

美浦村

観光振興基本計画（案）

2026 ▶ 2031



令和 8 年(2026 年) 3 月

美浦村



美浦村観光振興基本計画の策定にあたって

美浦村は、霞ヶ浦の豊かな水辺と緑に囲まれた自然あふれる美しい村です。古くから湖岸文化が育まれ、国指定史跡の縄文遺跡「陸平貝塚」や中世の「木原城址」をはじめ、歴史を物語る多くの文化財が残されています。昭和 53 年(1978 年)に「日本中央競馬会美浦トレーニング・センター」が開場してからは、「競走馬の里」としても全国に広く知られるようになりました。近年では、大山湖畔公園(鹿島海軍航空隊跡)の一般公開や IP コンテンツを活用した観光事業を展開し、新たな来訪者の往来を期待しています。



一方で、本村では人口減少・少子高齢化が進行しており、人口も平成 12 年(2000 年)をピークに減少傾向に転じています。国が策定する観光立国推進基本計画においても、観光を通じた国内外との交流人口の拡大は地域活性化の切り札とされており、村外の方に美浦村を知ってもらい、訪れてもらうことは、本村の今後にとって重要な視点となります。

観光によって、交流人口を増やし、地域経済・地域社会の活性化を図るためには、時代にあった戦略が求められます。近年、旅行者の価値観やライフスタイルの変化によって、観光のあり方は大きく変化し多様化していますが、時代の変化を捉えながら、「競馬・競走馬」「歴史」「水上スポーツ」「IP コンテンツ」「農業・漁業」などの個性を活かした過ごし方を提案する必要があります。美浦村を知り、訪れ、好きになった人が、将来的には、地域を盛り上げる一員となっていくことを期待しています。そのためには、画一的な観光体験に留まらず、来訪者を受け入れる環境・仕組みづくり、地域と深くかかわる機会の創出が重要です。

このたび策定した「美浦村観光振興基本計画」は、こうした背景を踏まえ、観光を通じて地域の魅力を高め、村民とともに未来を築くための指針です。その実現には、村民の皆様、観光関連団体、事業者、そして行政が一体となって取り組むことが何より重要です。皆様のご理解とご協力を心よりお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、貴重なご意見をいただきました関係者の皆様、そしてご協力いただいた村民の皆様に、深く感謝申し上げます。

令和 8 年(2026 年)3 月

美浦村長 中島 栄

目次

はじめに

・計画の基本的な考え方	1
・計画の位置付け	2
・計画期間	2
・持続可能な開発目標(SDGs)との関係性	3

1. 美浦村観光のいま

・美浦村観光のいま	4
(1) 主要な観光資源、コンテンツ	4
(2) 観光来訪者の状況	5
・観光をとりまく社会・価値観の変化	7
・これからの美浦村観光に求められること	9
(1) 美浦村観光地化計画のふりかえり	9
(2) 来訪者からみた評価と意識	10
(3) 村民からみた評価とニーズ	11
(4) 観光関連団体・事業者からの声	12
(5) これからの美浦村観光に求められること	14

2. これからの美浦村観光

・これからの美浦村観光が目指す姿	15
・目標達成のためのターゲット像	16
(1) 現状の来訪者分析	16
(2) セグメンテーションとターゲティング	16

3. 施策体系

・施策体系	17
・施策	19
(1) 観光による交流・関係人口の創出	19
(2) 稼げる観光の取組強化	22
(3) 持続可能な観光地域づくりの環境整備	24
・重点プロジェクト	26

計画の推進体制

<資料編>

・策定経過と策定体制	31
・用語の解説	33

はじめに

計画の基本的な考え方

美浦村では、平成 28 年(2016 年)3月に、観光による美浦の地域創生につなげることを目的とし、活力とにぎわいのある観光地化を進め、観光客の増加を図り、本村への新しい人の流れをつくるため、美浦村観光地化計画を策定しました。

10 年間の計画期間においては、新型コロナウイルス感染症による観光業への影響、コロナ禍を経たライフスタイルの変化や価値観・働き方の多様化など、様々な社会情勢の変化がありました。社会情勢の変化にあわせて、旅行ニーズも多様化する中、新たな観光戦略が求められています。

国では、「観光立国推進基本計画」(令和5年(2023 年)3月閣議決定)に基づき、「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」に戦略的に取り組み、全国に観光の恩恵を行きわたらせ、活力に満ちた地域社会の実現を目指しています。また、県では令和4年(2022 年)3月に「茨城県観光振興基本計画」を策定し、観光の本格的な復興の実現と、個性を活かした持続可能な「いばらき観光」を基本理念とし、観光振興施策を展開しています。

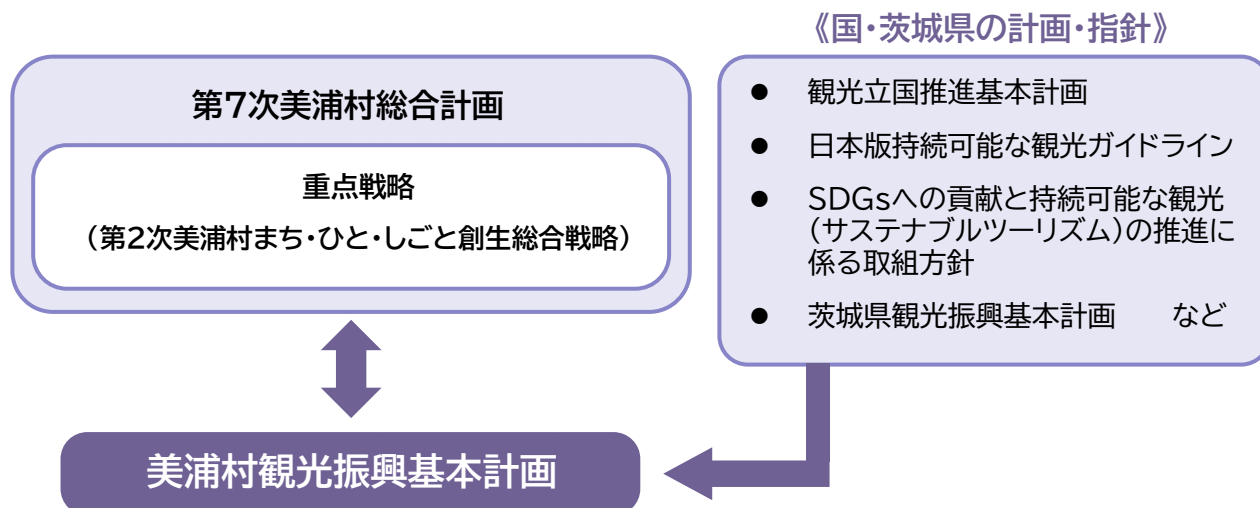
本村においても、国や県の計画との整合を図りながら、持続可能な観光地域づくりに取り組み、観光の稼ぐ力を強化していくことが重要です。加えて、観光施策推進にあたっては、持続可能な開発目標(SDGs)の理念を尊重し、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に基づいた持続可能な観光地域づくりに取り組む必要があります。

こうした背景のもと、観光分野の経済効果を拡大し、美浦村全体の経済活性化につなげるため、美浦村観光振興基本計画を策定します。

*: P33~34 用語の解説参照

計画の位置付け

本計画は、美浦村の最上位計画である「第7次美浦村総合計画」の関連個別計画の一つと位置付けられ、総合計画における「重点戦略(第2次まち・ひと・しごと創生総合戦略)」の方向性を踏まえ、連携しながら、観光施策を推進するものです。関連計画や施策と連携して推進するとともに、国の観光立国推進基本計画や県の観光振興基本計画等との整合を図った計画を策定します。



計画期間

本計画の対象期間は、令和8年度(2026年度)から令和12年度(2030年度)までの5年間とします。

スケジュール				
令和8年度 (2026年度)	令和9年度 (2027年度)	令和10年度 (2028年度)	令和11年度 (2029年度)	令和12年度 (2030年度)
美浦村観光振興基本計画				

持続可能な開発目標(SDGs)との関係性

持続可能な開発目標(以下、SDGs)とは、平成 27 年(2015 年)9月の国連サミットにおいて採択された、持続可能な世界を実現するために、国際社会が一丸となって取り組む普遍的な目標です。持続可能な世界を実現するための 17 の目標(ゴール)と 169 のターゲットから構成されています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



国連世界観光機関(UNWTO)*は、観光は SDGsのすべての目標に対して、直接的または間接的に貢献する力があり、重要な役割を担っていると宣言しています。

本計画においては、「目標8 働きがいも経済成長も」の達成に向けて、地域の文化や特産品を活かした観光によって、地域経済の活性化に繋がる施策を立案していきます。

さらに、「目標 16 平和と公正をすべての人に」、「目標 17 パートナーシップで目標を達成しよう」の取組として、観光施策の立案・推進にあたっては、行政だけではなく、観光協会、観光関連団体・事業者、他産業関連機関、村民等、様々な立場の意見を聞き、相互に協力する体制を構築していきます。



(出典)国際連合広報センターHP

1. 美浦村観光のいま

美浦村観光のいま

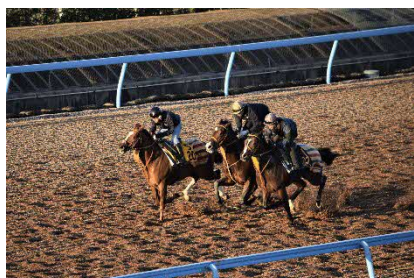
(1) 主要な観光資源、コンテンツ

美浦村は、霞ヶ浦の水と緑に育まれた自然環境を背景に、国指定史跡の陸平貝塚など歴史ある湖岸文化を育んできた自然豊かな村です。霞ヶ浦の恵みを活かしたワカサギやシラウオ漁、肥沃な土壌を活かした稲作やレンコン栽培などが、古くから営まれてきました。「陸平貝塚公園」は、縄文時代から続く美浦村の歴史を学び、体験できる場として親しまれています。



昭和 53 年(1978 年)に「日本中央競馬会(JRA)美浦トレーニング・センター」が開設されてからは、競走馬の里として全国の競馬ファンに知られるようになり、近年の全国的な競馬コンテンツの人気にも後押しされ、ターフプラザの一般公開日や、見学ツアーには、現在も多くの競馬ファンが訪れています。

さらに、近年では鹿島海軍航空隊跡である「大山湖畔公園」や、水上スポーツの拠点となる「大山スロープ」など、新たな観光資源となる施設の整備が進められています。戦跡見学、ロケ地巡りや写真撮影、水上スポーツやバスフィッシングなど、多様な目的を持った来訪者が訪れるようになりました。

