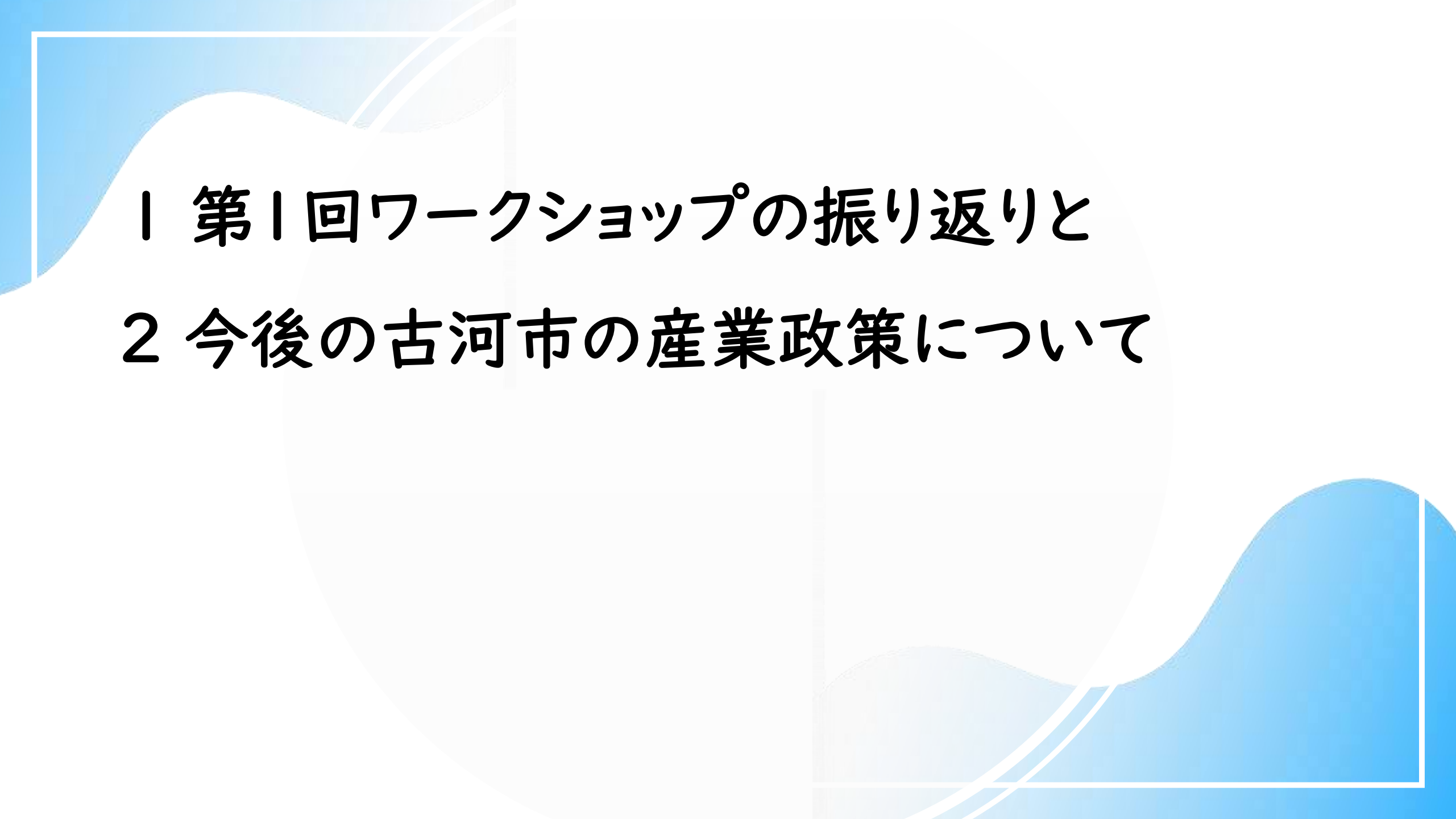




第1回ワークショップの振り返りと 今後の古河市の産業政策について

古河市産業ビジョン策定ワークショップ(第2回)
～古河市を稼げる地域へ～

令和8年3月24日(火)
場所:山水はなももプラザ

- 
- 1 第1回ワークショップの振り返りと
 - 2 今後の古河市の産業政策について

目次

1 第1回ワークショップの振り返り

(1) 定量データによる分析結果

RESASや統計データから見えた現状と課題

(2) 定性情報による分析結果

現場から見える現状と課題

(3) 定量データ×定性情報から見える現状と課題

(4) 課題への取り組み方向性

2 今後の古河市の産業政策について

Ⅰ 第Ⅰ回ワークショップの振り返り

第Ⅰ回

時期

2026年2月17日

WSのゴール

■ 商工業／農業／観光および横断的な課題が明らかになっている

WS
コンテンツ

■ RESASおよび各種統計情報の現状分析共有
【主な分析テーマ】
地域経済循環、人口、観光、産業、農業

■ 3テーマおよび横断的な現状・課題の議論

第2回

2026年3月24日

■ 3テーマおよび横断的な方向性・取り組みが整理できている

■ 産業ビジョンの方向性が示されている

■ 3テーマおよび取り組みの方向性の議論

■ 上記を踏まえた産業ビジョン全体の方向性に関する議論

Ⅰ 第Ⅰ回ワークショップの振り返り

第Ⅰ回

時期

2026年2月17日

WSのゴール

■ 商工業／農業／観光および横断的な課題が明らかになっている

WS
コンテンツ

■ RESASおよび各種統計情報の現状分析共有
【主な分析テーマ】

地域経済循環、人口、観光、産業、農業

■ 3テーマおよび横断的な現状・課題の議論

第2回

2026年3月24日

■ 3テーマおよび横断的な方向性・取り組みが整理できている

■ 産業ビジョンの方向性が示されている

■ 3テーマおよび取り組みの方向性の議論

■ 上記を踏まえた産業ビジョン全体の方向性に関する議論

(1) 定量データによる分析結果

RESASや統計データから見えた現状と課題



古河市の人口動態

古河市の人口（転入・転出）

転出超過
(+319人)



出典：「RESAS地域経済分析システムー人口マップ-社会増減分析」

自然増減・社会増減の推移

社会増



日本人のみ

1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008



外国人を含む

2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

出典:

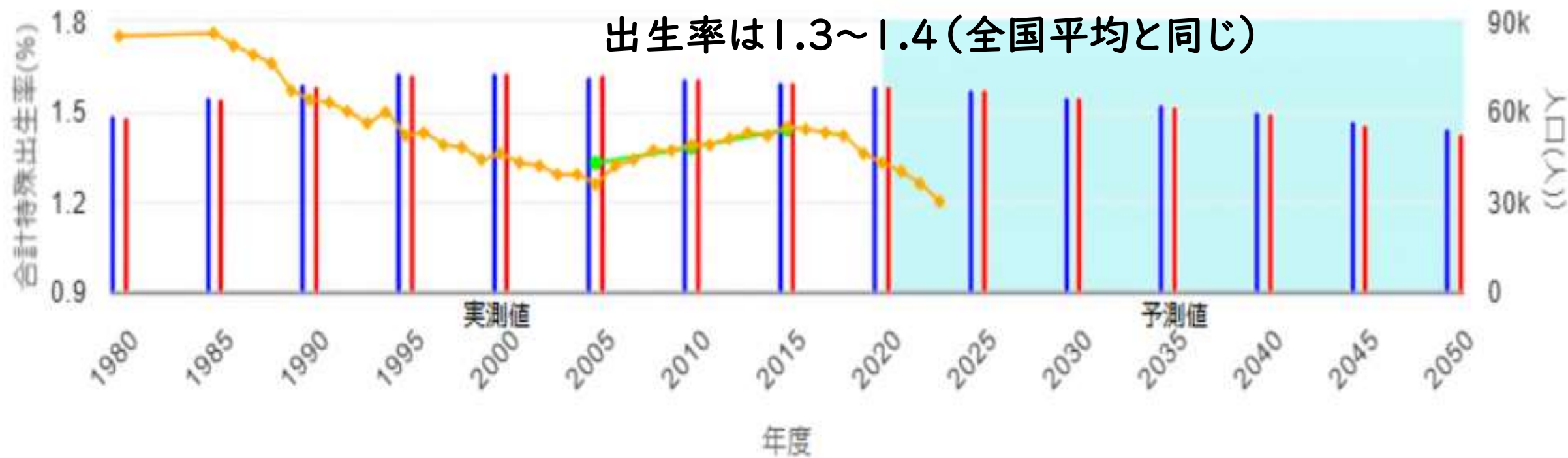
1. 厚生労働省「人口動態調査」図

2. 総務省「住民基本台帳人口移動報告」図

● 自然増減数 ● 社会増減数 ● 人口増減数

合計特殊出生率と人口推移

出生率は1.3~1.4(全国平均と同じ)

