

茨城県の経済動向

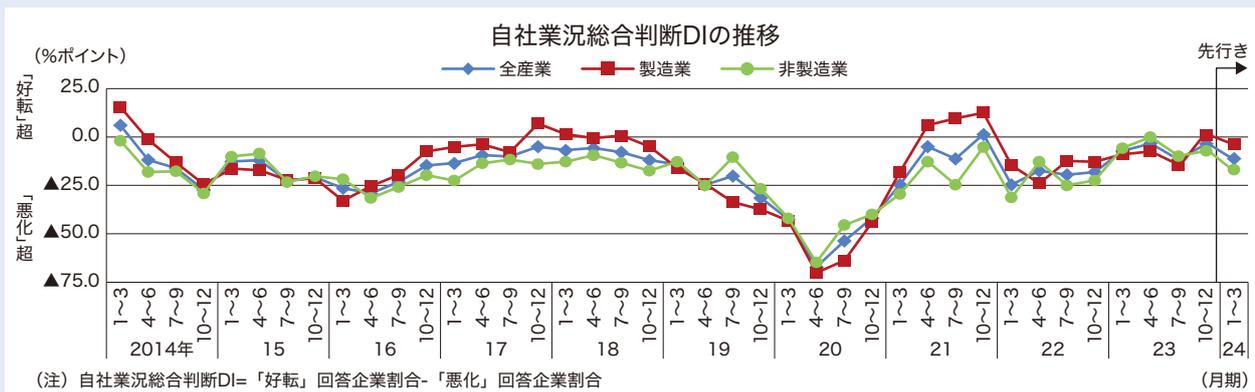
(2024年1月調査)

地域研究部 調査役 **金子 充**
 地域研究部 研究員 **中橋 彩乃**

県内経済は、物価高などの影響を受けつつも、持ち直している

<今月のポイント>

- 県内経済は、一部に弱さがみられるものの、個人消費を中心に経済活動の正常化が進んでおり、総じてみれば物価高などの影響を受けつつも、持ち直している。
- 総合判断は据え置き。個人消費は、供給側の販売動向などからは緩やかな回復が続く。設備投資も、中小企業における投資計画・実績が改善しており、持ち直している。一方、関連指標の推移を踏まえ、公共投資は「持ち直しの動きに足踏みがみられる」、雇用情勢は「横ばい圏内で推移している」に判断を引き下げ。
- 当社の「茨城県内主要企業の経営動向調査 (23年10-12月期)」によると、県内企業の景況感を表す自社業況総合判断DIは、供給制約の緩和等による製造業の大幅改善等により、全産業で▲3.5%と前期 (▲11.7%) から8.2pt上昇し2期振りに改善。
- 先行きは、物価高が企業や家計にもたらす影響、為替動向、中国などの海外経済減速の行方などについて引き続き注視する必要がある。



<基調判断・天気図>

	基調判断		天気図		
	前月からの変化	2024年1月調査	23年11月調査	12月調査	24年1月調査
総合判断	➡	物価高などの影響を受けつつも、持ち直している			
生産活動	➡	横ばい圏内で推移している			
設備投資	➡	持ち直している			
住宅投資	➡	弱含みにある			
公共投資	➡	持ち直しの動きに足踏みがみられる			
個人消費	➡	緩やかに回復している			
雇用情勢	➡	横ばい圏内で推移している			

◆基調判断に添えた矢印は方向感を、天気図は水準を示します

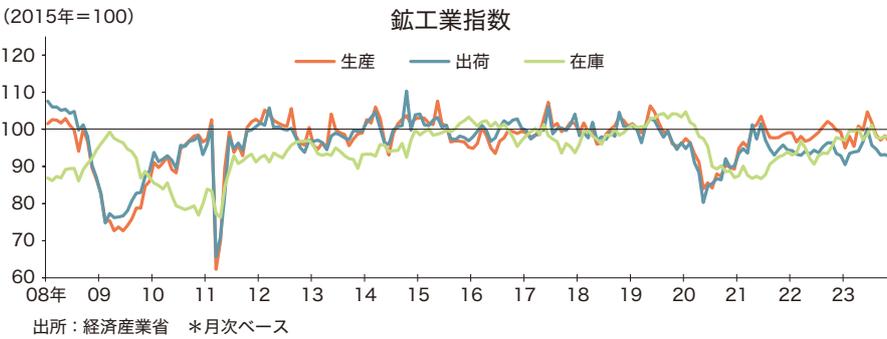
1 生産活動 横ばい圏内で推移している

11月の鉱工業生産指数(2015年=100、季節調整値^(※))は96.6、前月比1.7%減と2か月振りに低下した。

企業ヒアリング(12月)では、「サプライチェーン停滞が改善され、歩留まりしていた作業(生産)が動き出した」(電気機械)、「半導体等の部品は順調に確保され、生産は高水準が続いた」(輸送用機械)など、半導体等の供給制約の緩和により生産・受注が回復したとの声が目立った。一方で「欧州における金利上昇や中国の不動産危機などの影響で、海外向けの建機の販売が落ち込んでいる」(はん用機械)、「円安による原材料価格の高騰をカバーできない状況が続いており、収益面が厳しい」(繊維)といった声も聞かれた。

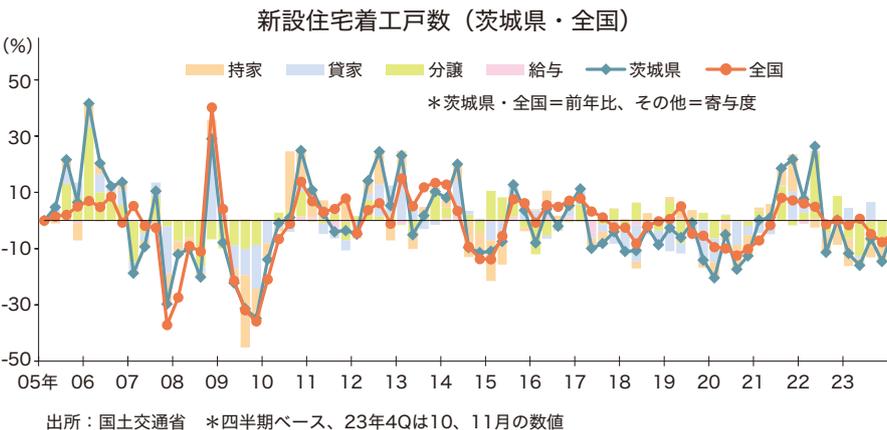
以上を踏まえ、基調判断は「横ばい圏内で推移している」との判断を据え置いた。

※: 原数値から季節要因を調整した数値



2 住宅投資 弱含みにある

11月の新設住宅着工戸数は1,282戸、前年同月比7.7%減と2か月振りに前年水準を下回った。内訳をみると、持家は575戸、同12.3%減と9か月連続で減少、貸家は494戸、同0.2%減と3か月振りに減少、分譲住宅は212戸(うちマンション0戸)、同8.2%減と4か月連続で減少した。住宅投資は主力の持家や分譲住宅の低調が続いており、建築コスト上昇により販売側でも供給に慎重な見方があることを踏まえ「弱含みにある」との判断を据え置いた。



●鉱工業指数(季調値)(11月)

	前月比
生産	96.6 △1.7%
出荷	92.7 △0.5%
在庫	97.8 △0.3%

●主要業種の鉱工業指数(季調値)(11月)

(生産)	前月比
化学工業	100.7 14.6%
食品・たばこ工業	96.2 0.6%
汎用・業務用機械工業	104.1 10.2%
生産用機械工業	94.9 △18.8%
金属製品工業	87.0 △6.6%
電気機械工業	104.0 △2.0%

●県内税関輸出額(11月)

	前年同月比
鹿島	574.13億円 15.8%
日立	1,698.56億円 18.0%
つくば	96.68億円 △8.7%

●新設住宅着工戸数(11月)

	前年同月比
持家	575戸 △12.3%
貸家	494戸 △0.2%
分譲	212戸 △8.2%
給与	1戸 △85.7%
合計	1,282戸 △7.7%

*四半期ベース(「市」のみ合計)(23年7-9月期)

