

# 行方市観光振興計画



平成31年(2019年)3月





# 目次

第一章：計画の策定に向けて.....	1
1. 計画策定の目的.....	1
2. 計画の位置づけ.....	1
3. 計画期間.....	1
第二章：現状と課題.....	2
1. 行方市における観光の現状.....	2
・茨城県における観光客の動向.....	2
・海外からの本県周遊ツアー催行状況.....	3
・行方市における観光客の動向.....	5
2. 既住の観光振興計画の取組状況.....	6
3. 観光客のニーズ.....	7
首都圏、北関東圏での行方市の観光資源に関わる浸透、関心度調査.....	7
来訪者の観光行動.....	16
市内の観光に携わる団体、事業者ヒアリング.....	20
観光行動調査.....	27
4 行方市の観光振興面での課題.....	38
第三章：観光振興の基本方針.....	39
1. 基本方針.....	39
2. 基本方針と重点取組事項.....	40
3. 重点取組事項とアクションプラン.....	40
4 計画の目標値.....	43
巻末資料.....	44

# 第一章:計画の策定に向けて

---

## 1. 計画策定の目的

少子高齢化による人口減社会の到来は地方経済を直撃し、日本創成会議の推計によると2040年には全国896の市区町村が「消滅可能性都市」に該当するというデータが公表されています。このような社会状況に対応するためには、地域活性化を促進する新しい人の流れを作り出すことが必要です。現在、行方市の観光客数は年々増加する傾向にあります。

しかし、現状に満足することなく更なる観光振興政策を打ち出すことが重要であることは言うまでもありません。これまでも当市においては「行方市産業・観光振興計画」を策定し様々な施策を実践してきました。その効果を精査し、新たな5カ年に向けた「行方市産業・観光振興計画」をここに策定します。行方市の魅力を創出し、全国及び海外に向けて情報を発信するための指針となる基本プランです。

## 2. 計画の位置づけ

行方市の観光振興の指針として位置づけ、以下の役割をもつ計画として策定します。

- ・観光資源の活性化、交流人口の拡大による地域活力向上を図る
- ・自然や歴史などの観光資源を再認識し守り、育て、活かすことにより持続可能な観光振興を図る

なお、本計画は、観光振興の方向性を重視して位置づけ、行動に向けての基本的な方針・方向性を示すものです。したがって、観光振興施策の具体化等においては、上位計画の行方市総合戦略書や行方シティープロモーション指針、観光情勢等を考慮し対応することとします。

## 3. 計画期間

平成31年度(2019年)から平成35年度(2023年)までの5ヶ年とします。

## 第二章：現状と課題

### 1. 行方市における観光の現状

#### ・茨城県における観光客の動向

平成29年(2017年)の入込客数(延べ人数)は6,128万人と前年比0.8%減となりました。

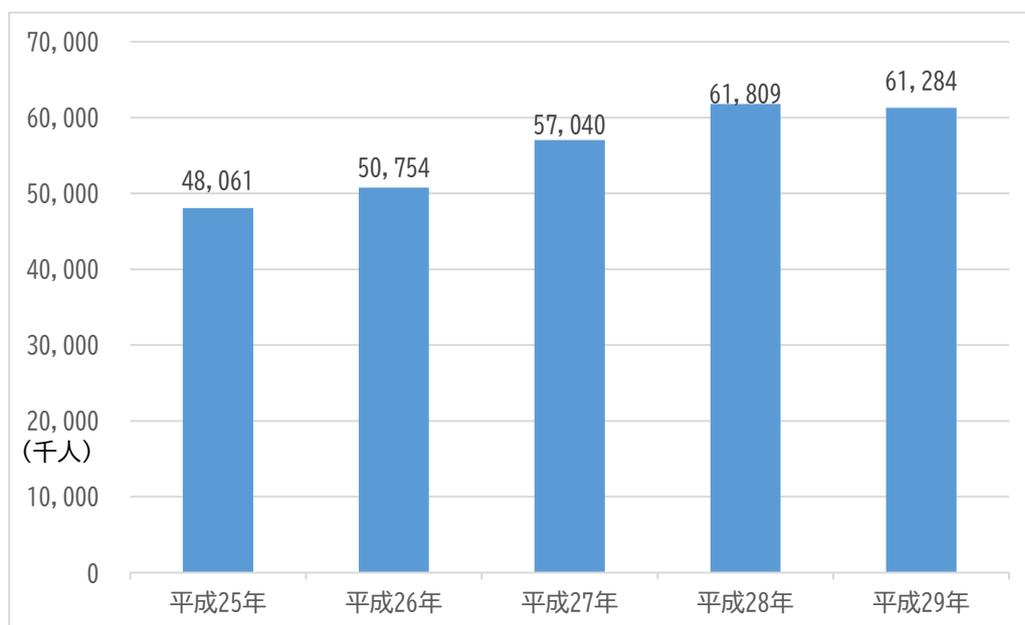
県北芸術祭など平成29年(2017年)には開催されなかったイベントがあったことや、悪天候による海水浴客の減少、従来イベント・観光地点の入込客数が減少したことから、平成28年(2016年)の入込客数を下回りました。

#### 【茨城県の観光客入込客数】

(単位:千人)

区分	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年
入込客数	48,061	50,754	57,040	61,809	61,284
前年比(%)	101.8	105.6	112.4	108.4	99.2

出典：茨城の観光レクリエーション現状(平成29年観光客動態調査報告)



## ・海外からの本県周遊ツアー催行状況

平成29年度(2017年)の海外から本県を周遊・宿泊したツアーの催行数は2,721ツアー(81,367人)となり、前年度比135%となりました。

また、茨城空港を利用した催行ツアー数は132ツアーとなり、前年度比38%となりました。大きくは中国からのツアー数が減ったことが要因となりますが、香港やベトナム等とのチャーター便が予定されており今後各国からの観光が見込まれます。

### 【平成 29 年度の催行ツアー数】

○平成 29 年(2017年)4 月 1 日から平成 30 年(2018年)3 月 31 日まで

催行国	平成 29 年度		平成 28 年度	
	ツアー数	催行人数	ツアー数	催行人数
台湾	853	25,249	409	11,327
中国	632	19,715	1,012	29,306
タイ	377	12,565	81	2,475
香港	271	7,569	80	2,272
ベトナム	188	5,451	143	4,303
韓国	179	3,094	50	1,264
シンガポール	31	798	2	31
インドネシア	24	837	5	219
マレーシア	22	1,403	9	185
アメリカ	19	627	5	72
フィリピン	12	352	0	0
ミャンマー	11	267	0	0
マカオ	5	155	0	0
オーストラリア	0	0	3	51
エジプト	0	0	2	34
イラク	0	0	2	26
その他	24	1,187	5	97
複数国・不明	73	2,098	204	2,466
合計	2,721	81,367	2,012	54,128

○茨城空港利用の催行ツアー数

【平成29年度】・中国:52(上海便) ・台湾:58 ・韓国:22 ・合計132ツアー

【平成28年度】・中国:291(上海便164、深圳便103、杭州便14、成都便10)

・台湾34 ・韓国:14 ・ベトナム:4 ・合計:343 ツアー

出典:海外からの本県周遊ツアーの催行状況について(茨城県)

○県内の主な立寄地、宿泊地

立寄地	人(延数)
ひたち海浜公園	1,017
牛久大仏	464
偕楽園	169
袋田の滝	88
大洗磯前神社	46
JAXA	40
那珂湊おさかな市場	36
フラワーパーク	32

宿泊地	人(延数)
つくば市	682
水戸市	409
ひたちなか市	104
潮来市	92
土浦市	90
大洗市	88
大子町	41
常総市	23

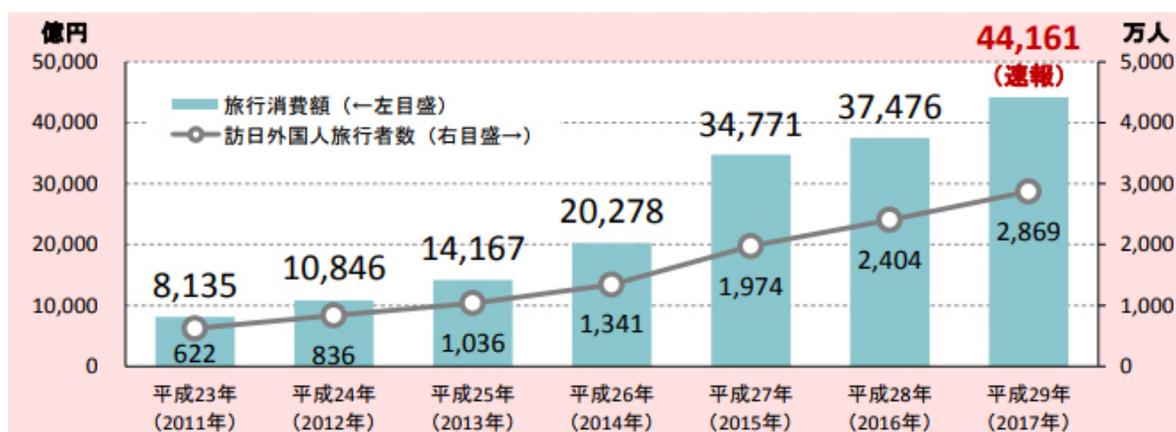
出典：海外からの本県周遊ツアーの催行状況について(茨城県)

・訪日外国人消費動向

2017年の訪日外国人観光客数は2,869万人を記録し、前年度比19.3%増となりました。また訪日外国人の消費額は全体で4兆4,161億円と前年比17.8%増となっています。

また、訪日外国人旅行者1人当たり旅行支出が15万3,921円で前年比1.3%減となっていますが、国籍・地域別にみると依然中国が23万円と最も高く、次いでオーストラリアが22万6,000円、英国が21万5,000円の順となっています。

観光庁の観光交流人口の経済効果資料によると、外国人観光者8人分は国内旅行者(宿泊)25人分、国内旅行者(日帰り)80人分にあたることからインバウンドによる経済効果は高く、今後も拡大していく傾向がみられます。

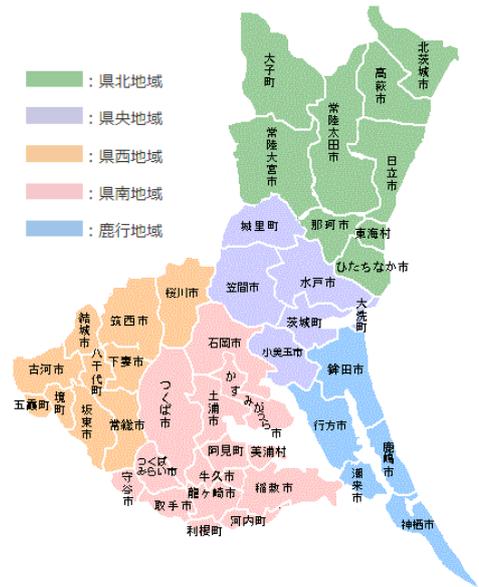


出典：観光庁、平成29年年間値(速報)及び平成29年10-12月期の調査結果(速報)

## ・行方市と鹿行地域

鹿行地域は鹿嶋市、神栖市、行方市、銚田市の5つの市から成り、旧鹿島郡の「鹿」と旧行方郡の「行」をとって鹿行(ろっこう)と呼ばれています。千葉県に接する茨城県東南部で、霞ヶ浦や北浦、太平洋に挟まれることから、水郷としての歴史と伝統があります。

行方市は東京都心から約70kmに位置し、東は北浦、西は霞ヶ浦に挟まれています。2005年に行方郡の麻生町・玉造町・北浦町が新設合併して行方市が発足しました。

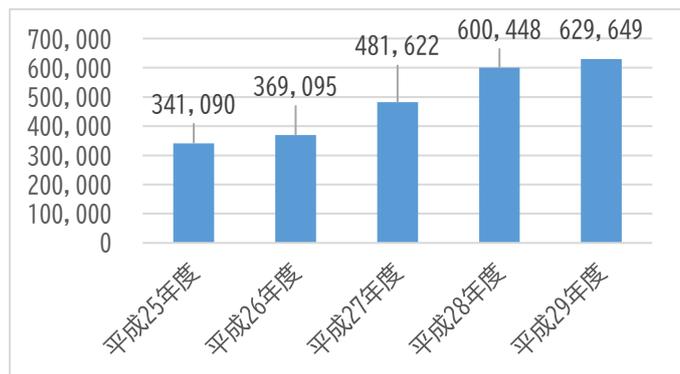


※図:茨城県ホームページより

## ・行方市における観光客の動向

行方市における観光入込客数は、増加傾向にあります。特に、平成27年(2015年)10月にオープンしたなめがたファーマーズヴィレッジの入込客数の増加が大きな要因となっています。それ以外での各観光施設の入込客数は横ばいの状態にあります。

○行方市の観光客入込客数(単位/人)



※出典:行方市主要観光施設入込客数

○観光施設の入込客数

(単位/人)

施設	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
霞ヶ浦ふれあいランド	47,495	52,370	58,664	59,087	54,489
観光物産館「こいこい」	137,598	143,060	147,840	155,484	154,824
あそう温泉 白帆の湯	108,900	106,256	109,066	105,755	109,828
天王崎観光交流センター コテラス	5,015	22,589	27,225	32,133	29,826
北浦荘	42,082	44,820	48,358	52,576	55,128
なめがたファーマーズ ヴィレッジ	0	0	90,469	195,413	225,554
合計	341,090	369,095	481,622	600,448	629,649

## 既往の観光振興計画の取組状況

### ○前計画実施プランの取組状況

取組内容	実施評価
・販売ルート確立：学校給食、地元飲食店への提供、こいこい・コテラスでの地元産品販売	△
・舟運の振興：ラスクマリーナの運行、観光帆引き船	△
・パラセーリング等マリンスポーツ振興：パラセーリング、貸ボートの実施	○
・TX・JR 土浦とのアクセス強化：土浦駅前～りんりんロード、土浦駅からの広域バス運行、玉造駐車場の整備	△
・なめがたフットパス：フットパス：フットパス 4 コースの策定と実施	○
・商店街の空き店舗利用：募集をしたが利用者なし	△
・景観法に基づく景観計画の検討と推進	×
・先進的環境保全型農業研修機能構築	×
・観光関連公共施設の管理運営の一元化： 白帆の湯、コテラス、北浦荘、霞ヶ浦ふれあいランドへの指定管理制度導入	○
・ほのぼの観光 文化拠点の形成： 公共施設再編に向けた展開プログラム、観光の拠点強化、観光ボランティア、麻生陣屋長屋敷記念館を活用したイベントの実施	△
・特産品開発と起業化： なめがたバーガー、行方井、白帆焼きの新製品と販売促進支援補助金、6次産業推進室によるセミナー	△
・茨城空港におけるスカイアリーナの活用： 空港にチラシ設置、茨城空港周辺地域資源活用推進連絡会(セブンネット)による連携した広域活動	○

前計画を振り返り、産業と観光を連動して地域ブランド力向上・地域産業の発展・住民意識の向上を図り、暮らしの源である産業が生き生きと地域の人が生き生きとするまちづくりをテーマにしているが、具体的な数値目標がない為、達成度についての評価は難しい状態です。

市全体では観光客入込客数は平成27年度(2015年)から急激な増加傾向にあり、その要因として平成26年(2014年)から行っている行方ふれあいまつりの実施や平成27年(2015年)10月になめがたファーマーズヴィレッジがオープンした効果が表れていることが考えられます。既存施設の入込客数はほぼ横ばいとなっております。また、当市の認知度は平成29年度(2017年)10,000市町村中846位と依然低い状態となっております。

前計画では、産業資源と観光が連動することによる産業資源を生かした観光まちづくりが主でした。観光については地域資源を再検討し産業だけではなく歴史文化も踏まえた行方市ならではの観光に特化した取組みを行うとともに、効果的な情報発信が必要と考えます。

