

大洗町観光振興計画 観光まちづくりビジョン

『共創』



平成31年3月
大 洗 町



ごあいさつ

大洗町は、水と自然に恵まれた歴史・文化、更にはさまざまな観光資源を有する茨城県を代表する観光リゾートのまちです。

社会構造の変化や定住人口の減少などの諸問題を抱える中、観光振興が地域経済活性化の施策として益々重要となっています。国は平成18年12月に観光立国推進基本法を制定し、日本の成長を牽引する産業の一つに位置付け観光立国を強力に推進しています。

観光客の旅行形態は、団体型から個人型へ、さらにアジア諸国を中心にした外国人旅行客の増加など、観光を取り巻く環境は大きく変化してきています。

環境の変化や観光客のニーズを的確に把握し、地域の資源に磨きをかけ、受入れ体制や情報発信の充実を図ることが重要であります。そのための計画として「大洗町観光振興計画観光まちづくりビジョン」を策定しました。

震災後の復興事業もほぼ全体の完成を迎え、海岸線や道路環境は機能化されたところであり、観光客は年々回復基調で推移しています。

大洗町が、県内第一の観光地として、さらに誇り高いまちとして発展していくためには、大洗観光の原点である宮下地区の観光機能の強化、風土に根ざした食・観光の促進、訪日外国人など多様化する観光需要への対応の強化、ビーチ文化の創造とアクティビティの強化、歴史や文化を核とした観光の促進、コンテンツツーリズムを通じた観光まちづくりに取り組むことが重要であると考えます。

日本初のユニバーサルビーチの大洗サンビーチ、ラムサール条約登録の涸沼、荘厳な日本美で来訪者を魅了する神磯鳥居や大洗磯前神社、大洗港のクルーズ船やマリナーなど様々な観光資源を活用するとともに、海の幸に歴史・文化を融合させる取り組みで魅力度を高め、訪れた方々が食べて・見て・遊んで・おもてなしを受けて、満足して帰っていただけるよう「五感で楽しむ感幸の町」に向け取り組んでいきます。

それを持続安定的なものにしていくには、個性ある地域の魅力を観光事業者・住民・地域が一体となり磨き上げ、同じ想いに立って「共創」でまちづくりを進めていくことが大切です。大洗は面白い・楽しいと人の心が動けば、まちづくりに参加する人も増え、ビジネスの場として民間投資も生まれます。お互いが繋がり、おもてなしの心で、大洗の更なる活性化に向け道を拓いて、これからも小さくともキラリと光る町として輝きを放ち続けていきます。

おわりに、本計画の策定にあたりまして、ご指導ご支援を賜りました大洗町観光振興計画策定委員並びにワーキンググループの皆様をはじめ、ご協力いただいた皆様に対しまして心からお礼を申し上げます。



平成31年3月

大洗町長、小島 隆亮

目次

第1章 計画策定の趣旨

- 1. 観光ビジョンの基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2. 計画の策定期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 3. 国・県の方針について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4. 国の新たな目標値について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 5. 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3

第2章 現状と課題

- 1. 大洗町について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - (1)概況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - (2)大洗町観光の歩み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - (3)大洗町観光の変遷・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
 - (4)目指すべき観光大洗・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
- 2. 大洗町観光の検証(内部環境)・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11

第3章 大洗町観光の将来像

- 1. 基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
- 2. 観光行動の変化と多様化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
 - (1)観光ニーズの多様化
《コンテンツツーリズムからの学び》・・・・・・・・・・・・ 16
- 3. 観光ニーズと4つの柱による施策の展開・・・・・・・・・・・・ 17
- 4. 4つの柱・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
 - (1)ニーズ別重点施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
- 5. 戦略的施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19

第4章 施策の展開

- 1. 共創・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 22
- 2. 魅力発信・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- 3. 環境・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
- 4. 食・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
- 5. おもてなし・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26

第5章 計画の推進体制

- 1. 組織体制と進行管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28
- 2. 計画の見直し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29

【資料編】

- 国内旅行の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
- 茨城県の観光入り込み客の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- 大洗町の観光入り込み客数の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
- 大洗町年間宿泊者の動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36

【名簿】

- 大洗町観光振興計画策定委員会委員名簿・・・・・・・・・・・・ 37
- 大洗町観光振興計画策定ワーキンググループ名簿・・・・・・・・ 38

第 1 章



計画策定の趣旨

1. 観光振興ビジョンの基本的な考え方

大洗町を取り巻く社会、経済環境の変化を鑑み、発展的持続可能な、まちづくりを推進するため、より多様なニーズに的確に対応し、大洗町の宝である“海”からの恵みを中心にあらゆる資源を活用し、観光振興を核としたまちづくりを進めることが重要である。

「第5次大洗町総合計画後期基本計画」において、「人が輝き 海が育む ふれあいのまち 大洗」を将来像として、様々な施策を展開していく。

そのためには従来の観光に関わる主体だけでなく、町民や外部の主体を巻き込みながら協働・共創の観光振興が肝要であり、従来の観光にとどまらない観光まちづくりに取り組む必要がある。

2. 計画の策定期間

計画の策定期間は、2019年度から2028年度までの10年間とする。

策定期間中には、2020年開催の東京オリンピック・パラリンピックがあり、それ以降の観光を取り巻く環境も大きく変化することも予想され、策定期間中に計画の適宜見直しを行い実効性を高める。

3. 国・県の方針について

国：観光立国推進基本計画

【計画期間】 2017年度～2020年度（4年間）

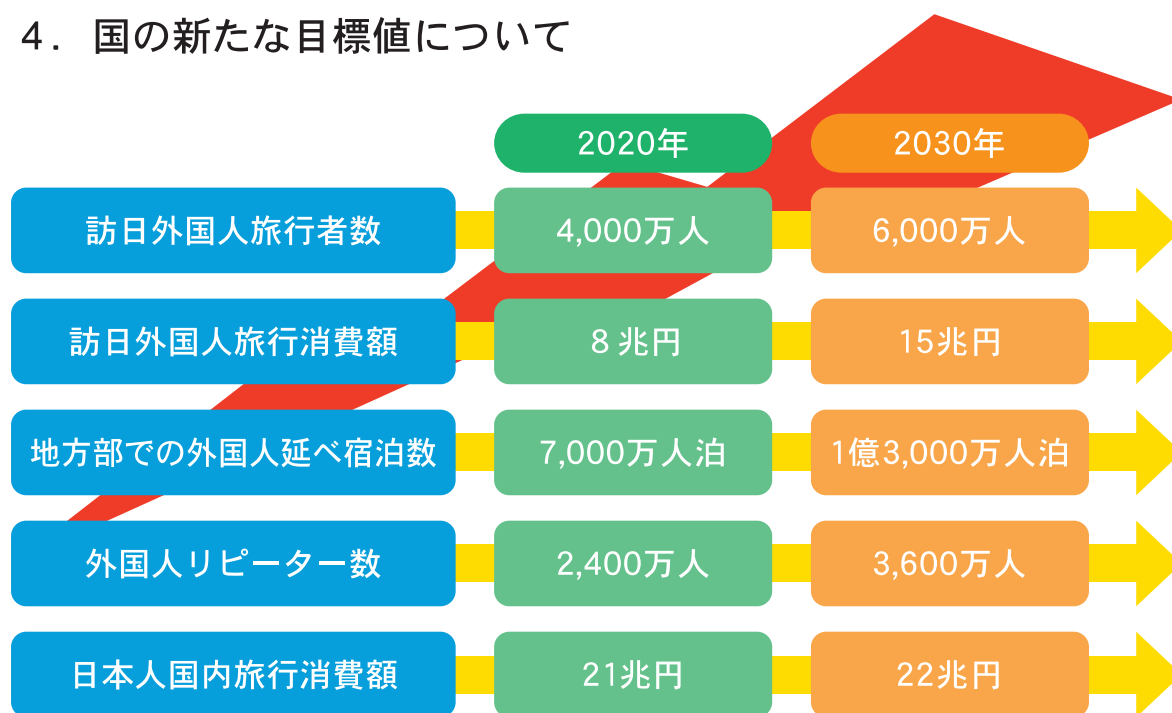
- ①国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成
- ②観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成
- ③国際観光の振興
- ④観光旅行の促進のための環境の整備

県：茨城県観光振興基本計画

【計画期間】 2016年度～2020年度（5年間）

- ①おもてなし日本一に向けた基盤づくり
- ②国内外への情報発信の強化
- ③地域の特性を活かした国内誘客促進
- 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
- ⑤魅力ある観光地域づくり
- ⑥稼げる観光産業の振興

4. 国の新たな目標値について



5. 計画の位置付け



第 2 章



現状と課題

1. 大洗町について

(1) 概況

■面積：23.74km²

■人口：17,478 人 (平成 27 年国勢調査・確定値)

(男 8,279 人, 女 8,607 人, 外国人 592 人)

■世帯：6,661 世帯

■紹介

大洗町は、茨城県太平洋沿岸のほぼ中央に位置する町で、穏やかな気候・風土に恵まれた観光・保養の地であり、日本三大民謡のひとつ「磯節」でも謡われる白砂青松の景勝地である。全国トップクラスの大型水族館「アクアワールド茨城県大洗水族館」をはじめ、多くの観光・商業施設が臨海部に集積し、**年間434万人 (大洗町・平成29年度入り込み客数)** のお客様にお越しいただく県内随一の観光地である。

また、地域住民の安全確保と環境保全を大前提に、独立行政法人日本原子力研究開発機構をはじめ世界をリードする研究施設の進出など、長年にわたり原子力研究開発の先駆的な役割も果たしている。

