



香取市

**集客・観光・交流アクションプラン
見直し版（案）**

目 次

| | |
|---|------------|
| 1 香取市集客・観光・交流アクションプラン見直し版の位置づけ | P1 |
| 2 これまでの取組の検証及び評価 | |
| (1) 具体的アクションの検証及び評価 | P2 |
| (2) 評価の分析 | P3 |
| (3) 観光入込客数の数値目標 | P4 |
| 3 アクションプラン見直し版の基本理念と基本方針 | |
| (1) アクションプランの3つの基本理念 | P6 |
| (2) アクションプランの4つのキーワード・基本方針 | P7 |
| 4 集客・観光・交流アクションプラン見直し版の全体像 | |
| (1) アクションプラン見直し版の全体構成 | P9 |
| 5 1ダースの戦略プロジェクトと具体的アクション | P11 |

1 香取市集客・観光・交流アクションプラン見直し版の位置づけ

本市では、平成 23 年 3 月に、市内の各地域で取り組んできた集客・観光事業を総括し、観光まちづくりを推進していく上での規範、および具体的な行動計画として、また、“集客”“観光”“交流”を通したにぎわいの創出を目指し、産業間と地域間の連携も強めつつ、市民と事業者と行政とが一体となって魅力ある香取市を創出するための行動の目標・指針として、香取市集客・観光・交流アクションプランを策定し、アクションプランに基づき、様々な観光振興に関する取組を推進してきました。

アクションプランでは、概ね 10 年先の地域の姿を見据え、3 年ごとの見直しを行うこととなっています。第 1 期は未実施でしたが、今般、第 2 期の時期に合わせた見直しを実施し、平成 29 年度から平成 32 年までの 4 年間を計画期間とする「見直し版」を策定しました。

アクションプラン策定以降、本市も甚大な被害を受けた東日本大震災や外国人観光客の増加、当市のほか佐倉市・成田市・銚子市にまたがる北総四都市の町並み群の日本遺産への認定、佐原の山車行事を含む全国 33 件の祭礼行事のユネスコ無形文化遺産への登録など、本市の観光を取り巻く環境は、大きく変化しました。

さらに、人口減少、少子高齢化などの社会経済情勢の変化、他の観光地との競争の激化、観光ニーズの多様化などが進んでおり、こうした社会要因や社会変動を見直しにあたっては加味しています。

上記を踏まえ、基本理念や基本方針等、本計画の骨子については継承しながら、これまで取り組んできた施策・事業を検証し、必要な修正を行い、今後の観光振興の取組の指針とするものです。

2. これまでの取組の検証及び評価

(1) 具体的アクションの検証及び評価

香取市集客・観光・交流アクションプランは、以下に示す4つの基本方針、1ダースの戦略プロジェクト及び36の具体的アクションで構成されており、推進してきました。見直し版策定にあたり、個々の具体的アクションの検証及び評価を実施しました。

以下一覧表にその評価状況を示します。〔3段階評価：達成／一部達成／未達成〕

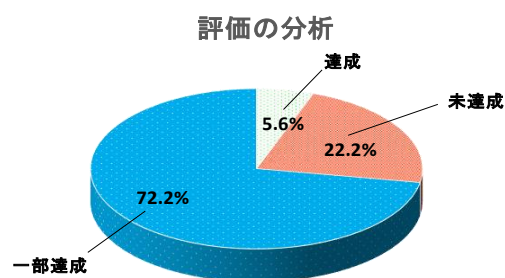
| 基本方針 | 1ダースの戦略プロジェクト | 三十六計(具体的アクション) | 評価 |
|-------------|---|-------------------------------------|------|
| 記憶の継承 | 【戦略プロジェクト①】 地域個性の追求 ～地域の集客・観光・交流物語づくり～ | 1 ◆各地域の暮らし・文化に関わる「お宝」発見とデータベース化 | 未達成 |
| | | 2 ◆各地域の魅力を伝える「地域ものがたり」の編集 | 未達成 |
| | | 3 ◆各地域の個性ある魅力・イメージの積極的な発信 | 達成 |
| | 【戦略プロジェクト②】 もてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくり | 4 ◆次世代の暮らしを担う人材育成ともてなしの演出 | 一部達成 |
| | | 5 ◆「心のバリアフリー(五感+1)」の展開 | 一部達成 |
| | | 6 ◆市民による観光・交流の実践 | 未達成 |
| 個々の魅力向上・可視化 | 【戦略プロジェクト③】 新しい原石の発掘・磨きかけと感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくり | 7 ◆新たなコンテンツの発見・創出 | 一部達成 |
| | | 8 ◆文化・体験によるプログラムの魅力づけ | 達成 |
| | | 9 ◆ウォーキングコース等の設定 | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト④】 香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 | 10 ◆地域住民との心の交流の拠点となる場の整備 | 一部達成 |
| | | 11 ◆各地域の魅力を伝達するガイドの養成とスキルアップ | 一部達成 |
| | | 12 ◆プログラムの組み合わせによる地域創発型商品づくり | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑤】 地域個性を生かした宿泊機能の充実 | 13 ◆モニターツアー等の実施によるブラッシュアップ | 一部達成 |
| | | 14 ◆「町屋ステイ」の推進 | 未達成 |
| | | 15 ◆廃校舎等の宿泊研修施設としての活用 | 未達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑥】 新しい取り組みに対する支援と仕組みづくり | 16 ◆主体的地域活動の可視化・相互連携と行政との協働体制の継続・強化 | 一部達成 |
| | | 17 ◆大学や専門家、香取サポーター等との応援体制づくり | 一部達成 |

| 基本方針 | 1ダースの戦略プロジェクト | 三十六計(具体的アクション) | 評価 |
|----------------------|--|---|------|
| 連携・ネットワーク化 | 【戦略プロジェクト⑦】 玄関口機能の充実 ～ゲートウェイの形成～ | 18 ◆交通結節点としての機能強化と認知度向上 | 未達成 |
| | | 19 ◆ゲートウェイ間の情報の共有化 | 未達成 |
| | | 20 ◆香取市全体の総合観光情報の発信 | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑧】 快適回遊の実現 | 21 ◆循環バスや舟運等の連携と利便性向上 | 一部達成 |
| | | 22 ◆レンタサイクルシステム・サイクリングコースの充実 | 一部達成 |
| | | 23 ◆安全・安心の巡り歩き環境の整備 | 一部達成 |
| | | 24 ◆町巡りバスポート・共通乗車(舟)券の発行 | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑨】 産業と連携した集客・観光・ 交流の魅力創出 | 25 ◆ものづくりとの連携による体験プログラム化 | 一部達成 |
| | | 26 ◆「食」を活かした地域連携の促進 | 一部達成 |
| | | 27 ◆「農」や「自然」を生かした交流居住の促進 | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑩】 情報の受発信の充実と利用者 目線でのネットワーク化 | 28 ◆ホームページやデジタルサイネージ等の有効活用 | 一部達成 |
| | | 29 ◆利用者の立場に立った情報伝達 | 一部達成 |
| 30 ◆香取ファンとの「心の交流」の展開 | | 一部達成 | |
| マネジメント 持続的 | 【戦略プロジェクト⑪】 戦略的地域プロモーションと ワンステップの受入体制づくり | 31 ◆「香取を有名にする」戦略的プロモーションの共同展開 | 一部達成 |
| | | 32 ◆外国人観光客の誘致プロモーションの展開 | 一部達成 |
| | | 33 ◆観光コンシェルジュ・まちづくり事業体の形成 | 一部達成 |
| | 【戦略プロジェクト⑫】 品質管理の徹底と品格ある地 域づくり | 34 ◆定期的な顧客満足度調査の実施 | 一部達成 |
| | | 35 ◆苦情情報の共有化と的確な対応 ～「ピンチをチャンスに運動」の展開 | 一部達成 |
| | | 36 ◆各種取り組みをマネジメントする人材の育成・登用・派遣 | 未達成 |

(2) 評価の分析

各アクションの総合検証の結果は、達成が2、一部達成が26、未達成が8となり、一部達成を含めると達成率は78%という結果です。
各アクションで多くの取組が実施されていますが、今般の検証や社会的変動を踏まえた見直し版において、引き続き具体的なアクションに取り組んでいく必要があります。

| 評価区分 | アクション | 構成比 |
|------|-------|--------|
| 達成 | 2 | 5.6% |
| 未達成 | 8 | 22.2% |
| 一部達成 | 26 | 72.2% |
| 合計 | 36 | 100.0% |



- 1 達成……各アクションに示された具体的な取組が全て達成しているもの
- 2 一部達成……各アクションに示された具体的な取組が一部達成しているもの
- 3 未達成……各アクションに示された具体的な取組が全て未達成のもの

(3) 観光入込客数の数値目標

アクションプランでは、当市において集客・観光・交流の中心となっている、小野川沿いの町並みの観光客数及びその観光客が回遊することによって増加をねらう周辺地域の集客・観光施設の観光客数を目標数値として設定しています。

これまでの数値目標の達成状況及び見直し版での4年後における数値目標について以下のとおり設定します。

■平成22年度策定時の年間観光客入込数（実数）に関わる目標値及び達成状況

| 香取市各地区 の観光拠点 | 基数となる観光客数 平成18～22年の5カ年の 平均。ただし道の駅くりもと は平成18年を除く | 5年後 (平成27年) の数値目標 | 平成27年 の実態値 | 達成状況及び 達成率 |
|---------------------|--|-------------------------|---------------|---------------|
| 【佐原】 小野川沿いの町並み | 498 千人 | 623 千人 | 518 千人 | 未達成 83% |
| 【山田】 風土村 | 298 千人 | 440 千人 | 177 千人 | 未達成 40% |
| 【栗源】 道の駅 くりもと | 968 千人 | 1258 千人 | 937 千人 | 未達成 74% |

いずれも未達成だが、風土村の入込数が顕著に落ち込んでいる。これは近隣における同業他社の進出等が理由と思慮される。小見川については、イベント等の入込客数データしかないため、今後の検討事項となっている。

■見直し版における目標値（各地区の観光拠点）

| 香取市各地区 の観光拠点 | 平成27年 の実態値 | 平成28年 の実態値 | 4年後 (平成32年) の数値目標 | 参照指標 |
|---------------------|---------------|---------------|-------------------------|--|
| 【佐原】 小野川沿いの町並み | 518 千人 | 568 千人 | 682 千人 | 増加率:年5%増 4年間で20%増 |
| 【佐原】 水の郷さわら | 1,156 千人 | 1,173 千人 | 1,330 千人 | 地方創成拠点整備 交付金「水の郷さわら再整備事業 地域再生計画」 |
| 【山田】 風土村 | 177 千人 | 161 千人 | 167 千人 | 増加率:年1%増 4年間で4%増 |
| 【栗源】 道の駅 くりもと | 937 千人 | 871 千人 | 940 千人 | 増加率:年2%増 4年間で8%増 |

