

【参考】 第1回ワークショップ 開催結果

グループ1（市川市・浦安市）

①地域の分析（※浦安市・千葉県全体に分けて分析）

強み

【浦安市】

- ・東京から近いが、東京と比べて宿泊の価格は安い

弱み

【浦安市】

- ・東京ディズニーリゾートだけ
- ・インバウンドが東京都内に泊まる

【千葉県全体】

- ・温泉が温かくない、おしゃれスポットが少ない
- ・交通網が弱く、高齢者・インバウンドが行きづらい

②強みを活かした目指すべき姿

- ・自然との調和を大切にする

⇒「都心から最も近い大自然」（キャッチコピー）

- ・「車移動だけを考えない社会」

③必要な取組

- ・海岸線の景観を活かすため、テトラポットを撤去をして観光用の栈橋を作る
⇒観光用の栈橋は「映えスポット」として定着してきたが、カリフォルニアのような栈橋はまだない
- ・九州を参考とした、乗りたくなるおしゃれな特急列車を運行する
- ・若い人も気軽に行きやすい、海水を利用したタラソテラピーがあるとよい
- ・千葉県のPR、現在の県公式観光HPはよくできており、HPのPRをしていく
- ・宿泊事業者としては、旅行サイトや求人サイトに掲載に係る費用を補助していただけるとありがたい

グループ2（柏市・千葉市・佐倉市・市原市）

①地域の分析（※柏市とその他のエリアに分けて分析）

強み

【柏市】

- ・東京に近いので、外国人が多い

【その他のエリア】

- ・外国人・インスタグラマーが多い（空港に近い）
- ・自然・風景・ホスピタリティ

弱み

【柏市】

- ・観光資源に乏しい（宿泊客は東京へ流れる）

【その他のエリア】

- ・交通アクセス・宿・労働者の不足や電波問題

②強みを活かした目指すべき姿

【柏市】

- ・English Friendlyなモデルシティ

【その他のエリア】

- ・観光立県を目指す
- ・「海」や「海・山の幸」のアピール
- ・インスタグラマー「歴史」「アニメ」「海産物」

③必要な取組

【柏市】

- ・産官学連携や若い人の活用
- ・スキマ・インバウンド（飲食やショッピングへの誘導）

【その他のエリア】

- ・交通（ライドシェア・サイクルシェア・モノレール延伸）
- ・Wi-Fiの整備（駅や自動販売機など）
- ・アイキャッチ（アニメの聖地）を作る
- ・県独自のOTAサイトの運営
- ・千葉全体で一年を通じたイベント開催
- ・空き家バンクの活用
- ・食の面の開発・海辺の活用
- ・公共交通機関の時刻表検索システム

グループ3（海匝・いすみ市）

①地域の分析

強み

- ・海、花があり、食や温泉も豊富
- ・サーフィン、イルカウォッチングの体験プログラム
- ・北総エリアで括れば寺社（成田山新勝寺、香取神宮）
- ・田舎の風景、アクセスもいい

弱み

- ・千葉からのアクセスや、二次交通
- ・駐車場の少なさ
- ・夜の観光資源の不足
- ・インバウンドが弱い、宿泊ができることのPR不足

②強みを活かした目指すべき姿

- ・海と夜の賑わいが一体となった観光地
- ・アジアのお客様に来ていただく街
- ・成田空港周辺ではなく、海沿いに泊っていただき、帰ってもらう

③必要な取組

- ・ナイトタイムエコノミー、朝の観光の推進で宿泊に繋げる
（例）スナック体験、大原の朝市や銚子での競り
- ・ナイトタイムエコノミー推進に伴うライドシェアや海上・水上交通の推進
- ・食の魅力（日本有数の銚子漁港、九十九里のハマグリ、フルーツ、ジビエ）
- ・文化面のリアルな体験（お祭りの文化、集落の文化）
⇒見るものから体験へ
- ・SNSを活用したPRの強化
⇒地元では有名だが知られていないものがたくさんある

グループ4（木更津市・富津市）

①地域の分析

強み

- ・交通アクセス（首都圏・空港から）
- ・魅力的なコンテンツ
- ・「東京湾超しの〇〇」
（例）富士山、月、海ほたる
- ・江戸前ブランド
- ・ペットフレンドリー
（首都圏から近い、さかがみ家のブランド力）

弱み

- ・袖ヶ浦、木更津、君津までのアクセスはいいが
その先の富津、南房総、鴨川へのアクセスが弱い
- ・車が多くて土日は渋滞が発生する

③必要な取組

- ・二次交通の整備
（例）カーシェアの整備、特定のスポットに行くと割引
長期的には鉄道整備や海上交通
- ・既にある魅力の高付加価値化
- ・コンテンツを作成し、国内や海外へ情報発信
- ・デートコース、キャンプ地のPR
- ・「東京湾超し」の景色を活かしたパラグライダーの復活

②強みを活かした目指すべき姿

- ・房総のハブステーションになれる交通のアクセスポイント
⇒長期周遊してもらえる観光地へ
- ・「首都圏民の公園」

グループ5（安房・勝浦市）

①地域の分析

強み

- ・食（海の幸）に恵まれる
- ・内房ほどではないが首都圏からのアクセスが良い
- ・豊かな観光コンテンツがたくさんある

弱み

- ・観光コンテンツの磨き上げが足りない
- ・コンテンツがあるが発信ができていない、特にSNS
- ・インバウンドが少ない

②強みを活かした目指すべき姿

- ・圧倒的な観光コンテンツを磨き上げる

③必要な取組

- ・インバウンド施策の強化
⇒宿泊施設が活性化することで、国内客への還元にもなる
- ・SNSのプロフェッショナルを作る
- ・県の地域振興事務所における観光の取組の強化、各地域の底上げ
- ・酒蔵を活用した欧米の方々への誘客
- ・地域資源（誕生寺や鯛の浦など）の活用
- ・京都府の「海の京都」、「森の京都」、「丘の京都」の3つのDMOによる広域的な活動（京都市⇒京都府全体へ）を参考とする

⇒「空の千葉」、「街の千葉」、「海の千葉」のような広域DMOを作り、戦略的に、インバウンドに特化して、各市場ごとに分析し結果を出していく仕組み

グループ6（南房総市）

①地域の分析

強み

- ・花畑
- ・料理の神様を祀った唯一の神社がある
- ・お米やジビエなど、食事の強みもある
- ・魅力的なコンテンツがたくさんある
- ・DMOが設立されている

弱み

- ・二次交通がない
- ・宣伝力が足りない
- ・DMOを牽引する人材がいない
- ・集客力が高い観光施設はない

③必要な取組

- ・DMOを牽引する外部からの専門人材の確保
- ・地元につわるコンテンツのPR
- ・新しいランドマークの確立
- ・魅力的なコンテンツを繋げるだけでなく人も繋げる
- ・地域住民に対して理解を深める活動、十分な説明

②強みを活かした目指すべき姿

- ・都心から近い、花いっぱいの南国グルメリゾート
- ・定住人口を増やす