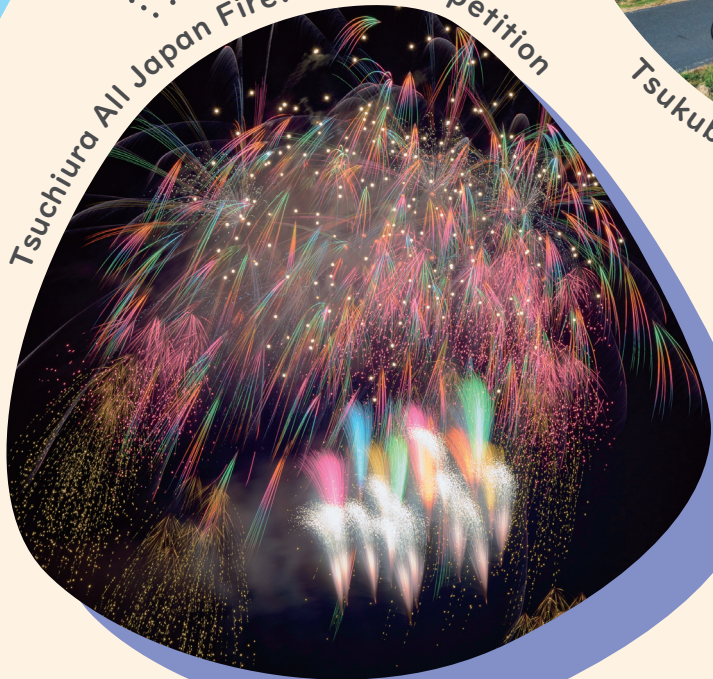


Tsuchiura All Japan Fireworks Competition



Tsukuba-Kasumigaura Ring-Ring Road



Sightseeing Sailboats



第2次

土浦市 観光基本計画

改訂版
2024-2028

Lotus root



Kijo Park



Komachi-no-Yakata



2024年3月
土浦市

はじめに



本市は、日本第二の広さを誇る「霞ヶ浦」や関東の名峰と謳われる「筑波山麓」など、水と緑豊かな自然や歴史ある街並み、さらには大正時代から続く全国有数の花火大会など、様々な観光資源に恵まれております。

これまで、本市では、これらの資源を活用し、魅力ある観光地づくりに向けた多様な施策を展開するため、平成21年3月に「土浦市観光基本計画」、その後一部改訂を経て、平成31年3月に「第2次土浦市観光基本計画」を策定し、観光施策の推進を図ってきたところです。

このような中、時代は大きな変化の時を迎え、特に新型コロナウイルス感染症の流行は、観光分野に大きな打撃を与えました。現在は、感染症法上の「5類」に移行したことで、経済が正常化に向けて動きだし、徐々に観光の需要回復の兆しも見えてきておりますが、コロナ収束後の新しい時代においては、デジタル技術を用いた新たな観光の開発や、世界共通の目標であるSDGs(持続可能な開発目標)に基づく持続可能な観光づくりなど、新しい視点を取り入れ、人と人とを繋げ、知恵や技術を結集して付加価値を生み出し、新しい観光のかたちを築いていく必要があります。

このようなことから、「知りたい」から「行こう」、さらに「行って楽しい」、「行ってよかった」へと好循環の観光づくりが展開されるよう、これまでの「魅力を活かに… 多彩な連携による観光のまちづくり」の基本コンセプトを継承しつつ、新たなリーディングプログラムの設定とそれに基づく戦略プロジェクトを見直した「第2次土浦市観光基本計画」(改訂版)を策定いたしました。

今後は、本計画に基づき、「城・まち」「湖」「山」「食」「イベント」「サイクリング」などの地域資源の更なる深化を図りながら、新たな時代のニーズに適した観光コンテンツの創出に取り組んでまいります。

最後に、本計画の策定にあたり、熱心にご審議をいただきました土浦市観光戦略推進会議の委員の皆様をはじめ、意向調査などを通じ貴重なご意見をお寄せいただきました皆様に対しまして、心よりお礼申し上げます。

令和6年3月

土浦市長 安藤 真理子

目次

序章 計画の趣旨と概要

- (1)計画見直しの趣旨 ……………1
- (2)計画の位置づけ ……………2
- (3)計画の期間 ……………2

第1章 本市観光の現状と課題

- (1)本市の観光の現状……………3
- (2)本市観光をめぐる近年の情勢変化 ……………13
- (3)計画の進捗状況 ……………16
- (4)意向調査結果の概要 ……………34
- (5)本市観光の「強み」と「弱み」……………38
- (6)本市観光の課題 ……………40

第2章 計画の目標

- (1)基本コンセプト……………43
- (2)取組の柱……………44
- (3)計画全体の目標指標 ……………45

第3章 リーディングプログラム(重点施策)

- (1)リーディングプログラムのねらい(目標) ……………47
- (2)リーディングプログラムの設定(考え方)……………48
 - リーディングプログラム1 思い立ったら気軽に土浦 ……49
 - リーディングプログラム2 “外”から選ばれる土浦 ……52
 - リーディングプログラム3 サステナブル観光土浦……………55

第4章 戦略プログラム(主要事業)

- (1)積極的情報発信による集客促進…………… 60
 - A 情報発信による魅力アピール…………… 60
 - B 「観光交流人口」の増大…………… 62
- (2)社会環境の変化に合わせた資源の活用…………… 63
 - C 「社会環境変化」に対応した観光メニューづくり…………… 63
 - D 「地域資源」のブランド化とネットワーク化…………… 65
 - E 「広域観光連携」の推進…………… 74
- (3)市民参加と観光のビジネス化…………… 75
 - F 「市民・事業者」の主体的な力の育成…………… 75
 - G 「観光業」の活性化と経済循環の構築…………… 77

第5章 計画の実現に向けて

- (1)計画の推進体制と役割分担…………… 79
- (2)計画の進行管理…………… 82

資料編

- (1)観光に関する意識調査…………… 87
- (2)計画策定時の観光事業一覧…………… 106
- (3)土浦市観光戦略推進会議要綱…………… 117
- (4)土浦市観光戦略推進会議委員名簿…………… 121
- (5)計画策定体制…………… 122
- (6)策定経過…………… 123
- (7)用語の解説…………… 124

序章 計画の趣旨と概要

(1) 計画見直しの趣旨

(2) 計画の位置づけ

(3) 計画の期間

序章 計画の趣旨と概要

(1)計画見直しの趣旨

本市では、平成21年3月に観光施策の指針となる「土浦市観光基本計画」(以下「第1次計画」という。)を策定し、魅力ある観光地づくりに向けた多様な施策を展開してきました。第1次計画の計画期間10年間では、茨城空港の開港や「つくば霞ヶ浦りんりんロード」の開通、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催など本市の観光を取り巻く環境が変化しました。これらを踏まえ、平成31年3月には「第2次土浦市観光基本計画」(以下「第2次計画」という。)を策定し、より魅力的な観光地づくりの推進に取り組んできました。

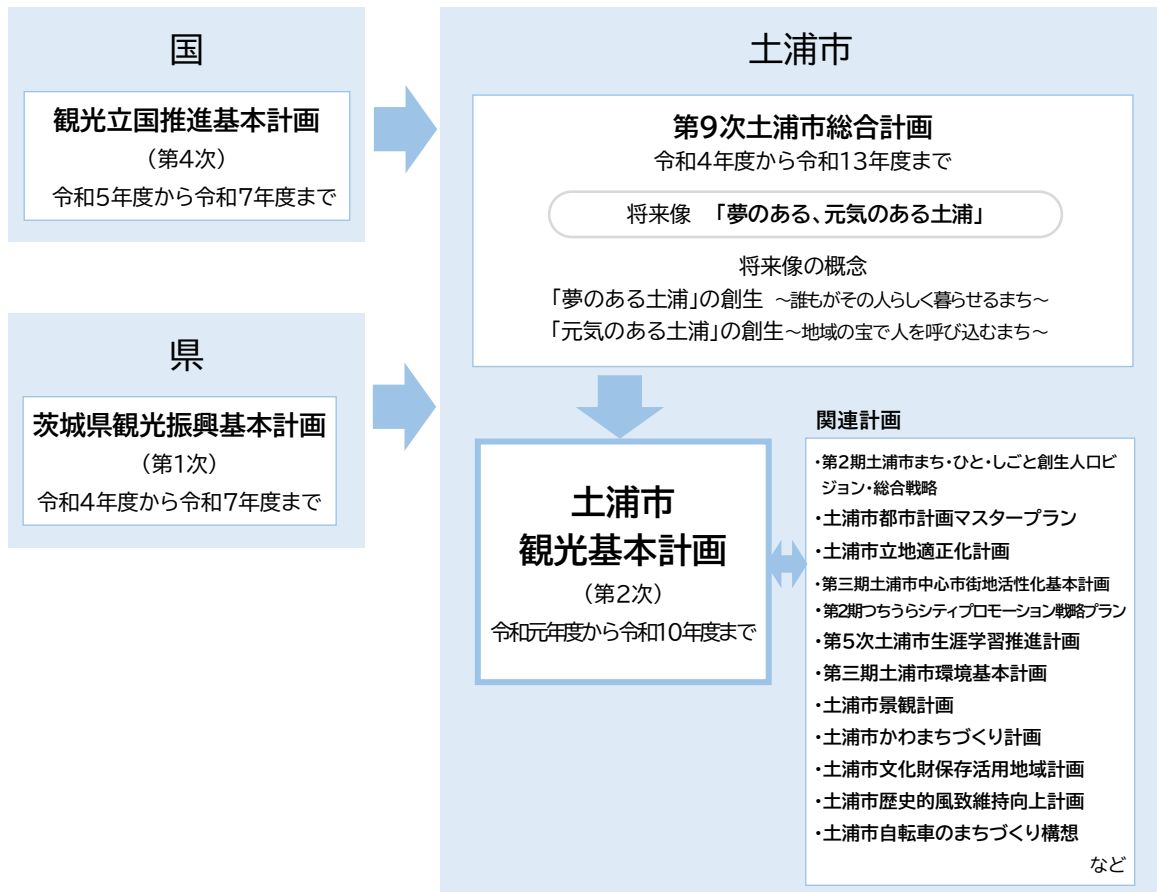
第2次計画策定後、令和2年度に起こった新型コロナウイルス感染症(COVID-19)(以下「コロナ」という。)の拡大は、観光関連産業に大きな影響を与えることとなり、インバウンド需要が一時的に消滅し、日本人の国内旅行も半減するなど、観光産業は一時的に停滞を余儀なくされました。一方では、密回避などコロナ対策への配慮から、あらゆる分野においてデジタル化が加速するほか、近隣地域内での観光(いわゆるマイクロツーリズム)や職場や自宅ではない場所で仕事をするワーケーションなどへの関心が高まりました。

また、「第2期土浦市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」(令和2年3月)や「第2期つちうらシティプロモーション戦略プラン」(令和2年2月)など、観光にも関連する計画の改定が行われたほか、新たに「土浦市自転車のまちづくり構想」(令和2年2月)が策定されるなど、観光に関する諸施策にも変化がみられます。さらに、本市の文化財やそれに関わる歴史文化を保存・活用する「土浦市文化財保存活用地域計画」(令和5年7月認定)の作成、また、地域固有の歴史・伝統を反映した活動と歴史的な建造物が一体となって環境の維持向上を図る「土浦市歴史的風致維持向上計画」(令和5年12月認定)が策定され、これらの計画とも連携を図りながら、観光に関する施策を検討していく必要があります。

このような状況の変化等を踏まえ、第2次計画の中間年度である令和5年度までの主要事業の実施状況について総合的に把握・評価し、今後5年間の本市の観光に関する施策・事業の方針を定めるため第2次計画の見直しを行いました。

(2)計画の位置づけ

本計画は国の定める「観光立国推進基本計画」や、茨城県の定める「茨城県観光振興基本計画」などと整合を図りながら、「第9次土浦市総合計画」の個別計画の一つとして観光振興に係る事業を実施していくための計画として位置づけるものです。



(3)計画の期間

本計画は、平成31年度(令和元年度)を初年度とし、令和10年度を目標年度とする10年計画として策定した第2次土浦市観光基本計画の中間年度の見直しの計画となります。そのため、計画期間は、当初計画における目標年度を継承し、令和10年度までとしますが、社会情勢等により適宜、必要に応じた見直しを図るものとします。

年度	H31 (R1)	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
第2次土浦市観光基本計画	当初計画					改訂 R6~R10							
	← 計画期間 10年間 →												
第9次土浦市総合計画(基本構想)				← 構想期間 10年間 →									

第1章 本市観光の現状と課題

- (1)本市の観光の現状
- (2)本市観光をめぐる近年の情勢変化
- (3)計画の進捗状況
- (4)意向調査結果の概要
- (5)本市観光の「強み」と「弱み」
- (6)本市観光の課題

第1章 本市観光の現状と課題

(1)本市の観光の現状

①観光資源

- 本市は、美しい眺望を有する「霞ヶ浦」や、筑波山麓が広がる豊かな自然に恵まれており、それらを生かした「朝日峠展望公園」や「霞ヶ浦総合公園」などのアクティビティ体験ができる観光施設も立地しています。
- 市の中部では、「亀城公園(土浦城跡)」を中心として江戸時代の歴史や伝統を色濃く残す建造物や「上高津貝塚」といった遺跡などが現存しています。
- 祭りやイベントでは、日本有数の花火大会である「土浦全国花火競技大会」に多くの人々が訪れています。また、「日枝神社流鏝馬祭」、「からかさ万灯」などの伝統的な祭礼や「土浦カレーフェスティバル」など食のイベントも開催されています。
- 近年では、豊かな自然や霞ヶ浦湖岸の眺望を生かしたサイクリングロード「つくば霞ヶ浦りんりんロード」や土浦駅直結のサイクリング拠点施設「りんりんスクエア土浦」、霞ヶ浦湖岸の「りんりんポート土浦」の整備に伴い、多くのサイクリストが本市を訪れています。
- 「星野リゾートBEB5土浦」がオープンするなどサイクリング関連の取組は、霞ヶ浦の水辺の魅力を生かしてサイクリングとクルージングを組み合わせる「サイクルーズ」などの民間による観光の取組にも波及しています。



霞ヶ浦と観光帆曳船



土浦城櫓門

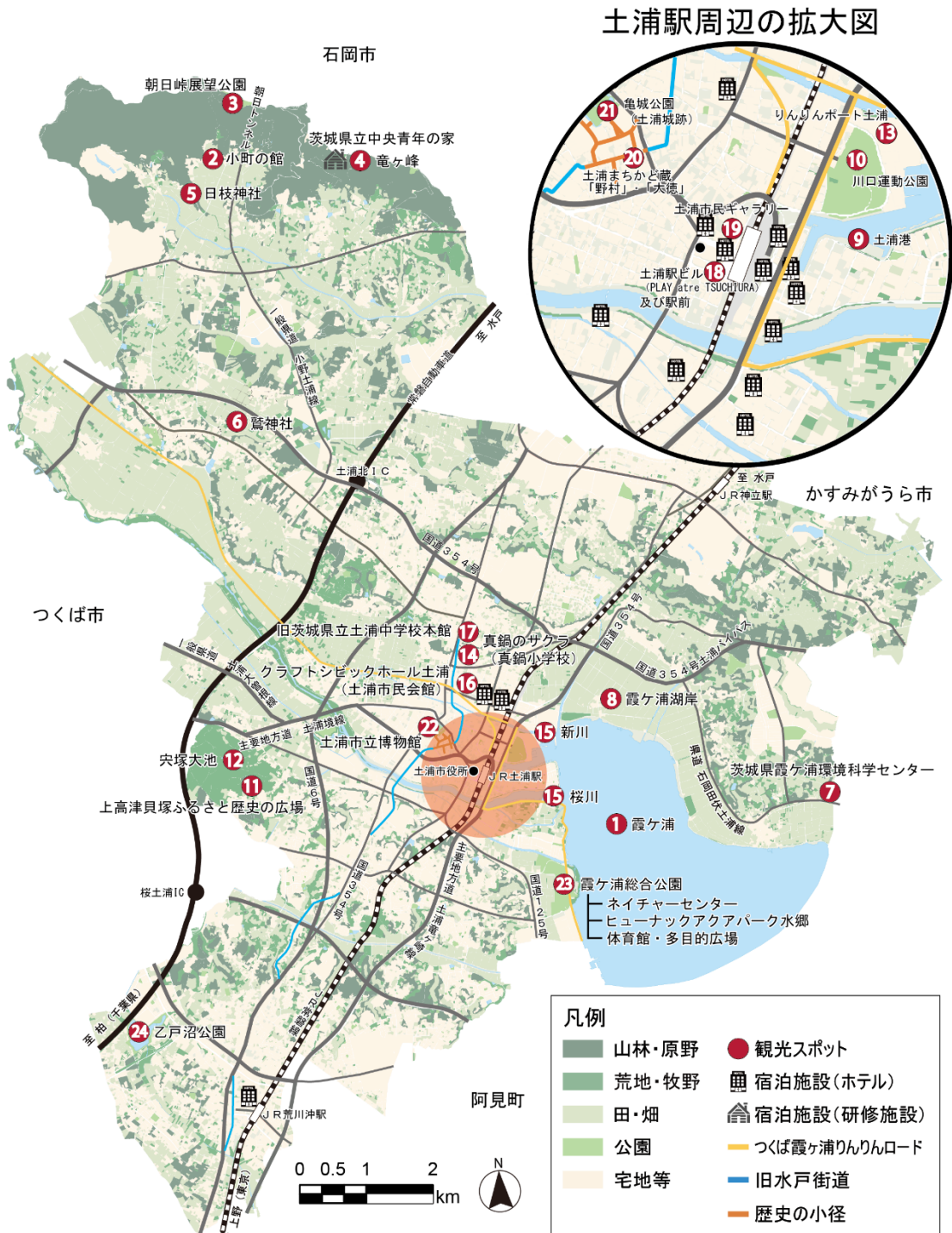


土浦全国花火競技大会



つくば霞ヶ浦りんりんロード

図表－市内観光資源分布図

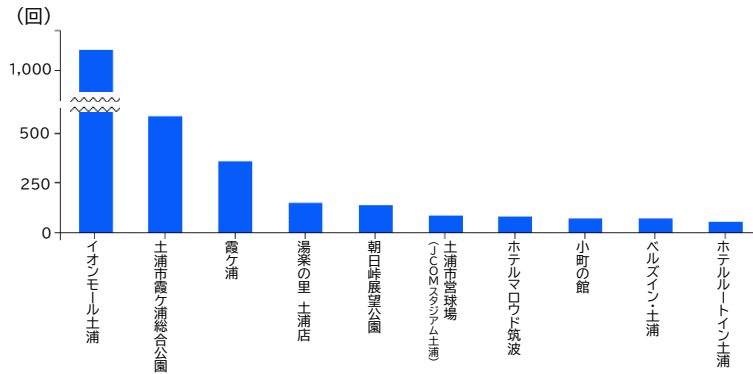


図表－本市の観光資源

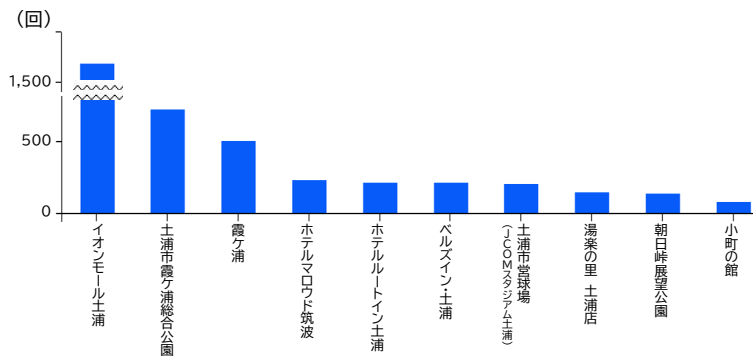
エリア	観光スポット	アクティビティ				泊まる	
		観る・歴史	遊ぶ・体験	食べる・買う	祭り・イベント		
全市		—	—	れんこん加工品 佃煮、醤油、納豆	れんこん料理フェア(11月)	—	
	1	霞ヶ浦	霞ヶ浦の眺望 観光遊覧船・帆曳船	カヌー体験 グランピング船 バス釣り、サイクリング サイクルーズ	—		かすみがうらマラソン(4月) 観光帆曳船(7～10月)
北部	2	小町の館	情報コーナー 小町ギャラリーなど 桜(4月)	体験工房、おやすみ処 そば打ち体験 田植え体験	物販コーナー 交流サロン、カフェ 常陸秋そば	土浦桜まつり(3・4月)	茨城県立中央青年の家 ビジネスホテルつくし ホテルルートイン土浦 湖北ホテル
	3	朝日岬展望公園	筑波山や霞ヶ浦の眺望 つつじ(4・5月)	パラグライダー体験 登山(トレッキング)	—	—	
	4	竜ヶ峰	清滝寺、桜(4月)	—	—	土浦桜まつり(3・4月)	
	5	日枝神社	石造灯籠	—	—	日枝神社流鏝馬祭(4月)	
	6	鷲神社	—	—	—	からかさ万灯(8月)	
	7	茨城県霞ヶ浦 環境科学センター	霞ヶ浦の歴史と暮らし 生き物に関する展示	自然観察体験	—	夏休み！霞ヶ浦ECO & SCIENCEスタディイベント (7・8月)	
	8	霞ヶ浦湖岸	ハス田(7・8月)	つくば霞ヶ浦 りんりんロード	—	—	
	9	土浦港	霞ヶ浦の眺望	霞ヶ浦広域 サイクルーズ	—	土浦キララまつり(7～8月) (観光遊覧船・帆曳船)	
中部	10	川口運動公園	スポーツ観戦	サッカー・野球・テニス 各種陸上競技	—	土浦市産業祭(10月) 土浦カレーフェスティバル (10月)	星野リゾートBEB5土浦 東横INN土浦駅東口 ホテルグローバルビュー 土浦 ホテルクラウンヒルズ 土浦駅東 ザ・セレクトン土浦駅前 ホテルフィット ベルズイン土浦
	11	上高津貝塚ふるさと 歴史の広場 (考古資料館)	貝塚の展示 縄文時代の遺跡	土器・布づくり 体験講座	遺跡・考古資料に関する 刊行物	貝塚・古墳ほか考古学 に関する企画展 ジオパークの体験イベント	
	12	穴塚大池	大蛇伝説	自然観察体験 野鳥観察、バス釣り	—	—	
	13	りんりんポート土浦	霞ヶ浦の眺望	レンタサイクル (メンテナンススペース・ シャワー室等)	—	—	
	14	真鍋の桜(真鍋小学校内)	ソメイヨシノ	—	—	土浦桜まつり(3・4月)	
	15	桜川・新川	桜・お花見船 (3～4月)	釣り、サイクリング、 ジョギングなど	—	土浦桜まつり(3・4月) 土浦全国花火競技大会 (11月)	
	16	クラフトシビック ホール土浦 (土浦市民会館)	コンサート	発表会など	—	土浦市文化祭 (10月～12月)	
	17	旧茨城県立 土浦中学校本館	近代化政策の教育施設	コンサート、 発表会など	—	—	
	市街地	18	土浦駅ビル 及び駅前	—	サイクルステーション りんりんスクエア土浦	地元茨城の 人気フードショップ	
19		土浦市民ギャラリー	美術・アート作品展示	—	—	各種企画展	
城跡・城下町	20	土浦まちかど蔵 「野村」・「大徳」	砂糖問屋や呉服店を 改修した母屋・蔵	そば打ち体験 機織りや染め物体験等 レンタサイクル	レトロな喫茶店 観光土産品	土浦の雛まつり(2・3月)	
	21	亀城公園 (土浦城跡)	江戸時代の城郭跡 亀城のシイ、桜(4月)	—	—	土浦桜まつり(3・4月) 土浦薪能(10月) 土浦菊まつり菊花品評大会 (11月)	
	22	土浦市立博物館	大名文化と霞ヶ浦に関 するくらしの資料	はたおり体験	歴史に関する刊行物	歴史・文化に関する展覧会	
南部	23	霞ヶ浦総合公園	水郷の瀧 オランダ型風車 水生植物園&花	ジョギングコース 大型遊具 日帰り入浴「霞浦の湯」	地元食材を使った料理 BBQ(レストハウス水郷)	土浦桜まつり(3・4月) 水郷桜イルミ(12・1月)	ブラザ荒川沖
		ネイチャー センター	霞ヶ浦の水生生物展示	野鳥観察	—	—	ビジネス旅館土浦
		ヒューナック アクアパーク水郷 (水郷プール)	—	水遊び・スライダー 流れるプール等	—	—	リバーサイドホテル あびすや
	24	乙戸沼公園	桜(4月) 花菖蒲(6月)	大型遊具・水遊び・ 野鳥観察	—	土浦桜まつり(3・4月)	ホテル明建 ビジネスホテル トキワ

●参考:観光客から見た観光資源

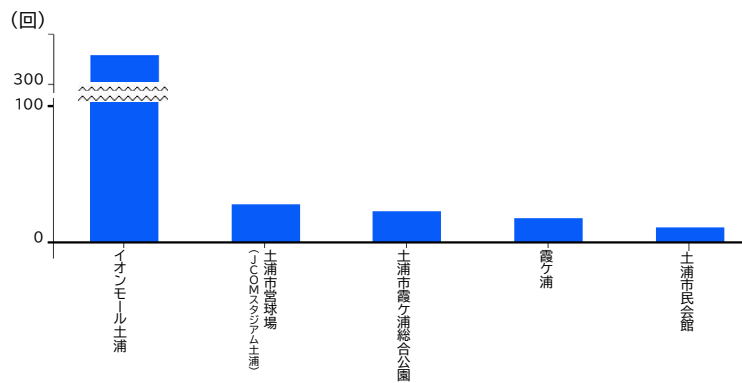
図表 指定地域(土浦市)の目的地一覧[令和3年 休日・自動車]



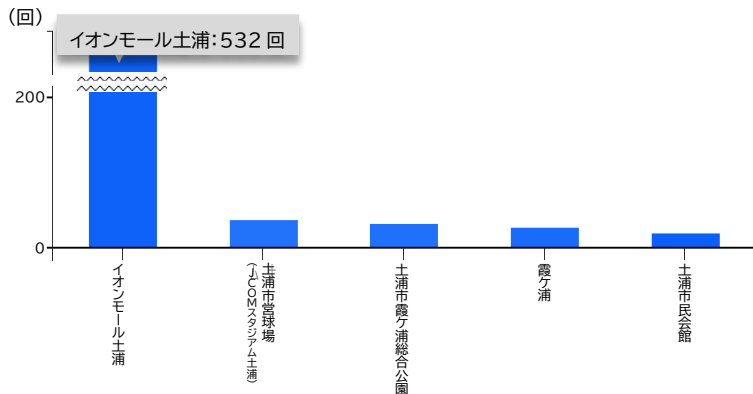
図表 指定地域(土浦市)の目的地一覧[令和3年 平日・自動車]



図表 指定地域(土浦市)の目的地一覧[令和3年 休日・公共交通]



図表 指定地域(土浦市)の目的地一覧[令和3年 平日・公共交通]

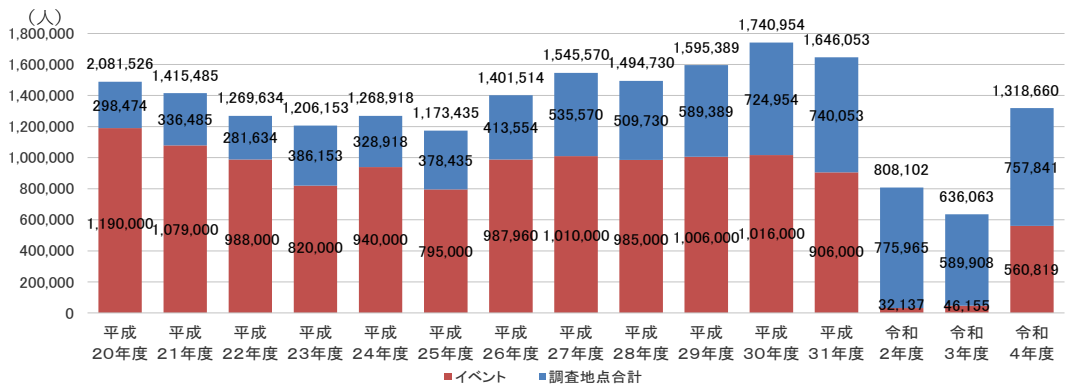


資料:「FRESAS 地域経済分析システム 観光マップ 目的地分析」より作成
【出典】株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

②観光入込客数

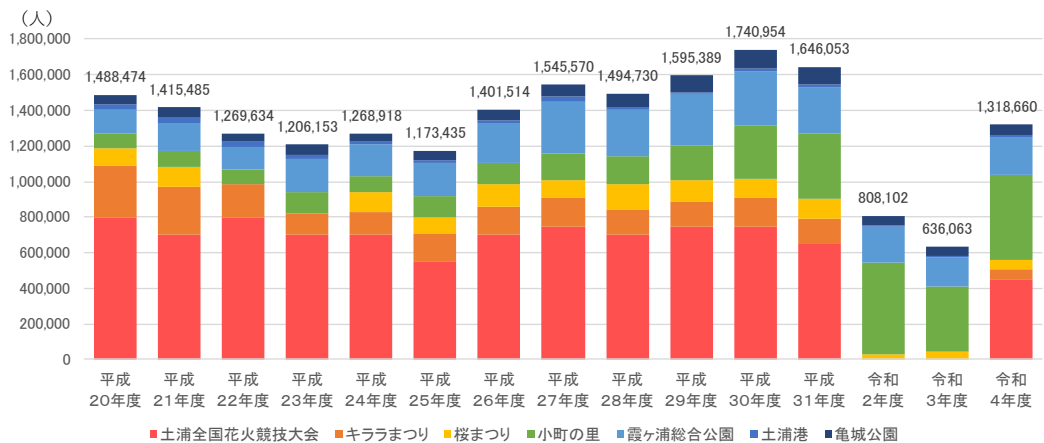
- 本市の年間観光入込客数は、平成30年度で約174万人まで達しました。しかし、令和2年度と令和3年度は、コロナの拡大による各種イベント等の中止・規模の縮小に伴い、令和3年度では約1/3の63万人にまで減少しています。令和4年度は、土浦全国花火競技大会等の開催に伴い約132万人まで回復しましたが、平成30年度の8割程度に留まっており、イベントによる入込客数の減少が顕著となっています。
- 調査地点別の入込客数では、小町の里への入込客数が、コロナが蔓延する以前と比べて増加しています。
- 小町の里が年間を通じて多くの集客を果たしていますが、7月～9月の期間に限っては霞ヶ浦総合公園とほぼ同数の集客となっています。

図表－本市の観光入込客数の状況【総合】



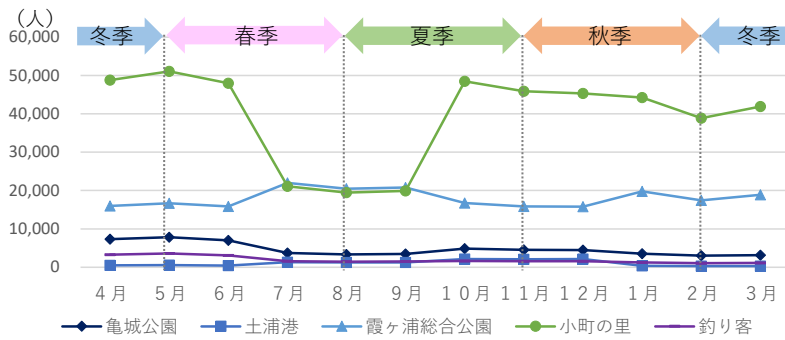
※イベントは土浦全国花火競技大会、キララまつり、桜まつりの集計

図表－本市の観光入込客数の状況【主要調査地点別及びイベントの内訳】



資料：「茨城県観光客動態調査地点別集計表」より作成

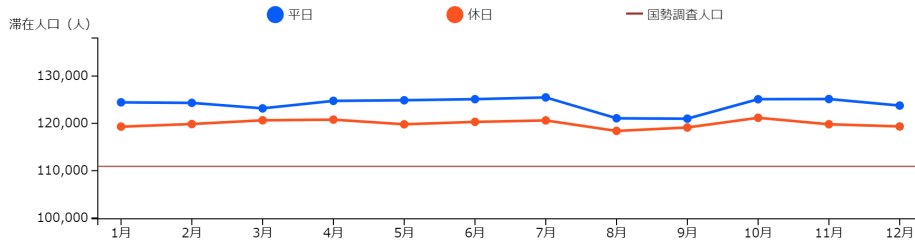
図表－本市の観光入込客数の状況〔調査地点の月別〕



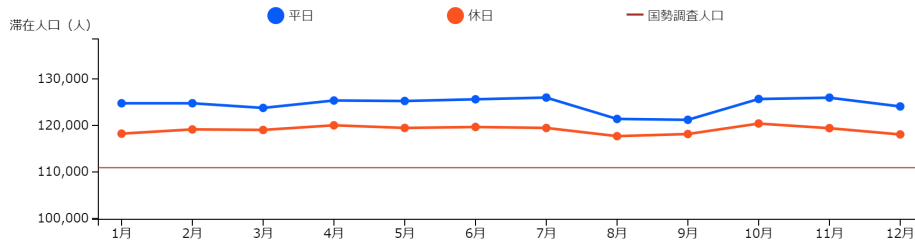
資料:「茨城県観光客動態調査地点別集計表」(令和4年度)より作成

●参考:滞在人口

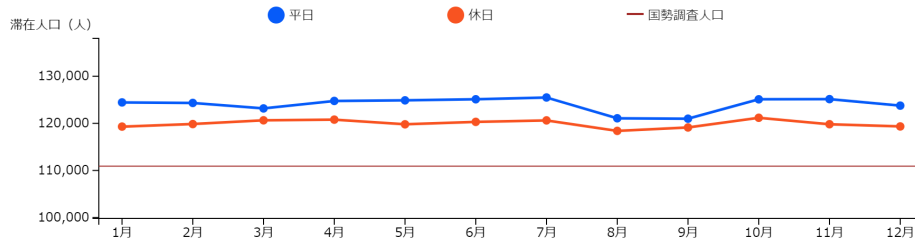
図表 滞在人口の月別推移[令和3年 4 時]



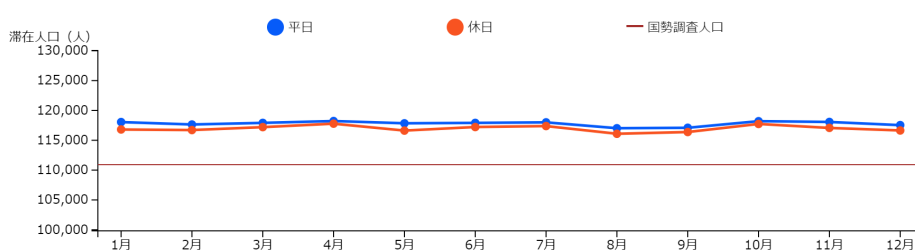
図表 滞在人口の月別推移[令和3年 10 時]



図表 滞在人口の月別推移[令和3年 14 時]



図表 滞在人口の月別推移[令和3年 20 時]



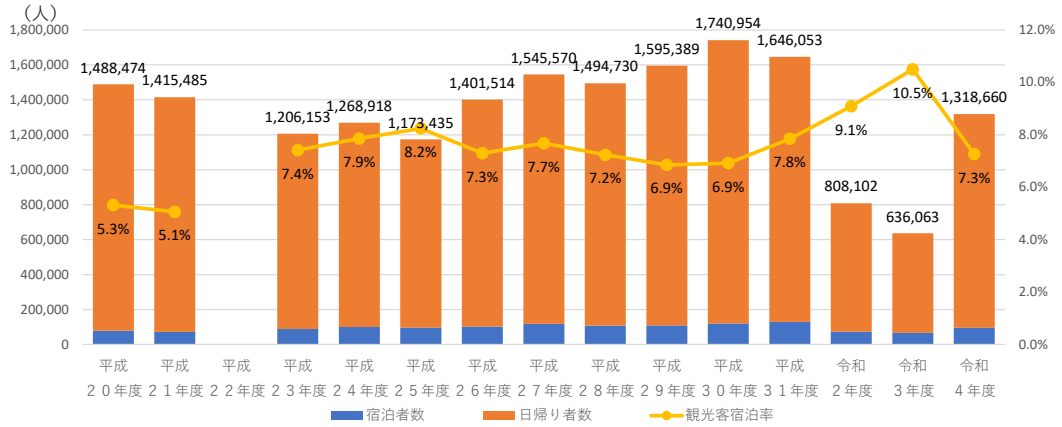
資料:「RESAS 地域経済分析システム まちづくりマップ 滞在人口率」より作成

【出典】株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」

③宿泊者数

- 観光入込客数のうち、宿泊者数は観光入込客数の7%前後程度となっており、日帰り型、通過型の観光パターンが主流となっているといえます。

図表 本市の宿泊者数の状況



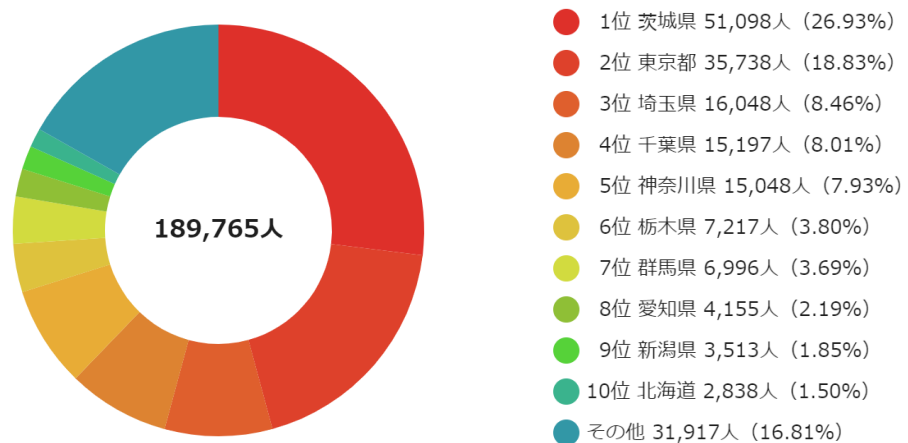
注) 宿泊者数について平成22年度は東日本大震災の影響で調査なし

資料: 宿泊者数は「土浦市事業所統計調査集計表」より作成

日帰り者数は「茨城県観光客動態調査地点別集計表」より作成

●参考: 観光予報プラットフォームから見る本市における宿泊者数

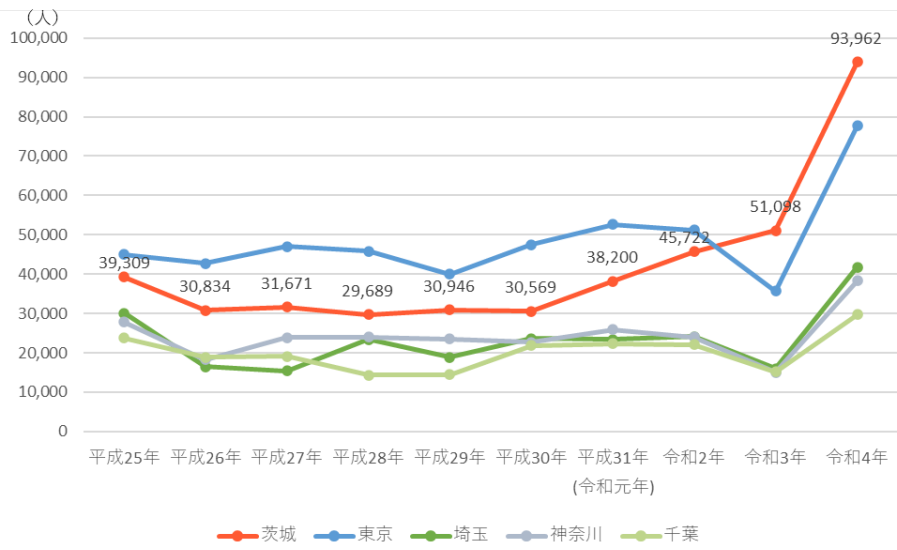
図表 居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の構成割合[令和3年]



