



第2次石岡市観光振興計画

市民とともにつくる
常陸国の歴史・里山を体感できるまち
いしおか



石岡市
平成31年3月

はじめに

石岡市では、2015（平成 27）年度から 2017（平成 29）年度の 3 年間に計画期間とする「石岡市観光振興計画（後期計画）」を策定し、「ようこそ 常陸国の歴史・里山（うみ・まち・かわ・さと・やま）を体感できるまち いしおか へ」を将来像に掲げ、各種施策に取り組んでまいりました。

石岡市には、筑波山や霞ヶ浦、恋瀬川などの豊かな自然のほか、常陸国府跡や常陸国分寺跡、常陸国分尼寺跡などの貴重な史跡、石岡のおまつりに代表される地域の文化など、豊富な地域資源に恵まれており、また、茨城県フラワーパークや常陸風土記の丘など、観光拠点となり得る施設がいくつも点在しておりますが、日々変化を続ける観光ニーズに対応するための、未来志向の観光地域づくりが課題となっております。

国においては、地域経済に大きな影響を与える観光を、地方創生への切り札、地域活性化の起爆剤として捉え、「観光立国」の実現に向け、観光に対する機運はますます高まりを見せております。

また、茨城県においても「茨城県観光振興基本計画」の中で「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念に掲げ、県外はもとより、世界からの誘客を促進し、世界に通用する観光地を目指しており、石岡市においても県のグローバルな動きに呼応して、インバウンド対応を強化してまいります。

このような中、社会情勢の変化や本市の現状・課題を踏まえ、この度、2019（平成 31）年度から 2028 年度までの 10 年間の本市観光に関する施策展開の指針となる「石岡市観光振興計画」を策定いたしました。

観光の振興は行政だけで推進できるものではありません。これから 10 年後の本市の輝ける姿を共に描きながら、石岡市全体として取り組みを進めて参りたいと考えておりますので、皆様には引き続きご支援、ご協力を賜りますよう、お願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたりご尽力いただきました石岡市観光振興計画策定委員会並びにワーキング委員会の委員の皆様をはじめ、貴重なご意見をいただきました市民の皆様、ならびに関係各位に心から感謝を申し上げます。



2019（平成 31）年 3 月

石岡市長 今 泉 文 彦

目次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の背景と方向性	1
(1) 観光振興の意義	1
(2) 計画策定の目的	2
(3) 石岡市観光振興計画（後期計画）の総括	2
(4) 計画の位置づけ	4
(5) 本計画の計画期間	5
第2章 石岡市を取り巻く観光の現状と課題	6
1 国の観光動向	6
2 茨城県の観光動向	8
第3章 石岡市の観光の現状と課題	11
1 石岡市の現状	11
(1) 石岡市の概要	11
(2) 石岡市の観光資源・地域資源	15
(3) 石岡市の観光実態	19
2 石岡市の観光に対する意向	21
(1) 来訪者アンケート調査	21
(2) インターネットを活用した調査	27
(3) 関連団体及び施設へのヒアリング調査	34
3 石岡市の観光の課題	36
(1) SWOT分析による本市の観光の現状分析	36
(2) 本市の観光の課題	37
第4章 石岡市観光振興計画の目指す姿	41
1 将来像	41
2 基本理念	41
3 観光振興の基本方針	42
4 施策体系	43
第5章 石岡市の観光施策	44
1 施策内容	44
(1) 魅力ある観光地域づくり	45
(2) 戦略的な情報発信	49
(3) 周遊観光の推進	51
(4) 持続可能な観光産業の育成	54
2 重点プロジェクト	57
●インバウンドの受入環境の充実	57
第6章 計画の推進に向けて	59
1 推進体制の構築	59
2 進捗管理	60
資料編	62
1. 用語集	63
2. アンケート調査 クロス集計結果	64
3. 石岡市観光振興計画策定委員会要綱・委員名簿	77
4. 本計画策定の流れ	80

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と方向性

(1) 観光振興の意義

観光とは、中国の古典「易経」にある「国の光を観る」ことが語源であるといわれています。その地方の優れた地域資源を訪ね、観て、学び、体験することで、感動や癒しがもたらされ、生活の質の向上が図られることが観光の意義であるといえます。また、観光を通じて市町村や県、国を越えて人々が交流することで、その地域においてさまざまな効果もたらされます。その効果には次のようなものがあります。

■ 地域への経済効果

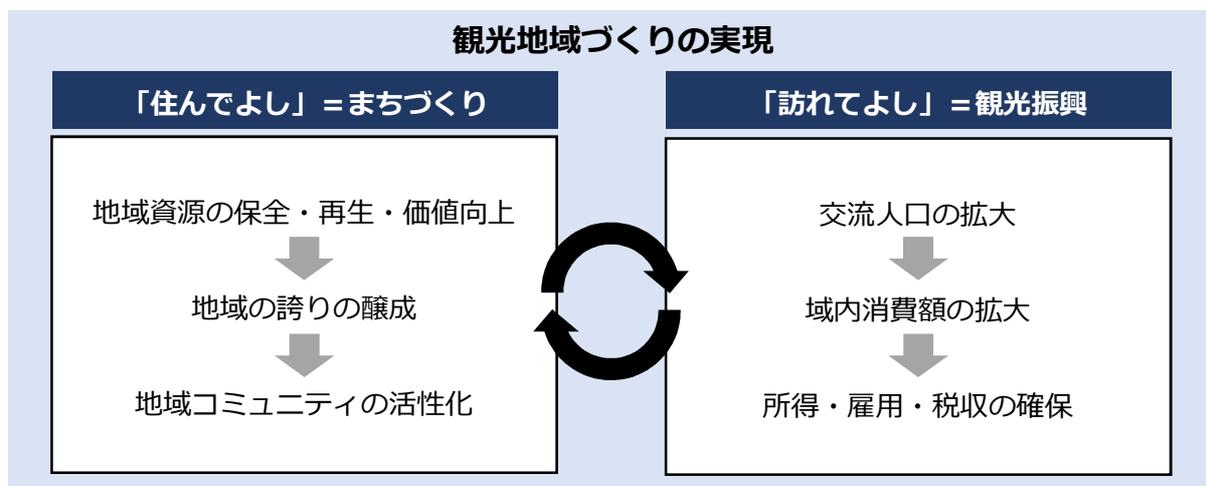
観光産業は裾野が広く、経済波及効果が高い産業といわれています。交流人口の増加により、交通機関の利用、飲食や宿泊、地場製品の購入などその消費活動は多岐に渡ります。これにより、地域経済の活性化や雇用需要の拡大など、市民生活の安定と向上につながることを期待されます。

■ 地域の誇り、アイデンティティの醸成効果

観光客を受け入れる地域にとっては、さまざまな人がその地域の資源を認め、訪れ、称えてくれることにより、自らの地域の価値を再認識し、それが自信となり、地域の誇りやアイデンティティが醸成されます。

■ “住んでよし 訪れてよし”の観光地域づくりの実現

「地域の誇り、アイデンティティの醸成」や観光客との観光交流（交流人口増加、滞在時間増加、消費金額増加など）から生じる、「地域への経済効果」といった様々な効果を生かして、地域の「あるべき姿」を実現していく取組こそ、“観光地域づくり”の考え方です。



(2) 計画策定の目的

本市では、2005（平成 17）年の旧石岡市と八郷町の合併により、自然・歴史・文化などの観光資源が豊富となり、地域の多様性が向上しました。一方、人口減少や産業の停滞など地域社会における課題が顕著となったことから、観光産業を活性化し、新たな地域振興の可能性を見出すことが求められました。

そこで、2008（平成 20）年 3 月に「石岡市観光振興計画」を策定し、本市が進むべき観光振興の方向性を示すとともに、観光振興施策を展開してきました。

その後、2011（平成 23）年 3 月の石岡小美玉スマートインターチェンジ完成、2012（平成 24）年 11 月の朝日トンネル開通など、本市を取り巻く環境が大きく変化したことから、2015（平成 27）年 3 月に「石岡市観光振興計画（後期計画）」を策定し、観光振興の方向性を見直しを行うとともに、新たな施策を展開してきました。

こうした中、国では観光を成長戦略の大きな柱ととらえ、地方創生の礎として観光振興やインバウンドの拡大に向けた政策に取り組んでおり、茨城県でも、2019（平成 31）年の「いきいき茨城ゆめ国体」や、2020 年の「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」開催を見据え、情報発信とおもてなし環境の強化により誘客の促進を図るとともに、経済成長の一翼を担えるよう「稼ぐ力」を一層高めていくこととしています。

このような背景を踏まえ、これからの本市の観光振興は、これまで直接的に「観光」に携わってきた人々はもちろんのこと、これまで「観光」に関係を持たなかった人々とも多様に連携し、豊富な地域資源を磨き、活用し、継承していく取組を進めていくことが重要となります。また、国内の旅行需要が頭打ちになる中、近年増加の一途をたどる外国人観光客への対応にも注力していかなければなりません。そこで、市全体で観光振興の機運を高めるとともに、交流人口の拡大から地域経済の活性化につながるよう、将来像とともに、その基本となる理念・基本方針・基本施策を掲げ、市民が一体となった“観光によるまちづくり”の指針として、本計画を策定するものです。

(3) 石岡市観光振興計画（後期計画）の総括

○事業の実施状況

石岡市観光振興計画（後期計画）は、石岡市の合併を契機に策定された当初計画を見直す形で、2015（平成 27）年度に策定され、2017（平成 29）年度までの 3 年間、「地域の特性を活かした観光エリアの魅力アップ」「周遊観光の推進」「石岡ブランドの確立と P R」という 3 つの基本方針の下、施策を展開してきました。

方針 1：地域の特性を活かした観光エリアの魅力アップ

○施策 1：里山文化を活かした交流・体験観光の推進

里山の自然や文化を継承するため、「石岡市街並み修景ガイドライン」を定め、里山景観の保全や修景を進めるとともに、茅葺民家の保存や伝統技術を受け継ぐ職人の育成などを推進してきました。また、トレイルランなどのネイチャースポーツを推進し、豊かな自然環境を活かした魅力の向上に努めています。一方、2016（平成 28）年に筑波山地域がジオパークとして認定されたことを受け、ツアーや講演会を通じた啓発活動を行っています。

また、後期計画では、朝日里山学校を中心とした都市農村交流の強化が図られました。朝日里山学校にはコミュニティスペースが設置され、地域住民の交流の場として解放されています。さらに、農業体

験や食を通じた観光PRなどを企画し、交流人口の増加を図るほか、移住定住支援ポータルサイトや空き家バンクを開設し、移住定住の支援を行っています。

○施策2：歴史・文化を活かしたまちなか観光の推進

看板建築をはじめとした歴史的建造物の保存と景観の保全に関する取組が進められ、景観に配慮した街並みの整備が行われています。また、ふるさと学習などを通じて歴史や文化を学ぶ機会が増えています。しかし、歴史遺産や史跡などを観光資源として十分に活かしていないことから、案内看板や説明看板の充実などを含め、活用方法の検討が今後の課題となっています。

一方で、観光客の誘客に大きく貢献している石岡のおまつりについては、入込客数の更なる増加を図るため、無料臨時駐車場を整備するほか、バスの臨時便を運行するなど、交通アクセスの強化を進めてきました。また、石岡駅前などで体験交流イベントを開催するなど、魅力アップのための事業も展開してきました。

方針2：周遊観光の推進

○施策1：周遊ルートの開発・商品化

市内の周遊観光に関しては、「食による観光PR事業」を実施するほか、市内の口ケ地をツアー企画に盛り込むなど、テーマ性を意識した観光事業を推進してきました。また、観光案内所やまち蔵藍などでのレンタサイクル事業など、市内回遊を促進させるための取組を進めてきました。一方で、近隣市町村との連携による集客力の強化を図るため、広域周遊観光の拡充と環境整備を進めてきましたが、計画期間中に有効な事業を展開できなかったことから、広域連携は継続した課題となっています。

○施策2：周遊できる環境づくり

観光客の受入態勢を強化するため、滞在型観光施設の整備に向けた計画を策定しました。また、レンタサイクル事業や急行路線バス事業（「やさとフルーツ号」の運行）などを通して、交通アクセスの強化を図りましたが、実証実験として実施したバス事業に関しては、正式な事業化には至っていません。

後期計画では、近年増加傾向にあるインバウンド需要に応えるための施策も盛り込まれました。これにより、観光案内所での外国語表記や、ホームページの多言語化を進めてきましたが、外国人受入環境が十分に整備されているとは言えないことから、継続課題となっています。

方針3：石岡ブランドの確立とPR

○施策1：石岡ブランドの確立

交流人口を増やし、積極的な情報発信とおもてなしの強化を目的として、「いしおかファンクラブ」を設立しました。また、ふるさと学習を通して郷土に誇りを持てる人財の育成を進めてきました。一方で、「食による観光PR事業」に代表されるように、食（特産物）をテーマにした観光PRは継続的に実施しているものの、石岡ブランドの確立には至っていないのが現状です。

○施策2：石岡ブランドの情報発信

インターネットメディアや観光パンフレットなどを通じて、対外的に市の魅力を発信するとともに、市の広報誌やホームページを活用し、市民に対しても積極的な情報発信を行ってきました。また、友好都市で開催されるイベントで市の観光PRを実施するなど、誘客数の増加に向けた取組も進めてきまし

た。一方で、幅広い分野から起用している 14 名と 1 組（2018（平成 30）年 3 月 31 日現在）のふるさと大使の方々の活動を観光振興に波及させることができていないことが今後の課題となっています。

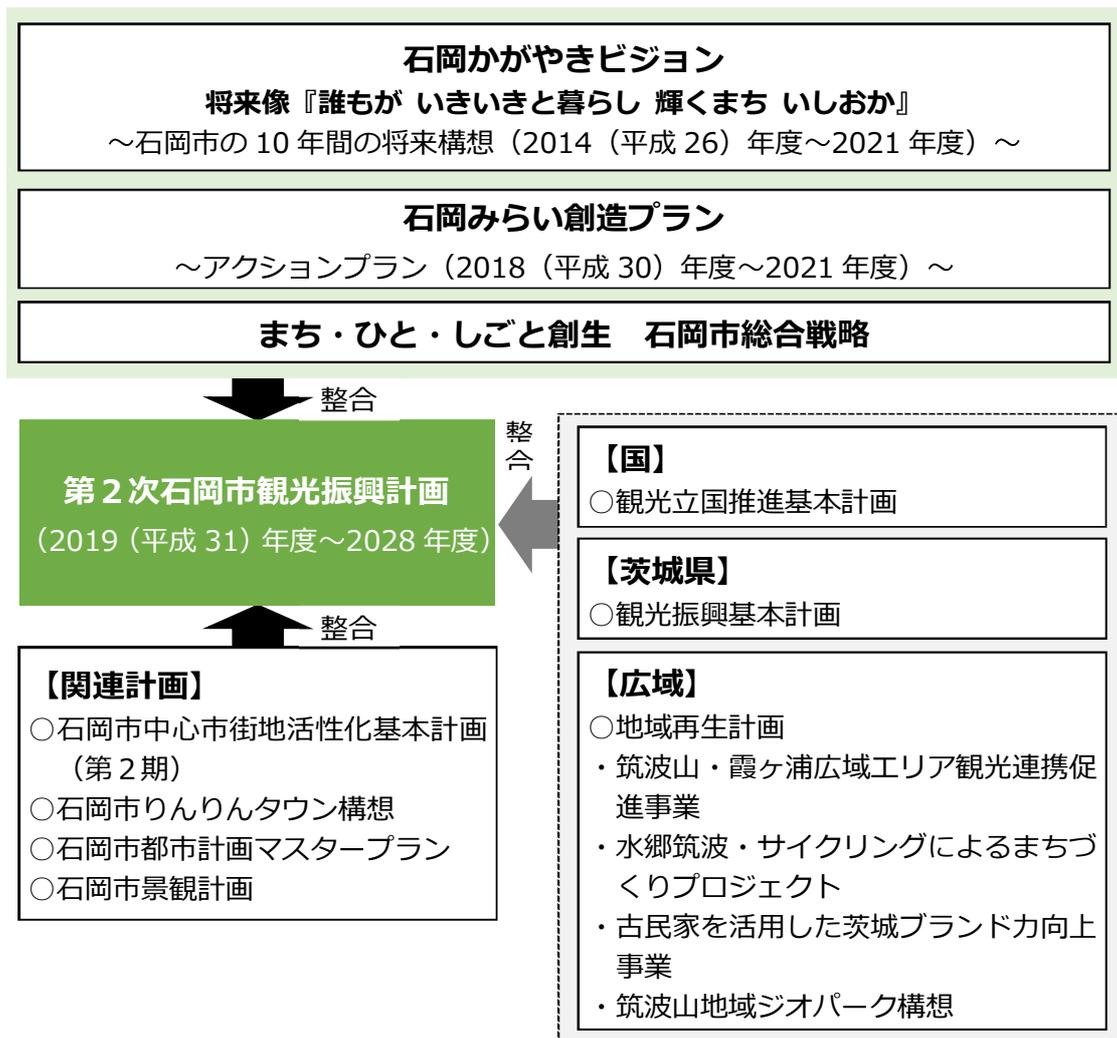
○総括

後期計画では、里山の自然とまちなかの歴史といった地域の特性を活かした魅力アップに努める一方で、市内二地域の連携や近隣自治体との広域連携が進まず、地域のブランド化も進展しませんでした。これにより、2017（平成 29）年の観光入込客数は 143.3 万人となり、150 万人という目標を達成することができませんでした。

今後、加速する人口減少や高齢化を背景に、国内旅行需要は減少が見込まれています。こうした中、増加傾向にある訪日外国人観光客への対応や、多様化する旅行スタイルへの対応など、新たな需要を満たす体制の構築が求められます。

（４）計画の位置づけ

「石岡市観光振興計画」は、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として位置づけるものです。本計画は、本市の上位計画である「石岡かがやきビジョン」や「石岡みらい創造プラン」、関連計画である「都市計画マスタープラン」などとの整合性を考慮するものとします。また、国や茨城県の観光政策や、広域連携事業との整合性も考慮するものとします。



(5) 本計画の計画期間

本計画の計画期間は、2019（平成 31）年度から 2028 年度までの 10 年間とします。

2019（平成 31）年度から 2023 年度までの 5 年間は前期期間、2024 年度から 2028 年度までの 5 年間は後期期間とし、取り巻く環境の変化などに応じた見直しを行います。

2014 H26	2015 H27	2016 H28	2017 H29	2018 H30	2019 H31	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
《将来ビジョン》 石岡かがやきビジョン（10年間）						《将来ビジョン》 次期将来ビジョン（10年間）								
《行動計画》 石岡ふるさと再生プラン （4年間）			《行動計画》 石岡みらい創造プラン （4年間）			《行動計画》 次期アクションプラン （4年間）								
《部門別基本計画》 石岡市観光振興計画 （10年間）			《部門別基本計画》 第2次石岡市観光振興計画（10年間）											
			前期期間（5年間）						後期期間（5年間）					

第2章 石岡市を取り巻く観光の現状と課題

1 国の観光動向

国では、「観光立国推進基本法」（2006（平成18）年成立）に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、2017（平成29）年には新たに「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

「観光立国推進基本計画」は、「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016（平成28）年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）を踏まえ、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を取り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図ることとしています。

【「明日の日本を支える観光ビジョン」-世界が訪れたいくなる日本へ-】

■観光先進国への「3つの視点」と「10の改革」

<視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に>

- ・「魅力ある公的施設」をひろく国民、そして世界に開放
- ・「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

<視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に>

- ・古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ・あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

<視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に>

- ・ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

【観光立国推進基本計画】

<観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針>

- ①国民経済の発展
- ②国際相互理解の増進
- ③国民生活の安定向上
- ④災害、事故等のリスクへの備え

<観光立国の実現に関する目標>

国内観光の拡大・充実	①国内旅行消費額	21兆円
国際観光の拡大・充実	②訪日外国人旅行者数	4,000万人
	③訪日外国人旅行消費額	8兆円
	④訪日外国人リピーター数	2,400万人
	⑤訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数	7,000万人泊
	⑥アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合	3割以上・アジア最大の開催国
国際相互交流の推進	⑦日本人の海外旅行者数	2,000万人

①訪日外国人旅行者数の推移

2017（平成 29）年の訪日外国人旅行者数は、過去最高を記録した前年を 19.3%上回る 28,691 千人となり、5 年連続で過去最高を更新しました。

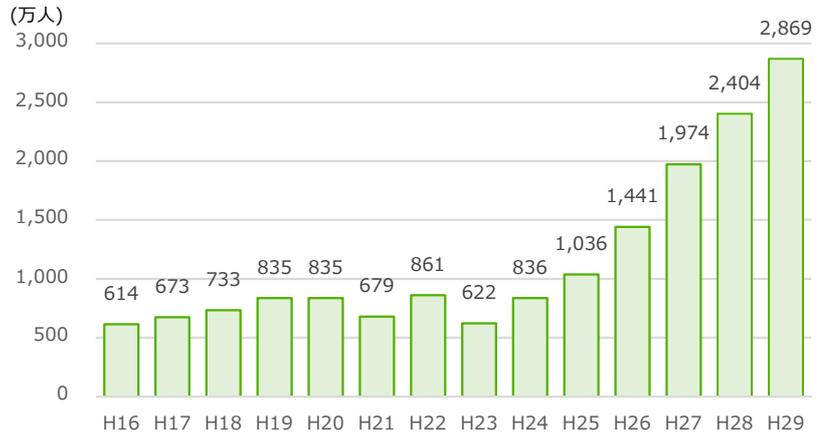


図 訪日外国人旅行者数の推移（出典：日本政府観光局（JNTO））

②国籍・地域別訪日外国人旅行者の推移

国籍・地域別で見ると、近年中国や韓国、台湾からの訪日外国人が急増しています。また、アメリカやオーストラリア、イギリスなどといった欧米豪の国についても徐々に増加傾向となっています。

(千人)

	H24	H29	伸び率
中国	1,426	7,356	415.8%
韓国	2,043	7,141	249.5%
台湾	1,466	4,565	211.4%
香港	482	2,232	363.1%
アメリカ	717	1,375	91.8%
タイ	261	988	278.5%
オーストラリア	207	496	139.6%
マレーシア	131	440	235.9%
フィリピン	86	425	394.2%
シンガポール	143	405	183.2%
インドネシア	102	353	246.1%
イギリス	174	311	78.7%
ベトナム	56	309	451.8%
カナダ	136	306	125.0%
その他	929	1,990	114.2%
合計	8,359	28,692	243.2%

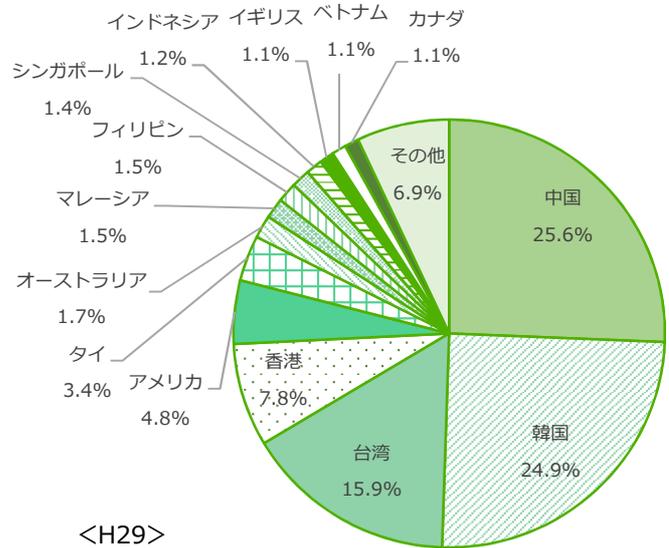


図 国籍・地域別訪日外国人旅行者数の推移（出典：日本政府観光局（JNTO））

③訪日外国人旅行者による消費の推移

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2014（平成 26）年以降急速に拡大し、2017（平成 29）年には前年比 17.8% 増の 4 兆 4,162 億円となりました。また、一人当たりの観光消費額については、2015（平成 27）年の 176,167 円をピークにやや減少傾向となっていますが、依然として 150,000 円を超える消費が続いています。

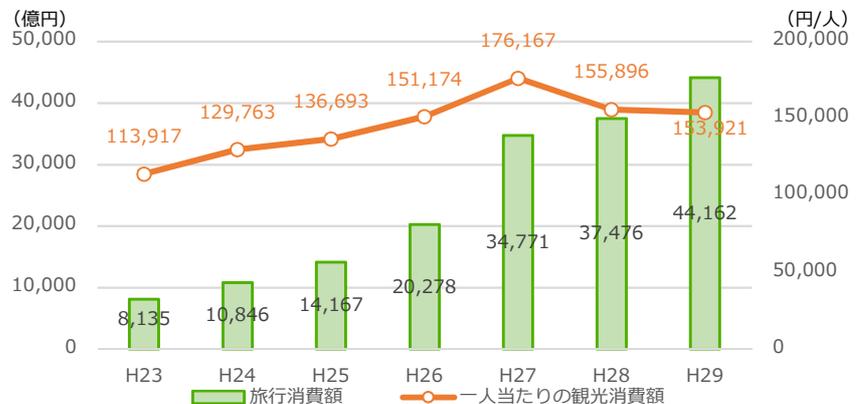


図 訪日外国人旅行者の消費の推移（出典：訪日外国人の消費動向）

2 茨城県の観光動向

茨城県では、「いばらき観光おもてなし推進条例」が議員提案により制定され、2014（平成 26）年 11 月 16 日に施行し、市町村、観光事業者、観光関係団体及び茨城県民が一体となって、「おもてなし日本一」を目指した観光の振興に取り組んでいます。

また、社会経済情勢が大きく変化するなか、2019（平成 31）年の「いきいき茨城ゆめ国体」、2020 年の「東京オリンピック・パラリンピック」の開催を控え、今後、国内外問わず、多くの観光客が茨城県を訪れることが予測されることから、「いばらき観光おもてなし推進条例」第 16 条に基づく基本計画として、「茨城県観光振興基本計画（2016（平成 28）年度～2020 年度）」が策定されました。この基本計画において、基本理念「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を掲げ、6 つの基本方針のもと、茨城県の観光振興の推進を図っています。

【茨城県観光振興基本計画】

<基本理念> いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して

- <基本方針>
- ①おもてなし日本一に向けた基盤づくり
 - ②国内外への情報発信の強化
 - ③地域の特性を活かした国内誘客促進
 - ④東京オリンピック・パラリンピック等の開催を見据えた国際誘客促進
 - ⑤魅力ある観光地域づくり
 - ⑥稼げる観光産業の振興

<目標値>

目標値	H26（基準値）	H32（目標値）
1 観光地点等入込客数（延べ人数）	5,075 万人	6,200 万人
2 日帰り観光入込客数（実人数）	2,882 万人	3,472 万人
3 宿泊観光入込客数（実人数）	462 万人	701 万人
4 外国人旅行者数	187 千人	720 千人
5 本県の観光に対し「非常に満足」している観光客の割合	42.7%	50.0%
6 観光消費額	2,260 億円	3,256 億円
7 観光いばらきアクセス数	497 万件	1,220 万件
①日本語	493 万件	1,100 万件
②外国語	4 万件	120 万件
8 消費税免税店舗数	149 店舗	510 店舗
9 Wi-Fi 整備施設数	17 施設	44 施設
10 海外からの観光ツアー催行数	341 ツアー	3,000 ツアー

「茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）」などの統計資料より、茨城県の観光動向を以下のとおり、整理しています。

①観光入込客数（延べ人数）

茨城県における 2017（平成 29）年の観光入込客数（延べ人数）は、61,284 千人となっています。

観光振興計画を策定した 2008（平成 20）年と比較し、観光入込客数が約 30%増加しています。

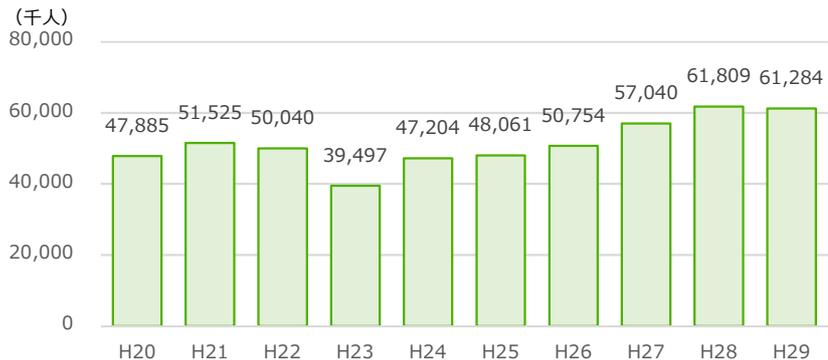


図 茨城県の観光入込客数の推移
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

②観光入込客数（実人数）と観光消費額

茨城県における 2017（平成 29）年の観光入込客数（実人数）は、39,554 千人、観光消費額は、262,832 百万円となっており、近年横ばいの傾向となっています。

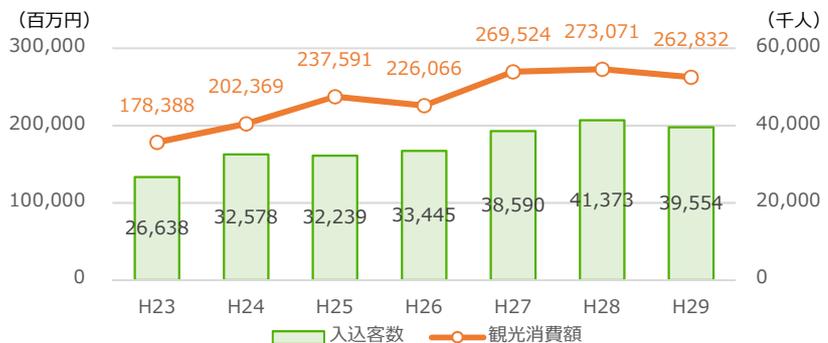


図 茨城県の観光入込客数と観光消費額の推移
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

③日帰り・宿泊別観光入込客数（実人数）

日帰り・宿泊別でみると、日帰り及び宿泊ともに増加傾向でしたが、近年は横ばいとなっています。また、入込客全体に占める宿泊客の割合は、概ね 12%から 14%の間で推移しており、大きな変化は見られません。

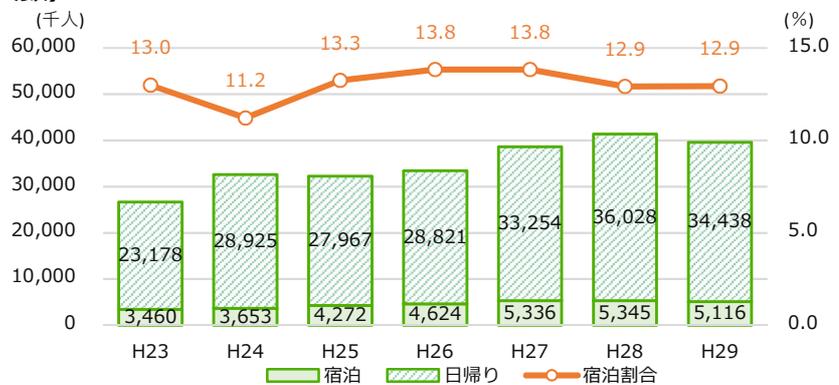


図 日帰り・宿泊別観光入込客数
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

④居住地別観光入込客数の内訳（延べ人数）

2017（平成 29）年の観光入込客数を居住地別でみると、茨城県内が 47.6%，県外が 52.4%となっており、県外からの観光客がわずかに多くなっています。県外の内訳をみると、千葉県、東京都、埼玉県、栃木県など、関東圏からの観光客が多くを占めています。

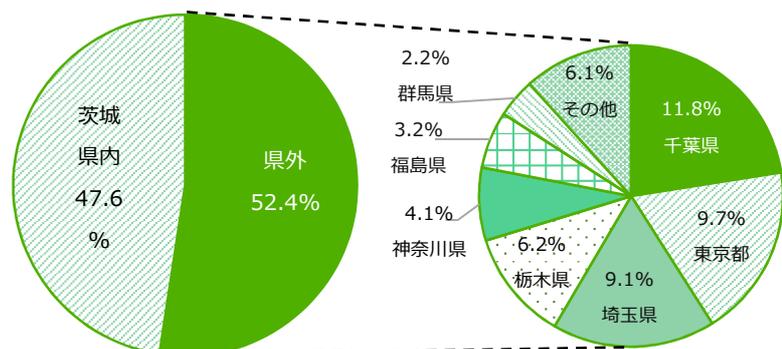


図 居住地別観光入込客数の内訳
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

⑤一人当たりの平均観光消費額

一人当たりの観光消費額をみると、宿泊を伴う場合は滞在時間が長くなることもあり、22,839 円/人（2017（平成 29）年）と日帰りの約 5 倍の消費額となっています。また、居住別でみると、県外客が 9,107 円/人（2017（平成 29）年）となり、県内客の約 3 倍の消費額となっています。

