

様式第3号（第7条関係）

令和7年度水戸市観光審議会会議録

1 附属機関の会議の名称

令和7年度水戸市観光審議会

2 開催日時

令和7年10月9日（木）午前10時00分から11時33分まで

3 開催場所

水戸市役所本庁舎4階 政策会議室

4 出席した者の氏名

（1）委員

綿引 甚介, 和田 幾久郎, 佐藤 昭雄, 林 太一, 藤沼 貴士, 菊池 美絵,  
鹿倉 よし江, 小林 伸光

（2）執行機関

小林 一仁, 出沼 大, 海老澤 佳之, 大関 利明, 石井 浩之, 川崎 健生,  
仲田 慎也, 石川 正人

5 議題及び公開・非公開の別

（1）水戸市観光基本計画（第4次）の進捗状況について（公開）

（2）インバウンド観光の推進について（公開）

（3）水戸ならではの観光特産品の魅力向上について（公開）

（4）その他

6 非公開の理由

適用なし

7 傍聴人の数（公開した場合に限る。）

0人

8 会議資料の名称

資料1 令和7年度水戸市観光審議会次第

資料2 水戸市観光基本計画（第4次）概要版

資料3 座席図兼委員名簿

資料4 水戸市観光審議会条例

別冊1 水戸市優良観光土産品パンフレット「みとみやげ」

別冊2 水戸市観光ガイドブック「水戸旅」

## 9 発言の内容

【執行機関】本日は、お忙しい中お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。定刻となりましたので、ただいまから、令和7年度水戸市観光審議会を開催いたします。

会議の開催にあたりまして、本来であれば、市長から皆様に委嘱状をお渡しさせていただくところではございますが、本日公務の都合により、欠席となりますことから、皆様のお手元に配布させていただいております。何卒御容赦ください。

では、はじめに水戸市産業経済部長から挨拶を申し上げます。

【産業経済部長】本日、委員の皆様方におかれましては、公私とも大変お忙しい中、「令和7年度水戸市観光審議会」に御出席を賜り、誠にありがとうございます。

また、平素より本市の観光行政の推進に対しまして、御理解と御協力を賜っておりますこと、この場をお借りして、厚くお礼申し上げます。

さて、昨今の旅行者ニーズにおきましては、価値観やライフスタイルの変化等により、「見物」・「団体」型の旅行が減少し、「体験」・「個人」型の旅行が増加するなど、旅行目的や形態が目まぐるしく変わっております。

今後、更なる観光振興を図っていくためには、これらの変化をし、多様化するニーズを的確に捉えながら、本市の歴史や文化、食など、水戸ならではの観光資源を最大限に活用するとともに、ターゲットを明確にするなど、戦略的かつ効果的な取組を推進していかなければならぬものと認識しているところでございます。

また、観光振興による経済効果をより一層高めていくためには、誘客促進策とあわせ、来訪者の消費を促していくことも重要であります。そのため、宿泊者数の増加をはじめ、観光資源間の回遊性を高めることで市内での滞在時間を増やすとともに、インバウンド観光も推進しながら、飲食や宿泊、土産品購入など、観光消費に繋がる取組を展開していく必要があります。

本市におきましては、このような観光を取り巻く社会情勢等を十分踏まえ、観光振興によって地域経済を一層活性化させていくため、昨年7月に、水戸市観光基本計画（第4次）を策定したところでございます。

本日は、この観光基本計画の進捗状況を御報告させていただくほか、委員の皆様方の御意向等を踏まえ、同計画の基本施策のうち、2つの基本施策を議案とさせていただいております。

委員の皆様方におかれましては、それぞれのお立場から、忌憚のない御意見やアイデア等をいただきますよう、お願い申し上げるとともに、本日の審議会が、今後の本市の観光振興を力強く前進させるための、実り多きものとなりますことを祈念しまして、開会に当たりましての御挨拶とさせていただきます。

本日は、どうぞよろしくお願ひいたします。

【執行機関】ここで、委員の皆様の紹介をさせていただきます。

(委員紹介)

【執行機関】次に、事務局の職員につきまして自己紹介させていただきます。

(自己紹介)

【執行機関】続きまして、当審議会の正副会長の選出を行います。正副会長は、規程により、委員の互選となっております。皆様、いかがでしょうか。

(「事務局案」の声あり)

【執行機関】僭越ながら、事務局案をお示しいたします。事務局といたしましては、\_\_\_\_\_委員に会長を、\_\_\_\_\_委員に副会長をお願いしたいと考えておりますが、皆様いかがでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

【執行機関】ありがとうございます。それでは、正副会長の選出が行われましたので、代表として会長から御挨拶をいただきたいと思います。

【会長】ただいま、会長に選出いただきました\_\_\_\_\_でございます。

委員の皆様の御協力をいただきながら、本審議会が実りあるものとなりますよう、その責務を全うしてまいりたいと存じますので、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

本日は、まず、昨年度からスタートいたしました「水戸市観光基本計画（第4次）」の進捗状況について、事務局より御報告がございます。

また、本日の議題として、観光基本計画における基本施策のうち、「インバウンド観光の推進」と「水戸ならではの観光特産品の魅力向上」の2点について、委員の皆様と議論を深めてまいりたいと考えております。

委員の皆様におかれましては、本市の更なる発展のため、忌憚のない御意見等を賜りますようお願い申し上げまして、あいさつとさせていただきます。

本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

【執行機関】ありがとうございました。続きまして、本審議会にて諮問がございます。会長、諮問書の受領をお願いいたします。

(諮問書読み上げ・交付)

【執行機関】さて、本日の審議会は「水戸市附属機関の会議の公開に関する規程」により公開となっておりますことから、終了後は会議録を作成し、水戸市ホームページにて公開いたしますので、御承知おき願います。

それでは議事の進行につきましては、規程により、会長に議長をお願いしたいと思います。審議に入る前に、事務局から1点、御案内がございます。委員の皆様におかれましては、御発言の際、お手元のマイクのスイッチをオンにしてから御発言いただき、お済みになりましたらマイクのスイッチをオフにしていただくよう、御協力をお願いいたします。

