観光による地域活性化のための
滞在型観光施設整備に関する調査研究

令和２年３月

茨城県　石岡市
一般財団法人　地方自治研究機構

観光による地域活性化のための
滞在型観光施設整備に関する調査研究

令和２年３月

茨城県　石岡市
一般財団法人　地方自治研究機構

はじめに

少子高齢化の進行に伴う本格的な人口減少社会の到来や、厳しい財政状況が続くなど、地方を取り巻く環境が一層厳しさを増す中で、地方公共団体は、住民ニーズを的確に捉え、地域の特性を活かしながら、インバウンド需要を背景とした観光を通じた地域の活性化、地域経済循環を意識した地場産業の育成、都市機能の立地適正化の推進等の複雑多様化する諸課題の解決に、自らの判断と責任において取り組まなければなりません。

また、最近ではＩＣＴやＡＩ等を活用した業務改革の推進、公共施設等に係る老朽化対策等の適正管理、上下水道の広域化等の公営企業経営改革など、地方公共団体の行政経営基盤の強化も求められています。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的･総合的に解決するため、個々の団体が抱える課題を取り上げ、当該団体と共同して、全国的な視点と地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施しています。

本年度は 6 つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、そのうちの一つの成果を取りまとめたものです。

石岡市では、観光を巡る現状と石岡市を訪れる観光客の動向から、宿泊機能を持った滞在型観光施設の整備が課題としてあります。しかし、大規模な予算を確保することは難しく、財源が限られていることから、様々な方法を模索していく必要があります。

今回の調査研究では、滞在型観光施設整備のサウンディング調査に向けた基礎調査と位置付け、「茨城県フラワーパーク」隣接地及び「やさと温泉ゆりの郷」隣接地の市内２か所の候補地で基本構想を検討し、事業収支試算を行い、各候補地における事業成功の可能性と課題について整理しました。

本研究の企画及び実施に当たりましては、研究委員会の委員長及び委員を始め、関係者の皆様から多くの御指導と御協力をいただきました。

また、本研究は、公益財団法人　地域社会振興財団の交付金を受けて、石岡市と当機構とが共同で行ったものであり、ここに謝意を表する次第です。

本報告書が広く地方公共団体の施策展開の一助となれば大変幸いです。

令和 2 年 3 月

一般財団法人　地方自治研究機構
理 事 長　　井　上　源　三

目次

序章　調査研究の背景と目的 1
１．背景と目的 3
２．本調査研究の構成 4
３．本調査研究の体制 5
４．施設整備候補地とその周辺の概要・整備に対する市の方向性 5
第１章　石岡市の概要 9
１．石岡市の概要 11
２．石岡市の観光とこれまでの施策 13
第２章　フラワーパーク・ゆりの郷来訪者へのアンケート 19
１．アンケート調査結果 21
２．調査結果まとめ 46
３．アンケート調査票 48
第３章　事業者へのヒアリング 53
１．茨城県内の事業者へのヒアリング 55
２．茨城県外の事業者へのヒアリング 57
第４章　先進事例の分析 61
１．フォレストイン益子の事例 63
２．民間グランピング施設の事例 71
第５章　各候補地の施設整備の可能性の検討 77
１．フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）での宿泊事業　試算結果 79
２．ゆりの郷隣接地での宿泊事業　試算結果 109
３．フラワーパーク隣接地での宿泊事業とゆりの郷隣接地での宿泊事業　試算等結果比較 134
４．各候補地における事業成功の可能性と今後の課題 137
資料編 139
委員名簿 151

序章　調査研究の背景と目的

序章　調査研究の背景と目的

１．背景と目的

（１）背景

茨城県石岡市では、地域振興の一環としてこれまでに様々な観光政策に取り組んできた。その一方で、石岡市への来訪者の約９割は日帰り客であるのが現状である。その要因として、首都圏からのアクセスが比較的容易である点、石岡市の観光資源が市域に分散している点、市内の宿泊施設の数が限られている点などが考えられる。

そこで、石岡市は、平成 30 年度に策定した『第２次石岡市観光振興計画』において、基本方針の一つとして魅力ある観光地域づくりや周遊観光の推進を掲げ、そのための施策として「既存施設の効果的な利活用」や「宿泊設備の整備」を定めている。

一方、同市八郷地区にある国民宿舎「つくばね」は、昭和 49 年の開館から築 40 年以上経過し施設の老朽化が著しいことから、施設の運営に多額の財政負担が強いられており、早急な改善策が求められている。これを受けて石岡市は、これまでに、平成 26 年度に実施した『国民宿舎「つくばね」存続調査』及び平成 27 年度に策定した『石岡市滞在型観光施設整備基本計画』を通じて、新たな宿泊施設の整備について調査と検討を重ねてきた。

これらを踏まえて、石岡市では、観光を巡る現状と同市を訪れる観光客の動向から、今後も宿泊機能を持った観光施設が必要である。その一方で、財源が限られていることから、県内外の事業者との連携を視野に入れた、滞在型観光施設整備の検討が求められている。

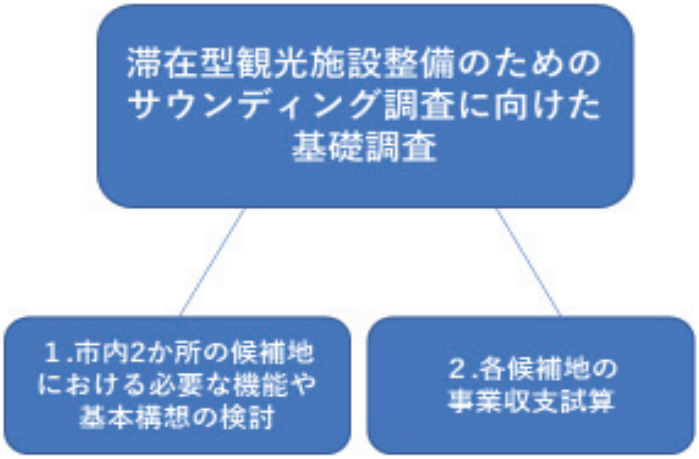
（２）目的

石岡市の観光と宿泊施設に関わる以上の背景から、本調査研究を、滞在型観光施設整備のためのサウンディング調査[1]に向けた基礎調査と位置付け、「茨城県フラワーパーク」隣接地及び「やさと温泉ゆりの郷」隣接地の市内２か所の候補地の基本構想を検討し、事業収支試算を提示することを目的とする。以上の目的のために、本調査研究では、候補地近隣施設の来訪者アンケート、事業者ヒアリング、先進事例調査を行う。

---

[1] 事業発案段階や事業化検討段階において、事業内容や事業スキーム等に関して、直接の対話により民間事業者の意見や新たな事業提案の把握等を行うことで、対象事業の検討を進展させるための情報収集を目的とした手法。また、事業の検討の段階で広く対外的に情報提供することにより、当該事業に対する民間事業者の理解の促進や参入意欲の向上を期待するもの。（国土交通省総合政策局『地方公共団体のサウンディング型市場調査の手引き』p. 1）

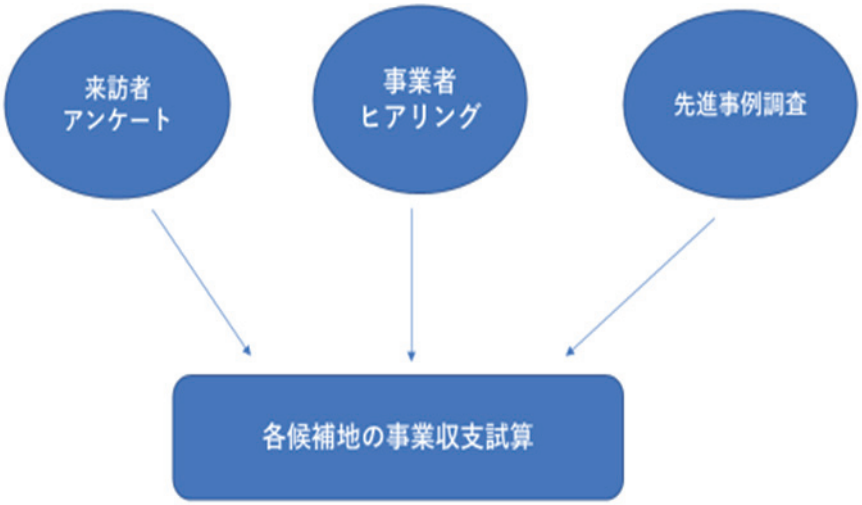
図表　序 - １　本調査研究の位置付けと目的



２．本調査研究の構成

本調査研究は以下のような構成とする。序章では、調査研究の背景、目的、施設整備候補地の概要を中心に述べる。第１章では、石岡市の概要について、観光に関連する観点から論じる。第２章からは、本調査研究の調査結果とそれに基づく結論や考察を提示するが、同章では、候補地近隣施設である、フラワーパーク及びゆりの郷への来訪者のアンケート結果をもとに、各候補地とその周辺における観光の動向、宿泊のニーズ等を明らかにする。第３章と第４章では、それぞれ、茨城県内外の事業者へのヒアリング、宿泊施設の先進事例について論じる。最後に、第５章では、以上の調査結果に基づき、各候補地の事業収支試算を提示し、比較を行う。その上で、本調査研究全体をまとめ、地域の観光振興において、石岡市が今後取り組む必要がある課題について述べる。

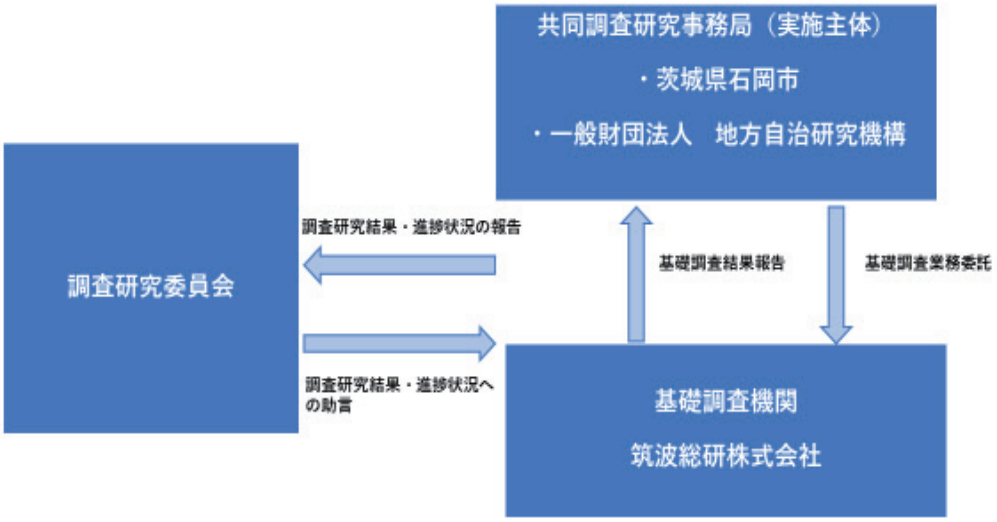
図表　序 - ２　本調査研究のイメージ



３．本調査研究の体制

本調査研究は、以下のような体制で進められた。茨城県石岡市及び一般財団法人地方自治研究機構が共同調査研究事務局として、調査研究委員会からの助言を受け、本調査研究を遂行した。そして、基礎調査機関である筑波総研株式会社は、本調査研究における基礎的な業務を実施し、調査全体において専門的見地から共同調査研究事務局を支援した。

図表　序 - ３　本調査研究の体制



４．施設整備候補地とその周辺の概要・整備に対する市の方向性

（１）茨城県フラワーパークとふれあいの森

茨城県フラワーパーク（以下「フラワーパーク」という。）は、花卉産業の振興と昭和 60（1985）年に開催された「科学万博つくば'85」の記念として、同年６月に開園した。フラワーパークは、茨城県と当時の八郷町が共同で建設を手掛けたバラを中心とした花のテーマパークであり、約 30 ヘクタールの園内では、世界のバラ 800 種・約３万株とボタン 88 種・約 2,670 株を始め、四季折々の花を楽しむことができる。

園内には、花の観賞のための設備だけではなく、レストラン「ローズ」、カフェ兼売店、軽食施設も用意されている。さらに、園外には地元の食材を使用したメニューが特徴の「Yasato de トレタ・レストラン」や、地元の農産物及びその他特産物を扱う「Yasato de トレタ・直売所」があり、来訪者は様々な形で地域の自然を満喫できる。

フラワーパークに隣接しており、入園ゲートから徒歩で 20 分程度、園内周遊バスで 15 分程度の場所に「ふれあいの森」（以下「フラワーパーク隣接地」という。）というエリアがある。ここには、展望台、休憩所、遊具等が備え付けられており、その一画が滞在型観光施設の整備候補地の一つとなっている。

図表　序 - 4　茨城県フラワーパーク園内

出典：茨城県フラワーパークホームページ
（http://www.flowerpark.or.jp/page/page000008.html）

フラワーパークは、偕楽園公園（水戸市）、国営ひたち海浜公園（ひたちなか市）などとともに、「いばらきガーデン＆オーチャードツーリズム」[2]を形成している。同計画では、構成団体が連携して庭園やそれを取り巻く自然を通じて、多くの人々に茨城県の魅力を伝えようとしており、令和元年９月には、国土交通省の「庭園間交流連携促進計画登録制度（ガーデンツーリズム登録制度）」[3]に登録された。今後は、モデルツアーの企画、ガイドブックの作成、SNS における情報発信、イベントの開催等の取組によって、「いばらきガーデン＆オーチャードツーリズム」を通じた、石岡市及び周辺地域の観光振興が期待されている。

フラワーパーク隣接地に施設を整備する場合、その目的として、四季折々の花々に囲まれた所で宿泊施設が提供されることで、アウトドア未経験者や初心者にも手軽に自然を満喫してもらう点が挙げられる。より多くの来訪者がフラワーパークと宿泊施設で自然を楽しむことで、当該地が新たな観光の拠点になることも期待できる。また、石岡市が民間事業者等と当該事業及び関連事業において連携し、地域の観光振興につなげていく点も大きな目的である。

これらの目的から、フラワーパーク隣接地に施設を整備する場合、宿泊を伴う自然体験のニーズが

---

[2] 茨城県公園間交流連携促進協議会が取組主体となり、フラワーパーク、偕楽園公園（水戸市）、弘道館公園（水戸市）、笠間つつじ公園（笠間市）、国営ひたち海浜公園（ひたちなか市）、七ツ洞公園（水戸市）、涸沼自然公園（茨城町）、茨城県植物園（那珂市）、水戸市植物公園（水戸市）の９つの庭園によって構成されており、「庭園の四季折々の花々や、旬の果物が楽しめる果樹園をめぐる、茨城ならではのツーリズム」を推進している（茨城県ホームページ　http://www.pref.ibaraki.jp/doboku/kogai/kikaku/930.html）。

[3] 「地域の活性化と庭園文化の普及を図るため」に、平成 31 年４月に創設された。令和元年 12 月現在、「いばらきガーデン＆オーチャードツーリズム」を含めた８計画が登録されている（国土交通省「ひろがる日本のガーデンツーリズム」）。

あると考えられるため、ここでは「首都近郊のファミリー層」をターゲットとする。

（２）やさと温泉ゆりの郷

やさと温泉ゆりの郷（以下「ゆりの郷」という。）は、平成 12 年 7 月にオープンした日帰り温泉施設である。ゆりの郷には、男女日替わり交代で利用できる「万葉の湯」と「真秀の湯」があり、それぞれに露天風呂も備えられている。温浴施設のほかには、レストラン「紫峰」、地元の農産物や特産物を購入できる物産館、休憩用のロビーと個室があり、来訪者は温浴や食事を楽しむことができる。さらに、ゆりの郷の隣地にいちご農園があり、いちご狩りのシーズンにはゆりの郷と当農園を利用する家族連れの姿が見られる。

図表　序 - ５　やさと温泉ゆりの郷

出典：石岡市ホームページ
（https://www.city.ishioka.lg.jp/page/page001125.html）

石岡市は、ゆりの郷の隣地について、滞在型観光施設の整備候補地として２か所検討している。当該地に宿泊施設を整備する場合についても、フラワーパーク隣接地と同様に、大規模な入浴施設を持つゆりの郷に隣接し、緑に囲まれた施設が設置されることで、アウトドア未経験者や初心者も自然を楽しめるようにすることが整備目的となる。加えて、民間事業者等と連携することで地域の観光振興を目指すといった狙いも、フラワーパーク隣接地における施設整備の場合と共通している。

ゆりの郷の従来の利用者層は、主にシニア層であった。この層に加えて、これまであまり考慮されておらず、宿泊を伴う自然体験のニーズがあると考えられる「ファミリー層」を、ここでは新たな宿泊施設のターゲットとする。

以上、フラワーパークとゆりの郷の概要であるが、図表序 - ６に各候補地の特徴を、『平成 27 年度石岡市滞在型観光施設整備基本計画策定業務委託　基本計画書』を参考に、アピール性･アクセス性、インフラ、施設等の側面からまとめる。

図表　序 - 6　施設整備候補地の特徴

	フラワーパーク隣地		ゆりの郷隣地	
アピール性 **アクセス性**	フルーツライン沿道に位置しており、アピール性・アクセス性が非常に良好である。	○	フルーツラインから奥まった位置にあるため、アピール性・アクセス性で劣っている。	△
インフラ	温浴施設や宿泊施設に対応可能な上下水道を新たに整備する必要がある。	△	温浴施設への上下水道がすでに整備されているため、インフラ整備における費用が軽減される。	○
施設	園内に遊具施設や展望台が設置されており、飲食施設や物産館も充実している。	○	既存の温浴施設・飲食施設・直売所は非常に人気が高い。	○
その他	冬にはイルミネーションが行われるなど、多くの見所がある。	○	周囲には里山風景が広がり、日照性もよく、施設が高台に位置しているため見晴らしが良い。筑波山への眺望も非常に良好である。	○

『平成 27 年度石岡市滞在型観光施設整備基本計画策定業務委託　基本計画書』
を参考に作成

施設整備に対する方向性について、施設整備費用が安価な点、施設拡張や修繕が容易な点、自然をより身近に感じられる点等から、グランピング施設や小屋（スモールハウス）の整備が、石岡市では検討されている。したがって、以下の各種調査研究では、これらの宿泊施設形式を考慮に入れている。一方、第２章の来訪者アンケートの結果でも見られるように、ホテル型の宿泊施設についても一定のニーズがあると考えられる。この点から、第４章の先進事例の分析では、ホテル型のフォレストイン益子の事例を取り上げ、最終章のゆりの郷隣接地の事業収支試算では、当該施設に宿泊施設部分を増築する場合を検討している。

第１章　石岡市の概要

第１章　石岡市の概要

１．石岡市の概要

（１）　地理的特徴と沿革

茨城県石岡市は、筑波山を中心とした山々、日本第２位の面積を誇る霞ヶ浦、そこに注ぐ恋瀬川や園部川など豊かな自然に囲まれた、面積 215.53 ㎢、人口 75,755 人（平成 30 年度）の県のほぼ中央に位置するまちである。奈良時代には常陸国の国府が置かれ、地域の政治や文化の中心であった。

平成 17 年 10 月、旧石岡市と八郷町が合併することで現在の石岡市が誕生した。新たな石岡市は、これらの旧市町を軸とした都市構造（石岡地区及び八郷地区）を有している。

市内の交通網について、首都圏から東北地方に至る常磐自動車道、国道６号、JR 常磐線が市を縦断している。また、隣接する小美玉市には茨城空港があり、陸路、空路ともに同市へのアクセス性は優れている。

図表１－１　石岡市及び周辺地域の自然と主要交通網

出典：石岡市ホームページ

（http://www.city.ishioka.lg.jp/page/page001684.html）

（２） 産業

石岡市の産業構造を従事者の割合で見ると、第３次産業が約 60%、続いて第２次産業が約 30%で、第１次産業は約５％となっている。第１次産業の割合は低いものの、石岡市は農作物の栽培に適した温暖な気候、高度な栽培技術、首都圏近郊といった強みを持っている。特に、観光と関連して、いちご、梨、柿、りんご等の果樹園が八郷地区を中心に点在しており、石岡市の主要な観光資源の一つとなっている。

以下に、石岡市の観光に関わる特産物や産業を挙げる。

図表１－２　石岡市の観光に関わる特産物及び産業

●特産品・食資源など

種類	資源名	概要
特産品・土産物	日本酒，米焼酎	府中誉㈱(府中製造)1854 年創業，石岡酒造㈱1959 年創業，白菊酒造㈱1805 年創業，藤田酒造店 1462 年創業(日本に現存する酒蔵では２番目に古い)
	味噌	ミツウロコ味噌㈱，㈱小倉味噌店，東屋糀味噌店
	四季の農産物，畜産物	赤ねぎ，梨（茨城県銘柄産地指定），その他果樹(下記，果樹狩り参照)，米(特別栽培米コシヒカリ)，レンコン，きゅうり，その他各種野菜，やさと納豆，やさとのたまご，そば，常陸牛，ダチョウの肉，穂の香卵
	生花	小菊(茨城県銘柄産地指定)
	農産物直売所，物産館，朝市	JA やさと柿岡直売所，JA やさと園部直売所，やさと温泉ゆりの郷物産館，やさと農産物直売所（茨城県フラワーパーク内 Yasato de toreta），JA 新ひたち野大地のめぐみ
	産地直送インターネット通販(JA やさと，JA 新ひたち野)	かぼちゃ焼酎「星空のシンデレラ」のほか，地元の特産品を販売。
	オリジナルスイーツ(いしおかサンド)	市内の菓子職人が地元産の食材を使った地元スイーツを開発。
	しし鍋	石岡市八郷商工会が中心となり，しし鍋協賛店をまとめたしし鍋マップを作成。
果樹狩り・観光果樹園	いちご	1月～5月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施(直売は 12 月から)。
	ブルーベリー	6月下旬～8月中旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	ぶどう	7月下旬～10月中旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	梨	8月中旬～10月上旬。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	柿	9月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	りんご	9月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
	みかん	10月中旬～11月。果樹狩りのほか直売所での販売を実施。
産業	観光果樹園，果樹団地，農業体験	筑波山麓の温暖な気候に恵まれた八郷地区は，筑波山系の豊な水と温暖な気候があいまって，年間を通じていろんな種類の果樹が楽しめる。
	茨城県畜産センター	新品種・新技術の研究開発だけでなく，団体を対象に酪農体験や加工体験を実施している。
	商店街	御幸通り商店街，中町商店街，柿岡商店街など
産業観光	伝統産業	酒造，味噌づくり，弓矢制作，線香製造，桐工芸
	食品，飲料	そば粉・乳製品の製造

出典：『第２次石岡市観光振興計画』p. 17

図表１－３　石岡市の観光に関わる特産物及び産業（続き）

種類	資源名	概要
産業観光	工業製品	アルミニウム飲料缶の製罐，石材採掘・加工，いぶし瓦製造
	社会・暮らし	青果市場の競売(セリ)，ギターに関する展示・説明(ギター文化館)
伝統工芸	工芸品	石岡府中杉細工，杉線香，常陸獅子

出典：『第２次石岡市観光振興計画』p. 18

２．石岡市の観光とこれまでの施策

（１）　石岡市の観光

石岡市は、上記の特産物や産業に加えて、以下の図表１－４及び図表１－５に見られるように、様々な観光資源に恵まれている。これは、自然景観への高い評価といった石岡市の観光の強みとしても認識されている。

これらの観光資源に加えて、日本ジオパーク委員会認定の「筑波山地域ジオパーク」（石岡市、つくば市、笠間市、桜川市、土浦市、かすみがうら市）や、筑波山と霞ヶ浦周辺を巡るサイクリングコースである「つくば霞ケ浦りんりんロード」（石岡市を始めとした県南部の市町村）に石岡市は参加している。また、石岡市独自の施策として、市内外の人々による積極的な自転車の利用を促す「石岡市りんりんタウン構想」が策定されており、近年では周辺の自然を活かした取組が行われている。

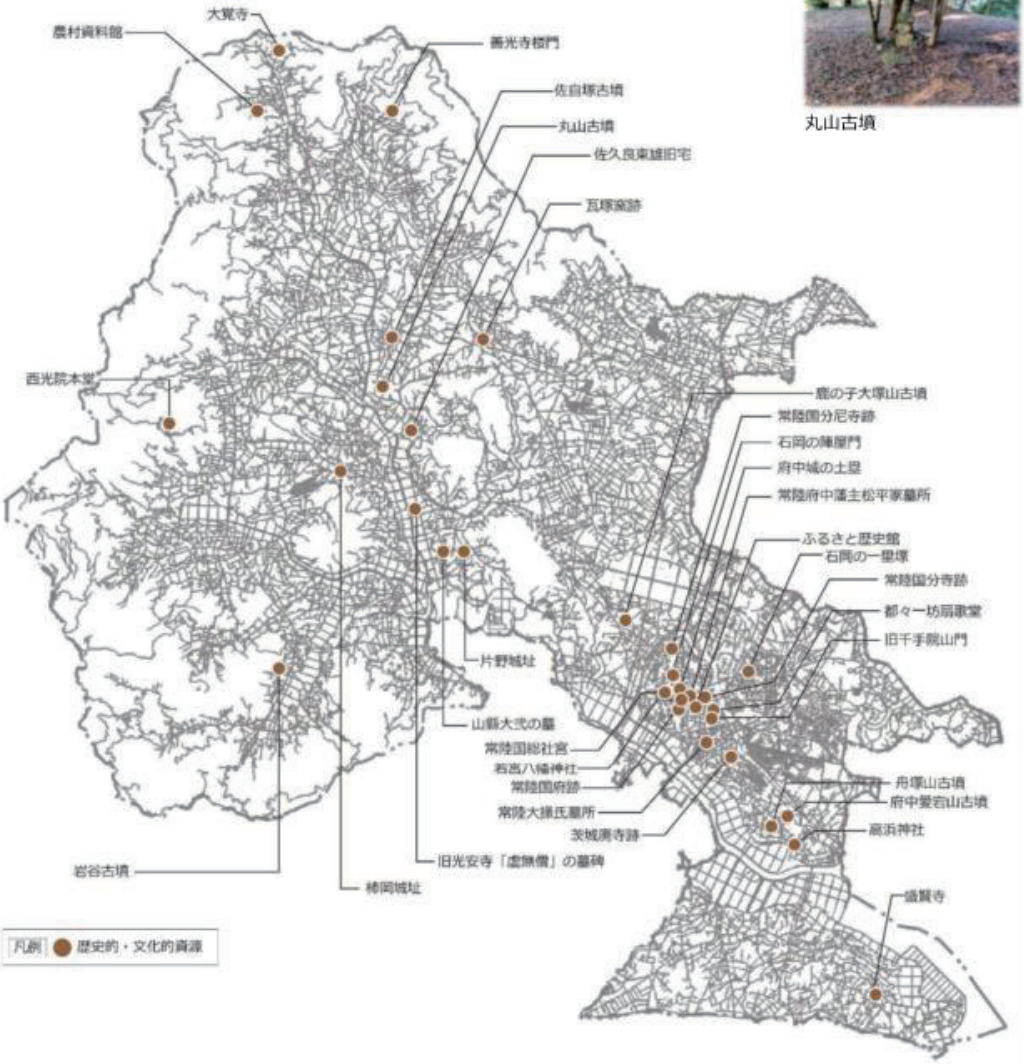
図表１－４　石岡市の歴史的・文化的資源

常陸国府跡

常陸国分寺跡

常陸国分尼寺跡

丸山古墳



高浜神社

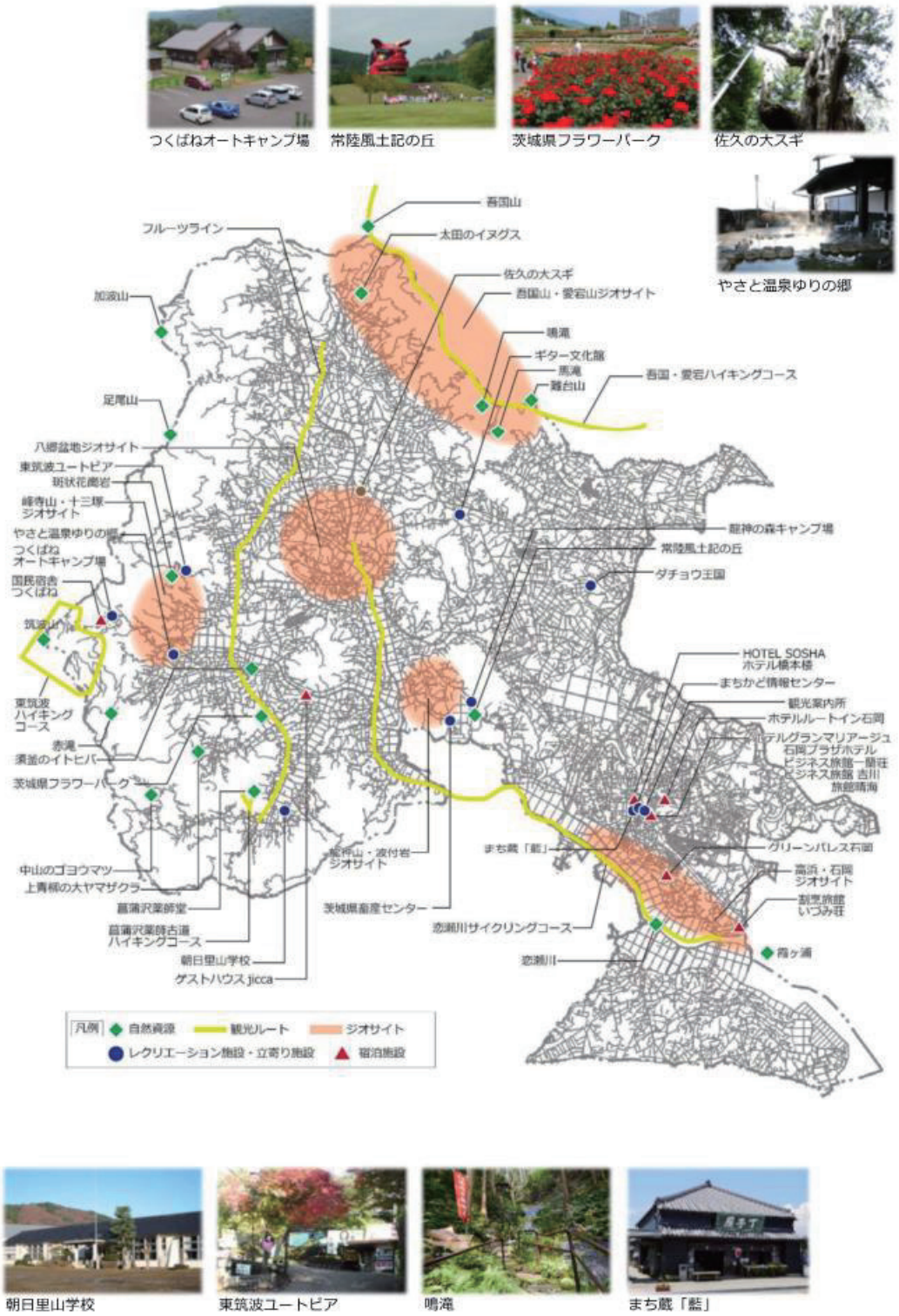
盛賢寺

佐久良東雄旧宅

石岡の一里塚

出典：『第２次石岡市観光振興計画』p. 15

図表１－５　石岡市の自然資源・観光施設・宿泊施設



出典：『第２次石岡市観光振興計画』p. 16

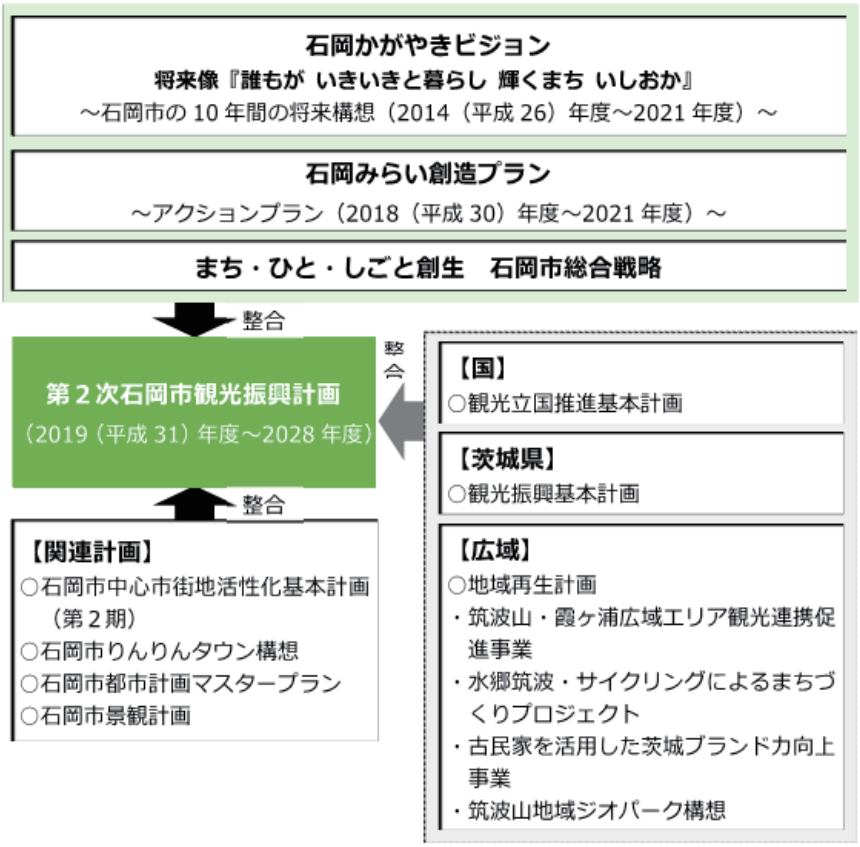
一方、石岡市における観光の弱みとして、宿泊施設に対する満足度の低さ、市内交通網・周辺観光地との連携が脆弱といった点が挙げられる。これらの点は、以下で述べる『第２次石岡市観光振興計画』における今後の市の方針に反映されている。

