

柏市観光基本計画



柏 市

平成 26 年 3 月

目 次

第1章 観光計画の基本的な考え方

1-1 計画の策定目的	1
1-2 計画の位置付け	1
1-3 計画の推進期間	2
1-4 計画策定の背景	3
1-4-1 我が国の観光動向	3
1-4-2 千葉県の観光動向	4

第2章 観光を取り巻く環境と動向

2-1 柏市における観光動向	5
2-1-1 柏市の概況と観光動向	5
2-1-2 柏市の観光における現状	10
2-2 柏市の観光における課題	11
2-2-1 観光に関するアンケート調査の概要	11
2-2-2 観光関係事業者へのヒアリング調査の概要	13
2-2-3 アンケート調査及びヒアリング調査結果の分析	14
2-2-4 アンケート調査及びヒアリング調査結果の分析から見た方向性	20

第3章 計画の基本方針と基本施策

3-1 計画の基本方針	22
3-2 施策の進め方	24
3-3 重点地域	24

第4章 取組むべき事業（観光推進の方策）

4-1 柏市全域での取組み	26
4-2 柏駅周辺エリアの都市型観光の推進	35
4-3 あけぼの山公園周辺の活用促進	43

4-4	手賀沼周辺エリアの活用促進	50
4-5	柏の葉エリアでのビジネス型観光の強化	57

第5章 計画の目標と推進体制

5-1	柏市観光計画の目標	66
5-2	観光振興の推進体制	68
5-3	推進策のスケジュール	68

第1章 観光計画の基本的な考え方

1-1 計画の策定目的

柏市は著名な観光地ではないものの、「広域の商業拠点としての存在感」、「手賀沼周辺の豊かな自然」、「大消費地に近いことを活かした近郊農業」等、各種資源が数多く存在しています。また、歴史文化財や観光施設等で集客するだけでなく、買い物客や研究者、ビジネスマン等により賑わっているのも柏市の地域特性だと言えます。

そこで、柏市では集客・誘客に貢献する全ての要素を「観光資源」と捉えて、資源の発掘・見直しを行い、地域特性を活かした観光振興に取り組んでいく必要があります。これまで観光振興につながる取組みや事業を柏市を含めた様々な団体が個々に行ってきました。しかし、観光に対する多様なニーズに応えていくためにも、個々の団体の単独事業として行うのではなく、関係団体が連携をとりながら「観光は、柏市全体で取り組むべきもの」という認識を持つことが、施策を実現する上で重要だと考えます。

さらに、課題を検証・解決することで、民間事業者や市民の協働を促し、様々な取組みを観光客に提供していくことが柏市の活性化につながるものと考えます。

本計画は、連携体制を強化し、観光資源の魅力を高めて交流人口・昼間人口を増加させ地域経済を活性化することにより、豊かな生活環境の造成を図ることを目的としています。

1-2 計画の位置付け

本計画は次ページに示すように、市の上位計画である「柏市第四次総合計画」（計画期間：平成13年度～平成27年度）と市における産業振興を効果的に推進するために定めた「柏市産業振興戦略プラン」（計画期間：平成23年度～平成27年度）をもとに観光分野において、市の特徴を活かしながら施策を推進していく計画です。

また、各分野別の計画との整合性を図り、共通する目標を掲げ、行政・市民・事業者と一体となって観光振興と効率的な計画遂行を図っていきます。（計画体系図は、P.2掲載）

なお、上位計画の計画期間終了後も引き続き、各種計画と調整し、本計画を実施していきます。

1－3 計画の推進期間

本計画の対象期間は平成 26 年度から 10 カ年の平成 35 年度までとします。
10 年間の推進期間のうち、施策体系ごとに目標期間を短期（3 年）、中期（3～5 年）、長期（5 年以降）と定め、スケジュールにしたがって施策の効果的な実施推進を図ります。

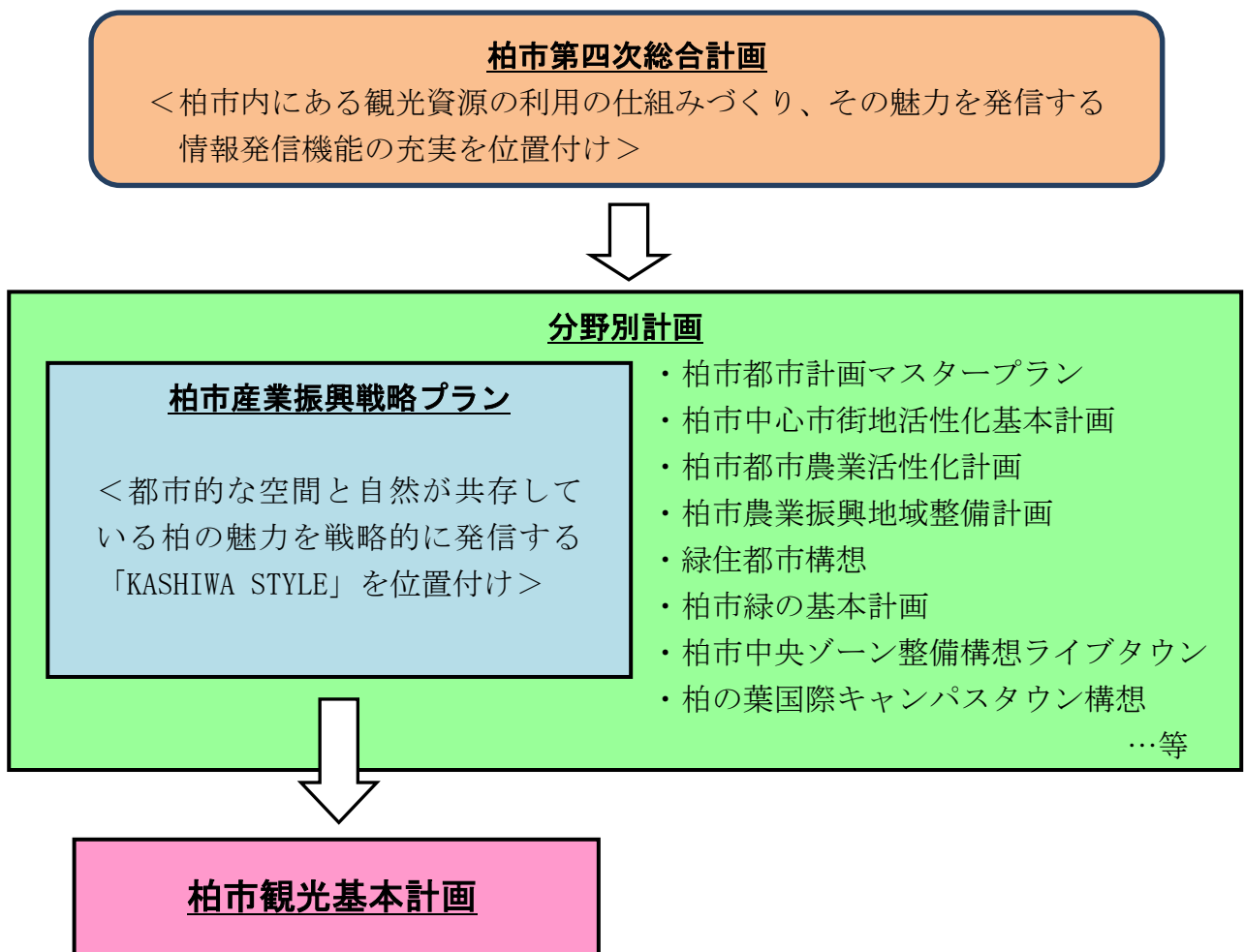


図 1 計画体系図

1-4 計画策定の背景

1-4-1 我が国の観光動向

「国民生活に関する世論調査」（内閣府2012年）によれば、国民生活で特に重点の置かれている分野は、レジャー・余暇生活が37.7%と最も多く、1983年以来連続して第1位を占めており、次いで「食」、「住」、耐久消費財そして「衣」と続いています。このようなレジャー・余暇への関心の高さは、総旅行人数4億人¹規模に発展し、21世紀のリーディング産業といわしめる背景となっています。

政府は「観光立国」の実現を経済社会発展のために国家的課題として、2003年（平成15年）に「観光立国行動計画」を策定の上、観光政策に取り組んでいます。「外国人旅行者訪日促進戦略」では、観光プロモーション活動「ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）」²が開始されました。

平成23年（2011年）3月11日の東日本大震災では未曾有の被害を受けました。このため平成23年の国内観光旅行者数は激減しましたが、平成24年の日帰り旅行は延べ2億430万人（前年比3.8%増、前々年比0.6%減）、宿泊旅行は延べ1億7,876万人（前年比5.2%増、前々年比4.3%増）となり³、東日本大震災前の水準に回復してきています。

また、インバウンド観光⁴でも、VJCの効果もあり2010年まで増え続けてきた後、東日本大震災後の影響を大きく受けて一旦下降傾向を示したものの、経済動向は、円高から円安に変化しています。また、一部ASEAN諸国への査証の免除等により、近隣国からの来訪者が急増し、2013年には「観光立国行動計画」の目標であった1,000万人を突破しました。

長引いた経済の低迷でしたが、アベノミクスによる経済政策等の影響により景気が上向く中、平成24年（2012年）に国内線にLCCが相次いで就航したことや5月の東京スカイツリー開業、平成25年（2013年）には伊勢神宮と出雲大社の遷宮が執り行われる等のビッグイベントが続き、国内観光旅行にとって追い風の要因となりました。

また、平成25年（2013年）9月には2020年の東京オリンピック開催が決定しました。これにより今後数年間に渡る民間設備投資の拡大が予想され、観光分野においても宿泊施設の新設や増改築等の動きが活発化するものと思われます。さらに同年12月に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されることになったことも、インバウンド観光にプラスの影響を与えるものと期待されます。

¹ 社団法人日本旅行業協会「数字が語る旅行業 2013」4ページ、8ページ（2012年：宿泊を伴う国内旅行人数：約4億2,500万人、海外旅行人数：1,849万人。）

² 国の「外国人旅行者訪日促進戦略」の一環として平成15年から取り組まれているもので、訪日外国人旅行者の拡大を目的とした観光促進活動のこと。

³ 観光庁「平成25年度観光施策」（観光白書）2013年6月 6ページ

⁴ 外から入ってくる旅行。一般的に訪日外国人旅行を指す。

1-4-2 千葉県の観光動向

千葉県には明治時代からの観光名所として香取神社、成田山新勝寺、犬吠埼が存在し、昭和に入って房総半島が県の観光の中での位置付けを確立していました。

千葉県では、県内経済の活性化につながるとともに魅力ある県土づくりを実現するために、地域づくりとしての観光振興に力を入れ、平成14年には、県政の最重要課題として「観光立県」を掲げ、21世紀型の観光地づくりに取り組んできました。

地性的には、首都東京に隣接している千葉県は、首都圏の観光客が大きなボリュームゾーンとなっており、圏央道東金・木更津間開通に伴う東京湾アクアラインを介した首都圏からのアクセス性の向上により、首都圏からの観光客の動向が大きく変わっていくことが予想されます。

また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催や、成田国際空港の機能拡充により、海外からの観光客を取り込む絶好の機会を迎えています。

こうした社会要因や環境の変化、観光ニーズの動向等をしっかりと見極めるとともに、千葉県の持つ強みや特徴を最大限に生かすため、平成25年度に策定された「観光立県ちば推進基本計画」（第2次計画）では、「首都圏から観光ニーズへの対応」や「新たな観光需要の開拓」等の7つを特に重点的な課題として位置付け、観光振興を図っていくこととされています。

また、観光入込客数（延べ人数）を平成24年（基準年）の1億5,510万人から1億9,000万人を目標年である平成30年の目標値として掲げています。

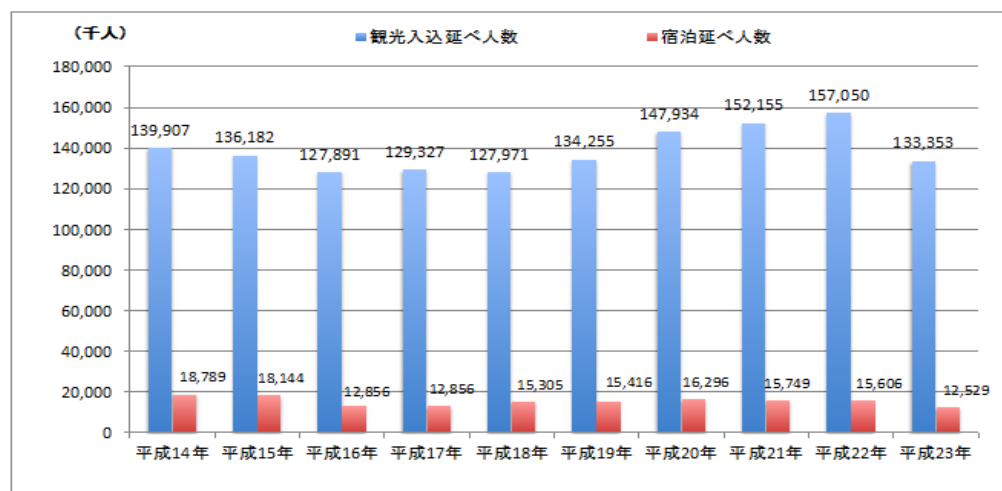


図2 千葉県 観光入込客数(延べ人数)・宿泊客数の推移⁵
(出典) 千葉県観光入込調査概要

⁵ 平成16年及び平成22年に調査方法を全面的に改めたため、単純な経年比較はできません。

第2章 観光を取り巻く環境と動向

2-1 柏市における観光動向

2-1-1 柏市の概況と観光動向



柏市は、都心から 30km 圏の千葉県北西部に位置し、東西約 18km、南北約 15km、面積は 114.9 km²です。東に我孫子市、印西市、利根川を挟んで茨城県取手市及び守谷市、南に鎌ヶ谷市及び白井市、西に松戸市及び流山市、北に野田市が隣接しています。下総台地の北西部に位置し、その大部分は台地上にあります。市の北東部には利根川が流れています。標高差は、最大 32m でほぼなだらかな地形です。高度経済成長期以降、首都圏への人口集中の影響により、平成元年に人口 30 万人を突破、平成 17 年 3 月の柏市と沼南町の合併を経て、平成 22 年には 40 万人を超え、平成 25 年 12 月現在の常住人口は 406,617 人となっています。交通網に関しては、JR 常磐線、東武アーバンパークライン（旧東武野田線）、つくばエクスプレス (TX) 等の鉄道その他、国道 6 号、国道 16 号、常磐自動車道等、主要幹線道路により交通利便性の高い地域です。

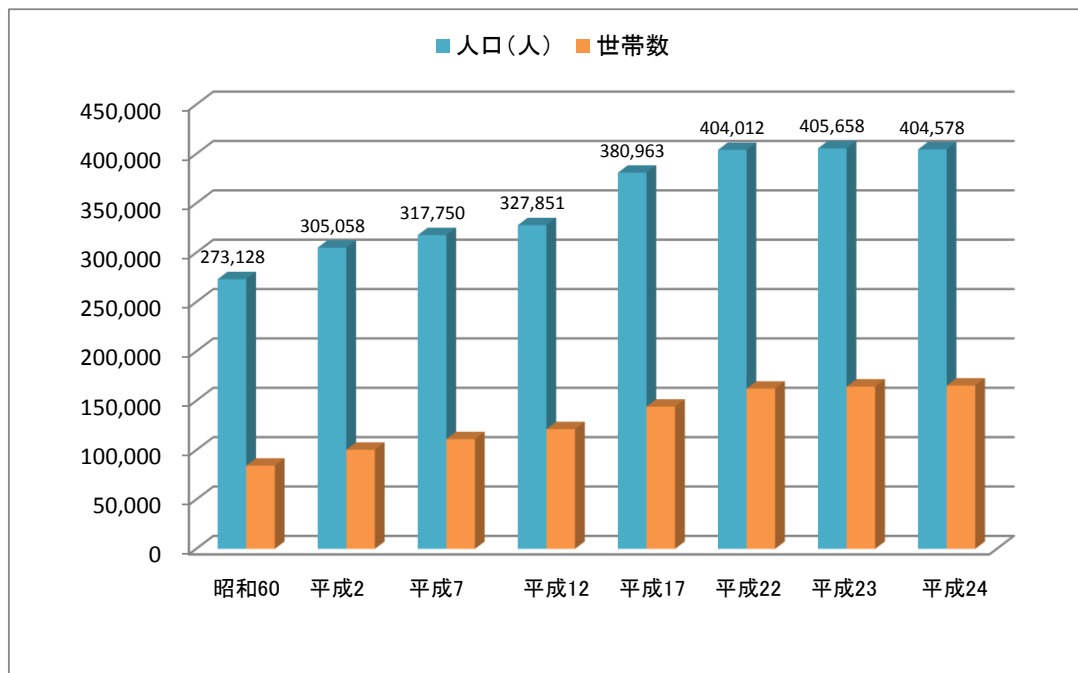


図3 人口と世帯数の推移 （出典） 柏市統計書

このような自然と住居・生活の環境に恵まれた地において、環境と文化の保全とともに、未来へ向けた「都市づくり」を実現するため「みんなでつくる 安心、希望、支え合いのまち 柏」を将来都市像としてマスタープラン及び各分野の計画を策定し、取り組んでいます。

柏市では、人々の価値観やライフスタイルの多様化、社会経済情勢の変化に対応し、多様な世代がいきいきと豊かに暮らすことのできる生活環境の整備、バリアフリーやユニバーサルデザインに配慮しながら、安心して快適な市街地の形成を目指しています。また、市街地の質的な改善や充実、防災性の向上は重要であり、道路、公園、下水道等の社会資本の整備をはじめ、費用対効果等を踏まえた取り組みが行われています。

市内には、手賀沼やあけぼの山農業公園、国の重要文化財である旧吉田家住宅、柏駅周辺の商業エリア、環境未来都市⁶の実現に取り組んでいる柏の葉エリア等、自然の豊かさと都会のまち並みの両方を有しており、多様な観光資源が存在しています。さらに、サッカーJリーグの柏レイソルやバスケットボール

