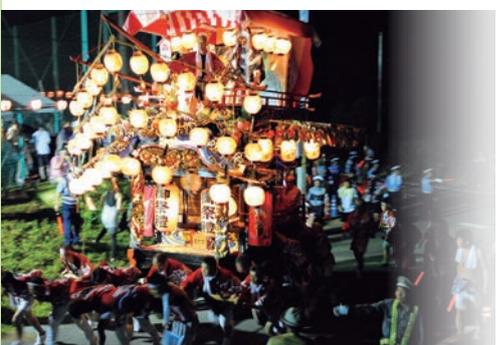




常陸大宮市
観光振興基本計画



人と人がつながり
よろこび交わる

常陸大宮

令和2年3月
常陸大宮市

はじめに

本市には、豊かな水に恵まれた清流が流れ、取り囲むように連なる緑豊かな山々が、私たちを見守ってくれています。そして、ここに暮らす人々による様々な営みがしっかりと息づいております。この豊かな自然に恵まれた「ふるさと常陸大宮」は、観光資源として新たなものを創出していくためのポテンシャルを十分に備えております。



このたび、これまで推進してきた観光振興策を踏まえ、さらなる地域経済の活性化を図るため、交流人口や定住人口の拡大、そして本市の“ファン（関係人口）”を育てていくことをめざし、常陸大宮市観光振興基本計画を策定いたしました。

この計画は、市の将来像「人が輝き 安心・快適で 活力と誇りあふれるまち」の実現に向けて、観光振興分野においても市内外の人々のしあわせを最大化することをめざしています。

今後は、本市がめざす姿「人と人がつながり よろこび交わる 常陸大宮」をキャッチフレーズに、本市の魅力をこれまで以上に磨き上げ、積極的に計画を推進してまいります。

そのためには、市民、関係団体、事業者、行政が一体となった観光振興に取り組む体制づくりが大切であると考えておりますので、今後とも皆様のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、アンケート等を通して貴重なご意見をいただきました市民の皆様をはじめ、熱心にご審議いただきました常陸大宮市観光振興基本計画策定委員の皆様、そして関係各位に心から感謝とお礼を申し上げます。

令和2年3月

常陸大宮市長

三次真一郎

目次

第1章 計画策定にあたって	1
1 計画策定の趣旨・背景	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画の期間	1
4 策定経緯	2
第2章 近年の観光動向	3
1 近年の観光動向	3
2 常陸大宮市の地域資源	4
3 各種調査結果等からみる現状・課題	6
第3章 常陸大宮市がめざす観光振興	9
1 観光振興における基本的な考え方	9
2 常陸大宮市がめざす姿	9
3 目標指標の設定	10
4 今後の方向性	11
5 計画の全体像	13
第4章 計画の展開（実施計画）	14
1 重点プロジェクト	14
2 アクションプラン	15
3 施策の展開	16
01 横のつながり・ネットワークの構築	16
02 観光人材の発掘・育成	18
03 観光情報の集約と発信力の強化	20
04 地域資源を活用した観光商品の拡充	22
05 観光基盤の整備による観光機能の強化	25
第5章 計画の推進にあたって	27
1 計画のロードマップ	27
2 計画の推進体制の構築	29
3 計画の評価・検証	29
資料編	30
1 計画に関わる補足資料	30
2 用語解説	49
3 計画の策定経過	51
4 策定委員会等の設置要綱、名簿 他	52

※計画書本文のアスタリスク「*」のある語句は、資料編用語解説で説明を記載しています。

第1章 計画策定にあたって

1 計画策定の趣旨・背景

近年、訪日外国人旅行者の増大や個人旅行志向など、わが国の観光を取り巻く状況は大きく変化しており、各地の観光においても変革が求められているところです。

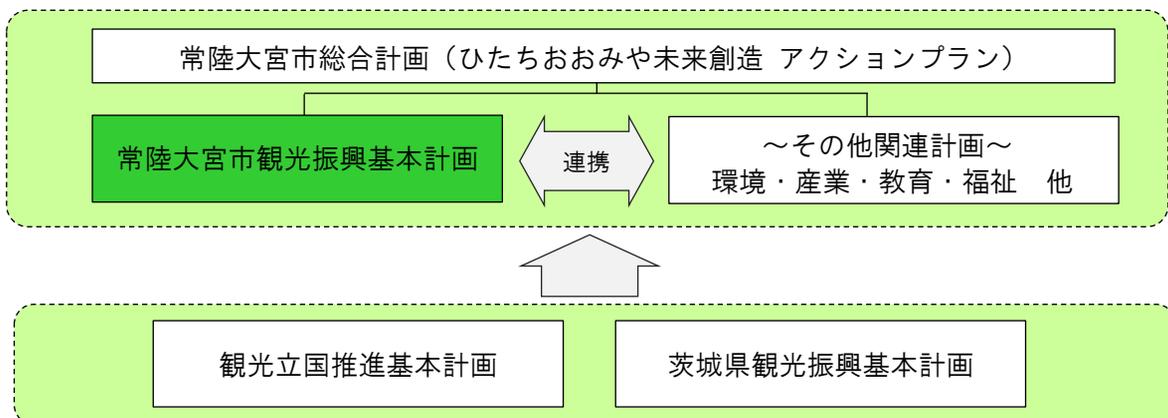
本市においては、映画やドラマ等の撮影地としてメディアからの発信による観光誘客を目的としたフィルムコミッション*事業や御前山・那珂川等の魅力発信を行う御前山・那珂川観光強化事業、市内にある温泉・温浴施設を活用した賑わいや地域の魅力創出、道の駅整備事業、また、これらの観光資源のガイドブックやパンフレット等による発信などに取り組んできました。今後の観光動向に対応するためには、本市が持つ観光資源をさらに磨き、積極的な活用が重要です。

そのようななかで、旅行形態の多様化や観光情勢へ対応していくためには、行政主導の取り組みだけでは観光客からの要望に応えることはできません。そこで、これまで取り組んできた実績等を活かし、市の観光資源に更なる磨きをかけるとともに、行政、市民、関係団体・事業者等がより一体となった観光振興に取り組む体制づくりが求められます。

これまでの観光振興に関わる状況や経緯等も踏まえ、交流人口や定住人口の拡大をめざし、観光資源の活用を検討するとともに、本市の観光事業の方向性を明確にし、将来的な観光客受け入れのための整備等を含めた観光を展開するための「常陸大宮市観光振興基本計画」を策定しました。

2 計画の位置づけ

本計画は、市における観光振興の基本的な考え方や方向性を示すとともに、展開する施策等をまとめたものです。本市の最上位計画である「常陸大宮市総合計画」をはじめ、「常陸大宮市創生総合戦略」やその他関連計画との整合を図りながら、各事業を推進していきます。



3 計画の期間

本計画は、令和2年度から令和6年度までの5年間を計画期間とします。なお、近年の観光分野の急速な変化を鑑み、必要に応じて見直しなどを行いながら取り組みを進めていきます。

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

4 策定経緯

本計画の策定にあたっては、観光動向調査（来訪者アンケートやインターネット調査）や団体・事業者等ヒアリングを実施し、市の観光に関する状況や意向を洗い出すとともに、計画案の審議・検討にあたっては「常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会」や観光ワークショップの開催、パブリック・コメントの実施により、広くご意見をいただきながら、計画を策定しました。

① 来訪者アンケート調査

本市への来訪者を対象に、観光等に関するアンケート調査を実施しました。また、本調査を、平常時と行事・イベント時に実施することで、それぞれの来訪者の属性や動向を把握しました。

対 象	常陸大宮市への来訪者 283 件
実施方法	調査員の聞き取りによる配布、回収
実施日	平成 30 年 9 月 9 日（日）、平成 30 年 11 月 23 日（金・祝）、令和元年 8 月 10 日（土）
実施場所	道の駅 常陸大宮・道の駅 みわ

② インターネット調査

今後の観光プランづくりやプロモーション等を行っていく際の方向性を検討するため、市外における常陸大宮市の認知度と興味・関心度を把握しました。

対 象	市外の人（茨城県，東京都，埼玉県，千葉県，栃木県，群馬県，福島県） 742 件
実施方法	インターネット調査
実施期間	令和元年 6 月

③ 団体・事業者等ヒアリング

市内関係団体や事業者等へのヒアリング調査を行い、観光振興に関わる現状や課題、今後の方向性、個人として取り組んでみたいことなどについて、ご意見をいただきました。

対 象	市内の観光に関わる団体・組織・事業者等 14 団体
実施日	平成 31 年 1 月 15 日～1 月 18 日

④ 観光ワークショップ

本市の観光資源等の洗い出しをしながら、多職種が意見交換することで、これからの市の観光の方向性について共有する場として観光ワークショップを実施しました。

対 象	市内の観光やレクリエーション等に関わる団体・組織・事業者等
実施日	平成 31 年 1 月 26 日 10 時～12 時（道の駅 常陸大宮） 平成 31 年 1 月 26 日 14 時～16 時（道の駅 みわ）

第2章 近年の観光動向

1 近年の観光動向

(1) 国の動向

全国的に、少子高齢化や人口減少が進むなか、人口減少の進行が著しい地方都市では、観光による交流人口や経済効果の拡大が重要視されており、国際的なイベントの開催に合わせて、全国・世界を視野に入れた観光振興の展開が求められています。近年は、訪日観光客を中心に旅行者及び旅行の消費単価が増加傾向となっており、今後も成長が期待できる重要産業としての推進が重要です。また、社会潮流や流行に伴う観光形態の多様化や他の地域との差別化として、それぞれの地域が持つ観光資源を活かした「体験型観光」が重要視されており、その地域でしか体験できないことや地域らしさを体感できる観光振興を進めていくことが求められています。

(2) 茨城県の動向

茨城県では、平成23年11月に「茨城県観光振興基本計画」を策定しましたが、同年3月に発生した東日本大震災や福島第一原発事故により、大きな被害を受けた観光産業の復興を最優先として、観光誘客の促進などに取り組んできました。平成28年3月には、新たに「茨城県観光振興基本計画」を策定し、「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念に掲げ、豊かな自然環境や歴史・文化、アクティビティ*等が体験できる茨城県の特徴を活かした観光振興を進めています。

■観光に関わる取り組み

年	国の主な取り組み・施策	茨城県の主な取り組み・施策
平成18年	観光立国推進基本法成立	
平成19年	観光立国推進基本計画策定	
平成20年	観光庁設置	
平成23年		茨城県観光振興基本計画の策定
平成24年	観光立国推進基本計画改定	
平成26年	観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014を決定	いばらき観光おもてなし推進条例の施行
平成27年	観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015を決定	
平成28年	明日の日本を支える観光ビジョンの策定	茨城県観光振興基本計画の策定
平成29年	観光立国推進基本計画改定の閣議決定	

2 常陸大宮市の地域資源

(1) 観光資源

施設	観光施設	道の駅(常陸大宮・みわ), 物産センターかざぐるま, 御前山ダム, 三王山自然公園(展望台), 辰ノ口親水公園(桜堤, 展望台, あじさい園), 西部総合公園(人工芝そりゲレンデ), パークアルカディア(プラネタリウム館), 休場展望台, 御城, 淡水魚館, 花立自然公園(天文台「美スター」), やすらぎの里公園, おがわふれあいの森, 御前山青少年旅行村, ゴルフ場, 酒蔵 など
	温泉	温泉・温浴施設(三太の湯, 四季彩館, ささの湯), 鉱泉 など
	宿泊	キャンプ場(パークアルカディアケビン村, 花立自然公園, やすらぎの里公園, 御前山青少年旅行村), ホテル, 旅館, 民宿 など
歴史	文化財遺跡等	泉坂下遺跡(国内最大人面付壺形土器), 地域に残る歴史的価値遺産(古い町並み, 中世の山城跡), ステゴロフオドン化石, 三浦杉, 百観音, 鏡岩, 江下山古墳 など
	神社仏閣	甲神社, 陰陽神社, 鷲子山上神社, 立野神社, 親鸞聖人ゆかりの寺 など
	伝統文化	雪村(生誕の地, 筆洗の池), 中島藤右衛門(生誕の地), 伝統産業(紙すき, 陶芸, 漆, 酒造り), 西塩子の回り舞台, 各地祇園祭 など
自然	山	盛金富士, 籠岩山, 尺丈山, 鷲子山, おがわ富士(小瀬富士・小舟富士・砂羅向山), 御前山, 三王山 など
	川	那珂川, 久慈川, 緒川, 玉川 など
	植物	豊かな自然(森林資源), 桜, 竹林, 陸生植物, 水生植物 など
	景色	日本の原風景(里山・農村風景), 川のある風景, 美しい星空, 四季折々の風景, 山からの眺望, 不動の滝 など
特産品	農産物	米, 常陸秋そば, 花桃, いちご, ブルーベリー, りんご, ぶどう, ゆず, しいたけ, なす, ねぎ, 水ふき など
	特産品	鮎の塩焼き, 鮎のうるか干し, 納豆, 瑞穂牛, 瑞穂牛メンチカツ, 柚子きれい, ゆずパスタソース, ゆずサイダー, 御前山ラーメン, えごま油, えごまドレッシング, えごまラーメン, えごまうどん, ピクルス, 奥久慈卵, 地酒「久慈の山」, 西ノ内和紙, ほしいも, きやらぶき, 乾燥ふき など
	スイーツ	生クリーム大福, いちごスムージー, 常陸大黒の煮豆, ジェラート, ブルーベリータルト, おおみやマドレーヌ, どらやき など
体験	アクティビティ	キャンプ, BBQ, 釣り, カヌー, ラフティング, SUP*, ハイキング, トレッキング, トレイルランニング, サイクリング, BMX, スポーツスライド, ゴルフ, パターゴルフ, ターゲットバードゴルフ, グラウンドゴルフ など
	自然体験	いちご狩り, 川遊び, 自然観察, 森遊び など
	文化産業	和紙(西ノ内紙), 陶芸, 農業, 林業, ものづくり, 工場見学, 伝統の祭 など

■主な行事・イベントの状況

4月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
<ul style="list-style-type: none"> ・辰ノ口さくら祭り ・やすらぎの里さくら祭り 	<ul style="list-style-type: none"> ・鮎釣り解禁 ・上小瀬祇園祭 	<ul style="list-style-type: none"> ・大宮祇園祭 ・七夕まつり in 緒川 ・鷲子祇園祭(四年毎) 	<ul style="list-style-type: none"> ・あゆの里まつり ・あきない祭 盆踊り ・美和ふるさと祭り ・御前山納涼花火大会 ・長倉七夕まつり 	<ul style="list-style-type: none"> ・花立山星まつり 	<ul style="list-style-type: none"> ・西塩子の回り舞台(三年毎) ・グルメフェア 	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと祭りおおみや ・御前山トレイルラン大会 ・ごぜんやまつり ・やまがた宿芋煮会 ・那珂川カヌーフェスティバル ・イルミネーション点灯式 ・新そばまつり 	<ul style="list-style-type: none"> ・御前山サイクリングフェスティバル 	<ul style="list-style-type: none"> ・クロスカントリー大会 	<ul style="list-style-type: none"> ・常陸大宮駅伝大会

常陸大宮市の主な施設

1 鷲子山上神社
鷲子山に祀られる古くは、大宮の守護神とされ、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

2 道の駅みわ
道の駅みわは、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

3 三浦杉
三浦杉は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

4 物産センターかざぐるま
物産センターかざぐるまは、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

5 美和 ささの湯
美和 ささの湯は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

6 ごぜんやま温泉保養センター 四季彩館
ごぜんやま温泉保養センター 四季彩館は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

7 西部総合公園 人工芝そりゲレンデ
西部総合公園 人工芝そりゲレンデは、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

8 御城
御城は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

9 道の駅常陸大宮
道の駅常陸大宮は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

10 やまがたすこやかランド 三太の湯
やまがたすこやかランド 三太の湯は、大宮市の中心部にあり、大宮の繁栄を祈る。毎年10月15日に大宮の繁栄を祈る。

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

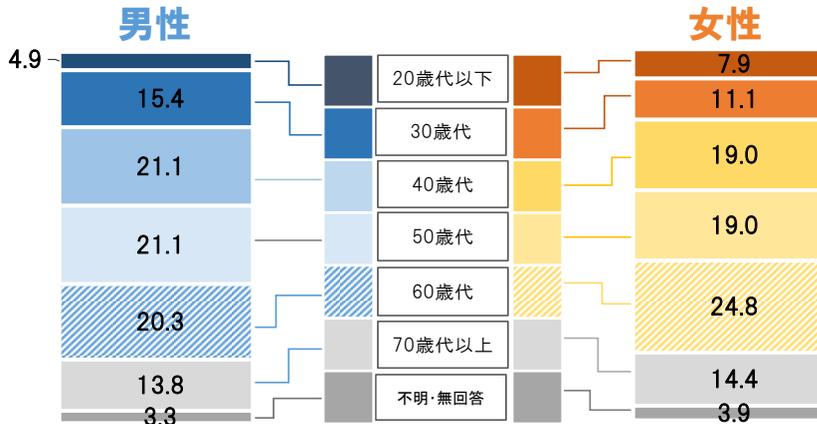
第5章
計画の推進にあたって

資料編

3 各種調査結果等からみる現状・課題

(1) 常陸大宮市への来訪状況

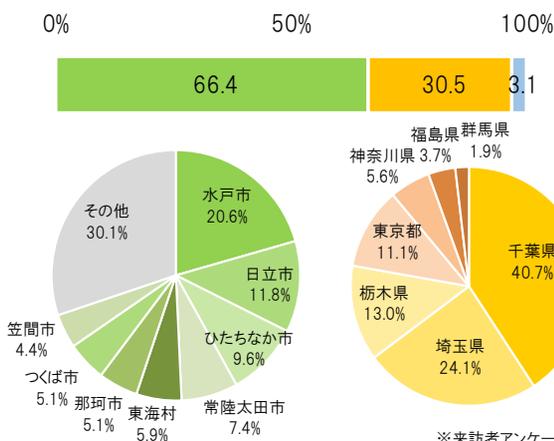
<来訪者の属性（性別・年齢）>



※来訪者アンケート調査(n=283)

<来訪者の居住地>

■ 茨城県内 ■ 茨城県外 ■ 不明

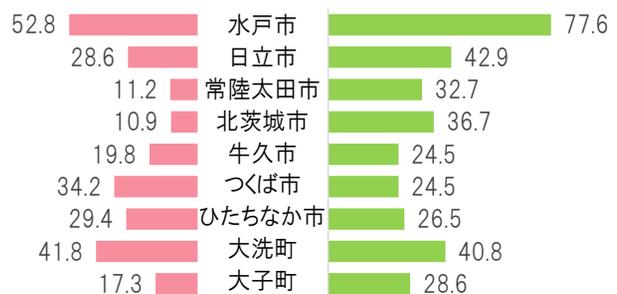


※来訪者アンケート調査(n=256)

<県内への来訪状況>

茨城県内で来訪したことがある都市(n=742)

常陸大宮市と一緒に来訪したことがある都市(n=49)



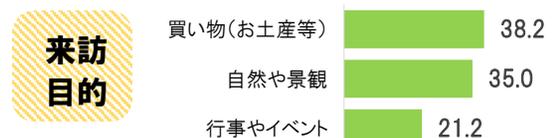
※インターネット調査 常陸大宮市外在住者

<市への来訪状況 来訪頻度>



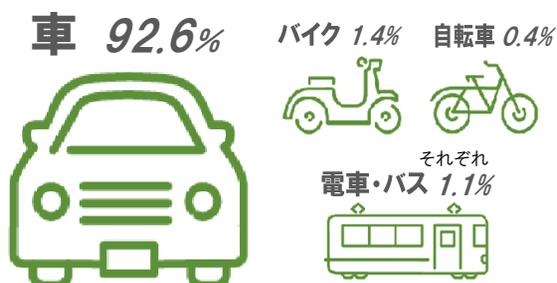
※来訪者アンケート調査(n=283)