（２） これまでの施策

平成 31 年３月に、石岡市の観光振興とそれに伴う地域発展を目的として、『第２次石岡市観光振興計画』が策定された。同計画は、上位計画に位置付けられる『石岡かがやきビジョン』、『石岡みらい創造プラン』、『石岡市総合戦略』、関連計画である『石岡市都市計画マスタープラン』、国や茨城県の方針等との整合性を考慮した上で定められたものである[4]。

同計画の施策体系として、「市民とともにつくる常陸国の歴史・里山を体感できるまち　いしおか」という将来像と、「常世の国との出会いを通して、訪れる人々に喜びと感動と満足を提供する」という基本理念のもと、「１．魅力ある観光地域づくり」、「２．戦略的な情報発信」、「３．周遊観光の推進」、「４．持続可能な観光産業の育成」といった４つの基本方針が示されている[5]。特に、滞在型観光施設の整備に関連して、「１．魅力ある観光地域づくり」において、滞在時間を延ばし、消費額を増やすためには宿泊施設の整備が必要であり、「３．周遊観光の推進」においては、市内を周遊するための環境として、滞在型観光の拠点が求められている。

図表１－６　『第２次石岡市観光振興計画』とその他の計画との関連



出典：『第２次石岡市観光振興計画』p.　4

---

[4] 『第２次石岡市観光振興計画』p.　4

[5] 『第２次石岡市観光振興計画』p.　43

図表１－７　『第２次石岡市観光振興計画』の施策体系

【将来像】市民とともにつくる常陸国の歴史・里山を体感できるまち　いしおか

【基本理念】常世の国との出会いを通して，訪れる人々に喜びと感動と満足を提供する

基本方針	施策	取組
1．魅力ある観光地域づくり	(1)観光資源の魅力向上による石岡ブランドの確立	①地域の特性を活かした観光（モノ・コト）の促進
		②観光資源などの保護と活用
	(2)多様な旅行形態への対応	①多様なニーズに応えられる観光資源の発掘・活用
		②多様なニーズに沿った観光資源の連携
	(3)ユニバーサルデザインを取り入れた受入環境の整備	①既存施設の効果的な利活用
		②宿泊施設の整備
		③案内表示などの整備・充実
		④二次交通の充実
		⑤観光地域としての景観の保全
2．戦略的な情報発信	(1)媒体の特性を活かした効果的な PR 活動	①ターゲットに応じた情報発信手法の構築
	(2)ターゲットとなる地域や旅行者の特性を重視した情報発信	①海外向け情報発信の強化
		②テーマ別情報発信の強化
	(3)他の自治体と連携した誘客の促進	①茨城県や近隣市町村と連携した観光 PR の実施
		②人気スポットと連携した観光 PR の実施
3．周遊観光の推進	(1)周遊観光ルートの開発	①テーマに沿った周遊ルートの開発
		②観光地域のネットワーク化の推進
	(2)茨城県や周辺自治体との連携強化	①筑波山地域ジオパーク推進協議会などとの連携強化
		②広域観光案内機能の強化
	(3)周遊できる環境づくり	①交通事業者との連携強化
		②自転車などによる市内回遊の促進
4．持続可能な観光産業の育成	(1)担い手の育成	①体験・交流を通じた石岡ファンづくりの推進
		②新たな担い手育成の強化
		③市内事業者間の連携強化
		④市民や子どもの誇りや郷土愛の醸成
	(2)観光地域づくりの推進体制の構築	①官民連携による推進体制の構築
		②行政内の体制の連携強化
		③ボランティアの活用と連携強化
	(3)持続可能な観光産業の推進	①継続的なマーケティング調査の実施・分析
		②経済波及効果を生み出す他業種連携の推進

【重点プロジェクト】インバウンドの受入環境の充実

出典：『第２次石岡市観光振興計画』p. 43

第２章　フラワーパーク・ゆりの郷来訪者へのアンケート

第２章　フラワーパーク・ゆりの郷来訪者へのアンケート

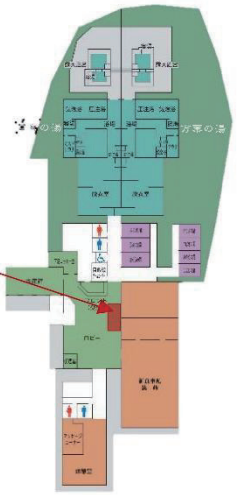
１．アンケート調査結果

（１）調査の概要

No.	項目	内容
1	調査概要	■　石岡市八郷地域における新たな滞在型観光施設の整備候補地に隣接するフラワーパーク、ゆりの郷への来訪者に対する対面式のアンケート調査 ※アンケート調査票は、Ｐ48 以降に記載
2	目的	■　石岡市八郷地域への来訪者に関する下記事項の実態把握 ・　来訪動機・目的、同行者、来訪回数、移動手段等 ・　来訪者の宿泊に関する実態 ・　新たな滞在型観光施設に関するニーズ等
3	対象者	■　フラワーパーク、及びゆりの郷の利用者 ■　回答者数は以下のとおり ・　フラワーパーク：105 名（うち石岡市民 7 名） ・　ゆりの郷　　：102 名（　　〃　　7 名）
4	実施場所・日時	■　実施場所：フラワーパーク内、ゆりの郷建物内 ■　日時：令和元年 11 月 2 日（土）　10：00～16：00

フラワーパーク

ゆりの郷



（２）回答者属性

回答者の属性は以下のとおり（Q1）

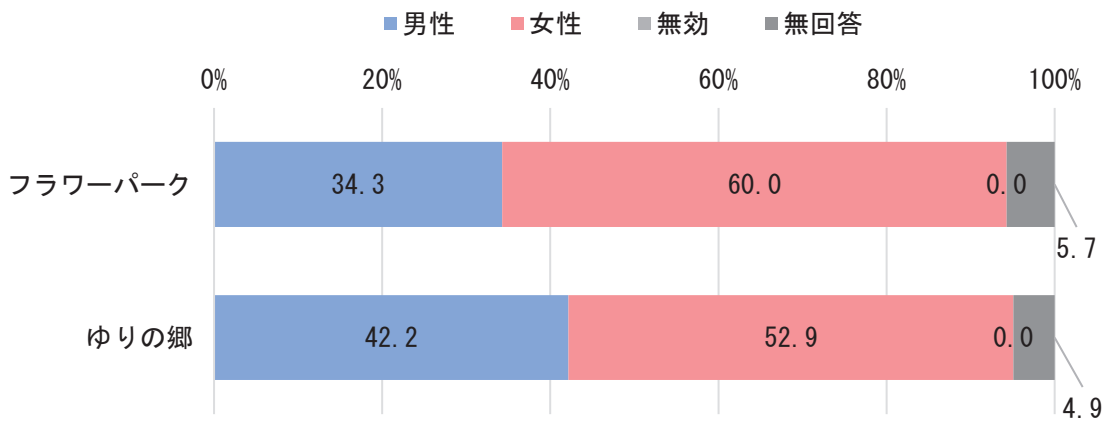
①性別

■ **フラワーパーク**

「**女性**」が 60.0%、「**男性**」が 34.3%となっている。

■ **ゆりの郷**

「**女性**」が 52.9%、「**男性**」が 42.2%となっている。



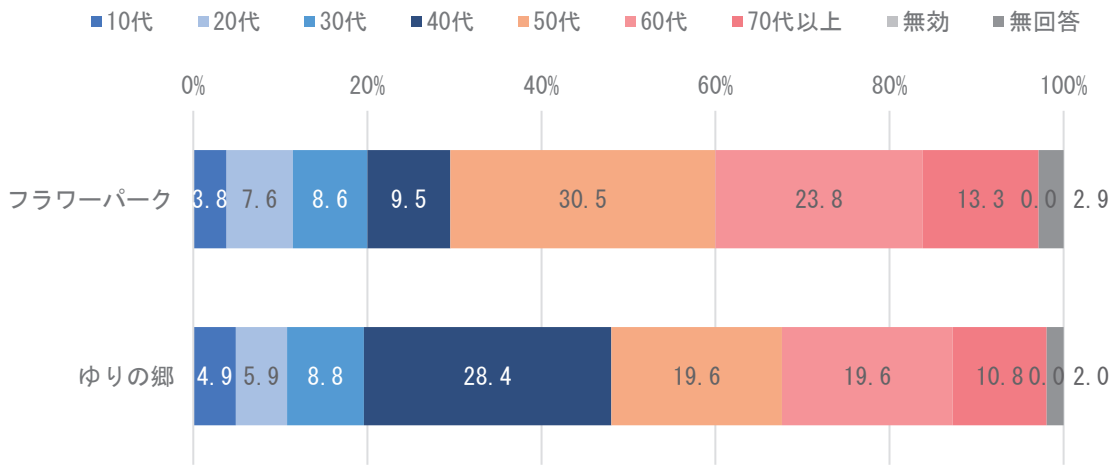
②年齢

■ **フラワーパーク**

「**50 代**」が 30.5%と最も高く、次いで「**60 代**」が 23.8%、「**70 代以上**」が 13.3%と続く。

■ **ゆりの郷**

「**40 代**」が 28.4%と最も高く、次いで「**50 代**」・「**60 代**」がそれぞれ 19.6%と続く。



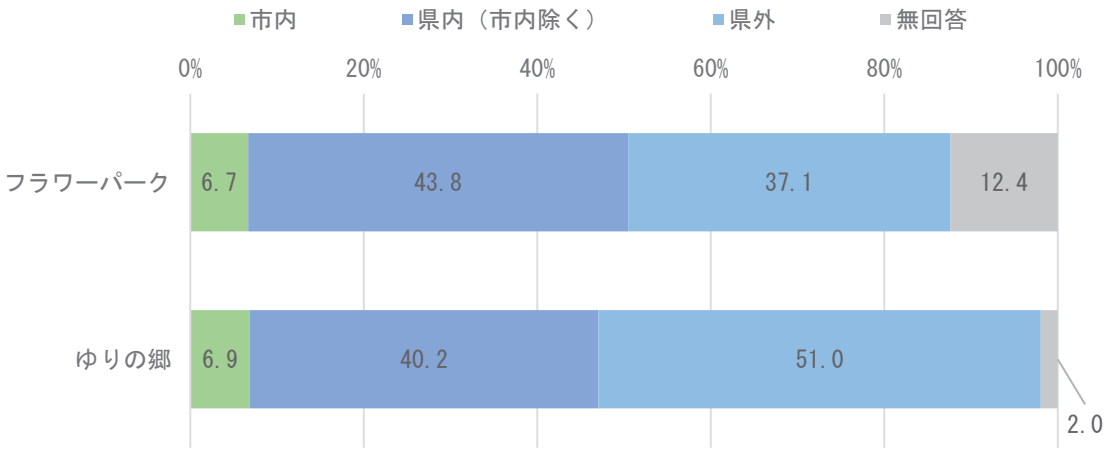
③居住地

■ **フラワーパーク**

「県内（市内除く）」が 43.8%と最も高く、次いで**「県外」**が 37.1%、**「市内」**が 6.7%と続く。

■ **ゆりの郷**

「県外」が 51.0%と最も高く、次いで**「県内（市内除く）」**が 40.2%、**「市内」**が 6.9%と続く。



（３）来訪動機・目的

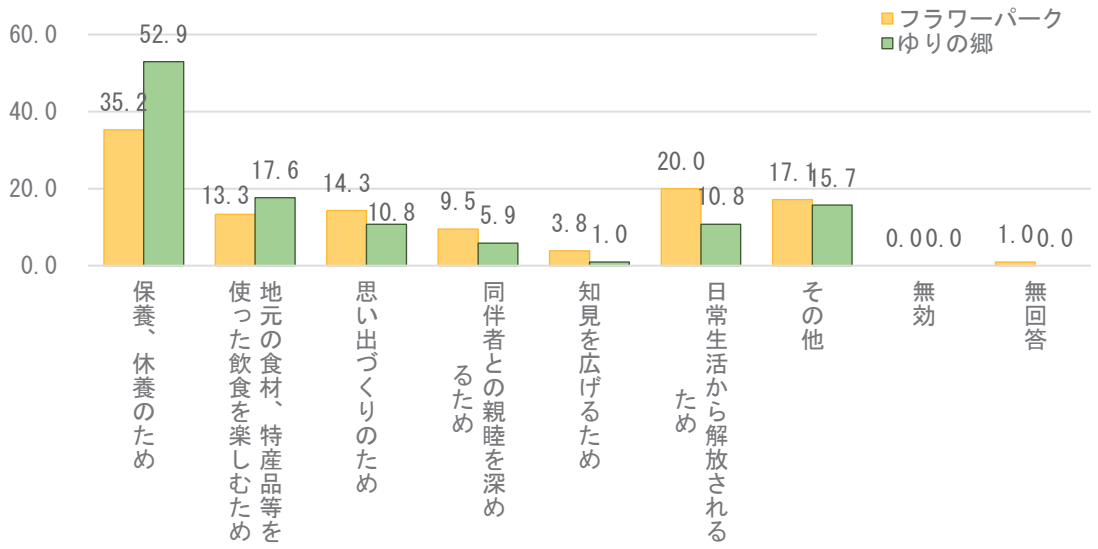
Q2：石岡市に出かけようと思ったきっかけ（動機）は何ですか？

■　**フラワーパーク**

「保養、休養のため」が 35.2%と最も高く、次いで**「日常生活から解放されるため」**が 20.0%、**「その他」**が 17.1%と続く。

■　**ゆりの郷**

「保養、休養のため」が 52.9%と最も高く、次いで**「地元の食材、特産品等を使った飲食を楽しむため」**が 17.6%、**「その他」**が 15.7%と続く。



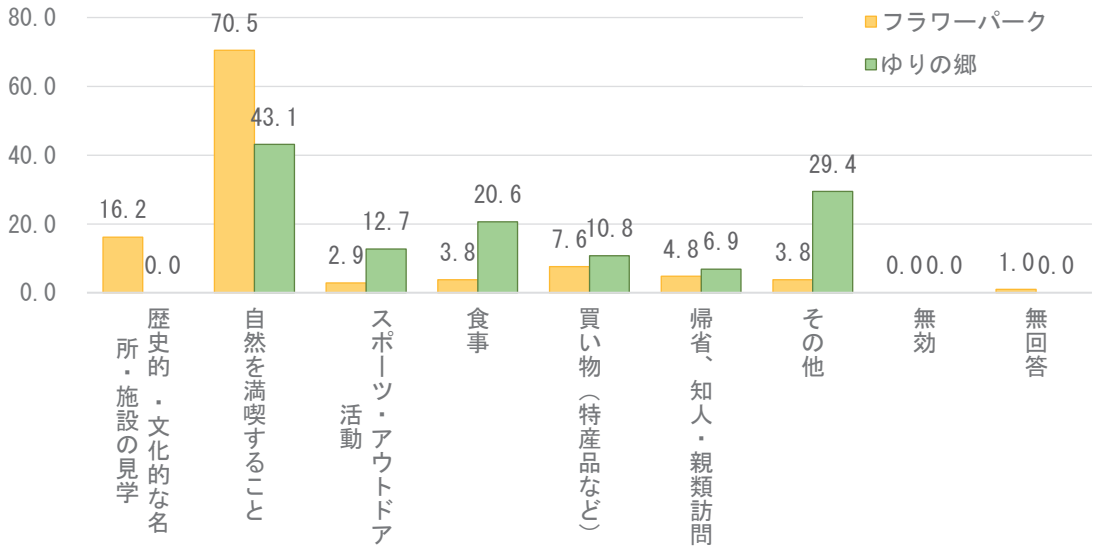
Q3：今回の石岡市へのご訪問の目的は何ですか？

■　**フラワーパーク**

「自然を満喫すること」が 70.5%と最も高く、次いで**「歴史的・文化的な名所・施設の見学」**が 16.2%、**「買い物（特産品など）」**が 7.6%と続く。

■　**ゆりの郷**

「自然を満喫すること」が 43.1%と最も高く、次いで**「その他」**が 29.4%、**「食事」**が 20.6%と続く。



（4）来訪回数・同行者

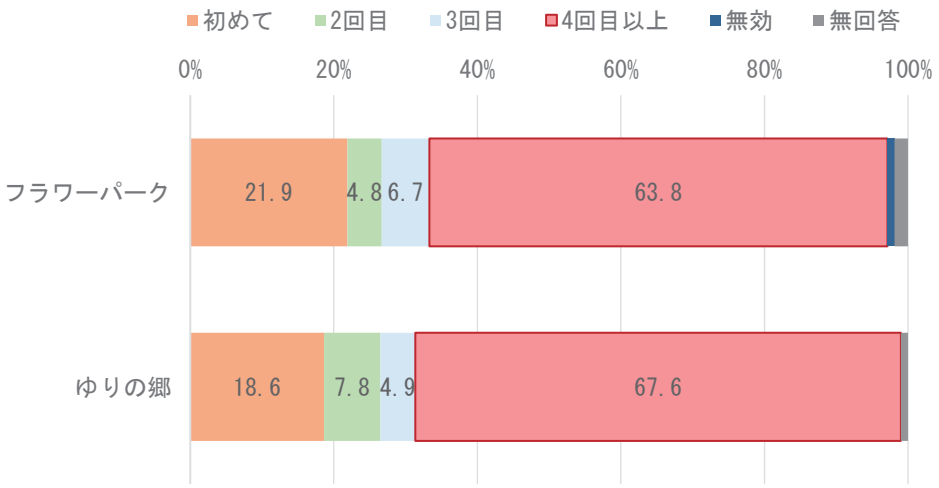
Q4：今回の石岡市へのご訪問は何回目ですか？

■　**フラワーパーク**

「**4 回目以上**」が 63.8%と最も高く、次いで「**初めて**」が 21.9%、「**3 回目**」が 6.7%と続く。

■　**ゆりの郷**

「**4 回目以上**」が 67.6%と最も高く、次いで「**初めて**」が 18.6%、「**2 回目**」が 7.8%と続く。



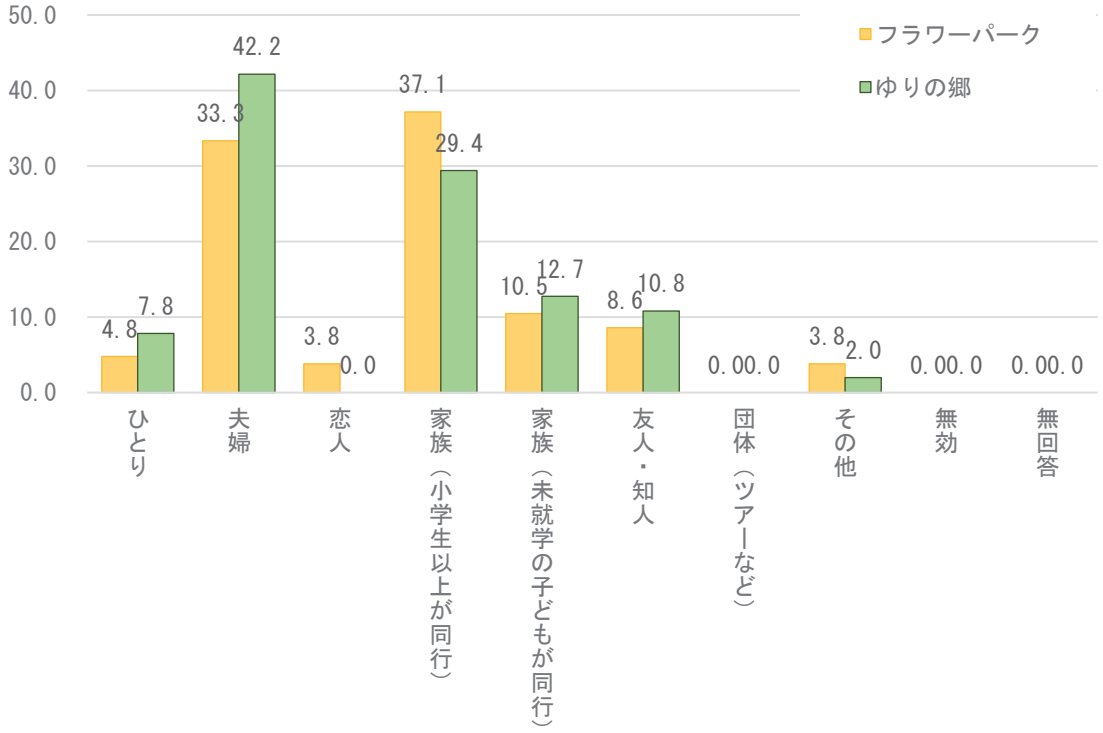
Q5：今回のご訪問はどなたといらっしゃいましたか？

■ **フラワーパーク**

「家族（小学生以上が同行）」が 37.1%と最も高く、次いで**「夫婦」**が 33.3%、**「家族（未就学の子どもが同行）」**が 10.5%と続く。

■ **ゆりの郷**

「夫婦」が 42.2%と最も高く、次いで**「家族（小学生以上が同行）」**が 29.4%、**「家族（未就学の子どもが同行）」**が 12.7%と続く。



（５）参考とした情報源

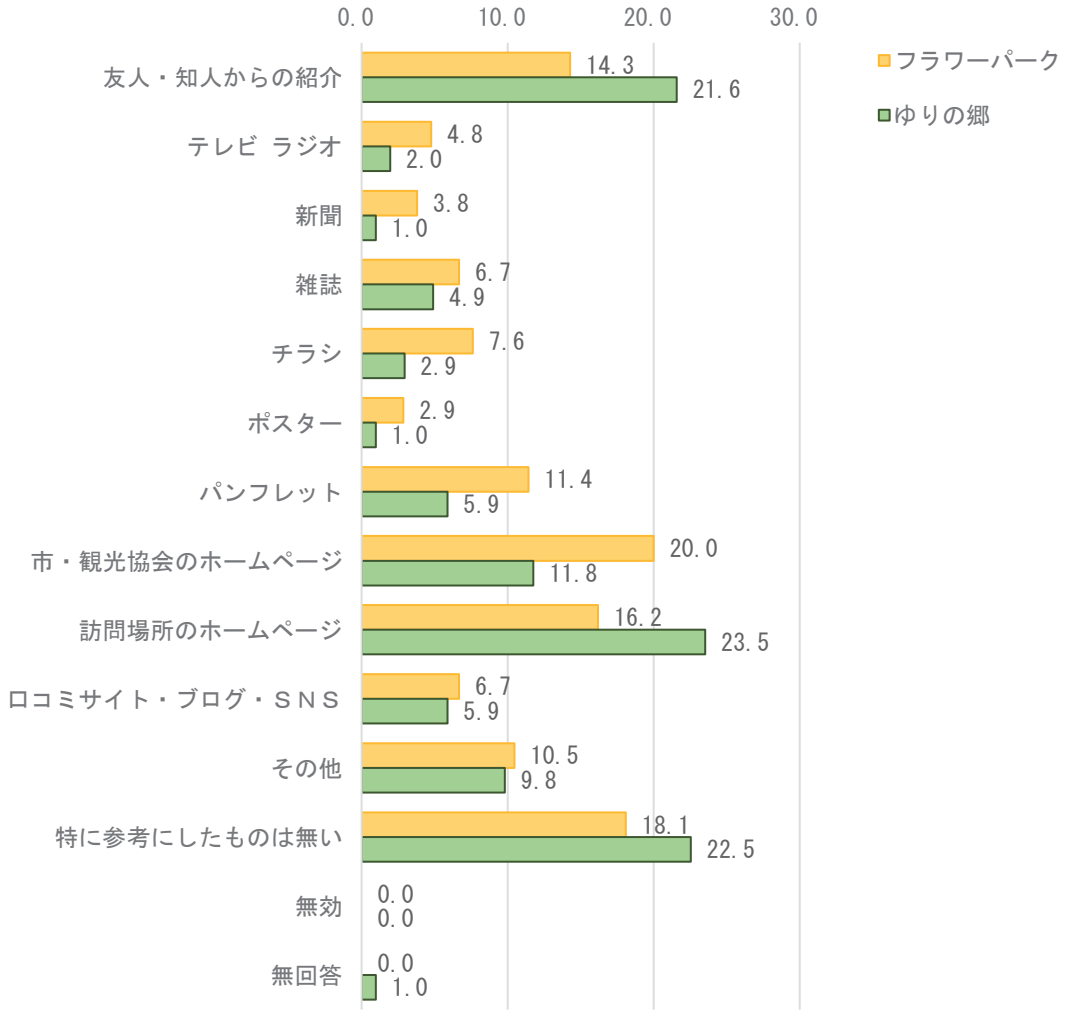
Q6：今回、ご訪問する際に参考とした情報源を教えてください。

■　**フラワーパーク**

「市・観光協会のホームページ」が 20.0%と最も高く、次いで**「特に参考にしたものは無い」**が 18.1%、**「訪問場所のホームページ」**が 16.2%と続く。

■　**ゆりの郷**

「訪問場所のホームページ」が 23.5%と最も高く、次いで**「特に参考にしたものは無い」**が 22.5%、**「友人・知人からの紹介」**が 21.6%と続く。



（６）移動手段・立ち寄り箇所

Q7：今回の来訪で立ち寄った場所、次に立ち寄る予定の場所を教えてください。また、それぞれの場所までの移動手段について選択肢の中から選んで、該当する番号をご記入ください。

