


① 議事資料

(1) 実施事業の検証について




令和4年度の KPI(重要業績評価指標)、今年度までの事業実施状況にかんがみ、実施事業の検証、評価を行います。

○評価指標

指標名	アイコン	状態
千客万来		当年度に実施した事業も順調に達成し、KPIの指標も伸びている状態
大入り		事業は達成できたが、KPIの指標は今後の展開次第である状態
売り出し中		事業は達成したが、KPIの進捗に伸びが見られない状態
テコ入れ		事業の進捗が不完全である状態
閑古鳥		事業が未実施の状態


○評価の実施

基本目標1 観光客数の倍増を目指そう

K P I	<p>観光入込客数 R2年320,200人 R3年377,200人 R4年374,900人</p> <p>トップ3(山川不動尊 195,000人、細問屋街 75,300人、祭りゆうき 53,000人)</p>
評 価	<p>売り出し中   </p>
短 評	<p>コロナ初年度(R2)からは底を打ち回復基調も伸び悩みが見られた。今後もこの傾向は続くと考えられるため、コロナというギャップを境に目標、KPIの再構築が必要と思われる。本指標を評価基準とし、コロナ禍前の数字に戻し、目標KPIを達成するためには従前のイベントに加え、新たな誘客イベントの実施、発掘を行い、来客数をカウントしていくことが必要。</p> <p>評価に関しては、誘客の根幹となる事業を見極めるべく試行錯誤を繰り返すチャレンジの時ととらえ、「売り出し中」とした。</p> <p>DC 関連事業、地域の稼げる看板商品創出事業を積極的に展開することにより、観光客の増加につなげていく。</p>
説 明	<p>施策（１） 多くの人に結城を知ってもらおう</p> <p>施策（２） 結城ファンを作り、何度も結城に来てもらおう</p> <p>施策（３） 観光資源を磨き上げて、結城の魅力を高めよう</p> <p>施策（４） 新たな観光を作り出そう</p> <p>事業例 1 積極的な情報発信 市のホームページ、ツイッターなどへの情報の掲載を積極的に実施 オーラジ、ケーブルテレビ等メディアへの露出 インスタグラムの開設、YouTubeによる積極的な情報発信等 DCパンフレットへの掲載 ⇒PR不足の声もあり抜本的な改革も必要か。</p> <p>事業例 3 結城百選の厳選PR 結城百選見てあるき事業の実施 ⇒結城の観音様見て歩きをガイド協会で実施（参加者16名）</p> <p>事業例 4 観光マップ・パンフレットの見直し 従来のパンフを令和2年度にリニューアル。以後随時更新実施。 R4年度に「結城縁旅マップ」の作製（デジタルマップもあり）</p>



説明	<p>事業例 5 イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 結城秀康展の実施 ・ 結城家物語の継続的展開 ・ 祭りゆうき、きもの d a y 結城の開催 ・ 水戸線地酒列車運行 ・ 夏祭り中日イベントの復活 <p>事業例 8 結城紬を活用した観光客誘致 結城紬の着心地体験事業が好調</p> <p>事業例 9 結城蔵美館 常設展示、月替わりで作家の展示を実施。袖蔵展示の充実が課題か。</p> <p>事業例 10 体験型観光 旅マエ、旅ナカ、旅アトの旅ナカを充実させるべく、着地型旅行商品を発売し稼げる観光の実現を目指す</p> <p>事業例 11 食の名物づくり 「結いベジ」として、本市産のかぼちゃ、トウモロコシのクリームを使ったゴーフレットを開発⇒ふるさと納税で好評 とうむぎあいす、ジェラートを鬼怒商業高校生徒らが開発 来年度はシン・いばらきメシ事業が実施される</p> <p>事業例 12 着物の良さを再認識するイベント きもの d a y 結城を毎年実施 上記イベント以外でも着物着用率を上げる試みを模索</p> <p>事業例 13 御手杵の槍とオンラインゲームのコラボ 結城秀康展を実施し、刀剣乱舞 O N L I N E とコラボを実施</p>
----	--

基本目標2 観光向け店舗・施設の倍増を目指そう

K P I	観光関連店舗数R2 年度3店舗 R3年度3店舗 R4 年度2店舗 内訳:観光物産センター、つむぎセンター	
評価	売り出し中	
短評	R4年に観光物産館が閉館。しかし飲食やそれ以外の業種についても新規出店、新陳代謝が見られ、活気を含んでいる。 評価については、対象店舗である観光物産センターにおいては改善の余地があること、今年度に対象店舗である民間観光関連店舗敷地内に新規カフェがオー	

