

# 第4次日立市観光物産振興計画



日立市





## ごあいさつ



日立市は、東は太平洋に面した風光明媚な海岸線を有し、西は阿武隈山系に連なる、豊かな自然環境と穏やかな気候に恵まれたまちです。また、明治時代から、日本有数の工業都市として成長してきた「ものづくりのまち」でもあり、自然と産業が調和した様々な魅力に満ちあふれています。

これまで、本市においては、平成31年3月に策定した「第3次日立市観光物産振興計画」の基本理念である「「ひたちらしさ」の磨き上げと積極的な発信による交流と協働で育む おもてなしのまち」の実現のため、各種事業に取り組んでまいりました。

しかし、令和2年から世界中で猛威を振るった新型コロナウイルス感染症の影響等により、観光客が大幅に減少するなど、本市の観光産業は深刻な影響を受けました。現在は、コロナ禍を経て、旅行需要が徐々に回復傾向にあるものの、依然として元の水準には戻っていない状況にあります。

このような中、本市の観光物産振興を取り巻く現状と課題を踏まえ、この度、本市における今後の観光物産振興の方向性を示す指針となる「第4次日立市観光物産振興計画」を策定いたしました。本計画は、「市内を旅する中で、何度でも本市の魅力を発見して欲しい」「国内旅行者だけでなく、外国人の方にも本市を訪れて欲しい」といった思いを込め、「巡るたび 新しいHITACHIが見つかるまち」を基本理念とし、魅力とにぎわいがあふれる観光地域づくりの実現を目指しています。

結びに、本計画の策定に当たり、御審議いただきました第4次日立市観光物産振興計画検討委員会の委員の皆様をはじめ、貴重な御意見、御協力を賜りました皆様に心から感謝申し上げます。

令和6年3月

日立市長 小川 春樹

## 第4次日立市観光物産振興計画 目次

第1章	はじめに	1
第1節	計画策定の趣旨	1
第2節	計画の位置づけ	2
第3節	持続可能な開発目標（SDGs）との関係	3
第2章	本市の観光物産を取り巻く現状と課題	5
第1節	国・茨城県・日立市の観光動向	5
第2節	日立市の観光物産振興における主な課題	11
第3章	本市の観光物産振興における基本的な考え方	13
第1節	5年後に目指す姿	13
第2節	基本理念	13
第3節	基本方針	14
第4章	計画の推進体制と進行管理	15
第5章	施策の体系及び主な施策	17
第1節	施策の体系	17
第2節	基本方針、基本的な方向性及び主な施策の内容	19
1	観光資源の磨き上げによる稼げる観光地域づくり	19
(1)	観光資源やストーリーの磨き上げ	19
①	かみね公園の活性化	
②	道の駅日立おさかなセンターの活性化	
③	グリーンツーリズムの推進	
④	日立アルプスの整備・活用	
⑤	シーサイドツーリズム・ブルーツーリズムの推進	
⑥	さくらを活用したエコツーリズムの推進	
⑦	その他観光資源やストーリーの活用推進	
(2)	地域の特長を活かした観光コンテンツの造成	22
⑧	産業観光の推進	
⑨	スポーツツーリズムの推進	
⑩	フィルムコミッション・ロケツーリズムの推進	
⑪	集客力のあるイベント等の開催促進	
⑫	市内観光資源を活用した関連商品等の造成	
(3)	特産品や名物の開発・発掘・磨き上げ、販売促進	25
⑬	ガストロノミーツーリズムの推進	
⑭	お土産や名物グルメ等の開発促進	
⑮	特産品の高付加価値化	



2	伝わる情報発信による交流・関係人口の拡大	27
(1)	戦略的広報の推進	27
①⑥	分かりやすい・伝わる広報の推進	
①⑦	メディア等の特性を活かした情報発信	
(2)	シティプロモーションの推進	28
①⑧	「ひたちらしさ」を活用した観光PRの展開	
(3)	観光ニーズに対応したマーケティングの推進	28
①⑨	観光ニーズの把握及びマーケティング戦略の検討	
3	受入環境の構築によるおもてなしの雰囲気づくり	29
(1)	交通アクセスの改善による利便性・回遊性向上	29
②⑩	運輸事業者等との連携強化	
(2)	おもてなし人財の育成	29
②①	観光関係団体等との連携強化	
②②	市民や事業者等の観光スキルアップ支援	
②③	観光情報発信拠点等の機能強化	
(3)	受入環境の整備による誘客促進	31
②④	ユニバーサルツーリズムの推進	
②⑤	外国人向けプロモーション機会の活用	
②⑥	パッケージツアーや団体旅行の誘客促進	
②⑦	旅行者を歓迎するまち全体の雰囲気づくり	
4	市民や事業者との共創による観光振興の推進	33
(1)	市民や事業者との共有によるコンセプトの統一	33
②⑧	シビックプライドの醸成	
②⑨	事業者とのコンセプトの統一	
(2)	県や他市町村等との広域連携の推進	34
③⑩	県や周辺自治体等との連携強化	
③①	事業者や関係団体等との連携強化	
(3)	民間活力の導入促進	35
③②	民間資本やアイデアの導入促進	
③③	快適な観光空間の構築支援	
5	観光における次世代の担い手育成による地域活性化	36
(1)	若者等が夢にチャレンジしやすい環境の整備	36
③④	新たな旅のスタイルの普及促進	
(2)	観光ビジネスの創業・ステップアップ支援	36
③⑤	創業・ステップアップ支援の推進	
	資料編	37
1	第4次日立市観光物産振興計画検討委員会	37
2	インターネットアンケート調査結果	40
3	観光関係団体等へのヒアリング調査結果	50

# 第1章 はじめに

## 第1節 計画策定の趣旨

### 1 経緯

本市では、平成31年3月に策定した第3次日立市観光物産振興計画（計画期間5年間（令和元年度～令和5年度））で掲げた「ひたちらしさ」の磨き上げと積極的な発信による交流と協働で育む「おもてなしのまち」を基本理念に、産業・歴史・自然といった「ひたちらしさ」の磨き上げ等、34の施策に取り組んできました。

このような中、令和2年から世界中で猛威を振るった新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛等に伴う国内旅行の減少や、水際対策強化に伴うインバウンド需要の一時的な消滅等によって、本市の観光産業は深刻な打撃を受けました。

コロナ禍を経て、旅行者の嗜好や行動の変化、SNSを活用した情報の発信・収集の定着等、多様化した観光ニーズへの的確な対応が求められており、本市においても、観光誘客の促進に向けた施策の検討及び今後の観光物産振興の方向性を示す必要が生じています。

#### 第3次日立市観光物産振興計画期間中における主な成果

- かみね動物園の獣舎整備  
（はちゅうるい館、ニホンザル舎、レッサーパンダ舎、猛獣舎等）
- サイクルイベント「ライドアラウンド in 日立」開催
- 日立アルプスハイキングコース整備
- 久慈サンピア日立リニューアルオープン

#### 新型コロナウイルス感染症による主な影響

- 緊急事態宣言発令を受けた公共施設等の休館
- 施設等における新しい生活様式への対応
- 観光入込客数の激変  
（令和元年度）3,009千人⇒（令和2年度）925千人

### 2 目的

第3次日立市観光物産振興計画の期間が令和5年度で終了することに伴い、国や県の動向を意識しつつ、コロナ禍の本市の観光産業の現状把握を進め、今後の本市の観光物産振興の方向性を示す指針とするため、第4次日立市観光物産振興計画を策定しました。

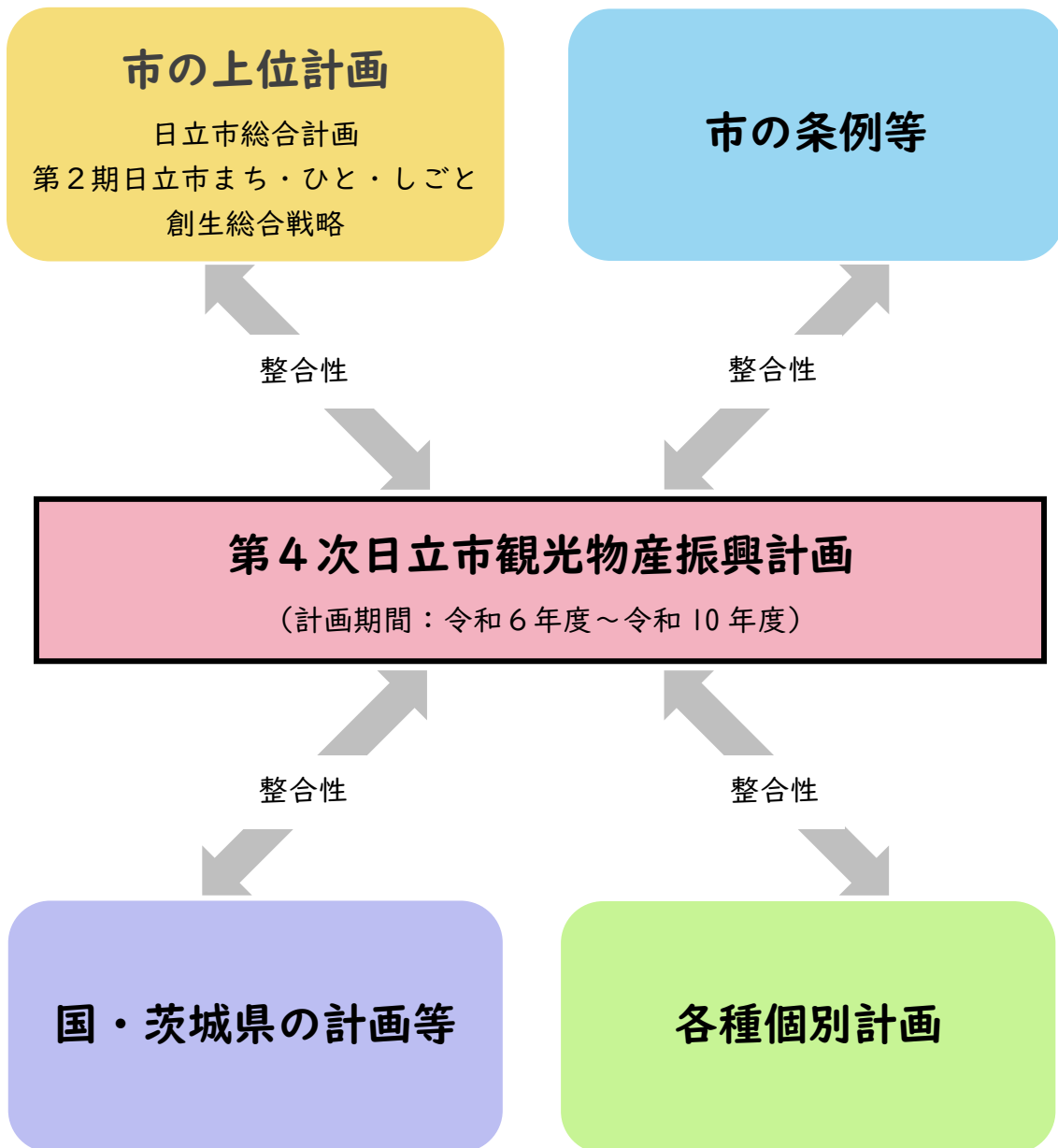


## 第2節 計画の位置づけ

本計画は、「日立市総合計画前期基本計画（令和4年度～令和8年度）」の観光分野の部門別計画であり、「第2期日立市まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和2年度～令和6年度）」や各種個別計画との整合性を保ちながら策定しました。

また、国及び茨城県の観光振興に関する計画や施策、日立市中小企業振興基本条例に掲げる理念等を踏まえて策定しました。

第4次日立市観光物産振興計画の計画期間は、令和6年度から令和10年度までの5年間とします。



### 第3節 持続可能な開発目標（SDGs）との関係

持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）とは、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」に記載された、令和12年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際指標として設けられたもので、17の目標と169のターゲットから構成されています。

第4次日立市観光物産振興計画の推進により、主に関連する8、9、12、15及び17に掲げられた目標の達成を目指します。



#### 8. 働きがいも経済成長も

包摂的かつ持続可能な経済成長及び全ての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する。



#### 9. 産業と技術革新の基盤をつくろう

強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。



#### 12. つくる責任 つかう責任

持続可能な生産消費形態を確保する。



#### 15. 陸の豊かさも守ろう

陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、並びに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。



#### 17. パートナリシップで目標を達成しよう

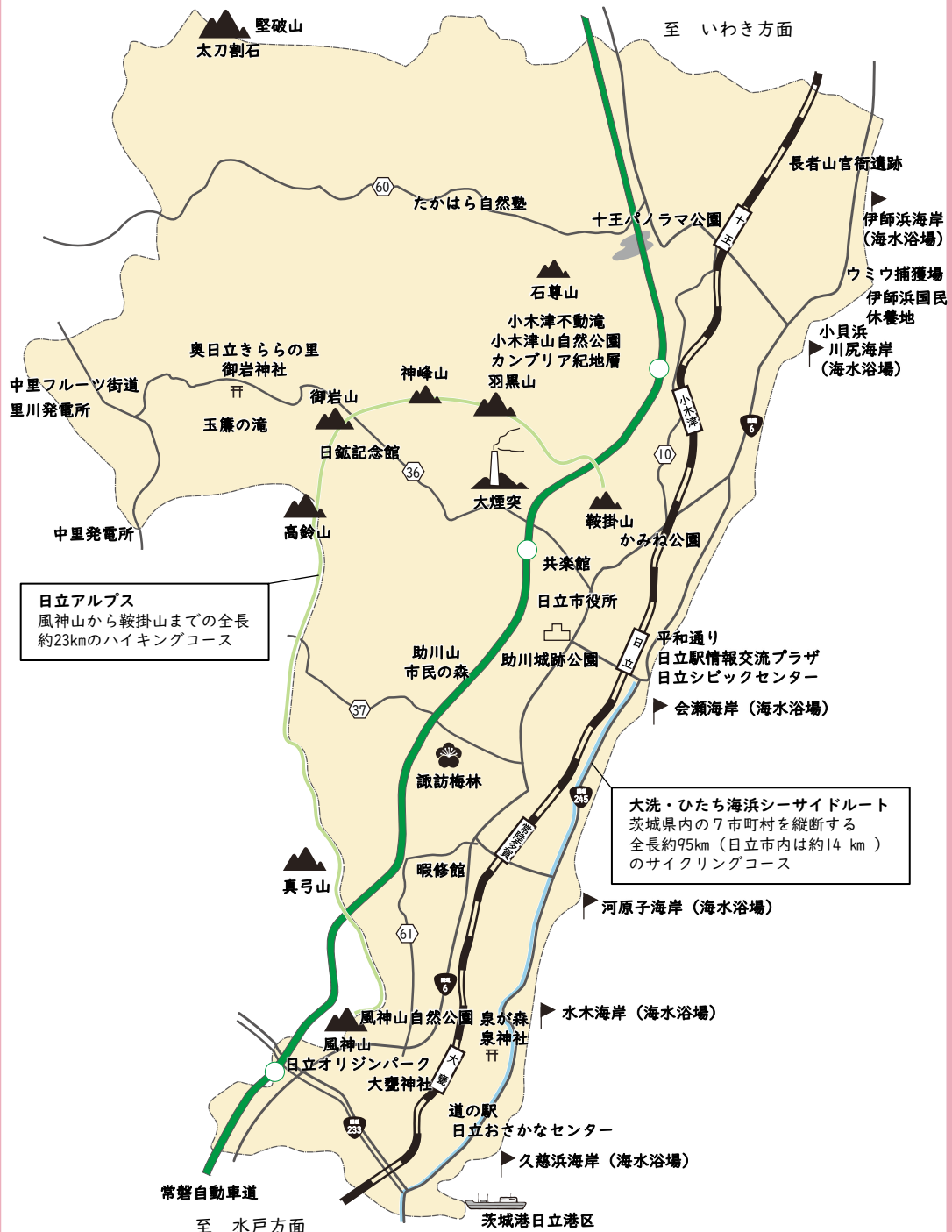
持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。

出典：外務省「JAPAN SDGs Action Platform」  
国際連合広報センター「SDGsのポスター・ロゴ・アイコンおよびガイドライン」





## 日立市の主な観光施設・名所



日立アルプス  
風神山から鞍掛山までの全長  
約23kmのハイキングコース

大洗・ひたち海浜シーサイドルート  
茨城県内の7市町村を縦断する  
全長約95km (日立市内は約14 km)  
のサイクリングコース

日立市の概要  
○面積：225.73km<sup>2</sup> (R5.10.1現在)  
○最も標高の高い山：堅破山 (標高約658m)  
○海岸線の長さ：約33km

## 第2章 本市の観光物産を取り巻く現状と課題

### 第1節 国・茨城県・日立市の観光動向

#### 1 国の観光動向

##### (1) 観光立国推進基本計画の策定

国は、観光立国推進基本計画において、観光立国の持続可能な形での復活に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

■ 計画期間 令和5年度～令和7年度

■ 基本的な方針及び主な施策

##### ① 持続可能な観光地域づくり戦略

- ・ 地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化（宿泊施設、観光施設等の改修、キャッシュレス化等）
- ・ 観光DXの推進（旅行者の利便性向上及び周遊促進の取組等）ほか

