

# ひたちなか市第3期観光振興計画（案）

ひたちなか市

## 目 次

第1章 計画の基本的事項	1
1 計画策定の目的	
2 計画の位置づけ	
3 計画の期間	
第2章 ひたちなかを取り巻く現状と課題	2
1 国・県の動向	2
2 ひたちなか市の観光の現状	4
3 観光産業の課題	8
第3章 基本方針	10
1 目指す観光都市像	10
2 計画における基本方針の3つの柱	11
3 計画の目標	11
4 計画の体系図	12
5 基本施策の個別目標	13
第4章 施策の展開	14
柱1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」	
基本施策1 回遊型観光の推進	14
基本施策2 魅力ある観光コンテンツの磨き上げ・創出	16
基本施策3 ひたちなか市ならではの食を楽しむ	18
基本施策4 戦略的な観光プロモーションの実践	19
基本施策5 インバウンド観光の推進	20
柱2 「持続可能な観光」地域づくり	
基本施策6 受け入れ環境の充実	21
基本施策7 マーケティングに基づく観光地域経営	22
基本施策8 冬季コンテンツの拡充による新たな観光客の獲得	23
柱3 市民と「共に創る観光」	
基本施策9 観光におけるシビックプライドの醸成	24
基本施策10 観光を担う人財づくり	25
基本施策11 観光関連事業者の営業戦略とおもてなしの充実	26
第5章 計画の推進	27
1 推進体制・各主体の役割	27
2 計画評価	28
資料編	29

# 第1章 計画の基本的事項

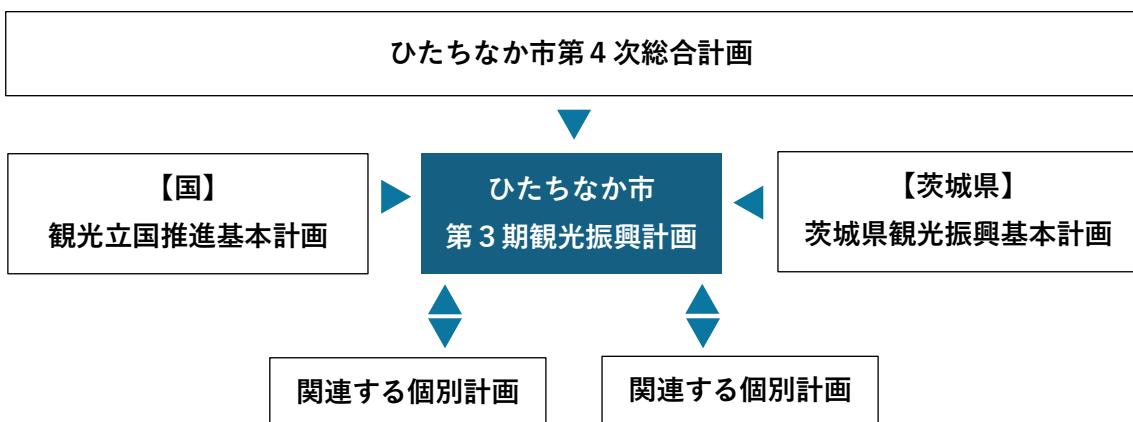
## 1 計画策定の目的

「観光」は、社会が成熟した中でも、新たな価値の創出や様々な可能性を秘めた、伸びしろのある産業として期待され、まちづくりにおいても重要な役割を果たす分野です。観光振興により、宿泊業や飲食業をはじめ、小売業、交通業、農水産業といった幅広い業種の活性化が期待されるだけでなく、住民がまちの魅力や文化を再認識することでシビックプライドの醸成につながるなど、その効果は多岐にわたります。

ひたちなか市は、美しい花々や海、豊富な食といった多くの魅力を有し、令和5年、令和6年と2年連続で県内観光入込客数1位を記録するなど、今や茨城県を代表する観光地となっています。ひたちなか市第3期観光振興計画では、観光入込客数の順調な増加という「量」の成果を踏まえ、今後の観光の「質」を高めていくために必要な考え方や取組を整理し、経済効果、来訪者満足度、まちづくりの観点から、「質の高い観光」の実現を目的としています。

## 2 計画の位置づけ

この計画は、ひたちなか市の最上位計画であるひたちなか市総合計画の観光分野における個別計画として位置付けます。また、他の関連する個別計画と連携するとともに、国の観光立国推進基本計画や茨城県観光振興基本計画との整合性を図ります。



## 3 計画の期間

この計画の期間は、2026（令和8）年度から2033（令和15）年度までの8年間とします。

## 第2章 ひたちなか市を取り巻く観光の現状と課題

### 1 国・県の動向

#### (1) 国の動向

国では、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」を策定しました（令和5年3月31日閣議決定）。

この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質の向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。また、人口が減り、少子高齢化が進む中、交流人口・関係人口の拡大は地域活力の維持・発展に不可欠であり、ウィズコロナ・ポストコロナにおいても、観光を通じた国内外との交流人口拡大の重要性に変わりはなく、観光は今後とも成長戦略の柱、地域活性化の切り札であるとしています。

#### 観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）

計画期間	令和5年度～7年度																										
基本方針	<ul style="list-style-type: none"><li>① 持続可能な観光地域づくり戦略</li><li>② インバウンド回復戦略</li><li>③ 国内交流拡大戦略</li></ul>																										
目標値	<table border="1"><tbody><tr><td>地域づくり の体制整備</td><td>① 持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数</td><td>100 地域</td></tr><tr><td>インバウ ンド回復</td><td>② 訪日外国人旅行消費額単価</td><td>20万円/人 R1: 15.9万円</td></tr><tr><td></td><td>③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数</td><td>2泊 R1: 1.4泊</td></tr><tr><td></td><td>④ 訪日外国人旅行者数</td><td>2019年水準越え R1: 3,188万人</td></tr><tr><td></td><td>⑤ 日本人の海外旅行者数</td><td>2019年水準越え R1: 2,008万人</td></tr><tr><td>持続可能 な観光地 域づくり</td><td>⑥ 国際会議の開催件数割合</td><td>アジア最大・3割以上 R1: アジア2位 (30.1%)</td></tr><tr><td>国内交流の 拡大</td><td>⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者 数</td><td>3.2億人泊 R1: 3.0億人泊</td></tr><tr><td></td><td>⑧ 国内旅行消費額</td><td>22兆円 R1: 21.9兆円</td></tr></tbody></table>			地域づくり の体制整備	① 持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数	100 地域	インバウ ンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価	20万円/人 R1: 15.9万円		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	2泊 R1: 1.4泊		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準越え R1: 3,188万人		⑤ 日本人の海外旅行者数	2019年水準越え R1: 2,008万人	持続可能 な観光地 域づくり	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上 R1: アジア2位 (30.1%)	国内交流の 拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者 数	3.2億人泊 R1: 3.0億人泊		⑧ 国内旅行消費額	22兆円 R1: 21.9兆円
地域づくり の体制整備	① 持続可能な観光地域づくり に取り組む地域数	100 地域																									
インバウ ンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価	20万円/人 R1: 15.9万円																									
	③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	2泊 R1: 1.4泊																									
	④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準越え R1: 3,188万人																									
	⑤ 日本人の海外旅行者数	2019年水準越え R1: 2,008万人																									
持続可能 な観光地 域づくり	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上 R1: アジア2位 (30.1%)																									
国内交流の 拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者 数	3.2億人泊 R1: 3.0億人泊																									
	⑧ 国内旅行消費額	22兆円 R1: 21.9兆円																									
	持続可能 な観光地 域づくり	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上 R1: アジア2位 (30.1%)																								
	国内交流の 拡大	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者 数	3.2億人泊 R1: 3.0億人泊																								
		⑧ 国内旅行消費額	22兆円 R1: 21.9兆円																								

## (2) 県の動向

茨城県では、新型コロナウイルス感染症の影響により社会経済情勢や旅行者の嗜好、行動が大きく変化するなか、令和5年に「デスティネーションキャンペーン」の開催を控え、多様化する観光客のニーズに的確に対応し、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「茨城県観光振興基本計画」を策定しました。

「ポストコロナを見据えた観光の本格的な復興の実現」と「個性を活かし、世界を惹きつける、持続可能な「いばらき観光」を目指して」を基本理念としています。

計画期間	令和4年度～令和7年度
基本方針	<ul style="list-style-type: none"><li>① 安全・安心な観光地の形成</li><li>② おもてなし日本一に向けた基盤づくり</li><li>③ 国内外への情報発信の強化</li><li>④ 稼げる観光産業の振興と観光消費額の向上</li><li>⑤ 魅力ある観光地域づくり</li><li>⑥ ポストコロナのインバウンド戦略</li><li>⑦ 地域の特性や全国的なイベントを活かした国内誘客促進</li></ul>
目標値	観光消費額 4,000億円（令和6年実績 4,447億円） 外国人延べ宿泊者数 260,000人泊（令和6年実績 277,530泊）

### ★デスティネーションキャンペーン（DC）

JRグループ6社（JR北海道・JR東日本・JR東海・JR西日本・JR四国・JR九州）と地域（県・市町村・地元観光事業者等）が一体となって行う国内最大規模の観光キャンペーンで、茨城県において21年ぶりの開催となりました。

プレDC（令和4年10月～12月）、本DC（令和5年10月～12月）、アフターDC（令和6年10月～12月）と3年間にわたり取組が行われました。3年間で1,000を超えるコンテンツが展開され、メディア露出は900件以上にも上りました。また、全県的に人流が活発化され、交通機関の利用状況（県内の鉄道利用、高速道路通行台数、茨城空港利用）は概ねコロナ禍前の水準に回復しました。

## 2 ひたちなか市の観光の現状

### (1) 観光入込客数の推移

ひたちなか市の観光入込客数は、第2期観光振興計画が始まった平成28年は360万人であり、令和元年に436万人を記録し、計画で目標とした観光入込客数の400万人を達成しました。令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により198万人まで減少しましたが、以後は着実に増加し、令和5年には430万人で初めて茨城県内1位となり、令和6年には458万人と更に伸ばすことで2年連続茨城県内1位を記録しました。

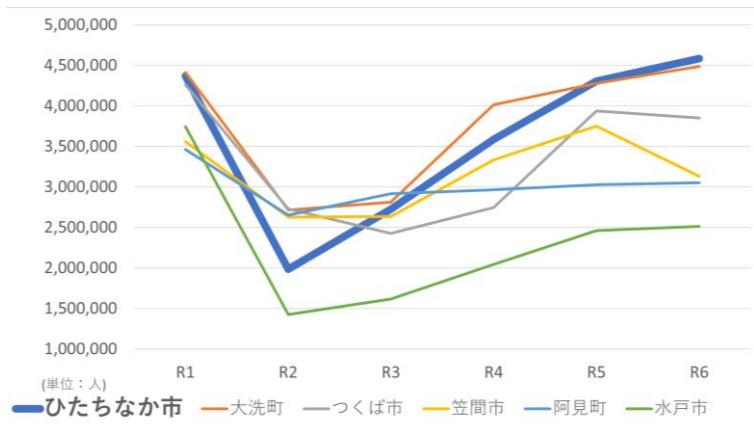
○本市観光入込客数と県内順位の推移 (H26～R6)



○県内の観光入込客数（令和6年）

○県内主要市町村の入込客数の推移

入込客数(人)	
茨城県	61,799,000
1 ひたちなか市	4,584,500
2 大洗町	4,484,700
3 つくば市	3,849,800
4 笠間市	3,132,300
5 阿見町	3,051,800

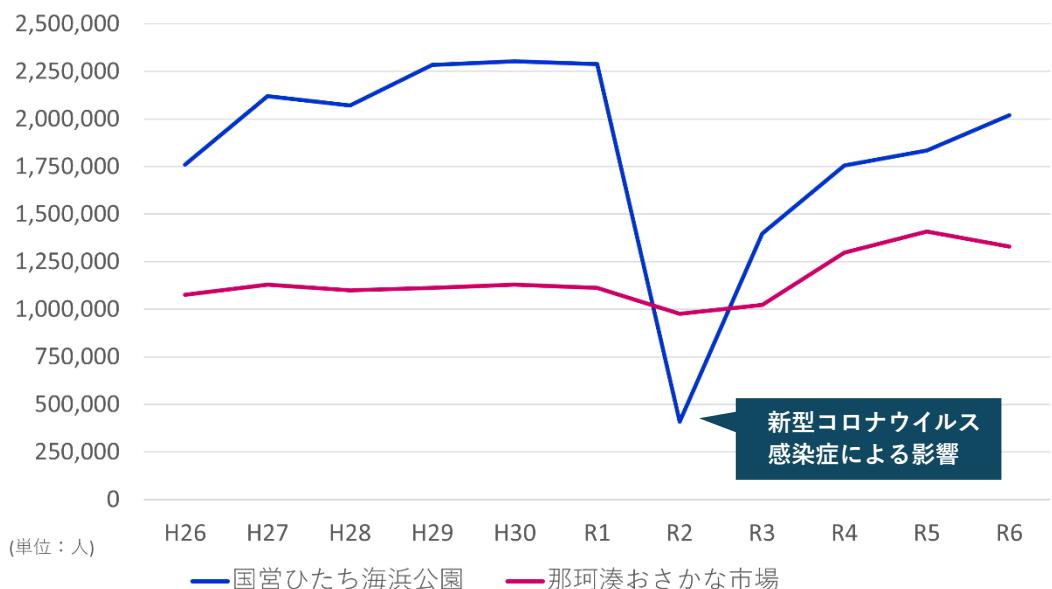


## ○本市の観光地点（令和6年）

観光地点	年間入込客数(人)	海水浴	開設期間入込客数(人)
国営ひたち海浜公園	2,019,545	阿字ヶ浦海水浴場	64,003
那珂湊おさかな市場	1,330,190	平磯海水浴場	14,039
酒列磯前神社	205,000	※令和6年海水浴場開設期間	
ほしいも神社	229,070	7/13（土）～8/18（日）計37日間	

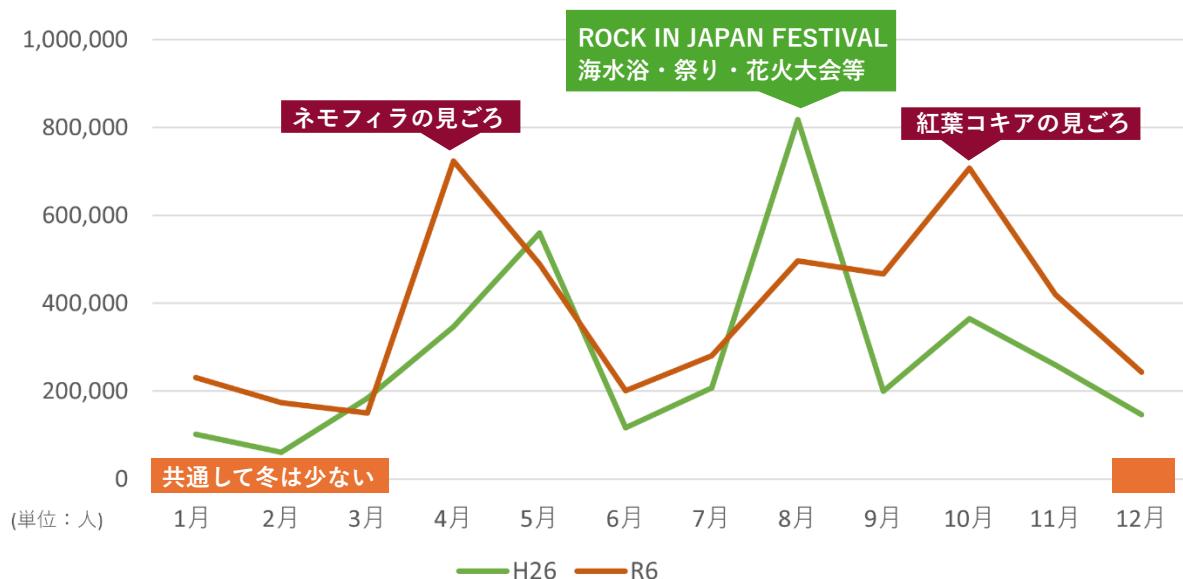


## ○主な観光地点の入込客数の推移



★市を代表する観光地「国営ひたち海浜公園」、「那珂湊おさかな市場」は 10 年前から変わらず人気を誇り、入込客数は概ね横ばいで推移。近年人気の酒列磯前神社、ほしの神社といった観光地や多彩なイベント開催により入込客数が伸びている。

