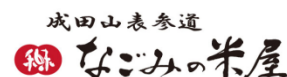
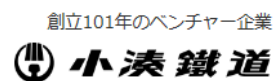


2019年3月7日連携協定締結式
添付資料

千葉大学・地方創生戦略研究推進プラットフォームにおける 取組の具体的方向性に関わる例示 現段階における交流視点での千葉県の課題と機会の整理

2019年3月7日



CHIBA
UNIVERSITY

(社名50音順)

プラットフォーム組成の目的

「地方創生戦略研究推進プラットフォーム」は、我が国が目指す、地方創生、SDGs、Society 5.0、観光立国などの実現貢献を目的に、千葉大学と地方創生に取り組む民間企業が設立する。本プラットフォームは、様々な研究技術のシーズを持つ千葉大学と課題を抱える地域や事業者を、あるいは事業者と事業者、地域と地域を仲介し、地域の総力を結集して地域課題解決に取り組むための環境づくりを行う。

持続可能な地域経営のために

持続可能な地域経営モデル構築により、地域コンテンツの開発(再開発)やブランディング支援を行っていく。とりわけ観光分野では、これまで全体的な戦略設計なしに個別エリアごとの最適化が進められてきているが、部分最適の集合では全体最適には至らない。本プラットフォームでは、より幅広いレンジからの巨視的鳥瞰に基づく未来予測により全体最適化を目指していく。

同プラットフォームの取り組み

本プラットフォームでは、様々な要素技術を活用して、持続可能な地域経営支援やそれに伴う課題解決に取り組んでいきたい。

- ・ 持続可能な地域経営： 集客向上、消費額向上、回遊促進、観光客満足度向上、リピート率向上
- ・ 顕在課題： 地域サービス産業への影響(シーズナリティによる雇用の不安定性)、観光危機管理、市民生活と旅行者との調和、受入環境整備、地域間連携課題、旅行者の分散化、環境・景観の維持など

各社の役割とロードマップ

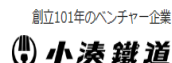
千葉大学の知と技術に各社実業知見を結集して地域貢献



日本の食文化を世界へ発信する企業として、名物料理開発等、豊かな農水畜産品を誇る千葉県の食をテーマとした地域活性化への貢献



成田空港アクセスを担う企業として、旅行者の利便性向上や沿線地域の魅力向上による地域活性化への貢献



人と文化を結ぶ房総の里おこし企業として、里山トロッコなど地域の魅力向上や回遊促進による地域活性化への貢献



グローバルな交流(旅行者行動)データや地域研究実績等、豊富な独自データ、分析力とノウハウの活用による地域活性化への貢献



IoT・都市デザイン(工学部)、食と農(園芸学部)、文化・人材育成(国際教養学部・法政経学部・文学部・教育学部)、健康・医療(医学部・薬学部・理学部)等、総合大学として幅広い分野の研究者や学生、アカデミックの知見を活かした地域活性化への貢献



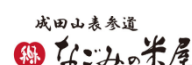
千葉県のトップバンクとして地域特性を活かした投融資やソリューション提案により地方創生・観光振興に貢献



千葉県内各地域・自治体や幅広い産業の経済動向等、豊富な調査研究データの活用による地域活性化への貢献



千葉県内広域にわたる路線を持ち、東日本エリアにおける様々なエリア開発実績のノウハウと知見を活かした地域活性化への貢献



21世紀の和菓子文化の創造を目指す企業として、千葉県の魅力的な土産品開発等、地域産品をテーマとした地域活性化への貢献

ロードマップ

千葉大学の研究シーズと民間(実業)のノウハウ・知見を融合し、地域との対話を積み重ね、千葉県域の経済活性化に貢献

2019

千葉県ゾーニングによる仮説コンセプト創り～選定エリアでの実証～実証結果の公開シンポジウム

2020

千葉県内でオリパラ8種目が開催。実証結果を世界に発信。

2021

オリンピックレガシーに貢献する最終提言(交流視点での千葉県エリアビジョン構築)

地域創生にむけて

大量生産・大量消費により経済成長してきた日本は、産業構造を転換する必要性に迫られているのかもしれない。そして、人口減少局面に転じた地方自治体が、大都市に集中する消費力を地域に移転させる手段として観光振興が有効であると捉えられてきたことから、観光は地方創生の文脈において脚光を浴びている。ただし、その大前提となるのは、「経済性」であり、交流人口だけで測るのではなく、観光消費や付帯する経済波及効果の規模から考える収益性の高い持続可能な「**観光地域開発**」が主テーマとなっている。