※増加率については、以下の平成25～28年での伸率の平均値を参考に適用した。
小野川沿いの町並み/5.92% (有)風土村/▲10.1% 道の駅くりもと/0.13%

■見直し版における目標値（外国人観光客数）

| | 平成 27 年 の実態値 | 平成 28 年 の実態値 | 4 年後 (平成 32 年) の数値目標 | 参照指標 |
|---------------|-----------------|-----------------|----------------------------|-------------------------|
| 佐原駅前観光 案内所 | 1,838 人 | 3,303 人 | 3,964 人 | 増加率:年 5%増 4 年間で 20%増 |
| 佐原町並み交 流館 | 1,675 人 | 3,459 人 | 4,150 人 | 増加率:年 5%増 4 年間で 20%増 |

※増加率については、小野川沿いの町並みと同様とした。

■見直し版における目標値（香取ファンクラブ会員数）

| 平成 27 年 の実態値 | 平成 28 年 の実態値 | 4 年後 (平成 32 年度末) の数値目標 | 参照指標 |
|-----------------|-----------------|------------------------------|---------------------------------|
| 753 人 | 1,168 人 | 2,768 人 | 増加人数:年 400 人増 4 年間で 1,600 人増 |

※増加人数については、これまでの増加人数を参考とした。

3 アクションプラン見直し版の基本理念と基本方針

(1) アクションプランの3つの基本理念

基本理念 1 品格のある地域づくりに向けた集客・観光・交流

多くの人に地域の魅力を知ってもらい、地域を訪れていただきたい。それによって地域の賑わいと活性化を図りたいと願う気持ちはあります。しかし急に脚光を浴びたことで「俗化」への道筋を辿った地域が多くあります。そのプロセスは歩みたくはない。あくまでも香取の目指す“集客”“観光”“交流”は、人々の暮らしを礎におくものであり、「本物」だけを追求していきたい。『品格ある地域』でありつづけたい。品格なくして地域の永続的な発展は望めません。

アクションプランの第一の基本理念は、『品格』にこだわりつづける地域を目指して、「そこがいい」と心で感じていただける来訪者とも一緒になって、地域を磨きかけていくことです。

基本理念 2 誇りと自信をもって、地域の新しい価値を追求しつづける 集客・観光・交流

「伝統」は、他を寄せつけない閉塞的な環境の中では綻びを生みます。時代に応じた価値を見出し加えることで、常に新しい光を発するものです。変わらないものは、地域の宝であることへの「誇り」と「自信」をもちつづけること。

香取市の各地域には、市民が誇りと自信(自慢)をもつ地域の宝が数多くあります。地域の宝は目に見えるものばかりではありません。地域の中では気づかずに眠ったままになっている宝もあるかも知れません。地域にとっては、当たり前と感じているものに、来訪者が気づきを与えてくれるかも知れません。「地域の新しい価値」を追求しつづける気持ちがあれば、地域の中で大切にしている宝や新しい宝が維持・向上・創出されることとなります。

アクションプランの第二の基本理念は、誇りと自信をもって、地域の新しい価値を追求しつづけることです。

基本理念 3 互いの活動を認めあい、感謝しあえる集客・観光・交流

香取市のそれぞれの宝が輝きをみせ、それらが重なり合った時に、集客・観光・交流としての大きな力を発揮します。その宝を支えているのは、まちづくりの活動団体であり市民の力です。お互いの活動を認め合い、その先に感謝のある地域は、地域磨きに拍車がかかる地域となります。「うちの宝が一番」という自負や誇りは大切です。加えて、連携・ネットワークが加わることで、その魅力は格段に大きなものとなっていきます。連携の基本は「補完と強調」にあります。無いものを補い合うこと、共通するものを重ね合わせてアピールすることです。そのためには「認めあうこと」と「感謝の気持ち」が必要です。

アクションプランの第三の基本理念は、互いの活動を認めあい、感謝しあえる環境をつくることです。

(2) アクションプランの4つのキーワード・基本方針

香取市の魅力をさらに強め、地域全体としての回遊を高め、にぎわいを生み出すためのキーワードは、『記憶の継承』『個々の魅力』『連携・ネットワーク化』『持続的マネジメント』であり、このキーワードに即した4つの基本方針を定めます。

①記憶の継承

～これまでの“当たり前”を大切に、地域の記憶を継承した取り組みを展開する

各地域には、地域ならではの「記憶」があり、それが暮らしの中で継承されていること、このことが地域の個性・魅力であるとともに、新しいことへの取り組みにあたっての活力源となります。アクションプランでは、これまでの“当たり前”にこだわって大切にすることを基本に、地域個性を追求するとともに、地域の記憶に基づいてもてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくりを展開します。

②個々の魅力向上・可視化

～ひとつひとつの取り組みが輝けるよう、地域全体で認め合い、

支え合える環境づくり・仕組みづくりを推進する

地域の記憶を支えに地域の宝(個性)の魅力づけを行うことも大切です。新しい原石の発掘・磨きかけを行うとともに、感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくりをはじめ、地域の良さを少しでも多く、少しでも長く接してもらい、良き思い出としていただけるようなプログラムづくりに取り組みます。また、そのような集客・観光・交流への主体的な取り組みを、地域住民に対して目に見える形で伝えることも、次の行動を引き出す原動力となります。

さらに、周辺地域に比べて宿泊機能が弱いことから、滞在・宿泊型の観光に向けて、地域の個性を活かした宿泊機能の充実を図るとともに、新しい取り組みに対する支援と仕組みづくりを充実します。

③連携・ネットワーク化

～人と情報が行き交い、快適に地域巡りできるシステムづくりと個々の活動が重奏する地域を創出する

ひとつひとつの取り組みには発信力に限界があります。個々の取り組みが連携・ネットワーク化されることで、より地域の魅力が高まるとともに、アピール力も高まります。必要なことは、利用者の立場で考えることです。

そのため、来訪者の玄関口にあたる集客核をゲートウェイと位置づけた機能の充実を図るとともに、情報の受発信の強化や、快適に地域を回遊できるための仕組みづくりを充実します。観光・交流を実践する組織や人の連携のみならず、香取市の強みである豊かな産業間の連携も、地域の魅力を高めることにつながります。

人と情報が行き交い、快適に地域巡りができるシステムを創出することで、集客・観光・交流に関わる市民が主役のまちづくり活動が奏でられる地域を目指します。

④持続的マネジメント

～品格を重んじ、人々の日頃の活動が地域の活力づくりに貢献しえる持続可能な地域を実現する

品格ある地域でありたいとの願いを維持しつづけるには、集客・観光・交流に関わる徹底した品質管理を地域が主体的に行うことが必要です。「一度のお客を一生の顧客にすること」～地域への満足度を高めることは、一見の来訪者をリピーターに、そして香取の魅力を口コミで伝えるファン(地域宣伝者)に、さらには、仲間として集客・観光・交流に関わって地域を支えてくれるサポーターへと展開することにもなります。

最初の一步は、初めてお越しのお客さまを温かく迎えることから始まります。来訪者の立場にたった受入体制づくり、地域全体としての戦略的地域プロモーションを通じ、より多くの人に香取市の魅力を伝えることを積極的に展開します。

このような取り組みを通じて、香取市全体として、品格を重んじ、人々の日頃の活動が地域の活力づくりに貢献しえる持続可能な地域を実現します。

4 集客・観光・交流アクションプラン見直し版の全体像

香取市集客・観光・交流アクションプランは、先に示した4つの基本方針に基づき、香取の力を結集する1ダースの戦略プロジェクトを設定するとともに、この戦略に基づく36の具体的なアクション(三十六計)の内容について取りまとめ、その推進を図ってきました。

今回の見直しは、基本理念や基本方針等、本計画の骨子については継承しながら、これまで取り組んできた施策・事業を検証し、本市を取り巻く環境の変化等を踏まえ、見直しを行ったものです。

見直し版では、30の具体的なアクションを推進していきます。

(1) アクションプラン見直し版の全体構成

本アクションプランは以下の12の戦略プロジェクトで構成します。

【香取の力を結集する1ダースの戦略プロジェクト】

| 基本方針 | 1ダースの戦略プロジェクト |
|-------------|---|
| 記憶の継承 | ①地域個性の追求 ～地域の集客・観光・交流物語づくり～ ②もてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくり |
| 個々の魅力向上・可視化 | ③新しい原石の発掘・磨きかけと感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくり ④香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 ⑤地域個性を活かした宿泊機能の充実 ⑥新しい取り組みに対する支援と仕組みづくり |
| 連携・ネットワーク化 | ⑦玄関口機能の充実 ～ゲートウェイの形成～ ⑧快適回遊の実現 ⑨産業と連携した集客・観光・交流の魅力創出 ⑩情報の受発信の充実と利用者目線でのネットワーク化 |
| 持続的マネジメント | ⑪戦略的地域プロモーションとワンストップの受入体制づくり ⑫品質管理の徹底と品格ある地域づくり |

香取市集客・観光・交流アクションプラン 具体的アクション(取組)の新旧関連表

見直しの基本的指針

- これまで取り組んできた施策・事業を検証
- 本市を取り巻く環境や時勢の変化等の要因を勘案
- これまでの具体的アクションの内容の重複を整理し、タイトルも簡潔化

