

**“いばらき野菜”に“いばらき愛”を加えると
魅力度はあがります。**

**法政大学政策創造研究科
上山研究室A**

＜私たちが茨城県でめざす観光まちづくりとは＞

いばらき野菜のおいしさを伝えること

観光政策を通して茨城県民一人一人が

「まちをつくっている責任」を自覚することを目指す。

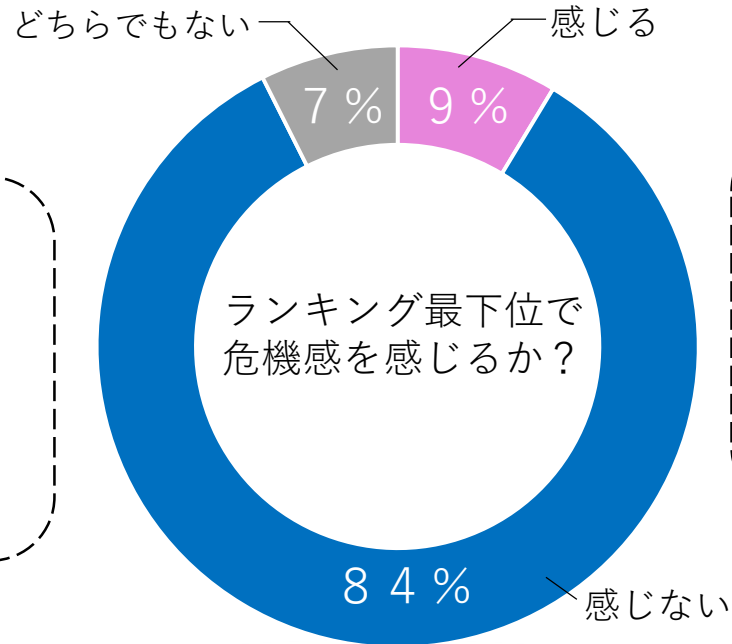
<魅力度ランキング最下位最大の問題>

・
茨城県民**も**茨城県の魅力を理解していない。

魅力度ランキング最下位の要因①

茨城県の若者は最下位に対して危機感がない。

常磐大学の学生の8割以上が茨城県の魅力度ランキング最下位に危機感を感じていなかった！！



- 最下位はオイシイ
- 最下位の方が目立つ
- 魅力が浮かばない

- ずっと最下位の方がいい
- 最下位だからといって特に困ることはない



つまり観光客が減少し衰退していく未来を理解できていない。



魅力度ランキング最下位の要因②

いばらき野菜 生産量NO1 ≠ おいしい。

茨城県営業戦略部 観光物産課
梶山秀樹氏

「食」と「観光」は鉄板なのに

全国生産量NO1って「おいしいか」というと関係ない。

おいしいものが茨城にあるから食べに来てねと言えるようにしなくては！

おいしいに繋がるには

- ①最終消費者に**産地のイメージ**が伝わっている。
- ②その地特有の**食文化**を大切にしている。
- ③**名物料理**などがある地域が多く、食事のイメージがしやすい。