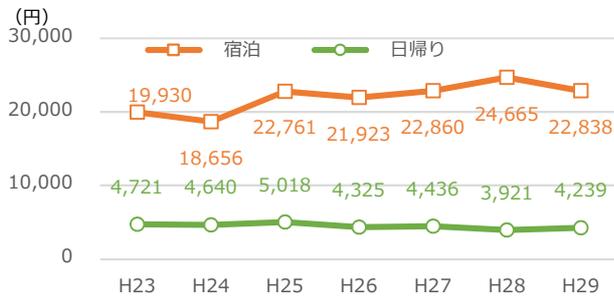


図 一人当たりの観光消費額の推移（日帰り・宿泊別）
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

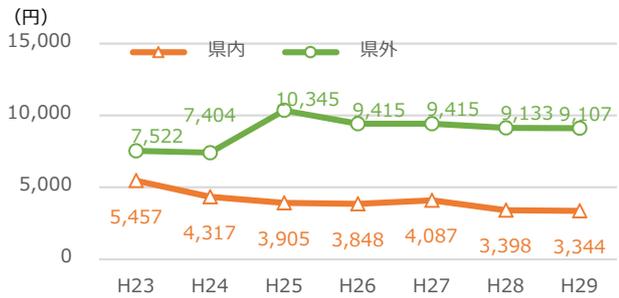


図 一人当たりの観光消費額の推移（居住地別）
（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

⑥訪日外国人入込客数（実人数）

訪日外国人の県内入込客数は 6 年連続で増加しており、2017（平成 29）年には過去最高となる 297 千人が訪れました。

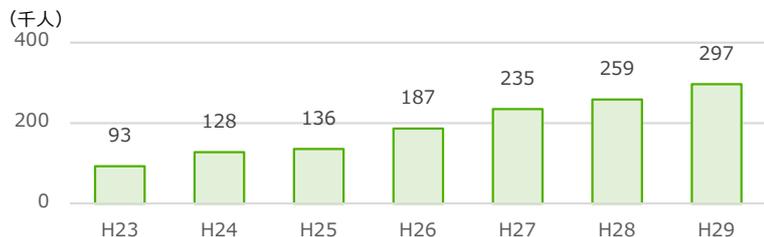


図 訪日外国人入込客数（実人数）の推移（出典：茨城の観光レクリエーション現況）

⑦茨城空港の旅客実績

2017（平成 29）年の茨城空港の旅客実績をみると、国内旅客数が 573,824 人、国際旅客数が 106,846 人となっています。

国際旅客数については、災害などの影響で 2017（平成 29）年は減少したものの、国内旅客数については、年々増加傾向になっています。

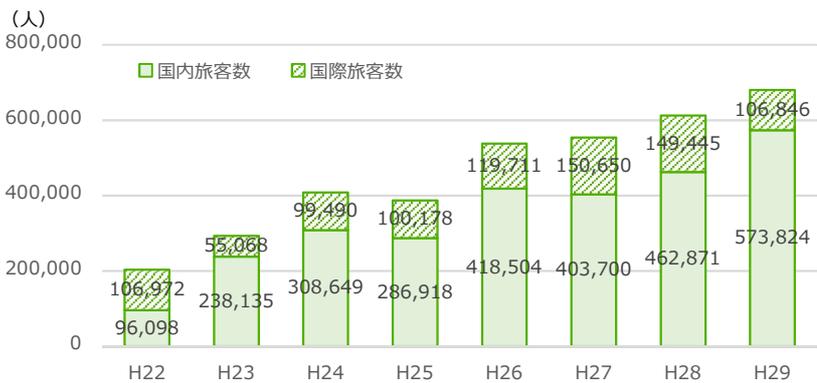
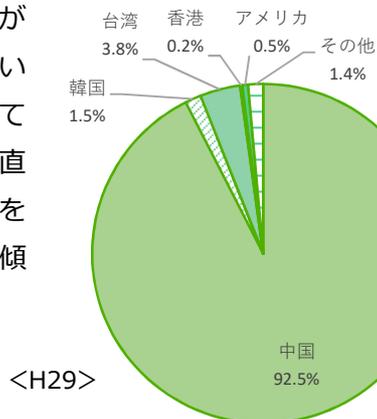


図 茨城空港の旅客実績（出典：茨城空港（東京航空局調べ））

⑧茨城空港の入国訪日外国人数 主要国籍・地域別

茨城空港の入国訪日外国人数は、中国国籍が 9 割を占めており、次いで台湾や韓国となっています。上記 3 カ国は直近 5 年間で茨城空港を利用する人数が増加傾向にあります。



	H24	H29	伸び率 (%)	
中国	25,849	38,484	32.8%	
韓国	232	630	63.2%	
台湾	550	1,576	65.1%	
香港	146	92	-58.7%	
アメリカ	257	222	-15.8%	
その他	タイ	9	84	89.3%
	オーストラリア	82	63	-30.2%
	マレーシア	—	21	—
	フィリピン	11	3	-266.7%
	シンガポール	—	30	—
	インドネシア	13	10	-30.0%
	イギリス	59	26	-126.9%
	ベトナム	1	3	66.7%
	カナダ	88	85	-3.5%
	その他の国	743	267	—
合計	28,040	41,596	32.6%	

図 2017（平成 29）年茨城空港の入国訪日外国人数（出典：法務省 出入国管理統計統計表）

第3章 石岡市の観光の現状と課題

1 石岡市の現状

(1) 石岡市の概要

①位置・地勢

本市は、茨城県のほぼ中央に位置し、面積は215.53 km²で、市域の北西部に連なる筑波山系から南部の市街地にかけてなだらかな丘陵地が広がり、平地に至る、変化に富んだ地形を形成し、美しい景観にも恵まれています。

また、広大な霞ヶ浦を臨み、そこに注ぐ恋瀬川、園部川があり、豊かな水にも恵まれています。交通環境としては、首都圏から東北地方を結ぶ常磐自動車道、国道6号、J R常磐線が南北に貫いており、交通条件の良さが、住民生活はもちろん、企業誘致やビジネス立地上優位となっています。

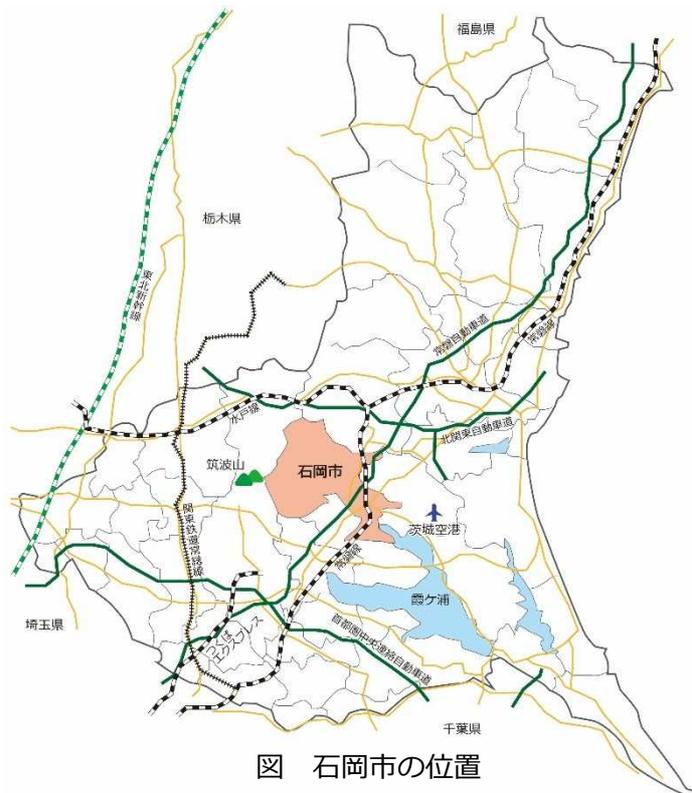


図 石岡市の位置

②歴史

本市は、原始古代から集落が開かれ、広域的な政治、文化、経済の中心を担う都市として、時代に応じた役割を果たしてきました。

古代には東国最大級の前方後円墳が築かれ、中世から近代にかけては、水運をいかした物資の中継拠点として醸造、製糸などの諸産業が栄えました。奈良時代には国府が置かれ、常陸国分寺・常陸国分尼寺が建立されるなど、常陸国の政治・文化の中心地として栄えました。また、古くから交通の要衝としても栄え、江戸時代には水戸街道の宿駅である府中宿のほか、霞ヶ浦や恋瀬川などに舟運が開かれ、高浜港からは、米のほかに酒、醤油、炭、薪、材木などが積み出されていました。さらに、明治時代になると、日本鉄道海岸線（現在のJ R常磐線）友部～土浦間が開通し、石岡駅、高浜駅が設置され、霞ヶ浦の水運と合わせ、水陸交通の要衝として栄えました。昭和初期にかけては、鹿島参宮鉄道が石岡～鉾田間の全線で開通し、石岡～柿岡間で乗合バスが運行を始めるなど、陸上輸送が活発になりました。

市町村合併の経過をみると、1889（明治22）年の市制町村制施行前、本市は66町村に分かれていましたが、市制及び町村制の施行に伴い3町9村となり、1954（昭和29）年から30年にかけての合併により旧石岡市と八郷町が成立し、2005（平成17）年10月、この2市町の合併により新しい石岡市が誕生しました。本市には、中心市街地の近代建築物（看板建築など）に代表される建築物の他、常陸国分寺跡、常陸国分尼寺跡（いずれも国指定文化財）など、歴史性の高い史跡が数多く存在しています。また、有形・無形文化財も数多く指定されています。



③上位・関連計画

各種上位・関連計画により、観光振興に関係する、市のまちづくりの方向性、方針を整理します。

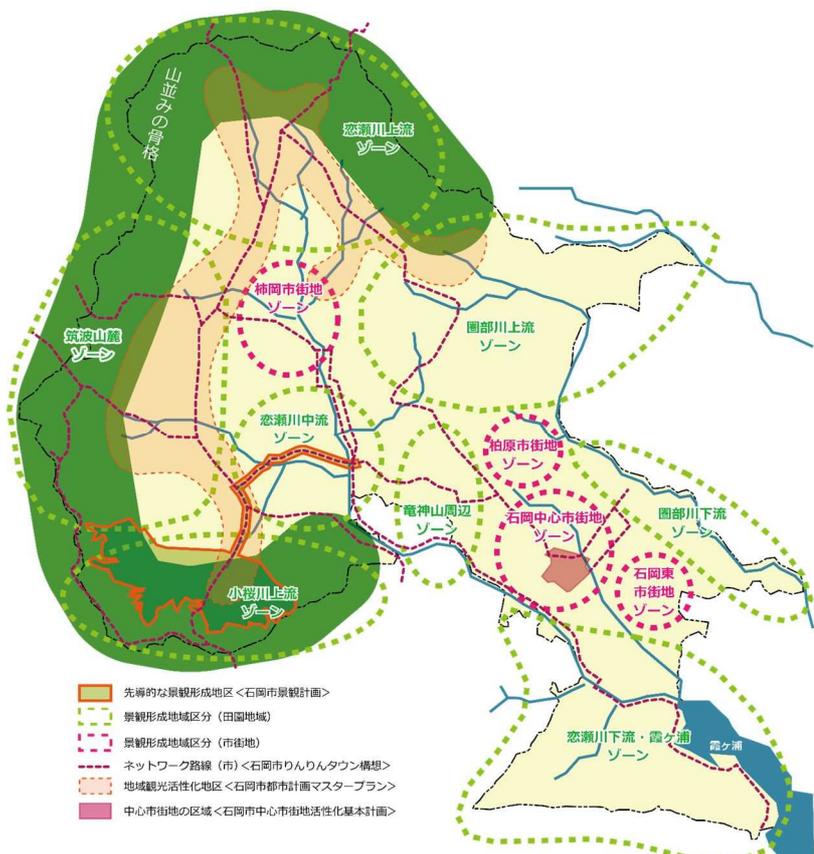
『石岡市みらい創造プラン』では、リーディングプロジェクトとして、「魅力アップ観光交流プロジェクト」が位置づけられており、豊かな自然や歴史・文化などの様々な地域資源の魅力の向上を図るとともに、市内外に情報発信をすることで、交流人口の更なる増加を図るとともに、首都圏のなかでも個性輝く魅力的なまちづくりに取り組んでいます。

『石岡市都市計画マスタープラン』では、都市づくりの理念として、「地域の個性を活かし、快適に暮らすことができるまち」、「自然環境や歴史資源を守り、育てるまち」が掲げられ、地域の産業が持続的に発展するために、地域内の資源を活かして賑わいや活力を生み出す、交流が盛んなまちづくりを進めるとしています。特に、観光・レクリエーション施設が多く集積し、観光の拠点となる区域を「地域観光活性化地区」として設定し、既存施設の機能充実や情報発信機能の強化などによる、交流の場づくりを行い、拠点性を高めるとしています。また、道路や公共交通などによるアクセス性の向上と、案内板の充実などによる周遊環境の向上を促進するとしています。

『石岡市中心市街地活性化計画』では、地域商業の活性化のために、個店の魅力アップや来店価値を上げる取り組みに加え、交流人口を増加させ、「また来たくなる」ために必要な事業を実施することとしています。

『石岡市景観計画』では、景観特性のまとまりの区分（景観形成地域区分）ごとに、地域の特徴を活かした景観まちづくりを推進していくための方向性を示しており、山並みの緑と豊かな水系を中心とする自然景観の軸線を意識した景観づくりや、各地の景観資源を活かしながら、地域ならではの景観づくりを行うとしています。また、市内でも特に良好な景観資源がある地区を「先導的な景観形成地区」に定め、各地区の景観特性を踏まえた良好な景観づくりを行うとしています。

『石岡市りんりんタウン構想』では、「“観光振興”における自転車活用の推進」という基本目標が掲げられ、地域資源を回遊できるようなサイクリング環境の創出、近隣市などとの広域連携を考慮したレンタサイクル活用の推進、サイクリングイベントなどによる自転車利用の啓発活動の推進を行うとしています。また、市内に広く点在する公共公益施設や観光施設などへのアクセス性確保や活用も含め、これら地域の特性を活かしたネットワーク路線や拠点などの利用環境の整備を進めています。



④人口の推移

2018（平成30）年度の人口は75,755人で、近年減少傾向にあります。

また、65歳以上（老年人口）が増加傾向にある一方、0～14歳（年少人口）及び15～64歳（生産年齢人口）が減少傾向にあることから、少子高齢化がますます深刻化しています。

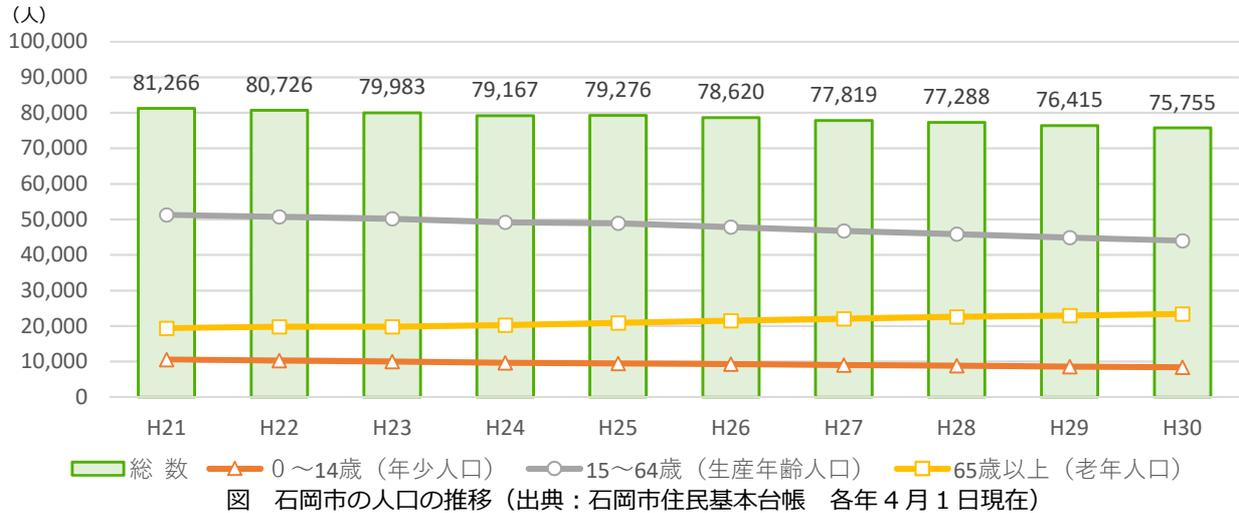


図 石岡市の人口の推移 (出典: 石岡市住民基本台帳 各年4月1日現在)

⑤土地利用の推移

本市の土地利用現況は、農地・山林などの自然的土地利用が、市全域の約80%を占め、宅地や道路などの都市的土地利用が約20%となっています。

石岡地区では、鉄道駅（石岡駅）を中心に市街地が広がり、市街地の北側（半ノ木地区）には工業団地が位置しているなど、主に都市的土地利用が主体となっています。八郷地区は、市街地は柿岡地区周辺のみで、筑波山からの丘陵地帯が広がり、山林・農地など、自然的土地利用が中心となっています。

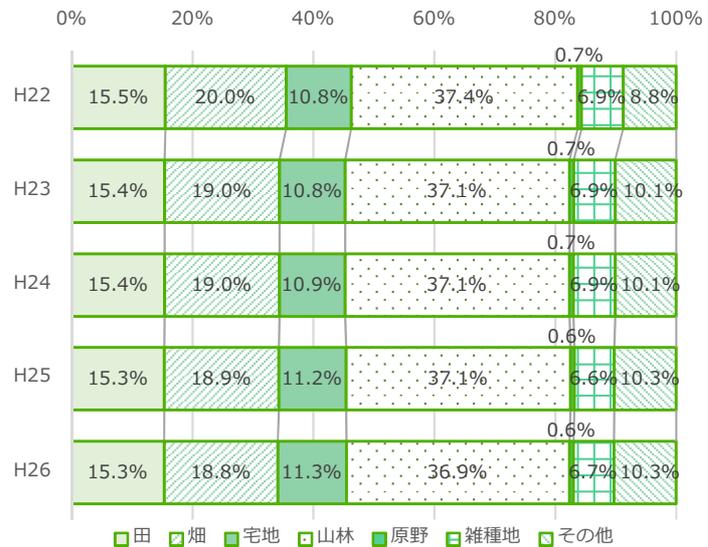


図 土地利用の割合 (出典: 茨城県統計年鑑)

⑥産業3部門の市内総生産額

本市の産業構造は、第3次産業が最も高い割合を占めていて、現在も増加傾向にあります。その中で、サービス業や不動産業が高い構成比率を占める一方、卸・小売業、運輸・通信業では、生産額が減少しています。

一方、酒造りや農産物加工などの地場産業や、工業団地への企業進出を積極的に進める中で、産業の核の一つとなってきた第2次産業の生産額は近年減少傾向にあり、現在は市内総生産の3割程度にとどまっています。第2次産業の中心は製造業で、非鉄金属や金属製品・プラスチック製品・食料品・電気機械などが製造品出荷額の上位を占めています。

第1次産業は総生産に占める割合は低いものの、肥沃な優良農地と高い技術・大都市近郊という優位性を活かし、米・

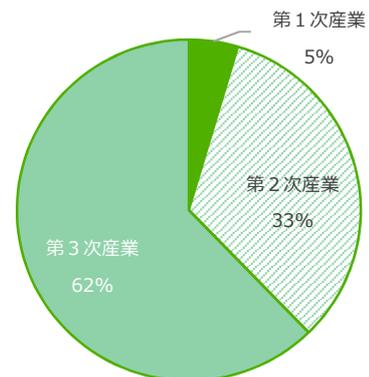


図 市内総生産額 (出典: 平成27年度茨城県市町村民経済計算)

野菜・果物など幅広い生産が行われています。特に八郷地区では、果物の南限・北限が交差しているという地理的要因もあり、豊富な種類の果樹栽培と、フルーツ狩りが楽しめる観光果樹園が盛んです。また、山間にある傾斜地や変化に富んだ地形を利用した多品目栽培の農業が行われていて、家畜の糞尿などの有機物をリサイクルした土づくりも盛んに行われてきました。さらに、畜産業は養豚・酪農・養鶏を中心に県内でも有数の産地になっています。

⑦産業3部門就業者数の推移

就業者数については、産業3部門全てで年々減少傾向になっています。特に、第1次産業は、2005（平成17）年から2015（平成27）年の10年で45.2%も減少しています。

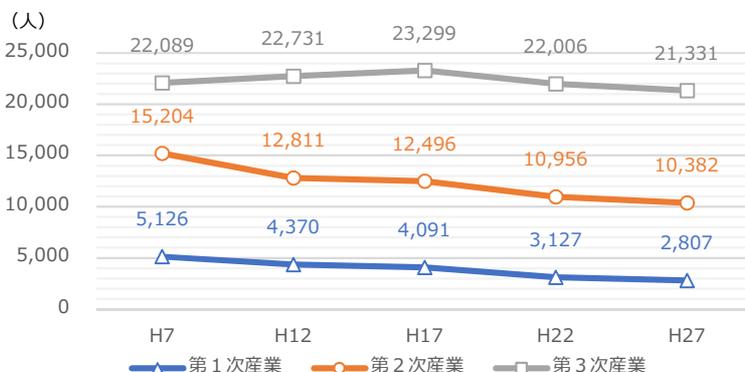


図 就業者数の推移（出典：国勢調査）

⑧農業数の推移

農家数については、2015（平成27）年3,824戸になっており、年々減少傾向になっています。販売農家についても、総農家数の減少に伴い、減少しています。

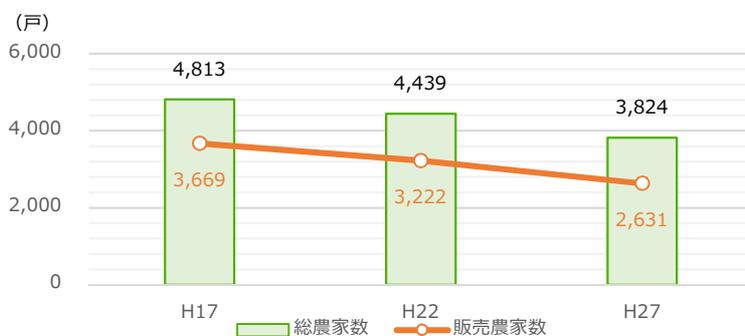


図 農家数（出典：農林業センサス）

⑨卸売業・小売業における事業所数と従業者数の推移

卸売業・小売業における事業所数及び従業員数については、ともに2007（平成19）年をピークに近年減少傾向がみられます。

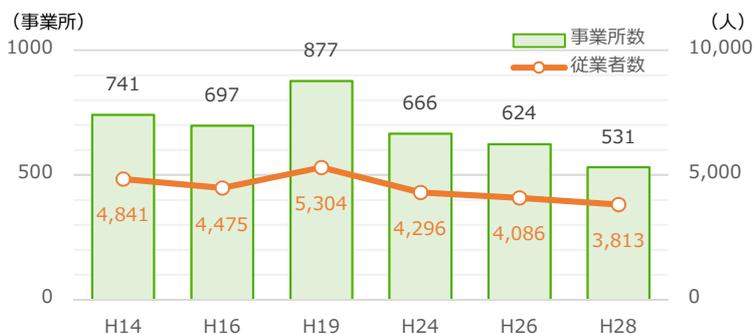


図 事業所数と従業者数の推移
（出典：経済センサス，商業統計調査結果）

⑩一人当たり市民所得の推移

一人当たり市民所得は、2015（平成27）年度については2,726千円で年々増加傾向になっています。茨城県の平均と比べると、約300千円の差があります。



図 一人当たり市民所得
（出典：茨城県市町村民経済計算）

(2) 石岡市の観光資源・地域資源



常陸国府跡



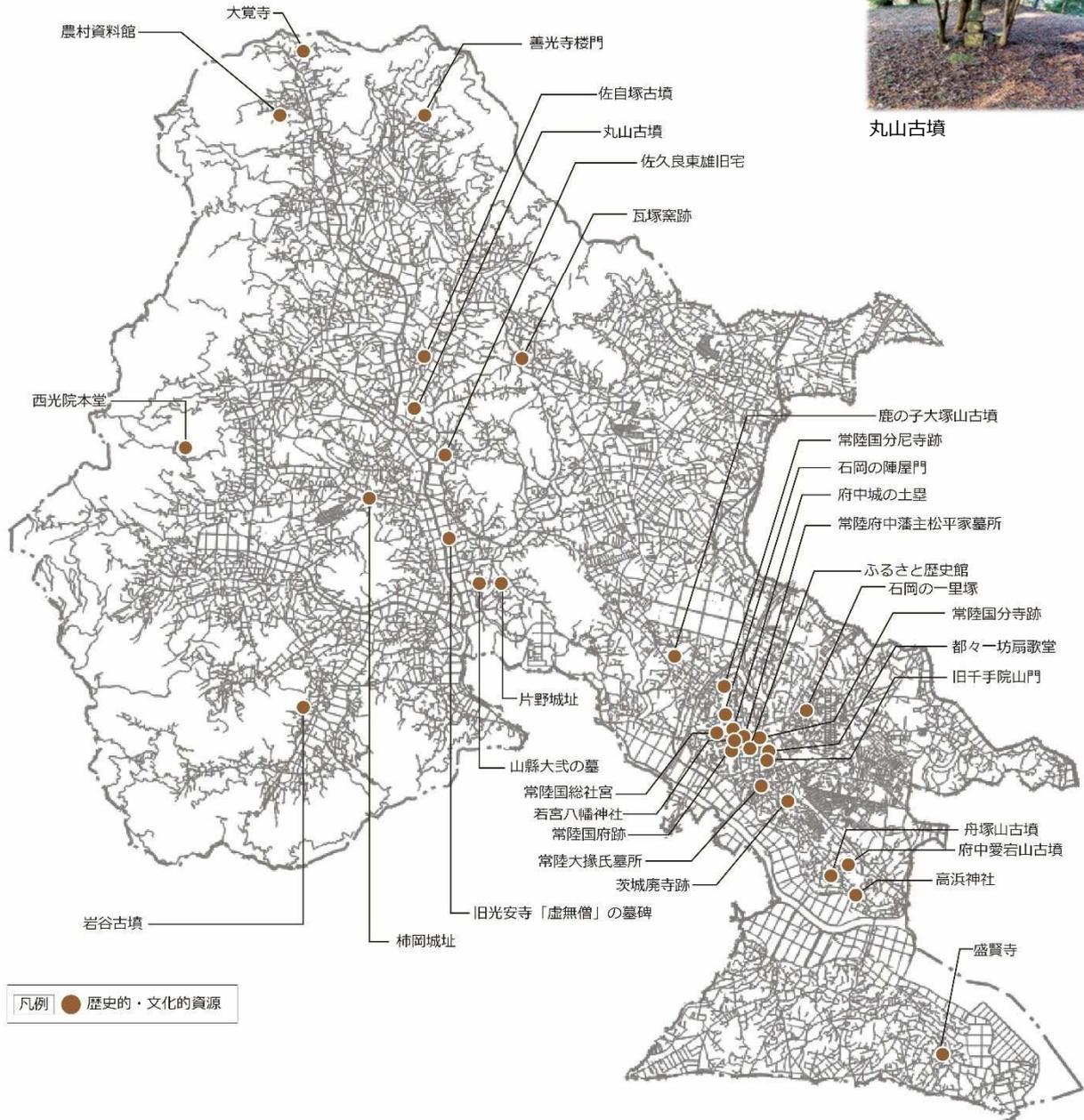
常陸国分寺跡



常陸国分尼寺跡



丸山古墳



高浜神社



盛賢寺



佐久良東雄旧宅



石岡の一里塚



つくばねオートキャンプ場



常陸風土記の丘



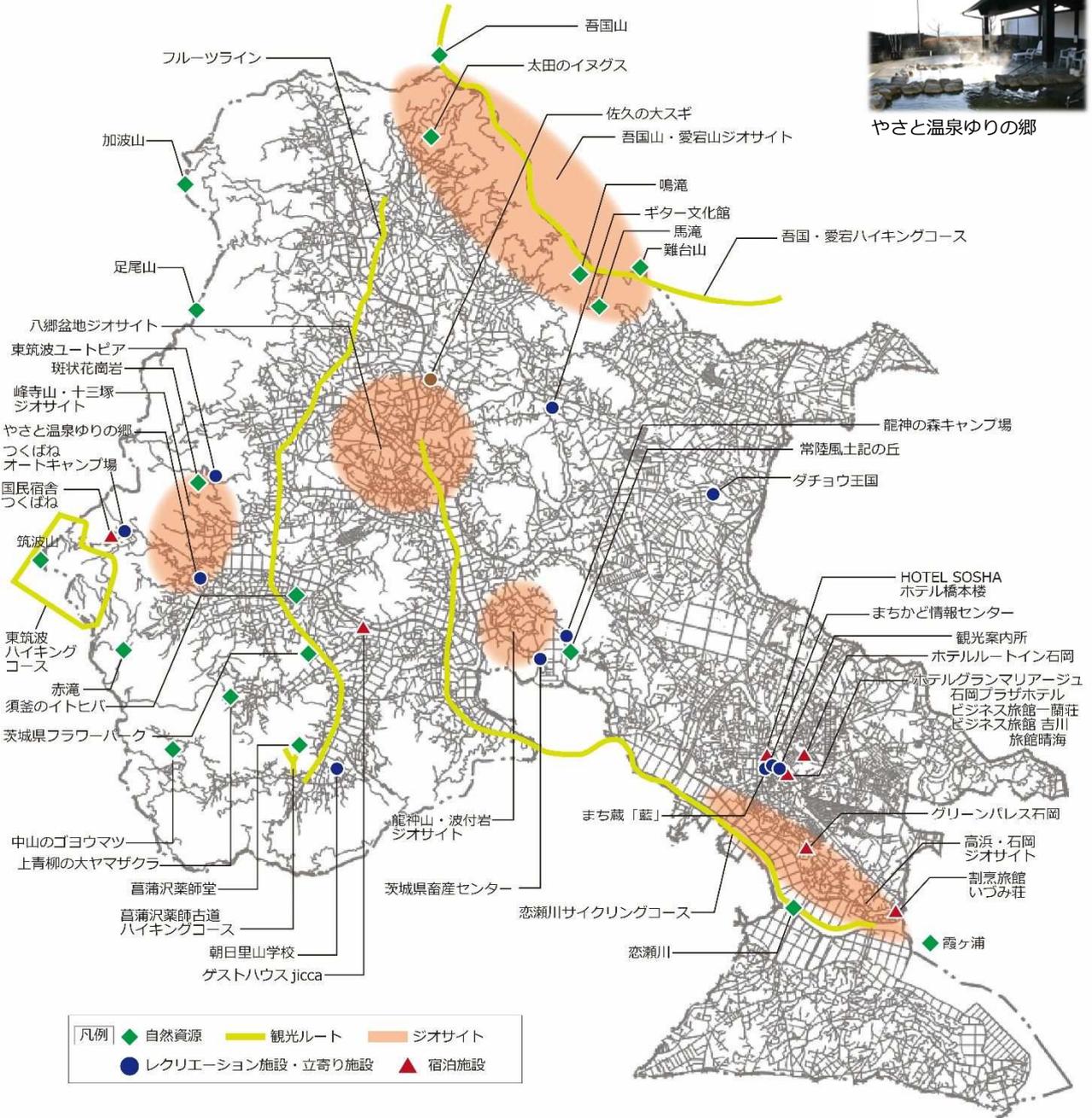
茨城県フラワーパーク



佐久の大スギ



やさど温泉ゆりの郷



朝日里山学校



東筑波ユートピア



鳴滝



まち蔵「藍」

●特産品・食資源など

種類	資源名	概要
特産品・土産物	日本酒, 米焼酎	府中誉(株)(府中製造)1854年創業, 石岡酒造(株)1959年創業, 白菊酒造(株)1805年創業, 藤田酒造店 1462年創業(日本に現存する酒蔵では2番目に古い)
	味噌	ミツウロコ味噌(株), (株)小倉味噌店, 東屋糴味噌店
	四季の農産物, 畜産物	赤ねぎ, 梨(茨城県銘柄産地指定), その他果樹(下記, 果樹狩り参照), 米(特別栽培米コシヒカリ), レンコン, きゅうり, その他各種野菜, やさと納豆, やさとのたまご, そば, 常陸牛, ダチョウの肉, 穂の香卵
	生花	小菊(茨城県銘柄産地指定)
	農産物直売所, 物産館, 朝市	JA やさと柿岡直売所, JA やさと園部直売所, やさと温泉ゆりの郷物産館, やさと農産物直売所(茨城県フラワーパーク内 Yasato de toreta), JA 新ひたち野大地のめぐみ
	産地直送インターネット通販(JA やさと, JA 新ひたち野)	かぼちゃ焼酎「星空のシンデレラ」のほか, 地元の特産品を販売。
	オリジナルスイーツ(いしおかサンド)	市内の菓子職人が地元産の食材を使った地元スイーツを開発。
しし鍋	石岡市八郷商工会が中心となり, しし鍋協賛店をまとめたしし鍋マップを作成。	
果樹狩り・観光果樹園	いちご	1月～5月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施(直売は12月から)。
	ブルーベリー	6月下旬～8月中旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	ぶどう	7月下旬～10月中旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	梨	8月中旬～10月上旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	柿	9月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	りんご	9月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	みかん	10月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
産業	観光果樹園, 果樹団地, 農業体験	筑波山麓の温暖な気候に恵まれた八郷地区は, 筑波山系の豊かな水と温暖な気候があいまって, 年間を通じていろいろな種類の果樹が楽しめる。
	茨城県畜産センター	新品種・新技術の研究開発だけでなく, 団体を対象に酪農体験や加工体験を実施している。
	商店街	御幸通り商店街, 中町商店街, 柿岡商店街など
産業観光	伝統産業	酒造, 味噌づくり, 弓矢制作, 線香製造, 桐工芸
	食品, 飲料	そば粉・乳製品の製造

