

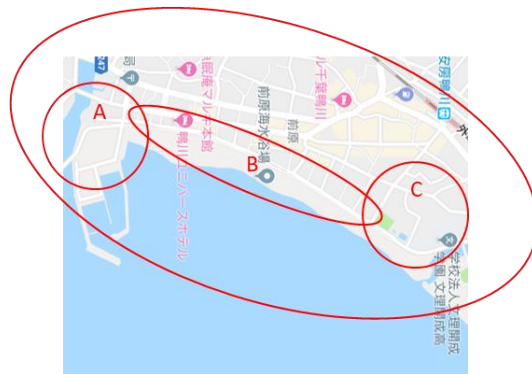
本年度の検討課題等について

PM担当：豊島

1. 前回のレビュー

■エリア整備：着手順とエリアコンセプト

- A フィッシャリーナ後背地（ウェルネススポーツ）
スポーツ、駐車場、芝生広場、倉庫、カフェ、ラン/サイクルステーション
- B プロムナード+商店街（ウェルネスコミュニティ） ショップ、小商い
- C 市民会館（ウェルネスライフスタイル） ライブ+Café、子育てゾーン、インキュベーション
- D マルキポイントまで

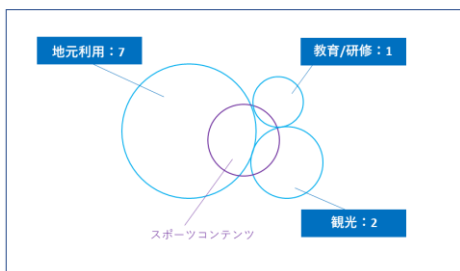


■事業化方針

- ・ターゲット 平日：鴨川の医療・観光ならでの地元女性、CCRC シニアのミックス
休日：鴨川シーワールドならでの子連れ客
地元 7：観光 2：企業 1
- ・ブランド 若者女性が住み続けたい、海に行くなら 3本の指に入る鴨川の海
- ・マーケット 誰でもアクセスできる貴重なパブリックビーチであることを踏まえ
ある程度マスマーケットを指向(プライベートビーチ、専有化しない)

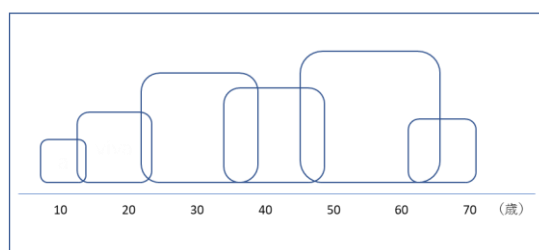
海辺のエリア利用ニーズの考え方

- ① 季節変動はあるが1年を通じて海辺のエリアの利用を見込める地元客を中心とする
- ② 観光客増加を狙い、利用しやすいようにマリンアクティビティの整備
- ③ アクティブシニアが利用しやすいスポーツコンテンツの充実



年齢別イメージターゲット

- ① 60~70代のアクティブシニア世代（健康・運動・くつろぎ）
- ② 20~50代のマリンスポーツ・レジャー利用
- ③ 20~50代の子育て世代（特に女性を中心としたくつろぎと教育・文化・子育て環境）



■主な意見

- ・全体計画の考え方やコンセプトはOK。予算、事業主体、進め方の具体化を。
- ・海を見ながらゆっくりできる場所、雨天時にお客様に紹介できる場所、ファミリー層が気後れせずに滞在できる場所
- ・鴨川はウェットスーツを着れば春からサーフィン可能。が、温水シャワーは必要。
- ・民業圧迫は気にしすぎない。金融機関の参加や、投資環境整えるのは大事。
- ・後背地周辺。海太郎はサイクルステーション等併設などで今の延長利用か？駐車場は費用を掛けて無理にキレイ舗装仕上げする必要はない。
- ・小湊小跡地利用など、他の事業との方向性の棲み分け、海辺倶楽部の連携等を考慮。

