

令和2年3月13日（金）

令和元年度茅ヶ崎 DMO 構築事業における事業報告について

茅ヶ崎市観光協会では、令和元年度より、「茅ヶ崎 DMO 構築事業」を開始致しました。当初、3月13日（金）に報告会を開催する予定にしておりましたが、新型コロナウイルスによる感染拡大防止のため、報告会は中止とさせていただきます、まずは書面にてご報告申し上げます。報告会に関しましては、新型コロナウイルスの収束が確認され次第、改めて実施する予定にしており、詳細報告に関しましては報告会にて発表させていただきます。何卒ご理解賜りますようお願い申し上げます。

【報告事項】

①セミナー・ワークショップの開催について（市域民の皆さま向け）

（目的）

茅ヶ崎 DMO 構築について、市域事業者、市域住民の皆さまに DMO 構築の目的、本事業での取り組み内容についてご説明いただく機会を設けた。

（日時）令和元年9月30日（月）18：30～20：30

（会場）茅ヶ崎市役所本庁舎4階会議室3,4,5

（参加者数） 65名

（当日スケジュール）

18：30～18：35 挨拶

18：35～18：45 事業説明

18：45～19：30 基調講演「地域のフィールドを活かした地方創生事例」

～一般社団法人野遊びリーグの取り組み～

株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング 後藤 健市氏

19：30～20：30 トークセッション「茅ヶ崎版DMOの目指すべき方向」

～秩父地域おもてなし観光公社の事例を考える～

茅ヶ崎市長 佐藤 光氏

茅ヶ崎市観光協会副会長 森 浩章氏

秩父地域おもてなし観光公社 井上 正幸氏

スノーピーク地方創生コンサルティング 後藤 健市氏

ファシリテーター：共同印刷株式会社 山本 聖氏

20：30～20：40 総括



②定例会議・ワークショップの実施（事業者様向け）

本年度は4回の定例会議・ワークショップを開催致しました。

日 程	テーマ	担当講師
2019年10月18日（金）	「映画」	株式会社リバープロジェクト 亀石 太夏匡氏
2019年11月9日（土）	「サイクリング」	北海道サイクルツーリズム推進機構 高橋 幸博氏
2019年12月9日（月）	「歴史」	株式会社ワールドフォトプレス 坪井 一雄氏
2020年1月20日（月）	「音楽」	ラフェイスプロ株式会社 丸井 健児氏

※2月25日に予定しておりました第5回「マリン」、3月5日に予定しておりました第6回「フード」については、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため中止と致しました。

（目的）

- ・茅ヶ崎の観光コンテンツの発掘
- ・プラットフォームの構築

（スケジュール）

- 18：00～18：10 事業説明
 18：10～19：00 プロのお話し
 19：00～20：00 ワークショップ
 「野遊び×○○○（テーマ）」

（参加者数）

- ・映画 23名
- ・サイクリング 18名
- ・歴史 44名
- ・音楽 23名

【プロのお話】

各分野における専門家をお迎えし、これまでに地方、地域で取り組んでこられたことを事例としてお話いただく。他地域事例を参考に「茅ヶ崎に置き換えるとどうなるか」を考

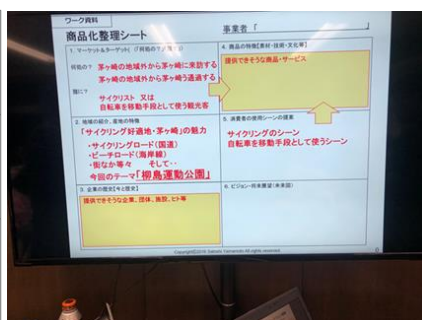
えながらお聴きいただき、ワークショップでのコンテンツの掘り起こしにつなげる。



【ワークショップ】

専門家のお話を聞いていただいた上で、茅ヶ崎ならではの観光コンテンツの発掘を行った。具体的には、定例会議のテーマ×共通テーマとしての「野遊び」を題目とし、6項目が記された共通フォーマットをチームまたは個人で考察し発表を行った。各回であがったコンテンツを全ワークショップ分集約し、茅ヶ崎オリジナル観光コンテンツへと磨き上げていく。

1. マーケットとターゲット(「何処の?」「誰?」) 何処の? 誰に?	4. 商品の特徴【素材・技術・文化等】
2. 地域の紹介、産地の特徴	5. 消費者の使用シーンの提案
3. 企業の歴史【今と歴史】	6. ビジネス将来展望(未来図)



③ 動態調査の実施

ビッグデータを活用した基礎調査、域内調査、域外調査、SNS 調査による発地、交通手段、観光地詳細の分析を実施した。また、茅ヶ崎市域の観光コンテンツ及び茅ヶ崎市域の魅力に関する調査として、令和元年5月11日(土)、12日(日)に開催された茅ヶ崎アロハマーケット2019、令和元年12月1日(日)に開催された第14回湘南国際マラソン、令和2年2月20日(木)～22日(土)に国立代々木競技場第一体育館で開催されたrooms40にてアンケート調査を実施した。

④ モニターツアーの実施(1月)

3月のモニターツアーを想定し、令和2年1月19日(日)、20日(月)の2日間、モニターツアーを実施した。20代の台湾人女性3名のインフルエンサーをお招きし、茅ヶ崎を1泊2日で回っていただいた。ツアー中には、インスタグラムにアップしていただき効果を調査した。

(ツアー内容)

1月19日（日）11:00 茅ヶ崎到着

Riki Riki DELI（昼食）→茅ヶ崎館チェックイン→柳島スポーツ公園（レンタサイクル）
→ル・ショコラ・Bunzoo（チョコレートづくり体験）→茅ヶ崎漁港海岸公園（グランピング）
→サザンビーチカフェ（夕食）→茅ヶ崎館（宿泊）

1月20日（月）

10時チェックアウト→サザンビーチちがさき（ビーチテニス体験）

現在 Youtube にて配信中

<https://www.youtube.com/watch?v=4KKbDeg7pro&feature=youtu.be>



※3月に予定しておりましたモニターツアーは、新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止致しました。

⑤マーケティング戦略の策定

定例会議・ワークショップを通じて新たなコンテンツの発掘や様々なヒト・モノ・コトの連携が生まれた。また本年度実施したモニターツアーや動態調査結果についての分析・検証を行っており、これらを活かしたマーケティング戦略を策定している。

以上

本件に関するご質問、お問い合わせにつきましては茅ヶ崎市観光協会までお願い致します。

【お問い合わせ】茅ヶ崎市観光協会 担当：^{えら}恵良、秋元

TEL : 0467-84-0377

E-mail: eboshi-rock@chigasaki-kankou.org

事業者「

」

<p>1. マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)</p> <p>何処の?</p> <p>誰に?</p>	<p>4. 商品の特徴【素材・技術・文化等】</p>
<p>2. 地域の紹介、産地の特徴</p>	<p>5. 消費者の使用シーンの提案</p>
<p>3. 企業の歴史【今と歴史】</p>	<p>6. ビジョン・将来展望(未来図)</p>

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
A	記載なし	記載なし	映画・映像制作者は都会に集まっているが、茅ヶ崎には制作活動に集中できる環境がある。茅ヶ崎館、それ以外のゲストハウスや旅館など全然知らないので発掘したい。	記載なし	・地域に詳しい映画作家 ・江ノ島シネマ上映会、名カフェやスペースで。 ・映画制作コミュニティ拠点を作る。 ・映画監督を呼んで、シナリオ合宿。 →これで茅ヶ崎の映画作っちゃうのもあり。 2週間、ゆっくりする旅。 ・茅ヶ崎のストリートを舞台にした若手監督を起用したオムニバス映画。(エンディングをサザン?)	記載なし	記載なし
B	東京	若者	・海、サーフ、健康志向 ・ハウススタジオ(堤) ・食、個店、個性 ・美容、ネイル、エステ、ヨガ	場所 ・別荘地 ・文化の発祥地 ・週末文化人集まる ・療養の地	・朝市 ・パン巡り ・街ブラ ・ヨガ ・新進アーティストライブ ・マフィン ・教会(園子温映画に出てた)	・少し気取った ・デート ・自分磨き	・あこがれの地 ・住みたい ・ヘルシー ・感度
C	世界中の	シネフィルとくに80年代のハリウッド大作ファン	自然? 映画関係者を輩出した地である茅ヶ崎。映画監督、脚本家だけでなくポスターデザイナーとして数々の広告を手掛けた松本政明さんという人がいます	場所 イオンシネマ(で松本政明氏が手掛けた作品を上映する)グッズを駅の観光協会ショップで販売する。 ・文化の発祥地 ・週末文化人集まる ・療養の地	販売できるもの 松本政明 映画原画、ウォッチシリーズ 大人の事情はありますが・・・	何をしているか	「ゆかりの人物館」に松本政明氏の展示コーナーをつくる
D	日本全国、世界中	映画愛好家(映画大好き人間)	・以前、松竹撮影所があった。その関係で、映画関係者が居住や仕事していた場所が散在。 ・明治以降、作家、音楽関係者等の人材が居住していた。 ・茅ヶ崎ゆかりの文化人を紹介する「ゆかりの人物館」あり	・小津が執筆していた宿、茅ヶ崎館の存在 ・現在、是枝監督も利用している茅ヶ崎館 ・茅ヶ崎映画祭を開催している ・ある程度、映画のロケには使われている地域である	・イオンシネマのうち1スクリーンの名画座化 ・茅ヶ崎館の見学、興味深い説明 ・茅ヶ崎館の庭でのカフェ 問題点 ・シネコンが1館のみ ・名画座がない ・フィルムコミッションなし	・茅ヶ崎館で日常的な映画上映 ・イベント時、著名な映画評論家による講演 ・デート ・自分磨き	・「東京物語」は現在でも世界の有名監督トップの評価 ・映画は古くて新しい→小津の映画は古くならない ・色あせず、古くならない映画の聖地、茅ヶ崎
E	四国・中国・九州・大阪・三重・京都	ビジネスマン	背景・自然 ・南国らしさ ・あこがれの地域 ・カッコいい ・夏は涼しい ・えぼし岩 ・サザンビーチ ・南口 ・都心に近い ・夜飲んで朝市に羽田に間に合う	場所 ・居酒屋同士、客の距離が近い ・おだやかな気候、空気感 ・漁師のまち→スローライフ ・ホノルルの姉妹都市 ・音楽(サザン・加山)	・飲む ・シラス ・イベントが多い ・みこし ・海の家 ・企業のつながり ・藤沢、平塚、寒川のつながり ・「茅ヶ崎物語」・サザン ・モキチ オクトーバーフェスト ・加山雄三 ・自転車 ・アロハが制服 ・ジョギング(海岸) ・農家若手のつながり ・コンパクトなのでつながりが強い	・朝食が弱い→直してほしい(朝型化) ・夕方~23時くらいは作る ・北部でファーマーズマーケット的なものをつくりたい ・仕事後に過ごす	・「過ごす」というのを徹底して掘り下げたい ・フリーランス、ワークライフバランスの実現できるまち ・ホノルルのような、早朝から充実する ・学ぶ意欲というか刺激(知的好奇心)があるような文化・アートがあふれる ・クリエイティブな刺激を求めている?

