

港の観光資源を活かした観光振興について

——土浦を事例に——

Promoting a Port as a Tourism Destination

——A Case Study of Tsuchiura——

三ツ木 丈浩

MITSUKI Takehiro

要旨：湖沼の面積が琵琶湖に次いで、第2位の霞ヶ浦に接する土浦市を事例にし、「みなと」と「観光」のあり方、広域観光における集客戦略を考察していく。土浦市は水戸街道と霞ヶ浦水運を結びつける水陸交通の拠点として繁栄してきた。近年、「観光・交流」のまち土浦の実現に向けて動き始めた。特に、土浦港を勘案した場合、①霞ヶ浦、②帆曳船、③遊覧船が観光のキーワードとなっている。しかし、土浦市内来訪者に対するアンケート調査では、帆曳船に対する満足度もあまり高くなく、土浦市の有する観光資源の「どれも魅力を感じない」がトップであった。今後、観光振興を図る上で、土浦市自体が、「水」と「拠点＝港」を結びつけることが重要であるということ認識している。そこで、土浦港を起点に桜川の水陸ルート・拠点整備、桜川の水辺の散策路の整備、中心市街地間を、歴史を踏まえた物語性のあるネットワークを図ることは勿論のこと、水郷筑波国定公園と筑波山、つくば市等々の周辺都市、茨城空港を加味した、広域観光および観光客に訴求する観光ルートの提案も必要不可欠であると考え。

キーワード：土浦、サイクルツーリズム、霞ヶ浦、帆曳船

1. はじめに

日本沿岸のみならずだけでなく、内陸にある湖沼や河川にあるみなとにおいても、「みなと」という資源を活用しながら、周辺観光地とも連携し、市民や企業、行政などが一体となって、知恵を絞り観光客の誘致と観光地のブランド化に努める動きが活発化している。

そこで、湖沼の面積が琵琶湖に次いで、第2位の霞ヶ浦に接する土浦市を事例にし、「みなと」と「観光」のあり方、広域観光における集客戦略について考察していく。

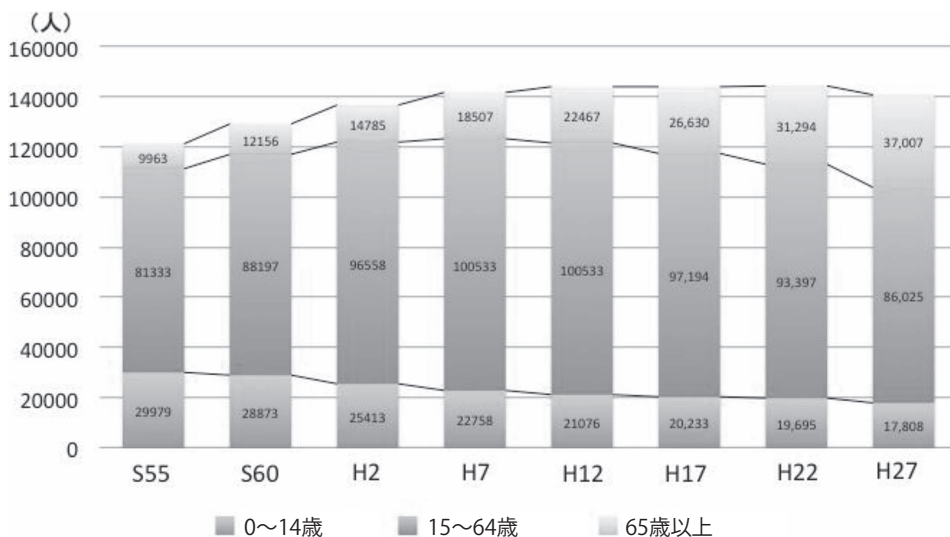
2. 土浦市の観光の現状と計画

土浦市は、水郷筑波国立公園を有し、その玄関口である利点を活かし、霞ヶ浦の豊かな自然や歴史、伝統あるイベントなどを中心に観光施策に取り組んできた。しかしながら、今日の観光ニーズが高度化、多様化している中、地域の特性を活かしたより魅力ある観光施策の推進が必要となってきた。

