

阿見町観光振興基本計画【改訂版】



令和4年3月

阿見町観光振興基本計画の改訂にあたって

阿見町では、平成 28 年度に当町の観光指針となる阿見町観光振興基本計画を策定し、霞ヶ浦等の豊かな自然環境や地域の観光資源を活用して、当町の魅力に繋がる様々な観光施策を推進してまいりました。

本計画の策定から 5 年が経過し、当初設定した施策目標の期間が令和 3 年度で満了になることから、本町を取り巻く環境の変化に対応するため、阿見町観光振興基本計画策定委員会のご意見をいただきながら改訂する運びとなりました。



現在、日本では「観光」が地方創生のための重要な役割を果たす 21 世紀の成長産業として位置づけられており、政府観光局の発表によると、2019 年度の訪日外国人が 3,000 万人を超えております。

しかしながら、一昨年から続く新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インバウンド施策にも陰りが出始め、新たな観光施策の転換が求められております。

このような中で、本町の観光を取りまく環境については、圏央道が茨城県内から大栄ジャンクションまで開通し、県内四車線化の工事が進められており、都心や成田空港からの交通利便性が一段と向上するなど、大きな経済効果が期待されています。「あみプレミアム・アウトレット」や「予科練平和記念館」、「雪印メグミルクの工場見学」などには、これまでも多くの来訪者が訪れ、2020 年現在、県内で 3 番目に集客力のある町として発展しております。

本計画の改訂を機に、今後、益々多様化する観光ニーズを的確に捉え、町民や事業者の皆様との連携を図りながら、更なる観光の振興と町内への誘客を促進してまいります。そして、本町の特性や地域資源を活かした観光施策に取り組み、活気に満ちた笑顔あふれるまちづくりを推進してまいります。

最後に、本計画の改訂にご尽力いただきました流通経済大学名誉教授の香川眞先生を始め、阿見町観光振興基本計画策定委員会の皆様にご心からの感謝を申し上げます。

令和 4 年 3 月

阿見町長 千葉 繁

阿見町観光振興基本計画 目次

第Ⅰ章 阿見町観光振興基本計画の概要	1
1. 計画策定の趣旨	1
2. 本計画で示す観光振興の方向	1
3. 阿見町の概況	2
第Ⅱ章 観光を取り巻く環境	3
Ⅱ－1 日本の観光産業を取り巻く状況	3
1. 本格的な人口減少社会の到来と急速な高齢化の進展	3
2. 観光産業の動向	3
3. 国内旅行の状況	4
4. コロナ禍における観光産業の現状と変化	5
Ⅱ－2 茨城県の観光の特性(茨城県観光振興基本計画 平成28年3月)	6
1. 茨城県の観光の概要	6
2. 茨城県の観光振興の基本方針	7
Ⅱ－3 阿見町の観光の状況	9
1. 主な観光資源	9
2. 町の歴史・文化資源	12
3. 観光入込客数の推移	14
Ⅱ－4 観光にかかる主要プロジェクト	15
1. 主要プロジェクト	15
2. 観光振興に係る施策	16
3. 観光振興に向けた動き	17
Ⅱ－5 阿見町の観光を取り巻く環境	20
1. 観光振興に向けた課題	20
2. 観光を取り巻く環境	21
第Ⅲ章 観光振興ビジョン	22
1. 阿見町の観光特性	22
2. 観光振興の基本方向	24
3. 阿見町観光振興基本計画のビジョンと基本方針	27
第Ⅳ章 観光振興施策	30
1. 観光振興施策の体系	30
2. 観光振興施策	31
第Ⅴ章 観光振興施策の推進方策	41
1. 推進体制の検討	41
2. 実施プログラム及び重点分野の設定	43
3. 観光振興によるまちづくり・地域づくりへの波及効果の想定	47
資料編	48

第 I 章 阿見町観光振興基本計画の概要

1. 計画策定の趣旨

阿見町では、平成 21 年 7 月にあみプレミアム・アウトレットが開業し、翌 22 年 2 月に予科練平和記念館が開設したほか、平成 28 年に開通したつくば霞ヶ浦りんりんロードや、令和元年 9 月に開催されたいきいき茨城ゆめ国体（第 74 回国民体育大会）のセーリング会場として栈橋や湖岸スロープが整備されるなど、観光・交流施設の充実が進みつつあります。

観光は、少子高齢化や人口減少社会を迎える日本において、内需や雇用機会の拡大など、幅広い産業に経済波及効果をもたらすとともに、地方創生のための重要な役割を果たす 21 世紀の成長産業として位置づけられ、国においても「観光立国推進基本計画」を策定し、それに基づいた様々な施策を講じています。

本町でも、首都圏中央連絡自動車道の整備や大型商業施設の進出に伴い、多くの観光客が訪れるようになってきました。阿見町第 6 次総合計画では、町内の地域資源を再認識・再評価し、町民が気軽に余暇を楽しむとともに、多くの観光客が訪れるまちになることを目指しています。

阿見町観光振興基本計画では、このような背景を踏まえ、本町が有する位置的特性や観光資源等を精査するとともに、多様化する観光ニーズを捉え、今後の観光振興の方針と施策を示す観光振興計画を策定するものです。

なお、本計画の計画期間については、阿見町総合計画や茨城県観光振興基本計画との関連を考慮しながら、令和 4 年度から令和 8 年度として策定しますが、新型コロナウイルス感染症による影響や、講じられる各種施策などを踏まえながら、必要に応じて見直しを行うものとします。

2. 本計画で示す観光振興の方向

本町での観光振興は始まったばかりであり、集客力のある施設への観光来訪者はみられるものの、そこから町内への来訪者の拡がりが見られていません。

そのため、本計画においては、拠点となる施設への集客力を高めつつ、町民と行政が連携しながら、町内の地域資源に光をあて、地域資源の観光資源化やネットワーク化に取り組み、点の観光から面の観光へ拡げていくことを目指しています。

3. 阿見町の概況

阿見町は、茨城県の南部に位置し、首都東京から約 60km、県都水戸市から約 50km、つくば市から約 12km の距離にあります。また、成田国際空港からは約 30km の位置にあり、首都圏中央連絡自動車道により広域へのアクセスが向上しています。

地形は概ね平坦で、市街地は町西部の台地上を中心に形成され、町東南部の稲敷台地では山林や畑地が多く分布しています。また、町の北東は国内 2 位の面積を有する霞ヶ浦に面しています。

大正 10 年に海軍霞ヶ浦飛行場が開設されて以降、霞ヶ浦海軍航空隊の開隊や予科練の移転等により、戦前から戦中の遺構が多く残されています。戦後は、工業団地の整備や企業誘致を積極的に進めるとともに、東京への通勤圏として住宅地の分譲も進み、令和 2 年の国勢調査における人口は 48,578 人となっています。

図一 阿見町の位置



第Ⅱ章 観光を取り巻く環境

Ⅱ-1 日本の観光産業を取り巻く状況

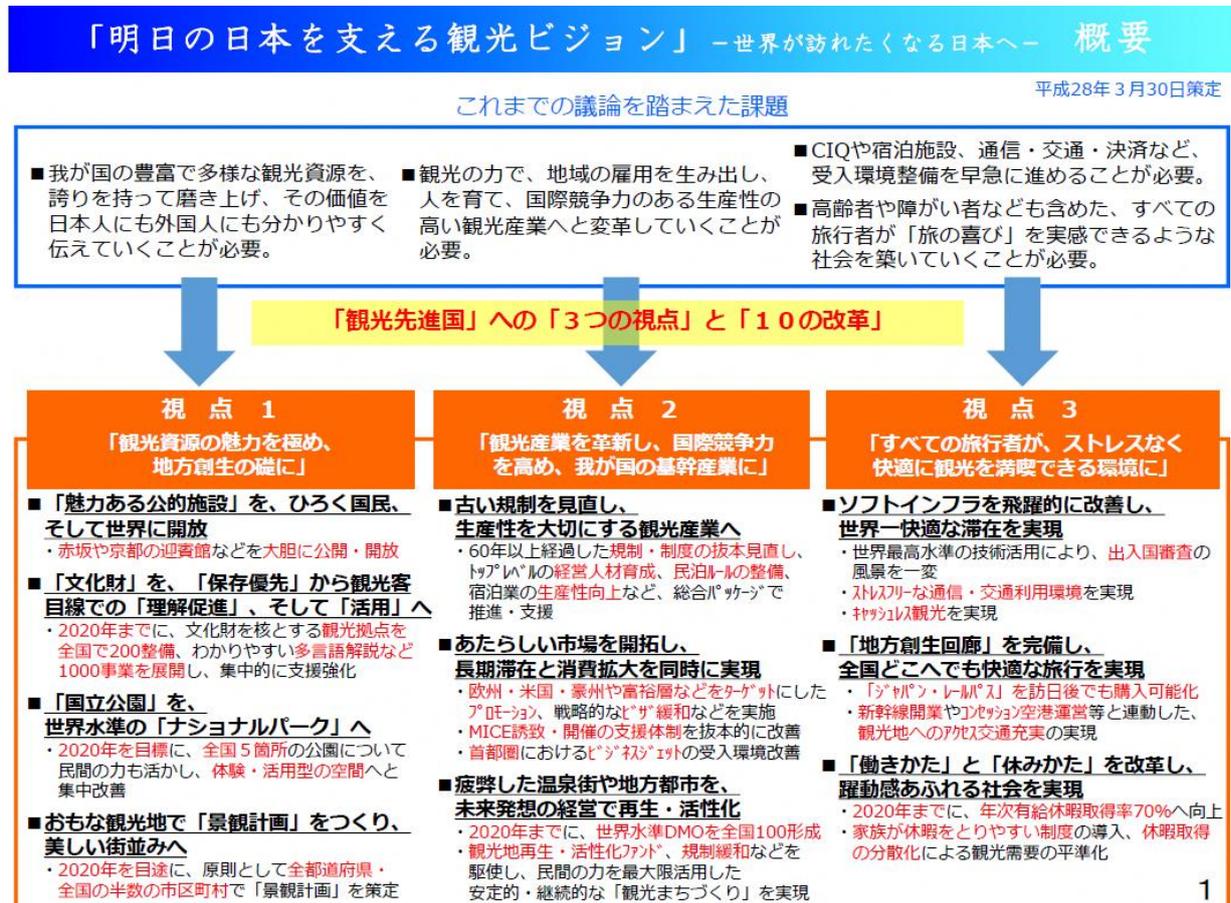
1. 本格的な人口減少社会の到来と急速な高齢化の進展

我が国の総人口は、2008年に1億2,808万人で概ねピークに達した後減少に転じています。国立社会保障・人口問題研究所によれば、2060年には約8,674万人になると推計され、「定住人口の減少」を「交流人口の増加」で補っていかねばならない状況にあります。

2. 観光産業の動向

観光産業については、2016年（平成28年）3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」が示されていますが、現状では、新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい状況となっています。令和3年度版の観光白書では、日本の観光の動向について、「2020年（令和2年）1月以降、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、政府は水際対策の強化、イベント中止等の要請を行ったのに加え、4月には緊急事態宣言を発出し、外出自粛や休業要請等、感染拡大防止に向けた取組を進めた。5月末に緊急事態宣言を解除して以降、感染拡大防止を図りながら社会経済活動の水準を引き上げる取組を進める中で、政策支援によって需要の下支えを図っている。」としています。

図一明日の日本を支える観光ビジョン



3. 国内旅行の状況

国内の観光については、2020年（令和2年）1月以降、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、政府による水際対策の強化、イベント中止等の要請、緊急事態宣言の発出（外出自粛や休業要請等）により、観光需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いています。

2020年（令和2年）の日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は0.7回、日帰り旅行回数は0.7回、1人当たり宿泊数は1.2泊と、前年を大きく下回っています。

図一日本人1人当たりの宿泊旅行、日帰り旅行の回数及び宿泊数の推移



資料：観光白書
(旅行・観光消費動向調査)

図一日本人国内旅行消費額の推移



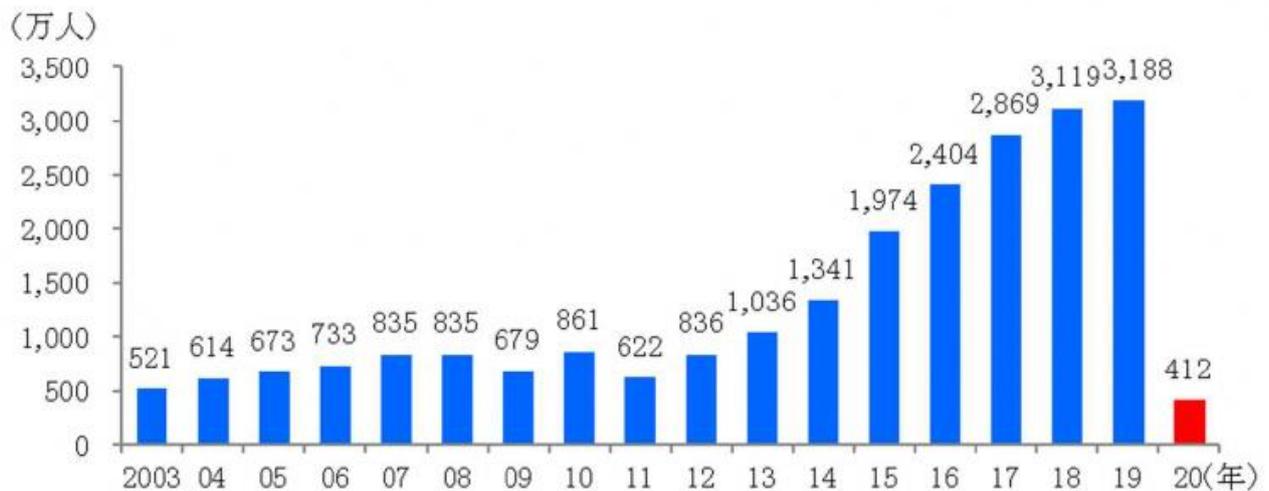
資料：観光白書
(旅行・観光消費動向調査)

4. コロナ禍における観光産業の現状と変化

新型コロナウイルス感染症の拡大以降、国内外の観光需要は大幅に減少し、観光産業は深刻な影響を受けています。観光産業は、関連する産業も含め約 900 万人の雇用を創出し、地方経済を支える重要な役割を果たしていることから、観光需要の回復に備えて、観光産業の体質強化が急務であり、短期集中で、宿泊施設・観光地を再生し、地域全体で魅力と収益力の向上に取り組むこととし、次のような施策の推進を図ることとしています。

- 感染拡大防止の徹底、国内需要の回復、観光産業の再生
- 魅力ある観光地域とコンテンツ造成
- インバウンド等の段階的復活

図一 訪日外国人旅行者数の推移



資料) 観光白書

II-2 茨城県の観光の特性 (茨城県観光振興基本計画 平成28年3月)