##### ② インバウンド回復戦略

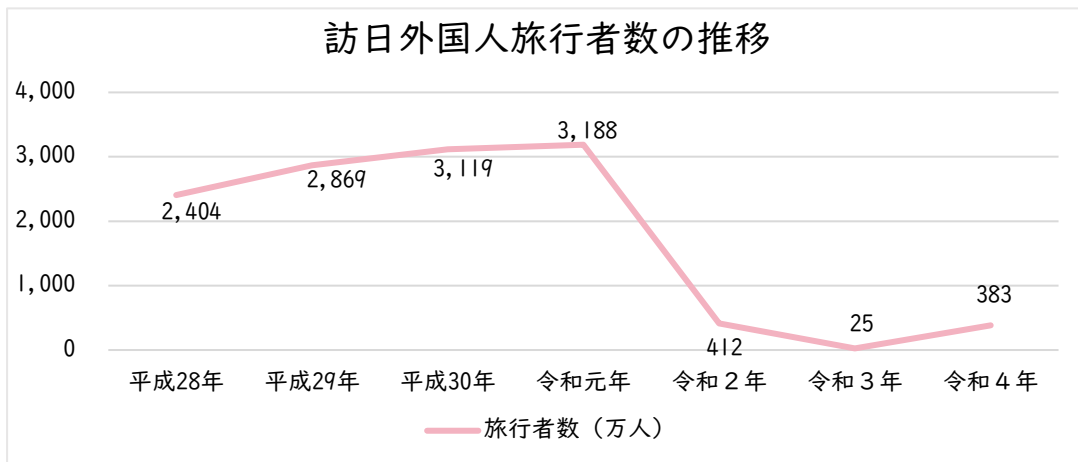
- ・ インバウンドの回復に向けた集中的取組（伝統芸能等の特別な体験や期間限定の取組の創出等）
- ・ 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備（自然・文化等の体験によるアドベンチャーツーリズムの推進等）ほか

##### ③ 国内交流拡大戦略

- ・ 国内旅行需要の喚起（全国旅行支援の実施等）
- ・ 新たな交流市場の開拓（ワーケーションの普及・定着等）ほか

##### (2) 訪日外国人旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、令和元年には国の施策等により過去最高を更新しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年及び令和3年には大きく減少することとなり、令和4年に訪日外国人旅行者の受入が再開されると大きく増加しました。



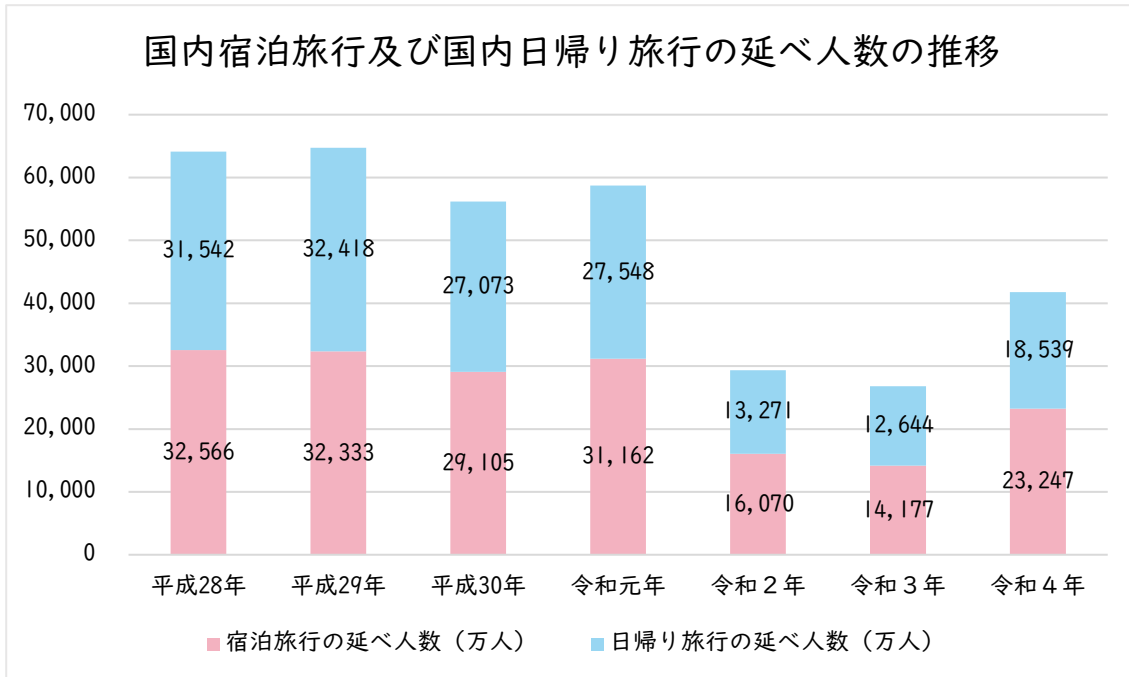
出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」



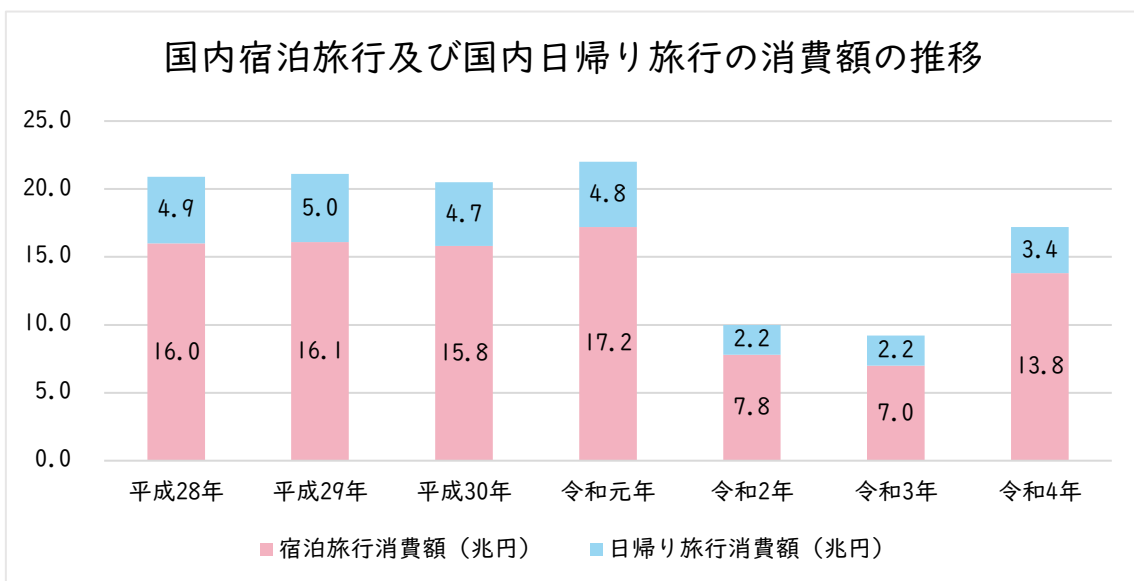
### (3) 国内旅行の状況

日本人の国内宿泊旅行者数は、令和4年には延べ2億3,247万人（令和元年比約25.4%減）、国内日帰り旅行者数は延べ1億8,539万人（令和元年比約32.7%減）となりました。

また、日本人国内旅行消費額は、令和4年には17.2兆円（令和元年比約21.8%減）となり、このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は13.8兆円（令和元年比約19.8%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円（令和元年比約29.2%減）となりました。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

## 2 茨城県の観光動向

### (1) 茨城県観光振興基本計画の策定

県は、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「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、茨城県観光振興基本計画を策定しました。

※デスティネーションキャンペーン

JRグループ6社と地域（県、市町村、地域観光事業者等）が一体となって行う国内最大規模の観光キャンペーン

■ 計画期間 令和4年度～令和7年度

■ 基本理念

- ① ポストコロナを見据えた観光の本格的な復興の実現
- ② 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

■ 基本方針・施策展開の方向

	基本方針	施策展開の方向
1	安全・安心な観光地の形成	大規模な感染症への対応等
2	おもてなし日本一に向けた基盤づくり	人材の育成、受入体制の整備、観光DXの推進等
3	国内外への情報発信の強化	国内、海外へ向けた情報発信
4	稼げる観光産業の振興と観光消費額の向上	観光拠点となる施設の整備、本県を代表する食や土産品の発掘・開発等
5	魅力ある観光地域づくり	観光資源の発掘・活用、各種ツアーリズムの推進等
6	ポストコロナのインバウンド戦略	戦略的な誘客プロモーション、滞在・体験型旅行商品の造成促進等
7	地域の特性や全国的なイベントを活かした国内誘客促進	立地環境や地域資源等を活かした誘客促進等

### (2) 県内の観光入込状況

令和4年における入込客数(延べ人数)は約4,964万人(前年比約25.0%増)となりました。また、居住地別の入込客数(延べ人数)を見ると、県内からの入込客が約2,312万人(構成比約46.6%)となり、他の関東地方からの入込客と合わせると約4,713万人(構成比約94.9%)となりました。

また、令和4年における観光消費額は約2,958億円(前年比約29.1%増)となり、新型コロナウイルス感染症の影響の落ち着き、プレデスティネーションキャンペーン※の開催による観光需要の増加、いば旅あんしん割等による宿泊需要の高まりや消費単価の増加等により過去最高値となりました。

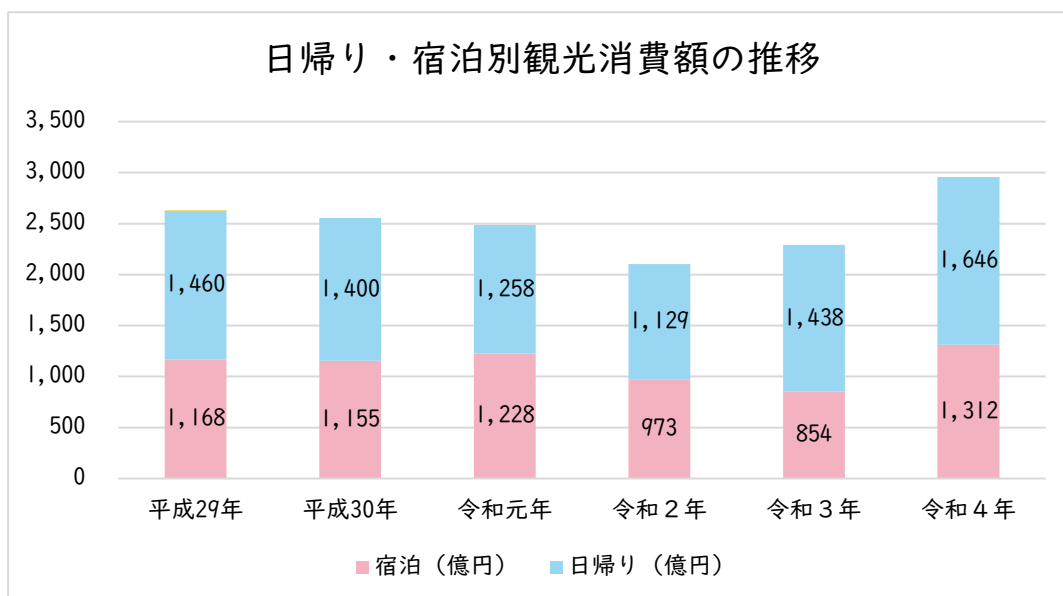
※プレデスティネーションキャンペーン

デスティネーションキャンペーンの1年前にプレキャンペーンとして開催される観光キャンペーン

居住地別の入込客数（延べ人数）の推移（単位：千人）

地域	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
県内	29,852	30,398	20,382	20,640	23,124
他関東	26,669	28,726	16,294	17,390	24,004
北海道・東北	3,332	2,879	1,098	1,192	1,494
中部	983	1,276	487	225	412
近畿	400	535	147	169	379
中国・四国	200	189	68	45	101
九州・沖縄	283	241	45	34	78
国外	117	190	23	22	45
合計	61,836	64,434	38,544	39,717	49,635

出典：茨城県「茨城の観光レクリエーション現況」



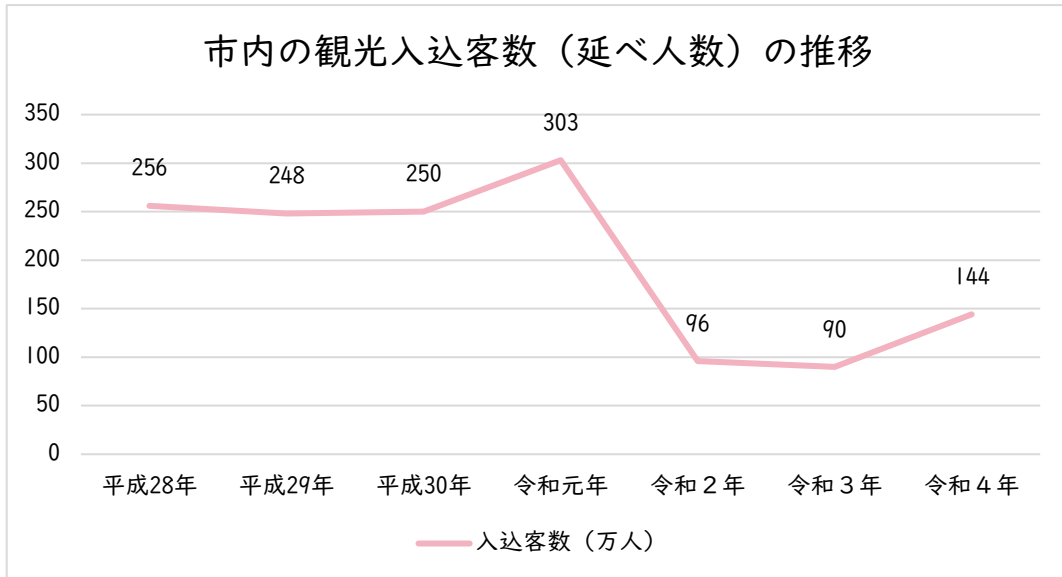
出典：茨城県「茨城の観光レクリエーション現況」

### 3 日立市の観光動向

#### (1) 市内の観光入込状況等について

市は、かみね動物園における新たな獣舎整備や久慈サンピア日立のリニューアルオープン等による観光施設等の魅力向上、(一社)日立市観光物産協会と連携・協力した観光キャンペーンへの参加や広報活動を展開した結果、観光入込数は増加傾向にありました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響による市内観光施設の閉鎖等に伴い、令和4年の入込客数は約144万人となりました(令和元年比約52.5%減)。



県内市町村入込数ランキング(年別、単位:万人)

市町村名	入込数		市町村名	入込数	
	R4	(参考)R元		R4	(参考)R元
①大洗町	401	441	④阿見町	296	346
②ひたちなか市	358	437	⑤つくば市	275	426
③笠間市	333	356	⑪日立市	144	303

出典:茨城県「茨城の観光レクリエーション現況」

市内主要施設の入込状況(年度別、単位:千人)

項目	H30	R元	R2	R3	R4
かみね公園	532	549	334	400	560
奥日立きららの里	65	65	40	43	52
日立シビックセンター(科学館、天球劇場)	115	138	6※	83	136
伊師浜国民休養地(鶺鴒の湯、鶺鴒の岬)	213	182	102	127	153
久慈サンピア日立	86	80	0※	0※	34
道の駅日立おさかなセンター	665	607	350	338	430

※施設整備に伴う休館あり

出典:日立市観光物産課調べ



市内主要イベントの入込状況（年別、単位：千人）

項目	H30	R元	R2～3	R4	R5
日立さくらまつり	378	623	中止	中止	640
ひたち国際大道芸	130	155	中止	中止	110
日立市産業祭	111	128	中止	5※	70

令和元年に入込客数 10 万人以上を記録したイベント

※新型コロナウイルス感染症の影響により事前予約制で実施

出典：日立市観光物産課調べ

なお、市内の主要な観光資源である海水浴場の入込客数について、東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故による風評被害等の影響より、平成 23 年は震災直前の平成 22 年と比較すると大幅に減少(約 94.3%減)しました。その後は、平成 30 年に市で策定した「日立市海水浴場にぎわい創出プラン」に基づく各種施策の展開等により、令和元年までは回復傾向(平成 23 年比約 238.4%増)にありました。しかし、令和 2 年及び令和 3 年の新型コロナウイルス感染症の影響による海水浴場開設中止を経て、令和 5 年は減少(令和元年比約 11.9%減)しました。

市内海水浴場の入込状況（年度別、単位：人）

海水浴場	H22	H23	R元	R2	R3	R4	R5
伊師浜	33,735	2,902	21,244	新型コロナウイルス感染症の影響により未開設		18,972	16,258
川尻	10,836	1,002	4,475			4,844	4,398
会瀬	14,133	1,502	1,764			未開設	未開設
河原子	88,013	4,723	11,228			7,834	10,262
水木	15,192	2,299	3,146			2,448	2,637
久慈浜	168,690	6,478	22,116			20,097	22,776
合計	330,599	18,906	63,973			54,195	56,331