## 2. 観光客のニーズ

行方市の観光に関する行動状況や観光ニーズ等を把握するため、調査を実施しました。

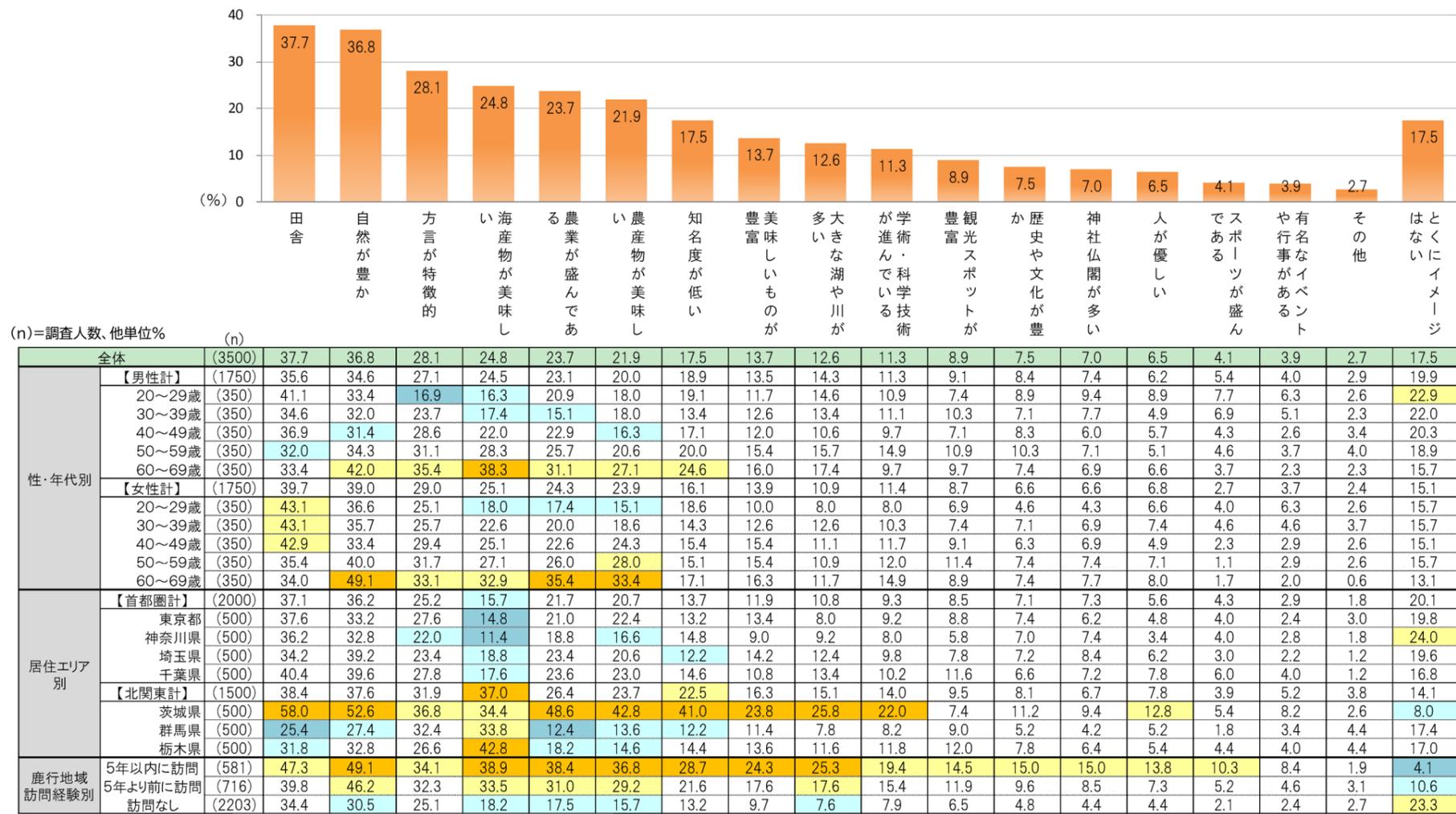
### 首都圏、北関東圏での行方市の観光資源に関わる浸透、関心度調査

○前提条件

- ・調査目的: 首都圏、北関東圏における市内観光資源の認知と来訪経験、及び関心度把握
- ・調査期間: 2019年1月28日～2月5日
- ・調査手法: WEB調査(株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシーのWEBモニター会員)
- ・対象者居住地: 首都圏(東京都500名、神奈川県500名、埼玉県500名、千葉県500名)、  
北関東圏(茨城県500名、群馬県500名、栃木県500名)
- ・調査対象者: 20～69歳男女3,500名回収

### ●茨城県のイメージ

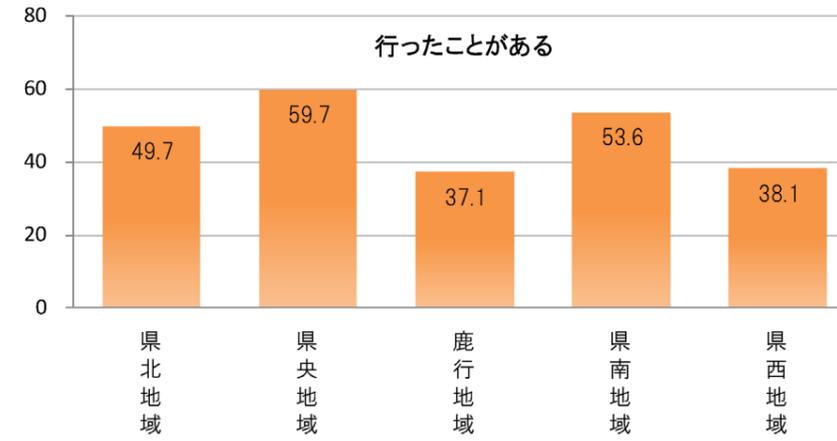
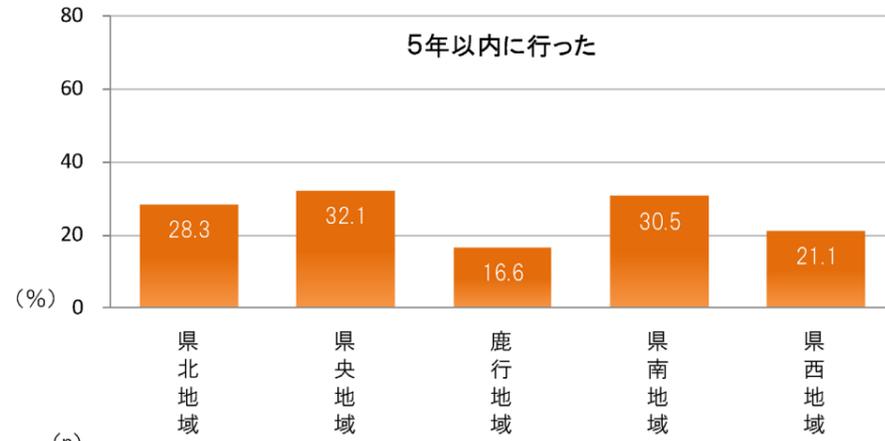
- ・茨城県のイメージは「田舎」「自然が豊か」とともに、「海産物が美味しい」「農業が盛ん」「農産物が美味しい」などが上位に上がり、自然と農水産物を有する県のイメージが多く見られました。
- ・茨城県全体イメージの中に行方市に関連するイメージが見られないことから、訴求力が弱いことがうかがえます。



※全体で降順ソート ■ の全体より縦列で見て ■ は10P高い、■ は5P高い、■ は10P低い、■ は5P低い

●茨城県内の最近 5 年訪問状況

・茨城県の過去訪問経験では全体の中「県央地域」が最も高く、「鹿行地域」は5地域の中で最も低い訪問経験率となりました。過去5年以内に県内への訪問経験でも「県央地域」が高く、「鹿行地域」への訪問経験率は低いものでした。



(n)=調査人数、他単位%

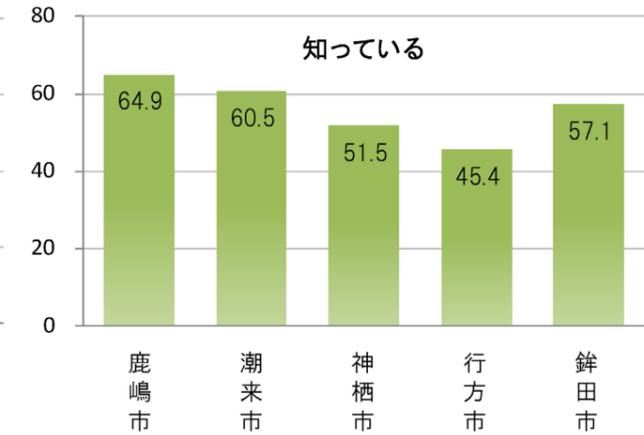
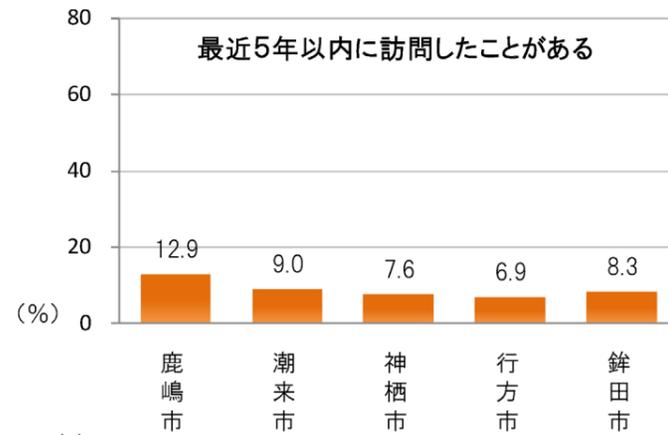
		(n)	県北地域	県央地域	鹿行地域	県南地域	県西地域
性・年代別	全体	(3500)	28.3	32.1	16.6	30.5	21.1
	【男性計】	(1750)	29.5	34.2	19.8	33.5	24.3
	20~29歳	(350)	28.9	35.1	24.6	34.6	24.6
	30~39歳	(350)	30.3	32.9	21.4	32.9	21.7
	40~49歳	(350)	26.9	33.1	17.7	32.9	26.0
	50~59歳	(350)	28.9	32.9	19.1	32.9	21.4
	60~69歳	(350)	32.6	36.9	16.0	34.3	27.7
	【女性計】	(1750)	27.1	29.9	13.4	27.6	18.0
	20~29歳	(350)	28.6	31.7	12.3	29.1	17.1
	30~39歳	(350)	31.7	36.6	16.6	28.3	19.1
	40~49歳	(350)	23.1	27.1	11.1	27.4	16.6
50~59歳	(350)	26.0	26.6	13.4	26.3	18.3	
60~69歳	(350)	26.0	27.7	13.7	26.9	18.9	
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	15.5	16.2	11.3	19.5	9.3
	東京都	(500)	12.4	15.0	10.0	16.8	7.4
	神奈川県	(500)	11.4	11.4	7.8	12.6	5.8
	埼玉県	(500)	18.0	18.8	10.4	22.2	12.2
	千葉県	(500)	20.2	19.4	17.0	26.2	11.6
	【北関東計】	(1500)	45.3	53.3	23.7	45.3	37.0
	茨城県	(500)	70.2	79.0	49.4	85.6	59.2
	群馬県	(500)	24.2	33.6	8.0	17.8	14.2
栃木県	(500)	41.6	47.2	13.6	32.6	37.6	
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	72.3	78.7	100.0	76.9	53.7
	5年より前に訪問	(716)	34.8	39.8	-	39.1	30.3
	訪問なし	(2203)	14.6	17.2	-	15.5	9.6

49.7	59.7	37.1	53.6	38.1
53.4	62.9	42.5	59.0	44.4
40.3	52.9	34.9	48.3	38.3
48.3	53.1	33.7	48.6	35.1
53.1	62.3	43.1	60.6	46.0
59.1	70.0	46.9	66.3	49.7
66.0	76.3	53.7	71.1	52.9
46.1	56.6	31.7	48.3	31.8
39.1	47.4	21.4	41.4	26.9
48.3	56.3	27.7	46.9	30.9
46.3	56.0	32.3	47.4	32.6
46.0	58.9	34.9	52.9	32.9
50.9	64.3	42.0	52.9	35.7
35.7	44.9	29.0	42.7	22.5
31.4	42.6	26.8	39.6	20.4
27.0	33.0	22.4	29.6	14.8
40.0	50.0	28.8	46.6	29.4
44.2	53.8	37.8	54.8	25.4
68.5	79.6	47.9	68.3	58.9
89.2	95.4	80.6	95.8	83.4
47.4	64.2	26.0	46.4	34.0
69.0	79.2	37.0	62.6	59.2
88.0	94.3	100.0	90.5	76.9
79.5	86.3	100.0	83.2	64.9
30.0	42.0	-	34.3	19.1

の全体より縦列で見て 緑は10P高い、黄緑は5P高い、青は10P低い、白は5P低い

●鹿行地域訪問状況

- ・鹿行地域内で見ると、認知・訪問経験・最近5年の訪問とも行方市は低いものでした。
- ・鹿行地域最近5年の訪問者の鹿行地域の訪問頻度は平均6回程度とし、居住地別では東京都民が5年間で10.6回と多く見られました。



(n)=調査人数、他単位%

		(n)	鹿嶋市	潮来市	神栖市	行方市	銚田市
性・年代別	全体	(3500)	12.9	9.0	7.6	6.9	8.3
	【男性計】	(1750)	15.8	11.4	9.7	9.0	9.3
	20~29歳	(350)	18.3	10.6	9.1	9.7	9.4
	30~39歳	(350)	18.6	10.9	11.7	9.4	10.3
	40~49歳	(350)	13.1	10.9	9.4	8.9	10.3
	50~59歳	(350)	16.3	12.9	9.1	9.4	8.6
	60~69歳	(350)	12.9	11.7	8.9	7.4	7.7
	【女性計】	(1750)	9.9	6.6	5.6	4.9	7.3
	20~29歳	(350)	8.3	5.7	5.1	4.9	7.7
	30~39歳	(350)	13.1	7.7	7.7	6.6	9.4
	40~49歳	(350)	8.6	5.1	4.9	3.7	5.7
50~59歳	(350)	10.0	5.7	4.0	4.6	7.1	
60~69歳	(350)	9.7	8.9	6.3	4.9	6.3	
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	8.3	5.9	5.0	3.2	3.0
	東京都	(500)	8.0	5.4	5.2	3.8	3.2
	神奈川県	(500)	5.4	3.8	2.2	1.6	1.8
	埼玉県	(500)	7.2	4.8	4.0	2.8	2.8
	千葉県	(500)	12.6	9.6	8.6	4.4	4.0
	【北関東計】	(1500)	19.0	13.1	11.1	12.0	15.3
	茨城県	(500)	41.4	29.4	26.2	29.2	36.4
	群馬県	(500)	5.0	3.2	2.8	3.0	3.4
	栃木県	(500)	10.6	6.8	4.4	3.8	6.2
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	77.6	54.2	46.0	41.8	49.7
	5年より前に訪問	(716)	-	-	-	-	-
	訪問なし	(2203)	-	-	-	-	-

29.0	25.7	18.4	15.1	18.7
34.3	30.5	23.0	19.4	22.6
26.6	19.7	18.6	18.9	19.4
28.6	19.1	18.0	17.4	19.4
36.0	31.7	23.7	19.1	23.1
39.4	38.9	27.4	21.4	24.3
40.9	42.9	27.4	20.3	26.9
23.7	20.9	13.7	10.7	14.8
15.7	10.9	10.3	10.3	14.3
22.0	15.7	14.9	13.1	16.0
25.7	18.3	13.4	8.9	12.9
27.4	24.3	13.7	10.6	17.1
27.7	35.4	16.3	10.9	13.7
21.2	20.3	13.2	8.1	10.2
20.2	19.6	14.0	9.2	10.8
15.6	14.0	7.0	4.8	6.6
20.4	18.4	11.6	7.2	10.2
28.4	29.0	20.0	11.2	13.0
39.5	32.9	25.3	24.4	30.1
73.6	60.0	52.0	51.4	60.2
16.2	15.8	8.8	9.2	12.0
28.6	23.0	15.2	12.6	18.2
89.3	73.7	64.0	59.2	67.1
69.3	65.8	37.8	25.7	37.0
-	-	-	-	-

64.9	60.5	51.5	45.4	57.1
71.7	64.9	57.0	50.2	62.5
57.4	44.6	45.7	41.4	50.9
60.3	49.7	51.4	44.3	52.9
79.1	64.9	58.6	48.9	63.1
80.0	76.0	61.1	56.0	67.1
81.4	89.1	68.0	60.3	78.6
58.2	56.1	46.0	40.6	51.7
37.7	27.4	29.7	26.3	42.0
54.9	40.0	42.0	37.1	51.4
63.7	56.3	52.0	45.4	54.6
67.4	71.4	53.4	46.6	50.9
67.4	85.1	52.9	47.4	59.7
57.8	54.6	44.0	35.2	47.2
56.6	52.0	41.0	35.6	47.0
49.4	46.4	35.8	28.6	40.8
58.8	53.4	43.6	32.0	48.8
66.2	66.6	55.4	44.6	52.0
74.5	68.3	61.5	58.9	70.4
96.0	93.0	93.2	92.6	94.6
60.0	52.8	39.8	36.6	55.0
67.6	59.0	51.6	47.6	61.6
97.6	92.3	89.3	87.1	91.0
92.6	90.9	80.3	71.4	84.2
47.3	42.2	32.1	25.9	39.4

■の全体より縦列で見ても ■は10P高い、■は5P高い、■は10P低い、■は5P低い

●鹿行地域で知っている名所や施設

・鹿行地域での認知率では「霞ヶ浦」「鹿島神宮」「カシマサッカースタジアム」が上位でいずれも5割前後の認知率でした。行方市内の名所・施設では「北浦」「霞ヶ浦ふれあいランド」「道の駅たまつくり」があげられますがいずれも2割に満たない状態です。地元茨城県民では、「北浦」「霞ヶ浦ふれあいランド」「帆引き船」は認知率3割を超えていました。

・行方市内での名所・施設の全体での訪問経験率は、いずれも10%未満となっています。茨城県民でも訪問経験が20%を超えるのは、「北浦」のみで「霞ヶ浦ふれあいランド」「道の駅たまつくり」は20%を下回っていました。