これまでの土浦市を拠点に観光振興を考えていくことに加え、筑波山の登山客で賑わうつくばエクスプレスや首都圏中央連絡自動車道の開通、徐々に航路も拡充している茨城空港等、広域交通体系が整備・進展していることから、広域観光とインバウンドへの取り組みもその必要性が高まってきている。

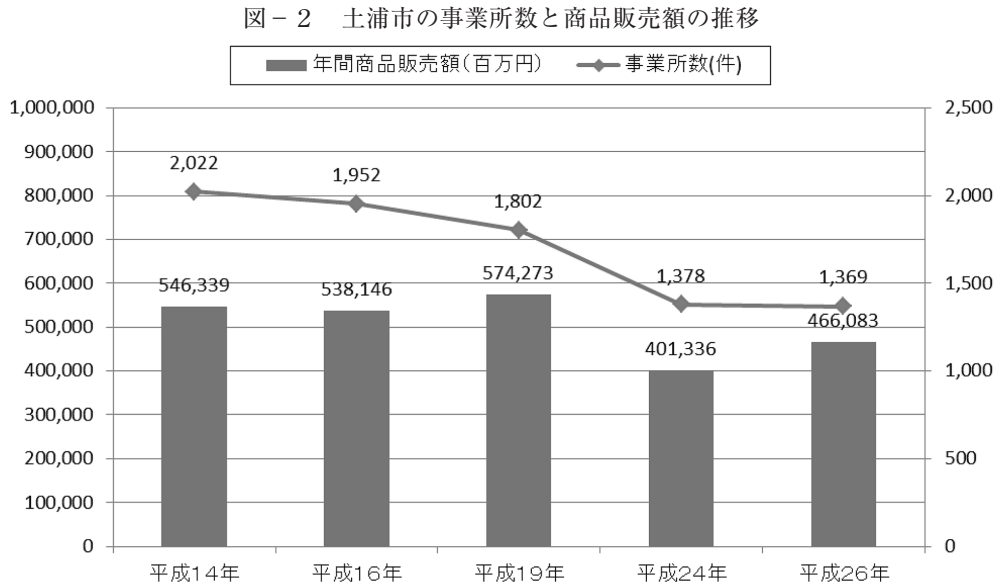
一方、図-1の土浦市の人口の推移で理解できるように、茨城県南の中心である土浦市の人口も御多分に漏れず少子・高齢化の影響を受け、減少傾向にある。

図-1 土浦市の人口の推移



出所： 国勢調査各年度および平成30年土浦市「常住人口推移」を基に作成。

同様に、図-2の土浦市の事業所数と商品販売高の推移で理解できるように、事業者数及び年間販売高も減少傾向にある。



出所：経済産業省「商業統計調査」、総務省「経済センサス—活動調査」を参照。

特に、土浦市の中心地外の衰退は、土浦市の現状を表しているものである。土浦駅周辺では、1997年に、土浦駅西口の再開発ビル「ウララ」が完成し中心的役割を果たしてきた。しかし、中心地の別の場所にあったイトーヨーカ堂が主なテナントとして移転したが2013年2月に閉店してしまった。1996年以降、西友や地場百貨店小網屋、京成百貨店、東武ホテルが閉店し、2003年には丸井、2007年3月には京成ホテルが閉店した。土浦駅ビル「WING（ウイング）」も売上げの低迷により2008年7月に営業を終了したが、2009年7月、「ペルチ土浦」としてリニューアルオープンしている。モータリゼーションの発達や規制緩和による郊外型店舗増加等の影響を受け、駅周辺の空洞化は想像以上に進んでいる。

