一家に 1 枚赤水図を用いた高萩市の知名度向上プラン

庄司　亜輝、山口 悟*
茨城県立高萩清松高等学校 ボランティア・ラボ部 理科班 清松乃風 〒318-0001　茨城県高萩市赤浜 1864 番地
(2026 年 11 月 1 日 受付 ; 2026 年 11 月 19 日 受理)

Abstract

茨城県高萩市は少子高齢化が進行し、消滅可能性自治体に含まれている。本研究では、地域の知名度向上と住民の郷土愛育成を目的とし、高萩市出身の偉人“長久保赤水”を活用した地域ブランディングプロジェクトを企画・実践した。事前のアンケート調査により、活動世代である 20 代～40 代の認知度が低い課題を発見し、赤水の功績を記したポスター“一家に 1 枚赤水図”を制作した。地元企業 11 社と団体から協賛および寄付を得て、新聞折り込みによって市内 6,550 世帯へ配布した。事後調査では、“一家に 1 枚赤水図”が家庭内で話題に上るなどの効果が確認できた。本研究の取り組みは、地域に対する住民の愛着と誇りを醸成し、住民自身が地域の魅力を発信する持続的なモデルとして有効であることが示唆された。

Introduction

茨城県高萩市は、山と海を同時に楽しめるだけでなく、様々な文化や歴史をもつ魅力的なまちである。図 1 に一例として、高萩市にある特に有名な 4 つの観光資源を示した [1]。県内屈指の紅葉を楽しめる名所として知られる自然豊かな(a)花貫渓谷や大河ドラマのロケ地として使われており高萩市を代表する景勝地である(b)赤浜海岸は地元の人たちにとって自慢の場所である。また、図 1(c)に示した茨城県の指定有形文化財に指定される穂積家住宅や関根川に架かる関根橋を渡ってから松岡小学校へと続く道筋は松岡城（松岡陣屋）の城下町としての面影を色濃く残し(d)お屋敷通りと呼ばれ地元を代表する風情のある場所である。このように高萩市には自然だけでなく、歴史や文化を感じ取ることのできる多くの観光資源がある。



図 1 高萩市の有名な観光資源　(a)花貫渓谷、(b)赤浜海岸、(c)穂積家住宅、および(d)お屋敷通り

茨城県高萩市は典型的な少子高齢化のまちでもある。日本の深刻な少子化と人口減少問題に対応するため

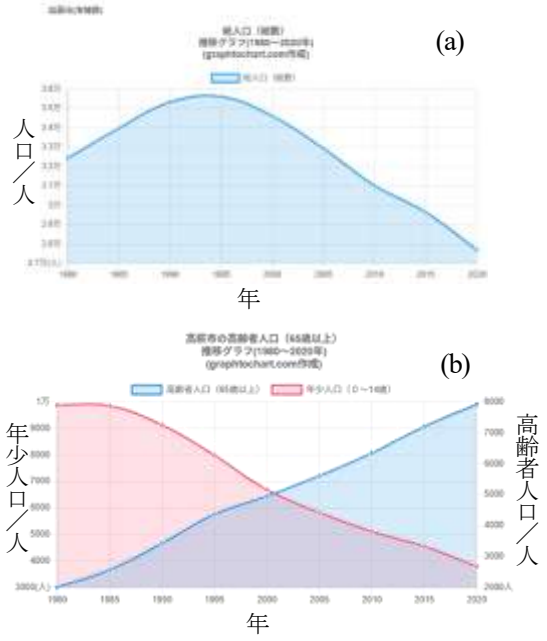


図 2 高萩市の(a)人口の推移と(b)年少人口と高齢者の人口の推移

2023 年 7 月に発足した民間有識者による団体である人口戦略会議によると、高萩市は消滅可能性自治体に含まれる [2]。図 2 に、高萩市の(a)人口の推移および(b)年少人口と高齢者人口の推移を示した [3]。図 2(a)から、1995 年の人口約 36,000 人をピークに年々減少していき 2020 年には 28,000 人まで人口が減少している。さらに図 2(b)より、高齢者は 1980 年の人口約 2,000 人から年々増加し、2020 年には 4 倍の約 8,000 人に到達した。一方、年少人口は 1980 年の約 10,000 人から 2020 年には 4,000 人を切るまで減少している。したがって図 2(a)と(b)より、高萩市は少子高齢化が深刻化しており、衰退の一途をたどっていることがわかる。