2. 今年度の検討課題

①市方針、担当、スケジュール具体化（4/18、5/7、5/14～火曜定例）

※別紙1（スケジュール）、別紙2（文理開成スケジュール等：小柴、川上）

②投資環境の構築（5/9 K社）

・2013年US設立。カリフォルニア、東京、京都、日南に拠点。未来に残したい日本の資産に着目。国内外資産家、ファンド、貸手、デベロッパー、運営者ネットワークを活用し投資環境構築、資産運用。約200億円。イバウト向け旅館経営、まちづくり支援も。

-目的地が一つ、ほかがない。センスよいショップもあるが分散

-青島ビーチパークのように集約、ボードウォーク整備等の低投資で環境整う

-wedding企画、コワーキング・コリビング×農業@Bal等に声かけやすくなる

-何に投資すればよいかわからない。アセットリスト作成からスタートを。



A new way of living

Join interesting people in interesting places - for a week or a lifetime.

Roam is a network of global coliving spaces that provide everything you need to feel at home and be productive the moment you arrive. Strong, battle-tested wifi, a coworking space, chef's kitchen and a diverse community.

1

Comfort

Feel home immediately
with privacy and comfort

2

Community

Show up and find
community everywhere

3

Productivity

Get work done in coworking spaces
with redundant high-speed internet



(Bali)

③フィッシャリーナ後背地

- ・フィッシャリーナ後背地の状況について（土地所有、水道等整備状況ほか）（矢代）
- ・どの範囲まで着工できるか未だ不明。1/4～1/2 程度のエリア想定で開始。
- ・常設／イベント収益が可能な機能、人の気配づくり。実現可能性、優先順位検討。
有料駐車場、芝生（運動場）、公園、海辺倶楽部／P F 備品倉庫、事務所、
温水シャワー、カフェ、イベント（既存、フードトラック、ロケ、マルシェ等）
オーニング（雨天荒天日射）、ニュースポーツ、R V パーク・・・



以上

文理開成高等学校空き教室提供について

【経過】

海辺のまちづくり事業の中で、チャレンジショップ開設支援事業に取り組んでおり、平成29年度に調査した空き店舗等物件情報を基に、これらを活用し新たに起業する事業者に対し、支援を行うこととしていた。

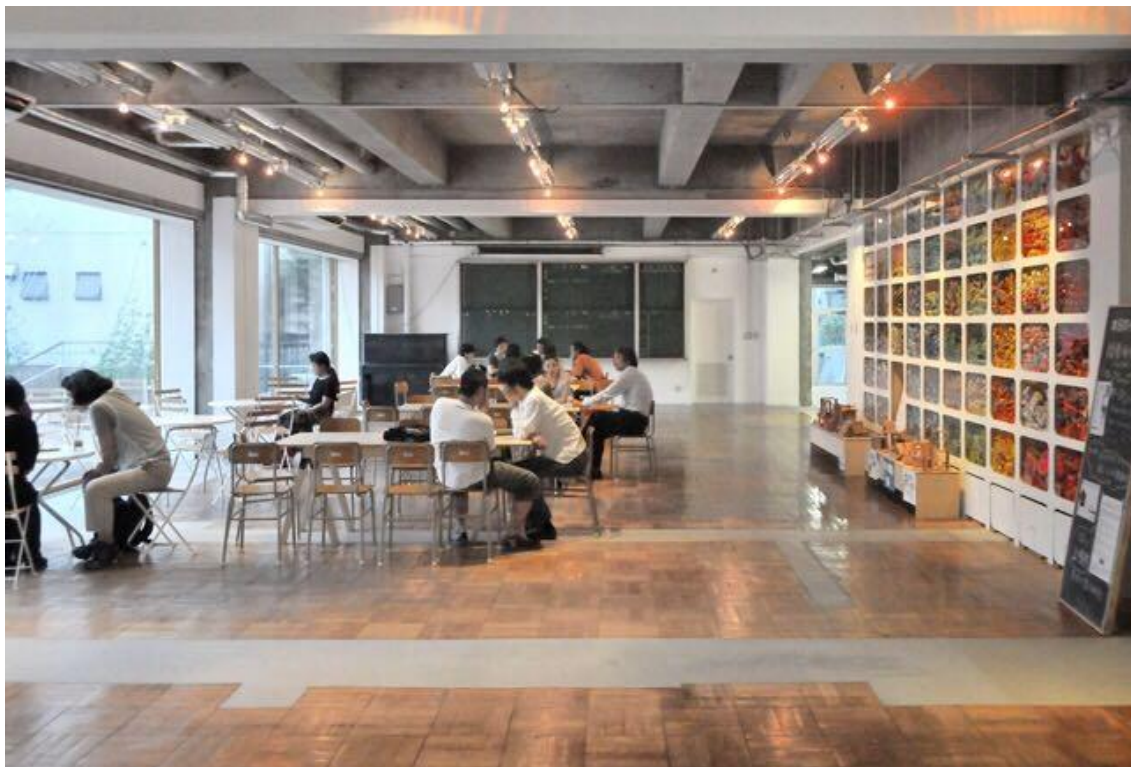
しかしながら、物件調査で抽出された空き店舗の内、貸し店舗として活用を希望する店舗が1件あったものの、調査の結果、これを活用することが困難であったため、再度、地域住民等とのヒアリングなどを行いながら、活用可能な空き店舗等の調査を継続している状況となっている。