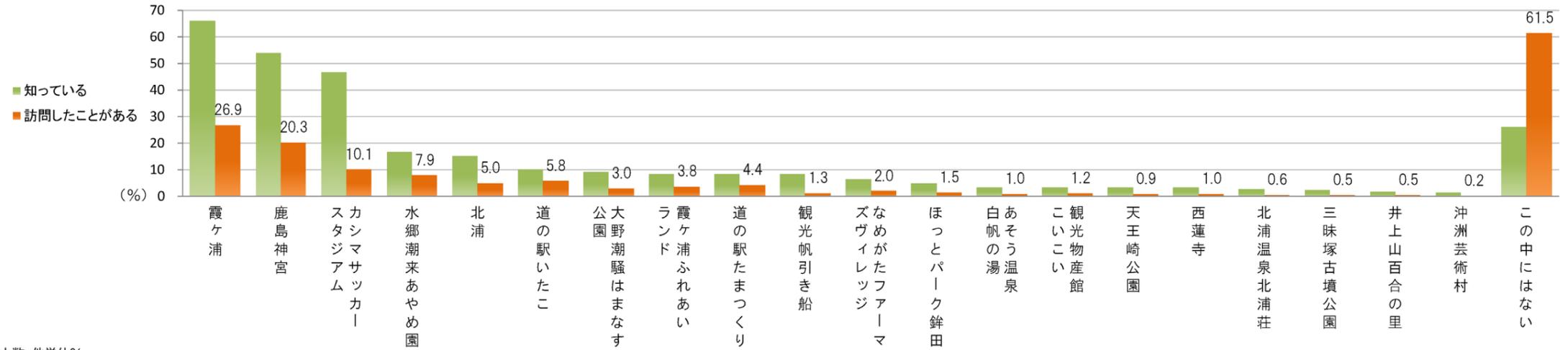


(n)=調査人数、他単位%

		(n)	66.1	54.1	46.7	16.7	15.2	10.1	9.2	8.5	8.5	8.2	6.5	4.8	3.4	3.3	3.2	3.2	2.8	2.3	1.9	1.5	26.2
性・年代別	全体	(3500)	66.1	54.1	46.7	16.7	15.2	10.1	9.2	8.5	8.5	8.2	6.5	4.8	3.4	3.3	3.2	3.2	2.8	2.3	1.9	1.5	26.2
	【男性計】	(1750)	70.6	59.4	55.5	16.4	20.4	12.1	10.9	9.4	10.8	9.9	6.6	5.9	4.2	4.7	4.6	4.2	3.6	3.0	2.6	2.2	21.9
	20~29歳	(350)	56.9	41.1	42.3	7.4	14.9	11.1	10.0	8.9	11.4	9.4	9.7	7.7	6.3	6.6	6.3	6.0	4.6	4.9	4.0	4.3	30.0
	30~39歳	(350)	58.3	43.7	46.6	8.6	10.9	9.1	10.3	6.6	8.9	5.1	5.1	4.3	3.1	4.6	3.7	3.7	2.9	2.3	2.3	1.7	33.4
	40~49歳	(350)	75.1	61.4	64.3	15.1	23.7	11.7	9.1	7.4	10.3	8.6	6.6	4.0	2.3	2.9	2.9	2.6	2.0	1.4	1.4	0.9	19.4
	50~59歳	(350)	76.9	69.1	62.3	21.7	26.9	15.1	14.6	13.4	13.4	12.0	7.4	7.1	6.3	6.6	7.1	5.7	5.4	4.9	3.7	3.4	16.3
	60~69歳	(350)	86.0	81.7	62.3	29.1	25.7	13.1	10.6	10.9	10.0	14.3	4.3	6.3	3.1	2.9	2.9	2.9	3.1	1.7	1.4	0.6	10.6
	【女性計】	(1750)	61.6	48.7	37.9	17.0	10.0	8.2	7.4	7.5	6.2	6.5	6.5	3.7	2.6	1.9	1.9	2.2	2.1	1.5	1.3	0.9	30.5
	20~29歳	(350)	44.6	29.1	24.6	6.3	6.6	4.6	5.4	6.9	4.6	4.3	6.6	3.4	3.4	1.7	2.3	3.1	2.3	2.0	1.7	1.4	44.3
	30~39歳	(350)	54.9	40.9	34.6	10.0	8.0	8.6	8.3	5.7	7.4	5.7	6.9	3.4	4.3	1.7	1.7	2.6	2.3	1.4	1.7	1.1	38.0
40~49歳	(350)	62.0	48.6	45.4	14.6	10.0	8.9	8.9	6.6	5.1	5.7	7.4	5.7	2.0	1.1	2.0	1.7	0.9	0.6	0.9	0.6	29.1	
50~59歳	(350)	72.6	58.6	41.4	20.0	12.9	9.4	7.1	9.4	6.6	8.3	6.0	1.7	1.1	1.7	0.6	1.1	2.0	1.7	0.6	0.9	20.9	
60~69歳	(350)	74.0	66.3	43.4	34.3	12.6	9.7	7.4	9.1	7.1	8.6	5.4	4.3	2.0	3.1	2.9	2.6	2.9	1.7	1.4	0.6	20.3	
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	59.8	50.1	41.9	12.6	9.2	7.3	6.3	4.0	5.1	4.3	4.1	3.0	2.4	2.7	2.4	2.0	2.0	1.6	1.5	1.3	30.8
	東京都	(500)	56.4	48.0	39.2	9.8	8.4	5.4	5.2	4.2	5.4	3.8	4.0	2.6	2.6	3.0	2.6	2.0	2.2	1.2	1.4	1.0	34.0
	神奈川県	(500)	54.8	41.6	37.8	11.4	6.8	7.0	6.6	3.0	4.2	3.8	4.2	4.0	2.4	2.6	2.4	2.4	1.8	2.2	1.8	2.0	35.6
	埼玉県	(500)	61.8	49.8	42.6	11.0	9.4	6.8	6.0	3.8	4.8	4.2	2.8	2.6	3.0	2.4	2.4	1.8	2.6	1.8	1.8	1.4	29.4
	千葉県	(500)	66.2	60.8	48.0	18.0	12.2	10.0	7.4	4.8	6.0	5.2	5.4	2.6	1.6	2.6	2.0	1.6	1.2	1.0	0.8	0.8	24.0
	【北関東計】	(1500)	74.5	59.4	53.1	22.3	23.2	13.9	13.0	14.5	13.0	13.5	9.8	7.3	4.7	4.1	4.4	4.9	4.0	3.2	2.5	1.9	20.2
	茨城県	(500)	90.8	84.2	79.0	40.0	50.0	28.4	28.2	33.8	27.2	30.6	22.8	14.8	8.2	8.2	8.6	8.6	7.0	6.0	5.0	3.2	6.2
群馬県	(500)	64.8	41.2	36.2	12.6	8.4	5.2	3.8	4.2	4.8	4.8	2.8	3.0	2.8	1.4	1.8	3.0	2.2	1.4	0.8	1.0	29.2	
栃木県	(500)	68.0	52.8	44.2	14.2	11.2	8.2	7.0	5.6	7.0	5.0	3.8	4.0	3.2	2.8	2.8	3.0	2.8	2.2	1.8	1.4	25.2	
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	88.6	81.8	73.5	37.3	36.5	35.6	27.9	25.8	29.1	22.5	21.3	15.7	10.2	11.4	10.8	10.0	7.4	7.4	6.4	4.6	3.4
	5年より前に訪問	(716)	88.4	82.0	67.0	32.7	29.9	13.1	12.0	12.3	10.6	15.1	8.2	6.4	4.1	3.4	3.5	3.5	4.1	2.4	2.1	2.1	4.9
	訪問なし	(2203)	52.9	37.7	33.0	6.1	4.8	2.5	3.3	2.7	2.4	2.2	2.1	1.4	1.4	1.1	1.1	1.3	1.2	0.9	0.7	0.5	39.2

※全体で降順ソート  
 の全体より縦列で見て  
 は10P高い、 は5P高い、 は10P低い、 は5P低い

○訪問したことがある名所や施設

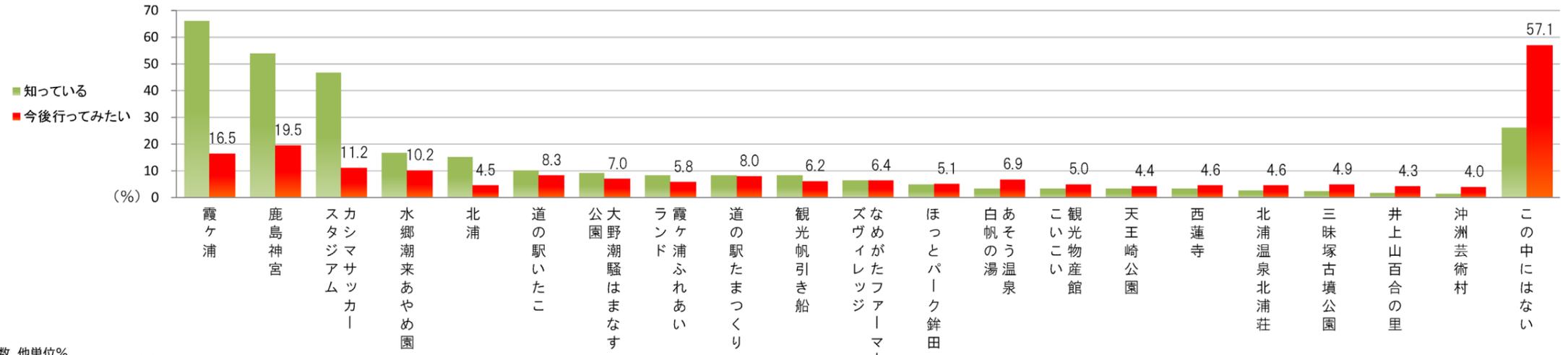


(n)=調査人数、他単位%

		(n)	霞ヶ浦	鹿島神宮	スカジマサッカ-	水郷潮来あやめ園	北浦	道の駅いたこ	公園大野潮騒はまなす	ラ霞ヶ浦ふれあい	道の駅たまつくり	観光帆引き船	ズなめがたファーマー	ほっとパーク銚田	白帆の湯温泉	こ観光物産館	天王崎公園	西蓮寺	北浦温泉北浦荘	三味塚古墳公園	井上山百合の里	沖洲芸術村	この中にはない	
性・年代別	全体	(3500)	26.9	20.3	10.1	7.9	5.0	5.8	3.0	3.8	4.4	1.3	2.0	1.5	1.0	1.2	0.9	1.0	0.6	0.5	0.5	0.2	61.5	
	【男性計】	(1750)	32.7	22.9	12.2	7.1	7.0	6.9	3.4	4.2	5.7	1.5	2.2	1.8	1.3	1.5	1.3	1.1	0.7	0.6	0.5	0.3	56.5	
	20~29歳	(350)	20.9	14.9	13.1	2.6	2.9	4.0	2.6	2.6	4.6	2.6	2.9	2.9	1.7	1.7	0.9	1.1	0.9	0.9	0.3	0.9	65.1	
	30~39歳	(350)	25.4	18.0	14.9	2.6	4.6	4.6	2.9	2.0	6.0	0.9	2.0	0.6	1.4	1.4	1.1	1.7	0.9	0.6	1.4	-	63.7	
	40~49歳	(350)	31.4	21.1	10.0	6.3	6.3	6.6	2.9	2.3	4.6	1.1	1.4	0.6	0.3	0.3	0.6	0.6	-	0.3	-	-	59.1	
	50~59歳	(350)	41.1	28.0	14.0	10.3	11.7	8.9	5.1	7.4	7.1	1.4	2.6	2.3	1.7	2.6	2.6	1.1	1.1	0.9	0.3	0.6	49.7	
	60~69歳	(350)	44.9	32.3	9.1	14.0	9.7	10.3	3.7	6.6	6.0	1.7	2.3	2.6	1.1	1.4	1.4	1.1	0.9	0.6	0.6	-	44.6	
	【女性計】	(1750)	21.1	17.8	7.9	8.6	2.9	4.7	2.5	3.5	3.1	1.0	1.7	1.3	0.7	0.9	0.6	0.8	0.5	0.3	0.4	0.1	66.6	
	20~29歳	(350)	13.7	8.0	5.4	2.0	1.1	2.3	1.4	1.4	2.0	0.3	2.3	0.9	0.6	0.9	0.3	1.1	0.6	0.3	0.3	-	77.7	
	30~39歳	(350)	16.0	16.0	8.9	4.3	1.4	5.1	2.3	3.4	3.4	1.1	1.7	1.4	1.1	0.3	-	0.3	0.3	-	-	-	72.0	
40~49歳	(350)	21.4	17.7	8.0	6.0	2.0	5.4	3.4	2.6	2.3	0.6	1.4	2.3	0.6	0.9	0.6	0.6	-	-	0.3	-	66.0		
50~59歳	(350)	23.7	20.9	8.6	8.6	4.0	3.1	1.7	6.0	3.1	0.3	1.7	0.3	0.3	0.9	-	0.3	0.6	0.6	0.3	-	62.3		
60~69歳	(350)	30.9	26.6	8.6	22.0	6.0	7.4	3.7	4.0	4.9	2.6	1.4	1.4	0.9	1.7	2.0	1.7	0.9	0.6	1.1	0.6	55.1		
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	19.2	15.1	6.2	5.5	2.2	3.5	1.4	1.0	1.8	0.7	1.1	1.0	0.5	0.7	0.4	0.5	0.4	0.2	0.2	0.2	69.3	
	東京都	(500)	19.4	14.0	5.8	4.0	2.0	2.6	1.0	1.0	2.0	0.6	0.6	0.6	0.2	0.8	0.2	0.6	0.4	0.2	0.2	-	69.8	
	神奈川県	(500)	14.8	9.8	4.4	3.8	1.2	1.6	0.8	0.6	2.0	0.8	0.8	1.6	0.8	0.6	0.4	0.6	0.2	0.2	-	0.4	77.8	
	埼玉県	(500)	19.8	13.2	5.6	3.6	2.6	3.8	0.4	0.6	0.8	0.8	0.8	0.8	0.4	0.6	0.4	0.2	0.2	-	0.2	0.2	69.4	
	千葉県	(500)	22.8	23.4	9.0	10.4	3.0	5.8	3.2	1.8	2.4	0.4	2.0	0.8	0.4	0.6	0.6	0.4	0.6	0.4	0.4	0.4	-	60.2
	【北関東計】	(1500)	37.3	27.3	15.2	11.1	8.7	8.9	5.1	7.6	7.9	2.1	3.2	2.3	1.7	1.9	1.7	1.7	0.9	0.8	0.8	0.3	51.2	
	茨城県	(500)	66.2	54.0	33.4	22.8	21.4	19.4	13.6	19.2	18.4	4.4	7.6	5.2	3.0	4.2	4.0	3.0	1.6	1.6	1.6	0.2	18.8	
群馬県	(500)	20.2	10.8	2.6	4.2	1.8	2.2	0.4	1.4	1.4	0.8	0.6	0.6	0.6	0.2	0.4	1.0	0.6	0.2	0.2	0.2	73.0		
栃木県	(500)	25.4	17.2	9.6	6.2	2.8	5.0	1.4	2.2	3.8	1.0	1.4	1.0	1.4	1.4	0.6	1.0	0.6	0.6	0.6	0.4	61.8		
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	59.4	63.3	34.8	25.0	16.4	25.6	13.9	15.3	20.1	4.5	9.3	6.4	4.3	6.0	4.3	4.0	2.1	2.2	1.7	0.7	10.7	
	5年より前に訪問	(716)	54.5	41.8	17.5	16.6	9.6	6.4	2.5	4.7	3.8	2.2	1.4	2.1	0.7	0.7	0.8	1.0	0.7	0.4	0.7	0.4	23.3	
	訪問なし	(2203)	9.4	2.0	1.1	0.5	0.5	0.3	0.2	0.5	0.5	0.1	0.2	-	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	-	-	-	87.4	

