

柏市観光基本計画

柏市
令和6年3月

はじめに

「柏には観光資源がない」「柏は観光産業がほとんどない」そのような捉え方がありました。でも、本当にそうでしょうか？

柏市には都心部から最も近い天然湖沼である手賀沼があり、市内外から多くの方が熱い応援をするために集うプロスポーツチームのホームタウンでもあります。また、柏駅周辺においては、飲食・美美容・ファッションをはじめとする商業の集積が図られており、商圈は21市町、商圈人口は330万人近くとなっております。

このような地域資源の現状の的確な把握、現状を踏まえたうえでの一層の活用、活用による地域経済の活性化及び市民が住んでいて良かったと思える街づくりに向けて、従来型の観光のイメージにとらわれることのない「新たな観光のかたち」を示すことが大切です。

このため、柏市では、観光に対する考え方、柏市の現状、目指すべきゴールを明確にするため、「柏市観光基本計画」を策定し、柏の地域資源のより一層の活用、新たなプレイヤーの創出と参画、交流人口の増加に向けた取組をすすめてまいります。

これまでの観光基本計画にありがちな、総花的な計画ではなく、特に重点的に磨き上げを行う取組として、「手賀沼及び手賀沼周辺地域」を重点エリアとし、「スポーツツーリズム」、「タウンツーリズム」を合わせて観光政策の3つの柱としつつ、柏の「自然」、「食・農」、「歴史・文化」、「ひと・こと・もの」等、あらゆる地域資源を観光資源として磨き上げていきます。

まさに、先人から受け継がれてきた柏市の地域資源に「きづく（きずく）」、「つなぐ」取組を進めることにより、「柏を、すきになる」ような観光政策を展開し、柏市の新たなスローガンである「つづくを、つなぐ。」の浸透を図り、今とこれからの柏の創造につなげていきます。

この取組の実現のためには、市民の皆様をはじめ、事業者、地域資源の保存・継承・活用に携わる方々との連携と協力が必要不可欠となります。

本計画において掲げる柏市の観光の取組と方向性を通じて、皆様に「新たな成長産業」である柏の観光の取組に、より一層のご理解、ご協力を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

柏市長 太田 和美

目次

第1章 柏市観光基本計画の基本的な考え方	・・・1
1 計画の策定目的	・・・1
2 新たな計画策定の経緯	・・・1
3 新たな計画が必要な理由	・・・1
4 計画の理念等	・・・2
5 計画の位置づけ	・・・3
第2章 観光を取り巻く現状と課題	・・・4
1 旧計画（平成25年度策定）の特徴と課題	・・・4
2 国の観光動向	・・・4
3 千葉県の観光動向	・・・5
4 柏市の観光動向	・・・6
（1）人口の推移と柏市の位置	・・・6
（2）柏市周辺市と柏市の観光	・・・7
（3）柏市の各施設の入込客数	・・・8
（4）柏市の各イベントの入込客数	・・・9
5 柏市の観光に関するデータ分析	・・・10
（1）データ分析の概要	・・・10
（2）柏市全体の観光課題	・・・12
（3）データ分析からみる柏市中心市街地の観光課題	・・・14
（4）データ分析からみる夜間の柏市中心市街地の観光課題	・・・16
（5）データ分析からみる柏の葉の観光課題	・・・17
（6）データ分析からみる道の駅しょうなんの観光課題	・・・19
（7）データ分析からみるあけぼの山公園・あけぼの山農業公園の観光課題	・・・21
（8）データ分析からみるJリーグの観光課題	・・・23
（9）データ分析からみる手賀沼・大堀川周辺の観光課題	・・・25
（10）データ分析からみる柏市におけるイベントの観光課題	・・・27
（11）データ分析からみる柏市におけるインバウンドの観光課題	・・・29
（12）SNS分析からみる観光課題	・・・34
第3章 柏市観光基本計画の方向性	・・・35
1 総論（柏市の観光における課題の整理）	・・・35
2 具体的なターゲットに対応した観光施策の展開（ペルソナ）	・・・36
3 新たな観光の方向性	・・・38
4 重点分野の設定	・・・39
5 柏市観光基本計画の方向性（まとめ）	・・・39
第4章 柏市観光基本計画にて取り組むべき事項	・・・40
1 重点分野1 手賀沼及び手賀沼周辺地域における観光振興【最重要分野】	・・・40
2 重点分野2 柏駅周辺におけるタウンツーリズム	・・・45
3 重点分野3 スポーツツーリズム・スポーツタウン柏	・・・49
4 あけぼの山周辺エリアの観光振興	・・・52
5 観光関連政策等との連携	・・・53
第5章 柏市観光基本計画の目標	・・・55

第1章 柏市観光基本計画の基本的な考え方

1 計画の策定目的

柏市は著名な観光地ではないものの、「買い物・飲食・美美容・ファッションなどの商業拠点としての存在感」「手賀沼周辺や大堀川周辺、県立柏の葉公園、あけぼの山農業公園などの豊かな自然」「大消費地に近いことを活かした近郊農業」「全国からの観戦来訪が期待できるプロスポーツチーム」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。

柏市においては、「観る」「遊ぶ」「楽しむ」「憩う」のいずれも体験可能で、柏の様々な地域資源は、まさに柏の光です。その光をより一層輝かせ、また新たな光を見出し、それぞれの地域資源と特性を活かしたまちづくりを、地域経済の活性化や地域資源の発掘及び磨き上げの視点で取り組んでいく必要があります。

交流人口の拡大による地域経済の活性化及び市民にとって「柏に生まれて良かった」「柏に住んで良かった」と感じられるようなまちづくりを進めていくことを目的としています。

2 新たな計画策定の経緯

柏市では、平成25年度に柏市観光基本計画を策定しています^{※1}。この計画の目的は、「市民との協働や関係団体、民間事業者との連携体制を強化し、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」とされており、計画の対象期間は、平成26年度から令和5年度までの10年間です。

平成25年度に策定された柏市観光基本計画は、令和5年度をもってその計画期間が満了します。この計画により、市民との協働や、観光資源の魅力向上による交流人口・昼間人口の増加など、柏市の観光においてその礎を築くことができました。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外出機会の低下や新しい生活様式の定着など、この10年間で市民や訪問者の意識・行動の変容を踏まえ、新しい時代における柏市の観光のあり方を検討する必要があります。

柏市としての今後の観光振興政策の道筋を示す「**新たな観光基本計画**」の策定が必要と言えます。

※1：上位計画：柏市第四次総合計画(平成18年～平成27年)・柏市産業振興戦略プラン(平成23年～平成27年)

3 新たな計画が必要な理由

柏市は、他市町村の宿泊を伴う典型的な観光地とは異なり、観光地としてのイメージは薄くなっています。そのような中において、観光基本計画が必要となる理由は、「地域経済の活性化」を達成する手段となり得るからです。「地域経済の活性化」という目的のためには、以下の3つが必要になると考えており、その手段となるのが「観光基本計画」です。

①交流人口の拡大

②成長産業・戦略産業としての観光事業の成長（新たな事業者の参入・創業）

③柏市の地域資源の発信・認知度向上

例えば、柏駅周辺の交流人口の減少は、地域経済の衰退を招き、店舗の撤退や駅周辺の魅力の減少、街のイメージダウンとなり、更なる交流人口の減少に留まらず、定住人口の減少という負のサイクルにつながります^{※2}。今後人口の減少が見込まれる中、持続可能な基礎自治体としての**正のサイクル**を生み出すためには、柏駅周辺に限らず、柏市として交流人口を増加させることが必要であり、そのための手段の1つが「観光」です。また、従来の宿泊・来訪型観光のみならず、観光に対する価値観は多様化しています。「**柏市ならではの観光のあり方**」を再構築し、今後の見通しを体系的にまとめ、市内外に向けて観光の考え方を示す必要があります。そのため、新たに「観光基本計画」を策定します。

※2：柏市経営戦略方針(柏市第五次総合計画 後期基本計画(R3～R7)「第2章分野別方針 経済・活力」より抜粋)

4 計画の理念等

柏の「4つの魅力」を市内外の多くの方に知っていただき、体験いただくため、
○「都心部から最も近い天然湖沼手賀沼」をはじめとする柏の魅力を発信し（気付く）、
○市内外に「カシワファン」を増やすための取組を実践し（築く、繋ぐ）、
観光を成長産業として戦略的に展開することにより、交流人口の拡大・地域経済の活性化を目指す

○柏市観光基本計画のコンセプト **～自然と都市が交わり、人が魅力を創造する街かしわ～**
○柏市観光基本計画策定により目指すもの（理念）

「かしわを、すきになる」

すきになる

すきになる：

- ・ 柏を知らない人が柏を知る
- ・ 柏市民、柏を知っている人が柏を好きになる
- ・ 柏を好きな人が柏をもっと好きになる

気付く（情報発信）
築く（創造、構築）

つなぐ

- ・ 昔と今とこれからの
- ・ 市民と柏の魅力を
- ・ 市外と柏を
- ・ 世界と柏を

柏の4つの魅力

観る

- ・ 手賀沼の水辺、鳥・魚、里山
- ・ あげぼの山農業公園の花
- ・ スポーツ観戦
- ・ 歴史的建造物
- ・ イベント

遊ぶ

- ・ 手賀沼水上アクティビティ
- ・ ファミリーが楽しめる公園
- ・ 様々な世代が楽しめる体験

楽しむ

- ・ 手賀沼の体験プログラム
- ・ 柏駅周辺商業集積飲食、美容、買い物、イベント

憩う

- ・ 手賀沼の水辺空間
- ・ あげぼの山農業公園をはじめとする公園

図表 1-1 新たな観光基本計画の理念

5 計画の位置づけ

本計画は、市の上位計画である「柏市第五次総合計画（計画期間：平成28年度～令和7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「柏市産業振興戦略ビジョン（計画期間：令和元年度～令和7年度）」をもとに、観光分野において市の特性を活かしながら施策を推進していく計画です。また、その他各種計画とも整合性を図り、**行政・市民・事業者と一体となった観光振興**を図っていきます。

なお、新たに策定される予定の柏市第六次総合計画も見据え、各種計画と調整しながら、本計画を実施していきます。

柏市第五次総合計画（平成28年度～令和7年度）

柏市の将来都市像

「未来へつづく先進住環境都市・柏～笑顔と元気が輪となり広がる交流拠点～」

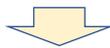
柏市のまちづくりの基本的な目標（重点目標）※抜粋

「地域の魅力や特性を活かし、人が集う活力あふれるまち」

対応方針（分野別）※抜粋

「多様な商業や飲食店の集積、都市空間の高質化など、街の魅力創出と発信を行い、柏駅周辺の交流人口の増加を促します。」

「手賀沼と周辺に点在する地域資源を一体的に活用し、市内外から多くの人を訪れる拠点にします。」



柏市産業振興戦略ビジョン（令和元年度～令和7年度）

ビジョンの位置付け※抜粋

主に製造業、商業、農業、観光を中心とした産業振興に関する計画

基本戦略※抜粋

「ものづくり、農業、商業、観光など、柏市の多様な業種の垣根を越えた仕組みを構築」

「これまでになかった新たな産業を創出」

「歴史ある観光資源や集客力の高い農業施設、農産品などの多様な地域資源を活用」



柏市観光基本計画（令和6年度～）

図表 1-2 上位計画との関係

第2章 観光を取り巻く現状と課題

1 旧計画（平成25年度策定）の特徴と課題

平成25年度に策定された柏市観光基本計画は、柏市域において集客・誘客に貢献する全ての要素を「観光資源」と捉えています。アンケート調査（市民・来訪者向け）及び事業者へのヒアリング調査を実施し、柏市全域での取り組むべき事業と、4つのエリア（柏駅周辺エリア・あけぼの山農業公園周辺エリア・手賀沼周辺エリア・柏の葉エリア）ごとに取り組むべき事業を網羅的に記載していました。

この計画では、市の観光政策の方向性を示す役割を果たしてきたものの、全ての要素を「観光資源」と捉えており、**取り組む事業も網羅的であることから、「柏市らしさ」「柏市として特に力を入れる分野」が不明瞭**でした。また、**観光施策を打ち出す先のターゲット層の記載がない**ことも課題として挙げられます。

令和元年度まで計画のフォローアップ調査を実施していたものの、調査結果が計画に反映されることはなく、また、令和2年度からの新型コロナウイルス感染症の影響で各課の観光に関わる事業が滞ったこともあり、調査そのものが中止されました。

2 国の観光動向

「令和5年版観光白書（国土交通省・以下「観光白書」）」によれば、令和4年の日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.2回、日帰り旅行の回数は1.1回、1人当たりの宿泊数は1.9泊と前年を上回っています（令和3年：日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は0.6回、日帰り旅行の回数は0.7回、1人当たりの宿泊数は1.0泊）。しかし、令和元年の日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.4回、日帰り旅行の回数は1.6回、1人当たりの宿泊数は2.3泊であり、新型コロナウイルス感染症前の水準までは戻っていません。

令和4年の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億3,247万人、国内日帰り旅行者数は延べ1億8,539万人となっています。また、令和4年の日本人の国内旅行消費額は17.2兆円であり、このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は13.8兆円、日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円となっています。

また、訪日外国人旅行者数は、令和元年までは、国を挙げた様々な取組により同年には3,188万人となるなど、過去最高を更新していましたが、令和2年及び令和3年の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う水際措置の強化の継続などにより、年間を通じて大きく減少しました。なお、令和4年の訪日外国人旅行者数は、6月の外国人観光客の受入再開後、10月の入国者数の上限撤廃、個人旅行の解禁、ビザなし渡航の解禁等の水際措置の大幅緩和等により大きく増加し、同年12月には令和元年同月比で54.2%まで回復、年間では約383万人（令和元年比88.0%減）となっています。

この状況を踏まえて、観光白書では、今後の観光について以下のように述べています（一部抜粋）。

- 国内外の旅行者の関心や行動の多様化などを踏まえた、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」など「質」を重視した「稼ぐ力」を実現し、地域社会・経済の持続可能性を将来にわたって存立する役割が期待される。
- ポストコロナの「質」を重視した観光では、地域に根付いた自然や文化など日常の「暮らし」に関わるコンテンツが、国内外の旅行者にとって魅力的な非日常体験として価値が高まりつつある。
- 観光地の「稼ぐ力」の「質」とは、地域に根付いたコンテンツ、すなわち全国の地域が大切に守り承継してきた豊かな自然環境や風景、景観、文化や伝統・歴史、人々の生活や郷土料理、農林水産業や伝統工芸等の生業とその空間など、地域の住民にとって身近な日常の「暮らし」を反映することで向上させることが可能である。また、国内外の旅行者にとっても、こうした地域に根付いたコンテンツは、魅力的な非日常体験として価値が高まりつつある。
- 目指すべき今後の方向性は、観光地の再生・高付加価値化であり、「生活環境全般の向上」、「**地域への愛着・誇りの醸成**」が住民と地域を結ぶ目指すべき姿とされている。

3 千葉県の観光動向

千葉県では、「第3次観光立県ちば推進基本計画」を平成31年3月に策定しています。この計画は、「千葉県観光立県の推進に関する条例」第9条の規定により、観光立県千葉の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定する中長期計画です。この計画では、千葉県観光振興のための4つの重点課題として、「地域資源を活用した多様な観光需要への対応」、「東京2020オリンピック・パラリンピックの開催効果の活用」、「成田空港等の交通インフラの積極的な活用」、「テクノロジー（ICT、AI技術）を活用した生産性の向上」に取り組んでいます。

千葉県の観光入込客数は、平成23年から平成30年まで増加していました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年・令和3年は大きく減少しています。令和4年の観光入込客数（速報値）は、延べ約1億3,773万人（対前年比25.7%増、対令和元年比25.9%減）となり、また、宿泊客数は、延べ約1,420万人（対前年比53.0%増、対令和元年比29.3%減）で、うち外国人は、延べ約60万人（対前年比28.4%増、対令和元年比84.9%減）となりました。



図表 2-1 千葉県観光入込客数(延べ人数)・宿泊客数の推移 (令和3年)
(出典) 千葉県観光入込調査報告書 ※令和4年は速報値

- 千葉県の観光地点数は480地点、行祭事・イベント数は74となっています。
- ※観光地点：観光・ビジネスを問わず、観光客を集客する力のある施設又はツーリズム等の観光活動の拠点となる地点（日常的な利用、通過型の利用がほとんどを占めると考えられる地点は対象としません。）
 - ※行祭事：地域住民の生活において伝統と慣行により継承されてきた、恒例として日を定め執り行う歴史的催し・祭り、郷土芸能等の集合
 - ※イベント：常設又は特設の会場施設において行われる博覧会、見本市、コンベンション等

図表 2-2 千葉県観光地点数、行祭事・イベント数
(出典) 千葉県観光入込調査報告書

千葉県総数	554
観光地点	観光地点 総数
	480
	自然
	27
	歴史・文化
	110
	温泉・健康
	22
	スポーツ・レクリエーション
	253
	都市型観光
	26
	その他
	42
行祭事・イベント	74

4 柏市の観光動向

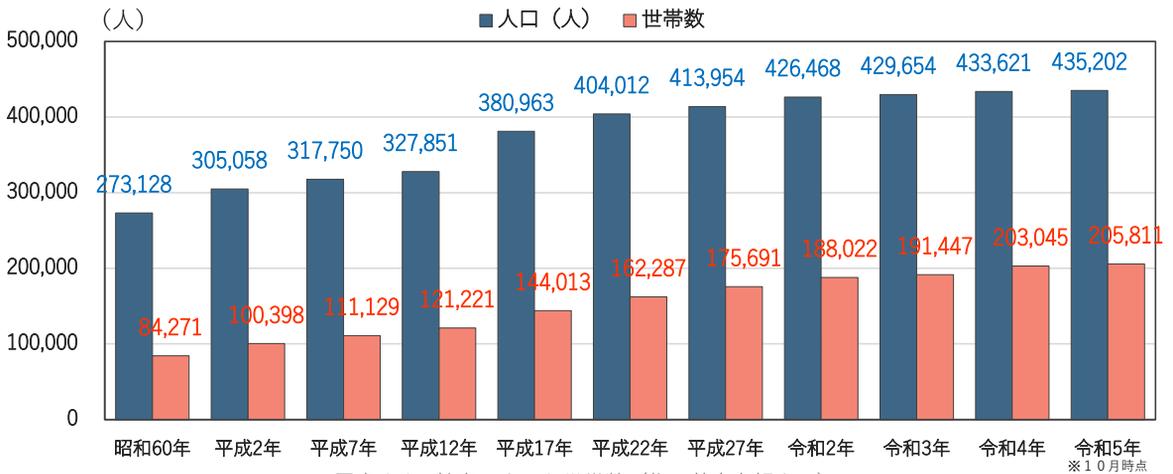
(1) 人口の推移と柏市の位置

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114.74km²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、南に鎌ケ谷市及び白井市、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。

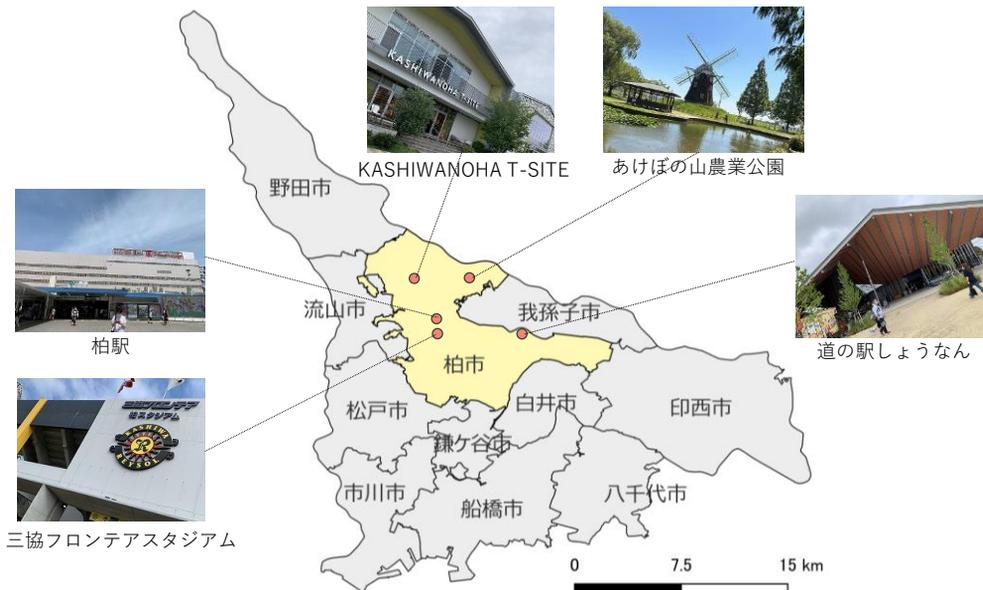
市の北東部には利根川が流れています。標高差は、最大32mでほぼなだらかな地形です。高度経済成長期以降、首都圏への人口集中の影響により、平成元年に人口30万人を突破、平成17年3月の柏市と沼南町の合併を経て、平成22年には40万人を超え、令和5年10月の人口は435,202人、205,811世帯となっています。

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。

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、東京大学や千葉大学の研究施設が集積しており、スマートシティ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女子バスケットボールのENEOSサンフラワーズ、ラグビーのNECグリーンロケッツ東葛のホームタウンでもあり、スポーツ資源もあります。



図表 2-3 柏市の人口と世帯数（住民基本台帳人口）



図表 2-4 柏市の位置と主な観光資源

(2) 柏市周辺市と柏市の観光

柏市の令和3年の観光入込客数は2,862,361人となっています。その内訳は、観光地点の「スポーツ・レクリエーション」が1,809,851人、「その他」が861,965人となっています。また、行祭事・イベントの「イベント」が190,545人となっています。

周辺7市と比較しても観光入込客数は多くっており、特に「イベント」の割合が高いことが特徴となっています。

図表 2-5 柏市周辺の分類別観光入込客数（令和3年）
（出典）千葉県観光入込調査報告書

	観光地点						行祭事・イベント	
	自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	行祭事	イベント
県内総数	2,076,325	17,293,869	2,810,569	38,322,983	16,777,699	26,952,461	2,281,857	3,042,839
柏市	0	0	0	1,809,851	0	861,965	0	190,545
船橋市	38,560	0	0	573,230	0	0	60,000	0
野田市	0	102,286	542,876	989,517	0	0	0	0
松戸市	29,318	152,795	0	35,019	0	0	10,000	0
印西市	0	0	208,800	798,001	0	0	103,272	0
我孫子市	0	24,657	0	81,761	0	492,266	0	43,005
鎌ヶ谷市	0	0	0	126,310	0	0	0	0
流山市	0	0	0	0	0	31,962	25,161	0

千葉県内の令和3年の観光入込客数を観光地点・行祭事・イベント別にみると、「県立柏の葉公園」が全体の7位で約128万人、「道の駅しょうなん」が全体の12位で約86万人、「あけぼの山農業公園」が全体の32位で約48万人、「三協フロンテア柏スタジアム」が全体の112位で約10万人、「柏の葉競技場」が全体の115位で約9万人となっています。

図表 2-6 千葉県内の主な観光地等への観光入込客数（令和3年）
（出典）千葉県観光入込調査報告書（単位：万人）

順位	市町村名	観光地点、行祭事・イベント名	分類	令和3年	令和2年	令和元年	平成30年
1	浦安市	東京ディズニーリゾート	テーマパーク	1,205	756	2901	3256
2	木更津市	海ほたるパーキングエリア	道の駅、パーキングエリア等	697	649	745	753
3	成田市	成田山新勝寺（初詣1/1～1/3除く）	神社・仏閣	622	856	1,197	1,200
4	千葉市	パサール幕張（上・下）	道の駅、パーキングエリア等	383	363	432	433
5	香取市	香取神宮（通年）	神社・仏閣	200	207	217	189
6	千葉市	幕張メッセ（イベントホール・国際展示場）	イベント会場	130	145	765	701
7	柏市	県立柏の葉公園	公園	128	105	144	148
8	木更津市	道の駅 木更津 うまくたの里	道の駅、パーキングエリア等	118	105	111	185
9	旭市	道の駅季楽里あさひ	道の駅、パーキングエリア等	113	110	120	114
10	香取市	道の駅水の郷さわら	道の駅、パーキングエリア等	111	108	118	116
11	市川市	道の駅いちかわ	道の駅、パーキングエリア等	96	77	85	85
12	柏市	道の駅しょうなん	道の駅、パーキングエリア等	86	90	96	101
13	山武市	道の駅オライはすぬま（物産館・レストラン）	道の駅、パーキングエリア等	86	87	96	103
32	柏市	あけぼの山農業公園	公園	48	29	44	49
112	柏市	三協フロンテア柏スタジアム	スポーツ観戦	10	6	23	/
115	柏市	柏の葉競技場	スポーツ観戦	9	6	14	/

※順位は令和3年のもの

※成田山新勝寺は令和3年と令和2年は、初詣1/1～1/3を除いた集計値

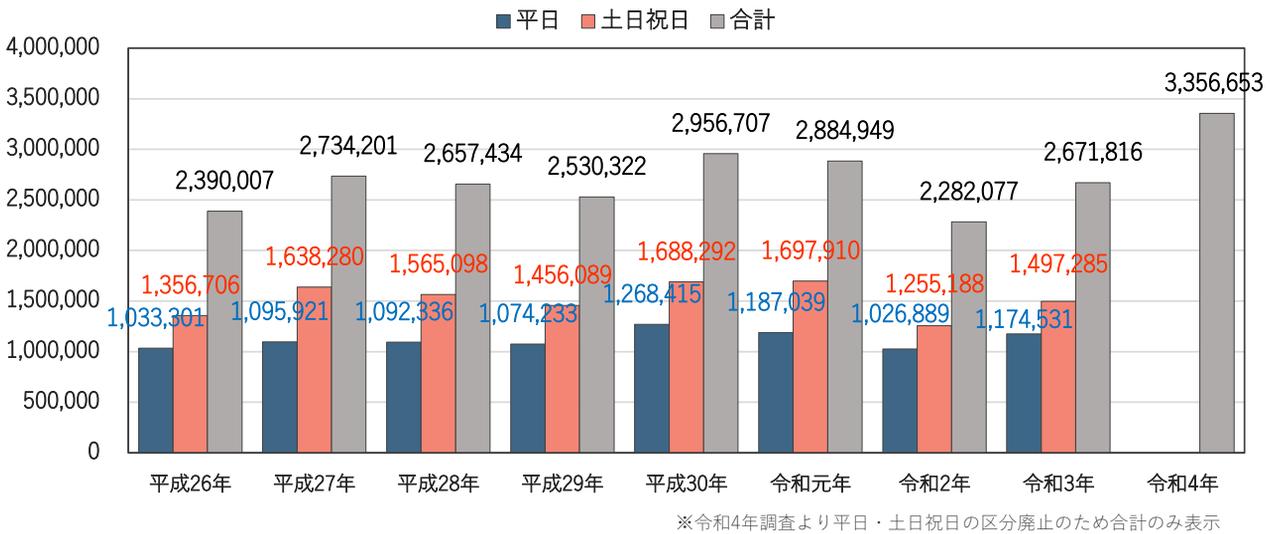
※三協フロンテア柏スタジアムおよび柏の葉競技場は平成30年の集計なし

(3) 柏市の各施設の入込客数

柏市の観光地点（施設）の入込客数では、令和4年が3,356,653人となっています。令和3年は2,671,816人で、新型コロナウイルス感染症前の令和元年と比較して92.6%となっていました。令和4年では平成26年以降で過去最大となり、令和元年と比較して116.4%となっています。