茨城県南の中心である土浦市の地位も、つくばエクスプレスの開通に伴うつくば市への窓口の移行が進み、その地位も低下しているのが現状である。

そこで、成長産業と期待されている観光に着目をし、基本構想を行うこととなった。

茨城県では、平成23年11月に「茨城県観光振興基本計画」を策定し、同年3月に発生した東日本大震災や福島第一原発事故により、大きな被害を受けた観光産業の復興を最優先として、観光

誘客の促進などに取り組んできた。その結果、県全体の観光客数は、ほぼ震災前の水準まで回復してきたものの、地域別では、県北臨海地域など依然として厳しい状況にある地域も見られる。人口減少・少子高齢化と東京への人口の一極集中の進展により、地方経済の弱体化が懸念されるなか、国では「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、地方において雇用の創出を目指しており、観光は大きな成長が見込める分野であるとされている。

実際、図－3の茨城県の現状で理解できるように、茨城県の観光入込客数及び外国人観光客数も増加しており、観光消費額も増加している。

図－3 茨城県の観光の現状

項目	単位	H26 (基準 値)	H27	H28	H32 (目標 値)
1.観光地点等入込客数(延べ人数)	万人	5,075	5,704	6,181	6,200
2.日帰り観光入込客数(実人数)	万人	2,882	3,325	3,603	3,472
3.宿泊観光入込客数(実人数)	万人	462	533	534	701
4.外国人旅行者数	千人	187	235	259	720
5.本県の観光に対し「非常に満足」している観光客の割合	%	42.7	44.6	50.5	50.0
6.観光消費額	億円	2,260	2,695	2,731	3,256
7.観光いばらきアクセス数	万件	497	733	730	1,220
7-1.日本語	万件	493	729	725	1,100
7-2.外国語	万件	4	4	5	120
8.消費税免税店舗数	店舗	149	341	369	510
9.Wi-Fi整備施設数	施設	17	23	27	44
10.海外からの観光ツアー催行数	ツアー	341	1,363	2,012	3,000

出所：茨城県「茨城県観光振興基本計画（H28年度-H32年度）」進捗状況参照作成。

<http://www.pref.ibaraki.jp/shokorodo/kanbutsu/kikaku/keikaku.html>

図-4の土浦市の観光の現状でも理解できるように、茨城県内の市町村の中では、北関東の海水浴のメッカである大洗町が観光客数が最も多い。以降、梅で有名な偕楽園を有する水戸市が第2位、つくばエクスプレスの開通により、ハイキングの聖地となった筑波山を有するつくば市が第3位である。土浦市は、第13位とランキングされているが、ここ数年、積極的に観光振興を行っていることにより増加傾向にある。

図-4 土浦市の観光の現状

	都市名	人数	前年度比
①	大洗町	4,544,700	102.3%
②	水戸市	3,736,700	101.7%
③	つくば市	3,696,400	111.3%
④	ひたちなか市	3,622,700	95.9%
⑤	笠間市	3,612,000	102.6%
⑥	阿見町	3,522,200	100.3%
⑦	鹿嶋市	2,708,700	116.8%
⑧	古河市	2,701,600	105.5%
⑨	日立市	2,559,200	111.9%
⑩	潮来市	2,283,700	66.6%
⑬	土浦市	1,589,100	108.8%

出所：茨城県商工労働観光部『茨城の観光レクリエーション現況』（平成28年度版）、2017年、18～19頁参照作成。

土浦市は、『土浦市観光基本計画～市民とはぐくむ「観光・交流」のまち土浦の実現～』を平成21年から平成30年までの10年間で計画の基本期間と定め、戦略的に観光戦略を展開していた。

土浦市観光基本計画は、土浦らしさの創出を掲げ、①霞ヶ浦を生かした観光の推進、②筑波山麓を生かした観光の推進、③土浦城址と城下町の街並みを生かした観光の推進、④市の花「サクラ」を生かした観光の推進、⑤土浦全国花火競技大会を生かした観光の推進の5つの視点を勘案しながら計画の実施にあたった。そして、3つのゾーン、①「湖の巡り路づくり」ゾーン→霞ヶ浦～桜川流域、②「土浦城址と城下町の魅力づくり」ゾーン、③「里の巡り路づくり」ゾーンに分け集客戦略を構築していた。