種類	資源名	概要
産業観光	工業製品	アルミニウム飲料缶の製罐, 石材採掘・加工, いぶし瓦製造
	社会・暮らし	青果市場の競売(セリ), ギターに関する展示・説明(ギター文化館)
伝統工芸	工芸品	石岡府中杉細工, 杉線香, 常陸獅子

●地域のまつり・催事・イベント

種類	時期	名称
歴史・文化・風習・郷土芸能など	2月	いしおか雛巡り(市内中心市街地)
	4月	染谷十二座神楽(染谷佐志能神社)
	7月	三村祇園祭(須賀神社・三村地内)
		片野八幡神社祇園祭(片野地内)
	柿岡のおまつり(柿岡八坂神社祇園祭, 柿岡商店街)	高浜神社青屋祭(高浜地内)
		8月
	9月	代田の大人形(井関地内)
		きせる祭り(加波山神社)
	10月	石岡のおまつり(常陸國總社宮例大祭・JR石岡駅周辺中心市街地内)
		柿岡八幡神社太々神楽(十二面神楽・柿岡八幡神社)
11月	金刀比羅神社秋季大祭(金刀比羅神社) 根小屋代々十二神楽(七代天神社)	
自然・花	1月	初日の出(筑波山山頂・国民宿舎つくばね)
		ペゴニア・ダリア展(茨城県フラワーパーク)
	4月	国分寺花まつり(国分寺)
		さくらまつり(常陸風土記の丘) フラワーフェスティバル(茨城県フラワーパーク)
	5月	バラまつり(茨城県フラワーパーク)
	7月	やまゆりまつり(茨城県フラワーパーク)
	9月	秋バラまつり(茨城県フラワーパーク)
11月	ウィンターイルミネーション(茨城県フラワーパーク)	
スポーツ・レジャー	2月	つくばねマラソン大会
	4月	果物と自然の里いしおかトレイルラン大会(朝日里山学校)
	8月	筑波山天空ロード&トレイルラン in いしおか大会(八郷総合支所)
食・産業	10月	石岡ふれあいまつり☆
	11月	いしおか商工祭(いしおかイベント広場) 柿岡城まつり(柿岡商店街)
複合的なイベント	7月	石岡サマーフェスタ(石岡駅前・御幸通り)

(3) 石岡市の観光実態

①観光入込客数（延べ人数）と各観光施設の観光入込客数の増減率の推移

本市における観光入込客数は、2017（平成 29）年は 1,433,000 人となっています。

2009（平成 21）年を基準値とし、各観光施設の観光入込客数の増減率をみると、近年「朝日里山学校」、「つくばねオートキャンプ場」、「茨城県フラワーパーク」、「やさと温泉ゆりの郷」、「ふれあいの森」で観光入込客数が増加傾向となっています。

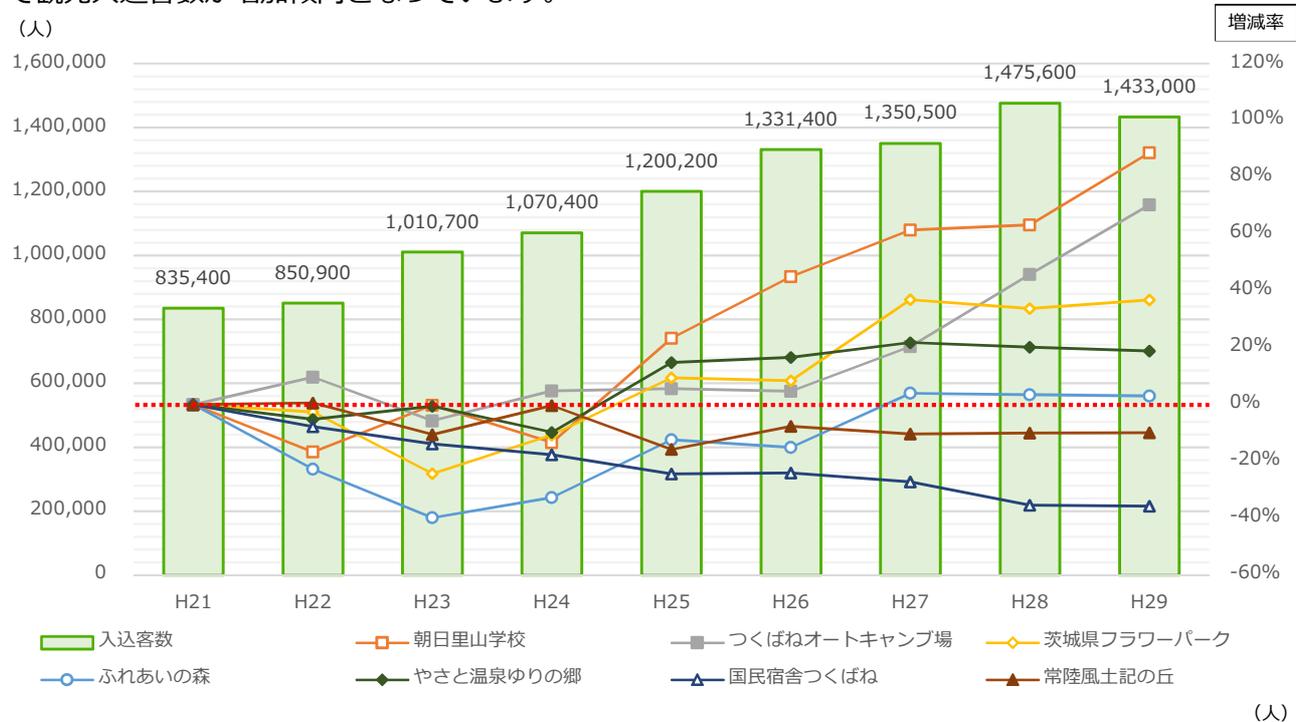


図 観光入込客数（延べ人数）と各施設の観光入込客数・増減率の推移
 (出典：茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）)

②月別観光入込客数

2017（平成 29）年の観光入込客数の月別状況をみると、「石岡のおまつり」が開催される 9 月に年間入込客数の 34.5%が集中しています。2014（平成 26）年の月別観光入込客数と比較しても、大きな傾向の変化は見られません。

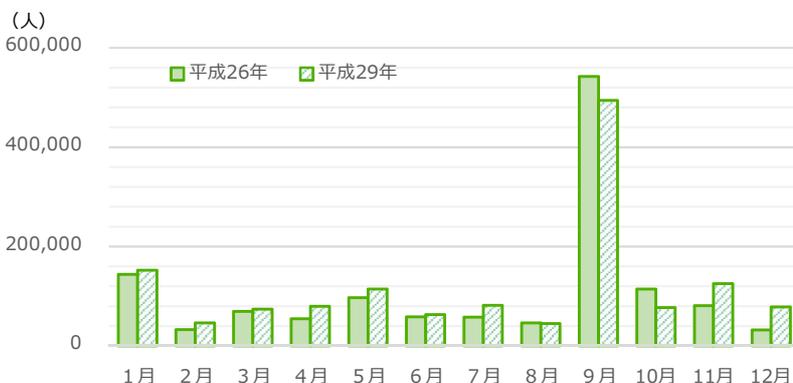


図 月別観光入込客数
 (出典：茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）)

③石岡のおまつり入込客数

毎年9月に3日間開催される石岡のおまつりの入込客数は、2017（平成29）年では438,000人となり、2016（平成28）年より増加しましたが、2014（平成26）年をピークに概ね横ばいの傾向にあります。



図 石岡のおまつり入込客数の推移
 (出典：茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）)

④石岡市の周辺自治体の観光入込客数

周辺自治体の観光入込客数をみると、2017（平成29）年ではつくば市、笠間市の観光入込客数が多く、本市は小美玉市や土浦市と同程度の観光入込客数となっています。

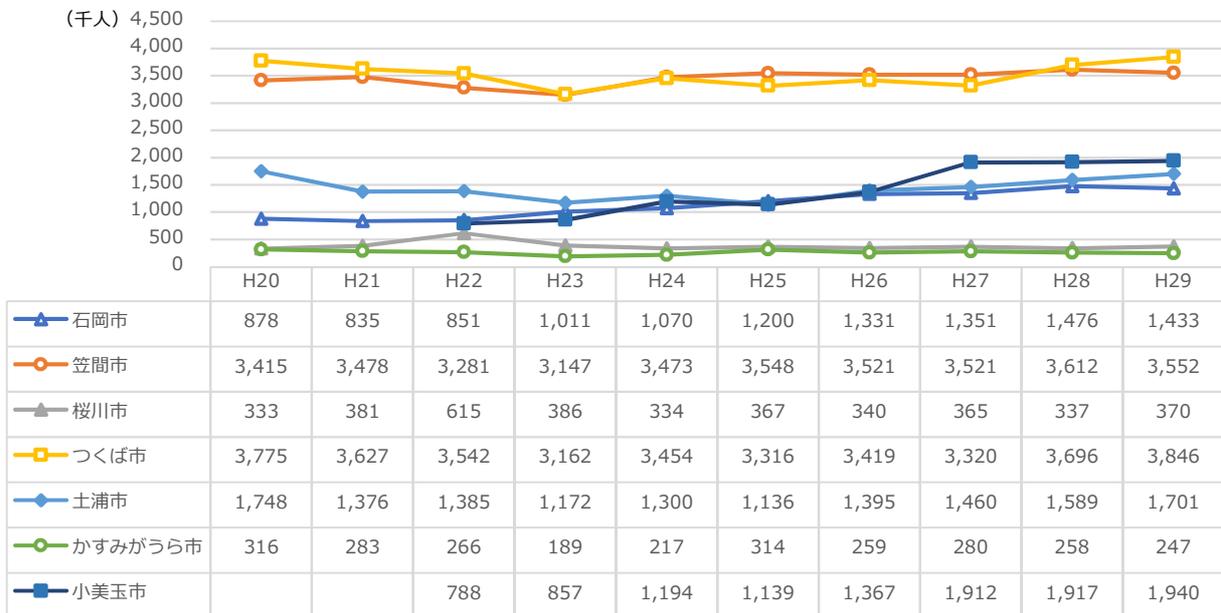


図 周辺自治体の観光入込客数 (出典：茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告）)

⑤石岡市内の観光目的地

ナビゲーションサービスを使って経路検索された観光目的地をみると、「茨城県フラワーパーク」が最も多く、次いで、ゴルフ場などが挙げられます。その他、「ダチョウ王国」や「常陸風土記の丘」なども挙げられ、これらが目的地となっていることが想定されます。



※株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

図 観光目的 (出典：地域経済分析システム RESAS)

2 石岡市の観光に対する意向

(1) 来訪者アンケート調査

本市へ訪れている観光客を対象とし、来訪者アンケート調査を実施し、来訪者の現状や実態を把握しました。

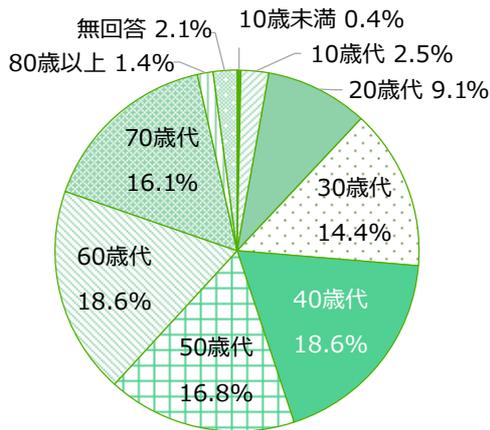
【調査概要】

- 調査対象：本市への来訪者（市民を除く）
- 調査方法：対面式及び留置きにより、調査票を用いて調査
- 調査期間：2018（平成 30）年 9～11 月
- 調査場所：石岡駅周辺／常陸風土記の丘／やさと温泉ゆりの郷／つくばねオートキャンプ場／茨城県フラワーパーク／石岡のおまつり／まちかど情報センター／観光案内所／朝日里山学校
- 有効回答：285 件

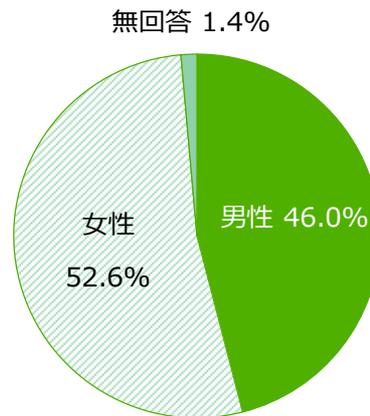
【調査結果】

※クロス集計など、より詳細な調査結果については資料編（64 頁以降）をご参照ください。

○回答者の年齢構成

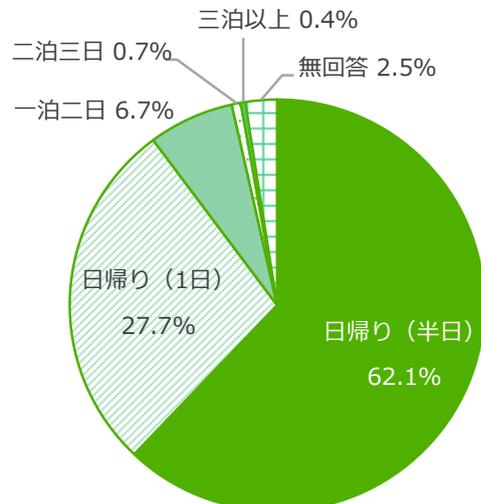


○回答者の性別構成



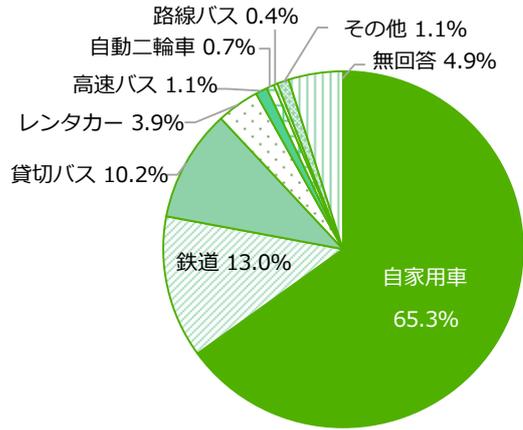
○本市での滞在時間

本市での滞在時間は、「日帰り（半日）」が 62.1%と最も多く、次いで「日帰り（1日）」が 27.7%、「一泊二日」が 6.7%となっています。半日で本市を後にする来訪者が半数以上を占め、宿泊を伴う来訪者が全体の 7.8%にとどまるなど、本市での滞在時間が短い状況が顕著に表れています。



○本市へ移動する際に利用した交通手段

「自家用車」の利用が65.3%と最も多く、次に「鉄道」の13.0%と続いており、全国の動向と同様の傾向が見られますが、「自家用車」への依存が著しく高い状況にあります。また、本市の特徴として「レンタカー」や「路線バス」の利用が少なく、「貸切バス」の利用が多い傾向にあります。



全国の動向

旅行先での交通手段としては「自家用車」や「列車（鉄道）」の利用が多い傾向が見られます。続いて「レンタカー」や「路線バス」、「タクシー・ハイヤー」などの利用が多くなっています。

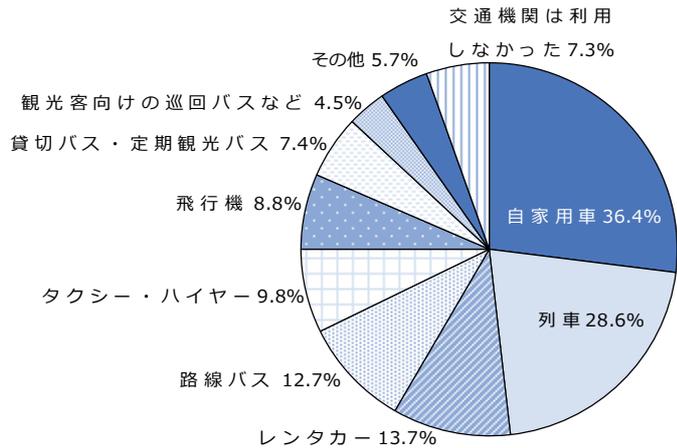
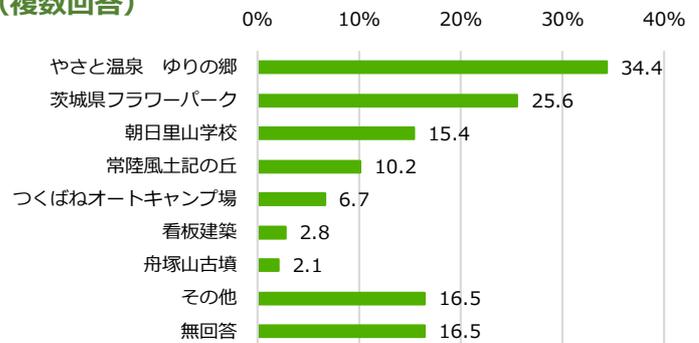


図 旅行先での交通手段（出典：JTBF 旅行者調査（日本人の国内旅行））

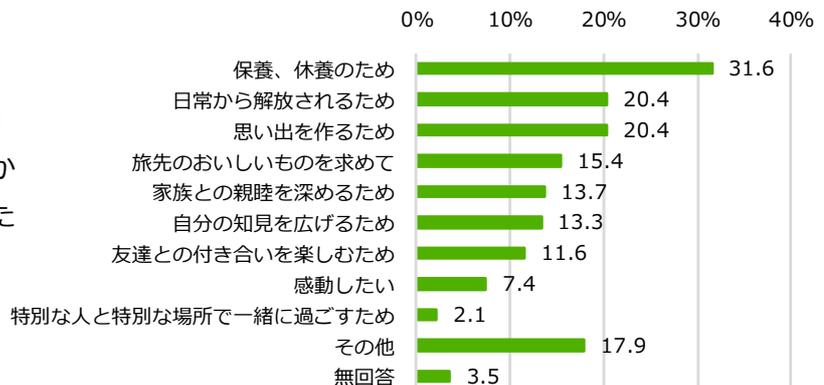
○今回の旅行で立ち寄った本市の観光施設など（複数回答）

回答者が今回訪れた市内の観光地は、「やさと温泉 ゆりの郷」が34.4%と最も多く、次いで「茨城県フラワーパーク」が25.6%、「その他」が16.5%、「朝日里山学校」が15.4%となっており、平均1.3地点、本市の観光地を訪れている結果となっています。



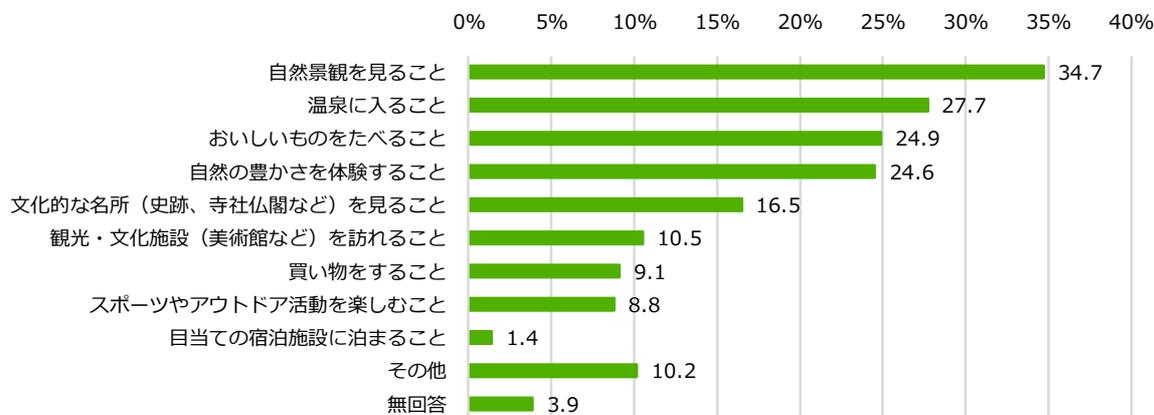
○旅行動機（複数回答）

旅行の動機は、「保養、休養のため」が31.6%と最も多く、次いで「日常から解放されるため」「思い出を作るため」が20.4%という結果でした。



○本市で楽しみにしていたこと（複数回答）

本市で楽しみにしていたことは、「自然景観を見ること」が34.7%と最も多く、次いで「温泉に入ること」が27.7%となっています。石岡地区への来訪者は「文化的な名所を見ること」、八郷地区への来訪者は「自然景観を見ること」「自然の豊かさを体験すること」を楽しみに来訪しており、それぞれの地域の特性がみられます。



全国・茨城県の動向

全国的には、「おいしいものを食べること」「温泉に入ること」が、旅行先での楽しみの上位となっています。一方、茨城県では、「目当ての宿泊施設に泊まること」「帰省・冠婚葬祭・親族や知人訪問」「地域の祭りやイベント」を観光目的とする割合が高くなっています。

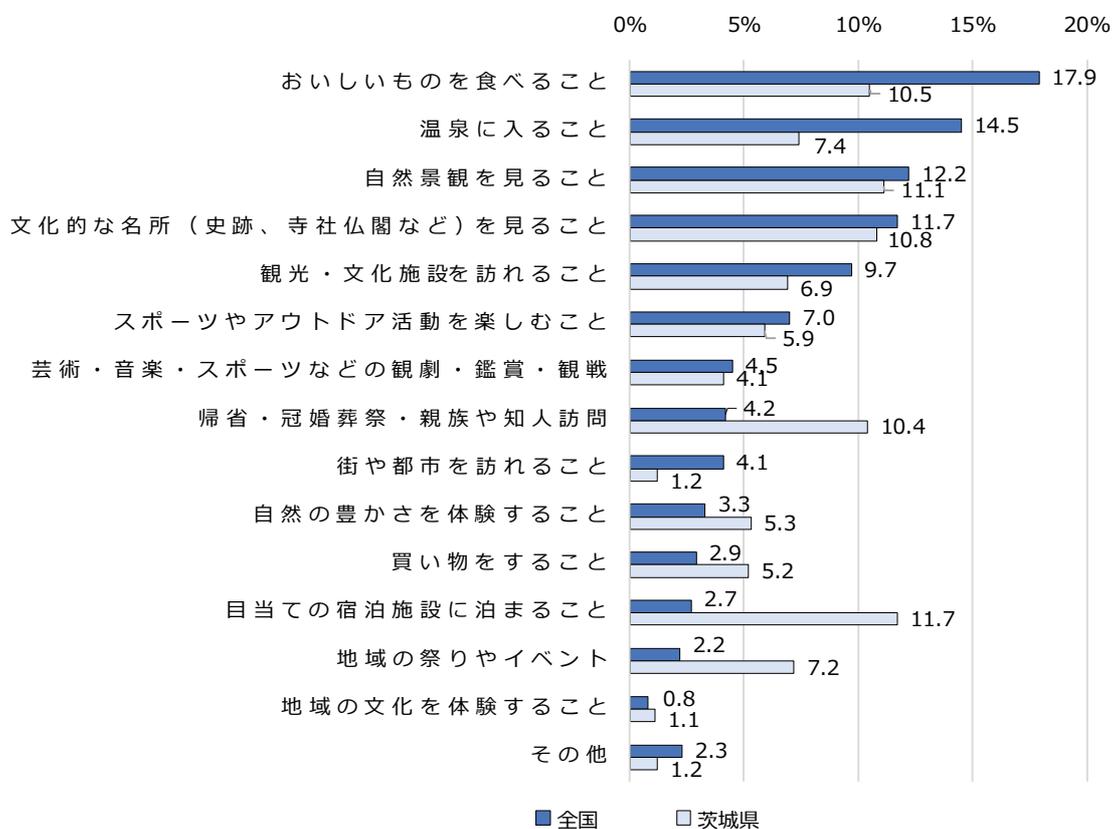
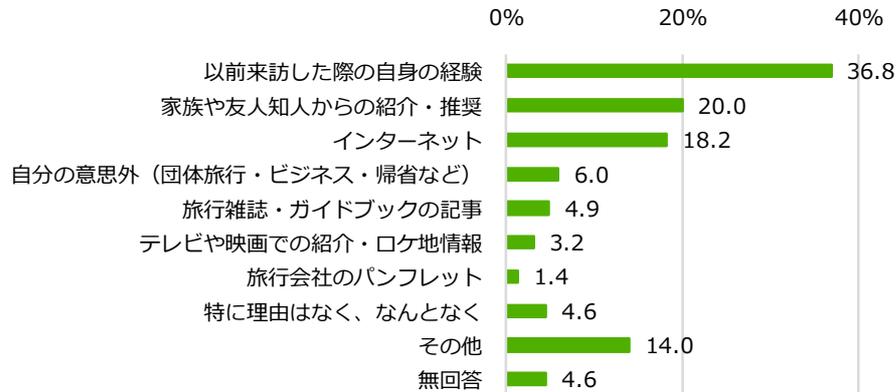


図 最も楽しみにしていたこと（出典：JTBF 旅行者調査（日本人の国内旅行））

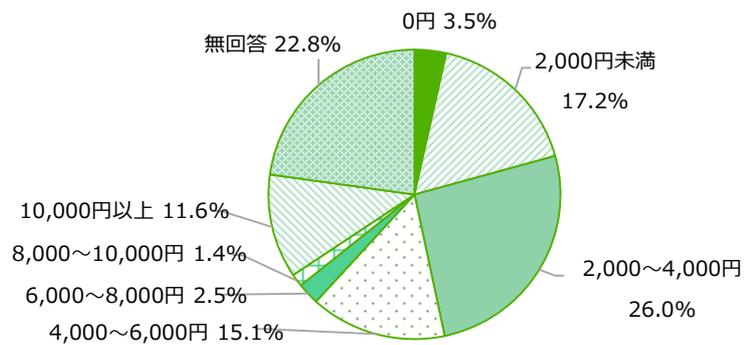
○本市を選んだ際の情報源（複数回答）

情報源としては、「以前来訪した際の自身の経験」が36.8%と最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が20.0%、「インターネット」が18.2%となっています。



○本市での一人当たりの利用総額

「2,000～4,000円」が26.0%と最も多く、次いで「2,000円未満」が17.2%、「4,000～6,000円」が15.1%、「10,000円以上」が11.6%となっています。



茨城県の動向

本市での1人当たりの観光消費額は、日帰り・宿泊ともに茨城県全体の結果を下回っています。

	石岡市	茨城県
1人当たりの観光消費額（日帰り）	4,099円	4,239円
1人当たりの観光消費額（宿泊）	8,400円	22,838円 (平均宿泊数 1.2泊)

表 1人当たりの観光消費額の平均（出典：石岡市来訪者アンケート調査
茨城の観光レクリエーション現況（観光客動態調査報告））

○本市に来訪する前後に訪問した（する）エリア

来訪前後ともに、「石岡市が最初/最後の訪問エリア」という回答が約半数を占める結果となっており、石岡来訪前後に立ち寄るエリアとしては、「土浦・牛久エリア」という回答が比較的多くなっています。

《来訪する前に訪問したエリア》

順位	エリア	割合
1	石岡市が最初の訪問エリア	50.2%
2	土浦・牛久エリア	9.8%
3	水戸エリア	6.3%
4	大洗・ひたちなかエリア	6.3%
—	その他	24.9%

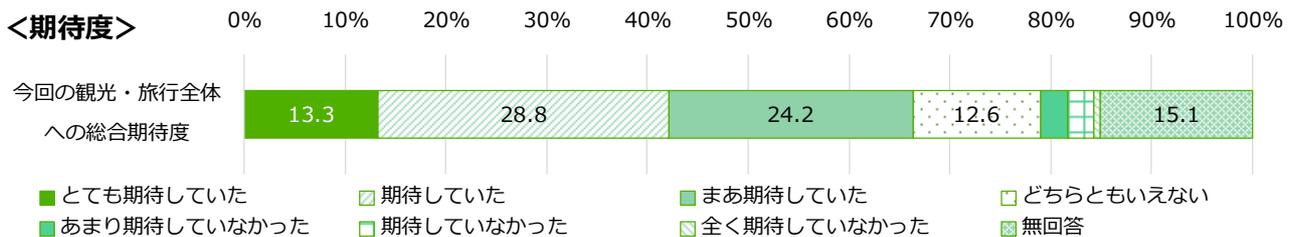
《来訪した後に訪問するエリア》

順位	エリア	割合
1	石岡市が最後の訪問エリア	49.1%
2	土浦・牛久エリア	10.5%
3	大洗・ひたちなかエリア	3.9%
4	北茨城・日立・奥久慈エリア	3.5%
—	その他	22.1%

○本市への旅行全般の期待度と満足度

「とても期待していた」「期待していた」「まあ期待していた」の合計が 66.3%、「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」の合計が 71.2%となっており、本市への観光・旅行全体について、満足度が期待度を上回っている結果となっています。

<期待度>



<満足度>



全国・茨城県の動向

全国的には、「大変満足」「満足」「やや満足」の合計も 94.4%と非常に満足度が高い結果となっています。茨城県の調査においては、「大変満足」「やや満足」の合計が 91.6%となっています。

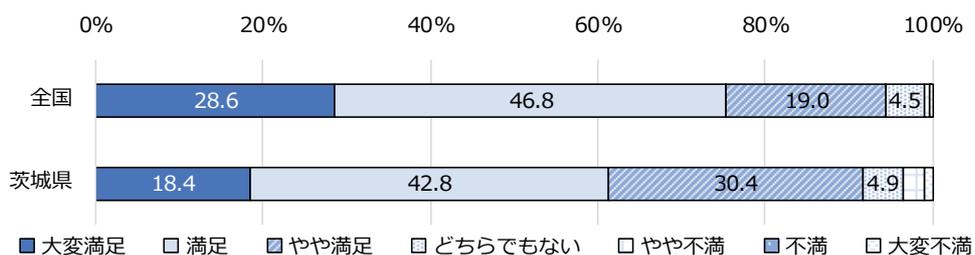
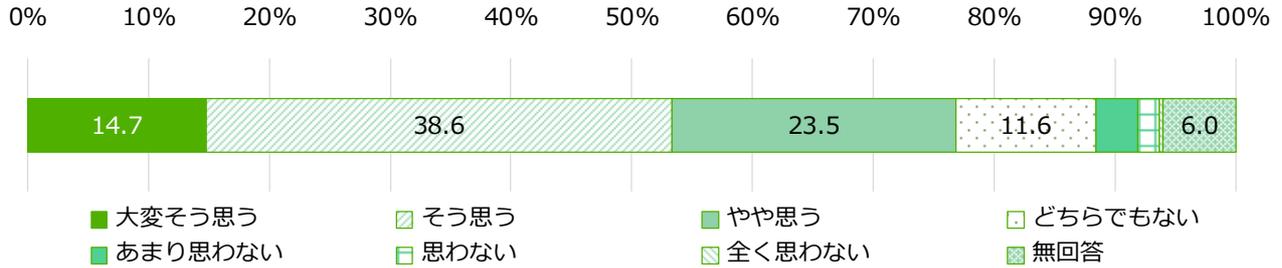


図 満足度（出典：JTBF 旅行者調査（日本人の国内旅行））

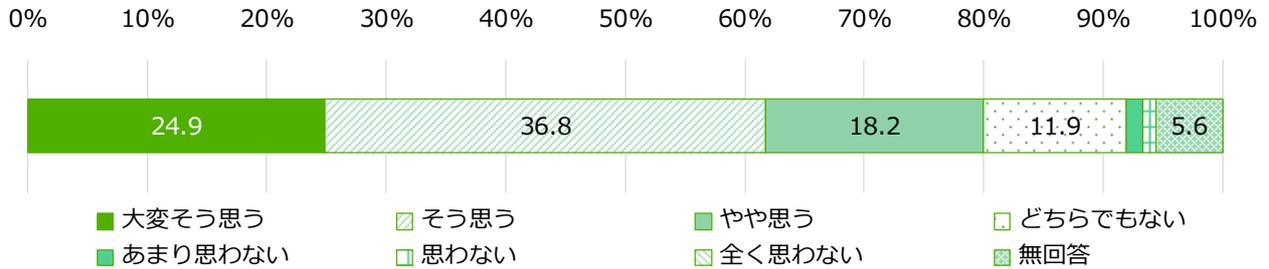
○本市の紹介意向

親しい友人に紹介したいと思うかについて、「そう思う」が 38.6%と最も多く、次いで「やや思う」が 23.5%、「大変そう思う」が 14.7%、「どちらでもない」が 11.6%となっています。



○本市への再来訪意向

1年以内に、本市への来訪を検討するかについて、「そう思う」が 36.8%と最も多く、次いで「大変そう思う」が 24.9%、「やや思う」が 18.2%、「どちらでもない」が 11.9%となっています。



