

## ・龍ヶ崎市の現状整理

### 1. 龍ヶ崎市に対する外部評価

株式会社ブランド総合研究所が行った「地域ブランド調査 2011」における本市に対する外部評価を以下の通り整理します。

#### 調査概要

- ・調査方法 インターネット調査
- ・回答者 582 人
 

20代	87人	男性	281人	北海道・東北	71人
30代	119人	女性	301人	関東	196人
40代	119人			中部	107人
50代	120人			近畿	96人
60代	136人			中国・四国	49人
				九州・沖縄	62人
- ・調査時期 2011年7月1日～7月14日
- ・全国調査対象市区町村 1000 市区町村
- ・茨城県調査対象市町 36 市町

\* 茨城県内市町村順位は、P 101 参照

#### 認知度

龍ヶ崎市の認知度は 14.4 点で、県内順位は 21 位（36 市町中：以下同様）、全国順位は 628 位（1000 市区町村中：以下同様）です。「名前も知らない」人が半数以上を占め、その割合は県平均・全国平均をいずれも上回っています。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
認知度(A1 + A2×3/4 + A3/2 + A4/4)(点)	14.4	17.9( 3.2,21 位)	21.9( 7.5,628 位)
A1. よく知っている ( % )	1.1	1.6( 0.5)	2.9( 1.8)
A2. 知っている ( % )	3.0	5.2( 2.2)	8.0( 5.0)
A3. 少しだけ知っている ( % )	5.0	8.5( 3.5)	10.8( 5.3)
A4. 名前だけは知っている ( % )	33.0	31.7( 1.3)	29.8( 3.2)
A5. 名前も知らない ( % )	56.0	51.6( 4.4)	47.4( 8.6)

### 魅力度

龍ヶ崎市の魅力度は1.0点で、県内順位は23位、全国順位は889位です。「どちらでもない」人が最も多く、その割合は全国平均を上回っています。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
魅力度(B1+B2/2) (点)	1.0	3.0( 2.0,23位)	7.6( 6.6,889位)
B1. とても魅力的 ( % )	0.0	0.5( 0.5)	2.1( 2.1)
B2. やや魅力的 ( % )	1.9	5.0( 3.1)	11.0( 9.1)
B3. どちらでもない ( % )	30.3	30.9( 0.6)	29.8( 0.5)
B4. あまり魅力的でない ( % )	6.5	6.5( 0)	5.1( 1.4)
B5. 全く魅力的でない ( % )	2.8	3.7( 0.9)	3.1( 0.3)

### 情報接触度

龍ヶ崎市の情報接触度は7.0点で、県内順位は24位、全国順位は664位です。「全く見聞きしていない」人が8割を超え、その割合は県平均、全国平均をいずれも上回っています。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
情報接触度(C1+C2/2) (点)	7.0	12.5( 5.5,24位)	15.3( 8.3,664位)
C1. 何度も見聞きした ( % )	1.4	3.9( 2.5)	6.2( 4.8)
C2. 一度だけ見聞きした ( % )	11.2	17.3( 6.1)	18.2( 7.0)
C3. 全く見聞きしていない ( % )	86.5	78.5( 8.0)	75.3( 11.2)

### 居注意欲度

龍ヶ崎市の居注意欲度は1.4点で、県内順位は14位、全国順位は829位です。「どちらともいえない」「あまり住みたくない」人の割合が多く、いずれも全国平均を上回っています。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
居注意欲度(F1+F2/2+F3/4) (点)	1.4	1.5( 0.1,14位)	3.4( 2.0,829位)
F1. ぜひ住みたい ( % )	0.0	0.2( 0.2)	0.5( 0.5)
F2. できれば住みたい ( % )	0.9	0.6( 0.3)	1.5( 0.6)
F3. 住んでもよい ( % )	3.9	4.4( 0.5)	8.3( 4.4)
F4. どちらともいえない ( % )	48.6	46.6( 2.0)	46.0( 2.6)
F5. あまり住みたくない ( % )	42.8	45.2( 2.4)	40.7( 2.1)

### 観光意欲度

龍ヶ崎市の観光意欲度は9.8点で、県内順位は14位、全国順位は814位です。「どちらともいえない」「あまり行きたいとは思わない」人の割合が多く、いずれも全国平均を上回っています。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
観光意欲度(G1+G2/2) (点)	9.8	10.1( 0.3,14位)	17.8( 8.0,814位)
G1. ぜひ行ってみたい (%)	2.0	1.6( 0.4)	5.3( 3.3)
G2. 機会があれば行ってみたい (%)	15.5	16.9( 1.4)	24.9( 9.4)
G3. どちらともいえない (%)	46.5	46.7( 0.2)	41.3( 5.2)
G4. あまり行きたいとは思わない (%)	31.5	31.6( 0.1)	25.5( 6.0)

### 市区町村の地域資源に対する評価

龍ヶ崎市の地域資源に対する評価は、「海・山・川・湖などの自然が豊か」が最も高く、県内順位は6番です。「スポーツの参加・観戦が楽しめる」は、県平均・全国平均をいずれも上回っており、全国順位は137位です。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
海・山・川・湖などの自然が豊か	6.7	5.4( 1.3, 6位)	9.4( 2.7,464位)
魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある	0.9	1.5( 0.6,20位)	3.7( 2.8,749位)
スポーツの参加・観戦が楽しめる	1.6	1.6( 0.0, 8位)	1.1( 0.5,137位)
魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある	0.3	1.1( 0.8,32位)	2.1( 1.8,897位)
魅力的な街並みや歴史建造物がある	1.1	1.1( 0.0,15位)	2.9( 1.8,571位)
歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある	1.0	1.4( 0.4,14位)	2.3( 1.3,515位)
魅力的な美術館・博物館がある	0.6	0.6( 0.0,13位)	1.0( 0.4,472位)
買いたい土産や地域産品がある	1.1	1.1( 0.0,10位)	1.9( 0.8,496位)
優れた伝統的技術がある	1.2	0.9( 0.3, 7位)	1.4( 0.2,303位)
魅力的な商店街や店舗がある	0.3	0.5( 0.2,24位)	1.1( 0.8,712位)
地元産の食材が豊富	1.2	2.0( 0.8,28位)	3.6( 2.4,767位)
食事がおいしい	0.9	1.0( 0.1,15位)	2.9( 2.0,714位)
道路や交通の便がよい	0.8	1.4( 0.6,22位)	2.3( 1.5,479位)
泊まりたい宿泊施設がある	0.5	0.3( 0.2, 6位)	1.2( 0.7,530位)
人のよさや優しさ、おもてなしがよい	1.7	1.5( 0.2,13位)	2.2( 0.5,527位)
地域を代表する産業や企業がある	2.2	3.1( 0.9,12位)	2.0( 0.2,253位)
無回答(ひとつもない)	82.9	80.8( 2.1)	74.4( 8.5)

## 市区町村のイメージ

龍ヶ崎市に対するイメージは、「観光・レジャーのまち」が最も高くなっています。県平均・全国平均に比していずれも高いイメージは、「環境にやさしいまち」「教育・子育てのまち」です。

また、県内順位が最も高いのは、「環境にやさしいまち」の7位、全国順位が最も高いのは、「スポーツのまち」の188位です。

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
イメージ想起率(100-無回答(%)) (点)	21.7	25.6( 3.9,14 位)	29.0( 7.3,544 位)
M1. 歴史・文化のまち (%)	2.7	3.1( 0.4,12 位)	5.8( 3.1,573 位)
M2. 学術・芸術のまち (%)	1.4	2.1( 0.7, 9 位)	1.3( 0.1,221 位)
M3. 観光・レジャーのまち (%)	4.7	4.5( 0.2,10 位)	10.1( 5.4,516 位)
M4. スポーツのまち (%)	1.2	1.4( 0.2,11 位)	1.0( 0.2,188 位)
M5. 国際交流のまち (%)	0.4	1.2( 0.8,23 位)	1.2( 0.8,613 位)
M6. 環境にやさしいまち (%)	2.2	1.6( 0.6, 7 位)	2.1( 0.1,335 位)
M7. デザインやセンスの良いまち (%)	0.3	0.7( 0.4,27 位)	1.0( 0.7,723 位)
M8. 住民参加のまち (%)	1.1	1.0( 0.1,13 位)	1.3( 0.2,491 位)
M9. 教育・子育てのまち (%)	0.9	0.9( 0.0, 9 位)	0.8( 0.1,294 位)
M10. 健康増進・医療福祉のまち (%)	0.0	0.3( 0.3,34 位)	0.5( 0.5,881 位)
M11. 農林水産業が盛んなまち (%)	2.7	3.2( 0.5,20 位)	4.1( 1.4,481 位)
M12. 地場産業が盛んなまち (%)	1.4	2.5( 1.1,28 位)	2.7( 1.3,719 位)
M13. IT・先端技術のまち (%)	0.1	2.7( 2.6,27 位)	0.7( 0.6,687 位)
M14. 生活に便利・快適なまち (%)	0.7	1.2( 0.5,24 位)	2.1( 1.4,615 位)
M15. 災害リスクが大きいまち (%)	2.3	3.7( 1.4)	2.0( 0.3)
M16. 事件・事故が多いまち (%)	1.9	1.4( 0.5)	1.7( 0.2)

