

参 考 資 料

1 調査に当たった委員	33
2 活動経過	34
3 関連データ等	
(1) 地域ブランド調査の魅力度ランキングにおける本県の状況	35
(2) 全47都道府県幸福度ランキングにおける本県の状況	37
(3) 県政世論調査(令和元年7月実施)	37
(4) 県広報紙「ひばり」及びSNSによる広報実績	46
(5) 訪日外客数の推移	47
(6) 本県の観光入込客数, 観光消費額	47
(7) 偕楽園の魅力向上	47
(8) 県フラワーパークのリニューアル	49
(9) ひたちなか大洗リゾート構想	50
(10) ひたち海浜公園入園者・アクアワールド大洗水族館入館者数	50
(11) 茨城空港の旅客数	50
(12) つくば霞ヶ浦りんりんロードの自転車利用者数	51
(13) 県内サイクルツーリズム(モデルルート)	51
(14) 県産品の輸出	51
(15) 本県農産物の輸出額の推移	52
(16) 恵水の概要	52
(17) 常陸の輝きの概要	52
(18) 国際会議の開催件数(2018年)	52
(19) 友好提携都市等との交流	53
(20) 1億円以上の資金調達を公表した 県内ベンチャー企業数(経年累計)	53
(21) 工場立地動向調査結果(令和元年通年〈1-12月〉)	53
(22) 外資系企業数上位都道府県	54
(23) 全国学力・学習状況調査 児童生徒質問紙調査の結果	54
(24) いばらきっ子郷土検定	54
(25) 茨城県の魅力を探求し発信する高校生コンテスト(茨探)	55
【学識経験者等説明資料】「茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト2020」	57
【学識経験者等説明資料】「いばらきの広報戦略について」	65

1 調査に当たった委員 (令和2年3月24日～令和2年12月15日)

委員長	川津	隆
副委員長	星田	弘司
委員	西條	昌良
委員	飯塚	秋男
委員	細谷	典幸
委員	中村	修
委員	田口	伸一
委員	金子	晃久
委員	山野井	浩
委員	坂本	隆司
委員	二川	英俊
委員	八島	功男
委員	玉造	順一
委員	臼井	平八郎
委員	豊田	茂

2 活動経過

	時期	審議事項等
1	6月22日(月) (定例会中)	<p>○調査方針・調査活動計画の協議・決定</p> <p>○県の現状，県の取組，課題等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種民間会社等の調査による状況 ・地域資源や農産物のブランド化，魅力あるまちづくり（魅力の発見・磨き上げについて） <p>○学識経験者等意見聴取 「茨城の魅力を探究し発信する高校生コンテスト2020」 茨城大学 人文社会科学部現代社会学科 教授 馬渡 剛 氏 茨城大学 人文社会科学部3年 栗原 千怜 氏 茨城大学 人文社会科学部3年 片山 彩香 氏</p>
2	7月20日(月)	<p>○県の取組，課題等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源や農産物のブランド化，魅力あるまちづくり（観光振興の取組）
3	7月27日(月)	<p>○県の取組，課題等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グローバル化の推進 ・国内外及び県内に向けた魅力発信，愛郷心の醸成など <p>○魅力向上に関する諸方策の在り方について</p>
4	8月24日(月)	<p>○提言集約に向けての論点整理，意見交換等</p> <p>○中間報告案の検討</p> <p>○学識経験者等意見聴取 「これからのマーケティング戦略と茨城の広報戦略について」 株式会社ビヨンド 代表取締役 道越 万由子 氏</p>
5	9月29日(火) (定例会中)	○提言・中間報告書の協議・決定
	10月1日(木)	○第3回定例会 本会議中間報告
6	10月30日(金)	○最終報告書案の検討
7	12月9日(水) (定例会中)	○最終報告書の決定
	12月15日(火)	○第4回定例会 本会議報告

3 関連データ等

(1) 地域ブランド調査の魅力度ランキングにおける本県の状況

①地域ブランド調査の概要

調査趣旨：各地域名称の全国的な認知やイメージ形成，各行動意向等を明らかにする大規模消費者調査

開始年：2006年（都道府県は2009年から）

調査機関：(株)ブランド総合研究所（東京都港区・田中章雄社長）

調査方法：インターネット調査

調査期間：6月24日～7月20日（2020年）

回答者：31,734人（全国20歳代～70歳代の男女・2020年）

対象地域：47都道府県・1,000市区町村（2020年）

※調査対象1地域あたり，平均598.8人が回答（2020年）

調査項目：84項目（うち一つが魅力度）

②魅力度ランキングの概要

回答者の方々に以下の1つの設問を問うもの（1回答者あたり指定の20地域を回答）

以下の地域について，どの程度魅力を感じますか。
それぞれの地域についてあてはまるものをお選びください。（ひとつずつ）

	とても魅力的	やや魅力的	どちらでもない	あまり魅力的でない	全く魅力的でない
〇〇県					
△△県					
・・・					

上記の各選択肢の回答者割合をもとに，以下により算出。

<魅力度の点数の算出式>

魅力度の点数＝

「とても魅力的」回答者割合×100点＋「やや魅力的」回答者割合×50点

※ 「どちらでもない」以下の項目は点数には反映されない。例えば，回答割合が下表の場合，次のとおり計算される。

(例) 魅力度の点数＝10%×100点＋20%×50点＝10点＋10点＝20点

区分	回答者割合(例)
とても魅力的	10%
やや魅力的	20%
どちらでもない	30%
あまり魅力的でない	25%
全く魅力的でない	15%

←反映されない

〃

〃

③都道府県の魅力度（直近5年）

順位	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
	都道府県	点数	都道府県	点数	都道府県	点数	都道府県	点数	都道府県	点数
1位	北海道	54.2	北海道	60.3	北海道	59.7	北海道	61.0	北海道	60.8
2位	京都府	46.3	京都府	48.9	京都府	52.2	京都府	50.2	京都府	49.9
3位	東京都	35.1	東京都	38.8	東京都	41.9	東京都	43.8	沖縄県	44.1
4位	沖縄県	32.7	沖縄県	35.4	沖縄県	41.2	沖縄県	40.4	東京都	36.4
5位	神奈川県	30.2	神奈川県	33.4	神奈川県	36.7	神奈川県	34.5	神奈川県	34.7
6位	奈良県	28.7	奈良県	29.1	奈良県	32.6	大阪府	32.9	大阪府	31.9
7位	大阪府	24.1	大阪府	27.9	大阪府	31.8	奈良県	30.0	奈良県	30.6
8位	長野県	24.0	福岡県	25.4	福岡県	28.1	福岡県	29.6	長野県	30.5
9位	石川県	23.3	長野県	25.1	長野県	26.4	石川県	25.4	福岡県	29.6
10位	福岡県	21.4	石川県	24.4	長崎県	26.3	長野県	24.8	石川県	29.2
11位	長崎県	20.0	長崎県	22.0	石川県	25.7	長崎県	24.6	長崎県	25.9
12位	静岡県	17.6	兵庫県	21.3	兵庫県	24.7	兵庫県	23.3	兵庫県	23.7
13位	愛知県	17.2	宮城県	20.2	静岡県	24.3	静岡県	23.0	宮城県	23.0
14位	宮城県	16.8	静岡県	20.1	宮城県	23.5	宮城県	22.8	青森県	21.9
15位	大分県	16.5	愛知県	19.2	愛知県	23.2	広島県	22.0	静岡県	
16位	兵庫県	16.3	広島県	18.3	千葉県	21.1	愛知県	21.0	愛知県	21.6
17位	青森県	15.8	青森県	17.7	広島県	20.2	熊本県	20.5	鹿児島県	21.2
18位	富山県	15.4	鹿児島県	17.1	鹿児島県	20.1	千葉県	20.1	広島県	20.2
19位	秋田県	14.9	千葉県	17.0	青森県	19.0	鹿児島県	19.9	熊本県	
20位	千葉県	14.4	宮崎県		宮崎県	18.8	青森県	19.4	秋田県	20.0
21位	熊本県	14.2	熊本県	16.6	熊本県	18.7	秋田県	18.5	千葉県	19.6
22位	鹿児島県		大分県		富山県	18.5	大分県	17.6	宮崎県	18.6
23位	広島県	14.0	富山県	15.4	大分県	17.9	山梨県	16.8	大分県	18.4
24位	宮崎県	13.4	秋田県	15.3	秋田県	16.9	富山県	16.6	香川県	17.8
25位	愛媛県	13.1	山梨県	15.1	山梨県	16.5	福島県	16.3	愛媛県	
26位	三重県	12.6	新潟県	13.8	岩手県	15.8	三重県		富山県	17.1
27位	島根県	12.4	島根県	13.6	福島県	15.7	山形県	15.9	山梨県	16.9
28位	和歌山県	12.0	高知県	13.4	愛媛県		宮崎県	15.8	新潟県	16.6
29位	高知県	11.9	滋賀県		三重県	15.4	新潟県	15.7	和歌山県	
30位	山梨県	11.7	三重県	13.2	山形県	15.3	岩手県	15.5	島根県	16.2
31位	岡山県	11.4	和歌山県	12.8	新潟県	15.2	愛媛県		三重県	15.8
32位	山口県	11.3	山口県		島根県	14.8	島根県	15.0	山口県	15.5
33位	滋賀県	10.9	香川県	12.7	高知県		香川県	14.9	福島県	15.4
34位	香川県	10.8	岩手県	12.6	岡山県	14.4	和歌山県	14.8	岡山県	
35位	新潟県	10.5	福島県		香川県		高知県	14.7	岩手県	15.2
36位	岩手県	10.3	愛媛県		和歌山県	14.0	岐阜県	13.9	高知県	15.0
37位	山形県	10.0	岐阜県	12.5	山口県		福井県	13.4	滋賀県	14.3
38位	佐賀県	9.4	山形県	12.3	滋賀県	13.9	山口県		埼玉県	14.1
39位	福島県	9.2	福井県	11.4	福井県	13.3	滋賀県	13.1	山形県	13.9
40位	埼玉県		岡山県	10.9	岐阜県	13.0	岡山県		群馬県	13.4
41位	福井県	9.1	群馬県	10.8	鳥取県	12.9	埼玉県	12.8	鳥取県	
42位	岐阜県	9.0	鳥取県		群馬県	11.8	鳥取県		茨城県	13.1
43位	鳥取県		栃木県	10.3	埼玉県	11.4	栃木県	12.5	岐阜県	
44位	徳島県	8.6	埼玉県	10.2	栃木県	11.3	徳島県	12.2	福井県	13.0
45位	群馬県	8.5	佐賀県	9.6	佐賀県		群馬県	11.5	佐賀県	12.5
46位	栃木県	7.8	徳島県	9.1	徳島県	9.8	佐賀県	11.2	徳島県	12.1
47位	茨城県	7.7	茨城県	8.0	茨城県	8.0	茨城県	9.4	栃木県	11.4

④魅力度ランキングにおける本県の状況

項目	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
魅力度順位	47位	47位	47位	46位	47位	47位
魅力度点数	6.6	7.0	7.2	7.8	6.6	6.5

項目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
魅力度順位	47位	47位	47位	47位	47位	42位
魅力度点数	5.9	7.7	8.0	8.0	9.4	13.1

※2016年から回答する方の年齢を「20～60代」から「20～70代」へ変更
2015年の順位・点数は70代の回答を加えて再集計したもの。

(地域ブランド調査 株式会社ブランド総合研究所)

(2) 全47都道府県幸福度ランキングにおける本県の状況

①全47都道府県幸福度ランキングの概要

開始年：2012年（隔年で実施）

調査機関：(一財)日本総合研究所, 日本ユニシス(株)総合技術研究所(監修:寺島実郎)

