1 情報発信

― 石岡市を「知り」まちの魅力を発信する ―

基本施策 1	シティプロモーションの推進	20
基本施策 2	石岡ブランドの充実	24
基本施策 3	シビックプライドの醸成	26
基本施策 4	広報広聴の充実	28
基本施策 5	海外プロモーションの強化	30
基本施策 6	フィルムコミッションの充実	32

8 働きがいも経済成長も

11 住み続けられるまちづくりを

12 つくる責任つかう責任

17 パートナーシップで目標を達成しよう

政策指標

基準値（令和3年度）		目標値（令和9年度）
14.0%	石岡市を知人に「お勧めしたい」と考える市民の割合 ※詳細は P23「石岡市のお勧め度」	40.0%
72.3%	石岡市に愛着を感じる市民の割合 ※4 段階の内、上位 2 段階を選択した割合	82.0%

基本施策1　シティプロモーションの推進

あるべき将来の姿

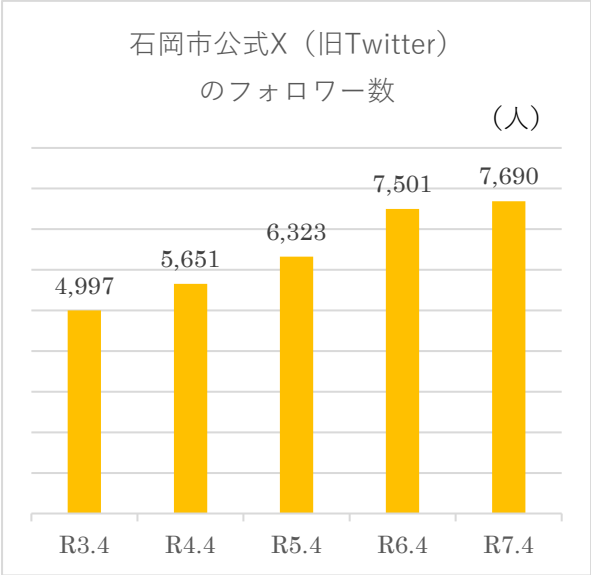
市民参画型のシティプロモーション（地域の内外に本市の魅力を発信し、周知していく活動）を進めることで、より多くの人が本市に興味を持つとともに、市の知名度とイメージの向上が図られ、関係人口が拡大しています。

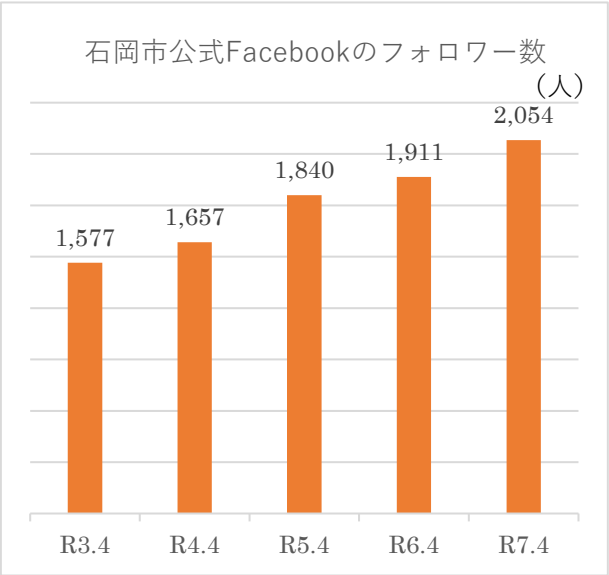
成果指標	基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
石岡市を知人に「お勧めしたい」と考える市民の割合	14.0%	16.1%	40.0%

※市民意識調査の結果。お勧めしたい度合いを 10 から 0 までの 11 段階で調査し、強いお勧め度を示す 10～8 を選択した割合。
※詳細は P23「石岡市のお勧め度」

現状・これまでの取組

- 本市では、ホームページや広報紙、メールマガジンによる情報発信のほか、X（旧 Twitter）や Facebook、LINE、Instagram などの SNS による情報発信も実施しています。また、平成 27 年度に開設した「いしおか動画チャンネル」として YouTube からの発信も行っており、令和８年３月現在で 24 種の動画を公開しています。
- 本市の魅力を市内外に積極的に発信していくため、市民参画によるシティプロモーションの方向性を定めた「石岡市シティプロモーション指針」を令和５年４月に策定しました。（人）





課題

- 「石岡市シティプロモーション指針」に基づき、ブランドメッセージやロゴマークを効果的に活用した市民参画型のプロモーション活動を行うなど、行政と市民が一体となり、研修等により持続的に情報発信していく体制づくりが必要です。
- 情報発信の一環として、石岡市公式 X（旧 Twitter）や Facebook、LINE、Instagram を活用していますが、SNS への掲載方法や双方向からの情報発信を含めた活用方法について、より効果的な手法を検討していくことが必要です。また、現在の情報発信手段に加えて、新たな手法を検討し、必要な情報が必要な方へ届くことや、市の魅力を広く発信できる環境づくりを進める必要があります。

関連計画

・石岡市シティプロモーション指針（令和 5 年度～）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
石岡市シティプロモーション指針に基づく取組の推進	指針に基づき、市民との協働により、ブランドメッセージやロゴマークを活用した積極的なプロモーション活動を行います。また、視覚的な効果を狙った統一的な案内板等の整備を行います。	秘書広聴課（わがまち発信室）
効果的な情報発信	必要な情報が必要な方に届くことや、市内外に本市の魅力を広く発信するため、情報発信手段をより効果的に実施するための研修等を実施し、職員の情報発信力を高めるほか、新たな情報発信の手段を検討します。また、子育て支援施策や観光情報等、様々な情報を市内外にわかりやすく PR するための施策を検討します。	秘書広聴課（わがまち発信室）
石岡市ふるさと大使による PR	本市の豊かな自然や歴史、文化、芸術などの魅力を全国に向けて発信し、さらなるイメージアップを図るため、多方面で活躍する方々を石岡市ふるさと大使に委嘱し、それぞれの分野で、本市の魅力や情報を PR していただきます。	産業プロモーション課

主要な取組における参考指標

公式 YouTube チャンネル登録者数

【茨城県石岡市公式】チャンネル登録者数

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
483 人	1,347 人	1,000 人

公式Ｘ（旧 Twitter）フォロワー数

【公式】茨城県石岡市@k_ishioka のフォロワー数

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
4,901 人	7,690 人	10,000 人

公式 Facebook フォロワー数

【公式】「広報いしおか」のフォロワー数

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
1,570 人	2,190 人	3,000 人

MIPPE の閲覧数

移住支援ページ MIPPE の閲覧数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
4,037 件	5,551 件	6,000 件

プレスリリース実績

プレスリリースの配信数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
66 件	89 件	100 件

石岡市を知人に「お勧めしたい」と考える市民の割合

お勧め度合いを 11 段階で分析し、NPS（ネットプロモータースコア）でポイント化

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
-42.4 ポイント	-42.1 ポイント	9.0 ポイント