## 2. 龍ヶ崎市の地域資源

龍ヶ崎市において、他市町村との差別化が可能な商品・サービスになりうる地域資源ならびにそれらの認知度とブランド可能性評価は以下のような状況にあります。

	ブランド化に資する地域資源	認知度(%)		ブランド可能性 評価(ポイント)
		市内	市外	
特産品ブランド	トマト	45.5	20.1	3.7
	米	37.0	18.6	3.2
	コロッケ	92.1	53.0	3.7
	うなぎ	80.6	27.2	3.6
	落花生	79.7	33.8	3.6
	クリスタル食器・花器	77.6	34.3	3.9
暮らしブランド	豊かな緑と自然環境	70.0	26.9	3.3
	スポーツ環境	75.2	21.3	3.8
	子育て環境	26.4	5.1	3.2
	公共交通	64.5	21.8	2.9
	都市との近接性	54.2	11.8	3.3
	流通経済大学	50.6	72.5	3.4
	活発な市民活動	20.9	6.2	2.9
観光ブランド	牛久沼	70.0	81.0	3.7
	龍ヶ崎市農業公園	71.2	22.5	3.4
	総合運動公園	89.7	40.3	3.8
	竜ヶ崎飛行場	67.3	34.1	3.5
	船若院	68.2	24.9	3.6
	女化神社・民話	52.7	50.5	3.3
	祇園際・撞舞	83.0	26.4	4.2

認知度・ブランド可能性評価は、龍ヶ崎市民に対する地域資源意識調査(詳細P74～)および龍ヶ崎市周辺における地域資源認知度調査(詳細P98～)から下記のとおり算出

認知度(市内)

- ・対象:330人【上記の回答者および上記の回答者のうち居住地が龍ヶ崎市の人】
  - ・算出方法:各地域資源に対して、「よく知っている」または「知っている」と回答した人の割合
- 認知度(市外)

- ・対象:662人【上記の回答者のうち居住地が龍ヶ崎市以外の人】
  - ・算出方法:各地域資源に対して、「よく知っている」または「知っている」と回答した人の割合
- ブランド可能性評価

- ・対象:298人【上記の回答者】
- ・算出方法:下記評点の平均値

(5:十分に可能、4:活用次第で可能、3:どちらともいえない、2:かなり難しい、1:不可能)

## 1) 特産品ブランドに関する地域資源

### トマト

提供主体	JA 竜ヶ崎市施設園芸部会(11名)			
認知度	市内	45.5%	ブランド 可能性	3.7ポイント
	市外	20.1%		
資源内容	<p>「レディーファースト」というファーストトマトの一種が栽培されている。全国的に生産量が減少傾向にあり、市場価値・希少価値が高いトマトである。先端がとがっているのが特徴で、果肉が多く、種のまわりのゼリー状部分が少ないため、形がくずれにくい性質をもつ。味が濃く、甘味と酸味のバランスが良いことから良食味として根強い人気がある。</p> <p>【龍ヶ崎ファーストトマト】 平成12年に銘柄産地の指定を受けたトマト。 水を控えた栽培方法が難しいため、全国的に産地が少なく、希少価値が高い。甘みと酸味のバランスが良く、果肉が多くてゼリー部分が適度なため、食味が非常に良いのが特徴。 JA竜ヶ崎市施設園芸部会の全員が「エコファーマー」の認定を受け、安全、安心を提供するため「生産履歴運動」などに取り組んでいる。 地元周辺のカスミなど量販店や直売所・本店集出荷場で販売している。 一般応募のコンテストの中から選ばれたマスコットキャラクターがいる。</p> <p>【龍乃泉】 龍ヶ崎ファーストトマトの中でも、厳しい審査を受けたトマト。 収穫数が非常に少なく、市場にはほとんど出ることがない幻のトマトと言われている。 濃厚な味で、玉の大きさが小さいため、実の詰まりが良く程良い歯応えである。 口に広がる甘味、噛んだ後のさわやかな酸味、トマト本来の味を楽しめる。 インターネット上で限定販売されている(1ケース1.5kg約11個入り:2,800円)。</p> <p>【龍の雫】 龍ヶ崎ファーストトマトの中で高糖度栽培しているフルーツトマト。 ファーストトマトの高糖度栽培は稀少なためスーパーなどでの販売は極めて少ない。 水分を抑えた栽培のため、5cm前後の大きさである。 インターネット上で限定販売されている(1ケース1.2kg約11個入り:2,800円)。</p> <p>(参考:竜ヶ崎市農業協同組合ホームページ)</p>			



## 米

提供主体	米農家			
認知度	市内	37.0%	ブランド 可能性	3.2 ポイント
	市外	18.6%		
資源内容	<p>小貝川などの河川が形成する豊かな田園地帯で生産され、良質米として高く評価されている。</p> <p>【つくばのかおり】          龍ヶ崎市・牛久市利根町で収穫したコシヒカリをJA 竜ヶ崎市独自の大型精米施設で丁寧に精米し、白米調湿装置により上質な食味に仕上げたもの。          茨城県南部で育ったコシヒカリを 100% 使用している。          低温倉庫の導入により年間を通して新米の色、ツヤ、風味を保ち、常に新米のおいしさを味わえる。          古くから稲作地帯として栄えた土地で、農家が昔と変わらぬ手法を用いて丁寧に育てていることから、ほのかに甘みを感じることができる。</p> <p>【有限会社 横田農場のお米】          「第 37 回農林水産祭 農林水産大臣賞」「平成 14 年度 茨城県環境にやさしい農業推進コンクール 最優秀賞」などの受賞実績がある。          「コシヒカリ」「ミルクークイーン」などの生産ほか、有機栽培の米粉 100% で作ったシフォンケーキやクッキーなどの加工品も製造している。          地元の幼児、児童を対象に、田植体験や稲刈り体験を実施している。</p> <div data-bbox="612 1319 1161 1729" data-label="Image"> </div> <p>(参考: 竜ヶ崎市農業協同組合ホームページ、有限会社横田農場ホームページ)</p>			



## コロッケ

提供主体	コロッケクラブ龍ヶ崎ほか		
認知度	市内	92.1%	ブランド 可能性 3.7ポイント
	市外	53.0%	
資源内容	<p>ポーク・かぼちゃ・ピーナッツなど地元産の素材にこだわった安心・安全なコロッケを製造・販売している。</p> <p>【コロッケクラブ龍ヶ崎】 2001年10月15日、龍ヶ崎のコロッケを活用した市の街おこしを目的として、コロッケクラブ龍ヶ崎が発会した。 2004年4月3日、歌手の五月みどり氏をコロッケ親善大使に任命した。同年、市制50周年記念として五月みどり歌謡ショーを開催し、多くのメディアで取り上げられた。</p> <p>【まいんコロッケ】 龍ヶ崎市商工会女性部有志が中心市街地活性化対策として、手作りの「まいんコロッケ」を開発した。 毎週木曜日に、チャレンジ工房「どらすて」にて揚げたてのコロッケを販売している。また、毎月第1日曜日には「にぎわい広場」(上町・八坂神社向かい)で開催される「まいんバザール」に出店している。</p> <p>【どらコロ体操】 流通経済大学と龍ヶ崎市による「商学連携事業」の中で、龍ヶ崎・コロッケ体操「どらコロ体操」が誕生した。 スポーツ健康科学部の学生たちが、龍ヶ崎コロッケ親善大使で歌手の五月みどり氏が歌う「コロッケの唄」に合わせ、楽しく健康になれる体操を考案したもの。 アトランタ五輪体操日本代表の田中光氏の監修のもとで制作され、体操にコロッケのイメージが多く盛り込まれている。幼時から高齢者まで親しめるものとなった。 市内在住のイラストレーター・芳川豊氏の協力で、イメージキャラクターも誕生した(どらっぺ&amp;コロリン)。</p> <p>(参考:コロッケクラブ龍ヶ崎、龍ヶ崎市商工会、観光いばらき、龍ヶ崎市役所各ホームページ)</p>		