| 基本方針 | 1ダースの戦略プロジェクト | 三十六計(具体的アクション) | 見直し版 具体的アクション |
|----------------------------|---|-------------------------------------|--------------------------------|
| 記憶の継承 | 【戦略プロジェクト①】 地域個性の追求 ～地域の集客・観光・交流物語づくり～ | 1 ◆各地域の暮らし・文化に関わる「お宝」発見とデータベース化 | ◎ 1 ◆地域の魅力の発見及び情報発信とデータベース化の充実 |
| | | 2 ◆各地域の魅力を伝える「地域ものがたり」の編集 | 2 ◆地域の魅力の的確な情報更新 |
| | | 3 ◆各地域の個性ある魅力・イメージの積極的な発信 | 3 ◆次世代の暮らしを担う人材育成 |
| | 【戦略プロジェクト②】 もてなしの心づくり・ 環境づくり・仕組みづくり | 4 ◆次世代の暮らしを担う人材育成ともてなしの演出 | 4 ◆次世代の暮らしを担う人材育成 |
| | | 5 ◆「心のバリアフリー(五感+1)」の展開 | 4 ◆バリアフリー環境の整備 |
| | | 6 ◆市民による観光・交流の実践 | 5 ◆市民による観光・交流の実践 |
| 個々の魅力向上・可視化 | 【戦略プロジェクト③】 新しい原石の発掘・磨きかけと 感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくり | 7 ◆新たなコンテンツの発見・創出 | ◎ 6 ◆文化・体験プログラムづくりの充実 |
| | | 8 ◆文化・体験によるプログラムの魅力づけ | 7 ◆ウォーキングコースの充実 |
| | | 9 ◆ウォーキングコース等の設定 | 8 ◆来訪者と地域住民との交流環境の整備 |
| | 【戦略プロジェクト④】 香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 | 10 ◆地域住民との心の交流の拠点となる場の整備 | 9 ◆地域の魅力を伝えるガイドの育成 |
| | | 11 ◆各地域の魅力を伝えるガイドの養成とスキルアップ | ◎ 10 ◆プログラムの組み合わせによるモデルコースの提供 |
| | 【戦略プロジェクト⑤】 地域個性を生かした宿泊機能の充実 | 12 ◆プログラムの組み合わせによる地域創発型商品づくり | ◎ 11 ◆モニターツアー等の実施による検証 |
| | | 13 ◆モニターツアー等の実施によるブラッシュアップ | ◎ 2 ◆宿泊施設機能の整備・充実 |
| | | 14 ◆「町屋ステイ」の推進 | 13 ◆観光関係団体や市民活動団体との相互連携 |
| | 【戦略プロジェクト⑥】 新しい取り組みに対する支援と仕組みづくり | 15 ◆廃校舎等の宿泊研修施設としての活用 | 14 ◆香取ファンや大学等との応援体制づくり |
| | | 16 ◆主体的地域活動の可視化・相互連携と行政との協働体制の継続・強化 | 15 ◆ゲートウェイの機能強化 |
| 連携・ネットワーク化 | 【戦略プロジェクト⑦】 玄関口機能の充実～ゲートウェイの形成～ | 17 ◆大学や専門家、香取サポーター等との応援体制づくり | 16 ◆香取市全体の総合観光情報の発信 |
| | | 18 ◆交通結節点としての機能強化と認知度向上 | ◎ 17 ◆公共交通機関の利用促進と市内回遊性の向上 |
| | | 19 ◆ゲートウェイ間の情報の共有化 | 18 ◆レンタサイクルとサイクルツーリズム |
| | 【戦略プロジェクト⑧】 快適回遊の実現 | 20 ◆香取市全体の総合観光情報の発信 | ◎ 19 ◆快適な町歩き環境の整備 |
| | | 21 ◆循環バスや舟運等の連携と利便性向上 | 20 ◆体験プログラムの充実 |
| | | 22 ◆レンタサイクルシステム・サイクリングコースの充実 | 21 ◆食を活かした地域活性化の推進 |
| | | 23 ◆安全・安心の巡り歩き環境の整備 | 22 ◆グリーンツーリズムの推進 |
| | 【戦略プロジェクト⑨】 産業と連携した集客・観光・交流の魅力創出 | 24 ◆町巡りパスポート・共通乗車(舟)券の発行 | 23 ◆ウェブサイト等の情報通信技術(ICT)の有効活用 |
| | | 25 ◆ものづくりとの連携による体験プログラム化 | 24 ◆利用者ニーズを考慮した情報発信の推進 |
| | | 26 ◆「食」を活かした地域連携の促進 | ◎ 25 ◆香取ファンとの心の交流の展開 |
| | 【戦略プロジェクト⑩】 情報の受発信の充実と 利用者目線でのネットワーク化 | 27 ◆「農」や「自然」を生かした交流居住の促進 | ◎ 26 ◆戦略的プロモーションの展開 |
| 28 ◆ホームページやデジタルサイネージ等の有効活用 | | ◎ 27 ◆外国人観光客誘致の推進 | |
| 29 ◆利用者の立場に立った情報伝達 | | ◎ 28 ◆着地型観光の推進と観光コンシェルジュの育成 | |
| 30 ◆香取ファンとの「心の交流」の展開 | | ◎ 29 ◆顧客満足度調査の把握と課題の共有化 | |
| マネジメン 持続的 | 【戦略プロジェクト⑪】 戦略的地域プロモーションと ワンステップの受入体制づくり | 31 ◆「香取を有名にする」戦略的プロモーションの共同展開 | ◎ 30 ◆観光まちづくりを担うリーダーの育成 |
| | | 32 ◆外国人観光客の誘致プロモーションの展開 | |
| | | 33 ◆観光コンシェルジュ・まちづくり事業体の形成 | |
| | 【戦略プロジェクト⑫】 品質管理の徹底と品格ある地域づくり | 34 ◆定期的な顧客満足度調査の実施 | |
| | | 35 ◆苦情情報の共有化と的確な対応～「ピンチをチャンスに運動」の展開 | |
| | | 36 ◆各種取り組みをマネジメントする人材の育成・登用・派遣 | |

注: ◎は重点化項目

5 1 ダースの戦略プロジェクトと具体的アクション

| | |
|----|---------------------------|
| 1 | 地域の魅力の発見及び情報発信とデータベース化の充実 |
| 2 | 地域の魅力の的確な情報更新 |
| 3 | 次世代の暮らしを担う人材育成 |
| 4 | バリアフリー環境の整備 |
| 5 | 市民による観光・交流の実践 |
| 6 | 文化・体験プログラムづくりの充実 |
| 7 | ウォーキングコースの充実 |
| 8 | 来訪者と地域住民との交流環境の整備 |
| 9 | 地域の魅力を伝達するガイドの育成 |
| 10 | プログラムの組み合わせによるモデルコースの提供 |
| 11 | モニターツアー等の実施による検証 |
| 12 | 宿泊施設機能の整備・充実 |
| 13 | 観光関係団体や市民活動団体との相互連携 |
| 14 | 香取ファンや大学等との応援体制づくり |
| 15 | ゲートウェイの機能強化 |
| 16 | 香取市全体の総合観光情報の発信 |
| 17 | 公共交通機関の利用促進と市内回遊性の向上 |
| 18 | レンタサイクルとサイクルツーリズム |
| 19 | 快適な町歩き環境の整備 |
| 20 | 体験プログラムの充実 |
| 21 | 食を活かした地域活性化の推進 |
| 22 | グリーンツーリズムの推進 |
| 23 | ウェブサイト等の情報通信技術(ICT)の有効活用 |
| 24 | 利用者ニーズを考慮した情報発信の推進 |
| 25 | 香取ファンとの心の交流の展開 |
| 26 | 戦略的プロモーションの展開 |
| 27 | 外国人観光客誘致の推進 |
| 28 | 着地型観光の推進と観光コンシェルジュの育成 |
| 29 | 顧客満足度調査の把握と課題の共有化 |
| 30 | 観光まちづくりを担うリーダーの育成 |

| | |
|---------------|------------------------------|
| 基本方針 | 記憶の継承 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ①地域個性の追求～地域の集客・観光・交流物語づくり～ |
| 具体的アクション | 1. 地域の魅力の発見及び情報発信とデータベース化の充実 |

現 状

地域の魅力を発見する試みとして、佐原の観光と祭り写真コンクール事業では平成25年度から郵送応募に加えデータ応募を併用した結果、写真データ数が増加しました。これに伴い多様な写真データの蓄積につながり、市観光ウェブサイト写真館としてデータ公開するなど宣伝・集客に活用しています。

また、平成23年度に歴史や文化、産業、観光をはじめとした香取市の魅力を再発見することを意図して総合情報誌かとり発見伝を発行しました。

しかし、そのほかの事業は充実していない現状です。

広報媒体掲出用として市内主要イベントをまとめた情報データシートを蓄積できてきましたが、イベント以外の地域の魅力を取りまとめたシートの拡充にまで至らず、データベース化が十分ではありません。

課 題

- ① 情報化が進展する現在の社会情勢を考慮した地域の魅力発見及び情報発信の充実が必要です。
- ② 多様な情報データシートや写真素材の拡充によりデータベース化の充実が必要です。
- ③ 地域伝統芸能等の観光振興への活用を図ることが必要です。

具体的な取組内容

■地域の魅力発見と有効な情報発信の充実

SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等情報の相互交流や口コミを活用した新たな地域の魅力発見事業に取り組むとともに、その魅力をテレビメディア等での活用を促す、市内一体となった有効な情報発信に取り組みます。

主な事業・SNS等を活用した地域の魅力発見及び情報発信事業

■地域の魅力データベース化の充実

市内全体の歴史や文化、風土、暮らし、地域の偉人等を体系的に整理した情報データシートの拡充や写真コンクールの対象拡大による多様な写真データの蓄積に取り組みます。

主な事業・地域の魅力データベース化推進事業 ・写真コンクール活用促進事業

■地域伝統芸能等の観光振興への活用

地域固有の歴史・文化等を濃く反映した里神楽などの地域伝統芸能等を活かした観光振興に取り組みます。

主な事業・地域伝統芸能等活用事業

| | |
|----------------|----------------------------|
| 基本方針 | 記憶の継承 |
| 1 ダースの戦略プロジェクト | ①地域個性の追求～地域の集客・観光・交流物語づくり～ |
| 具体的アクション | 2. 地域の魅力の的確な情報更新 |

現 状

平成 27 年度にリニューアルした香取市観光ウェブサイトは、歴史や文化などのテーマや行事ごとに整理し、利用者に市内全体を意識してもらうことを念頭に構成しました。

市内全体を対象とした観光パンフレットは、観光客目線で掲載施設や行事などデザインの見直しを行い、掲載写真は写真コンクール事業等で得られたものを活用しています。

また、市内全体の歴史や文化、地域の偉人等を体系的に整理し、地域の魅力を発信する総合的なイベントカレンダー発行は実施していませんが、市内のイベント日程を水郷佐原観光協会が月ごとにまとめたカレンダーの発行を行っています。

課 題

- ① 観光客の利便性を考慮した全市的な情報発信が必要です。
- ② 地域の魅力の的確な情報更新が必要です。

具体的な取組内容

■地域の魅力発信ツールの作成

観光客の利便性を考慮すると佐原・小見川・山田・栗源といった各地区の魅力を活かしながらも全市的に情報発信することが有効であるため、具体的アクション1のとおり市内全体の魅力のデータベース化を推進し、その魅力を発信するツールの作成を行います。

主な事業・地域の魅力発信ツール作成事業

■地域の魅力の的確な情報更新

観光パンフレットや観光ウェブサイト等で地域の魅力の的確な情報更新に取り組みます。

主な事業・地域魅力の的確な情報更新事業

| | |
|---------------|-------------------------|
| 基本方針 | 記憶の継承 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ②もてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくり |
| 具体的アクション | 3. 次世代の暮らしを担う人材育成 |

現 状

佐原小学校及び佐原中学校では、郷土芸能部で佐原囃子の練習が行われており、水郷佐原あやめ祭り等で演奏の場が設けられています。小見川中央小学校でも郷土芸能部がクラブ活動に取り入れており、小見川はんなり市や敬老会など校外で演奏を行っています。しかしながら、学校教育の中で、地域の祭りや伝統芸能等を伝承する取組は、十分ではありません。