調査内容：国勢調査や国民経済計算などの国の統計データ等をもとに、都道府県別等の幸福度を計測し、ランク付けを実施

調査方法：健康・文化・仕事等75指標を比較可能な数値に置き換え、合計値により算出（当初55指標であったが、隔年の公表毎に5指標追加され、2020年版は75指標）

②総合順位の状況

区分	2012年版	2014年版	2016年版	2018年版	2020年版
茨城県	24位	20位	26位	11位	14位

(全47都道府県幸福度ランキング 一般財団法人日本総合研究所)

③上位都道府県

区分	2012年版	2014年版	2016年版	2018年版	2020年版
1位	長野県	福井県	福井県	福井県	福井県
2位	東京都	東京都	東京都	東京都	富山県
3位	福井県	長野県	富山県	長野県	東京都

(3) 県政世論調査（令和元年7月実施）

①県政世論調査の概要

調査目的：県政に対する県民の関心、意見、要望、評価などをとらえ、県行政の推進を図るうえで必要な基礎的資料を得るため実施

調査対象(標本数)：県内に居住する満18歳以上の男女個人(3,000人)

調査時期：令和元年6月24日～7月10日

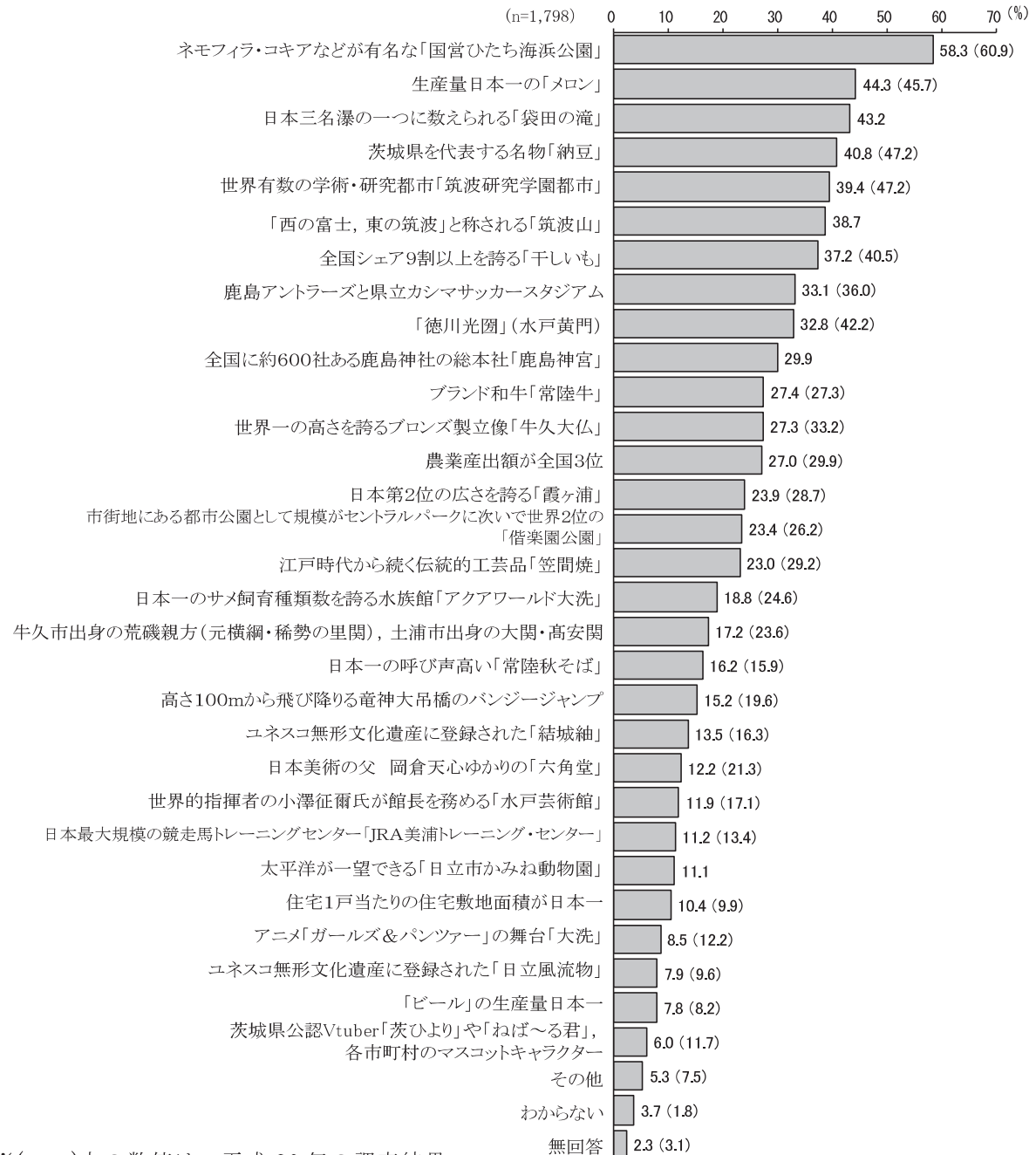
有効回収数（率）：1,798（59.9%）

②調査結果

【知人に自慢したいもの（自慢したいこと）】

－「ネモフィラ・コキアなどが有名な「国営ひたち海浜公園」が約6割－

問 28 茨城県には、以下のような特徴がありますが、あなたが知人に自慢したいもの（自慢したいこと）は何ですか。（○はいくつでも）

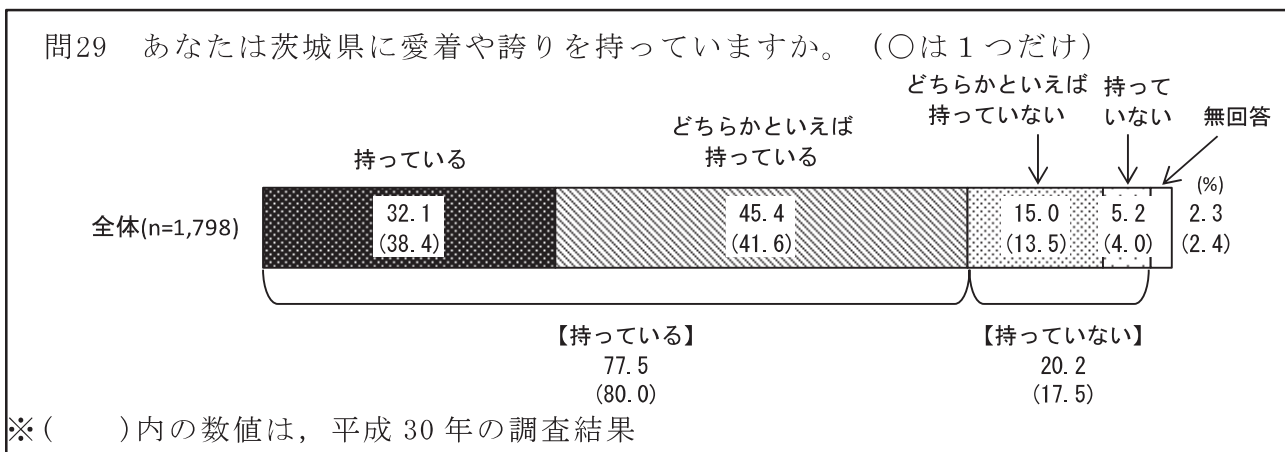


※（ ）内の数値は、平成30年の調査結果

※「茨城県を代表する名物「納豆」」は、平成30年では「納豆」の生産量日本一、「農業産出額が全国3位」は、平成30年では「農業産出額が北海道に次いで全国2位」、「牛久市出身の荒磯親方（元横綱・稀勢の里閔）、土浦市出身の大関・高安閔」は、平成30年では「牛久市出身の横綱・稀勢の里閔、土浦市出身の大関・高安閔」、「茨城県公認Vtuber「茨ひより」や「ねば～る君」、各市町村のマスコットキャラクター」は、平成30年では「ハッスル黄門」や「ねば～る君」、各市町村のマスコットキャラクター

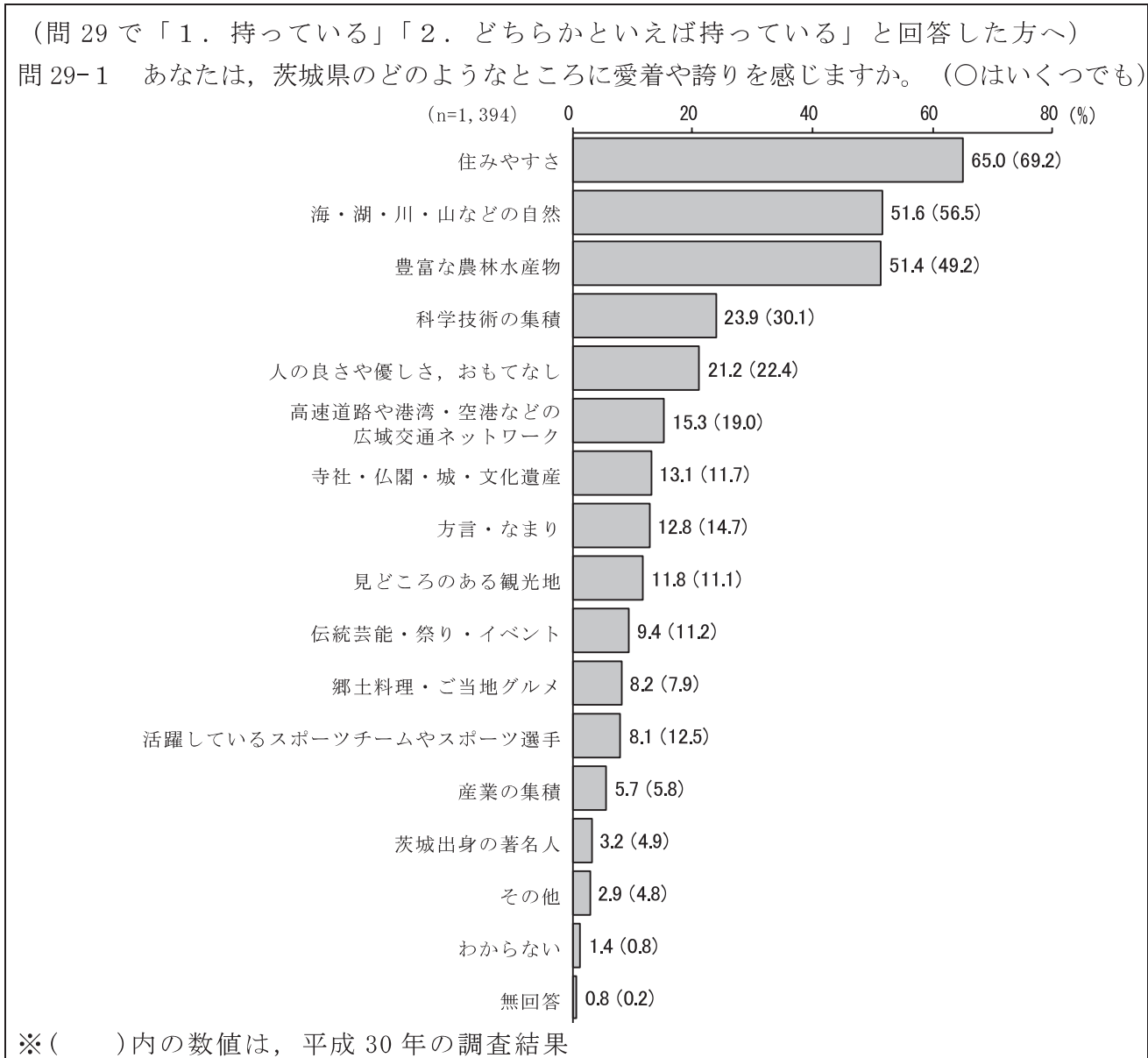
【茨城県に対する愛着や誇りの有無】

－【持っている】が約8割－



【茨城県に愛着や誇りを感じる場所】

－「住みやすさ」が6割台半ば－



【特に愛着や誇りを感じるもの・こと（自由記載の集計及び一部抜粋）】

－「海・湖・川・山などの自然」が最も多い－

（問29で「1. 持っている」「2. どちらかといえば持っている」と回答した方へ）
問29-1 選んだ項目について、特に愛着や誇りを感じるもの・ことがあればご記入ください。