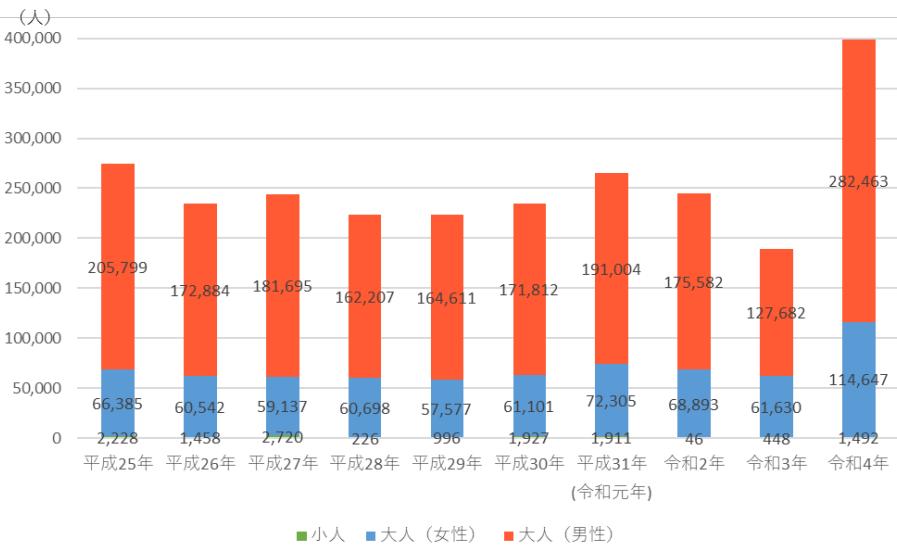
資料: 「RESAS 地域経済分析システム From-to 分析(宿泊者)」より作成

【出典】観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

図表 居住都道府県別の延べ宿泊者数(日本人)の推移



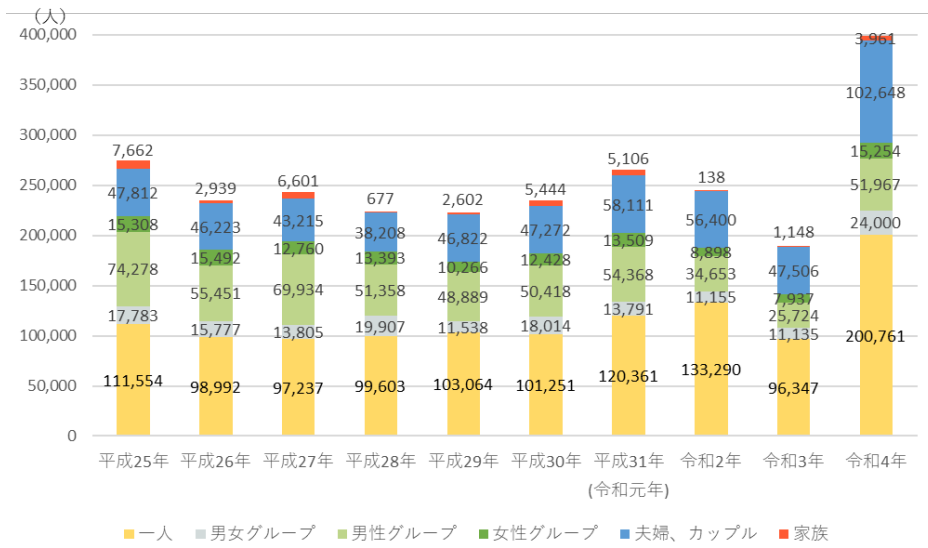
図表 延べ宿泊者数(総数)の推移(性別)



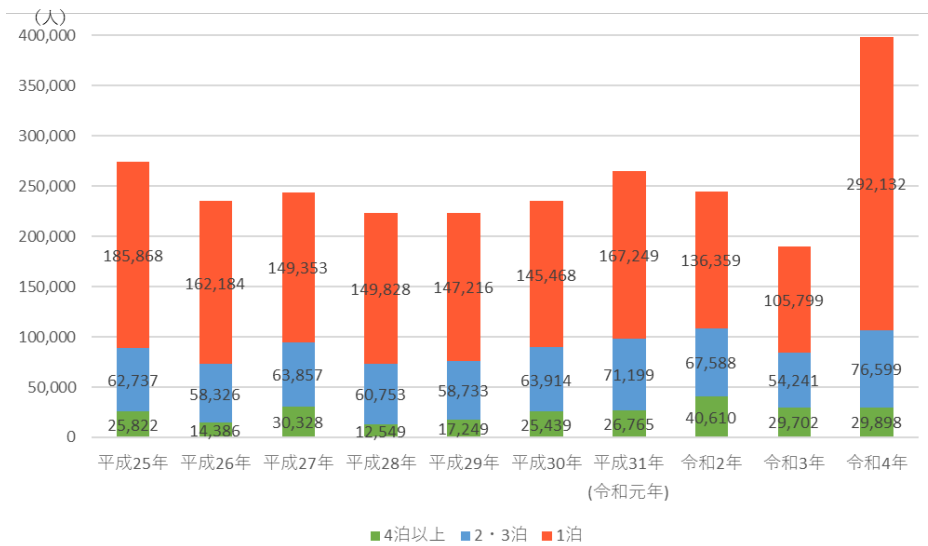
資料:「RESAS 地域経済分析システム From-to分析(宿泊者)」より作成

【出典】観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

図表 延べ宿泊者数(総数)の推移(参加形態別)



図表 延べ宿泊者数(総数)の推移(宿泊日数)



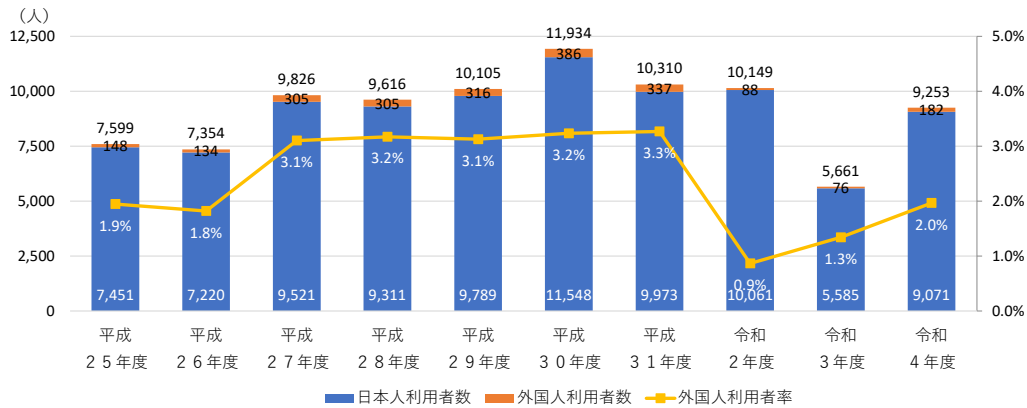
資料:「RESAS 地域経済分析システム From-to分析(宿泊者)」より作成

【出典】観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

④インバウンド観光

- インバウンドについては、JR土浦駅内の土浦市観光案内所における外国人観光客の案内人数が、平成30年度には386人と平成25年度と比較して、約2.6倍に増加したのちに、コロナの蔓延により令和3年度には76人と約1/5まで減少しました。
- 令和4年度には、182人で徐々に回復の兆しがみられます。

図表 土浦市観光案内所における観光客案内人数

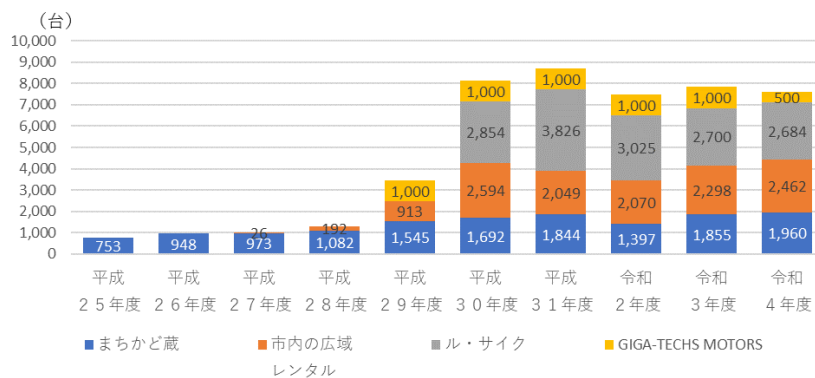


資料:「土浦市観光案内所来訪者集計表」より作成

⑤サイクルツーリズム

- つくば霞ヶ浦りんりんロードの開通によりサイクリストが増加しています。まちかど蔵のレンタサイクルと茨城県の広域レンタサイクル事業と合わせて、平成29年度よりGIGA-TECHS MOTORS、平成30年度よりル・サイクといった民間によるレンタサイクルが開始されました。令和4年度では、全体の約4割が民間によるレンタサイクルがシェアを担っています。また、サイクルツーリズムはコロナの拡大の中でも入込客数の減少は軽微な傾向にあります。

図表 土浦市内におけるレンタサイクル貸出し数



資料:「土浦市レンタサイクル貸出し数集計表」より作成

(2)本市観光をめぐる近年の情勢変化

本市の観光を取り巻く近年の環境条件は以下の通りです。

○コロナによる観光業の一時的停滞

平成31年(令和元年)に日本を訪れた訪日外国人旅行者数は約3,188万人(日本政府観光局)で過去最高を更新しました。しかし、その後世界的に猛威を振るったコロナの拡大により、令和2年からインバウンド需要はほぼ蒸発し、度重なる行動制限に伴い国内旅行も大きく減少となるなど、観光関連産業に甚大な影響を与えました。

一方、コロナ禍における感染症予防策に伴う密回避などの影響により、国内外問わず、登山等のアウトドア・アクティビティやデイキャンプなど自然に親しむ身近な屋外空間でのレジャー、自宅や会社以外で働くワーケーションなどへの興味・関心が高まりました。

本市におけるコロナ禍の状況をみると、令和2年度・令和3年度は土浦全国花火競技大会をはじめ数々のイベント等が中止となり観光客は減少しましたが、農業体験等の講座や物産イベントを行う小町の里では観光入込客数が増加し、霞ヶ浦の豊かな水辺と花が楽しめる霞ヶ浦総合公園でもピーク時の7割程度にとどめることができました。

コロナについては、令和5年5月に2類から5類へ引き下げられ、今後は感染防止対策に留意しながらも、コロナ禍を経た旅行需要の変化に対応した、持続可能な形での観光の復活へ向け、インバウンドの回復等様々な取組の推進が図られています。

○広域的な交通網の充実

◀首都圏中央連絡自動車道の開通▶

平成27年6月に神崎IC～大栄JCTが開通し成田空港方面と直結されたほか、平成29年2月には境古河IC～つくば中央ICが開通し東北・関越・中央・東名の各自動車道とも結ばれ、各方面との間の広域交通機能の拡大、ルート選択肢の増大が図られました。

一方、朝夕を中心に渋滞が発生していることから、令和7～8年度の開通を目指し久喜白岡JCT～大栄JCT間にて4車線化が進められています。これにより、更なる企業立地の促進や広域的な交流の拡大などが期待されています。

◀茨城空港の開港▶

平成22年3月に茨城空港が開港し、現在国内線では札幌、神戸、福岡、那覇、下地島と、国際線では上海、台北、西安との間で定期便があります。また、ベトナムからのチャーター便が運航されるなど、国内外からの交通の利便性が向上しています。

なお、令和3年6月には茨城空港と首都圏中央連絡自動車道(以下、「圏央道」という。)石岡小美玉スマートICを結ぶ茨城空港アクセス道路が全線開通され、茨城空港の利用促進や地域の発展に大きく寄与することが期待されています。

《上野東京ラインの開通と羽田空港アクセス線(仮称)の整備》

平成27年3月に上野東京ラインが開通され、JR宇都宮・高崎・常磐線から「東京駅」「品川駅」への乗り入れが可能となり、また東海道線から「上野駅」へダイレクトにアクセスすることができるようになり、通勤通学や観光における移動の利便性が向上しました。

また、JR東海道線田町駅付近で上野東京ラインに接続する「羽田空港アクセス線(仮称)」の工事が令和5年6月より進められており、令和11年度の開業(予定)以降の訪日外国人旅行者等の増加が期待されています。

《TX(つくばエクスプレス)の延伸》

茨城県においては、これまでTX(つくばエクスプレス)延伸の候補先として筑波山方面、水戸方面、茨城空港方面、土浦方面の4つを挙げていましたが、令和5年6月にTX(つくばエクスプレス)の県内延伸の方面は土浦方面とし、JR常磐線と接続する駅は土浦駅として、県内延伸構想の具体化に向けた検討を進めていくことを決定しました。これにより、東京圏からの新たな人の流れの創出等が図られるものと期待されています。

○サイクリングロードの充実と関連するまちづくり事業の推進

《つくば霞ヶ浦りんりんロードの開通》

平成28年に開通した全長約180kmのサイクリングコースで、ルート上や周辺には休憩所やトイレ等が整備され、サイクリストが年々増加しています。

令和元年には、自転車活用推進法に基づき、自転車を通じて優れた観光資源を有機的に連携させるサイクルツーリズムの推進を図るため「ナショナルサイクルルート制度」が創設され、その第1次ナショナルサイクルルートとして、つくば霞ヶ浦りんりんロード(茨城県)、ピワイチ(滋賀県)、しまなみ海道サイクリングロード(広島県、愛媛県)が選定されました。

《“自転車のまち つちうら”としてのまちづくり推進》

土浦駅においては、平成30年に駅ビル「プレイアトレ土浦」内に、サイクルショップをはじめ様々なサイクリスト向け施設を備えた「りんりんスクエア土浦」が、令和2年にはサイクリングホテル「星野リゾートBEB5土浦」が開業しました。霞ヶ浦湖畔沿いでは、平成31年に市民やサイクリストの立ち寄る港(ポート)として「りんりんポート土浦」を開業しました。

また、自転車を活用した地域の活性化及び自転車文化の醸成を図るため、令和2年2月に「土浦市自転車のまちづくり構想」(土浦市自転車活用推進計画)を策定し、令和5年3月には、昨今の社会情勢等を踏まえて一部見直しを行い、“自転車のまち つちうら”としてのまちづくりが進められています。

○新図書館整備による土浦駅前の更なる賑わい創出

土浦駅周辺においては平成29年に新図書館と土浦市民ギャラリー、銀行等が入る「アルカス土浦」がオープンしました。当施設はペDESTリアンデッキにより土浦駅と市役所本庁舎と直結しており、本市の新たな表玄関に相応しいまちづくりを目指し、来訪者の増加と中心市街地の活性化を目的に整備されました。施設内にあるステップガーデンや施設前のプラザではイベントが行われており、駅前に賑わいが生まれています。

○歴史的資源の保存・活用による観光振興と地域活性化促進

本市においては、市内の文化財の保存と活用について取りまとめた「土浦市文化財保存活用地域計画」(令和5年7月国認定)と、市内の各地に残る歴史的風致を維持し、それらを活用したまちづくりの推進を図る「土浦市歴史的風致維持向上計画」(令和5年12月国認定)を作成(策定)しました。これらの計画により本市の特色ある歴史的資源を適切に保存しながら積極的な活用を図り、観光振興及び地域活性化につなげていきます。

(3)計画の進捗状況

■第2次計画(改定前)の体系 ※ 1 はリーディングプログラムに対応する番号

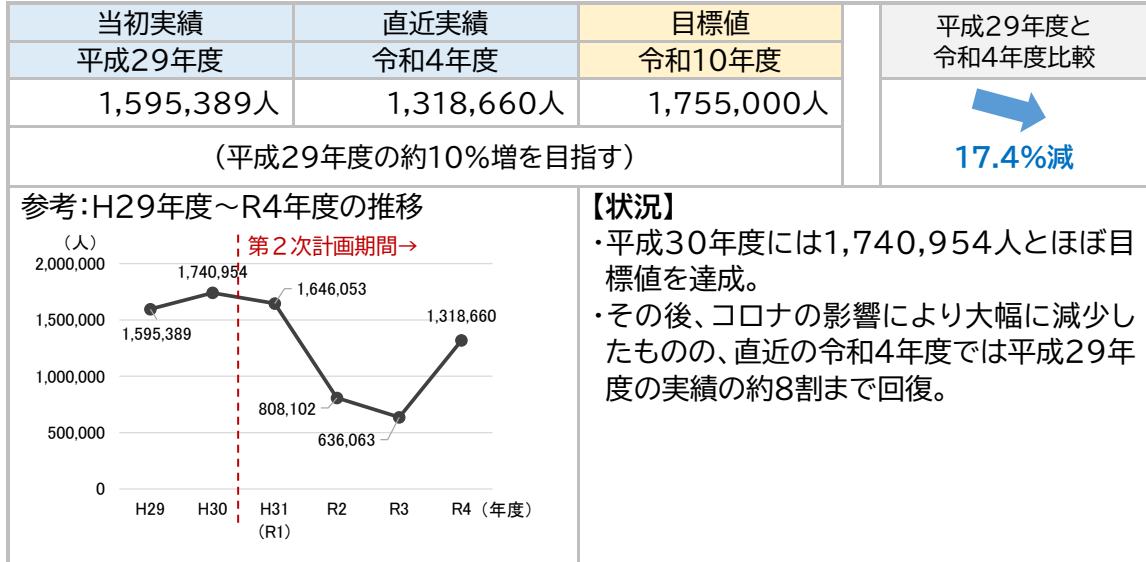
リーディングプログラム(重点施策)		
1 サイクルツーリズムの推進とその拠点機能の強化		
<ul style="list-style-type: none"> ・多様なサイクルツーリズムメニューの提供とサポート ・サイクリング拠点機能の強化と活用 ・サイクリングを生かした回遊性の向上 ・サイクリング拠点都市の市民への周知と参加 		
2 まちの資源活用や空間演出によるブランド化		
<ul style="list-style-type: none"> ・歴史を素材としたまちなか回遊ネットワークの形成 ・まちから広げる新たな観光魅力づくり 		
3 おもてなし意識の醸成と仕組みづくり		
<ul style="list-style-type: none"> ・生涯学習プログラムへの観光・おもてなしの位置づけ ・学校・博物館・図書館等での効果的な学習活動 ・観光振興の市民主導の仕組みづくり ・おもてなしの各組織活動の活性化と連携強化 ・災害関連情報の提供 		
戦略プログラム(主要事業)		
①積極的情報発信による集客促進		
A 情報発信による魅力アピール	A1 多様な情報媒体を活用した観光PR	
	A2 好感イメージ創出とその発信	
	A3 観光情報発信拠点機能と体制の強化	
	A4 魅力ある観光情報コンテンツの創造	
B 「観光交流人口」の増大	B1積極的な観光誘客活動の展開	
	B2 観光に便利な交通体系の充実促進	
	B3 土浦のファンづくり	
②社会環境の変化に合わせた資源の活用		
C 「社会環境変化」に対応した観光メニュー作り	C1 サイクルツーリズムの普及拡大 1	
	C2 インバウンド受け入れへの積極対応	
	C3 時代を捉えたテーマ性のあるツアー等の開発	
	C4 観光バリアフリー化の推進	
D 「地域資源」のブランド化とネットワーク化	Da 「城・まち」資源の活用	Da1城下町としての歴史資源の保全と多様な活用
		Da2まちの資源活用や空間演出によるブランド化 2
		Da3美しいまちの景観とその魅せ場づくり
	Db 「湖」資源の活用	Db1霞ヶ浦を楽しむメニューとその環境向上
		Db2「ハス」の観光資源としての価値増進
		Db3湖畔の観光拠点機能の整備充実
		Db4湖の環境保全・管理
	Dc 「山」資源の活用	Dc1「小町の館」を中心とした観光交流の拡大
		Dc2里山空間の有効活用
		Dc3小町の里を中心としたハイキング等の魅力向上
	Dd 「食」資源の活用	Dd1農水産品の付加価値向上とブランド化
		Dd2食文化の深化と食のまちづくりの推進
De 「イベント」資源の活用	De1「土浦全国花火競技大会」の魅力向上と波及効果追求	
	De2各種のまつり・イベントの継承発展	
	De3地域の伝統文化行事の継承	
	De4新たな魅力イベントの創出と盛り上げ	
Df 「サイクリング」資源の活用	Df1サイクリング拠点機能の強化・活用 1	
	Df2サイクリング環境の整備充実 1	
E 「広域観光連携」の推進	E1 広域観光連携の推進と拡大	
	E2 筑波山地域ジオパークの推進	
③市民参加と観光のビジネス化		
F 「市民・事業者」の主體的な力の育成	F1 市民自らの土浦の学習とおもてなし意識の醸成 3	
	F2 市民主導のおもてなし組織体制の構築と強化 3	
G 「観光業」の活性化と経済循環の構築	G1 観光関連産業の活性化	
	G2 産業間コラボレーションによる価値創造	

①目標指標における進捗状況について

※計画策定時の当初実績には推計(推定)値が含まれている場合があります。この場合、括弧書きで当該値をいれています。

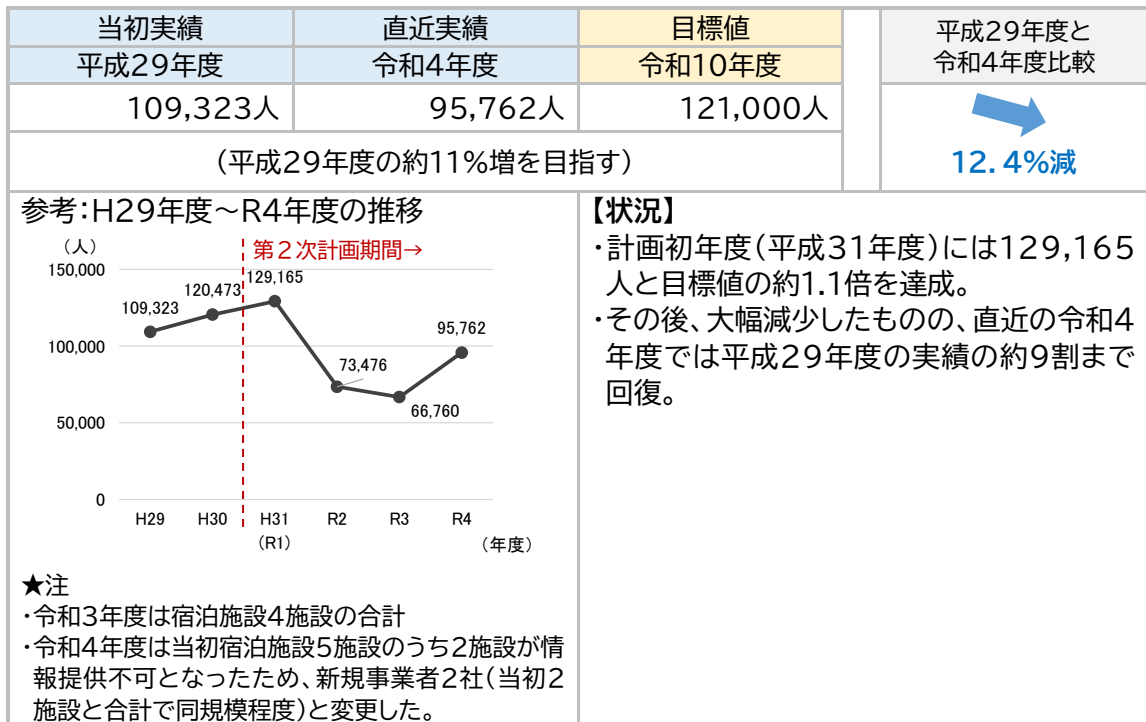
計画全体の目標指標

■土浦市全体の観光客入込客数




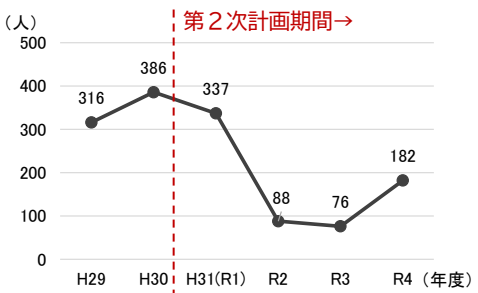
※ 土浦市全体の観光客入込客数：市独自調査より

■市内の宿泊者数


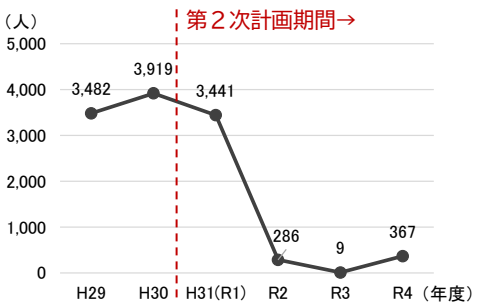


※ 市内の宿泊者数：土浦市内の5つの宿泊施設の宿泊客数より

■土浦市観光案内所の外国人案内数

当初実績	直近実績	目標値	平成29年度と 令和4年度比較
平成29年度	令和4年度	令和10年度	
316人 (344人)	182人	800人	 42.4%減
(平成29年度の約130%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・平成30年度には386人と約2割増加。 ・その後、大幅減少したものの、直近の令和4年度では平成29年度の実績の約6割まで回復。	

■市内の外国人宿泊数


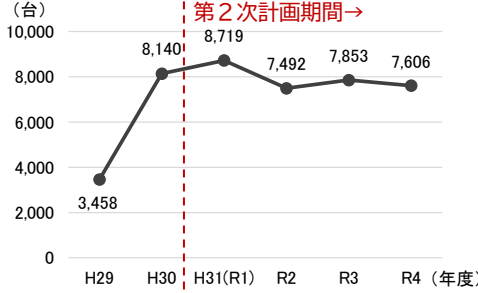
当初実績	直近実績	目標値	平成29年度と 令和4年度比較
平成29年度	令和4年度	令和10年度	
3,482人	367人	3,865人	 89.5%減
(平成29年度の約11%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・平成30年度には3,919人と目標値を達成。 ・その後、大幅に減少し、直近の令和4年度では平成29年度の実績の約1割まで回復。	
★注 ・令和3年度は宿泊施設2施設の合計 ・令和4年度は当初宿泊施設3施設のうち2施設が情報提供不可となったため、新規事業者2社(当初2施設と合計で同規模程度)と変更した。			

※ 市内の外国人宿泊数：市内の3つの宿泊施設の外国人宿泊客数より

リーディングプログラム[1]の目標指標


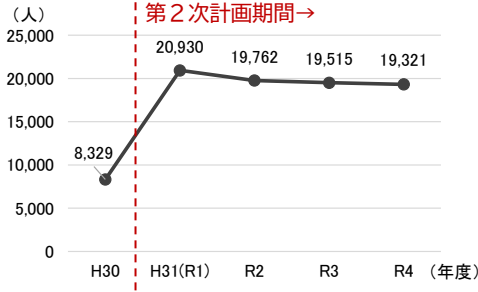
◎サイクルツーリズムの推進とその拠点機能の強化

■レンタサイクル貸出し数

当初実績	直近実績	目標値	平成29年度と 令和4年度比較
平成29年度	令和4年度	令和10年度	
3,458台 (2,458台)	7,606台	3,750台	 120.0%増
(平成29年度の約51%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【評価】 ・計画初年度(平成31年度)には8,719台と目標値の約2.3倍を達成。 ※市内の広域レンタサイクルでの貸出し数が倍以上となり、また貸出し施設も1施設(ル・サイク)追加されたことが要因。 ・その後、コロナ禍においては、若干減少した程度で推移しており、大きな影響はみられない。	
※当初実績が本計画策定時と異なるのは、貸出し施設を1施設(GIGA-TECHS MOTORS)追加したため。なお、当施設についてはH29年度含め年間で1,000台貸出している。			

※ レンタサイクル貸出し数:市内レンタサイクルの貸出し数より

■市内サイクル施設利用者数


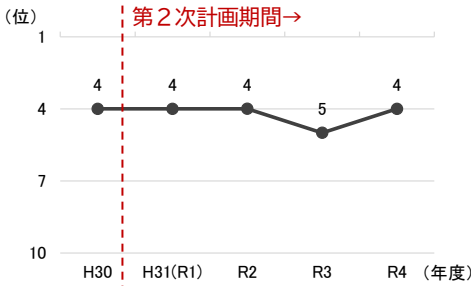
当初実績	直近実績	目標値	平成30年度と 令和4年度比較
平成30年度	令和4年度	令和10年度	
8,329人 (*推計13,703人)	19,321人	64,000人	 132.0%増
(平成30年度推計の約367%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・計画初年度(平成31年度)には20,930台となり、目標値の3割程度を達成。 ・その後、コロナ禍においては大きな影響はみられず、若干減少した程度で推移している。	

※ 市内サイクル施設利用者数:平成30年度はりんりんスクエア土浦、霞浦の湯のサイクリスト、土浦駅東口サイクリステーションの3施設の利用者数の推計。目標値は3施設とりんりんポート土浦の利用者数の合算より

リーディングプログラム[2]の目標指標


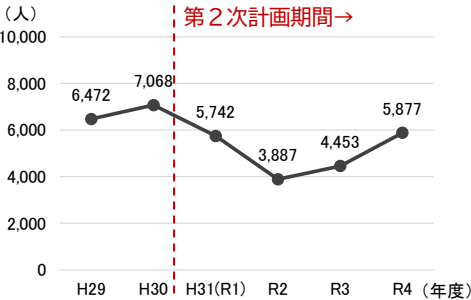
◎まちの資源活用や空間演出によるブランド化

■地域ブランド調査「認知度」ランキングにおける茨城県内での順位

当初実績	直近実績	目標値	平成30年度と 令和4年度比較
平成30年度	令和4年度	令和10年度	
4位	4位	3位	 変わらず
(平成30年度から1位上昇を目指す)			
参考：H30年度～R4年度の推移 		【評価】 ・令和3年度では、ひたちなか市が4位となり、5位に順位を落としたものの、その後順位を戻しており、概ね水戸市、つくば市、日立市に次ぐ、第4位を維持する状況となっている。	

※地域ブランド調査「認知度」ランキング：「地域ブランド調査ハンドブック」株式会社ブランド総合研究所発行より


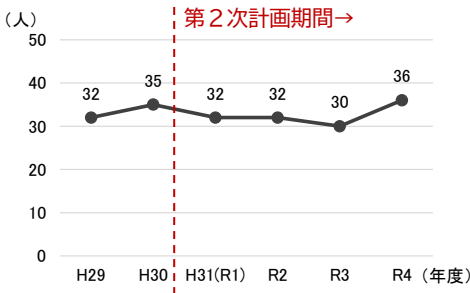
■まちかど蔵「大徳」売店での購買者数

当初実績	直近実績	目標値	平成29年度と 令和4年度比較
平成29年度	令和4年度	令和10年度	
6,472人	5,877人	9,000人	 9.2%減
(平成29年度の40%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・平成30年度には7,068人と前年度実績値6,472人より約1割増加。 ・その後、大幅減少したものの、直近の令和4年度では平成29年度の実績の約9割まで回復。	


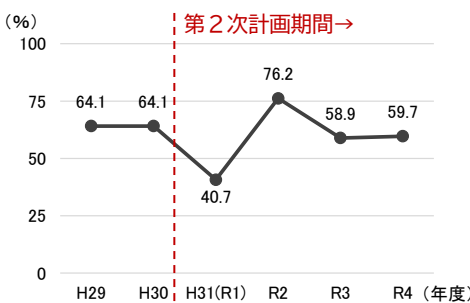
リーディングプログラム[3]の目標指標

◎おもてなし意識の醸成と仕組みづくり

■観光ボランティアガイド登録者数

当初実績 平成29年度	直近実績 令和4年度	目標値 令和10年度	平成29年度と 令和4年度比較
32人 (35人)	36人	45人	 12.5%増 (0.8人/年増)
(毎年1人の増加を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・平成30年度には35人と前年度実績値から約1割増加。 ・その後、令和3年度には30人まで減少したが、翌年令和4年度では6人増加。	

■本市の観光に対し「非常に満足」、「やや満足」している観光客の割合

当初実績 平成29年度	直近実績 令和4年度	目標値 令和10年度	平成29年度と 令和4年度比較
64.1% (62.5%)	59.7%	80.0%	 4.5%減
(平成29年度の約17.5%増を目指す)			
参考：H29年度～R4年度の推移 		【状況】 ・平成30年度から令和2年度にかけて大幅な下降、上昇が見られるが、概ね60%前後となっている。(令和2年度については、コロナ禍で外出等が制限されている中で、行ける場所として満足度が高かったと推測される。) ・直近の令和4年度では平成29年度の実績の約9割まで回復。	
※調査の実施場所について：令和2年度までは霞ヶ浦総合公園、令和3年度以降はりんりんポート土浦にて実施			

※本市の観光に対し「非常に満足」、「やや満足」している観光客の割合：観光客動態調査パラメーター調査より。「総合満足度」の設問で、「非常に満足」、「やや満足」、「ふつう」、「やや不満」、「不満」、「該当せず」の選択肢から1つを選択。

②取組状況について(戦略プログラム)

各施策(戦略プログラム)について、令和元年度から令和4年度までの取組状況について整理しました。

①積極的情報発信による集客促進

A 情報発信による魅力アピール

様々な機会や媒体を使って、本市の情報を広く発信します。市民がセールスマンとなる意識で、SNSなども使いながら、それぞれにわがまちの良さをアピールします。話題性の創出が誘客にもつながることから、あらゆる視点から話題の種となる魅力要素の発掘や情報発信に努めます。

A1 多様な情報媒体を活用した観光PR

【事業名】観光情報発信事業／公共無線LAN設置事業／各地のイベントにおける観光キャンペーン

【計画期間中の新たな取組等】

- 動画の企画制作及びYouTubeでの配信
- まちかど蔵等へのデジタルサイネージ15基設置
- 上野駅でのいばらき産直市にてキャンペーン実施

A2 好感イメージ創出とその発信

【事業名】土浦フィルムコミッション事業／シティプロモーション推進事業

【計画期間中の新たな取組等】

- HPIにて「ロケのまち土浦」をPR、ロケ地の動画をホームページ及びYouTubeで配信
- 土浦市の生活環境やテレワーク環境の魅力を知り、将来の移住者増につなげる「移住フェア」(R1)、「テレワーク移住体験ツアー」(R3、4)を実施
- 県開催の移住相談イベント「いばらき暮らしセミナー」(R3、4)への参加

A3 観光情報発信拠点機能と体制の強化

【事業名】観光案内事業／情報ステーション

【計画期間中の新たな取組等】

- 市政策企画課との連携によるアニメの「機動警察パトレイバー」グッズ販売。
- パンフレット・ガイドブックの設置
- 観光情報物産センター「きらら館」にて、観光情報コーナーの設置
- 「小町の館」にて、デジタルサイネージ設置、ビジターセンターとしての機能充実
- 図書館内に「情報ステーション」を設置。イベント開催時期に合わせた情報発信・展示を実施

A4 魅力ある観光情報コンテンツの創造

【事業名】各地のイベントにおける観光キャンペーン(A1)、シティプロモーション推進事業(A2)

【計画期間中の新たな取組等】※A1、A2と重複する事業のため内容省略

取組の特徴

- コロナ禍という状況を踏まえ、デジタル化やYouTube配信、パンフレットなどの増刷など、情報発信が強化されました。

B 「観光交流人口」の増大

様々なきっかけで人を呼び込み、観光交流の人口の増加を目指します。イベントを通し、一過性でなくリピーターとなってもらえるような働きかけを行い、ネット社会の多様なつながりを生かして、土浦のファンを増やし、交流の拡大につなげます。

B1 積極的な観光誘客活動の展開

【事業名】観光情報発信事業(A1再掲)／各地のイベントにおける観光キャンペーン(A1再掲)／土浦カレーフェスティバル／サイクリング情報発信事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 「カレーフェスティバル」開催(来場者数:R1 4万人、R4 8万人 各年2日間計)
- 同日別会場にて「土浦市産業祭・JAまつりin土浦」を開催
- サイクリングポータルサイト「ちゃりさんぽ」へ土浦市の情報を掲載

B2 観光に便利な交通体系の充実促進

【事業名】まちづくり活性化バス運行支援事業／イベント時のレトロバス運行／公共交通案内ガイドブック・ホームページの作成／JR本社及び水戸支社に対する要望活動の実施／常磐線利用促進に向けた啓発活動の実施／土浦市地域公共交通活性化協議会の活動

【計画期間中の新たな取組等】

- 「まちづくり活性化バスキララちゃん」の運行支援※R4年度 年間乗車人数:103,489人
- つちまるバス(荒川沖駅～霞ヶ浦医療センター線、右粕地区経由)の運行開始
- 「まちなか桜めぐりバス」(桜まつり)、「ハス花めぐりレトロバス」(キララまつり)を運行
- つちうらMaaS推進協議会への参加継続とMaaSの普及促進及び調査研究の実施
- 地域公共交通計画の策定

B3 土浦のファンづくり

【事業名】シティプロモーション推進事業(A2再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

取組の特徴

- 全国各地からのカレー業者が集まり開催されるカレーフェスティバルでは参加店舗数・来場者数ともに増加しており、市を代表するイベントの一つとなっています。
- 交通に関しては、主に市内を巡回するバスの利便性が高まっており、今後も更なる利便性の向上に向け、MaaSの実証実験などの取組が進められています。

②社会環境の変化に合わせた資源の活用

C 「社会環境変化」に対応した観光メニューづくり

観光行動傾向、インバウンド需要等の動向を見極め、グローバリズムとローカリズムの両立を考慮し、サービスや観光メニューを提供します。また、サイクリングを、健康志向の観点からも新たなメニューとして捉え、普及・拡大を図ります。