JX-ENEOS サンフラワーズのホームタウンでもあります。柏の葉エリアでは、東京大学や千葉大学の研究施設の集積等があり、特色となっています。

⁶ 我が国及び世界が直面する地球温暖化、資源、エネルギー制約、超高齢化対応等の諸課題を持続可能な社会経済システムを構築しつつ、また社会的連帯感の回復を図りながら解決し、新たな価値を創造し続ける「誰もが暮らしたいまち」、「誰もが活力あるまち」。

また近隣市の中でも、魅力ある行祭事やイベントも数多くあり、観光入込客数の中でもイベント関係の入込の割合が高くなっているのが特徴です。

	観光地点	行祭事・イベント	観光入込客数 (延べ人数)
柏市	1,817,159	1,011,712	2,828,871
船橋市	401,464	657,688	1,059,152
野田市	1,952,125	558,050	2,510,175
松戸市	150,008	496,000	646,008
印西市	753,513	183,072	936,585
我孫子市	219,769	58,000	277,769
鎌ヶ谷市	184,794	14,855	199,649
流山市	10,086	0	10,086

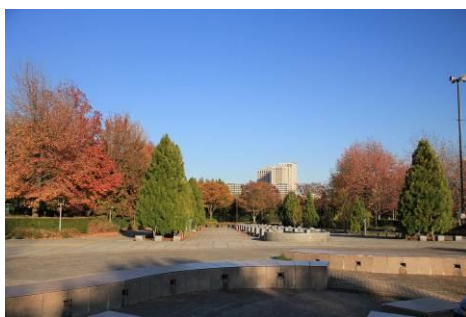
表 1 柏市及び近隣市の観光入込客数
(出典)：千葉県観光入込調査報告書（平成 23 年）

平成 23 年の柏市の観光入込客数は 282 万人で、観光地点別で最も多いのは、「県立柏の葉公園」が 92 万人（県内 13 位）、次いで「道の駅しょうなん」が 85 万人（県内 15 位）となっています。イベントでは、70 万人の方が柏まつりに訪れ、県内の行祭事・イベントの中で第 2 位の集客力を誇っています。一方、手賀沼やあけぼの山農業公園、旧吉田家住宅に関しては潜在的な価値があるものの、周知のタイミングや PR 方法等に改善の余地があります。

(単位:万人地点)

順位	観光地点	所在 市町村名	分類	平成 23 年	平成 22 年
1	東京ディズニーリゾート	浦安市	テーマパーク	3,473	3,894
2	成田山新勝寺	成田市	神社・仏閣	957	1,079
3	海ほたるパーキングエリア	木更津市	道の駅、パーキングエリア等	790	831
4	幕張メッセ	千葉市	イベント会場	478	519
5	パサール幕張(上・下)	千葉市	道の駅、パーキングエリア等	460	507
6	三井アウトレットパーク幕張	千葉市	商業施設	343	364
7	香取神宮	香取市	神社・仏閣	190	225
8	千葉マリンスタジアム	千葉市	スポーツ観戦	151	191
9	ふれあいパーク八日市場	匝瑳市	直売所・物産館等	104	106
10	道の駅水の郷さわら	香取市	道の駅、パーキングエリア等	102	138
11	宗吾霊堂	成田市	神社・仏閣	97	109
12	道の駅オライ蓮沼(物産館・レストラン)	山武市	道の駅、パーキングエリア等	95	111
13	県立柏の葉公園	柏市	公園	92	109
14	道の駅くりもと「紅小町の郷」	香取市	道の駅、パーキングエリア等	92	105
15	道の駅しょうなん	柏市	道の駅、パーキングエリア等	85	113
16	道楽園	南房総市	その他スポーツ・レクリエーション	71	76
17	鴨川シーワールド	鴨川市	水族館	70	93
18	満願寺	銚子市	神社・仏閣	70	84
19	道の駅やちよ「八千代ふるさとステーション」	八千代市	道の駅、パーキングエリア等	68	76
20	東京ドイツ村	袖ヶ浦市	レジャーランド	67	72

表 2 観光入込客数(延べ人数)の多かった観光地点
(出典): 千葉県観光入込調査報告書(平成 23 年)



【県立柏の葉公園】



【道の駅しょうなん】

(単位:万人地点)

順位	行祭事・イベント	所在 市町村名	分類	平成 23 年	平成 22 年
1	佐原の大祭(夏祭り・秋祭り)	香取市	行・祭事	75	77
2	柏まつり	柏市	行・祭事	70	69
3	茂原七夕まつり	茂原市	行・祭事	68	85
4	千葉神社初詣	千葉市	初詣	64	64
5	ふなばし市民まつり	船橋市	行・祭事	60	62
6	成田祇園祭	成田市	行・祭事	48	45
7	うらやす復興祭	浦安市	行・祭事	33	—
8	国際千葉駅伝	千葉市	行・祭事	33	29
9	中山法華経寺初詣	市川市	初詣	32	36
10	千葉の親子三代夏祭り	千葉市	行・祭事	30	38

※平成 22 年に観光入込客数が上位であった、松戸市桜まつり(平成 22 年:103 万人地点)、市川市民納涼花火大会(同:49 万人地点)は、東日本大震災の影響により平成 23 年は中止されています。

表 3 観光入込客数(延べ人数)の多かった行祭事・イベント
(出典):千葉県観光入込調査報告書(平成 23 年)



【柏まつり】

2-1-2 柏市の観光における現状

柏市は、柏駅周辺の大型商業施設とイベント等で賑わうまちというイメージにより、近隣市と比べて知名度を誇っています。「商業の集積地」、「ウラカシ」⁷や「東の渋谷」に代表されるイメージが強い一方、従来の「観光地」としてのイメージとは合わなかったため、柏市の分野別計画に「観光基本計画」は策定されておりました。したがって、交通整備や文化財保護、スポーツ振興等、各分野ごとにそれぞれの目的をもって事業が進められてきました。

国の掲げる成長戦略としての観光、また最近特に高まりつつある「食」と「農」の視点から捉え直すと、多くの観光資源が存在することがわかります。商業拠点を中心に年間を通して開催される音楽や食べ歩き等のイベント開催や、手賀沼の恵まれた自然環境、柏の葉エリアでの新しいまちづくり等に加えて、首都圏からの利便性、整備された交通網等、様々な条件も整っています。

また、柏市観光協会や事業者、市民など民間の力を活用した取り組みも求められています。政策としては、「柏市第四次総合計画」等の上位計画と歩調を合わせ、各分野別計画を反映し進めることとなりますが、観光基本計画によって将来に渡る観光振興の方向性を示しています。



【柏駅前の音楽イベント】



【柏の葉マルシェ】

⁷ 柏駅から少し離れた路地裏にある、古着店や雑貨店が軒を連ねている通りのこと。

2-2 柏市の観光における課題

2-2-1 観光に関するアンケート調査の概要

(1) 調査の目的

効果的かつ、持続的な計画を策定するために、柏市民や柏市への来訪者及び市内事業者に対し、現状の分析と課題整理を目的にアンケート調査を行いました。

(2) 調査方法

観光行動やニーズを把握するため柏市の印象、支出額、利用交通機関等を尋ねるとともに、主要観光や集客資源のとおきスポットを柏市内 5 か所の調査地点において教えていただく等、対面方式によるアンケート調査を実施しました。市民と市外からの来訪者及び柏市内の事業者への調査票は別途「資料編」に紹介しています。

(3) 調査地点の選定理由

集客数が多い地点を市域のバランスに考慮しながら選定しました。

(4) 回収サンプル

市民と来訪者に対しては各々500 以上、事業者からは 100 以上のサンプルを回収しました。有効回収調査票は以下のとおりです。

なお、日立柏サッカー場はサッカー観戦者に限定されるため、50 サンプルを回収目安としました。

調査地	調査期間	市民	来訪者	合計
柏駅前	8月7日～8月26日	125	120	245
あけぼの山農業公園	8月10日～8月29日	116	116	232
柏の葉キャンパス駅前	8月15日～9月9日	121	118	239
道の駅しょうなん	9月2日～9月5日	118	117	235
日立柏サッカー場	8月28日(サッカーの試合日)	59	59	118
有効回答者数 [N]	8月7日～9月9日	539	530	1,069

柏市内の事業者	9月26日～10月21日	110
---------	--------------	-----

※設問の中で「無回答」のものはサンプル数に含めずに有効回答のみ集計しています。

表 4 調査地及び有効回答数

- (5) 市民，来訪者の属性
回答者の性別、年齢は次のとおりです。

○性別

市民		来訪者	
男性	39%	男性	43%
女性	61%	女性	57%

表 5 回答者の性別（市民、来訪者）

○属性

・市民

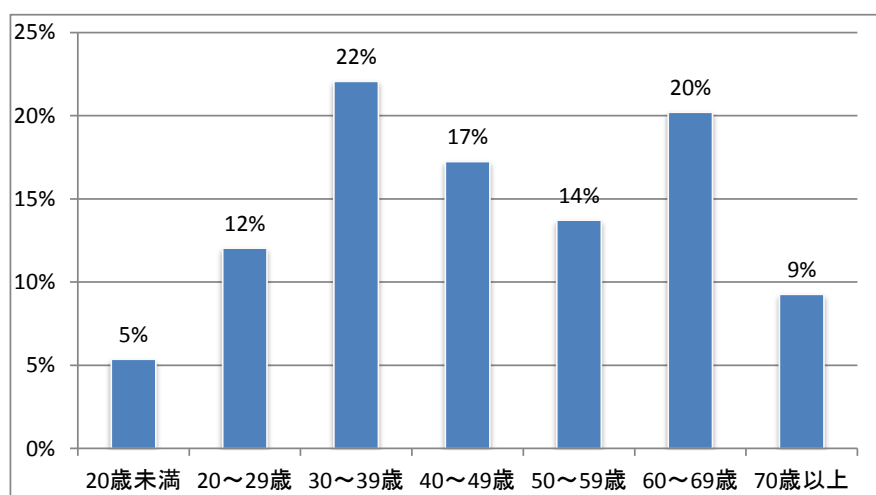


図 4 回答者の年代（市民）

・来訪者

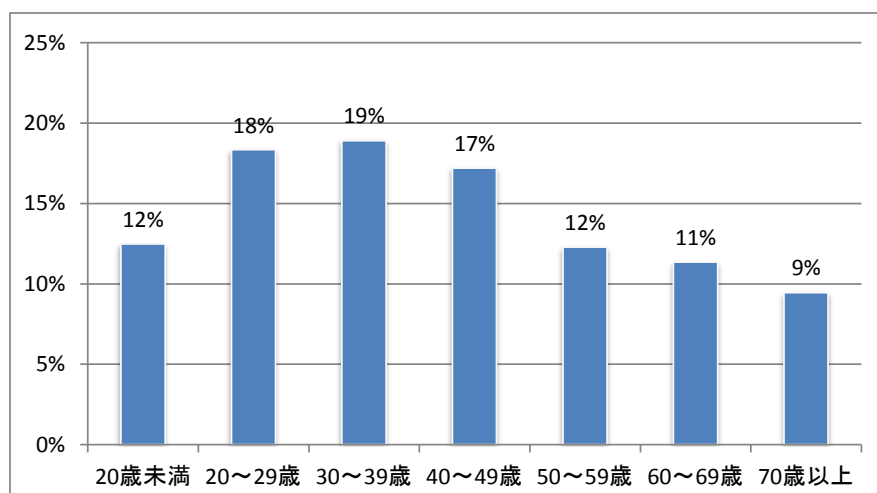


図 5 回答者の年代（来訪者）

2－2－2 観光関係事業者へのヒアリング調査の概要

(1) 調査の目的

観光に係る事業を行っている企業や団体を対象に、観光基本計画を策定するための意向や課題等を把握することを目的として実施しました。

(2) 調査方法

来訪者誘致の取組みや観光振興に重要な政策等、対面方式による約 30 分～1 時間程度の対話により、一定項目に沿って調査を行いました。ヒアリングフォームとそのまとめは、別途「資料編」に紹介しています。

(3) 回収サンプル

15 サンプルを回収しました。

2-2-3 アンケート調査及びヒアリング調査結果の分析

(1) 市民・来訪者アンケート調査結果から得られた課題

市民アンケート及び来訪者アンケートの結果から、柏市観光に関するいくつかの課題が浮かび上がりました。以下の点を解決しながら、今後の観光振興に取り組む必要があります。

- ・ 柏駅大型商業施設の利用が多く、柏駅周辺の商店街や郊外の商業施設の利用が比較的少ない。
- ・ あけぼの山農業公園や手賀沼の不満点は、交通アクセスと駐車場問題。
- ・ 柏駅周辺では道路の混雑、駐輪場が不足しているというイメージがある。
- ・ 市民や来訪者に多く利用されている観光（地域）資源が限られており、流動性や回遊性に乏しい。
- ・ 訪問回数が多いほど、再訪意欲も高くなり、消費金額も大きくなる傾向があることから、リピートを促す方策が重要。
- ・ プロスポーツの認知や集客力が強くみられる中で、文化・芸術分野では施設や誘致が不足。
- ・ バリアフリー化や子供向けの施設、トイレの設置を望む声も多くみられる。

その他に行った分析については市民向けと来訪者向けに分けて以下のとおりです。

<市内在住者向けアンケートの主な分析>

まず、市内在住者に対して行ったアンケート結果からは、観光等で各施設やサービスを利用するきっかけとなる媒体は、主に「広報かしわ」等の紙媒体の影響力が最も強く、特に年代が上がる程その影響力が強いことがわかりました。紙媒体以外では、20代～40代では男女を問わず、「クチコミ」や「インターネット」、「パソコン」、「SNS⁸」等から情報摂取していることが読み取れます。

また、市内在住者が抱く柏のイメージは、「買い物」であるという回答が全年代に渡って強く出ており、商業地としての情報発信力・イメージは相当なものであることが読み取れる反面、観光施設や健康サービスの認知度が低いことが表れました。

イメージを更に細分化して見ると、市内在住者であっても柏市に対するイメージは世代毎に異なることがわかりました。高年齢層になるほど「自然」や「歴史や風土」に対して関心が強まり、若年層は柏駅周辺等の「イベント」や「娯楽施設」への関心が強いことが読み取れました。

⁸ Social Networking Site の略。インターネット上の交流を通じて社会的ネットワークを構築するサービス。

市内の観光等施設の利用頻度を分析したところ、商業施設の集客力はもとより、「あけぼの山農業公園」、「県立柏の葉公園」、「北柏ふるさと公園」、「柏ふるさと公園」、「手賀の丘公園」等の比較的大規模な公園のヘビーユーザーは、30～40代ファミリー層であることがわかりました。その中でも、柏駅周辺のいわゆる「ウラカシ」を利用する人は20代男性と40代男性が多く、明確な差異が読み取れています。

次に、平均利用額を見ると、花や自然鑑賞がメインとなるあけぼの山農業公園は、金銭消費の活動が少ないことがわかりました。あけぼの山などの郊外の観光施設へは「自家用車」で訪れる割合が高く、駅周辺施設へは5割近くが「鉄道」、「徒歩」で訪れていることから、交通機関の利用についても明確な違いが表れています。

<市外からの来訪者向けアンケートの主な分析>

情報をどこから得ているのかという問いに対して、市外からの来訪者は、市内在住者のそれと異なり、20代女性を筆頭に「テレビ」で見て来訪する人が多く、紙媒体は「広報かしわ」等の市内限定の媒体ではなく、「新聞」の影響力が強いことがわかりました。また、市内在住者と比較しても、「SNS」や「パソコン」、「インターネット（携帯電話）」の影響力が強く出ています。

次に、市外からの来訪者のイメージは「買い物」が強く、観光のイメージは薄いことがわかりました。その中でも、茨城県からの来訪者は買い物やまち歩き等への関心が高く、千葉県内からの来訪者は柏駅周辺等のイベントの認知度が高いことがわかりました。

来訪者の平均利用額は、とくにサッカー観戦目的の来訪者の支出額が比較的高いことがわかり、滞在時間・利用額ともに伸ばす余地があることがわかりました。ただし、柏駅周辺等での食事・買い物での平均利用額は、市内在住者に比べて低く出ており、課題に繋がるものと言えます。

交通機関での来訪手段は駅周辺＝鉄道、郊外＝車と明確に異なっています。滞在時間についても、あけぼの山農業公園や日立柏サッカー場等、来訪目的がはっきりした施設の滞在時間は比較的長く、あけぼの山農業公園については食事や観光目的での施設を充実させることによる、滞在時間の延長の余地が見込まれます。

(2) 市民・来訪者アンケート調査結果のまとめ

①市民

- ・イベント等の情報をどのように入手したかという問い（Q1）では、「広報かしわ」が56%、次いで「家族・友人の口コミ」が36%と全体のほとんどを占めている。

- ・観光のイメージ（Q2）では、「買い物が楽しめる」、「自然環境が豊か」、「プロスポーツチームがある」という意見が多く見られる。一方、「大人が楽しめる」、「上品な街の雰囲気」、「国際的な雰囲気」等の意見が非常に少なく、若者の街のイメージの印象が強く残っている。
- ・観光資源の利用頻度（Q3）では、柏駅周辺や柏の葉キャンパス駅周辺の大型商業施設、郊外型の大型商業施設へ行くという意見が多い反面、ウラカシや地域商店街へは「ほとんど行かない」、「知らない」との意見が多い。また、こんぶくろ自然博物公園や手賀沼周辺の史跡・果樹園・サイクリングコース等、「ほとんど行かない」、「知らない」が多い。
- ・“知る人ぞ知る”観光スポット（Q4）では、桜やもみじ、カタクリ等、花のスポットをお勧めする意見が多く寄せられた。
- ・観光（地域）資源についての不満（Q5）では、「公共交通が無い」もしくは「便数が少ない」、「駐車料金が高い」等、移動手段の不満が挙げられた。また、質の高い音楽ホールの無いとの意見が寄せられた。
- ・「柏駅周辺」についての不満（Q6）では、「道路が狭い」、「駐車場が不便」、「赤ちゃんや子どもが安心して休憩できる場所が無い」、「バリアフリー化が進んでいない」、「緑や公園が無い」等の意見が寄せられた。
- ・「あけぼの山農業公園」、「手賀沼周辺」についての不満（Q7）では、「イベント時やシーズンの時、渋滞する」、「柏駅から遠く交通の便が悪い」、「ジョッキング等していて休憩するお店がない」等の意見が寄せられた。