## ○月別の観光入込客数の推移（令和 6 年と平成 26 年との比較）



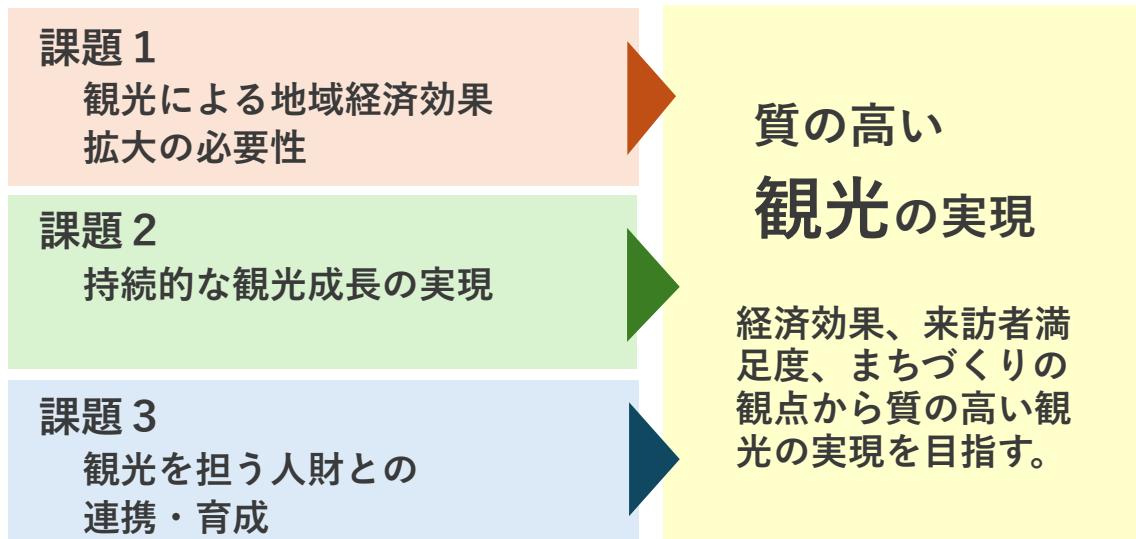
★平成 26 年は、イベントや海水浴を中心に 8 月が入込客数のピークとなっていた。令和 6 年では、春のネモフィラ、秋の紅葉コキアの見ごろ時期が入込客数のピークとなっている。共通して冬は観光客が少なく、今後入込客数を伸ばしていく上では、冬季コンテンツの拡充により新たな観光客を獲得していくことが重要となる。

## (2) ひたちなか市の主なイベント（令和7年度時点）

イベント名		場所
4月	ネモフィラ早朝鑑賞体験	国営ひたち海浜公園
	市町村PRの日/フラフェスティバル	国営ひたち海浜公園
	熱気球フライト in 親水性中央公園	親水性中央公園
5月	ひたちなかアドベンチャー 春	ジョイフル本田 ニューポートひたちなか店/ニューポートひたちなかファッショングルーズ
	勝田 TAMARIBA 横丁	おもてまち通り
6月	イバフォルニア・マーケット	阿字ヶ浦海岸
	ひたちなか海浜鉄道開業記念祭	那珂湊駅、湊線沿線
	おもてまち七夕まつり	おもてまち通り
7月	阿字ヶ浦・平磯海水浴場開設（～8月）	阿字ヶ浦・平磯海岸
	ビーチライフふれあいフェスティバル	阿字ヶ浦海岸
	阿字ヶ浦海岸花火大会（～8月）	阿字ヶ浦海岸
	伊勢えび祭り	磯崎漁港
8月	ひたちなかドリンクラリー	勝田駅東口飲食店街
	LuckyFes	国営ひたち海浜公園
	全国高校生アマチュアバンド選手権 TEENS ROCK IN HITACHINAKA	文化会館
	ひたちなか祭り・花火大会	表町商店街、昭和通り、陸上自衛隊勝田駐屯地など
	みなと八朔まつり（隔年開催）	那珂湊地区
9月	平磯町三社祭（3年に一度）	平磯地区
	地引網体験	磯崎漁港内
	勝田 TAMARIBA 横丁	おもてまち通り
	那珂湊海上花火大会	那珂湊漁港
	コキアライトアップ チャリティー野外フェス“BIG WAVE”	国営ひたち海浜公園 ひたちなか地区多目的広場
10月	ひたちなかアドベンチャー 秋	ジョイフル本田 ニューポートひたちなか店/ニューポートひたちなかファッショングルーズ
	rockin'star Carnival	国営ひたち海浜公園
	イバフォルニア・マーケット	阿字ヶ浦海岸
	みなと産業祭	ひたちなか市地方卸売市場 (那珂湊魚市場)
11月	紅葉コキア早朝鑑賞体験	国営ひたち海浜公園
	ビーチライフふれあいフェスティバル	阿字ヶ浦海岸
	産業交流フェア	総合運動公園
	HITACHINAKA COFFEE FESTIVAL	親水性中央公園
12月	海・花 そとあそび	国営ひたち海浜公園
	サイクリング DE ひたちなか with 大洗 2025	ひたちなか・大洗エリア
1月	勝田 TAMARIBA 横丁	おもてまち通り
	勝田全国マラソン	市内全域
2月	ほしいも品評会・ほしいもフェア	ニューポートひたちなかファッショングルーズ
	磯節全国大会予選会・決戦会	水戸市・ひたちなか市・大洗町で持ち回り開催
3月	勝田 TAMARIBA 横丁	おもてまち通り

### 3 観光産業の課題

市の現状やアンケート調査等のデータ（資料編：P29～）を基に、ひたちなか市の観光産業の課題を整理し、今後のまちづくりに向けた目指す方向性を設定しました。



#### 課題 1 | 観光による地域経済効果拡大の必要性

観光でまちを元気にするためには、人を呼び込むだけでなく、観光客1人1人の消費を拡大させ、地域全体に循環させることが大切です。

ひたちなか市は、観光客数を順調に伸ばしている一方で、滞在時間が短いことや立ち寄りスポット数が少ないことで地域経済への波及が限定的になっています。

そのため、ひたちなか市ならではの魅力を戦略的に提案・発信することで、回遊型観光による滞在時間の延長、体験や食を楽しむ機会、お土産品を買う機会、さらには宿泊者数の増加につながる取組を展開していく必要があります。

##### ●市内での1人当たりの消費額（令和6年度現地アンケート調査より・回答973人）

1 飲食代	2 買い物代	3 宿泊費	4 合計
2,335円	3,443円	1,867円	7,644円

##### ●ひたちなか市での滞在時間（令和6年度現地アンケート調査より・回答973人）



## 課題 2 持続的な観光成長の実現

観光地として発展していくためには、「住んでよし、訪れてよし」の観光まちづくりは欠かせない要素となります。ひたちなか市においても、那珂湊おさかな市場周辺道路の渋滞など、オーバーツーリズムの兆候がみられ、市民生活への影響が課題となっています。

また、近年のインバウンド増加や「体験」・「個人」型旅行の増加など、時代とともに変化する多様なニーズへの対応も課題となっています。そのため、今後も地域に配慮した観光のまちづくりを目指すとともに、多様なニーズを把握し訪れる方の満足度を高める取組や観光地経営視点での取組を展開する必要があります。

### ●来訪者の総合満足度（令和6年度現地アンケート調査より・回答973人）

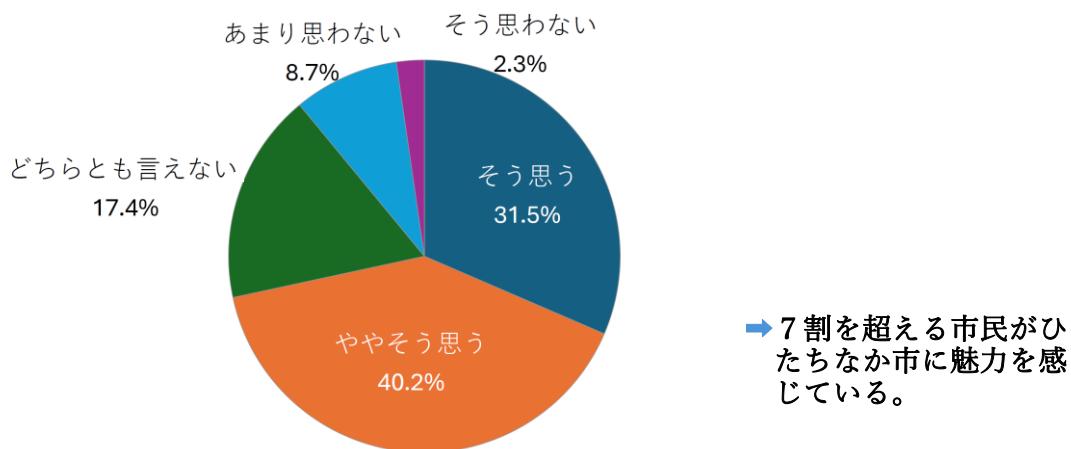


## 課題 3 観光を担う人財との連携・育成

観光産業は「人」が支える産業です。様々な立場の人との連携による観光振興は、地域の活力を引き出し、より魅力的で住みよいまちづくりにつながります。ひたちなか市では近年、観光施設をはじめ、市民、企業、団体等と連携した取組を重視しており、これらは地域への誇り（シビックプライド）やおもてなしの心を育むことにもつながっています。

一方で、観光に関する情報共有や意見交換の場づくり、新たな人材育成に関する取組が十分とは言えず、観光に関わる人材をどのように増やし、育て、次の世代につないでいくかが課題となっています。そのため、市内外に「ひたちなか市」のファンを増やす取組や、人と人、人と地域がつながる仕組みをつくる必要があります。

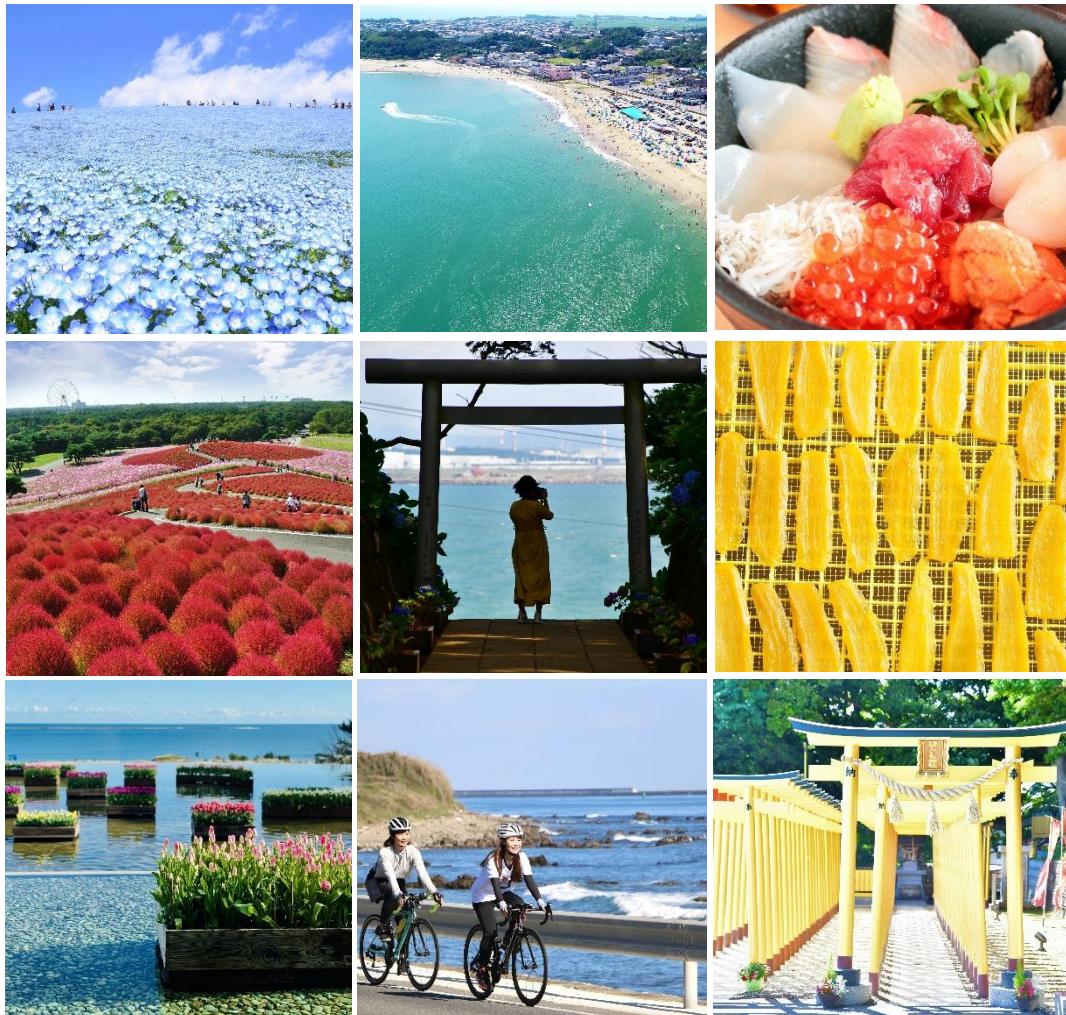
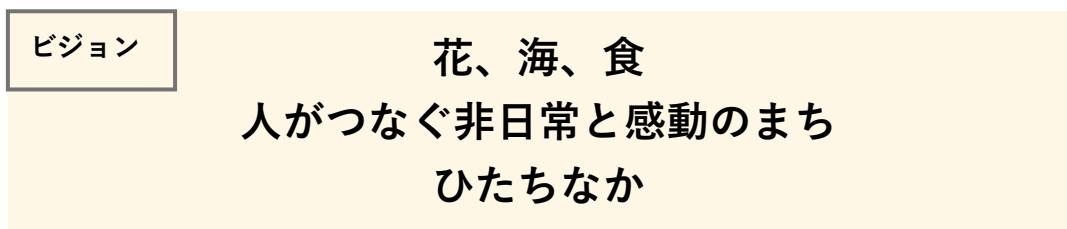
### ●ひたちなか市に魅力はあるか（令和7年4月市民アンケート調査より・回答219人）