また、市内小学校では、市内の観光資源及び観光施設を訪れることで、地域固有の文化や歴史等に関する学習の機会が設けられ、子ども世代へ地域の魅力の伝達が行われています。

そのほか、NPO 法人小野川と佐原の町並みを考える会では、まちづくりの取組を分かりやすく紹介した学習 DVD「町は僕らの宝物」を市内学校に配付するとともにウェブサイト動画を公開しており、地域への愛着心を醸成しています。

伊能忠敬記念館では、児童・生徒向けに伊能忠敬の測量方法を学習し追体験する夏休み子ども向け体験教室の開催や伊能忠敬のような、人々のために行動する心情育成を目的とする忠敬祭を開催するなど、人材育成のための学習機会を提供しています。

課 題

- ① 次世代を担う子ども世代の学習機会の充実を図ることが必要です。
- ② 学校教育の場で地域の魅力を体験してもらい、地域への愛着心やもてなしの心をさらに醸成していくことが必要です。

具体的な取組内容

■子ども世代へ地域の魅力を伝達する学習機会の充実

平成 28 年度に認定された日本遺産の構成文化財には伊能忠敬や佐藤尚中といった郷土の偉人が含まれていることから、歴史的資源の継承に役立つ学校教材等の提供に取り組めます。

主な事業・日本遺産の歴史的資源を活用した教材作成事業

■子ども世代への地域への愛着心やもてなしの心の醸成

教育委員会等と連携しながら、子ども世代に地域への愛着心やもてなしの心をさらに醸成してもらえよう、地域の魅力を体験できる機会を充実させます。

主な事業・市内観光資源及び観光施設訪問機会の充実

| | |
|---------------|-------------------------|
| 基本方針 | 記憶の継承 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ②もてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくり |
| 具体的アクション | 4. バリアフリー環境の整備 |

現 状

平成 23 年度に市民活動団体関わってまとめられた香取市バリアフリーガイドトイレ編が発刊されており、水郷佐原山車会館、伊能忠敬記念館など観光施設や町並み観光トイレなど、トイレのバリアフリー状況を情報提供しています。

また、増加する外国人観光客対応の一環として、平成 27・28 年度に観光案内所や市内店舗向けに外国人観光客受入セミナーを実施し、外国人への接遇力向上を図りました。

課 題

- ① さらにバリアフリー対応の施設更新が必要です。
- ② 外国人観光客への接遇に係るさらなるバリアフリーの推進が必要です。

具体的な取組内容

■バリアフリー対応の施設更新

高齢者や体の不自由な方、増加する外国人観光客向けに公衆トイレの洋式化を推進します。また、イベント時における洋式仮設トイレの追加設置など、バリアフリー対応の施設更新のさらなる充実に取り組みます。

主な事業・バリアフリー対応施設更新事業

■外国人観光客への接遇に係るさらなるバリアフリーの推進

外国人観光客等への苦手意識払拭のため、引き続き市内店舗等向けに外国人観光客受入セミナーを実施し、接遇面の強化を図ります。

主な事業・外国人観光客受入セミナー事業

| | |
|---------------|-------------------------|
| 基本方針 | 記憶の継承 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ②もてなしの心づくり・環境づくり・仕組みづくり |
| 具体的アクション | 5. 市民による観光・交流の実践 |

現 状

市民が観光・交流における地域の魅力や良さを再認識できる機会は、通常のイベントや市内観光施設の見学に限られており、具体的な取組が十分ではありません。

課 題

① 市民が観光・交流における地域の魅力や良さを再認識できる機会の提供が必要です。

具体的な取組内容

■市民による観光・交流の実践機会の提供

観光客をお迎えする機運を醸成するため、市民が市内観光施設等に親しむ機会を提供します。また、観光施設等の市民向け無料開放企画等に取り組みます。

平成 29 年度からリニューアルオープンする水郷佐原あやめパークや日本遺産の構成文化財である伊能忠敬や佐藤尚中といった郷土の偉人ゆかりの地を巡るなど、市民向け見学ツアーの企画に取り組みます。

主な事業・市民向け施設等開放事業 ・市民向け見学ツアーの実施

| | |
|---------------|-----------------------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ③新しい原石の発掘・磨きかけと感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくり |
| 具体的アクション | 6. 文化・体験プログラムづくりの充実 |

現 状

平成 24 年度に市内の地域資源をつなぐストーリーづくりや宿泊滞在型観光を促進するため、多様なアイデアを募ることを目的に、旅行商品企画コンペ in 香取市を実施しました。多様な視点から地域の魅力がリストアップできましたが、提案を活かした十分な取組の実施までは至っていません。

文化・体験プログラムとして、佐原張子、エッグアート、切り絵、ミニチュアフード、佐原ラフィアの工芸体験を日程限定で実施しています。また、あやめ祭り期間中に小野川沿いで野点の体験プログラムを、佐原おかみさん会が中心となり実施しており、水郷佐原水生植物園においても同期間中に実施しています。

観光客が気軽に参加出来る文化・体験プログラムでは、市内 NPO 婆沙羅が着物レンタルサービス企画「きもの美人」を実施しており、外国人観光客も含めて日本の伝統文化を体験できます。また、江戸時代から続く酒蔵でも見学や試飲が無料で体験でき、好評を得ています。

※農業体験（グリーンツーリズム）については、別途記載

課 題

① 文化・体験プログラムのさらなる充実化と情報周知が必要です。

具体的な取組内容

■文化・体験プログラムづくりの充実

工芸や野点など日程限定の文化・体験プログラムについて、さらなる充実を図るため提供期間や提供場所等の拡充を関係者内で検討していきます。

また、平成 29 年度にリニューアルオープンする水郷佐原あやめパークにおいて、体験メニューの充実を図ります。

主な事業・水郷佐原あやめパーク体験メニュー充実事業

| | |
|---------------|-----------------------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ③新しい原石の発掘・磨きかけと感動を呼ぶ文化・体験プログラムづくり |
| 具体的アクション | 7. ウォーキングコースの充実 |

現 状

平成 26 年度にウォーキングツーリズムを提唱する民間団体が企画した新日本歩く道紀行 100 選に「佐原の町並みと香取神宮へのみち」を応募し、入選しました。選考には国関係機関も関わり、ウェブサイトやパンフレット等で PR されています。

JR 東日本と連携する駅からハイキング事業では、佐原駅を起点に季節に応じた地域の魅力を堪能出来るスポットがコースに設定されており、併せてコース沿い店舗や観光関係者の協力のもと日程を合わせたタイアップイベントを実施しています。

また、平成 24・26 年度に小見川駅を起点に小見川城山公園の桜ほか各スポットを巡る駅からハイキング事業を実施し、香取市商工会やコース沿い店舗と協力し新たなコース開発に取り組みました。

そのほか、平成 28 年度に小見川地域の観光施設案内や食巡り、ウォーキングなど多目的に利用できるマップを作成し、小見川駅から初代松本幸四郎ゆかりの善光寺及び佐藤尚中ゆかりの内浜公園へ誘導する歩行者向け案内看板の設置を行うなど環境整備を進めています。

ただし、ウォーキングコース沿いでの地域住民との交流育成は、イベント以外では取り組めていません。

課 題

- ① イベント時以外でのウォーキング促進に向けたコース設定及び PR が必要です。
- ② 歩行者の利便性及び安全性確保のため、案内表示設置箇所の充実が必要です。

具体的な取組内容

■ニーズに応じたウォーキングコース設定

イベント時以外でもウォーキングを楽しめるように、距離等ニーズに応じた新たなコース設定及び PR に取り組みます。

主な事業・新たなウォーキングコース設定

■歩行者向け案内表示等の設置

ウォーキングコース上の案内表示等の設置により、歩行者の利便性及び安全性確保に取り組みます。

主な事業・歩行者向け案内表示設置事業

| | |
|---------------|----------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ④香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 |
| 具体的アクション | 8. 来訪者と地域住民の交流環境の整備 |

現 状

佐原の歴史的町並みでは歴史的建造物活用促進事業として、伝建地区内の空き店舗を活用した実験店舗を設置しました。また、来訪者と地域住民との交流を図る場を整備するため調査等に取り組んでいます。伝建地区では国内外からの観光客増加に伴い民間のカフェや飲食店等が進出し、地域住民との交流の場が増えてきています。

また、小野川下座舟や軒先コンサート、小江戸佐原の骨董市のほか、各農産物直売所でのフリーマーケット、商店街連携イベントである小見川はんなり市など、地域住民が来訪者ととともに楽しめる行事が充実してきています。

課 題

- ① 来訪者と地域住民の交流環境の整備を進めることが必要です。
- ② 地域住民が来訪者との交流が促進される行事の充実が必要です。

具体的な取組内容

■空き店舗を活用した交流の場の整備

創業支援の一環としての空き店舗活用の取組を推進します。

主な事業・創業支援セミナーの充実

■各交流行事での横断的な連携

地域住民の参加率を高めるため、各交流行事において相互応援や横断的な連携企画の実施を検討します。

主な事業・各交流行事での横断的な連携企画の検討

| | |
|---------------|----------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ④香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 |
| 具体的アクション | 9. 地域の魅力を伝達するガイドの育成 |

現 状

平成 25 年度に茨城県鹿嶋市や潮来市と連携する水郷三都観光推進協議会事業で、顧客満足度で評価の高い和倉温泉の加賀屋の女将を招き、もてなし術をテーマとした講演会を開催し、観光関係者のスキルアップを図りました。

平成 27・28 年度に水郷地域の観光を担う後継者育成を目的とした船頭養成事業を実施し、操船技術のほか、市の魅力を伝えるための知識や接遇等を養成カリキュラムに組み込みました。養成した人材は実際にサッパ舟の操船業務に従事しており、水郷佐原水生植物園リニューアルオープン後を見据えた取組をしています。

また、外国人観光客の増加に伴う受入環境整備の一環として、平成 27・28 年度に観光案内所職員やガイド等向けに接遇セミナー（来訪者が多い英語・タイ語・中国語の 3 言語）を開催し、意識の底上げを図っています。

香取市国際交流協会に対し補助金を拠出し、外国人観光客を対象とした通訳ガイドの育成に取り組んでおり、多くの英語対応可能な外国人に対して、地域の魅力を伝える役割を担っています。ただし、通訳ガイドは、常時の対応にまでは至っていません。

課 題

- ① 既存ガイド団体等の次世代を担う人材育成に向けた啓発が必要です。
- ② 地域の魅力を伝達する新たなガイド団体の育成に向けた啓発が必要です。
- ③ 歴史的資源の魅力を伝達するガイドの育成が必要です。

具体的な取組内容

■ガイド育成に向けた啓発

主にガイドを担っている団体は NPO 法人小野川と佐原の町並みを考える会や香取市国際交流協会に限られるため、新たな団体の育成に向けた啓発に取り組むとともに、人材育成には相応の時間を費やすことから、既存ガイド団体等の次世代を担う人材育成に向けた啓発に継続して取り組みます。