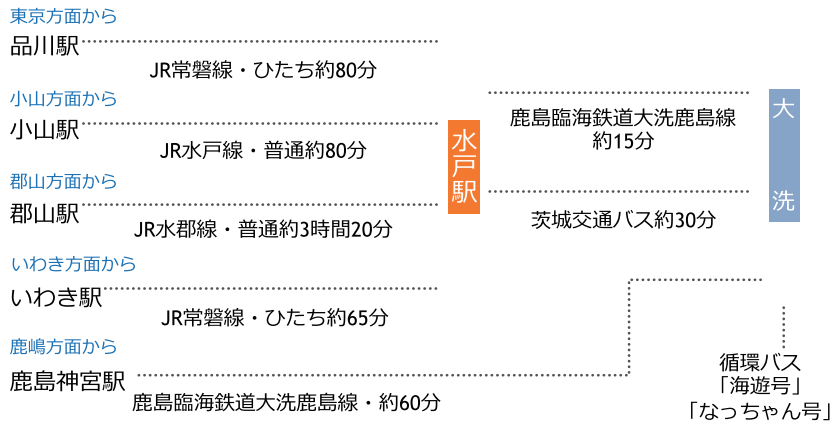


大洗町は、常磐自動車道による“たて”の繋がりと北関東自動車道による“よこ”の繋がりに
 より、飛躍的にアクセス環境が向上しました。また、昭和 60 年 3 月に就航したカーフェリーは、北海
 道（苫小牧港）と首都圏を結ぶ拠点として順調に港勢を伸ばしている。更には、茨城空港から
 は車で 40 分の距離にあり、**陸・海・空の交通結節点として重要な役割**を果たしている。

車でお越しの場合



電車でお越しの場合



フェリーをご利用の場合

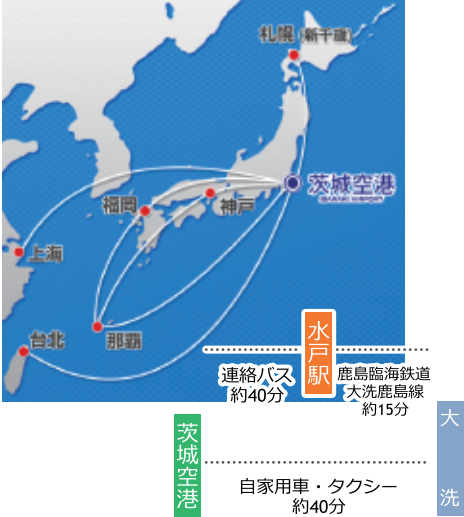
夕方便 さんみらわあ さっぽろ・ひらの
 多彩な客室と充実したパブリックスペースをご用意！
 最上階のレストランでは、水平線を眺めながら
 お食事をお楽しみください。

大洗 18:30発 ▶ 苫小牧 13:30着
 苫小牧 14:00着 ◀ 大洗 18:45発

深夜便 さんみらわあ しれこご・さいせつ
 2室のデラックスルームと全1段ベットのカジュアルルーム。
 お食事・お飲み物の自動販売機を完備した、
 カジュアルフェリーです。

大洗 01:45発 ▶ 苫小牧 19:45着
 苫小牧 19:45着 ◀ 大洗 01:30発

茨城空港をご利用の場合



（２）大洗町観光の歩み

大洗は古くからの景勝地であり、江戸時代になると花街として、また大洗磯前神社の門前街として茶屋や料理屋などが営業を始め、明治時代になるころから旅館が営まれた。水戸間の那珂川汽船の運航や常磐線の開通によって、潮湯治と呼ばれた海水浴の始まりと共に観光地となった。その後、磯節の流布や水戸間に水浜電車が開通したことにより沢山の観光客を迎える地域となり、多くの文化人が訪れたのもこの時期である。

戦後は、地域振興策として官有地に大洗ゴルフ場や海岸に竜宮城を模した大洗水族館がオープンし、幅広い観光客を受け入れる地域となった。高度経済成長とともに交通インフラの整備も進み、街の前面に展開された磯浜海水浴場、大貫海水浴場、そして大洗海水浴場は観光キャラバンの実施もあって、多くの海水浴客で賑わった。また、民宿は夏期のみ営業と合わせると100軒を超える施設が営業し、多くの宿泊客を受け入れた。

昭和40年代後半になると、商港としての大洗港の整備も本格化し、街の前面は埋め立てられ、新たな海岸道路や鉄道などインフラの整備が進められ新生観光地大洗の基盤づくりが展開された。昭和60年3月のフェリー就航、大洗鹿島線の開通により、名実共に関東を代表する観光地となった。海水浴場も港に隣接して広大な大洗サンビーチ海水浴場が誕生し、マリントワーやマリーナも整備され、水族館もアクアワールド大洗として日本屈指の水族館に生まれ変わった。その後大型の商業施設や辛子明太子のテーマパークも立地、あんこう料理や漁協直営「かあちゃんの店」など食を中心とした取組みにより通年型リゾート観光地としての地位を確立した。

しかし、平成23年3月11日の東日本大震災により4mを越える津波が押し寄せ、街は一変し、観光地としての将来に多くの方々が不安を抱いた。そんな中、震災復興と相まってアニメの聖地として多くのファンが繰り返し訪れる新たな交流観光地として沢山の来遊者を迎えるに至った。一方、海水浴客は震災前の30%まで落ち込み、海離れが加速化している。復興のシンボルとしてのユニバーサルビーチセンターを核とした(ユニバーサル)ビーチスポーツやユニバーサルツーリズムの取組みが動き始めている。更には、大洗磯前神社や神磯鳥居の人气が高く特に海外からの多くの観光客を魅了している。

(3) 大洗町観光の変遷

	明治～第二次 世界大戦	第二次 世界大戦後～ 1960年代	1970年代～ 1980年代	1990年代 ～2011年	2011年 以降
訪 問 目 的	潮湯治				
	別荘滞在				
	海水浴				
	大洗磯前神社参り				
		水族館			
		保養所			
		ゴルフ			
		遠足			
			サーフィン		
				ショッピング	
				食	
				サブカルチャー	聖地巡礼

西暦	主な出来事
856年	・大洗磯前神社の創建
1417年	・真言宗西光院を建立
1594年	・太閤検地により鹿島郡から茨城郡に変画（元禄年間に再び鹿島郡に）
1602年	・宮田・大貫の2か村が水戸藩領、成田・神山の2か村は穴戸藩領になる
1645年	・成田・神山の2か村は幕府領を経て、陸奥守山藩の飛地領となる
1674年	・徳川光圀が久慈郡久米村より願入寺を現在地に招来
1690年	・徳川光圀が大洗磯前神社の社殿を再建
1730年	・徳川綱條が大洗磯前神社を現在地に移す
1844年	・徳川斉昭により祝町海岸にお台場が設置される
1889年	・市町村制施行により磯浜町、大貫村、夏海村が成立
1902年	・磯浜町に県立水産試験場が設置される
1922年	・浜田（水戸市）から磯浜（大洗町）間に水浜電車が開通
1952年	・茨城県大洗水族館オープン
1954年	・磯浜町と大貫町が合併し大洗町となる
1954年	・大洗ゴルフ場開設
1955年	・旭村の一部を編入合併
1961年	・大洗港（漁港部分）起工式
1965年	・日本原子力研究所大洗研究所起工式
1970年	・大洗子供の国（水族館・プール）完成
1979年	・大洗港重要港湾に指定される。大洗サイクリングターミナルが完成
1982年	・磯浜・大貫海水浴場新浜へ移設。大洗文化センター完成
1985年	・大洗鹿島線開通。大洗～北海道間にカーフェリー就航
1988年	・大洗マリントワーオープン。大洗海浜公園完成。
1992年	・大洗マリーナオープン
1996年	・大洗海岸「日本の渚・百選」に認定
1999年	・大洗健康福祉センター「ゆっくら健康館」オープン
2002年	・アクアワールド・大洗（茨城県大洗水族館）リニューアルオープン
2006年	・大洗リゾートアウトレットがオープン
2008年	・関東初のみなとオアシスに認定・登録
2010年	・幕末と明治の博物館が大洗町営となって新体制でスタート ・東京かねふく めんたいパークがオープン ・漁協直営「かあちゃんの店」オープン
2011年	・東日本大震災 震度6強の地震と4.2mの大津波に襲われる ・苫小牧市、日光市、大洗町観光パートナー都市協定締結
2012年	・ガールズ&パンツアー放映

(4) 目指すべき観光大洗

・大洗町は、有史以来景勝地として多くの方々を魅了し、現在茨城県を代表する観光地として存在している。

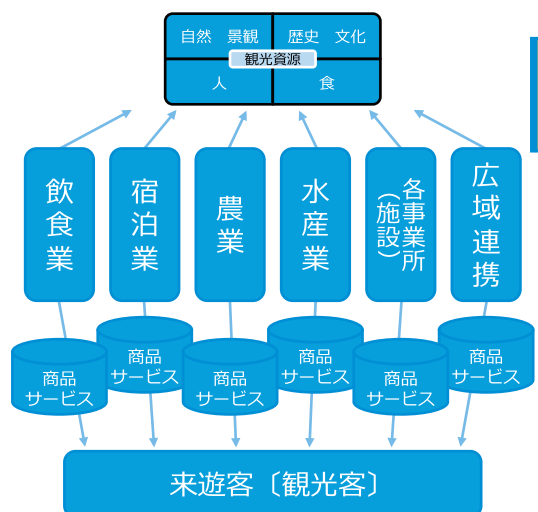
しかし、更なる茨城県観光をリードするためにも、もう一つ上の観光地づくりに取り組む必要がある。

