観光審議会資料
平成26年10月29日
産業経済部観光課

水戸市観光基本計画（第３次）（素案）

10月27日版

目　次

第１章　計画策定の基本的事項 1

第１　計画策定の趣旨 1
第２　計画の位置付け 2
第３　計画期間 2

第２章　現況と課題 3

第１　現況 3
第２　観光客のニーズ 9
第３　水戸市のイメージ 14
第４　水戸市観光産業振興会議からの意見 18
第５　課題 22

第３章　計画の基本的方向 24

第１　計画の基本的姿勢 24
第２　目指す将来イメージ 24
第３　目標値の設定 25
第４　基本戦略 26
第５　施策の体系 28

第４章　施策の展開 29

第１　訪れてみたいと思える観光まちづくり（観光資源の魅力向上） 29
第２　巡りたいと思える観光まちづくり（観光連携力の強化） 46
第３　伝えたいと思える観光まちづくり（情報発信力の強化） 57

第５章　先導プロジェクト 66

第１　歴史観光まちづくり推進プロジェクト 67
第２　スポーツ・文化観光まちづくり推進プロジェクト 69
第４　市民おもてなし運動推進プロジェクト 74
第５　国際観光（インバウンド観光）推進プロジェクト 77

第６章　推進体制と進行管理 80

第１　各推進主体の役割 80
第２　進行管理 81

第１章　計画策定の基本的事項

第１　計画策定の趣旨

人口減少社会の到来をはじめ，社会経済情勢が大きく変動する中で，水戸市の入込観光客数については，2011（平成 23）年 3 月に発生した東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の風評により，観光客数の大幅な減少がもたらされましたが，風評払拭に向けた取り組みから，徐々に回復の兆しが見られる状況となっており，更なる観光振興が求められているところであります。

本市の観光動態については，自家用車での日帰り観光客の割合が高い現状にありますが，それをいかに宿泊滞在型の観光に結び付けていくかが課題であるほか，水戸の梅まつりの時期に集中している観光客を，通年での誘客につなげていくことも必要となっています。

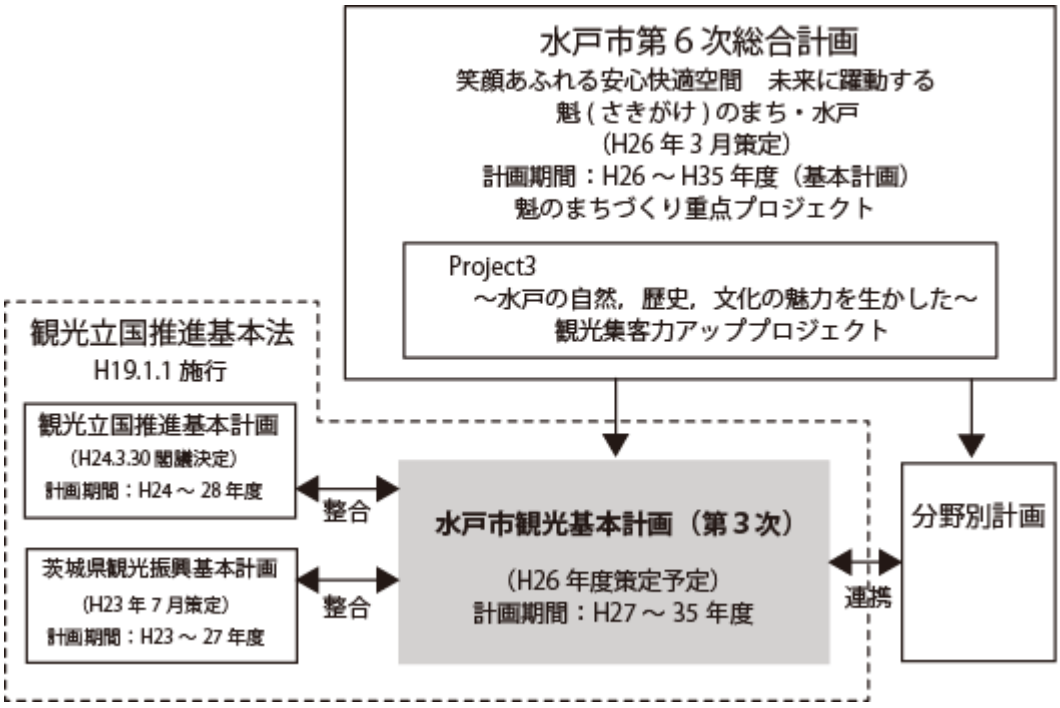
また，趣味・レジャーの多様化等を背景として，国内観光の旅行需要が縮小傾向にあるなかにおいて，さらなる観光交流人口の増加を図るためには，今後の顕著な成長拡大が見込める東南アジアをはじめとする海外からの外国人観光客の誘客とともに，受入態勢の充実が求められています。

これらのことを踏まえ，本市を取り巻く課題や特徴等に対応し，観光交流人口の増加に向けた施策を総合的かつ計画的に推進するため，2014（平成 26）年度を初年度とする水戸市第６次総合計画の策定にあわせ，2005（平成 17）年度に策定した水戸市新観光基本計画による施策の成果や，国の「観光立国推進基本計画」，「茨城県観光振興基本計画」などを踏まえながら，新たな観光基本計画を策定するものとします。

第2　計画の位置付け

本計画は，水戸市の最上位計画である水戸市第６次総合計画の分野別計画の一つとして位置付けられ，他の分野別計画と連携して推進するとともに，国の観光立国推進基本計画や茨城県観光振興基本計画との整合を図った計画とします。

図　【本計画の位置づけ】



第3　計画期間

本計画の期間は，2015（平成 27）年度から 2023（平成 35）年度までの９か年とします。ただし，社会経済情勢の変化等を踏まえ，必要に応じて計画の見直しを行います。

第2章　現況と課題

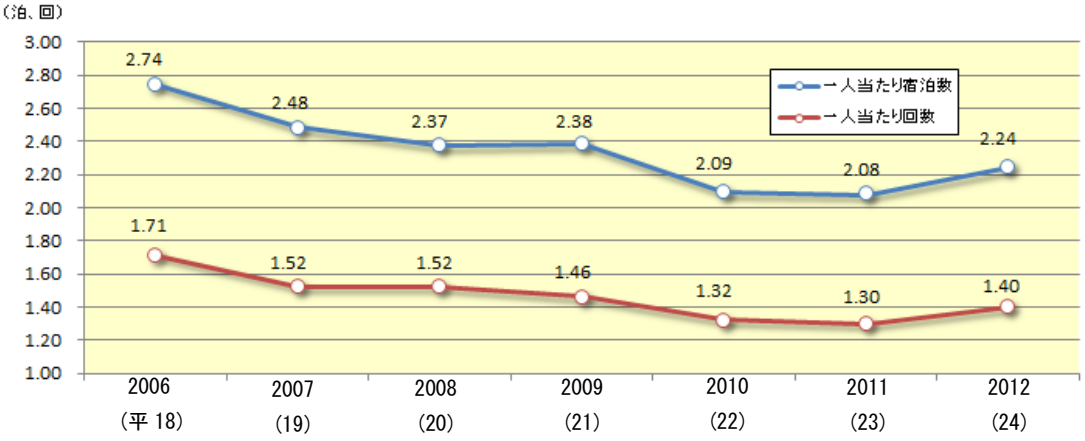
第1　現況

1　全国における観光客の動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると，2012（平成 24）年の日本人の国内宿泊観光旅行の回数は 1.40 回，宿泊数は 2.24 泊となり，平成 18 年以降の調査では初めて前年比増加しましたが，平成 18 年の回数（1.71 回），宿泊数（2.74 泊）と比べて，それぞれ 18.1%減，18.2%減となっています。

一方，2013（平成 25）年の訪日外国人旅行者数は，1,036 万人となり，はじめて 1,000 万人の大台を超える結果となり，2003（平成 15）年（521 万人）と比較すると，約２倍となっています。政府としては，さらに 2,000 万人の高みを目指すとしており，インバウンド（訪日外国人旅行客誘致）政策を強力に推進するとしています。

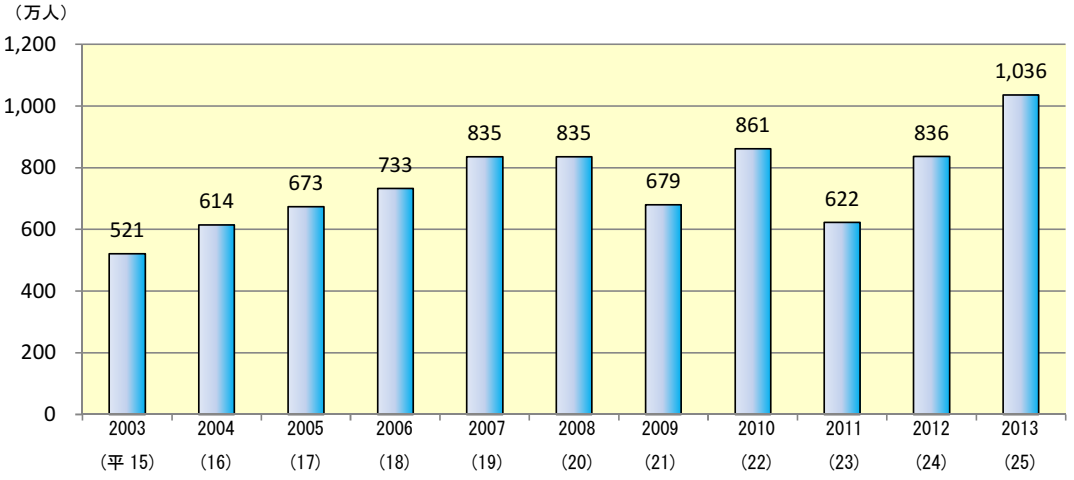
図－①【日本人の国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移】



（注）１　観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
　　２　平成24年の数値は暫定値

出典：観光白書

図－②【訪日外国人旅行者数の推移】



出典：日本政府観光局資料をもとに作成

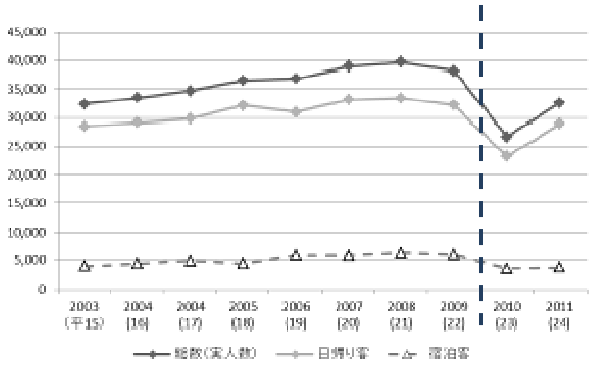
2 茨城県における観光客の動向

観光客動態調査によると，2012（平成 24）年の茨城県の観光客は約 3,257 万人で，東日本大震災の影響により大幅に落ち込んだ前年より 14.5%増加していますが，震災前の水準には回復していません。旅行形態は，「一人」，「家族」，「友人・知人」の合計が 97%と「個人旅行」が大半を占めています。9 割が日帰り客で，観光客の平均消費額は，日帰り客が 4,640 円/人，宿泊客が 18,656 円/人です。季節別では，海岸レクリエーション客が賑わう 8 月の入り込みが一番多く，次いで紅葉などの秋の行楽シーズン（10 月～1 月）の順となっています。県外客の約 7 割が首都圏居住者で，観光客の 9 割近くが自家用車の利用者です。

表－①【茨城県の観光客入込状況(実人数)】

区分	総数(実人数)	日帰り客	割合	宿泊客	割合
2003（平15）	32,355	28,473	88%	3,882	12%
2004（16）	33,479	29,127	87%	4,352	13%
2004（17）	34,723	29,862	86%	4,861	14%
2005（18）	36,537	32,153	88%	4,384	12%
2006（19）	36,842	30,947	84%	5,895	16%
2007（20）	38,963	33,118	85%	5,845	15%
2008（21）	39,658	33,386	84%	6,272	16%
2009（22）	38,229	32,206	84%	6,023	16%
2010（23）	26,638	23,178	87%	3,460	13%
2011（24）	32,578	28,925	89%	3,653	11%

図－③【茨城県の観光客入込状況(実人数)】



※2010（平成 22）年までは年度集計，2011（平成 23）年以降は暦年集計

出典：観光客動態調査/茨城県

表－②【2012(平成 24)年　旅行形態】

一人	家族	友人・知人	団体
9(%)	63(%)	25(%)	3(%)

出典：観光客動態調査/茨城県

表－③【2012(平成 24)年　入込客数(実人数)(A)，観光消費額(B)，1 人当たり平均消費額(B)/(A)】

（単位:千人）

(A)	宿泊	日帰り	合計
実人数	3,653	28,925	32,578

（単位:百万円）

(B)	宿泊	日帰り	合計
観光消費額	68,151	134,218	202,369

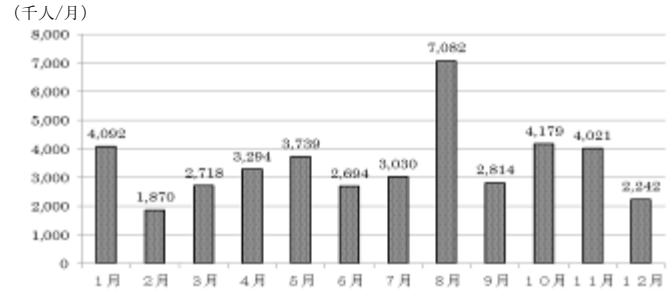
（単位:円）

(B)/(A)	宿泊	日帰り	合計
平均消費額	18,656	4,640	6,212

※小数点以下を四捨五入

出典：観光客動態調査/茨城県

図－④【2012(平成 24)年　茨城県の月別観光客入込状況(延べ人数)】



※人数は延べ人数
出典：観光客動態調査/茨城県

表－④【県外客における首都圏居住者の割合】

（単位:千人）

居住地	2011年度（平成23年度）		2012年度（平成24年度）	
	入込客数（延べ人数）	%	入込客数（延べ人数）	%
埼玉県	3,358	18.0%	3,856	16.8%
千葉県	4,166	22.3%	5,841	25.4%
東京都	3,598	19.3%	4,860	21.2%
神奈川県	1,145	6.1%	1,551	6.8%
首都圏合計	12,267	66%	16,108	70%
県外合計	18,666	100%	22,974	100%

※人数は延べ人数
出典：観光客動態調査/茨城県

表－⑤【利用交通機関別入込観光客の推移】

（単位:千人）

交通機関	2007（平19）	2008（20）	2009（21）	2010（22）	2011（23）	2012（24）
鉄道・定期バス	2,813	4,788	3,607	4,109	2,370	3,777
%	6(%)	10(%)	7(%)	8(%)	6(%)	8(%)
貸切バス	2,344	2,873	4,122	3,242	1,185	2,360
%	5(%)	6(%)	8(%)	6(%)	3(%)	5(%)
自家用車その他	41,719	40,223	43,797	42,688	35,942	41,067
%	89(%)	84(%)	85(%)	85(%)	91(%)	87(%)
計	46,875	47,885	51,525	50,040	39,497	47,204

※2010(平成 22)年までは年度集計，2011(平成 23)年以降は暦年集計，人数は延べ人数
出典：観光客動態調査/茨城県

本県の観光は「日帰り観光」がメインとなっており，今後，いかに観光地の回遊性を高め，宿泊滞在型の観光に結び付けていくかが課題です。また，入込客は一番多い海水浴シーズンの 8 月に比べ，一番少ない 2 月は 4 分の 1 未満にとどまっており，通年型観光地への移行が課題となっています。

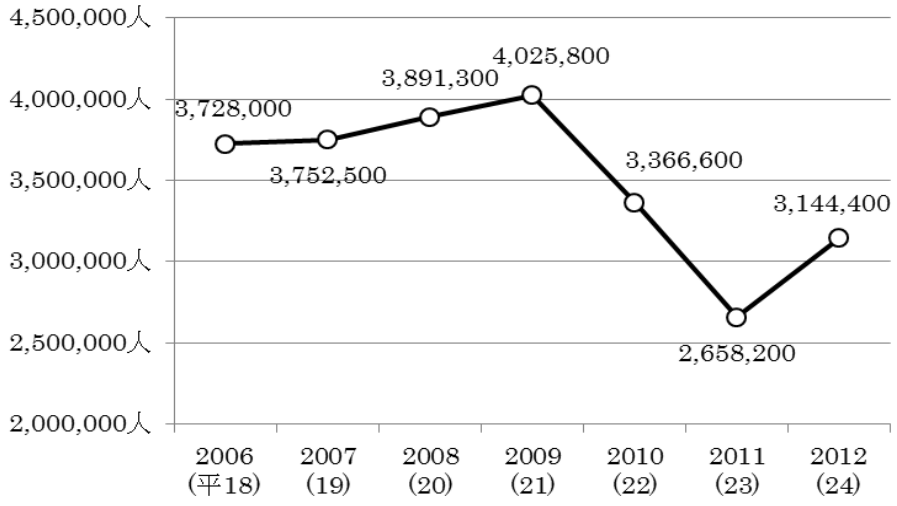
3 水戸市における観光客の動向

水戸市の観光客数は，2006（平成 18）年度以降，年間 370～390 万人台で推移し，2009（平成 21 年）度には 400 万人を突破しましたが，2010（平成 22）年度は東日本大震災の影響により約 337 万人と大きく減少すると，2011（平成 23）年は更に減少し，約 266 万人となりました。平成 24 年には約 314 万人と，前年度比 48 万人（18%）増加しましたが，震災前の水準に

は回復していません。

主要イベントの来客動員数は，2012（平成 24）年度で約 185 万人となっています。これは 5 年前の 2007（平成 19）年度（約 251 万人）と比較すると，約 66 万人（26%）の減少です。主要イベント中最高の動員客数を記録してきた，偕楽園の「水戸の梅まつり」の来客数が震災以降回復していないことが主な要因で，2012（平成 24）年度は 54 万人で，2007（平成 19 年）度の約 108 万人と比較すると，約 5 割減少しています。

図－⑤【年別入込観光客数】



資料：観光動態調査/茨城県
※H22 までは年度集計，H23 以降は暦年集計

表－⑥【主要イベントの入込観光客数】

（単位:人）

	2007 (平19)	2008 (20)	2009 (21)	2010 (22)	2011 (23)	2012 (24)	2007～2012 (平19)～(24)	
							増減実数	増減率
桜まつり	105,000	110,000	115,000	116,000	24,000	85,800	−19,200	−18.3%
つつじまつり	133,000	152,000	166,000	204,000	70,200	102,000	−31,000	−23.3%
あじさいまつり	134,000	134,000	137,000	137,000	89,000	125,000	−9,000	−6.7%
黄門まつり	965,000	970,000	992,000	998,000	939,000	946,000	−19,000	−2.0%
萩まつり	72,000	73,000	78,000	73,000	44,000	27,700	−44,300	−61.5%
菊まつり･菊花展	26,000	27,000	27,000	25,000	24,000	25,000	−1,000	−3.8%
磯節全国大会	512	521	493	450	419	423	−89	−17.4%
梅まつり	1,078,000	1,046,000	1,053,000	518,000	578,000	540,333	−537,667	−18.3%
計	2,513,512	2,512,521	2,568,493	2,071,450	1,768,619	1,852,256	−661,256	−26.3%

資料：水戸市
※いずれも年度集計

本市の入込観光客数は，東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響による大幅減から，風評払拭に向けた取組もあり，徐々に回復の兆しがみられますが，震災前の水準には回復していません。今後，震災後に入込客数が回復していないイベント（特に偕楽園の梅まつり・萩まつり）への来場者数をいかに増やしていくかが課題の一つです。

4 茨城県および水戸市におけるコンベンションの動向

茨城県の代表的なコンベンション施設としては，「つくば国際会議場」があげられ，つくば市は全国有数の国際会議都市としての地位を確立しています。一方，水戸市においては「茨城県立県民文化センター」があり，ホールの収容人数は，「つくば国際会議場」よりも多いものの，大規模なコンベンションを開催するうえで，関東地方の他の施設と比較すると，収容人数，施設面積等が小さいものとなっています。

また，茨城県の代表的なスポーツ施設として，県立カシマサッカースタジアムがあります。国際サッカー連盟（ＦＩＦＡ）基準を満たし，収容人員は 40,728 人で，平成 25 年のＪリーグのリーグ戦ホームゲームの合計入場者数は約 28 万人となっています。一方，水戸市では，水戸市立競技場があり，同じく平成 25 年のＪリーグのリーグ戦ホームゲームでの合計入場者数は約 10 万人となっていますが，現在の収容人員は約 12,000 人（うち 2,000 人分は J リーグ規定で収容人員に含まれない芝生席）で，J2 ライセンス取得の競技場です。

表－⑦【関東地方の代表的なコンベンション施設】

都県	所在市区	施設名	ホール収容人数(※1)	展示会場面積(※2)
茨城県	水戸市	茨城県立県民文化センター	1,514 人	462 ㎡
	つくば市	つくば国際会議場	1,258 人	627 ㎡
栃木県	宇都宮市	栃木県立宇都宮産業展示館（マロニエプラザ）	3,500 人	2,665 ㎡
群馬県	前橋市	グリーンドーム前橋	20,000 人	900 ㎡
千葉県	千葉市	千葉県日本コンベンションセンター国際展示場（幕張メッセ）	9,000 人	54,000 ㎡
埼玉県	さいたま市	大宮ソニックシティ	2,505 人	804 ㎡
東京都	江東区	東京国際展示場（東京ビックサイト）	1,100 人	52,020 ㎡
	千代田区	東京国際フォーラム	5,012 人	5,000 ㎡
神奈川県	横浜市	横浜国際平和会議場（パシフィコ横浜）	5,002 人	20,000 ㎡

※1 施設内で収容人数が最も多いホール，会議室の収容人数
※2 施設内で面積が最も大きい展示会場（または展示会場として利用できる会議室等）の面積

出所：各施設ＨＰより常陽産業研究所作成

表－⑧【関東地方の代表的なスポーツ施設】

都県	所在市区	施設名	スタジアム収容人数
茨城県	水戸市	水戸市立競技場	約 12,000 人
	鹿嶋市	茨城県立カシマサッカースタジアム	40,728 人
栃木県	宇都宮市	栃木県グリーンスタジアム	18,025 人
群馬県	前橋市	群馬県立敷島公園県営陸上競技場	11,773 人
千葉県	千葉市	千葉マリンスタジアム	30,082 人
埼玉県	さいたま市	埼玉スタジアム 2002	63,700 人
東京都	新宿区	国立霞ヶ丘陸上競技場	50,339 人
	調布市	東京スタジアム	49,970 人
神奈川県	横浜市	横浜国際総合競技場	72,327 人

出所：各施設ＨＰより常陽産業研究所作成

本県及び本市のコンベンション施設は，関東地方の他自治体と比べ，大規模なコンベンションを開催するうえで，収容人数，施設面積等が不足している状況にあります。今後，大規模なコンベンションの誘致には，観光地としての魅力向上とともに施設の整備・機能の強化，民間施設等の活用促進などによるコンベンション機能の更なる強化が必要です。