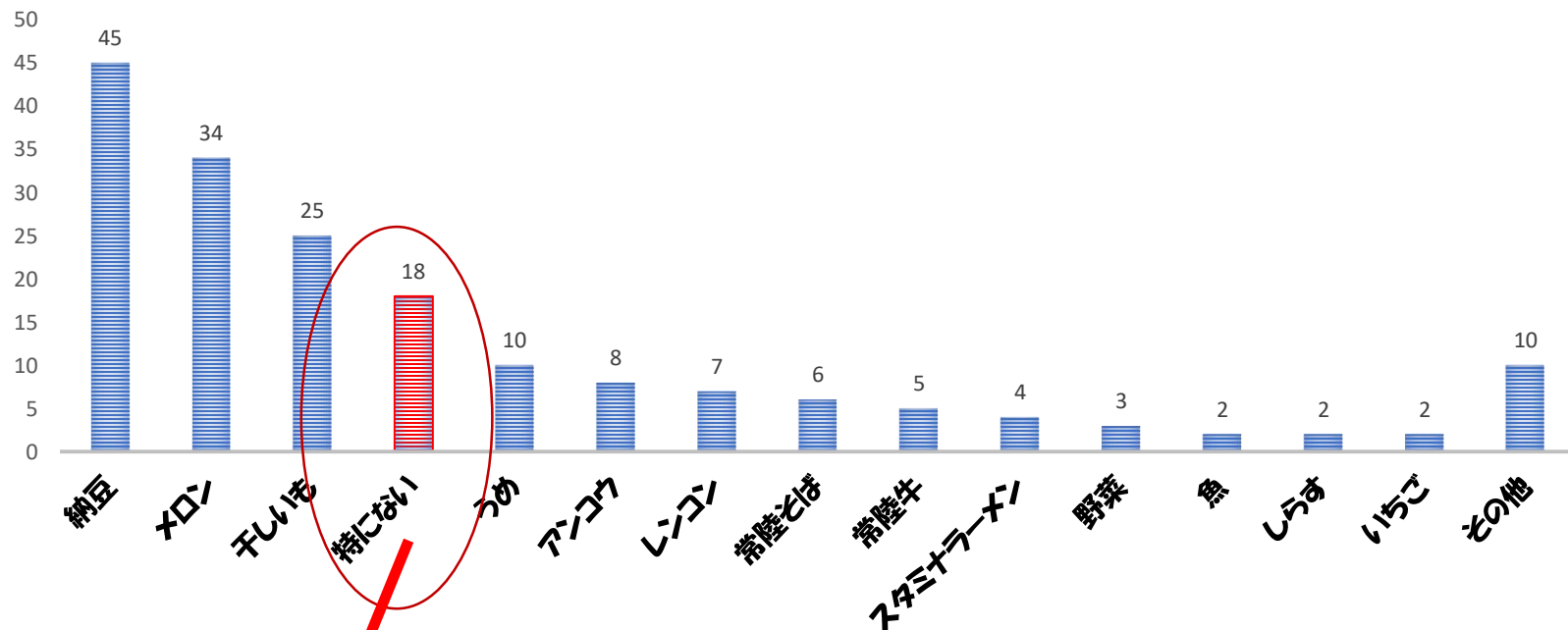
茨城県は

飲食店やメーカーが主な流通先で観光客向けの農作物の展開を行っていない。

**「茨城に来たら〇〇を食べなくては来た甲斐がない！」
という食べ物がない！！**

<常磐大学学生にアンケート>

友人に茨城県の食べ物を紹介するとき、
何の名産物を紹介しますか？



- ・茨城県民にも「食」では不動の”納豆”イメージ。
- ・4番目に”特にない”という意見。
- ・定番の茨城イメージしかない。食に関する知識が少ない。

魅力度ランキング最下位の要因③

**自家用車主流の観光立地。
&
二次交通の確保が不十分。**

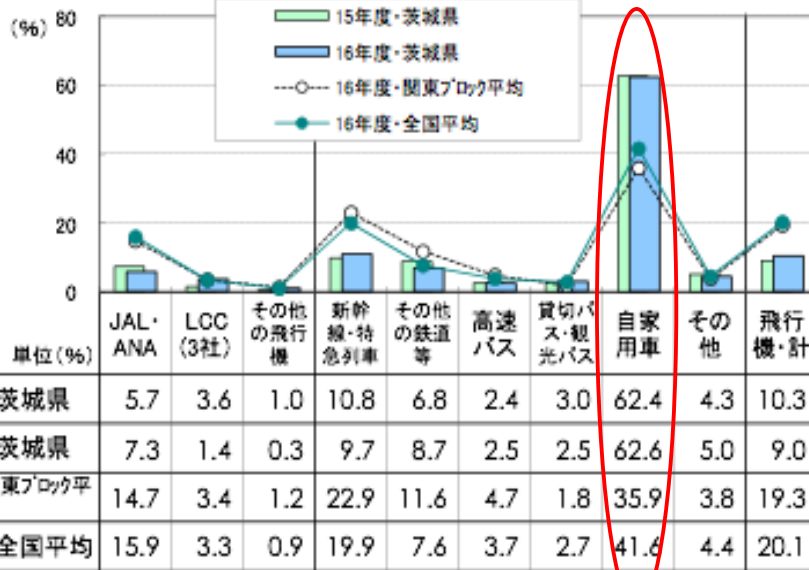
車移動の観光を当たり前として観光パンフレットの作成。

電車とバス移動の観光客に対する視点が不足している。

バスは地域住民に寄り添っているため、本数がまばらで少ない。

<茨城県の観光地に着くまでに利用した主な交通手段>

(単一回答) ※各県への旅行件数ベース



※「その他」には、船・フェリー、路線バス、レンタカー、タクシー・ハイヤー、バイク、レンタルサイクルを含む

じゃらん宿泊旅行調査2017より

・**6割以上**の観光客が観光地まで自家用車で向かう。

・**ファミリー層や高齢者の観光客が多い。**

大学進学等でペーパードライバーが多い若者にとって茨城県は行きづらい観光地！！

<茨城県 観光客の年齢層と系統>

◇年代別入込状況 (n=3,969)