これらの入込客数について施設別にみると、令和4年では「道の駅しょうなん」で1,381,134人、「県立柏の葉公園」で1,295,644人、「藤ヶ谷カントリークラブ」で35,288人、「手賀沼フィッシングセンター」で17,859人、「あけぼの山農業公園」で626,728人となっています。これは新型コロナウイルス感染症前の令和元年と比較すると、「道の駅しょうなん」で143.5%、「県立柏の葉公園」で90.0%、「藤ヶ谷カントリークラブ」で107.5%、「手賀沼フィッシングセンター」で143.2%、「あけぼの山農業公園」で143.4%となっています。道の駅しょうなんでは、令和4年の入込客数が過去最大となっています。

柏市の観光地点では屋外の施設が多くなっており、新型コロナウイルス感染症の影響を受けにくかったことが考えられます。



図表 2-7 柏市の観光地点（施設）の入込客数推移

施設名		平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
1	道の駅しょうなん	1,111,273	1,068,881	1,010,123	962,399	897,942	861,965	1,381,134
2	県立柏の葉公園	1,504,807	1,419,437	1,475,079	1,440,302	1,053,099	1,279,872	1,295,644
3	藤ヶ谷カントリークラブ	32,189	31,897	31,180	32,830	28,275	33,018	35,288
4	手賀沼フィッシングセンター	9,165	10,107	11,089	12,469	14,426	16,947	17,859
5	あけぼの山農業公園			429,236	436,949	288,335	480,014	626,728
合計		2,657,434	2,530,322	2,956,707	2,884,949	2,282,077	2,671,816	3,356,653

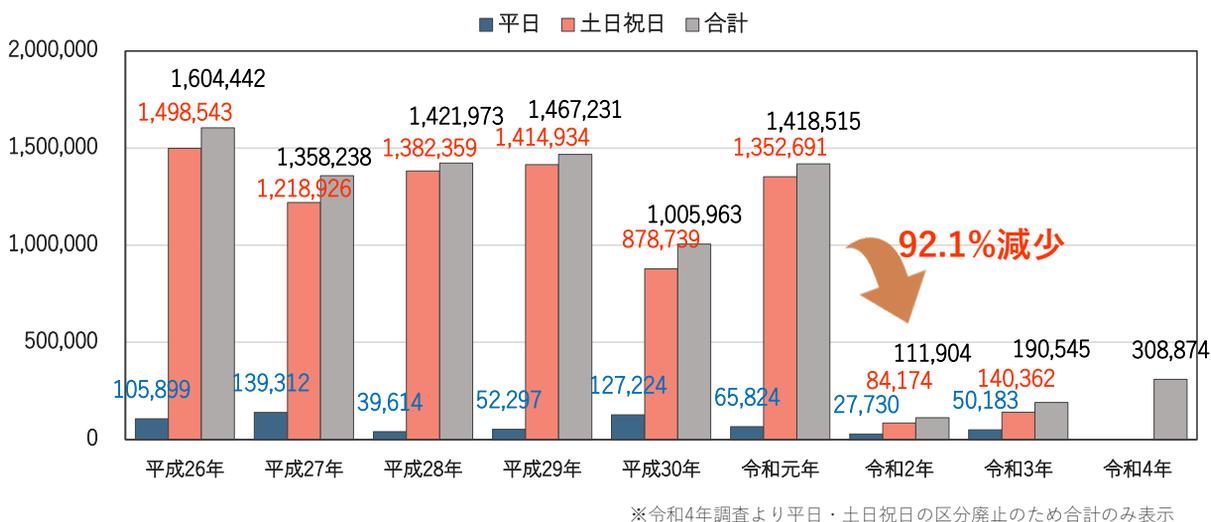
図表 2-8 柏市の観光地点（施設）の入込客数推移 施設別

(4) 柏市の各イベントの入込客数

柏市のイベントの入込客数では、令和4年が308,874人となっています。令和2年は111,904人となっており、新型コロナウイルス感染症前の令和元年と比較して7.9%となっていました。令和4年では令和元年と比較して21.8%となり、新型コロナウイルス感染症以降、徐々に回復してきています。

これらの入込客数についてイベント別にみると、令和元年では「柏まつり」で680,000人、「日立柏サッカー場」で234,828人、「チューリップフェスティバル」で110,000人、「桜まつり（柏市）」で15,000人、「柏の葉競技場」で138,687人、「あけぼの山農業公園まつり」で開催なし、「手賀沼花火大会（柏市会場）」で240,000人、「沼南まつり」で開催なしとなっています。

「柏まつり」、「チューリップフェスティバル」、「桜まつり（柏市）」、「あけぼの山農業公園まつり」、「手賀沼花火大会（柏市会場）」、「沼南まつり」に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年～令和4年で中止（「あけぼの山農業公園まつり」は令和4年再開）となっています。これらのイベントの中止が全体の入込客数の大幅減少に繋がっていると考えられます。



図表 2-9 柏市のイベントの入込客数推移

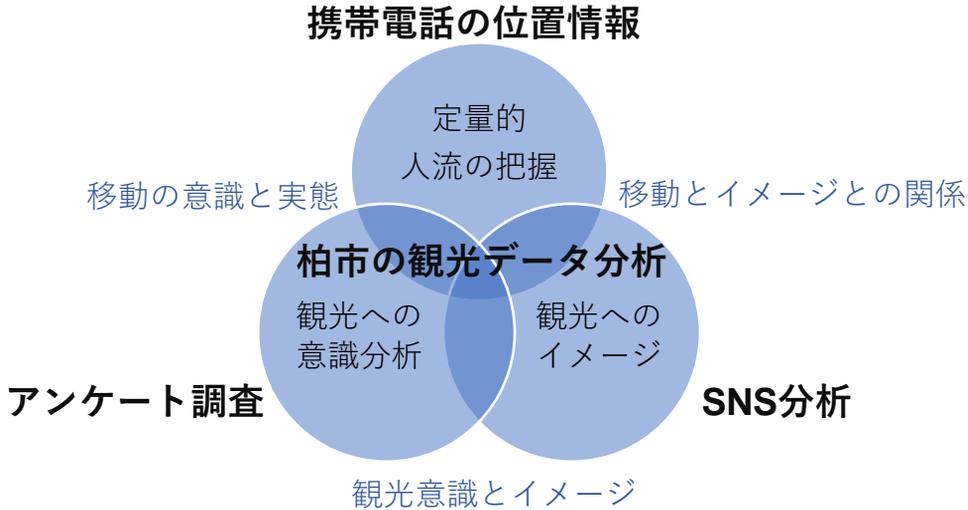
イベント名		平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
1	柏まつり	690,000	700,000	290,000	680,000	中止	中止	中止
2	日立柏サッカー場	223,761	246,304	228,484	234,828	55,188	96,139	167,553
3	チューリップフェスティバル	145,000	120,000	40,000	110,000	中止	中止	中止
4	桜まつり(柏市)	5,500	5,000	7,000	15,000	中止	中止	中止
5	柏の葉競技場	101,712	106,427	140,479	138,687	56,716	94,406	101,321
6	あけぼの山農業公園まつり	6,000	3,500	20,000	0	中止	中止	40,000
7	手賀沼花火大会(柏市会場)	250,000	250,000	240,000	240,000	中止	中止	中止
8	沼南まつり		36,000	40,000	0	中止	中止	中止
合計		1,421,973	1,467,231	1,005,963	1,418,515	111,904	190,545	308,874

図表 2-10 柏市のイベントの入込客数推移 イベント別

5 柏市の観光に関するデータ分析

(1) データ分析の概要

柏市の観光における課題や、あり方について詳細に検討するために、①携帯電話の位置情報を用いた人流分析、②アンケート調査、③SNS分析を行いました。それぞれの調査の概要について以下に示します。



図表 2-11 データ分析の位置付け

① 携帯電話の位置情報分析の概要

携帯電話の位置情報による分析では、人流の集計データが分析可能なKDDIロケーションアナライザーと、個別の移動が分析可能なデバイスロケーションデータを用いました。携帯電話の位置情報による分析を行うことで、実行動やその属性を詳細に把握します。

以下にそれぞれのデータの概要を示します。

○KDDIロケーションアナライザー

- ・auスマートフォンの位置情報ビッグデータ(個別に明確な同意を得たユーザーデータを使用)
- ・上記ユーザーのデータを全人口の拡大推計値に変換
- ・通行人口、滞在人口、訪問人口を推計：柏市の主要25施設について分析
- ・柏市のイベント(柏まつり・手賀沼花火大会について分析)

※各種分析結果については、別途「資料編」に紹介しています。

○デバイスロケーションデータ

- ・株式会社プログウォッチャーの販売ビッグデータ
- ・提携アプリによる位置情報の取得に同意を得たユーザーのデータ
- ・5~15分間隔での位置情報を取得
- ・位置情報(緯度経度)、性年代(男女、20代・30代・40代・50代・60代)、居住推定エリア、勤務推定エリア、移動手段推計のデータを取得
- ・柏駅周辺中心市街地エリア、手賀沼大堀川水辺空間エリア、柏の葉エリア、あけぼの山エリアのデータを取得
- ・各種イベントを含む日や、平日・休日を含めてデータ取得日を設定

データ取得日：令和5年の土日平日を含む26日間^{※2}

2/26(日)・3/1(水)・3/12(日)・3/15(水)・3/21(火・祝)・3/22(水)・3/29(水)・3/31(金)
4/2(日)・4/5(水)・4/9(日)・4/16(日)・4/19(水)・4/23(日)・4/25(火)・4/29(土・祝)
5/5(金・祝)・5/20(土)・6/24(土)・6/28(水)・7/5(水)・7/8(土)・7/29(土)・7/30(日)
8/2(水)・8/5(土)

※各種分析結果については、別途「資料編」に紹介しています。

※2 7/29(土)・7/30(日)は柏まつり、8/5(土)は手賀沼花火大会

② アンケート調査分析の概要

アンケート調査は、中心市街地(柏駅周辺)訪問者、中心市街地(柏駅周辺)(夜用)訪問者等、Jリーグ観戦者、柏の葉訪問者、道の駅しょうなん周辺住民、道の駅しょうなん訪問者、あけぼの山農業公園訪問者、手賀沼・大堀川周辺住民に対して行っています。柏市における代表的な施設等を選定しています。

中心市街地用アンケートは、中心市街地内での回遊行動や訪問意識を中心に把握することを目的としています。中心市街地の夜用アンケートは、夜間の街路利用に対する不安や、夜間の中心市街地での回遊行動について把握することを目的としています。

Jリーグ用アンケートは、ホームチームサポーター・アウェーチームサポーターのそれぞれの観戦前後での回遊や買い物、飲食行動を把握することを目的としています。

道の駅しょうなんでは、道の駅訪問者と道の駅周辺住民の両方に調査を実施しています。こちらの調査では、道の駅利用に関する意識について把握することを目的としています。

あけぼの山用アンケートでは、あけぼの山利用に関する意識の把握を目的としています。

手賀沼・大堀川周辺住民用アンケート調査では、水辺空間利用の満足度や、水辺空間が整備されることの価値の把握を目的としています。

図表 2-12 アンケート調査の概要

調査対象	調査期間	調査対象	調査方法	有効回答
中心市街地	7月5日(水)～7月8日(土)	柏駅デッキ通過者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	270票
中心市街地(夜利用)	飲食店：7月26日(水)～8月25日(金) WEB：9月7日(木)・9月8日(金)	柏市内飲食店利用者 柏市中心市街地利用者	飲食店にWEB回答フォームのコード掲示 楽天インサイトによるWEB調査	333票
Jリーグ	6月24日(土)・7月8日(土) 8月12日(土)・8月26日(土) 9月2日(土)	柏駅東口・南口を通過したJリーグ観戦者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	ホーム：122票 アウェイ：190票
柏の葉	7月5日(水)～7月8日(土)	柏の葉キャンパス駅通過者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収	316票
道の駅周辺住民	8月1日(火)	柏市箕輪、岩井、鷲野谷、手賀の杜1～3丁目の居住者	郵便局による郵送配布・郵送回収	400票
道の駅利用者	7月29日(土)・7月30日(日) 8月3日(木)・8月4日(金)	道の駅しょうなん訪問者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収 手渡しでの調査票の配布・郵送回収	488票
あけぼの山	7月29日(土)・7月30日(日) 8月3日(木)・8月4日(金)	あけぼの山農業公園訪問者	手渡しでの案内の配布・WEBでの回収 手渡しでの調査票の配布・郵送回収	156票
手賀沼・大堀川周辺住民	8月7日(月)	手賀沼・大堀川周辺居住者	ポストへの調査票の投函・郵送/WEB回収	423票

③ SNS分析の概要

柏市の各観光施設がSNS上でどのように投稿されているのか、またどのように評価されているのかを明らかにする為、Instagram上で投稿に関して分析を実施しました。分析の対象は柏市の主要観光施設14か所としました。Google Cloud Vision APIを用いて投稿画像に写されているものや、Google Natural Language APIを用いて投稿されたテキストの分析を行っています。

図表 2-13 SNS分析の分類と画像取得枚数

大分類	対象地	位置情報の名称	取得区分	画像取得枚数
道の駅	道の駅しょうなん	道の駅しょうなん	位置情報	1054
手賀沼周辺	手賀沼	手賀沼	位置情報	1041
		手賀沼湖畔	位置情報	
	手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯	手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯	位置情報	517
	大堀川	大堀川	位置情報	537
	柏ふるさと公園	柏ふるさと公園	位置情報	546
	北柏ふるさと公園	北柏ふるさと公園	位置情報	576
	RECAMPしょうなん	RECAMPしょうなん	位置情報	561
	手賀沼フィッシングセンター	手賀沼フィッシングセンター	位置情報	555
	手賀沼サイクリングロード	手賀沼サイクリングロード	ハッシュタグ	42
	手賀の丘公園	手賀の丘公園	位置情報	563
中心市街地	柏駅	柏駅	位置情報	1095
柏の葉	柏の葉公園	柏の葉公園	位置情報	1167
		千葉県立柏の葉公園	位置情報	
	柏の葉キャンパス駅	柏の葉キャンパス駅	位置情報	563
あけぼの山	あけぼの山公園	あけぼの山公園	位置情報	1104
		あけぼの山農業公園	位置情報	

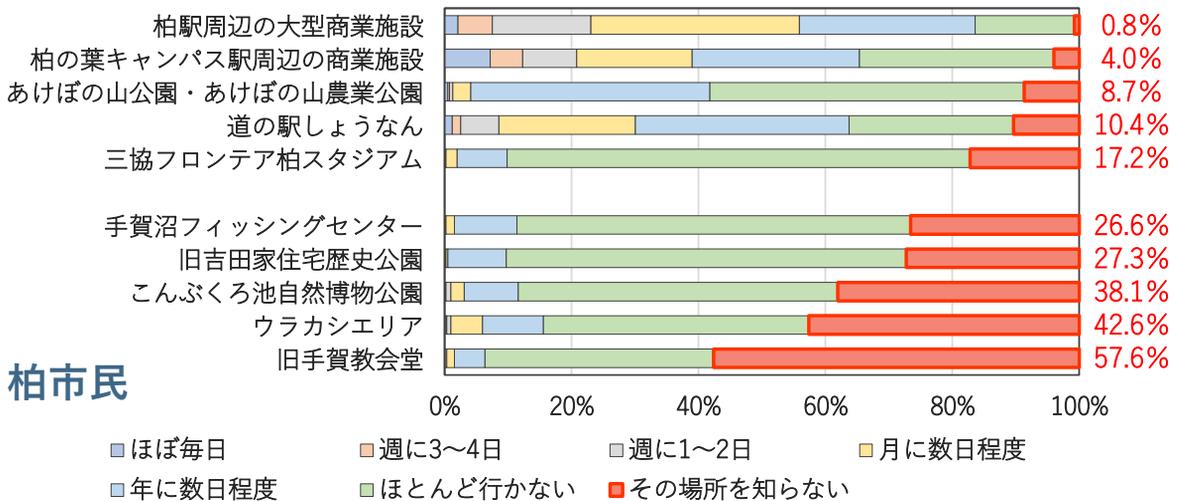
(2) 柏市全体の観光課題

柏市における観光施設では、施設によって認知度が大きく異なります。また、柏市民よりも柏市民以外の方の方が、各施設の認知度が低くなっています。

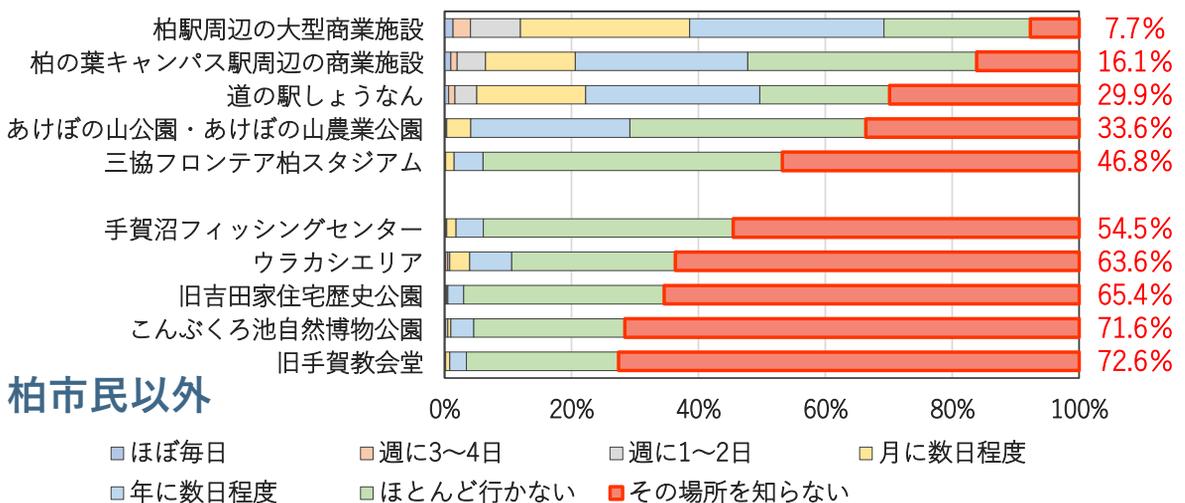
例えば、柏市民で「その場所を知らない」と回答した割合をみると「柏駅周辺の大型商業施設」で0.8%、「柏の葉キャンパス駅周辺の商業施設」で4.0%、「あけぼの山公園・あけぼの山農業公園」で8.7%となっています。一方で、「こんぶくろ池自然博物公園」で38.1%、「ウラカシエリア」で42.6%、「旧手賀教会堂」で57.6%となっています。

柏市民以外で「その場所を知らない」と回答した割合をみると「柏駅周辺の大型商業施設」で7.7%、「柏の葉キャンパス駅周辺の商業施設」で16.1%、「道の駅しょうなん」で29.9%となっています。一方で、「旧吉田家住宅歴史公園」で65.4%、「こんぶくろ池自然博物公園」で71.6%、「旧手賀教会堂」で72.6%となっています。

柏市には様々な観光施設が多くあり、それぞれが重要な役割を担っていますが、認知度や利用頻度が低い施設が多いことも現実です。全ての施設について網羅的に観光事業として取り組むことは非効率であることが考えられます。柏らしさや、柏市として特に力を入れる分野を明確にするためにも、観光施策を打ち出すターゲットを定めた戦略が必要と言えます。

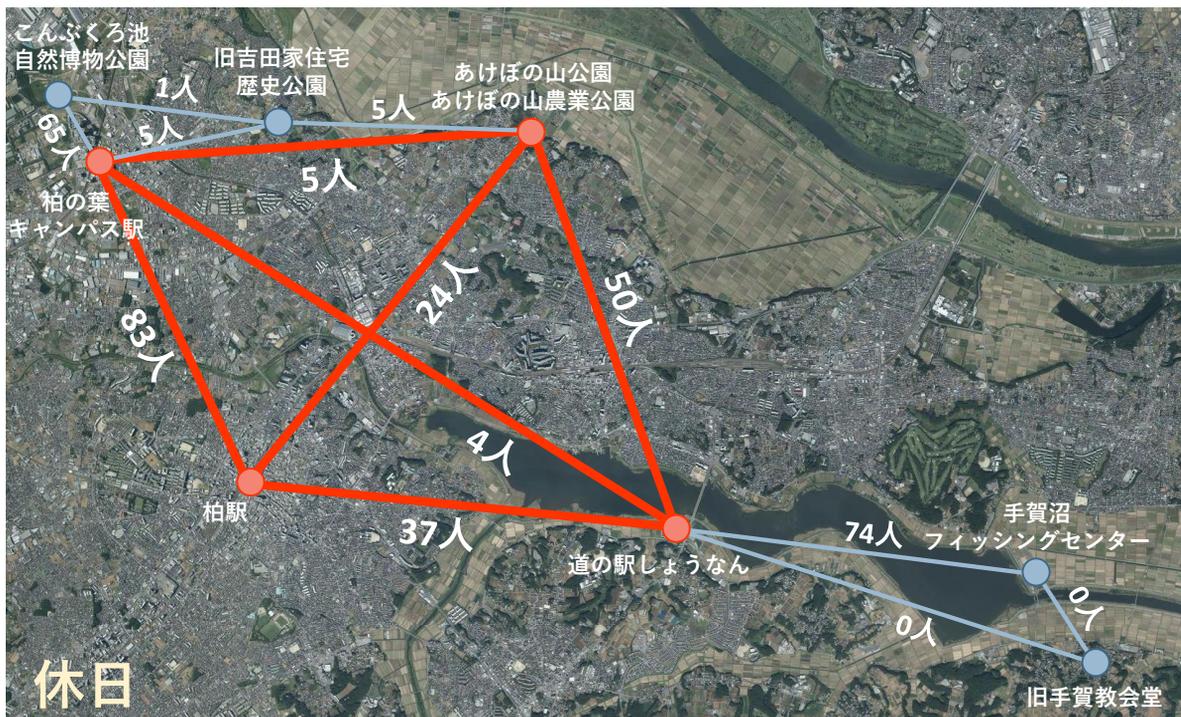


図表 2-14 柏市民における柏市の主要な観光施設の利用頻度と認知度（一部抜粋）

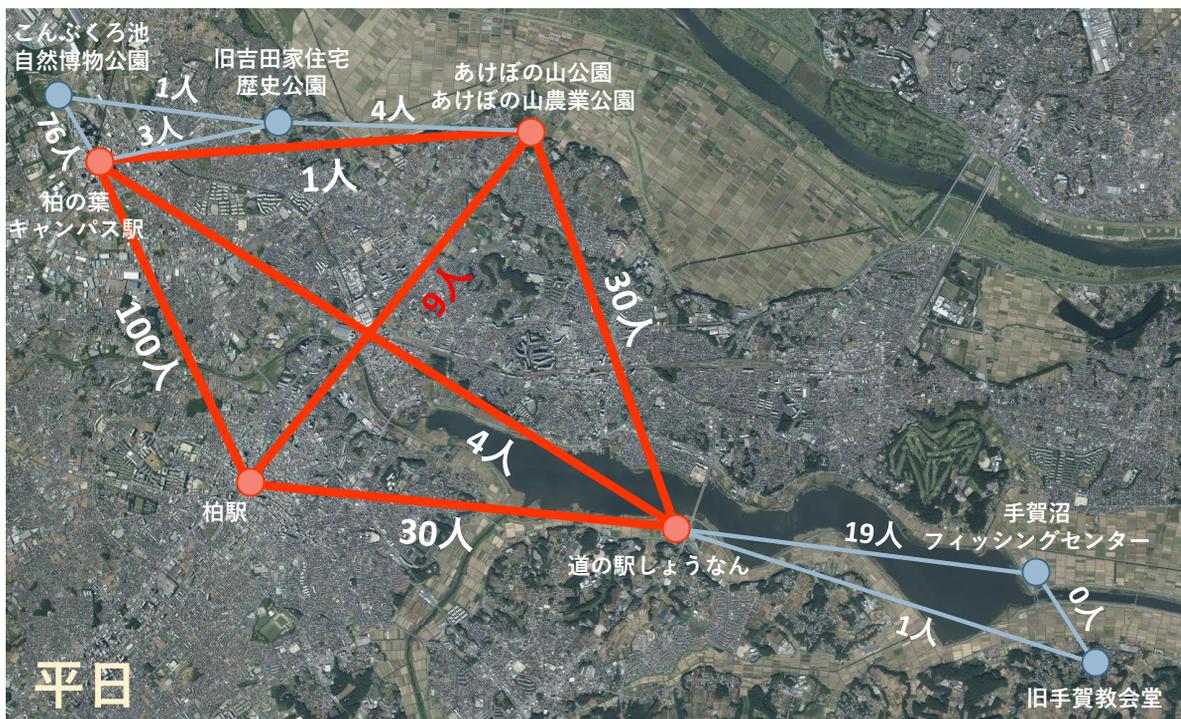


図表 2-15 柏市民以外における柏市の主要な観光施設の利用頻度と認知度（一部抜粋）

柏市の各種主要施設間の同日利用状況は、各施設によって異なります。例えば、休日の同日利用1日平均では、「柏駅」・「柏の葉キャンパス駅」で83人、「柏駅」・「あけぼの山公園・あけぼの山農業公園」で24人、「柏駅」・「道の駅しょうなん」で37人、「あけぼの山公園・あけぼの山農業公園」で50人、「道の駅しょうなん」・「手賀沼フィッシングセンター」で74人となっています。一方で「旧吉田家住宅歴史公園」や「旧手賀教会堂」は他施設との同日利用は少なくなっています。平日の同日利用1日平均では、多くの施設間で休日よりも少なくなっています。拠点の観光施設を中心とした、周辺観光施設との連携や回遊促進が課題と言えます。



