

# ひたちなか市第3期観光振興計画策定支援業務 実施報告書

令和7年3月（更新：令和7年7月）

まちづくりラボ・サルベージ株式会社

# 目 次

<b>1. 計画準備</b>	<b>1</b>
1-1 業務実施体制	1
1-2 業務スケジュール	2
<b>2. 第2期観光振興計画の進捗状況</b>	<b>3</b>
<b>3. ひたちなか市観光の実態把握のための調査の実施</b>	<b>10</b>
3-1 観光実態調査	10
3-2 GPS 調査	33
3-3 インターネット調査	69
3-4 市民アンケート調査	82
3-5 関係者ヒアリング	92
<b>4. プロジェクトの検討</b>	<b>97</b>
<b>5. 懇談会等の運営支援</b>	<b>104</b>

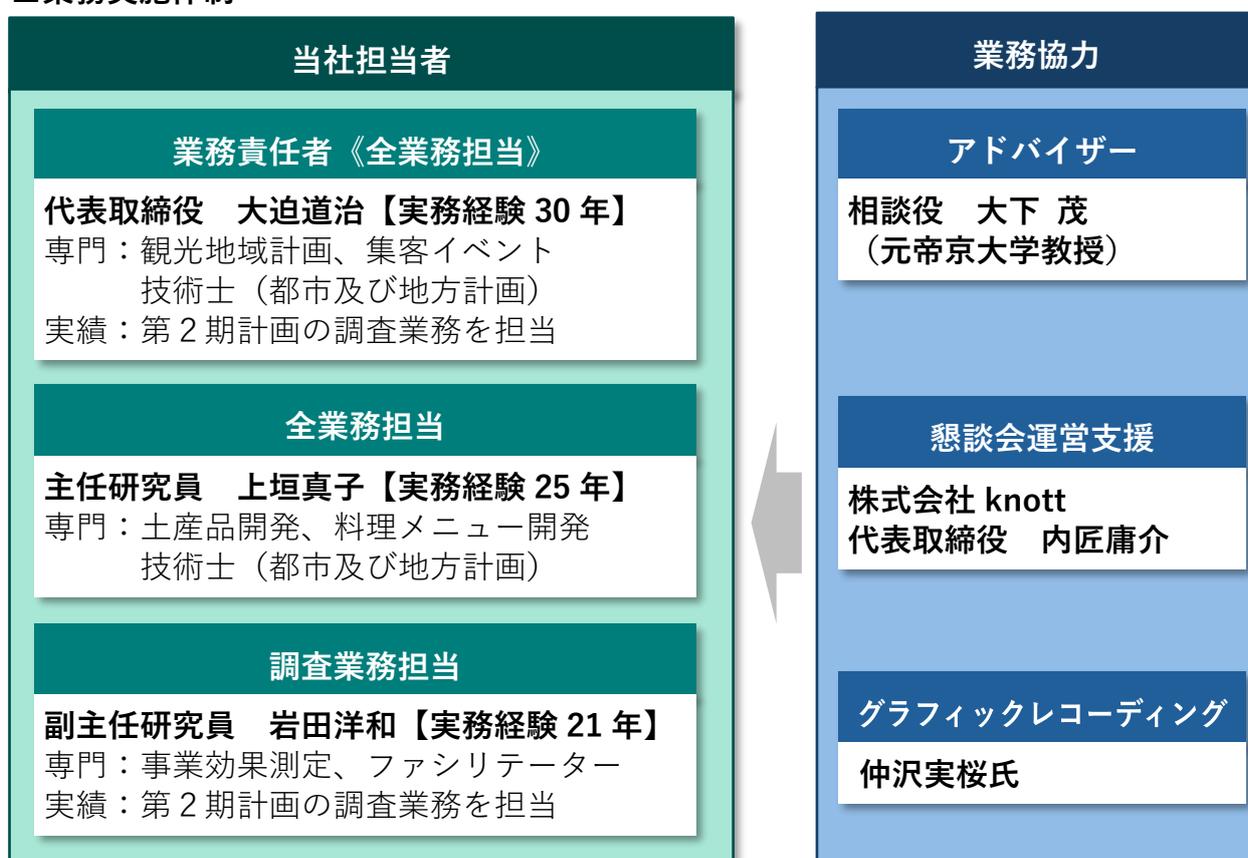
# 1. 計画準備

## 1-1 業務実施体制

本業務では、まちづくりラボ・サルベージ株式会社の常勤スタッフ3名が担当し、事業推進懇談会の運営支援として第2期ビジョン観光振興計画策定時の専門家であった大下茂氏の支援を得ながら実施しています。

また、事業推進懇談会のファシリテータとして株式会社 knott 内匠氏、グラフィックレコーディングとして仲沢実桜氏の協力を得ています。

### ■業務実施体制



## 1-2 業務スケジュール

本業務では、観光実態調査、マーケティング調査、GPS 調査、関係者ヒアリング調査を進めながら、ひたちなか市観光振興計画事業推進懇談会において調査結果を適宜報告し、意見交換を行っています。

各種調査及び懇談会のスケジュールは、下記の通りとなります。

### ■業務実施スケジュール

業務内容	2024.8	2024.9	2024.10	2024.11	2024.12	2025.1	2025.2	2025.3
1) 準備、打合せ等	→							
2) 第2期観光振興計画の分析と見直し	→							
3) 観光実態調査	夏調査 →			秋調査 →		冬調査 →		
4) マーケティング調査		GPS →			GPS →	→	→	
5) 観光資源の評価と活用検討						→		
6) 関係者ヒアリング				→				
7) プロジェクト検討				→				
8) 懇談会等の運営支援			①	②		③	④	⑤
9) 報告書とりまとめ							→	

## 2. 第2期観光振興計画の進捗状況

第2期観光振興計画の40施策について、各施策の担当課の実績及び成果を以下に示します。

**進捗** ○：進んでいる事業 33 / △：あまり進んでいない事業 7 / ×：全く進んでいない事業 0

### ■基本施策

#### 1) 観光推進の体制づくり

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
意見交換の場づくり	推進に想定される関係者が会する機会や場をつくる	・ひたちなかエリア観光推進協議会(令和2年～) ・ひたちなか市インバウンド推進協議会(平成30年～) ・ひたちなか大洗リゾート構想推進協議会(令和元年～)	進捗 = ○	継続実施。新たな機会創出は、必要性を見極め検討	観光振興課
問題認識・意見交換	現状認識と個々が抱える課題や目指す目標等を整理する	・上記の意見交換の場で継続的な情報共有や意見交換を実施	進捗 = ○	継続実施	観光振興課
推進体制による解決・改善	新たな組織または、推進体制を構築し解決や改善に取り組む	・観光を包括的にマネジメントする体制づくりの一貫として、ひたちなか市観光協会の体制強化(法人化含む)について調査・検討	進捗 = △	観光協会の体制強化による推進体制の構築に向けて取り組む	観光振興課

#### 2) 時代に即した観光施策の展開

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
情報収集、分析	社会環境、観光や旅行業などの情報収集、分析による対応	・「令和元年度ひたちなか市観光市場調査」の実施 ・令和6年度に「第3期観光振興計画策定支援業務委託」により観光実態調査等の実施	進捗 = ○	情報の取得や分析を定期的に実施	観光振興課
複合による企画・開発	資源と資源、組織と組織、人と人の組み合わせによる観光企画や商品の開発	【観光協会・マーケティング事業】 ・SHIO-KAZE(お土産品開発磨き上げ事業)：令和3年事業開始 ・コーヒーフェス：令和5年事業開始 等	進捗 = ○	事業の効果を見極め、今後の取組を検討	観光振興課
広告・宣伝誘致活動	広告、宣伝誘致活動	・観光振興課公式 SNS を活用し情報を発信。 ・X(旧 Twitter)：平成24年運用開始(フォロワー：約6,500) YouTube：平成24年運用開始(登録者：約1,850) Facebook：平成24年運用開始(フォロワー：約3,000) Instagram：平成30年運用開始(フォロワー：約2.7万) TikTok：令和6年から運用開始(フォロワー：約2,500) フォロワー数：令和7年5月現在 ・市報や雑誌掲載等での情報発信 ・市内外で観光PR及びお土産品販売の実施	進捗 = ○	継続実施	観光振興課

### 3) マーケティング機能の強化

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
調査・分析方法の構築	データを収集、分析し、分析結果を生かした事業を実践する	・「令和元年度ひたちなか市観光市場調査」をもとに「令和元年度ひたちなか市宿泊及び土産品販売促進事業」を業務委託により実施。 ・結果を踏まえ、観光協会のマーケティング事業によりお土産品等の事業を展開。	進捗 =○	情報の取得や分析を定期的 に実施し事業 につなげる	観光振 興課
自主調査・分析の実施	広報や情報発信を強化し、選任化、システム化を図る	・SNS や広報に関する発信担当を配置し、事業及び本市の魅力を編集し、継続的に情報発信を実施	進捗 =○	発信力の強化 を目指し継続 実施。	観光振 興課
結果の施策への反映	多分野からの地域資源の発掘、洗い出し、磨きあげを行う	【観光協会・マーケティング事業】 ・SHIO-KAZE（お土産品開発磨き上げ事業）：令和3年事業開始 ・コーヒーフェス：令和5年事業開始 等	進捗 =○	事業の効果を見極め、今後の取組を検討	観光振 興課

### 4) ワンストップサービス機能の強化

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
観光案内所の準備	現状で用意できる設定で試行的に案内所等を設置し、検証する	・平成29年度に勝田駅東西自由通路、平成30年度にwin-win ビル一階コミュニティギャラリーにて臨時の観光案内所を設置し、検証。	進捗 =○	完了	観光振 興課
サービス内容検討・調査	サービス内容の検討と実現に向けて必要な条件の調査	・勝田駅改札口付近での観光案内所の整備に向け、JRと協議・検討を重ねるとともに、運営体制について観光協会と調整を行った。	進捗 =○	完了	観光振 興課
設置案～設置	設置案の作成や立地の選定、人的資源確保の着手や設置	・JR勝田駅に観光案内所を設置（令和元年～） ・土日祝日及び繁忙期の運営で年間約160日程稼働し、訪日外国人にも対応 ※英語対応可・その他言語は翻訳機	進捗 =○	継続運営	観光振 興課

### 5) 観光振興の成果を評価する機能の強化

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
意見の聴取・調査	市民、事業者、識者等から多角的に意見を聴取する	・「令和元年度ひたちなか市観光市場調査」の実施 ・令和6年度に第3期観光振興計画策定支援業務委託により、アンケートやワークショップを実施	進捗 =○	今後も定期的 に実施	観光振 興課
分析・改善対策の実施	分析結果から具体的な改善策を講じる	・観光消費額の増加に向けて観光協会のマーケティング事業によりお土産品に関する事業やコーヒーフェス等の事業を展開	進捗 =○	観光消費額の増加に向けた事業を今後も検討	観光振 興課
検証・見直し	検証や見直しの実施	・お土産品に関する事業は、事業者アンケート・ヒアリング等、イベント開催については来客数等をもとに検証を実施	進捗 =○	成果の評価手法を見極め、事業の検証・見直しを行う	観光振 興課

### 6) 長期的な人材育成

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
人材の把握・発掘	リーダー候補者の把握と将来的な活用方法を検討する	・商工会議所青年部や青年会議所、地元の団体・企業等で実施する多彩なイベント開催の支援を通して人脈を構築	進捗 =○	継続実施	観光振 興課
研修の機会の提供	研修会、講演会、ツアーなど、研修機会を設定する	・観光協会では会員向けの講演会や視察研修の実施 ・商工会議所による観光に関するセミナーの開催	進捗 =○	継続実施	観光振 興課 商工振 興課

活躍の場の提供	観光施策や事業において配置、起用する	・観光協会で開催するコーヒーフェスの実行委員長へ市内事業者の起用 ・熱気球イベントなど事業者・団体等が主催する新規イベントのサポート	進捗 =○	継続実施	観光振興課
---------	--------------------	---	----------	------	-------

## ■重点プロジェクト

### 1) ひたちなか海浜鉄道の延伸と回遊観光の推進

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
ひたちなか海浜鉄道の必要性の認識を高める	市民のひたちなか海浜鉄道の活用を促し、市民にとって必要な存在、まちの財産であるという認識を高め、延伸に対する理解を広げます。 協働する市民力＝おらが湊鐵道応援団	・応援団報、HP、フェイスブック等による広報活動 ・自治会や学校等の協力による駅や沿線への植栽活動 ・那珂湊駅サービスステーションの運営※ ※おらが湊鐵道応援団にて、待合室での観光案内や沿線の紹介などを実施している ・乗車証明書の発行と沿線地域での特典サービスの提供 ・市報や市公式 SNS 等を通して市からの湊線の情報の発信	進捗 =○	・おらが湊鐵道応援団の活動を継続支援 ・市報等を通じて、市からの湊線の情報の発信継続	企画調整課 観光振興課 広報広聴課
沿線地域の魅力と観光資源を活用し、回遊性を高める	ひたちなか海浜鉄道の駅とその沿線地域の観光資源を結び、来訪者にとって魅力的で巡りたくなる観光地区の形成に取り組みます。 協働する市民力＝MMM（みなとメディアミュージアム）	・MMM開催の後援 ・MMMでデザインした観光案内板、表示板の設置	進捗 =○	MMM開催後援及び観光案内板等でのデザインの継続活用	観光振興課
延伸の計画作成、新たな目的地の利活用の検討	勝田駅周辺、那珂湊地区やひたちなか地区の将来を見据え、市民と来訪者にとって魅力的な延伸ルートを選定し、新駅周辺の整備を検討します。	・平成30年8月に取りまとめた「湊線延伸基本計画」（活性化協議会承認）に基づき、事業許可取得へ向けた国との協議を行い、令和2年8月11日に許可申請、令和3年1月15日に許可取得 ・令和6年3月4日に新駅1を海浜公園南口付近とすることや工区を分割施行する計画変更が認められ、令和6年11月18日に第1工区の工事施行認可を取得	進捗 =△	延伸事業の進捗状況に応じて、新駅周辺の整備を検討	企画調整課 観光振興課

### 2) 観光案内所の整備

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
勝田駅に観光案内所の開設と各種サービスの提供	全国から訪れる観光客、海外から訪れる外国人観光客を最初に迎える観光案内所を開設するとともに、市内での快適な観光に役立つサービスを提供します。協働する市民力＝ひたちなかまちづくり株式会社	・勝田駅に開設した観光案内所の運営。土日祝日及び繁忙期の運営で年間約160日程度稼働し、訪日外国人にも対応 ・勝田駅周辺エリアでの荷物預かりやレンタサイクルサービス等の実施	進捗 =○	継続実施	観光振興課 商工振興課
那珂湊駅に観光案内所の開設と各種サービスの提供	市内回遊の移動手段の軸となるひたちなか海浜鉄道の那珂湊駅に観光案内所を開設し、那珂湊地区での快適な観光に役立つサービスを	・那珂湊駅サービスステーションの運営※ ※おらが湊鐵道応援団にて、待合室での観光案内や沿線の紹介などを実施している ・みなとまちなか漫遊マップの制作と発行 ・ひたちなか海浜鉄道による那珂湊駅窓口でのほしほ（ポ鉄）、那珂湊焼きそば、いせますの海	進捗 =○	継続実施	企画調整課 観光振興課

	提供します。 協働する市民力＝おらが湊鐵道応援団	藻等の地場産品の販売			
ひたちなか地区に「観光案内所」の設置と「道の駅」整備の検討	ひたちなか海浜鉄道の延伸実現の際に新設される駅に、「観光案内所」を設置します。また、「道の駅」の整備については、国道 245 号沿いや海岸線沿い、国営ひたち海浜公園近く等、幅広く検討します。	・ひたちなか海浜鉄道の延伸事業は令和 8 年度以降に着手予定のため、ひたちなか地区への観光案内所は未設置 ・道の駅に拘らず、物販機能を備えた観光情報発信の拠点を整備するため、JA 常陸 長砂ファーマーズマーケット「ここすな」と連携し、お土産品等の物販機能の強化を推進した	進捗 ＝△	・新駅の「観光案内所」は延伸事業の進捗状況に応じて検討 ・JA 直売所「ここすな」と連携は今後も継続	企画調整課 観光振興課 農政課

### 3) 新しい「海の観光」への取り組み

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
景観豊かな海岸の魅力を活かした体験観光の実践	美しい海岸線を活用したウォーキング、サイクリング、磯遊びなど、海に触れ、戯れる体験型の観光事業について、積極的に取り組みます。	・磯遊びや中生代白亜紀層の魅力の紹介 ・景色やグルメを満喫しながらサイクリングを楽しむサイクリング DE ひたちなかの開催 ・国営ひたち海浜公園内の沢田遊水地ガイドツアーの実施	進捗 ＝○	継続実施	観光振興課 商工振興課
魚食の魅力を活かし、広める、海の観光の実践	地元で養殖や水揚げされた魚介類を、より多く市場に供給することを目指し、ひたちなかの魚の魅力を、広く PR します。 協働する市民力＝那珂湊漁業協同組合、磯崎漁業協同組合、那珂湊水産加工業協同組合	・漁港見学や干物づくり、乗船体験、漁業体験等の産業体験型観光の実施及び商工会議所 HP での発信 ・漁協女性部や婦人部等による地魚、加工品の宣伝販売 ・さかなクンを魚食普及推進大使に任命し、市内外へ本市の水産物の魅力を発信	進捗 ＝○	継続実施	商工振興課 水産課 観光振興課
新しい海水浴場づくりの取り組み	観光客のニーズに対応し、未永く賑わい、活気ある浜辺となるよう、地元の観光事業者が主体となり運営する、安全で快適な海水浴場づくりに取り組みます。 協働する市民力＝阿字ヶ浦、平磯地区の観光事業者	・海岸のにぎわいづくりとして、地元観光事業者を中心にイバフォルニア・マーケット等の取組を展開 ・来訪者を楽しませるフォトスポットの設置やヤシの木の植樹、トイレ・救護本部等へのアーティストと連携したミューラルアートの展開	進捗 ＝△	海岸を活用したにぎわいづくり及び海水浴場運営の今後の在り方を検討	観光振興課
里浜づくり活動による通年型の浜辺の賑わい創出	イベントやビーチスポーツ活動から、浜辺での人々の新たな交流や賑わいを創出する里浜づくりに取り組みます。 協働する市民力＝阿字ヶ浦・磯崎里浜づくり実行委員会、イバフォルニア・プロジェクト	・阿字ヶ浦・磯崎里浜づくり実行委員会による、ビーチスポーツやレクリエーションを楽しめる 4 4 4 のイベント等の開催 ・イバフォルニア・プロジェクトによる定期的なマーケットイベントの開催	進捗 ＝○	継続支援	観光振興課

#### 4) 外国人観光客の受け入れ体制の整備

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
勝田駅に観光案内所の開設と各種サービスの提供	外国人観光客を、最初に迎える観光案内所を勝田駅に開設し、市内での快適な観光に役立つサービスを提供します。 協働する市民力＝ひたちなかまちづくり株式会社	・勝田駅に開設した観光案内所の運営。土日祝日及び繁忙期の運営で年間約160日程度稼働し、訪日外国人にも対応 ・勝田駅周辺エリアでの荷物預かりやレンタサイクルサービス等の実施	進捗＝○	継続実施	観光振興課 商工振興課
那珂湊駅周辺の観光案内板、表示板のリニューアル	那珂湊駅周辺に点在する史跡や名勝の観光案内板、表示板のリニューアルと併せて多言語化し、統一性とデザイン性をもたせることにより、来訪者にとって魅力的で巡りたくなる観光エリアの形成に取り組みます。 協働する市民力＝MMMみなとメディアミュージアム	・MMM（みなとメディアミュージアム）のデザインを活用し、那珂湊駅周辺地域の観光案内板、表示板の図案作成及び設置	進捗＝○	継続活用	観光振興課 教育委員会総務課・文化財室
公衆無線LANの整備及びパンフレット、表示板の多言語化	外国人観光客が、快適に回遊できる環境や情報収集手段の整備、サービスの充実に取り組みます。 協働する市民力＝ひたちなか海浜鉄道、宿泊業者、飲食店、商業施設	・公衆無線LANの整備（JR勝田駅、ひたちなか海浜鉄道那珂湊駅・阿字ヶ浦駅） ・ひたちなか海浜鉄道湊線で、「車内表示3言語化（日英中）」、「車内案内放送2言語化（日英）」の実施。また、ツアー会社とタイアップした体験企画や車両の観光仕様化などを実施 ・市内観光案内板、表示板の多言語化 ・多言語パンフレットの作成・配布（英語版、繁体字版等）	進捗＝△	取組継続	観光振興課 企画調整課 商工振興課

#### 5) 市民力による観光まちづくり

計画における事業	計画及び事業概要	実績・成果	進捗	方向性	担当課
地元で愛されている食の魅力を活かした情報発信	地元で愛されている食材や料理を用いて、地域おこしにつなげるとともに食の魅力を観光資源として、観光客の誘客に取り組みます。 協働する市民力＝那珂湊焼きそば大学院、タコ日本一・魚のおいしいまち・ひたちなか推進協議	・B-1グランプリ等のイベント出店にあわせ、那珂湊焼きそばとともに本市のまちの魅力を発信 ・「タコ日本一宣言」の本の出版やご当地グルメ「みなとのとと焼き」の活用等、タコと地魚のおいしいまちのブランディング活動の実施 ・地魚の消費拡大に向けたキャンペーンや発信の実施	進捗＝○	継続実施	観光振興課 商工振興課 水産課
おもてなしの心あふれる観光、交流都市づくりの推進	観光客と積極的に交流する市民を増やし、市民一人ひとりが来訪者を温かく迎え入れる意識の醸成に取り組みます。 協働する市民力＝ひたちなか市観光ボランティア連絡会	・観光名勝や史跡のガイドの実施 ・イベントスタッフとしての活動	進捗＝△	登録者の高齢化、活動機会の減少状況にあり、運用の改善を検討	観光振興課
多様なイベントによる地域活性化	市民による手づくりのひたちなか祭りやみなと八朔まつりをはじめ、国内最大級の野外音楽イベントであるロック・イン・ジャパン・フェスティバル、	各種関係団体・企業等と協力・連携し、イベントを実施 【ひたちなか祭り】継続開催による郷土愛の醸成。市民参加型イベントの実施 【みなと八朔まつり】伝統催事の開催、継	進捗＝○	開催団体をサポートし、活性化に向けて継続実施	観光振興課 スポーツ振興課

	<p>ティーンズロック・イン・ひたちなか等の開催を支援し、交流人口の拡大や賑わいの創出に取り組みます。</p> <p>協働する市民力＝ひたちなか祭り実行委員会（ひたちなか商工会議所青年部）、みなと八朔まつり実行委員会、那珂湊海上花火大会実行委員会、阿字ヶ浦海岸花火大会実行委員会、ひたちなか市観光協会、常陸農業協同組合、那珂湊漁業協同組合、磯崎漁業協同組合、一般社団法人ひたちなか青年会議所、ひたちなかフラ協会</p>	<p>承による郷土愛の醸成。六町目獅子、元町みろくなどの市指定無形民族文化財や引き屋台等を活用した誘客</p> <p>【各種花火大会】特色ある花火大会の開催による賑わいの創出</p> <p>【勝田全国マラソン】会場内に飲食等の売店エリアと観光案内所を開設。観光協会 HP を活用した宿泊施設等のご案内</p> <p>【ロック・イン・ジャパン・フェスティバル】会場内に市内観光及び宿泊施設の情報提供する総合案内所を開設。「みなと屋」による地元の食の魅力の提供を実施</p> <p>【一般社団法人ひたちなか青年会議所事業】ティーンズロック・イン・ひたちなかの開催による、音楽のまちづくりの推進。ロック・イン・ジャパン・フェスティバル開催時、宿泊施設の不足を補うキャンプ場の運営を実施</p> <p>【ひたちなかフラフェスティバル】フラの魅力の発信と市町村 PR 活動の実施による賑わいの創出</p>			
音楽のまちづくり	<p>全国規模の野外音楽イベント「ロック・イン・ジャパン・フェスティバル」の開催を契機に、「音楽のまち ひたちなか」というブランドを、広く全国に情報発信するとともに、音楽愛好家に音楽活動の機会を提供し、音楽により来訪者を温かく迎え入れる。</p> <p>協働する市民力＝ひたちなか音楽のまちづくり実行委員会</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ひたちなか音楽のまちづくり実行委員会による勝田全国マラソン大会やひたちなか祭り等のイベントや市内各地でのコンサート開催</li> <li>※ひたちなか音楽のまちづくり実行委員会はコロナ禍の休会を経て活動を縮小</li> <li>・「ロック・イン・ジャパン・フェスティバル」の周年開催や令和4年にスタートした「LuckyFes」、20回以上の歴史を誇る「TEENS ROCK IN HITACHINAKA」など音楽イベントの充実</li> </ul>	進捗＝○	開催の継続支援	観光振興課
徳川家ゆかりの史跡や近代産業遺産を活用した回遊観光の推進	<p>水運、舟運で栄えた頃の面影を残す街並み、竈竈閣跡地や反射炉跡など、徳川家ゆかりの史跡をめぐり探訪する、歴史と産業観光を推進します。</p> <p>協働する市民力＝観光ボランティア連絡会（史跡案内内部会）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化財マップ等のパンフレットにより、史跡や名勝等の紹介・PR</li> <li>・史跡や名勝等の紹介パンフレットを市HPで公開</li> <li>・観光ボランティア連絡会（史跡案内内部会）と連携したガイドツアー等の実施</li> </ul>	進捗＝△	継続実施	観光振興課 教育委員会総務課・文化財室
若い世代との連携	<p>若者の斬新なアイデアやパワーを取り入れ、様々な手法を用いて本市の魅力を発信します。</p> <p>協働する市民力＝みなとちゃん（那珂湊高校）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域イベントや観光キャンペーン等への参加</li> <li>・ご当地キャラクターとしての本市広報活動</li> <li>・市のシンボルや観光資源等をモチーフとしたカプセルトイレ制作での連携</li> </ul>	進捗＝○	継続実施	観光振興課 商工振興課
大型イベントとの連携による地域活性化	<p>本市で開催される音楽フェスや勝田全国マラソン大会などの大型イベントと連携し、来訪者のまちなかへの誘導に取り組みます。</p> <p>協働する市民力＝ひたちなかまちづくり株式会社</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地のにぎわいづくりとしてひたちなかコーヒーフェスや熱気球イベント等の新規イベントを支援</li> <li>・勝田駅周辺エリアでの荷物預かりやレンタサイクルサービス等の実施</li> <li>・ロックフェス応援企画としてのおもてなしイベント等による、まちなかへの回遊企画の実施</li> </ul>	進捗＝○	まちなかの活性化につながる取組を今後も検討	商工振興課 観光振興課

茨城港常陸那珂港区への観光客船の誘致	観光客船を運航する会社に対し、本市の市民力を生かした歓迎行事や国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場等の魅力ある周遊観光コースの提案を行い、客船の誘致に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ船寄港時における県や関係機関と連携した歓迎イベントの開催</li> <li>・歓迎イベントにおいて、市内観光地のPR やひたちなか市観光協会加盟の事業者等による市特産品 (SHIO-KAZE 商品等) の販売、市内事業者による日本文化体験等を実施</li> </ul>	進捗 =○	継続実施	企画調整課 観光振興課
地域に根ざした市民活動団体との連携	市民自らが立ち上げ、地域に根ざした活動をしている団体と協働し、「市民力」を活かした観光のまちづくりに取り組みます。 協働する市民力=くらし協同館なかよし	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内外から訪れる方を温かく迎え入れるための、おもてなし意識の醸成</li> <li>・土産や特産品等の販売による地産商品のPR活動</li> </ul> <p>※くらし協同館なかよし 2023年9月閉店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2021年に新たな組織として(一社)「アジラボ」が誕生</li> </ul>	進捗 =○	今後も市民が立ち上げた団体との連携に取り組む	観光振興課

### 3. ひたちなか市観光の実態把握のための調査の実施

ひたちなか市の観光の実態を把握するため、以下の5つの調査を実施しています。

- ①観光実態調査：調査員が現地において行う対面式のアンケート調査
- ②GPS 調査：Agoop社の「マチレポ」を活用した集計・分析
- ③インターネット調査：マクロミル社の登録モニターを対象にしたWeb調査
- ④市民アンケート調査：「いばらき電子申請・届出サービス」を活用した調査
- ⑤関係者ヒアリング：市内関係機関を対象にしたヒアリング調査

#### 3-1 観光実態調査

##### (1) アンケート調査の概要

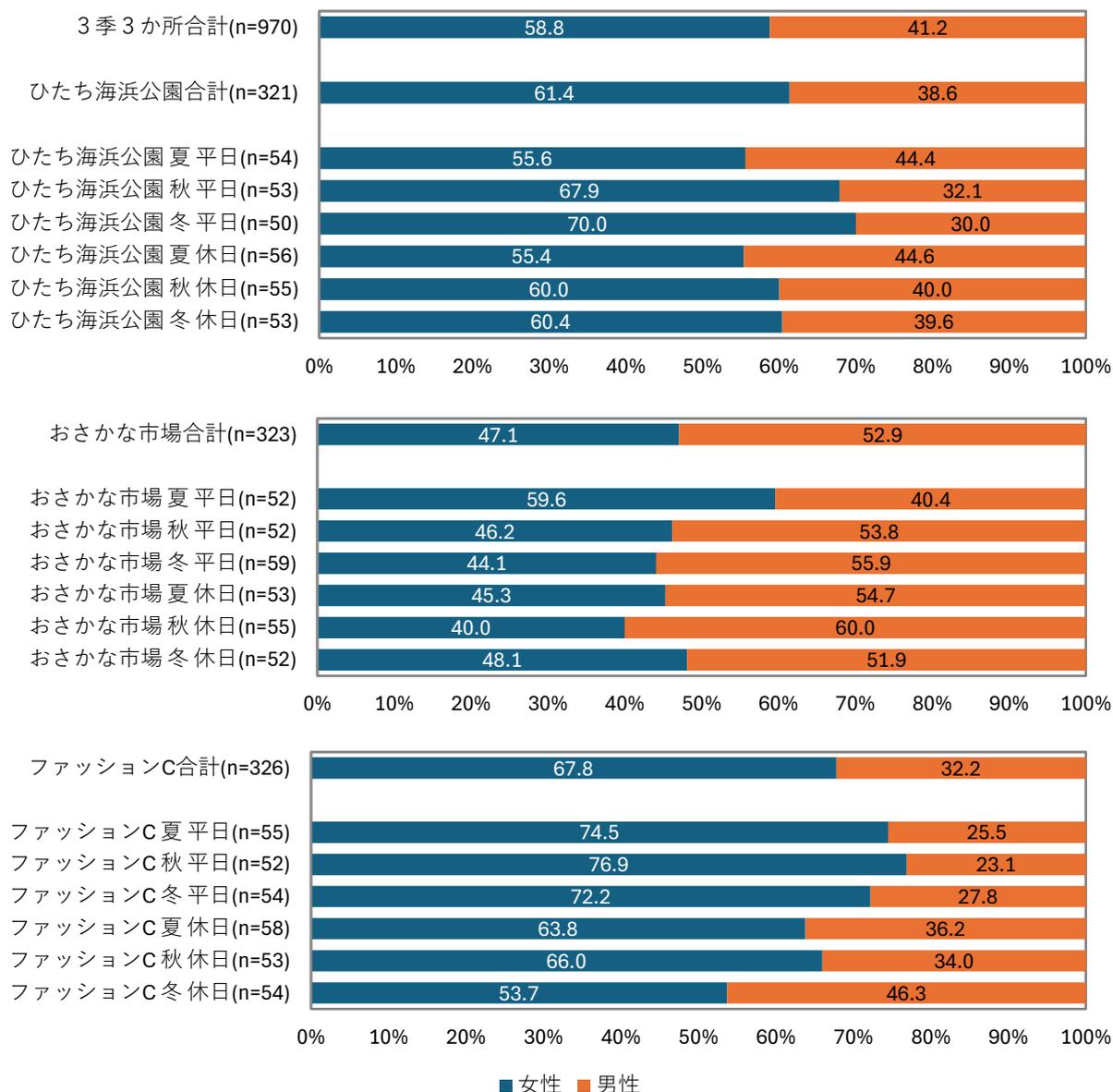
##### 1) 調査概要

調査場所	①ひたち海浜公園 ②おさかな市場 ③ファッションクルーズ
実施日	①ひたち海浜公園【夏】2024年8/28(火)・9/7(土) 【秋】2024年11/14(木)11/10(日)【冬】2025年2/14(金)・2/15(土) ②珂湊おさかな市場【夏】2024年8/23(木)・8/24(日) 【秋】2024年11/6(水)・11/17(日)【冬】2025年2/2(日)・2/3(月) ③ファッションクルーズ【夏】2024年9/9(火)・9/1(土) 【秋】2024年12/1(日)・12/2(月)【冬】2025年1/13(月/祝)・1/14(火)
調査方法	対面調査
回答者数	①ひたち海浜公園【夏】110【秋】108【冬】104 サンプル ②おさかな市場【夏】105【秋】108【冬】111 サンプル ③ファッションクルーズ【夏】113【秋】105【冬】109 サンプル
調査項目	①属性性別：年代/居住地/同伴者/情報源/来訪経験 ②行動：交通手段/立寄地/消費額 ③評価：来訪目的/参考にした観光情報/市の印象/現地情報・巡りやすさ/ 施設の魅力（サイン/コンテンツ/景観/もてなし/飲食/土産）/改善点・感想

## 2) 被験者の属性

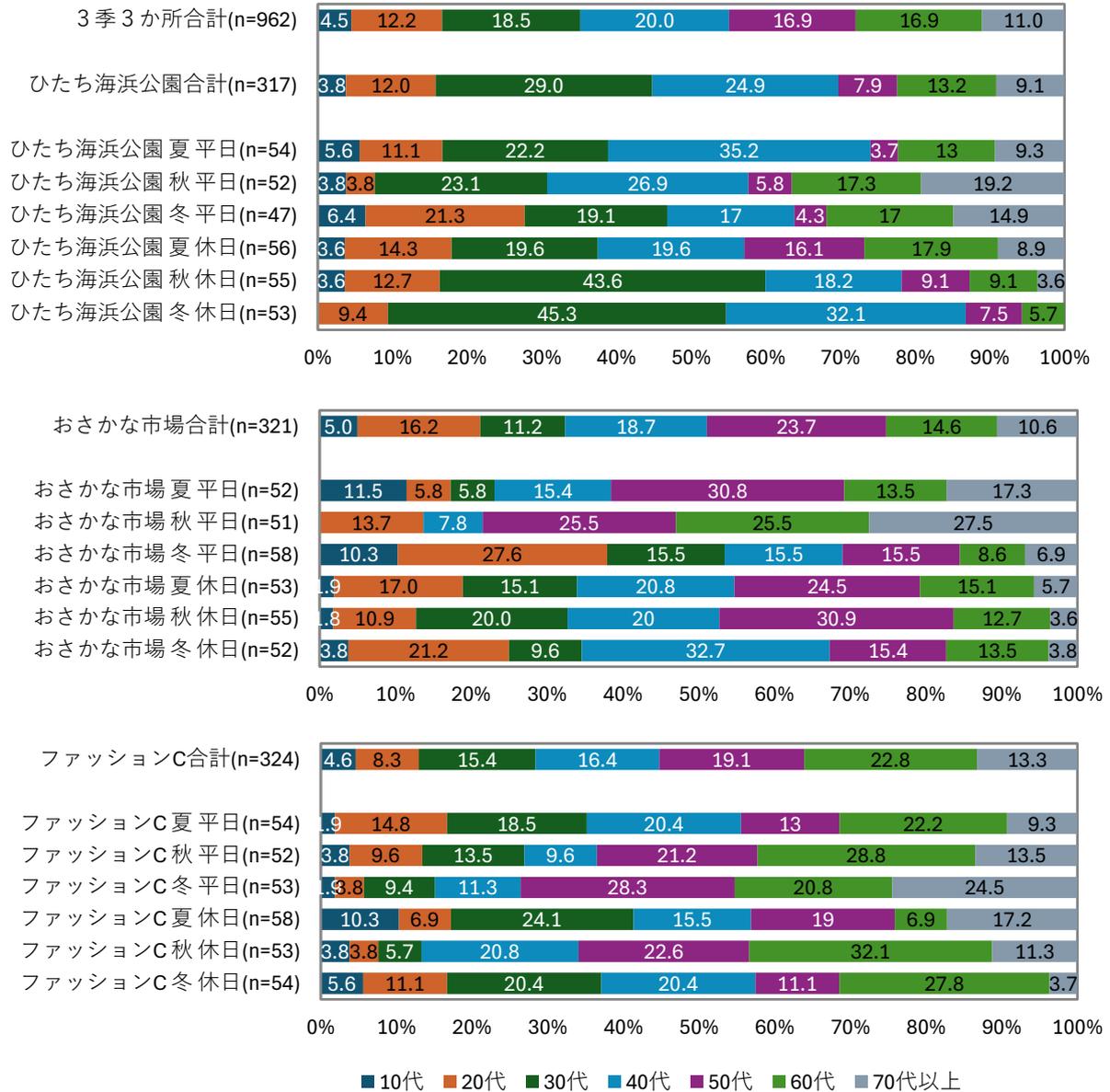
### ①性別

- 被験者の性別は、ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは女性の割合が高く、おさかな市場は男性が高い。



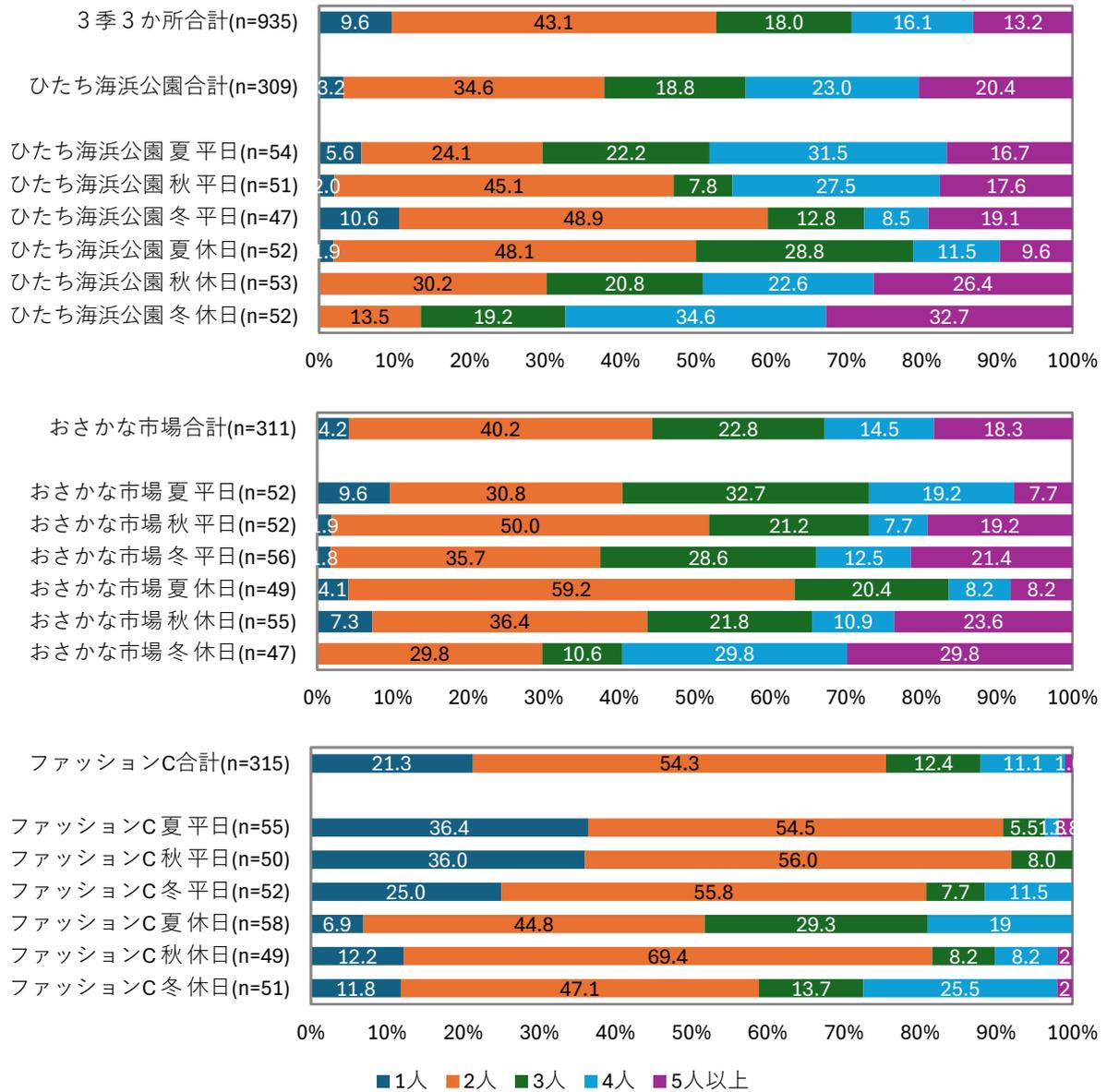
## ②年齢

- 被験者の年齢を見ると、ひたち海浜公園及びおさかな市場の休日は40代以下の割合が高く、平日は50代以上の割合が高い。
- ファッションクルーズでは年齢別、季節別による傾向は見られない。



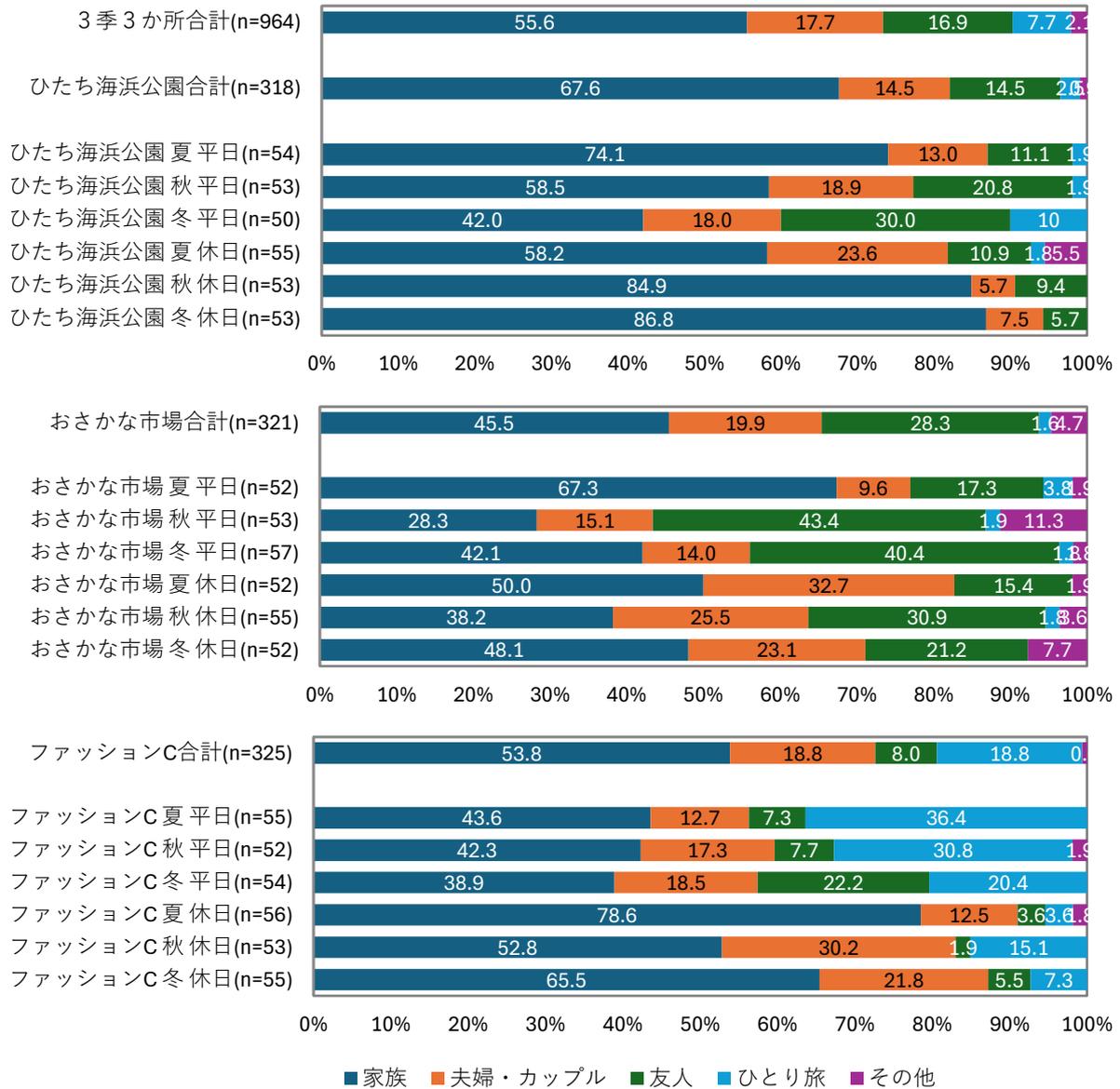
### ③同行者数

- 同行者数は、3か所とも2人の割合が高い。ひたち海浜公園の夏の平日、秋冬の休日は3人以上の割合が高い。おさな市場の冬の休日も3人以上の割合が高い。
- ファッションクルーズの平日は、ひとりの割合が他の場所よりも高い。



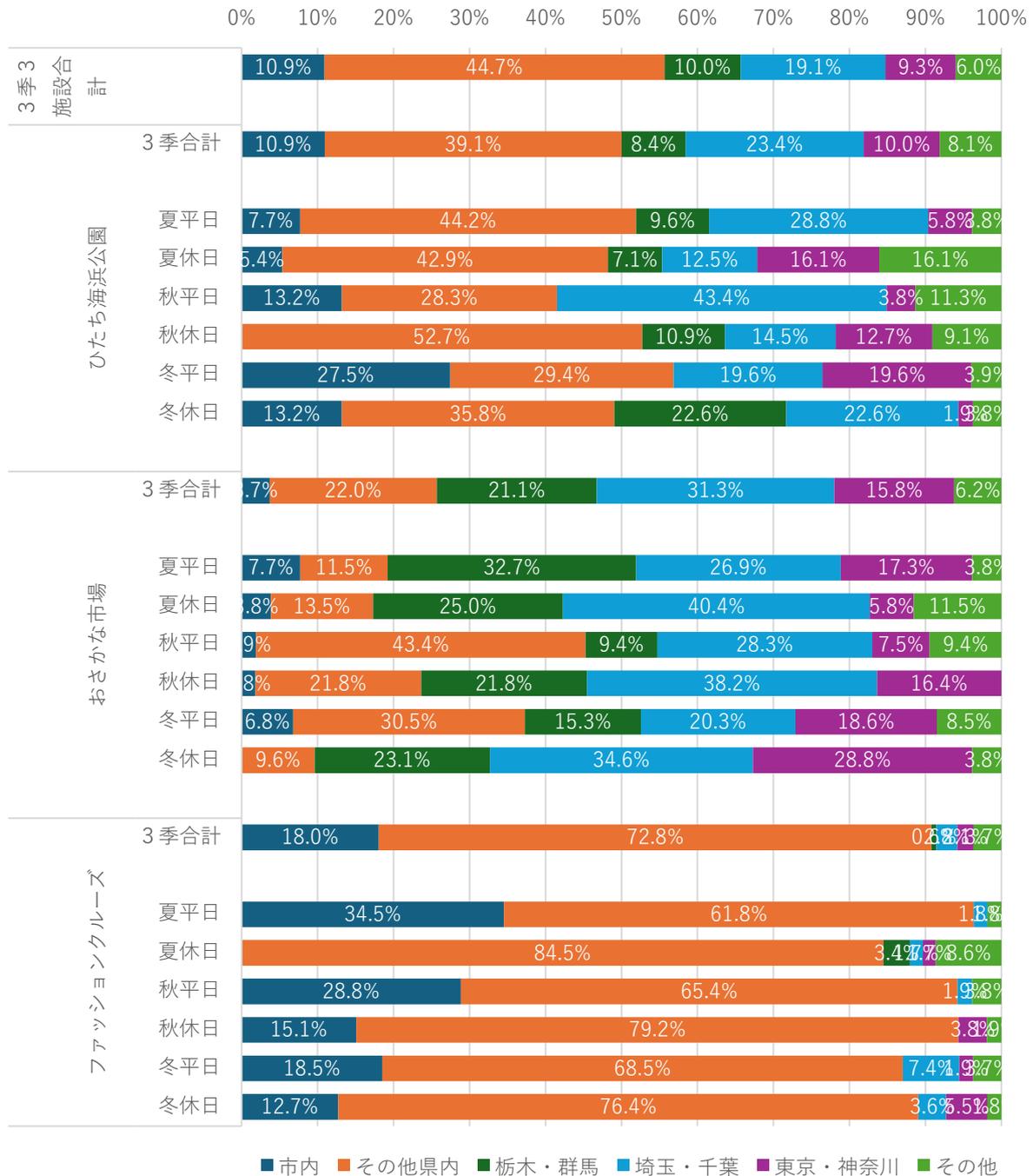
#### ④同行者

- 同行者は、3か所とも家族の割合が高い。おさかな市場の秋と冬は、平日休日ともに友人の割合が高い。
- ファッションクルーズの平日は、同行者数を同様にひとり旅の割合が他の場所よりも高い。



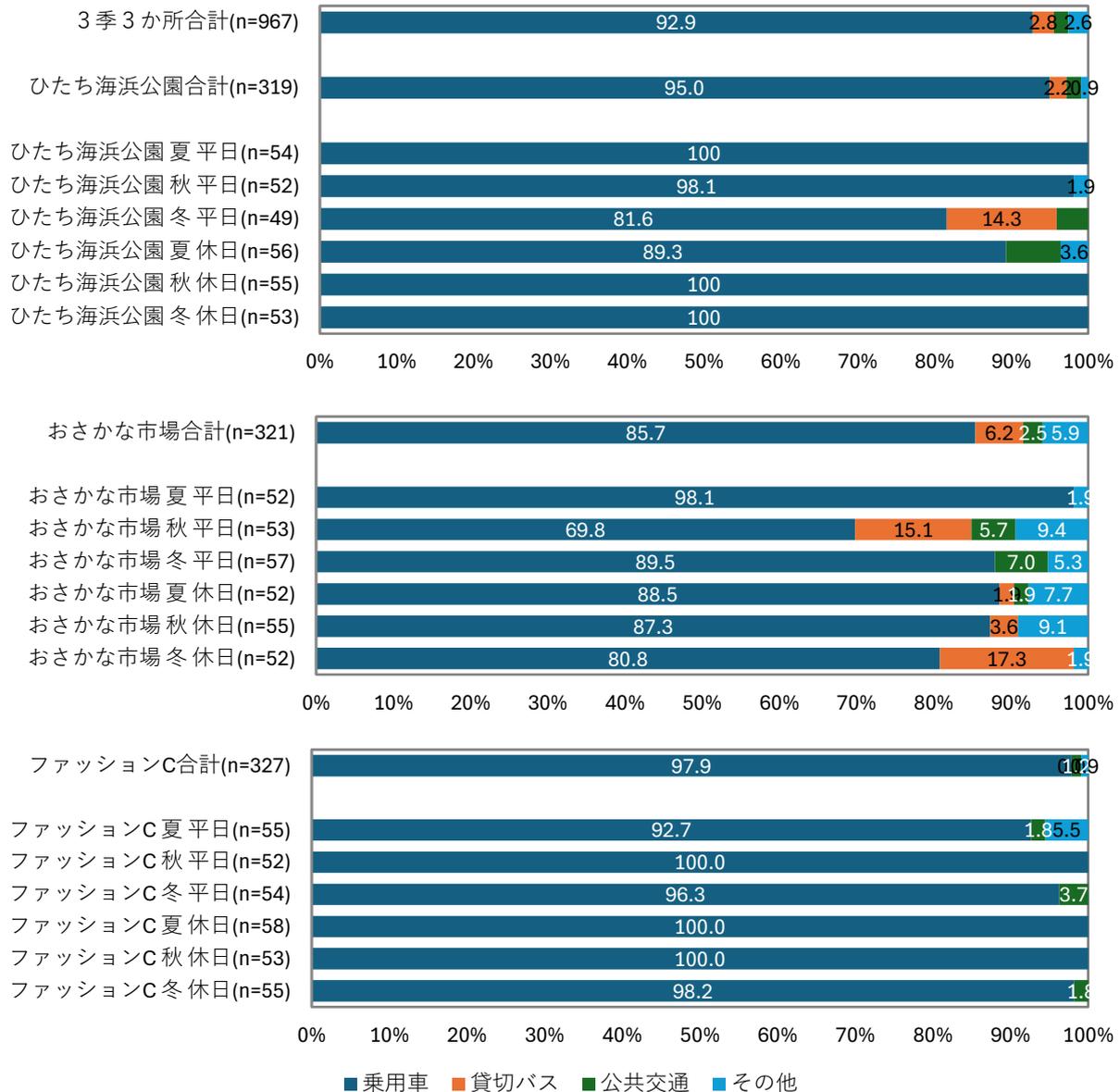
## ⑤居住地

- 居住地を見ると、ファッションクルーズは県内が9割を占めており、おさかな市場は県外の割合が高く、ひたち海浜公園は県内が5割前後となっている。



## ⑥交通手段

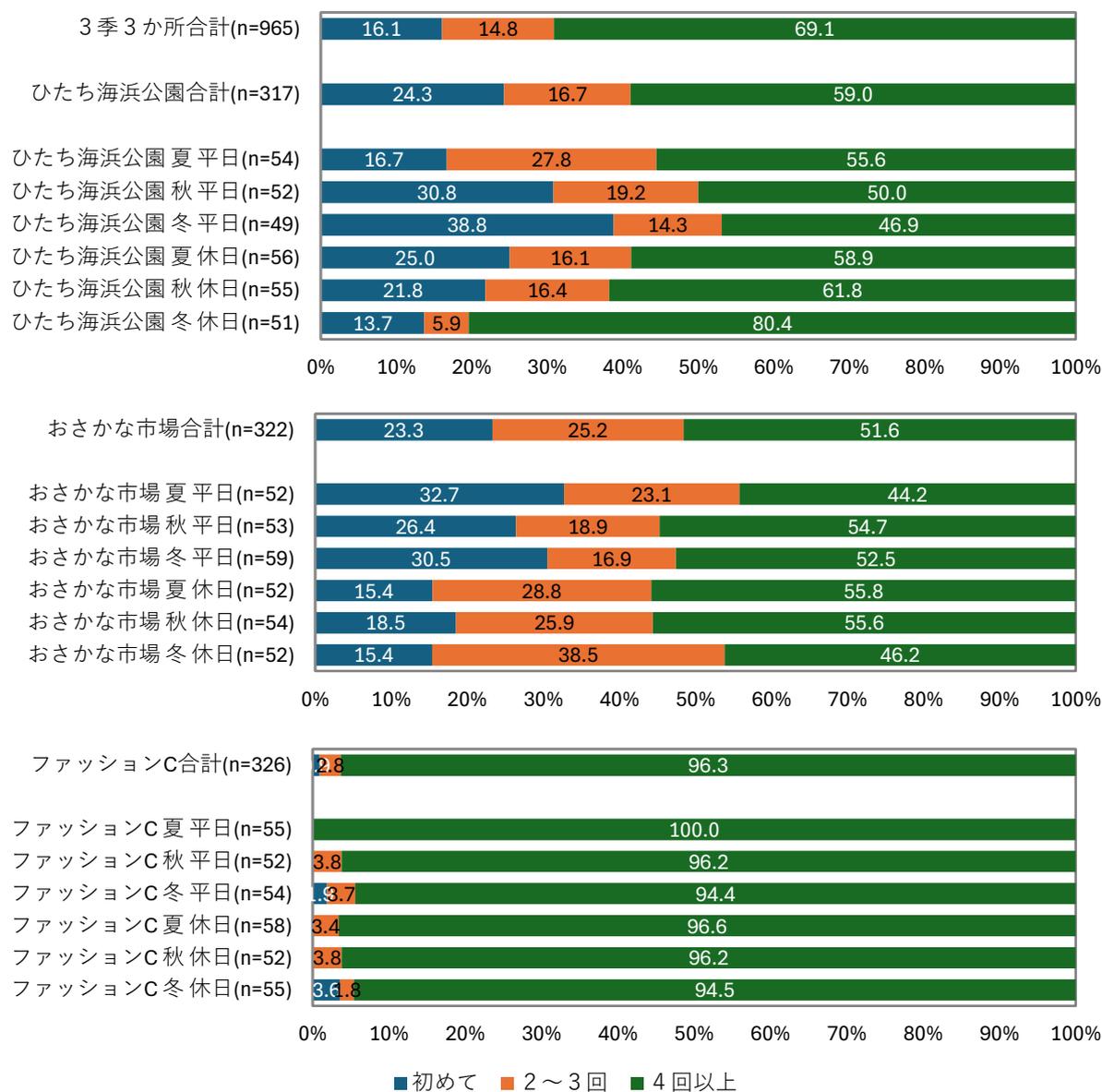
- 交通手段を見ると、3か所ともほとんどが乗用車であることが分かる。
- ひたち海浜公園及びおさかな市場では貸し切りバスもみられるが、湊線をはじめとする公共交通の利用割合は非常に低い。