C1 サイクルツーリズムの普及拡大 **リーディングプログラム[1]**

【事業名】サイクリング情報発信事業(B1再掲)／霞ヶ浦広域サイクルーズ事業／レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)／水郷筑波サイクリング環境整備事業／水郷筑波広域レンタサイクル事業／小町の館体験講座事業／ジオパーク推進事業／土浦市散走ツアー事業／サイクリング市内周遊観光事業／小さな旅事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 各種サイクルイベントの開催・参加
(ライドアラウンドin south いばらき、全国シクロサミット、春のアウトドアフェスなど)
- サイクルサポートステーション、サイクリスト優待店の拡充
(サイクルサポートステーション R元:68箇所→R2:91箇所→R3:97箇所→R4:100箇所)
- 土浦の魅力再発見ライドツアー、駅からハイキング事業の実施

C2 インバウンド受け入れへの積極対応

【事業名】観光情報発信事業(A1再掲)／観光案内事業(A3再掲)／サイクリング情報発信事業(B1再掲)／水郷筑波広域レンタサイクル事業(C1再掲)／ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／茨城空港利用促進等協議会

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 茨城空港周辺自治体及び企業による利用促進(時刻表、PRパンフレット等の窓口配布)

C3 時代を捉えたテーマ性のあるツアー等の開発

【事業名】イベント時のレトロバス運行(B2再掲)／小町の館体験講座事業(C1再掲)／ジオパーク推進事業(C1再掲)／土浦市散走ツアー事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／温泉スタンド事業／誰でも楽しもう霞ヶ浦事業／湖上セミナー／工場見学事業／小町宵まつり／かすみがうらウォーキング／こまちウォーク事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 「かすみがうらウォーキング」のコロナ対策も兼ねた新コースの設定

C4 観光バリアフリー化の推進

【事業名】バリアフリー特定事業の実施／こころのバリアフリー推進事業／公共交通特定事業

【計画期間中の新たな取組等】

- バリアフリー特定事業計画における3つの重点整備地区(土浦駅、荒川沖駅及び神立駅周辺)の進捗管理(特定事業139事業のうち104事業着手 着手率74.8%)

取組の特徴

- 自転車を活用したまちづくりを推進する自治体間の連携を強化するために行う「シクロサミット」が令和4年度に土浦市で開催されたほか、講演会や講習会の実施、土浦市におけるシクロクロス競技*の開催等により、「自転車のまち つちうら」の活性化を目指しました。*オフロードで行われる自転車競技のこと
- 上記のほか、自転車初心者でも楽しめる「土浦の魅力再発見ライドツアー」や「霞ヶ浦広域サイクルーズ」、「かすみがうらウォーキング」(新コース設定)などにより、観光メニューの創出を図りました。

D 「地域資源」のブランド化とネットワーク化

城、湖、山、食、イベント、サイクリングなどの地域資源を観光資源として一層磨き、生かすための知恵と力を官民で出し合い、ブランド価値を高め、それらをネットワーク化することで魅力を提供していきます。立地条件を生かした資源活用の工夫などを進めます。

Da 「城・まち」資源の活用

亀城公園(土浦城跡)等を活用した観光交流プログラム等の展開に努めます。

Da1 城下町としての歴史資源の保全と多様な活用

【事業名】ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／亀城公園整備・活用事業(濠水浄化施設改修)／刻の太鼓保存事業／土浦まち歩き学検定事業／季節展示／オンライン解説動画／特別展・テーマ展等事業／特別展・テーマ展関連講演会／夏休みファミリーミュージアム／土浦ミュージアムセミナー／古文書講座／亀城公園整備推進事業／土浦まちかど蔵活用事業／土浦の雛まつり事業／土浦薪能開催事業／土浦市協働のまちづくりファンド事業／「登録有形文化財」への登録推進事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 土浦城跡霞門の保存改修工事、土浦城PRチラシを作成等
- まちづくりファンド:広報紙への掲載、景観形成事業1件申請
- 「土浦市民会館」の国登録申請に向けた文化財保護審議会への報告及び申請準備(R5.11.24答申)

Da2 まちの資源活用や空間演出によるブランド化 **リーディングプログラム[2]**

【事業名】観光案内事業(A3再掲)／ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／土浦まちかど蔵活用事業(Da1再掲)／土浦の雛まつり事業(Da1再掲)／土浦薪能開催事業(Da1再掲)／パブリックビューイング事業／天童市物産交流事業／つちうら亀の市事業／観光ボランティアガイド事業／公民館講座事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 高校野球、大相撲等のパブリックビューイング事業の開催
- 天童フェア(まちかど蔵「野村」・小町の館)開催、天童市農業まつりへの参加
- 観光ボランティアガイド:観光案内のほか、研修会開催、会員募集(入門講座等)の実施

Da3 美しいまちの景観とその魅せ場づくり

【事業名】イベント時のレトロバス運行(B2再掲)／土浦市協働のまちづくりファンド事業(Da1再掲)／「登録有形文化財」への登録推進事業(Da1再掲)／新川おそうじ大作戦／桜樹延命化事業(桜川等桜樹剪定)／霞ヶ浦総合公園及び土浦駅周辺花壇の維持管理／土浦市景観計画の推進事業／県指定天然記念物「真鍋のサクラ」樹木管理事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 「景観まちづくり団体」新規認定(土浦界限まちづくり研究会)
- 土浦城址歴史的建造物を景観重要建造物(第4号)に指定

取組の特徴

- 土浦城跡霞門の修繕や保存改修工事を実施するとともに、土浦城址歴史的建造物を景観重要建造物に指定し、周囲の建築物等と一体となった景観形成を進めています。
- 市内の様々な資源を活用したイベントを実施し、町の歴史や魅力に触れ合う機会を創出しています。

Db 「湖」資源の活用

霞ヶ浦をフィールドとして楽しめる多様な観光メニューの充実を図ります。

Db1 霞ヶ浦を楽しむメニューとその環境向上

【事業名】霞ヶ浦広域サイクルーズ事業(C1再掲)／ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／誰でも楽しもう霞ヶ浦事業(C3再掲)／かすみがうらウォーキング(C3再掲)／観光帆曳船運航事業／かすみがうらマラソン兼国際ブランドマラソン／遊覧船事業／イベント時の遊覧船運行事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 観光帆曳船運航(令和4年度:観光遊覧船見学船乗船者数:1,141人)
- 花見遊覧、帆曳船遊覧、元旦クルーズ、花火鑑賞船、湖上体験スクール等を実施(令和4年度:ホワイトアイリスと小型船の乗船客数10,025人)
- JRの「デスティネーションキャンペーン」「サイクルベース」に合わせてサイクルーズを12回運航(令和4年度:250人が乗船)

Db2 「ハス」の観光資源としての価値増進

【事業名】サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／霞ヶ浦総合公園管理運営事業(花蓮園管理)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 霞ヶ浦総合公園「花蓮園」、乙戸沼「花菖蒲園」の管理の実施

Db3 湖畔の観光拠点機能の整備充実

【事業名】サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／霞ヶ浦総合公園整備事業(風車周辺花壇設置管理委託)／霞ヶ浦総合公園管理運営事業(トイレ清掃・草刈・樹木剪定)／霞ヶ浦総合公園におけるイベントの実施(水郷桜イルミネーション、霞ヶ浦にぎわい事業)／水郷プール／土浦港周辺広域交流拠点整備事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 水郷桜イルミネーション:新たに、花火イルミネーションの改良、レーザーライトプロジェクト、記念撮影用オブジェ等を実施(令和元年度:来場者数216,320人)
- 霞ヶ浦一周サイクリング大会(霞ヶ浦総合公園スタート・ゴール)(令和3年度:参加者数150名)
- 土浦港周辺広域交流拠点整備事業(りんりんポート土浦 令和3年度:利用者数28,183人うちサイクリスト12,617人)、多目的トイレの改修及び利用時間拡大

Db4 湖の環境保全・管理

【事業名】目指せ!霞ヶ浦ドクター養成講座／小学生水の情報交流会／中学生水環境研修会／桜川エコアドベンチャーツアー／釣り客向けの仮設トイレの設置／湖岸プロムナードの管理(川口二丁目地内)／高校生霞ヶ浦ミーティング／文化財愛護の会の文化財清掃

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 霞ヶ浦ドクターの開催(令和元年度:参加者数502人、実施校8小学校)
- 桜川エコアドベンチャーツアーの開催(令和元年度:参加者数 3日間延べ50人)
- 高校生霞ヶ浦ミーティングの開催(令和元年度:参加者数 3日間延べ46人)

取組の特徴

- 霞ヶ浦総合公園等の水辺の施設の管理(委託)を行うとともに、湖を直接楽しむことができる様々な舟運イベントや、ハス田の成り立ちや霞ヶ浦等の水辺の環境保全について学べる各種取組を実施しました。

Dc 「山」資源の活用

小野地区や上高津などの里山を楽しむような空間作りを進めます。

Dc1 「小町の館」を中心とした観光交流の拡大

【事業名】小町の館体験講座事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／小町宵まつり(C3再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

Dc2 里山空間の有効活用

【事業名】ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／公民館講座事業(Da2再掲)／小学生水の情報交流会(Db4再掲)／中学生水環境研修会(Db4再掲)／桜川エコアドベンチャーツアー(Db4再掲)／ゲンジボタル観察会～小町の里でゲンジボタルとふれあおう！～／夏の昆虫観察会／星の観望会／日枝神社流鏝馬祭／無形民俗文化財保存継承団体事業費補助

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 「ゲンジボタル観察会」の実施(令和元年度:参加者数3日間延べ128人)
- 「星の観望会」の実施(令和元年度:参加者数37人)
- 日枝神社流鏝馬祭:桜まつりの期間中 会場まで無料見学バスの運行

Dc3 小町の里を中心としたハイキング等の魅力向上

【事業名】こまちウォーク事業(C3再掲)／都市公園等管理運営事業(小野生活環境保全林散策路改修)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 小野生活環境保全林散策路の安全性向上のための防護柵改修実施 など

取組の特徴

- 「こまちウォーク」や「ゲンジボタル観察会」、公民館講座(「小町里山歩きの魅力と心構え」「ロマンの里新治探訪」)など、里山を楽しみながら、里山の環境保全に関する学びにつながる各種取組を実施しました。

Dd 「食」資源の活用

れんこんやワカサギ等を食材として活用したメニューを地元で楽しめるような取組を進めます。

Dd1 農水産品の付加価値向上とブランド化

【事業名】土浦土産品のPR、加工品のイベントへの提供事業、土浦ブランドアッププロジェクト推進事業

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 「茨城国体相撲会場」での観光土産品の販売
- 土浦ブランド認定品販売会・PR事業(パネル展示)の開催
- 土浦ブランドイメージメニュー料理教室(令和元年度:参加者20人)
- 都市と農村の交流事業の開催(野菜収穫体験(令和元年度:参加者30人)、そば打ち体験(令和元年度:参加者30人))

Dd2 食文化の深化と食のまちづくりの推進

【事業名】土浦カレーフェスティバル(B1再掲)、ジオパーク推進事業(C1再掲)、サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)、小さな旅事業(C1再掲)、土浦名物弁当開発事業、夏休みカレー教室事業、れんこん料理フェア、小町ふれあいまつり

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 土浦全国花火競技大会の開催に合わせた土浦の特産品を生かした弁当の開発、販売
- れんこん料理フェア:霞ヶ浦流域及び東京のホテル・料理店全72店舗、土浦市からは19店舗が参加
- 「小町ふれあいまつり」に替わり、小町の里周辺の飲食店をまわるスタンプラリー事業「小町の里常陸秋そばフェア」を実施(令和4年度)

取組の特徴

- 土浦ブランド認定では、令和3年度に総認定数が38品となり、認定商品の販売やパネル展示が実施されています。このほか、土浦ブランドメニューの料理教室を実施するなど、土浦の食材による土浦の魅力発信が進められています。
- 茨城県や県内市町村、農協等で主催する「れんこん料理フェア」への参加など、食によるまちづくりが進められています。
- 「土浦カレーフェスティバル」では来場者数が増加しており、土浦のカレー「つちうらカレー物語」の普及・拡大に向けた取組の成果が感じられます。

De 「イベント」資源の活用

各種イベントの来場者をつなぎとめ、リピーターに変える戦略を展開します。

De1 「土浦全国花火競技大会」の魅力向上と波及効果追求
<p>【事業名】花火大会事業</p> <p>【計画期間中の新たな取組等】</p> <ul style="list-style-type: none">● 観客数：65万人、J:COM及びIBSで生中継を実施。NHKBSプレミアムで全国生放送を実施(令和元年度)● コロナの影響により2大会連続中止を受け、代替企画を実施。令和4年1～2月の間に、土浦港新港地区、霞ヶ浦エリア等で打上及びYouTubeライブ配信実施
De2 各種のまつり・イベントの継承発展
<p>【事業名】かすみがうらウォーキング(C3再掲)／土浦ミュージアムセミナー(Da1再掲)／古文書講座(Da1再掲)／観光ボランティアガイド事業(Da2再掲)／かすみがうらマラソン兼国際ブラインドマラソン(Db1再掲)／イベント時の遊覧船運行事業(Db1再掲)／霞ヶ浦総合公園におけるイベントの実施(水郷桜イルミネーション、霞ヶ浦にぎわい事業)(Db3再掲)／小町ふれあいまつり(Dd2再掲)／縄文土器作り講座／縄文の布作りと原始機織講座／子ども郷土研究／夏休みファミリーミュージアム体験講座／企画展・特別展の開催／テーマ展の開催／ミュージアムセミナーの開催／夏休みファミリーミュージアムテーマ展の開催／上高津貝塚どきどき体験／土浦市産業祭事業／土浦市ウィンターフェスティバル事業／土浦キララまつり事業／土浦桜まつり事業</p> <p>【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略</p> <ul style="list-style-type: none">● 土浦産業祭事業：農林水産祭にて土浦ブランドを出店し、れんこんPRを実施(令和4年度)● 土浦市ウィンターフェスティバル事業：駅西口・東口・各商店街等へのイルミネーション装飾の実施。● 土浦桜まつり事業：コロナ拡大防止のため、桜めぐりバスを中止して実施。回遊性を高めるため、二千本桜めぐりを実施(令和4年度)
De3 地域の伝統文化行事の継承
<p>【事業名】土浦の雛まつり事業(Da1再掲)／土浦薪能開催事業(Da1再掲)／日枝神社流鏝馬祭(Dc2再掲)／無形民俗文化財保存継承団体事業費補助(Dc2再掲)／展示ホールはたおり体験／ミニはたごしらえ講座</p> <p>【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略</p>
De4 新たな魅力イベントの創出と盛り上げ
<p>【事業名】ジオパーク推進事業(C1再掲)／サイクリング市内周遊観光事業(C1再掲)／小さな旅事業(C1再掲)／土浦ハロウィン仮装行列</p> <p>【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略</p> <ul style="list-style-type: none">● 土浦ハロウィン仮装行列：50の協賛店を巡るスタンプラリー方式のイベント開催(令和4年度：参加者数子ども151名+保護者)
取組の特徴
<ul style="list-style-type: none">■ 令和2、3年度ではコロナの影響により、土浦全国花火競技大会では2大会連続中止となりましたが、代替企画による打上及びYouTube配信を実施し、また、他のイベント等においても、開催方法を変更した形での実施により、来訪者のつなぎとめ・リピーター獲得に向けた取組を維持継続しました。■ 土浦全国花火競技大会は令和4年度に3年振りの通常開催となり、45万人の来客数となりました。■ コロナ禍における地域の伝統行事については、技術伝承ための研修会等の費用補助により文化財の継承と後継者の育成を図りました。

Df 「サイクリング」資源の活用

サイクリング拠点としての機能、サービス環境を充実させ、観光価値の増大につなげます。

Df1 サイクリング拠点機能の強化・活用 **リーディングプログラム[1]**

【事業名】レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)(C1再掲)／水郷筑波広域レンタサイクル事業(C1再掲)／土浦港周辺広域交流拠点整備事業(Db3再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

Df2 サイクリング環境の整備充実 **リーディングプログラム[1]**

【事業名】桜樹延命化事業(桜川等桜樹剪定)(Da3再掲)／りんりんロード(虫掛、藤沢)休憩施設の管理／霞ヶ浦湖岸堤防の管理(手野町、田村町、沖宿町)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 霞ヶ浦湖岸堤防の管理:桜川土浦潮来自転車道整備(手野地内L=115m)を実施

取組の特徴

- レンタサイクル事業や休憩施設・自転車道の継続的な管理を実施しました。
- サービス向上として、土浦港周辺広域交流拠点(りんりんポート土浦)の多目的トイレの改修を実施し、利用時間を拡大しました。

E 「広域観光連携」の推進

広域交通網の充実により、国や県、周辺市町村や関係団体との連携を強化し、効果的な広域事業の展開を進めるとともに、本市の個性、独自性を引き立たせながら観光の幅を広げる取組を推進します。

E1 広域観光連携の推進と拡大

【事業名】各地のイベントにおける観光キャンペーン(A1再掲)／霞ヶ浦広域サイクルーズ事業(C1再掲)／水郷筑波サイクリング環境整備事業(C1再掲)／水郷筑波広域レンタサイクル事業(C1再掲)／水郷筑波国定公園協会事業／霞ヶ浦広域観光ルート促進協議会事業／筑波ブロック観光連絡協議会事業／いばらき観光キャンペーン推進協議会への参画／茨城県自然歩道利用促進協議会への参画／圏央道利用促進協議会への参画

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 観光パンフレット『水郷筑波国定公園アクティビティガイド』の作成・配布
- 筑波ブロック広域観光連絡協議会：JR新宿駅にて協議会に係る観光PRブースの設置、構成市へのアンケート。※令和4年度に当協議会は解散
- 茨城県自然歩道利用促進協議会：自然歩道を歩こう大会の開催、コースパンフレットの作成、踏破者認定
- 圏央道利用促進協議会：県が運営するfacebook「茨城県の地域情報 ～知ってっけ？いばらき～」、週刊東洋経済・日刊工業新聞にて観光PRを実施

E2 筑波山地域ジオパークの推進

【事業名】ジオパーク推進事業(C1再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

取組の特徴

- コロナにより積極的な事業の実施ができなかったものの、他自治体等と連携を取りつつ、内容を縮小した形でのイベント開催や各地イベントへの参加を実施しました。またガイドやパンフレットの作成・配布により本市のPRを実施しました。

③市民参加と観光のビジネス化

F 「市民・事業者」の主体的な力の育成

市民や事業者、行政が観光客を温かく迎え、交流の質を高めようとする「おもてなし」の意識の醸成を図ります。

F1 市民自らの土浦の学習とおもてなし意識の醸成 **リーディングプログラム[3]**

【事業名】湖上セミナー／土浦まち歩き学検定事業(Da1再掲)／はたおり体験(Da1再掲)／ミニはたごしらえ講座(Da1再掲)／古文書講座(Da1再掲)／公民館講座事業(Da2再掲)／目指せ！霞ヶ浦ドクター養成講座(Db4再掲)／小学生水の情報交流会(Db4再掲)／中学生水環境研修会(Db4再掲)／桜川エコアドベンチャーツアー(Db4再掲)／ゲンジボタル観察会～小町の里でゲンジボタルとふれあおう！～(Dc2再掲)／夏の昆虫観察会(Dc2再掲)／星の観望会(Dc2再掲)／無形民俗文化財保存継承団体事業費補助(De2再掲)／縄文土器作り講座(De2再掲)／縄文の布作りと原始機織講座(De2再掲)／子ども郷土研究(De2再掲)／夏休みファミリーミュージアム体験講座(De2再掲)／企画展・特別展の開催(De2再掲)／テーマ展の開催(De2再掲)／ミュージアムセミナーの開催(De2再掲)／夏休みファミリーミュージアムテーマ展の開催(De2再掲)／上高津貝塚どきどき体験(De2再掲)／縄文土器作り・縄文の布作り講座等の講師協力／夏休み子ども講座／春季美術展覧会の開催／土浦市文化協会文化祭の開催／土浦市展の開催／土浦郷土かるた子ども会対抗中央大会／土浦市文化財防火デー防火訓練／土浦市民ギャラリー美術品公開推進／土浦ポンCaféレンコンサート／つちうらが好き！ライブ

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- コロナ禍においては中止・縮小開催があったものの、令和4年度では概ね開催

F2 市民主導のおもてなし組織体制の構築と強化 **リーディングプログラム[3]**

【事業名】まちづくり活性化バス運行支援事業(B2再掲)／土浦の雛まつり事業(Da1再掲)／土浦市協働のまちづくりファンド事業(Da1再掲)／つちうら亀の市事業(Da2再掲)／観光ボランティアガイド事業(Da2再掲)／土浦ハロウィン仮装行列(Da4再掲)／土浦ポンCaféレンコンサート(F1再掲)／つちうらが好き！ライブ(F1再掲)／サウンド蔵つちうらムーンライトコンサート／観光ボランティアガイドとの連携

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

- 観光ボランティアガイドとの連携:雛まつり、桜まつり(桜めぐりバス添乗)、かすみがうらマラソン、土浦全国花火競技大会、地区公民館講座

取組の特徴

- コロナ禍においても、少人数制の講座等で実施可能なものは開催するなど、市民の学習機会の提供、観光の担い手づくりにつながる取組を継続しました。
- 市民の自主的なまちづくり活動の支援を行う「土浦市協働のまちづくりファンド事業(ハード)」では、事業の積極的な周知・訪問説明を行った結果、令和4年度に景観形成事業1件が申請されました。

G 「観光業」の活性化と経済循環の構築

観光を地域経済の有力な「産業」と認識し、農業や商工業等との連携を強化する中で、地域経済循環構造の構築を推進します。

G1 観光関連産業の活性化

【事業名】まちづくり活性化バス運行支援事業(C1再掲)／公共交通特定事業(C4再掲)／土浦名物弁当開発事業(Dd2再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

G2 産業間コラボレーションによる価値創造

【事業名】土浦カレーフェスティバル(B1再掲)／加工品のイベントへの提供事業(Dd1再掲)／土浦ブランドアッププロジェクト推進事業(Dd1再掲)／土浦名物弁当開発事業(Dd2再掲)／土浦市産業祭事業(De2再掲)

【計画期間中の新たな取組等】 ※上記事業名に(再掲)とあるものは内容省略

取組の特徴

- 交通に関しては、中心市街地の活性化を目的として運行している「キララちゃんバス」の運行支援のほか、サービス向上に向けた支援(ノンステップバス導入の推進、運転手等への研修)を引き続き実施しました。
- 土浦ブランドを向上させ、多くの人に集ってもらうことを目的として土浦市産の農林水産物とその加工品を「土浦ブランド」として認定する「土浦ブランド認定品」は、令和3年度で総認定数38品となり、販売会や展示会の開催等を実施しています。
- カレーフェスティバルと同日開催の土浦産業祭では、土浦土産品の販売などによりPR促進を図りました。

(4)意向調査結果の概要

本市の観光の現状と特徴を把握するため、「来訪者」「市外在住者等」「サイクリスト」を対象とした意向調査を実施しました。

調査は令和5年7月中下旬～8月下旬において、「①来訪者向け意向調査」では市内の観光スポットや宿泊施設の利用者に、「②市外在住者等向け意向調査」では市や観光協会等のホームページ・SNSの閲覧者に、「③サイクリスト向け意向調査」では市内のサイクル施設の利用者に対し行いました。

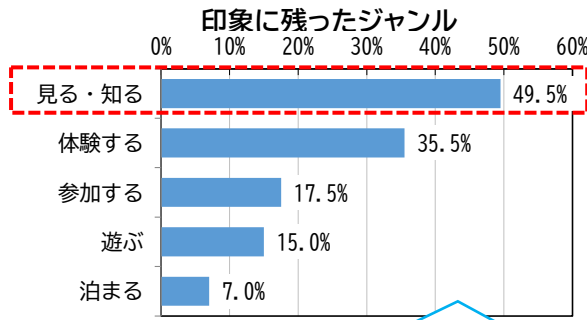
■調査概要

1. 調査対象	<p>①来訪者向け意向調査 下記施設を訪れた人(市民も含む) [宿泊施設]ホテルマロウド筑波、東横INN土浦駅東口、ベルズイン土浦、ライフイン土浦駅東、星野リゾートBEB5土浦 [観光施設]まちかど蔵、小町の館、上高津貝塚ふるさと歴史の広場、土浦市民ギャラリー、ラクスマリーナ、りんりんポート土浦</p> <p>②市外在住者等向け意向調査 観光協会HP、花火大会HP、シティプロモーションHP、市SNS等の閲覧者</p> <p>③サイクリスト向け意向調査 市内の下記サイクル施設を利用し、市内等を自転車で周遊する利用者 [サイクル施設]まちかど蔵、小町の館、星野リゾートBEB5土浦、ラクスマリーナ、りんりんポート土浦、ル・サイク土浦、GIGA-TECHS MOTORS、KT auto motor hobby レンタルガレージ店、シェアサイクル「関鉄Pedal」</p>
2. 調査方法	<p>①来訪者向け意向調査 観光施設や宿泊施設にて調査票を配布・回収(WEB回答も可)</p> <p>②市外在住者等向け意向調査 観光協会等のサイト(HP、twitter)上から意向調査フォームへリンクし回答</p> <p>③サイクリスト向け意向調査 サイクル施設にて調査票を配布・回収(WEB回答も可)</p> <p>※意向調査フォームはGoogle Formsで作成</p>
3. 調査期間	令和5年7月中下旬～8月23日
4. 配布・回収状況	<p>①来訪者向け意向調査 回収数:200票(用紙記入:163票、WEB回答37票) (紙回収1票、WEB回収176票)</p> <p>②市外在住者等向け意向調査 回収数:72票</p> <p>③サイクリスト向け意向調査 回収数:80票(用紙記入:64票、WEB回答16票)</p>

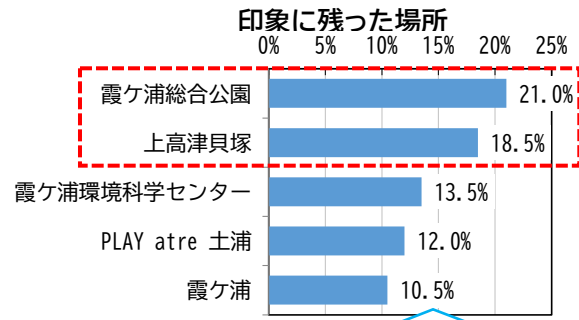
①来訪者向け意向調査

- 訪問地の中で印象に残った場所としては、霞ヶ浦や上高津貝塚が挙げられています。(問1 印象に残った場所)
- 来訪者の多くは、市内を含む県内市町村から観光を目的として土浦市を訪れています。(問4③)
- 来訪のきっかけでは、「以前(過去)にも土浦市を訪れている」を理由とした人が約4割となっています。(問4④)

訪問地の印象(問1)

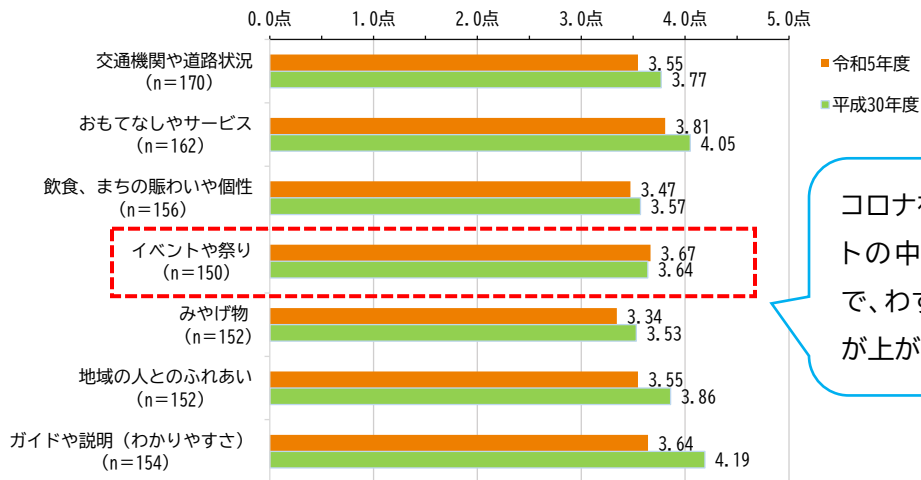


「見る・知る」が約5割と最も多い



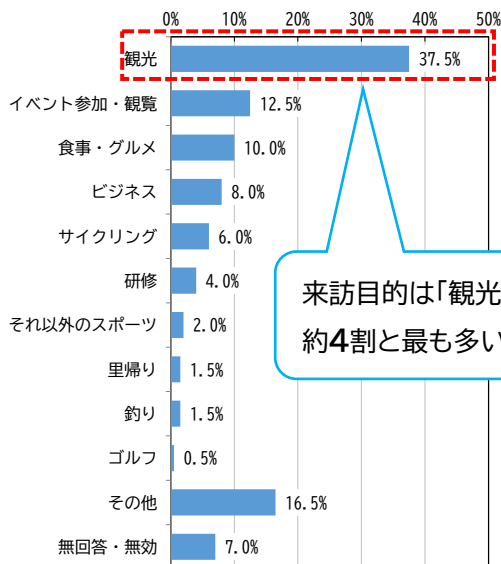
霞ヶ浦総合公園、上高津貝塚が約2割

訪問地の満足度(問2)



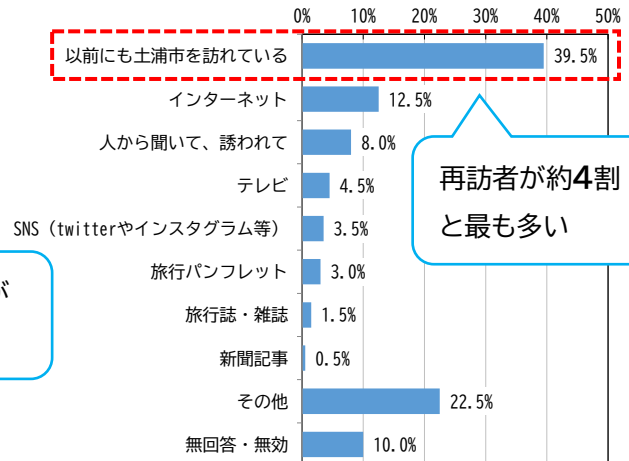
コロナ禍におけるイベントの中止等があった中で、わずかながら満足度が上がっている。

来訪目的(問4③)



来訪目的は「観光」が約4割と最も多い

来訪のきっかけ(問4④)

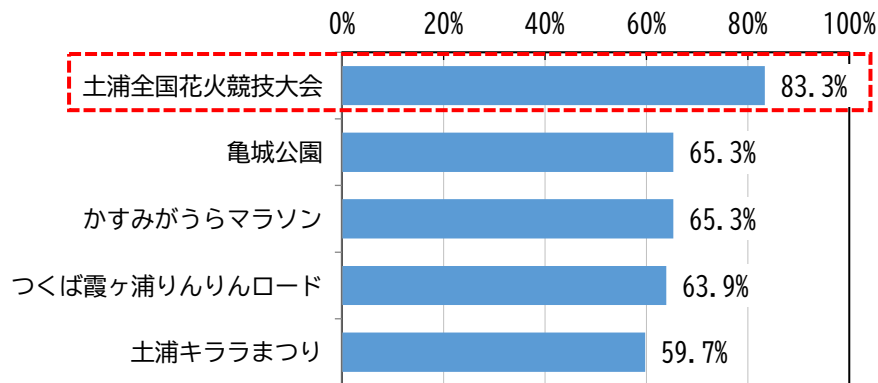


再訪者が約4割と最も多い

②市外在住者等向け意向調査

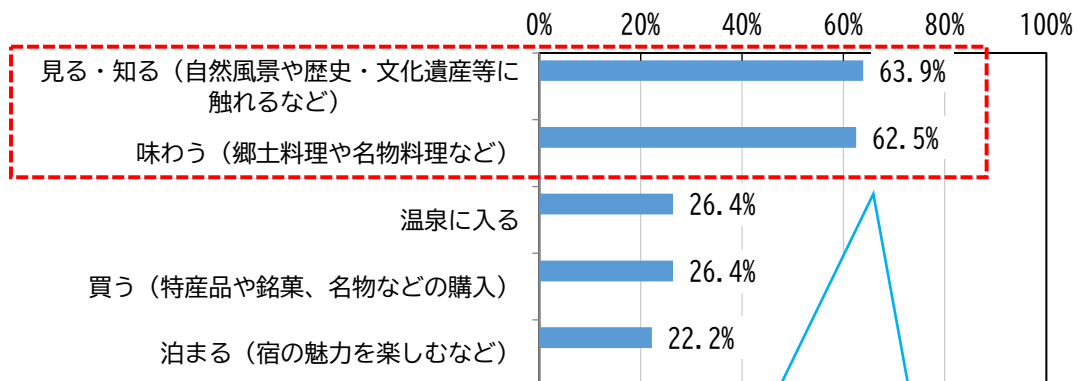
- 閲覧目的では、観光施設またはイベント情報の収集を目的としている人が約3割となっています。なお、目的がなく閲覧している人も3割となっています。(問1)
- 市内の知っている観光コンテンツについては、約8割の人が「土浦全国花火競技大会」と回答しており、知名度の高さが伺えます。(問2)
- 旅行や観光の目的では、「見る・知る」「味わう」などの体験・学習型旅行を指向している人が6割を超えています。(問3)
- 当調査回答者(HP等閲覧者)は、20代~40代で7割となっています。(問5)

知っている観光コンテンツ ベスト5(問2)



「土浦全国花火競技大会」が約8割と最も多い

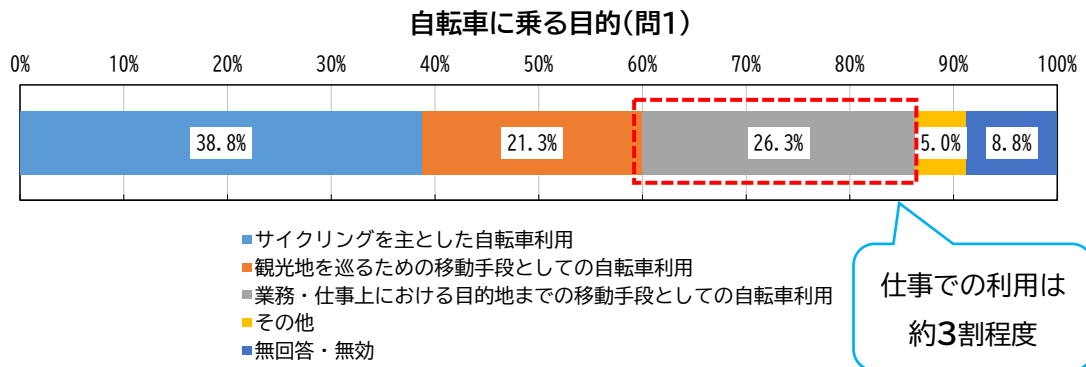
旅行・観光の目的 ベスト5(問3)



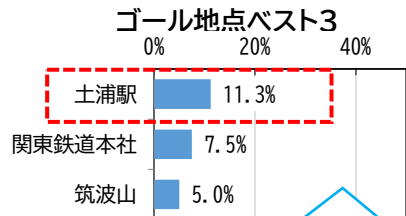
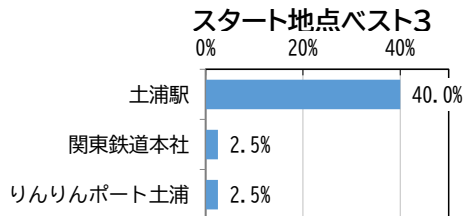
旅行ニーズは「見る・知る」、「味わう」が約6割

③サイクリスト向け意向調査

- 自転車に乗る目的では、「サイクリングを主とした自転車利用」の人が約4割と最も多くなっています。(問1)
- コース(移動ルート)では、4割の人が土浦駅をスタート地点としている一方、立ち寄り箇所やゴール地点は市内各所に点在しています。(問3)
- なお、関東鉄道本社前(真鍋)に自転車ポートがあるため、スタート・ゴール地点として真鍋方面を利用している人も一定数います。(問3)



コース(移動ルート)(問3)



(5)本市観光の「強み」と「弱み」

第2次計画の進捗や意向調査、また近年の社会情勢等を踏まえ、本市観光の「強み」と「弱み」を以下に整理しました。

①「強み」(更なる活用が望まれる点)

【豊富な観光資源】

○城・まち、湖、山、食、イベント、サイクリングなどの観光資源の多彩さがある。

[城・まち]

☆土浦城が、平成29年に「続日本100名城」に選定された。

☆歴史的建造物など、城下町の歴史を伝える資源がある。

[湖][山]

☆水郷筑波国定公園の中央部にあり霞ヶ浦湖岸に位置するほか、関東の名峰「筑波山」も間近である。

☆良好な景観の自然資源や桜並木、里山風景なども有力な資源である。

☆筑波山地域ジオパークとしての見どころがある。

☆山ノ荘地区では数多くの文化財や農村景観があり、低山ハイキング等の資源も有する。

[食]

☆れんこんや佃煮など独自の食資源や、市産の農林水産物・加工品をブランドとして認定した「土浦ブランド」がある。

[イベント]

☆日本有数の花火大会である土浦全国花火競技大会を有する。

☆かすみがうらマラソン等のスポーツイベントがある。

[サイクリングなど]

☆つくば霞ヶ浦りんりんロードの整備等により、サイクリング拠点としての地位が高まりつつある。

【都心とのアクセス性】

○東京に近く(都心から60km圏内の日帰り圏)、鉄道、高速道路でのアクセスが良い。

○成田空港、茨城空港に近い距離に位置し、筑波研究学園都市にも隣接する。

【駅前の賑わいづくり】

○アルカス土浦(図書館・土浦市民ギャラリーなど)や市役所、プレイアトレ土浦など駅前の賑わいづくりが進む。

②「弱み」(改善が必要な点)

【情報発信・PR】

- 観光の魅力の対外的、広域的な情報発信が不十分である。
- 観光都市として認知されづらい。

【観光資源の活用】

- 観光資源となり得る多彩な要素を持ちながら、それらが十分に活用されず、集客につながっていない。
- 霞ヶ浦は観光的な活用が限定的になっている。
- 観光資源同士を結ぶ市内の公共交通機関が整っていない。

【集客力】

- 観光客の入込客数は、土浦全国花火競技大会、土浦カレーフェスティバルなどのイベントへの依存度が高い。
- 観光施設により季節による入込客数の変動も大きく、通年型の施設等による集客力が不十分である。
- 滞在型観光地となっていないため、日帰り客、通過客が多い。

【まちの活性化】

- 市街地の中心力が低下し都市としての新たな魅力が生まれにくい。
- サイクリングの拠点化に関し、市民の自転車利用促進には至っていない。

【市民・事業者・行政の連携】

- 農業、商業と観光の活性化のつながりが不鮮明で、産業間の連携、相乗効果が十分に発揮しにくい。
- 滞在型の観光地でないため、事業者の観光への取組が弱くなりがちである。
- 市民の観光客を迎え入れる意識(おもてなしの心)が十分に醸成しづらい。
- 特定の事業以外での周辺地域との観光面における広域連携が不十分である。

(6)本市観光の課題

平成30年度に策定した第2次計画においては、本市観光の「強み」を生かしながら、更に磨きをかけていく中で、人口減少や少子高齢化等、様々な社会環境の変化に対応するため、行政だけではなく、市民や事業者も併せた多彩な協働により観光振興に取り組んできました。