出典：日立市観光物産課調べ

## 第2節 日立市の観光物産振興における主な課題

第4次日立市観光物産振興計画の策定に当たり、前節で整理した観光動向に加え、観光ニーズ等を把握するため以下の調査を実施しました。

- インターネットアンケート調査（詳細は資料編2を参照）
- 観光関係団体等へのヒアリング調査（詳細は資料編3を参照）

これらの調査結果や第4次日立市観光物産振興計画検討委員会における議論の内容等を踏まえ、本市の観光物産振興における主な課題を次のとおり整理しました。

### 1 市全体の観光物産振興の方向性が明確に定まっていない

- 基本方針に掲げた「ひたちらしさ」が明確になっていない。
- 市の観光物産振興の核やメインテーマとなるものが定まっていない。
- 観光客のメインターゲットが定まっていない。
- 市の観光の特徴を明確に打ち出せていない。
- 若者向けの施策が十分でない。
- ターゲットとなる観光誘客の範囲を絞り、徐々に拡大させていくようなステップアップのビジョンや長期計画がない。

### 2 観光資源の整備・活用が十分に進んでいない

- 一部の観光施設に老朽化が見られる。
- 観光資源の価値が十分に伝えられていない。  
→付加価値やストーリーの説明が不足している。
- 自然、歴史、文化等の既存の観光資源を十分に活用しきれてない。  
→サービス、価格設定、お土産や商品の販売、飲食施設の整備等の魅力向上のための工夫が十分になされていない。
- 「推し（観光資源）」に関連する二次的コンテンツ（体験、メニュー、グッズ）等が十分ではない。
- 市の特産品や名物を味わえる飲食店等が少ない、知られていない。
- 観光資源となりえる宿泊施設（キャンプ場、温泉、リゾート等）が少ない。
- 観光資源の個の力が弱い。  
→経営・ビジネスとしての知識・ノウハウが不足している。
- 自己と来訪者との評価にギャップがある。  
→目標が「実施」になってしまい「効果」が測定できていない。
- まち歩きが楽しめる場所（ウォーカブルな空間）が十分でない。
- 空きテナント、空き家、空き地、工場跡等の遊休資産を活用しきれていない。

### 3 効果的な情報発信が行われていない

- 「日立市」の知名度が低い。
  - ➡ ネームバリューが低下している。
- 「ひたちらしさ」の具体的なイメージが、市内外に十分に伝わっていない。
  - ➡ 市民でも「ひたちらしさ（観光資源）」は「ない」と思っている人がいる。
  - ➡ 市外の人が「日立市」と聞いて、イメージするものがない。
- 市の観光の認知度が低い。
- 若者等に対する情報発信の手法が十分ではない。
- テーマに特化した観光マップ等の情報媒体が整備されていない。
- 観光に必要な情報がバラバラに発信されているため、旅行者に十分な情報が届いていない。
  - ➡ 施設情報にはアクセスできても、周辺の飲食店情報にはたどり着けない等。

### 4 観光客の受入態勢が整っていない

- 観光資源が点在しており、回遊する手段が十分に確保されていない。
- 回遊性確保のための誘導・サインがない。
  - ➡ 市内の観光案内看板に統一性がない。
- 公共交通機関や駐車場等、交通インフラが十分に整っていない。
  - ➡ 利便性が低い、連続性がない、連携が図れていない等。
- 多様な公共交通機関（JR、バス、BRT等）を活用しきれていない。
- 市内の道路に慢性的な交通渋滞が発生している。
- 観光客を受け入れるためのマンパワー（人数、技術力）が不足している。
- インバウンド等外国人の受入態勢が整っていない。
- 観光のまちづくりとして、景観形成がされていない。

### 5 関係機関等との連携が図られていない

- 観光物産振興を主体的に進めるプレイヤーがはっきりしていない。
- 観光資源同士の連携や産学官連携の取組が十分に行われていない。
- 他市町村との広域連携が十分に図られていない。
- 公共施設等への民間活力を十分に活かしきれていない。

## 第3章 本市の観光物産振興における基本的な考え方

### 第1節 5年後に目指す姿

- 1 多様化する観光ニーズに対応した、かみね公園や奥日立きららの里等の観光施設の整備が進められているとともに、本市固有の又は他に比べてより独自性や優位性を持つ自然、歴史、文化、食等といった地域資源の活用が進んでいる。
- 2 様々な情報媒体の活用により、観光客が本市の観光情報に触れる機会が増加し、観光の知名度が向上しているとともに、ターゲットとなる観光客層に届く効果的な情報発信が行われている。
- 3 全ての人々が年齢、障害の有無や言語の違い等に関わらず、本市の観光を楽しむことができるように施設機能が整えられているほか、観光施設の利便性、回遊性向上のための交通インフラ等が整備されている等、観光客の受入態勢が整えられている。
- 4 (一社)日立市観光物産協会と市が中心となり、事業者や関係団体との情報交換や共同事業の実施等を通じた、広域的な関係機関等との連携が図られている。
- 5 新型コロナウイルス感染症の拡大やデジタル技術の発展等に伴う観光産業を取り巻く環境の変化に対応しているとともに、本市のこれからの観光を担う次の世代が、夢に向かってチャレンジできる環境が整えられている。

### 第2節 基本理念

第2章で整理した本市の観光物産を取り巻く現状と課題及び前節で掲げた5年後に目指す姿を踏まえ、本計画の基本理念を次のように定めます。

#### 巡るたび 新しいHITACHIが見つかるまち

##### ■基本理念に込めた思い

- 本市を訪れ、市内を巡るたび(旅・度)に、本市の新しい魅力を発見することができるまちでありたい
- 「HITACHI」表記とすることにより、国内の旅行者だけでなく世界にも目を向け、誘客促進、物産振興に取り組む意思を表示したい



## 第3節 基本方針

前節で定めた基本理念を踏まえ、今後5年間で進めていくべき本市の観光物産振興の基本方針を次のとおり定めます。

### 1 観光資源の磨き上げによる稼げる観光地域づくり

観光資源の磨き上げによる観光誘客の促進や物産の充実を図り、稼げる観光地域づくりを推進し、地域産業の活性化を図る。

- 1 観光資源やストーリーの磨き上げ
- 2 地域の特長を活かした観光コンテンツの造成
- 3 特産品や名物の開発・発掘・磨き上げ、販売促進

### 2 伝わる情報発信による交流・関係人口の拡大

受け手の立場に立った効果的な情報発信を推進し、本市の認知度向上を図り、交流・関係人口の拡大につなげる。

- 1 戦略的広報の推進
- 2 シティプロモーションの推進
- 3 観光ニーズに対応したマーケティングの推進

### 3 受入環境の構築によるおもてなしの雰囲気づくり

観光の担い手となる人財の育成や運輸事業者等との連携による交通インフラの利便性・回遊性の向上を図り、まちのおもてなしの雰囲気を醸成する。

- 1 交通アクセスの改善による利便性・回遊性向上
- 2 おもてなし人財の育成
- 3 受入環境の整備による誘客促進

### 4 市民や事業者との共創による観光振興の推進

市民、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、関係団体や市内事業所等との共創による観光振興を推進する。

- 1 市民や事業者との共有によるコンセプトの統一
- 2 県や他市町村等との広域連携の推進
- 3 民間活力の導入促進

### 5 観光における次世代の担い手育成による地域活性化

観光における次世代の担い手に対して、夢にチャレンジしやすい環境の整備や創業等に向けた支援を実施し、地域活性化を図る。

- 1 若者等が夢にチャレンジしやすい環境の整備
- 2 観光ビジネスの創業・ステップアップ支援

## 第4章 計画の推進体制と進行管理

- 1 本計画で掲げた基本理念の実現に向けて、市及び（一社）日立市観光物産協会が中心となり、日立商工会議所、観光関係事業者・団体、市民などと連携しながら、観光資源の磨き上げ、効果的な情報発信や物産の充実等に向けた施策に取り組みます。
- 2 施策の実施に当たり、PDCAサイクルのプロセスによる進行管理を行うとともに、施策ごとに目標となる指標（数値）を設定し、施策の成果を客観的に評価します。
- 3 第4次日立市観光物産振興計画推進委員会を設置し、施策の成果を外部から評価します。
- 4 委員会の評価、最新の観光物産振興に関するトレンドやニーズ等を踏まえ、翌年度の実施計画等に反映することで、タイムリーな施策の展開を図ります。

### イメージ





## これまでに策定した日立市観光物産振興計画

### 日立市観光振興計画

平成 21 年度～25 年度

#### ● 基本理念

歴史ある産業・桜・海を活かし 交流と協働で育むもてなしのまち

#### ● 基本方針

- ① 観光資源を活かした魅力あるまち
- ② 市民協働で交流を生むもてなしのまち
- ③ わかりやすく魅力ある情報を発信するまち
- ④ 多様な連携で相乗効果を生むまち
- ⑤ 地域ブランドを活用創出するまち

### 第2次日立市観光物産振興計画

平成 26 年度～30 年度

#### ● 基本理念

多様な地域資源を活かし 交流と協働で育むもてなしのまち

#### ● 基本方針

- ① 地域資源の活用と魅力づくり
- ② 参加・協働・創造による持続的な交流の創出
- ③ 効果的な情報の発信
- ④ 多様なニーズに対応した観光を担う人材育成と資質向上

### 第3次日立市観光物産振興計画

令和元年度～令和5年度

#### ● 基本理念

「ひたちらしさ」の磨き上げと積極的な情報発信による  
交流と協働で育む おもてなしのまち

#### ● 基本方針

- ① 「ひたちらしさ」の磨き上げによる魅力ある観光地域づくり
- ② おもてなしの心にあふれる人材の育成
- ③ 連携・協力の深化による交流の創出
- ④ 積極的なシティプロモーションの推進
- ⑤ 観光振興による地域経済の活性化

## 第5章 施策の体系及び主な施策

### 第1節 施策の体系

基本理念

基本方針

観光資源の磨き上げによる  
稼げる観光地域づくり

伝わる情報発信による  
交流・関係人口の拡大

受入環境の構築による  
おもてなしの雰囲気づくり

市民や事業者との共創による  
観光振興の推進

観光における次世代の担い手  
育成による地域活性化

巡るたび  
新しいHITACHIが  
見つかるまち



## 基本的な方向性

## 主な施策

観光資源やストーリーの磨き上げ

地域の特長を活かした観光コンテンツの造成

特産品や名物の開発・発掘・磨き上げ、販売促進

戦略的広報の推進

シティプロモーションの推進

観光ニーズに対応したマーケティングの推進

交通アクセスの改善による利便性・回遊性向上

おもてなし人財の育成

受入環境の整備による誘客促進

市民や事業者との共有によるコンセプトの統一

県や他市町村等との広域連携の推進

民間活力の導入促進

若者等が夢にチャレンジしやすい環境の整備

観光ビジネスの創業・ステップアップ支援

- ① かみね公園の活性化
- ② 道の駅日立おさかなセンターの活性化
- ③ グリーンツーリズムの推進
- ④ 日立アルプスの整備・活用
- ⑤ シーサイドツーリズム・ブルーツーリズムの推進
- ⑥ さくらを活用したエコツーリズムの推進
- ⑦ その他観光資源やストーリーの活用推進

- ⑧ 産業観光の推進
- ⑨ スポーツツーリズムの推進
- ⑩ フィルムコミッション・ロケツーリズムの推進
- ⑪ 集客力のあるイベント等の開催促進
- ⑫ 市内観光資源を活用した関連商品等の造成

- ⑬ ガストロノミーツーリズムの推進
- ⑭ お土産や名物グルメ等の開発促進
- ⑮ 特産品の高付加価値化

- ⑯ 分かりやすい・伝わる広報の推進
- ⑰ メディア等の特性を活かした情報発信

- ⑱ 「ひたちらしさ」を活用した観光PRの展開

- ⑲ 観光ニーズの把握及びマーケティング戦略の検討

- ⑳ 運輸事業者等との連携強化

- ㉑ 観光関係団体等との連携強化
- ㉒ 市民や事業者等の観光スキルアップ支援
- ㉓ 観光情報発信拠点等の機能強化

- ㉔ ユニバーサルツーリズムの推進
- ㉕ 外国人向けプロモーション機会の活用
- ㉖ パッケージツアーや団体旅行の誘客促進
- ㉗ 旅行者を歓迎するまち全体の雰囲気づくり

- ㉘ シビックプライドの醸成
- ㉙ 事業者とのコンセプトの統一

- ㉚ 県や周辺自治体等との連携強化
- ㉛ 事業者や関係団体等との連携強化

- ㉜ 民間資本やアイデアの導入促進
- ㉝ 快適な観光空間の構築支援

- ㉞ 新たな旅のスタイルの普及促進

- ㉟ 創業・ステップアップ支援の推進

## 第2節 基本方針、基本的な方向性及び主な施策の内容

### 1 観光資源の磨き上げによる稼げる観光地域づくり

#### (1) 観光資源やストーリーの磨き上げ

#### 01 かみね公園の活性化

##### ■目的

北関東有数の規模を誇るかみね動物園、さくらや夜景に代表される豊かな自然環境をはじめ、レジャー、健康、教育、文化等の様々な機能を有するかみね公園については、老朽化した施設の再整備や魅力づくり等により、観光誘客の促進を図る。

##### ■主な実施主体

市、(一社)日立市観光物産協会、(公財)日立市公園協会、市民団体、民間事業者等

##### ■主な取組

ア

園内施設の施設機能の維持・向上及び魅力づくり

総 動物園再整備事業



イ

集客性の高い動物種の飼育に向けた誘致活動の展開

総 パンダ誘致推進事業



ウ

交流拠点施設の整備による魅力づくり

総 かみね公園活性化事業

エ

各種PRの展開

オ

大学等との共同調査研究による魅力づくり

総 動物園教育普及事業

カ

かみね公園からの夜景を活用したツアー等の開発支援

総 日立市総合計画前期基本計画掲載事業  
以下同じ

##### ■現状値及び目標値

かみね公園の来園者数

現状値 (R4)	560,195人/年
目標値 (R10)	853,400人/年

#### 02 道の駅日立おさかなセンターの活性化

##### ■目的

道の駅日立おさかなセンターについて、施設整備やイベント等の開催による観光誘客の促進を図るとともに、施設の老朽化や機能の分散化等の課題解決に向けた施設のあり方に関する検討等により、施設の魅力向上を図る。

##### ■主な実施主体

市、施設管理者、民間事業者等

##### ■主な取組

ア

施設の魅力向上及びにぎわい創出に向けたイベント等の開催

総 道の駅日立おさかなセンター活性化事業



イ

老朽化や機能が分散化した施設の再整備や運営手法等の検討

総 道の駅再整備検討事業



##### ■現状値及び目標値

道の駅日立おさかなセンターの来場者数

現状値 (R4)	429,800人/年
目標値 (R10)	607,000人/年

## 03 グリーンツーリズムの推進

### ■目的

中山間地域（中里・高原地区）等において、豊かな自然環境や奥日立きららの里、たかはら自然塾等の周辺施設を活用した魅力づくりにより、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、施設管理者、市民団体、民間事業者等

### ■主な取組

ア 中里・高原地区の活性化  
 ④ グリーンツーリズム推進事業



ウ たかはら自然塾の施設機能の維持・向上及び魅力づくり  
 ④ たかはら自然体験交流施設運営事業



イ 奥日立きららの里の施設機能の維持・向上及び魅力づくり  
 ④ 奥日立きららの里運営事業



※グリーンツーリズム  
 農村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

### ■現状値及び目標値

中里観光案内所の来訪者数	
現状値 (R4)	3,858人/年
目標値 (R10)	4,300人/年
奥日立きららの里の入場者数	
現状値 (R4)	51,854人/年
目標値 (R10)	64,800人/年
たかはら自然塾の利用者数	
現状値 (R4)	4,037人/年
目標値 (R10)	12,500人/年

## 04 日立アルプスの整備・活用

### ■目的

市内を縦断する日立アルプスについて、ハイキングコースの利便性向上に向けた環境整備や眺望確保の魅力づくり等により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、市民団体、民間事業者等

### ■主な取組

ア 日立アルプスの利便性向上に向けた環境整備及び魅力づくり  
 ④ 日立アルプス整備事業



### ■現状値及び目標値

日立アルプス登山者数（御岩山（登り））	
現状値 (R4)	35,809人/年
目標値 (R10)	40,400人/年
日立アルプス登山者数（風神山（登り））	
現状値 (R4)	7,071人/年
目標値 (R10)	7,600人/年

※日立アルプス

高鈴山を主峰に南端は風神山（かぜのかみやま）から北は神峰山、鞍掛山まで連なる山々の通称

## 05 シーサイドツーリズム・ブルーツーリズムの推進

### ■目的


海岸線へのサイクリングコースの整備や海水浴場の開設、附属施設の整備のほか、イベントの開催等により、年間を通した海岸への誘客促進、にぎわい創出を図る。

### ■主な実施主体


市、（一社）日立市観光物産協会、市民団体、民間事業者等

### ■主な取組

ア 市内サイクリングコース等を活用したにぎわい創出、河原子海岸の活性化  
 ③ シーサイドツーリズム推進事業



イ 海水浴場の安全性確保及び利便性向上に向けた環境整備  
 ③ 海水浴場運営事業



### ウ 海を活用したイベント等の開催

#### ※シーサイドツーリズム

本市において、自転車を活用した海岸線の魅力づくりや河原子海岸の活性化を通した余暇活動

#### ※ブルーツーリズム

島や沿海部の漁村に滞在し、魅力的で充実したマリンライフの体験を通じて、心と体をリフレッシュさせる余暇活動

### ■現状値及び目標値

サイクルサポートステーション認定数	
現状値 (R4)	8施設
目標値 (R10)	20施設
サイクリングコースへの矢羽根設置距離	
現状値 (R4)	0 km
目標値 (R10)	76km
海を活用したイベント等の入込客数	
現状値 (R4)	160,195人/年
目標値 (R10)	194,000人/年