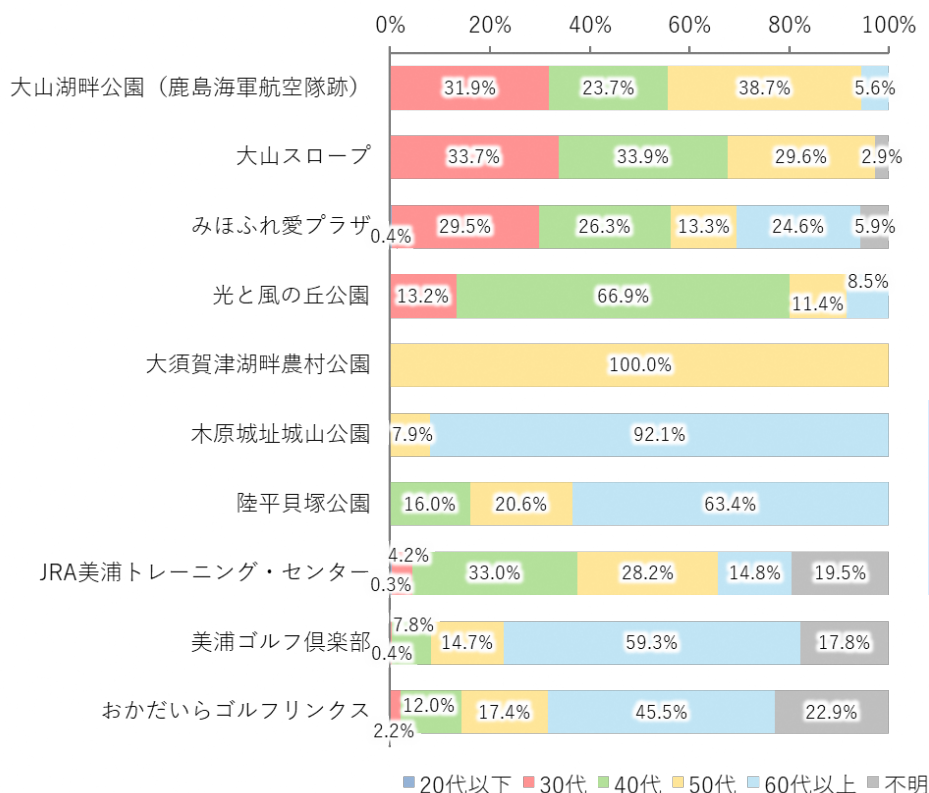


(2)観光来訪者の状況

主要観光関連施設ごとの来訪者の傾向をみると、年代は各施設でばらつきがありますが、大山湖畔公園や大山スロープ、光と風の丘公園は比較的若年層の来訪が多い状況です。性別は、みほふれ愛プラザと光と風の丘公園以外の施設は、男性の割合が高い傾向です。居住地をみると、大山湖畔公園、大山スロープ、陸平貝塚公園、美浦ゴルフ倶楽部、おかだいらゴルフリンクスは、県外からの利用が多い状況です。

◆主要観光関連施設における来訪者の傾向

年代	大山湖畔公園、大山スロープ、光と風の丘公園は、30代～50代が多く来訪していて、他施設と比較して来訪者の年代が若い傾向にある。JRA 美浦トレーニング・センターは、40代～60代以上の来訪が多い。みほふれ愛プラザは、幅広い年代が来訪している。美浦ゴルフ倶楽部、おかだいらゴルフリンクスは、50代～60代以上の来訪が多く、年代が高い傾向である。
性別	みほふれ愛プラザ、光と風の丘公園を除く全ての施設で、男性の割合が女性の割合を大きく上回っている。その中で、大山湖畔公園、木原城址城山公園は、比較的女性の来訪もみられる。
居住地	大山湖畔公園、大山スロープ、陸平貝塚公園、美浦ゴルフ倶楽部、おかだいらゴルフリンクスは、県外からの利用が多い。みほふれ愛プラザ、光と風の丘公園、大須賀津湖畔農村公園、木原城址城山公園は、多くが県内からの来訪である。



【データの抽出条件】

携帯電話の位置情報から滞在人口を集計 / 令和6年(2024年)1月～12月 / 24時間 / 250mメッシュ / 推定

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない

図 年代別滞在状況(割合)

(出典)「RESAS」地域経済分析システム(令和6年(2024年))

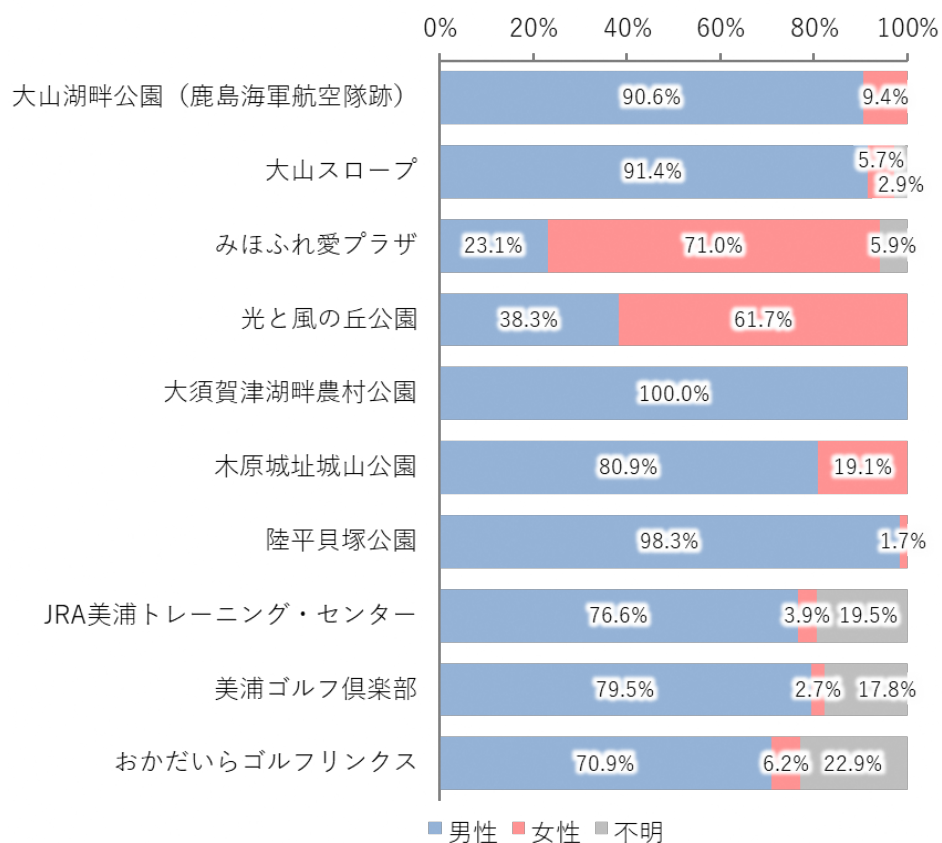
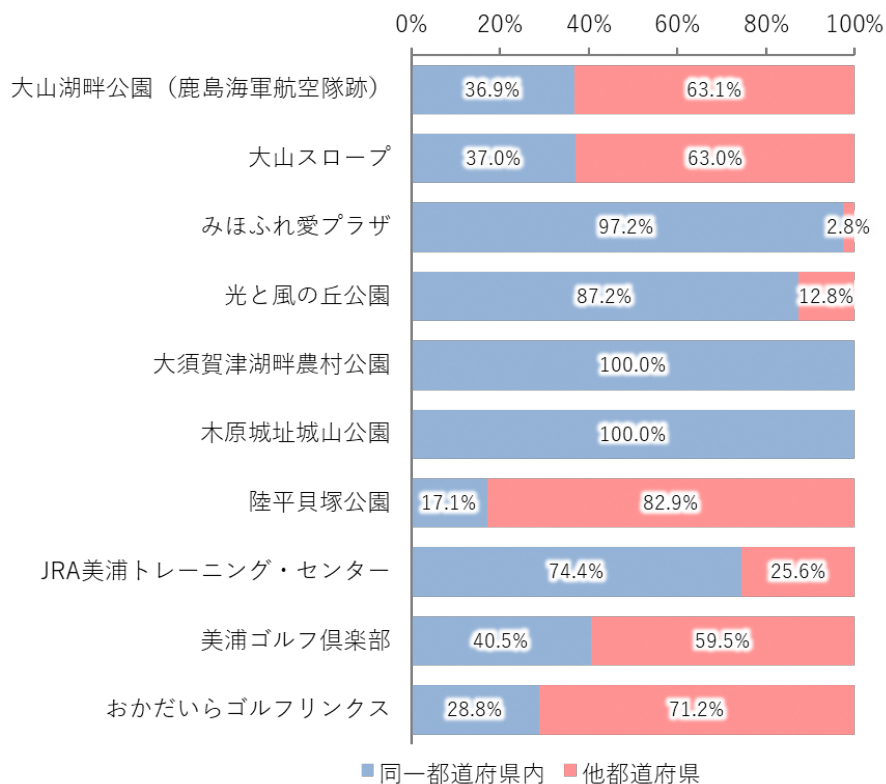


図 性別滞在状況(割合)



【データの抽出条件】

携帯電話の位置情報から滞在人口を集計 / 令和6年(2024年)1月～12月 / 24時間 / 250mメッシュ / 推定

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない

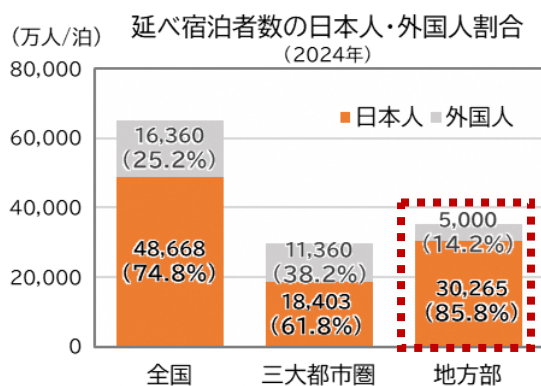
図 推定居住地別滞在状況(割合)

(出典)「RESAS」地域経済分析システム(令和6年(2024年))

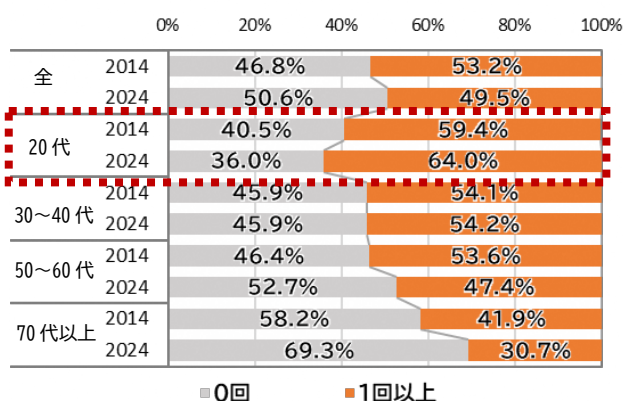
観光をとりまく社会・価値観の変化

①日本人の国内旅行市場の傾向

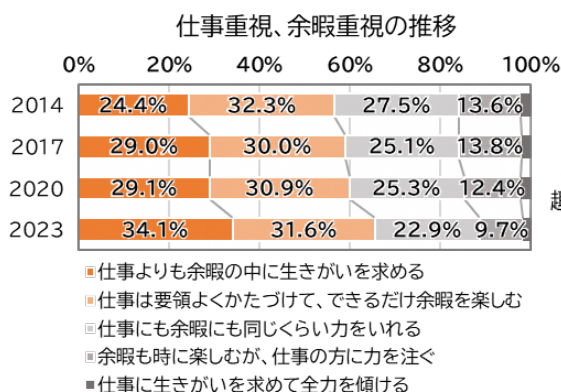
地方部延べ宿泊者数の日本人割合は約9割であり、地方部の旅行需要は日本人が下支えしている状況です。日本人の国内旅行者数や旅行経験率は伸び悩んでいますが、若年層の旅行経験率は高く、コロナ禍からも順調に回復しています。