※全体の認知度で降順ソート  
■ の全体より縦列で見て ■ は10P高い、■ は5P高い、■ は10P低い、■ は5P低い

○今後行ってみたい名所や施設



(n)=調査人数、他単位%

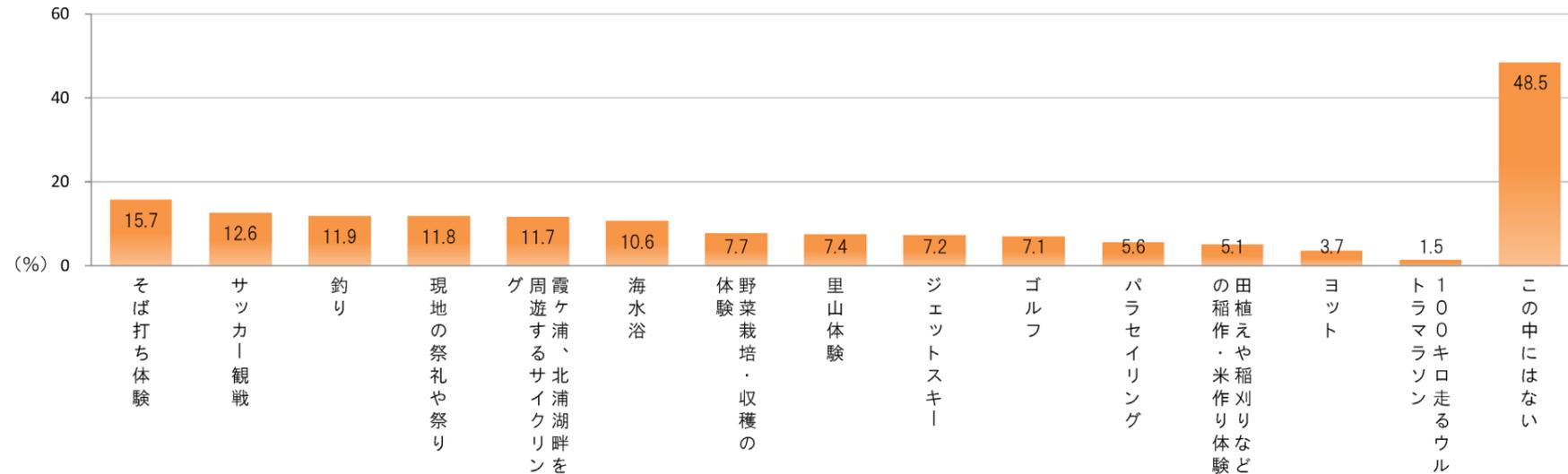
		(n)	16.5	19.5	11.2	10.2	4.5	8.3	7.0	5.8	8.0	6.2	6.4	5.1	6.9	5.0	4.4	4.6	4.6	4.9	4.3	4.0	57.1
性・年代別	全体	(3500)	16.5	19.5	11.2	10.2	4.5	8.3	7.0	5.8	8.0	6.2	6.4	5.1	6.9	5.0	4.4	4.6	4.6	4.9	4.3	4.0	57.1
	【男性計】	(1750)	17.8	20.5	14.2	9.4	5.4	8.0	7.2	5.5	7.4	6.5	5.8	5.7	6.1	4.9	4.6	4.7	4.8	4.9	4.5	3.9	55.9
	20~29歳	(350)	18.6	17.7	18.0	7.7	6.3	7.1	9.1	6.0	6.3	6.0	7.1	6.0	6.0	5.4	5.4	5.4	4.6	5.7	6.3	4.9	53.7
	30~39歳	(350)	20.3	18.0	16.0	7.4	5.4	7.1	5.7	4.9	6.0	4.9	5.7	5.4	5.7	6.0	4.9	5.1	4.9	4.9	4.3	4.0	56.6
	40~49歳	(350)	18.6	22.9	12.9	7.1	5.4	7.1	6.3	6.0	7.7	4.9	5.1	4.0	5.1	3.4	4.0	4.0	4.6	4.6	4.3	3.4	59.1
	50~59歳	(350)	16.9	23.7	12.6	9.4	5.7	8.9	5.4	5.1	8.6	6.0	4.9	5.1	5.4	4.6	2.9	4.3	4.0	4.0	3.1	3.1	59.4
	60~69歳	(350)	14.9	20.0	11.7	15.1	4.0	9.7	9.4	5.7	8.6	10.9	6.3	7.7	8.0	5.1	5.7	4.9	6.0	5.1	4.6	4.3	50.6
	【女性計】	(1750)	15.1	18.5	8.2	11.0	3.6	8.5	6.9	6.0	8.5	5.9	7.0	4.6	7.8	5.1	4.3	4.5	4.5	5.0	4.0	4.1	58.4
	20~29歳	(350)	15.7	14.3	10.6	8.9	4.3	6.9	7.7	8.3	8.6	4.9	7.1	5.1	11.7	4.9	5.4	5.1	5.4	7.7	4.6	5.4	61.7
	30~39歳	(350)	14.0	14.6	8.3	8.6	3.4	7.7	6.9	7.1	9.4	5.4	7.1	4.3	9.1	5.7	4.0	4.9	4.3	4.9	4.3	3.7	60.9
40~49歳	(350)	12.0	19.1	7.7	7.7	2.9	11.4	5.7	4.6	10.3	6.6	7.4	5.4	7.1	6.0	4.6	4.9	4.6	4.6	5.1	4.0	61.1	
50~59歳	(350)	18.3	21.1	6.9	12.0	2.3	7.4	5.7	5.7	6.6	5.1	6.3	3.1	4.9	4.0	2.9	3.4	3.1	3.7	2.9	3.4	56.6	
60~69歳	(350)	15.4	23.1	7.7	17.7	5.1	9.1	8.3	4.3	7.7	7.7	6.9	4.9	6.0	4.9	4.6	4.0	4.9	4.0	3.1	3.7	51.7	
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	15.5	18.2	9.9	8.5	3.7	7.0	5.5	4.4	6.4	4.4	4.8	4.1	5.8	4.0	3.4	3.5	3.9	3.9	3.4	3.3	61.7
	東京都	(500)	18.6	19.4	8.6	6.6	3.6	6.0	4.0	3.8	6.0	3.4	3.8	2.8	5.0	3.4	2.0	2.8	4.0	2.4	2.2	2.2	60.4
	神奈川県	(500)	14.0	16.2	9.4	7.0	3.2	6.6	4.8	5.2	6.2	4.2	5.0	4.4	5.8	4.0	4.4	4.6	3.6	4.2	4.8	4.0	66.6
	埼玉県	(500)	14.2	18.4	10.2	8.6	4.0	8.0	6.8	4.8	7.0	5.2	5.6	5.6	7.0	4.8	3.8	3.8	5.0	4.2	4.0	4.0	61.2
	千葉県	(500)	15.2	18.6	11.2	11.6	3.8	7.4	6.2	3.6	6.4	4.6	4.8	3.4	5.4	3.8	3.4	2.6	3.0	4.6	2.4	2.8	58.6
	【北関東計】	(1500)	17.7	21.2	13.1	12.5	5.6	9.9	9.1	7.7	10.1	8.7	8.5	6.5	8.4	6.3	5.8	6.1	5.6	6.3	5.5	5.0	51.1
	茨城県	(500)	19.6	25.4	18.0	16.8	7.0	14.0	11.4	11.2	12.4	15.2	15.0	8.4	9.2	8.4	8.4	8.0	6.8	8.4	6.4	6.6	37.0
群馬県	(500)	17.4	19.4	12.0	11.0	5.4	7.8	8.0	7.0	7.8	6.4	6.0	6.4	8.4	5.4	5.2	5.8	6.2	5.8	6.0	5.4	57.2	
栃木県	(500)	16.2	18.8	9.2	9.6	4.4	8.0	8.0	4.8	10.0	4.6	4.6	4.8	7.6	5.2	3.8	4.6	3.8	4.8	4.0	3.0	59.0	
鹿行地域 訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	27.5	31.0	23.2	16.4	8.1	15.0	12.2	9.1	12.0	11.4	12.4	8.4	8.6	7.2	7.1	7.4	5.2	6.5	6.2	5.2	25.8
	5年より前に訪問	(716)	16.3	24.3	14.2	14.2	5.6	11.0	10.2	8.1	11.5	9.6	9.1	7.4	9.8	7.1	5.7	6.1	6.1	6.7	5.3	5.6	43.7
	訪問なし	(2203)	13.6	14.8	7.1	7.2	3.2	5.6	4.6	4.1	5.8	3.8	3.9	3.5	5.5	3.7	3.3	3.4	4.0	3.9	3.4	3.2	69.8

※全体の認知度で降順ソート

緑色の全体より縦列で見て 黄色は10P高い、黄緑は5P高い、青は10P低い、水色は5P低い

●鹿行地域で体験したいスポーツ・イベント

- ・鹿行地域でのスポーツ・イベント体験への関心は全体では「そば打ち体験」が上がり、次いで「サッカー観戦」「釣り」と続きました。
- ・男性の20～39歳代では「釣り」が多く見られ、女性の20～29歳代では「そば打ち体験」が上げられました。茨城県民で見ると「サッカー観戦」「霞ヶ浦、北浦湖畔を周遊するサイクリング」が上げられ、霞ヶ浦りんりんロードなどサイクリングに対する関心の高さが見られました。



(n)=調査人数、他単位%

		(n)	そば打ち体験	サッカー観戦	釣り	現地の祭礼や祭り	霞ヶ浦、北浦湖畔を周遊するサイクリング	海水浴	野菜栽培・収穫の体験	里山体験	ジェットスキー	ゴルフ	パラセイリング	田植え・米作り体験	ヨット	トランクスロン	この中にはない
性・年代別	全体	(3500)	15.7	12.6	11.9	11.8	11.7	10.6	7.7	7.4	7.2	7.1	5.6	5.1	3.7	1.5	48.5
	【男性計】	(1750)	13.8	15.8	16.2	10.3	12.9	12.2	6.6	7.2	7.8	10.3	4.9	4.6	4.3	2.4	46.2
	20～29歳	(350)	15.1	22.3	20.0	12.3	13.7	17.1	8.6	8.0	18.6	11.7	8.3	6.3	10.6	5.1	36.0
	30～39歳	(350)	14.6	16.3	19.1	9.4	14.9	12.9	6.9	6.9	8.6	10.9	6.3	6.6	4.6	3.7	46.3
	40～49歳	(350)	13.7	15.1	13.7	10.0	10.6	12.9	6.0	5.4	6.6	8.0	3.1	4.3	2.3	1.4	49.1
	50～59歳	(350)	10.3	14.9	14.3	9.7	9.7	10.3	3.4	5.7	3.4	10.9	2.9	2.9	1.7	0.9	50.3
	60～69歳	(350)	15.1	10.6	13.7	10.0	15.4	7.7	8.0	10.0	1.7	10.3	3.7	2.9	2.3	0.9	49.1
	【女性計】	(1750)	17.7	9.4	7.6	13.3	10.5	9.1	8.9	7.5	6.7	3.9	6.4	5.7	3.1	0.6	50.9
	20～29歳	(350)	24.0	10.9	15.1	15.1	11.1	17.7	10.3	8.3	16.0	5.1	9.1	9.7	6.3	1.4	39.7
	30～39歳	(350)	20.6	10.6	8.9	12.6	11.1	11.4	8.3	6.6	6.9	5.4	8.0	6.9	4.3	1.1	46.0
40～49歳	(350)	15.4	10.0	6.6	11.1	9.7	7.1	7.4	6.9	3.4	1.4	5.1	5.7	1.7	-	53.7	
50～59歳	(350)	16.3	6.6	4.0	14.3	10.0	6.6	10.6	8.9	5.4	4.9	6.0	4.0	2.6	0.3	55.7	
60～69歳	(350)	12.0	8.9	3.4	13.4	10.3	2.6	7.7	7.1	1.7	2.9	3.7	2.3	0.9	0.3	59.1	
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	17.2	11.1	11.0	11.1	10.0	9.9	9.0	8.2	7.1	7.3	5.8	6.4	3.9	2.0	50.8
	東京都	(500)	15.4	12.4	10.6	12.8	11.2	10.2	11.0	8.6	8.0	10.0	6.2	7.2	5.2	2.2	47.4
	神奈川県	(500)	18.8	9.8	11.2	10.4	8.6	7.2	8.2	7.0	7.4	6.0	5.6	5.0	4.0	1.6	53.2
	埼玉県	(500)	14.8	10.4	10.2	9.8	8.8	12.4	9.8	8.6	6.6	5.6	5.2	7.2	3.6	2.2	53.0
	千葉県	(500)	19.6	11.8	12.0	11.2	11.4	9.8	6.8	8.4	6.2	7.4	6.2	6.2	2.8	1.8	49.6
	【北関東計】	(1500)	13.8	14.6	13.1	12.8	13.9	11.6	6.1	6.3	7.5	7.0	5.4	3.5	3.5	0.9	45.5
	茨城県	(500)	16.0	22.2	13.6	15.8	17.2	10.8	8.4	8.2	7.0	8.2	6.2	5.0	4.4	1.2	39.2
群馬県	(500)	13.8	9.2	13.6	11.0	9.6	13.4	4.4	6.0	9.2	6.2	5.2	2.4	3.4	0.6	48.6	
栃木県	(500)	11.6	12.4	12.0	11.6	14.8	10.6	5.4	4.8	6.2	6.6	4.8	3.0	2.6	1.0	48.6	
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	18.6	28.2	18.9	14.3	16.5	17.6	10.2	8.3	11.0	16.2	8.3	6.7	8.4	3.3	28.2
	5年より前に訪問	(716)	18.6	15.1	15.6	15.4	16.2	11.0	10.3	10.9	5.6	9.1	5.4	6.1	2.5	2.0	38.7
	訪問なし	(2203)	14.0	7.7	8.8	10.0	8.9	8.7	6.2	6.0	6.8	4.1	5.0	4.4	2.9	0.9	57.1

※全体で降順ソート  
 の全体より縦列で見て  は10P高い、 は5P高い、 は10P低い、 は5P低い

●鹿行地域の興味・関心のある農産物・特産品

・農産物・特産品の興味関心では「銚田メロン」に次いで「ほしいも」が上位にあがり、「紅こがね焼き芋」「行方産さつまいも紅こがね」などさつまいも関連を合わせ関心度は高く、特産品としての人気が高いことが分かります。



(n)=調査人数、他単位%

		(n)	銚田のメロン	ほしいも	紅こがねの焼き芋	行方産さつまいも	行方産さつまいも紅こがね	さつまいもサブレ	行方産米豚・常陸牛	焼きたてのパン	行方産こしひかり	マレットニンジン	行方産野菜(エシヤレット、レンコン、青パイン、アロハ)	ナマズのから揚げ	茨城産ごぼう茶	行方産お野菜ウインナー	合鴨農法の米	揚げたパテ使用	行方産パテ使用	芋焼酎紅こがね	けのり	鯉の甘煮	【さつまいも計】	【行方産さつまいも計】	【米計】	この中にはない
性・年代別	全体	(3500)	37.0	33.3	22.3	15.1	14.4	13.2	12.1	11.3	10.8	9.9	9.1	8.7	8.5	8.3	7.9	7.3	5.3	4.8	46.0	20.2	14.8	33.5		
	【男性計】	(1750)	35.3	26.4	15.1	11.4	14.8	9.0	10.6	11.9	10.9	6.9	11.3	6.4	7.1	7.4	8.9	7.7	6.3	5.9	3.6	55.0	20.4	15.8	27.5	
	20~29歳	(350)	33.7	24.6	17.7	15.4	22.3	14.9	15.1	17.7	18.3	6.3	14.9	8.6	9.4	12.0	13.7	9.7	11.7	6.0	4.2	55.1	28.6	16.9	24.9	
	30~39歳	(350)	29.1	27.4	18.6	15.4	18.0	13.4	12.6	17.1	14.0	6.9	10.6	7.4	10.0	10.3	12.0	9.1	8.3	6.6	3.1	53.7	28.3	18.9	29.7	
	40~49歳	(350)	35.4	21.1	10.3	8.9	14.3	6.6	10.3	10.6	10.9	6.3	8.3	5.7	5.7	7.4	6.9	6.9	4.6	5.7	2.9	56.9	13.1	16.0	29.4	
	50~59歳	(350)	34.0	25.7	11.1	6.6	10.9	6.9	5.7	8.3	5.1	7.1	10.0	4.3	4.9	3.7	7.4	5.4	4.3	4.3	2.6	58.6	12.0	11.7	25.7	
	60~69歳	(350)	44.3	33.1	17.7	10.6	8.6	3.4	9.4	5.7	6.0	7.7	12.9	6.0	5.7	3.4	4.6	7.4	2.6	7.1	4.0	42.2	20.1	17.0	37.3	
	【女性計】	(1750)	38.7	40.3	29.5	18.7	14.0	17.4	13.5	10.8	10.7	13.0	7.0	11.1	9.8	9.1	6.8	7.0	4.2	3.6	5.6	41.4	20.4	20.2	35.2	
	20~29歳	(350)	33.4	36.0	33.1	22.6	19.7	26.9	12.6	14.6	14.3	12.0	5.7	11.7	12.3	5.4	6.3	8.6	4.3	3.1	4.2	42.0	19.8	16.8	39.8	
	30~39歳	(350)	41.1	37.4	31.4	22.3	21.7	19.1	17.4	13.7	14.0	12.6	8.9	12.6	14.3	11.7	10.0	9.1	6.6	4.9	5.6	41.0	18.6	15.4	40.4	
40~49歳	(350)	35.7	38.0	28.6	15.7	11.7	15.1	12.6	10.9	9.4	12.3	9.1	9.1	10.0	9.7	9.4	6.9	5.4	3.1	5.0	50.6	20.0	15.4	28.0		
50~59歳	(350)	38.9	44.0	27.4	15.1	9.7	18.0	14.6	7.7	10.9	13.4	5.4	10.6	8.3	10.6	5.4	4.9	2.6	2.9	4.0	44.2	21.4	15.4	33.8		
60~69歳	(350)	44.3	46.0	26.9	18.0	7.1	8.0	10.3	7.1	4.9	14.6	5.7	11.4	4.3	8.3	2.9	5.4	2.3	4.0	5.6	45.0	17.4	13.6	34.8		
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	32.0	27.8	21.7	15.6	14.2	13.6	11.3	11.6	12.4	9.8	8.4	8.3	8.6	9.8	8.0	8.7	5.8	4.6	4.6	42.2	20.1	17.0	37.3	
	東京都	(500)	31.0	28.6	22.4	16.2	13.4	11.8	11.4	12.0	15.4	10.2	8.0	7.8	9.4	10.2	8.4	7.8	5.6	2.8	4.2	41.4	20.4	20.2	35.2	
	神奈川県	(500)	28.4	25.2	21.6	14.8	14.8	15.2	9.2	10.8	11.2	8.6	7.4	8.0	9.4	10.8	6.6	8.8	4.8	4.2	4.2	42.0	19.8	16.8	39.8	
	埼玉県	(500)	34.6	25.4	20.4	15.8	14.4	12.8	12.4	11.4	11.8	10.2	9.4	8.4	8.6	8.6	7.8	9.2	6.8	5.6	4.6	41.0	18.6	15.4	40.4	
	千葉県	(500)	33.8	32.0	22.2	15.4	14.0	14.6	12.2	12.2	11.0	10.0	8.6	9.0	7.0	9.4	9.2	8.8	5.8	5.6	4.2	44.2	21.4	15.4	33.8	
	【北関東計】	(1500)	43.7	40.7	23.1	14.4	14.7	12.7	13.1	11.0	8.7	10.1	10.2	9.3	8.3	6.3	7.7	5.6	4.6	5.1	5.1	51.2	20.5	12.0	28.4	
	茨城県	(500)	61.2	47.2	22.2	15.8	15.0	12.0	16.2	12.8	8.4	13.4	11.6	10.6	9.6	6.6	11.4	6.2	7.0	5.2	5.2	57.0	22.8	11.6	20.0	
群馬県	(500)	33.6	34.8	22.8	12.2	13.0	11.2	10.6	7.8	10.0	9.4	9.8	8.6	6.4	6.0	6.0	4.6	3.0	6.0	4.0	45.0	17.4	13.6	34.8		
栃木県	(500)	36.4	40.2	24.4	15.2	16.2	15.0	12.4	12.4	7.6	7.6	9.2	8.8	9.0	6.2	5.6	6.0	3.8	4.0	4.0	51.6	21.2	10.8	30.4		
鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	55.8	44.6	26.0	19.8	16.7	15.3	13.8	13.3	14.6	12.9	11.0	9.8	10.8	11.4	12.2	10.5	9.0	6.2	5.9	59.9	26.0	19.4	16.2	
	5年より前に訪問	(716)	47.8	41.9	27.0	18.9	14.1	13.7	14.1	11.6	10.9	12.4	12.2	11.9	9.2	9.8	7.5	10.2	3.8	5.7	5.0	55.0	20.7	16.1	23.7	
	訪問なし	(2203)	28.6	27.6	19.8	12.6	13.9	12.5	10.9	10.8	9.7	8.3	7.7	7.4	7.6	6.9	6.8	5.6	4.8	4.1	39.4	18.6	13.2	41.2		

