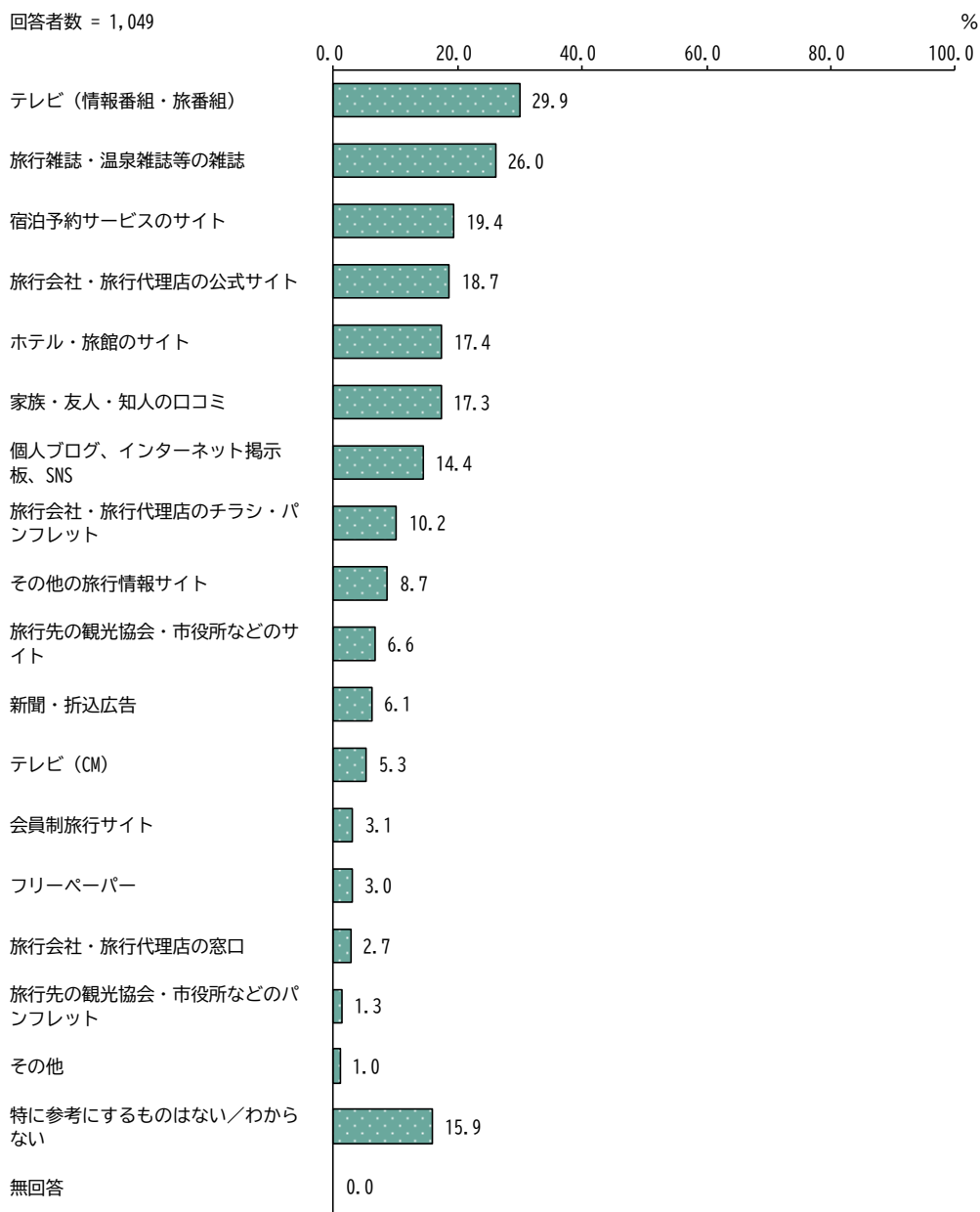
	所属機関・団体	氏 名	ふりがな
1	国立大学法人筑波大学	岡本 直久	おかもと なおひさ
2	国立大学法人筑波技術大学	生田目 美紀	なまため みき
3	株式会社近畿日本ツーリスト関東つくば支店	松本 圭司	まつもと けいじ
4	株式会社JTB茨城南支店	新井 英輔	あらい えいすけ
5	関東鉄道株式会社	武藤 成一	むとう せいいち
6	首都圏新都市鉄道株式会社	東 英俊	あずま ひでとし
7	筑波観光鉄道株式会社	三輪 武士	みわ たけし
8	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合つくば支部	青木 研一	あおき けんいち
9	一般財団法人茨城県科学技術振興財団 つくばサイエンスツアー推進課	中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

3 アンケート結果

(1) 市外・県外在住者向けアンケート

設問：旅行（帰省を含む）に行く際に、どの情報を参考にすることが多いですか。

回答者数 = 1,049



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

単位：％

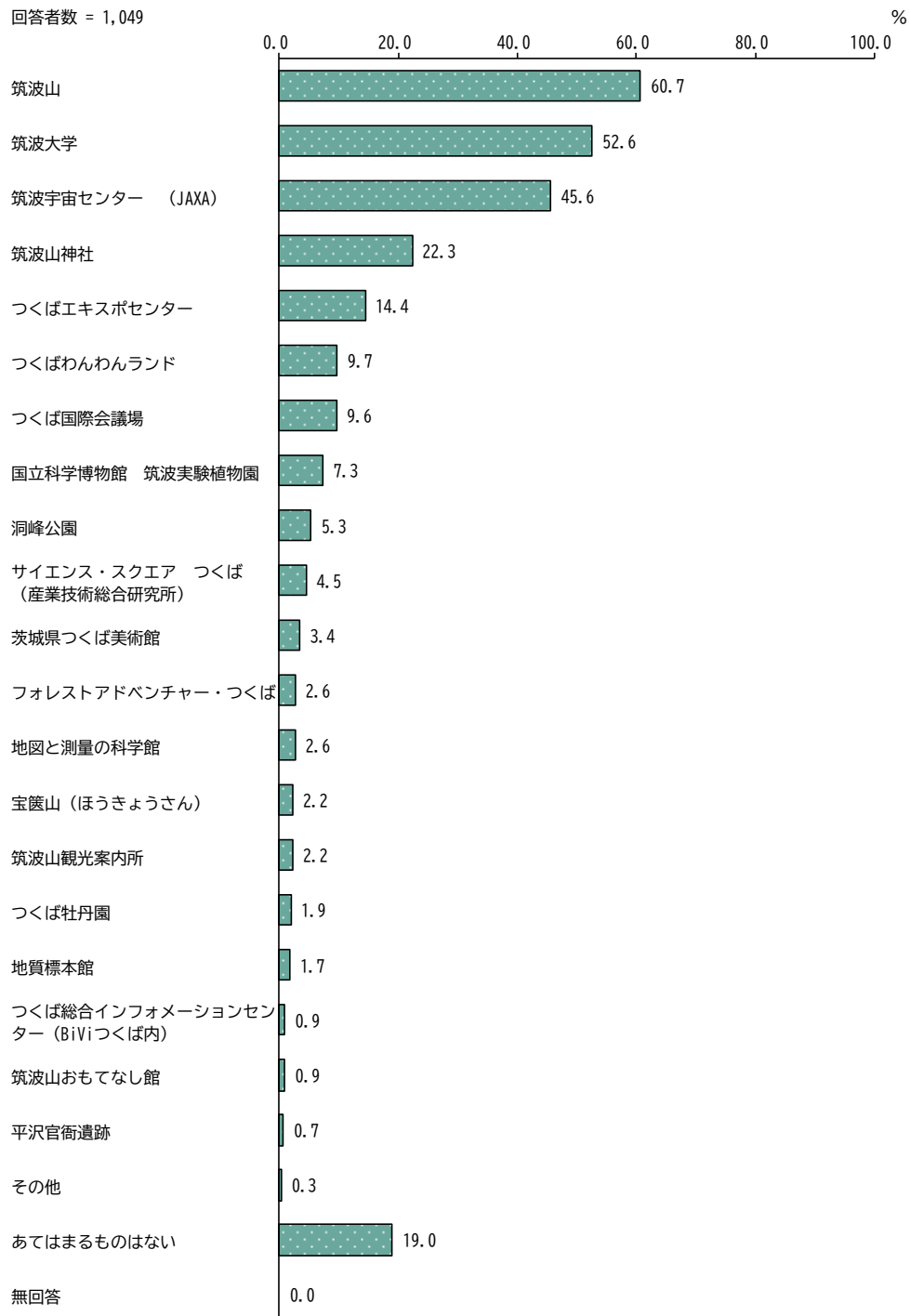
項目	テレビ (情報番組・旅番組)	テレビ (CM)	新聞・折込広告	旅行雑誌・温泉雑誌等の雑誌	フリーペーパー	旅行会社・旅行代理店の公式サイト	会員制旅行サイト	旅行先の観光協会・役所などのサイト	宿泊予約サービスのサイト	ホテル・旅館のサイト
全体	29.9	5.3	6.1	26.0	3.0	18.7	3.1	6.6	19.4	17.4
18-19 歳	30.9	7.9	2.6	17.1	2.6	14.5	1.3	5.3	14.5	16.4
20-29 歳	24.5	6.1	1.4	16.3	4.8	14.3	3.4	5.4	21.1	17.0
30-39 歳	28.7	4.0	1.3	26.7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