主な事業・ガイド育成啓発事業

■歴史的資源の魅力を伝達するガイド育成

日本遺産に認定された歴史的資源の魅力を伝達するために、外国人対応を含むガイド育成に取り組みます。

主な事業・ガイド研修ツアーの実施 ・ツアー対應用マニュアルの作成

| | |
|---------------|-----------------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ④香取滞在メニューの提示と地域創発商品化 |
| 具体的アクション | 10. プログラムの組み合わせによるモデルコースの提供 |

現 状

水郷三都観光推進協議会事業において、平成 26・27 年度に旅行会社を招請し、観光資源発掘ツアーを実施しました。商談会では文化・体験プログラムも組み合わせたモデルコースを提供した結果、後に旅行商品が造成された実績もあり、一定の成果を上げました。

成田市や佐倉市、銚子市等と連携する北総観光連盟事業においても、平成 24 年度から PR パンフレットをリニューアルし、年度ごとにサイクリングやドライブ等テーマを決めてモデルコースを設定しました。平成 28 年度からパンフレットは英語併記の仕様とし、充実を図っています。なお、平成 27・28 年度に世界最大級の国内旅行博、ツーリズム EXPO ジャパンへ出展し、パンフレットを活用しながら国内外旅行会社との商談会にも参加しました。

さらに、平成 27 年度に成田空港圏自治体連絡協議会事業で、るるぶ特別編集「成田空港周辺 遊ぼう！食べよう！出かけよう！」を発行し、モデル的な行程の参考となるよう空港周辺の観光情報として PR を行いました。

また、市内観光の回遊モデルコースを市ウェブサイトへ掲出して情報発信を図っていますが、テーマの少なさや表記が見づらい現状があります。

課 題

- ・文化・体験プログラムを組み合わせたモデルコースの設定及びテーマ性の充実が必要です。
- ・旅行会社等への直接訪問や旅行博・商談会参加を積極的に行い、モデルコースの売り込み強化を図ることが必要です。

具体的な取組内容

■モデルコースの設定及びテーマ性の充実とその周知強化

データベース化した情報をもとに、市ウェブサイトに掲出する新たなモデルコースの設定及びテーマ性を新たに増やし、紙ベースでの提供も含めニーズに応じた情報発信で周知を図ります。

主な事業・データベース化と連動したモデルコースの新規設定

■モデルコースの売り込み強化

旅行会社や交通事業者等への直接訪問や旅行博・商談会参加により、文化・体験プログラムも組み合わせたモデルコースの売り込み強化に取り組みます。

主な事業・観光宣伝キャラバン事業

| | |
|---------------|----------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑤地域個性を生かした宿泊機能の充実 |
| 具体的アクション | 11. モニターツアー等の実施による検証 |

現 状

平成 23 年度に千葉県宿泊・滞在型観光推進事業を活用し、まちなかタイプと農村タイプの旅行商品案を組み合わせたモニターツアーを実施しました。市内の市民活動団体が学習・体験プログラムの提供を行い、参加者に対してアンケートを実施し、ツアー内容の評価や満足度等の把握を行いました。

また、平成 25 年度に観光客の滞在時間延長と宿泊客の増加を図るため、千葉県宿泊・滞在型観光推進事業を活用した創生神楽公演事業を実施しました。モニターツアーでは、商品化を企図する観点から旅行会社も参加しました。

さらに、平成 27 年度に国の地方創生補助金を活用してふるさと旅行券の発行や農業体験ツアー造成を行い、参加者に対してアンケートを実施し評価や満足度等の把握を行いました。

佐原商工会議所では、平成 23 年度から日本商工会議所の支援事業「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」に取り組み、佐原の商家に受け継がれてきた暮らしぶりをテーマとする等のモニターツアーを行っています。

一方で、モニターツアー受入先の店舗や施設等と情報共有する機会が十分ではありません。

課 題

- ① モニターツアーを継続的に実施・磨き上げを行い、ツアーの造成及び販促に結び付けることが必要です。
- ② モニターツアー受入先と情報共有し課題を検証する機会が必要です。

具体的な取組内容

■モニターツアー補助事業等の有効活用

今後も新たな旅行商品造成と課題発見のためにはモニターツアーの実施は重要であり、国及び県の補助事業等を有効に活用し事業実施に取り組みます。

主な事業・補助事業を活用したモニターツアーの実施

■モニターツアー受入先との課題検証

ツアー最中はもとよりツアー後においても、受入先の店舗や施設等へヒアリングを行い課題検証の機会を設けます。

主な事業・受入先との情報共有及び検証機会の設置

| | |
|---------------|-------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑤地域個性を生かした宿泊機能の充実 |
| 具体的アクション | 12. 宿泊施設機能の整備・充実 |

現 状

平成 28 年度に市内歴史的資源の日本遺産認定や佐原の山車行事のユネスコ無形文化遺産登録を受け、国内外からさらなる観光客増加が見込まれていますが、観光客受入のための宿泊施設が不足しています。

平成 23 年度に実施した香取市宿泊・滞在型推進事業において、町屋ステイのニーズ調査とその実現性等について他事例も参考とし検証を行いました。その結果を踏まえた継続的な取り組みが十分ではありません。

その後、平成27年度に地元金融機関等と千葉・江戸優り佐原観光活性化ファンドを設立し、平成28年度に千葉県香取市の歴史的資源を活用した地域活性化に向けた連携協定を締結するなど、ファンド活用により観光産業の振興に資する事業者の支援を行っています。その観光まちづくり事業の一環として、古民家を改修した宿泊施設運営が事業化に向け進められています。

さらに、平成28年度に宿泊施設を誘致するにあたり、宿泊施設設置事業者に対して必要な奨励措置を盛り込んだ条例を新たに制定しました。

課 題

- ① 増加する観光客受入のために、宿泊施設機能の整備と充実が必要です。
- ② 民間宿泊施設の誘致を促進し、地域経済の活性化を図ることが必要です。
- ③ 古民家改修等の宿泊運営を支援し、地域経済の活性化を図ることが必要です。

具体的な取組内容

■民間宿泊施設の誘致促進

観光の玄関口でもある佐原駅周辺地区等への民間宿泊施設誘致に、積極的に取り組みます。

主な事業・民間宿泊施設誘致事業

なお、古民家改修等の宿泊運営支援を行い、魅力的な滞在型観光を推進します。

| | |
|---------------|-------------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑥新しい取り組みに対する支援と仕組みづくり |
| 具体的アクション | 13. 観光関係団体や市民活動団体との相互連携 |

現 状

平成23年3月に発生した東日本大震災の影響で観光客が大きく減少したため、観光の復興を図るべく同年12月より水郷佐原観光協会を事務局に市民活動団体（NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会、佐原おかみさん会、香取市国際交流協会等）と市が連携し、有識者（JR 東日本、旅行業者等）にも協力を呼びかけて佐原観光復興推進会議を設立しました。現在の名称を観光推進協議会に変更し、参画団体の相互連携や市内全体の観光を協議する場として役割を果たしています。

また、各団体と協働による取り組みが行われており、一定の連携ができています。

なお、観光・交流における主な市民活動団体の取組内容と連携状況は下記のとおりです。市ウェブサイトにおいて、各団体のウェブサイトのリンク先を集約しており、ポータルサイトとしての役割を担っています。

■主な各市民活動団体の取組内容と連携状況

【NPO法人小野川と佐原の町並みを考える会】

取組内容：小野川と佐原の町並み景観の保存と活用方法を検討、佐原町並み交流館の指定管理者として観光案内業務、骨董市の開催等

連携状況：市と町並み保存に係るイベント等を共催で展開しています。

【佐原おかみさん会】

取組内容：まちぐるみ博物館の運営、佐原町中の賑わいの創出

連携状況：まちぐるみ博物館企画において市は後援を行っています。

【香取市国際交流協会】

取組内容：日本語教室や中国語教室の開催、お茶を楽しむ会や餅つきなどの日本文化の体験イベント、歴史的町並みを外国人観光客へ紹介する通訳ガイド等

連携状況：市は事務局として、各種事業推進の下支えをしています。

【NPO法人香取市与田浦を考える会】

取組内容：与田浦周辺の環境整備保全やコスモスまつり等 JR 十二橋駅を拠点とした観光振興

連携状況：佐原の観光と祭り写真コンクール等、市の事業へ協賛しています。

【NPO法人まちおこし佐原の大祭振興協会】

取組内容：佐原の大祭の知名度向上のため、催事中に郷土芸能披露のステージ運営や、地元特産品の販売等を企画

連携状況：佐原の大祭実行委員会と連携し、事業推進に積極的に取り組んでいます。

課 題

- ① 観光関係団体や市民活動団体の相互連携会議をさらに充実することが必要です。
- ② 観光関係団体や市民活動団体に関わる各行事において、相互応援や横断的な連携を図ることが必要です。

具体的な取組内容

■観光推進協議会を中心とした相互連携事業の企画及び実施

観光関係団体や市民活動団体の相互連携の提供の場として役割を果たす観光推進協議会について、現状限られている開催数をさらに増やし、参画団体や対象テーマの拡大など充実を図りながら各行事の相互連携に取り組みます。

- 主な事業**
- ・観光推進協議会の開催数増加
 - ・各行事での相互応援及び連携企画の検討

| | |
|---------------|------------------------|
| 基本方針 | 個々の魅力向上・可視化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑥新しい取り組みに対する支援と仕組みづくり |
| 具体的アクション | 14. 香取ファンや大学等との応援体制づくり |

現 状

平成 25 年度に水郷佐原観光協会を運営委託先とした香取ファンクラブを創設しました。平成 28 年度にはファンクラブ会員数が 1,000 人を超えており、アンケート調査では調査数の 62%の会員が市の魅力情報を発信していると回答するなど、会員が市のスポークスパーソンとして機能し、ファンがファンを生む仕掛けとなっています。月 2 回の電子メールでの情報配信や会員限定のお得な情報ブログ配信のほか、会員同士の交流イベント開催、会員向けアンケート収集等を主な活動内容としています。

また、大学と連携した取組では、平成 24 年度に東京情報大学と地域連携協定を締結し、平成 28 年度には千葉工業大学とも包括的連携協定を締結するなど、大学の研究成果を地域振興に役立てる事業を実施しています。また、平成 25 年度から東京大学都市デザイン研究室と連携して、地元の佐原高校生と共に空き家活用実験事業さわらぼに取り組みました。

課 題

- ・香取ファンクラブ事業のさらなるファンを生む企画の充実が必要です。
- ・市の魅力情報を発信する地域応援団やふるさと応援団といった仕組みづくりの検討が必要です。
- ・情報発信の影響力がある著名人等に市の魅力情報を積極的に紹介してもらう企画づくりが必要です。
- ・大学等との連携強化により、地域振興の促進と次世代を担う人材の育成を図ることが必要です。