私が高萩市の高校に通い、本活動をする中で、とても感覚的なものであるが高萩市には 2 つの問題点があ

* Corresponding author. *e-mail* address: yaamguti-satoru@※※※※※※※ = mail.ibk.ed.jp

ると感じた。1 つ目は、高萩市の観光資源は高萩の人たちにとっては当たり前のものなのでその素晴らしさを忘れてしまっているところである。その結果、他の地域に対する PR 活動がうまくいっていないと感じている。さらに前述したように、高萩市は消滅可能性自治体であるので高萩の人たちは危機感を感じてはいるのだろうが、どこか他力本願の雰囲気を感じられるところが 2 つ目の問題点である。このような何とも言えない状況である高萩市の高校に通っている一人の高校生として、この現状は非常に悲しすぎる。そこで、高萩市の新たなアピールポイントを探索し、私のような高校生から高萩市を盛り上げるきっかけを作りたいと強く思い、高萩市を盛り上げる活動を始めた。本報では、私たちの考案した“一家に 1 枚赤水図”を用いた高萩市の知名度向上プランについて報告する。

Preliminary Study

高萩市の新たなアピールポイントの探索

高萩市の「花貫渓谷」や「赤浜海岸」はとても有名なため、高萩市のアピールポイントとして Web 検索すると大体一番目にヒットする。しかしながらこれらはすでに有名であり、高萩市の新たなアピールポイントとして取り上げようとしても目新しさに欠けてしまう。また、高萩市にある「さくら宇宙公園」や「ウォータアスレチック」なども Web 検索結果欄の上位に表示されるが、それらは季節が限定されてしまう。そこで、新たなアピールポイントとして、高萩市に由来のある有名人に着目し Web 検索した。その結果としてヒットしたのが“長久保赤水”という人物である。

長久保赤水 [4)]

長久保　赤水（ながくぼ　せきすい）は江戸時代中期の地理学者であり儒学者である。「改正日本輿地路程全図」（通称「赤水図」）を作成したことで知られる。図 3 に JR 高萩市駅前にある(a)長久保赤水の銅像と(b)「改正日本輿地路程全図」を示した [4)]。長久保赤水は常陸国多賀郡赤浜村（現在の茨城県高萩市）出身である。長久保赤水関係資料 693 点は学術的価値が認められ 2020 年 9 月 30 日に国の重要文化財に指定された。赤水の代表作「改正日本輿地路程全図」には竹島が記されており、竹島が日本固有の領土である証となる地図でもある。さらに、「改正日本輿地路程全図」は日本で最初に経緯度の入った日本地図であり、庶民にまで普及しベストセラーにもなっている。したがって、当時の日本では長久保赤水という名前は広く知れ渡っていたと考えられる。しかしながら、長久保赤水がこのような日本を代表するような功績を残しているにもかかわらず現在の日本での知名度が低いのは、やはり、日本地図といえば世間一般には“伊能忠孝”の功績が広く知れ渡っているためであると考えられる。日本地図を作った人物と言えば、ほとんどの人たちが伊能忠敬と答える。長久保赤水が作成したこの日本地図は国の重要文化財であり、伊能忠敬が作成した日本地図よりも先に作られたことがわかっている。そこで私たちはこの長久保赤水の功績を活用し“赤水のまち高萩”として、高萩市をアピールすることにした。



(a)長久保赤水の銅像
JR 高萩駅前



(b)改正日本輿地路程全図（1846 年 6 版）大英博物館所蔵

図 3　(a)長久保赤水の銅像と(b)改正日本輿地路程全図

高萩市における長久保赤水の認知度調査

高萩市出身の長久保赤水が地元・高萩においてどれくらいの知名度をもつのかを調査した。“赤水アンケート”という名前で、高萩市にある商業施設「ベイシア高萩モール店」に許可を取り行った。ここで、私 1 人でこの活動を行うのはさすがに無理があると考え、友人 2 人にサポートをお願いし“清松乃風”というグループを作った。高校生 3 人と顧問の先生 1 名が常駐し、声かけ、アンケートの説明、回答の回収を行った。表 1 に赤水アンケートの詳細を示した。