全国の動向

再来訪意向は、全国・石岡市ともに、「大変そう思う」が 25%前後、「そう思う」が 35%前後、「やや思う」が 20%弱と非常に類似した傾向がみられます。

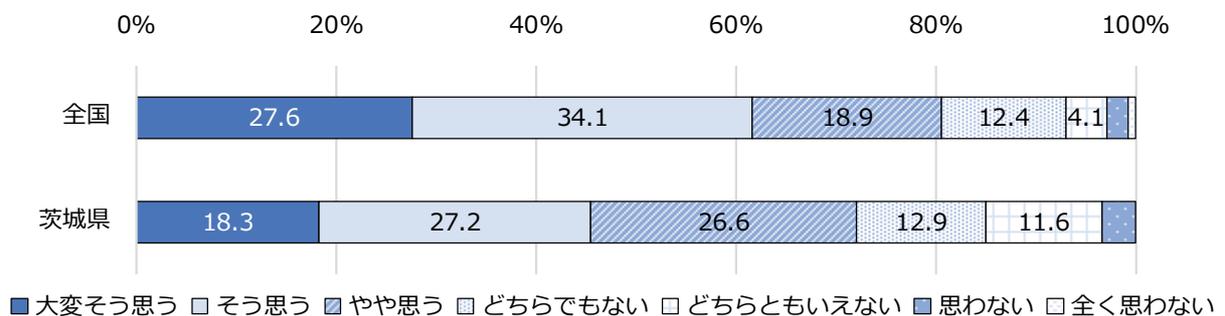


図 再来訪意向 (出典：JTBF 旅行者調査 (日本人の国内旅行))

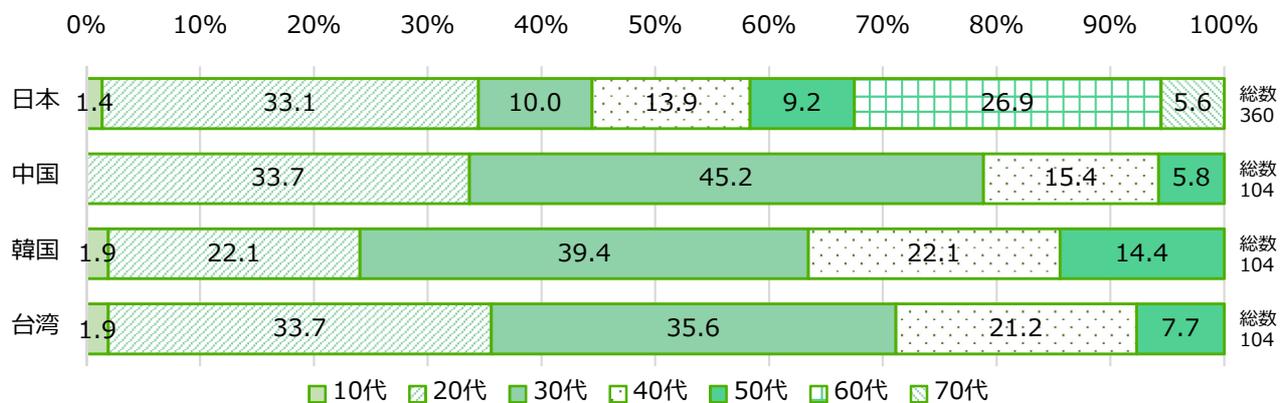
(2) インターネットを活用した調査

インターネットを活用したアンケート調査を実施し、旅行者の旅行動向を把握するとともに、本市が旅行先として「選ばれる地域」となるため、本市の観光資源の認知・知名度や魅力などを把握しました。

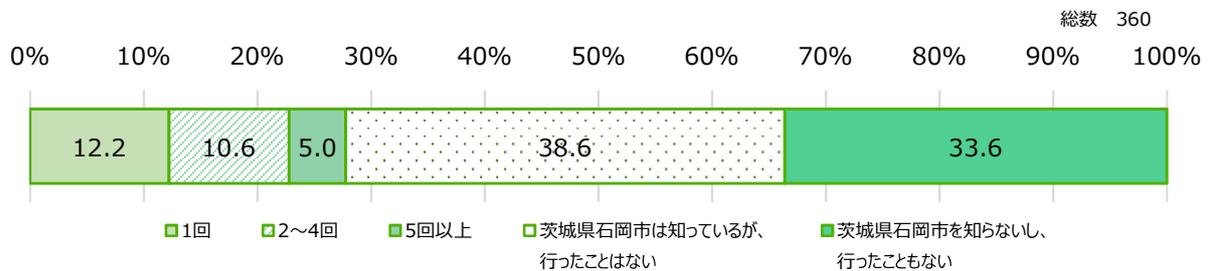
【調査概要】

- 調査対象：国内：茨城県（本市在住を除く）、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
在住者で茨城県への来訪経験がある 18～75 歳
国外：中国、韓国、台湾在住者で日本への来訪経験がある 18～75 歳
- 調査方法：インターネットを介したアンケート調査
- 有効回答：国内：360 件 国外：各 104 件

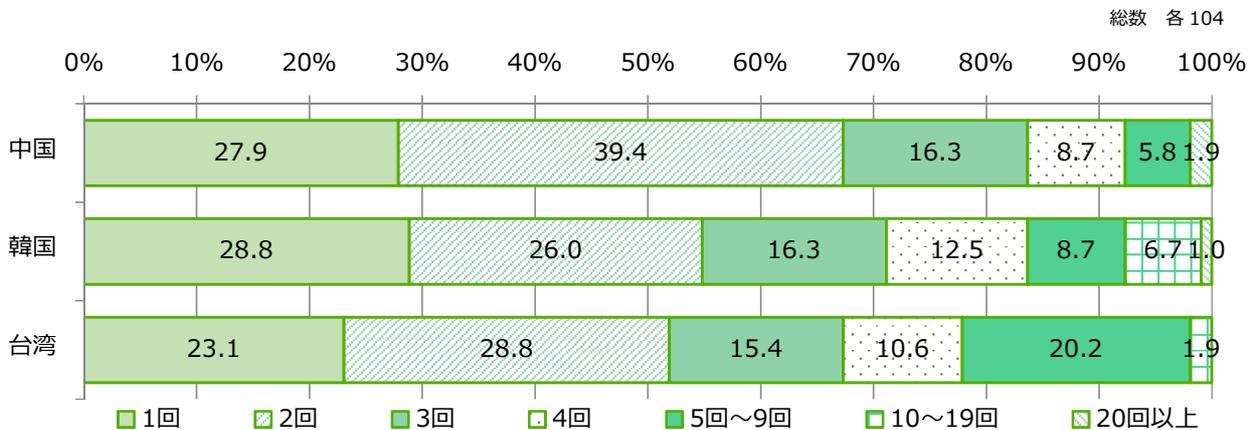
○回答者の年齢構成比



○本市への来訪回数（国内）



○日本への来訪回数（国外）



○本市に関するイメージ

【国内】

「そう思う・計」をみると、「自然景観や雰囲気を感じられる地域」が45.2%と最も多く、次いで、「文化・歴史を感じることができる地域」が33.1%という結果でした。一方、「そう思わない・計」をみると、「スポーツをイメージできる地域」が41.4%と最も多く、次いで、「自分にとって大切な地域」が41.0%という結果でした。

«そう思う・計» ※7段階評価のうち、「大変そう思う」「そう思う」「ややそう思う」の合計

順位	イメージ	割合
1	自然景観や雰囲気を感じられる地域	45.2%
2	文化・歴史を感じることができる地域	33.1%
3	この地域ならではの土産品が手に入る	24.7%

«そう思わない・計» ※7段階評価のうち、「全く思わない」「思わない」「あまり思わない」の合計

順位	イメージ	割合
1	スポーツをイメージできる地域	41.4%
2	自分にとって大切な地域	41.0%
3	案内標識が豊富で便利な地域	34.3%

【国外】

本市への来訪経験がある、もしくは本市を認知している対象者の本市のイメージとして、「そう思う・計」をみると、「文化・歴史を感じることができる地域」が87.5%と最も多く、次いで、「自然景観や雰囲気を感じられる地域」が84.5%という結果でした。一方、「そう思わない・計」は、「自分にとって大切な地域」が14.7%と最も多く、次いで、「スポーツをイメージできる地域」が13.8%という結果でした。

«そう思う・計»

順位	イメージ	割合
1	文化・歴史を感じることができる地域	87.5%
2	自然景観や雰囲気を感じられる地域	84.5%
3	街並み景観や雰囲気を感じられる地域	84.1%

«そう思わない・計»

順位	イメージ	割合
1	自分にとって大切な地域	14.7%
2	スポーツをイメージできる地域	13.8%
3	この地域ならではの話を聞かせてくれる人がいる	9.9%

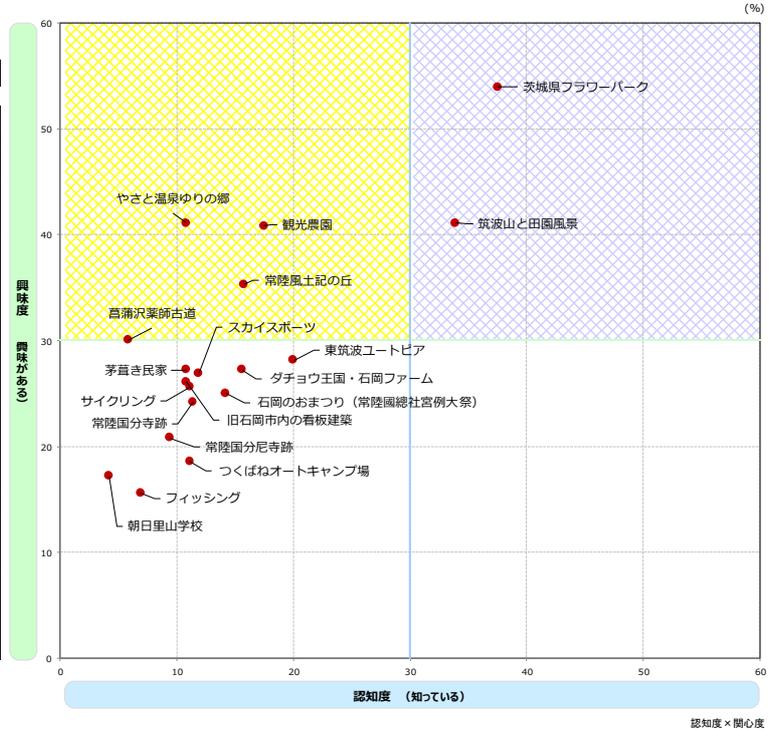
〇本市に対する認知度・興味度

【国内】

「茨城県フラワーパーク」「筑波山と田園風景」は、認知度・興味度ともに高い結果となっています。一方、「やさと温泉ゆりの郷」「観光農園」「常陸風土記の丘」は、興味度が高いものの認知度が低く状況が見受けられます。

■観光資源の認知度・興味度【国内】

	全体 (n= 360)			
	認知度		興味度	
	順位	%	順位	%
茨城県フラワーパーク	1	37.5	1	53.9
やさと温泉ゆりの郷	12	10.8	2	41.1
石岡のおまつり(常陸国総社宮例大祭)	7	14.2	13	25.0
常陸風土記の丘	5	15.8	5	35.3
旧石岡市内の看板建築	12	10.8	11	26.1
茅葺き民家	12	10.8	8	27.2
観光農園	4	17.5	4	40.8
スカイスports	8	11.9	10	26.9
常陸国分寺跡	9	11.4	14	24.2
常陸国分尼寺跡	15	9.4	15	20.8
ダチョウ王国・石岡ファーム	6	15.6	8	27.2
東筑波ユートピア	3	20.0	7	28.1
サイクリング	10	11.1	12	25.6
菟浦沢薬師古道	17	5.8	6	30.0
筑波山と田園風景	2	33.9	2	41.1
フィッシング	16	6.9	18	15.6
つくばねオートキャンプ場	10	11.1	16	18.6
朝日里山学校	18	4.2	17	17.2

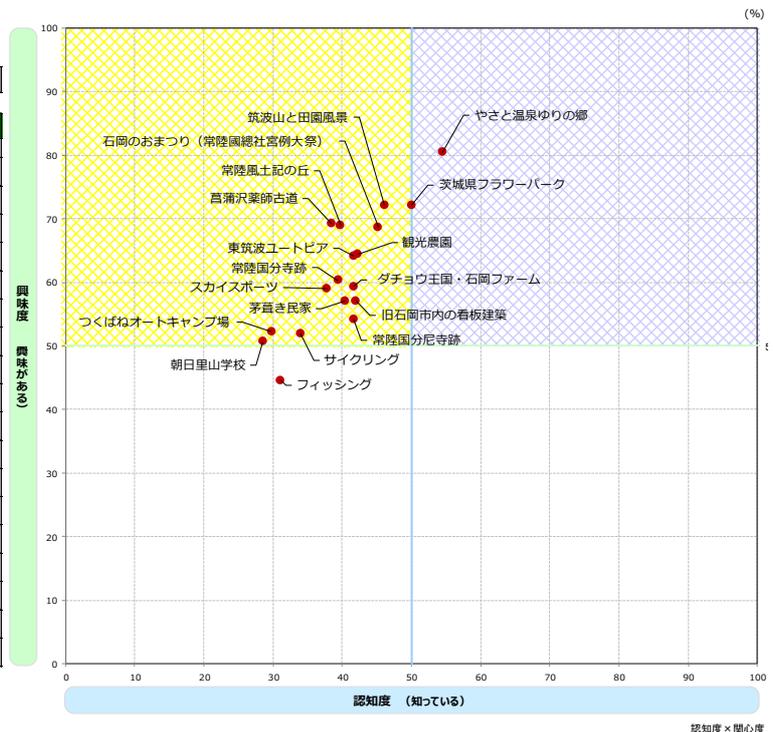


【国外】

「やさと温泉ゆりの郷」「茨城県フラワーパーク」は、認知度・興味度ともに高い結果となっています。その他の観光資源については、認知度が低いものの、興味度が高い傾向にあります。

■観光資源の認知度・興味度【国外】

	全体 (n= 312)			
	認知度		興味度	
	順位	%	順位	%
茨城県フラワーパーク	2	50.0	2	72.1
やさと温泉ゆりの郷	1	54.5	1	80.4
石岡のおまつり(常陸国総社宮例大祭)	4	45.2	6	68.6
常陸風土記の丘	11	39.7	5	68.9
旧石岡市内の看板建築	6	42.0	12	57.1
茅葺き民家	10	40.4	12	57.1
観光農園	5	42.3	7	64.4
スカイスports	14	37.8	11	59.0
常陸国分寺跡	12	39.4	9	60.3
常陸国分尼寺跡	7	41.7	14	54.2
ダチョウ王国・石岡ファーム	7	41.7	10	59.3
東筑波ユートピア	7	41.7	8	64.1
サイクリング	15	34.0	16	51.9
菟浦沢薬師古道	13	38.5	4	69.2
筑波山と田園風景	3	46.2	2	72.1
フィッシング	16	31.1	18	44.6
つくばねオートキャンプ場	17	29.8	15	52.2
朝日里山学校	18	28.5	17	50.6



○本市で体験できる有料の観光プログラムがあった場合の内容への興味・関心

もし本市で体験できる有料の観光プログラムがあった場合の興味・関心について調査した結果、「興味ある・計」をみると、国内・国外ともに、「地産地消の食をテーマとした体験活動（グルメ、スイーツ巡りなど）」が最も多い結果でした。

その他、国内では、「自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）」が48.1%、「自然環境を中心とした学習・観察活動（野生動植物の観察、星空見学など）」が39.2%、「自然環境の中で楽しむアウトドア・スポーツ活動（サイクリング・スカイスポーツなど）」が38.1%、国外では、「自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）」が80.8%、「商店・街などで実施されている体験活動（まち歩きなど）」が79.8%、「映画やアニメなどをテーマとした体験活動（聖地巡礼、アニメや映画の舞台探訪など）」が78.8%という結果でした。

【国内】

《興味ある・計》 ※4段階評価のうち、「興味がある」「やや興味がある」の合計

順位	観光プログラム	割合
1	地産地消の食をテーマとした体験活動（グルメ、スイーツ巡りなど）	55.5%
2	自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）	48.1%
3	自然環境を中心とした学習・観察活動（野生動植物の観察、星空見学など）	39.2%

《興味ない・計》 ※4段階評価のうち、「興味はない」「あまり興味はない」の合計

順位	観光プログラム	割合
1	人をテーマとした体験活動（地元の面白人物・隠れ話題人物との出会いなど）	76.4%
2	川や湖を活かした体験活動（フィッシングなど）	71.4%
3	工場・福祉施設などを中心とした活動（工場見学、障害者のアート作品に触れるなど）	71.1%

【国外】

《興味ある・計》

順位	観光プログラム	割合
1	地産地消の食をテーマとした体験活動（グルメ、スイーツ巡りなど）	84.0%
2	自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）	80.8%
3	商店・街などで実施されている体験活動（まち歩きなど）	79.8%

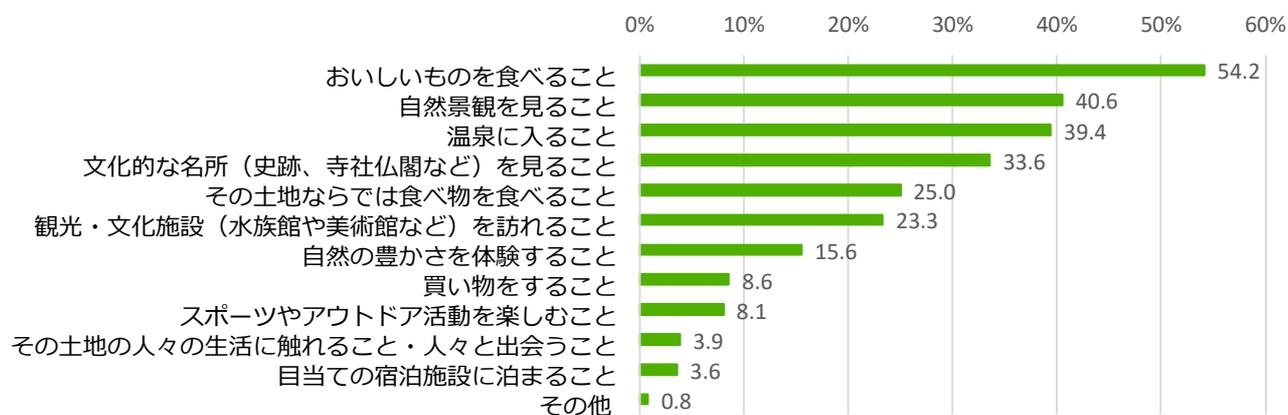
《興味ない・計》

順位	観光プログラム	割合
1	工場・福祉施設などを中心とした活動（工場見学、障害者のアート作品に触れるなど）	38.1%
2	農林産業を中心とした体験活動（収穫体験など）	35.6%
3	川や湖を活かした体験活動（フィッシングなど）	34.6%

○旅行で楽しみにしていること（複数回答）

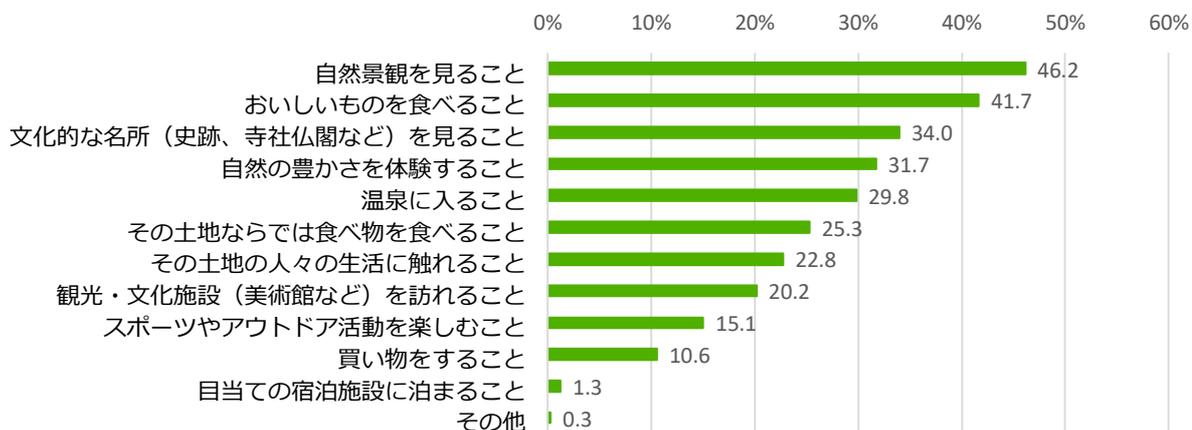
【国内】

旅行で楽しみにしていることについて、「おいしいものを食べること」が54.2%と最も多く、次いで「自然景観を見ること」が40.6%、「温泉に入ること」が39.4%、「文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）を見ること」が33.6%という結果でした。



【国外】

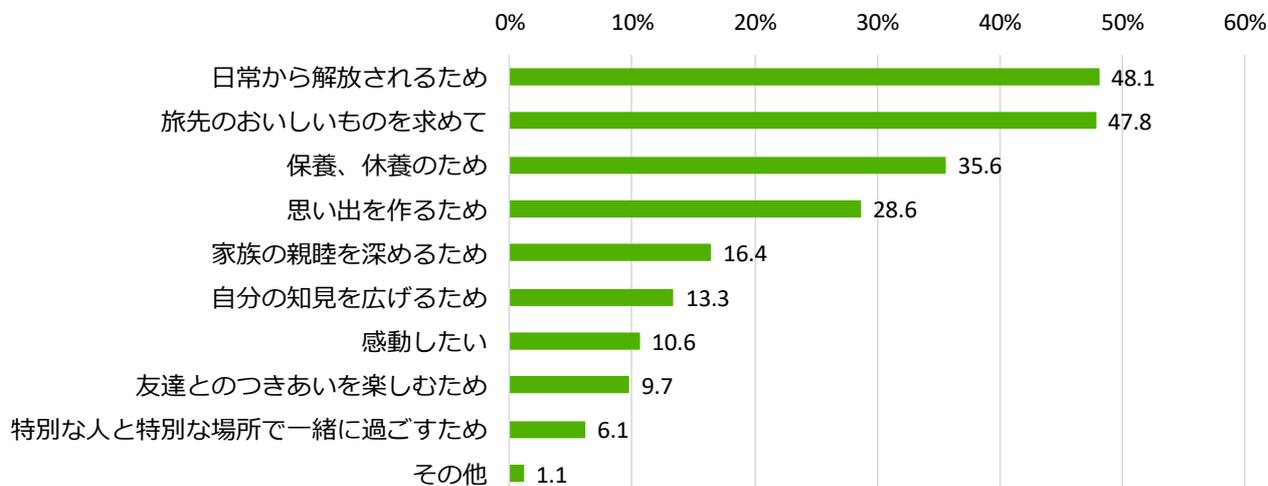
旅行で楽しみにしていることについては、「自然景観を見ること」が46.2%と最も多く、次いで「おいしいものを食べること」が41.7%、「文化的な名所（史跡、寺社仏閣など）を見ること」が34.0%、「自然の豊かさを体験すること」が31.7%という結果でした。



○旅行を計画する動機（複数回答）

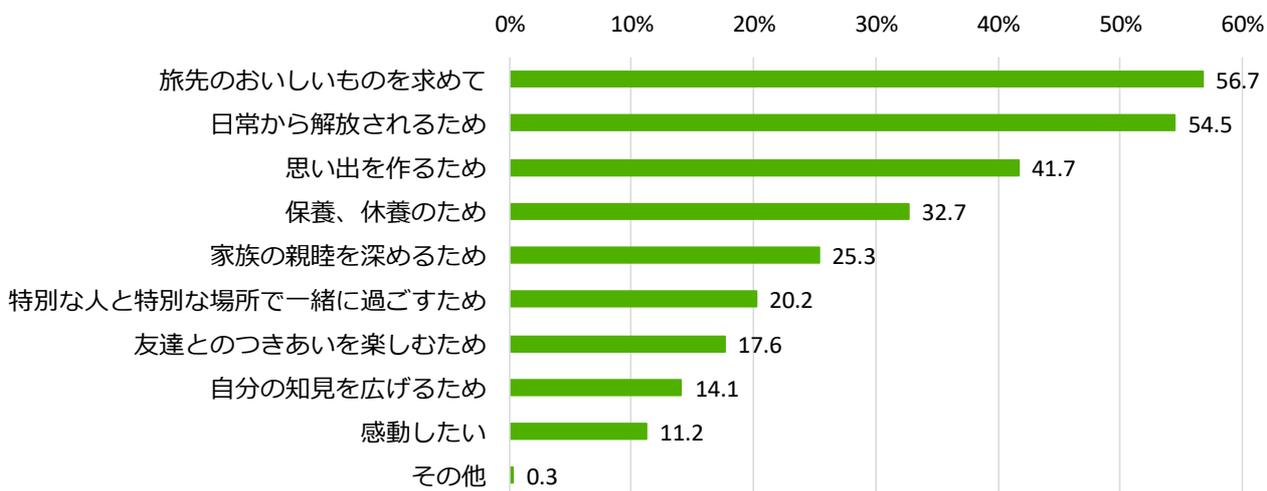
【国内】

旅行を計画する動機として、「日常から解放されるため」が48.1%と最も多く、次いで「旅先のおいしいものを求めて」が47.8%、「保養、休養のため」が35.6%、「思い出を作るため」が28.6%という結果でした。



【国外】

旅行を計画する動機として、「旅先のおいしいものを求めて」が56.7%と最も多く、次いで「日常から解放されるため」が54.5%、「思い出を作るため」が41.7%、「保養・休養のため」が32.7%という結果でした。

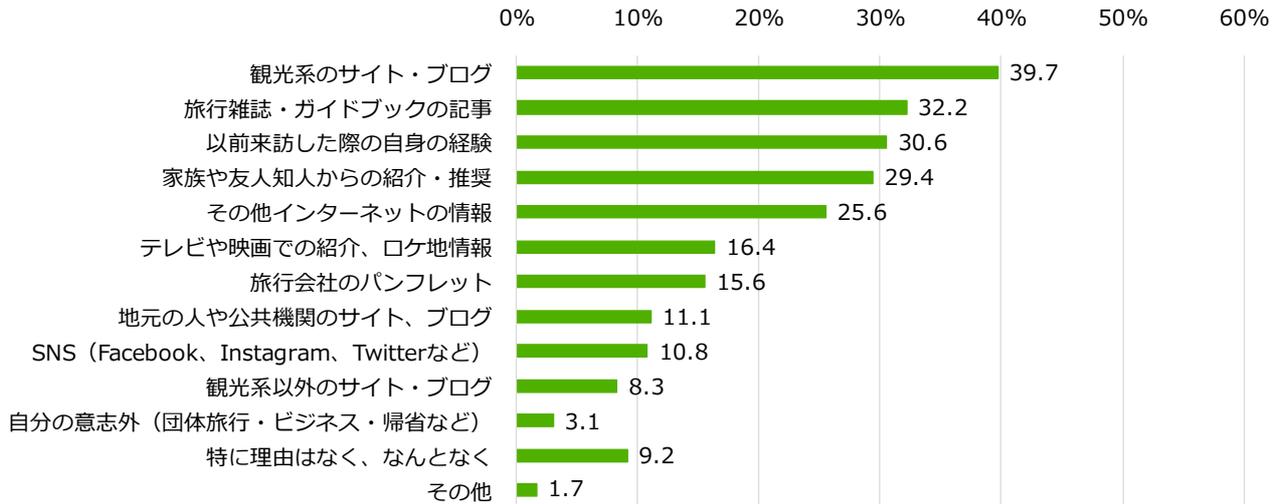


○旅行先を選ぶ際の情報源（複数回答）

【国内】

旅行先を選ぶ際の情報源として、「観光系のサイト・ブログ」が 39.7%と最も多く、次いで「旅行雑誌・ガイドブックの記事」が 32.2%、「以前来訪した際の自身の経験」が 30.6%、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 29.4%という結果でした。

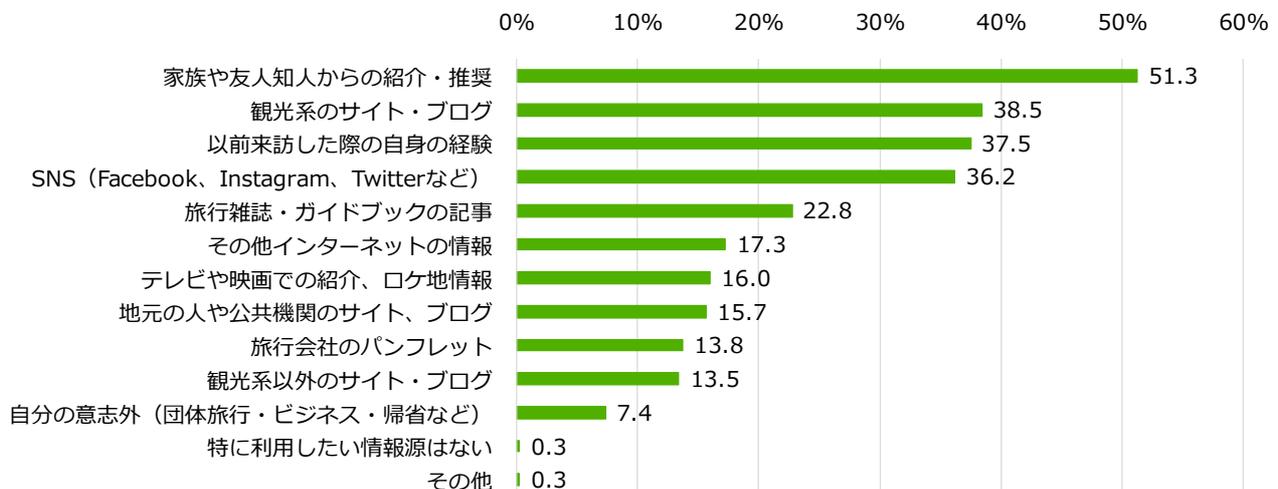
「20代」は「SNS」、「30代」は「観光系のサイト・ブログ」「その他インターネットの情報」「旅行雑誌・ガイドブックの記事」、「50代」は「旅行雑誌・ガイドブックの記事」を情報源として旅行先を選ぶ可能性が高い傾向になっています。



【国外】

旅行先を選ぶ情報源として、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が 51.3%と最も多く、次いで「観光系のサイト・ブログ」が 38.5%、「以前来訪した際の自身の経験」が 37.5%、「SNS (Facebook, Instagram, Twitter など)」が 36.2%という結果でした。

台湾在住者は、「地元の人や公共機関のサイト、ブログ」の割合が高い傾向が見受けられます。また、年齢で見ると、「20代」は「旅行雑誌・ガイドブックの記事」、「30代」は「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」、「40代」は観光系サイトやガイドブックなどの記事を情報源としている傾向がわかります。



(3) 関連団体及び施設へのヒアリング調査

市内の主要観光施設・事業者に対しての対面ヒアリング調査を行い、本市の観光に係る現状及び課題について把握しました。

【調査概要】

- 調査対象：本市の関連団体及び主要観光施設 12 団体
- 調査期間：2018（平成 30）年 10～11 月

本市の観光振興の現状及び課題について

分類	現状	課題
地域資源	<ul style="list-style-type: none"> ・石岡地区の歴史のある文化財が十分に活用されていない（観光と歴史の結びつきが弱い） ・市内観光施設の多くが、天候の影響を強く受ける ・立派な空き家（古民家）の未活用となっている ・茅葺職人の育成を行っている（茅葺職人を擁する自治体は希少） 	<ul style="list-style-type: none"> ・石岡地区の歴史エリアとしての再整備（例：石岡の歴史博物館の新設など） ・八郷地区の自然や風景といった新たな付加価値を意識した観光果樹園の体験サービスの提供 ・石岡の歴史の見せ方の検討（スマホアプリ・AR など） ・看板建築の活用（体験型コンテンツの提供、「看板建築通り」の整備など） ・茅葺職人や茅葺屋根の活用 ・茅の新たな活用方法の検討（茅を利用した商店街などのデザインの統一など） ・空き家活用のための仕組みの構築 ・高浜地域を新たな観光資源としての可能性の検討（景観・アクセスなどの条件がよい）
お土産	<ul style="list-style-type: none"> ・日持ちするお土産が少ない ・果樹を収穫しても売り切れないという問題が恒常的にある ・既存のお土産品としては、「やさとの雫」（果物のドロップ）、「石岡ものがたり」（石鱈）のほか、地酒や和菓子などが挙げられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・お土産の開発 ・果樹の 6 次産業化（加工商品の開発）の推進
受入環境	<ul style="list-style-type: none"> ・老朽化対策が急務となっている施設が多い ・団体客に個別で対応しきれず、断るケースがある 	<ul style="list-style-type: none"> ・費用対効果を考慮し、利用者のニーズに合わせた改修の検討 ・団体客用の駐車場やレストラン・お土産店の充実 ・高齢者や小さなお子様用にトイレ設備の見直し（集客効果あり） ・家族連れが遊べる場の充実 ・駅前に観光客が滞留できるカフェなどの検討
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・近年、良くも悪くも SNS の効果や反響が大きい ・市内の魅力の PR が不十分である 	<ul style="list-style-type: none"> ・魅力的なストーリーの検討 ・年間を通して、果樹が採れることを PR していくための仕組みの構築（チラシの改良、果樹カレンダーの作成など） ・本市と石岡市観光協会が連携した、一元的な情報発信の推進（HP や SNS のリンクの見直し） ・ターゲットに合わせた PR 手法の構築（主要観光施設によらない少人数の観光客（FIT も含む）に対して効果的） ・市外からの認知度の向上及び積極的な情報発信の推進