※全体で降順ソート  
 の全体より縦列で見て  は10P高い、 は5P高い、 は10P低い、 は5P低い

●行方市観光パンフレット(チラシ)提示後の関心度

- ・行方市の観光パンフレット(チラシ)提示後の行方市訪問意向では、全体の35%が行ってみたいと回答しました。茨城県民の行方市訪問意向は45%、首都圏でも33%が意向を示しています。
- ・行方市の観光チラシ7種の中で最も関心の高かったものは「ミレニアム行方マルシェ」で特に女性の支持が高いです。次いで「観光物産館こいこいリニューアルオープン」「行方ふれあいまつり」と続きます。「わかさぎ釣り大会」は20～29歳男性の関心が高いです。



※掲示したチラシ

○行方市観光チラシを見て興味を持ったもの



性・年代別	性・年代別	(n)	興味度 (%)					【行ってみたい計】	
			ぜひ行ってみたい	やや行ってみたい	どちらともいえない	あまり行ってみたいと思わない	全く行ってみたいと思わない		
全体	(3500)		8.5	26.8	28.1	18.3	18.3	35.3	
【男性計】	(1750)		8.1	26.5	28.3	17.0	20.1	34.6	
	20～29歳	(350)	10.0	32.0	26.0	15.4	16.6	42.0	
	30～39歳	(350)	9.1	24.0	28.9	15.7	22.3	33.1	
	40～49歳	(350)	7.7	21.7	30.9	16.6	23.1	29.4	
	50～59歳	(350)	6.3	29.1	26.9	15.7	22.0	35.4	
	60～69歳	(350)	7.4	25.4	29.1	21.4	16.6	32.9	
	【女性計】	(1750)		8.8	27.1	27.9	19.5	16.6	35.9
	20～29歳	(350)	10.0	34.6	22.3	16.6	16.6	44.6	
	30～39歳	(350)	10.9	29.7	25.4	16.6	17.4	40.6	
	40～49歳	(350)	10.0	20.3	30.6	20.0	19.1	30.3	
50～59歳	(350)	7.7	24.9	31.1	19.4	16.9	32.6		
60～69歳	(350)	5.4	26.3	30.3	25.1	12.9	31.7		
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	7.2	26.2	26.1	19.2	21.4	33.4	
	東京都	(500)	7.6	26.2	26.6	19.0	20.6	33.8	
	神奈川県	(500)	4.8	26.0	23.8	19.6	25.8	30.8	
	埼玉県	(500)	8.4	28.4	24.4	18.2	20.6	36.8	
	千葉県	(500)	7.8	24.2	29.6	20.0	18.4	32.0	
	【北関東計】	(1500)	10.2	27.6	30.9	17.0	14.3	37.8	
	茨城県	(500)	13.8	31.2	26.2	15.0	13.8	45.0	
	群馬県	(500)	7.6	25.8	33.8	18.6	14.2	33.4	
	栃木県	(500)	9.2	25.8	32.6	17.4	15.0	35.0	
	鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	20.0	37.3	24.4	10.2	8.1	57.3
5年より前に訪問		(716)	9.9	33.0	29.7	16.8	10.6	42.9	
訪問なし		(2203)	4.9	22.0	28.6	20.9	23.6	27.0	

の全体より縦列で見て  は10P高い、 は5P高い、 は10P低い、 は5P低い

性・年代別	性・年代別	(n)	興味度 (%)									
			行方2回目マルシェ	おい行方市観光物産館	まっ5回目行方ふれあい	サギ6回目釣り大会	行方漬物01G	新選組4回目祭り	り行方10周年記念大会	この中にはない		
全体	(3500)		26.2	20.7	19.5	17.2	11.6	10.7	8.9	40.6		
【男性計】	(1750)		18.2	19.7	17.9	20.0	12.2	11.8	9.1	44.4		
	20～29歳	(350)	17.4	21.1	17.4	28.9	12.9	15.1	14.0	35.1		
	30～39歳	(350)	17.4	21.4	16.3	22.0	13.7	13.1	10.3	44.9		
	40～49歳	(350)	18.3	22.9	13.4	19.4	12.0	10.0	8.6	47.7		
	50～59歳	(350)	18.6	16.6	20.0	14.0	10.0	9.4	6.0	48.9		
	60～69歳	(350)	19.1	16.3	22.3	15.7	12.6	11.1	6.6	45.4		
	【女性計】	(1750)		34.3	21.8	21.1	14.3	11.0	9.5	8.6	36.7	
	20～29歳	(350)	35.1	18.9	28.0	20.3	13.7	12.9	14.3	27.1		
	30～39歳	(350)	33.4	25.4	21.1	18.3	14.0	9.1	12.6	35.4		
	40～49歳	(350)	33.4	19.7	16.3	19.7	12.3	10.0	7.7	37.7		
50～59歳	(350)	36.9	24.6	19.1	8.6	7.4	10.6	4.6	40.6			
60～69歳	(350)	32.6	20.3	20.9	4.9	7.4	5.1	4.0	42.9			
居住エリア別	【首都圏計】	(2000)	24.1	19.2	17.8	16.0	10.1	10.4	8.0	44.9		
	東京都	(500)	25.2	19.4	16.4	14.2	9.6	9.8	7.0	45.8		
	神奈川県	(500)	22.4	17.0	19.2	14.8	9.4	10.8	7.6	49.8		
	埼玉県	(500)	26.4	22.2	18.2	16.8	11.4	11.6	9.6	40.4		
	千葉県	(500)	22.2	18.2	17.4	18.0	10.0	9.4	7.6	43.4		
	【北関東計】	(1500)	29.1	22.7	21.7	18.8	13.6	11.0	10.1	34.9		
	茨城県	(500)	33.8	24.4	27.4	20.6	16.8	13.0	10.8	30.6		
	群馬県	(500)	26.0	20.2	17.8	17.4	12.4	10.6	9.8	36.2		
	栃木県	(500)	27.6	23.6	20.0	18.4	11.6	9.4	9.6	37.8		
	鹿行地域訪問経験別	5年以内に訪問	(581)	33.0	28.6	28.1	27.4	17.4	18.6	13.4	22.5	
5年より前に訪問		(716)	31.0	26.1	23.9	19.6	14.0	10.9	10.9	33.2		
訪問なし		(2203)	22.9	16.9	15.8	13.7	9.3	8.5	7.0	47.7		
観光パンフ提示後	行きたい	(1234)	46.8	39.1	38.9	33.4	23.8	21.8	18.8	3.0		

の全体より縦列で見て  は10P高い、 は5P高い、 は10P低い、 は5P低い

## 来訪者の観光行動

### ○前提条件

- ・目的:行方市への来訪者観光行動、実態の把握
- ・調査手法:「混雑統計®」データによる動態データ収集
- ・収集期間:2018年1月1日~2018年12月31日まで
- ・動態観測対象:行方市に15分以上滞在した人(行方市に在住・勤務者は除く)

※「混雑統計®」データは、NTTドコモが提供するアプリケーション(※1)の利用者より、許諾を得た上で送信される携帯電話の位置情報を、NTTドコモが総体的かつ統計的に加工を行ったデータ。位置情報は最短5分毎に測位されるGPSデータ(緯度経度情報)であり、個人を特定する情報は含まれない。

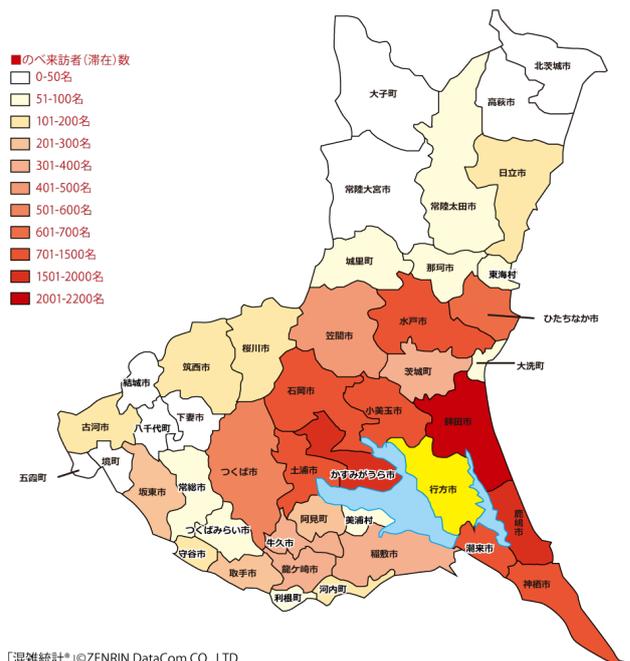
※1.ドコモ地図ナビサービス(地図アプリ・ご当地ガイド)等の一部アプリ。

- ・年間をとおして茨城県内では鉾田市からの発地者が多くを占めています。次いで鹿嶋市、潮来市、神栖市等鹿行地域とかすみがうら市からの発地者が多く見られます。県西地域からの発地者も年間をとおし見られるのに対し、県北地域からの来訪者は少ない状態でした。
- ・都道府県別での発地者からは年間をとおして東京23区と千葉県北部地域からの来訪が多く見られました。
- ・行方市での滞在は年間をとおして市内ゴルフ施設で多く見られました。また、なめがたファーマーズヴィレッジやあそう温泉「白帆の湯」での滞在とあわせ観光物産館「こいこい」や霞ヶ浦ふれあいランド周辺での滞在も多く見られました。

### ○2018年1月1日~2018年6月30日(単位/人)

#### 【茨城県内発地者数】

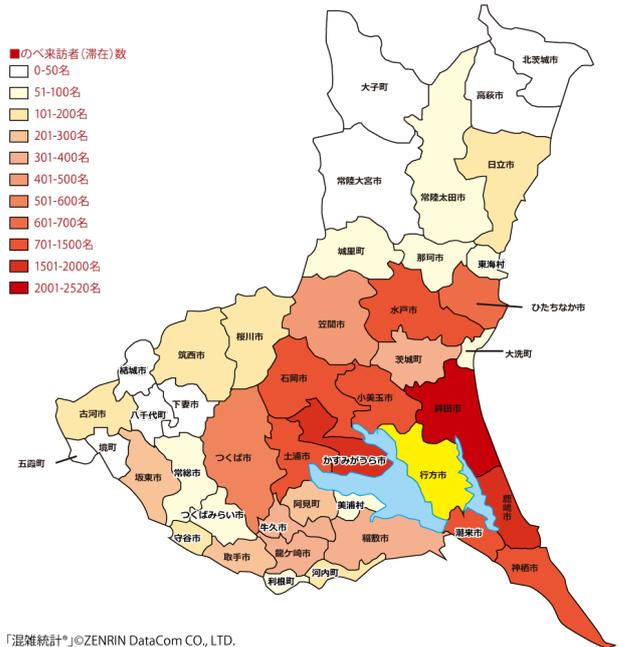
順位	居住地	来訪数(のべ)	構成比(%)
1	鉾田市	2,160	11.7%
2	鹿嶋市	1,564	8.5%
3	かすみがうら市	1,542	8.4%
4	神栖市	1,486	8.1%
5	水戸市	1,475	8.0%
6	潮来市	1,379	7.5%
7	小美玉市	1,252	6.8%
8	土浦市	1,153	6.3%
9	石岡市	1,051	5.7%
10	ひたちなか市	665	3.6%
-	その他	4,715	25.6%
	合計	18,442	100.0%



「混雑統計®」©ZENRIN DataCom CO., LTD.

○2018年7月1日～2018年12月31日(単位/人)

順位	居住地	来訪数(のべ)	構成比(%)
1	銚田市	2,520	13.2%
2	潮来市	1,854	9.7%
3	鹿嶋市	1,673	8.8%
4	かすみがうら市	1,348	7.1%
5	水戸市	1,329	7.0%
6	神栖市	1,325	7.0%
7	土浦市	1,283	6.7%
8	小美玉市	1,182	6.2%
9	石岡市	1,112	5.8%
10	笠間市	691	3.6%
-	その他	4,721	24.8%
	合計	19,038	100.0%



【都道府県発地者数】

○2018年1月1日～2018年6月30日

順位	発地都道府県	来訪数(延べ)	構成比(%)
1	23区	3,608	27.9%
2	千葉県香取地域	1,114	8.6%
3	千葉県東葛飾地域	1,045	8.1%
4	千葉県葛南地域	986	7.6%
5	千葉県印旛地域	793	6.1%
6	埼玉県東部地域	737	5.7%
7	千葉県千葉地域	662	5.1%
8	神奈川県横浜地域	345	2.7%
9	千葉県海匝地域	313	2.4%
10	23区外	312	2.4%
-	その他	3,005	23.3%
	合計	12,920	100.0%

○2018年7月1日～2018年12月31日

順位	発地都道府県	来訪数(のべ)	構成比
1	23区	3,074	23.9%
2	千葉県東葛飾地域	1,189	9.2%
3	千葉県香取地域	1,175	9.1%
4	千葉県葛南地域	1,145	8.9%
5	千葉県印旛地域	920	7.1%
6	千葉県千葉地域	680	5.3%
7	埼玉県東部地域	655	5.1%
8	神奈川県横浜地域	392	3.0%
9	23区外	359	2.8%
10	埼玉県県央地域	353	2.7%
-	その他	2,938	22.8%
	合計	12,880	100.0%

- ※千葉県香取地域: 香取市、多古町、他 2 町
- ※千葉県東葛飾地域: 柏市、松戸市、他 4 市
- ※千葉県葛南地域: 船橋市、市川市、他 3 市
- ※千葉県印旛地域: 成田市、印西市、他 5 市 2 町
- ※千葉県千葉地域: 千葉市、市原市
- ※千葉県海匝地域: 銚子市、旭市、匝瑛市
- ※埼玉県東部地域: 春日部市、草加市、他 4 市 1 町
- ※埼玉県県央地域: 上尾市、稲川市、他 2 市 1 町

(単位/人)





## 市内の観光に携わる団体、事業者ヒアリング

### ○前提条件

- ・調査目的:行方市観光に関わる取り組みの現状、課題、今後の方向性等の把握
- ・調査手法:郵送、現地訪問等によるヒアリング調査
- ・調査対象者:市内の観光に携わる団体、事業関係者5団体

### ●課題と方向性の共有

1	<b>行方ならではの観光資源の掘り起こし</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・湖(霞ヶ浦と北浦)の観光施設整備とアクティビティの充実</li><li>・農業体験、里山体験など多様な農業イベントを誘客の最大の資源として活用</li><li>・なめがた(行方)とリンクする特産品、名物の開発(干し芋、焼き芋、生鮮野菜など)</li></ul>
2	<b>地元特産品直売所及び食・宿の充実</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・観光客視点に合わせた特産品直売所のリニューアル</li><li>・地元食材を使ったレストラン、食堂の設置</li><li>・民泊なども含めた、観光客に向けた宿泊施設の開設</li></ul>
3	<b>情報発信の更なる推進</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・首都圏顧客(優先ターゲット)に向けた効果的なPR活動の実施</li><li>・インバウンド需要に向けたSNSの積極的活用(地域情報の発信)</li></ul>
4	<b>地元(市民)と連携した地域活性</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・地元生産者、消費者との地域活性の協働</li><li>・地元雇用の促進</li></ul>
5	<b>地域との連携、広域観光の促進</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・観光誘客のための広域DMOの実施</li><li>・近隣地域と協働した特産品開発と販路開拓(競合させない)</li></ul>

●団体・事業者ヒアリング要約

	テーマ	現 状	課 題
行方市、鹿行地域の観光資源について	観光客数の推移	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方市自体観光客があまり来ない印象。</li> <li>・観光客数は、北関東(茨城)の優先順位は高くなく、宿泊施設(温泉含む)が少ない鹿行地域は影響を受けやすい。</li> <li>・ツーリングやバイクの人が通過するが、泊まるまらない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施設の整備(宿泊施設等)</li> <li>・ロードサイドの観光インフラ充実</li> </ul>
	観光客の特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方市に限れば、なめがたファーマーズヴィレッジ(以下なめがたFV)以外に県外の人が来訪するケースが少ない。</li> <li>・なめがたFVに関しては、TVで取り上げられ見た人が訪問。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方市の観光資源の掘り起こし</li> <li>・県外顧客、個人旅行者の開拓</li> </ul>
	旅行形態、 来訪場所の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・法人の場合慰安旅行が多いが、茨城の宿泊の場合は、袋田、大洗が検討され、その後潮来が検討される。</li> <li>・霞ヶ浦でもうちょっと遊べるところが望まれる。現状では夕日がキレイとしか言えない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設の整備と情報発信</li> <li>・アクティビティも含めた霞ヶ浦観光の開発</li> </ul>
	交通手段・ 交通ルート	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車がほとんど。土日や鹿島アントラーズの試合の後は、道路が渋滞する。</li> <li>・なめがたFVはバスツアーで来訪される方も多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アクセスインフラと立寄り施設の整備</li> <li>・バス会社と企画コラボ(ツアープランにエリアの観光地を組み込む)</li> </ul>
	インバウンド 需要について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まだインバウンドの観光客は少ない。引かかるものがない。</li> <li>・湖のアクティビティや周りに食べるところ、泊まるところを作るべき。</li> <li>・国が招聘する海外農業視察団がなめがたFVの視察に訪問。</li> <li>・アントラーズホームタウンDMOがスポーツ国際交流を開始。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド向けのイベントを企画</li> <li>・空港等でのPR</li> <li>・SNSでの情報発信</li> </ul>