平成31年3月の計画終了期間が迫る中、「つくば霞ヶ浦りんりんロード」の開通や、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、外国人観光客の増加等、土浦市を取り巻く環境の変化、多様化する人々の価値観に対応するため、第2次土浦市観光基本計画を策定し、より魅力的な観光地づくりを推進することで、地域経済の活性化を図るものとなった。

さらに、2019年3月に、上記の『土浦市観光基本計画』の課題を抽出し、改善、進化させた『第2次・土浦市観光基本計画 魅力を活力に～多様な連携による観光のまちづくり～』を策定した。基本コンセプトは、「魅力を活力に……多彩な連携による観光のまちづくり」を掲げた。この基本コンセプトに沿って、様々な観光施策・事業を官民協働で進めるにあたり、取り組みの「柱」を設定し、整理した「観光の課題」の各項目に対応したものとし、この柱のもとに関連する施策や事業を位置づけ、戦略プログラムを構成している。「柱」は、A～Gにわたり、以下の7つで定められている。

A. 情報発信による魅力アピール¹

様々な機会や媒体を使って、本市の情報を広く発信する。市民がセールスマンとなる意識で、SNSなども使いながら、それぞれにわがまちの良さをアピールする。話題性の創出が誘客にもつながることから、あらゆる視点から話題の種となる魅力要素の発掘や情報発信に努める。

B. 「観光交流人口」の増大²

様々なきっかけで人を呼び込み、観光交流人口の増加を目指す。イベントを通し、一過性でなくリピーターとなってもらえるような働きかけを行い、ネット社会の多様なつながりを活かして、土浦のファンを増やし、交流の拡大につなげる。

C. 「社会環境変化」に対応した観光メニューづくり³

観光行動傾向、インバウンド需要等の動向を見極め、グローバルズムとローカリズムの両立を考慮し、サービスや観光メニューを提供する。また、サイクリングを、健康志向の観点からも新たなメニューとして捉え、普及・拡大を図る。

D. 「地域資源」のブランド化とネットワーク化⁴

城・まち、湖、山、食、イベント、サイクリング等の地域資源を観光資源として一層磨き、活かすための知恵と力を官民で出し合い、ブランド価値を高め、それらをネットワーク化すること

で魅力を提供していく。立地条件を活かした資源活用の工夫などを進める。

「城・まち」資源の活用～土浦城址（亀城公園）や歴史の小径を活用した観光交流プログラム等の展開に努める。

「湖」資源の活用～霞ヶ浦をフィールドとして楽しめる多様なメニューの充実を図る。

「山」資源の活用～小野地区や上高津などの里山を楽しめるような空間作りを進める。

「食」資源の活用～レンコンや小魚等を食材として活用したメニューを地元で楽しめるような取り組みを進める。

「イベント」資源の活用～各種イベントの来場者をつなぎとめ、リピーターに変える戦略を展開する。

「サイクリング」資源の活用～サイクリング拠点としての機能、サービス環境を充実させ、観光価値の増大につなげる。

E. 「広域観光連携」の推進⁵

広域交通網の充実により、国や県、周辺市町村や関係団体との連携を強化し、効果的な広域事業の展開を進めるとともに、本市の個性、独自性を引き立たせながら観光の幅を広げる取り組みを推進する。