1. 茨城県の観光の概要

(1) 観光入込客の特性

○日帰り客の割合が8割強を占めています。

平成26年の観光客の日帰り・宿泊の別をみると、日帰り客が86.2%、宿泊客が13.8%となっています。

○観光入込客数（実人数）は増加しているが、観光消費額は減少しています。

平成26年の観光入込客数（実人数）・観光消費額の前年比の状況をみると、観光入込客数（実人数）が103.7%、観光消費額が95.1%となっています。要因は1人当たりの消費額の平均が減少したことにあります。全国順位では、平成25年の観光入込客数は16位、観光消費額は24位となっています。

○千葉県、東京都、埼玉県のほか、神奈川、東北からの観光客が増加しています。

平成26年の県外からの観光客数の構成比をみると、千葉県（13.4%）、東京都（11.8%）、埼玉県（8.2%）が多い状況になっています。また、県内外の構成比をみると、県外が54.3%を占めるなど、過去5年間で初めて県内を超えています。

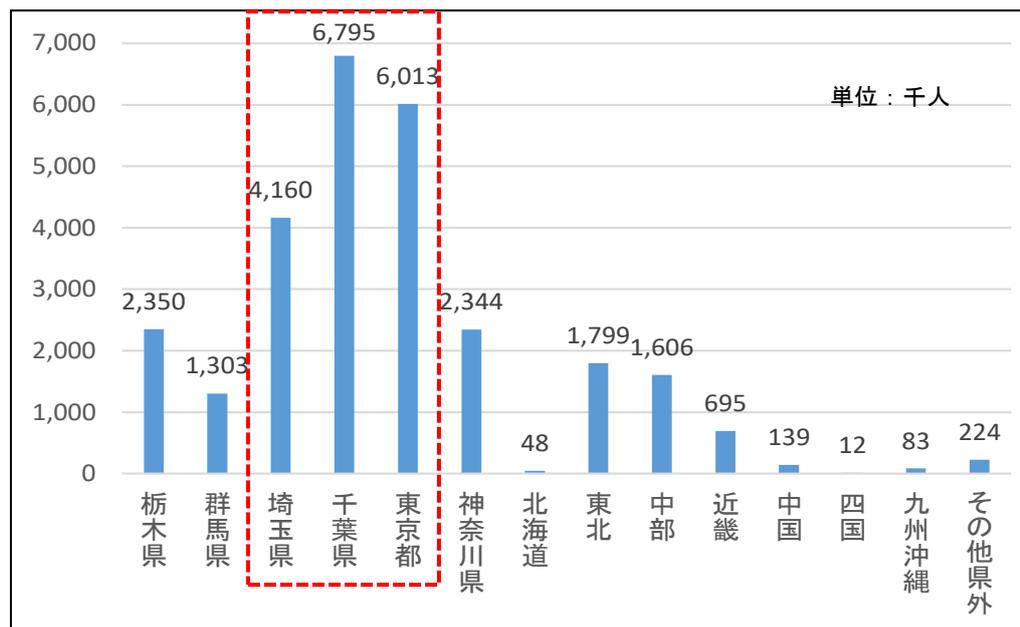
○「宿・ホテル」、「食」、「温泉」、「名所・旧跡」で選ばれる割合が高くなっています。

茨城県の宿泊旅行の目的をみると、「宿でのんびり過ごす」、「温泉や露天風呂」、「地元の美味しいものを食べる」、「名所・旧跡等の観光」が高くなっています。

【茨城県の県外居住地別観光入込客数】

○茨城県全体における県外居住地別観光入込客数では、茨城県の位置特性や交通環境などから、千葉県や東京都などの首都圏からの観光客が多い状況となっている。

○なお、その他県外の観光入込客数のうち、18.7万人は訪日外国人となっている。



【出典】茨城県 観光客動態調査 (H26)

(2) 広域交通網の充実による利便性の向上

○高規格幹線道路ネットワークの充実

現在、首都圏を環状に連携する高規格幹線道路網の整備が着々と進められており、特に、首都圏中央連絡自動車道の県内区間が全線開通することにより、東名高速道路から東関東自動車道水戸線までに6本の放射状の高速道路が結ばれ、これらの沿線地域から茨城県への誘客促進が期待されます。

○JR常磐線の上野東京ラインの開業

平成27年3月にJR常磐線の上野東京ラインが開業し、東京駅及び品川駅への乗り入れの実現により、乗り換えの解消と所要時間の短縮が図られています。

○茨城空港の就航先拡大

平成22年3月に茨城空港が開港し、現在、国内定期便（札幌、神戸、福岡、那覇）や、国際定期便（上海、深圳、台北）、アジアなどからのチャーター便が就航しています。

○茨城港大洗港区のツアー利用拡大

苫小牧と大洗を結ぶ定期フェリー航路を活用した国内外からのツアーが増加しています。

2. 茨城県の観光振興の基本方針

(1) 計画の基本理念

いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指して

「いばらきの個性」

東京を中心とする大都市圏に隣接していながら、豊かな自然環境、歴史・文化遺産、世界最先端の科学技術、海の幸・山の幸など豊富な食資源に加え、マリンスポーツやパラグライダー、サイクリングなどのスポーツアクティビティのほか、果物狩り、陶芸体験など様々な体験が可能であるなど、多様な地域資源を有している。

「世界を惹きつける」

増加する訪日外国人旅行客の受入や、世界に通用する観光地を目指す。

「新たな首都圏観光」

多くの人口を抱える首都圏に位置し、東京からの交通アクセスが良好であるという立地条件を活かし、科学技術の拠点や豊富な農林水産物など、東京にはない茨城県の魅力と、東京が持つ都市的な魅力の双方が楽しめる、新しい観光圏域づくりを推進する。

これらのことにより、県外はもとより、世界から茨城県への誘客を促進し、世界に通用する観光地を目指す。

(2)基本方針

①おもてなし日本一に向けた基盤づくり

平成26年11月に施行された「いばらき観光おもてなし推進条例」の趣旨を踏まえ、観光事業者はじめ県民すべてが、真心のこもった笑顔とあいさつで温かく迎え、誇りを持って茨城の魅力を伝えることによって、「訪れてよかった、また行きたい」と思ってもらえるよう、人材の育成、受入体制の整備などを図る。

②国内外への情報発信の強化

茨城県観光地のブランドイメージや認知度等の向上を図るため、国内にあっては首都圏や茨城空港就航先を中心に、海外にあっては中国、台湾、東南アジアなどを中心として、茨城県観光のシンボルとなるような観光資源を、SNSやメディア、海外の旅行口コミサイト等を活用して重点的に発信する。

③地域の特性を生かした国内誘客促進

首都圏等や茨城空港の就航先からの誘客を促進するため、広域交通ネットワークの充実や上野東京ライン開業などの立地環境や様々な地域資源を活用し、着地型・体験型旅行プランの造成、広域連携による周遊観光ルートの開発、教育・研修旅行の誘致などを図る。

④東京オリンピック・パラリンピック等の開催を見据えた国際誘客促進

東京オリンピック・パラリンピックの観戦者や国際会議等の参加者などの外国人観光客の誘客を促進するため、モニターツアーや商談会の実施、さらには、近隣自治体等と連携した新たな広域観光周遊ルートの形成提案などによる旅行会社への旅行商品造成の働きかけ、Wi-Fi等の通信環境整備や多言語表示の推進等の受入体制の充実などを図る。

⑤魅力ある観光地域づくり

魅力ある観光地域づくりを推進するため、茨城県の観光拠点の磨き上げや既存の観光資源を活用した新たな取組への支援を進めるとともに、宿泊施設の魅力向上への支援や観光地のブランド化を推進する。

⑥稼げる観光産業の振興

観光は様々な産業分野において、投資や雇用を生み出す原動力となっていることから、稼げる観光産業の振興を図るため、土産品や地場産品の新商品の開発や販路拡大を促進するほか、地域の観光振興の推進の核となる茨城版DMOの設置に向けた取組などを推進する。

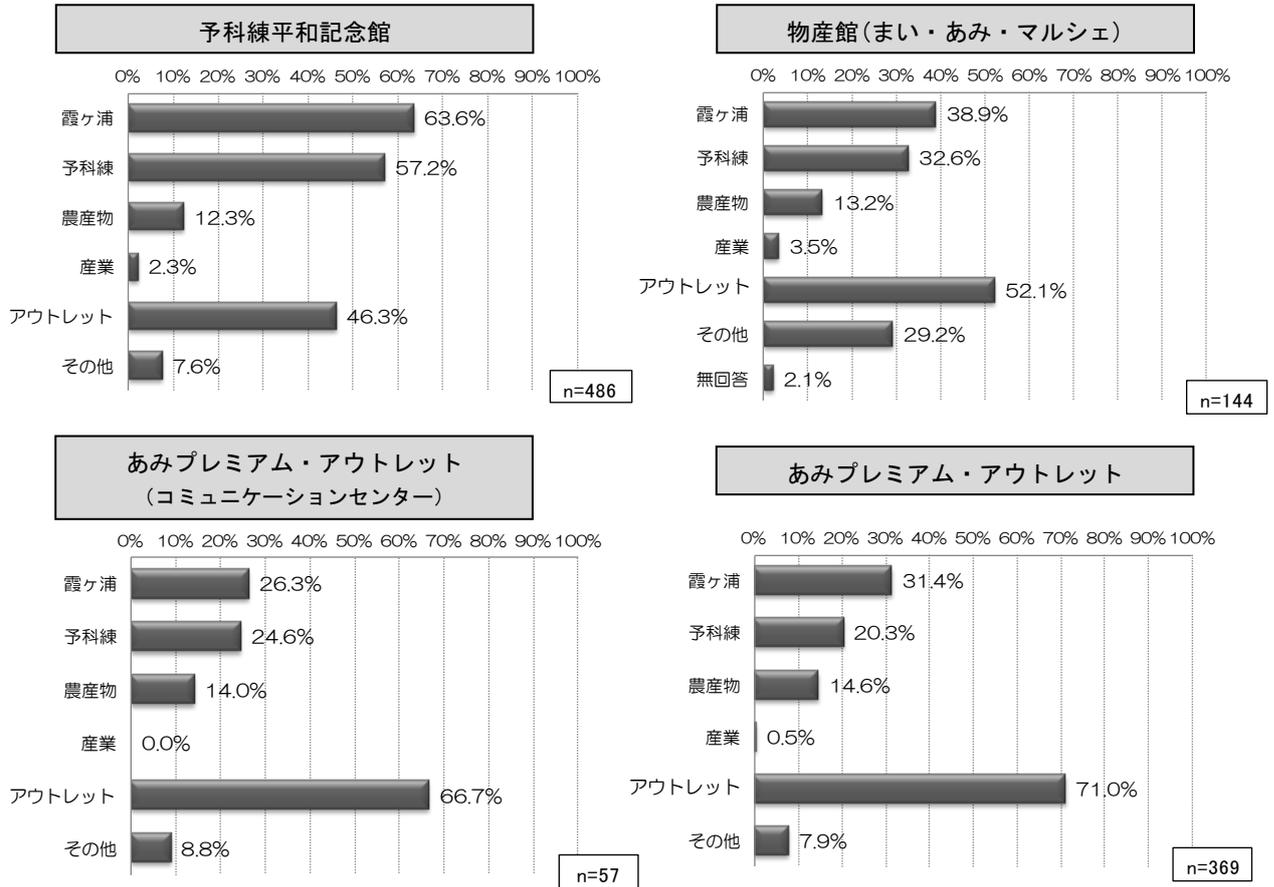
(3)新しい観光振興基本計画の概要(令和4年～令和7年度)※県基本計画パブリックコメント案より(令和3年2月現在)

新型コロナウイルス感染症の影響により、社会経済情勢や旅行者の嗜好、行動が大きく変化するなか、令和5年に「いばらきデスティネーションキャンペーン」の開催を控え、多様化する観光客のニーズに的確に対応し、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「ポストコロナを見据えた観光の本格的な復興の実現」「個性を活かし、世界を惹きつける、持続可能ないばらき観光を目指して」を基本理念に、新たな観光振興基本計画を策定中である。

II-3 阿見町の観光の状況

1. 主な観光資源

本町の観光資源(阿見町から連想するもの)としては、霞ヶ浦、予科練平和記念館、あみプレミアム・アウトレットの認知度が高くなっています。



出典：H23道の駅関連交通量等調査業務ヒアリング調査
各グラフの施設名称はヒアリング実施箇所

また、レクリエーション施設が整備されているふれあいの森、農産物直売所、ゴルフ場や各種体験ができる民間施設などのほか、近代の歴史・平和教育の資源でもある雄翔館・雄翔園も有しています。

表一阿見町の観光資源の概況

■観光資源(施設)

主な観光資源	管理・運営	備考
あみプレミアム・アウトレット	民間	
予科練平和記念館	町	
雄翔館・雄翔園	陸上自衛隊	
旧霞ヶ浦海軍航空隊本部遺跡	町	阿見観光ガイド
霞ヶ浦湖岸	国・県・町	予科練ゆかりのみち
桜	町ほか	陸上自衛隊武器学校・雄翔館 茨大通り 総合運動公園 等
雪印メグミルク阿見工場	民間	工場見学



【予科練平和記念館】

■ 観光資源(体験)

主な観光資源	管理・運営	備考
ホースライティングスクエア・イーブルス	民間	
野口いちご園	民間	
ブルーベリーみやもと	民間	
島津梅林	民間	



【豊富な農産物を生かした体験観光】

■ 観光資源(農産物直売所)

主な観光資源	管理・運営	備考
大地のめぐみ(大きなかぶ)	農業組合法人	
かすみの里直売所	組合	
あみアグリショップゆめ	民間	
JA 茨城かすみ直売所愛菜園	JA 茨城かすみ	

■ その他

主な観光資源	管理・運営	備考
つくば霞ヶ浦りんりんロード	茨城県、沿岸自治体	
ふれあいの森	町	
阿見町総合運動公園	町	
阿見ゴルフクラブ	民間	
イーグルポイントゴルフクラブ	民間	
チサンイン土浦阿見	民間	
ホテル R9	民間	

図一 阿見町の観光資源



【資料】阿見観光ガイド（あみ観光協会）等を参考に作成



【霞ヶ浦と筑波山の眺望】



【あみプレミアム・アウトレット】

2. 町の歴史・文化資源

地域の歴史遺産や伝統芸能は、その地域ならではの資源として、生涯学習的な要素も含まれますが観光面での活用が期待されます。

(1)阿見町の文化財等

阿見町では、県指定3件、町指定19件の文化財等が指定されています。仏像等の有形文化財が中心ですが、地域の伝統芸能等も民俗文化財に指定される他、伝統芸能の保存団体も存在しています。また、霞ヶ浦海軍航空隊関連の史跡の指定も進めており、これらの継承と活用が期待されます。

