



茨城大学
Ibaraki University

2019年、茨城大学は
創立70周年



繋がる街、 だいがく。

茨城大学人文社会科学部

地方政治論ゼミナール チーム大子

佐藤雄基、高橋なつき、三浦寿幸、宮川智子

話すって楽しい。
出会って面白い。

こんな時代だからこそ
私達は信じたい
「繋がる」ことのチカラを。



①地域選定



②現状分析



③ターゲット選定



④プラン内容



⑤PR方法



⑥まとめ





① 地域選定



② 現状分析



③ ターゲット選定



④ プラン内容



⑤ PR方法



⑥ まとめ



茨城県大子町

- ・ 茨城県北西部に位置、
福島県・栃木県と接する。
- ・ 観光と農業が主産業
豊かな自然が残る
- ・ JR水郡線の各駅有り



茨城県大子町

- 人口：**16,776**人(2018.7.1)
→町結成時の43,124人から
半分以下に減少。
- 高齢化率は**44.2%**
→県内で**最も高い。**



「日本の数十年先を行く高齢社会」

出典：「大子町人口ビジョン」

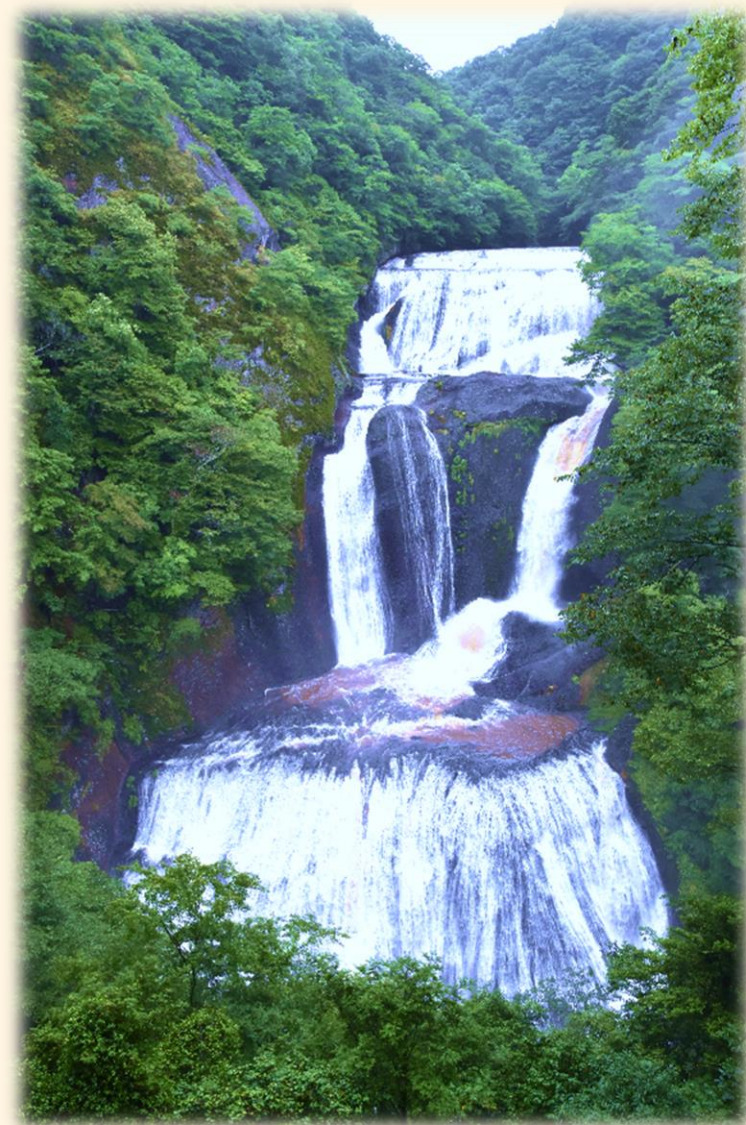
http://www.town.daigo.ibaraki.jp/data/doc/1457592318_doc_13_0.pdf

