

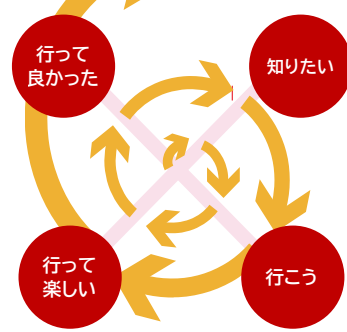
リーディングプログラム

ねらい

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。この観光資源を本市ならではの“感動”を重視し、訪問した人の「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、魅力的な観光コンテンツとしていくため、知りたい→行こう→行って楽しい→行って良かったという流れを展開しながら、観光コンテンツの深化を図ってまいります。



来訪者がリピーターとなったり、様々な人が沢山訪れたりすることで、土浦市が観光地として益々成長する



リーディングプログラムの設定(考え方)

第2次土浦市観光基本計画[改定版]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、新型コロナウイルス感染症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(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。

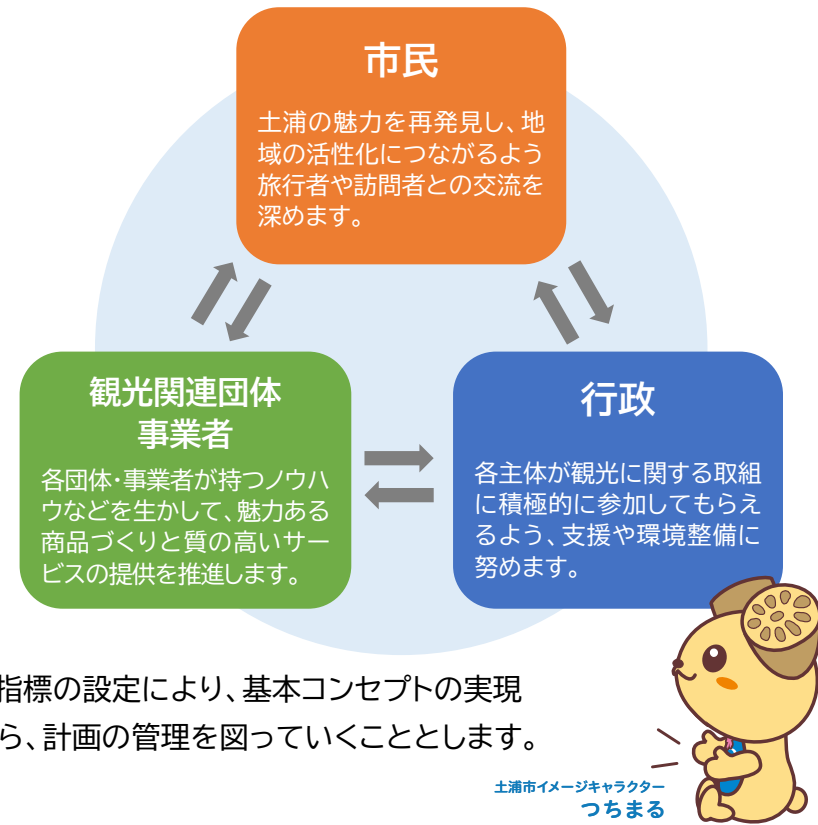
	リーディングプログラム1 思い立ったら気軽に土浦	リーディングプログラム2 “外”から選ばれる土浦	リーディングプログラム3 サステナブル観光土浦
知りたい ターゲットの「知りたい」を伝える情報発信	ターゲットの心に響く観光プロモーションの実施 地域の住民・事業者による魅力的な情報の発信	ターゲットに応じた情報発信 地域の宝(市の観光資源)を最大限に活用した効果的な情報発信	自らを高める糧となる情報発信
行こう 「行きたい」から、「行こう」に変える需要づくり	どんな時でも楽しめる観光コンテンツの充実 文化財の保存と活用による観光資源の更なる魅力向上	海外・国内各地との交流機会を活用したイベントの開催 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	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 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 旅行の重要要素「食」の魅力向上
行って楽しい ホスピタリティのある訪問地づくり	交通環境や施設等の利便性向上 住民等による地域の魅力発掘	外国人旅行者の受け入れ体制整備 外国人観光客への対応力の向上	自信を持って地域を自慢できる人材の育成 健康や環境にやさしい「自転車のまちづくり」の推進
行って良かった フォローアップの仕組みづくり	土浦ブランドの更なる魅力向上	訪日外国人・在住外国人の声の発信・共有	地域との関係を継続できる体験・学習づくり

戦略プログラム (主要事業)

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	
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	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			●
	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		●	●		
取組の柱 2 社会環境の変化に合わせた資源の活用	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		●		
取組の柱 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	●				

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。



計画の管理

計画の推進にあたっては、基本コンセプト「魅力を活かに… 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た上で、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、総合的な観点と体系的な観点の両面から、計画の管理を図っていくこととします。

計画全体の目標

目標指標名	実績	目標
1) 土浦市全体の観光入込客数	1,318,660人	1,518,100人
2) 市内の宿泊者数	95,762人	121,100人
3) 休日の歩行者・自転車交通量	21,166人/日	26,270人/日
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	県内順位4位	県内順位3位以上

体系別の目標

取組の柱	目標指標名	実績	目標
1	滞在人口	121,039人	126,000人
2	① 市内の外国人宿泊者数	367人	3,900人
	② まちかど蔵「大徳」売店での購買者数	5,877人	9,000人
	③ 市内サイクル施設利用者数	19,321人	64,000人
	④ 飲食店情報(全てのジャンル)の閲覧数(令和元年同週比)	-70.5%	-70.5%以上
3	① 観光ボランティアガイド登録者数	36人	45人
	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	59.7%	80.0%

第2次土浦市観光基本計画[改定版]

概要版



発行: 令和6年3月
土浦市 産業経済部 商工観光課 観光物産係
〒300-8686 茨城県土浦市大和町9番1号
TEL 029-826-1111(代)



本計画の基本コンセプト

魅力を活かに… 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。

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

B 「観光交流人口」の増大

取組の柱
2

社会環境の変化に合わせた資源の活用

C 「社会環境に変化」に対応した観光メニューづくり

D 「地域資源」のブランド化とネットワーク化

E 「広域観光連携」の推進

取組の柱
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

G 「観光業」の活性化と経済循環の構築