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
F	記載なし	記載なし	背景 海、オシャレ ・趣味を持っている (一生間がない) ・サーフィン ・サザン	場所、施設 ・海 ・道の駅 ・東京からちかい、圏央道	商品・サービス ・ドライビングシアター ・グランピング ・海岸 ・カンヌ映画祭 ・茅ヶ崎を舞台youtubeコンテスト賞金300万⇒亀石さんノウハウ提供 ・国際映画祭 ・音楽 ・グッズ	ウイスキー学校 映画を創りたいと思ったことのある大人	銀幕カフェ
G	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	・初心者向けコース ・中級者向けのコース ・激坂ありのヒルクライムコース ・「サイクリングツアー」ガイドつき 体験、食、フィットネス、安心	記載なし	記載なし
H	主として国内、日本人	◎若年層 △老壮年層	文化 芸能 アート	・雄三通り、サザンストリート、桜道、ラチエン通り ・旧パシフィックホテル ・開高健記念館 ・エボシ岩 ・茅ヶ崎館 ・茅ヶ崎美術館 ・サザンビーチ ・サーフィン ・茅ヶ崎ゴルフ場(再開発予定) ・登りガマ ・ビール護送所	映画 音楽:サザンオールスターズ 加山雄三 映画:過去のアーカイブ アート:Ryu Abe 文芸:開高健 サーフィン	アニメーション 聖地巡り	別布の音楽祭のような映画祭
I	世界中の人々に向けて	記載なし	東京に近く、戦後高度成長期より急激に発展した街。→急な発展の為、区画整理、都市計画が追い付いていない。その為、多面的な地域の顔をもつ。藤沢以東、平塚以西が雪が降ってもつもらない暖かさがある。	茅ヶ崎には、かくれた有名企業がある。TOTO、第一カットター、オーテックジャパン、アルバック。 急激な土地開発がなされた結果としてまとまりのない工業団地が形成される。	古い街と新しい街の混在、新しい住民を無条件で受け入れるふところの深さ。 都市農家、地場漁師の存在を活用して、料理を展開	柳島キャンプ場、道の駅(温浴施設も作ってほしい)を活用して、バーベキューを行う。	元からいた住民、新しい住民、茅ヶ崎に観光に来られた人々の中から、茅ヶ崎に定住したい人に空家を周施し、街の発達も併せて行う。
J	記載なし	記載なし	茅ヶ崎全体、背景、景観、自然 美術館の野外でやるサザンビーチ えぼし岩 サーファーetc	サザンgoods×茅ヶ崎→私のサザンのプレイリスト サザンとともに思い出を振り返る→今 サザンの曲とか 誰でもサザンの曲に思い出がある 思い出をたどろう。そして今...みたいな ちょっと青春、今ならどの曲?何を聴く?	お客様の利用シーン	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
A	記載なし	記載なし	記載なし	寺社、地域の農家	一里塚、道祖神、地域の神様 寺社にある宝物→歴史散策 季節の果物等のグルメツアー 海ぞいのサイクリング、山のサイクリング (桜、紅葉)川のサイクリング(季節を感じて)	記載なし	記載なし
B	記載なし	記載なし	柳島運動公園	記載なし	・レンタサイクル ・サイクルツアー ・スタンプラリー ・ガイドマップ(協賛) ・サイクルステーション、サイクルcafe ・商品(ドリンク=6次化商品、サプリメント=道の駅)	記載なし	記載なし
C	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	地元の魚、野菜を利用する料理 えぼしワカメ、ヒジキ	記載なし	記載なし
D	記載なし	記載なし	記載なし	・えぼしまろ(茅ヶ崎市) ・自転車をかすところもふやす。(放置時電車がなくて市が全部もって行ってしまい、とりにいかない人たちの自転車を活用する)	・朝市→マルシェ、しらす ・歴史ツアー(大岡、音次郎) ・富士山(みえるポイント)ツアー ・ゆるキャラ(えぼしまろ)を囲む会 ・ちがさき牛のバーベQ ・わかめ×おむすびをたべる ・市民球場を活用して何かやる。	記載なし	記載なし
E	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	・ゴルフ場の走行(高級ゴルフ場スリーハントレッド) ・TOTOの新型トイレの貸し出し ・自転車をのせられる相模線の運行 ・浜降祭宮出しをする神社めぐり(朝1:00~) ・境川サイクリングロード、相模川河川敷ロードで、上流へ ・ダイヤモンド富士めぐり(4月と9月) ・やなスポで日をまたいだレンタサイクルしてほしい。 ・サザンビーチでスイム ・サイクリングロードでバイク ・里山公園がゴールのラントライアスロン ・やなスポにいったら、いきなりステーキ、えぼし、快飛で腹ごしらえ ・かっぱどっく、昔話ゆかりの地めぐり ・えな塚を起点とした吾妻鏡ゆかりの地めぐり ・大山街道起点からのサイクリング(大山まで) ・台風で砂にうもれてしまったサイクリングロードの砂除去ボランティアができます。 ・やなスポスタートで新湘南国道かしきりツアー	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
F	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・初心者～中級者向けのサイクリングガイド ・スポーツバイク(クロスバイク、ロードバイク)の乗り方教室 ・のぼり方、くだり方教室 ・さだやっこさん?のルートを走るツアー 	記載なし	記載なし
G	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山 ・プレんティーズ ・地引あみ ・生わかめ ・ビーサンにはきかえる ・ゴルフ場 ・熊野酒蔵 ・サイクリングロード タテのライン要整備=市民も安全に走れるところがほしい 	記載なし	記載なし
H	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> キャンプ・グランピング/warkation→warkshop企業/kids BBQ/つり/グルメツアー/rick/社長へのグルメ←マインドフルネス サザンナイト SASNight/music Sachimos cafe インスタツアー = cafe food 雑貨 オシャレ yoga mindfoluess Mt. Fuji 地引あみ お酒/Beer 	記載なし	記載なし
I	記載なし	記載なし	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・音楽ライブ週遊 ・里山周遊 ・秋の富士山 一中通り(特に歩道橋) ・茅ヶ崎海岸 ・地野菜作物体験ツアー ・漁師料理グルメツアー ・地魚料理ツアー 	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・道路インフラが悪いので自転車の事故が多い、人とサイクリングが安全にできるようにしたい。

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
A	記載なし	記載なし	(1)地域によって文化が異なる(小さいのに) (2)山側には、歴史が深い	(1)市の合併の歴史資料、各地域の伝え (2)地元(下寺尾)の勉強グループ	(1)茅ヶ崎市になる前の各村の特徴 (2)下寺尾遺跡	移住・定住	キャッチコピー
B	市外・市内よりの来訪	歴史を体感	記載なし	・アロハマーケット実行委員会 ・湘南祭実行委員会 ・茅ヶ崎YEG ・茅ヶ崎海辺の朝市会 ・茅ヶ崎	・海(茅ヶ崎の南側は音楽文化のパワースポットである) ・湘南祭・アロハマーケット「イベント」→茅ヶ崎の文化の集約 ・デザイン ・茅ヶ崎海辺の朝市→農作物の品目から見える市内の地域の歴史 ・市内の各イベント ・湘南ちがさき屋→「茅ヶ崎のお土産を見ると文化がわかる」	記載なし	記載なし
C	記載なし	記載なし	記載なし	茅ヶ崎館 森さん	ちがさきで創作した(茅ヶ崎ゆかりの監督たちの歴史) ・小津安二郎(映画監督) ・森崎東(茅ヶ崎在住) ・森田芳光(茅ヶ崎生まれ) 作品「ライブ・イン茅ヶ崎」 ・樹木希林と茅ヶ崎館	記載なし	記載なし
D	・茅ヶ崎の地域外から茅ヶ崎に来訪する ・茅ヶ崎の地域内で暮らす(働く、住む)	記載なし	茅ヶ崎の歴史とは茅ヶ崎の文化	(大正、昭和に限る) ▶茅ヶ崎館(森さんご親戚) ▶宮治淳一さん(BRANDIN・サザン名付親) ▶林 美砂(CREATIVE SPACE HAYASHI) 茅ヶ崎の大正～昭和の写真保有昭和の時代を知る方々をご紹介します 出来ます ▶中丸米店(5代目オーナー) ▶鈴木金物店 鈴木さん ▶サザン通り コウ美容院(元オーナー コウさん・新井さん) →パシフィックパークをよく知っている方	湘南人で一日を過ごしてみたい。 茅ヶ崎的大人の時間の過ごし方 S30代生まれの茅ヶ崎人の私が見ていた風景を思い出せる場所です。 旅・場所(歴史を体感できる) ▶茅ヶ崎館(映画)中海岸 ▶BRANDIN music Library & Cafe(音楽)美住町 ▶CREATIVE SPACE HAYASHI(クリエイティブスペース ハヤシ)サザン通り ▶中丸米店(北口エメロード)・鈴木金物店(サザン通り) ▶築90年の古民家。千野印房(サザン通り) ▶つちや酒店 ▶茅ヶ崎ショッピングセンター ▶高砂緑地 ▶茅ヶ崎カトリック教会 ▶海岸 ▶えぼし岩	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
E	市内の人々	記載なし	原始時代から未来まで	自治体	茅ヶ崎北部地域 ・貝塚 ・下寺尾官衙遺跡群 ・堤十二天古墳群 ・腰掛神社 ・出土土器 ・熊沢酒造	記載なし	海から生まれた!!
F	・茅ヶ崎の地域内で暮らす ・茅ヶ崎の地域外から来訪する	・茅ヶ崎に関する歴史を体感する人々 ・茅ヶ崎に変わる歴史を伝える人々	記載なし	・(サザンビーチサーフハウス/サーファー)ビーチ→移住に重点をおいて ・文教大学/小出小学校(ちびっこガイドを導入しての教育)里山公園→定住(特に若者)に重点をおいて ・湘南七宝焼-七宝焼	・サザンビーチ ・里山公園 ・湘南七宝焼	記載なし	記載なし
G	茅ヶ崎に来る人、茅ヶ崎にいる人	・体感する人々 ・歴史を伝える人々	茅ヶ崎の歴史	・茅ヶ崎市の歴史、文化を伝えるメンバー ・マリンスポーツを営む人々 ・神社周辺に住んでいる人々 ・道の沿道に住んでいる人々、長年店を構える方々(歴史を知る人) ・体験に来た人々に教える人々	歴史を体験できる場所は(ソフト) ・鶴嶺八幡宮-東海道(国道号)から分岐する並木道、歩いているだけで歴史を感じる(大山街道も) ・えぼし岩-サーファー、マリンスポーツのシンボル ・ラチエン、雄三道-明治、大正あたりの別荘地の面影 駅から海までの道を楽しませる。道が狭い事が利点。	記載なし	どうすれば幸せか
H	記載なし	記載なし	記載なし	①市、社会教育課、文化生涯学習課、地元自治会(個人、又はチーム) ②地元ボランティア団体(ガイド) ③地元郷土史家 ④小・中学生及び大学生(今後育成) ⑤オバさん案内人(新規育成)	①古代史跡(下寺尾遺跡群) ②中世史跡(大岡越前守と浄見寺) ③中世(大庭景能(焼島景能と円蔵)) ④近世 東海道・大山街道、鉄砲道と鉄砲場 ⑤近代 別荘地・南湖院、藤間家、高砂緑地 ⑥近代 文化人(学者、芸術家)作家(城山三郎、開高健等) ⑦中世 鶴嶺八幡宮 ⑧浜降祭 ⑨柳島湊	記載なし	記載なし
I	茅ヶ崎に住む人 旧東海道を歩く人	記載なし	記載なし	江戸日本橋を発って通過点。本陣も無ければ宿場でも無いと思われる。少し巾を広げれば、大山道、鉄砲道等、江戸の名残が多く案内する場所は魅力がある。 東海道のどまん中をアピールの袋井湘南のどまん中の茅ヶ崎	・旧東海道と江戸時代 ・茅ヶ崎の国宝 ・下寺尾(二重指定)官衙遺跡群 ・頼朝と相模川橋脚跡	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
J	記載なし	・茅ヶ崎に係る歴史を体感する人々 ・茅ヶ崎に係る歴史を伝える人	1[歴史・文化]私はこう考える	それをどう会社が使うか 茅ヶ崎の歴史を語るチームメンバーは ・茅ヶ崎郷土会 ・ちがさき丸ごとふるさと発見博物館の会 ・茅ヶ崎観光協会 ・茅ヶ崎市役所 社会教育課 文化生涯学習課	2[旅・場所]私はこちら考える 茅ヶ崎の歴史を体感できる旅(ソフト)場所は ・えぼし岩(姥島)・旧南湖院・旧藤間家住宅・茅ヶ崎館(旅館)・高砂緑地・ラチエン通り・サザン通り・鉄砲道・鶴嶺八幡宮と参道・鳥居戸橋、国道1号線の松林、国道134号、湘南自転車道路・生しらす・東海岸南、北の旧別荘地	記載なし	キャッチコピー 茅ヶ崎は である。
K	・茅ヶ崎の地域外から来訪する人 ・茅ヶ崎の地域内で暮らす人	・茅ヶ崎に係る歴史を体感する人 ・茅ヶ崎に係る歴史を提供する人	・茅ヶ崎の歴史とは ・茅ヶ崎の文化とは	茅ヶ崎の歴史を語るチームメンバーは ・丸ごと博物館の会(私所属) ・郷土会	旅・場所 北(古代)茅ヶ崎の歴史を体感できる旅(ソフト)場所は 高砂緑地(別荘)、大山道(辻堂 四ツ谷～大曲) (中世)鉄砲道、南湖(御幣参り)、南湖院への病院道 別荘紹介、東海道まち歩き、旧藤間家(近世)浄見寺、和田家、三橋家、下寺尾遺跡群、里山公園周辺 南(近代)高座丘陵の地層を見に行く、姥島、その他	茅ヶ崎の歴史、文化にほれて移り住む人の特徴は	茅ヶ崎の歴史・文化を通じて域内外の人々が交わう世の中は
L	記載なし	記載なし	記載なし	①南湖院近隣の古老、元入院患者の家族 納入業者の後継者、南湖やんべえよの会の皆さん ②漁師の皆さん ③地域史研究者 ④地元の農家の皆さん ↓ ちがさき丸ごと発見博物館友の会の皆さん	茅ヶ崎の歴史を体感できる旅、場所 ①南湖院(現太陽の郷) ②海岸(避暑地、戦争時は米軍上陸予定地、今はサーフィン) ③堤の古墳、貝塚群(現在の平地は海だった) ④富士山に見えるスポット(③に関連して太古の皆さんも富士山見ていた)	記載なし	記載なし
M	記載なし	記載なし	記載なし	①②館内のボランティアスタッフ ③スポーツの岩倉さん ⑤GODDESSの社長 ⑥旧ロータリークラブの面々/湘南ローンテニスクラブ	①開高健記念館 ②①に隣接する歴史資料館(市川団十郎)+団十郎碑 ③雄三通り、旧パシフィックホテル ④茅ヶ崎美術館 ⑤サーフィン(サザンビーチ) ⑥茅ヶ崎の別荘文化	記載なし	記載なし
N	・茅ヶ崎の地域外から茅ヶ崎に来訪する ・茅ヶ崎の地域内で暮らす	記載なし	茅ヶ崎の歴史とは	・茅ヶ崎の歴史を語るメンバー ・温暖な気候の中、スローライフを楽しむ住民一人一人 ・「海」や「里山」を生活に取り入れている住民または事業者(個人経営) ・商店会メンバー	・茅ヶ崎の歴史を体感できる旅(ソフト)場所は ・ビーチ ・えぼし岩 ・海へつながる院ストリート(ラチエンST、サザンST、雄三ST、一中ST、鉄砲ST、桜道ST) ・ヘッドランド ・行事 ・祭り ・浜降祭 ・大岡越前 ・里山 ・柳島 ・音楽 ・マリンスポーツ ・自転車 ・下寺尾 ・西方遺跡 ・東海道	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
O	・全国の音楽好き、エンターテイメント好き(舞台、歌舞伎etc)	・桑田、サザンツアー(ゆかりの地)をめぐる。	・文化:音楽、アート、芸術レベルが結構高い ・海につながる話 昔「里山より少し南のほうの木に、いわしがぶらさがっていた」という言い伝えが津波がそのあたりまで押し寄せてきたいたらしい。 ・海風が強いので(塩害)、和田家はタテに南北に長い。	語るメンバー これらを好きな人たち ・歴史 ・映画 ・歌舞伎 ・音楽 ・海が好きな人たち	[ゆかりの人たち] ・大岡越前 ・小津安二郎 ・川上音二郎・貞奴 ・市川団十郎 ・開高健 ・加山雄三 ・上岡さん ・桑田さん [おまつり] ・浜降祭 ・大岡越前祭 [音楽] ・けっこうゆかりの人がいる	ホレてすむ人の特徴 ・サザン好き ・海が好き ・サーフィンが好き(キムタクはマンションかりてるらしい)	人・人間力 ・アート、文化レベルが高い人たち ・海が好きな人ピックアップ
P	記載なし	記載なし	江戸時代、東海道五十三次の藤沢の宿と平塚の宿に挟まれた地域として存在した。当時各々の宿場にたどり着けずに、困った旅人に一夜の床を提供した気質が今にも残っている。外来の人にも温かく迎える土壌がある。	今も、残る一里塚、市内各地にある道祖神等身近なところに歴史を感じることができる。	海の幸(豊富な魚介数)、新鮮な野菜、季節の果物等の食材、古墳、旧高座郡の役所の遺構(北稜高校グラウンド)	大山街道入口から、道に測って小出小学校に向かって行くと、海の街とは別の顔が見えてくる。豊富な自然(特に桜の季節は夜桜がきれい) 堤の浄見寺(大岡越前守の菩提寺)を中心に廻ると食と歴史と体感できる。	記載なし
Q	記載なし	記載なし	歴史・文化	「湘南の里山を楽しむ会」 筈狩り体験BBQ 大根収穫体験BBQ 湘南ワイン構想、耕作放棄地対策になるし、美味しい地産地消の野菜とワインのコラボ	茅ヶ崎は海のミネラルと、茅ヶ崎北部は関東ロームの黒土で肥沃な土であり、美味しい野菜ができます。 小出地区は堤という地名がある程、堤地区は防波堤のようなところで、貝塚や古墳があり、縄文時代から人の生活が潤っていたのではないかと思います。 コンパクトな里山地区があり、里山歩きや収穫体験BBQなどのイベントが首都圏の中で、東京や横浜から近くで体験できます。	記載なし	記載なし
R	記載なし	記載なし	記載なし	歴史を語るチームメンバーは、「ちがさき丸ごと博物館」の方々がいいです。日頃、地域を歩き学びを深めています。「郷土会」もいいです。活動歴がながく、いろいろ財産をもっているはず。 市の文化財、美術館の「学芸員」は勉強してます。小津安二郎といえば、茅ヶ崎館、茅ヶ崎館といえば「森さん」です。	城があるとか特別なものはありませんが、歴史場の「人物」を考えましょう。 日本武導、大岡家、昔話の主人公、源頼朝、義経、弁慶などの人材を取り上げましょう。 えぼし岩をめぐる昔話もおもしろいです。昔話たくさんあります。	大岡越前守と青木昆陽は関係がありますが、その関係を茅ヶ崎にあてはめるのは歴史的に少々無理があります。大岡家の歴史をもう少し学んで、どうして「大岡越前祭」が開催されるか、から考えたいと思います。	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
S	どのようなきっかけでも、茅ヶ崎を「聖地」とみている人々。(市外)	記載なし	武士の都文化(鎌倉)の独自の受容=茅ヶ崎の歴史	①鎌倉幕府(東国史)を中心とした中世史仏教学研究...東国真宗研究所 ②寺社仏閣の宗教者、地域の郷土史家 「研究者と地域の語りべ」	1.浄見寺の六臂弁財天像(現在唯一) 2.宝生寺の善光寺式阿弥陀三尊 3.上正寺の南無聖徳太子像 4.鶴嶺八幡宮の浜降祭、源氏の八幡信仰 →研究機関の学術誌 →市史関係のリーフレット	都の二流・三流になり下がらない(鎌倉・江戸) →第二の東京、ハワイにならない生き方、町、人(現代)	都を支えた懐島(大庭御厨) →日本を支える茅ヶ崎
T	記載なし	記載なし	記載なし	①サーフィン語り部-ゴッデス鈴木さん ②文化人クラブ 源さん ③森 観光協会副会長 ④旧脇本陣 重田家他 ⑤南湖 浜時間のご主人 ⑥南湖荘 神奈川さん他 ⑦文化史旅館 学芸員 ⑧赤とんぼの会 関係者 ⑨藤間家の人々 ⑩熊沢酒造 社長 ⑪北村水産 社長 ⑫西網 その他	①サーフィン等の文化起点→海辺のスポーツ体験 ②大磯、小田原等と並ぶ別荘文化のメッカ(明治期200荘)旧別荘巡り ③茅ヶ崎館と小津安二郎→無声映画専門館、弁士コンクール開催 ④浜降祭の伝承→市外の人でも宿泊+みこしかつぎ体験 ⑤南湖の街の赤いほこら、とりい、なつかしい町の再生 ⑥南湖院第一病舎の公開 ⑦国道1号線と旧東海道が市内では、ほぼ重なる(珍しい)→ツアー+南湖でお茶 ⑧山田耕作の碑市内3か所→関連イベント ⑨柳島湊と温泉→藤間家に足湯等 ⑩熊沢酒蔵 ⑪北村水産 ⑫地引網のツアーの入れ込み	定住 相手サイド	提供者⇄受け出