## (2) アンケート調査集計結果

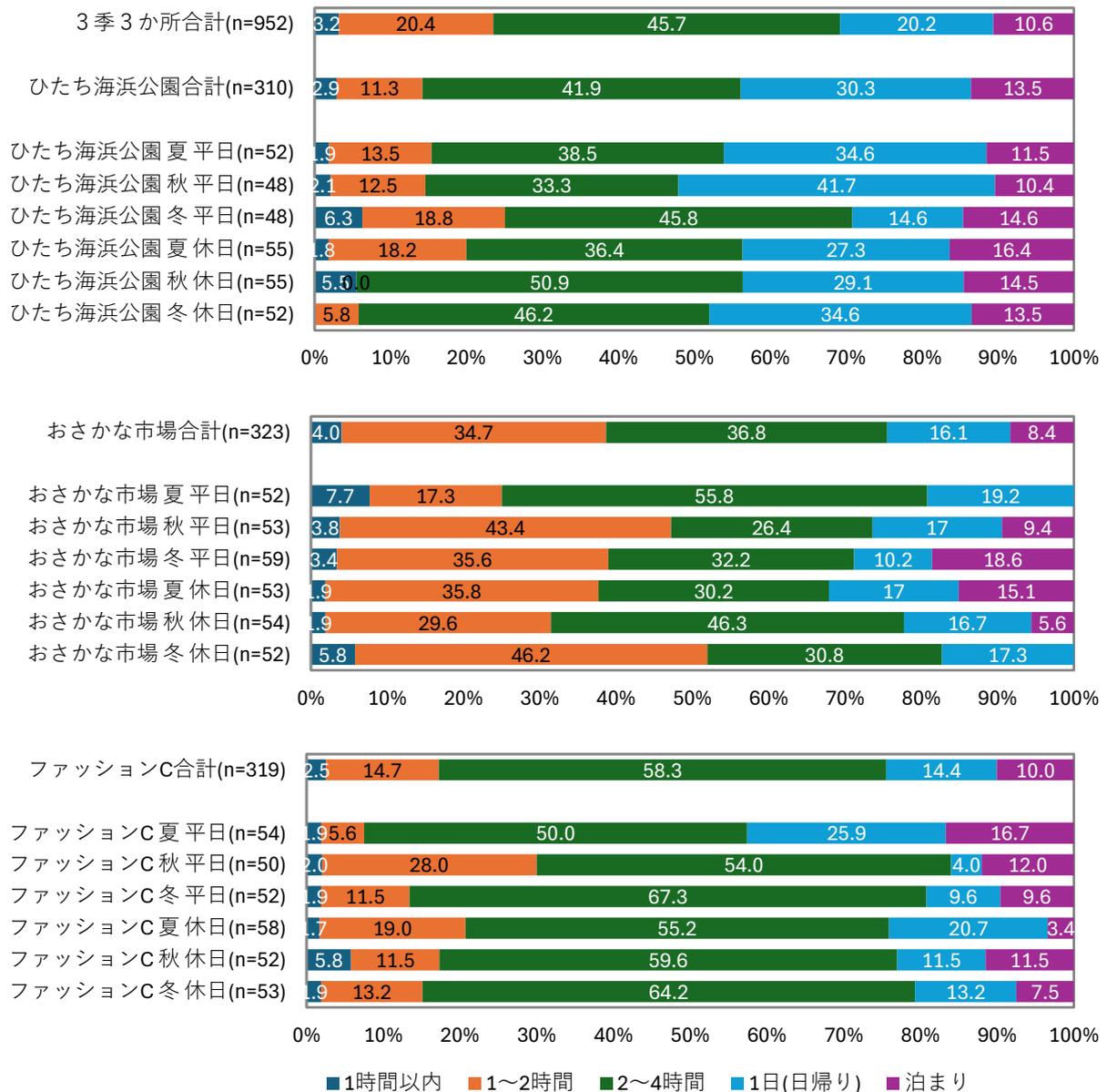
### 1) ひたちなか市への来訪経験

- ひたちなか市への来訪経験を見ると、ひたち海浜公園では冬の平日はビギナーが約4割と多く、夏はリピーターが多い。冬の休日については4回以上のヘビーユーザーが8割と大変多くなっている。
- おさかな市場では、総じて約半数が4回以上のリピーターであり。休日は8割以上がリピーターである。平日はビギナーが3割程度となっている。
- ファッションクルーズでは、ほぼ全員がリピーターであり、9割以上が4回以上と回答している。



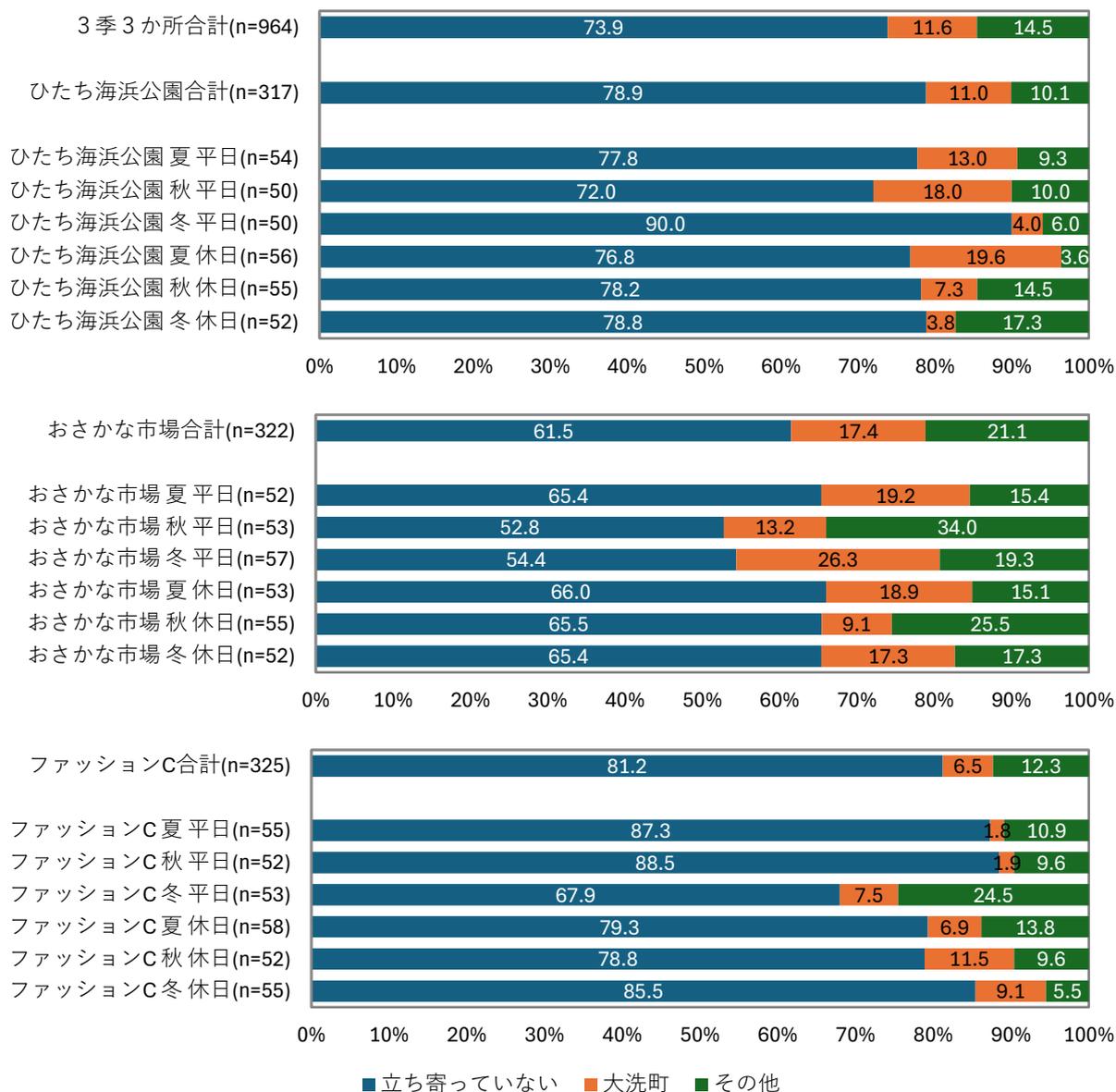
## 2)ひたちなか市での滞在時間

- 市内の滞在時間を見ると、ひたち海浜公園では秋の休日は2時間以上が9割を超え、滞在時間が長い傾向にある。秋の平日は1日ゆっくり公園で過ごす人が多く、冬の平日は短時間で帰る人が多い。
- おさかな市場では、夏の平日が最も滞在時間が長く8割近くが2時間以上滞在している。休日は平日に比べて滞在時間が短い傾向にあり、冬の休日は過半数が2時間未満である。
- ファッションクルーズでは、夏の平日が最も滞在時間が長く8割以上が2時間以上の滞在となっている。秋の平日は2時間未満が3割ほどで、他の季節より短い。
- 季節を通して、おさかな市場では、食事や買い物のため2時間以内の滞在が多く、ひたち海浜公園では、特に休日でゆっくりと丸一日を過ごす人が多い。



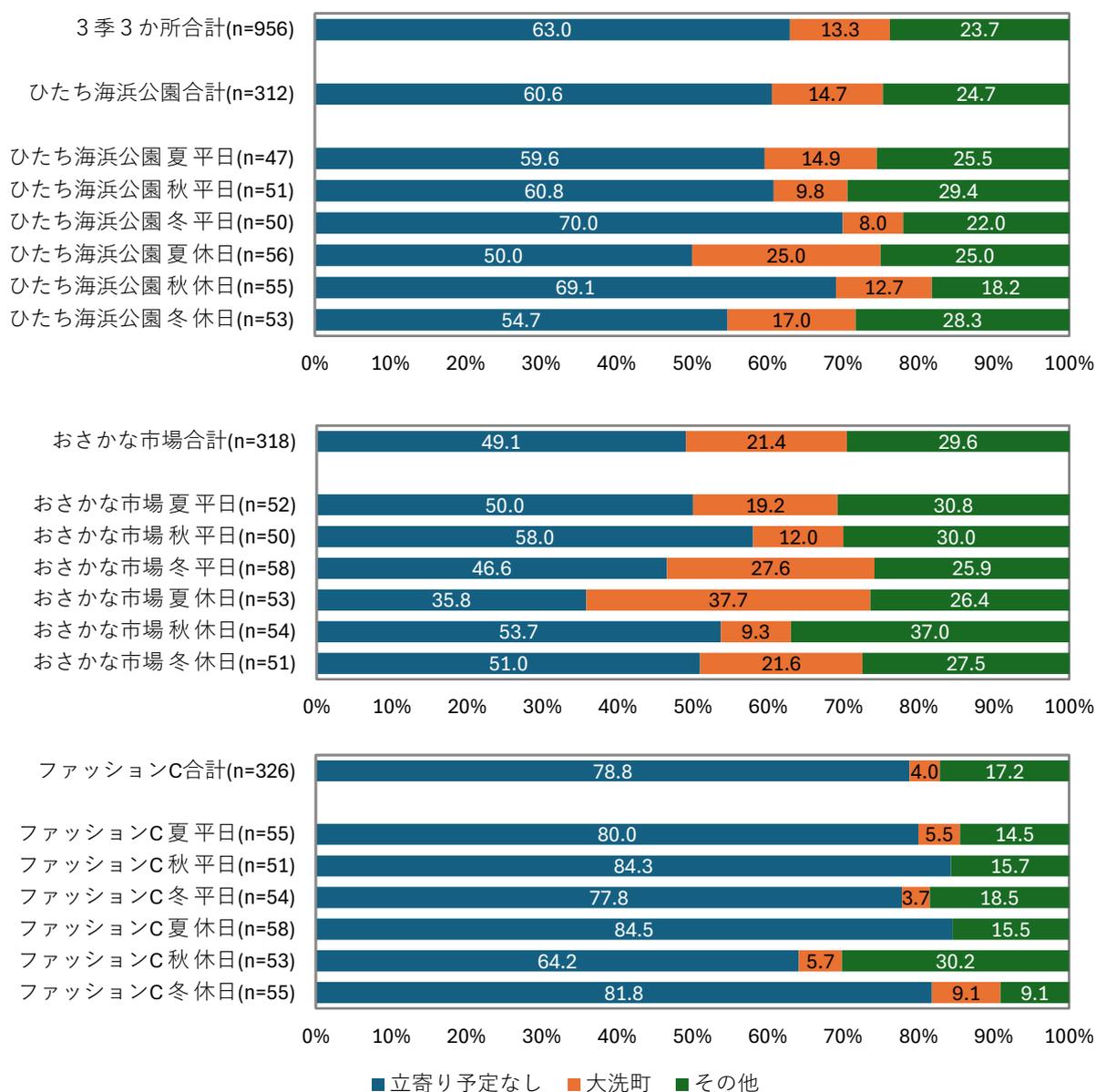
### 3) 来る前の市外立ち寄り場所

- 3か所の調査場所に来る前に立ち寄った場所を見ると、3か所とも立ち寄っていない人の割合が高い。
- おさかな市場では、遠く離れた居住地から、観光を楽しみながら周遊している人が多いと考えられ、特に平日行きと休日帰りで「立ち寄りあり」の割合が高い。
- おさかな市場の秋に「その他」が特に増加しているが、栗などをもとめて笠間市等に寄っている人が多い。



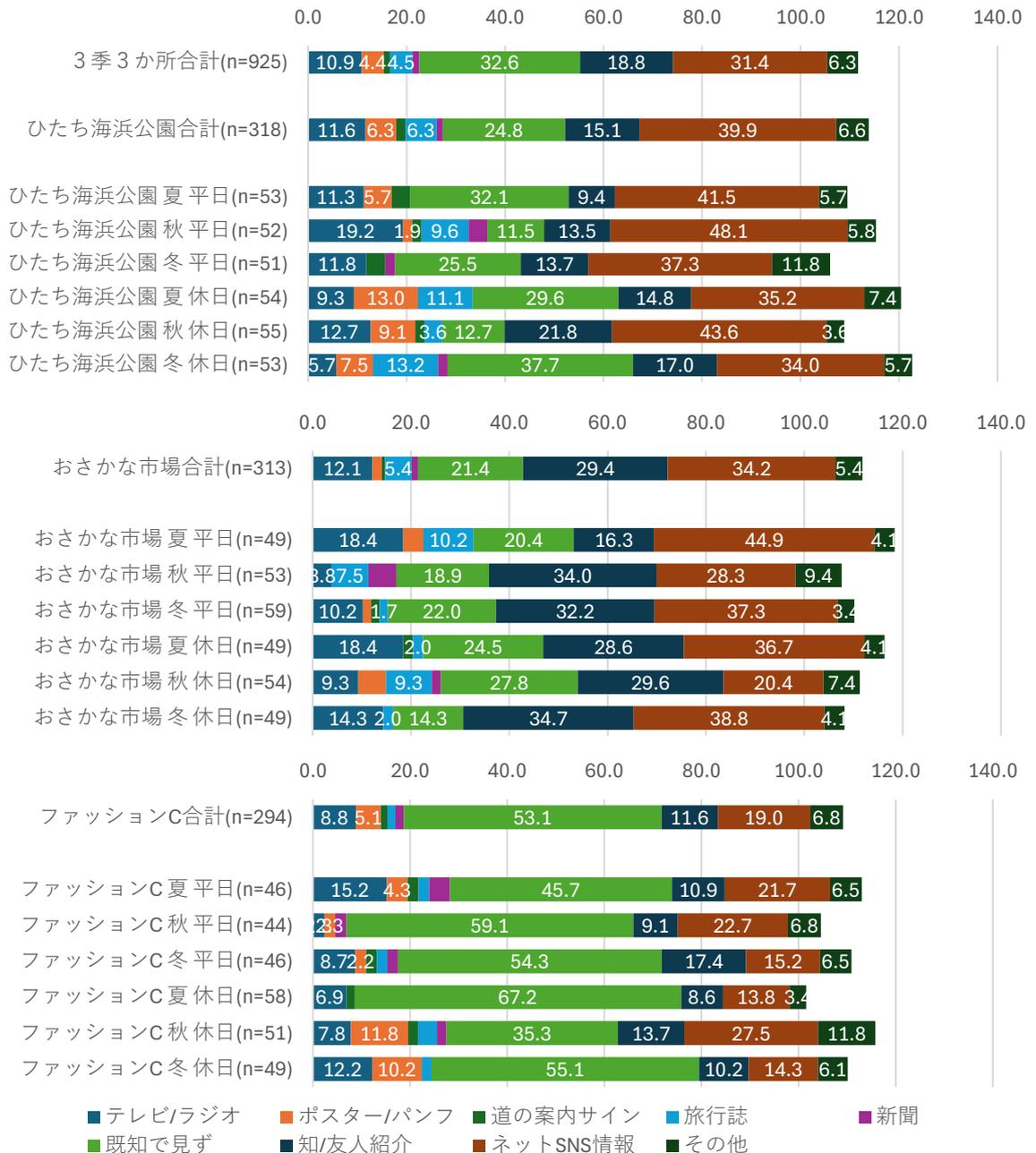
#### 4) 帰宅までの市外立ち寄り場所

- 調査場所から帰宅までの立ち寄り予定地を見ると、ひたち海浜公園では冬の平日では来る前の7割がどこにも立ち寄っておらず、公園のみで帰る人が多い。夏の平日休日ともに大洗町への立ち寄りが多い。
- おさかな市場では、総じて半数以上がどこにも立ち寄っていない。立地上大洗町への立ち寄りが多く、特に、夏の休日は4割近くが立ち寄っている。
- ファッションクルーズでは、往路復路とも立ち寄りなしが多いが、休日はわずかに大洗町への立ち寄りがある。秋の休日は3割がその他と回答しており、栗などを求めて笠間等へ立ち寄っている。



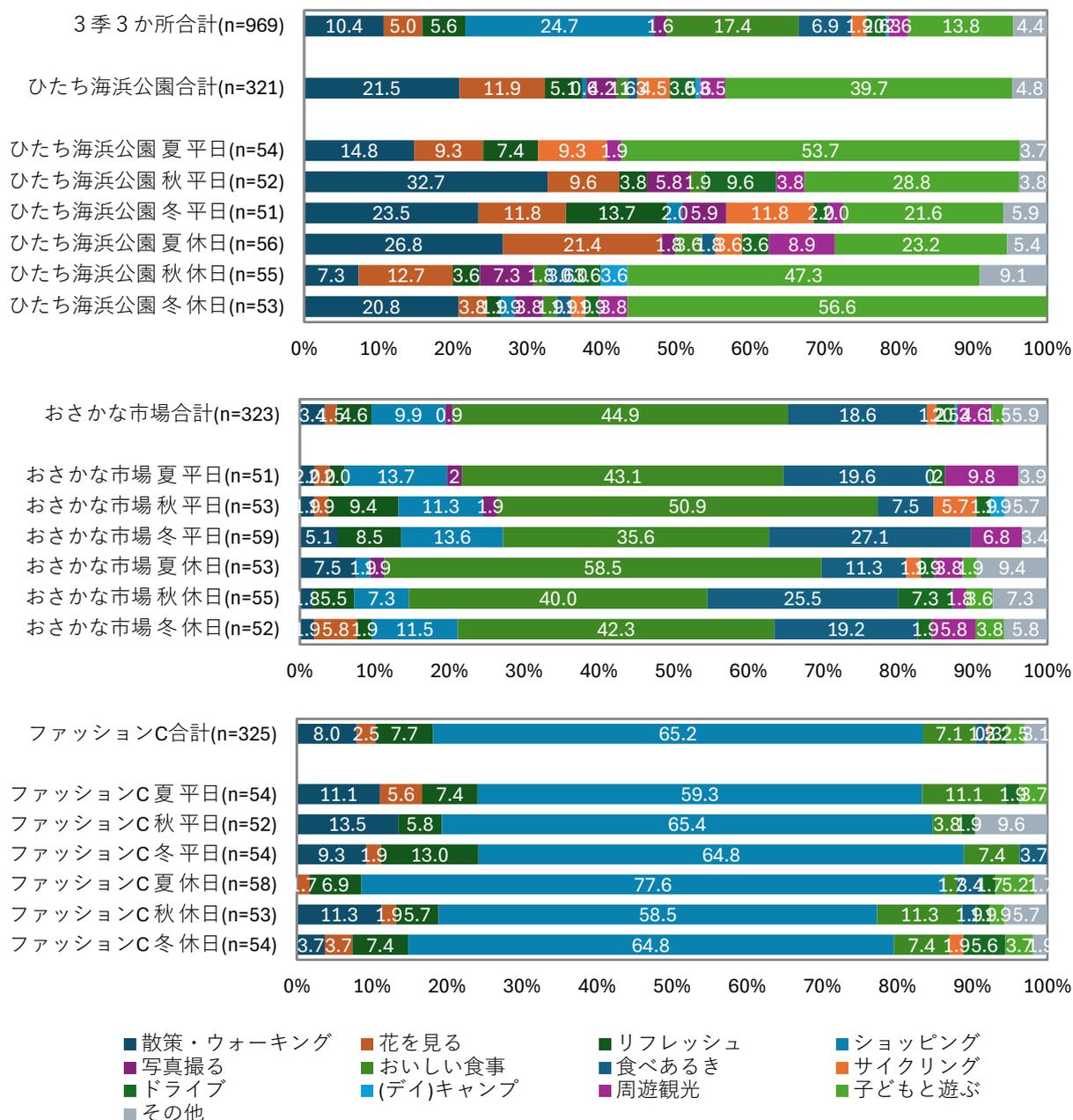
## 5) 来る前に参考にした情報

- 参考にした情報を見ると、ひたち海浜公園では「ネット SNS 情報」「既知で見ず」の割合が高く、おさかな市場では「ネット SNS 情報」「知人友人の紹介」の割合が高い。ファッションクルーズでは「既知で見ず」が最も高い。
- リピーターでは「既知で見ず」が多くなり、ビギナーには「ネット SNS 情報」「知人友人の紹介」での口コミ情報が効果的と言える。



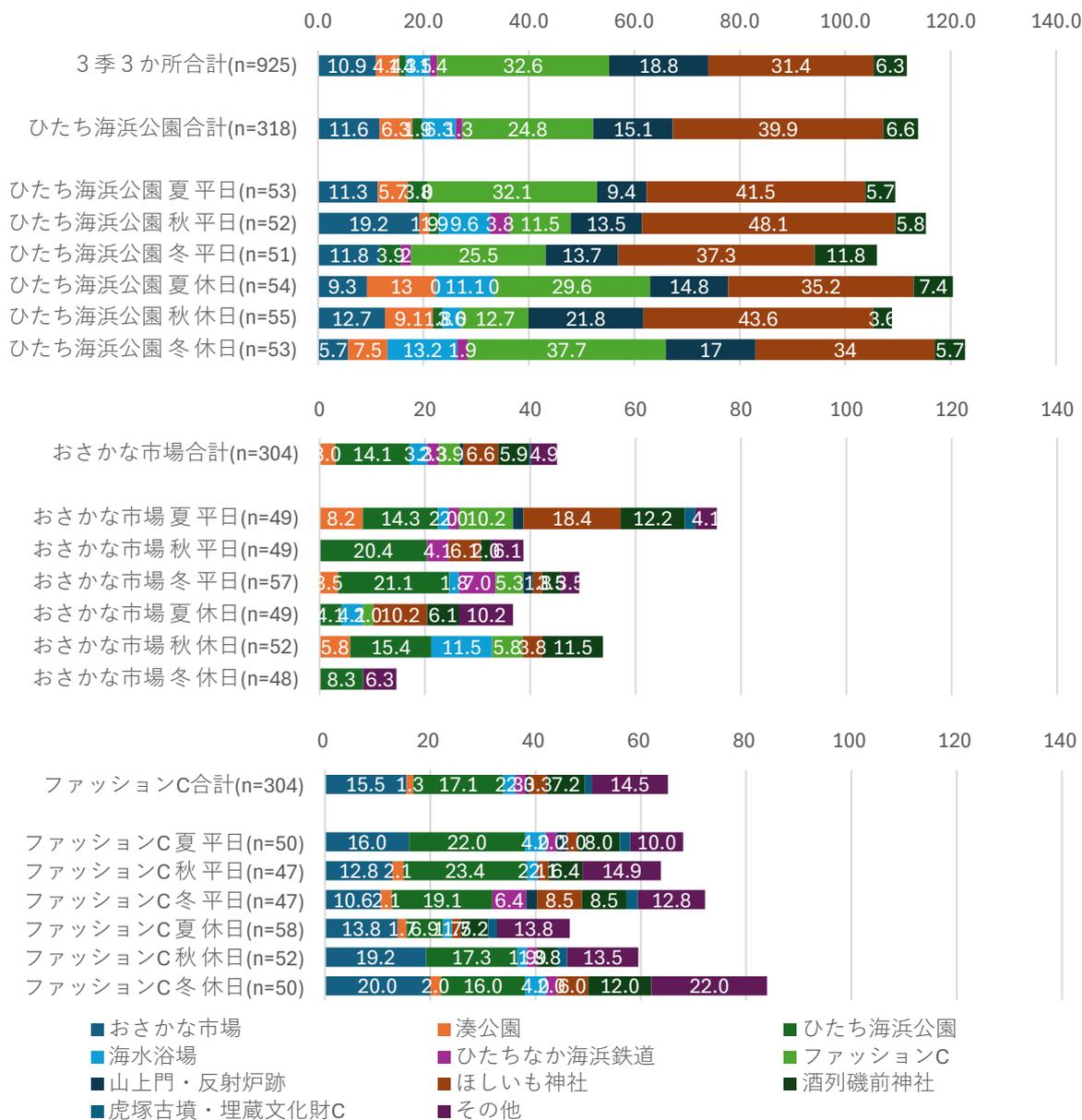
## 6) 来る前に楽しみにしていたこと

- 来る前に楽しみにしていたことを見ると、ひたち海浜公園の夏の平日は子どもと遊ぶためが多く、休日は他の目的の来訪が多い。秋、冬は、休日に「子どもと遊ぶため」が多く、平日は散歩やリフレッシュが多い。
- おさかな市場では、総じて6割以上が食べ歩きやおいしい食事を目的に訪れている。休日に比べると平日は買い物を第一目的とする人が若干多い。
- ファッションクルーズでは、ショッピングが中心となるが、空調の効いた広大な施設内を「散策・ウォーキング」に来ている層も1割程度みられる。



## 7) 市内立ち寄り場所 ※質問施設は回答から除いています

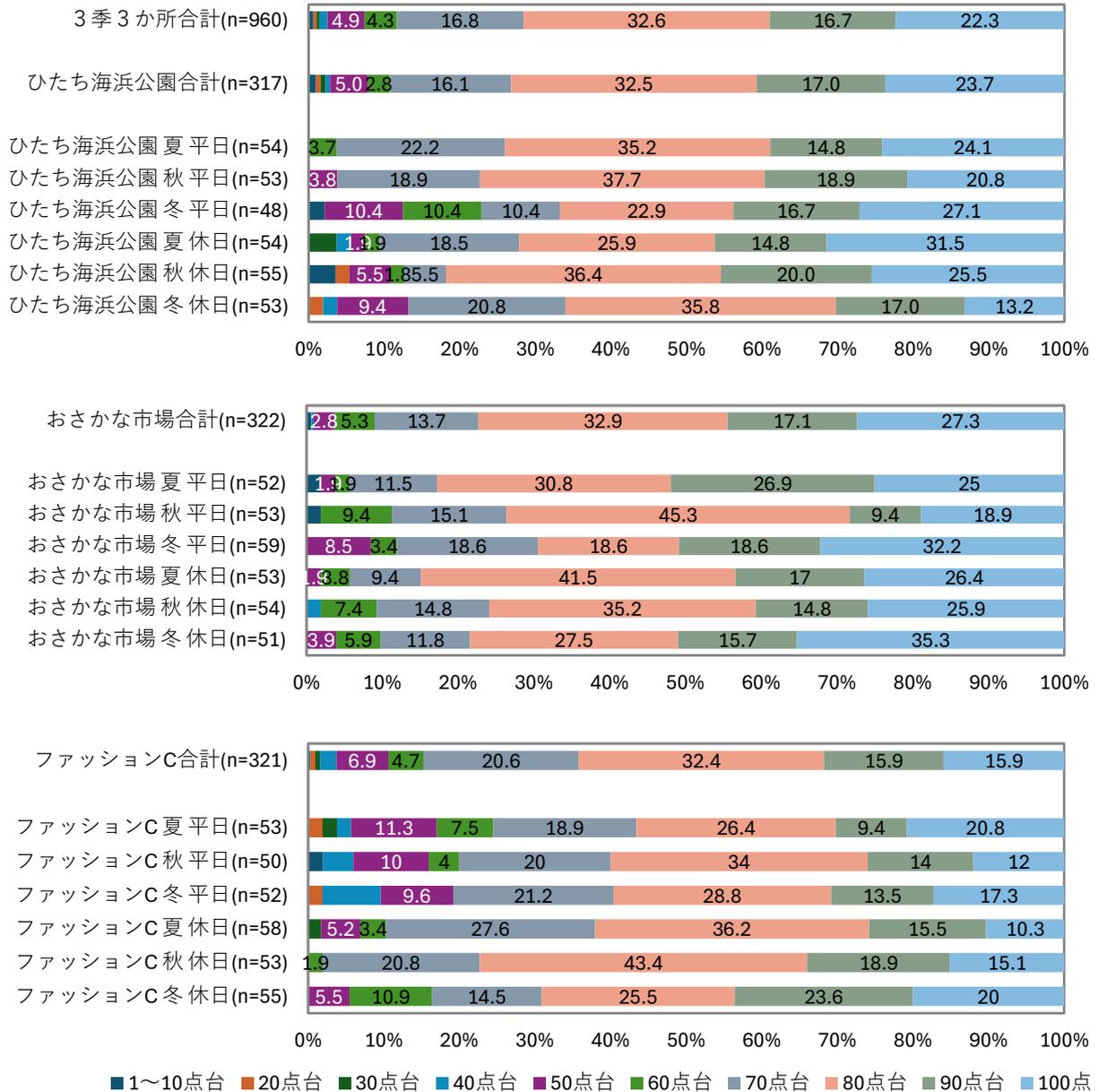
- 市内の立ち寄り場所を見ると、ひたち海浜公園の夏、秋の平日では、おさかな市場への立ち寄りが4割近い。冬は、平日の約2割がほしいも神社に立ち寄っており、休日は3割がファッションクルーズに立ち寄っている。
- おさかな市場では、ひたち海浜公園への立ち寄りが最も多く、秋、冬の平日では2割程度である。夏の平日は、約2割がほしいも神社に立ち寄っている。
- ファッションクルーズでは、立地からひたち海浜公園への立ち寄りが最も多く平日は2割程度である。秋、冬の休日では2割、その後も1割以上がおさかな市場に立ち寄っている。



## 8) ひたちなか市の印象 (満足度)

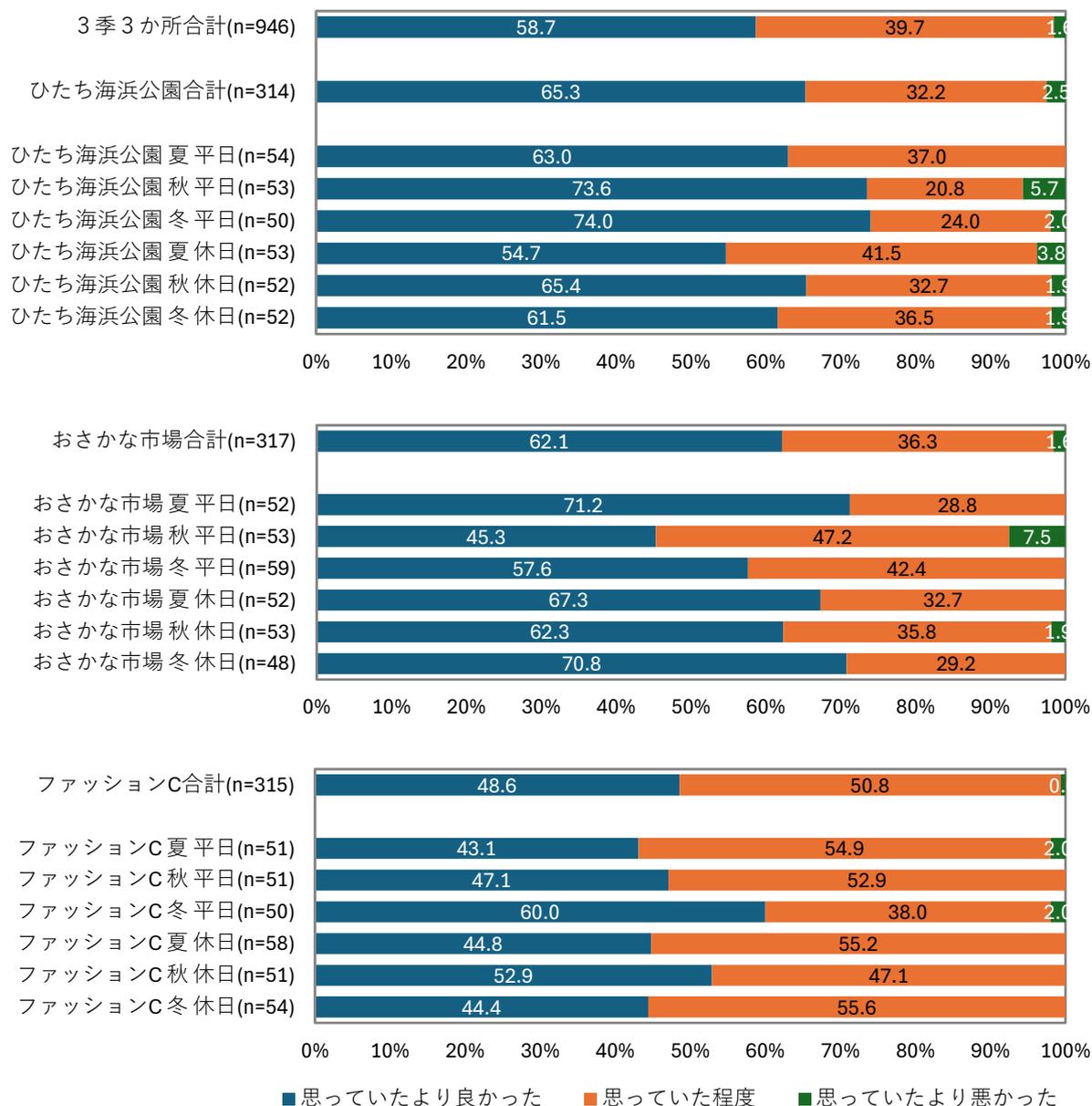
### ①総合満足度

- 3か所とも70点以上の割合が高く、総合満足度は高い。
- ひたち海浜公園では夏の休日、おさかな市場では冬の平日・休日は、100点の割合が3割を超えている。



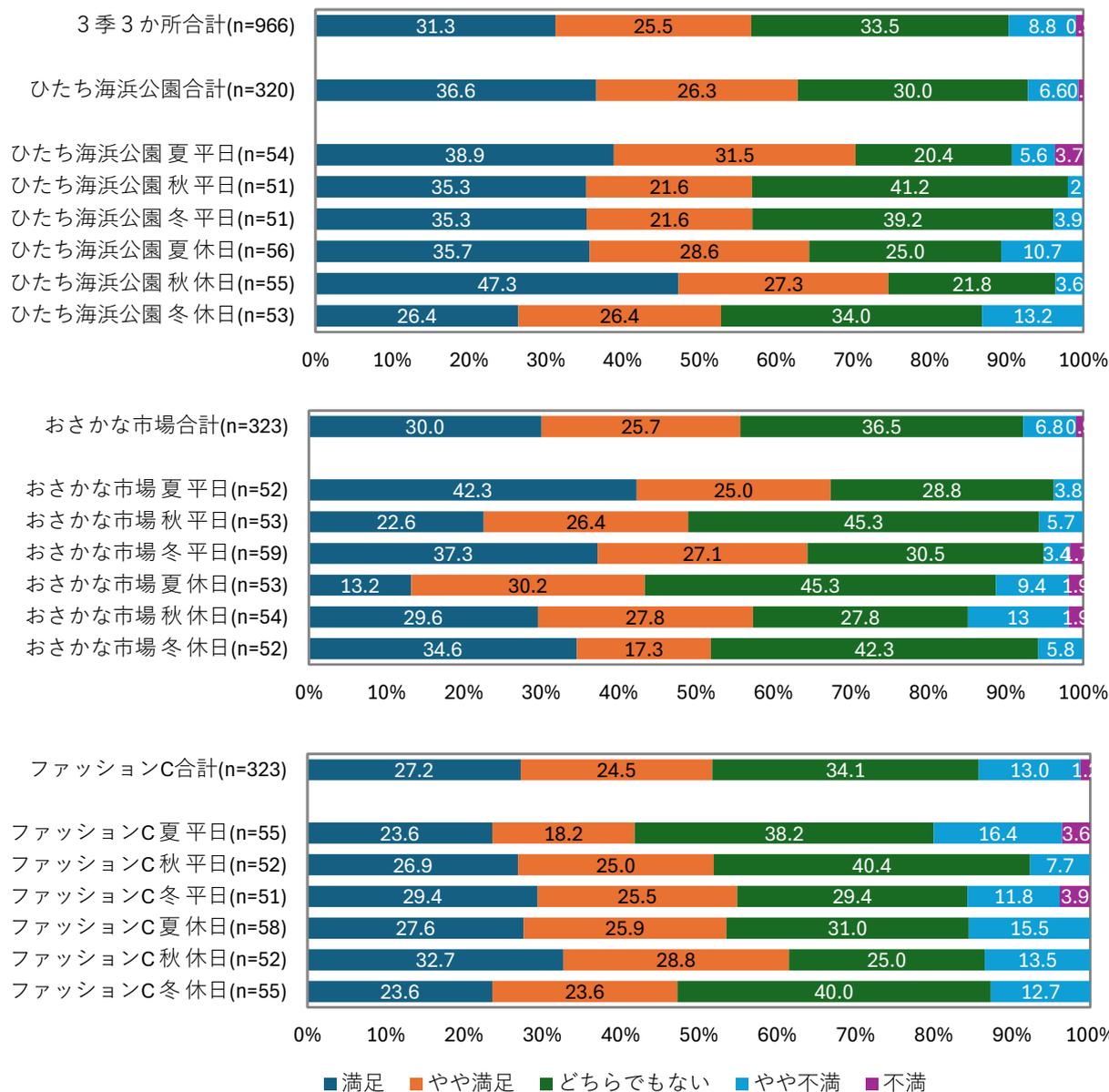
## ②実際に来訪した後の評価の変化

- 実際に訪れてみた後の評価は、ひたち海浜公園及びおさかな市場では「思っていたよりも良かった」と回答したのは6割から7割と高い。
- ファッションクルーズでは、良い評価は5割前後となっている。



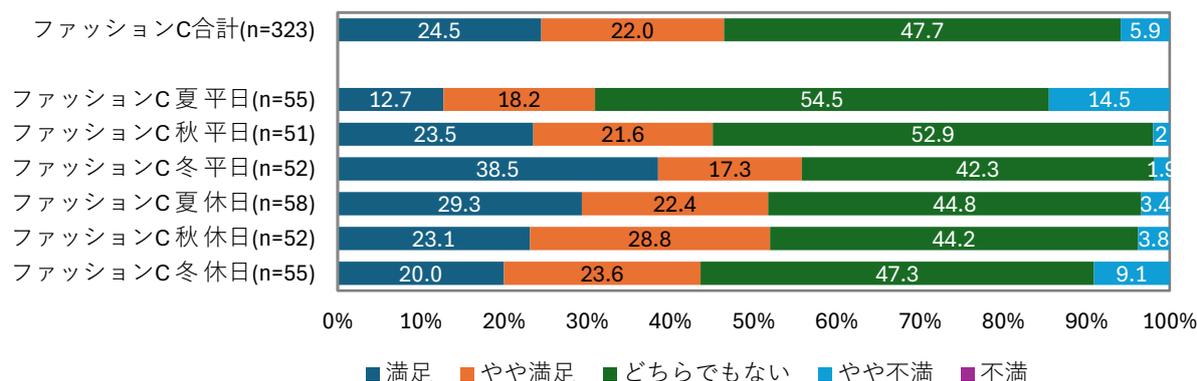
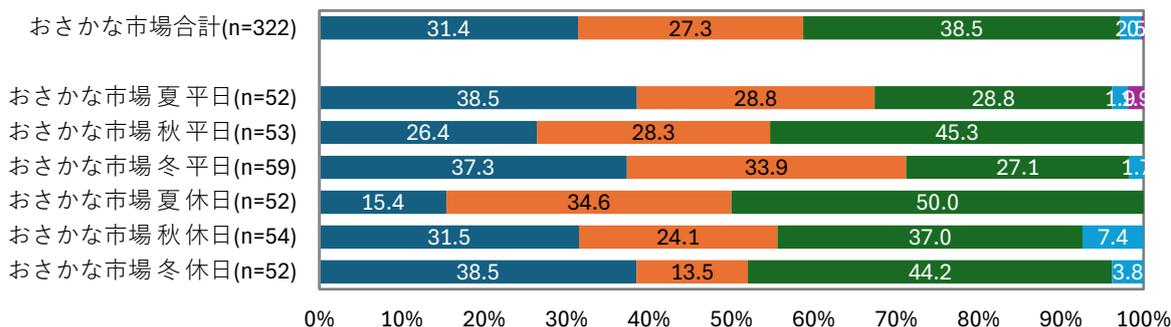
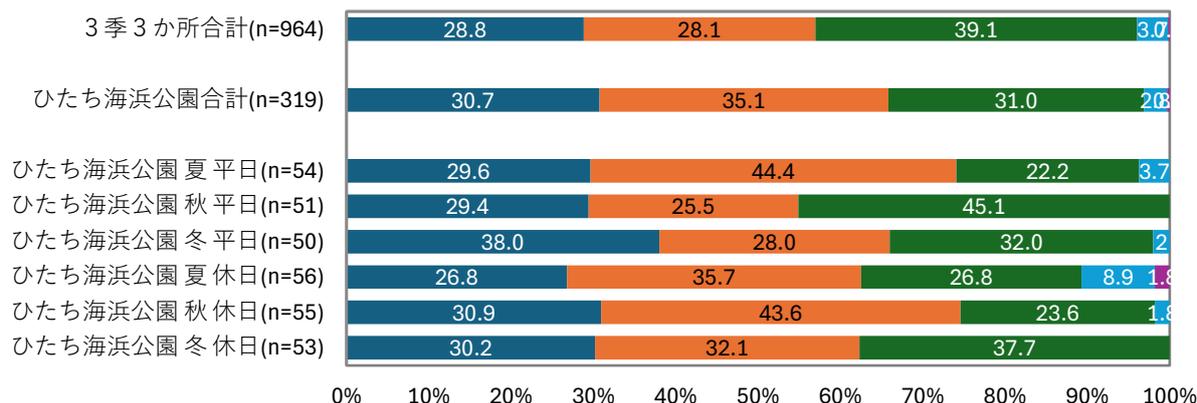
### ③アクセスの利便性

- アクセスの利便性に対する評価を見ると、3か所とも「満足」及び「やや満足」を足した良い評価の割合が5～6割と高く、中でも、海浜公園の休日は7割が「やや満足」以上と回答している。ひたちなか市の観光地周辺は「混んでいるもの」という事前情報の影響もあり、駐車場待ちによる混雑があっても「不満」の割合が低いものとみられる。
- 3か所の中ではファッションクルーズで「やや不満」の指摘が多いが、時間に余裕がない日常生活の場として評価されているためと考えられる。



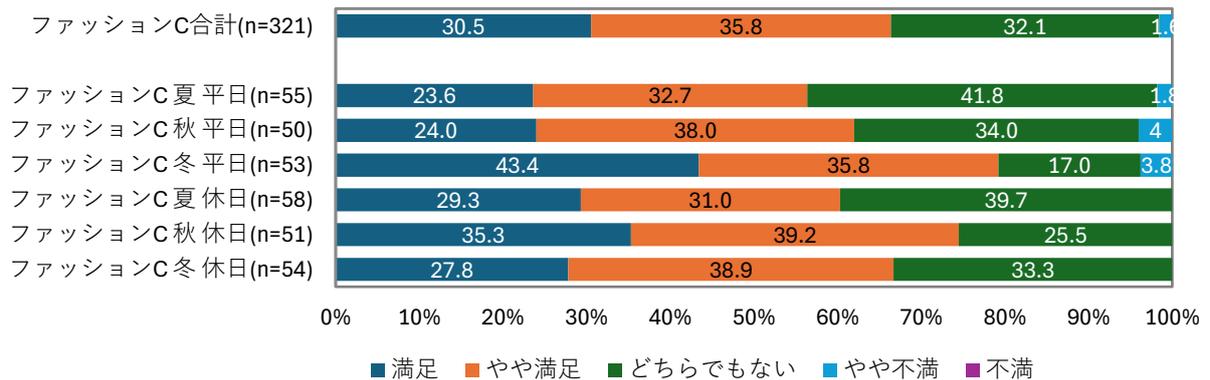
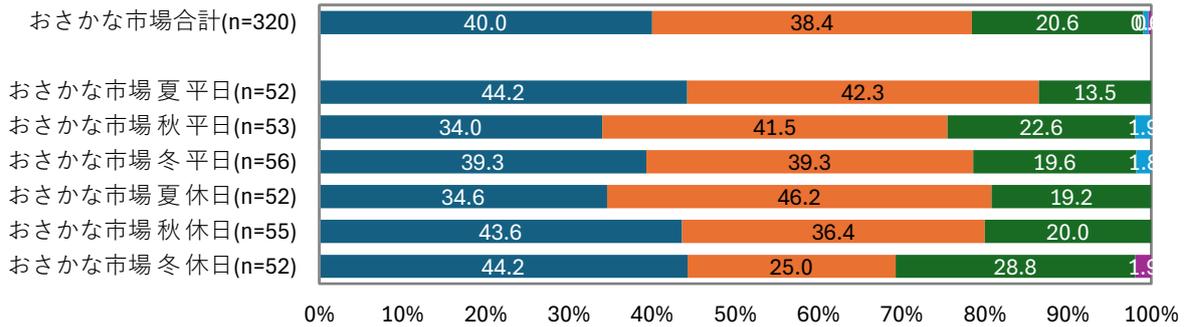
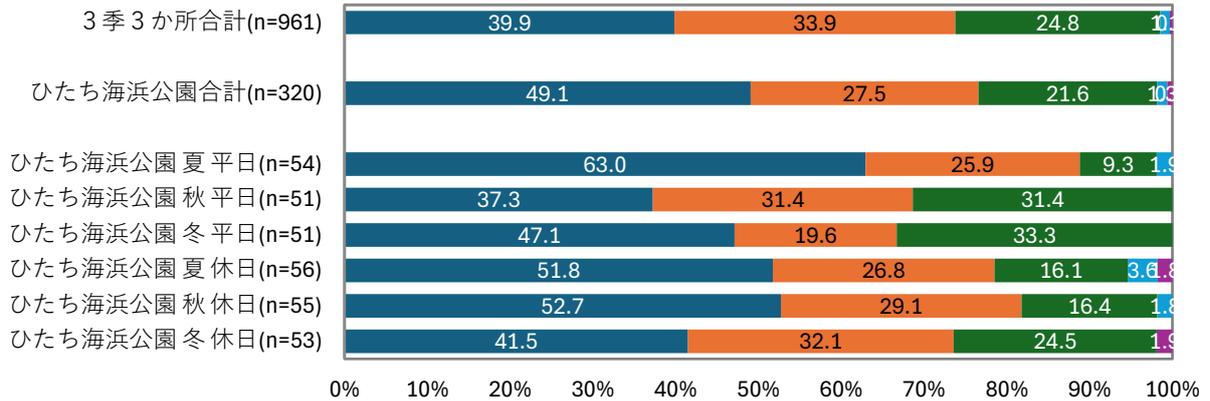
#### ④地図・案内サインの分かりやすさ

- 地図・案内サインの分かりやすさの評価を見ると、ひたち海浜公園及びおさかな市場では、初来訪が3割前後いても「満足」及び「やや満足」の割合は6割前後となり、高く評価されている。
- ファッションクルーズでは、大半が近隣の再来訪者であるため、サイン類を見ずに来訪している人が多いことから、「どちらでもない」の回答が5割前後と多くなっていると考えられる。



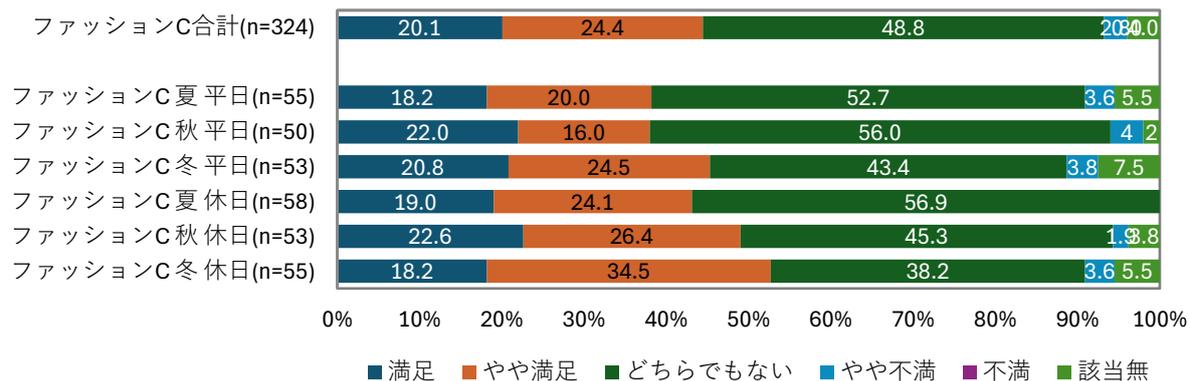
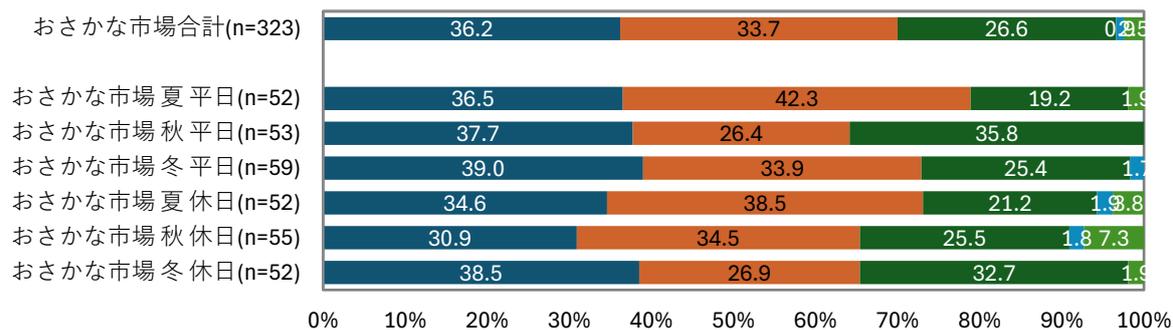
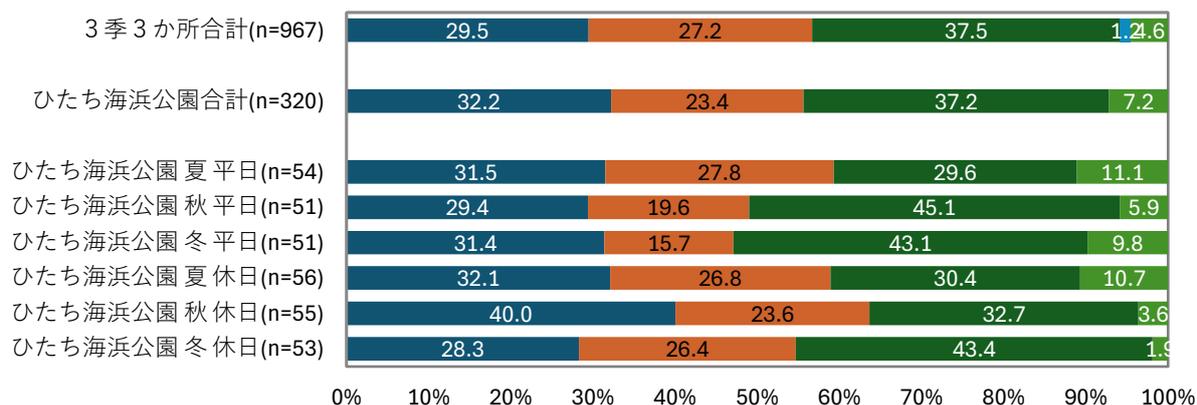
## ⑤ 景観・雰囲気

- 景観・雰囲気に対する評価は、6つの評価項目の中で最も高く評価されている。
- 3か所は「花の園地」「漁港」「ショッピングセンター」と趣の異なる景観要素ではあるが、空間に広がりがあり、統一感のあるテーマとデザインによって施設が構成されていることが共通点となる。広がりのある景観を楽しむことは、ひたちなか市の特徴と言える。