## 第3章 基本方針

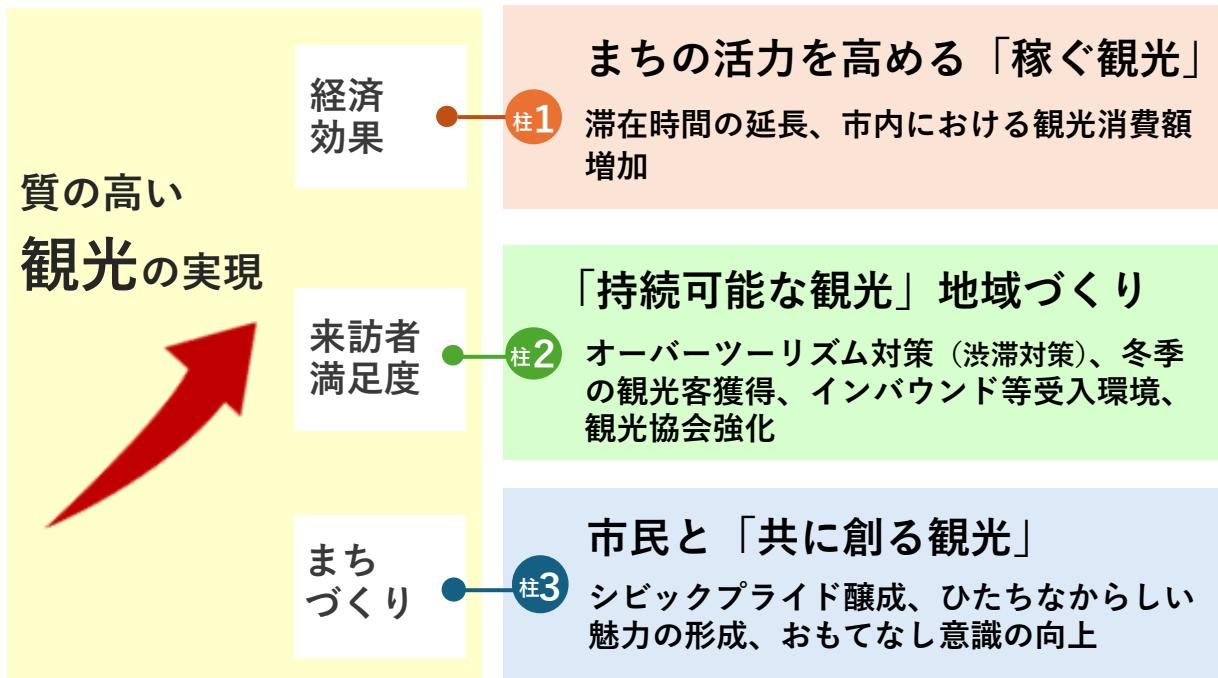
### 1 目指すべき観光都市像

観光は裾野が広い産業であり、地域経済を支える重要な役割を担うと同時に、地域の魅力を内外に発信し、文化や歴史への理解を深める手段でもあります。本計画では、単なる誘客でなく、「質の高い観光の実現」を重視し、観光客も地域も潤う地域に根ざした観光によるまちづくりを目指します。



## 2 計画における基本方針の3つの柱

ひたちなか市の観光産業の課題に対応し、経済効果、来訪者満足度、まちづくりの観点から質の高い観光の実現を目指すため、基本方針の3つの柱を設定しました。



## 3 計画の目標 ▷▷▷ 令和15年度

取り組みの進捗状況を把握するため、成果や実施状況について指標を設定し、数値で可視化します。

「計画全体」の達成状況を図る指標

	現状値 (R6)	目標値 (R15)	算出資料
観光入込客数	458万人	<b>480万人</b>	茨城の観光レクリエーション現況より
観光消費額 (一人当たり)	7,644円	<b>11,000円</b>	観光動態調査 (現地アンケート調査)
来訪者満足度 70点以上をつけた割合で評価	88.4%	<b>90%</b>	

## 4 計画の体系図

基本方針3つの柱に対応する基本施策、具体的な施策案を以下のとおり設定しました。

柱	基本施策	具体的な施策	
柱1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」	1. 回遊型観光の推進	①	ひたちなか海浜鉄道を軸とした快適で楽しい回遊環境の整備
		②	公共交通機関やクルーズ船等と連携した市内観光の推進
		③	食や景観、ストーリー性を活かした巡りたくなる地域資源の磨き上げ
		④	ひたちなか・大洗エリアなど、市域を超えた広域観光の推進
	2. 魅力ある観光コンテンツの磨き上げ・創出	①	外からの視点を活かした観光資源の磨き上げ
	②	四季を通じて楽しめる季節ごとの魅力を活かした誘客戦略	
	③	長く滞在したくなるコンテンツの充実や宿泊の促進	
	④	イベント開催の支援及び誘致	
	3. ひたちなか市ならではの食を楽しむ	①	新鮮な魚介類やご当地グルメ、ロケーションを活かした食の展開
	②	SHIO_KAZE 等お土産品、ほしいもをはじめとした特産品の販路拡大	
	4. 戰略的な観光プロモーションの実践	①	効果的な情報発信の展開
		②	知られざるひたちなかの魅力発信
	5. インバウンド観光の推進	①	ひたちなか市におけるインバウンド旅行者の現状把握と周知
		②	インバウンド旅行者への対応
		③	インバウンド旅行者の誘客
柱2 「持続可能な観光」	6. 受け入れ環境の充実	①	快適で安全・安心・ユニバーサルな受け入れ環境整備
		②	観光におけるゲートウェイ機能の充実検討
		③	おもてなしとワクワク感を演出する景観整備
	7. マーケティングに基づく観光地域経営	①	観光マーケティング調査の実施による継続的な現状把握
	②	観光で地域を支えるための観光 DX の推進と経営力の強化	
	8. 冬季コンテンツの拡充による新たな観光客の獲得	①	地域資源を活かした冬の新たな魅力づくり
		②	ひたちなかで楽しむ“冬時間”的発信

柱	基本施策	具体的な施策
柱3 市民と「共に創る観光」	9. 観光におけるシビックプライドの醸成	① 地域を誇りに思い観光を身近に感じる市民意識の醸成
		② 観光を自分事と捉えた基盤・仕組（プラットフォーム）づくり
	10. 観光を担う人財づくり	① イベント開催支援による人材育成
		② 学びと交流による、地域を知り支える観光人材育成
		③ 世代を超えた交流による観光推進の仲間づくり
	11. 観光関連事業者の営業戦略とおもてなしの充実	① 飲食店や観光事業者による、観光を意識した商売の在り方の研究
		② 新たなターゲット層へのアプローチ
		③ 来訪者の満足度を高める各店舗・施設の「おもてなし」

## 5 基本施策の個別目標 ▷▷▷ 令和15年度

取り組みの進捗状況を把握するため、計画全体目標とは別に「基本施策」に対して設定します。

### 「基本施策」の達成状況を図る指標

基本施策	目標	現状値 (R6)	目標値 (R15)	算出資料
柱1	1 ひたちなか市での滞在時間の延長（滞在時間が4時間より多い割合）	30.6%	35%	観光動態調査 (現地アンケート調査)
	4 市観光振興課公式SNSの総フォロワー数	40,000 ※R7の数値	50,000	SNSフォロワー数合計より。
	5 インバウンド旅行者数	226,412人	238,000人	GPS調査より※
柱2	8 12月～2月（冬季）の観光入込客数	648,606人	715,000人	茨城の観光レクリエーション現況より
	9 ひたちなか市に魅力を感じる市民の割合	71.7%	75%	市民アンケート調査

※インバウンド旅行者数の数値はGPS調査を基に算出しています。

- ・中国人観光客は含まない。
- ・本市での滞在時間が5分～24時間の方。
- ・居住地及び勤務地がひたちなか市の方を除く。

## 第4章 施策の展開

### 1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」

#### 基本施策1 回遊型観光の推進

##### 現状と課題

##### 施策目標

滞在時間の延長（4時間より多い割合）

現状 30.6% ▶ R15 目標 35%

ひたちなか市には国営ひたち海浜公園や那珂湊おさかな市場などの魅力的な観光スポットが点在していますが、観光客の滞在時間が短い傾向にあり、市内の回遊が十分に促進されていない現状にあります。国営ひたち海浜公園方面への延伸事業が進められているひたちなか海浜鉄道湊線との連携を含め、市内各地への回遊を一層促進し、観光客の滞在時間延長と地域経済の活性化が求められています。

##### 具体的施策① ひたちなか海浜鉄道を軸とした快適で楽しい回遊環境の整備

- 「おらが湊鐵道応援団」の活動支援を継続。
- 沿線観光スポットの周遊と合わせた鉄道利用促進のPR。
- 那珂湊駅のレンタサイクルの活用促進。

##### 具体的施策② 公共交通機関やクルーズ船等と連携した市内観光の推進

- JR や茨城交通による繁忙期・大規模イベント時の増便等。
- 交通事業者と連携した回遊を促す企画や、JR 勝田駅・駅周辺の賑わいづくりの検討。
- 県と連携した外国・国内クルーズ船寄港時の市内回遊促進やおもてなしの継続。

##### 具体的施策③ 食や景観、ストーリー性を活かした巡りたくなる地域資源の磨き上げ

- 市内飲食店と連携し、中心市街地への回遊の促進。
- 景観を活かしたサイクリングの推進。
- 海岸線の美しい景観や立派な「湊御殿の松」があり賓館の跡地でもある湊公園からの景観、虎塚古墳や十五郎穴横穴群等の歴史的価値あるスポットの紹介
- テーマやストーリー性のある周遊コンテンツを開発。

##### 具体的施策④ ひたちなか・大洗エリアなど、市域を超えた広域観光の推進

- 「ひたちなか・大洗リゾート構想」「いばらき県央地域観光協議会」「水戸・笠間・大洗・ひたちなか観光協議会」など、市域を超えた連携により観光・周遊コンテンツの作成を行うとともに、観光資源のPRを強化する。

## Topics

### 「ひたちなか海浜鉄道湊線」と「おらが湊鐵道応援団」



ひたちなか海浜鉄道（株）は、市と茨城交通が出資する第三セクター方式の鉄道事業者です。沿線には観光スポットが点在し、車窓から田園風景などの自然を楽しみながら、鉄道旅ができます。

令和6年度は、輸送人員が開業以来の最高記録を更新。現在は国営ひたち海浜公園方面への延伸事業が進められており、回遊性の向上により観光面においてもさらなる活躍が期待されています。

輸送人員（人）		
R4 年度	R5 年度	R6 年度
1,116,350	1,168,244	1,182,442

#### おらが湊鐵道応援団

地域住民やファンが主体となり活動する湊線の応援団。SNS 等での美しい湊線風景の発信や那珂湊駅での休日観光案内、各駅の環境整備など、多方面で活動しています。



#### 国内外クルーズ船寄港の増加

茨城港常陸那珂港区へのクルーズ船の寄港は年々増えており、遠方からの来訪者へひたちなか市の魅力を伝える機会となっています。

クルーズ船の寄港数	
R5 年度	4 船（国内 2 船、外国 2 船）
R6 年度	5 船（国内 1 船、外国 4 船）



#### コロナ禍を経て、いま熱い！茨城県のサイクリング旅

近年、初心者から上級者までサイクリングを楽しむ場所として、茨城県が注目を集めています。首都圏からのアクセスの良さに加え、豊かな自然やグルメを楽しめる多彩なコースが人気の理由です。

本市は、美しい海岸線が魅力の「大洗・ひたち海浜シーサイドルート」が通り、サイクルサポートステーションとして、市内観光地や店舗など、約 20 スポットでサイクリストを支援しています。



#### サイクリング DE ひたちなか

平成 26 年に始まった、風光明媚なひたちなか市を舞台にグルメや景色、音楽を満喫しながらサイクリングを楽しめる人気イベントです。

## 1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」

## 基本施策 2 魅力ある観光コンテンツの磨き上げ・創出

### 現状と課題

ひたちなか市は観光コンテンツの発掘・磨き上げに取り組んでいます。しかし、認知度不足や季節に偏りがあり、観光満足度を高めるための多様な魅力づくりが課題となっています。今後は地域資源を磨き上げた体験型コンテンツの展開や、観光消費額のさらなる向上と満足度向上を図る必要があります。

### 具体的施策① 外からの視点を活かした観光資源の磨き上げ

- 地域資源を外からの視点で発掘し磨き上げを行う。
- お土産品「SHIO\_KAZE」のように、デザイナーと協力し商品等をブラッシュアップ。
- 地元の農産物や海産物に付加価値をつけて誘客に活用。
- 本市の多様な産業を活かした産業観光を推進し、誘客につなげる。

### 具体的施策② 四季を通じて楽しめる季節ごとの魅力を活かした誘客戦略

- ほしいもの聖地と呼ばれる「長砂ファーマーズマーケット ここすな」を軸とした誘客。
- 夏の緑葉コキアや冬のアイスチューリップ、イチゴ狩り体験など、新たな魅力を発信。
- 国営ひたち海浜公園でのネモフィラやコキアの「早朝開園イベント」等の継続実施。
- 夏の海水浴だけではなく、海を年間通して楽しめる魅力の発信（春から秋にかけての磯遊びや、写真映えスポットの紹介など）。

### 具体的施策③ 長く滞在したくなるコンテンツの充実や宿泊の促進

- 夕日や朝日を楽しむスポットを紹介し、宿泊需要を高める。
- コキアライトアップなどの夜型イベントの開催支援。
- 観光客の滞在時間を延ばすため、中心市街地エリアの飲食店等と連携した取組の実施。
- インバウンド・富裕層の宿泊を促す取組を事業者等と連携し検討。
- 茨城県等と連携した宿泊施設誘致の検討。

### 具体的施策④ イベント開催の支援及び誘致

- 国営ひたち海浜公園での大型野外音楽フェスや音楽花火等の開催支援を行うとともに、市外・県外からの人を呼び込む大型イベントの誘致やM I C E \*の推進により、地域経済の活性化につながる取組を行う。
- 観光協会や市内事業者・団体等による中心市街地や海岸線の魅力向上につながるイベントの開催支援。

\* MICE…企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

## Topics

### J A 常陸 長砂ファーマーズマーケット ここすな



令和6年11月にリニューアルオープン。ほしいもの取扱量の多さから「ほしいもの聖地」とも呼ばれる、JA直売所です。特に冬のシーズンには、市内外から多くの方が訪れる人気スポットとなっています。ひたちなか市のお土産品「SHIO\_KAZE」の販売コーナーのほか、広々とした休憩スペースも完備。焼き芋やジェラート、コーヒーなどの軽食を楽しみながらひと息つくことができます。

観光客の来店も増えており、今後は物販機能を備えた観光情報発信の拠点としての活躍も期待されています。

#### お土産品磨き上げ・開発プロジェクト 「SHIO\_KAZE」



観光協会と市が連携し、令和3年度から取り組むプロジェクト「SHIO\_KAZE」。“地元事業者とつくる市民の誇れるお土産品”をコンセプトに茨城で活躍するデザイナーと連携し、商品コンセプトからパッケージ制作、販路拡大までサポートを行い、令和6年度で計20商品が完成しました。