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
A	記載なし	記載なし	茅ヶ崎の音、聖地の魅力 ・茅ヶ崎ゆかりの九代団十郎にちなんだ“音” 長唄三味線の音を魅力的に発信できる土地柄	・団体・・・あり ・施設 ・屋内(海以外) ・茅ヶ崎館など茅ヶ崎歴史的文化的施設(外人向け) ・資料館、美術館など ・歴史を探れる場所・雰囲気を楽しめる施設 (場所と音の相乗効果)	・SAKE、Cafe・・・飲食可 ・体験型可 ex. SAKE・・・三味線Bar } BGM+体験 Cafe・・・和カフェ ゆかりの地めぐり(街あるき)⇒体験	記載なし	記載なし
B	茅ヶ崎に以前から住んでいる人には新たな発見を	これほど大歌手達が生まれた街は沖縄と茅ヶ崎しかないと思うが、その不思議さを探求させる。	冬でもほとんど雪が降らない温暖な地(藤沢以東、平塚以西は降りやすく、積もる時でも)	古くは、藤沢の宿と平塚の宿に挟まれた、東海道の通り道、現在も行政の谷間で不便だけでも離れがたく、住み続けたい不思議な街。	釣り船宿が多数ある。江ノ島には大型船の係留所もある。	年代によって茅ヶ崎を代表する歌手が異なる。加山雄三、尾崎紀世彦、サザンオールスターズ、平尾昌晃、ブレット&バター。駅の着メロを月毎に変えるのも面白いのでは	左記の歌手、歌手の歌った曲の音楽祭(歌手、歌詞から茅ヶ崎限定に行ってみるのも面白いかも)
C	記載なし	記載なし	・朝真赤な朝日ともの波の音(ドド) ・朝日と伴に色付く富士と伴に感じる風の音(肌で感じる) ・月(満月)明かりであけるサイクリング道路(無音)を楽しみながらの日本酒 ・夕日の光と富士と箱根山、岩のくだける音(砕ける)	・100年スギ企業がいくつかある。それらの商品 ・各村々の神社を巡る体験	・太平洋岸サイクリング道路(富士山六景と海) ・エボシ岩と富士山のコラボ ・個人のお宅に参加するバーベキュー ・自転車で廻る農業体験	夜柳島スポでグラウンドに寝ころび親子で夜空の星を見る	
D	記載なし	・海外旅行に興味のない人 ・海外旅行に飽きた人 ・何となく茅ヶ崎の地名を知って憧れる人 ・仕事に疲れた都会の大人	自然の音 「風」「波」「祭」(太鼓)	記載なし	街で拾った音で自分だけのBGMを作る ひたすら“いやし” 都心から電車で1時間の地の利	記載なし	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
E	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ・海の風、里山からの風、波音←自然の風と音 ・サーフィンを楽しむ(波乗り)風景 ・エボシ岩、砂浜 ・里山の風景 ・サイクリングロード ・富士山の眺望 ・正月の箱根駅伝の風景(松林と海岸) ・サザンビーチのカフェ ・祭りのみこし、音、かけ声 ・農業体験(収穫体験) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ミュージシャン、作曲家、歌手 山田耕作、中村八大、平尾昌晃、加山雄三、ワイルドワンズ(加瀬邦彦)、尾崎紀世彦、サザンオールスターズ(桑田佳祐) ・地元のバンド、ダンススクール ・地元の大学(文教大サークル) ・音サダ(オッペケペ) ・ストリートミュージシャン ・里山ジャンボリー、アルシェ、雄三道りのミュージシャン ・祭り、ストリートミュージシャン、茅ヶ崎の民謡 	<ul style="list-style-type: none"> ・海を感じる鮮魚料理 ・しらす、たたみいわし ・里海、里山を感じるアイスクリーム ・地場の茅ヶ崎野菜(菜花、ダイコン、ネギ)の料理 ・サツマイモの加工品(ヤキイモ、干しイモ等) ・地場農水産物を使用した郷土料理メニュー ・柳島スポーツ公園の活用 ・CDレーベルを出すのは?(ストリートミュージシャン、ライブハウス、サークル等を収録) 	<ul style="list-style-type: none"> ・収穫体験(イチゴ、柿、たけのこ、菜花)+音楽 ・JR駅ビル ラスカ屋上で各週で音楽 ・サザンビーチ カフェ、砂浜で音楽(サザン、加山雄三等) ・ランナー、ジョギングの人達+音楽 	記載なし
F	記載なし	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> ①BRANOIN(宮治 淳一さん) ②JR隣接のラスカ屋上にstageを置き、(平日)各国の観光協会に後援してもらい日毎にジャンルを決めて、もしくは週毎演奏(プロ) 例えば5-9m 景観良し、夕景良し、+お酒(すでにshop有!?) ↑すでにあるかもしれませんが・・・ 	記載なし	記載なし	記載なし
G	記載なし	記載なし	<ul style="list-style-type: none"> “茅ヶ崎サウンド”の特徴 ・真夏のパーティーソングにはなり得ない(夏をふりかえる) ・くもり空、雨がよくふる ・海の匂いがする ・ローカル色は強いが排他的ではない →演歌にはなり得ない、音は東京のサウンドである 	<ul style="list-style-type: none"> ・レコードカフェ:ブランディン →宮治淳一 →湘南ロックンロールセンター AGAIN 	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージされた湘南とリアルな茅ヶ崎(ギャップ)・・・本 ・若大将シリーズによる海洋保全の事業・・・講義 ・湘南・茅ヶ崎サウンドの業を背負うアーティスト・・・イベント ・メジャーアーティストの茅ヶ崎だからこそある資料・・・茅ヶ崎サウンド資料館→旧べっそうの利用 →写真、ブート音源、ビデオ等 ・湘南、茅ヶ崎サウンドのレコードショップ(フラッグ店)※中古も 	記載なし	記載なし
H	記載なし	記載なし	記載なし	柳島のいちご園 ナイターいちご狩りができる	収穫体験×ライブ×食	今とつたいちごを食べながらアコースティックライブを聴ける	記載なし

事業者	1.マーケット&ターゲット(「何処の?」「誰?」)		2.地域の紹介、特徴	3.企業の歴史【今と歴史】	4.商品の特徴【素材・技術・文化等】	5.消費者の使用シーンの提案	6.ビジョン・将来展望(未来図)
	「何処の?」	「誰?」					
I	記載なし	40-60代とその子どもたち(20代、10代)	1970~80年代にかけての茅ヶ崎ミュージック聖地めぐり	・Botchy Botchyあの頃系ライブハウス ・ブランディン宮治さんがオーナーをしているカフェバー	あの頃系 まちあるき	ガイド ・宮治さん(ブランディン) ・茅ヶ崎ロックンロールセンターの釈さん ・スージー鈴木(サザン高座講師) ・昭和歌謡DJ	
J	記載なし	記載なし	茅ヶ崎の音 波だけではない 山の音、風の音 ↓ 自分だけの音楽で表現 それを伝える-ストリートミュージシャンの感性	NPO ライブハウス	スマイル・ミュージック・フェスタ(中央公園:ハマミーナ) →ストリートミュージシャン 湘南祭 海のステージ ライブハウス オープンマイク ジャンボリー(里山公園) 柳島キャンプ場(音楽ライブ、映画) ランチマルシェ+チャリティコンサート(2016) ・ストリートマルシェ(37回) ・盆おどり-フラをしている(浜須賀) ↓ 現在やっているイベント ↓ 横のつながりとノウハウを1つにする		