5 茨城県における外国人観光客の動向

茨城県への外国人旅行者数は，2004（平成 16）年度以降 10 万～11 万人程度で推移していましたが，2011（平成 23）年は東日本大震災の発生に伴う，福島第一原子力発電所事故による風評被害もあり，茨城空港において，一部路線が運休，減便されるなど，国外からの観光客は大幅に減少しました。2012（平成 24）年以降は 10 万人台に回復していますが，全国の伸び率（対 2002（平成 14）年度比）と比較すると，低い水準にとどまっています。

表－⑨ 【茨城県への外国人旅行者数】

（単位：千人）

	2002-03 (平14-15)	2003-04 (15-16)	2004-05 (16-17)	2005-06 (17-18)	2006-07 (18-19)	2007-08 (19-20)	2008※ (20)※	2009※ (21)※	2010※ (22)※	2011※ (23)※	2012※ (24)※	2013※ (25)※
全国	5,239 (100.0)	5,211 (99.5)	6,137 (117.1)	6,728 (128.4)	7,334 (140.0)	8,347 (159.3)	8,351 (159.4)	6,790 (129.6)	8,611 (164.4)	6,219 (118.7)	8,368 (159.7)	10,364 (197.8)
茨城県	68 (100.0)	89 (130.9)	104 (152.9)	101 (148.5)	103 (151.5)	100 (147.1)	109 (160.3)	115 (169.1)	103 (151.1)	75 (110.3)	100 (147.1)	104 (152.9)
訪問率（%）	1.3	1.7	1.7	1.5	1.4	1.2	1.3	1.7	1.2	1.2	1.2	1.0
（韓国）	19	15	19	21	23	34	17	17	15	20	18	20
（台湾）	6	5	6	10	14	8	13	10	13	5	4	11
（中国）	5	12	17	12	7	14	13	25	14	13	16	22

※【推計値の計算式】本県への外国人旅行者数＝訪日外国人旅行者数×本県訪問率
※出典：（独）国際観光振興機構（JNTO）
※2008（平成20）年から調査方法が変更（訪問率が通年）となった。
※（ ）内は対2002（平成14）年度比

外国人旅行者数は震災前の水準に回復していますが，全国の伸び率に比較すると低水準となっています。外国人旅行者数の増加には茨城空港や北関東自動車道などの広域交通網の活用を視野に入れた広域的な回遊性を向上し，本県に滞在する仕組み作りが必要です。

第2 観光客のニーズ

1 水戸市観光客アンケート調査

①目的
水戸市の観光資源の特徴・課題，観光客の嗜好・傾向を分析し，計画策定の基礎資料とする。
②調査期間
2013（平成 25）年 9 月 15 日（日） 10：00～16：00
③調査対象者
水戸市内の観光施設（偕楽園，茨城県近代美術館，ケーズデンキスタジアム水戸，水戸観光案内所）
④調査方法
各施設の来場者に調査協力依頼の声掛けをし，調査員がインタビュー形式で調査票に書き込んでいく方法で実施。

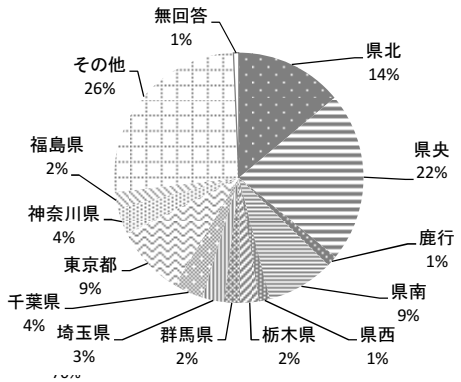
2013（平成 25）年に実施した観光客アンケート調査によると，観光客を居住地別で見ると茨城県内が 47%と半数近くを占め，関東地方の他都県と福島県を加えた近隣地域が 26%となっています。

交通手段は「自家用車」が 66.6%で，「レンタカー」（8.0%）を加えると，約 4 分の 3 が「車」を使っており，「鉄道」，「観光バス」，「高速バス」，「茨城空港」の「公共交通機関」の合計は 3 割程度となっています。

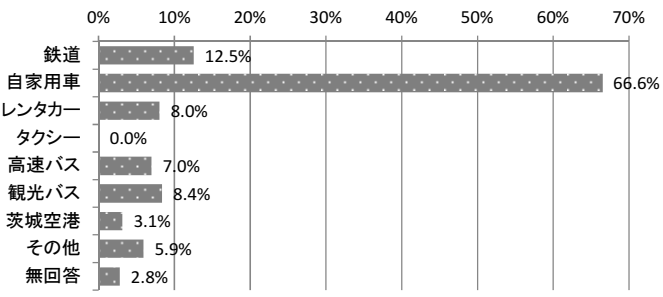
観光の頻度では，「以前にも来た事がある」が 69%でリピーターが多いことがわかります。「直前に立ち寄った観光スポット」，「直後に立ち寄る予定の観光スポット」については，「市外のみ」と回答する割合が 62%と最も多く，市内の他のスポットに立ち寄る割合（「市内のみ」と「市内・市外」の合計）を上回っています。

観光資源について，見どころでは「偕楽園」に「訪れたことがある」との回答が 5 割を超え，「知っている」を加えると 7 割以上の高水準となっています。その他，「千波湖」，「茨城県近代美術館」，「水戸芸術館」に「訪れたことがある」との回答が 4 割前後となっています。また，物産資源では「納豆」に「触れたことがある」との回答が 4 割を超え，「知っている」を加えると 7 割近くとなっています。以下同割合の合計は「水戸の梅」，「梅干し」が 4 割を超えています。イベントでは「梅まつり」が「訪れたことがある」，「知っている」を加えた割合で 4 割を超えています。ついで，「水戸黄門まつり」の同割合の合計が 4 割近くになっています。

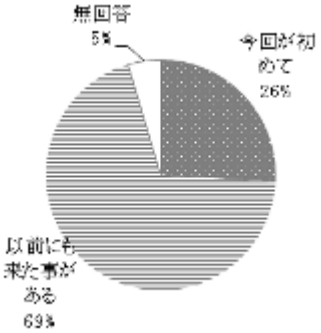
図－⑥【居住地】



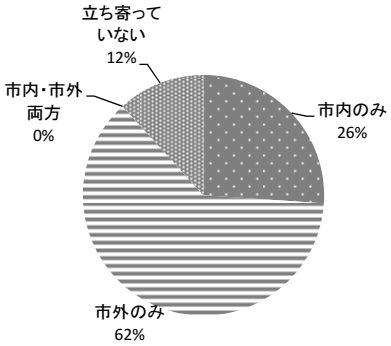
図－⑦ 【交通手段】



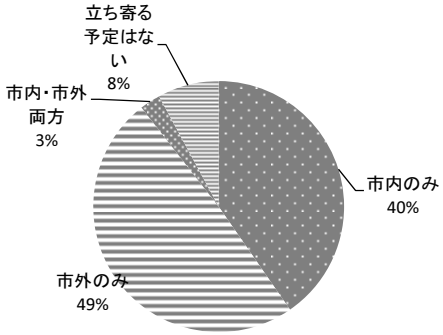
図－⑧【水戸市に観光に来た頻度】



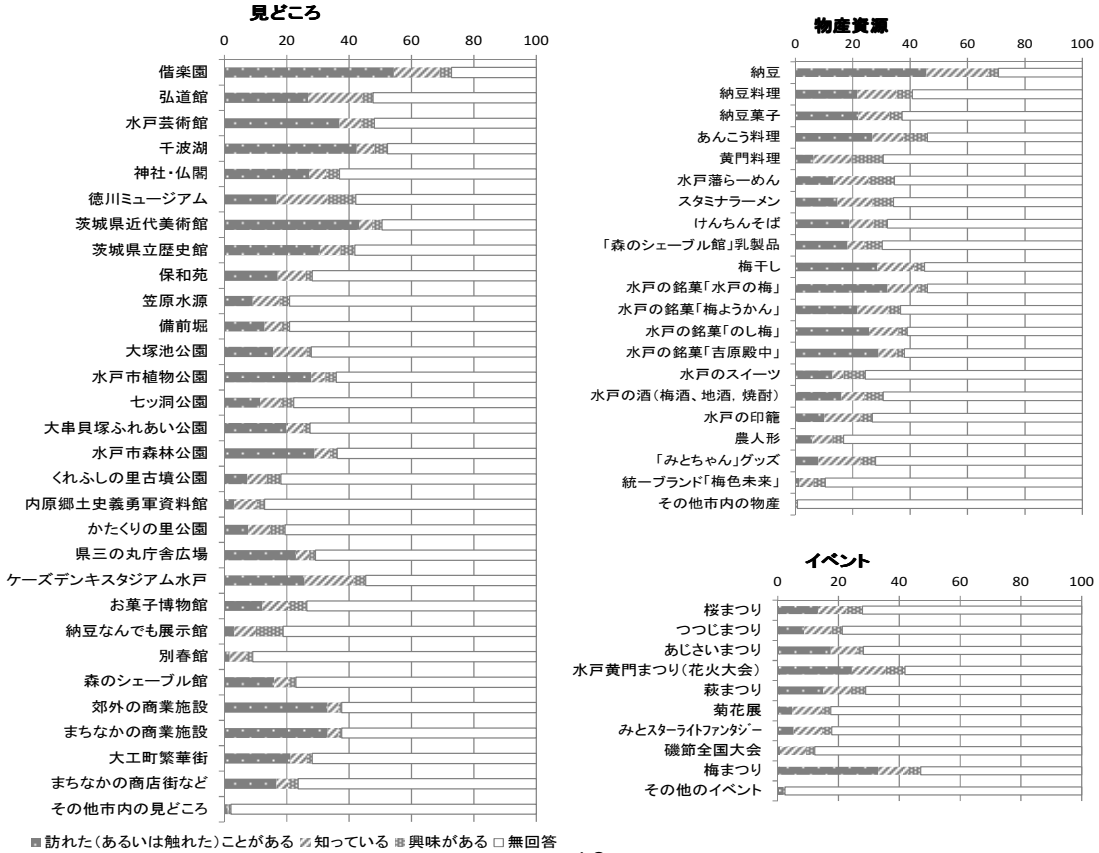
図－⑨【直前に立ち寄った観光スポット】



図－⑩【直後に立ち寄る予定のスポット】



図－⑪【観光資源】



水戸市への観光客は，県内客と周辺県からの来訪が多く，市内の観光スポットへの回遊が少ないのが現状です。また，「偕楽園」「納豆」の認知度は高いものの，他の観光資源の認知度は低くなっています。歴史，文化等の水戸の特徴ある地域資源について，効果的な情報発信を行うとともに，農産物や特産物のブランド化を推進していくことが必要です。

2 旅行会社対象調査

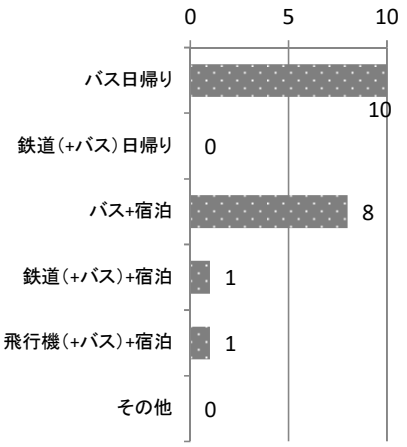
①目的
全国の観光市場で水戸市が置かれている現状や課題，市（県）外からみたニーズを把握・分析し，計画策定の基礎資料とする。
②調査期間
2013（平成 25）年 10 月 1 日（火）～10 月 15 日（火）
③調査対象者
水戸観光協会と関係ある全国の旅行会社（13 社）
④調査方法
旅行会社（13 社）へのアンケート票郵送（イベントパンフレット同梱）配布，業務受託社宛てファクシミリ回収

同じく 2013（平成 25）年に実施された旅行会社へのアンケート調査によると，旅行会社の送客手段は「日帰りバス」との回答が最も多く，次いで「バス＋宿泊」となっています。茨城県を組み込んだ企画商品の有無については，61.5%が「ある」と回答しています。水戸市が組み込まれた企画商品の有無については「ある」「ない」ともに 46%となっています。

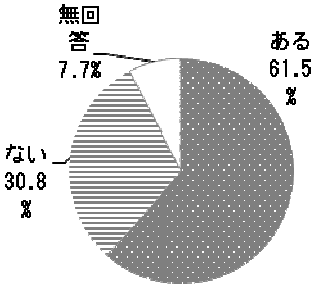
観光資源については，「見どころ」として，「偕楽園」の「知名度」，「商品力」が高いが，「茨城県近代美術館」や「お菓子博物館」は知名度と比較して，「商品力が弱い」と認識されています。「物産資源」としては「納豆」，「あんこう料理」，「梅干し」は知名度の高さと比較し「商品力が弱い」と認識されている一方，「黄門料理」が比較的「商品力が高い」と認識されています。また，「梅まつり」は知名度の高さと比較して「商品力が弱い」と認識されており，一方で「その他のイベント」の「商品力が高く」，恒例イベントではない新たなイベントの充実が求められています。

観光資源向上のために必要だと思うことは，「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」を望む声が多くなっています。

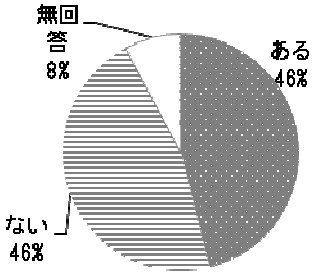
図－⑫【送客手段】



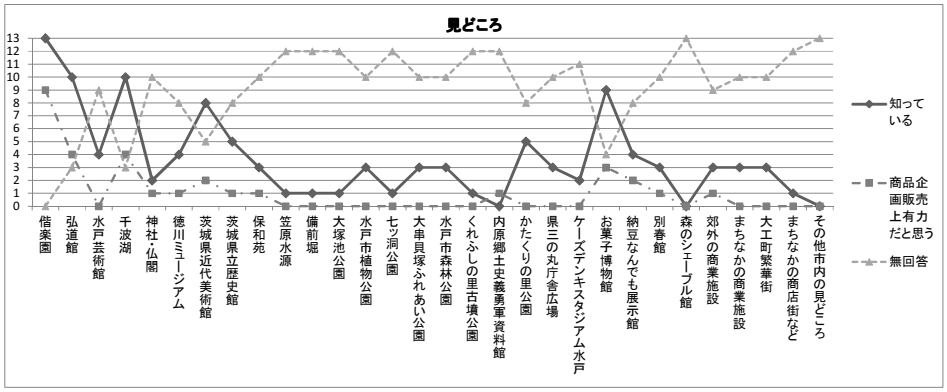
図－⑬【茨城県を組み込んだ企画商品の有無】

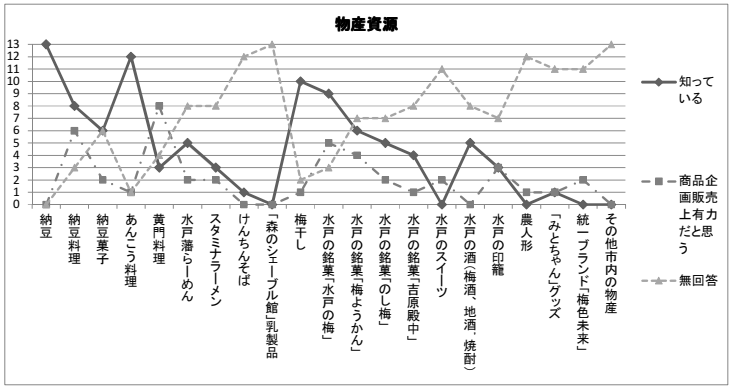


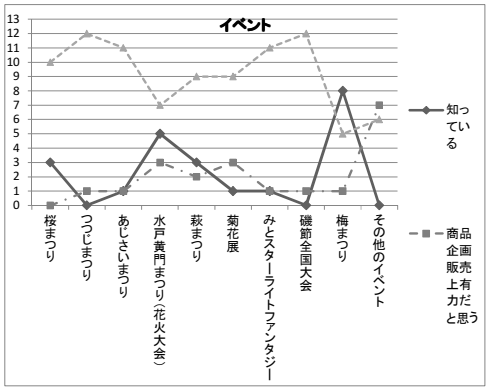
図－⑭【水戸市を組み込んだ企画商品の有無】



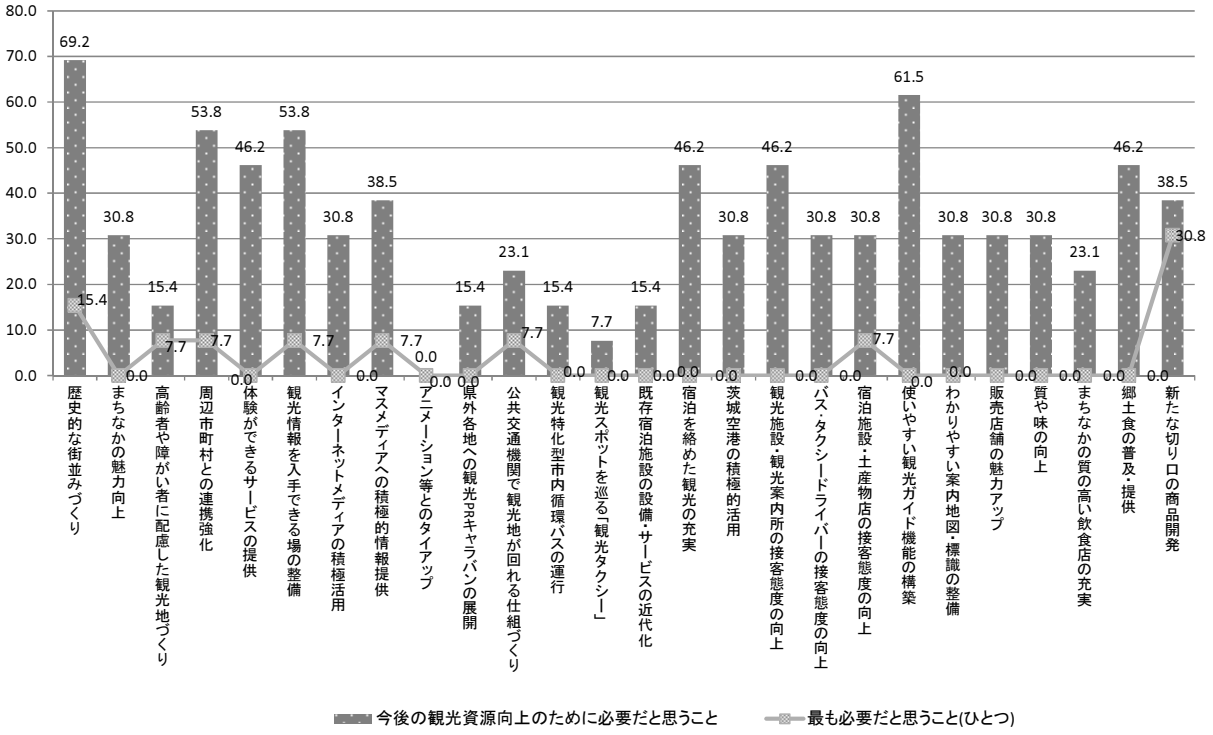
図－⑮【観光資源】







図－⑯【観光資源向上のために必要だと思うこと】



旅行会社から見ると，「偕楽園」「納豆」「梅まつり」の認知度は高いものの，「納豆」「梅まつり」は商品力が弱いと考えられており，商品の改善・再構築が必要です。日帰りの観光プランが多く，市内観光スポットの回遊性を高め，宿泊客の増加を図るためには，歴史的景観の保全・形成を推進し，「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」を進めていく必要があります。

第3 水戸市のイメージ

1 県外[関東地方]居住者対象調査

①目的
水戸市の観光資源の特徴・課題，観光客の嗜好・傾向を分析し，計画策定の基礎資料とする。
②調査期間
2013（平成 25）年 10 月 12 日（土） 10：00～16：30 頃まで
③調査対象者
水戸市以外の都県庁が所在する，新宿区，横浜市，千葉市，さいたま市，前橋市，宇都宮市の住民及び隣接市町の住民
④調査方法
下落合駅前（新宿区），センター北駅前（横浜市），稲毛駅前（千葉市），浦和駅前（さいたま市），前橋駅前（前橋市），東武宇都宮駅前（宇都宮市）で通行する調査対象者に調査協力依頼の声掛けをし，調査員がインタビュー形式で調査票に書き込んでいく方式で実施した。

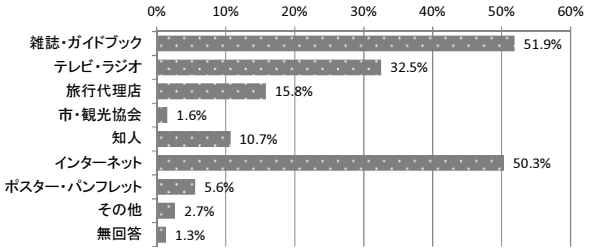
県外［関東地方］居住者対象調査によると，観光情報の入手手段は「観光・ガイドブック」，「インターネット」の 2 項目が 5 割を超え多くなっています。観光について興味のある分野は「自然景観」，「温泉」，「食」の順となっており，水戸市への観光経験は「ない」が最も多く 44%で，次いで「複数回ある」が 36%，「1 回ある」が 20%となっています。

東日本大震災以降の，観光の場としての水戸市の印象は，「変わらない印象」との回答が 71%と最も多く，次いで「震災，原発事故の影響が心配」が 18%，「震災前より観光の場として注目している」が 6%となっています。

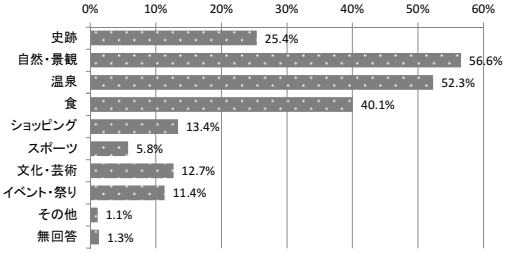
水戸市に観光で来たことのないとの回答者は，その理由として，「（水戸市に関する）情報がない」との回答が最も多く，次いで「行きたいところがない」，「交通の不便」となっています。

「水戸」と聞いて思い浮かべるものとしては，「納豆」との回答が最も多く 51.5%，次いで「水戸黄門（徳川光圀公）」が 36.2%，「梅」が 18.5%となっています。

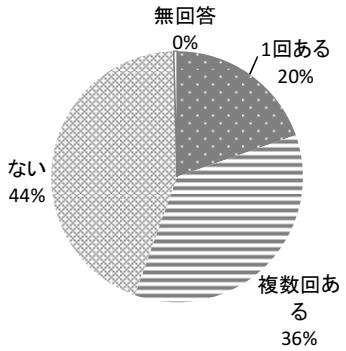
図－⑰【観光情報の入手手段】



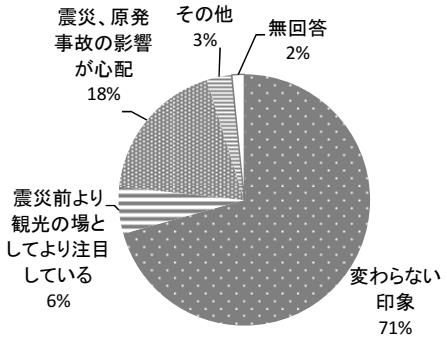
図－⑱【観光について興味のある分野】



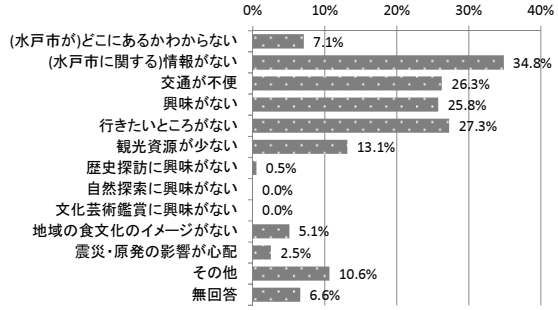
図－⑲【水戸市への観光経験】



図－⑳【震災以降の観光の場としての水戸市の印象】



図－㉑【水戸市に観光に来たことがない理由】



表－⑩【「水戸」と聞いて思い浮かべるもの】

「水戸」から浮かぶもの・こと	回答数（複数回答）	回答率
納豆（水戸納豆）	167	51.5%
「水戸黄門」（徳川光圀公）	117	36.2%
梅	60	18.5%
偕楽園	29	9.0%
・・・		
回答者総数	324	