第2次計画策定以降の社会情勢等を通して、以下のように課題を整理しました。

①積極的情報発信による集客促進

第2次計画における課題

○情報発信により土浦を売り込むこと

ICT・SNS等の情報媒体を積極的に活用し、市民も自らセールスマンとなって情報を発信することが重要。

○観光交流人口を増やし活力を得ること

観光の振興によって交流人口、滞在人口を増加させることで都市の活力を維持・向上させるため、県境や国境も超えた広範囲の交流を見越した情報発信も活用し、土浦のファンを増やしていくことが必要。

これまでの取組や社会情勢等を通して

- ◆コロナ禍においては、各種イベントや施設利用の中止・利用規模縮小などがあり、集客を見越した積極的な広報は実施しにくい状況に。
- ◆一方でコロナ対策の影響により、自治体においてはデジタルサイネージの設置が、事業者においては電子決済の導入などが進み、利用者側においてもSNS上での情報収集やコミュニケーションの機会が増加。
- ◆来訪者への意向調査では、インターネットや口コミをきっかけとして訪れる人が一定数いる中、旅行パンフレットや旅行誌など紙媒体をきっかけとする人は極わずかに。

以上のことから、観光により滞在人口や関係人口を増やしていくためにも、旅行者や土浦のファンとなり得る人が欲しいと思う情報を確実に得ることができ、商品やサービスを売りたい人が旅行者ときちんとつながれるよう、ターゲットに合わせた情報媒体や内容にするとともに、最新のデジタル技術を活用するなど、誘客に効果的な情報発信が必要です。

今後の課題①

ターゲットの旅行意欲を膨らませる戦略的な情報発信による
旅行者と地域(事業者や住民)のつながりの強化と土浦のファンの拡大

②社会環境の変化に合わせた資源の活用

第2次計画における課題

○観光の環境変化に合わせてメニューを整えること

SNSによる情報拡散やインバウンド客の増加といった時代のトレンドに対応したサービスの工夫や開発、情報等の提供の推進が必要。また、サイクリングも新たな観光資源として捉え、ニーズに合わせたサービスメニュー提供の強化等が求められる。

○持てる資源や立地条件の強みを最大限生かすこと

城・まち、湖、山、食、イベント、サイクリングといった多彩な資源を観光に生かす様々な工夫が更に求められる。サイクリングや霞ヶ浦、食資源の活用メニューの開発など、他にはない、ここだけの資源としてのブランド価値を高めるとともに、立地条件を最大限に生かした誘客活動など、独自性・強みを生かした取組が必要。

○広域連携により観光の幅を広げること

市内だけでの囲い込みではなく、周辺市町村との連携、常磐線・常磐道や圏央道等に沿った連携事業の展開などにより観光の幅を広げ、広域的な関係の中で相互に高め合い、相乗効果を追求するとともに、それぞれの個性を発揮させていく取組が必要。

これまでの取組や社会情勢等を通して

- ◆SDGsへの意識の高まりやコロナの影響を受け、人々の暮らしや旅行に対する考え方に変化が生まれている。豊かな自然の中で仕事や農作業をしたり、環境保全について学んだり、スポーツ等のアクティビティを行うなど、「自然」に絡んだ旅に関心が持たれている。
- ◆インバウンド回復に向けては、多言語表記や海外の文化・習慣への対応を進めるとともに、外国人の嗜好に合わせた日本文化を体験・学習するコンテンツなどが求められている。
- ◆新たな観光資源として捉えた「サイクリング」では、サイクリングロードや拠点施設の整備が進み、利用者の増加が見られるが、利用者からは施設等の更なる利便性向上が求められている。また、市民においては、自転車のまちとしての認識は進んでいるが、実際の自転車利用に関しては浸透していない様子が見受けられる。
- ◆公共交通では、上野東京ラインの開通により都心からのアクセス性が向上し、さらに今後も羽田空港アクセス線やTX(つくばエクスプレス)の延伸などにより国内外問わず、関東以遠からの(広域での)誘客が期待されている。一方で、市内の交通機関については、意向調査でも道路の安全性や観光資源を巡る公共交通が十分でないとの意見が多数見られた。

以上のことから、引き続き観光を取り巻く環境の変化に合わせ、本市の観光資源を生かしたオンリーワンの観光コンテンツやサービスを提供していく必要がある。なお、公共交通や自転車利用に関しては、市民も来訪者も快適に移動できる仕組みづくりが必要。

今後の課題②

市内の多数観光資源の組み合わせ(連携)による旅行者が価値を感じることができる観光コンテンツ・サービスを提供するとともに、住民も旅行者も移動しやすい環境を形成

③市民参加と観光のビジネス化

第2次計画における課題

○市民、事業者が主役となって土浦の観光を盛り上げること

来訪者が満足し、リピートにもつながるよう、来ていただく、泊まっていただく、楽しんでいただくためのホスピタリティ、おもてなしの精神の醸成が必要であり、市民や事業者が主体的に行動するとともに、行政主導から事業者主導への転換により盛り上げることが重要となる。

○観光を「産業」として育て、経済の力にすること

人を呼ぶだけでなく、地域のメリットにつなげるための観光を「産業」として育てることが必要である。お客様に良いサービスを提供することで消費行動に導くというビジネス発想での事業者の観光「業」の振興、さらには農業や商工業との経済循環の構築により、地域経済における位置づけを確立することが大きな課題となる。

これまでの取組や社会情勢等を通して

- ◆コロナ禍においては、市民参画や事業者等との連携を図ることが困難な状況にあった一方で、コロナの影響によりデジタル化が進み、会議等のWEB利用が増え距離等関係なく連携を図れる環境となった。
- ◆国においては「稼ぐ観光」に向けて、オープンデータ化や富裕旅行者向けコンテンツ(付加価値向上)に積極的に取り組んでいる。
- ◆旅行を目的として捉えずに手段として考える人たちが増加。特に若い人達の中で、サステナブルツーリズムとして、地域の人材不足に貢献したり、社会活動への参加する旅への関心が高まっている。

以上のことから、国のデータ等を活用しながらターゲット分析等を行ったり、観光プロモーションが行える専門的な人材等を導入したり、育成するなど、持続可能な観光の実現に向けた取組を推進していく必要がある。

今後の課題③

「稼ぐ観光」の視点に沿った人材の育成や協力体制の構築による
持続可能な観光地を形成

第2章 計画の目標

(1)基本コンセプト

(2)取組の柱

(3)計画全体の目標指標

第2章 計画の目標

(1)基本コンセプト

観光の「課題」に対応した解決を図り、社会環境の変化を観光の新たな振興を導く契機として捉え市民・事業者・行政を通じた観光振興のための総合的な理念ともいべきコンセプトを以下のように設定しました。

■基本的考え方

- 観光の中心的プレイヤーとなるのは市民や事業者であり、本計画は行政だけの計画ではなく、市民や事業者等の主体的な行動の指針ともなるものとします。市民や事業者は、主役としての意識や力を高めるため、自ら学習し、スキルを磨き、組織力を発揮していくことを明確に示し、市民・事業者・行政が連携した観光のまちづくりを推進します。
- 観光で人を「呼ぶ」ことだけを目的とする計画ではなく、呼んだ人との交流や観光消費拡大への発展、そしてリピーターづくりまでを目指し、行動するための計画とします。そのために、本計画を産業振興計画の一つとしても捉え、観光を「産業」(ビジネス)として発展させ、地域活力増大の有力な推進力として地域経済の中に明確に位置づけをし、特に、地域の様々な産業との連携の中で観光産業を牽引力とした経済循環構造の形成を導くことを目指します。
- 第1次計画で発掘し、磨いてきた資源を更に生かし、ブランド化、ネットワーク化を進めることで、観光のまちとしてのテーマ性を高めることを目指した計画内容とします。
- インバウンド観光の増大をはじめとした社会環境の様々な変化を受け止め、グローバル化の中でのローカルの魅力を発信、提供できるよう、市民・事業者・行政が連携し、知恵と力を出し合い、まちづくり、都市の活性化へとつなげていきます。
- 社会環境や観光ニーズの変化に対応した観光メニューの開発や事業の選択と集中を図るとともに、計画もその進捗状況や成果に応じて柔軟に見直しを行います。

■基本コンセプト

魅力を活力に・・・ 多彩な連携による観光のまちづくり

観光を地域経済の有力な産業に位置づけた「観光のまちづくり」を目指し、経済だけでなく文化や教育、健康面など様々な面の活性化への波及効果を生み出していきます。そのために、市民・事業者・行政が多彩に連携し、協働で取り組むことによって、多彩な地域資源を観光資源として磨き、ブランド価値を高めていきます。

(2)取組の柱

基本コンセプトに沿って、様々な観光施策・事業を官民協働で進めるための取組の「柱」は以下の通りです。

この「柱」は、先に整理した「観光の課題」の各項目に対応したものとし、この柱のもとに関連する施策や事業を位置づけ、戦略プログラムを構成します。

取組の柱

1 積極的情 報発信に よる集客 促進	A. 情報発信による魅力アピール	様々な機会や情報媒体を使って、本市の情報を広く発信します。市民がセールスマンとなる意識で、SNSなども使いながら、それぞれにわがまちの良さをアピールします。話題性の創出が誘客にもつながることから、あらゆる視点から話題の種となる魅力要素の発掘や情報発信に努めます。
	B. 「観光交流人口」の増大	様々なきっかけで人を呼び込み、観光交流人口の増加を目指します。イベントを通し、一過性でなくリピーターとなってもらえるような働きかけを行い、ネット社会の多様なつながりを生かして、土浦のファンを増やし、交流の拡大につなげます。
2 社会環境 の変化に 合わせた 資源の活 用	C. 「社会環境変化」に対応した観光メニューづくり	観光行動傾向、インバウンド需要等の動向を見極め、グローバルizmとローカリズムの両立を考慮し、サービスや観光メニューを提供します。また、サイクリングを、健康志向の観点からも新たなメニューとして捉え、普及・拡大を図ります。
	D. 「地域資源」のブランド化とネットワーク化	城・まち、湖、山、食、イベント、サイクリングなどの地域資源を観光資源として一層磨き、生かすための知恵と力を官民で出し合い、ブランド価値を高め、それらをネットワーク化することで魅力を提供していきます。立地条件を生かした資源活用の工夫などを進めます。
	E. 「広域観光連携」の推進	広域交通網の充実により、国や県、周辺市町村や関係団体との連携を強化し、効果的な広域事業の展開を進めるとともに、本市の個性、独自性を引き立たせながら観光の幅を広げる取組を推進します。
3 市民参加 と観光の ビジネス 化	F. 「市民・事業者」の主体的な力の育成	市民や事業者、行政が観光客を温かく迎え、交流の質を高めようとする意識を持ち、「おもてなし」の意識の醸成を図ります。
	G. 「観光業」の活性化と経済循環の構築	観光を、地域経済の構成における重要な「産業」と認識し、農業や商工業などの各産業との連携を強化する中で、観光業を含めた地域経済循環構造の構築を推進します。

(3)計画全体の目標指標

本計画を計画的に進めていくため、目標指標を以下の通り設定しました。

①土浦市全体の観光入込客数

平成29年度(当初実績)1,595,389人から平成30年度には1,740,954人と当初目標値1,755,000人を概ね達成しましたが、その後、コロナの影響で大幅に減少し、令和4年度では平成29年度の実績の約8割まで回復しています。

第2次計画(改訂版)においては、本市の最上位計画「第9次土浦市総合計画」(令和4年3月)で成果指標として位置づけている「土浦市全体の観光入込客数」を本計画にも引き続き設定するものとし、総合計画の令和13年度目標値(平成27年度から平成29年度までの平均の伸び率1%/年を勘案した値)から算出した値を本計画の目標値とします。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
1,318,660人	1,518,100人	約199,400人 UP↑

②市内の宿泊者数

平成29年度(当初実績)109,323人から平成31年度には129,165人と目標値を達成しましたが、その後、大幅に減少し、令和4年度では平成29年度の実績の約9割まで回復しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初設定した計画期間10年での伸び率11%増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
95,762人	121,100人	約25,200人 UP↑

③休日の歩行者・自転車交通量

平成29年度(当初実績)22,915人から令和元年度には25,361人と増加しましたが、その後、コロナの影響で大幅に減少し、令和4年度では平成29年度の実績の約9割まで回復しています。

第2次計画(改訂版)においては、総合計画で成果指標として位置づけている「休日の歩行者・自転車交通量」を本計画にも設定するものとし、その根拠である「第三期土浦市中心市街地活性化基本計画」で示されている値とします。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
21,166人/日	26,270人/日	約5,100人/日 UP↑

④“茨城県内における認知度向上”地域ブランド調査におけるランキング順位

茨城県内での認知度の順位を見ると、平成30年度(当初実績)4位から令和3年度には5位と順位を下げたものの、令和4年度では4位に順位を戻しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては、平成30年度から順位を1ランク上昇することを目指すとした当初設定の目標を継承するとともに、その先の目標として県内1位、さらには全国の中でも上位にランクインできるよう、目指していくこととします。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
県内順位4位	県内順位3位以上	県内順位を1ランク以上UP↑

第3章 リーディングプログラム(重点施策)

(1)リーディングプログラムのねらい(目標)

(2)リーディングプログラムの設定(考え方)

リーディングプログラム 1 思い立ったら気軽に土浦

リーディングプログラム 2 “外”から選ばれる土浦

リーディングプログラム 3 サステナブル観光土浦

第3章 リーディングプログラム(重点施策)

(1)リーディングプログラムのねらい(目標)

本市は、全国の中でも際立つ特徴を持った様々な観光資源を有しています。全国有数の花火大会に数えられる土浦全国花火競技大会、全国で2番目に広い霞ヶ浦、ナショナルサイクルルートにも指定されたつくば霞ヶ浦りんりんロード、日本一の生産量を誇るれんこんなどは、土浦でしか得ることのできない観光コンテンツです。

その場所ならではの“感動”があることが、観光コンテンツとしては重要です。そのために、一度行ってみたい、やってみたいと思わせる“わくわく感”への期待に応えながら、さらに1度きりではなく、2度、3度と訪れてもらうために、訪れるたびに新しい発見があるような、観光コンテンツとしての深み、広がり求められています。

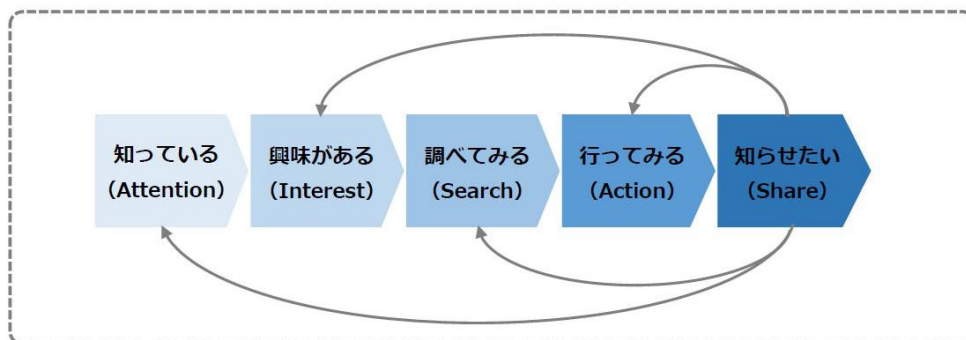
本市を訪問した人の、自然の風景や食べ物、イベント、スポーツ、文化や史跡に触れてみたいと思う気持ちを高め、「見てみたい」「遊んでみたい」「味わいたい」「学びたい」の満足に応え、その満足感の先にある「また行きたい」という思いを持ってもらうために、土浦の“宝”を磨きながら、それらを組み合わせ、魅力的な観光コンテンツとしていく必要があります。

本市では、土浦としてのブランド価値を高めるために、「つちうらシティプロモーション戦略プラン」を策定して展開を図っていますが、その基礎になっている「AISAS(アイサス)の法則」を踏まえた戦略展開を図りながら、知りたい→行こう→行って楽しい→行って良かったというサイクルによって、観光コンテンツの深化を図ってまいります。



(参考) つちうらシティプロモーションの戦略展開

つちうらシティプロモーション戦略プランでは、情報がインターネット上で共有され、拡散される昨今の情勢を鑑み、ネット時代の消費者の購買プロセスである「AISAS(アイサスの法則)」を踏まえた戦略展開を図るとしてまいります。



資料: つちうらシティプロモーション戦略プラン(AISASの各プロセス)

(2)リーディングプログラムの設定(考え方)

第2次計画(改訂版)におけるリーディングプログラムは、本市の強みや弱みに加え、コロナがもたらした新たな観光の姿などを踏まえながら、ターゲット(旅行者)別の行動心理に沿った関連性の高い取組を紐づけ、パッケージ化することで、本市における観光に関する取組(第4章 戦略プログラム)に位置づけた施策の実効性を高めていくこととします。

図 3つのターゲットとリーディングプログラムの設定について

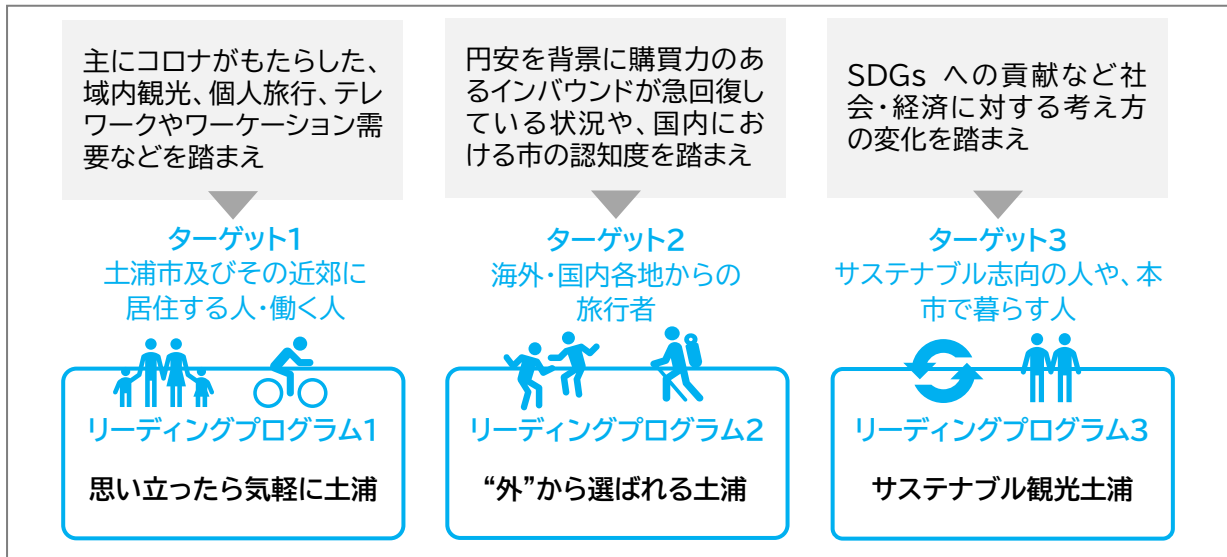
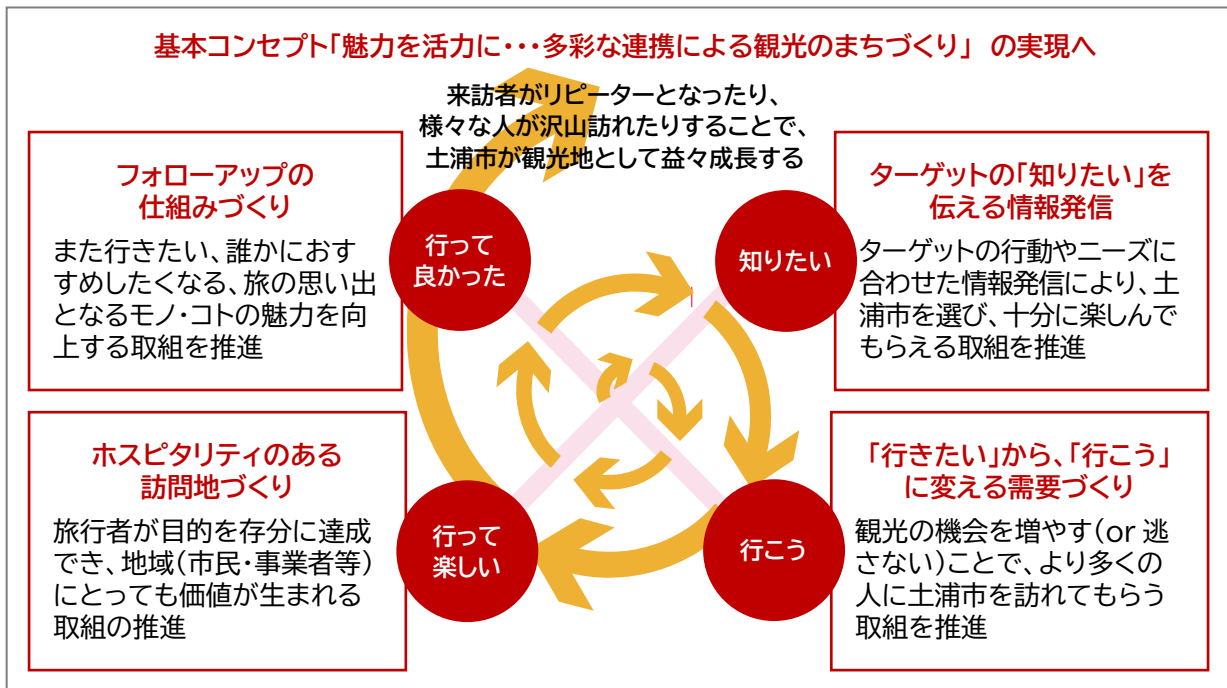


図 ターゲットの行動心理と関連付ける取組の内容について



リーディングプログラム 1 思い立ったら気軽に土浦

土浦市及びその近郊で暮らす人たちが、気軽に観光できるまちとして土浦を認識してもらえよう、若者、ファミリー、一人旅などの旅行形態別や、ビジネスやサイクリングなどの目的別といったターゲットに応じた各種取組を推進します。

知りたい

ターゲットの「知りたい」を伝える情報発信

取組の方向性1▶ ターゲットの心に響く観光プロモーションの実施 G3 A1 A3 A5

- ・「つちうらシティプロモーション戦略プラン」(平成28年2月策定)の戦略展開を踏まえた、「消費者」が「購入」につながる情報を発信。
- ・観光客の口コミ、インフルエンサーなどの活用で、若者やファミリー世代など各ターゲットに響く情報を発信。
- ・見る・体験する・学習するなどの旅の目的(地)に関する情報と一緒に、ターゲット層となる方々が便利！助かる！お得！と旅行意欲を上げてくれる情報を整理・発信。(例：妊婦・乳幼児連れが利用しやすい施設をまとめて紹介する など)
- ・リピーターでも楽しめるコアな情報を発信。

取組の方向性2▶ 地域の住民・事業者による魅力的な情報の発信 A1 A2

- ・宿泊施設と近隣店舗等、地域内の事業者、住民によるお得な情報の提供。
(事業者・地域住民の口コミ、施設同士でのチラシ・ポスター等の配布 など)

行こう

「行きたい」から、「行こう」に変える需要づくり

取組の方向性3▶ どんな時でも楽しめる観光コンテンツの充実 C3

- ・雨の日や暑い夏の日などでも楽しめる全天候型の観光コンテンツ、仕事の合間やちょっとした用事の前後といった隙間時間に楽しめる観光コンテンツなど、マイクロツーリズムを誘発する観光コンテンツを発掘・創出。
- ・ワーケーションやブレジャー等の利用者ニーズに合わせたアクティビティの提供。

取組の方向性4▶ 文化財の保存と活用による観光資源の更なる魅力向上 Da1 F1

- ・「土浦市文化財保存活用地域計画」や「土浦市歴史的風致維持向上計画」に基づき、市の文化財等を適切に保存しながら、これら資源の魅力を向上させることで、来訪者には土浦の歴史に触れてもらいつつ、地域住民の郷土愛を醸成。
- ・歴史や文化財について専門的な知識のない人にも身近に面白く感じてもらうための「VR(仮想現実)」「AR(拡張現実)」「MR(複合現実)」などの技術を活用したコンテンツを充実。

取組の方向性5▶ 交通環境や施設等の利便性向上 C4

- ・移動者の移動ニーズに合わせて最適な移動手段を提供・確保できるMaaSの推進。
- ・乳幼児連れ、高齢者等でも安心して利用できる歩行空間や観光施設・宿泊施設等のユニバーサルデザイン化の推進。
- ・自転車のまち推進に向けた、安全で魅力的な自転車ルートの整備、サイクル拠点施設の利便性向上。
- ・地域の住民や宿泊施設等観光事業者の思いやりの心を醸成。

取組の方向性6▶ 住民等による地域の魅力発掘 C3

- ・地域で暮らす人や働く人が知るまたは発信する「地域のおすすめスポット」を、マイクロツーリズムにつながる新たな観光資源として発掘。

取組の方向性7▶ 土浦ブランドの更なる魅力向上 Dd1

- ・土浦ブランドの積極的な活用及び情報発信、ターゲットに応じた新たな商品を開発。

◇先進事例①【取組の方向性1】「インスタグラマー×ファミリー」

ターゲットに応じた観光情報の整理とプロモーションの実施例として、星野リゾートでは、インフルエンサーに家族旅行の様子を Instagram や YouTube で公開してもらい、これにより、家族で楽しめる施設やアクティビティ、食事などの多くのサービスを PR できた。

※画像はイメージです。



×



ファミリー旅行
や写真映える
情報を求める
人からたくさん
のいいねが。



◇先進事例②【取組の方向性4】「史跡×イベント」

北海道函館市の特別史跡五稜郭で、市民が函館に関連する歴史をテーマに野外劇を行う夏のイベント。およそ 300 人の出演者と、演出スタッフ、衣装、受付など 100 人の裏方の総勢 400 人を越える市民が参加。(写真左)

佐賀県唐津市の特別史跡名護屋城跡並陣跡にて佐賀県の食材を活用した食と器を味わうイベント。一流の料理人による料理を味わえると同時に、篠笛等の演奏も実施。(写真右)



出典:「文化財を活用したユニークベニューハンドブック」(文化庁)より
[https://www.bunka.go.jp/tokei_haku_sho_shuppan/shuppanbutsu/bunkazai_handbook/index.html]



出典:「DINING OUT ARITA& with LEXUS 2016」
写真提供:ONESTORY
[<https://www.onestory-media.jp/post/?id=620>]

リーディングプログラム 2 “外”から選ばれる土浦

海外・国内各地からの旅行者が、行ってみたい、来て良かったと思えるような土浦ならではのおもてなしで迎える取組を推進します。

知りたい

ターゲットの「知りたい」を伝える情報発信

取組の方向性1▶ ターゲットに応じた情報発信 C3 A4

- ・土浦市を訪れる外国人の動向や習慣、文化に応じた内容の情報を発信。
- ・東京を拠点にして観光する外国人や成田国際空港・茨城空港から来訪する外国人向け、さらには市近郊在住の外国人に向けた情報を発信。
- ・まだ市の認知度が低いエリア(関西圏などをはじめとした関東以遠を想定)に向けた情報を発信。

取組の方向性2▶ 地域の宝(市の観光資源)を最大限に活用した効果的な情報発信 C2 A1

- ・海外・国内各地からの旅行者が魅力を感じ、行きたいと思えるテーマに沿った市の観光資源のPR。(土浦藩土屋家の刀剣を軸にした日本刀の魅力や、からかさ万灯など土浦独自の歴史・文化などの伝統を伝える、霞ヶ浦や筑波山麓といった美しい自然や土浦全国花火競技大会の様子を美麗動画で魅せる など)
- ・国内在住の外国人インフルエンサー等を活用し、海外向け情報を発信。

行こう

「行きたい」から、「行こう」に変える需要づくり

取組の方向性3▶ 海外・国内各地との交流機会を活用したイベントの開催 B1

- ・友好交流都市などの海外・国内各地とのつながりを活用したイベント等の企画及び開催。

取組の方向性4▶ 広域周遊観光の更なる魅力向上と新ルート・コンテンツの創出

E1 E2 C1 C3 De1

- ・東京方面からの更なるアクセス性向上に向けた鉄道事業者(羽田空港アクセス線、TX(つくばエクスプレス)延伸等)との連携による広域周遊観光ルートの質向上及び創出。
- ・「いばらき自転車活用推進計画(第2次)」に基づき、サイクリング愛好家や一般観光客などターゲットに対応した取組を進めることにより、サイクリングの広域ネットワーク化を推進。
- ・コロナ禍を経て全国的に需要が増したアウトドアスポーツツーリズムに対応し、霞ヶ浦や筑波山麓といった豊かな自然環境を生かした観光コンテンツを発掘・創出。(例:霞ヶ浦や市内市街地を一望できるパラグライダー、初心者でも楽しめる霞ヶ浦湖岸のサイクリング など)
- ・国内各地からでも訪れたいと思わせる映画やアニメなどのサブカルチャーをテーマとした観光コンテンツの創出。

- ・高付加価値を付けた商品をつくるなど、国内各地から訪れる旅行者などがオンリーワンのおもてなしを受けられる観光コンテンツを創出。(例：花火師による解説付き栈敷席、土浦らしさ溢れる“おもてなし”や“ふるまい”の文化を存分に味わえる宿泊プラン など)

行って楽しい

ホスピタリティのある訪問地づくり

取組の方向性5▶ 外国人旅行者の受け入れ体制整備 C4

- ・公共交通機関における案内表示、観光施設の案内標識、観光パンフレット等の多言語化の推進。
- ・観光施設等の通信環境の整備や、キャッシュレス決済及びデジタルチケット化の推進。
- ・災害時の多言語通訳サービスの充実。

取組の方向性6▶ 外国人観光客への対応力の向上 C4

- ・翻訳アプリや指差し会話シート等の活用による外国人とのコミュニケーション力向上。
- ・宿泊施設や観光施設等における外国人向けホスピタリティの研修機会を創出。
- ・土浦市国際交流協会との連携による外国人観光客の受け入れ体制の強化、交流機会の拡大。

行って良かった

フォローアップの仕組みづくり

取組の方向性7▶ 訪日外国人・在住外国人の声の発信・共有 F2

- ・観光協会と外国人の交流の際に聞いた、土浦インバウンド観光における良い点・改善などの情報を観光協会ホームページなどで公開し、行政・事業者・市民で課題を共有することにより、インバウンド誘客に向けた対策を図る。

◇先進事例①【取組の方向性1】「日本文化×デジタルマーケティング」

福島県では東日本大震災の影響によるインバウンド客減少を受け、隣接する栃木県、茨城県と連携し、東京とこれら県を結ぶ広域周遊ルート「ダイヤモンドルート・ジャパン」を立ち上げた。同時に Google やマーケティング専門家と連携し、ターゲット国をベトナム、タイ、台湾、オーストラリアに絞り、各国の嗜好を調べ、テーマを決めて海外のクリエイターに動画製作を依頼し、YouTube 広告で配信したところ高評価を得て誘客につながる事ができた。

※ダイヤモンドルート・ジャパン PR 動画より(「サムライ」のイメージ)



出典:ダイヤモンドルートジャパン PR 計画より

[<https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/casestudy/1525.html>]

◇【取組の方向性3】「友好交流都市×食イベント」

友好交流都市として今が旬の台湾をテーマに、「食イベント」を開催し外国人誘客を行うことも考えられる。

インバウンド検索、台湾向けに集中宣伝 茨城・土浦市

日本経済新聞 令和4年9月9日 21:00

コロナ禍で長引いた入国制限でインバウンド(訪日外国人客)の呼び込みが難しく、海外の観光客にアプローチできない状況が続いた。そんな中でも、関東では海外向けの PR を欠かさなかった神奈川や茨城の自治体で海外からの観光施設などの検索数が大幅に伸びた。今後の誘客回復への期待が集まる。茨城県では対象を台湾に絞った取組が奏功し、土浦市の検索件数(令和4年7月)がコロナ禍前の19年比で4倍に。

20日から台湾訪問 安藤土浦市長、島岡議長ら

NEWS つくば 令和5年7月19日

土浦市の安藤真理子市長は、20日から23日まで3泊4日の日程で台湾の台南市を訪問すると発表した。4月7日に台南市と友好交流協定を締結したことから、黄偉哲(こう・いてつ)台南市長を表敬訪問し、今後、両市がどのように交流を進めるか、具体的に話し合う。

リーディングプログラム 3 サステナブル観光土浦

土浦のまちを訪れる人が土浦の人々や生活に触れることで、訪れる人もまちの人も、まちの自然や環境を守りながら、人々との関係を続けたいとなるような、従来の消費型観光から体験・学習型観光を目指すサステナブルな観光(=持続可能な観光)に関する取組を推進します。

知りたい

ターゲットの「知りたい」を伝える情報発信

取組の方向性1▶ 自らを高める糧となる情報発信 C2

- ・旅行者が市の観光資源を通して深い学びを得られるよう、筑波山地域ジオパーク、土浦市立博物館などにおいて、地域の自然や歴史・文化に関する多様な情報を取得できる機会を提供。
- ・土浦市の豊かな自然環境や歴史・文化を守り続けていくための市民・事業者への啓発。

行こう

「行きたい」から、「行こう」に変える需要づくり

取組の方向性2▶ 長く滞在したい、何度でも行きたい、土浦の豊かな暮らしを体感する観光コンテンツの創出 B2

- ・地域で働いたり、地域の伝統的な住まいで宿泊したりしながら、地域の人と交流ができる観光コンテンツを創出。

取組の方向性3▶ 持続可能な旅スタイルの需要増加に対応するサステナブルな観光コンテンツの創出 C3 Dc2 C2 Db4 Dc1

- ・自然体験・学習型アクティビティが環境保全活動の一部となるなど、土浦で旅行する＝サステナブルな旅ができると感じる観光コンテンツを創出。
- ・国や県、関係市町村、市民団体等との連携により、筑波山地域ジオパークや茨城県霞ヶ浦環境科学センターなどを活用した自然環境保全を学ぶツアーや、環境保全につながる自転車ツアーなどを創出。
- ・美女の代名詞“小野小町”の伝説が残る小野地区「小町の館」を活用した里山生活体験・学習ツアーや、生産量日本一のハス田で収穫するれんこんツアーなど、農業と絡めたエコツーリズムを創出。

取組の方向性4▶ 旅行の重要要素「食」の魅力向上 G2 Dd1 De2 Dd2

- ・土浦ブランドの更なる磨き上げや、ワカサギやれんこん、果物などの土浦の名産品を使用したメニューを提供する飲食店・土産物店の増加。
- ・サイクリストをターゲットにした軽食(食べ歩き)商品の開発及びPR
- ・カレーフェスティバル、れんこん料理フェア等の食イベントのPR及び、食以外のイベントと連携した商品の発掘・開発。
- ・市内の隠れた名店や、外国人が経営する各国料理店などの発掘・発信。

- ・多様な「食」を提供できるよう、外国人客等の食文化・食習慣(ビーガン、ハラール等)に対応。
- ・つくば国際大学との連携による土浦の食材を使った「健康食メニュー」の開発。

行って楽しい

ホスピタリティのある訪問地づくり

取組の方向性5▶ 自信を持って地域を自慢できる人材の育成 F2 F1 Db4

- ・旅行者が市の魅力を感じられるよう、地域の案内など、旅行者と地域の人をつなぐことのできるコンシェルジュを育成。
- ・地域の歴史・文化、伝統等の魅力を学ぶ機会を提供することで土浦を発信する力を高める。
- ・行政・事業者・市民それぞれのSDGsや国際基準に基づく「サステナブル」な知識向上を図り、持続可能な社会の実現に向けた意識醸成の機会を提供。
- ・土浦での暮らしの魅力を伝える人材の育成。

取組の方向性6▶ 健康や環境にやさしい「自転車のまちづくり」の推進 Df3

- ・市民や観光客における自転車利用促進のため、「土浦市自転車のまちづくり構想」(令和5年3月改訂)に基づき、安心な利用環境の創出や、自転車の安全ルール・マナーの啓発、健康づくりや環境保全に関する啓発を実施するとともに、サイクルツーリズムによる地域活性化を図る。

行って良かった

フォローアップの仕組みづくり





取組の方向性7▶ 地域との関係を継続できる体験・学習づくり B2

- ・旅行前・旅行中・旅行後のいずれにおいても地域と関わり、地域のファンとなってもらうために、土浦での農業体験・学習で育てた野菜や果物を帰宅後もSNS等で様子を確認できたり、お取り寄せ商品として購入できたりなど、継続して地域とのつながりができるコンテンツづくり。

◇先進事例①【取組の方向性4】「食×体験」

農林水産省では、訪日中に食に関わる体験をした外国人が帰国後も日本の食を再体験できるような環境整備を図り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていく「食かけるプロジェクト」を推進。以下は、その取組事例。

長野県の例では、酒造りの「蔵人」になり発酵や日本酒について学ぶことのできる体験、京都府の例では茶畑一坪オーナーになり年 4 回お茶が届くとともに、来訪時は茶畑散策等が楽しめる観光コンテンツを提供。

<p>13の酒蔵がひしめく 蔵人になれるまち 【株式会社 KURABITO STAY】 (長野県)</p> <p>創業より三百余年の酒蔵に滞在しながら、蔵内で実際に酒造りをする本格的な「蔵人」体験を行う。麹や発酵に関するセミナーも実施し、日本酒文化・食文化を深く学ぶことができる体験。</p>	 	<p>食×地域支援型農業 茶畑オーナーになろう 【京都おぶぶ茶苑合同会社】 (京都府)</p> <p>月額制で茶畑一坪のオーナーになるサブスクリプション型の食体験。年 4 回合計 24 種類以上のお茶が各お茶の解説動画付きで自宅に届く。来日の際はお茶尽くし弁当、日本茶の飲み比べ、茶畑散策も楽しめる。</p>	 
--	---	--	---

出典:「食かけるプロジェクト:多様な食体験の提供と輸出拡大の一体的な取組」(農林水産省)より抜粋
[<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/syokukake/gaiyou1.pdf>]

第4章 戦略プログラム(主要事業)

- (1)積極的情報発信による集客促進
- (2)社会環境の変化に合わせた資源の活用
- (3)市民参加と観光のビジネス化

第4章 戦略プログラム(主要事業)