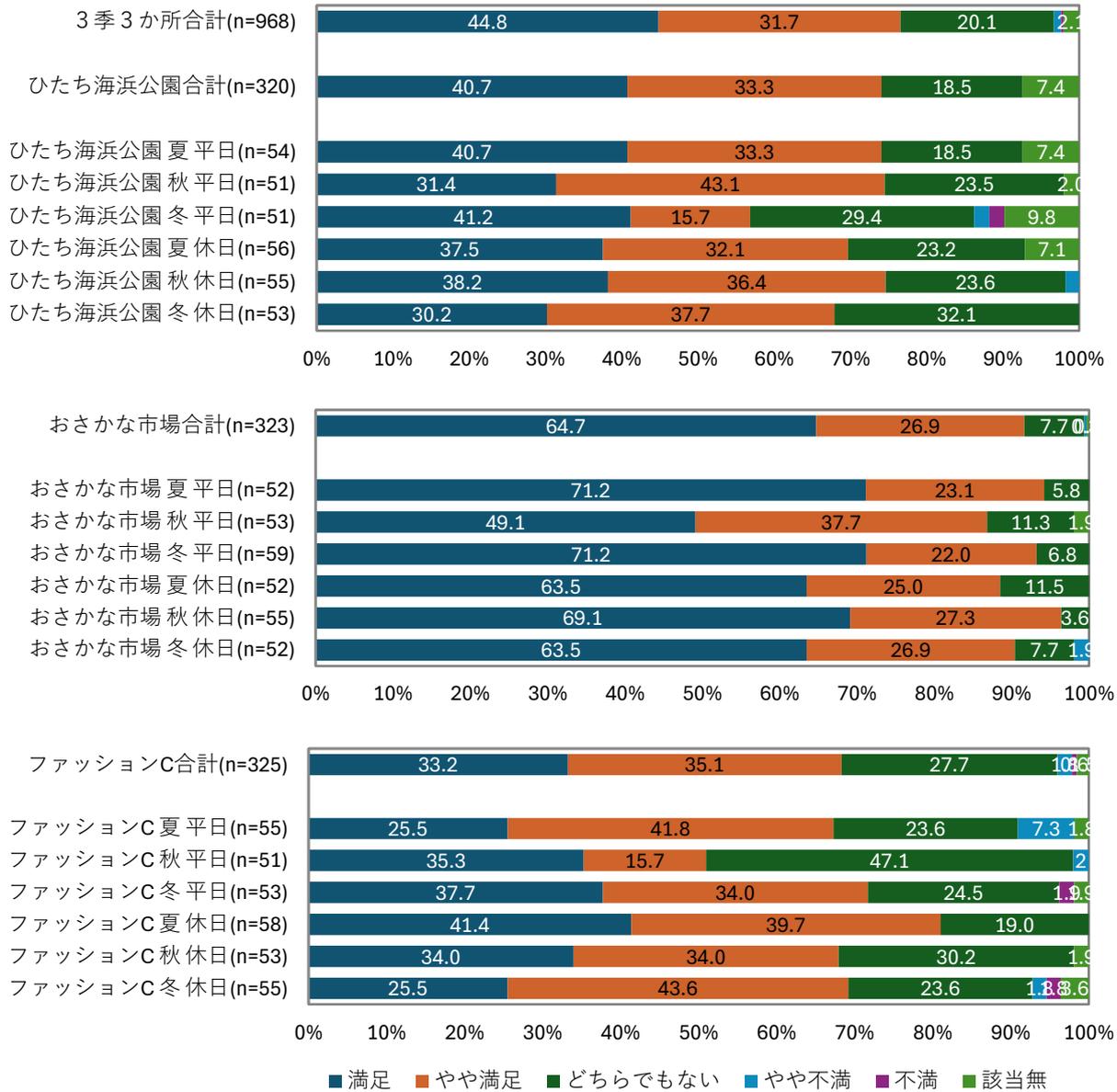
## ⑥地元住民のおもてなし

- 地元住民のおもてなしの評価は、ひたち海浜公園及びおさかな市場では、季節や曜日に関わらず「満足」「やや満足」の割合が7割前後と高い。
- ファッションクルーズは大半が市内や近隣の再来訪者による日常利用であり、店員からの接客は「地元住民によるおもてなし」と受け取られることが少ないことから、「どちらでもない」の割合が5割前後と高いものと思われる。



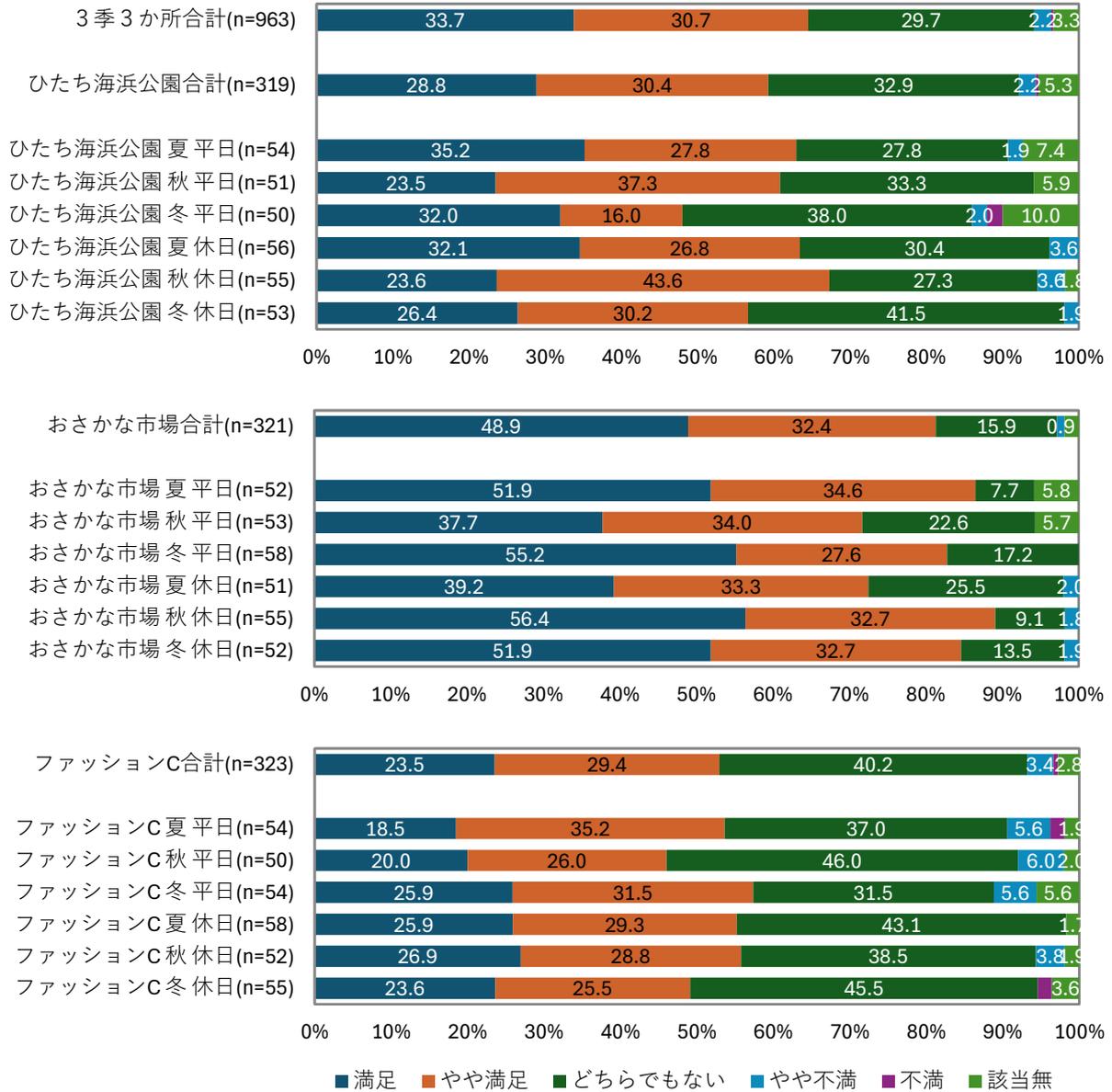
## ⑦食べ物

- 食べ物の評価は、おさかな市場では「満足」及び「やや満足」の合計が9割前後と高く、期待以上においしい食事が評価されている。
- ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは、「満足」が3割前後であり、概ね良い評価を得ている。



## ⑧お土産品

- お土産品の評価は、食べ物と同様におさかな市場の評価が高い。
- ひたち海浜公園及びファッションクルーズでは、「満足」が3割前後であり、概ね良い評価を得ているが、SHIO\_KAZE など地域固有の商品が販売されていれば、評価は高まると考えられる。



### ⑨市内での消費額

- 市内消費額は、ひたち海浜公園の夏の休日と、ファッションクルーズの夏の平日は10,000円を超えており、前者は宿泊費、後者は買い物代が他の季節に比べて高い。
- おさかな市場では、食事代が3,000円前後、買い物代も3,000円前後で季節によらず消費単価が安定していることが分かる。
- 飲食代では、あんこうを楽しみに訪れるリピーターなどの影響で、おさかな市場の冬の休日で3,192円と最も高くなっている。
- 買い物代では、ファッションクルーズは4,000円～6,000円と季節を問わず高い。
- 日帰りと宿泊の消費額を比較すると、宿泊来訪者の方が飲食代及び買い物代が高く、合計額は日帰りが5,361円、宿泊は22,335円となる。

(単位：円)

		1 飲食代	2 買い物代	3 宿泊費	4 合計
<b>3季3か所合計</b>		2,335	3,443	1,867	7,644
ひたち海浜公園平日	夏	2,237	2,638	1,537	6,413
	秋	2,454	2,273	1,839	6,567
	冬	1,525	1,294	3,947	6,766
ひたち海浜公園休日	夏	<b>2,683</b>	<b>2,682</b>	<b>5,428</b>	<b>10,794</b>
	秋	2,230	1,832	3,181	7,245
	冬	2,307	2,132	1,773	6,213
<b>ひたち海浜公園合計</b>		2,291	2,359	3,300	7,951
おさかな市場平日	夏	2,105	3,236	865	6,207
	秋	2,956	3,226	3,113	9,296
	冬	2,723	2,827	4,118	9,669
おさかな市場休日	夏	3,157	2,386	1,113	6,657
	秋	3,001	2,781	2,000	7,783
	冬	3,192	2,675	576	6,444
<b>おさかな市場合計</b>		2,743	2,790	1,498	7,031
ファッションC平日	夏	<b>2,510</b>	<b>6,311</b>	<b>1,381</b>	<b>10,202</b>
	秋	1,413	4,988	961	7,363
	冬	1,677	5,204	592	7,475
ファッションC休日	夏	1,777	4,129	258	6,165
	秋	2,673	5,481	1,566	9,720
	冬	1,689	4,720	1,181	7,591
<b>ファッションC合計</b>		1,987	5,116	833	7,936
<b>日帰り来訪者平均</b>		2,184	3,177	0	5,361
<b>宿泊来訪者平均</b>		3,553	4,683	14,099	22,335

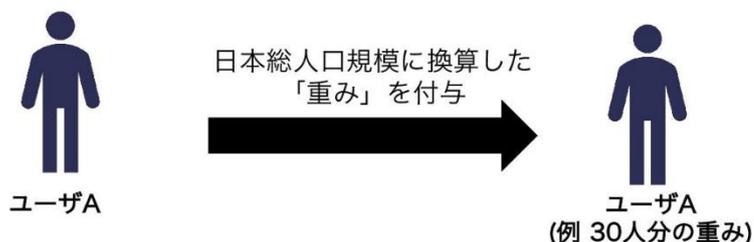
### 3-2 GPS 調査

『GPS 調査』では、株式会社 Agoop が提供するサービス「マチレポ」の GPS データを活用しています。「マチレポ」では、「来訪者数」を以下の①、②のように定義しています。

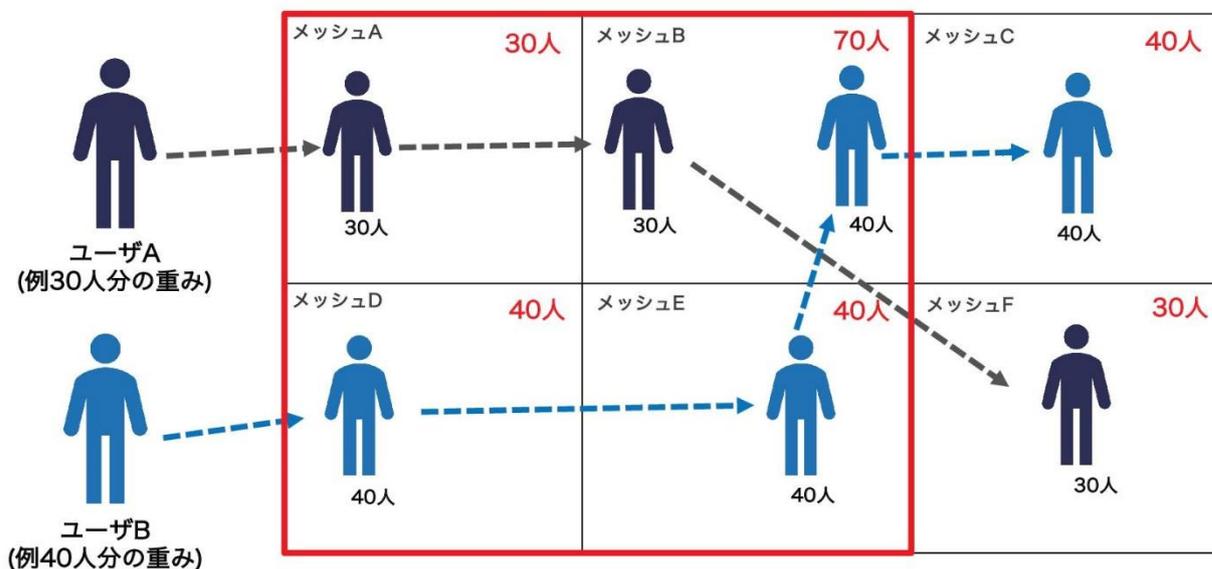
また、データ集計では、③の条件で抽出したデータを活用しています。調査結果を次頁以降に示します。

対象年月の各日において、設定された滞在時間を満たしたユーザを来訪者として判定し、日本総人口規模に換算した値

#### ①Agoop 社が保有する各ユーザに日本総人口規模に換算した「重み」を付与



#### ②ユーザの移動履歴をもとに各ユーザの重みを各メッシュに割り当て



#### ③今回の集計の条件

滞在時間：5分～24時間

居住地：ひたちなか市を除く

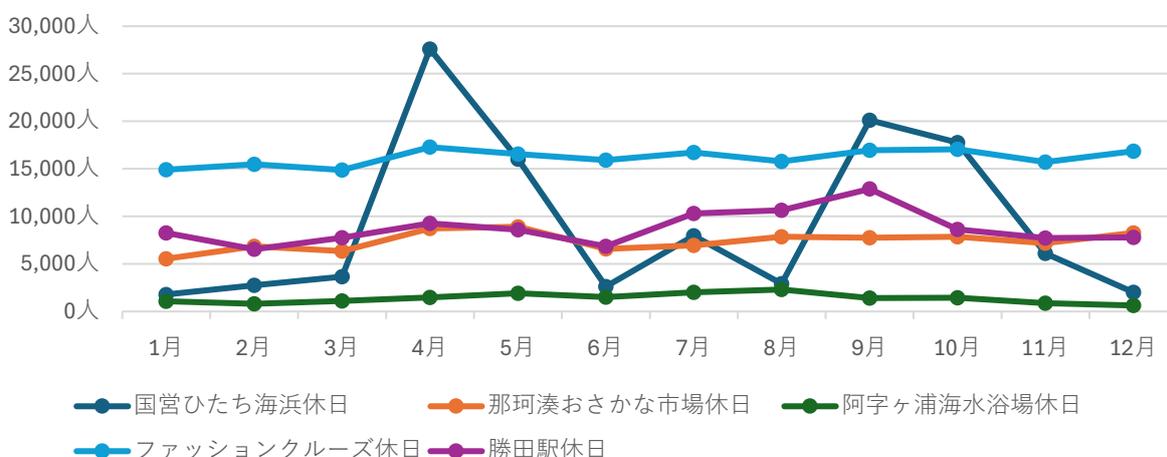
勤務地：ひたちなか市を除く

## 1) 国内滞在者（市内居住者、市内従業者を除く）

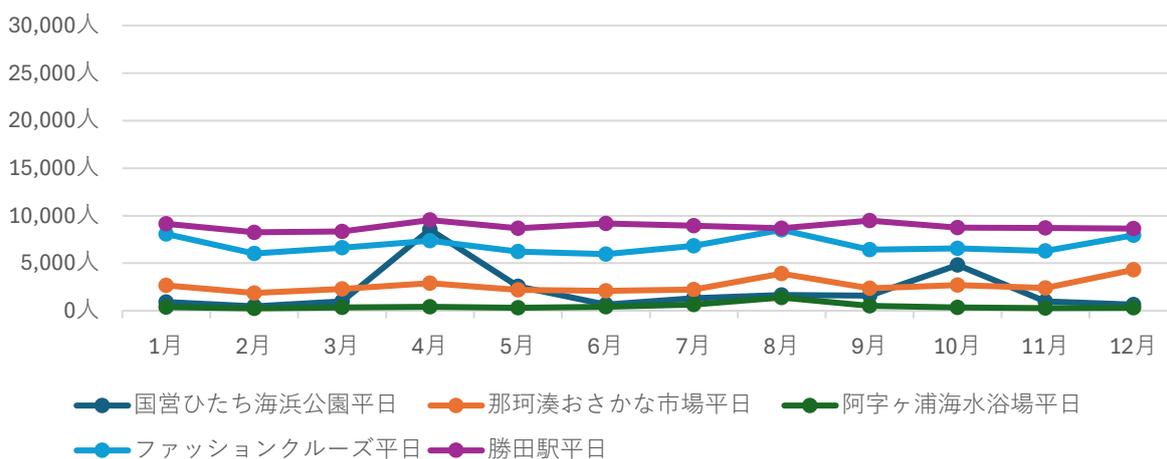
### ①月別滞在者数（2024年）

- 全ての施設で平日よりも休日の利用者が多い。国営ひたち海浜公園の休日では、ネモフィラの4月（27千人/日）、コキアの9月（20千人/日）、10月（13千人/日）が繁忙期となり、その他の時期は閑散期となる。
- その他の施設では、滞在者数が多い順に、ファッションクルーズ（150千人前後）、勝田駅（100千人前後）、那珂湊おさかな市場（80千人前後）、阿字ヶ浦海水浴場（1千人前後）となる。

#### 【休日】



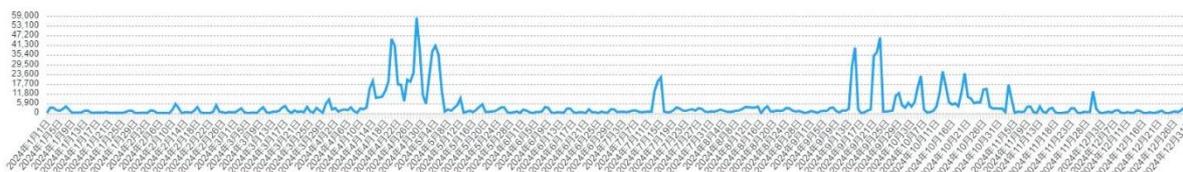
#### 【平日】



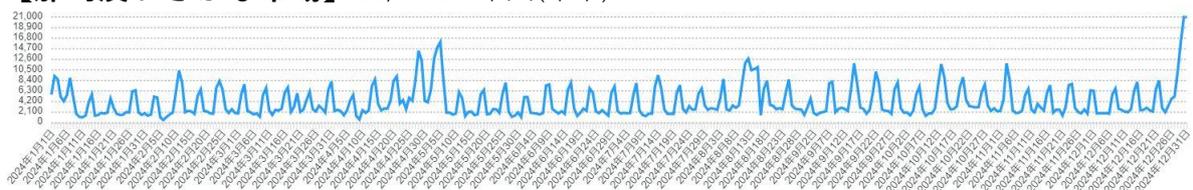
## ②日別滞在者数（2024年）

- 国営ひたち海浜公園は、4/28の58千人がピーク日。ネモフィラとコキアの時期以外は閑散期。
- 那珂湊おさかな市場は、年末がピーク日。毎週土日に6千～10千の入込。
- 阿字ヶ浦海水浴場は1/1の5千人がピーク日。海水浴シーズンでも4千人。
- ファッションクルーズは1/2の27千人がピーク日。毎週土日に15千人前後の入込。
- 勝田駅は9/22,23の21千人がピーク日。勝田マラソン、ひたちなか祭り、ロックインジャパン開催日に18千人を超える。

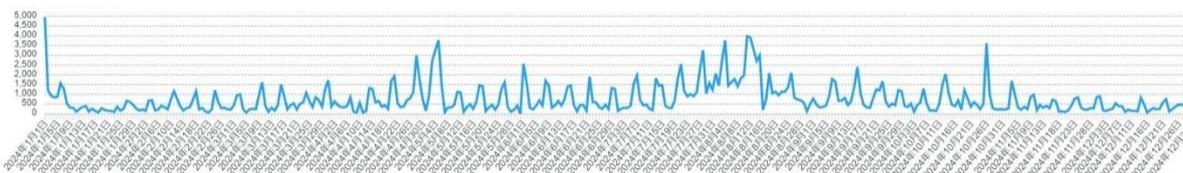
【国営ひたち海浜公園】 4/28:58千人(ネモフィラ)、9/23:46千人(ロックインジャパン)



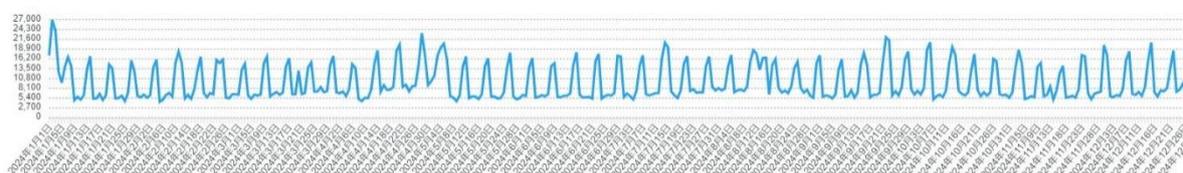
【那珂湊おさかな市場】 12/30:21千人(年末)



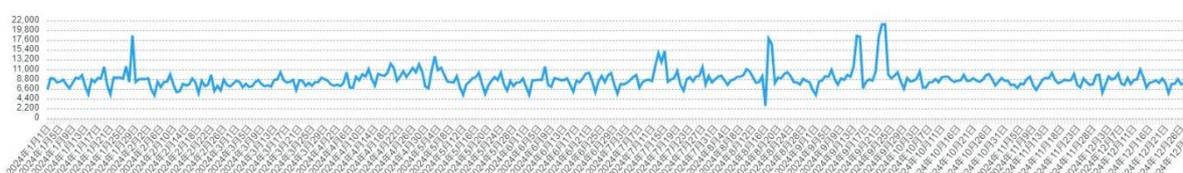
【阿字ヶ浦海水浴場】 1/1:5千人(初日の出)、8/11:4千人



【ファッションクルーズ】 1/2:27千人、4/28:23千人

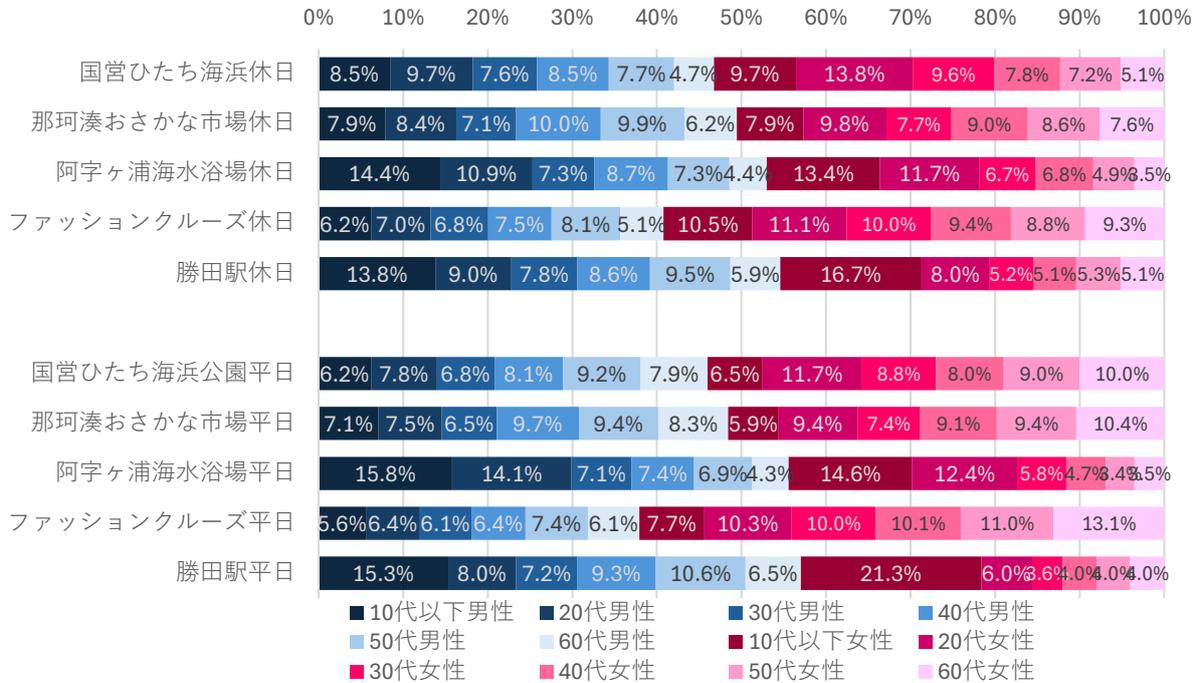


【勝田駅】 9/22,23:21千人(ロックインジャパン)



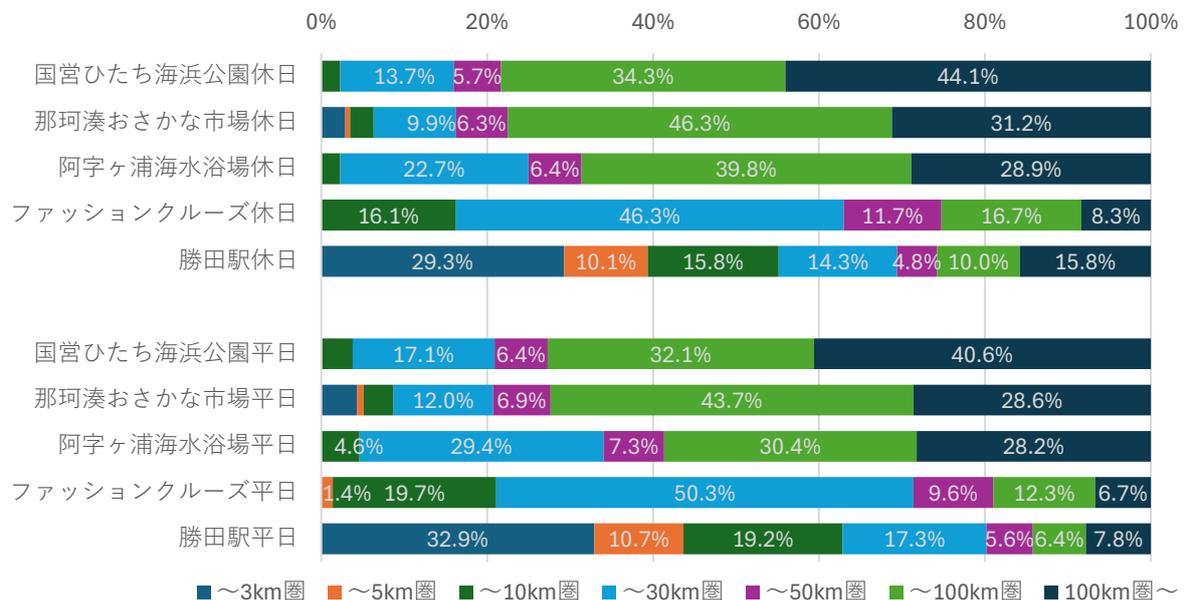
### ③性・年代別（2024年）

- 国営ひたち海浜公園と那珂湊おさかな市場では、休日・平日ともに性別・年代別で大きな偏りはない。
- 阿字ヶ浦海水浴場は男性の割合が高く、男女とも20代以下の若年層の割合が高い。
- ファッションクルーズは、どの年代でも女性の割合が高い。
- 勝田駅は男性の割合が高く、特に10代以下の割合が高い。



### ④居住距離圏別

- 最も誘致圏が広いのは国営ひたち海浜公園であり、「100km圏～」が半数を占めている。
- 最も誘致圏が狭いのは、通勤・通学客が含まれるとされる勝田駅である。ファッションクルーズは「10～30km圏」が半数を占めている。



## ⑤居住地別

- 滞在者の居住地を市町村別に上位 50 位までを並べると、下表のようになる。どの施設でも水戸市、宇都宮市、日立市が上位となっている。
- 国営ひたち海浜公園と那珂湊おさかな市場は、東京都、千葉県も多く、阿字ヶ浦海水浴場とファッションクルーズは県内客が多い。
- 勝田駅は、平日は県内が多く、休日は県外客が多く見られる。

順位	国営ひたち海浜公園 休日	国営ひたち海浜公園 平日
1	茨城県水戸市 523 人	茨城県水戸市 132 人
2	茨城県日立市 322 人	茨城県日立市 95 人
3	福島県いわき市 227 人	茨城県那珂郡東海村 46 人
4	栃木県宇都宮市 196 人	福島県いわき市 39 人
5	茨城県つくば市 165 人	茨城県東茨城郡大洗町 38 人
6	茨城県那珂郡東海村 122 人	茨城県那珂市 38 人
7	千葉県柏市 112 人	栃木県宇都宮市 35 人
8	茨城県土浦市 104 人	茨城県土浦市 35 人
9	茨城県那珂市 103 人	茨城県つくば市 33 人
10	千葉県船橋市 101 人	茨城県常陸太田市 33 人
11	茨城県常陸太田市 95 人	茨城県笠間市 30 人
12	千葉県松戸市 94 人	千葉県柏市 25 人
13	東京都足立区 92 人	茨城県鹿嶋市 22 人
14	茨城県笠間市 82 人	茨城県常陸大宮市 22 人
15	東京都世田谷区 82 人	千葉県松戸市 21 人
16	茨城県常陸大宮市 81 人	千葉県船橋市 19 人
17	埼玉県川口市 81 人	茨城県小美玉市 19 人
18	東京都練馬区 80 人	東京都足立区 18 人
19	東京都大田区 78 人	茨城県神栖市 18 人
20	東京都江戸川区 78 人	東京都練馬区 17 人
21	福島県郡山市 74 人	埼玉県越谷市 17 人
22	茨城県小美玉市 69 人	埼玉県川口市 16 人
23	茨城県筑西市 68 人	東京都世田谷区 16 人
24	茨城県鹿嶋市 67 人	千葉県市川市 15 人
25	茨城県石岡市 67 人	東京都江戸川区 15 人
26	東京都板橋区 66 人	茨城県石岡市 15 人
27	茨城県東茨城郡大洗町 65 人	茨城県牛久市 15 人
28	茨城県神栖市 64 人	東京都葛飾区 15 人
29	千葉県市川市 63 人	茨城県鉾田市 14 人
30	東京都江東区 62 人	茨城県筑西市 14 人
31	東京都葛飾区 62 人	東京都大田区 14 人
32	茨城県北茨城市 56 人	栃木県真岡市 13 人
33	茨城県鉾田市 55 人	茨城県東茨城郡茨城町 13 人
34	千葉県流山市 53 人	福島県郡山市 12 人
35	茨城県古河市 52 人	栃木県小山市 11 人
36	茨城県牛久市 51 人	栃木県栃木市 11 人
37	東京都杉並区 50 人	茨城県北茨城市 11 人
38	東京都八王子市 50 人	埼玉県春日部市 11 人
39	茨城県東茨城郡茨城町 48 人	東京都板橋区 11 人
40	栃木県真岡市 48 人	埼玉県川越市 11 人
41	埼玉県越谷市 48 人	千葉県流山市 11 人
42	栃木県那須塩原市 48 人	茨城県取手市 11 人
43	栃木県小山市 47 人	群馬県太田市 11 人
44	茨城県高萩市 46 人	茨城県稲敷郡阿見町 11 人
45	栃木県栃木市 46 人	埼玉県草加市 10 人
46	東京都北区 45 人	東京都八王子市 10 人
47	茨城県取手市 42 人	茨城県古河市 10 人
48	埼玉県草加市 42 人	東京都杉並区 10 人
49	群馬県高崎市 42 人	千葉県市原市 10 人
50	群馬県太田市 41 人	東京都江東区 9 人

順位	那珂湊おさかな市場 休日		那珂湊おさかな市場 平日	
1	茨城県水戸市	275人	茨城県水戸市	133人
2	茨城県つくば市	145人	栃木県宇都宮市	105人
3	茨城県日立市	118人	茨城県つくば市	48人
4	茨城県土浦市	95人	茨城県日立市	42人
5	千葉県柏市	94人	茨城県土浦市	38人
6	埼玉県川口市	91人	東京都足立区	32人
7	茨城県筑西市	90人	千葉県柏市	32人
8	栃木県小山市	90人	茨城県筑西市	32人
9	東京都足立区	89人	栃木県小山市	30人
10	栃木県栃木市	83人	茨城県古河市	29人
11	群馬県太田市	82人	栃木県那須塩原市	29人
12	福島県いわき市	80人	埼玉県川口市	28人
13	茨城県古河市	75人	千葉県松戸市	28人
14	栃木県真岡市	75人	茨城県鹿嶋市	27人
15	千葉県船橋市	75人	茨城県石岡市	27人
16	東京都江戸川区	74人	埼玉県越谷市	27人
17	群馬県前橋市	73人	福島県いわき市	26人
18	千葉県松戸市	72人	茨城県笠間市	26人
19	群馬県高崎市	71人	栃木県栃木市	26人
20	栃木県足利市	70人	千葉県船橋市	25人
21	栃木県鹿沼市	62人	群馬県太田市	24人
22	群馬県伊勢崎市	61人	茨城県神栖市	24人
23	茨城県笠間市	60人	茨城県鉾田市	23人
24	茨城県石岡市	60人	群馬県高崎市	23人
25	埼玉県越谷市	59人	栃木県日光市	22人
26	栃木県佐野市	58人	茨城県那珂市	22人
27	茨城県常陸太田市	56人	栃木県鹿沼市	22人
28	栃木県那須塩原市	56人	栃木県真岡市	22人
29	茨城県那珂郡東海村	55人	東京都江戸川区	21人
30	茨城県鹿嶋市	54人	群馬県前橋市	21人
31	茨城県那珂市	54人	茨城県那珂郡東海村	21人
32	埼玉県春日部市	53人	茨城県東茨城郡茨城町	21人
33	千葉県野田市	53人	栃木県足利市	20人
34	茨城県神栖市	51人	群馬県伊勢崎市	20人
35	千葉県市川市	51人	茨城県小美玉市	19人
36	茨城県牛久市	50人	茨城県龍ヶ崎市	19人
37	福島県郡山市	47人	栃木県佐野市	19人
38	東京都練馬区	47人	茨城県常陸太田市	18人
39	栃木県大田原市	47人	茨城県牛久市	18人
40	東京都葛飾区	47人	埼玉県春日部市	18人
41	茨城県下妻市	46人	東京都葛飾区	17人
42	千葉県流山市	44人	東京都練馬区	17人
43	茨城県取手市	44人	埼玉県川越市	17人
44	茨城県坂東市	44人	千葉県我孫子市	16人
45	東京都板橋区	42人	千葉県野田市	16人
46	埼玉県草加市	41人	茨城県取手市	16人
47	茨城県結城市	41人	茨城県桜川市	16人
48	茨城県小美玉市	41人	茨城県常総市	16人
49	茨城県かすみがうら市	40人	埼玉県草加市	16人
50	茨城県水戸市	275人	栃木県大田原市	16人

順位	阿字ヶ浦海水浴場 休日		阿字ヶ浦海水浴場 平日	
1	茨城県水戸市	147人	茨城県水戸市	59人
2	栃木県宇都宮市	75人	茨城県那珂市	25人
3	茨城県日立市	45人	茨城県日立市	19人
4	茨城県那珂市	43人	茨城県那珂郡東海村	18人
5	茨城県那珂郡東海村	29人	栃木県宇都宮市	17人
6	茨城県つくば市	29人	茨城県常陸大宮市	12人
7	茨城県笠間市	26人	茨城県常陸太田市	11人
8	茨城県土浦市	24人	茨城県笠間市	8人
9	茨城県常陸太田市	19人	茨城県つくば市	8人
10	栃木県那須塩原市	18人	茨城県東茨城郡城里町	7人
11	茨城県常陸大宮市	18人	茨城県東茨城郡茨城町	7人
12	千葉県柏市	17人	茨城県東茨城郡大洗町	7人
13	茨城県筑西市	17人	栃木県那須塩原市	7人
14	群馬県太田市	16人	茨城県土浦市	7人
15	栃木県真岡市	15人	茨城県小美玉市	5人
16	栃木県大田原市	15人	埼玉県川口市	5人
17	栃木県鹿沼市	14人	群馬県太田市	4人
18	埼玉県川口市	14人	東京都足立区	4人
19	栃木県栃木市	14人	栃木県佐野市	4人
20	栃木県小山市	14人	栃木県足利市	4人
21	栃木県足利市	13人	千葉県柏市	4人
22	茨城県石岡市	12人	栃木県小山市	4人
23	群馬県前橋市	12人	東京都練馬区	4人
24	茨城県古河市	11人	茨城県鉾田市	4人
25	栃木県佐野市	11人	茨城県石岡市	4人
26	東京都足立区	11人	茨城県筑西市	4人
27	茨城県小美玉市	11人	千葉県船橋市	4人
28	茨城県東茨城郡茨城町	11人	栃木県真岡市	4人
29	千葉県松戸市	11人	群馬県高崎市	4人
30	茨城県東茨城郡城里町	10人	栃木県大田原市	3人
31	群馬県高崎市	10人	東京都世田谷区	3人
32	茨城県東茨城郡大洗町	10人	栃木県鹿沼市	3人
33	埼玉県越谷市	10人	茨城県久慈郡大子町	3人
34	群馬県伊勢崎市	10人	福島県いわき市	3人
35	福島県いわき市	9人	栃木県栃木市	3人
36	茨城県桜川市	9人	埼玉県越谷市	3人
37	茨城県結城市	9人	群馬県前橋市	3人
38	茨城県常総市	9人	千葉県松戸市	3人
39	栃木県下野市	9人	埼玉県春日部市	3人
40	東京都世田谷区	8人	埼玉県川越市	3人
41	埼玉県春日部市	8人	埼玉県草加市	3人
42	栃木県日光市	8人	栃木県那須烏山市	3人
43	茨城県取手市	8人	栃木県下野市	3人
44	茨城県牛久市	8人	埼玉県久喜市	3人
45	千葉県野田市	8人	群馬県伊勢崎市	3人
46	東京都板橋区	8人	茨城県下妻市	3人
47	千葉県船橋市	7人	茨城県北茨城市	3人
48	茨城県龍ヶ崎市	7人	埼玉県上尾市	2人
49	千葉県流山市	7人	福島県白河市	2人
50	福島県郡山市	7人	茨城県古河市	2人

順位	ファッションクルーズ 休日		ファッションクルーズ 平日	
1	茨城県日立市	3,083人	茨城県日立市	1,351人
2	茨城県水戸市	2,154人	茨城県水戸市	1,003人
3	茨城県那珂郡東海村	1,391人	茨城県那珂郡東海村	718人
4	茨城県那珂市	1,080人	茨城県那珂市	615人
5	茨城県常陸太田市	943人	茨城県常陸太田市	482人
6	福島県いわき市	773人	茨城県東茨城郡大洗町	256人
7	茨城県常陸大宮市	481人	茨城県鉾田市	213人
8	茨城県鉾田市	445人	福島県いわき市	202人
9	茨城県東茨城郡大洗町	406人	茨城県常陸大宮市	185人
10	茨城県北茨城市	332人	茨城県高萩市	116人
11	茨城県高萩市	304人	茨城県笠間市	114人
12	茨城県笠間市	275人	茨城県北茨城市	104人
13	茨城県鹿嶋市	241人	茨城県東茨城郡茨城町	102人
14	茨城県東茨城郡茨城町	223人	茨城県鹿嶋市	82人
15	茨城県小美玉市	186人	茨城県小美玉市	66人
16	茨城県神栖市	162人	茨城県東茨城郡城里町	62人
17	茨城県東茨城郡城里町	136人	茨城県神栖市	51人
18	茨城県石岡市	130人	茨城県つくば市	41人
19	茨城県つくば市	124人	茨城県久慈郡大子町	39人
20	栃木県宇都宮市	117人	栃木県宇都宮市	38人
21	茨城県土浦市	105人	茨城県石岡市	38人
22	茨城県行方市	102人	茨城県土浦市	36人
23	茨城県久慈郡大子町	100人	茨城県行方市	33人
24	茨城県筑西市	65人	茨城県牛久市	25人
25	福島県郡山市	59人	茨城県かすみがうら市	20人
26	福島県東白川郡矢祭町	57人	千葉県柏市	17人
27	栃木県那須塩原市	51人	茨城県筑西市	16人
28	千葉県柏市	46人	福島県郡山市	16人
29	栃木県大田原市	46人	栃木県那須塩原市	16人
30	茨城県桜川市	43人	福島県東白川郡矢祭町	14人
31	茨城県かすみがうら市	43人	栃木県大田原市	14人
32	福島県東白川郡塙町	41人	茨城県潮来市	14人
33	茨城県潮来市	35人	千葉県松戸市	12人
34	栃木県真岡市	35人	茨城県桜川市	12人
35	茨城県牛久市	35人	福島県東白川郡塙町	12人
36	福島県東白川郡棚倉町	32人	千葉県千葉市美浜区	11人
37	千葉県松戸市	31人	東京都足立区	11人
38	東京都足立区	31人	東京都練馬区	10人
39	茨城県稲敷郡阿見町	29人	東京都江戸川区	10人
40	栃木県小山市	28人	茨城県取手市	10人
41	栃木県栃木市	26人	千葉県船橋市	10人
42	千葉県船橋市	26人	栃木県真岡市	10人
43	東京都江戸川区	26人	福島県白河市	9人
44	福島県白河市	25人	栃木県日光市	9人
45	埼玉県川口市	25人	千葉県香取市	8人
46	茨城県古河市	24人	栃木県芳賀郡茂木町	8人
47	福島県須賀川市	24人	茨城県稲敷郡阿見町	8人
48	茨城県取手市	23人	埼玉県川口市	8人
49	福島県福島市	23人	千葉県市川市	8人
50	東京都大田区	22人	埼玉県越谷市	8人

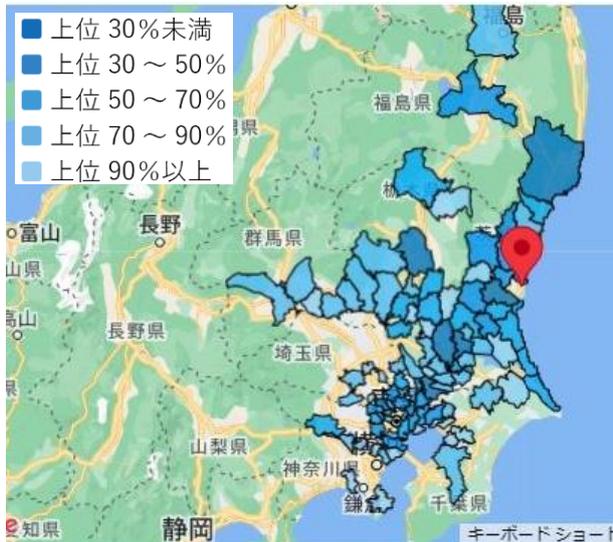
順位	勝田駅 休日	勝田駅 平日
1	茨城県水戸市	133人
2	栃木県宇都宮市	105人
3	茨城県つくば市	48人
4	茨城県日立市	42人
5	茨城県土浦市	38人
6	東京都足立区	32人
7	千葉県柏市	32人
8	茨城県筑西市	32人
9	栃木県小山市	30人
10	茨城県古河市	29人
11	栃木県那須塩原市	29人
12	埼玉県川口市	28人
13	千葉県松戸市	28人
14	茨城県鹿嶋市	27人
15	茨城県石岡市	27人
16	埼玉県越谷市	27人
17	福島県いわき市	26人
18	茨城県笠間市	26人
19	栃木県栃木市	26人
20	千葉県船橋市	25人
21	群馬県太田市	24人
22	茨城県神栖市	24人
23	茨城県鉾田市	23人
24	群馬県高崎市	23人
25	栃木県日光市	22人
26	茨城県那珂市	22人
27	栃木県鹿沼市	22人
28	栃木県真岡市	22人
29	東京都江戸川区	21人
30	群馬県前橋市	21人
31	茨城県那珂郡東海村	21人
32	茨城県東茨城郡茨城町	21人
33	栃木県足利市	20人
34	群馬県伊勢崎市	20人
35	茨城県小美玉市	19人
36	茨城県龍ヶ崎市	19人
37	栃木県佐野市	19人
38	茨城県常陸太田市	18人
39	茨城県牛久市	18人
40	埼玉県春日部市	18人
41	東京都葛飾区	17人
42	東京都練馬区	17人
43	埼玉県川越市	17人
44	千葉県我孫子市	16人
45	千葉県野田市	16人
46	茨城県取手市	16人
47	茨城県桜川市	16人
48	茨城県常総市	16人
49	埼玉県草加市	16人
50	栃木県大田原市	16人
	茨城県水戸市	1,738人
	茨城県日立市	1,623人
	茨城県那珂郡東海村	693人
	茨城県笠間市	401人
	茨城県那珂市	313人
	茨城県常陸太田市	206人
	茨城県北茨城市	199人
	福島県いわき市	191人
	茨城県土浦市	137人
	茨城県高萩市	110人
	茨城県東茨城郡大洗町	110人
	茨城県東茨城郡茨城町	92人
	千葉県柏市	92人
	茨城県小美玉市	80人
	茨城県牛久市	78人
	茨城県常陸大宮市	77人
	茨城県石岡市	75人
	千葉県松戸市	70人
	茨城県つくば市	65人
	茨城県鉾田市	44人
	東京都大田区	39人
	東京都練馬区	38人
	東京都台東区	38人
	茨城県筑西市	37人
	東京都足立区	36人
	東京都品川区	35人
	東京都江戸川区	34人
	茨城県東茨城郡城里町	33人
	東京都板橋区	32人
	東京都世田谷区	32人
	茨城県龍ヶ崎市	32人
	東京都葛飾区	32人
	千葉県船橋市	31人
	千葉県市川市	30人
	茨城県稲敷郡阿見町	29人
	東京都江東区	27人
	神奈川県横浜市港北区	26人
	千葉県流山市	26人
	茨城県かすみがうら市	26人
	神奈川県横浜市戸塚区	25人
	茨城県久慈郡大子町	23人
	東京都新宿区	23人
	神奈川県秦野市	21人
	埼玉県川口市	21人
	東京都杉並区	21人
	栃木県宇都宮市	20人
	埼玉県越谷市	20人
	千葉県我孫子市	20人
	東京都墨田区	20人
	茨城県桜川市	19人

## ⑥ 居住市町村マップ

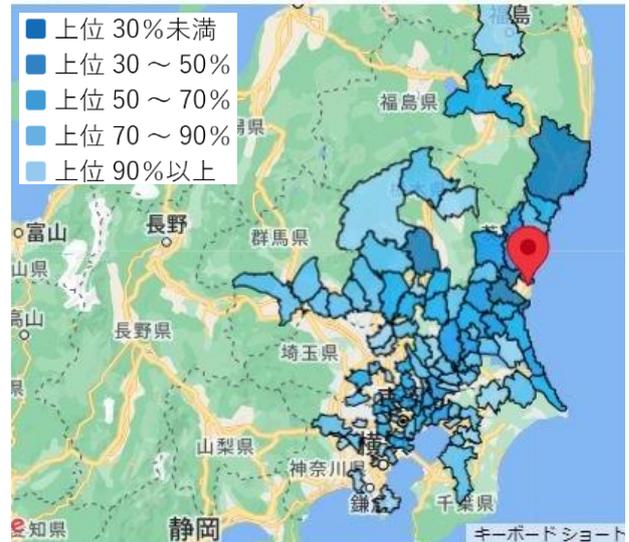
- 国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場、阿字ヶ浦海水浴場、ファッションクルーズでは、高速道路に沿って広域から来訪していることが分かる。
- 勝田駅はJR線沿線のエリアとなっている。

### ■ 国営ひたち海浜公園 (2024年1月1日～12月31日)

【休日】

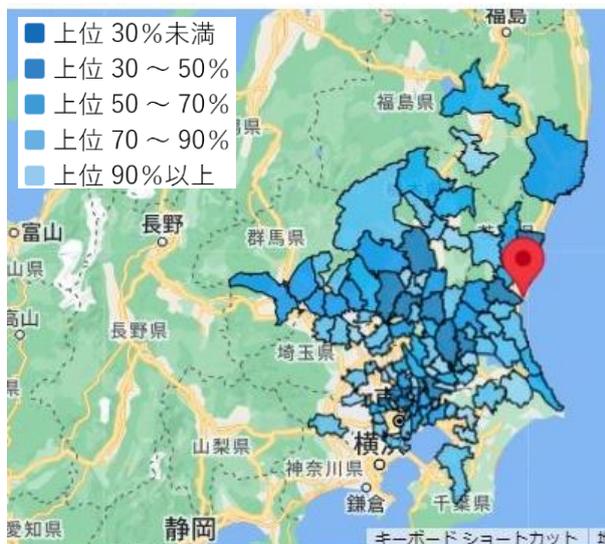


【平日】



### ■ 那珂湊おさかな市場 (2024年1月1日～12月31日)

【休日】



【平日】



■阿字ヶ浦海水地浴場 (2024年1月1日～12月31日)

【休日】



【平日】



■ファッションクルーズ (2024年1月1日～12月31日)

【休日】

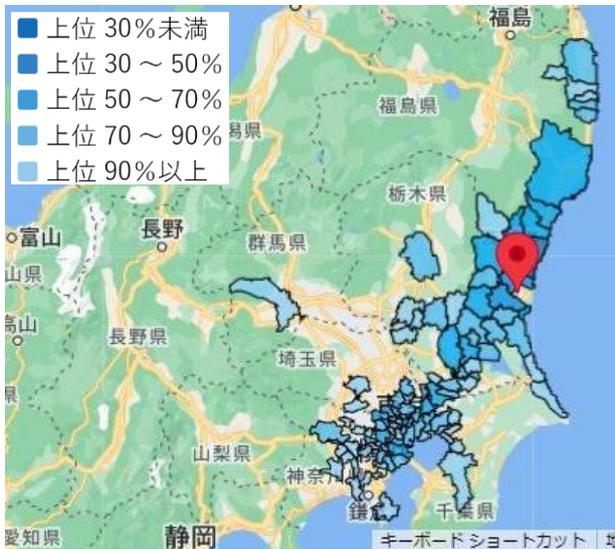


【平日】

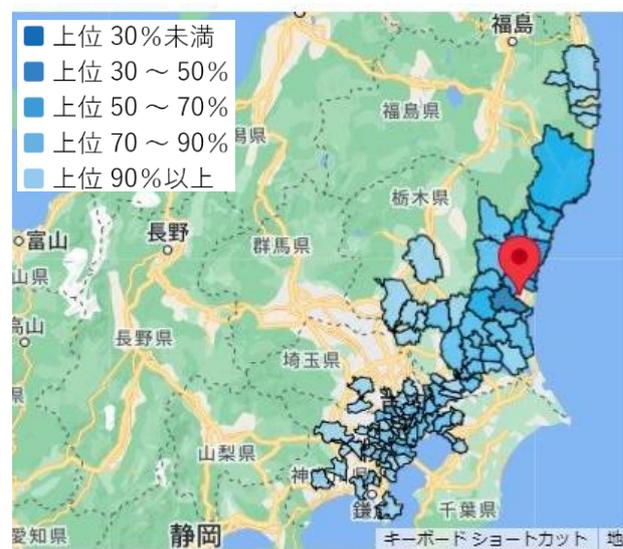


■勝田駅 (2024年1月1日～12月31日)

【休日】



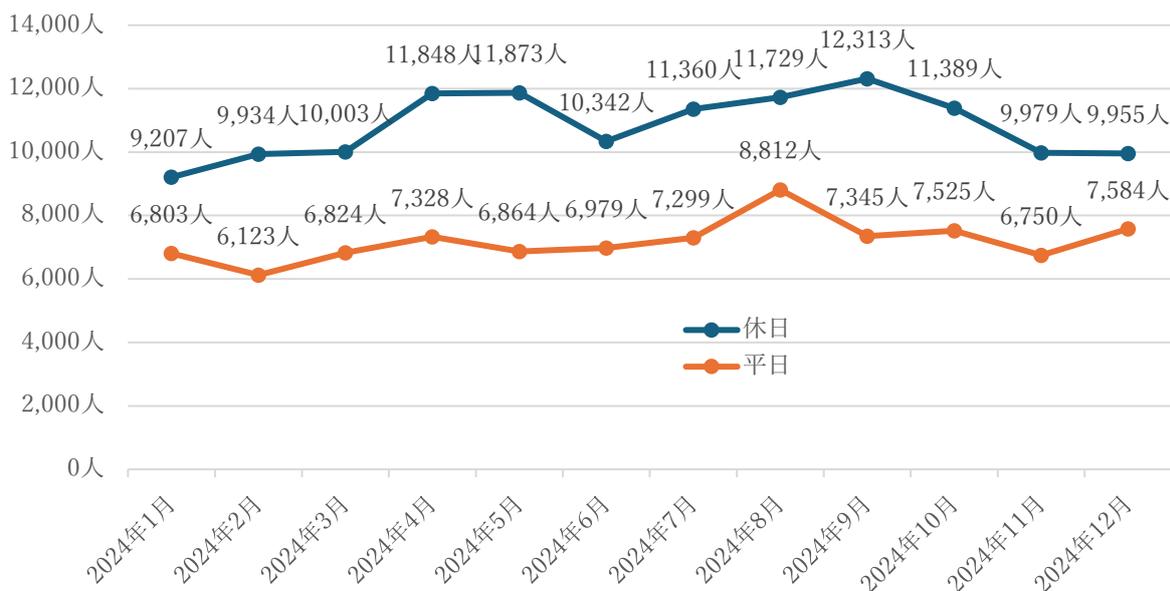
【平日】



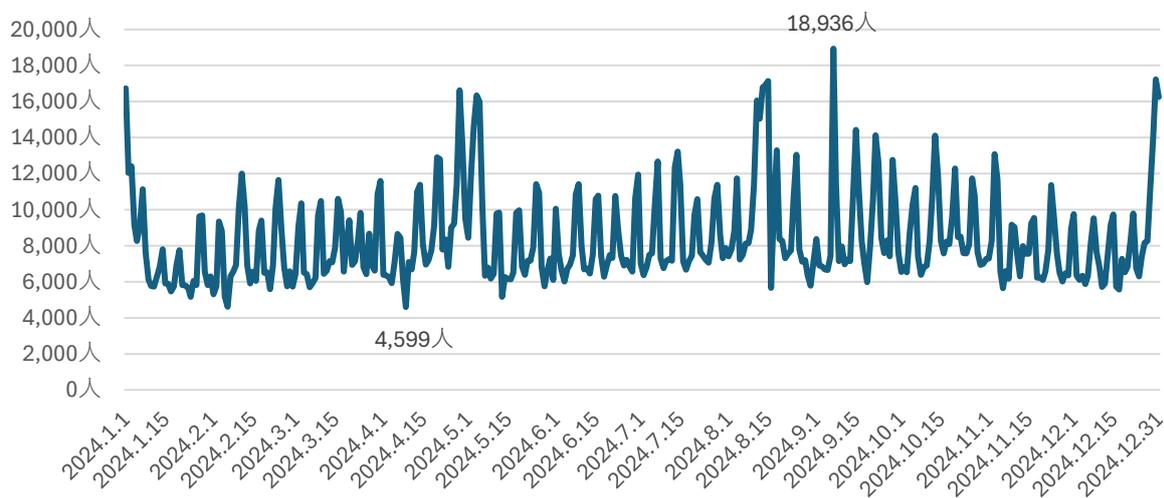
### ⑦那珂湊おさかな市場の渋滞状況（県道水戸那珂湊線・魚市場前から田中入口まで）