図表 2-16 休日の柏市の主要観光施設の同日利用 (KDDIロケーションアナライザーによる分析) ※背景は国土地理院地図



図表 2-17 平日の柏市の主要観光施設の同日利用 (KDDIロケーションアナライザーによる分析) ※背景は国土地理院地図

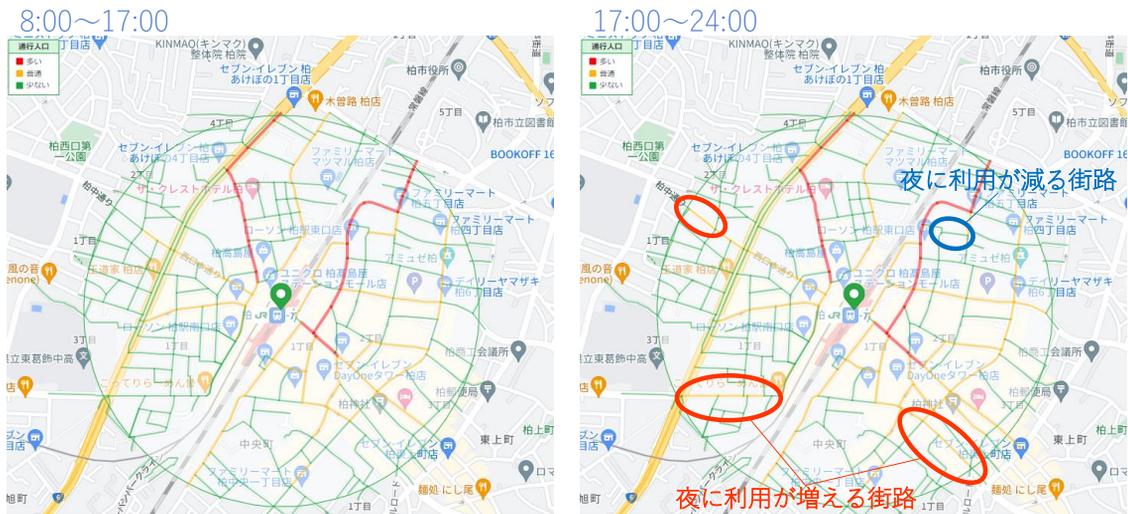
(3) データ分析からみる柏市中心市街地の観光課題

① 中心市街地における人流分析

携帯電話の位置情報による分析によると、柏市中心市街地(柏駅から500m圏内)での歩行者通行量は、日中(8:00~17:00)でも夜間(17:00~24:00)でも混んでいる街路は大きくは異なりません。柏市中心市街地での歩行者通行量はメインの通りや駅周辺に集中しています。例えば、高島屋フラワー通りや、市役所通りに歩行者が集中しています。

柏市中心市街地内での滞在箇所(50mメッシュ)は、駅を中心とした100m以内の商業施設に集中しています。これは、「15分以上滞在」「30分以上滞在」「60分以上滞在」でも傾向は変わりません。

柏市中心市街地の訪問者の居住地では、平日・休日で柏市が最も多くなっています。平日では全体の45.0%、休日では全体の43.2%が柏市内からの来訪です。柏市以外からの来訪も近隣市に集中しています。柏市中心市街地は、柏市民やその周辺市の中心地として機能していると言えます。



※令和4年8月16日～令和5年8月15日の徒歩・来街者の値を推計

図表 2-18 柏市中心市街地(駅から500m圏内)での歩行者数 (KDDIロケーションアナライザー)



※令和4年8月16日～令和5年8月15日の来街者の値を推計

図表 2-19 柏市中心市街地(駅から500m圏内)での滞在人数 (KDDIロケーションアナライザー)

図表 2-20 柏市中心市街地(駅から500m圏内)へ訪問した人の居住地 (KDDIロケーションアナライザー)

平日						祝休日					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	割合	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	割合
1	柏市	19,472,117	72.0%	1.6	45.0%	1	柏市	7,442,060	56.4%	1.6	43.2%
2	我孫子市	3,587,639	61.4%	8.0	8.3%	2	松戸市	1,432,913	16.2%	7.6	8.3%
3	松戸市	3,471,645	20.8%	7.6	8.0%	3	流山市	1,275,906	31.3%	4.9	7.4%
4	流山市	3,452,121	41.5%	4.9	8.0%	4	我孫子市	1,214,780	42.7%	8.0	7.0%
5	取手市	1,469,722	35.6%	10.5	3.4%	5	取手市	487,925	23.6%	10.5	2.8%
6	野田市	1,459,846	22.6%	19.7	3.4%	6	野田市	483,262	16.0%	19.7	2.8%
7	船橋市	854,573	4.1%	15.0	2.0%	7	船橋市	297,046	2.9%	15.0	1.7%
8	牛久市	579,709	18.2%	21.3	1.3%	8	龍ヶ崎市	208,246	14.9%	23.8	1.2%
9	龍ヶ崎市	576,528	20.7%	23.8	1.3%	9	牛久市	202,237	12.5%	21.3	1.2%
10	鎌ヶ谷市	450,882	12.4%	10.4	1.0%	10	鎌ヶ谷市	197,081	9.1%	10.4	1.1%
-	上記以外	7,927,788	-	-	18.3%	-	上記以外	3,991,797	-	-	23.2%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す

② 中心市街地における個別行動分析

柏市中心市街地での行動パターンでは、柏高島屋、ドン・キホーテ柏駅前店、柏モディなど複数の施設を回遊する人が多く、平日では22%、休日では26%を占めます。

鉄道を利用して来街し、駅の東西を利用するパターンは、平日で11%、休日で15%を占めます。

ごく一部に「ウラカシ」エリアを利用する行動パターンもみられます。これらのパターンは全体の5%に留まっています。

駅から1か所のみを訪問し帰宅する、目的地志向型の行動パターンも多くみられます。こちらのパターンでは、平日の20%、休日の14%を占めます。

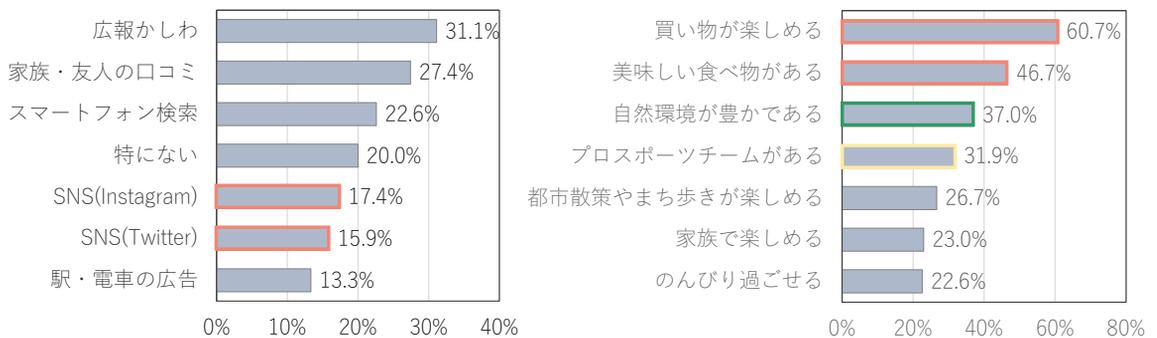
柏市中心市街地での行動パターンは多様となっています。複数店舗を回遊するパターンでも、その多くは一部の大型商業施設に限られることがほとんどとなっています。

③ 中心市街地におけるアンケート調査分析

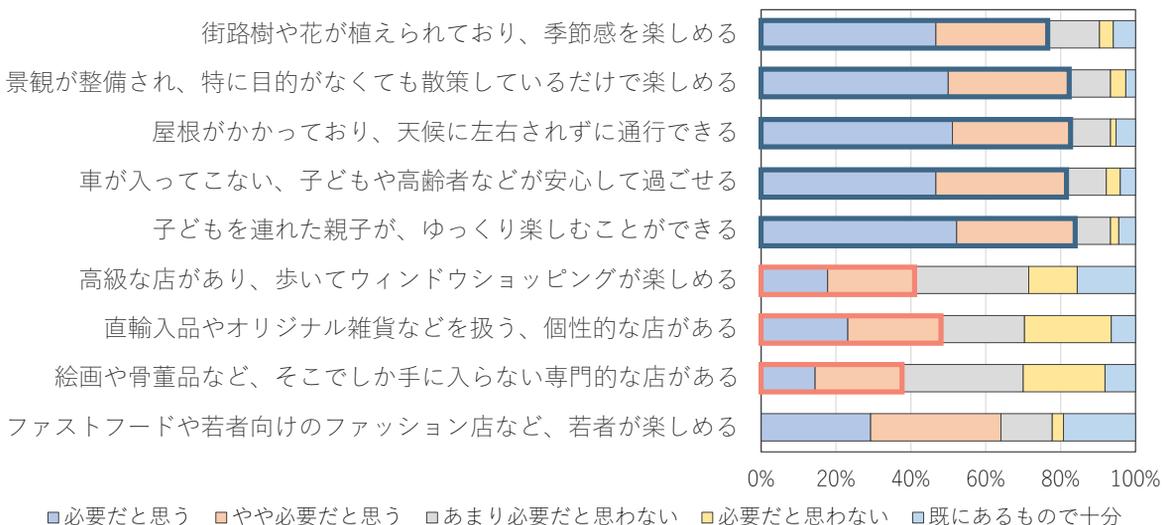
アンケート調査の分析より、柏市の観光情報の入手先として、「広報かしわ」や「家族・友人の口コミ」が多くなっています。その中でもInstagramやTwitter(現X。以下同じ。)での情報収集も多くなっています。「SNS(Instagram)」では17.4%、「SNS(Twitter)」では15.9%、「SNS(Tik Tok)」では3.7%となっています。

柏市のイメージでは、「買い物が楽しめる」や「美味しい食べ物がある」など都市的なイメージと、「自然環境が豊かである」などの自然的なイメージに分かれています。「プロスポーツがある」イメージも強く31.9%となっています。

中心市街地に求める街路としては「景観が整備され、特に目的がなくても散策しているだけで楽しめる」などで多く該当し、「高級な店があり、歩いてウィンドウショッピングが楽しめる」などの該当は多くありません。中心市街地として特別な場ではなく、ゆったりと過ごせる場としての需要があります。



図表 2-21 観光情報の入手先・柏市のイメージ



図表 2-22 柏市中心市街地に求める街路

(4) データ分析からみる夜間の柏市中心市街地の観光課題

① アンケート調査による分析

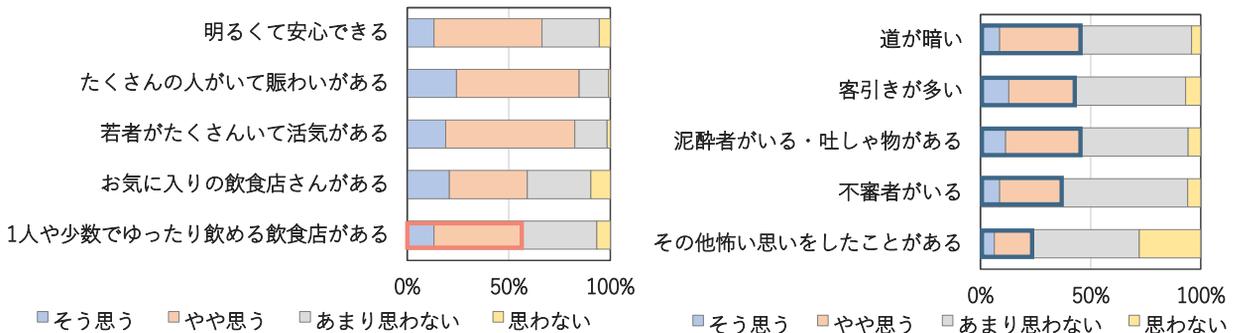
柏市中心市街地での活気では、「昼の方が活気があると思う」と回答したのが29.1%であるのに対し、夜間の方が活気があると思うと回答したのが24.4%でした。一定割合、夜間の柏市の活気を感じている人がいることがわかります。

夜間の柏市中心市街地の評価について「そう思う」「ややそう思う」と回答した人の割合は、「たくさん人がいて賑わいがある」で84.7%、「若者がたくさんいて活気がある」で82.6%と高くなっています。その一方で、「1人や少数でゆったり飲める飲食店がある」では56.5%と低くなっています。夜間の柏市中心市街地には1人でくる人も多く、1人向けにゆったりできる飲食店が必要と言えます。

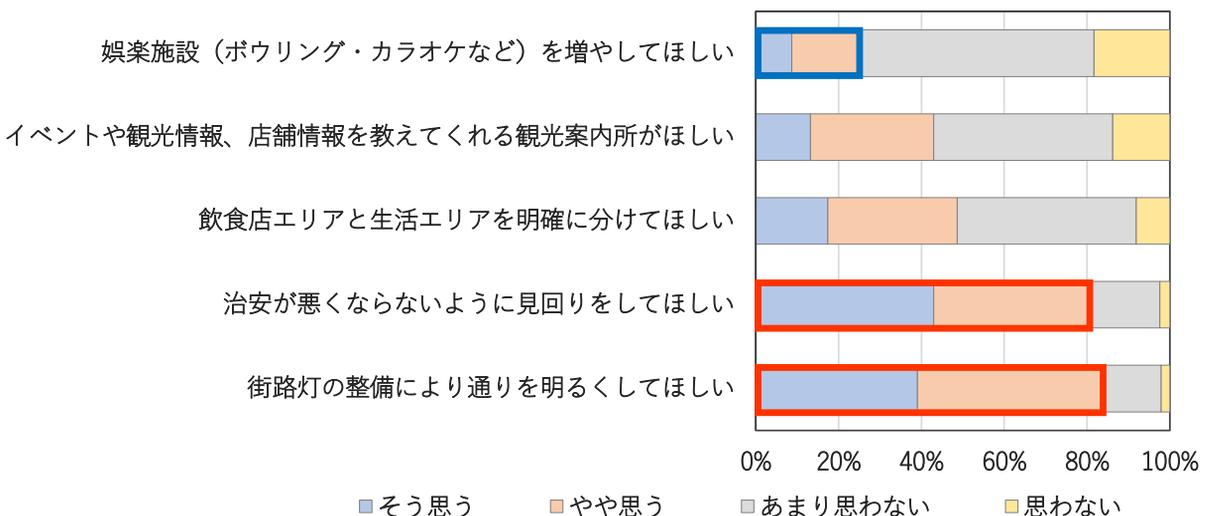
夜間の柏市中心市街地のイメージについて、「そう思う」「ややそう思う」と回答したのは、「道が狭い」で45.9%、「客引きが多い」で42.9%、「泥酔者がいる・吐しゃ物がある」で45.6%、「不審者がいる」で37.2%、「その他怖い思いをしたことがある」で23.1%となっています。柏市中心市街地における夜間の活気が評価されながらも、夜間に負のイメージを有している人も一定数いることがわかります。

夜間の柏市中心市街地への要望について「そう思う」「ややそう思う」と回答した割合は、「治安が悪くならないように見回りをしてほしい」で80.5%、「街路灯の整備により通りを明るくしてほしい」で83.5%となっています。夜間の中心市街地の治安に関して、不安を有していることが分かります。その一方で、「娯楽施設（ボウリング・カラオケなど）を増やしてほしい」では24.9%となり、そこまで高い割合ではありません。

治安の良さに関しては、柏市中心市街地の改善が求められる項目となっており、夜間も含めた取組が必要と言えます。



図表 2-23 夜間の柏市中心市街地の評価とイメージ



図表 2-24 夜間の柏市中心市街地への要望

(5) データ分析からみる柏の葉の観光課題

① 柏の葉における人流分析

柏の葉(柏の葉キャンパス駅から1,000m圏内)での歩行者通行量は、ほとんどが駅周辺に集中しています。これは、柏の葉キャンパス駅から、ららぽーと柏の葉への導線となっています。60分以上滞在の場所(メッシュ)でも、ほとんどがららぽーと柏の葉となっています。柏の葉キャンパス駅からKASHIWANOHA T-SITEへの徒歩での移動は多くはみられていません。

自動車交通量をみると、国道16号線が多くなっており、KASHIWANOHA T-SITEへは自家用車で移動していることが考えられます。

柏の葉(柏の葉キャンパス駅から1,000m圏内)の滞在地点(50mメッシュ)は、ららぽーと柏の葉で多く滞在しています。これは、15分以上滞在、30分以上滞在、60分以上滞在でも同様の傾向です。KASHIWANOHA T-SITEでは、15分以上滞在のみが滞在箇所として集中しています。ただし、30分以上の滞在はしていません。このことから、KASHIWANOHA T-SITEでは、30分以上滞在している人は少ないことが考えられます。

歩行者通行量



自動車交通量



※令和4年8月16日～令和5年8月15日の徒歩・来街者の値を推計

図表 2-25 柏の葉(駅から1,000m圏内)での歩行者通行量・自動車交通量

15分以上滞在



30分以上滞在



60分以上滞在



※令和4年8月16日～令和5年8月15日の来街者の値を推計

図表 2-26 柏の葉(駅から500m圏内)での滞在地点

図表 2-27 柏の葉(駅から1,000m圏内)へ訪問した人の居住地

平日						祝休日					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値
1	柏市	8,339,514	37.0%	5.0	40.2%	1	柏市	3,589,150	30.6%	5.0	41.4%
2	流山市	1,780,181	28.4%	3.7	8.6%	2	流山市	879,840	25.0%	3.7	10.2%
3	野田市	967,378	21.4%	16.0	4.7%	3	野田市	451,719	17.2%	16.0	5.2%
4	松戸市	857,588	5.8%	10.6	4.1%	4	松戸市	339,882	4.3%	10.6	3.9%
5	守谷市	596,047	27.5%	6.0	2.9%	5	我孫子市	218,080	11.2%	10.0	2.5%
6	つくば市	539,757	9.2%	24.8	2.6%	6	つくば市	189,018	6.6%	24.8	2.2%
7	我孫子市	502,088	14.0%	10.0	2.4%	7	守谷市	180,419	16.6%	6.0	2.1%
8	船橋市	348,771	2.3%	18.8	1.7%	8	船橋市	135,224	1.6%	18.8	1.6%
9	つくばみらい市	299,461	20.5%	12.7	1.4%	9	取手市	96,551	6.3%	10.7	1.1%
10	取手市	297,901	9.4%	10.7	1.4%	10	つくばみらい市	96,353	13.9%	12.7	1.1%
-	上記以外	6,233,364	-	-	30.0%	-	上記以外	2,485,785	-	-	28.7%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す

② 柏の葉における個別行動分析

柏の葉エリアでの行動パターンでは、自家用車でららぽーと柏の葉のみに来訪する人が多く、平日で50%、休日で35%を占めます。

KASHIWANOHA T-SITEのみを訪問する人は全体の7%であり、このほとんどが車が徒歩での来訪になっています。

一部で、県立柏の葉公園とららぽーと柏の葉を訪問する人もいます。県立柏の葉公園でスポーツなどの大会があり、その途中や帰宅時にららぽーと柏の葉に立ち寄ることが考えられます。

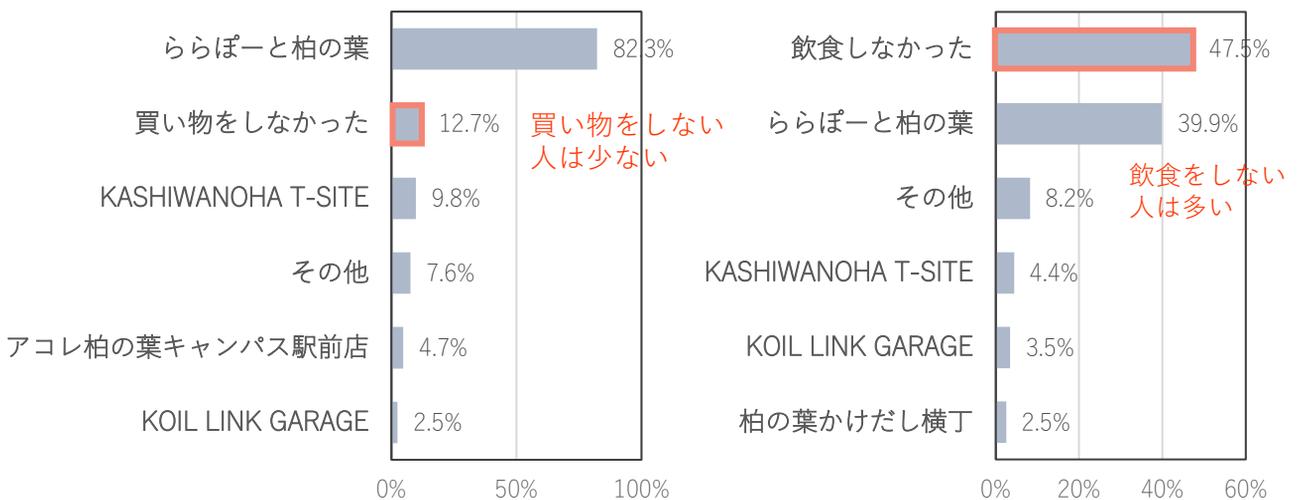
KASHIWANOHA T-SITE・アクアテラス・ららぽーと柏の葉を利用する人は休日に多く、全体の5%となっています。施設間の移動は徒歩で、高架下のかげだし横丁の横を歩いて移動しています。

③ 柏の葉におけるアンケート調査分析

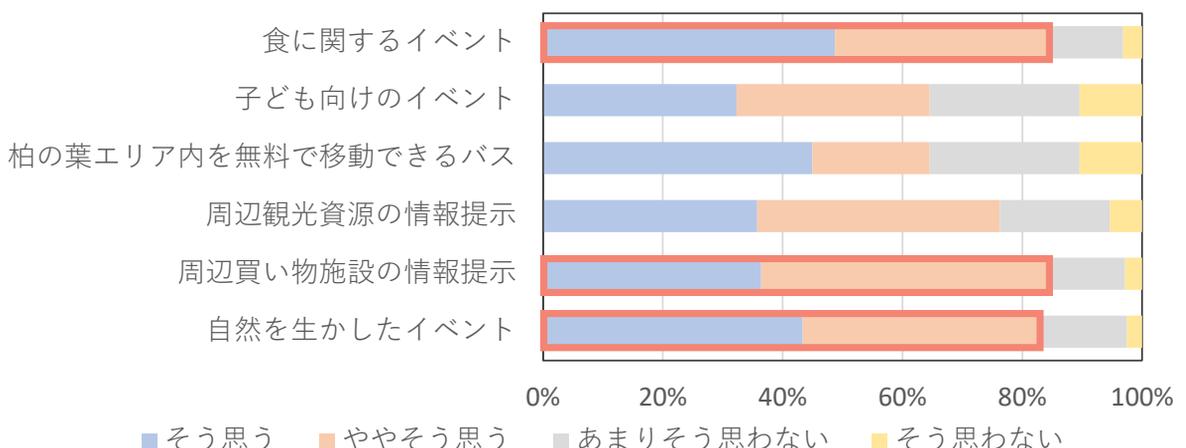
柏の葉の来訪手段は「徒歩」が多く47.9%となっています。また、来訪時の同行者は「ひとり」が多く、50.3%となっています。近隣に居住している人が徒歩でひとりで来訪していることが多いことが考えられます。

柏の葉来訪時には82.3%が、ららぽーと柏の葉で買い物をしています。買い物をしていない人は少なく12.7%となっています。一方で、飲食をしない人は多く47.5%となっています。

柏の葉で実施してほしい取組では、「食に関するイベント」や、「周辺買い物施設の情報提示」、「自然を生かしたイベント」などが多く挙げられています。一方で、「子ども向けのイベント」や「柏の葉エリア内を無料で移動できるバス」はそこまで多くあげられていませんでした。



図表 2-28 柏の葉での買い物・飲食



図表 2-29 柏の葉で実施してほしい取組

(6) データ分析からみる道の駅しょうなんの観光課題

① 道の駅しょうなんにおける人流分析

道の駅しょうなんは、平日・休日とともに柏市からの来訪者が最も多くなっています。平日では全体の35.2%、休日では全体の28.6%が柏市からの来訪です。

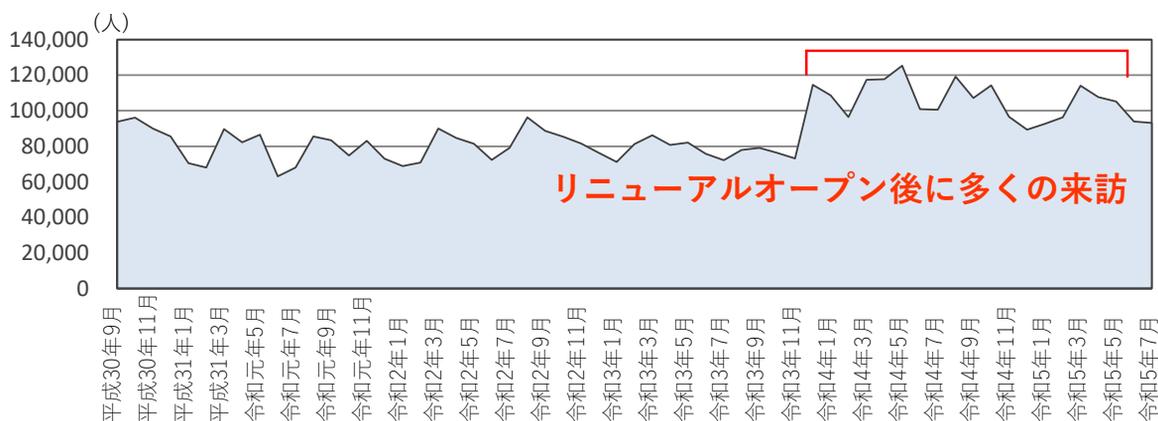
道の駅しょうなんでは、近隣の市からも多く来訪しています。平日では、我孫子市で11.6%、松戸市で7.4%、船橋市で3.9%となっています。また、祝休日では、我孫子市で9.7%、松戸市で8.1%、船橋市で4.7%となっています。道の駅しょうなんは、柏市の他の施設に比べ、近隣の市から多く訪問する施設となっています。