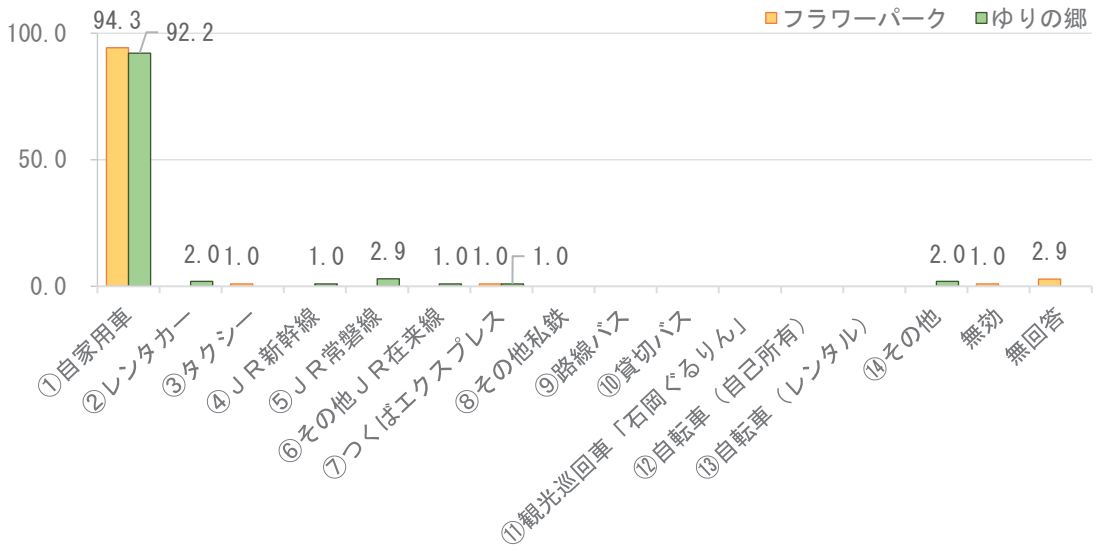
①主な移動手段

■ **フラワーパーク**

「自家用車」が 94.3%と最も高く、次いで**「タクシー」**、**「つくばエクスプレス」**が 1.0%と続く。

■ **ゆりの郷**

「自家用車」が 92.2%と最も高く、次いで**「JR 常磐線」**が 2.9%、**「レンタカー」**が 2.0%と続く。



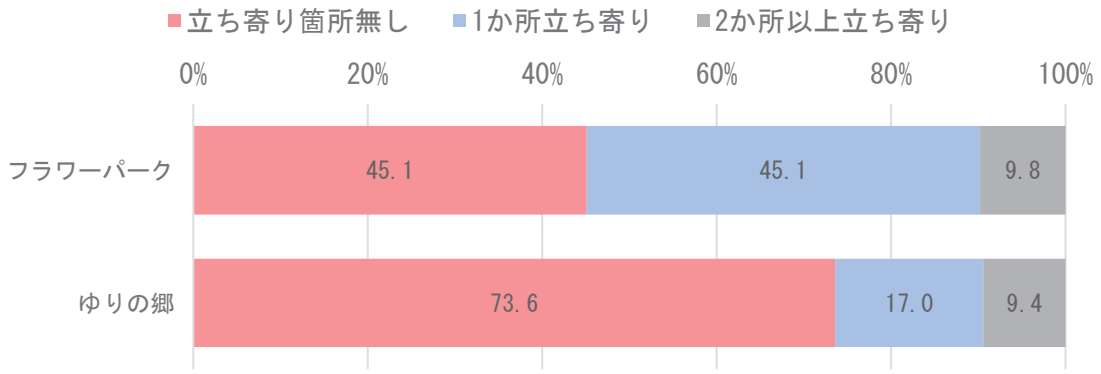
②－１　自宅→調査地点

■　**フラワーパーク**

「立ち寄り箇所無し」が 45.1%と最も高く、次いで**「1 か所立ち寄り」**が 45.1%、**「2 か所以上立ち寄り」**が 9.8%と続く。

■　**ゆりの郷**

「立ち寄り箇所無し」が 73.6%と最も高く、次いで**「1 か所立ち寄り」**が 17.0%、**「2 か所以上立ち寄り」**が 9.4%と続く。



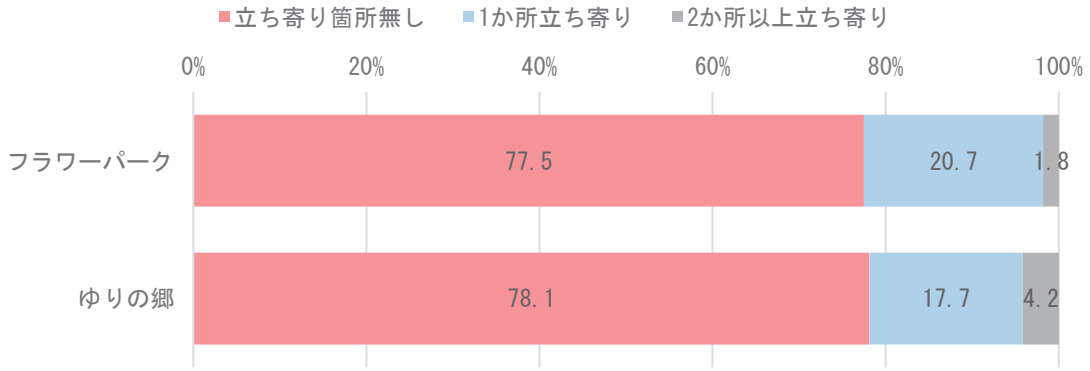
②－２　調査地点→自宅

■　**<u>フラワーパーク</u>**

「立ち寄り箇所無し」が 77.5%と最も高く、次いで**「1 か所立ち寄り」**が 20.7%、**「2 か所以上立ち寄り」**が 1.8%と続く。

■　**<u>ゆりの郷</u>**

「立ち寄り箇所無し」が 78.1%と最も高く、次いで**「1 か所立ち寄り」**が 17.7%、**「2 か所以上立ち寄り」**が 4.2%と続く。



（７）宿泊の実態

①宿泊の有無・施設の形態

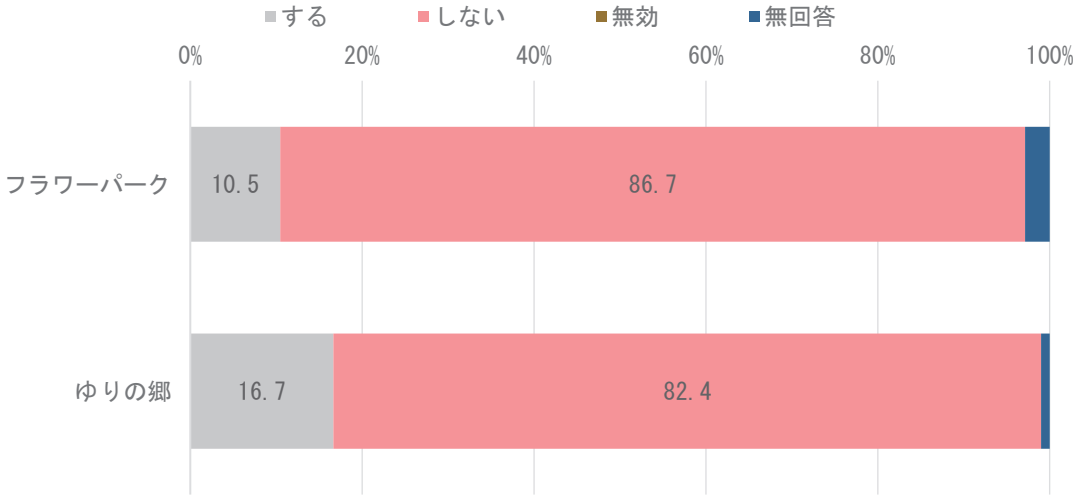
Q8：今回の来訪で、宿泊は予定していますか？

■ **フラワーパーク**

「しない」が 86.7%、「する」が 10.5%となっている。

■ **ゆりの郷**

「しない」が 82.4%、「する」が 16.7%となっている。



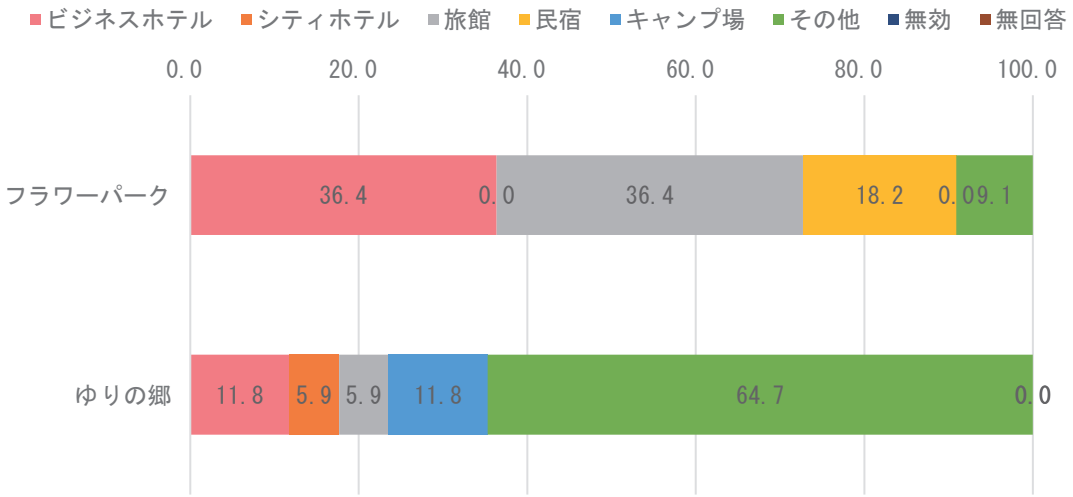
Q9：宿泊施設の形態をお答えください。※参考値

■ **フラワーパーク**

「ビジネスホテル」「旅館」が 36.4%と最も高く、次いで**「民宿」**が 18.2%となっている。

■ **ゆりの郷**

「その他」が 64.7%と最も高く、次いで**「ビジネスホテル」、「キャンプ場」**がそれぞれ 11.8%となっている。



②宿泊時の予約方法・重視する項目

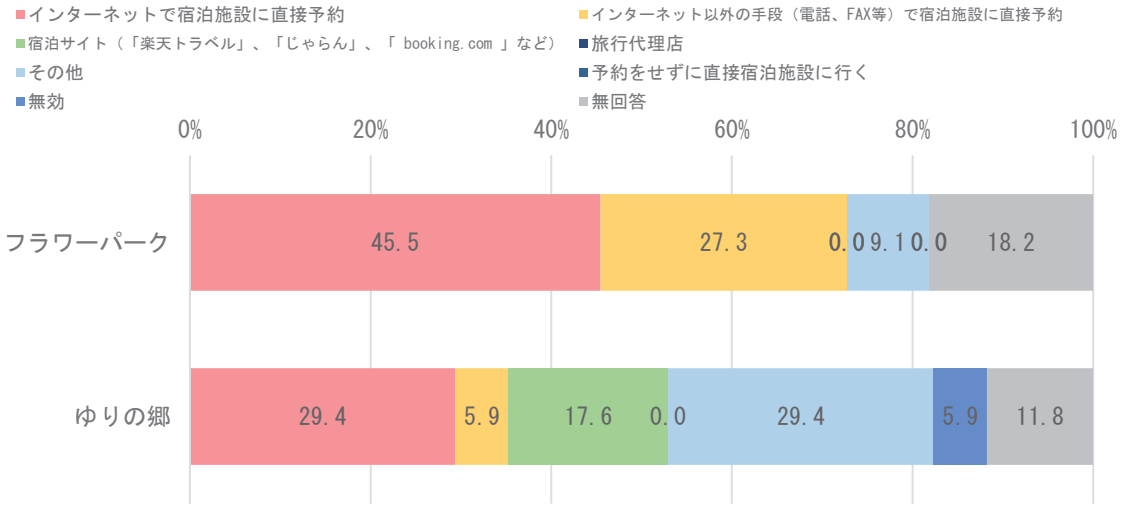
Q10：宿泊施設の予約はどのように行いましたか？※参考値

■ **フラワーパーク**

「インターネットで宿泊施設に直接予約」が 45.5%と最も高く、次いで**「インターネット以外の手段（電話、FAX 等）で宿泊施設に直接予約」**が 27.3%、**「その他」**が 9.1%と続く。

■ **ゆりの郷**

「インターネットで宿泊施設に直接予約」・「その他」が 29.4%と最も高く、次いで**「宿泊サイト（「楽天トラベル」、「じゃらん」、「booking.com」など）」**が 17.6%と続く。



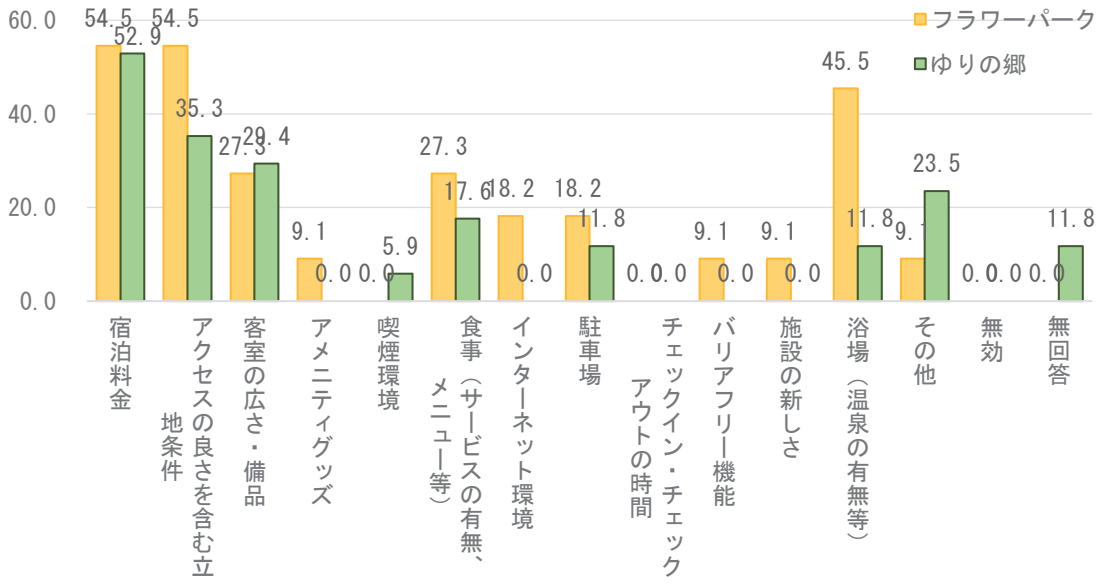
Q11：宿泊施設を選ぶ際に重視したことは何ですか？※参考値

■ **フラワーパーク**

「宿泊料金」・「アクセスの良さを含む立地条件」が 54.5%と最も高く、次いで**「浴場（温泉の有無等）」**が 45.5%と続く。

■ **ゆりの郷**

「宿泊料金」が 52.9%と最も高く、次いで**「アクセスの良さを含む立地条件」**が 35.3%、**「客室の広さ・備品」**が 29.4%と続く。



③宿泊に係る予算

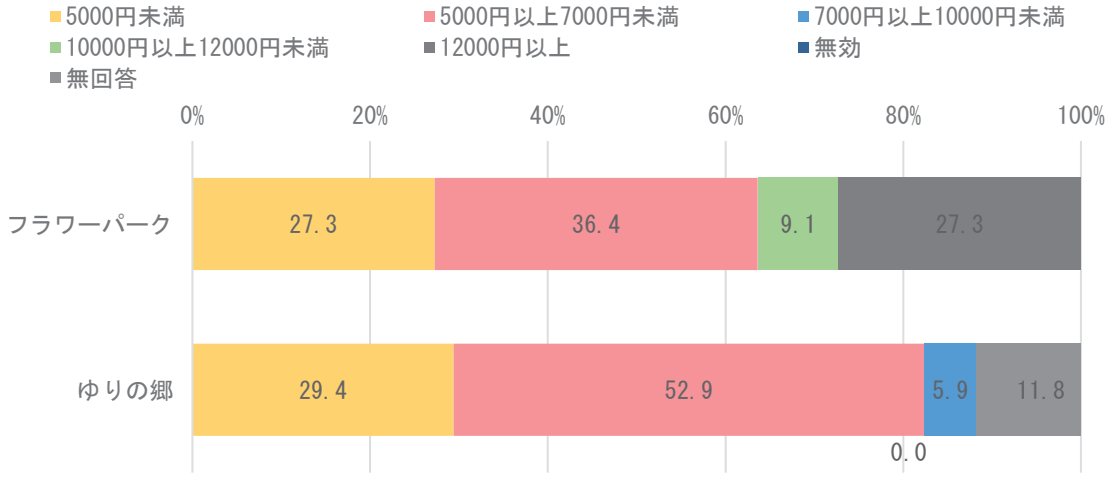
Q12：今回の宿泊費は一人当たりおおよそいくらぐらいですか？※参考値

■ **フラワーパーク**

「5000 円以上 7000 円未満」が 36.4%と最も高く、次いで**「5000 円未満」・「12000 円以上」**が 27.3%と続く。

■ **ゆりの郷**

「5000 円以上 7000 円未満」が 52.9%と最も高く、次いで**「5000 円未満」**が 29.4%、**「7000 円以上 10000 円未満」**が 5.9%と続く。



（８）新たな滞在型観光施設に対するニーズ

①利用意向

Q13：石岡市では現在、観光客の皆様により長い時間滞在していただくために、滞在型観光施設の整備を検討しています。 現在いる施設に以下のような宿泊施設が整備されたとしたら、利用してみたいと思いますか？

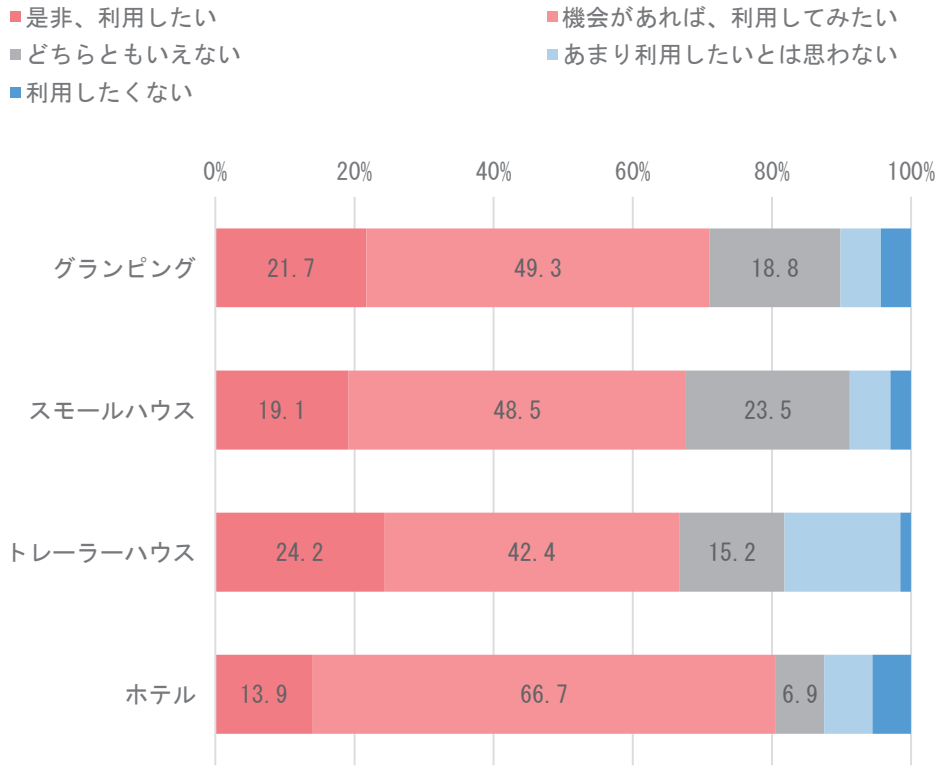
■　フラワーパーク

グランピング：**「機会があれば、利用してみたい」**が 49.3％と最も高く、次いで**「是非、利用したい」**が 21.7％、**「どちらともいえない」**が 18.8％と続く。

スモールハウス：**「機会があれば、利用してみたい」**が 48.5％と最も高く、次いで**「どちらともいえない」**が 23.5％、**「是非、利用したい」**が 19.1％と続く。

トレーラーハウス：**「機会があれば、利用してみたい」**が 42.4％と最も高く、次いで**「是非、利用したい」**が 24.2％、**「どちらともいえない」**が 15.2％と続く。

ホ　テ　ル：**「機会があれば、利用してみたい」**が 66.7％と最も高く、次いで**「是非、利用したい」**が 13.9％、**「どちらともいえない」**が 6.9％と続く。



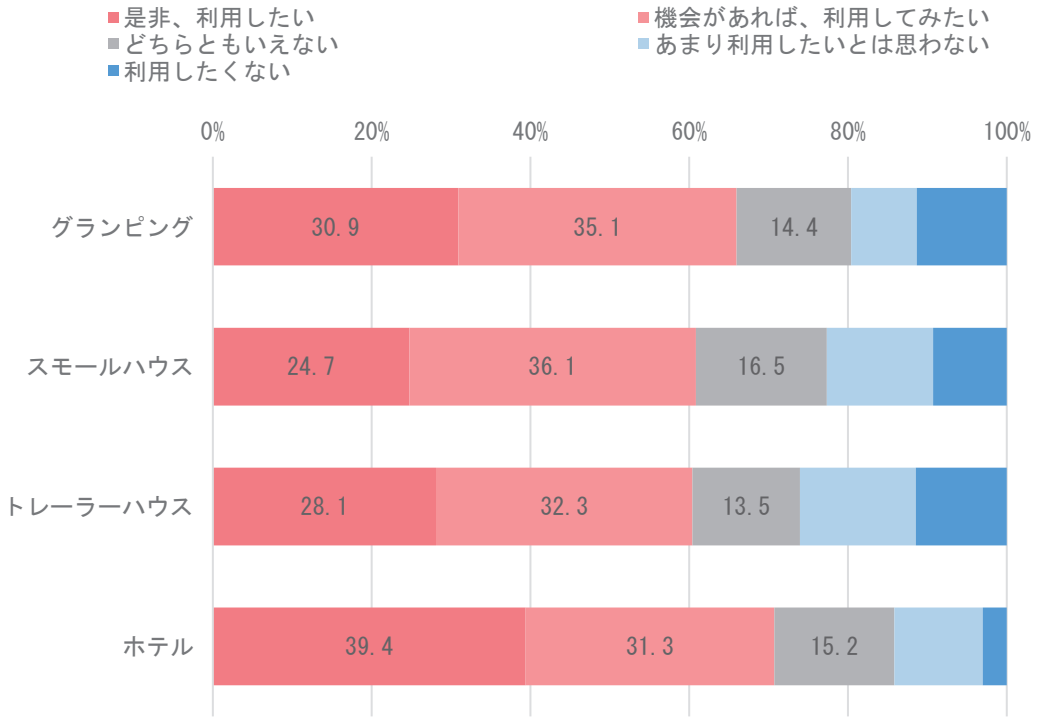
■　ゆりの郷

グランピング：「機会があれば、利用してみたい」が 35.1%と最も高く、次いで「是非、利用したい」が 30.9%、「どちらともいえない」が 14.4%と続く。

スモールハウス：「機会があれば、利用してみたい」が 36.1%と最も高く、次いで「是非、利用したい」が 24.7%、「どちらともいえない」が 16.5%と続く。

トレーラーハウス：「機会があれば、利用してみたい」が 32.3%と最も高く、次いで「是非、利用したい」が 28.1%、「どちらともいえない」が 13.5%と続く。

ホ　テ　ル：「是非、利用したい」が 39.4%と最も高く、次いで「機会があれば、利用してみたい」が 31.3%、「どちらともいえない」が 15.2%と続く。



②付帯設備・機能等

Q14-1：これらの宿泊施設にどのような機能があるとよいと思いますか？ともにあるとよい機能（3 つまで）

■　フラワーパーク

グランピング：「大浴場」が 39.0%と最も高く、次いで「体験プログラムを楽しめる場所」が 29.5%、「レストラン」が 27.6%と続く。

スモールハウス：「大浴場」が 35.2%と最も高く、次いで「体験プログラムを楽しめる場所」が 27.6%、「売店・物産店」が 21.9%と続く。

トレーラーハウス：「大浴場」が 30.5%と最も高く、次いで「体験プログラムを楽しめる場所」が 23.8%、「売店・物産店」が 22.9%と続く。

ホテル：「大浴場」が 42.9%と最も高く、次いで「レストラン」が 41.0%、「カフェ」が 24.8%と続く。

回答上位 10%　回答下位 10%

	レストラン	カフェ	大浴場	売店・物産店	遊具付きの広場	観光案内所	体験プログラムを楽しめる場所	椅子等がある無料の休憩所	ドッグラン
グランピング	27.6	19.0	39.0	19.0	20.0	1.9	29.5	4.8	18.1
スモールハウス	20.0	18.1	35.2	21.9	17.1	7.6	27.6	6.7	16.2
トレーラーハウス	21.9	16.2	30.5	22.9	21.9	4.8	23.8	6.7	17.1
ホテル	41.0	24.8	42.9	19.0	3.8	9.5	15.2	5.7	12.4

※回答上位 10%：
すべての宿泊形態（グランピング・スモールハウス・トレーラーハウス・ホテル）に対するすべての回答結果のうち、上位 10%の回答結果を指す。

※回答下位 10%：
すべての宿泊形態（グランピング・スモールハウス・トレーラーハウス・ホテル）に対するすべての回答結果のうち、下位 10%の回答結果を指す。

■　ゆりの郷

グランピング：「大浴場」が 55.9%と最も高く、次いで「レストラン」が 31.4%、「体験プログラムを楽しめる場所」が 27.5%と続く。

スモールハウス：「大浴場」が 49.0%と最も高く、次いで「レストラン」が 29.4%、「体験プログラムを楽しめる場所」が 28.4%と続く。

トレーラーハウス：「大浴場」が 46.1%と最も高く、次いで「体験プログラムを楽しめる場所」が 31.4%、「レストラン」が 27.5%と続く。

ホ　テ　ル：「大浴場」が 67.6%と最も高く、次いで「レストラン」が 47.1%、「売店・物産店」が 36.3%と続く。

回答上位 10%　　回答下位 10%

	レストラン	カフェ	大浴場	売店・物産店	遊具付きの広場	観光案内所	体験プログラムを楽しめる場所	椅子等がある無料の休憩所	ドッグラン
グランピング	31.4	15.7	55.9	22.5	23.5	7.8	27.5	10.8	9.8
スモールハウス	29.4	15.7	49.0	24.5	27.5	10.8	28.4	6.9	11.8
トレーラーハウス	27.5	16.7	46.1	20.6	25.5	6.9	31.4	6.9	10.8
ホテル	47.1	28.4	67.6	36.3	11.8	9.8	16.7	7.8	7.8

Q14-2:これらの宿泊施設にどのような機能があるとよいと思いますか？客室・周辺にあるとよい機能（3 つまで）

■　フラワーパーク

グランピング：「ベッド」が 25.7%と最も高く、次いで「WiFi」が 20.0%、「トイレ（室内）」が 16.2%と続く。

スモールハウス：「ベッド」が 21.9%と最も高く、次いで「トイレ（室内）」が 27.6%、「WiFi」が 17.1%と続く。

トレーラーハウス：「ベッド」が 24.8%と最も高く、次いで「トイレ（室内）」が 23.8%、「WiFi」が 18.1%と続く。

ホ　テ　ル：「WiFi」が 30.5%と最も高く、次いで「ベッド」が 27.6%、「トイレ（室内）」が 21.0%と続く。

回答上位 10%　　回答下位 10%

	ベッド	机	椅子	WiFi	テレビ	冷蔵庫	ガスコンロ	ミニキッチン	水洗い場（屋外）	エアコン	ランタン	トイレ（室外）	トイレ（室内）	シャワー（室内）	シャワー（室外）	風呂（室内）	風呂（室外）	ウッドデッキ
グランピング	25.7	1.0	4.8	20.0	8.6	12.4	1.9	11.4	6.7	7.6	5.7	12.4	16.2	8.6	3.8	8.6	8.6	6.7
スモールハウス	21.9	1.9	2.9	17.1	7.6	10.5	3.8	12.4	4.8	13.3	1.0	3.8	27.6	9.5	3.8	10.5	8.6	8.6
トレーラーハウス	24.8	2.9	3.8	18.1	11.4	7.6	0.0	8.6	2.9	14.3	0.0	3.8	23.8	5.7	4.8	12.4	8.6	8.6
ホテル	27.6	1.0	3.8	30.5	10.5	12.4	1.0	4.8	0.0	17.1	0.0	0.0	21.0	5.7	1.0	19.0	12.4	9.5

■　ゆりの郷

グランピング：「ベッド」が 24.5%と最も高く、次いで「WiFi」が 19.6%、「テレビ」・「冷蔵庫」・「トイレ（室内）」が 13.7%と続く。

スモールハウス：「ベッド」が 23.5%と最も高く、次いで「トイレ（室内）」が 22.5%、「冷蔵庫」が 16.7%と続く。

トレーラーハウス：「トイレ（室内）」が 25.5%と最も高く、次いで「ベッド」が 21.6%、「WiFi」・「冷蔵庫」が 13.7%と続く。

ホ　テ　ル：「ベッド」が 40.2%と最も高く、次いで「WiFi」・「風呂（室内）」が 29.4%と続く。

回答上位 10%　　回答下位 10%

	ベッド	机	椅子	WiFi	テレビ	冷蔵庫	ガスコンロ	ミニキッチン	水洗い場（屋外）	エアコン	ランタン	トイレ（室外）	トイレ（室内）	シャワー（室内）	シャワー（室外）	風呂（室内）	風呂（室外）	ウッドデッキ
グランピング	24.5	5.9	8.8	19.6	13.7	13.7	5.9	7.8	12.7	11.8	5.9	9.8	13.7	3.9	2.9	11.8	12.7	11.8
スモールハウス	23.5	4.9	5.9	14.7	13.7	16.7	5.9	9.8	10.8	14.7	4.9	8.8	22.5	5.9	0.0	12.7	9.8	11.8
トレーラーハウス	21.6	2.0	2.9	13.7	12.7	13.7	3.9	9.8	10.8	12.7	2.0	5.9	25.5	9.8	2.9	11.8	12.7	10.8
ホテル	40.2	3.9	3.9	29.4	14.7	14.7	1.0	4.9	1.0	15.7	2.0	2.0	23.5	2.9	0.0	29.4	14.7	11.8

③体験プログラムへのニーズ

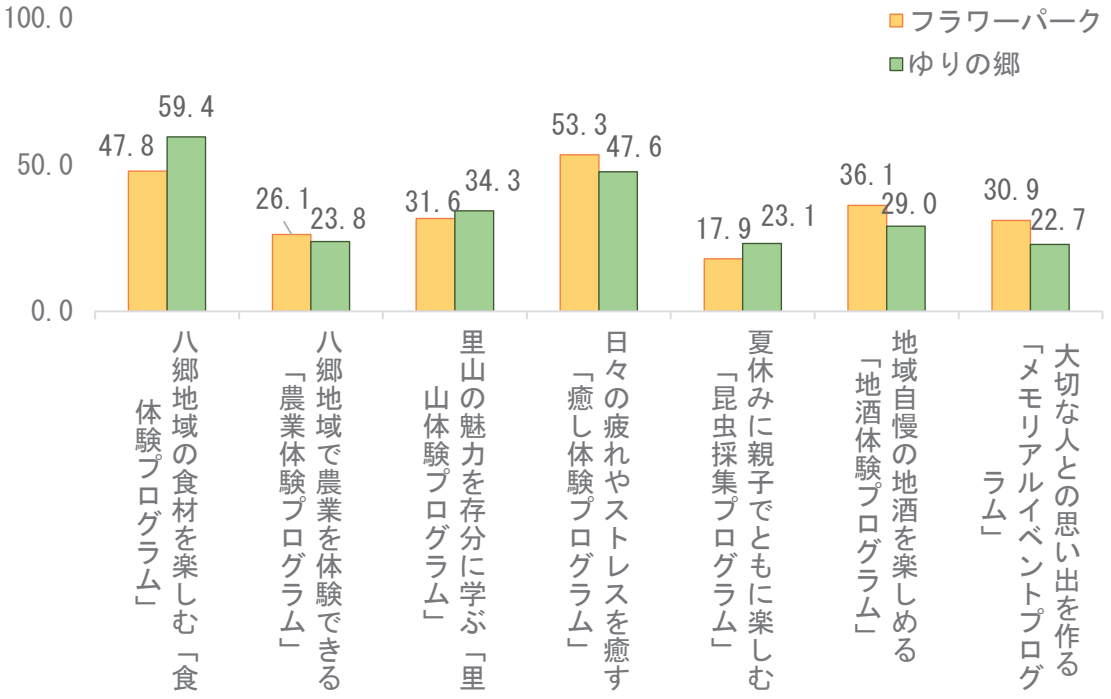
Q15：これらの宿泊施設に、以下のような宿泊プラン・オプション体験プランがあったら、利用してみたいと思いますか？（あてはまるもの全て）

■ **フラワーパーク**

「癒し体験プログラム」が 53.3%と最も高く、次いで**「食体験プログラム」**が 47.8%、**「地酒体験プログラム」**が 36.1%と続く。

■ **ゆりの郷**

「食体験プログラム」が 59.4%と最も高く、次いで**「癒し体験プログラム」**が 47.6%、**「里山体験プログラム」**が 34.3%となっている。



④宿泊・食事への支払い意思額

Q16：どのぐらいの料金であれば利用してみたいと思いますか？（1 泊 2 日、宿泊のみ、税込み）

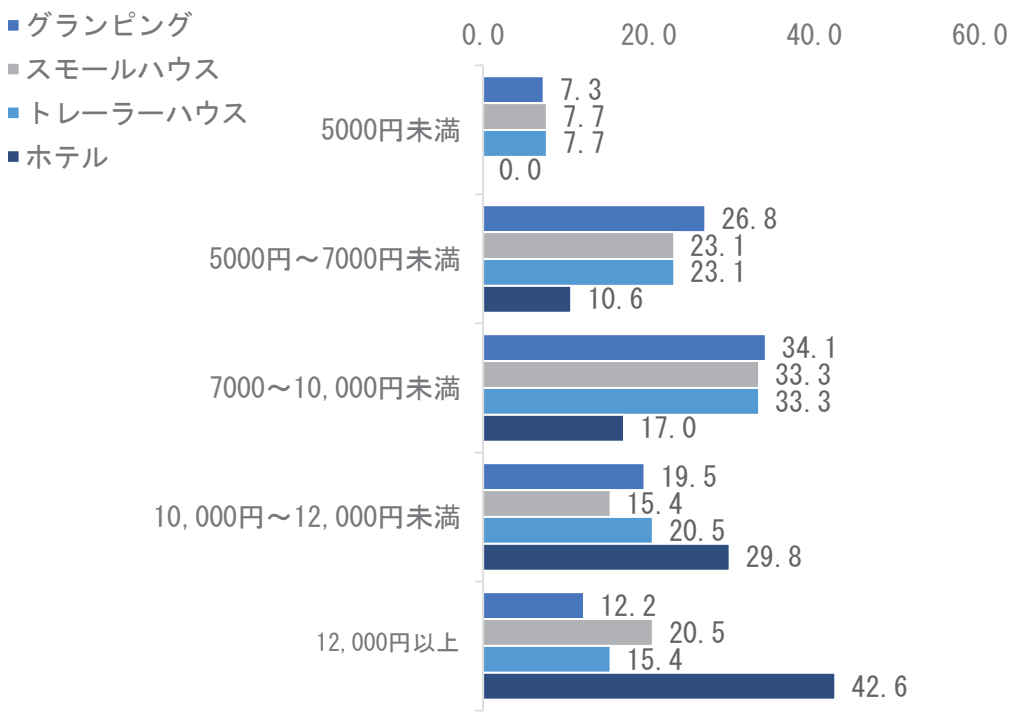
■　フラワーパーク

グランピング：「7000 円～10,000 円未満」が 34.1%と最も高く、次いで「5000 円～7000 円未満」が 26.8%、「10,000 円～12,000 円未満」が 19.5%と続く。

スモールハウス：「7000 円～10,000 円未満」が 33.3%と最も高く、次いで「5000 円～7000 円未満」が 23.1%、「12,000 円以上」が 20.5%と続く。