震災前と比べ，観光客は観光の場としての水戸市の印象は，「変わらない」と考えられており風評被害の影響は少なくなっています。「水戸」＝「納豆」の印象が強く，「雑誌・ガイドブック」，「インターネット」等観光情報の整備により，水戸市への観光経験がない層へのアプローチを進め，観光客数を増加していくことが求められます。

2 観光パンフレット等請求者対象調査

①目的

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。

②調査期間

2013（平成 25）年 9 月 2 日～9 月 20 日

③調査対象者

2008（平成 20）年 4 月以降に，水戸市観光課に観光パンフレット等の観光資料を請求された方

④調査方法

対象者への郵送配布，及び添付した返信用封筒による郵送回収

観光パンフレット等請求者に対するアンケート調査によると，水戸市から取り寄せたパンフレット・マップ等の観光資料の利用状況は「実際の訪問時行動の参考とした」が最も多く 77%，次いで「他の地域との比較参考になった」が 7%，「訪問のきっかけとなった」が 5%となって

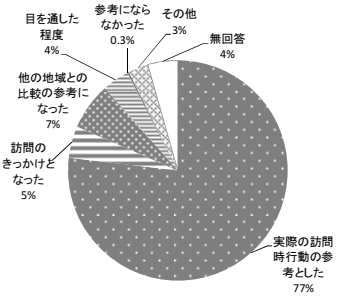
います。パンフレット・マップ等の観光資料に盛り込んでもらいたい要素としては,「おすすめルート」との回答が最も多く 69.2%で，次いで「飲食ガイドマップ」40.1%,「お土産ガイド」27.1%となっています。

1 人当たりの平均費用は,「交通費」13,572 円,「宿泊費」17,733 円,「土産代」6,513 円,「食事代」5,304 円,「入場料」2,169 円,「その他小遣い等」10,044 円,「パック旅行代金」38,066 円です。

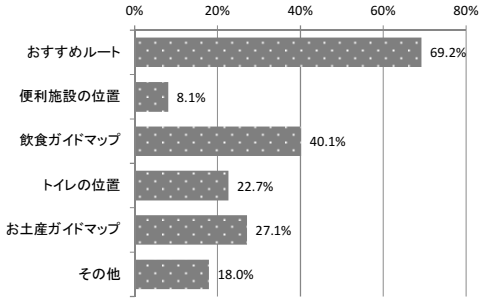
今後の観光資源の向上のために必要だと思うことについては,「歴史的な街並みづくり」,「わかりやすい案内地図・標識」との回答が 5 割を超えています。

水戸市内の観光資源については,「偕楽園」が「訪れたことがある」が 8 割となっており,「知っている」を加えると 9 割以上です。また,「納豆」を「触れたことがある」との回答が 4 割を超え,「知っている」を加えると 8 割近くになっています。

図－㉒【観光資料の利用状況】



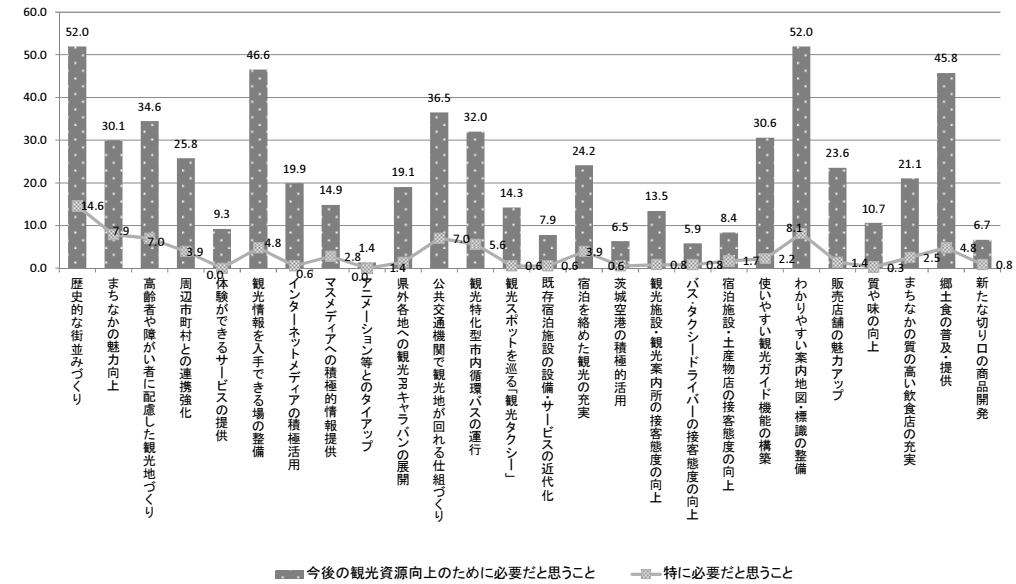
図－㉓【観光パンフレットに盛り込んでもらいたい要素】



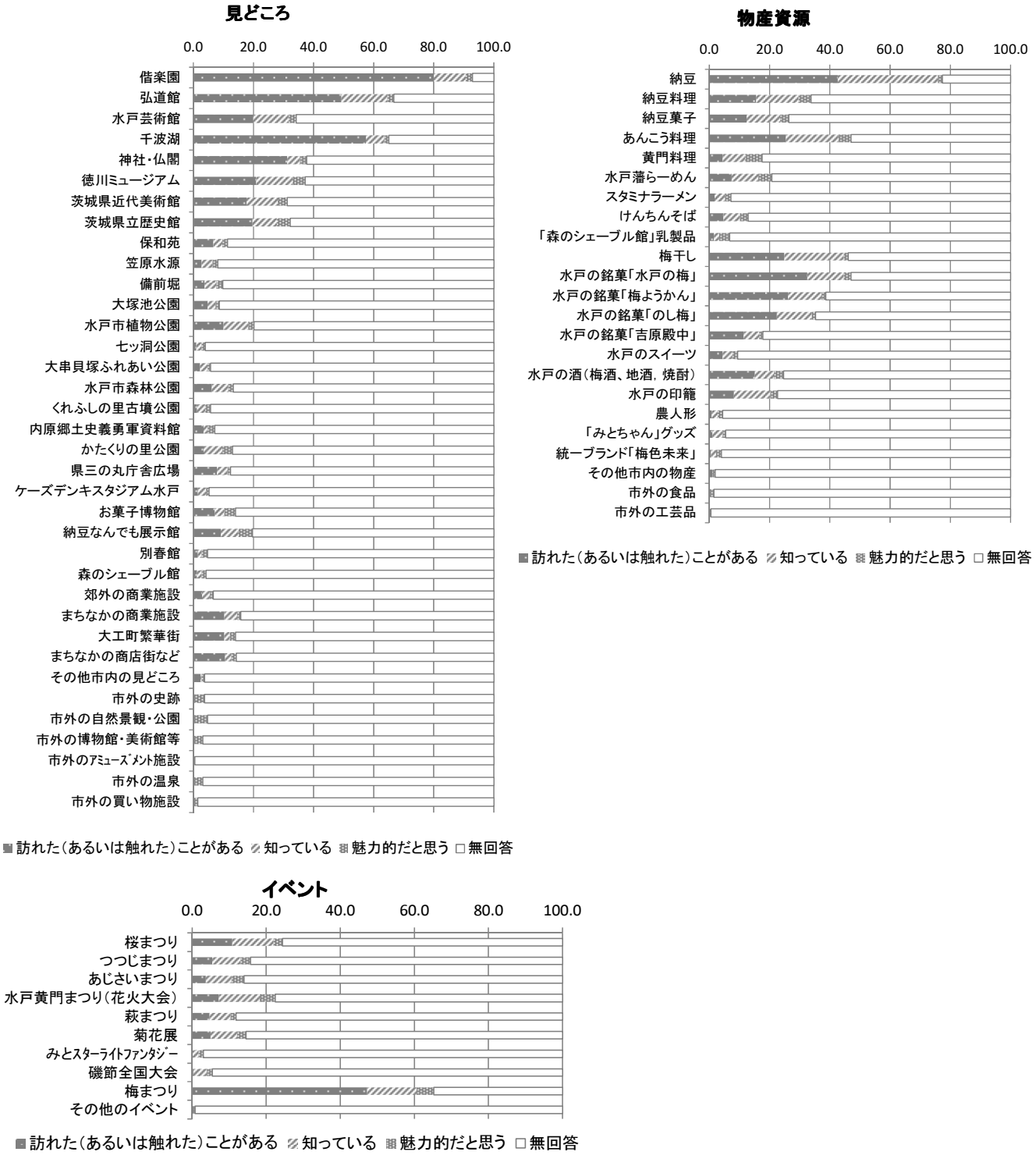
表－⑪【1人あたりの平均費用】

	平均額(0を除く)	最高額	最低額(0を除く)
交通費	13,572円	100,000円	500円
宿泊費	17,733円	200,000円	1,100円
土産代	6,513円	50,000円	500円
食事代	5,304円	30,000円	800円
入場料	2,169円	12,000円	190円
その他小遣い等	10,044円	50,000円	1,000円
パック旅行代金	38,066円	210,000円	3,300円

図－㉔【観光資源の向上のために必要だと思うこと】



図－㉘【観光資源】



観光資料として「観光パンフレット」は活用されており，「おすすめルート」，「飲食ガイドマップ」，「お土産ガイド」等情報を盛り込むことで，新規観光客を呼び込む手段として活用できます。観光資源向上のためには「歴史的な街並みづくり」の他，「わかりやすい案内地図・標識」の整備が求められています。

第4　水戸市観光産業振興会議からの意見

水戸市観光産業振興会議では，水戸市の観光産業の振興と「水戸市観光基本計画」への反映を目的に，各部会の開催に合わせ「観光ワークショップ」を 2 回実施しました。「観光ワークショップ」で出された主な意見は以下の通りです。

1　第1回観光ワークショップ（平成 25 年8月6日（火）～9日（金）開催）

（主な協議事項）

①「水戸市観光基本計画」策定の考え方・進め方について

②今後の取り組み・課題について

ア　認知度向上，周遊観光促進，都市観光の魅力向上

・水戸市だけでなく，近隣の市町村との連携も大事である（物産・飲食部会）

・土日だけでも市内を巡るバスを無料運行してはどうか。（広報・宣伝部会）

・観光案内ルートを観光パンフレットにも記載してはどうか。（観光資源活用・創出部会）

・歴史を学びながら歩くウォーキング大会を行い好評だった。歴史と絡めたプランで人を引き寄せることができるのではないか。（広報・宣伝部会）

イ　新規観光客・リピーターの確保，通年型観光への取組

・水戸で宿泊をしてほしい。全国大会などを水戸に誘致し，観光に繋げることも必要。（観光資源活用・創出部会）

・物産館が必要。（観光資源活用・創出部会）

・動物園があれば人が集まると思う。また，千波湖の白鳥を大事にしていってほしい。（観光資源活用・創出部会）

ウ　情報発信，おもてなしの心の醸成

・メディアに訴えるようなしかけを取り入れたい。（広報・宣伝部会）

・水戸の偉人を水戸市民が認識していないことも問題である。（観光資源活用・創出部会）

・おもてなしの教育を学校教育で行ってほしい。できれば保育園や幼稚園のうちからおもてなし精神（礼儀作法）を培って，親も引っ張っていってほしい。（ホスピタリティー部会）

・黄門まつりの踊りに，一般客が飛び入り参加できる企画があるが，PR 不足を感じる。（交通・宿泊部会）

・人とのふれあいが大事だと思う。飲食できるスペース等で人とのふれあいが生まれると思うが，水戸にはそういったふれあいの場がない。（交通・宿泊部会）

・市内には観光客が利用できる駐車場が不足している。（観光資源活用・創出部会）

エ　その他

・観光だけではなく，農業や，商業，工業なども伸ばす観光計画を策定し，地場産業を活気づけてほしい。（物産・飲食部会）

・水戸はいいものがありすぎて絞りきれておらず，表現することも下手である。（広報・宣伝部会）

・JR でも着地型観光に力を入れている。観光 PR に関して声をかけて頂ければ，ご案内や

ご紹介も出来るので，活用していただきたい。また，市民の皆様からも観光に関する情報を教えていただきたい。（観光資源活用・創出部会）

近隣市町村とも連携した観光ルートの設定等による周遊観光の促進が求められています。また，郷土教育やおもてなし教育を推進し，市民自らが，郷土の魅力を積極的にＰＲし，観光客をもてなす土壌を築いていくことが必要です。

2 第2回観光ワークショップ（平成 25 年 11 月 19 日（火）～21 日（木）開催）

（主な協議事項）

①アンケート調査結果の概要について
②水戸市新観光基本計画（平成 17～26 年度）の進捗状況について
③観光事業者が単独または市と協働で行う事業について
④今後の観光振興に向けたコンセプトについて
⑤その他

ア　認知度向上，周遊観光促進，都市観光の魅力向上

・知名度の高い梅まつりに魅力がないというのはもったいない。梅まつりにツアーや歴史を学べるようなコンテンツを組合せるなどすれば，満足度も上がるのではないか。（ホスピタリティー部会）
・千波湖をもっと活用してほしい。（花を植えて季節感を出す，カフェの活用，一周できるように整備など。）（交通・宿泊部会）
・七ツ洞公園をもっと大きく展開すれば，新たな観光資源として盛り上がるのではないか。（観光資源活用・創出部会）
・保和苑のあじさいの種類が少ないとあるが，実際は 63 種類もある。→PR が上手くいっていない。（観光資源活用・創出部会）
・バスの一日乗車券はあるが，認知度が低い。公と民間の垣根を取ってパンフレットに取り上げるなどしていただきたい。（交通・宿泊部会）
・周遊バスを走らせてほしい。（広報・宣伝部会）
・笠間や大洗とのネットワークを強化しなければ，通年集客には繋がらない。（物産・飲食部会）
・月替りなどでコースを決めて，水戸からバスを出すといいのではないか。あじさいの時期，紅葉の季節などのシーズンバスもいいと思う。（観光資源活用・創出部会）
・偕楽園独自で，付近の観光施設 3 館を巡る歴史的な企画を考えている。市内全体でもそういったものがあるといいのではないか。（広報・宣伝部会）
・ 今回のアンケートの結果で水戸はどう評価されていると感じたか。プロの視点が知りたい。→水戸のイメージは非常に固定されている。歴史的な街並みを打ち出していく整備が必要。いばらき三遊記の持続も考慮。（交通・宿泊部会）

イ　新規観光客・リピーターの確保，通年型観光

・子どもを対象にし，日時を決めて集めるのではなく，立ち寄った人がフリーで参加できるようなイベント（スタンプラリーなど）を行うと良いと思う。（観光資源活用・創出部会）

・ルートがあるなら，市民に参加してもらい評価を聞けるようなウォーキング等のイベントを開催してはどうか。（交通・宿泊部会）
・若者を呼びこむためにも，新しい地域のイベントを早め早めに取り入れる必要がある。
→最近のトレンドではアニメからの展開，また水戸の場合は歴史的文化があるので，歴女を呼びこむという手もあると思う。（物産・飲食部会）
・スポーツの観点からも観光を考えて欲しい。レンタサイクルよりもっと上のスポーツとしての自転車を楽しむ人が多い。水戸はランナーにとっては走る魅力が無いところと思われている。（交通・宿泊部会）
・レンタサイクルがあればいいと思う。自転車を利用することも含めてまちづくりを考えれば，駐車場の問題の解決にも繋がると思う。（広報・宣伝部会）
・宇都宮に餃子の店が多いように，水戸にも納豆料理を扱ったお店を出すべき。また，そういった店で団体客を受け入れることも必要。（物産・飲食部会）
・一つ一つを掘り下げて行くことが必要。北海道じゃがポックルのように，納豆製品や水戸藩らーめん等を，水戸でしか食べられないものとして提供して欲しい。（交通・宿泊部会）
・県外の方は水戸に来たら，わらづと納豆というのが意識的にあり，買える場所にもやり方は色々あると思うので，納豆をどう生かすかが大事だと思う。（交通・宿泊部会）
・料理の先生などとコラボレーションして，納豆を使った違った製品をつくってみてはどうか。（交通・宿泊部会）
・水戸に来て「納豆にはこういう食べ方があるんだ！」というようなことを伝えることも良いと思う。（例：洋がらしでは無くわさびを和えても美味しい。）（交通・宿泊部会）
・偕楽園の観光客向けに土産屋を増やした方がいい。（広報・宣伝部会）
・土産屋のプロジェクトを考えて，新商品の開発をしてはどうか。パプリカが今水戸で一番出荷されており美容にも良い。そこに焦点を当てた商品開発もいいと思う。（観光資源活用・創出部会）
・偕楽園が通年型の観光になっていないというのは問題だと思う。（物産・飲食部会）

ウ　情報発信，おもてなしの心の醸成

・私達が水戸を知らなすぎる。知らなくてはならない。（交通・宿泊部会）
・市民もそれぞれに活動を行っているようなので，これを一度集約してみてはどうか。（交通・宿泊部会）
・外国の方にも分かり易いよう，英語や易しい日本語を用いた案内が欲しい。（ホスピタリティー部会）
・外国の方にも分かり易いよう，バス乗り場の番号での案内を取り入れて欲しい。（ホスピタリティー部会）
・傷んできている観光案内板を早めに直してほしい。（広報・宣伝部会）
・集客するにはあじさいだけでなく，休憩場所と食べ物が必要。（観光資源活用・創出部会）
・宿泊施設と言ったら大部屋というのではなく，1 人 1 部屋で泊まれるようなホテルで大浴場がついているようなタイプのものもあるといいと思う。あるいは，宿泊者にインセンティブがつけば宿泊客が増えるのではないか。（交通・宿泊部会）

エ　その他

・1 つの課だけではなく他の課とも協力して観光振興を進めることは出来ないか。（交通・宿

泊部会）

・水戸市の一人あたりのチョコレート消費量が日本一ということで，現在チョコレートの新たな商品開発を進めている。水戸市でも PR，支援をお願いしたい。（物産・飲食部会）

イベントの開催・新商品の開発を通じて観光資源の魅力を向上し，新規観光客やリピーターの確保，通年型観光の実現を図るほか，観光施設間の連携により周遊観光を促進し，宿泊滞在型観光の実現を図る必要があります。また，宿泊施設，休憩施設，観光案内等の観光客の受け入れ態勢の整備が求められています。

第5 課題

観光を取り巻く社会情勢や各種調査の結果，本市の観光の現状・課題を以下の通りにまとめました。

1 観光地としての魅力の向上

「偕楽園」，「梅まつり」，「納豆」の認知度は高いものの，その他の認知度はおしなべて低く回遊も少ないことから，それぞれの観光スポットの魅力を高め，吸引力を強化していくことが必要です。観光客からすると，水戸は広域周遊観光の１つの通過点となっている傾向が強く，広域観光における水戸の中心性が弱体化していると考えられます。

また，県外客の水戸のイメージとして期待の高い「歴史的な街並みづくり」や「偕楽園・千波湖を中心とした美しい景観づくり」などが必要です。

加えて，観光客の半数以上を占める県内客を飽きさせない，都市観光（都市の有する歴史的，文化的遺産を生かした観光に加え，文化・アミューズメントなど現代都市としての機能の魅力を含めた観光都市の概念）の魅力を高めていくことも必要と考えられます。

＜具体的な課題＞

■既存観光資源の魅力向上

⇒偕楽園をはじめとする水戸の既存観光資源の魅力をさらに向上させ，吸引力を高めていくことが課題です。また，老朽化した施設や認知度の低い観光資源の活用ならびに再生を図っていくことが課題となっています。

■体験型観光の充実

⇒梅まつりへのバス観光は典型的な発地型観光ですが，今後は着地型の観光プログラム（まち歩きや自然体験など，地元側で企画するプログラム）の充実を図っていくことが課題です。

■新たな観光資源の創出

⇒これまで水戸ではあまり注目されてこなかった観光資源の発掘や新たな視点による地域資源の活用等により，新たな魅力を創出していくことが課題です。

■国際観光の推進

⇒国の政策と連動し，インバウンド（訪日外国人旅行客誘致）を意識した取り組みの充実を図ることが必要です。

■観光産業の振興

⇒観光産業を水戸市の次代を担う都市型産業として振興を図り，持続的な発展を目指すことが必要です。

2 リピーターの確保と周遊型･通年型観光の強化

「偕楽園」「梅まつり」「納豆」については，魅力ある観光資源として認識されていますが，一方で，近年の観光ニーズの変化に的確に対応しつつ，絶えず新しい観光客とリピーターを確保していくことが求められます。

また，水戸を起点とした市内周遊観光，広域周遊観光のメニューを増やすとともに，偕楽園からの周遊観光を促進する「コンテンツのパッケージ化」によって，宿泊客を呼び込む必要があります。加えて，観梅のみに依存しない，通年型観光への取組みが必要です。

＜具体的な課題＞

■戦略的なイベント開催

⇒既存イベントの魅力向上により集客力をアップさせるとともに，一年を通じて観光客を集められるよう，様々なテーマのイベントを開催していくことが課題です。

■コンベンションの誘致

⇒周辺地域も含めた観光資源や水戸に集積している都市機能を生かしつつ，観光消費額の多いMICE（Meeting，Incentive Travel，Convention，Exhibition/Event）の誘致を図ることが求められます。

■観光地の回遊性向上

⇒市内の観光スポットをつなぎ，観光客の賑わいを点から面へ広げていくことが課題です。

■広域的な観光連携の推進

⇒周辺市町村との連携を強化し，優れた特色ある観光資源の組み合わせにより，広域圏全体の観光客の増加を図るとともに，季節を問わず集客・回遊できる仕組みづくりが課題となっています。

3 市民の意識醸成と情報発信力の強化

水戸市全体として「観光客を迎える・来ていただく・観ていただく」という心，すなわちホスピタリティー（もてなしの心）が不足していると考えられます。水戸市民が自らの街に対する教養を深め，それを日々の暮らしに取り込み，水戸を満喫することで，市民参加型の観光振興を進めていくことが重要です。