道の駅しょうなんではリニューアルオープン後、来訪者が増加しています。

図表 2-30 道の駅しょうなん来訪者の居住地

平日						祝休日					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値
1	柏市	156,464	2.5%	3.1	35.2%	1	柏市	111,795	2.0%	3.1	28.6%
2	我孫子市	51,666	2.9%	3.6	11.6%	2	我孫子市	37,865	2.3%	3.6	9.7%
3	松戸市	32,961	0.6%	9.8	7.4%	3	松戸市	31,555	0.6%	9.8	8.1%
4	船橋市	17,184	0.2%	14.0	3.9%	4	船橋市	18,336	0.3%	14.0	4.7%
5	流山市	14,117	0.6%	9.5	3.2%	5	流山市	15,539	0.8%	9.5	4.0%
6	取手市	13,538	1.0%	7.4	3.0%	6	市川市	8,838	0.2%	18.1	2.3%
7	鎌ヶ谷市	8,884	0.7%	9.9	2.0%	7	取手市	8,704	0.7%	7.4	2.2%
8	野田市	8,329	0.4%	23.1	1.9%	8	野田市	7,546	0.5%	23.1	1.9%
9	白井市	7,916	0.9%	7.6	1.8%	9	葛飾区	7,002	0.1%	19.3	1.8%
10	印西市	7,574	0.7%	15.6	1.7%	10	鎌ヶ谷市	6,972	0.6%	9.9	1.8%
-	上記以外	126,374	-	-	28.4%	-	上記以外	137,409	-	-	35.1%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す



図表 2-31 道の駅しょうなんの来訪者数推移

② 道の駅しょうなんにおける個別行動分析

道の駅しょうなん訪問者の行動としては、大堀川を通過して自転車で手賀沼を一周する人や、柏駅方面から自転車で道の駅しょうなんを訪れ往復する人、手賀沼フィッシングセンターと道の駅しょうなんを同日利用する人などがみられます。

また、道の駅しょうなん内での行動では、「てんと」「つばさ」「野菜レストラン」を回遊し利用する人、「てんと」を長時間利用し、駐車場を数往復する人などがみられます。

③ 道の駅しょうなんにおけるアンケート調査分析

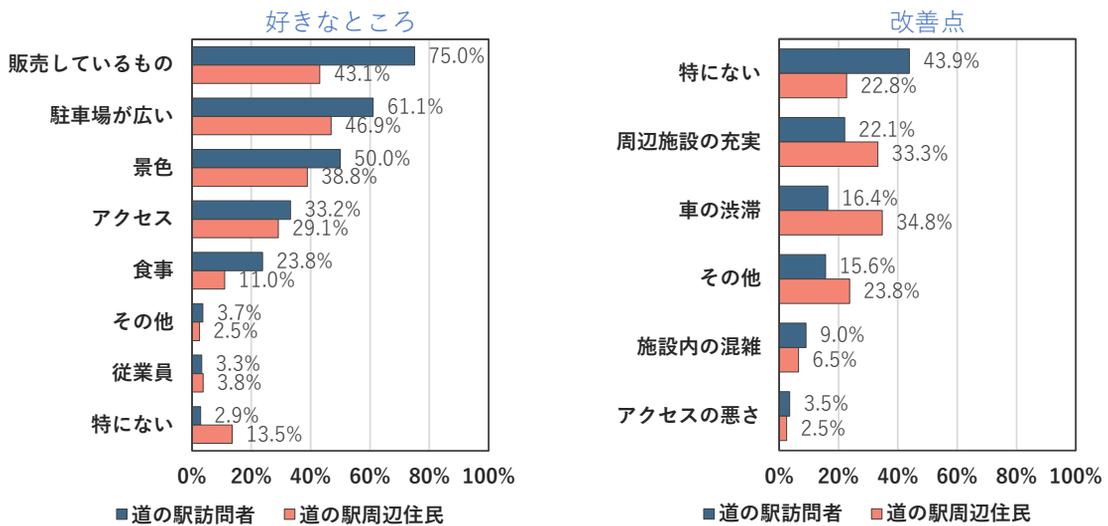
道の駅しょうなんの来訪交通手段は、ほとんどが自家用車で92.6%となっています。来訪時の同行者は「夫・妻」が多く、55.7%となっています。

道の駅しょうなんの好きなところについて「販売しているもの」では、道の駅訪問者が75.0%、道の駅周辺住民が43.1%となっています。また、「駐車場が広い」では、道の駅訪問者が61.1%、道の駅周辺住民が46.9%となっています。訪問者の方が好きなところが多い傾向にあります。同様に、訪問者の方が全体的に改善点の認識が少ない傾向にあります。

道の駅しょうなんの来訪前には、38.2%の人が他の施設などへ立ち寄り行動をしています。また来訪後には、44.9%が他の施設などへ立ち寄り行動をしています。

道の駅しょうなんの来訪前に立ち寄った施設では「その他」が40.5%、「セブンパークアリオ柏」が11.9%、「我孫子市のスポット」が9.2%となっています。来訪後に立ち寄った施設では「その他」が58.5%、「セブンパークアリオ柏」が15.2%、「我孫子市のスポット」が11.1%となっています。

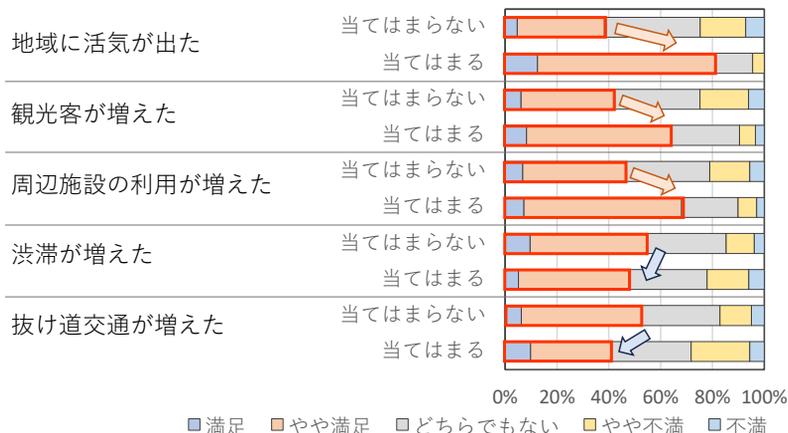
道の駅周辺住民に質問した「道の駅リニューアル後の認識」と道の駅しょうなんの総合満足度との関係では、良い認識を持っている人の方が満足度が高い傾向にあります。



図表 2-32 道の駅しょうなんの好きなところ・改善点

図表 2-33 道の駅しょうなん来訪前・来訪後の立ち寄り場所

	来訪前 (%)	来訪後 (%)		来訪前 (%)	来訪後 (%)
その他	40.5%	58.5%	北柏ふるさと公園	2.2%	0.9%
セブンパークアリオ柏	11.9%	15.2%	特にない	0.5%	0.0%
我孫子市のスポット	9.2%	11.1%	手賀沼フィッシングセンター	0.5%	1.4%
天然温泉満天の湯	8.1%	4.6%	体験型イベント	0.5%	0.5%
手賀沼自然ふれあい緑道	5.4%	6.5%	収穫体験	0.5%	0.5%
柏ふるさと公園	2.7%	0.9%	釣り	0.5%	0.9%
手賀の丘公園	2.2%	2.3%	水上アクティビティ	0.0%	0.5%



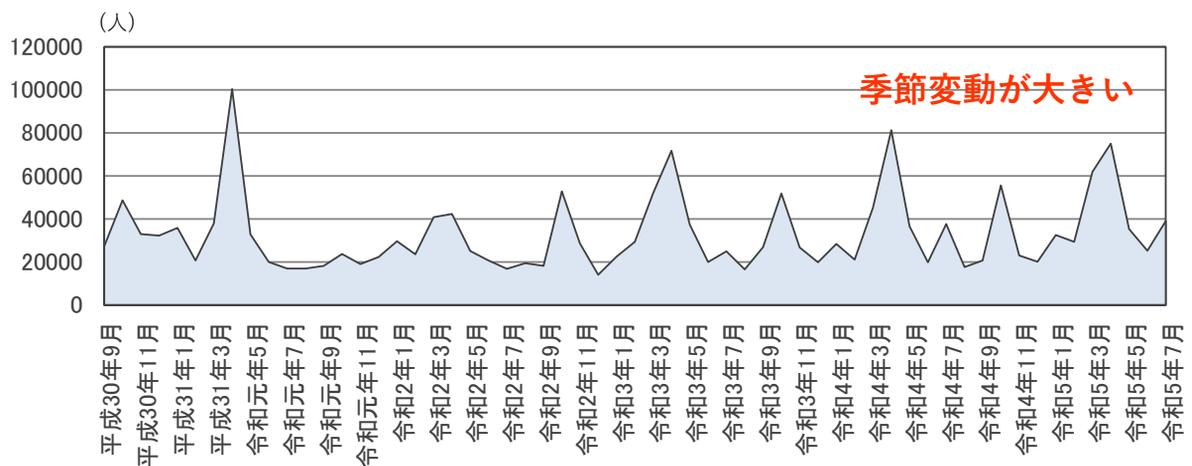
図表 2-34 道の駅リニューアル後の認識(周辺住民)と道の駅の満足度との関係

(7) データ分析からみるあけぼの山公園・あけぼの山農業公園の観光課題

① あけぼの山公園・あけぼの山農業公園における人流分析

あけぼの山公園・あけぼの山農業公園では、季節によって訪問者の変動が大きくなっています。

あけぼの山公園・あけぼの山農業公園の訪問者の居住地は平日・休日ともに柏市が多くなっています。平日では柏市で全体の53.3%を占めています。近隣の市から訪問が多く、平日では我孫子市で13.1%、流山市で4.1%となっています。休日では柏市で44.1%、我孫子市で11.3%、松戸市で6.3%となっています。近隣の市から広域的な来訪が行われています。



図表 2-35 あけぼの山公園・あけぼの山農業公園の訪問者推移

図表 2-36 あけぼの山公園・あけぼの山農業公園訪問者の居住地

平日						祝休日					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値
1	柏市	123,098	1.3%	4.6	53.3%	1	柏市	91,193	1.5%	4.6	44.1%
2	我孫子市	30,340	1.6%	5.7	13.1%	2	我孫子市	23,383	1.5%	5.7	11.3%
3	流山市	9,513	0.4%	8.3	4.1%	3	松戸市	13,045	0.2%	12.5	6.3%
4	松戸市	9,389	0.2%	12.5	4.1%	4	流山市	10,740	0.6%	8.3	5.2%
5	取手市	6,678	0.6%	5.9	2.9%	5	野田市	6,735	0.4%	18.9	3.3%
6	野田市	6,580	0.4%	18.9	2.8%	6	取手市	5,398	0.5%	5.9	2.6%
7	船橋市	3,592	0.1%	18.5	1.6%	7	船橋市	3,762	0.1%	18.5	1.8%
8	守谷市	2,919	0.4%	5.7	1.3%	8	守谷市	3,329	0.5%	5.7	1.6%
9	龍ヶ崎市	2,334	0.2%	19.5	1.0%	9	市川市	3,134	0.1%	21.6	1.5%
10	市川市	1,887	0.0%	21.6	0.8%	10	龍ヶ崎市	2,027	0.2%	19.5	1.0%
-	上記以外	34,701	-	-	15.0%	-	上記以外	43,914	-	-	21.2%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す

② あけぼの山公園・あけぼの山農業公園における個別行動分析

あけぼの山公園・あけぼの山農業公園来訪時の行動は様々なパターンがみられます。あけぼの山公園・あけぼの山農業公園は約23.7ヘクタールあり、その中やその周辺には、風車・花畑・水生植物園・トマトハウス・日本庭園・柏泉亭・資料館・本館・布施弁天など様々な施設が存在します。公園内の面積が広いので、各駐車場に駐車し、目的地にあった行動をしています。

本館駐車場を起点に徒歩で行動するパターンや、布施弁天・中央駐車場を起点に行動するパターン・芝生広場駐車場を起点にした徒歩による行動パターンなど様々な行動がみられます。

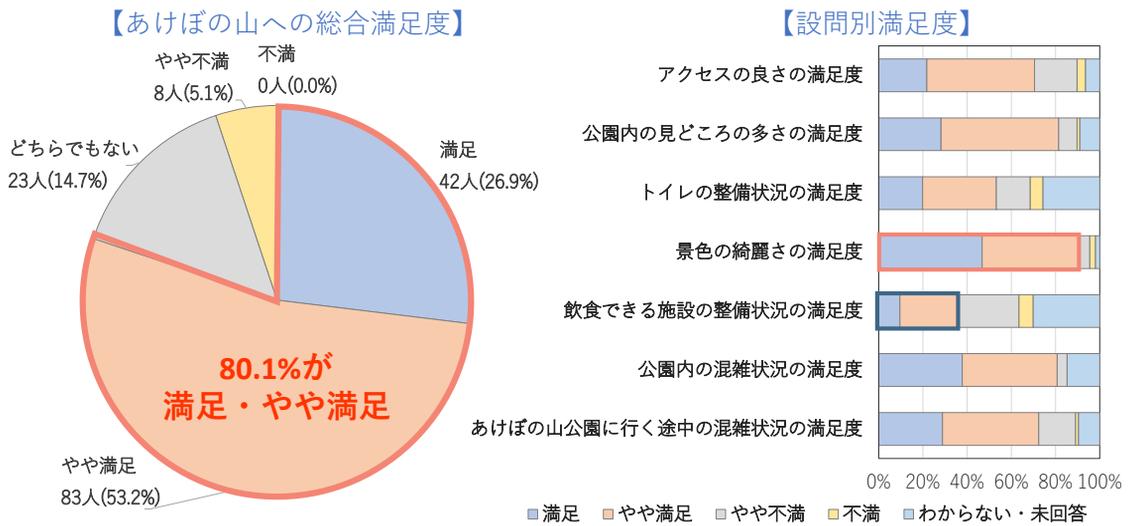
本館駐車場を起点としたパターンでは、水生植物園や布施弁天、ひょうたん池を周り帰宅する行動がみられます。布施弁天・大駐車場を起点とする行動パターンでも、布施弁天付近のトマトハウスに立ち寄るパターンや、風車や花畑を見学するパターンなどがみられます。その一方で、中央駐車場に自家用車を駐車し、風車だけを見学してすぐに帰宅する行動パターンなど、滞在時間が短いものもみられました。

③あけぼの山公園・あけぼの山農業公園におけるアンケート調査分析

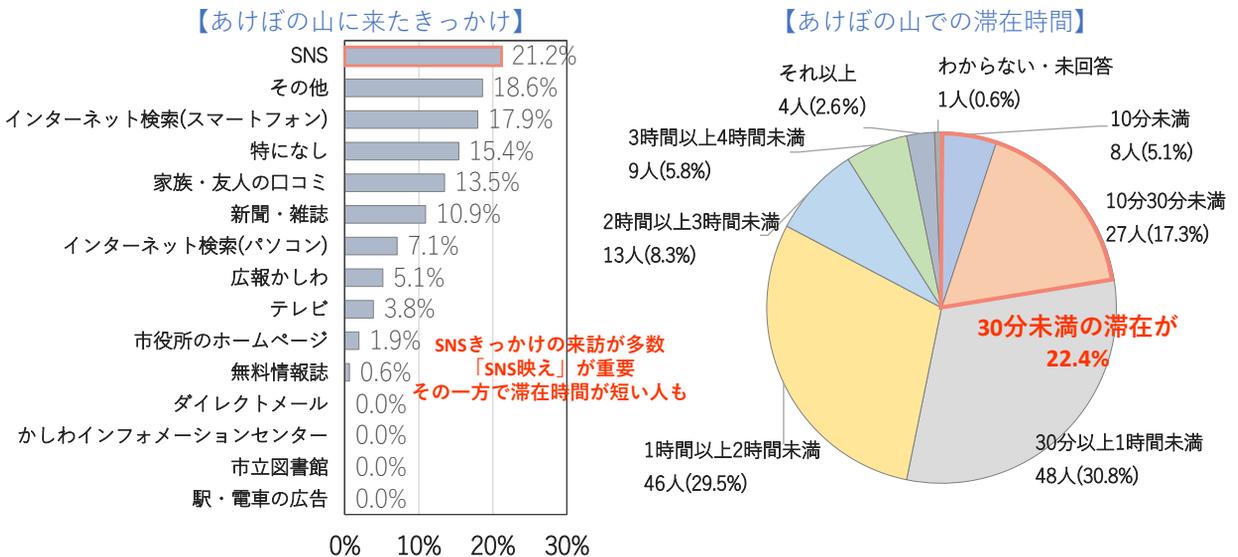
あけぼの山公園・あけぼの山農業公園の満足度は、「満足」「やや満足」で80.1%あり、多くの人が満足しています。項目別にみると「景色の綺麗さ」で満足度が高く、「飲食できる施設の整備状況」で満足度が低い現状です。

あけぼの山公園・あけぼの山農業公園に来たきっかけはSNSが多くなっています。SNS映えの写真スポットが重要だと言えます。その一方で、滞在時間が短い人も存在します。写真だけ撮ってすぐ帰宅されたいよう、SNS映えスポットでの他施設への案内などが必要だと考えられます。

あけぼの山公園・あけぼの山農業公園訪問前に他の施設に立ち寄らなかった人は77.6%、訪問後に他の施設に立ち寄らなかった人は60.3%になります。柏市の同じ観光拠点である「道の駅しょうなん」よりも他施設への立ち寄り行動は少なく、周辺施設との連携が必要だと言えます。来訪後に立ち寄り行動をした人は、「道の駅しょうなん」に立ち寄っている人が比較的多く、「あけぼの山公園・あけぼの山農業公園」と「道の駅しょうなん」との相互連携も必要だと言えます。



図表 2-37 あけぼの山公園・あけぼの山農業公園の満足度



図表 2-38 あけぼの山公園・あけぼの山農業公園に来たきっかけと滞在時間

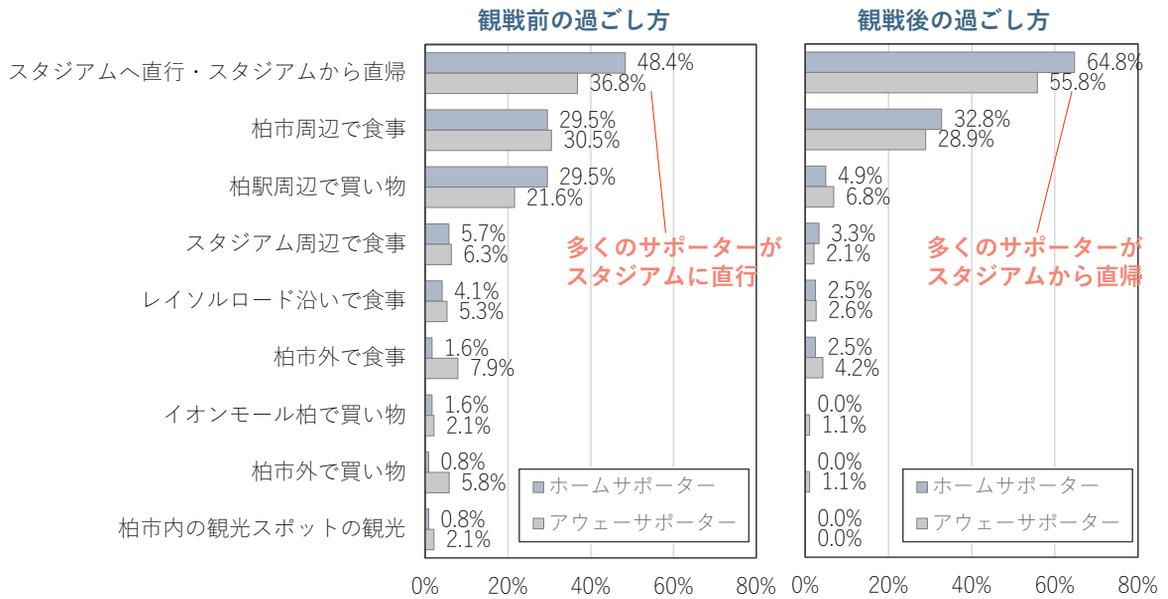
(8) データ分析からみるJリーグの観光課題

① Jリーグにおけるアンケート調査分析

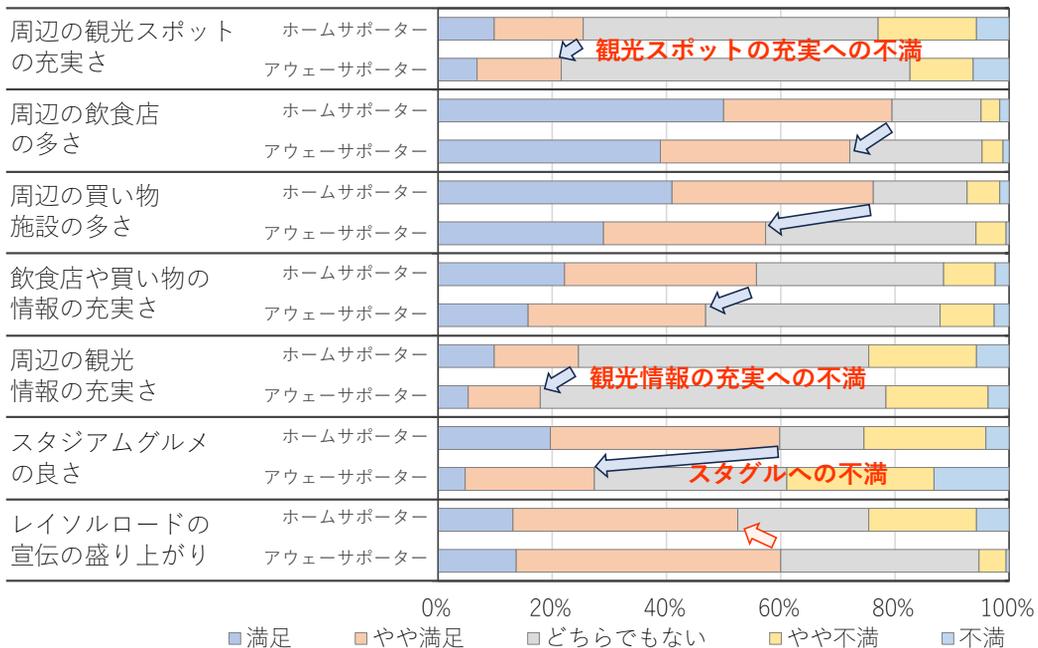
Jリーグ観戦前の過ごし方として、「スタジアム」に直行する人が多くなっています。ホームサポーターでは48.4%、アウェーサポーターでは36.8%がスタジアムに直行しています。また、Jリーグ観戦後の過ごし方として、スタジアムから直帰する人が多くなっています。ホームサポーターで64.8%、アウェーサポーターで55.8%が直帰しています。

アウェーサポーターの中では、多くが柏市で宿泊せず、柏市外で前泊する人や、柏市外で後泊する人もいます。Jリーグ観戦前や観戦後に、柏市内で飲食や買い物をしてもらうための取組や、宿泊してもらうための取組が必要です。

Jリーグ観戦時の満足度として、多くの項目でホームサポーターより、アウェーサポーターの満足度が低い傾向にあります。特にスタジアムグルメの満足度が低くなっています。これはアウェーサポーター席側にスタジアムグルメがないことが原因と考えられます。また、「周辺の観光情報の充実さ」では、ホームサポーター・アウェーサポーターでともに満足度が低くなっています。周辺の観光情報や飲食情報などを積極的に提供していく仕組みづくりが重要です。



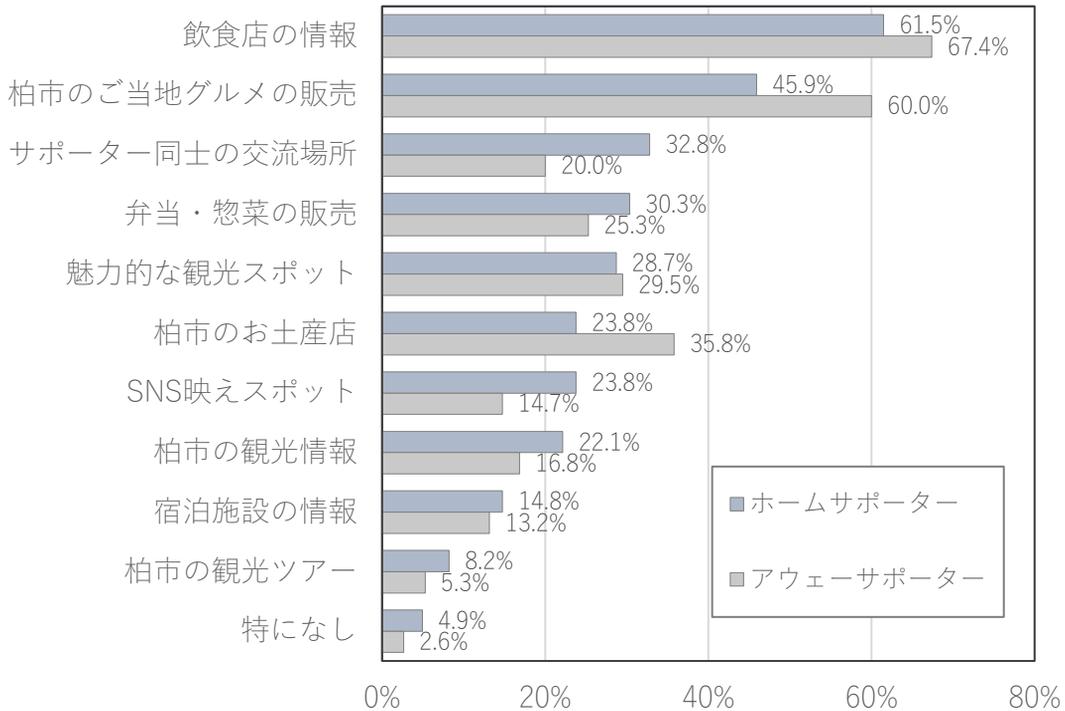
図表 2-39 Jリーグ観戦前後での行動



図表 2-40 Jリーグ観戦時の満足度 (一部抜粋)

Jリーグ観戦前の過ごし方として、「スタジアム」に直行する人が多くなっています。Jリーグ観戦時に欲しい情報としては、アウェーサポーターの多くが「柏市のご当地グルメの販売」を望んでいます。また、「SNS映えスポット」の必要性や、「柏市のお土産の必要性」も感じています。つまり、柏市に来たという証明を欲していると考えられます。県外から来訪したサポーターに対し、柏市の特産や名物を売り込むチャンスと考えられます。