SHIO\_KAZE商品をきっかけに、ひたちなか市の特産品やお土産品への関心を一層高めていきます。

#### 大型イベントの開催を支援



大型イベントの開催により、多くの観光客が訪れ、地域経済の活性化や市の認知度向上にもつながります。

令和3年に国営ひたち海浜公園を会場に始まった野外音楽フェス「LuckyFes」は、市で後援するイベントの一つ。4年目となる令和7年度は、約8万人の来場がありました。令和8年度は、「日本初の夏フェス4日間連続開催」を発表しており、さらなる発展が期待されるイベントです。

## 1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」

## 基本施策3 ひたちなか市ならではの食を楽しむ

### 現状と課題

ひたちなか市は、新鮮な魚介類や特産品のほしいもなど、食の魅力にあふれたまちですが、観光資源として活用する体制が十分とはいえません。今後、観光消費のさらなる拡大を図るためにには、食の魅力を発掘・編集した情報発信に加え、体験コンテンツの充実、ご当地グルメ・特産品・お土産品の価値を高める工夫を通じて、地域の魅力を引き出すことが求められます。

### 具体的施策① 新鮮な魚介類やご当地グルメ、ロケーションを活かした食の展開

- 干物づくり体験やほしいもづくり体験など、体験型観光のPR。
- 那珂湊おさかな市場をはじめとする新鮮な魚介類のPRを行うとともに、夏のイセエビやアワビ、冬のアンコウなど、四季を感じるひたちなか市ならではの食提供を促す。
- ご当地グルメ「那珂湊焼きそば」「スタミナラーメン」などの魅力発信。

### 具体的施策② SHIO\_KAZE 等お土産品、ほしいもをはじめとした特産品の販路拡大

- お土産品購入拠点のひとつとして、「JA 常陸 長砂ファーマーズマーケット ここすな」と連携した商品拡充や発信の強化。
- ひたちなか市のお土産品「SHIO\_KAZE」等の取扱店拡充。
- 「ひたちなか市産ほしいも」の歴史、風土、作り手、種類、美味しさ等を本市固有のものとして打ち出し差別化を図る。
- ほしいもシェイクなど、ひたちなか市ならではの新たなスイーツ等の展開・発信。

### Topics

#### 食と体験型観光による地域魅力の深化

近年、観光客は単なる観光地の訪問だけでなく、地域の文化や暮らしに触れる「体験型観光」を求める傾向が強まっています。地域ならではの食体験や味わいは、観光客の満足度を高め、地域の魅力を深く理解してもらうきっかけとなります。



浜焼きを楽しめる「伊勢えび祭り」



「ほしいも」の日本一の産地

## 1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」

## 基本施策4 戦略的な観光プロモーションの実践

### 施策目標

観光振興課 SNS 総フォロワー数の増加

現状 40,000 ▶ R15 目標 50,000

### 現状と課題

ひたちなか市では、SNS や現地出展、各種メディアを活用した観光プロモーションを実践し、国内外への情報を発信しています。特に国営ひたち海浜公園や那珂湊おさかな市場を中心とした魅力の発信は一定の効果を上げていますが、市内全体の認知度向上にはまだ課題が残っています。今後は、地域資源を広くカバーする発信力の強化と情報編集力、ターゲット層に応じた多言語・多媒体による発信体制の整備が求められます。

### 具体的施策① 効果的な情報発信の展開

- 観光振興課で運用している SNS の内容を充実させ、継続的な発信を行う。
- ひたちなか市の周遊マップを作成し、市内回遊を促す。
- 魅力的なパンフレットやポスター・チラシ等を活用し、誘客を図る。
- 行政と観光協会の連携により、観光情報発信の効率化・強化を図る。
- 定例記者会見やプレスリリース等を活用し、メディア向けの積極的な情報発信を行う。
- フィルムコミッションを推進し、市の魅力発信や認知度向上につなげる。

### 具体的施策② 知られざるひたちなかの魅力発信

- 観光施設や事業者の取材を交え、より深い視点での発信を行うなど、ひたちなか市の魅力を編集し届ける。
- 知られざるビュースポット等を発掘し「映えるひたちなか」として PR する。

### Topics

### 旅行先を SNS で検索する現代人



スマートフォンと SNS の普及により、多くの観光客が旅行先を SNS で検索し、リアルな口コミや写真をもとに目的地を選ぶようになりました。SNS は情報の即時性と拡散力に優れ、観光地の人気に大きな影響を与えるとともに、魅力を効果的に伝える重要なツールとなっています。



#### 観光振興課公式 SNS フォロワー数

Instagram	ひたちなか市【公式】	約 2.9 万
X	観光ひたちなか	約 6,800
TikTok	観光ひたちなか	約 2,500
YouTube	観光ひたちなか	約 2,100

※ フォロワー数は、令和 7 年 12 月現在の数値

## 1 まちの活力を高める「稼ぐ観光」

### 基本施策5 インバウンド観光の推進

#### 施策目標

インバウンド旅行者の増加 ※GPS調査  
現状 226,412 人 ▶ R15 目標 238,000 人

#### 現状と課題

国営ひたち海浜公園や那珂湊おさかな市場には多くの外国人観光客が訪れていますが、国籍や人数、滞在時間等の定期的な調査は実施していないため、詳細なデータは把握していません（令和6年度は計画策定のために調査を実施）。そのため、本市におけるインバウンド観光客の各種データを把握し、受け入れ体制を整える必要があります。

#### 具体的施策① ひたちなか市におけるインバウンド旅行者の現状把握と周知

- 定期的な調査により、インバウンド旅行者の傾向を把握し、関係者間で共有。
- 宗教や国籍による趣向の違いなどの情報共有。

#### 具体的施策② インバウンド旅行者への対応

- 観光パンフレットや案内看板の多言語化推進、観光協会HPの多言語化検討。
- 観光施設や民間事業者の外国人対応やキャッシュレス対応等の推進。
- 交通事業者によるインバウンド対応の推進。

#### 具体的施策③ インバウンド旅行者の誘客

- 茨城県や周辺市町村と連携し、台湾等での誘客事業を継続展開。
- SNSを活用したプロモーションを強化。

#### Topics

#### 注目されるインバウンド需要の拡大

近年、観光需要の高まりを背景に訪日外国人旅行者数が増加しています。これに伴い訪日外国人旅行消費額も拡大しており、地域経済の活性化をはじめ、多方面で経済的な効果が期待されています。

#### 日本のインバウンドの状況（2024年） 下記2指標で過去最高！

訪日外国人旅行者数 約3,700万人 出展：日本政府観光局（JNTO）

訪日外国人旅行消費額 約8.1兆円 出展：「訪日外国人消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」

#### 誘客事業

訪日者数・リピーターの多い「台湾」に向けて、現地の旅行博や旅行会社への商談会に参加し、本市をPR。



## 2 「持続可能な観光」 地域づくり

## 基本施策6 受け入れ環境の充実

### 現状と課題

ひたちなか市では、観光客に快適な観光を楽しんでもらうことで満足度を高め、リピーターにつながるよう、地域をデザインした案内看板設置やパンフレット多言語化、渋滞回避情報発信等に取り組んでいます。しかし、おさかな市場周辺道路の渋滞やインバウンドを含めた市内全体でのユニバーサルな対応には課題が残ります。今後、安全で快適に滞在できる環境を整え、回遊性や満足度を高める土台づくりが求められます。

### 具体的施策① 快適で安全・安心・ユニバーサルな受け入れ環境整備

- 那珂湊おさかな市場周辺の交通渋滞対策のため、混雑しない交通経路の案内やおさかな市場臨時駐車場の周知徹底、アキッパ\*の活用による駐車場確保等の取組を実施する。
- 観光施設や宿泊施設等で障害者や外国人観光客へ配慮したバリアフリー化を促し、対応施設を観光パンフレット等で紹介する。
- 災害時における観光客の避難誘導や大規模イベントの対応を整理する。
- 市営駐車場「勝田中央駐車場」において、観光バス等の受入れ体制整備を検討。

### 具体的施策② 観光におけるゲートウェイ機能の充実検討

- 「長砂ファーマーズマーケット ここすな」など、情報提供や周遊促進の機会提供、観光客の様々なニーズに対応する「ゲートウェイ機能」を持つ施設の充実を検討する。

### 具体的施策③ おもてなしとワクワク感を演出する景観整備

- ネモフィラやコキアをまちなかに配置し、花のまちのイメージアップを図る。
- 大規模イベントや国営ひたち海浜公園の繁忙期に合わせた昭和通りへの「のぼり旗」設置や、JR 勝田駅における階段の装飾等により、おもてなし感を演出する。
- 高速道路出口や商店街、阿字ヶ浦海岸等で、訪れる人にワクワク感を与える演出を行う。

### Topics

#### 装飾で彩るまちのおもてなし



JR 勝田駅の階段の装飾



昭和通り・のぼり旗



阿字ヶ浦海岸・やしの木

\* アキッパ…契約されていない月極駐車場や個人宅の車庫・空き地・商業施設などの空きスペースに、ネット予約して駐車でき、誰でも簡単に駐車場をシェアできる駐車場のシェアリングサービス

## 2

### 「持続可能な観光」 地域づくり

### 基本施策7 マーケティングに基づく観光地域経営

#### 現状と課題

ひたちなか市では、マーケティング調査に基づく施策の展開を進めていますが、調査データを継続的に活用・更新する体制が十分に整っていない点が課題です。今後は観光協会の体制強化を進め、観光DXの推進を含めマーケティングを軸にした戦略的な地域経営の実践、関係機関・地域事業者との連携強化が求められます。

#### 具体的施策① 観光マーケティング調査の実施による継続的な現状把握

- データに基づき、効率的・効果的な観光地経営を展開するため、観光の要所におけるGPS調査やアンケート調査等を継続して実施し、観光客のニーズを正確に把握する。

#### 具体的施策② 観光で地域を支えるための観光DXの推進と経営力の強化

- ひたちなか市観光協会の体制を強化し、観光地経営の視点を持った運営を推進する。
- HP・SNSを活用した発信をはじめ、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上、データ分析等における観光DXの活用・推進の検討。
- 近年、急速に発達するDXやAI等の新技術に対応していくため、市と観光協会を中心に観光関連事業者向けの学習機会提供や実務に活用できる仕組みづくりを推進する。
- 海水浴需要の減少を踏まえ、阿字ヶ浦・平磯海岸の新たな活用の検討。
- 広大な土地やグラウンドを活用した、サッカーをはじめとするスポーツ大会等の行事・イベントの誘致（スポーツツーリズム）を継続。

#### Topics

#### ひたちなか市観光協会の主な事業・取り組み

##### ▶多彩なイベントの企画・運営

ひたちなかコーヒーフェスティバル

伊勢えび祭り（P18参考）

地引網体験

野外映画上映会（滞在時間の延長）



世代を問わず好評を得ている

「ひたちなかコーヒーフェスティバル」

##### ▶お土産品に関する取り組み

お土産品磨き上げ・開発プロジェクト

「SHIO\_KAZE」（P17参考）

推奨土産品事業



海のあるまちならではのアクティビティ

「地引網体験」

##### ▶イベントへの出展・飲食事業者出展調整

勝田全国マラソン

国営ひたち海浜公園繁忙期・イベント

## 2 「持続可能な観光」 地域づくり

### 基本施策8 冬季コンテンツの拡充による新たな観光客の獲得

#### 施策目標

冬季(12月～2月)の観光入込客数の増加  
現状 648,606人 ▶ R15目標 715,000人

#### 現状と課題

ひたちなか市は春から秋にかけて、国営ひたち海浜公園の花々や大型音楽フェス、市内各地でのイベント等を通じて多くの観光客が訪れるようになりましたが、繁忙期の集客をこれ以上大きく伸ばすことは難しく、観光客の満足度や地域・環境へ配慮した持続可能な観光の推進が求められています。そこで、まだ十分に活用されていない「冬の観光」に焦点をあて、新たな魅力を創出することで冬の来訪を増やし、年間を通じて観光客を受け入れられるまちを目指します。

#### 具体的施策① 地域資源を活かした冬の新たな魅力づくり

- 冬の味覚をテーマとした「あんこう鍋」「ほしいも」等の食を活用した誘客の展開。
- 日本一の産地ならではの「ほしいも作り」体験や新たな魅力である「イチゴ狩り」など、体験コンテンツの発掘や充実を図る。
- 冬に見頃を迎える国営ひたち海浜公園のアイスチューリップや酒列磯前神社の椿、本市ならではのほしいも神社などの観光施設と連携し、冬の季節感を活かした魅力づくりと情報発信による誘客を促進。
- 観光施設や食材・グルメなど、観光資源の掛け合わせによる冬季コンテンツ開発の検討。

#### 具体的施策② ひたちなかで楽しむ“冬時間”の発信

- ひたちなかの冬の味覚や見所をまとめ、周遊プランを作成しSNS等で発信。
- 冬の定番コンテンツの「天然温泉」が市内に複数あることから、観光客の受け入れに適した規模の大きな温泉施設に着目し、観光と組み合わせた魅力的な過ごし方を発信。

#### Topics

#### ひたちなかの冬に楽しめるスポット例



アイスチューリップ  
(国営ひたち海浜公園)



酒列磯前神社の樹叢  
を彩る「椿の花」



旨みがぎゅっと詰ま  
った「あんこう鍋」



大型観光イチゴ農園  
「ICHIGO HOUSE,  
HITACHINAKA」

### 3 市民と 「共に創る観光」

### 基本施策9 観光におけるシビックプライドの醸成

施策目標

ひたちなか市に魅力を感じる市民の増加

現状 71.7% ▶ R15 目標 75%

#### 現状と課題

ひたちなか市では、観光を地域づくりの柱とし、市民や事業者といった多様な主体と連携したイベントや取組を行うことでシビックプライドの醸成を目指しています。しかし、ひたちなか市が観光地という意識や観光に関わるという意識がまだ市全体に広がっていない点が課題です。今後は、観光を自分ごとと感じられる機運づくりと、継続的に関わられる仕組みが求められます。

#### 具体的施策① 地域を誇りに思い観光を身近に感じる市民意識の醸成

- 「ひたちなか祭り」や「勝田 TAMARIBA 横丁」等の開催を支援し、地域の連携強化、地域への誇り醸成を促す。
- 伝統の祭り「みなと八朔まつり」や「平磯町三社祭」の開催を支援し、継承による郷土愛の醸成を促す。
- 国営ひたち海浜公園における市民向けの特別な体験として、ネモフィラ・コキア早朝鑑賞体験の継続開催。
- 市報等を通じて市民向けに情報発信を行い、観光成果の見える化を図ることで、地域に誇りを持つ市民を増やす。
- 市民との連携による地元の魅力発掘・発信。

#### 具体的施策② 観光を自分事と捉えた基盤・仕組（プラットフォーム）づくり

- 官民協働の「ひたちなかエリア観光推進協議会」を継続展開する。
- 幅広い業種を対象としたワークショップ形式による会議の定期的な開催を検討する。
- 阿字ヶ浦会議のような地元事業者や地域主体で開催する会議を後押しする。
- ひたちなかファンベースによる交流や活動の促進。