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

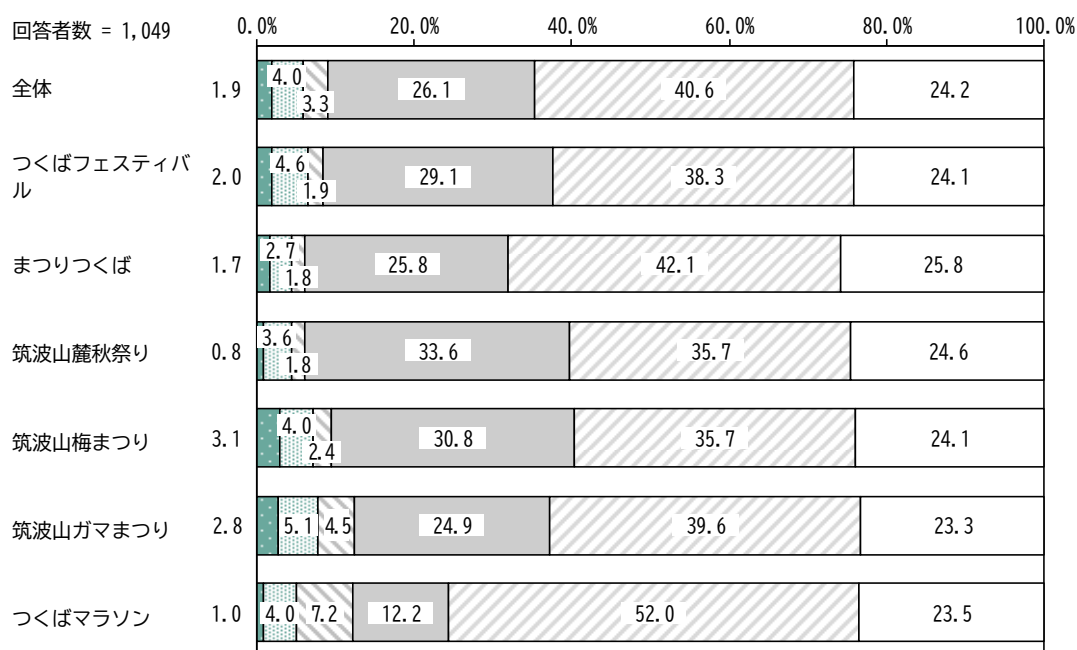


設問：あなたは次のつくば市内の施設を知っていますか。

回答者数 = 1,049

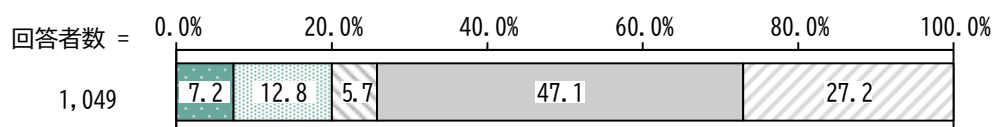


設問：つくば市内のイベントに行ったことがありますか。



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

設問：温泉に入ることできる宿泊施設が筑波山にあることを知っていますか。

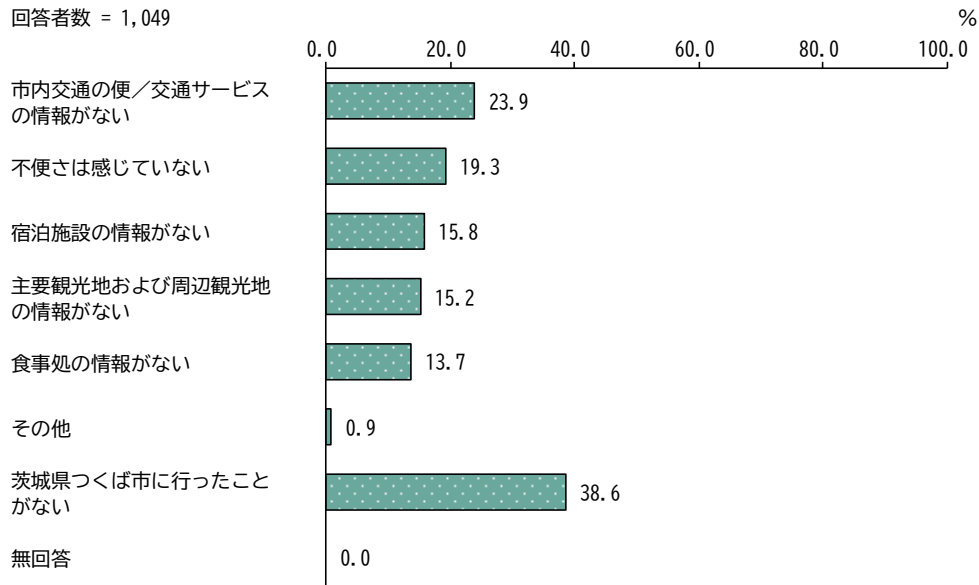


- ☒ 知っていて行ったことがある
- ☒ 知っているが行ったことはなく興味がある
- ☐ 知っているが行ったことはなく興味もない
- ☐ 知らなかったが興味がある
- ☐ 知らなかったし興味もない
- ☐ わからない