表 1 赤水アンケート調査の詳細

実施期間	2025 年 7 月 7 日（月）～11 日（金）　各日 14 時～16 時
有効回答数	234 名
調査項目	Q1. 日本で最初に日本地図を作った人を知っていますか？ Q2. 長久保赤水を知っていますか？ Q3. どんな事をした人か知っていますか？ Q4. 長久保赤水の地図を見たことがありますか？ Q5. 長久保赤水記念館を知っていますか？

このような調査項目により、高萩市の方が長久保赤

水のことをどれくらい知っているのかを評価した。

高萩市における長久保赤水の認知度調査結果

表 2 に、赤水アンケート結果を示した。

表 2 赤水アンケート結果

Q1.日本で最初に日本地図を作った人を知っていますか？
A1.長久保赤水と答えてくれたのは 40%
Q2.長久保赤水を知っていますか？
A2.知っている 80%
Q3.どんな事をした人か知っていますか？
A3.日本地図を作った人と知っている 55%
Q4.長久保赤水の地図を見たことがありますか？
A4.赤水図を見たことがある人は 50%
Q5.長久保赤水記念館を知っていますか？
A5.知っている 34%

表 2 より、Q1 の回答として長久保赤水と答えてくれたのは 40%と、長久保赤水の地元である高萩市での調査であるにもかかわらず、想像以上に少ない数字であった。Q2 では地元であるためか長久保赤水という名前は 80%の方が知っていると答えてくれた。しかしながら、Q3 の結果から、長久保赤水という名前は知っているが日本地図をつくった人と知っているのは 55%であった。高萩駅前に長久保赤水の銅像があるので、それだよねという意見を何度も聞いていたので、駅前の銅像の効果はそれなりに大きいことがわかった。しかし残念ながら、赤水＝日本地図とまではいかないようである。それを裏付けるように、Q4 の回答は 50%の人たちが赤水図を見たことが無いであり、Q5 の結果は 34%とほとんどの人たちが世界的な偉業を成し遂げた長久保赤水を記念する場所すら知らないという結果であった。この結果から感じたのは、高萩市の方ですら、長久保赤水の世界的業績を知らないというところである。

さらに、表 2 に示した A1 から A5 の回答を 20 代〜40 代と 50 代〜80 代の 2 つの年代に分けて評価した結果を図 4 に示した。図 4 より、得られた A1 から A5 のすべての回答において、50 代〜80 代の回答率の平均が 61%であるのに対し、20 代〜40 代は回答率の平均が 39%と低かった。したがって、高萩市の 20 代〜40 代の世代の人たちは長久保赤水をあまり知らないという傾向にあることがわかった。私たちが行った赤水アンケートから、“長久保赤水という名前は知っているが、何をした人かは詳しく知らない”という現状と、20 代〜40 代の最も活動的な世代に長久保赤水を知ってもらうことが改善すべき課題であることが明らかになった。そこで、最も活動的な世代を主なターゲットとし、日常生活の中で自然に長久保赤水への理解を深めるための施策として、高萩市活性化プロジェクトを考案した。