※「支出予定額」、「主な交通手段」、「性別」、「年代」、「同行者」、「職業」等は「資料編」を参照してください。

②来訪者

- ・イベント等の情報をどのように入手したかという問い（Q1）では、「家族・友人の口コミ」を39%の人がチェックしており、次いで「駅・電車の広告」、「インターネット」、「テレビ」、「新聞」、「雑誌」と続いている。
- ・観光のイメージ（Q2）では、市民アンケートと同様に「買い物が楽しめる」、「自然環境が豊か」、「プロスポーツチームがある」が上位3位となっている。4位には駅周辺に飲食店が多く集まっていることや大型

商業施設があることから「美味しい食べ物」、「都市散策やまち歩き」が続いている。

- ・観光資源の利用頻度（Q3）では、ほぼ市民アンケートと同様の傾向を示している。
- ・観光資源のイメージ（Q5）では、60%の人が「買い物」をチェックしており、市外からの来る方の多くは買い物を目的にしていることが分かる。
- ・主な交通手段（Q8）の問いでは、「自家用車」と「鉄道」を利用する方がほとんどを占め、ほぼ同率であった。

※「柏市への来訪回数」、「市内の滞在時間」、「支出予定額」、「再訪しない理由」、「競合地域」、「性別」、「年代」、「同行者」、「職業」等は「資料編」を参照してください。

(3) 事業者アンケート、ヒアリング調査結果から得られた課題

事業者アンケート及びヒアリングの結果から、柏市観光に関するいくつかの課題が浮かび上がりました。以下の点を解決しながら、今後の観光振興に取り組む必要があります。

- ・観光客が増えることにより、騒音・ゴミ等の増加と治安の悪化が懸念される。
- ・不法投棄等によるまちの美観（景観）の悪化。
- ・道路や駐車場等交通インフラの整備が必要。
- ・アクセスや回遊性が悪い。
- ・観光やイベント情報の発信不足。
- ・情報共有を含めたネットワーク構築が必要。
- ・地域の特産物がない。
- ・駅前周辺だけではなく郊外・地域にもっと目を向けるべき。
- ・柏の葉スマートシティの充実。
- ・点在する既存資源を上手く活用していない。
- ・歴史的な資源が周知されていない。
- ・早急にオリンピックに向けた観光事業に着手すべき。

＜事業者向けアンケート、ヒアリングの主な分析＞

観光や集客に対するイメージでは、「まちににぎわいをもたらす」や「飲食店・小売業者等が繁盛する」等の回答が多い反面、集客によって「交通の混雑が増える」、「騒音やごみが増える」、「治安が悪化する」等のマイナスイメージを懸念する声もみられました。これと平衡して、柏市の重要な観光要素として道路、案内標識、駐車場の整備や公共交通機関の利便性の向上を求めている声が多く寄せられました。

また、集客につながる柏市の魅力として、イベント開催が多いことや自然と商業が一体化したまちであること、美味しい食べ物がある等の声がありました。しかし、魅力があるといった声があるにも関わらず、柏市の観光振興に重要な政策としてプロモーション活動、情報発信をするべき声も挙がっており、十分に柏市の魅力の発信ができていないことがわかりました。食に関しても、柏産の農産物等で特産品・土産品の開発をすることが、柏ブランドの構築につながるとの意見がありました。これら観光資源を積極的にPRをしていく必要があります。

PRとともに、推進体制の強化や情報の一元化を臨む意見があり、効率的に情報発信するためにも行政だけでなく、関係事業者や市民等と一体となって連携した仕組みづくりや取組みが重要となります。

(4) 事業者アンケート調査結果のまとめ

- ・観光、集客に対するイメージ（Q5）では、「まちににぎわいをもたらす」、「飲食・小売業等が繁盛する」、「柏市の知名度が上がる」、「観光客によって地域内の消費が増える」等、プラスイメージの回答が多かったものの「渋滞が増える」、「騒音やごみが増える」、「治安が悪化する」等、マイナスのイメージの回答も多くあった。
- ・集客につながる柏市の魅力（Q6）では、「買い物が楽しめる」、「プロスポーツチームがある」、「面白いイベントや祭りがある」が上位3位を占め、次いで「美味しい食べ物がある」と続いている。
- ・柏市での重要な観光要素とその理由（Q7）では、「道路、案内標識、駐車場等の整備や公共交通機関の利便性向上」、「観光・イベント情報の発信」、「特産品、土産品や郷土料理などの開発」と続いている。一方で「市民と観光客との交流」や「郷土の文化の伝承」は少なく集客を誘導し、消費につながる事業が重要であると考えている事業者が多い。

- ・観光事業に求められる政策支援（Q8）では、「柏市の観光事業のPRの充実」が突出しており、一番求められていることが分かる。

※「所在地」、「業種」、「事業継続年数」、「従業員数」は「資料編」を参照してください。

(5) 事業者ヒアリング調査結果のまとめ

- ・観光、集客に対するプラスのイメージでは、「にぎわい」、「利便性」、「ビジネスチャンス」、マイナスのイメージでは、「不法投棄」、「治安の悪化」、が挙げられた。
- ・集客につながる柏市の魅力について「商業と自然が一体化したまち」、「イベントが多い」、「食の魅力」、「柏の葉を基軸にした世界に発信する未来都市」等が挙げられた。
- ・柏市の重要な観光要素について「商業や自然、スポーツ、温泉等の現存する観光資源を有効活用し、魅力を高めていく」ことや、また柏ブランドを構築するために「農家と連携して特産品を生み出す」、広く柏市を知ってもらうために「映画のロケ地等の努力が必要」との意見が挙げられた。
- ・柏市の観光振興に重要な政策としてまず、各観光関係団体との情報を一元化する等、体制を整えることが必要である。また、イベント等の情報周知では、広報かしわの有効活用や様々な媒体を利用してPRする努力が必要との意見があった。
- ・観光振興に取り組む上での課題に「実施可能性を見据えた深堀対応が重要」であることや、「行政部署内での調整を図り、各計画と連携反映させた観光振興に取り組むべき」との意見が挙がった。
- ・観光振興を推進するための方策案として「経験豊富な人材の発掘と育成」や「柏駅と柏の葉キャンパス駅間のインフラ整備」、また「食のPRとして、民間企業を巻き込んだ大きなイベント」等の意見が挙がった。

※「観光振興への取り組み実態」、「柏市が観光振興に取り組むことについての考え」、「観光振興に関係すると思われる非公式組織、人材、連携」等については「資料編」を参照してください。

2-2-4 アンケート調査及びヒアリング調査結果の分析から見た方向性

市民・来訪者のアンケート及び観光事業者のアンケート、ヒアリング調査結果から、柏市の観光という視点からの施策の方向性を見出すことができます。

すなわち、市民や来訪者では他市の観光地のように、柏市では1箇所に観光施設や観光資源が集まっているところ無く市内全域に散らばっていることで、移動手段としての公共交通や駐車場等、回遊性を増す取り組みが必要とされています。

また、スポーツの分野では、スポーツのクラブチームのホームタウンとなり、柏レイソルのような全国的にも有名なチームとホームスタジアムがあります。しかし、芸術の面では、柏駅周辺のアートイベントや小・中・高等学校の吹奏楽部が活躍している反面、駅周辺には公共の美術館や大規模な音楽ホール等がありません。

また、事業者アンケートやヒアリングからは、人が集まることで生じるゴミや騒音、治安の悪化等が不安がられている反面、観光資源となりうる素材はあるものの、情報発信が十分でないため資源を活かしきれていない等の意見を見ることができます。

このような結果を整理していくと次の6項目にまとめることができます。

課題① 観光資源の積極的な活用ができていない

課題② 交通網の整備が必要

課題③ 効果的な情報発信による来訪者の誘致が不足している

課題④ 市民の郷土愛を育む取り組みが不足している

課題⑤ 柏のブランドイメージが定着していない

課題⑥ 関係機関との更なる連携強化が必要

図6 柏市の課題

この6つの課題を解決するため市民・事業者・行政が連携し積極的に取り組みを進め市内外へ情報発信することによって、市民の意識を高めることにつながり来訪者の増加を促進することになります。

第3章以降では、観光基本計画の基本方針や施策の進め方、第4章では推進策を示しています。

第3章 計画の基本方針と基本施策

3-1 計画の基本方針

基本方針は、「柏市第四次総合計画」及び「柏市産業振興戦略プラン」を踏まえつつ、第2章のアンケート調査、ヒアリング調査から抽出された課題に対応する基本的な考え方をまとめました。

メインテーマ「都市と自然、未来にふれあえるまち柏」

「都市」とは…

市民・来訪者が出会い、ふれあえるまち

柏駅周辺での多彩なイベントや人とのふれあいは、市外から柏市に訪れる来訪者だけではなく、市民も一緒に楽しめるものとなっています。観光資源を活用して、市民や来訪者が心から楽しめる環境をつくることで、人と人との出会いが、コミュニケーションをとる機会につながり、まち全体も活気づきます。市民と来訪者がともにふれあうための機会をつくり、交流拠点となるまちを目指します。

「自然」とは…

いきいきと楽しく健康づくりができるまち

都心に近いながらも、家族や仲間たちとレジャー活動や趣味等を通じて楽しめる自然環境・文化があります。手賀沼でジョギングやサイクリング等のスポーツ、その周辺地域での農業体験、四季折々の草花の鑑賞や歴史ある寺社仏閣の見学等、いきいきと楽しく余暇活動ができるよう環境を整えていきます。

「未来」とは…

柏発信の先端技術が見えるまち

市内の観光資源の一つとして特徴ある地域性を持つのが、柏の葉エリアのまちづくりです。柏の葉エリアでは、先進的な研究を行っており、頭脳と技術の集積があります。ここでは、未来の新しいコンセプトを提供することができます。オープンキャンパスや MICE⁹の誘致により日本国内のみならず、世界各地から多くの方々に訪問してもらい、最先端の技術が生活の一部として活用されているまちを見て、体験してもらうことができます。

⁹ Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive（研修旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一形態を指す。一度に大人数が動くだけでなく、一般の観光旅行に比べ参加者の消費者が大きいことなどから、MICE の誘致に力を入れる国や地域が増えている。日本でも、国のインバウンド振興策に連動し、自治体による海外向けの誘致活動が盛んになっている。

そして、基本方針のもと、観光振興の施策の方向性を次のとおり定めます。

「人が集まるものをすべて観光資源と考える」

柏市には、柏駅を中心とする商業施設の集積、あけぼの山公園や手賀沼エリア周辺の農業景観、柏の葉キャンパス駅を中心とした大学や研究機関の集積等、エリアごとに異なる特徴を持ったまちとなっています。そして、それぞれのエリアの持つ魅力に惹かれて、若者やファミリー層、ビジネスマンや研究者たちが集まってくるまちとなっています。これらの全てを観光資源と位置付けて、集客や誘致の取組みを行なっていきます。

「シティプロモーションの促進」

本計画で言う「シティプロモーション」とは、柏市のPR手法を見直し、認知度を高め、集客に働きかけることに加えて、柏で働き、住みたいという人材を呼び込み、都市の魅力を強化しブランドイメージを確立することです。

情報発信の方法としては、フェイスブックやツイッター等のSNSの活用を含め、効果的なPR手法を展開していきます。

「シビックプライドの醸成」

「シビックプライド」とは、住んでいるまちに自然と誇りを持てるよう、「市民がそのまちに対して持つ自負・公共心」を指します。

シビックプライドは、人口や所得や公共施設の数といった指標では測れない、測定困難な相対的概念です。集客面で成功した事例を見ると、成長しているまちとは、ブランディング¹⁰の首尾一貫した姿勢や事業に参画している多くの市民、関係者の協力が欠かせません。

観光は、「市外からの集客手段である」と捉えるだけではなく、市民が誇りに感じることができる観光資源をつくりあげることが重要です。

「市域を超えた広域連携」

事業の取組みの実現には、各事業における専門的な知識や協力体制等が必要になります。まず、柏市も市内との連携を図り調整・情報共有等を行うとともに、観光協会や市民、大学、事業者が一体となって、観光振興を図っていかねばなりません。

また、手賀沼等、より広域な取組みが求められている観光資源については、我孫子市や印西市等、周辺自治体と協力しながら観光振興に取り組んでいきます。

¹⁰ 顧客や消費者にとって価値あるブランドを構築するための活動。

3－2 施策の進め方

本計画における施策の実施については、以下のとおりです。

○「成功体験の確立から」

本計画に記載した各事業について、短期（3年）を基準に事業遂行できるものを優先して実施していきます。

短期で行う事業の成功体験を積み上げることで、自信や事業のノウハウ等が身につけられ、中・長期で行う事業の弾みになります。

○「助成金に頼らない施策から」

多くの助成金は初期投資のみが対象となるため、後年度のランニングコストの財源確保が課題となります。したがって、その解決策を念頭に置くことが求められます。

継続的な財政負担は市の厳しい財政状況を踏まえると、助成金に頼らず財源確保されている事業から優先して実施します。

○「市民参加の仕組みづくりから」

柏市が観光振興に取り組む上では、地元（柏市民・東葛地域の住民）の人々が愛し、誇りに思える観光資源でなければなりません。そのため、事業を進めていく上で市民との協働の視点を持って実施します。

3－3 重点地域

各施策の検討にあたり、資源の集積度、集積している資源の特性、地域の特性、交通環境等を勘案して4つのエリアを設定します。

<地域区分>

地域の名称	特 徴
柏駅周辺エリア	柏駅周辺には、多くの商業施設や飲食店等が立地し、買い物客で賑わっています。また、商店会等が主体となったイベント等も数多く行われています。
あけぼの山公園 周辺エリア	季節折々に咲きほこる花畑や布施弁天等、観光名所として観光客を集めています。憩いの場として、特に子育て世代の来園が多いです。
手賀沼周辺エリア	豊かな自然が残る手賀沼は、サイクリングやウォーキング等スポーツが盛んに行われています。また、野菜の生産地として近郊農業も発展しています。体験型・参加型の事業も始まりつつあります。
柏の葉エリア	大学等の研究機関や先進技術を持った企業が集積した地域で、公民学が連携してまちづくり活動を行っています。環境未来都市として市内外に発信していくためにスマートシティツアー ¹¹ の導入やMICE誘致等を行っています。

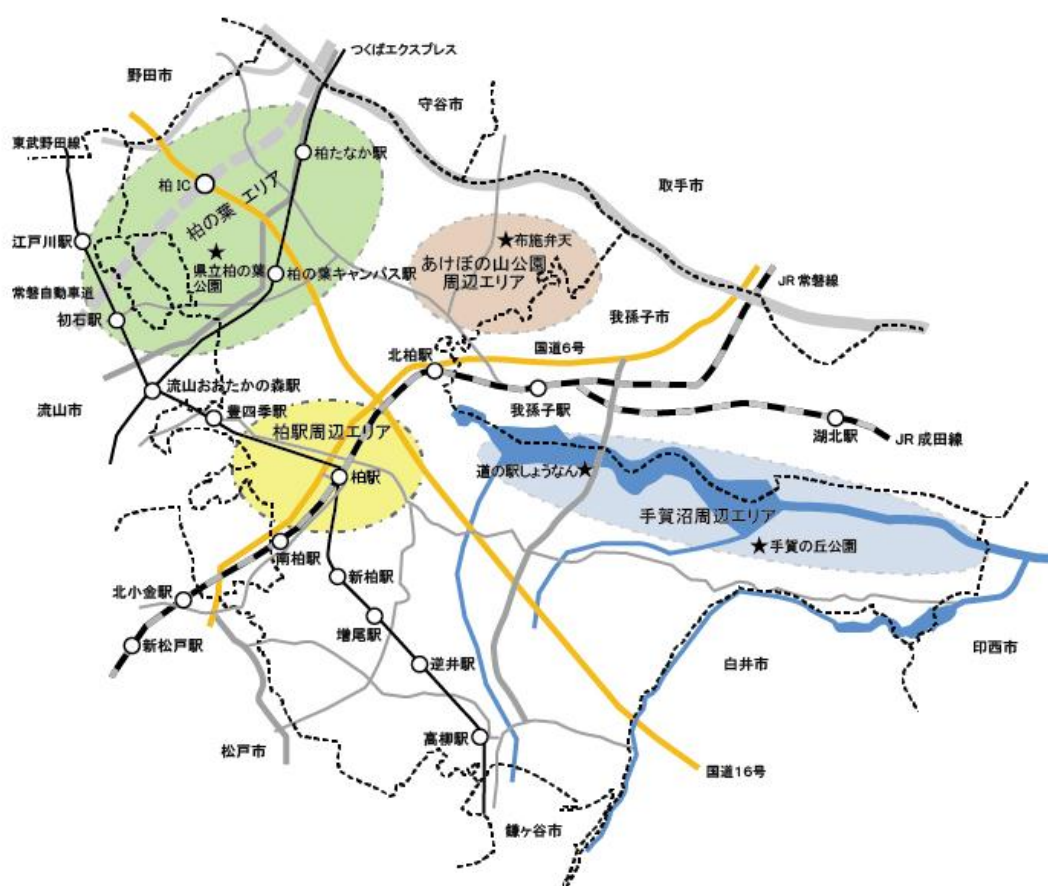


図7 地域区分図

¹¹ 目指すべき未来像の実現に向けて「環境共生都市」、「健康長寿都市」、「新産業創造都市」の3つのモデルを提示し、先端技術等により課題解決していくプロジェクトをツアーにして、まちづくりを見学してもらうもの。

第4章 取組むべき事業（観光推進の方策）

4-1 柏市全域での取組み

(1) 現状

柏市には、恵まれた自然環境や産業（農業、商業、工業）、歴史や文化が存在します。農業についてはあけぼの山や沼南地域、手賀沼周辺等農業とふれあう環境があり、商業については柏駅前の中心市街地に商業施設が集積し、賑わっています。工業についてもオンリーワン製品や技術を持つ企業、世界トップシェアの製品を扱っている企業、最先端の技術を研究開発している企業等、市民が誇れる企業が数多く存在します。

そして柏市には、「地元 かしわ」を愛する市民が多く、様々な市民団体がイベントや自主的な活動に取り組んで、柏市のイメージアップや活力向上に一役買っています。

また、里山ボランティア等、地域コミュニティの醸成を行う活動に取り組む多くの団体や個人が存在し、貴重な地域資源の景観を守ることに繋がっています。

カシニワ制度は、市民が樹林地や空き地又は、一般公開可能な個人宅の庭で行なう様々な活動を支援する制度で、それら活動を通じて、みどりの保全・創出、交流の促進並びに地域の魅力アップに繋げることができます。