それでは議長、よろしくお願ひいたします。

【議長】審議に入る前に、会議録の署名人2名を指名いたします。\_\_\_\_\_委員、\_\_\_\_\_委員以上2名を指名いたしますので、後日事務局からの連絡に基づき、会議録への署名をお願いいたします。

続いて、本日の出席状況について事務局から説明をお願いします。

【執行機関】本日の出席委員でございますが、全委員15名のうち、8名に御出席いただいており、定足数に達しておりますことをお伝えします。

【議長】それでは、議事に入ります。報告第1号「水戸市観光基本計画（第4次）の進捗状況について」、事務局より説明をいたします。

【執行機関】令和7年度水戸市観光審議会の資料に基づき説明をいたします。

報告第1号水戸市観光基本計画（第4次）の進捗状況について、御説明をいたします。資料1ページから3ページまでを御覧ください。

初めに計画の概要でございます。本計画は昨年7月に策定したもので、目指す姿を「水戸ならではの魅力を感じられ観光客に選ばれるまち」の実現に向け、「選ばれる観光まちづくり」、「稼げる観光まちづくり」の二つを基本方針とし、様々な事業を展開しております。

次に、基本施策ごとの令和6年度の取組状況でございます。資料の1ページに基本施策ごとの進捗状況を一覧として掲載しております。評価としましては、計画以上を二重丸、概ね計画通りを丸、計画未満を三角、未着手または実施困難をバツとしており、現時点ではいずれの施策も概ね計画通りとなっております。順に御説明いたします。

基本施策1「効果的な観光情報の発信」につきましてはSNS等を活用した情報発信のほか、観光に関する統計データ等の情報収集などを行いました。

基本施策2「水戸ならではの観光資源の魅力向上」につきましては、水戸の梅まつりや水戸黄門まつりなどの主要なまつりの開催をはじめ、民間主体イベントの開催支援を行いました。

基本施策3「戦略的なイベント展開」につきましては水戸黄門まつりにおける水戸偕楽園花火大会、水戸の梅まつりにおける「偕楽園UME The Lights」を開催したほか、民間主体イベントを支援しました。

基本施策4「観光客受け入れ体制の強化」につきましては、水戸駅観光案内所のリニューアルや優良タクシー乗務員の認定などを行いました。

基本施策5「コンベンション等の誘致の強化」につきましては、水戸市民会館等における各種コンベンションの誘致支援や「国際MICEエキスポ」といった大規模商談会への出展等を行いました。

基本施策6「インバウンド観光の推進」につきましては、多言語ホームページ、SNS等での情報発信、国内外での営業活動、多言語パンフレットの作成などを行いました。

3ページをお開きください。基本施策7「観光客の滞在促進」につきましては、観光漫遊バスの運行や体験型観光プログラム創出等の支援などを行いました。

基本施策8「水戸ならではの観光特産品の魅力向上」につきましては、各種物産展への参加や優良観光土産品審査会などを開催いたしました。

基本施策9「広域的な観光連携の推進」につきましては、いばらき県央地域観光協議会等により、近隣市町村と連携した広域での観光プロモーションや、イベントなどを行いました。

(3) 計画の目標値等ございます。観光入込客数、宿泊者数、外国人宿泊者数、観光消費額の4つの指標について、目標設定時である令和4年度の実績と令和6年度の現状、そして計画の最終目標年度である、令和10年度の目標値をお示ししております。宿泊者数と外国人宿泊者数、観光消費額については、すでに令和10年度の目標値を達成している状況でございます。現況値よりもさらに増やしていくよう引き続き取り組んでまいります。

報告第1号の説明は以上となります。

【議長】報告第1号「水戸市観光基本計画（第4次）の進捗状況について」、御意見等はございますでしょうか。

【委員】ありません。

【議長】特に意見も無いようですので、次の審議に移ります。はじめに、議案第1号「インバウンド観光の推進について」事務局より説明いたします。

【執行機関】議案第1号「インバウンド観光の推進について」御説明をいたします。資料4ページから6ページでございます。まず現状でございますが、インバウンド観光は地域経済を活性化させるための有効な方策であり、本市の観光基本計画においても稼げる観光まちづくりを実現するための重要な柱の1つとしております。

現在、水戸市インバウンド推進機構を中心に、民官一体となって、外国人観光客の誘致推進を

行っているところでございます。

次に、令和6年度の主な取組実績でございます。外国人観光客に「知ってもらう」「来てもらう」ための「プロモーション」と、「おもてなし力の向上」と「楽しんでもらう」ための「受入体制の充実」の両輪で進めてまいりました。

まず、プロモーションとしましては、4言語に対応したホームページの開設や、再生回数260万回を超えた、インフルエンサーによる動画発信、台湾最大級の旅行博への出展や、現地旅行会社との相談会、会員事業者様と海外の旅行会社をつなぐオンライン相談会などを実施いたしました。

5ページでございます。次に受け入れ体制の充実としましては、同じく4言語に対応したパンフレットの作成、水戸観光案内所の改修と多言語対応のデジタルサイネージの設置、夜の魅力を体験できるスナックホッピングツアーや造成し、海外向け旅行商品販売サイトでの販売を実施いたしました。

続きまして、今後の取組方針でございます。これまでの取組に加え、特に、より効果的なプロモーションの展開と滞在時間の延長に繋がる取組を実施してまいります。効果的なプロモーションの展開としましては、携帯電話の位置情報等を活用したデータ解析サービスの導入を検討するなど、客観的なデータに基づいたプロモーションを実施いたします。