こうした中、昨年度、文理開成高等学校から、空き教室の一部を無償提供し、活用してもよいとの提案をいただき、その活用についてプロジェクトマネジメントからアイデア提案があるとともに、推進委員会において協議され、IT関係の起業者等に対するコワーキングスペースとして活用する方向で検討を進めてきたところである。

【提供する教室及びその使用についての注意点等】

- ・ 提供教室（無償貸与）
4階406教室
- ・ 利用期間 令和3年3月31日まで（※推進交付金計画の最終年度まで）
- ・ 利用時間等
月曜日～金曜日 午前8時15分から午後5時まで
※夏、冬、春休みの期間など職員が出勤しない期間については調整が必要（学校側が指定する。）
- ・ セキュリティ関係
①正面入口は事務員がいるため、利用者は来訪者記録名簿に記入の上入室
②使用ルームにおいても利用状況を記録する。
※スマホで管理できる解錠システムがある。入室者の管理もできるため、検討をしている。
- ・ 常駐体制について（現在調整中）
週2日程度以上は常駐する方向で調整中。
- ・ 使用ルームの基本ルールの作成
学校側に合わせたルールをつくり、管理をする。
- ・ その他
今回の教室提供について、どのような目的でどのように活用されるのか、地域貢献などについて生徒にレクチャーをしてほしいとの希望あり。（6/6（木）14：20から学校のロングホームルームの中で説明予定。）

「QURAGE オフィス」工程(案)



- 5/27～28: 照明器具撤去・搬出
- 5/29～31: 工事無し(テスト期間)
- 6/6 ※ロングホームルームでの生徒向けプレゼン
- 6/6～7 : 天井、家具撤去・搬出
- 6/10～15: 電気工事(照明・自火報・LAN)
下地調整・補強工事他
- 6/17～20: 塗装工事
- 6/21～ : 床タイルカーペット撤去搬出
- 6/22～ : タイルカーペット張り(1日) → 什器備品搬入

※ 5/25 に「再・見積書」

※ 5/30 頃までに、各部材を発注。

- ・照明のショップライン・色・数量(3本)
- ・床のタイルカーペット色・品番
- ・壁の塗装色
- ・LAN ジャック位置・数量(教室内は露出配線)

以上

外国人観光客獲得に向けた調査事業（地方創生推進交付金）

1 調査の目的

JNTO（日本政府観光局）が発表した2018年の外国人観光客数は、3,100万人を超えた。対前年比8.7%の伸びとなり、今後、2020年東京オリンピック・パラリンピックを迎え、外国人観光客の増加が予想され、また、オリパラ以降も外国人観光客が継続して日本に訪れることが予想されている。

近年、日本の人口の減少や、旅行形態の多様化によって、観光のニーズの変化は顕著であり、選ばれる観光地として、モノからコトへの観光コンテンツの掘り起こしや磨き上げはもちろん、観光地域づくりが課題となっている。また、日本人観光客は、休日に集中する傾向にあるが、外国人観光客については、平日の来訪も期待できる。