① 地域選定



大子の観光の現状について

- 豊かな**自然**を生かした観光業が盛ん。
- 特に**日本三大名瀑**の一つ「**袋田の滝**」があり、観光客の多くはそこを訪れる。





① 地域選定



② 現状分析



③ ターゲット選定



④ プラン内容



⑤ PR方法



⑥ まとめ

②現状分析



フィールドワークの様子





フィールドワーク&文献調査から見えてきた

大子町の課題

観光

- ① 宿泊客が少ない
- ② 町内周遊がされていない

地域

- ① 人口減少、高齢化
- ② 空き家・空き店舗活用

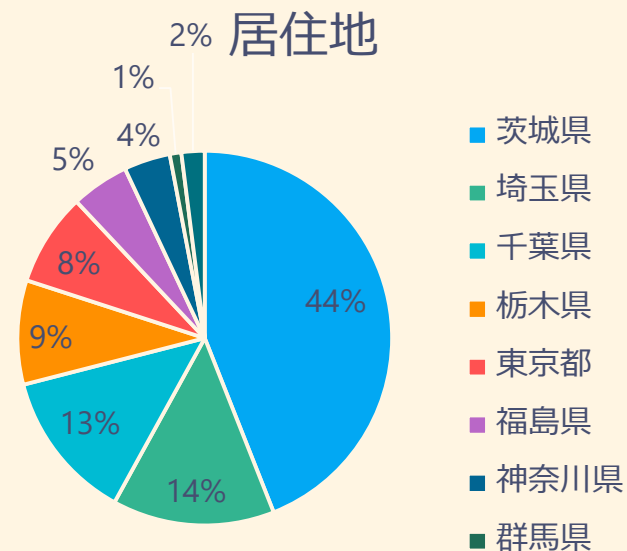
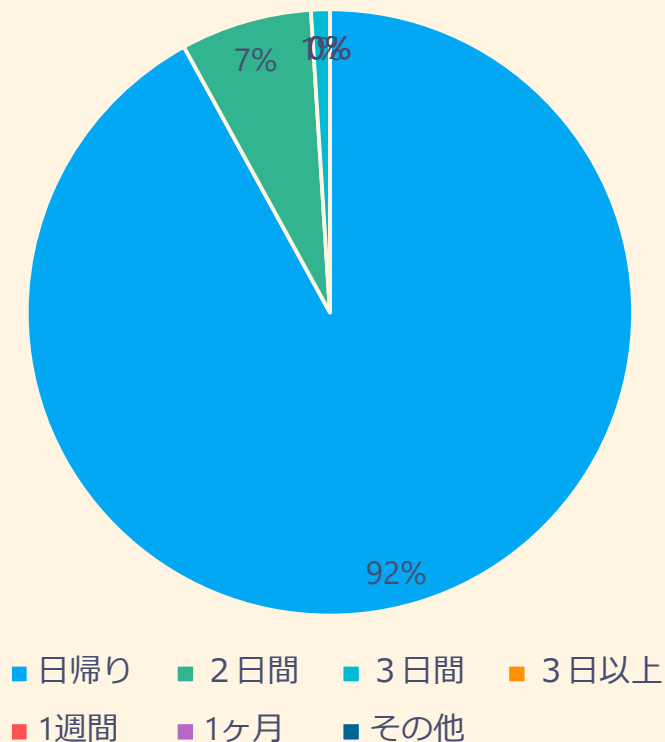


②現状分析

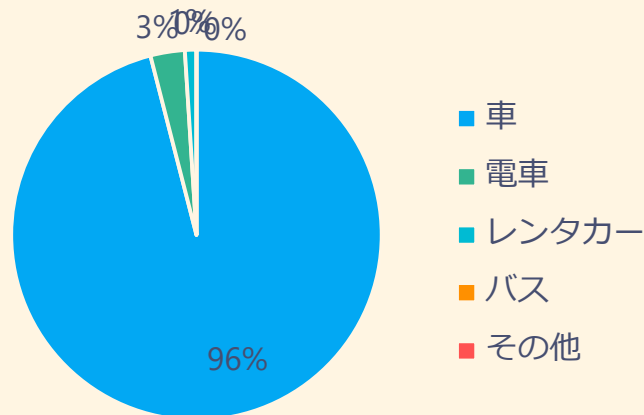


観光課題① 宿泊客が少ない

大子町にどれくらいの
期間滞在する予定ですか



何で来ましたか

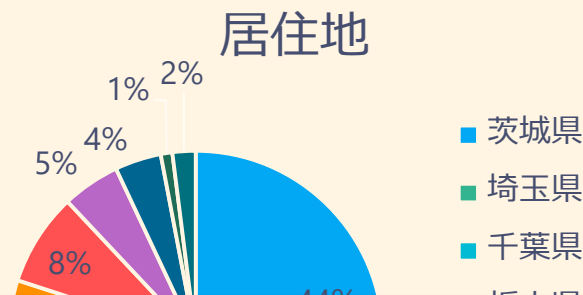


②現状分析

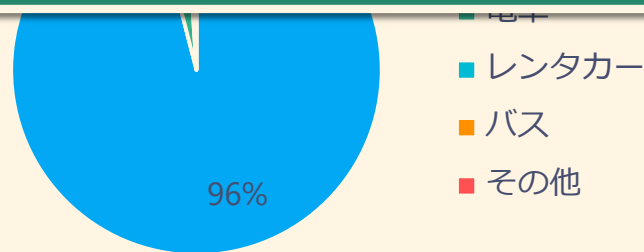
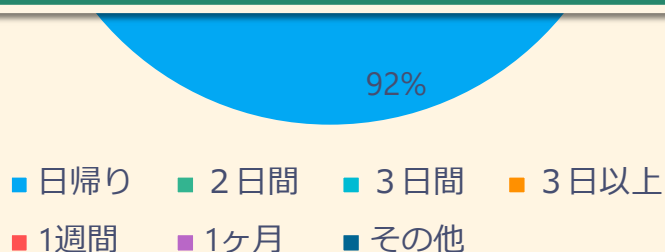