## うなぎ

提供主体	龍ヶ崎市のうなぎ街道の各うなぎ屋		
認知度	市内	80.6%	ブランド 可能性
	市外	27.2%	
資源内容	<p>牛久沼は「うな井」の発祥の地とされており、「うなぎ街道」として多くのうなぎ屋が並んでいる。</p> <p>【名店の集積】 龍ヶ崎市のうなぎ街道には、創業数十年の老舗が並んでいる。取手方面から国道 6 号線を北上すると道路の両側にうなぎ料理専門店が軒を連ね、うなぎ街道と呼ばれる。店同士で互いに味を競い合っており、名店がそろっている。東京をはじめ、関東近県から客が集まっている。 牛久沼湖畔のうな井には大久保今助(うな井の発案者とされる江戸時代後期の人物)に始まる伝統と長年培われてきた技術が生きている。</p> <p>【うな井発祥の地】 うな井の発案者とされる大久保今助は、江戸時代後期の日本橋境町の芝居の金方(資金提供者)であり、大の鰻好きであった。 ある日、故郷である現在の茨城県常陸太田市に帰る途中、水戸街道を牛久沼まで来て、茶店で渡し船を待つ間に鰻が食べたくなり、鰻の蒲焼きとどんぶり飯を頼んだ。しかし注文の品が出てきたときに渡し船が出てしまいそうになったので、どんぶり飯と皿を借り、どんぶり飯の上に蒲焼きの皿を蓋代わりにかぶせて船に乗り込んだ。対岸に着いてから食べたところ、蒲焼きが飯の温度で蒸されてより柔らかくなり、飯にはたれがほどよくしみ込んで、これまでにない味わいであった。その後、どのように「うな井」が広まったかについては、諸説ある。 大久保が帰りに茶屋に食器を返しながらかその話をし、茶屋が出すようになったところ、水戸街道の名物になった。 大久保が自分の芝居小屋でうな井を売り出して江戸から広まった。 うな井が牛久沼の茶屋で出されるようになった一方で、大久保は、自分の芝居小屋においてもうな井を提供するようになった。芝居に付き物の重詰めの代わりに、飯に蒲焼きを載せた重箱を提供した。これが江戸でうな重として広まり、また、庶民に「うな井」が広まるきっかけになった。</p> <p>(参考: 龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>		

## 落花生

提供主体	生産者、加工販売事業者ほか		
認知度	市内	79.7%	ブランド 可能性
	市外	33.8%	
資源内容	<p>古くから落花生の栽培が盛んな地域であり、家庭用のみならず土産用・贈答用としても販売されている。現在、日本の主な産地は千葉、茨城、神奈川などで、作付面積の7割が千葉県、1割が茨城県でこの2県で全国の生産量の8割以上を占めている。</p> <p>【有限会社 郷土の香り石嶋】</p> <p>「生産技術及び経営改善の面において創意工夫がみられ、先進的で他の範となる豆類生産農家・集団を表彰し、その業績を広く紹介する」とする第40回 全国豆類経営改善共励会「農林水産大臣賞」を受賞している。</p> <p>良質な土作りに励み、化学肥料や農薬の使用を控えて栽培している。人、環境双方に優しい農業への取り組みが茨城県知事に認められ、茨城県南第798号エコファーマーとして認定された。</p> <p>同社の持つ農場、石嶋農場は、落花生栽培のために落花生に適した栄養が満点のこだわりの土を使用しているほか、健康的な落花生の種を厳選するなど栽培にはこだわりを持っている。</p> <p>収穫した落花生は、煎りたての香ばしさを提供できるよう、毎日自家製窯で煎り、煎りたてを1袋ずつ袋詰めしている。</p> <p>落花生を活用した下記のような商品を製造・販売している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ピーナツワインケーキ：粉末にした落花生(ピーナツ)と良質な小麦粉を使った香ばしいパウンドケーキに、芳醇な香りのワインをたっぷり浸み込ませたケーキ。緑茶にもよく合う。ワインが熟成するように、時間が経つとまるやかに熟成される。</li> <li>・落花生油：添加物を一切使用せずに作られた健康的で軽やかな口当たりの落花生油。</li> </ul> <p>落花生油、落花生きな粉とあえたネギを活用した「ラーメン」「サラダ」などが市内ラーメン店で提供されている。</p> <p style="text-align: right;">(参考:有限会社郷土の香り石嶋ホームページ)</p>		

## クリスタル食器・花器

提供主体	カガミクリスタル株式会社		
認知度	市内	77.6%	ブランド 可能性
	市外	34.3%	
資源内容	<p>皇室や迎賓館、大使館などでグラスとして利用されている日本初のクリスタルガラス専門工場が立地している。</p> <p>【カガミクリスタル株式会社】</p> <p>カガミクリスタルは、昭和 9 年、日本初のクリスタルガラス専門工場として各務鑛三氏によって設立された。</p> <p>同氏は、昭和 2 年にドイツに留学、日本にクリスタルガラスの透明な美しさやグラヴィール彫刻を紹介した技術者であった。</p> <p>昭和 18 年には照宮内親王降家の際の調度品を製作し、以来皇室で使用される食器を製作している。</p> <p>昭和 43 年に宮内庁新宮殿、昭和 49 年には迎賓館並びに和風別館で公式に使用される食器をそれぞれ納入した。</p> <p>国賓として世界各国の王室・大統領など多くの要人を迎えての晩餐会の際に、カガミクリスタルのクリスタル製品はおもてなしの場で日本を代表する製品として使用されている。</p> <p>世界各国にあるすべての日本大使館・領事館(250 箇所以上)において同社の製品が使用されており、日本における最高級クリスタルと称される程の高い評価を得ている。</p> <p>土、日、祝日を除く営業日に最小 5 名、最大 50 名まで(安全のため成人者に限る)、カガミクリスタルの工場内見学ができる。入場料は無料である。</p>		
			
	(参考:カガミクリスタル株式会社ホームページ)		

## その他活用すべき地域資源

龍ヶ崎市民に対する地域資源意識調査にて、ブランド化が可能と評価されたその他の資源には、以下のものがあります。

：複数の回答者から評価された資源

もなか  
せんべい  
梨  
さつまいも  
かぼちゃ  
甘納豆  
地鶏  
くずもち  
くり  
巨峰  
龍ヶ崎やきそば  
焼肉、焼鳥、豚肉加工品  
酢なし混ぜご飯  
日本酒（桔梗のしずく）  
洗剤  
植木

## 2)暮らしブランドに関する地域資源

### 豊かな緑と自然環境

提供主体	龍ヶ崎市			
認知度	市内	70.0%	ブランド 可能性	3.3 ポイント
	市外	26.9%		
資源内容	<p>【龍ヶ崎市の自然環境】</p> <p>龍ヶ崎市は、牛久沼や旧小貝川、蛇沼、中沼などの水辺環境、斜面緑地や台地上の緑、また、豊かな農産物を生み出す優良農地など、豊かな自然に恵まれている。</p> <p>小貝川、大正堀川などの一級河川をはじめとする大小様々な河川や西部に広がる牛久沼、ニュータウン中心部に自然の景観を残す蛇沼など、豊かな水辺空間に恵まれている。</p> <p>牛久沼は、茨城県内でも霞ヶ浦、涸沼に次ぐ湖沼である。</p> <p>小貝川は、取手市との境を流れる一級河川。周辺には昔の流路が三日月状に残った旧小貝川や氾濫湖の中沼など、かつての洪水の影響でできた特徴的な地形が多く見られる。</p> <p>北側の市境を流れる小野川は、水田地帯に囲まれた比較的自然が残る河川であり、上記河川や湖沼とともに多様な水辺環境を創出している。</p> <p>【龍ヶ崎市における既存の緑地を活かした公園等】</p> <p>森林公園(昭和61年開設、12.7ha)</p> <p>つくばの里向陽台公園(平成元年開設、6.3ha)</p> <p>北竜台公園(平成4年開設、5.3ha)</p> <p>行部内公園(平成4年開設、2.2ha)</p> <p>蛇沼公園(平成4年開設、3.2ha)</p> <p>龍ヶ岡公園(平成11年開設、13.2ha)</p> <p>市民健康の森(平成1年開設、1.5ha)</p> <p>牛久沼水辺公園(2005年完成、3.49km<sup>2</sup>)</p> <p>人口10万人当たりの都市公園数は、146ヶ所で県内4番目の多さである。</p> <p>(参考:ふるさと龍ヶ崎戦略プラン、龍ヶ崎市環境白書)</p>			