表一県指定文化財

番号	指定日	名称	数量	指定区分
1	昭和52年7月18日	曙のグミ	1株	天然記念物
2	平成5年1月25日	薬師如来座像	1軀	有形文化財
3	平成6年1月26日	木造阿弥陀如来立像1軀附両脇侍立像2軀	3軀	有形文化財

表一町指定文化財

番号	指定日	名称	数量	指定区分
1	昭和50年5月28日	牛久助郷一揆道標	1基	史跡
2	昭和50年5月28日	塙不動尊のタブノキ	1株	天然記念物
3	昭和52年3月22日	善照寺山門	1棟	有形文化財
4	昭和52年3月22日	阿弥神社樹叢	—	天然記念物
5	昭和53年5月25日	酒盛り唄	—	民俗文化財
6	昭和53年5月25日	宮平貝塚	—	史跡文化財
7	昭和54年11月24日	鹿島神社のやどり木	1株	天然記念物
8	昭和54年11月24日	宇都木家の椎	1株	天然記念物
9	昭和57年2月22日	木造阿弥陀如来坐像	1軀	有形文化財
10	昭和57年2月22日	木造十一面観音坐像	1軀	有形文化財
11	昭和57年2月22日	木造菩薩立像	1軀	有形文化財
12	昭和60年5月28日	貞享二年阿見野野論裁許状	1通	有形文化財
13	昭和62年7月30日	君島ひよっこ	—	民俗文化財
14	平成13年8月24日	木造阿弥陀如来坐像附両脇侍立像2軀	3軀	有形文化財
15	平成22年3月15日	霞ヶ浦海軍航空隊有蓋掩体壕	1基	史跡
16	平成22年3月15日	霞ヶ浦海軍航空隊跡国旗掲揚塔	1基	史跡
17	平成22年3月15日	霞ヶ浦海軍航空隊跡方位盤	1基	史跡
18	平成22年3月15日	霞ヶ浦海軍航空隊本部庁舎階段親柱	1対	史跡
19	令和元年8月8日	鉄斧形土製品	1点	有形文化財
20	令和元年8月8日	墨書土器	1点	有形文化財

表一 伝統芸能保存団体

番号	団体名	番号	団体名
1	曙獅子連	6	和太鼓集団 鼓蝶乱
2	曙面舞会	7	実穀源太同好会
3	石川同志會石丸囃子	8	福田和太鼓会
4	掛馬芸能保存会	9	吉原小学校区和太鼓会
5	君島芸能保存会		

(2) 阿見町名所百選

「阿見町名所百選」は、阿見町内に存在する景勝地、旧跡、天然記念物、歴史的建造物などを「名所」として選定し、町の歴史と魅力を再発見してもらおうという事業です。平成5年に52か所を名所として認定し、平成9年までに各所に案内説明版を設置したほか、『名所百選コース別ガイド』（平成7年度刊行）『身近な名所辞典』（平成9年度初版 平成25年度改訂版）を刊行しています。

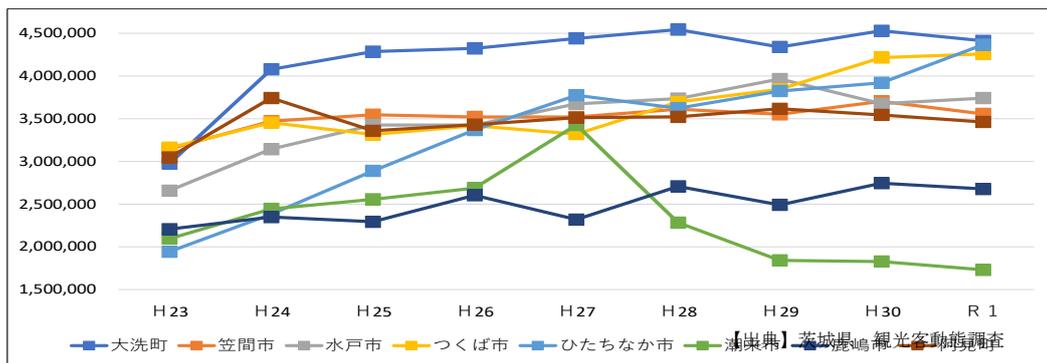
表一 阿見町名所百選

番号	名称	番号	名称
1	善照寺	27	金毘羅神社と鈴木村開基碑
2	蔵福寺	28	大日塚
3	西光寺	29	木食上人の墓
4	満徳寺	30	牛久助郷一揆道標
5	長泰寺	31	飯倉の道標
6	高照寺	32	旧大室の道祖神と曙のグミ
7	一乗寺	33	北向道祖神
8	塙の不動堂	34	大久保意吉記念碑
9	竹来の阿弥神社	35	中山倉夫碑
10	中郷の阿弥神社	36	湯原一胸像
11	若栗の八坂神社	37	吉田貞蔵碑
12	吉原の鹿島神社	38	下村千秋記念の地
13	青宿の鹿島神社	39	阿見原跡
14	宮平貝塚	40	飛行船ツェッペリン伯号飛来の地
15	廻戸貝塚	41	予科練の碑と予科練記念館
16	立ノ越古墳群とその周辺	42	霞ヶ浦海軍航空隊跡地
17	実穀古墳群	43	宇都木家の椎
18	八幡古墳群	44	舟島小学校の桜
19	塙城跡	45	神田池の夕輝
20	上条城跡	46	水神宮から見た霞ヶ浦
21	小池城址公園	47	まい・あみ通り（茨大通り）
22	上小池城跡	48	福田工業団地と大仏
23	雀久保土塁	49	阿見飛行場
24	実穀の古屋敷	50	阿見町総合運動公園
25	池ノ辺堤と弁天の祠	51	君島のひよっとこ
26	琵琶堤と合戦場	52	福田の奇祭

3. 観光入込客数の推移

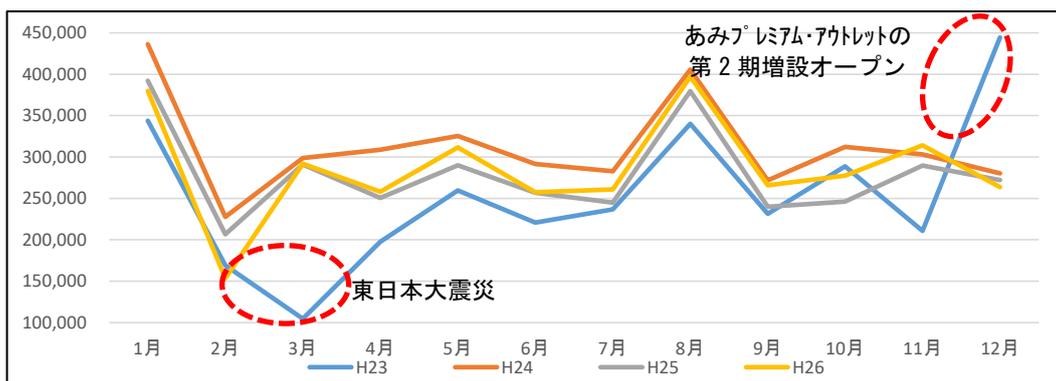
- 本町の観光入込客数は、平成 21 年に阿見吉原地区において、あみプレミアム・アウトレットが開業したことにより急激に増加し、平成 26 年には、年間 343 万人もの観光客が本町を訪れ、県内市町村では 3 位となっています。
- また、県内の主要な観光都市における観光入込客数の推移では、平成 23 年の東日本大震災後は、回復傾向で推移しているものの、本町では、平成 24 年に増加したのちやや減少しています。

【県内主要観光都市における観光入込客数の推移】



- 町の月別観光入込客数の推移では、冬休みや夏休みの期間となる1月や8月がピークとなっており、およそ 40 万人程度の入込客数で推移し、その他の月ではおよそ 25~30 万人程度で推移しています。
- なお、平成 23 年における入込客数の大きな変動は、東日本大震災による減少や、あみプレミアム・アウトレットの増設オープンによる増加が考えられます。

【月別観光入込客数の推移】



【出典】茨城県 観光客動態調査(H26)

- 本町においても、新型コロナウイルス感染症により、民間施設の営業自粛や公共施設の閉鎖等を行ったことから、観光来訪者が減少しています。現在も緊急事態宣言の発出や移動制限などが続いており、with コロナ時代を見据えた観光振興策、事業者支援策を講じる必要があります。

Ⅱ-4 観光にかかる主要プロジェクト

1. 主要プロジェクト

(1) 霞ヶ浦沿岸サイクリングプロジェクト(水郷筑波サイクリング環境整備事業)

水郷筑波地域の平坦な地形や東京圏からの高いアクセス性といった地域特性を生かし、豊富な地域資源をサイクリングを核として結びつけることにより、交流人口の拡大による地域の活性化及び地域経済の発展を図るため、誰もがサイクリングを楽しむことができる、日本一のサイクリング環境の構築を目指し、茨城県や沿岸市町村が連携しサイクリングの環境向上を図る取り組みを進めています。

現在までに、全長約 180km のコースの名称を「つくば霞ヶ浦りんりんロード」と決定したほか、サイクリングコースや地域の観光資源等を掲載したパンフレットの整備や、サイクルステーションの整備が進められています。

(2) 国体セーリング会場跡の栈橋・スロープの活用

令和元年の茨城国体「いきいき茨城ゆめ国体」におけるセーリング会場として、大室地内に栈橋・スロープが整備されており、国体のレガシーとしての活用が期待されています。

(3) 茨城デスティネーションの取組み

茨城の観光を推進し地域の活性化を図るため、JR 東日本水戸支社と連携し、令和 5 年秋（10 月～12 月）に「デスティネーションキャンペーン」の開催が決定しました。

本キャンペーンは、JR グループ 6 社（JR 北海道・JR 東日本・JR 東海・JR 西日本・JR 四国・JR 九州）と地域（県・市町村・地元観光事業者等）が一体となって、開催地での魅力的な観光資源の紹介、イベント開催やおもてなしの取り組みについて、JR グループ 6 社の宣伝媒体を活用した集中的な宣伝を全国で実施する国内最大規模の観光キャンペーンで、次のようなコンセプトで実施することとしています。

〔コンセプト〕

- ① キャンプやサイクリングなどのアクティビティやいばらきフラワーパーク・国営ひたち海浜公園など、自然に囲まれた環境を活かし、オープンエアで楽しめる「アウトドア」、栗や柿・リンゴなど秋の味覚狩りや常陸秋そば・あんこう鍋などの名物料理、関東一の酒蔵を誇る茨城の日本酒やクラフトビールなど茨城の豊かな「食」のほか、ワーケーションなどコロナ禍で注目された「新たな旅のスタイル」を柱として、茨城県の魅力を全国に発信し、知名度向上・イメージアップを図るとともに、観光客の誘客を促進します。
- ② コロナの終息後に実施される大型観光キャンペーンとなることを見据え、これをきっかけに観光需要の回復および県内経済の活性化を目指します。

(4) ふるさと納税事業

地域振興と阿見町特産品の PR のため、ふるさと納税の取り組みを強化しており、町内の事業者が参加できる取り組みとして、返礼品の充実やポータルサイトの開設を行っています。

2. 観光振興に係る施策

町の観光振興に向け、現在以下のような施策を実施しています。

事業	施策名	目的
(1) 商品開発 ・販売促進事業	商工振興事業	○商工会等が商品開発を行うために必要な経費の一部に対し補助金を交付し、地域商業の活性化を図る。
	まい・あみ・マルシェ	○地域資源の活用や魅力の発信につなげ、商業・農業などの町内産業の活性化を図る。
	特産品活用事業 (新商品開発補助事業)	○地域資源である地元野菜や果物の特産品を活用した魅力の発信により、交流人口の増加と町内産業の活性化を図る。
(2) 交流促進事業	あみさくらまつり	○商工会と町民及び近隣企業との交流の機会を創出し、商工業者の活動を発信するとともに、町木である「さくら」を生かして地域の活性化を図る。
	まい・あみ・まつり	○町民同士のふれあいの輪を広げる交流の場づくり・潤いと活力のある街づくりを図る。
	さわやかフェア 商工まつり（同時開催）	○行政が実施している事業等のPRイベントを開催し、町民に説明する。 ○商工会主催で地域商工業の振興と町民との輪を広げる、交流の場づくりを図る。
(3) プロモーション 事業	あみフィルムコミッション	○イメージアップや観光など交流の促進を図るとともに、新たな地域資源を発掘し、魅力ある地域づくりにつなげる。
	あみコミュニケーションセンター運営管理事業	○観光客に町の観光物産等をPRすることで町のイメージアップと誘客を促進する。
(4) 産業観光 推進事業	産業観光推進事業	○新規に立地した企業が工場見学施設を設置した場合に奨励金を交付し、産業観光を推進する。
(5) 観光地整備等 事業	かわまちづくり推進事業	○湖岸の親水性を向上させることにより、観光客を霞ヶ浦に誘導する。
(6) 観光振興事業	阿見町観光プロデュース 推進事業	○阿見町の地域資源を掘り起こし、4つの推進事業テーマ【①地域資源のブランド化、②地域特産品の開発、③観光産業のブランド化、④グリーンツーリズムモデル事業化】を課題に町観光振興としての助言・提案を行う。
	霞ヶ浦環境創造事業	○霞ヶ浦の水質保全や湖岸地域の発展を図るため、地域資源を生かした取組や多様な主体の連携を促進することにより、さらなる交流人口の拡大や地域の活性化を目指す。
	マッチング促進事業 (霞ヶ浦交流活性化プログラム創造事業)	○茨城県が事業主体となり「霞ヶ浦環境創造事業推進計画」に位置づける「霞ヶ浦環境創造事業推進協議会」に加盟する複数の団体等が、霞ヶ浦周辺の資源を活用しながら共同で取り組む事業に対して支援を行い、霞ヶ浦の魅力を向上させる。
	漫遊いばらきよいとこ プラン	○漫遊いばらき観光キャンペーン推進協議会が事業主体。各市町村が地域ならではの味覚・文化・体験等を盛り込んだコースを協会に提案、実施する。
	あみ観光協会事業	○各種観光施策を推進するため、物産イベントや料理フェア等の事業母体となる観光協会を設置・運営する。
(7) その他	都市間交流	○雪印メグミルク(株)の工場が立地する北海道内6町と連携し、物産フェア等を通じて各自治体の特産品のPRを図る。 ○東京都港区芝地区と連携し、イベントに出展するほか、農業収穫体験等を行うバスハイクの受け入れを実施する。

3. 観光振興に向けた動き

(1) 阿見町観光プロデュース事業

阿見町の地域資源を掘り起こし、①地域資源のブランド化、②地域特産品の開発、③観光産業のブランド化、④グリーンツーリズムモデル事業化という4つの推進事業テーマに基づき、観光振興に向けた助言・提案を行っています。