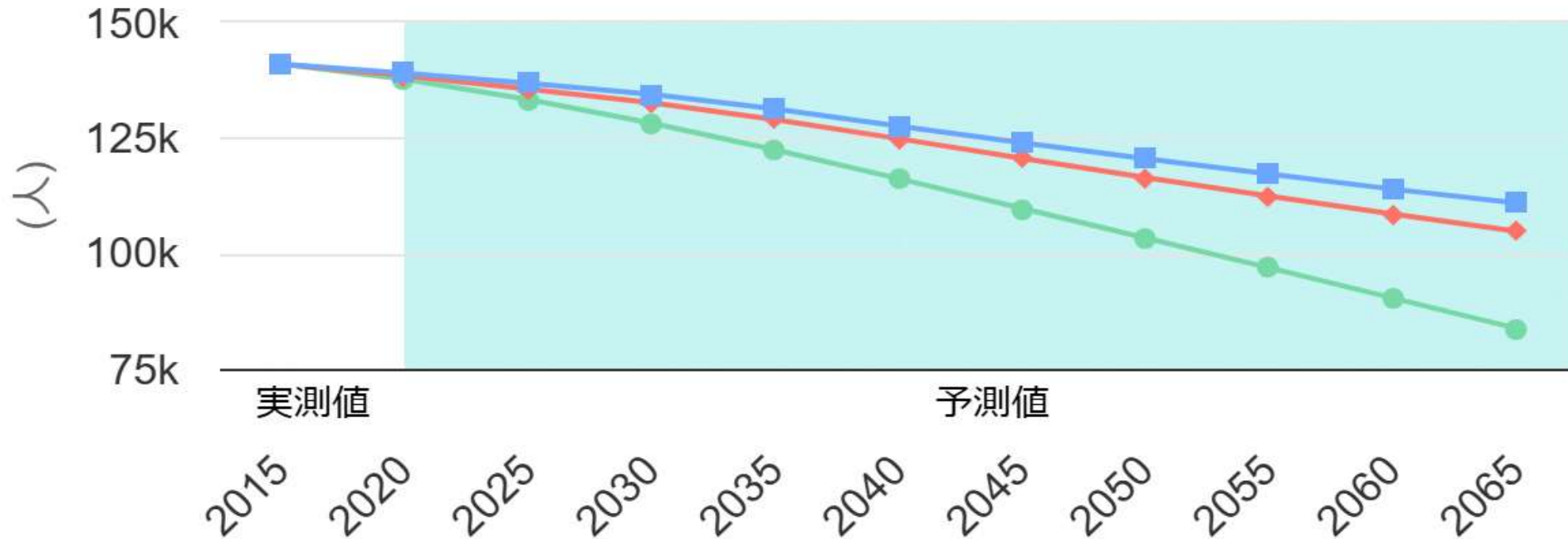


● 男性人口 ● 女性人口 ● 合計特殊出生率 ● 合計特殊出生率(全国平均)

出典:

1. 総務省「国勢調査」
2. 厚生労働省「人口動態調査」
3. 国々社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

総人口推計



● 緑のグラフ（出生率が変わらず移動が一定程度縮小した場合） 140,946人→83,692人

◆ 赤のグラフ（出生率のみ2.07まで改善した場合） 104,770人

■ 青のグラフ（出生率が2.07かつ社会増減0になった場合） 110,870人

出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づき、まち・ひと・しごと創生本部作成

古河市の地域経済循環

地域経済循環分析

2022年

指定地域:茨城県古河市

地域経済循環率
99.8%

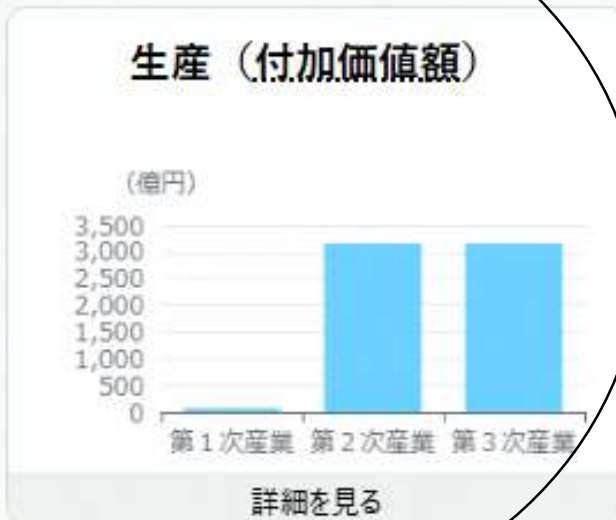
所得への分配
6,390



所得からの支出
6,404

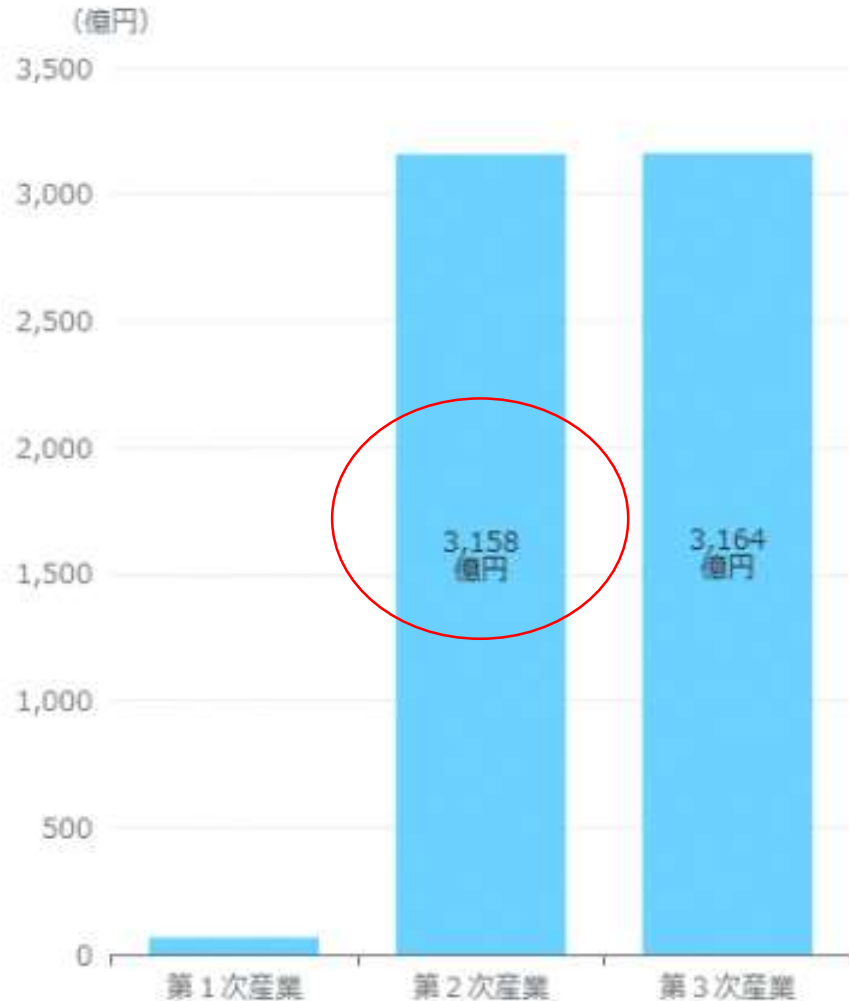


支出による
生産への還流
6,390



出典:「RESAS地域経済分析システムー地域経済循環分析」

地域経済循環分析(生産:付加価値額)



