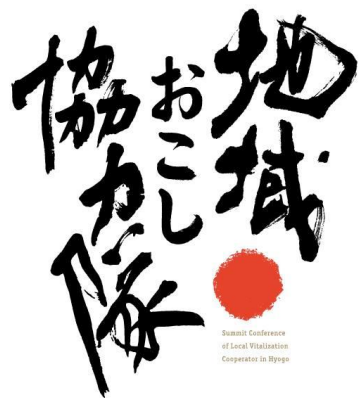




地域おこし協力隊

活動報告



2022.10.1 — 2025.9.30

銚田市地域おこし協力隊
堀口 実



1. はじめに「完全移住」に向けた3年間サマリー
2. ミッションの明確化 『2つのミッション』
3. 活動報告
 - 3-1. 1年目 我が街の全容をつかむ
 - 3-2. 2年目 風土を活かした新たな取り組み
 - 3-3. 3年目 新規事業化に向けた取り組み
4. 鉾田の魅力発信と他県からの集客による地域経済効果
5. 今後も継続して取り組みたいこと

1. はじめに 「完全移住」に向けた3年間サマリー

- 鉾田市地域おこし協力隊：堀口 実
2022年10月1日～2025年9月30日
- 出身：横浜育ち・東京都江戸川区
- 担当課：まちづくり推進課・商工観光課
- 配属：一般社団法人鉾田市観光物産協会

- ▶ 2022年7月 鉾田市内でキャンプ場を開設
- ▶ 2022年10月1日～鉾田市観光物産協会配属 キャンプ場を経営しながらの活動開始
- ▶ 2023年4月1日～商工観光課 同課の進める政策・PRイベント等への参画
- ▶ 2024年2月～ ご当地スパイス『HOKOTA SPICE』開発～販売開始
- ▶ 2024年7月～ ラーケーションPROJECT担当 キャンプ場を活用した県外からの集客事業

地域おこし協力隊として過ごした3年間 ～鉾田市民として生きていく希望～

[1年目]

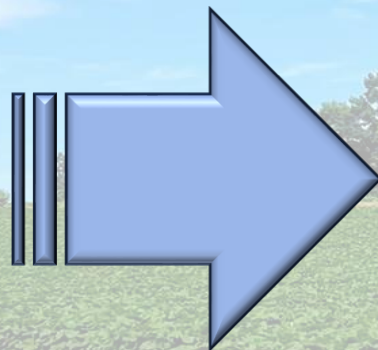
仕事・住居など移住に必要な事は全てサポートして頂きました。また補助金や助成金なども充実しており、当初心配していた家族も安心して鉾田での生活を始めることができました

[2年目]

受け入れていただいた鉾田市観光物産協会では会長をはじめ事務局長・社員の皆様のご理解ご協力のもと市政に関するイベントや事業にも拘わらせて頂いたことで、2年目と思えないほどの経験と人脈形成が叶いました

[3年目]

与えていただいた任務が、自身の経営してきたキャンプ場にも相乗効果を発揮し軌道に乗り始めました。
子育てもしているのでキャンプ場に加え新たな収入を得るための新規事業への取り組みの時間も取らせていただきました。



2. ミッションの明確化 『2つのミッション』



地域おこし協力隊制度＝離陸のための滑走路

<観光物産協会事務局としてのミッション> 継続的な安定・拡大経営の基盤づくり

【DAPPEプロジェクトの推進～地域観光資源のPR】

- 地域資源の魅力発信やイベント
- 関係人口、移住者へのPRとサポート

【補助金に頼らない経営基盤の構築】

- 特産品の開発と販売網の確立
- 行政施策以外の独自イベント出店
- 中期事業計画策定の素案
- グループウェア導入など業務効率化

【ALLジャパンに横展開可能なビジネススキームの構築】

- 観光（アウトドア）と農業（農産物）が普遍的に結びつく持続可能なビジネスモデルを構築する
- ・畑オーナー制度への参画
- ・ほこたdeラーケーションの事業化と横展開

<自己実現 永住に向けたミッション> 安定した収入源の確保

●【リピート集客】

生活していく上で主な収入源となる「ファミリーキャンプほこたBASE」の経営基盤を盤石なものとする

●【イベント企画】

次世代の子ども達にキャンプの楽しさや災害時にも役立つ経験をさせるイベント企画

- ・母子キャン（テレビ朝日とコラボ予定）
- ・deラーケーション受入れ（観光物産協会）
- ・ふれあい祭り／杉並区（観光物産協会）

●【新規事業開発】

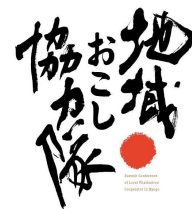
季節や気候に左右されるアウトドア事業を補うもうひとつの仕事づくり

- ・一次加工所
- ・特産品開発

銚田市が誇る農作物や、決して人工的にはつくりえない海と湖に囲まれたこの立地の持つポテンシャルを県外に発信すると同時に我がまち銚田に継続的な経済効果を生み出すきっかけをつくること