## 06 さくらを活用したエコツーリズムの推進

### ■目的


市のシンボルであるさくらについて、官民連携で適切に管理、保全するとともに、魅力の発信等により、さくらを契機（きっかけ）とした観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体


市、市民団体、民間事業者等

### ■主な取組

ア さくらを守り育てる組織体制の強化  
 ③ 桜を活かしたまちづくり事業



イ 平和通りやかみね公園等のさくらの保護や計画的な更新  
 ③ 桜の保護育成事業



### ■現状値及び目標値

日立さくらまつりの来場者数	
現状値 (R5)	639,500人
目標値 (R10)	639,500人

#### ※エコツーリズム

地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組み



## 07 その他観光資源やストーリーの活用推進

### ■目的

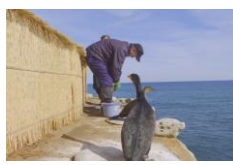
鵜飼文化やウミウ捕獲技術、温泉や宿泊施設等の観光資源を活用するとともに、観光資源が持つ魅力の組み合わせによるストーリー化により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア 鵜飼文化やウミウ捕獲技術の伝承及びツアー等の造成  
絵 ウミウのまちづくり事業



ウ 久慈サンピア日立の施設機能の維持・向上及び魅力づくり 絵 久慈サンピア日立運営事業

エ HITACHIが持つ魅力を組み合わせたストーリー化及びツアー等の造成

イ 鵜来来の湯十王の施設機能の維持・向上及び魅力づくり  
絵 鵜来来の湯十王運営事業



### ■現状値及び目標値

ウミウ捕獲場の来場者数

現状値 (R4) 8,790人/年

目標値 (R10) 8,800人/年

久慈サンピア日立の利用者数

現状値 (R4) 34,303人/年

目標値 (R10) 80,200人/年

## (2) 地域の特長を活かした観光コンテンツの造成

## 08 産業観光の推進

### ■目的

市内事業者が所有する産業遺産やものづくり技術等といった産業資産について、単に設備等の見学にとどまらず、ものづくり体験に関するツアー等の造成支援により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア 産業資産を活用したツアー等の造成支援



### ■現状値及び目標値

産業資産を活用したツアー等の造成支援件数

現状値 (R4) 2件/年

目標値 (R10) 3件/年

#### ※産業観光

歴史的・文化的価値のある産業文化財（古い機械器具、工場遺構などのいわゆる産業遺産）、生産現場（工場、工房等）及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にふれるとともに、人的交流を促進する観光活動

## 09 スポーツツーリズムの推進

### ■目的

スポーツによる地域活性化のため、宿泊事業者と市の連携によりスポーツ合宿をしやすい環境を整えるほか、スポーツ関連イベント等の開催等により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、（公財）日立市スポーツ協会、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア スポーツ合宿の優先予約制度の活用  
 総 スポーツツーリズム促進事業



イ 久慈サンピア日立スポーツセンターの施設機能の維持・向上及び魅力づくり  
 総 久慈サンピア日立スポーツセンター運営事業



### ■現状値及び目標値

スポーツ合宿によるスポーツ施設利用件数

現状値（R4）	16件/年
目標値（R10）	50件/年

ウ スポーツに関連するイベント等の開催支援

※スポーツ合宿の優先予約制度

市内外の団体が市内のホテルや旅館に宿泊し、公共スポーツ施設を利用して合宿を行う場合に公共スポーツ施設の優先予約が可能となる制度

## 10 フィルムコミッション・ロケツーリズムの推進

### ■目的

市内での映像作品のロケ撮影が円滑に行われるよう支援するとともに、ロケ地を観光資源として捉え、ロケ地情報の集約、発信等により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、民間事業者等

### ■主な取組

ア ロケ撮影支援及び誘致活動の展開



イ 市内ロケ地情報の集約・発信



### ■現状値及び目標値

ロケ支援に対するロケ作品情報の発信割合

現状値（R4）	53%/年
目標値（R10）	55%/年

※フィルムコミッション

映像作品のロケーション撮影が円滑に行われるための支援を行うこと

※ロケツーリズム

映画・ドラマのロケ地を訪ね、風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、その地域のファンになること

# 11

## 集客力のあるイベント等の開催促進

### ■目的

市内外からの集客が見込めるイベントやコンベンション等の開催により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア

イベントやコンベンション等の開催



※コンベンション

政治・社会団体などの代表者会議、博覧会、見本市などの催し

### ■現状値及び目標値

集客数1万人以上のイベント等の開催件数

現状値 (R4)	3件/年
目標値 (R10)	12件/年

# 12

## 市内観光資源を活用した関連商品等の造成

### ■目的

自然や風景、歴史や文化等の観光資源が持つ魅力を多角的に捉え、関連する商品の開発支援を行うとともに、日頃体験できない農業・漁業体験を教育旅行として提供すること等により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、市民団体、民間事業者等

### ■主な取組

ア

自然や風景、歴史や文化等を活用した商品等の開発支援



イ

教育旅行の誘致



※教育旅行

学校など教育上の目的で実施される旅行

### ■現状値及び目標値

観光資源を活用した商品等の開発支援件数

現状値 (R4)	0件/年
目標値 (R10)	1件/年

教育旅行の誘致支援件数

現状値 (R4)	0件/年
目標値 (R10)	1件/年

### (3) 特産品や名物の開発・発掘・磨き上げ、販売促進

## 13 ガストロノミーツーリズムの推進

### ■目的

豊かな自然の恵みを活かした農水産物や地域に根差した食文化等について、市内グルメマップを活用した情報発信や、食をテーマとした商品の造成支援等により、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、民間事業者等

### ■主な取組

ア 食をテーマとしたツアー等の造成支援



イ 市内グルメマップの制作検討



※ガストロノミーツーリズム

その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的とした余暇活動

### ■現状値及び目標値

食をテーマとしたツアー等の造成支援件数

現状値 (R4)	1 件/年
目標値 (R10)	3 件/年

## 14 お土産や名物グルメ等の開発促進

### ■目的

物産や食に関する魅力向上のため、新たなお土産品や名物グルメ等の開発支援、お土産・グルメコンクール等の開催を通じた発掘により、観光消費の拡大を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、民間事業者等

### ■主な取組

ア 新たなお土産や名物グルメ等の開発支援



イ お土産・グルメコンクール等の実施による市を代表する特産品や名物の発掘



### ■現状値及び目標値

お土産等の開発支援件数

現状値 (R4)	0 件/年
目標値 (R10)	1 件/年

## 15 特産品の高付加価値化

### ■目的

地域ブランド認定品の認定やふるさと寄附金返礼品の選定を実施し、特産品の更なる高付加価値化を図るほか、認知度向上に向けたPRイベントへの出展支援等により、観光消費の拡大を図る。

### ■主な実施主体

市、(一社) 日立市観光物産協会、日立商工会議所、民間事業者等

### ■主な取組

ア 地域ブランド認定品の活用  
 総 地域ブランド創出事業



ウ 魅力ある地場産品等の発掘・活用などによるふるさと寄附金返礼品の魅力向上

イ 市内外で開催されるイベント等への出展支援  
 総 観光宣伝事業



### ■現状値及び目標値

特産品を活用したPRイベントの出展支援件数

現状値 (R4)	10件/年
----------	-------

目標値 (R10)	12件/年
-----------	-------

新規地場産品・体験型返礼品追加数

現状値 (R4)	19件/年
----------	-------

目標値 (R10)	10件/年
-----------	-------



### 地域ブランド認定品

日立市地域ブランド推進協議会（日立商工会議所、関係事業者・団体及び市の代表者による組織）は、全国に誇れるおすすめ地域産品などを厳選して「地域ブランド認定品」として認定し、PRを実施しています。

令和6年3月現在で、52品目（農水産物、お菓子、加工食品、飲料・酒、工芸品、工業技術）が登録されています。



詳細はこちら



## 2 伝わる情報発信による交流・関係人口の拡大

### (1) 戦略的広報の推進

## 16 分かりやすい・伝わる広報の推進

#### ■目的

観光情報等の発信に関する広報力向上を図るため、研修会やセミナー等を開催するとともに、首都圏在住者や外国人等の様々な観光ターゲットに応じた観光PRの展開等により、効果的な観光情報の発信を行う。

#### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、民間事業者等

#### ■主な取組

ア

広報力の向上に関する研修会やセミナー等の開催支援



イ

インフルエンサー等と連携した観光PRの展開



ウ

世代、性別、国籍に関わらず届く観光PRの展開

※インフルエンサー

主にSNS等で情報を発信しており、世間や人の思考・行動に影響を与える人物

#### ■現状値及び目標値

広報力の向上に関する研修会等の開催支援件数

現状値 (R4) 0件/年

目標値 (R10) 1件/年

観光PR等活動日数

現状値 (R4) 81日/年

目標値 (R10) 90日/年

## 17 メディア等の特性を活かした情報発信

#### ■目的

旅行者における観光情報取得方法の多様化を踏まえ、テレビや新聞等のオールドメディアやSNS等のニューメディアの活用により、効果的な観光情報の発信を行う。

#### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、民間事業者等

#### ■主な取組

ア

オールドメディアを活用した観光情報の発信



イ

ニューメディアを活用した観光情報の発信



※オールドメディア

新聞・雑誌・テレビ・ラジオなど、旧来から存在する報道媒体

※ニューメディア

インターネット等、科学技術の発展により開発された新しい通信手段による情報伝達媒体

#### ■現状値及び目標値

観光に関連するSNSへのいいね!の数

現状値 (R4) 480,920件/年

目標値 (R10) 661,500件/年

観光に関連するホームページ閲覧件数

現状値 (R4) 1,537千件/年

目標値 (R10) 2,455千件/年

## (2) シティプロモーションの推進

### 18 「ひたちらしさ」を活用した観光PRの展開

#### ■目的

自然や風景、歴史や文化等の本市が持つ特色ある観光資源を「ひたちらしさ」と捉え、ブランド化等により、観光誘客の促進を図る。

#### ■主な実施主体

市、(一社) 日立市観光物産協会、民間事業者等

#### ■主な取組

ア 観光資源のブランディング



※ブランディング

製品やサービス等について、他との差別化を図り、世間に浸透させるために実施する取組

#### ■現状値及び目標値

観光PR等活動日数

現状値 (R4) 81日/年

目標値 (R10) 90日/年

観光に関連するSNSへのいいね!の数

現状値 (R4) 480,920件/年

目標値 (R10) 661,500件/年

## (3) 観光ニーズに対応したマーケティングの推進

### 19 観光ニーズの把握及びマーケティング戦略の検討

#### ■目的

旅行者の嗜好や行動の変化に伴い多様化する観光ニーズに的確に対応するため、観光ニーズの把握に向けた調査や観光ニーズに合ったマーケティング戦略等を推進する。

#### ■主な実施主体

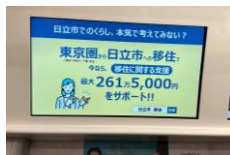
市、(一社) 日立市観光物産協会、民間事業者等

#### ■主な取組

ア あらゆる世代を対象とした観光ニーズの把握に向けた調査の実施



イ デジタルマーケティングの実施検討



ウ マーケティングミックスの実施

※デジタルマーケティング

WebサイトやSNS等、デジタル技術を用いたマーケティング手法

※マーケティングミックス

製品やサービスを販売するため、顧客にアプローチするためのツール、戦略、手法を組み合わせること

#### ■現状値及び目標値

観光事業者等との意見交換の実施回数

現状値 (R4) 0回/年

目標値 (R10) 1回/年

観光ニーズ等のアンケート調査人数

現状値 (R4) 385人/年

目標値 (R10) 385人/年

### 3 受入環境の構築によるおもてなしの雰囲気づくり

#### (1) 交通アクセスの改善による利便性・回遊性向上

## 20 運輸事業者等との連携強化

### ■目的

市内に点在する観光資源を一体的に活用するため、運輸事業者等との連携による利便性、回遊性の向上や周遊ルートの設定等により、誘客を促進することで、地域活性化、消費拡大を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、民間事業者等

### ■主な取組

ア

バスやタクシー等を活用した利便性・回遊性向上策の実施



イ

周遊ルートの設定及び集客・回遊性向上策の実施  
絵 ひたちフィールド活用推進事業



### ■現状値及び目標値

市内を周遊させる取組の企画件数

現状値 (R4)	3件/年
目標値 (R10)	4件/年

#### (2) おもてなし人財の育成

## 21 観光関係団体等との連携強化

### ■目的

心のこもったおもてなしで旅行者を迎え入れるため、茨城県が実施する「いばらき観光マイスター」関連事業との連携を図るとともに、観光関係団体等との意見交換や活動支援を通じた連携等により、おもてなし人財の育成、確保を図る。

### ■主な実施主体

市、民間事業者等

### ■主な取組

ア

いばらき観光マイスター関連事業の周知及び活用



イ

市民団体やボランティア団体等との意見交換の実施及び活動支援  
絵 観光団体助成事業



### ■現状値及び目標値

いばらき観光マイスターの市民認定者数

現状値 (R5)	107名
目標値 (R10)	137名

市民団体等との意見交換の実施回数

現状値 (R4)	0回/年
目標値 (R10)	1回/年

※いばらき観光マイスター

茨城県民が一体となっておもてなし日本一を目指す「いばらき観光おもてなし推進条例」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の心を有する方を、試験を実施した上で「いばらき観光マイスター」として認定

## 22 市民や事業者等の観光スキルアップ支援

### ■目的

心のこもったおもてなしで旅行者を迎え入れるため、観光に携わる市民や事業者等の観光スキルアップにつながる勉強機会の創出等により、旅行者の受入環境の構築を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、民間事業者等

### ■主な取組

ア

観光に関連する市政出前講座等の開催



イ

おもてなし力向上に向けた研修会等の開催



### ■現状値及び目標値

観光に関連する市政出前講座等の開催回数

現状値（R4） 10回/年

目標値（R10） 15回/年

おもてなし力の向上に関する研修会等の開催支援件数

現状値（R4） 0回/年

目標値（R10） 1回/年

## 23 観光情報発信拠点等の機能強化

### ■目的

日立駅情報交流プラザを中心とする観光情報発信拠点等を市の玄関口として捉え、観光コンシェルジュ人材を配置するとともに、施設機能の向上等により、旅行者の受入環境の構築を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア

観光コンシェルジュ人材の育成及び配置



イ

日立駅情報交流プラザの施設機能の維持・向上及び魅力づくり

総 日立駅情報交流プラザ運営事業



### ■現状値及び目標値

日立駅情報交流プラザの来館者数

現状値（R4） 87,176人/年

目標値（R10） 96,300人/年

※観光コンシェルジュ

通常の観光案内に加え、観光に関する課題等を踏まえた観光の魅力向上に向けた取組を提案、実施する人

### (3) 受入環境の整備による誘客促進

## 24 ユニバーサルツーリズムの推進

### ■目的

世代や障がいの有無、言語の違い等に関わらず、誰もが安心して市内を観光できるよう、多言語に対応した観光パンフレットやバリアフリーに対応した観光施設の整備等により、旅行者の受入環境の構築を図る。

### ■主な実施主体

市、(一社) 日立市観光物産協会、民間事業者等

### ■主な取組

ア 多言語対応パンフレット等の整備

③ 観光団体助成事業



イ バリアフリーに対応した施設等の整備

③ 観光産業育成支援事業



### ■現状値及び目標値

多言語対応可能な施設整備等への補助件数

現状値 (R4) 0件/年

目標値 (R10) 2件/年

バリアフリーに対応可能な施設整備等への補助件数

現状値 (R4) 0件/年

目標値 (R10) 2件/年

※ユニバーサルツーリズム

全ての人を楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無に関わらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行

## 25 外国人向けプロモーション機会の活用

### ■目的

観光展や商談会等へ参加し外国人旅行者のニーズや受入に向けた課題の把握等により、近年増加するインバウンド等の外国人旅行者に対応に向けた受入環境の構築を図る。

### ■主な実施主体

市、(一社) 日立市観光物産協会、民間事業者等

### ■主な取組

ア 観光展、商談会等への参加



### ■現状値及び目標値

外国人向け観光展、商談会等への参加回数

現状値 (R4) 0回/年

目標値 (R10) 1回/年



## 26 パッケージツアーや団体旅行の誘客促進

### ■目的

多人数の旅行者を受入可能な施設・イベント情報の集約、発信等により、パッケージツアーや団体旅行の受入環境を整え、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会等

