

平成 25 年度 第 1 回 水 戸 市 観 光 審 議 会

日時 平成 2 6 年 3 月 2 0 日(木) 午後 4 時

場所 茨城県三の丸庁舎 3 階 会議室 A

次 第

開 会

- 1 あいさつ
- 2 委嘱状交付
- 3 会長及び副会長の選出について
- 4 議事
 - (1) 「水戸市観光基本計画」の策定スケジュールについて
 - (2) 平成 25 年度基礎調査結果について
 - (3) その他

閉 会

(1) 「水戸市観光基本計画」の策定スケジュールについて

1 目的

本市の観光行政は、平成17年度に観光振興の指針となる「水戸市新観光基本計画」を策定し、各施策を展開してきた。

しかしながら、多様化する観光客のニーズや交通体系の変化等により、より魅力ある個性に富んだ観光施策を推進する必要がある。

このことから、水戸市第6次総合計画などとの整合性を図りながら、新たな観光基本計画を策定し、観光振興の指針とする。

2 過去の経過

昭和57年度 水戸市観光基本計画（S57～H6）
昭和61年度 水戸市第3次総合計画
平成6年度 水戸市第4次総合計画
平成7年度 水戸市観光基本計画（H7～H16）
平成13年度 茨城県観光基本計画
平成17年度 水戸市第5次総合計画
平成17年度 水戸市新観光基本計画（H17～H26）
平成27年度 水戸市観光基本計画（H27～H35）の策定

3 策定スケジュール

平成25年度の基礎調査の結果をもとに、水戸市の観光を取り巻く課題や特徴について把握し、水戸市観光審議会を年4回程度開催し、観光基本計画の中身についての議論を行い、並行して行う関係課長等の庁内調整を経て、「水戸市観光基本計画」（H27～H35）の策定を行う。