【Jリーグ観戦に来た時にあったら良いと思うもの】



図表 2-41 Jリーグ観戦時に欲しい情報

② Jリーグにおける個別行動分析

Jリーグ観戦時の行動として、どこにも立ち寄らずにスタジアムまで直接行く人が多い傾向にあります。アウェーサポーターの約63%がこのような行動をとっています。一方で、ホームサポーターに比較的多くみられるのが、試合観戦前に柏駅周辺の商業施設に立ち寄る行動です。試合後の行動で比較的多くみられるのが、試合後に1か所立ち寄って帰宅する行動です。全体の約14%が試合観戦後に柏駅周辺の商業施設に1か所立ち寄り帰宅しています。

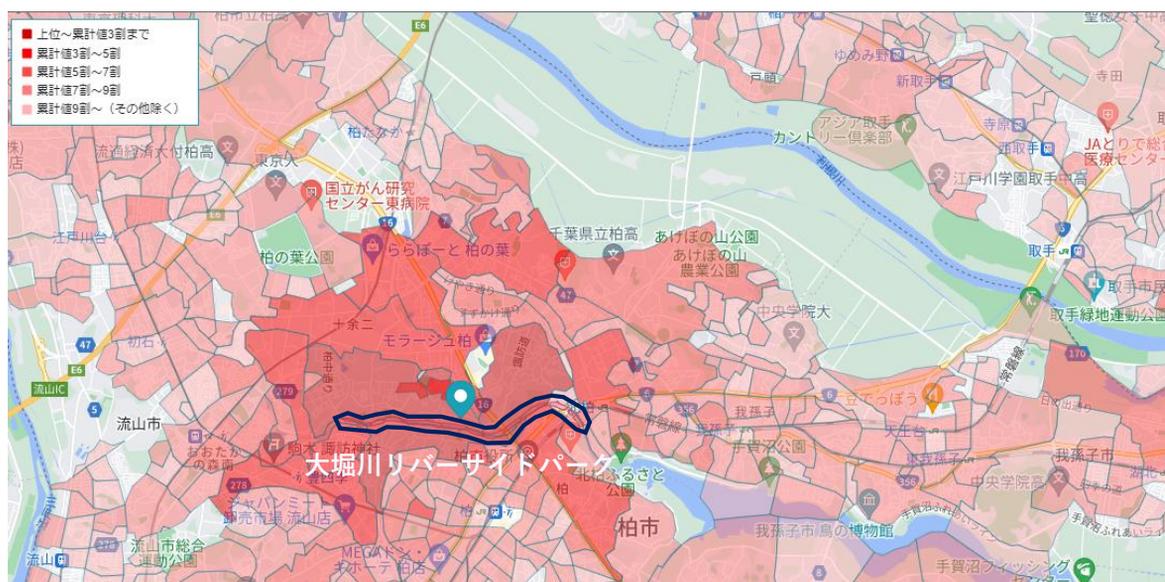
(9) データ分析からみる手賀沼・大堀川周辺の観光課題

① 手賀沼・大堀川における個別行動分析

手賀沼・大堀川周辺では様々な行動パターンがみられます。手賀沼周辺をサイクリングで1時間ほどかけて1周するパターンでは、日中だけでなく夕方から夜にかけての行動もみられています。大堀川沿いを散歩する人の行動も多くみられます。行きとは別のルート（川の対面歩道）を歩いて帰る人や、リバーサイドパークの途中の公園で休憩する人などの行動もみられました。リバーサイドパーク沿いの防災公園なども散歩コースとして選ばれています。これらの水辺空間を使う人は近隣住民がほとんどとなっており、近隣住民にとって重要な資源となっています。

② 水辺空間における人流分析

手賀沼・大堀川周辺の水辺空間では、多くの市民が憩いの場・運動の場・交流の場などとして利用しています。大堀川リバーサイドパークでは、主に周辺に住んでいる方が多く利用しています。大堀川リバーサイドパークでは、令和2年度で年間約113万人（1日当たり約3,100人）が訪問しています。



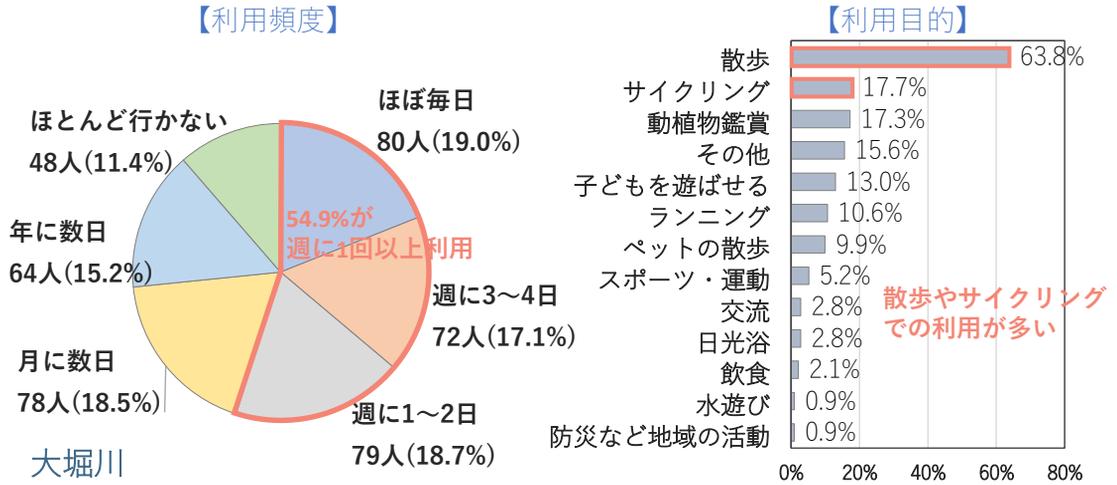
図表 2-42 大堀川リバーサイドパーク訪問者の居住地分布

③ 手賀沼・大堀川におけるアンケート調査分析

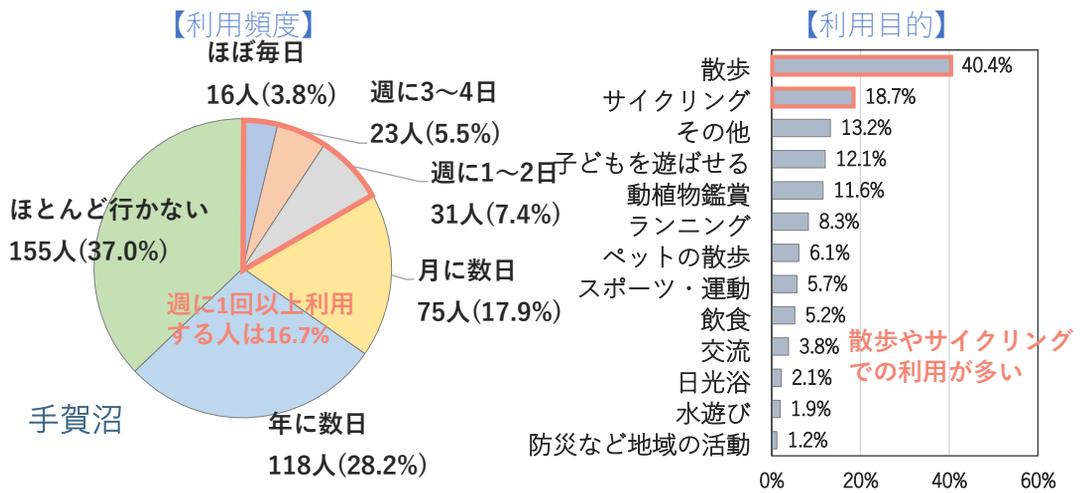
大堀川では、周辺住民の54.9%が週に1日以上利用しています。近隣住民の半数以上が利用しており、重要な資源の一つとなっています。大堀川利用の目的では、「散歩」が最も多く63.8%となっています。次いで「サイクリング」の17.7%、「動植物鑑賞」の17.3%となっています。また、「子どもを遊ばせる」では13.0%、「ランニング」で10.6%、「スポーツ・運動」で5.2%となっています。大堀川に対しては、「自然環境が豊かなこと」や「良好な景観が整備されていること」、「快適な歩行空間が整備されていること」などの価値が多く認識されています。その一方で、「水質がきれいであること」の評価は高くはありません。大堀川に対して54.8%が「満足・やや満足」と回答しています。

手賀沼では、周辺住民の16.7%が週に1日以上利用しています。大堀川周辺の住宅が広範囲に渡るのに対し、手賀沼周辺の住宅が少ないことが理由と考えられます。手賀沼利用の目的では、「散歩」が最も多く40.4%となっています。次いで「サイクリング」の18.7%となっています。また、「子どもを遊ばせる」では12.1%、「ランニング」で8.3%、「スポーツ・運動」で5.7%となっています。「サイクリング」の利用割合は、大堀川よりも手賀沼の方が多くなっています。手賀沼に対しては、「自然環境が豊かなこと」や「良好な景観が整備されていること」、「快適な歩行空間が整備されていること」などの価値が多く認識されています。その一方で、大堀川と同様に「水質がきれいであること」の評価は高くはありません。

手賀沼に対して48.9%が「満足・やや満足」と回答しています。

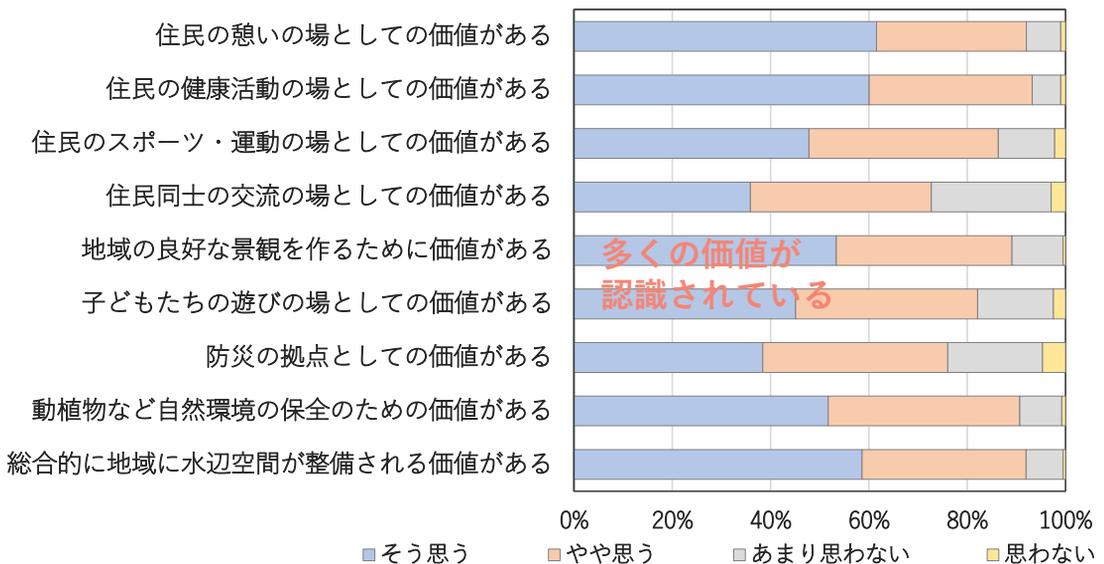


図表 2-43 大堀川の利用頻度と利用目的



図表 2-44 手賀沼の利用頻度と利用目的

大堀川・手賀沼などの水辺空間が整備されることの価値について、多くの項目で高い価値が認識されています。特に「住民の健康活動の場としての価値がある」では、93.2%が「そう思う」「ややそう思う」と回答しています。また、「住民の憩いの場としての価値がある」では、92.1%が「そう思う」「ややそう思う」と回答しています。最も価値の認識が低い「住民同士の交流の場としての価値がある」でも、72.7%が「そう思う」「ややそう思う」と回答しています。このことから、自宅周辺に水辺空間が整備されることには大きな価値があると考えられます。



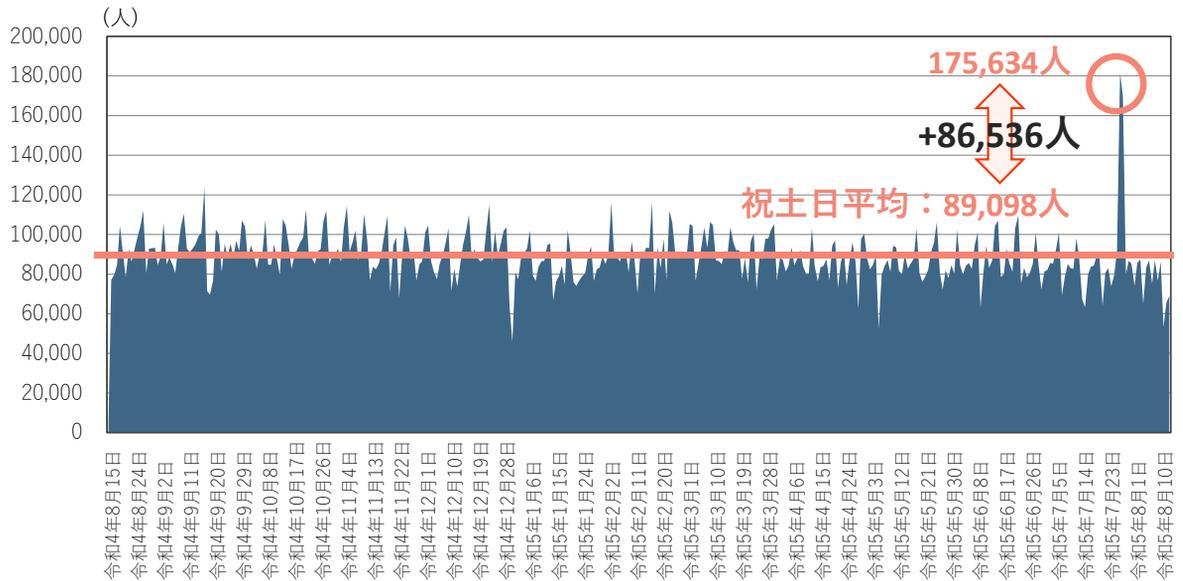
図表 2-45 水辺空間が整備されることの価値

(10) データ分析からみる柏市におけるイベントの観光課題

① 柏まつりにおける人流分析

柏市のイベントとして、「柏まつり」と「手賀沼花火大会」の人流を分析しました。

「柏まつり」では、柏市中心市街地だけで普段よりも約8万6千人も多く通行しています。「柏まつり」期間中に柏市中心市街地を来訪した人の居住地では、葛飾区や市川市からも普段より多くの人が来ています。



図表 2-46 柏市中心市街地(柏駅から500m圏内)の通行人推移(15分以上滞在)

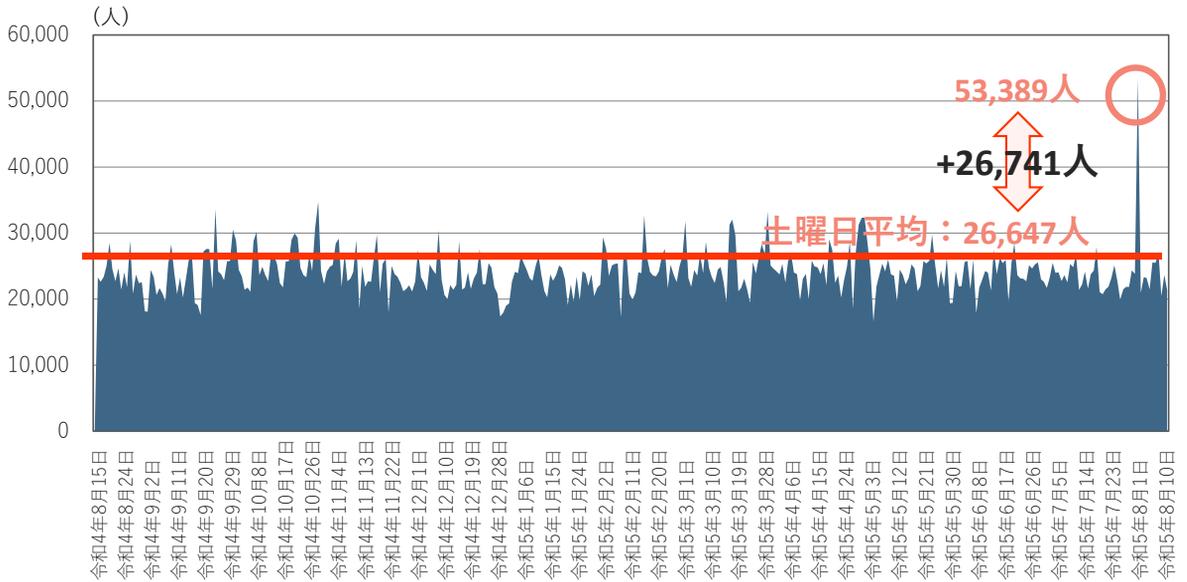
図表 2-47 柏市中心市街地(柏駅から500m圏内)訪問者の居住地(15分以上滞在)

柏まつり以外						柏まつり					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値
1	柏市	45,012	45.4%	1.6	49.6%	1	柏市	51,504	24.0%	1.6	47.6%
2	松戸市	7,862	11.1%	7.6	8.7%	2	松戸市	10,676	4.7%	7.6	9.9%
3	流山市	6,477	22.2%	4.9	7.1%	3	流山市	9,732	11.0%	4.9	9.0%
4	我孫子市	5,702	27.3%	8.0	6.3%	4	我孫子市	6,943	11.5%	8.0	6.4%
5	野田市	2,441	11.1%	19.7	2.7%	5	野田市	2,548	3.2%	19.7	2.4%
6	取手市	2,055	13.4%	10.5	2.3%	6	取手市	2,012	4.1%	10.5	1.9%
7	船橋市	1,447	1.7%	15.0	1.6%	7	船橋市	1,936	0.7%	15.0	1.8%
8	鎌ヶ谷市	958	5.9%	10.4	1.1%	8	鎌ヶ谷市	1,473	2.5%	10.4	1.4%
9	龍ヶ崎市	861	7.3%	23.8	0.9%	9	葛飾区	1,058	0.5%	16.2	1.0%
10	葛飾区	816	1.3%	16.2	0.9%	10	市川市	1,052	0.5%	16.8	1.0%
-	上記以外	17,163	-	-	18.9%	-	上記以外	19,342	-	-	17.9%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す

「手賀沼花火大会」では、普段よりも約2万6千人も多く、会場付近を通行しています。今回の分析では、花火大会会場付近の人流を調査しましたが、花火は会場と外からでも観ることができるため、実際にはもっと多くの方が花火を楽しんだことが考えられます。

「手賀沼花火大会」期間中に会場に来訪した人の居住地では、白井市や印西市、川崎市などからも普段より多くの方が来ています。



図表 2-48 花火会場付近(北柏ふるさと公園～道の駅しょうなん)の通行人推移(15分以上滞在)

図表 2-49 花火会場付近(北柏ふるさと公園～道の駅しょうなん)訪問者の居住地(15分以上滞在)

花火以外						手賀沼花火大会					
Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値	Rank	市区町村名	人数	獲得比率	距離 (km)	累計値
1	柏市	2,391	4.2%	1.6	43.4%	1	柏市	12,139	3.5%	1.6	59.1%
2	我孫子市	561	3.7%	4.9	10.2%	2	我孫子市	1,221	1.1%	4.9	5.9%
3	松戸市	337	0.7%	9.0	6.1%	3	船橋市	612	0.1%	14.3	3.0%
4	船橋市	180	0.3%	14.3	3.3%	4	松戸市	596	0.1%	9.0	2.9%
5	流山市	178	1.0%	8.1	3.2%	5	流山市	482	0.3%	8.1	2.3%
6	取手市	94	0.9%	8.1	1.7%	6	白井市	456	0.9%	8.8	2.2%
7	野田市	84	0.6%	21.9	1.5%	7	印西市	403	0.5%	17.0	2.0%
8	市川市	83	0.2%	17.7	1.5%	8	川崎市高津区	291	0.2%	46.6	1.4%
9	鎌ヶ谷市	72	0.7%	9.9	1.3%	9	取手市	284	0.3%	8.1	1.4%
10	葛飾区	68	0.2%	18.4	1.2%	10	鎌ヶ谷市	278	0.3%	9.9	1.4%
-	上記以外	1,457	-	-	26.5%	-	上記以外	3,778	-	-	18.4%

※令和4年6月16日～令和5年6月15日の値を推計 ※獲得比率はその市区町村内での訪問した人の割合を示す

(11) データ分析からみる柏市におけるインバウンドの観光課題

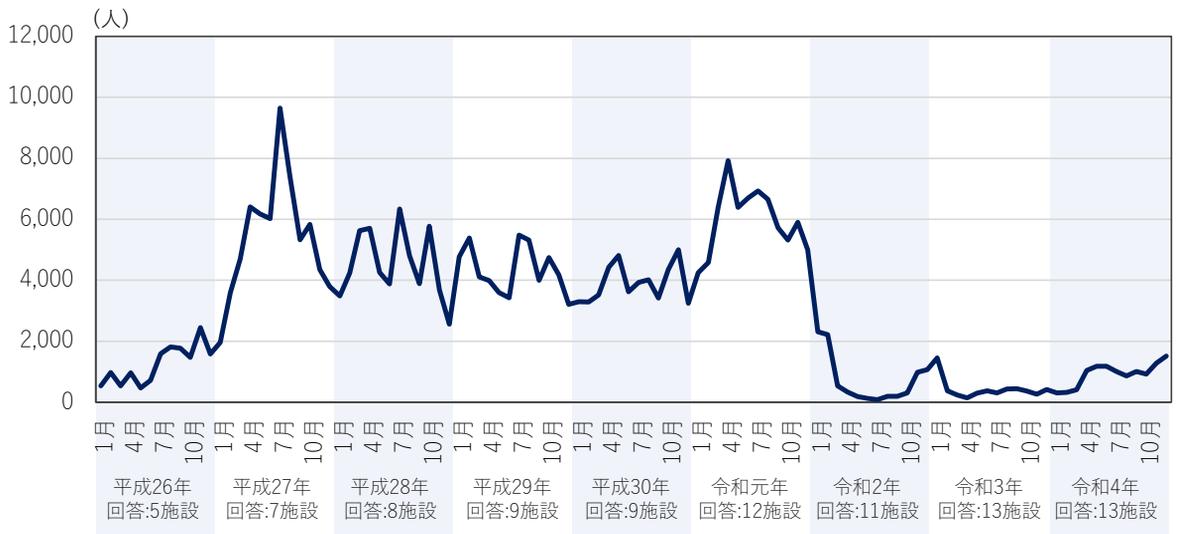
① 訪日外国人の日本各地への訪問の実態

日本政府観光局のデータによると、訪日外客数は平成31年(令和元年)は31,882,049人、令和2年は4,115,828人、令和3年は245,862人、令和4年は3,832,110人、令和5年(1月～7月の集計値)は13,033,090人になっています。新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外客数は大きく減少したものの、令和5年に入りその数は回復してきています。

訪日外客の平成31年1月～令和元年12月の都道府県別訪問率は、東京都が47.2%、大阪府が38.6%、千葉県が35.1%、京都府が27.8%の順になっています。

平成31年(令和元年)の訪日回数(観光・レジャー目的)では、20回以上が4.5%、10～19回が7.4%、6～9回目が8.9%、5回目が6.2%、4回目が7.1%、3回目が11.1%、2回目が16.5%、1回目が38.1%となっています。滞在期間(観光・レジャー目的)では、91日以上1年未満が0.03%、28～90日間で0.92%、21～27日間で1.23%、14～20日間で5.4%、7～13日間で30.7%、4～6日間で53.2%、3日間以内が8.5%となっています。平成31年(令和元年)の訪日外国人旅行者1人当たりの旅行支出額は、158,531円となっています。

柏市内の宿泊施設の調査による外国人宿泊者は、平成27年や平成30年が多くなっています。新型コロナウイルス感染症の影響によりほとんど少なくなった外国人宿泊者ですが、令和4年より徐々に回復してきています。外国人宿泊者の国籍は中国が多くなっており、ついで欧州や北米、韓国などとなっています。



図表 2-50 柏市の訪日外国人宿泊者数

図表 2-51 柏市の訪日外国人宿泊者数の国籍

(人)

調査年	H30	R1	R2	R3	R4
照会(回答)施設数	11(9)	12(12)	11(11)	13(13)	13(13)
中国	18,863	37,467	2,921	1,832	2,321
台湾	1,800	2,014	245	11	239
香港	328	395	177	177	96
韓国	1,845	2,545	708	437	981
北米	5,067	5,858	1,117	341	1,232
欧州	8,528	11,778	1,692	250	1,593
オーストラリア	1,141	997	82	8	154
シンガポール	546	256	48	31	121
タイ	764	547	189	9	203
マレーシア	168	371	111	9	54
ベトナム	211	274	390	875	407
その他	7,676	9,298	885	1,153	3,649
合計	46,937	71,800	8,565	5,133	11,050

② 柏市の訪日外国人の実態

柏市の訪日外国人の実態を把握するために、携帯電話の位置情報(KDDIロケーションアナライザー)を用いて集計しました。集計の期間は、分析可能な平成31年4月～令和元年12月(コロナ前)及び令和4年11月～令和5年10月(コロナ後)としました。

ここでは、コロナ前とコロナ後を比較するために、分析可能期間の重なっている4月～12月の訪日外国人を集計しました。柏市における中心市街地の訪日外国人は、コロナ前で338,010人、コロナ後で118,302人となっており、コロナ後ではコロナ前の35.0%となっています。

柏市の各観光施設で訪日外国人の数を集計したところ、コロナ前では、中心市街地・あけぼの山・道の駅しょうなん、県立柏の葉公園、三協フロンテアスタジアム、柏の葉キャンパス駅周辺、こんぶくろ池自然博物公園、県立手賀沼ふれあい緑道で訪日外国人が確認されました。コロナ後では、中心市街地・あけぼの山、県立柏の葉公園、柏の葉キャンパス駅周辺、こんぶくろ池自然博物公園、県立手賀沼ふれあい緑道で訪日外国人が確認されました。

訪日外国人のほとんどが中心市街地や柏の葉キャンパス駅周辺で集計されたものでした。

図表 2-52 柏市の訪日外国人

滞在日数					訪日回数 (人)				
中心市街地					中心市街地	初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計	
期間全体	コロナ前	237,982	65,458	34,570	338,010	コロナ前	138,900	199,110	338,010
	コロナ後	81,322	30,560	6,420	118,302	コロナ後	27,414	90,888	118,302
平日	コロナ前	142,594	32,476	20,990	196,060	コロナ前	92,439	103,621	196,060
	コロナ後	56,512	22,900	4,490	83,902	コロナ後	18,618	65,284	83,902
祝休日	コロナ前	95,388	32,982	13,580	141,950	コロナ前	46,461	95,489	141,950
	コロナ後	24,810	7,660	1,930	34,400	コロナ後	8,796	25,604	34,400