<市への来訪状況 来訪目的>



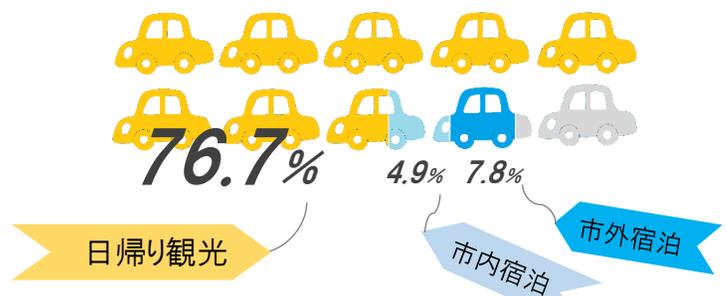
※来訪者アンケート調査(n=283)

<来訪者の交通手段>



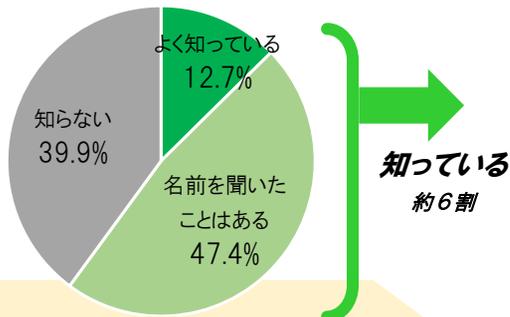
※来訪者アンケート調査(n=283)

<観光形態>

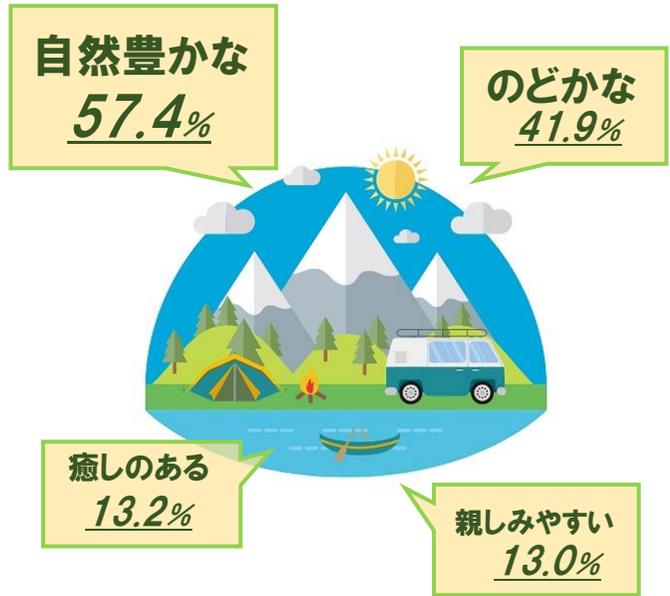


※来訪者アンケート調査(n=283)

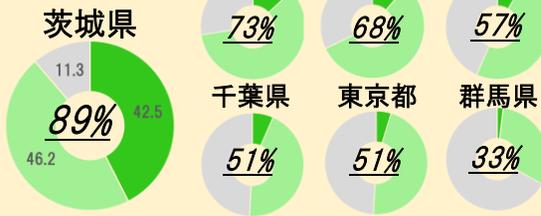
<市の認知度>



<市へのイメージ>



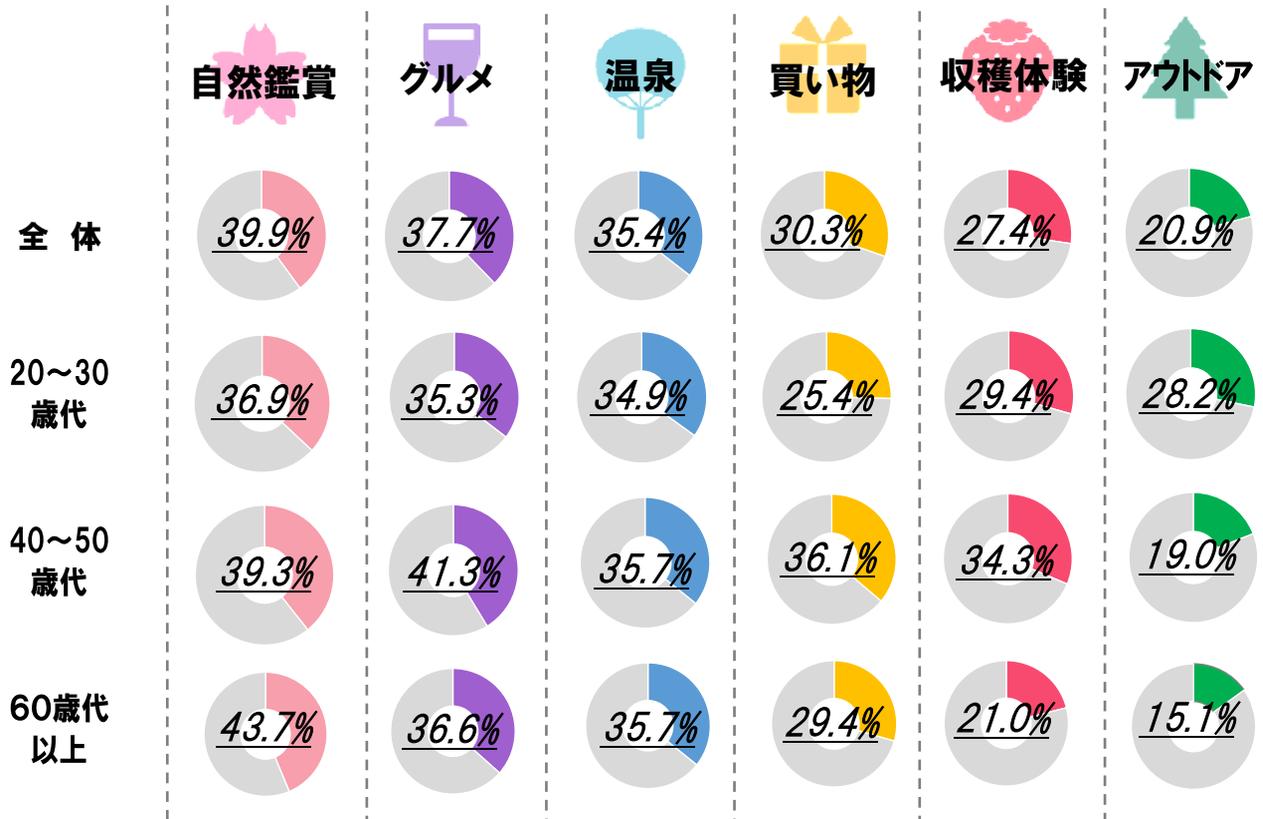
居住地域別
常陸大宮市を
知っている割合



※インターネット調査(n=742)

※インターネット調査(n=446)

<魅力的に感じる観光テーマ>



※インターネット調査(n=742) 上位6位の年齢別結果を掲載

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

(2) 各種調査結果等のまとめ

～ 現 状 ～

【市の観光動向】

- ・人口減少や経済力の低下が懸念されるなか、観光業の成長が期待される

【地域資源】

- ・豊かな自然環境があり、自然の中で本格的なアクティビティができる
- ・手ぶらでBBQやキャンプを楽しんでもらえる環境が整っている

【来訪者の状況】

- ・茨城県内を中心に近隣からの来訪が多い
- ・日帰り観光が多く、近隣市町と合わせた観光が中心である
- ・来訪者のほとんどが自家用車を使用し、一部バイクでの移動がみられる
- ・たまたま通りかかる割合も多い

～ 課題・展開 ～

【市の観光動向】

- ・地域ごとに観光資源や考えは様々
- ・市に魅力がないと感じる市民が一定数おり、市民意識の醸成が必要

【地域資源】

- ・多様な宿泊形態に対応する施設が少ない
- ・案内板等がなく市内周遊につながらない

【来訪者の状況】

- ・ふらっと訪れた場合に観光情報が得られることや市内周遊につながらない
- ・少人数の事業者などは受け入れ側の人材不足で、予約を断ることがある

【受け入れ体制】

- ・訪日観光客が増加しており、外国人をはじめ多様な人を受け入れられる体制が重要
- ・色々とアイデアや取り組みたいことはあるが、本業が忙しくて手が回らない



～ 市民からの意見・アイデア ～

【観光全体に対して】

- ・市内に数が多いゴルフ場への来訪が多く、観光につなげていくことが求められる
- ・観光だけではなく、定住や移住の視点や交流人口及び関係人口*を増やす視点が重要
- ・人に会うことなどを旅の目的にすることで、何度も訪れてほしい

【観光資源の活用について】

- ・那珂川や久慈川等は、全国的な知名度からみるとまだ伸びしろがある資源である
- ・ほっとする時間や何もしない時間を楽しんでもらえる
- ・道の駅から1～2時間程度で回れるような観光プログラムの提案が求められる

【今後取り組みたいこと】

- ・情報紙等は、伝えたい内容やターゲットを絞ったものにするべき
- ・地域にある資源を活用し、他とのコラボレーションで新しい観光商品づくり
- ・SNS*等を活用した情報の発信が必要
- ・近隣市町と広域連携で来訪者の拡大を期待

第3章 常陸大宮市がめざす観光振興

1 観光振興における基本的な考え方

本市では、観光入込客数を増やしていくことだけを目的とするのではなく、市内の豊富な資源（自然や歴史、文化、食、体験、人など）を活かし、市民の暮らしを豊かにすることや市民の誇りにつながる郷土愛を醸成するような、地域が一体となって進める観光振興に取り組みます。

また、ワークショップやヒアリングなどでは、自然や歴史、文化、食などのゆるがない観光資源に加えて、季節や時間、気候、イベント等、その一瞬一瞬や関わる人によって異なる要素も地域資源として多く挙げられています。引き続き、人と人とのつながりにより、市内外の人々の心を豊かにする観光振興を進めることで、常陸大宮市を好きになって何度も訪れてくれるリピーターやファンづくりを進めることが、これからの観光の潮流や本市にあった観光振興と考えます。

2 常陸大宮市がめざす姿

近年の多様化する旅行スタイルや価値観等に対して、本市には豊かな自然をはじめ、過去から受け継いできた歴史や文化、多様なアクティビティなど、来訪者が体験できる地域資源が豊富にあります。本市が掲げる「郷育立市」の考えやSDGs（持続可能な開発目標）*の理念を意識し、市の将来像「人が輝き 安心・快適で 活力と誇りあふれるまち」の実現に向けて、観光振興分野においても市内外の人々のしあわせを最大化することをめざします。

また、本市の資源は、何よりも『人』です。たくさんの出会いは、地域の活力を広げる大きな力となります。市民のよろこびと、来訪者のよろこびが交わることで、本市の観光は、より一層魅力的になることが期待されます。そこで、本計画では以下をキャッチフレーズとします。

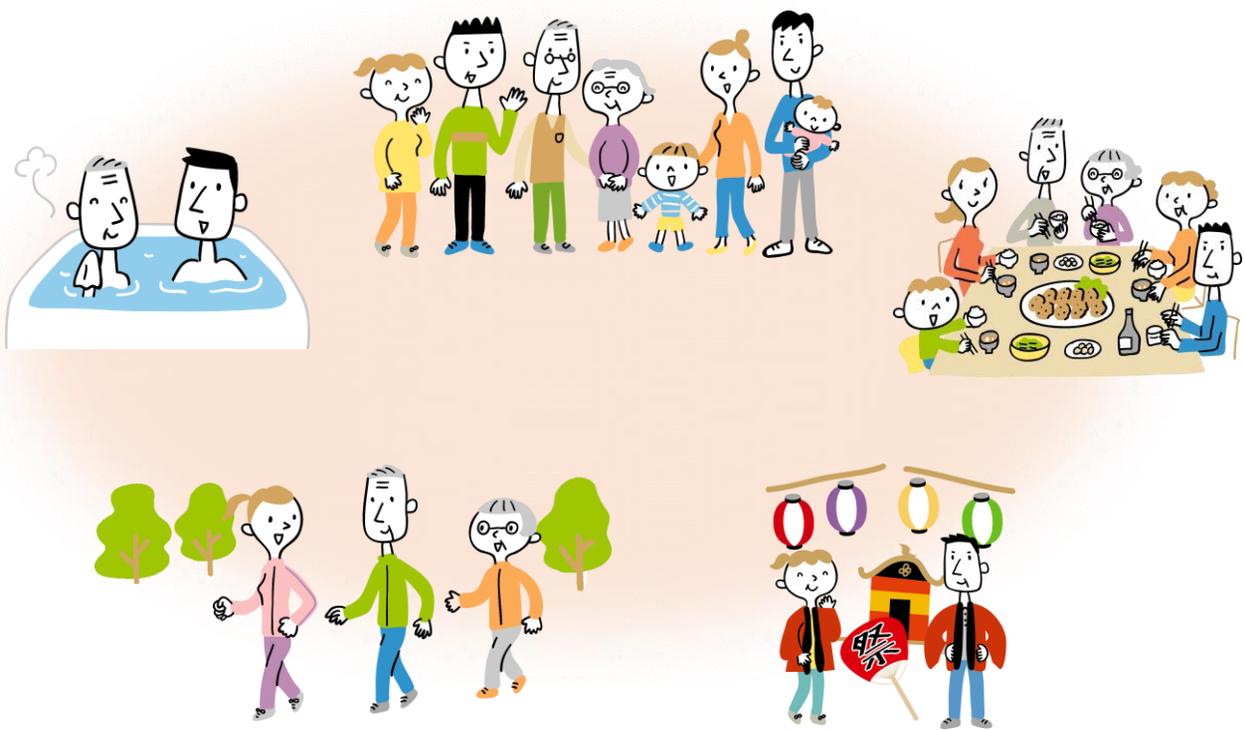
人と人がつながり よろこび交わる 常陸大宮
 ～もっと知りたくなる もっと伝えたくなる もっと好きになる～

3 目標指標の設定

本計画で掲げる「常陸大宮市がめざす姿」の実現にむけて、市の魅力をこれまで以上に磨き上げ、市内外のファンの心と暮らしを豊かにする観光体験の提供をめざし、以下の成果指標の設定を行います。

■成果指標

指標	基準値（平成30年度）	目標値（令和6年度）
観光消費額*	21 億円 8 千万円	34 億円
観光入込客数	144 万人	170 万人



4 今後の方向性

方向性 1 人と人、資源と資源など、横のつながり強化

- ◎本市を訪れる観光客の移動手段の中心は車となっており、通り抜けされやすいという点が課題となっています。一方で、車による市内の広域移動が可能であるため、PR次第では市内に点在する観光資源を周遊してもらえ可能性があります。
- ◎観光動向調査やヒアリング調査の結果をみると、本市への来訪者はそれぞれの目的地をめざして訪れ、他市町村に移動していく状況が予想されます。そのため、それぞれの観光資源をつなぎ、市内に長く滞在いただくコンテンツ*の設定が重要です。
- ◎観光のまちづくりを進めていくためには、市内で活躍される方々の力を結集することが不可欠です。市内には、観光に限らず、地域の活性化に向けて活動する多くの人や団体、事業者がいることから、引き続き、関係者間の連携を強め、市内の観光資源の組み合わせにより新たな観光商品を作成するとともに、行政には活動の後押しをする仕組みが求められています。

方向性 2 市民意識の醸成から、観光の担い手発掘や育成

- ◎現地視察やヒアリング調査では、自然アクティビティやフルーツ狩りなどの市内の体験などについては、受け入れ側のキャパシティもあり、市への観光を考えたすべての来訪者を受け入れきれない状況が挙げられていることから、市民や観光業従事者等、観光をはじめ地域活性化に寄与する人材育成を進めることが求められます。
- ◎事業者の中には、人材育成等のノウハウを持っていても自身の事業が忙しく取り組めない状況にある人もいることから、市や他事業者等との連携により、市全体で観光の担い手を育てる体制や仕組みづくりが必要です。
- ◎本市の観光を支えるには、観光業に従事する者をはじめ、市民一人ひとりの協力や参加が不可欠です。観光振興を図るためには、常陸大宮市で暮らすだれもが地域に誇りを感じて、発信することができる意識づくり、郷土愛の醸成を進めることが重要です。

方向性 3 観光に関する情報の集約と発信力の強化

- ◎本市の観光情報を入手する手段には、市や観光協会のHP、Twitter、Facebookをはじめ、各種観光ガイドブック等があります。今後、市の観光情報をより広く発信するためには、情報の集約化やSNSの活用などが重要となります。そこで、SNSを活用したリアルタイムの発信をはじめ、情報を受け取るターゲットを想定した“伝わる”プロモーションの展開が重要です。
- ◎情報の拡散には、実際に市を訪れた方自身による発信も効果的です。市内外のファンの観光に対する思いを共有し、一丸となったプロモーションの展開が求められます。
- ◎市内2つの道の駅は、お土産品や食事、休憩のため多くの方が多く訪れ、市の拠点としての役割を担っていますが、道の駅で市内の観光施設や体験メニューの情報を得て、次の地点への周遊を促すような体制にはなっていません。そこで、人やものだけではなく、情報も集約される“観光拠点”の存在が求められます。

◎本市への来訪者は、近隣市町村からの来訪や県内からのリピート客の割合が多くなっています。引き続き、集客力のある近隣観光地への来訪者に対して、常陸大宮市にも足を運んでもらえるよう、広域で連携した観光商品の展開やプロモーションの推進が必要です。

方向性 4 地域への共感を生む、体験型ツーリズム*づくり

◎本市では、豊富な自然に加え、魅力あふれる人たちなど、来訪者を温かく迎え入れてくれる地域柄が市の魅力の1つとなっています。そこで、市への移住や定住までも想像ができるような里山体験をはじめ、農業体験、市の地域資源を活かした体験をキーワードに、来訪者とその受け入れ側、さらに市民を巻き込んで、ゆっくり・じっくりとした時間を暮らしの中で体験する滞在型ツーリズムの提供が期待されます。

◎観光ワークショップでは、気を張らずに「何もしないをする」体験の提供がアイデアの1つとして挙げられています。自然の中でアクティブな体験の提供から心を休める時間の提供まで、多様性のある観光の提供が求められます。

◎観光地としては、一過的な来訪者の増加をめざすのではなく、人と人との出会いやコミュニケーションがもたらすつながりにより、「常陸大宮市のあの人に会いたい」と何度も訪れてくれる来訪者や関係性の構築をめざすことが重要です。

