

第2章 市川市の観光の現状

2-1 市川市の観光をとりまく現状

国内では、平成18(2006)年12月に「観光立国推進基本法」が成立し、平成20(2008)年10月には観光庁が設置されるなど、「観光立国」に向けた取組が進められてきました。平成28(2016)年3月には「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されるなど、観光は「成長戦略の柱」、「地方創生への切り札」として認識されています。

一方、新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光需要は大きく減少し、全国の旅行業・宿泊業をはじめとする関連産業に深刻な影響を及ぼしています。

本項では、市川市の観光の現状把握に先立ち、現在の全国的な観光の動向や、国の観光政策について整理しました。なお、本項で示すデータの一部は、新型コロナウイルス感染症の影響が反映されていないため、今後最新のデータを注視する必要があります。

(1) 全国的な観光の動向

① 観光客の入込状況

- 日本人の国内宿泊および日帰り旅行の延べ人数は約6,100万人前後で推移していましたが、令和2(2020)年は新型コロナウイルス感染症拡大に伴う県外への移動制限等により、国内旅行者数は前年に比べ半分程度に減少しています。(図1)
- 訪日外国人旅行者数は令和元(2019)年に約3,188万人を記録し、右肩上がりに増加していましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け入国が規制されたため、令和2(2020)年には前年に比べて8分の1程度に減少しています。(図2)

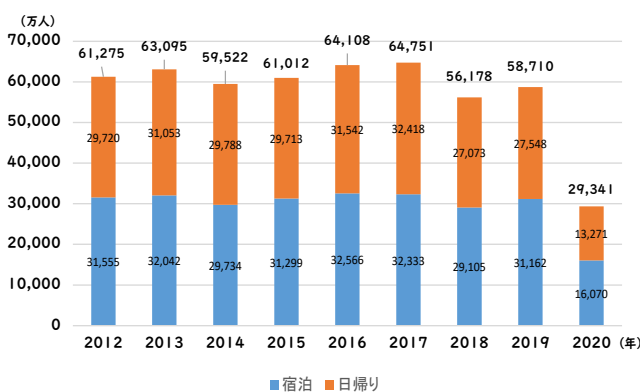


図1 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数

【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査」
(令和3(2021)年版)

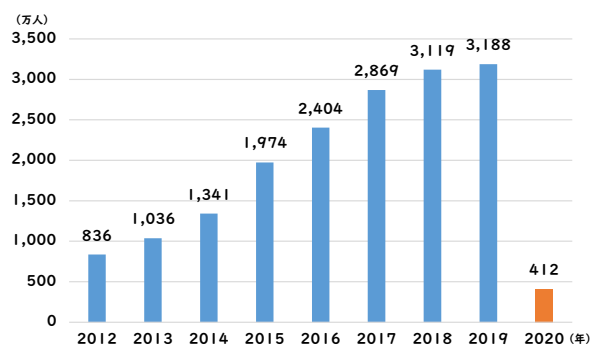


図2 訪日外国人旅行者数

【出典】日本政府観光局(JNTO ホームページ)
(令和3(2021)年版)

② 旅行消費額

- 日本人の国内旅行消費額は約 20 兆円で推移していました。しかし、令和 2(2020)年は新型コロナウイルス感染症の影響により、約 10 兆円と前年の約 2 分の 1 となりました。(図 3)
- 訪日外国人の旅行消費額は増加傾向にありましたが、令和 2(2020)年は新型コロナウイルス感染症の影響により、前年の 7 分の 1 程度まで落ち込んでいます。(図 3)

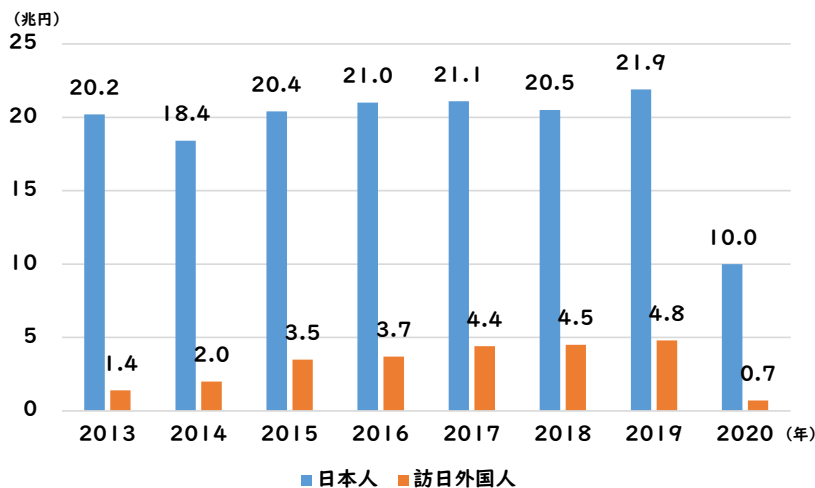


図 3 日本人国内旅行消費額と訪日外国人旅行者による旅行消費額

【出典】観光庁「観光白書」(令和3(2021)年版)

(2) 直近の国内観光の動向

- 令和 2(2020)年は、県内等、近隣地域内での観光(マイクロツーリズム)の割合や「1泊」の割合が増加しており、近場での短期間の旅行が増加傾向にあると考えられます。(図 4、図 5)
- ウィズコロナ時代の新たな旅行形態として、観光庁より「新しい旅のエチケット」が示されており、感染予防を行いつつ観光を楽しんでもらうための情報提供がなされています。(図 6)

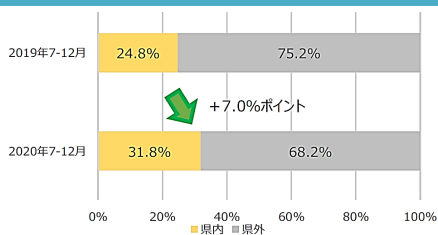


図 4 県内宿泊旅行者と県外宿泊旅行者の割合【全国】

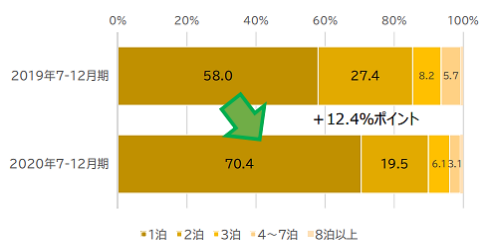


図 5 国内旅行の宿泊数

【出典】観光庁「観光白書」(令和3(2021)年版)



図 6 新しい旅のエチケット

【出典】観光庁「新しい旅のエチケット」

(3) 国の観光政策

- 「明日の日本を支える観光ビジョン(平成 28(2016)年 3 月 30 日、明日の日本を支える観光ビジョン構想会議策定)」では、国内観光の課題や観光先進国への3つの視点および観光立国に向けた目標値が示されています。(表 1)

▼ 日本の観光の課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくこと。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくこと。
- CIQ[※]や宿泊施設、通信・交通・決済、受入環境整備を早急に進めること。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくこと。

※CIQ:人や荷物の移動において必須とされる3つの出国手続き(税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、検疫所 Quarantine))の略称

▼ 観光先進国への3つの視点

- 視点1** 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に
- 視点2** 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に
- 視点3** すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

表 1 目標値

項目	目標	
	令和 2 (2020)年	令和 12 (2030)年
訪日外国人旅行者数	4,000 万人	6,000 万人
訪日外国人旅行消費額	8 兆円	15 兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数 (三大都市圏以外)	7,000 万人泊	1 億 3,000 万人泊
外国人リピーター数	2,400 万人	3,600 万人
日本人国内旅行消費額	21 兆円	22 兆円

【出典】明日の日本を支える観光ビジョン(平成 28(2016)年)より作成

- 新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少した観光需要を回復するため、策定後1年を目途とした行動計画として「観光ビジョン実現プログラム 2020(令和2(2020)年7月14日、第13回観光立国推進閣僚会議にて決定)」が定められました。
- 本プログラムでは、観光関連産業への支援策や、インバウンドの再開に備えた受入環境整備、新規コンテンツづくり等、引き続き戦略的に取り組む施策が示されています。

▼ 観光ビジョン実現プログラム 2020 の概要

I. 国内の観光需要の回復と観光関連産業の体質強化

・新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大幅に減少し、観光関連産業に深刻な影響が生じている。
 ・このため、まずは雇用の維持・事業の継続の支援に注力するとともに、反転攻勢に転じるための基盤を整備し、感染の状況等を見極めつつ、強力な国内需要の喚起策を講じ、国内観光の回復を図る。
 ・その上で、国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図る。

1. 雇用の維持と事業の継続に対する支援

- ・持続化給付金や家賃支援給付金の給付
- ・実質無利子・無担保融資の制度拡充
- ・雇用調整助成金の制度拡充
- ・公租公課やNHK受信料等の猶予・減免

等

2. 反転攻勢に転じるための基盤の整備



宿泊施設の付加価値化
・生産性向上等



誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ造成

- ・安全・安心に旅行できるよう、観光関連事業者自ら作成した感染拡大予防ガイドラインの実施徹底を促す

等

3. 国内旅行の需要喚起

- ・「Go To トラベル事業」の実施による
 - ・宿泊・日帰り旅行商品の割引
 - ・地場の土産物店、飲食店、観光施設、交通機関等で幅広く使用できる地域共通クーポンの発行
- ・新たな生活様式に沿った「新しい旅行スタイル」の普及
- ・休暇取得の分散化、滞在型旅行の促進
- ・国立公園等におけるワーケーションの推進

等

4. インバウンドの回復



日本政府観光局における航空会社等との共同広告



日本政府観光局による海外プロモーションの推進

等

II. インバウンド促進に向け引き続き取り組む施策

・国内外の感染症の状況を十分に見極めつつ、インバウンドの再開に備え、これまで進めてきた受入環境整備や新たなコンテンツづくりに引き続き戦略的に取り組む。

外国人が楽しめる当たり前の受入環境整備



英語・中国語を含む多言語解説の整備



無料Wi-Fiの環境整備

地域の自然、気候、文化の魅力を生かした体験型アクティビティの充実



外国人のニーズに合った商品の開発・販路拡大



アドベンチャーツーリズムの推進

宿泊施設等の再生・活性化



政府系機関の投融資等による宿泊施設の再生・活性化

世界水準のスノーリゾート整備



国際競争力の高いスノーリゾートの形成

日本政府観光局の発信力強化



国立公園の大規模キャンペーン等

富裕層が満足できるコンテンツづくり



地域の伝統文化の体験等

※新型コロナウイルス感染症の状況に応じ、弾力的に取組を進めていく 3

【出典】観光ビジョン実現プログラム 2020(令和2(2020)年7月)

(4) 千葉県の観光動向

① 観光客の入込状況

- 千葉県の観光入込客数は、増加傾向にありましたが、令和 2(2020)年は新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元(2019)年と比較して大きく減少しました。(図 7)
- 千葉県内の地域別の観光入込客数をみると、市川市が属する東葛飾地域が最も多くなっています。(図 8)

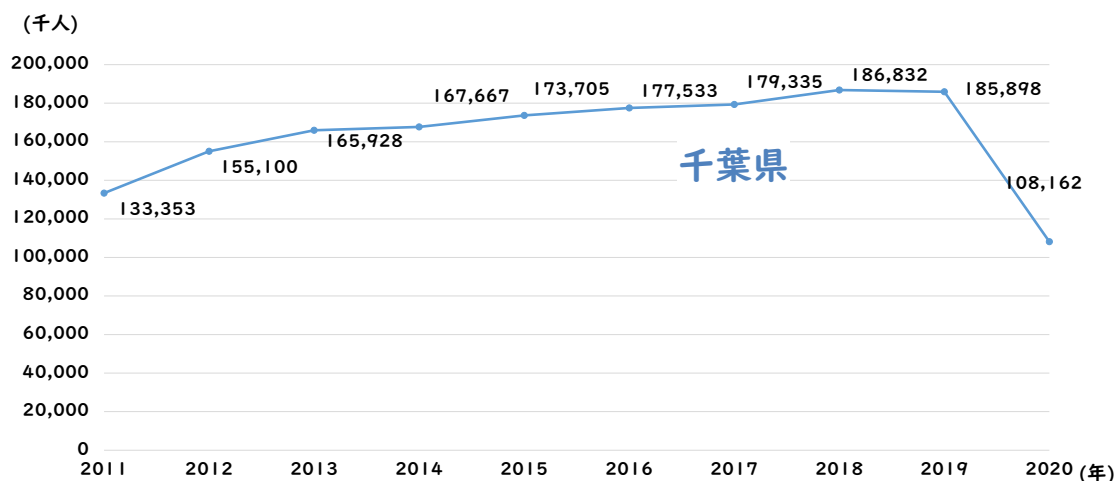
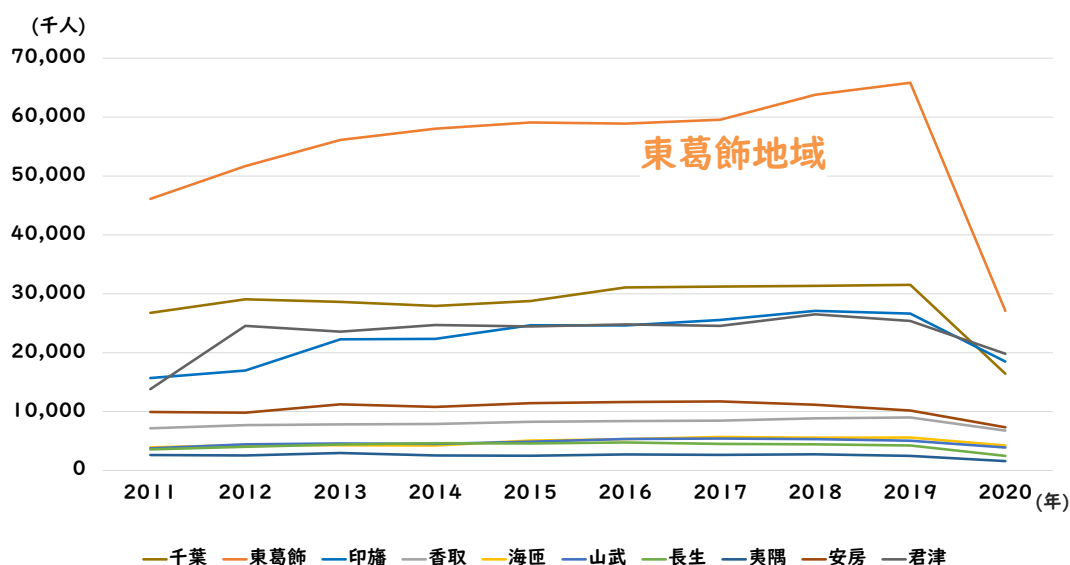