滞在日数					訪日回数				
あけぼの山					あけぼの山	初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計	
期間全体	コロナ前	1,140	0	0	1,140	コロナ前	920	220	1,140
	コロナ後	260	0	0	260	コロナ後	60	200	260
平日	コロナ前	1,140	0	0	1,140	コロナ前	920	220	1,140
	コロナ後	60	0	0	60	コロナ後	60	0	60
祝休日	コロナ前	0	0	0	0	コロナ前	0	0	0
	コロナ後	200	0	0	200	コロナ後	0	200	200

滞在日数					訪日回数				
道の駅しょうなん					道の駅しょうなん	初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計	
期間全体	コロナ前	880	0	0	880	コロナ前	880	0	880
	コロナ後	0	0	0	0	コロナ後	0	0	0
平日	コロナ前	40	0	0	40	コロナ前	40	0	40
	コロナ後	0	0	0	0	コロナ後	0	0	0
祝休日	コロナ前	840	0	0	840	コロナ前	840	0	840
	コロナ後	0	0	0	0	コロナ後	0	0	0

滞在日数					訪日回数				
県立柏の葉公園					県立柏の葉公園	初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計	
期間全体	コロナ前	1,990	0	0	1,990	コロナ前	1,640	350	1,990
	コロナ後	500	0	0	500	コロナ後	400	100	500
平日	コロナ前	960	0	0	960	コロナ前	730	230	960
	コロナ後	380	0	0	380	コロナ後	320	60	380
祝休日	コロナ前	1,030	0	0	1,030	コロナ前	910	120	1,030
	コロナ後	120	0	0	120	コロナ後	80	40	120

※コロナ前を平成31年4月～令和元年12月、コロナ後を令和5年4月～令和5年12月として集計

※「滞在日数」は分析対象期間内に対象エリアに滞在した日数、「訪日回数」は調査会社が調査開始以降に対象者が訪日した回数

図表 2-52 柏市の訪日外国人

(人)

滞在日数

三協柏スタジアム		1日	2～4日	5日以上	滞在日数 合計
期間全体	コロナ前	920	180	0	1,100
	コロナ後	80	0	0	80
平日	コロナ前	600	140	0	740
	コロナ後	40	0	0	40
祝休日	コロナ前	320	40	0	360
	コロナ後	40	0	0	40

訪日回数

三協柏スタジアム		初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計
期間全体	コロナ前	1,100	0	1,100
	コロナ後	80	0	80
平日	コロナ前	740	0	740
	コロナ後	40	0	40
祝休日	コロナ前	360	0	360
	コロナ後	40	0	40

滞在日数

柏の葉キャンパス駅周辺		1日	2～4日	5日以上	滞在日数 合計
期間全体	コロナ前	30,867	16,112	0	46,979
	コロナ後	11,164	720	0	11,884
平日	コロナ前	19,045	15,552	0	34,597
	コロナ後	9,784	460	0	10,244
祝休日	コロナ前	11,822	560	0	12,382
	コロナ後	1,380	260	0	1,640

訪日回数

柏の葉キャンパス駅周辺		初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計
期間全体	コロナ前	3,940	43,039	46,979
	コロナ後	3,780	8,104	11,884
平日	コロナ前	3,190	31,407	34,597
	コロナ後	2,860	7,384	10,244
祝休日	コロナ前	750	11,632	12,382
	コロナ後	920	720	1,640

滞在日数

こんぶくろ池自然博物館		1日	2～4日	5日以上	滞在日数 合計
期間全体	コロナ前	80	90	0	170
	コロナ後	180	0	0	180
平日	コロナ前	60	80	0	140
	コロナ後	140	0	0	140
祝休日	コロナ前	20	10	0	30
	コロナ後	40	0	0	40

訪日回数

こんぶくろ池自然博物館		初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計
期間全体	コロナ前	0	170	170
	コロナ後	180	0	180
平日	コロナ前	0	140	140
	コロナ後	140	0	140
祝休日	コロナ前	0	30	30
	コロナ後	40	0	40

滞在日数

県立手賀沼ふれあい緑道		1日	2～4日	5日以上	滞在日数 合計
期間全体	コロナ前	400	0	0	400
	コロナ後	30	0	0	30
平日	コロナ前	60	0	0	60
	コロナ後	30	0	0	30
祝休日	コロナ前	340	0	0	340
	コロナ後	0	0	0	0

訪日回数

県立手賀沼ふれあい緑道		初回訪日	2回目以降訪日	訪日回数 合計
期間全体	コロナ前	360	40	400
	コロナ後	0	30	30
平日	コロナ前	20	40	60
	コロナ後	0	30	30
祝休日	コロナ前	340	0	340
	コロナ後	0	0	0

※コロナ前を平成31年4月～令和元年12月、コロナ後を令和5年4月～令和5年12月として集計

※「滞在日数」は分析対象期間内に対象エリアに滞在した日数、「訪日回数」は調査会社が調査開始以降に対象者が訪日した回数

③ 各月における訪日外国人

コロナ前の中心市街地での訪日外国人は、6月・7月・9月・10月が多くなっています。一方でコロナ後では4月の訪日外国人が多くなっています。コロナ後の中心市街地での4月の訪日外国人の数はコロナ前の約1.54倍になっていますが、その他の月ではコロナ前よりも少なくなっています。

あけぼの山では、コロナ前は6月・7月、コロナ後は10月の訪日外国人が集計されています。

道の駅しょうなんでは、コロナ前の4月のみ訪日外国人が集計されており、その他の月や、コロナ後は集計されていません。

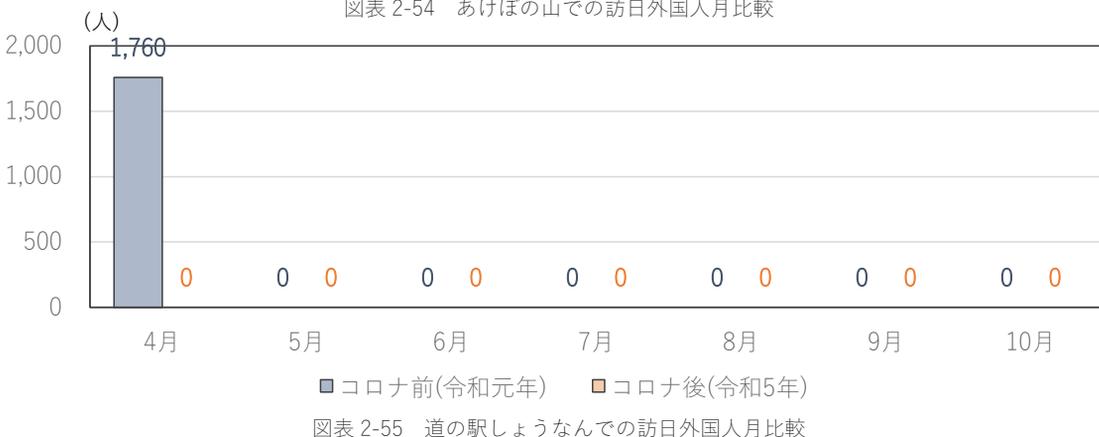
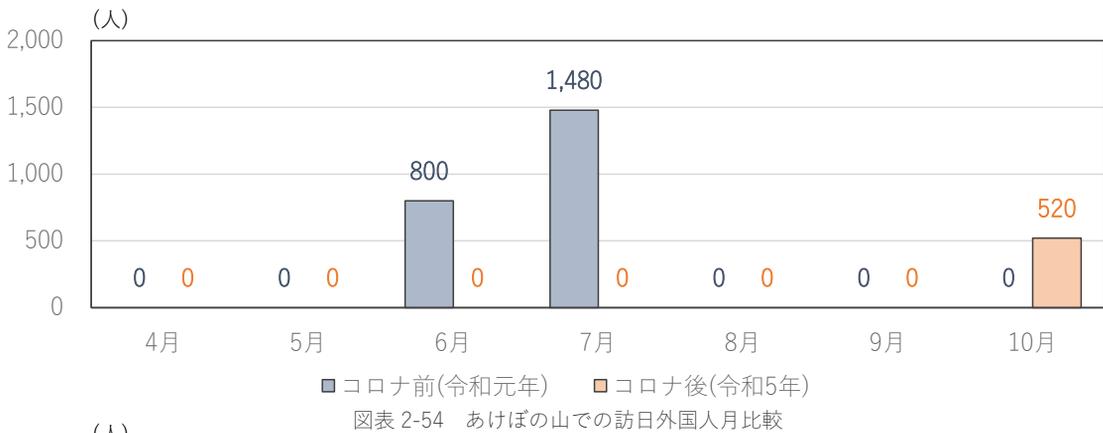
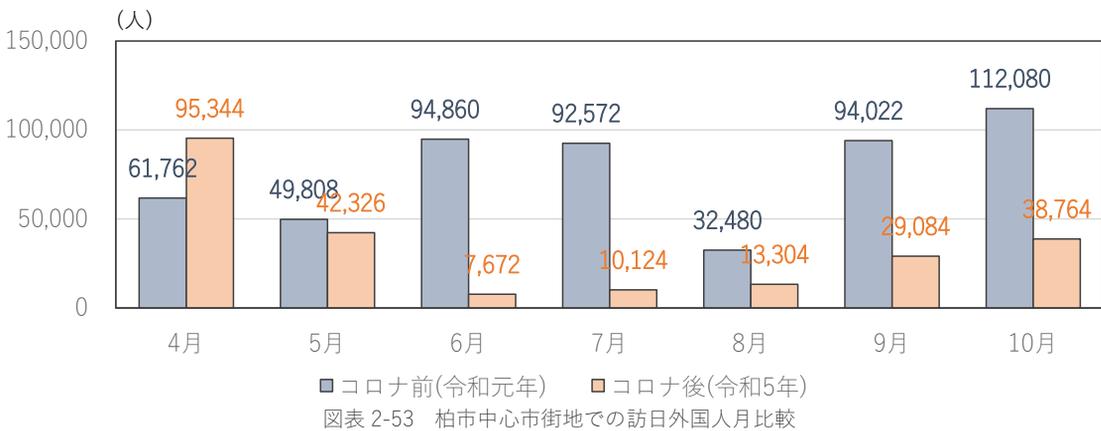
県立柏の葉公園では、コロナ前は7月～9月の訪日外国人が集計されています。コロナ後は5月や10月で訪日外国人が集計されています。

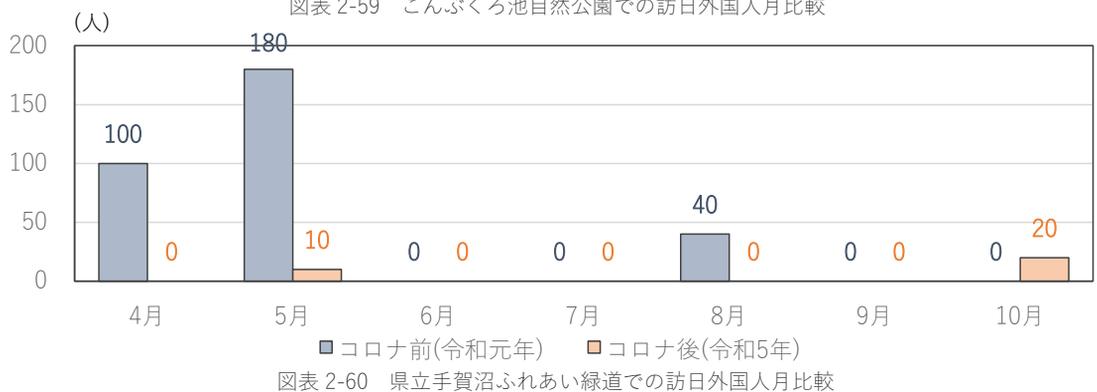
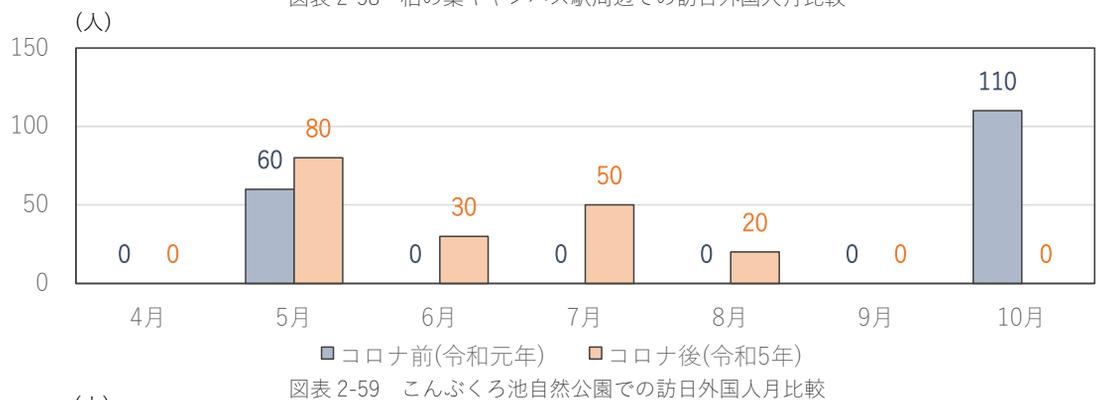
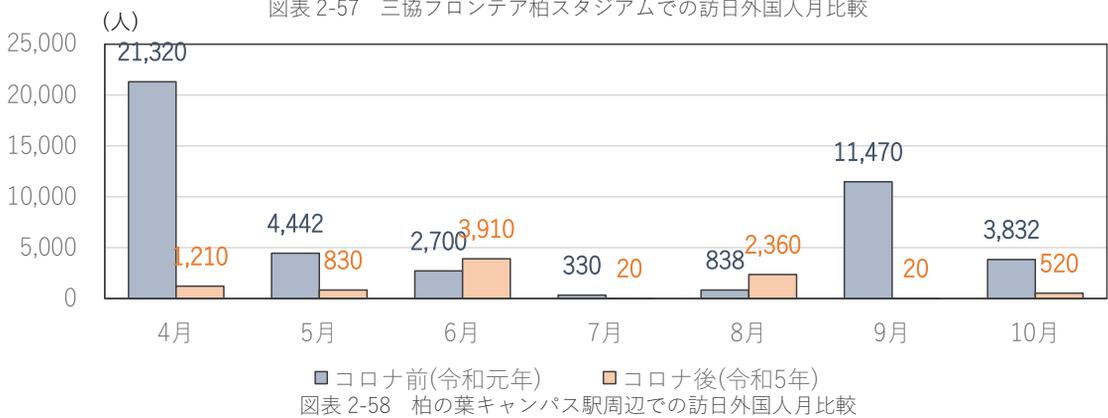
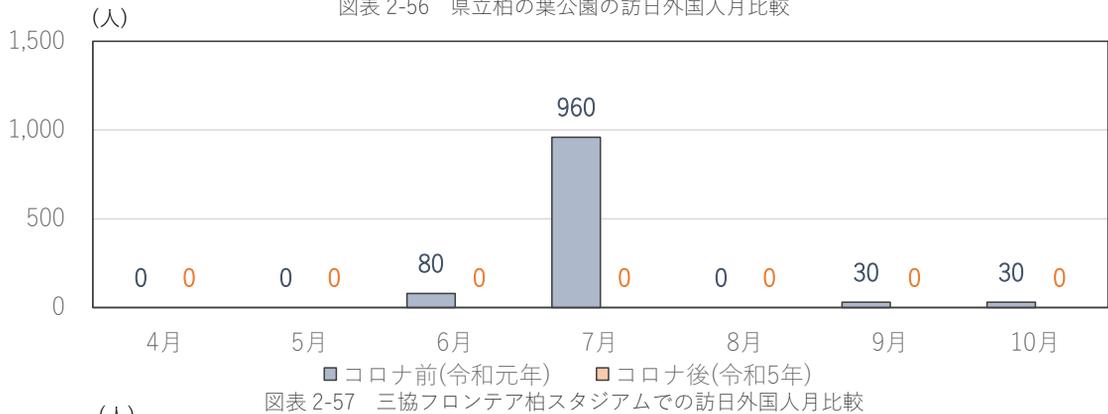
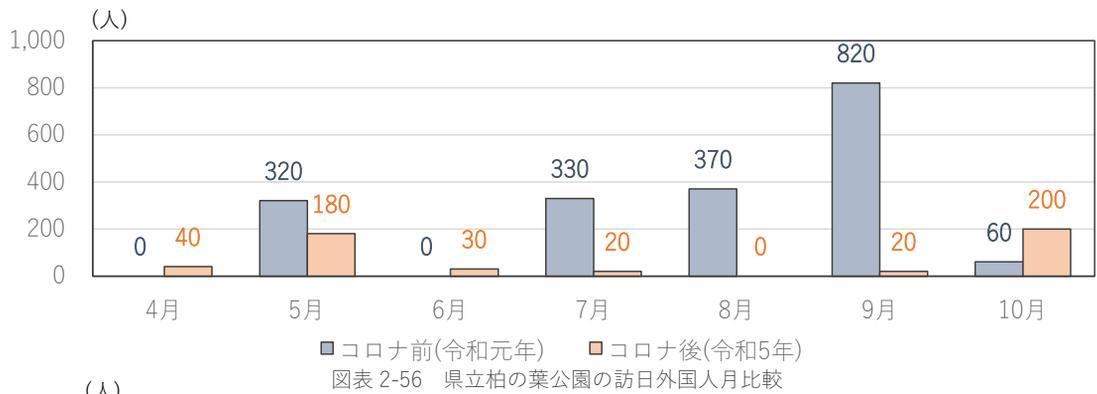
三協フロンティア柏スタジアムでは、コロナ前の7月に訪日外国人が集計されています。

柏の葉キャンパス駅周辺では、コロナ前の4月や9月で訪日外国人が集計されています。コロナ後では、6月や8月でも多少の訪日外国人が集計されています。

こんぶくろ池自然博物公園では、コロナ前の10月や5月で訪日外国人が集計されています。コロナ後では5月～8月で訪日外国人が集計されています。

県立手賀沼ふれあい緑道では、コロナ前の4月や5月、8月で訪日外国人が集計されています。コロナ後はほとんど集計されていません。





(12) SNS分析からみる観光課題

いいね数の多いInstagram投稿及びその要因

柏市の14の施設や場所について、Instagramの投稿を取得しました。

取得した写真について、各観光施設・場所での「テキスト感情スコア」「いいね数スコア」「1投稿あたりのハッシュタグ平均使用数」の平均点を算出しました。

各写真について「いいね数スコア」に、写真のどの要素が影響しているかを示しました。

「いいね数スコア」に正の影響を与えるのは、道の駅しょうなんでは「植物等」、手賀沼では「遊歩道等と周辺の花などの風景」、満天の湯では「自動車」、大堀川では「バス釣り等魚関係」、柏ふるさと公園では「花等を写したコントラストが強めのもの」、北柏ふるさと公園では「飼い犬関係のもの」、RECAMPしょうなんでは「コントラストの強く柔らかい印象の画像、画像や看板など文字が写っていないもの」、手賀沼フィッシングセンターでは「カフェから見える風景など」、手賀沼サイクリングロードでは「水辺や空が映らないもの」、手賀の丘公園では「木に止まる野鳥」、柏駅では「美容室関係（洋服が良く映るもの）」、県立柏の葉公園では「飼い犬関係のもの」、柏の葉キャンパス駅では「食関係のもの」、あけぼの山公園では「花」となっています。

図表 2-61 取得したInstagram画像のスコア

		感情		いいね数/フォロワー数		ハッシュタグ使用数	
		スコア	順位	スコア	順位	スコア	順位
道の駅	道の駅しょうなん	0.34	1	32.9	2	10.0	10
手賀沼周辺	手賀沼	0.22	10	62.1	1	13.8	3
	手賀沼観光リゾート 天然温泉 満天の湯	0.21	11	17.4	10	6.8	14
	大堀川	0.15	13	27.3	6	9.9	11
	柏ふるさと公園	0.24	9	19.7	8	7.6	13
	北柏ふるさと公園	0.30	7	12.6	12	10.1	9
	RECAMPしょうなん	0.29	8	32.8	3	10.6	6
	手賀沼フィッシングセンター	0.31	3	18.2	9	8.8	12
	手賀沼サイクリングロード	0.13	14	2.0	14	14.7	1
	手賀の丘公園	0.30	4	14.9	11	10.7	4
中心市街地	柏駅	0.30	6	25.0	7	14.3	2
柏の葉	柏の葉公園	0.30	5	28.7	5	10.4	8
	柏の葉キャンパス駅	0.31	2	12.2	13	10.6	5
あけぼの山	あけぼの山公園	0.20	12	28.7	4	10.5	7



《道の駅しょうなん》



《手賀沼》

第3章 柏市観光基本計画の方向性

1 総論（柏市の観光における課題の整理）

- 柏市には魅力的な観光資源が数多くあるものの、認知度や来訪頻度が低い観光資源も多くあり、ターゲットを絞った観光戦略が必要です。
- 柏市の主要な観光施設であっても周辺の観光資源への波及効果が少ないものもあり、エリアでの一体となった観光戦略や連携が必要です。
- 認知度が低い観光資源もあることから、情報発信の見直しと強化が必要です。また、映画やドラマ等の撮影を誘致して柏市の映像が放映されることで、柏市の知名度向上や市民のシビックプライドの醸成を図ることになるため、フィルムコミッション活動等の推進も必要です。
- 柏市中心市街地では、ゆったりと過ごせることが求められています。中心市街地で長く滞在できるような空間や場所の整備が必要です。治安への不安が多くあり、日中だけでなく夜間も含めて安心して過ごせる場を創出することが重要です。
- 柏の葉では、ららぽーと柏の葉に利用が集中しており、その周辺施設への回遊は多くはありません。県立柏の葉公園やKASHIWANOHA T-SITEなどの魅力的な施設が隣接しており、これらの施設間で連携したエリア戦略が必要です。
- 道の駅しょうなんはリニューアル後に多くの訪問者があり、柏市の観光の要です。しかし、道の駅しょうなん訪問前後での周辺観光施設への立ち寄り少なく、連携したエリア観光戦略が必要です。道の駅しょうなんリニューアル後に良い認識をしている人の方が満足度が高い傾向にあります。また、道の駅しょうなん訪問者よりも周辺住民の評価が低い状況にあります。道の駅しょうなんは休憩や買い物だけでなく、交流や防災の観点からも重要な施設と言えます。周辺住民に対する良いイメージを醸成することが必要です。
- あけぼの山公園・あけぼの山農業公園では、SNSをきっかけに訪問する人が多くなっています。SNS映えするスポットの充実が重要です。ただし、写真を撮ってすぐに帰宅する人が多いことから、SNS映えスポット利用時に公園内の他施設へ誘導を行う仕組みづくりなどが重要です。また、道の駅しょうなんよりも訪問前後の他施設への立ち寄りが少ないことから、周辺観光施設との連携が必要と言えます。
- Jリーグでは、アウェーチームからの多くの人々が柏市に訪問します。柏市を知ってもらおう絶好の機会となっています。アウェーサポーターは、ご当地グルメやSNS映えを望んでいます。その一方で、スタジアムグルメには多くの不満を持っています。スタジアムにて、柏の食材や魅力を知ってもらう取組が必要です。また、柏市民にとってもプロスポーツの観戦は楽しみや交流、シビックプライドを醸成します。このことから、スポーツを観光資源と捉えるスポーツツーリズムも重要です。
- 水辺空間の整備は、健康活動の場・憩いの場、自然環境の保護、スポーツや運動の場として多くの価値が認識されています。柏市民の「憩いの場」としての水辺空間整備が観光戦略としても必要です。
- 柏まつりや手賀沼花火大会などのイベントでは多くの人々が来訪します。イベント時に来訪した人が普段でも柏市を訪問したくなるような取組が必要です。
- 多くの観光施設では、SNSをきっかけに来訪した人も少なくありません。柏市の主要な観光施設でのSNS投稿は、その場所によって特色が異なります。また、「いいね」に与える影響も施設によって異なります。「いいね」が多い投稿写真は、その観光施設の良い面を多く映している可能性があります。各観光施設でのSNSを利用した観光イメージ戦略も重要と言えます。

2 具体的なターゲットに対応した観光施策の展開（ペルソナ）

現状の課題とデータに基づく人流分析等を踏まえて今後の観光基本計画の方向性を定めるに当たって、具体的に「どの様なターゲットに対してどの様なアプローチを行うべきか」を明らかにするため、いくつかのペルソナ（商品やサービスを利用している典型的なユーザー像）を示すこととします。

①年代によるペルソナ

30～50代 ファミリー	30～50代 独身	60～70代 夫婦	20～30代 独身
柏から都内に通勤	柏から都内または市内に通勤・リモートも有	市内または近隣に通勤・パート・年金生活スタート	柏から都内に通勤または通学
平日は自宅と勤務先の往復で、柏との接点は日用品の購入や駅の乗降のみ。特に広報誌、市のホームページは見ないが、SNSのみフォローしている	飲食、美容、ファッションには興味あり、ネットで積極的な情報収集	子育てがひと段落し、夫婦で過ごす時間が長くなった。広報誌は一通り見ている。スマホも持っているが、子供や友人の連絡しか使わない	柏に住んでいるものの、柏という地域そのものへの関心は低い。情報収集、友人との交流はネット主体。柏という地域を意識したことがあまりない
子供は市内の小中学校通学、市内の事は学校で学習	関心がある事項以外にはあまり興味がなく、情報も入手しようとしていない	子供・孫は市外で暮らし、年数回柏に帰省	何かやってみたくらいの漠然とした思いはあるがきっかけがない
休みの日は近隣の大型商業施設または市外のレジャー施設、たまに旅行で自然を満喫	休みの日は都内・市内・近隣を使い分け、買い物や美容、飲食、趣味の時間	趣味はあり、近所に友人もいるが、まだ時間に余裕がある	友人との交流以外は自宅。車も持っていないため、移動範囲は広くない。ボランティアで地域活動を行っている友人がいる
↓	↓	↓	↓
情報	情報	情報	情報
SNSによるイベント情報発信 子育て世代向けSNSとの連携 学校を通じた保護者向け情報発信 大型商業施設こどもスペースによる情報発信 子育て世代向けイベントサイトへの登録	SNSを活用した情報発信（関心事+関心事に近い関連情報、届くハッシュタグ、響くメッセージ+画像） モデル的な過ごし方等の発信（「ついで買い、ついで立ち寄り」のススメ）	広報かしわによる発信 公共施設、大型商業施設におけるチラシ配布、ポスター配架、デジタルサイネージ PRイベントへの出席 以前のイベント参加者やスポット愛好者による勧誘・口コミ	TikTokやInstagramリールなど、SNS映えする情報を画像や動画中心に発信 広く一般的な情報を提供するよりも、少人数に響く発信 通勤・通学で利用する公共交通機関広告スペースを活用した発信 地元大学生と連携した取組
コンテンツ	コンテンツ	コンテンツ	コンテンツ
親子一緒に過ごせる体験イベント・手賀沼周辺体験プログラム、施設情報 子供だけで体験可能イベント 授乳、おむつ替え、ベビーカー等赤ちゃん対応が明示された施設情報	デジタルマップ、ジャンル、キーワード検索が可能な発信 「目で感じる」コンテンツ及び発信媒体の作成 人気事業者（商店）とのコラボレーションによる発信や商品開発・イベント企画 キーとなる事業者誘致	まち歩きツアー実施、市内周遊モデルコースの情報集約等ポータルサイト運営 市内観光スポット、飲食店マップ（紙をベース）にネット閲覧も可能 スポットでの時間の過ごし方や趣味に応じたイベント	「誰にも受ける」イベントを一つ実施するよりも、「誰かに刺さる」イベントを多数実施（フェス、コスプレイベント） 地元大学生、高校生等とのチーム作り