	前年同期比
県北	331 △23.9%
県央	1,127 △24.7%
鹿行	318 △22.6%
県西	514 △15.7%
県南	1,591 0.4%
合計	3,881 △14.5%

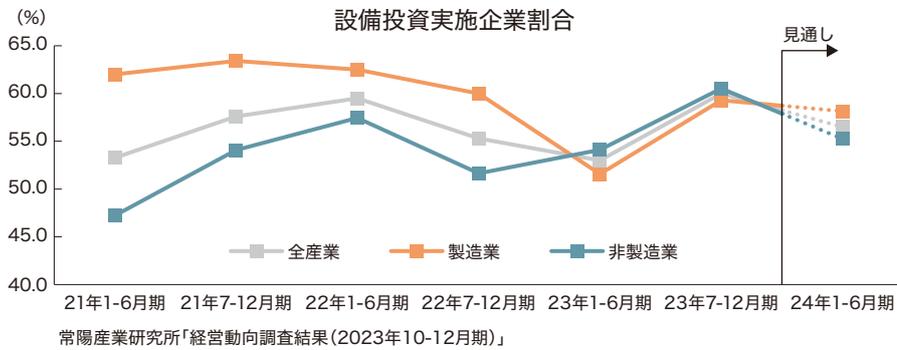
3 設備投資 持ち直している

11月の建築物着工床面積（民間非居住用）は、工場や店舗などの増加により66千㎡、前年同月比49.0%増と3か月振りに前年水準を上回った。

日銀短観（茨城県、23年12月）によると、県内企業の23年度の設備投資額（※）は、大企業を含めた全産業ベースで、前年度比0.9%減ながら、中小企業では同22.8%増であった。また、当社の企業調査（23年12月）では、23年7-12月期の設備投資実施企業割合（件数ベース）は、全産業で60.0%（前期比7.0pt増）であった。

設備投資は、金額ベースで非製造業に弱さがみられるが、中小企業での投資計画・実績が改善していることを踏まえ「**持ち直している**」との判断を据え置いた。

※：除く土地購入（投資）額、含むソフトウェア（投資額）



●建築物着工床面積（11月）

民間非居住用	前年同月比
66千㎡	49.0%

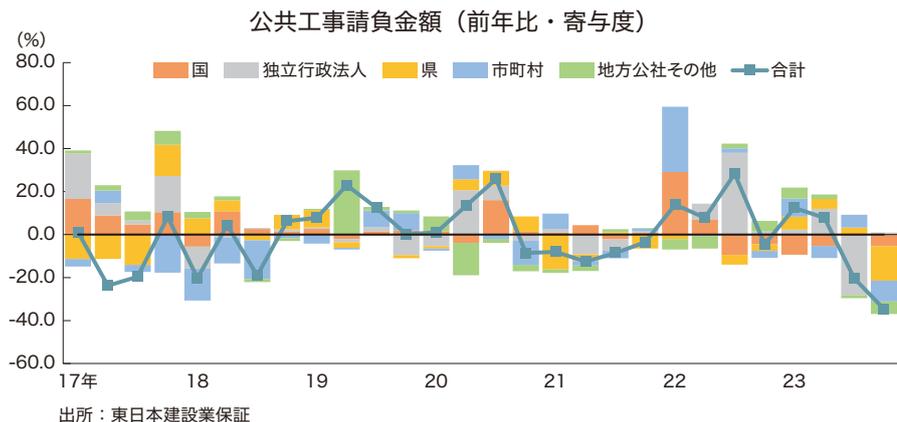
●23年12月日銀短観<茨城県>設備投資額*（23年度計画）

※ソフトウェアを含む（除く土地投資額）

	前期比
全産業	△ 0.9%
製造業	5.5%
非製造業	△ 13.5%
うち中小企業	22.8%
製造業	13.4%
非製造業	28.2%

4 公共投資 持ち直しの動きに足踏みがみられる

12月の公共工事請負金額は181億53百万円、前年同月比4.3%減と4か月連続で前年水準を下回った。内訳をみると、国（同17.2%増）、独立行政法人（同2.3倍）、市町村（同22.1%増）が増加したものの、県（同32.4%減）の減少が全体の減少に影響した。4-12月期累計では前年同期比10.7%減（4か月連続の減少）。公共投資は、請負金額の前年割れが続いていることを踏まえ「**持ち直しの動きに足踏みがみられる**」と判断を引き下げた。



●公共工事請負金額（12月）

国発注	前年同月比
1,692百万円	17.2%
独法発注	129.4%
2,345百万円	
県発注	△ 32.4%
4,654百万円	
市町村発注	22.1%
8,315百万円	
地方公社発注	13.3%
110百万円	
その他発注	△ 61.7%
1,034百万円	
合計	△ 4.3%
18,153百万円	

● // 当月までの年度累計（23年4-12月）

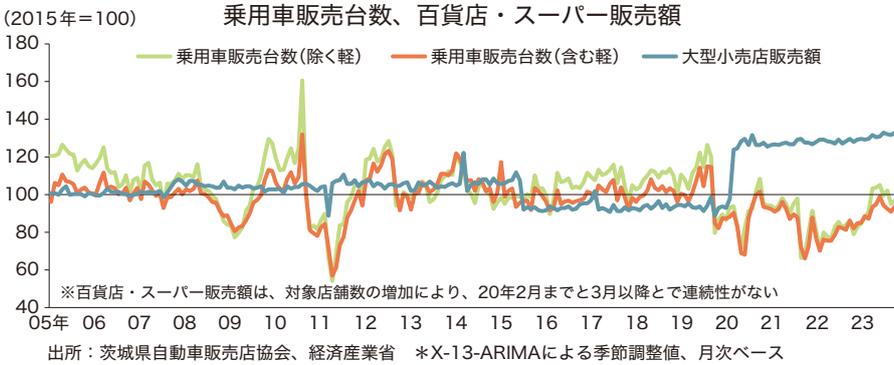
23年度累計	前年度比
300,192百万円	△ 10.7%

5 個人消費 緩やかに回復している

12月の乗用車販売台数（乗用車新規登録台数+軽乗用販売台数）は7,946台、前年同月比6.5%増と、12か月連続で前年水準を上回った。

11月の百貨店・スーパー販売額（全店）は、前年同月比4.0%増と9か月連続で、ドラッグストアは同5.6%増と31か月連続で、コンビニエンスストアは同0.7%増と24か月連続で前年水準を上回る等、小売店販売額は総じてみれば底堅く推移している。企業ヒアリング（12月）では、「茨城DCや体験王国いばらき割の効果もあり（10-12月期の）売上は好調」（宿泊業）といった声が聞かれた。

このように、個人消費は、総じてみれば経済活動の正常化を背景に持ち直しの動きが続いていることから「**緩やかに回復している**」との判断を据え置いた。



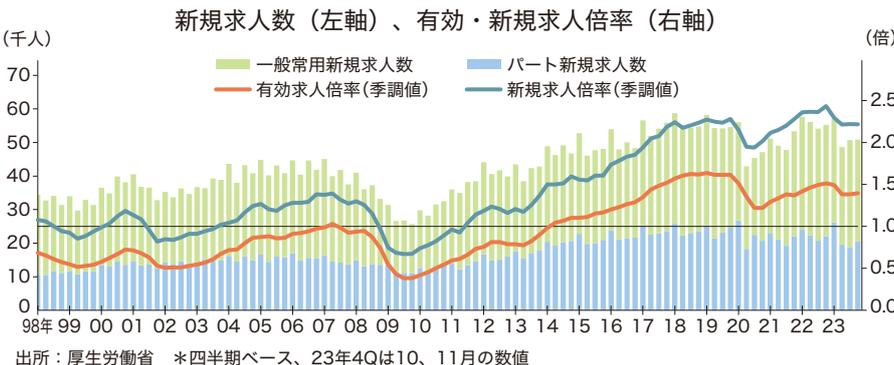
6 雇用情勢 横ばい圏内で推移している

11月の雇用関連指標を季節調整値でみると、有効求人倍率（=有効求人数/有効求職者数）は1.37倍、前月比0.05pt減と2か月振りに低下した。

新規求人数は16,915人、前年同月比7.3%減と6か月連続で前年水準を下回っている。新規求職者数は6,831人、同0.2%減と3か月振りに前年水準を下回った。

失業者を示す雇用保険受給者数は8,587人、前年同月比7.8%増と8か月連続で前年水準を上回った。事業主都合離職者数は443人、前年同月と同じであった。

このように雇用情勢は、有効求人倍率が均してみれば横ばいで推移しており、新規求人数の前年割れや雇用保険受給者数の増加傾向が続いていることも踏まえ「**横ばい圏内で推移している**」と判断を引き下げた。