10代以下	20代	30代	40代	50代	60代以上	計
1.8(%)	9.4(%)	20.2(%)	17.7(%)	16.5(%)	34.3(%)	100.0(%)

◇個人・グループ別入込状況 (n=3,952)

一人	家族	友人・知人	団体	その他	計
12.5(%)	65.8(%)	17.4(%)	2.4(%)	1.9(%)	100.0(%)



えっおいしい

えっおしゃれ

えったのしい

茨城って魅力がいっぱい！！！！

伝わらないってもったいない！！！！

私たちは

いばらき野菜の**おいしさ**を伝えたい。

でも、ただイベントやPRをするだけでは今までと一緒。

茨城県民、特に若者の**意識改革**も兼ね備えた政策でなければ

持続可能な政策にはならない。

食（農産物）

生産量NO1 = ”**おいしさ**”NO1へ
『いばらき野菜×美&健康=おいしい』

「食」の観光プランを支える茨城県民

交通

いばらき愛で支える二次交通
国家戦略特区
自家用タクシーの活用

×

教育

いばらき愛を育む人材育成
学年ごとに
いばらき愛育成プログラム

◎いばらき愛を育む「交通」と「教育」の政策を地域住民に実施し
「食」の政策を持続的に観光客に提供する。

- ・観光客側 → 「食」の政策を実施
- ・受け入れ側 → 「交通」「教育」の政策を実施

食の政策プラン(観光客へ)

『いばらき野菜×美&健康=おいしい』プロジェクト

いばらき野菜だからできる。

いばらき野菜だからおいしい。

ターゲット

首都圏在住の20～30代の女性

わがままな生き物なんです。。

3つの特性別にいばらき野菜の魅力をアピール！！

パターン1
女子大学生



(10~20代前半)

女子大生の旅のニーズは
SNS映え!
イベントが大好き。

パターン2
ワーキングウーマン



(20代後半)

働き盛り女子は外見磨き
もめかりない。
美容情報には敏感。

パターン3
キャリアウーマン



(30代)

仕事順調女子は自分の
時間を楽しみたい。
体験できる旅行プラン。

<第一段階> 女子大生がインフルエンサーになり茨城の魅力を発信(イベント・動機付け)

①女子大学生



(10~20代前半)

+



銚田市

=

メロンづくしのスイーツフェアを実施

(インスタ映えを狙うイベント)

- ・女子大生が好むようなSNS映えした会場とメロンスイーツの食べ放題フェアを提供。
- ・平日と休日で金額に差をつけ地域住民の方も楽しめるようにする。
- ・6月ごろ20日間程度実施。

<メロンの美容効果>

成分:カロテン・ビタミンA・カリウム

効能:むくみ改善・生活習慣病の予防・老化防止

※メロンは食べ過ぎても体に悪影響を及ぼすような栄養素は含まれていない

大学生がSNSで
情報を拡散!



※メロンスイーツフェアイメージ図

<第二段階> 女子大生の投稿により茨城に関心が向けられる(栗で食と美をPR)

②ワーキングウーマン



(20代後半)

+



笠間市

=

栗をふんだんに使った食と美を提供

(具体例)

- ・マロンマロン手作り教室の参加
「らびっとているがーでん」
- ・栗づくしのフルコースを堪能
「フレンチレストラン Tortue」

<栗の美容効果>

成分:ビタミンB・ビタミンC・食物繊維

効能:美肌・腸内環境を整える・老化防止

食べる以外の
魅力を発見!