令和元年度から令和3年度にかけては、「観光資源の発掘と特産品の開発」を政策目標に掲げ、活動を行っています。

これらの活動を通じて、得られた考察は以下の通りです。

- 阿見町は大変恵まれた土壌環境・好立地のおかげで、農商工のバランスに優れた居住エリアである。農業においては、あらゆる作物が栽培可能で、流通経路も多岐に恵まれている。商業面においても、人の往来と雇用の確保に優れている。
- 反面、観光をテーマに考えた際、「阿見町らしい」観光事業・特産品が生まれづらい環境にある。恵まれた、条件のおかげで、観光のコンセプトをひとつに固めづらいからである。しかしながら、当町には通年での受け入れは難しいが、短期スポットで受け入れできる、四季折々の魅力ある収穫体験や見学のスポットや特産品がある。
- それらをつなぎ合わせたツーリズム事業を商品化し、広く情報発信し、繰り返し事業を実施することで、当町のブランド化向上、しいては、「阿見町らしさ」に寄与する地域振興の取り組みになると考察する。

表一 令和元年度から令和3年度の活動内容

年 度	活動内容
令和元年度	<ul style="list-style-type: none"> ●学識経験者や企業団体従事者ら8名から構成される観光プロデュース推進委員会を発足 ●阿見町の観光資源・地域資源について議論を深める ●事例として、近年、耕作面積を拡大し、県南有数の産地になった「常陸秋そば」をテーマに町の地域資源を知ってもらう目的で、本郷ふれあいセンターを会場に一日そば尽くしのイベント「まいあみ蕎麦祭り」を実施 ●観光協会の飲食店舗の参加協力により常陸秋そば料理フェアを実施。そば料理フェアについては、元年度以降も観光協会の事業計画に反映して、継続した事業として実施していく
令和2年度	<ul style="list-style-type: none"> ◆観光プロデュース推進委員会にて地域資源を活用した商品化の定義を深める ◆特産品のブランド化とグリーンツーリズムの事業化に取り組む <p>ア. 具体的取組</p> <p>「地域資源を活用した商品化」の定義として・・・「商品化」とは、「地元の食材を活用し、加工品のようなものをつくる商品化」、もうひとつは、「体験や見学をパッケージ化するツーリズム企画のような商品化」がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●加工品の取り組みとしては、昨年度、新商品開発事業支援補助金を導入して県内製粉会社と地元生産者の協力で作成した常陸秋そばの乾麺を昨年度から実施している常陸秋そば料理フェアの期間に併せて、町内飲食店舗8店舗にて販売PRをあみ観光協会の主催で実施。また、今年度、国交付金を活用した地酒（振舞酒）づくりを町から商工会への委託事業として着手。 ●体験や見学を商品化する取り組みとしては、町の誘客拠点となっているアウトレットを発着拠点としたバスでのれんこん収穫体験のモニターツアーをプロデュース推進委員会にて企画検討。実施に際しては、観光協会および体験圃場の

	<p>調整で農業振興課に協力いただき、3密対策を取り入れながら、11月21日に実施。モニターツアー実施後は、モニターの意見を集約し、観光プロデュース推進委員会の会議で次年度以降のツーリズムの事業化に向けた内容で議論し、観光協会主催で年間数回の収穫体験ツアーを商品パッケージ化し実施予定。また、依然としておさまらないコロナウィルス感染症の状況で、当面はこれまでのような形での観光客の受け入れが難しい為、コロナ終息後の観光客の受け入れを見据えて、地元の四季折々の体験や見学を素材にした360度バーチャル観光動画を作成し、阿見町らしい魅力・楽しさを広く外部へ発信していく予定。契約については、あみ観光協会からの委託業務で今年度と来年度の複数年で業務をすすめる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「特産品のブランド化」の取り組みとして、阿見町らしい地域資源を時系列に体系化し、通年通して阿見町の魅力・楽しさを紹介できる暦「まい・あみ・まいつき」を観光ガイド冊子やHPで周知し、町のシティプロモーションとも連携し、情報発信に取り組む。前述のVR観光動画も同様に活用していく。 <p>イ. その他の観光施策</p> <ul style="list-style-type: none"> ●アウトレットを会場に活用したイベント事業者「デリカフーズ」が町内青果品を収集し、バスロータリーにてドライブスルー方式で野菜のBOX販売。試験的に8/22・23、9月の4連休に茨城県内の野菜で実施。
令和3年度	<p>近年、茨城県が重点観光施策として取り組んでいるサイクリングを通して阿見町らしい観光施策に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●講演会「茨城県の自転車政策と市町村の取組み」（根本博文氏：元茨城県企画部職員）聴講 ●サイクルツーリズムの取り組みとして、周遊スポットの設置を目的にフォトコンテスト「#まいあみスポット2021」を8月16日～10月31日の期間実施 ●上記のフォトコンテストの投票結果より、町内の周遊スポットとサイクリングルートを作成し、自転車に特化した周遊マップに反映させる。 <ul style="list-style-type: none"> ・WEBマップ「茨城県ちゃりさんぽ」に掲載予定 ・紙ベースの周遊マップを作成予定 ●町内誘客促進を目的にサイクリングを通じた阿見町らしい商品開発の取組みとして、「まいあみチャリパン商品開発目的に事業」実施 <ul style="list-style-type: none"> ・町内パン惣菜店4店舗参加（アンソレイユ、麦のつぶやき、グリーンデルワールド、ブルーランジェリーココスィネル） ・茨城県補助金「地域資源活用マッチング促進事業補助金」（10/10）活用予定 <p>令和2年度までの観プロでの提言をあみ観光協会の事業計画に反映し個別施策に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●HPやYouTubeを活用したVR観光動画の情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・「まいあみ・まいつき・まちあるき」春夏版（動画計10本）完成：R3年8月記者クラブへ情報提供 ・今年度中に「まいあみ・まいつき・まちあるき」秋冬版（動画計6本）作成予定 ●阿見町のブランド向上を目的に地域資源を活用したグリーンツーリズム事業を実施 <ul style="list-style-type: none"> 4月：筍掘り体験（現地集合型）実施 6月：南高梅もぎ取り体験（日帰りバスツアー）実施 7月：ブルーベリー摘み取り体験（日帰りバスツアー）コロナ禍の影響により不催行 11月：れんこん掘り体験（日帰りバスツアー、県よいとこプラン参加）予定 翌年1月：常陸秋蕎麦打ち体験（日帰りバスツアー）予定 翌年3～5月：いちご摘み取り体験（現地集合型）ガイドブック等で紹介予定

(2)道の駅整備事業再検討

道の駅については、道の駅整備事業検証委員会の答申を踏まえ、現状分析、論点整理を行い、最終的に「中止」「凍結」「再開」の3区分6パターンを想定し審議を行い、道の駅整備事業を中止することに決定しましたが、中止に伴い、道の駅に替わる販売機会の確保と商業者・生産者の商品開発に取り組むモチベーションの維持が課題とされました。

そのため、今後は、町内の商業者・生産者と連携した販売機会や商品開発に取り組むとともに、来訪者に対して町の情報やサービスの提供、立ち寄りの動機となる観光拠点づくりの検討も必要と考えられます。また、さらなる出展機会の確保につながるインターネット販売やふるさと納税事業の活用を図る必要があります。

II-5 阿見町の観光を取り巻く環境

1. 観光振興に向けた課題

課題-① マグネット施設への来訪者を町内に回遊させることが必要です。

①-1 観光来訪者の回遊促進

あみプレミアム・アウトレット、予科練平和記念館は、本町の代表的な集客施設となっていますが、アンケート調査によると、これら集客施設以外への立ち寄りが少なくなっていることから、施設に来訪した観光客を町内に回遊させる工夫が必要です。

①-2 観光施設の充実と連携した情報提供手法の構築

マグネット施設への来訪者の回遊を促進するためには、観光施設の充実とともに、来訪者に対する効果的な情報提供が重要になります。現在もパンフレットの作成やイベントの開催等に取り組んでいますが、観光事業者とのリレーション強化等を含め、情報提供に関する一層の充実が必要です。

課題-② 個別観光施設の充実と施設の連携を図ることが必要です。

②-1 個別観光施設の充実

町内に分布する個人経営などの小規模な観光施設については、情報提供に対する支援の一方で、当該施設の来訪者へのサービス品質やホスピタリティを確保する必要があり、これらの向上に対する支援が必要になります。

②-2 個別観光施設の連携

町内には、農業体験施設や農産物直売所、乗馬体験、産業観光施設などの多くの観光施設が立地しますが、これらの施設は「点」として存在しているのが現状であり、施設間の連携が不十分となっていることから、これら施設の連携を支援することが必要です。

課題-③ 「観光振興」目的の共有化を図り、町を挙げた体制づくりが必要です。

③-1 「観光振興」目的の共有化

国や県の観光を巡る動向を考慮すると、観光を「地域を活性化させる産業」として捉えていくことが重要になるといえます。これまで本町では、知名度のある観光資源がなく、その取り組みも積極的とはいえませんでした。阿見町の知名度向上や活性化に向けた取り組みを進めるため、町民と行政が「観光振興」の目的を共有化することが必要です。

③-2 観光産業創出に向けた各種主体の連携強化

これまで、本町では「観光産業」が育っておらず、観光振興や特産品開発の取り組みも、まだ始まったばかりです。前計画では道の駅を拠点とする取り組みを想定していましたが、道の駅が中止されたことを踏まえた特産品開発や観光振興を図るため、生涯学習、農業等、観光以外の主体との連携強化が重要であるといえます。

③-3 観光振興における町民参加の推進

観光が多様化する中で、「おもてなし」という言葉に込められる、地域の人が観光客を迎える意識が重要になります。また、観光資源や地域に関心を持ってもらうためには、観光資源と観光来訪者をつなぐ説明や解説をする人が重要になります。阿見町でも「観光ボランティア

「アガガイド」が活動していますが、今後このような組織の活動の充実を図るとともに、景観や花を生かしたおもてなしなど、町民の参加を促進することが必要です。

課題－④ 阿見町ならではの観光を提供することが重要です。

④－1 阿見町オリジナルの観光価値の創造

現在、地方創生の中で多くの地域が観光や交流の促進に関する取り組みを進めています。このような状況において観光振興を図るためには、他地域との違いを明確にすることが不可欠であり、ターゲットを明確にするとともに、そのターゲットに提供できる観光価値を創造することが必要です。

④－2 観光資源としての歴史・文化資源の活用

観光振興において、地域の歴史・文化資源をうまく活用することは、地域の活性化において効果的な取り組みです。前述のように、文化財への指定や阿見町名所百選の選定等の取り組みが行われていますが、観光資源としての活用を通じて、地域活性化や歴史・文化資源の継承を図ることが必要です。

④－3 「霞ヶ浦」の広域観光資源としての活用

霞ヶ浦は本町を代表する地域資源であるだけでなく、沿岸市町村においても重要な地域資源として捉えられています。これまでは、各市町村が連携した取り組みが十分とはいえない状況でしたが、茨城県が中心となって進めている「霞ヶ浦サイクリングプロジェクト」を契機に、沿岸市町村の連携により、広域観光資源として活用することが必要です。

2. 観光を取り巻く環境

阿見町の観光振興においては、前項で挙げたような課題がありますが、観光を巡る本町内外でみられる動向を考慮すると、阿見町では観光振興に取り組む環境を有しているといえることから、町民と行政が観光ビジョンを共有し体系的な施策を構築することによって、観光振興に取り組むことが可能になると考えられます。

【観光を巡る動向】

- 国や県での観光振興に対する取り組みの強化
- あみプレミアム・アウトレット、予科練平和記念館による来訪者の増加
- これまでの取り組みによる「観光の取り組みを楽しむ」意識の芽生え
- 霞ヶ浦に関する茨城県及び沿岸市町村でのプロジェクトの展開
- 茨城国体関連施設などの観光施設の充実

1. 阿見町の観光特性

(1)阿見町の主な観光資源に対する考察

①既存観光資源

○阿見町の観光資源としては、霞ヶ浦、花(桜・水生植物園)、あみプレミアム・アウトレット、予科練平和記念館、工場見学、体験(収穫体験、乗馬体験)等がありますが、いずれも「施設型」の観光資源で、想定される滞在時間も2～3時間程度であり、「点」としての観光資源が中心となっているのが現状です。

表一 主な観光資源の考察

主な観光資源	概要
霞ヶ浦	○生活や文化、歴史において密接な関わりを持ってきましたが、水質汚染や近年の東日本大震災の影響による風評被害等により、観光資源としては上手く活用されておらず、環境再生とともに水辺空間や水産物の活用が求められます。
花(桜・水生植物園)	○町内には桜の名所が分布する他、総合運動公園内の水生植物園がありますが、来訪期間が限定されることやPRの取り組みに課題があります。
あみプレミアム・アウトレット	○県内でも有数の集客施設であり、近傍に位置する牛久大仏と合わせて、本町を代表する集客施設です。
予科練平和記念館	○近代における本町の重要な歴史である「予科練」をテーマとした施設であり、平和について考える施設となっています。また、町内には戦争遺跡も残されており、ボランティアによる観光ガイドの取り組みが進められています。
工場見学	○雪印メグミルク阿見工場で行われています。町内の工業団地には多くの工場が立地することから、産業観光資源として、見学対象施設を拡大することが期待されます。
体験(収穫体験、乗馬体験)	○民間の農場や牧場では、各施設の特徴を生かした体験事業が行われています。施設の特性上、集客できる時期が限定されるとともに、PRの取り組みに課題があります。

②観光に係るプロジェクト

○茨城県及び沿岸市町村との連携により、つくば霞ヶ浦りんりんロードが整備され、ナショナルサイクルルートにも選定されています。また、本町においては、首都圏中央連絡自動車道の4車線化や茨城国体のセーリング会場の活用に関する検討が進められており、首都圏からのアクセス向上や新たな観光資源の充実も期待されます。

(2)阿見町の位置特性

- 阿見町は都心から約60kmに位置し、首都圏中央連絡自動車道の整備により、広域からのアクセス性が向上しています。特に首都圏中央連絡自動車道は、東京だけでなく、成田空港や東北自動車道、関越自動車道方面との利便性を向上させることが期待されます。
- このような広域交通網の整備が進む中で、本町周辺では、筑波研究学園都市をはじめとした都市的要素とともに、霞ヶ浦(水郷筑波国定公園区域)や農村集落等の田園空間が残されています。

(3)阿見町への来訪者の特性

- 平成23年度に実施した観光来訪者調査では、本町への来訪手段としては、9割以上の方が自家用車と回答しています。また、観光指向も団体から個人、公共交通から自家用車に移行しています。
- 利用交通手段が自家用車中心になる中で、観光客の行動範囲が広域化するとともに、観光客によるコース設定の自由度が増しています。
- 現在の阿見町では、あみプレミアム・アウトレット、予科練平和記念館がマグネット施設となっていますが、前述の観光来訪者調査では、これらの施設に立ち寄った後に町内を観光する来訪者は非常に少ないのが現状となっています。