■計画の体系

リーディングプログラム1 思い立ったら気軽に土浦

リーディングプログラム2 “外”から選ばれる土浦

リーディングプログラム3 サステナブル観光土浦

		戦略プログラム (主要事業)	リーディング プログラム (重点施策)			
			1	2	3	
1 積極的情報 発信による 集客促進	A 情報発信 による魅力 アピール	A1 デジタルメディアを活用した観光PR	●	●		
		A2 効果的な紙媒体の活用	●			
		A3 観光イメージ戦略の展開	●			
		A4 観光情報発信拠点の整備充実		●		
		A5 人を惹きつける観光情報コンテンツづくり	●			
	B 「観光交 流人口」の増 大	B1 キャンペーンやフェアへの参加、様々な交流活動を通じた観光誘客活動の展開		●		
		B2 土浦市を応援する「ファン(関係人口・交流人口)」づくり			●	
2 社会環境の 変化に合わ せた資源の 活用	C 「社会環 境変化」に対 応した観光 メニュー作り	C1 「地域の宝」を生かしたアウトドアスポーツツーリズムコンテンツの充実		●		
		C2 「地域の宝」を生かしたテーマ型ツーリズムコンテンツの充実		●	●	
		C3 多様な人のニーズに合わせた新たなツーリズムコンテンツへの対応	●	●	●	
		C4 あらゆる人々のニーズに合わせる訪問地づくり	●	●		
	D 「地域資 源」のブラン ド化とネット ワーク化	Da 「城・まち」 資源の活用	Da1ストーリーによる歴史コンテンツのイメージアップ	●		
			Da2城下町としての歴史資源の保全と多様な活用			
			Da3まちの資源活用や空間演出によるブランド化			
			Da4美しいまちの景観とその魅せ場づくり			
		Db 「湖」資源 の活用	Db1霞ヶ浦の水に親しむ観光コンテンツの充実			
			Db2「ハス」をテーマとした観光コンテンツの充実			
			Db3霞ヶ浦湖畔の観光拠点機能の充実			
			Db4霞ヶ浦を活用したエコツーリズムの充実			●
		Dc 「山」資源の 活用	Dc1「小町の館」を中心とした観光交流の拡大			●
			Dc2筑波山麓や里山に点在する「地域の宝」の活用とネットワーク化			●
		Dd 「食」資源 の活用	Dd1農水産品の付加価値向上とブランド化	●		●
			Dd2食文化の深化と食のまちづくりの推進			●
	De 「イベント」 資源の活用	De1「土浦全国花火競技大会」の魅力向上と波及効果追求		●		
		De2各種のまつり・イベントの継承発展			●	
		De3地域の伝統文化行事の継承				
		De4新たな魅力イベントの創出と盛り上げ				
Df 「サイクリ ング」資源の活用	Df1サイクリング拠点機能・サポート機能の強化・活用					
	Df2サイクリング環境の整備充実					
	Df3自転車のまち土浦の普及促進と全国へのPR			●		
E 「広域観光 連携」の推進	E1 広域観光連携の推進と拡大		●			
	E2 広域観光エリアの充実に向けた取組の推進		●			
3 市民参加と 観光のビジ ネス化	F 「市民・事 業者」の主 体的な力の育 成	F1 市民自らの土浦の学習とおもてなし意識の醸成	●		●	
		F2 市民主導のおもてなし組織体制の構築と強化		●	●	
	G 「観光業」 の活性化と 経済循環の 構築	G1 観光関連産業の活性化				
		G2 産業間コラボレーションによる価値創造			●	
		G3 観光地土浦の売り込み	●			

(1)積極的情報発信による集客促進

A 情報発信による魅力アピール

様々な機会や情報媒体を使って、本市の情報を広く発信します。市民がセールスマンとなる意識で、SNSなども使いながら、それぞれにわがまちの良さをアピールします。話題性の創出が誘客にもつながることから、あらゆる視点から話題の種となる魅力要素の発掘や情報発信に努めます。

A1 デジタルメディアを活用した観光PR	主な事業名
①事前リサーチや現地での情報検索機能など、利用者のニーズに合わせた最新のデジタルメディアの潮流に適合した観光情報データの構築を図ります。	・観光情報発信事業
②SNS等のツールを活用し、訪れた観光客の感想や地域の人々の声などを通じた観光情報の発信を展開します。	・観光情報発信事業 ・シティプロモーション推進事業

A2 効果的な紙媒体の活用	主な事業名
①テレビ、新聞などマスメディアへの話題提供により取材を呼び込み、また、女性誌をはじめ雑誌媒体により、特に若者や女性などにターゲットを絞った情報発信に努めます。	・観光情報発信事業
②パンフレットやチラシ、フリーペーパー、目的別マップなど紙媒体を活用した情報発信に努めます。	・観光情報発信事業 ・観光案内事業 ・土浦フィルムコミッション事業

A3 観光イメージ戦略の展開	主な事業名
①業界関係者に強く働きかけ、映画やテレビ番組等の口ケを誘致することで、映像を通じた魅力発信と認知度向上を図ります。	・土浦フィルムコミッション事業
②シティプロモーション事業を継続的に取り組み、その魅力を幅広くかつ戦略的に内外に発信することで、本市のイメージアップを図ります。	・観光情報発信事業 ・シティプロモーション推進事業
③観光情報誌や新聞、その他様々な媒体を使い、本市のイメージアップにつながる情報配信を行います。	・観光情報発信事業

A4 観光情報発信拠点の整備充実	主な事業名
①きらら館、土浦駅観光案内所、まちかど蔵、小町の館、図書館等における常設の情報発信拠点の機能強化を図るほか、市外の交通結節点(東京や空港)での情報発信を行います。	・観光案内事業 ・情報ステーション
②主要幹線道路における観光案内や誘導のための標識の充実を図るとともに、まちなかの回遊を促すための案内標識・サインの整備を進めます。	・観光案内事業 ・公共サイン・観光案内板整備事業
③市情報発信のポータルサイトとして、市観光協会のHPの充実を図ります。	・観光情報発信事業

A5 人を惹きつける観光情報コンテンツづくり	主な事業名
①WEB上での各種情報発信における動画等のコンテンツの充実を図ります。	・観光情報発信事業 ・シティプロモーション推進事業
②新たな身近な観光情報の発掘と情報掲載、新たな観光メニューの開発を進めます。	・各地のイベントにおける観光キャンペーン
③「VR(仮想現実)」「AR(拡張現実)」「MR(複合現実)」などの技術を活用したコンテンツの充実を図ります。	・各地のイベントにおける観光キャンペーン

B 「観光交流人口」の増大

様々なきっかけで人を呼び込み、観光交流の人口の増加を目指します。イベントを通し、一過性でなくリピーターとなってもらえるような働きかけを行い、ネット社会の多様なつながりを生かして、土浦のファンを増やし、交流の拡大につなげます。

B1 様々な交流活動やフェア等への参加による観光誘客活動の展開	主な事業名
①姉妹都市・友好都市等全国各地で実施される観光物産フェアなどに参加し、本市の魅力を発信することで誘客促進を図ります。	・観光情報発信事業 ・各地のイベントにおける観光キャンペーン
②首都圏での観光PRキャラバンや都市間交流活動等に積極的に参加し、マスコットキャラクター「つちまる」など、市の様々な魅力を紹介し、本市への誘客促進を図ります。	・観光情報発信事業 ・各地のイベントにおける観光キャンペーン
③民間事業者や市民のつながりによる活動を支援し、交流を通じた市の魅力発信と誘客促進を図ります。	・観光ボランティアガイド事業 ・土浦カレーフェスティバル事業

B2 土浦市を応援する「ファン(関係人口・交流人口)」づくり	主な事業名
①ふるさと納税による返礼品の提供とともに、土浦市の魅力の発信や来訪のお誘いなど、つながりを作りながら、関係人口・交流人口の拡大を図ります。	・シティプロモーション推進事業 ・観光ボランティアガイド事業
②市外の人々が特定のプロジェクトを応援する「クラウドファンディング」などの仕組みを通じて、関係人口・交流人口の拡大を図ります。	・シティプロモーション推進事業
③来訪時の体験と来訪後のネット購入などがセットになった商品やサブスクリプション型の商品の開発を促進します。	・(仮)感動体験商品化プロジェクト事業
④地域の暮らしを体験・学習する観光コンテンツの中で、地域の人々と交流できる機会を設けることで、関係人口・交流人口の拡大を図ります。	・(仮)地域交流体験商品化プロジェクト事業

(2)社会環境の変化に合わせた資源の活用

C「社会環境変化」に対応した観光メニュー作り

観光行動傾向、インバウンド需要等の動向を見極め、グローバリズムとローカリズムの両立を考慮し、サービスや観光メニューを提供します。また、サイクリングを、健康志向の観点からも新たなメニューとして捉え、普及・拡大を図ります。

C1「地域の宝」を生かしたアウトドアスポーツツーリズムコンテンツの充実	主な事業名
①霞ヶ浦から筑波山麓まで、本市ならではの水と緑の観光資源を活用したアウトドアスポーツツーリズムを、時代のニーズに合わせ、国内各地からも訪問客を呼び込めるような観光コンテンツとして充実を図ります。	・ジオパーク推進事業
②霞ヶ浦や筑波山麓のダイナミックな自然を体感しながら、「アウトドア×歴史文化」「アウトドア×食」「アウトドア×里山体験」といったアウトドア+αの視点での独自コンテンツの開発を促進します。	・ジオパーク推進事業 ・小町の館体験講座事業
③旅行代理店やアウトドアメーカー等の専門企業との連携強化により、観光やアウトドアスポーツのプロの力を借りながら、本市の強みを生かしたアウトドア・コンテンツづくりを進めます。	・(仮)地域交流体験商品化プロジェクト事業

C2「地域の宝」を生かしたテーマ型ツーリズムコンテンツの充実	主な事業名
①本市の「地域の宝」となっている自然的・文化的資源などを組み合わせ、「美」「眺望」「味わい」など旅行者に感動を与えられる本市ならではのコンテンツをつくり、体験・交流・学習型プログラムを含んだ旅行の商品化を進めます。	・ジオパーク推進事業 ・小町の館体験講座事業 ・小さな旅事業
②「地域の宝」である歴史・文化・自然・(伝統)産業等の資源と組み合わせ、「観て学ぶ」「体験して学ぶ」という学習型の観光で知的好奇心を高めるテーマ性のあるツアー等の開発とPRなどを推進します。	・ジオパーク推進事業 ・工場見学事業

C3 多様な人のニーズに合わせた新たなツーリズムコンテンツへの対応	主な事業名
①若者から引退したシニア世代、様々な国から訪れる外国人、子育て中のファミリー、出張中のビジネスマンなど、訪問者の嗜好やニーズに応じて観光コンテンツをカスタマイズし(趣味性の高いコンテンツや全天候型のコンテンツ・隙間時間で楽しめるコンテンツなど)、情報発信するなど、積極的にアピールします。	・観光情報発信事業 ・土浦市散走ツアー事業
②仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行(ワーケーションやプレジャー)を「新たな旅のスタイル」として捉え、その環境整備の促進などを図り、新たな旅行需要の獲得に取り組めます。	・観光情報発信事業 ・土浦市散走ツアー事業

③サブカルチャーをテーマとしたコンテンツツーリズム(フィルムツーリズム・アニメ・マンガの舞台をめぐる聖地巡礼など)について、新たな観光資源としての活用を図ります。	・観光情報発信事業 ・(仮)観光コンテンツ造成事業
④その他ダークツーリズム(戦争歴史遺産を巡る観光)やバーチャルツーリズム(ICTを利用した行かない観光)など、「〇〇ツーリズム」として注目される新たな観光スタイルについて、研究し、コンテンツ化を目指します。	・観光情報発信事業 ・(仮)観光コンテンツ造成事業
⑤インスタ映えスポット、パワースポット等の紹介など、市民感覚でのスポット紹介を通じ、自宅から1~2時間圏内の身近な観光であるマイクロツーリズムのポイントとなる新たな観光資源の発掘と活用を図ります。	・観光情報発信事業 ・シティプロモーション推進事業

C4 あらゆる人々のニーズにあわせる訪問地づくり	主な事業名
①案内標識や観光パンフレット等における外国語表記の充実を図りながら、翻訳アプリや多言語通訳サービス(災害時対応も含む)等の活用や各施設における研修機会の充実など外国人観光客の受け入れ体制の強化に努め、外国人観光客がいつでも不安なく円滑に行動できる環境を整えます。	・観光案内事業 ・公共サイン・観光案内板整備事業
②観光施設や宿泊施設、交通機関のユニバーサルデザイン化などハード分野の対応に加え、心のバリアフリー化を推進し、全てのお客様を快くおもてなしできる風土の醸成を図ります。	・バリアフリー特定事業の実施 ・こころのバリアフリー推進事業 ・公共交通特定事業
③デジタル化の普及に合わせ、観光客の利便性の向上と一層の増加を図るため、事業者のキャッシュレス決済やデジタルチケットの導入に向けての啓発に努めます。	・観光案内事業
④公共無線LANなどICTの環境整備や、観光ポイントにおける駐車場の整備を図ります。	・公共無線LAN事業 ・駐車場整備事業
⑤霞ヶ浦湖畔、ハス田など市内の観光ポイントを巡る周遊観光を促進するため、バス交通や観光タクシーなど公共交通機関による観光資源を巡る周遊ルートの設定や、観光MaaSなどの対応も視野に検索・予約・決済等を行えるサービスの導入などの検討を行います。	・公共交通案内ガイドブック、ホームページの作成
⑥JR常磐線の利便性の一層の向上に向けた要望活動を行うほか、成田空港、茨城空港やTX(つくばエクスプレス)からのアクセス条件向上のため、本市へのバス交通の充実促進を図ります。	・JR本社及び水戸支社に対する要望活動の実施 ・常磐線利用促進に向けた啓発活動の実施

D 「地域資源」のブランド化とネットワーク化

城・まち、湖、山、食、イベント、サイクリングなどの地域資源を観光資源として一層磨き、生かすための知恵と力を官民で出し合い、ブランド価値を高め、それらをネットワーク化することで魅力を提供していきます。立地条件を生かした資源活用の工夫などを進めます。

Da 「城・まち」資源の活用

Da1 ストーリーによる歴史コンテンツのイメージアップ	主な事業名
①有形・無形の歴史・文化資源を時代背景に合ったコンセプトでストーリー化し、食や自然景観など他の観光資源とともにパッケージ化し、観光コンテンツとして商品化を検討します。	・(仮)地域交流体験商品化プロジェクト事業
②市民の営みとともに受け継がれてきた歴史的風致として価値のある資源を活用し、これらをテーマとした観光周遊ルートの構築を図ります。	・中心市街地まちなか再生事業 ・ジオパーク推進事業
③寺社巡りや水神信仰、山岳信仰などの歴史発掘によるゆかりの地巡りなど、隠れた資源を活用した観光メニューの企画、提供などを検討します。	・かすみがうらウオーキング ・ジオパーク推進事業

Da2 城下町としての歴史資源の保全と多様な活用	主な事業名
①亀城公園(土浦城跡)について、建築物、濠、樹木などの保存、整備、防火対策等と観光資源としての有効活用に努めます。	・亀城公園整備・活用事業 ・土浦城址整備事業
②まちなかに点在する歴史的建造物について、登録文化財制度や景観計画に基づく景観重要建造物指定などを活用し、保全と観光的活用の検討を進めます。また、国や県の管理する歴史資源についても連携を図りながら活用します。	・「登録有形文化財」への登録推進事業 ・都市景観整備事業
③土浦市立博物館などで、歴史や文化を楽しんで学べる企画を催すなど、市民も含めて歴史的価値の紹介に努めます。	・特別展・テーマ展等事業(土浦市立博物館) ・企画展・特別展の開催(上高津貝塚)

Da3 まちの資源活用や空間演出によるブランド化	主な事業名
① 亀城公園(土浦城跡)など歴史的な観光資源を活用することで、歴史的景観の魅力向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・亀城公園整備・活用事業 ・土浦城址整備事業 ・上高津貝塚再整備事業
②まちかど蔵「大徳」、「野村」をまちのブランド化の重要拠点として、人の流れの中心となるよう、歴史的な建造物の価値と魅力を高めるとともに、機能やサービスの充実を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦まちかど蔵活用事業 ・まちかど蔵整備事業
③旧水戸街道をはじめ各種の街道ルートの案内充実等により、歴史散策、街道歩きのルートの普及を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦まち歩き学検定事業

Da4 美しいまちの景観とその魅せ場づくり	主な事業名
①景観計画の適切な運用により、まちの美しさの向上、景観の維持に努め、市民による美化活動の推進等により良好な景観の形成を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・景観計画改定事業 ・歴史まちづくり包括的支援事業
②川沿いの桜堤をはじめ桜の保護、育成を進めるとともに、花見スポットなどを結ぶ花のネットワーク(巡り路)づくりを進めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・県指定天然記念物「真鍋のサクラ」樹木管理事業 ・桜樹延命化事業

Db 「湖」資源の活用

Db1 霞ヶ浦の水に親しむ観光コンテンツの充実	主な事業名
①湖上の遊覧船の運航、帆曳船見学や屋形船、サイクルーズ事業などによる遊覧事業の充実を図り、霞ヶ浦ならではの魅力を満喫できるメニューの拡大を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ・誰でも楽しもう霞ヶ浦事業 ・土浦市サイクルーズ事業 ・観光帆曳船運航事業
②阿見町、稲敷市、潮来市、行方市、かすみがうら市等の湖岸拠点を結ぶ新規水上交通について研究を進めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント時の遊覧船運行事業
③釣りやセーリング、カヌー、SUPなどのウォーターアクティビティをアピールするとともに、利用環境向上に向けてトイレ等の各種利便施設の充実などを図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・(仮)霞ヶ浦湖畔環境整備事業 ・霞ヶ浦トリアスロンフェスタ

Db2 「ハス」をテーマとした観光コンテンツの充実	主な事業名
①湖岸に広がるハス田、ハスの花の風景を有力な観光資源と捉え、それらを巡る観光ルートの設定や魅力紹介、案内等に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング市内周遊観光事業 ・霞ヶ浦トリアスロンフェスタ
②霞ヶ浦総合公園にある「花蓮園」の適切な運営管理とともに、魅力をアピールします。	<ul style="list-style-type: none"> ・霞ヶ浦総合公園管理運営事業

Db3 霞ヶ湖畔の観光拠点機能の充実	主な事業名
①サイクリング拠点施設「りんりんポート土浦」周辺エリアを、観光客が訪れる魅力ある水辺空間として、官民連携により機能拡充を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦港周辺広域交流拠点整備事業
②霞ヶ浦総合公園については、風車や花壇などの維持管理に努めるほか、民間活力を生かしながらレストハウス「水郷」の機能拡充など、湖岸の観光拠点の魅力向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・霞ヶ浦総合公園管理運営事業

Db4 霞ヶ浦を活用したエコツーリズムの充実	主な事業名
①霞ヶ浦の水質浄化の施策と連携し、子どもから大人までを対象とした学習のための講座やセミナー等を実施するなど、体験を通じて環境に関する知識を更に深めたり、SDGsや国際基準に基づく「サステナブル」な考えを学ぶエコツーリズムの推進を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・泳げる霞ヶ浦市民フェスティバル ・目指せ！霞ヶ浦ドクター養成講座 ・湖上セミナー
②生態系など自然環境への配慮を図りながら、湖岸や河川敷を利用した親水公園や遊歩道、多自然型護岸、湖畔林などの適正な管理に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・茨城県霞ヶ浦環境創造事業推進協議会 ・湖岸プロムナードの管理(川口二丁目地内)

Dc 「山」資源の活用

Dc1 「小町の館」を中心とした観光交流の拡大	主な事業名
①小町の館及びその周辺を筑波山麓の観光の拠点として、周辺エリアの情報発信、各種おもてなしに関するサービスの充実に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・小町ふれあいの日、小町の里常陸秋そばフェア ・小町宵まつり
②小町の館の体験館を中心に、そば打ちや田植え、稲刈り等の里山を生かした各種の体験・学習活動を展開します。	<ul style="list-style-type: none"> ・小町の館体験講座事業
Dc2 筑波山麓や里山に点在する「地域の宝」の活用とネットワーク化	主な事業名
①小町の館及びその周辺地域に広がる里山空間を生かしながら、生活・文化・歴史の伝承と魅力の発信に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・無形民俗文化財保存・継承支援事業
②関係団体と連携しながら、朝日峠・小野越峠や里山空間をめぐるハイキング・ウォーキングルートについて、ルート上の環境整備や維持管理活動等を行い、利用促進を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・桜川エコアドベンチャーツアー ・都市公園等長寿命化事業(小野生活環境保全林散策路改修)
③筑波山地域ジオパークの見どころを観光拠点として活用し、自転車・ウォーキングによる様々な地域の宝を巡るルートづくりなど、コンテンツの充実に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・ジオパーク推進事業

Dd 「食」資源の活用

Dd1 農水産品の付加価値向上とブランド化	主な事業名
①土浦ブランドアッププロジェクト基本構想に基づき、農林畜水産物を活用した加工品の試作・販売、「土浦ブランド」の認定・PRなどにより、認知度の向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦ブランドアッププロジェクト推進事業 ・土浦土産品のPR ・加工品のイベントへの提供事業
②土浦ならではの食を楽しめる店舗情報や「お取り寄せ」などの通信販売に関する情報の充実を図り、食における「土浦ブランド」の魅力の発信を進めるとともに各種イベントを通し、土浦の産品をPRしていきます。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦ブランドアッププロジェクト推進事業 ・土浦市産業祭事業 ・れんこん料理フェア ・土浦カレーフェスティバル

Dd2 食文化の深化と食のまちづくりの推進	主な事業名
①土浦産の農林畜水産物の活用を図るため、関係団体等と連携しながら、市内産の食材を使用したメニュー開発及び市内飲食店におけるメニュー提供を促進します。	<ul style="list-style-type: none"> ・夏休みカレー教室事業 ・れんこん料理フェア ・小町ふれあいの日、小町の里常陸秋そばフェア
②土浦市出身者も在籍する「いばらき食のアンバサダー」や市内で活動する食生活改善推進員など、食のプロや食に関する関係団体を活用した事業の展開を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・(仮)土浦「食」のイメージアップ戦略事業
③土浦ならではの「お菓子やお土産」の創出に向けて、地域の風土をキーワードにした新たな名物の研究や開発・販売への支援を行います。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦名物弁当開発事業
④本市の食と公共交通機関等を組み合わせた観光プランなどを提供するとともに、名物グルメや隠れたローカルフード、本場の外国人が調理する各国料理、外国人客等の食文化、食習慣に対応した料理など様々なニーズに応じて、「食」のコンテンツを結び付けた特色ある観光周遊ルートを創出します。	<ul style="list-style-type: none"> ・小さな旅事業 ・土浦市散走ツアー事業
⑤土浦市の「食」の歴史・文化を生かした「つちうらカレー物語」の普及・拡大を図り、食によるまちづくりを推進することを目的に、市内のカレー事業者、関係市町村、団体及び市民が一堂に会する「土浦カレーフェスティバル」を開催します。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦カレーフェスティバル

De 「イベント」資源の活用

De1 「土浦全国花火競技大会」の魅力向上と波及効果追求	主な事業名
①プログラム構成の更なる充実を図りながら、効率的で効果的な運営体制の構築に努め、来場者の満足度の高い大会の開催運営に取り組みます。	・花火大会事業
②市内の食材店、飲食店などの事業者による花火関連商品の開発や花火関連イベントの企画・開催などにより、波及効果を高めていきます。	・花火大会事業
③市民と来訪者が交流する中で、花火の季節だけでなく、他の季節にも訪れてもらえるよう、多様なおもてなしや取組の検討を進めます。	・花火大会事業
④リスク管理の強化による安全性の向上と収益性の高い大会運営により、歴史ある土浦の花火の更なる深化に努めます。	・花火大会事業

De2 各種のまつり・イベントの継承発展	主な事業名
①年間スケジュールとして定着した各種まつり・イベントについては、関係団体等と連携により、プログラムの充実を図りながら、収益性と継続性を確保しつつ、波及効果が高まるよう取り組みます。	・土浦キララまつり事業 ・土浦桜まつり事業 ・土浦市産業祭事業 ・土浦市ウィンターフェスティバル事業
②湖や里山を舞台としたイベント、各種スポーツイベントなどについて、イベント当日に限らず継続的な集客や観光誘客につながるよう他の観光資源と併せて積極的な情報発信を行います。	・誰でも楽しもう霞ヶ浦事業 ・パブリックビューイング事業 ・かすみがうらマラソン兼国際ブランドマラソン ・かすみがうらウォーキング ・小町ふれあいの日、小町の里常陸秋そばフェア
③「食」や「歴史」「文化」などテーマ性のあるイベントや催し、体験・学習型プログラムなどについても、観光コンテンツの一つとして捉え、新たな企画を積極的に創り出し、PRを図ります。	・上高津貝塚どきどき体験 ・土浦ミュージアムセミナーの開催

De3 地域の伝統文化行事の継承	主な事業名
①日枝神社流鏝馬祭、からかさ万灯、田宮ばやしや市内の各地域で催される祭りや年中行事など、本市固有の伝統行事を観光文化資源として有効に活用できるよう、PRと集客を図るとともに、担い手確保を図りつつ継承に努めます。	・無形民俗文化財保存・継承支援事業

<p>②雛まつりや土浦薪能など、城下町の風情を引き立てる季節の祭の集客と継承に努めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦の雛まつり事業 ・土浦薪能の開催支援
--	--

De4 新たな魅力イベントの創出と盛り上げ	主な事業名
<p>①アートやフォトの関連イベント、まち(街道)歩きイベント、自然観察など、時代のニーズに即した新たな魅力を提供できるイベントの創出と盛り上げを図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・(仮)新たな観光活性化イベント創出事業
<p>②既存イベントについて、若い世代や外部の意見を取り入れながら、更に魅力が向上し、収益性や経済効果の高いイベントとなるようマーケティングの視点に立ってイベントの改善を図ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・(仮)既存イベント改善事業 ・霞ヶ浦トライアスロンフェスタ

Df「サイクリング」資源の活用

Df1 サイクリング拠点機能・サポート機能の強化・活用	主な事業名
①「PLAY atré TSUCHIURA」をサイクリストや市民の拠点、自転車を通じたまちづくりの拠点として、土浦駅及びその周辺と一体的に活用を図ります。	・水郷筑波広域レンタサイクル事業
②サイクリング拠点施設「りんりんポート土浦」を有効活用するとともに、公共と民間の連携により、飲食施設等を整備し、拠点機能の強化を図ります。	・土浦港周辺広域交流拠点整備事業 ・土浦港周辺広域交流拠点整備事業
③自治体による広域レンタサイクル事業を推進しつつ、民間事業者や関連協議会等によるレンタサイクル・シェアサイクルと連携しながら、ネットワークを接続するアクセスポイント機能の強化を図ります。	・レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)
④市内店舗等においてサイクリストを支援するサポートステーションの普及を図ります。	・レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)

Df2 サイクリング環境の整備充実	主な事業名
①河川堤防を活用した自転車道の整備及び管理や、まちなかの道路の自転車通行帯の確保など、安全で快適なルートづくりを進めながら、サイクリングネットワークの拡充を図ります。	・霞ヶ浦湖岸堤防の管理(手野町、田村町、沖宿町)
②つくば霞ヶ浦りんりんロードにおける休憩施設、トイレ等の整備を進め、走行環境の向上に努めます。また、サイクリストへの各種サービス、おもてなしの場としても有効活用できる取組を検討します。	・りんりんロード(虫掛、藤沢)休憩施設の管理
③民間事業者などの協力を得ながら市内の宿泊施設での自転車受け入れや休憩場所等の提供などサイクリスト対応の強化を促進し、市内滞在による経済効果の波及を図ります。	・レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)

Df3 自転車のまち土浦の普及促進と全国へのPR	主な事業名
①自転車を楽しむまちであることを市民にも周知し、市民自らが健康づくりの一環としても日常生活の中で自転車に親しめるよう、啓発や安全対策等の浸透を図ります。	・自転車乗り方教室開催事業
②つくば霞ヶ浦りんりんロードの整備やレンタサイクルの利用環境やサイクルステーション等の充実に合わせて、広域サイクリングだけでなく市内の自転車による周遊観光の誘導など、様々なパターンで自転車を楽しめるよう、コースメニューの設定とそのPRを推進します。	・サイクリング市内周遊観光事業 ・サイクリング情報発信事業
③土浦市散歩ツアーやサイクルーズ、サイクリングスタンプラリーなど、サイクリング関連イベントの開催、充実により、サイクリング拠点のまちとしての魅力増進を図ります。	・土浦市散歩ツアー事業 ・霞ヶ浦トライアスロンフェスタ

④サイクリングと霞ヶ浦クルージングを組み合わせた「サイクルーズ」の充実を図ります。また、公共交通機関を利用して、自転車とともに来訪できる仕組みについて検討します。

・土浦市サイクルーズ事業

E 「広域観光連携」の推進

広域交通網の充実により、国や県、周辺市町村や関係団体との連携を強化し、効果的な広域事業の展開を進めるとともに、本市の個性、独自性を引き立たせながら観光の幅を広げる取組を推進します。

E1 広域観光連携の推進と拡大	主な事業名
①いばらき観光キャンペーン推進協議会や水郷筑波国定公園協会、霞ヶ浦広域観光ルート促進協議会等、観光広域団体の活動の充実、連携強化を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・水郷筑波国定公園協会事業 ・霞ヶ浦広域観光ルート促進協議会事業 ・いばらき観光キャンペーン推進協議会への参画
②鉄道事業者及びバス事業者等の交通事業者との連携などにより、周辺地域に点在する観光資源をネットワーク化し、広域的な連携組織を活用することで、更なる地域の魅力向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・水郷筑波広域レンタサイクル事業 ・霞ヶ浦広域サイクルーズ事業 ・常磐線利用促進に向けた啓発活動の実施 ・TX(つくばエクスプレス)延伸事業
③県や周辺市町村との情報の共有や共同キャンペーンの実施、歴史資産を活用したツアーの検討など、柔軟な連携による事業展開を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・各地のイベントにおける観光キャンペーン
④各種協議会への参画などを通じ、圏央道や北関東自動車道により移動時間が短縮された北関東各県や千葉、福島、神奈川等の各県との新たな連携関係の構築を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・霞ヶ浦広域観光ルート促進協議会事業

E2 広域観光エリアの充実に向けた取組の推進	主な事業名
①「いばらき自転車活用推進計画(第2次)」に基づき、サイクリングの広域ネットワーク化を推進します。	<ul style="list-style-type: none"> ・水郷筑波広域レンタサイクル事業 ・霞ヶ浦広域サイクルーズ事業
②筑波山地域ジオパーク推進協議会での活動を中心に、広域連携のもとで同ジオパーク全体を活性化する活動の展開を進めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・ジオパーク推進事業

(3)市民参加と観光のビジネス化

F「市民・事業者」の主体的な力の育成

市民や事業者、行政が観光客を温かく迎え、交流の質を高めようとする「おもてなし」の意識の醸成を図ります。

F1 市民自らの土浦の学習とおもてなし意識の醸成	主な事業名
①市民自身が土浦を知り、語ることができるようになることで、おもてなし意識を醸成する内容を市民の生涯学習の中に、プログラム化するなど、学習活動を支援します。	<ul style="list-style-type: none"> ・古文書講座の開催 ・縄文土器作り・縄文の布作り講座等の講師、協力
②城・まち、湖、山などに関連する学習プログラムを推進するなど、市民ツアーなど市民が楽しみながら学び、地元への理解を高める仕組みを展開します。	<ul style="list-style-type: none"> ・湖上セミナー ・土浦ミュージアムセミナー ・公民館講座事業 ・キララちゃんバスで行く「路線バスの旅」
③土浦まち歩き学や土浦郷土かるたなどの取組を推進し、シビックプライドの醸成を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦まち歩き学検定事業 ・土浦郷土かるた子ども会対抗中央大会
④学校や土浦市立博物館・上高津貝塚、図書館などでの郷土学習を充実させ、シビックプライドの向上と将来の人材育成を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生水の情報交流会 ・中学生水環境研修会 ・土浦ミュージアムセミナー ・展示ホールはたおり体験講座の開催(土浦市立博物館) ・夏休み子ども講座(図書館) ・子ども郷土研究事業(上高津貝塚)

F2 市民主導のおもてなし組織体制の構築と強化	主な事業名
①観光ボランティアガイドが効果的な活動ができる環境づくりを支援します。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイドとの連携
②NPO法人まちづくり活性化土浦などの市民団体の組織的活動を支援し、おもてなしの意識の醸成を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・サウンド蔵つちうらムーンライトコンサート ・つちうらハロウィン ・つちうら亀の市事業 ・土浦名店街復活プロジェクト ・亀城モール活用事業

<p>③地域の案内など、旅行者と地域の人をつなぐことのできるコンシェルジュの育成に向けて、自発的に観光案内ができる人材や語り部の活用など、市民自らが案内や情報発信ができる取組を支援します。</p>	<p>・観光ボランティアガイドとの連携</p>
<p>④ホスピタリティのある受け入れ体制の充実に向けて、市民・事業者・行政が連携して進められるよう、国内旅行者や海外からの旅行者による土浦観光に関するレビュー(良い点・改善点の情報)を関係者で課題を共有し、改善に結びつける仕組みづくりの構築を図ります。</p>	<p>・観光ボランティアガイドとの連携</p>

G 「観光業」の活性化と経済循環の構築

観光を、地域経済の構成における重要な「産業」と認識し、農業や商工業などの各産業との連携を強化する中で、観光業を含めた地域経済循環構造の構築を推進します。

G1 観光関連産業の活性化	主な事業名
①市内の販売業、飲食業、バスやタクシーなどの交通業、宿泊業など、観光客が接する産業分野の事業者が、商品開発やサービスの向上、新サービスの創出などに努め、観光を経済活性化につなげます。	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくり活性化バス利用促進事業 ・まちづくり活性化バス運行支援事業 ・公共交通特定事業
G2 産業間コラボレーションによる価値創造	主な事業名
①「土浦市産業祭」を、異業種間交流の場、連携のきっかけの場とも位置づけ、産業の振興を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦市産業祭事業
②6次産業化の試みとして、れんこん農家や飲食店、食品加工業等の事業者のコラボレーションによる新加工商品、名物弁当などの開発、販売の支援を検討し、ブランド力の向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦名物弁当開発事業 ・加工品のイベントへの提供事業 ・土浦名物弁当開発事業
③本市の農林水産物の資源を活用した物産等を製造販売する各事業者の販路開拓を観光と連携させ誘客につなげるとともに、市内外での新たな販売拠点の設置、運営などを検討します。	<ul style="list-style-type: none"> ・土浦ブランドアッププロジェクト推進事業 ・土浦カレーフェスティバル
G3 観光地土浦の売り込み	主な事業名
①旅行代理店等との連携関係を強化し、本市を目的地とした、多くの観光消費を促す旅行商品等の企画、開発を促進します。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報発信事業
②旅行会社や代理店に対し、市を訪問する観光客に“響く”情報や企画の提供及び訪問営業を行い、新たな観光商品の開発、来訪者の増加を促進します。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報発信事業

第5章 計画の実現に向けて

(1) 計画の推進体制と役割分担

(2) 計画の進行管理

第5章 計画の実現に向けて

(1) 計画の推進体制と役割分担

① 計画の推進体制

観光振興の推進は、行政だけで対応できるものではなく、市民や観光関連団体、事業者等が各々の役割を認識し、各主体間における協働と連携による取組を進めていく必要があります。

市民	<ul style="list-style-type: none">・市民一人ひとりが土浦の魅力を見直し、市民の郷土への誇りと自信を育みながら、市内外の交流や地域全体の活性化につながるよう旅行者や訪問者との交流を深めます。・来訪者を温かく迎えるホスピタリティあふれる環境づくりに努め、地域活動・地域を活性化するイベントなどへの協力や参加、積極的な情報発信を行います。
観光関連団体 事業者	<ul style="list-style-type: none">・市の観光を支えるのは観光関連団体・事業者であり、各団体・事業者が持つアイデアやノウハウを生かしながら、魅力ある商品づくりと質の高いサービスの提供を推進します。・事業者相互の連携を図りながら、人のつながりによる観光振興を図るとともに、行政・観光協会が連携・協力し、賑わいや活力あふれるまちづくりに努めます。
行政	<ul style="list-style-type: none">・市の観光に関する取組に積極的に参加してもらうため、市民や各団体・事業者を支援する仕組みや環境づくりに努めます。・DMO(観光地域づくり法人)など、行政と市民や各団体・事業者をつなぐ組織を構築するとともに、取組の適切な進捗管理と観光の基盤整備を行います。・国や茨城県、近隣自治体等との連携により、広域での観光事業を進めます。

②役割分担 — 戦略プログラム(主要事業)の想定される担い手

戦略プログラム(主要事業)の担い手を次のように想定します。互いに密に連携を図りつつ、それぞれが期待される役割を担いながら、計画の実現に向けて取り組んでいくこととします。

戦略プログラム(主要事業)			
1 積極的情報 発信による 集客促進	A 情報発信による 魅力アピール	A1 デジタルメディアを活用した観光PR	
		A2 効果的な紙媒体の活用	
		A3 観光イメージ戦略の展開	
		A4 観光情報発信拠点の整備充実	
		A5 人を惹きつける観光情報コンテンツづくり	
2 社会環境の 変化に合わ せた資源の 活用	B 「観光交流人口」 の増大	B1 キャンペーンやフェアへの参加、様々な交流活動を通じた観光誘客活動の展開	
		B2 土浦市を応援する「ファン(関係人口・交流人口)」づくり	
		C 「社会環境変化」 に対応した観光メ ニュー作り	C1 「地域の宝」を生かしたアウトドアスポーツツーリズムコンテンツの充実
			C2 「地域の宝」を生かしたテーマ型ツーリズムコンテンツの充実
			C3 多様な人のニーズに合わせた新たなツーリズムコンテンツへの対応
C4 あらゆる人々のニーズにあわせる訪問地づくり			
D 「地域資源」のブ ランド化とネットワ ーク化	Da 「城・まち」 資源の活用	Da1ストーリーによる歴史コンテンツのイメージアップ	
		Da2城下町としての歴史資源の保全と多様な活用	
		Da3まちの資源活用や空間演出によるブランド化	
		Da4美しいまちの景観とその魅せ場づくり	
	Db 「湖」資源 の活用	Db1霞ヶ浦の水に親しむ観光コンテンツの充実	
		Db2「ハス」をテーマとした観光コンテンツの充実	
		Db3霞ヶ浦湖畔の観光拠点機能の充実	
		Db4霞ヶ浦を活用したエコツーリズムの充実	
	Dc 「山」資源 の活用	Dc1「小町の館」を中心とした観光交流の拡大	
		Dc2筑波山麓や里山に点在する「地域の宝」の活用とネットワーク化	
	Dd 「食」資源 の活用	Dd1農水産品の付加価値向上とブランド化	
		Dd2食文化の深化と食のまちづくりの推進	
	De 「イベント」 資源の活用	De1「土浦全国花火競技大会」の魅力向上と波及効果追求	
		De2各種のまつり・イベントの継承発展	
		De3地域の伝統文化行事の継承	
		De4新たな魅力イベントの創出と盛り上げ	
	Df 「サイクリ ング」資源の活 用	Df1サイクリング拠点機能・サポート機能の強化・活用	
		Df2サイクリング環境の整備充実	
		Df3自転車のまち土浦の普及促進と全国へのPR	
	E 「広域観光連携」 の推進	E1 広域観光連携の推進と拡大	
E2 広域観光エリアの充実に向けた取組の推進			
3 市民参加と 観光のビジネ ス化	F 「市民・事業者」 の主体的な力の育 成	F1 市民自らの土浦の学習とおもてなし意識の醸成	
		F2 市民主導のおもてなし組織体制の構築と強化	
	G 「観光業」の活性 化と経済循環の構 築	G1 観光関連産業の活性化	
		G2 産業間コラボレーションによる価値創造	
		G3 観光地土浦の売り込み	