図 7 千葉県の観光入込客数(延べ人数)推移

【出典】令和 2 年千葉県観光入込調査報告書より作成 (令和 4(2022)年)



※千葉県観光入込調査において、市川市は東葛飾地域として整理されている。

図 8 地域別の観光入込客数(延べ人数)推移

【出典】令和 2 年千葉県観光入込調査報告書より作成 (令和 4(2022)年)

② バイエリア地域の地域特性と観光の課題

- 「第3次観光立県ちば推進基本計画」において、市川市はバイエリア地域に位置づけられています。本計画では、県内を6つの地域に区分し、各地域の特性や課題があげられています。

▼ バイエリア地域の地域特性

- 鉄道を中心に公共交通機関が発達しており、湾岸地域を中心として大型商業施設が集積していることから、地域外、県外からの来訪者も多い地域です。
- 古くからの旧街道沿いを中心に寺社仏閣が多く、文化施設も充実しています。ボランティアガイドの活動も盛んであり、まち歩き観光に適しています。
- また、幕張新都心(千葉市)や舞浜地区(浦安市)に MICE 機能を持つコンベンション施設が立地しているとともに、周辺には大規模なホテル群が集積しています。

▼ バイエリア地域の観光の課題

- まち歩き観光に適した旧市街地を中心として、商店の減少、商店街の衰退が進んでおり、観光による地域経済の活性化が課題となっています。
- 人口密集地域であるため、道路が狭く慢性的な渋滞が発生することから、地域によっては自動車、バスを使ったアクセスに支障が生じています。
- 同地域内には、東京ディズニーリゾートや幕張メッセ等の集客力のある施設が立地している一方で、施設・地域内で完結してしまっており、周辺地域の観光誘客に結びついていない傾向があります。特に MICE で訪れた外国人客をどのように周辺地域の観光や地域経済に結びつけるかというアフターMICE が課題となっています。
- 都心へと通勤・通学する住民が多く住んでいる地域であることから、歴史的・文化的資源や自然などの資源を有する「観光地」というイメージが希薄です。

【出典】第3次観光立県ちば推進基本計画(平成31(2019)年3月)

(5) 千葉県の観光政策

- 千葉県では、令和元(2019)年度から令和5(2023)年度までの観光振興を図るための計画として、「第3次観光立県ちば推進基本計画」が策定されました。
- 千葉県観光の目指すべき姿として、令和5(2023)年までの数値目標を設定するとともに、実行すべき3つの戦略とそれらに紐づく施策を策定しています。(表2、図9)

表2 実績値および数値目標

項目	実績値 平成29(2017)年	目標値 令和5(2023)年
観光入込客数	1億7,934万人	2億人
宿泊客数	1,812万人	2,100万人
外国人延べ宿泊客数	368万人	500万人
旅行総消費額	1兆3,835億円	1兆5,500億円
観光に関する 経済波及効果	1兆3,227億円	1兆4,800億円
旅行者満足度	「大変満足」が34.3% (大変満足と満足の合計 85.8%)	「大変満足」が40% (「大変満足と満足の合計」についても 参考地として実績を把握する。)

【出典】第3次観光立県ちば推進基本計画(平成31(2019)年3月)

【戦略1】 国内外からのリピーターを 獲得できる観光地域づくり	【戦略2】 本県の優位性を活用した 国内外へのプロモーション	【戦略3】 観光ポテンシャルの 磨き上げ
<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を生かした滞在型観光地域づくり ・安全安心でストレスフリーな観光に向けた環境整備 ・インバウンド観光人材の育成 <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・成田空港から県内観光地への誘客促進 ・国内外からの教育旅行の誘致 ・立地優位性を活かした情報発信 <p>など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県民のおもてなし力の向上 ・観光素材の発掘・磨き上げ・発信力の強化 ・観光事業者に対する積極的な支援 <p>など</p>

図9 実行すべき3つの観光戦略と主な施策

【出典】第3次観光立県ちば推進基本計画(平成31(2019)年3月)

2-2 市川市の観光の実態・ニーズ

市川市の観光の実態・ニーズを把握し将来像へ反映させるため、観光や経済等の推移や各種調査結果の分析を行いました。

(1) 市内の観光動向

① 立地・アクセス

- JR 東日本、東京メトロ、都営地下鉄、京成電鉄、北総鉄道といった 5 鉄道7路線が乗り入れており、都心や空港とのアクセスが良好で、首都圏の近距離観光の需要に対応可能な好立地といえます。(表 3、図 10)

表 3 主要駅から市川市までの交通アクセス

首都圏主要駅	路線および所要時間	市川市内の駅
東京駅	JR 総武線(快速) 約 19 分	市川駅
新宿駅	JR 総武線(各駅停車) 約 39 分	市川駅
	都営新宿線(急行) 約 29 分	本八幡駅
成田空港駅	京成本線 約 56 分	京成八幡駅
羽田空港第1・第2ターミナル駅	京成本線・京急空港線 約 63 分	京成八幡駅



図 10 市川市内の交通アクセス

② 人口動態

- 現在、市川市の人口は増加していますが、人口構成を見ると、年少人口(0～14 歳人口)の割合は緩やかに減少していくと予測されます。一方、老年人口(65 歳以上人口)は年々上昇しています。(図 11)
- 社会動態をみると、10 代後半から 20 代前半は転入超過である一方、30 代から 40 代前半と 5 歳未満が転出超過となっています。(図 12)

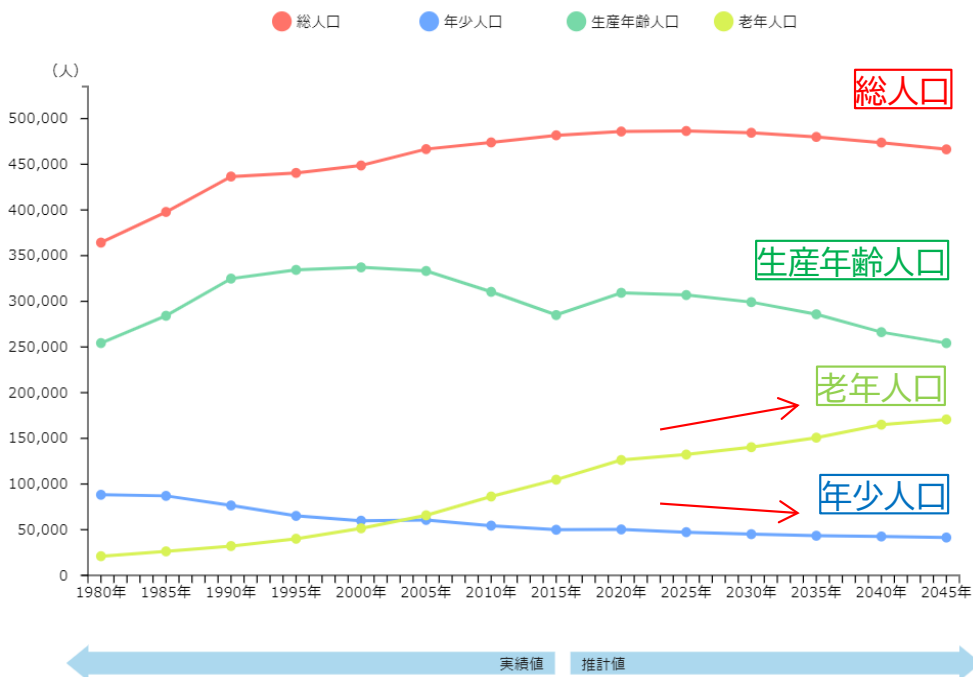


図 11 市川市の人口推移

【出典】RESAS(令和4(2022)年1月時点)

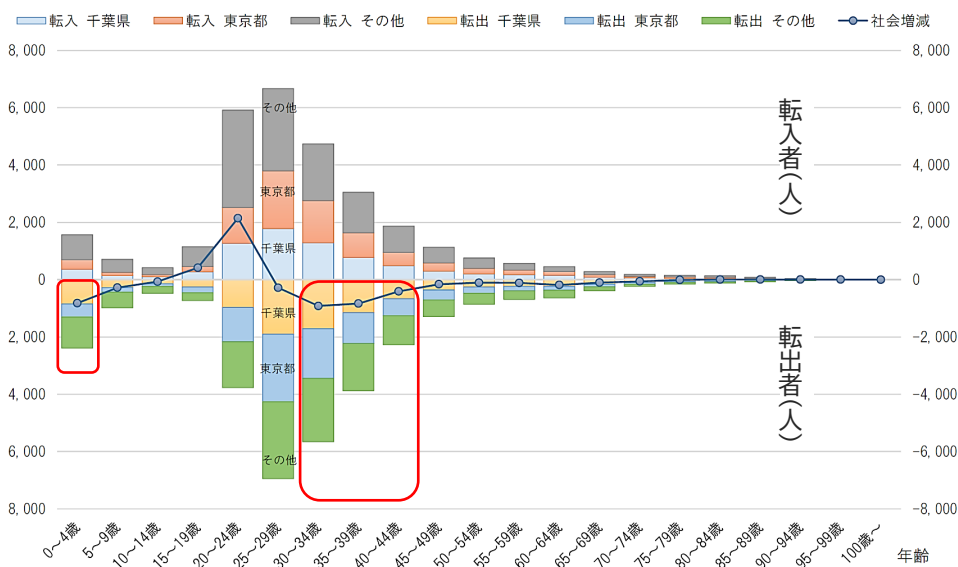


図 12 転入者・転出者の年齢別比較(平成 20(2008)年～平成 26(2014)年の平均)

【出典】市川市まち・ひと・しごと創生総合戦略(平成 28(2016)年)

③-1 宿泊業・飲食サービス業

- 市川市の宿泊業・飲食サービス業における付加価値額を分類別に見ると、飲食店の占める割合が大きい状況です。(図13)また、直近2回の調査でも、飲食店の付加価値額は増加傾向にあり、今後も宿泊業・飲食サービスを牽引する業種といえます。(図14)
- なお、市川市の宿泊業は、付加価値額における割合は小さいものの、約2倍の伸び率を示しています。(図15)

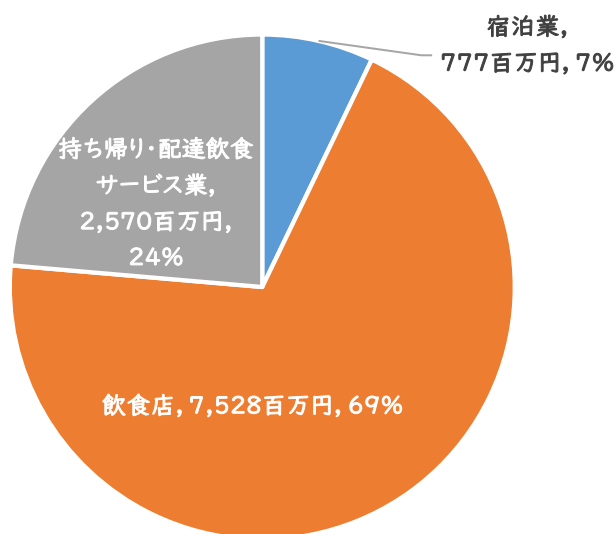


図13 「宿泊業・飲食サービス業」における市川市内の各業種が占める付加価値額の割合

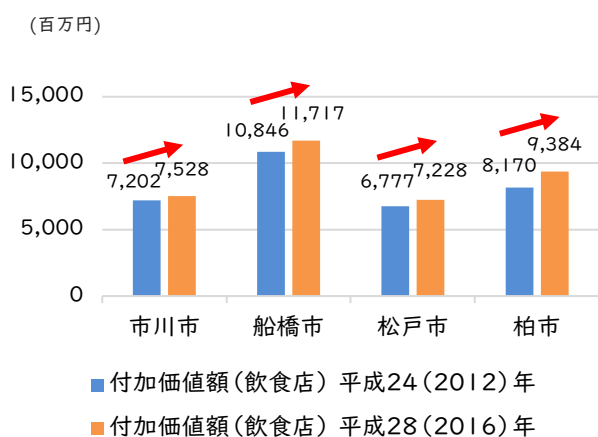


図14 「飲食店」における

市川市及び県内他3市との付加価値額の比較

※付加価値額とは、地域の産業がどれだけ稼いでいるかを表す数値とされる。

付加価値額=売上高-費用総額+給与総額+租税公課(費用総額=売上原価+販売費及び一般管理費)