## スポーツ環境



提供主体	龍ヶ崎市			
認知度	市内	75.2%	ブランド 可能性	3.8 ポイント
	市外	21.3%		
資源内容	<p>【公共スポーツ施設】</p> <p>市内のスポーツ施設は、総合運動公園内のたつのこアリーナ・たつのこフィールド及びたつのこスタジアムをはじめとして、テニスコート4箇所(17面)、野球グラウンド5箇所(6面)、多目的運動広場4箇所(5面)、ディスクゴルフ場2箇所がある。</p> <p>総合運動公園では、子供向けの「たつのこスイミングクラブ」や「たつのこアリーナエクササイズ教室」等の講座・教室を開催している。</p> <p>人口100万人当たりの運動広場数は、137施設で茨城県内24位である。</p> <p>人口100万人当たりの体育館数は、37施設で茨城県内23位である。</p> <p>人口100万人当たりの屋外運動場開放校数は、1.2施設で茨城県内44位である。</p> <p>人口100万人当たりの屋内運動場開放校数は、27施設で茨城県内29位である。</p> <p>【スポーツイベント】</p> <p>体育協会、レクリエーション協会、スポーツ少年団本部、ウォークラリー大会実行委員会事務局など各種団体が様々なイベントを開催しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卓球イベント「たつのこアリーナ卓球タイム」(市教育委員会主催)</li> <li>・バドミントンイベント「たつのこアリーナバドミントンタイム」(市教育委員会主催)</li> <li>・市民ウォークラリー大会(市ウォークラリー大会実行委員会主催)</li> <li>・市民スポーツ・レクリエーションまつり(市スポーツ振興事業推進協議会主催)</li> <li>・市民ヘルシーボール大会(市スポーツ推進委員協議会主催)</li> <li>・中学校駅伝競走大会(市、市ライオンズクラブ、市体育協会主催)</li> <li>・市民グランドゴルフ大会(市レクリエーション協会主催)</li> <li>・市スポーツ少年団本部交流大会(市スポーツ少年団本部主催)</li> </ul> <p>【スポーツ少年団】</p> <p>龍ヶ崎市スポーツ少年団本部には、10種目27団体が加盟している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ミニバスケット5団体</li> <li>・野球7団体</li> <li>・サッカー6団体</li> <li>・バレーボール1団体</li> <li>・水泳1団体</li> <li>・柔道1団体</li> <li>・剣道3団体</li> <li>・空手道2団体</li> <li>・レスリング1団体</li> <li>・ソフトテニス1団体</li> </ul> <p>人口10万人当たりのスポーツ少年団の団員数は657人で、茨城県内41位である。</p> <p>人口10万人当たりのスポーツ少年団の指導者数は241人で、茨城県内36位である。</p> <p>(参考:ふるさと龍ヶ崎戦略プラン、龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>			

## 子育て環境


提供主体	龍ヶ崎市		
認知度	市内	26.4%	ブランド 可能性
	市外	5.1%	
資源内容	<p>「ふるさと龍ヶ崎戦略プラン」の中で、「子育て環境日本一を目指したまちづくり」が宣言されている。</p> <p>【優先プロジェクト】</p> <p>保育・預かりサービスの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保育需要や保護者のニーズに対応した適正なサービス量を確保する。</li> <li>・学童保育の充実を図るとともにファミリーサポートセンターやリフレッシュ保育の活用を促進する。</li> </ul> <p>遊びの拠点づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・たつのこ山周辺などを子どもたちの「遊びの拠点」と位置付け、安心して楽しく遊べる環境づくりを進める。</li> </ul> <p>龍ヶ崎教育市民会議の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域のみならず市内外から人材を登用して、教育に関する提言や実行支援などを行う市民会議を開催する。</li> </ul> <p>【主要事業】</p> <p>出会いのサポート(婚活パーティ開催など)</p> <p>緊急時の医療体制の確保(小児救急医療輪番制の運営、空白時間帯の解消など)</p> <p>たつのこ育て応援の店・施設の拡充(いばらきキッズクラブ協賛店拡大など)</p> <p>医療費と給食費の負担軽減(小児マルフクの拡大と給食費の負担軽減など)</p> <p>相談・支援体制の充実(赤ちゃん訪問、乳幼児健康相談、家庭児童相談など)</p> <p>3人っ子応援制度(出産祝金受給者保育料助成など)</p> <p>「子育て環境日本一」のアピール(特徴的なイベントの開催など)</p> <p>住み替え支援策の構築(空き家や中古住宅の活用など)</p> <p>学力の向上(非常勤講師の配置、小人数指導・チームティーチングなど)</p> <p>学校図書館の充実(小中学校への学校図書館司書配置など)</p> <p>小中学校の適正規模適正配置(地域への情報提供・意見交換など)</p> <p>教育支援体制の充実(教育相談員・学校教育相談員配置など)</p> <p>学校・家庭・地域連携による特徴的な教育環境創出(地域人材活用など)</p> <p>龍・流連携事業拡大(ボランティア学生派遣、運動部支援など)</p> <p>特色ある学校づくり(一流に触れる機会拡大、体験活動拡大など)</p> <p style="text-align: right;">(参考:ふるさと龍ヶ崎戦略プラン)</p>		



## 公共交通

提供主体	龍ヶ崎市・関東鉄道株式会社		
認知度	市内	64.5%	ブランド 可能性
	市外	21.8%	
資源内容	<p>【公共交通網】</p> <p>龍ヶ崎市の公共交通網は、JR 常磐線と関東鉄道竜ヶ崎線の鉄道、民間路線バス及びコミュニティバスで構成されている。</p> <p>自家用車の普及や少子化進行により、通勤通学者の利用が減少し、関東鉄道竜ヶ崎線や民間路線バスなどの公共交通網を取り巻く環境は厳しくなっている。一方で、高齢化の進行により自家用車を利用できない高齢者が増加している。</p> <p>【関東鉄道株式会社】</p> <p>大正 11 年 9 月 3 日設立。関東鉄道竜ヶ崎線は、龍ヶ崎市の佐貫駅と竜ヶ崎駅とを結ぶ 4.5km の鉄道路線。途中駅は入地駅の一方所のみで所要時間は 7 分。</p> <p>【ふるさと龍ヶ崎戦略プラン 重点戦略 交通インフラが充実した住みよいまちづくり】</p> <p>コミュニティバスの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・路線の見直し</li> <li>・公共交通空白地帯の解消</li> <li>・新たな交通体系試験運行</li> </ul> <p>関東鉄道竜ヶ崎線の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・龍ヶ崎市街地を循環し関東鉄道竜ヶ崎駅にアクセスするバスの運行</li> <li>・竜ヶ崎線運行終了後における深夜バス運行</li> <li>・龍ヶ崎市街地方面への深夜バスの運行</li> </ul> <p>JR 常磐線佐貫駅前の機能向上</p> <p>自転車の乗りやすい環境づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自転車利用に配慮した道路環境整理(段差の解消等)</li> </ul>		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>			
(参考: 関東鉄道(株)ホームページ、観光いばらきホームページ、ふるさと龍ヶ崎戦略プラン)			