ツーリズムのパラダイムシフトから生じる新たな交流人口

世界的な人流(交流)拡大は、ツーリズム産業に**パラダイムシフト**をもたらしている。日本においては、これまで1億人の均質なマーケットを対象にマーケティングを行ってきたが、新たな訪日3千万人のマーケットはモザイクマーケットであり、マスマーケティング発想からデモグラフィックだけない宗教・文化・価値観の違いを理解したマーケティングへシフトする必要がある。また、**ツーリズム活性は既存観光資源を所与のものとするPRに軸足がおかれがち**であるが、人流を呼び込むための**エリアの開発(コンテンツマネジメント)**を行わなければ、持続的な地域活性は望めない。企業誘致、観光客誘致、MICE誘致、留学生誘致、Iターン誘致、二地域居住誘致など、最適な人流ポートフォリオをマネジメントすることが求められる。

ディステーション・マネジメントによる価値ある地域の形成と活性化

ディステーション・マネジメント(エリアマネジメント)の目的は、エリア集客、エリア内消費促進、受け入れ環境の整備などによるエリア価値の向上である。
そうした活動を通じて価値ある地域を形成・活性化させることにより、**各地域特有のブランディングを確立させる**ことが、ディステーションマネジメントの最終的、かつ最大の目的である。

交流視点での千葉県のポテンシャル(一例)

豊富かつ新鮮な食材

□ 農業:千葉県は産出額全国4位

(品目別全国1位)梨、落花生、ねぎ、だいこん、ほうれんそう、さやいんげん、えだまめ、かぶ、マッシュルーム、しゅんぎく、なばな、みつば、パセリ
(品目別全国2位)さつまいも、にんじん、すいか、さといも、とうもろこし、しょうが、ししとう、そらまめ、しろうり、びわ、鶏卵

□ 漁業:千葉県は水揚げ額全国4位

(銚子・九十九里地域)サバ、イワシを中心としたまき網漁業、ヒラメ、イカなどを漁獲する底びき網漁業など。
(いすみ・安房地域)アワビ、サザエ、イセエビなどの磯根漁業。カツオ、キンメダイ、マグロ、マダイ、ヒラメ、イカなどを漁獲する小型船漁業や定置網漁業など。
(東京湾地域)スズキ、カレイ、アナゴなどを漁獲する小型底びき網漁業、アサリ、バカガイなどを対象とした潜水器漁業や採貝漁業、ノリ養殖など。

参照:農林水産省H28

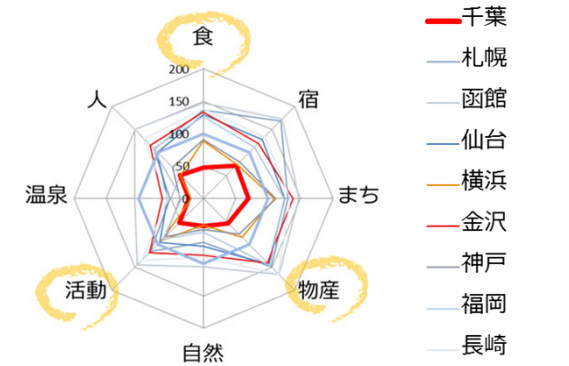
食にチャンスあり

政令指定都市としての千葉市は「食」「物産」「活動(コト)」に伸長の余地あり

千葉市は、他の政令指定都市と比較して、「食」、「物産」、「活動(コト)」が弱いイメージがある。

JTB地域パワーインデックス調査データ
(JTBが全国250の観光地・都市について、延べ26000人以上の回答を得て多様な角度から分析した調査データ)より

千葉市は、総合スコアにおいて、訪問経験(千葉市219、全国平均100)はかなり高いものの、満足度(千葉市61、全国平均100)は全国平均を大きく下回っている。そして、満足度が低い要因(右記の図)においては、「食」、「物産」、「活動(コト)」が特に弱い。