さらに、おびしゃ¹²や東葛印旛 88 カ所巡り¹³等、地域の伝統行事も継承されるとともに、国指定重要文化財の旧吉田家住宅では、後世に残し伝えていくための保全を図りながら、施設内ボランティアガイド、地域の交流等広く活用されています。また、首都圏で現存する最古の教会堂である県指定文化財の旧手賀教会堂（正式名称：日本ハリストス手賀教会）もあります。

柏をホームタウンとするスポーツクラブとチーム（プロ、実業団、社会人、公益財団法人）もスポーツツーリズムの資源と考えられます。市民及び来訪者を対象としたアンケート調査結果でも、柏市のイメージとして、「買い物が楽しめる」、「自然が豊か」、「プロスポーツチームがある」が上位3つを占めています。

¹² 関東地方、特に千葉県に多く、もとは弓を射て的に当てることで、その年の豊穡を祈る伝統行事。

¹³ 千葉県の旧東葛飾郡と旧印旛郡にまたがる四国八十八箇所霊場の写しを巡礼する行事。



【カシニワ】



【旧手賀教会堂】

(2) 課題

＜スポーツクラブ・チームの活用と交流できる施設不足＞

ホームタウンとするスポーツクラブ・チームは多くあり、柏レイソルを筆頭に交流を深める活動をしています。スポーツクラブ・チームはツーリズムの面から、重要な観光資源のひとつであり、地域ブランド確立の上で積極的に活用すべき財産と言えます。

柏市には「スポーツチームがある」というイメージが定着していますが、日立柏サッカー場以外、室内スポーツで正式試合を誘致できる施設がありません。スポーツチームを活用した観光振興を図る上で、ホームゲームが開催できる施設が必要とされます。

＜地域のプロモーション不足＞

柏駅前の大型商業施設や柏駅周辺の商店街、そして郊外の商業施設への訪問率は高い反面、市内に数ある観光資源についての認知度は決して高いとは言えません。評価の高い観光資源についても、まだまだ知られていない状況にあります。来訪者を増加し長期的にリピーターを増やす上でも、より積極的なPR活動が必要とされます。

＜市民参加の促進＞

柏市では、市民団体の主催するイベントが連日行われ、また季節ごとの祭りや催事も多くあります。市民が積極的に参加し、柏市を活力あるまちにする取り組みが多い一方で、イベントプロモーションの仕組みづくりや運営面では、さらなる市民参加が求められています。

柏市に愛着を持ち、柏市の良さを強く認識している市民は、まちの担い手であり、情報発信の担い手でもあります。市民参加型のイベントを増やし、内外に向けて情報発信する必要があります。

(3) 推進策

柏市の観光資源を戦略的にプロモーションするとともに、市民の地域活動への参加を促進し、郷土意識を高めるため、具体的に以下のような取組みを検討していきます。

○優れた技術力を持つ地元企業の活用

推進策の概要	他都市の事例
① 観光等に寄与する地域経済の振興として、植物工場等の立地や企業を紹介するツアー、工場見学等を促進させ、地元企業の活動や取組みについて、対外的にPRします。	静岡県浜松市では、うなぎパイの工場やグランドピアノ工場などの見学を実施し、産業観光の促進に取り組んでいます。すぐれた企業の存在は、地域のイメージアップに結びつき、観光客誘致に役立てることが可能になります。 子どもたちにもものづくりの大切さが伝わり、一般の方の消費拡大につながるとともに、観光客の滞在時間が長くなりました。  【浜名湖地域産業観光ガイド】

○スポーツやクラブ・チームの積極的活用

推進策の概要	他都市の事例
① 柏に本拠地を置くスポーツクラブ・チームによるホームゲームを盛り上げ、集客を図ります。 ② 各種イベントにスポーツ選手を招き、市民と交流する機会をつくります。 ③ オリンピック、パラリンピックに向けてキャンプ地や合宿地として誘致活動を行います。 ④ 手賀沼・手賀川のウォータースポーツの振興を周辺自治体と連携して進めていきます。	神奈川県川崎市では地域を拠点に活躍している川崎フロンターレ（サッカー）やNECレッドロケッツ（女子バレーボール）等をかわさきスポーツパートナーとして認定しています。 市内小学校を中心としたふれあいスポーツ教室の開催や市民との交流イベントを通じ、スポーツの推進や川崎のイメージアップに取り組んでいます。 交流を通じ皆で同じチームを応援することにより市民の一体感が高まりました。



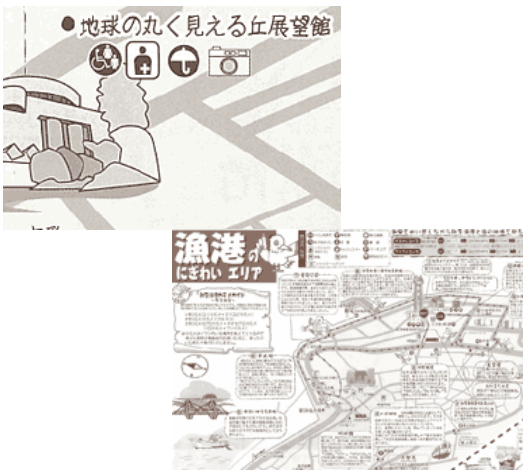
【日立柏サッカー場】

○観光プロモーション活動の推進

推進策の概要	他都市の事例																				
① 市内の各観光拠点（あけぼの山公園、手賀沼等）を結ぶ公共交通やサイクルロード等について検討します。 ② 観光拠点を巡るバス路線の新設と既存のバス停留所の名称の見直しを検討します。 ③ 市民から市内の建物、風景、歴史、文化、自然環境、農園等の情報を集めてデータベース化し、映画やドラマ撮影のロケ地活用を積極的に誘致します。 ④ 大規模な収容能力のある場所を活用した野外イベントの開催を実施します。 ⑤ 市内の小中高等学校の吹奏楽部と連携したプロモーション活動を検討します。 ⑥ テレビドラマを活用してプロモーション活動を実施します。 ⑦ 柏のウイスキー文化の PR を行っていくします。 ⑧ 柏をイメージした商品開発を行い、定番土産を開発します。 ⑨ 築地市場等のような市場の観光的な魅力を活かし、柏市公設市場で、市場ならではの食料品や調理器具等が購入できる施設を整備し、賑わいを創出します。	・ 茨城県つくばみらい市では、市内にあるロケ施設と連携したフィルムコミッション¹⁴を展開しています。 都心から 1 時間圏内のアクセスを活かしたロケ地の提供とともに、500 人を数える市民エキストラの会と協働し、地域の賑わいに繋げています。 <table><tr><th>撮影実績</th><th>平成 22 年度</th><th>平成 23 年度</th><th>平成 24 年度</th></tr><tr><td>テレビ</td><td>17</td><td>15</td><td>22</td></tr><tr><td>映 画</td><td>4</td><td>3</td><td>5</td></tr><tr><td>その他</td><td>2</td><td>2</td><td>0</td></tr><tr><td>合 計</td><td>23</td><td>20</td><td>27</td></tr></table>  【つくばみらい市のロケ地】 （出典）つくばみらい市ホームページ ・ 沖縄県今帰仁村の古宇利島では、島にまつわる伝説に因んだ地元産食材を使用した地域限定のオリジナルクッキーを生産、その場所にいかなければ買えないことも話題となり、賑わい創出につながっています。	撮影実績	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	テレビ	17	15	22	映 画	4	3	5	その他	2	2	0	合 計	23	20	27
撮影実績	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度																		
テレビ	17	15	22																		
映 画	4	3	5																		
その他	2	2	0																		
合 計	23	20	27																		

¹⁴ 映画等の撮影場所の誘致や撮影支援する機関の総称。

○情報発信の充実

推進策の概要	他都市の事例
① 来訪者の目的に合わせた観光情報の発信を行うために、ガイド、飲食店紹介冊子を作成します。 ② かしわインフォメーションセンター¹⁵やデジタルサイネージ¹⁶、SNS等を活用して最新情報を発信します。 ③ 体験農業や直売所、農家レストラン等の農業分野について情報発信し、都市型農業をPRします。 ④ 雑誌、新聞、テレビ、口コミ等様々な媒体を使用して広く情報を発信していくとともに、民間活力を利用して多種多様なイベント情報の収集方法を検討していきます。 ⑤ 市の広報物を有効活用し、市以外の主催団体イベント情報の発信にも努めます。	銚子市の3つのエリアについてまち歩きの魅力余すところなく伝える「てんでん銚子まち歩きマップ」は、郷土史研究家等の有識者や観光ボランティア、地域住民等、13名のメンバーからなる「銚子まちなか歩き研究会」が作成しました。 この活動で「外川ミニ郷土資料館」はテレビ番組でも取り上げられ銚子電鉄の利用も増加しました。  ●地球の丸く見える丘展望館 【銚子市の「てんでん銚子まち歩きマップ」】



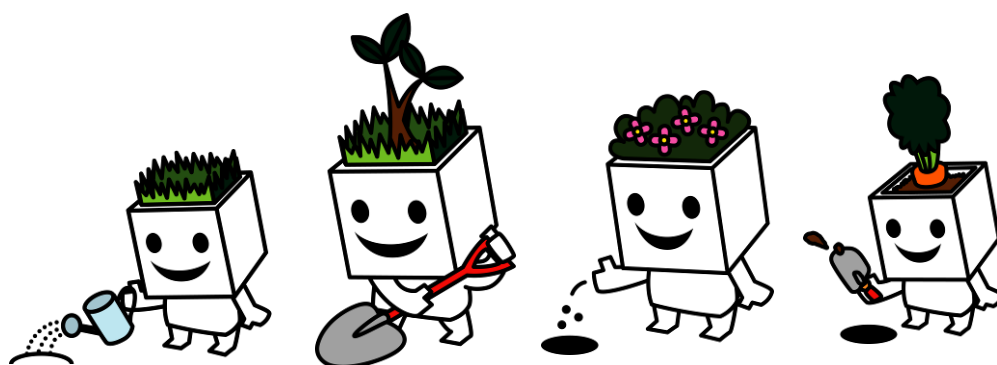
【かしわインフォメーションセンター】

¹⁵ 柏市と近隣市の行政情報、地域情報、民間情報等の情報提供をはじめ、まちづくり団体との交流、イベントの企画などを行っている柏駅東口に設置された情報発信拠点。

¹⁶ 屋外や店頭などに設置された液晶ディスプレイなどの映像表示装置。通りすがりの人に案内情報や広告などの情報発信をする。

○市民・来訪者の地域参加の促進

推進策の概要	他都市の事例
① 市内で毎日のように行われているイベントの情報を一元化して発信するポータルサイトを構築し、市民や来訪者がワンストップで情報入手できるようにします。 ② 既存のボランティア登録制度を有効活用します。また、観光ガイドとしての育成を推進していきます。 ③ モニター制度により、イベント終了後に意見を集約するシステムを構築します。 ④ カシニワや里山ボランティア等の制度をPRして認知度アップを図り、参加者・活用者の増加を図ります。	3年に1度神奈川県横浜市で開催される現代アートの国際展「横浜トリエンナーレ」は市民参加型の運営をしており、多くのサポーターによって支えられています。サポーターのフェイスブック利用等で活動が広がっています。また1年を通じて市民参加型のイベントを展開している地域として、埼玉県狭山市や神奈川県茅ヶ崎市を挙げることができます。  【横浜トリエンナーレのホームページ】



カシニワ制度マスコットキャラクター
「ニワやん」

○歴史文化財、文化芸能の保全とシビックプライドの定着

推進策の概要	他都市の事例
① 柏郷土資料展示室の周知を図ります。 ② こども図書館の利用促進を図ります。 ③ 地域の伝統行事を紹介し、地域住民に知ってもらえる機会を設けます。 ④ 昔話や芸能伝承について多くの市民に知ってもらい、次世代へ伝承するために、映像や音声等で記録します。 ⑤ 寺社の茅葺屋根修繕等の見学ツアーを検討し、普段見ることのない現場を見てもらい、歴史文化財に触れる機会を作ります。 ⑥ 旧吉田家住宅歴史公園に観光バスが入れるように検討します。 ⑦ 民間の文化財保全のため、財源確保に努めます。 ⑧ 市内全域を対象としたまち歩きマップの作成を検討します。 ⑨ 柏の葉公園は周辺住民の憩いの場や健康づくりの場としての活用を促進します。 ⑩ こんぶくろ池の生態系を紹介する機会を増やします。 ⑪ 市内に点在するサクラやカタクリ、ボタンの名所について環境保全に配慮しながら、より市民に鑑賞してもらえるように努めます。 ⑫ 歴史文化財の紹介や自然環境の保全を目的としたボランティアを組織します。	- 佐賀県では、語り継がれて来た昔話を県の貴重な伝承遺産としてデジタル化し、県立図書館のホームページで公開しています。 子ども達に佐賀弁等の伝統が伝わるとともに、地元の人や他県に転居した人の故郷を思う気持ちが強まり、地域の再発見・再認識につながっています。  【佐賀県立図書館ホームページの「佐賀の昔話」のコーナー】 - 北海道剣淵町は絵本の里として有名です。絵本の館は図書室と美術館が一緒になった施設で、親子がふれあえる場所として人気があります。 この活動をもとに制作された映画「じんじん」では、町中がロケ地として賑わい、テレビ取材も増えました。  【剣淵町の絵本の館】 - 神奈川県では、環境省・箱根町とともに、神奈川県自然公園指導員やボランティアの方々の協力のもと、登山道の補修や階段設置作業から、外来生物の駆除やイノシシが掘った穴埋め、ゴミ拾い等を行っています。ヘイケボタルの個体数の増加等の効果が出ています。

- | | |
|---|--|
| <p>⑬ 大銀杏、うなぎ、鴨、弁天様の神事で使われるたまご¹⁷等、柏に所在する様々な地域資源の活用を図ります。市民や来訪者の新たな発見や愛着にも繋がっていくよう、地域の民間事業者と連携して商品開発を行います。</p> | |
|---|--|

(4) 将来展望

柏市で生産されている農産物や加工品、工業製品等を市民に向けて知ってもらう機会をつくることで、地元に対する意識の向上を促すことができます。他市にはない、カシニワ制度や柏レイソル等の特色ある観光資源に愛着と誇りを持ってもらうことが観光資源の効果的な活用にもつながっていきます。

都心に近いながら自然や歴史が残る柏市は、歴史文化財や伝統文化等の保全や伝承を目的に、映像や音声で記録をしたり、身近に感じてもらえるよう商品開発や歴史文化財に触れる機会をつくることは、地域の歴史を知り次世代への担い手の育成につながります。

カシニワ制度は、一般公開可能な個人の庭や市内の樹林地等の緑地保全・創出だけでなく、活動を通じて地域の人々との交流を図ることができます。

また、柏レイソルのホームタウンとしてチームの応援やスポーツ選手との交流、地元小中高等学校の吹奏楽部との連携したイベント開催を行うことはスポーツや音楽を通じて人々の交流が深まり、市民の意識を高めるとともに、市外へPRする機会にもなります。

このような活動をしていくことで、市民とともに観光振興を展開していくことができ、効果的なPRにもつながります。



逆井商店会のマスコットキャラクター
「さかサイ君」

¹⁷ 弁天様の現世の姿が白蛇であることから、好物である玉子を供え、これを加持祈祷し毎月1日、15日、巳の日に108個の茹で玉子を配る。殻に願いを書いて食べ、殻を埋めると願いが叶うと言われている。

4-2 柏駅周辺エリアの都市型観光の推進

(1) 現状

柏市の最大の集客エリアである柏駅周辺には、有名百貨店や小売店、飲食店等が集積し、近隣他市と比べて賑わいを保っています。柏市の卸売業小売業年間売上高は、県内で千葉市、船橋市について第3位の規模になっています¹⁸。駅前でのストリートライブやアートイベント、飲食店の食べ歩きイベントも数多く行われています。

しかしながら、他地域での大型ショッピングセンターの開業や、つくばエクスプレス（以後、「TX」と表記）開通により、柏駅の乗降客数は平成18年以降20%減少しています。さらにTXで都内へ買い物に行く人が増える等人の流れが変化しています。平成20年のリーマンショックや平成23年に発生した東日本大震災の風評被害の影響もあり、中心市街地の歩行者通行量と年間小売販売額も減少傾向にあります。

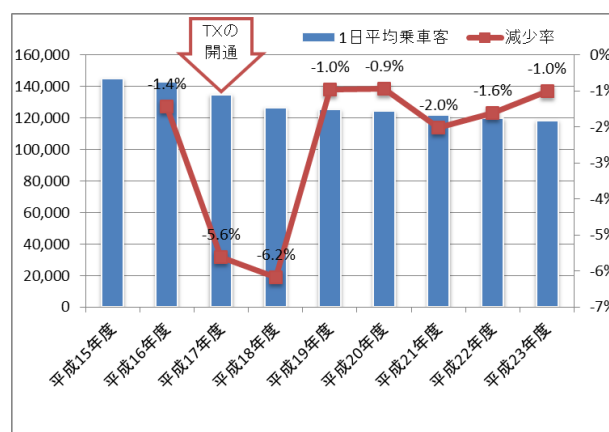


図8 柏駅(JR)一日平均乗客数

(2) 課題

<商業施設間の回遊性の形成>

アンケート調査によれば、商業施設の利用について、柏駅周辺の商業施設に「行くことが減った」と答えた割合が多いことから、TX開通以来、通過客が増えたと推測され、柏駅周辺の吸引力はやや低下しているものとみられます。柏駅の大型商業施設には出向く事が少なくなっているという傾向が見られます。

また、駅前の大型店の他に目的性の高い施設がないため、回遊性が生まれにくく、大型店に買い回り客が集中することから、その先の商店街まで足を運ぶ人が少なくなっています。