F. 「市民・事業者」の主体的な力の育成⁶

市民や事業者、行政が観光客を温かく迎え、交流の質を高めようとする意識を持ち、「おもてなし」意識の醸成を図る。

G. 「観光業」の活性化と経済循環の構築⁷

観光を地域経済を構成する有力な「産業」と認識し、農業や商工業などの各産業との連携を強化する中で、観光業を含めた地域経済循環構造の構築を推進する。

上記をもとに、土浦市は観光振興に努めていくこととなっている。

3. 土浦市の歴史

土浦市は、霞ヶ浦の西に広がる地域であることから縄文時代の貝塚があることもあり、湖と共

にその歴史を歩んできたといえる。近世では松平信一が土浦に入封し土浦藩が成立し、以降、土屋氏を中心に、江戸時代に城下町および宿場町としても繁栄した。とりわけ、江戸川の開削により、霞ヶ浦、利根川、江戸を結ぶ舟運が盛んになり、土浦は水戸街道と霞ヶ浦水運を結びつける水陸交通の拠点として繁栄した。大正時代以降は、霞ヶ浦海軍航空隊や土浦海軍航空隊（予科練）が増設されたこともあり、土浦は「海軍のまち」として全国的にも知れ渡ることになった。平成18年に新治村と合併したこともあり、霞ヶ浦西岸から筑波山麓までが土浦市となった。

4. 土浦市の観光資源

各時代の歴史的な蓄積が現在の土浦市を形作っている。土浦市の代表的な観光資源は、土浦市観光基本計画の第一の視点に挙げられている様に、霞ヶ浦、筑波山麓、そして土浦城址（亀城公園）とその周辺の歴史的町並みである。

特に、土浦港を勘案した場合、①霞ヶ浦、②帆曳船、③遊覧船がキーワードとなる。

- ①霞ヶ浦は全国第2位の面積の湖であり、遊覧船をはじめ、季節には帆曳船が就航している。土浦港を拠点に、ヨットやカヌー、ウィンドサーフィン、モーターボート、ジェットスキー等のウォータースポーツが盛んにおこなわれている。
- ②明治13年に折本良平が考案され、平成30年3月に「霞ヶ浦の帆引き網漁の技術」が国選択無形民俗文化財に選定された帆曳船は、土浦市、霞ヶ浦を代表する風物詩となっている。帆曳船は昭和40年前半に途絶えたが、昭和46年に観光船として復活した。また、帆曳船の帆の色は伝統的に「白」であったが、平成19年には霞ヶ浦の観光PRの一環として、色付きの帆を張った「七色帆引き船」が運航を開始した。平成30年の場合、土浦市では、7月21日から10月14日までの毎週土曜日・日曜日・祝日に操業し、帆曳船の見学船であるホワイトアイリス号（ラクスマリナー）とジェットfoilつくば号（常陽観光）が運航し、湖上から見学することが出来る。
- ③遊覧船は、土浦港より通年で運航されている。ホワイトアイリス号は、定員86名で、土浦港→旧予科練沖→かすみがうら市沖→筑波山展望→土浦港を30分で見学する。ジェットfoilつくば号は、定員110名で、土浦港→旧予科練沖→美浦村沖→かすみがうら市沖→土浦港を40分で見学する。

この霞ヶ浦、帆曳船、遊覧船を霞ヶ浦周辺および土浦市周辺の観光資源と結びつけることが重

要となる。

5. 土浦市の来訪者調査とみなとを中心とした回遊都市・土浦

土浦市内来訪者1,000名を対象とした調査では、観光目的が29%、ビジネスが28.5%、研修・里帰り・釣り・ゴルフ等のその他が13.9%であった。ただ、図-5で理解できるように、「魅力を感じた観光施設や史跡等」の土浦市が有する観光資源について、上位の観光資源は、さくらの名所が22.3%、土浦全国花火競技大会が18.8%、亀城公園が17.9%、霞ヶ浦が16.3%であった。観光帆曳船は8.8%で、11番目であり、あまり認知されていないのか、魅力を感じられていないことが理解出来る。また、どれも魅力を感じないが31.6%と最も高いことから来訪者を満足させることが出来ていないことも理解できる。