- 那珂湊おさかな市場に至る県道水戸那珂湊線の人流データを月別に見ると、季節による繁閑差はなく、1年を通して多くの1日平均で9,000～12,000人が通行している。
- 日別で見ると、最大日が9/7の18,936人、最小が4/6の4,599人である。
- 居住地別に見ると、茨城、栃木、群馬の北関東エリアからの来訪者が多いことが分かる。
- 滞在時間帯を見ると、休日は9:00に1,000人を超え、13:00かピークとなる。平日のピークは12:00であり、1,000人を超えるのは8月と12月である。

#### ■月別滞在者数【ピーク：4,5,9月】

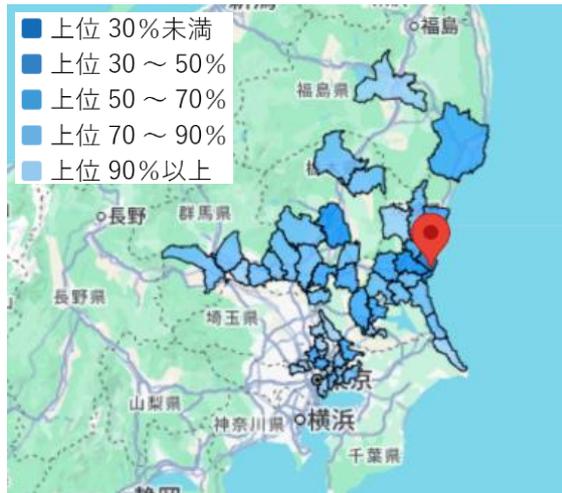


#### ■日別滞在者数【最大9/7：18,936人、最小4/9：4,599人】



■居住市町村（2024年1月1日～12月31日）

【休日】

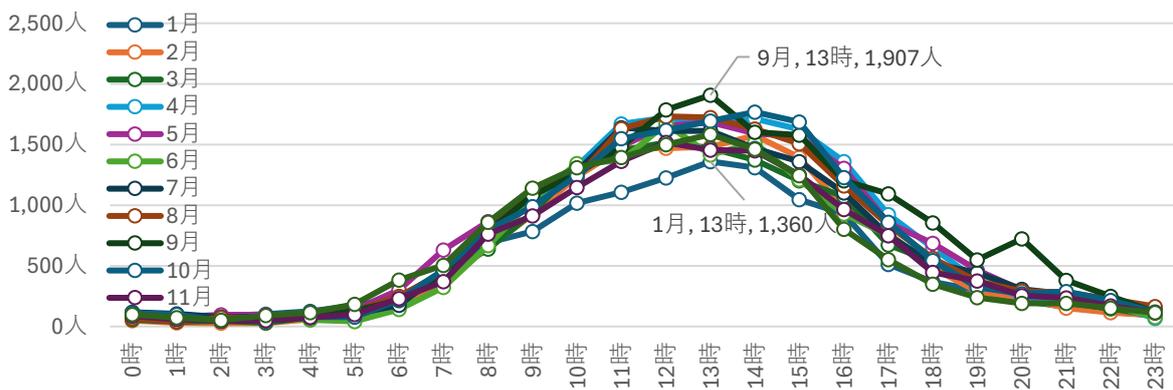


【平日】

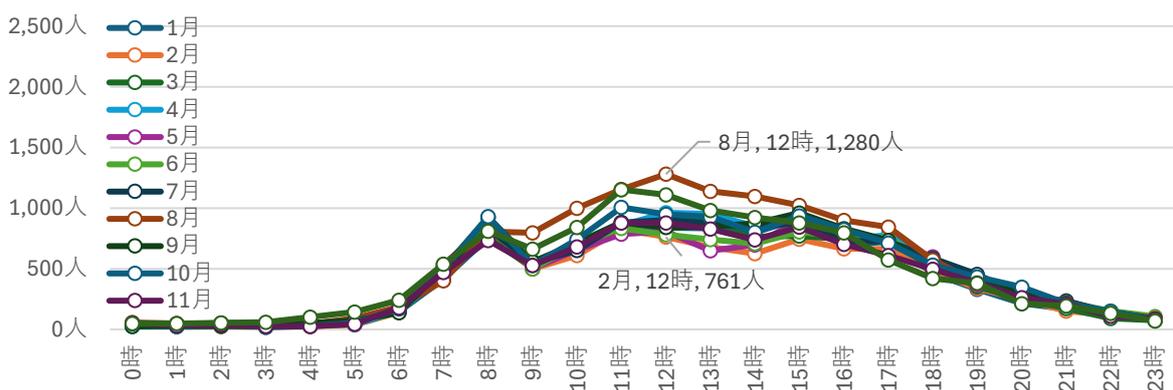


■時間帯別利用者数（2024年1月1日～12月31日）

【休日】



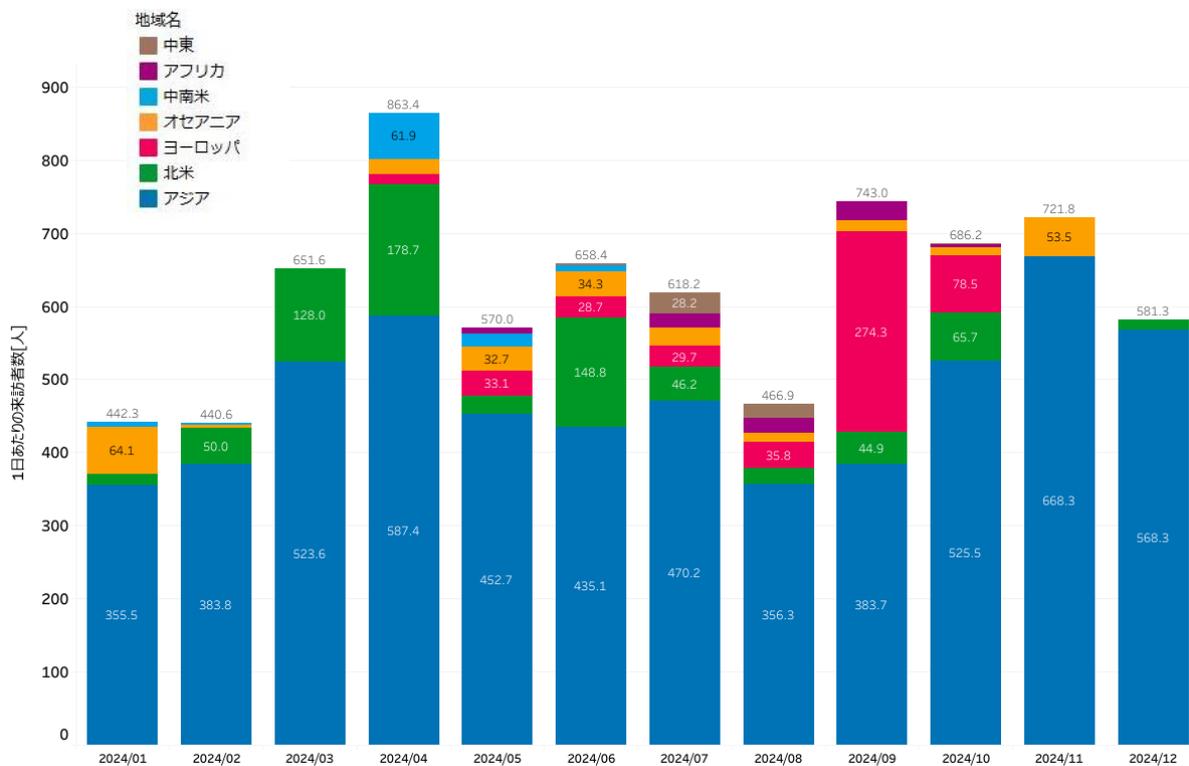
【平日】



## 2) 外国人滞在者

### ①月別滞在者数

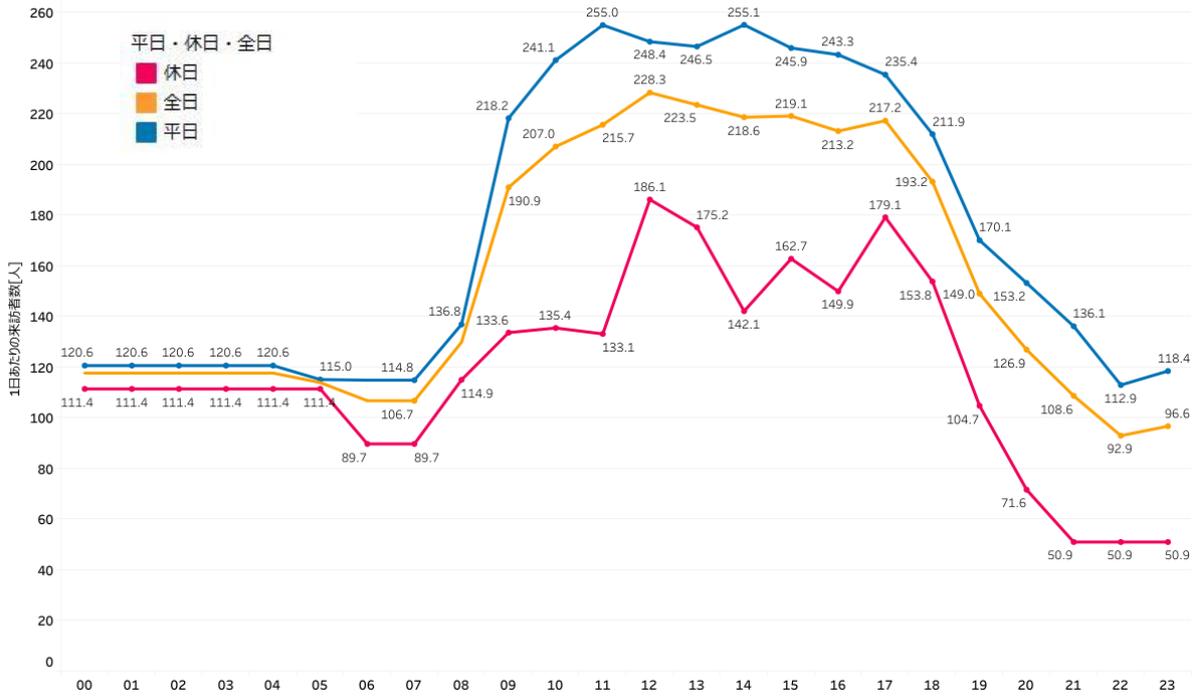
- 外国人滞在者数が最も多い月は4月であり、アジアの割合が高い。
- 次いで9月が多く、ヨーロッパ（ポーランド）からの来訪が多く占めている。



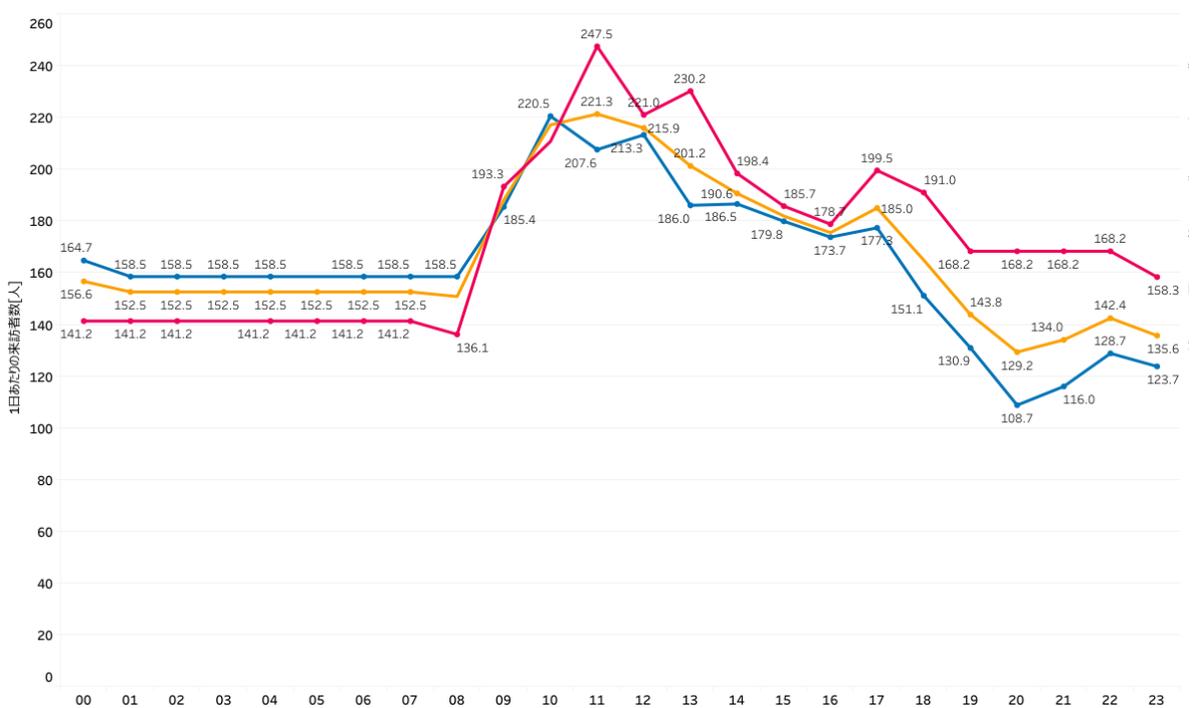
## ②時間帯別

- 多くの月で12時前後がピークとなっている。
- 1月の平日、5月の休日は、10時から17時まで時間帯に差がなく多くの外国人が来訪している。
- ヨーロッパからの来訪者が多い9月は、他の月より夜間が突出している。

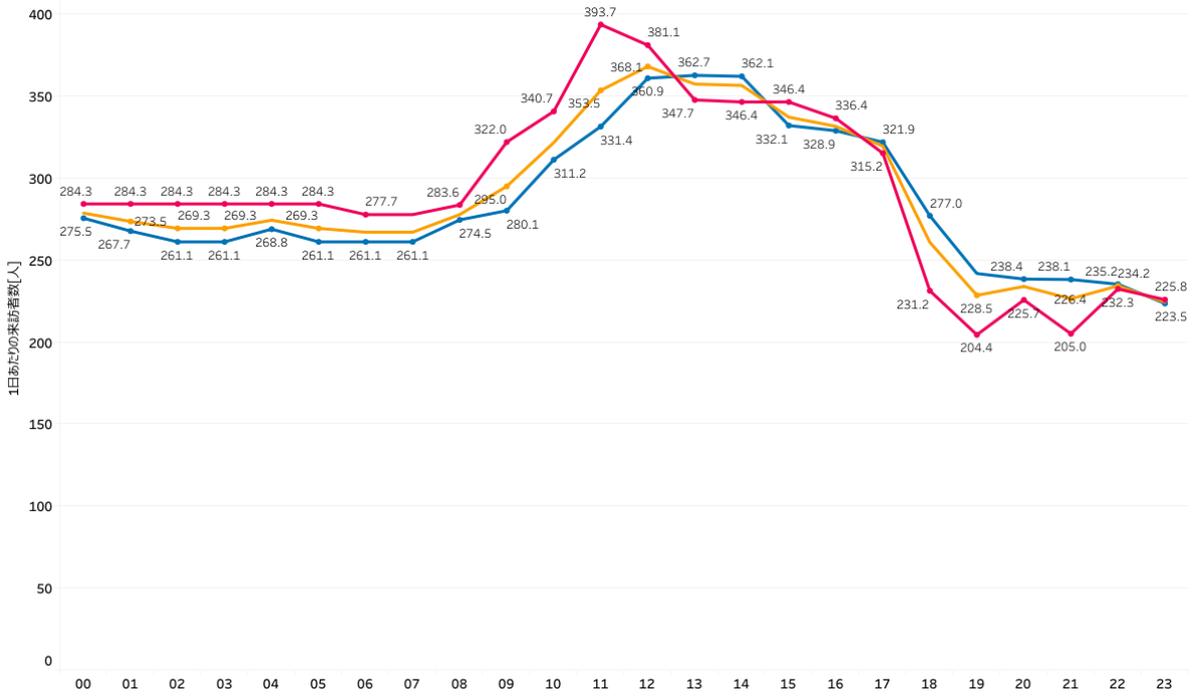
【2024.1】



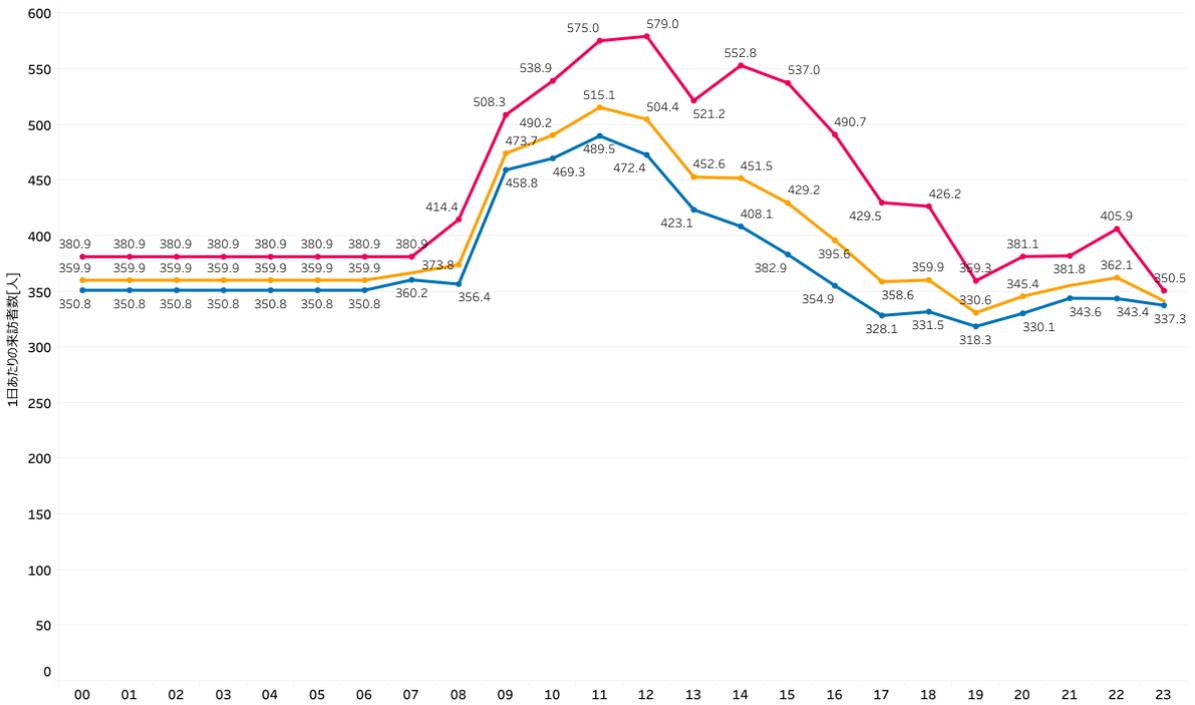
【2024.2】



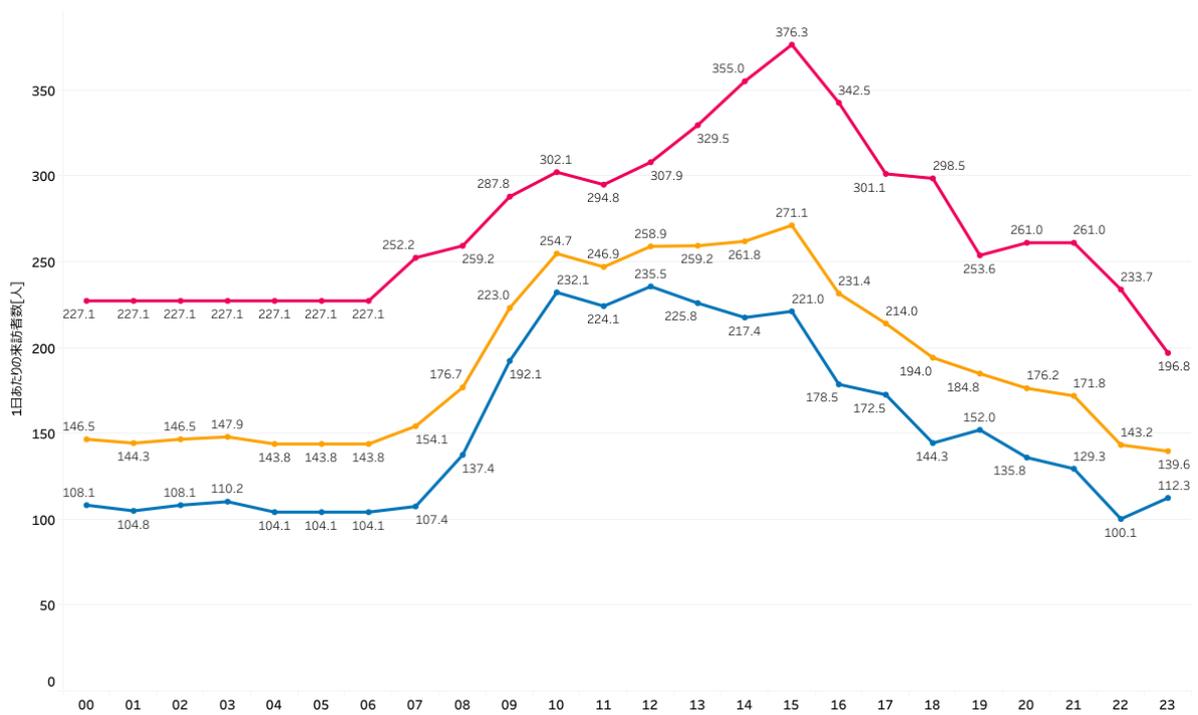
【2024.3】



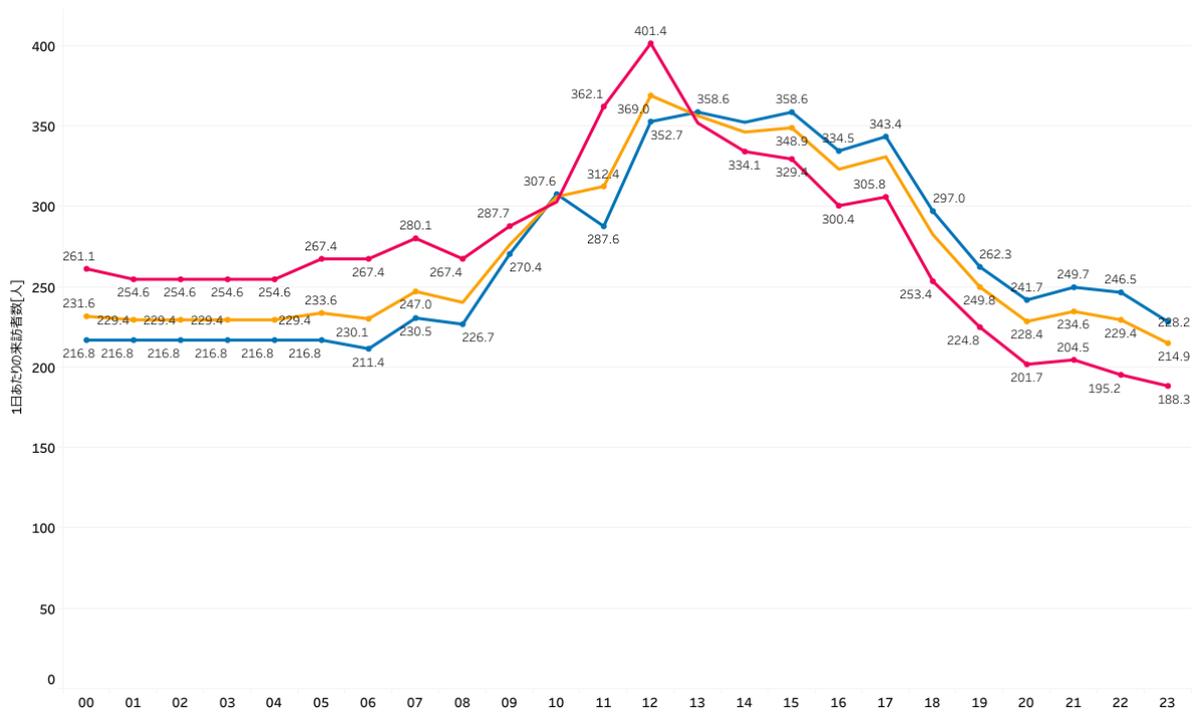
【2024.4】



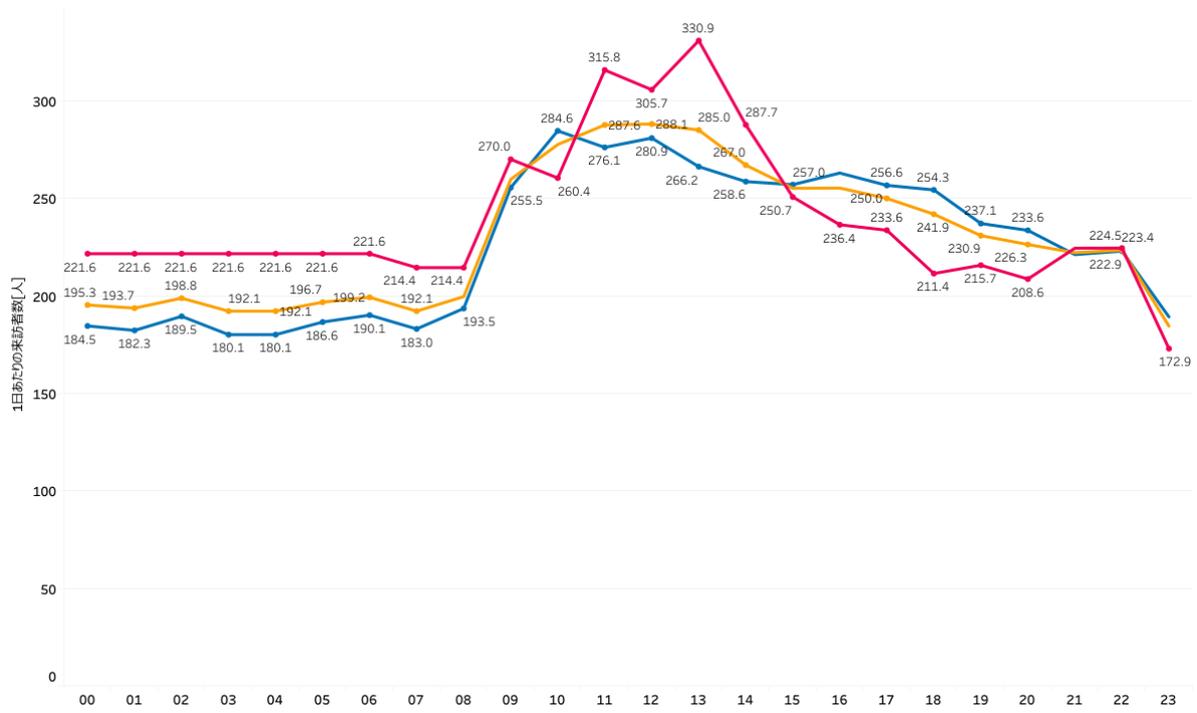
【2024.5】



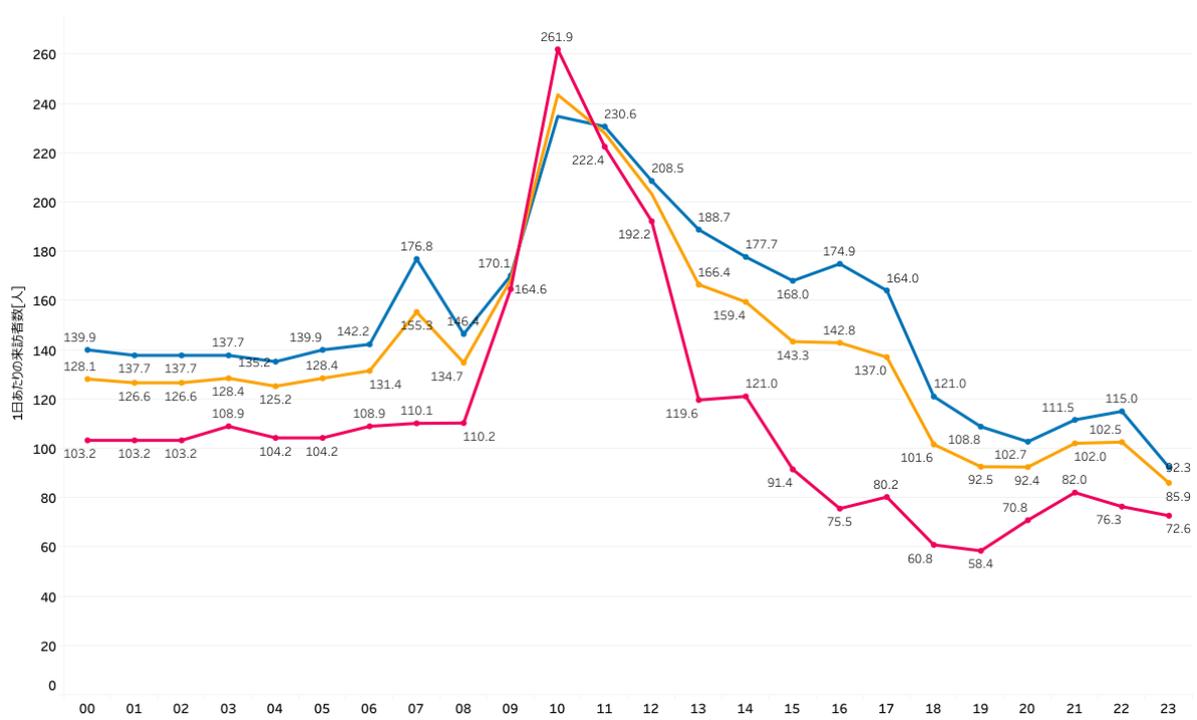
【2024.6】



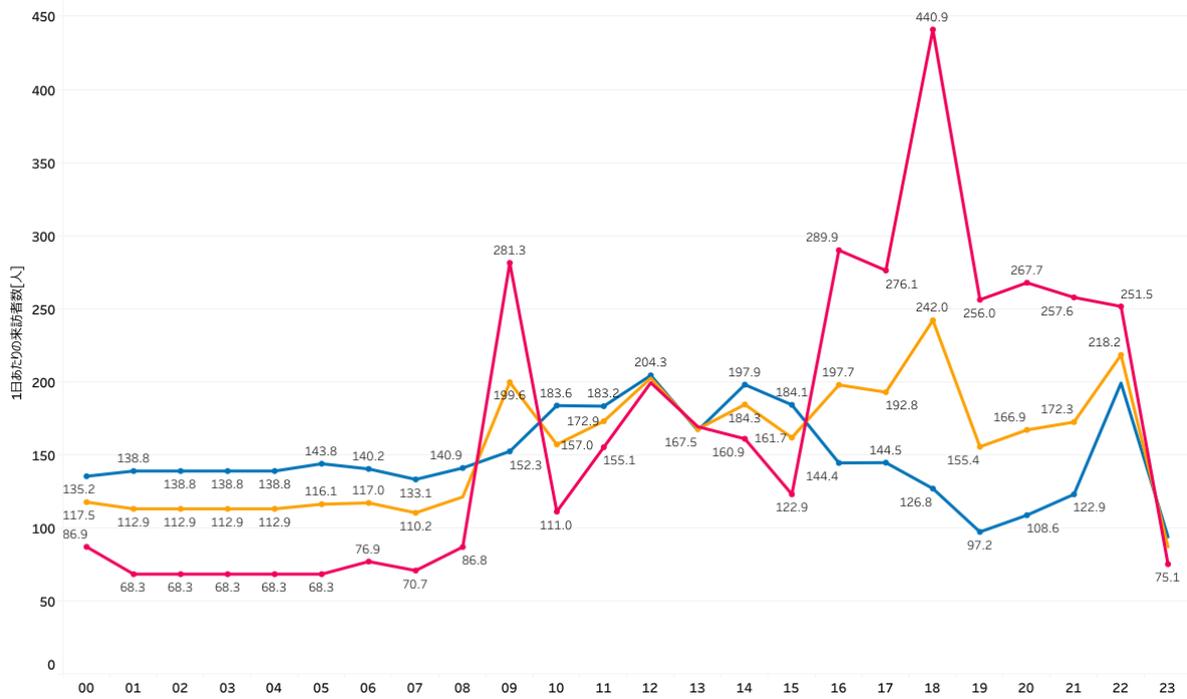
【2024.7】



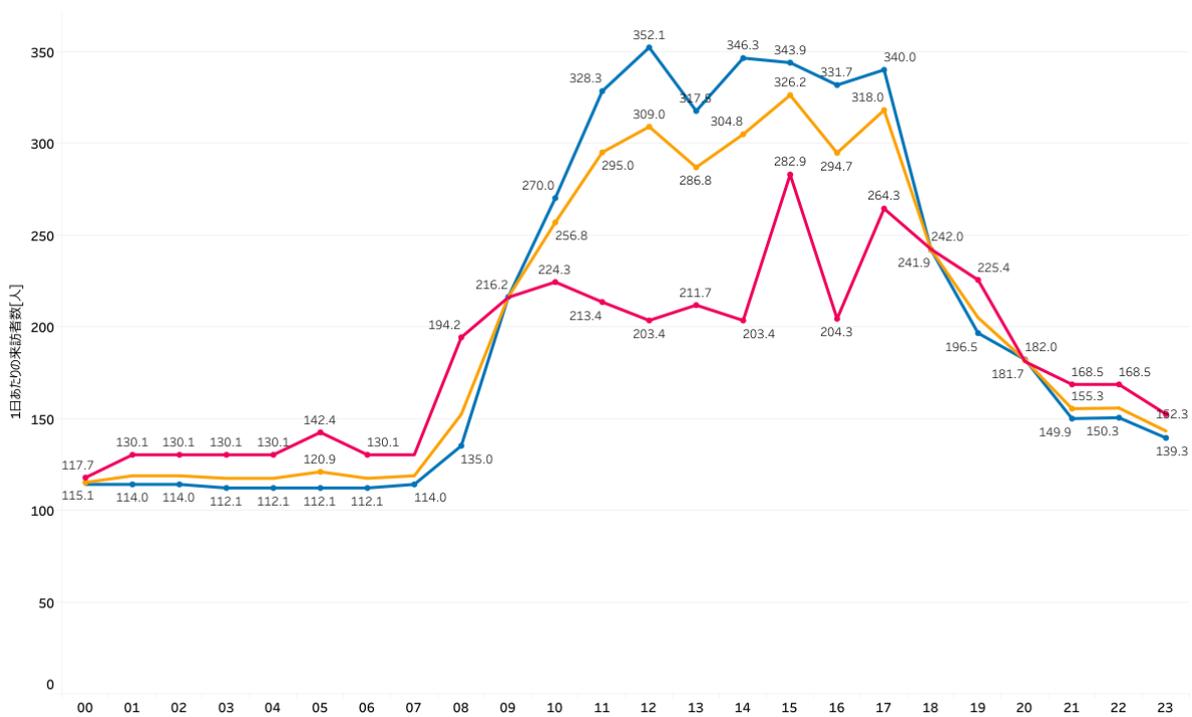
【2024.8】



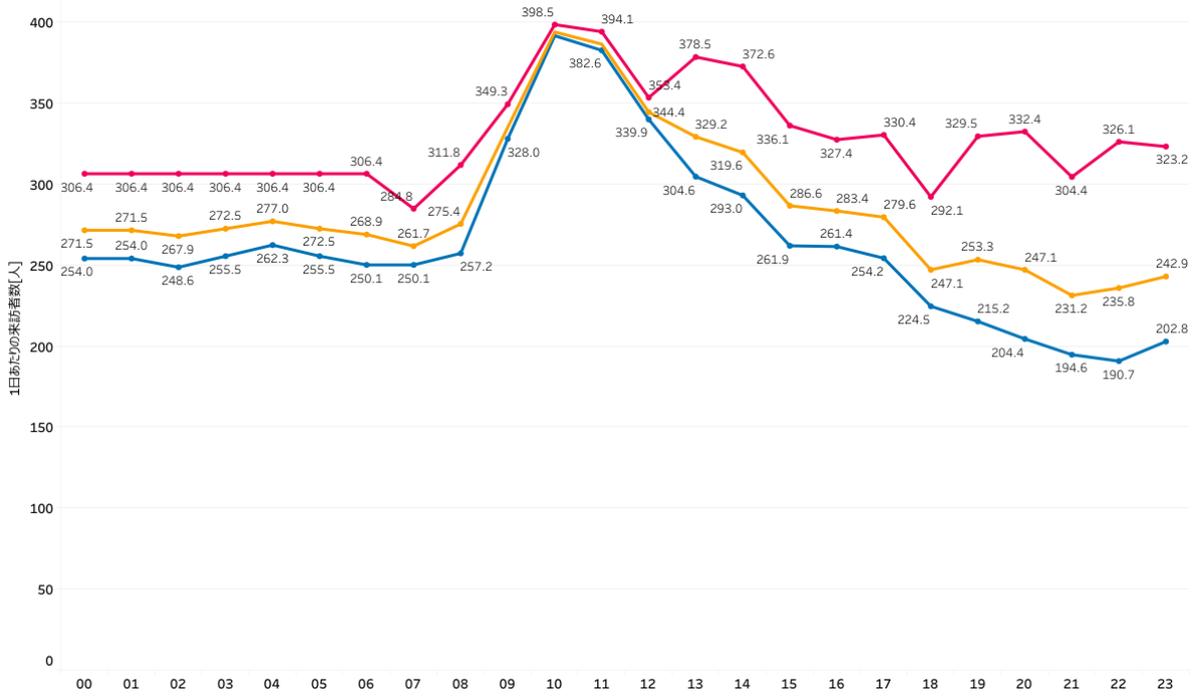
【2024.9】



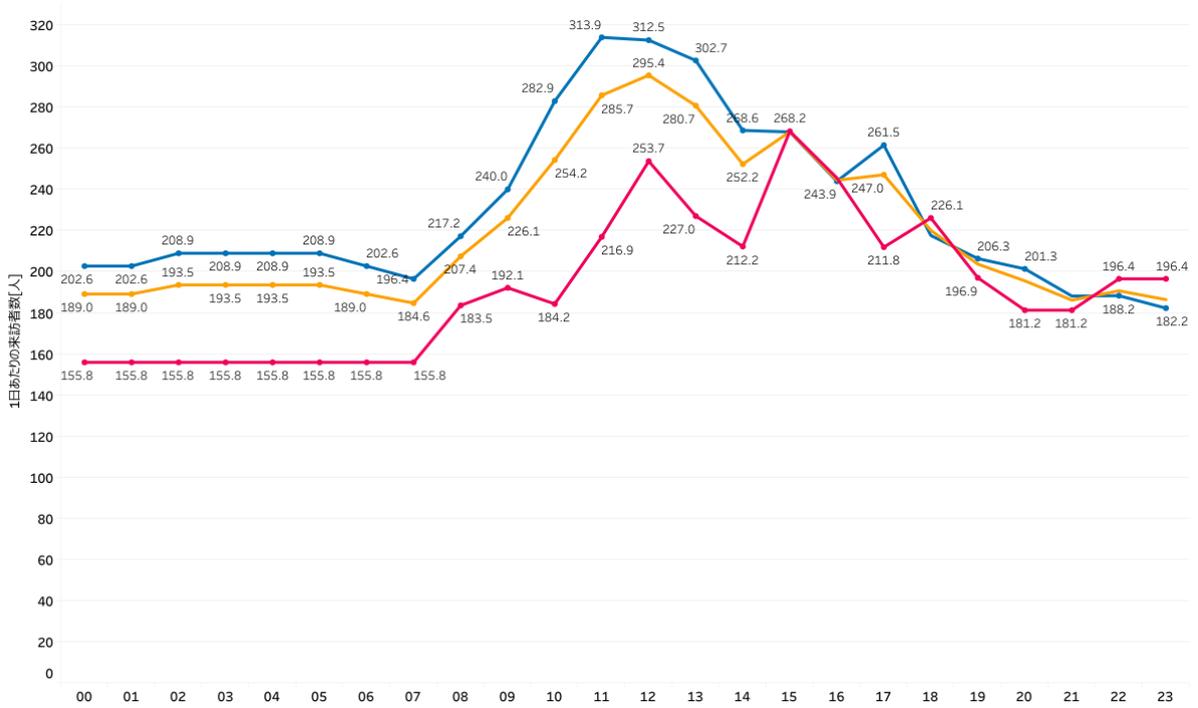
【2024.10】



【2024.11】



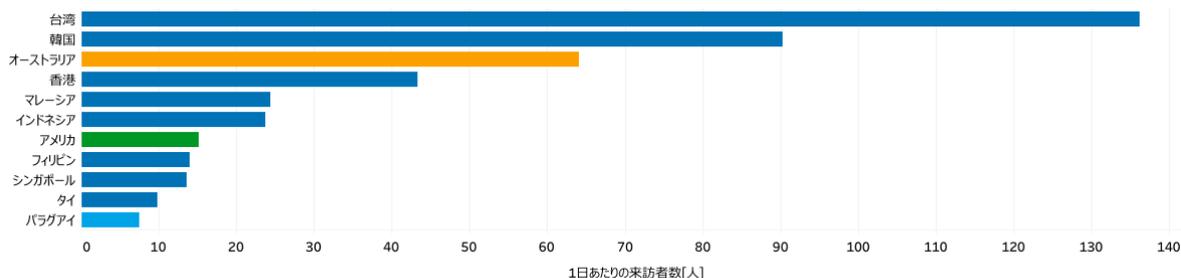
【2024.12】



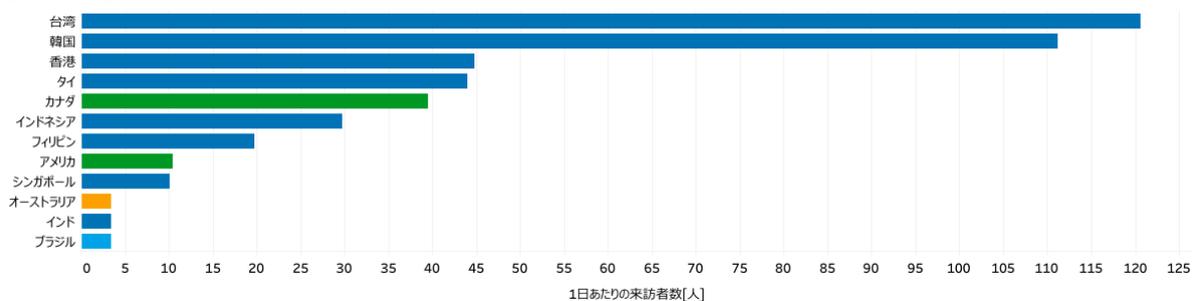
### ③国別ランキング

- 月別に国別ランキングを見ると、1年を通じて台湾、韓国、タイの来訪者数が多い。なお、中国はGPSデータを把握できないため対象外となっている。
- 3月4月はカナダ、6月はアメリカ、9月はポーランドからの来訪者が多い。9月はROCK IN JAPAN FESTIVAL 2024 in HITACHINAKAが開催されたことが影響していると考えられる。

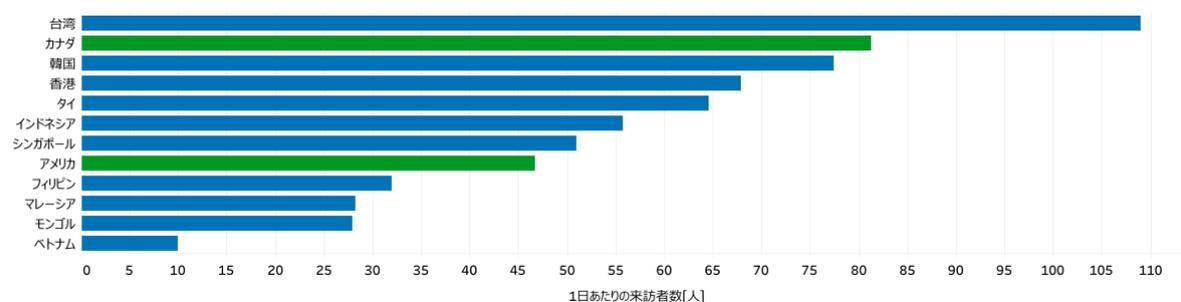
#### 【2024.1】



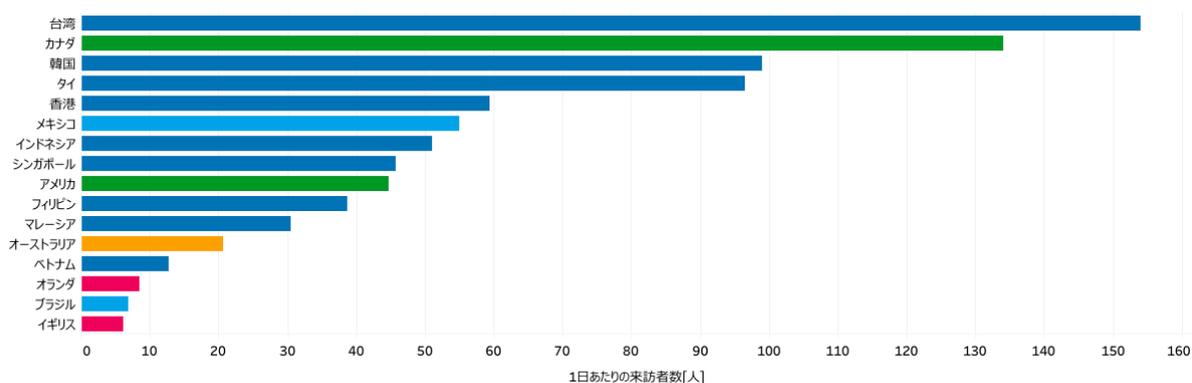
#### 【2024.2】



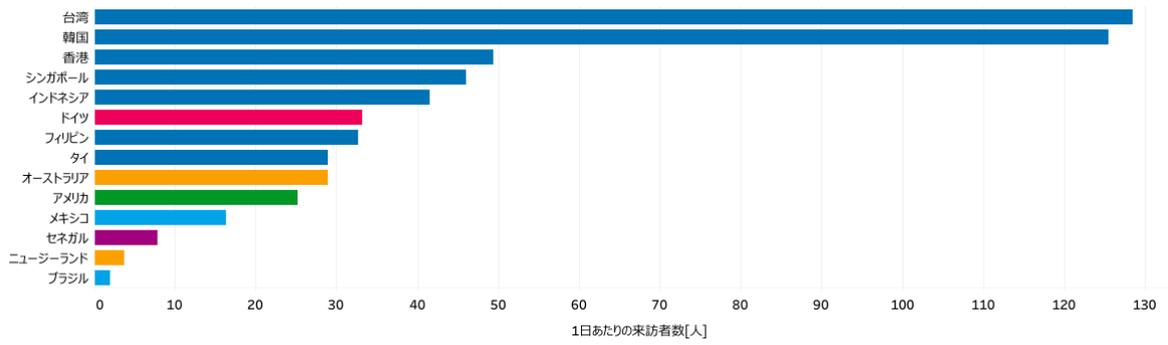
#### 【2024.3】



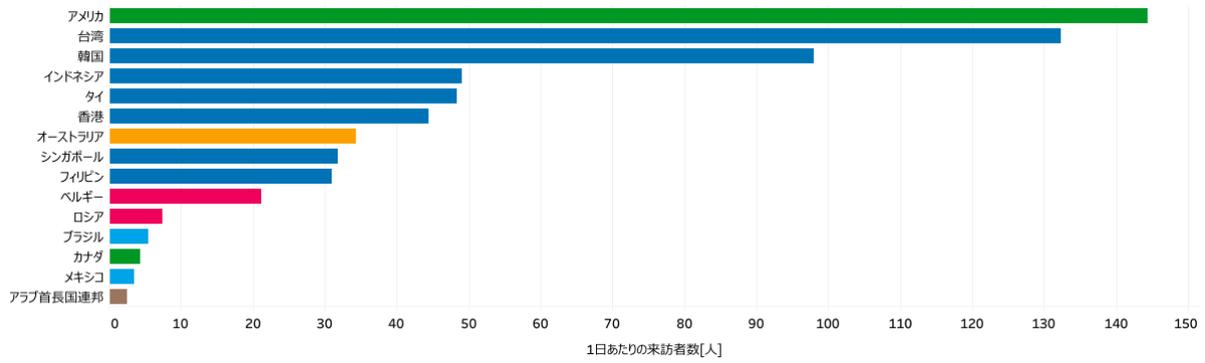
#### 【2024.4】



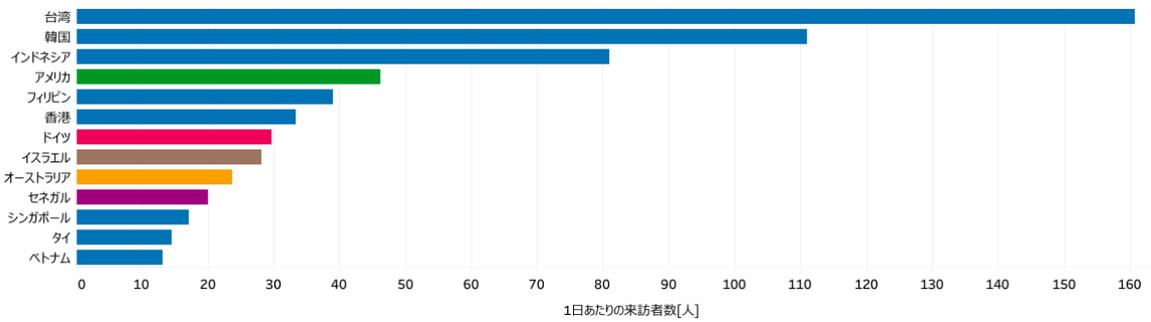
【2024.5】



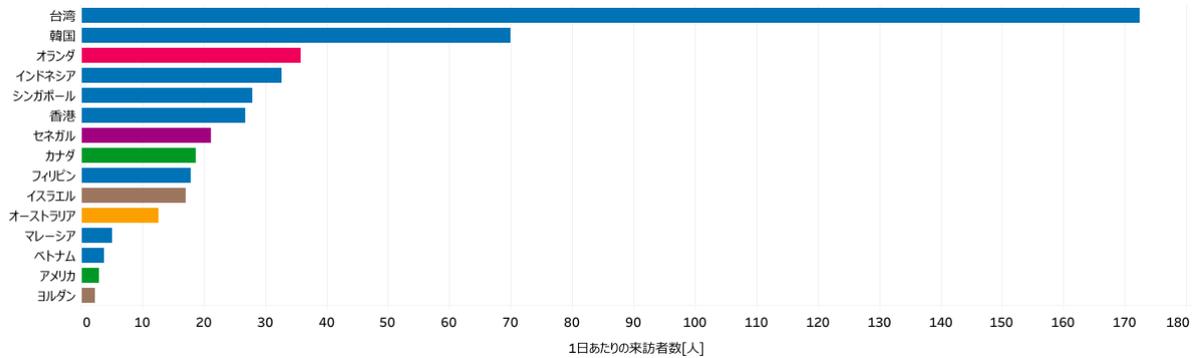
【2024.6】



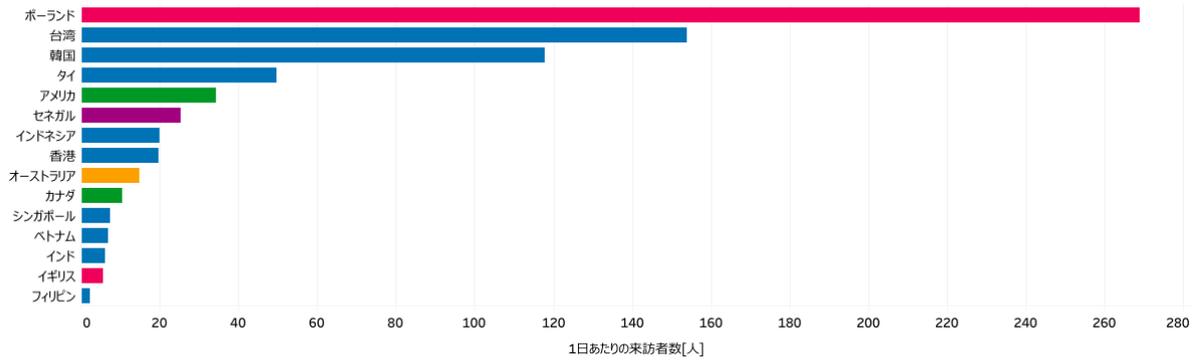
【2024.7】



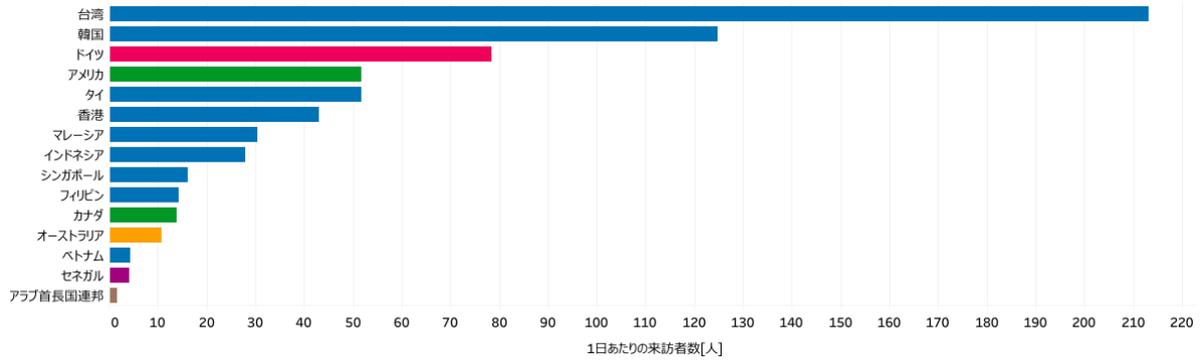
【2024.8】



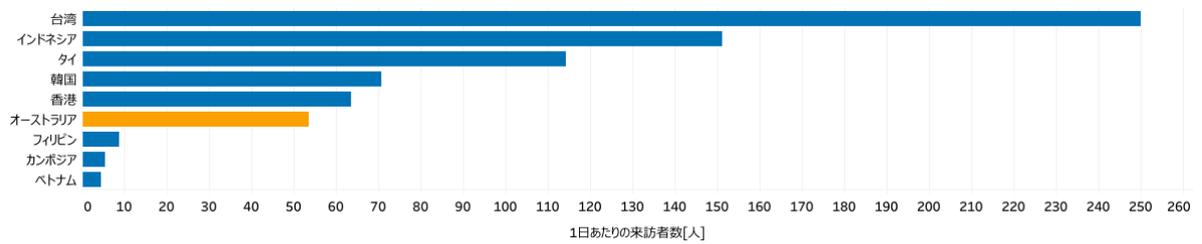
【2024.9】



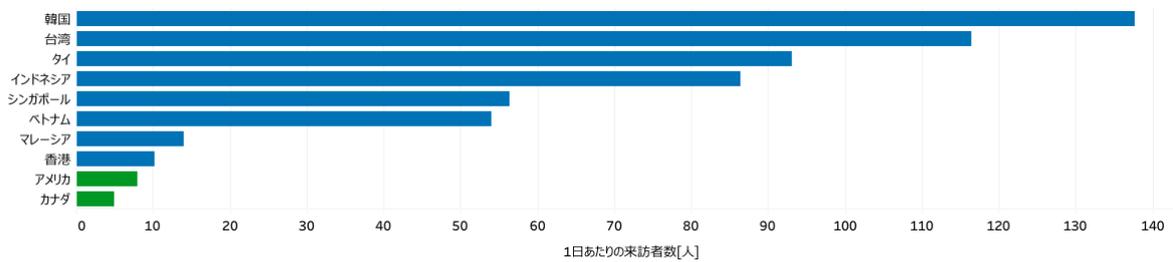
【2024.10】



【2024.11】



【2024.12】



#### ④周遊市町村

- 前後に立寄る市町村を見ると、国際空港のある「成田市」、県庁所在都市の「水戸市」、「東京都心部」が多い。
- 上位には近隣市町村が多く挙げられるが、100位まで見ると、ゴールデンルート上の名古屋、京都、大阪が含まれている。
- また、季節によらず伝統的な町並みが整備されている「金沢市」「高山市」や、「富山市」等の都市が挙げられている。
- 東北及び北海道は、2、7、11、12月に立ち寄る外国人が多く、特にスパリゾートハワイアンズ、いわき・ら・ミュウ、アクアマリンふくしま等の大型観光施設のある「いわき市」の立ち寄りが多い。