「食」「物産」「活動(コト)」が弱い

訪日インバウンド観光客に千葉県を素通りされている状態

成田空港を抱える千葉県へのインバウンド「訪問者数」は神奈川県との4倍以上。
一方で、「平均宿泊日数や消費金額」は神奈川県を大きく下回る。

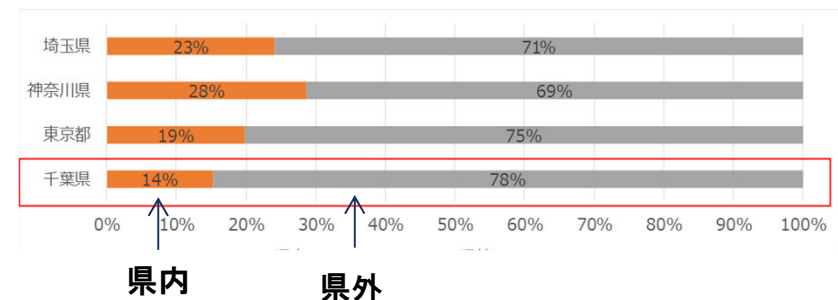
項目	数値	千葉県	東京都	神奈川県	埼玉県
インバウンド	訪問率	39.70%	48.20%	9.60%	1.30%
インバウンド	訪問数	9,543,504人	11,586,824人	2,307,749人	312,508人
インバウンド	宿泊者数	3,456,840人泊	18,058,900人泊	2,266,090人泊	166,770人泊
インバウンド	平均宿泊日数	0.9泊	5.9泊	6.3泊	18.6泊
インバウンド	消費金額	8,959円	64,952円	27,403円	51,030円
対応状況	Japan.Free Wi-Fi2	3,923施設	10,214施設	6,466施設	4,610施設
対応状況	外国人観光案内2017	27施設	85施設	22施設	16施設

参照:訪日ラボ

戦略ターゲットを明確にすることで、住民・日本人旅行者とエリア価値向上に資するブランド創造貢献旅行者を選んで呼び込める余地がある(これから意図したターゲットを呼び込める。)

千葉県民の県内宿泊者比率は1都3県で最も低い

千葉県民の県内宿泊の割合は1都3県で最も少なく、県外の割合が78%と最も多い



交流人口拡大の視点で魅力を高めれば自ずと住民の域内消費は高まる

プラス要素

マイナス要素

内部環境

Strength

活かすべき強みは？

- * 東京、神奈川から近い立地
(首都圏4000万人マーケットも視野に)
- * 成田空港、TDLから近い立地(既に近くに多くの訪問者)
- * 都市部と豊かな自然環境(海・里山を複合的に持ち、温暖な気候)
- * 豊富かつ新鮮な食材
 - ・ 農業：産出額全国4位(H28)
 - ・ 漁業：水揚げ額全国4位(H28)
 - ・ 銚子漁港は水揚げ量全国1位や産品全国1位の活用
- * 多彩な歴史・文化的資産

Weaknesses

克服すべき弱み・課題は？

- * 地域間格差(県内宿泊者数は、舞浜・成田・幕張を中心とした3地区で千葉県全体の75%以上)
- * このため、交流人口拡大による経済効果は、県内「全体最適」ではなく「部分最適」に留まっている
(エリア内回遊や消費拡大につながっていない)
- * 成田空港を持つ千葉県への訪日外国人旅行者の現状は、県内「訪問者数」では神奈川県との4倍、一方で、同「滞在日数」は1/7、「消費額」は1/3に留まっている
- * 県内「旅館」の低い平均稼働率(全国42位/47都道府県)
- * 千葉県民の県内宿泊比率の低さ(1都3県で最も低い)

外部環境

Opportunities

機会・チャンスは？

- * モノ消費からコト消費へのマーケット変化
- * 2020東京オリパラにおいて千葉県内で8種目が開催
- * 訪日外国人旅行者の増加見込
- * 自然回帰志向、健康志向、ヘルシー志向、癒し志向
- * シニア層のマルチハビテーション(二地域居住)やクラインガルテンへの高いニーズ
- * 世界的なミレニアル層の台頭(ICTの進展や価値観の変化)によるベンチャーサテライトオフィス等の動き
- * “食の安心・安全”への関心の高まり

Threats

回避すべき脅威は？

- * 人口減少・少子高齢化の進展による、伝統文化や第一次産業を中心とした担い手不足、経済縮小
- * 耕作放棄地・空き家の増加
- * 商店街の衰退
- * 国内旅行マーケットの縮小
- * 競合地域(東京・神奈川等)への国内・海外観光客の流出
- * 受入体制(人材育成、ICTインフラ等)や県内交通網の整備不足による混雑
- * 観光活性化への住民理解の低下