

## 地域再生計画

**1 地域再生計画の名称**  
御前山ダム周辺活性化事業

**2 地域再生計画の作成主体の名称**  
茨城県常陸大宮市

**3 地域再生計画の区域**  
茨城県常陸大宮市の全域

## 4 地域再生計画の目標

### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本市御前山地域には、御前山ダムや周辺の温泉施設、宿泊施設など、地域資源となる素養はあるが、本市への観光来訪者は近年減少傾向であり、令和2年度以降は新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響も受け、大きく減少するなど、資源として有効に活用できていない状況である。

御前山ダム周辺では、ダム見学者用の駐車場やダム公園内の整備など来訪者が利用しやすい環境整備を行ってきた。また、ダムに隣接するハイキングコースにおいては、通常のコースだけでなくダムが見晴らせるエリアを整備し、誰もが容易に行けるよう、新たなコース整備を行ってきたところであり、定期的に歩く会などが開催され活用が図られているところであるが、利用者の多くが地元住民であり、市外からの利用者は少ない状況である。秋季にはトレイルラン大会やサイクリングフェスティバルといったスポーツイベントが開催されており、市内外からの来訪は一定数見込めるが、いずれも単日のイベントであり期間が限定的である。

これまで、本市では人口減少対策に取り組み、転出抑制及び転入促進に努めてきたところであるが、平成16年10月の合併以降、人口減少に歯止めがかかっていない。今後も人口減少が予測される中で、人口が減少しても活気のある地域づくりを進めるため、本市では、観光振興や地域間交流などの取組を推進し、市への流れをつくることで、交流人口の拡大や関係人口を創出するとともに、その先の移住や定住につなげていく取組を促進することとしている。コロナ禍以前より観光来訪者は減少していたが、新型コロナウイルス感染症感染拡大の流行に伴い、これまで以上に観光来訪者は大きく減少しており、平成28年度の約155万人の観光入込客数は、4年後の令和2年度には約48万人減少し、約107万人となるなど、人の流れをつくるための大きなきっかけである観光誘客の対策は本市にとって急務となっている。

また、これまでに行ったまちづくりに関するアンケートでは、「豊富な自然を有しながらも、活用がされていない」という回答結果のほか、若年層からは「常陸大宮市は遊ぶ場所がない」という意見が多く出ている。また、本市は近隣自治体の観光地に向かう通過点としての印象が強く、本市を目的に来訪するためのコンテンツの創出が課題となっている。

加えて、令和5年度に実施したカヌー体験イベント等により御前山ダムの認知度及び誘客数は向上したが、周辺施設等への波及による地域経済の活性化や滞在型観光への発展に向けた効果が限定的であり、域内周遊の促進やエリアブランドの確立が課題となっている。

### 4-2 地方創生として目指す将来像

#### 【概要】

常陸大宮市の人口は昭和60年以降一貫して減少しているが、そのような状況の中でも、活気のある地域づくりを進めるため、地域間交流や観光振興の取組を推進し、市に関わり続けてくれる人の流れをつくり、地域振興・地域活性化、移住につながる取組を進めている。また、魅力あるまちづくりを進め、シビックプライド（市への愛着や誇り）の醸成を図ることにより、社会動態の減少抑制や住み続けたいまちとして定住の促進につなげていく。

このような中、茨城県では「体験王国いばらき」のテーマを掲げ、全県的なアクティビティの機運の高まりをみせており、本市では、御前山地域を流れる那珂川でカヌー等のアクティビティを実施している事業者がいるなど、地域資源の活用に向けた下地が整いつつある中で、令和4年度には御前山ダムの湖面利用が可能となったことから、この時期を好機と捉え、御前山ダムを観光誘客等の起爆剤として活用を図る。また、農業用ダムである御前山ダムと、有機農業を推進している本市の親和性の高さを強みとして、農業体験を通じた学習や、就農による移住を促進し地域の活性化に取り組む。

【数値目標】

K P I ①	御前山地域への観光入込客数						単位	6,500人
K P I ②	移住促進ツアー参加者数						単位	80人
K P I ③	ツアーの造成数						単位	6件
K P I ④	-						単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	71,598.00	1,000.00	2,200.00	3,300.00	-	-	6,500.00	
K P I ②	0.00	40.00	20.00	20.00	-	-	80.00	
K P I ③	0.00	1.00	2.00	3.00	-	-	6.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

御前山ダム周辺活性化事業

### ③ 事業の内容

#### <御前山ダム湖面やエリアの利用>

・御前山ダムの湖面利用は、当地域への観光誘客を図るうえで核となるものであり、令和4年度に期間限定（7月から11月）で開始したカヌー、サップ、ボート体験イベントについて、令和5年度からは年間（冬季を除く）を通しイベントを開催することで、体験参加者の増加を図る。