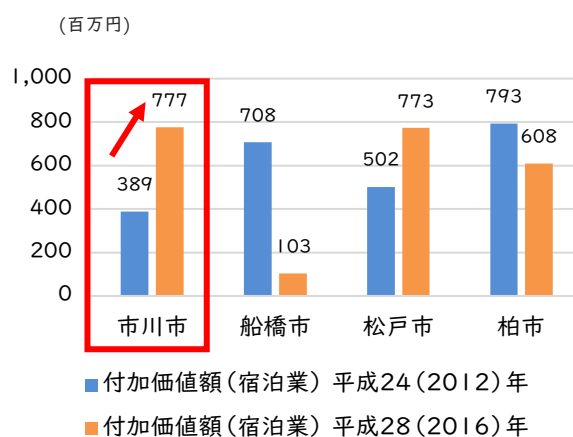


図15 「宿泊業」における

市川市及び県内他3市との付加価値額の比較

【出典】RESAS(地域経済分析システム)

※総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より作成

③-2 市川の梨

- 市川市で栽培される梨は知名度や歴史が深く、「市川の梨」として地域ブランドの認証を特許庁から受け重要な農産物です。千葉県産の日本梨の産出額は日本一を誇っています。(図16)
- その中でも、市川市における日本梨の産出額は、全国の市町村で3位、千葉県内では2位と、全国トップクラスの梨の産地です。(図17、図18)

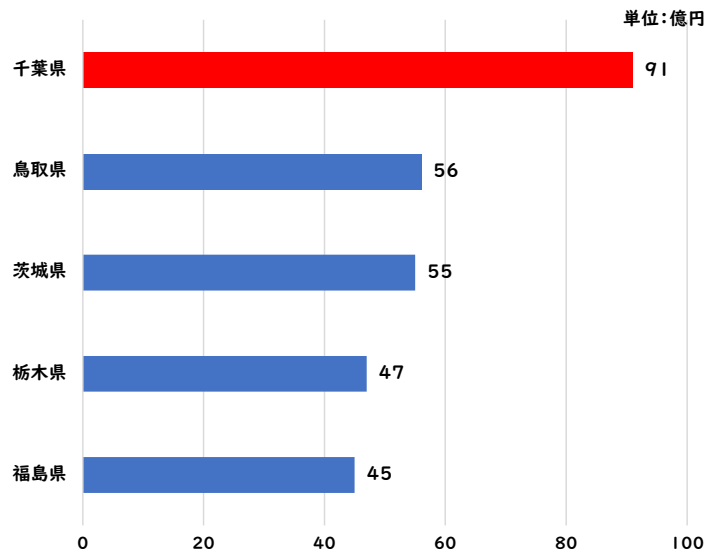


図16 全国における都道府県別「日本梨」産出額の上位5県

【出典】農林水産省 市町村別農業産出額(令和元(2020)年)

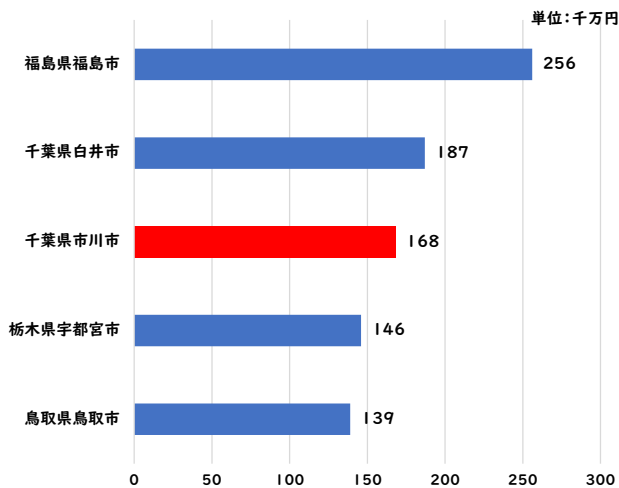


図17 全国における市町村別「日本梨」産出額の上位5市

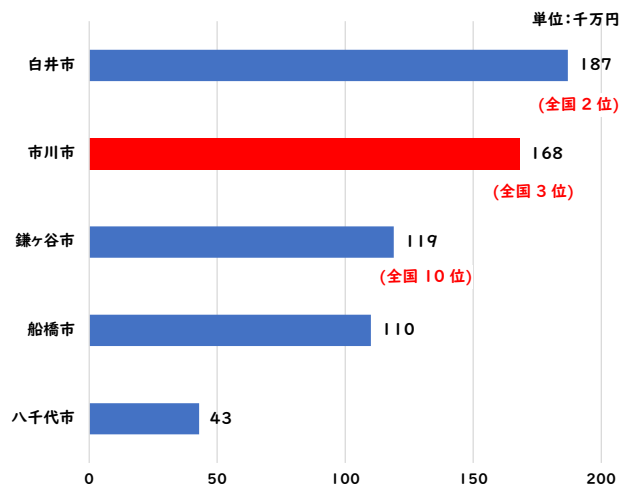


図18 千葉県における市町村別「日本梨」産出額の上位5市

【出典】農林水産省 市町村別農業産出額(令和元(2020)年)

④ 観光の需要

- 市川市の観光客入込客数は増加傾向にあり、令和元(2019)年度には約428万人が市川市の観光地点およびイベントに来訪しています。(図19)、また、近隣市町村と比較しても来訪者数は多く、今後も各観光地点やイベントに一定の誘客が見込まれます。(図20)

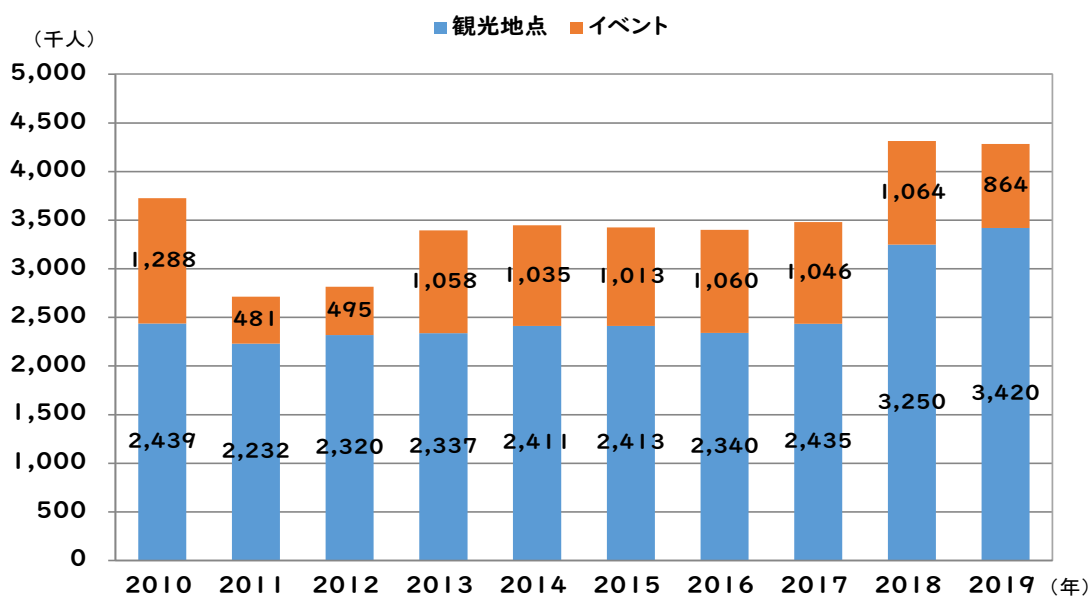


図19 市川市の観光地点・イベント入込客数

【出典】千葉県観光入込調査報告書(平成22(2010)年度～令和元(2019)年度)を基に作成

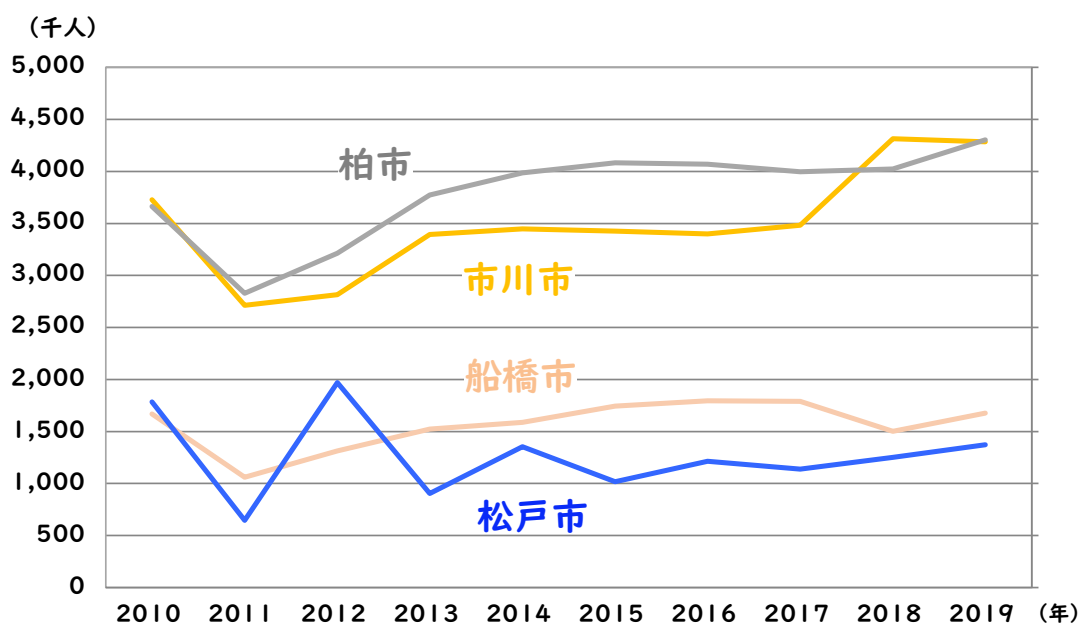


図20 市川市と近隣市の観光地点・イベント入込客数

【出典】千葉県観光入込調査報告書(平成22(2010)年度～令和元(2019)年度)を基に作成

⑤ 市川市の観光資源

- 市内には縄文時代の遺跡、下総国の国府・寺社、江戸時代に成田山参詣に利用された行徳街道、近現代に活躍した文化人の別宅など、様々な時代を体感できるスポットが満載です。
- 北西部には下総国分寺、北東部には梨園(図 21)や市川市動植物園、中部にはアイ・リンクタウン展望施設(図 22)や東山魁夷記念館、南部にはあいねすと(行徳野鳥観察舎)(図 23)や行徳ふれあい伝承館など、地域ごとに多様な観光資源が点在しています。



図 21 市川の梨



図 22 アイ・リンクタウン展望施設



図 23 あいねすと(行徳野鳥観察舎)

表 4 市川市の主な観光資源

歴史・伝統	下総国分寺、真間山弘法寺、亀井院、手児奈霊神堂(てこなれいじんどう)、真間の継橋、曾谷貝塚、堀之内貝塚、姥山貝塚、高圓寺、白幡天神社、葛飾八幡宮、八幡の藪知らず、中山法華経寺、徳願寺、妙覚寺、行徳ふれあい伝承館
文化・芸術	市川市文化会館、東山魁夷記念館、水木洋子邸、木内ギャラリー、郭沫若記念館、芳澤ガーデンギャラリー、市川市文学ミュージアム、文学の道
自然・公園	自然観察園、小塚山公園、里見公園、じゅん菜池緑地、須和田遺跡(須和田公園)、大柏川第一調節池緑地、国分川調節池緑地、江戸川河川敷、さくら堤公園、行徳駅前公園、南行徳公園、あいねすと(行徳野鳥観察舎)、新浜鴨場、三番瀬
景観・まち並み	アイ・リンクタウン展望施設、中山参道景観重点地区、行徳・妙典地区(寺町通り・常夜灯周辺)
行事・イベント	市川市民納涼花火大会、いちかわ市民まつり、行徳まつり、いちかわ真間川堤桜まつり、国分川鯉のぼりフェスティバル、御奉謝(おびしゃ)、国府台辻切り(こうのだいつじぎり)※辻は一点しんじよう
動物園・植物園	市川市動植物園、観賞植物園、万葉植物園
博物館	自然博物館(動植物園内)、市川歴史博物館、市川考古博物館、千葉県立現代産業科学館
レジャー・スポーツ	いちかわ市民キャンプ場、プラネタリウム(市川市少年自然の家内)、江戸川河口のハゼ釣り、クリーンスパ市川、国府台スポーツセンター、J:COM 北市川スポーツパーク、大洲防災公園、広尾防災公園、江戸川サイクリングロード、市川市民プール
特産品・農水産物	道の駅いちかわ、市川の梨、トマト、いちご、海苔、ホンビノス、スズキ、いちかわバラ物語