トレーラーハウス：「7000 円～10,000 円未満」が 33.3%と最も高く、次いで「5000 円～7000 円未満」が 23.1%、「10,000 円～12,000 円未満」が 20.5%と続く。

ホ　テ　ル：「12,000 円以上」が 42.6%と最も高く、次いで「10,000 円～12,000 円未満」が 29.8%、「7000 円～10,000 円未満」が 17.0%と続く。



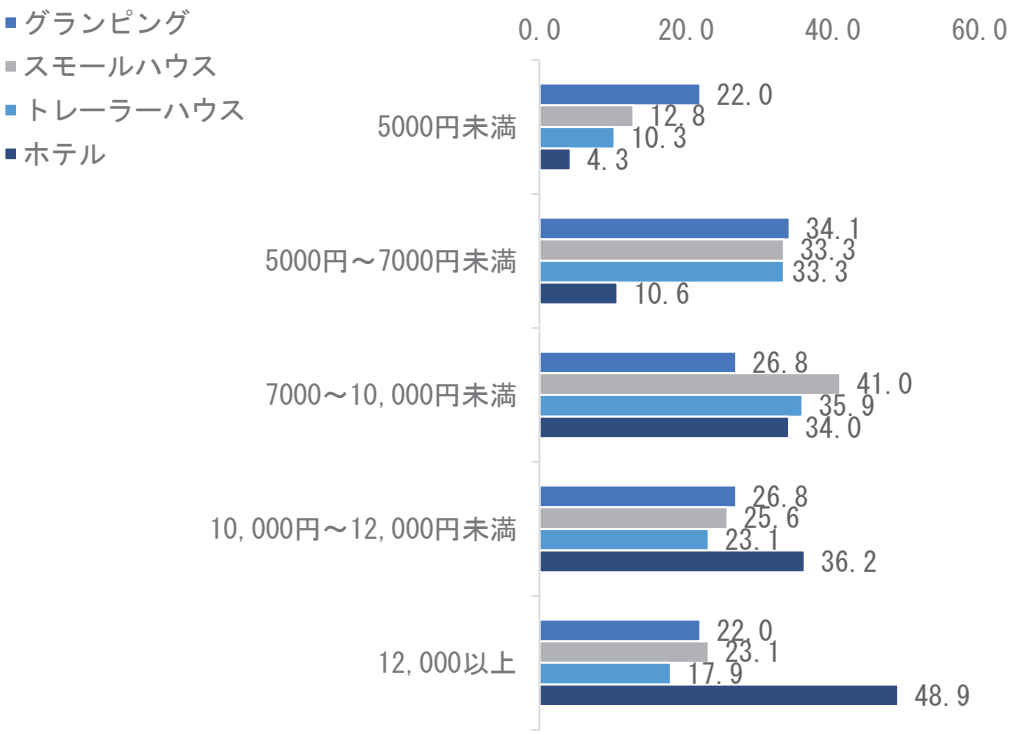
■　ゆりの郷

グランピング：「5000 円～7000 円未満」が 34.1%と最も高く、次いで「7000 円～10,000 円未満」・「10,000 円～12,000 円未満」が 26.8%と続く。

スモールハウス：「7000 円～10,000 円未満」が 41.0%と最も高く、次いで「5000 円～7000 円未満」が 33.3%、「10,000 円～12,000 円未満」が 25.6%と続く。

トレーラーハウス：「7000 円～10,000 円未満」が 35.9%と最も高く、次いで「5000 円～7000 円未満」が 33.3%、「10,000 円～12,000 円未満」が 23.1%と続く。

ホ　テ　ル：「12,000 円以上」が 48.9%と最も高く、次いで「10,000 円～12,000 円未満」が 36.2%、「7000 円～10,000 円未満」が 34.0%と続く。



④宿泊・食事への支払い意思額

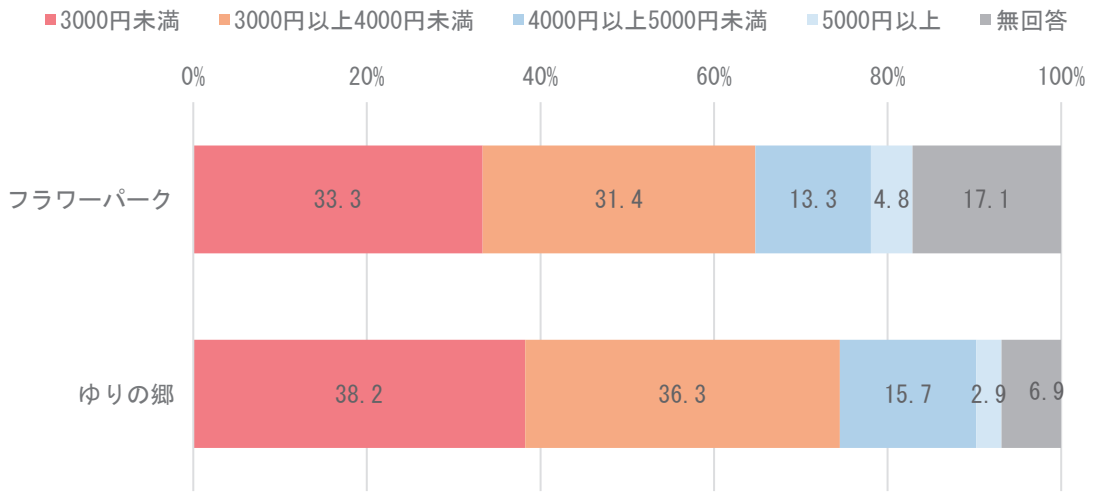
Q17：地元の食材を使った朝食と夕食が出るとしたら、Q16 で回答した宿泊料金にどのぐらい増額してもよいと思いますか？　（1 泊 2 日、税込み）

■ **フラワーパーク**

「3000 円未満」が 33.3%と最も高く、次いで**「3000 円以上 4000 円未満」**が 31.4%、**「4000 円以上 5000 円未満」**が 13.3%と続く。

■ **ゆりの郷**

「3000 円未満」が 38.2%と最も高く、次いで**「3000 円以上 4000 円未満」**が 36.3%、**「4000 円以上 5000 円未満」**が 15.7%と続く。



２．調査結果まとめ

（１）来訪者の実態について

No.	項目	フラワーパーク	ゆりの郷
1	回答者属性	✓ 女性の回答者比率が高い（60%） ✓ 50 代以上で回答者の約 70%を占める ✓ 県内居住者の回答割合が高い（約 44%）	✓ 女性の回答比率がやや高い（約 53%） ✓ 40 代以下で回答者の約半数を占める（48%） ✓ 県外居住者の回答割合が高い（51%）
2	来訪動機・目的	✓ 「保養・休養のため」、「日常生活からの解放されるため」、「自然を満喫すること」が上位	✓ 「保養・休養のため」、「地元の食材、特産品等を使った飲食を楽しむため」、「自然を満喫すること」等が上位
3	同行者	✓ 「家族（小学生以上が同行）」（約 37%）、「夫婦」（約 33%）が上位	✓ 「夫婦」（約 42%）、「家族（小学生以上が同行）」（約 30%）が上位
4	移動手段・ 立ち寄り箇所数	✓ 回答者のほとんどが「自家用車」での来訪（約 94%） ✓ フラワーパーク以前に、5 割以上が別途 1 か所以上立ち寄り ✓ 「夫婦」（約 42%）、「家族（小学生以上が同行）」（約 30%）が上位	✓ 回答者のほとんどが「自家用車」での来訪（約 92%） ✓ ゆりの郷以前に、別途 1 か所以上立ち寄っているのは 2 割程度
5	宿泊の実態	✓ 回答者のほとんどが「宿泊せず」（約 87%）	✓ 回答者のほとんどが「宿泊せず」（約 82%）

（２）宿泊・体験に対するニーズ等

No.	項目	フラワーパーク	ゆりの郷
1	滞在型観光施設の利用意向	✓ 各施設形態に対する利用意向はおおむね70%前後と比較的高い ✓ ホテルについては80%超の利用意向（回答者の年齢層が高いことが影響していると推測）	✓ 各施設形態に対する利用意向はおおむね60%～70%と比較的高い ✓ フラワーパークに比べると各施設に対する「是非、利用したい」の割合が高いことも特徴的
2	体験プログラムへのニーズ	✓ 「癒し体験」（約 53%）、「食体験」（約 48%）、「地酒体験」（約 36%）が上位	✓ 「食体験」（約 60%）、「癒し体験」（約 48%）、「里山体験」（約 34%）が上位
3	宿泊料金の支払い意思額	✓ 各施設形態ともおおむね 7,000 円～10,000 円程度 ✓ ホテルについては 12,000 円以上も多い	✓ 各施設形態ともおおむね 7,000 円～10,000 円程度 ✓ ホテルについては 12,000 円以上も多い

（３） 調査結果からの考察

各調査地点とも、自家用車を利用したファミリー層の来場が多く、日帰りでの来訪が多数を占めていたが、滞在型観光施設に対するニーズも一定程度存在することが明らかとなった。また、「食」や「自然」、「癒し」等に関する体験プログラムへのニーズもあることから、両候補地における滞在型観光施設の整備に当たっては、八郷地域の資源を最大限に活かした来訪価値の創出・向上・提供を図り、選ばれる施設としていくとともに、同施設に対する支払い意思額の増加を目指していくことが重要であると考えられる。

３．アンケート調査票

本調査研究で実施したアンケートの調査票を掲載する。

八郷地区における滞在型観光施設整備に関するアンケート調査のお願い

石岡市では現在、八郷地域における滞在型観光施設の整備を検討しています。
本アンケートは、石岡市内とその周辺における観光・宿泊に対する来訪者の方の考えや実態をお伺いし、滞在型観光施設の構想立案の基礎とするために実施するものです。

お忙しいところ、申し訳ございませんが、調査趣旨へのご理解を頂き以下のアンケート調査にご協力をお願いいたします。

はじめに、あなた自身のことについてお尋ねします。

Q1：性別、ご職業、ご年齢、お住まいなどを教えてください。

① 性別： □ 男性　□ 女性

② 年齢： □ 10 代　□ 20 代　□ 30 代　□ 40 代　□ 50 代　□ 60 代　□ 70 代以上

③ 居住地：【都道府県名：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿、市区町村名：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿】

つぎに、石岡市への来訪についてお伺いします。

Q2：石岡市に出かけようと思ったきっかけ（動機）は何ですか？（✓は１つだけ）

□ 保養、休養のため　□ 地元の食材、特産品等を使った飲食を楽しむため　□ 思い出づくりのため

□ 同伴者との親睦を深めるため　□ 知見を広げるため　□ 日常生活から解放されるため

□ その他（　　）

Q3：今回の石岡市へのご訪問の目的は何ですか？（✓は１つだけ）

□ 歴史的・文化的な名所・施設の見学　□ 自然を満喫すること　□ スポーツ・アウトドア活動

□ 食事　□ 買い物（特産品など）　□ 帰省、知人・親類訪問　□ その他（　　）

Q4：今回の石岡市へのご訪問は何回目ですか？（✓は１つだけ）

□ 初めて　□ ２回目　□ ３回目　□ ４回目以上

Q5：今回のご訪問はどなたといらっしゃいましたか？　（あてはまるもの全てに✓）

□ ひとり　□ 夫婦　□ 恋人　□ 家族（小学生以上が同行）　□ 家族（未就学の子どもが同行）

□ 友人・知人　□ 団体（ツアーなど）　□ その他（　　）

合計＿＿＿＿人

Q6：今回、ご訪問する際に参考とした情報源を教えてください。（あてはまるもの全てに✓）

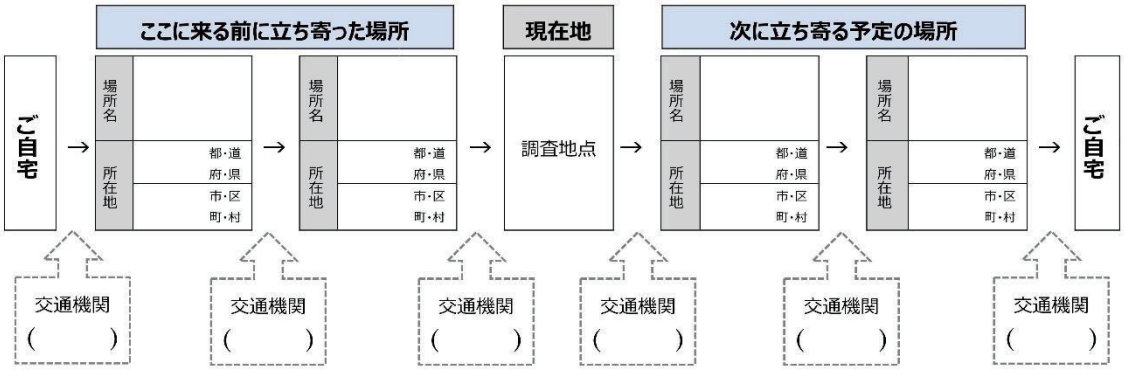
□ 友人・知人からの紹介　□ テレビ,ラジオ　□ 新聞　□ 雑誌　□ チラシ　□ ポスター

□ パンフレット　□ 市・観光協会のホームページ　□ 訪問場所のホームページ　□ 口コミサイト・ブログ・SNS

□ その他（　　）　□ 特に参考としたものは無い

▼▼▼

Q7：今回の来訪で立ち寄った場所、次に立ち寄る予定の場所を教えてください。また、それぞれの場所までの移動手段について選択肢の中から選んで、該当する番号をご記入ください。



※移動手段の選択肢

1．自家用車　2．レンタカー　3．タクシー　4．JR 新幹線　5．JR 常磐線　6．その他 JR 在来線
7．つくばエクスプレス　8．その他私鉄　9．路線バス　10．貸切バス　11．観光巡回車「石岡ぐるりん」
12．自転車（自己所有）　13.自転車（レンタル）　13．その他（　　）

次に、今回の訪問における宿泊の実態についてお伺いいたします。

Q9：今回の来訪で、宿泊は予定していますか？

☐ 宿泊する　　☐ 宿泊しない → Q14 にお進みください。

→ ☐ 石岡市内で宿泊　☐ 石岡市外で宿泊

合計＿＿＿泊

Q10：Q9 で「宿泊する」とお答えいただいた方にお尋ねします。宿泊施設の形態をお答えください。（あてはまるもの全てに✓）

☐ ビジネスホテル　☐ シティホテル　☐ 旅館　☐ 民宿　☐ キャンプ場　☐ その他（　　）

Q11：宿泊施設の予約はどのように行いましたか？（✓は１つだけ）

☐ インターネットで宿泊施設に直接予約　☐ インターネット以外の手段（電話、FAX 等）で宿泊施設に直接予約
☐ 宿泊サイト（「楽天トラベル」、「じゃらん」、「booking.com」など）　☐ 旅行代理店
☐ その他（　　）　☐予約をせずに直接宿泊施設に行く

Q12：宿泊施設を選ぶ際に重視したことは何ですか？（あてはまるもの全てに✓）

☐ 宿泊料金　☐ アクセスの良さを含む立地条件　☐ 客室の広さ・備品　☐ アメニティグッズ　☐ 喫煙環境
☐ 食事（サービスの有無、メニュー等）　☐ インターネット環境　☐ 駐車場　☐ チェックイン・チェックアウトの時間
☐ バリアフリー機能　☐ 施設の新しさ　☐ 浴場（温泉の有無等）　☐ その他（　　）

Q13：今回の宿泊費は一人当たりおおよそいくらぐらいですか？（✓は１つだけ）

☐ 5,000 円未満　☐ 5,000 円以上 7,000 円未満　☐ 7,000 円以上 10,000 円未満
☐ 10,000 円以上 12,000 円未満　☐ 12,000 円以上

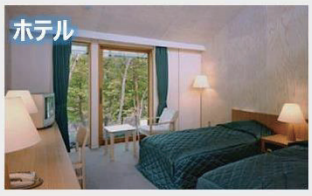
最後に石岡市で整備を検討している滞在型観光施設についてお尋ねします。

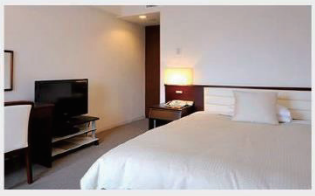
Q14：石岡市では現在、観光客の皆様により長い時間滞在していただくために、滞在型観光施設の整備を検討しています。現在いる施設に以下のような宿泊施設が整備されたとしたら、利用してみたいと思いますか？（✓は１つだけ）

- ☐ 是非、利用したい
- ☐ 機会があれば、利用してみたい
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまり利用したいとは思わない
- ☐ 利用したくない

- ☐ 是非、利用したい
- ☐ 機会があれば、利用してみたい
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまり利用したいとは思わない
- ☐ 利用したくない

- ☐ 是非、利用したい
- ☐ 機会があれば、利用してみたい
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまり利用したいとは思わない
- ☐ 利用したくない





- ☐ 是非、利用したい
- ☐ 機会があれば、利用してみたい
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまり利用したいとは思わない
- ☐ 利用したくない

Q15：これらの宿泊施設にどのような機能があるとよいと思いますか？（選択肢からそれぞれ３つ選んで、番号をご記入ください。）

施設タイプ	ともにあるとよい機能（３つまで）		
グランピング			
スモールハウス			
トレーラーハウス			
ホテル			

選択肢

1．レストラン　2．カフェ　3．大浴場
4．売店・物産店　5．遊具付きの広場
6．観光案内所　7．体験プログラムを楽しめる場所
8．椅子等がある無料の休憩所　9．ドッグラン

施設タイプ	客室・周辺にあるとよい機能（３つまで）		
グランピング			
スモールハウス			
トレーラーハウス			
ホテル			

選択肢

1.ベッド　2.机　3.椅子　4.wifi
5.テレビ　6.冷蔵庫　7.ガスコンロ　8.ミニキッチン
9.水洗い場（屋外）　10.エアコン　11.ランタン
12. トイレ(室外)　13. トイレ(室内)　14. シャワー(室内)
15. シャワー(室外)　16.風呂（室内）　17.風呂（室外）
18.ウッドデッキ　19.その他（　　）

Q16：これらの宿泊施設に、以下のような宿泊プラン・オプション体験プランがあったら、利用してみたいと思いますか？
（あてはまる箇所にそれぞれ✓）

	① 八郷地域の食材を楽しむ「食体験プログラム」	② 八郷地域で農業を体験できる「農業体験プログラム」	③ 里山の魅力を存分に学ぶ「里山体験プログラム」	④ 日々の疲れやストレスを癒す「癒し体験プログラム」	⑤ 夏休みに親子でともに楽しむ「昆虫採集プログラム」	⑥ 地域自慢の地酒を楽しめる「地酒体験プログラム」	⑦ 大切な人との思い出を作る「メモリアルイベントプログラム」
グランピング							
スモールハウス							
トレーラーハウス							
ホテル							

Q17：どのぐらいの料金であれば利用してみたいと思いますか？（１泊２日、宿泊のみ、税込み）

	大人１人	小学生以下１人
グランピング	円～　円	円～　円
スモールハウス	円～　円	円～　円
トレーラーハウス	円～　円	円～　円
ホテル	円～　円	円～　円

Q18：地元の食材を使った朝食と夕食が出るとしたら、Q１７で回答した宿泊料金にどのぐらい増額してもよいと思いますか？
（１泊２日、税込み）（✓は１つだけ）

□ 3,000 円未満　□ 3,000 円以上 4,000 円未満　□4,000 円以上 5,000 円未満　□5,000 円以上

Q19：そのほか、石岡市八郷地区における宿泊施設整備について、ご意見等がございましたら、ご記入ください。

アンケート調査は以上です。ご協力いただきありがとうございました！
お答え頂いた方にはプレゼントをご用意しておりますのでお近くの係員にアンケート調査票をお渡しください。

※本アンケート調査は、石岡市と（一財）地方自治研究機構の共同研究事業です。
本アンケート調査は（一財）地方自治研究機構が委託する筑波総研㈱が実施いたします。
（住所：茨城県つくば市竹園 1-7　7F）
※本件アンケートに関するご質問につきましては、
石岡市経済部観光課（TEL：〇〇〇〇〇〇〇〇〇）までお願いいたします。

第３章　事業者へのヒアリング

第３章　事業者へのヒアリング

第３章では、八郷地区における宿泊施設の可能性について、茨城県内外の事業者を対象に行ったヒアリング調査の結果を提示する。はじめに、ゆりの郷の隣地に施設を整備すると仮定した場合の、県内のある事業者が考える可能性について述べる。続いて、フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）に施設を整備するとした場合の、県外のある事業者が考える可能性を示す。

１．茨城県内の事業者へのヒアリング

（１）宿泊施設に対するニーズ・市場性・成長性

はじめに、八郷地区における宿泊施設整備の候補地の一つである、ゆりの郷の隣地での宿泊のニーズ、施設の市場性及び成長性について、茨城県内のある事業者の視点から述べる。

同事業者によると、以前からゆりの郷利用者の中に周辺での宿泊を希望する声があった。このような要望に対して、現在は、八郷地区にある国民宿舎「つくばね」の案内やそこまでの送迎が行われている。ゆりの郷の利用者は、平日では地元客で１～２割、県内の他市町村から７割、県外から１割という構成だが、土日では県外からの利用者が４割程度になる[6]。常磐自動車道沿いからの来訪が多く、県外では東京、千葉、埼玉の割合が大きい。

ゆりの郷の利用者層は幅広く、特に土日や夏休みシーズンには若年層やファミリー層が多く見られる。さらに、１月から５月はいちごの収穫シーズンであり、いちご狩りを兼ねた若いファミリー層の利用が目立つ。このように、ゆりの郷の利用者数は年間を通じて一定程度平準化している。ゆりの郷の隣地に宿泊施設が整備されるとしたら、その中の一定数が利用することで、宿泊者数の平準化が可能であると予想される。

以上から、八郷地区における宿泊のニーズはあると考えられ、ゆりの郷の隣地に施設が整備されるとしたら、成長の可能性も見込まれる。

（２）　宿泊施設事業内容に対するアイディア

ゆりの郷の隣地に宿泊施設が整備されるとしたら、同事業者では、茨城県笠間市の「笠間クラインガルテン」のような、宿泊機能がついた農業と食に関する体験型の施設がイメージされている。また、八郷地区にはすでに「つくばねオートキャンプ場」があることから、こことは異なるコンセプトの宿泊施設が望ましい、と同事業者は考えている。

---

[6] 令和元年 10 月 11 日、同事業者ヒアリング調査

図表 ３ - １　笠間クラインガルテン

出典：笠間クラインガルテンホームページ
（http://www.kasama-kg.jp/farm/index.html）

さらに、同事業者は、入浴、食事、体験をセットにすることで、他の施設との差別化を図れると考えている。より具体的には、ゆりの郷で入浴及び食事、新たな宿泊施設での宿泊、近隣の朝日里山学校などで体験、というイメージである。

体験については、地元農家、生協等とも連携して、農作業と関連したプログラムの提供が考えられる。八郷地区の多様な資源から、野菜の朝採り、さつまいも掘り、田植えといった体験が、プログラム案として挙げられる。

加えて、同事業者は、地元の猟友会と連携した体験プログラムの構想も描いている。八郷地区ではイノシシ対策が課題となっているが、例えば、早朝に猟友会とともにイノシシ捕獲の仕掛けの見回りを行い、捕獲されたイノシシでシシ鍋を楽しむ、といったプログラムが案として考えられる。同事業者によると、地域の害獣問題と宿泊を結び付けることで、新たな宿泊のニーズを掘り起こせる可能性がある。

一方、ゆりの郷の隣地における宿泊施設の整備に参画すると仮定した場合、同事業者は施設の設計段階からの参加は想定していない。しかし、同事業者はゆりの郷と調和したデザインの施設を希望している。ゆりの郷は和風のデザインであることから、同事業者は「和風・木造・癒し」といった当施設のイメージとの調和を望んでいる。

このように、ただ宿泊施設を建設するのではなく、八郷地区の豊かな自然環境や資源を活かして、地域の魅力を高めていけるような滞在型の施設を整備することが、施設に対する同事業者の考えである。

（３） 事業参画方法・地元への要望・施設整備における課題

新たな宿泊施設の整備及び運営に参加するとした場合、同事業者は指定管理による運営を検討しており、石岡市の負担による施設の建設を希望している。また、運営参加の際には、以下で述べるようにスタッフの指導のためのコンサルティングが必要であると同事業者は認識している。加えて、施設整備後の広報についても同事業者は、石岡市や観光協会の協力を望んでいる。

次に、施設整備における課題について人材面と運営面から述べる。人材面について、同事業者は人材育成と募集を課題としている。仮に宿泊施設事業運営に参加する場合、同事業者は、運営開始時における専門家によるスタッフの指導が必要と考えている。

運営面について、同事業者は、ゆりの郷の隣地への宿泊施設整備及びその運営に加わるとする場合、同事業者は家族連れをターゲットとするアイディアを描いているが、その場合、家族連れ以外の宿泊者への配慮として、防音設計が必要となる可能性があることを課題としている。

また、平日の集客方法も今後の検討事項であると考えられる。既に述べたように、宿泊とのセットで農業を中心とした体験プログラムの提供がアイディアの一つとして挙げられ、体験プログラムの中でも収穫が関わるものは人気が高いと、同事業者は認識している。しかし、今後それ以上の差別化を図らないと、年間の来訪者の確保と平準化が困難になると同事業者は危惧している。したがって、現時点で同事業者は、本来の事業と宿泊施設をセットで来訪者にアピールすることで、他の類似施設との差別化を図る構想を描いている。

２．茨城県外の事業者へのヒアリング

（１）宿泊施設に対するニーズ・市場性・成長性

八郷地区の新たな宿泊施設整備の候補地である、フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）での事業展開を想定した場合の宿泊に対するニーズ、市場性、成長性について、国内外で花卉販売やこれに関連する事業を行っている茨城県外の事業者の視点から述べる。

フラワーパーク隣接地での宿泊施設の整備を想定した場合、同事業者によると、茨城県外からのフラワーパーク来場者、同施設に隣接するフルーツラインの利用者、同地区の特産品などを目的とした来訪者の宿泊ニーズに応えることができると考えられる。また、八郷地区を中心とした石岡市内の様々な観光資源や観光による地域振興の可能性を考慮すると、この地区に宿泊施設は必要であると思われる。

一方、新たな宿泊施設の集客のためには、宿泊に加えた仕掛けも必要であるというのが同事業者の見解である。例えば、フラワーパーク隣接地に施設を整備するとしたら、その環境を活かし、花に包まれた宿泊施設の整備が案として考えられる。さらに、周辺の観光施設とも連携し宿泊者の滞在時間を延ばすことで、宿泊者が連泊したくなるような施設に成長させ、当該施設を拠点とした観光周遊エリアを創り出すのが理想とのことである。

また、新たな宿泊施設の運営に参加するとした場合、施設の集客方法として同事業者は、自社のネットワークを通じた広報や、インフルエンサーの活用を検討できるとしている。これに加えて、フラワーパークとの相乗効果を狙った集客が想定されている。

（２） 宿泊施設事業内容に対するアイディア

新たな宿泊施設の事業に参画すると仮定した場合、同事業者は、例えば、グランピング施設やキ

ャンプ施設のような、フラワーパーク及びその周辺の自然を満喫することができる施設の整備を視野に入れている。そして、施設のターゲットとして、東京方面からの来訪者、家族連れ、ペット連れなどを同事業者は想定している。

既に述べたように、フラワーパークと連動した、花をテーマとした宿泊施設が同事業者のアイディアである。より具体的には、フラワーパークの最大の特徴であるバラを活かした施設の整備が挙げられ、これに関連して、バラに関わるイベントの開催やサービスの提供も可能だと考えられる。例えば、フラワーパーク内でのバラの観賞のために宿泊者にファストパスを提供する、バラの写真撮影に宿泊者を優先させる、といったアイディアが同事業者にある。また、宿泊施設でのバラを使ったアメニティの提供も可能性の一つとして考えられる。このように、施設運営を行うとすれば、テーマ、コンセプト等をフラワーパークと連動させたいというのが、同事業者の方向性である。

さらに、同事業者は施設のデザイン及び設計の段階からの参画を希望している。施設のデザインについて、フラワーパークと調和したものを同事業者は考えており、華美な建物でなくても十分来訪者を引き付けることができるとしている。

以上のように、同事業者は宿泊施設の整備に加えて、イベントやサービスといったソフト面も考慮して宿泊者に付加価値を与えることを重視している。この点と関連して、周辺の観光施設と協力した付加価値の提供も必要であるとされている。例えば、朝日里山学校と連携した体験プログラムの開発が可能性として考えられる。

（３） 事業参画方法及び地元への要望

新たな宿泊施設の整備事業について、同事業者は、監修又は協業による参画を想定している。上記のように、同事業者は施設の設計段階からの参画を視野に入れている一方で、現時点では、ソフトサービスに関するコンサルティングなどに必要な人件費程度の投資を考慮に入れている。なお、施設を整備するための土地については、石岡市による準備を同事業者は希望している。

事業参画の際、同事業者は地元事業者などとも連携を望んでいる。同事業者としては、ただ人が集まる施設ができれば良いとは考えておらず、地域との協力なしにはこの事業を成功させることはできないとしている。そして、同事業者には、地域の人々と一緒に事業を作り上げていきたいとの思いがある。そこで、同事業者は石岡市に、補助金、広報支援等における連携に加えて、地域との連携の土台作りを期待している。

（４） 宿泊施設整備における課題

以上のように、フラワーパークを中心とした既存の観光施設や、豊かな自然環境を始めとする観光資源から、八郷地区が滞在先として人々に選ばれる可能性は十分ある、というのが同事業者の見解である。最後に、宿泊施設整備における課題について、人材面、資金調達面、その他の面から挙げる。

人材面について、同事業者はスタッフの採用と教育に課題があると考えている。現時点では、石岡市による人材募集の広報や公共の人材センターなどの活用が想定されるが、特に人材募集の広報は市への重要な要望事項とのことである。これは、スタッフを現地で採用したいという同事業者の考えや、食材など地域のものを使って地域振興を図るという方針が反映されている。そのためには、運営に関わるノウハウを提供し、将来的には施設を自走させていくというのが同事業者の理想

である。

資金調達面については、上記のように、現時点で同事業者は、コンサルティングなどに必要な人件費への投資を検討しているが、ハード面への投資の可能性が出てくる場合など、投資規模によっては課題が増えるとの見解である。例えば、地元事業者と連携する際に資金面に懸念がある場合は、金融機関の斡旋も想定される。

その他の課題の一つとして、宿泊施設までの移動手段の確保が挙げられる。施設までの主な移動手段としては自家用車が想定される。しかし、自家用車を利用できず、当施設や周辺地域に来訪できない人が出てくることは懸念事項であると同事業者では考えられている。こういった背景から、より多くの人々を引き付けるために、周遊バスなどの運行が同事業者では期待されている。

以上、ゆりの郷隣接地もしくはフラワーパーク隣接地に宿泊施設を整備するとした場合の運営成功の可能性、施設整備についての考え、課題等を、それぞれ県内外の事業者の視点から述べた。両事業者の考えをまとめたものを次の表に示す。

図表３－２　ゆりの郷隣接地・フラワーパーク隣接地における宿泊施設の可能性

	ゆりの郷隣接地	フラワーパーク隣接地
ニーズ・市場性・成長性	● ゆりの郷の利用者で、周辺での宿泊を希望する声 ● 土日には、県外からのゆりの郷利用者が４割程度 ● 土日、夏休みシーズン、いちごの収穫シーズンには、若年層やファミリー層によるゆりの郷の利用増	● 県外からのフラワーパーク来場者、フルーツラインの利用者、八郷地区の特産品などが目当ての来訪者の宿泊ニーズ ● 同事業者のネットワークを通じた広報、インフルエンサーの活用
アイディア	● 宿泊機能が付いた、農業や食の体験型施設 ● 「和風・木造・癒し」といったゆりの郷のイメージと調和したデザイン	● グランピング施設やキャンプ施設のような、自然を満喫できる施設 ● フラワーパークと連動した、花をテーマとした施設とサービス ● フラワーパークと調和したデザイン
事業参画方法	指定管理による運営	監修又は協業による参画
地元への要望	● 施設の建設 ● スタッフ指導のためのコンサルティング ● 施設の広報	● 地元事業者との連携 ● 地域との連携の土台作り ● 補助金、広報等における支援
課題	● 人材育成と募集 ● 家族連れ以外の利用者への配慮 ● 平日の集客方法の検討	● 人材育成と募集 ● 地元事業者と連携する場合の資金調達 ● 宿泊施設までの自家用車以外の移動手段の確保