●大型小売店販売額（11月）

	前年同月比
全店ベース	4.0%
既存店ベース	2.0%

●専門量販店販売額（11月）

家電	△ 0.7%
ドラッグストア	5.6%
ホームセンター	4.6%
コンビニ	0.7%

●新車登録台数（12月）

普通乗用車	24.7%
小型乗用車	△ 0.8%
軽乗用車	△ 7.6%
普通・小型・軽合計	14.7%

●求人倍率〈季調値〉(11月)

受理地ベース	前月比
有効求人倍率	1.37倍 △0.05pt

新規求人倍率	2.23倍 0.03pt
--------	--------------

就業地ベース	
有効求人倍率	1.55倍 △0.06pt

新規求人倍率	2.48倍 △0.05pt
--------	---------------

●雇用保険受給者数（11月）

	前年同月比
8,587人	7.8%

茨城県の主要経済指標

企業 景況感	自営業総合判断DI		生産関連 指標	鉱工業生産指数 2015年=100			生産者出荷指数 2015年=100			生産者製品在庫指数 2015年=100			
	製造業	非製造業		指数	前期(月)比(%)	前年比(%)	指数	前期(月)比(%)	前年比(%)	指数	前期(月)比(%)	前年比(%)	
													2020 年度
19 IV	△ 37.4	△ 26.7	2020 年度	90.0	△ 9.3	-	89.1	△ 9.0	-	84.8	△ 13.1	-	
20 I	△ 43.2	△ 42.0	2021	99.2	10.2	-	95.6	7.3	-	94.5	11.4	-	
II	△ 70.1	△ 64.7	2022	98.6	△ 0.6	-	93.9	△ 1.8	-	97.0	2.8	-	
III	△ 63.7	△ 45.4	2022 10	101.2	△ 0.9	4.6	96.4	0.0	2.7	95.4	2.0	3.4	
IV	△ 43.9	△ 40.0	11	99.8	△ 1.4	1.2	93.5	△ 3.0	△ 2.3	97.8	2.5	6.0	
21 I	△ 18.0	△ 29.4	12	99.3	△ 0.5	△ 1.5	92.9	△ 0.6	△ 3.5	97.4	△ 0.4	4.6	
II	6.1	△ 12.7	2023 1	95.0	△ 4.3	△ 2.4	90.5	△ 2.6	△ 3.0	97.1	△ 0.3	4.2	
III	9.6	△ 24.6	2	98.1	3.3	1.4	93.5	3.3	0.8	99.7	2.7	6.5	
IV	12.5	△ 5.2	3	95.4	△ 2.8	△ 2.8	93.9	0.4	0.9	99.5	△ 0.2	2.8	
22 I	△ 14.6	△ 31.2	4	100.9	5.8	2.3	94.1	0.2	△ 1.2	100.2	0.7	5.4	
II	△ 24.0	△ 12.8	5	99.8	△ 1.1	4.4	96.6	2.7	5.4	97.2	△ 3.0	5.4	
III	△ 12.4	△ 25.0	6	104.7	4.9	6.6	100.2	3.7	6.2	98.6	1.4	8.8	
IV	△ 12.8	△ 22.4	7	101.8	△ 2.8	2.6	95.7	△ 4.5	2.2	101.1	2.5	8.8	
23 I	△ 9.0	△ 5.7	8	98.5	△ 3.2	△ 2.2	94.7	△ 1.0	△ 0.6	97.9	△ 3.2	4.7	
II	△ 7.4	0.0	9	97.1	△ 1.4	△ 6.6	93.1	△ 1.7	△ 4.6	97.6	△ 0.3	4.4	
III	△ 14.3	△ 9.8	10	98.3	1.2	△ 1.2	93.2	0.1	△ 1.6	98.1	0.5	2.8	
IV	1.2	△ 7.1	11	96.6	△ 1.7	△ 3.3	92.7	△ 0.5	△ 0.8	97.8	△ 0.3	0.0	
出所	常陽産業研究所		出所	茨城県統計課									

投資関連 指標	公共工事請負金額						新設住宅着工				建築物着工床面積 (民間非居住用)	
	県		市町村		戸数		床面積					
	金額(百万円)	前年比(%)	金額(百万円)	前年比(%)	金額(百万円)	前年比(%)	戸数(戸)	前年比(%)	面積(千㎡)	前年比(%)	面積(千㎡)	前年比(%)
2020 年度	387,697	7.3	119,063	7.1	134,413	△ 1.2	16,380	△ 7.8	1,601	△ 7.2	1,091	△ 23.9
2021	368,366	△ 5.0	112,408	△ 5.6	121,617	△ 9.5	20,861	27.4	1,840	14.9	2,113	93.7
2022	414,920	12.6	108,373	△ 3.6	126,985	4.4	17,498	△ 9.7	1,624	△ 11.7	1,497	△ 29.2
2022 10	34,099	△ 10.3	12,327	△ 24.0	11,720	△ 0.6	1,289	△ 16.7	121	△ 20.2	196	30.7
11	26,226	△ 14.3	10,962	△ 12.1	9,348	△ 12.7	1,389	△ 24.1	127	△ 26.4	44	△ 61.5
12	18,964	31.6	6,886	68.8	6,811	△ 14.9	1,406	12.6	131	2.0	46	△ 86.9
2023 1	13,143	19.6	2,512	28.0	5,356	142.2	1,181	△ 40.2	106	△ 40.6	228	△ 23.7
2	14,859	30.2	4,191	42.9	4,581	11.7	1,322	13.0	120	6.4	59	△ 69.2
3	50,905	6.5	17,660	16.3	6,500	51.8	1,738	△ 8.5	153	△ 9.9	227	△ 12.6
4	21,743	△ 18.5	5,301	△ 11.1	2,569	△ 15.5	1,315	△ 3.3	121	△ 11.9	89	△ 13.8
5	38,262	19.0	2,965	△ 39.2	8,756	△ 20.9	1,416	7.8	129	3.2	64	△ 56.8
6	49,400	15.8	14,529	99.3	19,241	△ 12.9	1,296	△ 20.6	119	△ 18.9	117	34.1
7	33,911	△ 11.1	8,659	11.6	19,856	6.6	1,351	△ 9.8	126	△ 9.9	140	△ 34.2
8	37,383	1.1	12,849	△ 6.8	15,352	27.1	1,196	△ 29.5	108	△ 31.8	163	159.5
9	52,306	△ 34.7	19,192	35.5	20,600	30.8	1,614	△ 3.6	143	△ 9.5	81	△ 3.2
10	27,042	△ 20.7	9,181	△ 25.5	9,968	△ 14.9	1,348	4.6	119	△ 1.3	50	△ 74.7
11	21,987	△ 16.2	9,170	△ 16.3	8,223	△ 12.0	1,282	△ 7.7	114	△ 10.6	66	49.0
12	18,153	△ 4.3	4,654	△ 32.4	8,315	22.1	-	-	-	-	-	-
出所	東日本建設業保証						国土交通省					