### ■主な取組

ア

パッケージツアーや団体旅行を受入可能な施設・イベント情報の集約・発信



イ

パッケージツアーや団体旅行の誘客に向けた支援の実施



### ■現状値及び目標値

市が支援するパッケージツアーや団体旅行の誘客に向けた支援人数

現状値 (R4)	0人/年
目標値 (R10)	120人/年

## 27 旅行者を歓迎するまち全体の雰囲気づくり

### ■目的

観光案内看板や標識等に統一性を持たせるほか、事業者の受入体制強化に向けた研修会等の開催により、まち全体でのおもてなしの雰囲気を醸成し、観光誘客の促進を図る。

### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会等

### ■主な取組

ア

統一したデザインによる観光案内標識の設置検討



イ

観光資源にアクセスしやすい案内看板の設置検討



ウ

事業者の受入体制強化に向けた研修会等の開催

### ■現状値及び目標値

事業者の受入体制強化に向けた研修会等の企画件数

現状値 (R4)	0回/年
目標値 (R10)	1回/年

## 4 市民や事業者との共創による観光振興の推進

### (1) 市民や事業者との共有によるコンセプトの統一

## 28 シビックプライドの醸成

#### ■目的

市内小中学生等への郷土教育や職業教育を実施するほか、ふるさと日立検定制度の充実等により、市民一人ひとりが地域に誇りと愛着を持ち、地域をより良くしていこうとする意識を醸成し、地域共創による観光振興を推進する。

#### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、市民団体等

#### ■主な取組

ア 市内小中学生等への郷土教育、職業教育等の実施



イ ふるさと日立検定制度の充実検討



※シビックプライド

都市に対する誇りや愛着

※ふるさと日立検定

日立市の歴史や文化、自然、産業についての知識を問うご当地検定

#### ■現状値及び目標値

ひたち大好き博士の認定者数

現状値 (R4)	237人
目標値 (R10)	400人

観光に関連する市政出前講座等の開催回数

現状値 (R4)	10回/年
目標値 (R10)	15回/年

## 29 事業者とのコンセプトの統一

#### ■目的

観光におけるまちづくりに向けて、関係事業者や団体等との情報共有及び意見交換の実施を通じたコンセプトの統一により、地域共創による観光振興を推進する。

#### ■主な実施主体

市、（一社）日立市観光物産協会、日立商工会議所、民間事業者等

#### ■主な取組

ア 観光ニーズ等の情報共有及び意見交換会の開催



#### ■現状値及び目標値

観光事業者等との意見交換の実施回数

現状値 (R4)	0回/年
目標値 (R10)	1回/年

## (2) 県や他市町村等との広域連携の推進

### 30 県や周辺自治体等との連携強化

#### ■目的


県や周辺自治体と共同での観光PRや回遊ツアーの実施等により、様々な団体との連携による相乗効果を発揮し、地域共創による観光振興の推進を図る。

#### ■主な実施主体

市、(一社)日立市観光物産協会、民間事業者等

#### ■主な取組

ア

常陸国ロングトレイル事業との連携  
 グリーンツーリズム推進事業



ウ 広域連携による回遊ツアーの開催

※常陸国ロングトレイル  
茨城県北地域6市町の里山や観光地をつなぐ全長約320kmの里山道

イ

広域連携による観光PRの展開



#### ■現状値及び目標値

広域連携による回遊ツアーの開催件数

現状値 (R4)	1回/年
目標値 (R10)	1回/年

### 31 事業者や関係団体等との連携強化

#### ■目的

事業者や関係団体等と連携し、施策の推進に向けた各種委員会を設置するとともに、事業者、関係団体等間のマッチングや教育機関との連携等により、様々な団体との連携による相乗効果を発揮し、地域共創による観光振興の推進を図る。

#### ■主な実施主体

市、(一社)日立市観光物産協会、市民団体、大学等教育機関、民間事業者等

#### ■主な取組

ア

観光物産振興の推進に向けた委員会等の設置



ウ

連携協力協定を締結している大学等と連携した取組の実施

※連携協力協定  
茨城キリスト教大学、茨城大学、常磐大学と市が連携して、様々な課題の解決に向けて取り組むための協定

イ

事業者、関係団体等間のマッチング支援



#### ■現状値及び目標値

第4次日立市観光物産振興計画推進委員会の開催回数

現状値 (R4)	0件/年
目標値 (R10)	1件/年

### (3) 民間活力の導入促進

## 32 民間資本やアイデアの導入促進

### ■目的

観光施設におけるPPP/PFI手法等の活用や民間事業者との連携等により、観光資源の魅力向上等に向けた新たな視点を加え、地域共創による観光振興の推進を図る。

### ■主な実施主体

市、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア 観光施設におけるPPP/PFI手法等の活用検討



イ 民間事業者等と連携した新たな取組の実施



※PPP (Public Private Partnership)

公共施設等の建設、維持管理、運営等を行政と民間が連携して行うことにより、民間の創意工夫等を活用し、財政資金の効率的な使用や行政の効率化等を図るもの

※PFI (Private Finance Initiative)

民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律 (PFI法) に基づき、公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う手法

### ■現状値及び目標値

民間事業者等のアイデアを活用した新しい取組の実施回数

現状値 (R4)	3回/年
目標値 (R10)	3回/年

## 33 快適な観光空間の構築支援

### ■目的

民間事業者の活力を活用して、快適な観光空間の構築に向けた施設整備に対する支援の実施等により、地域共創による観光振興の推進を図る。

### ■主な実施主体

市、施設管理者、民間事業者等

### ■主な取組

ア 観光交流拠点等の魅力向上に向けた施設整備への支援

④ 観光産業育成支援事業



### ■現状値及び目標値

観光施設の魅力向上に向けた施設整備等への支援件数

現状値 (R4)	0件/年
目標値 (R10)	6件/年

## 5 観光における次世代の担い手育成による地域活性化

### (1) 若者等が夢にチャレンジしやすい環境の整備

## 34 新たな旅のスタイルの普及促進

#### ■目的

若者等の新たな旅のスタイルの一つであるワーケーション等の誘致やニューツーリズムの普及に向けた支援等の実施により、若者等が夢にチャレンジしやすい環境を整備する。

#### ■主な実施主体

市、施設管理者、民間事業者等

#### ■主な取組

ア ワーケーション等に取り組む若者等の誘致



イ ニューツーリズムの普及支援



※ワーケーション

Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。

#### ■現状値及び目標値

ワーケーションの誘致に向けた施設整備等への支援件数

現状値 (R4) 0件/年

目標値 (R10) 2件/年

### (2) 観光ビジネスの創業・ステップアップ支援

## 35 創業・ステップアップ支援の推進

#### ■目的

観光ビジネスの創業・ステップアップを目指す若者等が抱える様々な課題解決を支援し、観光における次世代の担い手を育成する。

#### ■主な実施主体

市、民間事業者等

#### ■主な取組

ア 創業を目指す若者等への支援



イ ステップアップを目指す若者等への支援



#### ■現状値及び目標値

観光に関する創業・ステップアップに向けた相談件数

現状値 (R4) 0件/年

目標値 (R10) 1件/年



# 第4次日立市観光物産振興計画-資料編-

## I 第4次日立市観光物産振興計画検討委員会

### (I) 第4次日立市観光物産振興計画検討委員会運営要綱

#### (目的)

第1条 第4次日立市観光物産振興計画検討委員会（以下「委員会」という。）は、観光を取り巻く社会・経済環境の変化や観光客のニーズ等の変化を踏まえ、地域間競争に対抗しうる「日立らしさ」や「日立ならではの魅力」を創出する観光施策を推進するため、第4次日立市観光物産振興計画の策定に係る検討を行うものとする。

#### (組織)

第2条 委員会の委員は、次の各号に掲げる区分等の内から市長が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 観光団体
- (3) 商工団体
- (3) 宿泊事業者
- (4) 旅行事業者
- (5) 青年団体
- (6) 女性団体
- (7) その他団体等
- (8) 学生
- (9) 茨城県
- (10) 日立市
- (11) その他市長が必要と認める者

#### (委員の任期)

第3条 委員の任期は、委嘱の日から令和6年3月31日までとする。

#### (委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

- 2 委員長及び副委員長は、委員会の委員の互選により定める。
- 3 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故等があったとき又は委員長が欠けたときには、その職務を代理する。

#### (委員会の会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が召集し、委員長が議長となる。

- 2 委員長は、必要があるときは関係者の出席を求め、意見又は説明を聴くことができる。

#### (庶務)

第6条 委員会の庶務は、産業経済部観光物産課において処理する。

#### (その他)

第7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、委員長が別に定める。

#### 附 則

この要綱は、令和5年7月13日から施行する。

## (2) 第4次日立市観光物産振興計画検討委員会 委員名簿

(順不同・敬称略)

No	選出区分	氏名	所属・役職等	備考
1	学識経験者	岩間 信之	茨城キリスト教大学 ・文学部文化交流学科教授	委員長
2	観光団体	鈴木 東男	一般社団法人日立市観光物産 協会・副会長	副委員長
3	観光団体	内山 誠士	公益財団法人日立市公園協会 ・総務課課長補佐	
4	商工団体	三澤 俊介	日立商工会議所・観光委員会 委員長	
5	宿泊事業者	渡邊 正昌	茨城県ホテル旅館生活衛生 同業組合日立支部・支部長	
6	旅行事業者	森本 亮介 (保科 典之)	株式会社JTB水戸支店 ・営業課長	
7	旅行事業者	榊 美人	東武トップソアーズ株式会社 水戸支店・マネージャー	
8	青年団体	政田 優	ひたち若者かがやき会議 ・メンバー	
9	女性団体	武田 由紀子	日立商工会議所女性会・副会長	
10	その他団体等	佐野 真理子	ひたち立志塾・塾生	
11	その他団体等	與澤 友貴子	一般社団法人夢・日立中里 ・理事	
12	その他団体等	杉本 史生	茨城県北起業型地域おこし 協力隊	
13	その他団体等	原田 実能	いばらき観光マイスターS級	
14	学生	大竹 里奈	茨城大学・人文社会科学部 現代社会学科 3年	
15	学生	長澤 優太	茨城キリスト教大学・文学部 文化交流学科 3年	
16	学生	長山 陽亮	常磐大学・総合政策学部 総合政策学科 3年	
17	茨城県	谷越 敦子	営業戦略部観光物産課長	
18	日立市	小山 修	産業経済部長	

( ) 内は前任者

事務局：日立市産業経済部観光物産課

### (3) 検討経過

年月日	内容等
令和5年 8月 1日	第1回検討委員会 ・国、県、市の観光の動向 ・第3次日立市観光物産振興計画の取組状況 ・施策の体系 ・今後の策定スケジュール ・アンケート調査・ヒアリング調査の実施
8月28日から 9月15日まで	観光関係団体等へのヒアリング調査
9月 4日から 9月 8日まで	インターネットアンケート調査
10月11日	第2回検討委員会 ・委員向けアンケート調査の結果 ・インターネットアンケート調査の結果 ・観光関係団体等へのヒアリング調査の結果 ・日立市の観光物産振興に係る課題 ・第4次日立市観光物産振興計画の基本理念等（案）
11月24日	第3回検討委員会 ・第4次日立市観光物産振興計画の基本理念等（案） ・第4次日立市観光物産振興計画の骨子（案）
令和6年 2月 7日	第4回検討委員会 ・第4次日立市観光物産振興計画（案） ・令和6年度の重点施策 ・計画の進行管理及び評価

## 2 インターネットアンケート調査結果

### (1) 調査概要

- ① 目的 旅行に対する意識、旅行する際に参考とする情報源、日立市の主な観光資源・特産品の認知度等について、年齢や性別等、様々な属性の方に対して調査を実施し、日立市に対する観光ニーズ等を把握する。
- ② 期間 令和5年9月4日～8日
- ③ 方法 インターネットリサーチ
- ④ 対象 日立市民、関東地方・福島県在住の男女（20歳以上）
- ⑤ 回答数 629件
- ⑥ 調査項目 52項目

### (2) 調査項目

調査方法	数	分類	数	主な調査項目
調査会社提供データ	10	基本情報	10	性別、年齢、居住地、家族構成、年収、職業等
スクリーニング調査	1	基本情報	1	来訪経験及び居住地
本調査	41	基本情報	2	車等の所有状況
		旅行への意識	7	旅行の嗜好や情報の発受信等
		日立市での旅行経験	7	日立市を訪問した際の来訪目的や同行者、市内での移動等
		日立市の観光資源	7	日立市の観光資源（11種類）の認知度や満足度
		日立市の特産品	4	日立市の特産品（5種類）の認知度や購入経験
		その他	14	観光客の受入意向（6項目） シビックプライド（6項目） ひたちらしさ等（2項目）

#### ■調査対象とした観光資源

かみね公園及びかみね動物園、日立アルプスハイキングコース、日立市の夜景、日立市の果樹園、日立市の海水浴場、道の駅日立おさかなセンター、日立風流物、日立駅から見える景色、日立市のウミウ捕獲場、御岩神社、奥日立きららの里

#### ■調査対象とした特産品

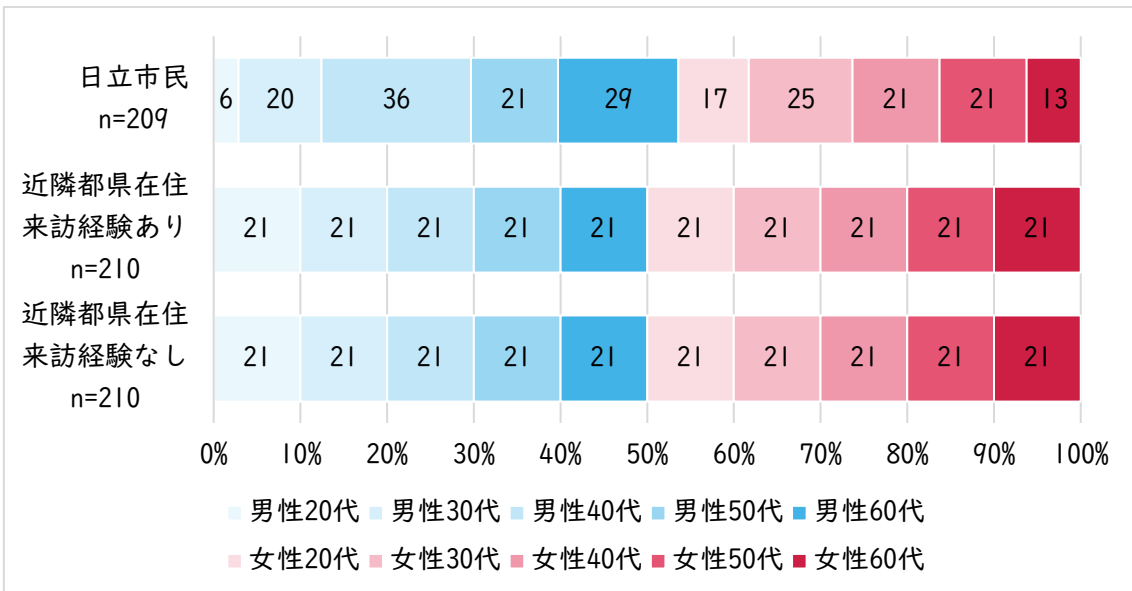
農産物（茂宮かぼちゃ、折笠ぶどう、中里りんごなど）、地酒（富久心、富士大観など）、海産物（しらす、メヒカリ、さくらダコなど）、銘菓（鶉まいでしょ、大みか饅頭など）、加工品（あんこう鍋セット、みそプリンなど）

### (3) スクリーニング調査及び回答者の構成

本調査を実施するに当たり、回答者の性別や年代のほか、居住経験や訪問経験に応じて①日立市民、②来訪経験あり、③来訪経験なしの3つのカテゴリーに分類するためのスクリーニング調査を実施し、属性ごとの回答者数に偏りが出ないようにした。

SCI あなたが、日立市に最後に訪れたのはいつですか。

選択肢	カテゴリ
<b>住んでいる</b>	
1. 現在、日立市に住んでいる	➡①日立市民
<b>訪れたことがある</b>	
2. ~1年前	➡②来訪経験あり
3. 1年よりも前~3年以内	
4. 3年よりも前~5年以内	
5. 5年よりも前~10年以内	
6. 10年よりも前	➡対象外
<b>訪れたことがない</b>	
7. 一度も日立市を訪れたことがない	➡③来訪経験なし



※各カテゴリーで、性別（男女）、年代（20代～60代）が均等割付となるよう実施した。ただし、回答が得られなかったものについては近い条件の回答者で補填した。

- ・日立市民 20代、30代男性→日立市民 40代男性
- ・日立市民 20代女性→日立市民 30代女性
- ・日立市民 60代女性→日立市民 60代男性



#### (4) 主な調査結果

Q3

次にあげる旅行・レジャー（日帰りを含む）の中からあなたがぜひ行きたいと思うものを5つまで選んでください。

■対象：全員

■選択肢：[複数回答※5つまで] 1.農山漁村で交流や体験を楽しむ旅行 2.自然環境を学び、環境の保全に貢献する旅行 3.自然の中で過ごすことを楽しむ旅行（キャンプなど） 4.季節の花々を楽しむ旅行 5.目的地でのトレッキングやウォーキングを楽しむ観光 6.映画・テレビ等のロケ地めぐり 7.都市の建築物や、文化施設、各種展示会などを楽しむ旅行 8.地域の産業遺産や現役の産業施設（工場・工房等）を巡る旅行 9.地域の温泉を楽しむ観光 10.地域の寺社仏閣を楽しむ観光 11.地域固有の食を楽しむ観光 12.各地域の祭りや観光イベント 13.車の運転や車窓の景色を楽しむことを主とした観光 14.地域の鉄道やバスなど、地域公共交通を楽しむ旅行 15.スポーツ観戦や、自分自身がスポーツを楽しむ旅行 16.最新の技術（AI、自動運転のクルマなど）を楽しむ旅行 17.施設や食事、景色など撮影を楽しむ旅行（インスタ映えするスポット巡り） 18.滞在先のリゾートライフを楽しむ観光 19.医科学的な根拠に基づく健康の回復、維持・増進につながる旅行 20.観光地やリゾートで働きながら休暇をとり、その地域で楽しむ旅行（ワーケーション：ワーク＋バケーション） 21.出張に合わせて休暇をとり、業務の前後に出張先等での観光を楽しむ旅行（ブレジャー：ビジネス＋レジャー） 22.その他〔自由記述〕 23.特に行きたいと思うものはない