観光課題① 宿泊客が少ない

大子町にどれくらいの
期間滞在する予定ですか



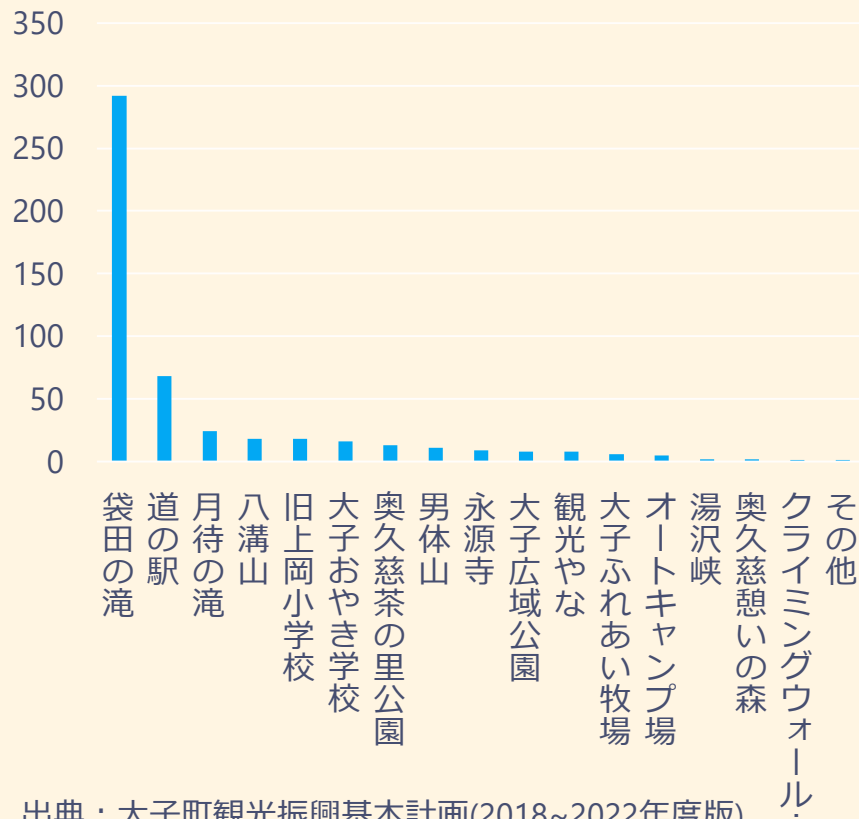
県内or近隣県から
車で来て日帰り
というパターンがほとんど



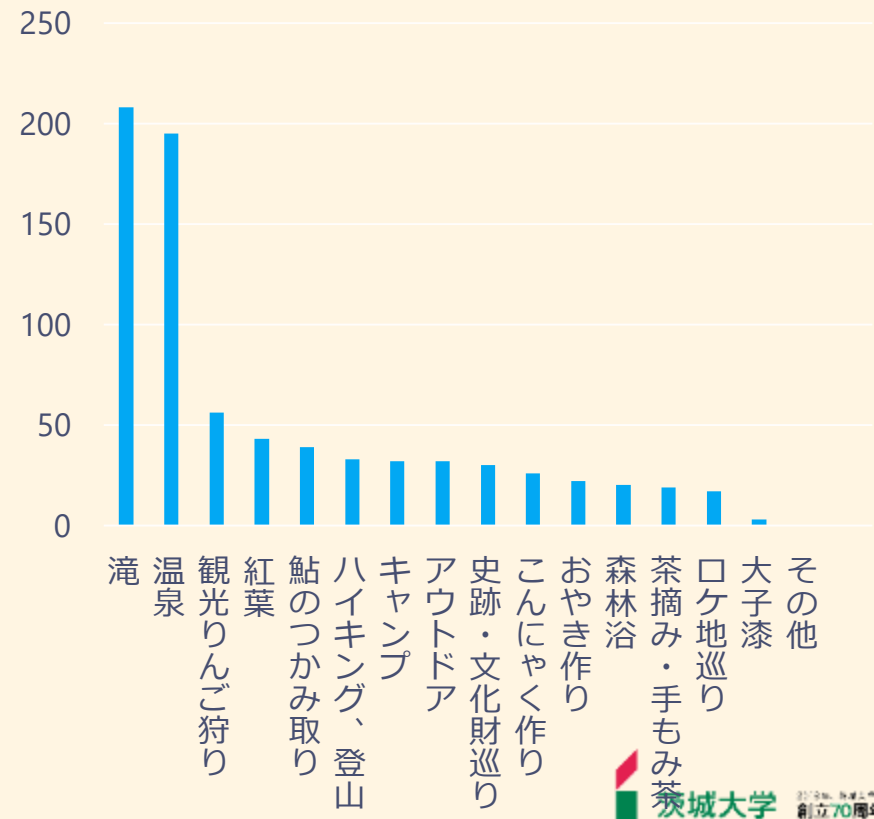


観光課題②町内周遊がされていない

大子町でどのような観光地を訪問