消費関連 指標	家計消費支出 (水戸市)(勤労者世帯)		百貨店・スーパー販売額		専門量販店販売額			消費者物価指数(水戸市) 2020年=100		新車登録台数				
	支出額(千円)	前年比(%)	全店ベース		家電	ドラッグストア	ホームセンター	コンビニ	指数	前年比(%)	普通・小型乗用車+軽乗用車		普通・小型乗用車	
			前年比(%)	前年比(%)							台数(台)	前年比(%)	台数(台)	前年比(%)
2020 年度	315	4.6	6.2	1.1	8.0	7.5	9.4	△ 3.2	99.9	△ 0.4	101,060	△ 7.5	66,311	△ 9.5
2021	299	△ 5.2	0.6	△ 0.1	△ 7.1	3.6	△ 3.1	1.3	100.0	0.1	89,428	△ 11.5	59,633	△ 10.1
2022	339	13.4	0.6	0.4	△ 4.9	5.3	△ 1.4	4.0	103.4	3.4	93,364	4.4	60,142	0.9
2022 10	452	70.1	1.7	1.7	△ 4.8	6.7	0.1	6.3	103.9	3.8	7,863	35.6	4,871	27.4
11	296	8.4	0.4	0.8	△ 8.7	6.2	△ 2.2	5.9	104.0	4.0	7,894	2.0	4,967	△ 1.4
12	412	1.5	1.8	2.2	△ 5.9	10.1	△ 0.1	3.9	104.5	4.5	7,464	△ 0.7	4,709	△ 10.6
2023 1	310	13.2	0.9	1.1	△ 11.2	6.8	△ 2.4	3.4	105.3	5.3	8,779	14.5	5,546	6.6
2	267	△ 0.2	0.0	△ 0.4	△ 6.8	4.3	△ 2.0	4.6	104.7	4.3	9,224	20.6	6,043	23.5
3	315	△ 24.4	0.5	△ 0.1	△ 1.7	4.8	△ 2.3	4.4	104.8	3.5	11,925	11.6	8,235	13.9
4	304	△ 10.9	3	1.6	△ 9.1	7.7	0.9	4.5	105.4	3.8	7,411	22.7	5,010	31.8
5	282	△ 23.6	2	0.6	△ 14.1	7.9	△ 2.7	3.4	105.3	3.5	7,229	32.3	4,791	37.0
6	358	9.4	2.5	1.5	△ 18.4	7.5	△ 4.0	1.3	105.5	3.8	8,355	20.4	5,696	25.8
7	402	28.3	3.3	2.4	3.7	8.8	5.7	3.9	105.5	3.0	7,857	7.7	5,486	16.4
8	289	△ 16.1	3.8	2.7	△ 2.2	5.7	△ 0.8	4.1	106.0	3.0	6,945	18.8	4,697	23.7
9	343	8.1	2.4	1.4	△ 5.3	8.7	△ 0.5	2.9	106.2	2.9	9,258	7.3	6,017	10.7
10	375	△ 16.9	2.5	0.7	△ 8.0	7.4	1.3	1.9	107.1	3.1	8,663	10.2	5,583	14.6
11	296	△ 0.3	4.0	2.0	△ 0.7	5.6	4.6	0.7	106.5	2.3	8,948	13.4	5,911	19.0
12	-	-	-	-	-	-	-	-	106.8	2.3	7,946	6.5	5,401	14.7
出所	総務省		関東経済産業局					茨城県		茨城県自動車販売店協会				

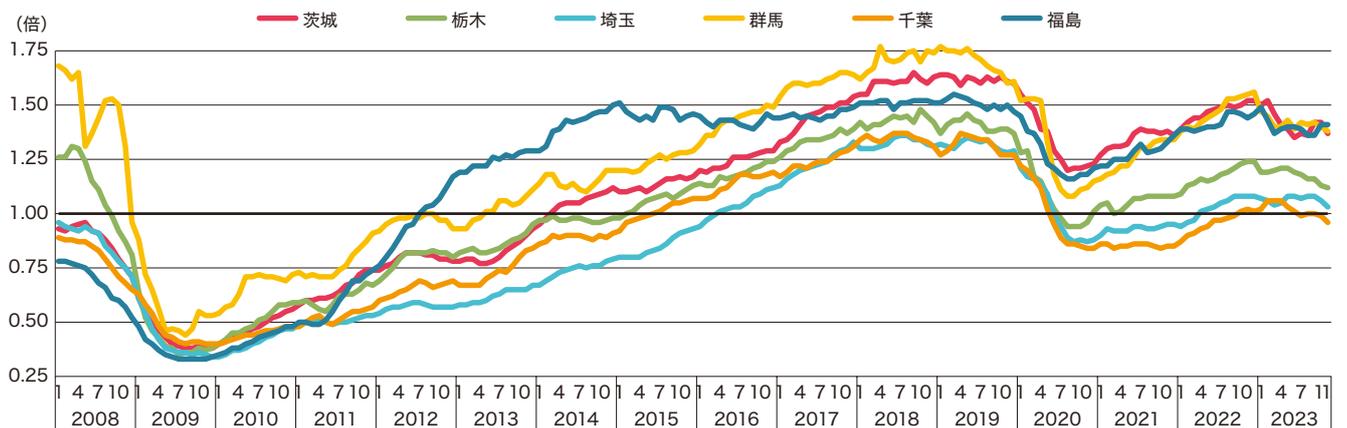
労働関連指標	常用雇用指数 (事業所規模5人以上)				現金給与総額名目・実質賃金指数 (事業所規模5人以上)				所定外労働時間指数 (事業所規模5人以上)		有効求人倍率		新規求人倍率		失業者数 (雇用保険受給者数)	
	全産業		製造業		名目		実質		全産業	製造業	季節調整値	原数値	季節調整値	原数値	人数(人)	前年比(%)
	指数	前年比(%)	指数	前年比(%)	指数	前年比(%)	指数	前年比(%)	指数	指数	倍率(倍)	倍率(倍)	倍率(倍)	倍率(倍)		
2020 年度	99.8	△ 1.1	99.9	△ 1.9	100.2	△ 0.9	100.3	△ 0.3	87.4	71.5	-	1.27	-	2.00	9,184	23.4
2021	100.1	0.3	99.9	0.0	100.3	0.1	100.3	△ 0.0	98.6	115.2	-	1.38	-	2.24	8,386	△ 8.7
2022	100.9	0.8	99.8	△ 0.1	104.9	4.6	100.9	0.6	97.6	116.1	-	1.49	-	2.34	7,744	△ 7.7
2022 10	101.0	1.6	99.2	△ 0.6	82.8	△ 2.1	79.4	△ 6.0	102.8	126.4	1.50	1.47	2.44	2.66	8,124	△ 5.3
11	101.1	0.4	99.5	0.2	88.2	△ 0.1	84.4	△ 4.4	101.9	122.1	1.52	1.56	2.42	2.67	7,967	△ 8.4
12	101.1	1.9	99.3	△ 0.2	174.4	0.5	166.1	△ 4.4	101.9	121.4	1.52	1.66	2.44	3.14	7,427	△ 9.1
2023 1	100.7	0.5	98.8	△ 0.2	84.1	△ 1.9	79.3	△ 7.5	90.7	100.0	1.50	1.67	2.39	2.58	7,373	△ 5.7
2	100.4	0.3	98.5	△ 1.1	82.8	△ 0.1	78.6	△ 4.7	88.0	107.9	1.52	1.63	2.31	2.24	7,072	△ 4.8
3	100.2	0.3	99.2	0.2	88.0	2.0	83.5	△ 1.9	92.6	107.1	1.46	1.51	2.19	1.99	7,160	△ 2.0
4	100.3	△ 0.7	99.5	△ 0.3	86.3	0.7	81.3	△ 3.6	93.5	104.3	1.41	1.32	2.02	1.60	6,960	3.7
5	100.6	△ 0.9	99.2	△ 1.5	89.7	5.3	84.5	1.2	88.0	99.3	1.39	1.24	2.38	1.92	8,086	8.3
6	100.7	△ 0.6	100.4	△ 0.6	147.1	5.9	138.5	1.6	89.8	101.4	1.35	1.28	2.24	2.29	8,524	6.1
7	100.6	△ 0.4	100.1	△ 0.4	112.3	1.3	105.7	△ 1.9	93.5	99.3	1.37	1.35	2.21	2.42	9,051	9.4
8	100.3	0.7	99.5	△ 0.7	85.1	1.2	79.7	△ 2.1	87.0	92.9	1.36	1.36	2.29	2.23	9,447	6.0
9	100.5	△ 0.4	98.3	△ 1.7	84.6	1.4	79.1	△ 1.9	98.1	110.0	1.42	1.38	2.16	2.21	8,850	5.4
10	100.6	△ 0.4	98.1	△ 1.1	83.9	1.3	77.7	△ 2.1	100.0	106.4	1.42	1.39	2.20	2.31	8,895	9.5
11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.37	1.43	2.23	2.48	8,587	7.8
出所	茨城県統計課										茨城労働局					