※NPS についての詳細は 23 ページのコラム参照

公式 LINE 友だち数

石岡市公式 LINE の友だち登録者数

基準値（令和４年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
2,415 人	6,753 人	10,000 人

公式 Instagram フォロワー数

石岡市公式 Instagram のフォロワー数

基準値（令和５年度）	目　標（令和９年度）
1,353 人	3,000 人

※基準値は、R6.1.1 時点

ブランドメッセージとロゴマークで魅力発信！

「あなたの〇〇があるまち いしおか」

市の魅力向上に向けて、令和４年度に実施した「石岡市ブランドメッセージ総選挙」の結果、「あなたの〇〇があるまちいしおか」を本市のブランドメッセージとして採用しています。

このブランドメッセージを体現するロゴマークを公募し、オンライン投票を経て大賞作品が決定しました。

幌獅子とブランドメッセージをベースに昭和レトロな街並みや特産品、市内で楽しめるスポーツなどのイラストを盛り込み、本市の魅力を表現しています。

石岡市のお勧め度について市民意識調査を実施！

石岡市のお勧め度

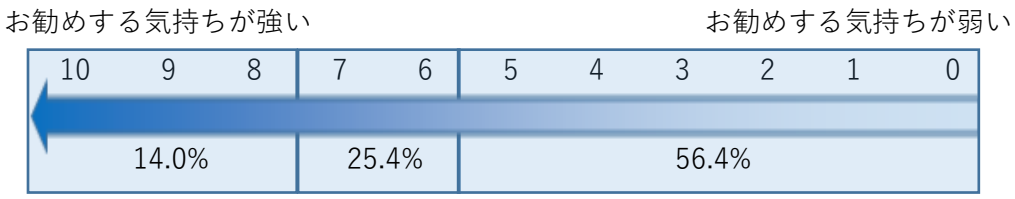
市民の様々な意識や行動について把握し、数値の増減などを踏まえた施策展開を行うため、本総合計画で定める成果指標に関する市民意識調査を実施しています。

そのうちの１つに、石岡市（石岡市での居住・生活・通勤・通学・活動等）を知人にお勧めする気持ちの強さを 10 から 0 までの 11 段階で調査しています。

参考指標にある NPS（Net Promoter Score：ネットプロモータースコア）とは、マーケティング分野における商品の愛着度を数値化することで購買意欲を測定するものであり、これを踏まえ、石岡市という地域をお勧めする度合いを測定する指標として算出しました。

11 段階のうち、強いお勧め度を示す 10 から 8 を選択した市民の割合から弱いお勧め度を示す 5 から 0 を選択した市民の割合を差し引く形で数値化しています。

【令和３年度（基準値）の NPS】



※無回答及び端数処理により合計値が 100%未満となります。

強いお勧め度 14.0%　－　弱いお勧め度 56.4%　＝　-42.4 ポイント

基本施策2　石岡ブランドの充実

あるべき将来の姿

本市の資源を活かした各種特産品等のブランド化を進めることで、農業、商業、工業、観光などが活性化し、地域の力が高まっています。

成果指標	基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
石岡市には自慢できる魅力があると思う市民の割合	52.8%	56.1%	71.0%

※市民意識調査の結果。４段階の内、上位２段階（思う・どちらかといえば思う）を選択した割合。

現状・これまでの取組

- 本市は、地域経済の活性化と市の魅力発信を目的として、市の特産物等の内、特に優れた商品を「石岡セレクト」として認証しています。
- 農産物の６次化・ブランド化を推進するため、ぶどうを活用した 6 次化商品の試作や富有柿のブランド化を行うなどの取組を行っております。柿については、昭和 30 年より皇室に富有柿を献上してきた歴史があり、令和３年度には皇室献上の柿と同品質ものを「紫峰煌（しほうのきらめき)」としてブランド化しました。
- 観光面では、令和３年度にリニューアルした「いばらきフラワーパーク」、滞在型観光施設として整備した「花やさと山」を観光の核として、さらなる誘客につなげるため、「るるぶ石岡」の更新等を行いました。

【いばらきフラワーパーク】

【花やさと山と満開のソメイヨシノ】

【第１弾石岡セレクト認証品】

課題

- ブランド化が期待できる本市の有機農産物等は少量多品目栽培で、高品質であるものの、生産量が限られているため、市場での PR に繋がっていない状況となっています。これらの課題を整理し、最高級品としてブランド化できるものを絞り込むなどの取組が必要です。
- ブランド化した商品・農産品については、知名度の向上や販売促進を目指すため、ターゲット層への積極的な PR や継続的な販売機会の創出などについて戦略的に取り組んでいく必要があります。
- 観光面では、更新した「るるぶ石岡市」を活用し、来訪のきっかけとなる効果的な情報発信と観光地としての魅力向上に向けた取組が必要です。

関連計画

・石岡市シティプロモーション指針（令和 5 年度～）
・第 2 次石岡市観光振興計画（令和元年度～令和 10 年度）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
石岡ブランドの確立	里山文化、歴史資源、食、酒、工芸等の魅力を認知し、興味・関心を抱いてもらえるよう、石岡ブランドの確立と PR を図ります。	農政課 商工観光課 産業プロモーション課 秘書広聴課 （わがまち発信室）

主要な取組における参考指標

石岡セレクト認証件数

石岡セレクトとして認証された件数（累計）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
24 件	54 件	59 件

農産物６次産業化・ブランド化の推進

６次産業化した件数及び農産物をブランド化した件数（累計）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
2 件	6 件	8 件

基本施策3　シビックプライドの醸成

あるべき将来の姿

市民が石岡市に対する愛着と誇りを持つことで、地域をより良くすることに自分自身が関わっています。また、自分がこの地域の未来をつくっているという当事者意識を持っている市民が増えています。

成果指標	基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
石岡市に愛着を感じる市民の割合	72.3%	73.6%	82.0%

※市民意識調査の結果。４段階の内、上位２段階（感じる・どちらかといえば感じる）を選択した割合

現状・これまでの取組

- 住民や各種団体等が、よりよいまちや地域を目指して、様々な活動を行っています。
- 小中学校においては、ふるさと学習を実施しており、地域の伝統芸能や民話など様々な学習活動を行い、石岡市への郷土愛を醸成しています。
- 本市では、全員が公募の委員で構成される「石岡市シティプロモーション推進懇談会」を設置しています。まちづくりへの参画から市民が『幸せ』を感じる好循環を創出することで、愛着形成とともに、市内外への熱意ある情報発信を行っています。
- 本市は、令和７年10月１日に、合併20周年を迎えました。合併20周年記念式典では、市民の日表彰式・市政功労者等の表彰やお囃子披露、市内小学生による「ふるさと学習の発表」、市内中学生による合唱など市民参加型のイベントを実施し、幅広い世代が市の歴史や文化、魅力に触れる機会を創出するとともに、市民が一体となって20周年の節目を祝うことができました。