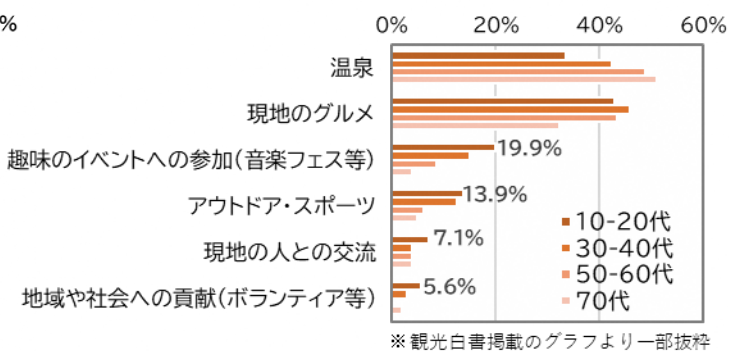
国内宿泊旅行回数の構成比の推移(年代別)



「日本人の生活や旅行についての意識」によると、仕事より余暇を重視する割合が増加傾向にあります。旅行に求めることは、どの年代も温泉やグルメ目的等の旅行志向が高いものの、若年層は他の年代と比べ、趣味のイベント参加、アウトドアの他、現地の人との交流や地域貢献等の旅行意欲が高いです。



過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行(一部抜粋)



②旅のスタイルの多様化

日本人の国内旅行の活性化に向けて、観光庁では、何度も地域に通う旅、帰る旅やワーケーション*・ブレイジャー*等の普及促進、ユニバーサルツーリズム*の推進等を通じ、新たな交流市場の開拓や国内旅行需要の平準化に取り組んでおり、従来の観光のイメージを超えた、新しい旅のかたちが広まりつつあります。



(出典)「令和6年度観光の状況 令和7年度観光施策」(観光白書)

*: P33~34 用語の解説参照

③SDGs と持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の機運の高まり

社会全体として SDGs を達成するための取組が求められる中、観光分野においても、コロナ禍を経て「持続可能性」への関心が高まり、持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)を推進する動きが活発になっています。

国内では、日本政府観光局(JNTO)*が令和3年(2021年)に「SDGs への貢献と持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の推進に係る取組方針」を策定し、持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)を以下のよう



JNTOが考える持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）

地域の「環境」を守る・育む	地域の「文化」を守る・育む	地域の「経済」を守る・育む
<ul style="list-style-type: none"> ・環境資源を最適な形で観光に活用している事例を情報発信 <p>→自然や生物多様性の保全等に貢献</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の有形無形の伝統・文化資産等を魅力ある形で海外に発信 <p>→外国人旅行者による体験等を通じて、伝統・文化の保存・継承に貢献</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本全国各地への外国人旅行者の安定した誘客・滞在の促進 ・地域ならではの体験や特産品等の購入促進 <p>→地域経済の活性化と安定的・長期的な雇用を創出し、住んで良し・訪れて良しの地域づくりに貢献</p>

(出典)「SDGs への貢献と持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の推進に係る取組方針」(日本政府観光局)

④持続可能な観光地域づくりに向けて

サステナブル・ツーリズムに対する機運の高まりを受けて、国は令和2年(2020年)に「日本版 持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」を策定しています。

これは、地域が持続可能な観光地となるための取組事項を具体的に示したもので、データに基づいて地域の現状を把握し、持続可能な観光地マネジメントを行うための指標となっています。

環境、経済、文化・コミュニティの持続可能性に配慮しながら、選ばれ続ける魅力ある観光地づくりに向けて、効果的な取組を進めることが求められています。



(出典)「日本版 持続可能な観光ガイドライン」(日本政府観光局)

これからの美浦村観光に求められること

(1)美浦村観光地化計画のふりかえり

美浦村観光地化計画は、平成 28 年度(2016 年)から 10 年間の計画として策定されました。計画期間中に、コロナ禍や社会情勢の変化等があった中でも、特に「観光資源の新たな魅力づくり」では、大山湖畔公園の開園や大山スロープの整備、IP*イベントの開催、体験プログラムの造成等、新たな取組が進められました。一方で、計画を推進する体制の不足、財源の確保、公共交通の減便による利便性低下等、次期計画に向けて対応を検討すべき課題もみえてきました。

<計画期間中の取組>

情報発信・PR

観光パンフレット発行、美浦村アプリや SNS の活用、県内外の観光物産展への出展

観光資源の新たな魅力づくり

大山湖畔公園の開園、大山スロープの整備、IP イベントの開催、光と風の丘公園野球場におけるプロ野球公式戦の開催、陸平貝塚公園の体験プログラム開始

観光の拠点形成と地域資源の有機的な連携

地元農産物を活用した6次化商品*の販売・ふるさと納税の返礼品化、村内デマンド交通*の実証実験

観光受け入れ態勢の強化

村内案内板の設置、陸平貝塚公園周辺の里山整備

<明らかになった課題>

推進体制やリソースが不足しており、未達の項目も残った

財源確保、人材確保は多くの取組で障壁となっている

廃業等により、観光資源・情報が不足してきている

路線バスの減便により、公共交通で来訪することが困難になっている

陸平貝塚公園の文化事業の継続には、専門人材の確保が課題。体験事業の周知・PR にはリソースが足りず、他課との連携が必要

つくば霞ヶ浦りんりんロードは整備費負担の割合が大きいにも関わらず、村内に経済効果を波及させられていない

(2)来訪者からみた評価と意識

美浦村に来訪経験のある人を対象に実施したアンケートによれば、JRA 美浦トレーニング・センターは約6割の人に認知されており、よく知られています。認知度に対して興味度は4割ほどとやや低く、興味を持つ人が限定されています。大山湖畔公園は、認知度は4割ほどですが、興味度はJRA 美浦トレーニング・センターと同程度であり、ポテンシャルが伺えます。

みほふれ愛プラザは、この中で唯一土産品や産直野菜を扱う地域産品直売所を併設する施設ですが、来訪者からの認知度や興味度は低い結果となっています。

一度の来訪で訪れた施設の数は、全体の約4割の人が1施設となっており、目的地のみ来訪して村内を周遊していない様子が伺えます。

一方で、男性・女性ともに 20～40 代の若い世代は、4施設と回答した人が約4割を占めており、全体と比べて一度により多くの施設を訪れています。

美浦村の観光に求めることは、どの世代も「飲食やお土産の充実」が最も多く、特に 20～40 代の女性には多くの人が挙げています。

男性・女性ともに 20～40 代の若い世代は、「新たな観光施設の整備」を求めている人も多いです。

「美浦村までの公共交通手段の充実」を求める人も多く、男性・女性ともに 20～40 代の若い世代では約2割の人が挙げています。

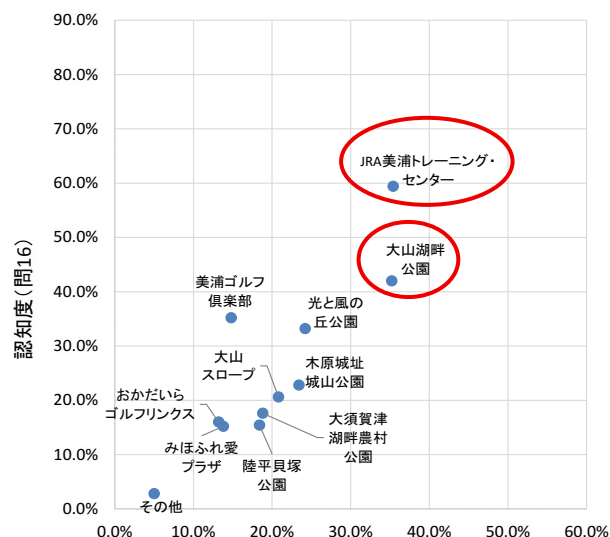


図 観光関連施設への認知度×興味度

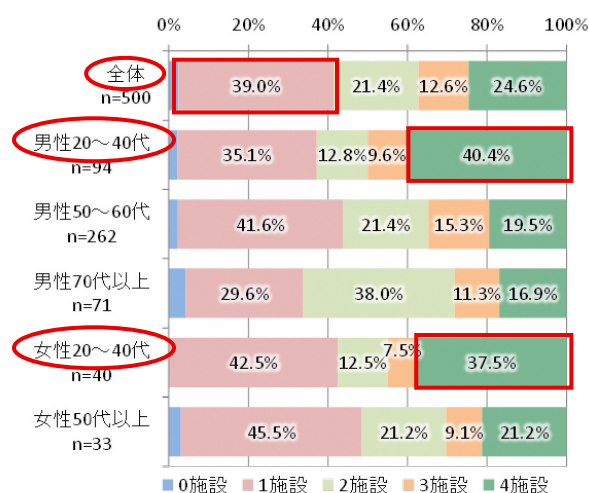


図 来訪施設数(性年代別)

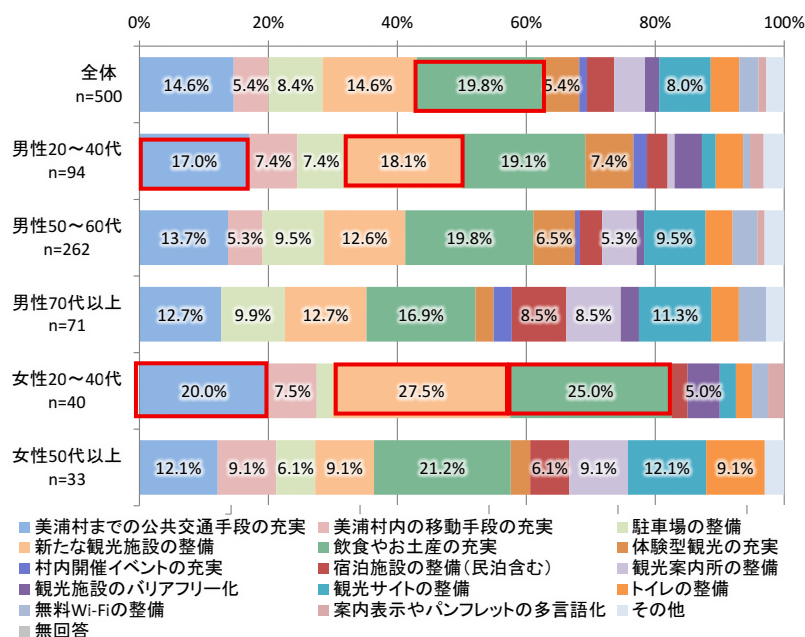


図 美浦村に再訪するために最も重視すること(性年代別)