(2) 現状把握調査等の結果

① 来訪者ニーズの把握

市川市への来訪経験や来訪目的、来訪時の消費金額や満足度、再訪の意向を把握するため、首都圏 WEB アンケート調査および市内施設で観光客を対象にしたアンケート調査を実施しました。

①-1 市川市への来訪経験

- 来訪経験のある方は約 3 割であり、(図 24)買い物や食事、寺社仏閣巡り、自然や公園散策を楽しむなど、幅広い目的で市川市に来訪していることがわかります。(図 25)
- 一方で、来訪経験のない方が約 7 割となっており、(図 24)その主な理由は「市川市の観光資源を知らなかったため」が多い結果となっています。(図 26)また、来訪経験がない方の市川市の印象は「特にない・わからない」が約 8 割となっています。(図 27)

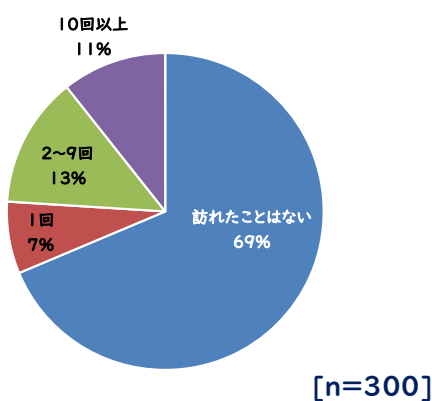


図 24 観光・レジャー目的の来訪回数

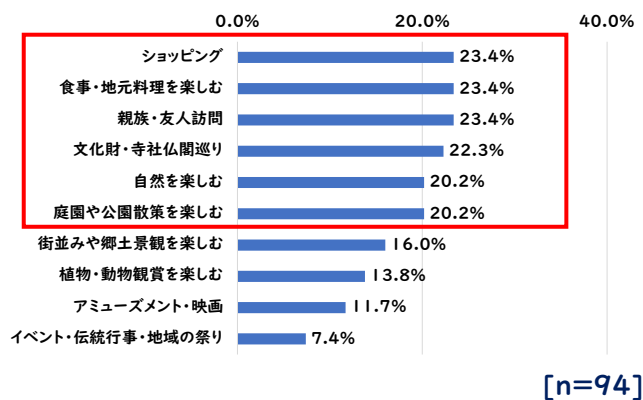


図 25 来訪の目的

【出典】首都圏 WEB アンケート

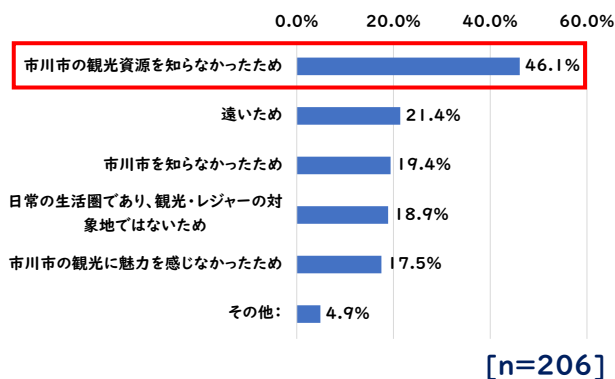


図 26 来訪経験がない理由

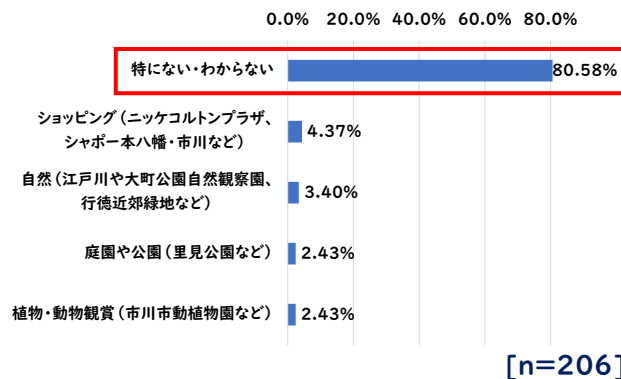
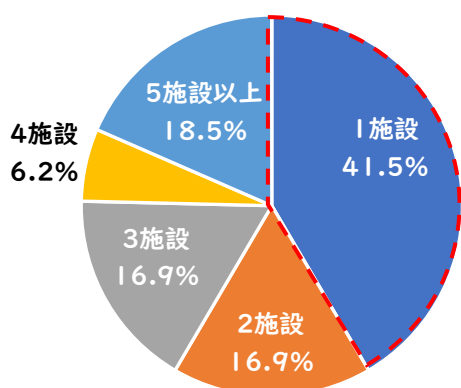


図 27 市川市の印象(来訪経験がない方)

【出典】首都圏 WEB アンケート

①-2 市川市への来訪者の観光動態

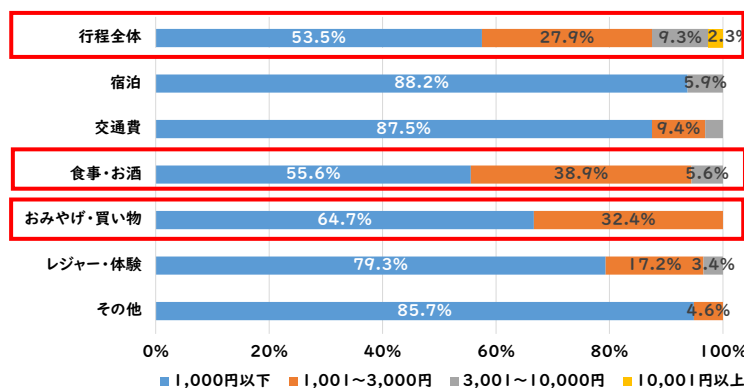
- 来訪時の立ち寄り施設数は、一人あたりの平均が 2.8 施設程度となっており、そのうち「1カ所」が約 4割を占めています。(図 28)来訪者の滞在時間を延長するため、一人あたりの立ち寄り施設数を増やすなどの来訪者の周遊促進が求められます。
- 来訪時の消費金額は、行程全体で 1,000 円以下の方が半数を占めています。(図 29)なお、千葉県との調査によると、千葉県を日帰り(観光目的)で訪れた日本人の観光消費額単価は、県外客が 7,971 円、県内客が 5,268 円となっています。(表 5)
- 来訪時の消費金額を費目別でみると、「食事・お酒」や「おみやげ・買い物」の消費金額は、他の項目と比べてやや高い傾向にあります。(図 29)



[n=65]

図 28 来訪時の立ち寄り施設数

【出典】来訪者アンケート



[n=65]

図 29 来訪時の消費金額

【出典】来訪者アンケート

表 5 千葉県の平均観光消費額(参考)

(単位:円/人回)

観光消費額単価	宿泊		日帰り	
	県外	県内	県外	県内
日本人・観光目的	35,103	22,237	7,971	5,268

【出典】千葉県観光入込調査報告書(令和元(2019)年度)を基に作成

①-3 市川市への来訪者の観光における満足度

- 来訪経験のある方への設問では、6割以上の方が「満足した」と回答し、(図30)再訪の意向についての問いに7割以上が「訪問したい」と回答しています。(図31)来訪した方は、市川市への好意的な印象を持つ方が多い傾向にあります。そのため、いかに一回目の来訪を経験していただくかが大きなポイントになることがわかります。

【来訪の満足度および再訪意向】

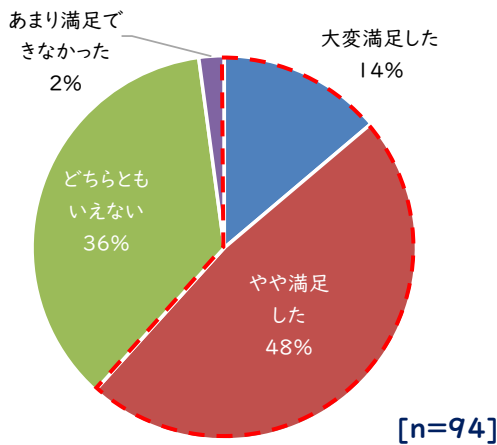


図30 来訪の満足度

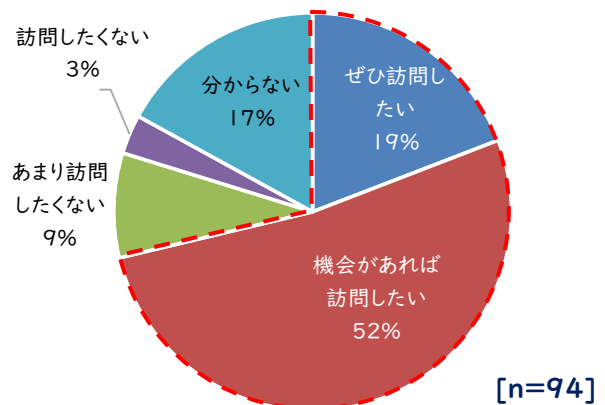


図31 再訪の意向

【出典】首都圏WEBアンケート

市場ニーズの把握

市川市の観光資源の認知度や興味度を把握するため、首都圏WEBアンケート調査を実施しました。また、外国人の滞在場所や人気観光スポットを把握するため、RESAS(地域経済分析システム)や口コミサイトにおける評価を分析しました。

②-1 観光資源の認知度・興味度と期待するコンテンツ

- 今後期待する観光コンテンツでは、食品や特産品に関連するコンテンツの回答が多く、観光資源の興味度も上位であるため、誘客に効果的に活用できると考えられます。(図32)
- 全体的な傾向として、観光資源の認知度が興味度より低いため、まずは情報発信による認知度の向上が求められます。(図33)
- 「里見公園」などの自然・景観や、「葛飾八幡宮」など神社・寺院の興味度が平均点を上回っており、認知度が向上すれば地域の誘客拠点となり得ることが分かります。(図33)
- 一方、「アイ・リンクタウン展望施設」や「行徳ふれあい伝承館」などの観光施設の認知度・興味度が平均点を下回っており、魅力の磨き上げと情報発信に課題が残ります。(図33)