また、滞在時間の延長に繋がる取組として、外国人観光客向けの体験コンテンツの創出や、民間主導によるナイトタイムエコノミー事業への支援を行ってまいります。

本日はこれらの現状と取組を踏まえ、本市が選ばれる観光地となるための方策について、委員の皆様と議論を深めたいと考えております。

議案第1号の説明は以上でございます。

【\_\_\_\_委員】今、説明のあったとおり、外国人宿泊者数が増加していることは実感しております。お客様は観光というよりは、仕事で来ている、原子力関係だったり、日立関係だったり、ゴルフ大会だったり、いろいろな形態のお客様がいらっしゃっていることが多くて、純粋に観光の方となると日帰り外国人観光客が多く、実際は宿泊はしていないというのが現状だと感じております。今のナイトコンテンツのお話も、やはり宿泊するためにはナイトコンテンツが必要であり、ゴルフ観光のお客様は結構いらっしゃってるのでけれども、ゴルフ観光のお客様は1日はこのように設定して、もう1日は観光みたいなものをエージェントさんも組んでいるのです。

この間来ていただいたゴルフ観光のお客様は、いや、もう観光いらないから2日目もゴルフしていくよ、という形で観光にお金を使わない。そしてそのまま帰るというような方もいらっしゃったので、そこら辺も考えなくてはいけない。あとは、ゴルフ場に行く二次交通の制度が必要だと思います。

また、先ほどのお話にもありましたように、観光の内容が細分化されていて、例えばガストロノミーだとかスポーツのように、本当にいろいろものがあって、それをその地域で、自分たちがどの分野が得意なのか、というのをもう少し整理して把握すべきではないのかなとは思います。

あと、インバウンドではないのですが、最近多いのが水戸ホーリーホックが調子が良いので、対戦相手のお客様が結構来るようになったのですけれども、J1リーグは、J2リーグに比べて全くサポーターの来る量が違っています。今、水戸ホーリーホックは1位ですが、これが本当に来年J1に上がると、かなりの集客が見込めるんだろうなと思うのですけれども、それに対して、スポーツの1つだと思うのですが、どういうような体制があるのかな、どのようなになるかなというのは少し不透明な部分があります。

また、現在のホテル業界では、茨城県の中でも、水戸市はホテルの部屋の稼働率がかなり良い方だと思います。それはほかの地域の方とお話をしても水戸は恵まれているとよく言われています。

【執行機関】ただいま、\_\_\_\_\_委員から御意見を頂戴しました。御意見の中で特に、水戸ホーリーホックが、非常に調子が良いとのことで、J1昇格が、大いに期待できる状況でございます。それに伴い、サポーターや関連する方々の水戸への集客や、出張や、観光や、多数の方が来られることが大いに予想されます。

また、J1に上がった暁には、別のJ1チームをホームとする地域から、応援に来る方々も新たに来ることで、水戸の地域をさらに、PR等をしていけるような状況になるということです。我々、水戸市におきましても受け入れ体制などを万全にできるように取り組んでまいりたいと思います。

【執行機関】2点あります。1つは水戸ホーリーホックですが、我々水戸観光コンベンション協会としましては、ホーリータウンということで、今までおもてなしとしまして、梅など提供させていただていたのですけれども、本年度から農業公社と協力しまして、例えばレアチーズタルトとか、微力ながらPRはさせていただいております。

また、水戸観光案内所でサポーターからのいろいろな御意見を頂いているので、今集約をしており、御意見等を反映したいと思います。

今、\_\_\_\_\_委員の御指摘で、まさに解決しなければいけない問題が交通手段でありまして、例えば試合時間が決まっている中で、サポーターが、2時間、3時間早く来た場合、その空いている時間に偕楽園や弘道館に行ったりと、ただ、ケーズデンキスタジアムがほかの観光地から遠いので、少し時間が空いたので行きたいのですが、残念ながら行けませんと。これが先ほど委員から御意見がありました、少しゴルフをして、では、ほかの観光地に行くというのがどのように行けばいいのか、まだ時間が足りなくて残念ながら行けないと。さらに、来年度になりましたら、千波湖でパーク-PFI事業を実施しますので、その関係性とか、いろいろなことを考えていかなければいけないなと思いますので、県と連携しながらその辺りも考えていく必要があります。

【執行機関】水戸ホーリーホックとはこれまで以上に連携して、集客あるいはお越しいただいた方のおもてなしに務めてまいりたいと思うのですが、水戸ホーリーホックのゴールキーパーを務めていただいている「本間 幸司」様につきましては、水戸大使になっていただいていると伺っておりますので、そのようなところも繋がりを生かしながら進めてまいりたいと考えております。

【\_\_\_\_\_委員】外国人延べ宿泊者数の国別数は分かりますか。

【執行機関】現状では、水戸市の外国人延べ宿泊者数の国別数は統計が無く、把握しておりませんが、茨城県観光物産協会から、宿泊統計調査を元にした資料によりますと、茨城県におきましては、2024年中でございますが、台湾が第1位で約4万8,000人、第2位が韓国で約3万4,000人、第3位が中国で約3万人、第4位がアメリカで約1万5,000人でございます。以下、ベトナム、香港などと続いております。

【\_\_\_\_\_委員】現状が台湾のターゲットということになりますが、今後の新たなターゲットを絞っていくのも大事であると思いながらも、やはり受け入れる側、先ほども御意見がありました。まず移動手段としても受け入れ側の状況などの現状を把握した上で改善するべきかなと思いますし、韓国が確かに定期就航便が改正され、決まったということは報道されていると思いますけれども、そういうところも含めて、やはり台湾をさらに水戸市にお招きするような取組

をもう少しできればいいと思っております。

水戸ホーリーホックのお話も出ましたけれども、先日、高松市の方とお話をさせていただいて、岡山がJ1に昇格したのですけれども、かなりJ1に行くとサポーターの人数が増えて、岡山が盛り上がってることろがありますし、本当に地元の観光業の皆様方と連携しないと、サポーターの方々がそのまま帰ってしまう。

こういった現状を見て、高松市も力を入れていくとおっしゃっておりましたので、来年度に向けて、J1に昇格した際は、関係各所と連携しながら、サポーターが水戸を楽しんでいただけるような取組をしていただきたいと思います。

【執行機関】多言語対応につきまして、今年度、英語、簡体字、繁体字、韓国語に対応したパンフレットを作成しております、併せて水戸観光案内所に、今まで停止していたデジタルサイネージを設置させていただきました。