【2024.1】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	5,510	51	16323:中新川郡立山町	838
2	13106:台東区	3,596	52	09201:宇都宮市	819
3	13101:千代田区	3,416	53	09204:佐野市	792
4	13103:港区	3,292	54	17201:金沢市	730
5	13102:中央区	3,061	55	14135:川崎市多摩区	703
6	08201:水戸市	3,012	56	11224:戸田市	694
7	13113:渋谷区	2,645	57	08219:牛久市	685
8	13108:江東区	2,573	58	14131:川崎市川崎区	683
9	13104:新宿区	2,503	59	13201:八王子市	682
10	12204:船橋市	2,402	60	20212:大町市	678
11	13111:大田区	2,299	61	27213:泉佐野市	677
12	13118:荒川区	2,277	62	27128:大阪市中央区	658
13	12203:市川市	2,222	63	12101:千葉市中央区	658
14	13122:葛飾区	2,186	64	19206:大月市	654
15	13107:墨田区	2,138	65	10202:高崎市	651
16	12212:佐倉市	2,074	66	14206:小田原市	648
17	12228:四街道市	2,061	67	12410:山武郡横芝光町	640
18	12207:松戸市	2,001	68	12347:香取郡多古町	640
19	12227:浦安市	1,851	69	13110:目黒区	636
20	12322:印旛郡酒々井町	1,759	70	21203:高山市	627
21	13123:江戸川区	1,722	71	09206:日光市	603
22	13109:品川区	1,663	72	09213:那須塩原市	601
23	08202:日立市	1,622	73	09203:栃木市	589
24	12216:習志野市	1,617	74	08226:那珂市	588
25	12231:印西市	1,508	75	14101:横浜市鶴見区	586
26	13116:豊島区	1,480	76	08234:鉾田市	582
27	12409:山武郡芝山町	1,461	77	22215:御殿場市	581
28	12102:千葉市花見川区	1,444	78	14103:横浜市西区	568
29	12233:富里市	1,390	79	13112:世田谷区	558
30	12103:千葉市稲毛区	1,379	80	19209:北杜市	549
31	13117:北区	1,362	81	20202:松本市	547
32	08236:小美玉市	1,350	82	10211:安中市	547
33	09202:足利市	1,343	83	08215:北茨城市	547
34	08216:笠間市	1,306	84	11203:川口市	528
35	13121:足立区	1,288	85	13206:府中市	526
36	08203:土浦市	1,270	86	19212:上野原市	523
37	08341:那珂郡東海村	1,256	87	19202:富士吉田市	521
38	19430:南都留郡富士河口湖町	1,228	88	03201:盛岡市	512
39	08309:東茨城郡大洗町	1,213	89	04103:仙台市若林区	511
40	12224:鎌ヶ谷市	1,164	90	22344:駿東郡小山町	502
41	08302:東茨城郡茨城町	1,155	91	14104:横浜市中区	501
42	20321:北佐久郡軽井沢町	1,147	92	12104:千葉市若葉区	501
43	12106:千葉市美浜区	1,121	93	14102:横浜市神奈川区	500
44	08220:つくば市	1,110	94	11201:川越市	500
45	12232:白井市	1,089	95	19204:都留市	498
46	08205:石岡市	1,027	96	27362:泉南郡田尻町	496
47	13105:文京区	1,018	97	16201:富山市	496
48	11103:さいたま市大宮区	1,011	98	12222:我孫子市	494
49	08229:稲敷市	945	99	14215:海老名市	490
50	08230:かすみがうら市	888	100	12202:銚子市	478

凡例： 東北・北海道 関東甲信越より西側

## 【2024.2】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	5,675	51	08364:久慈郡大子町	868
2	13101:千代田区	3,554	52	01224:千歳市	859
3	13103:港区	3,528	53	08203:土浦市	840
4	12204:船橋市	3,056	54	07204:いわき市	815
5	13108:江東区	3,009	55	12224:鎌ヶ谷市	796
6	13113:渋谷区	2,922	56	09213:那須塩原市	792
7	13104:新宿区	2,819	57	13110:目黒区	774
8	08202:日立市	2,818	58	07205:白河市	770
9	13106:台東区	2,803	59	09407:那須郡那須町	763
10	12203:市川市	2,673	60	08222:鹿嶋市	717
11	13102:中央区	2,658	61	13115:杉並区	705
12	12212:佐倉市	2,472	62	08309:東茨城郡大洗町	704
13	12228:四街道市	2,468	63	08234:鉾田市	697
14	13123:江戸川区	2,412	64	08447:稲敷郡河内町	684
15	12409:山武郡芝山町	2,283	65	08232:神栖市	676
16	13107:墨田区	2,155	66	01234:北広島市	669
17	12322:印旛郡酒々井町	2,136	67	01108:札幌市厚別区	669
18	08201:水戸市	2,123	68	08236:小美玉市	653
19	12216:習志野市	2,071	69	13114:中野区	652
20	12227:浦安市	2,063	70	10202:高崎市	644
21	12102:千葉市花見川区	2,014	71	20321:北佐久郡軽井沢町	642
22	12103:千葉市稲毛区	1,943	72	14104:横浜市中区	642
23	13111:大田区	1,769	73	07482:東白川郡矢祭町	634
24	13122:葛飾区	1,751	74	09204:佐野市	631
25	08229:稲敷市	1,723	75	19209:北杜市	615
26	13109:品川区	1,643	76	12217:柏市	615
27	12106:千葉市美浜区	1,609	77	01213:苫小牧市	605
28	08341:那珂郡東海村	1,465	78	01203:小樽市	602
29	12233:富里市	1,427	79	19430:南都留郡富士河口湖町	586
30	13116:豊島区	1,378	80	08230:かすみがうら市	582
31	09202:足利市	1,309	81	07483:東白川郡埴町	580
32	08216:笠間市	1,290	82	08205:石岡市	575
33	08212:常陸太田市	1,265	83	08233:行方市	568
34	13118:荒川区	1,245	84	08214:高萩市	568
35	12410:山武郡横芝光町	1,225	85	01231:恵庭市	553
36	12231:印西市	1,191	86	17201:金沢市	550
37	12101:千葉市中央区	1,131	87	04101:仙台市青葉区	546
38	09206:日光市	1,064	88	14205:藤沢市	546
39	08220:つくば市	1,028	89	14102:横浜市神奈川区	546
40	08302:東茨城郡茨城町	1,019	90	08231:桜川市	539
41	12104:千葉市若葉区	988	91	08219:牛久市	530
42	12207:松戸市	970	92	08223:潮来市	530
43	01101:札幌市中央区	954	93	11201:川越市	526
44	09201:宇都宮市	920	94	12347:香取郡多古町	516
45	13121:足立区	913	95	14103:横浜市西区	504
46	13105:文京区	907	96	11237:三郷市	490
47	12232:白井市	906	97	01105:札幌市豊平区	486
48	01104:札幌市白石区	903	98	21203:高山市	486
49	09203:栃木市	892	99	10449:利根郡みなかみ町	481
50	13112:世田谷区	887	100	08226:那珂市	475

## 【2024.3】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	5,527	51	13105:文京区	1,144
2	08201:水戸市	4,155	52	11237:三郷市	1,134
3	13101:千代田区	3,778	53	13110:目黒区	1,071
4	13103:港区	3,750	54	08341:那珂郡東海村	1,066
5	13102:中央区	3,187	55	08215:北茨城市	1,059
6	13109:品川区	3,125	56	09204:佐野市	1,059
7	13106:台東区	3,122	57	07204:いわき市	1,039
8	13108:江東区	3,115	58	12232:白井市	1,007
9	13111:大田区	2,945	59	19430:南都留郡富士河口湖町	981
10	08216:笠間市	2,870	60	12224:鎌ヶ谷市	909
11	13104:新宿区	2,761	61	12236:香取市	892
12	13121:足立区	2,750	62	08208:龍ヶ崎市	872
13	13113:渋谷区	2,721	63	12222:我孫子市	866
14	12203:市川市	2,642	64	08214:高萩市	864
15	12204:船橋市	2,595	65	09201:宇都宮市	843
16	13123:江戸川区	2,403	66	13119:板橋区	817
17	13116:豊島区	2,175	67	13209:町田市	810
18	08203:土浦市	2,155	68	27128:大阪市中央区	809
19	13122:葛飾区	2,140	69	08224:守谷市	808
20	13118:荒川区	2,136	70	09203:栃木市	783
21	12227:浦安市	2,116	71	14205:藤沢市	758
22	12322:印旛郡酒々井町	2,071	72	11103:さいたま市大宮区	751
23	12233:富里市	2,046	73	14101:横浜市鶴見区	744
24	12212:佐倉市	1,997	74	11201:川越市	738
25	08236:小美玉市	1,968	75	14103:横浜市西区	735
26	08205:石岡市	1,928	76	08217:取手市	735
27	12207:松戸市	1,885	77	12102:千葉市花見川区	728
28	08219:牛久市	1,862	78	09206:日光市	726
29	12228:四街道市	1,856	79	22215:御殿場市	717
30	08202:日立市	1,833	80	08222:鹿嶋市	703
31	08309:東茨城郡大洗町	1,803	81	11234:八潮市	691
32	12216:習志野市	1,789	82	14213:大和市	690
33	12103:千葉市稲毛区	1,789	83	11224:戸田市	684
34	08230:かすみがうら市	1,780	84	27127:大阪市北区	680
35	12106:千葉市美浜区	1,682	85	14131:川崎市川崎区	680
36	13107:墨田区	1,655	86	26106:京都市下京区	661
37	08220:つくば市	1,650	87	27106:大阪市西区	658
38	08443:稲敷郡阿見町	1,570	88	22344:駿東郡小山町	645
39	12217:柏市	1,567	89	08231:桜川市	645
40	08302:東茨城郡茨城町	1,535	90	08233:行方市	636
41	09202:足利市	1,465	91	08235:つくばみらい市	626
42	12231:印西市	1,459	92	14113:横浜市緑区	612
43	08234:銚田市	1,440	93	11105:さいたま市中央区	603
44	12409:山武郡芝山町	1,388	94	14135:川崎市多摩区	601
45	08212:常陸太田市	1,364	95	13114:中野区	594
46	12220:流山市	1,348	96	08223:潮来市	572
47	08229:稲敷市	1,306	97	14364:足柄上郡山北町	567
48	13117:北区	1,260	98	14382:足柄下郡箱根町	555
49	08226:那珂市	1,200	99	14203:平塚市	555
50	13112:世田谷区	1,154	100	17201:金沢市	547

## 【2024.4】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	8,963	51	11237:三郷市	2,713
2	13101:千代田区	8,114	52	13212:日野市	2,689
3	13103:港区	7,416	53	08231:桜川市	2,661
4	08201:水戸市	7,392	54	11232:久喜市	2,610
5	13102:中央区	6,859	55	09209:真岡市	2,582
6	13108:江東区	6,832	56	19206:大月市	2,572
7	13113:渋谷区	6,830	57	13206:府中市	2,569
8	13106:台東区	6,591	58	08219:牛久市	2,489
9	13104:新宿区	5,930	59	12220:流山市	2,472
10	08216:笠間市	5,794	60	11210:加須市	2,404
11	12204:船橋市	5,041	61	08235:つくばみらい市	2,389
12	08203:土浦市	5,039	62	08229:稲敷市	2,381
13	13121:足立区	4,978	63	12231:印西市	2,369
14	13107:墨田区	4,832	64	09301:河内郡上三川町	2,356
15	12203:市川市	4,769	65	13208:調布市	2,353
16	13122:葛飾区	4,693	66	19204:都留市	2,336
17	08205:石岡市	4,616	67	09361:下都賀郡壬生町	2,291
18	08236:小美玉市	4,476	68	11203:川口市	2,274
19	09202:足利市	4,439	69	19424:南都留郡忍野村	2,248
20	08230:かすみがうら市	4,195	70	11234:八潮市	2,226
21	09203:栃木市	4,084	71	20321:北佐久郡軽井沢町	2,217
22	13109:品川区	4,039	72	09216:下野市	2,167
23	08220:つくば市	3,958	73	13105:文京区	2,162
24	13111:大田区	3,925	74	19212:上野原市	2,129
25	09204:佐野市	3,896	75	19425:南都留郡山中湖村	2,099
26	08302:東茨城郡茨城町	3,885	76	08224:守谷市	2,016
27	12228:四街道市	3,858	77	13215:国立市	1,986
28	13117:北区	3,766	78	09206:日光市	1,984
29	12106:千葉市美浜区	3,763	79	13204:三鷹市	1,950
30	13123:江戸川区	3,689	80	10202:高崎市	1,946
31	12322:印旛郡酒々井町	3,676	81	19423:南都留郡西桂町	1,883
32	12227:浦安市	3,602	82	19429:南都留郡鳴沢村	1,850
33	13201:八王子市	3,560	83	09213:那須塩原市	1,843
34	19430:南都留郡富士河口湖町	3,488	84	14382:足柄下郡箱根町	1,832
35	13112:世田谷区	3,476	85	22215:御殿場市	1,819
36	12212:佐倉市	3,465	86	10207:館林市	1,779
37	12207:松戸市	3,451	87	08341:那珂郡東海村	1,756
38	13118:荒川区	3,395	88	13114:中野区	1,740
39	12216:習志野市	3,220	89	12224:鎌ヶ谷市	1,714
40	19202:富士吉田市	3,213	90	10205:太田市	1,691
41	09201:宇都宮市	3,200	91	08443:稲敷郡阿見町	1,686
42	12233:富里市	3,153	92	11110:さいたま市岩槻区	1,682
43	12102:千葉市花見川区	3,119	93	12232:白井市	1,607
44	12217:柏市	3,094	94	13110:目黒区	1,586
45	13115:杉並区	3,053	95	10211:安中市	1,577
46	14151:相模原市緑区	2,954	96	11109:さいたま市緑区	1,544
47	12103:千葉市稲毛区	2,949	97	10209:藤岡市	1,542
48	13116:豊島区	2,920	98	11238:蓮田市	1,540
49	08202:日立市	2,805	99	11216:羽生市	1,538
50	13119:板橋区	2,731	100	22344:駿東郡小山町	1,533

## 【2024.5】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	7,255	51	08231:桜川市	1,847
2	08201:水戸市	6,051	52	19209:北杜市	1,842
3	13103:港区	5,123	53	20214:茅野市	1,835
4	13101:千代田区	5,068	54	19211:笛吹市	1,779
5	13108:江東区	4,516	55	09361:下都賀郡壬生町	1,776
6	13113:渋谷区	4,420	56	16323:中新川郡立山町	1,774
7	12203:市川市	4,338	57	12207:松戸市	1,767
8	08216:笠間市	4,205	58	16201:富山市	1,767
9	12204:船橋市	4,117	59	17201:金沢市	1,766
10	13104:新宿区	4,078	60	09216:下野市	1,763
11	13106:台東区	3,955	61	09206:日光市	1,708
12	08203:土浦市	3,921	62	19206:大月市	1,708
13	13102:中央区	3,845	63	10202:高崎市	1,706
14	12216:習志野市	3,496	64	21203:高山市	1,696
15	08205:石岡市	3,462	65	08309:東茨城郡大洗町	1,646
16	08302:東茨城郡茨城町	3,449	66	13204:三鷹市	1,646
17	12212:佐倉市	3,434	67	19201:甲府市	1,636
18	12102:千葉市花見川区	3,372	68	13212:日野市	1,635
19	12228:四街道市	3,371	69	09301:河内郡上三川町	1,634
20	12103:千葉市稲毛区	3,227	70	14151:相模原市緑区	1,620
21	08236:小美玉市	3,120	71	19429:南都留郡鳴沢村	1,567
22	13123:江戸川区	3,056	72	10211:安中市	1,566
23	13111:大田区	3,045	73	19202:富士吉田市	1,563
24	12233:富里市	3,037	74	13201:八王子市	1,563
25	08220:つくば市	3,035	75	20202:松本市	1,561
26	08230:かすみがうら市	3,027	76	08234:鉾田市	1,553
27	08229:稲敷市	2,972	77	13206:府中市	1,511
28	12227:浦安市	2,902	78	13208:調布市	1,502
29	12322:印旛郡酒々井町	2,849	79	12231:印西市	1,495
30	08219:牛久市	2,844	80	10210:富岡市	1,495
31	13109:品川区	2,804	81	10209:藤岡市	1,495
32	13122:葛飾区	2,606	82	19204:都留市	1,494
33	09202:足利市	2,547	83	10201:前橋市	1,491
34	12106:千葉市美浜区	2,539	84	16210:南砺市	1,489
35	08443:稲敷郡阿見町	2,466	85	20362:諏訪郡富士見町	1,486
36	09203:栃木市	2,460	86	08447:稲敷郡河内町	1,474
37	19430:南都留郡富士河口湖町	2,405	87	20212:大町市	1,422
38	13118:荒川区	2,356	88	19212:上野原市	1,421
39	12409:山武郡芝山町	2,257	89	08341:那珂郡東海村	1,419
40	09201:宇都宮市	2,220	90	16209:小矢部市	1,417
41	13115:杉並区	2,215	91	13116:豊島区	1,383
42	13112:世田谷区	2,199	92	20206:諏訪市	1,347
43	13107:墨田区	2,180	93	20215:塩尻市	1,346
44	08202:日立市	2,070	94	13117:北区	1,294
45	20321:北佐久郡軽井沢町	2,064	95	20203:上田市	1,281
46	09204:佐野市	2,063	96	20218:千曲市	1,281
47	13121:足立区	1,986	97	10384:甘楽郡甘楽町	1,281
48	12217:柏市	1,943	98	10204:伊勢崎市	1,281
49	16208:砺波市	1,908	99	19210:甲斐市	1,280
50	09209:真岡市	1,847	100	20204:岡谷市	1,278

## 【2024.6】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	6,764	51	12224:鎌ヶ谷市	1,485
2	13101:千代田区	4,675	52	12232:白井市	1,480
3	13103:港区	4,480	53	09202:足利市	1,444
4	08201:水戸市	4,316	54	08215:北茨城市	1,383
5	13106:台東区	4,179	55	08212:常陸太田市	1,367
6	13108:江東区	3,958	56	11237:三郷市	1,362
7	13102:中央区	3,865	57	08214:高萩市	1,340
8	13104:新宿区	3,819	58	08224:守谷市	1,281
9	13122:葛飾区	3,707	59	09201:宇都宮市	1,280
10	13113:渋谷区	3,583	60	08302:東茨城郡茨城町	1,279
11	12203:市川市	3,410	61	07204:いわき市	1,229
12	13107:墨田区	3,367	62	08226:那珂市	1,202
13	13121:足立区	3,230	63	12222:我孫子市	1,201
14	12204:船橋市	3,061	64	08235:つくばみらい市	1,196
15	13111:大田区	2,818	65	13112:世田谷区	1,167
16	13116:豊島区	2,710	66	09203:栃木市	1,110
17	08216:笠間市	2,684	67	11234:八潮市	1,103
18	08202:日立市	2,585	68	13115:杉並区	1,098
19	13109:品川区	2,573	69	08309:東茨城郡大洗町	1,081
20	08203:土浦市	2,566	70	11203:川口市	1,067
21	13118:荒川区	2,504	71	08208:龍ヶ崎市	1,045
22	12207:松戸市	2,487	72	19430:南都留郡富士河口湖町	1,022
23	12322:印旛郡酒々井町	2,464	73	11201:川越市	993
24	12212:佐倉市	2,432	74	16201:富山市	992
25	13123:江戸川区	2,421	75	08217:取手市	982
26	12103:千葉市稲毛区	2,373	76	13114:中野区	961
27	12216:習志野市	2,372	77	12101:千葉市中央区	955
28	08205:石岡市	2,370	78	09204:佐野市	954
29	12106:千葉市美浜区	2,166	79	12104:千葉市若葉区	926
30	09206:日光市	2,165	80	08447:稲敷郡河内町	913
31	12102:千葉市花見川区	2,140	81	21203:高山市	912
32	12233:富里市	2,104	82	11222:越谷市	882
33	12227:浦安市	2,081	83	13201:八王子市	867
34	08230:かすみがうら市	2,059	84	13119:板橋区	853
35	08220:つくば市	2,032	85	11103:さいたま市大宮区	838
36	12409:山武郡芝山町	1,992	86	12237:山武市	817
37	12228:四街道市	1,981	87	14102:横浜市神奈川区	811
38	08236:小美玉市	1,899	88	20321:北佐久郡軽井沢町	804
39	12217:柏市	1,880	89	08364:久慈郡大子町	797
40	13105:文京区	1,857	90	14103:横浜市西区	795
41	12231:印西市	1,835	91	17201:金沢市	793
42	08229:稲敷市	1,773	92	08232:神栖市	790
43	13117:北区	1,737	93	19209:北杜市	758
44	08341:那珂郡東海村	1,690	94	16207:黒部市	746
45	08219:牛久市	1,637	95	26106:京都市下京区	743
46	13110:目黒区	1,612	96	40132:福岡市博多区	736
47	09213:那須塩原市	1,573	97	13202:立川市	728
48	12220:流山市	1,523	98	11232:久喜市	720
49	09407:那須郡那須町	1,520	99	10449:利根郡みなかみ町	718
50	08443:稲敷郡阿見町	1,501	100	09209:真岡市	718

## 【2024.7】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	7,912	51	13117:北区	1,430
2	13101:千代田区	5,976	52	20583:上水内郡信濃町	1,421
3	13103:港区	5,537	53	08208:龍ヶ崎市	1,397
4	13106:台東区	5,516	54	20321:北佐久郡軽井沢町	1,363
5	13102:中央区	4,856	55	08217:取手市	1,334
6	13108:江東区	4,489	56	12224:鎌ヶ谷市	1,308
7	12204:船橋市	4,404	57	12220:流山市	1,288
8	08202:日立市	4,299	58	08220:つくば市	1,287
9	13123:江戸川区	4,101	59	08302:東茨城郡茨城町	1,282
10	08201:水戸市	4,055	60	09206:日光市	1,265
11	12212:佐倉市	3,990	61	13115:杉並区	1,225
12	13104:新宿区	3,858	62	09202:足利市	1,204
13	12103:千葉市稲毛区	3,844	63	08234:鉾田市	1,191
14	13122:葛飾区	3,418	64	13112:世田谷区	1,175
15	13109:品川区	3,394	65	12232:白井市	1,165
16	13113:渋谷区	3,366	66	09407:那須郡那須町	1,145
17	12203:市川市	3,134	67	09203:栃木市	1,137
18	13107:墨田区	3,110	68	08230:かすみがうら市	1,137
19	08229:稲敷市	3,070	69	08233:行方市	1,130
20	12228:四街道市	3,017	70	12236:香取市	1,116
21	12227:浦安市	2,930	71	08443:稲敷郡阿見町	1,053
22	08216:笠間市	2,924	72	21203:高山市	1,049
23	13118:荒川区	2,882	73	08236:小美玉市	1,035
24	13121:足立区	2,864	74	08447:稲敷郡河内町	1,024
25	12216:習志野市	2,770	75	08223:潮来市	1,023
26	12207:松戸市	2,766	76	12101:千葉市中央区	1,007
27	12102:千葉市花見川区	2,724	77	16201:富山市	1,005
28	13111:大田区	2,635	78	19430:南都留郡富士河口湖町	998
29	12322:印旛郡酒々井町	2,568	79	10449:利根郡みなかみ町	995
30	08203:土浦市	2,476	80	11201:川越市	991
31	08341:那珂郡東海村	2,471	81	16323:中新川郡立山町	971
32	12409:山武郡芝山町	2,405	82	13120:練馬区	935
33	12106:千葉市美浜区	2,387	83	12237:山武市	931
34	08219:牛久市	2,334	84	14204:鎌倉市	922
35	12233:富里市	2,259	85	08364:久慈郡大子町	902
36	13110:目黒区	2,125	86	16322:中新川郡上市町	893
37	08214:高萩市	2,050	87	14101:横浜市鶴見区	882
38	13105:文京区	2,042	88	07547:双葉郡浪江町	875
39	12217:柏市	2,017	89	07546:双葉郡双葉町	875
40	08205:石岡市	2,014	90	07545:双葉郡大熊町	875
41	13116:豊島区	1,950	91	07543:双葉郡富岡町	875
42	12231:印西市	1,920	92	07542:双葉郡檜葉町	875
43	08222:鹿嶋市	1,890	93	07541:双葉郡広野町	875
44	08215:北茨城市	1,885	94	07212:南相馬市	875
45	07204:いわき市	1,885	95	14102:横浜市神奈川区	869
46	08309:東茨城郡大洗町	1,795	96	13114:中野区	824
47	09213:那須塩原市	1,781	97	11203:川口市	816
48	17201:金沢市	1,749	98	07205:白河市	811
49	08212:常陸太田市	1,554	99	14106:横浜市保土ヶ谷区	801
50	12222:我孫子市	1,465	100	16208:砺波市	796

## 【2024.8】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	5,757	51	11237:三郷市	1,293
2	13101:千代田区	4,330	52	08302:東茨城郡茨城町	1,291
3	13103:港区	4,222	53	13110:目黒区	1,276
4	13106:台東区	4,197	54	08224:守谷市	1,270
5	13108:江東区	4,029	55	14102:横浜市神奈川区	1,256
6	13102:中央区	3,901	56	08215:北茨城市	1,220
7	13111:大田区	3,695	57	11201:川越市	1,208
8	08201:水戸市	3,605	58	13115:杉並区	1,158
9	13113:渋谷区	3,603	59	20321:北佐久郡軽井沢町	1,154
10	13122:葛飾区	3,438	60	08222:鹿嶋市	1,121
11	13121:足立区	3,277	61	08229:稲敷市	1,062
12	08216:笠間市	3,119	62	09203:栃木市	1,054
13	13118:荒川区	3,034	63	08208:龍ヶ崎市	1,047
14	12203:市川市	2,951	64	14109:横浜市港北区	1,004
15	13104:新宿区	2,846	65	19430:南都留郡富士河口湖町	1,001
16	13123:江戸川区	2,752	66	13112:世田谷区	997
17	13109:品川区	2,728	67	11234:八潮市	968
18	12227:浦安市	2,690	68	13201:八王子市	963
19	12207:松戸市	2,496	69	08223:潮来市	962
20	08203:土浦市	2,452	70	14131:川崎市川崎区	954
21	12204:船橋市	2,440	71	12232:白井市	928
22	13107:墨田区	2,380	72	09209:真岡市	927
23	12212:佐倉市	2,372	73	08234:鉾田市	921
24	08205:石岡市	2,338	74	21203:高山市	909
25	12228:四街道市	2,332	75	12224:鎌ヶ谷市	904
26	12233:富里市	2,306	76	20202:松本市	878
27	08202:日立市	2,256	77	11108:さいたま市南区	874
28	12106:千葉市美浜区	2,208	78	13203:武蔵野市	872
29	12216:習志野市	2,203	79	14213:大和市	862
30	12322:印旛郡酒々井町	2,139	80	14203:平塚市	862
31	12103:千葉市稲毛区	2,123	81	14133:川崎市中原区	862
32	08236:小美玉市	2,108	82	14206:小田原市	862
33	12217:柏市	2,082	83	17201:金沢市	844
34	12102:千葉市花見川区	2,074	84	11224:戸田市	842
35	08219:牛久市	2,013	85	16323:中新川郡立山町	840
36	08230:かすみがうら市	1,896	86	14106:横浜市保土ヶ谷区	838
37	13116:豊島区	1,657	87	08235:つくばみらい市	830
38	08220:つくば市	1,629	88	26104:京都市中京区	828
39	12409:山武郡芝山町	1,594	89	09206:日光市	811
40	08443:稲敷郡阿見町	1,563	90	25201:大津市	807
41	12220:流山市	1,559	91	16201:富山市	806
42	12231:印西市	1,534	92	14101:横浜市鶴見区	792
43	08341:那珂郡東海村	1,527	93	11203:川口市	787
44	07204:いわき市	1,450	94	13119:板橋区	777
45	08217:取手市	1,398	95	23106:名古屋市中区	771
46	12222:我孫子市	1,354	96	09204:佐野市	769
47	09202:足利市	1,346	97	10202:高崎市	768
48	08309:東茨城郡大洗町	1,325	98	09407:那須郡那須町	762
49	08214:高萩市	1,310	99	13120:練馬区	759
50	13117:北区	1,296	100	22215:御殿場市	758

【2024.9】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	10,143	51	12409:山武郡芝山町	2,261
2	08201:水戸市	7,414	52	12216:習志野市	2,255
3	08216:笠間市	6,610	53	13118:荒川区	2,197
4	08219:牛久市	6,458	54	08225:常陸大宮市	2,151
5	08236:小美玉市	6,265	55	13116:豊島区	2,086
6	08443:稲敷郡阿見町	6,134	56	12233:富里市	1,975
7	08302:東茨城郡茨城町	6,057	57	09213:那須塩原市	1,872
8	09206:日光市	5,826	58	12217:柏市	1,813
9	08309:東茨城郡大洗町	5,209	59	12106:千葉市美浜区	1,808
10	09201:宇都宮市	5,140	60	13105:文京区	1,691
11	09209:真岡市	4,852	61	12207:松戸市	1,649
12	08234:鉾田市	4,814	62	13117:北区	1,606
13	08203:土浦市	4,803	63	13112:世田谷区	1,523
14	09205:鹿沼市	4,675	64	12231:印西市	1,427
15	13103:港区	4,641	65	08214:高萩市	1,411
16	13101:千代田区	4,641	66	09407:那須郡那須町	1,373
17	08222:鹿嶋市	4,633	67	08447:稲敷郡河内町	1,345
18	13108:江東区	4,517	68	07204:いわき市	1,293
19	08205:石岡市	4,437	69	08215:北茨城市	1,287
20	13102:中央区	4,389	70	08212:常陸太田市	1,267
21	08220:つくば市	4,302	71	08341:那珂郡東海村	1,248
22	08230:かすみがうら市	4,264	72	11201:川越市	1,234
23	09361:下都賀郡壬生町	4,174	73	20201:長野市	1,188
24	13104:新宿区	4,080	74	20321:北佐久郡軽井沢町	1,184
25	13113:渋谷区	3,996	75	13110:目黒区	1,164
26	13106:台東区	3,656	76	17201:金沢市	1,136
27	12204:船橋市	3,586	77	12232:白井市	1,099
28	12203:市川市	3,383	78	12224:鎌ヶ谷市	1,090
29	13123:江戸川区	3,279	79	12342:香取郡神崎町	1,079
30	13122:葛飾区	3,140	80	15461:南魚沼郡湯沢町	1,051
31	09203:栃木市	2,880	81	11237:三郷市	1,037
32	13111:大田区	2,876	82	10449:利根郡みなかみ町	1,011
33	08226:那珂市	2,840	83	10202:高崎市	989
34	12212:佐倉市	2,809	84	12220:流山市	977
35	13107:墨田区	2,799	85	19209:北杜市	964
36	08229:稲敷市	2,797	86	13119:板橋区	961
37	13109:品川区	2,726	87	13115:杉並区	931
38	12236:香取市	2,686	88	12101:千葉市中央区	927
39	08364:久慈郡大子町	2,684	89	11234:八潮市	902
40	12102:千葉市花見川区	2,643	90	13208:調布市	889
41	08231:桜川市	2,609	91	09202:足利市	875
42	09301:河内郡上三川町	2,560	92	21203:高山市	851
43	08223:潮来市	2,544	93	07205:白河市	818
44	12322:印旛郡酒々井町	2,491	94	13204:三鷹市	814
45	09216:下野市	2,412	95	16201:富山市	809
46	12227:浦安市	2,384	96	07364:南会津郡檜枝岐村	800
47	12228:四街道市	2,379	97	08235:つくばみらい市	784
48	08202:日立市	2,313	98	08224:守谷市	776
49	13121:足立区	2,309	99	20214:茅野市	767
50	12103:千葉市稲毛区	2,266	100	04401:宮城郡松島町	765

【2024.10】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	9,348	51	07204:いわき市	2,215
2	08201:水戸市	7,442	52	08224:守谷市	2,182
3	13103:港区	7,336	53	09202:足利市	2,173
4	13106:台東区	6,926	54	08215:北茨城市	2,150
5	13108:江東区	6,636	55	11234:八潮市	2,117
6	13101:千代田区	6,625	56	09201:宇都宮市	1,992
7	13102:中央区	6,073	57	09203:栃木市	1,956
8	13113:渋谷区	6,021	58	08214:高萩市	1,926
9	13111:大田区	5,740	59	12231:印西市	1,893
10	08216:笠間市	5,503	60	13115:杉並区	1,867
11	13122:葛飾区	5,169	61	09213:那須塩原市	1,855
12	08203:土浦市	5,095	62	08235:つくばみらい市	1,769
13	13104:新宿区	5,051	63	14212:厚木市	1,745
14	13109:品川区	4,779	64	14215:海老名市	1,739
15	12204:船橋市	4,471	65	12101:千葉市中央区	1,738
16	13123:江戸川区	4,307	66	08231:桜川市	1,730
17	12203:市川市	4,278	67	12220:流山市	1,717
18	13107:墨田区	4,211	68	19206:大月市	1,716
19	13118:荒川区	4,112	69	09407:那須郡那須町	1,716
20	08205:石岡市	4,085	70	13201:八王子市	1,687
21	13121:足立区	4,015	71	09209:真岡市	1,657
22	08230:かすみがうら市	3,985	72	13110:目黒区	1,636
23	08220:つくば市	3,828	73	21203:高山市	1,595
24	12212:佐倉市	3,635	74	08208:龍ヶ崎市	1,594
25	12228:四街道市	3,567	75	19212:上野原市	1,571
26	12322:印旛郡酒々井町	3,486	76	14135:川崎市多摩区	1,540
27	08202:日立市	3,437	77	14131:川崎市川崎区	1,538
28	08229:稲敷市	3,396	78	20321:北佐久郡軽井沢町	1,514
29	08219:牛久市	3,362	79	08217:取手市	1,499
30	12103:千葉市稲毛区	3,346	80	16201:富山市	1,491
31	12216:習志野市	3,233	81	12224:鎌ヶ谷市	1,487
32	08302:東茨城郡茨城町	3,232	82	12410:山武郡横芝光町	1,473
33	08236:小美玉市	3,215	83	08447:稲敷郡河内町	1,470
34	12217:柏市	3,189	84	09361:下都賀郡壬生町	1,470
35	12233:富里市	3,010	85	19202:富士吉田市	1,463
36	12227:浦安市	2,996	86	13212:日野市	1,461
37	08341:那珂郡東海村	2,967	87	08212:常陸太田市	1,452
38	12207:松戸市	2,955	88	08226:那珂市	1,431
39	13116:豊島区	2,877	89	12232:白井市	1,429
40	12102:千葉市花見川区	2,862	90	09301:河内郡上三川町	1,395
41	13112:世田谷区	2,857	91	13117:北区	1,393
42	12106:千葉市美浜区	2,847	92	13208:調布市	1,380
43	13105:文京区	2,800	93	12104:千葉市若葉区	1,369
44	12409:山武郡芝山町	2,667	94	14151:相模原市緑区	1,302
45	09206:日光市	2,544	95	13204:三鷹市	1,291
46	08443:稲敷郡阿見町	2,538	96	09204:佐野市	1,269
47	19430:南都留郡富士河口湖町	2,530	97	10211:安中市	1,242
48	11237:三郷市	2,507	98	14382:足柄下郡箱根町	1,240
49	12222:我孫子市	2,381	99	11203:川口市	1,233
50	08309:東茨城郡大洗町	2,369	100	14117:横浜市青葉区	1,215

【2024.11】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	6,750	51	09206:日光市	1,524
2	08201:水戸市	4,664	52	08309:東茨城郡大洗町	1,523
3	08216:笠間市	3,788	53	12231:印西市	1,507
4	13101:千代田区	3,709	54	09202:足利市	1,454
5	13103:港区	3,496	55	12217:柏市	1,420
6	08220:つくば市	3,351	56	12232:白井市	1,398
7	08202:日立市	3,315	57	09407:那須郡那須町	1,376
8	12204:船橋市	3,211	58	07362:南会津郡下郷町	1,320
9	08203:土浦市	3,169	59	04102:仙台市宮城野区	1,307
10	13104:新宿区	3,059	60	19430:南都留郡富士河口湖町	1,304
11	13113:渋谷区	3,050	61	13117:北区	1,300
12	08302:東茨城郡茨城町	3,018	62	09301:河内郡上三川町	1,271
13	13108:江東区	3,008	63	13112:世田谷区	1,240
14	13106:台東区	2,970	64	04104:仙台市太白区	1,236
15	13122:葛飾区	2,851	65	20321:北佐久郡軽井沢町	1,230
16	08230:かすみがうら市	2,849	66	12101:千葉市中央区	1,220
17	13102:中央区	2,841	67	04406:宮城郡利府町	1,219
18	13111:大田区	2,776	68	07408:耶麻郡猪苗代町	1,183
19	12203:市川市	2,709	69	17201:金沢市	1,175
20	08205:石岡市	2,688	70	07203:郡山市	1,172
21	08236:小美玉市	2,647	71	07201:福島市	1,172
22	12322:印旛郡酒々井町	2,510	72	08226:那珂市	1,169
23	08219:牛久市	2,426	73	08447:稲敷郡河内町	1,166
24	12228:四街道市	2,381	74	07402:耶麻郡北塩原村	1,163
25	12212:佐倉市	2,381	75	02206:十和田市	1,161
26	08443:稲敷郡阿見町	2,335	76	04213:栗原市	1,102
27	13107:墨田区	2,311	77	04322:柴田郡村田町	1,043
28	08229:稲敷市	2,238	78	07202:会津若松市	1,025
29	12233:富里市	2,223	79	13105:文京区	1,018
30	13123:江戸川区	2,166	80	09361:下都賀郡壬生町	1,014
31	13121:足立区	2,104	81	09211:矢板市	1,014
32	08341:那珂郡東海村	2,038	82	08231:桜川市	1,013
33	09201:宇都宮市	1,959	83	04103:仙台市若林区	1,012
34	09213:那須塩原市	1,945	84	05303:鹿角郡小坂町	1,003
35	13109:品川区	1,880	85	04215:大崎市	994
36	12216:習志野市	1,848	86	03209:一関市	994
37	13118:荒川区	1,795	87	12220:流山市	987
38	12409:山武郡芝山町	1,783	88	04209:多賀城市	983
39	12103:千葉市稲毛区	1,738	89	04101:仙台市青葉区	979
40	09203:栃木市	1,733	90	12224:鎌ヶ谷市	960
41	08212:常陸太田市	1,727	91	12342:香取郡神崎町	947
42	09209:真岡市	1,704	92	07214:本宮市	935
43	13116:豊島区	1,675	93	04206:白石市	935
44	08214:高萩市	1,657	94	03322:紫波郡矢巾町	935
45	07204:いわき市	1,643	95	07211:田村市	934
46	12102:千葉市花見川区	1,643	96	11203:川口市	930
47	12106:千葉市美浜区	1,635	97	06201:山形市	926
48	08215:北茨城市	1,631	98	04401:宮城郡松島町	924
49	12227:浦安市	1,606	99	11201:川越市	922
50	12207:松戸市	1,582	100	04421:黒川郡大和町	915

【2024.12】

順位	周遊先市区町村	人数	順位	周遊先市区町村	人数
1	12211:成田市	6,398	51	12106:千葉市美浜区	1,345
2	13101:千代田区	5,863	52	19209:北杜市	1,300
3	13103:港区	4,844	53	14151:相模原市緑区	1,272
4	13106:台東区	4,836	54	03201:盛岡市	1,251
5	13102:中央区	4,460	55	19430:南都留郡富士河口湖町	1,237
6	13104:新宿区	4,359	56	12220:流山市	1,227
7	13108:江東区	4,355	57	09202:足利市	1,219
8	13113:渋谷区	4,314	58	19212:上野原市	1,210
9	12203:市川市	4,186	59	13206:府中市	1,201
10	12204:船橋市	4,045	60	07204:いわき市	1,145
11	13122:葛飾区	3,837	61	20214:茅野市	1,124
12	08201:水戸市	3,638	62	12217:柏市	1,115
13	13121:足立区	3,350	63	08341:那珂郡東海村	1,107
14	13123:江戸川区	3,237	64	08222:鹿嶋市	1,090
15	13111:大田区	3,183	65	08223:潮来市	1,090
16	13118:荒川区	3,071	66	07205:白河市	1,082
17	08202:日立市	3,025	67	08233:行方市	1,049
18	12212:佐倉市	2,764	68	13212:日野市	1,045
19	12207:松戸市	2,752	69	19201:甲府市	1,025
20	13109:品川区	2,708	70	12236:香取市	1,024
21	13112:世田谷区	2,669	71	08234:鉾田市	1,004
22	13107:墨田区	2,651	72	08230:かすみがうら市	994
23	08203:土浦市	2,578	73	09206:日光市	988
24	08216:笠間市	2,568	74	09407:那須郡那須町	978
25	12216:習志野市	2,547	75	17201:金沢市	975
26	12409:山武郡芝山町	2,352	76	01101:札幌市中央区	966
27	13116:豊島区	2,336	77	07483:東白川郡埴町	961
28	08229:稲敷市	2,193	78	20321:北佐久郡軽井沢町	960
29	12322:印旛郡酒々井町	2,035	79	09201:宇都宮市	957
30	13115:杉並区	2,009	80	08443:稲敷郡阿見町	941
31	12231:印西市	1,981	81	13215:国立市	922
32	12103:千葉市稲毛区	1,919	82	12222:我孫子市	873
33	12228:四街道市	1,902	83	21203:高山市	868
34	08219:牛久市	1,867	84	12410:山武郡横芝光町	867
35	08205:石岡市	1,810	85	13114:中野区	835
36	13201:八王子市	1,803	86	14102:横浜市神奈川区	832
37	08220:つくば市	1,767	87	27128:大阪市中央区	808
38	13105:文京区	1,756	88	19211:笛吹市	800
39	12102:千葉市花見川区	1,711	89	20362:諏訪郡富士見町	787
40	12224:鎌ヶ谷市	1,689	90	11237:三郷市	773
41	12232:白井市	1,622	91	12221:八千代市	771
42	13117:北区	1,609	92	14103:横浜市西区	765
43	12233:富里市	1,594	93	12101:千葉市中央区	759
44	12227:浦安市	1,568	94	01224:千歳市	754
45	13208:調布市	1,547	95	08232:神栖市	733
46	08309:東茨城郡大洗町	1,533	96	20206:諏訪市	720
47	08236:小美玉市	1,399	97	09213:那須塩原市	712
48	08214:高萩市	1,393	98	19204:都留市	711
49	13110:目黒区	1,361	99	14104:横浜市中区	710
50	19206:大月市	1,360	100	13204:三鷹市	703

### 3-3 インターネット調査

#### 1) インターネット調査の概要

インターネット調査は株式会社マクロミルの登録モニターを対象に、以下のような概要で実施しています。

##### ①調査目的

- ・ひたちなか市に対する認知度の把握（大洗町との比較）
- ・ひたちなか市への来訪意向及び今後の課題の把握
- ・観光資源の認知度評価

##### ②調査対象

- ・10年以内に茨城県へ旅行経験がある20代以上の男女
  - ・次のエリアの居住者 東京・栃木・群馬・千葉(北総)・神奈川
- 性別年代別による10セグメント各26サンプル×5エリア 合計1,300サンプル

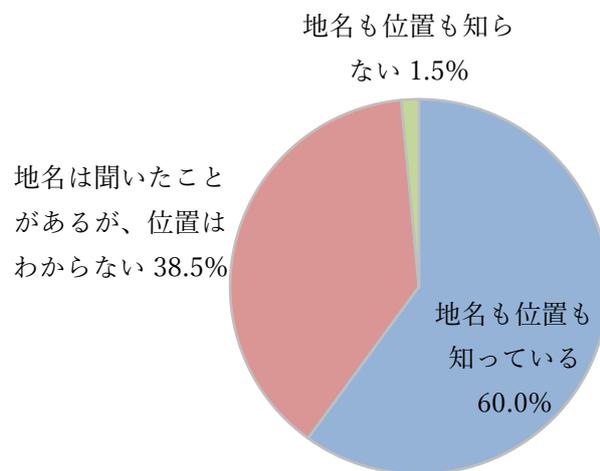
#### 2) インターネット調査の結果

##### ①ひたちなか市の認知度

- 地名も位置も知っているが6割を占める。地名のみの認知度は98.5%を超える。

[Q1] 茨城県ひたちなか市を知っていますか。

(n=1300)

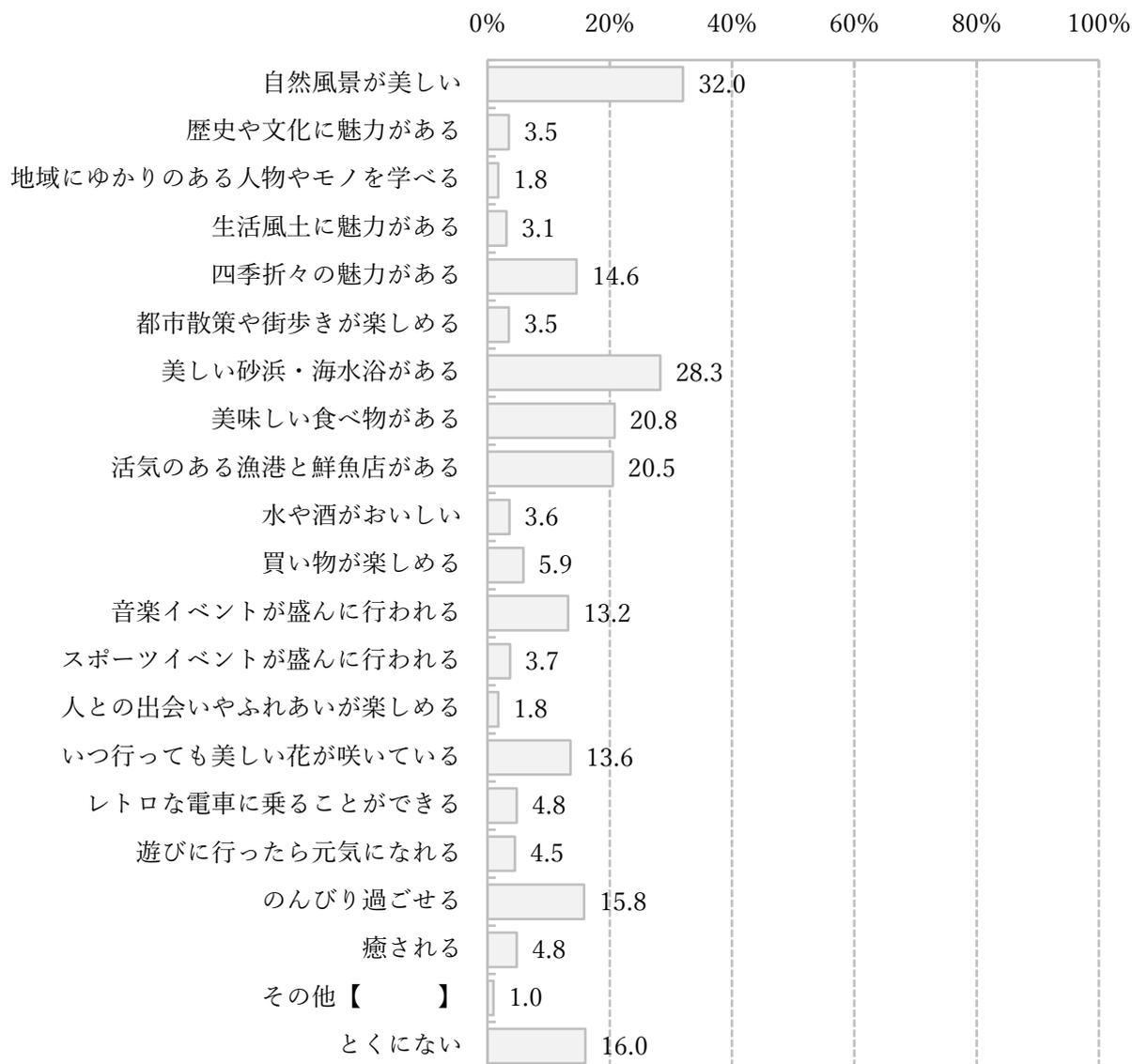


## ②ひたちなか市のイメージ

- 自然風景が美しい、美しい砂浜・海水浴があるが多く3割を占める。
- 美味しい食べ物、活気のある漁港と鮮魚店など食のイメージも多い。

[Q2] 茨城県ひたちなか市のイメージについてお答えください。(3つまで)

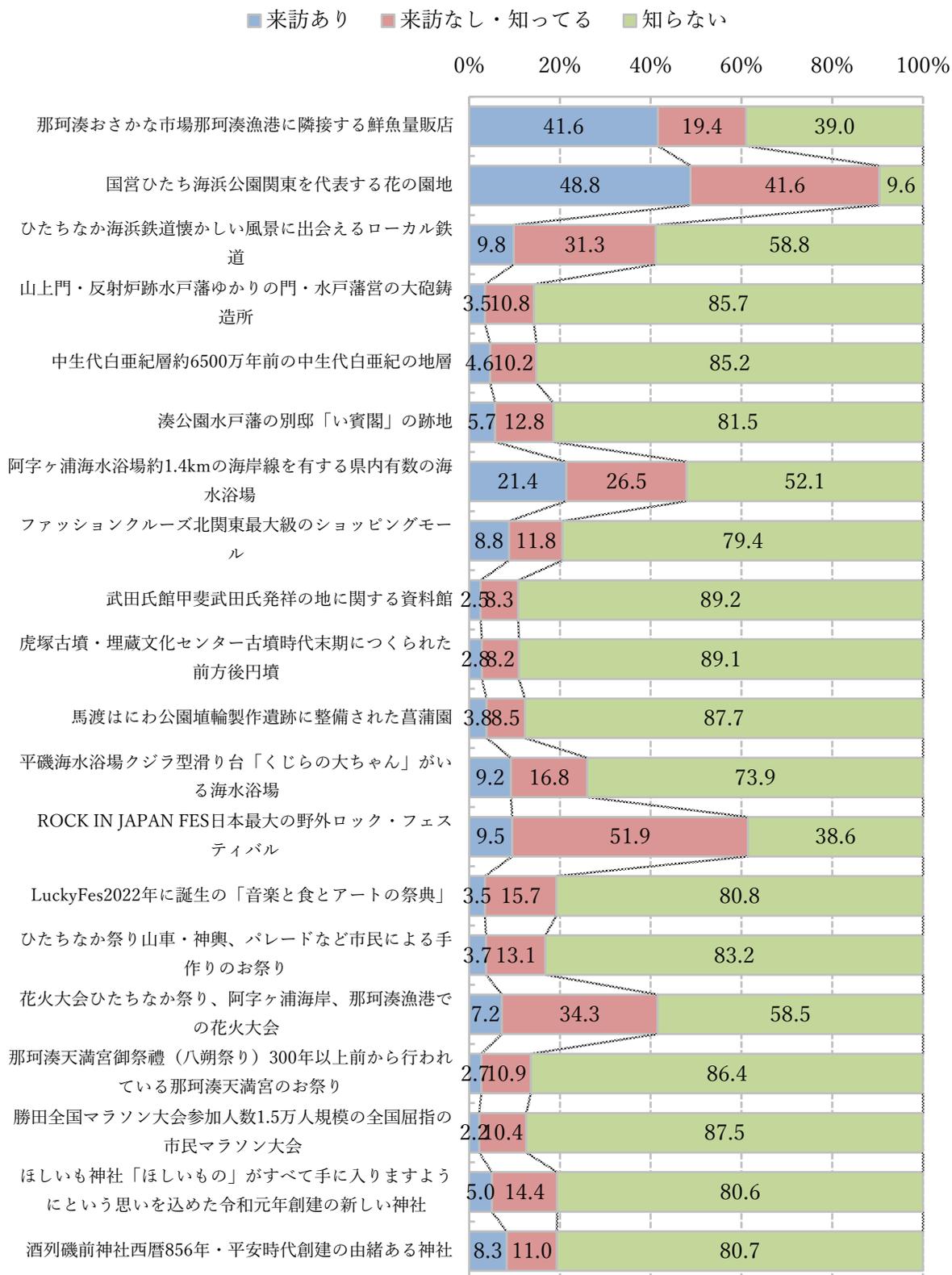
(n=1281)



### ③ひたちなか市の地域資源について来訪経験/認知度

● 国営ひたち海浜公園の知名度は9割を超える。那珂湊おさかな市場も多い。

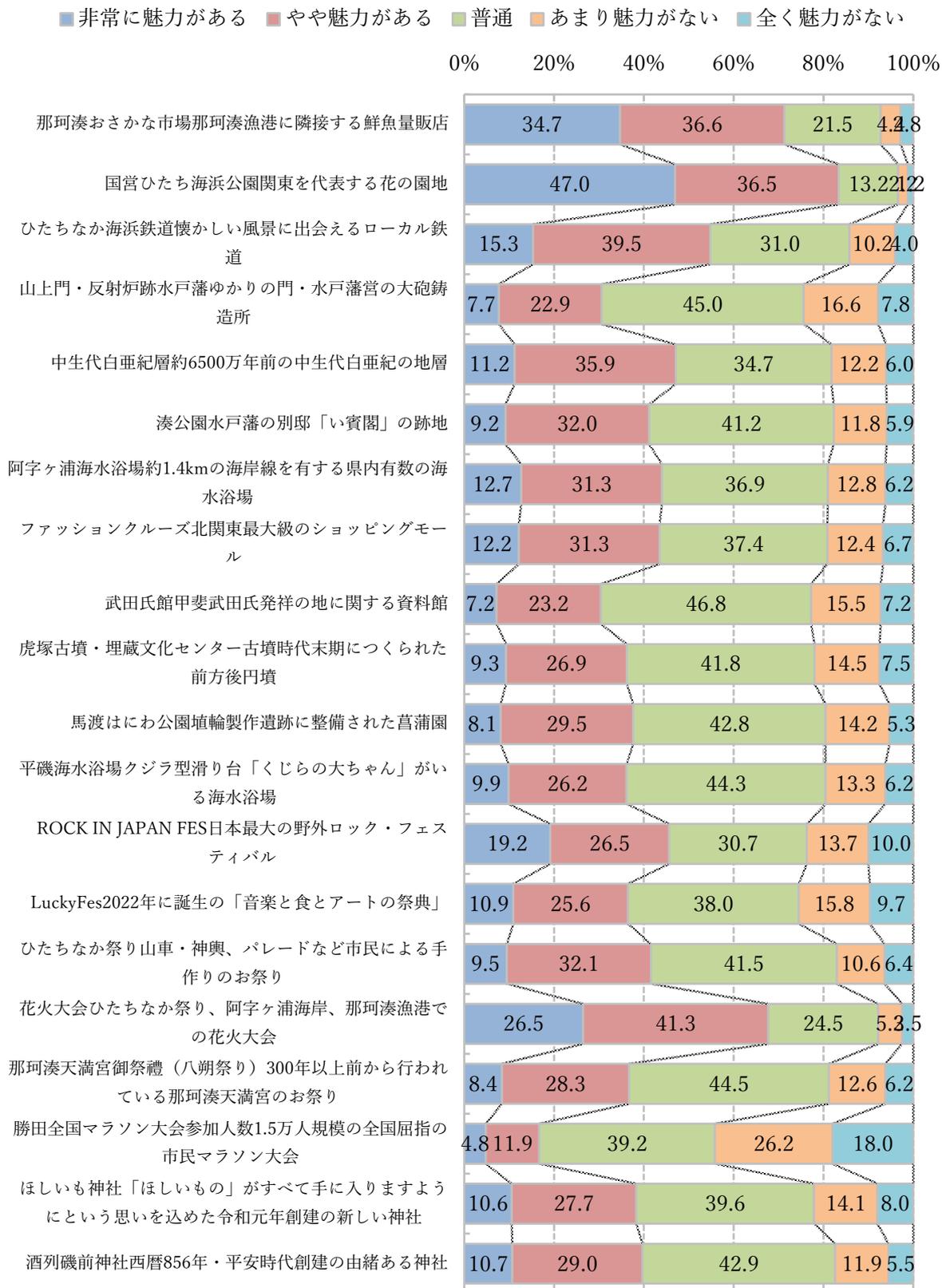
[Q3] 茨城県ひたちなか市の地域資源について、行ったことがある／知っているものは何ですか。