	政策企画課	広報広聴課	環境保全課	商工観光課	農林水産課	都市計画課	都市整備課	公園・施設管理課	道路管理課	生涯学習課	文化振興課	スポーツ振興課	団体	市民	事業者	
A1		○		○									○	○	○	A1
A2		○		○									○		○	A2
A3		○		○						○	○					A3
A4		○		○		○	○			○	○					A4
A5		○		○									○		○	A5
B1				○	○								○		○	B1
B2	○	○		○									○	○		B2
C1	○			○									○		○	C1
C2				○	○					○	○		○		○	C2
C3	○			○							○		○		○	C3
C4				○		○										C4
Da1				○		○				○	○		○			Da1
Da2				○		○				○	○		○			Da2
Da3				○		○		○	○	○	○		○			Da3
Da4				○		○				○	○		○			Da4
Db1			○	○							○	○	○		○	Db1
Db2				○	○			○								Db2
Db3				○		○	○	○				○				Db3
Db4			○	○									○			Db4
Dc1			○	○						○	○					Dc1
Dc2			○	○				○	○		○		○		○	Dc2
Dd1				○	○								○		○	Dd1
Dd2				○	○								○		○	Dd2
De1				○							○		○		○	De1
De2				○	○					○	○	○	○	○	○	De2
De3				○						○	○		○	○	○	De3
De4	○			○									○		○	De4
Df1	○			○		○	○						○		○	Df1
Df2	○			○		○	○	○	○							Df2
Df3	○			○									○		○	Df3
E1	○			○							○		○		○	E1
E2	○			○	○		○						○			E2
F1			○	○						○	○	○	○			F1
F2				○									○	○	○	F2
G1				○		○							○		○	G1
G2				○	○								○		○	G2
G3		○		○									○		○	G3

(2)計画の進行管理

①計画の推進体制

本市の観光の目指す姿を実現するためには、計画に基づく施策や事業の推進について進捗管理を行う必要があるため、各施策の具体的な取組状況の把握やPDCAサイクルに基づく評価・検証を行います。

また、様々な社会情勢の変化を踏まえ、必要に応じてリーディングプログラム(重点施策)や戦略プログラム(主要事業)の見直しを行っていくこととします。

②計画の管理

計画の推進にあたっては、基本コンセプト「魅力を活力に… 多彩な連携による観光のまちづくり」の実現に向けた目標指標を設定し、定期的に数値を測定し、確認・評価していくことが重要です。

そのため、計画全体及び取組の柱に紐づく目標指標の設定により、基本コンセプトの実現に向けて、総合的かつ体系的な観点から、計画の管理を図っていくものとします。

《計画全体の目標指標(第2章 p.45-46 再掲)》

1)土浦市全体の観光入込客数

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
1,318,660人	1,518,100人	約199,400人 UP↑

2)市内の宿泊者数

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
95,762人	121,100人	約25,200人 UP↑

3)休日の歩行者・自転車交通量

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
21,166人/日	26,270人/日	約5,100人/日 UP↑

4)“茨城県内における認知度向上”地域ブランド調査におけるランキング順位

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
県内順位4位	県内順位3位以上	県内順位を1ランク以上UP↑

《体系別の目標指標》

1 積極的情報発信による集客促進

1-① 滞在人口

市内の滞在人口は、全体としては減少傾向にありますが、目標としている観光入込客数の増加を踏まえ、休日の滞在人口の伸びを想定し、各種施策の効果等により目標年度における滞在人口の達成を目指します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
121,039人	126,000人	約5,000人 UP↑

※滞在人口：スマホアプリから収集した位置情報を日本総人口規模に換算することで各地の滞在人数を把握できる人流データのこと。ある時点において、ある場所に滞在している人口を推計したもの。数値は、休日・平日の10:00及び14:00のデータを平均した値を採用。

2 社会環境の変化に合わせた資源の活用

2-① 市内の外国人宿泊者数

平成29年度(当初実績)3,482人から平成30年度には3,919人と目標値を達成しましたが、その後、コロナの影響で大幅に減少し、令和4年度では平成29年度の実績の約1割まで回復しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初計画で設定した計画期間10年での伸び率11%増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
367人	3,900人	約3,500人UP↑

2-② まちかど蔵「大徳」売店での購買者数

平成29年度(当初実績)6,472人から平成30年度には7,068人と約1割増加しました。その後、大幅減少したものの、令和4年度では平成29年度の約9割まで回復しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初計画で設定した計画期間10年での伸び率40%増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
5,877人	9,000人	約3,100人UP↑

2-③市内サイクル施設利用者数

平成30年度(推計)13,703人から平成31年度には20,930人となり、目標値の3割程度を達成しましたが、その後、コロナ禍においては大きな影響はみられず、若干減少した程度で推移しています。市内の広域レンタサイクルでの貸出し数も倍増しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初計画で設定した計画期間10年での伸び率367%増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
19,321人	64,000人	約44,700人 UP↑

2-④ 飲食店情報(全てのジャンル)の閲覧数(令和元年同週比)

土浦市の飲食店(全てのジャンル)閲覧数(令和元年同週比)は、新規店舗の開店などで一時的にプラスに転じることもあります。コロナ禍以降、全体的にはマイナスの傾向が進み、右肩下がりの状態となっていることから、下げ止まりを図っていくことを目標とします。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
-70.5% (令和4年度3月最終週)	-70.5%以上	下降を上昇傾向にUP↑

※飲食店情報の閲覧数:データは、内閣府が提供する地域経済分析サイトV-RESASより。月間利用者数4,000万人の「Retty」が保有する食のビッグデータ基盤「Food Data Platform」より各種飲食店情報、閲覧数をデータ化しており、令和元年同週からの変動を数値化している。

3 市民参加と観光のビジネス化

3-① 観光ボランティアガイド登録者数

平成29年度(当初実績)32人から平成30年度には36人と約1割増加しました。その後、令和3年度には30人まで減少しましたが、令和4年度では6人増加しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初計画で設定した1年あたり1人増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
36人	45人	9人 UP↑

3-② 本市の観光に対し「非常に満足」、「やや満足」している観光客の割合

平成29年度(当初実績)64.1%以降、概ね60%前後となっています。令和4年度では当初実績の約9割まで回復しています。そのため、第2次計画(改訂版)においては当初計画で設定した計画期間10年での17.5%増を目標とした値を継承します。

実績 (令和4年度)	目標 (令和10年度)	備考
59.7%	80.0%	約20%UP↑

資料編

- (1)観光に関する意識調査
- (2)計画策定時の観光事業一覧
- (3)土浦市観光戦略推進会議要綱
- (4)土浦市観光戦略推進会議委員名簿
- (5)計画策定体制
- (6)策定経過
- (7)用語の解説

(1)観光に関する意識調査

①アンケート調査概要

	来訪者向け 意向調査	市外在住者等向け 意向調査	サイクリスト向け 意向調査
目的	市来訪者を対象に、市内を訪れる方が何に興味をもたれているのか、何を楽しみにやってくるのか、来訪者の求める興味関心事を把握するとともに、市のおもてなしの評価を行うために実施した。	市の観光に関連するサイト（観光協会HP等）を利用する方に対し、土浦市の観光情報を収集する手段や情報、観光行動の種類についてたずね、市の観光情報を得るユーザーにとって、市の観光情報サイトなどはどのように活用されているのか、市の観光情報サイトを利用する方々の特性を把握するために実施した。	市内のサイクル施設の利用者に対し、サイクリングの目的やコース・所要時間をたずね、今後の観光振興に何が求められるかを把握するために実施した。
実施方法	観光施設や宿泊施設にて調査票を配布・回収（WEB回答も可） ※WEB（意向調査フォーム）はGoogle Formsで作成	観光協会等のサイト（HP、twitter）上から意向調査フォームへリンクし回答	サイクル施設にて調査票を配布・回収（WEB回答も可）
実施期間	令和5年7月中下旬～8月23日		
調査対象者	下記施設を訪れた人（市民も含む） [宿泊施設]ホテルマロウド筑波、東横INN土浦駅東口、ベルズイン土浦、ライフイン土浦駅東（現ホテルクラウンヒルズ土浦駅東）、星野リゾートBEB5土浦 [観光施設]まちかど蔵、小町の館、上高津貝塚ふるさと歴史の広場、土浦市民ギャラリー、ラクスマリーナ、りんりんポート土浦	観光協会HP、花火大会HP、シティプロモーションHP、市SNS、等の閲覧者	市内の下記サイクル施設を利用し、市内等を自転車で周遊する利用者 [サイクル施設]まちかど蔵、小町の館、星野リゾートBEB5土浦、ラクスマリーナ、りんりんポート土浦、ル・サイク土浦、GIGA-TECHS MOTORS、KT auto motor hobby レンタルガレッジ店、シェアサイクル「関鉄Pedal」
回収数	回収数：200票（用紙記入：163票、WEB回答37票）	回収数：72票	回収数：80票（用紙記入：64票、WEB回答16票）
設問内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 訪問地の印象 ● 訪問地の満足度 ● 土浦市の観光についてのご意見やご要望 ● 年齢・性別・お住まい ● 来訪目的 ● 同行者のグループについて ● 来訪のきっかけ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今回の閲覧目的 ● 知っている観光コンテンツ ● 旅行・観光する目的 ● 旅行・観光に置いてあると行きやすい、行きたいと思うものについて ● 年齢 ● 性別 ● お住まい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今回の自転車に乗る目的 ● スタート地点までの交通手段 ● 今回のコース（移動ルート） ● 今回の自転車に乗る所要時間 ● 性別 ● 年齢 ● お住まい ● 土浦市の自転車観光についてご意見やご要望

②アンケート分析結果

1) 来訪者向け意向調査

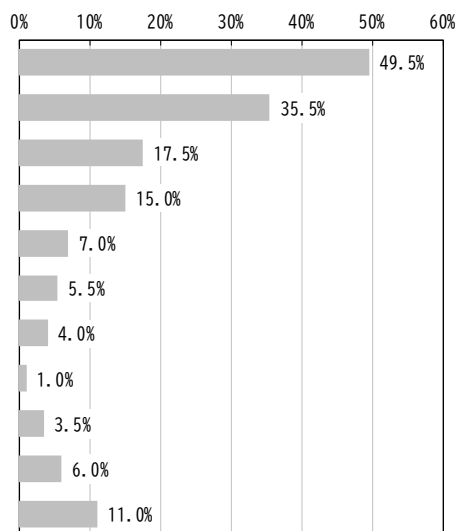
問1 今回の訪問で、どんなことが印象に残りましたか。(まだ、観光していない方は、どんなことに期待していますか。) 下記の表から、ジャンル(種別)と場所を選択し、回答欄に番号を記入の上その理由もご回答ください。[MA]

今回の訪問で印象に残ったジャンルをみると、「見る・知る」が49.5%で最も多く、次いで「体験する」が35.5%、「参加する」が17.5%となっている。
 今回の訪問で印象に残った場所をみると、「霞ヶ浦総合公園」が21.0%で最も多く、次いで「上高津貝塚」が18.5%、「霞ヶ浦環境科学センター」が13.5%となっている。

■印象に残ったジャンル

		票数	%
1	見る・知る	99	49.5%
2	体験する	71	35.5%
7	参加する	35	17.5%
6	遊ぶ	30	15.0%
5	泊まる	14	7.0%
3	味わう	11	5.5%
4	買う	8	4.0%
8	交流する	2	1.0%
9	その他	7	3.5%
10	特になし	12	6.0%
	無回答・無効	22	11.0%
	合計	311	155.5%

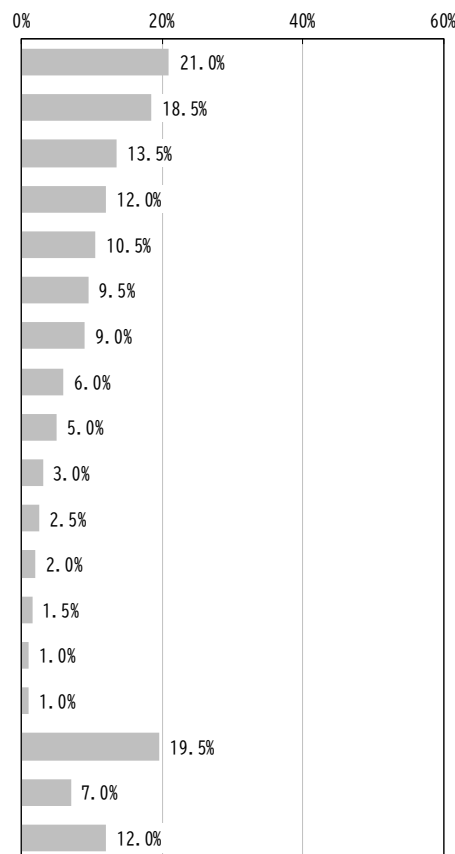
n = 200



■印象に残った場所

		票数	%
9	霞ヶ浦総合公園	42	21.0%
2	上高津貝塚	37	18.5%
10	霞ヶ浦環境科学センター	27	13.5%
6	PLAY atre 土浦	24	12.0%
8	霞ヶ浦	21	10.5%
13	小町の館	19	9.5%
7	つくば霞ヶ浦りんりんロード	18	9.0%
15	ハス田	12	6.0%
12	朝日峠展望公園	10	5.0%
3	市立博物館	6	3.0%
1	亀城公園	5	2.5%
5	土浦まちかど蔵	4	2.0%
4	旧街道沿いの寺社	3	1.5%
11	乙戸沼公園	2	1.0%
14	清滝寺	2	1.0%
16	その他	39	19.5%
17	特になし	14	7.0%
	無回答・無効	24	12.0%
	合計	309	154.5%

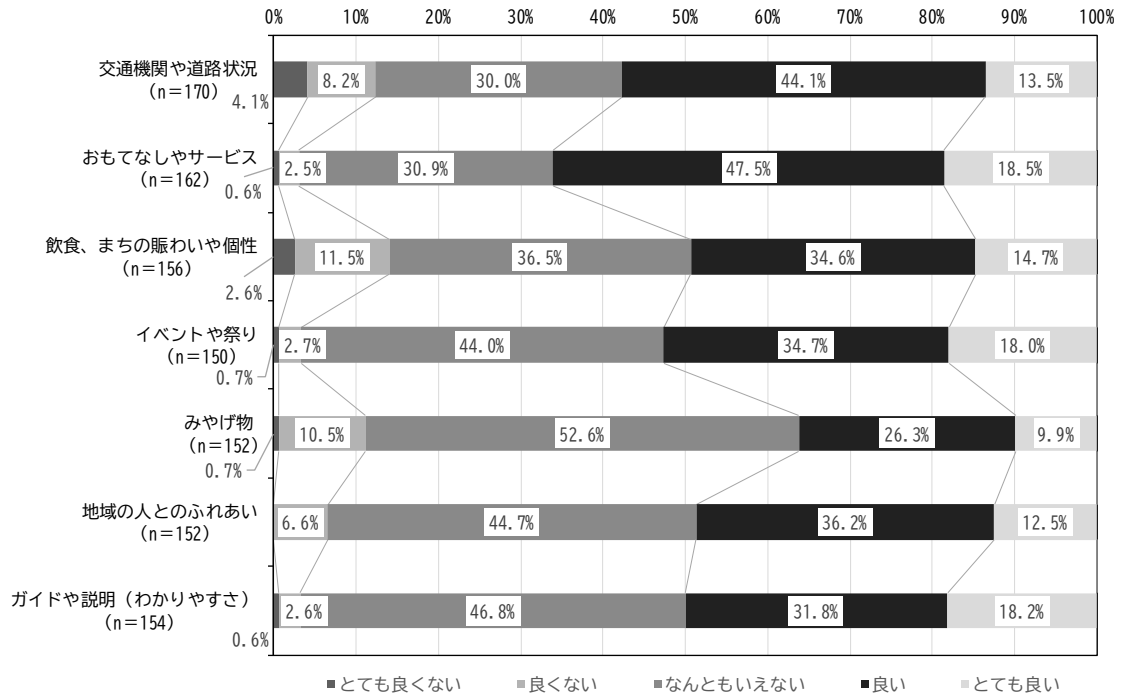
n = 200



問2 今回の訪問にあたり、訪問地としての満足度はいかがだったでしょうか。
 次の各項目のうち「とても良い」から「とても良くない」までの5段階で評価をお願いします。[SA]

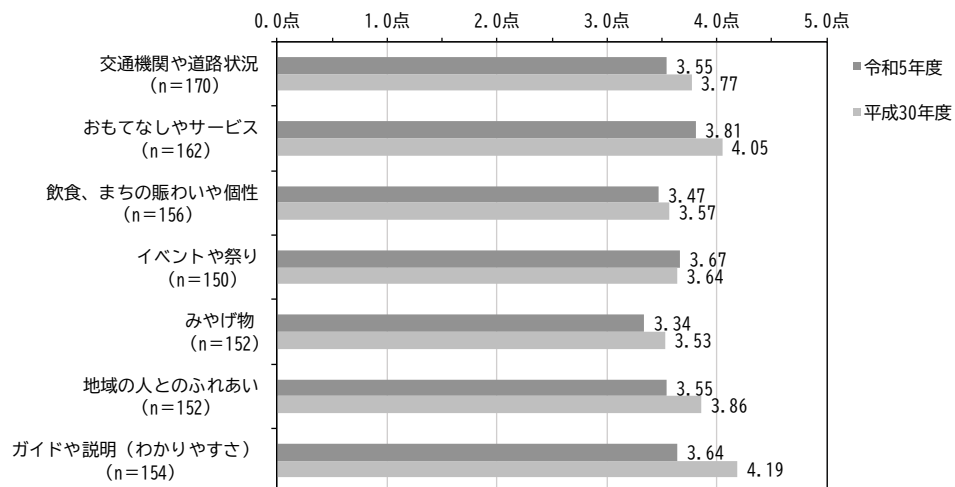
満足傾向が高い（「とても良い」「良い」）のは、「おもてなしやサービス」が66.0%と最も多く、次いで「交通機関や道路状況」が57.6%、「イベントや祭り」が52.7%となっている。
 不満傾向が高い（「とても良くない」「良くない」）のは、「飲食、まちの賑わいや個性」が14.1%と最も多く、次いで「交通機関や道路状況」が12.3%、「みやげ物」が11.2%となっている。
 前回意向調査結果と比較すると、「イベントや祭り」は0.03点増加したが、そのほかにおいては減点となっており、「ガイドや説明（わかりやすさ）」では0.55点、「地域の人とのふれあい」では0.55点減点している。

※下記グラフは、無回答を除いています



参考：5段階評価を平均値化した場合

※「満足度」の5段階（とても良かった、良い、なんとも、良くない、良くなかった）の回答結果を、「とても良かった=5点」「良い=4点」「なんとも=3点」「良くない=2点」「良くなかった=1点」に換算し平均値を算出した。（無回答・無効は除く）



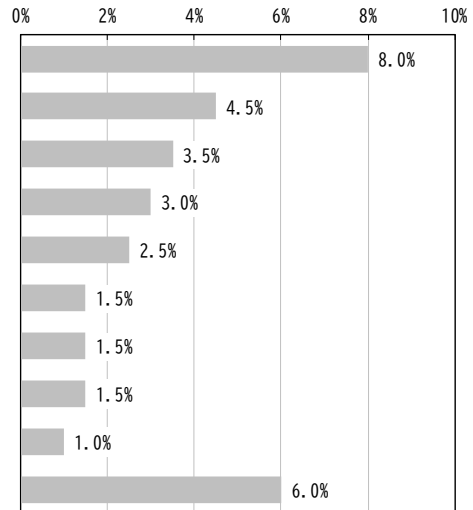
※nは令和5年度の回答者数

問3 土浦市の観光についてご意見やご要望をお聞かせください。[F A]

土浦市の観光については、「広報・PRの強化」が8.0%と最も多く、次いで「公共交通の充実」が4.5%、「観光スポット等の充実」が3.5%となっている。

		票数	%
1	広報・PRの強化	16	8.0%
2	公共交通の充実	9	4.5%
3	観光スポット等の充実	7	3.5%
4	サイン・案内の充実	6	3.0%
5	自転車利用について	5	2.5%
6	イベント等について	3	1.5%
7	食・土産物について	3	1.5%
8	駐車場について	3	1.5%
9	にぎわいについて	2	1.0%
10	その他	12	6.0%
	合計	66	

n = 200



問4 最後にあなたのことについてお書きください。

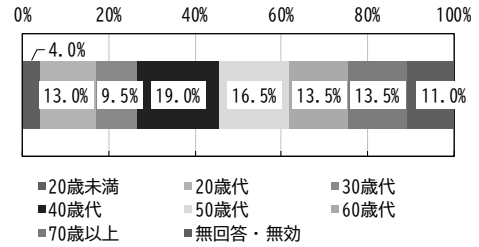
① 年齢・性別・住まいをお答えください。[SA]

年齢

年齢は「40歳代」が19.0%で最も多く、次いで「50歳代」が16.5%、「60歳代」「70歳代以上」が13.5%となっている。

		票数	%
1	20歳未満	8	4.0%
2	20歳代	26	13.0%
3	30歳代	19	9.5%
4	40歳代	38	19.0%
5	50歳代	33	16.5%
6	60歳代	27	13.5%
7	70歳以上	27	13.5%
	無回答・無効	22	11.0%
	合計	200	100.0%

n = 200

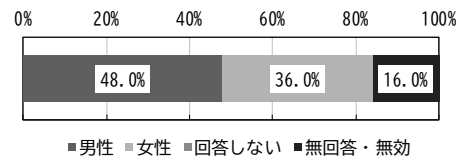


性別

性別は「男性」が48.0%、「女性」が36.0%となっている。

		票数	%
1	男性	96	48.0%
2	女性	72	36.0%
3	回答しない	0	0.0%
	無回答・無効	32	16.0%
	合計	200	100.0%

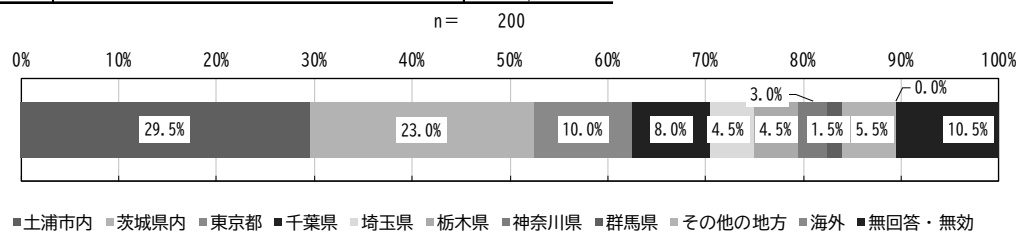
n = 200



お住まい

住まいは「土浦市内」が29.5%で最も多く、次いで「茨城県内」が23.0%、「東京都」が10.0%となっている。

		票数	%
1	土浦市内	59	29.5%
2	茨城県内	46	23.0%
7	東京都	20	10.0%
3	千葉県	16	8.0%
4	埼玉県	9	4.5%
5	栃木県	9	4.5%
8	神奈川県	6	3.0%
6	群馬県	3	1.5%
9	その他の地方	11	5.5%
10	海外	0	0.0%
	無回答・無効	21	10.5%
	合計	200	100.0%



■「茨城県内」の内訳

つくば市(10)、阿見町(8)、かすみがうら市(4)、水戸市(3)、ひたちなか市(2)、牛久市(2)、桜川市(2)、稲敷市(1)、大洗町(1)、常総市(1)、筑西市(1)、つくばみらい市(1)、美浦村(1)、守谷市(1)、龍ヶ崎市(1)、石岡市(1)、不明(6)

■「その他の地方」の内訳

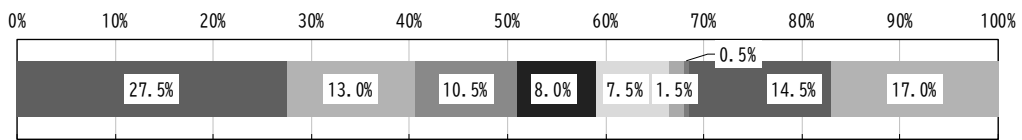
山梨県(2)、岩手県(1)、宮城県(1)、山形県(1)、新潟県(1)、滋賀県(1)、兵庫県(1)、山口県(1)

問4-② 今回の同行者はどのようなグループですか。[SA]

同行者は「家族・親族」が27.5%で最も多く、次いで「友人」が13.0%、「夫婦」が10.5%となっている。

		票数	%
1	家族・親族	55	27.5%
3	友人	26	13.0%
2	夫婦	21	10.5%
7	各種サークル	16	8.0%
5	職場の同僚	15	7.5%
4	恋人	3	1.5%
6	地域の団体	1	0.5%
8	その他	29	14.5%
	無回答・無効	34	17.0%
	合計	200	100.0%

n = 200



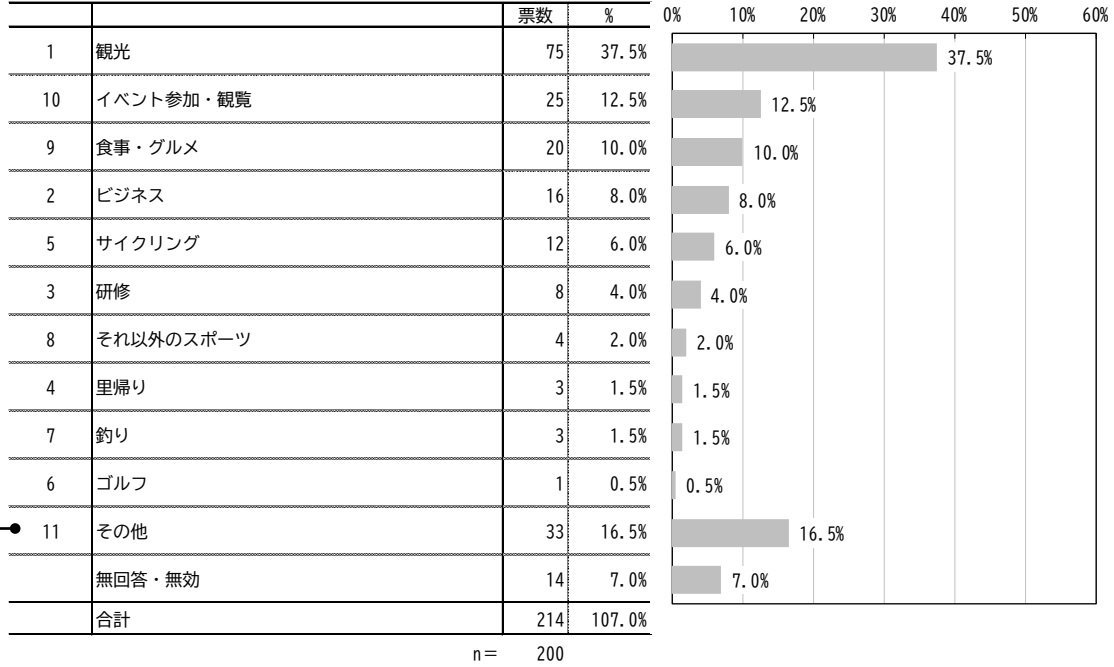
■ 家族・親族 ■ 友人 ■ 夫婦 ■ 各種サークル ■ 職場の同僚 ■ 恋人 ■ 地域の団体 ■ その他 ■ 無回答・無効

■ 「その他」の内訳

29人中18人は「一人」。他は「相撲巡業」や「古代織研究会」など

問4-③ 来訪目的を教えてください。【MA】

来訪目的は「観光」が37.5%で最も多く、次いで「イベント参加・観覧」が12.5%、「食事・グルメ」が10.0%となっている。

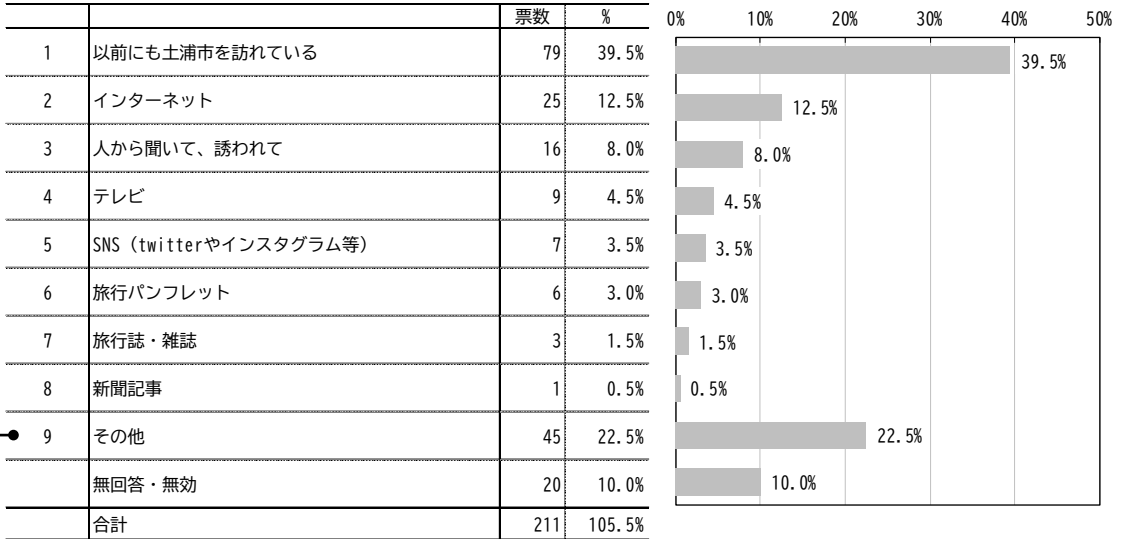


■「その他」の内訳

「職場体験」(4)、「土器づくりの会」(2)、「オープンキャンパス」(2)など

問4-④ 今回の土浦市への来訪のきっかけ（2つまで）【MA】

来訪のきっかけは「以前にも土浦市を訪れている」が39.5%で最も多く、次いで「インターネット」が12.5%、「人から聞いて、誘われて」が8.0%となっている。



n = 200

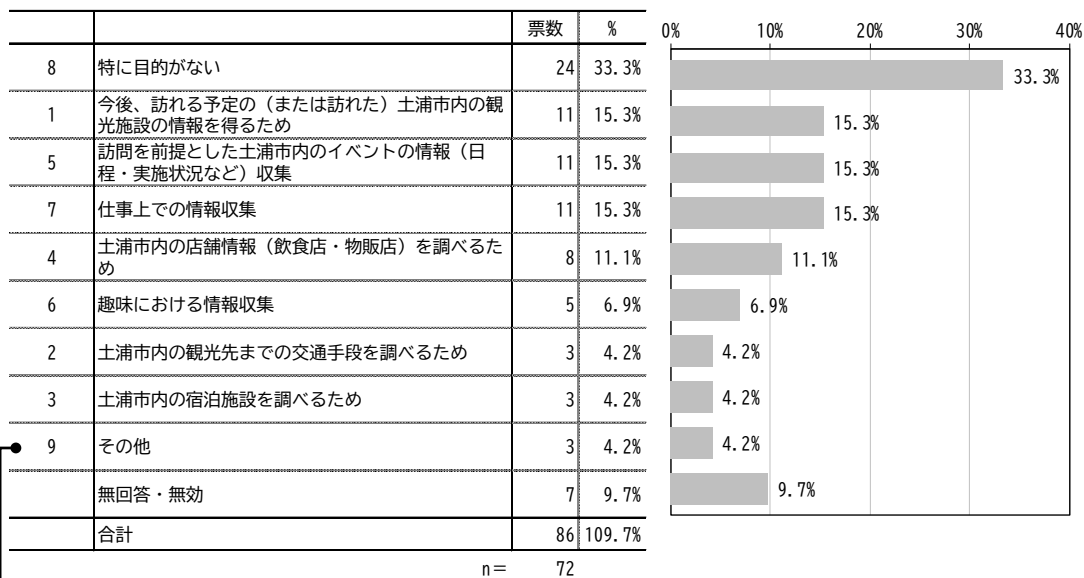
■「その他」の内訳

土浦在住(10)、イベント(4)、仕事(4)、職場体験(4)、定例会(3)、趣味(2)、出身地(2)など

2)市外在住者等向け意向調査

問1 あなたは、今回、何を目的に閲覧しましたか。[MA]

目的は「特に目的がない」が33.3%と最も多く、次いで「今後、訪れる予定の（または訪れた）土浦市内の観光施設の情報を得るため」「訪問を前提とした土浦市内のイベントの情報（日程・実施状況など）収集」「仕事上での情報収集」が同数の15.3%となっている。

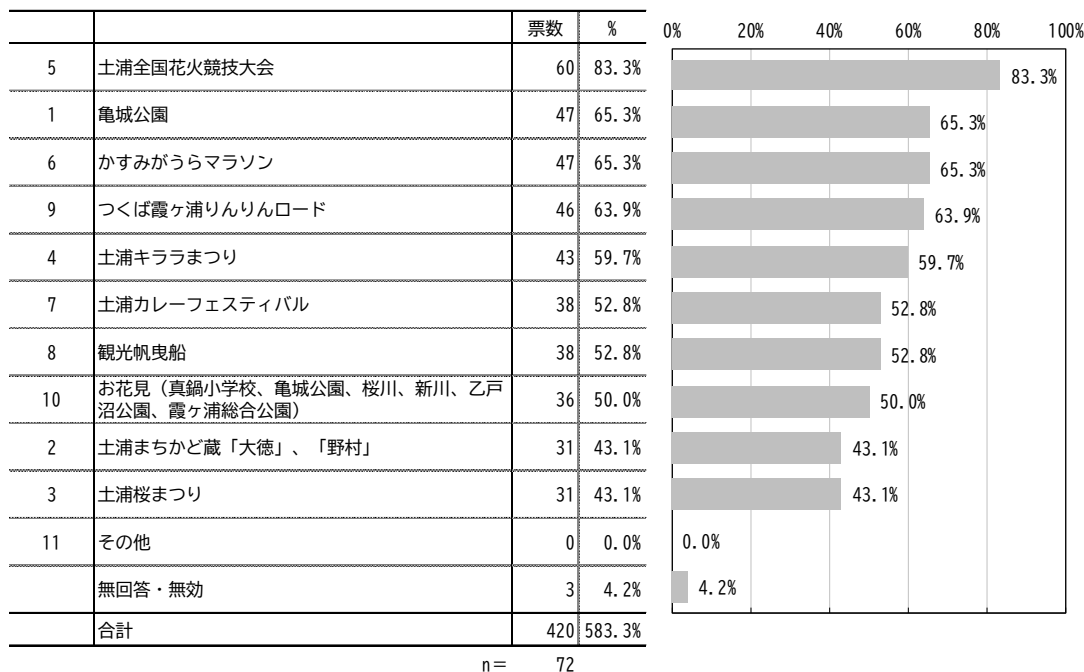


目的の「その他」の内訳

学校(1)、「花火大会の情報収集」(1)、「生活排水対策推進計画見直しのためのアンケート」の検討(1)

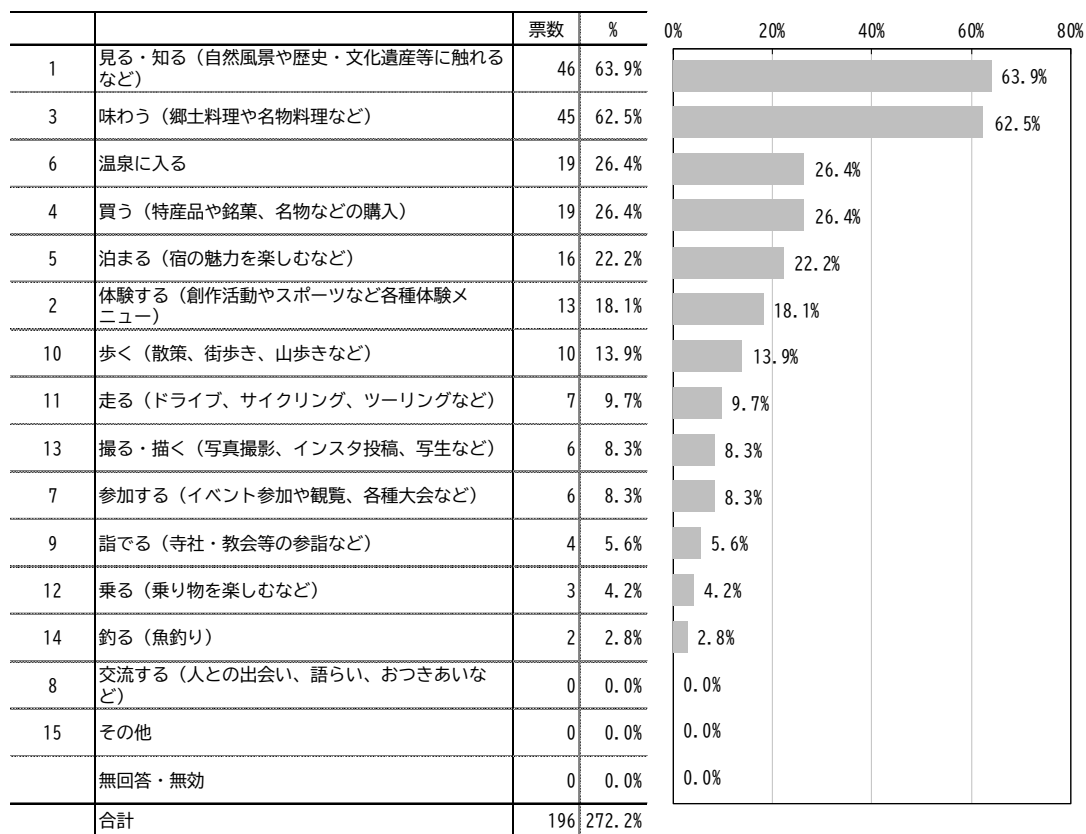
問2 あなたが知っている観光コンテンツを選んでください。[MA]

観光コンテンツは「土浦全国花火競技大会」が83.3%と最も多く、次いで「亀城公園」「かすみがうらマラソン」が同数の65.3%、「つくば霞ヶ浦りんりんロード」が63.9%となっている。



問3 あなたがよく行く旅行・観光のスタイル（主に国内）として、どのような行動を目的としたものが多いですか。
あなたのスタイルに近いものを選んでください。[MA]