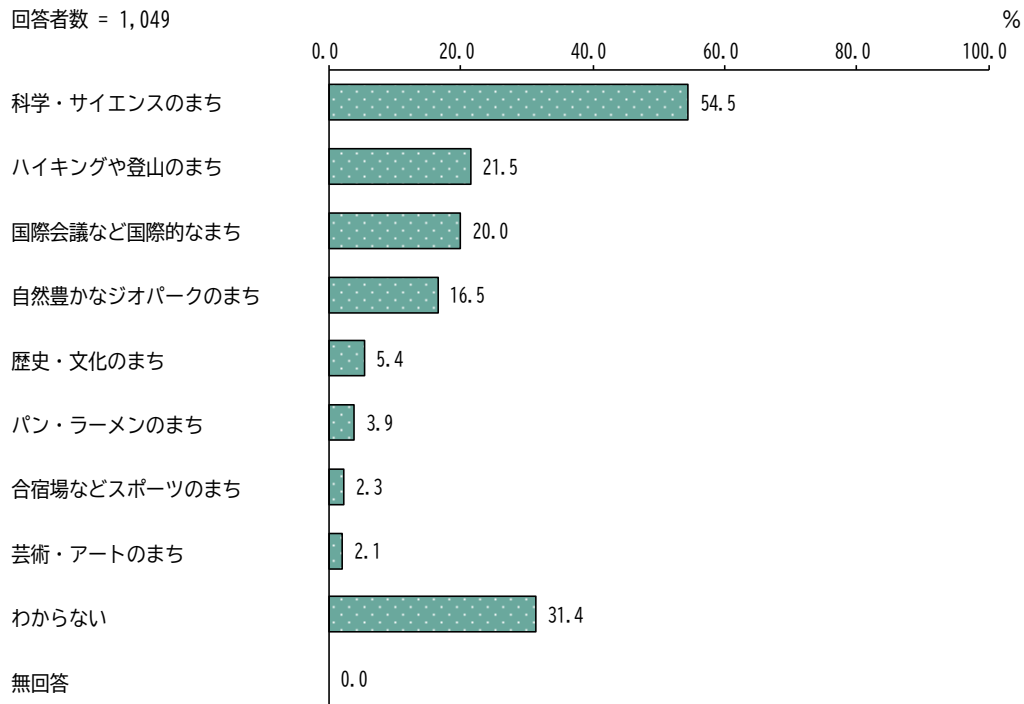
設問：茨城県つくば市を観光するにあたり、どのようなところに不便さを感じますか。

回答者数 = 1,049

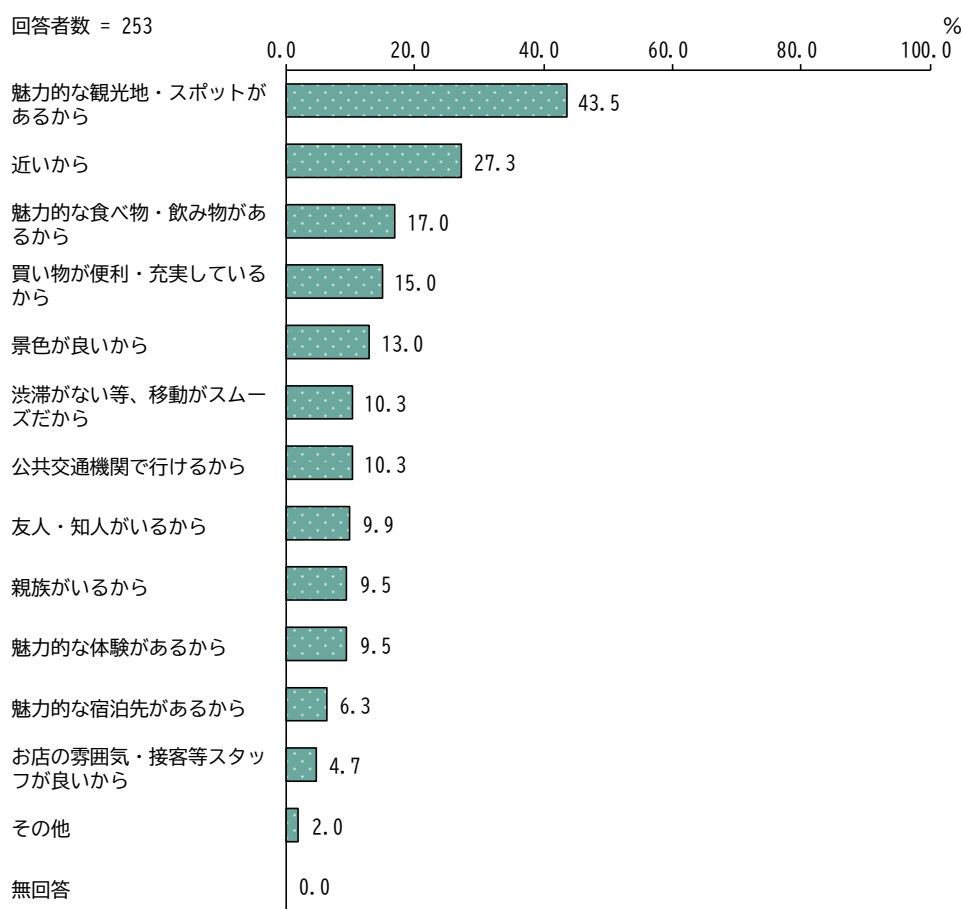


設問：茨城県つくば市のイメージとして、あてはまるものは、以下のうちどれですか。

回答者数 = 1,049



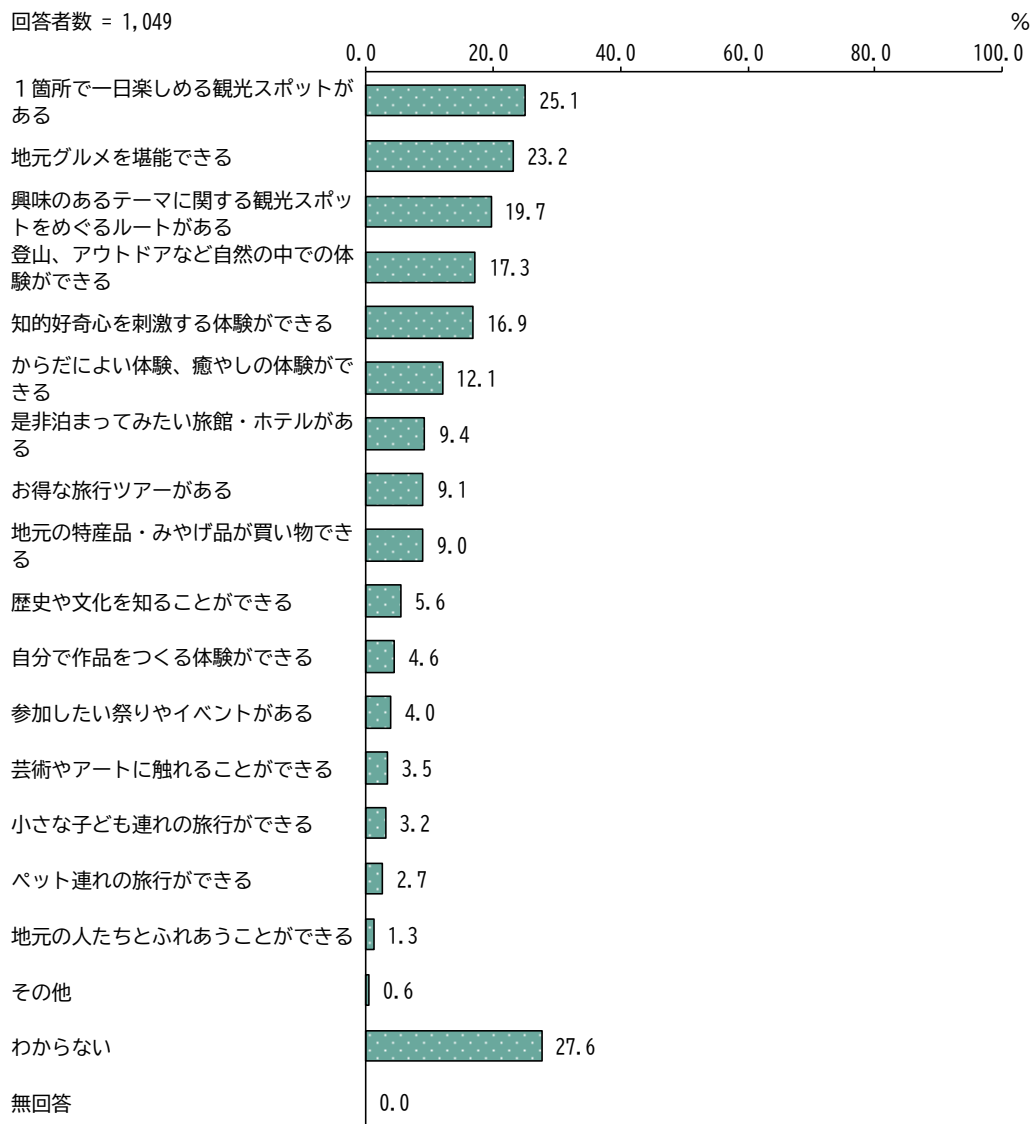
設問：つくば市へまた行ってみたいと思うのはなぜですか。





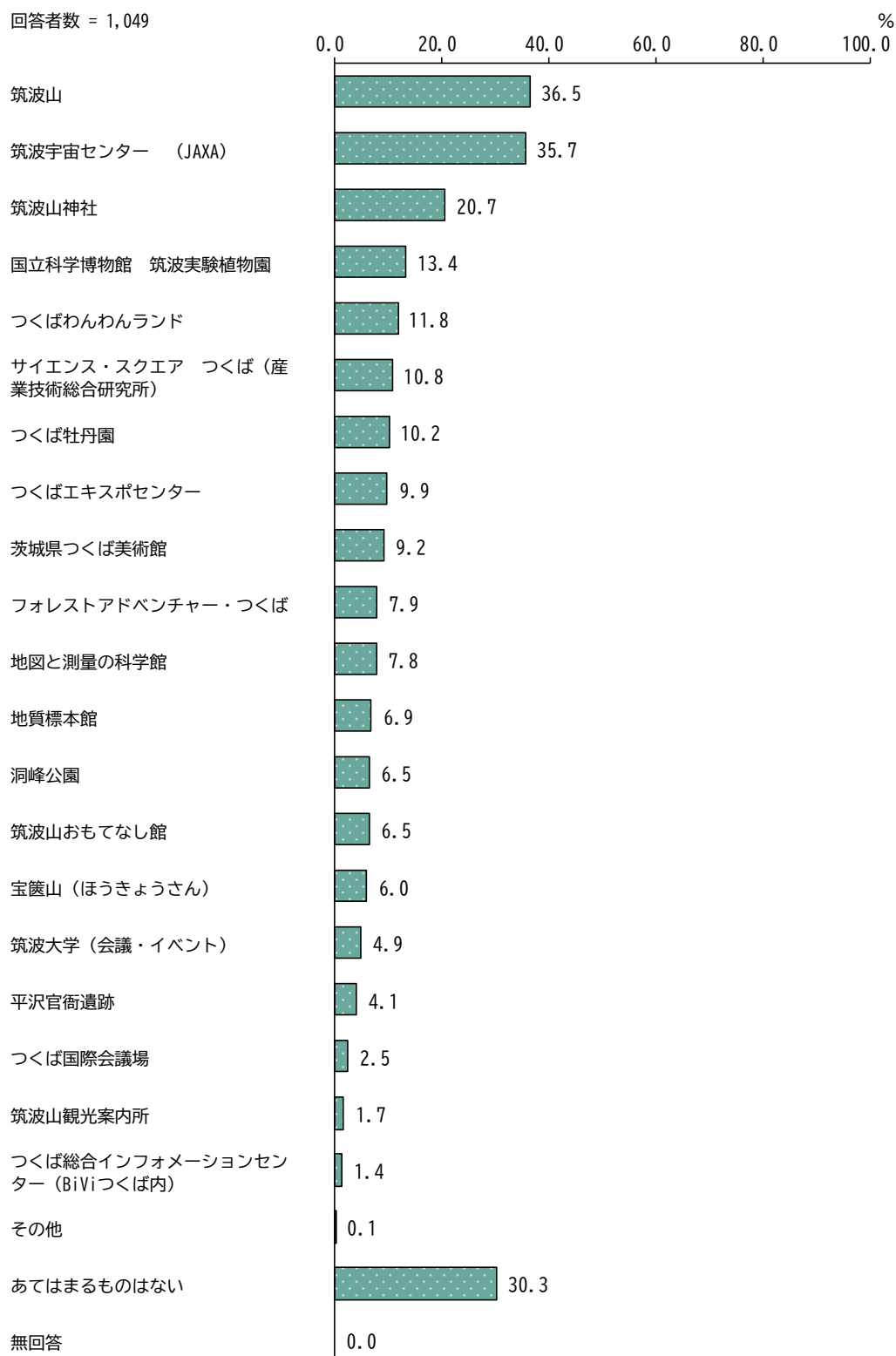