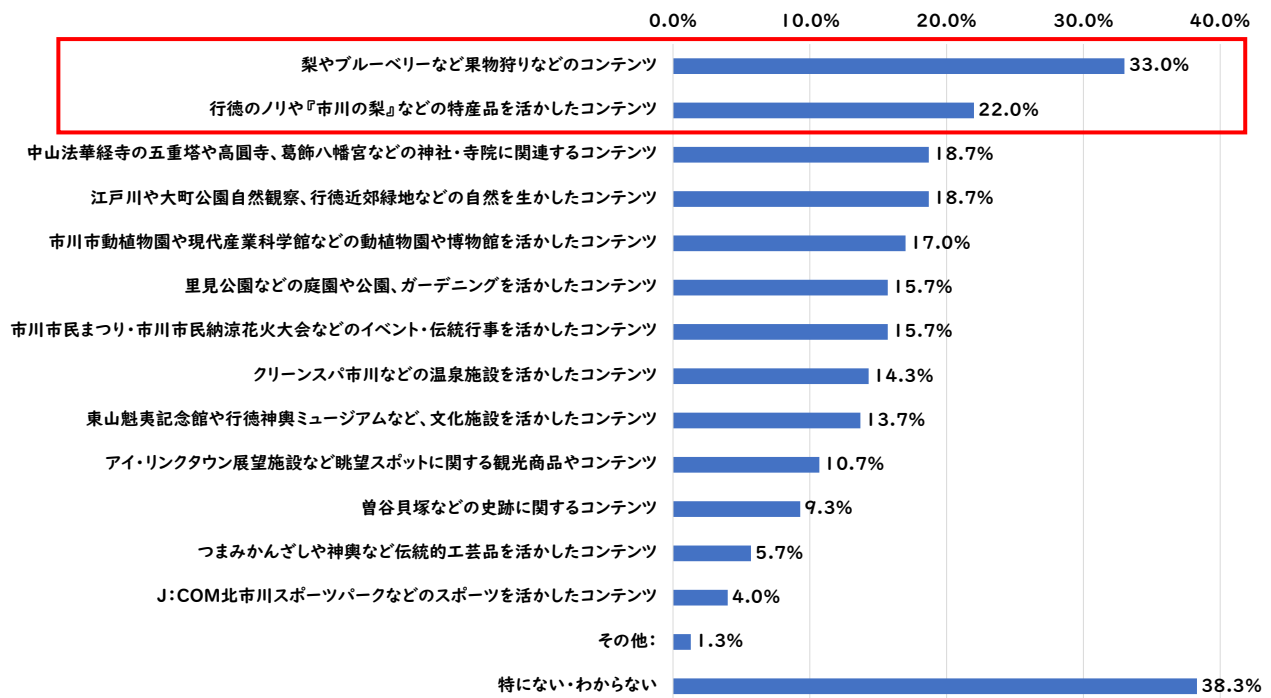


図 32 今後期待する観光コンテンツ

【n=300】

【出典】首都圏WEB アンケート

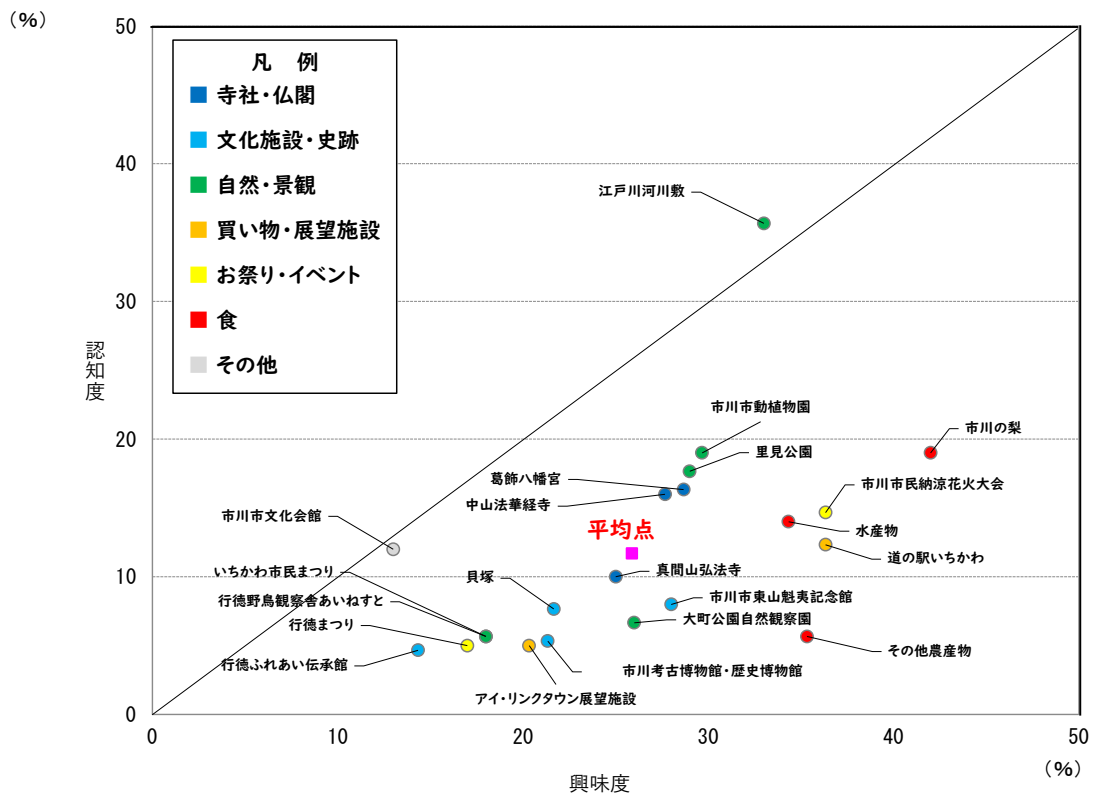


図 33 観光資源の認知度・興味度

【出典】首都圏WEB アンケート

②-2 市川市及び周辺市町村における訪日外国人の昼夜別の滞在人数

- 市川市を訪れる訪日外国人は年間を通じて大きな変動はなく、約 12,500 人の外国人が滞在しています。また、昼間と夜間を比較しても大きな差はありません。(図 34、図 35)
- 市川市周辺 3 市の推移を見ても概ね同様の傾向を示しており、市川市周辺エリア全体で約 10,000～15,000 人の訪日外国人が滞在していることが確認できます。(図 34、図 35)

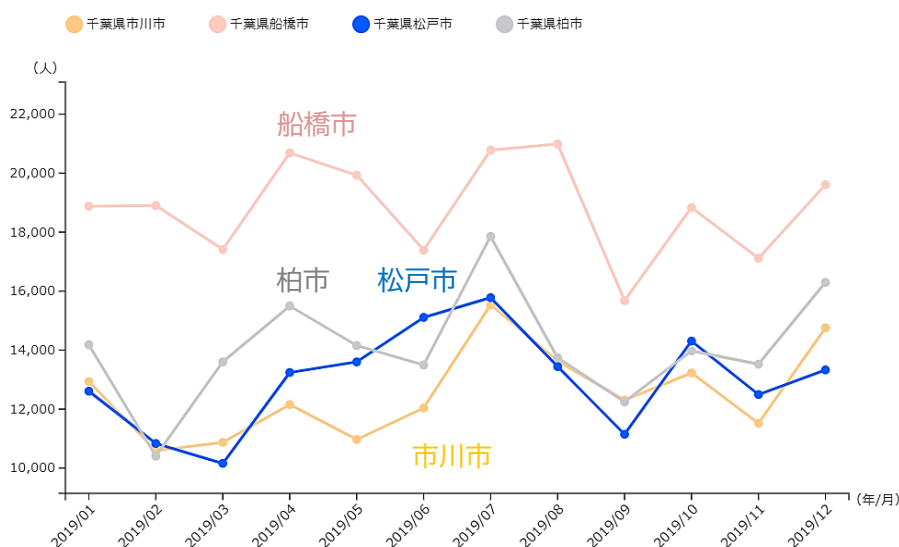


図 34 昼間(10～18時)の訪日外国人の滞在人数の推移
(令和元(2019)年1～12月)

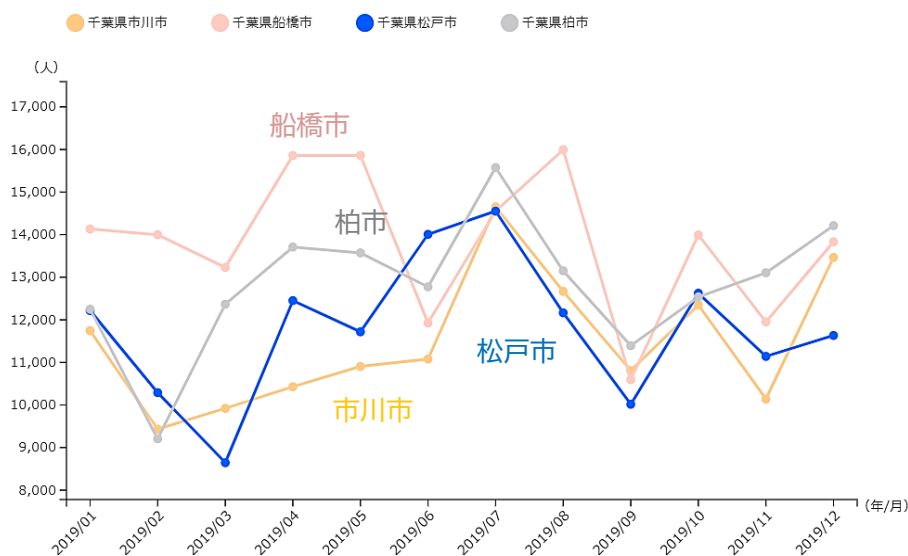


図 35 夜間(2～5時)の訪日外国人の滞在人数の推移
(令和元(2019)年1～12月)

※訪日外国人が所有する携帯電話の位置情報から、昼間帯(10～18時の間)または夜間帯(2～5時の間)に2時間以上、特定エリアに滞在した外国人数(日別)の月別の累計値(のべ人数)。

【出典】RESAS(地域経済分析システム)

②-3 市川市の外国人滞在スポット

- JR 市川駅、JR 本八幡駅、東京メトロ行徳駅及び妙典駅等の駅周辺は、多くの訪日外国人が滞在していることが確認できます。(図 36)
- このように、既に市内の主要駅付近には約 10,000 人以上の四方メッシュ内に外国人が 1 時間以上滞在しているため、これらの外国人への情報発信や市内を楽しんでもらうための施策が求められます。

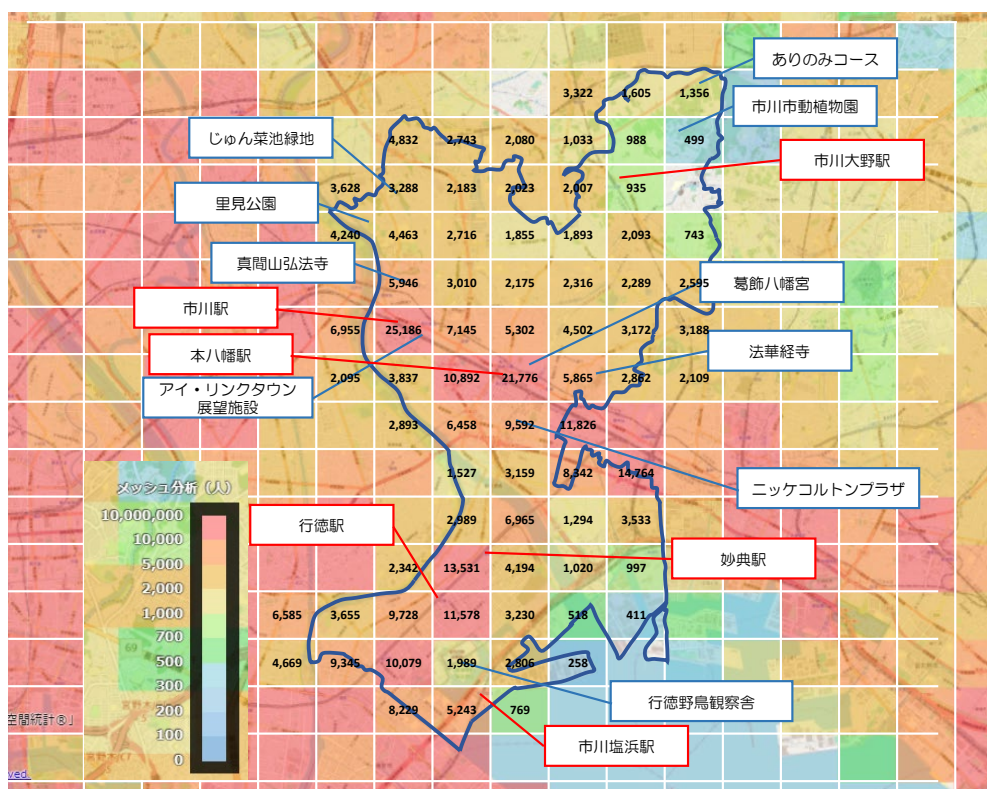


図 36 訪日外国人の滞在スポット(平成 29(2017)年 8 月～平成 30(2018)年 7 月)

※訪日外国人が所有する携帯電話の位置情報から、四方メッシュ(1km×1km四方)内に 1 時間以上滞在した人数を日別に算出し、対象期間の日数分の累計値(のべ人数)。

【出典】RESAS(地域経済分析システム)

②-4 訪日メディアライター調査

- 訪日外国人向けに日本の観光情報を発信している日本在住の英国人ライターを招聘し、訪日外国人へお勧めしたい市川市内の観光資源の視察を通じて、外国人目線でのプロモーションや受入環境の改善ポイントについてご意見を頂きました。
- 意見交換での主な指摘として、高価格帯の体験型コンテンツの造成や外国人にとってアクセスしやすい情報の整備といった点があげられました。(表 6)