(1) 第1回観光審議会の開催（3月）

水戸市観光審議会を開催し、基礎調査の結果報告を行い、水戸市観光基本計画の策定の考え方等の前段階となる審議を行う。

(2) 調査報告書のとりまとめ・印刷・製本（3月）

平成25年度に実施した現状把握作業、各種アンケート、観光産業振興会議の実施結果等を報告書としてとりまとめ、印刷・製本を行う。

(3) 第2回観光審議会の開催（6月）

観光基本計画の基本方針・コンセプトを含めた素案（骨子案）を提示し、審議を行う。

(4) 第3回観光審議会の開催（8月）

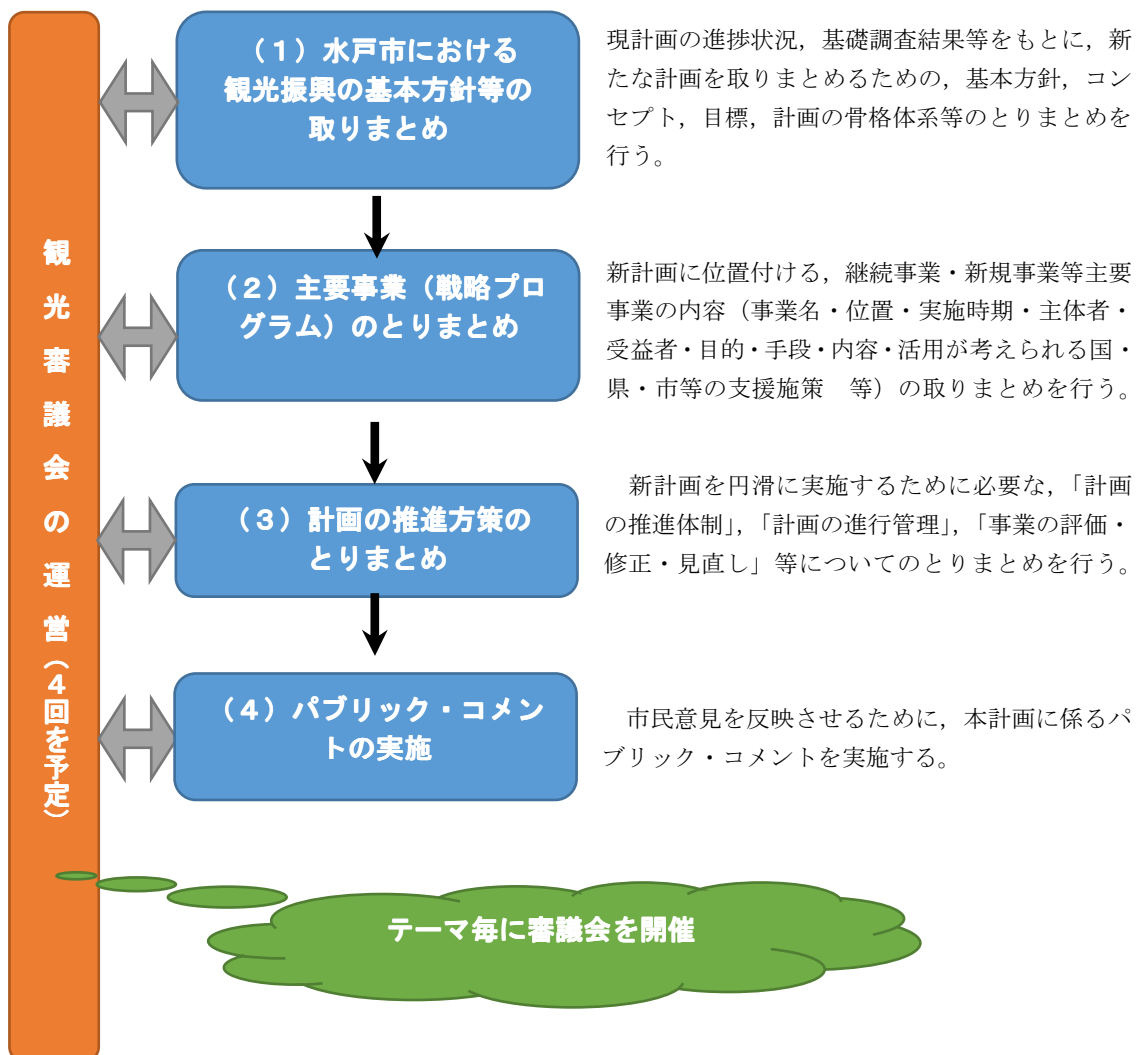
前年度の観光産業振興会議で出された意見をとりまとめ、各論として提示し、主要事業等の審議を行う。素案（骨子案）について、引き続き、継続審議を行う。

(5) 庁内調整（8月～11月）

関係課長会議（庁内検討委員会）（8月～11月）、政策会議（11月）を通して、素案（骨子案）の修正を行う。

- (6) 第4回観光審議会の開催（11月）
第1回～第3回の観光審議会の審議や庁内調整をふまえ、素案（骨子案）の内容をとりまとめ、素案（骨子案）の策定を行う。また、計画の推進方策のとりまとめを行う。
- (7) パブリック・コメントの実施（12月）
水戸市意見公募手続制度に基づく意見公募手続き（いわゆるパブリック・コメント）を実施し、観光基本計画の素案（骨子案）に対する市民からの意見を募集する。
- (8) 第5回観光審議会の開催（2月）
庁内調整を経た修正素案（骨子案）の審議を行い、素案（骨子案）を確定させ、市長に答申する。
- (9) 庁議・議会報告（3月）
庁議・議会報告を経て、「水戸市観光基本計画」（H27～H35）の策定を行う。

「水戸市観光基本計画」策定（平成26年度）の策定プロセスのイメージ図



(2) 平成 25 年度基礎調査結果について

1 「観光客アンケート調査」結果

本市観光資源の特徴・課題，観光客の嗜好・傾向を把握・分析し，計画策定の基礎資料とするため，市内観光スポットに訪れた観光客と県外居住者を対象に，観光客アンケート調査を実施した。

調査方法は，調査員によるインタビュー形式とし，それぞれの調査地点と回収状況は以下に示した通りである。

■市内観光スポットに訪れた観光客対象調査

調査日時：平成 25 年 9 月 15 日（日曜日） 午前 10 時～午後 4 時 [天候：雨]