そのためには、大洗の持つあらゆる観光資源に磨きをかけ、多様な立場の人たちと対話と連携を図り、観光まちづくりを進める必要がある。

共創による観光まちづくり

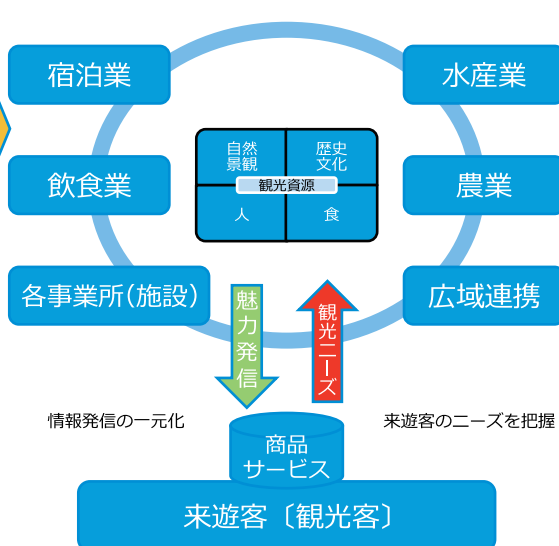
共創のイメージ

従来体制



各々の関係者が商品やサービスを提供し、来遊客はそれを受け入れる

共創体制



情報発信の一元化

来遊客のニーズを把握

大洗町の観光資源を、各ステイクホルダーが共創して観光まちづくりに取り組む

2. 大洗町観光の検証（内部環境）

・ 検証結果の整理

ストロングポイントを引き出し、ウィークポイントを克服しつつ、多様化している観光ニーズと、観光スタイルに対応するため、今後の基本方針を策定して新たな観光振興にとりくむ必要がある。

ストロングポイント(強み)

- ・ 最大マーケットである首都圏に近接
- ・ 茨城県最大の観光地（入り込み客最大）
- ・ 交通インフラ（陸、海、空）の充実環境
- ・ 港の魅力（フェリー、クルーズ船など）で集客大
- ・ アクアワールド大洗、めんたいパークなど集客施設が立地
- ・ マリーナやサンビーチなどアクティビティ性に富む
- ・ 茨城県下最大の沿岸漁業の拠点、魚介類が豊富
- ・ 海、川、湖に囲まれた自然環境（温暖な気候）
- ・ サブカルチャーファンを多く有する（関係人口が大）
- ・ 東南アジア系の居住者が多い（人口の約5%）
- ・ 来訪者へのおもてなしの対応（町民・商店会）

ウィークポイント(弱み)

- ・ 海水浴に依存した観光体系
- ・ 年間を通じた集客力の弱さ（ホスピタリティなど）
- ・ 大洗の伝統や食のプロモーションが未熟
- ・ 平日と休日の来町者の差が大きい
- ・ 夜の賑わいに欠ける（夜の街の魅力に欠ける）
- ・ 公共交通網の弱さ
- ・ 事業の担い手不足（後継者問題）
- ・ 国民の海離れ
- ・ 日帰り観光者の増加
- ・ 多様化する観光ニーズへの対応の遅れ
- ・ 関係者との連携体制構築不足
- ・ 災害時の対応

第 3 章



大洗町観光の将来像

1. 基本方針

・社会環境の変化と観光ニーズに対応した取組み

観光ニーズは、団体で景勝地などを観る観光から、個人や少人数グループによる参加型の体験する観光へと変化している。また、高速交通網や空港の整備により、観光の広域化が進むとともに地域間競争が激化している。

年間観光客数は430万人を超え、震災後からの回復傾向にはあるが、交通インフラの高速化により、益々日帰り観光客が増えており、宿泊を伴う観光誘客に努めなければならない。

インバウンドについては、茨城空港への韓国、台湾などのチャーター便の就航はあるものの、団体ツアーから、個人やグループなどのFIT化が拡大しており、成田空港や茨城空港からの二次交通の十分な受入れ態勢や日本を知ることの出来る体験型プログラムの強化が極めて重要である。

・首都圏及び北関東における大洗の役割と方針

首都圏の方々の手軽なリゾートオアシスとして、リフレッシュできる高質な宿泊観光地として、更には、北関東の唯一海を持つ茨城県の観光拠点として、沢山の方々に満足いただける観光まちづくりを展開する。

そのためにも、地域住民が主体となり、地域独自の資源を掘り起し磨きをかけ、観光協会・商工会など多様な組織が主体となり、地域の歴史・文化・自然・産業・食を独自ブランドとして確立し、積極的な情報発信や誘客活動を通じて、魅力ある、本物の観光リゾート地を目指す。

2. 観光行動の変化と多様化

		これまでの観光	これからの観光
観光行動	主体と形態	・企業や自治会等の団体、グループ ・パッケージ型の団体旅行	・個人、家族、友人グループ ・少人数の個人旅行（フリー）
	観光スタイル	・史跡や名所、大型の祭りが中心 ・昼は名所旧跡、夜は温泉と宴会「観光」	・名所や旧跡に加え、都市、食（グルメ）、スポーツ、文化、趣味など、目的は多様化 ・体験型や満足感を重視「観光」＋「交流」
	所用時間など	・短期集中周遊型（観光地を通過） ・効率的に巡るためにバスを利用	・長期滞在型 ・多様な交通手段
観光地の条件		・名所や旧跡、温泉地 ・団体旅行客を受入れられる大型の宿泊施設 「有名」	・名所や旧跡がなくても、独自性や個性のある自然や食材、景観、イベントなどで集客可能 「個性」「独自性」
観光空間の考え方		・名所や旧跡だけが「観光空間」 - 観光客と生活空間との接点なし ・ハードツーリズム	・まち全体、地域全体が「観光・交流空間」 - 空間全体を楽しもうとする - 観光行動の広がり ・ソフトツーリズム
観光を担う地域の主体		・観光産業の関係者（旅館、みやげ物店、旅行業者）と行政（観光セクション）	・観光産業関係者行政だけでなく、農林水産業や一般住民（観光ボランティア等）までが、観光に寄与
観光と地域づくり		・「観光」は地域産業の振興であり、生活空間を整備する地域づくりとは別のものとしてとらえられることが多い	・「住みたい所が訪れたい所」という考え方が主流となり、観光と地域づくりを一体的に考える動きが拡大

（１）観光ニーズの多様化

《コンテンツツーリズムからの学び》

○ハードツーリズムからソフトツーリズムへ

リゾートホテルやリゾートマンション、テーマパークやショッピングモールなど、人工的に作り出された非日常的な施設や空間を中心とした“ハードツーリズム”観光形態から、自然、歴史や史跡などに触れたり、生活や伝統ある食文化を楽しむ、その地域にもともとある資源を利用した観光形態の“ソフトツーリズム”への変化傾向がある。

○コンテンツツーリズムの動き

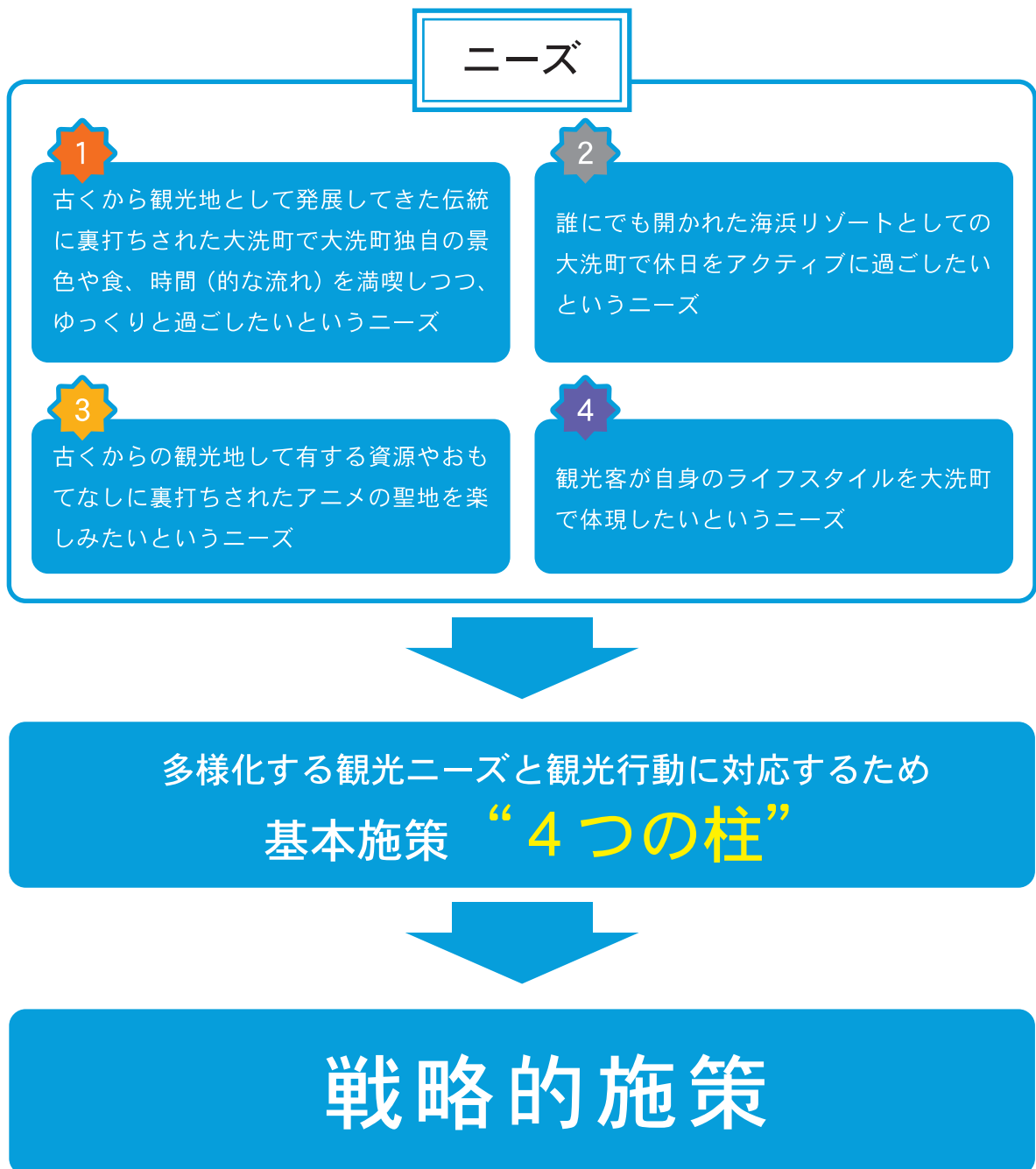
コンテンツの舞台である土地を訪れる観光行動で、アニメのサブカルチャーコンテンツの舞台を訪問する「聖地巡礼」の動きが活発化している。大洗においても震災以降の2012年に大洗町を舞台とするアニメ作品が放映され、その後大洗町を訪れる観光客が増加。作品発表後6年を経過するがその勢いは止まらない。