	<p>プンし新たな観光の拠点となり得ることを期待しつつ、「売り出し中」とした。</p>
説明	<p>施策（１）結城で稼げる可能性のある未来を見せよう 施策（２）結城での事業を積極的に応援しよう</p> <p>事業例１、２ 若者の職づくり 創業支援事業 起業・創業支援セミナーの開催 令和４年度・・・セミナー５回開催 参加者延べ８７人 内容・・・経営、財務、人材育成、販路開拓 創業実績・・・１件（飲食業）</p> <p>事業例３ 物産センター、観光案内所の役割の再定義 将来のDMO一元化に向けての調査検討を模索</p> <p>事業例４ 観光型商店支援事業 着地型旅行商品の開発、販売を行い、稼げる観光化を支援 ⇒イベント時以外でも既存店舗や寺社を訪問する機会の拡大を図り、地元意識の変革を図る。</p> <p>事業例５ 空店舗活用事業 空店舗等活用事業補助金として新規出店に１００万円、運営経費に５０万円補助 ⇒実績令和元年度 １件（喫茶店）、２年度 １件（洋菓子店） ３年度 １件（美容）、４年度 ２件（不動産業、飲食店）</p> <p>事業例６ TMO結城が行う事業及び運営支援 R4年度まで市から特命担当を派遣、R5年度から再任用職員を派遣 ⇒今後は観光関連団体との連携やDMOへの移行を想定した活動を模索。</p>

基本目標3 観光客の滞在時間(単価)の倍増を目指そう

KPI	<p>平均滞在時間 R2年度3.5時間 R3年度3.3時間 R4年度2.9時間 平均消費額 R2年度533円 R3年度454円 R4年度544円</p>
評価	<p>テコ入れ  </p>
短評	<p>各種イベントの実施により誘客はあったものの、物産センターの売り上げにはつながっていない。他店舗ではどうだったか。今後は新たな旅行商品が造成されたこと、市街地に新たに宿泊施設が開業したことによる、新規客層の取り込みに期待。評価に関しては引き続き「テコ入れ」が必要な段階と考える。 ※2年度ガイド件数6件 3年度ガイド件数7件 4年度ガイド件数26件 2年度来客数4,202人 3年度来客数4,331人 4年度来客数5,914人</p>

説明

- 施策（１）まち歩きを楽しめる環境を作ろう
- 施策（２）食べ歩きやお土産等、お金の使いどころを作ろう
- 施策（３）観光を楽しめるエリアを広げよう
- 施策（４）結城に泊まり、夜を楽しめる環境を作ろう

事業例１ 駅北（駅前）通りの活性化

冬季にイルミネーションを実施も夜間の人通りは僅か。秀康展実施時に商工会議所がイベントと連動しスタンプラリーの実施を行った。

事業例２ 演出の工夫による販売促進

各店舗が知恵を絞り顧客獲得に努めているも、一体感を醸し出した見せ方、売り方の提案・実施が必要

事業例３ QRコード観光ガイド事業

総合パンフレットに市、観光協会HPのQRコードを記載

事業例４ 散策・自転車のコース設定と標示

WEB上で「ちゃりさんぽ」というコンテンツによるモデルコースを設定
利用促進に向けた取り組みが課題

事業例５ 試飲・試食・体験等の参加型観光コースの設定

着地型旅行商品の発売を実施。

⇒JRが企画する水戸線地酒列車運行が好評。令和４年度以降３回実施。

水戸駅発で結城駅折り返しとなることが強みに。

３月９日には梅酒列車として結城発～偕楽園～勝田～土浦の列車が運行。

事業例６ レンタサイクルの充実

令和５年度から物産センター内に貸し出し所を移設。相乗効果に期待。

説明

事業例７ 交通基盤整備の検討

長期的なスパンでの検討が必要

⇒地域公共交通会議会の実施（企画政策課）

事業例８ 二次交通の充実

令和２年度から市内巡回バスの土曜日運行開始



旅行商品としての新しい交通デバイスを模索中

事業例１０ 出店チャレンジ支援

空店舗等活用事業補助金として新規出店に１００万円、運営経費に５０万円補

	<p>助</p> <p>事業例 1 1 広域連携を含めた観光ルートの設定 筑西市、桜川市との連携に加えて、小山市をはじめとする定住自立圏内との連携も視野に</p> <p>事業例 1 2 事業者に対する休業日の見学協力要請 まち案内の申し込みがあった際に、休日でも見学を行える施設も存在</p> <p>事業例 1 3 南部エリアの観光環境整備 山川不動尊、あやめ園周辺を「山川不動尊近隣公園（仮称）」として整備を開始。令和 8 年の開園を目指す。 今年度に入り、上山川地区、江川地区、山川地区においてマルシェイベントが民間独自の力で相次いで開催される。</p> <p>事業例 1 4 宿泊観光の推進 民間事業者において、古民家をリニューアルした宿泊施設がオープン 結城家物語として、ライトアップ事業を実施</p>
--	---