第４章　先進事例の分析

第４章　先進事例の分析

第４章では、先進事例の分析として、栃木県益子町が所有し、同町の NPO 法人「ましこ E まちネット」が運営するフォレストイン益子の事例と、民間グランピング施設の事例の調査結果を示す。

第２章の来訪者アンケートの結果から、フラワーパーク及びゆりの郷では、ホテル型の宿泊施設にも一定のニーズがあることが明らかになった。石岡市としても、ホテル型の宿泊施設の整備も案の一つとしている。このような市の方向性から、ここでははじめに、フォレストイン益子の事例を取り上げる。

一方、グランピングは、近年人気のアウトドアスタイルである。整備費用が安価な点、施設の拡張が可能な点、改修が容易な点から、石岡市では新たな宿泊施設として、グランピング形式の施設も案の一つとして挙げられている。そこで、国内のある民間グランピング施設における、宿泊機能とその他の機能、そして、これらの機能に関連するサービスに着目することで、新たな宿泊施設の構想を検討する際の参考にする。

フォレストイン益子と民間グランピング施設の事例分析では、それぞれの基本情報、運営状況、運営における工夫等から、施設運営の成功要因を明らかにする。

１．フォレストイン益子の事例

（１）事業のきっかけ

フォレストイン益子は、栃木県益子町の益子県立自然公園・益子の森にある、町が管理し町内で活動する NPO 法人「ましこ E まちネット」が運営する公共の宿泊施設である。益子の森には益子町国民保養センターがあったが、平成９年から実施されている「県立自然公園フレッシュアップ事業」による森の整備の一環で、老朽化の問題から平成 13 年に廃止され、その跡地にフォレストイン益子が建設された。益子の森及びフォレストイン益子の整備の際には、以下のように国や県からの補助金も活用された。

図表４－１　益子の森及びフォレストイン益子整備の事業費

補助事業名	長距離自然歩道等利用拠点施設整備事業
総事業費	407,387 千円（実施設計 20,000 千円、工事費 387,387 千円）
財源内訳	国県・補助金　194,780 千円
	起債　151,100 千円
	一般財源　61,507 千円

令和元年９月 30 日、益子町ヒアリング調査資料を参考に作成

フォレストイン益子は、益子の森と首都圏自然歩道「関東ふれあいの道」の利用拠点及び休憩所やレストランを含む複合施設である、「フォレスト益子」における宿泊施設部分を指す。フォレスト益子は、益子の森と関東ふれあいの道に関する情報提供と休憩の拠点として整備された。加えて、益子の森やその周辺における自然を活かした体験活動の拠点、益子の歴史、文化、植生等の情報提供もフォレスト益子の整備目的とされている。

益子町は陶芸で有名な地域であり、毎年春と秋に開催される陶器市、陶芸体験、陶器ギャラリー

等を目的に観光客が町を訪れる。町の事業者から、このような観光客に食事を提供することはできるが、宿泊の対応は難しいとの声があったことから、素泊まりを基本とした宿泊のニーズもあると考えられた。以上の点も、フォレストイン益子の整備のきっかけとなった。

（２） 施設の基本情報

ここでは、宿泊機能に特化されたフォレストイン益子と、当施設を含む複合施設であるフォレスト益子の基本情報について説明する。

１）フォレストイン益子

フォレストイン益子には、レギュラーツイン６室とデラックスツイン４室（うち１室はバリアフリーで、車いす利用可）の計 10 室が用意されており、最大定員は 30 名である。レギュラーツインでは、シングルベッドとエキストラベッドの利用によって、最大３名の宿泊が可能である。また、隣の部屋との行き来が可能であり、グループや多世代家族で利用ができる点が大きな特徴である。当然、少人数での宿泊でも可能であるため、多様な宿泊ニーズに応えられる。

デラックスツインには、セミダブルベッドが備え付けられており、エキストラベッドとロフトも利用することで、最大５名が宿泊できる。フォレストイン益子では、部屋をゆったり使いたい利用者、身体の大きな利用者、小さな子供連れの家族等の利用を想定しており、特にロフトは子どもに人気の設備である。

フォレストイン益子の宿泊料金（税込）は以下の図表のようになるが、平均単価は 5,000 円（税抜）である。デラックスツインにおけるロフトの利用は４名以上の宿泊客とされており、幼児は添い寝の場合、無料である。また、ペットの宿泊は不可であるが、盲導犬を連れた宿泊は可能である[7]。

図表４－２　フォレストイン益子宿泊料金

タイプ	１室を２名で利用（基本料金）１名の料金	シングルユース	１室を３名で利用（１名エキストラベッド利用）１名の料金	ロフト利用（ロフト利用者１名の料金）
レギュラーツイン	5,500 円	6,600 円	4,400 円	—
デラックスツイン	6,600 円	7,700 円	5,500 円	3,300 円

令和元年９月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査資料を参考に作成

２）フォレスト益子及び益子県立自然公園・益子の森

①　フォレスト益子

既に論じたように、フォレスト益子は、上記のフォレストイン益子、関東ふれあいの道及び益子の森の利用拠点施設兼休憩所を含むトレイルセンター、レストラン「創作料理　暁」、天体観測施設「スペース 250」によって構成される複合施設である。トレイルセンターには、フォレストイン

[7] 以上、令和元年９月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査資料

益子のフロントを兼ねた休憩所、益子の歴史や自然についての写真、資料等が展示されている展示室、会議や研修における利用を目的とした研修室が含まれている。さらに、フォレストイン益子の宿泊客以外も使用可能なコインシャワーもあり、自然公園でのスポーツや散策後の利用が想定されている。

図表 ４ - ３　フォレスト益子展示室

出典：益子町ホームページ
（http://www.town.mashiko.tochigi.jp/sp/page/page000847.html）

レストラン「創作料理　暁」では、地元の野菜や函館から仕入れた魚を使った創作料理が主に提供されている。同レストランは朝食時と夕食時に営業しており、特に朝食はフォレストイン益子の宿泊客が対象である。なお、昼食時の営業は行われていない。

天体観測施設「スペース 250」は、以上の施設の隣地に位置している。この施設には、北関東最大の屈折望遠鏡が設置されており、天体観測指導員による解説とともに観望が可能である。また、当施設は５名から利用でき（イベント開催日は１名から受付可）、収容人数は 30 名である。１名当たりの施設使用料を以下に示す。

図表 ４ - ４　「スペース 250」使用料

区　分	一　般	団　体	摘　要
大　人	400円	300円	イベント開催日以外は５名以上 団体は20名以上
小中学生	200円	150円	

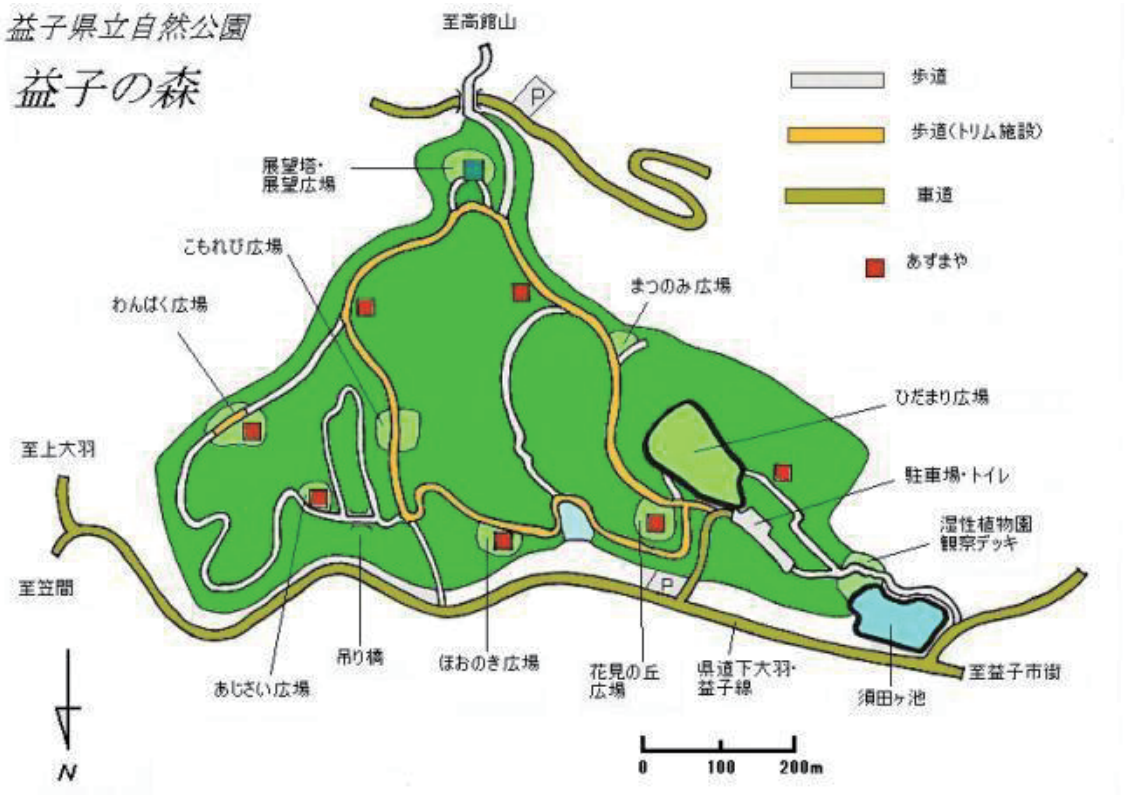
出典：フォレスト益子パンフレット

②　益子県立自然公園・益子の森

益子の森は、面積約 31 ヘクタールの丘陵地を含む県立の自然公園である。アカマツ、コナラ、クリ、ヤマザクラといった落葉広葉樹に囲まれており、ほぼ１年を通じて花や紅葉の観賞を楽しめ

る。また、園内には散策路、芝生広場、吊橋、展望塔が設置されており、様々な形で自然を満喫できるようになっている。

図表 ４－５　益子の森フィールドマップ



出典：栃木県ホームページ

(http://www.pref.tochigi.lg.jp/d04/eco/shizenkankyou/shizen/masikofield.html)

（３） 運営状況

宿泊に特化したフォレストイン益子を含むフォレスト益子は、益子町が３億５千万円をかけて整備し、町の直営で管理されている。既に述べたように、フォレストイン益子は町の NPO 法人「ましこＥまちネット」に、レストラン（「創作料理　暁」）は民間事業者に貸し出されており、契約は１年ごとに更新される。令和元年度に、町と運営者は「宿泊施設の利用に関する基本協定書」を締結し、ここで運営管理の基準、使用料及び管理費等について定められた。

フォレストイン益子の整備の際、当初町は指定管理による運営を検討していたが、指定管理先を見つけるのは困難であった。一方で、町には場所を貸し出して賃料を得るという考えもあった。そこで、施設運営による収益を社会に還元する、という方針のもとで、「ましこＥまちネット」が事業者として運営を受託することになった。

以下では、フォレストイン益子の予算（ランニングコスト）、利用状況、サービスの特徴や工夫されている点について取り上げる。

１） フォレストイン益子の予算

フォレストイン益子のランニングコストは基本的に、益子町の当初予算（単費）から支出される。

ランニングコストには主に光熱水費が含まれ、町が一度料金を支払い、その後かかった費用が利用面積按分で事業者に請求される形が取られている。

フォレストイン益子及び益子町によると、今後は各種設備の更新費用が必要になる。建物の整備から 17 年が経過しており、例えば、エアコン、各部屋を取り囲むウッドデッキ、水回り関係の設備の更新が必要になると考えられている。宿泊機能と関係する機能のみを対象とした補助金の要件は年々厳しくなっているが、設備更新に関してフォレストイン益子と益子町は、その都度協議して対応する方針である。

2） フォレストイン益子の利用状況

フォレストイン益子は、主に益子町やその周辺を訪れる観光客によって利用されており、特に町の陶器市と、隣接する栃木県茂木町にある「ツインリンクもてぎ」でのイベント開催時に稼働率が高くなる。また、常に一定の利用者がいる点が近年の特徴であり、客層は若者からシニア層まで幅広く、観光利用だけではなくビジネス利用も見られることから、特定の層に限定されているわけではないことがうかがえる。加えて、リピーターも増えていると考えられている。

以下に、平成 28 年 1 月から令和元年 8 月までの宿泊者数と稼働率を示す。

図表 4 - 6 フォレストイン益子宿泊者総数

年／月	H28		H29		H30		H31／R1	
	宿泊総数	添寝	宿泊総数	添寝	宿泊総数	添寝	宿泊総数	添寝
1 月	182	7	168	17	161	16	198	19
2 月	193	13	123	17	152	7	134	10
3 月	230	17	203	11	222	16	237	16
4 月	310	20	317	10	330	33	388	36
5 月	341	27	316	27	308	35	333	24
6 月	153	8	218	12	266	13	284	14
7 月	268	21	329	40	284	27	290	23
8 月	475	36	419	40	479	44	507	37
9 月	290	14	253	14	366	15	—	—
10 月	338	15	296	18	331	19	—	—
11 月	316	23	364	37	325	26	—	—
12 月	243	12	257	10	224	24	—	—
総人数 添寝	3, 339	213	3, 263	253	3, 448	275	2, 371	179

令和元年 9 月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査資料を参考に作成

図表 4 - 7　フォレストイン益子稼働率

年／月	部屋数	H28		H29		H30		H31／R1	
		使用数	%	使用数	%	使用数	%	使用数	%
1月	310	103	33.2%	89	28.7%	76	24.5%	119	38.4%
2月	280/290	106	36.6%	69	24.6%	83	29.6%	77	27.5%
3月	310	122	39.4%	113	36.5%	115	37.1%	123	39.7%
4月	300	178	59.3%	190	63.3%	173	57.7%	190	63.3%
5月	310	164	52.9%	163	52.6%	162	52.3%	153	49.4%
6月	300	91	30.3%	133	44.3%	148	49.3%	161	53.7%
7月	310	137	44.2%	164	52.9%	148	47.7%	139	44.8%
8月	310	228	73.5%	197	63.5%	242	78.1%	229	73.9%
9月	300	147	49.0%	136	45.3%	208	69.3%	—	—
10月	310	171	55.2%	157	50.6%	176	56.8%	—	—
11月	300	172	57.3%	186	62.0%	184	61.3%	—	—
12月	310	126	40.6%	137	44.2%	119	38.4%	—	—
平均使用数 稼働率		145	47.6%	145	47.4%	153	50.2%	99	49.0%

令和元年９月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査資料を参考に作成

年間の収益について、宿泊料収入等の売上が約 2,000 万円、人件費を含む必要経費が約 1,500 万円となっており、最終的な利益は 200 万円から 300 万円程度である[8]。図表４－７が示すように年間の平均稼働率が 50 パーセント前後である点も考慮して、これは NPO 法人による運営だからこそ可能であると考えられる。

３）サービスの特徴及び工夫されている点

フォレストイン益子は、原則素泊まりが前提とされており、最低限の宿泊機能を備えた施設である。利用者はチェックイン時に、休憩所を兼ねたフロントで部屋の鍵を受け取り、チェックアウトまで自由行動となっている。既に述べたように、施設にはレストランが併設されているが、近隣にある店舗の数が限られていることから、食事の持ち込みが認められている。この点は、利用者に事前に告知されている。

このように、食事面を含めて自由に過ごせる点がフォレストイン益子におけるサービスの大きな特徴であり、運営者の「ましこＥまちネット」もこの点を強調している。必要最小限のサービスでも一定の利用者がいることから、フォレストイン益子は宿泊のみのニーズに応えていると考えることができる。

[8] 令和元年９月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査

（4） 事業効果

以上のように、フォレストイン益子は周辺でのイベント開催時を中心に、幅広い層の利用者に支持されている。ここでは、フォレストイン益子の事業効果について、施設の利用者の声と益子町における観光への影響から論じる。

1） 利用者の声

フォレストイン益子及び益子町によると、施設への WiFi 整備の希望や、周辺における店舗の少なさに対する不満の声が一部の利用者からあるものの、「ゆっくり休めた」、「静かに過ごせた」といった好意的な感想が多い。こういった好意的な感想は、「静かに泊まって欲しい」という運営者の「ましこＥまちネット」の方向性と一致している。

既に述べたように、利用者の中にはリピーターが多い。フォレストイン益子では宿泊に特化した必要最低限のサービス提供が大きな特徴であるが、こういった方向性に共感したリピーターによる口コミが、新たな利用者を生み出していると考えられている。様々な宣伝方法がある中で、フォレストイン益子及び益子町も口コミによる宣伝を重視している。

2） 益子町における観光への影響

口コミによる施設の宣伝、栃木県の建築賞受賞をきっかけとしたメディアによる紹介等から、次第にフォレストイン益子の認知度は向上した。「フォレストイン益子に一度行ってみたい」という声も聞こえるようになったことから、当施設は益子町の「エポック」的な存在になりつつある。

フォレストイン益子及び益子町によると、週末に連泊し当施設を拠点に観光を楽しむ利用者もいる。例えば、陶芸市の際にはフォレストイン益子を拠点に、町を周遊する観光客が増えた。陶芸市以外のイベント開催時も、当施設の 10 室全てが埋まる状況になる。このような宿泊施設があることは町の滞在時間の延長につながり、町の観光にも大きな影響を与えることになる。

以上のように、口コミによる宣伝を重視し、宿泊に特化した必要最低限のサービス提供を続けた結果、フォレストイン益子への好意的な評価や新たな利用者の獲得につながった。また、メディアによる当施設の紹介も認知度向上に寄与していると考えられる。そして、結果としてフォレストイン益子は町の観光振興に貢献していると言える。

（5） 課題

フォレストイン益子は整備から 17 年が経過しており、今後の運営に向けていくつかの課題が見られる。ここでは、設備面と管理・運営面から当施設の課題を挙げる。

1） 設備面の課題

既に述べたように、整備から 17 年が経過していることもあり、ウッドデッキや水回り設備の経年劣化の進行が問題点としてまず挙げられる。また、施設のエアコンの更新も設備面における今後の課題である。

加えて、施設の構造的な課題として、各客室の入口がオープンスペースとつながっており、益子の森の来訪者等も自由にアクセスできる点が挙げられる。現時点では特に問題は生じていないが、

フォレストイン益子によると、これが、フォレストイン益子の利用者と益子の森の来訪者間のセキュリティ上のトラブルになる可能性も考えられる。

２）管理・運営面の課題

管理及び運営面の課題として、人材確保が挙げられる。フォレストイン益子では現在、昼間対応の事務局長１名、チェックイン及びチェックアウト対応のフロント業務担当者１名（常駐）、ベッドメイキングのスタッフ３名（パートの女性）の体制を取っている[9]。現時点ではこの体制で問題はないが、スタッフの高齢化や都市部とは異なり人材が不足している点から、新たなスタッフが必要な時にいかに確保するかが施設にとって問題となる。

利用者に関わるトラブルについては、施設特有のものはあまりなく、宿泊施設一般的な問題が多い。特にフォレストイン益子としては、急病人の対応に気を使っている。

（６）今後の方向性

最後に、フォレストイン益子を活かした町の観光振興について今後の方向性を述べる。特に、滞在型観光の点から、施設運営者の「ましこＥまちネット」及び益子町の構想、アイディア等に着目する。

フォレストイン益子の整備によって、町の陶芸市等のイベントに参加したり近隣地域を周遊したりする観光客が増え、滞在時間が増加したと考えられる。しかし、益子町によると、半日を益子で過ごし、その前後に宇都宮など周辺地域に滞在する東京などからの来訪者も依然として多い。したがって、フォレストイン益子の整備やもともと存在する観光資源に頼るのではなく、新たな資源の掘り起こしや観光ルート・プランの開発によって、滞在型の観光地に移行することが、町の大きな課題となる。

益子町には、例えば、農泊、夕食に関するプラン、日光方面をはじめとする観光ルート等のアイディアがある。また、旅行業者と連携したインバウンドの誘客も視野に入れて、町の観光振興を目指す。一方、「ましこＥまちネット」は、宿泊からの波及効果を重視しており、現在は宿泊事業が中心であるものの、以前実施していた農業体験、陶芸体験等、地域と連携した活動を望んでいる。

フォレストイン益子を活かした町の観光振興のためには、施設のコンセプトの明確化が必要となる。幅広い層からの支持や宿泊に特化した最低限のサービスがフォレストイン益子の特徴であるが、「ましこＥまちネット」によると、コンセプトを明確にすることで、例えば、施設に隣接する天体観測施設を活用したプランの開発等、現在とは異なる展開が考えられる。

そして、施設のコンセプトの明確化にはフォレストイン益子と益子町との更なる連携強化が求められる。両者の連携が強化されることで、施設を生かした観光振興も可能となる。この点について、両者は今後も協議を重ねて意見をすり合わせていく方針である。

---

[9] 令和元年９月 30 日、フォレストイン益子ヒアリング調査

２．民間グランピング施設の事例

（１）施設の基本情報

１）宿泊機能の情報

ここで取り上げるグランピング施設の宿泊機能には、テントサイトとトレーラーサイトの２種類がある。テントサイトにはタイプ A から C までの３種類があり、タイプ A はセミダブルベッド２台、定員４名の規模で、敷地内に計６棟備えられている。タイプ B と C は、それぞれシングルベッド３台、定員３名、計１棟、ダブルベッド２台、定員４名、計６棟（そのうち、タイプ CD としてペットサイト３棟）となっている。なお、ベッド数を超える人数で利用する場合は寝袋の使用となっており、３歳未満のテントサイトの利用は不可である（トレーラーサイトの利用は可能）。

図表 ４ - ８　テント内部

テント内部とその周辺の設備やアメニティについては、各タイプ共通となっている。テント周辺の設備として、ガゼボ（屋根）つきのウッドデッキ、バーベキュー用ガスグリル、屋外用テーブル及び椅子、流し台等、バーベキューを楽しむための備品がそろっている。さらに、バーベキュー用の食材（夕食及び朝食分）も用意されており、利用者の買い出しは不要である。テント内の設備については、ホテルなど一般的な宿泊施設にも備え付けられているテーブル、椅子、冷蔵庫、エアコン、扇風機（夏季）、こたつ（冬季）等の他に、ウェットティッシュ、虫除けスプレー、蚊取線香など、アウトドアを快適に楽しむための用意もある。

アメニティに関しては、タオル、歯ブラシ、ヘアブラシ等に加えて、女性用スキンケアセットや子供用アメニティも用意されている。一方、寝間着は用意されておらず、宿泊者自身が持参する必要がある。

図表 ４－９　ウッドデッキ内部

トレーラーサイトには、タイプＤとＥの２種類がある。タイプＤとＥは、それぞれクイーンサイズベッド１台及びソファーベッド２台、定員４名、計１棟、クイーンサイズベッド１台、ソファーベッド２台、シングルサイズ２段ベッド１台、定員６名、計９棟（そのうち、タイプ ED としてペットサイト３棟）となっている。トレーラーサイトでもテントサイトと同様、ベッド数を超える人数で利用する場合は、寝袋を使用することになっている。

トレーラーハウス内部とその周辺の設備やアメニティに関して、各タイプ共通であり、テントサイトの内容と重なるものが多い。トレーラー周辺はテントの場合と同様、バーベキューのための設備がそろっている。トレーラーハウス内部については、シャワー室、トイレ、テレビ等、テントサイトとは異なる設備も用意されている。

２）その他の機能についての情報

ここでは、同グランピング施設の宿泊以外の機能について述べる。同施設の宿泊以外の機能は、温泉設備、子供が楽しめる設備、ペット連れのための設備、施設周辺の自然やアウトドア体験を満喫できる設備に大別できる。

同施設は自家源泉を有しており、大浴場と３種類の貸切風呂で温泉を楽しむことができる。特に大浴場は、滞在中に何度でも無料で利用できる。また、貸切風呂は A から C まであり、A の利用料金は１グループ 1,000 円、B 及び C の利用料金は１グループ 1,500 円となっている。なお、A から C の全てで 50 分交代制が採用されており、子供連れなど貸切風呂を必要とする利用者を除いてチェックイン後に予約可能である。

同施設には、子供が屋内外で遊んだり、アウトドア体験を楽しんだりできる設備がそろってい

る。屋外には、水遊びができる親水広場や、ブランコ、滑り台等が備え付けられた遊具広場がある。また、管理棟にあるフロント周辺にはくじ引きなどもあり、屋内でも子供が楽しめる仕掛けが用意されている。

ペット連れのための設備については、テントサイトとトレーラーサイトの双方でペット同伴が可能な棟が３棟ずつ設けられている。さらに、ペット用の水遊び場、ドッグラン、ペット用の足洗い場が併設されており、ゲージなどペット用の備品も充実している。このように、同グランピング施設では近年人気のペット同伴の宿泊が楽しめるようになっている。

図表 ４ - 10　ペット用足洗い場

他に同施設では、キャンプファイヤー場や、周辺の山々や川といった自然を満喫できる展望台を利用できる。また、屋外での映画上映や小さなバーの開店といった企画も用意されており、施設の敷地内で過ごすためのさまざまなアイディアが見られる。

以上、同グランピング施設の基本情報であるが、事業運営の特徴の一つとして、施設と地元との連携が考えられる。同施設はこれまでに、施設の拡大や機能の増大を行ってきた。その際に地権者との合意などが求められるが、同施設はこういった地元との調整を重視している。さらに、施設の騒音に対する周辺の公共施設への配慮や、地元出身のスタッフ採用による地域の雇用促進への貢献等、同施設は地元との協力によって運営を円滑に進めている。

（２） 施設整備における工夫

以上のように、同グランピング施設では気軽にアウトドア体験を楽しめる様々な機能を用意している。ここでは、上記の基本情報をもとに施設整備における工夫について述べる。

施設整備における工夫の一点目として、悪天候時の対策及び暑さ・寒さ対策が挙げられる。悪天候時の対策として、ガゼボ（屋根）付きのウッドデッキがあり、ここでは天候に関係なくバーベキューを楽しむことが可能である。また、上記のように、バーベキューに必要な食材や調理器具はあらかじめ施設で用意されているため、悪天候の中、買物などの準備に追われる必要がない。

暑さ・寒さ対策として、宿泊箇所におけるエアコン、夏場に用意される扇風機等の設置が挙げられる。特に、トレーラーハウスよりもテントでの宿泊の場合に気温が懸念事項となり得るが、同施設のテントサイトでは、冬場にこたつ、パネルヒーター、ホットカーペットも用意され、ホテルのような快適さの中で滞在することができる。

二点目の工夫として、ここではテントサイトとトレーラーサイトといった２種類の中から宿泊場所を選択できる。３歳未満はトレーラーハウスのみで宿泊が可能であるが、こういった工夫によって、アウトドアを体験しようとする利用者の様々なニーズに応えることができる。

グランピングをはじめとするアウトドアでは、気候や天候といった条件が大きな問題となるが、このように同施設では様々な工夫が施されている。加えて、子供向けの設備及びペット用の設備を併設・増設してより多様なニーズに応えようとしている点も施設整備における工夫である。同施設は予約受付の際、施設の人気に手ごたえを感じているが[10]、以上のような工夫が施設運営成功のポイントになっていると考えられる。

このように、公共の宿泊施設であるフォレストイン益子と、ここで扱った民間グランピング施設では、それぞれ宿泊とそれに関連する機能やサービスに工夫を重ねることで、多くの利用者を獲得してきた。以下の表では、宿泊機能、宿泊料金、その他の機能・周辺環境、サービスの特徴・運営成功のポイント、周辺地域との協力の点から、両施設の概要をまとめる。

---

[10] 令和元年 10 月 16 日、同施設ヒアリング調査

図表４ - 11　両施設の機能・サービス等の特徴

	フォレストイン益子	民間グランピング施設
宿泊形態	● レギュラーツイン６室とデラックスツイン４室の計 10 室 ● 最大定員は 30 名 ● エキストラベッドとロフト有	● テント 12 棟(うちペットサイト３棟) ● トレーラー10 棟（うちペットサイト３棟） ● ベッド数を超えて利用する際は、寝袋の利用可
宿泊料金	● １名 4,400～7,700 円 ✓ 平均単価 5,000 円（税抜）	● 大人１名 9,000～20,000 円台（季節、曜日、利用人数、予約サイト等により変動あり）
その他の機能・周辺環境	● トレイルセンター（休憩所、研修室、展示室、コインシャワー）、レストラン、天体観測施設（以上、フォレスト益子） ● 益子県立自然公園・益子の森	● 各宿泊箇所にガゼボ（屋根）つきのウッドデッキ ● 大浴場と３種類の貸切風呂（全て温泉） ● 親水広場、遊具広場、ペット用水遊び場、ドッグラン、キャンプファイヤー場、展望台 ● 屋外での映画上映、バーの営業
サービスの特徴・運営成功のポイント	● 宿泊に特化した必要最小限のサービス ● 低価格の宿泊料 ● 自然に囲まれた環境 ● 益子町の観光への貢献	● 悪天候対策、暑さ・寒さ対策 ● ２種類の宿泊形式（テントとトレーラーハウス）による多様なニーズへの対応 ● 子供向け設備とペット用設備の整備による多様なニーズへの対応
地域との協力	● 今後、観光プラン・ルートの開発等を通じて、地域と協力する方向	● 施設拡大や機能の増大の際、地元関係者と調整 ● 地元出身のスタッフ採用による、地域の雇用促進への貢献

第５章　各候補地の施設整備の可能性の検討

第５章　各候補地の施設整備の可能性の検討

本章では、フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）及びゆりの郷隣接地で滞在型観光施設を整備した場合の事業収支試算を提示する。その上で、試算結果、課題等の側面から各候補地を比較し、本調査研究を締めくくる。事業収支試算にあたって、収容規模の面で試算における各候補地の条件を可能な限り揃えるため、フラワーパーク隣接地に小屋（スモールハウス）とグランピング施設を 10 基ずつ、ゆりの郷隣接地に小屋 10 基とホテル 10 部屋（１棟）を整備すると仮定する。

１．フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）での宿泊事業　試算結果

（１）事業概要

①事業主体

・石岡市が主体となり、民間企業等と協力し事業を実施する予定である。
※事業主体は、関係者間で協議を重ねたうえで、決定する。

②実施事業

・フラワーパーク隣接地に、滞在可能な小屋（スモールハウス）施設を 10 基程度及びグランピング施設を 10 基程度建設し、フラワーパークの各種施設、展示等と連携を図りながら、「首都近郊のファミリー層」等を主要な顧客とした宿泊サービス等を提供する。