○大洗町に与えた影響

大洗町は“海”の資源に頼った観光や商業を行っていたが、新たな観光形態であるコンテンツツーリズムの台頭（発展）から、それまでアニメ文化に対し関心の低い住民層（商店）の意識も変えた。今後も新たな切り口で、大洗町の新たな観光資源や、歴史、文化の発掘を行うことを通じて新しい顔を発見し、あらゆる人を巻き込み、住民自らが観光まちづくりの主体となることが期待される。

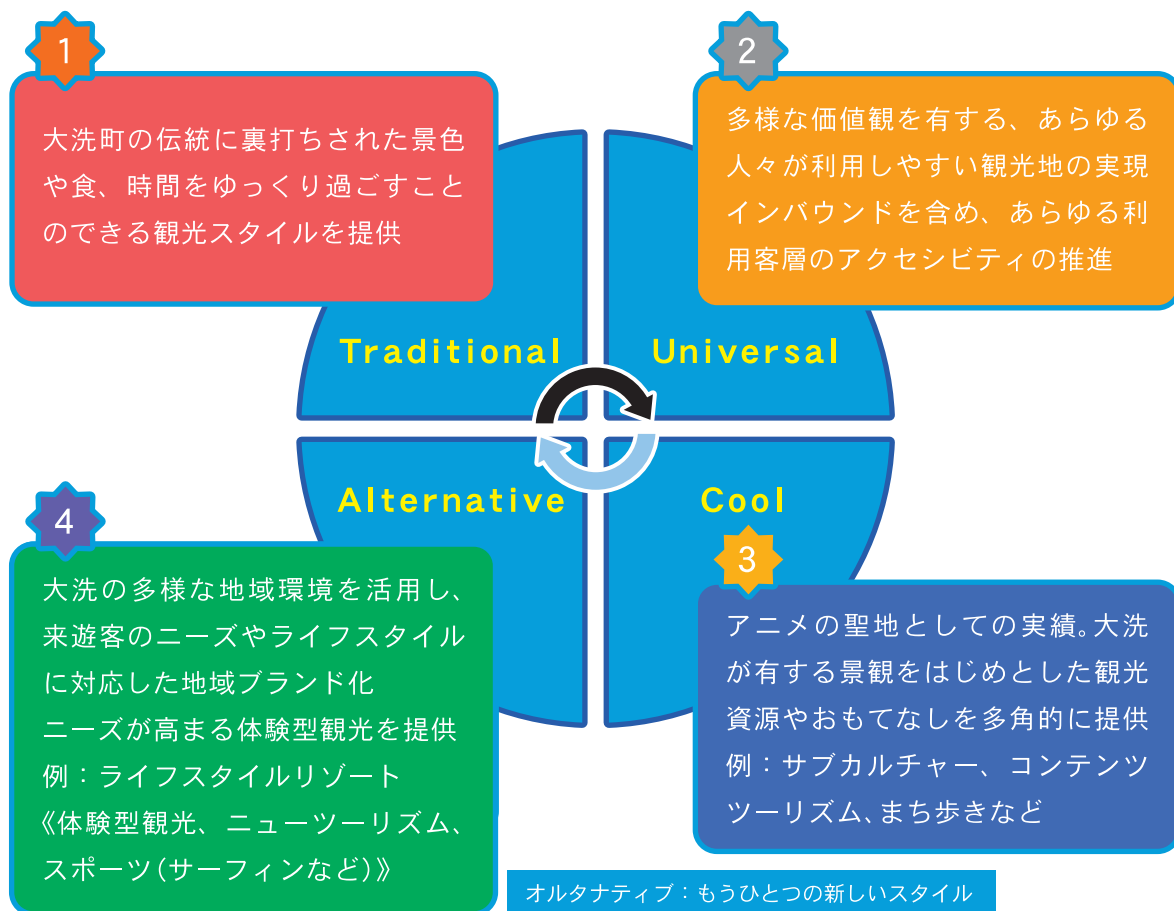


3. 観光ニーズと4つの柱による施策の展開



4. 4つの柱

観光資源を活かし、地域ブランドを喚起・構築するサイクル



(1) ニーズ別重点施策

Traditional

- 大洗磯前神社を核とした宮下地区の景観及び観光拠点としての機能の強化
- 大洗の自然の恵みと風土に根ざした食・観光の促進

Universal

- インバウンド等、多様化する観光客への案内機能の強化
- ビーチ文化の創造とアクティビティの強化

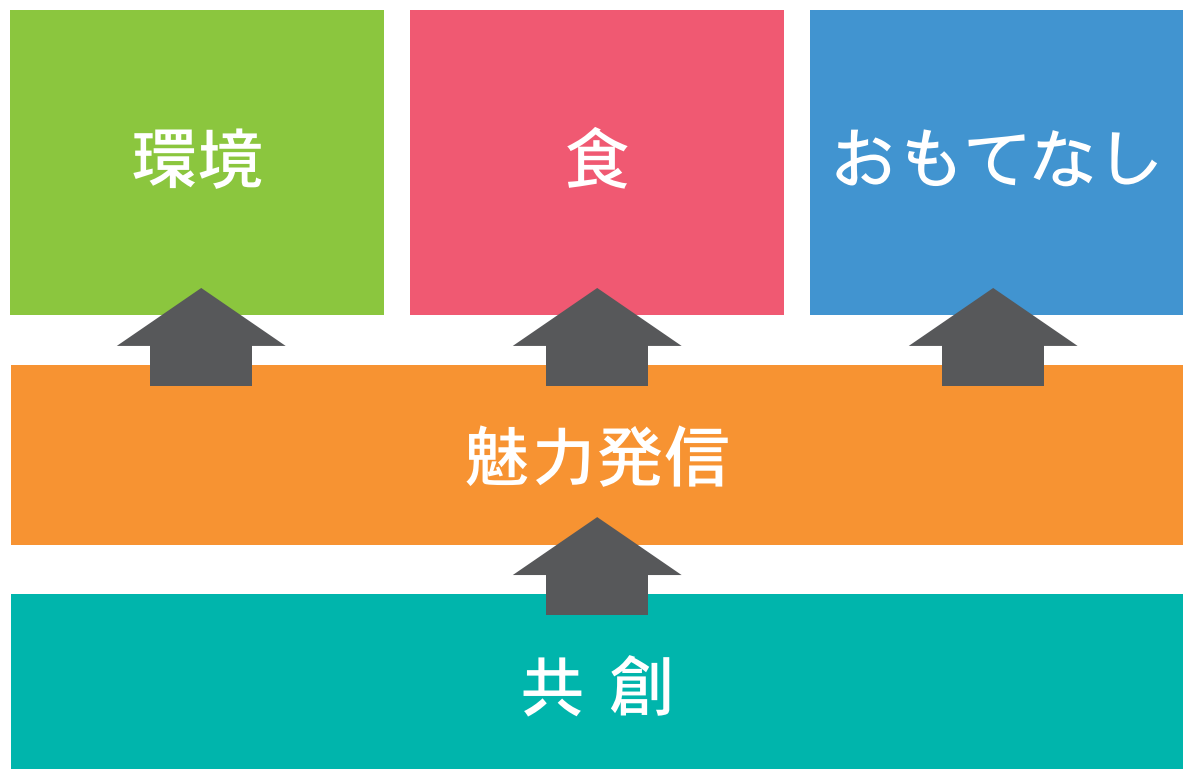
Cool

- 多様なまち歩き環境の創出
- 歴史や文化を核とした観光の促進

Alternative

- 地域資源を活かしたアクティビティの強化
- ライフスタイルに対応したリゾートの創出

5. 戦略的施策



『共創』を戦略的施策の基本土台とし、『環境』・『食』・『おもてなし』の3分野に対し『魅力発信』を実施し、具体的な施策を目指す。

第 4 章



施策の展開

共創



具体的施策

- 町民と来遊者との多様な関係性の構築
イベントスタッフなど多様な関係性の構築による共創の促進
- 農水産関係者と観光事業者の連携の強化
地場産品の供給と積極的活用の促進
直売機能や直売イベントの強化促進
- 教育機関との連携の強化
歴史文化の掘り起こしと学習機会の提供
- 宿泊業と飲食店の連携の強化
泊食分離への対応の強化
地場産品を活用した新メニューの開発
- 大型施設や神社仏閣との連携
アクアワールド大洗、めんたいパーク等とのパック商品の開発
神社ご祈祷における一般参加とコラボ商品の提供
- 広域連携の強化
官民含めた広域連携による事業の推進