表 6 訪日メディアライター調査での主な意見交換内容

項目	モニターのコメント
コンテンツの磨き上げについて	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光資源の見学だけでなく、簡単な創作体験ができるとうよい。 ● 欧米豪など遠方からの訪日外国人は、人生における訪日回数が限られる方が多いため、全日程でハイライトとなる経験を望み、高価格プログラムでも十分ニーズがある。 ● 既存の観光案内マップは観光資源の記載数が多く、外国人にとって見所が分かりづらい。そのため、神輿が通るルートの記載や、掲載する観光資源を厳選するなどして、インバウンド向けのマップを作成するとよい。
WEBでの情報発信について	<ul style="list-style-type: none"> ● 行先を検索するときは主に WEB が使われるが、海外版検索ブラウザで「Ichikawa」を英語で検索しても、公式の観光情報にたどりつけなかったため、外国語対応の WEB ページを整備する必要がある。 ● 市として発信する情報により多くアクセスしてもらうためには、更新の頻度を上げ、多くの写真を発信することが重要である。
各種リーフレットについて	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本語のリーフレットをそのまま翻訳したものが多く、外国人にとって分かりづらい。(例:和暦や江戸時代などの年号・時代区分などは補足説明が必要) ● アイ・リンクタウン展望施設のパンフレットは、そこから見られる景色などの有用な情報が記載されている。「富士山とスカイツリーが同時に見られる場所」など、「何が出来るところなのか」を強調した内容にすれば、より良くなる。
案内サインについて	<ul style="list-style-type: none"> ● 駅の改札周辺にその街のイメージを印象付けるような看板等を設置すると、初めて訪れた外国人にとって分かりやすく、地域としてのブランディングにも繋がる。(例:妙典駅に神輿や祭りをテーマにした看板を設置するなど) ● 市川駅からアイ・リンクタウン展望施設までの通路は、パブリックな空間の印象が薄く多くの外国人は立ち入りをためらうので、案内を改善した方がよい。 ● 注意喚起や案内サインなどは、多言語の文字情報で示すよりもピクトグラムが分かりやすいこともある。ピクトグラムの場合、子供にも伝えやすい。
プロモーションについて	<ul style="list-style-type: none"> ● 欧米人は、自分で日本の新たなスポットや魅力を発見して紹介したいというニーズがあるので、口コミ情報よりも日本人のおすすめやガイドを好む。 ● SDGs の観点からも、祭りなど外国人も参加でき、継続的な関係構築ができるコンテンツが有効である。

②-5 市場における関心・口コミ

- トリップアドバイザーでの口コミ数は肯定的な口コミや評価が見られます。特に、アイ・リンクタウン展望施設が都市部を一望できる眺望スポットとして最も高く評価されています。(表7)
- Twitter におけるハッシュタグを用いたツイート数は、「市川市動植物園」を除いて、全体的に少なく、SNS の活用による情報発信の強化が求められています。(図37)

表7 トリップアドバイザー 市川市の人気観光スポット (令和4(2022)年1月時点)

順位	観光地名	評価(0~5)	口コミ数	口コミ例
1	市川市動植物園	4	86	・子どものいる家族・ファミリー層に人気の癒される場所。
2	アイ・リンクタウン展望施設	4.5	57	・JR市川駅から近く、360度の風景を見ることができる。
3	里見公園	4	71	・家族連れやカップルが多く、子どもには遊具もあるので遊ぶこともできる。
4	中山法華経寺	4	93	・桜の時期は賑わっていると思うが、その時期以外はゆっくり散歩できる穴場スポット。
5	葛飾八幡宮	4	56	・駅から遠くないため、子どもでも歩いて行ける。
6	ありのみコース	4	48	・幼児や小学生の子どもがいれば一日ゆっくり遊ぶことができる。
7	真間山弘法寺	4	46	・本堂は新しいが、鐘楼堂など歴史を感じられる。
8	じゅん菜池緑地	4	34	・桜の季節に訪問したが大きな桜の木があり見ごたえがある。
9	あいねすと(行徳野鳥観察舎)	4	29	・都会のオアシスのごとく、木々が生い茂り、水際はとても涼しげである。
10	ニッケコルトンプラザ	3.5	85	・服や雑貨屋など色々あり、買い物に大変便利。

【出典】トリップアドバイザー

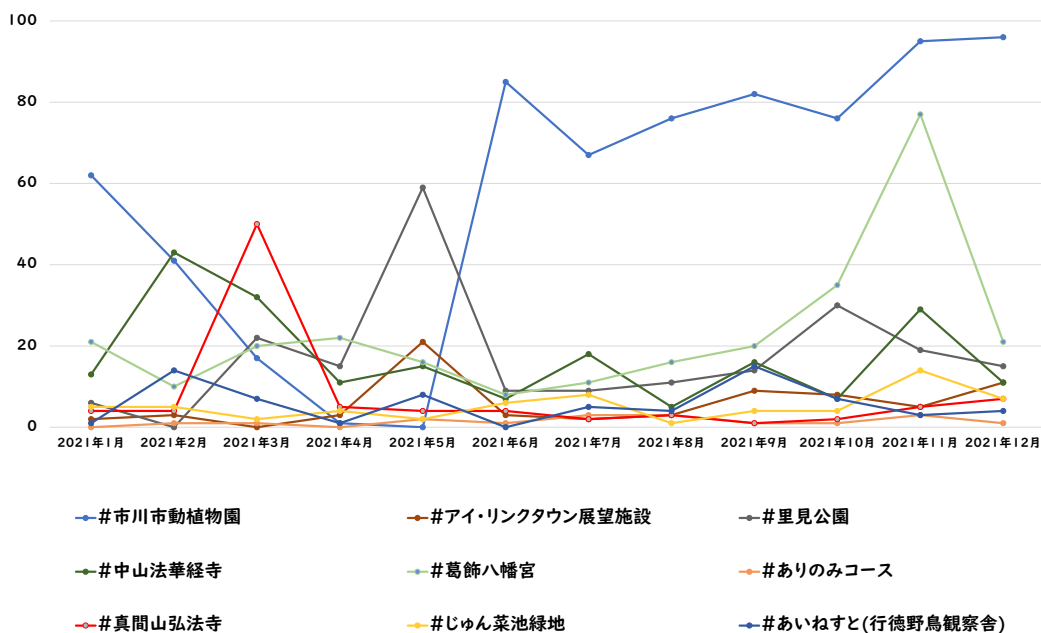


図37 Twitter のハッシュタグを用いたツイート数(令和3(2021)年1月~12月)

【出典】Twitter ハッシュタグ調査

②-6 首都圏在住者の普段のお出かけに関する情報源

- 普段のお出かけ先を決める際の情報源は「テレビ」が 41.4%と最も多く、次いで「SNS 等」が 34.6%となっており、SNS での情報発信の強化が必要です。(図 38)
- 現地での情報入手する情報源は「SNS 等」が 35.9%と最も多く、次いで「パンフレット」が 30.0%、「ガイドブック」が 27.4%であり、紙媒体の割合も多くなっています。(図 39)

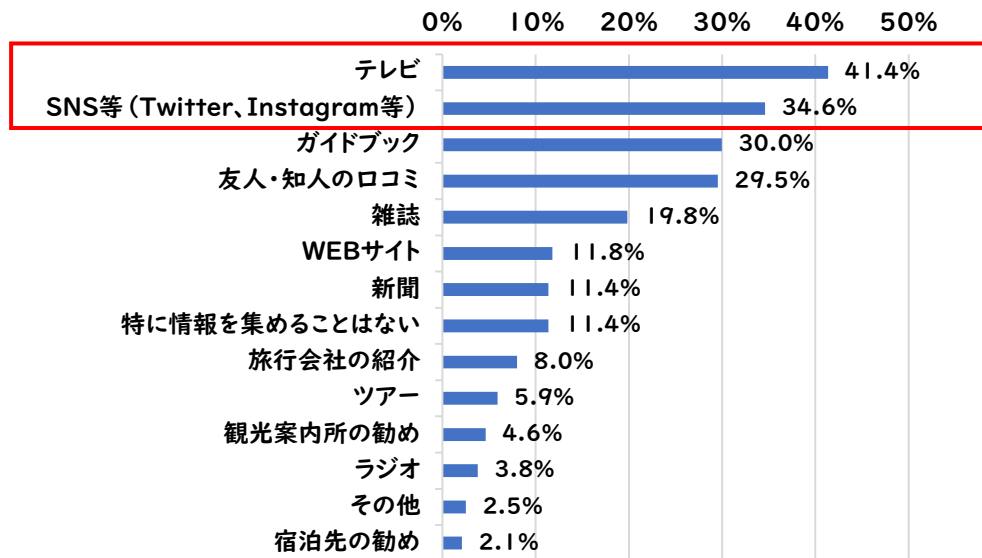


図 38 普段のお出かけの行先を決める際の情報源

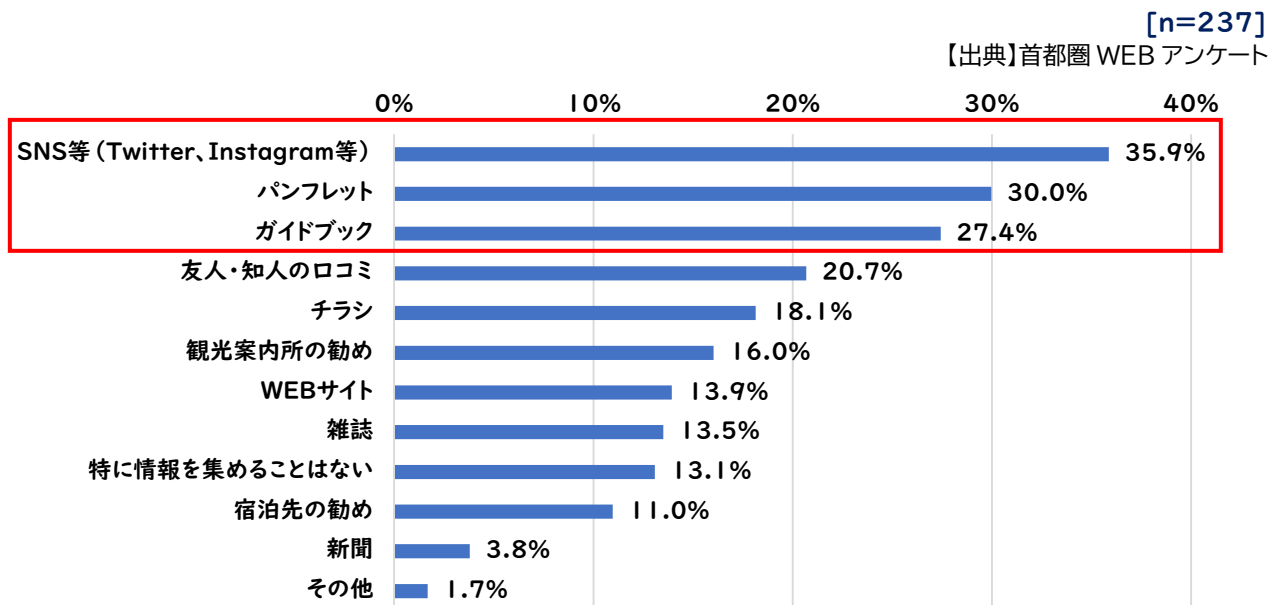


図 39 現地での情報入手する情報源

[n=237]
【出典】首都圏 WEB アンケート

③市川市の観光施策に関するニーズの把握

市川市の観光への認識や参加状況、観光振興への課題認識や観光客増加による地域の変化に対する期待や懸念を把握するため、市川市 e-モニター会員を対象とした WEB アンケート調査を実施しました。

③-1 市川市の観光への認識と参加状況

- 知人や来訪者におすすめできる観光資源は、「文化・歴史」、「食・特産品」、「自然」など多岐に渡り、様々なポテンシャルがあります。しかし、「おすすめできる場所、モノはない」も 21.4% を占め、市民にも市川市の魅力を発信する必要性が高いことがうかがえます。(図 40)
- また、市川市内での観光やレジャーに頻繁に(月 2~3 回以上)参加する回答者は 1 割弱であり、観光資源のブラッシュアップや情報発信が必要です。(図 41)

【来訪者に推薦できる観光資源】

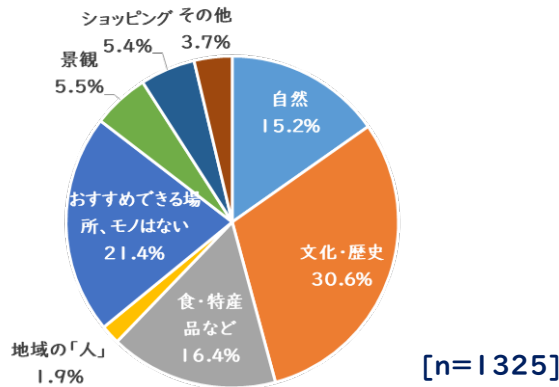


図 40 市川市で知人や来訪者に「おすすめ」できる場所、モノは何か

【出典】令和 3 年度 市川市 e-モニター調査 市の観光に関するアンケート

【市川市内での観光の頻度】

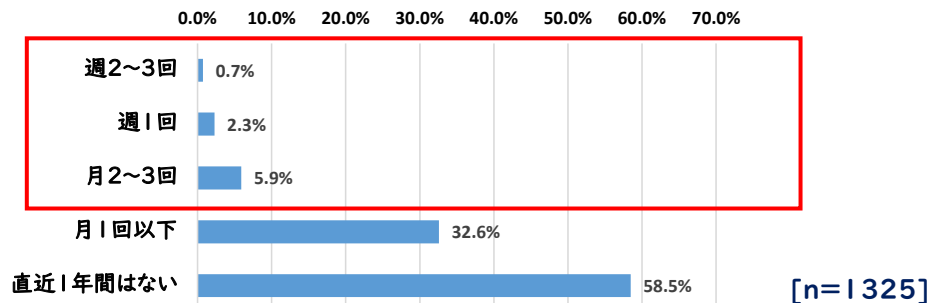


図 41 市川市内での観光の頻度、レジャーの参加状況

【出典】令和 3 年度 市川市 e-モニター調査 市の観光に関するアンケート

③-2 市川市の観光推進に関する意識

- 観光推進の課題として、「観光施設の魅力的な活用」、「市川市のブランドイメージの定着」、「快適かつスムーズな移動手段の確保」の3つが主にあげられています。(図42)
- 観光客増加による期待として、インフラ整備や地域の賑わい向上があげられており、(図43) 今後の市川市の観光客増加を期待する声がある一方、交通量増加による渋滞や混雑発生への懸念もあげられています。(図44)