	テーマ	現 状	課 題
行方市、鹿行地域の観光資源について	注目しているコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方の一番の資源は農業と何も無いところ。</li> <li>・自然がありのんびりしているところ。</li> <li>・湖(霞ヶ浦と北浦)でもっと遊べると良い。</li> <li>・農産物ではやっぱりお芋。</li> <li>・食べ物(フルーツマトやいちご)が美味しい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・芋ほり、いちご狩りなど農業体験機会のさらなる整備</li> <li>・湖(霞ヶ浦、北浦)の観光施設、アクティビティの整備(キャンプ、グランピング施設等)</li> <li>・行方の自然</li> </ul>
	観光スポット、施設、景観	<ul style="list-style-type: none"> <li>・西蓮寺のイチヨウ、潮来のあやめ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エリア内の各観光地の認知拡大</li> <li>・観光の核になる拠点の再生</li> </ul>
	なめがたFVについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在27万人が来訪。毎年120%位で伸び続けている。</li> <li>・県内6割、県外4割で、県外では千葉&gt;東京&gt;埼玉&gt;神奈川の順。日帰りが多く、食事、見学、農業体験など様々。泊まりたいという要望に応え、グランピングエリアも増設。全6室が繁忙期は満室になる。</li> <li>・土日祝日休み期間は家族連れ、平日は視察やツアーバスの団体が多い。グランピングができてアッパー層が増え、一泊女子会などに人気。</li> <li>・アントラーズ選手も来訪し芋ほりする取組みもあり、ファンが観戦帰りに渋滞を避けて来訪したりする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外の潜在顧客の掘り起こし</li> <li>・宿泊個人客の開拓</li> <li>・サービスの拡充</li> <li>・地域の観光資源との共創</li> </ul>
	イベント、お祭り、スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAなめがたしおさい(以下JAなめがた)でもいちご狩りや芋ほりなど農業体験イベントを実施。少しずつ参加人数が増えリピーターも出てきている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業体験、農家宿泊など差別性のあるイベントに特化(来訪する動機創出)</li> </ul>

	テーマ	現 状	課 題
行方市、鹿行地域の観光資源について	農産物、食について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甘藷の有名な産地となり、日本一の賞を獲得しているため、ここ2年位は当地の特産品に繋がるような取組をしている。</li> <li>・「干し芋」は、行方の特産品として最大の地域資源</li> <li>・農産物は60～70品目あり、エシャレットや青梗菜、水菜など日本有数の生産量で、味や質にこだわりがあるのがこの産地の特徴。</li> <li>・東京に近いので、今は生鮮がそのまま売れる。</li> <li>・レシピコンテストでエシャレットの醤油とごま油和えが一位になった。</li> <li>・食べる場所はチェーン店ばかりで、地元の食材を食べられるところが少ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特産品の知名度が低い（行方とリンクしていない、行方が読めない）</li> <li>・食(グルメ)の名物開発</li> <li>・地元食材を食べられるレストラン、食堂の設置</li> </ul>
	物販	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAなめがたでは楽郷という農産物直売所を運営、野菜は売れている。顧客は観光客というより地元客。</li> <li>・JAなめがたでは旬に合わせて定期的に野菜ボックス(10品目の野菜セット)をネットで販売、首都圏の顧客を中心に人気になっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直売所の強化が遅れている(観光客の目に留まらない)</li> <li>・Webなどで特産品情報発信、多様な販路の開拓(ふるさと納税なども有効活用)</li> </ul>
行方市の観光振興に関わる取組み	情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アントラースホームタウンDMO以外で観光プロモーションを行っているイメージが湧かない。</li> <li>・顧客の特性、ニーズを鑑みた情報発信ができていない。</li> <li>・郵便局のネット、カタログ販売、ふるさと納税などに干し芋、生芋を入れる。</li> <li>・JAバンクのCMIに、行方の焼き芋農業が採用。</li> <li>・都心から近いということが最大のメリット。この距離感で、これだけ自然と食べ物が美味しいことを、首都圏の消費者にアピールできていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットに直接アプローチできる媒体、販売チャネルを有効活用する</li> <li>・SNSなどでインスタ映えする美しい景観を積極的にアップしPRする</li> <li>・行方の農産物の首都圏での認知を高める</li> <li>・首都圏でPRを拡大する</li> </ul>

	テーマ	現 状	課 題
行方市の観光振興に関わる取組み	JAなめがた	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAなめがたでは当初からなめがたFVの設立に関わり、芋を加工してなめがたFVで売るという6次化の流れができた。</li> <li>・一方で直売所の強化が進んでいない。今は観光客向けというより、地元客向け。</li> <li>・最近2年位、産地として有名になった甘藷の加工品である干し芋を開発し、相乗効果を狙い、ふるさと納税やネット販売にアップしている。</li> <li>・行方市は、泉佐野市とタイアップして、関西では食べる文化がない干し芋を当市のサイトでもPRし、買えるようにしている。</li> <li>・JAなめがたでは旬に合わせて定期的に野菜ボックス(10品目の野菜セット)をネットで販売、首都圏の顧客を中心に人気になっている。</li> <li>・販路は全国にあり、もともと取引があったスーパーやコープなら北海道から九州まで、また郵便局のカタログ販売、ネット販売の企画物などに載せている。</li> <li>・セブンイレブンとタイアップして行方のわさび菜を使ったおにぎりを売っている。</li> <li>・スーパーと一緒に、抽選で農業体験ツアーに参加できるイベントやいちご狩りなども実施している。</li> <li>・茨城県としてPRできるものを一緒に作りませんかと働きかけ、賛同してくれる県内の農協と共同開発(例えばレンコンを使った商品)の協議を始めた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物、特産品開発とのPR、販売チャネルの開拓</li> </ul>
行方市の観光振興に関わる取組み	農家レストラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年3月農家レストランを開設、週4日、1日1組の顧客にランチを提供。</li> <li>・客層は首都圏を中心に遠くは長野や山梨から来訪。友達同志、女性が多い。</li> <li>・もともと「紅」という女性の団体で、行方市の農産物をPRする活動をしており、地元の新鮮な食材を使って作る美味しい料理を多くの人に伝えたいと思っていた。</li> <li>・顧客に農家飯を基本に旬の野菜をたっぷり使った食事提供、行方の農産物販売に繋がればと思い、農家飯のレシピを教え、行方市の観光案内も行っている。</li> <li>・県外客には茨城の田舎料理を、また年代によっても提供する食材を変えている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方の食の魅力づくりとPRに取り組む</li> </ul>

	テーマ	現 状	課 題
行方市の観光振興に関わる取組み	なめがたFV	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なめがたFVは2015年体験型農業テーマパークとして開設。過疎化の象徴であった廃校をもう一度子供が集まるテーマパークをすることによって、物づくりだけでなくそこでの体験を全国に発信していこうという想いで作った。</li> <li>・農業体験は、なめがたFVのおいも株オーナー制度(おいもの株を買い一緒に植え付けとも堀をする)をベースにスタート。JAなめがたの協力もあり、現在は春で300人、秋の芋掘りに500人東京から参加する大きなイベントになっている。</li> <li>・体験型農業テーマパークとしての差別性・オリジナリティ、物づくりの聖地、6次化、農園も工場もあるし販売もする。</li> <li>・物販では芋の強化はもちろんだが、掘るものは楽しい体験になるので結構ハードだがレンコン掘り体験にもトライしている。</li> <li>・販路は首都圏のデパートや駅ナカ売店などにもある。全国のらぽぽで実施したいちごのイベントは、なめがたFVの集客に大きく貢献した。</li> <li>・去年から鹿行DMOが立ち上がり(理事)、地域DMO 目線でアントラーズの試合にくっついたり、なめがたFVを西蓮寺の観光や霞ヶ浦の花火を組み込んだりしている。</li> <li>・行方は、都心から近いということが最大のメリット。茨城空港、成田空港も近く、東京からのバスは水郷潮来バスターミナルから10分に1本でている。この距離感で、これだけ自然と食べ物が残っているのは大きな観光資源である。まだまだして欲しい体験はゴロゴロあるので、地域の人と連携してブランド化していけばすごく人を集められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なめがたFVを核に、地域全体の観光誘客、活性化に取り組む</li> </ul>

	テーマ	現 状	課 題
行方市の観光振興に関わる取組み	JTB	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本年度北関東キャンペーンの年でセールス担当者の意識が高まり、例年と比べ観光客数が伸びた。</li> <li>・鹿行地域ではアントラーズホームタウンDMOが主体となりプロモーションを実施しているが、サッカーという特定マーケットに限られ、地域全体の底上げに繋がらない。今後の地域全体に対する取組みの発展に期待。</li> <li>・宿泊施設を含む周辺の観光インフラが脆弱なため、旅行者の回遊が難しい。</li> <li>・行方市にはなめがたFVという魅力的な農業テーマパークがあるので、ここを拠点に宿泊施設、温浴施設等を含めた複合的な開発を伴った誘客、回遊施策を展開する方が有効。</li> <li>・顧客のニーズを鑑みた観光インフラを前提に、いかにターゲットに直接アプローチできる媒体、販売チャンネルを有効活用出来るかを検討する必要がある。</li> <li>・「日本の旬」と称し、地域振興、誘客を目的としたディステネーションキャンペーンを半年ごとにエリアを変えて展開。これにより、旅行市場の活性化、新規顧客の開拓、当該地域誘客による経済効果創出を図る。</li> <li>・積極的なプロモーション、集中的な販売を行うことにより、一定の成果は出ている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光プロモーションを積極的に行っているイメージが希薄</li> </ul>

## 観光行動調査

---

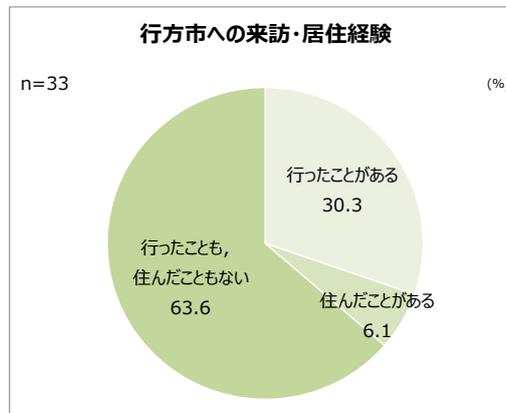
### ○前提条件

- ・調査概要:他市在住者に事前に詳細なオリエンテーションをせずに終日グループ単位で現地を観光してもらう。当日は『なめがたファーマーズヴィレッジ』及びその他市内施設 1箇所立ち寄りを必須とした。事前の現地情報のリサーチや当日の行動・評価に関して、アンケートに回答してもらった。
- ・対象条件:により対象者をリクルート。対象者条件は特に設定していない。
- ・調査期間:2018年10月～12月
- ・回収サンプル数:訪問前33サンプル 訪問後33サンプル(グループ数:13グループ)

※図表上の「n」は調査者数を表しています。

●行方市来訪・居住経験

・調査協力者のうち「行ったことも、住んだこともない」が6割を占めました。

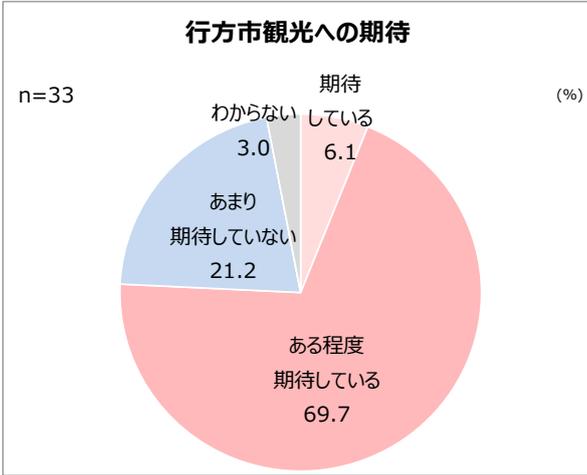


行方市についてのイメージ ※一部抜粋	
行ったことがある	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空気が気持ちいい。[男性20代後半]</li> <li>・自然が豊かで気持ちの良い風が通り抜けることは知っていますが、どこかへ出向く際の通り道というのが正直な印象です。[男性30代前半]</li> <li>・霞ヶ浦と北浦に挟まれたエリア。ゴルフ場がある。[男性50代前半]</li> </ul>
住んだことがある	<ul style="list-style-type: none"> <li>・霞ヶ浦と北浦と間にある市で農地が広がっているイメージ[男性60代前半]</li> </ul>
行ったことも、住んだこともない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行方市には行ったことがありませんが魚が美味しいと聞いた事があります。[女性70歳以上]</li> <li>・今回の話を聞くまで知らなかった。[女性60代前半]</li> <li>・初めて聞いた地名で、茨城県なので海が見えたり野菜が美味しいのかな。と言うイメージ。[女性30代後半]</li> <li>・確か、鹿島アントラーズと縁のある町。[男性70歳以上]</li> <li>・鹿嶋の手前で、印象薄い[男性50代後半]</li> <li>・霞ヶ浦に面した農村地帯で、あまり高い山はなく、観光のポイントとしてはなにも浮かばない。 「なめかた」か「なめがた」かも読めないし、どちらが正しいのかもわからない。[男性70歳以上]</li> <li>・特にありませんが、しいてあげれば、長閑なイメージがあります。[男性50代後半]</li> </ul>

※調査概要は巻末資料に掲載

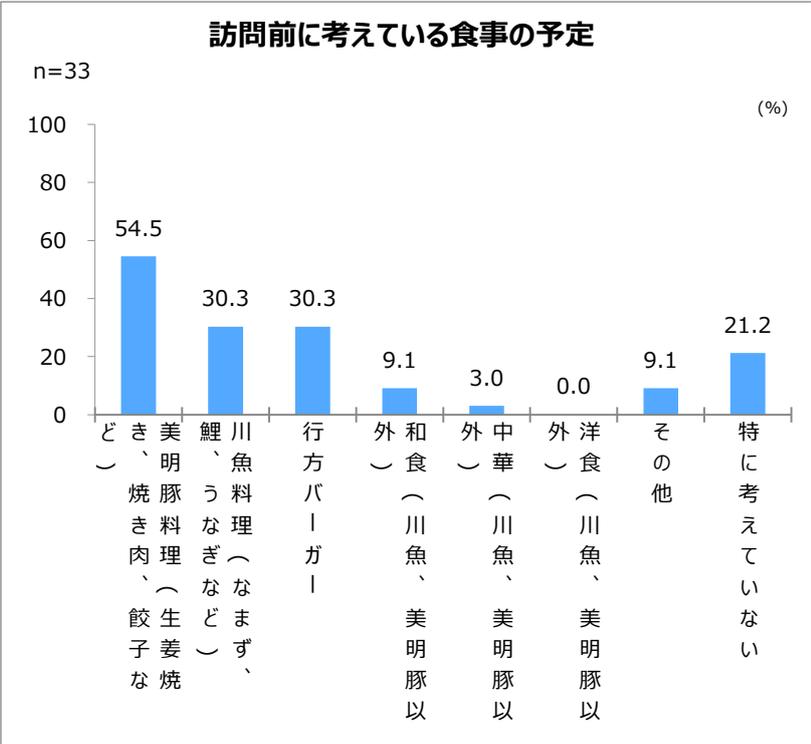
●行方市観光への期待度(訪問前)

・行方市観光への期待度は「期待している+ある程度期待している」が8割を占めているものの、TOP BOX(期待している)は6%に留まり、行方市観光への高い期待感は見られませんでした。



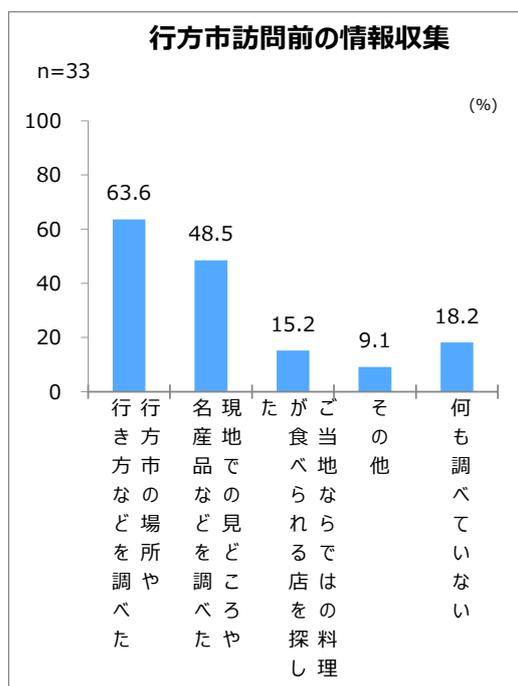
●食事の予定(訪問前)

・訪問前の食事の予定は、「美明豚料理(生姜焼き、焼肉、餃子など)」が最も多く、半数以上でした。次いで「川魚料理」「行方バーガー」が3割程度となりました。



## ●行方市訪問前の情報収集

・訪問前の情報収集で最も多いのは、「行方市の場所や行き方などを調べた」で6割となりました。次いで、「現地での見どころや名産品などを調べた」が5割ありました。主な情報収集手段はインターネットがほとんどで、中でも市の公式サイトが参考にされている様子です。その要因の一つには、インターネット上に、市の公式サイト以外の行方情報が少ない可能性も考えられます。



### 《主な情報収集源》

#### ■インターネットサイト

- ・観光なめがたや、行方市の HP …5 名
- ・じゃらん …2 名
- ・ぐるなび …2 名
- ・google map …2 名
- ・なめがたファーマーズヴィレッジ …2 名
- ・その他(各1名) …行方市観光協会サイト、食べログ、楽天トラベル、行方サイクリングマップ