図-5 土浦市の観光資源の課題

	観光資源名	比率
①	どれも魅力を感じない	31.6
②	桜の名所	22.3
③	土浦全国花火競技大会	18.8
④	亀城公園	17.9
⑤	霞ヶ浦	16.3
⑥	旧街道沿いの寺社めぐり	12.5
⑦	土浦まちかど蔵	11.4
⑧	果樹狩り	11.4
⑨	土浦の雛まつり	10.3
⑩	霞ヶ浦総合公園	9.6
⑫	観光帆曳船	8.8
⑳	蓮田	3.9
㉕	りんりんロード	3.8
㉗	かすみがうらマラソン	2.0

出所：土浦市役所「土浦市内来訪者1,000名」の調査を参照作成。

また、土浦市は、2014年に『土浦市かわまちづくり計画』を策定し、「水辺に誘われて歩きたくなる回遊都市つちうら」を掲げ、水郷筑波国定公園の玄関口にふさわしい水辺空間の創出を目指すとともに、中心市街地に近接する水辺空間の魅力を高めるため、霞ヶ浦及び桜川において、水辺の遊歩道・サイクリングロード・坂路・環境護岸（カヌー等船着場）などを整備し、水辺の回遊性の向上、賑わい創出を図る。また土浦港に隣接して、霞ヶ浦を生かした複合レクリエーション施設を整備し、水辺を介した市民の交流を活発化させるとともに、サイクリング・舟運の広域的な観光拠点の形成を推進する計画であった⁸。特に、本計画では、桜川において茨城県が河川管理用通路（階段等）の整備等を行うとともに、土浦港に隣接して土浦市が霞ヶ浦を活かした複合レクリエーション施設の整備等を行い、水郷筑波国定公園の玄関口にふさわしい水辺空間を創出することによって、中心市街地に近接する水辺空間の魅力を高め、地域の活性化を推進するものである。テーマである「水辺に誘われて歩きたくなる回遊都市つちうら」に合わせ、観光客を回遊させることにより、①中心市街地の活性化、②水辺空間の魅力向上、③水郷筑波国定公園における拠点の強化を以下の基本方針と施策を行うことにより実行するものであった。

- ①体験～スポーツ・健康の場をつくる遊歩道・サイクリングロード、サイクルステーション、ドラゴンボート、カヌー、ヨット、マリーナや港と一体となった公園、温浴施設
- ②安心～安心・安全な水辺をつくる
- ③景観～水辺景観を活用する
- ④眺望を活かしたカフェ・レストラン、桜の延命化・ぼんぼり装飾・フラワーロード、遊覧船、小型船（サッパ舟）

ただ、残念なことに、上記の調査でも理解できるように、土浦市に対する観光のイメージも、さらには、水郷・霞ヶ浦＝土浦、観光帆曳船のイメージも無いのが現状である。それらの状況を受けてか、『第2次・土浦市観光基本計画 魅力を活力に～多様な連携による観光のまちづくり～』では、土浦港を絡めてのテーマ設定が薄まっている。つまり、土浦港を中心に「歩いて」、霞ヶ浦の水辺散策、そして、桜川沿いの桜並木を歩き、市内・亀城公園を回遊するというものから、サイクリングへと強化ポイントが変化している。

土浦市が有する観光資源は、その魅力が認知されていないことも大きな問題である。『第2次・土浦市観光基本計画 魅力を活力に～多様な連携による観光のまちづくり～』では、戦略プログラムの最優先事項として、「積極的な情報発信による集客促進」を掲げ、

- A 1. 多様な情報媒体を活用した観光PR
- A 2. 好感イメージ創出とその発信

A 3. 観光情報発信拠点機能と体制の強化

A 4. 魅力ある観光情報コンテンツの創造

の4項目を具体的な観光情報発信の戦略として定めている。ある意味では、2019年が土浦市の観光情報発信の元年であるともいえる。その中でテーマ設定如何により従前にも増して観光客が増加することが期待される。同様に、トレンドを追うことも重要であるが、歴史や伝統、「土浦港・みなとを中心とした街歩き・回遊」という視点も強化して欲しいものである。