課題

- シビックプライドを実現するためには、「まちを知る」ことが重要であり、ふるさと学習等によって学校教育として積極的に取り込んでいくほか、市民参画により「まちを知る」ための取組を実施していくことが必要です。
- 今後の人口減少時代において、個人や各団体が自ら考え、各々の結びつきを通して、まちを良くするために活動していくことが重要です。行政が結びつきを支援していくことで、活動をより活発なものにし、シビックプライドの醸成を図ることが必要です。
- 市民が個性や強みを活かして、市政運営に参画できる機会を作り、その中で、様々な意見を共有・共感することで、各々の結びつきを強める必要があります。

用語解説　シビックプライドとは
　都市に対して、市民が誇りを持つとともに、「地域をより良くすることに自分自身が関わっている」「自分がこの地域の未来をつくっている」という当事者意識を持っている考え方を示すものです。

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
市民参画の推進	地域人材データベースを創設することで各々の市民が個性や強みを活かした市政運営に参画できる機会を作るとともにワークショップなどによる共有・共感を経ることで各々の結びつきを強めます。	人口創出課
市民提案型事業	市民のまちづくりを応援し、市民の市政への関心を高め、ひいては市への愛着を高めるため市民提案型事業を行える制度設計を検討します。	政策企画課
ふるさと学習の推進	小中学校においてふるさと学習を推進することで、本市の歴史や文化を学び、郷土に対する愛着や誇りを醸成します。また、小中学生学習交流の集いなどを通して、学習の成果効果を広く共有します。	学校教育課

主要な取組における参考指標

地域人材データベースの登録者数

地域人材データベースの登録者数（累計）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
0 人	17 人	30 人

地域人材データベースの登用数

審議会・イベント等への延べ登用数（年間）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
0 人	0 人	15 人

ふるさと学習交流の集い開催

ふるさと学習交流の集い開催数（年間）

基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
1 回	1 回	1 回

※維持目標

※令和４年度まではふるさと学習サミットとして開催

基本施策4　広報広聴の充実

あるべき将来の姿

効果的な情報発信と市民参画を促すための広聴を充実させることで、市民が市政を身近に感じることができています。

成果指標	基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
市公式ホームページアクセス件数（月間平均）	329,257 件	419,453 件	464,000 件
議会ホームページアクセス件数（年間）	39,414 件	47,857 件	40,000 件

現状・これまでの取組

- 広報紙は、定期的に特集記事を組むなど、綿密な取材を踏まえた紙面の充実を進めているほか、SNS による発信も行っています。令和 4 年度には新たな情報発信ツールとして LINE を導入し、情報発信の強化を図りました。
- ホームページについては、子育てや移住定住に関するサイトを運営するなど、情報発信環境の充実に取り組んでいるほか、令和 4 年度には公式ホームページのリニューアルを行い、モバイル機器への最適化やアクセシビリティの向上を図りました。また、全庁的な情報発信力の強化を図るため、各種研修を実施しています。
- 市民が日頃から取り組んでいる活動報告や市政への提案等について、リラックスした雰囲気で市長と情報交換できる場を設けます。また、新たな対話のツールとして、オンライン会議の開催も行っています。
- 議会ホームページにより議会活動や会議録等の情報を掲載し、市内に限らず全国的に情報を発信しています。

課題

- 市民ニーズが多様化し、市民へ伝えるべき情報量が年々増加していることから、情報発信手段を的確に選択しながら、発信すべき内容や頻度、タイミング等を見極めて効果的に実施できる発信力が求められています。
- 市公式ホームページについては、利用者のニーズやトレンドに合わせて、継続的にわかりやすく見やすい内容にしていく必要があります。

- 現在の情報発信手段に加えて、新たな手法を検討し、必要な情報が必要な方へ届くための環境づくりを進める必要があります。
- 「市民との懇談の場」や「市長へのたより」を通した市民からの提案内容が、市政にどのように反映されているかが分かるよう、検討経過等について公表される仕組みの構築が必要です。
- 市民の議会への関心をさらに高めるため、他自治体議会の取組状況や市民からの意見等をもとに、市民が見たい情報や知りたい情報を把握し、わかりやすく発信していくことが求められます。
- 市政運営の参考となる現状把握のための基礎データは重要であり、イベント等のアンケートの収集方法の最適化や様式の統一など、効果的な意見収集方法を検討する必要があります。

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
分かりやすい情報の発信	広報いしおかの発行や、ホームページの運用等を通じ、市政に関する情報を多様な手段で分かりやすく積極的に発信することにより、市政への理解や関心を深めます。	秘書広聴課 （わがまち発信室）
広聴活動の充実	「市民との懇談の場」や「市長へのたより」等の活動を通じて、市政に関する要望や提案等を市政運営の参考とすることにより、市民の市政への参画意識を高めます。また、オンライン会議の開催によって、多様な対象の方々からの意見聴取に努めます。	秘書広聴課
議会に関する情報発信の充実	議会運営及び市民の代表である議員の活動を支えるとともに、定例会や委員会等の議会に関する情報や記録を市民に発信します。	議会事務局

主要な取組における参考指標

情報発信手段の数

市民等への情報発信手段の種類（※）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
7 種	10 種	9 種

市民から市政への提案数

「市長へのたより」における提案型の内容の割合（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
26%	32%	30%

※情報発信手段（令和７年度末時点）
ホームページ、広報紙、メールマガジン、防災ラジオ、Facebook、X（旧 Twitter）、YouTube、LINE、Instagram、デジタルサイネージ

基本施策5　海外プロモーションの強化

あるべき将来の姿

海外へのプロモーションにより、本市のことをよく知る海外の方との結びつきが強くなることで、人的交流の活発化と市内経済の活性化が進んでいます。

成果指標	基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
観光案内所における外国人来訪者数（年間）	176 人	251 人	200 人

成果指標	基準値（令和４年度）	目標（令和９年度）
インバウンドファムツアー開催回数（累計）	1 回	6 回

※ターゲット国の観光事業者やメディア等を対象とした現地視察ツアーの開催回数

現状・これまでの取組

- 「第２次石岡市観光振興計画」では、施策の１つに「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」が位置づけられており、茨城空港に近接するなどの立地条件を活かしつつ、海外向けの情報発信の強化等が求められています。
- 海外からの観光客に向けて、多言語対応型のパンフレットや情報提供を実施しています。また、観光案内所において、外国語に対応できる職員が常駐していることで、市内観光のサポートができる体制づくりを実施しています。
- 少子高齢化の進展によって国内市場が伸び悩みを見せており、市の発展のためには海外のマーケットを視野に入れる必要があります。新型コロナウイルス感染症の影響による入国制限が解除されてインバウンド効果が経済を押し上げることが期待されています。
- 茨城県では台湾を重点市場と定めてインバウンド観光や県産品の海外販路開拓に取り組んでおり、集中的な観光キャンペーンの開催や、定期的な海外バイヤーと県内事業者とのグローバル商談会を開催しています。本市においても、県や近隣自治体と連携し、人や経済の交流機会を創出するため、主に台湾に向けてプロモーション活動を進めています。