(4)計画の改定にあたり考慮すべき事象

- 前計画の期間中には、道の駅整備の中止、新型コロナウイルス感染症の発生といった、本町の観光振興に大きな影響を与える事象がみられています。
- 道の駅については、前計画では特産品開発を想定していましたが、販売や開発の拠点となる施設が整備されないことから、ふるさと納税を活用した特産品開発を行うこととします。
- また、新型コロナウイルス感染症については、国内外の観光需要の減少を招いており、観光事業者の支援が必要となっていることから、with コロナを見据えて、町内観光事業者の支援に取り組む必要があります。

2. 観光振興の基本方向

前項で整理した本町の観光特性を踏まえ、本町における観光振興の考え方と、訴求すべき主要なターゲットを以下のように設定します。

(1)観光振興の考え方

■阿見町にとって「観光」とは ～ 町民や事業者が楽しみながら取り組む「観光まちづくり」～

これまで阿見町では、町外から人を呼び寄せる観光資源がなく、「観光産業」が育つ素地が整っていませんでしたが、あみプレミアム・アウトレットや予科練平和記念館の開設を契機として、農家や地元飲食店と連携し、「まい・あみ・マルシェ」、「竹林整備」、「阿見町の特産品を生かした料理フェア・商品開発」などに取り組んで来ました。

一般に観光は、「裾野の広い産業」といわれ、観光施設のみならず、関連するサービス、食、農業、加工等の分野での事業展開が期待されます。このことから、農家や地元飲食店との連携の強化により、「人を呼び、もてなすことを通じて町内事業者の事業機会の創出」を図るとともに、身近な空間が観光客の眼に触れることにより、「町民が、景観づくりや清掃など身近なまちづくりに参加すること」につなげ、町民一人ひとりが楽しみながら取り組むことによって、地域の活性化や賑わい創出につなげる「観光まちづくり」を進めます。

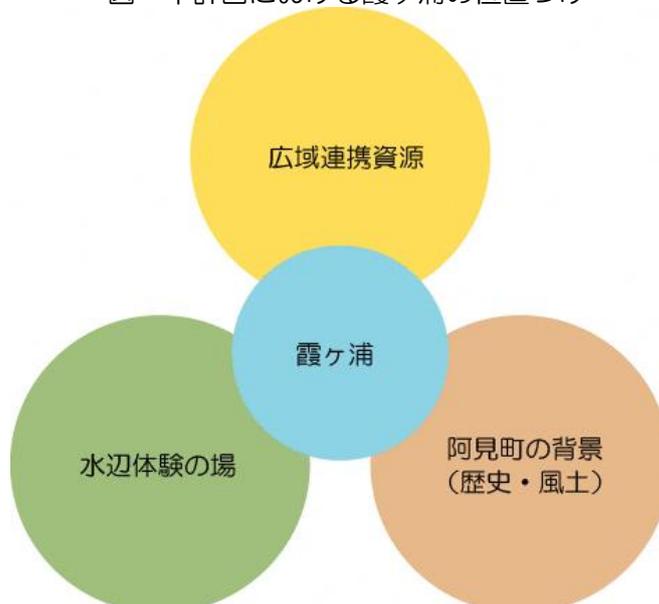
■観光資源の創出と連携により町全体で観光振興を図ります

～ 「施設の観光」から「町全体の観光」へ ～

本町の観光資源は施設を中心とする点的な資源であることから、モデルコースの設定や情報媒体の整備、施設連携の推進等によって、地域資源の魅力づけや価値づけを進めることにより、観光交流の対象となるエリアを、町全体に拡大します。

また、霞ヶ浦については、水辺の体験や本町の背景となる資源ですが、「霞ヶ浦サイクリングコースの整備」、「霞ヶ浦二橋構想」などを踏まえ、沿岸市町村と連携する広域観光資源として、雄大な水辺環境を生かした広域観光資源として位置づけます。

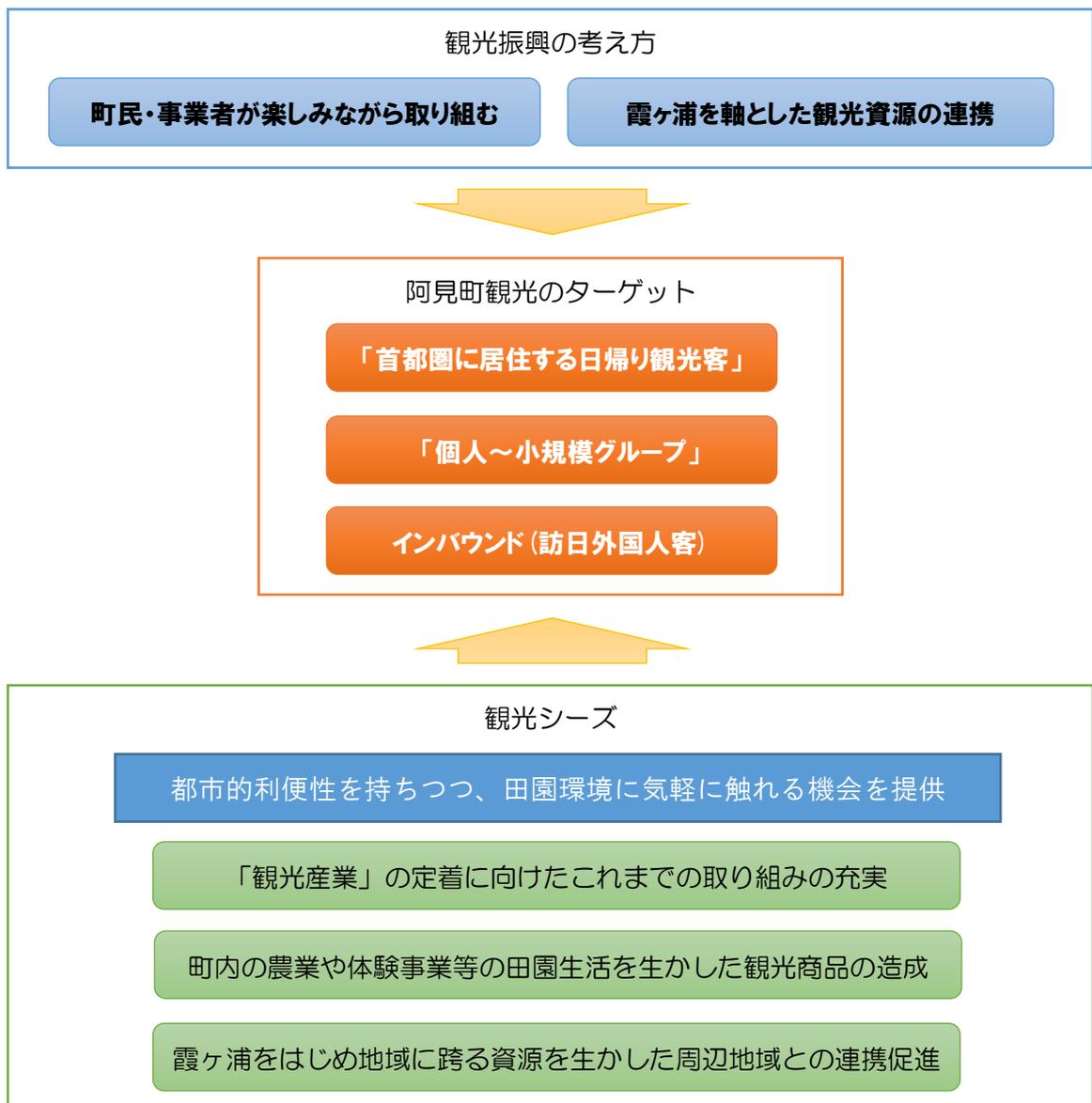
図一本計画における霞ヶ浦の位置づけ



(2)主要ターゲットと本町が提供する観光シーズ

- 本町における観光振興において、訴求すべき主なターゲット(観光客層)については、首都圏からの位置や交通体系、町内及び周辺の観光資源等から、「首都圏に居住する日帰り観光客」に設定します。なお、観光客の規模(個人・団体の別)については、予科練平和記念館では団体客の来訪もみられるものの、全体的には個人中心となっていることから、「個人～小規模グループ」を中心とすることとします。また、成田空港への利便性向上と増加するインバウンド需要を活用するため、訪日外国人客についても対象としていきます。
- 一方で、本町が標榜すべき観光特性(シーズ)については「都市的利便性を持ちつつ、田園環境に気軽に触れる機会を提供する」こととし、既存施設を中心に広域からのマグネット施設の強化を図ります。その上でこれまでの取り組みの充実を図りつつ、グリーンツーリズムや都市と農村との交流を目指し、町内の農業や体験事業等の田園生活を生かした観光商品の造成、霞ヶ浦をはじめ地域に跨る資源を生かした周辺地域との連携促進を図っていくことを基本的方向とします。

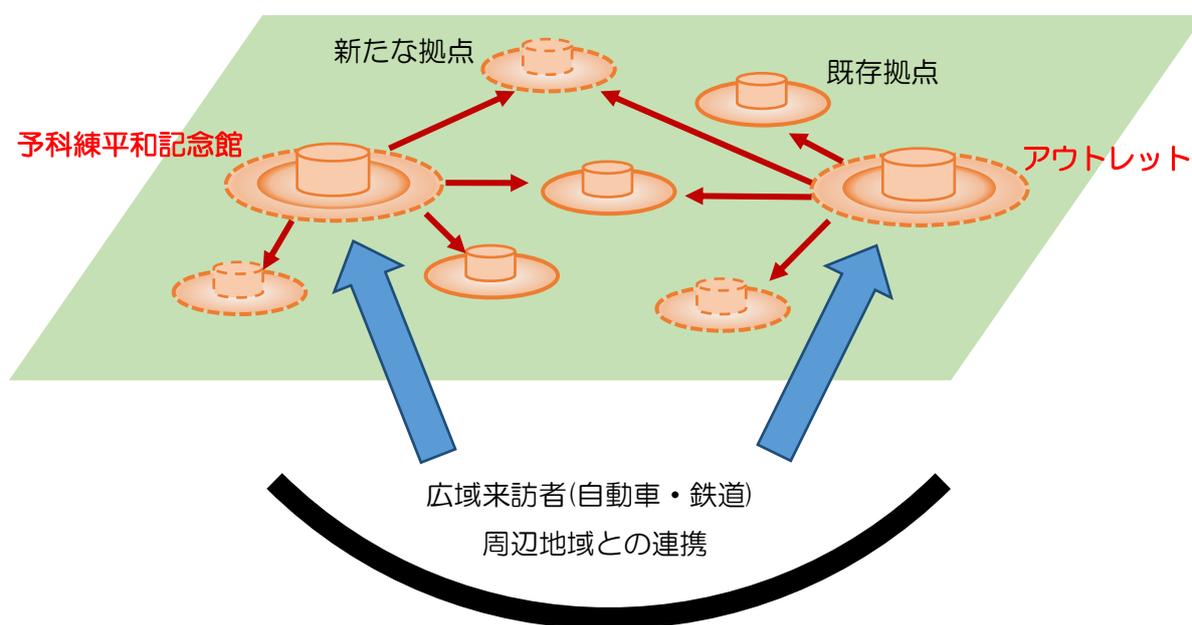
図ー主要ターゲットと本町が提供する観光シーズ



(3) 計画達成後将来目指す観光の姿

- 阿見町は観光来訪者数で茨城県内でもトップクラスとなっていますが、その要因は、あみプレミアム・アウトレットの効果が大きくなっています。そのため、このような集客の拠点となる施設との連携を一層強化するとともに、町内の観光施設や飲食店、周辺の観光スポットへの回遊を促進します。
- 一方、町内の観光資源についても、訴求力のある資源は少なく、前項のような施設による来訪客の増加や、茨城国体を機に整備された栈橋施設などを生かし、観光資源の充実に取り組みます。

図一 計画達成後将来目指す観光の姿のイメージ

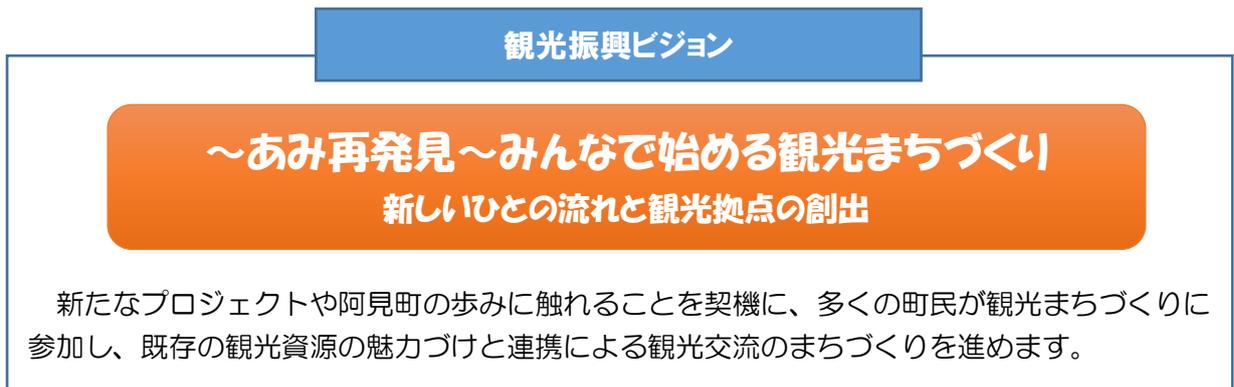


- 町内での新たな観光拠点の形成
- 集客拠点（予科練平和記念館・アウトレット）と、観光拠点の連携による観光交流空間の面的な拡大

3. 阿見町観光振興基本計画のビジョンと基本方針

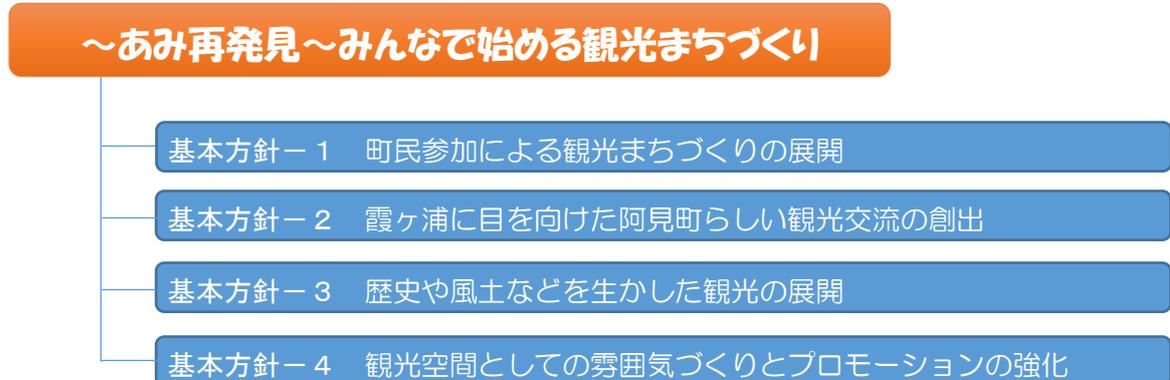
(1) 阿見町観光振興ビジョン

これまで整理した阿見町の観光特性と観光振興の基本方向をもとに、本計画における観光振興ビジョンを以下のように設定します。



(2) 観光振興基本方針

観光振興ビジョンを実現するため、本計画における観光振興基本方針を以下のように設定します。



基本方針－1 町民参加による観光まちづくりの展開

現在の阿見町では、観光に関わる主体が少ないことから、観光振興にあたっては、町民においても観光振興を通じた町の活性化や魅力向上につながる取り組みを進め、単に観光産業を振興するのではなく、町民が参加する観光まちづくりに展開していくことが必要です。