SNSを活用した観光情報の発信については、図-6の土浦市や周辺都市のSNSの活用状況で理解できるように、開設されていないSNSもあり、観光情報発信力という観点で周辺都市から遅れをとっているのが現状である。

図-6 土浦市や周辺都市のSNSの活用状況

	ブログ	Facebook	YouTube	Twitter	Instagram
土浦市				11298	
小美玉市		◎	△		
石岡市		◎			
つくば市		◎	◎	42553	◎
牛久市	◎	◎	◎	2320	
龍ヶ崎市		◎	◎		
笠間市	◎	◎		1570	3606 ◎

出所：各市役所および観光協会のホームページを基に、筆者作成、2019年7月3日現在。

6. まとめ

ブランド総合研究所『地域ブランド調査2018年 都道府県ランキング』において、5年連続最下位になった茨城県。茨城県南の拠点として機能してきた土浦市。来訪者の調査では厳しい評価となった。魅力の発信、魅力の創出は命題である。ただ、霞ヶ浦の水辺空間の活用（「湖（うみ）の巡り路」づくり、「水辺に誘われて歩きたくなる回遊都市」という将来構想が出てきてい

る。つまり、土浦市自体が、「水」と「拠点=港」を結びつけることが重要であるということを知っている。そこで、土浦港を起点に桜川の水陸ルート・拠点整備、桜川の水辺の散策路の整備、中心市街地間を歴史を踏まえた物語性のあるネットワークを図ることは勿論のこと、水郷筑波国定公園と筑波山、つくば市等々の周辺都市、茨城空港を加味した、広域観光および観光客に訴求する観光ルートの提案も必要不可欠であると考えられる。

注

1. 土浦市『第2次・土浦市観光基本計画 魅力を活力に～多様な連携による観光のまちづくり～』土浦市都市産業部商工観光課, 2019年3月, 14頁参照.
2. 同上書, 14頁参照.
3. 同上書, 15頁参照.
4. 同上書, 15頁参照.
5. 同上書, 15頁参照.
6. 同上書, 16頁参照.
7. 同上書, 16頁参照.
8. 土浦市『土浦市かわまちづくり計画』土浦市, 2014年, 5頁.

参考文献

- ・デービット・アトキンソン『新・観光立国論』東洋経済新報社, 2015年.
- ・岡本健編『コンテンツツーリズム研究』福村出版, 2015年.
- ・小野秀一郎『ネット活用でここまで変わる! 外国人観光客を呼び込む方法』日本実業出版社, 2016年.
- ・高橋一夫編『観光のマーケティング・マネジメント』ジェイティービー能力開発, 2011年.
- ・田村馨『都市のマーケティング』有斐閣選書, 1998年.
- ・トーマツ・ベンチャーサポート『地方創生実現ハンドブック』日経B P, 2015年.

- ・中尾清・浦達雄編『観光学入門』晃洋書房, 2006年.
- ・山上徹編『おこしやすの観光戦略』法律文化社, 2001年.
- ・山口一美編『はじめての観光魅力学』創成社, 2011年.
- ・横山陽二『地域プロデュース入門』中日新聞社, 2015年.
- ・茨城観光物産協会『観光いばらき』 URL :
<https://www.ibarakiguide.jp/seasons/recommend/kasumigaura-hobikisen.html>
- ・茨城県商工労働観光部『茨城の観光レクリエーション現況』平成29年度版, 平成30年度版.
- ・牛久市『公式Twitter』 URL :
https://twitter.com/ushiku_city?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- ・笠間市『公式Twitter』 URL :
https://twitter.com/ibaraki_kasama?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- ・つくば市『公式Twitter』 URL :
https://twitter.com/tsukubais?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- ・土浦市『公式Twitter』 URL :
https://twitter.com/tsuchiura_city?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- ・土浦市『統計つちうら』 URL : <https://www.city.tsuchiura.lg.jp/page/page002187.html>
- ・日本観光振興協会『観光の実態と志向 平成30年度版』2017年.
- ・龍ヶ崎市『公式Twitter』 URL :
https://twitter.com/ryugasaki_city?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