(出典)来訪者アンケート調査(令和7年(2025年))

(3) 村民からみた評価とニーズ

村民を対象にしたアンケートによると、美浦村の観光に満足している人の割合は1割未満と極めて低く、約4割はやや不満・不満と回答しています。特に、50～60代で不満の傾向が強いです。

村外居住者に勧めたい観光スポットには、「JRA 美浦トレーニング・センター」が多く挙げられており、特に40代以下の女性で顕著です。一方で、50～60代の男性では、「大山湖畔公園」を勧める人が多い傾向です。

一方で、「勧めたい施設はない」と回答する人の割合も高く、特に男性・女性とも40代以下の若い世代でその傾向が強いです。

美浦村に観光客が「あまり来てほしくない」「来てほしくない」と回答する人は全体の1割未満と極めて少なく、観光客の来訪に否定的な意見を抱いている村民は少ないことが伺えます。

観光客が「ぜひ来てほしい」「来てほしい」と回答する人は、全体の6割を超えていますが、男性・女性ともに40代以下の若年層は、5割程度と他年代よりもやや肯定的な意見が少ない傾向です。

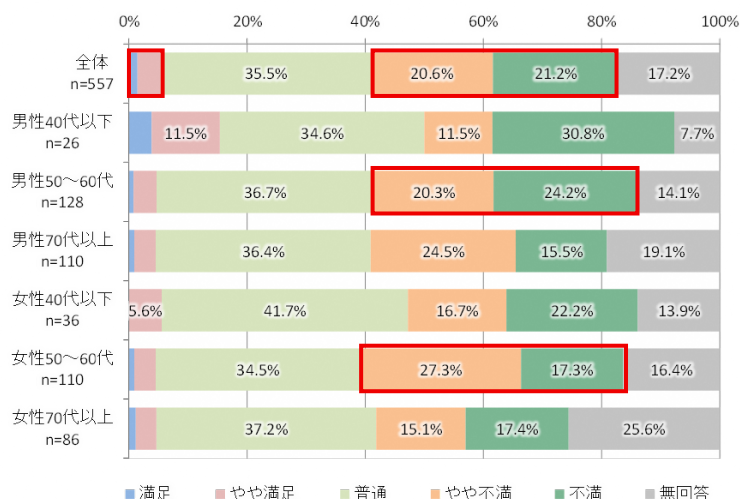


図 美浦村の観光についての満足度(性年代別)

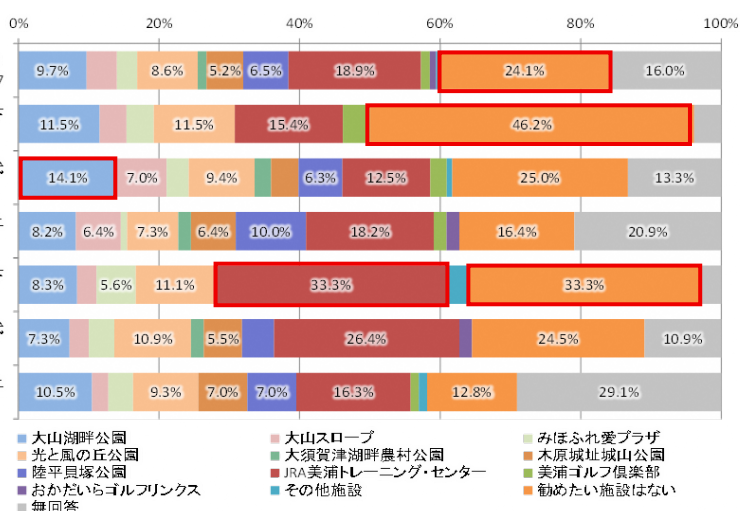


図 村外居住者に勧めたい観光スポット(性年代別)

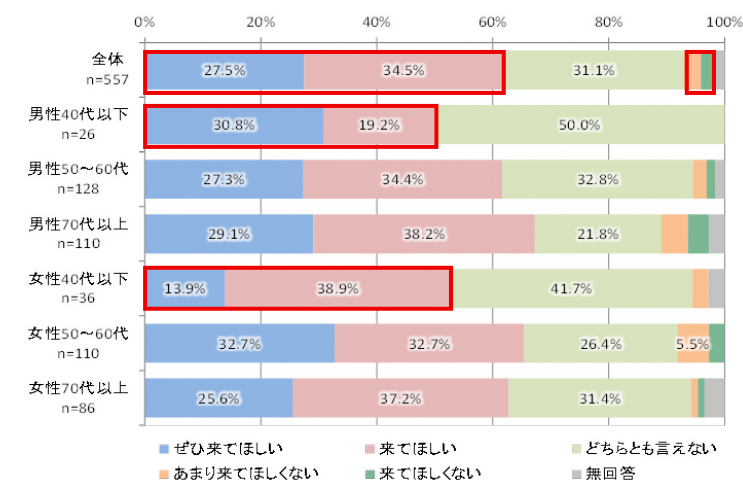


図 美浦村に観光客が来訪することについて(性年代別)

(出典) 来訪者アンケート調査(令和7年(2025年))

(4)観光関連団体・事業者からの声

事業者ヒアリングからは、JRA 美浦トレーニング・センターを訪れる競馬ファン、大山スロープで水上スポーツを楽しむリピーター、稲フォルニアでのバスフィッシングや車イベントの開催、大山湖畔公園の戦跡巡りやロケ地巡礼など、様々な目的を持って美浦村を訪れる人々がいる様子が伺えました。美浦村でしか体験できないものも多く、より個人的な趣味・興味に紐づいた観光であることが特徴的です。

一方で、多くの事業者から「飲食店の不足」の声が聞かれ、来訪しても、美浦村にお金を落とす機会がないという課題があります。これに対して、「新たに事業をはじめる人に向けた、創業支援を行ってはどうか」「新たなことを始めたい人と、空き家や店舗をマッチングできないか」といった意見もありました。

また、新たな観光のアイデアも挙がっており、「大山湖畔公園と周辺地域の戦跡とセットにしたツアーの造成」「霞ヶ浦における漁業体験の提供」「公園を活用したペットツーリズム*」「車中泊環境の整備」などの意見がありました。

<JRA 美浦トレーニング・センター>

現在の来訪者の状況	来訪者の属性は 30～40 代が中心で、男女比は2:1程度。茨城県内、千葉県、埼玉県からの来訪が多い傾向。ターフプラザの早朝開放日には、100 名程度が来訪している。施設見学ツアーは人気があり、約 40 倍の応募倍率になる。
課題	人材の確保は課題であり、学生に向けた仕事体験や職種説明会を実施している。
観光への取組意向	あくまでも競走馬の調教施設であり観光施設ではないが、開放日に訪れた人に対して、村内観光を促すような取組は協力できる。

<みほふれ愛プラザ地域産品直売所>

現在の来訪者の状況	平日は村内からの来訪が多いが、土日は県外からも来訪がある。IP コンテンツや美浦村観光大使とのコラボイベントでは、遠方からの来訪もあり、来訪者が大幅に増加した。新鮮な野菜を求めて訪れる方が多い。
課題	野菜の販売だけでは運営が厳しく、高単価の商品も強化したい。安中いちごは人気があり、こういった園芸作物が通年であると良い。
観光への取組意向	生産者がみえるような販売をしていきたい。インタビューをして POP を作成し、SNS へ掲載するなど。

(出典)事業者ヒアリング調査(令和7年(2025 年))

*: P33～34 用語の解説参照

<大山湖畔公園>

現在の来訪者の状況	老若男女、幅広く訪れている。「史跡・戦跡の見学」「ロケ地巡り」「風景撮影」が主な目的で、特にロケ地目的の方は、若い世代・女性が多い。サイクリストが休憩で立ち寄るケースもある。旅行会社経由で、団体の貸切利用に対応したこともある。
課題	施設全体の老朽化が進んでおり、長期的な補修と景観保全は課題となっている。敷地内に休憩場所がなく、今後整備が必要と考えている。
観光への取組意向	阿見町等、周辺地域との連携をしていきたい。旅行会社を通じた周辺の戦跡を巡るツアーの企画など。ツアー等で団体客が来訪する場合、平日でも受け入れは可能。

<大山スロープ・稲フォルニア>

現在の来訪者の状況	大山スロープの利用者はリピーターがほとんどで、水上バイクやバスフィッシングが目的。稲フォルニアには、ドライブ・ツーリングの写真撮影で立ち寄る人が多く、バスフィッシングトーナメントや車のイベントも開催している。
課題	周辺に飲食店がほとんどないため、来訪者の消費につながらない。稲フォルニアでのイベント開催時は、主催者がキッチンカーを帯同して来ている。宿泊需要も一定あるが、施設がない。市街化調整区域のため、こういった飲食・宿泊需要に応えるための新たな施設が建てられない。
観光への取組意向	水上スポーツ、バスフィッシングの拠点としての整備には注力していきたい。トイレ・シャワー等の施設整備、都市計画区域区分の変更等、村と協議しながら進めたい。

<他産業関連機関からの声>

霞ヶ浦漁業
協同組合
美浦村支部

漁獲を目的にした漁業に留まらず、漁業体験の提供にも取り組みたい。霞ヶ浦の食文化を引き継いでいきたい。外来種のアメリカナマズは在来種を脅かす存在だが、食材や釣り体験としてのポテンシャルは高く、活用できないか注目している。

稲敷農業
協同組合

以前は美浦村内でも園芸作物の栽培があったが、現在はほとんどない状況。近隣の稲敷市では、米の育苗ハウスを活用して小玉スイカの栽培をしている事例がある。

水郷つくば
農業協同組合

美浦村内には JA の直売所がなく、イベント主催が難しい。小学校単位で稲作体験を受け入れているケースがある。繁忙期は難しいが、時期をずらせば展開の可能性はある。

美浦村
商工会

商工会の加入事業者は廃業等で年々減少している。新たに村内で創業する人に向けた、補助金等の創業支援を行い、開業を後押しできないか。飲食店が少ないことも課題に感じているが、空き店舗があっても店舗兼住宅で貸出が難しいケースが多い。

美浦村地域
おこし協力隊

外からの視点では、美浦村の自然は大変貴重なものと感じており、都心からのアクセスも良い。食や自然を活かした観光振興や、公園を活用したペットツーリズムに関心がある。また、村内に車中泊ができる設備を整えてはどうか。地域おこし協力隊としては、活動内容を村民に伝え、特に高齢の方とも繋がりがやすい場をつくりたいと考えている。

(出典)事業者ヒアリング調査(令和7年(2025年))