#### ④ひたちなか市の地域資源について魅力度

● 魅力度の高さは国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場、花火大会の順。

[Q4] 茨城県ひたちなか市の地域資源についてどのくらい魅力に感じますか。

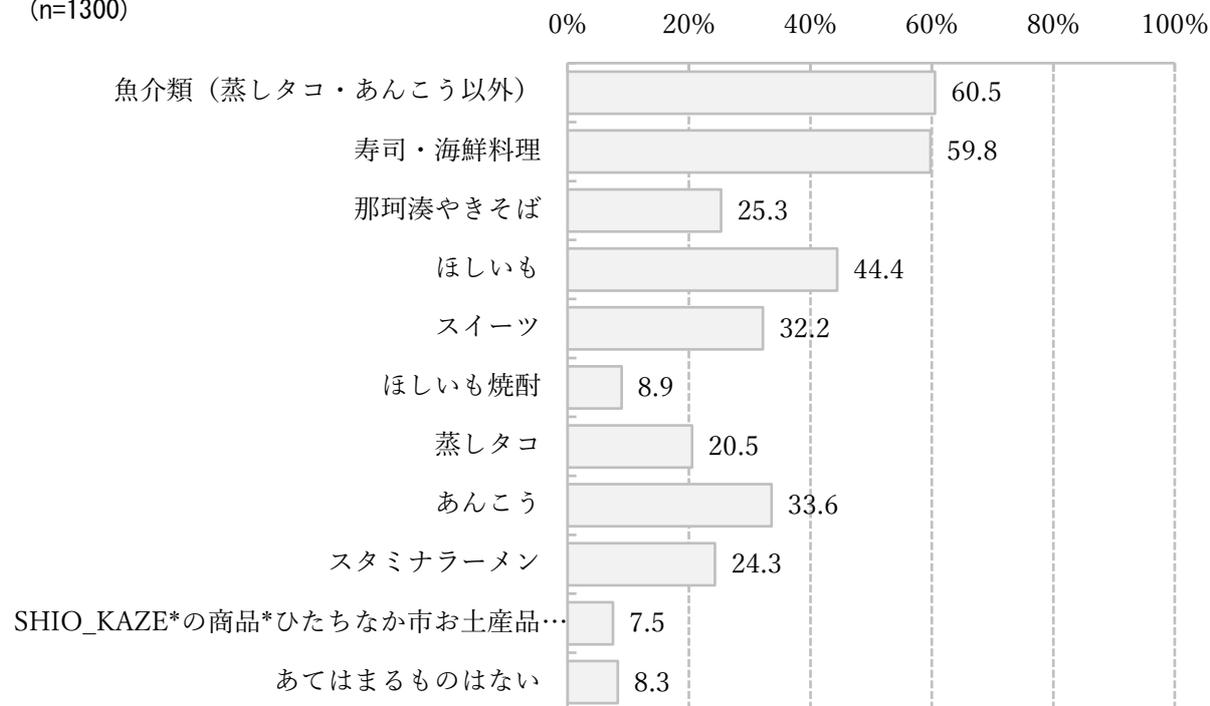


### ⑤ひたちなか市の名産品・お土産魅力度

- 魚介類、寿司・海鮮料理が6割、続いて4割の「ほしいも」が多い。

[Q5] 茨城県ひたちなか市の名産品・お土産について味わってみたいものは何ですか。（複数回答）

(n=1300)

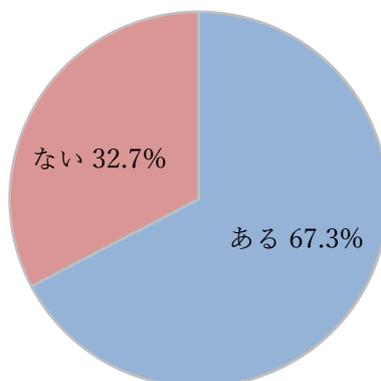


### ⑥ひたちなか市への来訪経験

- 約7割がひたちなか市へ来訪経験ありと回答。

[Q6] 茨城県ひたちなか市へ訪問したことはありますか。

(n=1300)



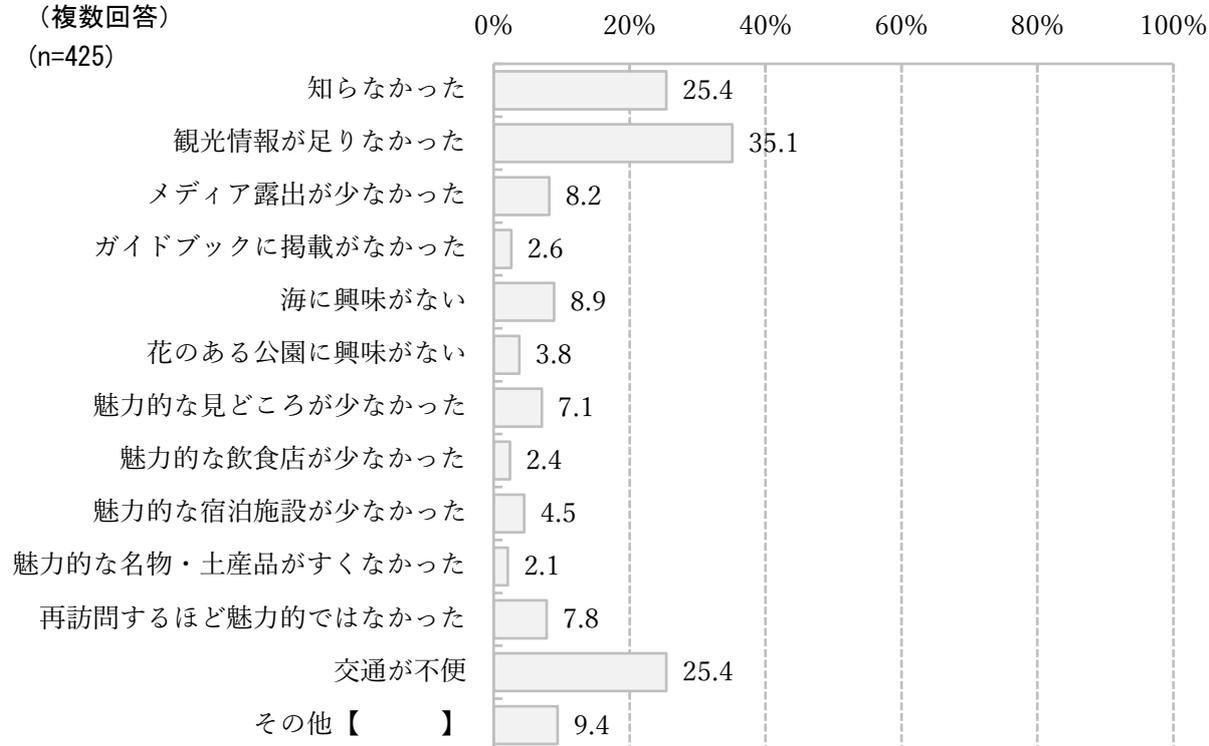
⑦ひたちなか市へ訪問しなかった理由（来訪経験なしの回答者対象）

● 知っていて来なかった理由は観光情報が足りなかった、交通が不便の順に多い。

[Q7] 茨城県ひたちなか市へ訪問しなかった理由をお答えください。

（複数回答）

(n=425)

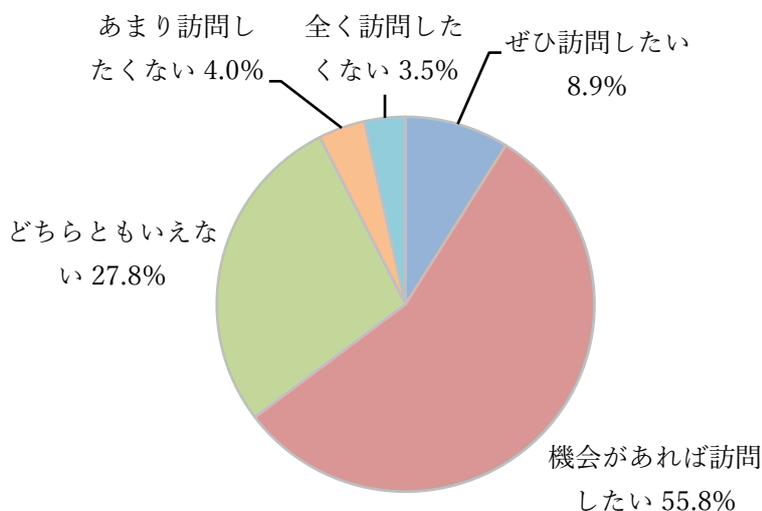


⑧ひたちなか市への来訪意向（来訪経験なしの回答者対象）

● ぜひ訪問したい、機会があれば訪問したいの合計で6割を超える。

[Q8] 茨城県ひたちなか市へ訪問したいと思いますか。

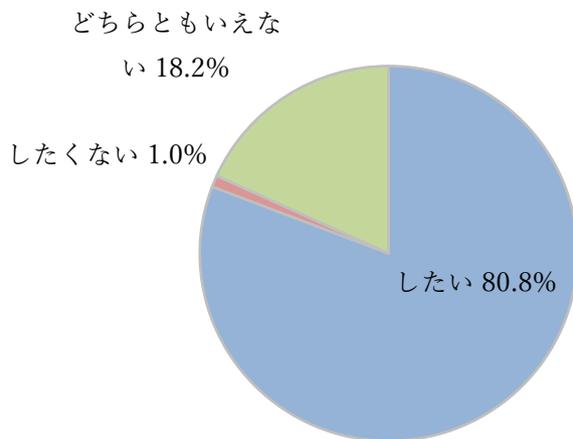
(n=425)



⑨ひたちなか市への再来訪意向（来訪経験ありの回答者対象）

● 再来訪の意向は8割がまた来たいと回答。来たくないは1%にとどまる。

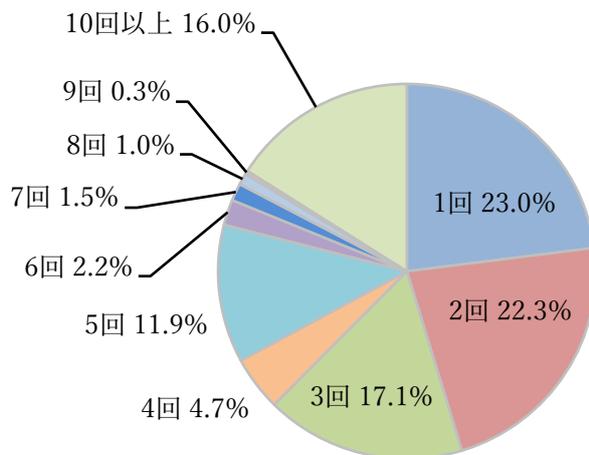
[Q9] 茨城県ひたちなか市へまた訪問したいと思いますか。  
(n=875)



⑩ひたちなか市への来訪回数（来訪経験ありの回答者対象）

● 来訪回数は2回以上のリピーターが8割近い。5回以上は3割を超える。

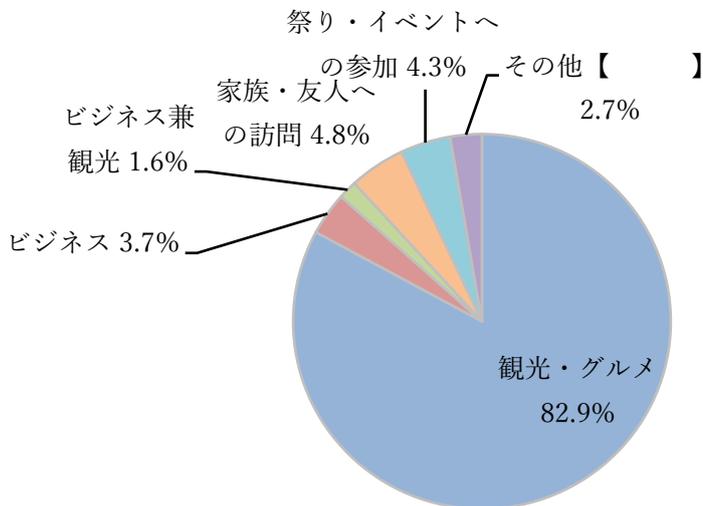
[Q10] 茨城県ひたちなか市への訪問回数をお答えください。  
(n=875)



⑪ひたちなか市への来訪目的（来訪経験ありの回答者対象）

- 来訪目的は観光・グルメが8割と大多数を占める。

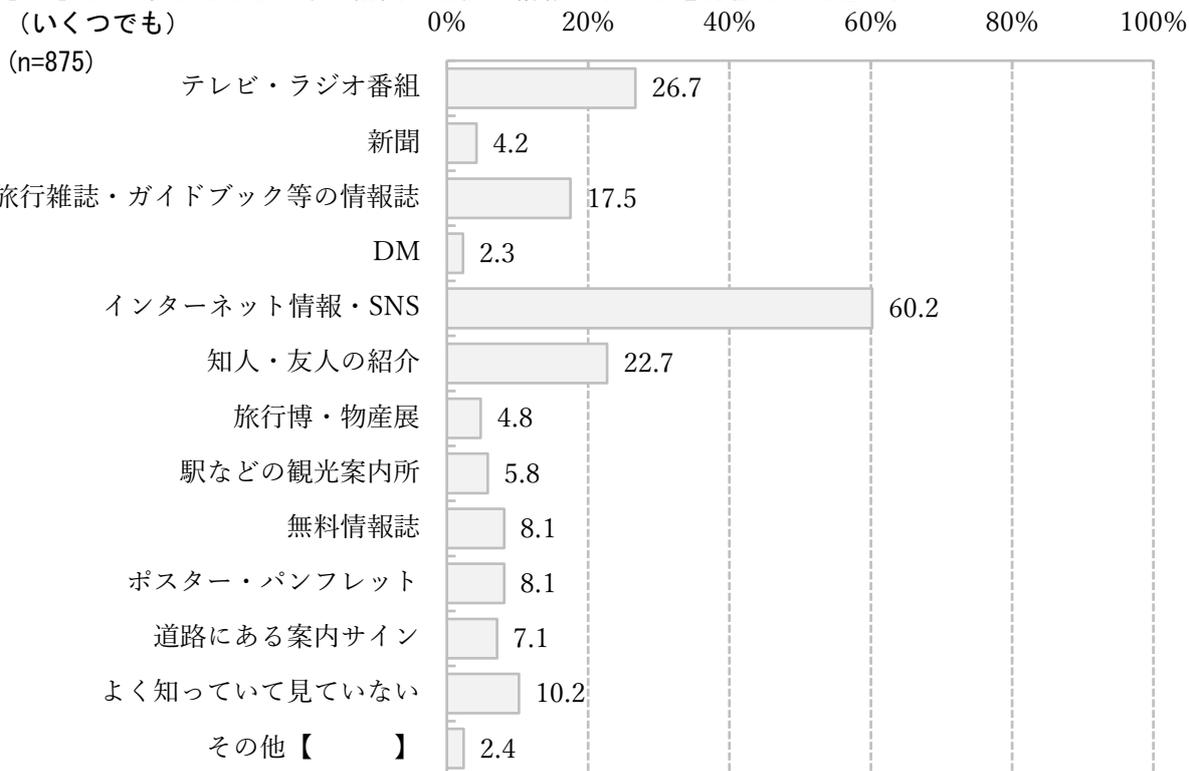
[Q12] 茨城県ひたちなか市への訪問の主な目的をお答えください。  
 ※複数回訪問したことがある方は最も頻度が多い目的をお答えください。  
 (n=875)



⑫ひたちなか市へ訪問する前の情報入手手段

- インターネットが6割と最も多く、次いでテレビ・ラジオ、口コミの順である。

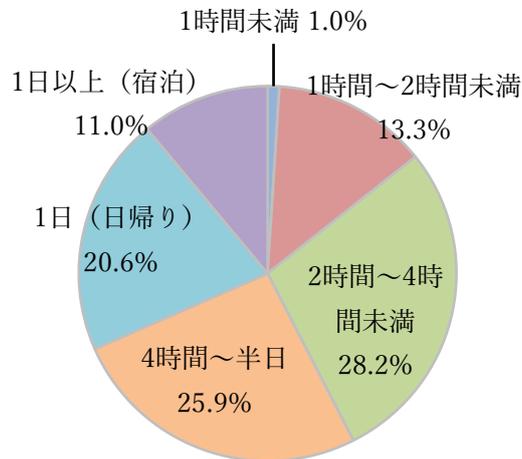
[Q13] 茨城県ひたちなか市へ訪問する前の情報入手手段をお答えください。  
 (いくつでも)



### ⑬ひたちなか市での滞在時間

● 滞在時間は2～4時間が3割と最も多く、宿泊は1割程度となっている。

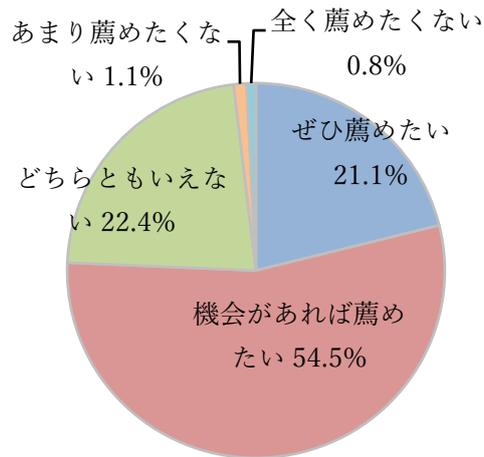
[Q14] 茨城県ひたちなか市へ訪問の際の主な滞在時間をお答えください。  
 ※複数回訪問したことがある方は最も頻度が多い滞在時間をお答えください。  
 (n=875)



### ⑭ひたちなか市の紹介意向

● ぜひ勧めたい・機会があれば勧めたいが7割。勧めたくないは2%となっている。

[Q15] 茨城県ひたちなか市を家族・友人・知人にお勧めしたいですか。  
 (n=875)

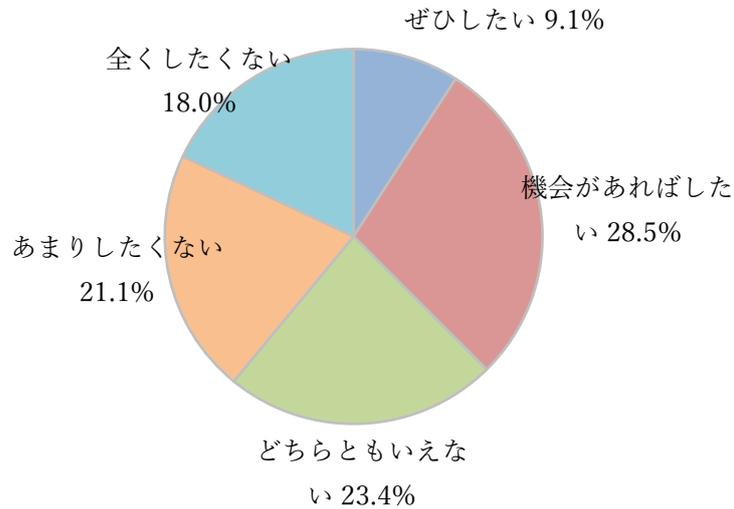


### ⑮ひたちなか市での海水浴意向

● 海水浴はしたい合計が 37.6%に対し、したくない合計が 39.1%と若干多い。

[Q16] 茨城県ひたちなか市で海水浴をしたいと思いませんか。

(n=1300)



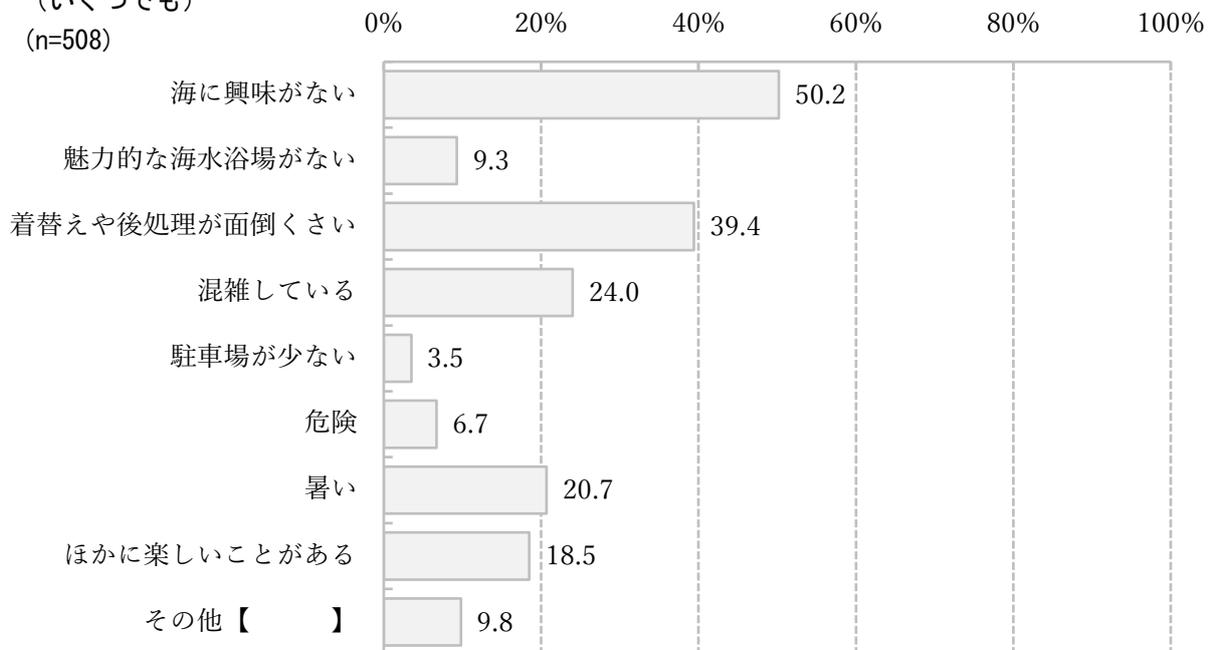
### ⑯ひたちなか市で海水浴をしたくない理由

● 海に興味がないが過半数。次いで着替え・後処理の問題、混雑の順である。

[Q17] 茨城県ひたちなか市で海水浴をしたくない理由をお答えください。

(いくつでも)

(n=508)

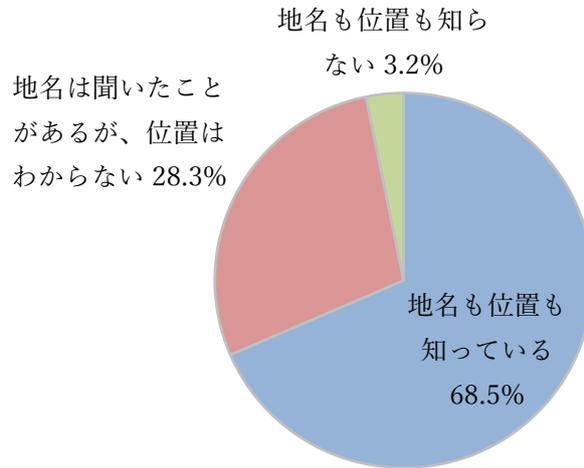


### ⑰大洗町の認知度

- 地名も位置も知っている割合は大洗町の方が高いが、地名の認知度はひたちなか市の方が高い。

[Q19] 茨城県大洗町を知っていますか。

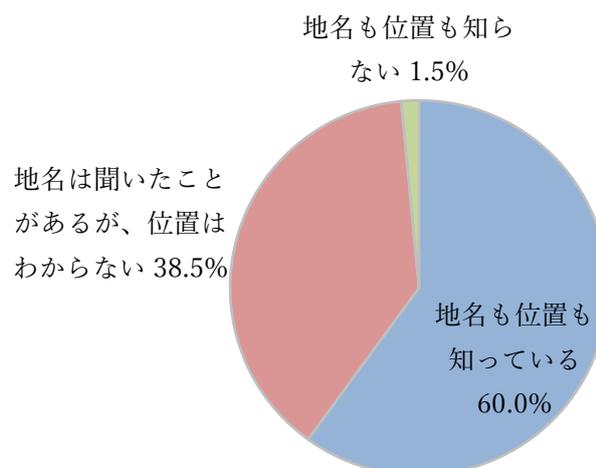
(n=1300)



### ⑱ひたちなか市の認知度（再掲）

[Q1] 茨城県ひたちなか市を知っていますか。

(n=1300)

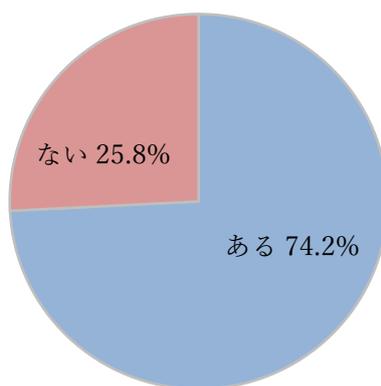


### ⑱大洗町への来訪経験

- 来訪経験は大洗町 74.2%に対しひたちなか市 67.3%と大洗町の方が高い。

[Q20] 茨城県大洗町へ訪問したことはありますか。

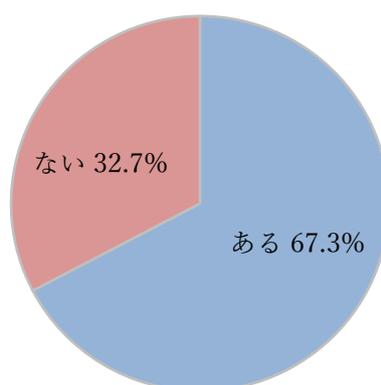
(n=1258)



### ⑳ひたちなか市への来訪経験（再掲）

[Q6] 茨城県ひたちなか市へ訪問したことはありますか。

(n=1300)

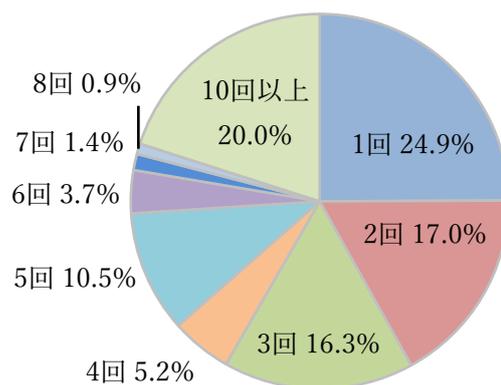


## ②①大洗町への来訪回数

- 来訪回数 1 回は大洗町の方が多く、2～3回はひたちなか市の方が多い。
- 5 回以上の合計では大洗町 36.5%に対しひたちなか市 32.9%である。

[Q21] 茨城県大洗町への訪問回数をお答えください。

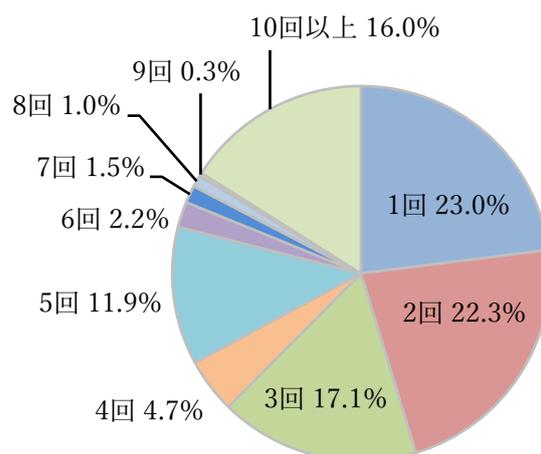
(n=934)



## ②②ひたちなか市への来訪回数（再掲）

[Q10] 茨城県ひたちなか市への訪問回数をお答えください。

(n=875)



### 3-4 ひたちなか市の観光に関する市民アンケート

ひたちなか市民を対象にしたアンケートは、以下に示す概要で実施しています。

#### 【アンケート方法・期間】

「いばらき電子申請・届出サービス」を活用し、回答の募集を行った。

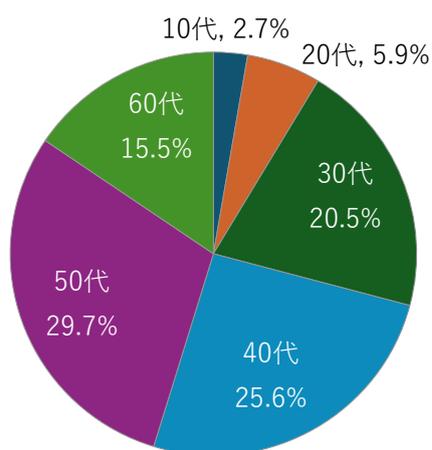
告知媒体：市報ひたちなか 4月10日号で告知・QR掲載、市公式HPや市公式LINE等で周知

募集期間：令和7年4月3日（木）～4月30日（水）

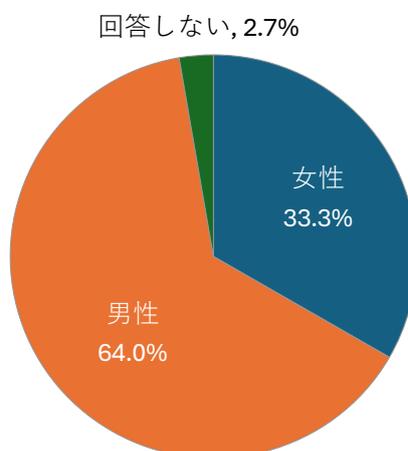
#### ①回答者の属性

- 年代は50代が3割で最多で、40代以上が7割。70代以上の回答は無かった。
- 性別は男性が6割、女性が3割である。

#### ■年代(n=219)



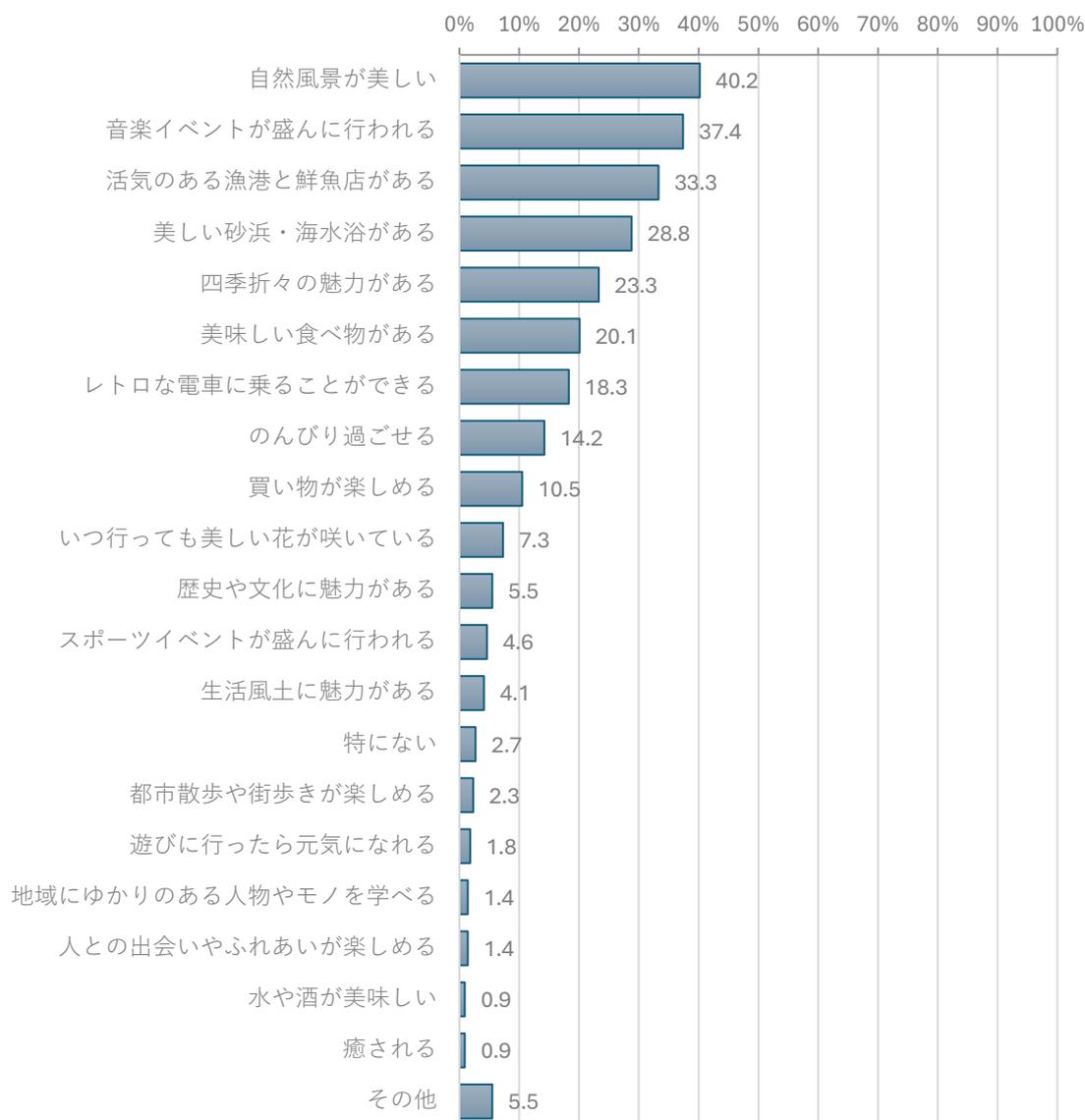
#### ■性別(n=219)



## ②ひたちなか市のイメージ

- ひたちなか市のイメージについては、「自然風景が美しい」が4割と最も多く、「美しい砂浜・海水浴がある」が3割、「四季折々の魅力がある」2割など、「自然」に関するイメージが多い。
- 次いで、「Rock in Japan Festival」や「Lucky Fes」などに代表される「音楽イベントが盛んに行われる」が4割を占めている。
- 「活気のある漁港と鮮魚店がある」3割、「美味しい食べ物がある」2割など、「食」のイメージも根強い。
- 「ひたちなか海浜鉄道」の「レトロな電車に乗ることができる」も2割と多い。

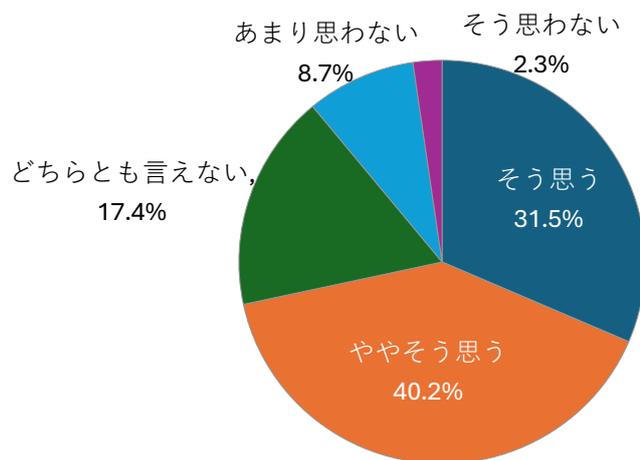
### ■ひたちなか市のイメージについて(n=219)



### ③ひたちなか市に魅力はあるか

- ひたちなか市は「魅力ある」、「見どころのある」まちだと思うかについては、「思う」、「やや思う」が7割を超える。
- 一方、「あまり思わない」、「そう思わない」は1割である。

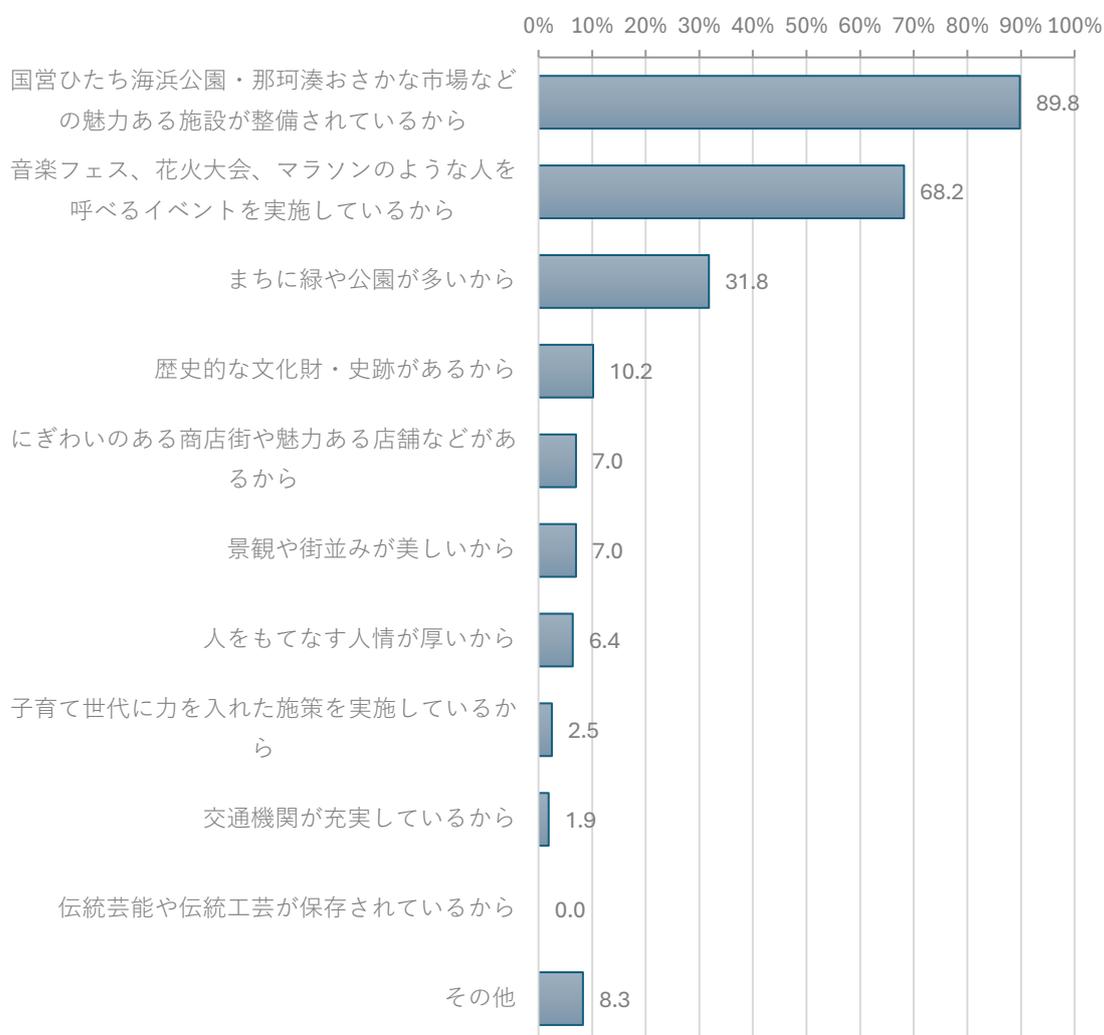
■ひたちなか市は「魅力ある」「見どころのある」まちだと思うか(n=219)



#### ④ひたちなか市に「魅力がある」と思った理由

- ひたちなか市に「魅力がある」と思った理由については、「国営ひたち海浜公園・那珂湊おさかな市場などの魅力ある施設が整備されているから」が9割である。
- 次いで「音楽フェス、花火大会、マラソンのような人を呼べるイベントを実施しているから」が7割となっている。
- 「子育て世代に力を入れた施策を実施しているから」、「交通機関が充実しているから」は僅少で、「伝統芸能や伝統工芸が保存されているから」は0である。
- 「その他」では「ほしいものがある」、「海がある」、「ひたちなか海浜鉄道」、「優良企業が多く市の経済が安定している」などの意見があった。

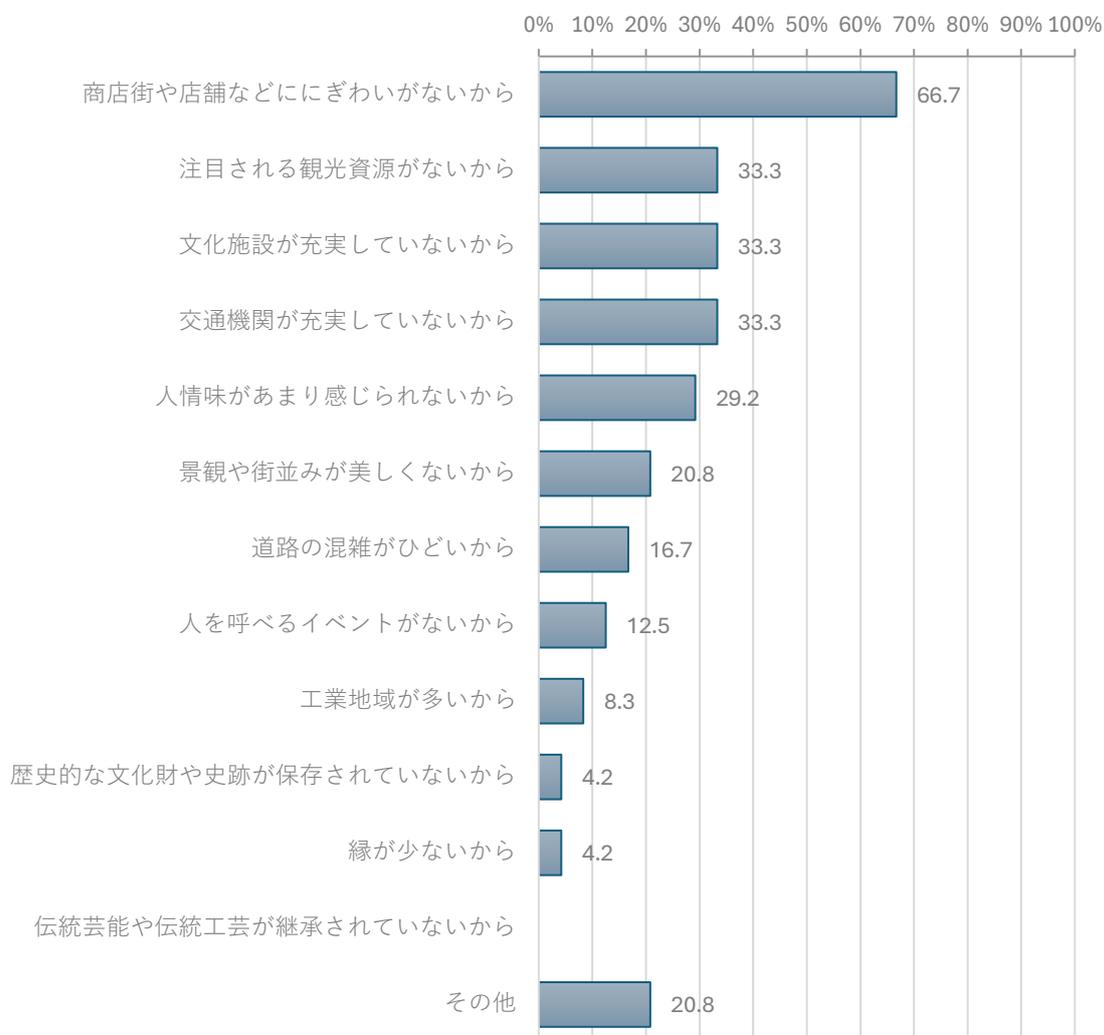
■ そう思った理由(n=157) ※「そう思う」、「ややそう思う」回答者限定



### ⑤ひたちなか市に「魅力がある」と思わなかった理由

- ひたちなか市に「魅力がある」と思わなかった理由については、「商店街や店舗ににぎわいがいいから」が7割で最も多い。
- 次いで、「注目される観光資源がないから」、「文化施設が充実していないから」、「交通機関が充実していないから」、「人情味があまり感じられないから」がそれぞれ3割を占めている。
- 「歴史的な文化財や史跡が保存されていないから」、「緑が少ないから」は僅少。
- 「その他」では、「ほしいも以外のお土産がほしい」、「地元民を大事にしていない」などの意見があった。

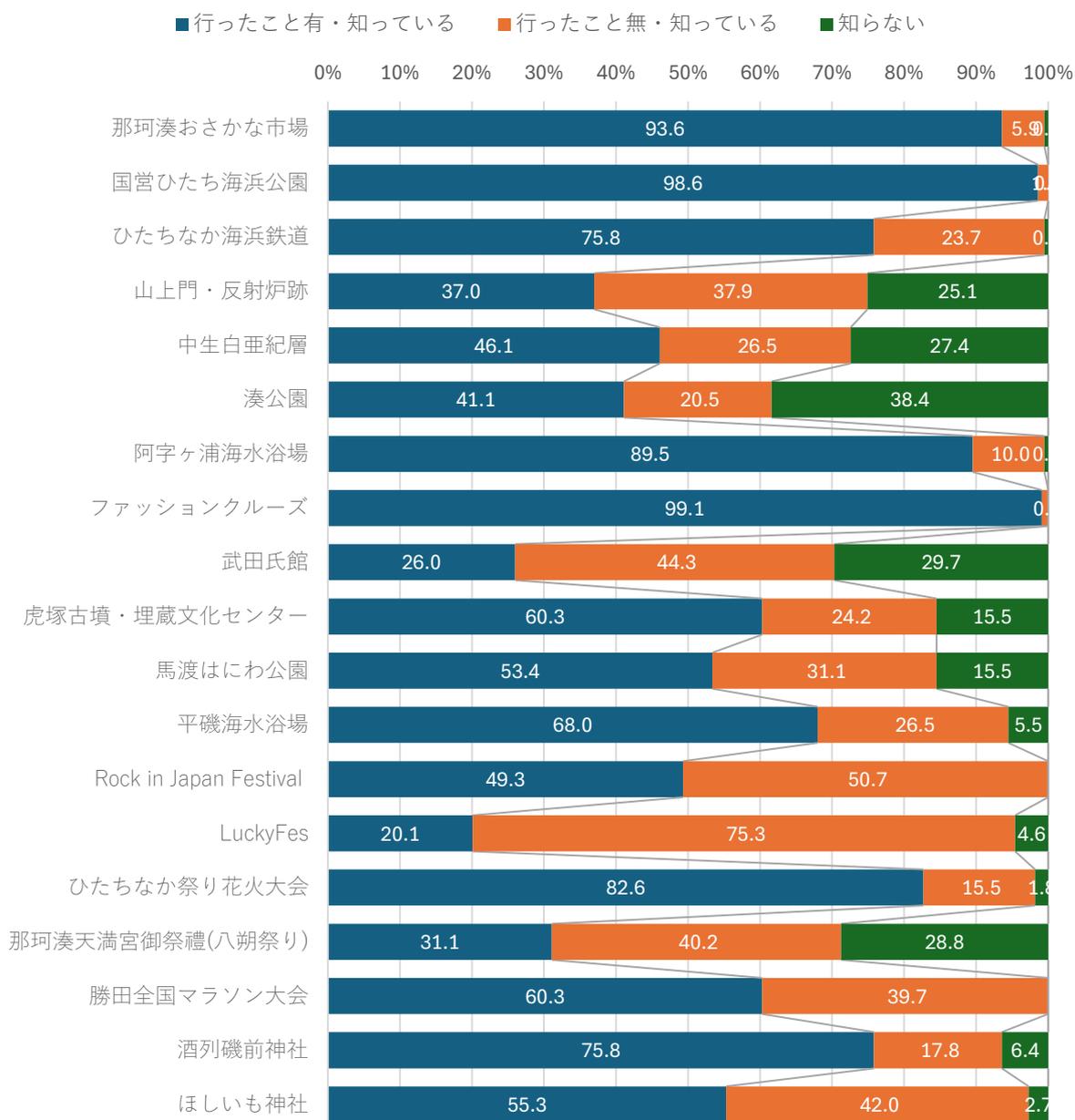
■ そう思わなかった理由(n=24) ※ 「あまり思わない」、「そう思わない」回答者限定



## ⑥ひたちなか市の地域資源についての来訪経験/認知度

- ひたちなか市の地域資源についての来訪経験及び認知度を見ると、「Rock in Japan Festival」、「勝田全国マラソン大会」の認知度は100%である。
- 「那珂湊おさかな市場」、「国営ひたち海浜公園」、「ファッションクルーズ」、「阿字ヶ浦海水浴場」は、来訪経験が9割となっている。中でも「国営ひたち海浜公園」、「ファッションクルーズ」の来訪経験は、ほぼ100%である。
- 「Lucky Fes」は、認知度が9割を超えているものの、7割が「行ったことがない」と回答している。

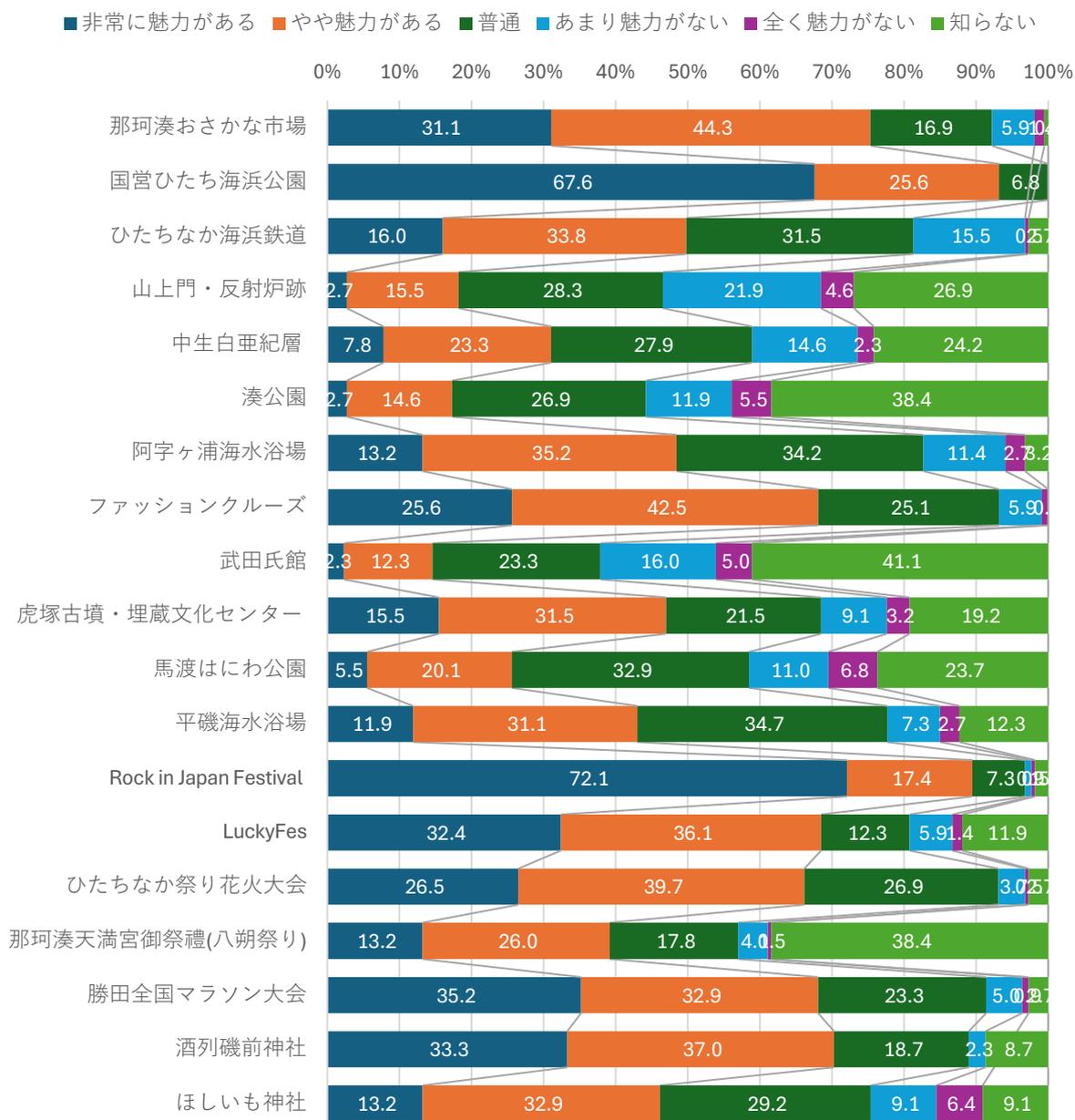
### ■ひたちなか市の地域資源について行ったことがある/知っているものは(n=219)



## ⑦ひたちなか市の地域資源についての魅力度

- ひたちなか市の地域資源についての魅力度を見ると、「Rock in Japan Festival」と「国営ひたち海浜公園」は「魅力がある」が8割を超えている。次いで、「那珂湊おさかな市場」、「ファッションクルーズ」、「Lucky Fes」の人気の高い。
- 「あまり魅力がない」、「全く魅力がない」の合計値が最も高いのは、「山上門・反射炉跡」であり、次いで「武田氏館」となっている。
- 最も認知度が低いのは「武田氏館」であり、「湊公園」、「那珂湊天満宮御祭禮（八朔祭り）」と並んで4割の市民が「知らない」と回答している。