順位	項目	件数
第1位	海・湖・川・山などの自然	57
第2位	豊富な農林水産物	46
第3位	自然災害が少ない	37
第4位	住みやすさ	34
第5位	東京に近い／アクセスが良い	25
第6位	気候がよい／温暖	20
第7位	人の良さや優しさ、おもてなし	18
第8位	活躍しているスポーツチームやスポーツ選手	17
〃	生まれ育ったところ、長年住んでいる	17
第10位	平地が多い／土地が広い	10
第11位	高速道路や港湾・空港などの広域交通ネットワーク	9
〃	見どころのある観光地	9
第13位	科学技術の集積	7
〃	伝統芸能・祭り・イベント	7
第15位	のどか・のんびり・ゆったりできる	6
第16位	都会すぎず田舎すぎない	5
〃	方言・なまり	5
第18位	空気がきれい	4
〃	景色が美しい	4
〃	生活が便利	4
〃	茨城出身の著名人	4
〃	郷土料理・ご当地グルメ	4
第23位	車さえあれば生活しやすい	3
〃	寺社・仏閣・城・文化遺産	3
第25位	産業の集積	2
-	その他	22

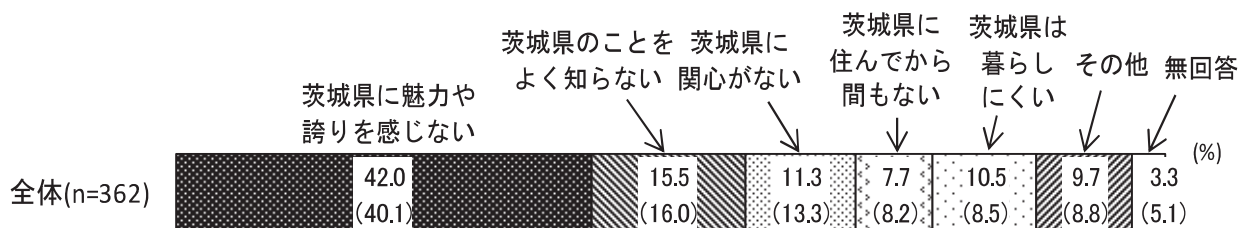
※回答内容ごとに項目へ分類。

※一人の回答が複数の内容に渡る場合には、それぞれの項目へ分類。

【茨城県に愛着や誇りを持たない理由】

－「茨城県に魅力や誇りを感じない」が4割超－

（問29で「3. どちらかといえば持っていない」「4. 持っていない」と回答した方へ）
問29-2 愛着や誇りを持っていない理由は何ですか。（○は1つだけ）

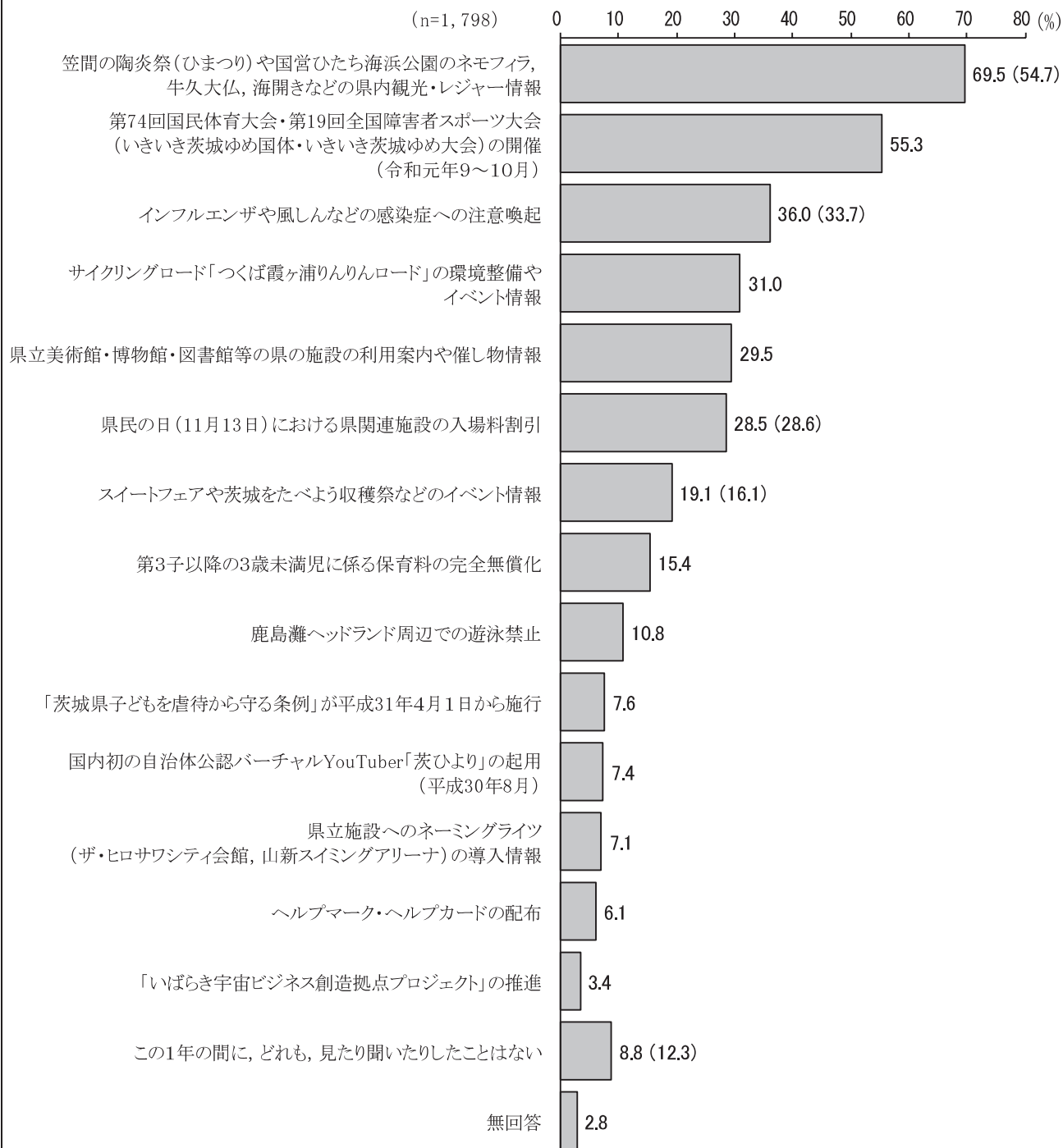


※()内の数値は、平成30年の調査結果

【見聞きしたことのある県政情報】

－「笠間の陶炎祭（ひまつり）や国営ひたち海浜公園のネモフィラ，牛久大仏，海開きなどの県内観光・レジャー情報」が約7割－

問30 県では，県政情報をさまざまな方法によりお知らせしています。県政情報の例としては，次のようなものが挙げられますが，あなたがこの1年の間に一度でも見たり，聞いたりしたものはどれですか。（○はいくつでも）



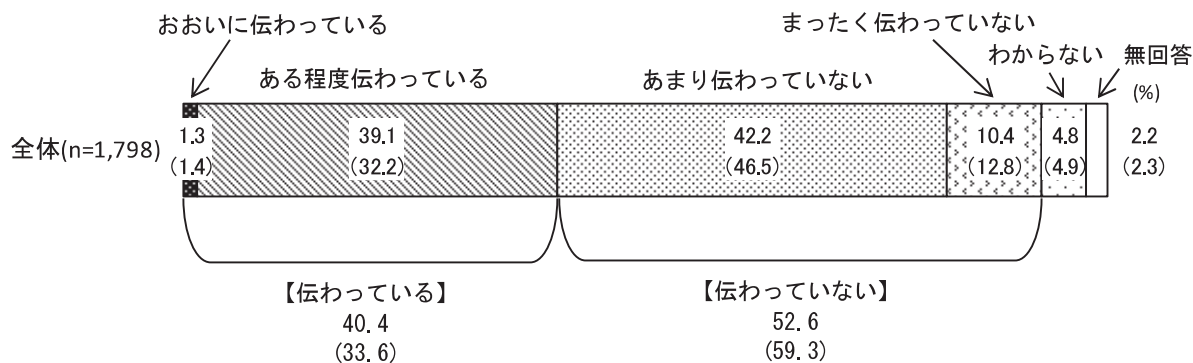
※()内の数値は，平成30年の調査結果

※「笠間の陶炎祭（ひまつり）や国営ひたち海浜公園のネモフィラ，牛久大仏，海開きなどの県内観光・レジャー情報」は，平成30年では「笠間の陶炎祭（ひまつり）や国営ひたち海浜公園のネモフィラ，牛久大仏，海開きなどの県内観光・レジャー情報，県立美術館・図書館等の利用案内や催し物情報」，「インフルエンザや風しんなどの感染症への注意喚起」は，平成30年では「インフルエンザやノロウイルスなどの感染症への注意喚起」

【県政情報の到達度】

－【伝わっている】は約4割－

問31 県では、このような県政情報やそれ以外の多くの情報を、さまざまな方法でお知らせしています。県からのお知らせ、県関連イベント、県の事業・行政サービスの情報などは、あなたに伝わっていますか。（○は1つだけ）