(5)これからの美浦村観光に求められること

これまでの取組経緯や、調査の結果を踏まえて、これからの美浦村観光の振興のために取り組むべき課題を、以下のとおり整理します。

課題	現状
村内周遊の促進	<ul style="list-style-type: none"> 来訪者アンケートでは、村内の周遊が少ない傾向が明らかになりました。村内施設を来訪予定の人・来訪した人に向けて、村内の周遊を促すためには、観光モデルコースの造成・検証・ブラッシュアップが必要です。
効果的なプロモーションの実施	<ul style="list-style-type: none"> 村内には個性ある施設が複数存在しており、来訪目的も異なる状況です。観光PRの施策を検討する際には、ターゲットに合わせた効果的な方法を検討する必要があります。
観光で稼ぐための取組検討	<ul style="list-style-type: none"> 村内の飲食店が少なく、来訪者の村内での消費機会を損失している状態にあります。創業支援等を含め、村内での新たな飲食店の創業を後押しするための施策を検討する必要があります。 イベント時や、一部施設の利用者等、一定の宿泊ニーズが予想されていますが、村内に気軽に利用できる宿泊施設がほとんどない状況です。流動的な需要に対応できる、宿泊施設・設備の整備を検討することが必要です。 つくば霞ヶ浦りんりんロードの経済効果が薄い状況を改善するため、サイクリストの村内周遊・消費を促す施策を検討する必要があります。 事業者ヒアリング・委員会では、史跡・戦跡・農業・漁業等の資源を活用した教育旅行に関する意見がありました。教育的価値の高いプランの造成や、旅行会社との連携など、今後さらなる検討が必要です。 お土産の充実を求める意見は多く、村内消費の拡大、物産展等を通じたPRの観点からも、新たな特産品・土産品の開発を検討することが必要です。
推進体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 現在、観光協会は役場が兼任しており、観光振興施策の着実な推進には、体制の強化が求められます。 観光振興に係る関係者の協議の場がないため、計画策定後にも定期的に情報共有を行い、事業の進捗を管理する仕組みをつくる必要があります。
他事業との連携・活用	<ul style="list-style-type: none"> 村内では、令和7年(2025年)3月に3校の小学校が廃校となり、廃校舎の利活用の検討が行われています。施設の方向性を注視し、情報共有・連携をすることで、観光施策との相乗効果を検討する必要があります。 公共交通手段の不足は、観光来訪者にも共通する課題です。公共交通手段検討の取組を注視し、情報共有・連携をすることが必要です。
村民の観光意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 村民アンケートでは、村民が美浦村の観光に魅力が少ないと感じており、特に若年層でその傾向が強いことが分かりました。持続可能な観光地づくりの観点からも、若年層の地域の観光への関心を高めていくことは必要であり、そのためには、観光振興の良い影響を村民が実感できることが重要です。

2. これからの美浦村観光

これからの美浦村観光が目指す姿

美浦村では、趣味を楽しむ自分時間を過ごす人々が訪れ、思い思いの滞在をしています。趣味をきっかけに美浦村と繋がる人を増やしながら、訪れた人に対して、少し範囲を広げた、趣味+αの過ごし方を提案し、「美浦村そのもの」のファンをつくっていく観光を目指します。

さらに、何度も訪れ、滞在し、消費する人が増えることで、イベントや飲食の機会を増やしていき、美浦村で生活する人にとっても、暮らしの楽しみが増えていく観光を目指していきます。

これからの美浦村観光が目指す姿
みんなで繋いでいく美浦の暮らし
～自分時間を過ごす、美しい霞ヶ浦の村～

これからの美浦村観光が目指す姿の実現に向けて、取組を進めていくための「基本方針」と「取組方針」を以下のように設定しました。

基本方針	取組方針
観光による交流・関係人口の創出	① 美浦村滞在モデルの造成
	② 効果的なプロモーションの実施
	③ 何度も訪れたくなる仕掛けづくり
稼げる観光の取組強化	① 来訪者が消費を楽しめる機会の創出
	② 新たな観光のあり方検討
持続可能な観光地域づくりの環境整備	① 観光施策推進体制の強化
	② 観光受入環境の整備
	③ 村民の観光意識の醸成

美浦村総合計画(重点戦略)

【基本目標1】
見たい・訪れたい・体験したい美浦村づくり
(ねらい)
交流・関係人口を増やす

調査からみえてきた課題

- ・ 村内周遊の促進
- ・ 効果的なプロモーションの実施
- ・ 観光で稼ぐための取組強化
- ・ 推進体制の強化
- ・ 他事業との連携・活用
- ・ 村民の観光意識の醸成

目標達成のためのターゲット像

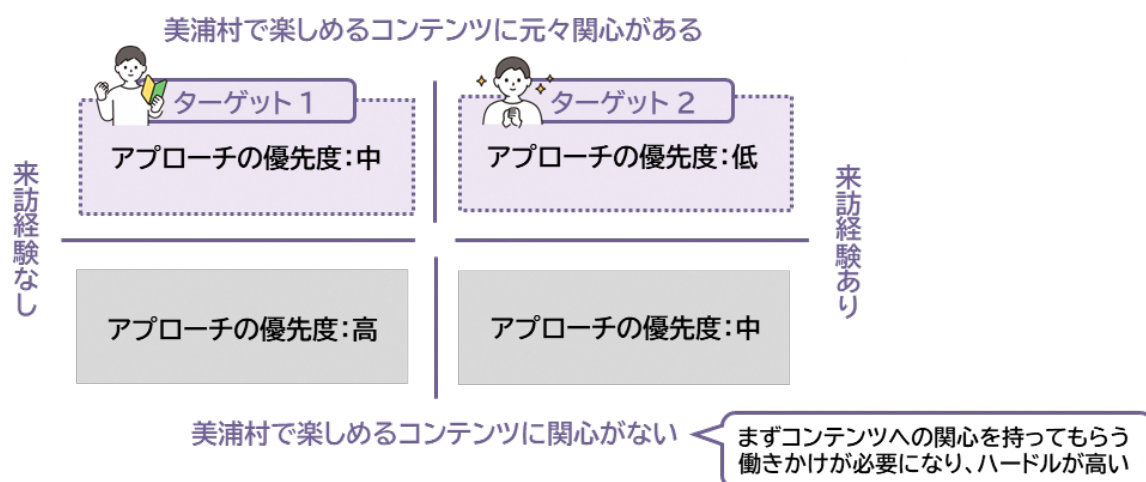
(1)現状の来訪者分析

「RESAS」*分析や施設来訪者数調査、事業者ヒアリング等の結果から、現在、美浦村を観光目的で訪れている来訪者と来訪目的は以下のように整理されます。全体として、男性の割合が高い傾向です。

来訪者	来訪目的
競馬ファン	JRA 美浦トレーニング・センター ターフプラザの見学・イベントの参加
大山スロープ利用者	水上スキー、バスフィッシング
稲フォルニア利用者	愛車等の写真撮影、イベント参加
大山湖畔公園訪問者	戦跡訪問、ロケ地巡礼、写真撮影
ゴルフ場利用者	美浦ゴルフ倶楽部、おかだいらゴルフリンクスの利用
サイクリスト	つくば霞ヶ浦りんりんロードの利用

(2)セグメンテーションとターゲティング

美浦村には個人の趣味に紐づいた観光資源が多いという特徴を踏まえ、「美浦村で楽しめるコンテンツに元々関心があるか」「来訪経験の有無」の2つの視点でセグメント*し、ターゲットを整理しました。



<ターゲット 1> 美浦村の魅力をまだ知らないが、関心を持つポテンシャルが高い層



- ・ 趣味の繋がりを通じて美浦村を PR し、来訪してもらう
- ・ 趣味のコンテンツに留まらず、美浦村そのもののファンになってもらうことを目指す

<ターゲット 2> 美浦村の魅力をすでに知っている層



- ・ リピーターとして継続して来訪してもらえるよう、継続的な情報発信、滞在の満足度向上に努める
- ・ 趣味のコンテンツに留まらず、美浦村そのもののファンになってもらうことを目指す

3. 施策体系

施策体系

調査によって明らかになった課題を解決し、これからの美浦村観光が目指す姿を実現するため、以下の施策及び重点プロジェクトに取り組みます。

これからの美浦村観光が目指す姿
みんなで繋いでいく美浦の暮らし
～自分時間を過ごす、美しい霞ヶ浦の村～

■：重点プロジェクトで推進

課題	基本方針	取組方針	施策 ※（ ）内：関連する課題	
課題① 村内周遊の促進	交流・関係人口の創出 観光による	①美浦村滞在モデルの造成	1	美浦村滞在モデルの造成、検証、ブラッシュアップ（①、③）
課題② 効果的なプロモーションの実施			2	周辺自治体と連携した観光モデルコースの造成（①、③）
			3	美浦村体験プログラムの造成（③）
		4	効果的なPR手法の検討・実施（②）	
		5	村内資源を活用したイベントの開催（③）	
		6	情報発信の連携・充実・更新（②）	
課題③ 観光で稼ぐための取組検討		7	滞在満足度の向上（③）	
		8	関係人口創出の取組強化（③）	
課題④ 推進体制の強化	稼げる観光の取組強化	①来訪者が消費を楽しめる機会の創出	9	施設間連携の強化による、既存の店舗や物販施設のPR（②、③）
			10	村内の飲食店等創業を後押しする支援の検討（③）
			11	美浦村の新たな特産品・土産品の開発（③）
		課題⑤ 他事業との連携・活用	②新たな観光のあり方検討	-
-	関係人口創出の取組強化（再掲）			
課題⑥ 村民の観光意識の醸成	持続可能な観光地域づくりの環境整備	①観光施策推進体制の強化	12	観光施策推進体制の強化（④）
			13	美浦村観光推進委員会（仮称）の設立・開催（④）
			14	観光データ分析の体制整備（④）
		②観光受入環境の整備	15	観光来訪者の移動手段の検討（⑤）
			16	宿泊施設・設備の検討（⑤）
		③村民の観光意識の醸成	17	村民と一体となった観光振興施策の推進（⑥）

◆重点プロジェクトについて

目指す姿の実現に向けて、まずは観光で美浦村を訪れる人(交流人口)を増やし、より深く地域と関わる人(関係人口)の創出に繋げることを目的として、関係者と連携して優先的に取り組む、重点プロジェクトを設定します。美浦村を知り、繋がり、より深く関わる、の3つの段階に応じたプロジェクトを設定し、美浦村を訪れる人が段階を踏んで、地域とより深く関わっていくことを目指していきます。

複数の関連ある施策を組み合わせ、プロジェクトごとにロードマップ・目標値を設定することで、確実な実現を図ります。

重点プロジェクトⅠ 美浦村への誘いプロジェクト

美浦村の魅力を伝え、村内の周遊を促すことを目的として、コンセプトのある滞在モデルの造成に取り組めます。PR もあわせて検討・実施し、美浦村の魅力を、訪れる人に知ってもらうことを目指していきます。また村民にとっても、美浦村の魅力を改めて知る機会となることを目指します。

(関連する施策: 施策1、施策4、施策9、施策13)



重点プロジェクトⅡ 美浦村ファン獲得プロジェクト

美浦村と繋がり強い「ファン」の獲得を目的として、新たな来訪者を取り込むイベントの開催と、一度訪れた人との繋がりをつくり、継続して訪れてもらうための仕組みづくりに取り組めます。