しましたか



大子町でどのような観光素材に興味
がありますか





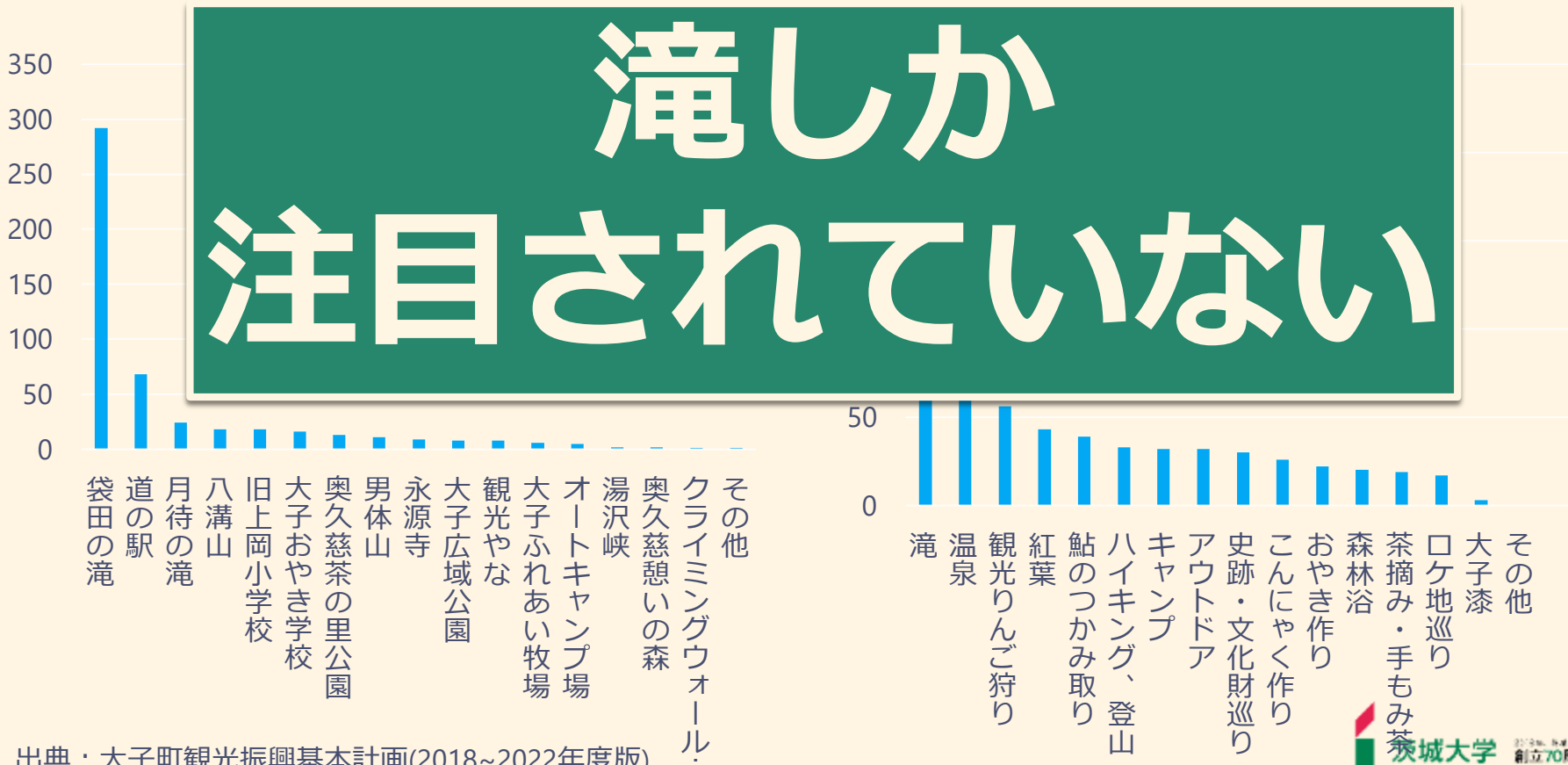
観光課題②町内周遊がされていない

大子町でどのような観光地を訪問

大子町でどのような観光素材に興味

しましたか

味がありますか



出典：大子町観光振興基本計画(2018~2022年度版)