## 都市との近接性

提供主体	龍ヶ崎市			
認知度	市内	54.2%	ブランド 可能性	3.3 ポイント
	市外	11.8%		
資源内容	<p>【市役所の位置】</p> <p>茨城県の南部、東京の北東約 50km、筑波研究学園都市の南約 20km、新東京国際空港(成田)の北西約 20km に位置し、東西約 12km、南北約 9km の市で、面積は 78.20k m<sup>2</sup>。</p> <p>東は稲敷市・河内町に、南は利根町、西は取手市および牛久沼をはさんでつくば市、つくばみらい市に、北は牛久市に接している。</p> <p>北部は関東ロームの堆積する稲敷台地で、首都圏 50km 圏内という地理的条件から龍ヶ崎ニュータウンやつくばの里工業団地などの開発による都市化が著しく、南部は鬼怒川と小貝川に挟まれた沖積平野で、豊かに広がる水田地帯は県南の穀倉地帯としての核を成している。</p> <p>西部には白鳥が集う牛久沼があり、自然豊かな環境を保っている。</p> <p>寒暖の差が比較的少なく、四季の変化は平穏順調。年平均気温も平均摂氏 14 度程度と気候に恵まれた土地。年間降水量は 1,000mm 程度。降雪は少なく年平均 1～3 回程度で積雪 15cm を超えることはまれ。</p> <p>【都心からのアクセス】</p> <p>JR 常磐線佐貫駅から柏駅までは路線距離で 18.6km、上野駅までは 47.7km。常磐線の特別快速や特急のフレッシュひたちが停車する。佐貫駅は、平日昼間では上野駅まで 39 分、東京駅まで 45 分でアクセス可能。山手線の主要駅の多くを 60 分圏内に含んでいる。</p>  <p>(参考: 龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>			

## 流通経済大学

提供主体	流通経済大学			
認知度	市内	50.6%	ブランド 可能性	3.4 ポイント
	市外	72.5%		
資源内容	<p>【流通経済大学】</p> <p>流通経済大学には、サッカー部やラグビー部など、全国レベルで活躍している運動部がある。サッカー部を応援する市民団体「まちの応援団」が結成され、市民主体の活発な応援活動が展開されている。</p> <p>2009年9月に地上3階建ての「スポーツ健康センター」が完成した。</p> <p>2012年のロンドンオリンピックでは、代表選手として同大学の運動部員、職員など関係者が4名出場した。</p> <p>【龍・流連携事業】</p> <p>龍ヶ崎市は、「大学のあるまち」として、まちづくりのパートナーである流通経済大学との連携事業「龍・流連携事業」を進めてきた。</p> <p>サッカー部やラグビー部などの運動部が全国レベルで活躍している。サッカー部を応援する市民団体「まちの応援団」が結成され、市民主体で活動している。</p> <p>大学資源を活用し、市民ニーズが高く、専門性の高い市民大学講座が開催されている。</p> <p>流通経済大学の学生を対象にした学生割引サービスが複数の店舗で導入されている。</p> <p>大学社会学科保育士コースの新設を機に、保育分野での連携事業を計画している。</p> <p>市・大学に企業も交えた連携体制を構築し、産学官の協働の取組を推進している。</p> <p>小中学校と大学との連携を強め、生活指導支援、学習支援、スポット支援（総合的な学習の時間などにおける、スポット的な支援）、部活動支援などボランティア学生の派遣を行っている。</p>			
				
	(参考:流通経済大学ホームページ、龍ヶ崎市役所ホームページ)			

## 活発な市民活動

提供主体	龍ヶ崎市民		
認知度	市内	20.9%	ブランド 可能性
	市外	6.2%	
資源内容	<p>【龍ヶ崎市市民活動センター】</p> <p>龍ヶ崎市市民活動センターは、同市の社会貢献活動を行う団体を支援するための施設で平成 14 年度に開館した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1 階:会議スペース、作業スペース、印刷機、紙折り機、パソコン等</li> <li>・2 階:大会議室、小会議室、パソコン室、和室。2 階各室は夜間利用可能。</li> </ul> <p>音響装置(アンプ・ワイヤレスマイク 2 本)、プロジェクター(パソコン・USB のデータ使用可)、ビデオ(ビデオ・DVD 一体型)、スクリーン(折りたたみ式、サイズ 80 インチ)を貸出している。</p> <p>開館時間:午前 9 時～午後 7 時(日曜:午後 5 時まで)</p> <p>ホームページを開設し、登録団体やセンターからのお知らせ、新規登録団体の情報などを提供している。一部団体には、市民活動を実際に体験できる団体もあり、体験案内も掲載されている。</p> <p>広報誌「ひびき」を発行し、情報公開をしている。</p> <p>センターに登録している活動団体は、「保険・医療・福祉の推進」、「社会教育の推進」、「まちづくりの推進」など、17 の分野に分けられている。ホームページ上の登録団体数は 100 あまりになる。</p> <p>【ふるさと龍ヶ崎戦略プラン 重点戦略 市民活動日本一を目指したまちづくり】</p> <p>主要事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちづくりバンク・ポイント制度の構築 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 市民ボランティアの活性化を図るため新たに登録制度やポイント制度を構築する</li> </ul> </li> <li>・協働事業提案制度 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 市民から地域課題の解決に向けた事業やまちづくりのアイデアを募集する</li> </ul> </li> <li>・公共施設里親制度の拡充 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 身近な市民活動として公共施設里親制度を拡充する</li> </ul> </li> <li>・市民活動の支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 備品や会議室の貸出、コーディネート機能の強化など支援策の充実を図る</li> </ul> </li> <li>・市民活動の啓発 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 市民活動体験や気運醸成に向けた講座開催などを通して市民の意欲を高める</li> </ul> </li> </ul> <p>(参考:龍ヶ崎市市民活動センターホームページ、ふるさと龍ヶ崎戦略プラン)</p>		

## その他活用すべき地域資源

龍ヶ崎市民に対する地域資源意識調査にて、ブランド化が可能と評価されたその他の資源には、以下のものがあります。

：複数の回答者から評価された資源

福祉環境（福祉施設、福祉サービス）

都市の利便性（保健所、法務局、裁判所、警察署、ハローワークなど公共施設）

塾の講師（ピアノ、バイオリン、折り紙、書道など）

### 3) 観光ブランドに関する地域資源

#### 牛久沼（牛久沼水辺公園）

提供主体	龍ヶ崎市		
認知度	市内	70.0%	ブランド 可能性
	市外	81.0%	
資源内容	<p>【牛久沼の白鳥】</p> <p>牛久沼は面積 3.49k m<sup>2</sup>、周囲 25.5km の沼。白鳥が飛来するほか、見応えのある古代ハスなど、豊かな自然に触れることができる。</p> <p>昭和 38 年、皇居外苑の植栽や白鳥の飼育などを担当する財団法人国民公園保存協会内の皇居外苑保存会を通じて譲り受けたコブハクチョウのつがいが、牛久沼の白鳥の始まり。</p> <p>白鳥は龍ヶ崎市の鳥として制定されている(昭和 49 年 7 月 15 日制定)。</p> <p>牛久沼の水面を優雅に泳ぐ白鳥のまばゆいばかりの純白の姿が、あたたかい市民の心を象徴しているとされ、制定された。</p> <p>龍ヶ崎市では、ホームページ上で牛久沼の白鳥やその他牛久沼周辺の様子をブログ「牛久沼の白鳥ブログ」にて発信している。</p> <p>白鳥の他にも、牛久沼では、見ごたえのある古代ハスなど水辺の自然に触れることができ、白鳥ファンをはじめ人々を楽しませている。</p> <p>「牛久沼の白鳥ブログ」では、日々の白鳥の様子などがつぶられている。現地で生まれた雛の成長の様子も見るることができる。</p> <p>【牛久沼水辺公園】</p> <p>白鳥が飛来する牛久沼のほとりに新設された公園。(2005 年完成)面積 3.49k m<sup>2</sup>。白鳥を間近で見ることができる「ふれあいスペース」や「多目的グラウンド」も備えている。</p> <p>公園敷地内には、多くの桜が植えられている。</p> <p>【釣り場】</p> <p>ブラックバスの釣り場としても有名であり、連日多くの釣り客が訪れている。</p> <p>かつては、うなぎ釣りでも有名な場所であり、地元の小学校児童によるうなぎの放流が行われている。</p>		



(参考: 龍ヶ崎市観光協会ホームページ・牛久沼漁業協同組合ホームページ)