分類	現状	課題
周遊観光	<ul style="list-style-type: none"> ・石岡地区と八郷地区の中心地を結ぶ交通網が脆弱である ・バスの利用率が低い ・道路の幅員や駐車場の関係により、大型バスで市内観光施設に立ち寄るのが難しくなっている ・市内に長時間滞在できる観光スポットが少ないため、宿泊客数が限られる ・本市は観光スポットが点在している 	<ul style="list-style-type: none"> ・市内を巡ることができる仕組み・環境の整備 ・交通インフラの整備 ・市内観光スポットの面的な拡がりの構築
広域連携	<ul style="list-style-type: none"> ・東京から日帰りコースで観光に来る人が多い ・朝日トンネル開通により、つくば方面からの来訪者数が増加しているとみられ、実際に一部の観光施設では、トンネル開通後に売上が増加している 	<ul style="list-style-type: none"> ・茨城空港を活用した、広域で周遊することができるルートやコンテンツの造成 ・古くからの「中継地」「休憩地」という特徴を活かした、本市独自のサービスやコンテンツの検討 ・都内からの公共施設やバス会社を利用した訪問客の誘致
インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・観光果樹（特にイチゴ農園）をはじめとし、市内には訪日外国人旅行者もみられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人の受け入れも意識したコンテンツの開発 ・外国人向け（外国語対応）の案内・メニューなどの充実 ・キャッシュレス決済の導入
担い手	<ul style="list-style-type: none"> ・農業や観光業など様々な産業で、後継者が不足である ・人財不足のため、農泊や観光農園、6次産業化などの取組を新たに展開することは難しい ・定年近い年頃で就農する方もいる ・移住してきた新規就農者は、有機栽培や出荷を行うものが多い ・果樹は技術的に難しいため、新規就農には指導が必要である（新規で観光果樹園をオープンする者は非常に限られる） 	<ul style="list-style-type: none"> ・点在する果樹園が連携するための仕組みの検討 ・観光果樹園の継承・新規開設を目標とした、移住者や新規就農者募集の検討 ・農協、行政、各組合が一体となり、担い手の確保などにむけた取組の検討
持続可能な観光まちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・一部の市内観光施設では、ピーク時にキャパシティを超える可能性がある ・イベントなどに伴う来訪が一過的なものになっている 	<ul style="list-style-type: none"> ・平日や閑散期などの集客を伸ばし、平準化を図ることができる仕組みの構築 ・イベントやおまつりを通して本市の魅力を発信し、再度来訪してもらえるような仕組みの検討 ・リピーターを増やし、交流人口を増やしていくための稼げる仕組みの構築

3 石岡市の観光の課題

本市の観光を取り巻く現状や石岡市観光振興計画策定委員会、観光振興計画策定ワーキング委員会で出ました意見などを踏まえ、本市での観光地域づくりを進める上での現状分析を整理し、課題を抽出しました。

(1) SWOT 分析による本市の観光の現状分析

「内部要因（強み・弱み）」、「外部要因（機会・脅威）」を以下のように、整理します。

		プラス要素	マイナス要素
内部要因		【S】 Strengths – 強み – <ul style="list-style-type: none"> ・奈良時代からの常陸国の中心地として栄えた歴史 ・市内主要観光施設のうち、「朝日里山学校」「つくばねオートキャンプ場」「茨城県フラワーパーク」「やさと温泉ゆりの郷」は、近年利用者数が増加 ・「石岡のおまつり」は毎年 40 万人以上を見込む集客 ・本市を観光する際の楽しみは、「自然景観をみること」「温泉に入ること」「おいしいものをたべること」という回答多数 ・本市のイメージは、「自然景観や雰囲気を感じられる地域」「文化・歴史を感じることができる地域」という回答多数 ・外国人の本市観光資源への興味度が高い ・首都圏からのアクセスが比較的容易 	【W】 Weaknesses – 弱み – <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少 ・産業の担い手の減少 ・朝日トンネルの開通などにより、大半の来訪者の市内滞在時間は半日程度 ・日帰りでの来訪が約 9 割を占め、市内に宿泊する割合は 1 割程度(1 人あたりの利用総額は、日帰り客 4,099 円、宿泊客 8,400 円) ・市内主要観光施設のうち、「常陸風土記の丘」「国民宿舎つくばね」は、近年利用者数が減少 ・「おみやげ品(物品・飲食)」「宿泊施設」「情報サービス」「WI-FI」「体験プログラム・ガイド」への満足度が低い ・市内交通網・周辺観光地との連携の脆弱性 ・ピーク時の集客とその他の偏りが大きい
		【O】 Opportunities – 機会 – <ul style="list-style-type: none"> ・訪日外国人観光客数の増加 ・茨城空港旅客実績の増加 ・朝日里山トンネルの開通により周辺地域及び首都圏からのアクセスの利便性が向上 ・観光コンテンツの多様化 ・「団体旅行」から「個人旅行(FIT)」への旅行形態の変化 ・2019(平成 31)年「いきいき茨城ゆめ国体」、2020 年「オリンピック・パラリンピック」の開催 ・国営ひたち海浜公園やアクアワールド大洗などでの観光客数の増加 ・本市への来訪と併せて、「土浦・牛久エリア」に立ち寄る人が多い ・茨城県や水郷筑波地域でのサイクリング環境の整備 	【T】 Threats – 脅威 – <ul style="list-style-type: none"> ・隣接する小美玉市の観光入込客数が増加(・観光コンテンツの多様化) (・「団体旅行」から「個人旅行(FIT)」への旅行形態の変化) (・国営ひたち海浜公園やアクアワールド大洗などでの観光客数の増加) (・本市への来訪と併せて、「土浦・牛久エリア」に立ち寄る人が多い)
外部要因			

(2) 本市の観光の課題

SWOT 分析をもとに、クロス SWOT 分析によって、本市の観光の課題を整理します。

	【S】 Strengths 強み	【W】 Weaknesses 弱み
Q] Opportunities 機会	<p>S×O 積極化戦略 (強みを最大限に活かし機会を獲得)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●豊かな自然資源や食資源の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・「自然景観をみること」「温泉に入ること」「おいしいものを食べること」というニーズを充足させることで、観光客の増加、リピート率の向上を図る ・サイクリング環境の整備により、より個々人の感性に合った自由度の高い観光を実現する ●歴史文化資源の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・本市観光の最大の柱である「石岡のおまつり」を活用し、他の市内観光資源をアピールする ・本市の歴史や歴史関連資源を対外的にしっかりと PR することにより、新たな需要やリピーターを開拓する ・街中散策の環境を整備し、「個人旅行 (FIT)」への対応を図る ●多様化する旅行ニーズへの対応 <ul style="list-style-type: none"> ・サイクリングロードからの誘客を促進させる ・観光果樹、街中散策などへの団体客からの需要に対応した環境整備を進める ・コスプレをはじめとしたニッチな需要への対応を検討する ・市内観光施設のネットワーク化を推進し、テーマに沿った周遊ルートを開発する 	<p>W×O 弱点強化戦略 (弱点を補強して機会をつかむ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●首都圏や茨城空港からのアクセスの利便性の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・本市の地理的好条件を PR することで、これまで取りこぼしていた需要を着実にキャッチする ・周辺自治体 (つくば市、笠間市など) や近隣の人気観光スポットとの連携により、首都圏などへの訴求力を向上させる ●受入環境の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・WI-FI 環境などの整備により、訪日外国人や若年層の誘客・満足度を向上させる ●情報サービスの向上 <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットに応じた発信媒体 (SNS, HP, 紙媒体, 交通媒体など) を検討し、効果的に情報を発信する仕組みを構築する ●新たな観光商品の開発 <ul style="list-style-type: none"> ・二次交通の充実、宿泊を伴う旅行商品の開発などを行い、市内回遊性の向上と市内滞在時間の延伸を図る ・土産品の開発による収入源の多角化を図る
T] Threats 脅威	<p>S×T 差別化戦略 (強みを活かして脅威を機会に変える差別化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●イメージを活かした周辺自治体との差別化 <ul style="list-style-type: none"> ・「自然景観や雰囲気を感じられる地域」「文化・歴史を感じることができる地域」という本市のイメージを促進することで他地域との差別化を図る ●景観資源を保護・活用する取組 <ul style="list-style-type: none"> ・看板建築や茅葺屋根の保護及び活用を推進する ・看板建築の歴史的価値や茅葺屋根のある風景、整備された里山を対外的に PR し、需要の新規開拓、ファンの確保に向けた取組を検討する 	<p>W×T 専守防衛・撤退戦略 (最悪の事態を軽減するための施策)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●サービスの向上 <ul style="list-style-type: none"> ・おもてなしを意識した研修を実施し、サービス業をはじめとした観光関連産業に従事するスタッフのサービス水準のレベルアップを図る。 ●持続可能な体制の構築 <ul style="list-style-type: none"> ・複数の事業者が連携した商品づくり、協働体制づくりを展開する ・市内観光施設が閑散期においても安定的な集客および収入を見込める方策を検討する ・稼ぐ観光の仕組みをつくり、若者の年間雇用・後継者育成を実施する ・市民ボランティアなどの支え手も含めた、持続的な観光産業の在り方を検討する ・学校との協働により、次世代の担い手の育成を長期的に実践する

課題① 観光地域としての魅力向上

- 本市の様々な観光資源を更に磨き上げ、有効活用し、観光地域としての魅力の向上や石岡ブランドの確立が必要である。
- 多種多様なニーズに対応できる観光地域を形成していく必要がある。
- 市内に点在する観光資源をつなぎ、面的な拡がりを構築するとともに、市内を結ぶインフラや滞在拠点を整備し、市内での滞在時間の延伸を図り、観光客の満足度を高め、再来訪につなげていく必要がある。

近年、観光客の趣味・嗜好の多様化や訪日外国人の増加に伴い、様々な観光コンテンツが生まれています。また、旅行形態についても、これまでの「団体旅行」から「個人旅行（FIT）」へと変化しつつあることから、多種多様なニーズに対応できる観光地域を目指す必要があります。

来訪者へのアンケート調査では、本市への旅行目的として、「自然景観を見ること」や「温泉に入ること」、「おいしいものをたべること」が上位となっており、全体的に癒しやリフレッシュを求めていることがわかります。本市は、「歴史・文化」や「里山の自然」など、多種多様な観光資源を有していますが、それら観光資源を有効に活用できていないという現状が見受けられます。そこで、活かしきれていない観光資源を磨き上げ、観光地域としての魅力向上や石岡ブランドの確立に結び付けていく必要があります。

また、本市への旅行全般の満足度をみると、25.6%の方が「とても満足した」という結果となりましたが、個別の項目でみると「とても満足した」と回答した割合が1割程度の項目（お土産品／交通機関／宿泊施設／情報サービスなど）も見受けられました。これらの項目は、事業者などへのヒアリングにおいても課題として挙げられ、特に交通インフラや宿泊施設の問題は、複数の団体から問題提起されました。

その他にも、来訪者アンケートの結果、本市への旅行形態として、滞在時間が短い「日帰り観光」が圧倒的に多く、市内での消費も少ない現状が浮き彫りになりました。そこで、滞在時間を延伸するためにも、市内に点在する観光資源をつなぎ、それらを結ぶインフラや滞在拠点を整備することにより、面的な拡がりを構築する必要があります。

このように、本市では、観光客を誘客し、市内での消費につなげていくためにも、観光資源の更なる磨き上げや受入環境の整備を進めなければなりません。そして、地域の特性を活かしたモノ・コトを造成することにより、観光客が満足感を得て「また来たい」と思うような、魅力ある観光地域を形成していく必要があります。

課題② 来訪のきっかけとなる効果的な情報発信の推進

- “石岡市”の認知を高め、観光地として選ばれるために、ターゲットに合わせた媒体による情報発信の強化が求められる。
- ターゲットに応じて、本市の魅力的なストーリーを効果的にPRしていく必要がある。
- 訪日外国人などを含む観光客を本市に誘客するために、他自治体とも連携し、効果的な情報発信を図る必要がある。

観光入込客を増やし、地域経済の活性化を図るためには、本市のことを認知し、実際に来訪していただく必要があります。

調査結果より、旅行先を選ぶ際の情報源として、「以前来訪した際の自身の経験」や「家族や友人知人の紹介・推奨」のような、経験に基づくものが上位を占めている一方で、「観光系のサイト・ブログ」や「SNS」のようなインターネット上の情報や旅行ガイドなども、重要な情報源になっていることがわかります。そこで、誘客したいターゲットに合わせた媒体を用い、効果的な情報発信を行うことにより、本市の認知度上昇を図るとともに、旅行先の選択肢に入れてもらうためのPRが必要になります。

また、国や県では訪日外国人の誘客に向けた取組を積極的に進めており、訪日外国人観光客の更なる増加が見込まれます。海外への情報発信にあたっては、茨城県をはじめとした周辺自治体と連携を図ることによって、より効果的なPRが可能になると考えられます。

課題③ 広域的なネットワークの構築

- 観光消費額の向上のため、周遊などにより市内滞在時間を延ばす取組が必要である。
- 個々の観光資源の魅力が相乗させ、エリアの魅力を高めていくために、市域を越えた広域的な連携が求められる。
- 市内外への回遊性を高めていくための環境づくりが求められる。

本市は、観光資源が市内に点在しているとともに、長時間滞在することができる観光スポットが少ないことから、来訪者の市内滞在時間が短いという現状があります。来訪者アンケートにおいても、日帰りの観光客が圧倒的に多いという結果が出ており、市内での回遊性の低さがうかがえることから、今後は、複数の観光資源やスポットを広域的に周遊させる取り組みが必要となります。

市内での滞在時間を延ばし、観光消費額を上げるためには、一つの観光スポットの魅力の向上だけでなく、複数の観光資源やスポットを広域的に周遊させることが重要となります。また、一層多様化している観光客のニーズに応えるため、広域的な地域間連携が必要不可欠となります。国内外で観光地間競争が激化するなか、観光資源を相互に結び付けることにより、個々の資源の魅力が相乗し、向上させることができます。

一方で、市内外への回遊性を高めていくためには、二次交通の充実も重要となります。「個人旅行」の形態では、公共交通を利用する傾向があることから、交通事業者などとの連携を強化し、観光客だけでなく、市民も利用しやすい仕組みを構築する必要があります。こうした中、茨城県や水郷筑波地域では、日本一のサイクリング環境の構築を進めていることから、茨城県や関係自治体と連携を図り、様々な観光資源を結び付け、誰もが手軽に楽しむことができる周遊環境を整備していくことで、回遊性も高まっていきます。

課題④ 持続的な観光産業の推進に向けた観光の担い手・支え手の確保

- 自治体だけではなく、様々な団体・組織が連携し、観光産業の担い手・支え手を確保する必要がある。
- 観光事業者だけではなく、多様な関係者が協働し、一体的な観光地域づくりを推進する必要がある。
- 観光地域づくりの取組により、経済波及を生み出し、持続可能な観光産業の推進が求められる。

本市では、これまでも様々な観光に係る取組を推進してきましたが、その取組がどのような経済波及を生み出してきたのか、また、事業者や市民にとってどのような効果をもたらしているのかが分かりにくく、市民にとっての観光の重要性が見出せていない状況です。しかし、「観光」は裾野の広い産業であり、交流人口の増加による域内経済の活性化が見込めることから、様々な事業者が連携した観光地域づくりを進めることが重要であり、その効果として経済波及効果の見える化を図っていく必要があります。

また、持続的な観光産業を形成していくためには、観光産業の担い手・支え手が不可欠となります。本市では、農業や商業などに従事する後継者が不足しており、観光関連産業を担う人財が求められています。近年、人財不足に起因する受入能力の低下から、貴重な誘客の機会を逃している状況も発生しており、自治体だけではなく、様々な団体・組織が連携した、新たな担い手の確保が急務となっています。

一方、持続的な観光産業を育成していくためには、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりも重要となります。そこで、観光事業者だけではなく、商工業、農水産業、交通事業者、行政、地域住民といった多様な関係者が協働しながら、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施策とその施策を実行するための体制づくりが必要となります。

また、市民や子どもたちの地域に対する愛着やアイデンティティの醸成を図り、将来、本市で活躍する人財を育成していく必要があります。

第4章 石岡市観光振興計画の目指す姿

1 将来像

市民とともにつくる常陸国の歴史・里山を体感できるまち いしおか

●常陸国の歴史・里山を体感できるまち

数々の史跡や近代建築物が残る中心市街地、里山の豊かな自然環境が残る八郷地区、国内第2位の面積を誇る霞ヶ浦を臨む高浜地区など、本市は特色の異なる地域に多様な資源を有しています。これら数多くの資源を有効に活用し、市民と協力することにより、『いしおかならでは』の空間を創出し、観て、体感して楽しめる観光のまちづくりを目指します。

常陸国：常陸国分寺が置かれ古くから常陸国の中心であったまち、茨城県を代表する筑波山と霞ヶ浦を有するまち

歴史：中心市街地をはじめとして、常陸国分寺跡や数々の遺跡、看板建築の街並み、常陸風土記の丘、歴史ガイドによる説明など歴史に触れることができるまち

里山：フルーツライン周辺地区を中心に、自然、景観、果物、茅葺き民家など里山の文化を楽しむことのできるまち

体感：観る観光だけではなく、自分で体感することができるまち

2 基本理念

常世の国との出会いを通して、訪れる人々に喜びと感動と満足を提供する

本市には、1300年を誇る常陸国の歴史や、常陸国風土記で「常世の国（理想郷）」に例えられた自然の恵みなど、魅力的な地域資源が数多く存在しています。これらの地域資源は、市民の誇りであり、国の内外からの来訪者にも誇れるものです。

これからの本市の観光振興においては、「常世の国」と称された豊かな自然と、そこに暮らす人々が伝える歴史・文化との出会いを通して、本市を訪れる人々に喜びや感動、そして満足を感じてもらうことを目指していきます。

●常世の国としての石岡

茨城県の大部分が属していた常陸国は、肥沃な大地が広がり、山海の幸にも恵まれ、人々が豊かな生活を送っていたことから、常世の国のように記されています。現在でも、本市には常陸国の中心地だったことを示す「常陸国府跡」や「常陸国分寺跡」、「常陸国分尼寺跡」などの史跡が残されています。また、西に筑波山、東に霞ヶ浦、市内には恋瀬川といった豊かな自然環境を背景に、県内でも有数の農畜産物の産地として、豊富な食材にも恵まれており、これからの「常世の国」と呼ぶにふさわしい地域です。

●市民とともに

いしおかを訪れる人々に『いしおかならでは』を感じていただくためには、市民との協働による観光のまちづくりを進めていくことが重要です。そこで、観光関連の事業者や行政だけではなく、市民が一体となって地域振興につながる観光のカタチを作り上げていくことを目指します。

3 観光振興の基本方針

将来像を達成するための方向性として、以下の4つの基本方針を設定します。

1 魅力ある観光地域づくり

観光事業者をはじめとする市民が本市に誇りを持ち、おもてなしの心で来訪者を迎えることにより、「訪れてよかった」「もう一度来たい」と思ってもらえるような観光地域づくりを目指していきます。

【目標数値】

指標	現状値	2023年	2028年
観光入込客数	1,433,000人	1,750,000人	1,950,000人
観光客の満足度（満足）※	71.2%	73.0%	75.0%

※観光客の満足度：来訪者アンケート調査より、「今回の観光・旅行全体の満足度」の設問における「とても満足した」「満足した」「まあ満足した」と回答した割合

2 戦略的な情報発信

本市の認知度向上を図るとともに、「一度は行ってみたい」と思ってもらえるような情報発信を行っていきます。

【目標数値】

指標	現状値	2023年	2028年
発信情報の満足度（満足）※	—	70.0%	80.0%

※発信情報の満足度：来訪者アンケート調査より、本市が発信した情報に満足した割合

3 周遊観光の推進

本市及びその周辺にある筑波山や霞ヶ浦、茨城空港などの地域資源を活用し、広域連携による周遊観光の促進を図ります。また、市内の観光資源をつなぐ回遊ルートを確立し、市内観光の魅力度アップを図ります。

【目標数値】

指標	参考値	2023年	2028年
宿泊者の割合※	7.8%	15.0%	20.0%

※宿泊者の割合：来訪者アンケート調査より、本市での滞在時間における宿泊者の割合

4 持続可能な観光産業の育成

将来にわたって観光産業を維持していくために、後継者の育成のほか、稼げる観光産業の振興を図ります。また、観光事業者や行政に限らず、市民参加による観光振興を推進します。

【目標数値】

指標	参考値	2023年	2028年
一人当たりの観光消費額（日帰り）※	4,099円	4,500円	5,000円
一人当たりの観光消費額（宿泊）※	8,400円	9,500円	10,500円

※一人当たりの観光消費額：来訪者アンケート調査より、本市での利用総額の平均額（日帰り／宿泊）

4 施策体系

【将来像】 市民とともにつくる常陸国の歴史・里山を体感できるまち いしおか

【基本理念】 常世の国との出会いを通して、訪れる人々に喜びと感動と満足を提供する

基本方針	施策	取組		
1. 魅力ある観光地域づくり	(1)観光資源の魅力向上による石岡ブランドの確立	①地域の特性を活かした観光（モノ・コト）の促進 ②観光資源などの保護と活用		
	(2)多様な旅行形態への対応	①多様なニーズに応えられる観光資源の発掘・活用 ②多様なニーズに沿った観光資源の連携		
	(3)ユニバーサルデザインを取り入れた受入環境の整備	①既存施設の効果的な利活用 ②宿泊施設の整備 ③案内表示などの整備・充実 ④二次交通の充実 ⑤観光地域としての景観の保全		
2. 戦略的な情報発信	(1)媒体の特性を活かした効果的なPR活動	①ターゲットに応じた情報発信手法の構築		
	(2)ターゲットとなる地域や旅行者の特性を重視した情報発信	①海外向け情報発信の強化 ②テーマ別情報発信の強化		
	(3)他の自治体と連携した誘客の促進	①茨城県や近隣市町村と連携した観光PRの実施 ②人気スポットと連携した観光PRの実施		
3. 周遊観光の推進	(1)周遊観光ルートの開発	①テーマに沿った周遊ルートの開発 ②観光地域のネットワーク化の推進		
	(2)茨城県や周辺自治体との連携強化	①筑波山地域ジオパーク推進協議会などとの連携強化 ②広域観光案内機能の強化		
	(3)周遊できる環境づくり	①交通事業者との連携強化 ②自転車などによる市内回遊の促進		
4. 持続可能な観光産業の育成	(1)担い手の育成	①体験・交流を通じた石岡ファンづくりの推進 ②新たな担い手育成の強化 ③市内事業者間の連携強化 ④市民や子どもの誇りや郷土愛の醸成		
		(2)観光地域づくりの推進体制の構築	①官民連携による推進体制の構築 ②行政内の体制の連携強化 ③ボランティアの活用と連携強化	
			(3)持続可能な観光産業の推進	①継続的なマーケティング調査の実施・分析 ②経済波及効果を生み出す他業種連携の推進

重点プロジェクトインバウンドの受入環境の充実

第5章 石岡市の観光施策

1 施策内容

将来像とそれを実現するための基本方針に基づき、具体的な施策・取組を推進していきます。実行力のある施策・取組を推進していくために、ロードマップ及び実施主体を明確に示していきます。

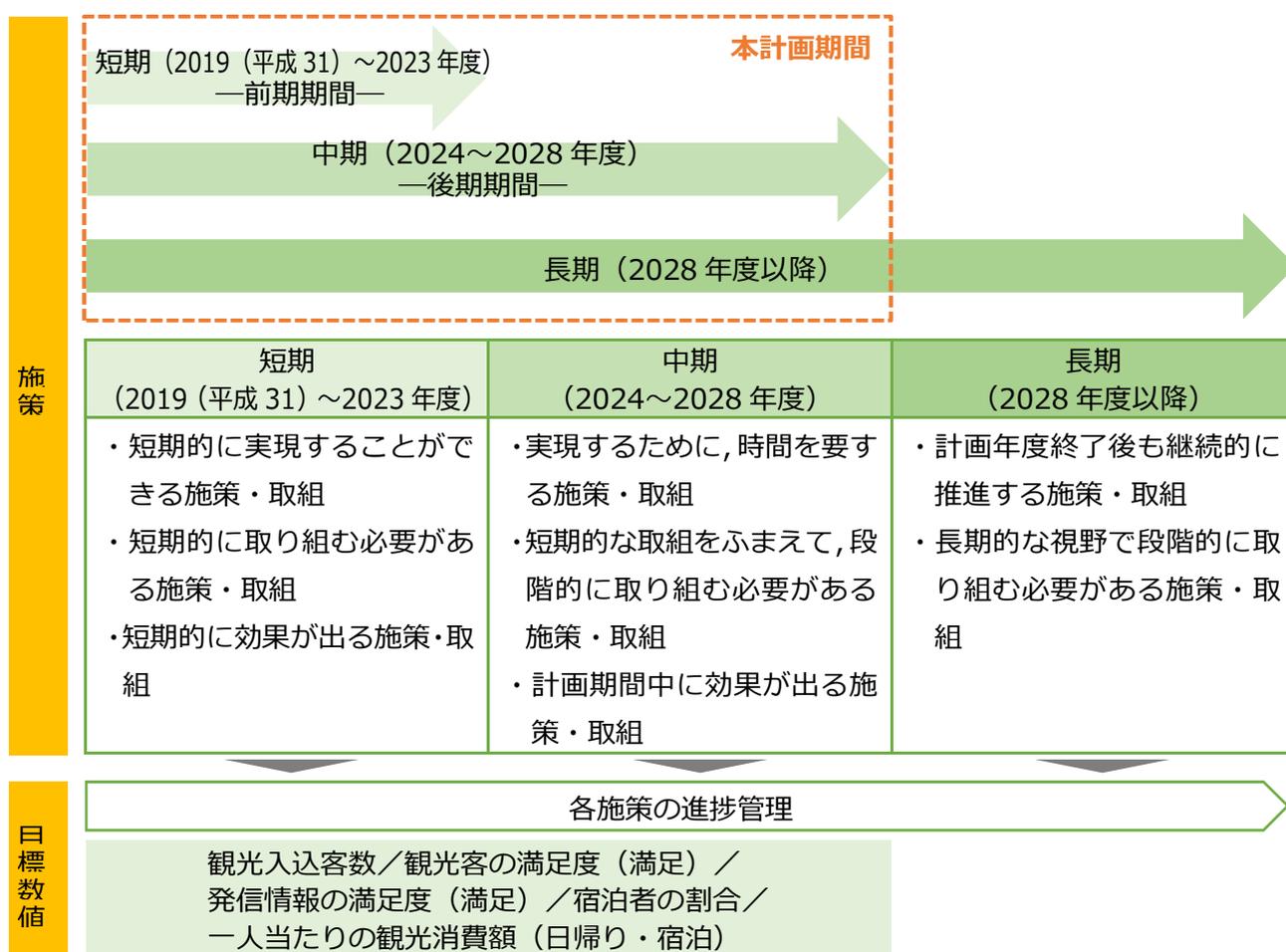
(例)

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
取組名				◎	○	◎

実施期間： 継続期間：

主体的に実施：◎ 協力・連携・支援：○

<ロードマップ（短期・中期・長期）>



<実施主体>

市民・事業者	市民，自治会，宿泊・観光施設，商店，飲食店舗，農業者など
観光関連団体	石岡市観光協会，石岡商工会議所，石岡市八郷商工会，農協など
行政	経済部観光課，関係各課，教育委員会など

(1) 魅力ある観光地域づくり

施策1 観光資源の魅力向上による石岡ブランドの確立

ポイント

- 果樹狩りや農業体験などの体験型観光
- キャンプやスカイスポーツなどの自然を活かしたアウトドア観光
- 茅葺民家や看板建築などの保護と活用
- 市内各地に残るおまつりなどの伝統文化の保護と活用

①地域の特性を活かした観光（モノ・コト）の促進

本市には、歴史や文化、豊かな自然環境、豊富な農畜産物など、多様な資源があり、それらは常世の国（理想郷）と呼ぶにふさわしい「いしおか」の魅力と言えます。これらの資源を観光資源として有効に活用することにより、いしおかならではブランディング・ストーリーを創出し、滞在時間の延伸や観光消費額の拡大を図ります。また、ターゲットを定めた観光コンテンツの開発や、特産物を用いた土産品の開発などにより、本市の魅力向上を図ります。

②観光資源などの保護と活用

文化財、看板建築や古民家などの建築物の文化的資源、里山、山並みの景観などといった自然的資源などは、観光資源としての価値が高いことから、適正に調査を行い、その価値を明らかにし、本市の魅力ある観光資源として保護・活用を進めていきます。また、これらの資源を活かしていくことにより、市民の愛着や誇りの醸成にも寄与します。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①地域の特性を活かした観光（モノ・コト）の促進	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎
②観光資源などの保護と活用	→			○	◎	◎

コラム 地域資源を核としたブランディング戦略

長野県阿智村では、観光による地域づくりの手法を模索する中で、多くの関係者を交えてブランドコンセプトを協議し、「日本一の星空」を核としたブランディング戦略を確立した。このコンセプトはぶれることなく、関わる全ての人の指針として「日本一の星空」がその核にあり、官民一体となり継続的に取組が進められている。「天空の楽園 日本一の星空ナイトツアー」の集客は飛躍的に増加し、宿泊者の増加にもつながっている。このブランディング戦略により、新たなターゲットとして首都圏の若年層の女性を取り組むことに成功し、住民は自分の住む村の魅力を見つめ直すきっかけにもなった。このように、地域の核となる魅力を確認し、ぶれることなく取り組み続けた結果が大きな成果を創出した。

本市には、にほんの里 100 選にも選ばれている八郷地区の里山景観や、石岡のおまつりなどの“核”となり得る地域資源がある。これらは、都市住民や訪日外国人のニーズにも合致することから、ブランディング戦略により訴求力を高めることで、集客力の高いコンテンツに成長する可能性がある。



天空の楽園日本一の星空ツアーHP 出典



ポイント

- 常陸国の中心地での歴史散策
- 豊かな大地の恵みの提供（食の観光）

①多様なニーズに応えられる観光資源の発掘・活用

これまで歴史・文化，里山などを活用した観光振興を進めてきましたが，新たな客層や茨城空港からの訪日外国人を獲得していくためには，新たな観光資源を発掘し，コンテンツ化していくことが重要となります。また，観光客の趣味趣向も多様になってきていることから，本市の資源を見直し，再価値化を進めていきます。



②多様なニーズに沿った観光資源の連携

本市は，各時代の歴史・文化やそれらをつなぐ里山・自然，その地で暮らす人々の生活などといった様々なテーマを有しています。また近年，コスプレの聖地やロケ地の巡礼などといった新たなテーマも生まれてきています。このようなテーマ設定により，地域の観光資源を発掘し，それらをつなぎ，観光客の誘客動機を促していきます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①多様なニーズに応えられる観光資源の発掘・活用	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	○	○	◎
②多様なニーズに沿った観光資源の連携	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	◎	○	◎

コラム 新たな観光資源の発掘による持続可能な取組の推進

飛騨市の(株)美ら地球では、「SATOYAMA EXPERIENCE」というブランドのもと、地域においては当たり前な生活風景が、異なるライフスタイルをもつ人にとって魅力的に映るという点に着目し、飛騨地域の自然や伝統、生活文化に触れることができる着地型商品を提供している。一般的な企業経営の手法を地域経営にあてはめ、誰に何をどのように届け、どのようにして顧客として獲得し、維持・向上していくのかを独自で検討し、PDCAサイクルを回し続けてきた。そして、滞在時間が長く、すでに来訪実績があった欧米豪の個人旅行者をターゲットとし、地元ガイドと里山エリアを巡る飛騨里山サイクリングといったフラッグシップツアーをはじめ、飛騨地域の食文化に触れるウォーキングツアー、料理研究家を招いての郷土料理体験プログラムなどを提供し、地域の魅力をリアルに伝えている。このように、マーケティング・マネジメント機能を構築し、地域の日常を観光資源とし、顧客を明確にしたうえで、新たな観光産業を創出し、地域活性化に寄与している。



SATOYAMA EXPERIENCE HP 出典

都市住民や訪日外国人にとっては，地方の人々の営みでさえも，非常に興味深いコンテンツになっている現状を踏まえると，本市には観光資源となり得るものが埋もれている可能性が高い。そこで，本市では「どういった人たちに」「何を」「どのように」提供できるのかを見極めることにより，旅行者の多様なニーズにも応えられる可能性を秘めている。

ポイント

- 茨城県フラワーパークや常陸風土記の丘などの拠点施設の整備
- 地域に適した宿泊施設の整備
- 観光客目線での案内表示の整備
- レンタサイクルや観光周遊車の整備と充実
- 里山景観や歴史的街並みの保全

①既存施設の効果的な利活用

本市内での滞在時間の延伸を図るため、市内回遊や広域周遊観光の拠点となるような施設の整備を進めます。茨城県フラワーパークや常陸風土記の丘などの既存施設も、本市観光の核となる施設です。これらの施設の運営を柔軟に進められるよう、関係各所と調整を行うとともに、民間の活力を利用しながら、魅力の向上とサービスの充実を図ります。また、各既存施設において、観光客の利便性を高めるため、Wi-Fi サービスなどの環境整備に努めていきます。



②宿泊施設の整備

観光客の滞在時間の延伸、消費額の向上を目指していくためには、本市に宿泊してもらう必要があります。新規宿泊施設の建設だけでなく、既存施設の活用や宿泊施設の誘致、民泊・農泊などの取組の検討も行い、観光客のニーズに合わせて宿泊施設を選択できる環境を整備していきます。