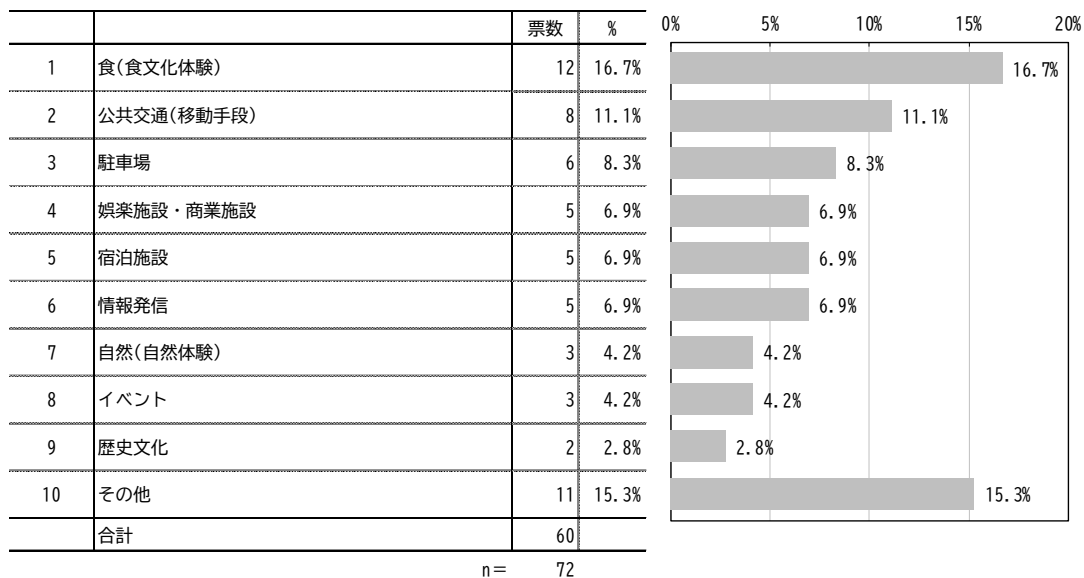
旅行・観光スタイルは「見る・知る（自然風景や歴史・文化遺産等に触れるなど）」が63.9%と最も多く、次いで「味わう（郷土料理や名物料理など）」が62.5%「買う（特産品や銘菓、名物などの購入）」「温泉に入る」が同数の26.4%となっている。



n= 72

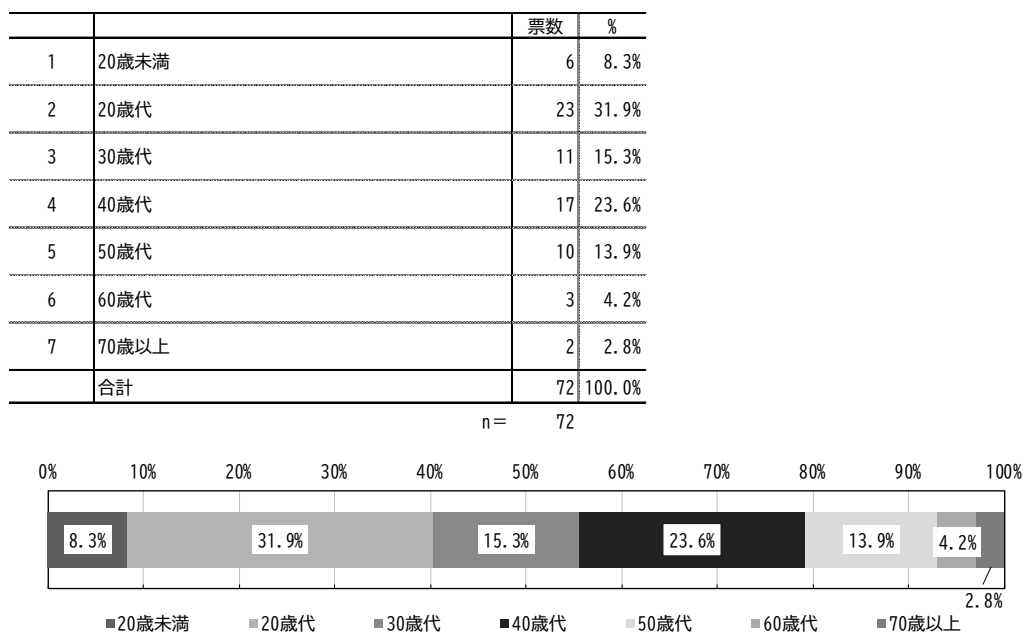
問4 土浦市を目的とした旅行や観光について、何があると行きやすい、又は、行きたいと思いますか。ご自由にお書きください。[FA]

旅行や観光をするにあたって、あると行きやすいものまたは行きたいと思うものについては、「食(食文化体験)」が16.7%と最も多く、次いで「公共交通(移動手段)」が11.1%、「駐車場」が8.3%となっている。



問5 年齢[SA]

年齢は「20歳代」が31.9%と最も多く、次いで「40歳代」が23.6%、「30歳代」が15.3%となっている。

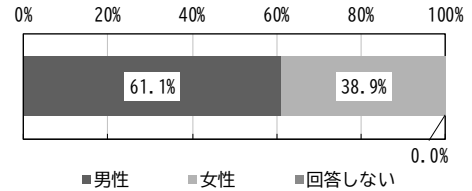


問6 性別[SA]

性別は「男性」が61.1%、「女性」が38.9%となっている。

		票数	%
1	男性	44	61.1%
2	女性	28	38.9%
3	回答しない	0	0.0%
	合計	72	100.0%

n = 72

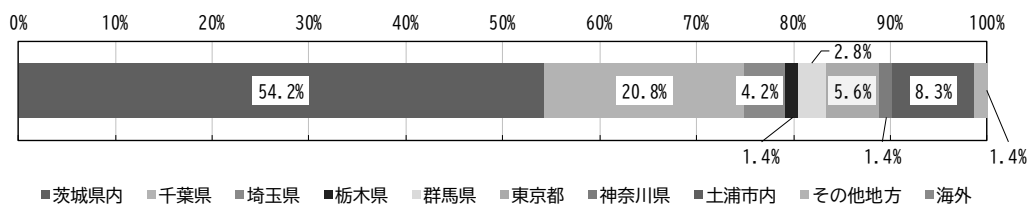


問7 お住まい[SA]

住まいは「茨城県内」が54.2%と最も多く、次いで「千葉県」が20.8%、「土浦市内」が8.3%となっている。

		票数	%
1	茨城県内	39	54.2%
2	千葉県	15	20.8%
3	埼玉県	3	4.2%
4	栃木県	1	1.4%
5	群馬県	2	2.8%
6	東京都	4	5.6%
7	神奈川県	1	1.4%
8	土浦市内	6	8.3%
9	その他地方	1	1.4%
10	海外	0	0.0%
	合計	72	100.0%

n = 72



■「茨城県内」の内訳

つくば市(10)、かすみがうら市(7)、牛久市(4)、阿見町(4)、水戸市(3)、石岡市(3)、稲敷市(1)、坂東市(1)、取手市(1)、龍ヶ崎市(1)

■「その他地方」の内訳

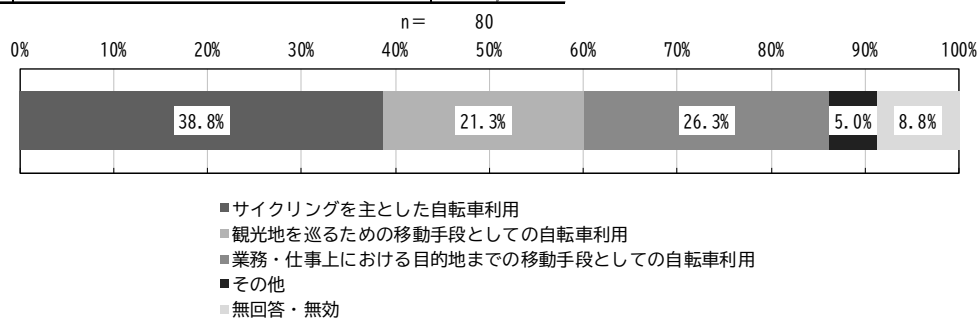
京都府(1)

3)サイクリスト向け意向調査

問1 今回、あなたが自転車に乗る目的は何ですか。[SA]

自転車に乗る目的は「サイクリングを主とした自転車利用」が38.8%が最も多く、次いで「業務・仕事上における目的地までの移動手段としての自転車利用」が26.3%、「観光地を巡るための移動手段としての自転車利用」が同数の21.3%となっている。

		票数	%
1	サイクリングを主とした自転車利用	31	38.8%
2	観光地を巡るための移動手段としての自転車利用	17	21.3%
3	業務・仕事上における目的地までの移動手段としての自転車利用	21	26.3%
4	その他	4	5.0%
	無回答・無効	7	8.8%
	合計	80	100.0%



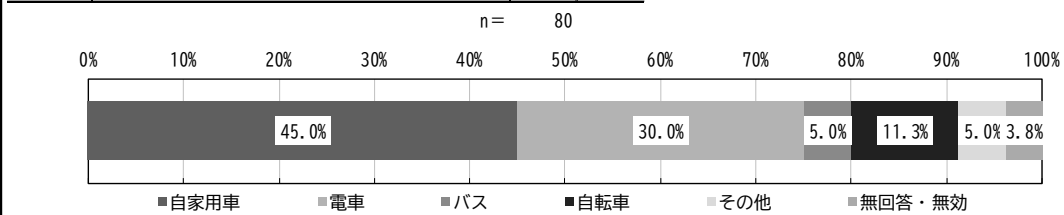
■その他の回答

ダイエット(1)、買物(1)、運動(1)

問2 今回、スタート地点まで、主にどのような手段でおいでになりましたか。[SA]

スタート地点までの手段は「自家用車」が45.0%が最も多く、次いで「電車」が30.0%、「自転車」が11.3%となっている。

		票数	%
1	自家用車	36	45.0%
2	電車	24	30.0%
3	バス	4	5.0%
4	自転車	9	11.3%
5	その他	4	5.0%
	無回答・無効	3	3.8%
	合計	80	100.0%



■その他の回答

徒歩(3)、市内在住(1)の回答となっている。

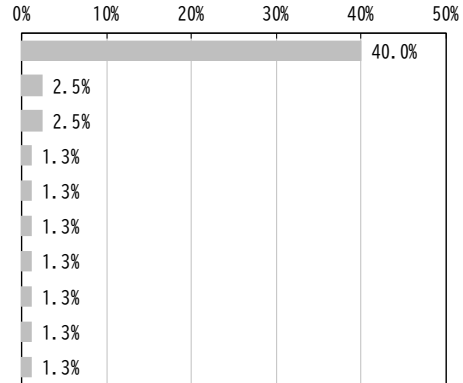
問3 今回、どのようなコース（移動ルート）で自転車に乗りましたか。【MA】

スタート地点は「土浦駅」が40.0%が最も多く、次いで「関東鉄道本社」「りんりんポート土浦」が2.5%となっている。
 立ち寄り地点は「りんりんロード」が31.3%が最も多く、次いで「亀城公園」が3.8%となっている。
 ゴール地点は「土浦駅」が11.3%が最も多く、次いで「関東鉄道本社」が7.5%、「筑波山」が5.0%となっている。

■スタート地点

		票数	%
1	土浦駅	32	40.0%
2	関東鉄道本社	2	2.5%
3	りんりんポート土浦	2	2.5%
4	家	1	1.3%
5	会社	1	1.3%
6	霞ヶ浦公園	1	1.3%
7	高浜	1	1.3%
8	土浦協同病院	1	1.3%
9	ハス田	1	1.3%
10	真鍋	1	1.3%
	合計	43	

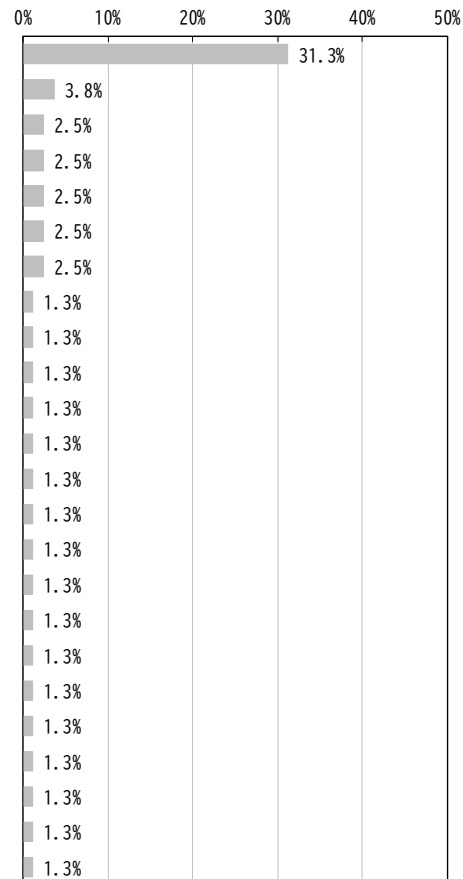
n = 80



■立ち寄り地点

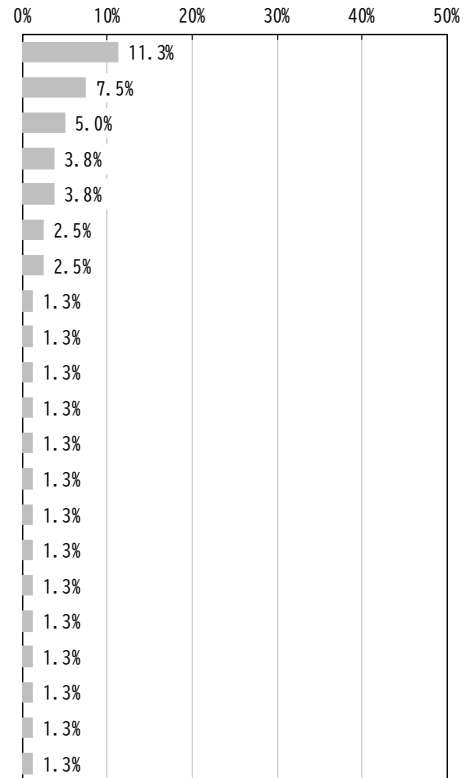
		票数	%
1	りんりんロード	25	31.3%
2	亀城公園	3	3.8%
3	西岸	2	2.5%
4	筑波山	2	2.5%
5	土浦まちかど蔵	2	2.5%
6	行方・行方道の駅	2	2.5%
7	りんりんポート土浦	2	2.5%
8	イオン土浦	1	1.3%
9	小田城	1	1.3%
10	霞ヶ浦	1	1.3%
11	霞ヶ浦公園	1	1.3%
12	霞ヶ浦歴史博物館	1	1.3%
13	セブンイレブン稲敷古渡店	1	1.3%
14	土浦駅	1	1.3%
15	取引先会社	1	1.3%
16	水郷公園	1	1.3%
17	八坂神社	1	1.3%
18	関東本社	1	1.3%
19	真鍋町	1	1.3%
20	生田町	1	1.3%
21	川口町	1	1.3%
22	中央町	1	1.3%
23	潮北町	1	1.3%
24	歩崎展望台	1	1.3%
	合計	55	

n = 80



■ゴール地点

		票数	%
1	土浦駅	9	11.3%
2	関東鉄道本社	6	7.5%
3	筑波山	4	5.0%
4	会社・職場	3	3.8%
5	真鍋	3	3.8%
6	イオンモール土浦	2	2.5%
7	りんりんポート土浦	2	2.5%
8	霞ヶ浦	1	1.3%
9	かすみがうら運動公園	1	1.3%
10	亀城公園	1	1.3%
11	蔵	1	1.3%
12	水族館	1	1.3%
13	高浜	1	1.3%
14	つくば	1	1.3%
15	土浦郵便局	1	1.3%
16	文京町	1	1.3%
17	歩崎展望台	1	1.3%
18	りんりんロード	1	1.3%
19	桜川	1	1.3%
20	上大島	1	1.3%
21	田中町	1	1.3%
	合計	43	53.8%

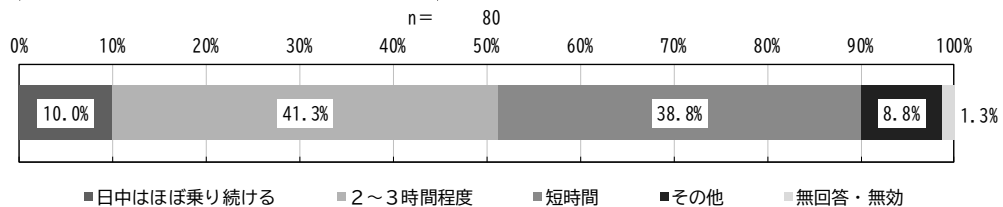


n= 80

問4 今回、あなたが自転車に乗っている所要時間はどのくらいですか。【SA】

自転車に乗っている所要時間は「2～3時間程度」が41.3%が最も多く、次いで「短時間（片道30分以内）」が38.8%、「日中はほぼ乗り続ける」が10.0%となっている。

		票数	%
1	日中はほぼ乗り続ける (目安：休憩以外はほぼ乗っている。)	8	10.0%
2	2～3時間程度 (目安：市内数カ所を巡るために乗っている。)	33	41.3%
3	短時間（片道30分以内） (目安：近距離の目的地までの移動に乗る。)	31	38.8%
4	その他	7	8.8%
	無回答・無効	1	1.3%
	合計	80	100.0%



■その他の回答

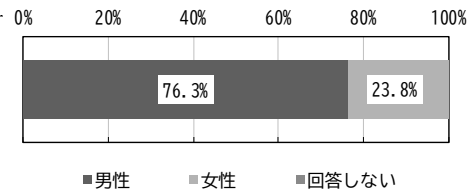
「4時間」(1)、「時々」(1)、「10年ぶり」(1)

問5 性別[SA]

性別は「男性」が76.3%、「女性」が23.8%となっている。

		票数	%
1	男性	61	76.3%
2	女性	19	23.8%
3	回答しない	0	0.0%
	合計	80	100.0%

n = 80

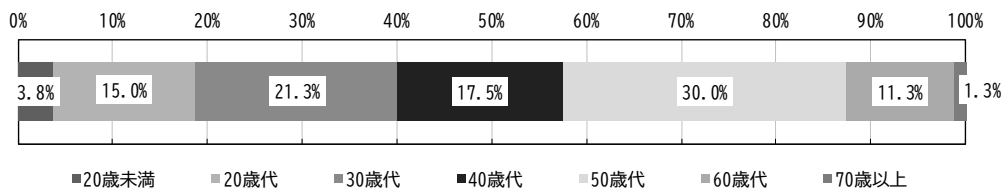


問6 年齢[SA]

年齢は「50歳代」が30.0%が最も多く、次いで「30歳代」が21.3%、「40歳代」が17.5%となっている。

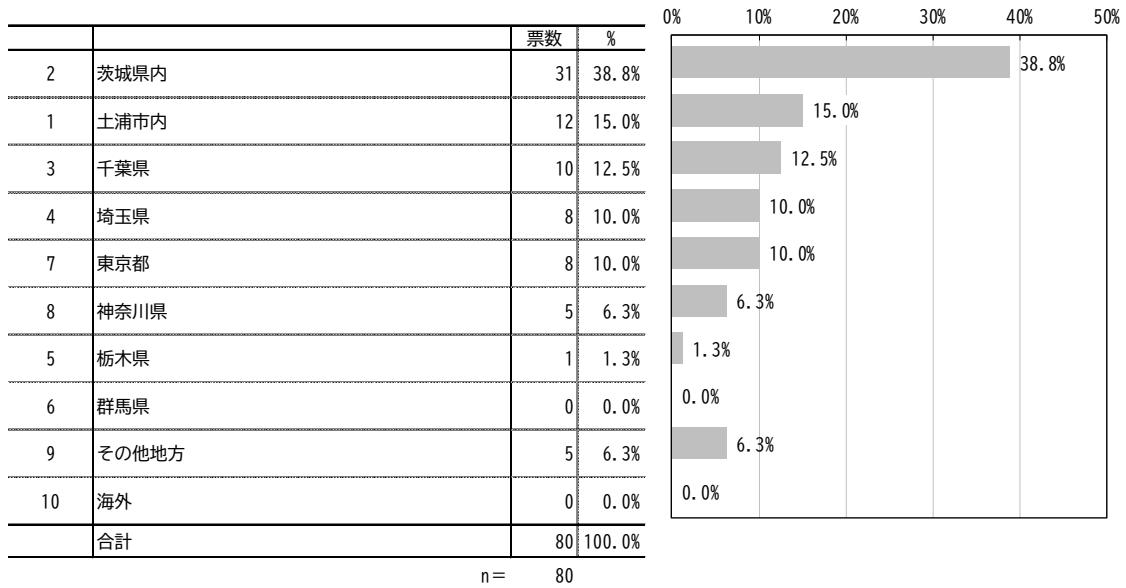
		票数	%
1	20歳未満	3	3.8%
2	20歳代	12	15.0%
3	30歳代	17	21.3%
4	40歳代	14	17.5%
5	50歳代	24	30.0%
6	60歳代	9	11.3%
7	70歳以上	1	1.3%
	合計	80	100.0%

n = 80



問7 お住まい【SA】

住まいは「茨城県内」が38.8%が最も多く、次いで「土浦市内」が15.0%、「千葉県」が12.5%となっている。



■茨城県内の内訳

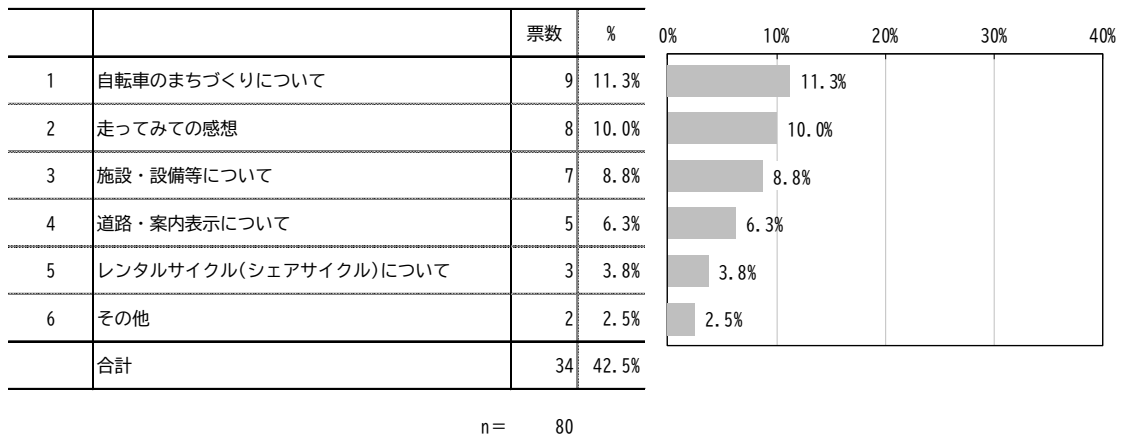
取手市(5)、つくば市(4)、常総市(3)、牛久市(3)、石岡市(3)、鹿嶋市(2)、かすみがうら市(2)、つくばみらい市(2)、小美玉市(1)、下妻市(1)、筑西市(1)、東海村(1)、不明(3)

■その他地方の内訳

新潟県(3)、山梨県(1)、愛知県(1)、不明(2)

問8 土浦市の自転車観光についてご意見やご要望をお聞かせください。【FA】

自転車観光については「自転車のまちづくりについて」が11.3%が最も多く、次いで「走ってみての感想」が10.0%、「施設・設備等について」が8.8%となっている。



(2) 計画策定時の観光事業一覧

計画策定にあたり、市民、事業者、団体、行政の観光に関する事業を調査し、主要事業を検討する材料としました。

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
1	観光情報発信事業	土浦市の観光に関する情報を発信し、魅力を伝えることを目的とし、観光客及び来訪者が再訪したくなるまちとなるよう、「土浦観光ガイド」等の観光パンフレットの発行を行う。	広報広聴課 商工観光課 土浦市観光協会	A1 A2 A3 A4 A5 B1 C3 G3
2	公共無線LAN設置事業	観光客の利便性の向上を目的に、まちかど蔵等の観光施設へ公共無線LANを設置。	土浦市観光協会	C4
3	各地のイベントにおける観光キャンペーン	土浦市への観光来訪者数増加を目的とし、各地で土浦市の魅力をPRするキャンペーンを行う。	商工観光課 土浦市観光協会	A5 B1 E1
4	土浦フィルムコミッション事業	地域資源をPRし撮影誘致を増やすため、受入体制を強化し、円滑なロケの支援を行うとともに、積極的なロケ誘致活動を行う。	広報広聴課	A2 A3
5	シティプロモーション推進事業	様々な媒体の活用による情報発信の多様化を進めることに加え、現在活用している又は今後活用が期待される地域資源を整理し、組み合わせ等を行うことで新たな情報発信コンテンツを創出し、まちの魅力を施策横断的かつ全庁的に情報発信する。	広報広聴課	A1 A3 A5 B2 C3
6	観光案内事業	まちかど蔵、土浦駅観光案内所、さらら館、小町の館にて観光客への案内を実施。まちかど蔵、土浦駅観光案内所はJNTO(日本政府観光局)認定外国人観光案内所の認定を受けている。	土浦市観光協会	A2 A4 C4
7	情報ステーション	土浦市や地域におけるイベント・観光等のPRによる地域の活性化を目的とし、図書館2階において、様々なイベントや地域情報の資料・関連する本の展示等により情報を発信する。(かすみがうらマラソン・土浦の花火・自転車関連など)	図書館	A4
8	土浦カレーフェスティバル事業	土浦市の「食」の歴史・文化を生かした「つちうらカレー物語」の普及・拡大を図り、独自で個性的なまちづくりを推進することを目的とし、市内のカレー業者をはじめ関係市町村や団体、市民が一堂に会する「土浦カレーフェスティバル」を開催する。	商工観光課	B1
9	サイクリング情報発信事業	サイクリングを観光客誘致のために活用することで、土浦市の活性化を目的とし、サイクリストがより楽しめるポータルサイトの作成、運営委託を行う。	商工観光課	Df3
10	まちづくり活性化バス運行支援事業	まちなかの利便性や来街機能・集客力のアップ等、中心市街地の活性化を目的とし、まちづくり活性化バス「キララちゃん」の運行支援を行う。	都市計画課	G1
11	イベント時のレトロバス運行	桜まつりやキララまつりにおいて、桜スポットや、ハス田を巡るレトロバスを運行。	土浦市観光協会 各イベント実行委員会	C4
12	公共交通案内ガイドブック、ホームページの作成	公共交通の分かりやすさの向上を目的とし、市内バス路線図、時刻表、利用方法、交通事業者の連絡先等を周知する。	都市計画課	C4
13	JR本社及び水戸支社に対する要望活動の実施	地域の活性化を目的とし、JR常磐線の輸送力の増強及び利便性の向上を目指して要望活動を行う。	都市計画課	C4

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
14	常磐線利用促進に向けた啓発活動の実施	常磐線の利用促進を目的とし、鉄道駅や大型商業施設における街頭キャンペーンの実施や広報看板、HPなどで啓発を行う。	都市計画課	C4 E1
15	土浦市地域公共交通活性化協議会の活動	地域の公共交通の運行内容やまちづくりと連携した公共交通ネットワークを再構築するための地域公共交通網形成計画の策定及び実施を目的とし、地域の実情に即した輸送サービスの実現が必要となる事項等の協議を行う。	都市計画課	C4
16	霞ヶ浦広域サイクルーズ事業	つくば霞ヶ浦りんりんロードにおける、サイクリングと霞ヶ浦の水運を組み合わせ、更なる魅力創造による誘客促進や、交流人口の拡大を図ることを目的とし、(株)ラクスマリーナの遊覧船に自転車を乗せてクルージングとサイクリングを楽しむ事業を開催する。(ラクスマリーナが運営)	商工観光課	Db1 Df3 E1 E2
17	レンタサイクル貸出事業(まちかど蔵、小町の館)	自転車を健康増進のためだけでなく、観光客誘致の手段として活用することで、土浦市の活性化を図ることを目的とし、手軽にレンタサイクルを楽しめる体制を整備する。まちかど蔵、小町の館において、クロスバイク、シティサイクル、ジュニアサイクル等の貸出しを行う。	商工観光課 土浦市観光協会	Df1
18	自転車乗り方教室開催事業(こども政策課)	自転車のまちづくりをPRすること、野外活動を通じて子どもたちが元気に生き生きと成長する一助となること、幼少期から自転車に関するルールやマナーを学び、事故の撲滅に繋げること、交流人口の拡大と地域経済の活性化を図ることなどを目的にサイクリングイベントを開催する。	こども政策課	C1 Df3
19	水郷筑波広域レンタサイクル事業	サイクリングを健康増進のためだけでなく、観光客誘致の手段として活用することで、土浦市およびサイクリングロード沿線自治体の活性化を図ることを目的とする。県が主体となり、つくば霞ヶ浦りんりんロードの各市町村に拠点がある乗り捨て型レンタサイクル事業。	政策企画課	Df1 E1 E2
20	小町の館体験講座事業	里山での農村生活を体験することを通し、都市と農村の相互交流を推進するとともに、地元の特産品をPRすることを目的とする。そば打ちや田植え、稲刈り等の事業を実施する。	商工観光課 農林水産課	C1 C2 Dc1
21	ジオパーク推進事業	筑波山地域がジオパークに認定されたことを受け、これまで以上に地域連携を強化し、「みんなに愛される地域づくり」を目指すとともに、ジオパーク活動の活性化を図ることを目的とする。筑波山地域ジオパーク推進協議会の運営や、土浦の見どころをツアー等により周知を図る。	環境保全課 商工観光課 上高津貝塚	C1 C2 Da1 Dc2 E2
22	土浦市散走ツアー事業	新たな地域観光の楽しみ方の発掘や、自転車文化の醸成を図ることを目的とし、一般市民、企業、団体等を対象に、散策するように気軽にサイクリングで土浦市内を巡るイベントを開催する。	商工観光課	C3 Dd2 Df3
23	サイクリング市内周遊観光事業	市内を回遊し、土浦の魅力を体感してもらうとともに、市内の飲食店等を利用してもらうことにより、市内店舗における消費の拡大を図ることを目的とする。	政策企画課 商工観光課	C1 C3 Db2 Df3
24	小さな旅事業	地域資源の魅力PRによる観光の振興および地域活性化に寄与することを目的とする。いばらき観光キャンペーン推進協議会が、JR東日本「小さな旅」の現地発着型「いばらきよいとこプラン」のツアーを実施。	商工観光課 土浦市観光協会	C2 Dd2

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
25	茨城空港利用促進等協議会	地域の振興に寄与することを目的とし、首都圏の一翼を担う空港としての機能を十分発揮できるよう、茨城空港(百里飛行場)の利用促進活動を行う。	政策企画課	A4
26	温泉スタンド事業	市民の健康増進と温泉のPRのため、温泉スタンドを設置。市民や宿泊事業者に温泉湯を販売する。	(株)ラクスマリーナ	C2
27	誰でも楽しもう霞ヶ浦事業	マリンスポーツをとおしたふれあいの場として、カヌー、ハンザディングー、サップ等を使ったイベントを開催する。	(株)ラクスマリーナ	Db1 De2
28	湖上セミナー	市民の水質浄化意識の啓発を目的とし、霞ヶ浦湖上での透明度検査・CODパックテスト・プランクトン観察等を内容とするセミナーを実施する。	環境保全課	Db4 F1
29	工場見学事業	市内の工場において、通常の工場見学の受け入れと併せて、自社イベント開催時の工場見学や、団体ツアーの受け入れを実施。	事業者	C2
30	小町宵まつり	里山の景観を生かしたイベントを開催し、賑わいを創出することを目的とする。8月中旬に小町の館で竹灯籠やミニコンサート等を実施。	商工観光課	Dc1
31	かすみがうらウオーキング	霞ヶ浦に直にふれあう機会の創出とスポーツレクリエーションの充実を図ることを目的とし、誰でも気軽に参加できるイベントとして、かすみがうらマラソンと同時開催する。	スポーツ振興課	Da1 De2
32	バリアフリー特定事業の実施	土浦駅、荒川沖駅、神立駅周辺地区を重点整備地区として定め、ノンステップバスの導入や道路整備等を行い、面的なバリアフリー化を図る。	都市計画課	C4
33	こころのバリアフリー推進事業	小中学校で道徳や総合的学習の時間にバリアフリー教室を開催し、福祉教育の推進を図る。	都市計画課	C4
34	公共交通特定事業	バリアフリー基本構想、バリアフリー特定事業計画に基づき、ノンステップバス導入の推進、低床バスの路線・時刻固定、運転手等への研修を実施。	都市計画課	C4 G1
35	亀城公園整備・活用事業(濠水浄化施設改修)	濠水浄化施設の安定的な運用を図ることを目的とし、経年劣化した施設の改修を実施する。	公園・施設管理課	Da2 Da3
36	刻の太鼓保存事業	土浦城櫓門で城下に時刻を知らせていた刻の太鼓の保存を目的として年1回実施。	刻の太鼓保存会	Da2
37	土浦まち歩き学検定事業	土浦の魅力を広く内外にPRするとともに、「土浦通」「観光案内人」として土浦の魅力を発信し、来訪者を迎えるためのおもてなしの心の向上を目的として年1回実施。	土浦市観光協会	F1
38	季節展示の開催	市民をはじめ、多くの人々に本市の歴史と文化について紹介することを目的とし、基本テーマ「霞ヶ浦に育まれた人々の暮らし」に沿い、季節ごとに展示を替え、土浦の歴史や文化を紹介する。	博物館	Da1
39	季節展示解説会の開催	本市の歴史と文化について、より一層興味関心を高めてもらうことを目的とし、季節展示ごとに展示の見どころを解説する。各季節ごとに4回、各回午前・午後の2回実施する。	博物館	Da1
40	特別展・テーマ展等事業	土浦や常総地域の特性を掘り下げ、来館者に見てもらうことを目的とし、春季に特別展、秋季に国宝刀剣などの特別公開及びテーマ展、初春に雛人形展及び昔の暮らしの道具展を開催している。さらに、同好会による写真展などが行われる。	博物館	Da1 De2 F1
41	特別展・テーマ展関連講演会の開催	展覧会への興味関心を高めてもらうことを目的とし、特別展・テーマ展の展示解説会、関連した講演会などを開催している。	博物館	Da1

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
42	夏休みファミリーミュージアム(博物館)	児童生徒の夏休みの宿題や自由研究等の一助とするとともに、博物館への興味関心を高めてもらうことを目的とし、親子で楽しめる体験講座を中心にさまざまな講座を開催している。また、パネル展「戦争の記憶を語る」やミニ展示(テーマに沿った小規模展示)を同時開催する。	博物館	Da2 De2 F1
43	土浦ミュージアムセミナーの開催	博物館・上高津貝塚・文化振興課の学芸員が研究している内容を、市民にも広く公開し、博物館への興味関心を高めることを目的とし、上高津貝塚考古資料館との共同事業として実施している講座である。題目は市域の歴史や文化について研究した内容。6～7月に4～6回ほど開催している。	博物館 上高津貝塚 文化振興課	De2 F1
44	はたおり体験講座の開催	木綿織りの技術の体験を通して、「家事としてのはたおり」を知ってもらうことを目的とし、6～7月の土曜日計6日午前・午後の2回、裂き織り体験ができる講座を開催する。はたおりの同好会の方々と協力して実施する。	博物館	De3 F1
45	はたごしらえ講座の開催	木綿織りの技術と知識を学び、伝統的な技術の伝承者を育成することを目的とし、7～2月まで全15回の連続講座。博物館収蔵のはたおり機を用い、木綿を織る手順と技法を学ぶもの。はたおりの同好会の方々が講師となり実施される。	博物館	De3 F1
46	古文書講座の開催	古文書を読むことができる人材を育成することを目的とし、当館所蔵の資料からテキストを選び、古文書の読み方や楽しみ方を学ぶ講座を開催している。	博物館	F1
47	土浦城址整備事業	貴重な史跡の保存整備を目的とし、土浦城址整備基本計画報告書を踏まえ、県指定史跡である亀城公園の整備を進める。	文化振興課	Da2 Da3
48	土浦まちかど蔵活用事業	まちかど蔵の魅力を活用し、観光客誘致を図ることを目的とする。天童フェアや土浦の雛まつり等での活用及び書道の展覧会等への会場の貸出しを行う。	土浦市観光協会 商工観光課	Da3
49	土浦の雛まつり事業	観光事業の振興と産業・経済の発展に資することを目的とし、雛人形の展示を街ぐるみで開催することにより回遊性を持たせ、街中に活力と賑わいを創出する。2月上旬～3月上旬まで市内各所で実施。	商工観光課 土浦市観光協会	De3
50	土浦新能の開催	土浦市を代表する歴史的遺産を広く周知することで保護・活用を図るとともに、優れた古典芸能の鑑賞機会の提供することを目的に開催している。活動主体である市民団体「土浦新能倶楽部」による開催を支援する。土浦城址東櫓の復元竣工を記念し、平成10年から城址本丸を主会場として開催されている。	文化振興課	De3
51	土浦市協働のまちづくりファンド事業	良好な景観の形成、協働のまちづくりを推進することを目的とし、基金を活用し、市民等が行うまちづくり活動を支援する。	都市計画課	Da1 Da3
52	「登録有形文化財」への登録推進事業	貴重な歴史的建造物の保存を目的とし、歴史的建造物の国登録有形文化財への登録を進める。	文化振興課	Da2
53	パブリックビューイング事業	まちなかの賑わいを創出することを目的とし、相撲、高校野球等のスポーツを上映する。	商工観光課	De2
54	天童市物産交流事業	土浦市と相互交流協定都市となっている天童市と協力し、互いの魅力をPRをすることで、相互の観光と産業の振興・発展に寄与することを目的とす	商工観光課 土浦市観光協会	E1