また、先ほど申し上げました、水戸ホーリーホックについてのアウェイサポーターの対応も、今の御意見などを踏まえまして調整していきたいと思います。

【\_\_\_委員】先ほどデジタルサイネージの話があったのですけれども、例えば、北口のペストリアンデッキを出ると、そのような観光のサイネージが表示されるようなものを設置できればいいなと思います。例えば、北口を出たところで、二の丸角櫓を映すとか、そのようなところがフラッシュバック的にランダムに映るようなモニターなども設置すると良いと思います。

現在、芸術館の円形の展示場所がありますが、いまだに紙ベースですので、こういったところもデジタル的なものに変更するべきです。これには都市計画課との調整が必要かと思いますけれども、見た時の雰囲気づくりをし、おもてなしできるような形も、市政でも大事なのかなと思います。

大都市になりますけれど、高松駅には、パンフレットだけではなくて、デジタル的なものが多いいろいろあります。本日、JRの委員もいらっしゃると思うのですが、水戸駅のエリアの中でも特に交通機関の案内ですね。例えば、バス乗り場やタクシー乗り場の方向といったところがなかなか見づらくて、やはりタクシー乗り場やバス乗り場は、朝方など外国の方によく尋ねられるといったことはあるので、このようなところは都市計画課との連携をしながら対応していただきたいです。

【\_\_\_委員】今必要なのはデータベースマーケティングだろうと思うのです。交流人口と関係人口を捉えるには動態調査ですが、あらゆるテクノロジーがあります。それを活用していくべきであると考えます。台湾、中国、韓国の方々は、それぞれ完全に別個で対応していかなくてはいけない分野が多いと思いますし、JRさんもジャパンレールパスから発展的にやってらっしゃいます。その影響があつて地方分散になっているという現状に繋がることはもう間違いないのだろうなと思っております。

ただ、私たちが求めるものが何なのかをはっきり決めないと、実際そのターゲットに対してどうするのかというのは、その人たちがどう動いているのかということも十分理解した上でやらないと、効果が得られないのではないかと思います。

特にインバウンドは、日本国内の移動は、そういったツールを使って可能なのですが、それ以外の移動は難しいという現状を考えた時に、難しいからこそ踏み込まないといけない。

国であるデータと県であるデータがあつても、市のあるデータに繋がらないといけない。簡単に言うと1人1人に、出口調査をするとかですね、単純明解な話なんです。もっとその辺りをテクノロジーは使うのですが、現状のところでお客様の声を聞くとかそういうのも十分に必要になってきているのではないか。そこに食も繋がるわけで、ハラルも含めた展開ができるところはどこどこにあるんですよ、みたいな話も含めてしっかり今動いていらっしゃる方々の情

報を捉えることが、おそらく5年10年後の最後の目標のタイムラインには作らないといけないのではないかなと思います。

自分のところに誰が来ているのかが分からぬといふのは、どうしたらいいのかには繋がらない。県がやろうとしているのと市がやろうとしているのが右左になってはいけないわけで、市がやった時に、ではそれに乗れというように県が来ればそれはそれで良いし、国が来ればそれでいいわけです。やっぱりその辺りのことをもう少し踏み込んだ方が良いのではないかと思います。

JRさん今日いらっしゃるので、出口調査はパーフェクトですから、それをいかにその地域と連携をして活用するかとか、あとKDDIやNTTなどが位置情報等を持ってますから。そのようなものを具体的に捉えて、それが歴史文化でフォーカスしてやるのか、食であるのか、そのようにしていけば新しいものが生まれてくるのではないかと思います。

一方、国内の方は、やりようはいくらでもありますので、今、岡山や高松にいろいろな話がありますけれども、最近の例で、北海道の日本ハムフィールドがあれだけ新しくなったのは、まちづくりがデータベース化されていたということです。行政が旗を振っていただいて、産学官で進められるようなワーキングチームをこの中から作って行くとか、いろいろな方法があろうかと思います。

ぜひそのように進めていただきたいなと思います。水戸市はポテンシャルがすごく高いです。ほかの方々が行きたいよね、というと、必ずこう関係性が広域連携に繋がっていくことがありますので、うまくそのあたりを繋いでいただければなと思います。

【執行機関】御意見ありがとうございました。スマートフォンにかかる科学技術の進展によりまして、人の動きや流れがどういった特性等があるか分かるような状況になってきまして、そのようなデータマーケティングに基づいた各種施策の展開というのは、大変大切なことであると思っておりますし、今後はそういうものを軸に展開していくことになろうかということを、感じているところでございます。

また、データマーケティング、先ほど最後に広域連携の話がございましたが、人流が分かってくれれば、広域連携先というのも見えてきて、より効果的な施策が打ち出せるようになるものというよりも、感じているところでございます。

インバウンドにかかる政策については、いろいろなトレンドはあるところでございますが、やはり基礎となるそういうデータの取得には、予算等の獲得も含めて積極的に検討を進めてまいりたいと考えてございます。

また、\_\_\_\_\_委員からもここにありました、街に出てですね、ぱっと見てシンボリック性の高いものというのは、おもてなしを考える上では非常に大切なものであると考えておりました。その街を印象づけるようなものだと思いますので、すぐにお答えできないところではございますが、関係機関とかどのようなものがどのような場所にさせるのかということについて、御意見を参考にしながら進めてまいりたいと考えております。

【\_\_\_\_\_委員】日本政府観光局のJNTOという組織があるのですけれども、そちらで2024年に発表していた統計調査は、茨城県内は台湾と韓国からの輸入が1番多く割合を占めておりました。

弊社でもそこのところを注目させていただきまして、コロナ禍であった時は、海外はもちろんですが、国内のお客様も、駅から人がいなくなった状態が続きまして、なかなか弊社のインバウンドいうところの注力はできなかつたのですけれども、ここ2年間ぐらいでそのインバウンドの施策というのもいろいろ持ち直しを行いまして、今まさに力を入れて行っている事業でございます。