#### Topics

まちを楽しみ、まちを誇る ~イベントで育まれるひたちなか愛~



一大イベントとして、多くの人が参加する各地のお祭り

ネモフィラ・コキア  
早朝鑑賞体験

### 3 市民と 「共に創る観光」

### 基本施策 10 観光を担う人財づくり

#### 現状と課題

ひたちなか市では、近年、地域の観光プレイヤーが活躍していますが、活躍の機会や仲間をつくる機会はまだ限られています。そのため、市民や事業者のイベント開催や取組を支援し、継続的な学習の場を設けるとともに、新たな挑戦を受け入れる環境の整備が求められています。今後は、学びと交流を通じて多様な人が関わり合い、持続的に観光を支える仕組みづくりが必要です。

#### 具体的施策① イベント開催支援による人材育成

- 近年始まったイベント「イバフォルニア・マーケット」「ひたちなかコーヒーフェスティバル」「熱気球イベント」等の開催を支援することで、地域における観光プレイヤーの活躍を促し、運営に関わる人材の育成につなげる。
- 若者の関わる青年会議所主催の「TEENS ROCK IN HITACHINAKA」等の開催支援。

#### 具体的施策② 学びと交流による、地域を知り支える観光人材育成

- 観光事業者を中心に市民の茨城観光マイスターの資格取得を促す。
- 観光協会や商工会議所による観光分野に関する講演会の開催など、事業者等が学ぶ機会の提供。

#### 具体的施策③ 世代を超えた交流による観光推進の仲間づくり

- 若い世代が観光によるまちの活性化を考え、企画・開催するイベントや取組を後押しする環境づくりの推進。
- 高校生のアイデアで人気を得た「はにわ」のカプセルトイプロジェクトのように、若者と交流し、意見を積極的に取り入れる。

#### Topics

#### 近年話題のイベント・取組



阿字ヶ浦海岸を舞台としたマルシェ「イバフォルニア・マーケット」



熱気球搭乗体験などが楽しめる「熱気球フライト in 親水性中央公園」



商工会議所、那珂湊高校生を中心とした「カプセルトイプロジェクト」

### 3 市民と 「共に創る観光」

### 基本施策 11 観光関連事業者の営業戦略とおもてなしの充実

#### 現状と課題

ひたちなか市の玄関口である勝田駅周辺には多くの飲食店が立地していますが、休日は閉めている店舗が多く、訪れる観光客が飲食店等に立ち寄ることなく帰路についてしまう、いわゆる機会損失が課題となっています。今後は、観光協会や商工会議所を中心に飲食店含む観光事業者の商売のあり方を議論し、観光客をあたたかく迎え入れ楽しんでもらう、おもてなしの仕組み作りが求められます。

#### 具体的施策① 飲食店や観光事業者による、観光を意識した商売の在り方の研究

- 観光協会や商工会議所を中心とした、現状の把握や観光を意識した商売のあり方の議論、観光シーズンにおける戦略づくり。
- 観光協会・商工会議所による事業者等での意見交換や学ぶ機会の提供。
- 観光シーズンを意識した柔軟な営業日時や観光客をターゲットとした取り組みの検討。

#### 具体的施策② 新たなターゲット層へのアプローチ

- 観光客が勝田駅周辺エリアに求める食やサービスに関するニーズ調査とデータ収集。
- 市内観光地の集客力向上やイベントにより増えている多様な観光客へ向けた、飲食関係のプロモーション手法を検討する。
- イベントやキャンペーン含め、飲食店街の認知度向上につながる取り組みの実施。

#### 具体的施策③ 来訪者の満足度を高める各店舗・施設の「おもてなし」

- ひたちなか市ならではの地元の食材を使った食やメニューの提供。
- 観光情報の提供や案内など、各店舗・施設がひたちなか市の魅力の発信拠点となる連携の促進。

#### Topics

##### 勝田駅周辺飲食店街でのイベントや取り組み



合計 5軒のハシゴ酒を楽しめる  
「ひたちなかドリンクラリー」

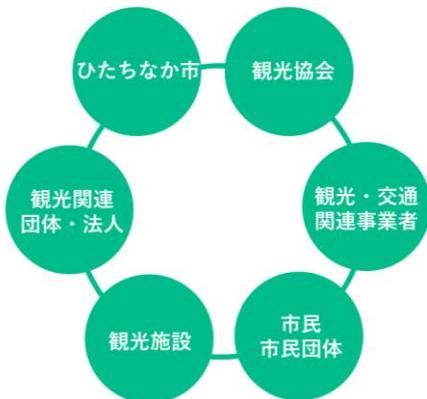


多様な出店により飲食や遊びなどを楽しめる「勝田 TAMARIBA 横丁」

## 第5章 計画の推進

### 1. 推進体制・各主体の役割

本計画の推進にあたっては、各主体が連携を図りながら取り組むことが重要です。それぞれの強みを活かすことが、本市ならではの効果的な観光振興の実現につながります。



#### ひたちなか市

- 府内各部局や茨城県・近隣自治体との連携を図りながら、観光振興施策を展開する。
- 観光関連団体・事業者などの取組み（イベント等）の支援体制構築。
- 市で活用できるメディアを駆使し、観光情報の発信を行う。
- 観光振興に関するデータの収集、解析、提供を行う。

#### ひたちなか市観光協会

- 「稼げる観光」の実現に向けて、地域経済活性化の推進役を担う。
- 観光振興の中心的役割を担い、観光地経営の視点から会員や関係者と連携した持続的な観光振興の推進に取り組む。

#### 観光関連団体・法人の役割

商工会議所、JA常陸、漁業協同組合、ひたちなかまちづくり㈱、（一社）アジラボ など

- 市や観光関連産業の事業者・組合員等と連携し、コンテンツの展開やキャンペーン・プロモーションを実施する。
- 関係団体間での情報共有や連携を行うことで、分野の壁を越えて、経済効果を高める取組につなげる。

#### 観光・交通関連事業者の役割

交通事業者、商業施設・飲食店・商店・宿泊施設など

- 交通事業者は、観光需要に応じた増便の対応や回遊を促す企画等により、来訪の促進や満足度の向上につなげる。
- 商業施設・飲食店・商店・宿泊施設は、地域の特産品や食材の採用、営業時間や宿泊プランの工夫など、観光客を迎える体制を充実させる。
- 観光情報の発信や観光客への情報提供を行う。

## 観光施設

国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場、酒列磯前神社、ほしいも神社など

- 本市の豊かな自然・食・歴史・レジャーなどによる、多様な魅力の提供。

- 市や関係団体・事業者等と連携した市内周遊の促進やコンテンツの企画。

## 市民・市民団体の役割

商工会議所青年部、ひたちなか青年会議所、各種実行委員会など

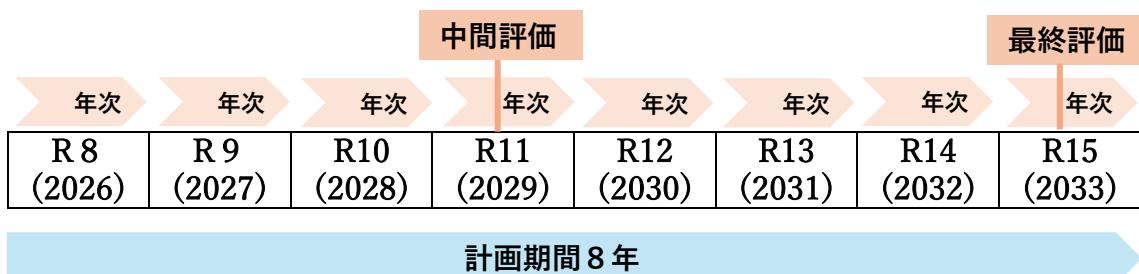
- 自然や文化、イベントなどの地域資源を楽しむとともに、守り手となる。

- 地域への誇りや愛着（シビックプライド）を育み、次世代へ伝える。

- 来訪者に対して「おもてなしの心」で接する。

## 2. 計画評価

計画の進捗管理は、「年次評価」「中間評価」「最終評価」の3段階で行い、定期的な進捗の確認を行います。



評価種別	評価内容・役割
年次評価	<ul style="list-style-type: none"><li>●茨城県観光動態調査の観光入込客数による前年の評価を行い、増減の要因や傾向を分析する。</li><li>●各施策の実施状況について評価を行い、計画後半の実施する施策・事業の検討につなげる。</li></ul>
中間評価	<ul style="list-style-type: none"><li>●市内観光地でのアンケート調査等により、目標値の中間評価を行う。また、必要に応じて最終年の計画目標水準の見直しを行う。</li><li>●各施策の実施状況について評価を行う。</li></ul>
最終評価	<ul style="list-style-type: none"><li>●市内観光地点でのアンケート調査等により、目標値の最終評価を行う。 ⇒上記評価と、観光の基礎資料調査の結果を踏まえ次期計画の策定につなげる。</li></ul>

# 資料編

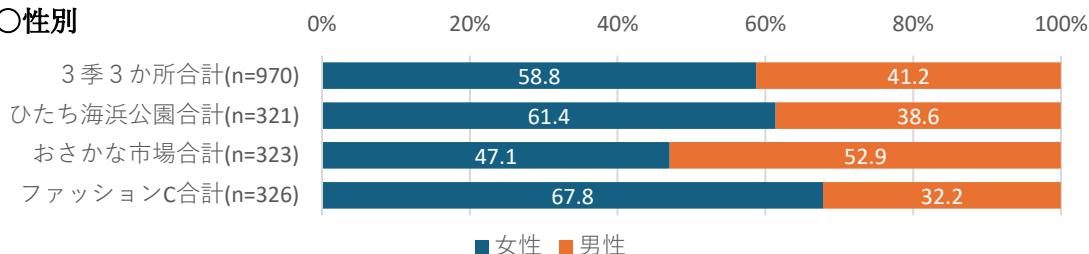
## 資料

## アンケート調査・GPS データ等

### 1 現地アンケート調査

国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場、ファッショングルーズの市内主要な3スポットで夏・秋・冬に計18日、対面でのアンケート調査を実施 (回答数=973)