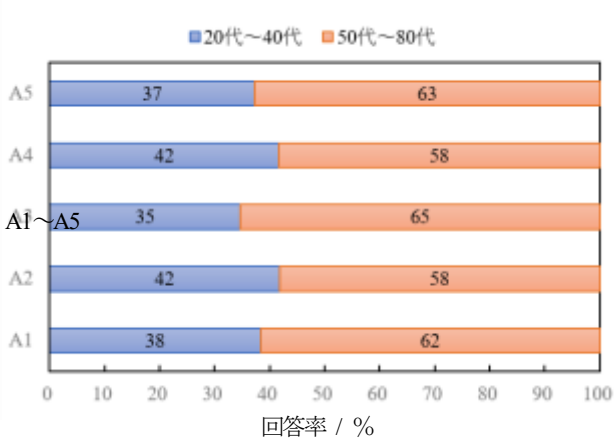


表 2 にある A1〜A5

図 4 Q1 から Q5 の回答 A1 から A5 を 20 代〜40 代と 50 代〜80 代の 2 つに分け評価した結果

Project Design

“一家に 1 枚赤水図”プロジェクト

私自身もそうであるが、高校生だけでなく大人の人もスマホをいじることがとても多い。だからこそ、長久保赤水を PR するためにスマホとは切り離した方法を考えた。スマホが良い意味でも悪い意味でも広く普及した結果、食事中であってもスマホが関係していることが多い。そこで、家族や色々な人たちとの会話のきっかけになるような長久保赤水の何かを作成したいと考えた。それをもとに家族全員が長久保赤水を知ることのできるきっかけを作りたい。そこで長久保赤水を想起させるポスターを作成し、それを高萩市のまちなかに貼ることで、もしかしたらとも考えた。しかしながら、高萩市のまちなかの人通りを見たとき、歩いている人があまりいないのが現状である。したがって、赤水を想起させるポスターを作成し、高萩市の目立つ場所に掲示しても効果がない。そもそも高萩市の偉人である長久保赤水が日本地図を伊能忠敬よりも前に作っていたとことを知る高萩市の方の数が、赤水アンケートから 40%と非常に少ないこともわかった。まずは高萩市の方であれば長久保赤水を知らなければならない。そして高萩市の方であれば伊能忠敬よりも前に日本地図を作っていたのは長久保赤水であることも知らなければならない。そこで、高萩市の全世帯に一方的に赤水を想起させるポスターを配り、長久保赤水の名前と世界に渡った赤水図など、高萩市の偉人であることを高萩市に住む全員の人たちに知ってもらいたい。高萩市民全員を、長久保赤水を紹介できる人に変化させられればと考えた。そのようなポスターを高萩市の全ての世帯に配布し、各家庭の一番人が集まる場所や一番目に付く場所に貼ってもらい話のネタにしてもら

う。その結果、高萩市民全員が“赤水のまち高萩”を PR できる観光大使になると考えた。また、高萩市民であればそのポスターを必ず持っているというようにしたい。そこでポスターの名称は、“一家に 1 枚赤水図”とした。また、“一家に 1 枚赤水図”を用い、高萩市民を長久保赤水観光大使にするというプロジェクトであるので、“一家に 1 枚赤水図”プロジェクトという名称にした。この“一家に 1 枚赤水図”という言葉を高萩市の人たちみんなが知っている状況を作りたい。

Web 上で長久保赤水を調べると上位の結果には必ず長久保赤水顕彰会[5]が表示される。そこで“一家に 1 枚赤水図”を作成するための情報収集を兼ねて、長久保赤水顕彰会を訪問した。訪問する前の私たちは長久保赤水の最も有名な地図である「改正日本輿地路程全図」（赤水図）を“一家に 1 枚赤水図”として配布しようと考えていた。訪問した際に、「改正日本輿地路程全図」は日本のベストセラーだけではなく、実は世界にも広まっていることを知った。フランス、オランダ、ドイツ、イギリス、ロシア、カナダ、アメリカの 7 ヵ国に計 48 点の「改正日本輿地路程全図」が図書館、博物館および大学などに所蔵されていた。それがわかる資料は東京大学元教授 馬場 章 先生が制作したもので、松岡小学校郷土資料室「就将館」に展示されている[6]。この長久保赤水の「改正日本輿地路程全図」が世界に広まったことをアピールするようなパネルを見たとき、長久保赤水は最初に日本地図を制作したという“赤水＝日本地図”から、“赤水＝世界”というイメージで長久保赤水を PR しようと考えた。　図 5 に私たちが制作した“一家に 1 枚赤水図”を示した。これが「改正日本輿地路程全図」を作った長久保赤水の偉業をアピールするためのものである。長久保赤水が作った日本地図



図 5　“一家に 1 枚赤水図”

は世界の多くの国に渡っており、高萩の世界的な偉人“長久保赤水”をイメージしたものである。この“一家に 1 枚赤水図”を高萩市の全ての世帯に配り、この地図を活用してほしい。図 6 に、“一家に 1 枚赤水図”の利用方法のイメージを示した。まず、リビングに“一家に 1 枚赤水図”を配る。朝起きてリビングに行ったとき“一家に 1 枚赤水図”を見る。家族で朝食を食べているときにも“一家に 1 枚赤水図”を見る。家族が学校や会社へ行き帰宅すると“一家に 1 枚赤水図”を見る。家族で夕食を取っているときにも“一家に 1 枚赤水図”を見る。お風呂に入った後リビングに行くと“一家に 1 枚赤水図”を見る。したがって、“一家に 1 枚赤水図”をリビングに貼るだけで知らないうちに長久保赤水がインプットされ、知らないうちに長久保赤水が大好きになってしまうという効果があると考えられる。長久保赤水を大好きになってしまった高萩市民全員が“赤水のまち高萩”を否定なく PR できるようになる。