偕楽園 (39 票)，茨城県近代美術館 (147 票)，ケーズデンキスタジアム水戸 (99 票)，水戸観光案内所 (2 票)

■県外居住者対象調査

調査日時：平成 25 年 10 月 12 日（土曜日） 午前 10 時～午後 4 時 30 分頃まで

下落合駅前：新宿区 (80 票)，センター北駅前：横浜市 (80 票)，稲毛駅前：千葉市 (70 票)，浦和駅前：浦和市 (70 票)，前橋駅前：前橋市 (70 票)，東武宇都宮駅前：宇都宮市 (79 票)

調査結果からは，水戸市観光に対する認識（イメージ）が，「偕楽園」と「水戸納豆」と「水戸黄門（光圀公）」の 3 点に集中していることがわかった。

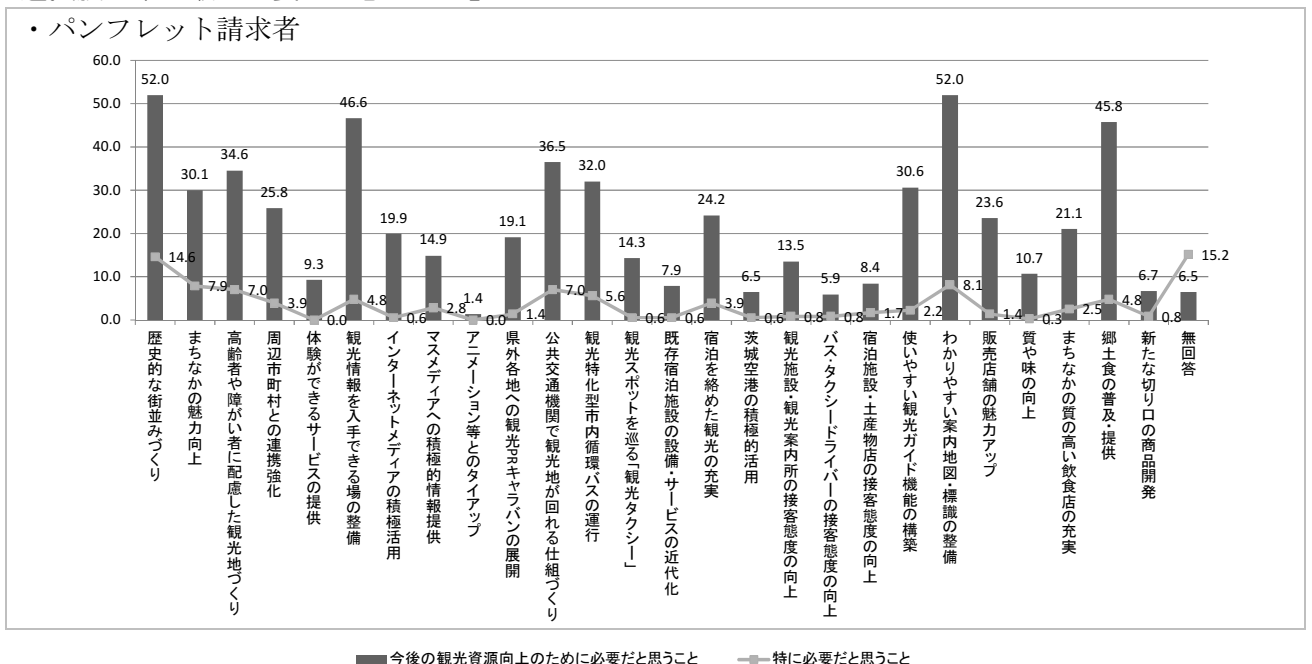
2 「水戸イメージ調査」結果

水戸の観光に興味を持つ人々の，観光に関するイメージの把握，嗜好・傾向を分析し，計画策定の基礎資料とするため，平成 20 年 4 月以降に水戸市観光課に観光資料を請求された方を対象に，水戸イメージ調査を実施した。