【台湾でのプロモーション活動】

【石岡のおまつり体験】（アメリカ合衆国のドレクセル大学の学生）

課題

●海外プロモーションを進めるにあたっては、本市の認知度や関心度、市場のニーズ等を調べ、商品の開発や改良を行うとともに、ポストコロナの旅行形態の変化やターゲット国のニーズに沿った戦略を立案する必要があります。

●効果的な海外プロモーションを行うには、市だけでなく、関係機関、関係する事業者等と連携して情報共有を図りつつ、それぞれの役割分担を定めながら実施していく必要があります。

関連計画

・第２次石岡市観光振興計画（令和元年度～令和 10 年度）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
海外プロモーションの実施	県や近隣市、関係事業者と連携して海外プロモーションを実施することによってインバウンド観光を促進し、人や経済の交流機会を創出します。	産業プロモーション課 人口創出課
インバウンド観光の取組	多言語に対応したパンフレット作成や観光案内、動画配信など、海外からの観光客に向けた取組を実施していきます。	商工観光課 産業プロモーション課 秘書広聴課 （わがまち発信室）

主要な取組における参考指標

海外観光客向けパンフレットの作成

多言語に対応したパンフレット等の作成（累計）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
1 件	4 件	7 件

デジタルを活用した海外プロモーション

デジタルを活用して、海外観光客向けにプロモーションを実施した回数（累計）

基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
4 回	10 回	10 回

基本施策6　フィルムコミッションの充実

あるべき将来の姿

フィルムコミッションのロケ等を積極的に受入れ、その活動を情報発信することで、地域の知名度が向上し、交流人口も増加しています。

成果指標	基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
フィルムコミッションでの活動をＰＲした件数（年間）	１件	２件	６件

現状・これまでの取組

- 「いしおかフィルムコミッション」では、石岡ならではの風景や建築物を活用したロケ撮影が円滑に行えるよう支援をしています。専用の Web ページも設けており、ロケ地の情報や、すでに撮影した作品の紹介等を行っています。
- 映画や TV・ドラマ、CM 等、様々なジャンルのロケ地として活用されており、常陸風土記の丘や朝日里山学校、看板建築など、市の魅力発信に寄与しています。

【支援作品事例】
テレビ朝日系ドラマ
『仮面ライダーギーツ』第 28 話
（2023 年１月撮影）
■主演：簡　秀吉
■原作：石ノ森章太郎
■放送局：テレビ朝日（5ch）
■撮影場所：常陸風土記の丘

課題

- ロケ地の適地の情報を、市のホームページ内にある「いしおかフィルムコミッション」にて紹介をしていますが、現状では写真の掲載だけとなっているため、ロケ地の特徴等の情報も今後は掲載していくことが必要です。
- 本市の知名度の向上による観光入込客数の増加に、効果的に繋がるフィルムコミッションとしての取組が必要です。

用語解説　フィルムコミッションとは
　映画、ドラマ、CM などの野外での撮影の誘致及び環境整備を行い、様々な分野の地域活性化を実現することを目的としている公的機関です。

関連計画

・第２次石岡市観光振興計画（令和元年度～令和 10 年度）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
情報提供の充実	ロケ地に関する情報提供を充実するため、ホームページの更新等を行います。	商工観光課 産業プロモーション課
フィルムコミッションの体制強化	より効果的な情報提供を行うため、県や関係機関との連携を図ります。	商工観光課 産業プロモーション課
フィルムコミッションの積極的展開	ロケーション撮影場所となった場所や、映画やドラマなどの作品を通して、本市の魅力や情報の発信を行います。	商工観光課 産業プロモーション課

主要な取組における参考指標

フィルムコミッションロケ地数

作品等のロケ地となった箇所数（累計）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
21 か所	65 か所	36 か所

フィルムコミッション撮影本数

フィルムコミッションの撮影本数（年間）

基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
6 本	5 本	12 本

数多くの映画・ドラマ等の撮影実績有！

いしおかフィルムコミッション

いしおかフィルムコミッション公式ホームページでは、石岡ならではの風景や建築物等を活用したロケ撮影の情報を随時公開しています。これまでの支援作品の紹介や、撮影場所を掲載した、いしおかフィルムツーリズム等を通して、本市の知名度向上や魅力発信を行っています。

【ロケ地：朝日里山学校】

2 歴史・観光

―悠久の歴史と優れた観光資源を活かすまち ―

基本施策 1	歴史・文化財の保存・活用	36
基本施策 2	景観の保全と価値向上	40
基本施策 3	観光の振興	42
基本施策 4	魅力の活用・創出	48
基本施策 5	スポーツを通した関係人口の拡大	52

政策指標

	基準値（令和3年度）	目標値（令和9年度）
石岡市には自慢できる魅力があると思う市民の割合 ※4 段階の内、上位 2 段階を選択した割合	52.8%	71.0%
観光入込客数（年間）	（令和元年度）148 万人	（令和 10 年度）175 万人

基本施策1　歴史・文化財の保存・活用

あるべき将来の姿

市や関係機関、団体、市民が一体となり、歴史・文化財が適切に保存されている環境が整うことで、観光・教育等に歴史・文化財が十分に活用され、市の魅力が向上しています。

成果指標	基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
歴史・文化財を活用した事業数（年間）	5件	7件	7件

現状・これまでの取組

- 本市は、４世紀の古墳時代前期に作られたとされる県内でも最古級の前方後方墳である丸山古墳、５世紀に作られた前方後円墳で東日本第２位の大きさを誇る舟塚山古墳、７世紀から 11 世紀にかけて存在した常陸国府跡をはじめとする多くの国県市の指定史跡や登録文化財などの貴重な歴史遺産や文化財を有し、県内で唯一歴史の里として指定されています。
- 平成 31 年４月改正文化財保護法の施行により、文化財保存活用地域計画の認定制度が創設されました。これにより、まちづくりや観光などの行政分野と連携しながら、文化財などの地域の歴史的資源を総合的に保存・活用をするための枠組みが整備されました。
- 令和元年度には特別史跡常陸国分寺跡保存活用計画を策定し、そのなかで当該史跡の保存の方法や将来的な追加指定について取り決めを行いました。
- ふるさと歴史館では、定期的に趣向を凝らした企画展を開催しています。
- 歴史文化を通して市民に本市への愛着を持ってもらい、地域活性化や地域資源を活用したまちづくりを推進していくことを目的として「石岡市文化財マスタープラン」をベースにした「石岡市文化財保存活用地域計画」を作成しました。文化財を取り巻く環境への対応を図り、文化の伝承と地域資源を活かした総合的な地域づくりに取り組みます。