具体的な取組内容

■香取ファン応援体制の充実

香取ファンクラブ以外の地域応援団やふるさと応援団といった仕組みづくりを検討するとともに、情報発信の影響力がある著名人等に市の魅力情報を積極的に紹介してもらう企画づくりに取り組みます。

主な事業・香取ファン応援体制構築事業

■大学との連携強化による地域振興事業の実施

連携協定を締結した東京情報大学や千葉工業大学等の大学とさらなる連携強化を図り、観光情報発信ツール等に活かす連携事業に取り組みます。

主な事業・大学と連携した地域振興事業

| | |
|---------------|---------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑦玄関口機能の充実～ゲートウェイの形成 |
| 具体的アクション | 15. ゲートウェイの機能強化 |

現 状

観光のゲートウェイとなる佐原駅前観光案内所や水の郷さわら、佐原町並み交流館でレンタサイクル事業を実施し、自転車の保有台数増加や英語併記での貸出案内等の整備が図られていますが、乗り捨て拠点の導入にまで至っていません。

また、市内循環バスについて平成 22 年度から佐原・小見川・山田循環バス共通の 1 日フリー乗車券を導入し、佐原駅と水の郷さわら、香取神宮、小野川周辺を結ぶ周遊ルートでも同様に導入しました。周遊ルートの 1 日フリー乗車券は、平成 24 年度に運賃の値下げを行い、佐原駅前観光案内所や佐原町並み交流館でも発売するなど利便性の向上を図っています。さらに平成 28 年度には、平日に佐原駅止まりであった一部路線を香取神宮まで延伸しました。

水の郷さわらでは、小野川の舟運を活用し、佐原の歴史的町並みまでのコースが土日祝日のみ設けられています。

そのほか、道の駅くりもとでの農業体験や、風土村が展開する地産地消のバイキングレストランについても、市内周遊促進における大切な役割を担っています。

しかし、ゲートウェイ間の情報共有を図る取り組みについては、実施できていない状況です。

課 題

- ① 観光情報が得られる場として利便性向上を図り、市内回遊の推進が必要です。
- ② ゲートウェイ間の情報共有の推進が必要です。

具体的な取組内容

■ゲートウェイにおける観光情報発信の強化

観光情報収集の重要な場として、ゲートウェイでの情報発信を強化し、市内回遊の推進につなげます。

主な事業・観光情報発信強化事業

■ゲートウェイ間における情報共有の場の創出

関係者間での情報共有により、相互の取組の把握や相乗効果を促進します。

主な事業・情報共有の促進化

| | |
|---------------|---------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑦玄関口機能の充実～ゲートウェイの形成 |
| 具体的アクション | 16. 香取市全体の総合観光情報の発信 |

現 状

平成 21 年度に佐原駅観光交流センター及び水の郷さわら、小見川スポーツ・コミュニティセンター、風土村、道の駅くりもとの計 5 箇所にデジタルサイネージを設置し、市が保有する多岐にわたる情報を発信しました。平成 27 年度にスマートフォン等のモバイル端末の普及によるニーズ低下を踏まえて撤去し、観光客需要に対応した無料公衆無線 LAN サービス Katori Free Wi-Fi（カトリフリーワイファイ）の整備を行いました。

また、平成 27 年度の香取市ウェブサイトリニューアルに伴い、モバイル向けサイトも構築し、利便性の向上を図りました。

観光コンシェルジュ機能を備えた案内窓口については設置に至っていませんが、平成 28 年度に観光客の意向に沿って周遊コースが作成されるシステムを、水郷佐原観光協会ウェブサイトへ導入しています。

課 題

- ① 観光客の利便性確保や SNS 等を通じた情報発信を図るため、Wi-Fi 環境をさらに充実させる必要があります。
- ② 観光コンシェルジュ機能を備えた案内窓口について、佐原駅前観光案内所や佐原町並み交流館がその役割を一部担っていますが、受入対応のさらなる充実が必要です。

具体的な取組内容

■Katori Free Wi-Fi 参加施設の拡充

市の無料公衆無線 LAN サービス Katori Free Wi-Fi への参加施設の拡充を図り、Wi-Fi 環境の向上に努めます。

主な事業・Katori Free Wi-Fi 整備事業

■観光コンシェルジュ機能の充実

来訪者の満足度向上につながる案内業務の充実を図ります。また、案内業務を通じて得た来訪者の評価や要望（改善点）のフィードバック等、観光関係者のスキルアップにつなげる研修等を実施します。

主な事業・観光コンシェルジュ育成事業

| | |
|---------------|--------------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑧快適回遊の実現 |
| 具体的アクション | 17. 公共交通機関の利用促進と市内回遊性の向上 |

現 状

市内循環バスについて、平成 22 年度から佐原・小見川・山田循環バス共通の 1 日フリー乗車券を導入し、佐原駅と水の郷さわら、香取神宮、小野川周辺を結ぶ周遊ルートでも同様に導入しました。周遊ルートの 1 日フリー乗車券は、平成 24 年度に運賃の値下げを行い、佐原駅前観光案内所や佐原町並み交流館でも発売するなど利便性の向上を図っています。さらに平成 28 年度には、平日に佐原駅止まりであった一部路線を香取神宮まで延伸しました。

また、舟運の活用では水の郷さわらから、佐原の歴史的町並みまでの区間で小野川の舟運を活用したコースが土日祝日のみ設けられています。

回遊性の向上を図る取組としては、平成 25 年度に創設した香取ファンクラブ入会者に付与される会員証が、町めぐりパスポートとしての機能を有しています。会員証の提示によって、水郷佐原山車会館等の観光関連施設のほか、市内 10 カ所以上の店舗で割引等の特典サービスが受けられ、市内回遊を促進しています。

予約型の観光乗合タクシーについては、導入には至っていません。

課 題

- ① 循環バス等、公共交通機関のさらなる利便性及び利用促進が必要です。
- ② 多様な公共交通機関の利用の検討が必要です。
- ③ 観光客が市内回遊するための利便性向上の推進が必要です。

具体的な取組内容

■循環バス等、公共交通機関のさらなる利便性の促進

循環バス等について、利用者の利便性向上を踏まえたコースの変更等に柔軟に取り組めます。

主な事業・循環バスの利便性促進

■多様な公共交通機関の利用検討

予約型の観光乗合タクシー導入等の検討に取り組めます。

主な事業・公共交通機関の利用推進 ・観光乗合タクシー導入検討事業

■観光客の利便性向上施策の推進

香取ファンクラブ特典内容を拡充し、より利便性を高めることによって、市内回遊・買い回りの促進を図ります。

主な事業・香取ファンクラブ特典強化事業

| | |
|---------------|-----------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑧快適回遊の実現 |
| 具体的アクション | 18. レンタサイクルとサイクルツーリズム |

現 状

佐原駅前観光案内所、佐原町並み交流館、水の郷さわらをレンタサイクルステーションとし、レンタサイクルの貸し出しを行っています。また、佐原駅観光案内所では、電動アシスト付自転車の貸し出しもを行っています。さらに、千葉県の補助事業と近隣自治体との広域連携事業（北総観光連盟事業）を活用して、サイクリングコースを設定したパンフレット作成による PR や工具等メンテナンス対応等の充実を図ってきました。

水の郷さわらでは、小野川周辺や香取神宮など 4 コースを設定したサイクルマップを作成・周知しています。

平成 28 年度にサイクリング大会ツール・ド・ちばが開催され、里山や歴史文化が点在する市内各所もコースに組み込まれました。

課 題

- ① レンタサイクルのさらなる利用者数向上が必要です。
- ② サイクリングコースの充実が必要です。

具体的な取組内容

■ レンタサイクルの PR の強化

各種観光パンフレットやウェブサイト等にわかりやすく掲出を行い、PR を強化し、利用者数の向上につなげます。

主な事業・ レンタサイクル PR 強化事業

■ サイクリングコースの充実

魅力的なサイクリングコースの設定やその PR ツールの充実に取り組みます。

主な事業・ サイクリングコース創出事業

| | |
|---------------|-----------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑧快適回遊の実現 |
| 具体的アクション | 19. 快適な町歩き環境の整備 |

現 状

快適な町歩き環境の整備を図るため、大型車両対応の水郷佐原山車会館駐車場整備を実施しました。

また、時間帯や通行目的等を限定した車両交通規制は、水郷佐原あやめ祭り期間中に小野川周辺の歴史的町並みに多くの観光客が集中することから、関係団体と連携し、歩行者天国を実施しています。

平成 23 年度に小野川沿いに 9 つの英語併記案内板を整備したほか、平成 27 年度に JR 佐原駅前広場整備の一環で英語併記案内板を改修し、外国人の小野川周辺への回遊動線が充実しました。

バリアフリー対応の公衆トイレは、千葉県補助制度も活用して平成 25 年度に道の駅くりもと紅小町の郷、平成 27 年度に水郷佐原水生植物園に整備したほか、観光パンフレットで設置箇所を掲載し、周知を図っています。

平成 28 年度に小見川地域の観光施設案内や食巡り、ウォーキングなど多目的に利用できるマップを作成し、小見川駅から初代松本幸四郎ゆかりの善光寺及び佐藤尚中ゆかりの内浜公園へ誘導する歩行者向け案内看板設置を行う環境整備を進めています。

平成 28 年度に水郷佐原あやめパークへの英語併記誘導看板を国県市道の各所に整備を行いました。

課 題

- ① 国内外の観光客が快適に町歩きできるよう、観光案内サインの充実が必要です。
- ② 歩行者の安全・安心な町歩き環境の整備が必要です。
- ③ 駐車場を確保し、町中への車の流入の抑制が必要です。
- ④ 景観に配慮した環境の整備が必要です。

具体的な取組内容

■観光案内サインの充実

観光案内サインを外国人観光客にも視認しやすい内容で、さらに整備を行います。また、パンフレットへも掲載の工夫を施すなど、わかりやすさを重視します。

主な事業・観光案内サイン整備事業

■歩行者の安全・安心な町歩き環境の整備

バリアフリー化された町歩き環境の整備や車両交通規制の拡大等を検討します。また、休日で使用していない一般企業の駐車場の有効活用等を検討します。

主な事業・町歩き環境整備事業

■ イベント時を含めた公衆トイレのバリアフリー化の推進

イベント時における洋式仮設トイレ設置増のほか、バリアフリー対応の施設更新に取り組めます。

主な事業・公衆トイレバリアフリー化推進事業

■ 景観環境の整備

佐原の歴史的町並み地区の電線地中化を推進します。

主な事業・電線地中化推進事業

| | |
|---------------|-----------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑨産業と連携した集客・観光・交流の魅力創出 |
| 具体的アクション | 20. 体験プログラムの充実 |