特に水戸の方では、台湾と韓国というところに注目して、水戸観光コンベンション協会も参加されております、茨城県が実施した商談会に我々も参加させていただいて、実際、台北で145社とか、高尾で57社とか相当数のエージェントの皆様からお話を伺いすることができました。その中で、やはり、台湾のお客様というのが、旅行をかなり日本にも送っているけれども、まず先ほどおっしゃっていた、ひたち海浜公園に行き、その後、栃木県に行ってしまいますというようなツアーが、本当にほとんど占めていて、茨城県には来たものの、名物を1個だけ見て、車内でご飯を食べながら長時間バス移動をして、栃木県日光に行きます。県から県へまたいで5日間行くというものがほとんどでした。知られていないから茨城県のここだけ行ったら知られている栃木に行ってしまおうというところが、本当に現地のツアーハイアはもうそこしか目に付いていないなくて、実際、茨城県内のもつともつといろいろなものがあって、ここ行ってこれを食べてこういうものを作ることができるんです、と現地でお伝えをしたところ、そんなことができるんだと。であれば、3日間茨城県ができるじゃないというところがあり、分からぬからツアーを作つてなかつたというのが、本当によくわかりました。

2年前から商談会に行きました、私たちが紹介するだけだと、なかなか具体的な提案ができないので、ここからここは私たちの鉄道を使って、鉄道の中でのイベントとかも催した形で商品を作りますから、バスとバスの間に、そのようなものを組み込む商品を作つてくれませんかとか、そういう具体的なお話を、\_\_\_\_\_委員もおっしゃった通り、根気よくやっていかないと、具体案で示していかないと伝わらないです。やはり遠い海外から茨城県に来て、本当はもつといいところがあるのに、なんであつちに行つてしまふんだろうと思ったところで、でも、伝わつていなんだなと思いました。

また、韓国もそうですけれど、茨城には相当数のゴルフ客が海外から来てますけれど、本当に3日間ゴルフだけをやつて帰つてしまふ。それはどこのツアーモ同じで、ゴルフのみじやないと売れないと賣れないと賣れないと賣れなくて、もうガチガチのゴルフトツアーモうのでないと、人が集まらないから売らないですという形なのですけれど、であれば、ゴルフ場に売りに行つちやえればいいのではないでしょうか。ゴルフ場でキャラバンをやり、そこで、ゴルフだけじゃないという売り込みをやればいいんじやないかと。そういう発想の転換をしながら、より分析を深めていく必要がいるんだなと思っております。

私たちも、今分析を始めたところなので、成功事例などを、海外の方でもっと発信していくだいて、それを1社2社3社4社と増やしていく必要があるのかなと思いました。

ここで、JR東日本グループにおける台湾への海外サポートを紹介します。我々のアセットを活用するというものがあります。台湾創造旅行社という、現地の旅行会社がありまして、ジエクサ台湾というスポーツジムに巨大なモニターがあり、モニターの前にいっぱい自転車が置いてあり、スポーツをしながら決めるとか、そういうお客様もたくさんいるので、モニターに茨城県の動画を流して、こんな素敵なところがあるんだつたら行こうかって、そのアセットを活用いただいたりすることができます。

また、台湾にホテルメトロポリタンというホテルがあるのですけれども、ここで、食事メニューの中に取入れてもらうとかそういうところもグループのアセットとして、御紹介することができますので、ぜひ取り組みいただきたいし、一緒にサポートをさせていただきたいなと思っております。

あと、そのほかにも、台湾にワーアンドコーという2022年に作った施設なのですけれども、コワーキングスペース、またはあのシェアオフィスを作つていて、先日の商談会の時に行つてきたのですけれど、やはり日本の市町村や企業が、1つのシェアオフィスの1つを借りてそこで生活をしながら、ずっと拠点を1つ持つて、やっていくとか、そのようなことをやって

いる企業も多くなってきたという話もありました。そういったコワーキングスペースやシェアオフィスというのもアセットの中にもございますので、そういったものをまとめて御要望があれば御説明や、現地とオンラインで説明をしたりとかそういうこともできます。

今、茨城県は奥久慈ライドなど、そういったものをPRする予定があります。なので、その辺りも、御一緒に連携いただければと思います。分析を共に進めながらやっていきたいです。

また先ほどもお話しがありましたJRの海外向けのリントパスとかジャパンパスとかそういうものでお手伝いもできると思いますので、ぜひ御連携いただければと思います。

【執行機関】いろいろな参考になる御意見をいただきまして、特に水戸市で台湾営業の報告会とかも関係機関とやろうと思っておりまして、ぜひ\_\_\_\_\_委員も商談会に行かれていたのでしたら、一緒に連携していきたいと思っておりますので引き続きよろしくお願ひします。

【\_\_\_\_\_委員】今年は韓国便が復活しつつも、台湾便が運休するなど、航空会社の状況が刻々と変わっていますので、あの5年後、10年後どうあるかというよりも、3年周期ぐらいで考えないと難しいのかなと思います。

LCCもそうですけれども、普通のレギュラーで飛んでるJALの便なんか見てもですね、頻繁に変わるんです。ですので、今度はヨーロッパ、フランスなのかとかいろいろかと思いますけれども、ぜひいろいろお考えになる要素にしていただきたいと思います。日本は島国なので船で来るか飛行機で来るかしかありませんので、そこら辺は県も意識をしながら交流事業を進めていくというのが1つのきっかけではないかなと思います。変わり様が早いので、長期計画というのがかなり難しいのではないかと感じます。

【会長】やはり現状の就航時間帯ですと、皆様満足していただいている形にまだならないのかなと感じます。ターゲット国について、県に話を聞いて来たのですが、例えば統計的な要素から行きますと、茨城県も3年前からどこを攻めようというような形の中で、韓国につきましては、もう10何年前から多分行かれてきたのかなと思います。ようやくここにきて韓国旅行者が増えたというような形だと思います。やはりインバウンドも、現地旅行会社を通したツアーは今だんだん増えております。

個人旅行者をどのように攻めていくかというのも、1つ大切なことではないのかなと思ったわけでございますけれども、やはりそれには、茨城県に来ていただくための交通機関が、JRさんと、茨城空港、成田空港だと思います。そこからどのように水戸市に誘客をしてくるかというようなことがやはり、民官でいろいろな対策を打てるのではないかなと思います。