## 龍ヶ崎市農業公園

提供主体	龍ヶ崎市			
認知度	市内	71.2%	ブランド 可能性	3.4 ポイント
	市外	22.5%		
資源内容	<p>【豊作村 農業ゾーン】</p> <p>約 30 m<sup>2</sup>に区切られた農業体験ができるレンタル農園が 144 区画ある。 年間 7500 円、最長 5 年間借りることができる。 研修・会議室、調理実習室、みそ工房、休憩ラウンジの設備がある。</p> <p>【湯ったり館】</p> <p>小高い丘の上であり、周囲が林に囲まれた温浴交流施設。 「緑の中の癒しの湯」の雰囲気味わえる。 天然石の中で、最もイオン化作用の強い薬石「光明石」を通した人口温泉。 気泡風呂・水風呂・サウナ・露天風呂・薬湯がある。 宿泊施設の用意もある。予約制。 日帰り温泉、宴会、スポーツ合宿等に利用可能。 大広間・中広間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・80 名収容の大広間、少し小さめの中広間がある。</li> <li>・和風庭園を眺められるゆったりとした雰囲気。中広間では宴会も可能。</li> </ul> <p>ふれあいの湯、ふるさとの湯</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・それぞれの浴場に気泡風呂、水風呂、サウナ、露天風呂、薬湯がある。</li> <li>・天然石の中で最もイオン化作用の強い薬石「光明石」を通した温泉(人口)。</li> <li>・毎月上旬、薬湯で季節を感じるイベント風呂を開催している。</li> </ul> <p>交流サロン</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゆったりと映像や雑誌を見るなどしてくつろげる空間。</li> <li>・マッサージチェアやボディ・ケア、足底療法の利用が可能。</li> </ul> <p>宿泊室</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・和室、洋室計 6 室の宿泊室がある。事前の予約が必要。</li> <li>・和室は日中の時間貸しも行う。</li> </ul> <p>ゲームコーナー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1、2 階ホールにゲームコーナーを設置。2 階には、卓球コーナーもある。</li> </ul> <p>多目的広間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・用途に合わせて自由に利用が可能。</li> <li>・研修、ビデオの上映会、運動広場を利用したスポーツクラブの合宿などに最適。</li> <li>・卓球コーナーとしても使用している。</li> </ul> <p style="text-align: right;">(参考: 龍ヶ崎市農業公園ホームページ)</p>			






## 総合運動公園

提供主体	龍ヶ崎市		
認知度	市内	89.7%	ブランド 可能性
	市外	40.3%	
資源内容	<p>【たつのこアリーナ】</p> <p>アリーナ1階:メインアリーナ・サブアリーナ・トレーニング室・多目的室・談話ロビー アリーナ2階:柔道場・剣道場・ジョギングコース・客席・屋上デッキ 地階:屋内プール・幼児用プール・ウォータースライダー・幼児用すべり台・流水プール(夏季のみ) メインアリーナは約 1,760 m<sup>2</sup>の広さがある。バスケットボールコート 2 面、バレーボールコート 3 面、バドミントンコート 10 面がとれる。</p> <p>【龍ヶ崎市陸上競技場たつのこフィールド】</p> <p>第 3 種日本陸上競技連盟公認陸上競技場 開場時間:9:00 ~ 21:00 毎週月曜、年末年始(12月28日~1月4日)休場 敷地面積:37,000 m<sup>2</sup> 競技場施設:走路 = 全天候型舗装・1周 400m・8 レーン フィールド内 = 天然芝(ティフトン)・8,800 m<sup>2</sup> 全天候型トラック(1周 400m・8 レーン)、跳躍場(走り幅跳び・三段跳び)、砲丸投げサークル・ハンマー投げサークル、メインスタンド観覧席(562 席)、車いす使用者用観覧スペース(7 席)、芝生スタンド(約 1,600 人収容可)など。</p> <p>【総合運動公園 たつのこスタジアム】</p> <p>グラウンド</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・両翼 100m、センター123m</li> <li>・内野(黒土混合土)、外野(天然芝)</li> </ul> <p>メインスタンド:ベンチシート約 1,400 席 芝生スタンド:内野約 750 人、外野約 1,850 人</p> <p>照明塔</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・30 灯 × 6 基、高さ 29.1m</li> <li>・3 段階点灯切替(全点灯・2/3 点灯・1/2 点灯)</li> <li>・照度:内野 750 ルクス、外野 400 ルクス</li> </ul> <p>スコアボード:電光式 駐車場:普通車 230 台、大型車 4 台</p>		



(参考:龍ヶ崎市役所ホームページ)

## 竜ヶ崎飛行場

提供主体	新中央航空株式会社			
認知度	市内	67.3%	ブランド 可能性	3.5 ポイント
	市外	34.1%		
資源内容	<p>【民間飛行場】</p> <p>新中央航空が運営している民間(非公式)飛行場。 年中無休で遊覧飛行や操縦訓練を実施しているほか自宅等の航空写真を撮ることも可能。</p>  <p>【遊覧飛行】</p> <p>下記 16 コースのほか自由に遊覧できるコースもある</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飛行場一周(三次元体験、お試しコース)</li> <li>・龍ヶ崎市(龍ヶ崎市街地周遊)</li> <li>・龍ヶ崎市、牛久大仏方面(JR佐貫駅、牛久沼、牛久大仏上空)</li> <li>・成田山方面(成田山新勝寺)</li> <li>・成田空港通過(成田空港)</li> <li>・土浦方面(土浦市、霞ヶ浦)</li> <li>・学園都市方面(つくば研究学園都市)</li> <li>・潮来・鹿嶋方面(水郷潮来、鹿島神宮、鹿島サッカースタジアム)</li> <li>・千葉・幕張方面(千葉市動物公園、千葉港、幕張メッセ、東京湾)</li> <li>・筑波山一周(筑波山山頂)</li> <li>・ディズニーランド(東京ディズニーリゾート、三番瀬)</li> <li>・東京一周(新宿新都心、東京ドーム、皇居、東京タワー)</li> <li>・エグゼクティブTOKYO(ディズニーリゾート、新宿新都心、東京ドームほか)</li> <li>・水戸、大洗方面(霞ヶ浦、偕楽園、大洗、鹿島灘)</li> <li>・銚子、犬吠埼(銚子、水郷佐原、屏風ヶ浦、九十九里)</li> <li>・横浜方面(東京上空、海ほたる、ランドマークタワー)</li> </ul> <p>【テレビ・映画撮影】</p> <p>田んぼの真ん中に位置するため、周辺に高い建物などもなく、いろいろな撮影に使用されている。</p> <p>2010年、テレビドラマ『夏の恋は紅色に輝く』の撮影が行われた。</p> <p>2011年6月、映画『日輪の遺産』(浅田次郎原作)において、マッカーサーが空港に降り立つ場面が、竜ヶ崎飛行場で撮影された。</p> <p>(参考:新中央航空ホームページ、龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>			



## 般若院

提供主体	般若院		
認知度	市内	68.2%	ブランド 可能性
	市外	24.9%	
資源内容	<p>【般若院】</p> <p>根町にある天台宗般若院は、天元元年(978年)に道珍法師によって建立されたとされる。当初は貝原塚町に創建された。</p> <p>大栄4年(1525年)に現在の地に移される。このとき諸堂も建てられ、寺院として整った。</p> <p>当時の城主・土岐山城主は、天正年間(1573～1592)、山内(現美浦町)に顕密両界の阿弥陀堂、観音堂を建立して村人の信仰を集め、般若院はその祈願寺であった。仙台領となり、寛永5年(1628年)には、伊達家代々の位牌所の御朱印として3石を受けた。</p> <p>中興開山より5代目にあたる郎月光順法印は寛永年間(1624年～1644年)、後水尾天皇より勅命として法談を命ぜられ、別格寺の待遇となり、小野の法善寺の末寺200余力寺の筆頭となった。光順法印は、農地改革を行い貯水池を作ったことでも知られ、光順田や郎月池という名が今でも龍ヶ崎に残っている。</p> <p>3代将軍・徳川家光の時、雨乞いで江戸の大干ばつを救ったとして「虎の尾」(植物名)を受け取っている。</p> <p>12世の義堂法印は、大永・天正年中に造営した諸堂の改築、当時別当をしていた愛宕山の社殿を12年かけて建立した。</p> <p>般若院を中心に、東に大文字山(流通経済大学のある高台東端)、西に愛宕山、その間に白幡台(竜ヶ崎一校のある高台)があり、京都の地形にならって作られ、周辺は全て寺領で修験道の道場とされ、この地方の信仰の中心であったとも言われる。</p> <p>安政3年(1866年)の大暴風により阿弥陀堂・鐘桜堂・本堂を残して倒壊した。昭和38年再建された。</p> <p>現在、大師堂には伝教大使と弘法大師が安置されている。観音堂には霞ヶ浦から引き上げられたとされる聖観音が安置される。胴が細く、インドの像に似ているとされる。子育て観音として信仰を集める。</p> <p>シダレザクラ: 本堂裏手にあるシダレザクラは、樹齢400年、樹高約10m、目通り幹囲約5m、枝張り東西約15m・南北約22mの巨木。エドヒガン(江戸彼岸)の園芸種で、県の天然記念物に指定されている。花見の時期には、近隣から大勢の人がこのサクラを見に般若院を訪れる。</p>		