今回の事業は、地方創生推進交付金を活用し、総事業費5,400千円で実施するもの。この事業費を活用し、①外国人観光客が何を求めているのか、②本市が持つ多様な体験プログラムで選ばれるものは何か、③選ばれる観光地として、外国人観光客が発地段階で利用する情報収集媒体等を把握する必要がある。また、来年度に向けて販路を同時に確保すること必要である。

2 ターゲット国・地域の絞り込みと優先順位

現在、市が外国人観光客を統計上の数値で把握しているものは、宿泊客数のみである。その上位国は、中国、台湾、香港、韓国を中心とした東アジア、東南アジア諸国である。よって、これら上位国を対象に本事業を実施するものである。

一般的なイメージとして、外国人観光客の消費単価が低いとの懸念があるため、例えば、富裕層を対象とするなど、より具体的なターゲットの絞り込みが必要となる。絞り込むことにより、プロモーション時の媒体も絞り込み、より効果的な事業実施が可能となる。

上位の国・地域のうち、香港からの旅行者の特徴は、①リピート率が高い、②所得層が高い、③ドライブを楽しむため、地方都市へレンタカーを利用する（二次交通の課題を解消）。

観光庁の調査によれば、日本を訪れる外国人旅行者のうち、60%を超える人がリピーターであること、外国人旅行者も日本人と同じくニーズの変化から、所謂ゴールデンルート以外でのコト消費への関心も高まっている。

3 実施事業及び実施方法

(1) アンケート調査

香港に特化したものとし、令和元年6月に開催される香港旅行博において、アンケート調査を実施する。

調査事業者については、千葉県インバウンド協議会の副会長であり、株式会社PLUS ONE（代表取締役：松山桂子氏）へ依頼する（同社への業務委託）。

(2) 現地調査

(1)同様に株式会社PLUS ONEへの業務委託により実施する。具体的には、香港向けのFacebookページの作成及び繁体字によるページの運用（情報発信及び問い合わせ等への対応）を令和元年12月末までお願いする。

また、その他の国・地域に対するプロモーションについても検討を行う。

(3) モニターツアー（アンケート付）

観光プラットフォームにおいて、プロポーザル実施を検討のうえ、事業者を決定する。

観光プラットフォームは、第2種旅行業を取得しているが、海外への販路がないため、海外販路を有しWeb販売等が可能な大手エージェントと連携し、事業を実施する。

基本的に個人客（FIT）を想定。

昨年度実施した補助事業により購入した備品や既存のコンテンツから、特にインバウンド向け商品を洗い出し、優先してモニターツアーを実施する。

モニター価格を設定し、アンケート調査を実施し、商品としてのアンケートのほか、情報収集媒体等についてもアンケートを実施する。

販売方法としては、一例として、下記サイト等を活用し、実際の販売も兼ねてることを検討する。

【大手エージェント等との連携（例）】

①JTB SUNRISE TOUR

②Voyagin

③asoview ほか

また、サイト販売のほか、地元の城西国際大学観光学部に協力依頼し、海のない地域からのモニターツアーについても実施する。さらには、市内の高校、大学の留学生やその家族を対象としたモニターツアーを実施する。

本市への移動については、実際の販売を見据え、JRや高速バスを利用して頂く。JRについては、訪日外国人が利用するフリーパスを想定。高速バスについては、カピーナ号、シーバレー号を想定。

商品としては、①東京からのオプションツアーとして、1Dayでの販売に加えて、②アクティビティ商品と宿泊プランをセット販売する。宿泊施設については、受入実績のある施設はもちろん、これまでインバウンド実績の少ない施設に対して、トライアルとしての呼びかけも行い、受入環境整備も行う。

【スケジュール】

- 6月 市と観光プラットフォームで業務委託契約
- 6月 観光プラットフォームにて、プロポーザル事業者の募集
アンケート調査の業務委託契約（株式会社 PLUS ONE）
- 7月 プロポーザルの実施及び事業者との契約
- 8月～12月 事業実施
- 2月 事業実施報告会
- 3月 観光プラットフォームから実績報告書の提出

(4) 国内営業・販促活動

(1)、(2)の事業内容をより遡及していくため、ランドオペレーター等への営業・販促活動を実施し、令和2年度以降の販路を確保する。