ホテル協会からすると、\_\_\_\_\_委員もおられますけれど、茨城空港に来たお客様は、茨城県にとどまらずにほかに行ってしまう。やっぱり交通の不足かなと思いますので、ホテル協会としては、この茨城空港との直行バスなどを出せるようなことが考えられないのかと思うのです。近場でいけば、韓国ですと、仁川空港に着くとホテルまで直行バスで案内されてると思いますけれども、そういうのを水戸がはじめて、進めていくというような形というのはできないのでしょうか。

【執行機関】茨城空港は玄関口でございます。茨城空港との連携については担当課である交通政策課を中心に動いております。我々の観光部門からいたしますと、お客様の目線に立つと、やはりこの使いやすい交通機関がないと、誘客は一層難しいのかなと考えておりますので、交通政策課あるいは県の空港対策課とですね、一緒に、何が最適なのかというところは常に検討してまいりたいと思います。

【会長】他はございますでしょうか。いろいろな御意見を皆様からいただきましたので、この点につきましては、検討をしてまいりたいと考えております。

また、素晴らしい御意見をいただきありがとうございました。

次に、議案第2号「水戸ならではの観光特産品の魅力向上について」ということで事務局より説明をお願いいたします。

【執行機関】議案第2号「水戸ならではの観光特産品の魅力向上について」御説明をいたします。資料6ページを御覧ください。まず、現状でございます。本市では、観光土産品の品質向上及び普及を図るため、水戸市優良観光土産品として登録し、推奨をしているほか、物産展でのPR販売や、事業者との連携による新たな土産品開発にも取り組んでおります。令和6年度の主な取組実績でございます。令和6年度は、優良観光土産品の登録・推奨をはじめ、姉妹親善都市の物産展等での販売や、事業者との連携による新たな観光土産品の開発に取り組みました。

続きまして、今後の取組方針でございます。これまでの取組に加え、SNS等を活用した、効果的なプロモーションを展開すると共に、新たな土産品セレクション制度創設等によるブランド力の向上に取り組んでまいります。

本日はこの現状と取組を踏まえまして、本市の観光をさらに向上させるための方策について、委員の皆様と議論を深めたいと考えております。議案第2号の説明は以上でございます。

【委員】現状を説明させていただきます。土産品は、皆様が思っている、地方に行ってもどこに行っても代表のお菓子だったり、漬け物だったり、食品だったりというものがあるのですけれども、最近の若い人達は土産品というものの、古いものとか伝統的なものに限らないで、洋菓子だったり、本当に小さい洋菓子屋さんが出来るクッキーだったり、シフォンケーキだったりなんだったり、モンブランだってのもお土産にしている。

水戸でいうと、例えばうちで作っている「水戸の梅」だと「吉原殿中」だと、いわゆる名産品と言われるものだけではなくて、いろいろな会社のいろいろな製品がお土産として、その会社はお土産として作ってるつもりはないのに、いつの間にかお土産として使われてるという商品が、実は日本全国にどんどん増えてるのです。

ここまで来ると、そういう人たちも巻き込んで土産品のアワードみたいのを作ったらどうかと思い、水戸市と商工会議所といろいろとお話をしながら、今取り組んでいる最中です。

水戸の人間が、県外から来たお客様、あるいは海外から来たお客様に、このお菓子は実は美味しいんです、実はこれすごいんだよ、ということを我々がほかの人たち、他国の人たちに自慢したいお土産を我々の手で表彰推奨をして賞を与えて、そして観光に来たお客様がそれを見て、このシールがあるいはこのマークがついてるものが、地元の人たちがみんなで推してきたものなんだね、というのが分かるような仕組みを作るために、我々今動いている最中です。

皆様の業界でもそうですけれども、いろいろな組合とか、いろいろな団体があると思うのですが、全てのそういうところは、人がいないという、なんとかして会員を増やそうという、そういう団体、組合が多いのですけれども、我々もこれをきっかけにして、今までお土産品の組合とか団体に入っていなかった小さい和菓子屋さん、小さい洋菓子屋さんだったり、そういう人たちを会員として取り込んで、繋がるということも含めて、新しいアワードの仕組みを作りたいなと思っております。まだ形には完全にはなってはいないのですが、ある程度形になりつつあるので、来年あたりに、皆様の場にこうやって発表して、皆様にも参加していただいて、自慢のお菓子、自慢の土産品を推奨してもらってみんなで決めて、全国に発信していければなというような仕組みを作ります。ぜひ、その時には皆様の御協力も得ながら、これをうまく活用できれば全国から「水戸さんどうやってやったの。」って来るはずなんです。全国の市町村あるいは商工会議所がどうやってやったのって聞きに来ます。今までいろいろな自治体が同じようなことをやってきたのですけれど、なかなかうまくいってないのが現状で、どうにかしてみて、すごいうまくいったねというのを成功事例にしたいなと思っていますので、ぜ

いろいろな分野の皆様の御意見を聞いて、より良いものを作っていくみたいなと思っておりますので、御協力よろしくお願ひ申し上げます。

【\_\_\_\_委員】観光特産品ということで、つい食べ物の方に行きがちなのですが、私、日頃思つてることがあります、偕楽園の梅の枝の剪定が大体年末に行われるのです。その枝を使って、ある同好会が梅染めを行い、身近な小物とかを作つて楽しんだりしてゐるのですが、それを活用して、発信していくかなと思っております。

それと関連して、昨年、梅まつりの時ですけれども、観光課が作ったと聞いたのですが、弘道館の碑を点々にしてデザイン化したものが売店で売つてゐるのですが、その商品を全面的に打ち出しているというわけではないのですが、私は観光ボランティアで案内していることもあるのですけれども、それがすごく伝わつて「いいこと考えたね。」って感じで、友達にもあげようと思ったのですけれど、ただそれが普通の一般のお客さんには通じないところがありまして、せっかく考えたアイデアなのですけれども、それが全国に広がるところまではちょっと見届けなかつたことがちょっと残念なのですけれども、そういうものにも梅とかを利用しながら広く周知できると、お客様に、水戸の梅とかって伝わりやすいのかなと思いました。おそらく観光課だと思うのですけれども、生み出した経緯とかありましたら、裏話にしたいなと思つて、もしありましたらよろしくお願ひします。