別添 1-7

日付		講師	テーマ	プロのお話	内容	ワークショップテーマ	議事・総括
令和元年9月30日（月）	キックオフセミナー	株式会社スノーピーク地方創生コンサルティング 後藤 健市氏	地方創生	地域のフィールドを活かした地方創生事例	地域特性を活かし、地域ならではの場所でグランピングを楽しむ「野遊び」の取り組み事例についてお話いただいた。「野遊び」を通じて新たな魅力発見ができて地域連携が生まれる。	-	市民向けキックオフフォーラムということで「DMOとは何か」「なぜDMOを作る必要があるのか」について山本コーディネーターからご説明いただきDMOで「稼ぐ力」が必要であることをご説明。その後基調講演へと移った。基調講演では参加者が理解しやすいよう、他地域のグランピング（野遊び）で地方活性化に取り組む事例が紹介された。
	トークセッション	（登壇者） 茅ヶ崎市長 佐藤 光氏 茅ヶ崎市観光協会副会長 森 浩章氏 秩父地域おもてなし観光公社 井上 正幸氏 スノーピーク地方創生コンサルティング 後藤 健市氏 ファシリテーター：共同印刷株式会社 山本 聖氏	茅ヶ崎版DMOの目指すべき方向	①「秩父圏域DMOの作り方」から…～ 設立背景から実働まで～ ②新しい取組への挑戦から見る DMO事業の可能性を考える ③「秩父圏域DMO」の作り方から… 茅ヶ崎圏域DMOの作り方を当てはめてみる	①行政の考え方、組織作り、外貨獲得の仕組みづくりについてトークセッション ②インバウンド強化、地域ブランドの開発、インナーセールス等地域を盛り上げて行く仕組みづくりのトークセッション ③行政政策の具現化、立案実行、支援体制及び広域・圏域連携の必要性についてのトークセッション	-	地域の官民が一体となり地域創生事業を推進していくための機運を醸成し、それを具体的にイメージ出来るDMO先進地事例を元に地域代表者とのパネルディスカッションを行った。その後それぞれの立場で意見を言っていたことであらゆる角度から地域を見る機会にもなったという意見も多く聞かれた。
令和元年10月18日（金）	第1回定例会議	株式会社リバースプロジェクト 亀石 太夏匡氏	映画	Pied Piper Project	3人兄弟の末っ子でお兄さん2人に大きな影響を受けアパレル業界に入りそれがきっかけで映画に興味をもった。おばあちゃん子であったこともあり、映画におばあちゃんを思い出す映画をつくったり、人情に訴えるものに取り組んできた。「目標を実現するために何をすればよいか」を常に考え続けてきた。地方も一緒に、自分の地域をどうしたいか、そうするためにはどうすればよいかを常に考えることで実現する。	「映画」コンテンツの深堀	茅ヶ崎の映画コンテンツは深堀すればするほど「映画」に直結するものだけでなく、場所やヒトや歴史等も映画コンテンツとして挙がってきた。参加者と講師のトークセッション形式の中から、コンテンツの捉え方の思考が膨らみ、コンテンツの掛け算という思考についても理解いただいた。「映画」というコンテンツを使って、この茅ヶ崎をどのような地域にしたいか、そのために足りていないモノ・コト・ヒトは何なのかを考えた。必ずしも場所は茅ヶ崎である必要もないことが気付きとしてあった。
令和元年11月9日（土）	第2回定例会議	北海道サイクルツーリズム推進機構 高橋 幸博氏	サイクリング	地方を使ったインバウンド、サイクルツーリズムの戦略	サイクルツーリズムでインバウンドに成功したニセコの事例をお話いただいた。「着地型観光誘客」の理念、役割、受入、広報を地域住民や関係事業者、行政が共有する事が大事であり、「茅ヶ崎の観光コンテンツ」と「受入環境」がきちんと動き出せば地域ブランド力と民のロジックで小経済モデルが回りだすため、地域住民と既存事業が共有できるプロジェクトであることが大事である。	「サイクリング」コンテンツの深堀	大きなサイクリングイベントのあるエリアだけにサイクルツーリズムで地域を活性化させることに成功した事例は身近に感じやすく、理解しやすい内容のようであった。中でもサイクリングに詳しく本事業への関心も高い方が参加されており、実際に地図を活用しながらイメージコースを作るなどより実践的なワークショップとなった。参加者間のコミュニケーションも取れはじめ自由闊達な意見交換ができていた。
令和元年12月9日（月）	第3回定例会議	株式会社ワールドフォトプレス 坪井 一雄氏	歴史	編集思考で実行しよう！	地域を深堀していく中で必要になるのが編集思考という思考である。「編集思考」とは違う性質やジャンルのコト、モノを掛け合わせて、新しい価値を生み出してターゲットに伝える方法をさしてあり、4つの編集で深堀していく。 1、「観察する」＝「選ぶ」：テーマを設定し、あらゆる角度から見て仮説を立て一つずつ検証して選出していく 2、「取材する」＝「つなげる」：テーマに沿って人、コト、モノなどを集め情報の素材として整理する 3、「価値をつくる」＝「届ける」：内容の構成。メディアに露出するなど媒体の選択SNS、広告、冊子etc. 4、「深める」＝「伝える」：消費者との親和、共感、共創へと繋ぐ。 特に重要なのが観察と取材。	「歴史」コンテンツの深堀	講師の用意してくださっていた茅ヶ崎市情報から紐解いていくとまだまだ知られていない歴史や文化があることに気づかれ、ワークショップでも編集思考の中の「観察する」ところに重点を置いた掘り起こしとなった。観察⇒取材⇒価値づくり＝共感⇒伝えるという循環を身に着けることでコンテンツの深堀ができることを皆で共有することができた。共感とは感動、納得、同感を得ることであり、その共感をどのように伝えるかで価値が決まってくる。
令和2年1月20日（月）	第4回定例会議	ラフェイスプロ株式会社 丸井 健児氏	音楽	「音楽」から茅ヶ崎の観光を考える	音楽の多様な活用方法についてお話いただいた。イベント等主催者が企画して運用しているように見えて実は空気を創り出すのは参加しているお客様なので地域でやるとリピーターにつながりやすい。 ・共感を得るのに、年齢/性別/国境が無いターゲットに合わせた音楽の活用ができる。音楽はフェス等の大掛かりなイメージもあるが、実際には身近なモノであるためみんなで共有しやすい。 ・音楽にも数えきれない種類のジャンルがあるためどんなコンテンツにも合せることができる万能なコンテンツである。文化×音楽、スポーツ×音楽等掛け合わせは自由自在。	「音楽」コンテンツの深堀	講師から音楽で地域と共に取り組んできた事例を交えて数多く見せていただいたことで、茅ヶ崎に置き換えた時にどのようなことが出来るのかをイメージしやすいワークショップとなった。茅ヶ崎にあるジャズバーや音楽にまつわる「場」や音楽好きの集まる「場」等が次々に上がってきたり、個々に活動している音楽コミュニティが数多くあることも参加者からの発言から分かった。一方で音楽でまとまることの難しさの指摘もあったが、コーディネータ役になっていただけそうな参加者もいらっしやうり、「人」の発見にもつながった。

茅ヶ崎市観光動態分析

2019年12月現在

以下の内容でデータおよび分析レポートを納品致します。

分析レポート

該当期間中（2018年11月1日～2019年10月31日）の

- ①茅ヶ崎市への観光客数分析
- ②観光客の茅ヶ崎市への交通手段分析
- ③茅ヶ崎市内観光地分析

納品形式： pptx

内容

1. 茅ヶ崎市への観光客数分析

- 1.1 【月次】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数推移
- 1.2 【都道府県】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数ランキング
- 1.3 【市区町村】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数ランキング

2. 観光客の茅ヶ崎市への交通手段分析

- 2.1 観光客の茅ヶ崎市への交通手段割合
- 2.2 観光客の茅ヶ崎市への交通手段別ログプロット

3. 茅ヶ崎市内観光地分析

- 3.1 【500mメッシュ】1日あたりの観光客数ランキング
- 3.2 観光客の茅ヶ崎市内ログプロット・ログヒートマップ
- 3.3 【500mメッシュ】1日あたりの観光客数 - 延べ人口
- 3.4 【観光地】1日あたりの観光客数ランキング
- 3.5 観光地詳細分析
- 3.6 総括

1) 期間

2018年11月1日～2019年10月31日

2) 対象セッションの定義

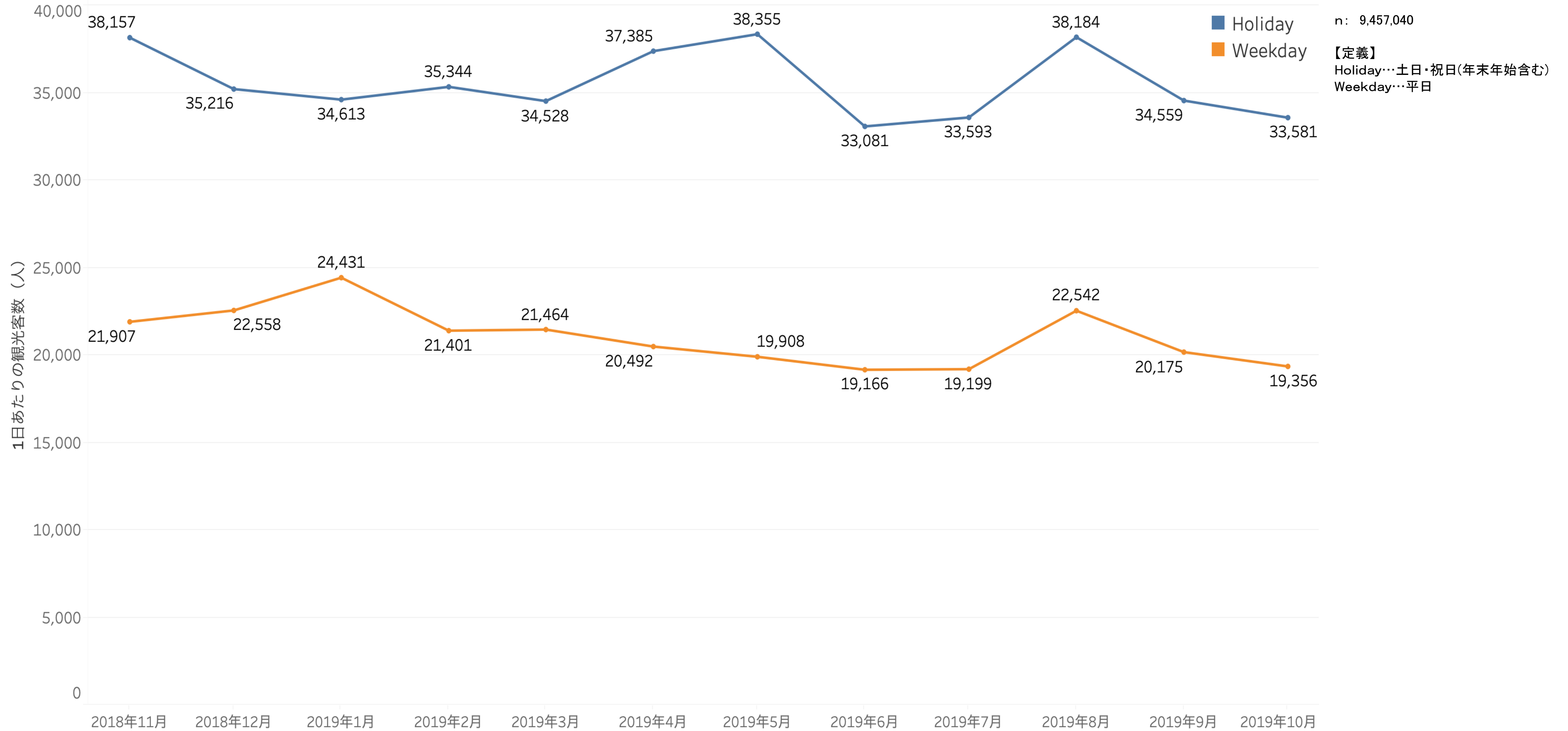
- ・上記期間内に茅ヶ崎市内に1日のうち120分以上
- ・1ヶ月のうち11日未満滞在
- ・推定居住地および推定勤務地が茅ヶ崎市内でないと推定されるセッション