	1位	2位	3位	4位	5位
20代 n=107	温泉 47.7%	キャンプ等 32.7%	季節の花々 27.1%	食文化 26.2%	リゾート 26.2%
30代 n=129	温泉 47.3%	キャンプ等 34.1%	食文化 31.8%	季節の花々 27.9%	撮影 24.8%
40代 n=141	温泉 47.5%	食文化 38.3%	寺社仏閣 31.2%	祭りイベント 23.4%	トレッキング 22.0%
50代 n=126	温泉 48.4%	食文化 34.9%	寺社仏閣 32.5%	季節の花々 23.8%	建築物等 23.8%
60代 n=126	温泉 51.6%	季節の花々 42.1%	食文化 34.1%	寺社仏閣 33.3%	建築物等 25.4%

Q5

あなたは、国内で旅行・レジャー（日帰りを含む）に出かける前に何を参考にしますか。あてはまるものを全て選んでください。

■対象：全員

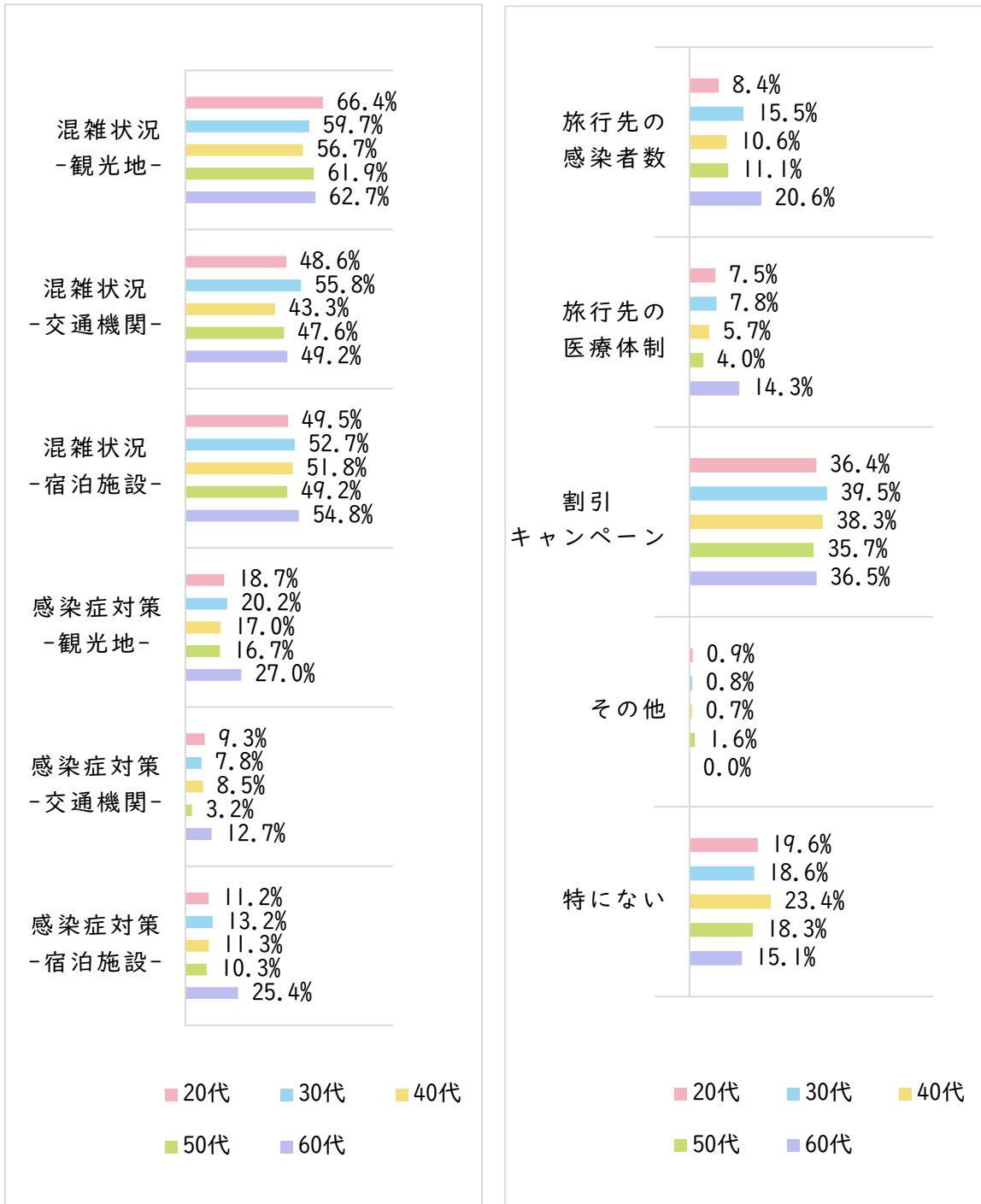
■選択肢：[複数回答]1.ガイドブック／旅行専門雑誌 2.パンフレット 3.新聞・雑誌の記事・広告・チラシ 4.テレビ・ラジオの番組・CM 5.小説、マンガ、アニメ、映画などの作品 6.家族・友人の話 7.旅行者 8.観光案内所・情報センター 9.旅行先の自治体のホームページ、観光地や施設の公式サイト 10.旅行予約サイト／アプリケーション 11.インターネットでの書込情報（施設評価、口コミサイト、まとめサイトなど） 12.Facebook 13.X（旧Twitter） 14.Instagram 15.You Tube 16.TikTok 17.観光物産展 18.駅・車内のポスター 19.その他〔自由記述〕 20.特にない

	1位	2位	3位	4位	5位
20代 n=107	<u>Instagram</u> 44.9%	<u>You Tube</u> 36.4%	ガイドブック・ 旅行予約サイト等・家族友人の話 29.9%		
30代 n=129	ネットの <u>書き込み情報</u> 45.7%	<u>ガイドブック</u> 43.4%	<u>Instagram</u> 35.7%	旅行 予約サイト等 29.5%	家族友人の話 27.9%
40代 n=141	ネットの <u>書き込み情報</u> 51.1%	<u>ガイドブック</u> 42.6%	自治体HP等 33.3%	旅行 予約サイト等 30.5%	<u>You Tube</u> 25.5%
50代 n=126	ネットの <u>書き込み情報</u> 43.7%	自治体HP等 40.5%	<u>ガイドブック</u> 39.7%	旅行 予約サイト等 34.9%	家族友人の話 31.7%
60代 n=126	<u>ガイドブック</u> 48.4%	自治体HP等 42.1%	旅行 予約サイト等 37.3%	ネットの <u>書き込み情報</u> 33.3%	家族友人の話 31.0%

Q7 次のうち、あなたが旅行する際に必要な情報は何か。(いくつでも)

■対象 : 全員

■選択肢:[複数回答]1.観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の混雑状況 2.交通機関の混雑状況 3.宿泊施設の混雑状況 4.観光地(観光・商業施設、飲食店、街中など)の感染症対策状況 5.交通機関の感染症対策状況 6.宿泊施設の感染症対策状況 7.旅行先の感染者数 8.旅行先の医療体制 9.割引キャンペーンなどの実施状況 10.その他[自由記述] 11.特にな

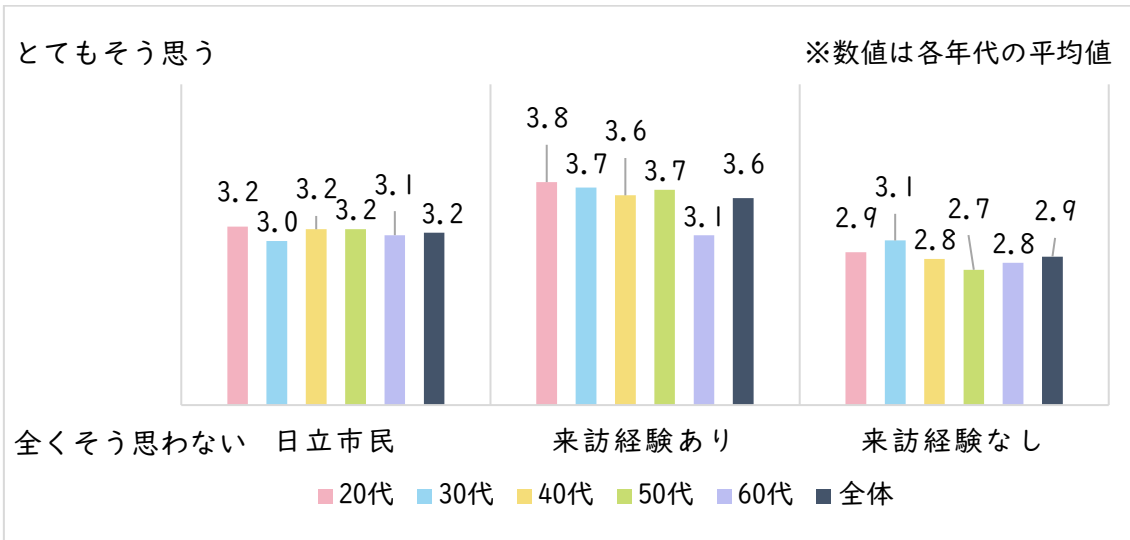


Q12 あなたは日立市で旅行やレジャーをしたいと思いますか。

Q13 前問で【【Q12の選択内容】】と回答した理由を教えてください。

■対象 : 全員

■選択肢: Q12 1. 全くそう思わない 2. そう思わない 3. どちらともいえない 4. そう思う 5. とてもそう思う 6. わからない Q13[自由記述]

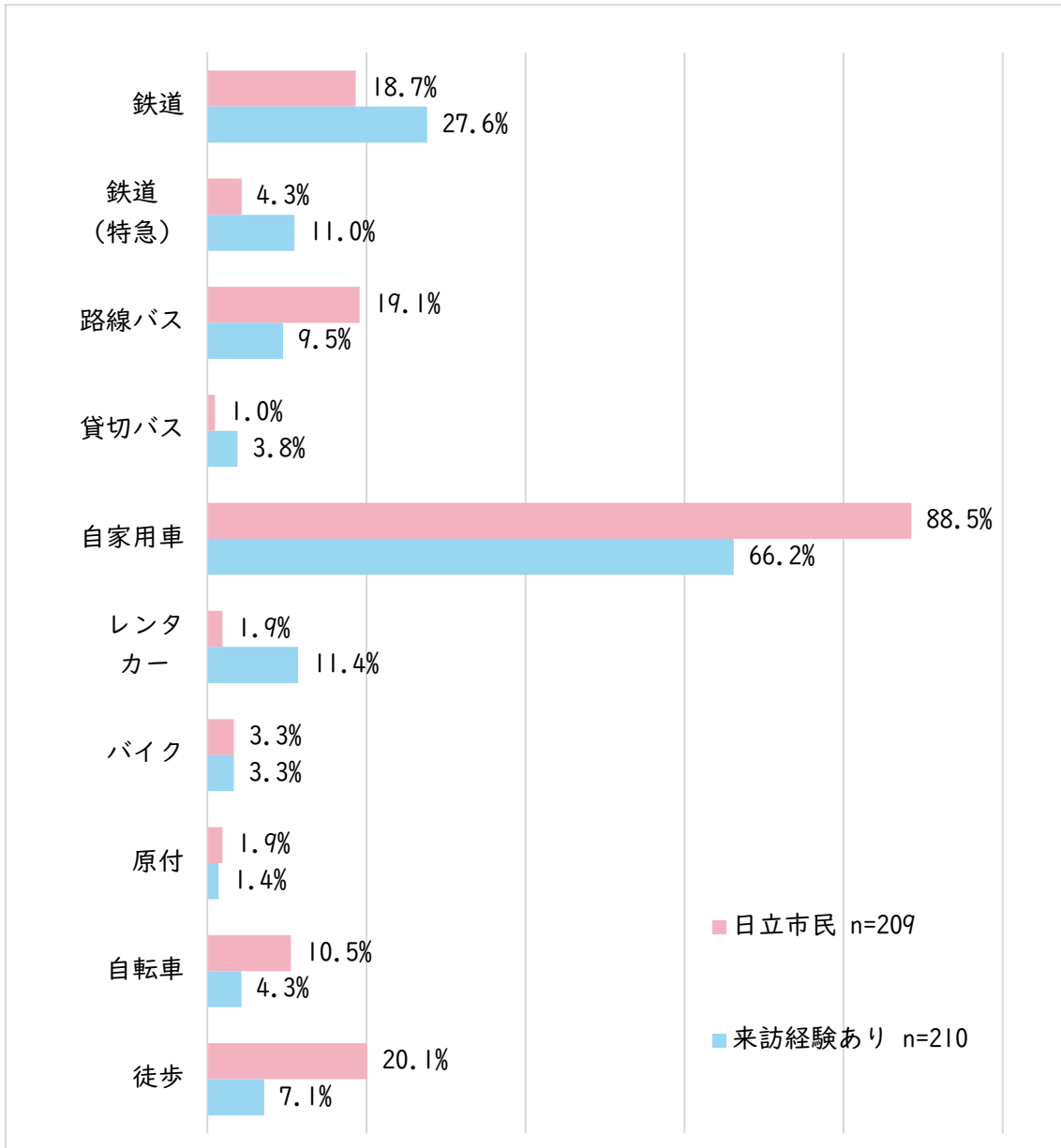


Q12の回答	Q13の回答	
1 全く そう思わない	魅力がない、知らない	観光するところがない もっと楽しそうなところに行きたい
2 そう思わない	魅力がない、知らない 観光するところがない	家電のイメージしかない もう満喫したから
3 どちらともい えない	魅力がない、知らない 近すぎる、遠い キャンプ場が少ない 温泉施設がない 駅以外魅力を感じない きっかけがない 情報が目に留まらない	楽しそうなところがない 買い物が楽しめない 帰省した孫と楽しみたい 道路が混雑している 割引キャンペーンがあれば行く 魅力的なイベントがあれば行く 話題性がない
4 そう思う	おしゃれなカフェがある ゴルフ/サーフィンをする のどか 自然が豊か 海がきれい 海と山がある 駅が有名と聞いた 鉱山の歴史を知りたい	近場で安価に非日常を楽しみたい 海産物がおいしそう 子どものころ学生時代に行った テレビで見たから 御岩神社・かみね公園がある
5 とても そう思う	おしゃれなカフェがある のどかだから、自然が豊か 海がきれい、海と山がある	御岩神社・かみね公園がある 海産物がおいしそう
6 わからない	興味が無い、魅力がない 知らない、近すぎる	何県にあるかわからない どこにあるかわからない

Q14 日立市内を移動する（した）際の交通手段を教えてください。（いくつでも）

■対象：①日立市在住・②来訪経験あり

■選択肢：[複数回答]1.鉄道 2.鉄道（特急） 3.路線バス 4.貸切バス 5.自家用車 6.レンタカー 7.バイク 8.原動機付自転車（原付） 9.自転車 10.徒歩 11.その他 [自由記述]





Q16 日立市の観光資源として、あなたが聞いたことがあるものを全て選んでください。

■対象：全員

■選択肢：[複数回答]1.かみね公園、かみね動物園 2.日立アルプスハイキングコース 3.日立市の夜景 4.日立市の果樹園 5.日立市の海水浴場 6.道の駅日立おさかなセンター 7.日立風流物 8.日立駅から見える景色 9.日立市のウミウ捕獲場 10.御岩神社 11.奥日立きららの里 12.その他 [自由記述] 13.聞いたことがあるものはない

	日立市民 n=209	近隣都県在住 来訪経験あり n=210	近隣都県在住 来訪経験なし n=210	全体 n=629
かみね公園	95.2%	33.3%	2.4%	43.6%
日立アルプス	18.2%	8.6%	4.3%	10.3%
夜景	55.5%	20.0%	2.4%	25.9%
果樹園	35.9%	10.0%	0.5%	15.4%
海水浴場	82.3%	36.2%	4.8%	41.0%
道の駅	92.3%	47.6%	7.1%	49.0%
日立風流物	68.4%	7.6%	1.4%	25.8%
日立駅からの景色	73.2%	26.2%	2.4%	33.9%
ウミウ捕獲場	62.7%	11.0%	0.5%	24.6%
御岩神社	79.4%	23.3%	2.9%	35.1%
奥日立きららの里	83.7%	15.2%	1.9%	33.5%
どれも知らない	2.9%	20.0%	81.9%	35.0%