2022年
推定地域:茨城県古河市

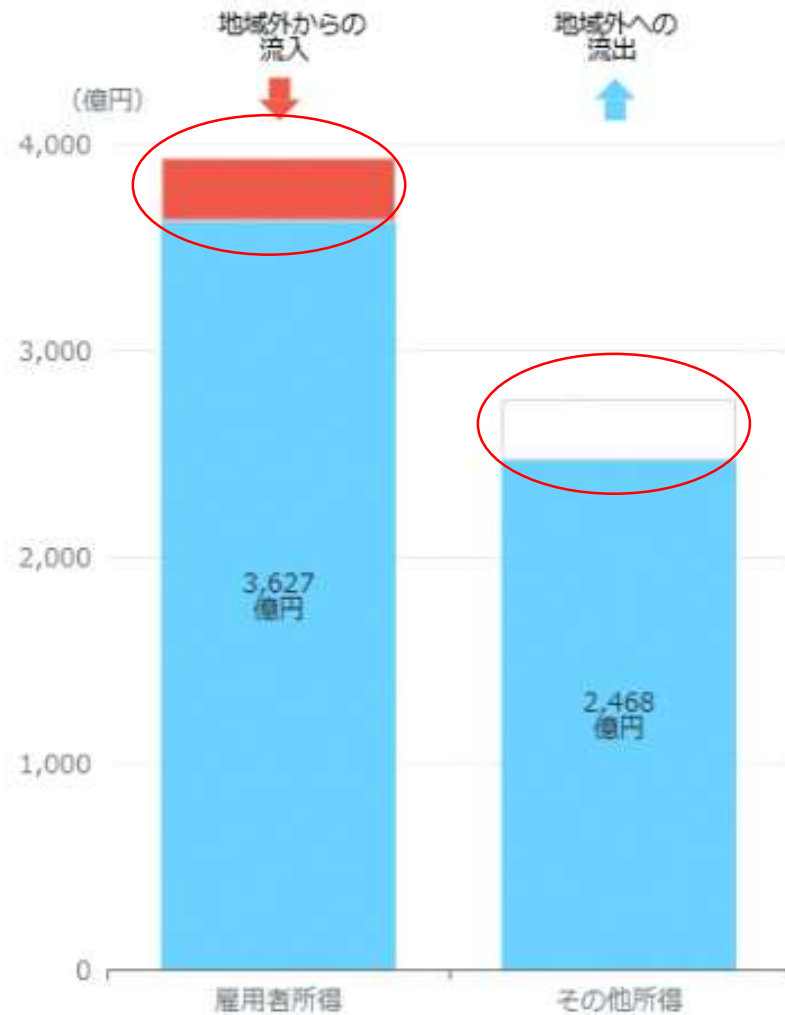
第1次産業で68億円

第2次産業で3,158億円

第3次産業で3,164億円

出典:「RESAS地域経済分析システムー地域経済循環分析」

地域経済循環分析（分配：所得）



1人あたりの雇用者所得は
285万円

出典：「RESAS地域経済分析システムー地域経済循環分析」

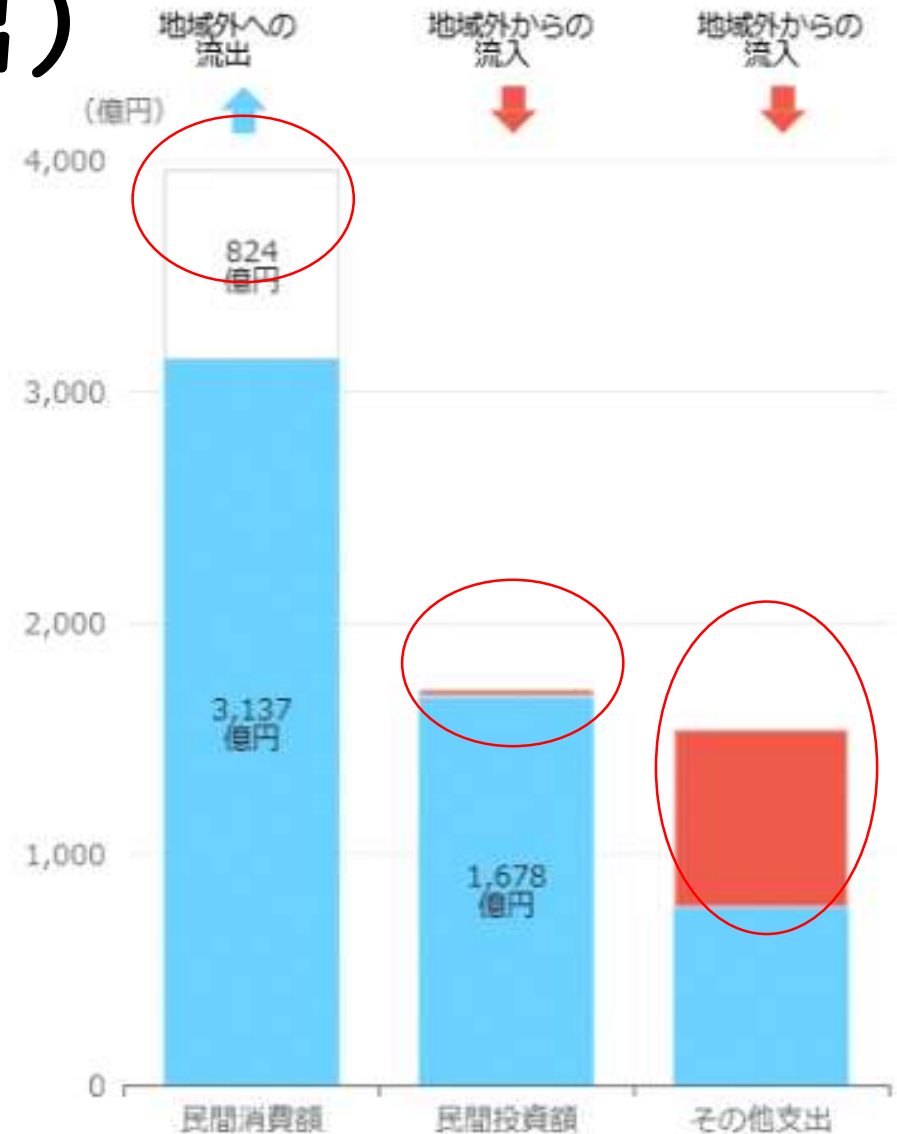
地域経済循環分析（支出）

2022年

推定地域：茨城県古河市

民間消費で824億円流出

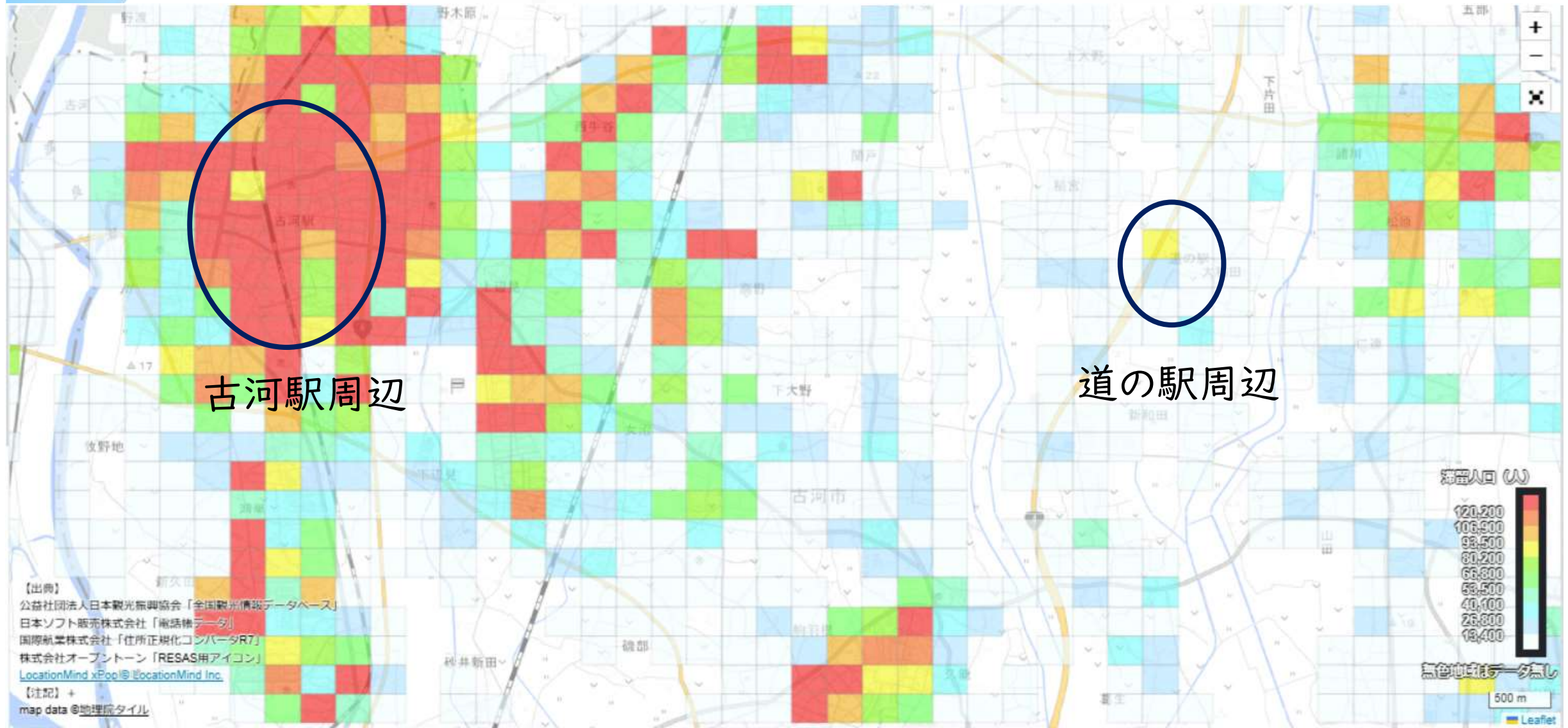
民間投資で34億円流入
その他支出で776億円流入



出典：「RESAS地域経済分析システムー地域経済循環分析」