※セッション（ユーザー）とは

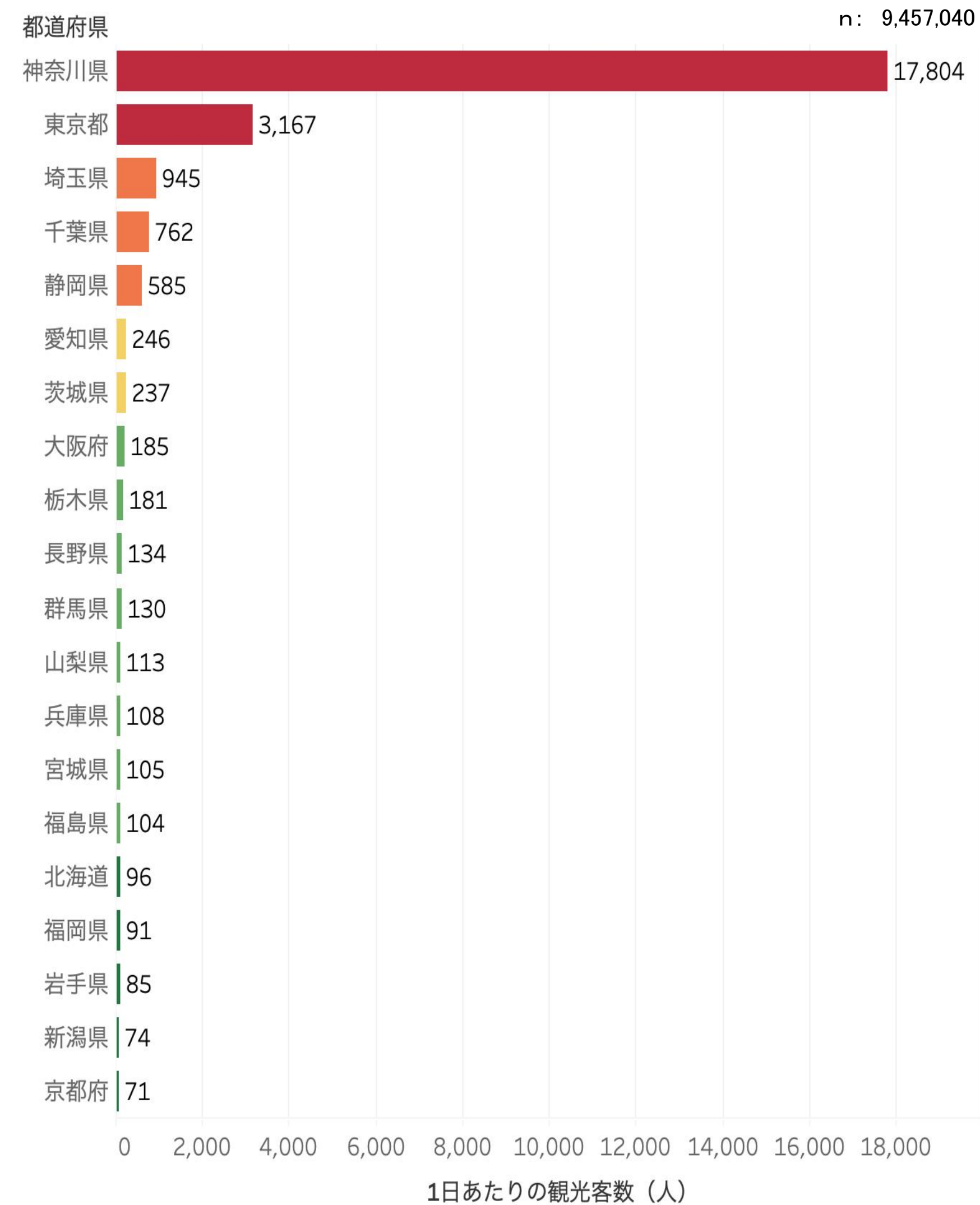
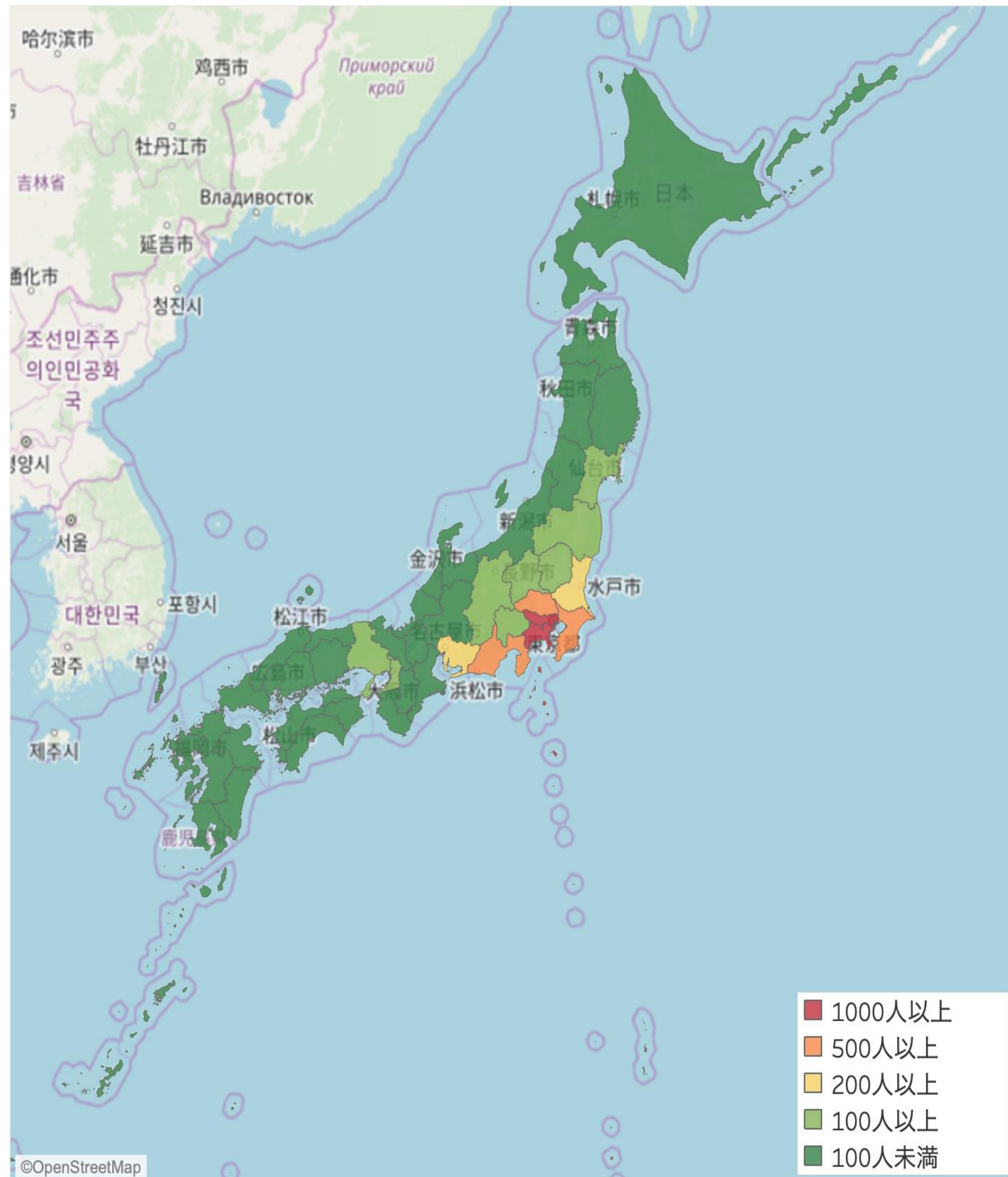
- ・1日ごとに切り替わるユーザのユニークなID
- ・取得できたセッション数(アプリユーザー数)を日本の総人口規模に換算処理することで、時間・地域ごとのデータ量のばらつきを解消。

1. 茅ヶ崎市への観光客数分析

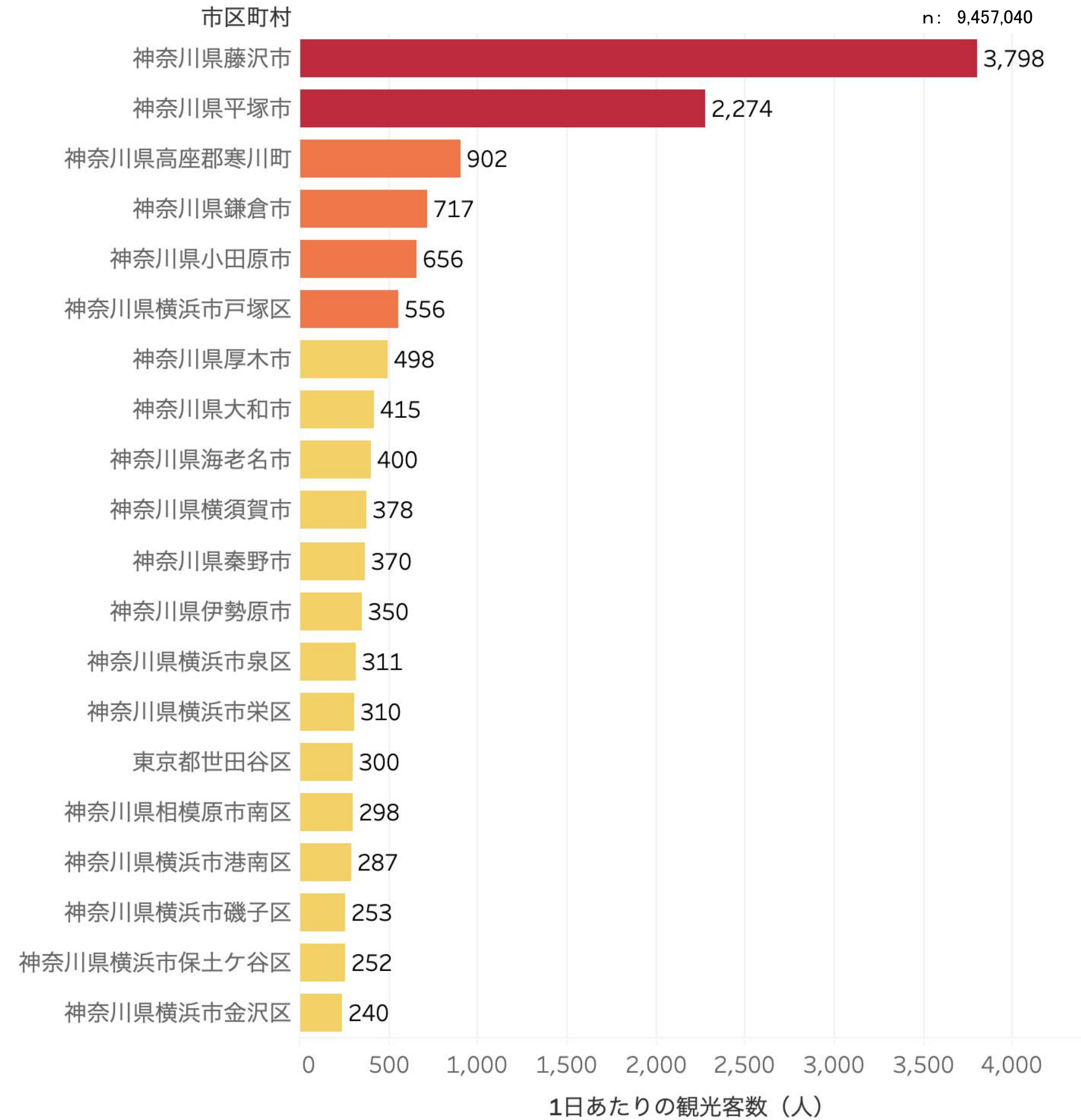
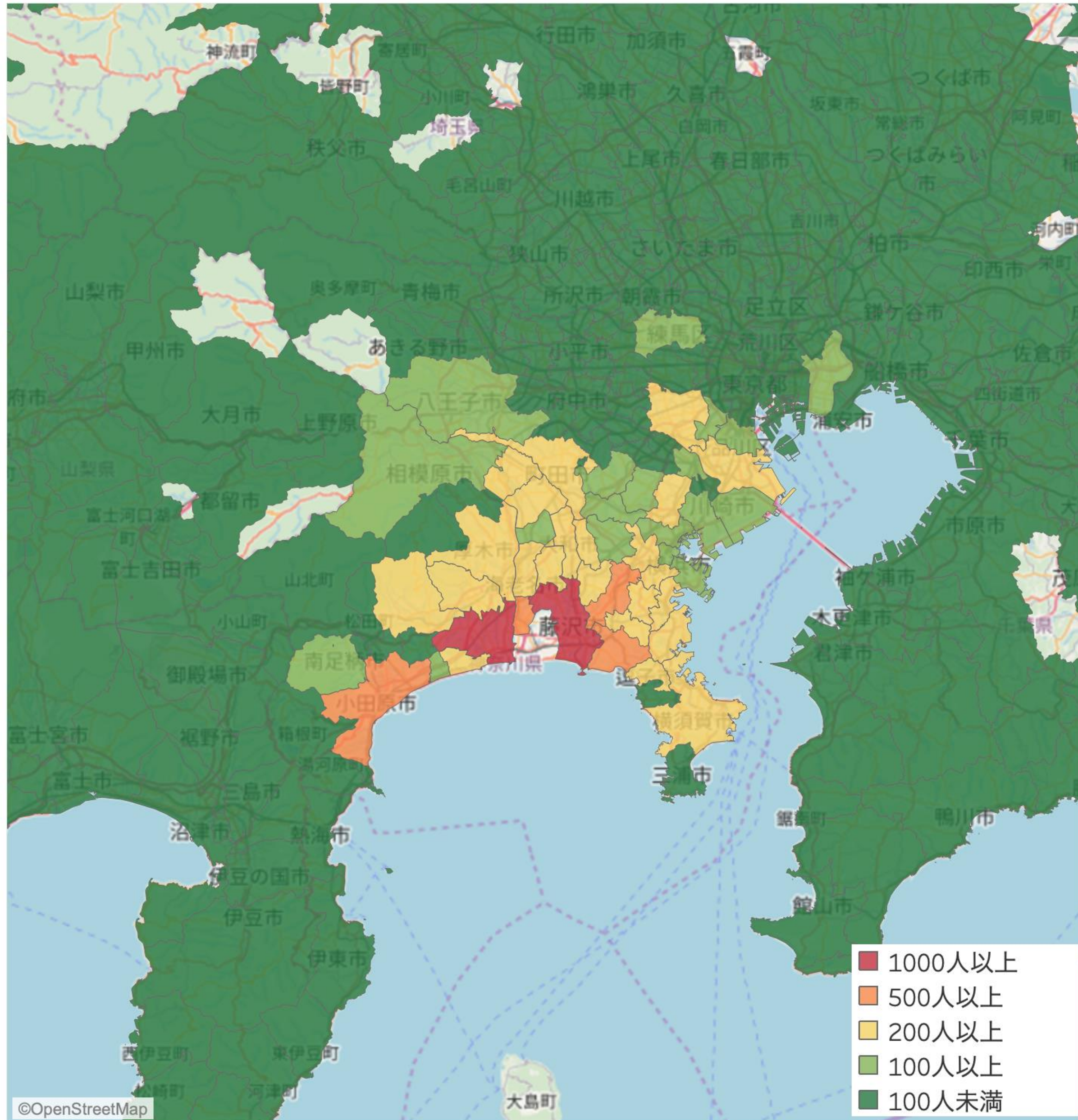
1.1 【月次】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数推移(平日・休日別)