(関連する施策: 施策5、施策8、施策13)



重点プロジェクトⅢ 美浦村体験プロジェクト

史跡や戦跡、霞ヶ浦の農業や漁業など、村内資源を活用した体験プログラムの造成・受入を検討します。新たな観光の選択肢を増やすこと、体験を通じて美浦村の文化・歴史、産業に関心を持ち、村民との交流を深め、将来の担い手となる関係人口の創出に繋げることを目指します。

(関連する施策: 施策3、施策8、施策13、施策17)



位置付け

美浦村の魅力を
知ってもらう入口
づくり

訪れた人との関係
を強める仕組み
づくり

美浦村とより深く
関わる人が生まれ
るきっかけづくり

(1)観光による交流・関係人口の創出

全国の様々な地域において、定住人口が減少傾向にある中で、観光客や二地域居住*者といった交流人口を拡大させることで、人口減少の影響を緩和し、地域の活力を取り戻そうとする動きが広がっています。美浦村においても、まずは観光をきっかけに村を訪れてもらい、継続して来訪する交流・関係人口を拡大していくことを目指します。

① 美浦村滞在モデルの造成

施策1 美浦村滞在モデルの造成、検証、ブラッシュアップ

美浦村の魅力ある滞在モデルを造成し、モニターツアー*等を通じた内容の検証、ブラッシュアップに取り組みます。JRA 美浦トレーニング・センターを訪れた競馬ファンや、大山スロープの利用者、村内のつくば霞ヶ浦りんりんロードを利用するサイクリストなど、ターゲットに合ったコンセプトを設定し、村内を周遊し新たな魅力を発見する滞在モデルの造成を目指します。



<取組の具体例>

- ・ JRA 美浦トレーニング・センターの来訪者が見学後に村内を周遊するモデルコースの造成
- ・ つくば霞ヶ浦りんりんロードを利用するサイクリストが村に立ち寄り周遊するモデルコースの造成

施策2 周辺自治体と連携した観光モデルコースの造成

美浦村内に留まらず、周辺自治体と連携したモデルコースの造成に取り組み、来訪者の取り込みを目指します。特につくば霞ヶ浦りんりんロードの活用に向けては、管轄する茨城県をはじめ、霞ヶ浦に面した周辺自治体との連携を強化していきます。



<取組の具体例>

- ・ つくば霞ヶ浦りんりんロードを起点とした観光モデルコースの造成
- ・ 阿見町の予科練平和記念館や、笠間市の筑波海軍航空隊記念館と連携した、戦跡を巡る周遊ルートの造成

*: P33～34 用語の解説参照

施策3 美浦村体験プログラムの造成

陸平貝塚公園における縄文文化の体験事業、美浦村で営まれてきた稲作や霞ヶ浦での漁業等の一次産業の体験、大山湖畔公園における平和学習等、美浦村内の施設・資源を活用した体験プログラムを造成し、小中学校等の体験学習・教育旅行*の受入や、体験を通じた関係人口の創出に繋げることを目指します。



<取組の具体例>

- ・ 農協、漁協を通じた、農業体験・漁業体験の可能性検討
- ・ 茨城県内の戦争遺構と連携した、平和学習の可能性検討
- ・ 旅行会社等と連携した、各体験を組み合わせた体験学習・教育旅行のプラン検討

② 効果的なプロモーションの実施

施策4 効果的な PR 手法の検討・実施

ターゲット層や、PR の目的によって、効果的な PR の手法は異なることが想定されます。＜ターゲット層1＞には、趣味の繋がりを通じた初回の来訪を PR、＜ターゲット層2＞には、来訪施設において、プロモーション動画やパンフレットを通じた村内周遊情報の発信を行い、村内の別エリアへの周遊を促すなど、ターゲット・目的に応じた効果的な PR の手法を検討・実施します。



<取組の具体例>

- ・ 各コンテンツの情報共有コミュニティの調査、情報発信手法の検討
- ・ ターゲットや目的に応じたプロモーション動画等を作成し、村内周遊情報を発信
- ・ 首都圏で開催されるイベント・フェア等における、美浦村滞在モデルの PR

施策5 村内資源を活用したイベントの開催

イベント実施は美浦村への来訪のきっかけになり、イベントの場を活用して来訪者に対して継続的な来訪を促す観光 PR を行うこともできます。村内資源を活用したイベントを開催し、新たな来訪者の獲得を目指します。



<取組の具体例>

- ・ 村内の観光資源に関連する IP コンテンツを活用したイベントの開催
- ・ みほふれ愛プラザや大山湖畔公園を活用したマルシェ*等のイベント開催

施策6 情報発信の連携・充実・更新

現在美浦村の観光情報は、村 HP・SNS や、各施設の HP・SNS 等から発信されています。観光協会の体制強化とあわせて、観光情報の集約や洗練化をはじめ、来訪者にとって分かりやすく、来訪につながる情報発信のあり方を検討・実施します。



<取組の具体例>

- ・ 観光協会 HP の作成
- ・ 各 HP、SNS 等との連携

③ 何度も訪れたいくなる仕掛けづくり

施策7 滞在満足度の向上

継続して来訪してもらうためには、滞在満足度の向上に取り組むことが重要です。各施設で取組を継続する部分と、村と連携して取り組む必要がある部分を整理し、滞在満足度の向上に努めます。



<取組の具体例>

- ・ 満足度アンケートの実施
- ・ 村保有施設の環境整備の検討・実施

施策8 関係人口創出の取組強化

観光庁では、令和3年度(2021 年度)から「第2のふるさとづくり*」事業を推進しており、地域との交流による来訪や、地域運営への参画等の関係人口化を通して反復継続した来訪を創出する「第2のふるさとづくり」を推進しています。国施策の動向等も注視しながら、関係人口創出に向けた取組を検討します。



<取組の具体例>

- ・ 第2のふるさとづくり先行事例の情報収集
- ・ 趣味を通じて来訪した人が継続して来訪する滞在モデルの検討

*: P33～34 用語の解説参照

(2)稼げる観光の取組強化

主に事業者ヒアリングにおいて、来訪者が飲食したり、宿泊したりする需要がありながら、村内でその機会がなく、需要に応えきれていない現状が明らかになりました。観光による経済効果を地域に還元するためには、来訪・滞在の促進に留まらず、村内事業者による消費機会の創出に取り組むことが重要です。

① 来訪者が消費を楽しめる機会の創出

施策9 施設間連携の強化による、既存の店舗や物販施設のPR

観光関連施設の来訪者に対して、村内の既存飲食店や、みほふれ愛プラザ地域産品直売所のPRを行います。



<取組の具体例>

- ・ 飲食店マップの作成、施設への配布
- ・ みほふれ愛プラザ地域産品直売所の出張販売の実施

施策10 村内の飲食店等創業を後押しする支援の検討

新たに飲食店等の創業を検討する人に対して、村内における創業を支援する制度を検討し、飲食店等、新たな消費機会の増加を目指します。

<取組の具体例>

- ・ 創業支援補助金の整備
- ・ 空き店舗活用のマッチング支援

施策11 美浦村の新たな特産品・土産品の開発

重点戦略に記載のある「こだわり美浦産品づくり事業」に加え、霞ヶ浦で漁獲されるアメリカナマズの活用、新たな園芸作物の栽培等、民間事業者等の取組との連携により、新たな特産品・土産品の開発を後押しします。

<取組の具体例>

- ・ 村内産品を活用した新たなグルメのイベント出店等の連携
- ・ 農協と連携した、新たな園芸作物栽培の可能性検討

② 新たな観光のあり方検討

施策3 美浦村体験プログラムの造成（再掲）

<取組の具体例>

- ・ 農協、漁協を通じた、農業体験・漁業体験の可能性検討
- ・ 茨城県内の戦争遺構と連携した、平和学習の可能性検討
- ・ 旅行会社等と連携した、各体験を組み合わせた体験学習・教育旅行のプラン検討

施策8 関係人口創出の取組強化（再掲）

観光庁では、令和3年度(2021年度)から「第2のふるさとづくり」事業を推進しており、地域との交流による来訪や、地域運営への参画等の関係人口化を通して反復継続した来訪を創出する「第2のふるさとづくり」を推進しています。国施策の動向等も注視しながら、関係人口創出に向けた取組を検討します。



<取組の具体例>

- ・ 第2のふるさとづくり先行事例の情報収集
- ・ 趣味を通じて来訪した人が継続して来訪する滞在モデルの検討

(3)持続可能な観光地域づくりの環境整備

観光においては、行政、観光協会、観光関連団体・事業者、他産業関連機関、地域おこし協力隊*等、様々な関係者の「誰が」「いつまでに」「なにをやるか」を整理し、連携・協力しながら施策を進めていく必要があります。そのために必要な環境を整備し、持続可能な観光地域づくりを目指していきます。加えて、持続可能な観光地域づくりには、村民の観光意識の醸成も重要な課題です。村民が観光に関心を持ち、施策に関わりながらその効果を実感できる仕組みづくりを模索していきます。

① 観光施策推進体制の強化

施策 12 観光施策推進体制の強化

観光施策を確実に推進するためには、人的リソースの確保が不可欠です。役場の体制強化や観光協会のあり方の検討、国制度の活用など、様々な選択肢を検討し、体制の強化に取り組みます。

<取組の具体例>

- ・ 美浦村に適した観光協会のあり方検討(観光協会の法人化、将来的な DMO*の設立、周辺自治体の観光協会・DMO との連携等)
- ・ 役場の人員強化を目的とした、観光に特化した地域おこし協力隊の採用、地域活性化起業人制度の活用など

施策 13 美浦村観光推進委員会(仮称)の設立・開催

関係者間の定期的な情報共有・連携を円滑に行い、本計画の施策を推進することを目的として、関係者が集う美浦村観光推進委員会(仮称)を設立します。

<取組の具体例>

- ・ 関係者が参加する勉強会の開催
- ・ 施策に応じたワーキンググループ*を設定し、各施策を推進
- ・ 全体会議における、進捗状況等の把握・推進

施策 14 観光データ分析の体制整備

持続可能な観光地域づくりには、データに基づいた現状把握・施策立案が求められます。本計画期間中には、関係者と協議の上、定期的な観光来訪者数調査やアンケート調査の仕組みを構築し、次期計画に向けた観光データ分析の土壌を整えます。

<取組の具体例>

- ・ 定期的な村内観光関連施設における来訪者数調査の設計・実施
- ・ 定期的なアンケート調査の設計・実施

② 観光受入環境の整備

施策 15 観光来訪者の移動手段の検討

村内の他事業とも連携しながら、観光来訪者の移動手段確保について検討し、将来的には公共交通での観光も可能な環境の整備を目指します。

<取組の具体例>

- ・ シェアサイクル*設備の導入検討
- ・ 村民向けの移動手段確保と連携した、ライドシェア*、自動運転等の新たな制度・技術の検討

施策 16 宿泊施設・設備の検討

ターフプラザ早朝開放や早朝の水上スポーツ利用、稲フォルニアでのイベント開催時の遠方からの来訪者等、一定の宿泊需要が想定されていますが、現時点で需要は流動的です。村内の既存施設の活用をはじめ、スモールスタートで取り組める宿泊施設・設備の整備を検討します。