魅力発信



具体的施策

- 歴史や文化に触れるまち歩き事業の促進
- SNSの活用
 - 在住者を含むSNSの活用による情報の発信
 - インフルエンサー、ブロガー等による情報の発信
- 五感リトリート・リラックス・ヘルスリゾートの推進
 - 自分と向き合う旅の提供（瞑想とヨガ）
 - ・新たなアイテムを活用したリラックスリゾートの提供
 - ・需要増大の一人旅の対応の強化
- 体験型アクティビティの充実
 - 地域資源を最大限に活用したアクティビティの開発
 - アクアワールド大洗の新たなアクティビティの展開
 - 漁業及び農業へ理解を含む体験活動の推進
 - 大洗海の大学を中心とした体験活動の推進
- 2つの海岸の利活用
 - 多様な生物の生息する大洗海岸等における環境学習、体験学習観光の推進
 - 新たなビーチ文化の創造拠点としてのサンビーチ活用促進
 - リフレクションビーチ、ユニバーサルビーチの促進
- 観光港としての大洗港とマリーナの活用
 - クルーズポート、フェリーポートとしての振興促進
 - ビルフィッシャー対応カジキミュージアムの充実

具体的施策



Traditional

Universal

Cool

Alternative

環境

- 豊かな水辺空間（海岸、湖岸など）の保全や、松並木に代表される緑の保全
- 景観形成重点地区の整備促進と賑わいづくりの強化
- 観光案内機能の強化
 - ・大洗駅周辺整備に伴う観光案内機能強化
 - ・案内サインの多言語化
 - ・Wi-Fi等の通信環境整備
 - ・アプリを使った施設案内
- ユニバーサルツーリズムの推進
 - ・外国人を含む多様な客体に対応した観光地域づくり
 - ・宿泊施設等のユニバーサル対応の促進
- 2次交通網の整備
 - ・成田空港や茨城空港からのアクセスの強化
 - ・レンタカーなどの充実

具体的施策



Traditional

Universal

Cool

Alternative

食

- 地元農水産品の地域内消費の促進
 - ・地域文化に根ざした“土産土法”の促進
 - ・宿泊施設での歳時記にあわせた料理の提供
- 宿泊施設と飲食店の連携
 - ・泊食分離による宿泊者の飲食店への誘導
- 食の体験プログラム
 - ・地元食材を使った料理教室（仕入れから調理飲食まで）
- 魚介類のブランド化の促進
 - ・東京・大阪などのブランド店等における売込み
 - ・干物のブランド化
- 地元食材を活用したスイーツの提供
 - ・当地ソウルフード（たらし、みつだんご等）食の提供促進
 - ・サツマイモに代表される地元食材を使ったスイーツの提供

具体的施策



Traditional

Universal

Cool

Alternative

おもてなし

○おもてなし運動の推進

- ・誰もが心地良く過ごせるように心をこめて接し、思いやりを持って対応する
- ・町民がお互いを尊重し合い、町に対する誇りと愛着を持ち、来訪者を温かく受け入れる
- ・町の自然、歴史、伝統、文化に対して町民一人ひとりが理解を深め、町に対する誇りと愛着を持って推進する

○わが町こだわりのおもてなし

- ・大洗は新鮮な食材や、太平洋、潟沼などの地域資源に恵まれ、独自の食文化と生活文化を持っている
- ・大洗の魅力を大洗の言葉や体験を通して伝えていくことは、来遊者の記憶に残る大切なおもてなしとなる

○具体的な取り組み

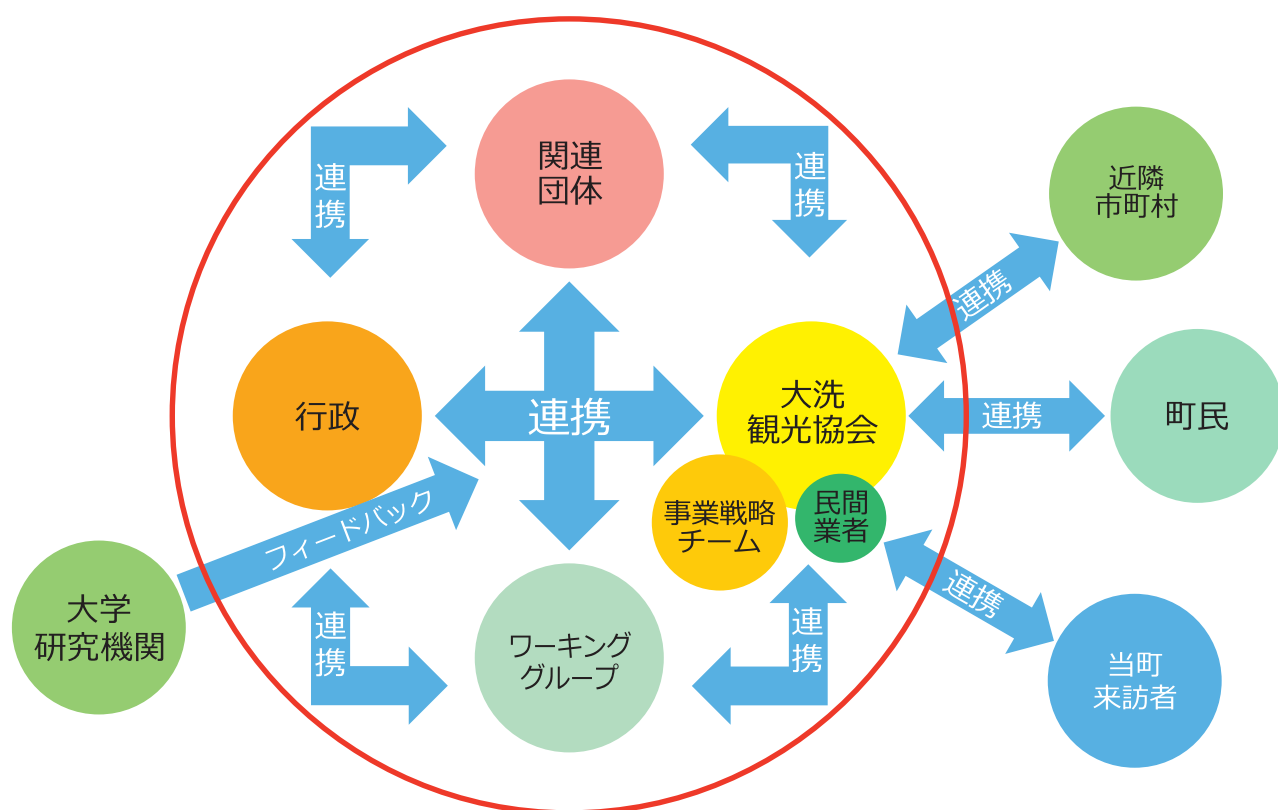
- ・さわやかあいさつ、声かけ運動
- ・美しい環境づくり
- ・誰にでも優しいまちづくり
- ・大洗ならではのおもてなし
- ・おもてなし
- ・人材育成、スキルアップ