方向性 5 社会の流れを捉え、伝統等を守りながら時代に合わせた観光づくり

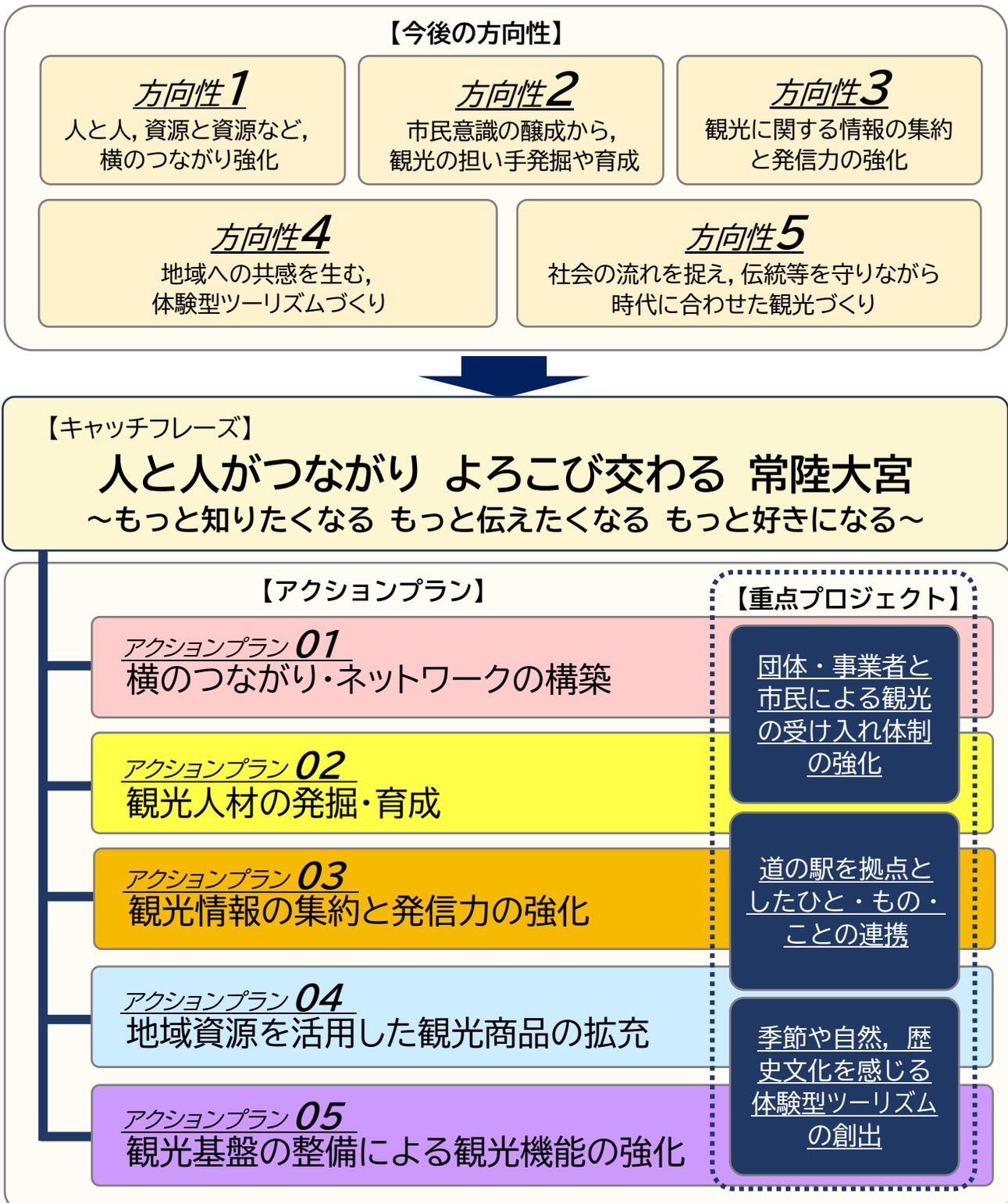
◎観光は、社会や流行の影響を受けやすく、時代とともに大きく変化しています。近年は、日本文化や日本食等の人気に加え、国際的なイベントの開催など、訪日観光客は急速な増加をみせており、観光産業の発展とインバウンド*は切っても切り離せない存在となっています。最近では、海外から常陸大宮市の和紙や陶芸等に関心を持ち、来訪する方も出てきていることから、古くから受け継いできた歴史や文化、伝統を活かしつつ、若い人材の確保による新たな価値観の融合で、常陸大宮市だから体験できる四季や自然、里山、食などを観光商品として確立することで、国内外ともに来訪者の拡大が期待されます。

◎国内旅行者については、個人旅行志向が進んだほか、見る・買うなどという視点だけではなく、地域や市民との関わりを重視するなど、来訪者の地域との関わり方や観光の楽しみ方に変化がみられます。市内在住ではなく物理的な距離は遠い人についても、常陸大宮市のことを考え、関わり続けてくれる常陸大宮市の“ファン（関係人口）”を育てていくことが重要です。

5 計画の全体像

本計画では、基本的な考え方やめざす姿（キャッチフレーズ）などを踏まえ、次の5つを「アクションプラン（実施計画）」として施策を展開していきます。また、それらの各施策を進めていくことに加え、計画全体に包括的に関わる内容や基盤づくりとして進めるべき内容を「重点プロジェクト」として位置づけ、計画の推進を図ります。

■ 計画の全体像



第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

第4章 計画の展開(実施計画)

1 重点プロジェクト

本計画で掲げる目標の達成に向けて、以下の3つを「重点プロジェクト」と位置づけ、5つのアクションプランを進めていきます。

① 団体・事業者と市民による観光の受け入れ体制の強化 《ひとづくり》

本市には、常陸大宮市へ強い想いを持っている人や団体、事業者が多くいます。観光振興や地域活性で活動している人については、その活動内容自体は異なる場合も、各分野で活躍する人たちが同じ志を持つことで、これまで以上に市の活性化が期待されます。そこで、DMO*等の組織化も検討しながら、多様化する旅行形態に対応するべく、受け入れ体制の拡充が必要です。

また、市内の「いばらき観光マイスター*」等も観光案内等で活躍ができるよう、市民をはじめとした観光ボランティアの拡大に取り組みます。



② 道の駅を拠点としたひと・もの・ことの連携 《つながりづくり》

市内に2つある「道の駅」は、人や物が集まる拠点となっています。近年は、近隣市町村に訪れる際に休憩や通り抜けを含め、「道の駅」を目的地として訪れる人も少なくありません。

そこで、市内に立地する「道の駅」をひとつの観光拠点としてとらえ、道の駅に人が集まり放射的に広がる観光スタイルの確立や、市内の観光に関わるあらゆる情報を集約し、偶然立ち寄った人や計画を持たずに来訪した人がその場で情報を得て、その日の計画を練ることができる案内所・案内役の拡充が求められます。

また、市内の観光資源を紹介するブースなどの設置により、市内外の人たちに常陸大宮市の魅力に気づいてもらうきっかけづくりの場としての役割が期待されます。



③ 季節や自然, 歴史文化を感じる体験型ツーリズムの創出 《ことづくり》

本市には、豊富な自然や心地よい田園風景など、緩やかな時間が流れています。

市内の地域資源の「体験」をキーワードに、実際に市に足を運んだからこそ、体感できるという視点を重視し、農林業や田舎暮らし体験から伝統芸能体験、地域のイベント等への参加による地元体験、フルーツなどの収穫体験など、来訪者も受け入れ側の事業者や団体、市民も、それぞれが肩ひじをはらず、等身大の常陸大宮市を共有することができる体験型のツーリズムを提供します。



2 アクションプラン

以下、5つを「アクションプラン（実施計画）」とし、本市の観光振興に取り組みます。

01 横のつながり・ネットワークの構築

市の持続的で安定した観光振興を支えるため、常陸大宮市観光協会が中核的な存在となり、市の観光振興に関わる事業の整理を行います。また、市内事業者をはじめ、市外事業者や地域間の連携強化により、多様な事業展開や広域連携による観光振興に向けて、行政や関係機関・団体、事業者などが関わりを持つ機会や場の提供を行います。

関係機関の連携強化

広域連携の推進

地域ごとの観光受け入れ体制の強化

02 観光人材の発掘・育成

市の観光振興の推進には、市民の理解と担い手の存在が不可欠です。地域が一体となって国内外の多様な来訪者を受け入れられるよう、地域資源等に対する市民の理解を深め、おもてなしの受け入れ体制の構築や、市内の団体や個人等が観光分野に参画するきっかけづくりに努めます。さらに、市の魅力向上に向け、市民や観光業従事者等、観光含め地域活性化に寄与する人材育成に取り組みます。

観光人材の育成

市民意識の醸成

03 観光情報の集約と発信力の強化

市内の施設やお店、スポット等には、幅広い年代の人が訪れていますが、それぞれの地点への来訪でとどまっている状況です。市に訪れた人が、現地で市の情報を得ることができ、市内の周遊につながるよう、必要な人に必要な情報・伝えたい情報等が円滑に伝わる情報発信力を強化します。また、市内外の人に常陸大宮市や地域資源、魅力が幅広く伝わるようなプロモーションを推進します。

情報の集約と発信

観光プロモーションの推進

04 地域資源を活用した観光商品の拡充

豊富な自然をはじめ、自然の恩恵を受けた産業や伝統芸能、アクティビティなど、地域資源を活用して、ゆっくりとした時間を過ごしたい人からアクティブに楽しみたい人まで、来訪者の心を豊かにする体験を提供します。そして、それらの幅広いニーズに合わせた観光や体験は、来訪者自らが選び、さらにそれを組み合わせて選択することができる、常陸大宮市でしか提供できない観光スタイルを確立します。

体験型ツーリズムの提供

サイクルツーリズムの推進

地域ブランドの確立

05 観光基盤しょうがいの整備による観光機能の強化

子供から高齢者、障しょうがい碍のある人、外国人などすべての来訪者が安心して観光施設などを利用できるよう、道の駅や常陸大宮駅等の交流施設がハブとして機能するよう強化を図ります。また、市が有する既存の地域資源や施設等については、適正な維持管理や事業の円滑な推進に努めます。

観光施設等の機能強化

地域資源の磨き上げ

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

3 施策の展開

01

横のつながり・ネットワークの構築

市内事業者・旧地域・茨城県広域等、それぞれの横のつながり・連携をすすめ、多様な来訪者への受け入れ体制を強化します

(1) 関係機関の連携強化

◇受け入れ体制の強化

内 容	市全体としての観光振興に向けて、市、観光協会、観光振興や地域振興に携わる団体や事業者、市民の横のつながりを意識した連携体制の強化を図ります。				
主 体	観光協会、行政、商工会、事業者、NPO法人等、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	連絡会等の設置		連絡会等の運営支援		

◇ワーキンググループ*の運営

内 容	市内の観光に関わる団体や事業者、地元企業等によって組織し、観光情報の交換や共有をはじめ、先進事例の調査・研究により、本市の観光振興に活用します。				
主 体	事業者、NPO法人等、商工会、市民、観光協会、行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	ワーキンググループの運営支援 (調査・研究、視察等)			運営支援 (新規事業支援等)	

◇観光協会の機能強化

内 容	観光協会は、地域と来訪者を結びつける結節点としての性質を活かし、市内事業者等の中心となって、各事業や取り組みを推進していきます。また、運営体制の検討を行い、本市に適応した団体づくりをめざします。				
主 体	観光協会、行政、商工会、事業者、NPO法人等、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	運営体制の検討		運営計画づくり		
	調査・研究会等の開催		運営体制の構築		

(2) 広域連携の推進

◇広域での周遊体制の充実

内 容	観光客の誘客を促進するため、周辺市町村や旅行者、交通事業者と連携し、それぞれの観光資源を最大限活かし、テーマ性やストーリー性を有する魅力ある広域観光や周遊観光の形成を図ります。また、県や関係機関との連携を強化しつつ、広域における本市の位置づけを明確にし、常陸大宮市だから提供ができる魅力的な観光商品の開発に取り組みます。				
主 体	行政、観光協会、事業者、NPO法人等、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		観光商品の検討・開発	ツアーの検討・開発 検証・見直し	

◇里山体験をしたい外国人観光客の誘客

内 容	一步踏み込んだ日本を体験したい外国人観光客を対象に、地域を体感できる里山体験・田舎体験を提供する体制を整備します。また、茨城空港に発着する外国人観光客の獲得に向けた取り組みや、多様な観光客のニーズに対応するため、多言語に対応した案内や安全対策等、快適な観光ができる環境づくりを図ります。				
主 体	事業者、NPO法人等、観光協会、行政、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		多言語によるプロモーション		
	受け入れ体制の整備				

(3) 地域ごとの観光受け入れ体制の強化

◇地域ごとの観光受け入れ体制の強化

内 容	市内5つの地域ごとに、地域資源や観光施設、観光に対する市民の意識も様々であることから、それぞれの地域にあった観光スタイルを検討します。				
主 体	市民、事業者、NPO法人等、観光協会、行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・分析		地域間ネットワークの構築		
	方向性の検討				

02

観光人材の発掘・育成

市民の観光振興への理解を深め、自らもサポーターとして参加したいと思える機運づくりを進めます

(1) 観光人材の育成

◇観光事業者等の育成支援

内 容	市で取り組む各種ツーリズムを提供できる人材を育成します。また、現在市内で活躍する事業者や団体同士が連携し、情報共有や勉強会、合同研修等を実施することで、市全体で新規の観光事業者の育成に努めます。				
主 体	市民，観光協会，事業者，NPO法人等，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握 受け入れ体制の整備		関係事業者との連携 ツーリズムの開発		ツーリズムの 開発・提供

◇観光の担い手育成

内 容	まちづくり講座や人材バンクなどを活用して、観光産業に関わる機会の拡大を図るとともに、市内在住の地域案内人やいばらき観光マイスター等とも連携し、地域の案内役等としても活躍できる人材の育成を図ります。				
主 体	市民，観光協会，事業者，NPO法人等，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	人材育成研修の実施				
	観光ボランティアの募集・登録				

◇起業等，新規事業や挑戦への支援

内 容	市内で新たに観光事業を起こしたい人を対象に、挑戦したい事業や取り組みに関する公募を行い、市内での観光に関わる活動をはじめNPO等の設立や地域コミュニティビジネス*を支援します。				
主 体	事業者，NPO法人等，商工会，市民，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	説明会・研修等の実施				
	起業支援				

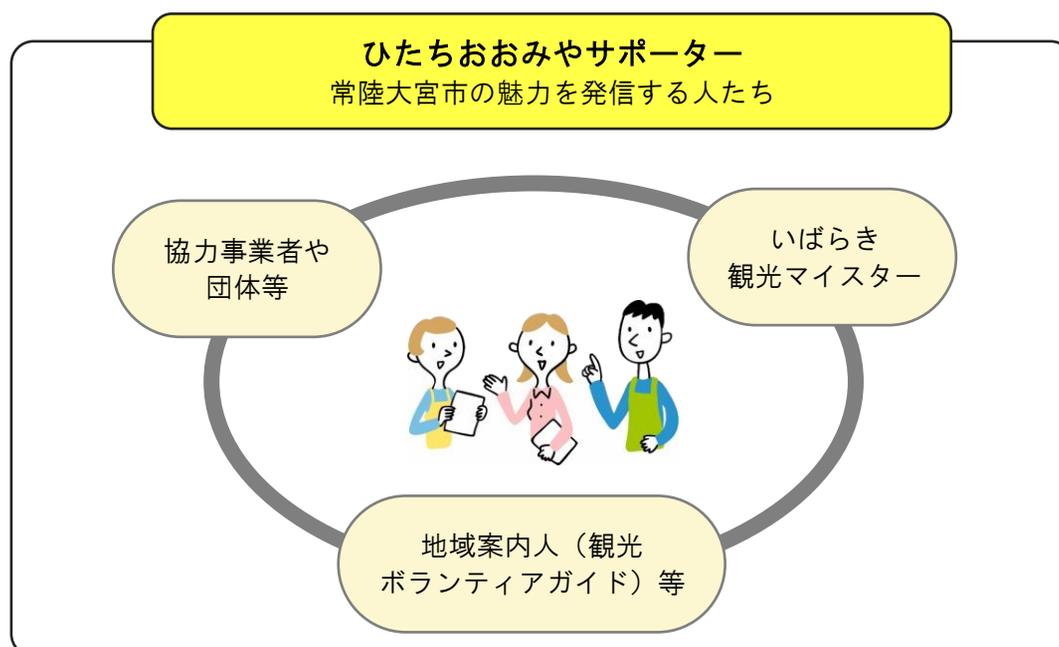
（2）市民意識の醸成

◇ひたちおおみやサポーターの育成

内 容	市の情報や魅力などを十分に理解し、発信等をする人材を「ひたちおおみやサポーター」として位置づけ、市民によるワークショップ等を開催します。ワークショップや研修等を通じて、サポーター同士の交流や仲間づくり、郷土愛の醸成に努めます。				
主 体	市民，観光協会，NPO法人等，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度

■ひたちおおみやサポーターについて

観光分野を中心に、市内外で活躍する人たちや団体等の総称を「ひたちおおみやサポーター」とするため、市内の事業者や団体をはじめ、いばらき観光マイスターや地域案内人等も「ひたちおおみやサポーター」の一員として位置づけています。



第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

03

観光情報の集約と発信力の強化

人の心を動かす、伝わるプロモーションの展開で、来訪者の確保をめざします

(1) 情報の集約と発信

◇各種広報媒体・機会の活用

内 容	道の駅をはじめ、市内外で開催する多彩なイベントなどでのPR活動を推進するとともに、市内で発行するガイドブックや広報誌，SNS，ふるさと応援寄附，観光物産イベントや県のアンテナショップなど，多様な媒体・機会を活用し，誘客・交流につながる効果的な情報発信の推進を図ります。				
主 体	観光協会，事業者，NPO法人等，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	既存媒体の見直し 情報発信		イベント等への参加による情報発信等		

◇SNS等によるリアルタイムの情報発信

内 容	情報発信のための基盤を整え，市内外の応援者（観光大使・常陸大宮大使・情報収集発信活動支援員等）による情報の収集・発信の流れをつくり，より多くの人々に本市の魅力を実効的に伝え，本市への関心を高めます。				
主 体	市民，観光協会，商工会，事業者，NPO法人等，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	情報の収集・発信 市内外応援者の支援				

◇ICT*を活用した情報の集約と発信

内 容	市民や観光の担い手などが情報交換や交流，活動に取り組むことができるよう，観光などの情報を集約し拡散できるポータルサイトの設置を検討するなど，デジタルでの拠点整備を進めます。また，多言語に対応したパンフレットやICTなどを活用した観光情報の発信を強化し，プロモーションの充実を図ります。				
主 体	行政，観光協会，事業者，NPO法人等，市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	情報の集約 仕組みの検討		情報発信 連絡会等の開催		

(2) 観光プロモーションの推進

◇イメージ戦略による地域ブランディング*

内 容	常陸大宮市の観光振興における統一のロゴ・デザインやイメージ，キャッチフレーズ・キャッチコピー等の活用に加え，市内観光商品ができるまでの物語や背景などを伝えることで，市内外の人たちの心を動かすプロモーションを推進します。				
主 体	行政，観光協会，商工会，事業者，NPO法人等，市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	ワークショップ等の開催		ロゴ・デザイン等の検討		プロモーションの展開



【川遊び（道の駅常陸大宮）】



【水郡線と桜】



【三王山自然公園】



【久慈川】



【御前山ダム】



【そば打ち体験】

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

04

地域資源を活用した観光商品の拡充

潜在的・既存の地域資源を磨き上げ、来訪者の満足度向上をめざします

(1) 体験型ツーリズムの提供

◇季節や自然を活かした体験型ツーリズムの提供

内 容	御前山や那珂川に代表される、美しく、豊かな自然を、子供から大人までのそれぞれの層に合わせた学びや遊びなど、楽しむことができるメニューづくりに取り組みます。また、地域資源や伝統的な食文化等を活用した農家民泊 [*] やグリーンツーリズム [*] を推進します。				
主 体	事業者、NPO法人等、市民、観光協会、行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		ツーリズムの開発・提供		
			プレッア-の開催	評価・検証	

◇文化や歴史を感じる体験型ツーリズムの提供

内 容	歴史的建築物が集積する街並みや、貴重な文化財、伝統文化・行事・イベントなどは、歴史・文化的景観、学術的にも価値の高い地域の重要な資源があることから、文化財などを活用した学びのツーリズムなどを検討します。				
主 体	事業者、NPO法人等、市民、観光協会、行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		ツーリズムの開発・提供		
			プレッア-の開催	評価・検証	



【西塩子の回り舞台】



【鷲子祇園祭】

(2) サイクルツーリズムの推進

◇自転車の利用促進に向けた環境整備

内 容	「いばらきサイクルツーリズム構想」や「いばらき自転車活用推進計画」との整合を図るとともに、自転車活用による地域活性化等に向けた取り組みを推進する体制を検討します。また、道の駅や観光施設等の交流拠点にレンタサイクルやサイクルスタンドを整備することで中距離の移動手段の確保を検討するなど、来訪者をはじめとしたすべての人が安全で快適に自転車を利用できる環境整備に取り組めます。				
主 体	事業者，NPO法人等，市民，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握	モデルコースの検討	コースマップの作成		
	推進委員会の設置	推進計画等の策定		計画の推進・整備	