1.2 【都道府県】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数ランキング（平日・休日含む）



1.3 【市区町村】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数ランキング (平日・休日含む)



2. 観光客の茅ヶ崎市への 交通手段分析

観光客の茅ヶ崎市への交通手段 判別方法

観光客が、どのような交通手段で茅ヶ崎市に訪問したかを判別する

判定方法：

ログの移動手段情報を用いて、

茅ヶ崎市に入る直前60分のログの移動手段の中で最も多かったものを茅ヶ崎市への交通手段とする

例：ユーザーAの交通手段判別

ユーザーAの2018/11/01のログ

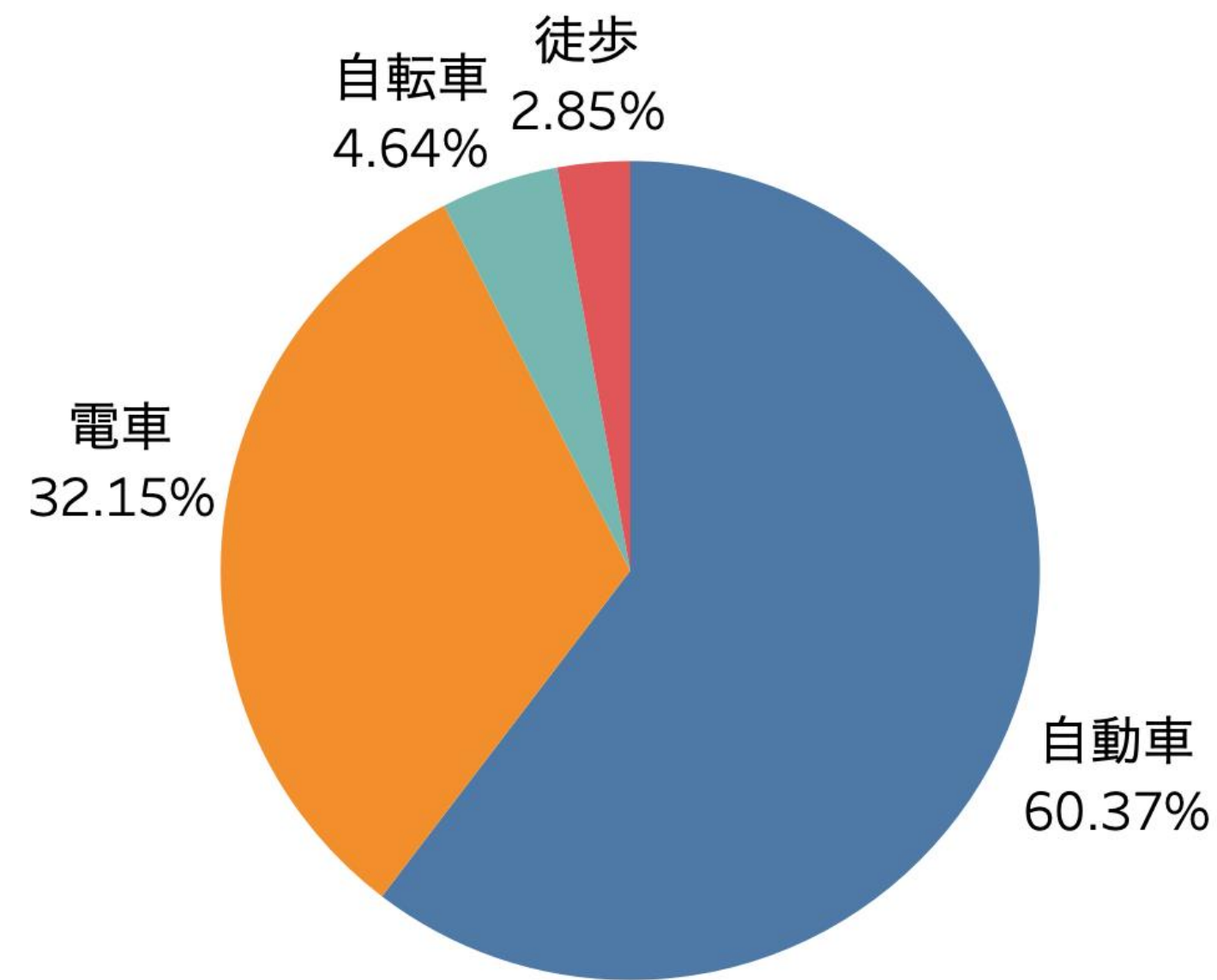
ログ取得日	ログ取得時間	ログ取得場所	transportationtype*
2018/11/01	11:30:00	茅ヶ崎市外	車
2018/11/01	12:00:00	茅ヶ崎市外	車
2018/11/01	12:30:00	茅ヶ崎市外	車
★茅ヶ崎市に到着	2018/11/01	茅ヶ崎市内	歩行
2018/11/01	13:30:00	茅ヶ崎市内	歩行

茅ヶ崎市への
交通手段 = 車

*transportationtype：データ提供会社で推計した、そのログが発生した時のユーザーの移動手段

2. 観光客の茅ヶ崎市への交通手段

2.1 観光客の茅ヶ崎市への交通手段割合



【定義】
P9のロジックでセッション (=ユーザー) ごとに交通手段を判別
→P9のユーザーAの場合、交通手段 = 車と判別された為、P10~11のプロットは全て「青」

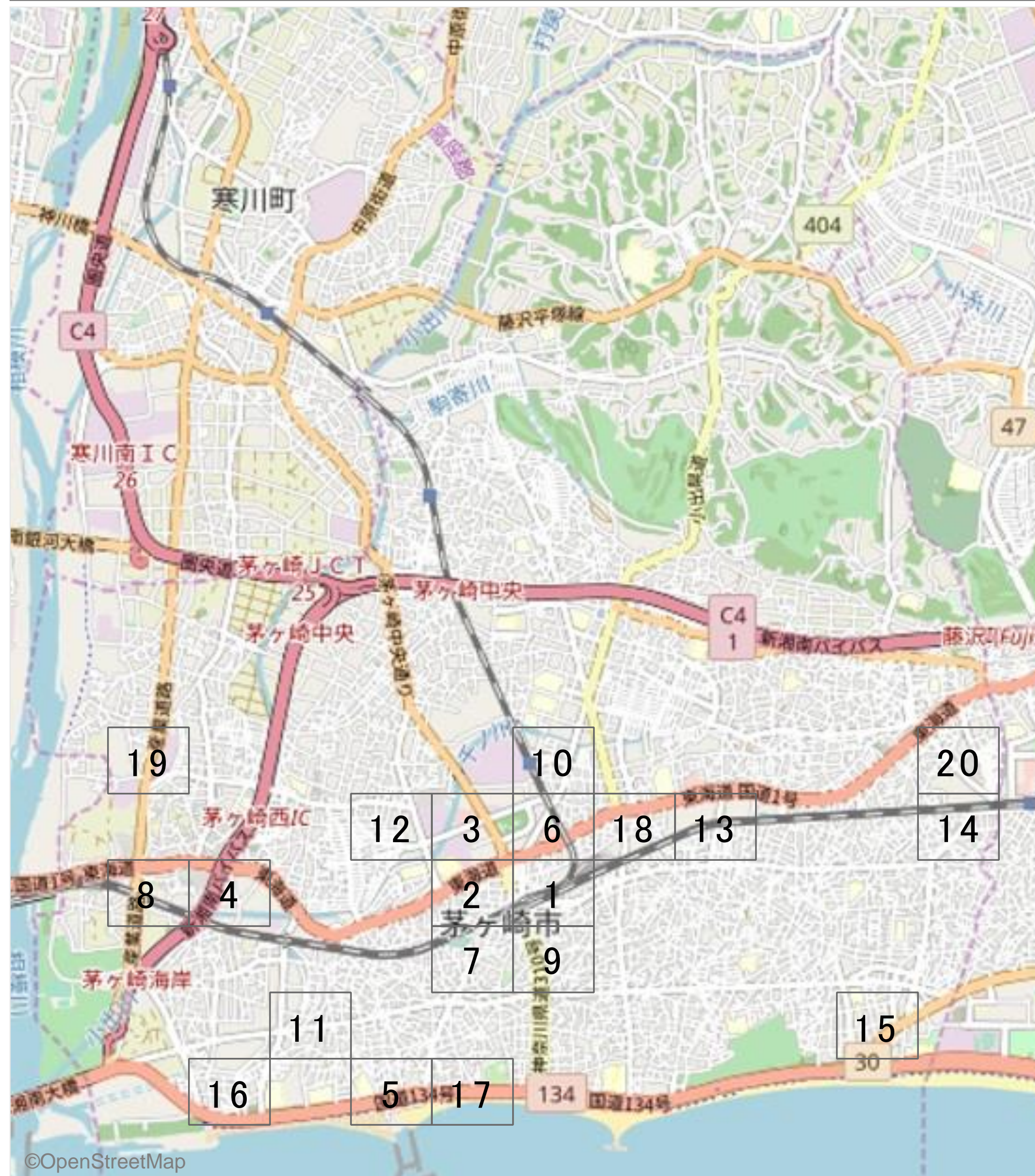
2.2 観光客の茅ヶ崎市への交通手段別ログプロット(狭域)



3. 茅ヶ崎市内観光地分析

3.1 【500mメッシュ】1日あたりの観光客数ランキング

500mメッシュランキングマップ(枠内は順位)

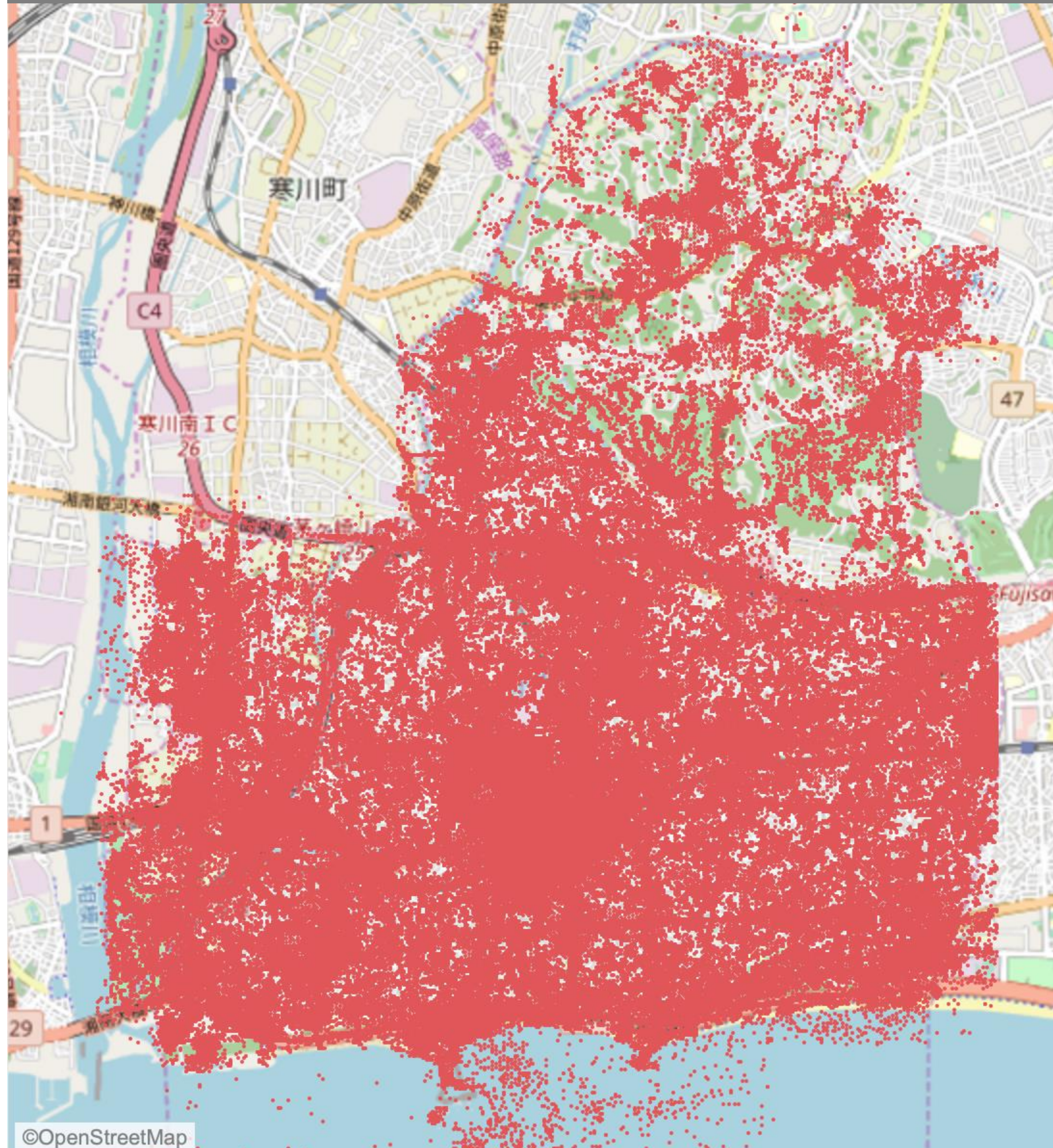


順位	代表住所	代表ランドマーク、観光地
1	茅ヶ崎市元町	茅ヶ崎駅、雄三通り、MOKICHI FOODS GARDEN
2	茅ヶ崎市新栄町	茅ヶ崎駅、イトーヨーカドー茅ヶ崎店、東横INN湘南茅ヶ崎駅北口
3	茅ヶ崎市茅ヶ崎1丁目	イオン茅ヶ崎中央店
4	茅ヶ崎市下町屋1丁目	旧相模川橋脚、湘南RESORT SPA 竜泉寺の湯、ニトリ茅ヶ崎店
5	茅ヶ崎市南湖4丁目	サザンビーチ、サザン通り
6	茅ヶ崎市茅ヶ崎2丁目	イオンスタイル湘南茅ヶ崎店
7	茅ヶ崎市共恵2丁目	サザン通り、高砂緑地・松籟庵
8	茅ヶ崎市中島	
9	茅ヶ崎市東海岸北2丁目	雄三通り、茅ヶ崎市美術館
10	茅ヶ崎市茅ヶ崎	野天湯元 湯快爽快、島忠茅ヶ崎店
11	茅ヶ崎市南湖5丁目	BRANCH茅ヶ崎
12	茅ヶ崎市矢畑	フレスポ茅ヶ崎店
13	茅ヶ崎市若松町	ラチエン通り
14	茅ヶ崎市浜竹2丁目	辻堂駅西口
15	茅ヶ崎市緑が浜	湘南ベイホテル
16	茅ヶ崎市柳島海岸	海女小屋、ホテルパシフィック新館
17	茅ヶ崎市中海岸3丁目	茅ヶ崎公園野球場、サザンビーチ
18	茅ヶ崎市本村2丁目	セカンドストリート茅ヶ崎店
19	茅ヶ崎市萩園	
20	茅ヶ崎市赤松町	辻堂駅西口

