

### Ⅲ. 銚子市観光活性化の方向性

銚子市の現状や各種アンケート結果等を踏まえて、銚子市観光の強み・弱み・機会・脅威を整理したうえで、そこから地域が抱える問題を整理する。その中から、大きな課題を抽出し、目指すべき将来像を設定し達成のための方向性を見出す。

#### 1. 銚子市観光の現状分析（SWOT）

ここまでの結果から、銚子市観光の強み・弱み・機会・脅威（SWOT）を整理すると以下ようになる。

##### （1）強み（Strengths）

- ・マイカーや観光バスを使って、県内や東京都、茨城県、埼玉県から、50歳代の夫婦を中心に年間約277万人の観光客が来街している。4回以上訪問しているリピーターが約40%いる。
- ・関東最東端にある犬吠埼は日本で一番早く初日の出を見ることができ、それを見ようと犬吠埼周辺に大勢の人がやってくる。初詣も含めてこの時期だけで相当数の観光客がやってくる。
- ・海鹿島、君ヶ浜、長崎、犬若、屏風ヶ浦、利根川などの景色が良い。（観光客からの評価も高い。）
- ・外川の街並みは、港を中心とした碁盤目状にひろがっており、港へ下る坂道には石畳もあるなど、昭和初期の頃の街の姿が残っている。
- ・銚子ポートタワーや地球の丸く見える丘展望館、ウオッセ 21、犬吠埼マリナーパーク、犬吠埼灯台などの観光施設がある。
- ・海に囲まれており、日本で唯一通年でイルカウォッチング・クジラウォッチング・カモメウォッチングが可能なほか、釣りの名所でもある。
- ・食事を目的にする観光客が約半数と多く、食事や景観には期待以上に満足しており、再訪意欲は高い。
- ・市内各地で活性化に取り組む人が見受けられ、気運が盛り上がっている。
- ・温泉も湧出しており、景色を売り物にできる浴場を持ったホテルがある。
- ・銚子ボランティアガイド観光船頭会が組織されている。

##### （2）弱み（Weaknesses）

- ・年間の宿泊者数が25万人程度（ほとんどが1泊、観光客数全体の1割程度）にとどまっており、また年間観光客数の増加とは逆に減少傾向にある。
- ・銚子以外で銚子のPR活動をみるのは31.4%であり、観光資源についての情報発信が不足している。
- ・50%以上の市民が銚子みなと祭りは参加しているものの、各種イベントに参加し

ない市民が 30%以上いるほか、よさこい祭り・きんめだい祭り等の参加者は 10%程度と、市民が参加している市内イベントは少ない。

- 宿泊メニューが1泊2食プラン中心で単一的であり、個人客・ビジネス客を受け入れる観光ホテルや安価な宿が少ない。
- 観光客の滞在時間が 4.5 時間程度であり、そのうち日帰り客の滞在時間は 3.9 時間程度となっている。（宿泊客は 5.6 時間程度）
- 観光客の平均消費金額は 18,000 円程度と思われるが、日帰り客は 12,000 円程度にとどまっている。
- 自然（海や一次産業）を活かした体験型観光が少ない。
- 約半数は年間売上 3,000 万円以下で、5 年間で売上が 10%以上減少している事業所が約半数存在している。にもかかわらず 50%以上の事業者は、特段の対策を講じていない。（平均年商約 7,000 万円、5 年間で平均売上減少率約 12%）
- 観光関係事業者であるにもかかわらず、日曜日を定休日としている事業者が 30%をしめている。
- 市内事業所の客単価は 6,000 円程度と思われるが、下落傾向にあるようで事業者の課題となっている。
- リーダーシップを発揮できる人材が少ない。
- 観光に関するイベント等は各種団体間で合意形成ができておらず、地域内の連携が見られない。
- 香取、成田等との広域連携がない。特に外国人観光客の誘客活動はほとんど見られない。
- 団体客の昼食対応が可能な施設が少ないため、旅行会社の観光ルートになりにくい。

### (3) 機会 (Opportunities)

- 周囲を海に囲まれた温暖な海洋性気候となっていて、四季を通して過ごしやすく、風も強い地域である。
- 成田（国際空港）や香取（歴史の街、大祭）などの観光都市や神栖や旭（旭中央病院等医療施設が充実）などの成長中の都市と隣接している。
- すぐに築地へ運べる流通にも優れた場所にあるうえ、幅広い魚種が取れる水揚げ量日本一の銚子漁港（魚市場）がある。
- 銚子セレクト市場がオープンし、旧十字屋跡地の再開発（仮称・銚子漁港市場てうし横丁）、銚子漁港第一卸売市場のリニューアル、銚子観音周辺でのわくわく門前プロジェクトも予定されている。
- 誘致した千葉科学大学が立地し、地元との交流に前向きである。
- イオンが出店し、銚子周辺の住民も銚子に足を運ぶようになった。

- 千葉科学大学を中心に銚子ジオパーク構想が推進中。市のバックアップもあり、世界ジオパーク認定を目指している。
- ヒゲタ醤油とヤマサ醤油の2大メーカーの本社および醤油工場がある。水産加工業が集積しているほか、大漁旗が作成されており、伝統工芸の銚子ちぢみなどもある。
- メロン、キャベツ、ダイコンといった農産物やキンメダイ、イワシ、サンマ、サバ、マグロ、サルエビ、磯ガキ等の海産物など、質の高い一次産品が収穫できる。
- ぬれせんべい、伊達巻、のげのり、海藻こんにゃく、なめろう、魚めんといった特産品がある。
- ぬれせんべいで全国的に有名な銚子電鉄という私鉄が走り、電動アシスト付き自転車を貸し出すサービスも実施している。岬めぐりシャトルバスも運行している。
- 一次産品の直売所や朝市などを望む声が、市内事業所・市民問わず高くなっている。

#### (4) 脅威 (Threats)

- 高速道路が通っておらず、JRも特急が一日に数本程度と広域な交通アクセスは必ずしも良くない。
- 人口減少が著しく、地域の活力が低下している。少子高齢化も進んでおり、今後一層の人口減少が予想され、空き家・空き店舗が増加することも懸念されている。
- 旅行雑誌は多いものの、情報収集手段としてインターネットの活用が中心となってきた。
- 十字屋やシティオが相次いで閉店し、街中で立ち寄ることができるスポットが減ってきている。
- 観光客が地元の魚・農産物を買える場所が少ない。また、土産物店・飲食店は観光客が求めている期待に応えられていない。
- てんでんしのぎ（その場だけ、自分だけ、しのげれば良い、との考え方）で危機感がない。市民の観光客に対する迎え方の改善が望まれている。
- 駐車場を持つ事業者は約75%となっており、乗用車用のスペースを4台以上確保している事業者が約60%あるが、バス用のスペースを確保しているのは10%程度にとどまっている。
- 漁港・海というイメージがあって、海水浴やマリンスポーツができるイメージを持っているものの、具体的なことはほとんどの人が知らない。
- イワシ、サバの加工品はあるものの、付加価値のある加工品が少なく、「魚のおいしい街」というイメージは高くない。（築地、気仙沼、焼津、下関、根室の順、銚子はその次）