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
		る。年2回土浦市内での天童フェアの開催と、天童市で開催される農業祭りへの出店を行う。		
55	つちうら亀の市事業	旧城下町エリアの地域文化遺産の継承と賑わい創出を目的として、不動産・琴平神社・井戸端庵において野菜や食品、雑貨等を販売。	つちうら亀の市実行委員会	De4 F2
56	観光ボランティアガイド事業	土浦の歴史や文化、産業等のガイド活動を通し、本市内外に広くPRし、イメージアップを目的として活動している。また、かすみがうらマラソンや花火大会の際に来訪者にガイド活動を実施している。	土浦市観光ボランティアガイド協会	B1 F2
57	公民館講座事業	市ボランティアガイドの協力により、土浦市周辺の古道(旧街道)を散策しながら、街道沿いの史跡や寺社等を見学することで、健康増進と教養を身につけることを目的としている。	R3:生涯学習課 R4:市民活動課	F1
58	キララちゃんプロジェクト「亀城公園周辺おそうじ大作戦」	当団体が、行政や市民、バス路線沿線の団体や企業と協働で実施するプロジェクト。新川周辺から令和5年は亀城公園前に場所を移し、お掃除大作戦を開催した。	NPO法人まちづくり活性化土浦	Da4
59	桜樹延命化事業	高齢化及びテングス病等により衰弱した桜樹について延命・剪定・植栽・伐採等を実施する。 ～R5:新川桜樹 R6～:桜川桜樹	公園・施設管理課	Da4
60	霞ヶ浦総合公園及び土浦駅周辺花壇の維持管理	霞ヶ浦総合公園及び土浦駅周辺の花壇の花の植え替え、維持管理を実施。	市民団体(ラベンダークラブ)	Da4
61	土浦市景観計画の推進事業	良好な景観形成の推進を目的とし、景観まちづくり団体の支援、景観計画に基づく届け出制度による景観誘導を行う。	都市計画課	Da4
62	県指定天然記念物「真鍋のサクラ」樹木管理事業	全国で屈指の長寿である貴重なソメイヨシノの樹勢維持を目的とし、樹木医の有資格者を配置する業者に管理を委託する。	文化振興課	Da4
63	観光帆曳船運航事業	国選択無形民俗文化財にも登録された貴重な資源を保守するとともに、観光客の誘致を図ることを目的とし、7月下旬から10月中旬に観光帆曳船の操業を実施する。	商工観光課	Db1
64	かすみがうらマラソン兼国際ブランドマラソン	マラソン大会を核としたスポーツ観光の推進を目的とし、「甞れ霞ヶ浦水はスポーツの源」「体験する福祉ノーマライゼーションの実践」をテーマに、環境と福祉を大きく取り上げた大会を開催する。また、観光庁が推進するスポーツツーリズム事業への取組として、ランナーズ・ヴィレッジも開催。	スポーツ振興課	Db1 Db2
65	遊覧船事業	霞ヶ浦という地域資源を生かして観光客の誘致を行い、観光・産業の振興に資することを目的とする。	船舶運航事業者	Db1
66	イベント時の遊覧船運行事業	桜まつりでのお花見船や、花火大会での花火見物船等各イベントと連携した遊覧船の運航を実施。	商工観光課(株)ラクスマリナー	Db1
67	霞ヶ浦総合公園管理運営事業(花蓮園管理)	霞ヶ浦総合公園整備のための業務を行う。 ○花蓮園の生育管理(植替え・施肥・防除・灌水等)	公園・施設管理課	Db2 Db3
68	霞ヶ浦総合公園管理運営事業(風車周辺花壇設置管理委託)	霞ヶ浦総合公園整備のための業務を行う。 ○風車周辺花壇への植え付け及び播種 チューリップ植付け530㎡(11月～4月)、ペチュニア植付け240㎡(5月～9月)、マリーゴールド播種290㎡(6月～10月)	公園・施設管理課	Db3
69	霞ヶ浦総合公園管理運営事業(トイレ)	霞ヶ浦総合公園整備のための業務を行う。 ○霞ヶ浦総合公園の維持管理(産業文化事業団に	公園・施設管理課	Db3

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
	清掃・草刈・樹木剪定)	委託)トイレ等清掃・・・毎日、草刈・・・2回～9回、樹木剪定・・・随時	スポーツ振興課	
70	霞ヶ浦総合公園におけるイベントの実施(水郷桜イルミネーション、霞ヶ浦にぎわい事業)	水郷桜イルミネーション推進委員会が実施するイベントに合わせ、風車等のイルミネーションを実施することにより事業の魅力化を図り、賑わいを創出することを目的とする。12月上旬から1月中旬まで、霞ヶ浦総合公園で実施。 R4追加【政策企画課】霞ヶ浦総合公園をメイン会場としたイベントの実施。	政策企画課 商工観光課	Db3
71	水郷プール	市民や地域住民が、夏季に行うスポーツ・レクリエーション活動の一環としてウォータースポーツに親しむため水郷プールを運営する。 【大型レジャープール】 流水プール 270m×6m 多目的プール 25m×8コース ちびっ子プール 376㎡ (ミニすべり台、バケツアウト、噴水) 直線スライダー 30m×3レーン チューブスライダー 80m×1レーン、50m×1レーン プール開催期間:夏休み中 ちびっ子プールの親水公園としての無料開放期間:5～6月、9月	スポーツ振興課	Db3
72	土浦港周辺広域交流拠点整備事業	サイクリスト及び市民の交流拠点施設であるりんりんポート土浦にて、誘客に向けた施策を実施していく。 また、りんりんポート土浦の南側に位置するマリナ施設を含めた区域の利活用について、官民連携の下、霞ヶ浦の眺望を生かした霞ヶ浦を身近に感じる観光・レクリエーション施設としての機能導入を進め、中心市街地における憩いの場として市民に広く開放するとともに、市外からの観光客にとっても魅力ある空間として整備を進める。	都市整備課	Db3 Df1
73	目指せ！霞ヶ浦ドクター養成講座	市内小学4年生児童に、身の回りの環境や水質浄化への関心を持たせ、環境に対する意識の醸成を図ることを目的とし、水の大切さや霞ヶ浦の現状について講義及び水質分析実験を内容とした出前講座を行う。	環境保全課	Db4
74	小学生水の情報交流会	市内小学校児童を対象に、命を育む水の大切さや水の役割を理解し、水を守る心を養い、水を守る行動ができる人間の育成を図ることを目的として、身近な水環境に関する実験や学校を超えた意見の交流、専門家による水環境学習を実施する。	環境保全課	F1
75	中学生水環境研修会	市内中学1、2年生を対象に、小学生時に体験した実践的な体験学習を中学生へと継続させることで環境に対する意識の向上や学校間の情報交流や環境ネットワークの構築を図ることを目的として、講師による講話や自然体験学習を実施している。	環境保全課	F1
76	桜川エコアドベンチャーツアー	小学生とその保護者を対象とした、夏休みを利用した体験型の講座で、水の大切さと水質浄化意識の醸成を図ることを目的とする。宝篋山の湧水の探索に始まり、中流域での水遊びなどを通して、水に直接触れながら、上流から下流に至る過程での水の使われ方や水の汚れの変化を観察し、最後に霞ヶ浦の水と比較する。	環境保全課	Dc2

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
77	釣り客向けの仮設トイレの設置	釣り客等へのおもてなしを目的とし、霞ヶ浦、新川、桜川沿いに仮設トイレを設置し、維持管理をしている。	商工観光課	Db1
78	湖岸プロムナードの管理(川口二丁目地内)	湖岸プロムナード管理のための業務を行う。 ・清掃 1日4時間(12日/月) ・草刈り (3回/年) ・芝刈り (3回/年) ・低木剪定 (2回/年)	道路管理課	Db4
79	ゲンジボタル観察会	ゲンジボタルの保全について考える機会をつくり、保全につなげることを目的とし、昔は身近な存在であったゲンジボタルの生態について学び、実際に観察する会を開催する。	環境保全課	Dc2
80	夏の昆虫観察会	灯火に集まる夏の昆虫(カブトムシ等)の観察を通し、身近な自然環境に触れ合い、興味を持ってもらうことを目的とする。	環境保全課	Dc2
81	星の観望会	星の観望を通して、参加者に日常とは違う別世界を感じてもらい、宇宙への興味を抱かせ、地球と環境についても考える機会を提供することを目的とする。	環境保全課	Dc2
82	流鏝馬祭り	4月第一日曜日に新治地域の日枝神社で開催されている。	日枝神社流鏝馬保存会	Dc2 De3
83	無形民俗文化財保存・継承支援事業	貴重な民俗行事を維持・保存することを目的とし、県指定文化財である大畑からかさ万灯、日枝神社流鏝馬祭、田宮ばやしについて、事業実施に伴う費用を補助する。	文化振興課	Dc2 De3
84	都市公園等管理運営事業(小野生活環境保全林散策路改修)	経年劣化等により破損した散策路の防護柵について改修・修繕を実施する。	公園・施設管理課	Dc2
85	土浦土産品のPR	土浦土産品のPRを行い、土浦市の魅力を広く発信することを目的とし、かすみがうらマラソンにて地元特産品の提供・販売を実施する。 ※土浦観光物産会が実施	土浦観光物産会 土浦市観光協会	Dd1
86	加工品のイベントへの提供事業	市内名産品のPRを目的とした、かすみがうらマラソンへの副賞及び参加賞の提供。	土浦観光物産会	Dd1 G2
87	土浦ブランドアツプロジェクト推進事業	本市の農林畜産物の資源を活用した都市と農村の交流と加工品の開発を進め、地域の農林水産業を活性化することで、交流人口の増加が増え、まちの賑わいとなり、加工品の販売や交流拠点により地域経済の好循環を図る。	農林水産課	Dd1 G2
88	土浦名物弁当開発事業	「土浦の花火」と土浦の「食」のPRと、それによる地域産業の発展に資することを目的とし、土浦花火弁当の開発・販売を行う。	商工観光課 土浦市観光協会 土浦名物弁当事業者部会	Dd2 G2
89	夏休みカレー教室事業	カレー料理作りを通して、カレーを通じたまちづくりの普及拡大を目的に、小学生の親子を対象として開催。	土浦商工会議所 つちうらカレー物語事業者部会	Dd2
90	れんこん料理フェア	来訪者等に特産の「れんこん」を身近に感じ、食べてもらうことの促進を目的とし、11月の1ヶ月間、霞ヶ浦周辺のホテル・料理店等においてオリジナルれんこん料理を販売する。	農林水産課	Dd1 Dd2

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
		【R5】「れんこん料理フェア2023」れんこんを活用した観光集客を実施。		
91	小町ふれあいの日 小町の里常陸秋そばフェア	小町ふれあいの日については、賑わい創出を図ることを目的とし、毎月第4土曜日に開催、特売などを行う。 「小町ふれあいまつり」に替わり、新そばの収穫時期にあわせ、11月中旬から2月中旬まで、小町の里周辺の飲食店をまわるスタンプラリー事業「小町の里常陸秋そばフェア」を実施。	農林水産課 農業公社	Dc1 Dd2 De2
92	花火大会事業	土浦全国花火競技大会の安定した運営を行うことを通じた観光客の誘致による市の活性化とイメージアップを図ることを目的とする。	商工観光課 土浦全国花火競技大会実行委員会	De1
93	縄文土器づくり講座の開催	縄文土器製作を通して、縄文文化を学ぶことを目的とする。平成8年度から開催。講座受講生が同好会を結成し、講座の指導を行っている。秋季に粘土作りから土器の焼成までを行う4回の講座で、館蔵資料をモデルに縄文土器を製作する。2月に作品展示を行う。	上高津貝塚	F1
94	縄文の布作りと原始機織講座の開催	布の製作と機織技術を通して、縄文・弥生文化を学ぶことを目的とする。平成8年度から開催し、28年度から原始機織を講座内容に加える。講座受講生が同好会を結成し、講座の講師を行っている。材料の植物繊維採取から6回の講座で、課題作品と自由作品を製作する。2月に作品展示を行う。	上高津貝塚	F1
95	子ども郷土研究事業	郷土の歴史への理解と関心を高め、文化財が未来に役立つ大切さを学ぶこと、児童生徒が主体的に考え方や学び方を身につけ、歴史探究活動に創造的に取り組む心を育成することを目的とする。昭和52年度から開催し、市内小中学生から9月末を期限に土浦の歴史や文化の研究作品を募集する。審査によって各賞を決定し、表彰式・発表会、収録集刊行、作品展示を実施する。	上高津貝塚	De2 F1
96	特別展・企画展の開催	考古資料の展示により幅広い視点から見た土浦地域の歴史理解と、生涯学習の推進を目的とする。土浦市域を中心に茨城県内から筑波山・霞ヶ浦周辺を対象として、時代と地域の特徴に注目したテーマに基づき、企画展か特別展のいずれかを秋に開催する。関連行事として、講演会・ギャラリートークなどを実施する。	上高津貝塚	Da2
97	テーマ展の開催	市内遺跡出土の考古資料の展示による土浦地域の歴史理解と、生涯学習の推進を図ることを目的とする。前年度発掘された市内遺跡調査の成果を紹介する展示を春季に開催する。関連行事として、発掘調査の発表会・ギャラリートーク・歩く会などを実施する。	上高津貝塚	De2
98	夏休みファミリーミュージアム(上高津貝塚)の開催	児童生徒の夏休みの宿題や自由研究等の一助とするとともに、上高津貝塚や土浦の歴史・文化財への理解と関心を高めることを目的とする。小・中学生に親しみやすいテーマで収蔵品展を開催し、親子対象の体験講座を実施する。講座内容には、縄文土器・土鈴、勾玉、編布のポシェットの製作のほか、学芸員の仕事体験がある。	上高津貝塚	De2 F1
99	上高津貝塚どきどき体験の開催	児童生徒や親子向けの体験講座を通じ、土浦地域の歴史と筑波山地域ジオパークへの理解・関心を	上高津貝塚	De2 F1

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
		高めることを目的とする。秋季に開催する体験型イベントで、子どもから大人まで楽しめる体験講座を実施。筑波山地域ジオパーク推進協議会の協力のもと、ジオパークの教育普及も行う。		
100	土浦市産業祭事業	地場産業を広く宣伝紹介し、生産者・販売者と消費者の交流を深めることにより、市民生活の向上と産業の振興発展を図ることを目的とし、市内各産業の参加のもとに開催するイベント。	商工観光課	Dd1 De2 G2
101	土浦市ウインターフェスティバル事業	賑わいを創出し、まちなかの活性化に寄与することを目的とし、本市の玄関口である土浦駅東西駅前広場及び中央地区にイルミネーション装飾を施す。12月～1月に土浦駅前、アルカス前、大屋根等をイルミネーションで装飾。	商工観光課	De2
102	土浦キララまつり事業	観光開発と商工業の発展を目的とし、市民及び観光関係団体、商工業関係団体が丸となって土浦の夏祭りを行う。8月第1土日に開催し、七夕踊りや山車の巡行、湖上イベント等を実施。	商工観光課 キララまつり実行委員会	De2
103	土浦桜まつり事業	市民の憩いの場として親しまれている亀城公園を中心にイベントを開催し、観光客の誘致と市民のふれあいを図ることを目的とする。3月下旬から4月中旬にかけて開催し、桜川や亀城公園等のライトアップや、イベントを実施。	商工観光課 桜まつり実行委員会	De2
104	つちうらハロウィン	【R3】まちなかの賑わいの創出と協賛店のPRを目的として毎年実施。 【R4】土浦ハロウィン仮装行列VOL.8 まちなかの賑わいの創出と協賛店のPRを目的として毎年実施。	NPO法人 まちづくり 活性化土浦	De2 F2
105	りんりんロード(虫掛、藤沢)休憩施設の管理	りんりんロード(虫掛、藤沢)休憩施設管理のため、以下の事業を行う。 ・虫掛休憩施設 清掃1日3時間(12日～13日/月) ・藤沢休憩施設 芝生地・植栽地除草(3回/年) 高木・空地草刈り(2回/年) トイレ清掃(2回/月)	道路管理課	Df2
106	霞ヶ浦湖岸堤防の管理(手野町、田村町、沖宿町)	穴ぼこ等の小規模維持補修を行う。(大規模補修は国土交通省霞ヶ浦河川事務所)	道路管理課	Df2
107	水郷筑波国定公園協会事業	水郷筑波国定公園の風景の保存と利用の増進を図り、市民の厚生文化の高揚に寄与することを目的として公園内の13市町村で構成される広域協議会で、PR活動等を実施している。	商工観光課	E1
108	霞ヶ浦広域観光ルート促進協議会事業	霞ヶ浦の広域的な観光ルートを設定し、観光利用の啓発促進を図ることを目的とする。9市町村、9観光協会で構成された広域の協議会で、観光に関するPR活動等を実施している。	商工観光課	E1
109	いばらき観光キャンペーン推進協議会への参画	茨城県の優れた観光資源を広く全国に紹介、宣伝し、観光客の誘致拡大を図ることを目的とした協議会に参画する。旅行商品の企画、造成を促進しつつ、受入体制の整備を推進する。	商工観光課	E1
110	茨城県自然歩道利用促進協議会への参画	茨城県と関係市町村が相互に連携を保ちながら一体となって、首都圏自然歩道の普及宣伝活動を行うとともに利用促進を図ることを目的とする。県が事務局となっており、年1回のウォーキング大会等を行っている。	商工観光課	E1

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
111	縄文土器作り・縄文の布作り講座等の講師協力	市民の中から人材育成と活用を図るとともに、歴史学習の意欲高揚を目的とする。上高津貝塚で活動する土器つくりの会と古代織研究会の2つの同好会が、縄文土器や縄文の布講座などについて講師や協力をを行う。講座卒業生の有志が同好会に入会することにより、組織の継承と発展を図る。	上高津貝塚	F1
112	夏休み子ども講座	小学生の課題への興味・理解を深め、勉強・研究を支援することを目的とし、小学校4～6年生を対象に、講座に関連する図書館資料の活用及び業務に携わる職員から直接話を聞く機会を設ける。	図書館	F1
113	春季美術展覧会の開催	土浦市文化協会主催の文化祭(春)の一環として美術連盟・民俗文化連盟所属の団体が開催している。土浦市民ギャラリーを会場とし、芸術文化活動の発表・鑑賞の場とする。洋画・日本画・美術工芸・写真・書・能面・獅子頭等の展示を行っている。	文化振興課	F1
114	土浦市文化協会文化祭の開催	市内を中心に活動する各種文化団体で土浦市文化協会は組織されており、文化祭には多数の市民が様々なジャンルで参加している。団体間の連携や文化祭のPR活動などを活発にしながら、市民の文化芸術活動の高揚を図る。土浦市文化協会の加盟団体により、詩吟、茶華道、バレエ等16事業が開催されている。	文化振興課	F1
115	土浦市展の開催	市民の文化芸術活動を支援し、作品発表や鑑賞する機会を設けて、市民の文化芸術活動の高揚を図ることを目的とする。昭和22年から開催され、茨城県内で最も歴史のある市民公募の美術展覧会である。土浦市民ギャラリーにおいて、日本画・洋画・彫刻・美術工芸・書・写真・デザインの各部門に応募された作品の展示を行っている。	文化振興課	F1
116	土浦郷土かるた子ども会対抗中央大会	土浦の歴史、文化、産業等を楽しく理解し、後世に伝えるとともに、より深い郷土愛を養うことを目的とし、「土浦郷土かるた」の大会を開催する。	生涯学習課	F1
117	土浦市文化財防火デー防火訓練	市民の文化財保護に対する関心を高めることを目的とし、文化財防火デーに合わせて、防火訓練を行う。	文化振興課	F1
118	土浦市民ギャラリー一美術品公開推進	本市にゆかりの深い、渡辺浩三(洋画家)や浦田正夫(日本画家)の作品など、市収蔵美術品を展示公開することにより、市民や来訪者が優れた芸術文化に親しむ機会を創出することを目的とする。市収蔵美術品の展示の他、企画展を開催する。	文化振興課	F1
119	サウンド蔵つちうらムーンライトコンサート	多様な音楽アーティストによるライブステージを行い、中心市街地の賑わい創出を図る。	サウンド蔵 つちうら実行委員会 NPO法人 まちづくり 活性化土浦	F2
120	観光ボランティアガイドとの連携	ボランティアガイドと協力し、土浦の歴史・文化等の魅力を市内外に広くPRしイメージアップを図ることを目的とする。 ・小さな旅事業等でのガイドの活用 ・ボランティアガイドの会議への出席	R3 商工観光課 生涯学習課 R4 商工観光課 市民活動課	F2
121	高校生霞ヶ浦ミーティング	次世代を担う高校生の水環境に関する意識向上と、霞ヶ浦を誇りに思う郷土愛醸成を図るため、第17回世界湖沼会議のテーマ「持続可能な生態系サ	環境保全課	Db4

	事業名	事業の概要	担当課等	戦略プログラム
		ービス」に基づき「霞ヶ浦の将来像」について考え、発信する場を設ける。		
122	土浦ジャック	6つのレストランや居酒屋、ライブハウスを舞台に生の音楽を体感できるサーキットフェス。全国から38組のミュージシャンが参加。	浜小路ヨハン	De4
123	霞ヶ浦KOHANロック	ライブハウス(3店舗)のサーキットイベント形式。	霞ヶ浦KOHANロック実行委員会	De4
124	土浦ゆかたで街歩き	浴衣など和装の伝統文化に触れる機会を提供するとともに、ゆかた姿で亀城公園や中城通りなど中心市街地を散策、写真撮影などを行うイベント。	SWEET LIFE PROJECT JAPAN	De4
125	ALOHA PARTY	フラ・ハワイアンバンドのステージ、アクセサリー・食べ物(キッチンカー)などハワイ文化の魅力を地域に発信するイベント。	ALOHA PARTY実行委員会	De4
126	KASUMIGAURA DANCE FESTIVAL	フラ・ヒップホップ・ブレイクなど各種ダンスのステージ発表、アジア雑貨等の販売など。	KASUMIGAURA DANCE FESTIVAL実行委員会	De4
127	土浦アートクラフト	旧斗利出小学校を会場に、手芸・工芸品の物販を行う。	土浦アートクラフト実行委員会	De4
128	霞ヶ浦トライアスロンフェスタ	郷土の水のシンボル霞ヶ浦を舞台にしたトライアスロンの大会を開催。人と湖沼とスポーツの融合、「泳げる霞ヶ浦」をアピールする機会として、スポーツイベントがもたらす活気や活力を取り込み、地域の活性化につなげることを目的とする。	霞ヶ浦トライアスロンフェスタ実行委員会(一社)土浦青年会議所土浦商工会議所青年部	Db1 Db2 De4 Df3
129	土浦名店街復活プロジェクト	県内最古のアーケード街「土浦名店街」に賑わいを取り戻すためのイベント開催や、彩り装飾を実施する。	NPO法人まちづくり活性化土浦	F2
130	キララちゃんバスで行く「路線バスの旅」	歴史深い文化が息づく土浦の魅力を再発見することで、郷土愛を育む。	NPO法人まちづくり活性化土浦	B3 F1
131	亀城モール活用事業	本町通り商店会、商店街連合会との協働事業として、亀城モールを活用したマルシェを年に数回開催。	本町通り商店会・NPO法人まちづくり活性化土浦	F2
132	TX(つくばエクスプレス)延伸事業	TX(つくばエクスプレス)の土浦駅延伸により、広域交通網を充実させ、観光者数の増加を目指す。延伸実現に向けて、調査検討・推進体制構築・市民意識醸成・資金確保などを行う。	政策企画課	E1

(3)土浦市観光戦略推進会議要綱

平成21年6月26日

告示第178号

土浦市観光戦略推進会議要綱

(設置)

第1条 土浦市観光基本計画(次条第1項及び第6条第5項第1号において「計画」という。)の推進に当たり、広く市民各層、観光関連団体等の意見を反映させるため、土浦市観光戦略推進会議(以下「推進会議」という。)を置く。

一部改正〔令和2年告示53号〕

(所掌事務)

第2条 推進会議は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 計画の策定に関すること。
- (2) 計画の具体的かつ実践的な行動指針に関すること。
- (3) 計画の進捗状況の確認及び実施した計画の効果の検証
- (4) 計画の見直しに関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が計画に関し必要と認める事項

2 推進会議は、前項第1号、第2号及び第4号に掲げる事項について、検討した結果を市長に報告する。

一部改正〔平成22年告示125号・25年37号〕

(組織)

第3条 推進会議は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 地域住民の代表
- (2) 観光関連団体の代表者
- (3) 学識経験を有する者
- (4) 市議会産業建設委員会の委員長

3 委員の任期は、3年とする。ただし、再任を妨げない。

4 補欠による委員の任期は、前任者の残任期間とする。

一部改正〔平成25年告示37号・令和3年12号〕

(会長及び副会長)

第4条 推進会議に、会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選によりこれを定める。

3 会長は、会務を総理し、推進会議の会議(次条において「会議」という。)の議長となる。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

一部改正〔平成25年告示37号・26年81号〕

(会議)

第5条 会議は、会長が招集する。

一部改正〔令和3年告示52号〕

(部会)

第6条 推進会議の所掌事務に関して専門的な検討をするため、推進会議に専門部会(以下この条及び第8条において「部会」という。)を置くことができる。

2 部会は、次に掲げるものとする。

(1) 自然・里山部会

(2) 城・まちなか部会

3 前項各号に規定する部会(次項及び第5項において「各部会」という。)は、部会長及び部会員をもって組織する。

4 各部会の部会長は、部会員のうちから、会長がそれぞれ指名する。

5 各部会の部会員は、委員及び次に掲げる者のうちから、会長がそれぞれ指名する。

(1) 計画の実施に係る団体の代表者

(2) 前号に掲げる者のほか、会長が必要と認める者

6 部会の会議は、部会長が招集し、部会長が部会の会議の議長となる。

追加〔令和2年告示53号〕、一部改正〔令和5年告示107号〕

(連絡調整会議)

第7条 推進会議に、推進会議の事務を補佐させるため、連絡調整会議を置く。

2 連絡調整会議は、別表に定める連絡調整員をもって組織する。

3 連絡調整会議に連絡調整長を置き、産業経済部長をもって充てる。

4 連絡調整会議の会議は、連絡調整長が招集し、連絡調整長が連絡調整会議の会議の議長となる。

一部改正〔平成29年告示80号・150号・31年12号・令和2年53号・110号・3年12号・52号〕

(委員等以外の者の出席)

第8条 推進会議、部会及び連絡調整会議は、必要があると認めるときは、それぞれの会議に委員、部会員又は連絡調整員以外の者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

一部改正〔平成31年告示12号・令和2年53号・5年107号〕

(庶務)

第9条 推進会議の庶務は、産業経済部商工観光課において処理する。

一部改正〔平成29年告示80号・31年12号・令和2年53号・3年52号〕

(委任)

第10条 この告示に定めるもののほか、推進会議の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

一部改正〔平成29年告示80号・31年12号・令和2年53号〕

付 則

(施行期日)

- 1 この告示は、公表の日から施行する。
(任期の特例)
- 2 この告示の施行後初めて委嘱される委員の任期は、第3条第3項の規定にかかわらず、委嘱の日から平成22年3月31日までとする。
付 則(平成22年6月2日告示第125号)
(施行期日)
- 1 この告示は、公表の日から施行する。
(土浦市観光基本計画策定委員会要綱の廃止)
- 2 土浦市観光基本計画策定委員会要綱(平成19年土浦市告示第204号)は、廃止する。
付 則(平成24年3月30日告示第68号)
この告示は、平成24年4月1日から施行する。
付 則(平成25年3月18日告示第37号)
この告示は、平成25年4月1日から施行する。ただし、第3条第3項及び第4条の改正規定は、平成25年3月26日から施行する。
付 則(平成25年3月29日告示第67号)
この告示は、平成25年4月1日から施行する。
付 則(平成26年3月31日告示第81号)
この告示は、平成26年4月1日から施行する。
付 則(平成29年3月31日告示第80号)
この告示は、平成29年4月1日から施行する。
付 則(平成29年4月26日告示第150号)
この告示は、公表の日から施行する。
付 則(平成30年3月31日告示第105号)
この告示は、平成30年4月1日から施行する。
付 則(平成31年2月7日告示第12号)
この告示は、公表の日から施行する。
付 則(令和2年3月13日告示第53号)
この告示は、公表の日から施行する。
付 則(令和2年3月31日告示第110号)
この告示は、令和2年4月1日から施行する。
付 則(令和2年3月31日告示第111号)
この告示は、令和2年4月1日から施行する。
付 則(令和3年1月25日告示第12号)
この告示は、公表の日から施行する。
付 則(令和3年3月16日告示第52号)
この告示は、令和3年4月1日から施行する。
付 則(令和5年3月31日告示第107号)
この告示は、令和5年4月1日から施行する。

別表(第7条関係)

市長公室長、市民生活部長、産業経済部長、都市政策部長、建設部長、教育部長、政策企画課長、広報広聴課長、市民活動課長、環境保全課長、商工観光課長、農林水産課長、都市計画課長、公園・施設管理課長、道路管理課長、教育委員会事務局生涯学習課長、教育委員会事務局文化振興課長、教育委員会事務局スポーツ振興課長、土浦商工会議所の役職員、一般財団法人土浦市産業文化事業団の役職員、一般財団法人土浦市農業公社の役職員及び一般社団法人土浦市観光協会の役職員

一部改正〔平成24年告示68号・25年37号・67号・26年81号・29年80号・30年105号・31年12号・令和2年53号・111号・3年12号・52号・5年107号〕

(4)土浦市観光戦略推進会議委員名簿

(任期:令和3年2月から令和6年2月まで)

	氏名	役職等	備考
1	蓮見 孝	筑波大学名誉教授	会長
2	東 美晴	流通経済大学教授(社会学部)	副会長
3	池田 雄一	土浦商工会議所 青年部 会長	
4	稲本 創	(一社)土浦青年会議所理事長	
5	大久保 和男	(一社)霞ヶ浦市民協会理事	
6	武藤 成一	関東鉄道(株)常務取締役	
7	金丸 興治	土浦市観光ボランティアガイド協会会長	
8	伊藤 孝二	(株)ラクスマリナー	
9	小林 まゆみ	NPO法人まちづくり活性化土浦事務局長	
10	多田 卓矢	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合土浦支部 ホテルマロウド筑波	
11	堀越 美樹朗	水郷つくば農業協同組合常務理事	
12	埴 裕子	土浦観光物産会理事 (ひげた食品(株)代表取締役)	
13	八田 孝久	土浦市観光協会理事 ((株)JTB関東法人営業茨城南支店支店長)	
14	嶋田 玲子	土浦市食のまちづくり推進協議会 「土浦名物弁当」事業者部会長	
15	須永 隆介 竹淵 翔太	星野リゾートBEB5総支配人	
16	井上 奈津実	東日本旅客鉄道(株)土浦営業統括センター指導係 (観光開発エキスパート)	
17	平石 勝司	土浦市議会 産業建設委員会委員長	

(5) 計画策定体制

土浦市観光戦略推進会議

1 所掌事務

- (1) 計画の策定に関すること
- (2) 計画の具体的かつ実践的な行動指針に関すること
- (3) 計画の進捗状況の確認及び実施した計画の効果の検証
- (4) 計画の見直しに関すること
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が計画に関し必要と認める事項

2 組織

委員は次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 地域住民の代表
- (2) 観光関連団体の代表者
- (3) 学識経験を有する者
- (4) 市議会産業建設委員会の委員長



土浦市観光戦略推進会議連絡調整会議

1 所掌事務

- (1) 観光戦略会議の補佐
- (2) 計画の洗い出し
- (3) 計画の実行

- | | | |
|---------------|------------------|------------|
| ・ 市長公室長 | ・ 市民生活部長 | ・ 産業経済部長 |
| ・ 都市政策部長 | ・ 建設部長 | ・ 教育部長 |
| ・ 政策企画課長 | ・ 広報広聴課長 | ・ 市民活動課長 |
| ・ 環境保全課長 | ・ 商工観光課長 | ・ 農林水産課長 |
| ・ 都市計画課長 | ・ 公園・施設管理課長 | ・ 道路管理課長 |
| ・ 生涯学習課長 | ・ 文化振興課長 | ・ スポーツ振興課長 |
| ・ 土浦商工会議所 | ・ (一財)土浦市産業文化事業団 | |
| ・ (一財)土浦市農業公社 | ・ (一社)土浦市観光協会 | |

(6)策定経過

<令和5年>

月日	会議等	議事内容・備考
6月29日(木)	第1回土浦市観光戦略推進会議 連絡調整会議	・第2次土浦市観光基本計画 後期計画について
7月4日(火)	第1回土浦市観光戦略推進会議	・第2次土浦市観光基本計画 後期計画について
9月28日(木)	第2回土浦市観光戦略推進会議 連絡調整会議	・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について
10月2日(月)	第2回土浦市観光戦略推進会議	・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について
12月27日(水)	第3回土浦市観光戦略推進会議 連絡調整会議	・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について ・パブリックコメントの実施について

<令和6年>

月日	会議等	議事内容・備考
1月10日(水)	第3回土浦市観光戦略推進会議	・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について ・パブリックコメントの実施について
2月14日(水)	第4回土浦市観光戦略推進会議 連絡調整会議	・パブリックコメントの実施結果に ついて ・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について
2月20日(火)	第4回土浦市観光戦略推進会議	・パブリックコメントの実施結果に ついて ・第2次土浦市観光基本計画 改訂版(案)について

(7)用語の解説

用語	意味
英数字	
AR(拡張現実)	Augmented Realityの略。実在の風景にコンピューターを利用した仮想情報を重ね合わせて表示する技術のこと。
DMO (観光地域づくり法人)	Destination Management Organizationの略。観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。
ICT	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。
MaaS	Mobility as a Serviceの略。地域住民や旅行者一人ひとりのトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスのこと。
MR(複合現実)	Mixed Realityの略。VR(仮想現実)とAR(拡張現実)の技術を融合した技術のこと。デジタル空間に現実空間の情報を取り込み、現実空間とデジタル空間が融合した世界をつくることができるのが特徴。
PDCAサイクル	業務管理手法のひとつで、計画(PLAN)、実行(DO)、評価(CHECK)、見直し(ACTION)の4段階を繰り返して継続的に改善していく流れのこと。
SDGs (持続可能な開発目標)	Sustainable Development Goalsの略。2015年9月に国連で採択された、持続可能な社会の実現のために取り組むべき国際的な目標のこと。17のゴール、169のターゲットから構成される。
SNS	Social Networking Service(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の略。インターネット上の交流を通して社会的つながりを広げ、楽しめるコミュニティ型の会員制サービスのこと。
VR(仮想現実)	Virtual Realityの略。現実空間とは切り離された、全てをデ

用語	意味
	デジタル情報で構築した世界(デジタル空間)あたかもそこにいるかのような感覚が体験できる環境を作り出す技術のこと。
6次産業	生産から加工、販売まで一体的に行う農業のこと。
あ行	
インスタ映え	写真共有SNS「インスタグラム」に写真を掲載、公開した時に、特に見栄え良く見える(映える)、という意味で用いられる表現。
インバウンド	インバウンド(inbound)は「入ってくること」を意味し、ここでは「外国人による訪日観光」のことを指す。
インフルエンサー	「インフルエンサー」とは主にSNSでの情報発信によって世間や人の思考、行動に対して大きな影響を与える人物の総称。観光においては、一般に、SNS等のアカウントのフォロワーを多数持ち、自身のSNS等において旅行関連の情報発信を行っている人物のことを指す。
エコツーリズム	地域固有の自然環境や文化・歴史等の魅力を観光客に伝え、環境保全を目指し、持続させていく旅行のことを指す。一般には、海、山の自然環境の保全をしながら、自然を楽しむ旅行。
か行	
キャッシュレス決済	クレジットカードや電子マネー、口座振替を使い、現金を使わずに支払いや受け取りを行う決済方法のこと。
クラウドファンディング	インターネットを介して不特定多数の個人から少額の資金を調達する仕組みのこと。
グローバル化・グローバリズム	国や地域などの垣根を超えて世界的に資金やモノ、人材、情報などがやり取りされ、地球規模に拡大して様々な変化を引き起こすようになること。
景観重要建造物	景観法19条に規定され、景観計画に定められた指定の方針に則して、景観行政団体の長が指定した良好な景観の形成に重要な建造物のこと。
公共無線LAN	無線LANは、ケーブル無しでインターネットに接続できるシステム。公共(公衆)無線LANは、無線LANを街なかで使えるようにしたサービスのこと。
コンセプト	全体を貫く基本的な概念、考え方のこと。
さ行	
サイクルツーリズム	自転車を活用した観光振興の方策として、自転車で特有の道路環境を走ることを楽しんだり、地域独自の資源や魅力等を楽しむことを促すこと。
サステナブルツーリズム	訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来

用語	意味
	の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光のことを指す。(2004年の国連世界観光機関(UNWTO)により定義)
ジオパーク	地球科学分野で重要な、地球の諸現象や変遷の歴史をとどめた固有の地層や地形を有し、生態学や文化的に貴重な遺産も含んだ地域のこと。ジオパークは地質学(Geology)と公園(Park)を組み合わせた造語で、「大地の公園」「大地の道産」「地質遺産」などとも表現される。
シティプロモーション	地域の魅力を内外に発信し、その地域～ヒト・モノ・カネを呼び込み、地域経済を活性化させる活動のこと。
シビックプライド	シビック(市民の、都市の)+プライド(誇り)を合わせた言葉。郷土愛だけにとどまらず、その都市の課題解決や活性化などへの具体的な行動に取り組む姿勢も含んでいる。
続日本100名城	(公社)日本城郭協会が平成18年に選定した「日本100名城」に続き平成29年に選定したもので、茨城県では土浦城と笠間城が「続日本100名城」に選定された。選定の基準は ①優れた文化財・史跡であること ②著名な歴史の舞台であること ③時代・地域の代表であること、が挙げられる。
た行	
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のサイクリングロードのこと。サイクリングの拠点施設として、レンタサイクルやシャワー施設、サイクルショップ等を備えた「りんりんスクエア土浦」が平成30年3月土浦駅ビルに開業した。
筑波山地域ジオパーク	ジオパークとは地球活動の遺産を主な見所とする自然公園の一種で、地形や地質遺産の保護とともに、それらを教育や科学、観光、地域振興に活用し、地域の持続可能な発展につなげることを目的としている。 筑波山地域ジオパークは土浦市、つくば市、石岡市、笠間市、桜川市、かすみがうら市の6市からなる「筑波山地域ジオパーク推進協議会」が中心となって活動を推進しており、平成28年9月に日本ジオパークに認定されている。
テレワーク	ICT(情報通信技術)を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。
登録文化財制度	平成8年の文化財保護法の一部改正により導入された制度で、近年の国土開発や都市計画の進展、生活様式の変化等により消滅の危機に晒されている文化財建造物を保護するためのも

用語	意味
	の。届出制と指導・助言を基本とする緩やかな保護措置を講じるもので、従来の指定制度を補完している。
な行	
ナショナルサイクルルート	自転車活用推進法に基づき、自転車を通じて優れた観光資源を有機的に連携する観光事業の推進により、日本における新たな観光価値を創造し、地域の創生を図るため、ソフト・ハード両面から一定の水準を満たすことで、国の指定を受けたサイクリングルートのこと。
は行	
フィルムコミッション	映画、テレビドラマ、CM等のあらゆるジャンルのロケーション撮影を誘致し、ロケが円滑に進むようサポートする非営利公的機関のこと。
ブランド	財・サービスを、他のものと区別するためのあらゆる概念。またその価値を指す。ブランドを構築し、伝える活動全般をブランディングとも言う。
フリーペーパー	無料で誰でも持ち帰ることのできる雑誌、新聞、パンフレット、チラシなどをいう。
ブレジャー	Business(ビジネス)とLeisure(レジャー)を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむことを指す。
ホスピタリティ	心のこもったおもてなしを意味する。サービス業などでは、単なるサービスだけでなく相手のために最善を尽くすという意味が込められている。
ま行	
マイクロツーリズム	コロナの流行をきっかけに感染防止の観点で広がった、自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。
ら行	
リピーター	当該観光地に繰り返し訪れる旅行者のこと。
ローカリズム	地方主義、地域主義とも訳され、地域特有の文化や地域らしさを大切にし、地域の経済力や文化力などを高めようとする考え方のこと。
わ行	
ワーケーション	Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすことを指す。余暇主体と仕事主体の2つのパターンがある。



土浦市イメージキャラクター
つちまる

第2次土浦市観光基本計画
(改訂版)

発行:令和6年3月

【住所】〒300-8686 茨城県土浦市大和町9番1号
【電話】代表 029-826-1111(代)



土浦市イメージキャラクター
つちまる