【国指定文化財一覧】

番号	指定区分	名　称	指定年月日	所在地（管理者）
1	建造物	善光寺楼門	昭 58.12.26	太田 1887（善光寺）
2	有形（考古資料）	埴輪男子像	昭 34.12.18	県立歴史館（広瀬氏）
3	特別史跡	常陸国分寺跡	昭 27.3.29	府中 5-1（石岡市）
4	特別史跡	常陸国分尼寺跡	昭 27.3.29	若松 3-1（石岡市）
5	史跡	舟塚山古墳	大 10.3.3	北根本 597 他（石岡市）
6	史跡	佐久良東雄旧宅	昭 19.3.7	浦須 314-1（飯島氏）
7	史跡	常陸国府跡	平 22.8.5	総社 1（石岡市）
8	史跡	瓦塚窯跡	平 29.10.13	部原 604 他（石岡市）

課題

- 優れた歴史遺産について、市内外への情報発信の強化とともに、市と関係機関、団体、市民が連携して、より魅力ある歴史遺産にしていく必要があります。
- 人口減少により民具・古文書等の個人所有の文化財の寄贈が増えているため、文化財を適切に保管するための環境改善が急務となっています。また、文化財を観光や教育等で活用していくためにも、人材の確保や育成が重要です。
- 文化財の収蔵庫のスペースが不足しています。また、ふるさと歴史館も築 50 年を経過し、老朽化が課題となっています。ふるさと歴史館や文化財の管理施設などとの集約化を含めた文化財施設の拠点整備の検討を進める必要があります。
- 史跡の保存に関しては、公有地化を進めるなどの対策が必要です。
- 歴史ボランティアの会などの市民団体については、今後更なる活動を推進するためにも、新たな会員の確保が必要となっています。
- 市内に点在する歴史遺産を把握・整理することで関連文化財群を構築し、未指定の文化財についても構成要素として評価する必要があります。また、観光資源を連携させることで、広域的な視点も含めて周遊可能な観光エリアを形成することが必要です。
- 教育分野でも体験型の発掘調査や文化財に触れる機会を確保するなど、地域の魅力を再認識し、愛着を高め、歴史・文化を持続させる枠組みづくりが必要となっています。
- 文化財の見学者のために案内看板の設置や休憩所、駐車場、トイレの確保等の環境づくりが必要となっています。

関連計画

・文化財保存活用地域計画
（石岡市文化財マスタープランに代わるものとして令和５年度文化庁認定）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
発掘調査	文化財保護法に基づき市内に所在する遺跡の開発に際し、発掘調査を実施します。	文化振興課
文化財の保存	貴重な文化財を確実に将来に残すための施策を実施します。	文化振興課
文化財の普及	貴重な文化財を次世代に継承していくため、文化財の普及・啓発活動を行います。	文化振興課
文化財の活用事業	本市の歴史遺産をＰＲすることにより市の文化的価値を高める施策を実施します。	文化振興課 商工観光課

主要な取組における参考指標

指定文化財及び登録文化財

国、県、市で指定する文化財及び登録文化財の総数

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
144 件	144 件	147 件

企画展実施数

ふるさと歴史館・常陸風土記の丘で開催する企画展の実施数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
5 回	4 回	5 回

※維持目標

ふるさと歴史館・農村資料室の入館者数

ふるさと歴史館、農村資料室の入館者数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
1,377 人	3,183 人	4,000 人

発掘調査件数（参考値）

開発から文化財を守る試掘調査、重要遺跡確認調査、本格的な発掘調査の総数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	方向性（令和９年度）
41 回	73 回	必要に応じた調査を継続

国府の置かれた地

常陸国の中心　石岡市

奈良・平安時代の本市には国府が置かれていました。これは現在に例えると県庁所在地に相当し、政治や経済の中心地ということになります。発掘調査の結果では県庁に相当する常陸国府跡や瓦の生産を行った瓦塚窯跡が国指定の史跡に、聖武天皇の命により建立された常陸国分寺跡・常陸国分尼寺跡が特別史跡に、奈良時代以前に創建された茨城廃寺跡が市指定の史跡といて、国府にふさわしい古代の様子が明らかになってきています。

【瓦塚窯跡】

本市には県内でも屈指の数多くの文化財があります

石岡市の指定文化財

本市には現在、８件の国指定文化財、37 件の県指定文化財、80 件の市指定文化財が存在しています。これらは石岡の歴史や文化を将来に伝えていくために欠かすことができない貴重なものです。

文化財といっても分野は様々で、例えば佐久良東雄旧宅や舟塚山古墳などは「史跡」に分類され、その中でも、常陸国分寺跡と常陸国分尼寺跡は、全国でも 66 件しかない「特別史跡」に指定されています。

また、「有形文化財」はさらに「建造物」や「彫刻」などに分類されます。本市では善光寺楼門（国指定）や石岡の陣屋門（県指定）が建造物に、若宮地区にある木造十一面観音立像（県指定）や西光院にある木造立木観音菩薩像（県指定）などの仏像は「彫刻」になります。

さらに、「真家のみたまおどり」や「代田の大人形」などの風俗慣習・民俗芸能は「無形民俗文化財」に分類されます。

これらの文化財は地域で管理されている場合や、法人または個人の方が所有している場合が多く、地元のご理解とご協力なしには維持が難しいことが現状です。

【善光寺楼門】

【真家のみたまおどり】

【若宮地区　木造十一面観音立像】

基本施策2　景観の保全と価値向上

あるべき将来の姿

本市が有する歴史・文化・自然それぞれの優れた景観資源を活かしながら魅力ある都市景観が形成されています。

成果指標	基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
住民参加型まちづくりファンド支援事業の実施件数（年間）	１件	２件	５件

現状・これまでの取組

- 本市は、筑波山に代表される山並みや田園空間等の自然景観、常陸国分寺等の史跡や中心市街地の看板建築といった歴史的景観など、多様な景観資源を有しています。
- 本市が有する看板建築や茅葺民家などを景観重要建造物に指定しています。平成 27 年度からは、「石岡市住民参加型まちづくりファンド支援事業基金」を設置し、基金を活用して修景事業を支援することで良好な景観形成と歴史的・文化的景観の継承に努めています。
- 適時適切な森林の整備や管理をするなど、里山の保全に取り組むことで、優れた里山景観を形成しています。
- 茅葺技術の習得と活用を活動分野とする地域おこし協力隊が活躍しています。茅葺に関するネットワークづくりや茅葺の保存、活用による地域振興をとおして、茅葺の魅力を発信するとともに、伝統技術の承継に努めています。