特に今後期待されているインバウンド（訪日外国人旅行客誘致）振興のためには，行政はもちろん，市民レベルでの情報発信やおもてなしの心が求められます。

＜具体的な課題＞

■おもてなし力の向上

⇒観光事業者はもちろん，市民一人ひとりが郷土に対する理解を深め，来訪者を温かく迎える意識の醸成が課題となっています。

■効果的な情報発信

⇒多様なメディアを活用した情報発信と，来訪者にわかりやすい情報提供が求められています。

■官民による推進体制の強化

⇒市民参加による魅力あるまちづくりが観光振興につながることから，市民参加型の観光振興推進体制を構築していくことが必要です。

第3章　計画の基本的方向

第1　計画の基本的姿勢

市民，事業者，行政等の協働のもと，水戸の歴史・文化の魅力向上により，多くの人が訪れるまちを目指すとともに，訪れる度に新たな発見や感動に出会えるまちに向けた戦略的な観光振興やＰＲ活動等により交流人口を増やし，経済の活性化等を目指します。

観光振興の戦略的な取り組みを行っていくため，施策の重点化（先導プロジェクト）を図った計画策定を進めるものとします。

第2　目指す将来イメージ

水戸市の観光が目指す将来イメージを次のように定めます。

おもてなしと歴史・文化・自然によって
新たな感動に出会えるまち　水戸

水戸市は，偕楽園や弘道館など水戸徳川家ゆかりの歴史，伝統芸能や水戸芸術館から発信される芸術文化，中心市街地に隣接する都市公園としては世界第 2 位の面積を誇る偕楽園公園をはじめとする多くの自然など，個性豊かな魅力を有しており，これらをさらに磨き上げ，活用することにより，観光客を惹きつける観光都市を目指します。

そして，市民一人ひとりが，ふるさと水戸に対する愛情を深め，おもてなしの心で観光客をお迎えすることで，多くの観光客に来訪いただける観光都市を目指します。

第3　目標値の設定

基本計画の目標年次（2023（平成 35）年）における目標値を次のように設定します。

【観光交流人口】

観光交流人口年間 450 万人（2023（平成 35）年）

（参考）

【第6次水戸市総合計画　基本計画「2-2-1 戦略的観光の振興」より】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
観光交流人口（年間入込観光客数）	3,144,400 人 （2012 年）	4,500,000 人 （2023 年）
観光の振興施策に満足している市民の割合（市民１万人アンケート）	15.5%	30%
新たな土産品の開発品数（累計）	―	20 品

【第6次水戸市総合計画　基本計画「魅のまちづくり重点プロジェクト」より】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2018（平成 30）年度）
観光交流人口（年間入込観光客数）	3,144,400 人 （2012 年）	4,000,000 人 （2018 年）
水戸市内の宿泊客数（宿泊旅行統計調査）	451,616 人 （2012 年）	600,000 人 （2018 年）
新たな土産品の開発品数（累計）	―	10 品

第4　基本戦略

第２章第５の本市の観光の３つの取り組むべき課題から，それぞれの課題に対応する施策の基本的方向を抽出しました。これらの施策の基本的方向に向けて，「訪れてみたいと思える観光まちづくり」「巡りたいと思える観光まちづくり」「伝えたいと思える観光まちづくり」の３つの基本戦略を設定します。

≪取り組むべき課題とそれに対応する施策の基本的方向から設定する３つの基本戦略≫

取り組むべき課題	施策の基本的方向
１ 観光地としての魅力向上	歴史（街並み・文化的遺産）を活用した周遊観光の仕組みづくり
	都市観光の魅力向上
２ リピーターの確保と周遊型・通年型観光の強化	新たな市内・広域周遊観光メニューによる滞在型観光（宿泊客）の増加
	観梅に依存しない通年観光への取組
３ 市民の意識醸成と情報発信力の強化	市民自らが水戸を学び，誇りを醸成
	市民レベルでの情報発信の強化

３つの基本戦略

1
訪れてみたいと思える観光まちづくり

2
巡りたいと思える観光まちづくり

3
伝えたいと思える観光まちづくり

３つの基本戦略では，将来イメージを踏まえ，その将来イメージを実現させるため，３つの基本戦略を連動させることで観光客を増加させていくことを目指します。

1　訪れてみたいと思える観光まちづくり（観光資源の魅力向上）

・水戸の歴史の象徴である弘道館をはじめ，中心市街地に隣接する都市公園面積日本一である偕楽園公園，世界に誇る水戸芸術館など，水戸の歴史・文化・自然を体験できる観光資源の魅力向上により，多くの人が訪れたいと思える観光まちづくりを推進します。

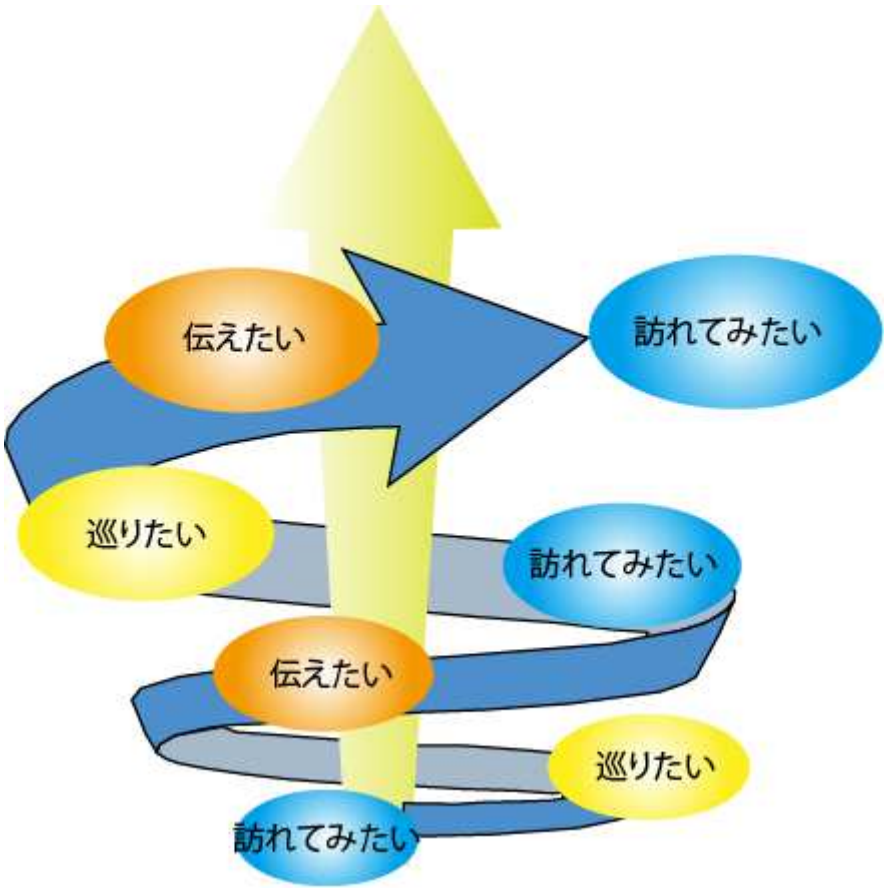
2　巡りたいと思える観光まちづくり（観光連携力の強化）

・豊富な観光資源を組み合わせ，回遊できるようにすることで，訪れるたびに新たな発見や感動に出会えるまちを目指します。また，広域観光の推進や戦略的なイベント展開により，通年型観光を目指し，水戸周辺に訪れた観光客が複数の場所を巡ってみたいと思える観光まちづくりを推進します。

3　伝えたいと思える観光まちづくり（情報発信力の強化）

・市民自らが水戸の価値を知り，誇りを持って地域内外に伝えたくなるようなまちを目指します。官民による内外に向けた効果的な情報発信により，市民や訪れた人が水戸の魅力を感じ，愛着を持って，自ら伝えたいと思える観光まちづくりを推進します。

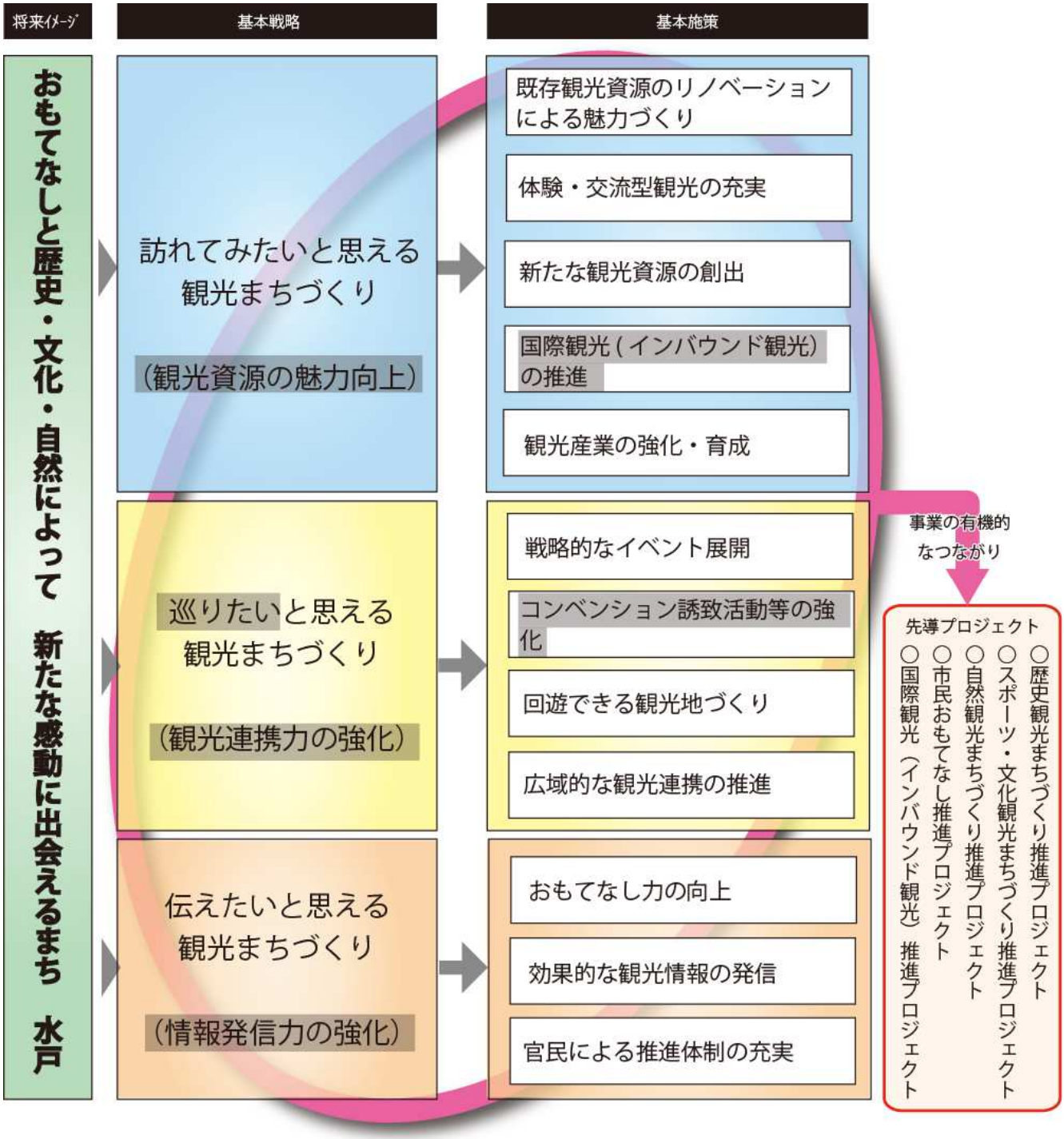
【観光客が観光客を呼ぶ拡大スパイラルのイメージ】



第５　施策の体系

将来イメージと３つの基本戦略に基づき，次の通り，12 の基本施策を展開します。
これらの基本施策に基づき，各種事業および（※）先導プロジェクトを展開します。

【施策の体系】



第4章　施策の展開

第1　訪れてみたいと思える観光まちづくり（観光資源の魅力向上）

1　既存観光資源のリノベーションによる魅力づくり

【現状と課題】

水戸徳川家ゆかりの地である本市は，国内最大規模の藩校である弘道館や日本三公園の一つである偕楽園，ロマンチックゾーンを形成している保和苑，下市地区を流れる備前堀など，水戸徳川家ゆかりの史跡や文化財が数多く存在しています。また，中心市街地に隣接する都市公園として世界第 2 位の面積を誇る偕楽園公園をはじめ，その自然環境を生かした英国式庭園の七ツ洞公園，自然美と人工美の調和した景観が大きな特徴である植物公園など，豊かな公園・緑地資源を有しています。

さらに，水戸から世界へ芸術文化の創造と発信を行う水戸芸術館をはじめ，県立近代美術館など，さまざまな文化施設が充実しています。

これらの貴重な資源の価値を見直し，最大限活用した観光施策を推進していくことが求められています。

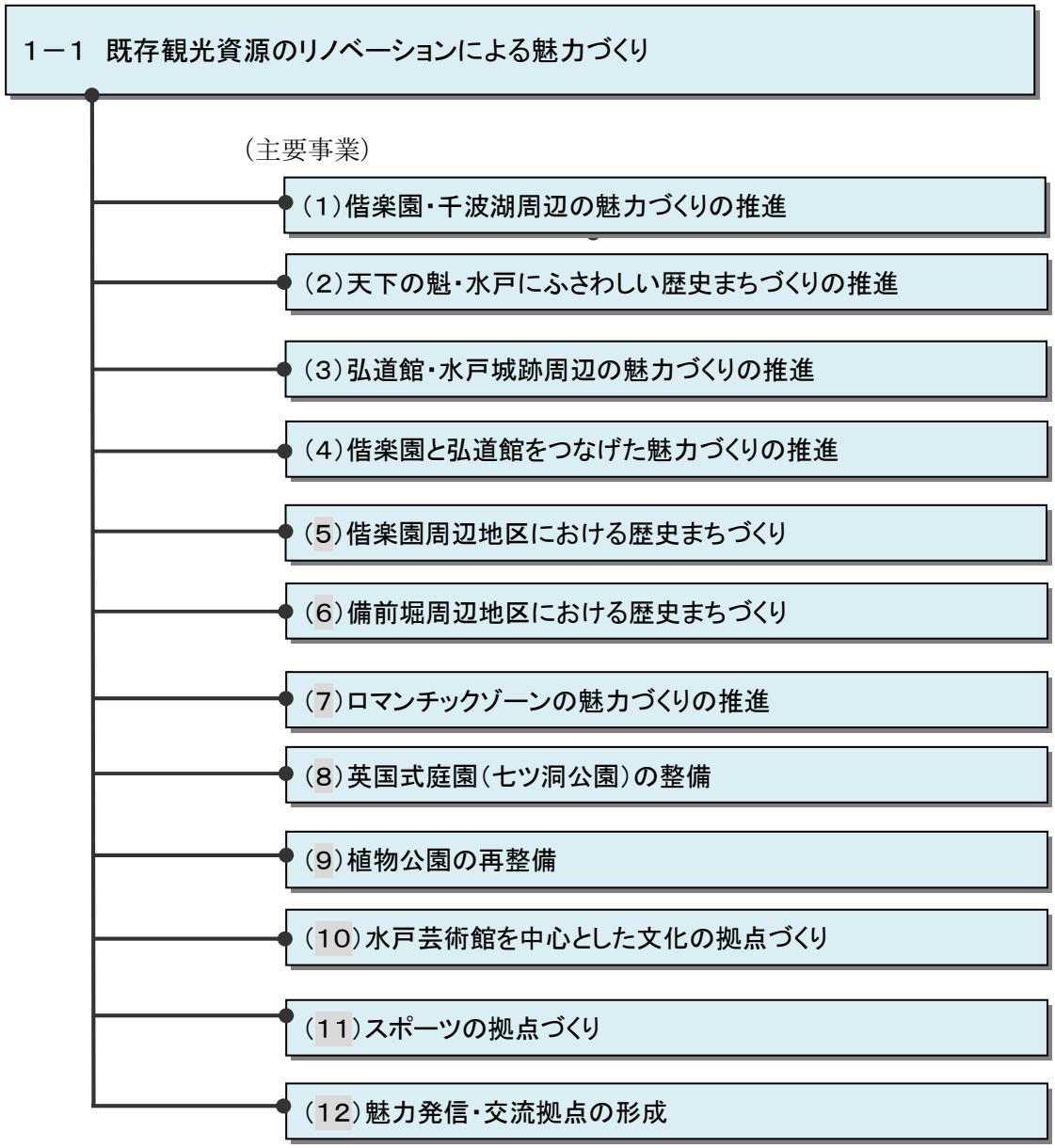
【基本的方向性】

豊富な歴史的資源や千波湖，備前堀に代表される親水空間，豊かな自然や文化などの観光資源について，さらなる魅力づくりを進めるとともに，その周辺の景観整備により，「天下の魁・水戸」にふさわしい風格ある観光の拠点づくりを進めます。

弘道館

千波湖の大噴水

【施策体系】


１－１　既存観光資源のリノベーションによる魅力づくり
（主要事業）
（1）偕楽園・千波湖周辺の魅力づくりの推進
（2）天下の魁・水戸にふさわしい歴史まちづくりの推進
（3）弘道館・水戸城跡周辺の魅力づくりの推進
（4）偕楽園と弘道館をつなげた魅力づくりの推進
（5）偕楽園周辺地区における歴史まちづくり
（6）備前堀周辺地区における歴史まちづくり
（7）ロマンチックゾーンの魅力づくりの推進
（8）英国式庭園（七ツ洞公園）の整備
（9）植物公園の再整備
（10）水戸芸術館を中心とした文化の拠点づくり
（11）スポーツの拠点づくり
（12）魅力発信・交流拠点の形成

(1)偕楽園・千波湖周辺の魅力づくりの推進

日本三公園の一つである偕楽園と隣接する千波湖や緑地帯を含めた偕楽園公園は，中心市街地に隣接する都市公園としてはニューヨークのセントラル・パークに次ぐ「世界第 2 位」の面積を有しており，水戸市が誇る市民公園であり，極めて重要な観光資源です。

しかしながら，これまでは来訪者を迎える観光地としての魅力を磨いていく部分が不足していたと考えられます。

今後は，偕楽園公園の更なる魅力向上を図るために，新たなイベントの開催の検討，公園管理への民間事業（パークマネジメント）導入の仕組みづくりの検討，整備基本計画の策定を行い，ジョギングロードの改修，遊具の改築，水際園路等の整備，バリアフリー対応を進めます。また，水戸市景観計画に基づき，観光客が素晴らしいと感じられる景観形成を図るとともに，県外からの観光客や外国人観光客向けの親切でわかりやすい案内の充実に努めます。

千波湖

また，周辺の民間施設も含めた魅力的な休憩施設等の充実を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・新たなイベントの開催の検討 ・公園管理への民間事業（パークマネジメント）導入の仕組みづくりの検討 ・偕楽園公園（千波公園等）整備基本計画の策定 ・魅力ある景観の形成 ・県外・外国人観光客への親切でわかりやすい案内	市，関係機関，市民
■ハード事業 ・千波公園西の谷等の拡大整備，ジョギングロード改修，遊具改築，水際園路等の整備 ・バリアフリー対応 ・休憩施設等の充実	市，関係機関

(2)天下の魁・水戸にふさわしい歴史まちづくりの推進

本市では戦災等により多くの歴史的な建造物や街並が失われたものの，関東でも有数の城下町としての名残があり，歴史と伝統を反映した人々の活動が営まれているなど，水戸らしい風情，情緒，ただずまいを醸し出しています。こうした環境を後世に引き継いでいくため，先見性，実践性，国家的視野を特徴とする水戸藩の学問，弘道館の天下の魁の精神に根付いた歴史まちづくりを推進します。

水戸にふさわしい歴史まちづくりのため，歴史的風致維持向上計画に基づく施策の推進や補助金交付事業等を推進し，偕楽園の梅林や梅まつりの風情，文武の伝統が息づく弘道館や水戸城跡周辺の風格ある景観，伝統ある祭礼などが繰り広げられる旧城下町やその周辺の町筋に代表される歴史的風致の維持向上を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・歴史的風致維持向上計画に基づく施策の推進	市

(3)弘道館・水戸城跡周辺の魅力づくりの推進

弘道館は日本最大規模の藩校であり，正門，正庁，至善堂は国の重要文化財となるなど，水戸の歴史の象徴といえる存在です。この弘道館の歴史的価値を再考し，弘道館にスポットをあてた「水戸藩歴史マップ」を作成し，「歴史のまち」としての水戸の魅力を発信します。

また，弘道館公園・水戸城跡周辺エリアでのライトアップの実施し，周辺エリアへの夜間の集客力の向上を図ることで，市内での宿泊客の増加を図るとともに，宿泊観光客の市内・近隣地域への回遊を促進します。

ハード的には，水戸城の復元（二の丸角櫓・塀の復元，大手門の復元）や義公（徳川光圀公）生誕の地の観光資源としての有効活用に向けた検討を行うことで，弘道館・水戸城跡周辺地区の魅力向上を図るとともに，歴史・観光ロード整備を整備し，他の観光施設との回遊性を高め，観光誘客を促進します。

また，かつての水戸市のシンボルであった水戸城についての市民の意識醸成を図るため，各種啓蒙活動を実施します。

弘道館

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・水戸藩歴史マップの作成 ・弘道館・水戸城跡周辺ライトアップの実施 ・水戸城についての意識醸成	市，市民
■ハード事業 ・二の丸角櫓・塀の復元 ・大手門の復元 ・歴史・観光ロード整備	市，関係機関

(4)偕楽園と弘道館をつなげた魅力づくりの推進

偕楽園は弘道館の修学の休養の場として造営され，「学問」と「休養」を一対とした教育施設であり，他にはみられない水戸の誇れる貴重な観光資源です。この歴史的な結びつきを再考するとともに，偕楽園と弘道館を一対としてとらえた，観光案内やイベントを実施することで，周辺地域の魅力向上を図ります。さらに，偕楽園・弘道館をわが国の教育を象徴する「近世の教育遺産」として世界遺産登録を目指し，「教育遺産世界遺産登録推進協議会」による広域的な連携活動を推進します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・偕楽園と弘道館を一対とした観光案内・イベントの実施 ・教育遺産の世界遺産登録に向けた取組の推進	市，関係機関，市民

(5)偕楽園周辺地区における歴史まちづくり

偕楽園とその周辺観光スポットとの回遊性を高めるために歴史・観光ロードの整備を行います。

また，偕楽園を訪れる観光客が主に利用する東門を起点とした散策ルートだけではなく，偕楽園表門を起点とした開園当初の本来の散策コースに誘導するための案内板の設置等を行い周辺地域の回遊性を高めます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・偕楽園表門を起点とした散策ルートへの誘導	市，関係機関
■ハード事業 ・歴史・観光ロード整備	市

(6)備前堀周辺地区における歴史まちづくり

「疏水百選」に選定されている「備前堀」とその周辺地区について，歴史的親水空間と調和した景観づくりを進めます。

また，歴史・観光ロードを整備し，下市地区の商店街や寺社等の周辺の歴史的資源との有機的な連携を生かし，観光スポットとしての魅力向上を図り，観光誘客を促進します。

備前掘

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・歴史・観光ロード整備	市

(7)ロマンチックゾーンの魅力づくりの推進

保和苑の再整備を行うことで，あじさいの名所としての魅力づくりを進めるとともに，保和苑周辺の桂岸寺，水戸八幡宮，常磐共有墓地，回天神社，さらに愛宕山古墳，万葉ゆかりの湧き水・曝井の「ロマンチックゾーン」周辺の道路などを一体的に整備することで，観光スポットとしての魅力向上を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・ロマンチックゾーン周辺道路の景観等整備 ・保和苑の再整備	市