②趣味・嗜好によるペルソナ

スポーツ観戦に来た
アウェーサポーター

大規模イベント
来場者
(花火大会等)

飲食/買い物/
美美容利用者

収穫体験/ キャンプ
/水辺アクティビ
ティ利用

首都圏他地域を中心に
全国から来訪

近距離の来訪者は主目的である**観戦メインで直行直帰**またはご当地グルメを楽しむ
遠距離の来訪者は宿泊のうえ、飲食も柏が多い

ホームチームは地元で観戦及び観戦後の飲食を楽しめるが、アウェーチームはそうした場が少ない

一部市民団体がアウェー向けフリーペーパーの作成・配布をボランティアで実施しているが、個の善意頼り、提供情報の限界

市内・近隣から来訪

イベントのためだけに**来場**、イベント会場に直行直帰、柏という地域ではなく、**イベントに惹かれている**

イベント以外には深い関心がなく、チラシやパンフを配布しても効果は低い

来場者は最も多く、効果的な発信により、イベントだけではなく、柏にも関心を持ってもらうための方法

市内・近隣から来訪

常連、インターネット広告・検索により来訪、**ふらりと来店、目的を果たしたら直帰**

来訪目的以外に関心もないが、別の機会の来訪や「**ついで買い**」「**ついで飲食**」の可能性も有

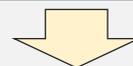
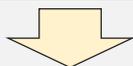
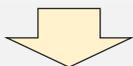
インターネット等により**目的の店舗は調べているが周辺情報・地域情報は有していない**

市内・近隣が多いが首都圏他地域からも来訪

常連、**インターネット検索、広告・チラシ等により来訪**、目的を果たしたら直帰が多いが、お土産物需要等も有

目的への志向は高い、目的以外には関心が低い層が多いが、一部には「**ついで買い**」「**ついで飲食**」も

来訪の目的、来訪者の属性(家族連れ、友人同士、1人)により希望が異なる



情報

SNSハッシュタグ検索、インターネット検索されやすいキーワード設定
以前に観戦に来たサポーターからの口コミ
市民団体発行のアウェーサポーター向けフリーペーパー
チームと連携した発信

イベント情報の頻繁な更新により期待値を高める
イベントサイトへの登録等、多様な媒体を活用した発信
ハッシュタグ検索、インターネット検索されやすいキーワード設定
デジタルマップ等、地理も含めた情報発信

飲食、美容店に「**ついで買い**」「**ついで寄り**」を誘うチラシやマップの設置
立ち寄りモデルコースの提案
ジャンルだけではなく、各年齢層で差別化したマップ・情報発信
インフルエンサーを活用した発信

アウトドアメーカーとのコラボ企画実施による発信
専門誌への記事掲載
ハッシュタグ検索、インターネット検索されやすいキーワード設定
市内キャンプ場との情報共有・発信の仕組みづくり

コンテンツ

それぞれのサポーターの嗜好に合わせた情報発信
飲食店等における観戦日限定メニュー・サービスの提供
スポーツチームと連携したツアーの企画

会場に来なければ体験できない経験・演出
イベントが市内事業者の経済効果にも繋がるような仕組み
イベント前後の市内回遊のためのコンテンツ、プログラム、マップ提供

まち歩きツアー実施、市内周遊モデルコースの情報集約等ポータルサイト運営
市内観光スポット、飲食店マップ(紙をベースにネット閲覧も可能)
スポットでの時間の過ごし方や趣味に応じたイベント

市内外アウトドアメーカーに市内のスポット、体験プログラム、公共施設、市としての誘致支援等をパッケージにしたプレゼン(営業活動)
市内関係者の情報共有の場を構築(手賀沼まちづくりセンターまたは観光協会)
キャンパー向けの店舗誘致、商品開発

3 新たな観光の方向性



図表 3-1 柏市の主な観光資源エリア

図表 3-2 柏市の主要な観光施設等

柏駅周辺エリア	手賀沼周辺エリア	柏の葉エリア	あけぼの山周辺エリア
大型商業施設 (高島屋・マルイ等)	道の駅しょうなん	商業施設 (ららぽーと柏の葉・T-SITE等)	あけぼの山公園 あけぼの山農業公園
ウラカシエリア (古着屋・雑貨屋等)	手賀の丘公園	県立柏の葉公園	布施弁天 (紅龍山東海寺)
三協フロンティア柏スタジアム (柏レイソルホーム)	手賀沼フィッシングセンター	アクアテラス	
ダブルデッキ周辺・ 駅前歩行者天国でのイベント	柏・北柏ふるさと公園	こんぶくろ池自然博物館	
	旧手賀教会堂		
	果樹園・収穫体験農場		
	水上アクティビティ (カヌー・SUP)		

その他 旧吉田家住宅歴史公園・旧染谷家住宅など

現況の柏市における観光特性や課題に応じた、柏市ならではの観光の方向性を定める必要があります。この観光基本計画では、柏市ならではの観光のあり方に応じた観光施策を講じていきます。

○観光施策の対象者

柏市民及び柏市周辺市の住民を観光施策の主な対象者とし（プロスポーツ観戦においては、県外のアウェーサポーターを含む。）。

○「核」となる観光資源

柏市に数ある観光資源の中から、主要な「核」となる観光資源を中心として施策を展開します。人流分析やアンケート調査等の結果も踏まえ、柏市中心市街地・手賀沼周辺・Jリーグなどのプロスポーツを柏市における「核」となる観光資源とします。その中でも、手賀沼及び手賀沼周辺地域の観光振興には、柏市として今後特に力を入れていきます。

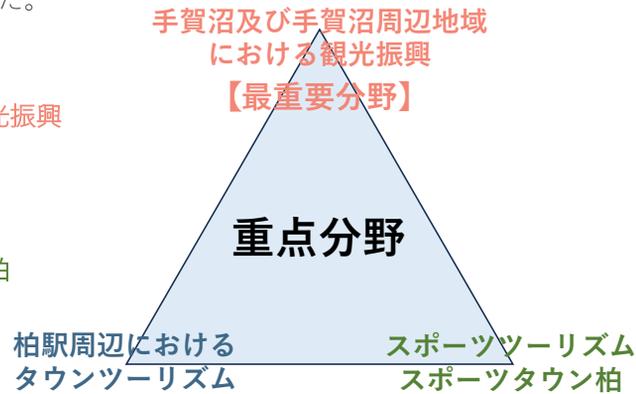
○観光の方向性

従来の来訪型観光の「観る」だけでなく、「観る」「遊ぶ」「楽しむ」「憩う」の4つを柏の魅力とし、その魅力をより多くの柏市民や市外からの来訪者に知ってもらい、柏というまちを好きになってもらう取組を推進していくことを、「柏市における観光」の方向性としします。

4 重点分野の設定

平成25年度に策定された柏市観光基本計画は、柏市域において集客・誘客に貢献する全ての要素を「観光資源」と捉えています。これらは柏市の観光資源を幅広く網羅しているものの、総花的であり、ターゲット等の設定もされていませんでした。限りある財源・人材・資源の中で「選択と集中」を実践し、メリハリを持って効果的に観光振興施策を打ち出していくために、本計画では柏市として今後力を入れていく「重点分野」を設定しました。

- 重点分野1：手賀沼及び手賀沼周辺地域における観光振興
【最重要分野】
- 重点分野2：柏駅周辺におけるタウンツーリズム
- 重点分野3：スポーツツーリズム・スポーツタウン柏

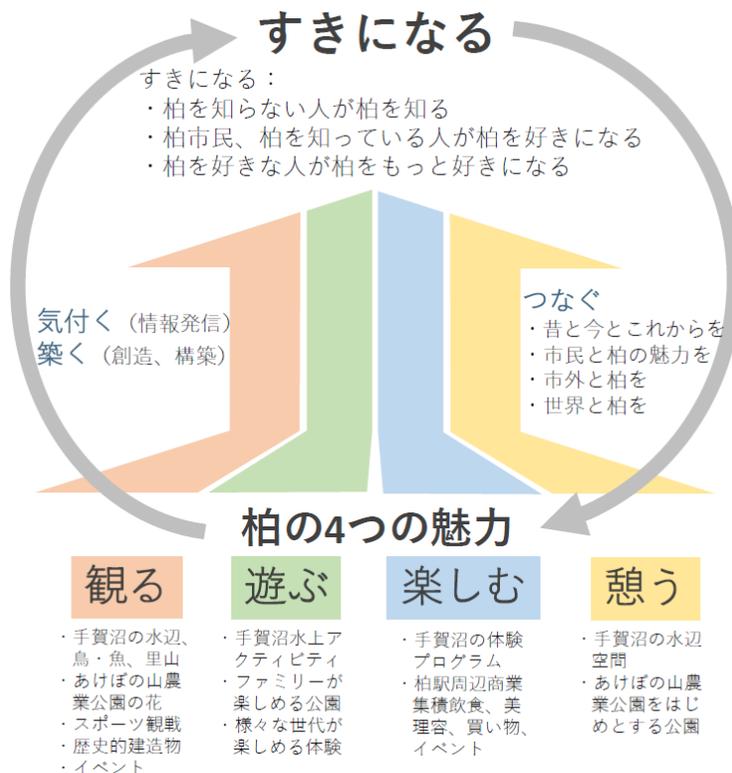


図表 3-3 柏市観光基本計画にて重点的に取り組む分野

5 柏市観光基本計画の方向性（まとめ）

柏市観光基本計画では、交流人口の拡大による地域経済の活性化を達成するために、観光によるアプローチを行います。前述のとおり、柏市観光基本計画におけるメインのターゲットとして「柏市民」「柏市周辺市の住民」を設定し、柏市の魅力・柏市ならではの観光のあり方を「観る」「遊ぶ」「楽しむ」「憩う」の4つとし、3つの重点分野を中心として取り組んでいきます。

第1章において示した理念等をもとに、第2章におけるデータによる課題分析を踏まえ、より効果的に観光施策を展開していきます。



図表 3-4 新たな観光基本計画の理念【再掲】

第4章 柏市観光基本計画にて取り組むべき事項

1 重点分野1 手賀沼及び手賀沼周辺地域における観光振興【最重要分野】

【手賀沼及び手賀沼周辺地域を以下の3つのエリアに整理】

- ①公共交通機関からのアクセス（JR北柏駅、柏駅）が最も近く、身近な手賀沼のエンタランスであり、水辺空間を感じられる**西部エリア**
- ②年間約130万人が来訪する「道の駅しょうなん」があり、主に車による来訪者が多く、手賀沼東部や近隣の収穫体験など体験型コンテンツの拠点であり、東部と西部を繋ぐハブとしての機能が期待される**中央部エリア**
- ③手賀沼フィッシングセンター、手賀の丘公園、県の青少年自然の家、農業者等による収穫体験、水上アクティビティの活動拠点等、手賀沼の魅力である「農」「水辺・自然」「体験」を感じることができるアウトドアエリアである**東部エリア**

○取組内容1：水辺空間の整備

地域住民へのアンケート調査によると、水辺空間の整備は、健康活動の場・憩いの場、自然環境の保護、スポーツや運動の場として多くの価値が認識されています。柏市民の「憩いの場」としてはもちろん、柏市外から訪れる方にも、手賀沼という「自然」の魅力・価値を肌で感じてもらうため、気軽に水辺に触れ合える新たなスポットとして、水辺空間を整備します。

特に、西部エリア、中央部エリアにおいては、我孫子市側と比較して接点が少ない「手賀沼の水辺空間」の創出により、気軽に水辺空間を楽しむことができる環境整備を重点的に進めていきます。

【具体的な取組】

- ・手賀沼全域を通じたデザイン・プロジェクトを関係部署で構成されるプロジェクトチームで検討
- ・（手賀沼西部）北柏ふるさと公園にデッキを設置
- ・（手賀沼中央部）手賀大橋横（道の駅しょうなん奥）周辺地域に水辺空間を創出
- ・（手賀沼東部）手賀沼フィッシングセンター棧橋の活用

手賀沼における水辺空間整備



図表 4-1 手賀沼における水辺空間整備（イメージ）

○取組内容2：アクセスの向上

手賀沼周辺地域は、自家用車以外の来訪者が限定されています。アンケート調査によると、道の駅しょうなんへの移動手段について、来訪者の9割以上が「自家用車」と回答しています。手賀沼周辺地域の観光振興を図るに当たっては、より多くの方に来訪してもらうために移動手段の選択肢を増やし、気軽に手賀沼を周遊しやすい環境づくりが必要です。

【具体的な取組】

- ・デッキや棧橋を拠点とした水上交通の検討（関係機関との調整・実証・運航）
- ・レンタサイクル事業の魅力向上
- ・新たな移動手段の実証フィールドとして手賀沼自然ふれあい緑道活用（関係機関との調整）

○取組内容3：認知度の向上

アンケート調査によると、柏市内でさえ、手賀沼及び手賀沼周辺地域の観光資源の認知度が低く、利用されていません（柏駅周辺におけるアンケート調査では、道の駅しょうなんについて、回答者の5割が「ほとんど行かない」「知らない」と回答）。手賀沼周辺地域の魅力を市内外にさらに周知していく必要があります。

【具体的な取組】

- ・「都心部から最も近い天然湖沼」（都心部から1時間足らずで来訪可能）であることを前面に出したPRの実施
- ・手賀沼周辺における大規模イベントの継続的な実施（手賀沼花火大会・手賀沼エコマラソンに加え、令和5年度は柏市ふるさと産品を中心とした飲食を伴うバルイベント「手賀沼オータムバル」を実施）
- ・体験型コンテンツ（農業・自然体験や水上アクティビティ等）や観光農園（いちごやブルーベリーの摘み取り）のさらなる充実・周知拡大
- ・旅行会社、公共交通機関への売込、関係部署とも連携した露出機会の増加

○取組内容4：手賀沼周辺地域の魅力向上（特に手賀沼西部）

周知を行ったとしても、手賀沼周辺地域そのものに魅力がなければ集客は図れません。さらなる魅力向上のため、民間事業者とも連携した取組が必要です。

【具体的な取組】

- ・他地域における事例を参考に、手賀沼西部にブランド力がある飲食店等を誘致
- ・手賀沼東部にさらなるキャンプ場を誘致し、首都圏有数のキャンプ集積地を目指す
- ・上記に加えて、アウトドア関係（水上アクティビティ含む）事業者の創業・誘致を目指す

○取組内容5：地域の魅力向上のための連携

現在、各エリアにおいて、市、民間事業者、農業者、県、市民サークルや団体がそれぞれに環境整備やソフト面における事業等に取り組んでいますが、この取組を「面」と捉え、まずは緩やかに連携しつつ、将来的には手賀沼周辺地域全体の魅力を市内外に発信するための統一的なビジョンの構築及びブランドイメージの確立を目指します。更に、民間ノウハウや知見を活かし、広域的に誘客可能なコンテンツの提供を目指すとともに、民間事業者が自立してコンテンツ運営できるよう、必要な基盤整備や施設などの環境整備については、公民連携のもと、役割分担しながら取り組んでいきます。

手賀沼周辺地域における環境整備は、観光産業の振興を図るため、他の計画と連動して推進するものとします。また、土地利用・空き家活用・施設及び店舗整備・酒類の提供など、地域振興に資する土地利用及び民間事業者のビジネスを創出していくために、法令や特区活用による規制緩和など様々な手法の検討について、関係部局と連携を図っていくものとします。

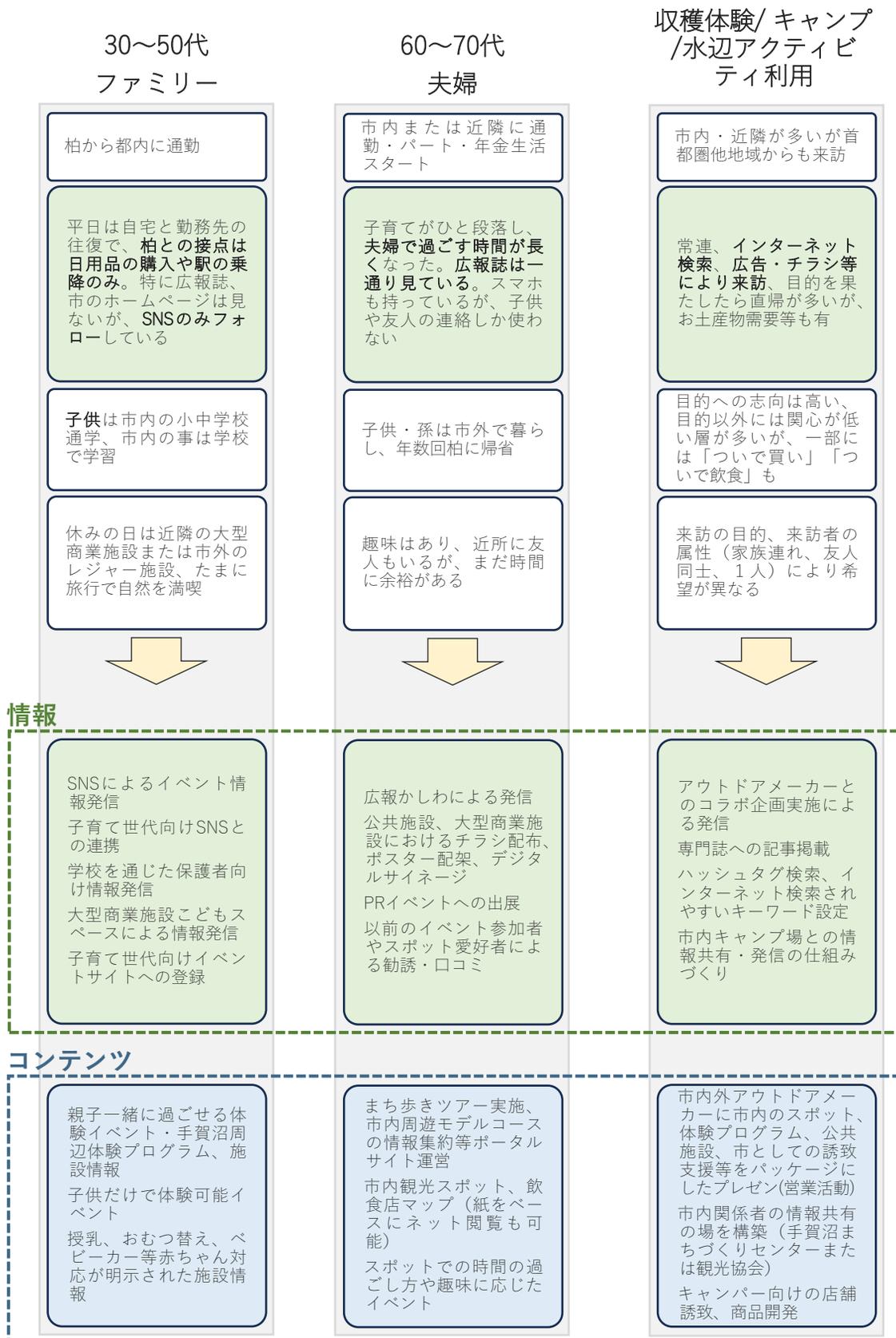
また、アンケート調査及び人流分析によると、道の駅しょうなん来訪者の6割が「どこにも寄らない」と回答しており、残り4割の来訪者についても、多様な行動が見られるものの周辺の観光施設への立ち寄りも多くはなっていません。一方で、道の駅しょうなんとあけぼの山農業公園との同日利用をする来訪者も一定数いたため、道の駅しょうなんを中心とし、周辺観光施設との連携を進めていくことも重要と考えます。

【具体的な取組】

- ・あけぼの山公園及びあけぼの山農業公園と市内観光施設との連携（市内回遊）

【重点分野1の観光施策におけるターゲット層】

メインターゲット層については、第3章の「具体的なターゲットに対応した観光施策の展開（ペルソナ）」において示したもののうち、年代については「30代から50代ファミリー層」及び「60代から70代夫婦」、趣味・嗜好については「収穫体験/ キャンプ/水辺アクティビティ利用」とします。



観光基本計画に基づく各取組スケジュール【重点分野1】

取組内容	第1期 (R6~R8)	第2期 (R9~R11)	第3期 (R12~R15)
重点分野1 手賀沼及び手賀沼周辺地域における観光振興【最重要分野】			
取組内容1: 水辺空間の整備			
手賀沼全域を通じたデザイン・プロジェクトを関係部署で構成されるプロジェクトチームで検討	デザイン策定		
	デザインに基づく事業実施・適宜見直し		
	「かわまちづくり計画」協議		
(手賀沼西部) 北柏ふるさと公園にデッキを設置	設計・整備	運用開始	
(手賀沼中央) 手賀大橋横(道の駅しょうなん奥) 周辺地域に水辺空間を創出	賑わい調査・実証		
	浮棧橋設置	手賀沼漁協・公民連携による賑わい創出	
	中央エリアデザイン調査・調整	中央エリア整備	
	民間サウンディング 国・県協議	公民連携による賑わい創出	
		水上交通実証	水上交通実施
(手賀沼東部) 手賀沼フィッシングセンター等の活用	手賀沼漁協・民間事業者・市民・大学による集客・賑わい創出(市は環境整備)		
	棧橋の更新・水辺空間の利活用(国・県・漁協等との調整)		
	水上交通実証	水上交通実施	
取組内容2: アクセスの向上			
水上交通の検討(関係機関との調整・実証・運航)	中央エリアデザイン調査・調整	水上交通実証	水上交通実施
レンタサイクル事業の魅力向上	民間サウンディング 国・県協議		
	運営主体による取組実施		
新たな移動手段の実証フィールドとして手賀沼自然ふれあい緑道活用(関係機関との調整)	民間提案を受けて、管理者である県との調整・実証・実施		
取組内容3: 認知度の向上			
「都心部から最も近い天然湖沼」であることを前面に出したPRの実施	市内外の市主催・県主催・民間主催のイベント出展及びPR実施		
手賀沼周辺における大規模イベントの継続的な実施	手賀沼オータムバル(事業費については、市主体から民主体に)		
	手賀沼オータムバルの実績を踏まえた民間イベントの誘致・実施		
	手賀沼火花大会の実施		
	手賀沼エコマラソンの実施		
体験型コンテンツや観光農園のさらなる充実・周知拡大	農業・水上アクティビティ等の体験プログラムや観光農園の充実・PRコンテンツの作成		
旅行会社、公共交通機関への売込、関係部署とも連携した露出機会の増加	手賀沼PRコンテンツの作成、旅行会社・公共交通機関と連動したキャンペーン		
取組内容4: 手賀沼周辺地域の魅力向上(特に手賀沼西部)			
ブランド力がある飲食店等を誘致	民間サウンディング	店舗開設準備	
	候補地調査		店舗開設・運営
さらなるキャンプ場誘致	民間サウンディング	店舗開設準備	
	候補地調査		店舗開設・運営
アウトドア関係事業者の創業・誘致	民間へのPR	新規事業者によるサービス提供	
取組内容5: 地域の魅力向上のための連携			
あけぼの山公園及びあけぼの山農業公園と市内観光施設との連携	相互イベント等PR		
	連携・周遊イベント		

2 重点分野2 柏駅周辺におけるタウンツーリズム

○取組内容1：回遊促進のための観光戦略

人流分析によると、中心市街地（柏駅周辺）の回遊パターンは多岐に渡りますが、その中でも最も多いパターンは、大型商業施設を複数巡るパターンです。また、1か所のみを訪問するパターンも多くなっていることから、回遊性をより向上させるような取組が必要です。

【具体的な取組】

- ・目的となり得る商業施設・事業者と連携し、「ついで寄り」「ついで買い」への関心を高めるPR
- ・「グルメ」「美美容」「買い物」等特定のキーワードに特化したサイトではなく、「柏駅周辺」の観点で横断を指す情報発信（具体的なモデルケースをイメージのうえ、モデルコースや時間の過ごし方を提案）
→「点」を「面」に

○取組内容2：イベントの情報発信の見直し

アンケート調査によると、中心市街地（柏駅周辺）来訪者の多くが「イベント情報」を求めています。一方で、現状では様々な団体から多くの情報発信が行われており、イベント情報の分かりづらさが課題です。

【具体的な取組】

- ・観光情報発信機能の見直しと強化
→情報のワンストップセンター（情報発信戦略拠点）設置（市外へのプロモーションも実施）
「インフォメーション」から「インテリジェンス」に

○取組内容3：イベントの相乗効果の向上

多様なイベントがあるのが中心市街地（柏駅周辺）の魅力である一方、単発イベントが多く相乗効果が低い・継続したものとならないなどの課題もあります。

【具体的な取組】

- ・市が主体的にイベント実施のプレイヤーと連携・調整のうえ、イベント効果・周辺商業への波及効果向上
- ・担い手の世代交替等に伴うイベントの継承をサポート
- ・複数商店会の連携、同業種・異業種連携、百貨店等との連携による持続可能な仕組みの構築