用語解説　修景事業とは
　個人や企業が建築物等を周辺の良好な景観に調和したデザインに改修すること。

【看板建築】

【茅葺民家】

課題

- 八郷地域の自然景観や、石岡地域の中心市街地の歴史的景観を適切に保存していくことが必要です。巨樹や生垣などの地域ならではの景観もあり、地域の特色として大切にする必要があります。一方で、建物の老朽化や所有者の高齢化に伴い茅葺民家や看板建築など歴史的建造物の維持が課題となっています。
- 修景事業の財源となる「石岡市住民参加型まちづくりファンド支援事業基金」は、市民・企業からの寄附金により運用されているため、事業継続のため財源の確保が課題となっています。
- 良好な住環境と都市景観を形成するために、宅地化を目的とする開発事業主及び建築主に対し、無秩序な宅地化と違反建築の防止に向けた、効果的な指導・啓発を行うことが必要です。
- 里山における田園風景には、風景の基となる水田や畑を耕作する担い手、山林などを管理する担い手が大きな役割を果たしています。高齢化などにより担い手不足が進むなかで、田園風景の維持が課題となっています。

関連計画

・石岡市景観計画（平成 24 年度～）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
住民参加型まちづくりファンド支援事業	八郷地域の自然景観や石岡地域の歴史的景観など、本市が誇る良好な景観の保全を目的として、建築物等の修景事業を支援します。	都市計画課
地域おこし協力隊による茅葺民家の保存・継承活動	地域おこし協力隊による茅葺民家の保存及び継承活動をとおして、歴史的景観の価値向上を図ります。	人口創出課 都市計画課

主要な取組における参考指標

まちづくりファンドの寄附件数

まちづくりファンドで寄附を受けた件数（年間）

基準値（令和４年度）	目　標（令和９年度）
3 件	5 件

看板建築の数

市内に現存する看板建築の数

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
33 棟	33 棟	33 棟

※維持目標

基本施策3　観光の振興

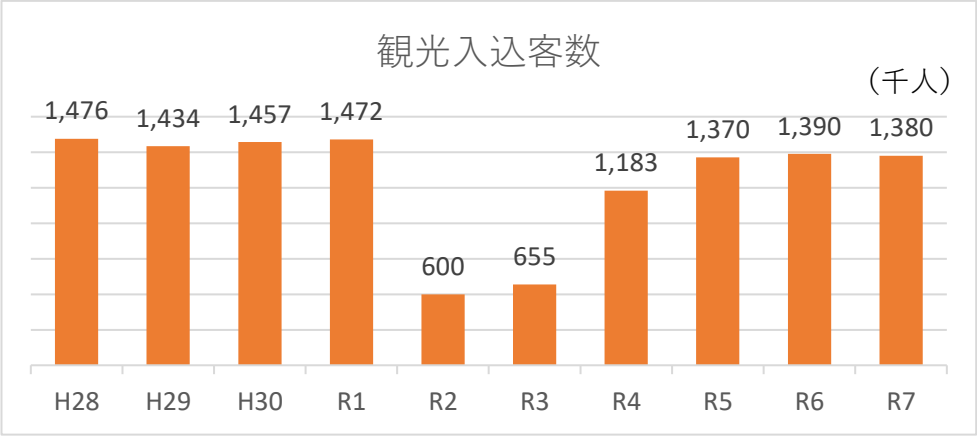
あるべき将来の姿

多様な主体との協働により、豊富な観光資源を磨き上げ、活用し、継承された観光交流都市となっています。

成果指標	基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和 10 年度）
観光入込客数　（年間）	148 万人（※令和元年度）	138 万人	175 万人
1 人当たりの観光消費額（日帰り）	4, 099 円	5, 062 円	5, 200 円
1 人当たりの観光消費額（宿泊）	8, 400 円	14, 376 円	13, 200 円
観光客満足度（来訪者アンケート調査）	71. 2%	89. 0%	80. 0%

現状・これまでの取組

- 本市は筑波山や霞ヶ浦等の自然環境や常陸風土記の丘、やさと温泉ゆりの郷などの観光施設、舟塚山古墳等の歴史遺産など、豊富な観光資源を有しています。また、令和 3 年度にリニューアルした「いばらきフラワーパーク」、「花やさと山」を核として、民間事業者や観光ボランティアなどと連携した周遊観光の推進を図っています。
- 石岡のおまつり（常陸國總社宮例大祭）や柿岡のおまつり（八坂神社祇園祭礼）など地域文化を活用し、観光客の誘客を図っています。
- 現在、本市と桜川市をむすぶ、回遊ルートの１つとして重要な役割になる上曽トンネルが令和７年度に供用を開始しました。
- 観光分野では、地域経済の活性化のため外国人観光客の誘致に積極的に取り組んでいます。そのため、地域と外国人が異なる文化を互いに認め合い、対等な関係を築いて共に生きられる環境を整備しています。
- 積極的な情報発信とおもてなしの強化として「いしおかファンクラブ」を設立しています。



●筑波山地域ジオパーク推進事業として、市内にあるジオサイトの解説板の設置、パンフレットの作成、学校教育への積極的な活用、清掃活動などの保全活動を行っています。
●上曽トンネルにより、県南地域と県西地域が結ばれ、茨城空港までを東西に結ぶ基軸も形成されることから、県南・県西地域間の連携強化が見込まれ、地元産業や物流のほか、観光を支える路線としても期待されています。
●石岡市観光協会については、令和 6 年度に法人化し、引き続き本市の観光事業の中枢を担っています。

課題

●新型コロナウイルス感染拡大の影響により、落ち込んだ観光需要を回復させる施策が必要となります。
●本市は、観光客の多いつくば市や笠間市とも接しているため、果樹のブランド化など市の知名度を高め、周辺市から更に本市へと観光客の誘客を図っていく必要があります。
●観光果樹エリアを維持していくためには、後継者問題等への対応が必要です。
●石岡のおまつりや、いばらきフラワーパークのバラまつり、フルーツ狩りなど、時期により観光客が増加していますが、年間を通して安定した誘客を図ることが課題となっています。
●石岡のおまつりは、本市最大の誘客数を誇る一大イベントとなっていますが、最大限観光に活用するためには、高齢者や障がい者にも配慮した環境整備などを行い、参加する側と見る側双方がともに楽しめるよう、さらなる魅力向上に努める必要があります。
●地域住民や事業者、行政等が一体となり、市内に点在する観光資源を連携させることで、広域的な視点も含めた周遊可能な観光エリアを形成することが必要です。また、歴史遺産やジオサイト等について、観光だけではなく教育分野でも活用するなど、多角的な視点での地域振興が重要です。
●急速に進展するデジタル社会に対応したサイン標示や観光案内板の設置が必要です。
●上曽トンネル開通により、周辺地域を含めた本市の観光への好影響を踏まえて、必要な取組を検討する必要があります。
●観光振興体制の充実のため、法人化した石岡市観光協会の体制強化を図る必要があります。
●常陸風土記の丘周辺地域に関しては、運営方針等の見直しも含めて、魅力ある観光資源の一つとして一体的な利活用を検討する必要があります。