基本目標4 観光客の受け皿の倍増を目指そう

K P I	外国人観光客数 R2 年度 4 人 R3 年度 7 人 R4 年度 6 人 DMO の 設 置 R2 年度未設置 R3 年度未設置 R4 年度未設置
評 価	テコ入れ  
短 評	<p>訪日観光客は回復しているが、本市にはその波が波及していない印象。インバウンドに本気で取り組むのであれば、ターゲットを絞った誘客、インフラ整備、商品造成などハードルは高い。</p> <p>また、インバウンドに限らず受け皿を広げるための観光の担い手育成やおもてなし感の醸成事業に取り組む必要がある。</p> <p>評価としては、取り組むべき課題も多いことから、「テコ入れ」とした。</p>
	<p>施策（1）外国人が観光しやすい環境を整えよう 施策（2）結城のおもてなし体制を強化しよう</p> <p>事業例 1 タイ観光客の取り込み コロナ禍により実施困難であったが、海外からの需要は回復が急である印象。今年に入りタイ王国観光庁東京所長が来結した。タイには国際親善姉妹都市メーサイ市もあることから、本市をPRした。 また、茨城県において台湾に狙いを絞り大規模なプロモーションを実施し</p>

	<p>ていることから、あわせてターゲットとしていく。</p> <p>事業例 2 「和」をテーマとした観光メニュー もともとが「和」テイストも、さらに踏み込んだ施策の検討を行う段階</p> <p>事業例 5 白鷗大学等と連携した情報発信 学生に対し、本市を認知してもらう段階 小笠原ゼミ等で街歩きの実施</p> <p>事業例 6 案内板の多言語化等の環境整備 結城紬のパンフレット、駅の案内板が6か国語に対応 結城の地酒を紹介する冊子において英語と中国語を加えた3か国語で作成</p> <p>事業例 7 街なかの歓迎ムードの演出 冬季イルミネーションの点灯が、駅の北口南口とも実施 DC期間中にのぼり旗の設置</p> <p>事業例 8 観光の担い手の増強 3年連続でガイド協会に新人が入会。今後の活躍に期待 イベントを企画する民間人の現れ 地域おこし協力隊が着任し、観光情報を発信</p>
説 明	<p>事業例 9 住民の意識改革 イベントの実施を周知し、観光客慣れをしてもらうことが必要である。 結城家物語の継続実施により、寺社の協力の継続。</p> <p>事業例 10 結城版DMOの設置 令和3年度から市街地の活性化事業支援を担当する特命理事を設置。新商品開発、ふるさと納税の強化などに取り組んだ。令和5年度からも引き続き再任用職員がTMOに出向。今後も再任用職員の活用を模索する。</p> <p>事業例 11 観光協会が行う観光振興事業への支援 市が事務局として、人的、財政的な支援を継続。</p> <p>事業例 12 観光ガイド養成講座の開催 新規会員募集の学習会を実施</p> <p>事業例 13 市商業観光振興計画推進委員会の設置 令和2年度から本委員会を設置</p>

(2)特筆すべき実施事業の報告

・結城秀康展
(別添資料参照)

・結城家物語—結城ひかりの陣—
(別添資料参照)

・着地型旅行商品販売

デスティネーションキャンペーンや本計画の実施を契機として、稼げる観光を実施すべく商品の造成、販売を行った。

販売商品:9 商品

内訳:

- ①蔵サウナ体験+ワーケーション - KURASAUNA -
- ②坐禅体験 - 孝顕寺 -
- ③結城紬ストールで散策プラン - 奥順 つむぎの館 -
- ④本場結城紬着付け体験 - 奥順 つむぎの館 -
- ⑤創業 1832 年の味噌蔵で塩麴づくり体験 - 秋葉糍味噌醸造 -
- ⑥創業 1832 年の味噌蔵で味噌づくり体験 - 秋葉糍味噌醸造 -
- ⑦仕込み水を使用した足湯に浸かってゆったり試飲体験 - 武勇酒造 -
- ⑧結城縁旅弁当
- ⑨【団体・グループ】街歩きガイドツアー

商品管理団体:(一社)MUSUBITO

販売実績:合計 136 件(12 月末現在)

※今後も商品は追加予定。市内事業者の参画をお待ちしています。

(3)委員会構成団体の取組等報告、評価に関する意見

— 評価の確定 —

(4)これからの実施予定事業の報告

○ゆうき物産まつり・・・2月24日(土)

・結城市物産協会主催。市内の物産品作りなどが体験できます。

○蔵美館開館10周年事業・・・5月3日(祝金)～

・結城秀康を特集した企画を蔵美館他において実施します。

○歴史的コンテンツ情報発信事業

・結城家物語として、3年間実施した様々なイベントを実施。来年度以降も歴史を題材とした新たなステージでの誘客イベントを実施します。

○DC 関連事業

・DCキャンペーンのラストイヤーである3年目。県や近隣市町村、市内事業者と連携して誘客を行います。