第 5 章

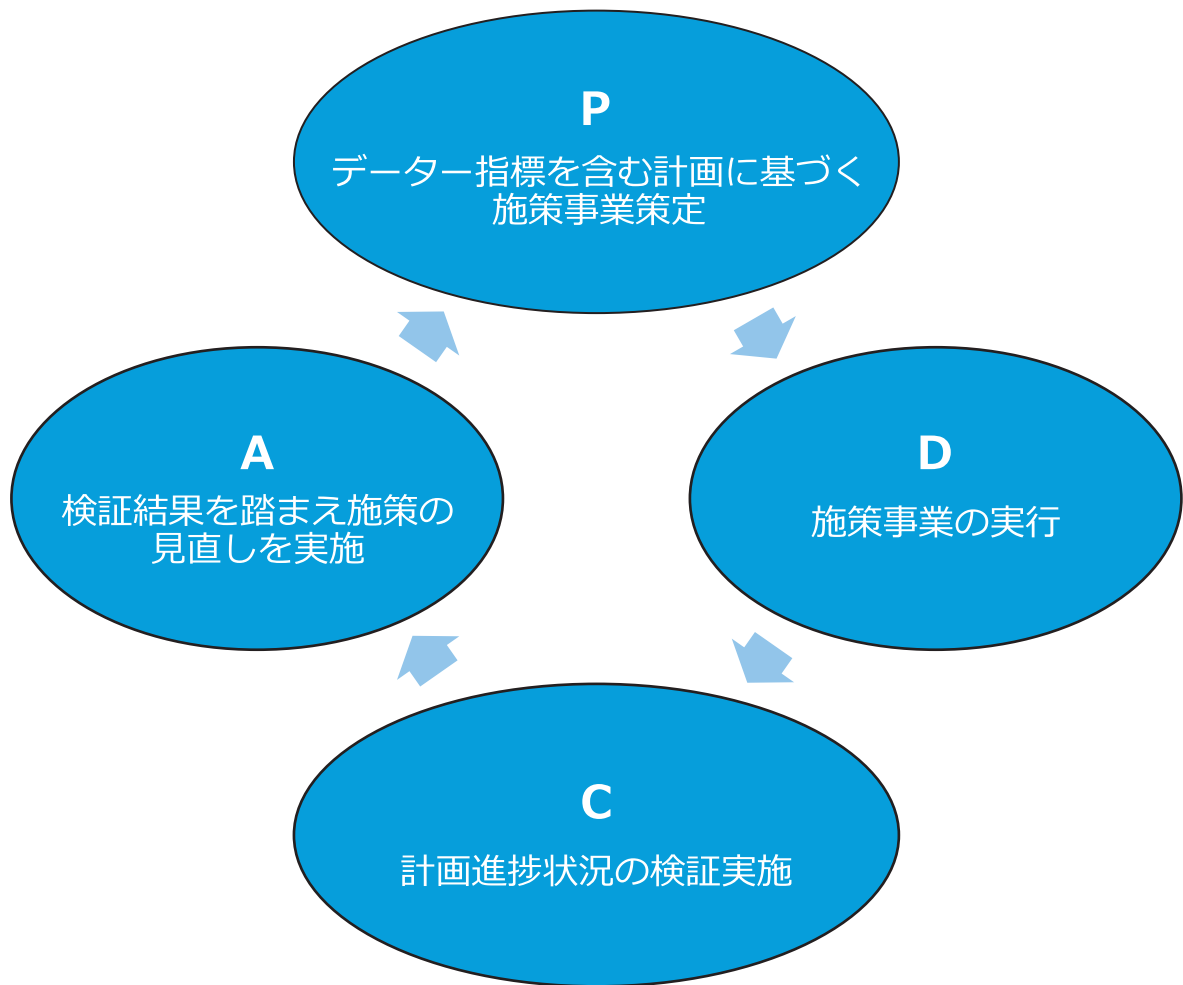


計画の推進体制

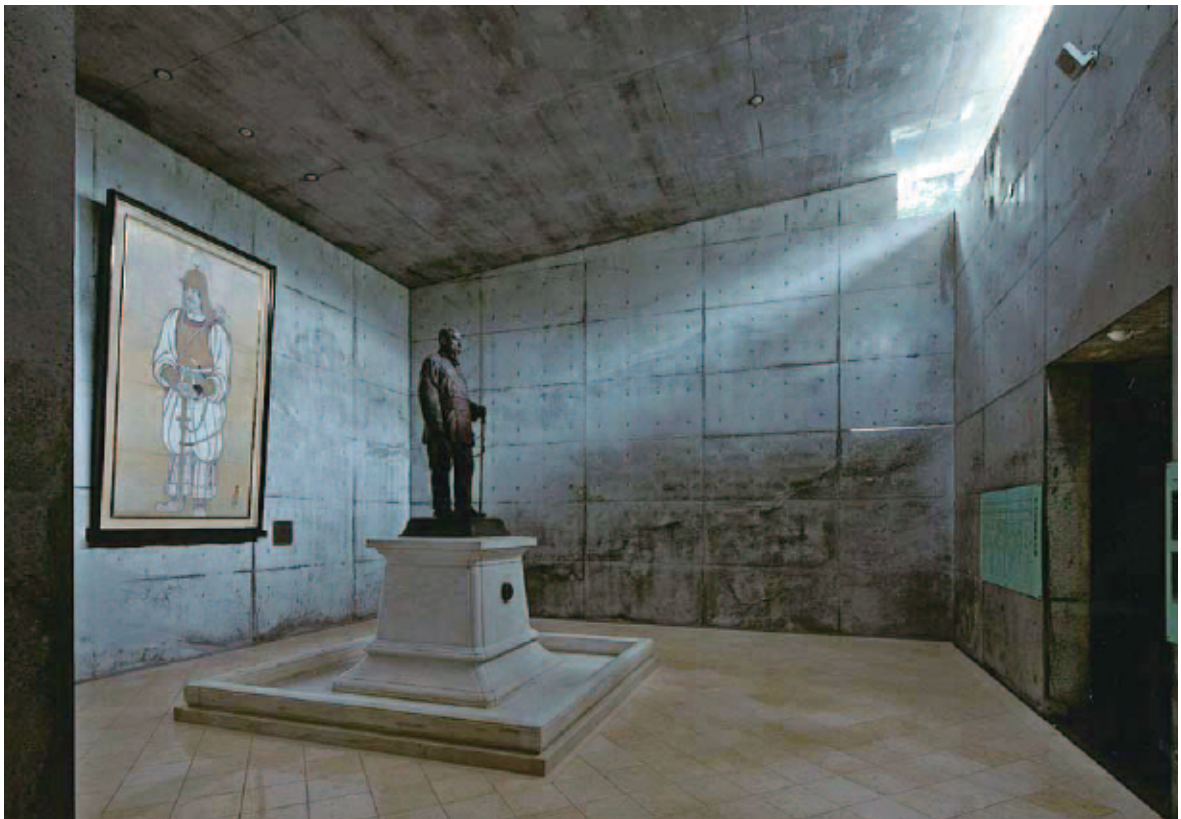
1. 組織体制と進行管理



2. 計画の見直し

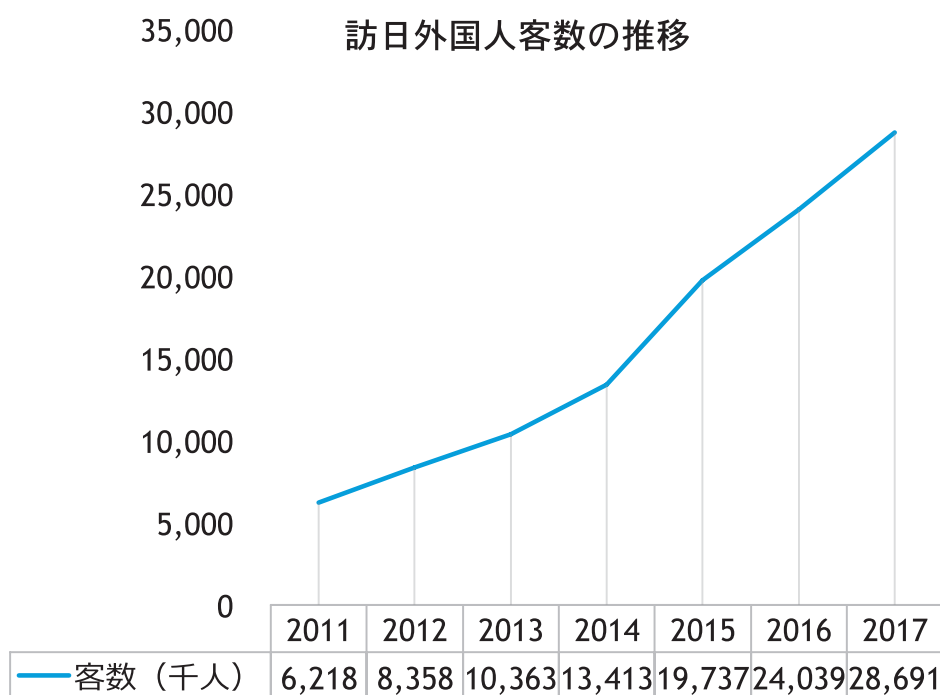
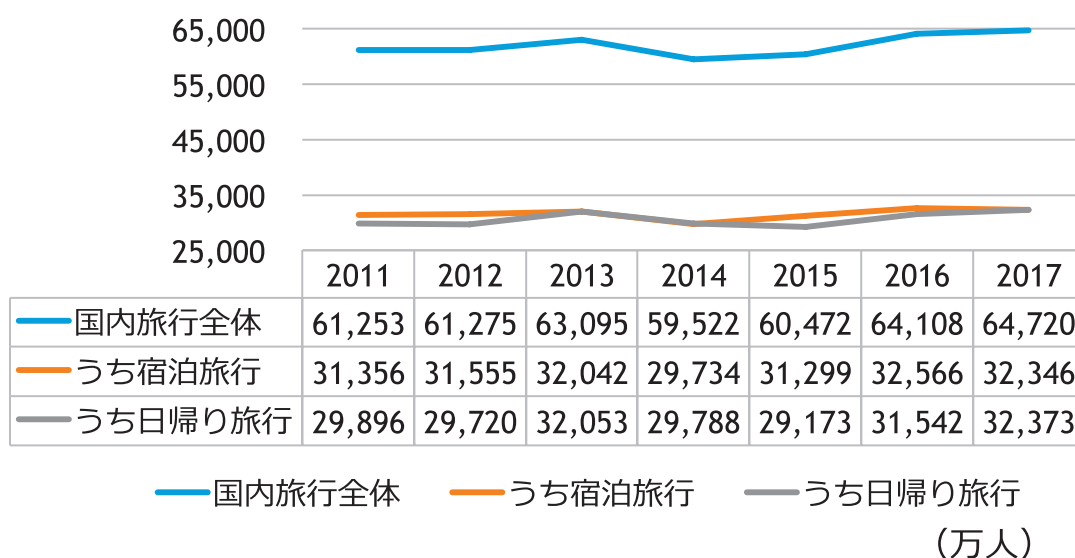


資料編



国内旅行（日本人・外国人）の現状

日本人国内延べ旅行者数の推移



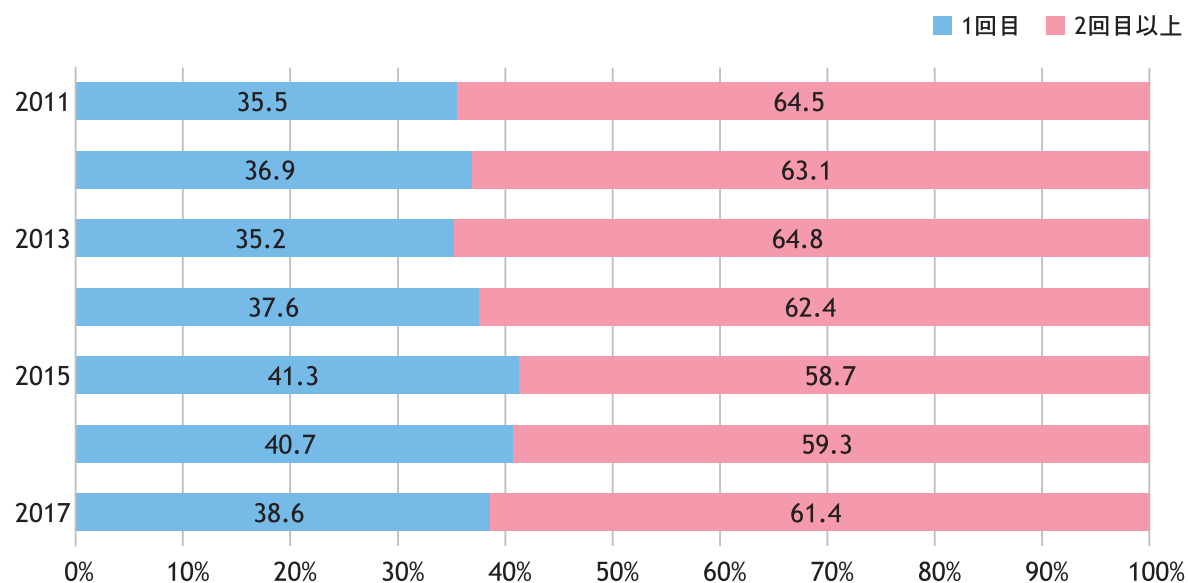
- ・日本人国内延べ旅行者数は、2017年は、6億4,720万人（前年同期比1.0%の増加）となり、うち宿泊旅行が3億2,373万人（前年同期比0.7%減少）、日帰り旅行が3億2,346万人（前年同期比2.6%増加）となった。