関連計画

・第 2 次石岡市観光振興計画（令和元年度～令和 10 年度）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
新たな観光の推進	デジタル社会への対応やアフターコロナを踏まえた新たな観光を推進します。	商工観光課 産業プロモーション課
観光ＰＲ事業	日本国内に向けて旬の観光情報を提供するばかりでなく、インバウンド消費を拡充するため、海外に向けても市の魅力を積極的に発信するなど、新たな消費者に向けた戦略的な観光ＰＲ活動を実施します。	商工観光課 産業プロモーション課
観光客誘致促進事業	いばらきフラワーパークをはじめとする市内の観光資源や、特産品を活かした魅力向上を推進するとともに、周辺自治体との連携による周遊観光にも注力するほか、自然体験等を通した交流事業を行うことで、観光入込客数の増加を図ります。	商工観光課 産業プロモーション課
観光に関するサインや案内板の設置	デジタル社会に対応したサイン標示や観光案内板を設置することで、観光客の誘客や周遊観光につなげます。	商工観光課
フィルムコミッション	石岡ならではの風景や建築物を活かしたロケ撮影が円滑に行えるよう、様々な支援を行います。	商工観光課 産業プロモーション課
筑波山地域ジオパーク推進事業	筑波山地域ジオパークについて観光・保全・教育等多角的に活用するとともに、周辺環境の整備により交流人口の拡大を図ります。	文化振興課 商工観光課
石岡市観光協会の体制強化	人材育成等の強化とノウハウの蓄積により、持続的な観光振興施策の推進体制を強化します。	商工観光課

主要な取組における参考指標

インバウンドファムツアー開催回数

ターゲット国の観光事業者やメディア等を対象とした現地視察ツアーの開催回数（累計）

基準値（令和４年度）	目　標（令和９年度）
1 回	6 回

観光メニュー設定数

周遊プランの設定数（累計）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
0 プラン	2 プラン	5 プラン

観光サイン・案内板の設置箇所数

観光に関するサイン・案内板の設置箇所数
（累計：新設・改修含む）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
38 か所	41 か所	40 か所

ジオパーク関連事業数

筑波山地域ジオパークに関連する事業
（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
10 件	12 件	10 件

※維持目標

フィルムコミッション撮影本数

フィルムコミッションの撮影本数（年間）

基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
6 本	5 本	12 本

大地の公園「ジオパーク」　教育・保全・観光を主軸とした新たな地域振興

筑波山地域ジオパーク

ジオパークは、地質学的に貴重な、あるいは景観として美しい地形・地質などの「大地の遺産」を保護するとともに、教育、ツーリズムなどの推進に活用し、地域の持続可能な展開に寄与することを目的としています。なお、「ジオ」は「地球・大地」という意味があり、ジオパークは「大地の公園」とも言われています。

石岡市、笠間市、桜川市、つくば市、土浦市、かすみがうら市の６市からなる筑波山地域ジオパークは、住む人にも訪れる人にも「みんなに愛される地域づくり」を目指しています。

本市のジオサイトの主な見どころは「龍神山雲母片岩の露頭」「波付岩」「鳴滝」等、多種多様で自然豊かなスポットが数多くあります。

五感を刺激する本市の観光拠点

いばらきフラワーパーク・花やさと山

五感を刺激する「いばらきフラワーパーク」と、非日常的な空間でのアウトドア体験や宿泊ができる「花やさと山」は、本市ならではの豊かな自然を最大限活かした観光スポットです。四季折々の花々や様々な里山体験ができる本施設を観光拠点として、市内外に魅力を発信しています。

【いばらきフラワーパーク園内の様子】

【いばらきフラワーパークイルミネーション】

【花やさと山のサークルロッジ】

【花やさと山と満開のソメイヨシノ】

常陸國總社宮例大祭

石岡のおまつり

毎年９月 15 日と敬老の日を最終日とする３日間で行われる石岡のおまつり（常陸國總社宮例大祭）は、創建千年を誇る古社・常陸國總社宮の最も重要なおまつりです。期間中は 50 万人以上の見物客で、市街地は大にぎわいとなります。

八坂神社祇園祭礼

柿岡のおまつり

柿岡のおまつりは、八坂神社の祇園祭として、毎年７月の第４日曜日を含む土・日曜日の２日間にわたって行われます。

県内では珍しい民俗芸能である柿岡からくり人形をはじめとして、柿岡新宿「ささら舞」や柿岡舘「獅子舞」、山車がにぎやかに練り歩くお祭りです。

基本施策4　魅力の活用・創出

あるべき将来の姿

関係機関や市民等の参画により、市の魅力を活用・創出するための活動が行われており、市内外に発信しています。

成果指標	基準値（令和３年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和９年度）
石岡市には自慢できる魅力があると思う市民の割合	52.8%	56.1%	71.0%

※市民意識調査の結果。４段階の内、上位２段階（思う・どちらかといえば思う）を選択した割合

現状・これまでの取組

- 本市には、古墳時代から連なる歴史を紡ぐ丸山古墳や舟塚山古墳、奈良時代には国分寺や国分尼寺が置かれ、常陸国府跡をはじめとする国県市の指定史跡や登録文化財が数多く存在します。また、看板建築など歴史的景観が残る中心市街地、茅葺民家や里山の豊かな自然環境が残る八郷地区、国内第２位の面積を誇る霞ヶ浦を望む高浜地区など、多種多様な特色ある資源を有しています。
- 本市は都心から 70 キロ圏に位置し、新たに開通した上曽トンネルや朝日トンネルなどの交通インフラに加え、茨城空港も近隣に位置し、アクセス環境に恵まれています。
- 民家を活用したカフェや民泊事業、里山を活かした自然体験など新たな視点で魅力を活用しようとする取組が広まっており、その機運は日々高まっています。
- 移住相談や移住支援金、新規就農者支援、住宅建築費用の一部補助、新婚世帯や子育て世帯の新生活支援など、本市の魅力を活かした様々な移住支援を展開しています。また、移住定住支援ポータルサイト「MIPPE（みっぺ）」により、情報発信を行っています。
- 新型コロナウイルス感染症がもたらした新たな生活様式として、リモートワークの定着など、働き方にも変化が生じています。都心からのアクセス条件がよく、豊かな里山景観を保有する本市の魅力を効果的に発信し、移住定住の促進を図っています。
- 地域の魅力発掘・磨き上げや地域振興につなげるために、地域おこし協力隊が活躍しています。本市の魅力を活かした地域課題の解決に向けて取り組んでいます。