③案内表示などの整備・充実

石岡地区と八郷地区との回遊性を高めるために、観光施設や観光スポットへの案内表示を整備するとともに、中心市街地では、まち歩きなどができるよう、エリアの案内表示などを充実させ、観光客にとってやさしい地域を形成していきます。また、多言語表記の推進やユニバーサルデザインの導入などにより、訪日外国人観光客に限らず、すべての人が楽しめる空間を創造します。



④二次交通の充実

石岡地区と八郷地区との回遊性を高め、市内の滞在時間を延伸するために、市内の二次交通の整備・充実を図ります。二次交通の整備にあたっては、レンタサイクルや公共交通（バス、デマンドタクシーなど）などといった様々な移動手段を整備し、市民や観光客が利用しやすいサービスを拡充させていきます。



⑤観光地域としての景観の保全

本市を訪れる人々に、本市の特徴的な世界観を体感してもらうため、「石岡市街並み修景ガイドライン」で位置付けられた対象エリアを中心に、石岡らしさを残す景観を保全していきます。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①既存施設の効果的な利活用	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎
②宿泊施設の整備	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎
③案内表示などの整備・充実	→ ● ● ● ● →			○	○	◎
④二次交通の充実	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎
⑤観光地域としての景観の保全	→			◎	○	◎

コラム 農業体験・農家民泊などの体験を生かした観光地域づくり

(株)大田原ツーリズムは、第2種の旅行業を取得し、出資も役員も官民が共同で行っている。自然豊かな大田原市で、農業体験をしながら、農家に泊まる「農泊」を事業の核に、日本古来の生活、産業、歴史、文化などの地域資源を活用した旅行体験プログラムの提供を行っている。



大田原市は、農業従事者の減少や高齢化による農業衰退の危機、さらには観光資源の乏しさという状況で、観光客が少ないという課題を抱えていたことから、官民一体で組織を設立し、民間事業者を社長に起用し、スピーディーな事業展開を図るとともに、受入窓口を一本化して事業全体をとりまとめ、営業活動と併せて農家民宿の確保に取り組んでいる。受入体制の整備と併せて、説明会や各種研修会を開催し、安全管理などに関するスキルアップを図っている。



このような取組によって観光客を呼び込むほか、農業体験による学生との交流や地域資源を活用したプログラムの提供により、農家や住民のやりがいにつながり、地元への愛着を強めている。

本市では、「石岡市観光協会」や「やさとグリーンツーリズム協議会」などの関係団体が活動している。行政や関係団体が来訪者と地域住民との間を取り持つことにより、地域に根差した体験・交流が盛んになると考えられる。

(2) 戦略的な情報発信

施策1 媒体の特性を活かした効果的なPR活動

ポイント

○効果的なPR手法の確立

①ターゲットに応じた情報発信手法の構築

観光客の誘客を図るためには、本市の認知度を向上させる必要があります。そこで、本市の情報に触れる機会を増やすことを目的として、ターゲットに合わせた発信媒体（SNSやHP、紙媒体、交通媒体など）を検討し、効果的に情報を伝えることのできる仕組みを構築していきます。

また、インフルエンサーと呼ばれる影響力の大きな情報発信者にも、本市の魅力を発信してもらえようような仕組みづくりを進めていきます。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①ターゲットに応じた情報発信手法の構築	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	○	◎	◎

施策2 ターゲットとなる地域や旅行者の特性を重視した情報発信

ポイント

- マーケティング調査の実施
- ターゲットの特性に合わせた情報提供

①海外向けの情報発信の強化

訪日外国人の消費単価は日本人と比べて高いことから、県の取組との連携や茨城空港からの誘客を図るために、海外向けの情報発信を強化していきます。そこで、文化の異なる外国人旅行者の視点に立った魅力的な写真の撮影やビジュアルの構成、そして単なる日本語原稿の翻訳ではなく、内容も含めてそれぞれの嗜好に合わせた外国語原稿の作成などの取組を進めていきます。

②テーマ別情報発信の強化

あらゆる魅力を横並びの状態の情報発信するのではなく、テーマ別に構成することにより、多様な趣向を持つターゲットそれぞれに訴求力のある情報発信を実現することができます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①海外向けの情報発信の強化	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	◎	○	◎
②テーマ別情報発信の強化	→ ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	◎	○	◎

施策3 他の自治体と連携した誘客の促進

ポイント

- 茨城県との連携
- 筑波山や霞ヶ浦を中心とした周辺自治体との地域連携
- 偕楽園や国営ひたち海浜公園などの人気スポットとの連携

①茨城県や近隣市町村と連携した観光 PR の実施

誘客を図るために、本市だけではなく、茨城県や周辺市町村と連携した観光 PR を行っていきます。連携を図ることで、それぞれの強みを活かした観光 PR を実現することができます。

②人気スポットと連携した観光 PR の実施

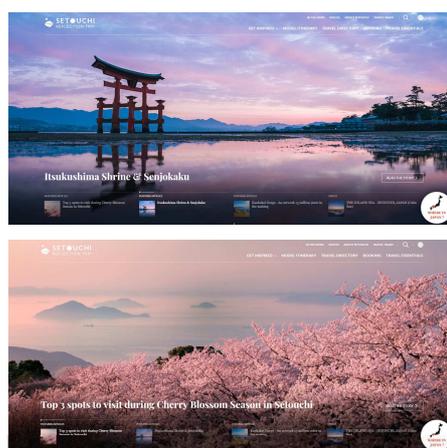
本市の周辺には、偕楽園や国営ひたち海浜公園、大洗水族館、大洗海鮮市場、霞ヶ浦、笠間稻荷神社などといった人気観光スポットが立地しているにもかかわらず、現状、本市は通過されてしまっている状況です。そのため、人気の観光スポットと連携を図り、その行き帰りで本市へ必ず立ち寄ってもらい、少しでも本市での滞在時間を創出し、本市の魅力を知るきっかけを生み出していきます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①茨城県や近隣市町村と連携した観光 PR の実施	→	●●●●●	●●●●●→	○	◎	◎
②人気スポットと連携した観光 PR の実施	→	●●●●●	●●●●●→	◎	○	◎

コラム 訴求力の高い情報発信の推進

一般社団法人せとうち観光推進機構では、地域での周遊の仕方や楽しみ方が十分に認知される必要があったことから、人が地域を知り、旅行するまでのフェーズを5段階で整理し、それぞれのタイミングにあった情報発信の取組を行っている。クルーズ・サイクリング・アート・食・宿・地域産品といった多様な資産を海外に効果的に発信するため、インターネットを使ったデジタルマーケティングを活用しながら、プロモーションとデータ分析を一体的に行っている。WEB サイトでは、訴求力の高い記事や映像配信とともに宿などの予約機能を付加するなど、旅行計画づくりを支援する仕組みを組み込み、認知度、来訪意向の向上、そして誘客も視野に入れた情報発信を行っている。

本市では、「石岡市公式ホームページ」と「石岡市観光協会ホームページ」を通して情報発信を行っている。しかし、ターゲットを定めた訴求力のある情報を掲載できていないことから、写真や映像を効果的に使いながら、視覚的に訴えることも必要になる。こうした取り組みにより、本市の認知度が高まり、誘客につながると思われる。



SETOUCHI REFLECTION TRIP HP 出典

(3) 周遊観光の推進

施策 1 周遊観光ルートの開発

ポイント

- 歴史や自然などのテーマに沿ったルート設定
- サイクリングやウォーキングなどの移動手段に基づいたルート設定
- 茨城県フラワーパークや常陸風土記の丘などの拠点を軸としたルート設定

①テーマに沿った周遊ルートの開発

本市内における滞在時間の延伸、観光消費額の拡大を図るために、本市が持つ歴史・文化的な資源や里山・自然などといった様々なテーマ性を活かした周遊ルートを開発していきます。

テーマに応じて様々な観光資源をつなぐことで、メインの観光資源以外の場所への誘客にもつながり、市内の回遊性が向上します。



②観光地域のネットワーク化の推進

市内には、茨城県フラワーパークややさ温泉ゆりの郷、常陸風土記の丘、看板建築などといった目的の地となる大きな観光施設及び地域が点在しています。点から面的な拡がり構築し、観光客の滞在時間の延伸を図るために、これらの観光施設及び地域のネットワークを構築していきます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①テーマに沿った周遊ルートの開発	→	●●●●●	→	○	○	◎
②観光地域のネットワーク化の推進	→	●●●●●	→	◎	○	◎

コラム 酒蔵をテーマとした地方誘客の推進

観光庁では、2016（平成28）年度より「テーマ別観光による地方誘客事業」に取り組んでおり、特定の観光資源を活用して地方誘客を図ることを目的としている。その中で、『酒蔵ツーリズム』が位置付けられ、日本産酒類（日本酒、焼酎、泡盛及び日本産ワイン・ビールなど）を盛り立てるとともに、それを観光資源として活用し、外国人観光客への訴求も見据え、地域の魅力の発信と地域活性化につながる取組（酒蔵開放や酒蔵体験、イベントなど）を推進している。



佐賀県鹿島市では、「酒蔵ツーリズムの先駆け」、「世界一の酒が生まれたまち」としてメディアに取り上げられたことによって、市の認知度の向上に寄与し、「鹿島市＝お酒」の定着が進んでいる。

本市は筑波山系の清冽な水に恵まれ、関東の灘と称される酒どころとして知られており、明治中期から後期には、県内最大の酒造地になっていた。伝統的な酒造りは現在でも4軒（石岡酒造・府中萱・白菊酒造・藤田酒造店）の酒蔵に引き継がれているとともに、平成26年3月「石岡の地酒」で乾杯を推進する条例が制定され、地酒の消費拡大や地産地消の推進等の取組が行われていることから、本市の酒蔵も観光客を誘客するための資源となりうる。

施策2 茨城県や周辺自治体との連携強化

ポイント

- 筑波山地域ジオパーク推進協議会などの広域連携事業の推進
- 観光案内所などでの広域周遊情報の提供

① 筑波山地域ジオパーク推進協議会などとの連携強化

本市は、筑波山地域ジオパークやつくば霞ヶ浦りんりんロードなどといった広域的な観光の取組に加わっています。また、本市周辺には、笠間市やつくば市などといった観光地域が存在していることから、拠点施設の整備と合わせ、広域連携による誘客を図ります。周辺市町村との連携により、相互補完関係を持つコンテンツを構築することができ、市外・県外・国外に向けた PR 活動を実施するにあたり、多様なコンテンツを提供することができます。

② 広域観光案内機能の強化

観光客は、本市の観光情報だけではなく、周辺地域の情報も求めており、様々な情報を提供することが観光客の満足度向上にもつながります。そこで、周辺地域の観光案内も行うことができるよう、観光案内所の機能強化を図るとともに、観光案内機能を持った広域周遊の拠点を整備するなど、観光客目線での情報提供を進めていきます。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
① 筑波山地域ジオパーク推進協議会などとの連携強化	→	●●●●●●●●	→	○	◎	◎
② 広域観光案内機能の強化	→	●●●●●●●●	→	○	◎	◎

ポイント

- 交通事業者との連携による利便性を追求した交通網の形成
- レンタサイクルの拡充

①交通事業者との連携強化

市内外の回遊性を高めていくためには、二次交通の充実が必要不可欠であることから、市内外の交通事業者との連携を強化していきます。路線バスだけでなく、コミュニティバスやデマンドタクシーなどの様々な移動手段を検討し、観光客や市民が利用しやすい環境を構築していきます。

②自転車などによる市内回遊の促進

霞ヶ浦や筑波山周辺（水郷筑波地域）では、茨城県によって、様々な地域資源を結びつけ、首都圏からの優れたアクセス性を活かしながら、誰もが多様にサイクリングを楽しむことができる、日本一のサイクリング環境の構築に取り組んでいます。本市においても、「石岡市りんりんタウン構想」の施策と調整を図り、自転車などを積極的に活用した市内の回遊性の向上に努めていきます。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①交通事業者との連携強化	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎
②自転車などによる市内回遊の促進	→ ● ● ● ● →			◎	○	◎

コラム 自転車を用いたエリアの回遊性の向上

茨城県では、旧筑波鉄道の廃線敷と霞ヶ浦を周回する湖岸道路を合わせた全長約180kmのサイクリングコースを「つくば霞ヶ浦りんりんロード」として整備を行った。本コースでは、水郷筑波国定公園に指定されている霞ヶ浦などの水郷地域や筑波山地域などの豊かな自然や風景、鹿島神宮に代表される歴史的・文化的資産など様々な地域の魅力が楽しめる。多様な場所からのアクセスを可能し、JR土浦駅直結型サイクリング拠点「りんりんスクエア土浦」を整備し、レンタサイクル、シャワー、コインロッカー、サイクルショップなどサイクリスト向けのサービスをワンストップで提供できる機能を完備している。また、初心者用から上級者用まで様々なサイクリングコースを整備するとともに、空気入れや工具の貸出が可能なサイクルサポートステーションとして県内300カ所以上の協力施設がある。その他にも、「霞ヶ浦広域サイクルーズ」として、霞ヶ浦の3つの港をつなぐクルージングがあり、自転車と共に乗船し、遊覧を楽しむこともできる。



つくば霞ヶ浦りんりんロード HP 出典

本市においても、筑波山や霞ヶ浦などの豊かな自然や風景、常陸国の国府跡などの歴史的資産など、多様な地域資源やその優位性を十分に活用することを目的に、「石岡市りんりんタウン構想」を策定し、観光振興における自転車活用の推進として、サイクリングコースの設定やサポートステーションの拡大・整備、イベントなどの開催により機運醸成などを図り、積極的に取り組んでいる。

(4) 持続可能な観光産業の育成

施策1 担い手の育成

ポイント

- 郷土愛を育むふるさと学習
- 市民や事業者を対象としたおもてなし研修の開催
- 景観保全や観光案内へのボランティアの活用
- 新たな担い手を発掘・育成するための仕組みづくり

①体験・交流を通じた石岡ファンづくりの推進

本市での体験観光や人々との交流を通して、何度も足を運んでくれるリピーターを増やすための取り組みを実施します。また、その中から地域や地域の人々と多様に関わる“石岡ファン”が生まれるよう、行政だけではなく地域住民を巻き込んだ取り組みを推進します。“石岡ファン”は、移住に最も近い存在でもあることから、様々な分野の新たな担い手として活躍してもらうことも期待されます。



②新たな担い手育成の強化

観光農園や店舗などの担い手不足を解消するために、観光地域づくりを支える新たな担い手を育成していきます。観光に関わる事業者などの観光に対する機運を醸成するために、商品開発や販路開拓などの勉強会や店舗づくりの講習会などを実施していくとともに、事業者だけではなく、市民も巻き込み、おもてなしの心を育む研修・勉強会などを開催するなど、市内で稼ぐことができる仕組みを検討し、観光振興を推進していく担い手を発掘・育成していきます。



③市内事業者間の連携強化

イベントや滞在型コンテンツの造成、またプロモーション事業などにおいて、市内の事業者間の連携を強化していきます。連携により、既存コンテンツの魅力向上、そして新たなコンテンツの造成にもつながります。また、各事業者が自立できる仕組みを構築し、稼ぐ力を引き出していきます。



④市民や子どもの誇りや郷土愛の醸成

観光というツールを用いて、地域住民の本市に対する誇りやアイデンティティの醸成を図っていくため、常世の国（理想郷）と称された地域の歴史や文化、自然などの魅力を知るためのイベント開催や教材作成などを行い、住民も楽しむことができる観光まちづくりを推進していきます。

また、小中学校のふるさと学習などを通して、郷土愛を育み、将来、本市で活躍する人財の育成に努めていきます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①体験・交流を通じた石岡ファンづくりの推進	→			◎	○	◎
②新たな担い手育成の強化	→			○	◎	◎
③市内事業者間の連携強化	→	●●●●●	→	◎	○	○
④市民や子どもの誇りや郷土愛の醸成	→			◎	○	◎

施策2 観光地域づくりの推進体制の構築

ポイント

- 有識者や関連事業者などによる計画推進体制の構築
- 定期的なプロセス管理の実施

①官民連携による推進体制の構築

地域の稼ぐ力を引き出していくためには、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを進めていく必要があります。そこで、行政や関係団体が主体となり、観光事業者だけではなく、観光には直接かわらない事業者や地域住民などの、多様な関係者が連携した体制を構築します。

②行政内の体制の連携強化

観光は裾野の広い分野といわれていることから、観光地域づくりを進めていくにあたり、庁内の様々な部署での取組が求められます。そのため、庁内を横断した更なる連携の強化を図っていきます。

③ボランティアの活用と連携強化

持続可能な観光地域づくりを進めていくためには、本市の観光を支える人財が必要となります。そこで、ボランティアや石岡市のファンなどのような、本市や本市の地域住民と多様に関わる人々を増やし、観光地域づくりの担い手との連携を積極的に図っていきます。



取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①官民連携による推進体制の構築	→	●●●●●	→	○	◎	◎
②行政内の体制の連携強化	→	●●●●●	→			◎
③ボランティアの活用と連携強化	→	●●●●●	→	◎	○	◎

ポイント

- 継続的な来訪者アンケートの実施
- 県内の研究機関などとの関係構築

①継続的なマーケティング調査の実施・分析

観光客を確実に誘客するためには、観光客の実態やニーズを的確に把握し、その内容に基づく戦略的な取組を推進することが求められます。そこで、継続的なマーケティング調査を実施し、分析を行っていきます。また、この調査結果を様々な取組の効果検証のための基礎資料として用いることにより、持続可能な観光産業を推進していきます。

②経済波及効果を生み出す他産業連携の推進

観光産業は裾野が広く、経済波及効果が高い産業であるといわれています。観光客の増加により、交通機関の利用、飲食や宿泊、市内産品などの購入など、多岐にわたる消費活動が生まれます。地域経済の活性化を図り、持続可能な観光産業を推進するため、様々な業種が連携した取組を推進していきます。

また、その効果として、市内における経済波及効果の見える化を図り、観光振興の取組が市内事業者市民にどのような効果をもたらしているのか明らかにしていきます。

取組	ロードマップ			実施主体		
	短期	中期	長期	市民・事業者	団体	自治体
①継続的なマーケティング調査の実施・分析	→ ● ● ● ● →			○	◎	◎
②経済波及効果を生み出す他産業連携の推進	→ ● ● ● ● →			○	◎	○

コラム 観光地経営の実現に向けた官民連携した組織形成

観光圏整備法に基づき、山梨県北杜市と長野県富士見町・原村の3市町村で自治体の枠を越え観光圏を形成し、官と民が一体となり、強固な官民連携のもと、当組織と行政の役割分担を明確にし、誇れる観光地域づくりに取り組んでいる。具体的には、当法人の理事や観光地域づくりマネージャーを事業チームの執行責任者として配属させ、そこに行政など関係する地域のキーパーソンを配した事業推進の組織体制を構築している。月に1度、各事業のKPI達成に向けた進捗状況をチェックする会議を開催し、事業を評価・分析し、PDCAサイクルの確立を図っている。また、この会議は数多くのステークホルダーや地域住民を巻き込み、座学ばかりではなく、事業を通して住民や事業関係者の意識醸成や合意形成を進めている。

2 重点プロジェクト

前述の施策や取組を実施するにあたり、本市を取り巻く状況を踏まえ、施策横断的に取り組む事業を、「重点プロジェクト」として位置づけます。

●インバウンドの受入環境の充実

茨城空港の利用者の増加や、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会などの国際イベントの開催を見据え、本市周辺にも多くの訪日外国人が訪れることが予想されます。そこで、今後更に増加が予想される訪日外国人を本市に誘客するために、積極的かつ迅速に受入環境の充実を図っていきます。

【プロジェクトの内容】

基本方針1 魅力ある観光地域づくり

- ・訪日外国人をターゲットとした滞在型コンテンツを開発します。(施策1-①)
- ・訪日外国人の利便性を高めるため、Wi-Fiサービスの整備を図るとともに、案内表示や解説板などの多言語表記を実施します。(施策3-①③)
- ・訪日外国人が容易に回遊できるよう、二次交通の充実を図るとともに、多言語化やユニバーサルデザインの導入を推進します。(施策3-④)



《具体的な取組》

- ◆英語圏だけでなくアジア圏から来訪者を意識した、案内表示などの多言語化を進めます。
- ◆外国人向けの二次交通利用ガイドなどを作成します。

基本方針2 戦略的な情報発信

- ・外国人旅行者の本市に対する認知度を向上させるために、ターゲットに応じた発信媒体を検討し、本市の魅力の効果的な発信を行います。(施策1-①)
- ・文化の異なる外国人旅行者の視点に立った魅力的な写真やビジュアルの構成、内容も含めてそれぞれの嗜好に合わせた外国語原稿の作成などを推進します。(施策2-①)
- ・効果的に外国人に情報発信を進めていくために、茨城県や近隣市町村と連携を図り、エリアとしての強みを活かし、魅力を発信していきます。(施策3-①)



《具体的な取組》

- ◆アジア圏特有のSNS環境などを考慮した情報発信を行います。
- ◆国と地域別に、旅行者が興味を持つポイントに注目した内容のパンフレットなどを作成します。

基本方針3

周遊観光の推進

- ・ 訪日外国人の趣味嗜好に応じたテーマ設定により、周遊ルートを構築します。(施策1-①)
- ・ 広域的な連協を強化し、相互補完関係を持つコンテンツを構築し、訪日外国人に対して魅力的かつ多様なコンテンツを提供していきます。(施策2-①)

《具体的な取組》

- ◆ アジア圏を中心とした外国人の嗜好に合わせた周遊ルートを開発します。
- ◆ 外国人観光客に人気のスポットと連携した周遊ルートを開発します。

基本方針4

持続可能な観光産業の育成

- ・ 本市での滞在をきっかけとし、本市のファンとなり、リピーターとなるような取組・仕掛けを創出していきます。(施策1-①)

《具体的な取組》

- ◆ インバウンド向けのおもてなし研修を実施します。
- ◆ 庁内を横断したインバウンド対策を実施します。

第6章 計画の推進に向けて

1 推進体制の構築

本計画の推進にあたっては、行政、市民、観光事業者などが本市の将来像を共有し、それぞれの役割のもと、官民協働と地域連携を意識し、「市民や事業者」「観光関連団体」「自治体としての石岡市」が協力し、“オール石岡”を構築していきます。



主体	役割
市民や事業者 (市民, 自治会, 宿泊・観光施設, 物販・飲食店舗, 農業者など)	<ul style="list-style-type: none"> 地域の歴史文化や自然環境などに関する知識と誇りを持ち、訪れる人々を迎え入れます。 地域の美化緑化活動や芸能文化の継承, 自身の経験や知識を活かした体験受け入れや民泊の受け入れなど, 観光まちづくりの担い手として活躍します。 事業者は, 観光の主体的な担い手として, 事業推進の役割を果たします。 関連事業者や行政, 市民などとの連携・協働のもとで, 事業を推進し, 観光振興を図るとともに, 地域の魅力向上, 地域経済の活性化や人財育成に努めます。
観光関連団体 (石岡市観光協会, 石岡市やさと観光果樹組合, 石岡商工会議所, 石岡市八郷商工会, 農協など)	<p>(観光協会)</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光プログラムの運営や情報発信など事業推進を行うとともに, 自治体と事業者をつなぐ, 各分野の産業間をつなぐ調整機能を果たします。 観光マーケティングやプロモーションについて, 自治体との連携の下で推進します。 <p>(石岡市やさと観光果樹組合, 商工会議所, 商工会, 農協など)</p> <ul style="list-style-type: none"> 民間事業者などが行う事業に対しての支援や, 団体自らが事業の担い手となる事業を主体的に推進します。 事業者と自治体とをつなぎ, 円滑な事業推進が実現するための役割を担います。
自治体 (経済部観光課, 関係各課, 教育委員会など)	<ul style="list-style-type: none"> 庁内各部局での連携, 国や県, 関係市町村, 関係機関との協議のもとで, 取組を推進します。 拠点施設の整備や, 民間事業者が事業推進を図りやすい環境づくりとして, 人財育成や新規事業のきっかけづくりを行います。 教育委員会においては, 文化財などの保全と活用, 学校教育との関連での事業推進を支援します。

2 進捗管理

本計画の将来像を実現するためには、計画に基づく事業推進における進捗管理を定期的に行う必要があります。PDCA サイクルのもとで、計画を実行し、それを進捗評価・改善、そして必要に応じて計画を見直すプロセスが求められます。

今後、2019（平成 31）年「いきいき茨城ゆめ国体」や、2020 年「2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会」などの開催を控え、茨城県、そして本市の観光を取り巻く環境が大きく変化することが推測されます。また、これら以外にも、様々な要因から内外の情勢や環境が変化すると考えられることから、計画期間中であっても必要に応じて計画の見直しを行っていきます。

進捗評価については、本計画の目標数値の達成状況や個別の施策・取組の進捗評価だけでなく、市民や観光事業者などからの意見聴取を行うことも有効となります。

各取組の進捗状況や目標達成状況などを客観的に評価することができる仕組みを構築するとともに、観光振興がきちんと地域振興、地域経済の活性化に寄与しているのかなどといった市民や事業者の声を把握しながら、PDCA サイクルのもと、本計画の進捗評価及び進捗管理を行っていきます。



本計画の進捗管理については、学識有識者や観光事業者、各種団体などで構成する会議「(仮称) 石岡市観光振興推進委員会」にて行うこととします。本会議は、毎年 1 回以上開催し、本計画の進捗管理及び評価を行います。

また、計画の中間年次にあたる 2023 年には、詳細な目標指標の検証調査や計画の中間見直しなどを行い、その後最終前年度にあたる 2027 年には、詳細な目標指標の検証調査、そして 2028 年には計画の見直しを行い、「(仮称) 第 3 次石岡市観光振興計画」の策定を行います。

資料編

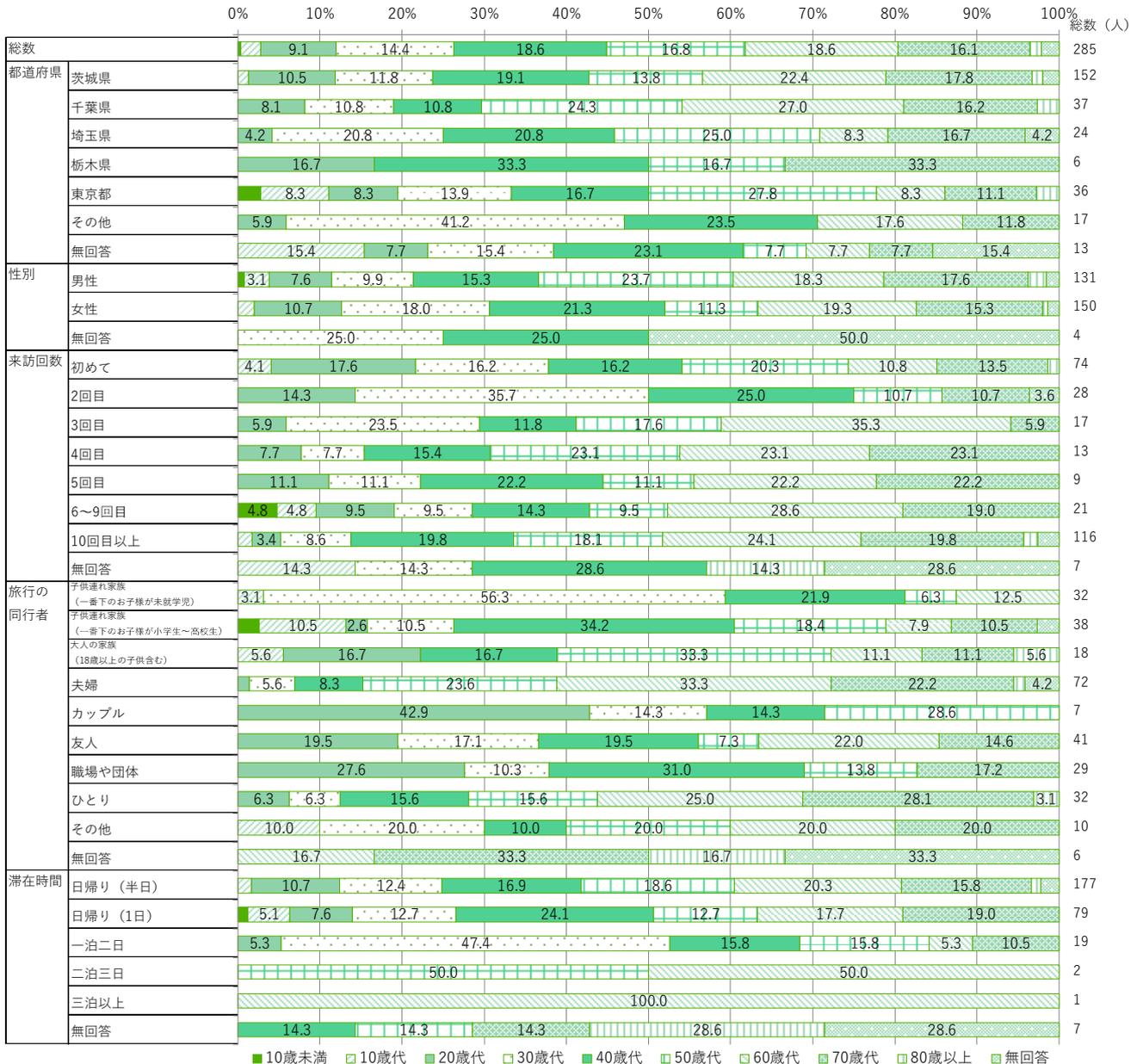
1. 用語集

観光地経営	顧客志向のマーケティングを基に、住民及び地元組織が観光資源を主体的に磨き上げ、地域固有の統一的なイメージに基づいて、差別化された地域の魅力とプロモーションにより観光客の集客を持続的に図ること。
キャッシュレス	銀行口座への振込やクレジットカードによる支払などのように、現金のやりとりなしで決済がなされること。
経済波及効果	新規に需要が発生することにより、その需要を満たすための生産が連鎖的に誘発されること。それによって発生する金額の合計額（生産誘発額）や、何らかの事象が起こることによって発生すると推測される需要量より算出された合計額を指すこともある。
個人旅行（FIT）	団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと。Foreign Independent Tour の頭文字の略。Free Individual (Independent) Traveler ともいう。
産業観光	歴史的・文化的に価値ある工場や機械などの産業文化財や産業製品を通じて、ものづくりに触れることを目的とした観光。
周遊観光	名所・旧跡の見学を目的に、複数の観光地を移動し宿泊地を変えていく旅行形態。
ジオパーク	「地球・大地（ジオ：Geo）」と「公園（パーク：Park）」とを組み合わせた言葉で、「大地の公園」を意味し、地球（ジオ）を学び、楽しむことができる場所。現在日本には、日本ジオパーク委員会が認定した「日本ジオパーク」が 44 地域あり（2018（平成 30）年 9 月現在）、その内、9 地域がユネスコ世界ジオパークにも認定されている。
二次交通	拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通のこと。
農泊	農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者がその土地の魅力を味わえる「農山漁村滞在型旅行」のこと。
民泊	法令上の明確な定義はないが、一般的には、住宅（戸建住宅やマンションなどの共同住宅など）の全部又は一部を活用して、旅行者などに宿泊サービスを提供することを指す。