¹⁸ 平成24年経済センサス・活動調査

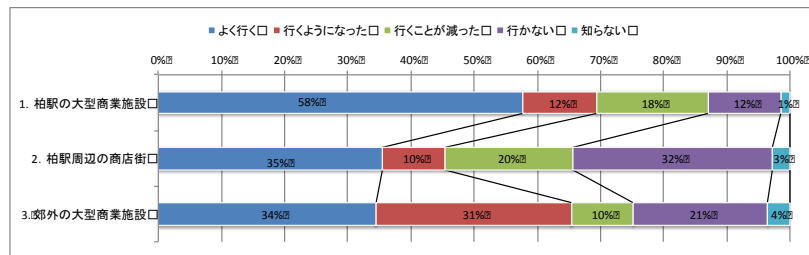


図 9 観光資源の利用頻度（市民）

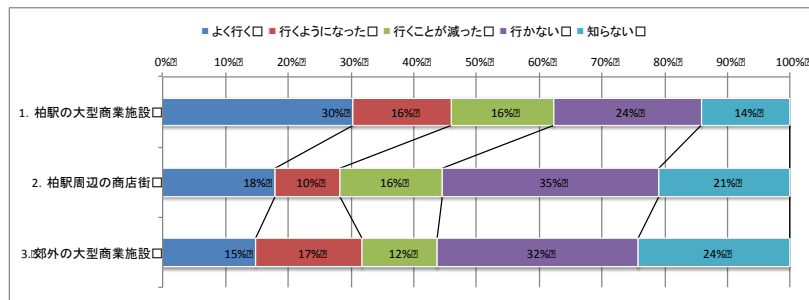


図 10 観光資源の利用頻度（来訪者）

＜子育て世代への配慮＞

柏駅周辺には、子育て世代の来訪者の促進につながる施設・サービスが不足しています。例えば、周辺商業者・事業者においてキッズスペースや子供が遊べる場所、授乳・オムツ替えの場所が少ないことやベビーカーでの移動が困難なこと等が、郊外型大型商業施設と比較して、ウィークポイントとして挙げられます。

「柏市商業実態調査」においても、30～40代の来訪者は、他世代に比べて低いことから、子育て世代への配慮が求められていると推測されます。

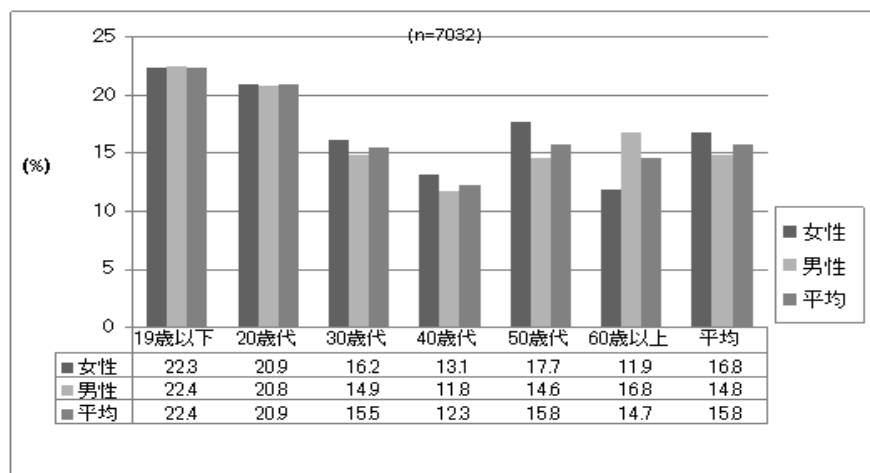


図 11 柏駅周辺の吸引率【性別・年代別】

（出典）：柏市商業実態調査（平成 24 年）

<観光バス発着場の確保>

首都圏や近県等から高速道路利用による観光客誘致を図ろうとしても、柏駅周辺には大型観光バスの停留スペースが確保できないため、柏駅発着のバスツアーを企画することが困難な状況にあります。課題も多くありますが、駅前での観光バス発着を可能とすることで、利用客が柏駅前に立ち寄りやすくなり、柏市内での消費の拡大にも繋がります。

<安心安全の向上>

柏市の観光資源のイメージ評価では、「買い物」の利便性が評価されている反面、治安面の評価が低く、観光客誘致の面ではマイナスイメージに繋がることが懸念されます。市民のみならず、市外からの来訪者が安心して買い物や、まち歩きを楽しめるような環境づくりが必要です。

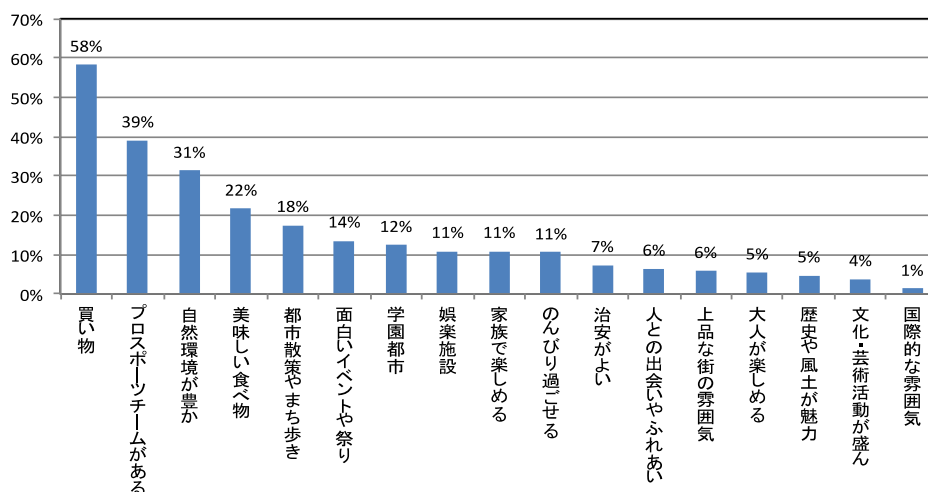


図 12 観光資源のイメージ（来訪者）

<イベント関係の情報管理の一元化>

柏市の魅力の1つでもある豊富で多彩なイベントについて、情報発信が量・質ともに不足しているという現状があります。多種多様にイベントが行われているのは、このまちの誇れる一つですが、主催者が思い思いのイベントを繰り広げることで情報発信の一貫性が欠けています。各主催団体が一体となり、情報の共有・公開の一貫した体制づくりが必要です。

(3) 推進策

柏駅前の回遊性を高めるとともに、地域の文化・芸術の振興を図るため、具体的に以下のような取組みを検討していきます。

○来訪者の受け入れ態勢の強化

推進策の概要	他都市の事例
① 広場でオープンカフェを行います。 ② 子供が楽しめる空間や子育て世代が外出しやすいように環境を整備し、来訪者の増加を図ります。 ③ 柏駅周辺に外国人観光客を呼び込むためにも、Wi-Fi スポットを設置して、ネット環境を整備するとともに、多言語のマップや観光パンフレットを充実します。 ④ まち並みの景観にあう清潔な公衆トイレの改築を促進します。 ⑤ 柏市防犯協会、柏駅防犯推進協議会、ガーディアンエンジェルス¹⁹柏支部と連携して、安心して歩けるまちづくり、治安の良いまちづくりを推進します。	- 神奈川県横浜市は景観条例に基づいて一律の規制を除外し、オープンカフェに対する長期の許可をエリアマネジメント団体に与え、「ソフトカフェみなとみらい」を運営しています。エリアマネジメント団体である「みなとみらい 21 公共空間活用委員会」は公開空地で実施する店舗から使用料を集め、まちの環境整備や PR に活用しています。 平日のお昼時やペットの散歩、休日は家族連れなど気軽に親しみやすく利用されています。 - TX 秋葉原駅近くの有料トイレは 1 回 100 円の使用料で suica の利用も可能です。通行量の多い場所では清潔で安心な有料トイレのニーズもあります。 当初は 1 日 80～100 名の利用を見込んでいましたが、1 日の平均利用者は 200 名程度です。清掃管理が行き届き、女性の利用やリピーターが多い状況です。 - 東京都では、都の治安を 10 年前の水準に戻すために、平成 16 年 6 月から地域ボランティア活動の核となる人材（リーダー・オブ・リーダー）を養成する「東京都安全・安心まちづくりアカデミー」を開講しました。これは、全国で初めての実践型の防犯リーダー養成講座で、警視庁や東京大学とのタイアップ事業です。 また、防犯カメラの設置や植樹等の環境改善を実施しています。都民・企業の協力もあり、犯罪件数が 10 年連続減少しています。

¹⁹ 2002年に国内で5番目、千葉県初の支部として誕生したアメリカ発祥のボランティア組織。柏駅周辺で、主に犯罪防止パトロールを行っているほか、環境美化活動、地域イベントへの参加など様々な活動を行っている。

○駅前回遊の促進

推進策の概要	他都市の事例
① 来訪者が商店街や駅周辺を快適に回遊するための設備や休息スペースの設置、都市計画道路の整備、バリアフリー化の推進等により、歩きやすく、長く滞在してもらえる空間の創出を行います。 ② 駐輪場を整備することで、駅前や商店街での放置自転車をなくし、歩行者が安心安全に楽しめるまちづくりを目指します。 ③ 来訪者の足を確保し、回遊性を高める方法として、サイクルシェア事業の拡大を検討します。	富山県富山市は公共交通事業として「バイクシェアリング事業」を導入しています。利用者の満足度も高く、自家用自転車からの転換が8%あり、駐輪場整備費の負担軽減となっています。  【富山市の自転車貸出ステーション】

○スペースを活用したイベントの開催

推進策の概要	他都市の事例
① ダブルデッキ²⁰やウッドデッキ²¹で定期的にイベントを開催します。 ② その他の活用できるスペースでも、小規模なイベントを定期的に開催します。 ③ イベントや手続き相談の一貫した窓口の設置を検討します。 ④ ストリートミュージシャン登録制度²²を活用して多彩なイベントを開催します。	神奈川県横浜市では JR 桜木町駅前広場の道路空間を路上イベントのスペースとして活用しています。1カ月のイベント開催は2～3件、年間20件前後です。  【横浜市の JR 桜木町駅前広場】

²⁰ 昭和48年に、日本で初めてきた柏駅東口のペDESTリアンデッキ。柏市では「ダブルデッキ」の愛称で親しまれています。

²¹ 柏駅東口のダブルデッキ下にある床材に木材を使用したイベントスペースのこと。

²² 健全な音楽活動（ストリートライブ）を促進するため「柏ルール」を定め、登録者へ認定証を交付することにより、ミュージシャン・市民ともに安心して音楽を楽しむ制度。かしわインフォメーションセンターが申請窓口となる。

○柏発の文化・芸術の振興

推進策の概要	他都市の事例
① 使われなくなった社宅等を、ミュージシャン、画家、作家等の芸術家が、入居可能なアーティスト用アパートとして活用することを検討します。 ② 多くの人が集まる柏駅前に、様々なイベントが開催できる多目的アリーナの整備を検討します。 ③ アミュゼ柏²³及び市民文化会館等の既存施設をオーケストラ等への練習会場として活用を図ります。  【アミュゼ柏のクリスタルホール】 ④ 駅周辺に多数あるライブハウスの活用を図るとともにPRします。 ⑤ 市内の小中高等学校の吹奏楽部によるイベントを企画します。 ⑥ 映画館のスクリーンを活用したイベントを検討していきます。	- 大分県別府市のNPO法人・BEPPEU PROJECTが運営する「清島アパート」は、アーティストの居住、制作の場として活用されています。利用者は月額10,000円で2部屋の利用ができ、1階はプレゼンテーションルームとして公開制作や作品発表の場、2階は居住可能なプライベートルームとして活用可能な住宅です。 毎年事務局として活動する「ベップ・アートマンス（芸術振興事業）」では、2013年の総来場者数が対前年比20%の25,147名で、市民からも大変好評であり、少しずつ認知されてきています。  【別府市の清島アパート】 - 富山市では、平成17年に完成したグランドパーキングとともに、平成19年9月に全天候型広場「グランドプラザ」と、地元百貨店と専門店が出店する大型複合商業施設が完成したことで、3つの再開発事業が一体となった賑わい拠点が創出され、歩行者通行量の増加など、中心市街地活性化に寄与しています。 グランドプラザでは通年で様々なイベントが開催され、にぎわい拠点として順調な集客を見せています。

²³ イベント、多目的ホール、近隣センターの機能を持つ柏市の複合施設。

○回遊性を確保する交通網の充実

推進策の概要	他都市の事例
① あけぼの山農業公園等の観光地へのアクセスの改善を検討します。また、観光タクシールートの組成を促進します。 ② 他県観光地との鉄道路線の延伸について可能性を検討します。	山梨県では、バスの代わりにタクシーを使って、短時間でワイナリーをめぐるツアーを行っています。10月から1月までの土日祝日に運行し、大人1人3,000円で利用ができます。また、4か所のワイナリーを全部回ると、有料試飲が無料になる特典もあります。 平成25年9月から開始し、利用者の半数は女性であり、日帰りでの利用も多いです。

○多様な資源の組合せによる滞在型観光の創出

推進策の概要	他都市の事例
① 既存の観光資源を組み合わせた複合化プランを組成し、滞在型観光の提供や柏駅周辺の賑わい創出を図ります。 ② 既存のイベントとは異なる新しい食のイベントを検討します。 ③ 駅前飲食店と連携して、柏レイソルの入場券提示による割引サービスの提供や特別メニュー等、サービス向上策を検討します。 ④ ホテルと連携した「レイトチェックアウト²⁴宿泊型観戦プラン」を発売し、滞在型観光を促進します。	- 東京都調布市では市内で FC 東京の試合のある日にサッカー会場で趣向を凝らしたイベントを行っているお店があります。 スポーツ祭東京 2013 では 20～30 店が出店し、観光 PR 活動を行いました。 深大寺観光を含めたシャトルバス運行を実施しました。  【FC 東京を応援するお店ののぼり】 - 宮城県仙台市内のホテルでは、サッカー観戦のチケット提示により、深夜0時のレイトアウト料金を無料にするサービスを展開しています。 平成25年7～9月の利用実績は約40名です。

²⁴ ホテルが定めている時間を過ぎてもチェックアウトを行うこと。

(4) 将来展望

柏市の玄関口である柏駅周辺では、柏市の魅力を伝えるイベントや気持ちよく回遊できる環境をつくるのが、来訪者が満足して観光を楽しんでもらうことにつながっていきます。また、J R常盤線の東京駅延伸が可能になれば、より首都圏からの訪問者を確保でき、交流人口の増大が見込めます。

柏駅前のダブルデッキやウッドデッキを有効活用し、訪れた方々が音楽や食べ歩き等の楽しいイベントを開催することで賑やかな柏市をPRすることができます。定期的に行われるイベントを通じて、地域コミュニティや人との交流を育み、温かみのあるまちへと変わっていくことが期待できます。

また、柏駅周辺にある既存施設の活用やアリーナ等の整備が進めば、市民活動団体の活動の場となり、新たな団体創立の原動力になります。これら市民活動団体が自主的にイベントを企画・運営していくことは、柏らしい文化・芸術の振興につながります。

また、賑わいだけでなく、心地よい空間として明るく清潔で、安心・安全なまちのイメージを創出します。柏駅から商店街まで連続したアーケードや休息スペースの設置、バリアフリー化の推進は、高齢者や子育て中の家族に優しく、まち中を自由に行き来でき、幅広い世代の来訪者を促すことができます。

さらに、飲食店やビジネスホテル等と連携して滞在型観光を促進することで、来訪者の滞在時間の延長と観光消費額の増加が図れます。



【柏駅前ダブルデッキ】

4-3 あけぼの山公園周辺の活用促進

(1) 現状

あけぼの山公園及びあけぼの山農業公園周辺は、柏北部の観光地として四季折々に咲く花を鑑賞するために、観光客が訪れています。公園のシンボルである風車を背景に、チューリップやコスモス等、花の見頃の時期にはテレビ等にも取り上げられています。また、園内には四季折々の景色が楽しめる日本庭園があり、その中心には、本格的な茶会も催せる茶室を備えた風情溢れる佇まいの柏泉亭があります。その隣には、関東三大弁天の一つである紅龍山東海寺（通称：布施弁天）があり、多くの参拝客が訪れています。

また、市民が家族で憩えるふるさと広場、農作物の加工や手づくりみそ等を作るための加工実習館が設置されており、多くの市民に利用されています。

芝生広場や遊具等子どもが遊べる施設は、家族の憩いの場、子育ての場としても利用されています。平成25年8月に本計画のためのアンケート調査を実施しましたが、その際にはキッズルームの新設とウォーターランドのイベントが開催されていたことから、子ども連れの母親に多く利用されていました。アンケート結果からも、子育て世代である30代女性層の利用が49%と突出しています。

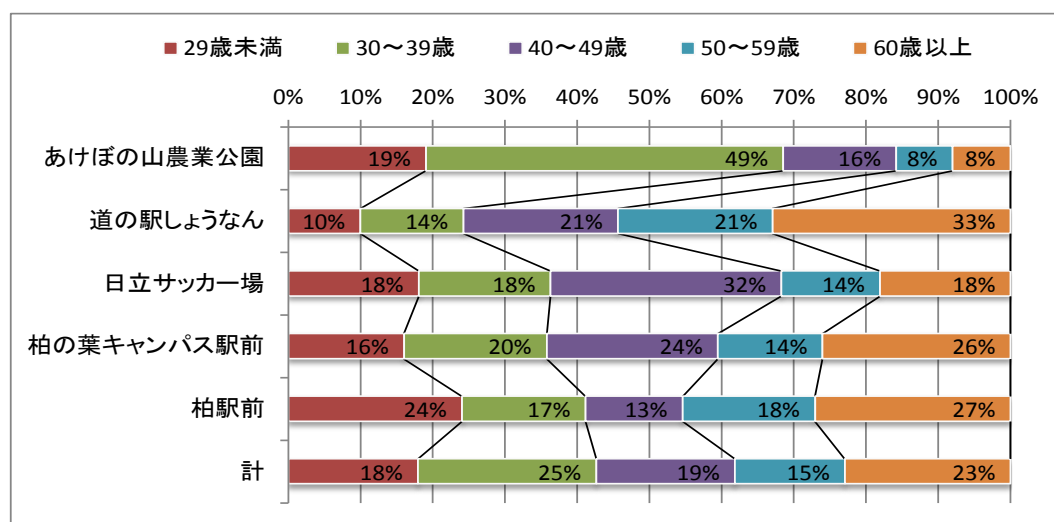


図13 市民（女性）の年代別訪問者率 (n=327)