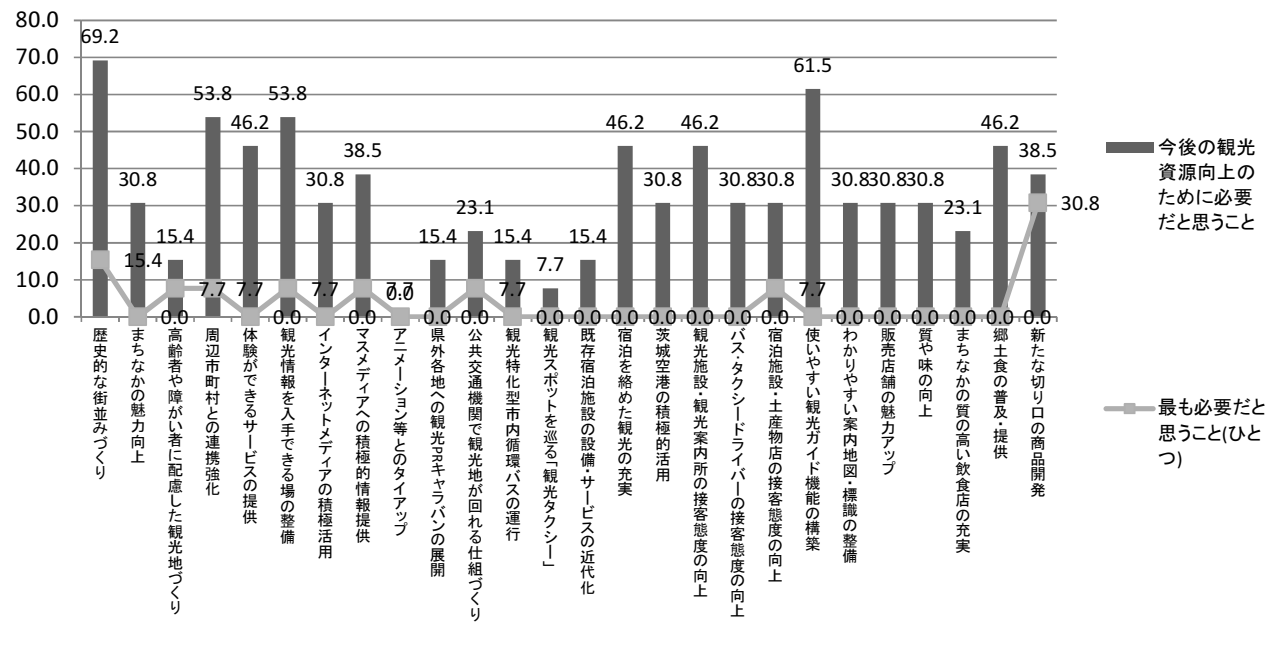
調査方法は，調査票を郵送配布，回答を郵送回収とし，期間は平成 25 年 9 月 2 日～9 月 20 日とした。配布数 949 票に対し，有効回答数は 406 票で，44.4%の回答率となった。

更に旅行会社に対しても，全国の観光市場で水戸市が置かれている現状や課題，市（県）外からみたニーズなどを把握・分析するため，平成 25 年 10 月 1 日～10 月 15 日の期間で調査（回収はファクシミリ回収）を行ったが，配布数 1,000 票に対して回収数は 13 票であった。

【④「観光資源の向上のために必要だと思うこと（26 選択肢から複数回答）」と，「②26 選択肢の中で最も必要だと思うこと」



・旅行会社



〈③パンフレット請求者〉

④に関しては、「歴史的な街並みづくり」、「わかりやすい案内地図・標識」との回答が5割を超え最も多く、次いで「観光情報入手する場の整備」、「郷土食の普及・提供」の順となっている。