(参考: 龍ヶ崎市役所ホームページ)

## 女化神社・昔話「キツネの恩返し」

提供主体	女化神社		
認知度	市内	52.7%	ブランド 可能性
	市外	50.5%	
資源内容	<p>【女化神社】</p> <p>女化神社は永正 6 年(1509 年)に京都にある伏見稲荷大社を詣でた地元の人が女化の地に稲荷信仰を伝えたのがルーツとされている。</p> <p>建久年間(1190 年～1198 年)に創立されたと言われ、農業神としての信仰が厚く、五穀豊穡・家内安全祈願に近隣から多くの信者が訪れる。かつては稲荷大明神と呼ばれた。</p> <p>女化神社宮司によると、神社の正式な名称も過去に 3 度変更になっている。</p> <p>文久 2 年(1862 年)に建てられた以前の本殿を全面改装し、現在の本殿は平成 14 年 3 月に再建されたものである。</p> <p>年越しを待った初詣のため、大晦日から元旦にかけては大勢の参詣客で賑わう。特に午前 0 時に奉納太鼓が鳴り響いた後には、参詣客の行列ができる。参道の両脇には所狭しと出店が並ぶ。</p> <p>毎年旧暦 2 月の最初の午の日には初午が開催され、大勢の人々で賑わいをみせる。植木市が開かれ盛大に催される。</p> <p>春祭り(3 月 23 日)・秋祭り(11 月 23 日)も開催される。</p> <p>「みどり子の母はと問わば女化の原になくなく臥すと答へよ」という歌とともに、狐の恩返し伝説が残されている。</p> <p>境内には、珍しい親子の狐像が祀られる。狛犬代わりに狐は、伝説における 3 人の子供にちなみ、3 匹の子狐を抱えている。</p> <p>女化神社のある一角だけが龍ヶ崎市の飛び地となっている。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: right;">(参考: 龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>		

## 祇園祭・撞舞

提供主体	龍ヶ崎市撞舞保存会			
認知度	市内	83.0%	ブランド 可能性	4.2 ポイント
	市外	26.4%		
資源内容	<p>【祇園祭・八坂神社】</p> <p>上町八坂神社の祇園祭は、毎年7月下旬に3日間行われ、6騎の神輿が祭りを盛り上げる市内最大級の祭りである。若柴町の八坂神社でも7月下旬に祇園祭が行われる。</p> <p>祭りの最初には天狗が町を練り歩き、祭りの始まりを知らせる。最終日には国選択・県指定無形民俗文化財の「撞舞」が行われる。撞舞終了後、神輿が1カ所に集まる「揃い踏み」でクライマックスとなる。</p> <p>八坂神社は明治維新まで「天王社」と称されていた。天王とは「牛頭(ごず)天王」のこと。祇園社の祭神であり、疫病や農作物の害虫などを払う神として崇められた。今日でも俗に「天王様」と呼ばれ親しまれる。</p> <p>【撞舞】</p> <p>利根川流域など数カ所で行われてきた芸能。現在でも演じられている所はごくわずかである。中国伝来の散楽が起源の軽業が変化したものともされるが、雨乞いの儀式としての性格が強い芸能。雨蛙の面を付けた舞男(まいおとこ)が14mの撞柱(つくばしら)に命綱なしで昇り、様々な妙技を繰り広げる。</p> <p>龍ヶ崎には昔、大きな「フク」というガマガエルが住んでおり、この「フク」が雨を降らせ病害虫もなく豊年万作をもたらしたという伝説があることより、撞舞は「フク」が舞う様子を表したのだとも言われる。</p> <p>柱を龍に見立て、龍の背中に雨蛙がよじ登る様子を表すとされる。</p> <p>撞柱を立てた台座の下で、貝原塚おごど囃子(かいはらづかおごどばやし=市指定無形民俗文化財)の演奏が始まると、撞舞の始まりとなる。舞男は撞柱に昇る前に御祓いを受け、足に御神酒(おみき)を吹きつけられる。</p> <p>平成11年12月3日に国選択無形民俗文化財に選択された。</p> <p>平成22年11月18日には県指定無形民俗文化財の指定を受けた。</p> <p style="text-align: right;">(参考: 龍ヶ崎市役所ホームページ)</p>			





## その他活用すべき地域資源

龍ヶ崎市民に対する地域資源意識調査にて、ブランド化が可能と評価されたその他の資源には、以下のものがあります。

：複数の回答者から評価された資源

森林公園

相撲部屋

松葉地区夏祭り

関東鉄道竜ヶ崎線

水田

龍ヶ崎カントリー倶楽部

果樹狩り

小貝川周辺

龍ヶ崎観音

### 3 . 現状整理から確認される事項

これまで、民間事業者のアンケート調査による龍ヶ崎市の認知度、2つのアンケート調査（龍ヶ崎市民に対する地域資源意識調査・龍ヶ崎市周辺における地域資源認知度調査）による各地域資源の認知度などを整理・確認してきました。

認知度は、ブランド化を図るための初期段階（認知段階）をクリアしているか否かを判断する基準になります。

ここでは、過半数を超える50%超の認知度をクリア基準に定め、3つのブランドに関する地域資源の位置付けを「認知度」の視点で再整理します。

なお、地域資源のブランド化を図るためには、「認知段階 感情段階 行動段階」を段階的にクリアする必要があり、まずは、龍ヶ崎全般の認知度向上に貢献できる地域資源を再評価することが重要です。

#### 1) 龍ヶ崎市の認知度

民間事業者のアンケート調査によると、「龍ヶ崎市」の認知度は低くなっています。「名前も知らない人」が半数を超えており、認知段階をクリアしていません。

今後、各地域資源の認知度向上を図ることで、「龍ヶ崎市」自体の認知度を高めることが求められます。

龍ヶ崎市の認知度(P4 再掲)

	本市	県平均 (平均比,県内順位)	全国平均 (平均比,国内順位)
認知度(A1 + A2 × 3/4 + A3/2 + A4/4)(点)	14.4	17.9( 3.2,21 位)	21.9( 7.5,628 位)
A1. よく知っている ( % )	1.1	1.6( 0.5)	2.9( 1.8)
A2. 知っている ( % )	3.0	5.2( 2.2)	8.0( 5.0)
A3. 少しだけ知っている ( % )	5.0	8.5( 3.5)	10.8( 5.3)
A4. 名前だけは知っている ( % )	33.0	31.7( 1.3)	29.8( 3.2)
A5. 名前も知らない ( % )	56.0	51.6( 4.4)	47.4( 8.6)



## 2) 特産品ブランドに関する地域資源

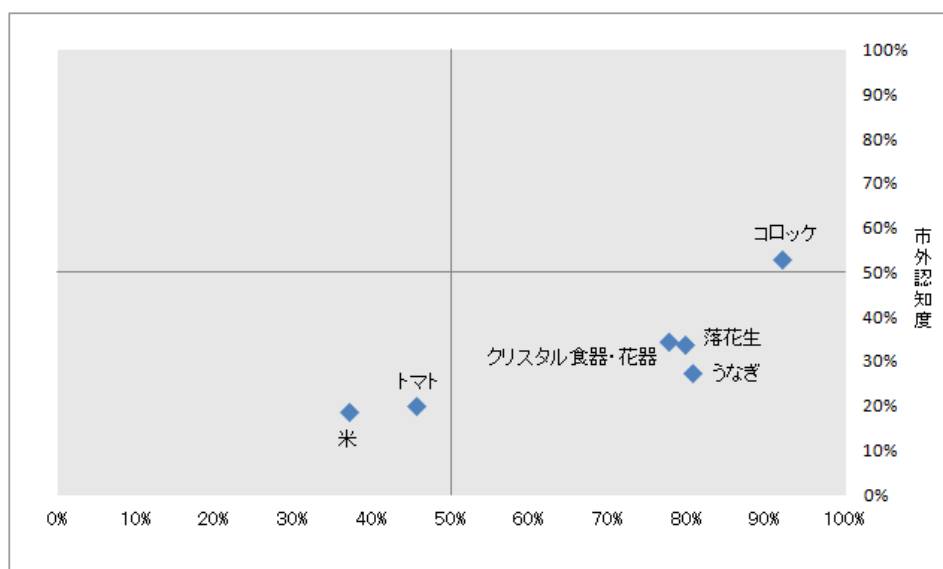
市内外の認知度がいずれも 50%を超えている資源は「コロッケ」であり、「認知段階」はクリアしているといえます。