茨城県の潜在的課題

『南北問題』



茨城県の潜在的課題 『**南北問題**』とは？



東京通勤圏内であり、つくばエクスプレス開業で**人口増**が続くつくば市・守谷市などの**県南地域**



高齢・過疎化が進む
大子町などの**県北部**



②現状分析

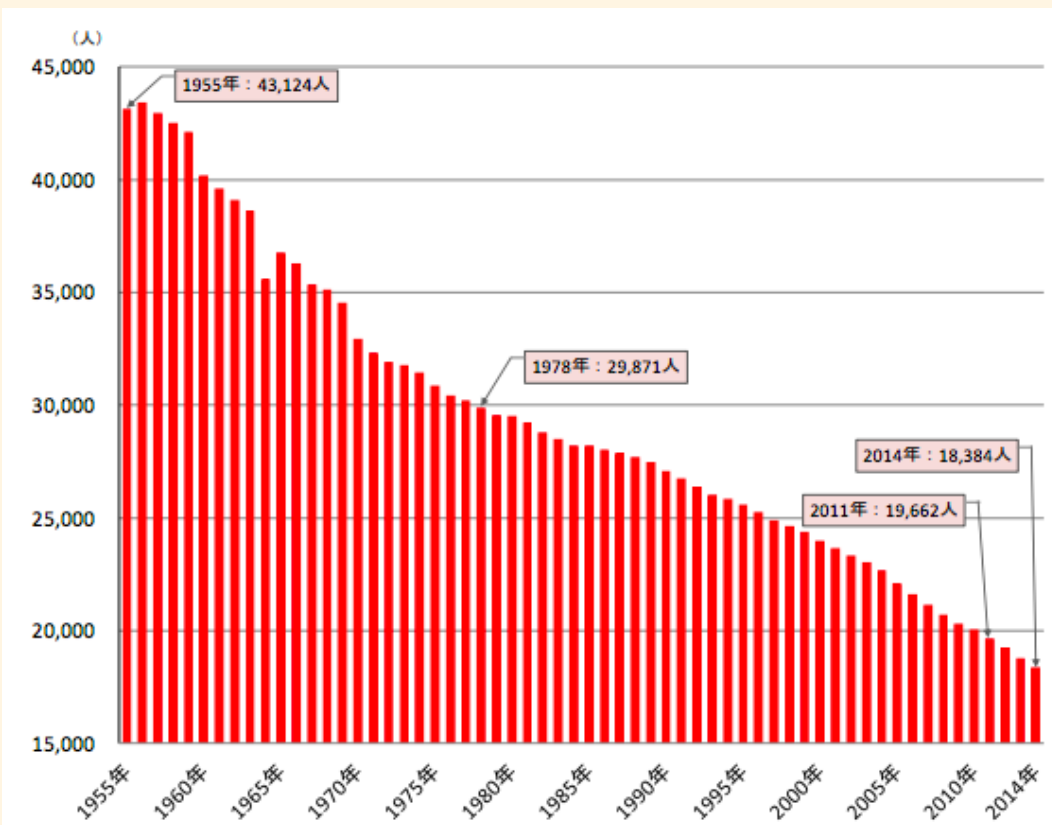


地域課題①人口減少、高齢化

地域課題②空き家・空き店舗活用



町を歩くと空き家らしき
建物を見かける



大子町の総人口の推移

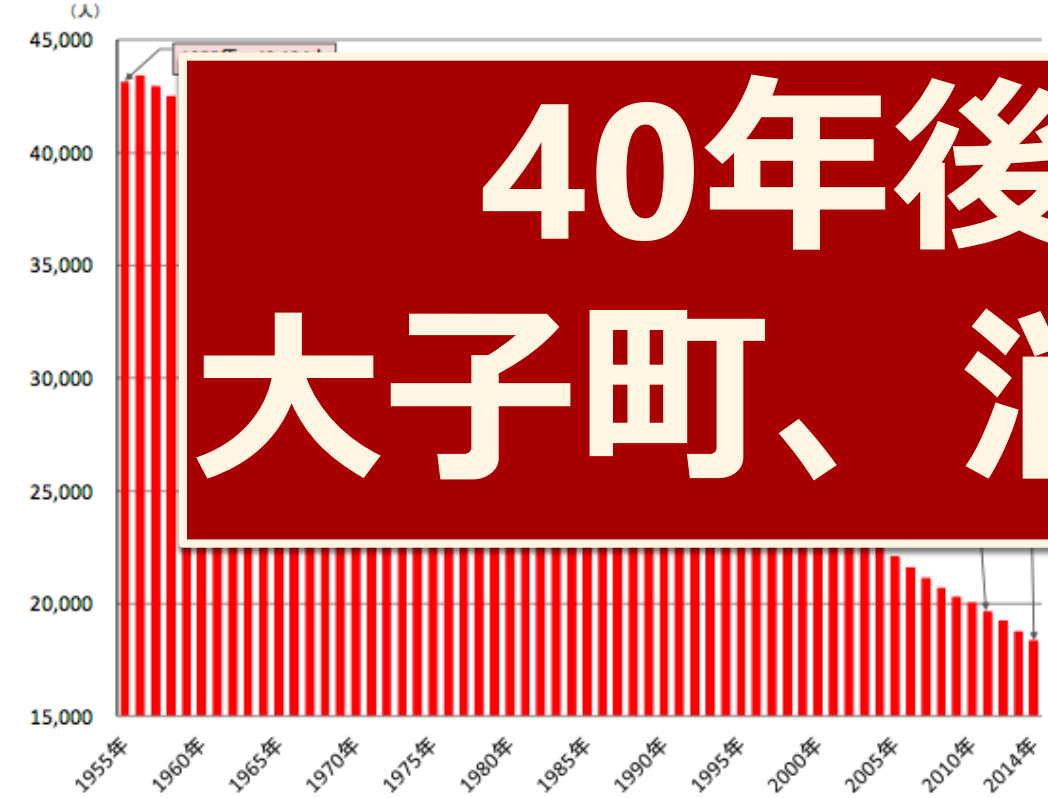
出典：大子町人口ビジョン(2016)

②現状分析



地域課題①人口減少、高齢化

毎年450人前後の減少



40年後には
大子町、消滅...?

町を歩くと空き家らしき
建物を見かける

大子町の総人口の推移

出典：大子町人口ビジョン(2016)



しかし、正直人口増は難しい... そこで

観光で「交流人口」の拡大を図る

ソーシャルキャピタルを育む

地域の問題を解決、活力ある街へ





なぜ「交流」を観光によって育むのか？

ソーシャルキャピタルにはいくつかの分類がある

①**結束型**...家族や友人など、コミュニティ内部の強い結びつき。「内と内」の繋がり

②**橋渡し型**...人種や地域、コミュニティを超えた結びつき。

「内と外」「外と外」の繋がり

出典：Aldrich, Daniel P. (2012) BUILDING RESILIENCE: Social Capital in Post-Disaster Recovery, The University of Chicago Press. (石田祐・藤澤由和訳『災害復興におけるソーシャル・キャピタルの役割とは何か―地域再建とレジリエンスの構築―』ミネルヴァ書房、2015、38-48頁)