◇自転車を活用した観光メニューの展開

内 容	市内のサイクルルートを活用したツアーやイベントの開催等，サイクルツーリズムの推進による交流人口の増加や地域の活性化を図ります。また，気軽に体験できるサイクリングから悪路や山道等のオフロードを楽しみたいサイクリスト向けコース等まで，市内外のニーズを把握しながら，整備を検討します。 周辺市町村とのサイクルツーリズムに係る広域連携も視野に入れながら，市内観光資源を活用したルートの提供やツアーの商品化等，周遊観光の形成による観光誘客の推進を図ります。				
主 体	事業者，NPO法人等，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握	観光メニューの検討		観光メニューに合わせた整備検討	
		モニターツアーの開催		イベント等の開催	

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

(3) 地域ブランドの確立

◇特産品・加工品等開発（常陸大宮さんなど）の支援

内 容	農産物や工芸品などの特産品の磨き上げに取り組みます。新たな観光資源として、地域資源を活用した魅力ある特産品やイメージアップにつながる特産品の開発を支援します。				
主 体	事業者，商工会，NPO法人等，市民，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		商品開発・販売 新規事業者の発掘	展開・販路等の検討 プロモーションの展開	

◇6次産業化による地場産業の支援

内 容	農林業や商業，工業などとの連携・複合化による新たな特産品づくりや産業づくりを促進します。県やJAなどの関係機関と連携し，意欲ある直売出荷農家や各種団体などを対象とした生産拡大に向けた企画や研修会などの取り組みを支援します。				
主 体	JA，市民，商工会，事業者，NPO法人等，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握		取り組み支援	評価・検証	



【西ノ内和紙】



【陶芸体験】



【農作物】

05

観光基盤の整備による観光機能の強化

時代や社会潮流、来訪者のニーズに合わせた観光の提供に向けて、既存の市内観光施設等の整備や新規展開を行います

(1) 観光施設等の機能強化

◇道の駅等による観光案内機能の強化

内 容	道の駅をはじめとした観光物産施設や温泉・温浴施設、さらに常陸大宮ショッピングセンターピサーロをはじめとした商業施設などをリンクさせ、市の魅力を積極的に発信し、「人」・「もの」・「情報」の集積を図り、活力と賑わいを創出する交流拠点の形成を進めます。				
主 体	観光協会、行政、事業者、NPO法人等、商工会、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握 実証実験		拠点の設置	拠点の運営支援	見直し

◇常陸大宮駅の利用強化

内 容	魅力ある常陸大宮駅周辺の環境づくりを図るため、駅を中心とした各種基盤の整備を行い、中心市街地活性化につながる取り組みを進めます。今後、常陸大宮駅が交流施設や観光施設等との結節点の一つとなるよう、事業者や商工会やNPO法人等の活動とあわせ、水郡線の利用促進に向けた取り組みを検討します。				
主 体	市民、観光協会、商工会、事業者、NPO法人等、行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	利用強化に向けた整備等の検討				

◇観光施設等の運営・管理・整備

内 容	「道の駅」などの交流拠点となる観光・レクリエーション施設の充実や標識等の観光案内施設の整備について検討を進めるとともに、農家民泊や教育旅行などの体験型交流の受け入れ体制の充実を図ります。				
主 体	観光協会、行政、事業者、NPO法人等、商工会、市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	管理・整備				
	受け入れ人材の募集		受け入れ体制の構築		受け入れ体制の管理

第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

(2) 地域資源の磨き上げ

◇御前山ダムの活用

内 容	既存観光・レクリエーション施設の充実を図るとともに、御前山ダムと周辺地域を活用した新たな観光資源の発掘や活用に取り組みます。また、湖面を活用したカヌーやSUP（サップ）等のレジャーによる集客を検討します。				
主 体	事業者，NPO法人等，市民，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握			アクティビティ等の展開	
	活用策の検討				

◇里山の活用と保全

内 容	市街地や集落地に近接する樹林地や集落地の背後に広がる里山は、自然学習や観光・レクリエーションの場としての活用を図ります。また、市民やボランティアとの協働のもと、除伐，間伐，整枝など，適切な管理に取り組み，良好な自然環境の維持・保全に努めます。				
主 体	市民，事業者，NPO法人等，観光協会，行政				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	管理・整備				
	学習機会の検討・企画				

◇観光施設等の活用

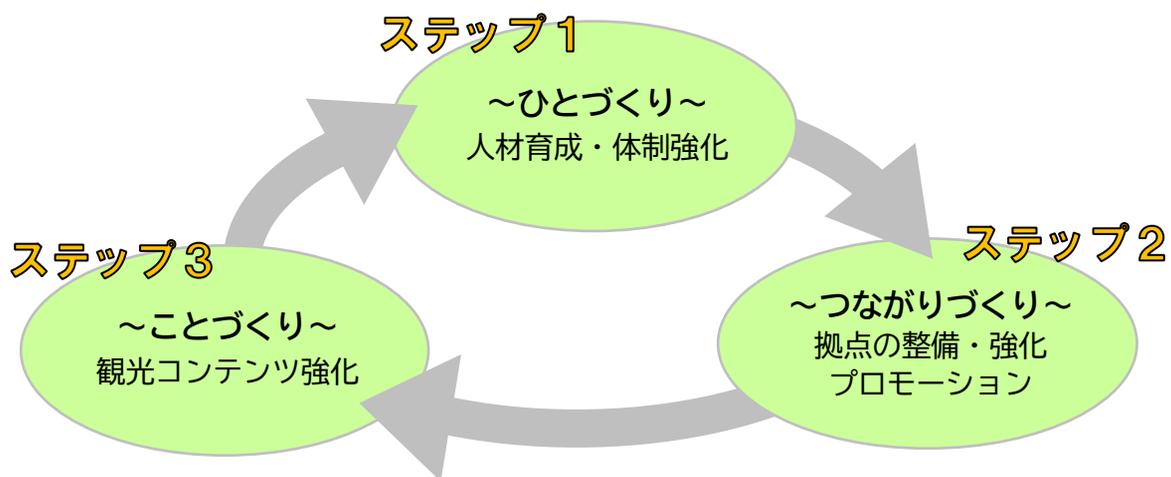
内 容	辰ノ口親水公園や温泉・温浴施設などを拠点として，その他の観光施設等を周遊でき，来訪者が1日楽しめる観光プログラムを提供します。				
主 体	行政，観光協会，事業者，NPO法人等，市民				
実施期間	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
	実態調査・把握	新規事業の検討	観光プログラムの推進		

第5章 計画の推進にあたって

1 計画のロードマップ

本計画キャッチフレーズの「人と人がつながり よろこび交わる 常陸大宮 ～もっと知りたくなる もっと伝えたくなる もっと好きになる～」を踏まえ、重点プロジェクトともリンクする「ひとづくり」「つながりづくり」「ことづくり」の3ステップで、本計画を推進していきます。

この3つのステップについては、計画期間において、強化テーマとして取り組んでいきます。また、これらは目標達成により完了していくステップではなく、サイクルを回しながら、相互に関係し合うものと考えます。



ステップ1 ～ひとづくり～

市民と行政が一体となり、すべての人が観光振興に関わることができるよう、きっかけづくりや意見交換の機会を提供します。また、従来から観光分野で活躍する人材には、本市の観光振興を担う中核として、「(仮称)常陸大宮市観光振興ワーキンググループ」などに参加してもらうなど、体制の強化を図ります。

ステップ2 ～つながりづくり～

市民はもちろん、本市への来訪経験のある人には、常陸大宮市の魅力をこれまで以上に体感してもらうこと、まだ知らない人には新たに知ってもらうことなど、本市の観光が市内外に浸透するよう、魅力の共有と発信に取り組みます。また、観光分野の広がりに向けて、ひと・もの・ことをつながりづくりやネットワークの強化に努めます。

ステップ3 ～ことづくり～

市民をはじめ、事業者や団体、行政など、多様な主体が連携することで、従来の観光コンテンツの充実、さらには新しい展開が期待されます。引き続き、来訪者のニーズを捉え、常陸大宮市ならではの体験を提供していきます。

■計画の5年後を見据えたロードマップ

重点プロジェクト	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
<p>《ひとづくり》 団体・事業者と市民 による観光の受け入れ体制の強化</p>	<p>ワーキンググループ等の運営支援</p> <p>観光ボランティア等の募集・登録</p> <p>人材育成研修の実施</p>				
<p>★アイデア 100人会議で新体制《体験コンテンツづくり，常陸大宮100のコト》</p>					
<p>《つながりづくり》 道の駅を拠点とした ひと・もの・こと の連携</p>	<p>実態調査・把握</p> <p>情報発信・集約</p>	<p>連絡会等の実施</p> <p>プロモーション等の検討</p> <p>プロモーション等の展開</p>			
<p>★アイデア 商品開発とプロモーション《あるものをリメイクし，新しい価値へ》</p>					
<p>《ことづくり》 季節や自然，歴史 文化を感じる体験型 ツーリズムの創出</p>	<p>実態調査・把握</p> <p>勉強会等の開催</p>	<p>体験型ツーリズムの 検討・展開</p> <p>観光商品の開発</p> <p>新規事業者等の発掘</p>	<p>取り組みの 評価・検証</p>		
<p>★アイデア みんなでつくる新しい体験《民泊で“ない”を楽しむ，里山体験》</p>					

※計画策定期間に実施したワーキンググループの意見を踏まえ，各重点プロジェクトに★アイデアマークを入れ，取り組むことを掲載しています。

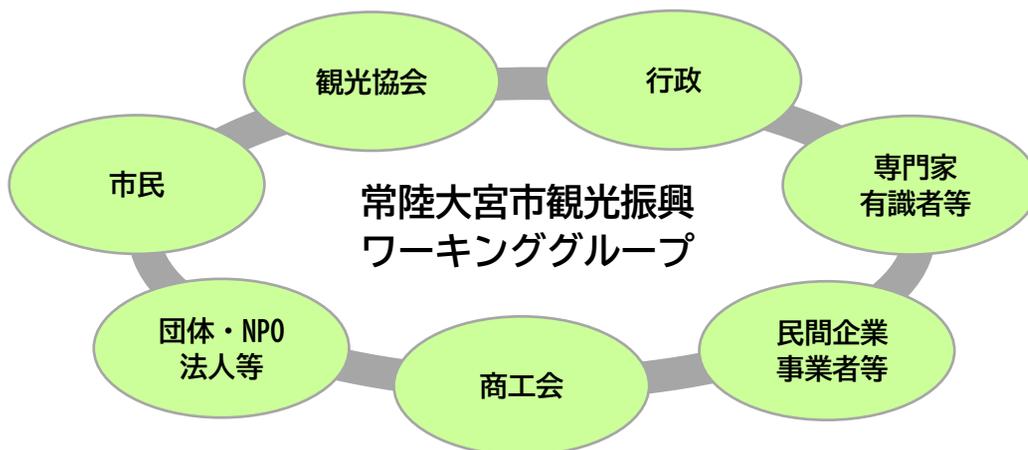
めざす姿

期待する効果	短期	中期	長期
<p>市民や事業者等の意識</p>	<ul style="list-style-type: none"> 常陸大宮市での取り組みに関わってみたい 一人だと難しいけれどコラボしたらやりたいことが実現できるかも 	<ul style="list-style-type: none"> もっと深く取り組みに関わりたい 最近，常陸大宮市をよく耳にする 賑やかな観光でなく，市を好きな人が来てくれてうれしい 	<ul style="list-style-type: none"> 常陸大宮市に住んでいてよかった 誇りに感じる 新しく挑戦をしたい
<p>市外の心理・行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> 四季ごとに色々な体験ができるんだ 旅行先にちょうどいい 常陸大宮市って面白いかも！ 	<ul style="list-style-type: none"> また遊びに行きたい 本当はみんなには教えたくないけれど，仲の良い友人や大切な人と共有したい 	<ul style="list-style-type: none"> 常陸大宮市の活動を応援したい 常陸大宮市に住みたい

2 計画の推進体制の構築

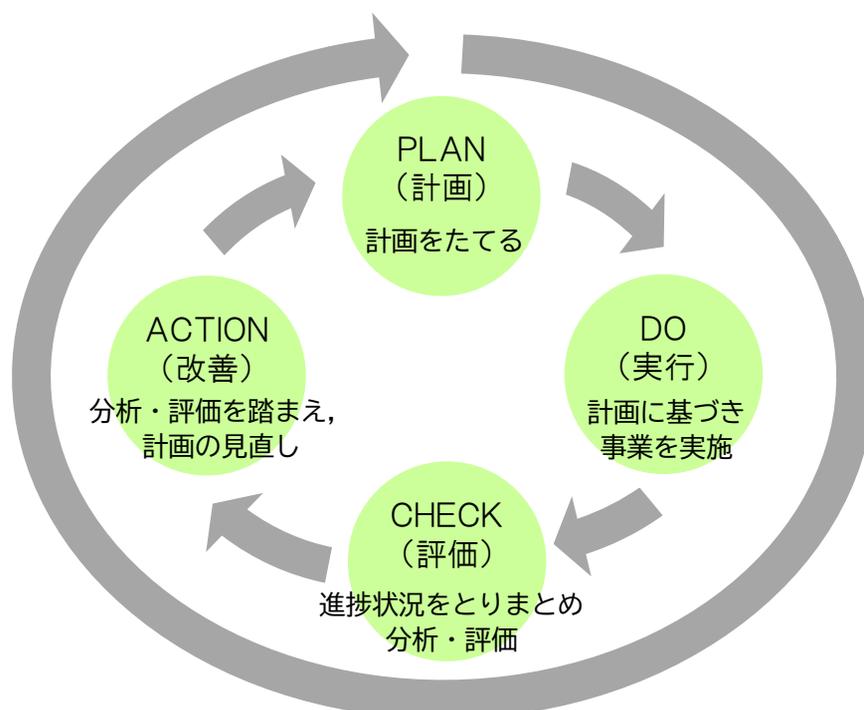
本計画の策定にあたっては、各種統計データや観光振興における近年の状況や様々な事例を踏まえ、実効性のある計画とします。本計画で設定したアクションプランを効果的に推進するためには、各主体が個々に取り組むのではなく、相互に連携を図りながら協働で取り組むことができる体制を構築することが必要です。

そこで、本計画及び本市の観光振興を推進するため、観光協会や観光関係団体・事業者、有識者、行政等で構成する観光振興の推進組織として「(仮称)常陸大宮市観光振興ワーキンググループ」を設置し、組織を中心に各主体間の連携を強化しながら、取り組みを進めていきます。



3 計画の評価・検証

各事業の推進にあたっては、PDCAサイクルの「DO (実行)」を重視し、観光に関わるあらゆる主体の積極的な取り組みを推進することによって、市の将来像や目標達成に向けた展開を図ります。



第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

第5章
計画の推進にあたって

資料編

資料編

1 計画に関わる補足資料

(1) 全国の観光動向

少子高齢化や人口減少が進むなか、観光振興分野には幅広い分野との関わりをもち、今後の成長によって大きな経済効果が期待できることから、重要な産業として推進が求められています。特に、人口減少の進行が著しい地方都市では、観光による交流人口の拡大が重要視されており、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催やリニア中央新幹線の開業など、人や物の流れの変化に伴い、全国的・世界的規模を視野に入れた観光振興の展開が求められています。

国においては、「観光立国推進基本法」や「明日の日本を支える観光ビジョン」を踏まえ、平成29年3月に観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。この計画では、令和元年までに、国内旅行消費額21兆円、訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額8兆円などの目標を掲げ、世界が訪れたい「観光先進国・日本」を図ることとしています。

近年は、従来の社員旅行や修学旅行等の団体旅行から旅行の大衆化が進み、旅行会社等がツアーを企画し参加者を募るような“発地型観光”から、Webサイトや情報誌、口コミ等の情報をもとに、個人で直接移動手段や宿泊先を手配する“着地型観光”が主流となり、それに伴い観光目的や観光の形態も多岐にわたります。

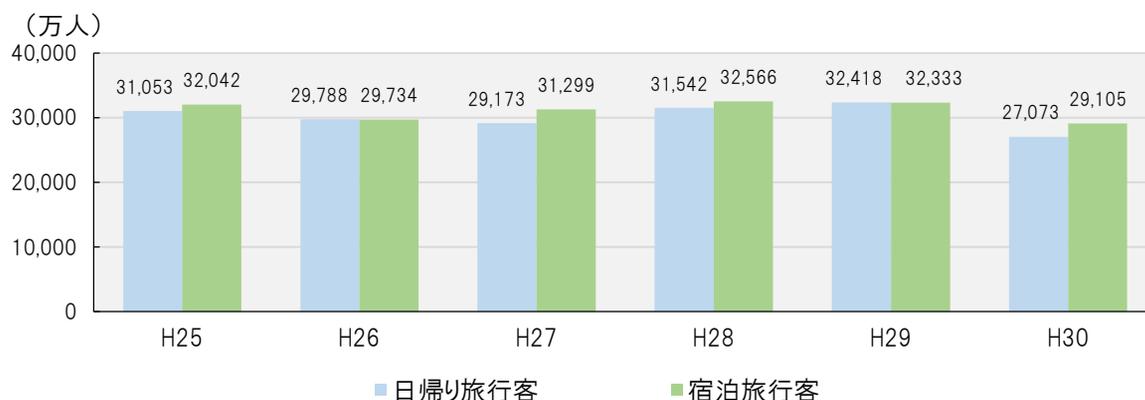
さらに、日本全国各地で観光振興やシティプロモーションに力を入れていますが、売り出す観光資源や打ち出すプロモーションは似た内容で飽和状態にあります。また、「人を集めること」「稼ぐこと」を目的とした誘客イベントや新しい観光施設の設置などについても、その継続性や各自自治体の経済状況を見ると限界が出てきている状況からも、それぞれの地域が持つ観光資源を活かした「体験型観光」が重要視されています。国では国内外の観光客が全国各地を訪れるきっかけづくりとして、テーマ別観光のモデルケースの形成に取り組んでおり、その地域でしか体験できないことや地域らしさを体感できる観光振興を進めていくことが求められています。

■ 国の取り組み

年月	主な取り組み・施策
平成18年12月	観光立国推進基本法が成立
平成19年6月	観光立国推進基本計画の策定（平成19年度～平成23年度）
平成20年10月	観光庁の設置
平成24年3月	観光立国推進基本計画の改定（平成24年度～平成28年度）
平成26年6月	観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014を決定
平成27年6月	観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015を決定
平成28年3月	明日の日本を支える観光ビジョンの策定
平成28年5月	観光ビジョン実現プログラム2016を決定
平成28年10月	訪日外国人旅行者2000万人突破
平成29年3月	観光立国推進基本計画改定の閣議決定（平成29（2017）年度～令和2（2020）年度）

国内旅行者数の推移をみると、平成 26 年では平成 25 年に比べて減少がみられましたが、**平成 27 年以降、日帰り旅行者と宿泊旅行者ともに増加**しており、平成 29 年には、日帰り・宿泊ともに3億人を超えています。

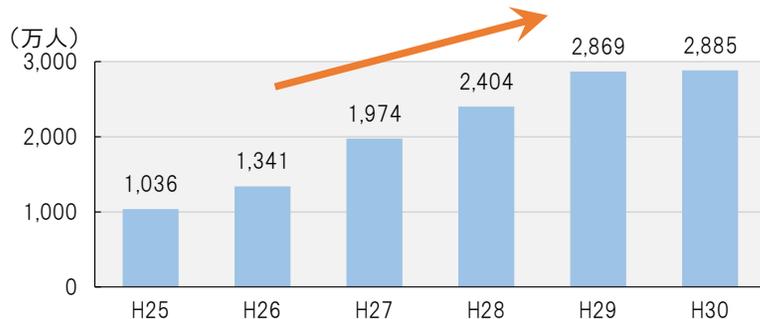
■国内旅行者数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