※調査対象事業所の入れ替えにより、18年1月以降の現金給与総額・所定外労働時間・常用雇用指数は毎年、前年12月までと当年1月以降で連続性がない。

企業経営・金融関連指標	企業倒産				手形交換高		実質預金 金融機関合計		貸出金 金融機関合計		信用保証申込金額	
	件数(件)	前年比(件)	金額(百万円)	前年比(百万円)	金額(億円)	前年比(%)	末残(億円)	前年比(%)	末残(億円)	前年比(%)	金額(百万円)	前年比(%)
2020 年度	111	△ 29	9,136	△ 8,075	5,000	△ 16.8	142,234	6.5	65,588	2.3	764,566	275.3
2021	100	△ 11	14,800	5,664	4,766	△ 4.7	147,282	3.5	65,864	0.4	149,039	△ 80.5
2022	123	23	28,938	14,138	-	-	150,569	2.2	66,327	0.7	191,466	28.5
2022 10	13	9	1,705	1,421	284	4.8	150,094	2.4	66,094	0.6	14,044	41.5
11	13	2	12,965	12,228	-	-	150,331	2.2	66,283	0.9	17,539	47.3
12	3	△ 7	216	△ 1,811	-	-	150,781	1.7	67,107	1.3	21,547	36.1
2023 1	10	1	1,288	△ 609	-	-	150,879	1.7	66,895	1.2	14,064	43.1
2	9	2	1,357	△ 75	-	-	151,496	2.1	67,204	1.7	17,433	27.3
3	11	△ 1	1,109	△ 1,806	-	-	151,434	1.7	67,661	2.6	20,822	12.8
4	10	3	1,691	1,346	-	-	152,748	1.7	67,532	2.6	14,544	59.4
5	14	7	6,206	5,253	-	-	152,196	1.6	67,914	3.2	20,700	174.3
6	14	5	2,034	△ 1,438	-	-	153,957	1.8	67,984	3.6	25,954	166.9
7	18	4	2,474	1,685	-	-	153,437	1.8	68,006	3.5	24,072	163.3
8	12	△ 2	1,667	△ 846	-	-	153,217	2	68,161	4	23,730	157.0
9	9	△ 4	1,633	△ 593	-	-	152,275	2	68,570	4	26,449	134.9
10	16	3	5,665	3,960	-	-	152,716	2	68,505	4	20,594	146.6
11	5	△ 8	930	△ 12,035	-	-	-	-	-	-	25,274	144.1
12	7	4	1,130	914	-	-	-	-	-	-	36,641	170.0
出所	東京商工リサーチ水戸支店				茨城県銀行協会		日本銀行 水戸事務所		茨城県信用保証協会			

*電子交換所の開設に伴い、水戸手形交換所が11月2日に閉鎖したため、茨城県銀行協会の公表データは10月分をもって終了

茨城県・近隣県のグラフ<有効求人倍率(季節調整値)の推移>(月次ベース)



出所：厚生労働省「一般職業紹介状況」

茨城県におけるグランピングの現状と今後の方向性

地域研究部 主任調査役 赤羽根 圭太

茨城県では昨年10月から12月にかけて国内最大規模の観光キャンペーン「茨城デスティネーションキャンペーン（DC）」が実施された。観光消費額1,000億円、延べ観光入込客数2,000万人を目標に掲げ、“体験王国いばらき”をキャッチコピーに“アウトドア・食・新たな旅のスタイル”をテーマとした多様な旅行体験企画が展開された。最終的な結果については現時点では公表されていないが、新聞等では非常に好調であったことが報道されている。

本稿では、アウトドアや食といった茨城県が推進する“体験王国いばらき”とも親和性が高い「グランピング」に着目し、その課題や今後の方向性について考察する。

1. はじめに～グランピングについて

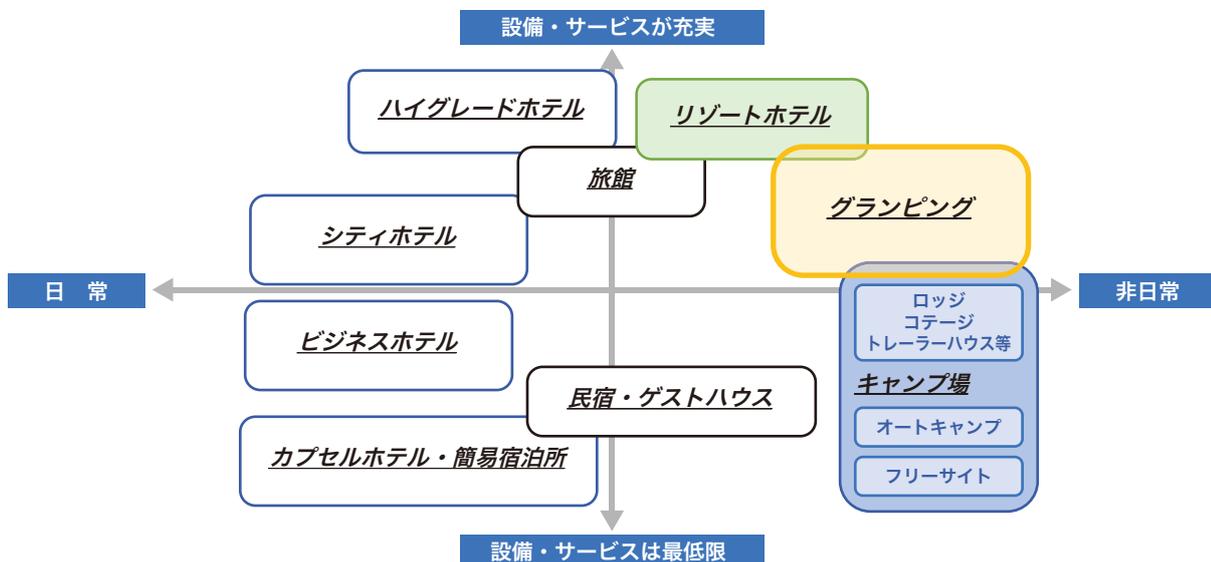
グランピングとは「良い所取りの自然体験」

一般社団法人日本グランピング協会によると、グランピングとはグラマラス（魅力的な）とキャンプを掛け合わせた造語で、テント設営や食事の準備などの煩わしさから旅行者を解放した「良い所取りの自然体験」の名称とされている。

各種ホテルや旅館、キャンプ場などを、利用用途と設

備・サービスの充実度という視点で整理すると図表1のようになる。アウトドアや自然を楽しみながらも、充実した設備やサービス提供を受けられることから、アウトドアに興味はあるもののキャンプ場での宿泊には不安があるエントリー層や、快適性に加えてアクティビティなども求めるハイエンド志向層などに主に利用されている。