そのため、本計画での観光振興施策の位置づけにおいては、観光資源の創出や来訪者に対するおもてなしなどの分野を中心に、町民参加機会を確保し、町民と行政が一体となって進めるため、その必要性や成果を共有していくことが重要です。また、観光客の来訪をきっかけとして、事業者の新しい取り組みや特産品開発、観光サービス事業の創出を目指し、ふるさと納税の返礼品開発についても、町内事業者が参加するきっかけとなるよう充実を図ります。

ふるさと納税とは

生まれ育った「ふるさと」や、ゆかりのある場所を応援したい気持ちに応える「ふるさと納税」。選んだ自治体に寄付を行った場合に、所得税のうち0.1%以内を控除する代わりに、翌年の所得課税と住民税から一定額が控除されます。

ふるさと納税の特典を受けるとは……
 所得控除が適用されることにより、課税される所得が減少し、税金が軽減されます。また、ふるさと納税の特典として、ふるさと納税の返礼品を受け取ることができます。返礼品は、ふるさと納税の金額に応じて、さまざまな品物が用意されています。ふるさと納税の特典を受けると、ふるさと納税の金額に応じて、ふるさと納税の特典を受け取ることができます。ふるさと納税の特典を受けると、ふるさと納税の金額に応じて、ふるさと納税の特典を受け取ることができます。

申し込み方法

ふるさと納税専用サイトからのお申込み
 ふるさと納税専用サイトから、インターネットでお申込みができます。お申し込みの金額、返礼品の選択、決済まで一で行うことができます。

JALふるさと納税
 JALふるさと納税専用サイトから、インターネットでお申込みができます。

郵送によるお申込み
 郵送によるお申込みとご希望の方は、申込書をお送りいただけます。お申し込みの金額、返礼品の選択、決済まで一で行うことができます。



【阿見観光ガイドツアー】

【特産品カタログに記載したふるさと納税の方法】

基本方針－2 霞ヶ浦に目を向けた阿見町らしい観光交流の創出

霞ヶ浦は、阿見町を含む周辺地域を代表する資源であり、現在でも釣りや水上スポーツ愛好者が訪れています。現在、国土交通省と連携した「かわまちづくり計画」による親水拠点の整備や水質浄化の取り組みとともに、茨城県や周辺市町村においても交流資源としての活用を目指す動きがみられており、霞ヶ浦環境創造事業、水郷筑波サイクリング環境整備事業などが進められています。また、令和元年に開催された茨城国体では、本町がセーリング競技会場となったことから、霞ヶ浦沿岸の栈橋や湖岸スロープが整備されました。霞ヶ浦沿岸については、阿見町においても予科練平和記念館の開設や周辺整備に取り組んでおり、このような国や県、町の取り組みを契機として霞ヶ浦に目を向け、水辺へのアクセス確保や湖面の活用など、観光資源としての活用に取り組むとともに、既存の観光資源の魅力向上の取り組みと合わせた、阿見町らしい観光交流を展開します。



【つくば霞ヶ浦りんりんロード（島津小公園内）】

【本町を代表する地域資源である霞ヶ浦】



基本方針－3 歴史や風土などを生かした観光の展開

阿見町において観光振興を図る上では、観光資源の充実が不可欠となります。

阿見町には、霞ヶ浦に代表される自然資源や、予科練のまちとしての歴史、古くからの伝承や地域資源がありますが、このような観光資源となり得ていない地域の歴史・文化、産業等にも光をあて、観光交流資源としての価値づけに取り組みます。また、これまで取り組んできた「まい・あみ・マルシェ」、「竹林整備」、「阿見町の特産品を生かした料理フェア・商品開発」などの取り組みの充実・強化とともに、町内の観光資源を連携する観光ルートや体験メニューの実現を図ります。

一方で、観光来訪者の移動範囲は広域化していることから、観光資源の開発や連携については、本町の枠にとらわれない観光周遊の実現を目指すとともに、周辺の観光資源への来訪客に対する本町の観光情報の提供方法の充実を図ります。

【地域資源を活かしたモニターツアー】



【本町の特産品を販売する「まい・あみ・マルシェ」】



基本方針－4 観光空間としての雰囲気づくりとプロモーションの強化

都心からの良好なアクセスを背景とした集客に向け、「日常から少し離れて充実した時を過ごす空間」としての雰囲気を創出するため、あみプレミアム・アウトレットや予科練平和記念館といった拠点施設との連携強化を図りつつ、町内の観光交流施設やサービス提供施設のサービス品質の向上を図るとともに、高速道路網によりアクセスしやすい田園という立地特性のブランド化を推進し、阿見を訪れ時間を過ごすことの価値づけに取り組みます。

また、これらの取り組みに合わせて、阿見町観光プロデュース事業での取り組みをはじめ、阿見町の観光情報・魅力に関する提案力・発進力の強化を図るため、情報媒体の整備や組織の充実に取り組みます。

第Ⅳ章 観光振興施策

1. 観光振興施策の体系

前章の観光振興ビジョンを具体化するため、4つの基本方針に基づき観光振興施策を位置づけます。

基本方針－1 町民参加による観光まちづくりの展開

ふるさと納税事業をきっかけとした特産品開発、地域情報発信の充実

農家との連携による6次産業化の推進

町を挙げたおもてなし意識の醸成

地元の企業と連携した産業観光の推進

多様な主体との連携によるイベントなどの来訪機会の創出

基本方針－2 霞ヶ浦に目を向けた阿見町らしい観光交流の創出

県・近隣市町村と連携したサイクリングの推進

霞ヶ浦沿岸における親水・交流空間の整備

霞ヶ浦における体験観光の創出

霞ヶ浦産水産物の料理フェア（町内飲食店舗活用）の充実

基本方針－3 歴史や風土などを生かした観光の展開

予科練のまちの歴史と文化の継承発信

地域の歴史・文化資源の活用に向けた地域連携の推進

竹・竹林を生かした観光資源の造成

町内の地域資源を活用した観光周遊コースの創出

周辺地域や拠点施設と連携した観光周遊ルートの創出

基本方針－4 観光空間としての雰囲気づくりとプロモーションの強化

阿見町及び町の観光に対するブランド価値の創出

町内及び周辺観光情報の発信媒体の整備とマーケットへのアクセス強化

町内における観光情報媒体の整備

観光振興施策・事業のマネジメント力の強化

観光振興に向けたインフラ(受け入れ体制)の整備

2. 観光振興施策

基本方針－1 町民参加による観光まちづくりの展開

ふるさと納税事業を生かした特産品開発、地域情報発信の充実

町内事業者が参画する特産品開発を推進するため、ふるさと納税事業を契機とした特産品開発、地域資源開発と連携した情報発信の充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
特産品開発の推進	○ふるさと納税事業による返礼品開発を通じて、町内の関係事業者と連携強化を図り、新たな特産品の開発を行います。

農家との連携による6次産業化の推進

町内の農業資源の活用による観光振興を目指し、農家や農業法人等と連携して農業体験や6次産業化を推進するとともに、農家を活用した民泊についても検討を進めます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
体験農業の推進	○町内農家・農業法人と連携した体験型観光資源を開発するため、体験プログラム開発を検討します。
6次産業化の推進	○町内で生産される多様な農産物の活用を図るため、大学や研究機関等と連携した6次産業化(農産加工品の開発)に取り組みます。
農家を活用した民泊の推進	○農家の生活を体験する機会を提供するため、農家における民泊事業の実施を検討します。
空家を活用した民泊の推進	○空家施策との連携を図りつつ、集落内に存する空き家を活用したゲストハウス形式の簡易な宿泊施設の整備を検討します。
貸し農園を生かした農業体験機会の創出	○既存の貸し農園などを活用した農業体験機会の充実を図るため、利用促進に向けたPRの強化を図ります。

町を挙げたおもてなし意識の醸成

観光資源の中でも、町の歴史・文化資源の魅力の発信や保全において、町民参加が不可欠です。また、町全体で観光振興を図る上でも、観光事業者以外の町民や事業者の理解が重要であることから、おもてなし意識や人材育成に取り組みます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
生涯学習によるまちづくりと観光の連携強化	○町の歴史・文化資源を生かした観光を展開するため、地域の歴史・文化への理解と関心を高めつつ、インタプリタ人材の育成に取り組みます。
地域資源の活用に向けた地域との連携の強化	○地域の歴史・文化資源の観光活用を推進するため、地域と行政の連携体制の構築に向けた合意形成を図るとともに、地域資源の活用を図ります。
都市との連携推進	○都市との交流を推進するため、阿見町ならではの資源や体験事業の充実を図り、グリーンツーリズムや交流事業に取り組みます。
おもてなし意識の醸成	○観光来訪者と良好なコミュニケーションを構築し、地域のPRと人的交流が進むよう、おもてなしや多言語対応力の向上に取り組みます。
観光ボランティアの育成	○阿見観光ガイドを母体として、ガイドの内容を霞ヶ浦海軍航空隊以外に拡充し、阿見町の魅力を伝えるインタプリタの充実を図ります。
おもてなし空間における緑化の推進	○来訪者へのおもてなしの一環として、観光施設や公共施設にて町民や団体等と連携し緑化の推進を図ります。

■インタプリタ

通訳者、説明者の意味で、観光では自然や歴史について解説する人(ガイド)のこと。

地元の企業と連携した産業観光の推進

多様な企業が立地するという本町の特性を活用した観光振興を図るため、工場見学等の企業と連携した産業観光の推進を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
工場見学施設に対する支援	○新規立地企業に対する「工場見学施設設置奨励金」を活用した見学施設の充実を図るため、制度のPRや企業との合意形成に取り組みます。
産業観光(工場見学)の推進	○町内に立地する企業に対し、産業観光の推進について協力を要請するとともに、工場見学や体験等の観光メニューの充実について企業と連携し具体化を目指します。
企業や製品のPRの充実	○「産業観光のまち」をPRするため、企業との連携強化を図るとともに、企業や製品について、観光分野でのプロモーションの充実を図ります。

多様な主体との連携によるイベントなどの来訪機会の創出

阿見町への来訪機会を創出するため、町内の農家や事業所、各種団体、町民組織などと連携したイベントの充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
阿見町の主要な催事の充実	○阿見町のPRと来訪機会の創出を図るため、現在開催している、さくらまつり、まい・あみ・まつり、さわやかフェアを「阿見町の主要な催事」として位置づけ、内容の充実を図ります。
サイクリングイベントの開催	○サイクリングロードの整備を契機として、スポーツツーリズムを通じた来訪機会と町のプロモーション機会を創出するため、サイクリングイベントを開催します。
食をテーマとしたイベントの開催	○商工会や町内飲食店と連携し、いわゆる「B級グルメ」や、たけのこ、レンコン、常陸秋そばなどの特産品をテーマとしたイベントの開催に取り組みます。
教育機関との連携によるイベントの充実	○茨城大学や県立医療大学など、町内に存する教育機関との連携を図り、若者の視点を取り入れたイベントの開催に取り組みます。
各種団体と連携したイベントの開催	○町で実施している「阿見町マラソン大会」など、各種団体と連携したイベントの充実を図ります。

基本方針－2 霞ヶ浦に目を向けた阿見町らしい観光交流の創出

県・近隣市町村と連携したサイクリングの推進

茨城県や霞ヶ浦沿岸市町村と連携して推進している霞ヶ浦沿岸におけるサイクリングを生かした観光交流を推進するため、サイクリストのニーズに対応した施設とサービスの充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
サイクリング拠点の整備	○圏央道からのアクセス向上を図るため、町内IC周辺におけるサイクリスト向けの拠点整備を検討します。
サイクリング環境の充実	○茨城県や近隣市町村と連携し、霞ヶ浦沿岸地域におけるサイクリング観光を推進するため、町内でのサイクルサポートステーション、案内サイン等を整備します。
レンタサイクルの活用	○観光拠点からの自転車による町内周遊を促進するため、予科練平和記念館でのレンタサイクルの活用を図ります。

霞ヶ浦沿岸における親水・交流空間の整備

国体施設の活用や、国土交通省の「かわまちづくり計画」の位置づけを踏まえた水辺空間の整備を図り、霞ヶ浦二橋構想が位置づけられている霞ヶ浦の沿岸空間について、親水・交流型観光空間としての魅力向上を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
霞ヶ浦沿岸親水拠点の利活用	○霞ヶ浦水面への親水・アクセス拠点を確保するため、茨城国体のセーリング競技に伴い整備されたスロープ・栈橋等について、大会後の恒久施設としての活用について検討します。
つくば霞ヶ浦りんりんロードの魅力向上	○つくば霞ヶ浦りんりんロード沿道において、サイクリング来訪者にサービスを提供する拠点について、既存施設の活用も含めて検討します。
霞ヶ浦沿岸へのアクセス環境の整備	○つくば霞ヶ浦りんりんロードの整備と連携しながら、国道125号から霞ヶ浦へのアクセス環境の向上について検討します。

霞ヶ浦における体験観光の創出

本町の風土・歴史を形作った霞ヶ浦を生かした観光資源の創出を図るため、漁業体験や環境学習等を通じた体験観光メニューの充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
霞ヶ浦での体験メニューの充実	○本町で昔から行われてきた漁業の継承と観光資源としての活用を図るため、漁協等関係者との連携協力による体験メニューを検討します。
環境学習を通じた観光メニューの造成	○霞ヶ浦の自然環境や水質浄化に関する取り組みを通じた観光交流を推進するため、現在の小野川体験交流事業を基本に、小中学生を対象とする体験事業を検討します。