②現状分析



内側だけでもソーシャルキャピタルを生み出すことは可能だが、**結束型**には問題点がある。

強い内向きの所属意識は、外部のコミュニティへの敵対心を生み出してしまう可能性がある。

いわゆる「**閉鎖的で外部の人間に厳しい田舎**」。

結束型だけ、では良くないとされる。

一方、**橋渡し型**は外部の資源との繋がりを生み出すことができる。外部との交流により開放的なイメージ、大子町を発信することで魅力度の向上にもつながる。



②現状分析



内側だけでもソーシャルキャピタルを生み出すことは可能だが、**結束型**には問題点がある。

強
み
し
結

観光による交流創造
→ **ソーシャルキャピタル醸成**
→ **活力ある街へ！**

一方、**橋渡し型**は外部の資源との繋がりを生み出すことができる。外部との交流により開放的なイメージ、大子町を発信することで魅力度の向上にもつながる。



分析から見えた私たちのプランの目指す方向性

「交流」をテーマにした観光



宿泊させる
工夫

滝以外の魅
力的なコン
テンツ

地域問題の
解決

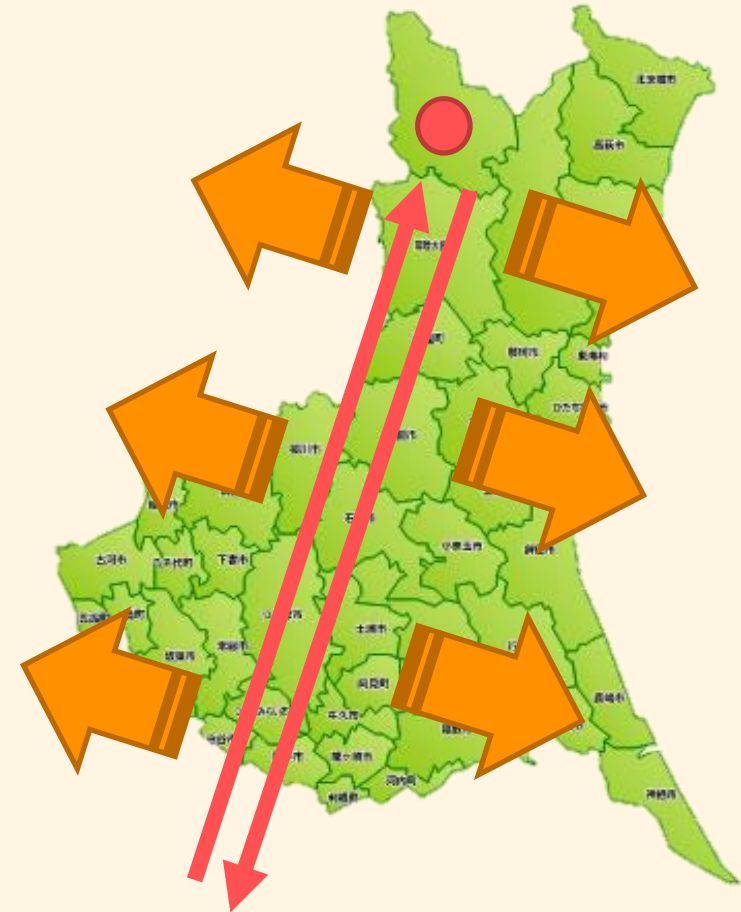


②現状分析



大子町に観光に来た人は水戸・大洗・ひたちなかなど、他の観光地にも立ち寄るというデータあり。

人口の多い南関東から、茨城県で最も北に位置するの大子町への動員を図ることで、茨城県全体への2次効果が期待できる。



→茨城全体の魅力度向上に貢献



①地域選定



②現状分析



③ターゲット選定



④プラン内容



⑤PR方法



⑥まとめ



メインターゲット



親子の
観光客

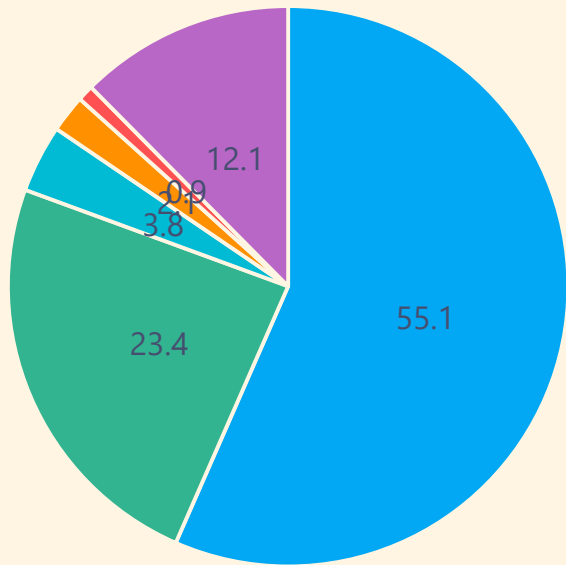


③ターゲット選定



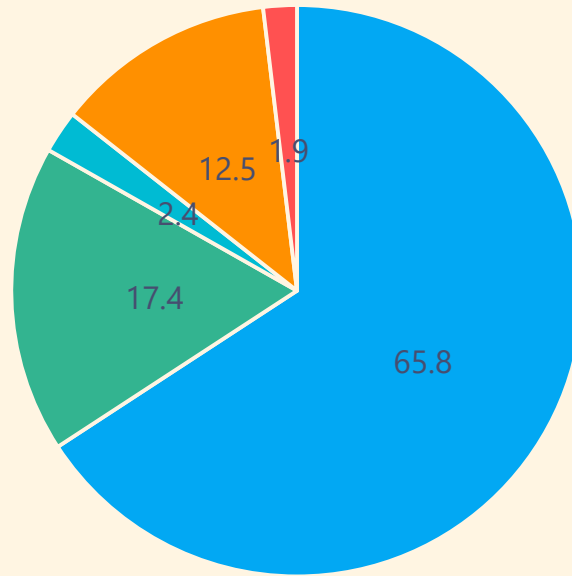
メインターゲット：親子の観光客

宿泊観光旅行同伴者
(日本、2012)



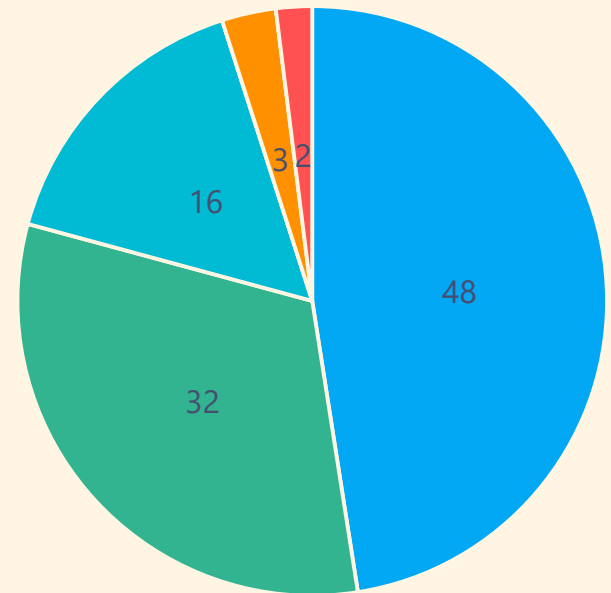
- 家族
- 友人
- 家族+友人
- 職場・学校の団体
- 地域の団体
- 自分ひとり

個人・グループ別入
込状況
(茨城県、2016)



- 家族
- 友人
- 団体
- 職場・学校の団体
- その他
- その他

旅行同伴者
(大子町、2016)