図表1 宿泊施設の関係性



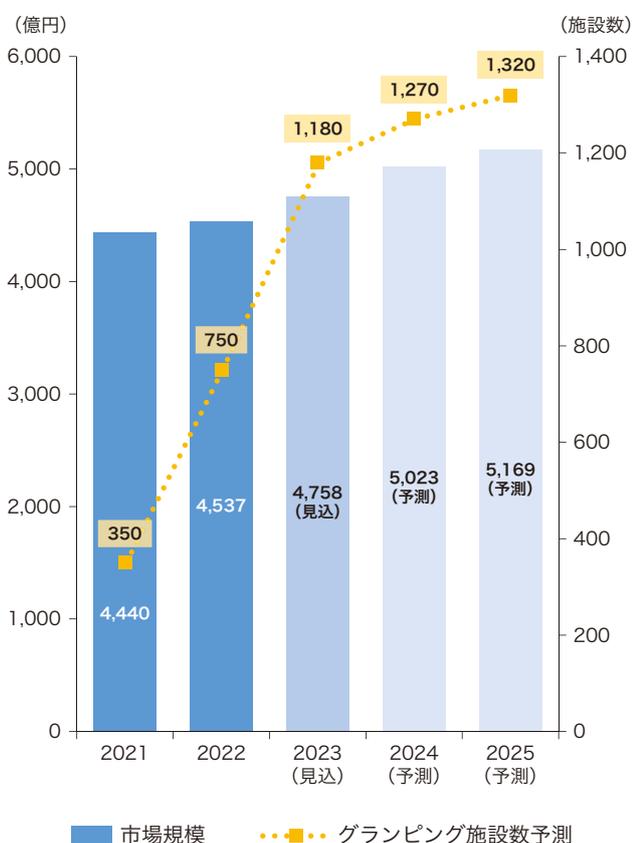
出所：総合ユニコム「月刊レジャー産業資料2021年8月号」を基にJIR作成

コロナ禍以降、グランピング施設数は増加傾向

グランピングを含むアウトドア市場の状況についてみてみよう。矢野経済研究所によると2022年の国内アウトドア用品・施設・レンタル市場規模は約4,537億円となっている（図表2）。今後もコア層の需要は底堅く、市場規模は成長を続けるものと予測されている。また、グランピング施設数に関する公的な統計は現在のところ無いが、グランピングのコンサルティングを手掛ける株式会社マザーネイチャーの資料によると、全国のグランピング施設数は2021年に350カ所から、2025年には1,320カ所に増加すると推計されている。（図表2）

2023年5月には、中小企業庁が事業再構築補助金事業において、「キャンプ場・グランピング事業」を成長産業と位置付けたことなどから、グランピングは、ここ数年アウトドア市場を牽引する役割を担ってきたことがうかがえる。

図表2 アウトドア市場規模と
グランピング施設数の推移



出所：矢野経済研究所、総合ユニコム「月刊レジャー産業資料 2023年7月号（株）マザーネイチャー」を基にJIR作成

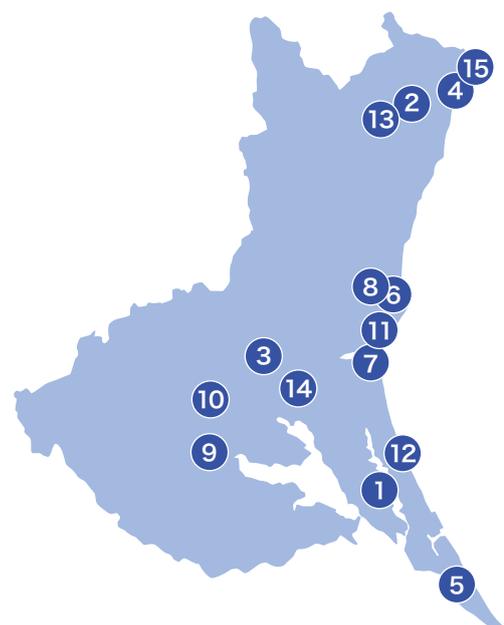
2. 茨城県内のグランピング施設の現状

茨城県内のグランピング施設数

茨城県内の主なグランピング施設は、2024年2月現在で15施設が営業中または今後の開業を予定している（図表3）。2018年以降、毎年新規施設がオープンしており、2021年には5施設が一挙にオープンしている。2024年には、小美玉市に株式会社にしがきのドッグリゾートヴィラ常陸小美玉が、北茨城市に株式会社創輝の新グランピング施設の開業が予定されている。

図表3 茨城県内の主なグランピング施設

No.	開業時期	施設名	所在地
1	2018	らぼぽぼなめがたファーマーズヴィレッジ	行方市
2	2019	ストームフィールドガイド はぎビレッジ	高萩市
3	2020	ETOWA KASAMA	笠間市
4	-	グランピングヴィレッジIBARAKI	北茨城市
5	2021	ウォーターガーデンリゾート	神栖市
6	-	coco hawai グランピングリゾート茨城	ひたちなか市
7	-	隠れ家四季の月	鉾田市
8	-	コットンひたちなかグランヴィラ	ひたちなか市
9	-	古民家グランピングkiki	つくば市
10	2022	グランピングヒル茨城土浦 アウラテラス	土浦市
11	-	グランマーレ茨城大洗	大洗町
12	2023	サウナ&グランピングリゾート - SISU -	鉾田市
13	-	天空の庭 天馬夢	高萩市
14	2024	(開業前) ドッグリゾートヴィラ常陸小美玉	小美玉市
15	-	(開業前) 株創輝によるグランピング施設	北茨城市



出所：JIR作成

茨城県内のグランピング施設の稼働状況

県内のグランピング宿泊施設8施設に稼働状況や利用客の客層などについてヒアリング調査を行った(2023年11月)。

前年同時期と比較した宿泊者数の変化について尋ねると、8施設中6施設が「増えている」「やや増えている」との回答があった。これはヒアリング期間中開催されていた茨城DCによる影響も大きいものと見られる。利用客層の特徴について尋ねると「県外・関東圏からの利用客が多い」「一部外国人の利用客も見られる」「ワーケーションとしてビジネス利用があった」などの声もあった。

また、客室の稼働状況について尋ねると、休日の稼働については、価格帯に関わらず、全ての施設で好調である様子うかがえた。一方、平日の稼働については、一部の施設で「10~20%」「閑散としている」と集客に苦戦している様子もうかがえた。

図表4 茨城県内のグランピング施設の稼働状況

	前年と比較した宿泊者数の変化	稼働率(平日)	稼働率(休日)	価格帯※
A社	やや増えている	10~20%	土曜日のみほぼ満室	35,200円
B社	やや増えている	50%以上	ほぼ満室	46,500~64,500円
C社	変わらない	閑散としている	85%程度	46,000円
D社	(無回答)	30%程度、夏期は80%超	ほぼ満室	88,000~116,000円
E社	増えている	40%程度	ほぼ満室	39,800~61,000円
F社	増えている	50%程度	ほぼ満室	48,000~96,000円
G社	やや増えている	50%程度	ほぼ満室	48,000~70,000円
H社	増えている	80%以上	ほぼ満室	36,000~52,000円

※各社HP、OTAサイトより直近の1泊2名2食付きプランを調査
出所：JIR作成

3. 茨城県内で展開する事業者等へのヒアリング

ここからは、グランピングを茨城県内で展開する事業者等へのヒアリング内容を紹介する。

グランピング市場の現状・展望と本県の強み

株式会社にしがき

マリントピアリゾートグループ

垣内 寿友 様

グランピング市場の領域は今後拡大していく

グランピングという宿泊形態は、旅館・ホテルと比較して、人手がかからず、オペレーション体制の構築が容易であることから、異業種からの参入も多く、ここ数年で施設数を伸ばしている。

ただし、足元の稼働状況というところだと、当社が運営・支援するグランピング施設を見ても、2021~2022年をピークとして、2023年は若干低下しているように感じる。その背景としては、やはり周辺の競合施設の増加が挙げられる。何をグランピングとして定義するかによるが、ドームテントなどのテントを使った宿泊施設は若干供給過多になりつつあると捉えている。グランピングの需要期である夏休み・GW・春夏の土日は依然としてどの施設も活況を呈しており、集客状況は引き続き好調に推移するものとみられるが、閑散期にあたる秋冬の平日の集客は以前からグランピング施設の課題として挙げられており、今後更に施設数が増えていけば、利用客の獲得競争はますます激しくなるものと思われる。