#### ■インターネット以外

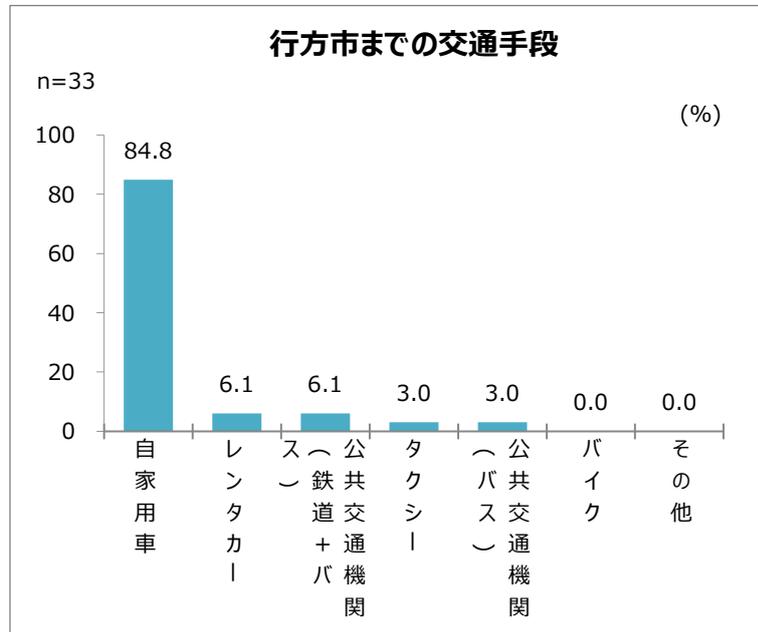
- ・まっふる茨城 …2 名
- ・その他(各1名) …東京銀座にある茨城県のアンテナショップ、知人から送っていただいた観光のちらし(帆かけ船の体験など)、NHKの「こころ旅」の行方市の回視聴など

#### ■その他公式サイト

- ・行方市の HP …2 名
- ・行方市観光協会 …2 名
- ・まとめサイト …2 名

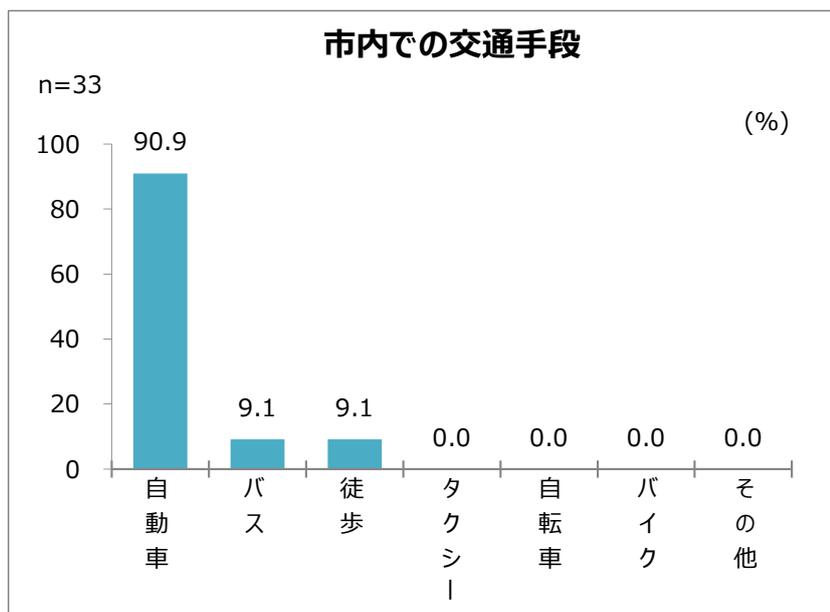
●行方市までの交通手段

・行方市までの交通手段は、8割が「自家用車」でした。



●行方市内の移動手段

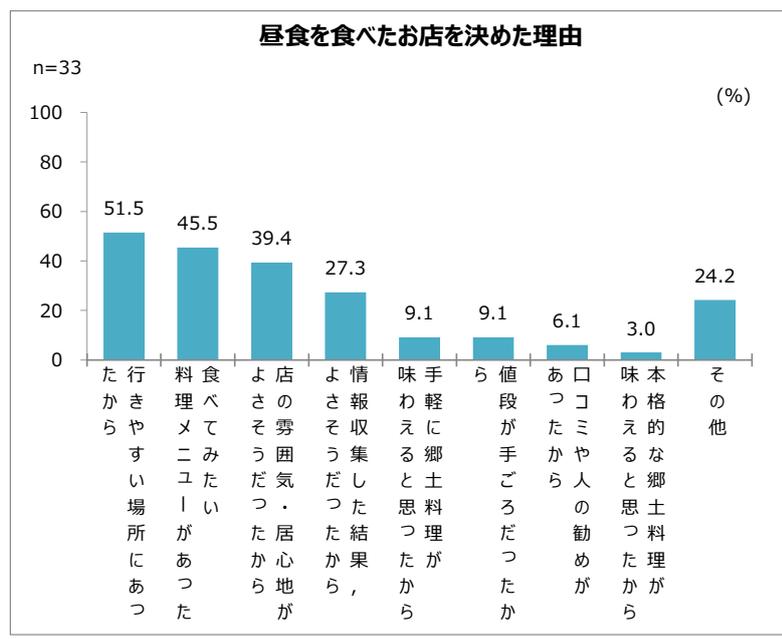
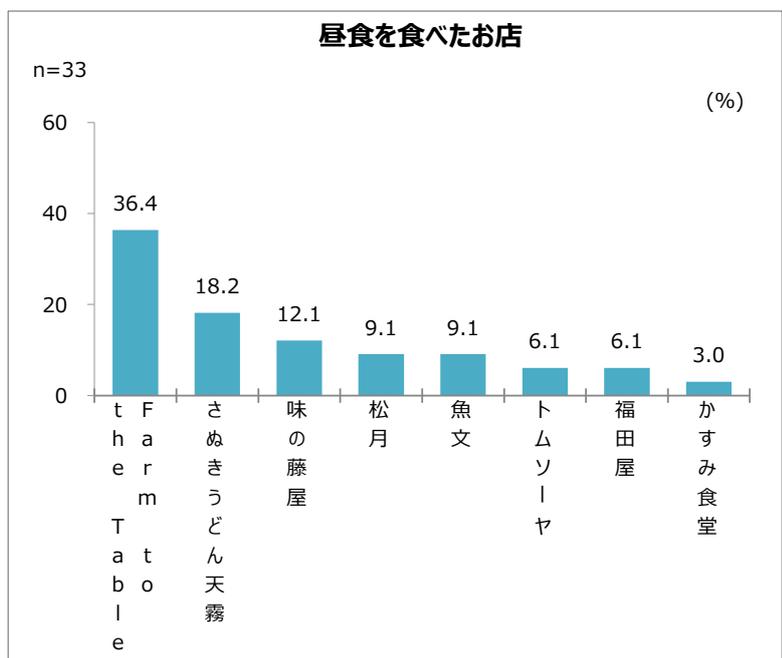
・行方市内の移動手段については、9割が「自動車」で、公共交通機関での観光の難しさがかがえます。



●昼食を食べた店と選定理由

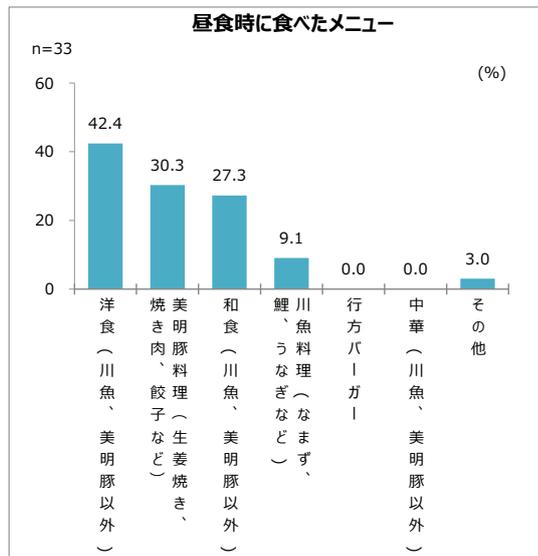
・昼食を食べた店として、最も多かったのはなめがたファーマーズヴィレッジ内の「Farm to the Table」で4割。次で、「さぬきうどん天霧」、「味の藤屋」、「松月」、「魚文」とつづきます。お店の選定理由として、最も多かったのは、「行きやすい場所にあったから」で半数以上ののぼり、「手軽に郷土料理が味わえると思ったから」、「本格的な郷土料理が味わえると思ったから」は1割未満にとどまりました。

・訪問前には美明豚料理や川魚料理を検討している人が多かったにも関わらず、結果的にはアクセスが重視されている様子が見られます。



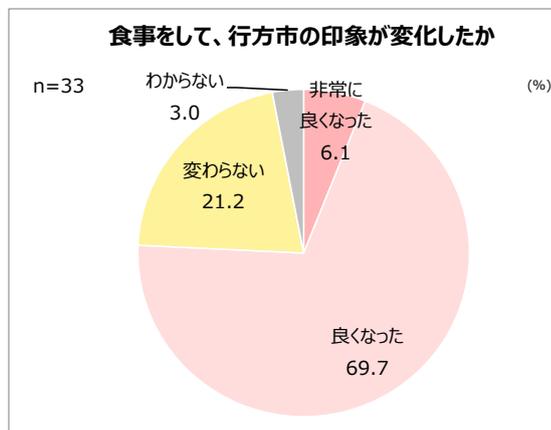
●昼食時に食べたメニュー

- ・昼食時に食べたメニューで最も多かったのは、「洋食」。なめがたファーマーズヴィレッジ内の「Farm to the Table」利用者が多かったためと推察されます。ついで、「**「和食」**が3割となり、「**川魚料理」**は1割未満でした。
- ・昼食時の料理の感想からは、洋食を食べた方からは、料理そのものには満足されているものの、行方市ならではの料理を味わえたという感想は見られませんでした。和食を食べた方は、茨城県産のそば粉が使われているそばを選んだ方が一部みられたものの、満足度は低い様子でした。



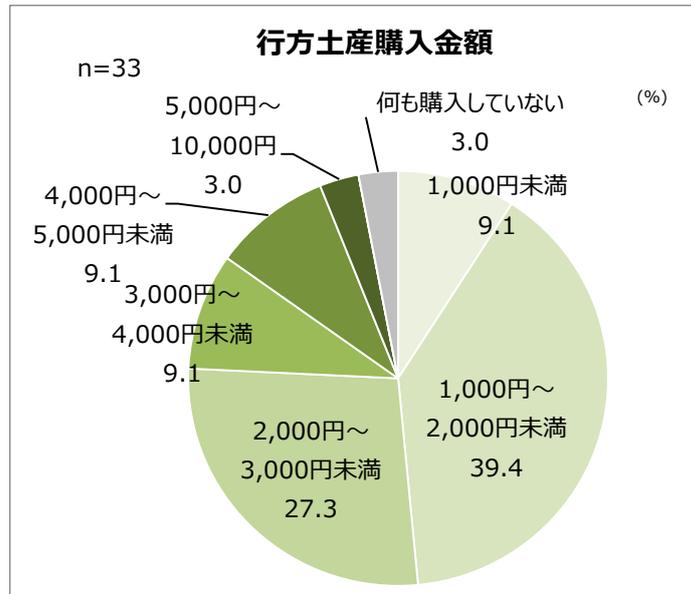
●食事後の行方市の印象変化の有無

- ・昼食後、行方市への印象が「良くなった(非常に良くなった+良くなった)」方は、8割。なめがたファーマーズヴィレッジの地元野菜や見慣れない野菜に関するコメントが散見されました。



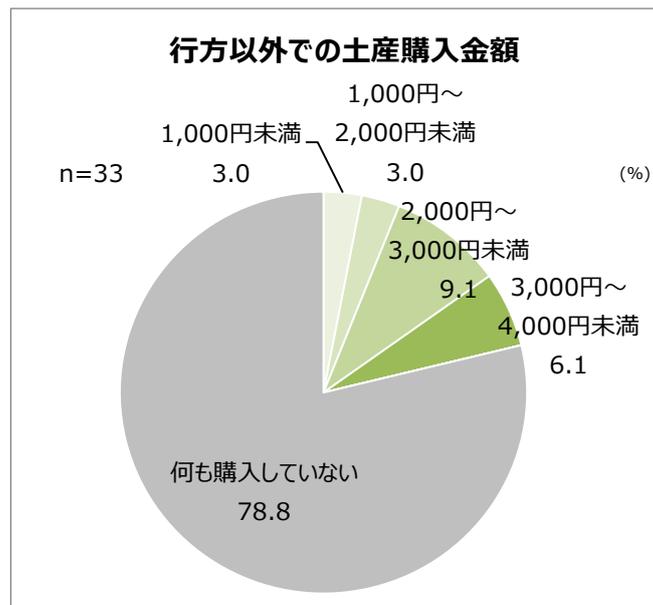
●行方市で購入した土産

・ほぼ全員が土産を購入しており、購入額は「1,000円～2,000円未満」が最も多く4割。最も購入された土産は、「なめがたファーマーズヴィレッジで販売している商品」で7割の方が購入しています。



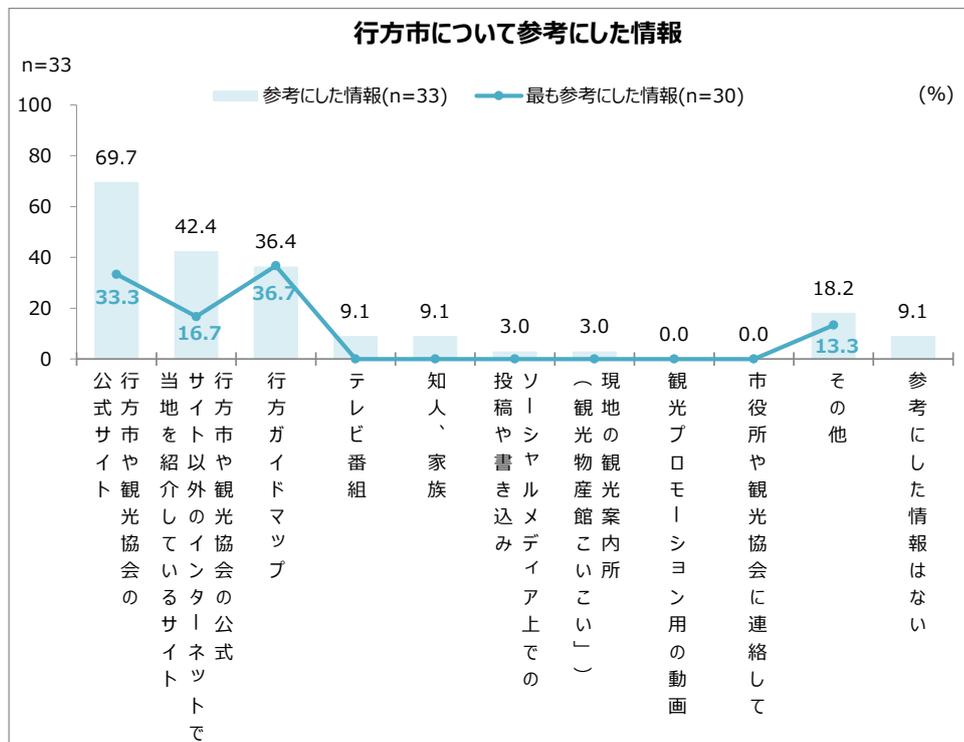
●行方市以外で購入した土産

・行方市以外での土産は「何も購入していない」が最も多く、8割となりました。



●行方市について参考にした情報(訪問後)

・参考にした情報トップ3は、「行方市や観光協会の公式サイト」「公式サイト以外のインターネットサイト」「行方ガイドマップ」。最も参考にされている情報は「ガイドマップ」、次いで「行方市や観光協会の公式サイト」となりました。



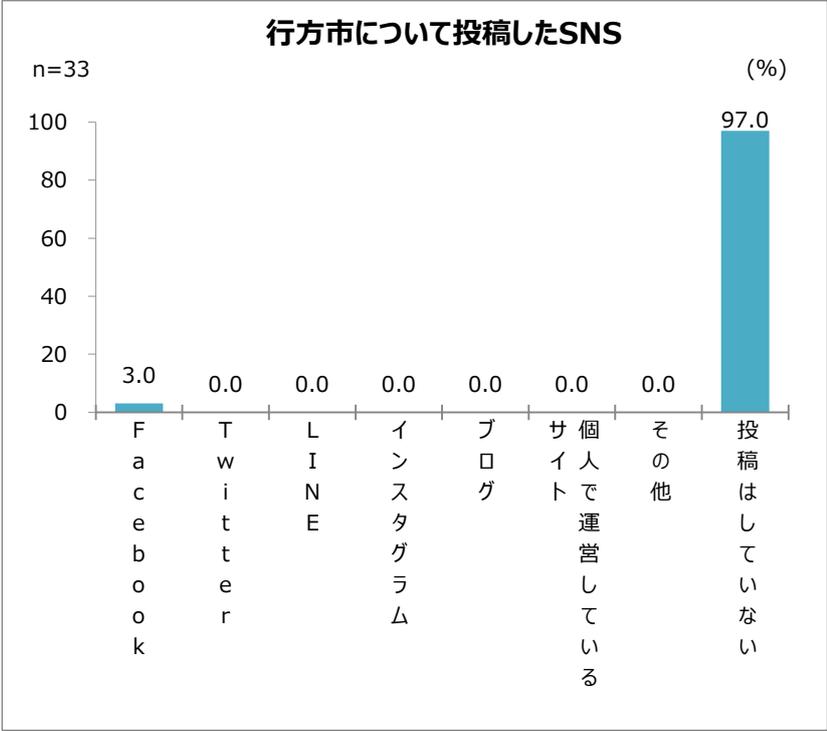
●行方市について参考にしたインターネットサイト(訪問後)

・行方市について参考にしたインターネットサイトを自由回答で聴取し、行方市や観光協会の公式サイト以外はグルメサイト「食べログ」、観光情報サイト「じゃらん」「トリップアドバイザー」が情報源となっていました。

- 《参考にしたインターネットサイト》
- グルメサイト
    - ・食べログ …3名
  - 観光情報サイト
    - ・じゃらん …4名
    - ・トリップアドバイザー …2名
  - 公式サイト
    - ・行方市のHP …2名
    - ・行方市観光協会 …2名
    - ・まとめサイト …2名