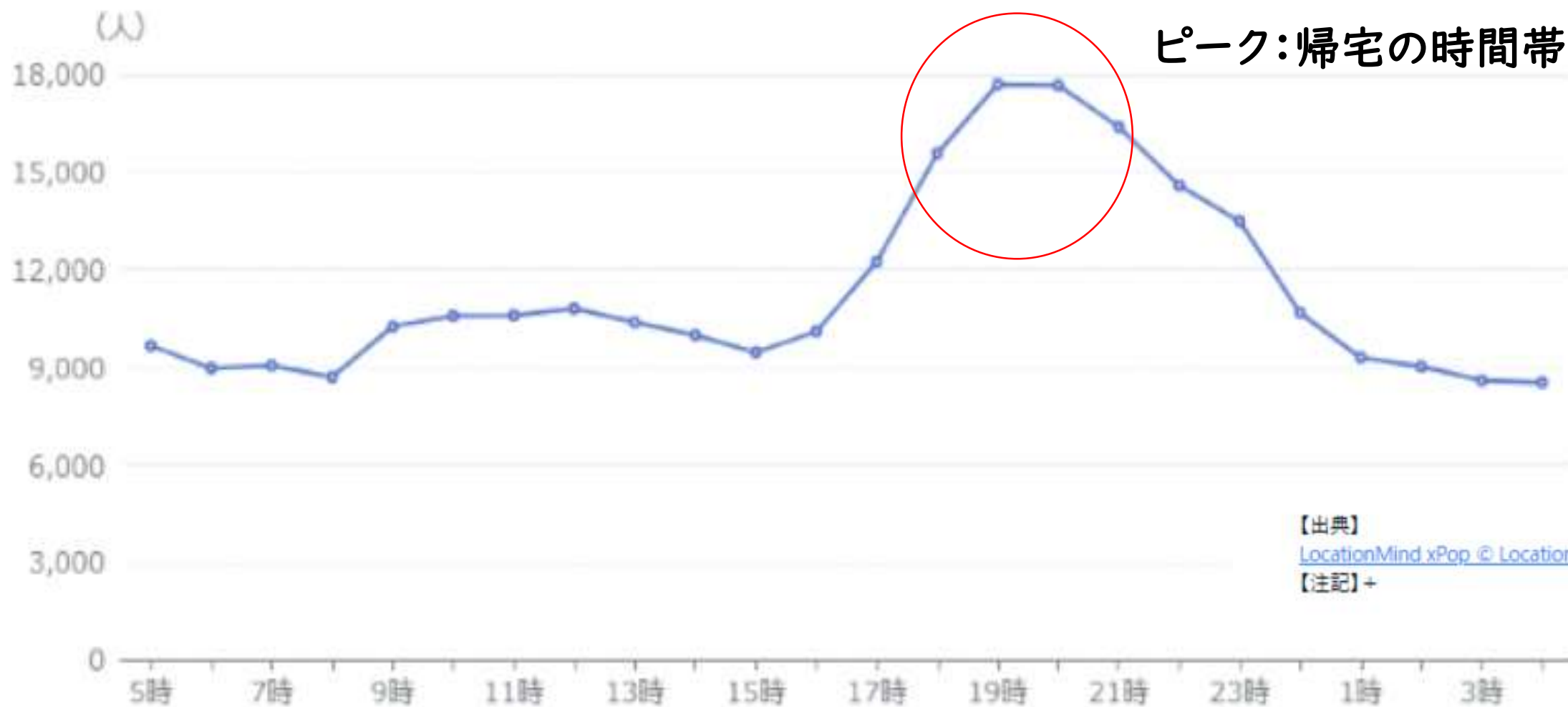
古河市の観光

古河市の滞留人口



古河駅周辺 滞留人口の推移（時間）

● 選択メッシュ

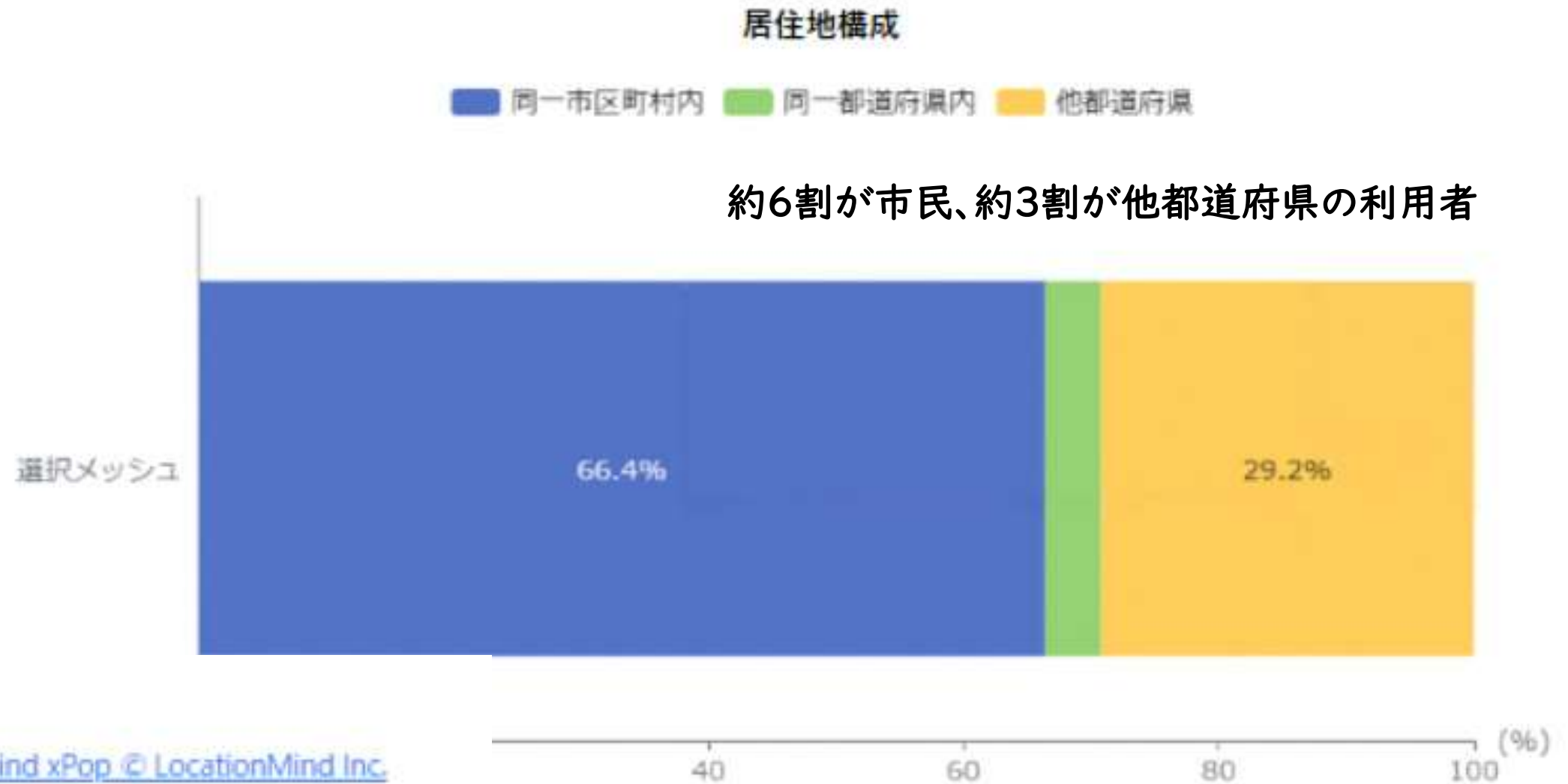


【出典】

[LocationMind xPop © LocationMind Inc.](#)

【注記】+

古河駅周辺 居住地構成のグラフ

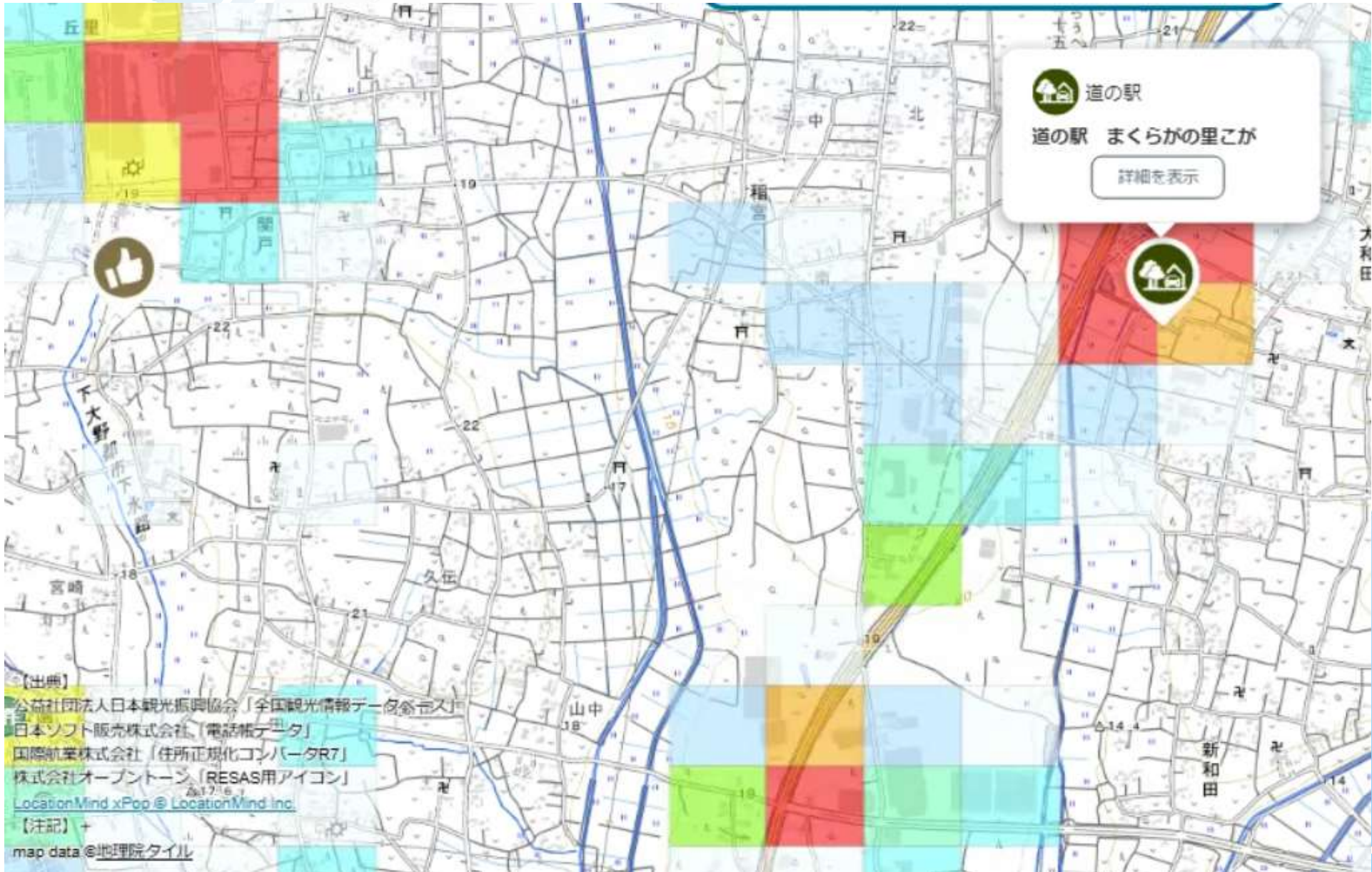


【出典】

[LocationMind xPop © LocationMind Inc.](#)

【注記】+

道の駅周辺のヒートマップ



道の駅周辺滞留人口

滞留人口の時間別推移

2024年 すべての月 すべての日 250mメッシュ
(すべての性別、すべての年代、同一都道府県内・他都道府県)