<取組の具体例>

- ・ 車中泊環境の整備
- ・ 光と風の丘公園ロッジの利活用検討
- ・ 村内における廃校活用の取組との情報共有・連携

③ 村民の観光意識の醸成

施策 17 村民と一体となった観光振興施策の推進

広報紙や SNS 等を通じた観光振興の取組の情報発信、体験造成時のモニター募集や意見聴取など、村民が置き去りにならない観光振興施策の推進のあり方を検討します。

<取組の具体例>

- ・ 広報紙にて観光振興施策の検討状況の発信
- ・ SNS 等を通じた、新たな観光体験やモデルコースの村民モニターの募集

重点プロジェクト

重点プロジェクトⅠ 美浦村への誘いプロジェクト

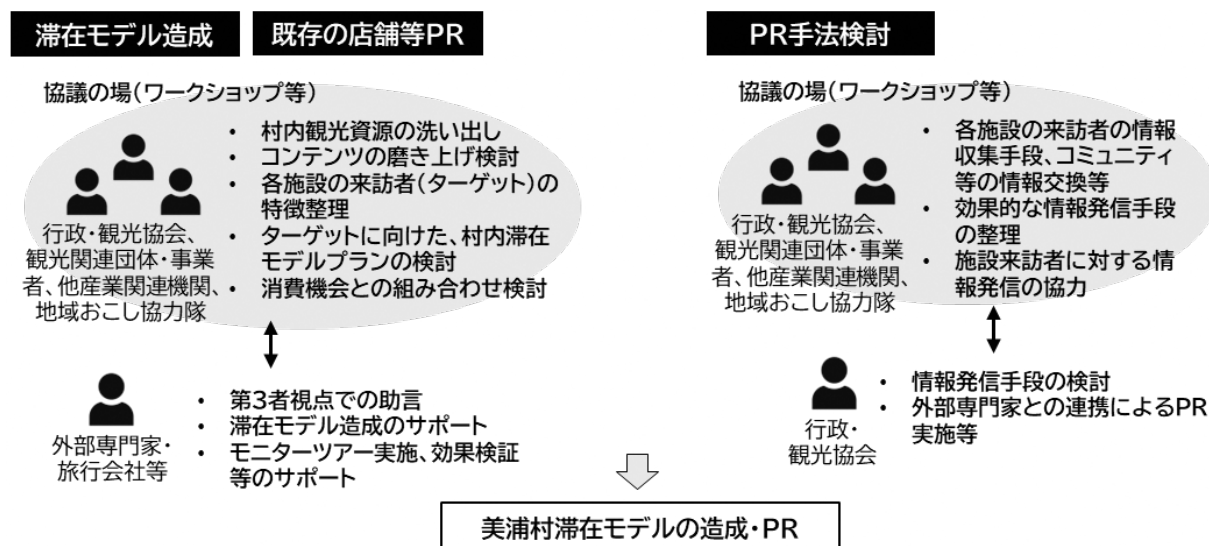
基本的な考え方

- 村内の単一施設を訪れている来訪者に対して、“趣味+α”の美浦村の過ごし方を提案し、「美浦村そのもの」のファンをつくることを目的として、「美浦村滞在モデル」の造成に取り組みます。村内の周遊を促すとともに、村内のスポットを繋ぐことに留まらず、いまある村内資源の魅力の再発見・磨き上げに取り組み、ターゲットに合わせた魅力ある滞在プランの造成・PRを目指します。

関連する施策

施策1 美浦村滞在モデルの造成、検証、ブラッシュアップ / 施策4 効果的な PR 手法の検討 / 施策9 施設間連携の強化による、既存の店舗や物販施設の PR / 施策13 美浦村観光推進委員会の設立・開催

プロジェクトの全体イメージ



ロードマップイメージ

	R8年 (2026年)	R9年 (2027年)	R10年 (2028年)	R11年 (2029年)	R12年 (2030年)
美浦村観光推進委員会(仮称)の設立・開催	勉強会の開催等		進捗等の把握・推進		
村内周遊モデルコースの造成、検証、ブラッシュアップ	検討・造成・モニターツアー等検証		順次提供開始		
施設間連携の強化による、既存の店舗や物販施設のPR	モデルコース造成とあわせて検討				
効果的なPR手法の検討・実施			PR手法の検討・実施		

目標値の設定

	基準値(令和7年(2025年))	目標値(令和12年(2030年))
ワークショップ開催数(/年)	—	6回
滞在モデルの造成・PR数	—	3件

重点プロジェクトⅡ 美浦村ファン獲得プロジェクト

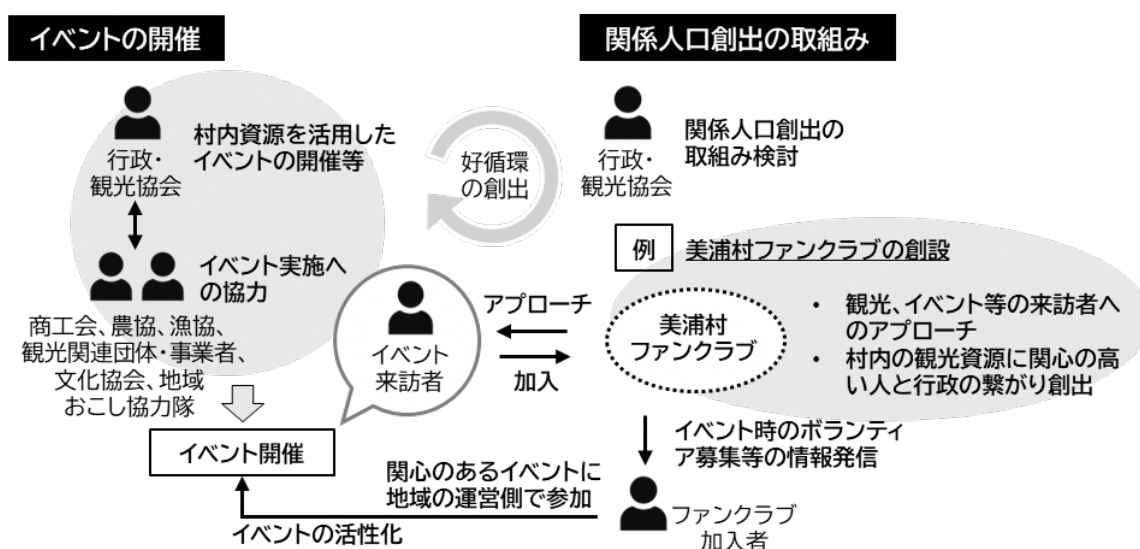
基本的な考え方

- 美浦村と繋がり強い「ファン」の獲得を目的として、新たな来訪者を取り込む村内イベントの実施や、イベント等を通じて訪れた来訪者をその後も継続して美浦村に訪れる関係人口とするための取組を検討します。関係人口とするための取組には、来訪者が地域と交流し、受け身ではなく一員となって関わられるような仕組みづくりを目指します。

関連する施策

施策5 村内資源を活用したイベントの開催 / 施策8 関係人口創出の取組強化 / 施策13 美浦村観光推進委員会の設立・開催

プロジェクトの全体イメージ



ロードマップイメージ

	R8年 (2026年)	R9年 (2027年)	R10年 (2028年)	R11年 (2029年)	R12年 (2030年)
美浦村観光推進委員会(仮称)の設立・開催	勉強会の開催等		進捗等の把握・推進		
村内資源を活用したイベントの開催	継続して実施	継続して実施	継続して実施	継続して実施	継続して実施
関係人口創出の取組強化		事例調査・制度設計の検討	事例調査・制度設計の検討	事例調査・制度設計の検討	制度の開始

目標値の設定

	基準値(令和7年(2025年))	目標値(令和12年(2030年))
交流人口の創出	—	500人
関係人口の創出	—	30人

※交流人口＝ファンクラブの会員数、関係人口＝地域イベントへの村外ボランティア参加者数と定義

重点プロジェクトⅢ

美浦村体験プロジェクト

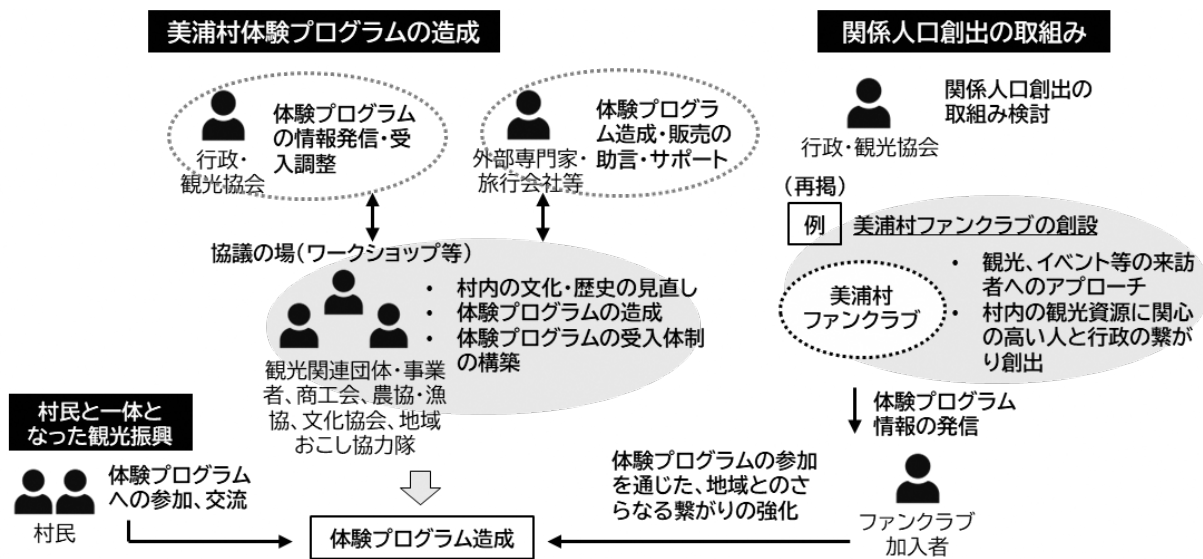
基本的な考え方

- 新たな観光の選択肢を増やし観光の稼ぐ力を高めること、また、美浦村の文化・歴史、産業に関心を持ってもらい、地域の担い手となる関係人口の創出に繋げることを目的として、史跡や戦跡、霞ヶ浦の農業や漁業など、村内資源を活用した体験プログラムの造成・受入を検討します。体験プログラムは、小中学校等に向けた体験学習・教育旅行、一般に向けた交流体験を想定し検討します。また、村民の体験プログラム参加を後押しすることで、来訪者と村民の交流機会を創出します。

関連する施策

施策3 美浦村体験プログラムの造成 / 施策8 関係人口創出の取組強化 / 施策13 美浦村観光推進委員会の設立・開催 / 施策17 村民と一体となった観光振興施策の推進