それで、イベントにもなつてしまふのですけれども、水戸の野菜を使ったものでイベントを開くとか、人を呼ぶお土産も並行するようなアイデアができていつたら楽しいかなって思つております。

【執行機関】梅染めを、梅や梅の枝を使った小物とかを作られる団体さんがあるということでしたので、後ほど、教えていただければと思っているところでございます。弘道館記をモチーフに作ったトートバッグのことだと思うのですが、こちらは歴史文化財課が、作成したものでございまして、弘道館記碑文をイメージしたようなデザインバッグです。

こちらは、好評をいただいておりまして、お土産として、売れているというように伺つてゐるところでございます。梅染めの商品につきましては、今現状、可愛らしい梅で染めたようなものが、優良観光土産に登録をされているところでございます。

やはり偕楽園の梅を使って、染め物など、訪れた方々がちょっとお土産に買って帰ろうかな、というような手に取りやすいものなのかなということもございますので、引き続きそのような小物類のお土産も合わせて充実させていかなければなと考えております。

【執行機関】\_\_\_\_委員からお話がありました件に関しまして、お手元にお配りさせていただきました資料で、優良観光土産品認定制度があります。優良観光土産品審査会という、別の附属機関の力を借りしまして、毎年事業者から申請をいただいた商品を対象に、土産品として優良であると認められたものを登録推奨しているものでございます。記載にある通り、現在、吉原殿中など31業者、59品などを登録しているところでございます。\_\_\_\_委員からお話がありました、来年度以降の形態でございますが、まだ検討中ではございますが、皆様の意見も加えながら、土産品セレクションみたいなものの創設を検討しております、目的としましては、水戸市の隠れた名産品や特産品など、そのようなものを、推奨していただいて、水戸のまちをPRしていこう、観光客の増加につなげていこう、というような形で動いているものでございます。

【\_\_\_\_委員】私から2つ。1つ目は、\_\_\_\_委員のお話の中からふとアイデアが生まれたのですが、土産品専門のキッチンカーを事業者全員で1台作つて、イベントも含めて、なにかある時はその水戸の土産品のキッチンカーが必ず販売していますよ、もしくは、高齢世帯に対して水戸の美味しいもの、こんなにありますよというので、水戸市の高齢の方々の居住されてる地

域に出店してもいいのではないでしょうか、というのが1つ目です。

要は、触れる機会とか購入機会とか、あとはそれを先ほど申し上げました、新しいテクノロジーを使って発信していく。行政の縦割りの話ではなくて、市民の幸せとかみんなの美味しさを提供するという世界で、そういうのも面白いんじゃないかなという、そういうアイデアを先ほど新しく作る、土産品セレクションに落とし込まれたら面白いんだろうなと思いました。

2つ目は、試してみた話なのですけれども、水戸納豆と柔甘ねぎ、これ絶妙に合いますね。JA水戸が作られて販売されているねぎだと思うのですが、あのこだわりとして水戸納豆と柔甘ねぎを合わせて食べるとこんなに美味しいくて、みんな美しくなったみたいな。地産地消から地産他消に持っていくためにはそういう機会を作り、JRさんで販売してもらう。こちらもこちらで販売をするという、連携事業だと思うのですけれども、そういうのもありなんだろうと思います。

私もスーパーなどで見ても、柔甘ねぎって少ないんですよね。絶対量が少ないから。逆に絶対量が少ないから、高付加価値で美味しさをPRできるのではないかと思ったので、この2つが今日の食の話の時に先ほど\_\_\_\_\_委員から聞いたセレクションに繋がるのではないかと思います。

実は、私の周りでもいろいろと最近高齢化率が高くなっていて、そこに移動販売の車の話しがいろいろあって、特に1,000世帯程度のアパートが建ってるところにもやはり買う方法が少ないので買えなかった。なので買える移動販売が来てくれるとなにか嬉しいことありませんよねって話しが都市部でも出てきてる現状です。こちらの地域も当然、高齢者世帯はより増えております。そういう中で地元から今回のようなキッチンカーが発信されていって、それがメディアに掲載され、Instagramに掲載され、みんな喜び、そういう方が広告費をかけるよりも実動的なものではないかという感じですので、いろんなイベントにも必ず会場に水戸のこの土産品のシールの貼ったものが走っているとか、止まっているとか、そこで買えるというのもまた1つの方法で、そうすると参加者の方々もいいのかな、という感じがしました。

【\_\_\_\_\_委員】茨城は基本的に素材は何でも美味しいと思うのですよ。それを商品にして、ストーリー性を持って販売するのが非常に苦手なのかなという気がするのですけれど、やっぱり素材が良い限り、その美味しさであるとか、生産のストーリーとかそのようなところで、ブランド力を高めていくというのがすごい大事なような気がしますね。

実際にはあの有名なシェフとかパティシエが生産者と直接契約して、そこで素材をディールしてるとか実際あるのですけれど、そういうものに対応は取れなくとも、やはり同じような環境が、同じように生産されているので、うまくそういうことの情報をリアルにイメージしていただけるというのが必要な気がするのです。あんまりバズるとかいうよりは、なんとなく通の方が実は、茨城に来たらこれを食べるべき、そのようになれば非常に購買の流れができるのかなという気がしますね。

あとやはり地産地消というのも言われてますけれど、ヨーロッパの中で地産訪消という、その地に訪れて、消費していく。生産量が少ないから測らずもそうなったのですが、非常に美味しいものがあって、わざわざ行って食べるみたいです。そうするとやっぱり、先ほどのツーリズムにも関連してくるのかなという気もします。