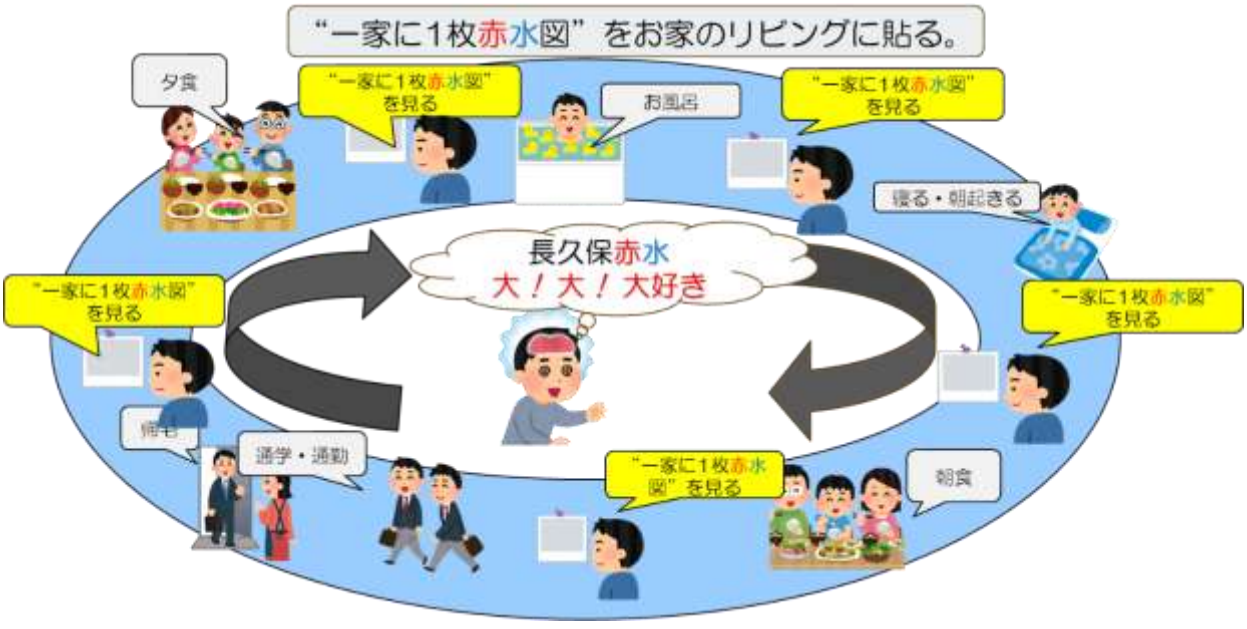


図 6　“一家に 1 枚赤水図”の利用方法のイメージ

Implementation

“一家に 1 枚赤水図”の配布

“一家に 1 枚赤水図”を高萩市の全世帯である 11,000 世帯に配布しようと考えたとき、私たちだけで約 11,000 世帯全てに配るのは非常に難しい。そこで、高萩市役所に問い合わせ、“一家に 1 枚赤水図”を高萩市の市報に折り込めるかを相談した。結果として、個人で行っているものはできないということで、次の手段を考えた。長久保赤水顕彰会の理事に地元の印刷業者の方がいらっしゃった。その印刷業者さんに相談したところ。新聞の折り込みチラシとしての配布方法があることを教えてもらった。ただし高萩市の全ての世帯では無く 6,550 世帯に減少してしまう。しかしながら、まずは実行することが重要である。“一家に 1 枚赤水図”の印刷代と新聞折り込み費用を合わせて見積もりを出してもらった結果、A3 カラーコートのポスター7,000 枚と 6,550 世帯の費用は約 13 万円であった。勿論、私たちにそのような資金は無い。そこで、その資金を確保するため、高萩市に本社がある企業に協賛のお願いをしようと考えた。正直、どれくらいの企業があるのか全く分からなかったが Web 検索し、いくつかの企業を選ぶことが出来た。とにかく Web に載っていた電話番号に電話をかけ、私たちの活動の趣旨を説明するためにアポイントメントを取った。怪しい電話と思われ切られる企業もいくつかあった。実際に企業の方にお会いできたときには、私たちの活動に対する熱意が伝わった結果 11 社から協賛を得ることができた。また、個人からの寄付もあり、目標金額を超える 16 万 5,000 円の資金を調達することができた。“一家に 1 枚赤水図”を作るためのプリンターやインク代、金庫などを購入したのでほとんど全部使い切った。