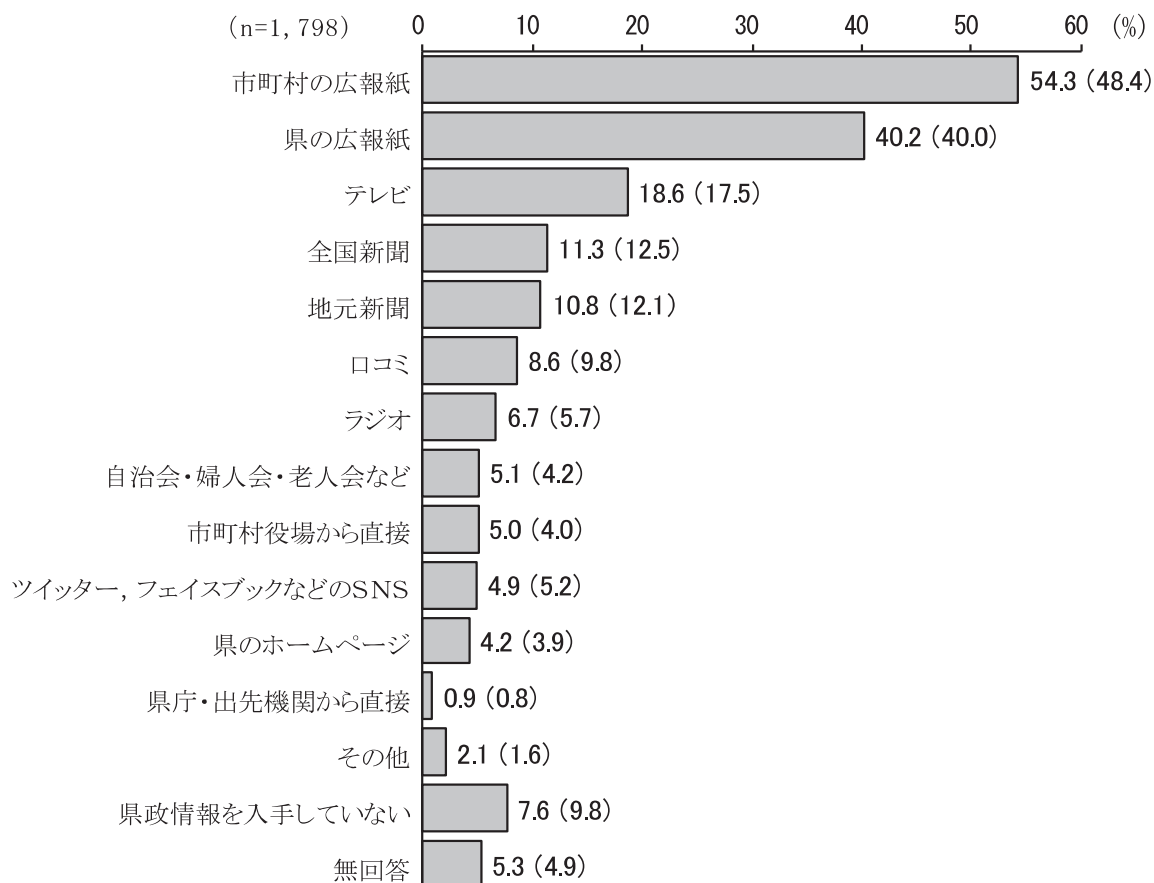


※()内の数値は、平成30年の調査結果

【県政情報の主な入手先】

－「市町村の広報紙」は5割台半ば－

問32 あなたは、県からのお知らせ、県関連イベント、県の事業・行政サービスなどの県政情報を主にどこから入手していますか。（○は3つまで）

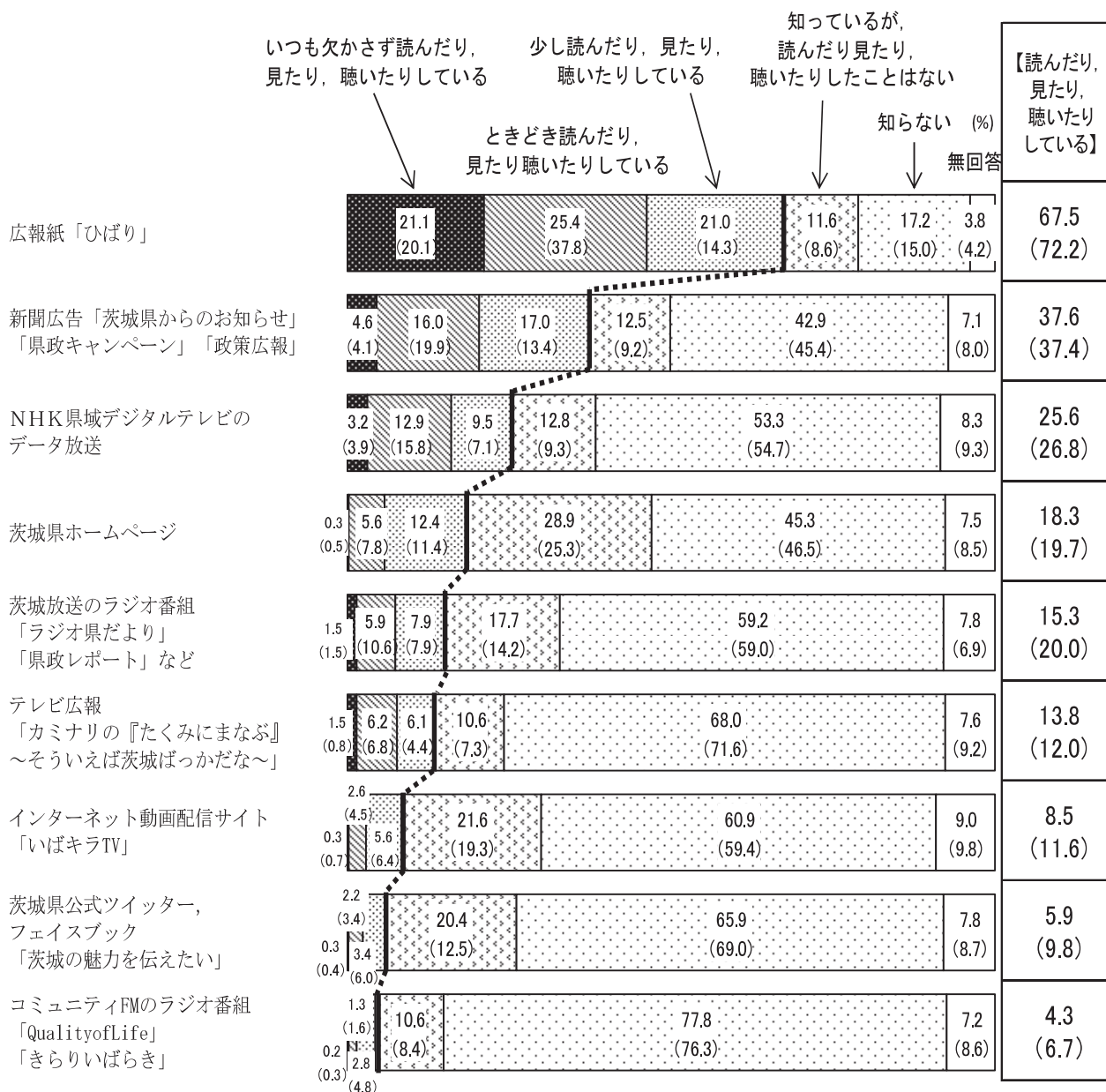


※()内の数値は、平成30年の調査結果

【広報媒体への接触状況】

－「広報紙『ひばり』の【読んだり、見たり、聴いたりしている】が約7割－

問33 あなたは、次にあげる県の広報を読んだり、見たり、聴いたりしたことがありますか。(○は①～⑨について、それぞれ1つずつ)



※()内の数値は、平成30年の調査結果

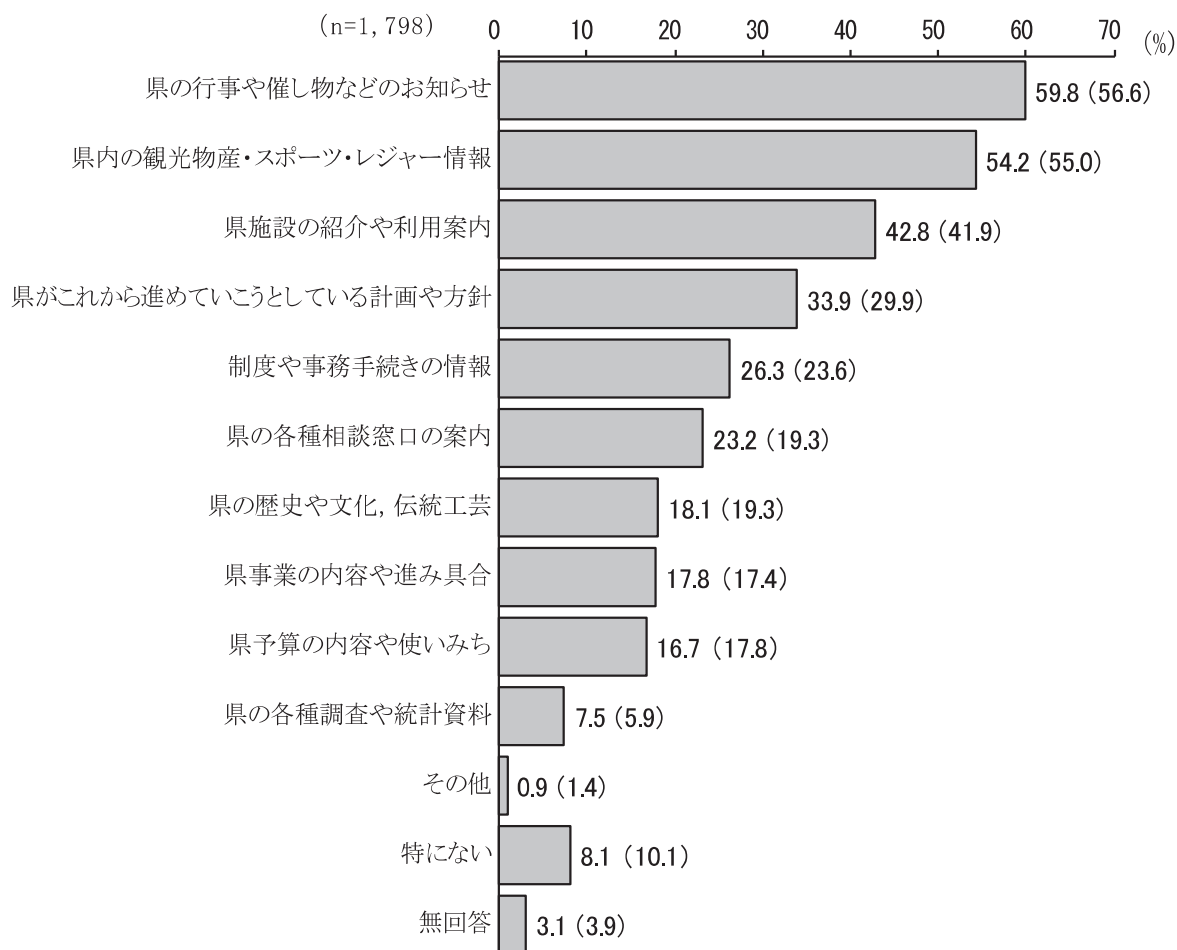
※「少し読んだり、見たり、聴いたりしている」は、平成30年では「あまり読んだり、見たり、聴いたりしない」

【読んだり、見たり、聴いたりしている】は、平成30年では「【読んだり、見たり、聴いたりしたことがある】」

【知りたい県政情報】

－「県の行事や催し物などのお知らせ」が約6割－

問34 あなたが知りたいと思う県政情報は何ですか。(○はいくつでも)

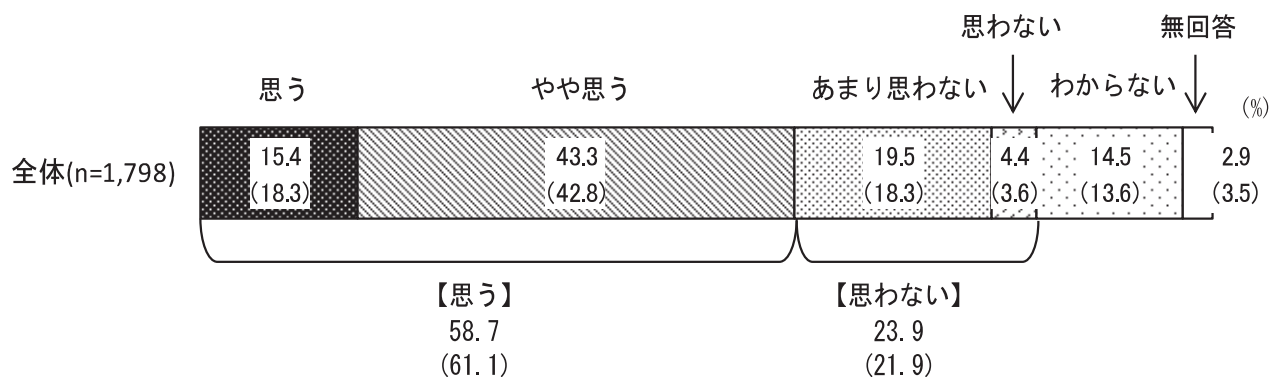


※()内の数値は、平成30年の調査結果

【茨城県の成長期待度】

－【思う】が約6割－

問35 あなたは、茨城県は、今後、経済、生活、教育、文化など様々な面で良くなっていくことが期待できる県だと思いますか。(○は1つだけ)