・これまで、体験イベントの参加料金の支払いは現金または口座振込であったことから、参加者募集、申込受付、料金決済など一体的なポータルサイトを構築することで、体験参加者の増加や利便性の向上を図る。また、ポータルサイトには、ダム周辺の温泉施設や宿泊施設、飲食店等の情報も掲載することで、域内の周遊を促し地域経済の活性化を図る。

・ダム湖面での現在のカヌー等発着所には、駐車場やトイレ、更衣室がないことから、アウトドア事業者による集合場所からの送迎や、仮設トイレ及び更衣室用テントをその都度設置し対応を行っている。参加者からは現在の発着所に対し利便性の向上や改善を求める声があり、湖面付近におけるカヌー等発着所や湖面のロケーションを活かした誘客事業を行うのに適当な場所を調査し、整備、活用へとつなげていきたいと考えている。

・御前山ダムは県内でも珍しい農業用ダムであることから、その特性を生かし、主に市外の親子をターゲットとし、交流都市である東京都豊島区や日野市の親子を対象に、カヌー等のアクティビティと周辺の地域資源を組み合わせたモニターツアーを実施する。モニターツアーでは、普段は入れないダム堤体の監査廊を見学することで、ダムの構造や役割を学ぶインフラ学習としての場を提供する。さらに、農業用ダムの特色や本市が推進している有機農業を活かした苗植え・収穫等を行い、複数回の農業体験をすることで、関係人口の創出や就農による移住につなげる。

・包括連携協定を締結した茨城キリスト教大学や地元アウトドア事業所と連携し、御前山ダムやエリアの地域資源を活用するとともに、外国人インストラクターの活用や大学が有する強みである国際性（英語教育）を活かし、主に市内小学生を対象としたカヌーやハイキングと英語学習を組み合わせた体験事業を実施し、地域の活性化や英語力の向上を図る。また、将来的には、陶芸体験などアクティビティ以外のものと英語学習を組み合わせたメニューを展開するなど事業の深化を図っていく。

#### <ハイキングコースの活用>

御前山ダムに隣接するハイキングコースについては、地元住民や愛好家などによる歩く会などを行ってきたところであるが、令和4年度までに見晴らしエリアや新たなコースなどを整備し、令和5年度に予定しているベンチやパンフレットボックス、案内看板の設置により、ハイキングコースの整備が概ね完了するため、電子及び紙媒体のハイキングコースマップを作成し、さらなる利用者を獲得するとともに、安全ロープや階段等の安全点検、登山道の伐採を行い利用者の安全を確保する。

#### <PR・プロモーション等>

・地域住民、地域事業者、学生、行政が連携し、市場や市民調査を行い、地域資源を発掘する。発掘した地域資源を地域住民や事業者、学生などの多様な主体によるワークショップを行い磨き上げを行うことで、ツアー造成や地域内の周遊促進に向けた観光資源の有効活用を図る。

・エリアブランドのイメージを醸成するプロモーション活動やターゲットへのPR活動（ポータルサイト構築・運営、チラシ・ポスター、雑誌掲載、イベントPRなど）を行うことで、観光先や移住先など選択肢としてつなげていくとともに、各種体験事業等への参加者増加を図る。

・本市への人の流れを作るため、常磐自動車道（水戸北スマートIC）からダムまで車で約30分の好アクセスをPRするとともに、JR水郡線常陸大宮駅からの路線バスや乗合タクシーなどの二次交通との連携を強化する。自家用車や公共交通を活用し、御前山エリアへの来訪をきっかけに、市内への周遊へとつなげていくため、交通担当部局との連携を図る。

・これまでの取り組みにより認知度が向上した御前山ダムを発着点とする域内の周遊を促すため、御前山エリアを一貫したコンセプトのもとでアウトドアのグランドデザインを策定し、エリア全体の魅力を向上させ御前山地域への観光入込客数の向上を図る。加えて、キャンプ等の宿泊が可能な御前山青少年旅行のブラッシュアップを行い滞在型観光へと発展させることで、連日のエリア周遊を促進し観光入込客数の増加を加速させるとともに、域内経済の活性化にも繋げていく。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

- ・アクティビティや体験ツアーについては試験的運用を経て、将来は民間事業（旅行代理店によるツアー化やアウトドア事業所によるメニュー化）として自走させ、観光産業として定着を目指す。
- ・国内最大の総合アウトドアブランドであるモンベル社のフレンドエリアに「御前山エリア」が登録（予定）されたことにより、会員数100万人を超えるモンベルクラブ会員に向けた機関紙によるエリアの紹介・プロモーションや、フレンドショップとして市内店舗が紹介されることにより、誘客が見込める。