霞ヶ浦産水産物の料理フェア（町内店舗活用）の充実

これまでの町内飲食店等との連携事業を生かし、霞ヶ浦産水産物の活用に向けたプロモーションや事業者の育成に取り組みます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
飲食店等情報の発信強化	○観光来訪者の町内での飲食店利用を促進するため、町内飲食店等に関する情報媒体を整備します。
観光サービス事業者の育成	○観光振興の取り組みに合わせ、町内において観光サービス事業者の育成を図るため、観光サービス分野における起業・創業の支援を行います。

基本方針－3 歴史や風土などを生かした観光の展開

予科練のまちの歴史と文化の継承発信

阿見町の近代史の重要な要素である予科練を通じた観光交流を推進するため、予科練平和記念館の活用を推進するとともに、歴史を伝える機会の充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
教育観光の推進	○「歴史の学び」と、「学びを通じた来訪機会」を創出するため、予科練を活用した教育(歴史・平和)観光を推進します。 ○予科練や海軍の町としての阿見町の歴史の発信に取り組みます。
予科練平和記念館の活用	○予科練の継承拠点となっている予科練平和記念館における企画展のPRに取り組みます。

地域の歴史・文化資源の活用に向けた地域連携の推進

町全体での観光交流の実現を図るため、町内各地の地域資源について、資源の継承や郷土への愛着の醸成の視点を考慮しつつ、地域との連携による発見と価値づけを推進します。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
地域の祭事・芸能活用事業	○「君島のひよっこ」、「福田のばかまつり」などの祭事や地域芸能について、継承と観光資源としての活用を図るため、地域との連携を推進します。
阿見町名所百選事業	○町内の身近な地域資源を、観光・交流資源として活用するため、既存の阿見町名所百選事業の充実を図るとともに、地域資源の発信を強化します。

竹・竹林を生かした観光資源の造成

本町は、県内有数の竹林面積比率を有しており、これまでも、「阿見町観光プロデュース会議」の提言により、『竹林と竹を生かした交流活動』を進めており、このような活動を生かした観光資源づくりと、活動を通じた竹林の保全にも取り組みます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
地域資源としての「竹・竹林」の活用	○観光プロデュース事業での成果を生かすとともに、竹林の保全・活用を図るため、竹製品や竹垣などの竹を使った特産品開発・生産に取り組みます。なお、竹垣については、住宅地などの景観づくりの資源としての活用を検討します。
竹を生かした体験(筍、竹細工)の場としての活用	○これまでの竹林活用事業の拡充による観光資源開発として、個人の所有する竹林を活用した、たけのこ掘り、竹細工等の体験機会の提供を検討します。

町内の地域資源を活用した観光周遊コースの創出

観光来訪者の町内周遊の促進と地域資源の活用を図るため、町内の地域資源について観光資源としての活用方策を具体化するとともに、それらを活用した観光周遊コースの創出に取り組めます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
「阿見の桜」の活用事業	○桜を生かした誘客を促進するため、既存の桜の名所の整備・充実や、名所のPRに取り組めます。
総合運動公園やふれあいの森等の運用改善事業	○マグネット施設からの立ち寄りスポットとするため、バーベキュー施設等の運用改善・新たな活用方法の検討に取り組めます。
地域資源を生かしたオリジナルツアーの造成	○既の実施している「よいとこプラン」などの充実とともに、県や関係自治体・交通事業者と連携し、地域資源を活用した独自ツアー開発に取り組めます。

周辺地域や拠点施設と連携した観光周遊ルートの創出

阿見町周辺の観光資源と連携した誘客を推進するため、本町の観光拠点となる施設や周辺施設と連携した観光ルートを創出します。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
周辺周遊ルートの整備	○観光目的や季節に応じた、周辺地域での観光周遊を促進するため、近隣自治体と連携した観光ルートを構築します。
「ちょっと立ち寄り」ルートの提案	○あみプレミアム・アウトレットや予科練記念館などのマグネット施設からの誘客を促進するため、施設周辺の立ち寄りルートの提案を行います。
茨城空港や成田空港と連携した観光商品の提案	○茨城空港や成田空港への近接性を活用し、あみプレミアム・アウトレットや体験観光などを生かした観光商品の提案を行います。

基本方針４ 観光空間としての雰囲気づくりとプロモーションの強化

阿見町及び町の観光に対するブランド価値の創出

阿見町で提供する観光価値を高めるとともに、観光市場でのポジショニングの確立を図るため、「阿見町の観光」についてのブランド形成を推進します。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
阿見町ブランドの形成	○首都圏からの位置特性や地域資源を踏まえつつ、観光交流の場としてのブランド価値を創出するため、阿見町全体やサービス・商品などに使用するブランド形成を図ります。
品質認証制度の導入	○ブランド品質の維持・向上を図るため、ブランド使用にあたっての、選定基準や認証制度などの導入を検討します。

町内及び周辺観光情報の発信媒体の整備とマーケットへのアクセス強化

先に設定したターゲット層への情報発信力を強化するため、町の観光情報に関する媒体の整備を図るとともに、観光事業者向けのプロモーションなど、観光マーケットへの対応の強化を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
おすすめ観光マップの整備	○町内観光施設への誘客を図るため、町の観光資源やルートを案内する媒体整備を進めます。
事業者と連携した体験観光情報の提供	○「地域でできる観光」をPRするため、乗馬体験やブルーベリー収穫体験など、阿見町周辺に存する同種の観光資源の情報について、事業者と連携しながら一括して提供します。
観光事業者向けのエクスカージョン(体験見学会)の実施	○観光事業者に向けたエクスカージョンの実施により、本町の観光の魅力と可能性、観光事業者とのリレーション強化に取り組みます。
SNSを活用した情報発信の強化	○facebook や LINE など、近年来訪者視点の口コミ(ネットコミ)媒体として活用されているSNSサービスの活用を図ります。
茨城県や周辺市町村と連携したプロモーション活動の充実	○本町の認知度向上と来訪機会の創出を図るため、茨城県をはじめ、周辺市町村、フィルムコミッションとも連携したプロモーション活動に取り組みます。

町内における観光情報媒体の整備

来訪者の利便性向上と効果的な観光情報の発信を図るため、阿見町観光の公式な情報を発信する媒体の整備・充実を図ります。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
観光情報の発信強化	<ul style="list-style-type: none"> ○阿見町の旬な観光情報を提供するため、紙媒体だけでなく、インターネットを活用した多様な情報媒体での情報発信を強化します。 ○阿見町のホームページにおいて「観光」に関わるページを再編成し、来訪者に対して、阿見町を訪れたいと思わせるような魅力あるコンテンツの充実に取り組みます。 ○町内において、来訪者に情報提供や特産品販売を行う拠点づくりについての研究を進めます。
町内周遊情報の提供媒体の充実	<ul style="list-style-type: none"> ○観光来訪者の利便性向上を図るため、観光マップやホームページと連携した周遊サインの整備を行います。 ○観光来訪者に対するリアルタイムの情報提供を充実するため、スマートフォンに対応した情報提供媒体の充実を進めます。
あみコミュニケーションセンターの充実と検討	○本町の観光や魅力のPRを強化するため、あみコミュニケーションセンターについて、今後の有効活用について検討します。
観光施設統一サインの整備	○町内の観光交流施設の訴求性と「阿見町の観光施設」としてのブランド化を促進するため、町内の民間観光施設のサインの統一について検討します。
観光情報媒体のユニバーサルデザイン化の推進	○パンフレットやサインについて、多言語表記の推進や子ども向け媒体の整備などに取り組みます。

観光振興施策・事業のマネジメント力の強化

観光施策の機動的な推進を図るとともに、観光事業者や町民参加を促進する組織づくりに取り組みます。

施策・事業名	施策・事業内容(案)
あみ観光協会の体制強化	○観光情報発信やイベントの開催の充実、事業者との連携や町民参加を促進する主体として、あみ観光協会の体制強化を図ります。
地域連携DMOを含めた新たな観光拠点の検討	○観光振興に関する施策・事業の実行力を高めるため、地域連携DMO(観光マネジメント組織)を含めた新たな拠点づくりを検討します。
観光来訪者の把握・分析	○観光来訪者のニーズに対応した観光サービス・商品を提供するため、継続的なアンケート調査の実施・解析など、観光来訪者ニーズの変化を捉える体制の充実を図ります。

観光振興に向けたインフラ(受け入れ体制)の整備

観光来訪者に対するおもてなし環境の充実を図るため、観光地として求められる基本的な環境整備を進めます。

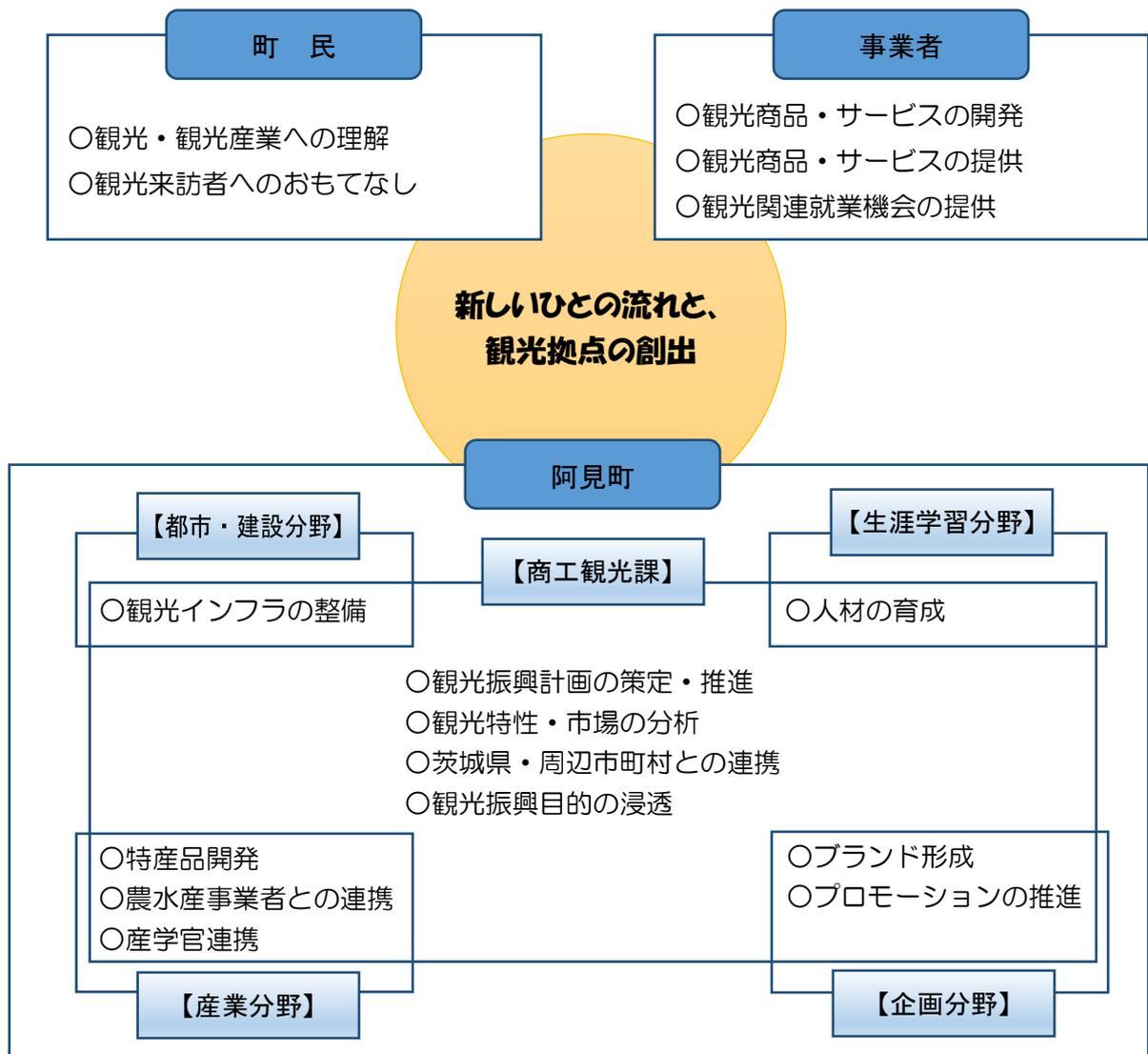
施策・事業名	施策・事業内容(案)
観光施設のユニバーサルデザインとバリアフリー化の推進	○心地よい観光空間を創出するため、サインやトイレ等の施設について、観光施設のユニバーサルデザインの採用を推進するとともに、既存施設のバリアフリー化に対する支援を行います。
通信環境整備の推進	○観光情報の入手やICTに対応した観光情報の提供を進めるため、Wi-Fi環境の整備に取り組みます。
観光来訪者の安全の確保	○観光来訪者に対する災害時の適切な情報発信や受け入れ体制を整備するため、地域防災計画と連携した防災対策に取り組みます。