(8)英国式庭園(七ツ洞公園)の整備

英国式の庭園（自然風景式庭園）である七ツ洞公園の魅力をさらに高めていくため，高度な園芸技術が必要な「秘密の花苑」等園内の管理をボランティア等の関係団体と連携して行います。

また，案内板の設置や手狭な駐車場を整備するなど，来場しやすい環境の整備を行うとともに，園内散策ルートの設定や歩行ルートの再整備を行い，園内の回遊性を高めます。

七ツ洞公園「秘密の花苑」

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・秘密の花苑等の再生 ・駐車場等の整備	市，関係団体

(9)植物公園の再整備

自然美と人工美の調和した景観が大きな特徴である植物公園の観賞大温室，熱帯果樹温室等の再整備を行うとともに，周辺施設と一体となったリニューアル整備を行うことで，魅力の向上を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・観賞大温室，熱帯果樹温室等の再整備 ・周辺施設と一体となったリニューアル整備	市，関係機関

(10)水戸芸術館を中心とした文化の拠点づくり

開館以来，音楽，演劇，美術の各分野において，国内外で活躍するアーティストの多彩な活動拠点としての役割を果たしてきた水戸芸術館を核とした芸術・文化のまちづくりを推進します。

中心市街地におけるライトアップ事業やまちなかアート事業の支援を行うとともに,「芸術のまち」をテーマとした誘客促進施策を実施します。

また，新たに建設される市民会館についても，水戸芸術館と一体となった文化拠点として整備していきます。

さらに，市立博物館の大規模改修，みと文化交流プラザの耐震改修などの周辺の文化施設の整備を水戸芸術館，新市民会館と連携して行うことで，文化の拠点づくりによる交流人口の増加を目指します。

水戸芸術館

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・中心市街地におけるライトアップ事業，まちなかアート事業の支援 ・「芸術のまち」をテーマとした誘客促進施策の実施	市，市芸術振興財団，関係機関，市民
■ハード事業 ・新たな市民会館の整備 ・市立博物館の大規模改修	市

(11)スポーツの拠点づくり

プロサッカーチーム「水戸ホーリーホック」のホームスタジアムである水戸市立競技場には，多くのサポーターやアウェイサポーターが来訪し，観光・集客施設としての側面もあります。今後，2019（平成 31）年の茨城国体，2020（平成 32）年の東京オリンピックなどのスポーツイベントを控え，本市においても，市立競技場をはじめ，青柳公園や総合運動公園などのスポーツ施設の充実を図るとともに，スポーツコンベンションの誘致を図ります。

市立競技場

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・スポーツコンベンションの誘致活動の推進	市
■ハード事業 ・市立競技場の機能強化整備 ・青柳公園のプール再整備 ・市民球場の再整備 ・新たな屋内公認プールの整備 ・体育施設の環境整備 ・体育施設の耐震化 ・新たな体育館整備に向けた検討	市

(12)魅力発信・交流拠点の形成

水戸の地域資源を「自然」，「歴史」，「文化」，「スポーツ」に区分し，各分野の魅力を再考するとともに，交流拠点づくりを推進します。また，その効果を相乗的に高めていくため，拠点の機能連携を図りながら，イベント等の複合的な開催に努めるとともに，歩いて楽しめる歴史・観光ロードの整備をはじめ，レンタサイクルの拡充や自転車走行空間の確保，さらには，市内周遊バスの運行など，拠点間の回遊性の高いネットワークづくりを進めます。また，県内外からの誘客に対応できる広域交通ネットワークの形成に努めます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・地域資源のネットワーク化 【自然系】 ・偕楽園・千波湖周辺地区（偕楽園, 千波公園, 千波湖） ・森林公園周辺地区（森林公園，少年自然の家） ・大塚池公園，大塚成就院池公園 ・植物公園周辺地区（植物公園，小吹清掃工場跡地） ・英国式庭園（七ツ洞公園） ・百樹園 ・新ごみ処理施設関連生活環境向上施設 【歴史・文化系】 ・弘道館・水戸城跡周辺地区（弘道館, 二の丸地区, 三の丸地区） ・備前堀周辺地区 ・保和苑周辺地区（ロマンチックゾーン） ・大串貝塚ふれあい公園 ・くれふしの里古墳公園 ・台渡里官衙遺跡群・吉田古墳 ・水戸芸術館周辺地区（水戸芸術館, 泉町１丁目北地区再開発） ・茨城県近代美術館・県民文化センター ・県立歴史館 【スポーツ系】 ・総合運動公園 ・市立競技場周辺地区（市立競技場，小吹水源池公園） ・市立サッカー・ラグビー場（ツインフィールド） ・青柳公園 ・常澄健康管理トレーニングセンター，常澄運動場 ・内原ヘルスパーク ・市民運動場 ・（仮称）東部公園 ・県営堀原運動公園 ・東町運動公園	市，関係機関

2 体験･交流型観光の充実

【現状と課題】

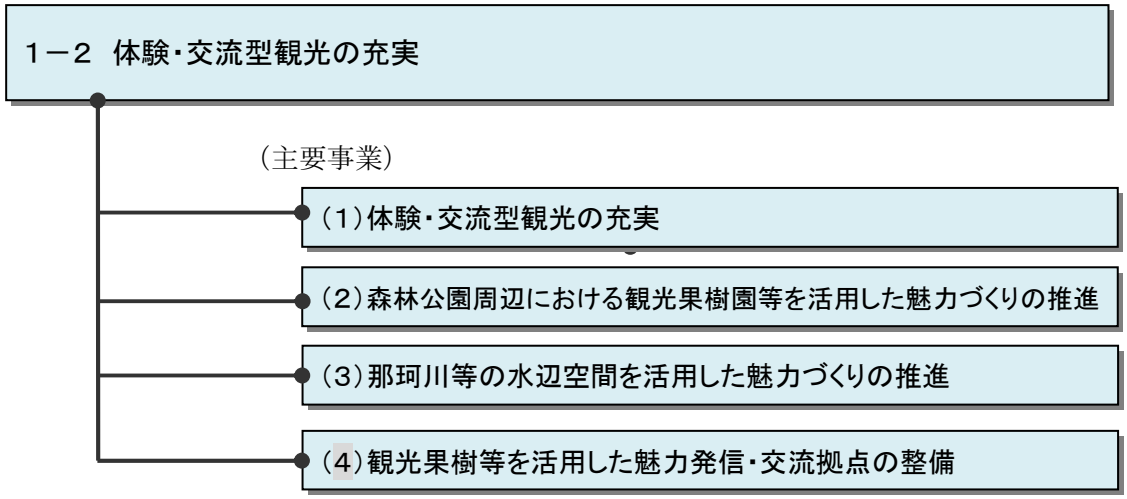
近年の観光において「体験型」は欠かせない要素になってきていますが，本市では体験メニューが十分でなく，ＰＲもあまりされていない状況です。今後は，本市の誇る歴史・文化資源に加えて，水や緑などの自然資源を生かした体験・交流型観光を推進し，本市観光のイメージを広げていくことが必要です。

【基本的方向性】

体験・交流型観光の充実を図るため，森林公園周辺での農業体験やものづくり体験イベントを開催するほか，農産物加工･販売施設の整備を推進し，交流拠点の形成に努めます。

また，水辺空間を生かしたフィッシングやボート，サイクリングなどの体験型観光の充実に努めます。

【施策体系】



（1）体験･交流型観光の充実

豊富な歴史・文化の観光資源を活用し，民間施設や老舗等とも連携して各種体験・交流型観光の充実を図ります。

また，着地型のまちあるきイベントなど，新たな体験イベントを創出することで，新たな観光客の呼び込みを図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・民間施設や老舗等との連携による体験・交流型観光の推進 ・着地型まちあるき事業の実施	市，事業者等，市民

(2)森林公園周辺における観光果樹園等を活用した魅力づくりの推進

本市が有する自然資源を生かし，観光果樹園等でのいちご，なし，ぶどう等の果実狩りや田畑を利用した農作物の植え付け,収穫体験などのエコツーリズムや森林公園周辺での自然観察会やネイチャーウォッチング,昆虫採取体験などのグリーンツーリズムの体験イベント･自然学習を促進するほか,魅力発信と交流拠点の整備を行い,観光誘客を図ります。

森林公園の恐竜広場

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・観光果樹園，田畑等の地域資源を生かした農業体験イベントの実施 ・森林公園の自然環境を生かしたイベント，自然学習の実施 ・ものづくり体験イベントの実施	市，市農業公社，市民
■ハード事業 ・森林公園の再整備	市

(3)那珂川等の水辺空間を活用した魅力づくりの推進

「水戸」の地名の由来ともなっている豊富な水資源を観光資源として活用します。毎年 7 月に開催される水戸市の伝統泳法である「水府流水術」の伝承を目的とした「那珂川遠泳大会」を継続・発展させるほか，関係機関と協力し，那珂川をはじめとした市内の河川でのボートなどマリンスポーツの普及を行なうことにより,観光資源としての魅力向上を図ります。

また，桜川，千波湖，那珂川等の水辺空間を生かしたサイクリングの普及に努めます。

さらに，千波湖フィッシングエリア等でのファミリーイベントやへら鮒釣り大会等新たな体験型・交流型イベントを開催し，家族連れや愛好者など新規観光客層の開拓を行います。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・「那珂川遠泳大会」の継続・発展（充実） ・那珂川等の河川を生かしたボートなどのマリンスポーツの普及 ・桜川，千波湖，那珂川等の水辺空間を生かしたサイクリングの普及 ・千波湖フィッシングエリア等でのファミリーイベント，へら鮒釣り大会等の実施	市，関係機関，市民，事業者

(4)観光果樹等を活用した魅力発信・交流拠点の整備

観光果樹等既存の資源を有効活用し，観光・交流拠点として魅力向上を図るため，農産物加工・販売施設の整備を行います。また，これを活用した着地型観光の促進を図ります。

森林公園内のチーズ工場

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・農産物加工・販売施設整備　１か所	市，関係機関

3 新たな観光資源の創出

【現状と課題】

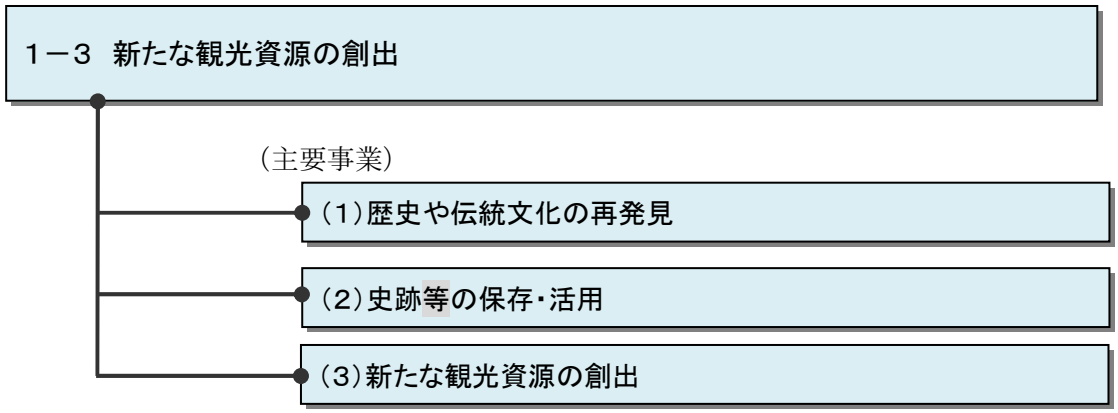
偕楽園や弘道館など，水戸徳川家ゆかりの多数の文化財を有し，水戸学は近代国家設立に影響を与えるなど，本市は数多くの有形・無形の歴史的資産を有しています。また，水戸黒や七面焼などの伝統工芸品は，専門家の間では評価が高いものの，一般にはよく知られていないのが現状です。

こうした価値を持つ貴重な地域資源をあらためて評価し，そこに新たな視点や組み合わせを取り入れることで，新たな観光資源として活用を図っていく必要があります。

【基本的方向性】

歴史や伝統文化の再評価や，地域固有の観光資源に新たな視点から焦点を当てることなどにより，新たな魅力を創出します。水戸黒，七面焼などの伝統技術の観光への活用，史跡の保存・活用などを通じて新たな観光資源の創出に努めます。

【施策体系】



（1）歴史や伝統文化の再発見

伝統工芸品である七面焼や水戸黒の普及・ＰＲのため，体験プログラムの実施を支援し，観光資源としての魅力向上を図ります。

また，水戸にゆかりのある親鸞聖人などの人的資源や神社仏閣などの歴史的建造物を再評価することにより，地域の魅力の再発見を行い，観光資源としての活用を図ります。

七面焼の出土品

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・七面焼の体験プログラム等の実施支援 ・水戸黒の普及・ＰＲ ・親鸞聖人などの人的資源の活用 ・神社仏閣などの歴史的建造物の活用	市，関係団体，市民

(2)史跡等の保存・活用

本市には，偕楽園・弘道館だけでなく，社寺や古墳，貝塚など貴重な史跡等が数多く残されています。これらの史跡を後世に残すため，保存・整備を進めるとともに，観光資源としての活用を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・吉田古墳（国指定史跡）の整備 ・台渡里官衙遺跡群（国指定史跡）の整備 ・文化遺産説明板等の設置	市，関係機関

(3)新たな観光資源の創出

地域固有の観光資源を従来の考えや資源単体でとらえるのではなく，そこに新たな視点や組み合わせを取り入れることで，新たな魅力を発見し，観光資源を創出することを目指します。

広域圏で取り組む茨城県北ジオパークなど，新たな観光資源の創出に向けた取組を進めます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・地域固有の観光資源を新たな視点や組み合わせで活用し新たな魅力を創出 ・茨城県北ジオパーク（水戸・千波湖ジオサイト）推進協議会を通じた誘客活動	市，関係機関，市民

4 国際観光（インバウンド観光）の推進

【現状と課題】

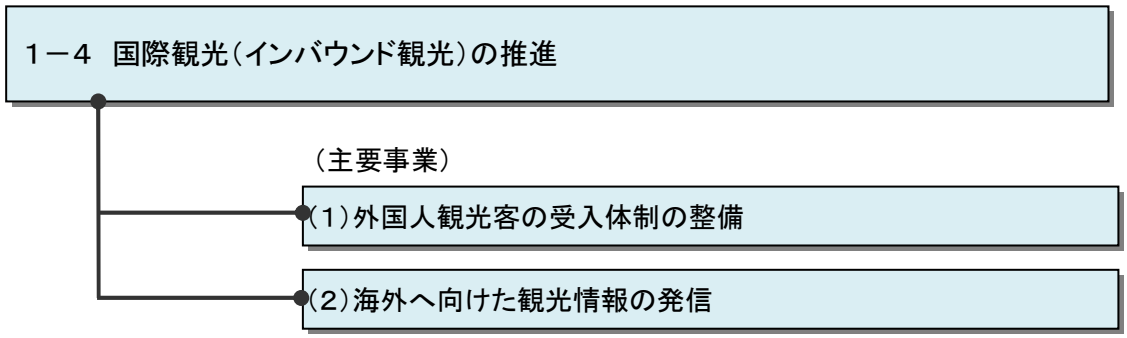
本市を含め，茨城県への外国人旅行者数は，2011（平成 23）年は東日本大震災の発生に伴う福島第一原子力発電所事故による風評被害により，茨城空港での一部路線が運休，減便された影響もあり，大幅に減少した後，2012（平成 24）年以降は 10 万人台に回復しました。しかし，2013（平成 25）年の訪日外国人旅行者数が，はじめて 1,000 万人の大台を超える結果となるなど，全国の伸び率と比較すると，低い水準にとどまっています。

外国人旅行者数の増加には海外に向けた戦略的なＰＲ活動を行なうとともに，茨城空港や北関東自動車道などの広域交通網の活用を視野に入れた広域的な回遊性の向上による観光客受入の仕組み作りが必要です。

【基本的方向性】

茨城空港等を活用し，東アジアなど，海外からの観光客を誘致する国際観光を推進するとともに，観光地や観光施設，情報媒体における外国語表記の充実を図るなど，外国人観光客の受入体制の整備を進めます。

【施策体系】



（1）外国人観光客の受入体制の整備

観光施設の案内板やパンレット等の外国語表記の促進や宿泊施設や飲食店，小売店，タクシーやバスなど観光関連事業者の外国人受け入れ体制の充実を図るとともに，他市町に先駆けて Wi-Fi 等の無線環境の整備を促進し，国際観光地としての魅力向上を図ります。

また，留学生などの外国人向けモニターツアーを実施し，外国人観光客のニーズ把握を行います。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・外国人にも対応できる観光ボランティアの育成 ・観光施設やパンフレット等の外国語表記の充実 ・宿泊，商業，交通関連事業者の外国人受入体制の充実 ・外国人（留学生）向けモニターツアーの実施	市，市観光協会，市国際交流協会，事業者
■ハード事業 ・観光施設の案内板の外国語表記の充実 ・観光施設等での Wi-Fi 等の無線環境の充実	市，事業者

(2)海外へ向けた観光情報の発信

外国語ホームページの充実，外国人を対象とした日本文化体験プログラムの開発，水戸黄門まつり等のイベントへの参加促進により，海外へ向けた情報発信を強化します。

また，国際親善都市（アメリカ・アナハイム市），友好交流都市（中国・重慶市），歴史上つながりのある都市などとの交流を通した観光誘客を進めるとともに，海外における観光プロモーションを実施し，海外からの観光客の呼び込みを図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・外国語ホームページの充実 ・外国人対象の日本文化体験プログラムの開発 ・「水戸黄門まつり」等への外国人の参加促進 ・国際親善都市（アメリカ・アナハイム市），友好交流都市（中国・重慶市），歴史上つながりのある都市等を通した観光誘客 ・海外における観光プロモーションの実施	市，市観光協会，市国際交流協会，事業者，関係機関，市民

5 観光産業の強化・育成

【現状と課題】

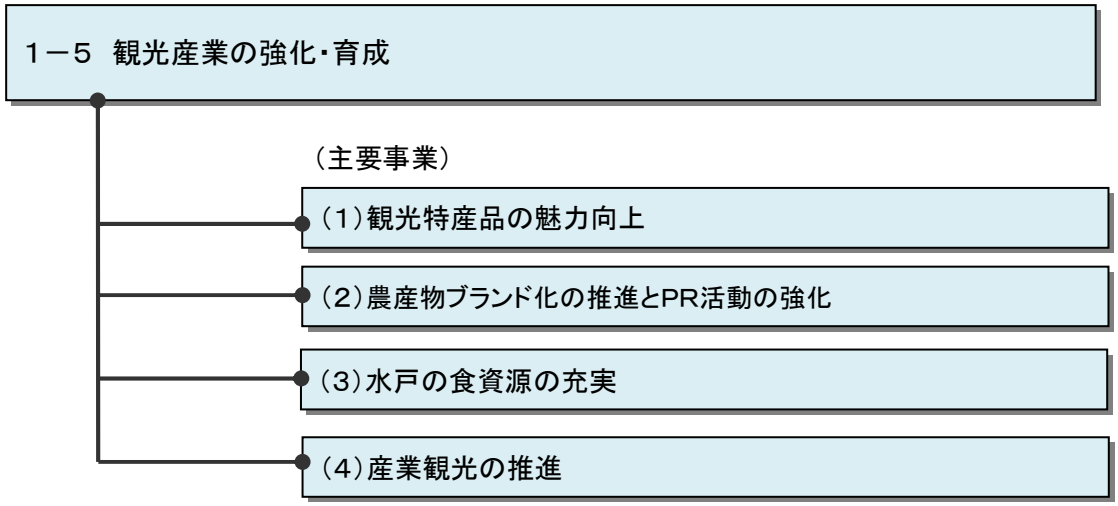
観梅時期に観光客が集中する水戸市においては，観光産業のすそ野の広がりに課題があります。観光産業は地域において大きな経済波及効果をもたらすとともに，雇用吸収力が高いと言われ，国内産業の中でも成長が見込まれる分野です。

本市においても，多岐にわたる観光関連業種を観光産業として捉え直し，観光産業の強化・育成に取り組んでいく必要があります。

【基本的方向性】

新たな土産品の開発や物産展の開催等による観光特産品の魅力向上や農産物のブランド化の推進を通して，今後の水戸市の基幹産業の一つとなるよう，観光産業の育成に取り組みます。

【施策体系】



（1）観光特産品の魅力向上

産・学・官連携による新たなアイデアの創出や既存資源の新たな組み合わせ，新たな視点での資源の魅力発掘等により，水戸の魅力を生かした新たな土産物やご当地グルメの創出に取り組みます。

また，物産展の開催や優良観光土産品登録制度の活用など，物産品の認知度向上に向けたＰＲ活動を行い，観光物産品の魅力向上を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・優良土産品登録制度の活用 ・新たな土産品の開発促進 ・物産展の開催	市，市観光協会，市民

(2)農産物ブランド化の推進とPR活動の強化

水戸産農産物の市場価値を高めていくため，水戸の梅産地づくり事業を進めるなど，関係機関と連携した農産物のブランド化を推進し，米をはじめとした農産物の付加価値向上の取組を支援します。

また，地域ブランド向上に向けたＰＲを強化し，販路拡大への取組を支援するほか，農産物の活用等による食のブランド化に向けた取組を進めます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・水戸の梅産地づくり事業 ・付加価値向上の推進 ・ＰＲ強化による販路拡大，マッチングの推進	市，営農集団等

(3)水戸の食資源の充実

納豆料理をはじめとした，黄門料理，水戸藩ラーメンなど，本市の特色ある食資源の充実を図るとともに，関係団体と連携し，「水戸」と通じる「ＭＩＴＯ（イタリア語で「伝説」の意)」という銘柄のイタリア産ワイン（以下，ＭＩＴＯワイン）等の本市とつながりのある食資源の活用や，新たなご当地グルメの開発を促進します。

水戸藩らーめん

また，「乾杯条例」の認知度向上を図り，地酒・梅酒等の普及・ＰＲを行うとともに，地産地消による地域活性化を目指します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・黄門料理，水戸藩らーめん，納豆料理，スイーツ，うなぎの蒲焼，MITO ワイン等の特色ある食資源の活用 ・乾杯条例と地酒・梅酒等の普及・ＰＲ ・新たなご当地グルメの開発促進	市，市観光協会，事業者，関係団体，市民

(4)産業観光の推進

子どもたちの修学旅行や総合的学習の一環として，また，一般の観光客が楽しめる産業観光を提供するために，関連事業者と連携し，産業遺産や工場見学等他に納豆や酒蔵，お菓子など，水戸独自の資源を生かした要素を取り入れ，他の地域には無い水戸ならではの産業観光メニューを提供するとともに，ガイドの充実により，産業観光の更なる魅力向上を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・納豆や酒蔵，お菓子など，水戸独自の産業観光メニューの充実	市，事業者等