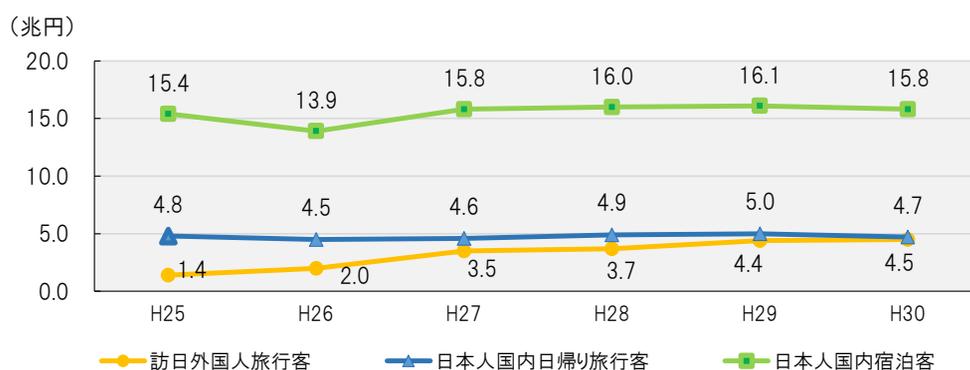
訪日外国人観光客数についても、増加傾向となっています。また、**旅行の消費額についてみると、訪日外国人観光客の消費額が大きく増加**しており、日本人の国内日帰り観光客の消費額に近づいてきています。

■訪日外国人観光客数の推移



資料：日本政府観光局（J N T O）

■旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」・「訪日外国人消費動向調査」

(2) 茨城県の観光動向

茨城県は、栃木県や千葉県、埼玉県等の人口を多く抱える県の隣接地に位置し、JR常磐線の上野東京ラインの開業や高規格幹線道路ネットワークの充実に伴い、近隣県や東京都からのアクセスがよいことに加え、豊かな自然や魅力ある地域資源を数多く有していることから、毎年多数の観光客を迎えています。

茨城県では、平成23年11月に「茨城県観光振興基本計画」を策定しましたが、同年3月に発生した東日本大震災や福島第一原発事故により、大きな被害を受けた観光産業の復興を最優先として、観光誘客の促進などに取り組んできました。

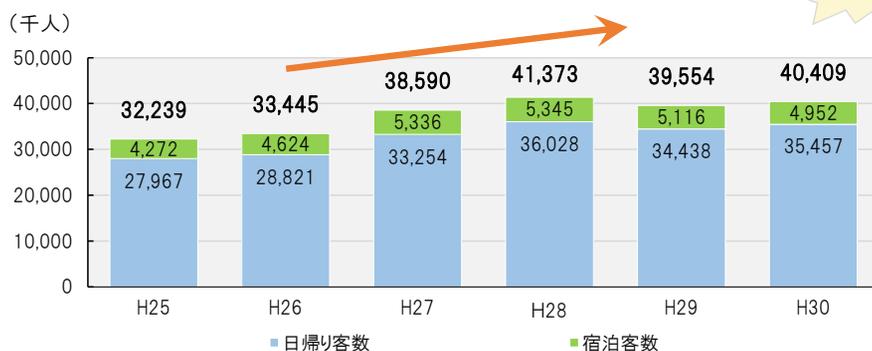
社会情勢や流行とともに大きく変化する観光分野への対応に加え、いきいき茨城ゆめ国体や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の大きなイベントの開催を踏まえ、観光振興の総合的かつ計画的な推進が求められます。そこで、いばらき観光おもてなし推進条例第16条に基づく観光振興のための基本計画として、平成28年3月に新たな「茨城県観光振興基本計画」を策定し、「いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して」を基本理念に掲げ、豊かな自然環境や歴史・文化、アクティビティ等が体験できる茨城県の特徴を活かす観光振興を進めています。

■茨城県の取り組み

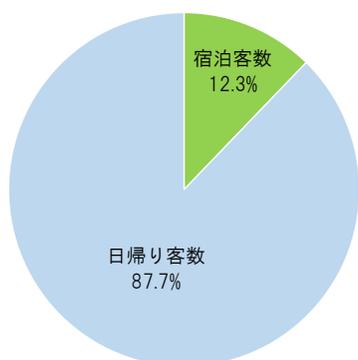
年月	主な取り組み・施策
平成22年 3月	茨城空港の開港
平成23年 11月	茨城県観光振興基本計画の策定
平成26年 11月	いばらき観光おもてなし推進条例の施行
平成28年 3月	茨城県観光振興基本計画の策定（平成28（2016）年度～令和2（2020）年度）
令和 元年 9月	いきいき茨城ゆめ国体（期間：9月～10月）

茨城県の観光入込客数は、平成 25 年以降増加傾向となっています。旅行形態についてみると、日帰り客数が9割弱を占めています。また、茨城県への来訪者の居住地は、県内外ともに5割程度となっています。また、県外については関東圏からの来訪者が多くなっています。

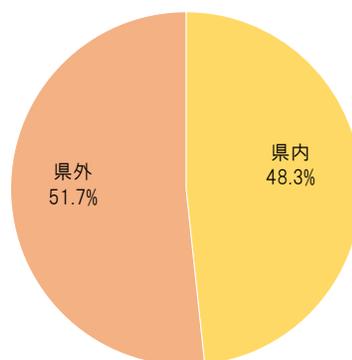
■茨城県観光入込客数（実人数）の推移



■H30 宿泊・日帰り別入込客数の割合



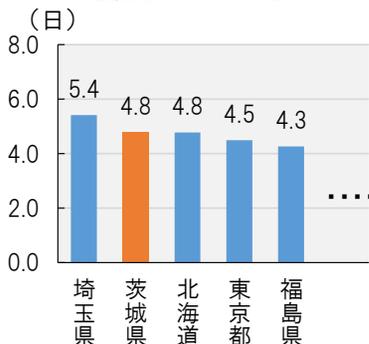
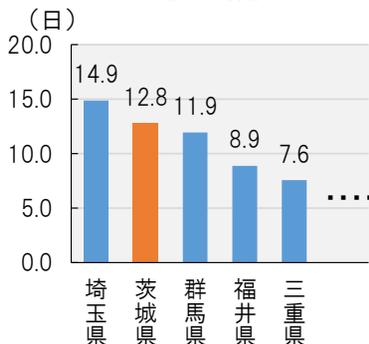
■H30 県外・県内別入込客数の割合



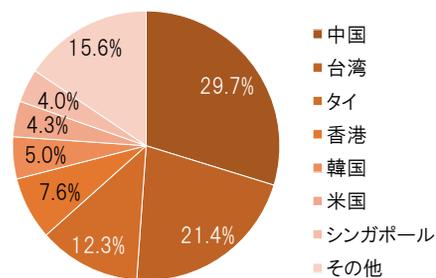
資料：茨城県観光客動態調査

茨城空港の就航先拡大もあり、国外からの旅行客数も増加がうかがえます。都道府県別に訪日観光客の宿泊日数をみると、茨城県は 12.8 日で他県に比べて多くなっています。また、来訪者国籍については、中国、台湾、タイの順となっています。

■H30 都道府県別訪日観光客宿泊日数（上位 5 位抜粋）
【全体】



■H30 茨城県への来訪者国籍



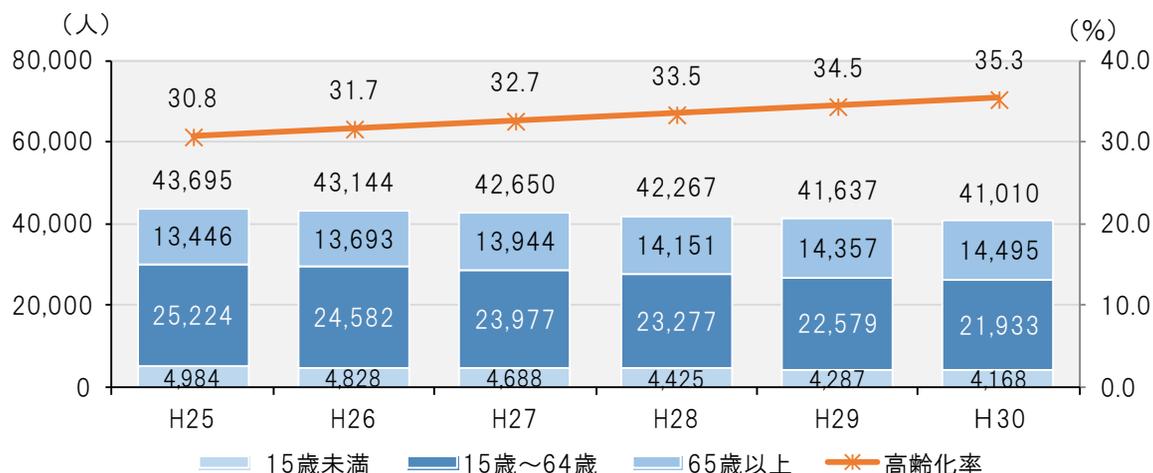
資料：訪日外国人消費動向調査

(3) 常陸大宮市の観光動向

① 市の状況

総人口は、平成 25 年以降、減少傾向となっています。全国的な傾向と同様に、本市においても高齢者の増加が見込まれ、平成 30 年には、高齢化率が 35.3%と少子高齢化の進行がうかがえます。そこで、本市においても交流人口の拡大や観光による産業の拡大と経済効果等が期待されます。

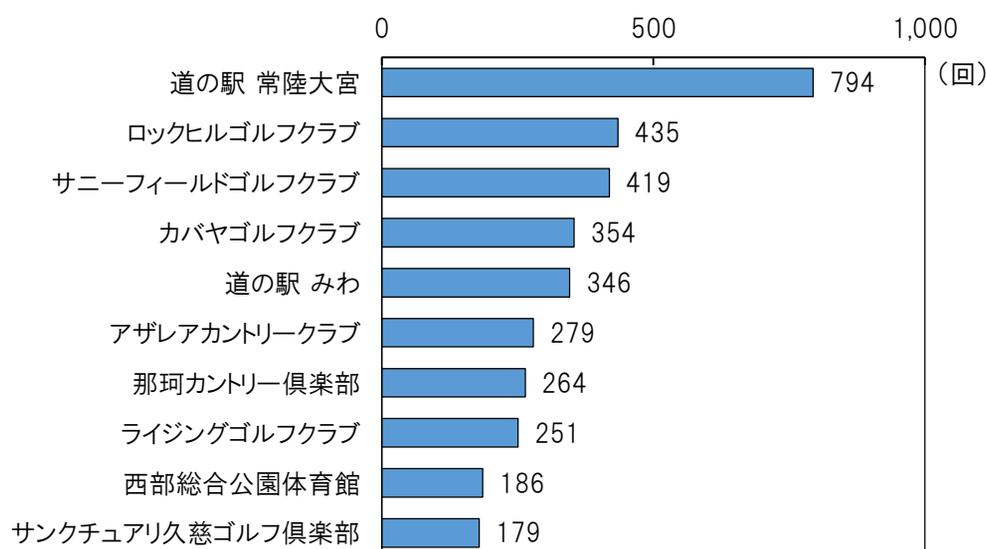
■総人口の推移



資料：茨城県常住人口調査（各年 4 月 1 日現在）

常陸大宮市内の検索地点をみると、「道の駅 常陸大宮」が年間で約 800 回と、検索回数が最も多く、その他の上位 10 位については「道の駅 みわ」や「西部総合公園体育館」を除いて、市内ゴルフクラブの占める割合が多くなっています。

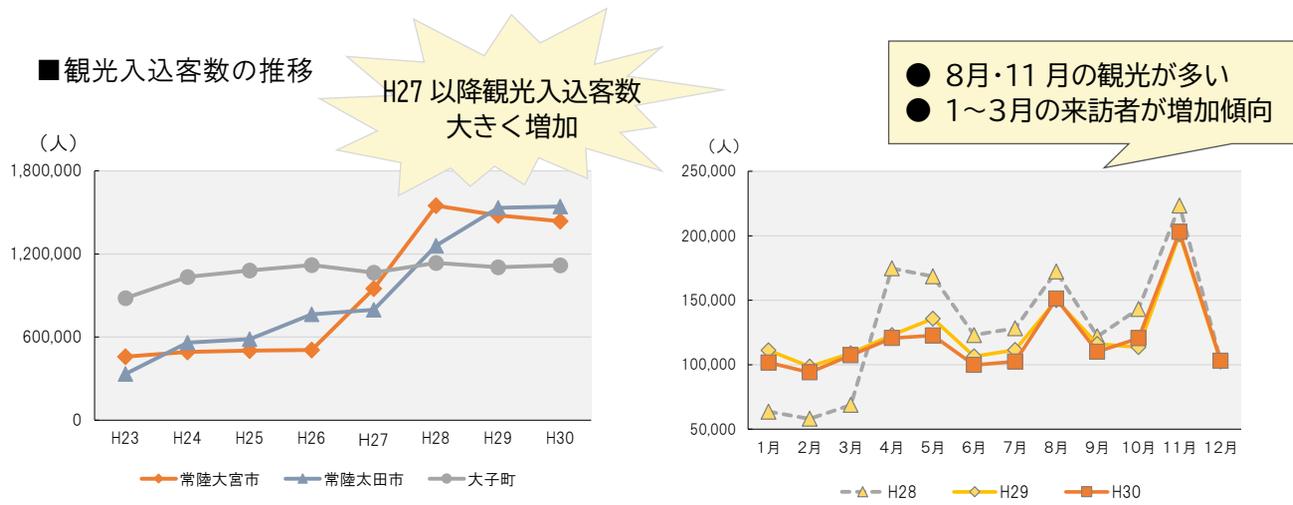
■平成 29 年度の常陸大宮市検索地点（同一によるユーザーの重複を除いた回数）



資料：RESAS（出典 | 株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」）

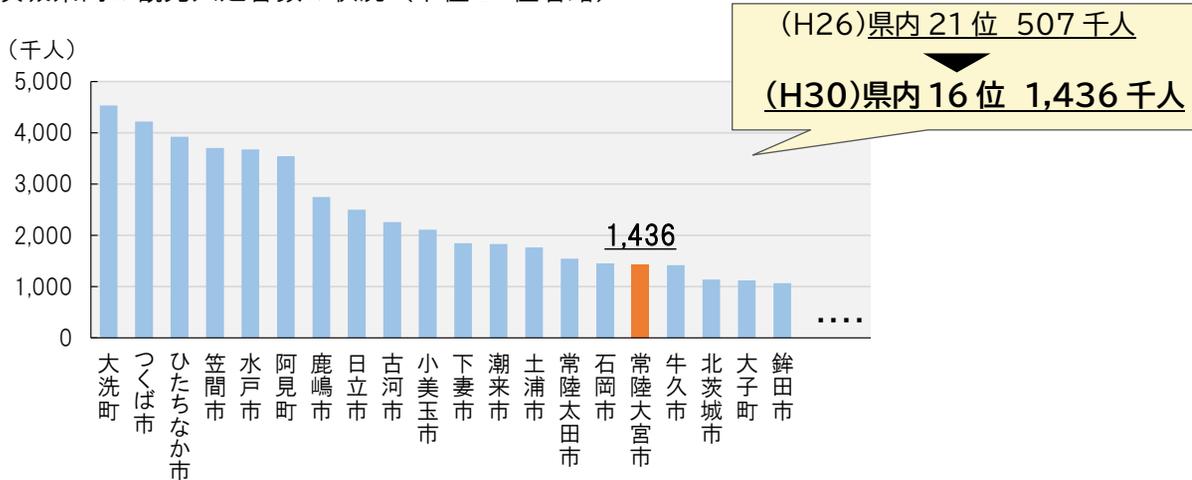
② 観光入込客数

本市の観光入込客数は、「道の駅 常陸大宮」のオープンもあり、平成 27 年以降の伸びが大きくなっています。また、1年間の月別観光入込客数の推移をみると、平成 28 年で4月と5月の観光客数が大きく増加し、従来から集客の多かった8月や 11 月と並び程度の入込客数となっています。



茨城県内の他市町村と観光客数を比較すると、大洗町やひたちなか市等の観光イメージの強い地域に加え、土浦市の花火などの観光資源を持っている地域に続き、本市は、平成 30 年現在 16 位と上位につけています。

■茨城県内の観光入込客数の状況（下位 20 位省略）



第1章
策定にあたって

第2章
近年の観光動向

第3章
常陸大宮市がめざす観光振興

第4章
計画の展開

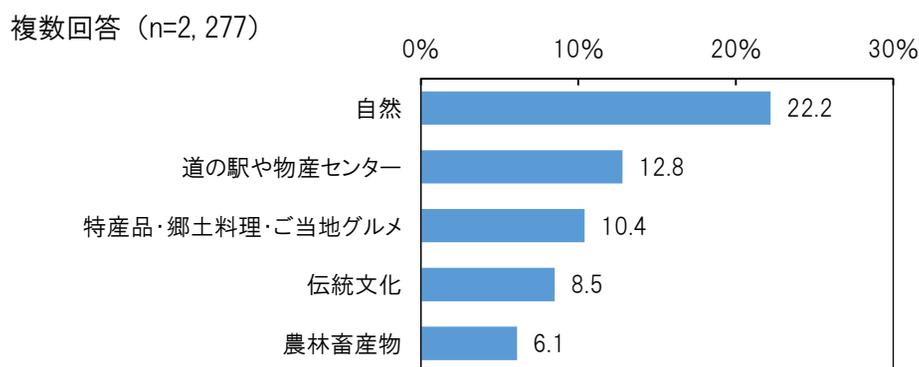
第5章
計画の推進にあたって

資料編

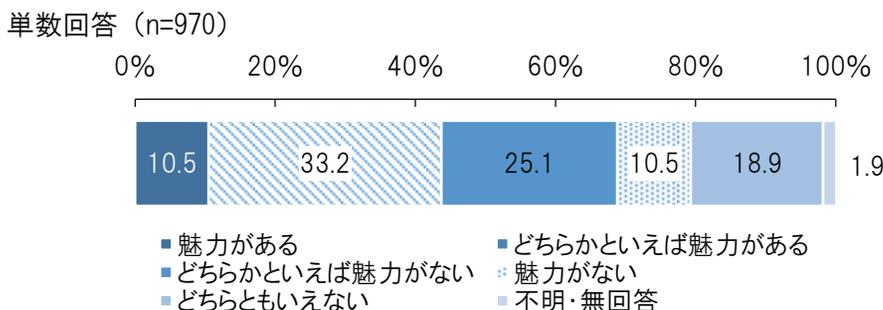
市民意識調査によると、市民が常陸大宮市について、市外に自慢・紹介したいものについては、「自然（那珂川・久慈川・鮎釣り・雲海など）」が最も多く、次いで「道の駅や物産センター（道の駅常陸大宮・道の駅みわ・物産センターかざぐるまなど）」「特産品・郷土料理・ご当地グルメ（地酒・鮎の塩焼き・常陸秋そば・納豆・西ノ内和紙・奥久慈漆・御前山焼きなど）」と、自然を中心に郷土ならではのものを魅力と感じている市民が多くなっています。

常陸大宮市を魅力的なまちだと感じるかについては、4割半ばが『魅力がある』とする一方で、3割半ばは『魅力がない』としています。また、魅力がないと回答した人のうち、魅力的だと思わない理由については、「常陸大宮市に魅力を感じるものがない（あまりない）」が8割半ばと大半を占めており、市の魅力に気づいていない市民も多くいることがうかがえます。