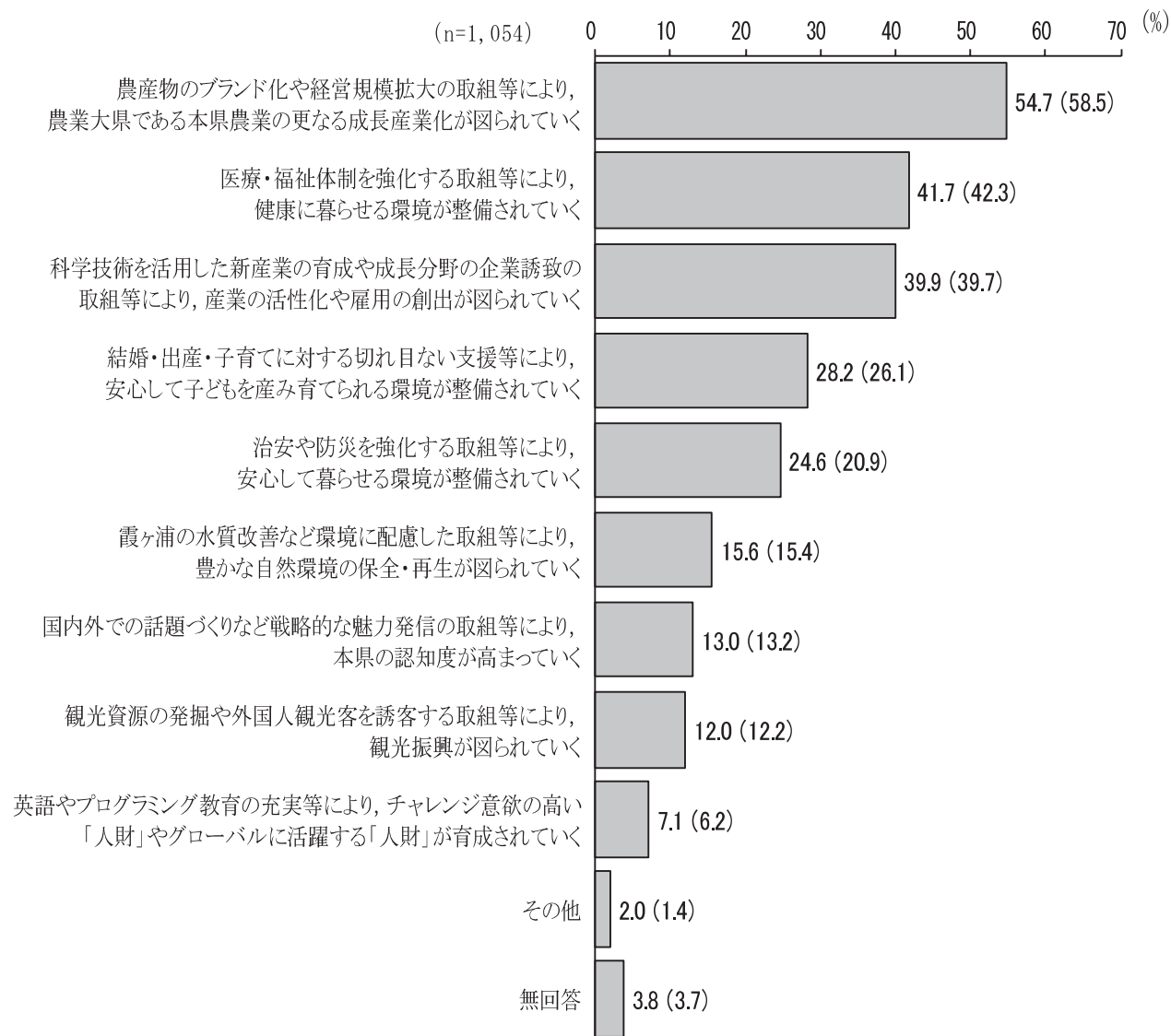
※()内の数値は、平成30年の調査結果

【茨城県に今後期待できること】

－「農産物のブランド化や経営規模拡大の取組等により、農業大県である本県農業の更なる成長産業化が図られていく」が5割台半ば－

(問 35 で「1. 思う」「2. やや思う」と回答した方へ)

問 35-1 今後、県民の方々の夢・希望の実現に向けて、茨城県に期待できると思う項目をお選びください。(〇は3つまで)



※()内の数値は、平成30年の調査結果

【茨城県に期待できない理由】

－「これまで特に成長したと感じるところがない／変わらない」が最も多い－

(問 35 で「3. あまり思わない」「4. 思わない」と回答した方へ)

問 35-2 期待できないと思う理由は何ですか。自由にご記入ください。

順位	項目	件数
第1位	これまで特に成長したと感じるところがない／変わらない	51
第2位	県政の情報・魅力が十分に伝わっていない	42
第3位	人口減少・首都圏への人口流出・過疎化の進展	41
第4位	本県の魅力が少ない	39
第5位	企業活動等が活性化していない	37
第6位	施策が効果的でない・税金が有効活用されていない	29
第7位	少子化・高齢化の進展(それらへの対策不足を含む)	27
第8位	県内の地域間格差が大きい	25
第9位	インフラの整備が進んでいない(公共交通の便が悪いなど)	22
第10位	雇用環境が良くない	21
〃	茨城県民の気質のため	21
第12位	今の政治・行政には期待しない	20
第13位	教育を取り巻く環境が脆弱	11
第14位	医療機関が少ない／医師が少ない	9
第15位	わからない・なんとなく	8
第16位	治安に対する不安	5
〃	農業の衰退	5
第18位	国全体がよくならないと	4
第19位	原発や自然災害に対する不安	3
〃	成長しなくてよい	3
-	その他	9

※回答内容ごとに項目へ分類。

※一人の回答が複数の内容に渡る場合には、それぞれの項目へ分類。

(4) 県広報紙「ひばり」及びSNSによる広報実績

区分	平成 29	平成 30	令和元	令和 2
県広報紙「ひばり」接触率 (県政世論調査)	61.1%	72.2%	67.5%	—
茨城県公式 Twitter (フォロワー数)	116,032 人	122,550 人	131,077 人	151,057 人 (10月末現在)

(5) 訪日外客数の推移

	全国	茨城県
平成27年	1,974万人	235千人
平成28年	2,404万人	259千人
平成29年	2,869万人	297千人
平成30年	3,119万人	342千人
令和元年	3,188万人	351千人

(訪日外客統計 日本政府観光局)

(6) 本県の観光入込客数、観光消費額

・年間入込客数上位市町(令和元年)

(単位:千人)

	1位	2位	3位	4位	5位	茨城県
市町村	大洗町	ひたちなか市	つくば市	水戸市	笠間市	
入込客数	4,413	4,368	4,259	3,742	3,557	58,406
割合(%)	7.6	7.5	7.3	6.4	6.1	—

・観光消費額(2019年):2,487億円

(観光客動態調査報告/県観光物産課)

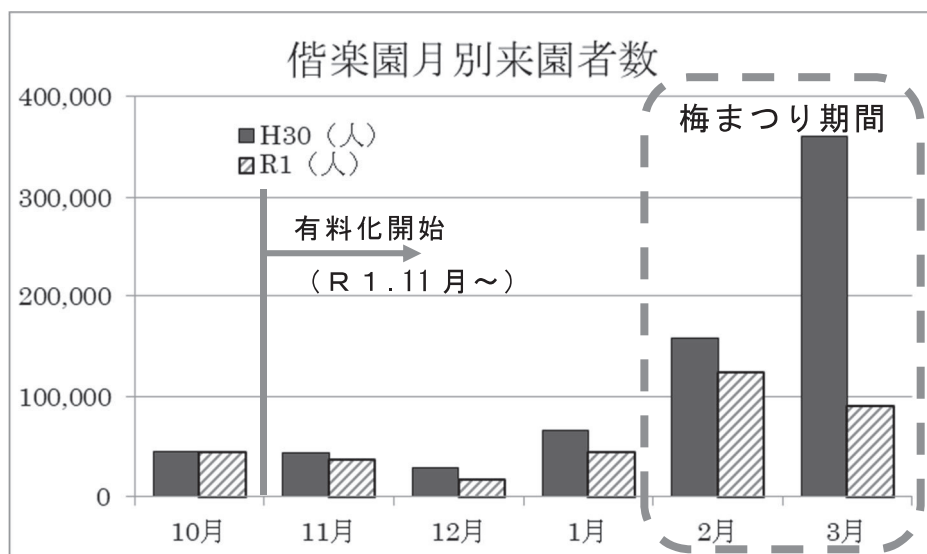
(7) 偕楽園の魅力向上

①偕楽園の魅力向上を図る仕組み(有料化)

- ・来園者の多様化するニーズを踏まえ、適正な受益者負担のもと、偕楽園本園について、歴史的景観の復元など更なる魅力向上に取り組んでいく必要があるため、令和元年11月から偕楽園本園の有料化を開始。(令和元年6月条例改正)

<有料化に伴う新たな取り組み>

有料化記念特別ライトアップ,ライトアップの常設化,キャッシュレス,好文亭での呈茶サービス,水府提灯・着付け体験,人力車など



※新型コロナウイルスの影響により梅まつり期間の来園者の大幅減。

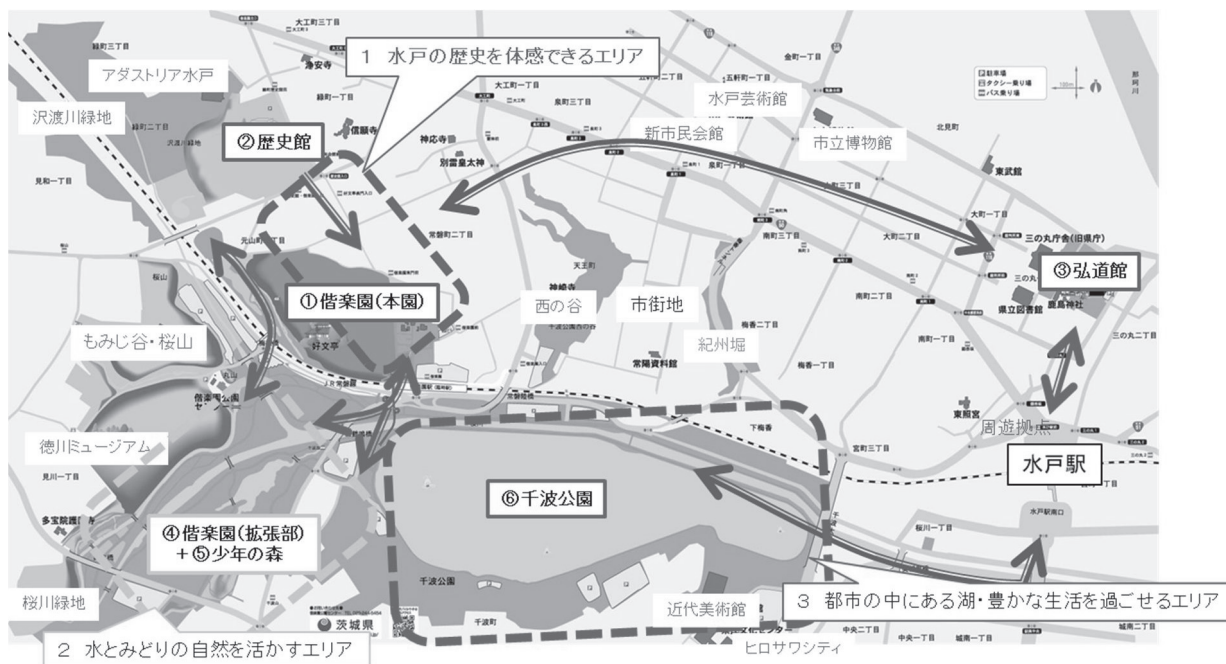
② 偕楽園魅力向上アクションプラン

- ・星野リゾート「偕楽園・歴史館エリア観光魅力向上構想」（令和元年10月）を踏まえ、有識者や県民の代表者からなる検討会で議論を重ね「偕楽園魅力向上アクションプラン」（令和2年5月）をまとめた。