⑤については、「歴史的な街並みづくり」、「わかりやすい案内地図・標識」に加え、「まちなかの魅力向上」との回答が比較的多い。

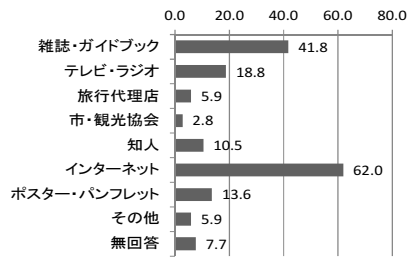
〈④旅行会社〉

④に関しては、「歴史的な街並みづくり」や「使いやすい観光ガイド機能の構築」を望む声が高いが、⑤においては、数は少ないものの「新たな切り口の商品開発」を望む声が多く、現状から一歩進んだ取り組みが求められているものと類推される。

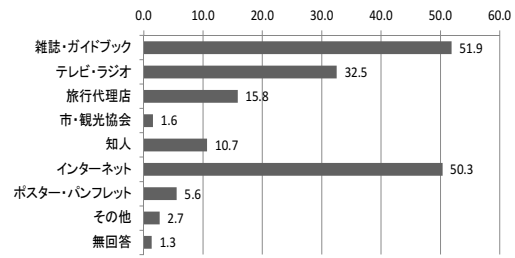
3 各アンケート調査における共通設問の結果の比較

[観光のための情報入手手段について]

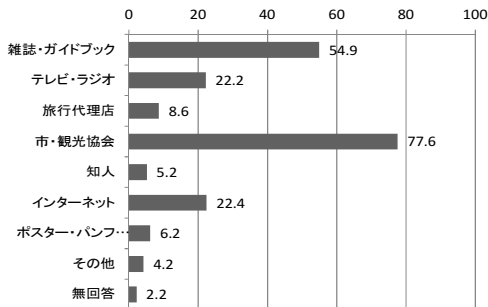
①市内観光来訪者



②県外居住者



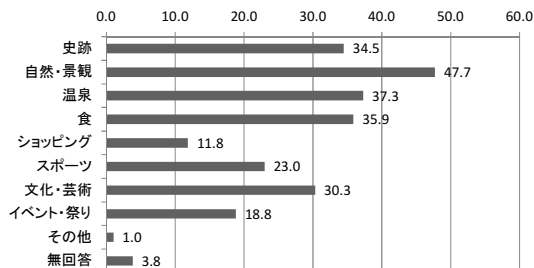
③パンフレット請求者



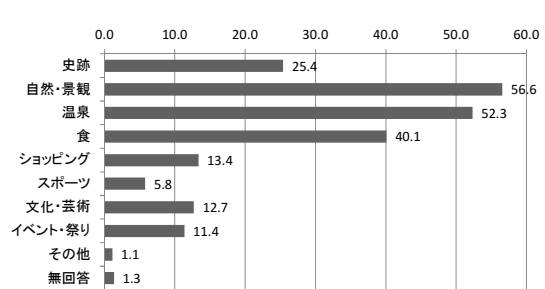
「③パンフレット請求者」は、回答者の高齢者比率が高いため「市・観光協会」を通じた入手に特化しているが、基本的には「雑誌・ガイドブック」や「インターネット」が主流といえる。

[観光についての興味のある分野]