(2) 課題

<農業公園の施設の積極的活用>

園内にある施設は、都市計画法で農業振興のための施設と位置付けられており、バーベキューガーデンではレストランのような多様な料理を提供することができません。また、新商品等を加工するためには、現状の加工実習館の利用

状況・方法では対応できません。1年を通した活用ができていない状況です。このことから、観光客の利便性や収益性の面で課題が多くあります。とくに収益モデルがない点が最大の問題と目されています。

<年間を通じた途切れない花の観賞>

チューリップやひまわり等花畑一面に咲いている時期の集客力は高く、来園者も多く集まります。

しかし、それ以外の時期では、園内各所で四季を通じ、バラ、アジサイ、彼岸花、日本すいせん、梅が咲いているものの情報発信が不足し、集客に繋がっていません。見頃の異なる草花の複合栽培や散策路を整備するとともに、花をきれいに見せるための工夫や情報発信を検討し、来園者の満足度を高める必要があります。

<多様な年齢層に楽しめる施設・サービスの整備>

市民の88%に知られている公園で、家族の憩いの場、子育ての場として広く活用されています。しかしながら、市民アンケートでは、「行くことが減った」は「行くようになった」よりも多く、施設利用の減少が懸念されます。減った理由は、「子どもが大きくなったから」が最も多いことから、子育て後にも楽しい公園としての内容の充実とイメージづくりが必要と考えられます。

また、平成25年10月にはアスレチックが老朽化により閉鎖され、ファミリー層の集客力が低下しています。



【あけぼの山農業公園】

あけぼの山 農業公園	昔から よく行く	行くように なった	行くことが 減った	行かない	知らない	計
市民	18%	14%	21%	35%	12%	100%
来訪者	10%	13%	12%	25%	40%	100%

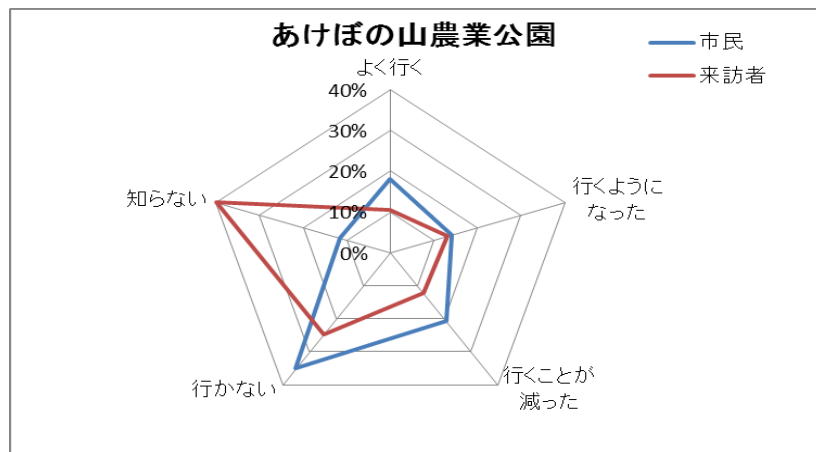


図 14、 表 6 あけぼの山農業公園の利用頻度（市民、来訪者）

<公園までのアクセス>

アンケートでは、あけぼの山周辺で不満に感じるものとして、「交通が不便」、「シーズンするとき、イベント時の混雑」、「バスがもっと便利に使えたらいいのに」という意見がありました。あけぼの山公園周辺の道路は狭く、観光バス等大型車両の通行が困難です。桜の見頃の時期やイベント開催時には、あけぼの山公園までの道路が渋滞して、地元農家の農耕車の通行等住民の利用に影響が出ることもあり、改善策が必要です。

(3) 推進策

あけぼの山公園エリアへの年間を通じた集客を図るため、具体的に以下のような取組みを検討していきます。

○1 年を通じた花のある公園

推進策の概要	他都市の事例								
① 1 年を通じて大規模に花を栽培する等、草花とのふれあいを楽しめる場として演出を行っていきます。 ② 季節の花を使った期間限定商品（香水や石鹸、ジャム等）の販売やフォトコンテスト、ライトアップ等花に関連したイベントを開催します。 ③ 花を育てるボランティアの活用や花をテーマにしたワークショップを開催します。 ④ 洋風庭園やガーディニング等を整備して、庭園としての魅力を高めるとともに、花畑の中に憩いの空間をつくる等、特別感のある空間を演出します。 ⑤ ベビーカーを利用している人や高齢者が歩きやすい遊歩道を整備します。 ⑥ 園内を案内するガイドを育成します。	・ 八千代市の京成バラ園では、温室を使っておりイベントを通じて、1 年中集客することができます。バラを使ったジャム、ソフトクリーム、香水等の加工品の販売や季節に合わせてリース作製等のイベント等が行われています。 【延べ入込客】 <table><tr><th>平成 20 年</th><th>平成 21 年</th><th>平成 22 年</th><th>平成 23 年</th></tr><tr><td>約 13 万人</td><td>約 14 万人</td><td>約 15 万人</td><td>約 13 万人</td></tr></table> ・ 埼玉県滑川町の国営武蔵丘陵森林公園では、植物園周辺の見どころ、季節の話題を、わかりやすい解説を交えながら案内する専門家ガイドツアーやハーブガーデンなどを一緒に巡り案内するガーデナーガイドツアー等を実施しています。	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	約 13 万人	約 14 万人	約 15 万人	約 13 万人
平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年						
約 13 万人	約 14 万人	約 15 万人	約 13 万人						

○農の強みを活かした収益モデルの確立

推進策の概要	他都市の事例
① 都市農業の実験モデル地域として、農業・ガイド・体験プログラムの 3 点を整備します。 ② 民間の活力を活用し、足湯等の温浴施設等観光地にふさわしい設備の整備を推進します。 ③ バーベキューガーデンを地元の農作物を使ったレストランに変えて通年営業します。 ④ レストランに、地元産品を使った新たな名物を生み出す設備を整えます。 ⑤ 既存の加工実習館を活用し、新たな商品開発及び製造設備を検討します。 ⑥ レストラン等の売り上げ増加を図り、維持修繕費の財源を確保した上で、ローラー滑り台や屋内遊技場等、親子で楽しめる施設を整備します。 ⑦ 押し花づくりや収穫体験等の体験プログラムを導入します。 ⑧ 芝生広場を活用してサッカーに関するイベントを開催します。	- 千葉県香取市を拠点とする農事組合法人「和郷園グループ」が運営する農産物直売所兼農村レストラン「風土村」は、地元住民や観光客も訪れ、年間 5 万人以上の来客があります。 「東葛六市レストランサミット」は柏市、鎌ヶ谷市、野田市、我孫子市、松戸市、流山市に拠点を置くレストランオーナーが地域振興と地産地消の推進や、まちの文化的レストランを創造し、地域社会に貢献するために平成 22 年 9 月に作られた組織です。加盟店のシェフ達が地域の小学校の食育授業や一般の方向けの料理教室を行う中で、地域の食材の紹介や食べることの楽しさ、重要性などを伝えています。加盟店全体で 1 ヶ月間 20,000 人以上の集客をおこなっており、各レストランが創意工夫による食文化の創造を行うとともに地域資源を使った料理では地域資源の美味しさ、新鮮さとともに安心安全を伝えています。

○交通網の整備

推進策の概要	他都市の事例
① 大型バスが進入できるような道路拡幅や改良あるいは新設を行います。 ② 公園への常設案内板を整備します。 ③ 駐車場の整備を検討します。	松戸市の観光名所である矢切の渡しに行くには、松戸駅から狭い農道を通る必要がありますが、松戸駅から運行中の京成バス矢切の渡し線を土曜・日曜、休日の一部時間帯に限り、矢切りの渡し船着場前（停留所「矢切の渡し」）まで延伸しました。  【矢切の渡しまでのバス路線延伸区間】

○自然とふれあう文化体験

推進策の概要	他都市の事例
① 学校や教育機関に向けて体験型施設の活用をPRしていきます。 ② 柏泉亭での茶の湯体験やかまどを活用した陶芸体験を実施します。	大阪府堺市の農業公園「ハーベストの丘」では、キッズサマーキャンプを実施したり、石窯ピザ体験等、様々な体験プログラムを用意しています。

(4) 将来展望

花畑や市民農園等の既存の観光資源を見直し、さらなる集客力のあるものに変えていくことが、幅広い年代層の来園につながります。

年間を通じて花を観賞できるようボランティアを通じて花の手入れをしたり、花を使用した商品開発やイベントを開催して、資源を最大限に活用できる工夫をすることで、いつでも花が楽しめる場所と認知され、通年での来園者を確保することができます。

草花だけの観賞だけでなく、来訪者が体験を通して柏を感じてもらえる仕組みをつくっていくことが利用価値を高めるものとなります。

地元で取れた野菜や果物を使った料理、地元産品の開発ができるよう、既存の加工実習館や産直レストランに整備することで来園者の利用が高まり、柏の「食」に対してのイメージを強めることができます。また、園内を歩きやすくするために遊歩道を整備したり、遊具設置や温浴施設等の休息できる施設を推進することは、ファミリー層や年配層の来訪を促し、1日園内でゆっくりと過ごすことができます。体験型の要素が加わることで、学校の体験学習の場として活用してもらうことも期待できます。

あけぼの山公園周辺へのアクセスにおいても、道路整備を改良あるいは、新設することにより、来園者の利便性が飛躍的に向上します。



かしわインフォメーションセンター発の柏市 PR キャラクター

「カシワニ」

4-4 手賀沼周辺エリアの活用促進

(1) 現状

手賀沼周辺には優良で豊かな農業地域が広がっており、水田の他野菜や果実の栽培も盛んです。周囲には、道の駅しょうなんをはじめ、梨、イチゴ等の産地直売場も点在しています。また、水鳥の飛来地としても有名です。カワセミをはじめ数多くの水鳥が観察される場所でもあり、バードウォッチングを楽しむ人々も多く集います。

明治の頃から、白樺派の文人が来訪する等、歴史的・文化的側面からも価値があり、手賀沼自体が非常に多面的な観光資源であるとも言えます。その自然環境にひかれてサイクリングやランニングの愛好家が増加し、近年は市民に愛される水辺環境へと変化してきています。

かつては、生活排水により沼の水質がひどく汚染されていました。しかし、周辺住民や、自治体、県、国の不断の努力により、平成16年には「水質改善ベスト1」を実現しました。手賀沼の水質改善に伴い、ヨットやトライアスロン等ウォータースポーツも実施されるようになりました。また、手賀沼周辺の農業地域では、とうもろこしや枝豆、長ネギ等の収穫、さらに田植えから稲刈りまで一貫した米作体験が行われており、土にふれあう機会が少ない子どもや幼稚園の体験行事に喜ばれています。現在は、地元農家の方々が協力して柏産の農作物を使った農家レストランの計画が進められています。

(2) 課題

<手賀沼の水辺環境>

手賀沼の水質は以前に比べ大幅に改善されましたが今後、よりいっそうの環境美化と水質改善を進めていくことが必要です。手賀沼のイメージは、花火やマラソン等を通じて、訪れる方々に強い印象を残しています。また、我孫子市側には桜の景観がありますが、柏市側には季節を感じさせる花の景観が乏しいです。柏市は都市のイメージが強いですが、一方で自然環境の魅力をさらに伝えていく必要があります。我孫子市の水鳥の保護同様に、柏市が周囲の市と連携し、手賀沼の環境保全に積極的に関わっていく必要があります。



【手賀沼エコマラソン】

<周辺施設の未活用>

手賀沼周辺には、千葉県立手賀の丘少年自然の家²⁵や手賀沼フィッシングセンター等、自然とふれあえる施設があります。柏市の自然を広く知ってもらい、手賀沼の自然を保全する観点からも、これらの施設を有効活用していくことが大切です。

現代に続くその貴重な自然環境を守るためにも、観光施設の整備は環境に十分配慮したものでなければなりません。観光施設の整備を検討するに際し、市民や自然環境に興味を持った人々が集い、この地域の自然を守れる仕組みによって、施設の活用を考えていくことも必要です。

<手賀沼周辺の環境整備>

手賀沼周辺は、水質の改善とともに、サイクリングやランニングを楽しむ人が増え、水辺を楽しむ市民が数多く集うようになりました。

最近はその水辺を活用したイベントも増えてきており、受入体制の整備も必要になってきています。アンケートでは、手賀沼周辺について、サイクリングコースにレンタサイクルが少ないことや、売店、レストランがないという声がありました。来訪者の拠点となる場所が少ない状況で、サイクルポートやヨット等の係留施設、トイレ等スポーツ利用者にとって必要な施設整備も十分ではありません。来訪者が寛ぐための施設整備も重要な課題です。

<農業エリアとの連携不足>

手賀沼の自然環境はもちろん、手賀沼南部に広がる農業地域の保全は、地域の環境整備の観点からも非常に重要です。昔から肥沃な農地を活用した農業が盛んなこの地域は、古くは江戸時代の新田開発にまで歴史がさかのぼります。その際に開通した下総鮮魚街道²⁶（しもうさなまかいどう）は、地域のにぎわいを更に活気づけ、江戸と手賀沼地域を結ぶ一大ルートとして発展しました。現在でも都市近郊型の農家があり、首都圏の台所の役割を担っています。しかし、その生産の現場と地域とのつながりは薄く、柏市全体で農を感じる場所は道の駅しょうなん等、限られた場所になっています。地域の恵みを市内外の人々に紹介する場を増やし、都心に近い場所でありながら、土の香りを味わうことが出来るメリットを、柏市の強みとして活用するに至っていません。農の強みを地域の観光資源として活用していくことも重要な要素です。

<柏産農産物の認知不足>

柏市内で生産された農産物は、首都圏を中心に流通しています。また、柏

²⁵ 社会教育や宿泊学習等を目的とした青少年教育のための宿泊研修施設。

²⁶ 銚子から江戸まで鮮魚を川（船）と陸路（早馬）を使って輸送した街道。陸路は布佐から平塚・富塚・佐津間・金ヶ作・陣ヶ前を通り、終点の松戸納屋川岸に至る。

市外から訪れる人々の認知度は高くない状況です。道の駅しょうなん農産物直売所や今採り農産物直売所「かしわで」での地域産品の販売を市域全体に展開する仕組みづくりや市内飲食店での地元野菜を使った料理を提供すること、加工品を市内商店街でも販売する等、地域の食を地域内で循環する仕組みづくりが必要です。

<周辺自治体との連携の必要性>

手賀沼の観光をPRするためには、周辺自治体との連携が必要です。我孫子市や印西市等と連携して設置した「手賀沼・手賀川活用推進協議会」の活動を基に、それぞれの観光資源を相互に結び付けて、周辺自治体と連携したエリアプロモーションが今後の展開の中では重要な位置付けとなります。

また、手賀沼周辺の生態系の保全活動と学びの連携を進めることが重要です。

(3) 推進策

手賀沼の自然環境を活かした取組みを積極的に推進するとともに、手賀沼南部に広がる農業を活用していく等、具体的に以下のような取組を検討していきます。

○自然環境を活かした観光への取組み

推進策の概要	他都市の事例
① 手賀沼をキーワードとした広域観光の検討を行います。 ② 地域の児童・学生による自然環境勉強会の開催とサポーター化を検討（広域観光ガイドへの足がかり）します。	茨城県霞ケ浦を中心に活動するNPO法人は、地域が取り組むべき課題である水辺環境整備や水質浄化事業への住民協働参加促進等を積極的に推進しています。さらにその活動の幅を広げており、定期的に日本各地や世界との連携を深め、広域ネットワークを構築しています。



【手賀沼のハス】

○手賀沼とその周辺の整備と啓発

推進策の概要	他都市の事例
① 手賀沼の自然の重要性を啓発するイベントを定期的に行います。 ② 自然景観を守る活動を定期的に行います。 ③ 桜並木の整備を検討します。 ④ ハスの群生地周辺の整備を行います。 ⑤ 大規模な集客能力のある施設の整備とイベント開催を実施します。 ⑥ 自転車利用者の利便性を向上するため、サイクルポートなどの設備を整備します。 ⑦ トイレの増設を検討します。 ⑧ 環境負荷の少ないウォータースポーツとして、カヌーやヨットを楽しむための係留施設及び付帯施設等を整備します。 ⑨ 手賀沼と利根川水系を巡る観光船の就航を目指します。 ⑩ 手賀沼を知ってもらうための案内標識等を整備していきます。 ⑪ 環境学習のため、手賀沼エリアのビオトープ²⁷化を推進します。 ⑫ フットパス²⁸を導入していきます。	- 長野県諏訪市では、企業やNPOと連携した環境プログラムを実施しています。ボランティアと観光を絡めて来訪者とともに自然環境を守る取り組みを行っています。市民ボランティアが中心ですが、ゴミ拾いに飛び入り参加する観光客もいます。 - 東京都町田市では、フットパスをNPOと協働で運営し、自然を楽しむプログラムやコースガイドマップ作成、地域の自然を守りながら、都心の来訪者を受け入れる仕組みづくりを行っています。マップは有料販売し、その運営に充てています。  【まちだフットパスガイドマップ2】

²⁷ その土地に昔から生息した動植物が自然の生態系のまま機能する空間。最近では、人工的に作られた空間も多い。

²⁸ イギリス発祥とする森や田園地帯、古い街並み等地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くこと。

○手賀沼周辺施設の利活用

推進策の概要	他都市の事例
① 柏市内外に向けて道の駅しょうなん等手賀沼周辺施設の情報発信を強化します。 ② 手賀沼フィッシングセンター内の施設を有効活用していきます。 ③ 千葉県立手賀の丘少年自然の家・手賀の丘公園及びキャンプ場を有効活用していきます。 ④ 手賀沼周辺施設を活用した市民・来訪者の交流事業を促進します。	我孫子市では、手賀沼公園を整備し、手賀沼の風景をゆったりと見られるように、あずまやとベンチを設置しています。広場には遊具と砂場があり、ミニS Lの運行とレンタサイクルの貸し出しが行われています。多目的に利用できる広場として整備することで、子どもから高齢者まで様々な利用がされています。  【我孫子市の手賀沼公園】