現 状

体験型のプログラムとして、工芸体験事業を実施しており、平成 28 年では佐原張子・エッグアート・切り絵・ミニチュアフード・佐原ラフィアの 5 つを実施しています。

工場見学として江戸時代から続く老舗の酒蔵見学は実施していますが、そのほかでは、産業観光の可能性の調査ができていません。

また、水郷佐原水生植物園ではあやめの植替えなど植物を活用した体験メニューをイベント期間中に実施していますが、平成 29 年度のリニューアルオープン後を見据えて体験プログラムの検討を行っています。

課 題

- ① 水郷地域ならではの体験プログラムである舟運の活用が必要です。
- ② 新たな体験プログラムの創出と活用が必要です。

具体的な取組内容

■舟運の体験プログラム化の推進

平成 28 年度に実施した来市観光客に対するアンケート結果では、舟による町並み・水郷めぐりがやってみたい体験として 68%と多くのニーズを獲得しています。水郷地域ならではの強みを活かし、舟運の体験プログラム化を推進します。

主な事業・舟運体験プログラム化推進事業

■産業観光の体験プログラム化への検討

産業観光の可能性調査を実施します。

また、平成 29 年度にリニューアルオープンする水郷佐原あやめパークにおいて、施設での産業観光の体験プログラムが提供可能か検討します。

主な事業・産業観光開発事業 ・水郷佐原あやめパーク体験メニュー充実事業

■水上スポーツの体験プログラム化の検討

小見川スポーツ・コミュニティセンターや小見川B&G海洋センターとの連携等により、黒部川での水上スポーツの体験プログラム化を検討します。

また、川の駅が併設されている水の郷さわらにおいても、同様に検討を行います。

主な事業・水上スポーツ体験プログラム化への検討

| | |
|---------------|-----------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑨産業と連携した集客・観光・交流の魅力創出 |
| 具体的アクション | 21. 食を活かした地域活性化の推進 |

現 状

平成 24 年度に、当市農産物の安全・安心及びブランド化を促進し、販路拡大を目的に香取市農産物販売促進協議会を設立しました。イベントやウェブサイト「香取めぐりパーク」等により、市内農産物の PR 等に取り組んでいます。

平成 26・27 年度には、浦安市と連携し、浦安市民を対象とした収穫体験ツアーや、若手農家と商業者とのマッチングツアーを実施しました。

さらに、平成 27 年度に㈱ぐるなびと連携し、首都圏飲食店向けに農産物等のネット販売及び首都圏消費者向けのマルシェ事業の展開や千葉市のホテルとタイアップし、市の農産物等を使ったビュッフェを開催し PR 等を図りました。

また、当市の食材を活かし、その魅力を開発する試みとしては、平成 26 年度に千葉県が任命した野菜伝道師等と連携し、市内野菜を活用したレシピを開発 PR しました。

このほか、平成 26 年度にさつまいもペーストを活用した新商品開発可能性調査を、平成 27 年度に香取市産農産物を使った特産品開発コンテストを実施しました。平成 27・28 年度には米どころ香取産米の販路拡大等を目的とした食味コンテストを行いました。

佐原商工会議所では、平成 23 年度から日本商工会議所の支援事業「地域力活用新事業の全国展開プロジェクト」に取り組み、市内農産物を活用した商品開発を行っています。

課 題

- ① 消費者の需要の変化に即した食の魅力開発が必要です。
- ② 観光資源や農畜産物等の資源を連携させた地域ブランド化の推進が必要です。

具体的な取組内容

■食の魅力創出支援

インバウンド需要や首都圏消費者等へニーズの増大が見込まれ、波及効果・付加価値の高い食の魅力開発、食に係る体験観光の開発等を支援します。

主な事業・食の魅力開発事業

■地域ブランディングを目指した戦略的プロモーションの展開

首都近郊の強みを活かした、戦略的プロモーションを展開し、地域ブランディングを推進します。

主な事業・地域ブランディング推進事業

| | |
|---------------|-------------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑨産業と連携した集客・観光・交流の魅力創出 |
| 具体的アクション | 22. グリーンツーリズムの推進 |

現 状

平成 24 年度に主に栗源地域を対象として、市内全体と連動した滞在時間の長時間化を目指し、地域農産物収穫体験モニターツアーや観光農園案内図の作成を行いました。平成 27 年度に国の地方創生補助金を活用し、ふるさと旅行券の発行や農業体験ツアー造成を行い、地域外からの誘客及び消費喚起、認知度向上を図りました。

また、山田ふるさと農園や紅小町の郷ふるさと農園、滞在型市民農園クラインガルテン栗源では、自然の中で野菜や花づくりを楽しみたい都市住民をターゲットに貸農園を実施しています。

そのほかには、平成 24 年度に道の駅くりもとの敷地内に体験工房をオープンし、四季を通じたジャム作りなど農産物の加工体験を充実しています。市内のぶどう園では、千葉県補助制度を活用してトイレ整備を行い、利用者の利便性向上を図っています。

また、グリーンツーリズム推進のため、道の駅くりもと、風土村、農園リゾート THE FARM、果樹園等の民間施設の情報発信を積極的に行っています。

課 題

- ① グリーンツーリズムをさらに推進する事業を実施する必要があります。
- ② 農産物の収穫体験等の体験メニューの充実と PR 強化が必要です。

具体的な取組内容

■新たなグリーンツーリズムプログラムの開発

栗源及び山田地区を中心に、農業体験はもとより、自然体験や農村風景を楽しむ散策や里山ならではの体験等のプログラム開発に取り組みます。

主な事業・グリーンツーリズムプログラム開発事業

■モニターツアーの実施とその効果的な活用

モニターツアー実施によって、当市の農や自然の PR、観光資源としての評価を取得し、新たな資源活用につなげます。

モニターツアーによって得られた評価等をフィードバックし、ターゲットの選定やマーケティングの質の向上、受入環境整備を促進します。

主な事業・モニターツアー事業

■体験メニューの充実と PR

農産物の収穫体験の拡充等を図り、周知・PR に努めます。

主な事業・農産物収穫体験創出事業

| | |
|---------------|------------------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑩情報の受発信の充実と利用者目線でのネットワーク化 |
| 具体的アクション | 23. ウェブサイト等の情報通信技術(ICT)の有効活用 |

現 状

平成 21 年度に佐原駅観光交流センターなど、計 5 箇所にデジタルサイネージを設置し、市が保有する多岐にわたる情報を発信しました。

平成 27 年度の香取市ウェブサイトのリニューアルに伴い、市ウェブサイトのトップ画面の目立ちやすい位置に観光サイトを掲示し、観光情報への誘引を図るとともに、名所・行事・案内のカテゴリーごとに分かりやすい内容としました。また、Multilingual (マルチリンガル) 機能により英語、中国語(簡体字・繁体字)、タイ語、韓国語へ自動翻訳されるシステム導入やモバイル向けサイト整備も行い、現在の社会情勢に対応させました。

平成 28 年度に市公式動画チャンネルをリニューアルし、市の魅力を伝えるプロモーションビデオ等を発信しています。

観光情報の更新にあたっては、適宜各観光団体と連携の上、情報の共有に努めています。また、香取市無料公衆無線 LAN サービス Katori Free Wi-Fi を構築し、情報発信による認知度向上や、観光客利便性及び満足度向上を図っています。

課 題

- ① 香取市観光ウェブサイトのコンテンツの充実が必要です。
- ② 効果的な情報通信技術(ICT)活用の検討が必要です。
- ③ 情報格差への配慮が必要です。

具体的な取組内容

■香取市観光ウェブサイトのコンテンツの充実

他団体との円滑な情報共有を図り、速やかに最新情報へ更新を行います。

また、画像を多用する等、分かりやすく、魅力的な構成・レイアウトとします。さらに、データのダウンロードを容易にしやすい等の配慮に努めます。

主な事業・観光ウェブサイトの充実化

■Wi-Fi 環境のさらなる普及・促進

Katori Free Wi-Fi 環境のさらなる整備及び利用促進を図ります。

主な事業・Katori Free Wi-Fi 整備事業

■情報通信技術(ICT)を活用した観光振興

ブログやインスタグラム等のソーシャルメディアを介したコミュニケーション等の有効活用を検討します。

主な事業・情報通信技術活用検討事業

■情報格差への配慮

インターネット接続環境のない観光客に配慮し、情報シート等の紙媒体を即時提供できる体制を整備します。

主な事業・状況に応じた情報提供

| | |
|---------------|---------------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑩情報の受発信の充実と利用者目線でのネットワーク化 |
| 具体的アクション | 24. 利用者ニーズを考慮した情報発信の推進 |

現 状

小江戸めぐりや香取市ガイドブック等のパンフレットを適宜最新情報に更新し、多様な年代向けに配布 PR を実施しています。

平成 25 年度に創設した香取ファンクラブでは、入会方法をインターネットを介して行い、情報発信についても電子メールを活用しており、登録会員に一斉に旬の観光情報等のメール配信を実施しています。

また、平成 27 年度から、観光客の滞在・周遊の利便性及び満足度向上や SNS 等を通じた情報発信による市の認知度向上を目的に香取市無料公衆無線 LAN サービス Katori Free Wi-Fi の運用を開始しました。

課 題

- ① 利用者目線での観光情報発信内容の充実が必要です。
- ② SNS 等、情報発信効果が見込まれる媒体の活用を検討することが必要です。

具体的な取組内容

■利用者目線での観光情報発信内容の充実

紙媒体の総合パンフレット等では、幅広い年齢層が手に取りやすい内容とし、色や文字の大きさへ等への配慮や写真の活用等により見やすいものとします。

また、インターネットで旅行先の情報収集をする旅行者が増えており、観光ウェブサイト等の内容の充実を図ります。

主な事業・観光情報発信内容充実化事業

■利用者の動向に照らした情報発信

若年層を中心に利用が普及している SNS は、情報収集ツールとしての機能や情報拡散力が見込めることから、その効果的な活用を検討します。

主な事業・SNS 活用情報発信事業

| | |
|---------------|---------------------------|
| 基本方針 | 連携・ネットワーク化 |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑩情報の受発信の充実と利用者目線でのネットワーク化 |
| 具体的アクション | 25. 香取ファンとの心の交流の展開 |

現 状

平成 25 年度に水郷佐原観光協会を運営委託先として、香取ファンクラブを創設しました。ファンには、香取市の応援団として市の魅力情報の発信を期待し、ファンがファンを生む仕掛けとしています。

活動内容としては、定期的な観光ニュース及び会員限定のお得な情報の配信、交流イベントの開催、定期的なアンケート収集等を実施しています。

課 題

- ① 香取ファンクラブ会員をさらに増やし、当市のポジティブな魅力情報の拡散を図り誘客に繋げる必要があります。
- ② ファンクラブ会員との相互の交流の機会を増やし、連携を強化することにより、市の PR に積極的なファンの育成が必要です。
- ③ ファンクラブのさらに効果的な事業展開が必要です。