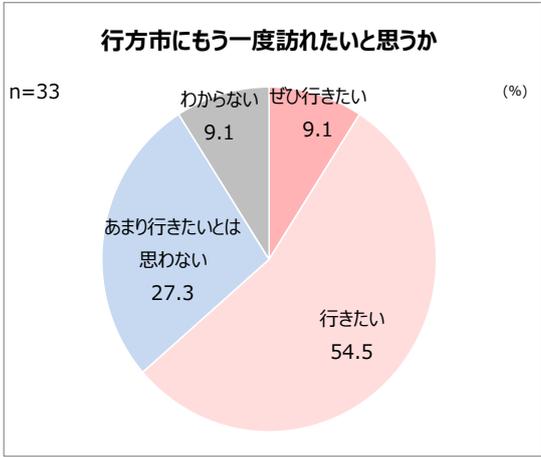
●行方市について投稿した SNS(訪問後)

・調査協力者のうち、行方市についてSNSに投稿したのは1人のみでした。



●行方市にもう一度訪れたいと思うか

・再訪意向は、「行きたい(ぜひ行きたい+行きたい)」が 6 割ではあるが、TOP BOX(ぜひ行きたい)は1割に留まり、高いスコアとは言い難い結果となりました。行きたいと回答した方からは、『なめがたファーマーズヴィレッジが楽しかった』という声や、『北浦・霞ヶ浦の風景が美しい』との声があがった一方、行きたいとは思わない理由は、『目玉となる観光地がない』『車でないと移動が大変』という声が挙がりました。



## ●行方市観光行動調査のまとめ

- ・本調査協力者は50歳以上が7割を占めている。
- ・行方市訪問前にアクセス情報だけでなく、現地での見所や名産品などの情報収集がされている。参考にされている情報源は、「観光なめがた」や観光協会等の自治体運営のインターネットサイト、じゃらん、トリップアドバイザー、ぐるなび、食べログなどのインターネットサイトが中心。一部の方はパンフレットも参考にしている様子。ただ、パンフレットを参考にして訪れた飲食店で、目的だったメニューが無かったという体験をしており、パンフレットの情報が更新されていない様子。
- ・当日は、最初に「なめがたファーマーズヴィレッジ」を訪問し、午前中は「なめがたファーマーズヴィレッジ」に滞在、移動して別の店で昼食後、それぞれ事前に調べた場所を観光というルートを進んでいる。調査協力者が自主的に立ち寄った主なスポットは、「道の駅たまつくり観光物産館こいこい」「西蓮寺」「霞ヶ浦ふれあいランド」「天王崎公園」だった。「西蓮寺」は大銀杏を目的として訪問されている。
- ・交通手段については、調査対象者のほとんどが自動車を利用しており、自動車以外の公共交通の利用は当初から想定されていないようである。車以外での移動の難易度は高く、マイカー非所有者には高いハードルになると考えられる。
- ・食事については、リーズナブルな価格帯で、洋食・美明豚料理・和食と選択することバリエーションはあり、評価も低くないが、いずれも行方市でしか食べられない要素が感じられないとのコメントが見られた。
- ・自主的に立ち寄ったスポットについての評価は、ポジティブな評価(大変よい+よい)は5割にとどまる。調査協力者全員が訪問した「なめがたファーマーズヴィレッジ」では、8割がポジティブな評価となった。「なめがたファーマーズヴィレッジ」内のレストランも評価され、行方市への印象アップに寄与している様子がうかがえた。
- ・しかし、「なめがたファーマーズヴィレッジ」以外の観光スポットの満足度がやや低く、最も満足度が高いと思われる「なめがたファーマーズヴィレッジ」に対しても、観光のメインとなり得るコンテンツではないと厳しい声も見られ、行方観光における目玉コンテンツが不足していることは否めない。
- ・再訪意向は、「ぜひ行きたい」が1割、「行きたい」が5割という結果ではあるが、自由回答をみると、『機会があれば行きたい』『他に行ってみたい施設があれば行きたい』『移動手段に困る』などと、具体的な再訪イメージはなく、“「行きたいとは思わない」ほどではない”程度の気持ちであることが推察される。

## 4 行方市の観光振興の課題

行方市観光の現状及び現状の観光計画の取組み状況を踏まえ、行方市の観光振興の課題は以下の通りまとめられます。

### ・農業、自然、歴史に根ざした地域の魅力発信の強化

「行方市産業・観光振興計画」「総合戦略書」にあるように、行方市の地域資源を改めて発信していく必要があります。霞ヶ浦を有している自然環境や産出実績の強い農産水産業、地元文化としての歴史資産を中心に再構築し観光プランに変えていくコーディネートに努める必要があります。

### ・周辺地域と協働した周遊型観光の開発促進

鹿行地域や行方市近隣市町村との協働を図り、面で捉えた観光資源の掘り起こしとそれらを周遊できるコンテンツの開発を多面的に進める必要があります。国内の人口減少、特に生産年齢人口(15～65歳)が減少することにより、国内旅行需要の縮小が懸念されることから、市町村を跨いだ新たな観光需要の創出や、増加する高齢者への対応を進める必要があります。

### ・訪日外国人観光客の心に響く観光資源の企画、開発促進

平成32年(2020年)の東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、日本国内への飛躍的な増加が見込まれる訪日外国人への誘客を強化するため、行方市の観光資源の企画開発や、多面的媒体での情報発信、外国人観光客受入体制の整備を進める必要があります。

### ・地域資源への接触向上とリピート誘客の促進

地域資源の掘り起こしによる再発見から利活用できるプランへの熟成に加え、情報発信による行方市への接触数を増やし、体験後に再度来たくなるようなプラン企画、資源開発を整備する必要があります。

## 第三章：観光振興の基本方針

### 1. 基本方針

平成28年度(2016年)に作成された「行方市総合戦略書」では、3つの基本理念『「継続」から「変革」へ』『みんなが主役のまちづくり』『身の丈に合った市政運営』などを基本理念として定めており、行方市の将来像として『「行方ならではの価値」の共有 ～笑顔で住み続けたいまち、行方～』が求められています。

また、総合戦略書では理念をもとに5つの重点プロジェクトを構成しており、観光に関するものでは『歴史を生かした観光で「行方再発見」をする！』と記されていることから地域資源としての歴史をはじめ、行方市の魅力や資源を再発見していくこと、交通インフラ整備による広域交通ネットワークを活用しての人・物・情報の活性化を目指しています。

日本国内で見ると平成32年(2020年)の東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、訪日外国人観光客への誘客・対応環境整備促進を図っており、国内での観光振興から地域活性化に積極的に取り組んでいることが見られます。茨城県でも観光振興計画内にて訪日外国人観光客の増加に伴う受入体制の整備について情報発信や海外旅行業者等に対する旅行商品造成の働きかけ、外国人観光客受入体制の整備を進める必要があるとしています。

行方市観光の魅力幅広く体感してもらうため、繰り返し訪れたい観光資源の再発見や開発を行い情報発信とあわせ「知って」「来て」「体験」してもらい、繰り返し訪れたい行方市を目指す必要があります。

前記の観光振興課題等を踏まえて、行方市の観光資源を周辺地域との協働を含め再発見し、広く知ってもらうことと、また訪れたい行方市ならではの観光を目指し、当市の観光振興計画の方針を以下のように位置付けます。

**繰り返し訪れたい地域の魅力を創出する『いくたびの行方』**

※『いくたび』には「行く旅」と「幾度」の両方の意味を持たせ、何度も訪れて旅をしたくなる行方市を表しています。

## 2. 基本方針と重点取組事項

行方市観光の課題を踏まえて、基本方針を具現化するために、下記重点取組およびアクションプランを設定します。なお、アクションプランは現時点の想定であり、状況変化や行方シティープロモーション指針との調整に応じてアクションプランを適宜見直すこととします。

### <重点取組事項>

- (1) 農業、自然、歴史に根ざした地域の魅力創造【地域資源】
- (2) 周辺地域と協働した周遊型観光アピール【広域連携】
- (3) 訪日外国人観光客の心に響く観光資源の企画・開発【インバウンド】

※行方市シティープロモーション指針と連携。

## 3. 重点取組事項とアクションプラン

農業、自然、歴史に根ざした地域の魅力創造【地域資源】	
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"><li>・景観、自然観察など観光資源の発見</li><li>・歴史、文化資源を活用した観光の開発と発信</li><li>・観光資源の再発見、活用</li><li>・地域資源体験プランの開発(農業体験、霞ヶ浦・北浦での釣り等)</li><li>・体験型ツアーの開発</li><li>・土産品、特産品と食(ご当地グルメ等)の開発と魅力発信(さつまいもに特化等)</li><li>・霞ヶ浦、北浦の環境整備と水辺の活用</li><li>・市内のまつりを柱とした地域文化の違い体験</li><li>・千年村認証制度(※)の利活用による地元歴史資源の発信</li></ul>

※『千年村』とは、千年以上にわたり、自然的社会的災害・変化を乗り越えて、生産と生活が持続的に営まれてきた集落・地域をさす。千年村プロジェクトは、全国の『千年村』の収集、調査、公開、認証、交流のためのプラットフォームとして構想。2011年に発生した東日本大震災後に、優れた生存立地を発見しその特性を見出す必要性を感じたことが発端。関東と関西に研究拠点をもち、環境・地域経営・交通・集落構造という4つの場所の要素を重要視し、それらに関する諸分野の研究者・実務者らによって運営。このプロジェクトによって認定されるのが『千年村認証制度』。

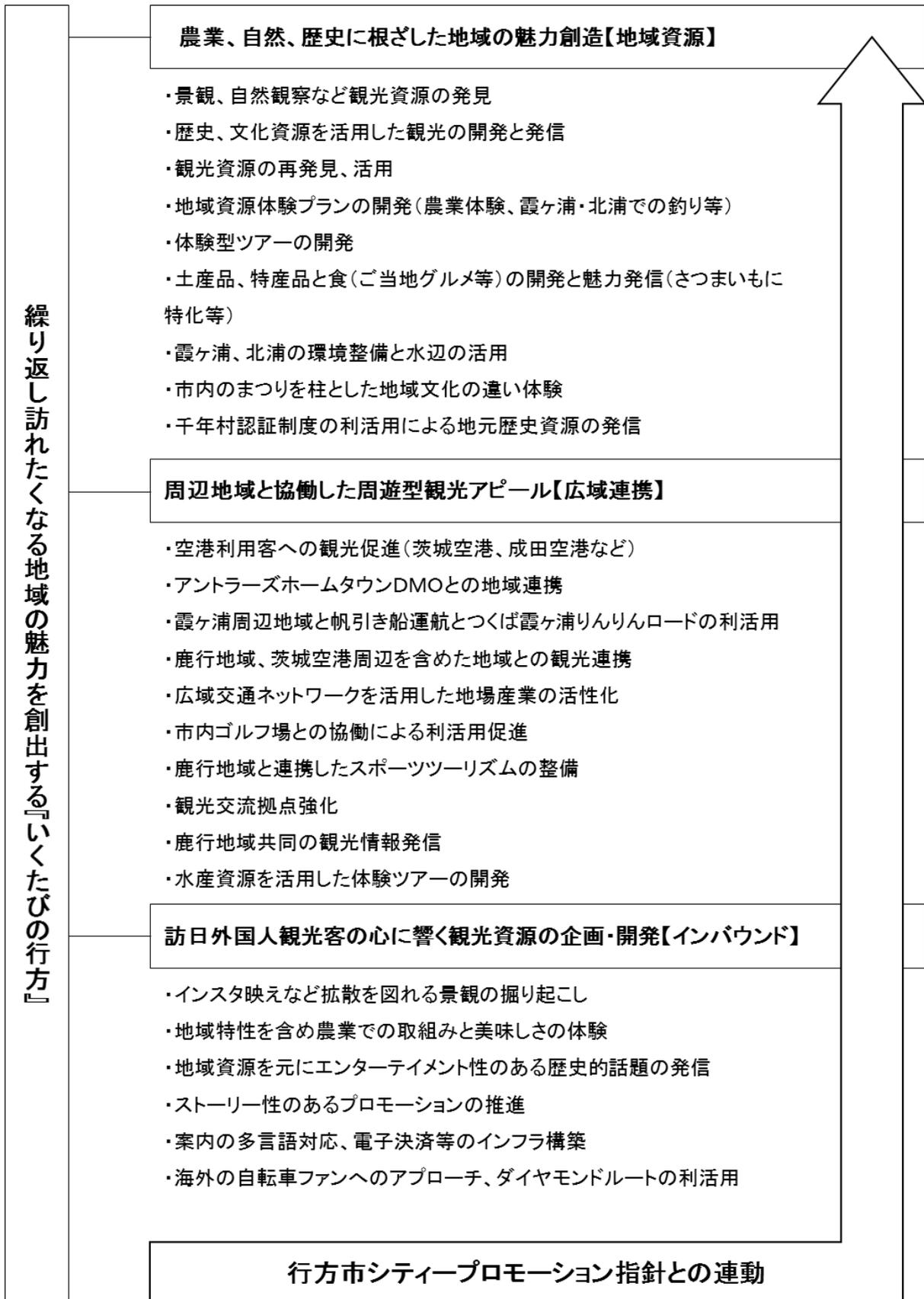
周辺地域と協働した周遊型観光アピール【広域連携】	
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空港利用客への観光促進(茨城空港、成田空港など)</li> <li>・アントラズホームタウンDMO(※1)との地域連携</li> <li>・霞ヶ浦周辺地域と帆引き船運航とつくば霞ヶ浦りんりんロードの利活用</li> <li>・鹿行地域、茨城空港周辺を含めた地域との観光連携</li> <li>・広域交通ネットワークを活用した地場産業の活性化</li> <li>・市内ゴルフ場との協働による利活用促進</li> <li>・鹿行地域と連携したスポーツツーリズムの整備</li> <li>・観光交流拠点強化</li> <li>・鹿行地域共同の観光情報発信</li> <li>・水産資源を活用した体験ツアーの開発</li> </ul>

訪日外国人観光客の心に響く観光資源の企画・開発【インバウンド】	
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インスタ映えなど拡散を図れる景観の掘り起こし</li> <li>・地域特性を含め農業での取組みと美味しさの体験</li> <li>・地域資源を元にエンターテインメント性のある歴史的話題の発信</li> <li>・ストーリー性のあるプロモーションの推進</li> <li>・案内の多言語対応、電子決済等のインフラ構築</li> <li>・海外の自転車ファンへのアプローチ、ダイヤモンドルート(※2)の利活用</li> </ul>

※1:DMOとは地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人。

※2:ダイヤモンドルートは歴史、文化、大自然、食、アウトドアなど優れた地域資源に溢れている福島県、栃木県、茨城県を結ぶルート。

○観光振興計画の基本方針と取組み



#### 4 計画の目標値

本計画における目標は重点取組事項の取組みを中心とし以下のとおり設定します。なお目標については、進捗状況を踏まえ、上位計画の行方市シティープロモーション指針等に合わせて、見直すことがあります。

指 標	現状(平成 29 年度)	目標(平成 35 年度(2023年))
入込客数	629,649 人 ※1	1,000,000 人
認知度順位	846 位 ※2	750 位
観光協会のホームページ 年間訪問数	26,791 アクセス ※3	130,000 アクセス

※1:行方市主要観光施設入込客数(平成29年観光客動態調査報告)

※2:ブランド総合研究所(地域ブランド調査2017)

※3:平成29年度4月～3月末までのアクセス数(アクセス数は例えば同一の人が5回閲覧すると5回とカウントされます)

## 巻末資料

### 1. 行方市観光振興計画策定委員

No.		氏名	職業・所属
1	委員長	武内康彦	行方市副市長
2	副委員長	茂木裕一	行方市商工会青年部長
3	委員	會田春美	JAなめがたしおさい
4	委員	松木直人	行方市地域おこし協力隊
5	委員	佐藤大輔	なめがたファーマーズヴィレッジ
6	委員	曾根正雄	行方市観光協会代表
7	委員	岡本文幸	一般社団法人アントラズホームタウンDMO事務局長
8	委員	岡田光雄	株式会社共立メンテナンス
9	委員	新堀明美	一般財団法人行方市開発公社
10	委員	越川留吉	行方市帆引き船保存会
11	委員	高野芳子	行方市観光ボランティア
12	委員	中城かおり	農家レストラン『八甲城』経営
13	委員	高柳秀樹	緑と風の農園
14	委員	浅岡隆裕	立正大学准教授
15	委員	松野健志	株式会社JTB

### 2. 幹事会

No		氏名	所属
1	幹事長	平山信一	経済部長
2	幹事	久保田博	企画政策課長
3	幹事	高須敏美	情報政策課長
4	幹事	辺田正行	商工観光課長
5	幹事	木下健	生涯学習課長

### 3. 事務局

No.	氏名	所属
1	平山 信一	経済部長
2	辺田 正行	商工観光課長
3	大場 正浩	商工観光課長補佐
4	根本 誠	商工観光課係長
5	松信 正弘	商工観光課係長

### 4. 委員会開催日程

No.	委員会	日付	会場
1	第1回委員会	2018年12月26日	行方市役所麻生庁舎
2	第2回委員会	2019年2月8日	行方市役所麻生庁舎
3	第3回委員会	2019年2月20日	霞ヶ浦ふれあいランド
4	第4回委員会	2019年3月28日	行方市役所北浦庁舎

### 5. 各調査概要

- ・Web調査、ヒアリング調査:株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー
- ・GPS調査:株式会社ゼンリンデータコム
- ・観光行動調査:株式会社アイディエーション、株式会社JTB、  
立正大学文学部社会学科浅岡研究室

### 6. 出典

- ・観光庁(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/>)
- ・茨城県(<http://www.pref.ibaraki.jp/>)
- ・行方市(<http://www.city.namegata.ibaraki.jp/>)
- ・行方市観光協会(<http://namekan.jp/>)

【発行日】2019年(平成31年)3月

【発行・編集】行方市経済部商工観光課

住所:茨城県行方市山田 2564-10 電話:0291-35-2111

HP <http://www.city.namegata.ibaraki.jp/>

【監修】立正大学文学部社会学科 浅岡研究室、株式会社 JTB

【制作】株式会社総合 PR 茨城支社