設問：茨城県つくば市にどのような魅力があれば行きたいと思いますか。

回答者数 = 1,049



設問：次のつくば市内の施設で行ってみたいと思う施設はどれですか。

回答者数 = 1,049



第1章

第2章

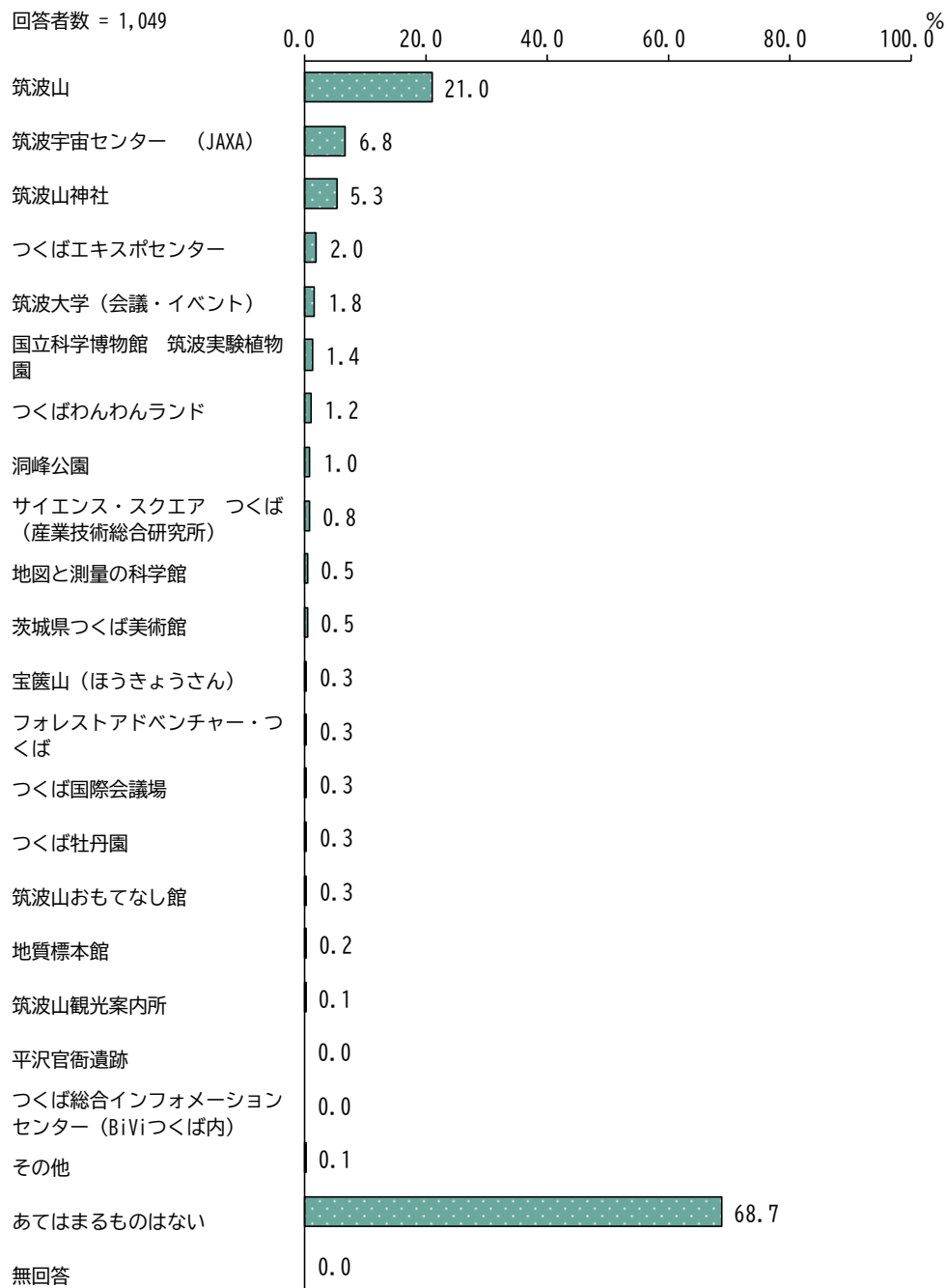
第3章

第4章

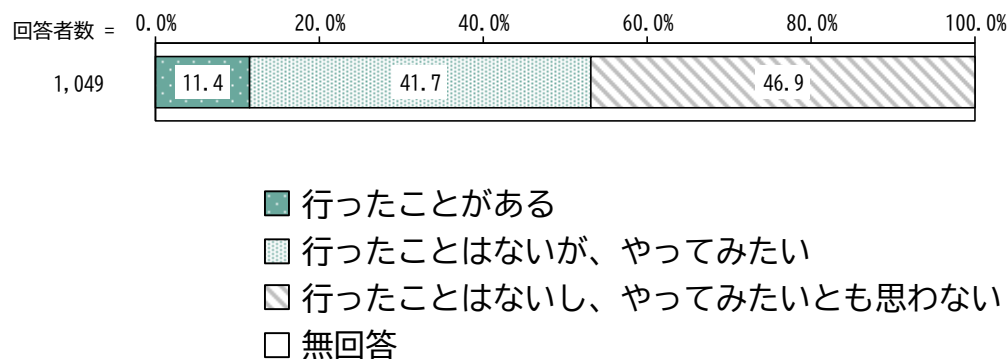
資料編



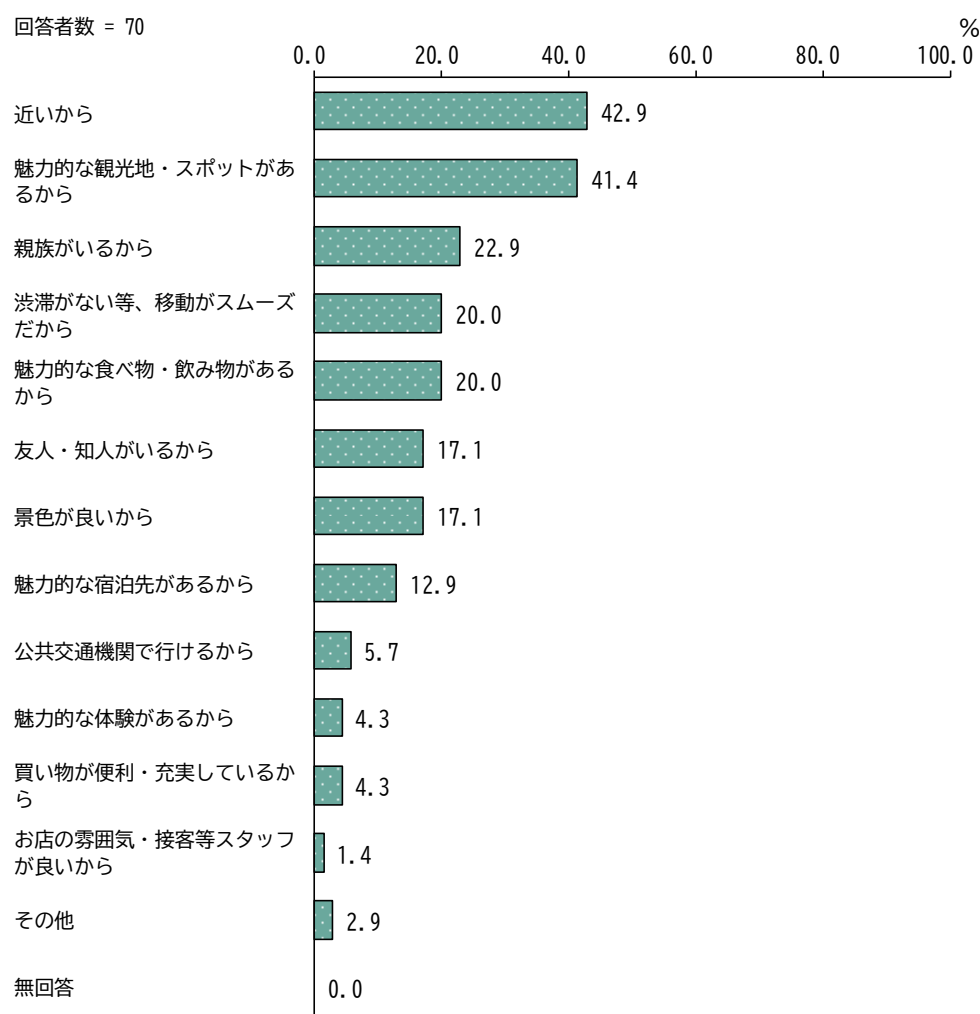
設問：次の茨城県つくば市内の観光地・施設の中であなたが知人友人にお勧めしたいものはどれですか。