第Ⅴ章 観光振興施策の推進方策

1. 推進体制の検討

(1) 各主体の役割

観光振興は、行政だけでなく、町民、観光関連事業者と連携しながら進めることが必要となります。そのため、それぞれの役割を以下のように設定し観光振興を進めます。



(2)観光推進体制の強化

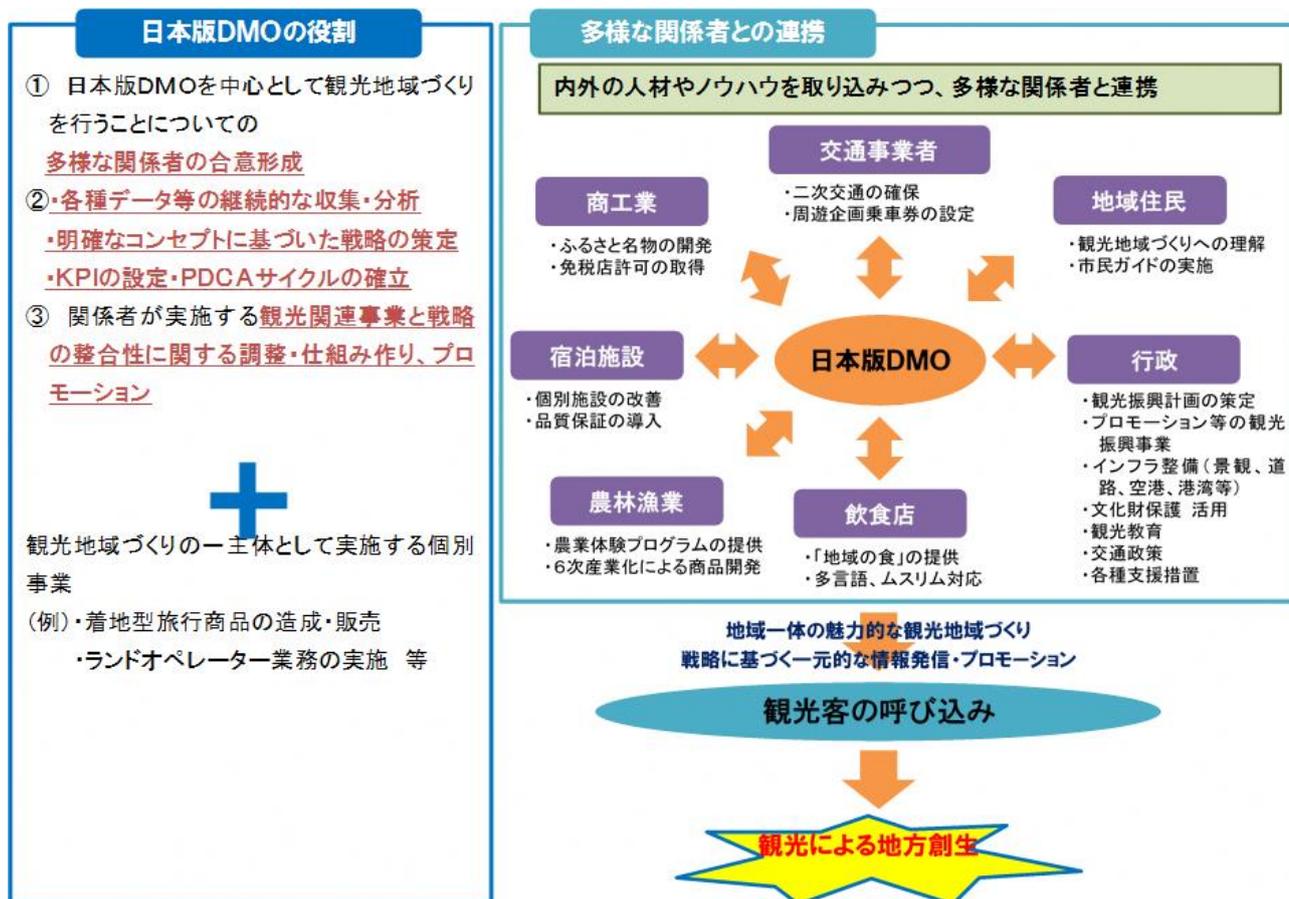
これまで阿見町では、平成 20～22 年度の阿見町観光プロデュース会議の開催を契機として、観光の推進を図るため平成 23 年に「あみ観光協会」を設立し、まい・あみ・マルシェの開催、観光モデルコースの提案、阿見観光ガイドとの連携等、行政を主体とする施策・事業を進めてきました。その結果、町民や事業者において、観光振興に対する意識が芽生えており、今後の町の役割は、このような動きを一層推進するとともに、町民や事業者の観光振興に対する活動を強力にバックアップすることが求められます。そのため、阿見町を取り巻く観光要素や環境の状況を分析し、地域連携 DMO 等の研究に取り組みながら、あみ観光協会の法人化等の検討を進めてまいります。

また、観光庁では、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現する戦略を策定・実施するための調整機能を備えた法人として、DMOの登録を推進しており、本町においても将来的な各種施策・事業の推進主体として、「登録DMO（観光地域づくり法人）」の設立についても検討・研究を進めることとします。

【日本版DMOの登録状況】

令和 3 年 8 月時点で、「広域連携DMO」10 件、「地域連携DMO」91 件、「地域DMO」96 件の計 197 件が登録されています。

図－DMOのイメージ



2. 実施プログラム及び重点分野の設定

基本方針に基づいて位置づけた施策を、着実かつ効果的に実現するため、町内のプロジェクト等との整合を考慮しながら、実施プログラム及び重点的に実施すべき事業を設定します。

(1)平成 29 年度から令和3年度までに実施したプログラムの検証

計画に基づき、平成 29 年度から令和 3 年度までに実施したプログラムの検証結果は、下表のとおりです。ほとんどの施策については実施していますが、令和 2 年度以降は、新型コロナウイルス感染症による影響を受けています。

表一 施策としての進捗状況

基本方針① 町民参加による観光まちづくりの展開

施策	内容	H29	H30	H31 (R 元)	H32 (R2)	H33 (R3)
道の駅を拠点とした特産品開発、地域情報の充実	町及び県補助金を活用した商品開発件数	1	2	2	1	未定
農家との連携による 6 次産業化の推進	生産者と連携した交流イベントの実施	継続実施	継続実施	継続実施	コロナ中止	コロナ中止
花を生かした町民によるおもてなしの推進	町誘客施設前沿道でのおもてなし花壇整備	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
町を挙げたおもてなし意識の醸成	町誘客施設前沿道でのおもてなし花壇整備	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
企業との連携強化による産業観光の推進	工場見学の実施及び紹介や企業イベントへの参加	継続実施	継続実施	継続実施	コロナ中止	コロナ中止
多様な主体との連携によるイベントなどの来訪機会の創出	県協議会やその他民間交流イベントへの参加	継続実施	継続実施	継続実施	一部 コロナ中止	一部 コロナ中止

基本方針② 霞ヶ浦に目を向けた阿見町らしい観光交流の創出

施策	内容	H29	H30	H31 (R 元)	H32 (R2)	H33 (R3)
県・近隣市町村と連携したサイクリングの推進	つくば霞ヶ浦りんりんロード推進協議会への参加	継続参加	継続参加	継続参加	継続参加	継続参加
	サイクルサポートステーションの設置	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
霞ヶ浦沿岸における親水交流空間の整備	セーリング開催に伴う緩傾斜堤防・栈橋等の整備	—	—	整備済	整備済	整備済
霞ヶ浦における体験観光の創出	つくば霞ヶ浦りんりんロードレンタサイクル事業の運営	—	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
霞ヶ浦水産物の料理フェア（飲食店活用）の充実	霞ヶ浦水産物の料理フェア（飲食店活用）	—	—	—	—	—

基本方針③ 歴史や風土を持つ資源を生かした観光の展開

施策	内容	H29	H30	H31 (R元)	H32 (R2)	H33 (R3)
予科練平和記念館を拠点とした歴史を伝える機会の充実	予科練平和記念館主催の企画展の開催	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
地域の歴史・文化資源の活用に向けた地域連携の推進	ボランティアガイドによる町内周遊	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
竹・竹林を生かした観光資源の造成	筍掘り体験の実施	—	—	継続実施	継続実施	継続実施
町内の地域資源を活用した観光周遊コースの創出	HP や紙媒体(マップ)等での周遊ルート紹介	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
周辺地域や拠点施設と連携した観光周遊ルートの創出	HP や紙媒体(マップ)等での周遊ルート紹介	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施

基本方針④観光空間としての雰囲気づくりとプロモーションの強化

施策	内容	H29	H30	H31 (R元)	H32 (R2)	H33 (R3)
阿見町及び町の観光に対するブランド価値の創出	専門委員会による地域資源の掘起しとブランド化への取り組み	—	—	開催	開催	開催
町内及び周遊観光情報の発信媒体の整備とマーケットへのアクセス強化	スマホスタンプラリーによる観光施設等の紹介	—	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
	HP や紙媒体(マップ)等での周遊ルート紹介	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
町内における観光情報媒体の整備	スマホスタンプラリー観光施設等の紹介	—	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
	各種 SNS による観光情報の発信	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
観光振興施策・事業のマネジメント力の強化	スマホスタンプラリーによる観光動態調査の実施	—	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
	日帰りツーリズム事業による観光動態調査の実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施	継続実施
	観光物産店開設・法人化の検討	—	—	—	—	検討
観光振興に向けたインフラ(受け入れ体制)の整備	町内施設等のユニバーサルデザイン化	—	—	—	—	検討
	観光情報入手及び発信のための WiFi 環境整備	一部整備済	一部整備済	一部整備済	一部整備済	一部整備済
	観光来訪者の安全確保	一部実施	一部実施	一部実施	一部実施	一部実施

(2)改定計画における実施プログラム設定の視点

改定計画における実施プログラムの設定については、前計画での成果を踏まえつつ設定することとしますが、前計画の計画期間中の「道の駅整備の中止」や「新型コロナウイルス感染症」といった要素を考慮し、with コロナを見据えた「観光振興に向けて町民や事業者の参画強化」を図ることを念頭において設定することとします。

(3)実施プログラムの設定

前項の視点を踏まえ、本計画における施策としての実施プログラムを以下のように設定します。なお、令和4年度においては、全ての施策について新型コロナウイルス感染症による影響の検証を行います。

表一実施プログラムの設定

観光振興施策	年度				
	R4	R5	R6	R7	R8
基本方針－1 町民参加による観光まちづくりの展開					
□ふるさと納税事業を軸とした特産品開発、地域情報発信の充実	●	●	●	●	●
□農家との連携による6次産業化の推進	●	●	●	●	●
□町を挙げたおもてなし意識の醸成	●	●	●	●	●
□企業との連携強化による産業観光の推進	●	●	●	●	●
□多様な主体との連携によるイベントなどの来訪機会の創出	●	●	●	●	●
基本方針－2 霞ヶ浦に目を向けた阿見町らしい観光交流の創出					
□県・近隣市町村と連携したサイクリングの推進	●	●	●	●	●
□霞ヶ浦沿岸における親水交流空間の整備	●	●	●	●	●
□霞ヶ浦における体験観光の創出	●	●	●	●	●
□霞ヶ浦産水産物の料理フェア（町内飲食店舗活用）の充実	●	●	●	●	●
基本方針－3 歴史や風土を持つ資源を生かした観光の展開					
□予科練平和記念館を拠点とした歴史を伝える機会の充実	●	●	●	●	●
□地域の歴史・文化資源の活用に向けた地域連携の推進	●	●	●	●	●
□竹・竹林を生かした観光資源の造成	●	●	●	●	●
□町内の地域資源を活用した観光周遊コースの創出	●	●	●	●	●
□周辺地域や拠点施設と連携した観光周遊ルートの創出	●	●	●	●	●
基本方針－4 観光空間としての雰囲気づくりとプロモーションの強化					
□阿見町及び町の観光に対するブランド価値の創出	●	●	●	●	●
□町内及び周辺観光情報の発信媒体の整備とマーケットへのアクセス強化	●	●	●	●	●
□町内における観光情報媒体の整備	●	●	●	●	●
□観光振興施策・事業のマネジメント力の強化	●	●	●	●	●
□観光振興に向けたインフラ(受け入れ体制)の整備	●	●	●	●	●

●—— 着手期(具体的な事業時期)
●--- 継続期(フォローアップ、継続の取り組み)

(4)重点分野の設定

本計画で示した分野のうち、重点的に取り組む分野を以下のように設定します。

表一重点分野の設定

分野	設定理由
ふるさと納税事業を軸とした特産品開発、地域情報発信の充実 【先導的施策】 返礼品開発の推進	○返礼品の開発を通じて、町内事業者が商品やサービスの開発に取り組むとともに、町外へのPRの機会となる。
町を挙げたおもてなし意識の醸成 【先導的施策】 おもてなし空間における緑化の推進	○町民の「おもてなし」意識を醸成する機会として、ボランティア団体と連携した緑化活動を実践する。
県・近隣市町村と連携したサイクリングの推進 【先導的施策】 サイクリングイベントの開催	○茨城県、近隣市町村と連携した広域事業であり、イベント開催を通じて本町のプロモーション機会となる。
地域の歴史・文化資源の活用に向けた地域連携の推進 【先導的施策】 地域の祭り・芸能活用事業	○観光まちづくりを全町に展開するためには、地域資源の活用とその継承を担う地域の役割が重要である。
阿見町及び町の観光に対するブランド価値の創出 【先導的施策】 阿見町ブランドの形成	○町の観光価値と観光サービスの品質を明確化させるとともに、本町の魅力を発信するために不可欠である。

3. 観光振興によるまちづくり・地域づくりへの波及効果の想定

観光振興による効果を把握するための指標としては、総合計画の評価指標との連携を考慮しつつ、以下の指標を設定します。

表一 評価指標の設定

評価指標	定義	当初計画の実績値	令和8年度目標値
予科練平和記念館入場者数	○予科練平和記念館入場者数	6.1 万人 (平成 27 年度)	6.5 万人
観光イベント開催数	○阿見町、あみ観光協会、商工 会が主催するイベント数	10 回 (平成 28 年度)	14 回
観光イベント集客数	○阿見町の主要な催事(まい・あ み・まつり、さくらまつり、 さわやかフェア・商工まつり) の集客数	8.9 万人 (平成 28 年度)	10 万人
あみ観光協会ホームページ へのアクセス数	○あみ観光協会HPの来訪者カ ウンター集計数	2.0 万回 (平成 27 年度)	4.0 万回
新たな地域資源を活用した あみ観光協会主催事業数	○町内の農業・農産物、歴史・ 文化資源等を生かしたイベン ト開催数	3 回 (平成 28 年度)	5 回
観光協会会員数	○あみ観光協会の会員数	69 会員 (平成 28 年度)	100 会員
観光ボランティア案内回数	○阿見観光ガイドの案内回数	7 回 (平成 28 年度)	12 回

1. 阿見町観光振興基本計画(改訂版)策定委員

令和3年度現在

No.	所 属	氏 名	備 考
1	流通経済大学名誉教授	香川 真	委員長
2	あみプレミアム・アウトレット	齋藤 亮	副委員長
3	雪印メグミルク株式会社阿見工場	湯浅 秀和	
4	水郷つくば農業協同組合	関口 光男	
5	JTB 茨城南支店	小貫 友絵	
6	茨城大学農学部	高瀬 唯	
7	阿見町議会	平岡 博	
8	霞ヶ浦漁業協同組合	大崎 匠	
9	阿見町商工会	石部 克彦	
10	町民代表(一般公募)	宮寄 真二	
11	予科練平和記念館	大久保 正明	

順不同

2. 阿見町観光振興基本計画策定経緯

(当初)阿見町観光振興基本計画策定経緯

回数	日時	内容
第1回 策定委員会	平成28年6月3日	<input type="checkbox"/> 阿見町観光振興基本計画策定の概要について <input type="checkbox"/> 阿見町の観光を取り巻く環境について <input type="checkbox"/> その他
第2回 策定委員会	平成28年9月30日	<input type="checkbox"/> 第1回策定委員会の意見要旨及び論点の設定について <input type="checkbox"/> 阿見町観光振興基本計画の全体構成(案)について <input type="checkbox"/> 観光を取り巻く環境(修正・追加箇所)について <input type="checkbox"/> 阿見町観光振興基本計画のビジョンと基本方針について <input type="checkbox"/> その他
第3回 策定委員会	平成28年12月19日	<input type="checkbox"/> 観光振興ビジョン(修正)について <input type="checkbox"/> 観光振興施策について <input type="checkbox"/> 観光振興施策の推進方策について
第4回 策定委員会	平成29年2月21日	<input type="checkbox"/> 阿見町観光振興基本計画について <input type="checkbox"/> パブリックコメントの実施について(報告)

(改訂)阿見町観光振興基本計画策定経緯

回数	日時	内容
策定委員会	令和3年12月20日	<input type="checkbox"/> 阿見町観光振興基本計画の改訂について