【観光推進への課題認識】

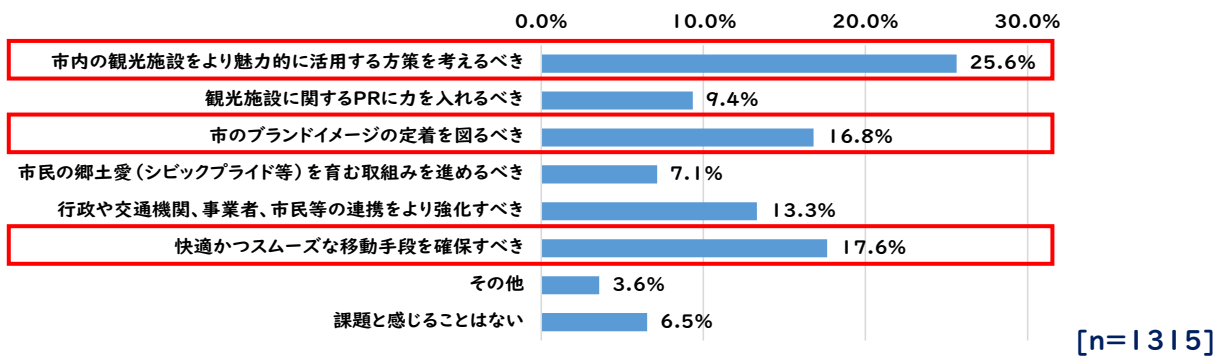


図42 観光を推進するにあたり課題だと感じること

【出典】令和3年度 市川市 e-モニター調査 市の観光に関するアンケート

【観光客の増加による生活環境への期待および懸念】

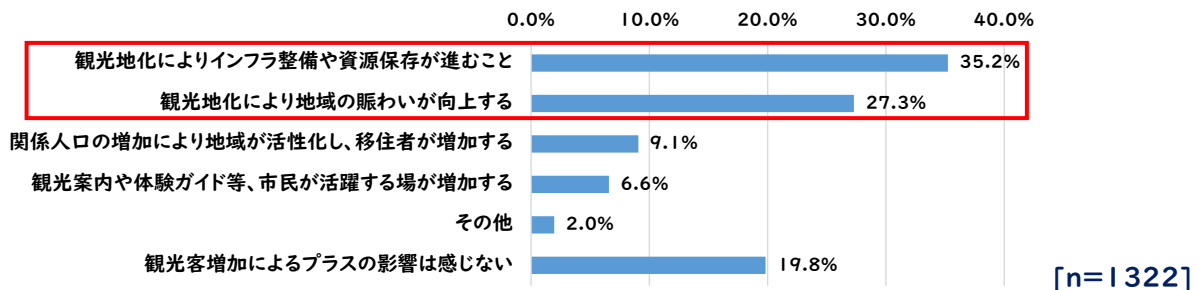


図43 観光客増加によるプラスの変化について期待していること

【出典】令和3年度 市川市 e-モニター調査 市の観光に関するアンケート

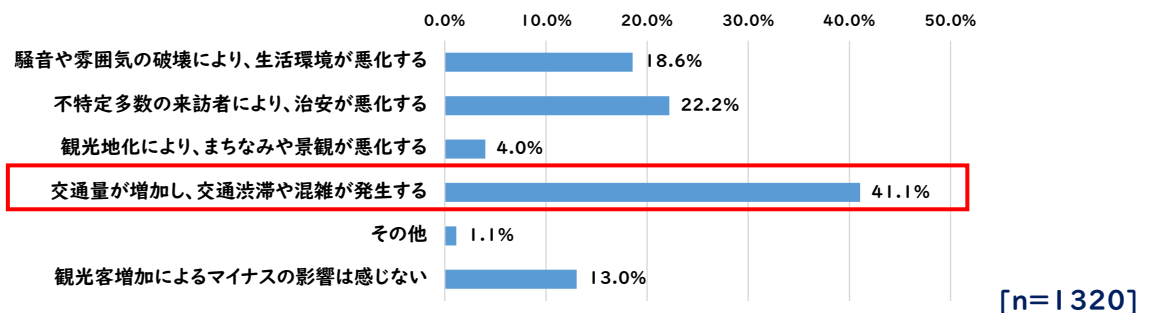


図44 観光客増加によるマイナスの変化について最も懸念していること

【出典】令和3年度 市川市 e-モニター調査 市の観光に関するアンケート

2-3 ワークショップ等結果概要

「市民・地域事業者が抱く市川市の観光への想い」を汲み取る場として、「市川市のこれからの観光を考えるワークショップ」を計3回実施しました。また、観光振興ビジョンの充実を図ることを目的に、立場の違いや幅広い視点を活かしたニーズやアイデアを抽出する「学生ワークショップ」、「外国人ヒアリング」を各1回、「事業者ヒアリング」を計7団体に実施しました。

第1回 市川市のこれからの観光を考えるワークショップ

市川市の観光の現状を共有し、幅広い視点で魅力を抽出するため、市川市の観光に関するキーワードや10年後のありたい姿を検討する第1回ワークショップを行いました。

開催日時：令和3(2021)年7月29日(木)18:00~20:20

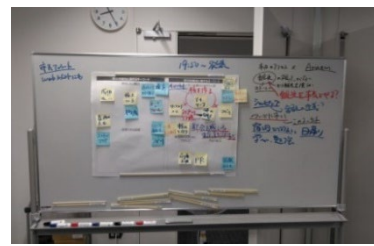
開催場所：市川市役所第1庁舎 5階第4委員会室

出席者数：21名

- グループワークの主なテーマ
 - ・市川市の観光に関するキーワード出し
 - ・10年後の市川市のありたい姿の検討



▲ワークの様子



▲ワークの結果一例

● 各グループのワーク結果要旨

	A班	B班	C班	D班
10年後のありたい姿	<ul style="list-style-type: none"> ● 子連れで楽しめる街。 ● 歴史的なものを守り、活用する。 ● グルメ(梨、ラーメン、和菓子、バーガー、のり、貝等)を推す。 ● 戦略的アピール(成田からのアクセス、在来線とコラボなど交通利便性の活用)を展開。 ⇒市川市が持つ日常の魅力をアピールする。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 住民が市川市の魅力を知り、住み良いと思う街。 ● 地元で人気のお店へ、観光客も訪れる。 ● 東京にはない、フルーツ狩りや釣りを活用。 ● 歴史をテーマにした他自治体との連携(行徳街道など) ● 交通利便性の改善。 ⇒東京にはない魅力を市民が知り、観光客も訪れてもらえる街に。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誘客の核から市内へ周遊する流れを生む。 ● サイクリングロード(江戸川、行徳)の整備。 ● アイ・リンクタウン展望施設でマルシェ開催。 ● 市外の人が市川市を知り、消費してもらう。 ⇒アイ・リンクタウン展望施設を誘客の核へ。 ⇒サイクリングロードや交通を整備し市内周遊を促進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● クリーンな移動手段の活用(シェアサイクル、電動キックボード) ● 歴史・伝統の散策コース設定、若い人にも分かる解説で来訪促進。 ● 地域のギャップの魅力化、駅を基点とした拠点めぐり。 ● 直売所や道の駅で地場野菜・果物の販売促進 ⇒点在する歴史資源をクリーンな移動手段で巡る面白さ。
観光のキーワード	<ul style="list-style-type: none"> ● 資源のバリエーションを活かし、様々なテーマを市内で設定。 ⇒市内の資源は多く、知ると面白い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 50万人の地元民がリーダーになる。 ● 東京にはないコンテンツを訪日外国人へ提供。 ⇒市川市民自らが観光する街へ。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ついで観光 ● 一歩足を伸ばす ● 東京のとなり ⇒都会を感じる東京すぎない街。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 歴史×新しいアイデアの観光振興 ● クリーンな移動×深い歴史×おいしい食べ物 ⇒クリーン、古い、新しい、おいしいで、何度も来たくなる。

第2回 市川市のこれからの観光を考えるワークショップ

市川市の観光における特徴として、地域ごとに魅力が異なり、多彩な観光資源があることが挙げられます。それらを的確に抽出し観光振興ビジョンへ反映させるため、参加者が地区別に分かれて意見交換を行いました。

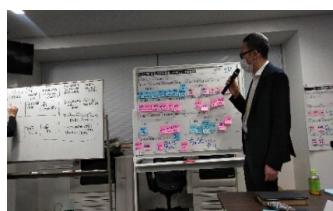
開催日時： 令和 3(2021)年10月19 日(火)16:00~19:00
 開催場所： 市川市役所第 1 庁舎 5 階第 4 委員会室
 出席者数： 23名



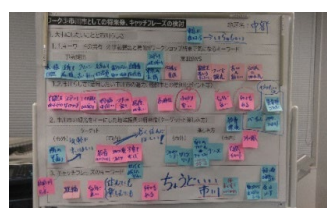
▲市内の区分け範囲

● グループワークの主なテーマ

- ・地区別に分かれ、地区別の強み・弱みの抽出やこれを踏まえた将来像
- ・「市川市全体としての将来像」のキーワード出しとキャッチフレーズの検討



▲ワークの様子



▲ワークの結果一例

● 各グループのワーク結果要旨

	北東部	北西部	中部	南部
地区の将来像	<p>【何を】 ①キャンプ場を拠点とし、動植物園等周辺への周遊を促す。 ⇒大町レクリエーションゾーン ②梨、いちご、ブルーベリー等のフルーツ狩り。</p> <p>【誰に・どのように】 ファミリー(市内、市外) ①休日の楽しみ ②学校の遠足、校外学習等のイベント目的地。</p> <p>【実現に向けた取組】 ①情報発信、移動支援</p>	<p>【何を】 ①国分寺・国分尼寺 ②鯉のぼりフェスティバル ③里見公園等の自然</p> <p>【誰に・どのように】 ①市民、学生等の歴史好きに訴求(VRも活用) ②学生:イベント担い手 訪日外国人:日本の伝統文化を訴求 ③ファミリーの週末憩いの場</p> <p>【実現に向けた取組】 ①PR強化、施設の整備。 ②学生が実行委員会へ参加。 ③アプリ等の導入で公園間周遊を促進。</p>	<p>【何を】 ①梨 ②市内の各イベント ③歴史</p> <p>【誰に・どのように】 ①高校生や市民に梨の収穫時期以外にも楽しんでもらう梨の木のオーナー制 ②市外の近隣在住者 ③市外歴史ファンに市の歴史をバーチャル・アプリで紹介。</p> <p>【実現に向けた取組】 ①学校等へ働きかけ、商業施設やイベントで発表の場を設ける。</p>	<p>【何を】 川と海・寺町通り・神輿 ⇒住民でも知らない魅力を再発見する。</p> <p>【誰に・どのように】 ①市民、特に子どもとその親世代へ、魅力や住みやすさを伝える。 ②市川市の魅力を外国人コミュニティで PR⇒インバウンド促進</p> <p>【実現に向けた取組】 ①人が憩う場を作り、コミュニティをオープンにし、交流の輪を広げる。</p>
市川市全体の将来像	<p>【市川市らしさ】 ●小さな魅力が集約されている=コンパクト。 ●ファミリーにちょうどよい、混んでいない。</p> <p>【将来像】 ●市内ファミリーが地域との繋がりを持ち、住み続ける。 ●近隣市居住者のファンづくり。</p> <p>【キャッチフレーズのキーワード】 ●コンパクト!市川</p>	<p>【市川市らしさ】 ●歴史・文化等の地域資源 ●江戸川の安らぎ ●都内に近くて自然豊かな</p> <p>【将来像】 ●東京にない魅力で安らぐことができる。 ●市内の若年層・ファミリーがお金をかけず楽しめる。</p> <p>【キャッチフレーズのキーワード】 ●日常の魅力あふれる ●江戸川の先の安らぎ ●千葉の都</p>	<p>【市川市らしさ】 ●江戸川の先の安心感 ⇒自然、物価の安さ等 ●安心感→ちょうど良さ</p> <p>【将来像】 ●ショッピング・グルメ・レジャーができる隣まち。 ●市民(若者、ファミリー等)が自然・イベントを楽しみ長く住める。</p> <p>【キャッチフレーズのキーワード】 ●ちょうどいい市川</p>	<p>【市川市らしさ】 ●地区毎に異なる魅力。</p> <p>【将来像】 ●地区同士で競い高め合うこと。 ●自地域の魅力を再発見・認識を深めていく。</p> <p>【キャッチフレーズのキーワード】 ●地区毎の個性を大事にし、磨き上げていく。</p>