<第三段階> いばらき野菜が注目される(日本1オシャレな干しいもで農業体験)

③ キャリアウーマン



(30代)

+



行方市

=

オシャレすぎる干しいもと農業体験の提供

「行方ファーマーズヴィレッジ」が舞台

- ・今までとは違う”おしゃれ”な干しいもに出会う。
- ・農業体験やスイートポテト作り、おいしいさつまいも料理を楽しむ。
- ・ちょっとした贈り物に最適。
ハイスペック女子は品のある贈り物にも注目している。

<干しいもの美容効果>

成分: ビタミンB,C,E・鉄分・カリウム

効能: 美肌・むくみ防止・老化防止・便秘効果



食の政策プラン(観光客へ)

健康と美容に効果的で、おいしい野菜が豊富な茨城だからターゲットの様々なニーズに応えることができる。

「地域＝野菜」のイメージが付き、さらに「食」以外の魅力も発見してもらえることが可能に。

交通の政策プラン(地域住民へ)

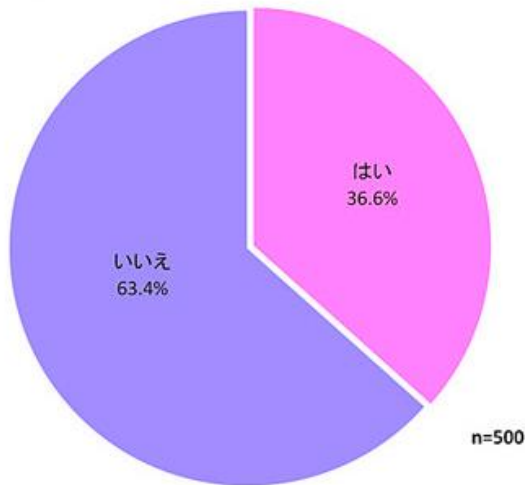
『国家戦略特区 自家用タクシーの活用』プロジェクト

二次交通の充実を目指して。

若者が車を選択しなくても観光できる環境へ。

女性の車運転の実態は??

Q.あなたは現在ペーパードライバーですか？



18歳以上の女性500名にききました。

Q. あなたは現在ペーパードライバーですか？

約4割の女性がペーパードライバー

Q. ペーパードライバー歴はどのくらいですか？

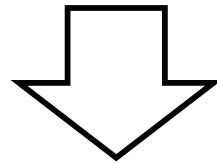
1位	10年以上	42.5%
2位	3年以上～4年未満	8.9%
3位	2年以上～3年未満	8.2%

約4割の女性が10年以上運転経験なし

茨城県と女性は相性が悪い??

移動に自家用車が必要不可欠な茨城県に

車を運転しない若い女性を呼びたい。



二次交通を確保して充実させなければ！！



国家戦略特区 自家用タクシー活用プロジェクト

行政版 ライドシェアリング！！

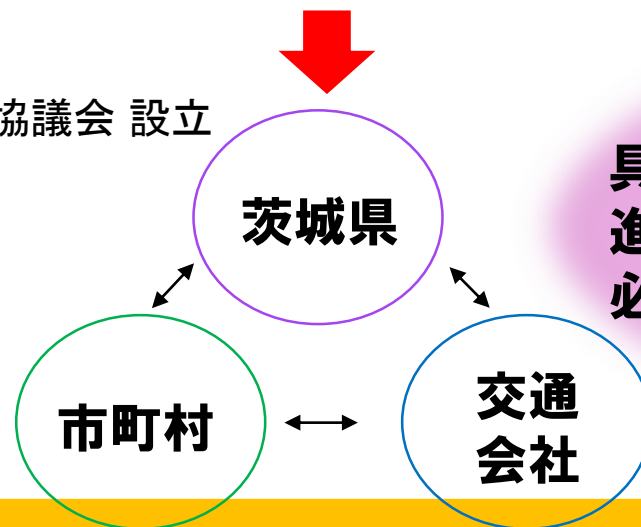
○国家戦略特区とは。。。。

地方創成の原動力として地域で実施したいを特別にその地域だけに認める制度。

○自家用タクシーが活用されるには。。。。

行政の枠を超えた広域内二次交通の整備が必要。

(仮)茨城観光 二次交通対策協議会 設立



具体的に二次交通の在り方や進め方を検討・実施していく必要がある。

交通の政策プラン(地域住民へ)

『**国家戦略特区 自家用タクシーの活用**』プロジェクト

茨城県全体で観光に対し考え活動するプロジェクト。

話題性があり、女性が茨城県にアクセスしやすくなる。

新たな雇用が生まれる。

ボランティアガイドとして学生が参加できる。

教育の政策プラン(地域住民へ)