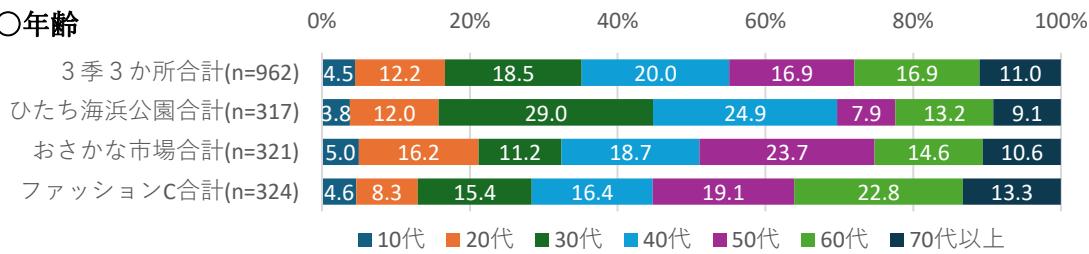
#### ○性別



■女性 ■男性

★全体で女性6割。おさかな市場は男性が、ファッショングルーズは女性が多い。

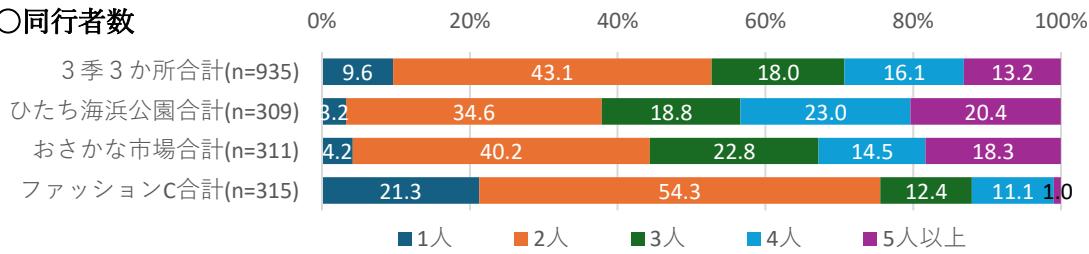
#### ○年齢



■10代 ■20代 ■30代 ■40代 ■50代 ■60代 ■70代以上

★ひたち海浜公園は30代40代、おさかな市場は40代50代が多い。

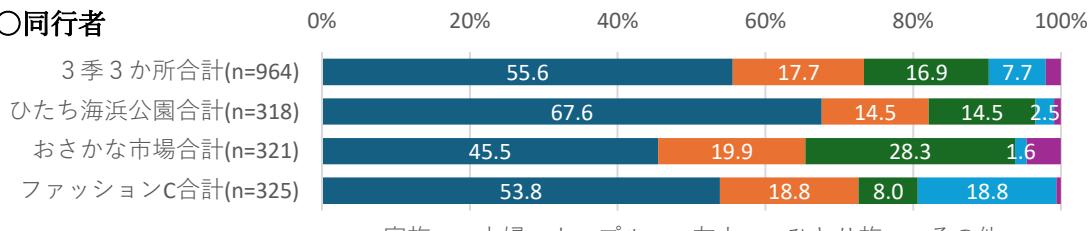
#### ○同行者数



■1人 ■2人 ■3人 ■4人 ■5人以上

★ファッショングルーズは1人と2人、その他は偏りなく2人以上で来ている。

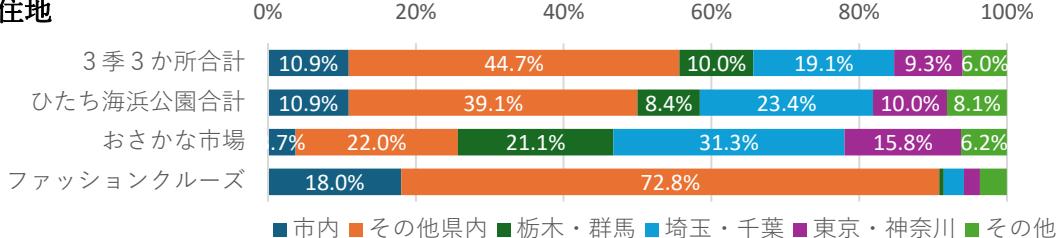
#### ○同行者



■家族 ■夫婦・カップル ■友人 ■ひとり旅 ■その他

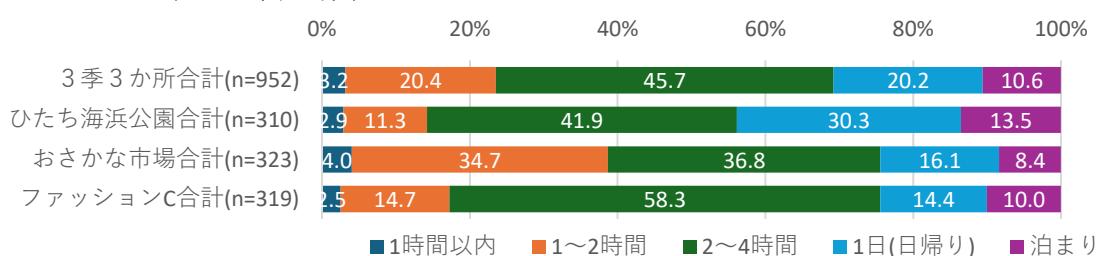
★3スポットとも「家族」が一番多い。

## ○居住地



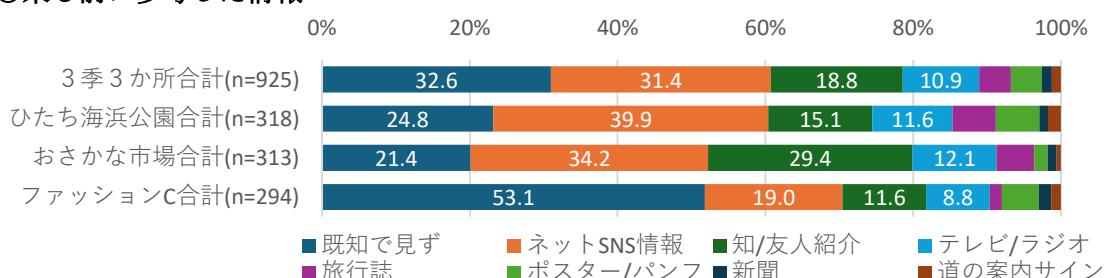
★ファッショングルーズは9割が県内。おさかな市場は7割が県外となっている。

## ○ひたちなか市での滞在時間



★ひたちなか市での滞在時間は、半数以上が2～4時間以下となっている。

## ○来る前に参考した情報



★リピーターなどの「既知で見ず」を除くと、ネット・SNS情報が多くなっている。

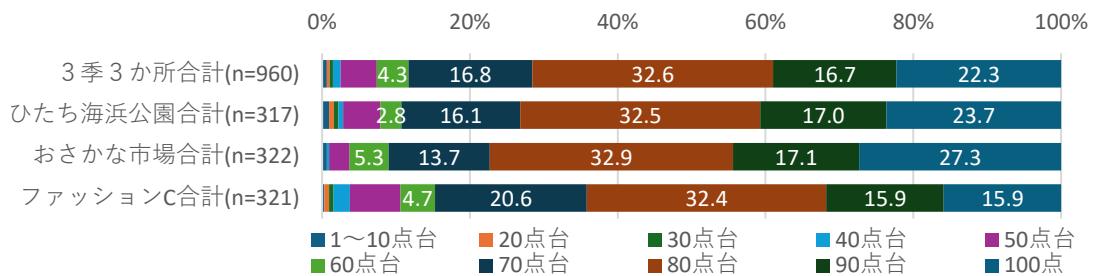
## ○市内での1人当たりの消費額

	1飲食代	2買い物代	3宿泊費	4合計
3季3か所合計	2,335	3,443	1,867	7,644
ひたち海浜公園	2,291	2,359	3,300	7,951
おさかな市場	2,743	2,790	1,498	7,031
ファッショングルーズ	1,987	5,116	833	7,936
日帰り来訪者平均	2,184	3,177	0	5,361
宿泊来訪者平均	3,553	4,683	14,099	22,335

★宿泊客の「飲食代」は日帰り客よりも1,400円高く、「買い物代」も1,500円高い。

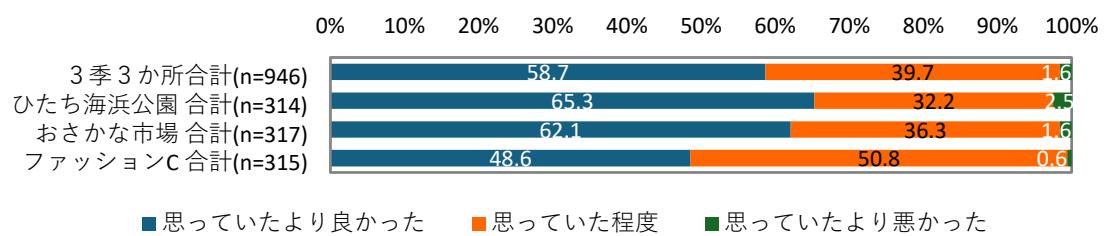
## 【ひたちなか市の印象（満足度）】

### ①ひたちなか市の総合満足度



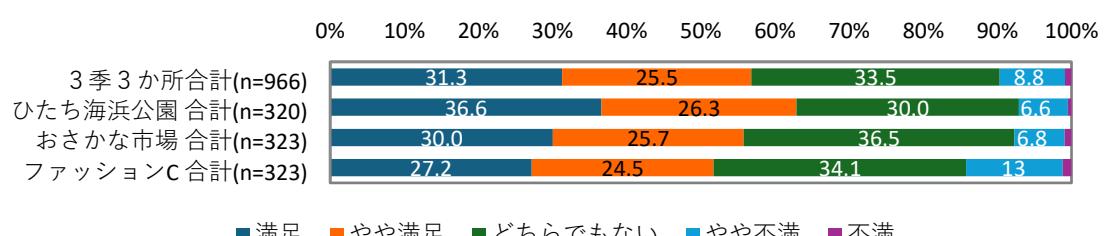
★総合満足度を点数で見ると70点以上が88.4%を占める。

### ②実際に来訪した後の評価の変化



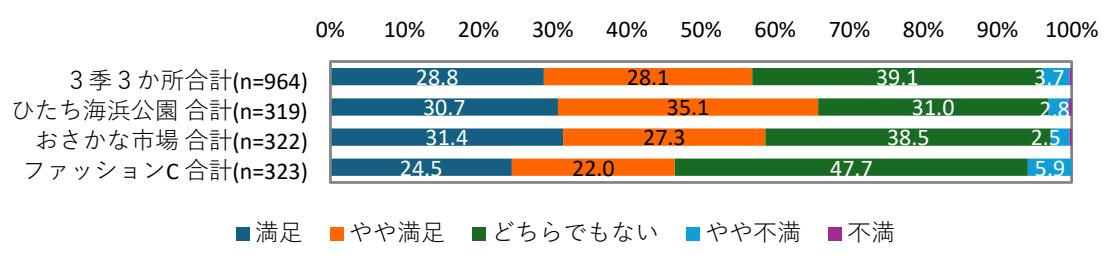
★全体の「思っていたよりも良かった」の割合が6割前後と高い。

### ③アクセスの利便性



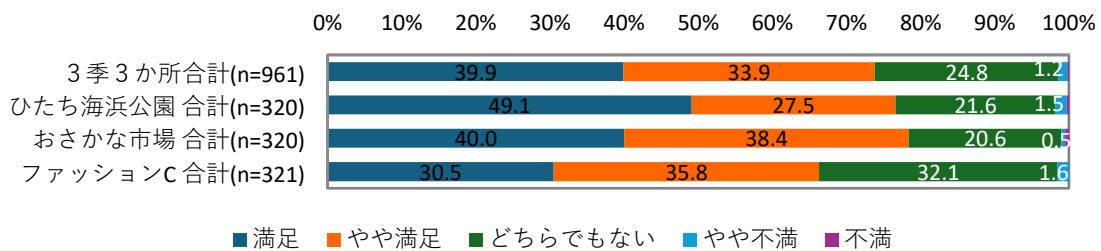
★「満足」及び「やや満足」を足した良い評価の割合が5～6割と高い。

### ④地図・案内サインの分かりやすさ



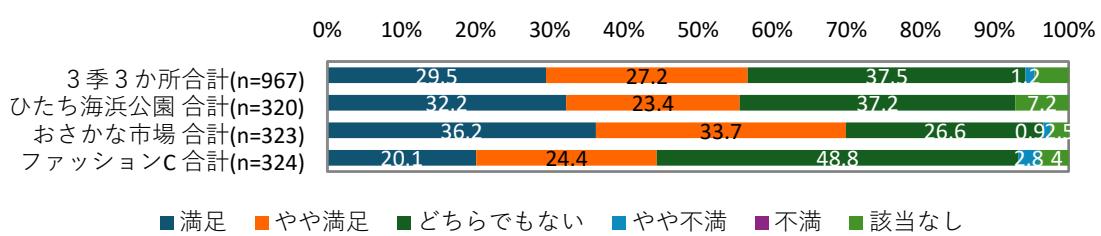
★「満足」及び「やや満足」を足した良い評価の割合が5～6割前後と高い。

## ⑤景観・雰囲気



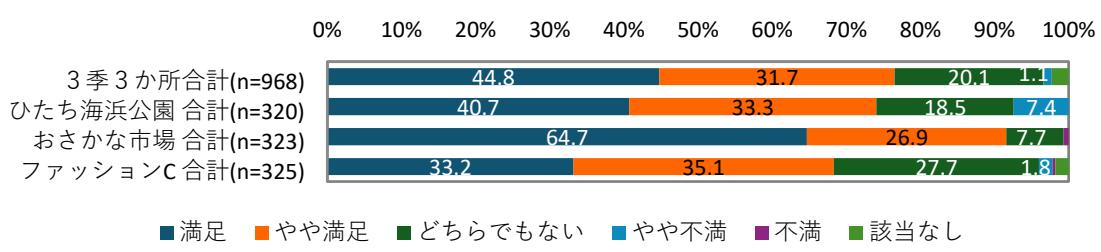
★「満足」及び「やや満足」を足した良い評価の割合が7割を超えて高い。

## ⑥地元住民のおもてなし



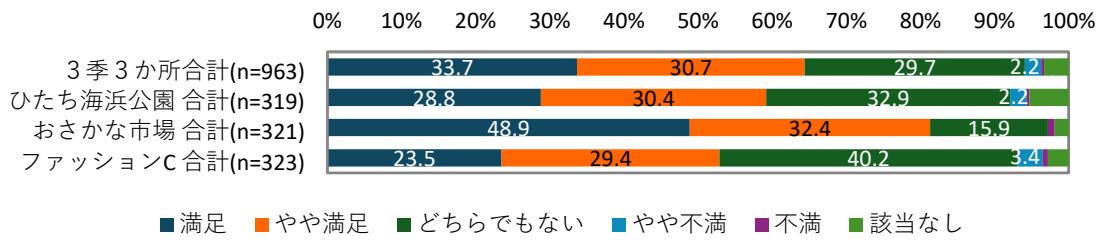
★ひたち海浜公園・おさかな市場では、「満足」「やや満足」の割合が6割と高い。

## ⑦食べ物



★食べ物の評価は、おさかな市場では「満足」及び「やや満足」の合計が9割前後と高く、期待以上においしい食事が評価されている。

## ⑧お土産品

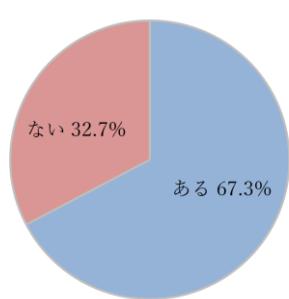


★食べ物と同様におさかな市場での評価が高い。

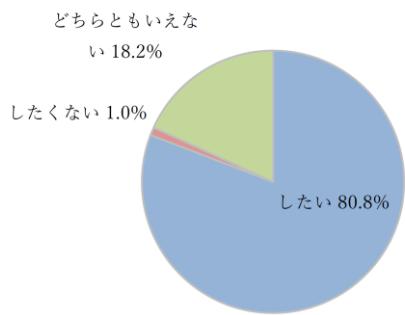
## 2 インターネット調査

10年以内に茨城県へ旅行経験がある20代以上の男女で、東京・栃木・群馬・千葉(北総)・神奈川の居住者を対象 (回答数=1,300)

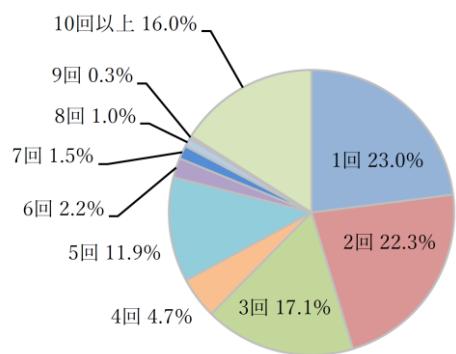
○ひたちなか市へ来訪経験



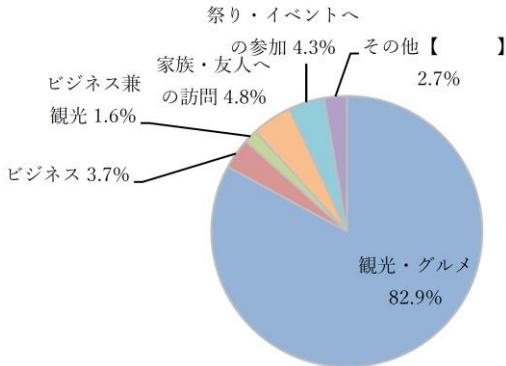
○再来訪意向 (来訪経験ありの回答者)



○来訪回数 (来訪経験ありの回答者)



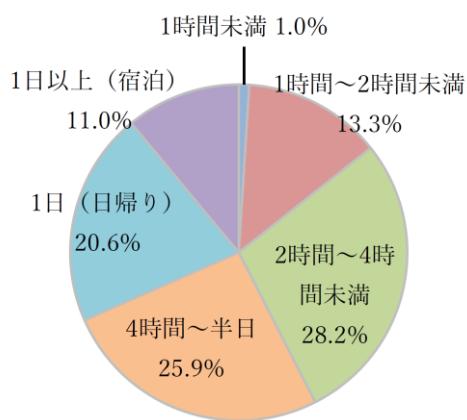
○来訪目的 (来訪経験ありの回答者)



★約7割がひたちなか市へ来訪経験ありと回答。 来訪者の再来訪の意向は8割がまた来たいと回答している。 来訪回数は2回以上のリピーターが8割近く、5回以上は3割を超えていている。 来訪目的は観光・グルメが8割と大多数を占める。

○ひたちなか市での滞在時間 (来訪経験ありの回答者)