第3回 市川市のこれからの観光を考えるワークショップ

これまでのワークショップや現状把握調査の結果を踏まえて、市川市の観光の将来像・キャッチフレーズを検討しました。また、将来像の実現に向けた具体的な取組メニューと進め方について、テーマごとに意見交換を行いました。

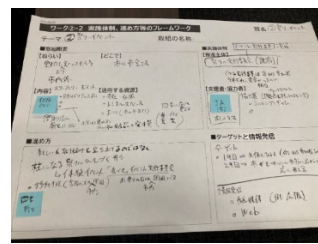
開催日時： 令和 3(2021)年 11 月 25 日(木)16:00~19:00
 開催場所： 市川市役所第 1 庁舎 5 階第 4 委員会室
 出席者数： 22 名

● グループワークの主なテーマ

- ・観光振興ビジョンのキャッチフレーズと将来像について
- ・将来像の実現に向けた取組について



▲ワークの様子



▲ワークの結果一例

● 各グループのワーク結果要旨

	1 班(歴史・文化・自然)	2 班(祭り・イベント)	3 班(グルメ・ショッピング)	4 班(魅力の発信)
取組の名称	●子どもを巻き込む地域を知る活動	●市川市地域対抗ご自慢フェス	●グルメ自販機プロジェクト	●#市川ファン
取組概要	●若者の歴史への興味向上、体験の場の提供等を目的に、市内において、バーチャル体験や子どもたちへの地域のレクチャーを実施。	●体験イベントやスタンプラリー(ポイントと名産品を交換)、各祭りと連携したイベントを実施。神社やレンタルスペース、各祭りを活用。	●特産品の自販機を人が集まる場所へ設置。 ●市川市の名産品を気軽に購入、かつ市内のグルメ情報を発信する。	●駅や市役所の掲示板上で、SNS による#市川ファンキャンペーンを実施。地元愛を活用しつつ、意外と知らない魅力等を発信する。
実施体制	●主体&協力者 農家や市民、自治会。1 人でもしつこく続ける。	●主体…既存の祭りの実行委員会。イベントの実行委員会はワークショップ参加者が主体。 ●協力者…コルトンプラザ等の拠点施設や団体、JA 等の商品提供元	●主体…商店会や飲食店、道の駅、スーパー等 ●協力者…商工会議所、市川案内人の会、明光企画、J:COM、観光協会等	●主体…グループチャットなどの情報交換プラットフォーム(安全性確保のため行政が運営) ●協力者(発信側)…学生、インフルエンサー ●協力者(情報提供側)…JR、京成等
進め方	●地域の人が学校に持ち込む。 ●先生との協力(巻き込む)	●既存の祭りに紐づけ。 ●「気づき」イベント実行委員会が運営。 ●祭りのある日は、市内周遊バスを運行。	●とりまとめ主体を決定し、関係団体にアプローチ。商品を決定し、情報発信する。	●市役所や駅の電光掲示板等に表示。 ●各所に Instagram のフォトフレーム設置。 ●イベントを絡めるなど幅広いテーマで発信。
ターゲットと情報発信	●初めは地域の子どもの大人へ波及 ●子どもを通じて情報発信	●1 年目はワークショップ参加者、2 年目は市外へ情報拡散。 ●紙媒体と WEB の両方で情報発信。	●まずは市民から。 ●事業者同士のつながりを活かした情報発信。 ●#食べよう市川キャンペーン	●将来的にはインバウンド向けに展開する(英語のハッシュタグ、在住外国人の起用)。

事業者ヒアリング

市川市内の事業者や観光資源の関係者を対象として、現状の取組や課題、連携意向についてヒアリングを行いました。

実施期間： 令和 3(2021)年 7 月 20 日(火)～令和 3(2021)年 9 月 24 日(金)
実施方法： オンラインまたは電話
対 象 者： 7 団体

● 事業者ヒアリングの主なテーマ

1. 観光振興における今後の取組課題について
2. 市川市の観光が発展していくために重要だと思う事項について
3. 市川市に合うまちの姿について

● 事業者ヒアリングの結果概要

1. 観光振興における今後の取組課題	2. 市川市の観光が発展していくために重要だと思う事項	3. 市川市に合うまちの姿
<ul style="list-style-type: none">● 周辺地域のボランティアガイドの集まりはあるが、地域同士が連携した具体的な活動は無い。● 市内各地域で文化の魅力活用に取組む組織がないため、これを結成し、地元住民に地域のよさを知ってもらう活動があるとよい。● 色々な観光施設等との共同で、観光振興に寄与出来るようになるとうい。● 市外への PR や誘客の取組として、新聞への広告の掲載やイベントスペースを活用した PR、販促活動ができるようになるとうい。	<ul style="list-style-type: none">● 各地域に特徴がある点が魅力● 農業や自然はもちろんのこと、歴史・文化は強みになる。● 梨等の特産品や夏恒例行事の花火大会は魅力である。● 「市川市の観光とは何か」を明確にすること。● 市川市の特産品アピール強化(梨等)● 首都圏からの日帰り客をターゲットにした観光農場や特産品の育成。● 若い層が市川市へ行きたいと思えるような斬新な取組(イルミネーションやプロジェクションマッピング、食べ歩き等)。● 地域の資源を最大限に活用した活動や、付加価値の高いサービスを育成。● 高齢者は紙媒体を重視している。	<ul style="list-style-type: none">● 行徳地区をはじめとする歴史・文化の街であることと、都心に近く住みやすい街であることを結びつけられるとうい。● 都会の喧騒を忘れられる場所が沢山あるため、ちょっとした息抜きに立ち寄れるスポットになるとよい。● 歴史・文化の都市であり、梨を代表とする農園都市でもあることを結びつけられるとうい。

外国人ヒアリング

外国人目線で魅力的な観光資源や磨き上げのアイデアを伺う、グループインタビューを行いました。

開催日時： 令和 3(2021)年 8 月 25 日(水) 9:30~11:00

開催場所： 国際交流ラウンジ(旧八幡市民談話室 3 階)

参加者： 1. スペイン人、2. スリランカ人、3. ベトナム人、4. 中国人(オンライン参加) (4 名)

● 外国人ヒアリングのテーマ

1. 外国人の視点からみた市川市の魅力
2. 既存の観光資源における外国人向けの磨き上げアイデア
3. 市川市の観光における外国人対応に係る改善点
4. 旅行前の情報源について

● 外国人ヒアリングの結果概要

<市川市の魅力・改善の視点>			<外国人の旅行特性>
1. 外国人の視点からみた市川市の魅力	2. 既存の観光資源における外国人向けの磨き上げアイデア	3. 市川市の観光の外国人対応に係る改善点	4. 旅行前の情報源について
<ul style="list-style-type: none"> ● アイ・リンクタウン展望施設から見る夜景等の景色 ● 江戸川や里見公園やじゅん菜池緑地などの自然、桜の花見。 ● チェーン店ではなく、日本らしいお店があること。 ● 市川市動植物園、自然観察園のバラ園。 ● 梨畑と伝統的な家屋、市川大野周辺の日本らしい家屋。 ● 江戸川沿いのロケ地 ● 市川市民納涼花火大会 	<ul style="list-style-type: none"> ● アイ・リンクタウン展望施設でお茶菓子づくり体験。 ● 茶道体験、浴衣の着付け体験の実施。 ● はとバスのような市川市 1 日観光バスの導入。 ● 日本語の看板(ベトナムでは日本語の看板で記念撮影をすることが人気)。 ● 神社の境内等で、有名な日本アニメ映画の 1 シーンのような、日本独自の雰囲気や魅力を発信。 ● 地下鉄の乗車体験 	<ul style="list-style-type: none"> ● 神社での英語表記や説明の対応。 ● QRコードを用いたWEBによるスポット解説の導入。 ● Instagram, Facebook のハッシュタグ付き投稿の充実。 ● 外国人プロモーターやアンバサダーを起用した PR。 ● 英語版の観光ガイドブックの作成や、独自の解説の追加。 ● ディズニーリゾートや成田空港に近い立地を生かした PR。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全情報や医療、交通などの分かりやすい情報の充実が望ましい。 ● Google Maps のキーワード検索から、投稿写真や評価、コメントを参考にしている。 ● トリップアドバイザー、じゃらんの観光地ランキングや口コミを閲覧。ドキュメンタリー番組がきっかけになることもある。 ● YouTube や TikTok といった、若者向けの短い動画による PR も良い。

学生ワークショップ

学生目線で魅力的な観光資源の発掘やプロモーションのアイデアを提案いただき、意見交換を行いました。

開催日時：令和 3(2021)年9月3日(金) 10:00~11:30

開催場所：オンラインにて開催

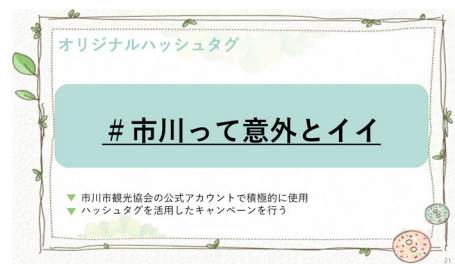
出席者数：【発表者】千葉商科大学サービス創造学部の学生(8名)/
【指導教員】山田耕生准教授(千葉商科大学サービス創造学部)

● グループワークの主なテーマ

- ・市川市の観光の課題
- ・市川市の観光の将来像およびプロモーションのアイデア



▲ワークショップの様子



▲学生発表スライドの一例

● 学生ワークショップの結果概要

	学生目線での市川市の観光の課題	市川市の観光の将来像およびプロモーションのアイデア	意見交換の内容
A 班	<ul style="list-style-type: none"> ● 「多くの文化人ゆかりの地」のイメージがない。 ● 梨やブルーベリー、行徳の海苔など、市川市ならではの特産物があるにもかかわらず、知名度が十分ではない。 ● 市川市観光協会のホームページでの食の情報が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 梨園をテーマに、NIGHT 梨狩りを提案、夜の市川市の新たな過ごし方を提示。 ● 情報雑誌の作成、ハッシュタグを活用した SNS 投稿による商品の割引サービス実施の提案。 ● ライブ配信アプリ(例:ポコチャ)を活用した市川市の情報発信。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人気の観光地では、固有のハッシュタグを使用することも多く、市川市でも導入すると良い。 ● ライブ配信による情報発信は、双方向コミュニケーションが可能のため、市川市の歴史・文化のテーマが若者に訴求できる。
B 班	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報発信源である市川市観光協会ホームページと SNS アカウントが十分に活用されていない。 ● 「市川市=〇〇」と結びつく観光資源がない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若者・学生が楽しめる「イケてる街」として提案。 ● 市川市独自のハッシュタグを導入し、SNS での情報発信を強化。 ● 紹介するスポットをテーマごとに絞ってまとめ、1日で周遊できるコースをデジタルガイドブックに掲載。 	<ul style="list-style-type: none"> ● SNS に投稿された写真が入り口となり、公式情報へのアクセスに繋がる。 ● SNS に投稿する写真は、いかに現地に足を運びたいと思わせるかが重要。 ● テイクアウトできる飲食店とその周辺の観光スポットを併せて紹介すれば、市川市内での若者の滞在時間も増える。

市川市観光振興ビジョン策定協議会

市川市の観光に関わる代表的な団体から構成される協議会へ、現状把握調査やワークショップを経て取り纏めた市川市観光振興ビジョン(案)を諮問し、ご意見を頂きました。

開催日時： 令和 4(2022)年1月19日(水) 14:00~15:10
開催場所： 市川市役所第1庁舎 5階第3委員会室
出席者数： 協議会委員(8名)



▲協議会の様子

● 委員からの主な意見

- 自治会としても、市民の方に住んで良かった、これからも住み続けたいと思ってもらいたいと考えている。今回の観光振興ビジョン策定を契機に、市内の観光資源を市民の方に認知していただき、リピーターになっていただきたい。
- 市川市には、葛飾八幡宮周辺、行徳など、各地に魅力がある。各地区の商店会がそれぞれの魅力を活かせるよう、商店会連合会としても協力したい。
- 観光と経済は結びつきが強く、観光の取組を継続するためには稼げる産業にシフトしてはいけないと思う。
- 市川市の人口推移をみると、20年後は人口が横ばいであるものの労働人口が減っている点が懸念点である。市内には大学が複数あるため、これを活かした若者向けの対策や、成田空港からのアクセスがよい点を活かしたインバウンド向けの対策などが検討されると良い。
- 情報発信について、高齢層に対してはチラシやポスターなどの紙媒体が依然として有効である。様々な手法を組み合わせ、幅広い情報発信が必要とされる。
- 市川市は、一級河川の江戸川や内陸部の谷など、近隣自治体にはない地形が特徴の一つである。この水と緑の大空間を観光に結び付けたいものになると思う。
- ボランティアとの協力も観光に結び付けることができると考える。
- かつての三本松のように、市川市のシンボルとなるものがあると良い。