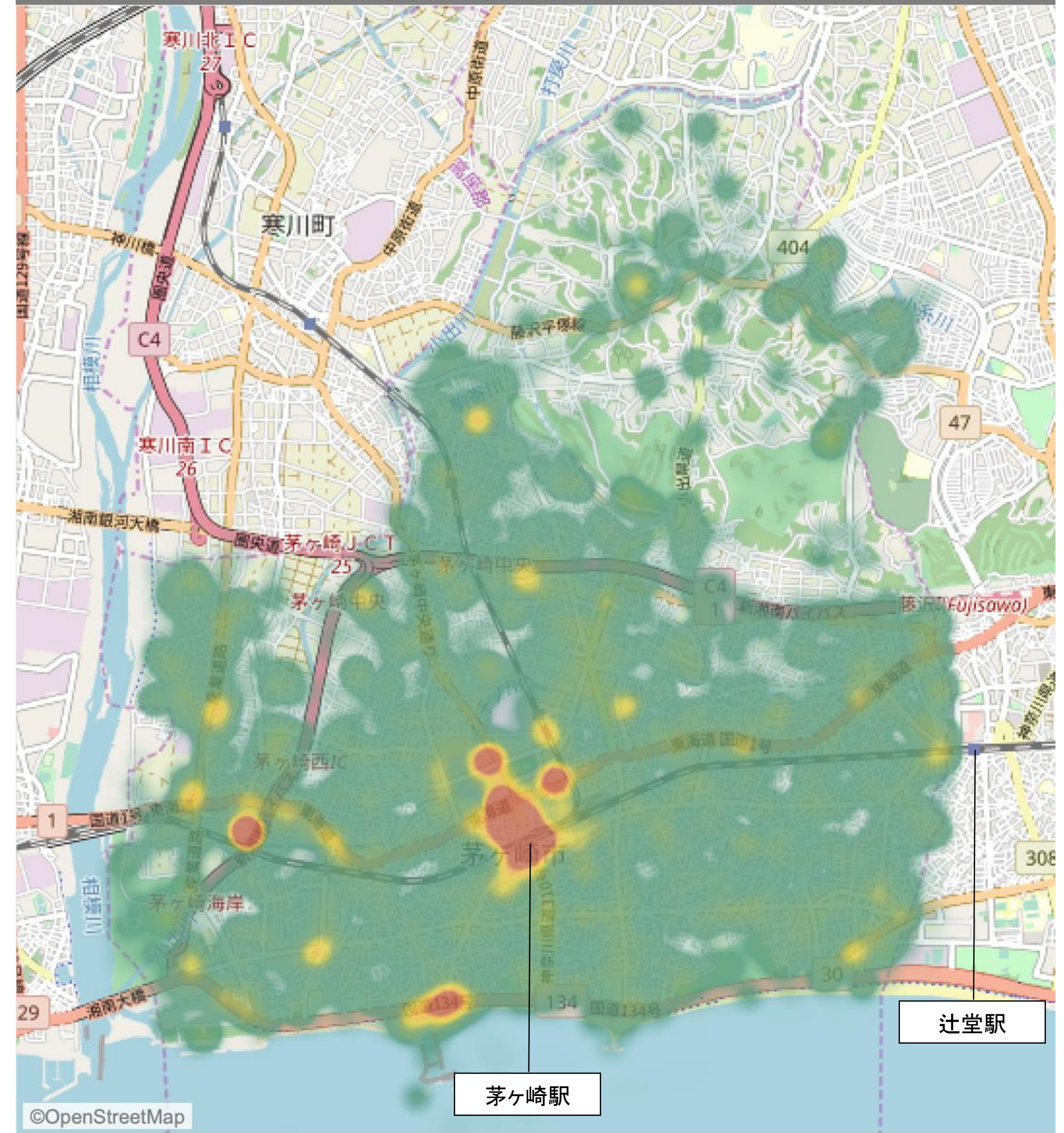
※黒字：指定の20箇所 青字：指定の20箇所以外で次ページのログプロットでヒートしているスポット 13

3.2 観光客の茅ヶ崎市内ログプロット・ログヒートマップ

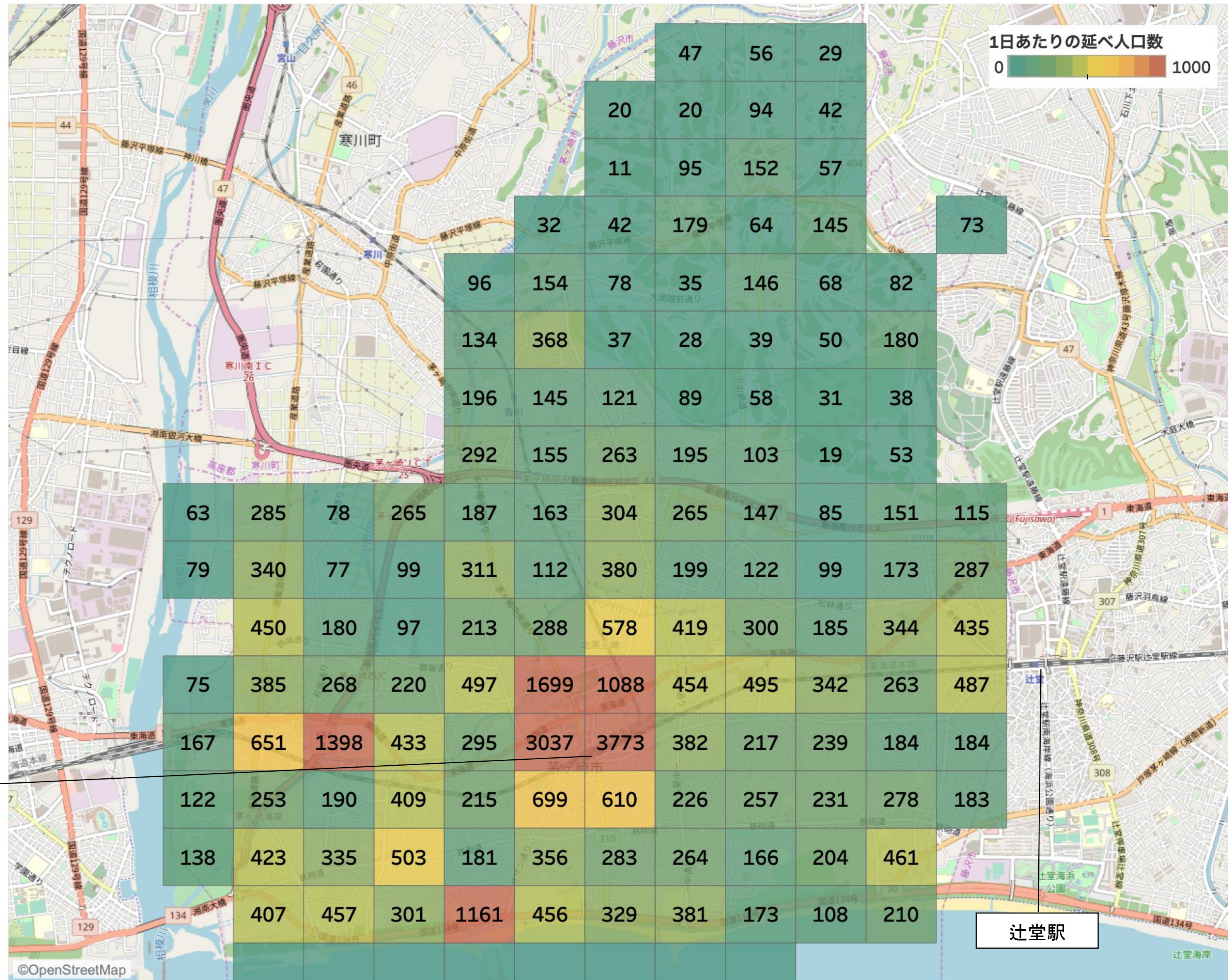
観光客の茅ヶ崎市内ログプロット



観光客の茅ヶ崎市内ログヒートマップ



3.3 【500mメッシュ】1日あたりの観光客数 - 延べ人口 (2018/11/1~2019/10/31)

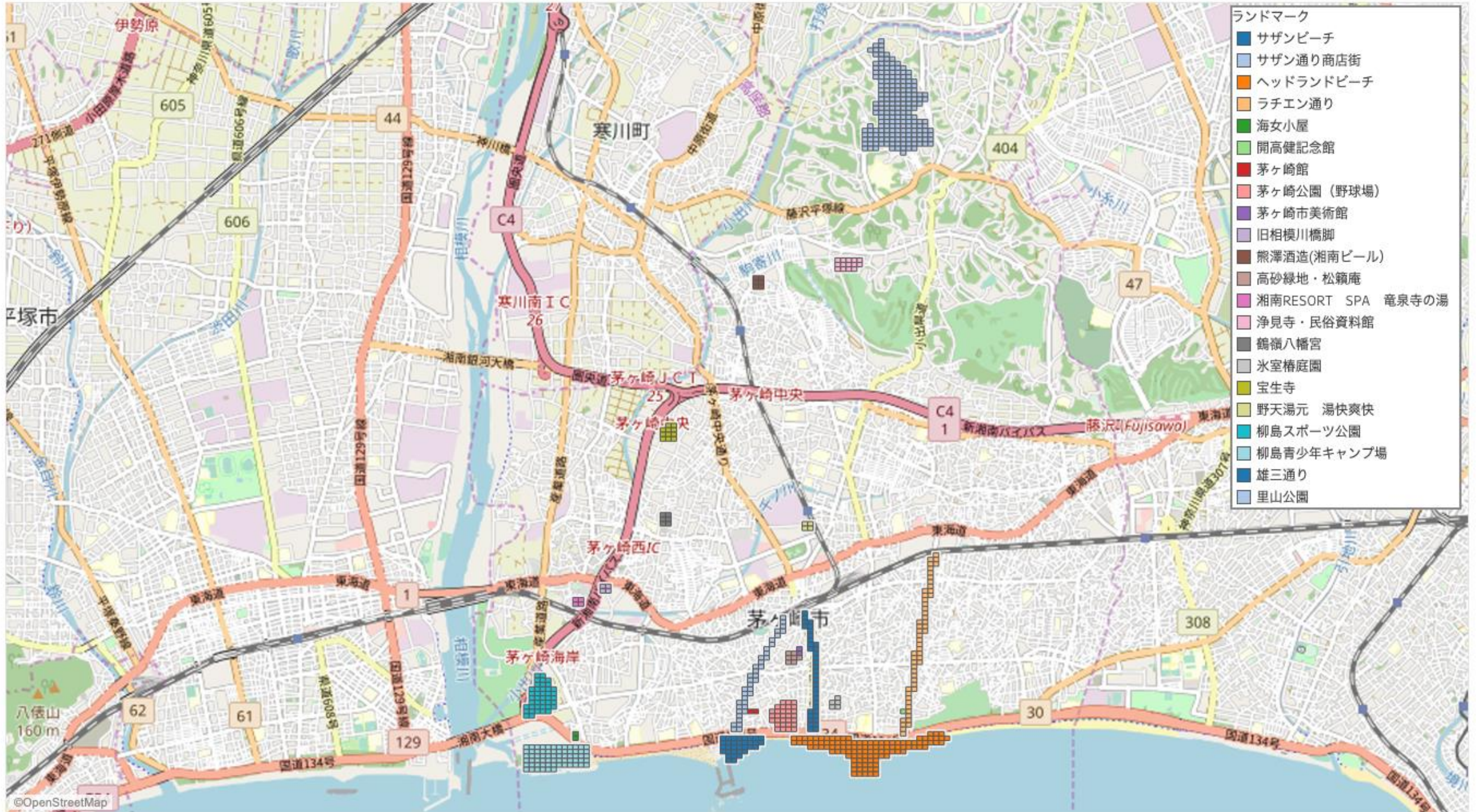


赤色の箇所は人口数が多く、
 ・駅周辺
 ・サザンビーチ
 ・大型スーパー
 ・交差点
 等、P13のランキング上位と一致しています。
 黄色箇所(薄黄色含む)もランキング上位に続く
 スポットと一致していますが、その他、ガイド本に
 掲載された人気飲食店を含むエリアとほぼ合致
 しています。