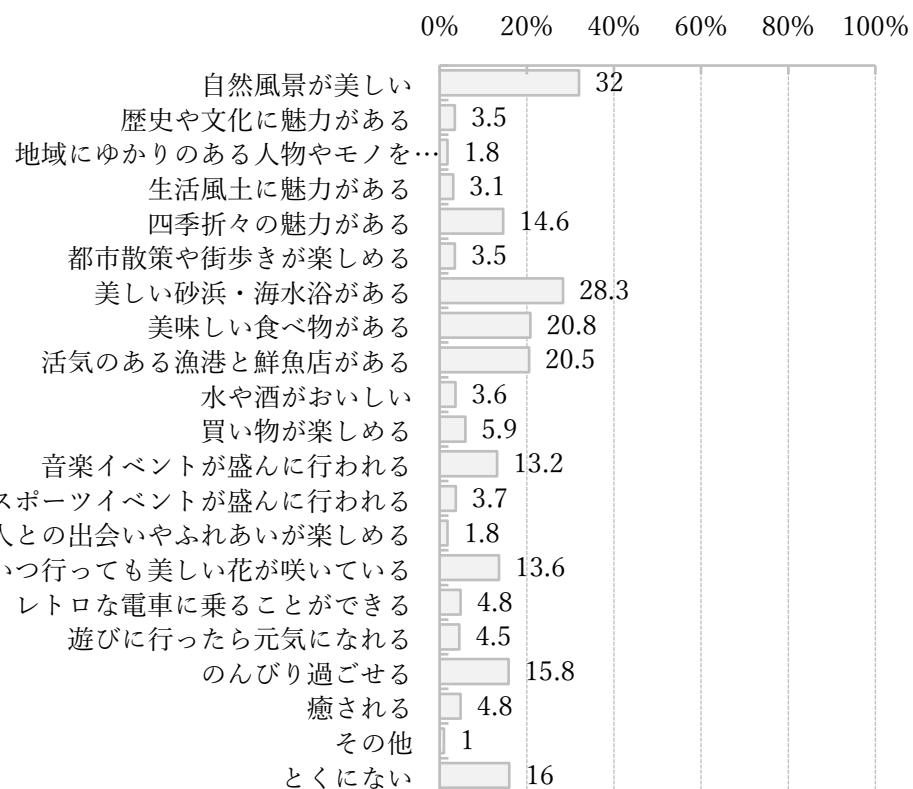
※複数回訪問者は最も長い滞在時間を回答



★滞在時間は2～4時間が3割と最も多く、他県からの来訪であっても、宿泊は1割程度となっている。

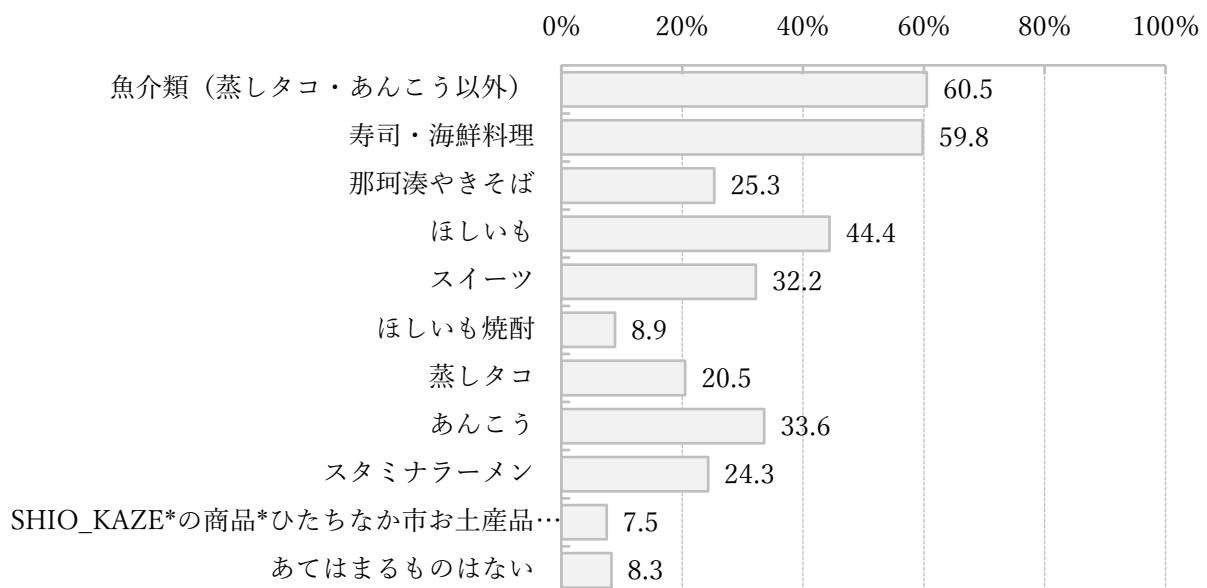
## ○ひたちなか市のイメージ

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



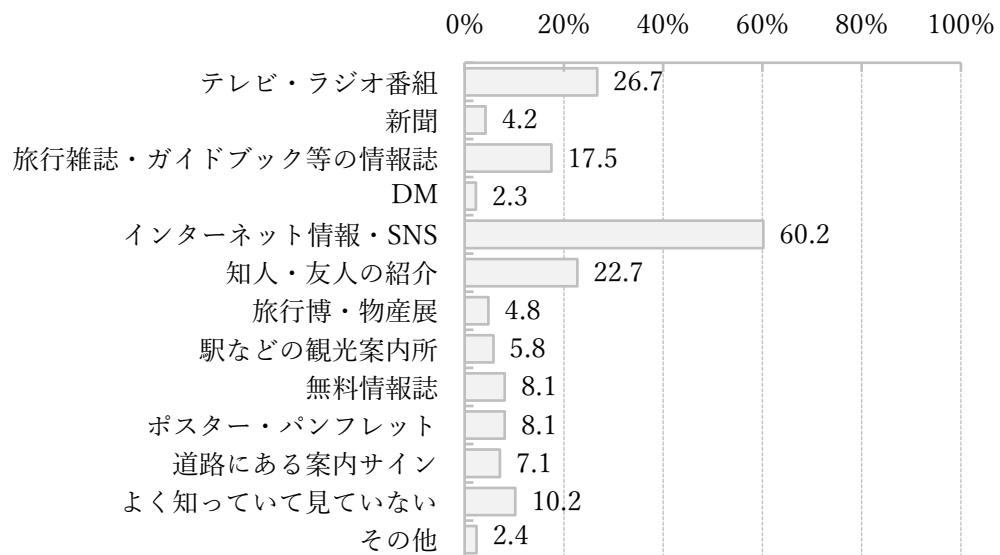
## ○ひたちなか市の名産品・お土産について味わってみたいもの

- ★魚介類、寿司・海鮮料理が6割、続いて4割の「ほしいも」が多い。



## ○ひたちなか市へ訪問する前の情報入手手段

★インターネット・SNS が 6 割と最も多く、次いでテレビ、ラジオ、口コミの順。



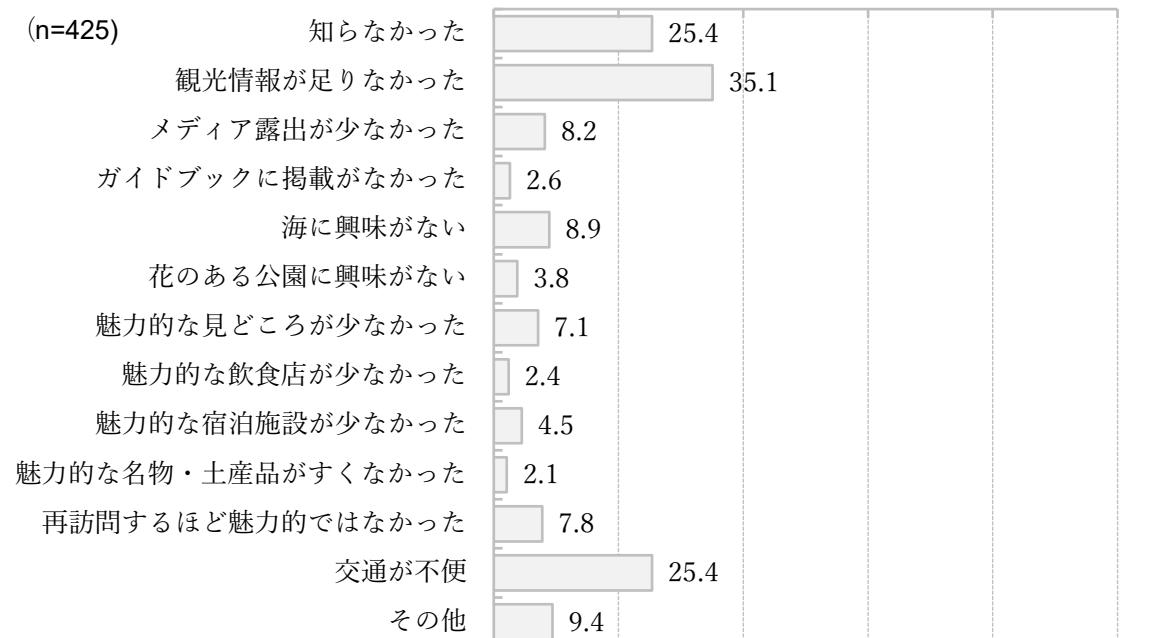
## ○ひたちなか市へ訪問しなかった理由（来訪経験なしの回答者対象）

★「観光情報が足りなかった」、「知らなかった」等、認知不足がみられた。

[Q7] 茨城県ひたちなか市へ訪問しなかった理由をお答えください。

(複数回答)

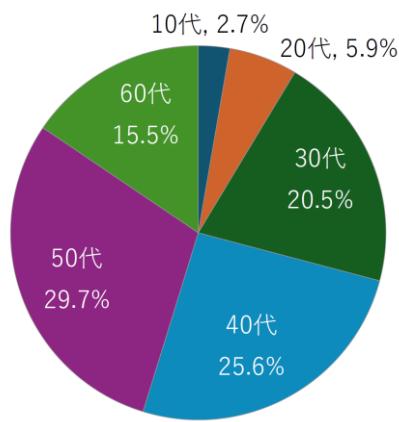
(n=425)



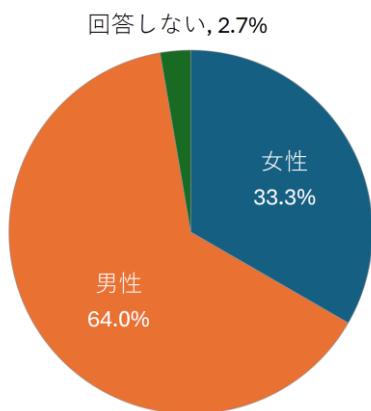
## (4) 市民アンケート調査

市報や市公式LINE等で告知を行い、「いばらき電子申請・届出サービス」を活用した市民アンケート調査を令和7年4月に実施した。(回答数: 219)

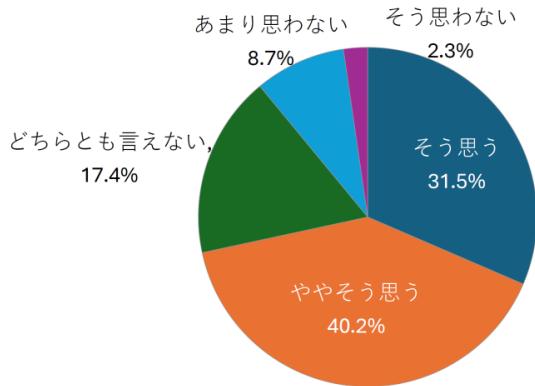
○年代



○性別

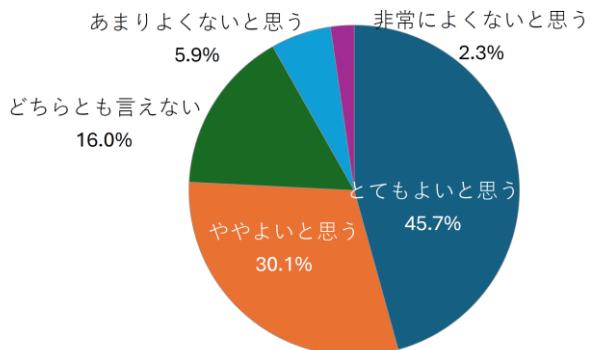


○ひたちなか市に魅力はあるか



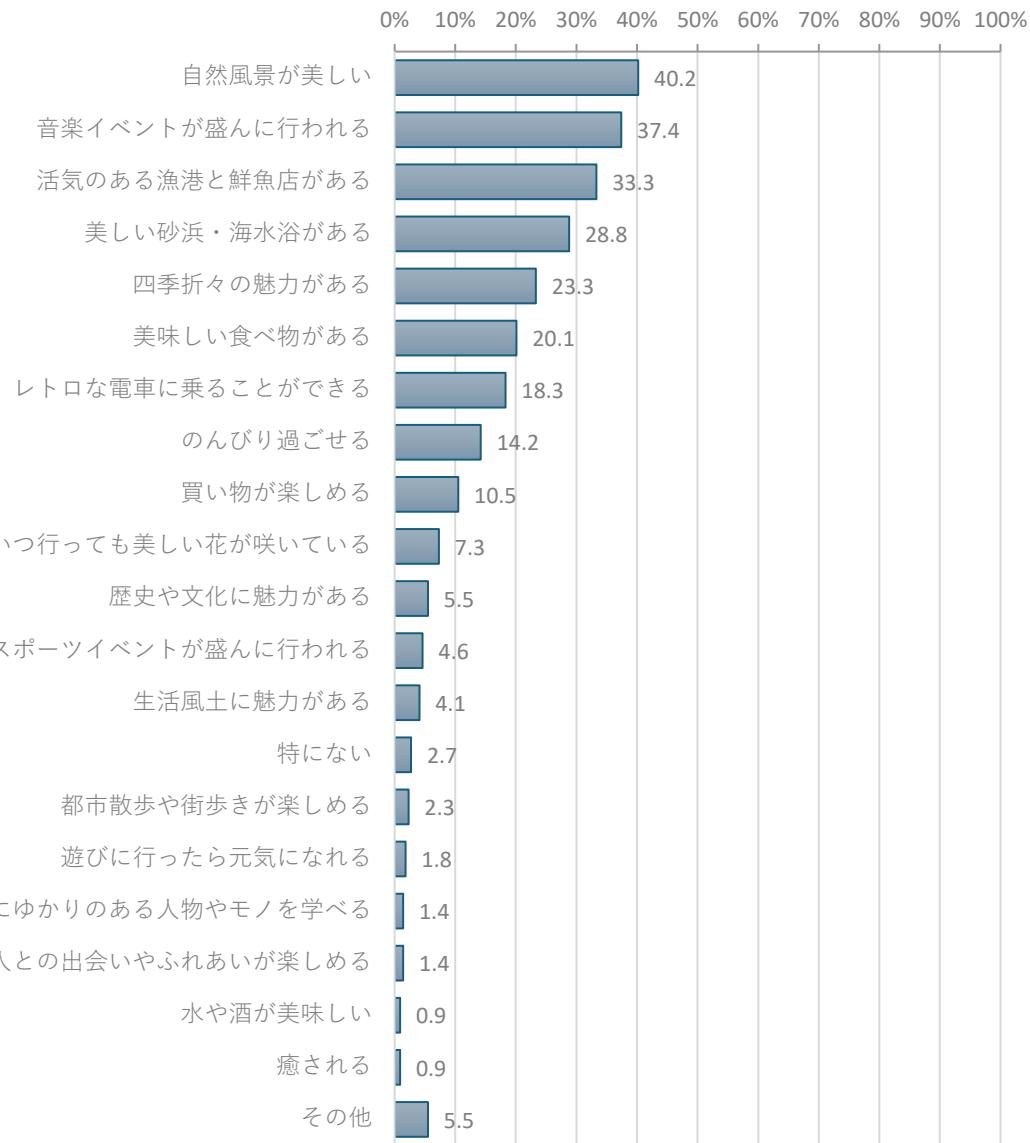
★ 7割を超える市民がひたちなか市に魅力を感じている。

○市外からの観光目的の来訪者が増えることについてどう思うか



★ 7割を超える市民が「とてもよいと思う」「ややよいと思う」と感じている。

## ○ひたちなか市のイメージについて



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

## (5) GPS 調査 (株)Agoop が提供するサービス「マチレポ」の GPS データを活用

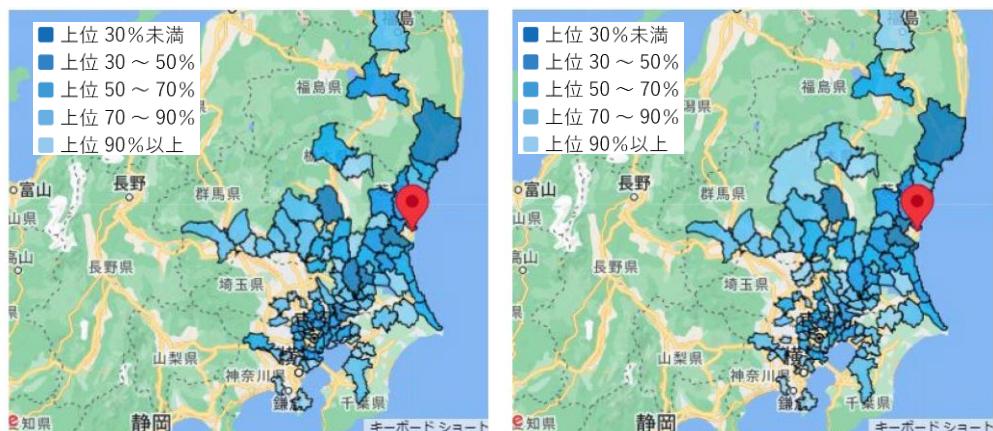
※居住地・勤務地：ひたちなか市を除く ※本市での滞在時間が 5 分～24 時間の方。