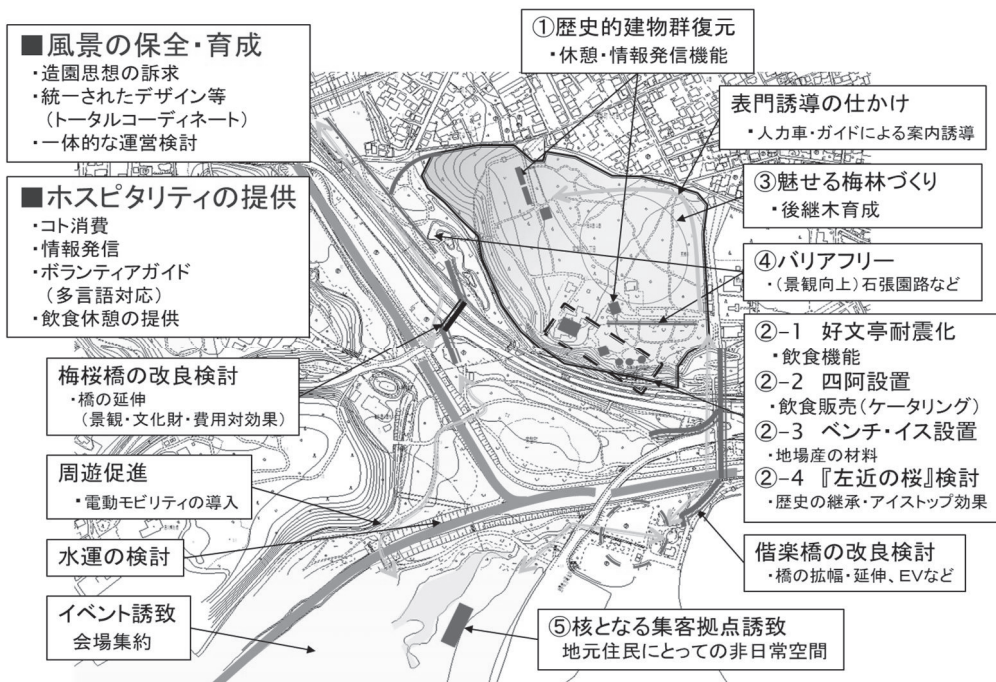
< 偕楽園の魅力（本質的価値） >

- ・景勝地・風景地としての価値（歴史的・文化的価値がある眺望）
- ・偕楽園の思想（現在の都市公園の先駆け）

< 偕楽園・歴史館エリアのゾーニング >



< 偕楽園アクションプラン >



＜魅力向上に向けた主な事業＞

エリア	主な事業
本園	<u>好文亭の耐震化</u> ， <u>飲食の提供</u> ， <u>石張園路の整備</u> ， 歴史的建物の復元， <u>造園技術の訴求</u> <u>看板等のデザイン統一</u> など
拡張部エリア	<u>集客拠点誘致（月池地区 P-P F I）</u> ， <u>イベント誘致</u>
歴史館エリア	展示室のリニューアル，カフェレストランの新設など
千波湖エリア	<u>集客施設整備</u> ， <u>駐車場整備</u> ， <u>千波湖水質浄化</u> など
アクセス	<u>水運の検討</u> ， <u>偕楽橋・梅桜橋の改良検討</u> ， 周遊促進（コミュニティサイクル，電動モビリティ）など

※ 下線部：今年度実施予定事業

（８）県フラワーパークのリニューアル

①リニューアル後のコンセプト

- ・「コト消費」への消費行動の変化を踏まえ，平成30年に「茨城県フラワーパーク魅力向上計画」を策定し，県花であるバラの魅力をもととして，『「見る」から「感じる」フラワーパーク ～「ばら」から始まる茨城再発見～』をリニューアルのコンセプトとした。
- ・ワークショップ体験をはじめ，花の魅力をもとに五感を通じて体感できる施設整備を進める。
- ・園内施設やレストランで提供する食事に，県産材や県産食材をふんだんに取り入れることにより，県の魅力をアピールする。

②事業スケジュール及び事業費

年度	主な事業	事業費
令和元	・基本設計 ・ワークショップ施設の改修工事 ・大温室解体工事	1.7億円
令和2	・実施設計 ・レストラン・エントランスギャラリーの新築工事 （7月工事着手予定） ・バラテラス工事・インフォメーションセンターの 改修工事等（8月以降順次工事着手予定）	18.0億円
令和3	・4月下旬リニューアルオープン予定	
	合 計	19.7億円
	うち地方創生拠点整備交付金	6.8億円
	うち県債	8.1億円

(9) ひたちなか大洗リゾート構想

①ひたちなか大洗リゾート構想に関する連携協定（平成31年3月27日締結）

幅広い連携のうえ、地域で一丸となってリゾート構想の取組を進めていくため、茨城県を含む7者（※）での協定を締結

※茨城県，ひたちなか市，ひたちなか商工会議所，ひたちなか市観光協会，大洗町，大洗町商工会，大洗観光協会

②ひたちなか大洗リゾート構想推進協議会（令和元年7月2日設立）

県，地元市町，関係団体や民間企業が緊密な相互連携と協働を推進することにより，観光資源のレベルアップや新規開発，景観形成，雇用創出など，自立的・継続的な取組を促進するための方策を検討することを目的に設立。

<構成員>

上記，連携協定締結7者

<アドバイザー>

- ・ 茨城大学 人文社会科学部現代社会学科 准教授 小原 規宏 氏
- ・ 株式会社電通 第3CRプランニング局 シニア・クリエイティブ・マネージャー 近藤 潤一 氏

<オブザーバー>

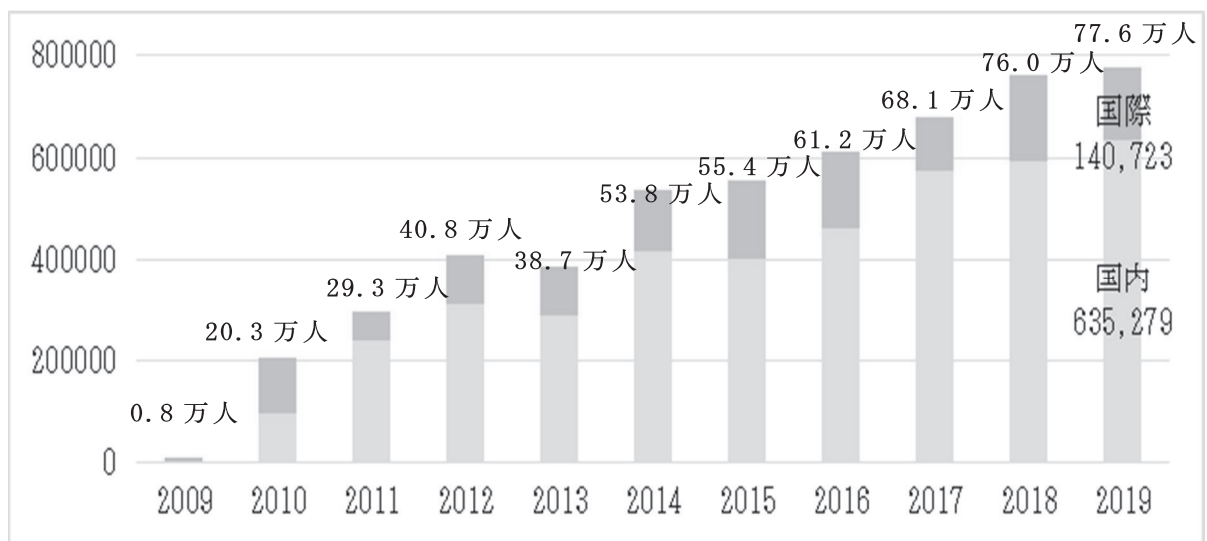
地元ホテル旅館生活衛生同業組合や交通会社等13団体

(10) ひたち海浜公園入園者・アクアワールド大洗水族館入館者数

(単位：千人)

年度	平成 26	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	平成 26→30
ひたち海浜公園	1,768	2,137	2,079	2,278	2,295	29.8%増
アクアワールド大洗	1,148	1,161	1,134	1,129	1,120	2.4%減

(11) 茨城空港の旅客数



(12) つくば霞ヶ浦りんりんロードの自転車利用者数

(単位：人)

年度	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元
人数	39,000	48,000	55,000	81,000	93,000

(13) 県内サイクルツーリズム（モデルルート）

県内各地域の豊富な地域資源を有機的に結び付けたモデルルートを以下の4つの視点から設定

①サイクリストのレベル ②魅力ある資源を繋ぐ ③ルートごとの特色を反映 ④安全・安心，快適性

奥久慈里山ヒルクライムルート
 県内最高峰・八溝山の山頂や里山の風景を巡るチャレンジルート。
 (中級者～上級者向け)

大洗・ひたち海浜シーサイドルート
 美しく、変化に富んだ海岸線などを爽快に走り抜けるルート。
 (ビギナー～上級者向け)

つくば霞ヶ浦りんりんルート
 「つくば霞ヶ浦りんりんロード」を核とした多様な地域資源を巡るルート。
 (ビギナー～上級者向け)

鬼怒・小貝リバーサイドルート
 鬼怒川・小貝川の堤防を繋ぐルート。
 鬼怒川・小貝川かわまちづくり推進協議会（国や流城市町村等）で計画中。

(14) 県産品の輸出

<主な重点国・地域・品目>

重点国 地域	GDP※1 (ドル/人)	人口※1 (千人)	GDP 成長率※2		重点品目
			2020年 (令和2)	2021年 (令和3)	
シンガポール	56,287	6,000	-3.5%	3.0%	メロン, 梨, いちご, 加工食品, 酒類
ベトナム	2,051	93,000	2.7%	7.0%	梨, 常陸牛, 加工食品, 酒類, ものづくり
香港	40,033	7,000	-4.8%	3.9%	かんしょ, 梨, メロン, 加工食品
台湾	22,600	23,000	-4.0%	3.5%	酒類
米国	54,370	322,000	-5.9%	4.7%	常陸牛, 米, いちご, 梨, 加工食品

※1 農林水産省 農林水産業の輸出力強化戦略

※2 国際通貨基金（IMF）世界経済見通し：2020. 4月

(15) 本県農産物の輸出額の推移

(単位：百万円)

年度	平成 26	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元
輸出額	7	42	129	320	546	643

(16) 恵水の概要

経緯	平成 6 県生物工学研究所において「新雪」×「筑水」を交配 平成 23 品種登録 平成 25 苗木販売開始 平成 28 出荷開始
特長	① 600 g 程度と大玉で、収量性が高い。 ②糖度 13%程度と甘みが強く、酸味が少ない。 ③果実は、冷蔵貯蔵(2℃)することで、4か月の長期保存が可能。 ④収穫時期は9月上～下旬で、みつ症(果肉障害)の発生が少ない。

(17) 常陸の輝きの概要

発売開始	平成 30 年 12 月 17 日
生産方式	茨城県が開発した、筋肉内脂肪含量を高める能力を持った系統豚「ローズD-1」を交配して生産した「三元豚」。 肉質を向上させるために開発した、専用飼料を給与。
肉質	①一般の豚肉より、柔らかく、旨味があり、香りが良い。 ②ローズ内の脂肪含量 4.0%を基準。(国産豚平均 2～3%)