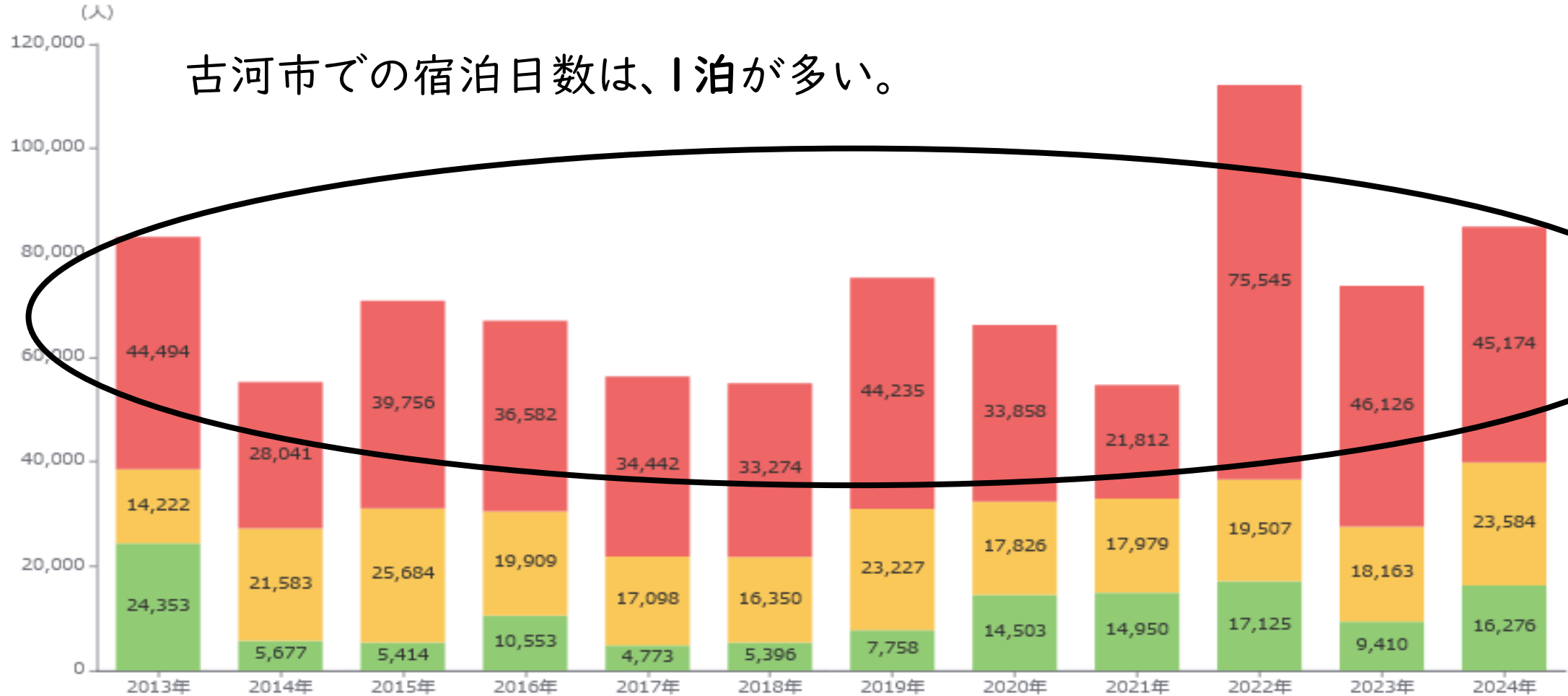
宿泊者数（宿泊日数別）

属性別の延べ宿泊者数（総数）の推移

茨城県古河市

宿泊日数別

1泊 2・3泊 4泊以上 不明



出典：「RESAS地域経済分析システムー観光マップー宿泊者分析」

古河市の商工業

古河市産業構成割合

業種	従業員数	構成割合
製造業	8,802人	25.2%
卸売り、小売り業	5,652人	16.1%
医療、福祉	5,030人	14.4%
建設業	3,360人	9.6%
運輸業、郵便業	2,941人	8.4%

業種	事業所数	構成割合
卸売り、小売り業	1340	25.2%
建設業	755	16.1%
製造業	658	14.4%
宿泊業、飲食サービス業	582	9.6%
生活関連サービス、娯楽業	564	8.4%

出典：「RESAS地域経済分析システムー産業構造分析ー経済センサス活動調査」

付加価値額（修正特化係数・産業別）

茨城県古河市・2018年・第二次産業 輸送用機械

修正特化係数は、輸送用機械が最も高く、9.96となっています。次いで金属製品が2.40、食料品が1.80となっています。



影響力・感応度分析

第一象限に着目

その他、第Ⅰ象限にある産業は、
情報通信業、鉄鋼、化学、食料品、
パルプ紙・紙加工などがあげれます。

第Ⅱ象限

化学
影響力指数: 1.04
感応度係数: 1.11

食料品
影響力指数: 1.04
感応度係数: 1.08

第Ⅰ象限

情報通信業
影響力指数: 1.03
感応度係数: 1.18

鉄鋼
影響力指数: 1.05
感応度係数: 1.15

輸送用機械
影響力指数: 1.14
感応度係数: 1.09

第Ⅲ象限

第Ⅳ象限

パルプ紙・紙加工
影響力指数: 1.05
感応度係数: 1.07

古河市の農業

農家の概要

農業経営体総数

(単位:経営体)

県と全国並み

	2015年 (a)	2020年(b)	差 (b-a)	比率(b/a)
古河市	1,736	1,355	▲381	78%
茨城県	57,989	44,852	▲13,137	77%
全国	1,377,266	1,075,705	▲301,561	78%

出典:農林業センサス、農林業経営体調査報告書より抜粋

農家の概要

農業経営体数(団体経営体)

(単位:経営体)

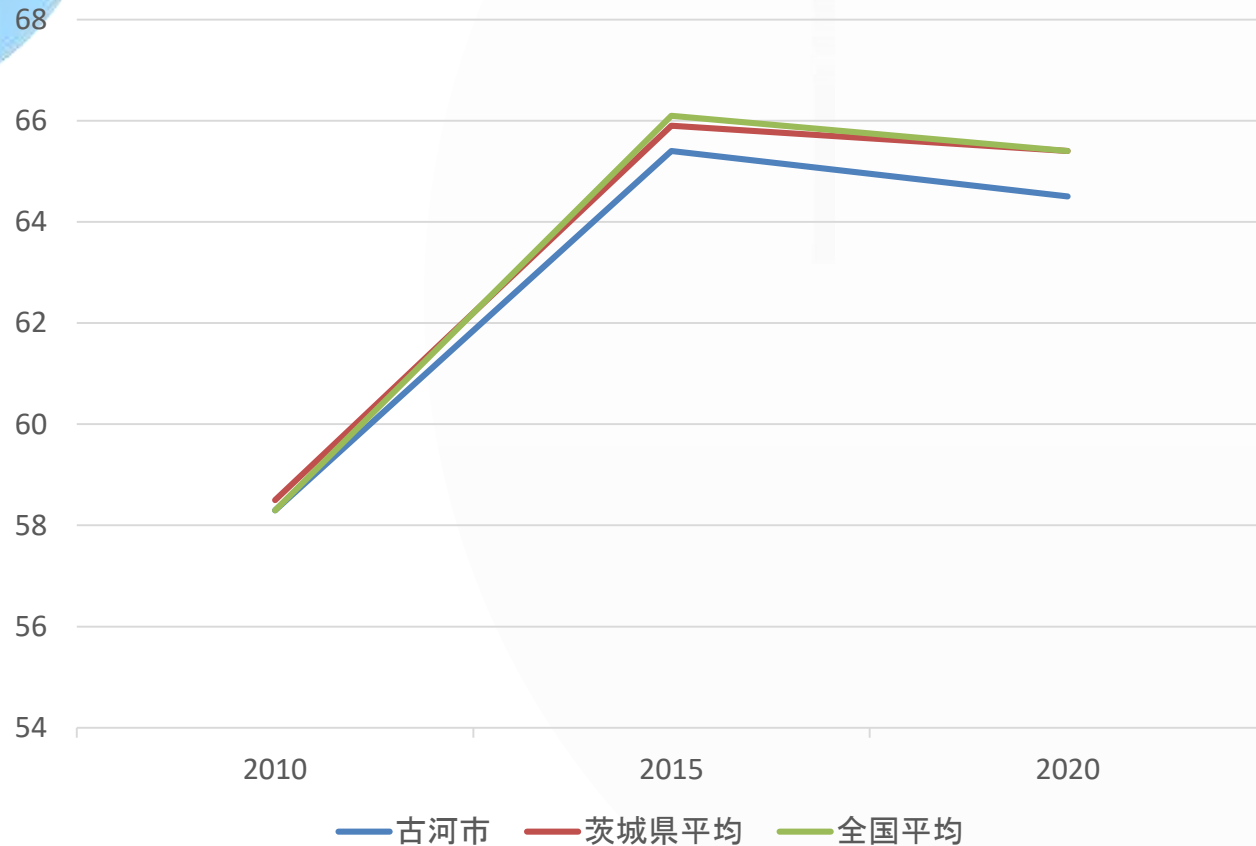
全国的に増加傾向

	2015年 (a)	2020年(b)	差 (b-a)	比率(b/a)
古河市	17	24	7	141%
茨城県	641	843	202	132%
全国	32,979	38,363	5,384	116%

出典:農林業センサス、農林業経営体調査報告書より抜粋

農家の概要

農業者の平均年齢（単位：歳）



	2010年	2015年	2020年
古河市	58.3歳	65.4歳	64.5歳
茨城県平均	58.5歳	65.9歳	65.4歳
全国平均	58.3歳	66.1歳	65.4歳

出典：農林業センサス、農林業経営体調査報告書より抜粋

販売を目的とした農産物の作付状況

古河市の作付面積

1位	水稻	1,071ha
2位	キャベツ	665ha
3位	レタス	437ha
4位	はくさい	278ha

葉物野菜が作付面積の中心

出典：農林水産省、統計情報、わがマチわがムラより

(1) 定量データによる分析結果まとめ

人口動態

- ①若年層が流出
- ②出生数が減少
- ③高齢化の進行

地域経済循環

- ①第2次産業の付加価値額が高い
- ②雇用者所得（1人あたり）は1741市区町村中192位
- ③地域外への流出と流入の差は-14億円（流出）

観光

- ①短期滞在者が多い
- ②滞在コンテンツ不足
- ③誘客に結びつく導線が弱い
- ④地域の消費の広がりが限定的

商工業

- ①製造業は付加価値が高く、従業員数も多い
- ②事業所別にみると卸売業・小売業が多い
- ③稼ぐ力が強いのは輸送用機械
- ④第二、第三の地域の核となる産業の育成、誘致