プロジェクトの全体イメージ



ロードマップイメージ

	R8年 (2026年)	R9年 (2027年)	R10年 (2028年)	R11年 (2029年)	R12年 (2030年)
美浦村観光推進委員会（仮称）の設立・開催	勉強会の開催等		進捗等の把握・推進		
美浦村体験プログラムの造成	検討・造成・モニターツアー等検証			順次提供開始	
関係人口創出の取組強化		事例調査・制度設計の検討			制度の開始
村民と一体となった観光振興施策の推進			モニター参加、体験への参加等		

目標値の設定

	基準値(令和7年(2025年))	目標値(令和12年(2030年))
体験プログラム造成数	—	10件
村外からの体験参加者数	—	100人
村内からの体験参加者数	—	200人

以下に、各施策に対する主な役割分担を整理しました。

※事業推進の主体(●)、事業の関係者(○)

基本方針	取組方針	施策	行政					観光協会	地域おこし協力隊・地域活性化起業人	観光関連団体・事業者	他産業関連機関	村民
			経済課	総務課	企画財政課	生活安全課	生涯学習課					
観光による交流・関係人口の創出	①美浦村滞在モデルの造成	1 美浦村滞在モデルの造成、検証、ブラッシュアップ	●		○		○	●	○	○	○	
		2 周辺自治体と連携した観光モデルコースの造成	●		○		○	●				
		3 美浦体験プログラムの造成	●		○		○	●	○	○	○	○
	②効果的なプロモーションの実施	4 効果的な PR 手法の検討・実施	●	●				●	○	○		
		5 村内資源を活用したイベントの開催	●		●		●	●	○	○	○	
		6 情報発信の連携・充実・更新	●	●				●		●		
	③何度も訪れたくなる仕掛けづくり	7 滞在満足度の向上	●					●		●		
		8 関係人口創出の取組強化	●		●			●			○	○
稼げる観光の取組強化	①来訪者が消費を楽しめる機会の創出	9 施設間連携の強化による、既存の店舗や物販施設の PR	●					●		○	○	
		10 村内の飲食店等創業を後押しする支援の検討	●								●	○
		11 美浦村の新たな特産品・土産品の開発	●					●	○		○	○
	②新たな観光のあり方検討	- 美浦体験プログラムの造成(再掲)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		- 関係人口創出の取組強化(再掲)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
持続可能な観光地域づくりの環境整備	①観光施策推進体制の強化	12 美浦村観光協会の体制の充実	●	●	●			●	○			
		13 美浦村観光推進委員会(仮称)の設立	●									
		14 観光データ分析の体制整備	●					●		○		
	②観光受入環境の整備	15 観光来訪者の移動手段の検討	●		●							
		16 宿泊施設・設備の検討	●		●	○	○			○		
	③村民の観光意識の醸成	17 村民と一体となった観光振興施策の推進	●	●				●			○	●

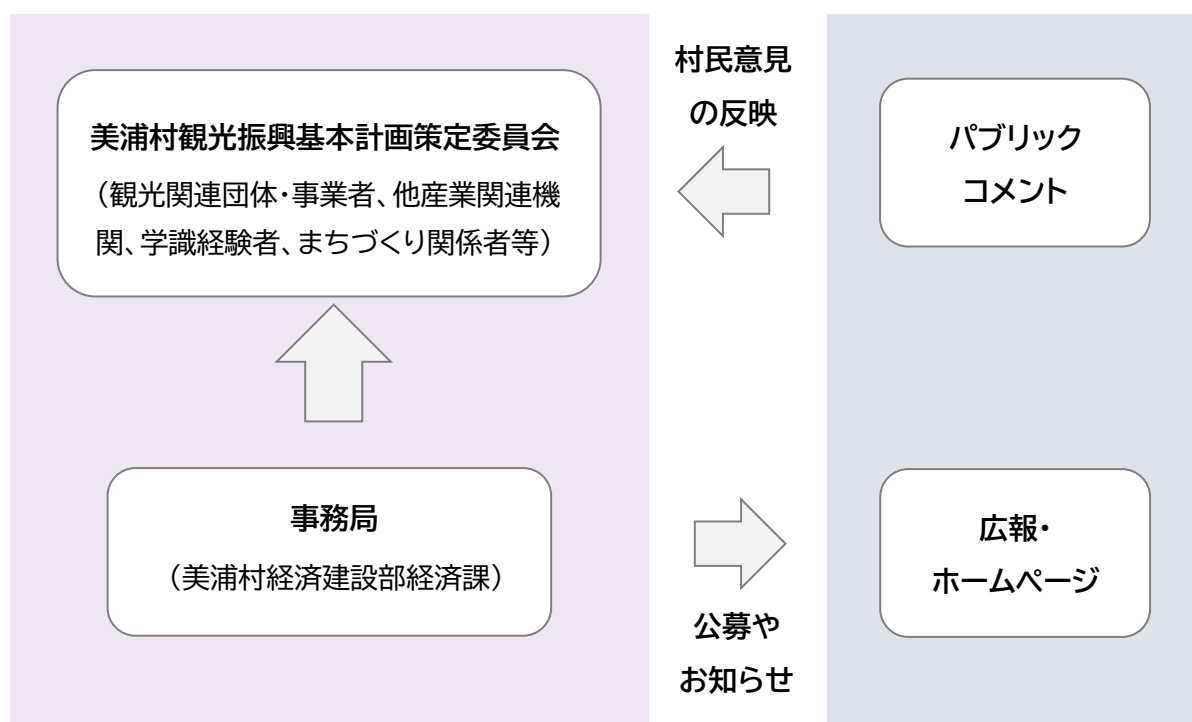
資料編

策定経過と策定体制

(1)策定経過内容

年月日	内容
令和7年(2025年)6月～8月	各種調査の実施(現計画の総括、来訪経験者アンケート、村民アンケート、事業者ヒアリング)
令和7年(2025年)9月3日	第1回美浦村観光振興基本計画策定委員会
令和7年(2025年)9月～11月	美浦村観光振興基本計画の素案の検討
令和7年(2025年)12月4日	第2回美浦村観光振興基本計画策定委員会
令和7年(2025年)12月	事業者個別ヒアリング
令和8年(2026年)1月26日	第3回美浦村観光振興基本計画策定委員会
令和8年(2026年)2月6日～ 2月26日	パブリックコメントの実施
令和8年(2026年)3月2日	第4回美浦村観光振興基本計画策定委員会
令和8年(2026年)3月	「美浦村観光振興基本計画」の決定

(2)策定体制



(3)美浦村観光振興基本計画策定委員会の委員名簿

美浦村観光振興基本計画策定委員会委員名簿

	所属	役職	氏名
1	美浦村議会総務経済委員会	委員長	小泉 輝忠
2	国立大学法人筑波大学システム情報系 社会工学域	教授	岡本 直久
3	美浦村観光協会	会長	石井 俊樹
4	美浦村商工会	会長	鈴木 秀明
5	株式会社プロジェクト茨城	代表取締役	金澤 大介
6	エバークリーン株式会社内部監査室	ディレクター	澁木 和明
7	水郷つくば農業協同組合	常務理事	石井 美晴
8	稲敷農業協同組合	理事	本橋 透
9	霞ヶ浦漁業協同組合美浦村支部	会長	中泉 義美
10	日本中央競馬会美浦トレーニング・セ ンター総務課	課長	鹿内 英登
11	美浦村文化協会	会長	岡野 正枝
12	陸平をヨイショする会	副会長	沼崎 正美
13	美浦工業クラブ	代表幹事	石丸 弾
14	筑波銀行美浦支店	支店長	浅井 毅（～令和7年(2025年) 10月1日） 高橋 慎（令和7年(2025年) 10月2日～）
15	美浦村地域おこし協力隊	隊員	小川 博樹

(敬称略・順不同)

用語の解説

用語	意味
英数字	
DMO	観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。
IP	Intellectual Property の頭文字を取った略称であり、知的財産を指す。知的財産は、人間の知的活動によって生み出されたアイデアや創作物等について、財産的な価値を持つものを総称するものである。
RESAS	地域経済に関するビッグデータを地図やグラフで可視化し、分析できるシステム。マーケティング、観光、人口、産業構造、地域経済循環、農林漁業、医療・介護の7分野から分析することができる。
6次化商品	農林漁業（一次産業）、製造業（二次産業）、販売・サービス業（三次産業）を一体的に組み合わせ、地域資源を活用して新たな付加価値を生み出した商品。
あ行	
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。
か行	
教育旅行	学校から発生する旅行行事のこと。例として、修学旅行、林間学校、臨海学校、移動教室等の宿泊行事、遠足、合宿、留学などが挙げられる。
国連世界観光機関（UNWTO）	昭和 50 年（1975 年）に設立され、平成 15 年（2003 年）に国連の専門機関に格上げされた世界最大の観光分野の国際機関。
さ行	
シェアサイクル	都市内に設置された複数のサイクルポートを相互に利用できる交通システム。
セグメント	市場や顧客を共通の特性やニーズに基づいて分類したグループのこと。
た行	
第2のふるさとづくり	「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新しい旅のスタイルを推進し、地域経済の活性化を図ることを目的とした観光庁による事業。
地域おこし協力隊	人口減少や高齢化などの課題を抱える地域が都市部から人材を受け入れ、地域活性化に取り組む制度。
デマンド交通	電話予約など利用者のニーズに応じて柔軟な運行を行う公共交通の一つの形態。
な行	
日本政府観光局（JNTO）	海外からの訪日外国人旅行者の誘致活動を行う独立行政法人。

用語	意味
二地域居住	主な生活拠点とは別の特定の地域に生活拠点(ホテル等も含む)を設ける暮らし方。
は行	
ブレジャー	business(仕事)と leisure(余暇・休息)の合成語。業務での出張先で滞在を延長するなどして、業務の後に旅行も楽しむこと。
ペットツーリズム	ペットと同伴で旅行を楽しむ旅行形態。
ま行	
マルシェ	フランス語で「市場」を意味する言葉。食材やハンドメイド雑貨、花など多様な商品が手に入る場所として、買い物や賑わい創出を目的として開催されるイベント等のこと。
モニターツアー	ツアーやアクティビティに参加する一般のモニターを募集し、内容やサービスについて調査・報告をしてもらう旅行の一形態。
や行	
ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるように作られた旅行のこと。年齢や障害の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できることを目指そうとするもの。
ら行	
ライドシェア	自家用車を活用した運送サービス。市町村やNPO 法人等が運行主体の「公共ライドシェア」とタクシー事業者が運行主体の「日本版ライドシェア」がある。
わ行	
ワーケーション	work(仕事)と vacation(休暇)の合成語。リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと。
ワーキンググループ	委員会などの中に設置される、具体的かつ実務的な作業や調査をする集まり。



美浦村観光振興基本計画

令和8年(2026 年)3月

発行 美浦村経済建設部経済課
〒300-0492
茨城県稲敷郡美浦村大字受領 1515
TEL 029-885-0340(代表)
<https://www.vill.miho.lg.jp/>