さらに“一家に 1 枚赤水図”の配布日時について考えたところ、年末年始は家族や親せきが集まる機会が多い。そこで、高萩市で取り扱いのある全ての新聞社の 2025 年 12 月 21 日（日）の朝刊に折り込むことにした。

“一家に 1 枚赤水図”の効果を高めるため、複数の新聞社に取材依頼をした。その結果、読売新聞と茨城新聞から取材を取り付けることが出来た。2025 年 9 月 12 日に掲載していただいた読売新聞朝刊の記事を図 7 に示した。読売新聞では、私たちの活動“一家に 1 枚赤水図”プロジェクトの目的や活動内容。“一家に 1 枚赤水図”の大まかな配布方法を伝える内容とした。

“一家に 1 枚赤水図”の正確な配布時期と使用方法を伝える新聞記事を図 8 に示した。配布日である 2025 年 12 月 21 日の前日というタイミングで、茨城新聞に掲載して頂けた。さらに、図 9 に示したように、2025 年 12 月 21 日の配布日当日には読売新聞に“一家に 1 枚赤水図”の使用方法や、もしほしい方がいらっしゃったら学校まで問い合わせくださいという内容を掲載して頂けた。問い合わせは茨城県の県西地区からの 1 件ではあったが、私たちの活動に興味を持って頂けたのはとても励みになった。


江戸期 日本地図作成

高萩の誇り「赤水図」PR

高校生 地域や企業と協力

図 7　2025 年 9 月 12 日に掲載された読売新聞朝刊


高萩清松高 1 年生が制作

赤水の功績 ポスターに

郷土の偉人、家庭で発信

図 8　2025 年 12 月 20 日の茨城新聞朝刊

Results and Discussion

赤水アンケート 2

2025 年 12 月 21 日に配布した“一家に 1 枚赤水図”が、高萩市のどのくらいの人たちに活用してもらえたのかを評価するために、2026 年 6 月 5 日（金）～11 日（木）の平日 5 日間という日程で高萩市にある「ベイシア高萩モール店」に再び許可をもらい実施した。まず、アンケート有効回答数は 141 名である。その時の


「赤水図」ポスターに
高萩の高校生が作成
江戸期の日本地図

図9　令和7年12月21日の読売新聞朝刊

調査結果として、お客さんが高萩市民であったのは58%であった。高萩市民の中で、“一家に1枚赤水図”の存在を知ってくれた人は19%であり、“一家に1枚赤水図”を貼って話題にしてくれた人は5%であった。この数値は非常に小さな値ではあるが、これが私たちの始まりの結果である。この数値がさらに大きくなるよう継続して“一家に1枚赤水図”プロジェクトを進めていきたいと強く思った。