コロナ禍を通じてグランピングの世間一般での認知度は高まり、アウトドアスタイルの宿泊マーケットというのは広く市民権を得たと思っている。

今後は従来のドームテント型のグランピングに限らず、顧客ニーズに合わせて事業者が提案する宿泊スタイルが多様化することで、グランピング市場の領域が徐々に広がっていくのではないだろうか。

グランピングの出店検討時に重要なのはアクセスやインフラの整備状況

新規出店を検討する上では、「アクセス」を重要視している。具体的には、都心から近く、かつインターチェ

ンジから近いなど、利用客が道に迷うことなくスムーズに辿り着ける立地が望ましい。高速道路を降りた後のラストワンマイルのアクセスというのも非常に大切である。他にも、周辺環境のインフラの整備状況、食材やスタッフなどのオペレーション構築に必要な資源を確保できる地域であるかどうか判断材料となる。優れた景観・眺望は、集客をする上で非常に有効であるが、決して必要不可欠というわけではない。景観・眺望がなければ別なコンテンツで集客面の補填ができないかどうかを検討する。

茨城県の強みは都心からの良好なアクセスと自由度の高い平面地

茨城県の立地は、都心からのアクセスが優れていることはもちろん、平地が多く、インフラ面も比較的整っていることから、施設を検討する上での自由度が高い。例えば、富士山を眺望できる人気のグランピング施設が多いことで知られる山梨県は、山地や斜面地が多いことから施設設計上の制約も多い。一方、茨城県では広い平面地を確保しやすいことから、アクティビティ併設型で、ファミリーが自然を思い切り楽しめるような施設というのは、一つ狙いどころなのかなと思う。また、出店時のインシャルコストについても山梨県・静岡県・千葉県などと比較して茨城県は優位であることが多い。

株式会社にしがきでは、茨城県内で「グランピングヒルズ アウラテラス茨城」(土浦市) を運営している。また、2024年5月には「ドッグリゾートヴィラ常陸小

美玉」(小美玉市) を開業予定である。

「グランピングヒルズ アウラテラス茨城」は都心からのアクセスが良好であり、ファミリー層が気軽にアウトドアを楽しめる施設である。おじいちゃん・おばあちゃんを含めた三世代のファミリーで久しぶりにパーベキューでもしようかという場面でも使える手軽さが強みである。

「ドッグリゾートヴィラ常陸小美玉」は、ペットと一緒に泊まりたい顧客をターゲットにしており、プライベートドッグランも備えている。関東近郊で、ペットと一緒に宿泊が可能で、ワンランク上の高級なヴィラというのは、他にない強みを持つ施設となる。

公有地におけるグランピングの活用事例①

笠間市 産業経済部 観光課

主査 中山 考司 様

施設の老朽化が進み多額の修繕費が必要となったことから民間活力の活用を模索

現在の「ETOWA KASAMA(エトワ笠間)」は、元々「あたご天狗の森スカイロッジ」として1994年に開業した公営の宿泊施設であった。笠間市を一望でき、愛宕山の自然も楽しめる施設として、長年にわたり地元で愛されていたが、閑散期にあたる冬季の稼働率の低さが長年の課題となっており、年間の利用客数も頭打ちになっていた。

また、オープン後20年以上が経過し、建物・施設の



ドッグリゾートヴィラ
常陸小美玉の施設イメージ
提供：株式会社にしがき

老朽化が進み、大規模な修繕が必要なタイミングを迎えていた。経営状況は黒字経営ではあったものの、修繕費用を賄えるほどの財務的な余裕はない状況であった。

そのような中であって、指定管理者制度以上の民間活力の可能性を検討することとなった。

民間活力により公営ロッジをグランピング場として リニューアルオープン

2019年8月に「あたご天狗の森スカイロッジを活用した公民連携提案」の募集を行い、審査の結果、株式会社コスモスイニシアを交渉権者として選定した。

提案の内容は、ログハウスのリノベーションやグランピングテントの新設など、アウトドアリゾート施設としてリニューアルさせるというものであったが、これらの設備投資は、市に財政負担のない形でのプランをご提案頂いた。

市としても、事業計画を円滑に進めることができるよう、施設を行政財産から普通財産に変更するなど可能な限りの協力を行った。

事業採択から2020年7月に「ETOWA KASAMA (エトワ笠間)」としてのリニューアルオープンまでわずか1年足らずという短い時間の中でスピード感ある対応をして頂きコスモスイニシアには感謝している。

エトワ笠間をきっかけに笠間市の豊富な観光資源を PR

あたご天狗の森スカイロッジ時代の利用者は茨城県民が大半であったが、リニューアルオープン後の利用者は、7～8割が県外からの来訪者との報告を受けている。

笠間市観光課としても、エトワ笠間のリニューアル後は、観光目的で本市を訪れる県外の若年層が以前よりも増加していると手応えを感じている。笠間市内には、笠間稲荷神社以外にも、常陸国出雲大社・笠間日動美術館・春風萬里社・茨城県陶芸美術館などの観光スポット、つつじまつり・陶炎祭・新栗まつり・菊まつりなどの季節のイベントといった様々な観光資源がある。今後は、これらの観光資源を、エトワ笠間を訪れる県外の観光客にもよく知ってもらえるよう、情報発信を進めていきたい。

公有地におけるグランピングの活用事例②

株式会社コスモスイニシア

R&D部門R&D戦略部 新規事業推進一課

高野 隼平 様

施設の有効活用に適したグランピング事業を提案

新規事業として公的不動産活用の検討をすすめていたタイミングで、笠間市の「あたご天狗の森スカイロッジ」の活用に関する公募が開始されることを知った。

タイミング的には、コロナ流行前でグランピングが世間に認知され始めた頃であり、コロナ禍以降の盛り上がり比べると、市場もまだまだ未成熟であると捉えていた。もちろん、当社はグランピング事業の経験はなく、新規事業としてのチャレンジであったが、イニシャルコストを抑えつつ、施設のポテンシャルを最大限に活かす方法としてグランピング事業の提案に至った。

同じ宿泊業でも、ホテルを建てるとなると大きなイニシャルコストが掛かるが、グランピングは建築物のコストを抑えることができる。また、土地は笠間市が賃貸するため、市の課題解決に繋がる当社からの提案や提示賃料にも笠間市には大いにご理解をいただき、コスト面でも事業を進めやすい条件を整えることができた点も、新規事業として踏み出す際の大きな助けとなった。公民連携事業であるということで笠間市も当社と対等な関係でお互いに真剣に向き会えたこともありスムーズな開業に繋がった。

本業で培ったノウハウを活かして施設をリニューアル

エトワ笠間の一番の特徴は愛宕山頂に位置するロケーションとそこからの景色である。スカイキャビンというロッジタイプの客室からは笠間市の景色が一望できる。スカイロッジのデッキで夜景を眺めながらのバーベキューは特別感がある。天候次第では、早朝に雲海が見られる日もある。グランピングならではの自然を楽しめるというところで、利用客からも大変喜ばれている。

また、当社はマンションデベロッパーとして10万戸以上の供給実績がある中で、これまでに培ってきたノウハウを活かしたライフスタイル提案には自負がある。モデルルームのコーディネートで永きに渡って良いパー



エトワ笠間の「GRACE TENT」

提供：株式会社コスモスイニシア

トナーシップを発揮いただいている株式会社アクタスの監修を受け、北欧調のおしゃれな室内に仕上げている。

都内企業のワーケーション利用が急増中

2020年にあつぎ天狗の森スカイロッジからリニューアルしたエトワ笠間のオープン以降、2022年度まで宿泊者数は上り調子に推移した。2023年はやや一服感があるものの、それでも土日や夏休みの稼働率はこれまで同様好調である。

また、2023年度は、都内の大企業を中心に、ワーケーション・社内研修としての利用も目立って増えている。当社では、「OUTWORK」という、エトワ笠間でワーケーション・社内研修を行っていただく事業を展開している。開放的なアウトドア環境の中で社員同士のコミュニケーションを促し、新たなアイデアを創出するための場としてもエトワ笠間が利用されている。