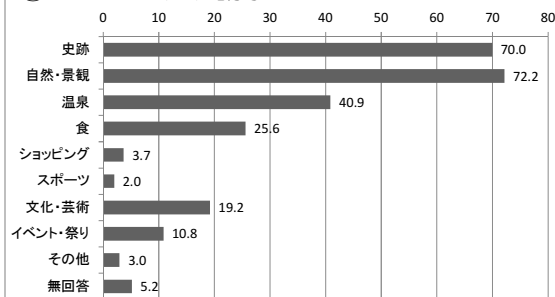
①市内観光来訪者



②県外居住者



③パンフレット請求者



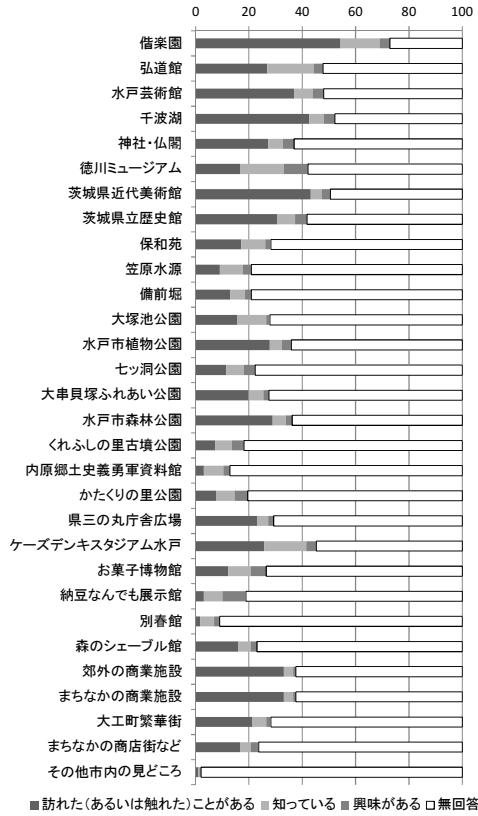
「①市内観光来訪者」は、あらゆる分野に興味分散している。

「②県外居住者」は「自然・景観」、「温泉」に興味特化している。

「③パンフレット請求者」は、「自然・景観」、「史跡」に興味特化している。

〔本市内外の観光資源について、「①訪れた（あるいは触れた）ことがあるもの（経験したもの全て）」「②知っているもの（ご存じのものすべて）」「③魅力的だと思うもの（思うものすべて）」について【見どころ】〕

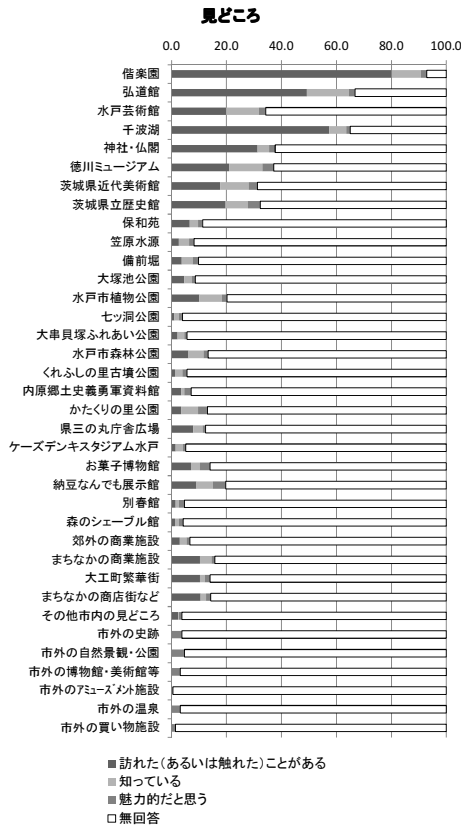
①市内観光来訪者 見どころ



②県外居住者 見どころ



③パンフレット請求者 見どころ



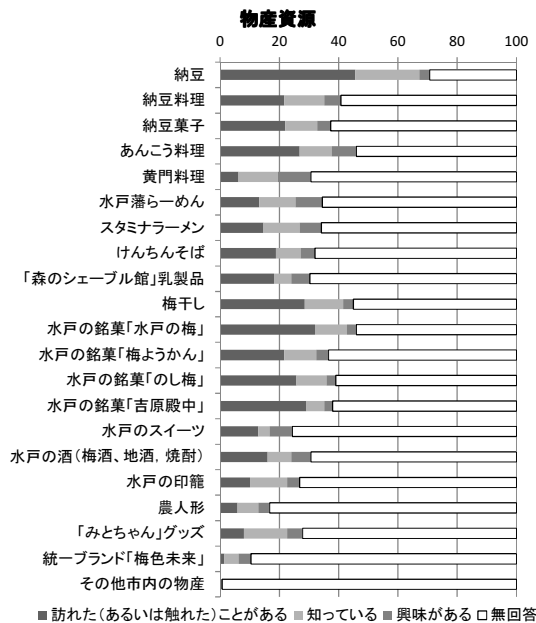
「①市内観光来訪者」は、「偕楽園」、「千波湖」、「茨城県近代美術館」、「水戸芸術館」等といった多様な分野の主要施設への来訪が多いことが認められる。