ビジネスプランとしての可能性

私たちの考案した“一家に1枚赤水図”プロジェクトがビジネスになるかどうかの可能性について、私たち清松乃風が一企業だとして、私たちなりに収益が見込めるかを考えてみた。例えば、高萩市のような自治体が清松乃風に“一家に1枚赤水図”プロジェクトを実施したいという依頼があった場合である。本来、高萩市の行うPR活動と言えば、その資金は税金のため失敗は許されない。しかしながら、本プロジェクトの場合、税金を使ったが、失敗したと感じることはあまり無いと考える。高萩市は本プロジェクトを行うために清松乃風に企画料を支払わなければならない。例えば、清松乃風は“一家に1枚赤水図”のデザインを、高萩市教育委員会を通じて小学校や中学校にポスターデザインコンテストとして依頼をする。出来上がった“一家に1枚赤水図”のデザインはそもそも高萩市の人々の発想であり高萩市の人たち自ら地域のために活動をしたという記憶が残る。コンテストということで賞の記念品や賞金を考えたとき高萩市が払った企画料は結局、高萩市民に還元される。さらに、高萩市の児童・生徒がそのようなコンテストに応募することにより、郷土愛の育成にもつながる。また、清松乃風が協賛をお願いする高萩市の地元企業にとっては高萩市への貢献ということで地元の人たちにアピールができる。そもそも、このプロジェクトを進めるための費用は協賛金でまかなうので、高萩市から清松乃風に入る企画料のほとんどは利益になる。そして何より、このプロジェクトは高萩市の人たち自身の手で作り上げたという効果により高萩市民全体に郷土愛が生まれ、継続して実施できるプロジェクトである。私たちの考案したこの“一家に1枚赤水図”プロジェクトのような高萩市民全員を観光大使にするというプロジェクトは、地域観光資源の新たなPR方法としてとても有用なビジネスとしての可能性を有する。本プロジェクトを実施することにより高萩市の人たちはスムーズに地元をPRできる人たちになってしまう。また、高萩市民には知らないうちに郷土愛が生まれると考えられるので、外から来た人たちは高萩市には地元を愛する市民が多いことに驚くと考えられる。本プランはじわじわとその有効性が浸透していくのが最大の特徴であると考えられる。

Conclusions

高萩市の全ての世帯ではないが、新聞折り込みという形で6,550世帯に“一家に1枚赤水図”を配布することができた。2回目のアンケート調査の結果から、“一家に1枚赤水図”の存在を知ってくれた人は19%であり、“一家に1枚赤水図”を貼って話題にしてくれた人は5%であった。この数値は非常に小さな値ではあるが、これが私たちの始まりの結果である。そして、私たちの作成した“一家に1枚赤水図”により、日常的に長久保赤水の功績に触れることで、高萩市の方々が高萩市への関心を高めることになる。最終的には、高萩市の人たち約25,000人全員が長久保赤水の功績を深く理解し、自らの言葉でその魅力を発信できる「高萩観光大使」へと成長する。そうすることで「赤水のまち・高萩」というブランドができあがる。

このように、高萩市民がしゃべる広告塔として機能することで、「長久保赤水といえば高萩」「高萩といえば赤水のまち」というブランドイメージは、高萩市外や他の地域へも自然な形で広がっていく。私たちは毎年異なる“一家に1枚赤水図”を作成し、高萩市民全員の力で「赤水のまち・高萩」を日本全国に広めるこのプロジェクトをこれからも継続していきたい。今年実施する予定の2作目の“一家に1枚赤水図”は長久保赤水が作った世界地図を使おうと考えている。

「赤水のまち・高萩」となる日が楽しみである。

References

1) 高萩市観光協会 https://www.takahagi-kanko.jp
2) 一般社団法人北海道総合研究調査会 https://www.hit-north.or.jp
3) graphtochart.com https://graphtochart.com/
4) ウィキペディア https://ja.wikipedia.org/wiki 検索キーワード : 長久保赤水
5) 長久保赤水顕彰会 https://nagakubosekisui.org
6) 松岡小学校郷土資料室「就将館」 https://weekendibaraki.com/introduce/syusyoukan

Acknowledgement

本研究を実施するにあたり、様々な方々のご支援をいただきました。

本プロジェクトを進めるにあたり、長久保赤水顕彰会および高萩市役所生涯学習課から貴重なご教示およびご助言をいただきました。また、アンケート調査の際には、ベイシア高萩モール店のご厚意により、円滑に調査を実施することができました。

本プロジェクトの実施にあたっては、株式会社飯塚電気工業、株式会社エヌエスティー製作所、株式会社大友製作所、株式会社ジェイピー関東、株式会社高萩サービスセンター、たつご味噌醸造株式会社、TR フィックスケア、長久保赤水顕彰会、株式会社ナジコ製作所、株式会社ナバナ工業、根本電工株式会社、株式会社 HAX コーポレーション（五十音順）より多大なるご協賛を賜りました。

ここに記して、深く感謝の意を表します。