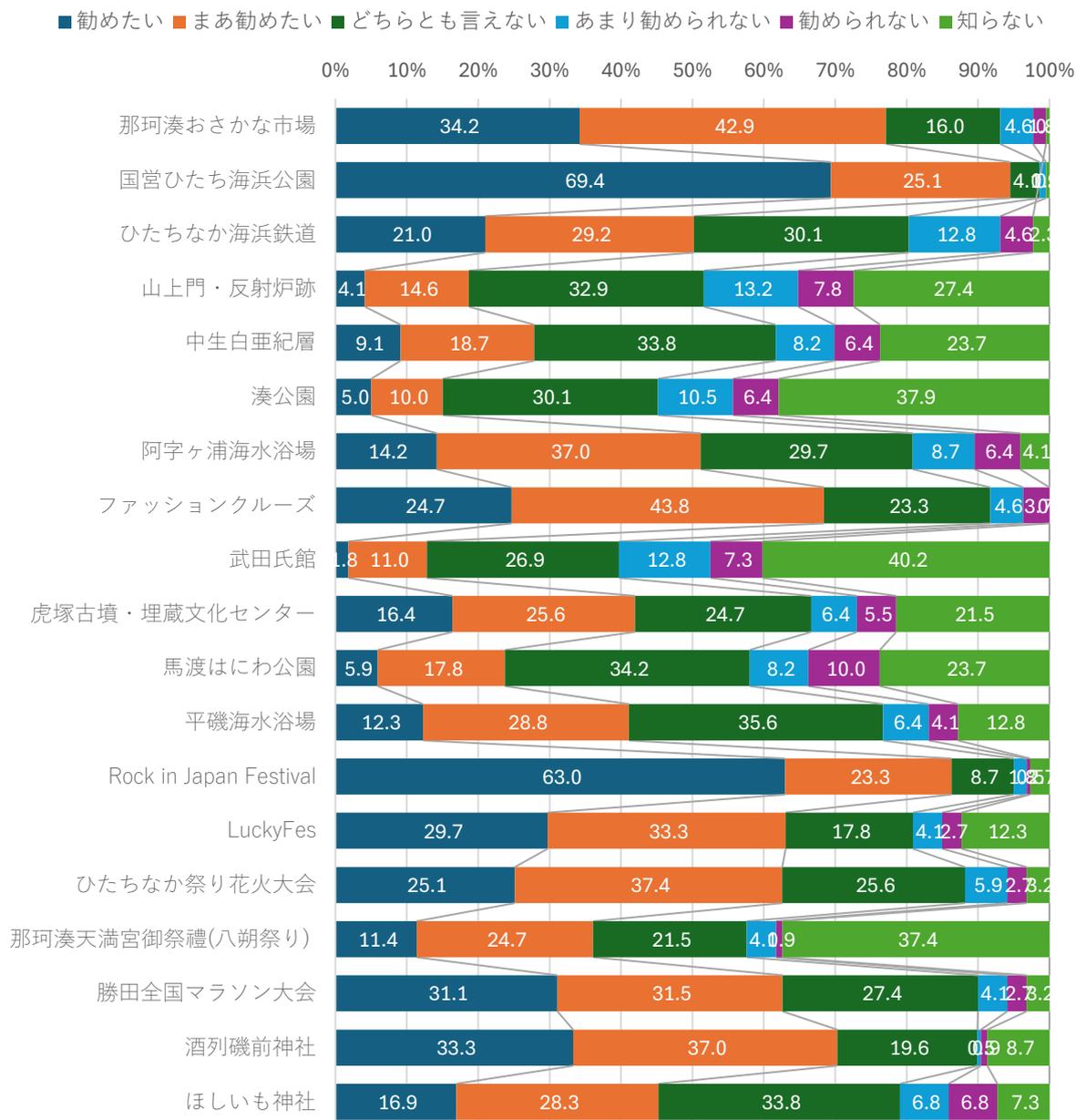
### ■ひたちなか市の地域資源についてどのくらい魅力を感じるか(n=219)



## ⑧ひたちなか市の地域資源についての紹介意向

- ひたちなか市の地域資源についての紹介意向としては、魅力度の高かった「Rock in Japan Festival」と「国営ひたち海浜公園」は紹介意向が高い。
- 一方、「武田氏館」、「山上門・反射炉跡」など、「あまり魅力がない」、「知らない」地域資源については、紹介意向は低い。

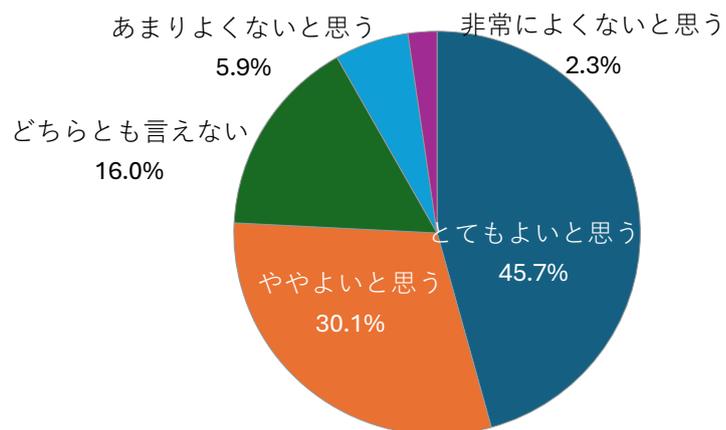
### ■ひたちなか市の地域資源について友人などに勧めたいか(n=219)



### ⑨ひたちなか市外からの観光目的の来訪者（訪日外国人含む）増加について

- 訪日外国人を含むひたちなか市外からの観光目的の来訪者が増えることについては、「とてもよいと思う」が約半数を占めており、「ややよいと思う」以上が7割を超える。
- 「あまりよくないと思う」、「非常によくないと思う」は1割に満たない。

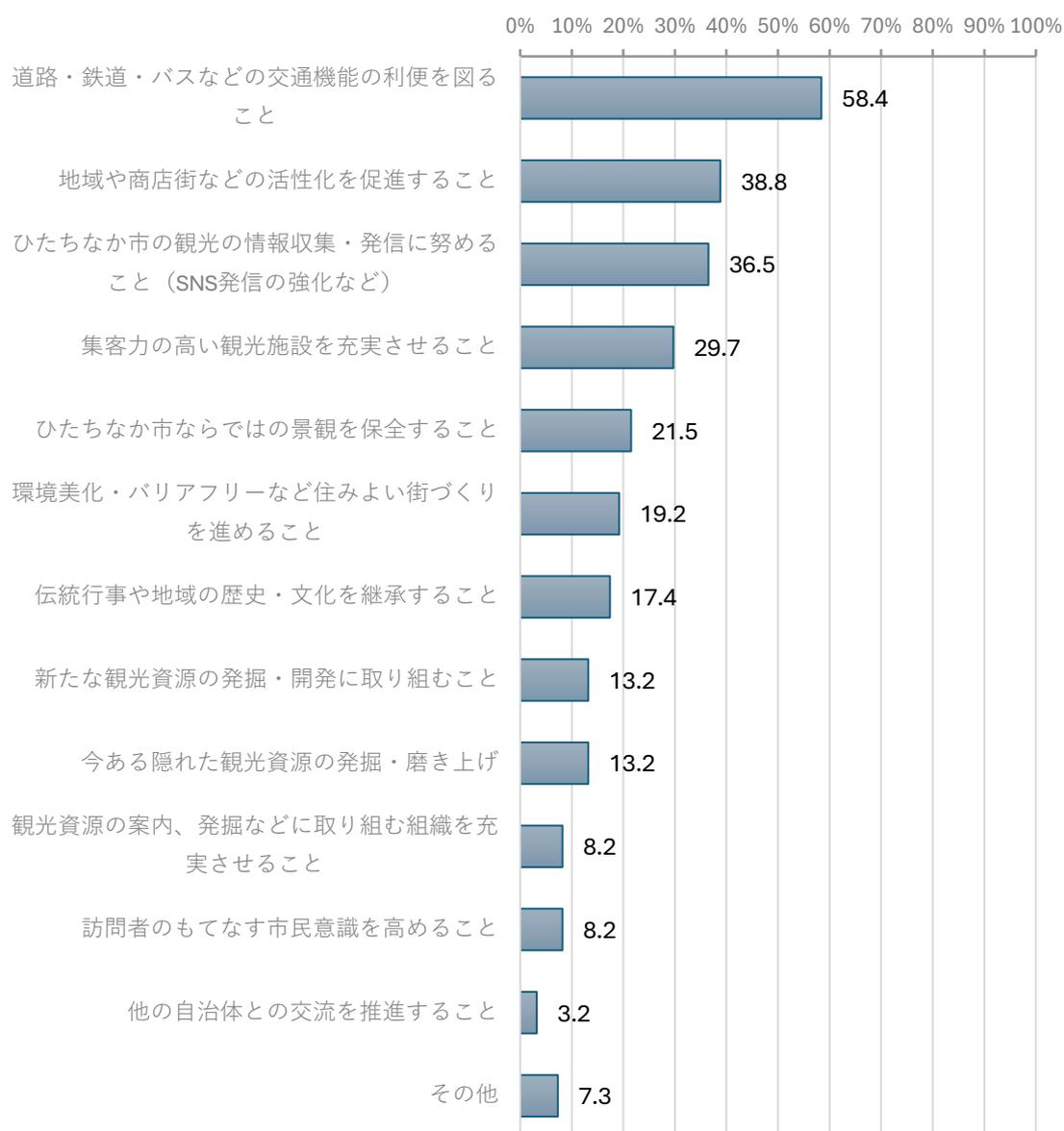
■市外からの観光目的の来訪者が増えることについてどう思うか（n=219）



## ⑩ひたちなか市の観光振興に必要なこと

- ひたちなか市の観光振興に必要なことについては、「道路・鉄道・バスなどの交通機能の利便を図ること」が6割と最も多い。
- 次いで「地域や商店街などの活性化を促進すること」、「ひたちなか市の観光の情報収集・発信に努めること（SNSの発信強化など）」が4割、「集客力の高い観光施設を充実させること」が3割の順となっている。
- 「他の自治体との交流を推進すること」は3%と最も低い。

### ■ひたちなか市の観光を振興する上で何が必要と考えるか（n=219）



### 3-5 関係者ヒアリング

#### 1) ご協力いただいた組織・団体

ひたちなか市内の観光関係者に対するヒアリングは、16の組織・団体を対象に実施しています。ヒアリング結果の要約を、以下に整理します。

- ①ひたちなか海浜鉄道(株) / ②大扇旅館 (勝田ホテル旅館組合・観光協会)
- ③(一社)ひたちなか青年会議所 / ④マンシュウヤ・イバフォルニアベース(アジラボ)
- ⑤茨城交通(株)水戸オフィス運輸部勝田営業所
- ⑥菓子工房 SAKABA (SHIO\_KAZE 商品開発販売店)
- ⑦JA 常陸 (長砂ファーマーズマーケットこすな)
- ⑧国交省国営常陸海浜公園事務所 / ⑨ひたちなか市観光協会
- ⑩(株)常陸サンライズパーク / ⑪春日ホテル (那珂湊地区観光協会)
- ⑫(一財)ひたち公園管理センター / ⑬(株)マレタラッサ (那珂湊おさかな市場)
- ⑭ホテルクリスタルパレス(長寿荘) (勝田ホテル旅館組合・観光協会)
- ⑮阿字ヶ浦天然温泉のぞみ / ⑯ひたちなかまちづくり株式会社

#### 2) ヒアリングで得た意見・アイデア

- ・地域が発展するには、異なる視点を持ちつつも大局的にものごとを見られ、地域の方向を同一にする人々が集まり、自由に意見を交換する場が必要である。
- ・ひたちなかの観光の将来について、自由に意見を交換できる場が必要((仮称) ひたちなかファンクラブ)。堅い会議ではなくファンクラブ的な集まりで、地域の美味しいものを楽しみながら交流したり、SNSのグループでオンラインでの意見交換をするような、日常的な連携を行える機会の創出が効果的。
- ・観光振興には行政の各課や地域団体が連携し、横断的な取り組みを行う必要がある。
- ・ひたちなか海浜鉄道としては、今後は他業種との横のつながり・連携を図ることで事業の幅を拡げ、地域に波及するプロジェクトを展開することで地域活性化により貢献していきたい。
- ・イベント等でのひたちなか観光のアピールや、観光教育等で市民の認識を変えていくことも必要である。また、観光を市民にとって身近なものにするために「まちめぐりイベント」の活用なども良いかと思う。
- ・(一財)ひたち公園管理センターが核となり、官民協働の「ひたちなかエリア観光推進協議会」を運営し、2か月に1度程度会議を開催している。等



#### 1. ひたちなか観光の推進体制の強化(自分事と捉えた推進体制づくり)

- ・SDGsの観点、また交通分散による混雑緩和の観点からも、これからも引き続きひたちなか海浜鉄道の役割は大きい。
- ・ひたちなか海浜鉄道の延伸実現の際には、那珂湊おさかな市場としてもぜひ、鉄道利用推進のPRをしていきたい。「〇〇駅を降りて〇〇しよう」といった形でワクワク感を伝えていきたい。
- ・渋滞緩和のために、パークアンドライドの導入、駐車場の適正配置、駐車場の予約制導入、バスの無料運行等による回遊性の向上が求められる。
- ・白亜紀層のあたりは海と地層の形の景観が希少であり、おさかな市場とひたち海浜公園の間にあるので、駐車場と、千葉の稲毛海岸のウッドデッキ・栈橋のような整備をして魅力を高めれば周遊につながるのではないかな。
- ・富士吉田市に「新世界乾杯通り」という飲食店街があり人気を博している。このように、通りやスポットに魅力的な名前を付け、場所の雰囲気や魅力を直感的に伝えてみてはどうか（例：シーサイド通り、サンセット通り、ナポリサンライズ通りなど）
- ・日曜日に勝田駅周辺に来てても閉店している店が多い。回遊促進の効果を高めるためには観光客の行動を意識した飲食・購買のチャンスを確保する取組みも必要である。
- ・シェアサイクルの導入により、交通渋滞の緩和や地域住民の利便性向上を目指す。
- ・ひたちなか市内の隠れた名飲食店の「干し芋メニュー」を食べて巡り、最後に「ほしいも神社」に寄って「ほしいものが叶う」というようなストーリー性のある周遊コンテンツがあると面白いのではないかな。
- ・観光周遊を促進するためには、市内の要所に駐車場やトイレ、自転車の利用などのインフラ整備も必要。
- ・市内周遊も重要だが、茨城県の「ひたちなか大洗リゾート構想」のように、広域での連携、市域を越えた連携が実現すると効果がさらに高まる。



## 2. ネットワーク型・回遊型のひたちなか観光の推進

- ・地域住民にとってはあたりまえの地域の観光資源を外からの視点（県外から移住3年未満程度の人等）で発掘し、磨き上げることが重要である。
- ・SHIO\_KAZE商品のように、土産品開発の際に、デザイナーと協力して商品をブラッシュアップし魅力を向上させると良い。
- ・特産苺「バインベリー」は完熟取りをするので輸送に向かず、地元の直売所や市場での流通に限られているのを逆にとり、ここでしか食べられないものとして誘客する。
- ・ひたち海浜公園では、冬季の来訪者増加のため「アイスチューリップ」の植栽、「ドッグラン」の試験設置などを行っている。季節ごとに異なる魅力を提供し、年間を通じた誘客を行いたい。

- ・ひたち海浜公園でのパーク PFI の導入検討：民間事業者の参入を促し、砂丘エリアでのカフェや宿泊施設（キャンピング・グランピング）の導入を検討している。ライトアップやバーベキューなどで滞在時間を延ばし、宿泊につなげる取り組みを検討している。
- ・ひたち海浜公園では、周辺の宿泊需要の創出と、来園者に特別感を提供するため、早朝のコキアやネモフィラを鑑賞できる早期開園イベントが実施されている。
- ・滞在時間延長・消費増加のため、駅前の屋台村や温浴施設の設置が望ましい。金沢や帯広の成功事例を参考に、地域の食材を活かした屋台村を設置し、若手飲食店経営者の育成を図る取り組みを検討してはどうか。
- ・お土産を購入できる場所や子どもが遊べる場所の不足が課題。子どもが楽しめるコンテンツが重要「地曳網イベント×お宝さがし」の継続開催など。
- ・近年人気の SUP を地域の観光資源として活用し、SUP の聖地化を目指したい。
- ・釣りを観光資源として活用するために、安全で合法的な釣り場の整備を行う。
- ・観光客の滞在時間を延ばすために、夕日や朝日を楽しむスポット(ひたち海浜公園の閉園時間の延長、湊公園の高台等)を整備し、宿泊需要を高めるのが効果的ではないか。
- ・町内や神社の協力を得て「八朔祭り（那珂湊天満宮御祭禮）」で夜間、観光客が曳ける山車を用意できれば、宿泊にもつながるのではないか。
- ・夜間に楽しめるものが少ないので、夜型イベントの開催は望ましい。
- ・那珂湊の湊公園などの地元の観光資源を活用し、子どもが楽しめる場所を設けることができれば、家族連れの誘客につながる。
- ・湊公園でドッグラン、キャンプなどができれば需要があるのではないか。
- ・雨の日に訪れる場所が限られているため、屋内施設の充実が求められる。 等



### 3. 誘客力のある観光コンテンツの創出・充実

- ・ひたちなか鉄道延伸実現の際には、春と秋を中心に、オーバーツーリズムへの備えが必要であると考えている。
- ・阿字ヶ浦地区の駐車場の整備、トイレや案内板、公衆 Wi-Fi の整備など、観光インフラの改善が必要。
- ・津波などの災害時の緊急避難で観光客を安全な場所にどう誘導するかは重要な問題である。
- ・ひたち海浜公園では、繁忙期の混雑を緩和するために、開園時間を早めるなどの対策を考えている。
- ・観光地や宿泊施設のバリアフリー化が進んでいないため、障がい者や外国人観光客への対応が課題。特に高齢化が進む中で、英語対応が難しい施設が多い(バリアフリーに対応できている宿泊施設は、ウェブサイトやパンフレットで表示していく予定である)。

- ・ひたち海浜公園周辺にやしの木やデザインフラッグ等を配置し、景観を改善し、訪れる人々にワクワク感を与えることが重要である。
- ・那珂湊おさかな市場の駐車場不足問題は大きな課題である。現状、魚市場の駐車可能台数は臨時を含めて300台程度だが、さらに100台増やせれば、混雑緩和につながるのではないか。
- ・那珂湊地区では宿泊施設が減少しており、不足している。湊公園でキャンプなどできればよいのではないか。
- ・ひたちなか港は、クルーズの寄港地になっているが、周辺は工業施設が多く、殺風景である。寄港を歓迎する雰囲気を出せないか。等



#### 4. 受け入れ環境が充実したひたちなか観光の推進

- ・他県に出て「ひたちなかから来た」と言うと「ロックのまち」という印象が強い。
- ・TEENS ROCKの広報が不十分で、全国的な認知度向上が必要とされている。プロの広告代理店と協力することで改善するのではないか。
- ・音楽イベントができる屋内施設や屋外ステージの設置を提案し、音楽のまちとしてのイメージを強化したい。
- ・観光情報の発信が不足している。また、行政と観光協会のホームページが両方存在しており、再編や改善が必要と考えられる。
- ・行政のPR活動には感謝しているが、一過性ではなく継続的なサポートを求めたい。
- ・Instagram「#イイじゃんひたちなか」アカウントは約2.5万人のフォロワーを持ち、活発に運用されている。特に体験型観光のPRとして効果的と思う。
- ・農業の発信力をもっと強化したい。ほし芋という非常に強力な特産品があるのに「ほし芋=茨城県」という先行イメージ(認識)があるかもしれないが「ひたちなか市」としてのPRが十分に届いていないと思う。ほし芋を地域の特産品としてもっと活用し、観光資源として売り出すと良い。
- ・ひたちなか市の魅力は「人」があたたかく人間味があることだと思う。当地の魅力としてPRできるとよいのではないか。
- ・阿字ヶ浦地区におけるブルーフラッグ認証\*の取得、インターナショナルスタンダードのリゾートホテルを誘致することで、観光地としてのブランド力と格をあげて、世界に向けて「日本に茨城あり・ひたちなかあり」とPRするとよいのではないか。
- ・ひたち海浜公園はもともと日本陸軍の飛行場があった場所であり、戦後は米軍に接收され、その後公園として整備された。平和の象徴としての役割も担っている。歴史的背景をもっとPRしていくと良い。等



#### 5. 情報発信強化によるひたちなか観光のアピール戦略の展開

- ・色々な組合の仕事がボランティアになりがちなので、稼ぐ仕組みが必要である。
- ・冬に観光客を呼ぶことは費用対効果が低く、無理があると感じている。春や秋に稼働を増やす方法を考えることが現実的・効果的ではないか。
- ・ひたち海浜公園プレジャーガーデンでは、少子化に対応するため、ターゲットをこれまでより少し上の中高生や、シルバー世代にまで広げる必要がある。
- ・地域への経済効果を高めるため、広大な土地を利用した、サッカー大会などのイベントの誘致を継続していきたい。
- ・観光協会が海水浴場の駐車場と監視員の運営を受託しているが負担が大きくなってきている。海水浴需要が減少しており、運営体制の見直しや新たな活用が求められる
- ・SHIO\_KAZE プロジェクトによる新商品の開発を行う（継続）。廃棄されていた素材のアップサイクルの取り組みなど、他の事業者とのコラボレーションが今後とも重要。 等



## 6. 観光地域経営の展開－マーケティングに基づく観光推進の継続的評価

- ・地域のことを知って初めてお客さまによりそうことができるという観点から、社内のスタッフに観光、歴史文化を学ぶ研修を行っていた。
- ・ひたちなかファンクラブ（仮称）のゆるやかな連携【再掲】：ひたちなかの観光の未来について自由に意見を交換できる場が必要。
- ・地魚を地元の人にもっと知って、食べてほしい。給食に使うなど、子どもの頃から親しんでもらう「食育」のような形にできれば、「観光」のもとになるのではないか。
- ・観光教育等で市民の認識を変えていく事も重要と考える【再掲】。
- ・人気を得た「はにわ」のカプセルトイプロジェクトは高校生のアイデアがもと。
- ・地域の食材を活かした屋台村を設置し、若手飲食店経営者の育成を図る(金沢や帯広などの成功事例)ことが望ましい。【再掲】
- ・海の家新規参入の促進：海の家事業者が独占状態であるため、新しい事業者が参入しやすい環境を整備や、高齢化する経営者の後継者が問題を解決する。
- ・世代間交流の促進：みなと公園近くの施設を活用し、子どもから高齢者までが交流できる場を提供する。 等



## 7. 長期的な人材育成－観光に関わる仲間づくりの展開

## 4. プロジェクトの検討

これまで整理してきた5つの調査の結果から、ひたちなか市で推進していく7つの観光戦略案と、それぞれの対応方向を以下に示します。

### **戦略1** ひたちなか観光の推進体制の強化(自分事と捉えた推進体制づくり)

#### **対応方向① 観光の将来を語りあう・交流の場・ファンクラブコミュニティの形成**

- 多様な視点を持ち、大局的に物事を見られる人々が集まり、自由に意見を交換する機会を設け、根気強く継続する。
- 堅い会議ではなく「ひたちなかファンクラブ（仮称）」のようなゆるい連携の形で、お互いの活動を支えあえるような関係づくりを促す。
- 趣味でつながるようなゆるやかな組織からはじめて仲間づくりへとつなげる
- 地域の美味しいものを楽しんだり、各自の取組みの紹介をしあえるような「たまり場」のような環境づくりを市内全域で行う。
- SNS グループでの交流のような、日常的な連携を行える機会を創出する。
- 漁業コミュニティの崩壊といった形での危機感をあおり、都市部からのサポーターをつくる。  
など

#### **対応方向② 行政・地域・企業が一体となった、観光を自分事と捉えた基盤・仕組 (プラットフォーム)づくり**

- 行政の各課や地域団体が連携し、横断的な取り組みを行う。
- 他業種との横のつながり・連携を図ることで事業の幅を拡げ、地域に波及するプロジェクトを展開する。
- 官民協働の「ひたちなかエリア観光推進協議会」を継続開催する。
- 地域のまちづくり会社等を行政の新人研修の場として活用することで、まちづくりの現場でのマンパワー不足と、取組みへの理解の深化を図る。 など

#### **対応方向③ 地域を誇りに思い観光を身近に感じる市民意識の醸成**

- 市民向けにひたちなか観光のアピールをするとともに、観光教育等で子どものころから、「観光を自分ごとと捉える」意識づけをしていく。
- 子どもへの「ふるさと教育」を行うことで、長期的なスパンで、ひたちなか市が大好きで、地域を誇りに思う市民を増やす。
- 観光を市民にとって身近なものにする市民対象の「まちめぐりイベント」を実施する。
- 地元の野菜や地魚を取り入れた「食事イベント」を開催し、市民にも地域ならではの食体験を楽しんでもらいたい。
- 市民が自主的に運営し50年以上続く「ひたちなかまつり」や「勝田

TAMARIBA 横丁」などを継続開催することで、地域の連携強化、地域への誇り醸成を促す。 など

## **戦略2** ネットワーク型・回遊型のひたちなか観光の推進

### **対応方向① ひたちなか海浜鉄道を軸とした快適で楽しい回遊環境の整備**

- SDGs、交通分散による混雑緩和、時間通りの周遊、お酒が飲めるなどの利点を活かし「ひたちなか海浜鉄道」を軸とした観光まちづくりを展開する。
- ひたちなか海浜鉄道を支える有志団体「ひたちなか鉄道応援団」の活動を継続し、鉄道ファン、メディアへの効果的な情報発信を行う。
- ひたちなか海浜鉄道延伸実現を契機に、那珂湊おさかな市場と連携し、鉄道利用推進のPRを強化する。
- パークアンドライドの導入、駐車場の適正配置・予約制導入、バスの無料運行等により回遊性の向上を図る。
- 混雑緩和及び、地域住民の利便性向上も視野にシェアサイクルの導入を検討する。
- 市内の要所に駐車場やトイレ、自転車駐輪場などのインフラ整備を行う。
- 飲食・購買のチャンスを確認するような体制を整える。
- 海沿いの狭い道を拡幅し大型バスでの回遊を可能にすることで、新たなルートでの周遊を促す。 など

### **対応方向② 景観やストーリー性を活かした 巡りたくなる地域資源の磨き上げ**

- テーマに基づいて地域を周遊し最後に「ほしいも神社」で「ほしいものが叶う」など、ストーリー性のある周遊コンテンツを開発する。
- 「ほしいも神社」のような目玉となる新しいスポットをつくる。
- 阿字ヶ浦地区をはじめとして、歴史的価値のあるスポットを設置する。
- 白亜紀層周辺の海の希少な景観を活かし、駐車場やウッドデッキ・栈橋等の整備をすることで来訪を促す。
- 通りやスポットに魅力的な名前を付け、場所の雰囲気や魅力を直感的に伝える。 など

### **対応方向③ 「ひたちなか・大洗エリア」など市域を超えた広域連携の推進**

- 茨城県の「ひたちなか大洗リゾート構想」のように、市域を超えた連携を推進することで共存共栄を目指す。
- オーバーツーリズム対策として、一市町村単位で対策を考えるのではなく広域で備える。
- 北関東の植物園の連携「北関東フラワーパークライン」のように、広域の連携による、「ガーデンツーリズム」の推進を図り、魅力的な体験や交流を創出する。 など

### **戦略3 誘客力のある観光コンテンツの創出・充実**

#### **対応方向① 外からの視点を活かした観光資源の磨き上げ**

- 地域住民にとってはあたりまえの地域資源を外からの視点で発掘し磨き上げる。
- SHIO\_KAZE 商品のように、デザイナーと協力して商品をブラッシュアップする。
- 流通に不向きな特産苺「バインベリー」を「ここでしか食べられないもの」として誘客に活用する。
- 脱・決まりごとの自由な発想で、海の新しい活用（例：火気 ok、焚き火、ビーチヨガ等）を検討していく。
- 阿字ヶ浦地区などの海で人気の「SUP」を地域の観光資源として盛り上げ、「SUPの聖地化」を目指す。
- 釣りを観光資源として活用するために、安全で合法的な釣り環境の整備を行う。
- 最大の魅力を、ひたちなか市民の人柄と捉え「▲▲さんに会いに出かけるひたちなか観光」という展開を目指す。 など

#### **対応方向② 夜間や雨の日でも楽しめる 長く滞在したくなるコンテンツの充実**

- 夕日や朝日を楽しむスポットを整備し、宿泊需要を高める。
- 夜間の「八朔祭り（那珂湊天満宮御祭禮）」に、観光客が曳ける山車を用意するなど、参加型の祭りとすることで宿泊につなげる。
- 夜型イベントの開催を行う。
- 勝田駅前に屋台村や温浴施設の設置を検討する。屋台村は地域の食材を活かした店舗とし、地元若手飲食店経営者の育成も兼ねることができると望ましい。
- 雨の日にも楽しめる場所が限られているため、屋内施設・イベントの充実を図る。
- 国営ひたち海浜公園で検討中のパーク PFI の導入を促し、ことで滞在時間を延ばし、宿泊につなげる取り組みの検討を継続する。
- 阿字ヶ浦地区の温浴施設等で、「朝ヨガ」など取り入れ「健康」と「癒し」をテーマに健康志向のプログラムを実施する。
- 観光客の滞在時間を延ばすため、勝田エリアにおいて夜の「TA・MA・RI・BA 横丁」の開催を検討する。 など

#### **対応方向③ 四季を通じて楽しめる 季節ごとの魅力を活かした誘客戦略**

- 既にある観光体験プログラムを「四季」×「時刻(朝・昼・夕方と夜)」×「天候」とに分割して整理し、より幅広い展開へとつなげていく。
- 国営ひたち海浜公園の冬季「アイスチューリップ」、「ドッグラン」の試験設

置など、季節ごとに異なる魅力を提供し、年間を通じた誘客を行う。

- 季節ごとに異なった魅力を打ち出し「一度に全てを体験・見られないようにする」ことで再来訪を促す。
- 国営ひたち海浜公園で、来園者に特別感を提供するために行われている、早朝のコキアやネモフィラを鑑賞できる「早期開園イベント」を継続実施する。
- 季節に関わらず子どもたちが楽しめる「遊び場」の開設や、「地曳網イベント×お宝さがし」などの開催を継続する。
- 季節を問わず、お土産を購入できる場所の充実を図る。
- 阿字ヶ浦地区において検討されている、海風で外気浴が楽しめる「砂浜サウナ」などの新しい取り組みを行い、冬でも人が来るきっかけを仕掛ける。  
など

#### **戦略4** 受け入れ環境が充実したひたちなか観光の推進

##### **対応方向① 快適で安全・安心・ユニバーサルな受け入れ環境整備**

- 人的サービスの機能と観光インフラの機能整備の観点から、ユニバーサル対応の観光のワンストップ窓口の創設を検討する。
- 地元住民の協力を得ながら、地元の人にも親しみやすく、役にたつようなまちの案内人・観光ガイドの充実を図る。
- ひたちなか海浜鉄道延伸実現を見越し、春期、秋期を中心にオーバーツーリズムに備える。
- 阿字ヶ浦地区の駐車場の整備、トイレや案内板、公衆 Wi-Fi の整備など、観光インフラの改善を行う。
- 津波などの災害時の緊急避難で観光客をどう安全な場所に誘導するかについて、平時から備えておく。
- 那珂湊おさかな市場の駐車場不足問題を解消するため、駐車場の増設を検討し、周辺の混雑緩和につなげる。
- 宿泊施設が減少し、不足している那珂湊地区における供給増の対策として、湊公園でのキャンプの実施などを検討する。
- 観光地や宿泊施設において、障がい者や外国人観光客へ配慮したバリアフリー化を推進し、対応施設については、ウェブサイトやパンフレットに表示して紹介する。
- インバウンド翻訳機の整備や、困りごとのある外国人旅行者が立ち寄れる「こども 110 番」の外国人版のような取り組み等、受入体制の強化を検討する。
- 混雑が集中する時季には、市の公式 SNS からリアルタイムの「道路混雑状況」を発信する。  
など

## 対応方向② おもてなしとワクワク感を演出する景観整備

- 国営ひたち海浜公園周辺に、やしの木やデザインフラッグ等を配置し、訪れる人々にワクワク感を与える景観整備を行う。
- クルーズの寄港地となっている、工業施設が多い「ひたちなか港」周辺において、クルーズ船の寄港を歓迎する雰囲気の演出を行う。

## **戦略5** 情報発信強化によるひたちなか観光のアピール戦略の展開

### 対応方向① ひたちなかの既存イメージを前面に打ち出したブランド力の強化

- 「ひたちなか＝ロックのまち」という市内外からの印象を活かし「ロックのまち」「音楽のまち」としてのPRを強化する。
- 「TEENS ROCK」のPRを強化し、全国的な認知度の向上を行うことで、「ロックのまち」「音楽のまち」の印象を強化する。
- 音楽イベントができる屋内施設や屋外ステージの整備を行い、大小音楽イベントの開催を促すことで「ロックのまち」「音楽のまち」のイメージを盛り上げる。
- 空と海、ネモフィラの「青」、コキアの「赤」、それらを掛け合わせた、芋の「紫」など、7色や12色の「色」のイメージで地域資源を編集しPRするなど

### 対応方向② 知られざるひたちなかの魅力の情報発信（農業・人・平和）

- 全国的に広がりつつある「ほし芋＝茨城県」を一步踏み込んで「ほし芋＝ひたちなか市」として定着させるよう、ほし芋、ひいては農業についてPRを強化する。
- ひたちなか市の魅力であるあたたかく人間味のある「人」を、当地の魅力としてPRにつなげる。
- 国営ひたち海浜公園の「平和の象徴」としての歴史的背景をよりPRしていく。
- 海岸の地区でかつて行われていたと言われている「潮湯治」など、地域の原点にあるような資源を掘り起こし、良いものを蘇らせて発信していく。
- 比観亭、水門帰帆（すいもんのきはん）、那珂川左岸台地など、知られざるビュースポットを「映えるひたちなか」としてPRする。 など

### 対応方向③ 国際基準の環境整備・情報発信でひたちなかを世界へ

- 阿字ヶ浦地区など、海岸地区において、世界で最も歴史ある国際環境認証制度である「ブルーフラッグ認証」の取得を検討する。
- インターナショナルスタンダードのリゾートホテルを誘致することで、観光地としてのブランド力と格をあげ、世界に向けて「日本にひたちなかあり」とPRする。 など

#### **対応方向④ 持続的で効果的な情報発信の展開**

- 別々で運営されている行政と観光協会のホームページを一元化するなど、再編、改善し、十分ではない観光情報の発信の効率化、強化を図る。
- 一過性ではなく、継続的な、行政による PR 活動を行う。
- 体験型観光の PR として効果的である、Instagram「#イイじゃんひたちなか」アカウントの運営を継続し、内容を充実させる。
- SNS 活用の際は「シェア」「サーチ」「シンパシィ」を心がけた情報発信を行う。
- 即物的な資源や施設を直接的に売り出すのではなく、例えば、漢字 1 文字のイメージ（「景」「食」「音」等）で編集して PR しイメージに広がりをもたせる。 など

### **戦略 6 観光地域経営の展開－マーケティングに基づく観光推進の継続的評価**

#### **対応方向① 観光マーケティング調査の実施による継続的な現状把握**

- 効率的、効果的な観光地経営を展開するために、観光の要所における GPS 調査や対面アンケート調査を継続し、観光客のニーズを正確に把握する。など

#### **対応方向② 観光で地域を支えるための経営力の強化**

- 今ある地域資源に +  $\alpha$  の付加価値をつけ、「消費する機会を創出」することで「稼ぐ観光」の形へと展開する。
- 観光やまちづくりにおける様々な組織運営において、負担が偏ったり、ボランティアに頼りすぎることなく、自走できる仕組みを意識する。
- 海水浴需要が減少していることも踏まえ、観光協会が運営する阿字ヶ浦海水浴場において、運営体制の見直しや新たな活用を検討する。
- 地域への経済効果を高めるため、広大な土地を利用した、サッカー大会などのイベントの誘致を継続する。
- 廃棄されていた素材のアップサイクルの例のように、他の事業者とのコラボレーション等による SHIO\_KAZE プロジェクトによる新商品開発を継続する。
- 町工場での「仲間回し」の例のように、各々が自らの得意とするもので、お客さまに色々な体験をしてもらうことにより、地域全体としての魅力、経営力を高める。
- コミュニティとのつながりを意識し、観光イベントの協賛団体を公募する。など

#### **対応方向③ 季節や客層に応じた メリハリある戦略的な観光の展開**

- 冬の実験での観光客を増やす方法より、春や秋に稼働を増やす方法を重点的に考えるなど、効率的でメリハリある観光の展開を検討する。
- 国営ひたち海浜公園プレジャーガーデンでの取り組み例のように、少子化に

対応し、時代に即した形でターゲット層を広げていく。 など

## **戦略7** 長期的な人材育成－観光に関わる仲間づくりの展開

### **対応方向① 学びと交流による、地域を知り支える観光人材育成**

- 地域のことを知って初めてお客さまに寄り添うことができるという観点から、観光事業者内で、スタッフに観光、歴史文化を学ぶ研修を行う。
- 磯採集や、潮干狩りなど身近なところから幼少期に「楽しい」と思える体験の機会を増やすことで、10年、20年後の「観光を楽しむ」人の母数を増やしていく。
- 地魚、地元の野菜をより積極的に給食に使うなど、子どもの頃から親しむ機会を多く設け、「食育」によって、地域への誇り、愛着の心を醸成する。
- 「ひたちなかファンクラブ（仮称）」のように、ひたちなかの観光の未来について自由に意見を交換できるような、ゆるやかな連携の場を設ける。【再掲】
- 観光教育等で市民の観光への認識を変えていく【再掲】。 など

### **対応方向② 新たな仲間の参入（挑戦）を歓迎する環境整備**

- 新規事業者と既存の組織、空き店舗や、体験型プログラムなどを結び付けるマッチングの仕組みの構築を検討する。
- 地域の食材を活かした屋台村を設置し、若手飲食店経営者の育成を図る（金沢や帯広などの成功事例）。【再掲】
- 高齢化する経営者の後継者問題などに対応するため、海の家運営において、新しい事業者が参入しやすい環境整備を行う。 など

### **対応方向③ 世代を超えた交流による観光推進の仲間づくり**

- 若者自身が企画する「若者による、若者のための、若者が実施するイベント」を周りの大人たちが許容し支援していくような環境を整備する。
- 高校生のアイデアがもとになり人気を得た「はにわ」のカプセルトイレプロジェクトのように、若者と交流し、意見を積極的に取り入れる。
- 世代間交流の促進：湊公園近くの施設を活用し、子どもから高齢者までが交流できる場を提供する。

## 5. 懇談会等の運営支援

### 1) 事業推進懇談会（第1回）意見交換の抄録

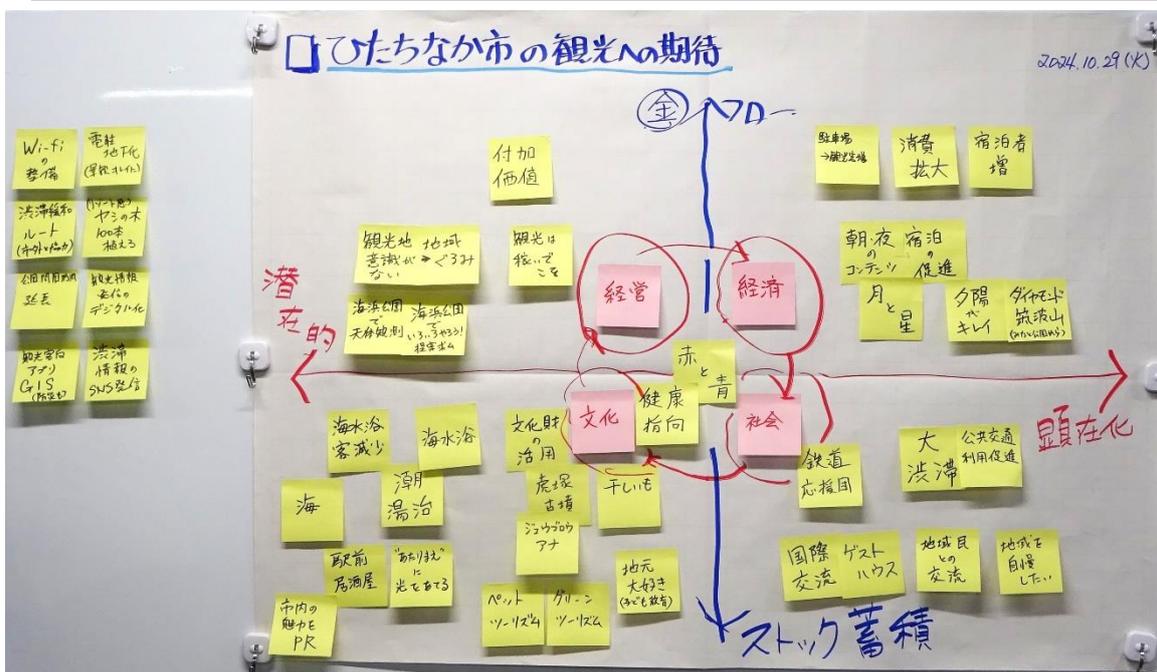
#### 【講座】多様な主体による地域の観光力の結集

事業推進懇談会の実施にあたり、大下氏により『多様な主体による地域の観光力の結集』と題する講座を開催した。講座は、①観光を巡る動向・重点的取組み、②地方都市における「観光」の意味と意義をあらためて化考える、③観光プランを見直すにあたってのポイント、④これまでの「観光」とこれからの「観光」についての内容であった。

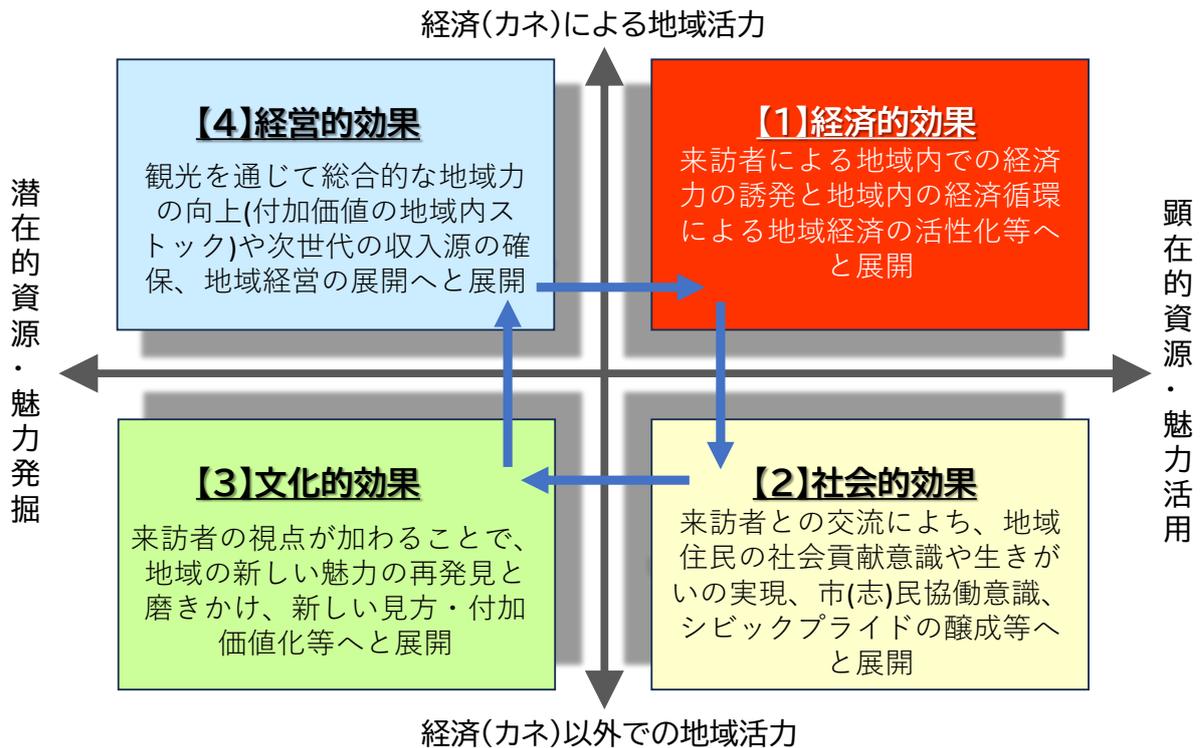
#### 【意見交換】ひたちなか市の観光への期待

講座に引き続き大下氏のコーディネートのもとに「ひたちなか市の観光への期待」について委員から発言を求めた。委員からの意見は、『経済面』『社会面』『文化面』『経営面』の期待に分類され、「経済⇒社会⇒文化⇒経営⇒(経済)」と循環することで、観光への期待が観光による効果として地域の中の様々な分野に広がりを見せてくると総括された。また、顕在化している魅力だけでなく、潜在的に眠っている魅力や地域の中にストック(蓄積)されている魅力の掘り起こしも大切であることが指摘された。

分類	主な意見(概要)
経済面での期待	観光客増/宿泊者増(朝・夕・夜のコンテンツの創造)/観光消費拡大 等
社会面での期待	地域を自慢したい/地域住民との交流促進/国際交流(訪日客との交流・ゲストハウス)/公共交通利用促進/鉄道応援団としての活動 等
文化面での期待	地域が大好き(子どもへの故郷教育)/当たり前を地域の光(新しい魅力)に/市内の魅力をPR/潮湯治(海水浴)文化/文化財の活用/レトロな駅前居酒屋/干しいも(特産品)/ペットツーリズム・グリーンツーリズム 等
経営面での期待	観光の付加価値化(収益性・稼ぐことの追求・ひたち海浜公園での新規取組み他)/観光地としての意識不足⇒地域ぐるみでの観光への波及 等



**【参考】観光を通じて生まれる地域への影響・効果を循環させる!!**



参考資料:『観光経営学(岡本伸之編著・朝倉書店)』の第3章「観光まちづくり(大下茂)」のp28-p29をもとに図化した。

**【講座抄録】10/29 大下氏の講座まとめ－『多様な主体による地域の観光力の結集』**

私が初めてこの地域と深く関わるようになったのは、今からちょうど10年前、当時、帝京大学に着任して間もない頃でした。国土交通省の建設大学の官民連携講座で、現・松本部長（当時は課長補佐）とお会いしたことが縁で、ひたちなか市の観光振興に関わる計画の策定やワークショップに携わる機会をいただいたことを今でも覚えています。その後、ゆっくりと訪れることは叶わず、ひたちなか海浜鉄道に乗るために1度訪れただけで、大変申し訳なく思っています。今年、再びこのような形でお呼びいただき、お時間をいただいたことに感謝しております。



今回お話しするにあたって、観光振興プランのこれまでの動向や、今後の方向性について少しでもヒントとなるようなお話をさせていただければと思っております。今日は大きく4つの点についてお話しし、観光という分野における課題と可能性について考えていきたいと思ます。

1つ目に、皆さんもニュースなどでご覧になっているかと思いますが、訪日外国人観光客の増加に対する注目が非常に高まっております。しかしながら、私たちはその報道のあり方や内容について、もう一步深く考える必要があると感じています。例えば、訪日客が急増したことで日本のお米が不足したというような極端な話がニュースになることもありました。3000万人の訪日客が来たからといって、約1.2億人の国民のお米が無くなるということは考えにくい

わけです。また、外国人観光客の多くが東京や京都、富士山などの特定のエリアに集中している傾向があり、それが SNS を通じて広まり、観光スポットが一部に偏ってしまうという現象も起きています。

一方で、日本の文化に関心を持ち、長期間滞在して地域の奥深さを学びたいと考える外国人観光客も存在しています。しかし、観光に関する予算や施策の多くが訪日客誘致に集中しており、国内観光客や地域に密着した観光の活性化には十分な支援が行き渡っていないのが現状です。観光消費においても、訪日客の消費は約 5.3 兆円に対し、日本人の国内観光による消費は 21.9 兆円と 4 倍以上の差があるわけです。こうした数字からも、国内観光の振興が大きな鍵を握っていると考えられます。

2 つ目の論点として、「若者の観光離れ」について触れたいと思います。私は最近まで大学で観光を専攻する学生たちと接する機会が多かったのですが、意外なことに、観光に関する学科の学生たちですら積極的に観光を楽しんでいるわけではありません。特にコロナ禍で旅行や観光の機会が減少したこともありますが、子ども時代から旅行の楽しさやワクワク感を実感する機会が少なかったことが背景にあると考えられます。また、デジタル化の進展により、仮想体験ができることで、実際に足を運んで体験する必要性を感じにくくなっていることも一因かと思えます。これは観光分野において大きな課題であり、リアルな交流の魅力をいかに伝えていくかが問われています。

3 つ目は、「オーバーツーリズム」についての議論です。ニュースなどでオーバーツーリズムが問題視されていますが、その影響を受けている地域はごく一部に限られます。例えば京都や鎌倉などが典型例ですが、観光客の多くが集まることで生活に支障が出る地域がクローズアップされる一方で、観光が地域に与える経済的な恩恵も無視できません。観光産業に支えられている地域にとっては、観光客の増加が自分たちの生活基盤を支える要素となっています。そのため、観光の受け入れに際しては、観光マナーの向上やルールの周知に努め、地域と観光客が共存できる仕組みを構築することが重要です。

そして最後に、4 つ目として「地方都市における観光の意義」について考えたいと思います。観光とは単に地域外からの経済的な潤いをもたらすための手段にとどまらず、その土地に住む人々が地域への誇りを感じるきっかけや、地域の魅力を再発見する場でもあります。例えば、ひたちなか市で有名な国営ひたち海浜公園は、今では日本全国で知られる存在となり、ひたちなか市の知名度の向上とともに、地域のシンボルとして愛されるようになりました。こうした観光の側面からも、地域の誇りを育み、住民にとっても訪問者にとっても魅力的な場所となるような地域づくりを目指していくことが大切です。

観光の「観」の文字には、「地域の光を観せる」という意味が込められています。「観世音菩薩＝観音さま」の観も同様の意味であり、「真の声で願いを伝えるとそれに応えてくれる」といわれています。地域の本当の姿や魅力を伝えていくことが観光の本質なのかもしれません。観光が地域の光となり、未来に向けた希望や自信をもたらすものであるよう、皆さまと共にこのプランの中でひたちなか市観光を深く考え、第三次の計画に対する期待や展望を重ねていきたいと思っております。今日を含めて 5 回の懇談会が予定されていますので、どうぞよろしくお願いいたします。

## 2) 事業推進懇談会 (第2回) 意見交換の抄録

### 【ミニ講座】ひたちなか観光 この10年とこれからの10年

意見交換の実施にあたり、コーディネーターの大江氏より「ひたちなか観光 この10年とこれからの10年」と題する講座を開催した。講座は、①観光を巡る動向・重点的取組み、②地方都市における「観光」の意味と意義をあらためて化考える、③観光プランを見直すにあたってのポイント、④「これまでの観光とこれからの観光」についての内容であった(巻末の抄録参照)。

### 【意見交換】ひたちなか観光 この10年とこれからの10年

講座に引き続き大江氏のコーディネートのもと、3グループに分かれ「ひたちなか観光 この10年とこれからの10年」について、各ファシリテーターが参加者から意見をもとめ、まとめた意見を発表、共有した。内容は、以下の通り。

#### 【Aグループ】

◎討議テーマ A：観光需要獲得に向けたひたちなか観光のテーマ

分類	主な意見(概要)	
既存の資源の活用	回遊/歩いて楽しめる	海浜公園、那珂湊/おさかな市場 (日本一の朝市) / ほしいも神社 (目玉となるものをつくっている/おいしいものハートオブジェ/県外からバスで来ている/黄金のバイク) 海 (ジェットスキー)
	インフラ必要	トイレ/駐車場の確保 (駅前)
	その他	インバウンドの方に日本的体験を/ひたちなかは過ごしやすい (夏・冬)
	食・お酒・コーヒー	食 (おいしい安全) /酒/COFFEE/ほしいもスイーツ
新たな資源発掘	新しいストーリー	ほしいも神社 (「ほしいもの叶う」/あじさい) /酒列磯前神社「宝くじあたる!？」/はにわ
	お宝資源の発掘	
	かくれたビュースポット	比観亭/水門帰帆/那珂川左岸台地



◎討議テーマ D：観光地のユニバーサル化への取り組み

分類	主な意見(概要)	
地元の人 が親しみ やすく	まちの案内	まちの案内人・ガイド/観光ボランティアガイド/案内人の育成に必要
	地元の人にも使いやすい・親しみやすい	地元の人との協働が必要/地元の意識醸成が必要
外国人対応	おもてなしのホスピタリティ	ホスピタリティ・コミュニケーション・声かけ/国旗を持って送迎/ <u>お客様のニーズ</u> （声）を聞く・対応する
	多言語化	言葉（外国語対応）/多言語化の対応/インバウンド翻訳機の整備
	災害時対応も必要	災害があったときの対応・情報
その他	お土産も	ほしいも土産に最強！（ベジタリアンにも OK）
	インフラ整備	車イスの用意/トイレの確保
	バリアフリー・旅行相談窓口	
	受入側のしくみづくり	受入側として外国人と交流会・研修会/こども 110 番の外国人版



**【Bグループ】**

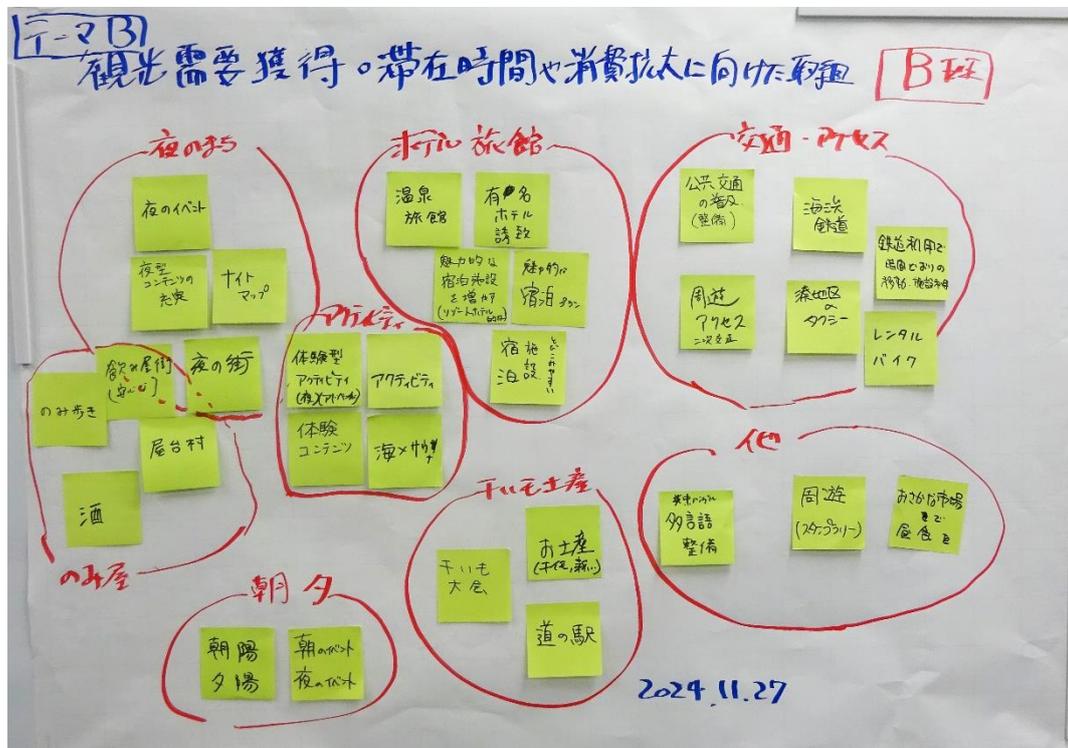
◎討議テーマ A：観光需要獲得に向けたひたちなか観光のテーマ

分類	主な意見(概要)
自然	海/海に見える〇〇/海を見ながら風呂/体験/花/砂浜/海浜公園/ネモフィラ
食	おさかな市場/あんこう鍋/常陸牛/ほしいも/コーヒー
文化・イベント	音楽/音楽フェス/フェス/イベント (ドッグ・コーヒー)
施設	サウナ/ゴルフ/エレベーター塔
巡る	海浜鉄道/謎解き/飲み歩き/自転車で廻る観光
絵になる風景	写真/ライトアップ/電車/ローカル線/ひたちなか海浜鉄道
交通	港・フネ/鉄道/ひたちなか海浜鉄道
課題	インバウンド/人手不足/資源の発掘