### ○居住距離別

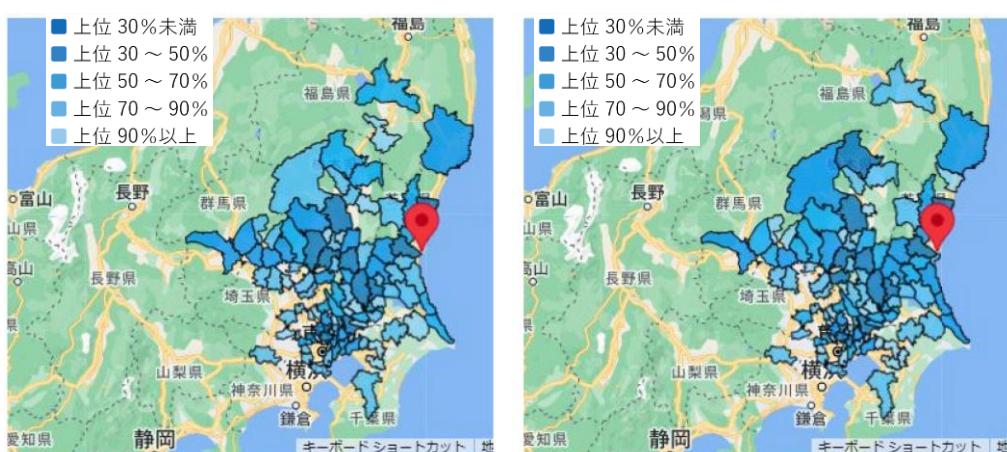


★国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場は、誘致圏が広い。

### ○来訪者の居住市町村マップ (国営ひたち海浜公園) 2024 年 1 月 1 日～12 月 31 日



### ○来訪者の居住市町村マップ (那珂湊おさかな市場) 2024 年 1 月 1 日～12 月 31 日



★JR や高速道路が通っている首都圏や近県や近隣市町村など、交通・アクセスの比較的整っている場所からの来訪が多い。

## (6) GPS 調査（インバウンドの情報）

株式会社 Agoop が提供するサービス「マチレポ」の GPS データを活用

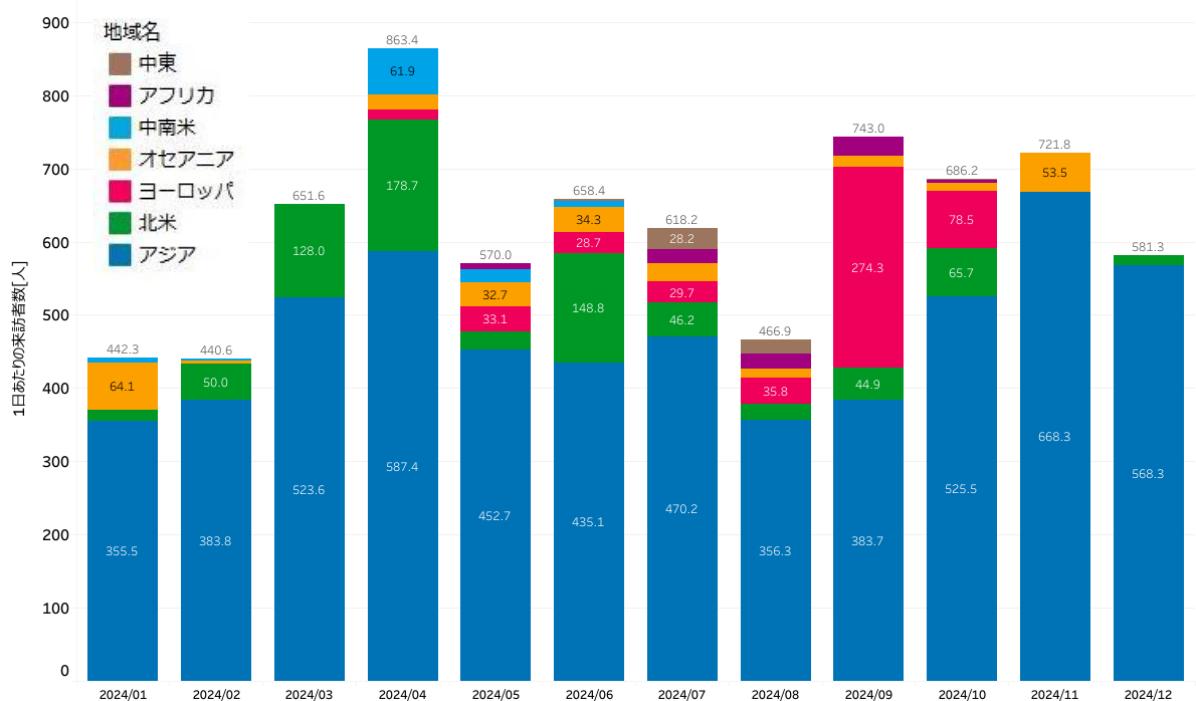
※中国は GPS データを把握できないため対象外。

※居住地・勤務地がひたちなか市の方を除外。

※本市での滞在時間が 5 分～24 時間の方。

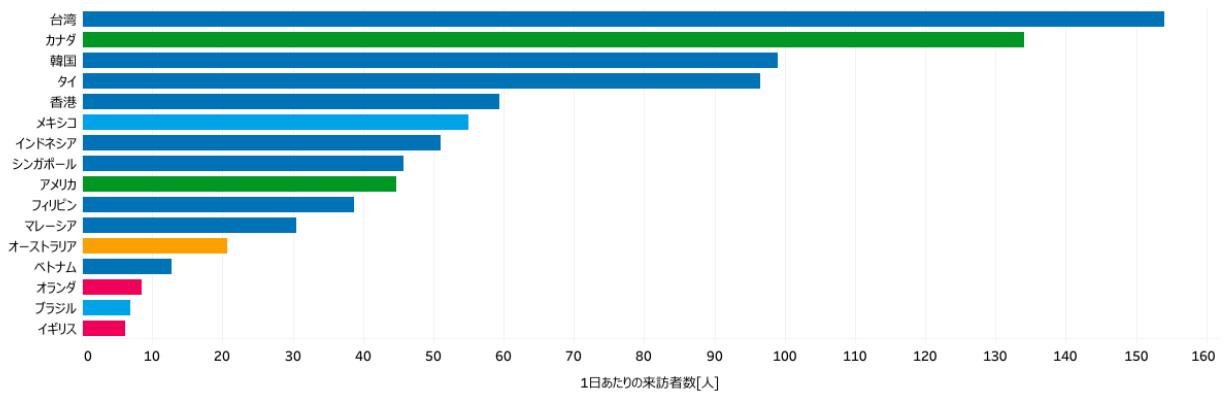
### ○月間滞在者数

★外国人滞在者数は 4 月に最も多く、アジアの割合が高い



### ○国別ランキング（2024年4月）

★各月でばらつきがあるが、1年を通じて台湾、韓国、タイの来訪者数が多い。



## (1) 市内のレンタサイクルの情報

観光客向けにレンタサイクルを実施している2つ事業者の情報を掲載しています。

### ●ひたちなかまちづくり会社 【R6年度実績：536台】

レンタサイクル tamariba/パーク & サイクル	
<b>運営期間</b>	通年
<b>実施時間帯</b>	平日 9:00~17:00 土日祝日 10:30~17:00
<b>受付場所</b>	平日 ひたちなかまちづくり株式会社（にこにこプラザ2階） 土日祝日 まちかど交流館「ふらっと」（にこにこプラザ1階）
<b>住所</b>	茨城県ひたちなか市表町8-8
<b>貸出台数</b>	・電動アシスト自転車 15台 1台1日：2000円 (18インチ10台・20インチ3台・26インチ2台)
<b>・料金</b>	・シティサイクル 26インチ3台 1台1日：1500円 ・クロスバイク 3台 1台1日：1500円
	※いずれも税込/保険料込/ヘルメット付
<b>その他</b>	・手荷物お預かりサービス（一般手荷物1個／日） 1個：1000円（税込）※レンタサイクル利用者は半額の500円（税込）

### ●ひたちなか海浜鉄道 【R6年度実績：1,310台】

みなとちゃんレンタサイクル	
<b>運営期間</b>	通年
<b>実施時間帯</b>	平日 7:00~19:00 土日祝日 8:30~17:30
<b>受付場所</b>	那珂湊駅窓口
<b>住所</b>	茨城県ひたちなか市湊本町19-8
<b>貸出台数</b>	電動自転車 30台 1台1日：1000円 (シティサイクルタイプ15台、スポーツタイプ10台、チャイルドシート付タイプ5台)
<b>・料金</b>	※税込/ヘルメット付
	【返却可能場所】
<b>その他</b>	・大洗町観光情報交流センター「うみまちテラス」 ・大洗シーサイドホテル

## (2) ホテル・旅館の収容人数（観光協会員・R5調査時点）

観光協会に加盟するひたちなか市内のホテル・旅館 50 施設の部屋数や収容人数に関するデータです。

### ●市内全体

市内全域（50 施設）				
和室	和洋室	S (シングル)	W (ダブル)	収容人数総数
444	26	667	260	3562 人
市内ホテル・旅館の部屋総数			1401 部屋	

### ●各エリア内訳

勝田地区（14 施設）				
和室	和洋室	S (シングル)	W (ダブル)	収容人数
60	9	667	260	1661 人
部屋数			996 部屋	
那珂湊地区（3 施設）				
和室	和洋室	S (シングル)	W (ダブル)	収容人数
43	0	0	1	217 人
部屋数			44 部屋	
平磯地区（3 施設）				
和室	和洋室	S (シングル)	W (ダブル)	収容人数
41	0	0	0	172 人
部屋数			41 部屋	
阿字ヶ浦・磯崎地区（30 施設）				
和室	和洋室	S (シングル)	W (ダブル)	収容人数
300	17	0	3	1512 人
部屋数			320 部屋	

## (3) 市内の公共交通等の現状（R7 時点）

公共交通	
常磐線	2 駅
湊線	11 駅
水郡線	2 駅
路線バス	バス停留所約 160
スマイルあおぞらバス	8 路線 バス停留所約 280
タクシー	
市内の営業所数	14 営業所

## ひたちなか市第3期観光振興計画策定の過程

### R6 調査及び懇談会（ひたちなか市第3期観光振興計画策定支援業務委託）

#### ■調査内容

観光実態調査 (現地アンケート調査)	海浜公園、おさかな市場、ファッショングルーズに訪れた来訪者を対象に、調査員が現地にて対面式のアンケート調査を実施。 ・回答者数：計 970
インターネット調査	株式会社マクロミルを活用し、登録モニターを対象に調査を実施。 ・回答者数：1,300
市民アンケート調査	市報及び公式 HP、公式 LINE で告知し、いばらき電子申請・届け出サービスを活用し調査を実施。 ・回答者数：219
GPS 調査	株式会社 Agoop の「マチレポ」を活用し、来訪者の携帯電話の GPS 情報を基に調査を実施。
観光関係者ヒアリング	宿泊施設や菓子店、交通事業者、観光協会など、市内 16 の組織・団体・事業所からヒアリング調査を実施。

#### ■事業推進懇談会（全 5 回開催）

市内の観光関連事業者や関係団体からなるワークショップ形式の懇談会を計 5 回開催し、計画の策定に向けた方向性や道筋の提案をいただいた。

### R7 計画の策定

令和 7 年 9 月 1 日	第 1 回策定委員会 ・委嘱状交付 ・新計画の骨子についての意見交換
令和 7 年 10 月 23 日	第 2 回策定委員会 ・新計画（案）についての意見交換

# ひたちなか市観光振興計画策定委員会 設置要綱

## (趣旨)

第1 この要項は、本市観光によるまちづくりの指針となるひたちなか市観光振興計画の策定に伴い、観光振興計画の審議を行うひたちなか市観光振興計画策定委員会（以下「委員」という。）の設置について、必要な事項を定めるものとする。

## (所掌事項)

第2 委員会の所掌事項は、次のとおりとする。

（1）ひたちなか市観光振興計画の策定に関すること。

（2）その他必要なこと

## (委嘱)

第3 委員会の委員は、観光に携わる学識経験者及び関係団体等から、市長が選任し委嘱する。

## (委員長及び副委員長)

第4 委員会に委員の互選により、委員長及び副委員長を置く。

2 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は欠けたときは、その職務を代理する。

## (会議)

第5 委員会の会議は、委員長が招集し、会議を主宰する。

2 委員長は、委員会の会務を総理し、会議の議長となる。

3 委員長が必要と認めるときは、第3に規定する以外の者を会議に出席させることができる。

## (設置期間)

第6 委員会の設置期間は、令和8年3月31日までとする。

## (謝礼)

第7 委員の職務については、無報酬とする。但し、委員長については、必要に応じて謝礼を支払う。

## (庶務)

第8 委員会の庶務は、ひたちなか市経済環境部観光振興課において処理する。

## (補則)

第9 この要項に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、別に定める。

## 付 則

この要項は、令和7年7月17日から施行する。

## ひたちなか市観光振興計画策定員会 委員名簿

(就任：令和7年9月1日 ※順不同)

所属	氏名	備考
国立大学法人茨城大学 人文社会学部 準教授	小原 規宏	委員長
ひたちなか市観光協会 会長 ひたちなか市インバウンド推進協議会 会長	海野 泰司	副委員長
ひたちなか商工会議所 会頭	柳生 修	
国土交通省関東地方整備局 国営常陸海浜公園事務所 事務所長	高村 幸夫	
ひたちなか海浜鉄道（株） 代表取締役	吉田 千秋	
東日本旅客鉄道（株） 勝田統括センター 所長	林 一夫	
茨城交通（株） 執行役員運輸部長	飛田 潔	
（一財）公園財団 ひたち公園管理センター 管理センター長	緒方 京一	
那珂湊漁業協同組合 参事	大津 直也	
磯崎漁業協同組合 参事	小林 義則	
常陸農業協同組合 長砂ファーマーズマーケット ここすな 店長	山井 祐樹	
ひたちなか商工会議所青年部 会長	中村 将人	
（一社）ひたちなか青年会議所 理事長	岡部 綾太	
（株）JRS 代表取締役	萩谷 樹莉	
ひたちなかまちづくり（株） チーフプランナー	林 千秋	
（一社）アジラボ 代表理事	小池 伸秋	
ひたちなか市経済環境部 部長	松本 竜宝	
オブザーバー		

所属	氏名
茨城県営業戦略部観光誘客課 課長補佐	菊池 克哉
茨城県営業戦略部観光戦略課 課長補佐	内田 裕介
（株）リクルート エリアプロデューサー	坪内 克徳

令和 7 年 1 月  
ひたちなか市経済環境部観光振興課