農業

- ①農家数、耕地面積の減少
- ②高齢化による労働力の低下、後継者不足
- ③団体経営が増加
- ④葉物野菜が作付面積の中心
- ⑤農業の高付加価値化

(2) 定性情報による分析結果

現場から見える現状と課題

定性情報の必要性

定量データ

定性情報

定量×定性
組み合わせ

現場の声

より実情にあった施策につなげるため



現状（定量・定性）

課題

取組の方向性

域外需要の
獲得

地域内循環の
強化

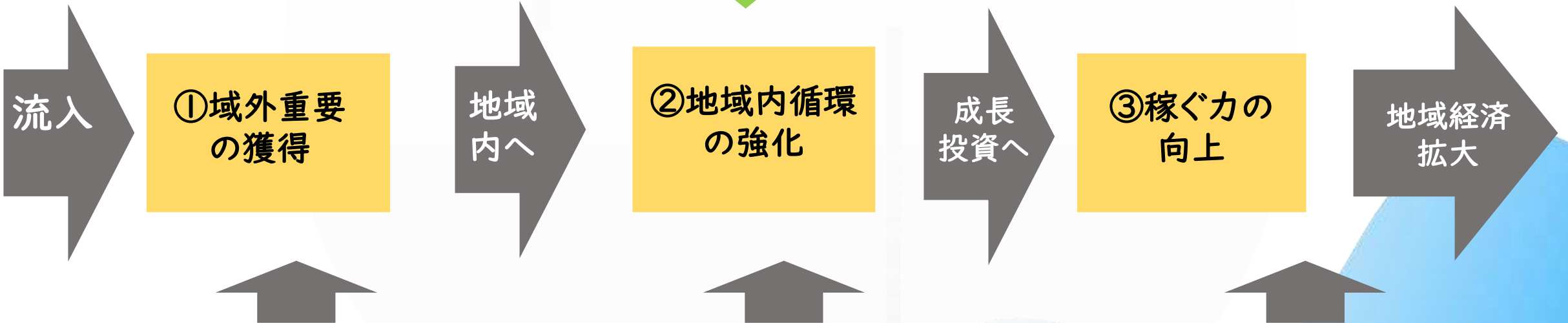
稼ぐ力
をあげる

推進基盤
の整備

稼げる古河市



地域経済の最大化



④推進基盤の整備

ワークショップ参加者

- ・古河商工会議所
- ・古河市商工会
- ・茨城むつみ農業協同組合
- ・古河市観光協会
- ・古河市役所
(産業戦略課、観光物産課、農政課)

観光 ・I泊利用は、ビジネス中心と推測 ・各機関の連携強化 ・市外観光拠点の増加

- ・イベント開催による交流人口の増加(一時的)
- ・地元消費ミュージアムゾーンは駅誘致・整備
- ・観光自転車
- ・イベント開催
- ・バス会社へのPR
- ・継続的な消費の動線設計
- ・大型商業施設・文化施設の
- ・平日は古河市内で買い物するが、土日は埼玉や栃木、群馬など市外へ
- ・1人宿泊が多い

・継続的な消費・交流を生む導線設計

- ・駅周辺の店舗(スーパー)は減少
- ・観光目的で古河に来る人は少ない
- ・人の来るミュージアムゾーン、遊水地周辺に飲食、物販施設がない
- ・市民が市外で消費する傾向が高い
- ・歴史資源や特産品(HARIO)ガラスを生かしたターゲティング
- ・SNSを利用したPR
- ・滞留を促す仕掛けが弱い
- ・マストなお土産がない
- ・市外から働きに来る人は多いが、市内での消費が少ない
- ・オリジナル商品の開発
- ・インバウンド獲得
- ・出城のモリ
- ・市内での消費を促す施設や観光コンテンツ不足
- ・スポット間の連続性不足
- ・インバウンド対応コンテンツの造成
- ・サウナに特化した企画
- ・秋あんどん
- ・ターゲット(高所得者・インバウンド等)の明確化
- ・イベントボランティアの活用
- ・はなももアフタヌーンティー
- ・東京から1時間のアクセスだが、1日で回れる観光地しかない
- ・イベントのブラッシュアップ
- ・ミュージアムゾーン、遊水地への導線が見えない 土手から市内に導けない
- ・花火大会ツアー造成
- ・観光客は回復傾向だが、担い手不足と二次交通に課題
- ・古河の魅力磨き上げ
- ・スピード感強化

商工業 ・民間投資額、その他支出では地域外から4,580億円流入

・イベント開催による交流人口の一時的な増加 ・通勤場所

・滞留人口は、道の駅に依存 ・民間消費額は、2,22億円が地域外へ流出 ・滞在コンテンツ不足 ・消費が限定的

・アニメイベントを実施 ・ファミリー層を域外から呼び込めてない

・市外で消費

・回遊できる導線

・目玉となるものがない

・駅西口の滞留人口は限定的

・文化、歴史がある

・投資したいものがない ・人が回遊できる導線不足

・東京から1時間のアクセスだが、
1日で回れる観光地しかない

・市民にとっては、ベッドタウン

・空き店舗活用

・駅西口周辺はシャッター店舗が多い

・ショッピングモールやレジャー施設が少ない

・商工会・商工会議所での連携

・民泊事業者が増えている

・ふるさと納税返礼品（HARIOガラス製品等）は

域外で人気

・地場産業育成 ・買い物は都内やネット

・事業承継問題は表面化しにくい ・後継者、若手人材の確保が困難

・市民の消費傾向は、日用品は平日市内で消費。それ以外は市外で消費。

・人材不足

・ポテンシャルはある

・産業用地開発

・地元消費への循環が弱い

・製造業のポテンシャルが高い

・大学が無い

・創業・事業承継のPR不足

・古河のブランド認証 ・古河のブランド認証

・人を呼び込む魅力的な商業施設がない

・駅周辺の店舗（スーパー）は減少

・立ち寄るだけの魅力がない

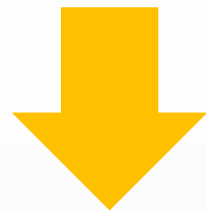
・立ち寄場所や目的地などの導線がない

・支出流出入率が、△41.8%、全国で1,694位、下から48番目

地域資源のブランド化・磨き上げ（インバウンドも視野に）

農業・農業従事者の高齢化・減少・外国人の参入で、地域資源の磨き上げが不十分
・地域内の事業者と連携を深める・作業効率化法人は増加傾向
・ブランドの強化及びPRの拡大・地産地消の推進
・付加価値が限定的・スマート農業
・生産性向上
・環境整備と人材育成・県青果物銘柄産地4種・古河ブランド
・補助事業の活用
・市場への出荷が最多・道の駅（直売所）以外で市内産農産物が購入できない
・耕作地情報の共有ことから、域外需要への対応が限定されている・外国人受け入れの強化更なる基盤整備
・農業を行うために移住する若者もいる
・県アンテナショップ、各種物産展への出店・加工販売など新たな販路拡大・総和・三和地区は農業が盛ん
・ふるさと納税返礼品・大規模農家は、JAや民間市場へ出荷・設備投資が難しい・品質の良い野菜をPRしていく
・道の駅での販売・物価高騰のため、収入減が少なく域内だけではどうにもできない・平均年齢64.5歳
・県外の関東や東北での野菜の需要はあるが、現状海外等には目が向いていない
・農業資材が欲しくても買えないため、補助事業が無いと何もできない・今後日本人以外の受け入れを積極的に行う
・地元産品の流通が域外中心・担い手不足
・経営継承への補助・3位が小売業・付加価値が限定的・地元企業との連携不足・県銘柄推進産地2種
で、
・農業の担い手（若手）の育成、外国人材の活用、第三者承継の仕組みと整備・第三者に譲る
・地元循環が重い
・直売所や道の駅での販売・地元野菜を置く（商工×農業の連携）・後継者不足・事業承継機会の創出

約240の意見



まとめ

観光

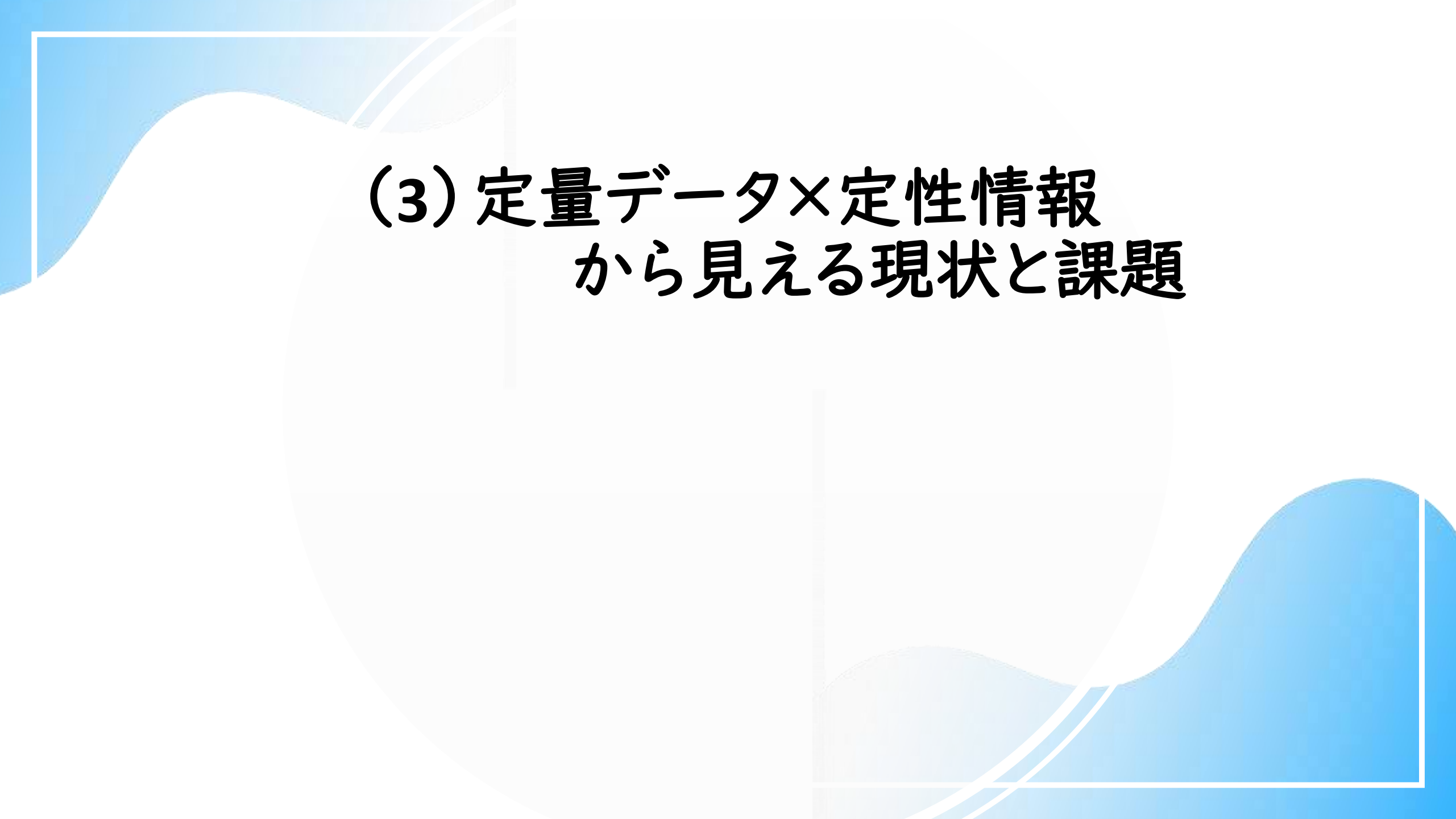
- ①継続的な消費・交流を生む導線設計
- ②市内での消費を促す施設や観光コンテンツ不足
- ③東京から1時間のアクセスだが、1日で回れる観光地しかない
- ④古河の魅力磨き上げ