Q22 次に示す選択肢について、日立市の特産品であることを知っているものを選んでください。(いくつでも)

■対象：全員

■選択肢：[複数回答]1.農産物（茂宮かぼちゃ、折笠ぶどう、中里りんごなど） 2.地酒（富久心、富士大観など） 3.海産物（しらす、メヒカリ、さくらダコなど） 4.銘菓（鶉まいでしょ、大みか饅頭など） 5.加工品（あんこう鍋セット、みそプリンなど） 6.その他 [自由記述]

	日立市民 n=209	近隣都県在住 来訪経験あり n=210	近隣都県在住 来訪経験なし n=210	全体 n=629
農産物	62.7%	27.6%	11.9%	34.0%
地酒	26.8%	12.9%	4.3%	14.6%
海産	65.6%	47.1%	27.6%	46.7%
銘菓	67.9%	12.4%	2.9%	27.7%
加工品	60.3%	36.7%	21.0%	39.3%

- Q26 あなたの考えとしてあてはまるものを選んでください。
- 7 あなたは日立市に住んでいることを誇りに思いますか。
  - 8 あなたは「日立市が好きだ」と思いますか。
  - 9 あなたは「日立市にずっと住み続けたい」と思いますか。
  - 10 あなたは「日立市にいつまでも変わってほしくないものがある」と思いますか。
  - 11 あなたは「地域社会をより良い場所にするために自分なりの貢献ができています」と思いますか。
  - 12 あなたは「日立市民であることは自分にとって重要なことである」と思いますか。

■対象 : ①日立市民  
 ■選択肢 : 1. 全くそう思わない 2. そう思わない 3. どちらともいえない 4. そう思う 5. とてもそう思う

	平均値					
	20代	30代	40代	50代	60代	全体
日立市に住んでいることを誇りに思う	3.3	3.1	3.1	3.4	3.4	3.2
「日立市が好きだ」と思う	3.3	3.3	3.3	3.5	3.6	3.4
「日立市にずっと住み続けたい」と思う	3.0	3.4	3.4	3.7	3.7	3.5
「日立市にいつまでも変わってほしくないものがある」と思う	3.1	3.2	3.2	3.4	3.5	3.3
「地域社会をより良い場所にするために自分なりの貢献ができています」と思う	2.7	2.8	2.8	2.7	3.0	2.8
「日立市民であることは自分にとって重要なことである」と思う	2.7	2.9	2.9	3.0	3.2	3.0
回答者数(人)	23	45	57	42	42	209

**Q27** 日立市の中で観光客に発信できる「ひたちらしさ」(観光資源、特産品など)は何だと思いますか。ご自由にお書きください。

■対象 : 全員 ■回答 : [自由記述]

●日立市民 n=209

主な意見(回答数)	キーワード
ない(74) 海と山(51) 自然(36) 海産物(24) 日立製作所/工業(16) かみね公園(15) 桜(12) 海(10)	あんこう めひかり たこ おさかなセンター 海と山 気 候 夜景 東京から近い/遠い のどか 田舎 都市化し すぎていない 大煙突 さくら 日立製作所 家電 工場 海 景色 大みか饅頭

●来訪経験あり n=210

主な意見(回答数)	キーワード
ない(75) 海産物(42) 自然(23) 日立製作所/工業(22) 海(17) 景 色(12) 海と山(10) ※海浜公園 (8)	あんこう しらす おさかなセンター 海と山 夜景 東京 から近い/遠い 混んでいない 田舎 街並み 日立製作所 工場 産業 酒 納豆 郷土料理 日立煎餅 テクノロジー 科学

●来訪経験なし n=210

主な意見(回答数)	キーワード
ない(157) 日立製作所/工業(12) 海産物(11)	あんこう 家電 街並み 田舎 日立製作所

**Q28** 日立市の観光で新たに活用できそうな魅力(人物 店 風景など)は何だと思いますか。ご自由にお書きください。

■対象 : 全員 ■回答 : [自由記述]

●日立市民 n=209

主な意見(回答数)	キーワード
ない(93) 海産物(24) 日立駅(21) 海(17) 自然(15) かみね公園(15) 海と山(11) 景色(11) グルメ(10)	おさかなセンター 景色 ヒタチエ 駅前の活性化 体験 農園 夜景 バイパス 御岩神社 音楽 海にバーベキュー 場 グランピング キャンプ パンダ さくら 日立製作所 カフェ きららの里 吉田正

●来訪経験あり n=210

主な意見(回答数)	キーワード
ない(101) 日立製作所/工業(22) 海(23) 景色(17)	あんこう おさかなセンター 夜景 海と山 山から眺める海 ゆったり過ごせる 混んでいない 街並 み 日立製作所 工場見学 産業 かみね公園/動物園 駅 からの景色 大煙突(復元) サーフィン グランピング キャンプ 温泉 アクティビティの充実 カフェ メニュー の工夫

●来訪経験なし n=210

主な意見(回答数)	キーワード
ない(161) 海(16)	海の見えるロッジ 海のアクティビティ キャンプ場 方 言の解説 海の景色 太平洋 日立製作所 日立の木 特急 を生かしたキャンペーン

### 3 観光関係団体等へのヒアリング調査結果

#### (1) 調査概要

- ①目的 利用者数の推移、市の観光資源、情報発信手法等について市内外の観光関係事業者等に対して調査を実施し、観光関連事業者の現状や今後活用すべき観光資源や情報発信手法等について把握する。
- ②期間 令和5年8月28日～9月15日
- ③方法 対面又はメール
- ④対象 市内外の観光団体、商工団体、宿泊事業者、旅行事業者、交通事業者、飲食店等
- ⑤回答数 40団体・事業者
- ⑥設問数 20項目

#### (2) 調査結果

Q1 過去5年間で、外国人を含めて利用者数はどのように変化していますか

	多くなった	変わらない	少なくなった	合計
観光・商工団体	2	0	2	4
宿泊事業者	4	4	2	10
旅行事業者	1	1	2	4
交通事業者	0	0	3	3
飲食店等	1	1	5	7
その他団体等	4	2	5	11
合計	12	8	19	39

#### (主な意見等)

- ・コロナ禍前に完全に戻ってはいないが、少しずつ回復傾向にある。
- ・コロナ禍前と同程度に戻りつつある。
- ・令和4年度は、いば旅あんしん割の効果等で増加した。
- ・日本人は変化がないが、外国人は回復していない。
- ・外国人の利用はもともと少ない。
- ・競合他社の影響により、減少している。

Q2 利用者で特に多い属性（地域、性別、年代）はどのような方ですか  
（重複あり）

### ア 地域

	県内	近隣都県	全国	世界	不明	合計
観光・商工団体	2	1	0	0	2	5
宿泊事業者	4	3	3	0	3	13
旅行事業者	3	0	1	0	0	4
交通事業者	2	0	0	0	1	3
飲食店等	3	0	1	0	2	6
その他団体等	8	2	1	0	1	12
合計	22	6	6	0	9	43

（主な意見等）

- ・最近では、茨城空港の効果で九州や北海道にお住まいの方も訪れる。
- ・施設周辺に住む方が主に訪れる。

### イ 構成等

	単身 (ビジネス客等)	家族連れ (親+子ども等)	高齢者	その他、 特になし	合計
観光・商工団体	0	2	0	2	4
宿泊事業者	6	3	2	2	13
旅行事業者	0	0	0	4	4
交通事業者	0	0	2	2	4
飲食店等	2	3	1	3	9
その他団体等	1	4	3	7	15
合計	9	12	8	20	49

（主な意見等）

- ・平日はビジネス利用、休日は家族連れの利用が多い。
- ・学生などの合宿や試合での利用が多い。



Q3 日立市の代表的な観光資源（ストーリー）といえば何が思い浮かびますか

No	回答	件数	関連意見
1	御岩神社	21	
2	日立駅	18	・日立駅からの景色
3	かみね公園	17	・かみね動物園
4	海	11	・海水浴場 ・海岸線 ・海を眺められる場所
5	桜	10	・平和通りの桜並木 ・桜のストーリー
6	山	6	・日立アルプス ・ハイキング ・御岩山 ・豎破山 ・里山
7	ウミウ	5	・ウミウ捕獲場
8	日立シビックセンター	5	・科学館
9	日の出	5	・夕日
10	国民宿舎鶴の岬	5	
11	日立鉱山の大煙突	5	
12	日鉱記念館	4	
13	奥日立きららの里	4	
14	吉田正音楽記念館	2	
15	日立風流物	2	
16	日立製作所の創業地	2	
17	旧共楽館	2	
18	日立オリジンパーク	2	
19	大甕神社	2	
20	泉神社	2	
21	パワースポット	2	
22	地層	2	
23	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・十王パノラマ公園</li> <li>・長者山遺跡</li> <li>・白砂青松の海岸</li> <li>・澳津説神社</li> <li>・さくらロードレース</li> <li>・モルちゃん古代像</li> <li>・平和の鐘</li> <li>・新田次郎文学碑</li> <li>・ハレニコ</li> <li>・塙山キャバレー</li> <li>・金砂神社磯出大祭礼</li> <li>・泉が森</li> <li>・道の駅日立おさかなセンター</li> <li>・中里フルーツ街道</li> <li>・中里の自然</li> <li>・海鮮</li> <li>・イベント</li> </ul>

Q4

今後、日立市で新たに活用できそうな観光資源（ストーリー）は何かありますか

No	分類	内容	
1	新しい イベントの 開催	農水産物関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・グルメフェス</li> <li>・日立フルーツマラソン</li> <li>・農水産物を活用した体験型イベント</li> </ul>
		神社関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大甕神社、泉神社、御岩神社の三社を巡る仕掛けづくり</li> <li>・寺神社巡り</li> </ul>
		自然（海、さくら等）、歴史関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・さくらを活用したイベント</li> <li>・自然を活用したトライアスロン</li> <li>・海水浴場を活用したフェス</li> <li>・磯遊び教室</li> <li>・日立シーサイドロードのライトアップ</li> <li>・シーサイドマラソン</li> </ul>
		施設関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内有料施設の周遊イベント</li> <li>・日立シビックセンターでの体験イベント</li> <li>・かみね公園を活用したイベント</li> <li>・さくらアリーナを活用したイベント</li> </ul>
		その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日立製作所OBと子どもとのマッチングによる学び旅</li> <li>・観光手形（提携店舗共通のサービスチケット）の配布</li> <li>・バイクツーリングイベント</li> <li>・盆踊り（日立音頭）</li> <li>・トレイルラン</li> </ul>
2	観光施設等の 新設、リ ニューアル	海関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海岸への釣り公園の整備</li> <li>・水木～大甕の海岸線への遊歩道の整備</li> <li>・共同釣り場の整備</li> </ul>
		施設関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・きららの里を利用した体験型施設の整備</li> <li>・日立駅からかみね公園、きららの里までのロープウェイ整備</li> </ul>
		その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・塙山キャバレーのリニューアル</li> <li>・一年間見られる桜の整備</li> <li>・デザインマンホールの設置</li> <li>・サイクリングコースの整備</li> <li>・日立アルプスの経路拡大</li> </ul>

No	分類	内容	
3	既存の観光資源の活用	農水産物関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・しらすの活用</li> <li>・農水産物を活用した新商品の検討</li> <li>・定置網漁業の活用</li> </ul>
		神社関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御岩神社、泉が森、大甕神社、河原子（天満）神社の活用</li> </ul>
		自然（海、さくら等）、歴史関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業遺産の活用</li> <li>・さくらの活用</li> <li>・電鉄跡地、地層、さくらといった市の発展ストーリーの活用</li> <li>・海のレジャー（マリンスポーツなど）</li> <li>・海沿いのブランディング</li> </ul>
		施設関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・工場見学</li> <li>・LNG基地の活用</li> <li>・河原子～水木海岸に整備された遊歩道の活用</li> <li>・新都市広場の有効活用</li> </ul>
		その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然、歴史、食の組み合わせによる意味消費型の体験観光</li> <li>・鉱山跡見学</li> <li>・産業遺産観光</li> <li>・日立駅や彫刻群を含むモニュメント巡り</li> <li>・夜の動物園の通年開催</li> <li>・日立駅周辺の活用</li> <li>・グルメコースの設定</li> <li>・ウミウの活用</li> <li>・おいしい食を提供する店の活用</li> <li>・徐福伝説 ・オートキャンプ場</li> </ul>
4	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャイアントパンダ誘致活動の周知</li> <li>・イタリアのジェノヴァとの国際親善姉妹都市の提携（景色が日立市と似ているから）</li> </ul>	

Q5 日立市の観光資源の魅力向上を図るために、どのような取組が必要だと考えられますか

No	回答		関連意見
1	施設等の整備、改修	自然（山、海）関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自然の活用</li> <li>・海の駅の整備</li> <li>・海岸線沿いへの若者向け施設の増加</li> <li>・河原子海岸の遊歩道を活用したヘルスロード化</li> <li>・日立アルプス登山道の整備</li> </ul>
		その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・老朽化した施設の改装</li> <li>・駅周辺の古いビル、空き店舗などの活用</li> <li>・近隣県と被らない施設の整備</li> <li>・道の駅の拡充、拠点化</li> <li>・一つに特化した観光資源の開発</li> <li>・観光拠点づくり ・遊休地の活用</li> <li>・統一デザインの観光看板の設置</li> <li>・休憩できるカフェや宿泊施設の整備</li> </ul>
2	情報発信		<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSやテレビを活用した情報発信</li> <li>・情報発信の強化、工夫 ・食の発信</li> </ul>
3	農水産物等の活用		<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の農水産物を使った統一メニューの開発</li> <li>・名物料理の発掘、開発</li> <li>・グルメコンテストの開催</li> </ul>
4	インフラの整備		<ul style="list-style-type: none"> <li>・駅前ロータリーへの観光バス発着場所の整備</li> <li>・道路渋滞の緩和</li> <li>・サイクリングの道路拡幅</li> <li>・公共交通機関の整備</li> <li>・駐車場の整備 ・道路整備</li> <li>・自然と触れ合う遊歩道の整備</li> </ul>
5	イベントの開催		<ul style="list-style-type: none"> <li>・河原子海岸周辺でのイベント開催</li> <li>・市全体としての組織的、持続的なイベントの実施</li> <li>・市への来訪のきっかけになるイベントの開催</li> </ul>
6	関係者等との連携		<ul style="list-style-type: none"> <li>・日立製作所との連携 ・産学官連携</li> </ul>
7	受入体制の整備		<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光人材の育成 ・受入体制の強化</li> <li>・宿泊施設の増加</li> </ul>
8	回遊性の向上		<ul style="list-style-type: none"> <li>・点在する観光資源をつなげる取組</li> <li>・観光地へ向かう路線バスの効率的な運行</li> </ul>
9	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットを決めて一極集中</li> <li>・昭和の名残がある街並みの活用</li> <li>・「ひたちらしさ」の絞り込み、明確化と共有</li> <li>・シーサイドトレイルの取組</li> <li>・若者の起業の促進</li> <li>・おさかなセンターの活性化</li> <li>・中長期的、総合的な取組</li> <li>・事業者のビジネス力の向上</li> </ul>

Q6 日立市の魅力を生かした体験メニューはどのようなものが考えられますか

No	回答	件数	関連意見
1	工場見学	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>・工場見学に+αの要素を加える。</li> <li>・工場見学に加え、現場の人と交流する。</li> <li>・ものづくり体験</li> </ul>
2	漁業体験	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>・漁業体験に+αの要素を加える。</li> <li>・漁業体験に加え、現場の人との交流を加える。</li> </ul>
3	農業体験	7	
4	食に関する体験	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試食体験</li> <li>・自然の中での食事</li> <li>・市内の農水産物を使った食の体験プラン</li> <li>・食材の調理体験</li> </ul>
5	職業体験	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飼育員や獣医師の体験</li> <li>・シビックセンター等の職員体験</li> <li>・コンサート企画運営体験</li> </ul>
6	酒造見学	2	
7	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドライブインシアター体験</li> <li>・納豆づくり体験</li> <li>・日立製作所OBを対象とした老舗巡り</li> <li>・移住体験</li> <li>・食事つき歴史探訪ツアー</li> <li>・昔の人の暮らし体験</li> <li>・海的生活体験</li> <li>・山的生活体験</li> <li>・工場生活体験</li> <li>・遊覧船</li> <li>・妹島和世建築を巡るガイドプラン</li> <li>・プラネタリウム解説体験</li> <li>・巫女さん体験</li> <li>・旧炭鉱跡を巡る体験</li> <li>・市内観光施設を巡るバスツアー</li> <li>・大煙突の見学</li> <li>・動物のエサやり、ふれあい体験</li> <li>・アスリートとともにスポーツ体験</li> <li>・山から見た景色</li> <li>・海から見た景色</li> <li>・地元スナックや老舗料理店での大人の時間</li> </ul>



Q7 普段、どのような発信媒体で情報を発信していますか

No	回答	件数	関連意見
1	公式ホームページ	30	
2	SNS	28	
3	新聞広告	14	
4	チラシ	4	
5	メルマガ	4	
6	テレビ	3	
7	ラジオ	3	
8	市報	3	
9	看板広告	2	
10	ポスター	2	
11	旅行サイト	2	
12	雑誌	2	
13	広報誌	2	
14	ECサイト	2	
15	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ひたちナビ</li> <li>・インスタグラマー招致</li> <li>・メディア取材</li> <li>・デジタルサイネージ</li> <li>・クチコミ</li> <li>・パンフレット</li> <li>・ネット広告</li> </ul>