第２　巡りたいと思える観光まちづくり（観光連携力の強化）

１　戦略的なイベント展開

【現状と課題】

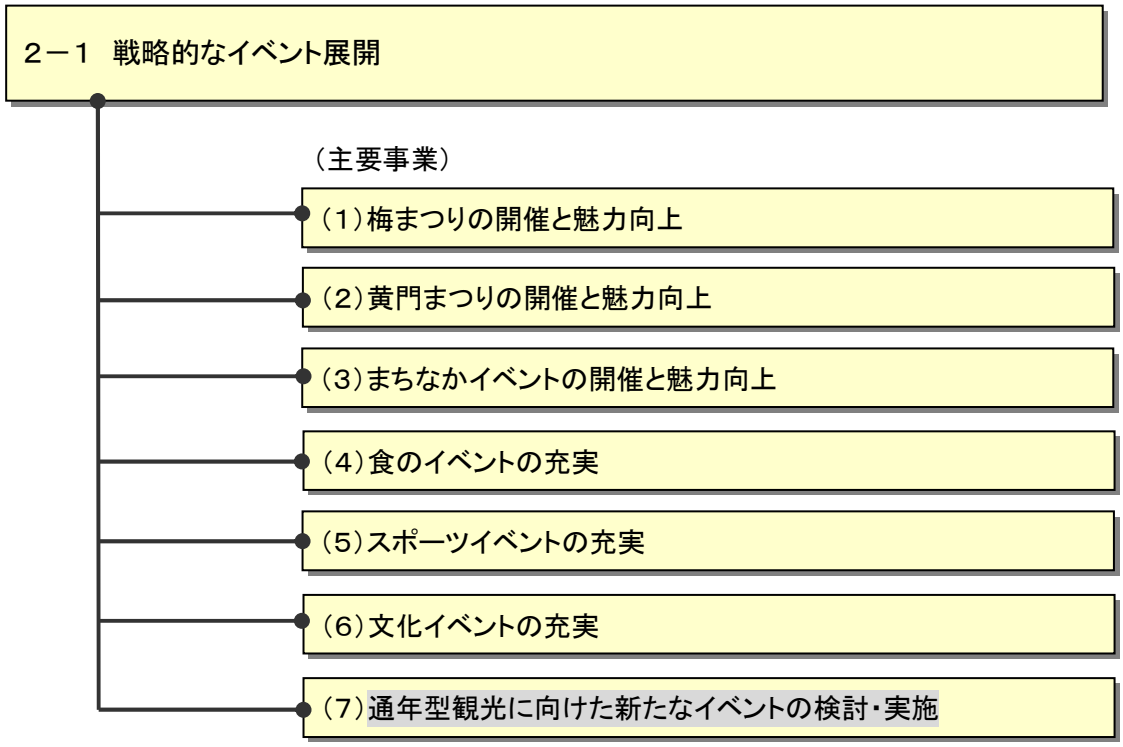
「水戸の梅まつり」は，本市を代表する観光イベントであり，毎年 2 月 20 日から 3 月 31 日まで開催され，期間中の日曜日は観梅デーとして，梅香の下で野点茶会や水戸の梅大使・水戸黄門一行との写真撮影サービス，太鼓演奏などが行われます。また，「水戸黄門まつり」は，本市最大の入込観光客数を誇るイベントで，毎年 8 月の第 1 金・土・日の３日間開催され，期間中には，千波湖で約 4,500 発以上の花火が打ち上げられ，山車巡行，神輿渡御，水戸黄門パレード，市民カーニバルなどのイベントが開催されます。

一方，梅まつり，黄門まつり以外のイベントの集客力はそれほど高くなく，閑散期における新たなイベントの開催等を通じて，通年で観光客を呼べる観光地づくりが求められています。

【基本的方向性】

梅まつりをはじめとする既存イベントの魅力向上に努めるとともに，一年を通して観光客を集められるよう，戦略的に各種イベントを展開します。

【施策体系】



(1)梅まつりの開催と魅力向上

水戸の観光のハイライトである梅まつりの魅力向上，観光誘客の促進のため，市観光協会など，関係機関との連携を強化し，市民ボランティアによる園内案内の充実を図ります。

また，梅まつり期間中に開催される，野点茶会や野外琴の会，水戸の梅大使や水戸黄門漫遊一座との記念撮影，「夜・梅・祭」等の関連イベントの充実や，市内の博物館施設等と連携した「水戸の雛まつり」の開催等により，梅まつりの全体の魅力向上を図ります。

夜の偕楽園

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・梅まつりの充実 ・夜・梅・祭等の関連イベントの充実 ・「水戸の雛まつり」の開催	市，市観光協会，事業者，関係機関，市民

(2)黄門まつりの開催と魅力向上

約 100 万人の観光客が訪れる黄門まつりの充実を図るため，市観光協会など，関係機関との連携を強化し，「市民参加型」のまつりとしての特色を最大限生かした，内容の充実を図ります。

また，県三の丸庁舎や水戸芸術館，くろばねパーク等での関連イベントの開催により，まち全体で黄門まつりの賑わいを醸成し，黄門まつり全体の魅力向上を図ります。

黄門まつり花火大会

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・黄門まつりの充実 ・関連イベントの充実	市，市観光協会，事業者，関係機関，市民

(3)まちなかイベントの開催と魅力向上

関係機関との連携を強化し，水戸まちなかフェスティバル等のまちなかイベントの充実を図るため，イベントの開催支援を行います。

単なる賑わいづくりのイベントではなく，市民が積極的に運営に参加することで，店舗と市民との結びつきを強め，日常の集客にもつながるような最終的にまち全体の魅力が高まるイベントの開催を支援の対象とします。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・まちなかイベントの開催支援	市，関係機関，市民

(4)食のイベントの充実

関係機関との連携を強化し，水戸の食資源を活用した食のイベントの開催支援を行います。

イベントは飲食店関係者だけではなく，市民を含むまちづくり関係者が主体となることで，まち全体の魅力向上を図ります。

また，単発のイベントとならないよう，反省点や次回への改善点などを検討し，複数年継続して開催することを目指すほか，イベント間で連携を強化し，開催時期にばらつきのないよう年間を通して途切れないイベントを開催することを検討します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・黄門さまの台所，バーバルバールなど，食のイベントの開催支援	市，関係機関，市民

(5)スポーツイベントの充実

陸上競技等の主催団体や関連部署と連携しながら，「(仮称) 水戸マラソン大会」やウォーキングイベントを開催します。

開催にあたっては，大会運営や告知方法など，既に開催実績のある他自治体の事例を調査等を行うとともに，宿泊を伴うイベントとなることから，宿泊客の受入体制の充実を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・(仮称) 水戸マラソン大会の開催 ・ウォーキングイベントの開催	市，関係機関，関係団体，市民

(6)文化イベントの充実

市民による芸術・文化の祭典である「水戸市芸術祭」は，文化的側面から，芸術のまち水戸をＰＲする貴重な観光資源であることから，市観光協会など，関係機関と連携を強化し，内容充実を図ります。

また，水戸由来のオセロ，磯節などの大会の充実を図ることで，観光資源としての魅力をＰＲし，観光誘客を促進します。

水戸芸術館での大規模文化イベント

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・水戸市芸術祭の充実 ・水戸発祥の「オセロ」世界大会の誘致，磯節全国大会等の充実	市，市観光協会，関係機関，市民

(7)通年型観光に向けた新たなイベントの検討・実施

ゴールデンウィークなどに，市観光協会・各種団体などの関係機関と連携し，新たなイベントを開催します。

七ツ洞再生物語の関連イベント等の充実を図り，イベントとしての定着を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・新しいイベントの開催 ・七ツ洞再生物語の関連イベント等の充実	市，関係機関，市民

2 コンベンション誘致活動等の強化

【現状と課題】

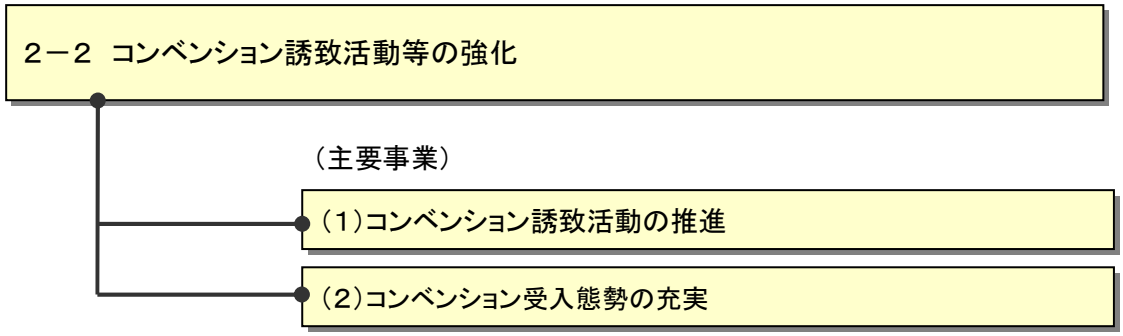
本市は，茨城県立県民文化センターをはじめとする複数のコンベンション施設を有していますが，関東地方の他自治体と比べ，収容人数，施設面積等が不足している状況にあります。

今後，大規模なコンベンションの誘致には，建設が予定されている新市民会館や体育館を含めた施設の整備・機能の強化，民間施設等の活用促進などによるコンベンション機能の強化を図るとともに，観光誘客と連動した誘致活動や受入態勢の充実が必要です。

【基本的方向性】

市民，事業者，行政等の連携のもと，スポーツ，文化，学術，行政などの各種大会等コンベンションの誘致活動を推進するとともに，受入態勢の強化を図ります。

【施策体系】



（1）コンベンション誘致活動の推進

コンベンションの誘致に向け，産・学・官のネットワークづくりなど，体制強化を図りながら，スポーツ，文化，学術，行政などの各種大会や全国会議をはじめ，新たなコンベンションを誘致するための総合的な企画の強化や情報の発信に努め，誘致活動を展開します。また，2019（平成 31）年の茨城国体，2020（平成 32）年の東京オリンピック・パラリンピックを見据え，キャンプ地の誘致やスポーツコミッション組織の設立の検討も含めた各種スポーツコンベンション誘致の強化を行います。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・産・学・官連携によるスポーツ，文化，学術，行政などの各種コンベンションの誘致 ・ MICE （ Meeting， Incentive Travel， Convention, Exhibition/Event） 誘致の強化 ・茨城国体選手宿泊地の誘致 ・東京オリンピック・パラリンピックキャンプ地の誘致 ・各種スポーツコンベンション誘致の強化	市，市観光協会，大学，事業者，市民

(2)コンベンション受入態勢の充実

新たに整備する新市民会館だけでなく，適切な役割分担のもと，民間施設を活用したコンベンション機能の充実を図ります。また，コンベンションに関連する各種サービスの充実やアフターコンベンションへの取組も強化します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・民間施設等を活用したコンベンション機能の強化 ・コンベンション開催支援体制の充実 ・アフターコンベンションの充実	市，市観光協会，事業者，市民

3 回遊できる観光地づくり

【現状と課題】

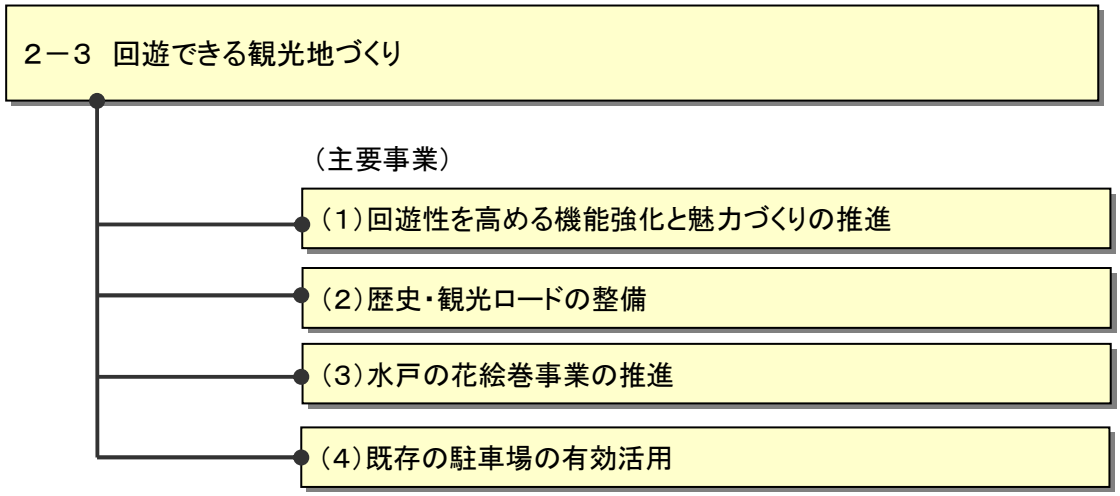
本市には日本三公園の一つである偕楽園をはじめ，千波湖や弘道館など，歴史的価値を有する観光資源を多数有しているほか，全国的に知名度の高い水戸黄門など，魅力ある地域資源に恵まれています。しかし，本市では，一つ一つは非常に恵まれた資源を有しながら，資源間の連動性が低いために，観光客の滞在時間が短く，日帰り観光客が大半を占めているのが現状です。

回遊性を高める施策を実行することで，それぞれの観光資源を活用・補完を進め，通年型・宿泊滞在型観光への転換を図っていく必要があります。

【基本的方向性】

市内公園相互の連携による花の名所めぐりルートの創設や観光・歴史ロードの整備，まちなか観光散策ルートの構築，市内周遊バスの運行やレンタサイクルの拡充などにより，回遊できる観光地づくりを進めます。

【施策体系】



（1）回遊性を高める機能強化と魅力づくりの推進

水戸の有する豊富な観光資源を磨き上げる一方，複数の観光資源の相乗効果で，水戸全体の観光地としての魅力の向上が図られるよう，まちなか観光散策コースの構築，市内周遊バスの運行，レンタサイクルの拡充，ベロタクシー導入等の回遊性を高める各種施策の実施を検討し，観光誘客を推進します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・まちなか観光散策コースの構築 ・市内回遊性を高める施策の推進	市，事業者，関係機関

(2)歴史・観光ロードの整備

偕楽園，弘道館，水戸城跡などの水戸を代表する貴重な歴史観光資源の価値を最大限生かすため，観光客が往時に思いを馳せることができるような歴史探訪の散策を楽しめる道路空間整備を行います。

「歴史・観光ロード整備基本計画」を策定し，計画に基づく道路整備等を実施することで，新たな観光客をひきつける歴史ゾーンとしての魅力向上を図ります。

三の丸歴史ロード

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・歴史・観光ロード整備基本計画の策定	市
■ハード事業 ・計画に基づく道路整備等	市，市民

(3)水戸の花絵巻事業の推進

偕楽園をはじめ，植物公園，七ツ洞公園，保和苑など，市内公園相互の連携による四季折々の花や香りを楽しめる花のガーデンづくりを推進するとともに，花の名所めぐりに向けた回遊ルートの創設を検討します。

また，商店会団体等によるはなふるたうん事業を支援し，まち全体で花絵巻事業を推進する体制の構築を図ります。

あじさいの名所　保和苑

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・植物公園，七ツ洞公園，保和苑など，市内公園相互の連携による花のガーデンづくりの実施，回遊ルートの設定 ・商店会団体等によるはなふるたうん事業支援	市，事業者，関係機関，市民等

(4)既存の駐車場の有効活用

本市に訪れる観光客の 8 割以上が交通手段として自家用車を利用していることから，使いやすい駐車場の確保は観光地として魅力を高め，リピーターの確保にもつながる重要な要素です。

既存の駐車場の状況を把握し，案内板や導線の再設定など，観光客が利用しやすい駐車場となるよう整備を検討します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・民間駐車場も含めたまちなかの駐車場の利用状況調査の実施	市，事業者，関係機関
■ハード事業 ・市内観光施設の駐車場への案内板整備	市，関係機関

4 広域的な観光連携の推進

【現状と課題】

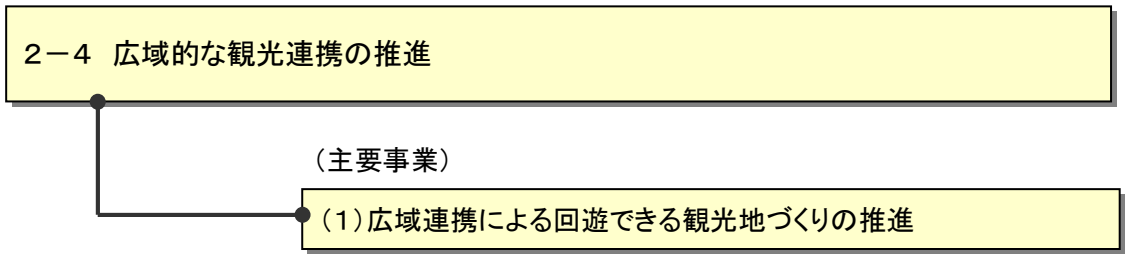
各種アンケート調査から，日帰り観光客とリピーターの割合が高いことが本市の観光の特徴として挙げられます。本市は，通過型・立ち寄り型の観光地として，周辺市町村への観光のついでに訪問されることも多いと考えられます。

一方で，古くから地域の中心地である水戸の広域的な位置づけを鑑み，茨城空港や常磐自動車道，北関東自動車道，大洗フェリーなどの広域交通網や都市機能の集積を生かした広域観光の推進を図ることが必要です。周辺市町村との連携を強化するとともに，水戸に宿泊し，水戸を起点とする広域的な観光誘客に努めることが重要です。

【基本的方向性】

茨城空港や北関東自動車道等の広域交通網を活用した誘客促進に努めます。また，いばらき県央地域観光協議会をはじめ，北関東中核都市連携会議（水戸市，宇都宮市，前橋市，高崎市）等の構成市町村と連携を図りながら，広域圏の観光振興をリードする取組みを進めます。

【施策体系】



（1）広域連携による回遊できる観光地づくりの推進

茨城空港を活用し，東アジアなど，海外から観光客を誘致する国際観光を推進するとともに，北関東自動車道等の広域交通網を活用した誘客促進に努めます。

いばらき県央地域観光協議会や水戸・笠間・大洗観光協議会，北関東中核都市連携会議等と連携を図りながら，広域的な回遊性の向上を目指したＰＲ活動を強化します。周辺市町村の花の名所を結んだ「いばらき花の回廊」，雛まつりの時期に合わせた「いばらきのひな街道」，水戸八景を活用した周遊型観光イベント等の新たな広域連携イベントの実施も検討します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・回遊できる観光エリアづくりの推進 ・茨城空港などの広域交通網を活用した誘客促進，観光キャンペーンの実施 ・いばらき県央地域観光協議会を通した広域観光の推進 ・水戸・笠間・大洗観光協議会を通した広域観光の推進 ・北関東中核都市連携会議を通した広域観光の推進 ・「いばらき花の回廊」の形成 ・「いばらきのひな街道」の実施 ・水戸八景を活用した周遊型観光イベントの実施 ・広域連携によるコンベンション誘致	市，市観光協会，各協議会

第３　伝えたいと思える観光まちづくり（情報発信力の強化）

１　おもてなし力の向上

【現状と課題】

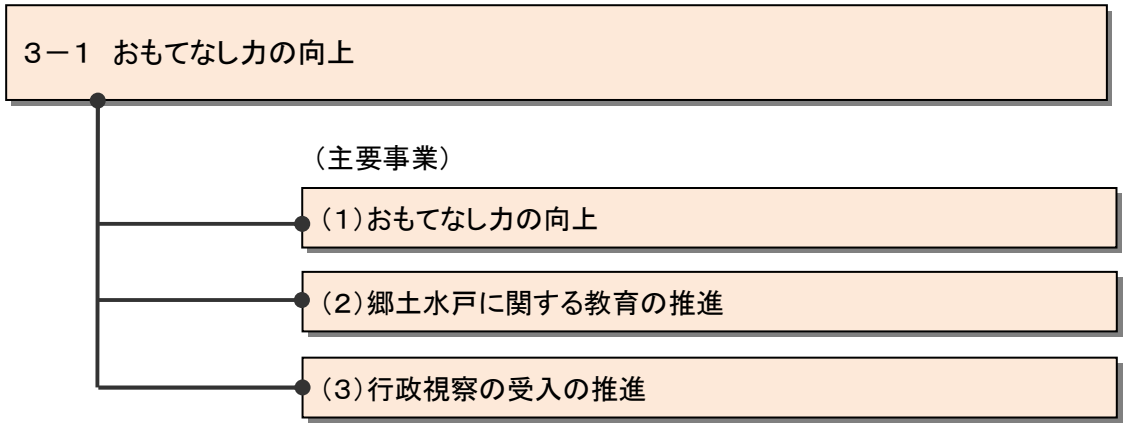
観光地の印象は，おもてなしによって大きく左右されることから，本市では，各種団体と連携し，接客担当者向けセミナーを開催しているほか，優良タクシー乗務員認定事業等を行い，接客担当者のマナーの向上の促進を図っています。

今後は，事業者だけではなく，観光客に出会う市民全員がおもてなしの心を持てるような活動を展開していく必要があります。

【基本的方向性】

外国人観光客にも対応できる観光ボランティアの育成やおもてなしマイスター制度の創設を行うとともに，様々な分野で活動するＮＰＯ，ボランティア団体等と協働し，水戸を訪れる観光客を温かく迎える意識の醸成や受入体制の充実を図り，まち全体のおもてなし力の向上に取り組みます。

【施策体系】



（1）おもてなし力の向上

水戸を訪れる観光客を温かく迎える意識を醸成し，受入体制の充実を図るため，外国人観光客にも対応できる観光ボランティアを育成し，水戸駅観光案内所への配置を検討するとともに，おもてなしマイスター制度の創設を進めます。タクシーについては，業界団体と連携し，優良タクシー乗務員認定事業の拡充を行うなど，業界全体でホスピタリティーの改善に努めます。

また，市民の積極的な参加を促すため，おもてなしガイドブックの作成や，市民向けおもてなし講座の開催を行い，事業者，行政との協働体制により，まち全体のおもてなし力の向上に取り組みます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・優良タクシー乗務員認定事業の拡充 ・おもてなしマイスター制度の創設 ・観光ボランティアの育成 ・おもてなしガイドブック作成 ・市民向けおもてなし講座の開催 ・観光ボランティアの水戸駅観光案内所への配置検討 ・市民協働によるおもてなし体制の充実	市，市観光協会，市民

(2)郷土水戸に関する教育の推進

市民が郷土水戸を誇りを持って語れるよう，郷土への理解を深める教育の充実を図り，郷土愛の醸成を図ります。

郷土の歴史や自然・文化を学べるよう，小中学生向けの副読本の内容を充実させるとともに，水戸の先人の教えを学ぶ機会の充実を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・水戸の先人の教えを基底に，次世代をリードする人材の育成 ・歴史，自然，文化，地域の人材を生かした水戸らしい教育の推進 ・小中学生向け副読本の内容充実	市，市民

(3)行政視察の受入の推進

本市は茨城県の県庁所在都市として，多くの行政・議会視察等を受入れています。これらの行政・議会視察において，市内での食事や宿泊を促すことで，受入先に対して本市の魅力を直接アピールする機会を増やします。

また，受入の状況については水戸市のホームページ等で随時公表し，地域ぐるみでの受け入れ態勢の充実を図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・行政・議会視察の受入推進	市

2 効果的な観光情報の発信

【現状と課題】

本市では，観光資源の魅力を広く発信するため，新聞やテレビ，ラジオ等のマスメディアだけではなく，ＳＮＳ（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用し，インターネット上での情報発信を行っています。マスコットキャラクター「みとちゃん」の活用の他，2012（平成 24）年度には，みとの魅力発信課を発足させるなど，情報発信体制の強化を図ってきました。