設問：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。

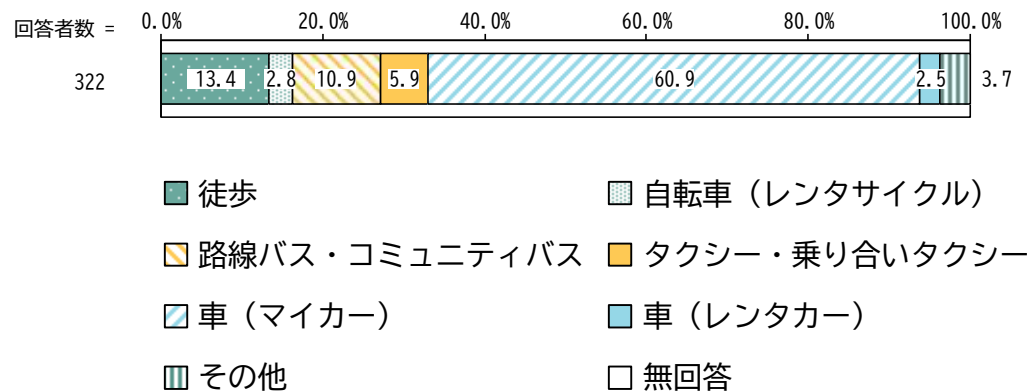


設問：茨城県によく行く理由は何ですか。

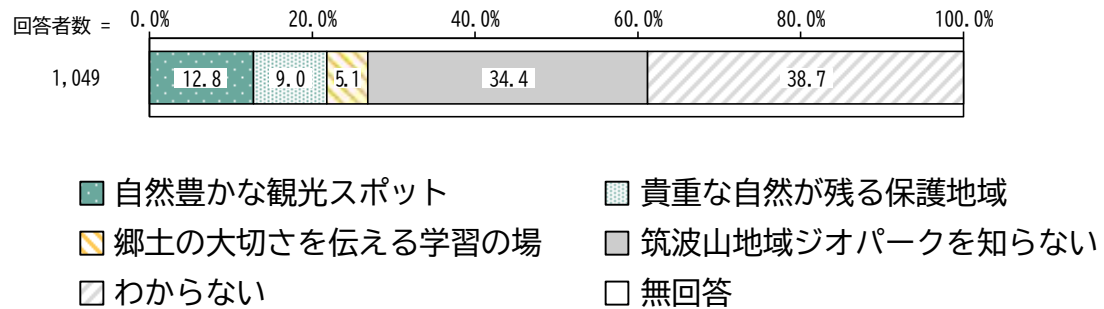




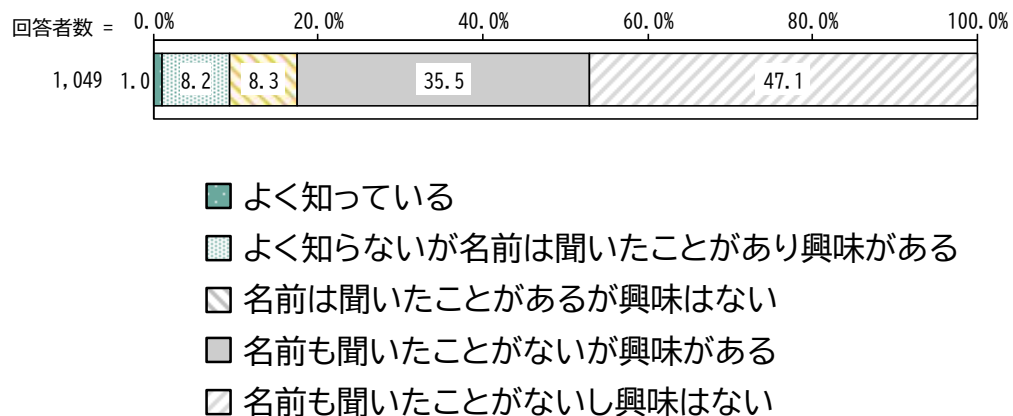
設問：茨城県つくば市内ではどのように移動する事が多いですか。



設問：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。

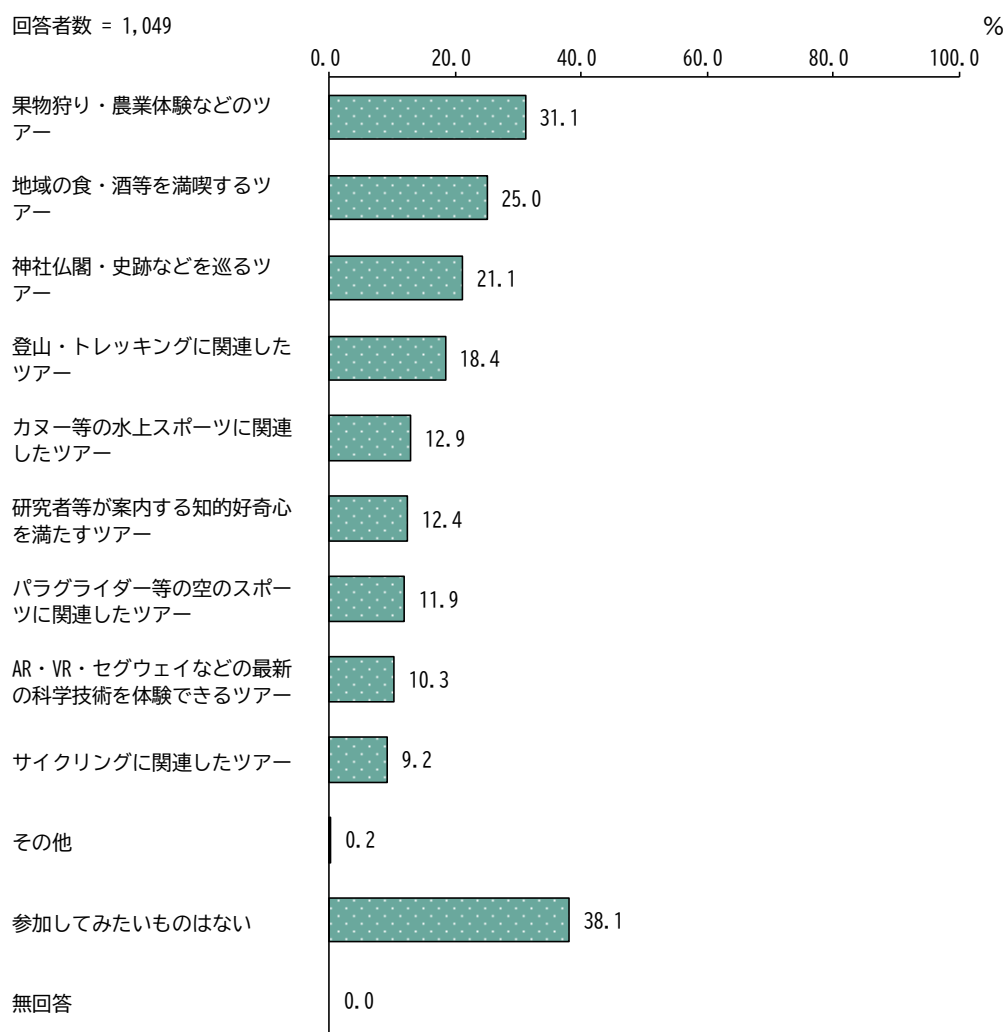


設問：筑波山地域ジオパークを知っていますか。



設問：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どれですか。

回答者数 = 1,049



第1章

第2章

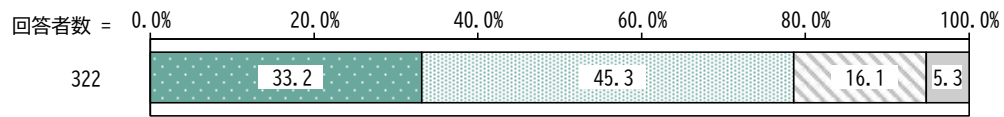
第3章

第4章

資料編



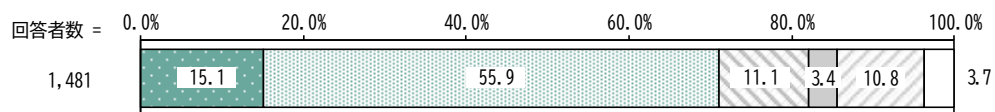
設問：茨城県つくば市へは、また行ってみたいと思いますか。



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

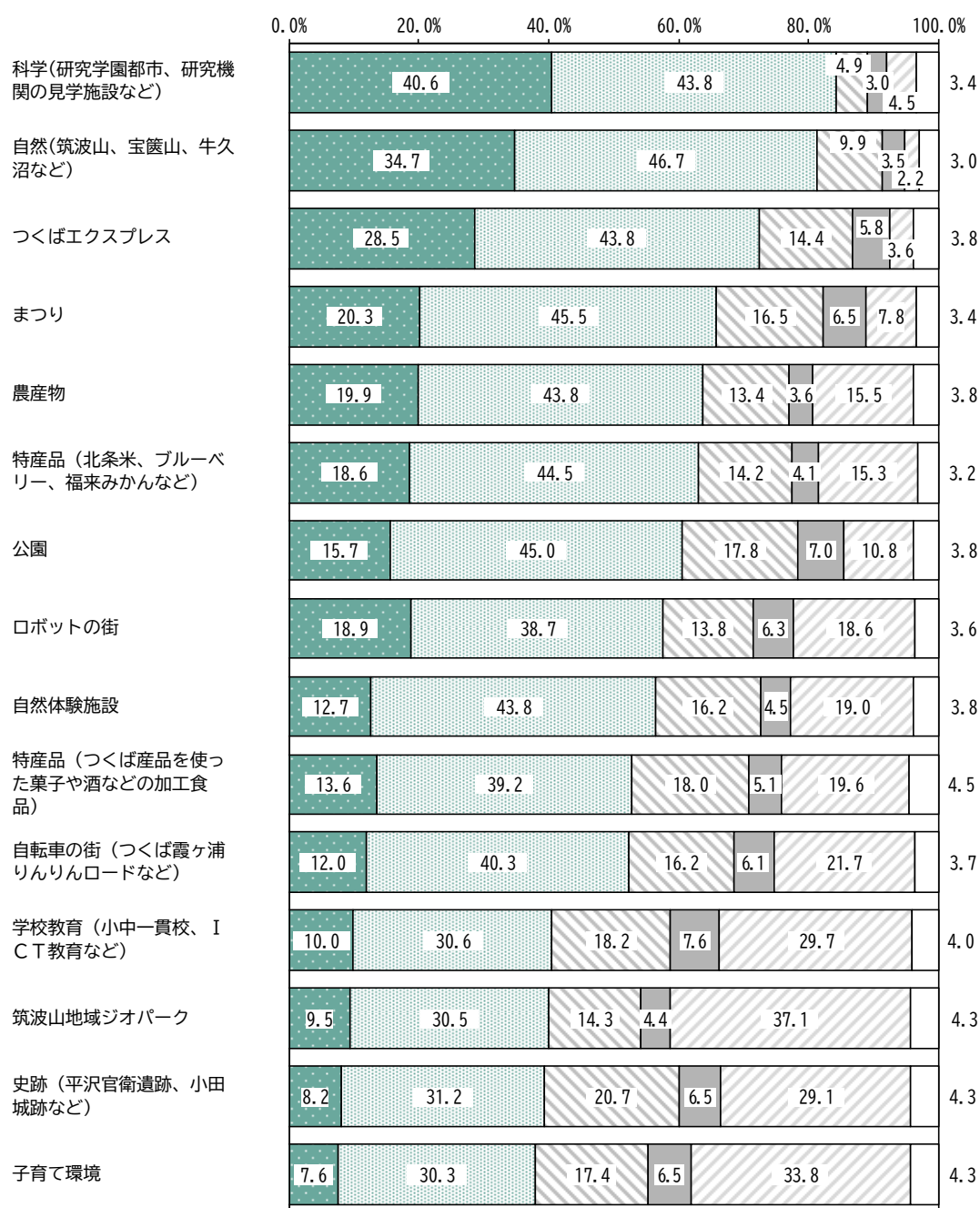
(2) 市民意識調査（令和元年度（2019年度））

設問：つくば市の景観について



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

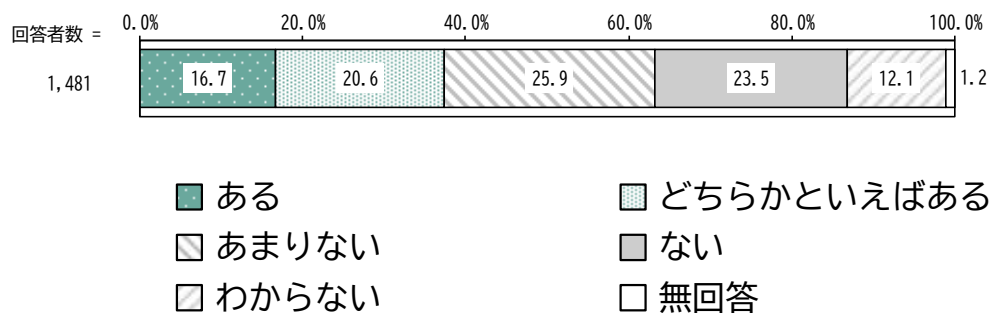
設問：紹介したいつくば市の魅力について



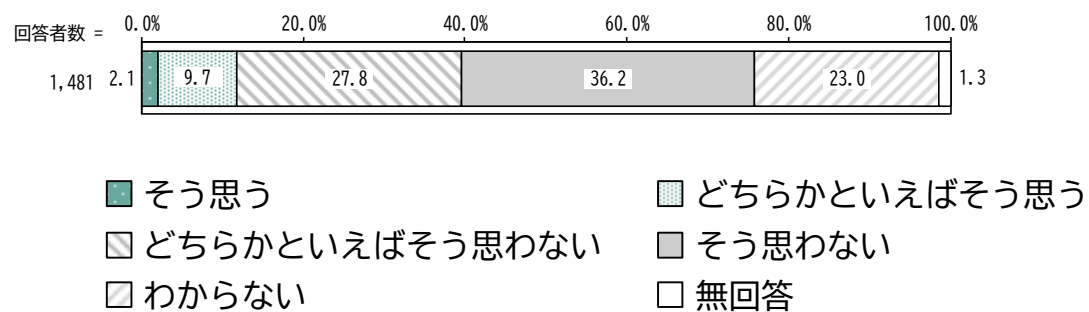
- 紹介したい、自慢である
- どちらかといえば紹介したい
- あまり紹介したいとは思わない
- 紹介したいとは思わない
- 知らない
- 無回答



設問：つくばが「科学のまち」であることの恩恵を感じるかについて



設問：先端的な製品・サービスが暮らしの中にいかされていると思うかについて





4 用語解説

【あ行】

アフターコンベンション (after convention)

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

インバウンド (inbound)

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

エクスカージョン (excursion)

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

エコ・ツーリズム (eco tourism)

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

【か行】

グリーン・ツーリズム (green tourism)

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

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

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

【さ行】

ジオパーク (geo park)

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

スポーツ・ツーリズム (sports tourism)

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

サステナブルツーリズム (sustainable tourism)

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



【た行】

地域経済支援システム（RESAS）

地域経済分析システム（RESAS：リーサス）は、地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）が提供している。

自治体職員や、地域の活性化に関心を持つ様々な分野の方々によって、効果的な施策の立案・実行・検証のためなどに広く利用されている。

【は行】

フットパス（footpath）

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

【や行】

ユニバーサルデザイン（universal design）

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

【英数字】

ICT（アイシーティー）

Information and Communication Technologyの略称。

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

IoT（アイオーティー）

Internet of Thingsの略称。

「モノのインターネット」の略で、情報通信技術の概念を指す言葉で、これまで主にパソコンやスマートフォンなどの情報機器が接続していたインターネットに、産業用機器から自動車、家電製品まで、さまざまな「モノ」をつなげる技術です。

JNTO（ジェイエヌティーオー）

Japan National Tourism Organization（正式名称：独立行政法人 国際観光振興機構）の略称。