あと、我々商工会議所では、今、ローカルファーストというのを推進しているのですけれども、例えばアメリカのオレゴンのポートランドなんかは、チェーンの飲食店が参入できないぐらいなのです。しかも非常におしゃれなんですよ。やはりそういう文化が根付いてるので、オレゴンで住んでる人たちはチェーン店には行かないのです。地元の基本の2、3店舗ぐらいしかないようなところに行って、消費するというのは当たり前というのが心地いいですね。そう

いう心地いい空間を作っているというのがあって、それってすごい大事なことだなと思うのですけれど、やはり水戸はそういったローカルファースト的なことを大切にして、地元のものをしっかりと使っていこうよという、そのような流れも大切なことです。それをやってしまうとなんとなく閉鎖してのような感じがするのですけれど、そうではなくて、実際ポートランドなんかは全米中が憧れる場所なのです。そのように、ライフスタイルを感じに外からも来るようになるわけです。そのような仕組みができてしまうと非常にレベルも高まってきて、美味しい食、見栄えのいいレストランであったりカフェであったり、お土産といったものがどんどん開発されてくるのかなと思いますので、ぜひそのような、どのような視点で続けていくのかということに関わる分野だと思いますので、深く話し合っていくとよろしいかなと思っております。

【\_\_\_\_委員】リッツカールトンという東京のホテルで、明利酒類さんの百年梅酒が採用されていたのです。それを弊社の担当が、食べた時に、こちらで明利酒類さんの百年梅酒を飲むと、いつもの形だけれども、リッツカールトンでその梅酒を使ったジュレをデザートとして提供されていて、明利酒類さんという名前がしっかりと出て価格も高いのに、すごく好評だったのです。こちらに来た方に、お土産を買うという、PRするという発想と、あとはなかなか地元にいると気づかない茨城の魅力のものが外に出て形を変えるとすごく目立って「わあ。」と言われるようなものになるというのは、往々にしてあって、我々も宣伝とか注力してますし、営業を担当する首都圏や、海外にも力を入れてるのでけれど、4年ぐらい経って、今、笠間市イコール「栗」になったなというぐらい変わってきたなと思っております。ここで待つだけではなくて、外にどんどんどんどん発信すべきだと感じております。多分、栗ってあまり私も昔は印象は無かったのですけれども、道の駅ができる、それでもう、どんどん宣伝戦略というのを非常に強くやってたことで、あと美味しいですね。本当に美味しいですし、そういうものが、地元の人だとあまり気づかない良さというのが外に行くとすごく力を出すな、と思いました。私も茨城生まれの茨城育ちなのであまり分からなかったですけれども、弊社でも首都圏から3年に1回とか多数の人が来るんですけども、来た人来た人みんな「なんでこんなに水戸っておいしいものがあるの。」「なんでこんなにお野菜もご飯もすごく美味しいの。」と、みんな言って、あとは私たち首都圏でよく農作物とか発売したりするのですけれど、飛ぶように売れます。あっという間に売れますので、そのような、場所を変えてやっていくというのも1つではないかなと思います。

なかなか県内の人だけだと、魅力に気づきにくいところがあるので、外の御意見とかをたくさん取り入れるといいのかなと思いました。鉄道の普通列車だったり、特急の車内を活用して、朝のトウモロコシとか売ったりしているのですけれど、あと、大洗のシラスですね。弊社の鉄道を活用してやっておりますが、これも朝1番で販売したのが、毎回売り切れという状態なので、あと桃とかですね、今後もチャレンジしてまいりますので、そのようなものも御活用いただければと思います。

【産業経済部長】私からお礼を含めて少しお話をさせていただいてもよろしいでしょうか。皆様、たくさんのアイデア、御助言、御意見ありがとうございました。私どもしっかりと皆様の意見を受け止めまして、いろんな施策にできるだけ早く生かしていくべきだと思います。

インバウンド観光も国内観光も含めまして、皆様の御意見を頂戴しておりますと、やはり情報というものがネックになってくるのかなというものを実感いたしました。情報を集めるにしても、発信するにしても、分析解析するにしてもですね、まずこの部分が大事なのかなということを肝に命じて、いろいろな施策をさらに考えて深掘りしていきたいなと思っております。

そしてもう1つのお土産の方に関しましては、土産品セレクションの仕組みを\_\_\_\_委員といろいろお話しを進めているというのは御紹介差し上げたところでございまして、この完成に

向けて努力を続けていきたいと思いますのでよろしくお願ひします。

あと、ねぎのお話ですが、ねぎサミットというものを昨年11月に開きました、ものすごい人気でございました。大阪とか九州からわざわざこのためにねぎを買いに来たという、御夫人がいらっしゃったりしまして、すごい人気だなというのを実感しています。本市の柔甘ねぎというのが、やはりものすごく評判がなくてですね、来月、兵庫県の雲海で有名な竹田城跡のあるところでねぎサミットを開催して、この柔甘ねぎと納豆のマッチングなんかも宣伝していくたいと思っていますし、来年が秋田で開催なのですけれども、こういったねぎサミットを通じてですね、うちの柔甘ねぎを最大限にPRしていきたいなと思っています。

あと梅ですが、実は高級青梅というクオリティの高い梅を京成百貨点でも取扱っていただいて、あとは東京でもですね、一部取扱をはじめていただいたところでありますので、特産品みたいなものを再度見つめ直して、高級青梅、柔甘ねぎというブランディングをさらに高めていって、いろいろな有名な施設で販売を重ねて、もっともっと広くPRできたらなと思っておりますので、引き続きの御助言、御指導の方いただきますようお願ひ申し上げまして最後の一言とさせていただきます。ありがとうございました。

【会長】ありがとうございました。

【執行機関】時間も迫ってまいりましたので、この辺で、本日皆様からいただいた御意見につきましては、とりまとめて、水戸市長あて答申することとなっております。答申については、審議会を代表し、正副会長に一任でよろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

【会長】ありがとうございます。それではここで、議長の役を終えさせていただきます。皆様、御協力、誠にありがとうございました。

【執行機関】ありがとうございました。

以上をもちまして、令和7年度水戸市観光審議会を閉会いたします。

本日は、誠にありがとうございました。お気をつけてお帰りください。