（観光庁：旅行・観光消費動向調査 平成29年年間値（速報））

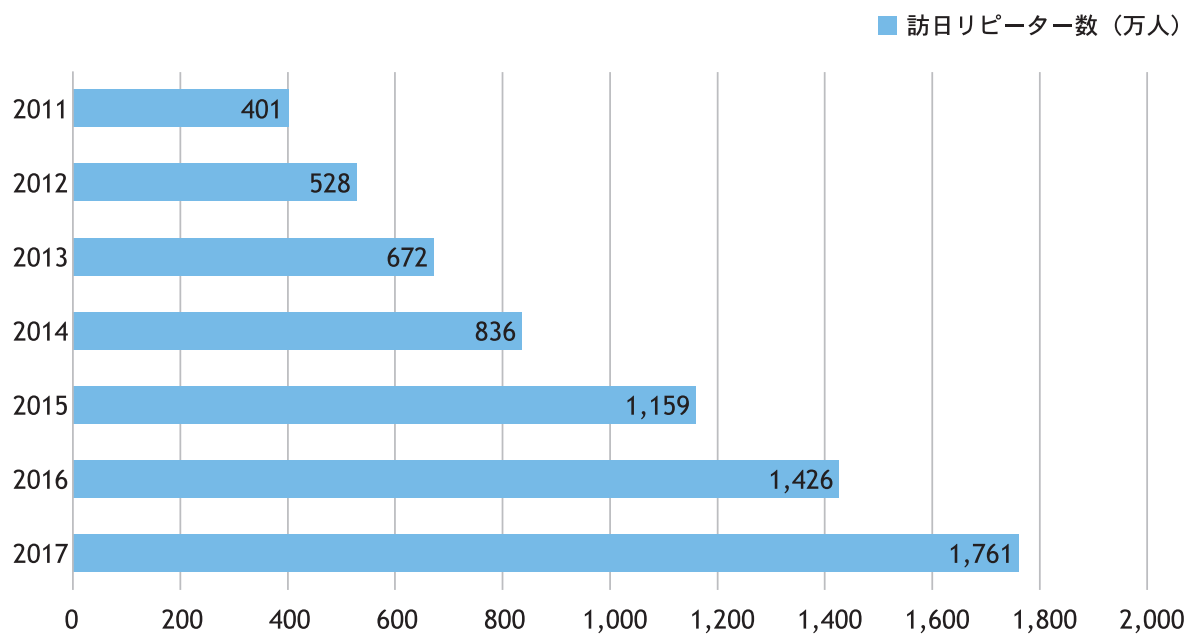
- ・訪日外国人数は、2017年は2,869万人（前年同期比19.3%の増加）となった。

（日本政府観光局訪日外客数）

訪日リピーターの割合の推移（全国籍・地域）全目的



訪日リピーター数（全国籍・地域）全目的



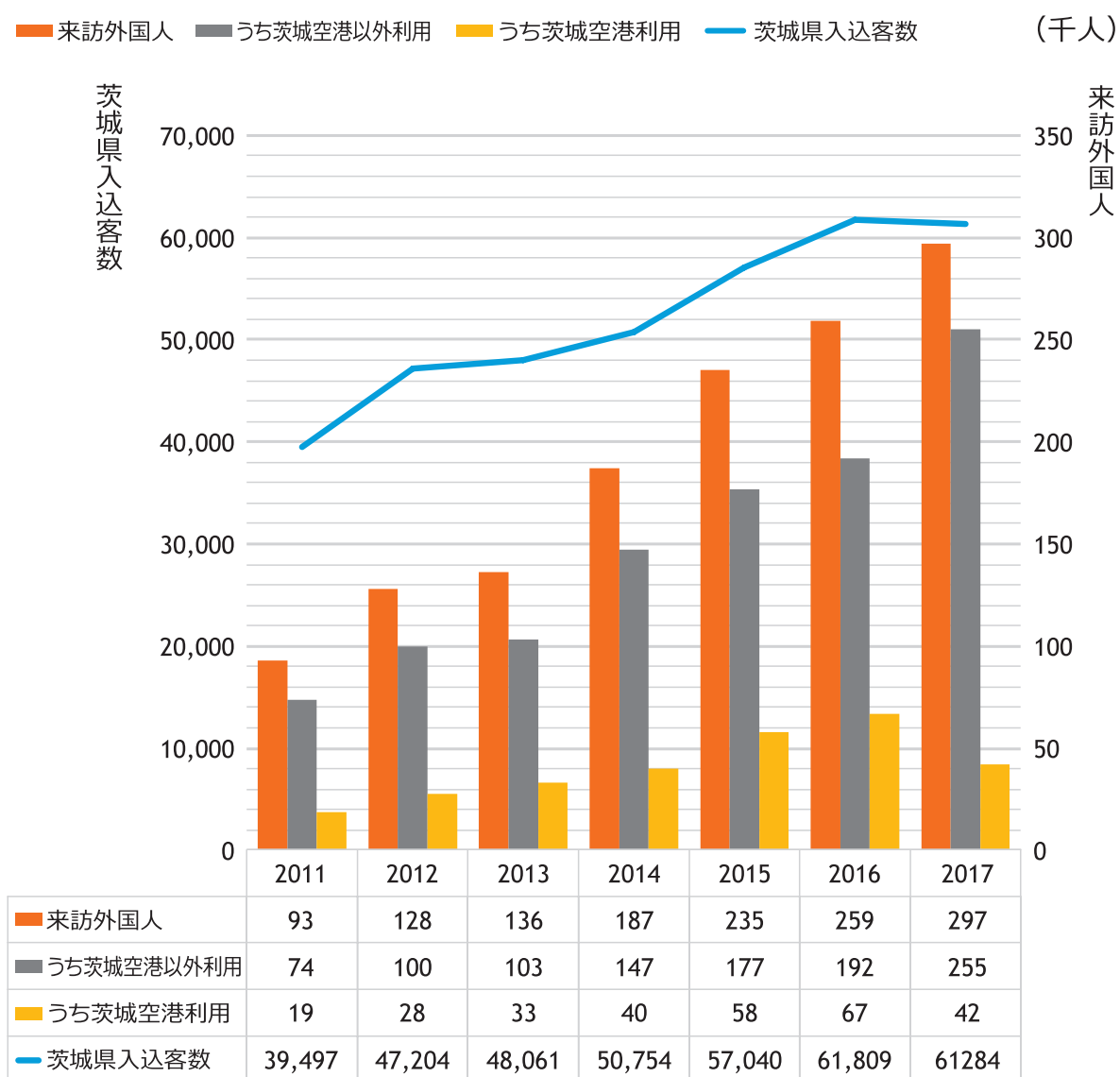
○訪日リピーターの割合と訪日リピーターの延べ人数の推移

- ・ 訪問回数2回以上のリピーターの割合は6割前後で推移している。
- ・ 訪問リピーター割合に大きな変化はないが、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、訪日リピーター数は年々増加しており2017年は1,761万人と推測される。