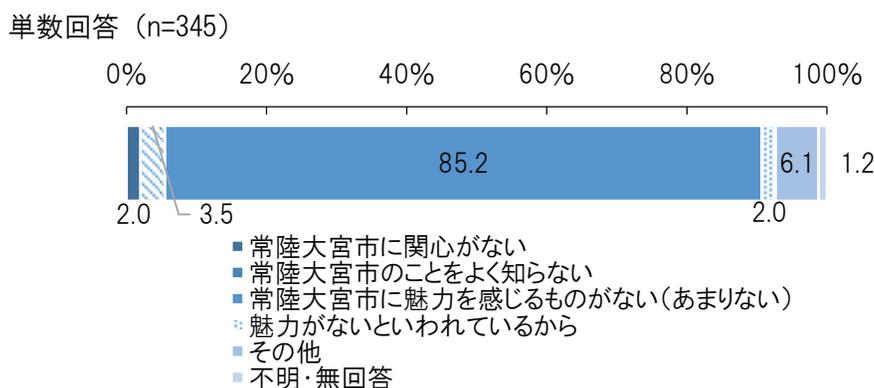
■市外に自慢・紹介できる常陸大宮市のもの・こと（上位5位のみ）



■常陸大宮市を魅力的なまちだと感じるか



■魅力的だと思わない理由



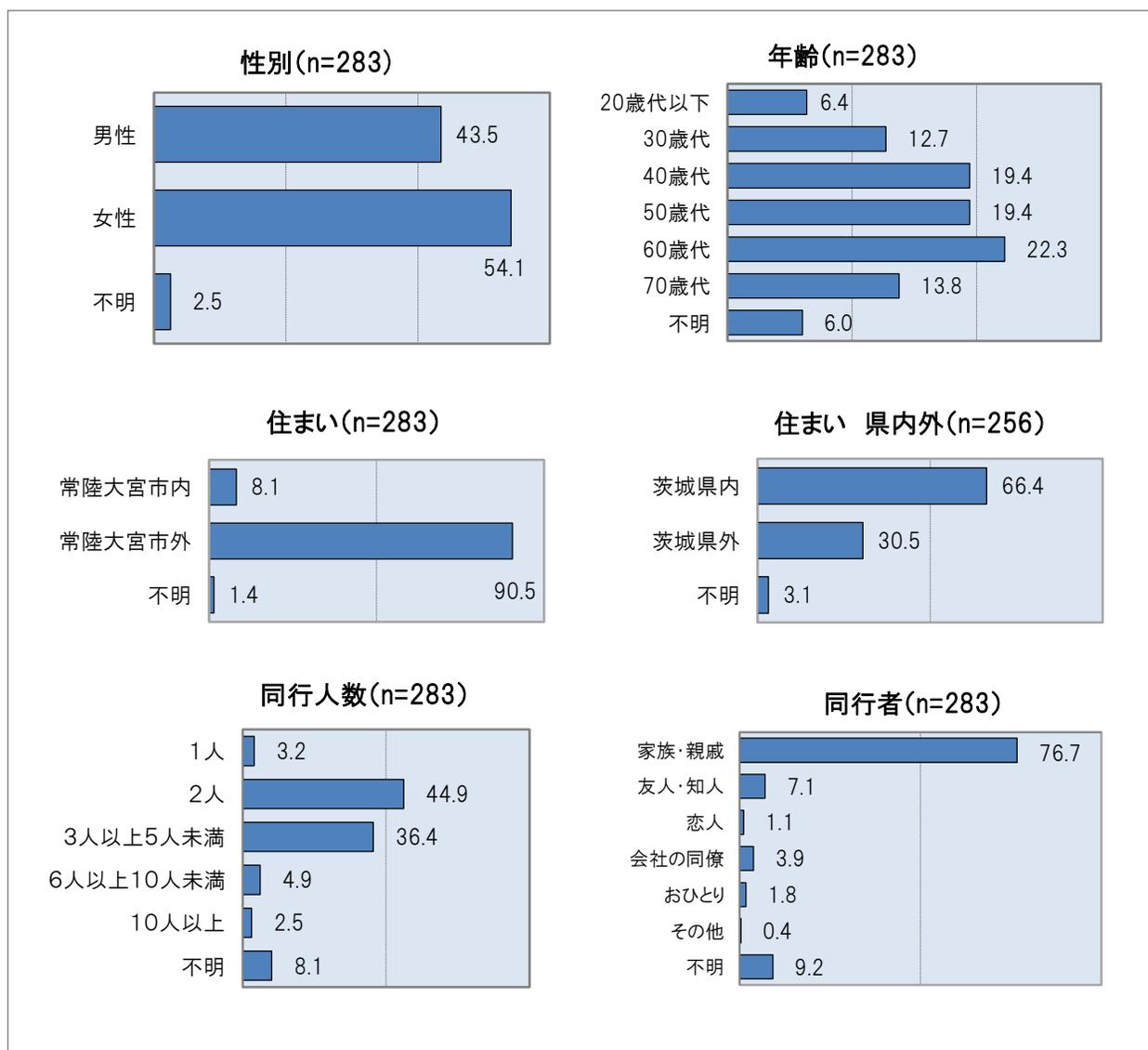
資料：平成30年市民意識調査

③ 各種調査結果

ア 来訪者アンケート調査の結果

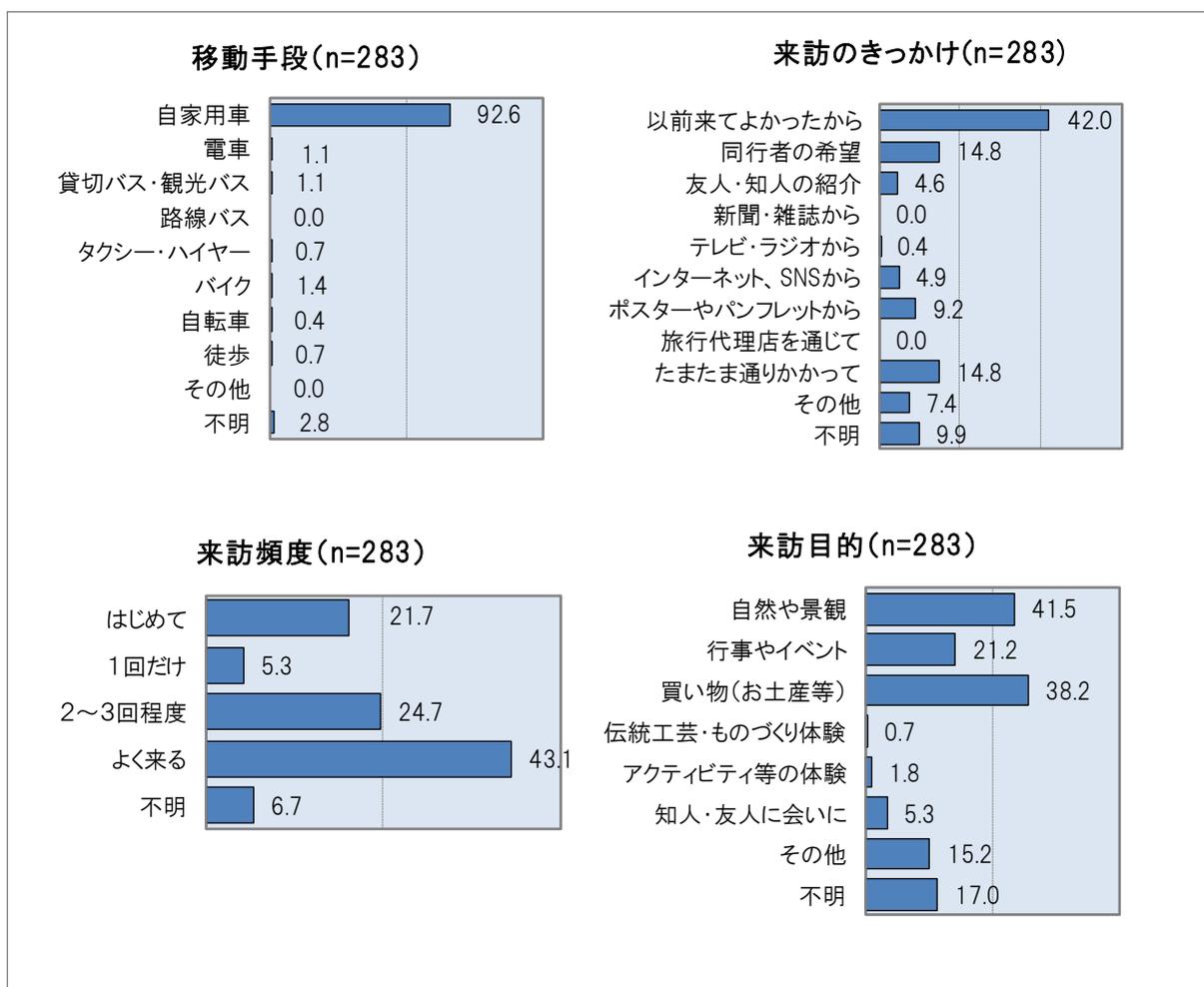
【基本的な属性について】

- 性別は、「男性」で4割、「女性」で5割半ばとなっています。
- 年齢は、40歳代～60歳代が約2割と多くなっています。
- 9割以上が「常陸大宮市外」から来ており、内訳は「茨城県内」が6割半ば、「茨城県外」が約3割となっています。県内では、水戸市、日立市、ひたちなか市、常陸太田市など、県外では、千葉県と埼玉県が多くなっています。
- 同行者は、「2人(自分を含めて)」が4割半ばと最も多くなっています。一緒に来た方は、「家族・親戚」が7割後半となっています。



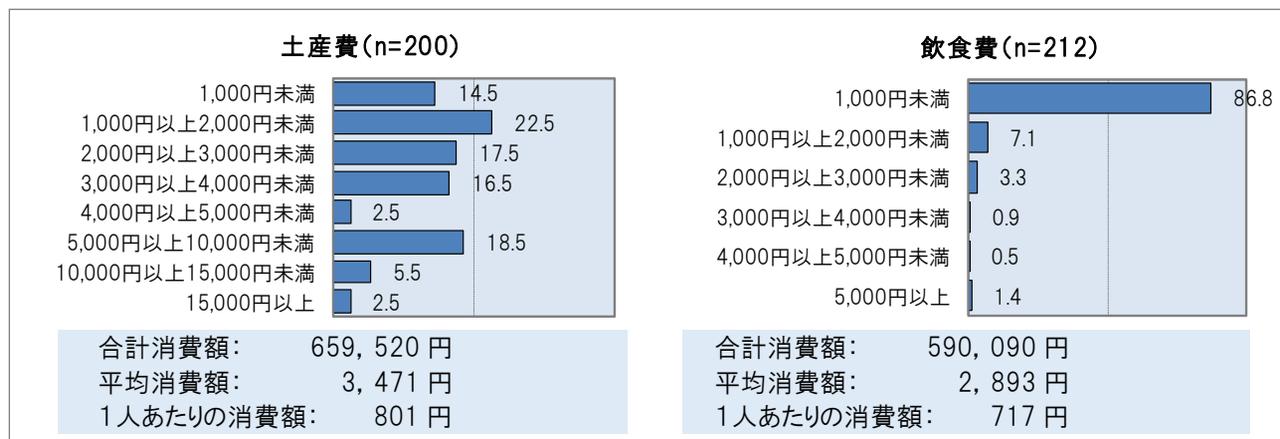
【来訪状況について】

- 市まで「自家用車」で来ている割合が9割以上となっていることから、市内外での移動手段は、「自家用車」であることが予想されます。
- 市への来訪のきっかけについては、「以前来てよかったから」が約4割、来訪頻度でも約7割がこれまでに1回以上来たことがあると、リピーターが多いことが予想されます。
- 来訪の目的は、「自然や景観」が約4割と最も多く、次いで「買い物(お土産等)」、「行事やイベント」となっています。



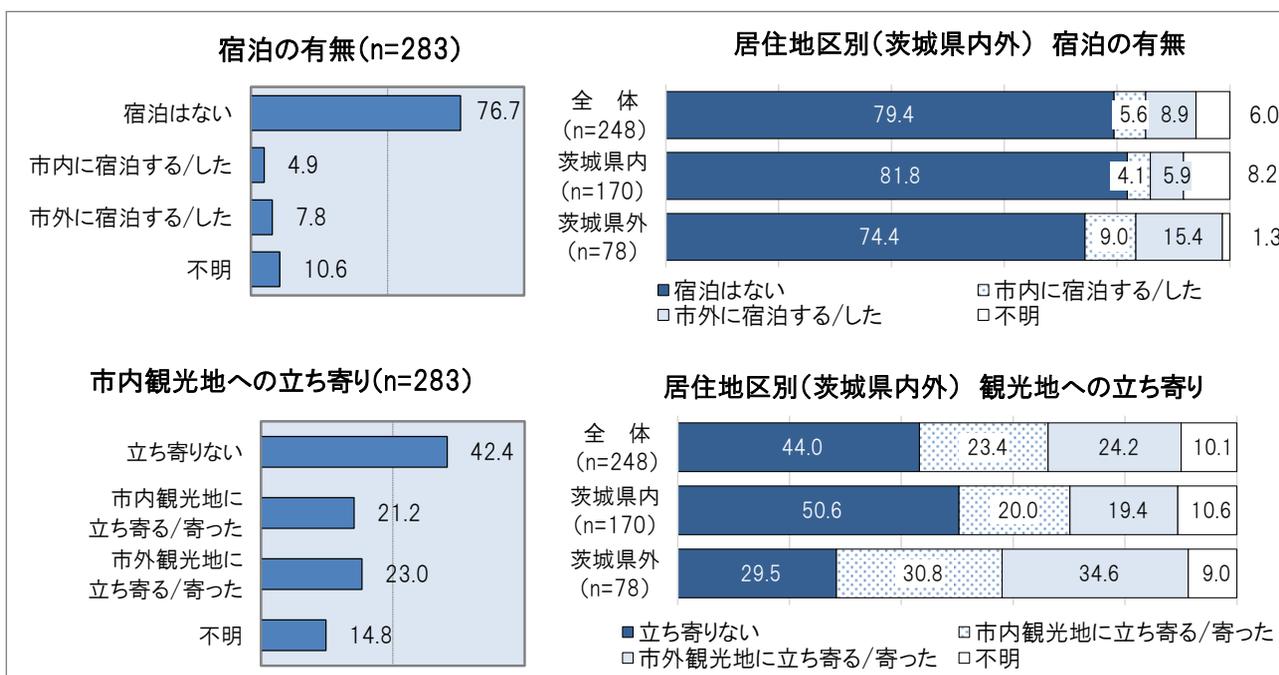
【消費額について】

- 土産費は、「1,000円以上2,000円未満」が最も多く、次いで「5,000円以上10,000円未満」となっています。また、平均すると、3,500円程度となっています。
- 飲食費は、「1,000円未満」が8割半ばと多く、1人あたりの消費額も700円程度となっています。
- 土産費や飲食費に使用した金額が「0円」の人が約1割と、来訪者の市内での消費につなげていない状況が予想されます。



【宿泊と周遊について】

- 宿泊の有無は、7割以上の方が「宿泊はない」としており、常陸大宮市への来訪は日帰りでの観光が多いことが予想されます。
- 市内外の観光地への立ち寄り、立ち寄りないが約4割、市内外の観光地への立ち寄りは4割半ばとなっています。また、今回の来訪での立ち寄り先について、市内では「温泉施設(三太の湯、ささの湯など)」が挙げられ、市外では「大子町」や「袋田の滝」の回答が多くなっています。
- 一方で、市内の立ち寄りについても「袋田の滝」と回答する割合が一定数いる状況であり、来訪者の多くが市町村や市域を意識せずに来訪していることがうかがえます。
- 居住地区(茨城県内外)別に他観光地への立ち寄り状況をみると、茨城県内では「立ち寄りない」が約5割と半数を占めていますが、茨城県外では「市外観光地に立ち寄る/寄った」割合が多くなっています。



【関心のある資源について】

- 関心のある市内の資源については、地域資源で「自然・景観」、体験・アクティビティで「そば打ち体験」、特産品で「常陸秋そば」がそれぞれ最も多くなっています。
- 年齢別にみると、地域資源と特産品は概ね全体と同様の傾向となっていますが、体験・アクティビティでは、40歳代以下で「キャンプ」や「カヌーや SUP 等の川遊び」「鮎釣り」への関心が高く、50歳代以上で「そば打ち体験」、70歳以上で「紙すき・すき絵体験(和紙)」の割合が多くなっています。
- また、特産品分野の「常陸秋そば」に加えて、地域資源で「ご当地グルメ」、体験・アクティビティで「フルーツ狩り」などはいずれの年代においても多くなっており、食に関わるテーマに関心が高いことがうかがえます。

年齢別 関心のある地域資源

	合計	歴史・遺産	自然・景観	宿泊施設 ・温泉	行事・イベント	ご当地グルメ	その他	不明
全体	266	9.4	47.7	21.8	18.8	30.5	1.5	20.3
20歳代以下	18	0.0	44.4	22.2	22.2	38.9	0.0	16.7
30歳代	36	5.6	55.6	25.0	22.2	33.3	0.0	13.9
40歳代	55	7.3	54.5	30.9	14.5	32.7	1.8	16.4
50歳代	55	9.1	36.4	18.2	10.9	36.4	1.8	25.5
60歳代	63	9.5	44.4	14.3	22.2	33.3	1.6	19.0
70歳代以上	39	20.5	53.8	23.1	25.6	7.7	2.6	28.2

年齢別 関心のある体験・アクティビティ

	合計	運動やスポーツ	キャンプ	カヌーや SUP 等 の川遊び	鮎釣り	フルーツ狩り	天体観測 星空体験	そば打ち体験
全体	266	13.5	16.9	11.7	14.7	18.4	9.8	19.2
20歳代以下	18	16.7	16.7	27.8	27.8	16.7	11.1	11.1
30歳代	36	25.0	27.8	19.4	22.2	25.0	16.7	22.2
40歳代	55	18.2	40.0	20.0	21.8	25.5	10.9	14.5
50歳代	55	9.1	9.1	10.9	5.5	14.5	10.9	29.1
60歳代	63	9.5	6.3	3.2	12.7	17.5	6.3	19.0
70歳代以上	39	7.7	2.6	0.0	7.7	10.3	5.1	12.8
	合計	紙すき・すき絵 体験(和紙)	陶芸体験・教室	漆塗体験	工場見学	その他	不明	
全体	266	6.8	1.1	0.4	1.9	1.9	35.3	
20歳代以下	18	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	16.7	
30歳代	36	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	19.4	
40歳代	55	12.7	3.6	1.8	1.8	1.8	25.5	
50歳代	55	5.5	0.0	0.0	7.3	3.6	41.8	
60歳代	63	3.2	0.0	0.0	0.0	1.6	44.4	
70歳代以上	39	12.8	0.0	0.0	0.0	2.6	48.7	