○農業エリアの賑わい創出

推進策の概要	他都市の事例
① 地元産の野菜を活用する農家レストランを設置します。 ② 農家住宅を活用した農業振興と交流拠点整備を図ります。 ③ 体験農園に必要なトイレや駐車場等の付帯整備を検討します。 ④ 生産者との交流を目的とした収穫体験等の交流イベントを検討します。 ⑤ 道の駅や地域商店街と連携し、柏の農業体験の情報発信を強化します。 ⑥ 加工場を活用した体験型イベントの展開を図ります。	三重県伊賀市の伊賀の里モクモク手づくりファームは、2005年に食育の拠点として滞在型食農学習施設や牧場、ミルク工房を開設し、実体験を通して食と農の大切さを知ってもらおうと努め、来場者数は年間50万人、ファンクラブ会員数4万2000人です。子どものみならずその親の世代にも消費者に確実に根付き、交流型の農業公園として事業を拡大し、現在に至っています。

○柏産野菜・果物の有効活用

推進策の概要	他都市の事例
① 商工業者等と連携して農作物の加工品を開発し、6次産業化を図るとともに、柏の名産品を開発します。特に、ブランド力のあるものを組み合わせる等、柏の特徴を活かしたオリジナル色の強い名産品の開発を目指します。 ② 柏産野菜にレシピ等の付加価値を付け、来訪者にわかりやすく伝える方策を検討します。	埼玉県さいたま市では、地元若手生産者と行政、飲食店関係者等が集まり研究会を発足しました。飲食店が求めるヨーロッパ野菜を生産者がつくり、安定供給する仕組みを構築し、わずか1年で都心有名レストランからの引き合いがある等、地元野菜のブランド化を進めています。

○シティーセールスの強化

推進策の概要	他都市の事例
① グリーンツーリズム²⁹、エコツーリズム³⁰を推進し、来訪者の呼び込みを行うとともに、地域のブランド力向上を図ります。	茨城県取手市では、ベッドタウンとして発展した中心地以外の農村環境に着目し、自然の残る都市型グリーンツーリズムの推進地域であることを、市のプロモーションに活用しています。

²⁹ 農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型観光。

³⁰ 自然環境や歴史文化を対象とし、体験や学びを通して対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光。

(4) 将来展望

雄大な自然である手賀沼の環境を守りながら、自然を活かした体験を通じて市民と来訪者、生産者と消費者等との交流を図ることができます。

手賀沼では、ランニングやサイクリング等のスポーツ人口が増えつつあります。休憩や着替えができる施設の整備をすることにより、利便性が向上し利用者の増加につながります。手賀沼周辺にある既存施設については、施設自体の魅力向上を図ることで回遊性を高めていきます。

都心から 30km 圏内という位置付けの強みを活かし、都心ではなかなか体験ができない農業を積極的に魅せることにより、集客効果が得られます。生産者とともに、野菜作りの工程や地元農産物を知る機会、体験する機会をつくることで、都市型農業の PR につながります。

また、農家レストランを設置し、新鮮な地元産の野菜を使った料理の提供や手賀沼を巡る観光船の就航等、新たな事業に取り組むことにより手賀沼周辺エリアの賑わいを創出します。

柏市だけでなく近隣市との連携を図り、観光振興や環境保全につながるイベントの開催等を企画することで、交流人口の拡大が期待できます。

特に、手賀沼を周回しやすくするために、我孫子市と周回路において連携強化することで、地域の魅力向上や地域産業の活性化にもつながります。



4-5 柏の葉エリアでのビジネス型観光の強化

(1) 現状

平成17年8月に開通したつくばエクスプレスの沿線では、鉄道の整備と一体的となったまちづくり（一体型土地地区画整理事業）が行われています。柏の葉キャンパス駅周辺では、こんぶくろ池等の緑豊かな環境を保全しつつ、平成18年11月に最初の大規模商業施設が開業し、その後、マンション、銀行、病院等、施設の立地が進み、平成26年以降、東京大学駅前棟をはじめ、ホテル、分譲住宅、商業・業務施設からなる複合街区がオープンします。

平成20年3月に千葉県、柏市、東京大学、千葉大学の4者によって、国際学術研究都市・次世代環境都市の実現を目標とした「柏の葉国際キャンパスタウン構想³¹」が策定され、公民学連携による先進的な取組みが進められています。平成23年7月には、環境エネルギー問題等の社会的課題にまちづくりとしての解決モデルを提示していく『世界の未来像』をつくる“まち”というコンセプトを発表し、同年12月には国から環境未来都市³²、地域活性化総合特別区域³³の指定を受けています。

一方、最先端の技術とコミュニティの力で環境問題をはじめとする社会課題を解決し、豊かな未来を築くためのまちづくりである、環境未来都市の実現に向けた整備が進められており、近年注目が高まっています。また、東京大学、千葉大学、柏の葉アーバンデザインセンター（以後、「UDCK³⁴」と表記）、東葛テクノプラザ³⁵、東大柏ベンチャープラザ³⁶、国立がん研究センター東病院等公民学連携の核になる施設等が集積しています。その他、つくばエクスプレス沿線を中心に起業家やベンチャー企業の活動を支援しているTXアントレプレナーパートナーシップ³⁷の拠点やUDCKが行っているまちづくりスクール等、まちづくりに関する勉強会や企業支援の活動が盛んな地域です。

³¹ 行政（千葉県、柏市）、民間（企業、市民）、大学（東京大学、千葉大学）が連携して、国際学術研究都市・次世代環境都市の実現を目指すもの。具体的には自然と共生し、質の高いデザインを実現した持続性の高い次世代の環境都市づくり、新たな産業や文化的価値を創造していく都市づくり、さらに健康的なライフスタイルを実現できる都市づくりを目指している。

³² 環境、超高齢化対応の面で、世界に誇る先進的な都市をつくるために国が集中的に支援するもの。

³³ 地域の活性化に向けて、規制の特例を中心に税制・財政・金融上の支援等を複合的に実施するもの。

³⁴ 柏の葉地域中心に、まちづくりを行政（公）、市民、企業（民）、大学（学）が協働するための場として平成18年に開設された。

³⁵ 新産業の創出やベンチャー企業の育成、企業の経営・技術支援等産学官の研究交流を軸とした幅広い支援を行う千葉県の賃貸型研究支援施設。

³⁶ 東京大学等のノウハウや技術等を活用し、新事業の創出や起業・第二創業を目指す個人や企業を支援する、国の大学連携型起業家育成施設。

³⁷ つくばエクスプレス沿線の研究者・起業家とメンター・エンジェル等、ビジネスパートナーのチーム組織をサポートし、起業家を支援し環境を整備することにより、ベンチャー創業や成長を支援する民間団体。

(2) 課題

<MICE の誘致>

全国各地でMICEの誘致を取組んでいます。大規模なコンベンション施設での開催だけでなく、大学の施設で開催されるものも数多くあります。柏の葉キャンパス駅周辺地域には、東京大学、千葉大学、東葛テクノプラザ等の学術研究機関が集積しています。今後、大学やホテル等の既存施設を活用したMICEを誘致していく必要があります。

<スマートシティ視察の受入態勢の整備>

UDCKでは年間300件を超えるスマートシティの視察を受け入れています。スマートシティの計画、建設が進む中で、今後も視察希望が増加されるものと思われますので、民間ノウハウを活用し、受入態勢を整備する必要があります。



【UDCK】

<柏駅等への交通網の整備>

学会やスマートシティの視察に訪れた人は、TXを利用して都内に行くことが多く、柏駅周辺に行く機会が少ない状況にあります。事業者向けアンケートで柏市の重要な観光要素を聞いたところ、「道路、案内標識、駐車場等の整備や公共交通機関の利便性向上」が53%と最も多く、柏駅と柏の葉間キャンパス駅のアクセスの向上も課題としてあげられています。柏駅から柏の葉キャンパス駅までの直通バスが少ないことが原因と考えられます。

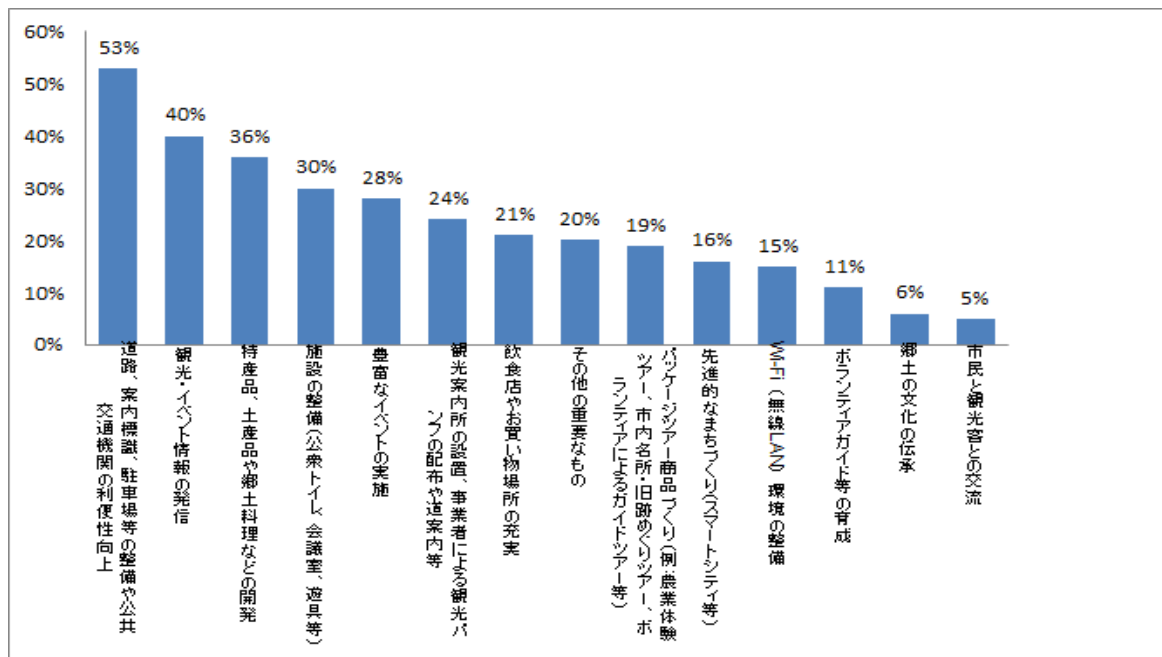


図 15 重要な観光要素（柏市内事業者）

<外国人の受入態勢整備>

柏の葉キャンパス駅周辺は、東京大学の留学生や、学会等で訪れる外国人が数多くいます。しかし、外国語表記の案内板やインフォメーションセンター等が未整備で、外国人の受入態勢が十分とは言えません。今後、MICEの誘致に取り組む中で、来訪者に観光を楽しんでもらうためにも、市内全域で受入態勢を整備していく必要があります。

<柏の葉エリアまでの交通網の拡充>

TXは現在、秋葉原駅を起点としていますが、地方から羽田空港及び、東京駅を使用して柏の葉エリアまでの交通利便を向上するためには、TXの東京駅延伸が必要です。また、柏の葉キャンパス駅には、快速電車が停車していないことから時間短縮のためには快速電車の停車も必要です。

羽田空港からはバス便がありますが、都心から同距離にある立川駅と比べると、立川駅から羽田空港まで平日1日15便あるのに対し、柏の葉キャンパス駅から羽田空港へは1日9便です（羽田空港から柏の葉キャンパス駅へは13便）。また、成田空港・茨城空港から柏の葉キャンパス駅を結ぶ直通の交通手段がありません。利便性の向上のため、新規の運行ルートの開発と同時に既存のバス便の増便も検討が必要です。

(3) 推進策

MICEやスマートシティの視察を誘致する等、観光推進体制を構築し、具体的に以下のような取組みを検討していきます。

○MICEの誘致

推進策の概要	他都市の事例
① 大学や企業支援機関等が実施する会議や学会等を誘致します。	北海道札幌市は、今後5年間の目標と施策をまとめた「札幌MICE総合戦略」を平成22年11月に策定しました。国際会議の開催件数を平成21年度の5年後に100件に、MICEの市場規模を470億円から5年後に570億円へ増大する目標を掲げています。受け入れ体制整備のため、「さっぽろMICE推進委員会」を設置し、活動に取り組んでいます。
② MICEを誘致するための組織に情報提供や支援を行います。	
③ 海外からの集客力を高めるため、海外PRの展示会や海外の姉妹都市を活用する等、海外でのPR活動を行います。市民が参加できるイベントやUDCKが主催する活動等を積極的に支援します。	

○ 柏らしいアフターコンベンション³⁸の促進

推進策の概要	他都市の事例
① 飲食店や宿泊施設の情報提供やコンベンション参加者への特典提供等により、滞在型観光を促進します。 ② 柏の葉キャンパス駅と柏駅を直結する交通網を整備し、柏駅の商業機能を活かした両地域の人的交流を促進します。 ③ 将来的に最先端技術とこんぶくろ池等の自然農業との融合による柏らしい環境特化型のツアーに結びつけます。 ④ 企業と連携した新産業・新技術見学ツアー、東葛テクノプラザ見学ツアー、東京大学や千葉大学と連携した先端技術・環境・エコツアー等、地域の特色を活かしたオリジナルツアーを実施します。 ⑤ モニターツアーを実施して、参加者の意見を反映し、ツアー内容を改善します。	- 茨城県つくば市では、約 50 ある研究教育機関の研究開発の成果を見学・体験することが出来る「つくばサイエンスツアー」を実施しています。この取組みにより、年間利用者数が 1.5 倍に増加しました。 - 神奈川県相模原市の J A X A (宇宙航空研究開発機構) 相模原キャンパスでは、実物大の小惑星探査機「はやぶさ」の模型やロケット、衛星の模型等の見学ができます。10 名以上の団体には説明員による見学ツアーを実施しています。相模原キャンパス展示室の見学者数は着実に伸び、年間見学者数は約 7 万人と、10 万人の大台を目指せるほどになりました。 - 神奈川県横浜市にあるビールの製造工場は、コンベンションのパーティを開催することができます。工場見学(約 1 時間)を組み合わせることも可能で、1 回のツアーに最大 100 名参加できます。横浜市は都市別コンベンション参加者総数が、平成 19 年より 3 年連続全国第 1 位となりました。



【東葛テクノプラザ】

³⁸シンポジウム・博覧会等のコンベンションの後の催しや懇談会。

○コンベンション誘致に関する交通整備

推進策の概要	他都市の事例
① J R 常盤線の東京駅延伸を検討します。 ② 柏の葉キャンパス駅に快速電車が停車できるよう T X に要望します。 ③ 路線バスの増便や観光バスの発着に対応するため、ルートを確認した上でバス発着場の整備を検討します。 ④ 柏の葉キャンパス駅から成田空港・茨城空港への直通バス路線の可能性を検討します。また、羽田空港への直通バスの増便を検討します。 ⑤ さわやかちば県民プラザ³⁹や東葛テクノプラザ等で行われるイベント等の交通手段として、シャトルバス等の発着を検討します。	- 神奈川県葉山町の湘南国際村センターは横浜駅から直行バスが運行しています。 - また、JR 逗子駅から路線バスのチャーター手配サービス（有料）を実施しています。バスの整備が認知度を上げることに大きく貢献しています。  【葉山町の湘南国際村センター】

○柏の葉キャンパス駅周辺でのイベントの周知

推進策の概要	他都市の事例
① 駅前空間を活用して地域に開かれたイベントを開催します。 ② 市民が参加できるイベントや U D C K が主催する活動等を積極的に支援します。	熊本県玉名市の新玉名駅では、開業 1 周年にあたる平成 24 年 3 月に、「新玉名駅開業 1 周年イベント 菜の花フェスタ」を行い、新玉名駅周辺一帯の菜の花をステージとして、来訪者のおもてなしと菜の花に囲まれた新玉名駅のある玉名の地域イメージを印象づけました。地域を活性化する市民参加型イベントとしての定着を目指しています。

³⁹生涯学習センターと芸術文化センターの機能を持つ千葉県教育委員会が運営する複合施設。

○柏の葉地区を拠点としたインフォメーションセンターの設置

推進策の概要	他都市の事例
① 国際会議や学会、コンベンション参加者の交流人口が増えることが予測されるため、観光情報窓口として多言語対応もできるインフォメーションセンターを設置します。 ② MICEの増加や2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、個人やまちづくりに熱心な団体の協力を得ながら、市民の参加を募って観光ボランティア講座を開始し観光客の受入態勢を整備します。 ③ 外国語に対応したパンフレットやホームページ等を作成します。 ④ 外国表示の案内板の設置やICT⁴⁰活用による案内、通訳ボランティアガイドの育成を支援します。 ⑤ Wi-Fiの整備を行い、外国人観光客の無線LAN環境を整備します。 ⑥ 多様な食文化・食習慣を有する外国人客の対応として、ホテルや飲食店における宗教食の提供を促進します。	- 東京都では、都内約 150 ヵ所に観光案内窓口を設置して、無料のガイドブックや東京の地図の他、多くの観光情報を提供しています。観光客と接する機会が増え、各窓口への後方支援により対応スキルの向上につながっています。  【東京都観光窓口のロゴマーク】 - 平成 21 年の日本政府観光局（JNTO）の調査では、観光案内所を利用する外国人旅行者が感じる不便・不満のトップは、標識（案内板、道路標識、地図）での外国語表示の不足（37.3%）でした。最近では、文具メーカーが紙媒体にタッチすると多言語対応で音声情報が流れるペンが、中尊寺や日光東照宮で利用されています。詳しくガイドされるため参拝客の好評を得ています。 - 成田空港を利用する外国人向けのおもてなしとして、宗教食についての勉強会が開かれています。食のみならず、宗教についての知識を学ぶ機会が必要となってきました。

○スマートシティツアーの活用

推進策の概要	他都市の事例
① スマートシティの視察に対応するため、旅行会社と連携してツアーの受け入れ態勢を整備します。	香川県高松市の丸亀町商店街では、大規模な再開発事業を進めています。旅行会社と連携し視察を受け入れ、年間 13,000 人が視察に訪れています。