(18) 国際会議の開催件数 (2018 年)

(単位：件)

順位	都道府県名	件数	順位	都道府県名	件数
1	東京都	670	8	千葉県	131
2	兵庫県	443	9	宮城県	117
3	福岡県	427	10	北海道	116
4	京都府	367	11	広島県	101
5	大阪府	240	12	茨城県	50
6	愛知県	216	13	奈良県	39
7	神奈川県	163	全 国		3,433

※「2018 年国際会議統計」(J N T O) を基に作成

(19) 友好提携都市等との交流

	取組内容
フランス エソンヌ県 [友好提携都市]	1986年 友好協定締結 2018年10月 新たに協定締結（19年ぶりに交流再開） 2019年8月 知事がエソンヌ県を訪問。「芸術・文化的交流の促進」「両県の魅力ある資産の相互PRの促進」等に係る3年間の交流推進計画を策定 [令和2年度の取組] ・エソンヌ県を含むフランスへの県産品輸出促進に向けた取組（県産品のサンプル送付，現地レストラン等へのPRなど）
イタリア エミリア・ロマーニャ州 [友好提携都市]	1986年 友好協定締結 2019年8月 同州関係者が本県知事を表敬訪問，交流再開で合意（互惠的交流内容の検討） [令和2年度の取組] ・今後の交流に係る現地調査（本県産品の輸出可能性等）
中国との交流 促進	2020年1月 県関係者（県，日立市，県日中友好協会）から中国関係者（中国人民対外友好協会，中国日本友好協会，成都大熊猫繁育研究基地）へ，新型コロナウイルス感染症対応支援のためマスク5万枚を提供 [令和2年度の取組] ・今後の交流に係る調査（現地事情，地域資源等）

(20) 1億円以上の資金調達を公表した県内ベンチャー企業数（経年累計）

（技術革新課調べ）（単位：社）

2018(平成30年)	2019(令和元年)	2021(目標)
4	9	10

(21) 工場立地動向調査結果（令和元年通年〈1-12月〉）

- ・全国第1位 工場立地面積（150ha）：前年比2%増（H30通年：147ha）
- ・全国第1位 県外企業立地件数（40件）：前年比18%増（H30通年：34件）
- ・全国第3位 工場立地件数（65件）：前年比6%減（H30通年：69件）

(22) 外資系企業数上位都道府県

(単位：社)

順位	都道府県名	社数	順位	都道府県名	社数
1	東京都	2,193	6	千葉県	61
2	神奈川県	327	8	福岡県	31
3	大阪府	164	9	静岡県	21
4	兵庫県	83	10	茨城県	20
5	愛知県	81			
6	埼玉県	61	全 国		3,266

(外資系企業動向調査〈2018〉 経済産業省)

(23) 全国学力・学習状況調査 児童生徒質問紙調査の結果

(「当てはまる」、「どちらかといえば、当てはまる」の割合)

質問事項			平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
今住んでいる地域の行事に参加していますか。	小	本県	64.4%	63.2%	69.1%
		全国	(62.6%)	(62.7%)	(68.0%)
	中	本県	43.5%	47.9%	54.9%
		全国	(42.1%)	(45.0%)	(50.6%)
地域や社会をよくするために何をすべきかを考えることがありますか。	小	本県	48.8%	56.1%	58.8%
		全国	(42.3%)	(49.9%)	(54.5%)
	中	本県	37.0%	42.1%	42.1%
		全国	(33.4%)	(38.7%)	(39.4%)

(24) いばらきっ子郷土検定

本県の伝統や文化等を楽しみながら学ぶことができるよう、中学2年生を対象に、本県独自の「いばらきっ子郷土検定」を実施し、子どもたちの郷土への愛着や誇りを育む。

①今年度の市町村大会及び県大会

	市町村大会	県大会
時期	令和2年11月(教育月間)	令和3年2月
方法	中学校において「総合的な学習の時間」等を実施し [*] 、代表校を決定	市町村代表校44校及び国立・県立・私立の代表校1校の計45校による対抗戦
問題	・市町村にちなんだ問題25問 ・全県的な問題25問	全県的な問題

^{*}正答数に応じて、生徒に対して1級～3級を認定

②ウェブサイトの運営

- ・ 内容：市町村にちなんだ問題 25 問及び全県的な問題 25 問の正答及び解説を掲載
自動採点機能及び認定証（1～3級）の授与機能

③意識調査の結果（令和元年度）

- ・「郷土検定を通して、自分の住んでいる市町村を知る機会となった。」
→ 84.2%
- ・「郷土検定を通して、茨城県を知る機会となった。」
→ 84.4%

(25) 茨城県の魅力を探求し発信する高校生コンテスト（茨探）

主催：茨城大学人文社会科学部

後援：茨城県議会，茨城県教育委員会

令和元年度から，高校生が茨城の魅力を探求し，制作した「動画」，「スライドショー」，「メイキングビデオ」についてコンテストを実施。

第1回コンテストでは，県立12校，私立9校から合計515人の高校生が参加し115作品の応募があった。

【学識経験者等説明資料】「茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト 2020」

茨城大学人文社会科学部現代社会学科教授 馬渡 剛氏

同 人文社会科学部 3年 栗原 千怜氏

同 人文社会科学部 3年 片山 彩香氏

(第1回委員会説明資料から抜粋)

茨城の魅力を探求し発信する 高校生コンテスト 2020



茨城大学人文社会科学部主催 茨城県議会・茨城県教育委員会後援プロジェクト

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

- P.1 始まりは、ふたつのことから
- P.2 茨探2019 ing (現在)
- P.5 茨探2020 茨城から 全世界へ
- P.6 支えるチカラ、育てるチカラ 高校、大学、行政の連携で
- P.7 高校生コンテストへの期待



茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

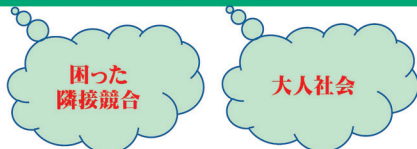
■ 始まりは、ふたつのことから

茨城大学人文社会科学部では、市民共創教育研究センターを設置し、現在、県内12の市町村と連携し、地域課題の研究を行っています。

重点課題

テーマ: 暮らし 街づくり 少子高齢化社会 福祉 観光 行政満足度 etc.

急がれる解決策＝手詰まり感
担当者の異動＝課題の繰り返し

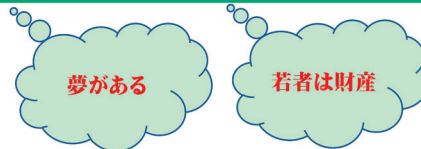


大子町との連携協定締結を機に、大子町役場と共に、2018年度から茨城県立大子清流高等学校における「未来探求」授業の学習支援を始めました。

サポート

地域の中でプロジェクトに取り組むことを通じて、社会人基礎力を身につけることを目的 高校教育から大学教育へ

高校生の視点＝素朴な疑問・新鮮な提案
高校生の将来の夢＝ふるさと再生



最重点課題 若者支援

- 高校生の豊かな感性と洞察力で、茨城（ふるさと）を探求
- 高校生から「茨城の魅力」を発信する茨城大使に
- 高校生ひとり一人が茨城大好きの人に、茨城を支える県民に

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

■ 茨探2019 ing (現在)

都道府県の魅力度ランキングにおいて7年連続の最下位でも茨城大好きな高校生から

「地域をみなおし、ふるさとの魅力を学ぶ『未来探求』」を学ぶ高校生から

「茨城に生まれ、暮らし、学ぶ高校生から、茨城の魅力を探求し発信する『茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト2019』を企画、2019年7月から募集
高校生の視点で茨城の魅力を探求し、茨城の良さを伝える動画等を制作してもらう

茨探

PBL (課題解決型学習・問題発見解決型学習)の学びで大学教育を体験

大学への興味、進学意欲を高める機会

茨城県議会 茨城県教育委員会の協力

市町村自治体の協力

参加申し込みのある高等学校

茨城キリスト教学園高等学校	東洋大学附属牛久高等学校
大成女子高等学校	清真学園高等学校
江戸川学園取手中・高等学校	緑岡高等学校
石岡第二高等学校	水戸第二高等学校
水戸葵陵高等学校	大子清流高等学校
潮来高等学校	大成女子高等学校
常陸大宮高等学校	水城高等学校
中央高等学校	那珂湊高等学校
石岡第一高等学校	下館第二高等学校
神栖高等学校	霞ヶ浦高等学校
笠間高等学校	500人以上の高校生が挑戦中

250万円超の支援

ご賛同いただいている団体(個人を除く)

鈴縫工業株式会社	イガラシ綿業株式会社
JTB協定旅館ホテル連盟茨城支部	株式会社ヤマダ電機
石岡市・石岡市観光協会	常総市
大子町	鹿嶋市
常陸大宮市	高萩市
茨城町	小美玉市
水戸市	常陸太田市
コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社	茨城県生活協同組合連合会
株式会社リクルート北関東マーケティング	茨城県観光物産協会
商船三井フェリー株式会社	スカイマーク株式会社
保険クリニック 株式会社ネクサス	株式会社 ITS
茨城県農業協同組合中央会	茨城県酒造組合
茨城大学人文社会科学部後援会	茨城大学文理・人文学部同窓会

茨城大学人文社会科学部
学生と共にサポート

P.2

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

■ 茨探2019 ing (現在)

参加資格

- 茨城県内の高等学校(定時制・通信制を含む。)に在学する高校生による2名以上のチーム参加とします。
- 高校生、担任教師等以外の者を加えることはできません。
- 担任、或いは顧問教師からの指導を受けられるチームであること。
- 学校長の承諾を得た上で、エントリー登録を行うこと。
- 他校等の連合チームで参加する場合は、代表者の学校で上記3)及び4)の承認を得てください。
- 上記3)指導、或いは4)の学校長の承認が得られない場合は、代表者の保護者から承認を得てください。



県庁記者クラブで記者会見を開催

制作基準

- 茨城の魅力を探求し発信する「動画」または「スライドショー」または、これらを制作する「メイキングビデオ」として制作したもの。
- 名所旧跡、地域の産業、農林水産業、文化、民俗、方言など、様々な茨城の魅力を伝えるテーマであれば対象とします。単なる店舗紹介等は対象としません。
- 制作作品は、「動画部門」「スライドショー部門」「メイキングビデオ部門」共に3分以内の作品とし、ナレーションまたはキャプションを入れることが望ましい。
- Windows (AVI MP4等)またはMac(MOV等)での再生可能な形式であること。
- 動画は、1K・2K程度の解像度が望ましく、スライドショーは自動再生ができるもの。
- 「動画」「スライドショー」制作するチームの様子、作品では見えない裏方の様子等を記録した「メイキングビデオ部門」(3分以内)の作品。

※二次審査「公開発表会」では、会場設備の都合により表示解像を変えて行う場合があります。

P.3

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

茨探2019 ing (現在)

応募の締め切り

2019年12月10日(火)

審査

- 1) プロジェクト運営委員会が委嘱した者による選考委員会で行います。
- 2) 一次審査では、制作基準に適合した作品であるか、法令が遵守されているか、プロジェクトの趣旨に添ったものであるかを確認します。
応募多数の場合は、二次審査の対象とする作品を選考します。
- 3) 一次審査の結果は、1月末日までにお知らせします。
- 4) 二次審査「公開発表会」は、2月15日(土)10時から茨城大学人文社会科学部講義棟10番教室で開催します。
- 5) 二次審査では、作品のコンセプト説明、作品実写を行い、選考委員の投票に基づき選考を行います。