地域魅力を県外からの宿泊客へ

元々、地域で愛される施設を受け継いだものの、エトワ笠間にリニューアルオープン後は、地域の方に利用いただく機会が減っているのではないかと危惧する機会も少なくなかった。地域の方にとっても喜んでいただける施設へ発展したいという思いから、昨年より地域の方向けのイベントを行っている。その中で、地域の飲食店やお店に出店してもらい、山頂でヨガをしながら食事を楽しめるというイベントが大変好評であった。このイベント自体はエトワ笠間をもっと地域の人に親んでもらいたいという思いで敢えて平日に開催したものであるが、雰囲気も素晴らしく、魅力的な地域



「OUTWORK」のHP

提供：株式会社コスモスイニシア

飲食店との繋がりもできたことから、2月には土日や宿泊客にも利用いただける企画を展開していくことを予定している。

グランピング体験価値向上に向けた新たな取組

株式会社 創輝 取締役

椎名 隆泰 様

地域資源である温泉を活かしてグランピング事業への参入を計画中

事業計画地（北茨城市大津町）の土地活用を検討していく中で、東日本大震災以降、同地区の民宿の廃業が相次いだことから、事業計画地近隣から湧き出す温泉が十分に活用されていないことを知った。この温泉を活かした土地活用という視点で検討を行い、温泉熱を活用した農業・エネルギー事業、データセンター事業などいくつかの事業案があがったが、最終的に当地の持つポテンシャルを最大限活かせるという思いから「温泉を活用したグランピング」という事業案に至った。グランピング市場が盛り上がっていたということも決断要因の一つとはなったが、グランピング施設の運営経験は無く、手探りで事業構想立ち上げとなった。

他施設との差別化を模索する中で、人脈を辿りチームラボと接触

コロナ禍におけるグランピング市場の活況は強く感じており、茨城県内でもグランピング施設の数が増加している中、他の施設とどのように差別化を図っていくのか社内で何度も議論を重ねた。その中で、当地は茨城県天心記念五浦美術館まで徒歩5分位に位置する

ことから、アートとグランピングを掛け合わせるというアイデアが生まれた。しかし、これではまだインパクトが弱いと考える中で、当社の役員の親戚に世界的アート集団であるチームラボのメンバーがいることがわかった。この人脈からチームラボと接触することに成功し、当地の持つポテンシャルを評価いただき、協業して施設を開発していくこととなった。

ここでしか体験できない「アート×自然×温泉による体験=癒しの空間」を提供

グランピング施設としては、テント20棟、半露天風呂付コテージ2棟、温泉施設の整備を予定しており、2024年夏ごろのオープンを目指して準備を進めている。

本施設の目玉であるチームラボのアート展示は東日本における屋外常設アートとして初の試みとなる。また、コテージや温泉施設の空間プロデュースにもチームラボが関わっており、本グランピング施設でしか味わえない最高のアート体験ができる。さらに、計画地は海岸から近く、かつ木々に囲まれた自然豊かな場所で、鳥のさえずりと波の音が同時に聞こえる絶好のロケーションである。本施設は、自然とアートの融合が楽しめる「癒しの空間」として、全国的に見ても他に例のない施設となる予定だ。

自治体や商工会等との連携を強化し、茨城県の観光を牽引する拠点に

常設アート展示は宿泊者以外も入場可能とする計画であり、非常に多くの方に来場いただくと期待している。施設にも駐車場は設けるものの、ピーク時は施設の駐車場だけでは収容しきれない事態も想定される。そのため、駐車場の確保や最寄りであるJR大津港駅・磯原駅と施設を結ぶバス運行など、交通インフラの整備について自治体や地元業者等と連携していきたいと考えている。

また、2023年9月には、本事業が茨城県の「茨城県宿泊施設等立地促進事業」における「常設型観光施設」として認定された。本認定の要件は、“茨城県の宿泊施設及び観光施設のフラッグシップとなり、新規顧客層の開拓やインバウンド対応などにより、本県観光のイメージ向上に資する施設であり、年間30万人以上の誘客を見込めること”となっており、本施設が、茨城県の観光振興のための拠点として大いに期待されていると感じる。

夜間に本施設を訪れるアート鑑賞のみのお客様には、是非、近隣の旅館・ホテルに宿泊して頂き、地元全体で観光業を盛り上げていきたいと考えている。今後は、地元商工会等と連携し、アート鑑賞のみのお客様が近隣の旅館・ホテルを訪れるための仕掛けづくりや、宿泊した翌日に地元で楽しめるような観光プランづくりなどにも、積極的に取り組んでいきたい。



温泉施設のパース

提供：株式会社創輝

4. 茨城県におけるグランピングの課題と今後の方向性

事業者ヒアリングからは、県内グランピング施設の特徴や課題などが明らかになった。これらを踏まえ、以下では本県におけるグランピングの課題と今後の方向性について考えてみたい。

課題は「競合が増える中での差別化戦略」と「閑散期の集客」

ここでは、グランピング施設・インフラ面における前提条件と、2つの課題を述べたい。

まず、グランピング施設にはある程度の利便性が求められることから、立地面や機能・設備面で一定の水準を確保する必要がある。具体的には専用の水回り（トイレ・シャワー）や雨をしのげる飲食設備などは、宿泊施設としての基本的な機能であり、これを備えた施設の存在は、宿泊施設不足に悩む県内自治体にとっても有用である。

また、高速道路や最寄り駅からの良好なアクセス手段の存在も重要である。ラストワンマイルのアクセス利便性が悪いと、首都圏から近いことで選ばれている本県の強みが損なわれてしまう。

こうした一定水準のハード面をクリアしたうえで、「競合が増える中での差別化戦略」が求められている。事業者の話によると、その差別化を図るためのコンテンツが景観であり、体験型コンテンツであるという。

株式会社にしがきの「ドッグリゾートヴィラ常陸小美玉」は犬連れ専用の施設、株式会社創輝が北茨城市で準備を進めるグランピング施設はチームラボの常設アート展示を備えるなど、明確な差別化が行われている。既存施設も含め、こうした差別化戦略が今後の事業運営の鍵を握るものと思われる。

次に「閑散期の集客」についてだが、これについてはどの事業者も苦心していることがうかがえる。その点では、地元客を増やす取組というのも重要な視点であろう。エトワ笠間では、地域の人にも親しみを持ってもらおうと、周辺の事業者と連携してイベントを行なうなど、地域との交流を深めようとしている。閑散期に地元のファミリー層が「普段使い」できるレジャー施設としてグランピング施設を訪れば、新たな客層を

取り込めるのではないだろうか。

茨城県のグランピングに期待される方向性

茨城県の強みは国内最大のマーケットである首都圏（東京・千葉・埼玉）に加え、北関東マーケットとの近接性である。高速道路網が県内全域に整備されていることは、気軽に楽しめるレジャーを求める層にとっては最大の強みである。

さらに、県土の64.4%が平坦部であり、開発用地の確保が比較的容易であることも、新たな事業者を呼び込むうえでは強みとなる。

これまで茨城県の観光は、都心から近接しているが故に日帰りとなり、経済効果を十分に取り込めないという課題を抱え続けてきたが、グランピング施設そのものが目的施設となることで宿泊客を増やし、より大きな経済効果を取り込むことが可能になる。そのためにも、各施設が設備や景観だけに頼らない差別化のための知恵を絞り、体験価値の更なる向上を図っていく必要がある。さらに、それが閑散期でも楽しめるコンテンツであるとなお良い。

体験価値の向上に地域資源を活用することができれば、観光客と地域の新たな接点を生み出し、グランピングをきっかけに本県を訪れた新たな顧客を定着させることにも繋がる。

近年の消費行動は、「モノ消費」から「コト消費」へと移り変わり、更に、その時・その場でしか味わうことのできない体験に価値を見出す「トキ消費」が増加していると言われる。「スポーツ観戦」「アート体験」「自転車」など、地域資源によるアクティビティとグランピングを結びつけることで、アウトドアだけに留まらない、より魅力的な体験価値を提案していく必要がある。