出典：無印良品 HP より
（https://www.muji.com/jp/mujihut/）

出典：無印良品 HP より
（https://www.muji.com/jp/mujihut/）

③目的

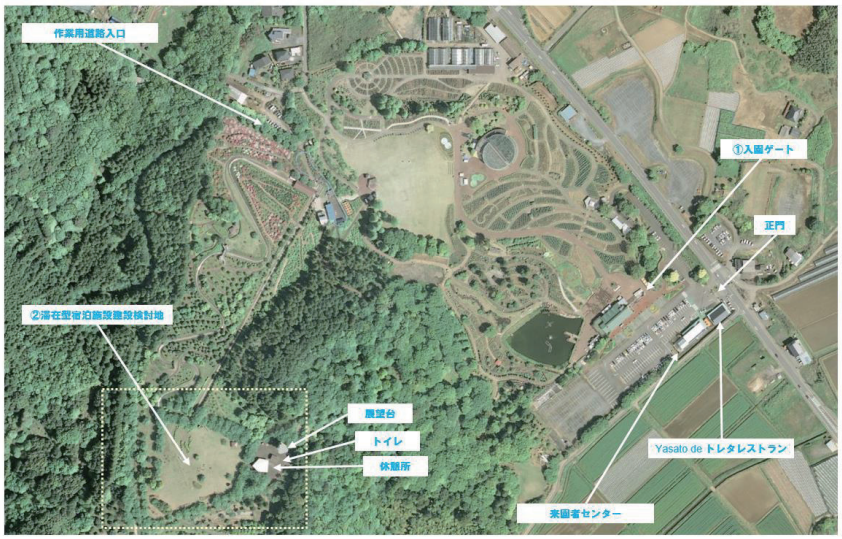
・特別な空間であるフラワーパークの中で、花や緑に囲まれた宿泊設備を提供することで、気楽に自然を楽しめる空間・時間を提供するとともに、周辺施設・地域と連携を図り、地域一体となった観光振興を図っていく。

④予定地

・住所：茨城県石岡市下青柳 200 番地「フラワーパーク隣接地（ふれあいの森）」

・面積：約 7,000 ㎡

・「①入園ゲート」から「②滞在型宿泊施設建設検討地」まで、約 1.1km あり、徒歩で 20 分程度、園内周遊バス利用で 15 分程度要する。



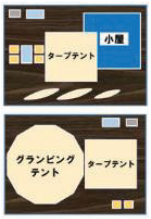
⑤滞在型宿泊施設 設置イメージ

・下図は、滞在型宿泊施設の設置した際の規模感を把握するために、イメージ（案）として作成したものである。

小屋施設を 10 箇所、グランピング施設を 10 箇所、管理棟を 1 棟、キャンプファイアーエリア 1 箇所を設置した場合のイメージである。

※小屋施設及びグランピング施設は、縦約 7m × 横約 10m

※グリッドは、1 マス縦 10m× 横 10m



（２）事業の意義・価値

①顧客の視点

・フラワーパーク隣接地で宿泊サービスを提供することで、アウトドア未経験者、初心者であっても、気軽に自然の中で宿泊を楽しむことができる。

・フラワーパーク隣接地に身をおくことで、自然が奏でる木々のせせらぎ、鳥のさえずり、夜の静寂、星空等を体感できる。

・手軽に森林の新鮮な空気を吸ったり、花や緑の匂いを感じたりすることで、心身をリフレッシュすることができる。

・グランピング施設、宿泊用の小屋施設に加え、管理棟（入浴施設、トイレ）を用意することで、清潔かつ快適に自然を満喫することができる。

・都心から、車を利用し２時間以内で行くことができる。

②事業者の視点

・人気のグランピング施設に加え、近年、注目が高まりつつある小屋を、フラワーパークと連携しながらサービスを提供することで、他施設と差別化した付加価値のあるサービスを提供出来、宿泊を伴う観光客の更なる誘客を図ることができる。

③石岡市の視点

・フラワーパーク隣接地での宿泊を可能にすることで、これまで十分にアプローチ出来ていなかった「首都近郊のファミリー層」等、新たな観光客層を掘り起こし、宿泊を伴う観光客の増加が見込める。また、観光客の増加に伴い、まちの賑わいや地域経済の活性化が期待できる。

（３）市場環境

〔新規性〕

・2017 年頃からグランピングが盛り上がり※を見せ、気楽に豪華に大自然を楽しみたいというニーズが高まってきている。

※2017 年に公開された関東地区のグランピングスポットに関する紹介サイト
【参考資料】TABICA LIFE/「関東でグランピングしよう。関東近郊で楽しめる話題のグランピングスポット」/ https://tabica.jp/entry/life/archives/32659/ 紹介施設数 10 ヶ所
※2018 年に公開された関東地区のグランピングスポットに関する紹介サイト
【参考資料】ダブルプレミアム ラウンジ/「非日常が体感できる！オシャレなグランピングスポット 10 選～関東編～」/ https://www.w-premium.jp/lounge/glamping-kanto/ 紹介施設数 10 ヶ所
※2019 年に公開された関東地区のグランピングスポットに関する紹介サイト
【参考資料】スターツ出版株式会社/「〔関東のグランピング施設 15 選〕2019 年最新版。贅沢＆快適な手ぶらキャンプが新しい、大自然の中でグランピングができる施設」/ https://www.ozmall.co.jp/glamping/ / 紹介施設数 15 ヶ所
※グランピングに関する調査（p.139 に掲載）
【参考資料】楽天インサイト/「キャンプに関する調査」/ https://insight.rakuten.co.jp/report/20190722/

・グランピング施設は、首都圏において参入事業者が年々増加しているため、新規性が薄れつつある。

・小屋施設については、アウトドアブームの影響もあり、関連書籍が発刊され、年々注目が高まっている。グランピング施設と比較すると、まだ、一般的には広く知られておらず、現時点で、市場での新規性は高いと考えられる。しかし、本事業の開始時期や県内、首都圏での他参入事業者の増加によっては、その新規性が低下する恐れがある。

・グランピング施設、小屋施設は、フラワーパークの事業と連携することで、他地域にはない新規性の高い施設になる可能性がある。

〔競合性〕

・関東では、グランピング施設が 20 箇所を超え、気軽さや洗練さを売りに顧客の獲得で競っている。今後も、グランピング需要の高まりから、新たなグランピングスポット※の建設も予想され、小屋施設も含め、気楽に豪華に自然を楽しめる施設間の競争は激化する可能性がある。ただし、フラワーパークと連携したグランピング施設、小屋施設の運営を行うことで、本事業が競合先に打ち勝っていくことは可能と思われる。

※2020 年春に、「The BAMBOO FOREST（千葉県市原市）」が開業予定。動物園とグランピング両方を楽しめる施設になる予定。

※2020 年春に、「リソル生命の森（千葉県長柄町）」が「リソルの森」として、リニューアルオープン予定。グランヴォ―ススパヴィレッジでグランピングを楽しむことができる予定。

〔市場性〕

・年 1 回以上キャンプに参加する人の数は、2018 年で 850 万人と国内人口の 6%程度※あり、一定のマーケットが存在する。

※【参考資料】一般社団法人日本オートキャンプ協会/オートキャンプ白書 2019 より/
http://www.autocamp.or.jp/?p=8062

・キャンプ市場全体としては、2008 年のリーマンショックを底に、回復基調※にある。

※【参考資料】一般社団法人日本オートキャンプ協会/「巻頭要約　2016 年のオートキャンプ概況」より/
http://www.autocamp.or.jp/uploads/2018/07/034204518e4c206063a6713712734304.pdf

・本事業の一環として、フラワーパークの来場者に対して実施した「フラワーパークに整備される宿泊施設に関するアンケート調査」では、小屋施設を「是非、利用したい」と回答した者が全体の約 2 割、グランピング施設を「是非、利用したい」と回答した者が全体の約 2 割あった。フラワーパークの来場者は、年間 22 万人（2017 年度）程度であることから潜在的な宿泊施設の利用見込者は、4.4 万人程度存在するものと思われる。

〔成長性〕

・1990 年前後のキャンプブーム※を体験した団塊ジュニア世代が親になり、子供とともにキャンプを始めていて、今後緩やかな市場の拡大が見込まれる。

※【参考資料】長谷川教佐著/「新しい家族旅行としてのオートキャンプ」/ 麗澤大学紀要第９９巻２０１６年１月
https://reitaku.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=924&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1

・小屋、グランピング施設での宿泊サービスとフラワーパークの展示との連携を深めることで、他のグランピング施設と差別化を図ることは十分可能であり、成長の可能性はある。

（4）事業内容

①設備計画

〔総事業費前提条件〕

・事業に係る設備を、石岡市と民間企業がそれぞれ負担、導入するものとした。

・総事業費は、238,000 千円と仮定し、内、119,000 千円を石岡市が負担し、残り 119,000 千円を民間企業が負担するものとした。

※石岡市の費用負担分については、交付金、基金等を活用する。

（単位：円）

内訳	費用	費用負担者	補足
石岡市負担分	119,000,000	石岡市	※詳細下記に記載
民間企業負担分	119,000,000	民間企業	※詳細次ページに記載
計	238,000,000		

〔事業費（石岡市概算負担分）前提条件〕

・石岡市が負担する設備等は、「上水道設備」、「下水処理設備」、「電気設備」、「管理共同建物」、「篝火場」、「予備費」とした。

・「上水道設備」、「下水処理設備」については、宿泊施設の設置場所が山頂であり、かつ下水設備が完備されていないことから、平地に比べて設備費が高額になる可能性を考慮した。

（単位：円）

対象資産	費用	費用負担者	補足
上水道設備	18,000,000	石岡市	揚水ポンプ/受水槽/加圧ポンプ
下水処理設備	28,000,000	石岡市	浸透設備工事費
電気設備	15,000,000	石岡市	キュービクル/設置工事費　※電線敷設含まず
管理共同建物	32,000,000	石岡市	建築本体工事/付帯設備工事/諸費用/什器・備品費等
篝火場	1,000,000	石岡市	@8,000（コンクリ等6,000＋整地2,000）円×80㎡/設計費等
予備費	25,000,000	石岡市	※補助金等
計	119,000,000		

〔事業費（民間企業概算負担分）前提条件〕

・民間企業が負担する設備は、「建物（小屋）」、「土台（グランピング）」、「上水道設備」、「室内備品」、「照明設備」とした。

・「建物（小屋）」及び「土台（グランピング）」は、それぞれ 10 基導入する。1 基当たりの導入費用は、市場価格を参考にした。

・「上水道設備」は、小屋、グランピングに附属する「手洗場」を設置するための費用である。

（単位：円）

対象資産	費用	費用負担者	補足
建物	55,000,000	民間事業者	@ 5,500千円 × 10基 小屋施設
土台	18,000,000	民間事業者	@ 1,800千円 × 10基 グランピング施設
上水道設備	6,000,000	民間事業者	@ 300千円 × 20基 引込設備/手洗場
室内備品	34,000,000	民間事業者	@ 1,700千円 × 20基 ベット/家具/室内装飾品/暖房機器等
照明設備等	6,000,000	民間事業者	@ 300千円 × 20基
計	119,000,000		

②販売計画

〔想定顧客〕

・主要な顧客は、「首都近郊のファミリー層」等とする。

〔顧客構成〕

・小屋施設及びグランピング施設１基当たりの収容人数は、最大４名とする。
・主要な顧客構成として、「大人２名＋小学生２名」、「大人２名＋小学生１名」、「大人２名」の組み合わせを想定する。

〔宿泊料金〕

・宿泊料金については、近隣のグランピング施設の宿泊料金を参考とした。
・宿泊料金については、需要に合わせ、日ごとに、変動させるものとした。
・料金レートを需要に合わせ、「top」、「high」、「regular」、「value」の４種類設定した。
・小学生の料金は、大人料金の 1/2 とした。

〔料金レート及び顧客構成別客室単価〕

A．顧客構成〔 大人２名 ＋ 小学生２名 〕

	大人 1名	大人 1名	小学生 1名	小学生 1名	円
top	14,000	14,000	7,000	7,000	42,000
high	12,500	12,500	6,250	6,250	37,500
regular	10,500	10,500	5,250	5,250	31,500
value	9,500	9,500	4,750	4,750	28,500

B．顧客構成〔 大人２名 ＋ 小学生１名 〕

	大人 1名	大人 1名	小学生 1名	円
top	14,000	14,000	7,000	35,000
high	12,500	12,500	6,250	31,250
regular	10,500	10,500	5,250	26,250
value	9,500	9,500	4,750	23,750

C．顧客構成〔 大人２名 〕

	大人 1名	大人 1名	円
top	14,000	14,000	28,000
high	12,500	12,500	25,000
regular	10,500	10,500	21,000
value	9,500	9,500	19,000

〔料金レートカレンダー概要〕

・料金レートを需要に合わせ、「top」、「high」、「regular」、「value」の４種類とし、需要が高まる金曜日、土曜日、日曜日、夏休み、春休み、祝日等を高めの料金設定とし、需要が低い平日等をリーズナブルな料金設定とする。

・小屋施設は年間を通じて営業するが、グランピング施設は冬場に休業日を設定する。

〔小屋 料金レートカレンダー〕

2021年度 料金レートカレンダー（４月－６月）

4 April

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

	日
top	5
high	7
regular	5
value	13
	30

5 May

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

	日
top	6
high	5
regular	7
value	13
	31

6 June

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

	日
top	4
high	4
regular	4
value	18
	30

料金レートカレンダー（７月－９月）

7 July

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

	日
top	17
high	3
regular	6
value	5
	31

8 August

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

料金レート	日
top	31
high	0
regular	0
value	0
	31

9 September

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

	日
top	6
high	5
regular	4
value	15
	30

料金レートカレンダー（１０月－１２月）

10　October

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

	日
top	6
high	5
regular	5
value	15
	31

11　November

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

	日
top	0
high	6
regular	10
value	14
	30

12　December

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

	日
top	0
high	7
regular	10
value	14
	31

料金レートカレンダー（１月－３月）

1 January

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

top	0
high	9
regular	7
value	15
	31

2 February

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

top	0
high	0
regular	10
value	18
	28

3 March

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

top	0
high	0
regular	9
value	22
	31

〔グランピング 料金レートカレンダー〕

2021年度 料金レートカレンダー（４月－６月）

4 April

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

	日
top	5
high	7
regular	5
value	13
	30

5 May

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

	日
top	6
high	5
regular	7
value	13
	31

6 June

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

	日
top	4
high	4
regular	4
value	18
	30

料金レートカレンダー（７月－９月）

7 July

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

	日
top	17
high	3
regular	6
value	5
	31

8 August

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

料金レート	日
top	31
high	0
regular	0
value	0
	31

9 September

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

	日
top	6
high	5
regular	4
value	15
	30

料金レートカレンダー（１０月－１２月）

10　October

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

	日
top	6
high	5
regular	5
value	15
	31

11　November

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

	日
top	0
high	6
regular	10
value	14
	30

12　December

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

	日
top	0
high	0
regular	0
value	0
	0

料金レートカレンダー（１月－３月）

1 January

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

top	0
high	0
regular	0
value	0
	0

2 February

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

top	0
high	0
regular	0
value	0
	0

3 March

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

top	0
high	0
regular	5
value	9
	14

〔小屋 料金レート別営業日数〕

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計	%
top	5	6	4	17	31	6	6	0	0	0	0	0	75	21%
high	7	5	4	3	0	5	5	6	7	9	0	0	51	14%
regular	5	7	4	6	0	4	5	10	10	7	10	9	77	21%
value	13	13	18	5	0	15	15	14	14	15	18	22	162	44%
closing														0%
Day	30	31	30	31	31	30	31	30	31	31	28	31	365	100%

・料金レート「top」の日が年間 75 日、「high」の日が 51 日、「regular」の日が 77 日、「value」の日が 162 日、計 365 日営業するものとした。

・グランピング施設では、12 月、1 月、2 月を完全休業とする場合があるが、本小屋事業では年間を通じて営業するものとした。

〔グランピング 料金レート別営業日数〕

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計	%
top	5	6	4	17	31	6	6	0	0	0	0	0	75	21%
high	7	5	4	3	0	5	5	6	0	0	0	0	35	10%
regular	5	7	4	6	0	4	5	10	0	0	0	5	46	13%
value	13	13	18	5	0	15	15	14	0	0	0	9	102	28%
closing									31	31	28	17	107	29%
Day	30	31	30	31	31	30	31	30	31	31	28	31	365	100%

・料金レート「top」の日が年間 75 日、「high」の日が 35 日、「regular」の日が 46 日、「value」の日が 102 日、計 258 日営業するものとした。

・本グランピング事業では、12 月、1 月、2 月を完全休業とする。

〔料金レート別顧客構成〕※小屋、グランピング共通

・料金レートが「top」、「high」の日は、需要が高まる金曜日、土曜日、日曜日、夏休み、春休み、祝日が多いことから、家族（大人と小学生の組み合わせ）の来客が多いと想定し、下表の構成とした。

・料金レートが「regular」、「value」の日は、平日が多いことから夫婦、カップル、友人同士（大人２名の組み合わせ）の来客が多いと想定し、下表の構成とした。

	大人　2名 小学生 2名	大人　2名 小学生 1名	大人　2名	計
top	40%	40%	20%	100%
high	40%	40%	20%	100%
regular	10%	20%	70%	100%
value	10%	10%	80%	100%

〔小屋 施設稼働率〕

・料金レートごとに、施設稼働率の設定を変えている。
・需要が多いと想定される「top」、「high」の日の稼働率は、それぞれ 90%、80%とした。
・「regular」の日の稼働率を 60%し、「value」の日は相当稼働率が下がると予想し 40%とした。

	日数	施設数	稼働率
top	75	10	90%
high	51	10	80%
regular	77	10	60%
value	162	10	40%
closing	0	10	0%
	365		

〔グランピング 施設稼働率〕

・料金レートごとに、施設稼働率の設定を変えている。
・需要が多いと想定される「top」、「high」の日の稼働率は、それぞれ 90%、80%とした。
・「regular」の日の稼働率を 60%し、「value」の日は相当稼働率が下がると予想し 40%とした。

※グランピングについては、小屋と同様の稼働率を設定しているが、小屋とは営業日数が異なる。

	営業日数	施設数	稼働率
top	75	10	90%
high	35	10	80%
regular	46	10	60%
value	102	10	40%
closing	107	10	0%
	365		

〔小屋 料金レート及び顧客構成別売上高〕

・小屋施設の「料金レート及び顧客構成別の売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人 2名 小学生 2名 収入	大人 2名 小学生 1名 収入	大人 2名 収入
top	11,340,000	9,450,000	3,780,000
high	6,120,000	5,100,000	2,040,000
regular	1,455,300	2,425,500	6,791,400
value	1,846,800	1,539,000	9,849,600
小計	20,762,100	18,514,500	22,461,000
合計			61,737,600

〔グランピング 料金レート及び顧客構成別売上高〕

・グランピング施設の「料金レート及び顧客構成別の売上高」を、前述の「料金カレンダー」「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

・小屋と比較すると、営業日数が 107 日少ないことから、小屋の売上高に対して 13,358 千円少額の売上高となる。

	大人 2名 小学生 2名 収入	大人 2名 小学生 1名 収入	大人 2名 収入
top	11,340,000	9,450,000	3,780,000
high	4,200,000	3,500,000	1,400,000
regular	869,400	1,449,000	4,057,200
value	1,162,800	969,000	6,201,600
小計	17,572,200	15,368,000	15,438,800
合計			48,379,000

〔小屋 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・小屋の「料金レート及び顧客構成別の月別売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	1,638	1,966	1,310	5,569	10,156	1,966	1,966	0	0	0	0	0	24,570
high	1,820	1,300	1,040	780	0	1,300	1,300	1,560	1,820	2,340	0	0	13,260
regular	693	970	554	832	0	554	693	1,386	1,386	970	1,386	1,247	10,672
value	1,062	1,062	1,471	409	0	1,226	1,226	1,144	1,144	1,226	1,471	1,797	13,235
合計	5,213	5,298	4,375	7,589	10,156	5,046	5,184	4,090	4,350	4,536	2,857	3,045	61,738

〔グランピング 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・グランピングの「料金レート及び顧客構成別の月別売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	1,638	1,966	1,310	5,569	10,156	1,966	1,966	0	0	0	0	0	24,570
high	1,820	1,300	1,040	780	0	1,300	1,300	1,560	0	0	0	0	9,100
regular	693	970	554	832	0	554	693	1,386	0	0	0	693	6,376
value	1,062	1,062	1,471	409	0	1,226	1,226	1,144	0	0	0	735	8,333
合計	5,213	5,298	4,375	7,589	10,156	5,046	5,184	4,090	0	0	0	1,428	48,379

〔小屋及びグランピング 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・下表は、上表の「小屋 料金レート及び顧客構成別月別売上高」及び「グランピング 料金レート及び顧客構成別月別売上高」を合算したものである。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	3,276	3,931	2,621	11,138	20,311	3,931	3,931	0	0	0	0	0	49,140
high	3,640	2,600	2,080	1,560	0	2,600	2,600	3,120	1,820	2,340	0	0	22,360
regular	1,386	1,940	1,109	1,663	0	1,109	1,386	2,772	1,386	970	1,386	1,940	17,048
value	2,124	2,124	2,941	817	0	2,451	2,451	2,288	1,144	1,226	1,471	2,533	21,569
合計	10,426	10,596	8,751	15,179	20,311	10,091	10,368	8,180	4,350	4,536	2,857	4,473	110,117

〔小屋 料金レート及び顧客構成別来客数〕

・小屋の「料金レート及び顧客構成別の来客数」を、「料金カレンダー」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人	小学生	計
top	1,350	810	2,160
high	816	490	1,306
regular	924	185	1,109
value	1,296	194	1,490
	4,386	1,679	6,065

〔グランピング 料金レート及び顧客構成別来客数〕

・グランピングの「料金レート及び顧客構成別の来客数」を、「料金カレンダー」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人	小学生	計
top	1,350	810	2,160
high	560	336	896
regular	552	110	662
value	816	122	938
	3,278	1,379	4,657

〔小屋及びグランピング 料金レート及び顧客構成別来客数〕

	大人	小学生	計
top	2,700	1,620	4,320
high	1,376	826	2,202
regular	1,476	295	1,771
value	2,112	317	2,429
	7,664	3,058	10,722

〔損益計算試算 前提条件〕

・損益試算をもとに、ホテル・旅館・グランピング業界の平均値等を参考に、下表の前提条件を設定した。

売上高		
宿泊料		※宿泊料シートにて計算
売上原価		
食材仕入	20.00%	※宿泊料に対する割合
販管費		
人件費	20.00%	※宿泊料に対する割合
営業経費		
送客手数料	10.00%	※宿泊料に対する割合
カード手数料	5.00%	※宿泊料に対する割合
旅費交通費	6.00%	※宿泊料に対する割合
広告宣伝費	1.60%	※宿泊料に対する割合
接待交際費	3.00%	※宿泊料に対する割合
客用消耗品	2.10%	※宿泊料に対する割合
洗濯リネン費	1.80%	※宿泊料に対する割合
管理経費		
水道光熱費	7.10%	※宿泊料に対する割合
修繕費	1.80%	※宿泊料に対する割合
備品費	1.10%	※宿泊料に対する割合
テント費	4,050,000円	※@135,000円/基 × 10基 × 3回/年
公租公課		※減価償却シートを基に計算
通信費	0.40%	※宿泊料に対する割合
その他		
減価償却費	※	※減価償却シートにて計算
営業利益		
営業外収益		
営業外費用		
経常利益		
特別利益		
特別損失		
税引前当期利益		
法人税等		実効税率 33.58%（8百万超）
税引後当期利益		

〔減価償却費 前提条件〕

・減価償却対象資産の「耐用年数」、「料率」、「償却方式」を、下表のとおりとした。

（単位：円）

対象資産	購入額	耐用年数	料率	償却方式	補足
建物	55,000,000	17	0.059	定額法	※建物及び附属設備
土台	18,000,000	15	0.067	定額法	※建物附属設備
上水道設備	6,000,000	10	0.100	定額法	※水道設備等
室内備品	34,000,000	8	0.125	定額法	
照明設備等	6,000,000	6	0.167	定額法	
計	119,000,000				

〔圧縮記帳後 減価償却費 前提条件〕

・補助金 25,000 千円を、圧縮記帳するものとし、建物の資産額を 55,000 千円から 30,000 千円に圧縮する。

（単位：円）

対象資産	購入額	耐用年数	料率	償却方式	補足
建物	30,000,000	17	0.059	定額法	※建物及び附属設備
土台	18,000,000	15	0.067	定額法	※建物附属設備
上水道設備	6,000,000	10	0.100	定額法	※水道設備等
室内備品	34,000,000	8	0.125	定額法	
照明設備等	6,000,000	6	0.167	定額法	
計	94,000,000				

〔圧縮記帳後減価償却資産別試算〕

・圧縮記帳後の「毎期の減価償却対象資産別の償却額」を、前述の前提条件を基に、下表のとおり試算した。

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	計
建物	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	1,770	17,700
土台	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	1,206	12,060
上水道設備	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	6,000
室内備品	4,250	4,250	4,250	4,250	4,250	4,250	4,250	4,250			34,000
照明設備等	1,002	1,002	1,002	1,002	1,002	990					6,000
計	8,828	8,828	8,828	8,828	8,828	8,816	7,826	7,826	3,576	3,576	75,760

〔固定資産税試算〕

・固定資産税の算出は、市で定められた方法により算出されるが、本件では、課税対象資産額の 70%に課税料率 1.4%を掛ける方法で試算した。

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	計
建物	539	507	475	444	412	380	348	316	285	253	3,959
土台	176	175	173	171	170	168	167	165	163	162	1,690
上水道設備	59	53	47	41	35	29	24	18	12	6	323
室内備品											0
照明設備等	59	49	39	29	20	10					206
その他	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	141
計	847	798	749	700	650	601	552	513	474	435	6,319

〔予想損益計算書〕

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	累計	年平均	対売上
売上高													
宿泊料	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	110,117	1,101,166	110,117	100.0%
売上原価													
食材仕入	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023			
営業総利益	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	88,093	880,933	88,093	80.0%
販売管理費	79,685	79,636	79,587	79,537	79,488	79,427	78,388	78,349	74,060	74,021			
人件費	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023	22,023			
営業経費													
送客手数料	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012	11,012			
カード手数料	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506	5,506			
旅費交通費	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607	6,607			
広告宣伝費	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762	1,762			
接待交際費	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303	3,303			
客用消耗品	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982			
洗濯リネン費	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312	2,312			
管理経費													
水道光熱費	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818	7,818			
修繕費	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982	1,982			
備品費	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211	1,211			
テント費	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050			
公租公課	847	798	749	700	650	601	552	513	474	435			
通信費	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440			
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
減価償却費	8,828	8,828	8,828	8,828	8,828	8,816	7,826	7,826	3,576	3,576			
営業利益	8,408	8,458	8,507	8,556	8,605	8,666	9,705	9,744	14,034	14,073	98,755	9,876	9.0%
営業外収益													
営業外費用													
経常利益	8,408	8,458	8,507	8,556	8,605	8,666	9,705	9,744	14,034	14,073	98,755	9,876	9.0%
特別利益	25,000												
特別損失	25,000												
税引前当期利益	8,408	8,458	8,507	8,556	8,605	8,666	9,705	9,744	14,034	14,073			
法人税等	2,824	2,840	2,857	2,873	2,890	2,910	3,259	3,272	4,712	4,726			
税引後当期利益	5,585	5,618	5,650	5,683	5,715	5,756	6,446	6,472	9,321	9,347	65,593	6,559	6.0%
簡易ＣＦ	14,413	14,446	14,478	14,511	14,543	14,572	14,272	14,298	12,897	12,923			
簡易ＣＦ累計	14,413	28,858	43,336	57,847	72,391	86,963	101,235	115,533	128,430	141,353			
-94,000	14,413	14,446	14,478	14,511	14,543	14,572	14,272	14,298	12,897	12,923			
IRR（内部収益率）	8.35%		初期投資額	94,000									

（５）事業性評価

前述の前提条件を基に試算した損益計算書をもとに、事業性評価を行う。

①売上

・毎期約 110 百万円程度の売上高を確保する。

※来客増等によるエスカレーション（段階的増加）、宿泊料低下等によるディエスカレーション（段階的減少）は、試算上考慮していない。

②収益性

・10 年平均の営業利益として約 10 百万円程度、税引後当期利益で 6.5 百万円程度を確保する。

・10 年平均の営業利益率は 9.0%、税引後当期利益率 6.0%となる。

③ＣＦ

・毎期 14 百万円程度の簡易ＣＦを確保する。

④課題等

・資金調達費用を考慮せず損益試算を行った段階で、税引後当期利益率 6.0%、IRR（内部収益率）8.35%となり、投資に対する内部収益率は太陽光ビジネスと同程度になる。

・宿泊事業は、天候、自然災害等の影響を受けやすく、また、定期的な修繕、改装が必要となる。そのため、補助金等を利用し初期投資額を抑制したり、送客手数料等の販売管理費を抑制したりするなどして、本予想損益計算書を基に更に収益性を向上させ、事業に対するリスク耐性を高めていく必要がある。

CF（キャッシュフロー）とは…？

・企業が生み出す“現金の流れ”である。企業が行う営業活動や財務活動によって実際に得られた収入から、外部への支払いを差し引いて手元に残る現金・預金である。

・本試算では、予想損益計算書を作成し、売上から費用を差し引いて求めた税引後当期利益を算出、当該税引後当期利益に非現金支出項目（会計上費用収益の対応の原則が採用されているために発生する費用）である減価償却額を加算し求めた額を簡易のＣＦとしている。

IRR（内部収益率）とは…？

・ＩＲＲとは、ある投資案件を実行するか否かを判断する際に利用するための指標で、正味現在価値をゼロにする割引率である。資本コスト（≒借入利率等）と比較し投資判断に利用される。

例：ＩＲＲ ８％ ＞ 借入利率 ２％ （ ○ 投資可 ）

ＩＲＲ ３％ ＜ 借入利率 ４％ （ × 投資不可 ）

（６）雇用・経済効果

①雇用効果

・5 名程度

②経済効果（10 年間累計）

・初期投資による経済効果は、230 百万円程度となる。

※初期投資額は、総事業費 238,000 千円から補助金 25,000 千円を差し引いた 213,000 千円とする。

→ 初期投資額 213,000 千円 × 域内生産率 100% ＝ 213,000 千円

→ 初期投資額 213,000 千円 × 雇用者所得率 8% ＝ 17,040 千円

→ 213,000 千円 ＋ 17,040 千円 ＝ 230,040 千円

・事業運営による経済効果（10 年累計）は、277 百万円程度となる。

→ 飲食提供額 22,023 千円 × 域内生産率 26% ＝ 5,725 千円

→ 支払賃金 22,023 千円

→（ 5,725 千円 ＋ 22,023 千円 ）× 10 年 ＝ 277,480 千円

・事業実施による 10 年間の経済効果は、507 百万円程度となる。

→ 230,040 千円 ＋ 277,480 千円 ＝ 507,520 千円

※域内生産率、雇用者所得率は、平成 23 年度「茨城県産業連関表」を参考とした。

２．ゆりの郷隣接地での宿泊事業　試算結果

（１）事業概要

①事業主体

・石岡市が主体となり、民間企業等と協力し事業を実施する予定である。
※事業主体は、関係者間で協議を重ねたうえで、決定する。

②実施事業

・滞在可能な小屋施設をゆりの郷隣接地に 10 基程度、ホテルを 1 棟（10 部屋程度）建設し、ゆりの郷の各種施設（温泉施設、レストラン、物産館）等と連携を図りながら、「ファミリー層」や「シニア層」を主要な顧客とした宿泊サービス等を提供する。

出典：無印良品 HP より
（https://www.muji.com/jp/mujihut/）

出典：益子町 HP「フォレスト益子紹介」より
（http://www.town.mashiko.tochigi.jp/page/page000847.html）

③目的

・大規模な入浴施設があるゆりの郷の隣接地で、緑に囲まれた宿泊設備を提供することで、宿泊を希望する温泉利用者等でも、気楽に自然を楽しめる空間・時間を提供する。

④予定地

・滞在型宿泊施設建設検討地は、ゆりの郷の周辺地の下図「①滞在型宿泊施設建設検討地Ａ」、「②滞在型宿泊施設建設検討地Ｂ」の 2 箇所である。
・住所：茨城県石岡市小幡１４１６「ゆりの郷隣接地」
・面積：①11,200 ㎡/②約 9,600 ㎡