水戸市内の高校生が来学して合同サポート会を開催

表彰

- 1) 2月15日(土) 二次審査「公開発表会」の終了後(午後2時ころ)に各賞の発表・表彰式を行います。
- 2) 現在、予定している各賞は、次のとおりです。

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 最優秀作品 賞金・副賞(20万円相当) | 最優秀サポート学生賞(学部学生) 賞金5万円 |
| 動画部門賞 賞金・副賞(15万円相当) | 優秀サポート学生賞(学部学生) 賞金3万円(2件) |
| スライドショー部門賞 賞金・副賞(15万円相当) | 特別賞 賞金・副賞(3万円相当 数件) |
| 優秀学校賞 賞金3万円(3件) | 二次審査対象作品 参加賞2万円 |
| メイキングビデオ賞 賞金5万円(2件) | |

※想定した作品数、或いは評価が得られない場合は、表彰内容を変更することがあります。

P.4

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

茨探2020 茨城から 全世界へ



茨探2019

茨探2019ではできなかった「編集」「公開」サポートを協力企業「Google」「EDL」「iTS」の支援で、高校生に提供します。情報教育、社会教育にも大きく貢献できます。その基盤作りのための初期費用を県・大学等のALL茨城で分担したい。

- 茨探2019の優秀作品は、JR大宮駅西口アルシェビルのココ・コーラデジタルサインージ、茨城空港ロビー等で紹介される予定です。
- 制作作品を収録したDVDを付けた「茨探2019報告書」を茨城県内の高等学校、協力自治体、協賛協力者等へ送付します。
- 茨探ホームページで、受賞作品を紹介します。

P.5

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

支えるチカラ、育てるチカラ 高校、大学、行政の連携で

茨城県に生まれ、暮らし、学ぶ高校生の郷土愛を育てる
 高校生自らの視点を活用し、茨城の魅力を考え、動画を制作し、県内外へ発信し、茨城県への更なる誘客促進につなげる
 変化する茨城（景色・方言等）を記録する

事業の概要

茨城県の魅力を探求し発信する高校生コンテスト2020」の開催
 優秀作品は、YouTube・SNSを用いて発信する

事業の構図

主催：茨城大学人文社会科学部

茨城県内 高校生チーム



後援：茨城県議会・茨城県教育委員会

協賛：県内自治体・民間企業

ALL茨城で連携し、茨城を発信！

情報発信



期待できる効果

高校生たちが郷土の魅力に気づき、地域で実現できる夢をつかめる
 魅力発信により、県内への誘客促進につなげる
 変化する茨城（景色・方言等）の記録できる
 高校生のITC教育の提供、将来に必要なコンテンツ習得
 高校生から、行政への提案の機会となる

ウェブサイト(YouTube動画、SNSのプラットフォーム)を制作

入賞作品は、TikTokに制作した動画に纏わる動画をアップ!

※TikTok…ショートムービーアプリ。15秒から1分ほどの短い動画を作成・投稿できる、短尺動画プラットフォーム。利用者は中高生が中心。日本におけるTikTokユーザーは950万人（2019年2月）
 「JC・JK流行語大賞2018」のアプリ部門1位

Twitterアカウントを取得

入賞した動画を流すと共に、「#いばらきいいところ」などで高校生たちが動画制作秘話や裏話等を投稿

Instagramアカウントを取得

茨城の美しい景色や食べ物等の写真を投稿。さらに、エントリーしてくれた高校生たちが「#いばらきいいところ」などで同写真を投稿（※）

茨探2020で行うWEB環境構築の予算：500万円

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト

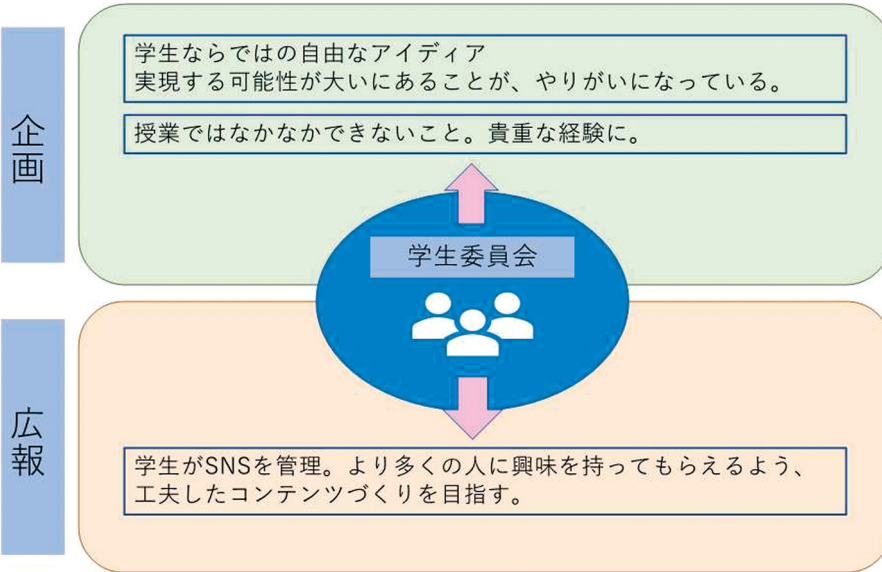
高校生コンテストへの期待

新しい学びを提供することで
 高校生のチカラは無限大に
 茨城を救ってくれるのは
 今の高校生です

茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト
 茨城大学人文社会科学部 運営委員会
 〒310-8512 水戸市文京2-1-1 電話 029-228-8104
 ホームページ <http://www.hum.ibaraki.ac.jp/ibatana/index.html>

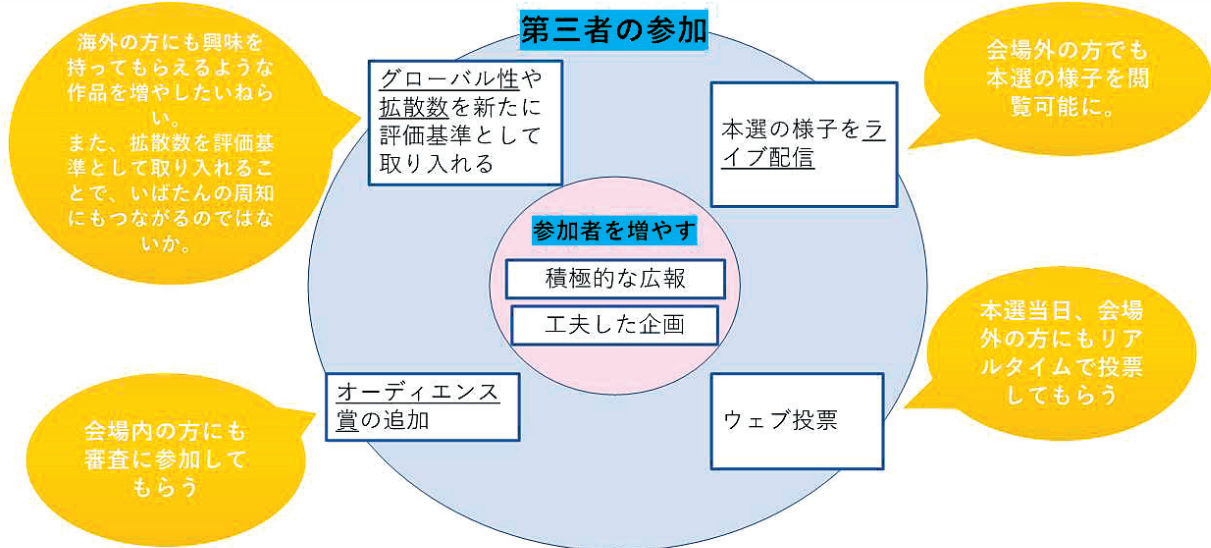
いばたん2020

■いばたん2020を学生主体で盛り上げていく



1

パワーアップしたいばたんへ

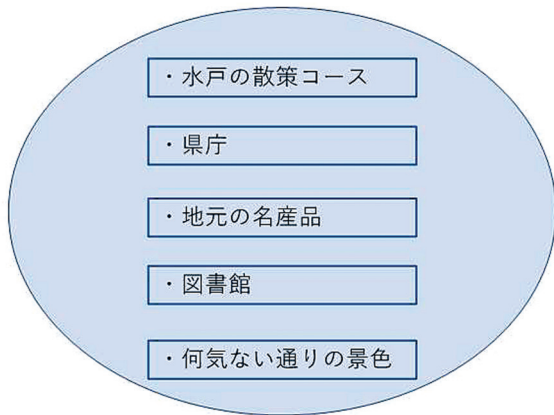


■いばたん参加者だけでなく、第三者も巻き込んでいくことで、より多くの人に関わっていただき、知っていただけるようないばたんを目指す

2

魅力向上に向けて

■「茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト2019」の作品を受けて



必ずしも有名な観光スポットに注目したものではない
→“日々の生活”の一部を切り取ったもの



どのような特別な体験ができる、特別な場所なのか
という点を、魅力として発信することが重要

3

魅力向上に向けて

■新しいものを増やすだけでなく、個人の意識レベルでの底上げを

県民一人一人が地域への愛着を持ち、それぞれが茨城の魅力を探求する
→魅力の発信者の増加につながる

■「茨城の魅力を探求し発信する高校生コンテスト」では

高校生が茨城の魅力を探求し、社会に出た後も魅力の発信者としての役割を担う



高校生の作品を通して、県民一人一人が茨城の魅力について考えるきっかけに…！

4

【学識経験者等説明資料】「いばらきの広報戦略について」

株式会社ビヨンド 代表取締役 道越万由子氏

(第4回委員会説明資料から抜粋)

<提案>



・安全・安心対策

→旅行者や県外から来る方、圏内の地元の方

県や各自治体の方針やガイドライン、取り組みの紹介

各地域や施設、店舗の取り組みの紹介

専門家が分析など、あまびえちゃん

→動画やSNSでわかりやすく、親切に発信、イメージアップにつながる

・安全対策を万全にしたイベントを企画

→キャンプ、サイクリング、釣りなど、新しい形のバーベキュー

→安全対策シティ宣言

・これからは旅行や遊び方、働き方が大きく変わる、ポストコロナを意識したPR

→どのように茨城は対応し、何を発信して行くのか？

→今からやって行く必要がある。

<提案>



- ・現地のいばらき愛の強いレポーターを立て発信して行く
- ・コンセプトをしっかりと →東京から一番近い自然と食のみやこ癒しの街”いばらき”
- ・ラーメン巡りも強み
- ・物産のブランドか →参加型、人気投票型など
- ・関東に住むいばらき愛のある出身者を巻き込んだPR
- ・ソーシャルエコノミーシティNo.1県
県外の人を巻き込んだPR、来た人を仲間にして行く、仲間を作って行く
茨城を体験してもらう、地元の人との共通体験を作って行 →そういうイベント、場作りを企画して行く
例) ワークーションして、地元の人と一緒に畑を作り、一緒に育てるイベントを定期的に行う
自分らで作り上げる、一緒に作り上げるその様子を発信して行く
県外の人と一緒に作り上げるまち

<提案>



- ・いばらきのSNS参加型キャンペーン
- ・全国1万人からいばらきの魅力度UPアイデアを募集コンテスト
- ・歴史・食・自然(絶景スポット)・観光情報などをちゃんと発信
- ・ワークーションの誘致
→東京からも近く、何かあってもすぐ東京にも行けて自然も多く、ご飯も美味しい。
いかに住みやすい街かをアピール
ワークーションサミット
ワークーション体験1万人、PRの実施
- ・身近なところに旅行に行きたいニーズ→茨城は関東でもチャンスが大きい
- ・魅力度UPのキーワードは何か？