- 家族
- 夫婦
- 友人
- その他
- その他



③ターゲット選定



メインターゲット：親子の観光客

宿泊観光旅行同伴者

個人・グループ別入

旅行同伴者

家族との観光が
主流

- 家族
- 家族+友人
- 地域の団体

- 友人
- 職場・学校の団体
- 自分ひとり

- 家族
- 友人
- 自分ひとり
- その他

- 家族
- 夫婦
- 友人
- その他
- 自分ひとり



メインターゲット：親子の観光客

また、森下(2011)の研究では、
家族での旅行経験がある人ほどコミュニケーション能力が上がると述べられている。



大子町の「交流」に重きをおいた観光により、
子どもの**教育**や**成長**に大きく貢献

③ターゲット選定



サブターゲット





サブターゲット：地域の方々

- ・ 観光による内外との繋がりを生み出す**アクター**に
- ・ **ソーシャルキャピタル**の醸成により地域の力を生み出し、活力ある街へ
災害時の共助、復興の推進力にも





内×内 ・ **内×外** ・ **外×外**

これらの繋がりを生み出し、

- ・ **旅行経験による子どもの育成**
- ・ **交流による地域力向上**
- ・ **大子町を観光立町へ！**





①地域選定



②現状分析



③ターゲット選定



④プラン内容



⑤PR方法



⑥まとめ



プラン①

『ワラウ角には福来たる』



プラン① 『ワラう角には福来たる』

大子町にゆかりのある

「あるもの」 と 「あるもの」 を

組み合わせ、新しい伝統を生み出す！

そのあるものとは・・・



プラン① 『ワラウ角には福来たる』

大子町に現れる謎の**巨大物体**...

『**ワラボッチ**』

なぜ大子町に？！

『**七福神**』

プラン① 『ワラう角には福来たる』

『わらぼっち』

= 粃を脱穀した後の**稲藁**を保存するために、高く積み上げたもの。

化学製品の台頭により稲藁の必要性が低下、わらぼちは日本の田園風景から消えていった。



<https://ameblo.jp/takimikan2016/entry-12227099095.h>

プラン① 『ワラウ角には福来たる』

『七福神』

= 福をもたらすとして有名な
七柱の神、七福神。

大子町では**町内7寺院**で
それぞれ七福神を**一つずつ**
祭っている。



プラン① 『ワラう角には福来たる』

わら
ぼっち



七福神

NEW
田んぼ
アート



プラン① 『ワラう角には福来たる』

※イメージ



おおきい
~!!



プラン① 『ワラう角には福来たる』

※イメージ



プラン① 『ワラう角には福来たる』

- ・ 従来の田んぼアート→色の異なる稲を使って平面で作成
- ・ わら七福神→わらを使い**立体的**に作成
「七福神」にあやかり**パワースポット**に
- ・ 茨城には日本で唯一、国立の総合大学が2つある（茨城大学、筑波大学）。また茨城大学は天子町と連携協定を締結済み。
→制作：**地域住民×美術・技術系学生**が協力