市内の認知度が 50%を超えているものの、市外の認知度が 50%を下回っている資源は、「うなぎ」「落花生」「クリスタル食器・花器」であり、市外に向けて認知度向上を図る必要があります。

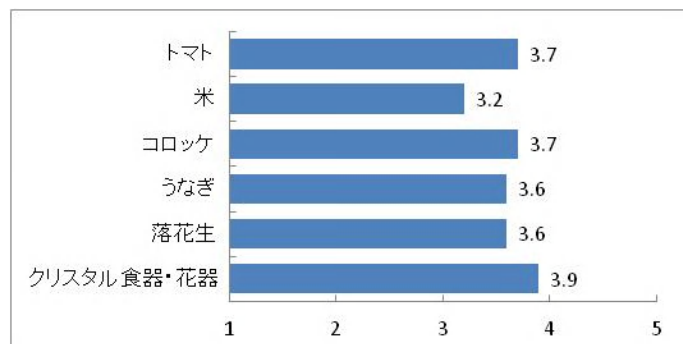
市内外の認知度がいずれも 50%を下回っている資源は「トマト」「米」であり、市内外に向けた認知度向上が必要です。

また、いずれの資源においても市民におけるブランド可能性評価が 3 ポイントを超えており、活用次第で他地域との差別化が可能と認識されています。

特産品ブランドの市内認知度・市外認知度



特産品ブランドのブランド可能性評価



## 2) 暮らしブランドに関する地域資源

市内外の認知度がいずれも 50%を超えている資源は「流通経済大学」であり、「認知段階」はクリアしているといえます。

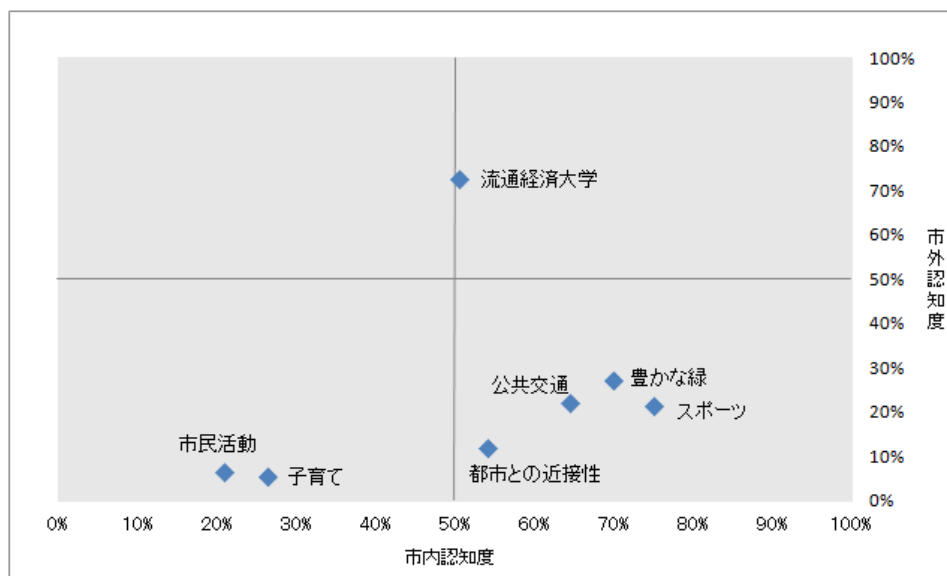
市内の認知度が 50%を超えているものの、市外の認知度が 50%を下回っている資源は、「豊かな緑」「スポーツ」「公共交通」「都市との近接性」であり、市外に向けて認知度向上を図る必要があります。

市内外の認知度がいずれも 50%を下回っている資源は「子育て」「市民活動」であり、市内外に向けた認知度向上が必要です。

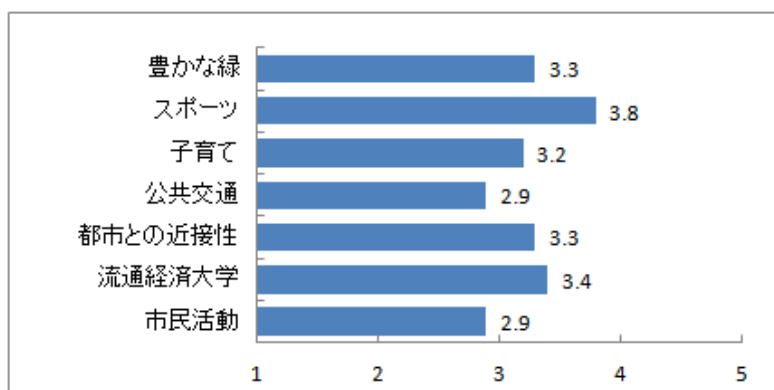
また、「豊かな緑」「スポーツ」「子育て」「都市との近接性」「流通経済大学」は、市民におけるブランド可能性評価が 3 ポイントを超えており、活用次第で他地域との差別化が可能と認識されています。

一方、「公共交通」「市民活動」は、市民におけるブランド可能性評価が 3 ポイントを下回っており、他地域との差別化が難しいと認識されています。

暮らしブランドの市内認知度・市外認知度



暮らしブランドのブランド可能性評価



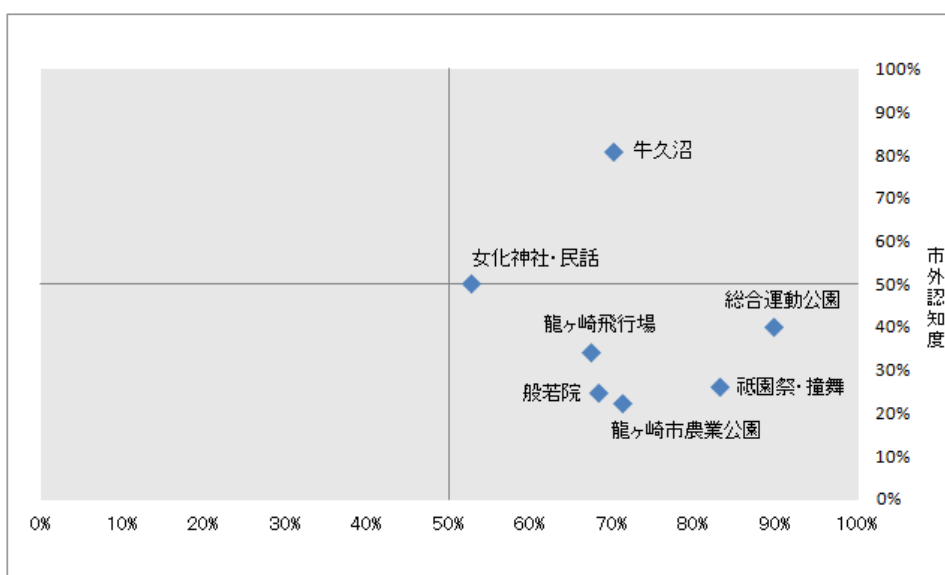
### 3) 観光ブランドに関する地域資源

市内外の認知度がいずれも 50%を超えている資源は「牛久沼」「女化神社・民話」であり、「認知段階」はクリアしているといえます。

市内の認知度が 50%を超えているものの、市外の認知度が 50%を下回っている資源は、「龍ヶ崎市農業公園」「総合運動公園」「龍ヶ崎飛行場」「般若院」「祇園祭・撞舞」であり、市外に向けて認知度向上を図る必要があります。

また、いずれの資源においても市民におけるブランド可能性評価が 3 ポイントを超えており、活用次第で他地域との差別化が可能と認識されています。

観光ブランドの市内認知度・市外認知度



観光ブランドのブランド可能性評価