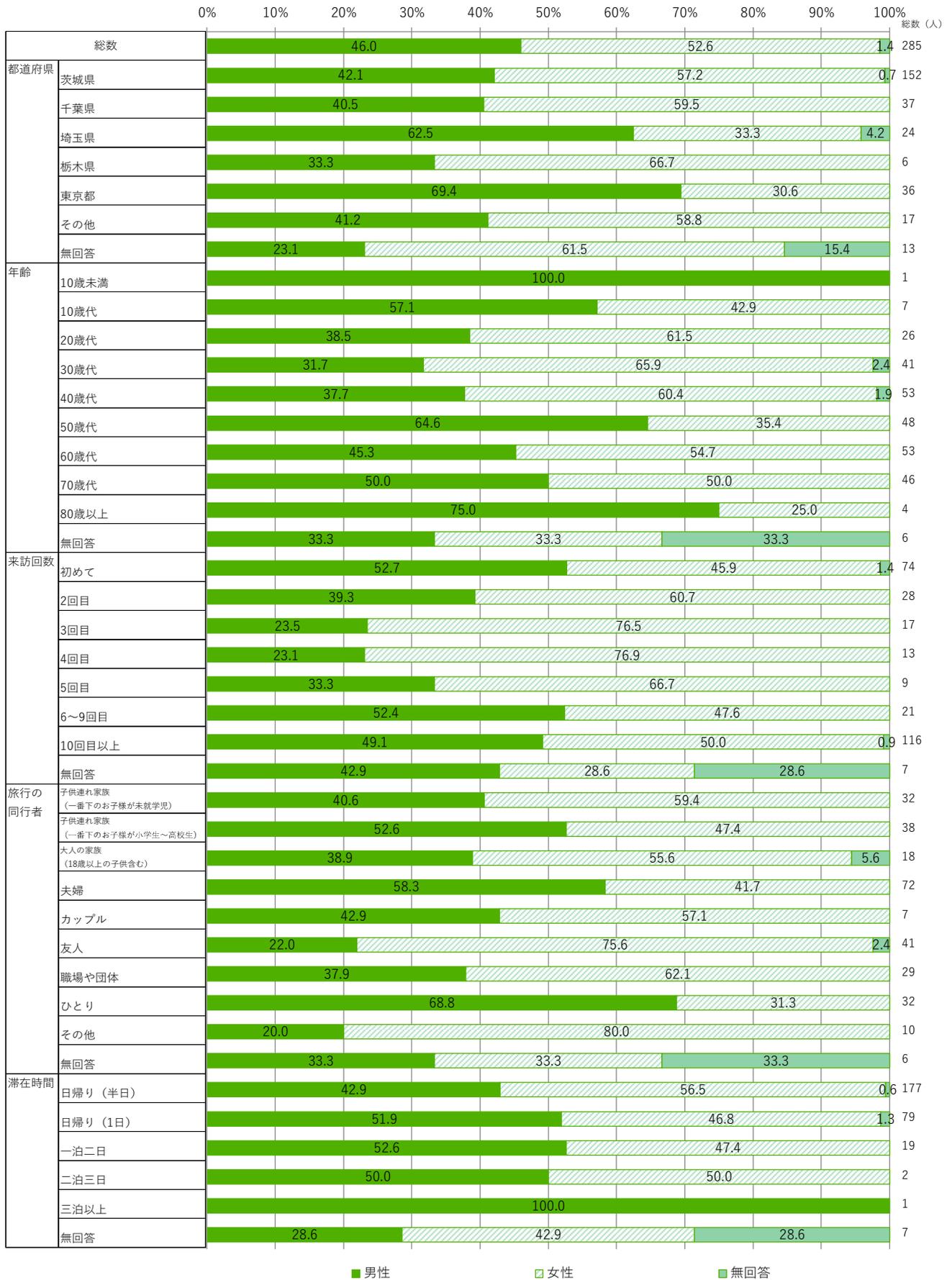
2. アンケート調査 クロス集計結果

(1) 来訪者アンケート調査

○回答者の年齢構成

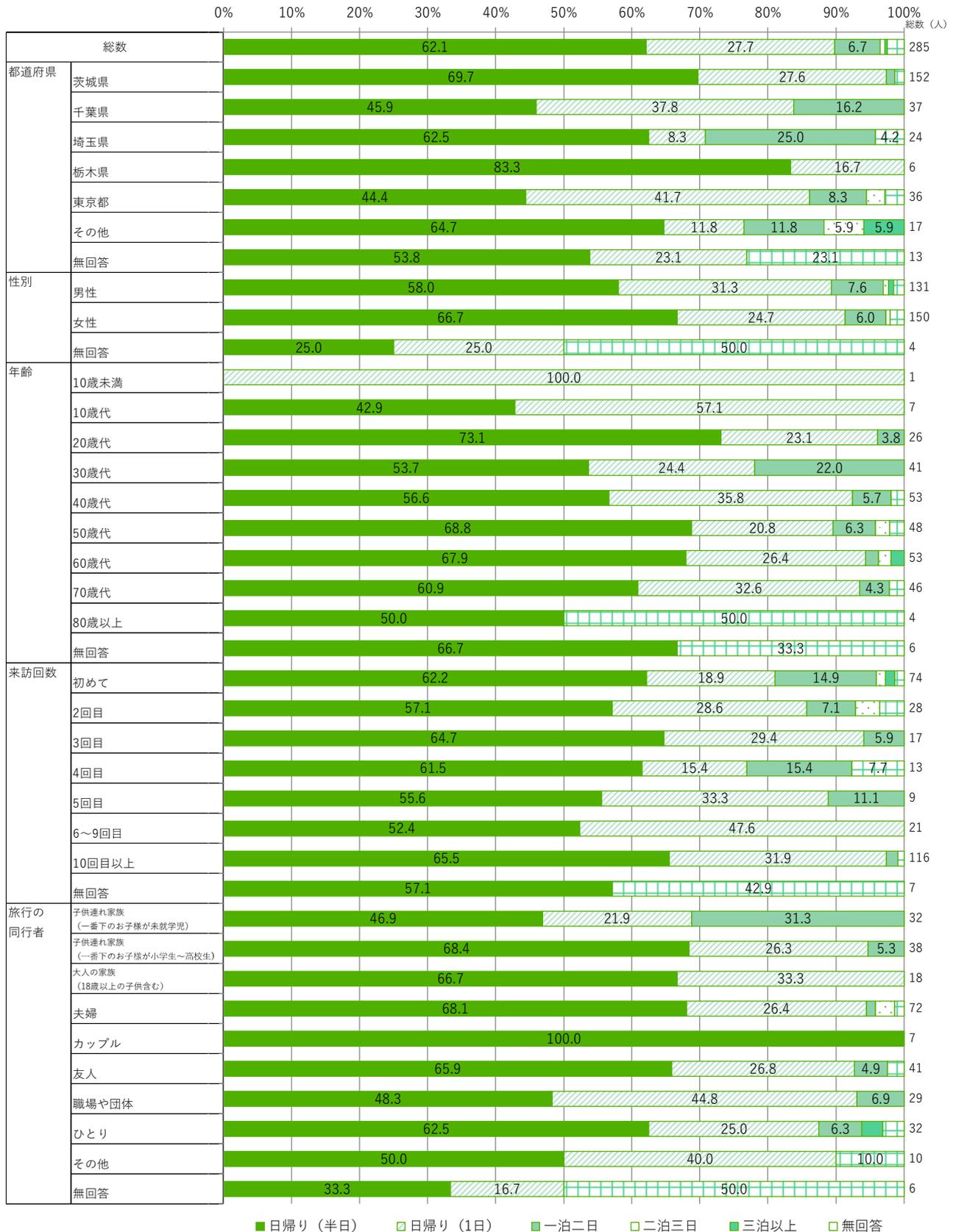


○回答者の性別構成



○本市での滞在時間

本市での滞在時間は、「日帰り（半日）」が62.1%と最も多く、次いで「日帰り（1日）」が27.7%、「一泊二日」が6.7%となっています。半日の日帰りが半数以上を占めており、全体的に本市での滞在時間が短い状況となっています。

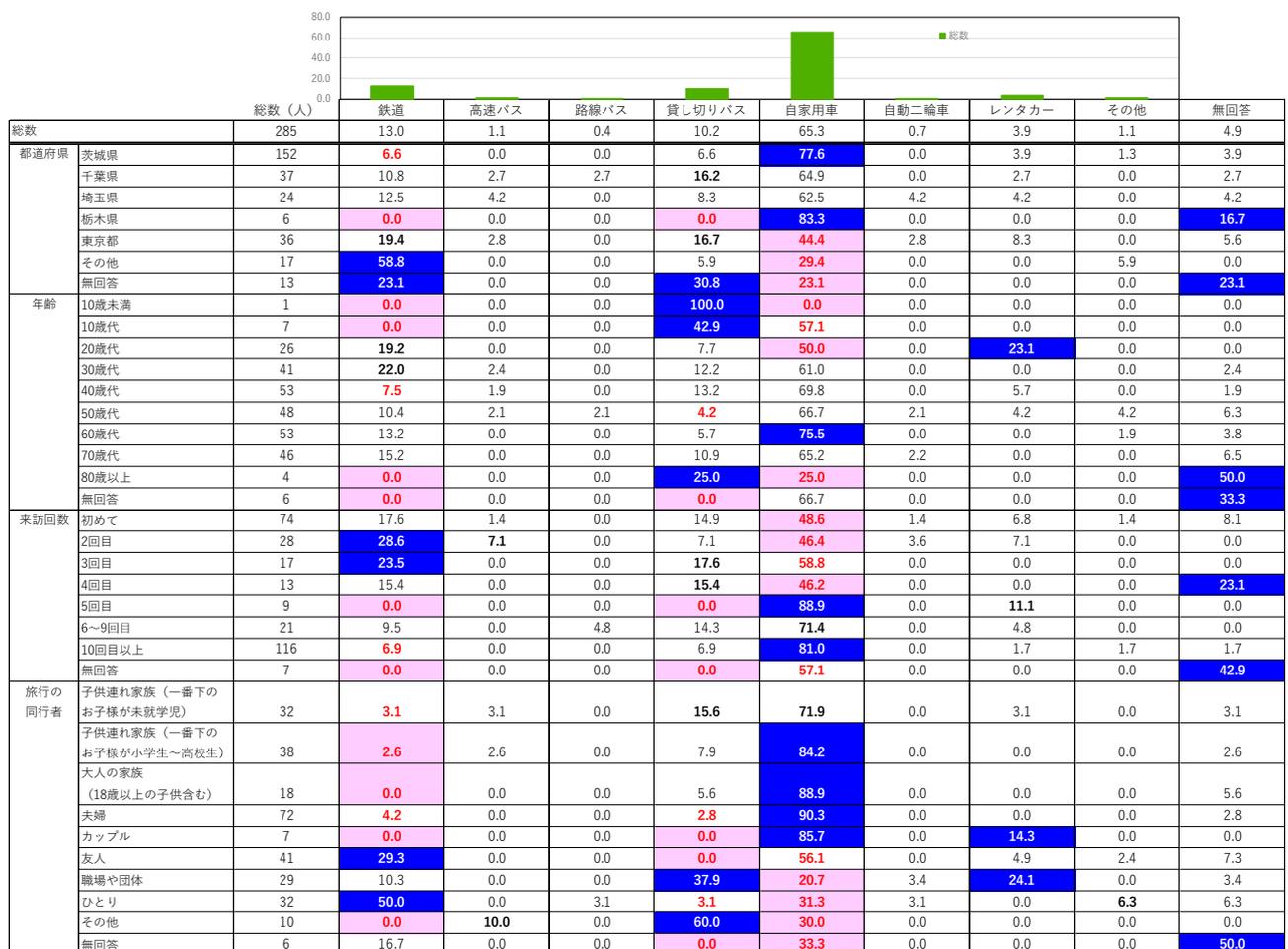


〇本市へ移動する際に利用した交通手段

「自家用車」が65.3%と最も多く、次いで「鉄道」が13.0%、「貸し切りバス」が10.2%、「レンタカー」が3.9%となっています。

回答者の属性別では、以下の傾向がみられます。

- ・特に、リピーターと家族連れは、「自家用車」の利用割合が高い。
- ・来訪回数が2～3回目までは、「鉄道」の利用割合が高い。
- ・「東京都」からの来訪者は、「鉄道」の利用割合が比較的高い。
- ・20歳代は、「レンタカー」の利用割合が比較的高い。
- ・「友人」「ひとり」での来訪者は、「鉄道」の利用割合が高い。

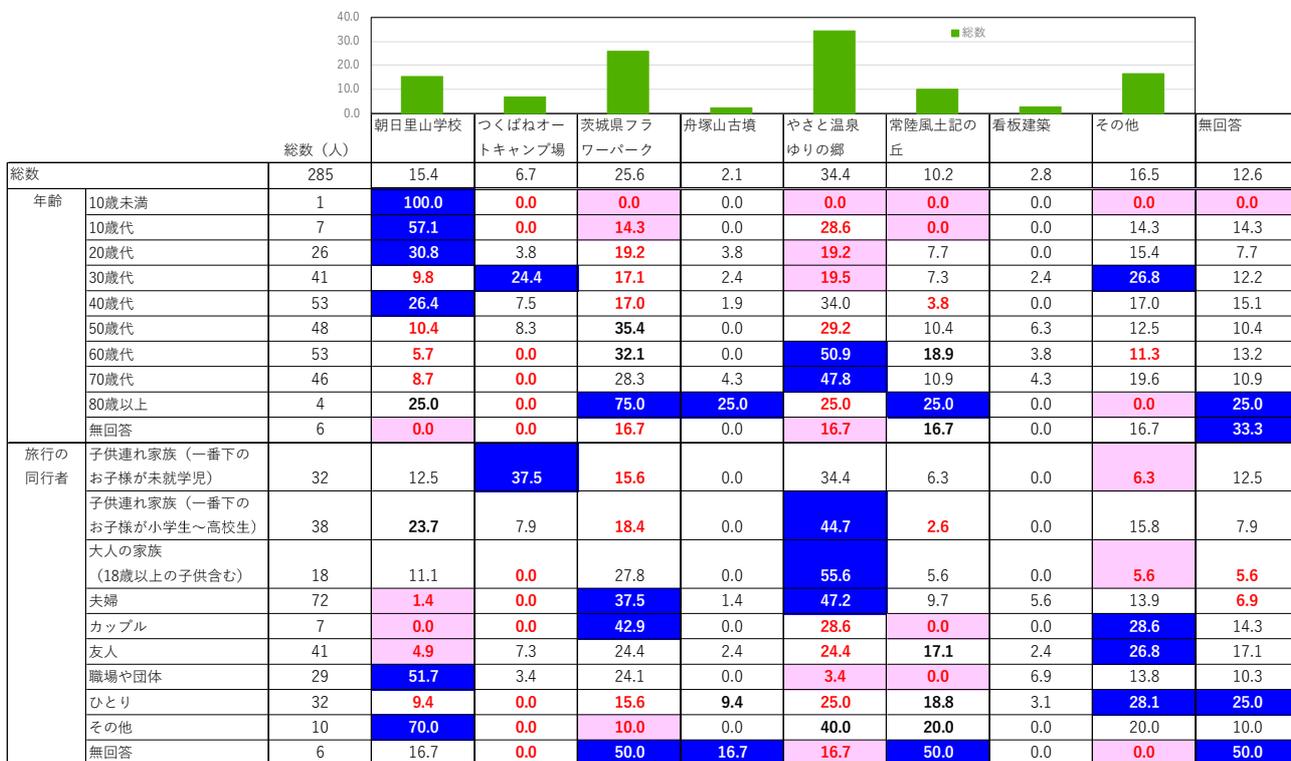


■ +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
■ +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
■ -5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
■ -10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○今回の旅行で立ち寄った本市の観光施設など（複数回答）

回答者が今回訪れた市内の観光地は、「やさと温泉 ゆりの郷」が34.4%と最も多く、次いで「茨城県フラワーパーク」が25.6%、「その他」が16.5%、「朝日里山学校」が15.4%となっており、平均1.3地点、本市の観光地を訪れている結果となっています。

20歳代以下の若年層は「朝日里山学校」への来訪が多く、60歳代~70歳代は「やさと温泉 ゆりの郷」への来訪が多くなっています。また、家族連れは「やさと温泉 ゆりの郷」への来訪が多い傾向となっています。

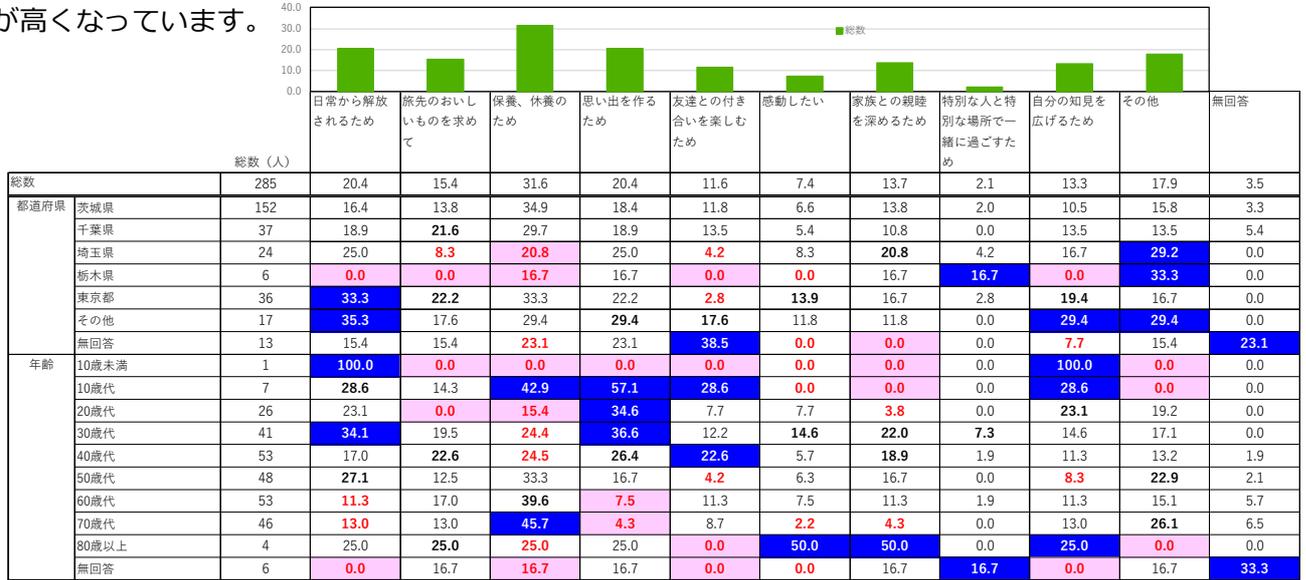


- +10 : 傾向が強い（『総数』より10ポイント以上高い数値）
- +5 : 傾向がやや強い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値）
- 5 : 傾向がやや弱い（『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値）
- 10 : 傾向が弱い（『総数』より10ポイント以上低い数値）

○旅行動機（複数回答）

旅行の動機は、「保養、休養のため」が31.6%と最も多く、次いで「日常から解放されるため」「思い出を作るため」が20.4%という結果でした。

東京都や遠方からの来訪者は、「日常から解放されるため」を動機としている割合が高く、また、10歳代～30歳代は「思い出を作るため」、60歳代～70歳代は「保養、休養のため」を動機としている割合が高くなっています。

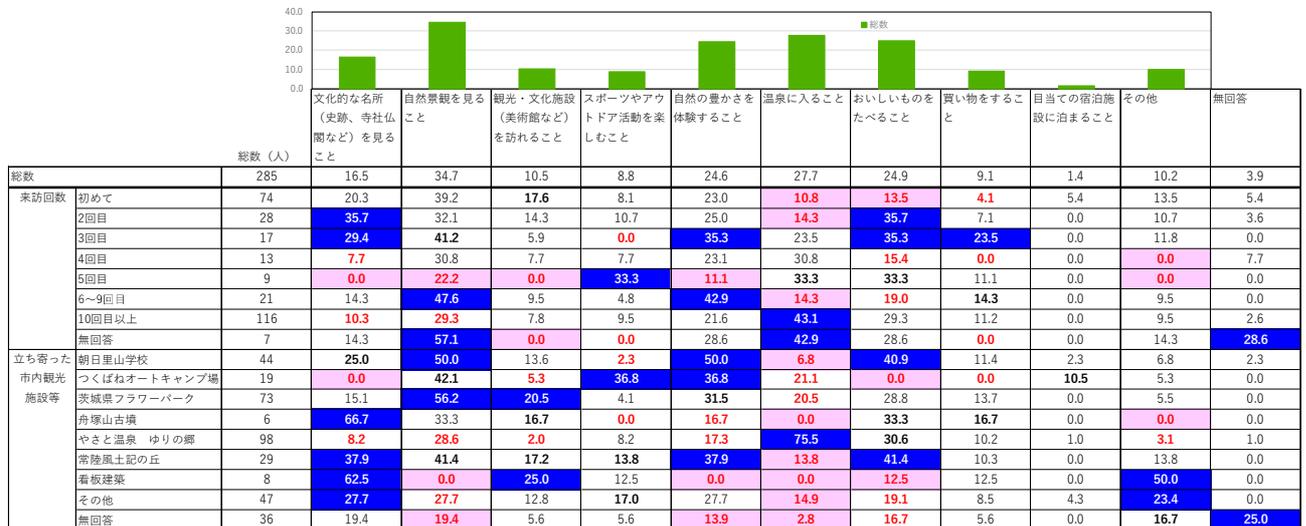


+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○本市で楽しみにしていたこと（複数回答）

本市で楽しみにしていたことは、「自然景観を見ること」が34.7%と最も多く、次いで「温泉に入ること」が27.7%、「おいしいものをたべること」が24.9%、「自然の豊かさを体験すること」が24.6%となっています。

「初めて」の来訪者は、「観光・文化施設を訪れること」を来訪の楽しみとしている一方、来訪回数が2~3回目の来訪者は、「文化的な名所を見ること」「おいしいものをたべること」を楽しみに来訪しています。石岡地区への来訪者は「文化的な名所を見ること」、八郷地区への来訪者は「自然景観を見ること」「自然の豊かさを体験すること」を楽しみに来訪しており、それぞれの地域の特性がみられます。

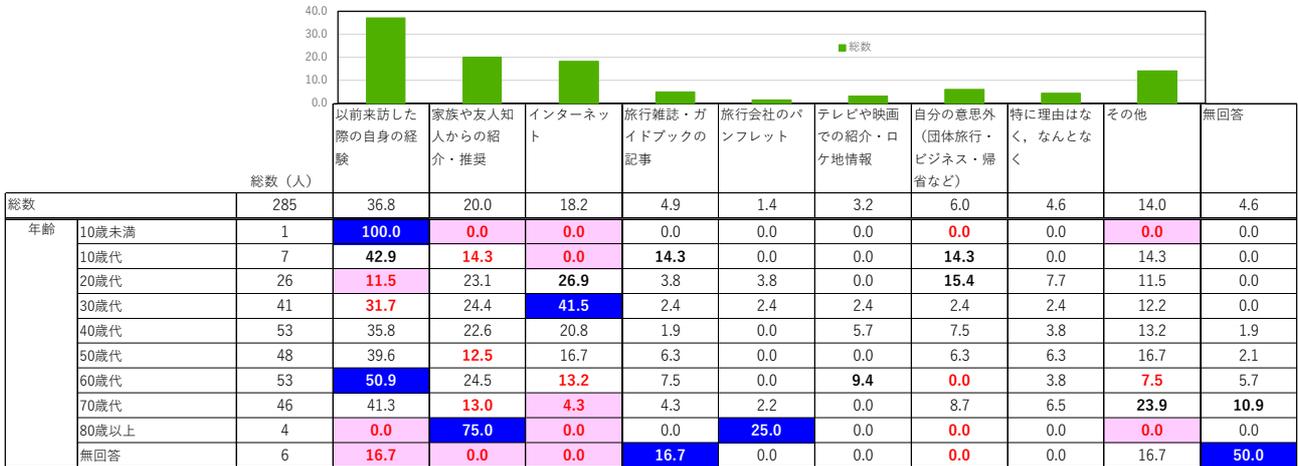


+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○本市を選んだ際の情報源（複数回答）

情報源としては、「以前来訪した際の自身の経験」が36.8%と最も多く、次いで「家族や友人知人からの紹介・推奨」が20.0%、「インターネット」が18.2%となっています。

20歳代～30歳代は来訪回数が比較的少ないという傾向もあり、「インターネット」による情報から来訪する割合が高くなっています。一方で、60歳代は来訪回数が多い傾向もあり、「以前来訪した際の自身の経験」を情報源としている割合が高い結果となっています。

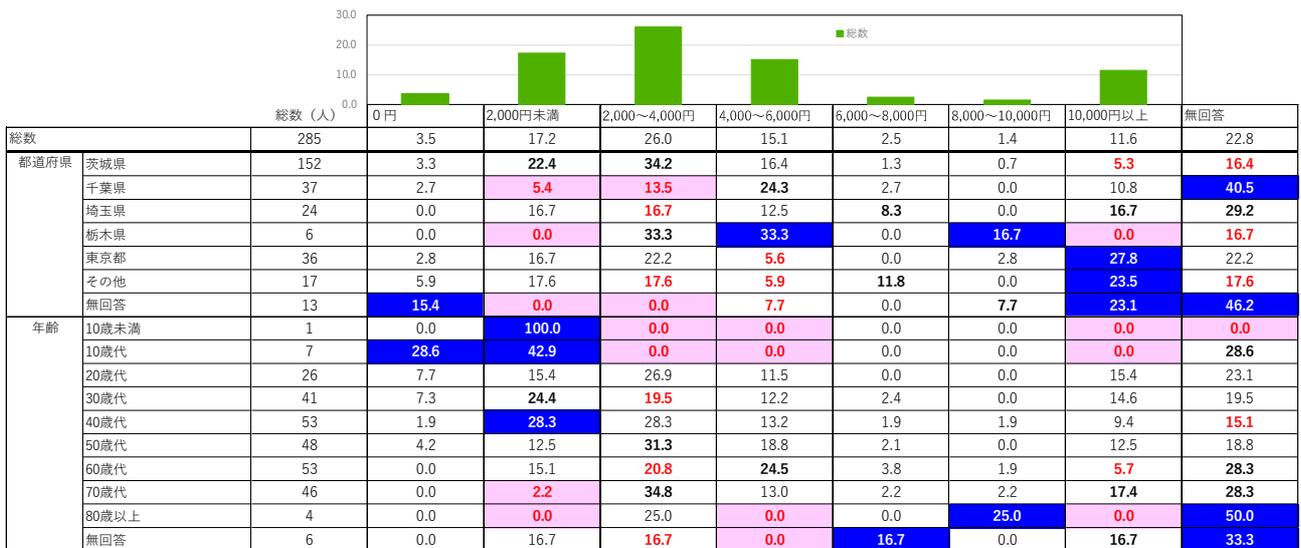


+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○本市での一人当たりの利用総額

「2,000～4,000円」が26.0%と最も多く、次いで「2,000円未満」が17.2%、「4,000～6,000円」が15.1%、「10,000円以上」が11.6%となっています。

遠方からの来訪者及び東京からの来訪者は、本市内での利用総額が高い傾向があり、また年齢層が高いほど、本市での利用総額が高い傾向にあります。

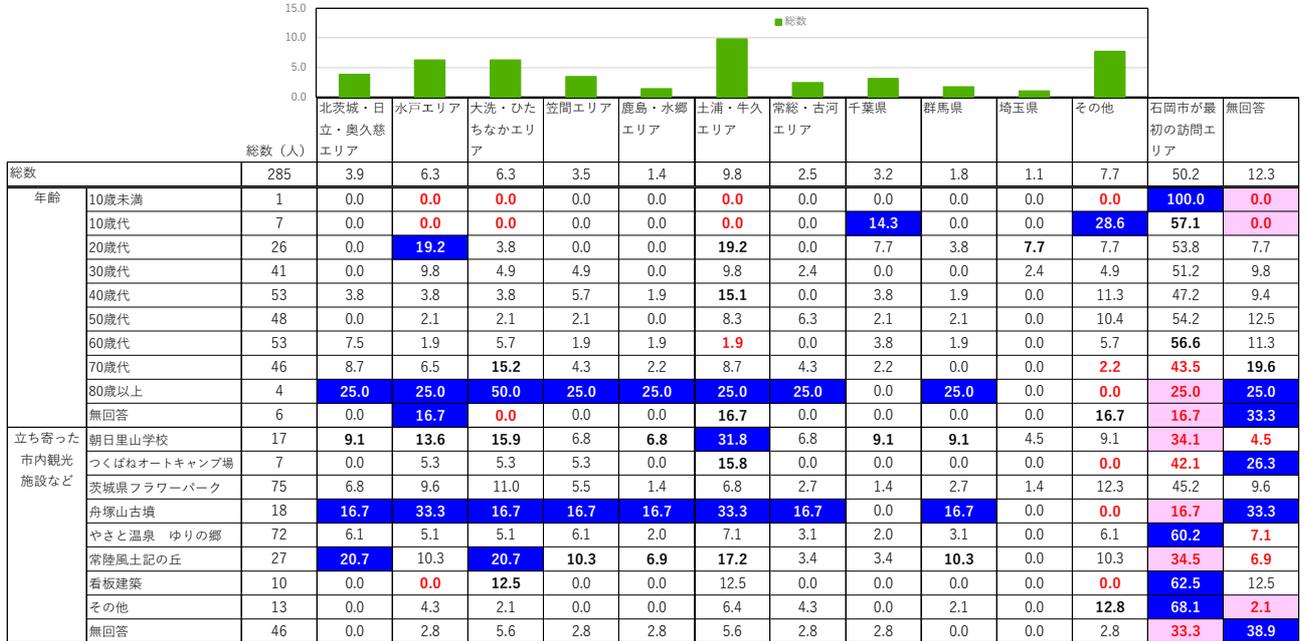


+10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
+5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
-5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
-10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○本市に来訪する前に訪問したエリア

「石岡市が最初の訪問エリア」という回答が約半数を占める結果となっています。

石岡来訪前に立ち寄るエリアとしては、「土浦・牛久エリア」及び「その他」のエリアという回答が比較的多くなっています。20歳代は「水戸エリア」に立ち寄った後に本市を訪れる傾向が高く、舟塚山古墳や常陸風土記の丘に立ち寄る来訪者は、他のエリアに立ち寄る傾向が高くなっています。

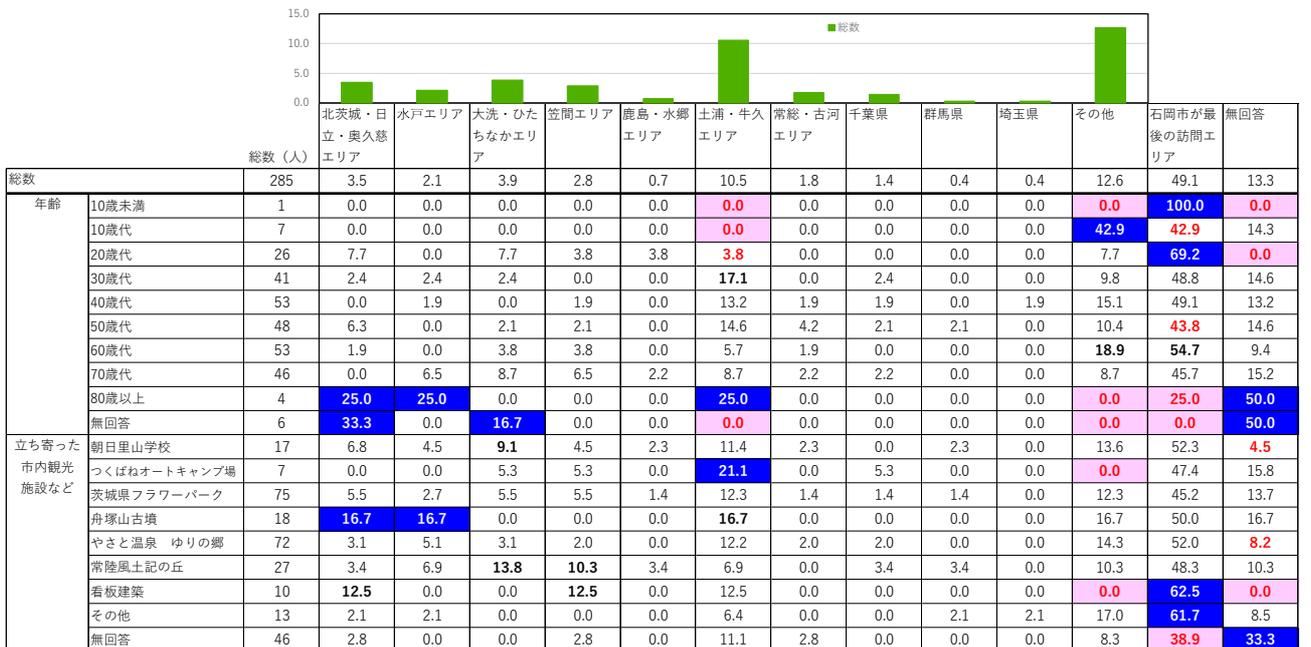


- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

○本市に来訪した後に訪問したエリア

前問同様、「石岡市が最後の訪問エリア」という回答が約半数を占める結果となっています。

石岡来訪後に立ち寄るエリアとしては、「土浦・牛久エリア」及び「その他」のエリアという回答が比較的多くなっています。舟塚山古墳に立ち寄った来訪者は、「北茨城・日立・奥久慈エリア」「水戸エリア」に立ち寄る割合が高くなっています。