『**中学・高校・大学 いばらき愛育成プログラム**』

自分の立案した政策が観光客に影響しているという
“実感”が育めるプロジェクト。

<第一段階 中学生> いばらきっ子郷土検定+レシピコンテストの実施

既存

「いばらきっ子郷土検定事業」

→ 楽しみながら茨城県の伝統や文化等を学ぶことができるように
中学2年生を対象にいばらき独自の郷土検定を実施している。

「歴史」「文化・人物」「生活・自然」「商工業・観光物産」等から出題




新規

「レシピコンテストの開始」

→勉強で学んだ茨城の魅力を料理を通して実際に触れる。

- ・いばらき野菜を使ってオリジナルな料理を考案。
- ・コンテストで入賞した学生の料理は冊子になる。
- ・この冊子は既存の二次交通機関や自家用タクシーの中に入れて、乗客に配布する。

<コンテスト入賞者 冊子イメージ図>

 <p>〇〇中 茨城太郎</p>  <p>材料</p> <ol style="list-style-type: none">1 広げたローズポークに茶こしを使って小麦粉を全体にまぶす。2 干しいも4~5枚を1cm幅に切る。3 リンゴも干しいもと一緒に巻く。4 フライパンで中火で焼く。醤油とで味付け。 <p><美容と健康のポイント></p> <p>「干しいも」と「リンゴ」を一緒に摂ることで干しいものビタミンC・Eとリンゴのポリフェノールがダブルで活性化酸素の働きを抑える。乾燥肌や老化を防ぐのに効果的です!</p> 	 <p>〇〇中 茨城花子</p>  <p>1 好みの野菜を食べやすい大きさに切る。 2 干しいも2~3枚を炙り食べやすい大きさに切る。 3 野菜と干しいもヒジキを加えて混ぜる。 4 醤油・米酢・柚子胡椒を加えて混ぜる。</p> <p><美容と健康のポイント></p> <p>「干しいも」には「ヒジキ」の鉄分の吸収を促してくれるビタミンCが豊富!一緒に摂ることで女性の悩みに多い貧血を効率よく予防してくれます!</p> 
--	--

冊子の監修を担当



神保佳永さん(じんぼよしなが)
日本の料理人。茨城県日立市出身。
株式会社JINBO FOOD PLANNING
代表取締役社長

★いばらき食のアンバサダー

[人のブランド価値を活用する]
成功事例: 絶景コンテスト 絶景プロデューサー詩歩

<第二段階 高校生>

「茨城魅力再発見コンテスト」の参加

- ・中学校で学んだ知識を活かして実際に茨城県がより活性化するための政策を考える。
- ・フィールドワークを必須とし、実際に環境や現状に触れよりリアルな問題意識が生まれる。
- ・大学生との交流が生まれる。

<第三段階 大学生>

「茨城魅力再発見コンテスト」を主催

- ・「茨城魅力再発見コンテスト」は茨城県内の大学生が主催
- ・テーマやコンテスト内容等は大学生が自由に決める
- ・毎年実施する。主催大学は毎年変更する。(バトン制)

企画の運営・主催側になることで更に茨城の理解が深まる。

教育の政策プラン(地域住民へ)

『**中学・高校・大学 いばらき愛育成プログラム**』

常にインプットとアウトプットの環境を作ること
で茨城や観光に対して関心が向上する。

危機意識がないことへの意識改革と実行力が身につく。

常に若者のアイデアが飛び交う県になり、新鮮で斬新な
生き活きとした地域となる。

①「生産量NO1 いばらき野菜＝おいしい」

②「国家戦略特区 自家用タクシー」

③インプット・アウトプット
学生の「いばらき愛育成プログラム」

経済効果 1

女子大生×メロン

銚田市

①女子大学生



(10～20代前半)

+



=

メロンづくしのスイーツフェアを実施

(インスタ映えを狙うイベント)

- ・開催時期 6月頃 土日を含め20日間程度
- ・1日平均1,500人 30,000人の来場者
(そのうち1割の3,000人が首都圏からの女子)

