

船橋市の観光戦略(案)

1. 背景

- ・船橋市に観光振興計画がない
- ・船橋市の観光資源が明確になっていない(千葉県観光入込統計の対象施設は4か所のみ)
- ・市内外に向けたシティーセールスの必要性
- ・インバウンドが既往最高水準で推移

2. 観光面のポテンシャル

- ・アンデルセン公園の高い集客力(トリップアドバイザー:日本のテーマパークランキング全国21位)
- ・梨農家が北部地域に集中している
- ・南船橋駅周辺地域の再開発に伴うまちの魅力の向上
- ・プロスポーツチームがある(千葉ジェッツふなばし、クボタスピアーズ船橋・東京ベイ)
- ・JR船橋駅周辺などの横丁文化
- ・市外住民の市内の施設・イベント等の経験度が上昇(船橋競馬場、アンデルセン公園など)
- ・市外住民が船橋市を訪れた際の満足度が高い

3. 観光振興に向けた課題

- ・一般的な観光地(寺社仏閣、景勝地など)が乏しい
- ・地域特産品やご当地グルメの知名度・ブランド力が低い
- ・市内の観光関連事業者の連携が弱い
- ・従来型の観光名所を巡る観光ではなく、船橋市ならではの観光を「見える」化する必要性
- ・地域住民に配慮した観光地域づくり(国計画引用)

4. 船橋市における観光の定義

(観光の定義)船橋市の観光とは、自宅から近距離の「地元」において、グルメやショッピング、スポーツ観戦などの都市型観光や、アンデルセン公園周辺や三番瀬などの自然や船橋産の豊かな「食」を楽しむことで、地域の魅力を再発見するとともに、地域経済にも貢献する観光を指す。

(主な対象者)船橋市民および市外の近隣住民

5. 船橋市における観光振興の方向性

(1)観光におけるエリアマネジメントの推進

①市内3つのエリアを中心に市内の回遊性を高めるマネジメントを推進。

ア.南船橋駅周辺エリア

ららぽーとTOKYO-BAYやLaLa arena TOKYO-BAY、船橋競馬場などの地域資源を楽しむ街歩きエリア

イ.駅周辺の中心市街地エリア

JR船橋駅周辺などの横丁文化を楽しむ飲食エリア

ウ.アンデルセン公園周辺における自然エリア

アンデルセン公園を核とし、梨・人参等の農産物直売所が連なる、自然や味覚を楽しむエリア

②インバウンドの推進

インバウンド観光客の船橋市への来訪目的やニーズ等の把握や国外に向けてのプロモーションを実施する。また、今後の受け入れ体制の強化に向けて、必要な環境整備について検討を進める。

(2)観光資源のブランディング

・船橋市の地域資源の洗い出し、既存の観光資源とともに魅力を磨き上げ、「船橋に行きたい価値」を構築する。

・多様な関係者(観光協会、市場、文化・スポーツ分野、民間企業、県・周辺市町村など)との連携・協力強化

(3)情報発信力の強化

各種メディア、SNS、インフルエンサーなどを活用した情報発信の促進