（観光庁：平成29年訪日外国人消費動向調査）

茨城県の観光入り込み客の推移

- ・ 茨城県へ来訪する外国人は年々増加し、茨城空港を窓口としての利用者も増加している。
- ・ 茨城空港からの二次交通網の整備が求められる。

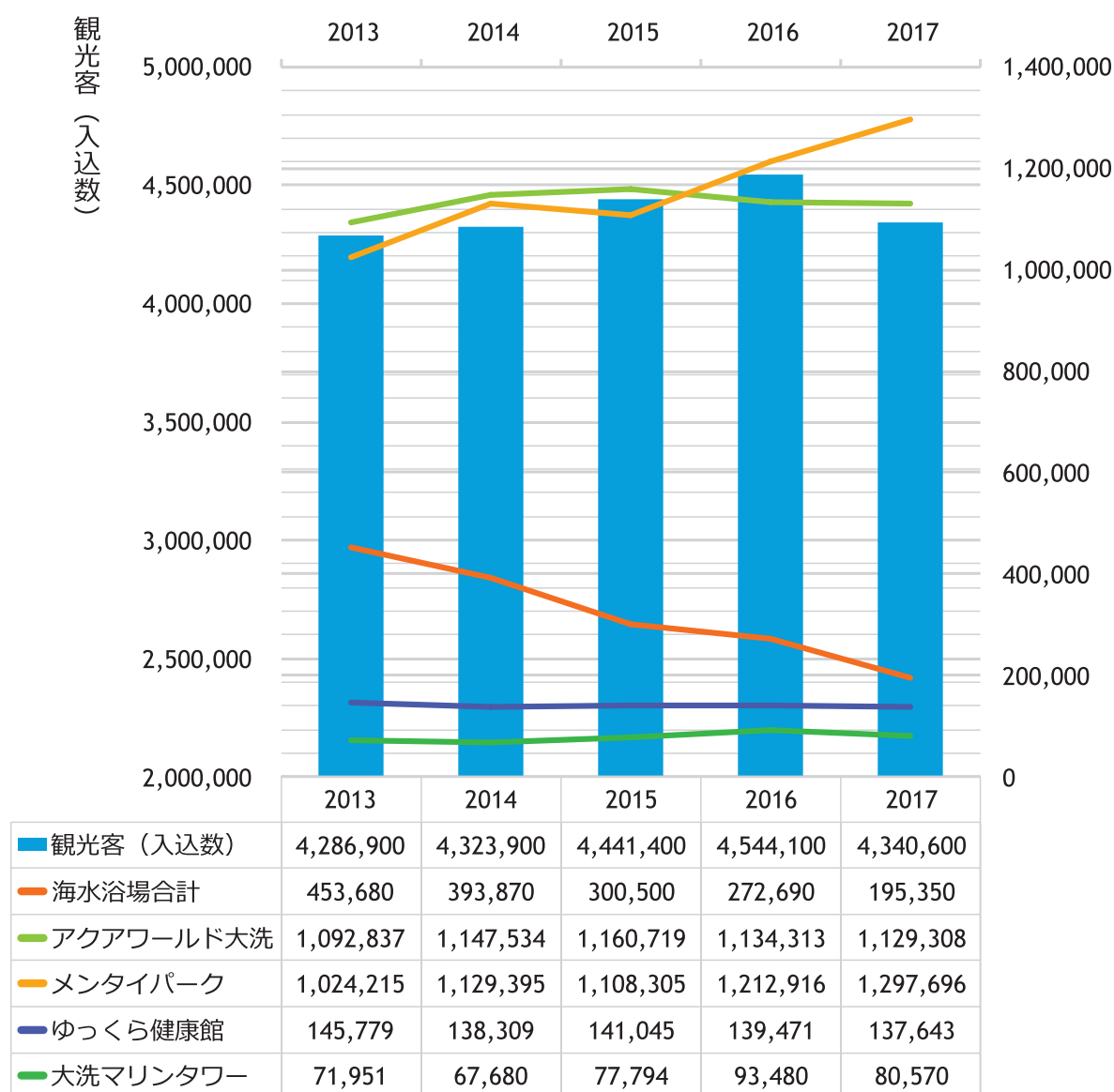


(茨城県：平成29年観光客動態調査報告)

大洗町の観光入り込み客数の推移

- ・ 2017年は夏季の天候不順が影響し、観光客減少
- ・ 海水浴場利用者は年々減少傾向が続いている。全国的な海離れの動きが生じている。

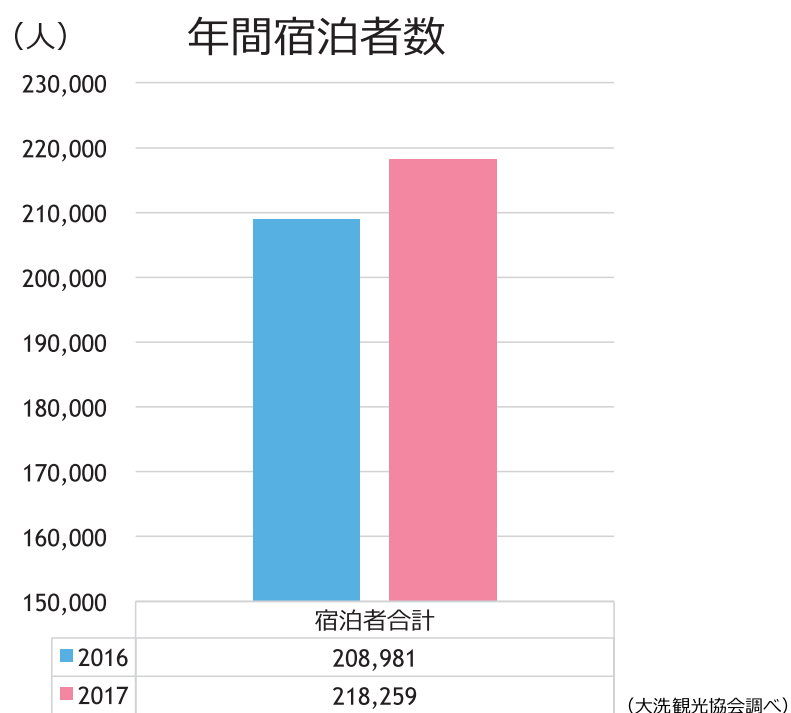
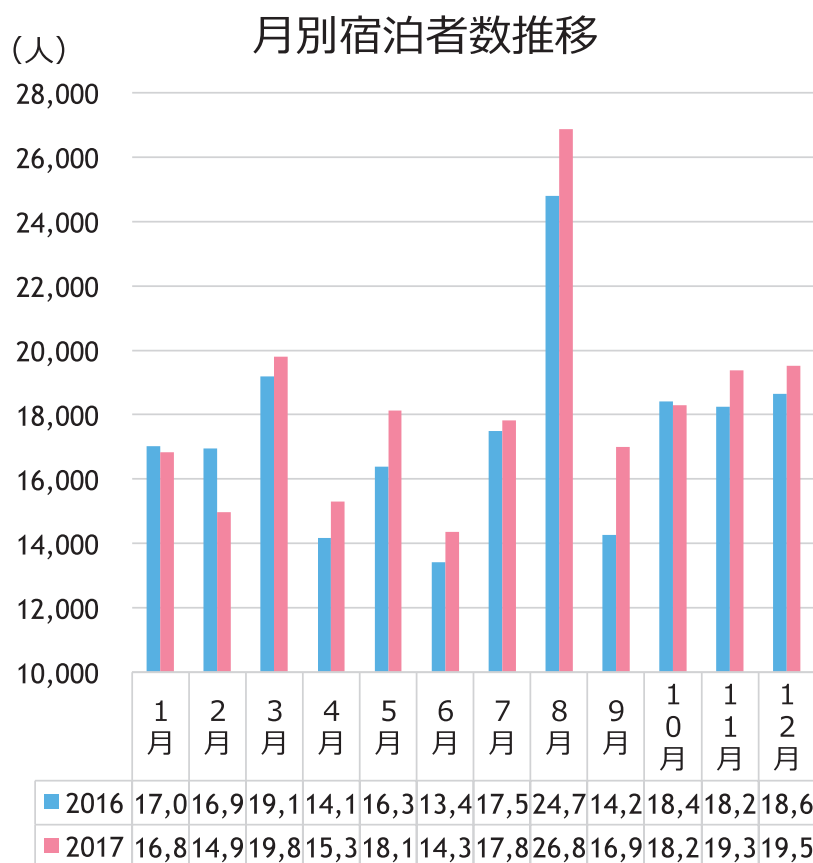
(人)



(茨城県：平成29年観光客動態調査報告)

大洗町年間宿泊者の動向

- ・年間宿泊者数は4.4%増加(2016年と2017年対比)
- ・8月をピークとする強い柱はあるが、通年型宿泊傾向への動きあり。



大洗町観光振興計画策定委員会委員名簿

所 属	氏 名	備 考
茨城大学人文社会科学部 准教授	小原 規宏	
前 明海大学ホスピタリティ・ ツーリズム学部専任教授	白田 眞一	
茨城県商工労働観光部 観光局長	小泉 元伸	委嘱期間 2017年12月～2018年3月
茨城県営業戦略部 次長	阿部 勇司	委嘱期間 2018年4月～
一般社団法人大洗観光協会 会長	大里 明	
大洗町商工会事務局長	坂本 博	
アクアワールド茨城県大洗水族館 館長	石橋 丈夫	委嘱期間 2017年12月～2018年3月
アクアワールド茨城県大洗水族館 館長	小澤 正哉	委嘱期間 2018年4月～
商船三井フェリー株式会社 大洗支店長	糟谷 祐一	
鹿島臨海鉄道株式会社 副社長	鈴木 哲也	
茨城交通株式会社 那珂湊営業所長	米川 修一	
大洗旅館組合 組合長	石井 盛志	
大洗民宿組合 組合長	飯田 功	
大洗飲食店組合 組合長	飛田 一夫	
大洗町漁業協同組合 組合長	飛田 正美	
水戸農業協同組合 理事	小沼 正男	
観光ボランティア大洗ほのぼの 会長	深作五十鈴	
NPO法人大洗海の大学 代表理事	関根 孝明	
大洗町幕末と明治の博物館 館長	長嶺 家光	
一般社団法人大洗観光協会 専務理事	佐久間伸水	事務局
大洗町商工観光課 課長	小沼 敏夫	事務局 2017年12月～2018年3月
大洗町商工観光課 課長	米川 英一	事務局 2018年4月～
大洗町商工労政振興官	川上 裕之	事務局

大洗町観光振興計画策定 ワーキンググループ名簿		
所 属	氏 名	備 考
茨城大学人文社会科学部 准教授	小原 規宏	
大洗町商工会青年部	坂本 武人	
大洗観光協会宿泊青年会	吉川 新	
(株) Oarai クリエイティブ マネジメント	常盤佳心彦	
大洗青年会議所	海野 洋行	
大洗町漁業研究会	上山 誠	
(株)吉田屋	大山 壮郎	
大洗ベリーズ	大貫 善之	
NPO法人 大洗海の大学	高橋 良太	
大洗ターミナル株式会社	佐藤 真一	
大洗町社会福祉協議会	関根 章智	
大洗町地域おこし協力隊	岩本宗一郎	
大洗町 まちづくり推進課地域振興係	田山 篤	
大洗町 生涯学習課文化振興係	蓼沼香未由	
大洗町 農林水産課水産振興係	住谷 幸泰	
大洗町 都市建設課計画開発係	中崎 亮二	
大洗町 商工労政振興官	川上 裕之	事務局
大洗町 商工観光課商工観光係 係長	高柿 禎輝	事務局
大洗町 商工観光課商工観光係	坂本 洋也	事務局

**大洗町観光振興計画
観光まちづくりビジョン
『共創』**

平成31年3月

事務局：大洗町商工観光課／（一社）大洗観光協会