商工業

- ①市外で消費
- ②駅西口周辺はシャッター店舗が多い
- ③製造業のポテンシャルが高い
- ④人材不足

農業

- ①農業を行うために移住する若者
- ②付加価値が限定的
- ③地元産品の流通が域外中心で、地元循環が悪い
- ④農業の担い手（若手）の育成、外国人材の活用、
第三者承継の仕組みと整備



(3) 定量データ×定性情報 から見える現状と課題

意見を集約したワークシート

ワークシート			現状(定量・定性)	課題	取組の方向性
商工業	域外需要の獲得	関係交流人口・域外売上・投資で外貨を断続的に獲得(ヒト・カネを地域に呼び込む)	○民間投資額、その他支出では域外から4,580億円流入 ○民間消費額は、2,220億円が域外へ流出 ○支出流出率が、-41.8%、全国で1694位、下から48番目 ○ショッピングモールやレジャー施設が少ないため、ファミリー層を域外から呼び込むに至っていない ○滞留人口は道の駅の開業時間に依存 ○アニメイトを実施 ○文化・歴史がある ○海外サイトを利用した民泊事業所が増えてきている ○対流人口は道の駅に依存 ●ふるさと納税返礼品(HARIOガラス製品等)は域外で人気	○市民が市外で消費 ○域外から域内に呼び込むような魅力的な店舗が少ない ○イベントの開催に合わせた市内の店舗が参加する仕組みづくり ○現物などの目玉となるものがない ○滞在サービスの不足 ○市内に一定数、安定的に人を呼び込む、中核となる大型ショッピングセンター等の商業施設や、公共施設がない。	○通勤通学者に市内消費してもらえる場所を増やす。 ○立ち寄りやすい環境づくり。 ○市民が誘われる、市外から来てみたくなる、付加価値の抽出、PR ○道の駅にきた市外からの来場者を市内に誘導し、お金を落としてもらうような仕組みづくりが必要か。 ○地域資源のブランド化 ○商業施設の誘致 ○市内の店舗とイベントが一体となり消費を促していく ○きっかけ作りの掘り起こし ○継続的に続けられるもの ○古河市公会堂構想
	地域内循環の強化	域内で調達と再投資でお金の流出を抑制。関係交流人口の回遊性を高める(ヒト・カネを地域内でまわす)	○市民にとってはベッドタウン ○就労者にとっては通勤場所(マイカー) ○多くの市民がショッピングモールでの買い物やレジャーなどに市外の施設を利用している。 ○駅西口は空き店舗が増えており、人の滞留はあるが、消費は限定的 ○駅西口の滞留人口は限定的	○立ち寄りやすい場所はスーパー、ドラッグストア ○業務後に立ち寄るだけの魅力がない ○立ち寄りにくい環境(駐車場、店舗離散) ○大きなお金が動く魅力的なモールや店舗が少ない。 ○地元へ大型店がないので他地域へ消費が流出 ○空き店舗の活用 ○人が回遊できる同線 ○空き店舗対策はまだ効果的に機能しているとは言えない ○市民の消費傾向については、日用品は平日市内で消費、それ以外は週末市外に出て行き買い物するのが一般的。 ●地元消費への循環が弱い	○店舗の密集化 ○市内に複数拠点(しほり?) ○付加価値の抽出 ○販売者、消費者以外の人口を増やす(オフィス、学生) ○地域内での購買行動を促進するインセンティブが必要 ○空き店舗と利用希望者とのマッチング(商店街空き店舗等対策事業補助金等活用) ○古河市公会堂に隣接して大型商業施設の建設の構想 ●地元産品の地産地消促進(直売所、道の駅活用)
	稼ぐ力をあげる	稼いだお金を使って生産性向上、高付加価値化、市場・販路開拓(カネを投資する)	○土地開発で、三和地区に産業用地開発が進行中 ○地域製造業のポテンシャルは高い。 ○投資したいものがない ○市内に消費者が少ないため結果名物も減少 ○古河ブランド認証(鮎の甘露煮・渡良瀬八大伝等) ○市全体の付加価値の33.8%が製造業が占めており、商業の柱となっている ●分配所得は高く、古河市のポテンシャルはあるが域外流出が多い ●地域の需要を満たせる生産能力はある	○改まった買い物は都内、ネット ○自慢できるような、味や金額でない。付加価値がない ○販売価格をなかなかあげられない ○製造業の依存が高く、経済の多様性の不足 ○地域の核となる産業の育成や誘致は急務であるが、現在は企業誘致が優先で、地場産業育成は進んでいない。	○鎌倉までいけなくても川越のようなまちのイメージ付け ○新大久保のような特色 ○映えスポットの抽出、PR ○域内でのビジネスマッチング ○現状あるもの(製品など)の付加価値をあげる ○成功事例をまねて、そこから古河の色を加えていく ○工業団地の企業業務の作業工程で、一部外注を要する過程がある場合、市内小規模零細製造業者に外注・アウトソーシング化を行政も支援して、市内で業務が滞留するよう支援。 ●地域資源のブランド化・磨き上げ(インバウンドも視野に) ●地元小規模事業者の活用促進 ●地域資源の発掘・磨き上げ
	推進基盤の整備	人材の確保・育成、事業承継、交通アクセス、制度・連携体制を強化して地域を支える	○駅前に古河がイメージできるものがない ○導線が見えない ○導線で起業しても商売が成立しにくい ○域内での事業承継が進んでおらず、産業となった店舗が多い。 ○慢性的な人材不足(即戦力・スキル人材) ○古河サールの活動(事業承継・創業支援) ○合同企業説明会 首都圏から50~60km圏内 ○産業用地開発 ●小規模事業者の掘り起こしが進んでいない(家族形態が多い)、相談が無い ●産業用地開発による製造業の相談が増加する見込み	○明確な導線がない ○立ち寄り場所や目的地がなく導線が成立しない ○導線にスポットを設けても運営する人材が見つからない ○学校がないことで、域外へ出てしまい、その近辺で就職してしまう ○事業承継は問題が表面化しない為、掘り起こしが必要 ○事業承継の過程で、とりわけ小規模事業者については、親子関係や家族間の問題もあり、先方から相談があれば提案はできるが、一歩踏み込んだ強い支援は難しい。 ●事業承継問題が表面化しにくい ●事業承継・創業支援の周知不足 ●後継者・若手人材の確保が困難	○商業的に成立する事業(ボラは続かない) ○職業として成立するスポット ○運営者の発掘、スカウト ○空き店舗・空地の有効活用、またそれに関連する施策 ○地元企業の魅力を発信する取り組み ○第三者承継・M&Aの推進 ○通過点ではなく目的地としての魅力を構築する ○事業承継支援者の掘り起こし ●事業承継・創業支援の周知 ●労働企業説明会等による地元雇用創出 ●商工会・商工会議所での連携