「②県外居住者」は、大きくは「偕楽園」への来訪、認知のみが認められる。

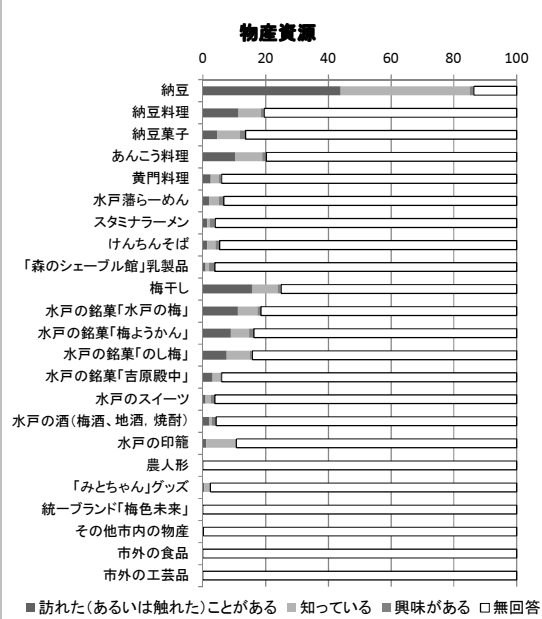
「③パンフレット請求者」は、「偕楽園」、「千波湖」、「弘道館」の3スポットに、来訪、認知が特化している。

[本市内外の観光資源について、「①訪れた(あるいは触れた)ことがあるもの(経験したもの全て)」「②知っているもの(ご存じのものすべて)」「③魅力的だと思うもの(思うものすべて)」について【物産資源】

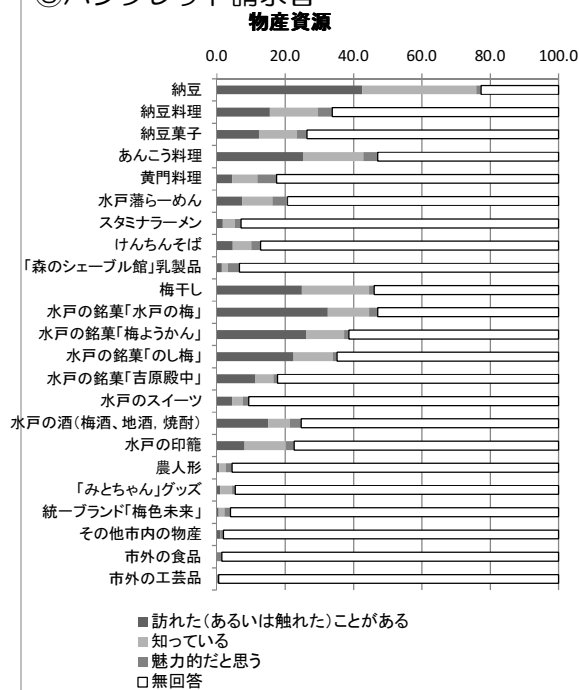
①市内観光来訪者



②県外居住者



③パンフレット請求者



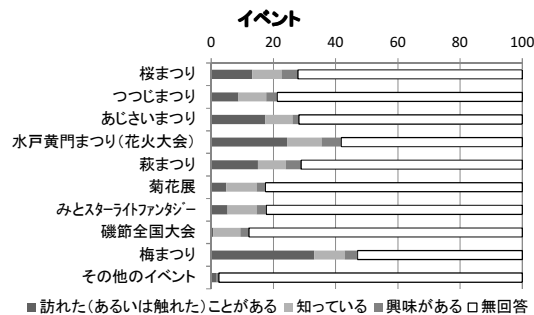
「①市内観光来訪者」は、「納豆」の体験が4割を超え、認知度を加えると7割近い。また、「水戸の梅」、「梅干し」の体験、認知度は4割を超える。