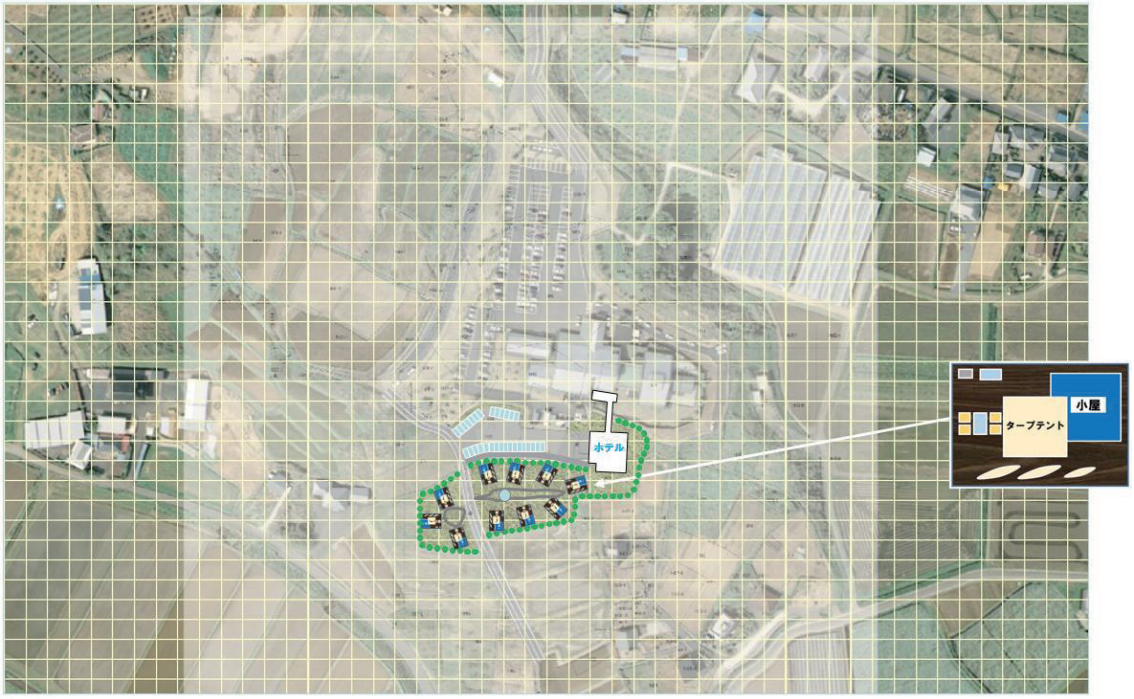
⑤小屋 ホテル 設置イメージ

・下図は、滞在型宿泊施設の設置した際の規模感を把握するために、イメージ案として作成したものである。

・小屋施設を 10 箇所、キャンプファイアーエリア 1 箇所、ホテル 1 棟を設置した場合のイメージである。

※小屋施設は、縦約 7m × 横約 10m

※グリッドは、1 マス縦 10m× 横 10m



（２）事業の意義・価値

①顧客の視点

・ゆりの郷の温泉施設、レストランと連携を図りながらゆりの郷の隣接地で宿泊サービスを提供することで、アウトドア未経験者、初心者であっても、気軽に自然の中で宿泊を楽しむことができる。

・緑の匂いを感じたり温泉に入浴したりすることで、心身をリフレッシュすることができる。

・一般のキャンプ場にはないしっかりと整備された入浴施設を利用できるので、清潔かつ快適に自然を満喫することができる。

・都心から、車を利用し２時間以内で行くことができる。

②事業者の視点

・近年、注目が高まりつつある小屋を、ゆりの郷の隣接地で提供することで、他施設と差別化した付加価値のあるサービスを提供でき、宿泊を伴う観光客のさらなる誘客を図ることができる。

③石岡市の視点

・ゆりの郷の隣接地での宿泊を可能にすることで、これまで十分にアプローチできていなかった「ファミリー層」「シニア層」や「宿泊を希望する温泉利用者」等、新たな観光客層を掘り起こし、宿泊を伴う観光客の増加を見込むことができる。また、観光客の増加に伴い、まちの賑わいや地域経済の活性化が期待できる。

（３）市場環境

〔新規性〕

・アウトドアブームの影響もあり、小屋については関連書籍※が発刊され、年々注目が高まっている。

※2017/06 発刊　地球丸/「小屋入門」
※2017/08 発刊　ザック・クライン著（グラフィック社）/「Cabin Porn 」
※2017/12 発刊　西野 弘章著（山と渓谷社）/「小屋大全」
※2018/01 発刊　地球丸/「小屋入門 2」
※2018/03 発刊　徳間書店/「小屋ライフ」
※2018/09 発刊　徳間書店/「小屋ライフ Vol.002」
※2019/02 発刊　地球丸/「小屋入門 3」
※2019/03 発刊　徳間書店/「小屋ライフ Vol.003」
※2019/10 発刊　徳間書店/「小屋ライフ Vol.004」

・小屋は、グランピングと比較すると、一般的に広く知られておらず、現時点で、市場での新規性は高いと考えられる。しかし、本事業の開始時期や県内、首都圏での他参入事業者の増加によっては、その新規性が低下する恐れがある。

・温泉施設にホテルが併設している施設は数多くあり新規性はないが、小屋、ホテル、温泉施設の 3 施設が整備されている点では新規性があり、新たな客層を呼び寄せることができる可能性がある。

〔競合性〕

・関東では、グランピング施設が 20 箇所※を超え、気軽さや洗練さを売りに顧客の獲得で競っている。今後も、グランピング需要の高まりから、新たなグランピングスポットの建設も予想され、小屋施設単体で見た場合は、気楽に豪華に自然を楽しめる施設間の競争は激化する可能性がある。ただし、小屋、ホテル、温泉施設の 3 施設を連携して運営することで、本事業が競合先に打ち勝つ可能性はあると思われる。

※主なグランピング施設
①CIRCUS OUTDOOR〔東京 奥多摩〕http://circusoutdoor.com/
②ワイルドマジック〔東京 豊洲〕https://wildmagic.jp/area-map
③ウッドランド ボシー 〔東京都あきる野市〕http://woodlandbothy.jp/
④ワイルドビーチ 新宿〔東京都 新宿区〕https://wildbeach.jp/shinjuku/
⑤ふれあい広場〔東京都西多摩郡檜原村〕http://fureaihiroba.tokyo/
⑥「BUB RESORT Chosei Village(旧 BUB CAMP GROUND)」〔千葉県 長生村〕https://bub-resort.com/

⑦リワイルドリバーサイドグランピングヒル〔千葉県 大多喜町〕https://rewild-camping.com/glamping/riversidehill/
⑧ワイルドビーチ〔千葉県 木更津〕https://wildbeach.jp/
⑨プライベートガーデン〔千葉県 大多喜町〕http://privategrden.wixsite.com/mysite
⑩ザ・ファーム〔千葉県 香取市〕https://www.thefarm.jp/
⑪ドッグフリーサイトグランピング〔千葉県 東金市〕https://glampingdog.eyado.net/
⑫キャメルホテルリゾート 〔千葉県 御宿町〕https://www.camel-golf.com/granping/
⑬スノーピーク観音崎〔神奈川県 三浦半島〕https://www.kannon-kqh.co.jp/lp/glamping/
⑭ロックヒルズガーデン〔神奈川県 川崎市〕http://upbbq.com/
⑮ザ・グランドオリエンタル 〔神奈川県 横浜市〕https://www.grandoriental.jp/restaurant/#lunch
⑯長瀞オートキャンプ場 〔埼玉県 長瀞〕https://www.nagatoro-camp.com/glamping/
⑰アウトドアスポーツパーク〔埼玉県 吉川市〕http://www.pacificgolf.co.jp/osp/
⑱北軽井沢スウィートグラス〔群馬県 吾妻〕https://sweetgrass.jp/
⑲おんせんキャンプ Shima Blue 〔群馬県 中之条町〕https://shimablue.jp/
⑳ツインリンクもてぎ 森と星空のキャンプヴィレッジ〔栃木県 茂木町〕https://www.twinring.jp/f-glamping/
㉑なめがたファーマーズヴィレッジ 〔茨城県 行方市〕http://farmglamping.namegata-fv.jp/

〔市場性〕

・年 1 回以上キャンプに参加する人の数は、2018 年で 850 万人と国内人口の 6%程度※あり、一定のマーケットが存在する。

※【参考資料】一般社団法人日本オートキャンプ協会/オートキャンプ白書 2019 より/ http://www.autocamp.or.jp/?p=8062

・キャンプ市場全体としては、2008 年のリーマンショックを底に、回復基調にある。

・本事業の一環として、ゆりの郷の来場者に対して実施した「ゆりの郷に整備される宿泊施設に関するアンケート調査」では、小屋施設を「是非、利用したい」と回答した者が全体の約 2.5 割、ホテルを「是非、利用したい」と回答した者が全体の約 4 割あった。ゆりの郷の利用者は、年間 20 万人（2017 年度）程度であることから潜在的な宿泊施設の利用見込者は、5 万～8 万人程度存在するものと思われる。

〔成長性〕

・1990 年前後のキャンプブーム※を体験した団塊ジュニア世代が親になり、子供とともにキャンプを始めていて、今後緩やかな市場の拡大が見込まれる。

※【参考資料】長谷川教佐著/「新しい家族旅行としてのオートキャンプ」/ 麗澤大学紀要第９９巻２０１６年１月
https://reitaku.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=924&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1

・小屋、ホテル、温泉施設の３施設を連携して運営することで、簡易な入浴施設しかないグランピング施設と差別化を図ることは十分可能であり、成長の可能性はある。

（4）事業内容

①設備計画

〔総事業費前提条件〕

・事業に係る設備を、石岡市と民間企業がそれぞれ負担し、導入するものとした。

・総事業費は、568,300 千円と仮定し、内、490,300 千円を石岡市が負担し、残り 78,000 千円を民間企業が負担するものとした。

※石岡市の費用負担分については、交付金、基金等を活用する。

（単位：円）

内訳	費用	費用負担者	補足
石岡市負担分	490,300,000	石岡市	※詳細下記に記載
民間負担分	78,000,000	民間事業者	※詳細次ページに記載
計	568,300,000		

〔事業費（石岡市概算負担分）前提条件〕

・石岡市が負担する設備等は、「上水道設備」、「下水処理設備」、「電気設備」、「ホテル建築費」、「篝火場」、「遺跡調査費」、「整地費」、「芝生敷設費」、「駐車場等整備費」、「予備費」とした。

・「遺跡調査費」として 150,000 千円としているが、試掘の結果によって遺跡がないと判断されれば 0 千円となる。

※遺跡の内容によっては、「遺跡調査費」が更に高額になる可能性もある。

（単位：円）

対象資産	費用	費用負担者	補足
上水道設備	20,000,000	石岡市	受水槽/加圧ポンプ
下水処理設備	28,000,000	石岡市	浸透設備工事費
電気設備	15,000,000	石岡市	キュービクル/設置工事費　※電線敷設含まず
ホテル建築費	210,000,000	石岡市	建築本体工事/付帯設備工事/諸費用
篝火場	1,000,000	石岡市	@8,000（コンクリ等6,000＋整地2,000）円×80㎡/設計費等
土地購入費	0		※土地購入費含まず。
遺跡調査費	150,000,000	石岡市	@25,000円×6,000㎡　※試掘結果等による
整地費	19,200,000	石岡市	@3,200円×6,000㎡
芝生敷設費	5,300,000	石岡市	@2,000円×2,650㎡　※建物部分1,250㎡除く
駐車場等整備費	16,800,000	石岡市	@8,000円×2,100㎡　※整地含む
予備費	25,000,000	石岡市	※補助金、道路補修等
計	490,300,000		

〔事業費（民間企業概算負担分）前提条件〕

・民間企業が負担する設備は、「建物（小屋）」、「上水道設備」、「室内備品」、「照明設備」とした。

・「建物（小屋）」は、10 基導入する。1 基当たりの導入費用は、市場価格を参考に、工事費を含み 1 基 5,500 千円とした。

・「上水道設備」は、小屋に附属する「手洗場」を設置するための費用である。

（単位：円）

対象資産	費用	費用負担者	補足
建物	55,000,000	民間事業者	@ 5,500千円 × 10基 小屋施設
上水道設備	3,000,000	民間事業者	@ 300千円 × 10基 引込設備/手洗場
室内備品	17,000,000	民間事業者	@ 1,700千円 × 10基 ベット/家具/室内装飾品/暖房機器等
照明設備等	3,000,000	民間事業者	@300千円 × 10基
計	78,000,000		

②販売計画

〔想定顧客〕

・主要な顧客は、「ファミリー層」や「シニア層」を中心とする。

〔顧客構成〕

・小屋施設１基当たりの収容可能人数は、最大４名とする。
・ホテル施設１室当たりの収容可能人数は、最大４名とする。
・主要な顧客構成として、「大人２名＋小学生２名」、「大人２名＋小学生１名」、「大人２名」の組み合わせを想定する。

〔宿泊料金〕

・宿泊料金については、近隣のグランピング施設の宿泊料金を参考とした。
・宿泊料金については、需要に合わせ、日ごとに、変動させるものとした。
・料金レートを需要に合わせ、「top」、「high」、「regular」、「value」の４種類設定した。
・小学生の料金は、大人料金の 1/2 とした。

〔料金レート及び顧客構成別客室単価〕

A．顧客構成〔 大人２名 ＋ 小学生２名 〕

	大人 1名	大人 1名	小学生 1名	小学生 1名	円
top	14,000	14,000	7,000	7,000	42,000
high	12,500	12,500	6,250	6,250	37,500
regular	10,500	10,500	5,250	5,250	31,500
value	9,500	9,500	4,750	4,750	28,500

B．顧客構成〔 大人２名 ＋ 小学生１名 〕

	大人 1名	大人 1名	小学生 1名	円
top	14,000	14,000	7,000	35,000
high	12,500	12,500	6,250	31,250
regular	10,500	10,500	5,250	26,250
value	9,500	9,500	4,750	23,750

C．顧客構成〔 大人２名 〕

	大人 1名	大人 1名	円
top	14,000	14,000	28,000
high	12,500	12,500	25,000
regular	10,500	10,500	21,000
value	9,500	9,500	19,000

〔料金レートカレンダー〕

・料金レートを需要に合わせ、「top」、「high」、「regular」、「value」の４種類とし、需要が高まる金曜日、土曜日、日曜日、夏休み、春休み、祝日等を高めの料金設定とし、需要が低い平日等をリーズナブルな料金設定とする。

2021年度 料金レートカレンダー（４月－６月）

4 April

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

	日
top	5
high	7
regular	5
value	13
	30

5 May

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

	日
top	6
high	5
regular	7
value	13
	31

6 June

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

	日
top	4
high	4
regular	4
value	18
	30

料金レートカレンダー（７月－９月）

7 July

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

	日
top	17
high	3
regular	6
value	5
	31

8 August

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

料金レート	日
top	31
high	0
regular	0
value	0
	31

9 September

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

	日
top	6
high	5
regular	4
value	15
	30

料金レートカレンダー（１０月－１２月）

10 October

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

	日
top	6
high	5
regular	5
value	15
	31

11 November

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

	日
top	0
high	6
regular	10
value	14
	30

12 December

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

	日
top	0
high	7
regular	10
value	14
	31

料金レートカレンダー（１月－３月）

1 January

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

top	0
high	9
regular	7
value	15
	31

2 February

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

top	0
high	0
regular	10
value	18
	28

3 March

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

top	0
high	0
regular	9
value	22
	31

料金レート別営業日数

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計	%
top	5	6	4	17	31	6	6	0	0	0	0	0	75	21%
high	7	5	4	3	0	5	5	6	7	9	0	0	51	14%
regular	5	7	4	6	0	4	5	10	10	7	10	9	77	21%
value	13	13	18	5	0	15	15	14	14	15	18	22	162	44%
closing														0%
Day	30	31	30	31	31	30	31	30	31	31	28	31	365	100%

・料金レート「top」の日が年間 75 日、「high」の日が 51 日、「regular」の日が 77 日、「value」の日が 162 日、計 365 日営業日するものとした。

・グランピング施設等では、12 月、1 月、2 月を完全休業とする場合があるが、本事業では年間を通じて営業するものとした。

〔小屋及びホテル 料金レート別顧客構成〕

・料金レートが「top」、「high」の日は、需要が高まる金曜日、土曜日、日曜日、夏休み、春休み、祝日が多いことから、家族（大人と小学生の組み合わせ）の来客が多いと想定し、下表の構成とした。

・料金レートが「regular」、「value」の日は、平日が多いことから夫婦、カップル、友人同士（大人２名の組み合わせ）の来客が多いと想定し、下表の構成とした。

	大人　2名 小学生 2名	大人　2名 小学生 1名	大人　2名	計
top	40%	40%	20%	100%
high	40%	40%	20%	100%
regular	10%	20%	70%	100%
value	10%	10%	80%	100%

〔小屋及びホテル 施設稼働率〕

・料金レートごとに、施設稼働率の設定を変えている。

・需要が多いと想定される「top」、「high」の日の稼働率は、それぞれ 90%、80%とした。

・「regular」の日の稼働率を 60%し、「value」の日は相当稼働率が下がると予想し 40%とした。

	日数	施設数	稼働率
top	75	10	90%
high	51	10	80%
regular	77	10	60%
value	162	10	40%
closing	0	10	0%
	365		

〔小屋 料金レート及び顧客構成別売上高〕

・小屋施設の「料金レート及び顧客構成別の売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人 2名 小学生 2名 収入	大人 2名 小学生 1名 収入	大人 2名 収入
top	11,340,000	9,450,000	3,780,000
high	6,120,000	5,100,000	2,040,000
regular	1,455,300	2,425,500	6,791,400
value	1,846,800	1,539,000	9,849,600
小計	20,762,100	18,514,500	22,461,000
合計			61,737,600

〔ホテル 料金レート及び顧客構成別売上高〕

・ホテル施設の「料金レート及び顧客構成別の売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人 2名 小学生 2名 収入	大人 2名 小学生 1名 収入	大人 2名 収入
top	11,340,000	9,450,000	3,780,000
high	6,120,000	5,100,000	2,040,000
regular	1,455,300	2,425,500	6,791,400
value	1,846,800	1,539,000	9,849,600
小計	20,762,100	18,514,500	22,461,000
合計			61,737,600

〔小屋 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・小屋施設の「料金レート及び顧客構成別の月別売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	1,638	1,966	1,310	5,569	10,156	1,966	1,966	0	0	0	0	0	24,570
high	1,820	1,300	1,040	780	0	1,300	1,300	1,560	1,820	2,340	0	0	13,260
regular	693	970	554	832	0	554	693	1,386	1,386	970	1,386	1,247	10,672
value	1,062	1,062	1,471	409	0	1,226	1,226	1,144	1,144	1,226	1,471	1,797	13,235
合計	5,213	5,298	4,375	7,589	10,156	5,046	5,184	4,090	4,350	4,536	2,857	3,045	61,738

〔ホテル 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・ホテル施設の「料金レート及び顧客構成別の月別売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	1,638	1,966	1,310	5,569	10,156	1,966	1,966	0	0	0	0	0	24,570
high	1,820	1,300	1,040	780	0	1,300	1,300	1,560	1,820	2,340	0	0	13,260
regular	693	970	554	832	0	554	693	1,386	1,386	970	1,386	1,247	10,672
value	1,062	1,062	1,471	409	0	1,226	1,226	1,144	1,144	1,226	1,471	1,797	13,235
合計	5,213	5,298	4,375	7,589	10,156	5,046	5,184	4,090	4,350	4,536	2,857	3,045	61,738

〔小屋及びホテル 料金レート及び顧客構成別月別売上高〕

・小屋施設及びホテル施設の「料金レート及び顧客構成別の月別売上高」を、前述の「料金カレンダー」、「料金レート」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

（単位：千円）

Month	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計
top	3,276	3,931	2,621	11,138	20,311	3,931	3,931	0	0	0	0	0	49,140
high	3,640	2,600	2,080	1,560	0	2,600	2,600	3,120	3,640	4,680	0	0	26,520
regular	1,386	1,940	1,109	1,663	0	1,109	1,386	2,772	2,772	1,940	2,772	2,495	21,344
value	2,124	2,124	2,941	817	0	2,451	2,451	2,288	2,288	2,451	2,941	3,595	26,471
合計	10,426	10,596	8,751	15,179	20,311	10,091	10,368	8,180	8,700	9,071	5,713	6,090	123,475

〔小屋 料金レート及び顧客構成別来客数〕

・小屋施設の「料金レート及び顧客構成別の来客数」を、「料金カレンダー」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人	小学生	計
top	1,350	810	2,160
high	816	490	1,306
regular	924	185	1,109
value	1,296	194	1,490
	4,386	1,679	6,065

〔ホテル 料金レート及び顧客構成別来客数〕

・ホテル施設の「料金レート及び顧客構成別の来客数」を、「料金カレンダー」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人	小学生	計
top	1,350	810	2,160
high	816	490	1,306
regular	924	185	1,109
value	1,296	194	1,490
	4,386	1,679	6,065

〔小屋及びホテル 料金レート及び顧客構成別来客数〕

・ホテル施設の「料金レート及び顧客構成別の来客数」を、「料金カレンダー」、「顧客構成」、「施設稼働率」をもとに、試算を行った。

	大人	小学生	計
top	2,700	1,620	4,320
high	1,632	979	2,611
regular	1,848	370	2,218
value	2,592	389	2,981
	8,772	3,358	12,130

〔小屋 損益計算試算 前提条件〕

・損益試算をもとに、ホテル・旅館・グランピング業界の平均値等を参考に、下表の前提条件を設定した。

※本試算は、民間事業が実施する予定である小屋事業のみを対象とする。

※ホテル事業については、本件前提では民間企業による事業運営は採算面から困難性が高い。そのため、ホテル事業については、石岡市の事業とし、本損益試算には含めない。

売上高		
宿泊料		※宿泊料シートにて計算
売上原価		
食材仕入	20.00%	※宿泊料に対する割合
販管費		
人件費	20.00%	※宿泊料に対する割合
営業経費		
送客手数料	10.00%	※宿泊料に対する割合
カード手数料	5.00%	※宿泊料に対する割合
旅費交通費	6.00%	※宿泊料に対する割合
広告宣伝費	1.60%	※宿泊料に対する割合
接待交際費	3.00%	※宿泊料に対する割合
客用消耗品	2.10%	※宿泊料に対する割合
洗濯リネン費	1.80%	※宿泊料に対する割合
管理経費		
水道光熱費	5.10%	※宿泊料に対する割合 ※ゆりの郷の温泉施設利用者ありと仮定△2.0%
修繕費	1.80%	※宿泊料に対する割合
備品費	1.10%	※宿泊料に対する割合
公租公課		※減価償却シートを基に計算
通信費	0.40%	※宿泊料に対する割合
賃料	115,200円	※土地価格は、仮値1,440千円（200円/㎡、7,200㎡） ※1,440千円×8%＝115,200円
減価償却費	※	※減価償却シートにて計算
営業利益		
営業外収益		
営業外費用		
経常利益		
特別利益		
特別損失		
税引前当期利益		
法人税等		実効税率 33.58%（8百万超）
税引後当期利益		

〔小屋 減価償却費 前提条件〕

・減価償却対象資産の「耐用年数」、「料率」、「償却方式」を、下表のとおりとした。

（単位：円）

対象資産	購入額	耐用年数	料率	償却方式	補足
建物	55,000,000	17	0.059	定額法	※建物及び附属設備
上水道設備	3,000,000	10	0.100	定額法	※水道設備等
室内備品	17,000,000	8	0.125	定額法	
照明設備等	3,000,000	6	0.167	定額法	
計	78,000,000				

〔圧縮記帳後 小屋 減価償却費 前提条件〕

・補助金 15,000 千円を、圧縮記帳するものとし、建物の資産額を 55,000 千円から 40,000 千円に圧縮する。

（単位：円）

対象資産	購入額	耐用年数	料率	償却方式	補足
建物	40,000,000	17	0.059	定額法	※建物及び附属設備
上水道設備	3,000,000	10	0.100	定額法	※水道設備等
室内備品	17,000,000	8	0.125	定額法	
照明設備等	3,000,000	6	0.167	定額法	
計	63,000,000				

〔圧縮記帳後 小屋 減価償却資産別試算〕

・毎期の減価償却対象資産別の償却額を、前述の前提条件を基に、下表のとおり試算した。

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	計
建物	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	2, 360	23, 600
土台	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
上水道設備	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3, 000
室内備品	2, 125	2, 125	2, 125	2, 125	2, 125	2, 125	2, 125	2, 125			17, 000
照明設備等	501	501	501	501	501	495					3, 000
計	5, 286	5, 286	5, 286	5, 286	5, 286	5, 280	4, 785	4, 785	2, 660	2, 660	46, 600

〔固定資産税試算〕

・固定資産税の算出は、市で定められた方法により算出されるが、本件では、課税対象資産額の 70%に課税料率 1.4%を掛ける方法で試算した。

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	計
建物	539	507	475	444	412	380	348	316	285	253	3,959
上水道設備	29	26	24	21	18	15	12	9	6	3	162
室内備品											0
照明設備等	29	24	20	15	10	5					103
その他	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	141
計	612	572	533	493	453	414	374	339	305	270	4,365

〔予想損益計算書〕

（単位：千円）

	1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	累計	年平均	対売上
売上高													
宿泊料	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	61,738	617,376	61,738	100.0%
売上原価													
食材仕入	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348			
営業総利益	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	493,901	49,390	80.0%
販売管理費	42,994	42,954	42,915	42,875	42,835	42,790	42,255	42,220	40,061	40,026			
人件費	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348	12,348			
営業経費													
送客手数料	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174	6,174			
カード手数料	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087	3,087			
旅費交通費	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704	3,704			
広告宣伝費	988	988	988	988	988	988	988	988	988	988			
接待交際費	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852	1,852			
客用消耗品	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111			
洗濯リネン費	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296			
管理経費													
水道光熱費	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383	4,383			
修繕費	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111	1,111			
備品費	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679			
テント費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
公租公課	612	572	533	493	453	414	374	339	305	270			
通信費	247	247	247	247	247	247	247	247	247	247			
賃料	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115			
減価償却費	5,286	5,286	5,286	5,286	5,286	5,280	4,785	4,785	2,660	2,660			
営業利益	6,396	6,436	6,475	6,515	6,555	6,600	7,135	7,170	9,329	9,364	71,976	7,198	11.7%
営業外収益													
営業外費用													
経常利益	6,396	6,436	6,475	6,515	6,555	6,600	7,135	7,170	9,329	9,364	71,976	7,198	11.7%
特別利益	15,000												
特別損失	15,000												
税引前当期利益	6,396	6,436	6,475	6,515	6,555	6,600	7,135	7,170	9,329	9,364			
法人税等	2,148	2,161	2,174	2,188	2,201	2,216	2,396	2,408	3,133	3,145			
税引後当期利益	4,248	4,275	4,301	4,327	4,354	4,384	4,739	4,762	6,197	6,220	47,806	4,781	7.7%
簡易ＣＦ	9,534	9,561	9,587	9,613	9,640	9,664	9,524	9,547	8,857	8,880			
簡易ＣＦ累計	9,534	19,095	28,682	38,295	47,935	57,599	67,123	76,670	85,527	94,406			
-63,000	9,534	9,561	9,587	9,613	9,640	9,664	9,524	9,547	8,857	8,880			
IRR（内部収益率）	8.22%		初期投資額	63,000									

（５）事業性評価

前述の前提条件を基に試算した損益計算書をもとに、小屋事業の事業性評価を行う。

①売上

・毎期約 62 百万円程度の売上高を確保する。

※来客増等によるエスカレーション（段階的増加）、宿泊料低下等によるディエスカレーション（段階的減少）は、試算上考慮していない。

②収益性

・10 年平均の営業利益として約 7 百万円程度、税引後当期利益で 5 百万円程度を確保する。

・10 年平均の営業利益率は 11.7%、税引後当期利益率 7.7%となる。

③ＣＦ

・毎期 9 百万円程度の簡易ＣＦを確保する。

④課題等

・資金調達費用を考慮せず損益試算を行った段階で、税引後当期利益率 7.7%、IRR（内部収益率）8.22%となる。

・宿泊事業は、天候、自然災害等の影響を受けやすく、また、定期的な修繕、改装が必要となる。そのため、補助金等を利用し初期投資額を抑制したり、送客手数料等の販売管理費を抑制したりするなどして、本予想損益計算書を基にさらに収益性を向上させ、事業に対するリスク耐性を高めていく必要がある。

（６）雇用・経済効果（小屋及びホテル）

①雇用効果

・10 名程度

②経済効果（10 年間累計）

・初期投資による経済効果は、597 百万円程度となる。

※初期投資額は、総事業費 568,300 千円から補助金 15,000 千円を差し引いた 553,300 千円とする。

→ 初期投資額 553,300 千円 × 域内生産率 100% ＝ 553,300 千円

→ 初期投資額 553,300 千円 × 雇用者所得率 8% ＝ 44,264 千円

→ 553,300 千円 ＋ 44,264 千円 ＝ 597,564 千円

・事業運営による経済効果（10 年累計）は、311 百万円程度となる

→ 飲食提供額 24,696 千円 × 域内生産率 26% ＝ 6,420 千円

→ 支払賃金 24,696 千円

→（ 6,420 千円 ＋ 24,696 千円 ）× 10 年 ＝ 311,160 千円

・事業実施による 10 年間の経済効果は、908 百万円程度となる。

→ 597,564 千円 ＋ 311,160 千円 ＝ 908,724 千円

※域内生産率、雇用者所得率は、平成 23 年度「茨城県産業連関表」を参考とした。

３．フラワーパーク隣接地での宿泊事業とゆりの郷隣接地での宿泊事業　試算等結果比較

（１）試算等結果比較

・「フラワーパーク隣接地宿泊事業」、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の総事業費を比較すると、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の方が、330,300 千円高額になる。これは、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」では、ホテル建築費 210,000 千円、遺跡調査費として 150,000 千円が見込まれているためである。

・「フラワーパーク隣接地宿泊事業」「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の内部収益率を比較すると、同程度の結果となる。ただし、両内部収益率は、民間事業者に対して石岡市が補助金（「フラワーパーク隣接地宿泊事業へ 25,000 千円」、「ゆりの郷隣接地宿泊事業へ 15,000 千円」）を支出した結果を加味したものである。

・「フラワーパーク隣接地宿泊事業」、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の経済効果を比較すると、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の方が、401,204 千円経済効果が高い。

・「フラワーパーク隣接地宿泊事業」と「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の費用対効果（経済効果÷石岡市負担分）を比較すると、「フラワーパーク隣接地宿泊事業」の方が、約 2.3 倍効果が高い。

〔試算比較表〕

項目	フラワーパーク隣接地宿泊事業	ゆりの郷隣接地宿泊事業
総事業費	238,000 千円	568,300 千円
石岡市負担分	119,000 千円	490,300 千円
民間企業負担分	119,000 千円	78,000 千円
営業利益（年平均）	9,868 千円	7,198 千円
税引後当期利益（年平均）	6,554 千円	4,781 千円
内部収益率	8.34%	8.22%
経済効果（10 年間累計）	507,520 千円	908,724 千円
経済効果÷石岡市負担分	4.26 倍	1.85 倍

（２）課題等比較

・下表は、「フラワーパーク隣接地宿泊事業」、「ゆりの郷隣接地宿泊事業」の課題を整理したものである。

〔課題比較表〕

項目	フラワーパーク隣接地宿泊事業	ゆりの郷隣接地宿泊事業
アクセス道路	・アクセス道路がなく、宿泊客の入退オペレーションに課題がある。	
資金調達		・石岡市の資金調達額が4.9億円となり、資金確保に課題がある。
開業時期		・遺跡調査が必要になった場合、約1年開業が遅れる可能性がある。
土地権利変更 ※詳細次ページに記載		・農地で土地所有者が複数人になるため、契約、土地利用方法の変更に係る労力、時間を要する。
農業者年金 ※詳細次ページに記載		・土地所有者の年金にマイナスの影響を与える可能性がある。