◎討議テーマ B：観光需要獲得・滞在時間や消費拡大に向けた取組み

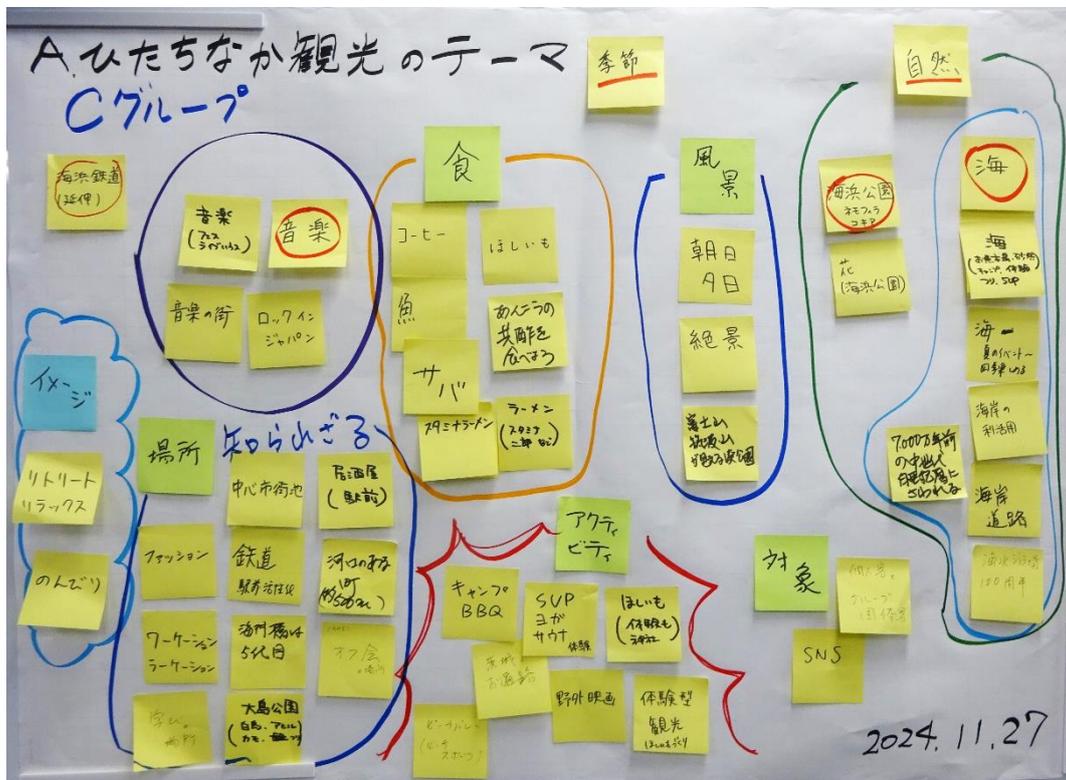
分類	主な意見(概要)
夜のまち	夜のイベント/夜型コンテンツの充実/ナイトマップ/夜の街
のみ屋	のみ歩き/飲み屋街（安心な）/屋台村/酒
アクティビティ	体験型アクティビティ（夜）（アドベンチャー）/体験コンテンツ/海×サウナ
ホテル・旅館	温泉旅館/有名ホテル誘致/魅力的な宿泊施設を増やす（リゾートホテル的な）/魅力的な宿泊プラン/とびこみやすい宿泊施設
朝・夕	朝陽・夕陽/朝のイベント・夜のイベント
交通アクセス	公共交通の普及（整備）/海浜鉄道/周遊アクセス・二次交通/湊地区のタクシー/鉄道利用で時間どおりの移動・施設利用/レンタルバイク
干しいも土産	干しいも大会/お土産（干しいも・新しい）/道の駅
その他	英中ハングル多言語整備/周遊スタンプラリー/おさかな市場で昼食を



## 【Cグループ】

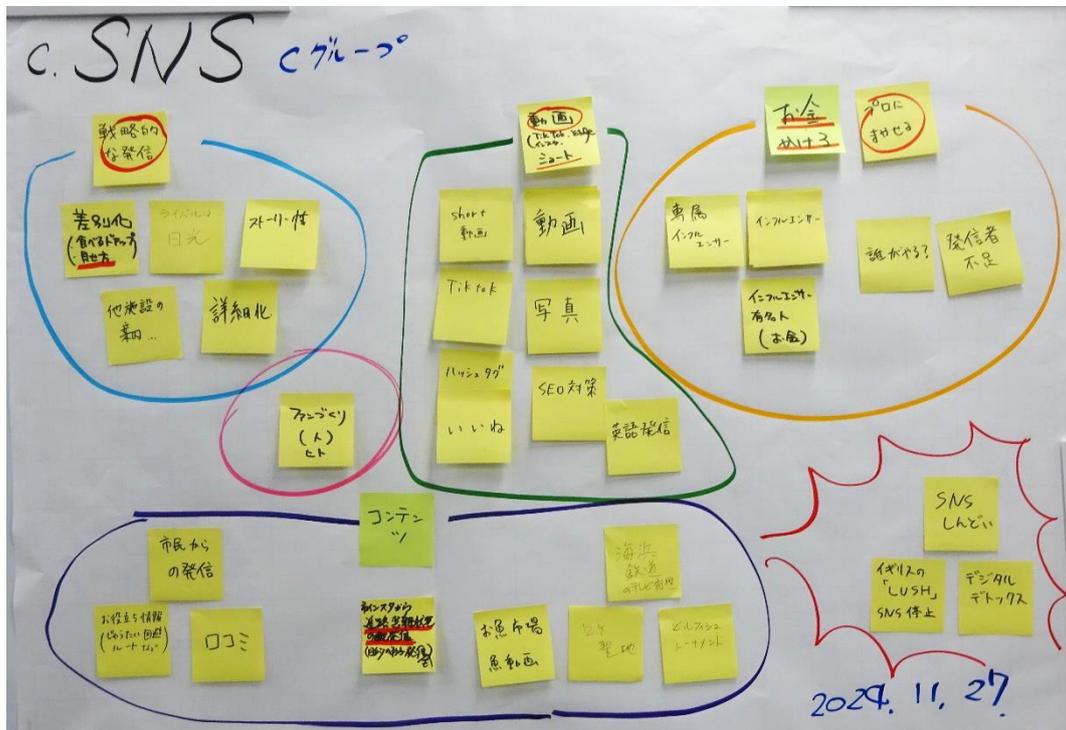
◎討議テーマ A：観光需要獲得に向けたひたちなか観光のテーマ

分類	主な意見(概要)
季節	
海浜鉄道	海浜鉄道（延伸）
食	コーヒー/ほしいも/魚/（ブランド）サバ/スタミナラーメン/あんこうの共酢/スタミナラーメン・ラーメン二郎
音楽	音楽（フェス・ライブハウス）、音楽の街、ロックインジャパン
自然	海浜公園（ネモフィラ・コキア）/花（海浜公園）/7,000 万年前の中世代白亜紀層にさわれる
海	海/海（おさかな市場・砂浜・キャンプ・体験・つり・SUP）/海（夏のイベント・四季楽しめる）/海岸の利活用/海岸の道路/海水浴場 100 周年
風景	朝日・夕日/絶景/富士山・筑波山が見える湊公園
知られざる場所	中心市街地/居酒屋（駅前）/中心市街地/鉄道駅前活性化/河口のある街（約500m）/ワーケーション・ラーケーション/学びの場所/海門橋は5代目/オフ会/大島公園（白鳥・アヒル・カモ・釣り）
アクティビティ	キャンプ・BBQ/SUP・ヨガ・サウナ体験/ほしいも（体験・神社）/茨城のお遍路（水戸光園公）/野外映画/体験型観光（ほしいもづくり）/ビーチバレー（ビーチスポーツ）
イメージ	リトリート・リラックス/のんびり
対象	個人客とグループ・団体客/SNS



◎討議テーマ C：SNS 時代の観光需要を積極的に引き出す取組み

分類	主な意見(概要)
戦略的な発信	差別化（見せ方・食べるドアップ）/ライバルは日光/ストーリー性/詳細化/ （自施設だけではなく）他施設の案内
ファンづくり （人）	
コンテンツ	市民からの発信・口コミ・お役立ち情報（渋滞回避ルートなど）/市インスタから「道路混雑状況」を発信（目的のある発信も）/おさかな市場魚動画/ ロケ聖地/海浜鉄道のテレビ番組/ビルフィッシュトーナメント
動画	動画/写真/ショート動画/Tiktok/ハッシュタグ/いいね/SEO 対策/英語発信
お金をかける	プロにまかせる/（専属）インフルエンサー（有名人）/誰がやる？/発信者不足
SNS 疲れ	SNS 疲れ/デジタルデトックス/イギリス「LUSH」SNS 停止で一定の支持



## 【コーディネーター大下氏による総括】

多くの地域情報を教えていただいたことに感謝の意を示した上で、討議テーマに即して以下の総括がなされた。

- 【テーマ A】の観光のテーマについては、「既に人気を得ている・認知されている資源をさらにアピールする方法」と「潜在的な魅力資源を売り出す方法」とがある。既に集客している施設や資源についても、即物的な資源や集客している施設を直接的に売り出すのではなく、例えば漢字 1 文字でイメージを当てて、「景」「食」「音」「汐(海)」「色」「巡」「動」「学」「人」等で編集してアピールすることで、観光客自身が広がりをもって受け止めていただけるものとなるのではないかと考えている。観光振興計画の改定に向けてアピールの仕方を提言していきたいと考えている。
- 【テーマ B】の観光需要・滞在時間や消費拡大については、「泊まる必然性をつくる」「満足度を高める」「一度に全てを体験・見られないようにする」といった観光・集客の原理原則に則った具体的な意見をいただいた。また、公共交通機関を利用した観光は、「スローツーリズム」の提唱と言える。スローツーリズムは、これからの時代の新しい観光の先取りとなる可能性もあると見て取れる。さらに、いただいた観光体験を「四季」×「時刻(朝・昼・夕方と夜)」×「天候」とに分割して着目して整理すると、既にある観光体験のプログラムも幅広く展開されるものとなるだろう。
- 【テーマ C】の SNS 時代への対応については、自身として“いいね!!”を押したくくなるような打ち出し方を考えることと、「シェアすること」と「サーチできること」の“2 つの S”が大切となる。そのためには、観光関連セクションのホームページによるリアルタイムでの情報も大切となってくる。また、現在の来訪者特性と情報ツールに即した対応にも配慮する必要がある(シニア層にとってみれば紙媒体での情報発信も有効である)。
- 【テーマ D】の観光地のユニバーサル化については、ユニバーサルの窓口機能を創設するというアイディアは素晴らしいと思った。現在、観光庁も主導的に展開を進めようとしているものの、茨城県内ではまだ実現されておいないと思う。この機能は人的なサービスという機能と観光インフラとして機能の両側面を有している。10 年先のひたちなか観光を標榜すると、観光地としてのユニバーサル化は観光インフラとして整えておく時代になっているかもしれないと捉えて準備しておく必要があると考えられる。

【ファシリテーショングラフィック途中成果の報告】

グラフィックレコーダー仲沢実桜氏により、当日の討議・発表・コーディネーターによる総括の内容を受けて描写したイラストについて発表があった。



## 【講座抄録】11/27 大下氏の講座まとめ－『ひたちなか観光 この10年とこれからの10年』

この10年間、日本は非常に多くの変化を経験してきました。コロナウイルスの影響で観光業が大きな打撃を受けたり、観光客が急増して地域に混乱が生じたり、地球温暖化の進行で環境が変化したりしています。例えば、夏場に外で過ごすこと自体が危険とされ、海水浴を楽しむ人が減ったり、漁業では獲れる魚の量や種類が変わってきたりしました。また、デジタル化が進む中で、観光地の経営や交通システムも大きく変わってきています。これからみなさんのご意見を伺うにあたり重要となる5つのテーマについて触れたいと思います。

1つ目は、「テーマ性へ移行する観光需要獲得に向けた戦略」です。これまでの観光は、自然資源や歴史的建造物などが中心でした。しかし、現代ではSNSの影響力もあり、観光の捉え方も変わってきています。例えば、日本を訪れる外国人観光客が特に関心を寄せるのは「食」です。ラーメンや寿司といった有名なものだけでなく、味噌や日本酒をはじめとした醸造文化や、スイーツ、コーヒーなども重要な観光資源となっています。たとえば、これらの地域独自の「食」をテーマにすることで、その土地ならではの体験を提供することができます。

さらに、エンターテインメント的なもの、いわゆる「テーマ」がこれから人を呼ぶと言っても過言ではないと思います。その「テーマ」は、一体どんなものがひたちなかの地域の中に眠っているのか、既にあるものを届けていこうとするのか、新しく創造するのか、そのあたりをディスカッションする必要があるだろうなと思っています。

次に2つ目は、「人口減少による国内旅行の減少化に対応した戦略」です。日本全体で人口が減少している中、観光業も新しい視点が求められています。これまでは外部からの観光客を中心に考えられてきましたが、最近では地元住民が地域の魅力を再発見し、それを楽しむ「近場観光」が注目されています。地域住民が地元で観光を楽しむことで、地域全体の活性化が期待されます。

3つ目は、「SNS時代の観光需要を積極的に引き出す戦略」です。今は1枚の写真が観光地の人気を大きく左右する時代です。例えば、富士山に見える場所にあるコンビニが観光地化している例もあります。1枚の美しい写真がSNSで拡散されるだけで、その場所が人気スポットになり得る。観光地はどのように魅力を発信していくかを戦略的に考える必要があります。

4つ目は、「観光地のユニバーサル化への対応戦略」です。これからの観光地は、誰もが楽しめる環境を整えることが求められます。身体に障害を持つ方や高齢者、外国人観光客にとっても快適に過ごせる場所であることが重要です。また、車を持たない若者が増えている現状を踏まえ、公共交通機関の整備も重要な課題です。

最後に5つ目、「オーバーツーリズムと観光地危機管理への対応戦略」です。観光地に人が集中しすぎると、地域住民の生活や環境に負担がかかります。これをどう解消するかが、今後の観光の大きな課題です。また、万が一観光地で災害や事故などが起こった場合の危機管理体制を整えることも重要です。

こういったテーマをもとに、今後のひたちなかの観光をどう形作っていくのかを皆さんと一緒に考えていきたいと思っています。

### 3) 事業推進懇談会 (第3回) 意見交換の抄録

#### 【ミニ講座】10年後のひたちなか観光を描くポイント

意見交換の実施にあたり、コーディネーターの大江氏より「10年後のひたちなか観光を描くポイント」と題する講座を開催した。計画を作る際の基本は「現状を正しく把握し、数年後の理想の姿を思い描き、そのギャップを埋めるための施策を考えること」であるとされ、将来の目標を設定する際に大事になる5つの要素について等説明があった(巻末の抄録参照)。

#### 【意見交換】夢を形に～こんな地域にしたい(なりたい)!

講座に引き続き大江氏のコーディネートのもと、3グループに分かれ、プログラム①「10年後のひたちなか観光の将来の姿」、プログラム②「そのために何ができるか」について各ファシリテーターのもと意見交換し、まとめた意見を発表、共有した。

#### 【Aグループ】







### 【コーディネーター大下氏による総括】

各グループ、「経済」、「社会」、「文化」、「経営」の4分類でのまとめが行われた。

- ▷「経済」では「消費する機会を創出し、「稼ぐ観光」の形に持っていく。「付加価値をつけて +  $\alpha$ を生み出す」、「ターゲットを明確にし、次の消費者層を拡大する」などのキーワードが出た。新たに増やそうというよりも、むしろ、今あるものの高付加価値化という話が、それぞれのグループで出てきたことと思う。
- ▷「社会」で最も面白いと思ったのが「自分ごとと思うような観光へと広げていく」こと。観光は、これまで観光事業者のものというイメージがあった。しかし、例えば、農家の方、コーヒーショップ、お菓子店など、そういう方々が、新たな価値をお客さまに提供することで +  $\alpha$ が生まれるわけであり、「観光を自分ごとと捉えること」ことが大事だという話をいただいた。次の行動を起こしたり、関係者を増やす際にも掲げうる大きなキーワードだと思う。
- ▷「文化」は、市内には既存の様々な文化があるし、新しく生まれる集客のテーマは「新たな文化」になる。その中でも原点を忘れてはいけない。例えば、それは「潮湯治」かもしれないし、他の何かかもしれない。春、秋を中心に、おさかな市場に向かう車の大渋滞を考えると、車に頼らないことで、SDGsの達成や、市民生活を守ることにもつながる。例えば、「脱車社会」を実験的に行うようなトライが大事なのではないか、その際にはまた、「ひたちなか海浜鉄道」という移動交通手段の軸を持っていることが大きい意味を持つと思う。また、「(音楽)フェス」が、イメージとして定着しているので、フェスがらみで新しい文化を作り上げられるのでは、といった話も今後のキーワードとして大事だと感じた。
- ▷「社会」と「文化」の両方に関わる所では、「青」というキーワードが出た。海とネモフィラの「青」。秋はコキアの「赤」、あるいは、芋ともつながる - 赤と青が掛け合わさると芋の「紫色」になる。こうして様々な色をイメージすると、十二色のカラフルな、あるいは七色の虹のようなものが新しい地域資源発見につながるのではないか。
- ▷「経営」では「地域みんなで」ということで、例えば、東京都大田区などでは、町工場でそれぞれが自分の得意技を作り上げて、次から次と部品を回してひとつの製品をつくりあげてことを「仲間回し」と称している。同じように、自分たちの得意としているもので、お客さまに次々と色々な体験をしてもらうことによって、地域全体としての魅力、経営力を高められると思う。そのためには世代や地域を越えた連携が必要になるし、二次交通の問題もあると思う。少し離れたところに駐車してもらい、そこから鉄道や他の手段を使ってもらうアイデアもあると思う。

また、今までの延長線上ではなく、「新しい風を吹かせたい」というキーワードがあったが、多分その新しい風をもたらしてくれるのは、外から来るお客さまだと思う。それを受け止めるのが、地域に根差した「土」の人である。外から来た「風」と地域にいらっしゃる「土」、これが両方掛け合わさることによって、地域に「風土」が生まれ、それが、「新たな風土」として根付いていく。そんな地域を目指したいと皆さんはお考えなのだとすることを、今日のまとめとさせていただきます。その「風土」は、親父ギャグにもなるが、食べ物の「Food」にもかかってくる。そういった「新たな風土」を作り上げることによって、ひたちなか市の次の稼ぐ力、集客力、そして注目度が高められるようにしていきたい。次回以降も皆さんと知恵を重ねていきたいと思う。

**【総括】 ひたちなか観光への夢、観光の将来の姿(3つのグループからの意見を総括して表示)**

全体像 (イメージ)	<input type="checkbox"/> ひたちなか観光には色々な顔(イメージ)があります!!(例:※1) <input type="checkbox"/> “青”と“赤”、彩りのある・ひたちなか観光 <input type="checkbox"/> [青]ー青い空と青い海、ネモフィラの青 <input type="checkbox"/> ひたちなかには、まだ知られていない▲▲▲があります(※隠れ家カフェ) <input type="checkbox"/> 魅力度は低いが行ってみたいまち・ひたちなか
観光の捉え方	<input type="checkbox"/> 観光客は“風”、地域は“土”⇒観光によって新しいひたちなかの“風土”が誕生! <input type="checkbox"/> 当たり前を“当たり前でない!!”と言いきるひたちなか観光 <input type="checkbox"/> ▲▲ができる、▲▲もできるひたちなか観光
経済的側面	<input type="checkbox"/> 外からの経済を引き入れるひたちなか観光 <input type="checkbox"/> これ以上の集客を目指さないー奥ゆかしい・ひたちなか観光 ※現状維持から漸増の集客チカラでいいんじゃない～
社会的側面	<input type="checkbox"/> 地域自慢できるひたちなか観光 <input type="checkbox"/> 自分ごとと思う観光へ……仲間づくり、サポーターづくり <input type="checkbox"/> 脱・車社会観光ーひたちなか ※歩いて楽しむ観光&鉄道で巡る観光 <input type="checkbox"/> ▲▲さんに会いに出かけるひたちなか観光 <input type="checkbox"/> 地域との交流、地域とのつながりを創るひたちなか観光 <input type="checkbox"/> [映える]ひたちなか <input type="checkbox"/> 脱・決まりごと……海の新しい活用(例:火気 ok!!、焚き火、ビーチヨガ等)
文化的側面	<input type="checkbox"/> 地域の特徴・違いを観光のチカラに!! <input type="checkbox"/> 原点回帰!!ー復活・潮湯治／ひたちなかには海があります／ほしいも体験 <input type="checkbox"/> 畑と漁の旬を味わうひたちなか観光 <input type="checkbox"/> 魚、うんめいぞ・ひたちなか <input type="checkbox"/> お試し留学・ひたちなか
経営的側面	<input type="checkbox"/> ひたちなか観光に稼ぐ力を… <input type="checkbox"/> 掛け算の思考で収益を…(例:コーヒー×ほしいも)

※1:色々な顔(イメージ)があります!!⇒「ひたちなか」ってどんなまち～

- |             |                      |
|-------------|----------------------|
| ○安全なまち      | ○ファミリーも喜んでもらえるまち     |
| ○ひらがなのまち    | ○子どもが真ん中にあるまち        |
| ○高齢者に優しいまち  | ○海と花のまち              |
| ○若者の街       | ○いものまち               |
| ○都心から1時間のまち | ○フェスのまち／ロックままち／音楽のまち |

【ファシリテーショングラフィック途中成果の報告】

グラフィックレコーダー仲沢実桜氏により、当日の討議・発表・コーディネーターによる総括の内容を受けて描写したイラストについて発表があった。



## 【講座抄録】1/20 大下氏の講座まとめ－『10年後のひたちなか観光を描くポイント』

ひたちなか市では、観光振興計画の改訂を進めています。多くの方にとって「観光振興計画」はあまりなじみがないかもしれませんが、長期的な視点に基づいた計画の有無で、事業実施の精度や持続性は大きく変わります。計画には、長期的なビジョンを示すものと、短期的な施策をまとめたアクションプランの2種類があります。アクションプランは2～5年先を見据えた具体的な行動計画で、「こういう取り組みを進めます」という内容をまとめたものです。

これらの計画は法律で義務付けられたものではありません。例えば、都市計画マスタープランは都市計画法で定められた法定計画ですが、観光振興計画は法律で策定が義務づけられていない自治体が任意で策定するものです。

現在の第2期観光振興計画では、『「海」「人」が響き合う観光・交流都市ひたちなか』というビジョンを掲げ、6つの基本政策と5つの重点プロジェクトのもと観光事業に取り組んできました。例えば、基本施策では「観光推進の体制づくり」や「長期的な人材育成」、プロジェクトでは「ひたちなか海浜鉄道の延伸と回遊観光の推進」、そして「市民主体の観光まちづくり」などが挙げられます。

これらは約10年前に定めた計画に基づいて進められ、観光に関わる成果・実績は、第1回・第2回の懇談会でも報告されました。

計画を作る際の基本は「現状を正しく把握し、数年後の理想の姿を思い描き、そのギャップを埋めるための施策を考えること」です。これは例えば、企業の経営計画でも同じで、現状と目標の売上(収益)があり、そのギャップを埋めるために必要な施策を考えます。今回の取り組みでは、その現状を把握するために、先程報告のあったGPSデータの解析、アンケート調査などが実施されており、これらを活用することで、観光の実態を客観的に把握することができます。

一方で、本日、皆さんにお尋ねしたいのは、「ひたちなか市の観光を10年後、あるいは5年後にどうしたいか」です。外部の視点ではなく、実際にこの地域で観光に携わる皆さんの声が必要になります。将来の目標を設定する際に大事になる要素を資料中1から5に書いています。端的に言えば、1つめは「高い志が盛り込まれているか」。2つめは「共感を生む夢があるか」。3つめは「ニーズのある内容か」、4つめは「地域に根ざした言葉で表現されているか」、最後、5つめは、「人の姿・地域の姿が見える目標か」ということです。

目標像というと、どうしても「きれいな目標像」を求めがちですが、むしろ、本日はいただきたいのは、キャッチコピーやスローガンのようなものでも良いと思っています。たとえば当地で人気の「ほしいも神社」で「ほしいもの」を絵馬に書いてもらっているように、いわゆる親父ギャグのようなものも、話題になり共感・支持されていますよね。他にも、私が最近関わっている新潟の例では、日本酒と米ばかりが目目されがちですが、昔ながらの芸妓さんも売り出しているところと、今まで隠してごめんなさい」といった開き直りのようなコピーが、アイデアとして出ていました。



本日は、いろんな立場の言葉で、思いついたものをどんどん挙げていただければと思います。これまでの懇談会において、「観光に対してどんな期待をお持ちですか」とお話を伺った内容を、「経済的」、「社会的」、「文化的」、「経営的」と4つに整理させていただき共有してきました。その4つの観点から「こんな売り出し方、こんなキャッチ、こんなスローガンで外に対してアピールしたい」でも良いし、波紋を広げるような形で「こういうようなことで理解してもらえればいいんじゃないか」みたいなものを考えていただきたいのが、1つ目のプログラムです。

そして、それらに対して「自分たちの立場では、こんなことができるんじゃないか」、あるいは「こんなことを他の人と一緒にやってみたい」ということを伺いたいのが2つ目のプログラムです。ぜひ忌憚のないご意見をお聞きしたいと思います。

#### 4) 事業推進懇談会 (第4回) 意見交換の抄録

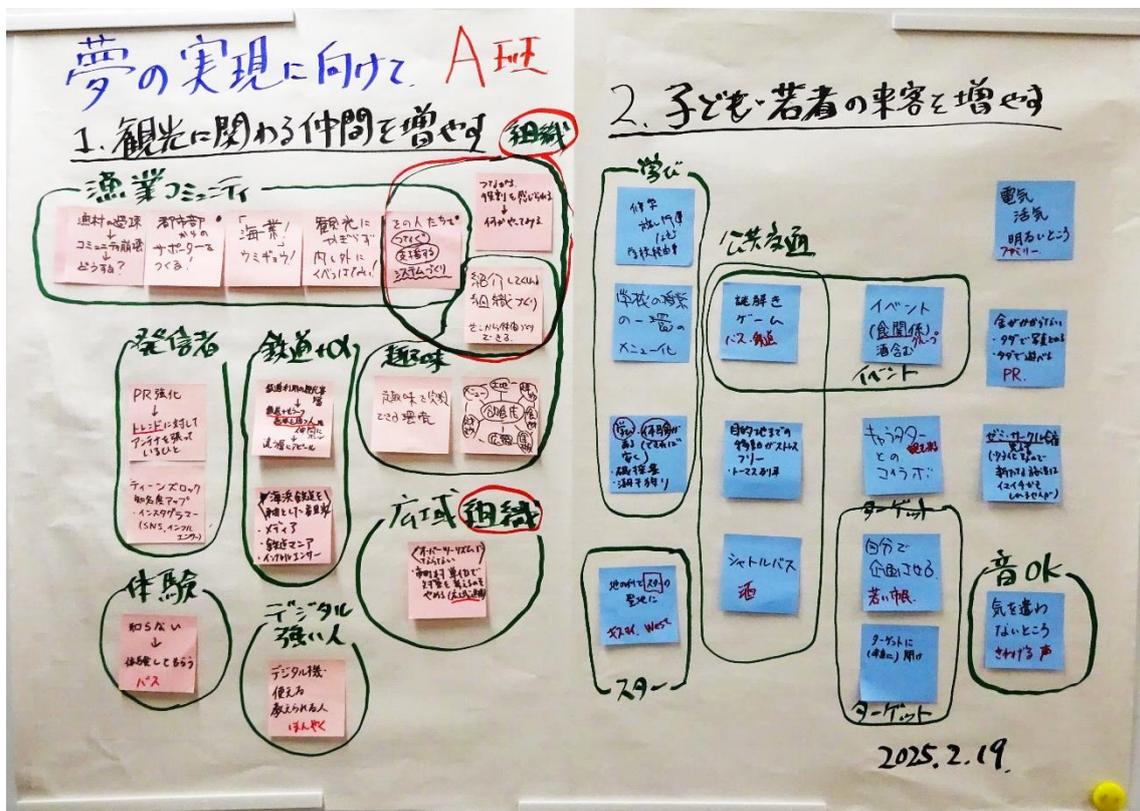
##### 【ミニ講座】ひたちなか観光の振興の進め方の基本形と大枠

意見交換の実施にあたり、コーディネーターの大江氏より「ひたちなか観光の振興の進め方の基本形と大枠」と題する講座を開催した。これまでの懇談会で交わされた意見のポイントの整理と次期観光振興計画に向けての大枠について説明があった(巻末の抄録参照)。

##### 【意見交換】事業推進懇談会での意見集約と今後の事業推進～夢の実現に向けて

講座に引き続き大江氏のコーディネートのもと、3グループに分かれ、「夢の実現に向けて」と題し、プログラム①「観光に関わる仲間を増やしていくために～自分事と捉えるひたちなか観光を推進と人材育成・仲間づくりに向けて」、プログラム②「子ども・若者の来客を増やしていくために～新規顧客層の誘客コンテンツの創出・充実」について各ファシリテーターのもと意見交換し、まとめた意見を発表、共有した。

##### 【Aグループ】



##### 1. 観光に関わる仲間を増やす

漁業コミュニティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○漁村の過疎→コミュニティ崩壊→都市部からのサポーターをつくる!</li> <li>○「海業」ウミギョウ!</li> </ul>
組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光に限らず内と外に区別はない。その人たちをつなぐ、支援するシステムづくり</li> <li>○つながる役割を感じられる→何かやってみる</li> <li>○(趣味でも)紹介してくれる組織づくり→そこから仲間づくりできる</li> </ul>

趣味	○趣味を実現できる環境
広域組織	○オーバーツーリズムにならないように、市町村単位で対策を考えるのをやめる(広域連携)
鉄道+α	○鉄道利用の観光客増→鉄道+もう一つ趣味を持つ人を仲間に→違う層にアピール ○「海浜公園を軸とした観光」メディア、鉄道マニア、インフルエンサー
デジタル強い人	○デジタル機(翻訳)使える教えられる人
発信者	○PR 強化→トレンドに対してアンテナを張っている人 ○ティーンズロック知名度アップ ○インスタグラマー(SNS、インフルエンサー)
体験	○知らない→体験してもらう(バス)

## 2. 子ども・若者の来客を増やす

学ぶ体験	○修学旅行など学校経由 ○学校の授業の一環のメニュー化 ○学び、体験がある(できれば安く)、磯採集、潮干狩り
スターの影響力を	○地の利でスター(キスマイ、ウエスト)の聖地に
公共交通の整備	○バス、鉄道を利用した謎解きゲーム ○目的地までの移動がストレスフリー ○トーマス列車 ○シャトルバス(自動車と違いお酒飲める)
イベントの開催	○イベント(食関係、酒含む)グループ向け
ターゲットに寄り添う	○若い市民に自分で企画させる ○ターゲットに率直に聞く
音OK	○気を遣わないところ(騒げる)
その他	○キャラクターとのコラボ(親も来る) ○電気・活気。明るいところ(ファミリー) ○お金がかからない(タダで写真を撮れる・遊べる) ○ゼミ・サークル合宿(少子化なので新たな施設はいまいちか)



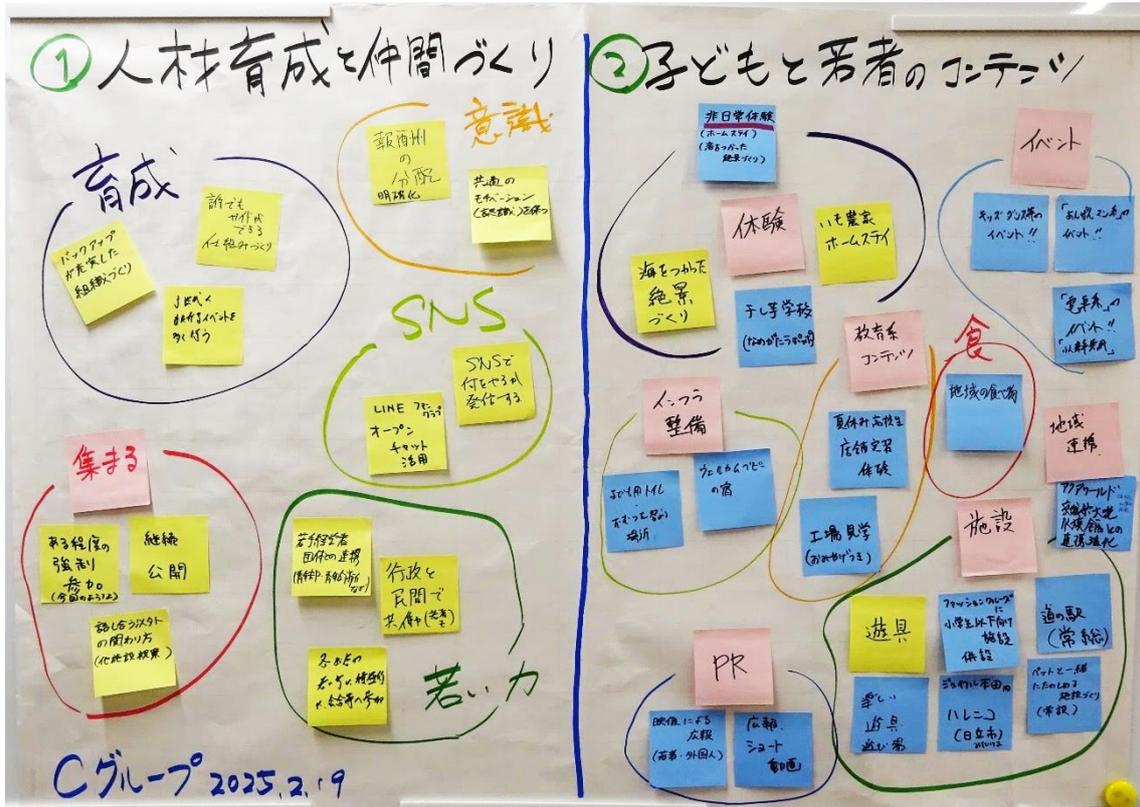


## 2. 子ども・若者の来客を増やす

若者コミュニティをつくる(出会いの機会)→居場所/仲間/恋人ができる	<ul style="list-style-type: none"> <li>○オンライン(SNS)と対面</li> <li>○リーダーズクラブ(高校生会)・20歳のつどい実行委員会</li> <li>○コミュニティに参加するきっかけの工夫も必要(年齢限定、ひとりで参加しやすく、参加特典をつける)</li> </ul>
若者のニーズを聞く	<ul style="list-style-type: none"> <li>○若者に意見を聞いて事業計画</li> </ul>
若者による若者のためのイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>○U30限定イベント(企画する人も参加する人も)</li> </ul>
若者による情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>○SNSでの情報発信</li> </ul>
子ども・若者向けのコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○小出しにしていく(リピーター)</li> <li>○ゲームイベント</li> <li>○ビジュアル命(わかりやすい・映え)</li> <li>○親子で参加できるイベント開催</li> <li>○子ども向けイベントの定期開催</li> <li>○既存のものを活用してのイベント</li> <li>○「史跡」・「食」をテーマにしたイベント</li> <li>○市のキャラクター・マスコットPR</li> <li>○友達と仲間とみんなで楽しめる</li> </ul>
気軽に来てもらうきっかけづくり(活動とあわせて)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ここにしかない特別感</li> <li>○学割</li> <li>○カップル・中高生無料</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>○シンボルが大事「若者にやさしいまち」</li> <li>○アクセスも大事(バス・電車のみで行ける)</li> <li>○高齢者へのフォローも</li> </ul>



【Cグループ】



1. 観光に関わる仲間を増やす

育成する	<ul style="list-style-type: none"> <li>○誰でもガイドができる仕組みづくり</li> <li>○バックアップが充実した組織づくり</li> <li>○3世代にまたがるイベントを多く行う</li> </ul>
意識づけする	<ul style="list-style-type: none"> <li>○報酬の分配の明確化</li> <li>○共通のモチベーション(認識)を保つ</li> </ul>
SNS の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○SNS で情報発信する</li> <li>○Line オープンチャット活用でファンクラブを</li> </ul>
集まる	<ul style="list-style-type: none"> <li>○参加にある程度の強制力を持った会の運営</li> <li>○話し合う以外の関わり方(他施設の視察など)</li> <li>○懇談会の継続開催</li> </ul>
若い力を活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○行政と民間の若い人が協働</li> <li>○若手経営者団体との連携(青年部・青年会議所など)</li> <li>○各店舗若者に積極的に会合等へ参加するよう促す</li> </ul>

2. 子ども・若者の来客を増やす

非日常体験	<ul style="list-style-type: none"> <li>○いも農家ホームステイ</li> <li>○干し芋学校(行方らぼっぼ)</li> <li>○海をつかった絶景づくり</li> </ul>
イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>○キッズダンス等のイベント</li> </ul>

	○「アンパンマン」系のイベント ○「電車」系のイベント(小人乗車無料)
インフラ整備	○ウェルカムベビーの宿 ○子ども用トイレ・おむつ替えできる場所
教育系コンテンツ	○夏休み高校生店舗実習体験 ○工場見学(おみやげ付)
施設整備	○楽しい遊具・遊び場 ○ファッションクルーズに小学生以下向け施設を併設 ○ジョイフル本田のハレンコ(日立市)のような施設 ○ペットと一緒に楽しめる施設づくり(常設) ○道の駅(常総)
食	○地域の食べ物の活用
地域連携	○アクアワールド・茨城県大洗町との連携強化
PR	○映像による広報(若者・外国人受け) ○ショート動画による広報



### 【コーディネーター大下氏による総括】

これまでの議論の中で出てこなかった点も補足しながら以下のようにまとめられた。

▷最初のテーマである「どのように仲間を広げていくか」については、何よりも「楽しくなければならぬ」こと、そして「儲かる」つまり自分にとってプラスになることが重要であるという話が出た。企業にとっては「収益につながること」になり、コミュニティの活性化を目指すのであれば、「そこに関わることで得られるメリット」があるかが大切である。また、継続することが重要であるという意見もあった。また、具体的なマッチング組織や発信のための組織、あるいは体験型のプログラムをつなげる仕組みなど、非常に具体的な話が出ていた。こうしたものをどのように発展させるかが、今後の重要な課題となる。

▷人づくりの話につながるが、組織の中で「今の若い人はやる気がない」といった話をよく耳にする。昨年3月まで大学に勤めていたが、学生について「最近の新生生はおと

なくしてやる気が見えない」と言われることがよくあった。しかし「内面に秘めているもの」は、時代が変わってもそう大きく変わるものではない。ただ単に表に出ていないだけなのではないかと考える。

▷「やる気」があるかどうか、簡単に測れるものではなく、それを決めつけてしまう前にやらなければならないことがある。それを「4つの気」と表現している。「やる気」はすぐに生まれるものではなく、まず「その気」にならなければならない。その気になるためには、「面白そうだ」「このコミュニティに参加してみたい」と思えるような仕掛けが必要である。そして少しずつ関わることで「やる気」が芽生え、さらにそれが高まると「本気」になる。したがって、「その気」「やる気」「本気」と展開していくのが、今日の話を発展させる中で浮かび上がるキーワードではないかと考える。そして、最後に重要なのは、それを「根気強く続ける」ことである。つまり、「その気」「やる気」「本気」、そして「根気」の「4つの気」が大事である。

▷継続することが重要だと言われるが、それはすなわち「根気強く続ける」ことにほかならない。どのような形になるかは分からないが、10年に1回ではなく、もっと頻繁に意見交換を行える機会や、継続的な取り組みの形を検討していくことが、この懇談会の成果の一つになればと考える。次回の最後の会でも、この点について報告できればと思う。それによって、さまざまな分野の広がり生まれてくるのではないかと。

▷2つ目のテーマである「若者・子どもを対象とした取り組み」については観光の「コンテンツ」の話でもあるため、具体的な取り組みとして進めていけば良いのではないかという意見が多くあった。そのうえで、「なぜ若者や子どもをターゲットにするのか」ということを少し考えてみたい。

▷現在の若い世代は、「観光」というものに対して興味を持ちにくくなっている。そもそも「観光に行こう」と考えない。その理由の一つとして、幼い頃に「観光が楽しい」と感じた経験が少ないことが挙げられる。バブル崩壊以降に生まれた世代は、子どもの頃に家族で海外旅行に行ったり、親と一緒に旅行する経験自体が減っている。そのため、観光に対する関心が薄くなっているのではないかと考えられる。だからこそ、幼少期に「観光を楽しみ」と思える経験をすることが重要である。それが10年、20年後の観光業界に大きな影響を与える。

▷地域への愛着や誇りも、長い年月をかけて育まれるものである。将来的に、地域で活動したり、観光に関わったりする若者を育てていくためには、子どものうちから観光への関心を持たせる仕組みが必要である。そのため、観光に関わるような教育を社会科の教育の中にしっかりと組み込むことや、小さい頃から楽しい体験をできる機会を増やすことが求められる。そうすることで、10年先に、結果としてまだはっきりとした成果が出ないかもしれないが、確実に芽は出てくると思う。

▷若者が自分たちでイベントを企画・実施することも重要である。例えば、最近話題の「推し活」では、ジャニーズ系のライブにおいて、チケットを持っていない人まで現地に集まり、そこで交流しながら楽しんでいる。この現象は、ロッキンジャパンのような音楽フェスでも見られたのではないかと考えられる。したがって、それを地域としてしっか

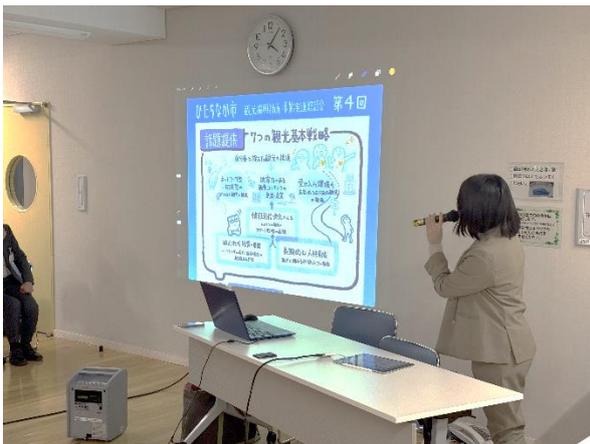
りと把握し、うまく地域活性化に取り込んでいくことが求められる。かつてリンカーンが「人民の、人民による、人民のための政治」と述べたように、「若者による、若者のための、若者が実施するイベント」という考え方が重要である。若者自身が企画し、それを周りの大人たちが許容し、支援する度量の大きさが求められるのではないか。

1つ目のテーマでは「4つの気」の話、2つ目のテーマでは「観光教育」も含めて、若者たち、特に子どもたちを将来の観光の担い手として育てていくには長い時間が必要である。そのため、早急に取り組む必要があり、さまざまな機会を通じて対応していくことが重要である。この点を付け加え、本日の総括としたい。

3回にわたる議論を通じて、多くの意見をいただき、それによって観光振興計画の方向性の骨子が見えてきたのではないか。次回の報告会では、事務局からこれまでの議論を踏まえた形でのまとめの報告があると考えられるため、引き続きよろしくお願ひしたい。本日は誠にありがとうございました。

### 【ファシリテーショングラフィック途中成果の報告】

グラフィックレコーダー仲沢実桜氏により、当日の討議・発表・コーディネーターによる総括の内容を受けて描写したイラストについて発表があった。



話題提供 7つの観光基本戦略



観光に関わる人材育成・仲間づくりに向けて



2025年2月19日



## 【講座抄録】2/19 大下氏の講座まとめ－『ひたちなか観光の振興の進め方の基本形と大枠』

これまで3回の懇談会を行い、1回目は合同で行いましたが、2回目・3回目ではより濃密な議論を進めました。その結果、観光振興の全体の構成がある程度見えてきたと感じています。また、先程事務局から、ヒアリングを通じて「7つの項目」にまとめられるのではないかと、という説明もありましたが、それを次期・第三次観光振興計画の基本戦略と捉えると、全体的にまとまりがあり、じっくりくる内容になっていると考えています。



別添資料2の裏面をご覧くださいと、これまでの3回の討議の内容を整理したものをご確認いただけます。10年間の評価を踏まえたとき、特に知名度の向上や、県外観光客の増加といったプラスの面がある一方で、「一極集中によるオーバーツーリズムの兆候」や、「短時間滞在が多く消費につながりにくい」といった課題も見えてきました。そうした背景から、観光振興の今後の方向性として、原点回帰をすべきではないか、あるいは脱・車社会を目指し、海浜鉄道を軸に回遊できるようにしないとオーバーツーリズムの緩和にもつながらないのではないかという話が出ました。また、観光事業者のみなさんだけのものではなく、商店や飲食店を含めて「自分ごと」として捉えていく必要があるという意見もいただきました。

さらに、すでに認知度の高まっている「海」、「花」や「音楽フェス」といった観光資源を軸に、そこからさらに広げていくという考え方や、特定の人だけではなく、地域の誰もが観光に関われるような形を目指し、ひたちなかの「人の良さ」そのものを観光の魅力として活かさないかという視点も出てきました。

こうした意見を踏まえて、懇談会で得られた内容を基本戦略として整理すると、ひたちなか観光の「推進体制の話」をはじめ、「観光コンテンツの充実」、「ネットワーク型・回遊型観光の推進」、「受け入れ環境の整備」、そしてそれらを支えていく「情報発信の強化継続」、そして「マーケティングに基づいた分析の強化」、「長期的視点での人材育成と観光の仲間づくり」といったテーマが見えてきました。こうした枠組みを作ることで、今後新たに出てくるアイデアや意見も、適切に整理しながら組み込んでいけるのではないかと考えています。

前回の懇談会では、「ひたちなか観光の将来の姿・夢」について語っていただきました。それを踏まえて課題を整理し、どのような施策を打ち出せばよいかという流れを作ることが重要です。何のためにやるのかを明確にしたうえで、次に誰がやるのかという具体的な話につなげていくことで、実現可能性のある観光振興計画になっていくのではないかと思います。現在、日本のさまざまな観光地域で観光振興に関わるプランが作られていますが、行政の中だけで作られたり、観光事業者任せになってしまうことが少なくありません。しかし、観光振興を「自分ごと」として捉え、地域全体で取り組むことが重要です。

また、観光振興において「自分ごと化」が進まない要因として、「夢がない」、「誇りを持っていない」、「危機感がない」という3つの課題が挙げられるのではないかと思います。夢を描くこと、誇りを醸成すること、危機感を共有することが重要であり、それによって「自分ごと」として捉えやすくなるのではないかと考えます。特に、春や秋のおさかな市場までの道でオーバ

ーツーリズムの兆候が見られていることや、3.11の経験を踏まえたリスク管理の必要性などを意識することが求められます。

今回の観光振興計画策定にあたっては、たった3回の懇談会で終わるものではなく、計画が策定された後も「どのように行動に移すか」が重要だと思います。今後、具体的な施策展開を進めるにあたり、引き続きみなさまの知恵をお借りできれば、ひたちなかの観光は、より付加価値を高め、より多くの人に関わり、より収益が得られるという形に展開されていく可能性を十分に秘めていると痛切に感じました。

その中で、現在足りていない要素として「仲間づくり」があります。本日の1つめのテーマは、この点について議論を深めたいと考えています。ヒアリングでは、「サロンのような、フラットに集まれる場があるとよいのではないか」といった意見がありました。こうした取り組みについて、みなさまのアイデアをぜひお聞かせください。

また、もう1つのテーマとして、「若者・子どもを対象とした取り組み」があります。これまでもワーキンググループ内で話題に上がっていました。本来であれば若者を対象にこのようなワークショップを開催すれば良いのですが、平日昼間の開催では若年層の参加が難しいという現実があります。そのため、市役所の協力を得て、部課を越えて、できるだけ多くの若い職員さんにご参加いただくような形を取っています。本日は、ぜひ、市役所職員の立場ではなく、「若者の視点」としてご意見をいただければと思っています。

本日は、この2つのテーマについて、それぞれ30分ほどの時間を取り、皆様のアイデアを伺いながら進めていきます。なお、今回が対面でポストイットを使ったグループワークの最後の機会となります。次回は、これまでの意見を総括し、次年度以降に検討される「第三次観光振興計画」に対して「懇談会からこのような意見が出ました」というまとめを報告する会となります。その中でもご意見をいただく予定ですが、本日が対面で直接意見交換ができる最後の機会となります。ぜひ忌憚のないご意見を賜ればと思います。

時間が押しており、説明が簡潔になってしまいましたが、この後、各テーブルで約1時間にわたり、ファシリテーターの進行のもとで議論を進めていきます。みなさまのご協力をよろしく願いいたします。





## 【コーディネーター大下氏による総括】

◎意見の中に労働人口(観光産業)の確保、人材育成・観光教育等の意見があった。中心市街地の空洞化を称して「ドーナツ化現象」と称されて久しいが、空間面だけでなく、企業・組織の中や人々の心の中にも「ドーナツ化現象」が進んできていると感じている。企業や組織の経営改善の名のもとで、組織として最も大切なといけないノウハウや技術力のアウト



ソーシングが進み、企業や組織における中核部分の空洞化が進み競争力が蝕まれてきていると感じている。同様に企業や組織の中で最も大切な人材一人ひとりの心の中の空洞化が進み、将来に対する夢や志が空虚となってきていると感じている。いまこそ、観光をテーマに企業・組織、そして人々の個々の中に「期待・希望・夢」を育て、3つのドーナツ化の進行を止めることが必要であると強く感じている。

◎ひたちなか市には限られた季節とはいえ多くの観光客が来訪していることの要因として交通条件に優れていることが挙げられる。良好な交通条件は、良い面ばかりではない。「生きやすい所は帰りやすい所でもある」ことを認識しておく必要がある。10年前と比較してこの10年、ひたちなか市の観光力・集客力は確実に向上した。また観光に関する様々な活動の萌芽も確認されてきている。これは新しい観光に舵をとるタイミングにあるともいえる。

「地の利」「時の利」「人の輪」が大切であるといわれているが、これには順番がある。

「地の利」よりも「時の利」すなわちタイミングを逸しないことが大切であり、「時の利」は「人の輪」には勝てない、というものである。すなわち、「地の利」「時の利」を得ているひたちなか観光の今後の展開で最も重視する必要があるのは「人の輪」を大切にすることである。



## 【講座抄録】3/18 大下氏の講座まとめ

### －『地域総合産業としての観光～“自分ごと”と捉えた観光に向けて』

これまで4回の懇談会では、この先10年間のひたちなか市観光として取り組むことが望まれる取組みについてのお考えをお聞きしてきました。前回の懇談会では、いただいたご意見をもとに全体フレームとして7つの基本戦略としてご提案しました。本日も先程、懇談会と16の組織さまへのヒアリングでのご意見を7つの基本戦略に落とし込んだ報告がありました。来年度、市役所では検討委員会が組成され、第3期観光振興計画が策定されることとなりますが、懇談会やヒアリングで検討・提案いただいた内容は、検討委員会にご提案できる内容にまで磨きかけられたことに深く感謝申し上げますとともに、全体コーディネーターとして安堵しています。皆様のご協力、誠にありがとうございました。



本日は、最終の懇談会ということで、『地域総合産業としての観光～“自分ごと”と捉えた観光に向けて』と題して、観光の原点を改めて確認したうえで、持続可能な観光地づくりに向けての考えをお話し、講座の後の意見交換で皆様からのご意見をいただきたいと思っています。

#### ①あらためて観光の原点を考える

まず、観光の原点として3つの話をしたいと思います。観光の語源はレジュメに示しているように中国の易経の言葉－「国(地域)の光を觀せること」にあると言われていています。地域の中で大切にされている環境や自然、文化や暮らし、地域にしかない食文化等を提供することがお越しいただいた方々に対する最高のもてなしである、という意味が観光であるとのこと。懇談会の中でも、地域にはまだブレイクしていませんが、次の出番を待っている多くの地域資源をご紹介・ご提案いただきました。これらはまさしく地域の光となるものです。先日、石破首相が「地方創生2.0」の中で訪日観光客の誘客目標を6000万人と定め、地方にも訪日客を誘客するとの方向性を語られていました。海外旅行が約1600万人で訪日観光客は約650万人の頃でしたが、「テンミリオン計画(1000万人訪日客誘致)」を鳩山内閣で表明した際に、国民は誰も4000万人の外国人旅行者が訪れる将来が来ることを予想していなかったと思います。しかし、明治になり近代化を進める中で、外貨を獲得する手段として観光政策を我が国の国策として継続的に取り組んできました。第2点目は、「観光は“見えざる輸出”」と称されるように、現在の自動車産業等と同等の外貨獲得の重要な産業でもあったということです。

3点目は、観光は、地域外からの観光客が観光地域を訪れることで成立し、地域住民との交流が生まれることが大切であるということです。観光客が日常では体験できないことを、観光地域を訪れることで実現できることが大切です。特に訪日観光客は、日本を訪れて、異なる文化－例えば畳に寝ること、アニメに触れることといった日本人ならば当たり前の体験を求めているのです。これこそが異文化体験となるのです。

総括として、ひたちなか観光の意味合いを改めて考えてみましょう。観光の特徴として、「不易流行」という言葉がありますが、皆さまはご存じでしょうか。「不易」とは変わらないもの、「流

行」とは絶えず変化していくものです。さらに、観光では、地域の方が変わっていなくても、観光客の方が変わっていくため、地域での新たな印象をうけることもあるのです。初めて訪れた観光客の印象と、再来した観光客の印象は変化するのです。地域としては「流行」を追い求めなくても、来訪してくれる観光客の方が地域に対する印象が変わっていくことを巧く利用することも大切です。地域としては、地域の成り立ちや記憶を礎においた上にある“環境と人(人柄や人情等)”は変えない「不易」と位置づけ、その上に人の気を惹くテーマで誘客する「流行」を組み合わせ地域アピールすることが効果的であると考えられます。

## ②持続可能な観光地域づくりに向けて・ひたちなか市観光の推進・展開に向けて

持続可能な観光地域づくりが求められています。以前は事業としての継続性を意識した経済面での持続性が求められていましたが、世界的にオーバーツーリズムへの対応が求められてきています。観光の国際機関では「サステナブル・ツーリズム」と題して、①環境負荷の低減、②地域経済への貢献、③地域社会との連携、④文化資産の保護と活用、⑤自然資産保護への貢献に配慮した観光を求めています。これを受けて、東京都観光事業審議会に諮問のあった「PRIME 観光都市東京 2024-26」では、①経済的に成長できること、②環境的に適正であること、③社会文化的に好ましいことの3つが重なる部分が「サステナブル・ツーリズム」に当たると位置づけました。この後の意見交換では、ひたちなか観光が、この持続可能な観光地域づくりに向けてどのように考えるかについて、是非とも意見交換ができればと思っています。

観光地域づくりへの取組みには多様な方々が関わりをもつものです。しかし観光振興計画の中では、行政と観光事業者、地域住民の役割分担や責務が示されることが多いのが現状です。この懇談会の中でも、ひたちなか観光を“他人ごと”と捉えるのではなく、“自分ごと”と捉えること、若者も観光に関わることを、格式ばった会議形式ではなくフラットな立場で討議できる場づくりの必要性等の提案をいただきました。事例として、東京都北区の事例を資料として添付しています。観光事業者だけでなく、物販・飲食、教育機関や産業関連、メディア、交通機関等がフラットな関係のプラットフォームを形成することが示されています。北区の場合は中心に観光協会が音頭をとることをイメージされています。来年度の検討委員会では、多様な主体がひたちなか観光にどのような形式で関わりをもつのかの検討に期待されるところです。

## ③孔子の2つの教えから

最後に一つだけお伝えをしておきたいと思います。誰のための観光なのかということです。地域を訪れた観光客も大切ですが、実は地域に住んでいる方々の満足感を第一に考えておくことが大切です。孔子は、近き者、すなわち地域住民が喜んで暮らしている地域には、遠くからも人々が訪れる魅力のある地域となることを示しています。また、将来をしっかりと見据えた取り組み(遠慮)をしてないと、近いうちに憂いがあるとも言っています。この二つの教えは、観光誘客の取り組みに当たって、「空間軸」と「時間軸」の考えとして捉えておくことが必要であることを示しているのではないのでしょうか。

本日を含めて5回の懇談会で、参加いただいた皆さまの貴重なお時間をいただき、魅力的な観光地づくりに向けた多くのアイデアをいただきました。是非とも、次年度に策定されます観光振興計画に反映いただくことを願って、私からの講座は終了したいと思います。ご清聴、ありがとうございました。

以上