具体的な取組内容

■香取ファンクラブ会員の増加

定期的なウェブサイトやイベント時の PR 実施や会員特典を充実させ、入会者増につなげます。

また、OB 会等の市出身者及びにゆかりのある方への PR を行い、会員になってもらうよう努めます。

主な事業・香取ファンクラブ会員数の向上

■会員との相互の交流機会の促進

会員との交流会やツアー等のイベント企画を増やし、市の PR に積極的なファンの育成を図ります。

主な事業・ファンとの交流イベント事業

■ファンクラブを活用した効果的な取組の推進

会員からの情報収集や企画募集などの連携を図ります。

主な事業・ファンとの連携事業

| | |
|---------------|------------------------------|
| 基本方針 | 持続的マネジメント |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑪戦略的地域プロモーションとワンステップの受入体制づくり |
| 具体的アクション | 26. 戦略的プロモーションの展開 |

現 状

市内のプロモーションは、市を中心とした体制で行っていますが、積極的な情報発信が出来ていない状況です。

平成 24 年度から水郷佐原観光協会に補助金を拠出し、映画、ドラマ、CM 等の撮影対応にあたっており、市の魅力発信に努めています。

また、同年度に市内の観光や産業を PR する DVD を作成し、観光プロモーションに活用しています。

水郷三都観光推進協議会での広域プロモーションでは、モニターツアーやパンフレット及びウェブ媒体での情報発信等を継続して実施しています。

課 題

- ① 戦略的プロモーションの取組が必要です。
- ② メディアへの積極的なプロモーションが必要です。
- ③ メディア撮影対応効果の観光・集客への結びつけが必要です。
- ④ 日本遺産認定やユネスコ無形文化遺産登録等を有効活用したプロモーション展開が必要です。

具体的な取組内容

■市を中心とした戦略的プロモーション体制の構築

市を中心に観光協会など各観光関係団体と連携の上、戦略的及び効果的なプロモーション体制を構築します。

主な事業・戦略的プロモーション推進事業

■メディアへ積極的なプロモーション

テレビ・ラジオ番組や旅行雑誌等への積極的な観光情報のリリースとそれによるパブリシティ事業を展開し、市の認知度強化を推進します。

主な事業・香取市観光パブリシティ強化事業

■今後に繋げるメディア撮影対応の実施

メディア撮影対応では、観光・集客に結び付けるべく、多くの露出時間や当市の認知がなされるよう、メディアのキーパーソンとのコネクションの形成やお勧め撮影場所リスト等の資料の作成・提供等を行います。

主な事業・メディアとのコネクション形成

■日本遺産認定やユネスコ無形文化遺産登録等の有効活用

平成 28 年度の北総四都市江戸紀行の日本遺産認定、佐原の山車行事のユネスコ無形文化遺産登録等を有効に活用した戦略的プロモーションを展開します。

主な事業・日本遺産認定及びユネスコ無形文化遺産登録等活用プロモーション事業

| | |
|---------------|------------------------------|
| 基本方針 | 持続的マネジメント |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑪戦略的地域プロモーションとワンステップの受入体制づくり |
| 具体的アクション | 27. 外国人観光客誘致の推進 |

現 状

国や千葉県と連携し、外国人向けの各種プロモーションを展開しており、プロモーションの成果指標では、佐原町並み交流館で実施している外国人観光客入館者数値は、平成 18 年度の 508 人から平成 27 年度では 2236 人と約 4.4 倍に増加しています。

(国全体では平成 18 年：733 万人、平成 27 年 1974 万人で、約 2.7 倍増)

水郷三都観光推進協議会が国と共同で継続実施しているビジット・ジャパン事業により、タイなど有望市場のメディアや旅行会社を招請し、記事掲載による認知度向上や旅行商品造成を図っています。

平成 23～25 年度に留学生サポーター派遣事業、平成 26 年度に外国人目線による多言語対応現状調査事業を国が実施し、これにより外国人受入環境のチェック及び情報発信が行われました。

平成 27 年度に英語・タイ語・中国語（繁体字）の外国語パンフレットを新たに作成し、タイ及び台湾旅行会社等へ配置し、誘客を図りました。

平成 27 年度に日本政府観光局の賛助会員となり、外国人観光客の市場動向等の最新情報等を入手し、戦略的な取組に役立てています。

また、香取市無料公衆無線 LAN サービス Katori Free Wi-Fi を整備し、運用を図っています。

リピーターの獲得に結び付く受入環境の整備では、佐原駅前観光案内所及び佐原町並み交流館が平成 27・28 年度に日本政府観光局の外国人観光案内所に認定されており、外国人観光客受入の向上に努めています。

課 題

- ① 最新の PR 及び受入環境整備手法の研究が必要です。
- ② ミシュラン・グリーンガイド掲載や日本遺産認定、ユネスコ無形文化遺産登録等を活用したブランディング化の推進が必要です。

具体的な取組内容

■最新の PR 及び受入環境整備手法の研究

最新の市場動向や時勢に則した効果的な PR 及び受入環境整備手法を把握・研究し、導入の検討を図ります。

主な事業・先進的事例の研究

■PR 素材の有効活用

平成 27 年度のミシュラン・グリーンガイド掲載や平成 28 年度の北総四都市江戸紀行の日本遺産認定、佐原の山車行事のユネスコ無形文化遺産登録等を活用したプロモーションを展開し、ブランディング化を推進します。

主な事業・ブランディング化推進事業

| | |
|---------------|------------------------------|
| 基本方針 | 持続的マネジメント |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ①戦略的地域プロモーションとワンステップの受入体制づくり |
| 具体的アクション | 28. 着地型観光の推進と観光コンシェルジュの育成 |

現 状

平成 24 年度から、ちばプロモーション協議会事業では、着地型旅行商品造成企画の着地型観光提案シートにより旅行商品の企画提案に取り組んでいます。当市のシート内容では、「嫁入り舟体験」「粋に着物で小江戸佐原の老舗味めぐり」などの企画を提出しており、ウェブサイトで観光事業者向けへの PR のほか、首都圏の旅行会社訪問や商談会で売り込みを図っています。

また、市内観光全体を把握し、旅行者のニーズに応じた企画提案・手配等を担う観光コンシェルジュは、設置まで至っていません。

※着地型観光・・・観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態。主に都会にある出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来の「発地型観光」と比べて、地域の振興につながると期待されている。

課 題

- ① 着地型観光推進体制の整備が必要です。
- ② 水郷佐原観光協会、水郷小見川観光協会など各観光関係団体の横断的連携のもと、着地型旅行商品の造成・情報発信やモニターツアーの実施、大手旅行会社等への売り込みを行っていく必要があります。
- ③ 旅行者のニーズの変化に対応した、よりきめ細かい観光案内の提供が必要です。

具体的な取組内容

■着地型観光推進体制の整備

着地型観光の推進にあたっては、旅行会社等との接点も多い水郷佐原観光協会を主として取り組みます。旅行者・旅行会社等へその情報発信と着地型旅行商品の販売を担うプラットフォーム機能の役割を担います。

主な事業・着地型観光推進体制整備事業

■魅力的な着地型商品の企画・造成

旅行者ニーズやターゲットを踏まえ、当市観光資源を活用した魅力的なプランの企画・造成を行います。

主な事業・魅力的な着地型商品造成事業

■観光コンシェルジュ機能の充実

地元ならではの着地型プログラムの企画及び提案等の着地型観光のスキルアップにつなげる研修等を実施します。

また、佐原駅前地区に建設を予定している複合型施設内へ、観光コンシェルジュの役割も担う観光情報発信機能を設ける計画になっています。

主な事業・観光コンシェルジュ育成事業

| | |
|---------------|-----------------------|
| 基本方針 | 持続的マネジメント |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑫品質管理の徹底と品格ある地域づくり |
| 具体的アクション | 29. 顧客満足度調査の把握と課題の共有化 |

現 状

観光客の満足度を把握するため、香取ファンクラブでは平成 26 年度から年間 1 回、会員向けアンケートを実施し、経年変化等について確認・分析を行っています。

一般観光客向けの定期的な顧客満足度調査の実施ができていない状況でしたが、平成 28 年度に一般観光客向けのアンケート調査を実施し、満足度等を調査を行いました。

なお、佐原駅観光交流センターでは、案内所職員が来訪者からの質問や苦情を記録し、主な意見をデータベース化し課題を共有しています。

また、平成 28 年度の佐原の大祭夏祭り及び秋祭りにおいて、来訪者へのアンケート調査を実施しています。

課 題

- ① 定期的な顧客満足度調査を実施し、ニーズに即した対応が必要です。
- ② 調査等から得られた課題の共有化が必要です。
- ③ 既存のアンケート調査に留まらない多様な調査手法の検討が必要です。

具体的な取組内容

■顧客満足度調査の実施

3 年に 1 回程度の周期で、顧客満足度調査を実施し、旅行者ニーズの動向等を捉え誘客に活用します。

主な事業・定期的顧客満足度調査実施事業

■調査結果の共有化の推進

調査で得られた課題等や各案内所で来訪者からくみ取った生の声を、観光推進協議会等の場において各観光関係団体間で共有化を図り、改善を促進します。

主な事業・課題共有化の推進

■多様な調査手法の検討

ウェブサイトアンケートの活用など、様々な調査のメリット・デメリットを見極め、その導入について検討を行います。

主な事業・調査手法検討事業

| | |
|---------------|-----------------------|
| 基本方針 | 持続的マネジメント |
| 1ダースの戦略プロジェクト | ⑫品質管理の徹底と品格ある地域づくり |
| 具体的アクション | 30. 観光まちづくりを担うリーダーの育成 |

現 状

観光を担う各種団体が地域活性化のために活動を行っていますが、組織が高齢化及び硬直化してきています。また、新たな団体の創設も近年見られません。

そのような中、地域をまとめていくための必要な考え方やスキルを受け継ぎ、新たに生み出す次世代を担うリーダーや団体の育成が必要ですが、具体的な取り組みは未実施です。

課 題

- ① 次世代の観光まちづくりを担う人材及び団体の育成が必要です。
- ② 既存の各観光まちづくり団体の交流促進が必要です。

具体的な取組内容

■新たな観光リーダー育成研修実施

地域をまとめていく新たなリーダーや、多様化する観光ニーズを的確に捉え、地域活性化の取組みを仕掛けるプロデューサー等を育成するため、研修会を実施し、新たな団体の創出につなげます。

主な事業・観光リーダー育成事業

■既存各観光関係団体の交流促進

観光振興へつながる連携促進を図るため、各観光関係団体リーダー間の交流・情報交換の場の創出を検討します。

主な事業・観光関係者交流促進事業