時代の変化が速く，社会のニーズが多様化する中，戦略的なＰＲ活動が求められており，ＳＮＳの更なる活用など新たな情報発信手段を検討するとともに，市民一人一人がセールスパーソンとして，水戸の魅力をＰＲする機運の醸成に努める必要があります。

【基本的方向性】

マスメディアやホームページ等の活用，フィルムコミッション活動の推進などによって，観光情報を国内外に効果的に発信するとともに，トップセールス，マスコットキャラクターを活用したシティーセールスなどの戦略的な観光ＰＲの推進，分かりやすい観光案内板の整備を進めます。

【施策体系】

（1）戦略的観光PR活動の推進

マスメディアやホームページ等電子媒体の活用などによって，観光情報を国内外に効果的に発信するとともに，マスコットキャラクター「みとちゃん」を活用したシティセールスの推進を行います。

また，アンテナショップ等を活用し，ブランドイメージの向上を図るほか，茨城国体を見据えた観光ＰＲ活動や常磐線東京乗り入れに合わせた首都圏からの誘客活動など，戦略的観光ＰＲ活動を展開します。

「みとちゃん」と「はぎまろ」（高萩市）

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・マスコットキャラクター「みとちゃん」を活用したシティセールスの推進 ・ホームページ等電子媒体を活用した効果的な情報発信 ・アンテナショップ等を活用したブランドイメージの向上 ・茨城国体を見据えた観光ＰＲ活動 ・常磐線東京駅乗り入れに合わせた首都圏からの誘客活動	市，市観光協会，事業者

（2）水戸の魅力の効果的な発信

水戸の魅力に関する情報をより戦略的に発信するため，ＳＮＳを通した情報の活用やスマートフォン用観光情報アプリの充実を図るとともに，ＡＲ（拡張現実）など，ＩＣＴを活用した新たなサービスや手法等の導入促進に努めます。

また，市民向けのＰＲ冊子の発行により，市民一人一人が水戸の魅力をＰＲする機運の醸成に努めるほか，シティセールスマガジンや詳細型観光ガイドブック（保存版）の発行により，主に水戸に訪れたことのない層に対し，水戸の魅力を発信します。

シティセールスマガジン「ミトノート」

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・各種メディアによる情報発信 ・スマートフォン等を活用した ICT 観光サービスの開発・普及促進 ・シティセールスマガジン等の制作・頒布 ・市民周知ＰＲ冊子の作成 ・詳細型観光ガイドブック（保存版）の発行	市

(3)水戸のブランドイメージの確立

水戸を訪れてみたい，住んでみたいと思われる地域イメージの確立に向け，歴史，文化等水戸の特徴ある地域資源について，市民との協働による魅力の発見，再構築に努めるとともに，様々なメディアを通して，効果的な情報発信を図りながら，都市ブランド力向上への施策を総合的に展開します。

また，みとの魅力マネジメント戦略会議を通じて，庁内の連携を強化します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・ブランド力向上のための各種施策の実施 ・各種メディアを通じた水戸の地域資源の情報提供 ・市民との協働による地域資源の発見・再構築 ・みとの魅力マネジメント戦略会議を通じた庁内の連携強化 ・（仮称）水戸ブランド推進協議会の設立検討	市，市民

(4)フィルムコミッションの充実

映像を通し，水戸の魅力を国内外に発信できるよう，関係機関等との連携を図りながら，フィルムコミッションを通じたロケの誘致や撮影の支援を充実させます。

また，徳川光圀公ゆかりの地域と連携した署名活動等を通じ，大河ドラマ「光圀伝」の実現に向けた活動を行います。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・水戸の歴史・文化・自然資源を活用したフィルムコミッションの推進 ・大河ドラマの誘致活動の推進	市，関係機関，市民

(5)観光情報の収集

水戸の魅力と満足度の現状を分析するため，県内外の個人や旅行エージェント，外国人を対象とした調査を実施します。

また，観光資源に対するニーズを把握し，性別・年代別・地域別等のターゲットを絞った観光ＰＲ活動等を行うため，各種観光関連の調査も実施し，統計情報の充実に努めます。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・県内外の人々や旅行エージェント，外国人がみた水戸の魅力と満足度の把握 ・観光関連の統計充実	市，市観光協会

(6)SNS による水戸の魅力発信プロジェクト

水戸の魅力を発信するとともに，観光客のニーズを把握するために，双方向の交信手段であるＳＮＳの活用を検討します。市職員が率先してＳＮＳで情報発信をすることで，市民が水戸の魅力を発信する機運を醸成し，官民連携した水戸市全体で情報を発信する体制の構築を目指します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・市職員をはじめ，水戸市民による SNS を活用した水戸の魅力を発信する取組	市，市民

(7)観光案内板の整備

水戸を訪れる観光客を温かく迎え，また来たいと思っていただくために，観光客に分かりやすい観光案内板の整備を進め，受け入れ体制の充実を図ります。また，滞在型観光を促進するため，市内の観光スポットの回遊性を高めることが必要なことから，設置場所については十分な検討を行います。

具体的な事業	事業主体
■ハード事業 ・観光案内板の整備 ・車両系　　10 基 ・観光案内　 2 基	市

3 官民による推進体制の充実

【現状と課題】

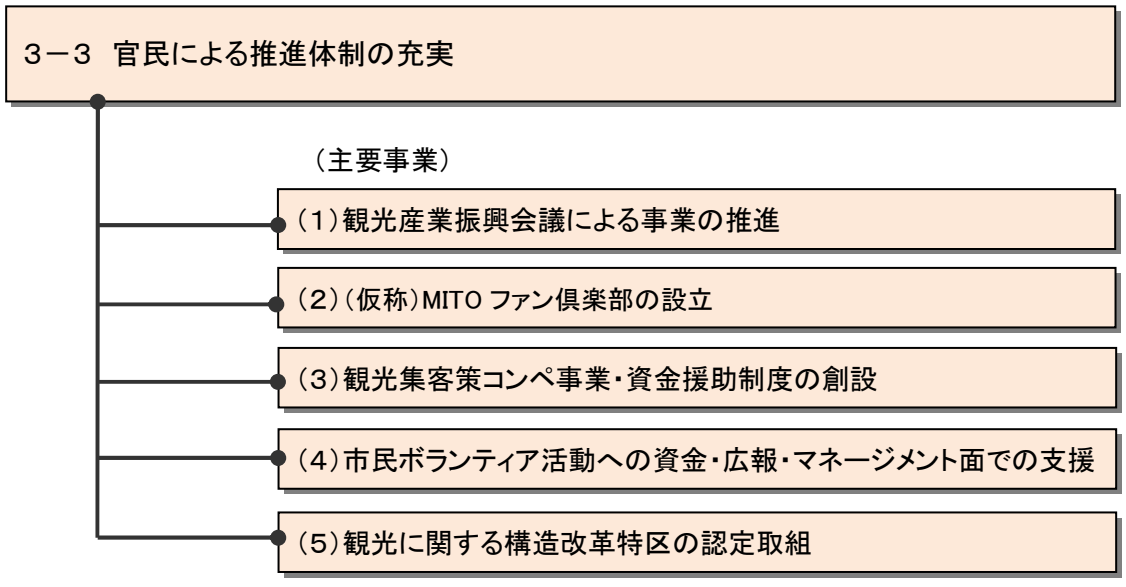
本市では，官民が一体となって交流人口を増やし，観光物産の発展により水戸市の活性化につなげられる取り組みとして，市内の多くの企業や団体によって構成されている水戸市観光産業振興会議を開催し，観光振興や物産の開発等の活発な議論・提言等を行っています。

今後，観光誘客に向けた官民一体となった取組を更に進めていくために，事業者だけではなく，市民一人一人が水戸の魅力を積極的にＰＲしていく機運を醸成するとともに，その前提として郷土への愛着心や誇りを持てるような教育を推進する必要があります。また，市民が情報発信をしやすい仕組みづくりを行うことが求められています。

【基本的方向性】

観光基本計画に基づき，観光振興に向けた施策の戦略的かつ総合的な展開を進めるため，市民，事業者，行政等で構成する観光産業振興会議の開催を通し，一層の連携を深めながら，観光まちづくりに向けた事業を効果的に推進します。

【施策体系】



（1）観光産業振興会議による事業の推進

観光基本計画に基づき，観光振興に向けた施策の戦略的かつ総合的な展開を進めるため，市民，事業者，行政等の連携を進めます。

具体的には，市民，事業者，行政等で構成される観光産業振興会議の開催を通し，観光まちづくりに向けた事業を効果的に推進します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・市民，事業者，行政の連携による観光振興方策の検討，事業の推進	観光産業振興会議

(2)(仮称)MITO ファン倶楽部の設立

水戸の観光振興を応援するファンクラブを設立し，有料・無料の会員を募集します。会員には，メールや郵送で水戸の観光情報を定期的に発信するとともに，有料会員には水戸の観光土産品を贈呈します。

また，会員同士が水戸の観光に関する意見交換などを行うプラットフォームとしてホームページやＳＮＳを用意します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・無料会員，有料会員による水戸市観光のサポーター組織の設立検討	市観光協会

(3)観光集客策コンペ事業・資金援助制度の創設

市民の声を観光集客に生かし，新たな発想・アイデアを取り入れるため，観光集客策を募るコンペ事業を開催します。

コンペ採択者に対しては，観光集客策実行時の資金援助等各種支援施策の実施を検討するなど，官民連携した取組の推進によって，新たな観光客層の呼び込みを図ります。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・市民のアイデアによる観光集客策の募集 ・施策実行時の資金援助の実施	市，市民

(4)市民ボランティア活動への資金・広報・マネージメント面での支援

市民の声を生かした市民主体の観光振興を目指し，市民ボランティア活動等を支援するための資金・広報・マネージメント面の各種支援ツールの整備を検討します。

支援ツールの提供に際しては，ホームページ・広報誌での情報提供の他，利用者の利便性の向上のため，手続きの簡素化等を検討します。

具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・市民主体の観光振興のための支援を実施（支援ツールの提供）	市

(5)観光に関する構造改革特区の認定取組

観光による地域活性化を実現するために，民間事業者の創意工夫を生かし，地方公共団体が柔軟な活動を行える体制整備が必要です。

規制緩和による，柔軟な観光施策の展開に向け，構造改革特区の認定を目指すことを検討します。

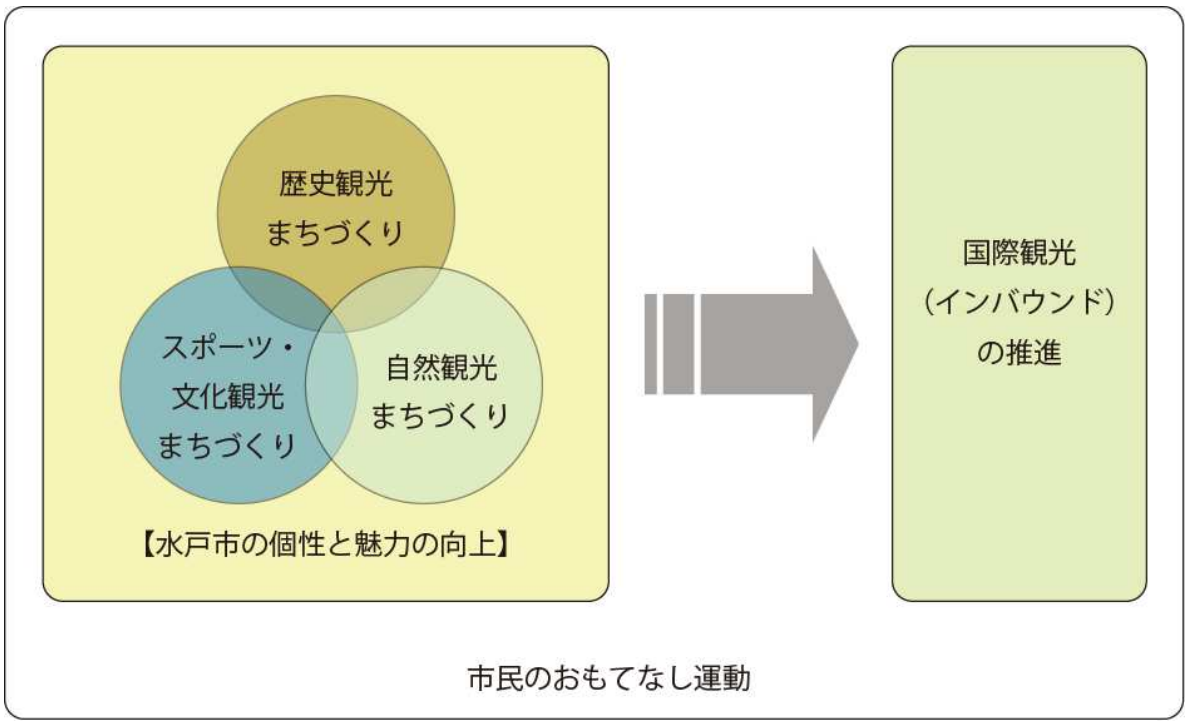
具体的な事業	事業主体
■ソフト事業 ・規制緩和による柔軟な観光施策実施に向け，構造改革特区の認定を目指す	市

第５章　先導プロジェクト

2023（平成 35）年の観光交流人口年間 450 万人を達成するための先導的な事業として，次の５つを先導プロジェクトとして設定します。

これらのプロジェクトは，第４章で整理された主な事業を，戦略的に組み替えを行い，優先的に進める事業として整理したものです。

○歴史観光まちづくり推進プロジェクト
○スポーツ・文化観光まちづくり推進プロジェクト
○自然観光まちづくり推進プロジェクト
○市民おもてなし運動推進プロジェクト
○国際観光（インバウンド観光）推進プロジェクト



第１　歴史観光まちづくり推進プロジェクト

【現況と課題】

水戸は，水戸藩開府 400 年の歴史を持ち，徳川御三家のひとつである水戸徳川家の城下町として，多くの歴史資源が存在しています。戦災で多くの貴重な文化財が失われたものの，本市には世界遺産（近世の教育資産）への登録を目指す弘道館や抜群の知名度を誇る水戸黄門など，水戸徳川家ゆかりの歴史資源が豊富に存在しています。

これらを本市観光における核資源として位置付け，最大限に生かし，歴史を生かした観光まちづくりの推進を図る必要があります。

【基本的方向性】

本市では，これまで三の丸歴史ロードや備前堀歴史ロードの整備など，歴史まちづくりを推進してきましたが，平成 22 年からは「水戸市歴史的風致維持向上計画」に基づき，各種施策を展開しています。

今後は，二の丸角櫓・塀の復元，大手門の復元が予定されていることから，これら風格ある都市の顔づくりと連動した観光誘客を推進します。

【目標指標】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
弘道館の年間入込観光客数	48,000 人 （2012 年）	150,000 人 （2023 年）

【今後５年間の重点的な取組み】

(1) 弘道館・水戸城跡周辺の魅力づくりの推進

水戸駅に近い立地を生かし，弘道館・水戸城周辺を観光客や市民の散策コースとして定着させることを目指します。観光客が求める城下町のイメージを体感できるようにするとともに，市民にとって歴史文化への関心を高め，愛着や誇りを醸成します。

（具体的な取組み例）

・二の丸角櫓，大手門の復元，東武館移築等を反映した街歩きコースの設定
・二の丸角櫓，大手門の復元，東武館移築等を反映した水戸藩歴史マップの作成
・弘道館・水戸城跡周辺ライトアップの実施
・まちなかウォーキングイベントやガイド付きツアーの実施
・黄門神社周辺地区の整備検討
・弘道館周辺地区景観整備
・水戸城についての意識醸成
・大河ドラマ（光圀伝）の誘致

弘道館

＜事例＞

●すみだまち歩き博覧会

東京スカイツリー開業 1 周年を迎えた平成 25 年度，墨田区では『歴史・文化』『名所・旧跡』をはじめ，『区内循環バス』『観光舟運』『地域のイベント』『食』等，すみだの魅力を体感してもらう「すみだまち歩き博覧会」を展開し，四季を通じて楽しめるまち歩きコースを 24 コース発表した。これらのまち歩きコースは「まち歩きガイドマップ（1～24)」として墨田区内の各観光案内所で配布している。

こうしたウォーキングイベントは平成 18 年の「長崎さるく博」の成功以降，各地で取り組まれている。

●徳川慶喜展示館

平成 10 年の大河ドラマ「徳川慶喜」放映にあわせて県と水戸市が千波湖畔・千波公園ふれあい広場に整備した「徳川慶喜展示館」には 133 万人が来場。経済効果は 240 億円。大河ドラマ「徳川慶喜」茨城県推進協議会が設立され，漫遊いばらき観光キャンペーンを行うなど，幅広い取り組みがなされた。

⑵ 偕楽園と弘道館，水戸城跡周辺をつなげた魅力づくりの推進

本市最大の観光資源である偕楽園は，本来，弘道館と一対の教育施設として構想されていました。こうした歴史的背景を踏まえつつ，観光客に偕楽園と弘道館の両方を味わっていただけるよう誘導し，観光地としての回遊性を高めるよう環境整備に努めます。

（具体的な取組み例）

・偕楽園と弘道館を一対とした観光案内，イベントの実施

・偕楽園・弘道館の近代教育遺産としての世界遺産登録に向けた取組の推進

＜事例＞

●明治日本の産業革命遺産　九州・山口と関連地域

一つ一つでは顕著な普遍的価値の要件を満たさない遺産を，同じ歴史ー文化群のまとまりとして関連づけ，全体で顕著な普遍的価値を有するものとして，世界遺産に推薦するシリアル・ノミネーションに取組んでいる。８県 11 市で構成される「九州・山口の近代化産業遺産群」世界遺産登録推進協議会が平成 20 年に設立されており，平成 27 年 6 月には世界遺産登録審査が行われる予定である。

また，平成 27 年は山口県を舞台とする NHK 大河ドラマ（花燃ゆ）の放映も予定されている。

鹿児島市尚古集成館

第２ スポーツ・文化観光まちづくり推進プロジェクト

【現況と課題】

世界的な指揮者である小澤征爾氏を館長に迎える水戸芸術館は，本市が誇る世界に向けた文化発信拠点です。また，本市をホームタウンとする水戸ホーリーホックは，地域に根差したスポーツ文化振興の重要な推進主体となっています。

加えて，新たに整備する新市民会館や周辺の商業施設等とあわせ，現代の水戸の面白さや文化を体感できる都市観光の魅力を高める，文化を生かした観光まちづくりの推進を図る必要があります。

こうした中，各都市は観光消費額が高く，観光客の季節平準化をもたらすMICE（※）振興に力を入れており，本市の競争力を高めていくためには，本市においてもこうした取り組みを図っていくことが必要です。

※MICE（マイス）とは：企業などの会議（Meeting），企業などの行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel），国際機関・団体，学会などが行う国際会議（Convention），展示会・見本市，イベント（Exhibition/Event）の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

【基本的方向性】

新たに整備する市民会館等を活用し，水戸市が文化を発信するコンベンション都市として，国内外での認知度を高めていけるよう，スポーツ，文化，学術，行政など，本市の特色を生かしたコンベンション誘致に取り組みます。

【目標指標】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
コンベンション誘致数（年間）	４件（誘致） ３件（自主事業）	20 件（誘致） ５件（自主事業）

【今後５年間の重点的な取組み】

(1)コンベンション誘致活動の推進

新たな市民会館等を活用したコンベンションの誘致に向け，産・学・官のネットワークづくりなど，体制強化を図りながら，スポーツ，文化，学術，行政などの各種大会や全国会議など，新たなコンベンションを誘致するための総合的な企画の強化や情報の発信に努め，誘致活動を展開します。

（具体的な取組み例）

・MICE それぞれについて，水戸市の地理的・文化的特性や開催状況などを総合的に分析し，ターゲットを定めた誘致活動を推進
・地域の大学や行政，企業，文化団体，スポーツ団体，JETRO 等のニーズ把握と誘致活動
・リピート開催への働きかけ
・コンベンション広告媒体の見直し，充実
・新たなイベントを誘致するための情報収集活動を強化
・（仮称）水戸マラソンの開催など新たなイベントの開催支援

＜事例＞

●都市の特長を生かしたコンベンション誘致活動

京都文化交流コンベンションビューローは，京都の自然・景観・歴史的文化的資源を活用し，文化発信事業と国際観光プロモーション事業，及びコンベンション(ＭＩＣＥ)サポート事業を３つの柱として，国内外に「京都」の魅力を発信し，地域発展への寄与に努めている。

はなまきスポーツコンベンションビューローは，スポーツに特化したはじめてのコンベンションビューロー。充実したスポーツ施設を活用しつつ，スポーツでまちづくり構想の実現に向けて大会・合宿誘致活動，各種大会の情報共有・情報発信，競技開催支援事業，農業・商業・観光業との連携を行う。

⑵コンベンション受入体制の充実

水戸の MICE 推進に向けて，核となる水戸観光協会の機能強化を図ります。さらに，スポーツコミッション組織の設立等を検討し，MICE 誘致や開催支援に高いレベルで対応できる人材の拡充と官民一体となった MICE 支援体制の構築を図ります。

（具体的な取組み例）

・主催者や参加者の多様なニーズに応じた支援実施
・開催助成金制度の充実
・MICE 誘致とアフターコンベンション充実に向けた近隣市町村との連携強化
・駅，街中での歓迎表示や歓迎バナー掲示などの拡充
・市民への MICE 開催情報の積極的な提供
・行政視察の積極的な受入
・スポーツコミッション組織の設立検討
・観る，する，支えるスポーツの普及・促進
・スポーツコンベンション誘致に向けた施設等の整備検討

＜事例＞

●武雄市の行政視察受入

マスコミ等で話題になっている「武雄市図書館」，「教育改革」に関する行政視察については，曜日時間を指定した上，複数団体での合同視察かつ５名以上で市内宿泊施設ご利用の団体に限定している。

平成２５年度の視察受け入れ件数は２５６団体に上り，市内宿泊施設等に少なからぬ影響を与えている。

●新潟市文化・スポーツコミッション

文化・スポーツに関する大会・会合といった文化・スポーツイベント等を誘致し、開催支援等を行う官民一体型の組織で平成 25 年に設立。新潟市長を会長に、各界の代表が実行委員を務める。スポーツ部門ではプロサッカークラブを運営するアルビレックス新潟役員ら、文化部門では県立近代美術館長らが就いた。事務局は新潟市中央区の新潟観光コンベンション協会内に置かれている。スポーツコミッションとしては、平成 23 年のさいたまスポーツコミッションが先例。

(3) 水戸芸術館を中心とした文化まちづくりの推進

本市が誇る世界に向けた文化発信拠点である水戸芸術館をはじめ，市立博物館・みと文化交流プラザ・新たな市民会館等を結んだ文化系地域資源の交流拠点の形成，「水戸市芸術祭」の内容充実，まちなかアート事業の支援，水戸由来のオセロや磯節などの大会の充実，水戸大神楽などの伝統文化の再発見を通し，文化の醸成につなげ，「芸術のまち」・「文化のまち」としての水戸の誘客促進施策を実施します。