⁴⁰ Infomation and Communication Technology の略。情報処理および情報通信のこと。IT（情報技術）とほぼ同義語。

○大学や企業と連携した観光推進体制の構築

推進策の概要	他都市の事例
① 先端技術、新産業、大学の研究を見学するツアーを旅行会社等と連携して検討します。 ② 企業、大学との連携・交流を推進し、専門的な知識を身に付けたボランティアガイドの育成を図ります。	・大分県別府市では、商工会議所とともに大学と協定を結び、地域の資源である温泉を中核に健康づくりやスポーツ、アートを振興し、地域活性化や都市景観づくり、国際交流等を実践するONSENツーリズムを推進しています。留学生がすすめる別府の観光モデルコースというパンフレット製作に取り組む等、外国人の視点から別府の新たな魅力を再発見することに成功しています。 連携のイメージ 【別府市の産・学・官の連携イメージ図】

(4) 将来展望

公民学連携によるまちづくりを観光資源と捉え、来訪者が長く滞在してもらえる取組みを行っていくことが集客につながります。

最先端技術を使い、環境に配慮した電気自動車のシェアリングシステムや災害時にもエネルギーの供給ができるエネルギー管理システム、高齢者世代の積極的な社会活動の支援と介護予防等が、日常生活の中で目で見えることが柏の葉エリアの特色であり、まちのスタイルを市外へ発信し、先進的な都市というアピールになります。

スマートシティツアーやMICEの誘致において、集客のみに留めるだけでなく、アフターコンベンションの充実や滞在型観光を考慮することが滞在時間の延長につながり、経済効果が見込まれます。また、来訪者の受け入れ体制を整えることが、より回遊性を高め、来訪者にとって優しい観光になります。多言語対応できるインフォメーションセンターの設置は、市内の観光情報を発信する効果的なものになります。

柏の葉キャンパス駅と柏駅間の交通網を整備することにより、来訪者の行動範囲が広がります。また空港からの直通バスの発着場となることによって、より集客につなげることができます。

さらに、企業や大学と連携して工場見学や優れた技術を見学できるツアー、イベント等を市民に提供することがシビックプライドの醸成になり、市民が柏市を市外にPRしていく原動力となります。

第5章 計画の目標と推進体制

5-1 柏市観光計画の目標

＜具体的目標＞

第4章の推進策を実施することにより達成する目標を短期（平成26～28年度）、中期（平成29～31年度）、長期（平成32年度以降）の3期に分けて設定します。

	基準年 (平成23年度)	短期 (平成26～28年度)	中期 (平成29～31年度)	長期 (平成32年度以降)
観光入込客数	2,828,871人	3,111,000人	3,253,000人	3,536,000人
宿泊客数	182,500人 (入込数の6.5%)	219,730人 (入込数の7%)	243,750人 (入込数の7.5%)	283,600人 (入込数の8%)
MICE開催回数	4件	6件	8件	12件
市民満足度	—	満足度調査開始	満足度+5%	満足度+10%

※目標数値は、短期は平成28年度、中期は平成31年度、長期は平成35年度の数値を記載した。

※観光入込客総数は、短期は10%割、中期は15%、長期は25%の増加率とした。

※宿泊客数は、基準年の比率（観光入込総数の6.5%）を基に短期は0.5%、中期は1%、長期は1.5%を加算して算出した。

※MICE開催回数は、観光立国推進基本計画（平成24年）で平成28年までに5割以上増やすことを目標としていることから、短期は5割、中期は2倍、長期は3倍の増加率とした。なお、開催回数は政府観光局統計を適用し、国際会議を対象とする。

<目標を達成するための主な取組み>

数値の達成時期は 5-2 の事業スケジュールとします。

< 1. 観光入込客増加の取組み>

- ・視察ツアーを受入れる
- ・レイアウトチェックアウトプランを実施
- ・柏駅周辺エリアで小規模イベントの定期開催
- ・食べ歩きイベント実施
- ・あけぼの山公園で花のイベント、フォトコンテスト実施
- ・産直レストランの通年営業及びイベント等の周知強化により、あけぼの山公園入込数の増加
- ・手賀沼エリアで自然啓発イベント実施
- ・手賀沼エリアで収穫体験等交流イベントの実施
- ・大学・企業による会議・学会を開催
- ・飲食店の特典提供による滞在型観光促進
- ・企業と連携したオリジナルツアーを実施

< 2. 満足度向上の取組み>

- ・イベントの意見集約システム構築
- ・ポータルサイトの構築
- ・こんぶくろ池の生態系の市民への周知
- ・カタクリ、桜、牡丹の環境保全と市民への周知
- ・オープンカフェの開催
- ・柏駅前に子供の楽しめる空間整備
- ・柏駅前にアーケードやベンチの整備
- ・柏駅周辺でのバリアフリー化推進
- ・柏駅周辺の駐輪場の整備
- ・あけぼの山公園に花の大規模栽培
- ・あけぼの山公園で花のワークショップ開催
- ・あけぼの山公園に洋風庭園・ガーディニングを整備
- ・手賀沼エリアに駐車場、トイレ、休憩所の整備
- ・ハスの群生地整備
- ・柏の葉エリアでの市民参加イベント支援
- ・柏の葉駅から成田・茨城空港直通バスの検討
- ・柏の葉駅から羽田空港への直通バス増便推進

5－2 観光振興の推進体制

平成 19 年（2007 年）1 月に施行された「観光立国推進基本法」では、観光立国の実現にあたり、国及び地方公共団体の責務を明らかにするとともに、住民の役割や観光事業者の役割を定めています。

本計画の推進にあたっては、市民との協働や公民学連携の理念を基調に、柏市観光協会などの関係団体、農業・商業・工業の各民間事業者等と一体となって柏市の観光振興に取組み体制づくりを構築していきます。

5－3 推進策のスケジュール

本計画の推進スケジュールとその考え方は以下のとおりとなります。

本計画に記載した各事業の実施に先立って、具体的な事業計画を立案しなければなりません。本計画の各事業は、行政機関が主体となって実施する事業や各種助成金に基づいた事業だけでなく、各利害関係者との合意が必要となる事業が数多く掲載されています。よって、行政機関のみで事業を実施し目標指標を達成することは困難であることから、本計画では事業計画の立案に当たっては利害関係者との間で具体的な合意を得るプロセスを重要視しています。

計画初年度（平成 26 年度）においては、次ページからの各表において「短期（3 年）」に実施すると定めた各事業の実現可能性・妥当性を検討します。個別事業の実施検討に当たっては、利害関係者との協議、特に市内部においては関係各部署と協議し、優先順位を付けてから実施します。

また、本計画の進行管理については、5 年後を目処にレビューを行い事業の見直しを行います。

推進策			推進体制				事業スケジュール		
			市	市民	関係機関・団体	民間企業	短期 (～3年間)	中期 (3～5年間)	長期 (5年～)
推進策1 柏市全域 での取組	優れた技術力を持つ地元企業の活用	視察ツアーの受入れ				●			
	スポーツやクラブチームの積極的活用	ホームゲームによる集客			●	●			
		スポーツファンの交流イベント実施			●	●			
		オリンピックキャンプ地の誘致	●		●	●			
		ウォータースポーツの振興	●		●	●			
	観光プロモーション活動の推進	拠点間の公共交通やサイクルロード等整備	●			●			
		バス路線の新設と停留所の名称見直し検討		●	●	●			
		ロケ地の誘致	●		●				
		大規模野外イベントの開催	●	●	●				
		吹奏楽部との連携プロモーション	●		●				
		テレビドラマ活用プロモーション	●		●	●			
		柏ウイスキーのPR	●		●	●			
		柏をイメージした商品開発	●	●	●	●			
		公設市場の賑わい創出	●						
		ガイド等の作成	●	●	●				
	情報発信の充実	デジタルサイネージ等による情報発信	●		●	●			
		農業分野に関する情報発信	●	●	●	●			
		多様な媒体による情報発信	●		●	●			
		民間活力活用による情報収集		●	●	●			
		市の広報物を活用したイベント情報の発信	●	●	●				
	市民・来訪者の地域参加促進	ポータルサイトの構築	●			●			
		ボランティア制度の活用 観光ガイドの育成	●	●	●				
		モニター制度の構築	●	●	●	●			
		カシニワや里山ボランティアのPR	●	●	●				
	歴史文化財、文化芸能の保全とシビックプライドの定着	柏郷土資料展示室の周知	●						
		こども図書館の周知	●						
		伝統行事を紹介	●		●				
		昔話や芸能伝承の音声・映像記録	●	●	●				
		茅葺屋根修繕見学ツアー	●		●				
		旧吉田家への観光バス進入	●						
		文化財保全の財源確保	●		●				
		市内まち歩きマップの作成	●	●	●				
		柏の葉公園の活用促進	●		●				
		こんぶくろ池の生態系市民周知	●	●	●				
		サクラ、カタクリ等の名所の環境保全	●	●	●				
		ボランティアの組成	●	●	●				
		地域資源の活用による商品開発	●	●	●	●			

推進策			推進体制				事業スケジュール		
			市	市民	関係機関・団体	民間企業	短期 (～3年間)	中期 (3～5年間)	長期 (5年～)
推進策2 柏駅周辺 エリアの都 市型観光の 推進	来訪者の受け入れ態勢の強化	空地を活用したオープンカフェの設置			●	●	→		
		子育て世代が来訪しやすい環境整備	●		●	●	→		→
		Wi-Fiスポットの設置	●			●	→		→
		多言語マップ・パンフレットの充実	●	●	●	●	→	→	
		公衆トイレの改築促進	●			●	→	→	
		関係者と連携して治安対策強化	●	●	●		→		
	駅前回遊の促進	休息スペース等の設置	●		●	●	→	→	
		バリアフリー化の推進	●		●	●	→		→
		駐輪場の整備	●			●	→		
		サイクルシェアの拡大	●		●		→		
	スペースを活用したイベントの開催	ダブルデッキ等でのイベント開催	●	●	●	●	→		
		小規模イベントの定期開催	●	●	●	●	→		
		イベント相談窓口の設置			●		→	→	
		ストリートミュージシャン登録制度活用			●		→	→	
	柏発の文化・芸術の振興	アーティスト用アパートの提供	●			●	→		→
		多目的アリーナの整備検討	●			●	→	→	
		既存ホールのおけストラ等への提供	●				→		
		ライブハウスの活用	●		●	●	→		→
		吹奏楽等のイベント	●		●		→		
		映画館のスクリーン活用			●	●	→		
		観光地へのアクセス改善	●			●	→	→	
	回遊性を確保する交通網の充実	観光タクシールートの組成				●	→		→
		他県観光地との直通ルートの実現				●	→		→
		既存の観光資源複合化プランの提供			●	●	→	→	
	多様な資源の組合せによる滞在型観光の創出	新しい食のイベント開催		●		●	→		
		柏レインルと飲食店の提携				●	→		
		レイトチェックアウトプランの発売				●	→		

推進策			推進体制				事業スケジュール		
			市	市民	関係機関・団体	民間企業	短期 (～3年間)	中期 (3～5年間)	長期 (5年～)
推進策3 あけぼの 山公園周辺の 活用促進	1年を通じた花のある公園	花の大規模栽培などの演出			●		→		
		フォトコンテスト、花のイベント実施			●	●	→		
		花をテーマにワークショップの開催		●	●	●	→	→	
		洋風庭園・ガーデニングの整備			●		→	→	
		高齢者も歩きやすい遊歩道整備	●				→	→	→
		園内を案内するガイドの育成	●	●	●		→		
	農の強みを活かした収益モデルの確立	農業・ガイド・体験プログラムの整備	●		●	●	→	→	→
		民間活力活用による施設整備				●	→	→	
		レストランの通年営業				●	→	→	
		レストラン活用による商品開発		●	●	●	→	→	
		加工実習室を活用した商品開発		●	●	●	→	→	
		ローラー滑り台や屋内遊技場の整備	●				→	→	
		体験プログラムの導入			●	●	→	→	
		芝生広場でのサッカーイベント実施			●	●	→	→	→
	交通網の整備	道路拡幅工事による大型バス受入れ	●				→	→	
		あけぼの山公園への案内板整備	●				→	→	
		駐車場の整備	●				→	→	
	自然とふれあう文化体験	教育機関に体験型施設プロモーション	●		●		→	→	
		柏泉亭での茶の湯体験、陶芸体験	●		●	●	→	→	

推進策			推進体制				事業スケジュール		
			市	市民	関係機関・団体	民間企業	短期 (～3年間)	中期 (3～5年間)	長期 (5年～)
推進策4 手賀沼周辺 エリアの活 用促進	自然環境を活かした観光への取組み	広域観光の検討	●	●	●	●	→	→	
		自然環境勉強会の開催	●	●	●	●	→	→	
	手賀沼とその周辺の整備と啓発	自然啓蒙イベントの実施	●	●	●	●	→	→	
		自然景観を守る活動の定期実施	●	●	●	●	→	→	
		桜並木の整備検討	●		●	●	→	→	
		ハスの群生地周辺整備	●				→	→	
		収容能力のある施設整備とイベントと開催	●		●	●	→	→	→
		サイクルポート整備	●			●	→	→	
		トイレの増設	●				→	→	
		ヨット・カヌーの係留付常設備の整備	●				→	→	
		手賀沼と利根川水系を巡る観光船の就航			●	●	→	→	
		案内標識板の整備	●				→	→	→
		手賀沼エリアのピオトープ化推進			●	●	→	→	
		フットバスの導入	●	●	●	●	→	→	
	手賀沼周辺施設の利活用	手賀沼周辺施設での情報発信強化	●		●		→	→	
		フィッシングセンター内の施設の有効活用			●	●	→	→	
		県立手賀の丘少年自然の家等の活用			●	●	→	→	
		周辺施設活用による市民の交流事業促進	●	●	●	●	→	→	
	農業エリアの賑わい創出	地場産野菜活用の農家レストランの設置	●		●	●	→	→	
		農家住宅を活用した農業振興と交流拠点	●		●		→	→	
		体験農園の付常整備	●		●	●	→	→	
		収穫体験等の交流イベント	●		●	●	→	→	
		道の駅等での農業体験の情報発信	●		●		→	→	
		加工場を活用した体験型イベントの展開	●		●	●	→	→	
		商工業者と連携した農作物加工品の開発	●	●	●	●	→	→	
	柏産野菜・果物の有効活用	農産物に付加価値をつけた情報発信	●	●	●	●	→	→	
	シティーセールスの強化	グリーンツーリズム，エコツーリズムの推進	●		●	●	→	→	

推進策			推進体制				事業スケジュール		
			市	市民	関係機関・団体	民間企業	短期 (～3年間)	中期 (3～5年間)	長期 (5年～)
推進策5 柏の葉エ リアでのビ ジネス型観 光の強化	MICEの誘致	大学・企業による会議・学会の誘致	●		●	●	→		
		誘致組織への情報提供や支援	●		●	●	→		
		姉妹都市活用などによる海外でのPR活動	●		●	●	→		
		市民参加イベント等の支援	●	●	●	●	→		
	柏らしいアフターコンベンションの促進	飲食店の特典提供による滞在型観光促進	●			●	→	→	
		柏駅との交通路線整備	●			●	→	→	
		環境特化型ツアーの開発	●			●	→	→	
		企業と連携したオリジナルツアーの実施	●		●	●	→		
		モニターツアーの実施	●	●	●	●	→	→	→
	コンベンション誘致に関する交通整備	JR常磐線の東京駅延伸の検討	●			●	→		
		柏の葉キャンパス駅に快速電車の停車要望	●				→	→	
		ルートを確定した上でバス発着場の整備	●			●	→	→	
		成田・茨城空港への直通バス可能性検討	●			●	→	→	
		羽田空港への直通バスの増便促進	●			●	→	→	
		県民プラザなどへのシャトルバスの検討	●			●	→	→	
	柏の葉キャンパス駅周辺でのイベントの周知	イベントの開催	●	●	●	●	→		
		イベント等の支援	●	●	●	●	→		
	柏の葉地区を拠点としたインフォメーションセンターの設置	多言語対応インフォメーションセンター設置	●		●	●	→	→	→
		観光ボランティア講座の開催	●	●	●		→		
		外国語表記のパンフレット・HP作成	●	●	●		→	→	→
		外国語表記の案内板やICT活用による案内	●		●	●	→	→	
		通訳ボランティアガイドの育成支援	●	●	●		→	→	
		Wi-Fiの整備	●			●	→	→	
		ホテルでの宗教食の提供促進	●		●	●	→	→	→
		旅行会社と連携してツアー受入態勢整備	●		●	●	→	→	
	スマートシティツアーの活用	旅行会社との連携によるツアー検討	●			●	→	→	
		専門知識のあるボランティアガイドの育成	●	●	●	●	→		

柏市観光基本計画の策定経過

1. 柏市産業振興会議の設置

選任区分	氏名	所属団体	備考
事業者	市村 日出夫	特定非営利活動法人柏市インフォメーション協会理事長	
	五十嵐 治孝	柏商工会議所工業部会長	
	石澤 宏之	柏市沼南商工会工業部会長	
	今津 馨	東葛ふたば農業協同組合常務理事	
	染谷 茂	アグリ・コミュニケーションかしわ実行委員会会長	
	青木 一男	職業訓練法人柏地区共同職業訓練協会会長	
	丸山 真	柏商工会議所保健環境衛生部会員	
	清水 香世子	柏商工会議所商業第一部会員	
経済団体	国分 昭一	柏商工会議所事務局長	
	中屋 智章	柏市沼南商工会専務理事	
	山田 伸	公益財団法人千葉県産業振興センター 東葛テクノプラザ所長	副会長
	畔高 敦司	柏市商店会連合会長	
学識 経験者	伊藤 恭一	柏市観光協会会長	
	砂川 亜里沙	柏の葉アーバンデザインセンターディレクター	
	籠 義樹	学校法人廣池学園麗澤大学経済学部教授	会長
市民	有金 淳	株式会社ローソンHVMエンタテインメント企画開発部 マネージャー	

2. 検討状況

第1回 平成25年12月19日（木）

- ・本計画の趣旨説明
- ・本計画の推進期間、推進体制について
- ・重点地域別の推進策について

第2回 平成26年2月7日（金）

- ・第1回の会議を踏まえた対応について
- ・基本方針について
- ・重点地域別推進策について
- ・推進体制、事業スケジュールについて

3. パブリックコメント

実施期間 平成26年2月15日（土）～3月7日（金）

柏市観光基本計画 平成26年3月

発行: 柏市

編集: 柏市 経済産業部 商工振興課

〒277-8505 柏市柏五丁目10番1号

TEL 04-7167-1111(代表) FAX 04-7162-0585