○取組内容4：インバウンドへ向けた観光施策の展開

人流分析によると、市内の外国人の多くは中心市街地（柏駅周辺）及び柏の葉エリアに集中しています。商業施設の集積地である中心市街地（柏駅周辺）を中心として、宿泊施設に近い場所にある飲食店での飲食や、百貨店をはじめ免税店となっている商業施設で買い物を楽しんでもらいやすいような環境整備が必要です。

【具体的な取組】

- ・関係団体や市内事業者とも連携し、来訪した外国人が気軽に飲食や買い物を楽しめるよう、多言語に対応した観光情報の発信や観光案内板の設置などをより充実

○取組内容5：柏駅前再整備に合わせた賑わい創出

【具体的な取組】

- ・ 柏駅東口及び西口の再開発に合わせた賑わい創出について関係部署と連携

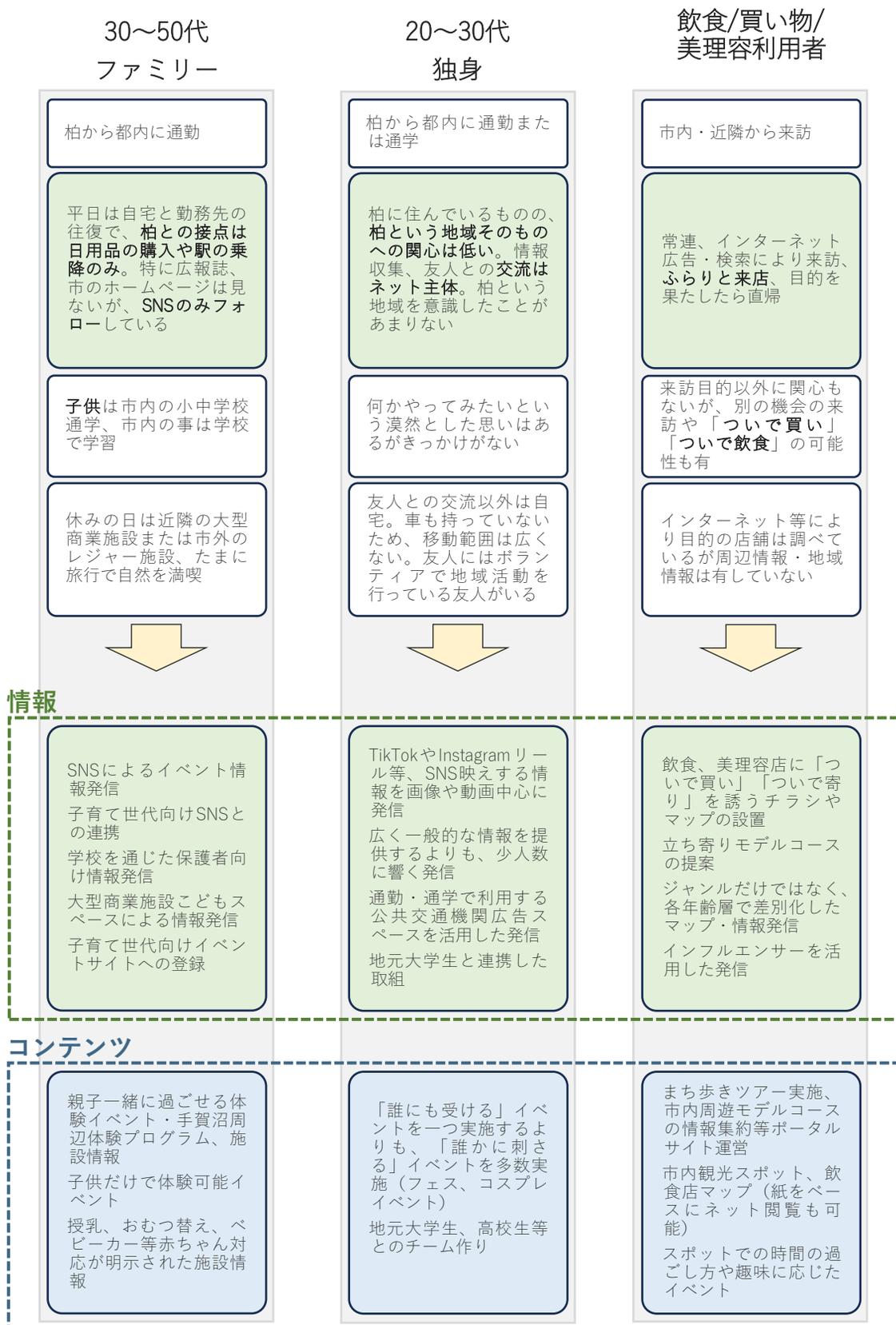
○取組内容6：「〇〇のまち柏」の推進

【具体的な取組】

- ・ 「アートのみち柏」「音楽のみち柏」など、多様な柏の価値向上に寄与している取組の情報発信に努めるとともに、関係団体とも連携

【重点分野2の観光施策におけるターゲット層】

メインターゲット層については、第3章の「具体的なターゲットに対応した観光施策の展開（ペルソナ）」において示したもののうち、年代については「30代から50代ファミリー層」及び「20代から30代独身」、趣味・嗜好については「飲食/買い物/美美容利用者」とします。



観光基本計画に基づく各取組スケジュール【重点分野2】

取組内容	第1期 (R6~R8)	第2期 (R9~R11)	第3期 (R12~R15)
重点分野2 柏駅周辺におけるタウンツーリズム			
取組内容1：回遊促進のための観光戦略			
「ついで寄り」「ついで買い」への関心を高めるPR	情報発信力強化		
		「ついで寄り」「ついで買い」を誘発するネット・リアル発信	
「柏駅周辺」の観点で横串を指す情報発信	情報発信力強化		
		世代・ライフスタイルに合わせた時間の過ごし方を提案する発信	
取組内容2: イベントの情報発信の見直し			
観光情報発信機能の見直しと強化 (インフォメーションからインテリジェンスに)	情報発信力強化		
		受け手側に「刺さる」リアルかつタイムリーな情報の発信	
取組内容3：イベントの相乗効果の向上			
イベントサポート 効果的な発信・イベント情報の集約	情報発信力強化		
		ポータルサイト、観光案内機能としてのイベント情報集約・発信	
		イベント運営主体相互の連携や効果的なイベント集約等調整機能	
		イベントサポート機能（行政手続きワンストップ）	
		運営主体による取組実施	
取組内容4: インバウンドへ向けた観光施策の展開			
多言語に対応した観光情報の発信や観光案内板の設置	情報発信力強化		
		多言語対応観光コンテンツ作成（サイト、マップ）	
		観光案内所 JNTOカテゴリー2維持	
		宿泊施設、飲食店、小売店等と連携した団体旅行宿泊先としての誘致	
		体験プログラム、モデルコースのショーケース化及び旅行会社へプロモーション	
		多言語化に対応した街中のサイン（観光案内板）設置	
取組内容5: 柏駅前再整備に合わせた賑わい創出			
再整備に合わせた観光戦略拠点（駅前観光案内所）検討		検討・設置	
再整備に合わせたまちなかの賑わい創出		検討・実施	
取組内容6: 「○○のまち柏」の推進			
「アートのまち柏」「音楽のまち柏」など、多様な柏の価値向上に寄与している取組の情報発信・関係団体との連携		効果的な情報発信	
		多様なイベントでの連携・効果的なイベント実施	

3 重点分野3 スポーツツーリズム・スポーツタウン柏

○取組内容1：試合観戦前後での回遊促進

アンケート調査によると、「Jリーグ観戦者は、ホーム・アウェーサポーターともに直行直帰が多くなっています。ホームでの試合時には市外からも多くの方が来訪することから、「買い物」や「飲食」など市内の回遊を促進させる取組が必要です。

【具体的な取組】

- ・ スタジアムグルメエリアにおけるスタジアム近郊・柏駅周辺の飲食店等情報の提供
- ・ 柏駅前で実施している市民団体のアウェー向けフリーペーパー制作配布の取組拡充
- ・ 他地域の取組を参考に、アウェーサポーター向けの宿泊プランの企画・実施（ホームチームとも連携）
- ・ ホームチームサポーターが回遊したくなる情報発信（この試合後だけ、来場者限定メニュー等の情報）

○取組内容2：魅力ある土産物及び購入場所の創設

アンケート調査によると、「Jリーグ観戦時に欲しい情報として、アウェーサポーターの多くが「柏市のご当地グルメの販売」を望んでいます。また、「柏市のお土産店」も求められています。

【具体的な取組】

- ・ 地元事業者による地産地消商品の提供について、ホームチームと連携
- ・ 情報のワンストップセンター、ホームゲーム開催時にスタジアムでふるさと産品販売（出展ブース等）
- ・ 「柏の顔」となるお土産物の発掘・創出

○取組内容3：観戦前、観戦後のスポーツ関連イベントの実施、おもてなし気運の醸成

【具体的な取組】

- ・ ホームチームとアウェーチームのフラッグ掲示（事業者の取組を支援）
- ・ 柏駅西口で5商店会連携により展開されている「スポーツタウン柏」の拡充
- ・ 観戦来訪者がリピートした場合や地元で柏のPRを行った場合のインセンティブ検討
- ・ スタジアムまでの往復路の明るさ・安全性の向上

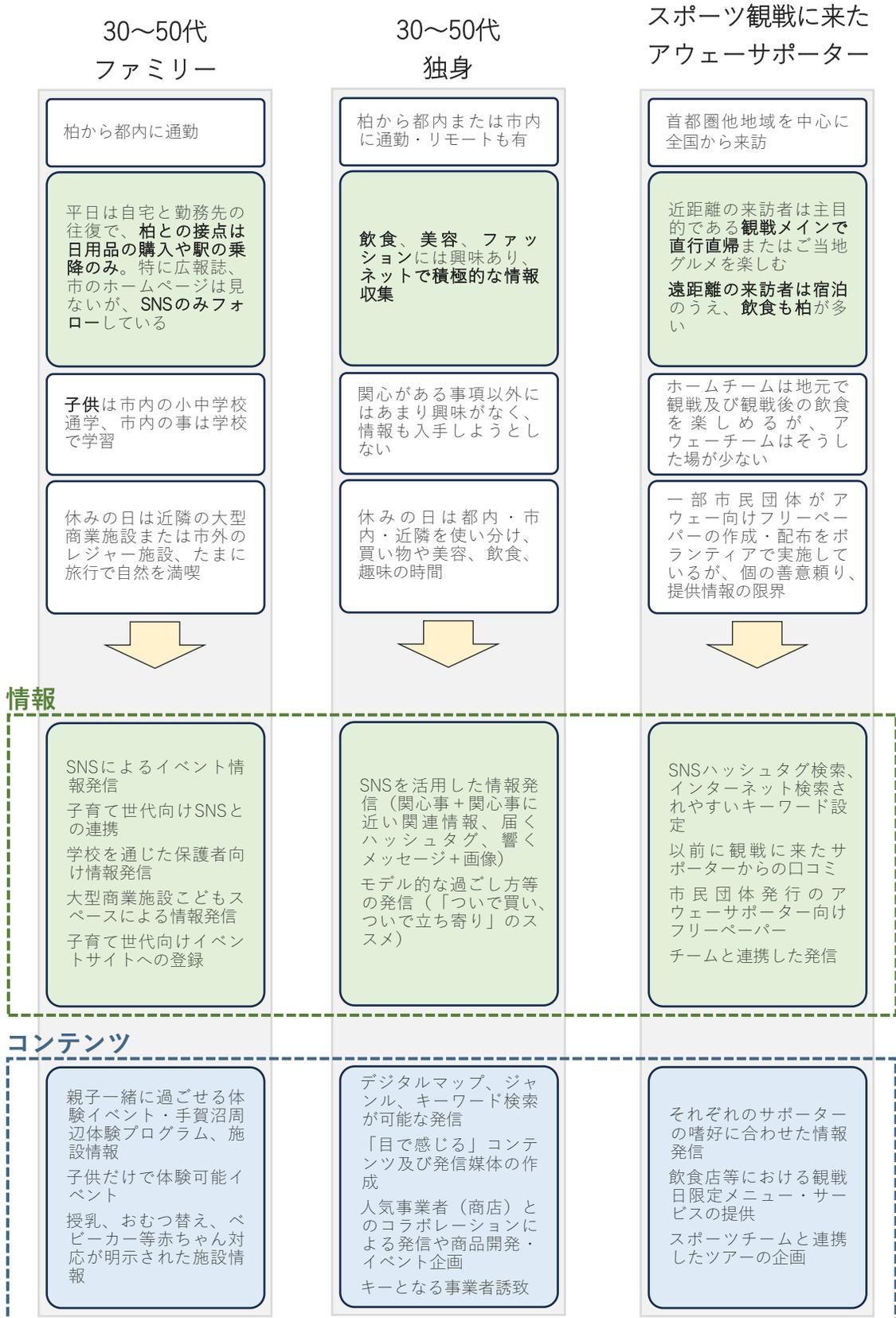
○取組内容4：プロスポーツと他のスポーツの連動

【具体的な取組】

- ・ ホームゲーム開催時に、他のスポーツのイベント実施等により、スポーツへの関心向上、相乗効果

【重点分野3の観光施策におけるターゲット層】

メインターゲット層については、第3章の「具体的なターゲットに対応した観光施策の展開（ペルソナ）」において示したもののうち、年代については「30代から50代ファミリー層」及び「30代から50代独身」、趣味・嗜好については、「スポーツ観戦に来たアウェーサポーター」とします。



観光基本計画に基づく各取組スケジュール【重点分野3】

取組内容	第1期 (R6～R8)	第2期 (R9～R11)	第3期 (R12～R15)
重点分野3 スポーツツーリズム・スポーツタウン柏			
取組内容1: 試合観戦前後での回遊促進			
スタジアム近郊・柏駅周辺の飲食店等情報の提供	連携協議		
	ホームゲーム開催時の情報発信（SNS、マップ等配布、スタジアム内掲示）		
	運営主体による取組実施（フリーペーパー、SNS）		
アウェー・ビジターサポーター向けの宿泊プランの企画・実施 （ホームチームとも連携）			
	宿泊施設、飲食店、小売店、旅行会社、チーム等と連携し、ツアーの企画・実施		
取組内容2: 魅力ある土産物及び購入場所の創設			
地産地消商品の提供について、ホームチームと連携 ふるさと産品PR・販売機会拡充	連携協議		
	ホームゲーム開催時柏市ふるさと産品PR（ホームタウンデー以外にも拡大）		
「柏の顔」となるお土産物の発掘・創出			
	ふるさと産品登録事業者、ふるさと納税返礼品協力事業者と連携した商品開発		
	業種別団体や生産者と連携した「柏の顔」となる商品開発の取組促進		
	ホームチームとの連携、新商品開発のための補助金検討・実施		
	柏駅周辺商業施設、公共交通機関売店、観光拠点による販売拠点拡大		
取組内容3: 観戦前、観戦後のスポーツ関連イベントの実施、おもてなし気運の醸成			
おもてなし気運の醸成、リピーター獲得、情報拡散			
	ホームチームとアウェイチームのフラッグ掲示（事業者の取組を支援）		
	柏駅西口で5商店会連携による「スポーツタウン柏」の拡充		
	観戦来訪者がリポートした場合や柏のPRを行った場合のインセンティブ		
	スタジアムまでの往復路の明るさ・安全性の向上		
取組内容4: プロスポーツと他のスポーツの連動			
ホームゲーム開催時に他のスポーツイベント実施等	連携協議		
	ホームゲーム開催時の連動イベント実施、スポーツチーム同士のコラボレーション		
	スポーツを核とした公民学連携体制について、他市の事例の研究・検討		

4 あげぼの山周辺エリアの観光振興

重点分野以外の地域資源の活用として、あげぼの山周辺エリアの観光施策を実施していきます。

あげぼの山、布施弁天は、古く江戸時代から景勝地※¹として、多くの行楽客が訪れ栄えてきた場所です。明治44年に刊行された『富勢村誌』によれば、人々の俚諺（はやりうた）に「成田不動も布施弁天の半ばに昌（さかん）なればよいが」と唄われ、古江戸名勝図会にも載せられるほどに、かつての布施弁天は多くの人々が集まる栄えた場所であったと言われていました。

この栄えてきた理由として、地域の人々が、あげぼの山にサクラを植林し、布施道や利根川の渡し場であった七里ヶ渡し※²を利用する旅人を呼び込むために実施した「花による地域振興策が功を奏した」からと言われています。

市では、これまでの歴史等を踏まえ「花や自然の景観を活かした公園」として、あげぼの山公園、あげぼの山農業公園を設置し、公園に多くの人を呼び込みことで、地域活性化（農業振興や観光振興）を進めてきました。前述のアンケート調査分析でも、景観の綺麗さで満足度が高い状態となっており、これがこの公園の一番の強みであることが分かります。また、公園周辺には、関東三大弁天である布施弁天を始め、観光農園、布施道の古民家を活かした飲食店など、観光資源が点在しています。

このあげぼの山周辺エリアは、市として重要な観光資源であり、市を象徴する観光拠点を目指すべく、これまでの歴史や既存の資源を継承していくことに加えて、突出した花のコンテンツ強化、情報発信強化、滞在時間の延長につながるコンテンツの提供などの取組を進めます。

【具体的な取組】

- ・ 園内各所における花の見どころの増加
- ・ 花を主体としたイベントやワークショップ等の充実
- ・ 花やみどりの見どころが市内外に広く届く広報やPRの実施
- ・ 園内へのコンシェルジュ配置による市内観光施設やイベント等情報の案内を実施
- ・ 公園周辺の観光資源や市街化調整区域における古民家※³等を活かした飲食店など、観光資源等の強化や連携強化へ向けた取組の検討
- ・ 近隣の農産物生産者や観光農園の食材を使った飲食メニューの開発
- ・ 公園の魅力向上やアクセス性向上に向けた検討
- ・ 民間と連携した花などの園芸品や地域の農産物が購入可能なコンテンツ導入の検討

※1 あげぼの山、布施弁天、手賀沼など、柏市は古くから多くの行楽客が訪れる土地だった。

※2 布施と対岸の戸頭（取手市）との間に設けられた利根川の渡し場、七里ヶ渡しには布施河岸が併設されており、常陸・下野・南奥州筋の物産や銚子方面の鮮魚など、荷物の陸揚げを扱っていた。

※3 昭和25年の建築基準法の制定時に伝統的工法により既に建てられていたもの



5 観光関連政策等との連携

観光基本計画は、「文化財保存活用地域計画」「都市計画マスタープラン」「その他各種計画」における観光関連政策等と連携します。

柏市第五次総合計画

柏市産業振興戦略ビジョン

ビジョンの位置付け ※抜粋

主に製造業、商業、農業、観光を中心とした産業振興に関する計画

基本戦略 ※抜粋

「ものづくり、農業、商業、観光など、柏市の多様な業種の垣根を越えた仕組みを構築」

「これまでにない新たな産業を創出」

「歴史ある観光資源や集客力の高い農業施設、農産品などの多様な地域資源を活用」

柏市観光基本計画

柏市文化財保存活用地域計画

柏市の歴史的文化を抽出し、未指定文化財や周辺の自然環境等も含め、総合的・一体的に地域の文化遺産を残していくため、4つの関連文化財群と6つの文化財保存活用ゾーン、3つの文化財保存活用区域を設定しました。そして、これらに紐づく具体的な事業計画を位置づけました。この計画を推進することにより、市民・民間団体・文化財部局・庁内関係部局などが地域総がかりで文化財を保存・活用していく枠組みが作られ、文化財の確実な継承を図ろうとするものです。

柏市都市計画マスタープラン

都市計画マスタープランは、都市計画法第18条の2第1項に基づく「市町村の都市計画に関する基本的な方針」として、市町村ごとに定める計画です。

本計画は、「柏都市計画都市計画区域の整備、開発及び保全の方針」（千葉県策定）や、「柏市第五次総合計画」といった上位計画に即するとともに、本市における各種関連計画と整合・連携を図りながら策定しています。

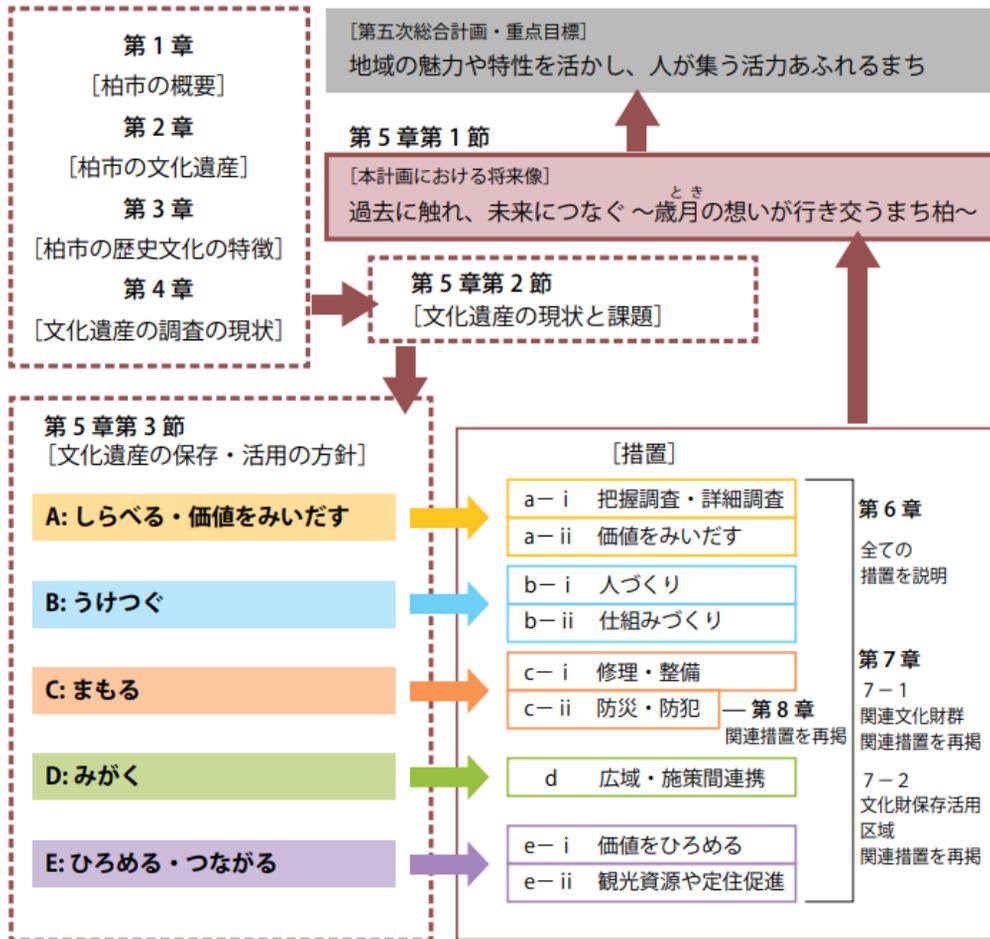
その他各種計画

- 柏市都市農業振興計画
 - 柏市農業振興地域整備計画
 - 柏市緑の基本計画アクションプラン
 - 柏市自転車総合計画
- 等

図表 4-2 柏市観光基本計画と観光関連政策等との連携

柏市文化財保存活用地域計画（令和5年11月策定） （観光関連政策等に係る計画内容例）

第5章 文化遺産の現状と課題、方針（抄）



E	歴史文化の魅力を発信し、観光や定住につなげる。	
ひろめる・つながる	<ul style="list-style-type: none"> 歴史文化を活かしたブランディング事業を実施する 歴史や文化遺産の案内板等を設置する 市民が見学・体験・学習できるマイクロツアーリズムを意識したプログラムを強化する 歴史文化まちづくりモデル事業を実施する 歴史文化の施設整備や情報発信を強化する 外国人観光客に対するおもてなしを充実させる 文化遺産を観光資源として普及啓発する際には、地域の慣習に配慮した適切な見学マナーを周知させる 	<p>⇒</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>措置</p> <p>e-i 価値をひろめる</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>e-ii 観光資源・定住促進</p> </div>

第5章 柏市観光基本計画の目標

○柏市観光地点・行祭事・イベント観光入込客数の増加

令和元年（2019年）数値の「430万3,464人」から、「500万人」とする（令和15年（2033年）数値）。

○柏市版GDPの増加

REASAS（地域経済分析システム）において試算・公表されている「地域経済循環図」における「生産（付加価値額）」を平成30年（2018年）数値の「1兆2,751億円」から、1.2倍の「1兆5,301億円」とする（令和15年（2033年）数値）。

○人口のうち、社会動態の社会増減数を令和4年（2022年）の4,034人から、4,840人とする（令和15年（2033年））。

○手賀沼周辺地域における企業誘致

西部に1件、東部に1件以上の企業を誘致し、手賀沼周辺地域のブランドイメージ向上に資する飲食店、キャンプ場を開設する。また、これ以外の体験プログラム、飲食、その他サービス提供を実施する事業者や市民団体を育成・誘致する。

【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	池田 健志朗	柏商工会議所 株式会社Neulab	
	伊藤 公一	柏市沼南商工会工業部会長 千代田鋳砕株式会社	
	上野 昌史	柏市沼南商工会理事 有限会社上野鉄筋工業	
	佐々木 るみ子	柏市沼南商工会 理事 有限会社アチーブメント	
	古田 芳子	柏商工会議所女性会会長 有限会社フルタ	
	渡辺 展久	柏商工会議所 株式会社マンダリンモア	
経済団体	大塚 幸夫	ちば東葛農業協同組合常務理事	
	嶋田 雅彦	柏市沼南商工会専務理事 有限会社さかえ板金	
	高橋 直資	柏商工会議所専務理事	副会長
支援団体	大竹 悦司	公益財団法人千葉県産業振興センター 常務理事 東葛テクノプラザ所長	
	後藤 良子	一般社団法人T Xアントレプレナーパートナーズ理事	
	原田 憲一	独立行政法人中小企業基盤整備機構 関東本部 東大柏ベンチャープラザ チーフインキュベーションマネージャー	
学識経験者	吉田 健一郎	麗澤大学経済学部教授	会長
市民	柿田 麻由美	公募委員	

2 検討の経過

第1回 令和5年7月6日（木）

- ・本計画の趣旨及び方向性の説明

第2回 令和5年11月16日（木）

- ・本市の観光における課題分析結果の説明
- ・重点分野の設定について

第3回 令和6年1月11日（木）

- ・観光振興施策に係る具体的な取組内容について
- ・事業スケジュール等について

3 パブリックコメント

実施期間 令和6年2月1日（木）～3月1日（金）



柏市観光基本計画 令和6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