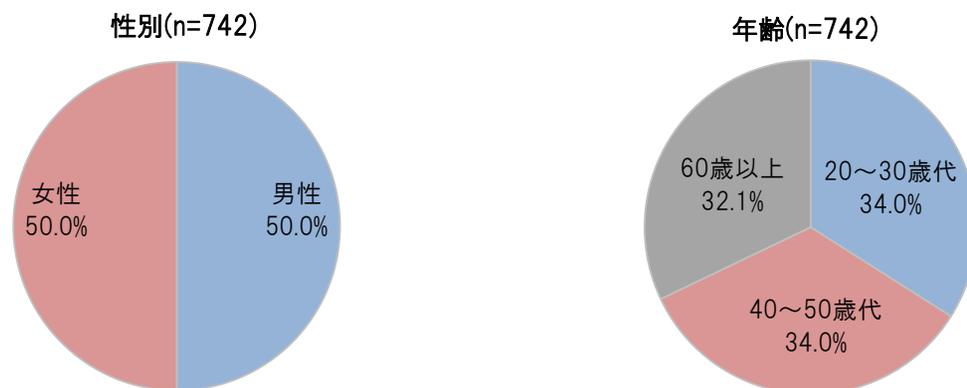
年齢別 関心のある特産品

	合計	地酒	常陸秋 そば	瑞穂牛	鮎	ゆず製品	スイーツ	納豆	お米	その他	不明
全体	266	15.8	49.2	16.2	38.7	9.4	12.0	26.3	8.3	2.6	12.4
20歳代以下	18	22.2	27.8	11.1	55.6	22.2	11.1	16.7	0.0	0.0	0.0
30歳代	36	8.3	61.1	16.7	30.6	5.6	19.4	30.6	8.3	2.8	8.3
40歳代	55	18.2	56.4	30.9	49.1	5.5	12.7	16.4	10.9	1.8	14.5
50歳代	55	20.0	49.1	14.5	41.8	12.7	14.5	29.1	5.5	0.0	10.9
60歳代	63	14.3	42.9	7.9	34.9	7.9	9.5	23.8	12.7	4.8	12.7
70歳代以上	39	12.8	48.7	12.8	25.6	10.3	5.1	41.0	5.1	5.1	20.5

イ Webアンケート調査の結果

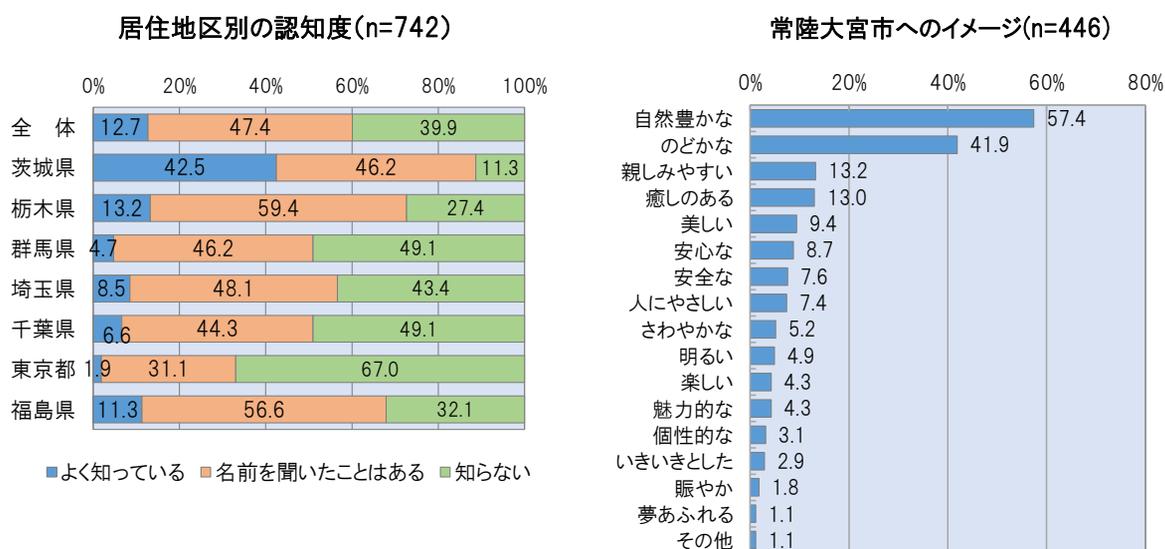
【基本的な属性について】

- 性別は、「男性」と「女性」ともに5割となっています。
- 年齢は、「20～30 歳代」「40～50 歳代」「60 歳以上」でそれぞれ3割半ばとなっています。



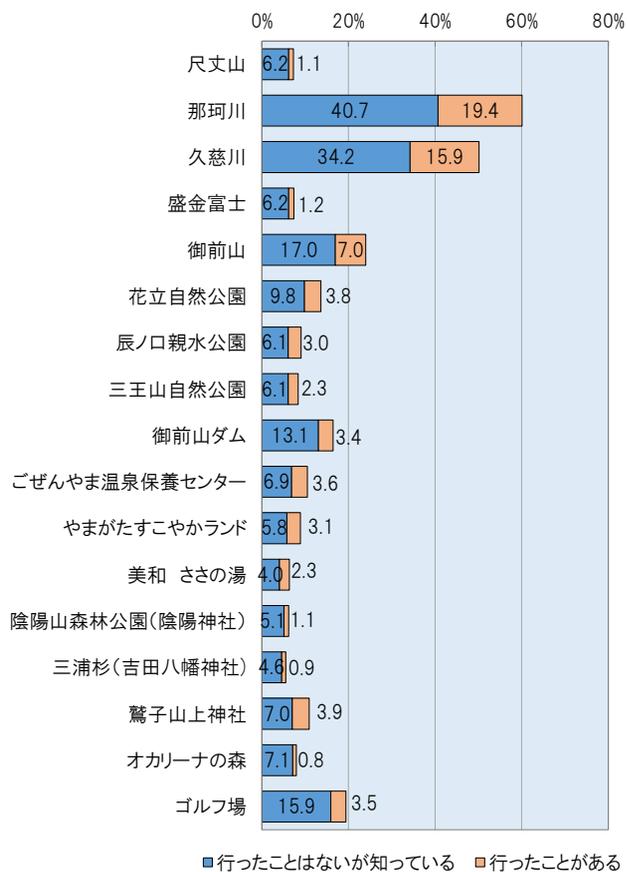
【常陸大宮市の認知度等について】

- 常陸大宮市の認知度は、「よく知っている」と「名前を聞いたことはある」を合わせた『知っている』が約6割となっています。また、居住地区別にみると、茨城県では約9割、隣接する栃木県や福島県では約7割となっています。一方で、その他の群馬県や埼玉県、千葉県からの認知度は、5割半ばにとどまり、東京都では約3割となっています。
- 常陸大宮市に対するイメージは、「自然豊かな」が5割半ばと最も多く、次いで「のどかな」が約4割となっています。
- 市内の観光スポット等の認知度及び関心は、「行ったことがある」と「行ったことがないけれど知っている」で、ともに「那珂川」「久慈川」が多くなっています。

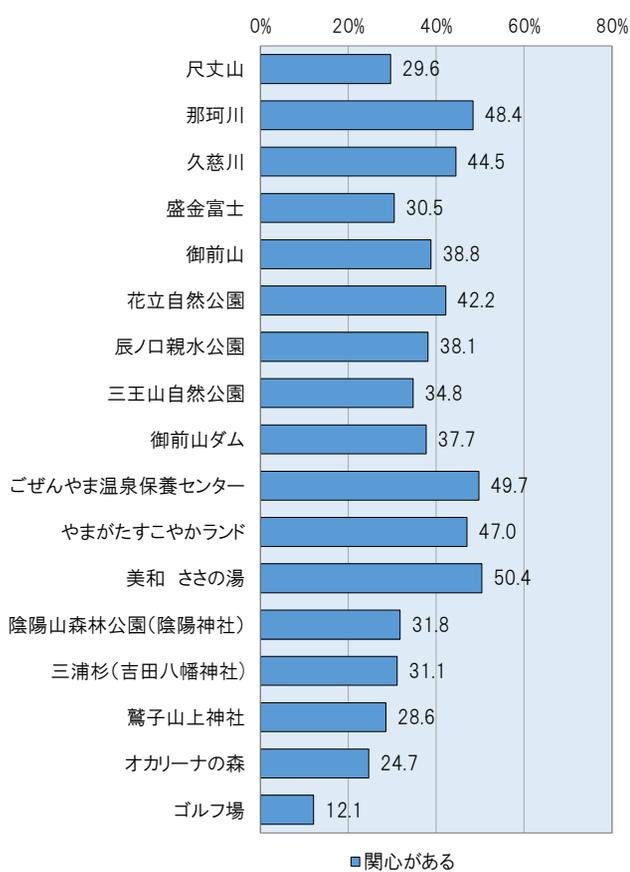


常陸大宮市で知っているもの(n=742)

【認知度及び来訪の有無】



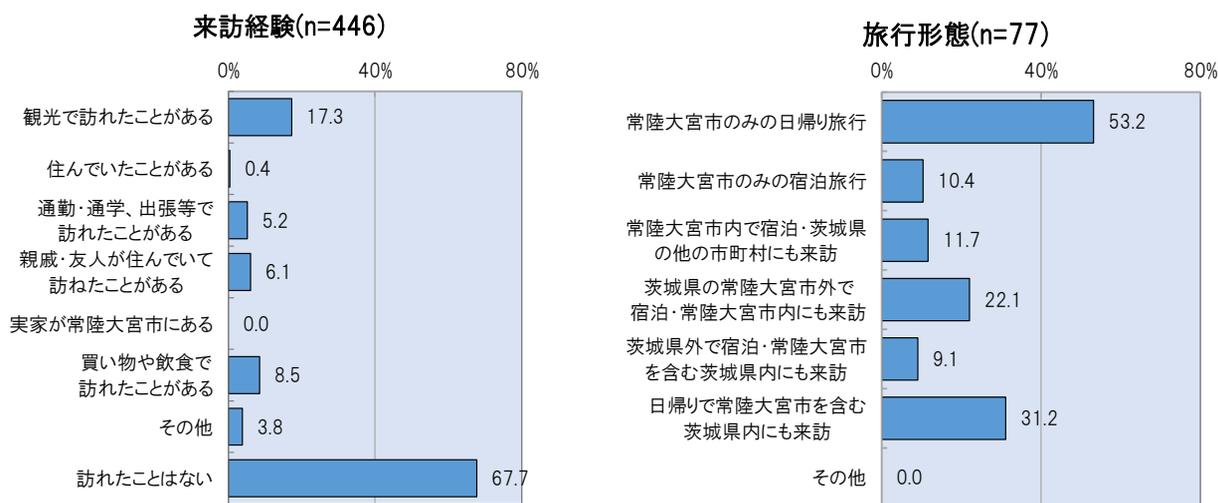
【関心の有無】



【常陸大宮市への来訪について】

- 常陸大宮市に訪れたことがあるかは、「観光で訪れたことがある」が1割半ば、「訪れたことがない」が6割半ばとなっています。
- 来訪時の旅行形態は、「常陸大宮市のみの日帰り旅行」が最も多く、次いで「日帰りで常陸大宮市を含む茨城県内にも来訪」と、常陸大宮市への来訪は日帰りが多くなっています。
- 常陸大宮市で体験できる旅行テーマ*のうち、魅力的だと感じるものについては、「花見や紅葉等の自然鑑賞」が最も多く、次いで「常陸秋そばや瑞穂牛、鮎等のご当地グルメを味わう」、「露天風呂や立ち寄りの湯等の温泉に入る・湯めぐり」となっています。

性・年齢別にみると、男性20～30歳代で「花見や紅葉等の自然鑑賞」、女性20～30歳代で「常陸秋そばや瑞穂牛、鮎等のご当地グルメを味わう」がそれぞれ最も多くなっています。



常陸大宮市で体験できる旅行テーマの魅力だと感じるもの

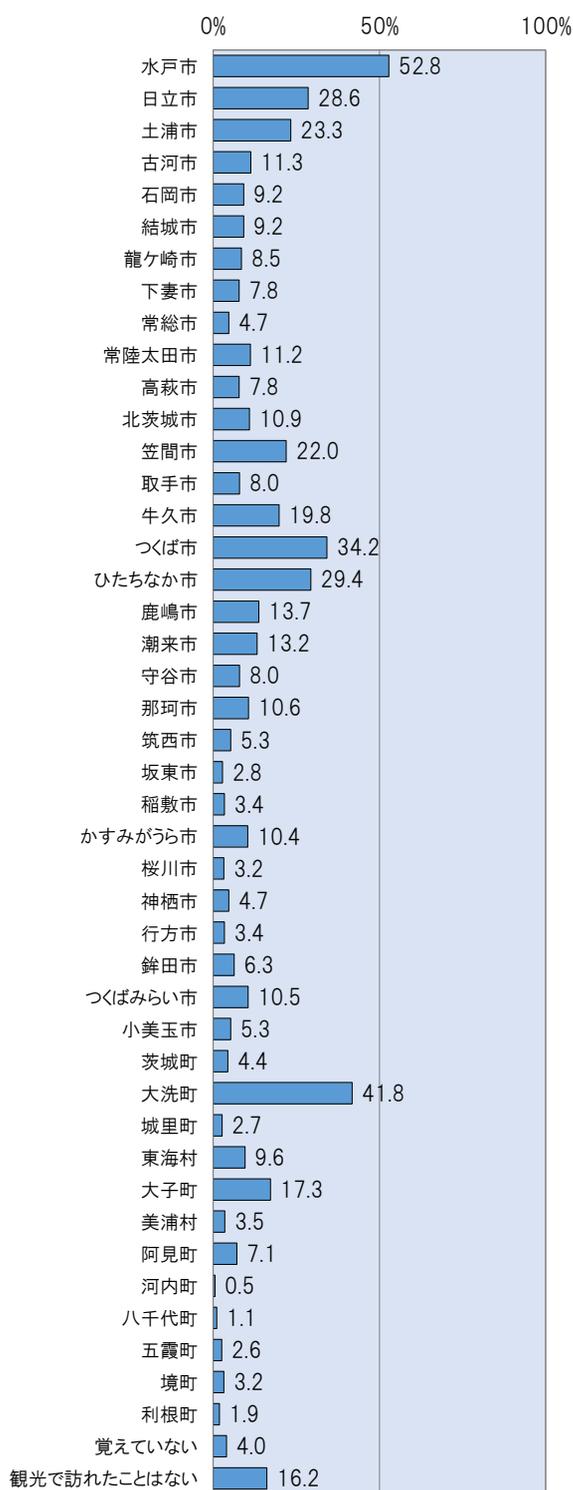
	合計(人)	花見や紅葉等の自然鑑賞	アウトドア(登山・釣り等)	自然に触れながら体験する	本格的なキャンプ体験	森の中や川辺で行う	川でのアクティビティ	カヌーやSUP等による	のいちごやブルーベリー等	天体観測・星空体験	歴史や文化にふれる	スポーツめぐり	パワースポットめぐり	露天風呂や立ち寄りの湯等の温泉に入る・湯めぐり	そば打ち体験	講師の指導による	伝統芸能の紙すき・すき絵体験	ものづくり体験	陶芸や木工等の	農業体験や田舎暮らし体験	地域の行事やイベントへの参加	地元の人との交流など、人ふれあい	常陸秋そばや瑞穂牛、鮎等のご当地グルメを味わう	常陸秋そばや瑞穂牛、鮎等のご当地グルメを味わう	地場産を中心とした農産物等が揃う道の駅等での買い物
全体	742	39.9	20.9	11.6	8.2	27.4	19.0	18.6	15.8	35.4	5.0	6.1	7.8	3.8	5.8	4.3	37.7	30.3							
20～30歳代	252	36.9	28.2	15.9	15.1	29.4	25.8	13.9	19.4	34.9	6.7	6.7	9.1	4.4	6.0	3.6	35.3	25.4							
40～50歳代	252	39.3	19.0	13.5	7.1	31.3	21.4	20.6	21.8	35.7	4.8	6.7	7.9	4.8	6.0	6.7	41.3	36.1							
60歳以上	238	43.7	15.1	5.0	2.1	21.0	9.2	21.4	5.5	35.7	3.4	4.6	6.3	2.1	5.5	2.5	36.6	29.4							
男性	371	38.5	24.3	13.5	7.0	19.4	13.5	19.4	12.4	31.3	4.3	4.0	5.4	2.7	5.1	5.4	35.6	25.9							
20～30歳代	126	37.3	30.2	18.3	12.7	19.8	17.5	16.7	17.5	28.6	4.0	4.8	4.8	2.4	5.6	5.6	27.8	23.0							
40～50歳代	126	34.9	19.0	12.7	6.3	22.2	14.3	20.6	13.5	32.5	4.8	3.2	6.3	2.4	3.2	7.1	41.3	32.5							
60歳以上	119	43.7	23.5	9.2	1.7	16.0	8.4	21.0	5.9	32.8	4.2	4.2	5.0	3.4	6.7	3.4	37.8	21.8							
女性	371	41.2	17.5	9.7	9.4	35.3	24.5	17.8	19.1	39.6	5.7	8.1	10.2	4.9	6.5	3.2	39.9	34.8							
20～30歳代	126	36.5	26.2	13.5	17.5	38.9	34.1	11.1	21.4	41.3	9.5	8.7	13.5	6.3	6.3	1.6	42.9	27.8							
40～50歳代	126	43.7	19.0	14.3	7.9	40.5	28.6	20.6	30.2	38.9	4.8	10.3	9.5	7.1	8.7	6.3	41.3	39.7							
60歳以上	119	43.7	6.7	0.8	2.5	26.1	10.1	21.8	5.0	38.7	2.5	5.0	7.6	0.8	4.2	1.7	35.3	37.0							

※常陸大宮市で提供ができる観光や体験についてパッケージ化した項目を掲載

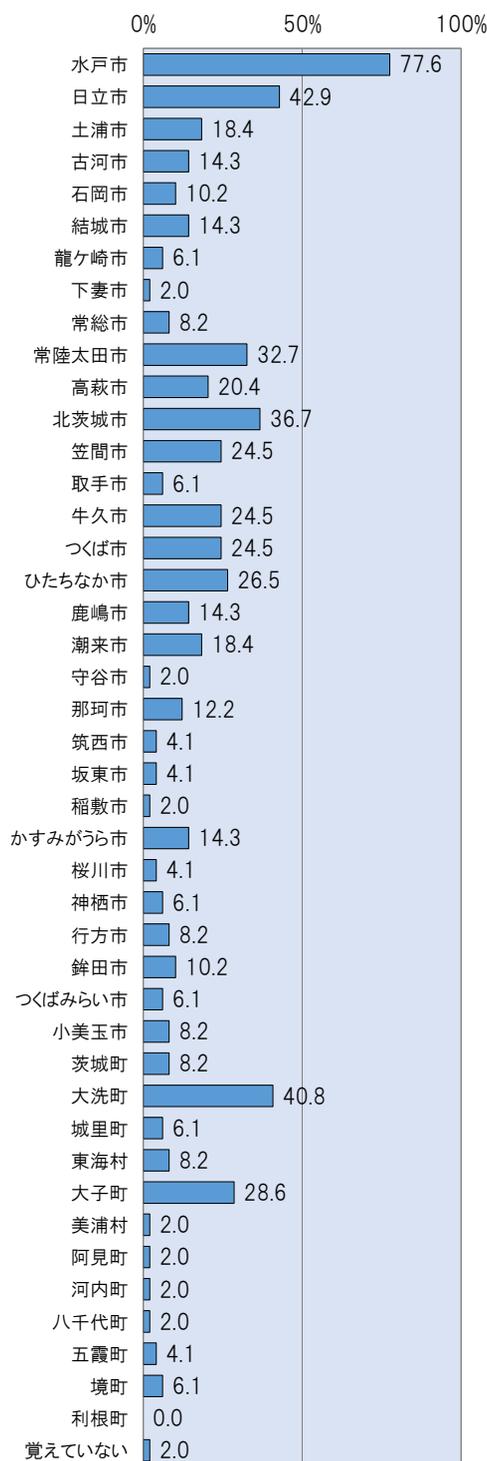
【茨城県への来訪について】

- 茨城県への来訪について【茨城県内で訪れたことのある地域】は、水戸市や大洗町、つくば市が多くなっています。
- 【常陸大宮市と組み合わせて訪れたことのある地域】は水戸市と日立市、大洗町等に加えて、近隣の常陸太田市や北茨城市、大子町等と合わせて来訪している人が多くなっています。

茨城県内で訪れたことのある地域
(n=742)



常陸大宮市と組み合わせて
訪れたことのある地域(n=42)