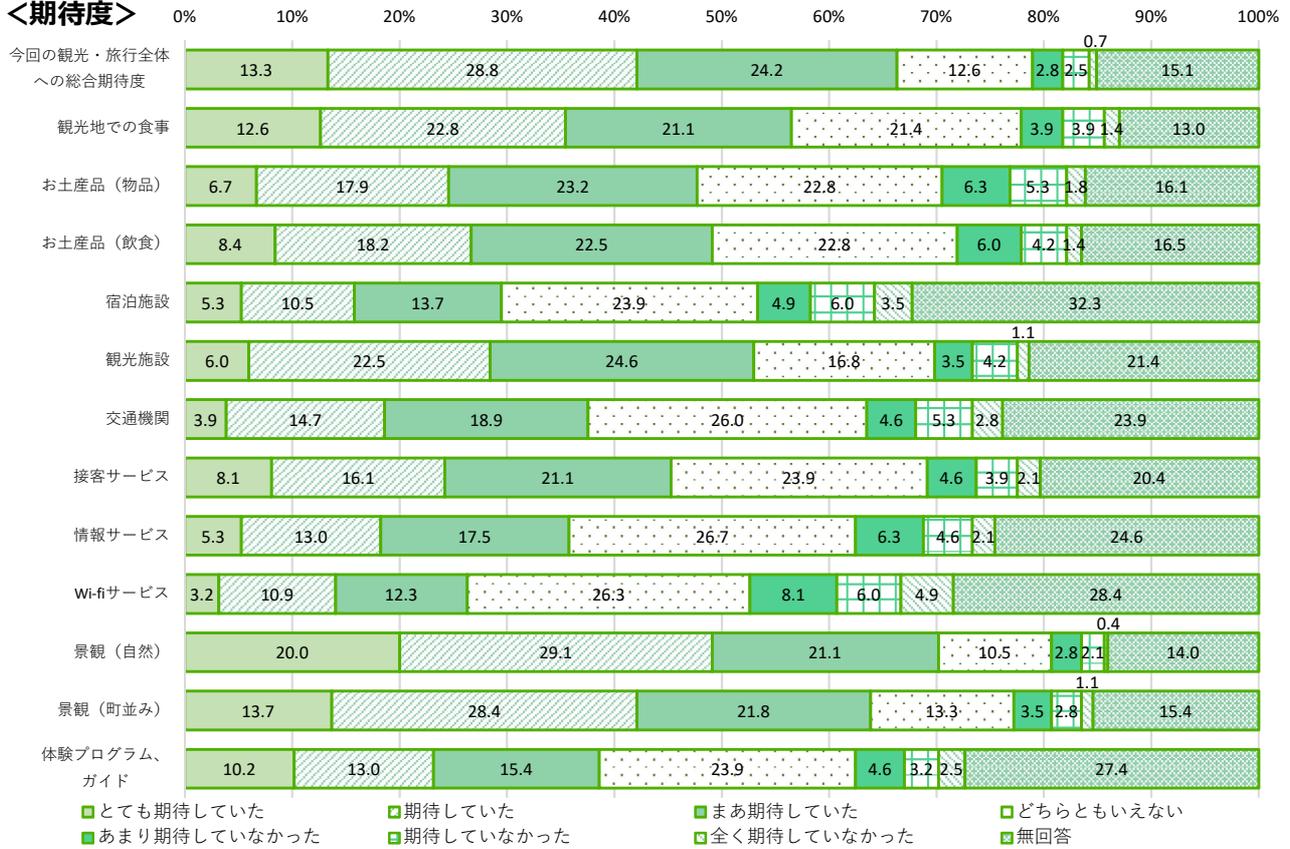


- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

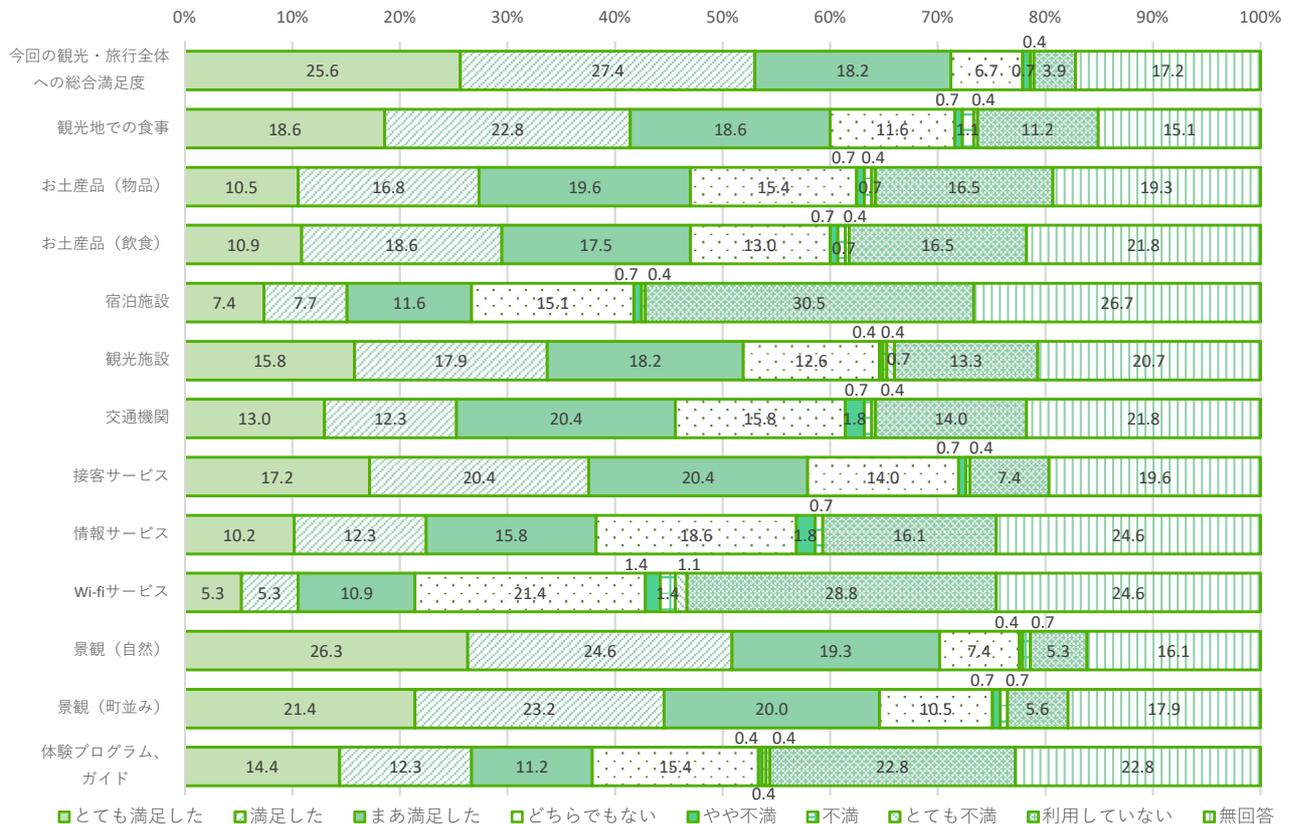
〇本市への旅行全般の期待度と満足度

項目別では、「おみやげ品（物品・飲食）」「宿泊施設」「情報サービス」「WI-FI」「体験プログラム、ガイド」で、満足度が期待度を下回る傾向が強く、来訪者が十分に満足できていないと捉えられます。

<期待度>



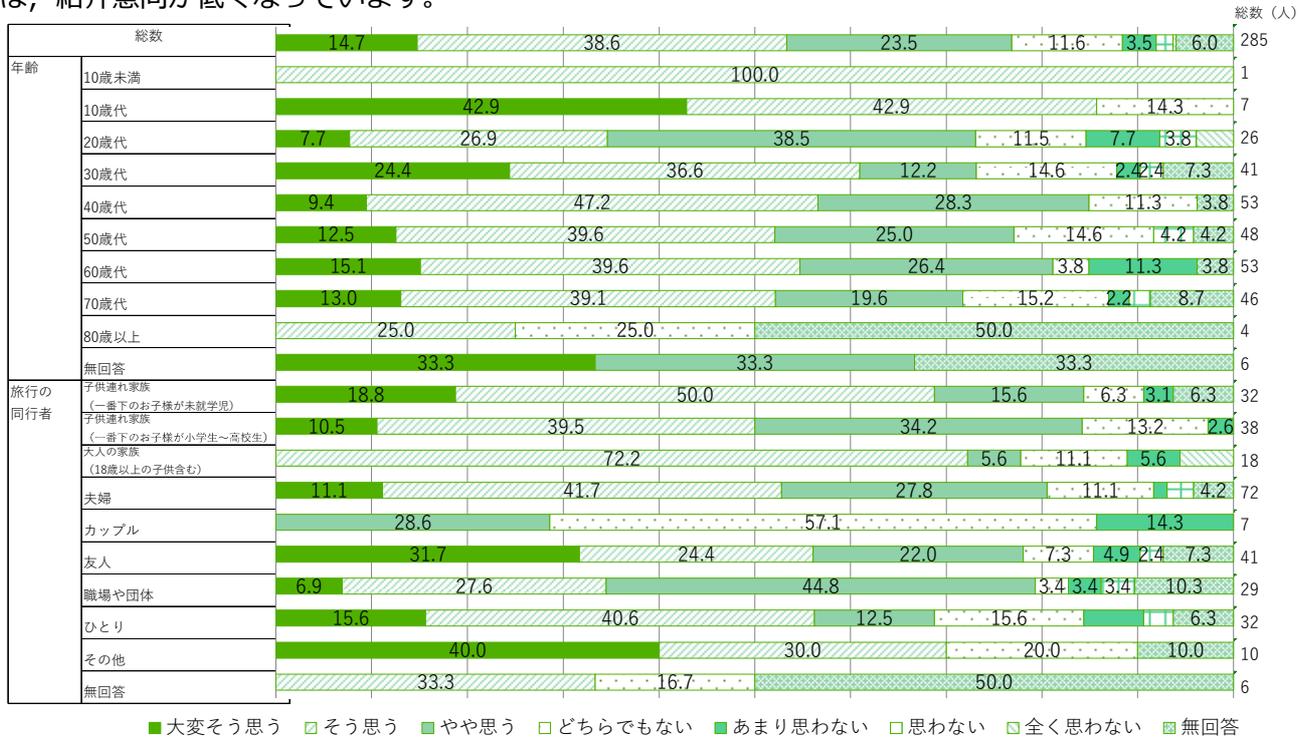
<満足度>



○本市の紹介意向

親しい友人に紹介したいと思うかについて、「そう思う」が 38.6%と最も多く、次いで「やや思う」が 23.5%、「大変そう思う」が 14.7%、「どちらでもない」が 11.6%となっています。

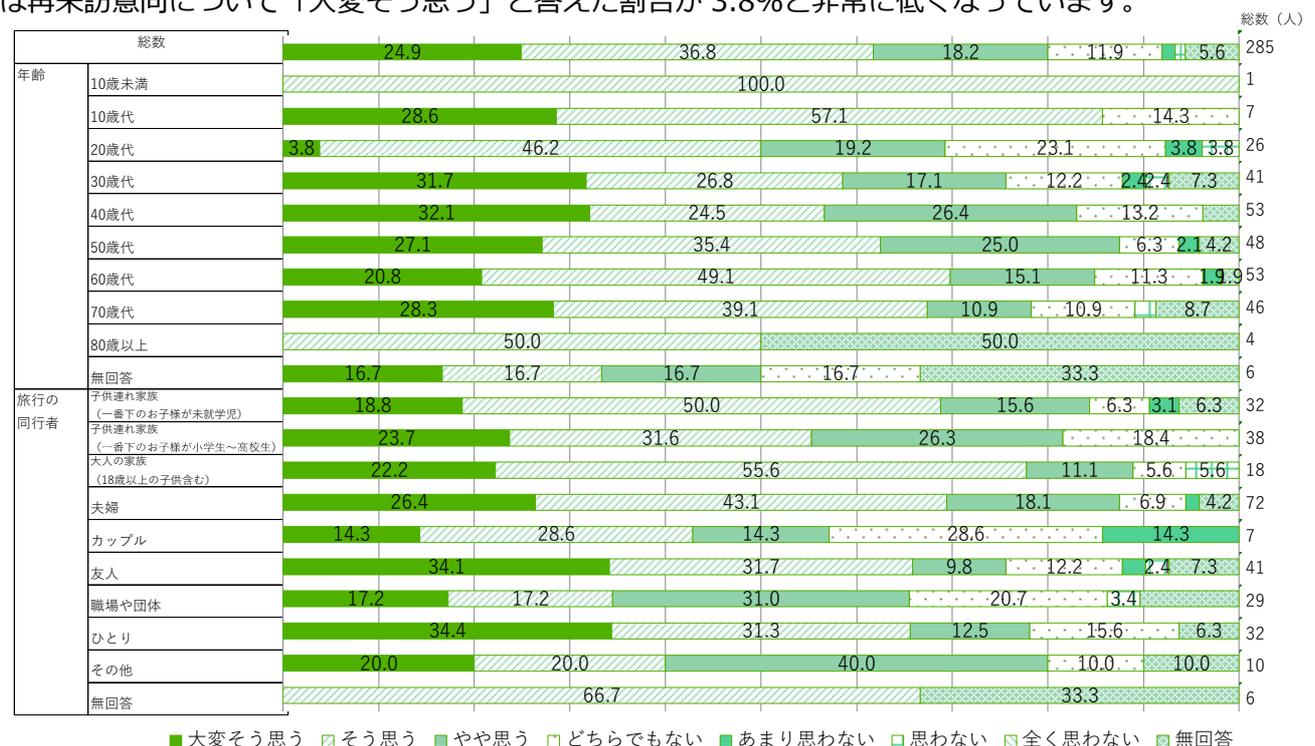
「30 歳代」「友人」の来訪者は、紹介意向が高くなっている一方、「20 歳代」「カップル」の来訪者は、紹介意向が低くなっています。



○本市への再来訪意向

1年以内に、本市への来訪を検討するかについて、「そう思う」が 36.8%と最も多く、次いで「大変そう思う」が 24.9%、「やや思う」が 18.2%、「どちらでもない」が 11.9%となっています。

「30 歳代」「40 歳代」及び「ひとり」での来訪者は、再来訪意向が高い傾向がある一方、「20 歳代」は再来訪意向について「大変そう思う」と答えた割合が 3.8%と非常に低くなっています。

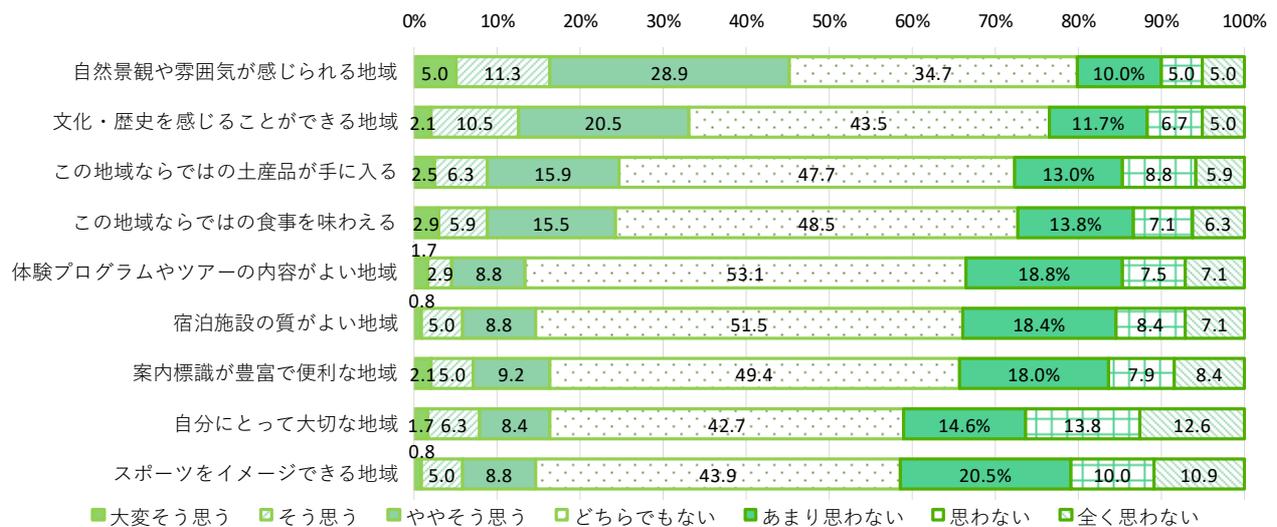


(2) インターネットを活用した調査

〇本市に関するイメージ

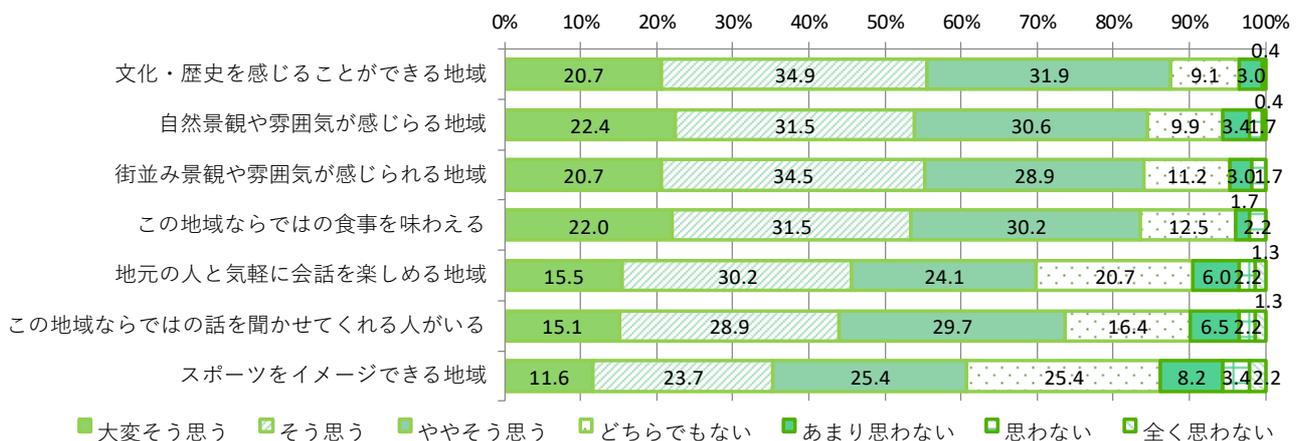
【国内】

「そう思う・計」をみると、「自然景観や雰囲気を感じられる地域」が45.2%と最も多く、次いで、「文化・歴史を感じることができる地域」が33.1%、「この地域ならではの土産品が手に入る」が24.7%、「この地域ならではの食事を味わえる」が24.3%という結果でした。一方、「そう思わない・計」をみると、「スポーツをイメージできる地域」が41.4%と最も多く、次いで、「自分にとって大切な地域」が41.0%、「案内標識が豊富で便利な地域」が34.3%、「宿泊施設の質がよい地域」が33.9%、「プログラムやツアーガイドの内容がよい地域」が33.5%という結果でした。



【国外】

石岡市への来訪経験がある、もしくは石岡市を認知している対象者の本市のイメージとして、「そう思う・計」をみると、「文化・歴史を感じることができる地域」が87.5%と最も多く、次いで、「自然景観や雰囲気を感じられる地域」が84.5%、「街並み景観や雰囲気を感じられる地域」が84.1%、「この地域ならではの食事を味わえる」が83.6%、「地元の人のおもてなしを感じられる地域」が82.8%という結果でした。一方、「そう思わない・計」は、「自分にとって大切な地域」が14.7%と最も多く、次いで、「スポーツをイメージできる地域」が13.8%、「この地域ならではの話を聞かせてくれる人がいる」が9.9%、「地元の人と気軽に会話を楽しめる地域」が9.5%という結果でした。



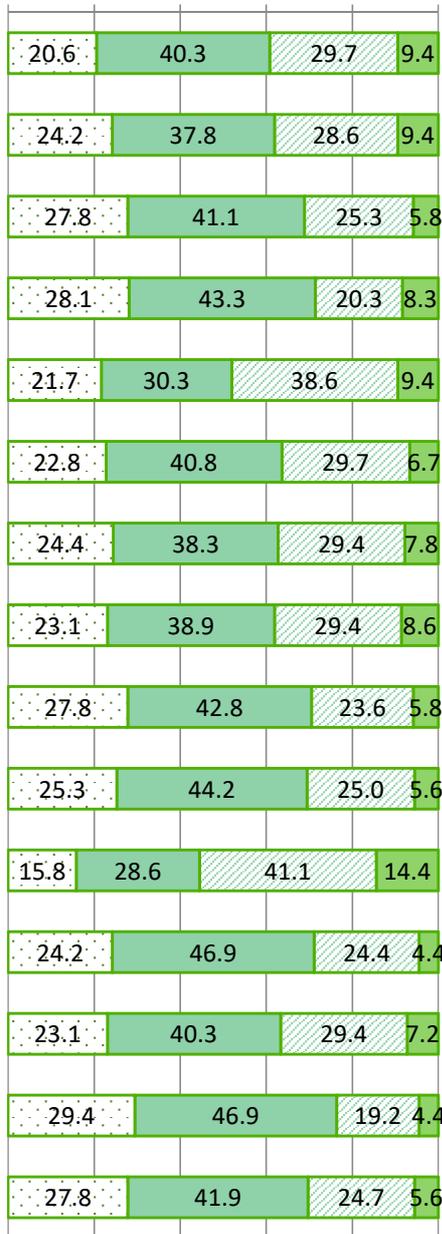
〇本市で体験できる有料の観光プログラムがあった場合の内容への興味・関心

もし本市で体験できる有料の観光プログラムがあった場合の興味・関心について調査した結果、「興味ある・計」をみると、国内・国外ともに、「地産地消の食をテーマとした体験活動（グルメ、スイーツ巡りなど）」が最も多い結果でした。

その他、国内では、「自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）」が48.1%、「自然環境を中心とした学習・観察活動（野生動植物の観察、星空見学など）」が39.2%、「自然環境の中で楽しむアウトドア・スポーツ活動（サイクリング・スカイスポーツなど）」が38.1%、国外では、「自然環境を活かした体験活動（カフェ・ガーデン巡りなど）」が80.8%、「商店・街などで実施されている体験活動（まち歩きなど）」が79.8%、「映画やアニメなどをテーマとした体験活動（聖地巡礼、アニメや映画の舞台探訪など）」が78.8%という結果でした。

国内（総数 360）

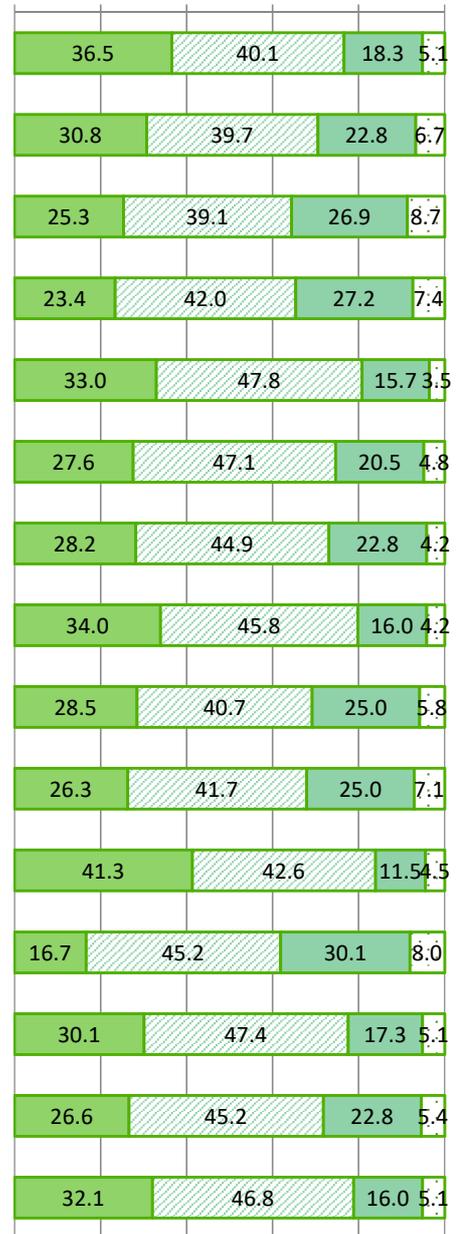
100% 80% 60% 40% 20% 0%



■興味がある ■やや興味がある
■あまり興味はない ■興味はない

国外（総数 320）

0% 20% 40% 60% 80% 100%



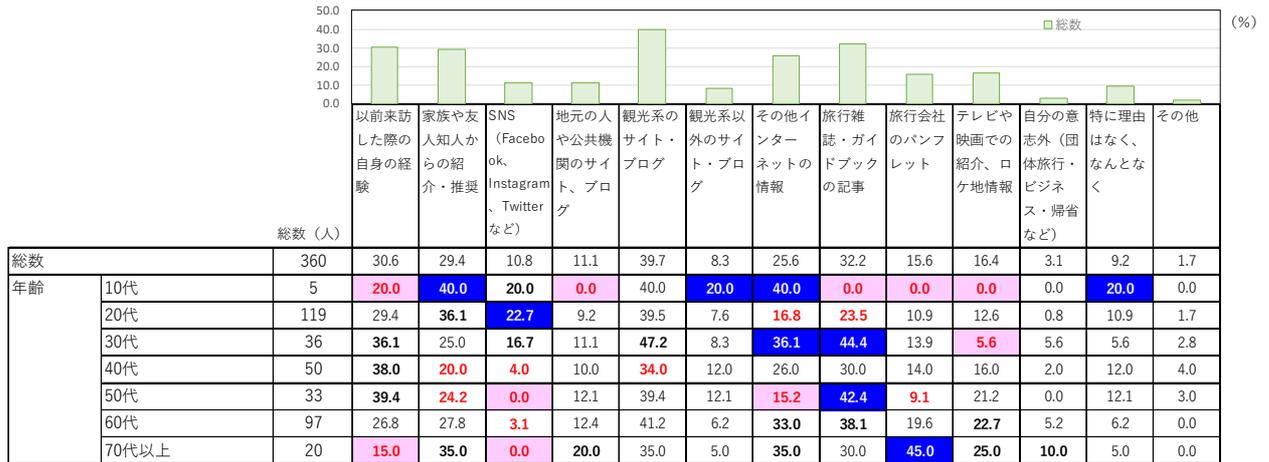
■興味がある ■やや興味がある
■あまり興味はない ■興味はない

○旅行先を選ぶ際の情報源

【国内】

旅行先を選ぶ際の情報源として、「観光系のサイト・ブログ」が39.7%と最も多く、次いで「旅行雑誌・ガイドブックの記事」が32.2%、「以前来訪した際の自身の経験」が30.6%、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が29.4%という結果でした。

「20代」は「SNS」、「30代」は「観光系のサイト・ブログ」「その他インターネットの情報」「旅行雑誌・ガイドブックの記事」、「50代」は「旅行雑誌・ガイドブックの記事」を情報源として旅行先を選ぶ可能性が高い傾向になっています。

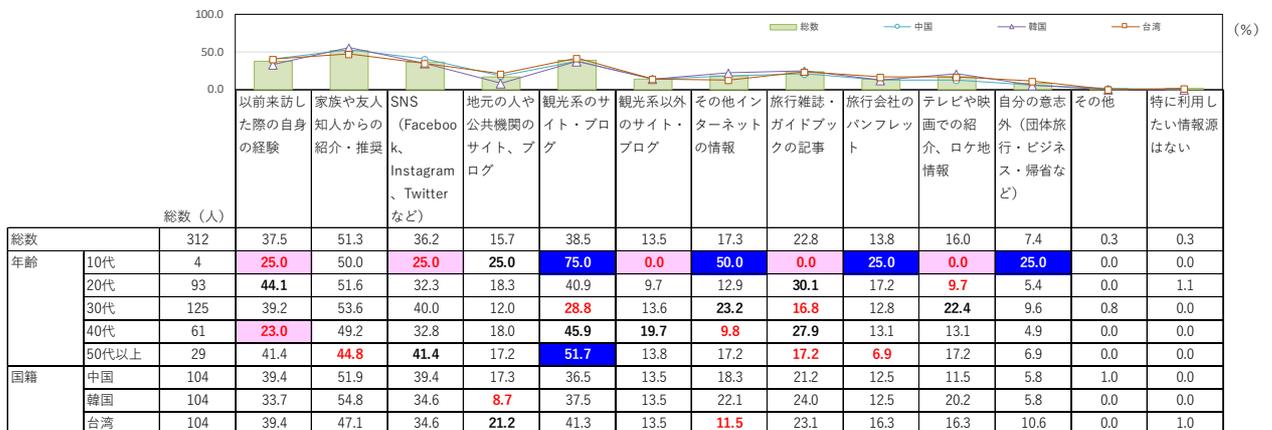


- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

【国外】

旅行先を選ぶ情報源として、「家族や友人知人からの紹介・推奨」が51.3%と最も多く、次いで「観光系のサイト・ブログ」が38.5%、「以前来訪した際の自身の経験」が37.5%、「SNS (Facebook, Instagram, Twitter など)」が36.2%という結果でした。

台湾在住者は、「地元の人や公共機関のサイト、ブログ」の割合が高い傾向が見受けられます。また、年齢で見ると、「20代」は「旅行雑誌・ガイドブックの記事」、「30代」は「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」、「40代」は観光系サイトやガイドブックなどの記事を情報源としている傾向がわかります。



- +10 : 傾向が強い (『総数』より10ポイント以上高い数値)
- +5 : 傾向がやや強い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満高い数値)
- 5 : 傾向がやや弱い (『総数』より5ポイント以上10ポイント未満低い数値)
- 10 : 傾向が弱い (『総数』より10ポイント以上低い数値)

3. 石岡市観光振興計画策定委員会要綱・委員名簿

(1) 石岡市観光振興計画策定委員会要綱

(設置)

第1条 本市の豊かな自然と歴史的資産を活かした観光によるまちづくりの実現を目指した観光振興計画の策定及び推進を図るため、石岡市観光振興計画策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について所掌する。

- (1) 観光振興計画策定に関すること。
- (2) 観光振興計画の具現化及び推進に関すること。
- (3) その他観光振興に関し必要と認めること。

(組織)

第3条 委員会は、委員25名以内で組織し、次に掲げるもののうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 副市長
 - (2) 各種団体関係者
 - (3) その他市長が必要と認める者
- 2 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。
- 3 委員に欠員が生じた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会は、必要に応じて委員長が招集し、委員長が議長となる。

(ワーキング委員会)

第6条 委員会の所掌事項を調査、研究等のため、委員会にワーキング委員会を置く。

(庶務)

第7条 委員会及びワーキング委員会の庶務は、経済部商工観光課において行う。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この告示は、公布の日から施行する。

(2) 石岡市観光振興計画策定委員会名簿

役 職	所 属	氏 名
委 員 長	里山建築研究所主宰	安 藤 邦 廣
副委員長	石岡市観光協会会長, 筑波山地域ジオパーク推進協議会会員	木 下 明 男
委 員	石岡市副市長	根 本 博 文
	やさとグリーンツーリズム協議会会長	柴 山 進
	石岡市やさと観光果樹組合組合長	中 村 剛
	NPO 法人まちづくり市民会議理事長	白 井 育 夫
	筑波大学大学院人間総合科学研究科准教授 世界遺産専攻（開発観光計画）	伊 藤 弘
	東日本旅客鉄道株式会社石岡駅駅長	緒 形 英 直
	元茨城県公共事業再評価委員会委員	木 内 敏 之
	茨城県営業戦略部国際観光課課長	榊 原 利 至
	筑波銀行常務執行役員地域振興部長	沼 田 数 人
	株式会社 JTБ 関東法人営業茨城南支店 営業課営業担当課長	丸 山 正
	筑波山地域ジオパーク推進協議会教育・学術部会員, 環境省委嘱自然公園指導員	矢 野 徳 也

(3) 石岡市観光振興計画策定ワーキング委員会名簿

役 職	所 属	氏 名
委 員 長	石岡市観光協会会長, 筑波山地域ジオパーク推進協議会会員	木 下 明 男
副委員長	やさとグリーンツーリズム協議会会長	柴 山 進
委 員	石岡市やさと観光果樹組合組合長	中 村 剛
	NPO 法人まちづくり市民会議理事長	白 井 育 夫
	石岡商工会議所観光振興委員会委員長	高 野 寛 之
	石岡市八郷商工会課長	土 田 久美子
	新ひたち野農業協同組合総務管理部総務課長	安 達 弘 巳
	やさと農業協同組合総務部長	吉 岡 進
	つくばね森林組合参事	小松崎 節 子
	茨城県フラワーパーク園長	飯 島 茂
	石岡のおまつり振興協議会会長	櫻 井 健
	石岡市歴史ボランティアの会会長	矢 口 輝 行
	八郷すてき旅案内人の会会長	本 圖 一 衛
	関鉄グリーンバス株式会社総務部長	葛 山 健
	関鉄観光株式会社石岡旅行センターセンター長	石 井 勝 徳
	空のえき「そ・ら・ら」駅長	河原井 忠 男
	筑波銀行常務執行役員地域振興部長	沼 田 数 人
	石岡市市長公室政策企画課課長	瀬 尾 正 幸
石岡市教育委員会文化振興課課長	原 田 和 宣	
石岡市都市建設部都市計画課課長	浅 田 禎 智	
石岡市経済部商工課課長	山 口 哲 史	

4. 本計画策定の流れ

日時	内容
2018（平成30）年 7月18日（水） 14：00	■ 第1回観光振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次石岡市観光振興計画の策定についての説明 ・ ワーキング委員会委員選任案の提示 ・ スケジュール案の提示
2018（平成30）年 9月10日（月） 14：30	■ 第2回観光振興計画策定委員会／第1回観光振興計画策定ワーキング委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光振興計画（後期計画）の検証について ・ 第2次石岡市観光振興計画の基本理念と基本方針について
2018（平成30）年 10月29日（月） 13：30	■ 第2回観光振興計画策定ワーキング委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 石岡市観光振興計画策定業務委託における調査実施状況について ・ 第2次石岡市観光振興計画の将来像と基本方針について ・ 第2次石岡市観光振興計画の基本施策の検討について
2018（平成30）年 12月20日（木） 14：00	■ 第3回観光振興計画策定ワーキング委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次石岡市観光振興計画の素案について ・ 今後のスケジュールについて
2019（平成31）年 1月16日（水） 15：00	■ 第4回観光振興計画策定ワーキング委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次石岡市観光振興計画の素案について ・ 今後のスケジュールについて
2019（平成31）年 2月14日（木） 10：00	■ 第3回観光振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次石岡市観光振興計画の素案について ・ 今後のスケジュールについて
2019（平成31）年 2月28日（木） ～3月13日（水）	○意見徴収（パブリックコメント）
2019（平成31）年 3月15日（金） 15：00	■ 第4回観光振興計画策定委員会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2次石岡市観光振興計画（答申案）について ・ 第2次石岡市観光振興計画の答申書（案）について

第2次石岡市観光振興計画

(発行) 石岡市経済部観光課
〒315-0195 茨城県石岡市柿岡 5680 番地 1
TEL 0299-43-1111 (代)

(編集協力) ランドブレイン株式会社
〒102-0093 東京都千代田区平河町 1-2-10