※女子3人グループが東京駅～茨城空港までバスを使いそこから二次交通
「銚田自家用タクシー」を使用したと考える。

※統計 女子旅人数2.9人を参考

東京駅～茨城空港 往復2,400円

銚田自家用タクシー 往復3,000円 1人当たり1,000円

スイーツフェアに参加 飲み食い・お土産 3,000円程度

合計6,400円 3,000人 = **1,920万円**

経済効果2

ワーキングウーマン×栗

笠間市

②ワーキングウーマン



(20代後半)

+



=

栗をふんだんに使った食と美を提供

- ・開催時期 9月～11月下旬 50日間限定
- ・1日平均 平日20人 休日50人
- ・期間集客数 1,550人

秋葉原～笠間 高速バス 往復2,800円

二次交通 観光周遊バス+タクシー 1人当たり1,500円

体験教室・食事・お土産費用 6,000円程度

合計10,300円

平日10,300円×20人×35日=721万円

休日10,300円×50人×15日=772万5000円 合計 **1,493万5000円**

経済効果3

キャリアウーマン×干しいも

行方市

③キャリアウーマン



(30代)

+



= オシャレすぎる干しいもと農業体験の提供

「行方ファーマーズヴィレッジ」が舞台

- ・開催時期 ①芋ほり10月中旬～11月下旬
②干し芋づくり 12月中旬から2月まで
③干し芋料理を食べる・・・ヴィレッジ
- ・土日を中心に実施
- ・期間集客数 30人×14日×3回=1,260人

※女子3人グループが東京駅～茨城空港までバスを使いそこから二次交通「行方自家用タクシー」で農業体験。その後をヴィレッジへ。

東京駅～茨城空港 往復2,400円

行方自家用タクシー 往復3,000円 1人当たり1,000円

農業体験に参加 体験・食事等 3,000円程度

合計6,400円 1,260人=**806万円**

経済効果（合計）



+

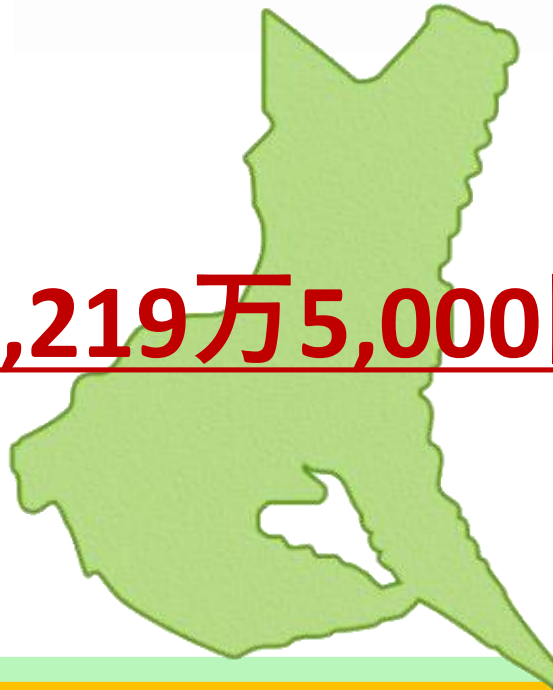


+



=

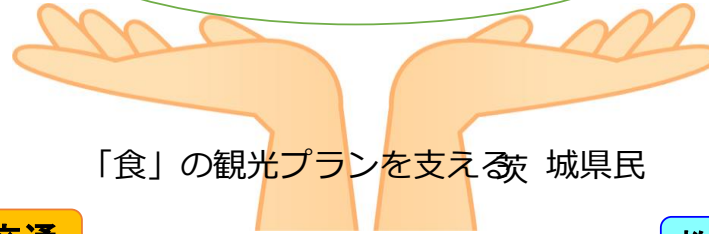
4,219万5,000円



食(農産物)

生産量NO1 = "おいしさ"NO1へ

『いばらき野菜×美&健康=おいしい』



「食」の観光プランを支える茨城県民

交通

いばらき愛で支える二次交通

国家戦略特区

自家用タクシーの活用

×

教育

いばらき愛を育む人材育成

学年ごとに

いばらき愛育成プログラム

◎いばらき愛を育む「交通」と「教育」の政策を地域住民に実施し
「食」の政策を持続的に観光客に提供する。

- ・観光客側 → 「食」の政策を実施
- ・受け入れ側 → 「交通」「教育」の政策を実施

私たちは

政策案を単なる夢物語でおわらせません。

いばらき野菜の美味しさを持続的に伝え魅力度をあげたい。

だから地域住民も参加する観光まちづくり案を提案します。