ウ 団体・事業者等ヒアリングの結果

以下、ヒアリング調査による聞き取り結果となります。

	現状	課題・今後活かせるポイント等
地域資源	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅とゴルフ場の人気が高い ・スポーツや山登りなどの目的を持っている来訪者が多い ・那珂川や久慈川等は、全国的な知名度からみると今後の広がりを期待できる資源である 	<ul style="list-style-type: none"> ■地域資源の活用による新たな展開 ・御前山ダムの活用 ・「カヌー×温泉」等、地域資源同士の掛け合わせによる新たな展開が必要 ・体験として、提供できる地域資源は多い（歴史体験、自然体験）
来訪状況	<ul style="list-style-type: none"> ・大子町や他市町村（奥久慈や県北等）と合わせて来訪する人が多く、常陸大宮市は通過点となっている ・季節によって入込客数の変動が大きい ・お祭りやイベント（やまがた芋煮会、あゆの里、ふれあい広場等）には、他市町村からも来訪がある ・訪日外国人観光客は、和紙の購入や紙すき体験、カヌー等のアクティビティの体験などを目的に、ポイント的には少しずつ来訪が増えている 	<ul style="list-style-type: none"> ■既存資源の切り取り方の工夫 ・今ある資源を活用していくほか、他市町村や民間と連携して観光の目玉を創造することが必要 ・方言の人気は根強く、方言のクリアファイル等を商品展開してはどうか
観光整備	<ul style="list-style-type: none"> ・駅前周辺が不便（休憩場所がない、水郡線の本数が少ない、駅前周辺に観光案内所がないなど） ・施設によっては道路が狭く、向かうことが大変な場所がある ・公共交通機関が少なく、車以外での立ち寄りが難しい 	<ul style="list-style-type: none"> ■交通アクセス等の改善 ・駅前周辺の開発や整備、まちづくり ・2次交通の改善 ・市内の観光案内板の改修 ■多様な観光スタイルへの対応 ・ゴルフを目的に来る人が多いため、ゴルフによる来訪のきっかけとして考え、その人たちを巻き込む展開を考える必要がある
観光スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ・日帰り旅行にとどまり、市内での周遊は少ない ・様々な観光形態に対応できる宿泊施設があまりない ・市民は観光振興という意識が薄い 	<ul style="list-style-type: none"> ■常陸大宮市“らしさ・ならでは”の確立 ・いちご狩りやカヌー体験等の「常陸大宮市ならでは」かつ近隣にはない資源の活用 ・全体で統一イメージ・デザイン展開するなど、「常陸大宮ブランド」の確立が必要 ・地元感のある唯一無二のものの展開 ■長期的な視点を持った観光振興 ・観光だけではなく、定住・移住促進の視点 ・観光入込客数の増加だけでなく、経済効果や関係人口の増加を指標とする考え方も必要

	現状	課題・解決アイデア等
案内や情報発信、広報について	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣市町村ではカヌーの展示や体験アクティビティのチラシの設置等、市内の体験施設等への誘導が行われているが、常陸大宮市ではPRが弱い ・種類や数が多い観光パンフレットのあり方について検討が必要 ・道の駅などで道がわからないと尋ねられることが多く、案内板等の整備を検討すべき ・近隣市町村はPRやメディアでの情報発信がうまいため、常陸大宮市の情報は埋もれてしまっている 	<ul style="list-style-type: none"> ■伝えたい相手に伝わる情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・文化の継承や地域資源にストーリーをつけてPRしていくことが重要 ・リアルタイムの情報発信 ・情報紙等は、あれもこれもと掲載するのではなく、伝えたい内容やターゲットを絞ったものにするべき ■情報発信役の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ・観光の情報発信を担う役割が必要 ・道の駅が観光案内役を担っている部分も大きい、「観光案内所」という存在はない ・認知度向上にSNS発信の継続や工夫が重要 ■だれでも情報を円滑に得られる体制 <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内WEBページやアプリがあるとよい ・外国語に対応した案内板の設置
マンパワーと横の連携の不足	<ul style="list-style-type: none"> ・繁忙期は受け入れ側のキャパシティがいっぱいになり、問い合わせをもらっても断っている状況 ・イベント実施時の担い手や若者不足 ・事業者単体で進めていけることには限界があることから、市や民間企業の連携強化が必要 ・現在の観光スタイルは、各施設等による点での提供にとどまる 	<ul style="list-style-type: none"> ■人材育成 <ul style="list-style-type: none"> ・現状断っている予約にも対応ができるよう、同業者等が近隣地区内に増えてほしい ⇒観光従事者を増やすための支援（起業塾や開業塾の実施） ・チャレンジや挑戦ができる雰囲気づくり ⇒事業提案のコンペ等、挑戦を吸い上げる ⇒観光振興に関するコンペ等を実施 ■市民意識の醸成 <ul style="list-style-type: none"> ・若者の育成をはじめ、市民全体が観光意識を持てるように意識の醸成 ⇒市民が1番のサポーター（ファン）になるよう、インナープロモーションの推進 ■横のつながりづくりの強化 <ul style="list-style-type: none"> ・線や面として展開していけるよう、横のつながりや展開を考える必要がある ・本気で取り組む民間とタイアップ ・広域連携の推進 ⇒城里町との連携、大子町との連携、旅行会社との連携など

エ 観光ワークショップの結果

■観光資源の活用アイデアや取り組みアイデアについてのキーワード一覧

常陸大宮市の観光	<ul style="list-style-type: none"> ・常陸大宮市を観光の目的地へ ・1日常陸大宮で楽しめる環境づくり ・宿泊できるような観光づくりのシステムをする ・ここだけのオリジナリティ ・都会ではありえない穏やかな里山や人を売りにする ・非常時にも安心な食材自給率を売りにする ・都会の疲れた人たちへ「何もしない体験」を提供 ・対象を絞り込む(例:バイクだけの人の宿(マニア向け)など) 	
観光に関する情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・案内板の設置 ・道の駅情報センターとしてサイネージによる観光紹介 ・SNSでの情報発信が必要 ・SNSなどでPR, 情報共有(Instagram, Facebook, 各種HP等) ・情報発信の事業化 ・魅力の体系化(なるほど感, 理由)→PR!(情報発信)いいものを作っても売れないといけない! ・コラボレーション ・PRのパンフレット, コースづくり→置く場所が大切!(市民や旅行のプロ目線も入れてほしい) ・ひたまるが資源を紹介(動画で) 	
特産品・土産品の開発	全体	<ul style="list-style-type: none"> ・コラボレーション(グループで進めること) ・商品のパッケージ化 ・歴史に基づいた商品開発(お土産)
	食べ物	<ul style="list-style-type: none"> ・いちご:有名パティシエや常陸大宮出身のパティシエとのコラボ ・ほしいもづくり:現場見学+体験, ほしいもグルメを味わう ・鮎, 鮭, 蟹, うなぎ, オリジナル料理
体験型観光プログラムの設定	全体	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅から1~2時間観光ルートを10ヶ所作る ・各々の施設を拠点とした観光コースの設定 ・手ぶらでツアー(駅から, 駐車場から) ・日帰りコースの紹介 ・常陸大宮体験ツアー(体験する, 食べる, 帰りに温泉!(市外, 県外の方にも))
	地区別	<ul style="list-style-type: none"> ・常陸大宮巡り/山方コース:道の駅かわプラザ→野上(化石)→パークアルカディア→丸山物産採石場→北富田(竜岩)→三太の湯 ・美和コース:道の駅みわ→鷲子山上神社→尺丈山→高部宿→ささの湯→道の駅みわ
	広域周遊	<ul style="list-style-type: none"> ・袋田の滝→紙のさとで紙すき体験+お土産→かわプラザの奥久慈茶スムージー →道の駅ひたち太田そば→ひたちなかのサザコーヒー本店→勝田駅前 ROCK オブジェ
	歴史文化	<ul style="list-style-type: none"> ・佐竹氏でつなぐ周遊コース ・回り舞台10月→百観音→ブルーベリー摘み体験 ・鷲子山上神社→高部の街並→北斗屋でそば(4月)→やすらぎの里公園の桜
	自然体験	<ul style="list-style-type: none"> ・久慈川の散策コース ・川遊び満喫ツアー ・初心者にもわかりやすいジオとラフティングボートの川下りツアー ・都内に住む方へ里山体験ツアー(市内一周全体で) ・川遊びツアー。カヌー, 石ころ観察 ・花見+酒蔵見学ツアー ・地産地消で地域のものを活用した体験メニュー
	アクティビティ運動	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイキングコース(1時間~2時間) ・御前山ハイキング→御前山ダム→四季彩館 ・サイクリングコース:道の駅から道の駅までのサイクリング(自転車レンタル) ・小舟富士→かざぐるま→鮎を食す ・カヌー, BBQ, 手ぶらで
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・お食事を絡めた体験コース ・平日に限り講師を招き健康に関する食事・運動ツアー ・体験+宿泊(農業, 炭づくり)
	市民一人ひとりの意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・市民意識の改革(地元を誇る) ・地元の人に知ってもらう → 一人ひとりがPRすることで誘致につながる

※キーワード一覧の内容は、一部分類の再編等を行っています。基本的に記入者の意向を汲む形で原文での記載をしています。

④ とりまとめ

各種調査等を踏まえ、以下の通り課題のとりまとめを行いました。

■ 近隣市町村に向かう通り抜けが多く、市内観光や宿泊につながっていない

○車やバイクを使用しての来訪が多く、本市への来訪者は休憩にとどまり、すぐに他市町村に出かけて行ってしまいます。また、道の駅では、常陸大宮市に関する情報として観光ガイドブックやパンフレット等を設置していますが、来訪者の能動的な情報収集に頼る形となっていることから、今後は来訪者が受動的に情報を得ることができる体制の整備で、市内の観光等につなげていく必要があります。

○市内の観光施設や観光スポット等には、目的地がありピンポイントに訪れている人はいる状況ですが、その他の観光施設等につながっていません。

■ 観光資源は多いが、伝えたいもの・ことがわかりづらい

○豊富な資源があるがゆえ、特産品などを中心に「常陸大宮市といえばコレ」という核となる観光商品がなく、あれもこれも食べてほしい、知ってほしい、見てほしい、体験してほしいという状況で、来訪者のイメージに残りづらいことが予想されます。

○観光ガイドやパンフレット等についても、多くの種類が発行されていますが、どれを見たらよいかわかりづらく、情報が無秩序に拡散している状況です。

○本市の観光情報を掲載するHP等がありますが、求めている情報にすぐにたどり着くことが難しくなっています。また、近年はSNS等の発達に伴い、個人による情報収集が主流となり、その場で情報を集めて観光をする個人旅行も増えていることから、素早くわかりやすい情報のプラットフォーム化が求められます。

■ 体験施設や宿泊施設等は、観光に関わる人材が不足している

○少人数で営業を行う事業者が多いため、たくさんの人数を受け入れる体制が整っておらず、繁忙期は予約をもらっても多くの来訪者を受け入れきれっていません。また、次世代の観光業従事者を育てるにも、本業が忙しく教育や人材育成等に時間が割けていないことが課題となっています。

○市内の団体・事業者内では、観光に関する勉強会を実施するなどに取り組んでいますが、参加するメンバーや関係者が同一になりやすく、すでに色々と活動されている方を中心に声掛けや取り組みが行われ、新規メンバーの参加が進んでいません。

○観光や地域資源等に対する市民の意識はやや低く、常陸大宮市の産業として、観光という考えが根付いていないことが予想されます。

2 用語解説

	用語	解説文
ア 行	ICT（アイシティ）	Information and Communication Technology（インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー）の頭文字の略。情報や通信に関連する科学技術の総称。
	アクティビティ	Activity（アクティビティ）のこと。「活動」「活気」などと訳され、観光関連の言葉としては、海・山・川・空など、地球上の自然をフィールドに開催されるアウトドアスポーツや遊び、体験などの意味で使用する。
	いばらき観光マイスター	茨城県を代表する観光地や地元ならではのグルメなど、観光案内をするうえで、十分な知識と接遇マナーを有する人のこと。 「いばらき観光おもてなし推進条例（平成26年11月施行）」を踏まえ、県民一人ひとりの観光知識や接遇スキルの向上を目的に、県内の観光に関する知識とおもてなしに関する試験を実施し、「いばらき観光マイスター」として認定している。
	インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドについては、訪日外国人旅行又は訪日旅行という。
	SDGs（エスディーズ）	平成27年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ（行動計画）」にて記載された平成28年から令和12年までの国際目標であり、持続可能な世界を実現するための17の目標と169の具体目標で構成される。
	SNS（エヌエヌエス）	Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の頭文字の略。インターネットを通じて、人のつながり・人間関係を構築するサービスの総称。
カ 行	関係人口	地域外に居住していながら、対象地域と観光以上の関わりを持つ人や応援してくれる人のこと。「観光以上定住未満」と表現されることも多い。
	観光消費額	対象地点を訪れた観光入込客の総消費額。実人数（単位：人回）と観光消費額単価（1人あたりの観光消費額）から算出。本計画で掲載している観光消費額は、来訪者アンケート調査をもとに、お土産代と飲食代のみを計上した数値であり、国や県の算出方法とは異なることから、市独自の参考値とする。
	グリーンツーリズム	農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。通常の観光旅行とは異なり、農業体験・林業体験等、農林水産業を中心としたその地域に根付いた暮らしや文化、伝統などが体験できる。広い意味では、ルーラルツーリズムやアグリツーリズムなどと称されることもある。

第1章
策定にあたって第2章
近年の観光動向第3章
常陸大宮市がめざす観光振興第4章
計画の展開第5章
計画の推進にあたって

資料編

	用語	解説文
カ行	コミュニティビジネス	地域の人々が設立・所有する経済的な組織で、地域社会（コミュニティ）をベースに活動し、活動により得られた利益を地域社会の発展や組織の活動の展開のために使用する経済活動・住民活動等のこと。
	コンテンツ	Contents（コンテンツ）のこと。「中身」「内容」などと訳され、観光関連の言葉としては、来訪者に提供できる観光商品の意味で使用する。
サ行	SUP（サップ）	Stand Up Paddle board（スタンドアップパドルボード）の頭文字の略。サーフボードのような専用のボードの上に立ち、パドルで漕いで水上を進む新しいマリンスポーツのこと。
タ行	ツーリズム	Tourism（ツーリズム）のこと。「観光」「旅行」などを指し、観光より広く、目的地での永住や営利を目的とせずに、日常生活圏を一時的に離れる旅行のすべてと、それに関連すること。近年は、体験型観光として「観光メニュー」や「観光パッケージ」などを指す言葉としても使用される。
	DMO（ディーエムオー）	Destination Management Organization（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）の頭文字の略。地域の観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のこと。
ハ行	フィルムコミッション	映画やテレビドラマ、CMなどのロケーションを誘致し、撮影がスムーズに進行するようサポートする組織のこと。多くは自治体を中心となって組織化している。ロケーションされた映画やドラマを通じて、地域の知名度や地域愛着度を向上させ、観光客の増加に繋げようとするもの。
	ブランディング	対象物を別の類似したものから区別し、消費者・顧客等に認知させるマーケティング戦略の手法の1つ。商品のデザインやシンボルマーク、商標、名称、キャッチフレーズ、記号など、様々な要素の組み合わせでブランドを形成する。そして、そのような「ブランド」を消費者等に認知してもらい、市場における自社（商品）のポジションを明確化する活動。
マ行	民泊	ホテルや旅館、民宿などとは異なり、個人の住宅に料金を収受して旅行者を宿泊させること。
ワ行	ワーキンググループ	横断的にある特定の課題を共有・検討し、解決策の討議と実証研究、計画の推進などを行うチーム又は部会のこと。

3 計画の策定経過

年月日	内容
平成 30 年 6 月 25 日	○第1回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・常陸大宮市観光振興基本計画の策定について ・計画策定のスケジュールについて
9 月 9 日	○来訪者アンケート(道の駅常陸大宮)
9 月 20 日	○第2回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・常陸大宮市の観光について
11 月 15 日～18 日	○団体・事業者ヒアリング
11 月 23 日	○来訪者アンケート(道の駅常陸大宮)
平成 31 年 1 月 26 日	○観光ワークショップ (道の駅常陸大宮/道の駅みわ)
3 月 25 日	○第3回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・計画策定に関わる各種調査結果について ・常陸大宮市の観光の現状・課題と方向性について ・計画策定業務の進捗状況と今後のスケジュール
令和元年 5 月 11 日	○観光ワーキンググループ
6 月中	○インターネット調査
7 月 4 日	○第4回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・計画策定業務の進捗状況について ・常陸大宮市観光振興基本計画（骨子案）について ・計画策定スケジュールについて
8 月 10 日	○来訪者アンケート(道の駅みわ)
11 月 28 日	○第1回常陸大宮市観光振興基本計画策定推進連絡会 ・常陸大宮市観光振興基本計画（素案）について ・計画策定スケジュールについて ・常陸大宮市観光振興基本計画に関する各種計画について
11 月 28 日	○観光ワーキンググループ
令和2年 1 月 15 日	○第5回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・常陸大宮市観光振興基本計画（案）について ・パブリック・コメントの実施方針について
1 月 22 日	○第2回常陸大宮市観光振興基本計画策定推進連絡会 ・常陸大宮市観光振興基本計画（案）について
2 月 10 日～3 月 10 日	○パブリック・コメント
3 月 13 日	○第6回常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会 ・パブリック・コメント実施結果について

第1章
策定にあたって第2章
近年の観光動向第3章
常陸大宮市がめざす観光振興第4章
計画の展開第5章
計画の推進にあたって

資料編

4 策定委員会等の設置要綱, 名簿 他

常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会設置要綱

(目的及び設置)

第1条 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戦略的かつ総合的に展開するため、常陸大宮市観光振興施策の基本的な方針として策定する常陸大宮市観光振興基本計画（以下「観光振興基本計画」という。）に関し、必要な事項を調査・研究するため、常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会の所掌事務は、次に掲げることとする。

- (1) 観光振興基本計画の基本的な方針に関すること。
- (2) 観光振興計画基本計画の策定に関し、市長が必要と認める事項。

(組織)

第3条 委員会は、委員10人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 観光専門知識を有する者
- (3) 常陸大宮市観光協会の代表者
- (4) 観光関連事業に携わる者
- (5) 関係行政機関に関わる者
- (6) 市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、第2条に掲げる規定する任務が終了するまでの間とする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(役員)

第5条 委員会に委員長及び副委員長各1名を置き、それぞれ委員の互選により選出する。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会は委員長が招集し、委員長はその議長となる。

2 委員会は、委員の過半数の出席がなければ、会議を開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数で決定し、可否同数のときは議長の決するところによる。

4 委員長が必要と認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、その説明又は意見を聞くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、観光振興に関する事務を所管する課において処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定めるものとする。

附則

この要綱は、平成30年6月25日から施行する。

常陸大宮市観光振興基本計画策定委員会名簿

(順不同 敬称略)

	氏名	所属等	備考
1	菊池 和博	常陸大宮市観光協会	常陸大宮市観光協会の代表者
2	椎名 みな子	旅館業組合	観光専門知識を有する者
3	遠藤 修平	道の駅	観光関連事業に携わる者
4	河西 英明	キャンプ場等（指定管理施設）	観光関連事業に携わる者
5	龍崎 眞一	森と地域の調和を考える会	観光関連事業に携わる者
6	古澤 豊巳	飲食業・製菓業	観光関連事業に携わる者
7	都竹 友美	市内観光果樹園	観光関連事業に携わる者
8	菊地 はるい	市内工芸体験施設	観光関連事業に携わる者
9	菊池 ちあき	市内工芸体験施設	観光関連事業に携わる者
10	松崎 達人	茨城県営業戦略部観光物産課	観光行政機関に関わる者

常陸大宮市観光振興基本計画



発行 令和2年3月

編集 常陸大宮市 産業観光部 商工観光課

〒319-2292 茨城県常陸大宮市中富町 3135-6

電話：0295-52-1111（代表）



マスコットキャラクター

ひたまる

© Hitamaru Co.