Q8 普段、どのような情報を発信していますか

No	回答	件数	関連意見
1	商品紹介	26	
2	イベント情報	13	
3	周辺の観光案内	8	
4	施設案内	7	
5	業務内容	2	・仕事の実績
6	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員の紹介</li> <li>・セミナー情報</li> <li>・安全安心の工夫</li> <li>・利用者の声</li> <li>・県北ガストロノミー活動</li> <li>・音楽のまち日立</li> <li>・大煙突とさくらの歴史伝承</li> </ul>

Q9 利用者に商品等をSNSで発信してもらうために、どのような工夫をしていますか

No	回答	件数	関連意見
1	写真映え	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の見た目</li> <li>・装飾や照明</li> <li>・展示方法</li> <li>・陳列方法</li> </ul>
2	クチコミの依頼	2	
3	文章の工夫	2	
4	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・オリジナル顔出しパネルの設置</li> <li>・音声SNSの利用</li> <li>・建築の工夫（景色や波音の活用）</li> <li>・オンリーワンの取組を発信</li> <li>・情報発信の内容を少しだけ超えるおもてなしの提供</li> <li>・商品の内容</li> <li>・ハッシュタグの工夫</li> <li>・投稿時間の意識</li> <li>・静止画と動画の使い分け</li> <li>・目を引く写真の投稿</li> <li>・使い勝手の良い商品の開発</li> <li>・レア・コアな情報の発信</li> </ul>

Q10 外国人を受け入れるために進めている取組は何かありますか

No	回答	件数	関連意見
1	外国人スタッフの配置	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国語が話せるスタッフの配置</li> <li>・外国語の習得</li> <li>・外国語での放送案内</li> <li>・通訳の手配</li> </ul>
2	外国語パンフレットの作成	4	
3	設備等の外国語表記	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・掲示物の外国語表記</li> <li>・券売機の多言語化</li> </ul>
4	翻訳アプリの活用	3	
5	公式ホームページの多言語化	2	・SNSでの外国語発信
6	宗教の違いに配慮した食事の提供	2	
7	インバウンド向け商品の開発	2	
8	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド専門部署による対応</li> <li>・SNSでの外国人ニーズ調査</li> <li>・外国人受け入れの雰囲気づくり</li> <li>・分かりやすい日本語での案内</li> </ul>

Q11 コロナ禍前後において、利用者の客層はどのように変化しましたか

No	回答	件数	関連意見
1	変化なし	21	
2	少人数の利用が増加	5	
3	団体客の減少	4	
4	県西、県南からの利用者の増加	2	
5	外国人観光客の減少	2	
6	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍では団体客が減少したが、揺り戻して団体客が増加している</li> <li>・県外からランチのみで訪れる客が増えている</li> <li>・首都圏からの来訪者が増加した</li> <li>・コロナ禍前はシニアの利用者が多かったが、このところ若い利用者が増えた</li> <li>・コロナ禍等の社会不安で癒しを求めて訪れる人が多い</li> <li>・ツアーが少なくなった</li> <li>・企業、学校、行政向けの商品を取り扱っていたが、学校に絞った</li> <li>・自店舗周りの人通りが減少した</li> <li>・高齢者の利用が減少した</li> </ul>

Q12 コロナ禍前後において、利用者に対する対応等はどのように変化しましたか

No	回答	件数	関連意見
1	消毒の実施	6	・手指消毒の呼びかけ
2	マスクの着用	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者へのマスク着用周知</li> <li>・従業員のマスク着用</li> </ul>
3	人数の制限	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・整理券の配布</li> <li>・1テーブルに一人掛けを呼びかけ</li> </ul>
4	アクリル板の設置	2	
5	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・コップや割り箸の使い捨て</li> <li>・体温測定</li> <li>・感染症対策が万全の施設を優先案内</li> <li>・試食の提供の中止（代替サービスの提供）</li> <li>・おもてなし対応の強化</li> <li>・マイクロツーリズムと首都圏からの誘客に注力</li> <li>・運営体制の縮小</li> <li>・キャッシュレス決済の導入</li> </ul>

Q13 どの範囲にお住まいの方に、自社の商品を購入してほしいと考えていますか

	県北	県内	関東、 近隣都県	全国	世界、 特になし	その他	合計
観光・商工団体	0	1	2	0	2	1	6
宿泊事業者	0	1	2	0	7	1	11
旅行事業者	0	2	2	0	1	1	6
交通事業者	1	1	0	0	1	0	3
飲食店等	0	0	1	1	5	1	8
その他団体等	0	2	3	0	8	0	13
合計	1	7	10	1	24	4	47

Q14 事業を展開するに当たり、観光に関連する経営上の強み、弱みは何かありますか

■強み

回答	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・複数の目的で利用できる</li> <li>・価格帯が安い</li> <li>・動物園から近い</li> <li>・海が近い立地</li> <li>・近隣観光施設との連携が可能</li> <li>・世界的、全国的なネットワークを持っている</li> <li>・安定した商品の仕入れ</li> <li>・高品質なサービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の多角化による相乗効果</li> <li>・社内ネットワークが幅広い</li> <li>・独自技術でのモノづくり</li> <li>・人材が豊富</li> <li>・特別感の提供（独自商品、景観、おもてなし）</li> <li>・穴場ローカルスポットが多数</li> <li>・柔軟性がある</li> </ul>

■弱み

No	回答	件数	関連意見
1	人手不足	13	
2	知名度が低い	3	発信力不足
3	利用者の固定化	3	
4	施設の老朽化	2	
5	滞在時間が短い	2	
6	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・商売っ気がない</li> <li>・柔軟な料金設定ができない</li> <li>・購買手法の変化</li> <li>・経費率が高い</li> <li>・物価の高騰</li> <li>・複数の施設が離れたところにあるため遠い</li> <li>・企画力不足</li> <li>・スピード感不足</li> <li>・決断力不足</li> </ul>

Q15 今後の経営方針として、どのようなものを考えていますか

回答	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品、コラボ商品の開発、ギフトの強化</li> <li>・五感で感じる観光コンテンツの開発</li> <li>・着地コンテンツの開発</li> <li>・新事業の展開、事業の多角化、店舗の拡大</li> <li>・県内の魅力旅の提案</li> <li>・ランチ営業の団体利用</li> <li>・イベントの実施</li> <li>・観光イベントのツアー企画、運営</li> <li>・ウミウ捕獲伝統技術の魅力発信</li> <li>・デジタル広告媒体の活用</li> <li>・知名度を上げる取組</li> <li>・市民に対しての還元</li> <li>・地元で愛される施設になる</li> <li>・地域貢献</li> <li>・IT技術の活用</li> <li>・人手不足の解消 ・人材導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域食材の活用</li> <li>・科学、文化、芸術を媒介とした市民同士の交流の活発化のための環境整備</li> <li>・日帰り需要の増加に向けた取組</li> <li>・海岸の通年利用に向けた取組</li> <li>・車両の更新</li> <li>・客室の改装</li> <li>・インバウンドをメインターゲットにする</li> <li>・インバウンド需要の創出</li> <li>・商品の委託販売</li> <li>・ロケ地の誘致</li> <li>・合宿の誘致</li> <li>・利用してもらうための売りの検討</li> <li>・SDGsの取組</li> <li>・現状維持</li> <li>・サービスの向上</li> <li>・展示内容、方法の更新や改善</li> </ul>

Q16 市の観光における強み、弱みはどのようなものが考えられますか

■強み

No	回答	件数	関連意見
1	自然	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海と山の景観</li> <li>・新鮮な農水産物</li> <li>・海と山が近い</li> </ul>
2	観光資源	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビュースポットが多い</li> <li>・かみね動物園やレジャーランドがある</li> <li>・海、山、企業の三拍子が揃っている</li> </ul>
3	歴史	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日立製作所の知の財産や蓄積</li> <li>・文化財や名所旧跡が多い</li> </ul>
4	アクセス	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常磐自動車道からのアクセスが良い</li> <li>・都心から2時間で来ることができる</li> </ul>
5	ネームバリュー	2	
6	気候	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都会より過ごしやすい</li> <li>・気候が安定している</li> </ul>
7	ウミウ捕獲場	2	
8	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス客は通年訪れている</li> <li>・まちの衰退に関する危機感が醸成されている</li> <li>・地域プレイヤーが増えている</li> </ul>



■ 弱み

No	回答	件数	関連意見
1	観光資源が少ない	14	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設が少ない</li> <li>・ 温泉が無い</li> <li>・ 若年層向けの施設が少ない</li> <li>・ 観光地としての魅力不足</li> <li>・ 夏以外の海の活用</li> <li>・ 自然の活用不足</li> <li>・ 一つひとつの規模が小さい</li> <li>・ 名物となる手土産がない</li> <li>・ 宿泊して利用する施設が少ない</li> </ul>
2	交通の便が悪い	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光バスの乗降が日立駅構内でできない</li> <li>・ 道路渋滞</li> <li>・ 東京圏から遠い</li> </ul>
3	知名度不足	4	
4	観光地らしさがない	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一体感や一貫性がない</li> <li>・ 看板の統一感がない</li> </ul>
5	駐車場関係	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駐車場不足</li> <li>・ 駐車場が分かりにくい</li> <li>・ 観光バスが駐車しにくい</li> </ul>
6	食事関係	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食が弱い</li> <li>・ 食事場所が分かりにくい</li> <li>・ 食事する場所が少ない</li> </ul>
7	おもてなし力	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光に関する住民の知識や理解が乏しい</li> <li>・ 市民が市の魅力を語れるほど知らない</li> <li>・ 施設関係者が無愛想</li> </ul>
8	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市のビジョンが不明確</li> <li>・ 情報の発信が弱い</li> <li>・ ネームバリューを活かし切れていない</li> <li>・ 体制が古く、時代の変化に適應できていない</li> <li>・ まちの魅力を磨き上げる本気の組織が継続して存在していない</li> <li>・ 観光資源の連携不足</li> <li>・ 流しのタクシーが無い</li> <li>・ 「日立と言えばこれ」がない</li> <li>・ 買い物できる施設が少ない</li> </ul>

Q17 市の観光振興のために重点的に進めるべきと考えられる取組はありますか

No	回答	件数	関連意見
1	観光資源の整備	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光バス駐車場の整備</li> <li>・道の駅のリニューアル</li> <li>・団体用のレストランの整備</li> <li>・観光看板の増加、統一感</li> <li>・観光施設の施設修繕等の支援</li> <li>・滞在時間を増やす施設の整備</li> <li>・受入施設（宿泊施設や食堂など）の充実</li> </ul>
2	広報宣伝の充実	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSの活用</li> <li>・市民への広報宣伝の充実</li> <li>・食事処のPR</li> </ul>
3	産学官連携	8	
4	イベントの開催	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンプラリー</li> <li>・イベント誘致</li> <li>・大規模イベントの開催検討</li> <li>・店舗とのコラボ</li> </ul>
5	観光に対する意識の向上	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興に向けた意識向上</li> <li>・観光事業者の意識向上</li> <li>・市民への観光教育</li> <li>・市民のおもてなし意識の向上</li> </ul>
6	人流の促進	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客の受入強化</li> <li>・移住の促進</li> </ul>
7	中長期的な計画の策定	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光のあり方の検討</li> </ul>
8	飲食事業者の育成	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日立市でしか食べられない食べ物の開発</li> </ul>
9	その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>・面での観光資源ルート開発</li> <li>・商店街の活性化（観光客を歓迎する体制の整備）</li> <li>・地元小学生への郷土教育</li> <li>・財源の確保</li> <li>・産業ツーリズムの発展</li> <li>・市民が市内を観光するようにする</li> <li>・市内イベント情報が一つのサイトで見られるような仕組みづくり</li> <li>・食を含めた観光マップの作成と更新</li> <li>・市民向けと市外向け事業の同時進行</li> <li>・取組の社会的インパクトの測定</li> <li>・観光バスの運行</li> </ul>

Q18 市の観光振興に対する意見、要望、期待する施策など何かありますか

回答
<p>●観光資源等の整備関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海岸道路の整備</li> <li>・ シーサイドトレイルの整備</li> <li>・ 海の見えるゲストハウスの整備</li> <li>・ 海のレジャー機能の強化</li> <li>・ 水木・河原子の一体整備（日立南ロングビーチ）</li> <li>・ 海岸沿いの空き地に観光プールの整備</li> <li>・ 海水浴場以外の海の活用方法検討</li> <li>・ 海水浴場の通年利用に向けた取組（磯遊びスポットの整備など）</li> <li>・ 県北ロングトレイルの整備（宿泊施設の整備など）</li> <li>・ 里川流域の河川敷の整備</li> <li>・ 大煙突が大きく見える展望台の設置</li> <li>・ 道の駅のリニューアル</li> <li>・ 団体が利用できる買い物施設の整備</li> <li>・ 団体バス駐車場の整備</li> <li>・ 複合商業施設の誘致</li> <li>・ 観光スポットのリニューアル</li> <li>・ 外灯や電柱の整備</li> <li>・ 常陸多賀駅の海側の整備</li> <li>・ 首都圏在住者向けのリゾート地として開発</li> <li>・ かみね公園の活性化</li> <li>・ きららの里の活用方法の見直し</li> <li>・ きららの里の魅力強化</li> </ul>
<p>●産学官連携関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光でまちを盛り上げる意欲がある方々が継続的な活動を行えるよう、行政として事務局的な機能を強化してほしい</li> <li>・ 人と人のマッチングのための仕組みづくり</li> <li>・ 中小企業の取組を学びの場として活用する仕組みづくり</li> <li>・ 市内の観光資源の連携</li> <li>・ 市と連携し、国や県の補助金を活用して商品開発をしたい</li> <li>・ 観光の専門家の活用</li> <li>・ 市、観光物産協会、商工会議所、地域事業者の情報や事業の共有化と連携</li> </ul>
<p>●今後に向けた観光振興の方向性関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今後のシミュレーションをしっかりとしながら観光計画を策定すべき</li> <li>・ インバウンド受入に向けた施策の検討</li> <li>・ オリジナル要素を加えながらの観光振興</li> <li>・ プレミアムフライデーの復活による宿泊客の誘致</li> <li>・ 選択と集中</li> <li>・ 実行できなかった事業の詳細な原因分析</li> </ul>

回答
<p>●補助金関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内外のイベント出展に対する補助の充実</li> <li>・海岸で観光事業を営む事業者への塩害対策の補助</li> <li>・観光バス車両更新に対する補助</li> <li>・観光農園の施設整備に対する補助</li> <li>・観光的な魅力アップに向けた施設の増改築に対する補助</li> </ul>
<p>●広報関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSを活用した動画による情報発信の充実</li> <li>・YouTube動画の作成、活用</li> <li>・観光物産協会のホームページのリニューアル</li> <li>・魅力度最下位を逆手に取ったPR</li> <li>・イベント情報の統一的な発信</li> </ul>
<p>●市内の交通手段の確保関係</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設からスポーツ施設への移動手段を格安に提供</li> <li>・BRTの精算方法の拡大</li> <li>・観光タクシーの増車に向けた規制緩和</li> </ul>
<p>●その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ボランティア、案内人の組織化とスキルアップ</li> <li>・観光案内ができるタクシー運転手の育成</li> <li>・移住促進の強化</li> <li>・百年塾へのパンフレット配布</li> <li>・水耕栽培の食材を使った振興</li> <li>・市内飲食店マップの作成</li> <li>・自然を売りにした観光</li> <li>・海岸線を活用した観光</li> <li>・宿泊を伴う観光の促進</li> <li>・コンサートの誘致</li> <li>・コミックマーケットの誘致</li> <li>・近隣市町村のイベントとの共同開催</li> </ul>

※以下 19 及び 20 については旅行事業者のみ回答

Q19 現在、国内において人気が高いツアーはどんなツアーですか

内容
<ul style="list-style-type: none"><li>・防災減災学習プログラム</li><li>・通常は立ち入りできない場所の見学、視察ツアー</li><li>・テーマやストーリー性があるツアー</li><li>・五感で体験できるツアー</li><li>・フォトロゲイニング体験</li><li>・単価が高い高級価格ツアー</li><li>・特別感があるツアー（限定・唯一・ユニークベニューなど）</li><li>・オリジナルぶどう狩りプラン</li><li>・癒しがテーマのツアー</li></ul>

Q20 日立市の観光資源（ストーリー）で今後ツアーに取り込みたいものは何がありますか

内容
<ul style="list-style-type: none"><li>・海岸線を観光活用できるツアー</li><li>・日立製作所と連携した「学び旅」ができるツアー</li><li>・漁業体験とそれに伴うバリューチェーン</li><li>・日立鉱山を見学するツアー</li></ul>

以 上

## 第4次日立市観光物産振興計画

策定 令和6年3月

発行 日立市産業経済部観光物産課

〒317-8601

茨城県日立市助川町1-1-1

TEL 0294-22-3111

I P 050-5528-5106

ホームページ <https://www.city.hitachi.lg.jp/>