参考資料

写真-1 2018年度・観光帆引き船のパフレット

本年は七色帆引き船の操業が行われます。

湖上にいきづく、風の旅人

行方市

操業期間 9/1(土)~12/2(日)までの
毎週土・日曜日
※麻生地区については、9月は日曜日のみの操業

受付場所【麻生地区】天王崎観光交流センターコテラス内
(乗船場所：古宿船溜)

【玉造地区】行方市観光物産館「こいこい」裏
帆引き船事務所
(乗船場所：倉ヶ浦ふれあいランド地先玉造桟橋)

運航時刻 <9~12月> 1回目13:30~
2回目15:30~
(受付【麻生地区】11:00~【玉造地区】10:00~)

料 金 大人2,000円/小人1,000円(未就学児無料)

問 合 せ (一財)行方市開発公社

電 話 0299-55-3927

土 浦 市

操業期間 7/21(土)~10/14(日)までの
毎週土・日曜日、祝日
【うち、かすみがうら市との合同操業】
7/15(日)かすみがうら市(あゆみ祭り)
8/5(日)土浦市(キラまつり)

受付場所 土浦港内乗船場所

運航時刻 <ラクスマリナー利用>
ホワイトアイリス号 13:30~
料 金 大人1,540円/小人770円(未就学児無料)

<常備観光利用>
ジェットホイールつば号 13:25~
大人1,680円/小人840円(未就学児無料)

問 合 せ (一社)土浦市観光協会 電話029-824-2810
土浦市観光案内所 電話029-821-4166
土浦市商工観光課 電話029-826-1111(内線2705)

かすみがうら市

操業期間 7/22(日)~11/25(日)までの
毎週日曜日
【うち、土浦市との合同操業】
7/15(日)かすみがうら市(あゆみ祭り)
8/5(日)土浦市(キラまつり)

受付場所 かすみがうら市交流センター
(乗船場所：志戸崎船溜)

運航時刻 <7~10月>【受付】13:00~13:30
【出航】14:00
<11月のみ>【受付】15:00~15:30
【出航】16:00
(8/12(日)・10/14(日))連休※11月より夕操業

料 金 大人2,000円/小人1,000円(未就学児無料)

問 合 せ かすみがうら市観光協会電話029-897-1111
【操業当日】
かすみがうら市交流センター 電話029-896-1226

観光帆引き船

◎国選 扱 無(平) 30歳3形態ケ浦の帆引き網民の操術が国選 扱 俗文化無に選定されま形た。英文

見学船
乗船の
案内

写真提供：霞ヶ浦帆引き船、帆引き網漁法保存会

3市合同操業

9/16日

受 付：土浦市、かすみがうら市、行方市
※2市いずれでも受付いたします。
操業場所：かすみがうら市砂崎沖

あなたが選ぶ、
新時代の日本の風景

読売新聞開刊135周年を記念して新時代の景観を選ぶ
※2市いずれでも受付いたします。
「平成百景」に霞ヶ浦の帆引き船が選ばれました。

※天候等により、予定された日・時間に操業できない
場合があります。詳しくはお問合せ下さい。

出所：茨城県観光物産協会ホームページ『観光いばらき』より。

- 14 -

地図-2 ホワイトアイリス号とジェットフォイルつくば号の航路



出所：茨城県観光物産協会ホームページ『観光いばらき』より。

地図-2 ホワイトアイリス号（ラクスマリーナ）とジェットフォイルつば号（常陽観光）の乗船場所



出所：茨城県観光物産協会ホームページ『観光いばらき』より。