##### 【官民協働】

- ・体験ツアーや移住体験ツアー、プロモーションの実施に際し、事業効果を高めるため、企画段階から市と民間業者、旅行会社などの主体が協働し、特に民間のノウハウによる斬新なアイデアなどを活用して事業推進を図る。
- ・現在、ダム湖面を利用したアクティビティ体験事業を実施する市内アウトドア事業者やこれまで市のツアー企画を手掛けてきた大手旅行会社については、今後も協力が見込まれ、協働して取組を進めていく。
- ・モンベル社などの大手アウトドアブランドと地域のアウトドア資源などを活用した包括連携協定の締結により、持続的な協働の取組を進めていく。

### 【地域間連携】

- ・これまで東京都豊島区や日野市と地域間交流を行ってきたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、交流機会が減少している中で、御前山ダムを拠点としたアクティビティ体験やツアーを起爆剤として、新型コロナウイルス感染症拡大の収束後や全国的な観光需要の回復時には、さらなる交流機会を増やしていく。
- ・令和5年秋に実施される大型観光イベント「茨城デスティネーションキャンペーン」に先立ち、「体験王国いばらき」をテーマとした「アウトドア」や「食」の観光戦略を推進する茨城県と連携をするとともに、御前山・那珂川エリアを共有する隣接の城里町、茨城県北エリアである太子町や常陸太田市など周辺地域が有する観光資源と連携することで相乗効果を図り、県外からの誘客促進につなげる。

### 【政策・施策間連携】

- ・これまで人の流れを呼び込む目玉となるコンテンツがなかったなかで、ダム湖面利用を契機に、これまで活用がされなかった地域資源を磨き商品化することで、観光誘客を促進し、経済効果や賑わいが創出されるとともに、魅力あるまちづくりを推進し広く認知が向上されることで、首都圏からの移住希望者の増加や市民のシビックプライドの醸成につなげる。
- ・令和5年秋に実施されるJRグループによる大型観光イベント「茨城デスティネーションキャンペーン」や令和6年の「アフターデスティネーションキャンペーン」と連動したイベント開催などにより観光客増加を図るとともに、JR水郡線の利用促進や常陸大宮駅からのバスやタクシーの2次交通の利用促進が図られ、市内の周遊につながる。
- ・市内及び市外や県外の児童生徒を対象に、御前山ダムでの「アクティビティ体験」と農業用ダムの見学や農業体験などの「学習」を組み合わせた教育プログラムを実施することにより、ダムや周辺地域の魅力を知ってもらうことで、市内児童生徒のシビックプライドの醸成を図り、市に住み続けたい、市と関係を持ち続けたいと思えるまちづくりに寄与するとともに、県外の児童生徒に対しても、市やダムを知ってもらうことで、市との関わりの強化を図る。

## 【デジタル社会の形成への寄与】

### 取組①

カヌー等体験イベントの参加申込から料金決済までを一括できるシステムと、エリア観光情報（観光、飲食店など）を紹介するポータルサイトの構築

### 理由①

- ・これまでカヌー等体験イベントの料金決済は、現金または銀行振込であり、参加者からはインターネットでの参加申込時にあわせてクレジットカードなどの料金決済を望む声が多く寄せられたことから、参加者の利便性を向上するため、参加申込から料金決済までが一括できるシステムを構築する。
- ・効果的な情報発信は本市の課題であり、エリアの観光場所や飲食店などをデジタルマップ上に掲載することで、ホームページ上や各SNSで発信し拡散ができるため、カヌー等体験イベントの一括システムと同じポータルサイト内にエリア情報を掲載し、発信力の強化や誘客促進につながる。

### 取組②

ドローンを活用したダムカードの作成

### 理由②

湖面や川などの水上は撮影が困難であったが、ドローンによる上空等からの撮影により、水上アクティビティの臨場感や躍動感を効果的、魅力的に撮影し、ダムカードとして魅力を発信することができる。

### 取組③

ハイキングコース案内マップのデジタル版の作成

### 理由③

一般的なハイキングコースの案内マップは紙媒体であったが、デジタル媒体での案内マップにより、誰もがどこでも気軽に見ることができ、ハイキングコースの活用につながる。

## ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

**【検証時期】**

毎年度 8 月

**【検証方法】**

常陸大宮市創生総合戦略推進本部会議（本部長：市長）及び有識者会議において、事業の進捗、KPIの達成状況について検証を行う。

**【外部組織の参画者】**

産業界（商工会長、農業協同組合常務理事）、市議会議員、大学教授、金融機関（常陽銀行大宮支店長、筑波銀行大宮支店長）、報道機関（茨城新聞社常陸大宮・大子支局長）、連合常陸野水郡地区協議会幹事長、区長会長、子育て（PTA連絡協議会長、幼稚園・保育所保護者会代表、民間保育所連絡協議会長）

**【検証結果の公表の方法】**

市公式ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】  
総事業費 147,188 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置  
該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組  
(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間  
年 月 日から 年 月 日まで  
(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間  
年 月 日から 年 月 日まで  
(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間  
年 月 日から 年 月 日まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に  
7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。