世界の主要都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズム（外国人の訪日旅行）のプロモーションやマーケティングを行っている。

MICE（マイス）

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



SDGs（エスディーゼズ）

「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。

持続可能な開発のための17のグローバル目標と169のターゲットからなる、国連の開発目標。

SNS（エスエヌエス）

SNS（Social Networking Service）の略称。

人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイト。

VFR（ブイエフアール）

VFRとは Visit Friends and Relativesの略称。旅行目的の分類の一つ。友人や親族の訪問を目的とした旅行を指す。



5 つくば市の観光資源の詳細

1 豊かな自然環境

●筑波山地域ジオパーク

筑波山地域ジオパークは、2016年9月に日本ジオパークの一つとして認定され、2021年2月に再認定されました。茨城県中南部に位置するつくば・石岡・笠間・桜川・土浦・かすみがうらの6市エリアから構成され、日本百名山にも選ばれている「筑波山」をはじめ、日本第2位の湖面積を誇る「霞ヶ浦」や日本最大の平野「関東平野」など、日本を代表する大地の遺産が含まれています。また、筑波山地域ジオパーク推進協議会では、筑波山地域ジオパークをイメージできるような食品・料理を「筑波山地域ジオパーク認定商品」として、令和2年度に13事業者14品が新しく認定され、計36品となりました。認定商品には認定ロゴマークの表示が認められており、筑波山地域ジオパークのホームページ、各種イベント等でのPRにより、食を通じた筑波山地域ジオパークの魅力を発信しています。

●筑波山

筑波山は日本百名山の一つで、山肌の色が朝は藍、昼は緑、夕は紫と、一日に幾度も表情を変えることから”紫峰”と呼ばれている美しい山です。男体山、女体山の二峰を持つことから、生産のシンボル、神の住む山として、古くから多くの人々に愛され、信仰されてきました。また「西の富士、東の筑波」と並び称されてきた優美な姿は、多くの歌人を魅了し、「万葉集」や「小倉百人一首」などに数多く歌われています。また、筑波山からは富士山の美しい景観や関東平野の夜景を眺められるため、2005年に関東の富士見百景、2018年に日本夜景遺産に選定されました。

●筑波山温泉郷

関東の名山筑波山の中腹には、筑波温泉・筑波山温泉「双神の湯」のふたつの源泉があります。泉質は、アルカリ性の強いアルカリ性単純温泉で肌がすべすべになることから「美肌の湯」ともいわれています。

●筑波山梅林

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



●フォレストアドベンチャー・つくば

フォレストアドベンチャー・つくばは、つくば市が整備し、民間事業所が運営する公設民営の観光施設です。森の地形や樹木をそのまま生かし、樹木間をワイヤーや丸太などで繋いで作ったコースを、専用のハーネスを着用して渡っていく自然共生型アウトドアパークです。コースは3コースあり、身長110センチメートル以上、体重130キログラム以下のお子様から大人まで楽しむことができます。

つくば市が整備し、民間事業所が運営する公設民営の観光施設です。

●つくば霞ヶ浦りんりんロード

旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180 Kmのサイクリングコースです。日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングルートを国内外へPRを図るために、一定の水準を満たすルートを対象とした「ナショナルサイクルルート」に選ばれました。

●不動峠

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

●桜川

桜川は、茨城県の南西部を流れ霞ヶ浦に流入する利根川水系の一級河川です。

●小貝川

小貝川は、関東平野を北から南へ流れる一級河川です。利根川水系松川の支流で、支流中2位の長さを誇ります。周辺には、小貝川スポーツ公園があり、市民の憩いの場ともなっています。

●牛久沼

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

●宝篋山

宝篋山はつくば市北東部にある、標高461メートルの山です。東には日本で2番目の面積を誇る霞ヶ浦、遠くに太平洋(鹿島灘)を望むことができます。また、南西には関東平野を一望でき、空気の澄んだ日には富士山が、北には名峰筑波山、その先には榛名山・赤城山・日光連山と360度のパノラマを楽しむことができます。2005年には関東の富士見百景に選定されました。登山コースも6コース整備されており、それぞれ特色ある景色や植物を楽しむことができます。



●筑波ふれあいの里

筑波ふれあいの里は、筑波山麓の豊かな自然環境の保全や活用を通じて、学童や都市生活者および市民等が農業に対する理解を深め、都市と農村の交流を図ることを目的にしています。区域内は、自然的要素(水郷筑波国定公園区域内のため自然が残されており、沢水が豊富であり、景観がよい等)、文化的要素(筑波山神社、蚕影神社、六所皇大神宮、夫女ヶ石等)に恵まれた動植物の多いところです。大小の研修室を備えた宿泊施設をはじめ、バーベキュー場やコテージ、キャンプ場も併設しています。