地域住民
同士の
交流

新たな
観光資源

大学との
連携



プラン① 『ワラう角には福来たる』

- ・ 従来の田んぼアート→色の異なる稲を使って平面で作成
- ・ わら七福神→わらを使い**立体的**に作成

[内]×[内]の 繋がり

同士の
交流

観光資源

大学の
連携



プラン②
『氷花ファンタジーナイト』

プラン② 『氷花ファンタジーナイト』

・ 氷花（シガ）とは？

→厳冬期、水面に無数のシャーベット状の**氷**が現れ、川の流れによって流れる現象。

日本では大子町の久慈川

が**代表的**な発生地域で、

世界的に見ても珍しい

低緯度地域での流氷現象。



<http://www.jaf.or.jp/jafnavi/driveguide/natural-phenomenon/shiga.php>

プラン② 『氷花ファンタジーナイト』

「ミズベリング」



MIZBERING

- ① まちにある川や水辺空間の賢い利用
- ② 民間企業等の民間活力の積極的な参画
- ③ 市民や企業を巻き込んだソーシャルデザイン

の3つを基本コンセプトとして、街における川や水辺の魅力や価値、賢い利用、各主体の関わり方等について考え、水辺とまちの未来を創造していくための取り組み

プラン② 『氷花ファンタジーナイト』

氷花をイメージ
したライトアップ



ミズベリング
「水辺で乾杯」

新たな夜の
イベント



プラン② 『氷花ファンタジーナイト』

氷花をモチーフにした
ライトアップイベントを開催

「川ライトアップ」 × 「水辺で乾杯」

観光客も、地域の人も集まる場を設けることで
水辺の賑わいを作る

プラン② 『氷花ファンタジーナイト』

氷花をモチーフにした

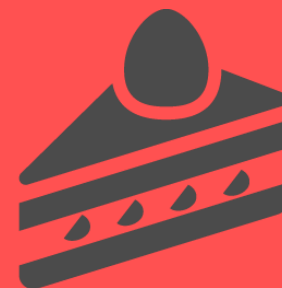
[内]×[外]の 繋がり

観光客も、地域の人も集まる場を設けることで

水辺の賑わいを作る



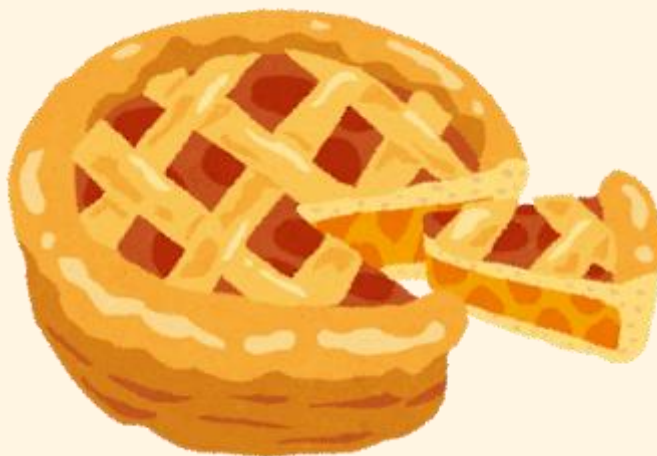
プラン③ 『だいがこのだいがご味！体験』



プラン③ 『だいがのだいが味！体験』



大子の特産品りんごを利用し、
アップルパイを作って売る**職場体験**



プラン③ 『だいがのだいが味！体験』

午前：親子で**アップルパイ**作り

自分で作ったアップルパイを食べてもらう

午後：子ども中心に、**アップルパイ販売**

観光客が**地域**に入っていくことで、交流を図る。

子どもにとっては「**仕事**」を学ぶ体験に。



プラン③ 『だいがのだいが味！体験』

午前：親子でアップルパイ作り

**[外]×[外]の
繋がり**





宿泊客を増やすために...「良質な宿の確保」

「**大子ホテル**～町全体で宿泊施設に！～」

- ・ 空き家となっている**古民家**を利用し、それら1軒1軒をホテルの客室と見立てて宿とする。
- ・ 観光客はフロントとなる拠点施設で鍵を借りる。
- ・ 料理は人が出向き、その家のキッチンで料理
おじいちゃんおばあちゃんの家に帰って来たかのような雰
囲気を楽しむ。





PR:一般車に**交通広告**

「**大子スポンサーカー**」

- ・ 観光客の車に**大子町の広告**を貼ってもらう代わりに、観光地での駐車料金無料やクーポンなどを提供。
大子町のPRを図る。
- ・ 大子スポンサーとなることで、大子町への愛着を持ってもらい、「**第2のふるさと**」にしてもらう。





①地域選定



②現状分析



③ターゲット選定



④プラン内容



⑤PR方法



⑥まとめ



YouTube廣告





YouTube広告で動画PR



YouTubeでの動画広告



年齢層・旅行に興味のある層など、ターゲットを絞って**効果的**に広告を出すことが可能。





YouTube広告で動画PR



茨城大学地方政治論ゼミナール

自治体と協力し、観光PR動画の作成のノウハウ有。

(ドローン活用なども)



官学連携し、より魅力あるPRを実施。





①地域選定



②現状分析



③ターゲット選定



④プラン内容



⑤PR方法



⑥まとめ

⑥まとめ



経済効果

総務省「経済波及効果算出シート」を使用し算出

1泊2日、午前中に帰ると仮定

交通費：東京駅→常陸大子駅往復（特急込み）9800円

食費：だいがく味体験2000円、朝食1000円

宿泊費：思い出浪漫館（大子町）の最低価格13800円で仮定

お土産代：5000円

これらを用いて計算

ここに、部門ごとの新規需要額を入れると、右側に波及効果が表示されます。

部門の明示		新規需要額 (単位：百万円)	波及効果
01	農林水産業	米、野菜、畜産、漁業	52960729
06	鉱業	石油、煤炭、天然ガス、非金属鉱	2614182
11	製造業	食品、繊維、パルプ、化学製品、金属	148124217
15	繊維製業	繊維、服飾品、帽子、皮革	3767295
16	パルプ・紙・木製品	木材、家具、紙、印刷用紙	24449598
18	化学製業	化学原料、医薬品、化粧品、染料	24124159
20	石油・石炭製品	ガス、灯油、LPG、コークス	87187110
22	プラスチック	プラスチック、タイヤ、チューブ	18465262
25	窯業・土石製品	ガラス、セメント、陶磁器	5183019
28	鉄鋼	鋼材、鋳造	15012498
29	非鉄金属	銅、アルミニウム、亜鉛、ケープル	3671815
32	金属製品	鉄骨、シヤッター、アルミ、ドラム缶、刃物	11166491
33	電気機械	モーター、印刷機、ポンプ	2286500
34	化学機械	パルプ機械、ドリル、印刷機、検査、製糖機	2466402
35	輸送用機械	自動車、自動車部品、鉄道車両、カメラ	2220501
36	電子機械	液晶パネル、液晶テレビ、電子回路	2866534
37	電気通信	電気通信機器、エレクトロニクス	2830042
38	情報・通信機器	パソコン、テレビ、デジタルカメラ、携帯電話機	559281
39	輸送機械	乗用車、トラック、航空機、船舶	21529223
40	その他の製造工業製品	日用品、家具、ガラス、時計、玩具	1106468
41	建設	住宅建設、公共建設、土木工事	28260211
42	電力・ガス・熱供給	電力、ガス、熱供給	83648371
43	水道	上水道、下水道	18850066
44	下水道施設	ごみ処理、産業廃棄物処理	18868117
51	娯楽	娯楽、小売	26000000
52	娯楽・娯楽	娯楽、娯楽施設、娯楽施設	31863296
53	小売	百貨店、食品、日用品、娯楽施設	52482682
54	運輸・郵便	航空、鉄道、道路運送、水運、郵便	68600000
55	情報通信	電気、ガス、ソフトウェア、娯楽施設、娯楽	73072743
61	公共	国、地方公共団体	2412852
62	教育・研究	学校、研究、図書館、博物館	12460253
64	支那・福祉	病院、福祉施設、福祉施設、介護	862175
65	その他のサービス	観光、娯楽、娯楽施設、学校、娯楽	6550403
66	娯楽サービス	娯楽施設、娯楽施設、娯楽施設、娯楽施設	215381609
67	娯楽サービス	ホテル、娯楽施設、娯楽施設、娯楽施設	1173833762
68	娯楽サービス	娯楽施設、娯楽施設、娯楽施設	4824989
69	娯楽サービス	娯楽施設、娯楽施設、娯楽施設	15044729
合計		187700000	3153934519

経済効果

31億5393万4519円

繋がる街、だいご。

「交流」を
テーマにした
観光



大子町を「交流型観光先進都市」へ！