「②県外居住者」は、「納豆」の体験、認知度(約8割)に特化している。

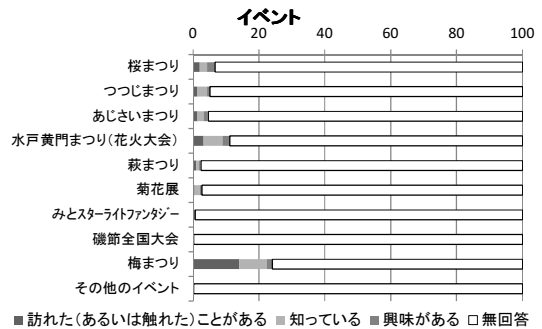
「③パンフレット請求者」は、「納豆」の体験、認知度が8割と極めて高く、「水戸の梅」「あんこう料理」「梅干し」についても体験、認知度が4割を超える。

[本市内外の観光資源について、「①訪れた（あるいは触れた）ことがあるもの（経験したもの全て）」「②知っているもの（ご存じのものすべて）」「③魅力的だと思うもの（思うものすべて）」について【イベント】]

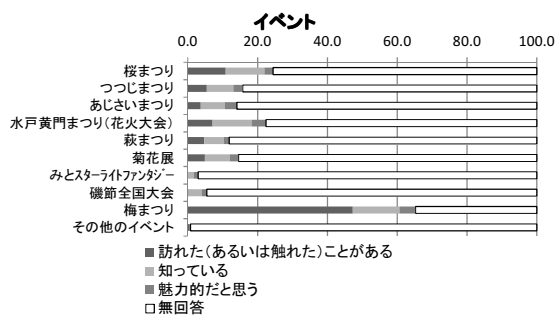
①市内観光来訪者



②県外居住者



③パンフレット請求者



「①市内観光来訪者」は、「梅まつり」来訪者が3割を超え、認知度を含めると4割を超える。また、「水戸黄門まつり」来訪者は2割で、認知度を加えると4割近い。

「②県外居住者」は、「梅まつり」の来訪、認知度が2割程度で、他のイベントの来訪、認知度は極めて低い。

「③パンフレット請求者」は、「梅まつり」来訪者が4割を超え、認知度を加えると約6割となっている。一方、他のイベントの来訪、認知度は低水準である。

4 観光産業振興会議専門部会において出た水戸市の観光振興に対する意見

平成 25 年度の基礎調査実施に当たり、既存の「観光産業振興会議」の、観光分野に携わる事業者・市民で構成される「専門部会」（交通・宿泊部会、ホスピタリティー部会、広報・宣伝部会、物産・飲食部会、観光資源活用・創出部会）において、アンケート調査実施に当たっての協議の際、アンケート結果報告の際の 2 回に分け、本市観光振興の今後の課題について意見交換を行った、以下はその際に出された、観光振興に向けた提案の概要である。

【第 1 回観光産業振興会議】

- ・近隣市町村との連携強化が必要。
- ・観光資源一つ一つを掘り下げ、内容を充実させる必要がある。
- ・市民や観光客がふれ合えるスペース（飲食可能な休憩所など）がほしい。
- ・市内周遊バスを運行させてはどうか。
- ・市内には駐車場が不足している。
- ・水戸市民自体が水戸を知る必要がある。
- ・市内での宿泊客を確保したい。 等

【第 2 回観光産業振興会議】

- ・市内に納豆料理を扱う店の出店を希望する。また、そういった店での団体客の受入れも必要。
- ・神社・仏閣などの、パワースポットからの展開が乏しい。
- ・他地域から就学している学生などを「隠れた観光大使」とし、地元での水戸市 PR を行ってはどうか。
- ・水戸市民の意識向上（マナー向上、地元活性）が必要。
- ・梅まつりや市内観光ツアーに歴史的要素を盛り込むことが考えられる。
- ・観光情報の充実（案内板や観光パンフレット、観光案内所の接客向上）が必要。
- ・外国の方にも分かり易い、英語ややさしい日本語、番号等を用いた案内板の充実が不可欠。等

(3) その他