【霞ヶ浦と筑波山】

【舟塚山古墳】

課題

- 行政が行う各種施策だけではなく、市民や、本市に興味を持つ人などとの協働によって、市の魅力を高めていくことが重要です。
- 本市が有する地域資源の中には、さらなる活用の余地がある資源や新たに創出される資源が数多くあります。市民参画として、地域の住民がそれぞれの地区の魅力を発表しあう場の提供などにより、それぞれの魅力を磨き上げ、活用することで、地域活性化を図るとともに、市内外へ発信していく必要があります。
- 定住人口が減少する中で、東京圏との交流機会の創出や情報発信を継続し、交流人口・関係人口の増加と移住推進を図る必要があります。あわせて、柔軟な働き方へ対応できる環境整備や、豊かな里山景観を活かした移住施策の展開により、移住希望者に選ばれる地域を目指すことが重要です。
- 移住を希望する方に向け、ニーズに応じたきめ細かな相談や支援策を行う必要があります。
- 市外の人も本市に関心を持ち、まちづくりに多様に関われる機会を提供する必要があります。

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
市民参画の推進	茨城大学、地元企業、県内市町村及び市内高校等と連携し、「茨城の魅力を探究し、発信する高校生コンテスト（通称：いばたん）」による魅力発見を行います。	政策企画課
歴史探訪事業	価値のある文化財を探訪し、理解を深めることで文化財に対する市民の興味を引き出します。	文化振興課
地域おこし協力隊	３大都市圏を中心とする都市地域からの人材を受け入れ、本市の地域の魅力発掘・磨き上げや地域振興につなげます。	人口創出課
移住推進事業	移住を希望する方へ、魅力の PR とニーズに応じたきめ細かな相談・支援を行い、移住推進につなげます。	人口創出課

主要な取組における参考指標

市民参画型事業の実施回数

本市の魅力向上を目指した市民参画型事業の実施回数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
0 回	1 回	2 回

歴史探訪事業実施回数

歴史探訪事業の実施回数（年間）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
3 回	7 回	5 回

移住者数

本市の移住施策を活用して移住した人数（累計）

基準値（令和４年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
104 人	117 人	1,000 人

地域おこし協力隊員数

地域おこし協力隊の隊員として採用した人数（累計）

基準値（令和２年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
2 人	10 人	16 人

里山の魅力発見！

新たな視点での里山活用の取組

里山の資源を活用して、間伐材である「ながら」を使用した「ながらプロジェクト」や、森や里山で子どもの自然体験受入れを行う「八郷留学」などの活動が行われています。

【ながらプロジェクト】

【八郷留学】

古民家の魅力の活用

古民家利活用

古民家を交流や観光の拠点として捉え直し、カフェなどに活用しようとする取組が広まっています。

【シェア工房 BONCHI】

【BookCafe えんじゅ】

通称「いばたん」！

茨城の魅力を探究し、発信する高校生コンテスト

高校生がまちや地域の魅力を探究し、YouTube などで発信する取組を通じて、ふるさとの魅力を語ることができる人材を育てることを目的に開催されるコンテストです。茨城大学や地元企業、県内市町村等で構成される実行委員会主催で市内の高校生が参加しています。

【高校での授業活用の様子】

【令和７年度の高校生コンテスト最優秀賞
石岡第二高等学校】

基本施策5　スポーツを通した関係人口の拡大

あるべき将来の姿

スポーツを通して、市外から多くの人が本市を訪れ、市民と交流することで、関係人口が拡大しています。

成果指標	基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目標（令和 13 年度）
スポーツを通して市外の方と交流している市民の人数（年間）	896 人	760 人	3,800 人

現状・これまでの取組

- 本市が有する豊かな自然環境を活かして、山地ではパラグライダーなどのスカイスポーツ、里山では山道などの未舗装の路を走るトレイルランの大会が開催され、多くの参加者でにぎわっています。
- 八郷地域の田園風景や霞ヶ浦湖畔のナショナルサイクルルートの指定を受けたつくば霞ヶ浦りんりんロードを中心とした良好な景観のなかで、ロードバイクなどによるサイクリングも盛んとなっています。
- 「つくばねマラソン（最長 10 ㎞）」を令和５年度から「石岡つくばねハーフマラソン Live every moment！」に移行しました。本市の歴史と伝統、文化や自然などの魅力を広く発信し、交流人口の拡大や市内全域の活性化を目指すとともに、マラソンを通じた健康増進や体力づくりに寄与します。

【恋瀬川サイクリングコース】

【石岡つくばねハーフマラソン Live every moment！(令和７年度開催)】

課題

- 市外から多くの方が本市を訪れ、観光としてスポーツを楽しんでいることからも、拠点整備などによる市民との交流の場づくりを行い、地域の担い手として関わっていく仕組みづくりが必要です。
- スカイスポーツやトレイルラン、サイクリング等のほか、自然環境を活かした石岡ならではのスポーツを推進するとともに、ニュースポーツ等の多様なスポーツを通じて、近隣自治体とも連携し、広域的な関係人口の拡大につなげていく必要があります。
- スポーツによる関係人口の拡大は、来訪者を対象とした宿泊業（宿泊数の確保）・飲食業や交通産業など地域経済に大きな影響があることから、スポーツを活用した地域の活性化を推進する必要があります。

関連計画

・石岡市スポーツ推進計画（平成 30 年度～令和 9 年度）
・第 2 次石岡市観光振興計画（令和元年度～令和 10 年度）
・石岡市りんりんタウン構想（令和元年度～令和 10 年度）

主要な取組

取組名	取組内容	担当課
スポーツを通じた交流事業の開催	市民と市外の方が、スポーツを通じた交流ができるよう、関係団体と連携しながら様々なイベント等を開催し、交流事業を推進します。	スポーツ振興課
スポーツイベントの実施	市内外からのスポーツ愛好家を集めたイベントを開催し、関係人口の拡大に努めます。	スポーツ振興課

主要な取組における参考指標

スポーツを通じた交流事業の実施回数

関係団体と連携したイベントなどの交流事業の実施回数（年間）

基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
2 回	2 回	4 回

スポーツイベントの参加者数

サイクリング、マラソン大会、トレイルラン大会の参加者数（年間）

基準値（令和元年度）	実績値（令和７年度）	目　標（令和９年度）
2,599 人	4,098 人	4,600 人

日本有数のフライトエリア

スカイスポーツ

本市には、足尾山や吾国山、真家山、峰寺山の４か所にハンググライダー・パラグライダーの離陸場があり、日本有数のフライトエリアとして知られ、多くのフライヤーたちから人気を集めています。体験フライトもできるので初心者の方でも気軽にスカイスポーツに親しむことができます。

また、数多くのハンググライダーやパラグライダーが大空を舞っている様子をご覧いただくこともでき、雄大な気持ちになれる本市の人気観光スポットとなっています。

【パラグライダー】

自然の中を駆け抜ける

トレイルラン大会

本市では、のどかな春の里山風景が広がる自然の中を駆け抜ける「いしおかトレイルラン大会」と自然豊かな筑波連山の中で走る「筑波連山天空ロード＆トレイルラン大会」の２つのトレイルラン大会が開催されています。

例年多くの方が参加しており、本市を代表するスポーツイベントの一つとなっています。