※土地の権利変更に伴うメリット、デメリット

	土地“賃貸借”契約 （土地を石岡市等が借りた場合）	土地“譲渡”契約 （土地を石岡市等が買った場合）
メリット	〈土地所有者〉 ・毎年一定の収入を新たに得ることができる。（休耕地の場合は、特に） 〈石岡市等〉 ・初期投資費用を、土地を購入する場合と比較し、低額に抑えることができる。	〈土地所有者〉 ・一度にまとまった金銭を得ることができる。 〈石岡市等〉 ・土地の譲受人が民間企業の場合、資金調達の際、建物に抵当権を設定することが可能となり、資金調達が、土地賃貸借契約と比較し容易となる可能性がある。
デメリット	〈土地所有者〉 ・固定資産税の評価において、農地が宅地や雑種地として評価された場合、固定資産税が農地での評価に比べ、高額になる可能性がある。 ・農業者老齢年金や農業者年金の特例付加年金が支給停止になる可能性がある。 〈石岡市等〉 ・5名～10名程度の土地所有者と個別に、土地の賃貸借契約、農業補償契約を締結する必要があり、条件交渉に労力、時間を要する可能性がある。 ・民間企業が土地賃貸借契約を土地所有者と締結する場合で、建物に抵当権を設定する際、借地権設定者（土地所有者）の承諾が必要となるため、民間企業の資金調達に影響が出る可能性がある。 ・事業収支に関わらず、土地所有者に毎年一定額の賃料を支払う必要がある。	〈土地所有者〉 ・土地所有者が国民健康保険加入者及び後期高齢者医療制度（※自営業者、退職者等が想定される）に該当する場合、土地の譲渡所得を得る関係で、翌年の国民健康保険料、介護保険料が前年と比較し高額になる可能性がある。 ・農業者老齢年金や農業者年金の特例付加年金が支給停止になる可能性がある。 〈石岡市等〉 ・5名～10名程度の土地所有者と個別に、土地の譲渡契約、農業補償契約を締結する必要があり、条件交渉に労力、時間を要する可能性がある。 ・土地賃貸借契約と比較し、初期投資額が増加するため、資金調達や事業収支に影響を与える可能性がある。

４．各候補地における事業成功の可能性と今後の課題

本調査研究では、フラワーパーク及びゆりの郷の来訪者アンケート、事業者ヒアリング、先進事例調査、これらの調査をもとにした各候補地の事業収支試算によって、施設整備候補地の現状、宿泊のニーズ、施設整備による八郷地区の可能性等を明らかにした。ここでは、以上の調査をもとに、第２章の調査結果のまとめにある、「滞在型観光施設の利用意向」、「体験プログラムへのニーズ」、「宿泊料金の支払い意思額」の項目に沿って、宿泊事業の可能性、宿泊と体験プログラムを組み合わせた事業の可能性、宿泊料金とサービスについて考察し、さらに、施設整備と宿泊以外の魅力・コンテンツ創出の側面から課題を挙げる。

第２章のフラワーパーク及びゆりの郷の来訪者アンケートでは、両施設において、グランピング、小屋（スモールハウス）、トレーラーハウス、ホテルの各施設形態に対する利用意向は、約 60 パーセントから 70 パーセントと比較的高い結果となった。また、第３章の茨城県内と県外の事業者へのヒアリングにおいて、主に県外からの来訪者による宿泊ニーズが考えられるとの回答が得られた。これらの調査結果から、両候補地で宿泊事業の成長の可能性は高いと考えることができる。

一方、第３章のヒアリング調査で回答した県内外の事業者は、宿泊事業において宿泊以外の魅力が必要であると考えている。ゆりの郷隣接地への施設整備を前提として、県内事業者は、農業、食、イノシシに関連した体験をアイディアの一つとして提案し、フラワーパーク隣接地への整備を想定した県外事業者は、花をテーマとした施設やデザイン、周辺の自然を利用した体験プログラムについて自らの考えを示した。第２章の来訪者アンケートにおいても、体験プログラムへのニーズが確認され、両施設で特に「癒し体験」と「食体験」が人気であった。加えて、宿泊施設の付帯設備として、「体験プログラムを楽しめる場所」の人気も高い結果となった。石岡市としても、八郷地区の自然を活かした体験を観光のアピールポイントとしていく意向を示しており、宿泊を伴った体験プログラムの提供が、八郷地区の魅力を来訪者に伝える手段として考えることができる。

宿泊料金について、各施設の来訪者アンケートでは、各施設形態とも 7,000 円から 10,000 円程度の支払い意思を持つ回答者が多いことが明らかになった。ホテルについては、12,000 円以上の支払い意思も多い。第４章で取り上げた、公共の宿泊施設であるフォレストイン益子の宿泊料金は、１名 4,400 円から 7,700 円（平均単価は税抜で 5,000 円）、民間のグランピング施設の宿泊料金は、季節、曜日、利用人数、利用する予約サイト等によって大幅な変動があるものの、大人１名おおむね 9,000 円台から 20,000 円台となっている。フォレストイン益子では必要最小限のサービス提供が特徴である一方、本調査研究で取り上げた民間グランピング施設では、手軽にアウトドアを体験してもらうといったグランピングのコンセプトから、様々なサービスが提供されている。

当然のことであるが、施設の規模やサービスの内容によって宿泊料金は大きく異なる。一般的なグランピングは、手軽で豪華なアウトドア体験を目的とすることから、１泊当たりの宿泊料金が数万円と高額になることがある。本調査研究の各施設候補地での事業収支試算では、近隣のグランピング施設の宿泊料金を参考に、大人１名 9,500 円から 14,000 円、小学生１名 4,750 円から 7,000 円という料金設定を前提とした。今後、石岡市は、施設のコンセプト、宿泊に伴うサービス内容等を明確にし、料金設定を行うことが求められる。その際、例えば、対象者を増やした来訪者アンケートを実施し、よりきめ細やかなニーズを把握することで、各候補地の施設整備における明確な方向性を決定する、といったことも案の一つとして考えられる。

各種調査によって、施設整備に伴う各候補地の課題も浮き彫りになった。各候補地の課題を比較

した上記の表（〔課題比較表〕）を振り返ると、フラワーパーク隣接地の事業の場合、園の入口から宿泊施設までのアクセス道路の整備が課題である。ゆりの郷隣接地の事業の場合、資金調達の問題のほか、遺跡調査によって開業時期が１年以上遅れる可能性がある点や土地権利・農業者年金の面から問題があり、資金確保、遺跡調査を考慮した整備計画の検討、農業者年金の問題を含めた土地所有者との調整が課題として挙げられる。

また、上記の考察に関連するが、利用者を増やすために、石岡市は施設整備に加えて、宿泊以外の魅力やコンテンツを創り出す必要がある。新たな魅力やコンテンツの創出は、施設利用者や石岡市の来訪者の滞在時間延長と、市の交流人口増大に繋がり、地域の観光振興に寄与すると考えられるためである。

以上の点を踏まえて、石岡市は今後、滞在型観光施設の整備に向けた計画をより具体化することが求められる。

資料編

※【参考資料】楽天インサイト株式会社（2019）/「キャンプに関する調査」/
https://insight.rakuten.co.jp/report/20190722/

第２章の来訪者アンケート結果を補うものとして、楽天インサイト株式会社（2019）「キャンプに関する調査」を転載する。

第２章の来訪者アンケート結果を補うものとして、約 220 万人のモニターをもつ楽天インサイト株式会社が令和元年に実施した「キャンプに関する調査」を、同社ホームページから転載する。特に、同調査の後半部分に、グランピングに関するアンケート結果が掲載されている。「グランピング」という言葉を認知していると回答した人の中で、グランピングの経験とグランピング体験の意向として、男女 50 代及び 60 代の 40 パーセント弱が、「行ったこともないし、行ってみたいとも思わない」と回答しており、他の世代よりもやや高い傾向にある。しかしながら、男女 20 代から 40 代（女性は 50 代も）の半数以上が「行ったことはないが、行ってみたい」と回答している。

第２章の来訪者アンケート結果における、グランピング施設利用意向（Q13）で、フラワーパークでの回答者の 70 パーセント強が「是非、利用したい」、「機会があれば、利用してみたい」としている。ゆりの郷においても、回答者の 60 パーセント以上が、「是非、利用したい」もしくは「機会があれば、利用してみたい」と回答している。

既に述べたように、八郷地区の自然を活かした体験を観光におけるアピールポイントとするために、石岡市では、グランピング形式の宿泊施設の整備も検討されている。以上の調査結果から、アンケート対象者を増やしたとしても、同地区においてグランピング施設に対する一定のニーズがあると考えられる。

Rakuten Insight

2019 年 7 月 22 日

Press Release

楽天インサイト株式会社

「グランピング」の認知度は 4 割半ば。そのうち「行ってみたい」が約 7 割に

- キャンプに関する調査 -

URL： https://insight.rakuten.co.jp/report/20190722/

楽天インサイト株式会社（本社：東京都世田谷区、代表取締役社長：田村 篤司、以下「楽天インサイト」）は、「キャンプに関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2019 年 6 月 11 日（火）と 6 月 12 日（水）の 2 日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約 220 万人）の中から、全国の 20 代から 60 代の男女 1,000 人を対象に行いました。

■□ 調査結果 □■

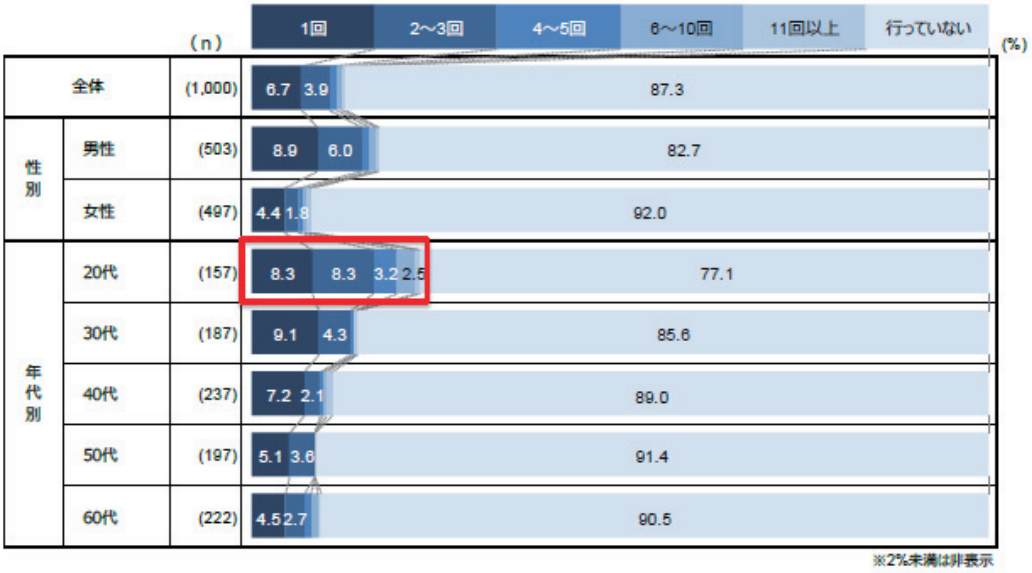
■直近 1 年以内にキャンプに行った人は 1 割強。1 回のキャンプにかける一人当たりの平均費用は 13,150 円

直近 1 年以内に何回キャンプに行ったかを聞いたところ、「行っていない」（87.3%）と回答した人が最も多く、次いで「1 回」（6.7%）、「2～3 回」（3.9%）となった。キャンプに 1 回以上行ったと回答した人は 1 割強となった。年代別で見ると、20 代は、他の年代に比べ、キャンプに行った経験があるという回答が 8 ポイント以上多かった。

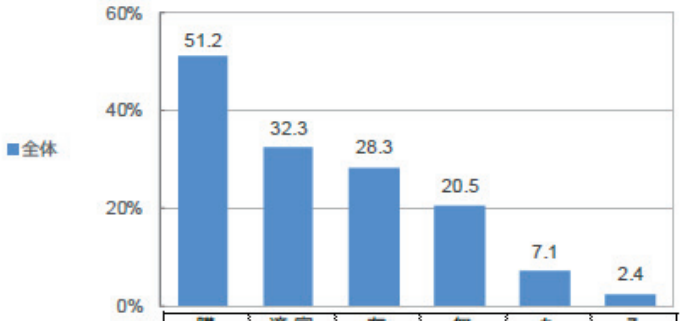
直近 1 年以内にキャンプに行った人に、キャンプ用品はどのように揃えたかを聞いたところ、「購入した」（51.2%）と回答した人が最も多く、次いで「家にあるもので済ませた」（32.3%）、「有料で借りた」（28.3%）、「無料で借りた」（20.5%）となった。性別で見ると、女性は男性に比べ、「有料で借りた」、「無料で借りた」が 10 ポイント以上高く、一方で男性は「購入した」が女性に比べ 12 ポイント以上高かった。

直近 1 年以内にキャンプに行った人に、1 回のキャンプにかける一人あたりの費用はどのくらいかを聞いたところ、「5,000 円以上～10,000 円未満」と回答した人が最も多かった。1 回のキャンプにかける一人あたりの平均費用は 13,150 円となった（キャンプ場使用料、食費などを含む）。

◇直近１年以内にキャンプに行った経験（n=1,000：全員回答）単一選択　単位：％



◇キャンプ用品の揃え方（n=127：直近１年以内にキャンプに行った人）複数選択　単位：％



		n	購入した	家にあるもので済ませた	有料で借りた	無料で借りた	もらった	その他
全体		127	51.2	32.3	28.3	20.5	7.1	2.4
性別	男性	87	55.2	32.2	23.0	16.1	5.7	2.3
	女性	40	42.5	32.5	40.0	30.0	10.0	2.5

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下
※全体で降順ソート

◇1 回のキャンプにかける一人あたりの費用

（n=127：直近 1 年以内にキャンプに行った人）単一選択　単位：%

■キャンプに行きたい季節は「夏（6～8 月）」と「秋（9～11 月）」が半数超え

今後、キャンプに行く予定があるかを聞いたところ、「行く予定はないし、行くつもりもない」（49.9%）と回答した人が最も多く、次いで「行く予定はないが、誘われれば検討する」（20.7%）、「行く予定はないが、行きたい」（20.0%）、「行く予定がある」（9.4%）となった。年代別で見ると、年齢が上がるにしたがって「行く予定はないし、行くつもりもない」のスコアが増加する傾向が見られた。20 代は他の年代に比べ、「行く予定がある」（15.3%）、「行く予定はないが、行きたい」（31.8%）と回答した人が多かった。

今後キャンプに行く予定もしくは意向がある人に、キャンプに行きたい季節はいつかを聞いたところ、全体では、「夏（6～8 月）」と「秋（9～11 月）」（それぞれ 54.1%、53.5%）と回答した人が半数を超えた。性年代別で見ると、女性 20 代は、他の性年代に比べ、「春（3～5 月）」、「秋（9～11 月）」（それぞれ 56.3%、72.9%）と回答した人が多く、一方で「夏（6～8 月）」（41.7%）と回答した人が少なかった。女性 20 代は気温が暑くない季節でキャンプに行きたいという傾向が見られた。

◇今後、キャンプに行く予定（n=1,000：全員回答）単一選択　単位：%

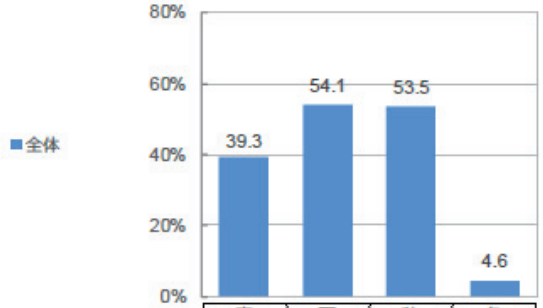
◇今後、キャンプに行く予定（性別、年代別）（n=1,000：全員回答）単一選択　単位：%

		n	行く予定がある	行く予定はないが、行きたい	行く予定はないが、誘われれば検討する	行く予定はないし、行くつもりもない
全体		1,000	9.4	20.0	20.7	49.9
性別	男性	503	13.1	21.9	19.5	45.5
	女性	497	5.6	18.1	21.9	54.3
年代	20代	157	15.3	31.8	20.4	32.5
	30代	187	10.2	27.8	24.1	38.0
	40代	237	10.1	19.8	19.8	50.2
	50代	197	8.6	13.2	20.8	57.4
	60代	222	4.5	11.3	18.9	65.3

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

◇キャンプに行きたい季節（n=501：今後キャンプに行く予定／意向がある人）複数選択　単位：%



		n	春（3～5月）	夏（6～8月）	秋（9～11月）	冬（12～2月）
全体		501	39.3	54.1	53.5	4.6
性年代	男性 20代	58	29.3	63.8	56.9	5.2
	男性 30代	57	33.3	61.4	38.6	5.3
	男性 40代	71	46.5	59.2	57.7	8.5
	男性 50代	47	44.7	48.9	57.4	4.3
	男性 60代	41	29.3	63.4	48.8	4.9
	女性 20代	48	56.3	41.7	72.9	8.3
	女性 30代	59	39.0	59.3	45.8	0.0
	女性 40代	47	38.3	42.6	51.1	4.3
	女性 50代	37	43.2	45.9	51.4	0.0
	女性 60代	36	30.6	44.4	55.6	2.8

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

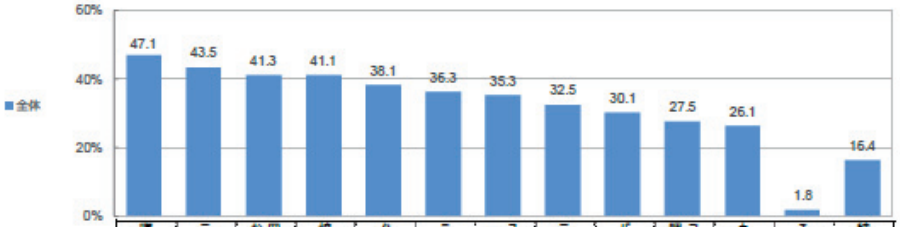
■自分で購入して持っていきたいキャンプアイテムは「寝袋」がトップ。キャンプでしたいことは「バーベキュー」、「星空をみる」、「森林浴」が上位

今後キャンプに行く予定もしくは意向がある人に、自分で購入して持っていきたいキャンプアイテムを聞いたところ、全体では、「寝袋」（47.1%）と回答した人が最も多く、「テント」（43.5%）、「皿やコップなどの食器」（41.3%）、「椅子」（41.1%）等が続いた。性年代別で見ると、男性 40 代は他の性年代に比べ、「テント」、「ランタン」、「カセットコンロ」といった回答が多かった。

キャンプでしたいことは何かを聞いたところ、「バーベキュー」（84.2%）と回答した人が最も多く、次いで「星空をみる」（67.5%）、「森林浴」（56.7%）となった。性年代別で見ると、女性 20 代は他の性年代に比べ、「バーベキュー」、「水遊び」、「野生動物や植物を観察する」といった回答が多かった。

◇自分で購入して持っていきたいと思うキャンプアイテム

（n=501：今後キャンプに行く予定／意向がある人）複数選択　単位：%

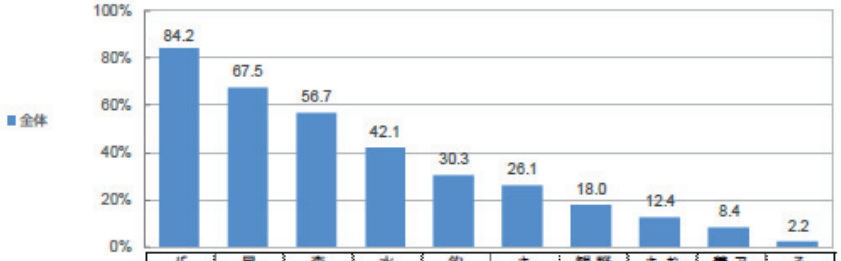


		n	寝袋	テント	皿やコップなどの食器	椅子	クーラーボックス	ランタン	スリーピングマット（寝袋マット）	テーブル	バーベキューグリル	フライパンや鍋などの調理器具	カセットコンロ	その他	特にない
全体		501	47.1	43.5	41.3	41.1	38.1	36.3	35.3	32.5	30.1	27.5	26.1	1.8	16.4
性年代	男性 20代	58	55.2	58.6	36.2	36.2	29.3	37.9	27.6	34.5	39.7	34.5	27.6	3.4	12.1
	男性 30代	57	49.1	45.6	31.6	47.4	47.4	36.8	29.8	40.4	35.1	21.1	24.6	0.0	17.5
	男性 40代	71	54.9	56.3	32.4	49.3	43.7	52.1	40.8	40.8	36.6	23.9	36.6	2.8	9.9
	男性 50代	47	44.7	42.6	38.3	42.6	46.8	40.4	40.4	31.9	31.9	36.2	31.9	2.1	25.5
	男性 60代	41	58.5	48.8	46.3	46.3	41.5	36.6	41.5	39.0	39.0	36.6	43.9	4.9	17.1
	女性 20代	48	54.2	52.1	47.9	50.0	37.5	39.6	41.7	41.7	29.2	29.2	18.8	0.0	10.4
	女性 30代	59	44.1	32.2	52.5	35.6	37.3	28.8	27.1	27.1	18.6	23.7	11.9	0.0	20.3
	女性 40代	47	40.4	29.8	46.8	27.7	29.8	27.7	34.0	21.3	21.3	25.5	19.1	2.1	14.9
	女性 50代	37	29.7	29.7	35.1	32.4	35.1	27.0	35.1	13.5	18.9	21.6	18.9	2.7	18.9
	女性 60代	36	27.8	25.0	52.8	38.9	27.8	25.0	38.9	25.0	25.0	25.0	27.8	0.0	22.2

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下
※全体で降順ソート

◇キャンプでしたいこと（n=501：今後キャンプに行く予定／意向がある人）複数選択　単位：%



		n	バーベキュー	星空をみる	森林浴	水遊び	釣り	キャンプファイヤー	野生動物や植物を観察する	お気に入りのキャンプ用品を使用する	アウトドアファッションを着こなす	その他
全体		501	84.2	67.5	56.7	42.1	30.3	26.1	18.0	12.4	8.4	2.2
性年代	男性20代	58	84.5	58.6	51.7	43.1	44.8	31.0	8.6	17.2	8.6	1.7
	男性30代	57	86.0	61.4	49.1	54.4	24.6	26.3	21.1	7.0	7.0	1.8
	男性40代	71	83.1	64.8	54.9	49.3	35.2	22.5	19.7	9.9	8.5	2.8
	男性50代	47	74.5	57.4	51.1	19.1	42.6	19.1	19.1	19.1	2.1	8.5
	男性60代	41	75.6	63.4	46.3	31.7	29.3	29.3	14.6	17.1	7.3	2.4
	女性20代	48	95.8	75.0	60.4	60.4	37.5	33.3	29.2	18.8	14.6	0.0
	女性30代	59	94.9	69.5	54.2	54.2	18.6	23.7	6.8	8.5	8.5	0.0
	女性40代	47	80.9	74.5	61.7	38.3	25.5	17.0	17.0	8.5	14.9	4.3
	女性50代	37	75.7	75.7	73.0	29.7	10.8	29.7	27.0	5.4	10.8	0.0
	女性60代	36	86.1	83.3	75.0	22.2	27.8	33.3	22.2	13.9	0.0	0.0

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下
※全体で降順ソート

■キャンプで行きたい場所は「高原」、「山」が上位。一緒にキャンプへ行きたい人は「配偶者」、「子供」、「友人・知人（男女不問）」が上位３位

今後キャンプに行く予定／意向がある人に、キャンプで行きたい場所について聞いたところ、「高原」（88.4%）、「山」（88.0%）、「川」（85.0%）、「湖」（84.8%）等が８割台で続いた。キャンプで行きたい場所別に、誰と行きたいかを聞いたところ、いずれの場所でも、「配偶者」が４割前後で最も多く、「子供」、「友人・知人（男女不問）」はともに３割前後となった。

◇キャンプで行きたい場所と一緒に行きたい人

（n=501：今後キャンプに行く予定／意向がある人）複数選択　単位：%

	n	配偶者	子供	友人・知人（男女不問）	付き合っている彼氏または彼女	友人・知人（男性のみ）	一人（一緒に行きたい人はいない）	友人・知人（女性のみ）	両親（配偶者の両親も含む）	兄弟・姉妹	親戚	その他	この場所に行きたいとは思わない	行きたい計
高原	501	44.3	36.3	29.3	11.6	9.2	7.0	10.8	11.0	8.2	5.6	2.2	11.6	88.4
山	501	42.3	34.7	29.5	11.4	11.0	9.8	9.2	7.4	7.4	4.0	1.8	12.0	88.0
川	501	43.1	37.9	30.3	10.0	10.4	6.2	9.4	8.6	7.8	4.8	1.8	15.0	85.0
湖	501	42.7	33.7	28.7	10.8	9.6	6.8	9.4	9.4	8.6	5.4	1.8	15.2	84.8
森林	501	39.7	32.3	27.5	10.6	9.0	7.4	8.6	8.6	6.4	4.4	1.6	17.0	83.0
海岸	501	40.5	31.7	26.3	12.0	9.4	6.4	8.6	7.0	6.0	5.0	2.2	20.0	80.0

(%)

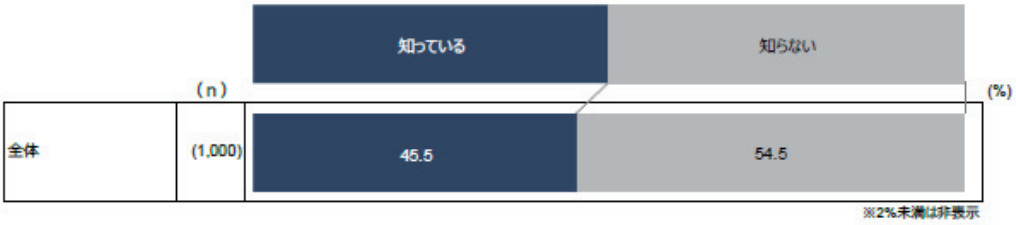
※「行きたい」計＝「100－（この場所に行きたいとは思わない）」

※表側は「山」のスコアで降順ソート、表側は「行きたい計」のスコアで降順ソート

■キャンプでの不安や心配ごとは、「虫に刺されそう」がトップ

キャンプでの不安や心配ごとは何かを聞いたところ、「虫に刺されそう」（73.7%）が最も多く、「トイレが汚そう」（55.7%）、「シャワーやお風呂に入れなさそう」（48.4%）、「トイレが無さそう」（42.4%）となった。直近 1 年以内にキャンプに行った経験別で見ると、直近 1 年以内に行った人は、行っていない人に比べ、「寝心地が悪そう」が 13.6 ポイント低かった。性年代別で見ると、女性のいずれの年代でも、男性に比べ「日焼けしそう」が 20 ポイント以上高かった。

◇「グランピング」という言葉の認知度（n=1,000：全員回答）単一選択　単位：%



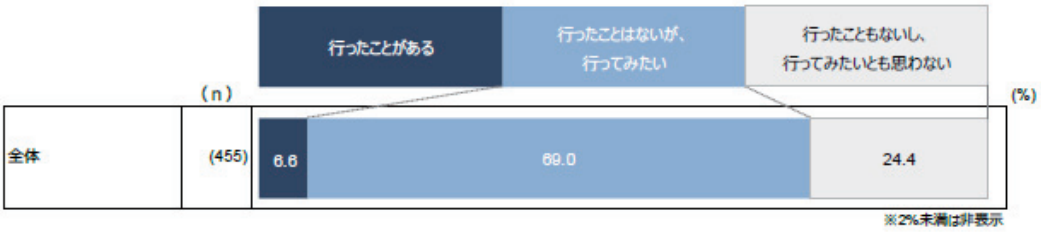
◇「グランピング」という言葉の認知度（性年代別）（n=1,000：全員回答）単一選択　単位：%

		n	知っている	知らない
全体		1,000	45.5	54.5
性年代	男性 20代	81	50.6	49.4
	男性 30代	95	47.4	52.6
	男性 40代	120	42.5	57.5
	男性 50代	99	46.5	53.5
	男性 60代	108	30.6	69.4
	女性 20代	76	67.1	32.9
	女性 30代	92	71.7	28.3
	女性 40代	117	43.6	56.4
	女性 50代	98	38.8	61.2
	女性 60代	114	28.9	71.1

(%)

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

◇グランピングに行った経験（n=455：グランピングの認知者）単一選択　単位：%



◇グランピングに行った経験（性年代別）（n=455：グランピングの認知者）単一選択　単位：%

		n	行ったことがある	行ってみたい	行ったことはないが、行ってみたいとも思わない	行ったこともないし、
全体		455	6.6	69.0	24.4	(%)
性年代	男性 20代	41	9.8	82.9	7.3	
	男性 30代	45	6.7	71.1	22.2	
	男性 40代	51	13.7	56.9	29.4	
	男性 50代	46	0.0	60.9	39.1	
	男性 60代	33	6.1	54.5	39.4	
	女性 20代	51	3.9	80.4	15.7	
	女性 30代	66	12.1	78.8	9.1	
	女性 40代	51	3.9	74.5	21.6	
	女性 50代	38	5.3	55.3	39.5	
	女性 60代	33	0.0	63.6	36.4	

※全体との差が、■は＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

【調査概要】

調査エリア　：　全国
調査対象者　：　20 歳～69 歳　男女
回収サンプルサイズ：　1,000 サンプル
調査期間　：　2019 年 6 月 11 日と 6 月 12 日
調査実施機関　：　楽天インサイト株式会社

以 上

委員名簿

観光による地域活性化のための滞在型観光施設整備に関する調査研究
委員名簿

委員長	馬渡（まわたり）　剛（つよし）	茨城大学　人文社会科学部　教授
委　員	渡辺（わたなべ）　一洋（かずひろ）	筑波銀行　常務執行役員
	比企（ひき）　智浩（ともひろ）	株式会社 tsumugi　代表取締役
	木内（きうち）　敏之（としゆき）	木内酒造合資会社　取締役
	木下（きのした）　明男（あきお）	石岡市観光協会　会長
	前沢（まえざわ）　洋一（よういち）	石岡市産業文化事業団　常務理事
	神生（かのう）　賢一（けんいち）	やさと農業協同組合　専務理事
	梅澤（うめざわ）　伸也（しんや）	株式会社パーク・コーポレーション Brand Manager
	松崎（まつざき）　達人（たつひと）	茨城県　営業戦略部　観光物産課　課長
	越渡（こえど）　康弘（やすひろ）	石岡市　経済部　部長
	三宅（みやけ）　正芳（まさよし）	一般財団法人　地方自治研究機構 総務部長兼調査研究部長
事務局	廣瀬（ひろせ）　政和（まさかず）	石岡市　経済部　観光課　課長
	櫻井（さくらい）　康博（やすひろ）	石岡市　経済部　観光課　係長
	小菅（こすが）　雅翔（まさと）	石岡市　経済部　観光課　主幹
	増田（ますだ）　八重（やえ）	石岡市　市長公室　政策企画課　課長補佐
	本田（ほんだ）　亜紗子（あさこ）	一般財団法人　地方自治研究機構　調査研究部　研究員
	島田（しまだ）　晃広（あきひろ）	一般財団法人　地方自治研究機構　調査研究部　研究員
基礎調査機関	佐々木（ささき）　里也（さとや）	筑波総研株式会社　コンサルティング部　上席研究員
	小泉（こいずみ）　尭史（たかし）	筑波総研株式会社　コンサルティング部　主任研究員

（順不同　敬称略）

観光による地域活性化のための滞在型観光施設整備
に関する調査研究

－令和２年３月発行－

石岡市　経済部　観光課
〒 315-8640
茨城県石岡市石岡一丁目１番地１
電話 0299-23-1111（代表）

一般財団法人　地方自治研究機構
〒 104-0061
東京都中央区銀座７-14-16 太陽銀座ビル２階
電話 03-5148-0661（代表）

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。