3. 活動報告

3-1. 1年目 我が街の全容をつかむ



銚田市観光物産協会の一員として

■ 畑オーナー制度への参画



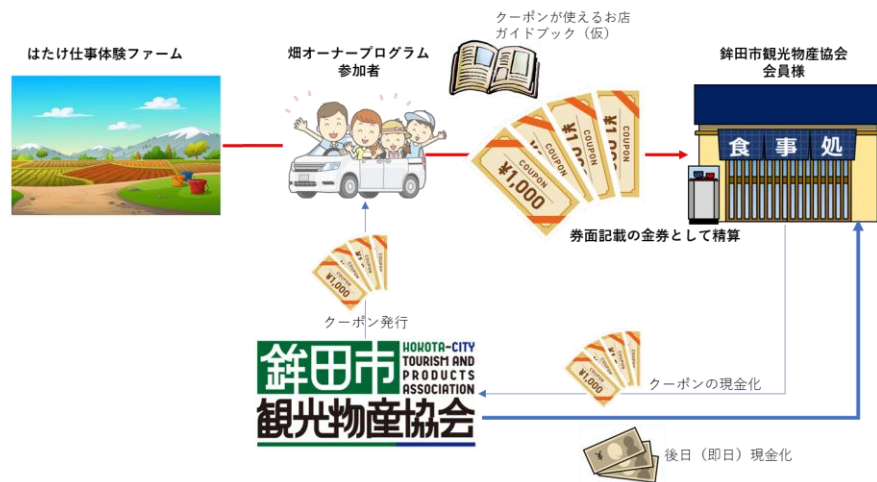
クーポン取り扱いの協力のお願い

畑オーナープログラム参加者への「オーナーズクーポン」発行

新しい試み！

新・畑オーナープログラム計画

参加者に農業体験が終わったらまっすぐ帰宅するのではなく、観光物産協会が発行する「オーナーズクーポン」を使い市内の協会員様のお店、お食事処、宿泊を知ってもらうという初の試みです



■ 事務局業務への関与

- ・ 協会員の把握
- ・ 理事会
- ・ 複数事業所の運営管理対策
- グループウェアの導入

□ キャンプ場の増設

- ・ 新地の近隣住民からの提案
- ・ ひな壇区画サイトに加えフリーサイトが開設できたことにより、幅広い客層の取り込みができただけでなく、イベント会場としての付加価値も加わった



3. 活動報告

3-2. 2年目 風土を活かした新たな取り組み



銚田発祥の商品開発「HOKOTA SPICE」

銚田市内の大手香辛料卸会社との
コラボで誕生
NHKをはじめ茨城新聞、ケーブル
テレビ、読売新聞など各種メ
ディアに取り上げられました



茨城県「減塩の日」
県庁内食堂・県庁生協で採用



さつまいも博2024でデビュー



減塩スパイス誕生
NHK「いば6」で取り上げられました



オータムフェスティバル2024 ラーケーションプログラム体験エリア担当



いばらキャンペーンイベント参画



3. 活動報告

3-3. 3年目 新規事業化に向けた取り組み「ラーケーション」



茨城県の地域支援事業（新観光プロジェクト応援事業）に採択されたラーケーション制度向け観光コンテンツ「ほこたdeわくわくベジキャンプ」の事業化に向けたモニターツアーを展開。ほこたモデルとして注目されつつあります



「ラーケーション制度」という新たな手法を使って

1. 平日の観光（アウトドア）需要を創出し、市内の商業が活性化する仕組みづくり
2. 観光物産協会が一次窓口となりパッケージツアー募集手数料が入る仕組みづくり
3. 地域特性を活かした「HOKOTAモデル」のパッケージを確立し、全国へ横展開する

プチ農業体験



楽しみながら災害時に役立つ技術が身に付くミッションに挑戦



茨城食材でワンランク上のキャンプ飯

紅はるかのミルフィーユ



キャンプファイヤーで仲間づくり



関東随一の汽水湖廻沼で生態観察



市内のお店への入店のきっかけづくり



4. 他県からの集客による銚田の魅力発信と経済効果



予約システムに算入されないイベント来場者を合わせると **約3,700人**が銚田を訪れた

ファミリーキャンプほこたBASE開業からの集客数

2022年6月～2025年9月（40ヵ月）

	組数	おとな	こども	年間計	月平均
2022年	172組	407人	219人	626人	89人／7ヵ月
2023年	273組	653人	413人	1,066人	89人／12ヶ月
2024年	290組	667人	436人	1,103人	92人／12ヶ月
2025年	127組	127人	210人	337人	37人／9か月
	862	1,854	1,278人	3,132人	78人／40か月

集客による想定消費額（上記期間） **約1,600万円**

組数からの宿泊費等売上
約1,100万円

近隣商業施設での想定消費総額
約500万円

セイミヤ、仲田精肉店、中根鮮魚店、皆藤鮮魚店、ナガミネ酒店、ホームセンター山新、ワークマン、コインランドリーマンマミヤ、ケーズデンキ、カワチ、ウェルシアほか

メディアを通じた鉾田PR

NHK「いば6」 尼子佑佳さん
この取材をきっかけに、その後も継続して番組で取り上げていただきました



茨城県「減塩対策」番組 ケーブルテレビでホコタスパイスが紹介されました

政策広報番組「CHALLENGE IBARAKI」

茨城県健康推進課の推薦による番組取材 2024年7月31日

「ずっと元気でいたいから～減塩とがん検診～」



赤プルさん
「塩分なしで
味気なさそう…」

旦那さん



お出汁との相性も
抜群!!
これなら高血圧のだ
んなにも安心して食
べさせられる!!

5. 今後も継続して取り組みたいこと



- ほこたdeラーケーションの推進と全国展開
- キャンプ場を通じた県内外からの集客活動

3年間で果たせなかったこと

- 宿泊（テント泊）イベント
 - 食材、飲料など地元での消費が見込める
- 市民の財産でもある既存施設、空き敷地の利活用によるキャンプ事業拡大
 - とっぷさんて敷地内
 - 廃校の利活用 テント泊以外にも教室を利用した中長期農業体験者受け入れ
- まちごと6次産業化拠点
 - 生産者×加工所×販売 首都圏とのパイプを活かし農作物の加工品を全国へ