●豊里ゆかりの森

豊里ゆかりの森は、敷地面積12haのアカマツとクヌギの平地林の自然公園です。カブトムシやクワガタムシ、アゲハチョウその他の蝶等の昆虫採集や観察もできます。夏にはオニヤンマも飛び交い、小鳥のさえずり等々と自然がいっぱいです。ゆかりの森の中には、昆虫館、宿泊施設「あかまつ」、など様々な施設があります。

●荃崎こもれび六斗の森

荃崎こもれび六斗の森は、豊かな自然(田園、牛久沼に流れる谷田川)を眺望できる高台に位置し、季節によって様々な自然とふれあうことができます。豊かな自然の中で、キャンプ・バーベキューを御利用いただけます。

●高崎自然の森

高崎自然の森は、つくば市が管理する森林公園です。自然環境の保全と人と自然とのふれあいを目的に地域の平地林を開放しています。園内は、いくつもの散策路が設けられ、季節の移り変わりでいろいろな発見があり、たくさんの生きものたちと出会い、豊かな自然を満喫することができます。

2 イベント、まつり

●まつりつくば

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

●つくばフェスティバル

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

●筑波山麓秋祭り

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

●筑波山梅まつり

茨城県二大梅まつりの一つで、早春の筑波山を代表するイベントです。筑波山の標高250m付近に位置する筑波山梅林で毎年2月下旬から3月中旬にかけて開催されています。4.5haの園内には、約1,000本の白梅・紅梅が植えられており、見ごろの時期は絶景です。

●筑波山ガマまつり

ガマまつりは、昔からガマで商売をしている関係者が、ガマの油を生み出したといわれる光誉上人の供養と商売繁盛を祈願するおまつりとして永く開催されています。筑波山ガマレースは、幅広い世代でお楽しみいただける人気のイベントです。

●くさざき夢まつり

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

3 歴史・文化資源

●筑波山神社

江戸時代、筑波山は江戸から見て鬼門にあたることから、徳川幕府により篤く信仰されてきました。明治8年（1875年）に中禅寺大御堂の跡地に拝殿が造られ、昭和3年（1928年）の改修を経て現在に至ります。また、筑波山大御堂は筑波山神社の近くにあり、大本山護国寺別院、坂東三十三観音の二十五番目の札所として、多くの人たちが訪れてきます。

●国指定史跡 平沢官衙遺跡

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



●蚕影神社

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

●大曽根鹿島神社

日本武尊が東征の時、船で上陸し、飲み水を求めて立ち寄った場所という伝説が残る神社です。茨城県の環境保全地域の制度により、「緑地環境保全地域(自然保護公園)」に指定されています。

●金村別雷神社

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

●千勝神社

千勝神社は、つくば市で最も南の荃崎地域にある神社で、社伝によれば今から1500年ほど前の第25代武烈天皇の時代の502年に、常陸と下総の国境で、猿田彦大神を祭神として祀ったことに始まると伝わります。高さ約10メートル、幅約9メートルの総檜造りで、茨城県下随一の大きさを誇る鳥居を潜って入る境内には、関東唯一の三殿並立の社殿が建っています。

●普門寺

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

●泊崎大師堂

泊崎大師堂は、弘法大師(空海)が泊崎の地を訪れて千座護摩を修めたところに建てられたと伝えられています。昔から縁結びと長寿に御利益があるとされています。

●出土文化財管理センター

平沢官衙遺跡の近くに位置しており、市内の遺跡発掘調査による出土品を整理・保管し、その一部を展示しています。付近にある北条中台遺跡の埴輪や、島名熊の山遺跡の須恵器大甕、小泉館跡の陶磁器などを御覧いただけます。

●つくばセンター広場

TXつくば駅に近接している広場です。まつりつくばなど大きなイベントの際にメイン会場として使用されることが多い場所です。商業施設が併設されているため、買い物にも便利です。つくばセンタービルとともに建築家・磯崎新氏により設計されました。



●国指定史跡 小田城跡

小田城跡は、鎌倉から戦国時代まで常陸国南部で最大の勢力を誇った小田氏の居城跡で、昭和10年に国の史跡指定を受けました。堀と土塁に囲まれた本丸空間内に池等を復元しており、小田氏と小田城について学習できる案内所も設けています。

●長屋門

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

●つくば道

つくば道は筑波山の参拝のために徳川時代に整備された参道であり、その風情が現在も残されている。国の「日本の道100選」に選ばれています。

●桜歴史民俗資料館

桜地区の考古資料や民具を展示しています。ナウマンゾウの化石、縄文時代のクッキー状炭化物や土偶、県指定文化財「古来の板碑」などを展示しているほか、農作業や養蚕、近代までこの地域で盛んであった藍染の民具など、貴重で興味深い資料を御覧いただけます。

●谷田部郷土資料館

谷田部地区内の文化財、遺物、古文書などの歴史資料を展示しています。江戸時代の発明家「飯塚伊賀七」が製作した木製和時計の復元品を展示しております。なお、谷田部藩細川氏の展示資料も見応えがあります。



4 科学の観光資源

●JAXA筑波宇宙センター

宇宙開発の最先端分野の研究・開発・試験を行っている、我が国の宇宙開発拠点の1つとなります。展示館「スペースドーム」には、国際宇宙ステーションの一部である、日本が開発した「きぼう」日本実験棟の実物大モデルなどが展示されています。現在の宇宙開発の取組や、これまでの歴史、実物のHⅡロケットや人工衛星の試験モデルなど、本物の宇宙開発を身近に感じることができる施設となっております。

●つくばエキスポセンター

科学技術を見て・触れて・楽しむことができる科学館。科学の不思議を学びながら体験できる展示のほか、世界最大級のプラネタリウムでは大迫力の映像と美しい星空の世界が楽しめます。昭和60年（1985）年に開催された科学万博にて、日本の科学技術を紹介する恒久施設として誕生しました。

●サイエンス・スクエアつくば（産業技術総合研究所）

「サイエンス・スクエアつくば」は、国立研究開発法人産業技術総合研究所（産総研）が行っている最先端の研究の成果をわかりやすく紹介している「産業技術のショールーム」です。産総研の幅広い研究を、試作品や動画などをまじえて紹介し、タッチパネルや音声ガイド等の情報端末も用意されています。最先端の研究が未来の社会をどのように変えていくのかについて、親子で考えるきっかけとなる施設です。

●地質標本館

地質標本館は、地球科学専門の博物館です。「地球の歴史となりたち」「地球と人間の関わり合い」を理解していただくために、研究活動で得られた成果を最新の地球科学情報とともに日本の地質、地下資源、海洋の地質、地球環境、火山と地熱、地震と活断層などのテーマごとにまとめて展示しています。その他、岩石・鉱物・化石などの標本も多数展示しています。

●筑波実験植物園

国立科学博物館が植物の研究を推進するために設置された植物園です。およそ14haの敷地には、日本に生育する植物、私たちの生命（いのち）を支える植物、筑波山で見られる植物など、7,000種類を超える植物が植栽され、およそ3,000種類をご覧くださいことができます。

●地図と測量の科学館（国土地理院）

地図や測量に関する歴史、原理や仕組み、新しい技術などを総合的に展示する施設です。館内には、専用の赤青メガネで見ると立体的に浮き上がって見える日本列島が広がっています。古地図や現存する世界最古の地球儀などの展示、楽しみながら地理や地図が学べるパソコンコーナーもあります。館外の地球ひろばには、地球の丸さを実感できる直径22メートルの日本列島球体模型があります。

●つくばサイエンスツアー（つくばサイエンスツアーオフィス）

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

5 特産品

●福来みかん

筑波山麓にのみ自生する小ぶりのみかんで、爽やかな香りや酸味が特徴。皮を乾燥させた薬味をはじめ、菓子、酒、ラーメンなど様々な加工品に活用されています。

●ブルーベリー

平成11年に「ブルーベリーシティ宣言」をしたつくば市は、日本三大ブルーベリー生産地とも呼ばれ、いち早くブルーベリーに取り組んだ産地です。現在では市内に30を超えるブルーベリー農園が点在しており、6月～8月にはブルーベリーの摘み取り体験も楽しめます。ブルーベリーは品種も多く、寒冷地でよく育ち大粒で爽やかな酸味が特徴のハイブッシュ系と温暖な地域で育てられ甘味の強いラビットアイ系があり、品種のバリエーションも豊富だといわれています。加工品も多く、お菓子やジャムなど多様な品揃えも魅力です。

●芝

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



●米

つくば市は皇室献上米として納められていた米の産地でもあります。筑波山麓の市北部などのブランド米、寒暖差を生かした滋味あふれる食味に優れた筑波北条米などのブランド米、市南部では牛久沼を背に豊かな水資源と平地をいかしたコシヒカリが栽培されています。

●日本酒

筑波山の豊かで上質な湧水を使って丹精込めて作られるつくばの日本酒で、つくばと筑波山にちなんだ名をつけられた銘酒があります。

●筑波山地域ジオパーク認定商品

筑波山地域ジオパークのPRおよび地域の活性化を目的として、地域内で採れた食材を使った商品や、地域内で製造された商品で、筑波山地域ジオパークをイメージできるような商品を「筑波山地域ジオパーク認定商品（食品および料理）」として、平成30年度から認定してきました。