（具体的な取組み例）

- 文化系地域資源の交流拠点の形成（水戸芸術館，市立博物館，みと文化交流プラザ，新たな市民会館）
- 水戸市芸術祭の充実
- まちなかアート事業の支援
- 水戸発祥の「オセロ」世界大会の誘致，磯節全国大会等の充実
- 伝統文化の再発見（水戸大神楽，大串のささらばやし，大野のみろくばやし，大根むき花，有賀神社の磯渡御等）
- 「芸術のまち」，「文化のまち」をテーマとした誘客促進事業の実施

水戸芸術館のライトアップ

＜事例＞

●金沢の文化・芸術を生かしたまちづくり

金沢市は、1996 年 10 月に伝統産業や、歴史的な街並みを生かしたまちづくりを目指し、旧紡績工場の敷地と建物を市が購入してレンガ造工場建築群を活用して、市民の芸術活動を支援する総合文化施設「金沢市民芸術村」を開設した。芸術村ではアート・ドラマ・ミュージック・エコライフの 4 つの工房が「1 日 24 時間・1 年 365 日」使える他、伝統文化を維持するために必要な建築系技能の保存・継承技能者養成を目的とする金沢職人大学校を併設している。また、2004 年 10 月に開設した、「金沢 21 世紀美術館」は、市内の小・中学校の無料招待や学芸員の出張授業など、斬新な企画や発想により開設 1 年目に市内人口の 3 倍強にあたる 157 万人が訪れるなど、『奇跡の美術館』と称された。このような活動もあり、2009 年 6 月には、ユネスコ（国際連合教育科学文化機関）が創設している、「創造的な文化活動と革新的な産業活動の連環によって、まちを元気にしている都市」である“創造都市”の世界的なネットワークにクラフト分野で登録認定されており、経済団体、工芸団体、市民団体及び行政からなる金沢創造都市推進会議では、「文化とビジネスをつなぐまち」、「創造の担い手を育てるまち」、「世界を引き付けるまち」の 3 つの将来像を掲げ、創造都市の実現を目指して活動している。

金沢市民芸術村

金沢 21 世紀美術館

第３　自然観光まちづくり推進プロジェクト

【現況と課題】

市街地に隣接する都市公園としては，ニューヨークのセントラルパークに次ぐ，世界第２位の広さを有する偕楽園公園（偕楽園とその周辺の公園や緑地などの総称）は，本市が誇る都市資産です。公園や社寺などの緑地，大小の河川等の水辺空間が充実しており，市民に親しまれていますが，それらの自然資源の魅力が観光に十分に生かされているとは言えません。

公園や水と緑などの自然資源を最大限に生かし，自然を生かした観光まちづくりの推進を図る必要があります。

【基本的方向性】

市街地に隣接する都市公園としては，ニューヨークのセントラルパークに次ぐ，世界第２位の広さを有する偕楽園公園を核となる自然資源として位置付け，本市が誇る公園や水と緑などの自然資源を最大限に生かした観光誘客を推進し，世界に誇れる公園都市を目指します。

【目標指標】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
偕楽園（本園）の年間入込観光客数	949,000 人 （2012 年）	1,200,000 人 （2023 年）

【今後５年間の重点的な取組み】

(1) 水戸の花絵巻事業の推進

各公園や中心市街地等の花を充実させ，四季折々の花や香りを楽しみながら回遊できる花の名所づくりを進め，新しい水戸の魅力として観光振興につなげます。

また，観るだけでなく花を育てる楽しみをＰＲし，市民ぐるみで花を楽しむまちづくりを進めます。

（具体的な取組み例）

・本格的な英国式庭園でありがらＰＲや管理行き届いていなかった七ツ洞公園の円形花壇「秘密の花苑」の再生事業
・七ツ洞公園における駐車場整備とフラワーマーケットの充実
・中心市街地における花のまちづくりの推進
・偕楽園公園，植物公園，七ツ洞公園，保和苑など，市内公園相互の連携による花のガーデンづくりの実施，回遊ルートの設定
・周遊バスの運行
・広域的な花巡りルートの設定（茨城県フラワーパーク，常陸風土記の丘，笠間つつじ公園，笠間稲荷の菊まつり，ひたち海浜公園，県立植物園などから相互の誘客を図る）

＜事例＞

●ガーデンシティふかや構想

花卉生産が盛んな埼玉県深谷市では，「市全体が花の庭」を目指す「ガーデンシティふかや構想」を推進している。2004 年には当該構想を推進する「ガーデンシティふかや推進室」が設置され，GW のイベント「ふかや花フェスタ」は 10 万人規模のイベントに成長している。同時開催の『オープンガーデンフェスタ』は毎年 70 軒程の個人のお庭を一挙に公開。見学は徒歩・レンタルサイクルのほか，『花めぐりバス』（要事前予約）や『花めぐりタクシー』が臨時運行されている。

このほかガーデニングボランティアや学校花はなプラン，深谷フラワーカレッジなどの事業を展開し，花のまちづくりを推進している。

(2) 観光果樹園や水辺空間を活用した魅力づくりの推進

本市におけるいちご，なし，ぶどうなどの観光果樹園や田畑を利用した農作物の植え付け，収穫体験などの農業体験，森林公園周辺での自然観察会やネイチャーウォッチング，昆虫採取体験などの体験観光のメニューを充実させ，新しい水戸の魅力として観光振興につなげます。

加えて，偕楽園公園や桜川，那珂川等の水辺空間を生かしたサイクリングやウォーキングなど，自然資源を生かしたヘルスツーリズムの普及に努めます。

（具体的な取組み例）

・観光果樹園等の地域資源を生かした農業体験イベントの実施
・森林公園の自然環境を生かしたイベント，自然学習の実施
・大規模公園を生かしたウォーキングイベントの実施
・那珂川を生かした広域型サイクリングイベントの実施

＜事例＞

●ハワイ最大のスポーツチャリティイベント。グレート・アロハ・ラン

ホノルル港のシンボル，アロハタワーをスタートし，アロハスタジアムまでの 8.2 マイル（約 13 キロ）をレースのように走ったり，ジョギングやウォーキングなど思い思いのスタイルで楽しみながら参加できるイベント。ゴール地点となるアロハスタジアムではエンターテイメントや屋台などのイベントが楽しめる。２万人以上の参加があり，ホノルルマラソン同様に日本からのツアーも組まれ，参加者も多い。

第４　市民おもてなし運動推進プロジェクト

【現況と課題】

観光の振興においてホスピタリティ（もてなしの心）の向上は欠かせない要素です。観光地の印象は，そこで触れ合った地元の人のホスピタリティによって大きく左右されます。本市においても，これまで水戸おもてなしガイドブックを作成するとともに，水戸黄門倶楽部を設立し，市民と協働でホスピタリティの充実に努めています。

今後，さらなる観光振興を図る上で，どのようにしてホスピタリティを向上させていくかが大きな課題となっています。

【基本的方向性】

国内外からの来訪者に水戸での滞在時間を快適に過ごしていただくために，受け入れ体制の充実を図るとともに，市民一人ひとりのおもてなし力の向上を図ります。

【目標指標】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
優良タクシー乗務員認定人数	22 人	100 人
おもてなしマイスター認定人数	0 人	200 人

【今後５年間の重点的な取組み】

(1) おもてなし力の向上

多くの来水客が利用するタクシーや飲食店，商業施設，行政施設でのおもてなしは，水戸市の観光の満足度を高める好機です。これまで以上におもてなし力を高めるためにも，事業者と行政，市民が連携し，水戸の最大の魅力となるおもてなし力の向上を図っていきます。

（具体的な取組み例）

・水戸市観光のサポーター組織（仮称）MITO ファン倶楽部の設立検討
・優良タクシー乗務員認定事業の拡充
・おもてなしマイスター制度の創設
・観光ボランティアの育成
・おもてなしガイドブック作成
・市民向けおもてなし講座の開催
・観光ボランティアの水戸駅観光案内所への配置検討
・市民協働によるおもてなし体制の充実

＜事例＞

●倉敷市　おもてなしマイスター制度

美観地区や周辺を訪れる，高齢者，子供連れ，障がい者や外国人などに快適なひとときを過ごしてもらうために，やさしいおもてなしができる人材を育成する，“おもてなしマイスター制度”を立ち上げている。おもてなしマイスターは認定制で，2014 年 3 月 31 日現在で，401 名が認定されている。また，おもてなしマイスター制度の一環として「美観地区内での困っていること」に対応可能な施設，店舗等 32 箇所を“おもてなし処”として認定し，おもてなしマイスターが中心となって接遇を行うなど，美観地区の住民・勤労者・ボランティア等が一体となったおもてなしの取り組みを行っている。

●新潟市サポーターズ倶楽部

2005 年 4 月に創設された主に首都圏在住者を中心とした組織で，新潟市の様々な魅力を対外的に発信するとともに，会員がシティセールスの一翼を担い，新潟市の振興・発展を目指すことを目的としている。会員は，自身のホームページやＳＮＳ，マスコミからの取材通して，口コミなどで新潟の魅力をＰＲするほか，新潟市の活動に対しての提言などの活動をしている。倶楽部では新潟に関する特定のテーマを設定し，有識者による講演や，市長を交えての意見交換を行う「サポーターズミーティング」を年１回開催している他，メールマガジンで事務局からのお知らせや新潟市関連のおすすめ情報を月１回サポーター限定で配信するなど，会員相互の親睦と連携を深める取り組みを行っている。

(2) 戦略的観光ＰＲ活動の推進

水戸市においては，これまで県や周辺市町村，観光関連団体などと連携し，水戸観光のプロモーションに努めてきました。今後も「水戸の梅大使」によるプロモーションなどの充実を図るとともに，重点ターゲットを絞った戦略的な観光ＰＲを推進します。

（具体的な取組み例）

- マスコットキャラクター「みとちゃん」を活用したシティセールスの推進
- ホームページ等電子媒体を活用した効果的な情報発信
- アンテナショップ等を活用したブランドイメージの向上
- 水戸の梅大使，水戸大使によるプロモーション活動の充実
- 茨城国体を見据えた観光ＰＲ活動
- 常磐線東京駅乗り入れに合わせた首都圏からの誘客活動

＜事例＞

●熊本県ＰＲキャラクター「くまモン」

「ゆるキャラグランプリ 2011」で優勝した熊本県ＰＲキャラクター「くまモン」は，くまモン利用グッズ販売のほか，県内観光地でくまモンの三次元画像を取り込んだ写真撮影ができるアプリケーション「くまフォト」の展開，「くまモン誕生祭」などによる観光客の増加に寄与し，マスコミ等へのパブリシティ効果も含め，2 年間に 1,244 億円の経済波及効果をもたらしたという（日本銀行調べ）。

早い段階でツイッターやブログ，フェイスブックなどを積極的に活用し，くまモン話題化計画は，当初の主要ターゲットであった大阪の観光地に出没させ，ブログやツイッターへの情報を仕込んでいった。さらに話題拡散の段階に応じた PR 展開として，JR の車両ジャック，吉本新喜劇への出演などを行った。

食品に関しては原則熊本県内の事業所にのみ許可を出し，熊本の PR や県産食材の販路拡大に多大な貢献をしている。「くまモン」は海外展開も進めており，熊本県内に本社を置く事業者等に限り海外での商品販売が解禁される。

●いばらき旅のストーリー

いばらき旅のストーリーは，茨城県観光物産協会「県内周遊促進キャラバン事業」として，有限会社時の広告社が事業計画から実施までを受託して実施した。2014 年 4 月以降は，時の広告社の独自事業として展開している。

中心企画として『旅の CAFE』と題し，地域まちづくり，地域おこし団体等との交流をもとにした新感覚の観光イベントを行っている。県内のニッチな観光資源を発掘するとともに，県内観光のサポーター，発信者を増やす場として，これまで 40 回以上開催されており，印刷物，WEB 周知，ノベルティグッズ等による，茨城観光のイメージアップを推進している。

第５　国際観光（インバウンド観光）推進プロジェクト

【現況と課題】

海外からの観光客が増加を続けており，茨城県においても茨城空港の開港により，海外からの観光客の増加が期待されましたが，全国の伸び率と比較すると低い水準にとどまっています。

成長著しいアジア諸国をはじめとする海外からの観光客を誘致し，地域経済や文化活動の活性化につなげていくことが求められています。

【基本的方向性】

外国人観光客の受け入れ態勢の充実を図るとともに，海外への観光プロモーションを強化します。

【目標指標】

指標	現況 （2012（平成 24）年度）	目標値 （2023（平成 35）年度）
外国人の年間入込観光客数	統計無し （2012 年）	100,000 人 （2023 年）

【今後５年間の重点的な取組み】

（1）外国人観光客の受入体制の充実

水戸に来訪する外国人観光客が安心して滞在できるよう，観光情報の多言語表示の拡充を図るとともに，宿泊，商業，交通関連事業者の外国人受入体制の充実を促進します。

（具体的な取組み例）

・JNTO 認定外国人観光案内所（ビジット・ジャパン案内所）への申請登録
・観光施設やパンフレット等の外国語表記の充実
・市内主要スポットにおける Wi-Fi 等の無線環境の整備
・宿泊，商業，交通関連事業者の外国人受入体制の充実
・外国語に対応できる観光ボランティアの育成・支援
・外国人（留学生）向けモニターツアーの実施

＜事例＞

●やまなし Free Wi-Fi プロジェクト

山梨県，やまなし観光推進機構及び民間企業の協働により外国人観光客及び国内からの観光客が，無料で利用できる Wi-Fi スポットの整備を全県的に推進している。計画を前倒しで 1000 箇所設置達成し，さらに山梨県・静岡県・神奈川県による産官民協働「Fujisan Free Wi-Fi プロジェクト」が進行している。「Fujisan Free Wi-Fi Project Official Website」（英，中，韓）を開設した。

●留学生を活用した観光振興プロジェクト

佐世保市では，市内大学等に通う外国人留学生を対象とした「環境学習会」と「モニターツアー」を実施している。留学生が市内の観光施設等を見て・体験して・外国人の視点で評価し，その結果を施設にフィードバックすることで外国人観光客受入態勢の推進を促進するもの。参加者に対し，SNS 等による情報の発信を促している。

長浜市では，人形浄瑠璃を学びに来日した留学生８人を，長浜国際観光サポーターに委嘱。サポーターとなった留学生たちは帰国後，インターネットなどを活用して市から随時提供される観光情報や体験した長浜の良さや魅力を全世界に発信する。

奈良県では，「外国人留学生なら観光サポーター」を募集。サポーターが奈良の魅力を海外へ発信するために必要となる知識等を学習，体験するための県内観光モニターツアーを実施している。

⑵ 外国人観光客向けの観光メニューの充実

水戸市には，武術や茶道などの伝統文化や伝統工芸がありますが，これらを外国人観光客向けに提供するプログラムが不足しています。水戸市国際交流協会や関係事業所等と連携し，外国人観光客向けの観光メニューの充実を図ります。

（具体的な取組み例）

・外国人対象の日本文化体験プログラムの充実

・黄門まつり等への外国人参加推進（神輿・パレード等）

＜事例＞

●おぢかアイランドツーリズム

長崎県の小さな離島である小値賀町は「アメリカの民間教育団体『ピープル・トゥ・ピープル』による国際親善大使派遣プログラム（以下 PTP)」が大成功をおさめ，2 年連続で「世界一」の評価を得た。民泊民家，町や教育委員会，商工会や島民ボランティアスタッフなどで「おぢか PTP 歓迎委員会」を組織し，全島をあげてアメリカからの高校生の受け入れ体制を整えた。

現在も「NPO 法人おぢかアイランドツーリズム協会」と「株式会社小値賀観光まちづくり公社」が連携し，多種多様な体験プログラムを展開している（ツアー&アクティビティは全て事前予約制)。人口 2800 人の島に年間１万人を超える観光客を集めている。

⑶ 海外各国・地域へのプロモーション

概ね 100km 圏に東京，成田，日光，那須，いわきなどの観光地があるなどの恵まれた立地環境を生かし，県内観光地との連携はもとより，広域的な視点から外国人観光客誘客に向けて，海外に向けた観光情報の発信・広報活動を積極的に進めます。

（具体的な取組み例）

・外国語版のホームページによる情報提供

・海外旅行博覧会などへの出展

・在外県事務所等を通じてのプロモーション

・国際親善都市（アメリカ・アナハイム市)，友好交流都市（中国・重慶市)，歴史上つながりのある都市等を通した観光誘客と物産ＰＲ

・「北関東中核都市連携会議」（水戸市，宇都宮市，前橋市，高崎市）の４市連携によるインバウンド誘客

・海外の旅行・情報雑誌への寄稿など

＜事例＞

●東アジア誘客三県都市連携会議

佐賀県，福岡県，長崎県の三県の福岡市，平戸市，雲仙市，武雄市，嬉野市の５市は，東アジア誘客三県都市連携会議を設立し，共同で観光誘客に取組んでいる。誘客先ターゲットを台湾に絞り活動を展開。台湾の旅行会社を招聘，台湾へのトップセールス，台湾国際旅博（ITF）にブース出展などの活動が実を結び，台湾から各 5 都市を訪問する新しいツアー造成が実現した。

●茨城観光商談会 in 上海 2012

茨城空港－上海便を利用する中国人観光客を県内へ呼び込むために，県内観光関連業者 24 社と春秋航空関連の中国旅行社など 17 社とのビジネス商談会が上海市内のホテルで開催された。

第6章　推進体制と進行管理

第1　各推進主体の役割

本計画を推進していくためには，市民，観光関連事業者，観光関連団体，行政（水戸市）の各主体の役割を明確にし，相互の連携を図りながら一体となって取り組んでいく必要があります。

1　市民の役割

・水戸市民は，水戸を愛し，水戸の魅力を支える真の主体として，郷土の歴史や文化，自然等に対する理解を深めるとともに，誇りを持って紹介・案内できる観光サポーターとなれるよう努めます。
・また，おもてなしの心を持って観光客を迎え，交流を深めるよう努めます。
・加えて，地域の歴史や文化，自然等に愛着を持ち，地域の美観維持など一層の魅力向上や地域の活性化に努めます。

2　観光関連事業者の役割

・観光関連事業者は，魅力ある商品づくりと質の高いサービス提供に努めます。
・事業者相互の連携を図りながら，観光産業の振興を図ります。
・常に地域観光の最前線で観光客と接することを意識し，おもてなしの心あふれる接客サービスを提供できる人材を育成します。

3　観光関連団体の役割

・ＮＰＯやボランティア団体等，観光関連の各種団体は，地域に根ざした活動を通して，魅力づくりや様々な観光交流の取組に努めます。
・なかでも水戸観光協会は，観光振興およびコンベンション振興の中核的役割を担う団体として，魅力発信，集客促進のための事業を積極的に展開するよう努めます。
・観光に関わる様々な主体の連絡調整や連携を進め，効果的・効率的な観光振興を図ります。

4　水戸市の役割

・国，県，周辺市町や庁内各部局との連携・調整を図ります。
・観光情報の収集，分析，提供を行います。
・各主体が自主的に行う活動に対する側面支援を行います。

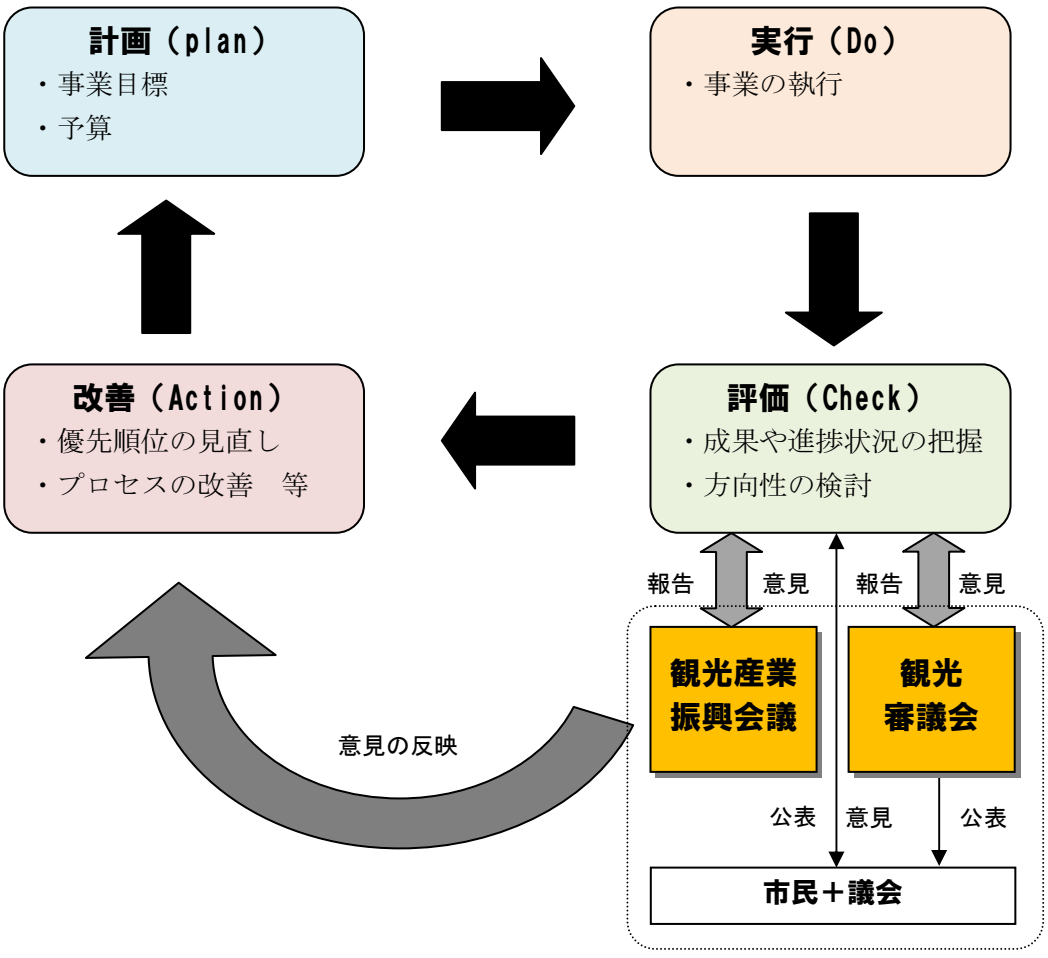
第2　進行管理

水戸市では，観光振興を戦略的に進めていくため，関係機関，団体の役職員及び学識経験者で構成する「水戸市観光審議会」，および官民で構成する「水戸市観光産業振興会議」が設置されています。

条例に基づき設定されている「水戸市観光審議会」に加え，「水戸市観光産業振興会議」では，市及び水戸観光協会，水戸商工会議所，観光事業の当事者である観光施設や宿泊，土産品，飲食店，旅行業，交通事業者など民間事業者が参画し，情報を共有し，連携して具体的な事業戦略を検討する場として活用されています。

したがって，「水戸市観光審議会」および「水戸市観光産業振興会議」を本計画の進行管理に係る継続的な検討・調整の場として位置付けます。通常の行政計画におけるＰＤＣＡサイクルに加え，これら２つの会議における意見交換を通じ，より効果的な進行管理を行っていくこととします。

また，先導プロジェクトについては，毎年，水戸市が進捗状況を点検するとともに，観光審議会及び観光産業振興会議の意見を参考に事業内容を柔軟に見直していくこととします。



水戸市観光基本計画（第３次）
（素案）

平成 26 年 10 月 29 日

水戸市産業経済部観光課