域外需要の獲得

地域内循環の強化

稼ぐ力をあげる

推進基盤の整備

商工業

大型商業・公共拠点
や滞在コンテンツが不
足。市民も市外で消
費（週末）。

空き店舗増・回遊導
線弱い・地元循環が
弱い。

“稼ぐ拠点”が弱い
（付加価値・名物不足、
価格転嫁が難しい）。

継ぐ人・動かす人承継
が表面化せず、運営
人材不足。周知・

観光

日帰り・低単価、宿泊
はビジネス中心。夜の
仕掛け不足で滞在が
伸びない。

ミュージアム／遊水地
に飲食・物販なし。導
線・連続性・PR不足
で回遊が発生せず。

マスト土産不在、単価
低い。小規模のDX/
投資原資不足。

担い手不足／二次交
通の課題／会員メリッ
ト不明で運営に限界。

農業

道の駅以外で買えな
い／JA・市場偏重で
域外中心。ブランド・
PR弱い。

地産地消の経済圏が
弱い。資材は域外調
達が多く循環が細い。

設備投資が難しく、付
加価値も限定。販路
多角化が必要。

高齢化・後継者不足。
第三者継承が必要。
人材受入や集約が課
題。

(4) 課題への取り組み方向性

域外需要の獲得

地域内循環の強化

稼ぐ力をあげる

推進基盤の整備

商工業

大型商業・公共拠点
や滞在コンテンツが不
足。市民も市外で消
費（週末）。

空き店舗増・回遊導
線弱い・地元循環が
弱い。

“稼ぐ拠点”が弱い
（付加価値・名物不足、
価格転嫁が難しい）。

継ぐ人・動かす人承継
が表面化せず、運営
人材不足。周知・

観光

日帰り・低単価、宿泊
はビジネス中心。夜の
仕掛け不足で滞在が
伸びない。

ミュージアム／遊水地
に飲食・物販なし。導
線・連続性・PR不足
で回遊が発生せず。

マスト土産不在、単価
低い。小規模のDX/
投資原資不足。

担い手不足／二次交
通の課題／会員メリッ
ト不明で運営に限界。

農業

道の駅以外で買えな
い／JA・市場偏重で
域外中心。ブランド・
PR弱い。

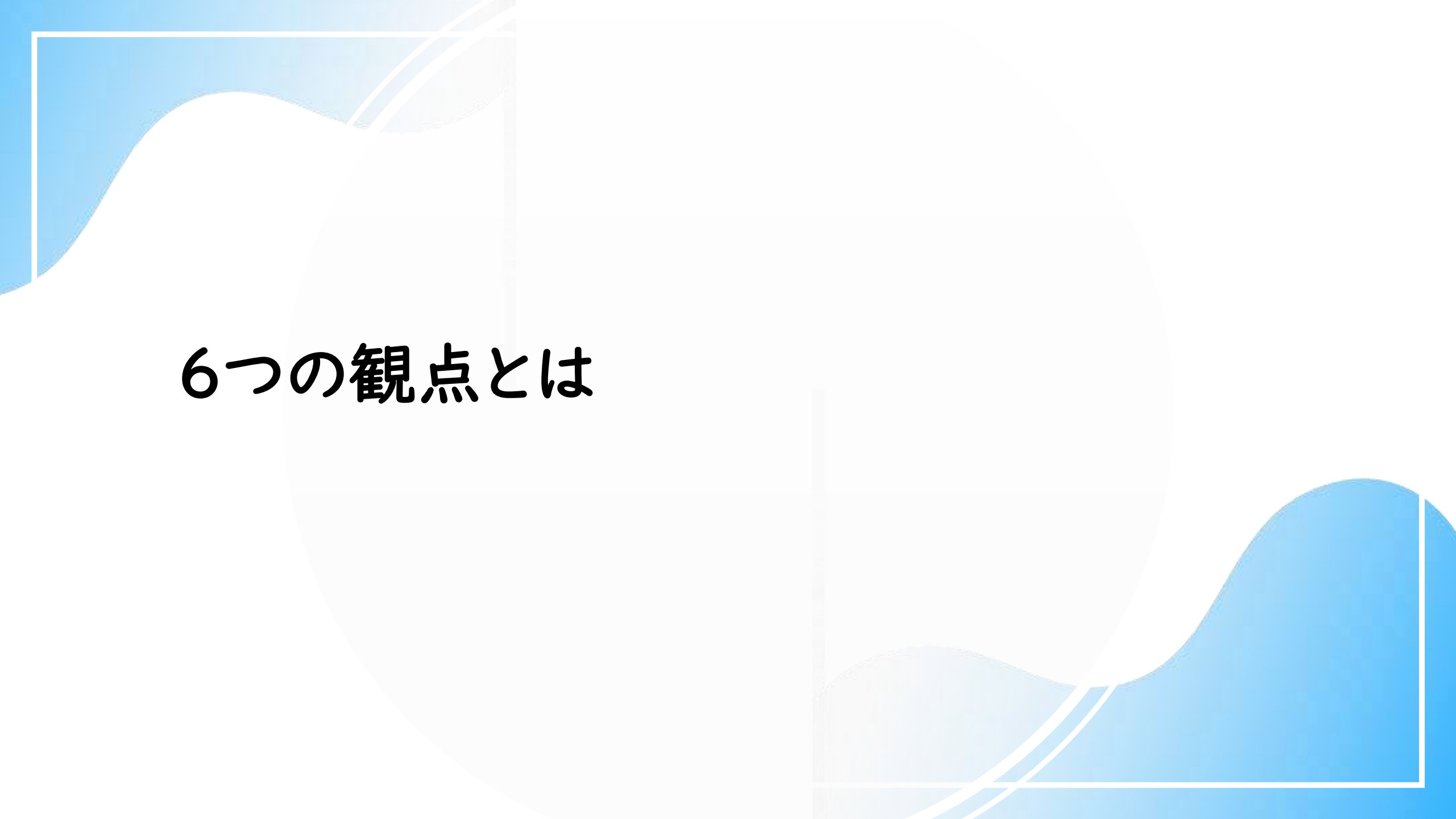
地産地消の経済圏が
弱い。資材は域外調
達が多く循環が細い。

設備投資が難しく、付
加価値も限定。販路
多角化が必要。

高齢化・後継者不足。
第三者継承が必要。
人材受入や集約が課
題。

	域外需要の獲得	地域内循環の強化	稼ぐ力をあげる	推進基盤の整備
商工業	大型商業・公共拠点や滞在コンテンツが不足。市民も市外で消費（週末）。 ⑤「行きたくなる場所」をつくる古河の中心づくり	②「古河市産をいつでも買える」仕組みづくり	“移れる拠点”が弱い（付加価値・名物不足、価格転嫁が難しい）。	継ぐ人・動かす人承継が表面化せず、運営人材不足。周知・
観光	③晩も来たくなる、滞在したくなる古河づくり ④「古河らしさを手に取る」土産と体験	①「回って楽しい古河」ルートづくり	③晩も来たくなる、滞在したくなる古河づくり ④「古河らしさを手に取る」土産と体験	⑥「継ぐ人、動かす人」を増やす仕組み
農業	④「古河らしさを手に取る」土産と体験	②「古河市産をいつでも買える」仕組みづくり	設備投資が難しく、付加価値も限定。販路多角化が必要。	高齢化・後継者不足。第三者継承が必要。人材受入や集約が課題。

	(案)6つの観点	商工業	観光	農業
①	“回って楽しい古河”のルートづくり		✓	
②	“古河産をいつでも買える”仕組みづくり	✓		✓
③	“晩も来たくなる・滞在したくなる古河”のはじめ方		✓	
④	“古河らしさを手に取る”土産と体験		✓	✓
⑤	“行きたくなる場所”をつくる古河の中心づくり	✓		
⑥	“継ぐ人・動かす人”を増やす仕組み	✓	✓	✓



6つの観点とは

①“回って楽しい古河”のルートづくり

(案) ~道の駅→駅前→ミュージアム→遊水地をつなぎ、回遊と消費を生む~

■ポイント

「古河の最小回遊ルートをどう構成するか」(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

①| 導線を強化する

②| 移動×体験を整える

③| 通年で動くコンテンツを増やす

②“古河産をいつでも買える”仕組みづくり (案)~直売・棚・POP-UPの常設化で、市内の購入機会を増やす~

■ポイント

「市内販売のチャネルを増やす」(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

- ①|駅前直売所をつくる
- ②|スーパー棚を拡充する
- ③|既存売場を束ねる

③“晩も来たくなる古河”のはじめ方 (案)~夜の見どころをつくり、日帰りを滞在に変える~

■ポイント

「夜の核となる施策をどれにするか」(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

- ①|花火大会の観覧エリアを“夜の目玉”にする
- ②|歴史×夜景で魅せる
- ③|サウナを夜の体験にする

④“古河らしさを手に取る”土産×体験づくり (案)~HARIO(商品)×地場食×史跡で、買う理由と来る理由をつくる~

■ポイント

「商品×体験×売場」の組み合わせ(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

①|オリジナル商品をつくる

②|体験とセットにする

③|売場を整える

⑤“行きたくなる場所”をつくる古河の中心づくり (案)~空き店舗×拠点×イベントで、人が集まる“中心”をつくる~

■ポイント

「中心(核)をどう作るか」(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

- ①| “核”を置く
- ②| 空き店舗から“面”をつくる
- ③| イベントと街(店舗)の連携

⑥“継ぐ人・動かす人”を増やす仕組み (案)～承継の見える化×運営者の確保で、事業と拠点を持続させる～

■ポイント

「承継・運営者確保の仕組みづくり」(①/②/③)

■選択肢(取組の方向性から抽出)

①|相談の入口と周知を強化

②|第三者承継を体系化

③|運営者を発掘・確保する

2 今後の古河市の産業政策について

実現したい姿

稼げる古河市

産業全体
の方向性

全体の方向性

方向性①

方向性②

方向性③

各テーマ
の方向性

商工業

観光

農業

.

テーマ横断

	(案)6つの観点	商工業	観光	農業
①	“回って楽しい古河”ルートづくり		✓	
②	“古河産をいつでも買える”仕組みづくり	✓		✓
③	“晩も来たくなる・滞在したくなる古河”のはじめ方		✓	
④	“古河らしさを手に取る”土産と体験		✓	✓
⑤	“行きたくなる場所”をつくる古河の中心づくり	✓		
⑥	“継ぐ人・動かす人”を増やす仕組み	✓	✓	✓

実現したい姿

稼げる古河市

産業全体
の方向性

各テーマ
の方向性

商工業

- ・市内で“買える”を増やす(②連動)
- ・来訪と滞在の“中心”をつくる⑤
- ・継ぐ人・運営者を確保⑥

観光

- ・回遊ルートの再設計①
- ・夜の“目玉”で滞在③
- ・土産×体験で単価UP④
- ・担い手・二次交通(⑥連動)

農業

- ・“買える場所”の恒常化②
- ・“古河らしさ”の素材化(④連動)
- ・承継・人材⑥

テーマ横断

- ・①×② 連動:導線上に直売・棚を配置(回遊→消費を可視化)
- ・③×④ 連動:夜の企画×土産・体験のセット販売(滞在→単価)
- ・⑤への収斂:回遊・買える・夜・土産の成果を“中心”で束ねる
- ・⑥並走:承継相談・運営者スカウトを全施策に接続して止めない運営へ

産業全体の方角性

実現したい姿

稼げる古河市

めぐる・とどまる・つながる、古河。

産業全体
の方向性

1

市内循環の可視化：回遊
ルートと“買える場所”の恒
常化（①/②）

2

来訪理由の強化× 滞在化：
夜・体験・中心拠点
（③/④/⑤）

3

担い手の確保と承継の見え
る化：実装を止めない仕組
み（⑥）

議論のポイント

- ・各テーマの方向性は定量、定性的な観点と齟齬がないか
(修正点や加えて欲しい点含め)
- ・今回の議論は方向性までの議論、来年度以降に具体的な施策に繋げていく
- ・具体的な施策を実現するためには既存事業との見直し等も必要になるため、来年度に向けて整理/検討していくことは何か
- ・その他、来年度に向けて検討していくこと