6 食文化

●パン

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

●ラーメン

つくば市は、知る人ぞ知るラーメンの街、魅力あるラーメン店がしのぎを削る激戦区。市内にラーメン専門店は約100店舗、ラーメンを食べられるお店は約200店舗にもなります。茨城最大のラーメンイベント「つくばラーメンフェスタ」が2012年から開催され、来場者が例年約10万人の来場者が集結し、全国の有名店を押さえつくば市内のラーメン店が総合売上1位となっています。

●つくばうどん

筑波山名物つくばうどんは頭文字をとって筑波茜鷄の「つ」くね、地元産のしいたけやゴボウなどの「く」ろ野菜、ローズポークの「ば」ら肉の具に地産小麦とレンコンパウダーを使用した麺のご当地うどんです。店舗ごとにアレンジが加わり、味付けも異なっています。



●ワイナリー

平成29年12月26日付で構造改革特別区域計画「つくばワイン・フルーツ酒特区」に認定されました。つくば市産ワイン用ブドウを使ったワインを製造・販売する場所です。

●酒蔵

つくばのお米を使ってお酒を醸造したり貯蔵したりする蔵のことです。

7 花の名所

●科学万博記念公園

昭和60年（1985年）の科学万博跡地に作られました。見ものは高さ10メートルの“科学の門”で、小さな球がぶら下がっているだけなのですが、見る方向により歴史に残る4人の科学者（東側から見るとエジソン、西側からはアルキメデス、南側はニュートン、北側からガリレオの顔が見えます）の顔が浮かび上がるという不思議な門です。園内には、家族連れや若者たちでにぎわう芝生広場や池、アヤメ園、そして全天候型テニスコートが5面あります。

●北条大池

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

●つくば牡丹園 (Peony Garden Tokyo in Tsukuba)

つくば牡丹園は、550種類の牡丹や250種類のシャクヤクをはじめとした花々が咲き誇ります。開園期間は牡丹やシャクヤクの季節、4月中旬～5月下旬です。

●筑波山梅林のあじさい

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

●筑波山の福寿草

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

●筑波山のカタクリの花

筑波山頂周辺の自然研究路やカタクリの里、ケーブルカー沿線には、3万株のカタクリ草が自然のまま群生しており、4月中旬に見頃を迎えます。



●洞峰公園

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

●燧ヶ池周辺

筑波山の麓にある田園の中にある農業用ため池です。背景には堂々たる筑波山、そして枝振りの良い見事な古木の大榎という素晴らしいロケーションであり、季節ごとに桜、蓮の花、彼岸花と色を添えます。筑波山の隠れた名撮影ポイントとして写真愛好家に人気が高くなっています。

●農林さくら通り

つくば市の桜の名所として全長約1.5kmの桜並木道が見られます。

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

ア 観光施設整備

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

イ 観光施設維持管理

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



森林体験パーク施設管理事業

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

【利用者数】

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

ウ 観光行事

まつりつくば事業

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

【来場者数】

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

つくばフェスティバル事業

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

【来場者数】

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

くさざき夢まつり事業

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

【来場者数】

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

エ 観光振興

つくば観光コンベンション協会補助事業	
市内経済の活性化及び観光施策の強化を図るため、つくば観光コンベンション協会が実施する各種観光事業を支援する。	
(1) 観光宣伝事業	豊かな自然環境の「筑波山地区」と研究・教育機関が集積する「筑波研究学園都市」等の観光資源について市内外に広く PR を実施。
(2) 観光客誘致事業	夏の筑波山ガマまつり、秋の筑波山もみじまつり、春の筑波山梅まつりを開催し、筑波山への観光誘客を促進。 【筑波山ガマまつり来場者数】 令和2年度：中止 令和元年度：5,000 人 平成30年度：5,000 人 平成29年度：5,000 人 平成28年度：5,000 人 【筑波山梅まつり来場者数】 令和2年度：75,000 人 令和元年度：130,000 人 平成30年度：190,000 人 平成29年度：170,000 人 平成28年度：150,000 人
(3) コンベンション事業	つくばエクスプレスや茨城空港などからのアクセス利便性の良さを生かし、関係機関と連携して国際婚弁所を核とした MICE 誘致活動を実施。 【国際会議】 令和2年度：1 件 令和元年度：62 件 平成30年度：45 件 平成29年度：56 件 平成28年度：63 件 【国内会議】 令和2年度：11 件 令和元年度：100 件 平成30年度：87 件 平成29年度：92 件 平成28年度：79 件 【経済波及効果】 令和2年度：約 700,000 千円 令和元年度：約 9,400,000 千円 平成30年度：約 8,200,000 千円 平成29年度：約 8,800,000 千円 平成28年度：約 9,000,000 千円



つくば観光コンベンション協会補助事業	
(4) フィルムコミッション事業	つくば市の豊かな地域資源を映画や TV 等を通して全国に紹介することにより、つくば市の知名度向上を目的に、市内への誘致及び市内でのロケーション撮影を支援 【撮影】 令和2年度：17 件 令和元年度：71 件 平成 30 年度：61 件 平成 29 年度：44 件 平成 28 年度：62 件 【経済波及効果】 令和2年度：約 15,000 千円 令和元年度：約 65,000 千円 平成 30 年度：約 57,000 千円 平成 29 年度：約 56,000 千円 平成 28 年度：-
観光振興事業	
つくば観光コンベンション協会や関係機関と連携し、つくばの魅力ある観光資源を活用し、多様なニーズに合わせた各種事業を展開し、国内外からの観光誘客拡大を図る。	
(1) 筑波山麓秋祭り補助事業	【来場者】 令和2年度：中止 令和元年度：52,000 人 平成 30 年度：68,000 人 平成 29 年度：63,000 人 平成 28 年度：53,000 人
(2) 観光案内業務	■観光案内業務 【BiVi つくば総合案内所】 令和2年度：6,833 件 令和元年度：19,504 件 平成 30 年度：19,237 件 平成 29 年度：20,157 件 平成 28 年度：16,482 件 【筑波山観光案内所】 令和2年度：10,924 件 令和元年度：12,437 件 平成 30 年度：7,416 件 平成 29 年度：7,351 件 平成 28 年度：7,004 件
(3) スポーツツーリズム受入	■スポーツツーリズムの実績 【利用団体数】 令和2年度：3 団体 令和元年度：82 団体 平成 30 年度：87 団体 平成 29 年度：94 団体 平成 28 年度：60 団体

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



フットパス事業（周遊観光推進事業）

市内に点在する観光資源を活用し、市内周遊観光を促進するため、フットパスの企画及び道標を整備し、年間を通して魅力的な観光地を提供し、通年での誘客促進を図る。

【増刷数】

令和2年度：8,000 部
令和元年度：9,000 部
平成30年度：10,000 部
平成29年度：－
平成28年度：10,000 部

サイエンスツアー事業

つくばに所在する研究機関等との連携を強化し、本市に集積する科学技術への理解を深めるとともに、科学教育の充実や、観光、飲食業をはじめとする地域産業の活性化を目的に、サイエンスツアー事業を支援する。（つくばサイエンスツアー実行委員会（茨城県・つくば市・研究機関等）から（一財）茨城県科学技術振興財団つくばサイエンスツアーオフィスへ事業委託のうえ実施）

【サイエンスツアー受け入人数】

令和2年度：2,150 人
令和元年度：11,976 人
平成30年度：14,478 人
平成29年度：16,209 人
平成28年度：16,976 人

【サイエンスツアーバス利用者数】

令和2年度：600 人
令和元年度：5,358 人
平成30年度：4,575 人
平成29年度：4,601 人
平成28年度：4,277 人

**観光PRの実施**

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

■観光キャンペーン

【令和2年度（2020年度）】

いばらき応援プロジェクト(IFS)

【令和元年度（2019年度）】

(1) TX 秋葉原駅構内 (2) 茨城県人会賀詞交歓会

(3) 都庁キャンペーン (4) 寅さんサミット (5) 筑波山梅まつりキャンペーン

【平成30年度（2018年度）】

(1) 総理大臣表敬 (2) 荒川区表敬 (3) 茨城県人会賀詞交歓会 (4) 茨城県知事表敬

(5) みとちゃん誕生会

【平成29年度（2017年度）】

(1) ブルーベリーフェスティバル in 東京交通会館 (2) いばらき産直市

(3) おもてなし県民大会 (4) 都市対抗野球大会物産展 (5) いばらきマルシェつ

くばフェア等

【平成28年度（2016年度）】

(1) 夏及び秋の観光キャンペーン (2) いばらき産直市 in 日暮里

(3) 秋のうまいもんキャンペーン in 銀座 (4) 寅さんサミット

(5) 梅まつりキャンペーン in 圏央道開通式 (6) いばらき県産品まつり 等

■SNSによるPRの実施

【フォロワー数】

令和2年度：3,980人

令和元年度：3,164人

平成30年度：2,548人

平成29年度：-

平成28年度：-

【いいね数】

令和2年度：2,653人

令和元年度：839人

平成30年度：1,098人

平成29年度：-

平成28年度：-



オ 観光客動態調査

観光客動態調査事業

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

■つくば市観光入込客数

【つくば市全体】

令和2年度：2,344,400人
令和元年度：4,158,800人
平成30年度：4,489,500人
平成29年度：3,911,400人
平成28年度：3,580,200人

【筑波山全体】

令和2年度：1,969,100人
令和元年度：2,463,600人
平成30年度：2,693,300人
平成29年度：2,304,700人
平成28年度：2,104,300人