茅ヶ崎駅

辻堂駅

観光ランドマーク一覧

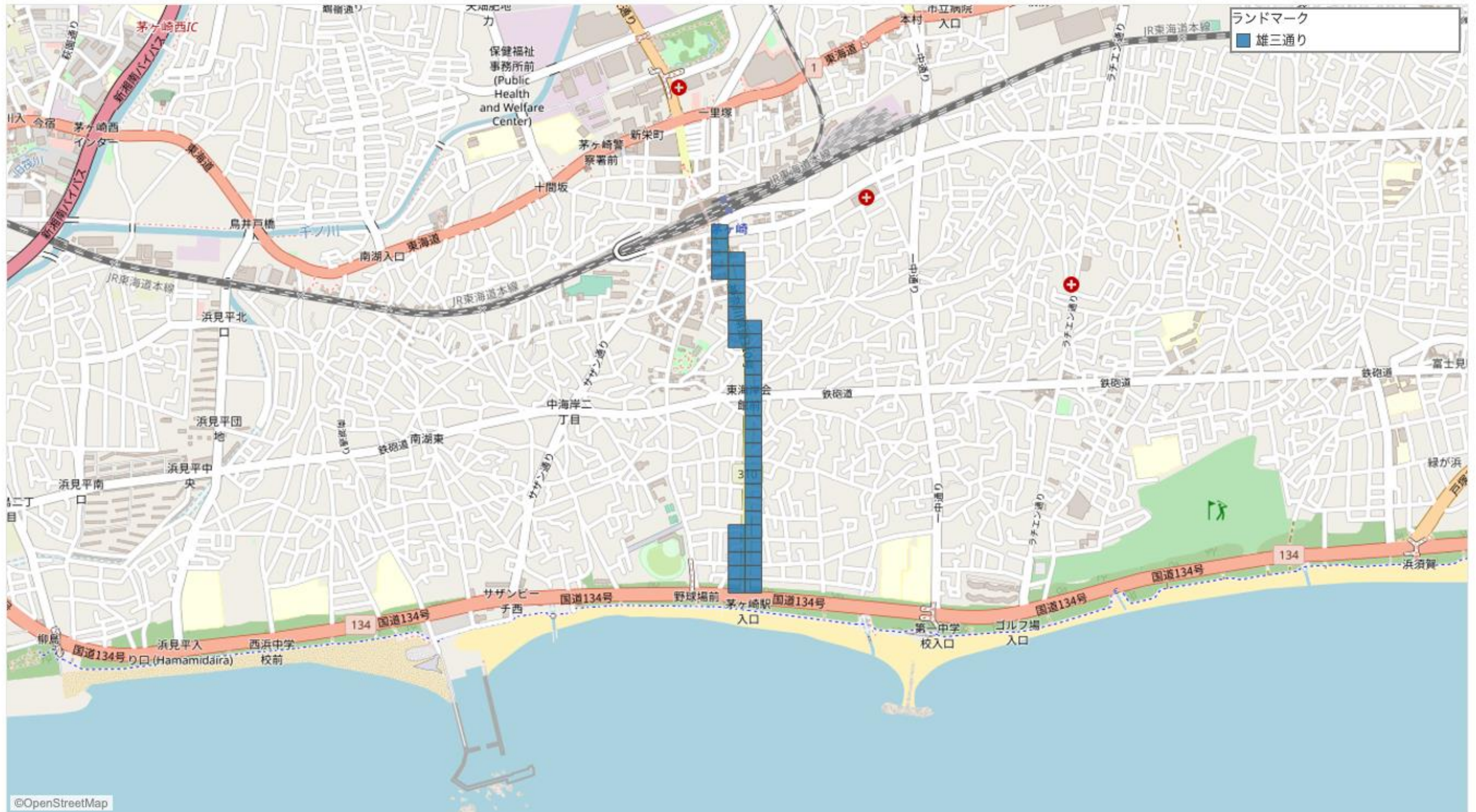


3.4 【観光地】1日あたりの観光客数ランキング



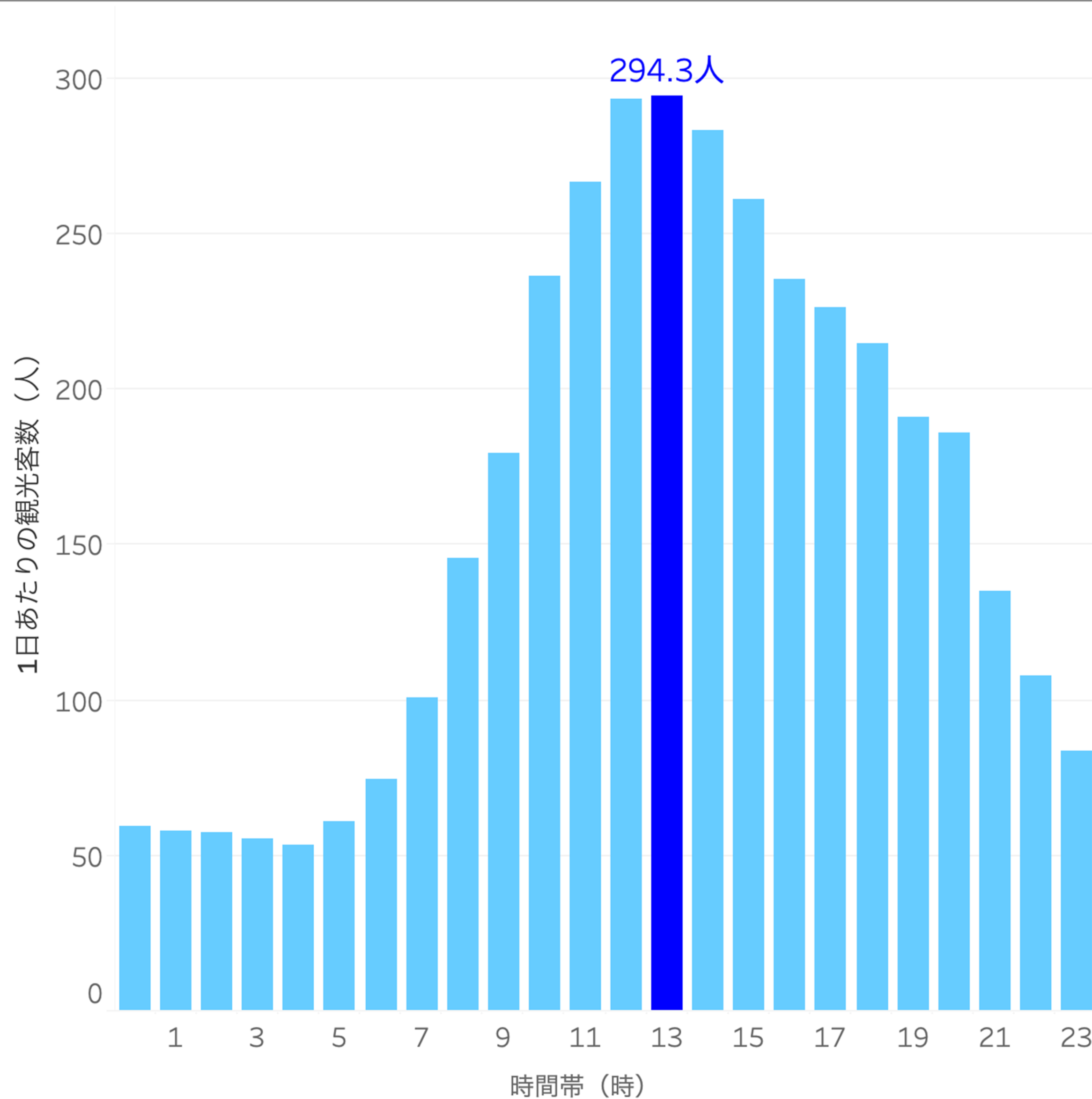
RANK	観光地	1日あたりの観光客数(人)
1	雄三通り	1,454.6
2	サザン通り商店街	1,096.9
3	サザンビーチ	895.7
4	柳島スポーツ公園	851.9
5	湘南RESORT SPA 竜泉寺の湯	805.2
6	ラチエン通り	673.2
7	茅ヶ崎公園 (野球場)	317.5
8	熊澤酒造(湘南ビール)	286.6
9	野天湯元 湯快爽快	259.4
10	ヘッドランドビーチ	212.5
11	里山公園	208.2
12	柳島青少年キャンプ場	168.3
13	旧相模川橋脚	122.1
14	宝生寺	104.9
15	海女小屋	103.8
16	高砂緑地・松籟庵	102.8
17	鶴嶺八幡宮	27.6
18	氷室椿庭園	23.8
19	浄見寺・民俗資料館	21.9
20	茅ヶ崎館	14.3
21	開高健記念館	9.0
22	茅ヶ崎市美術館	7.9

観光ランドマーク 雄三通り

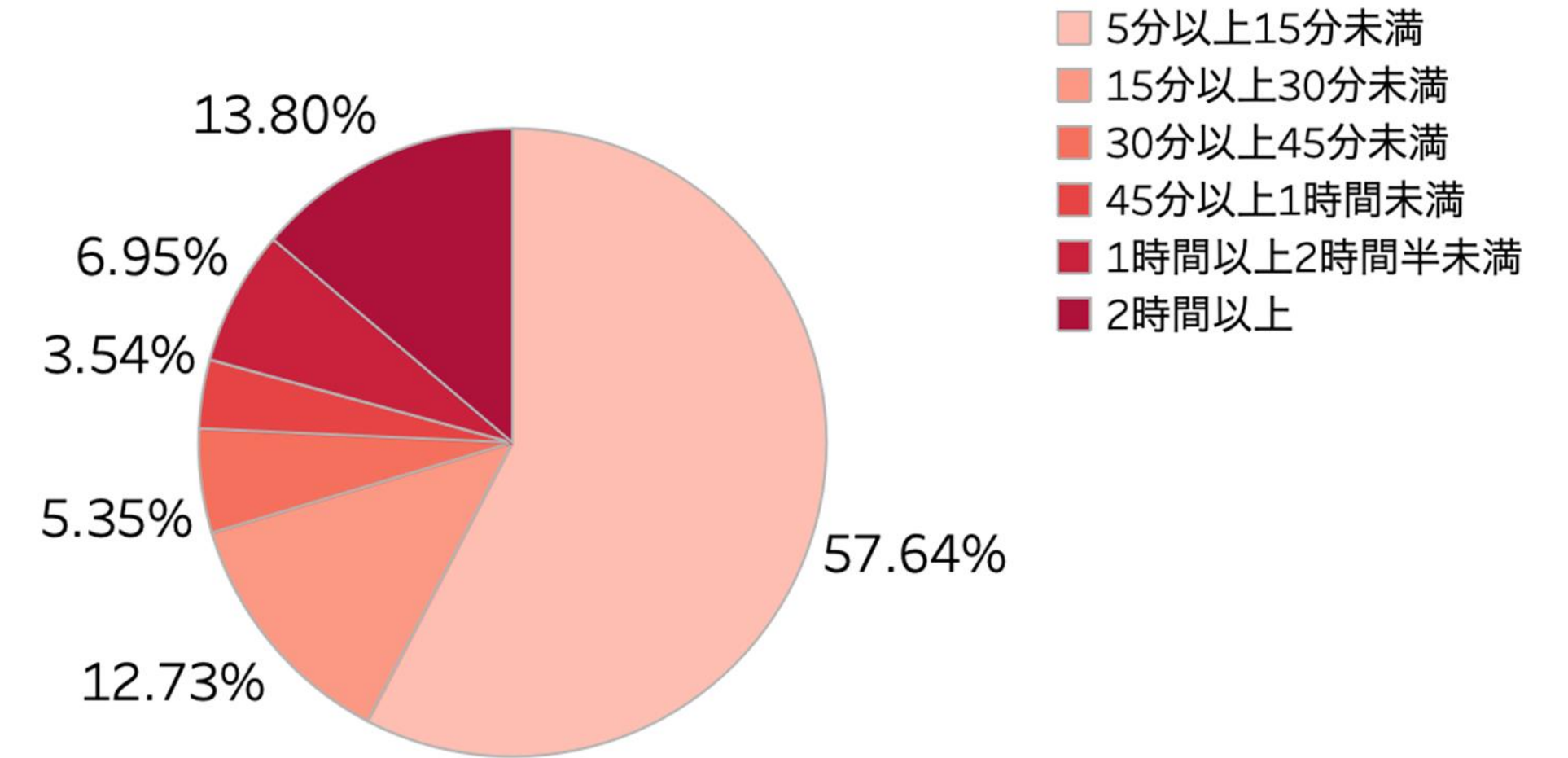


3.4 観光地詳細分析:【第1位】雄三通り 1454.6人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



観光地周遊ランキング

回遊先		
RANK	観光地	比率 (%)
1	サザン通り商店街	22.5%
2	サザンビーチ	19.5%
3	ラチエン通り	11.9%
4	茅ヶ崎公園 (野球場)	11.3%
5	柳島スポーツ公園	9.6%

気づき

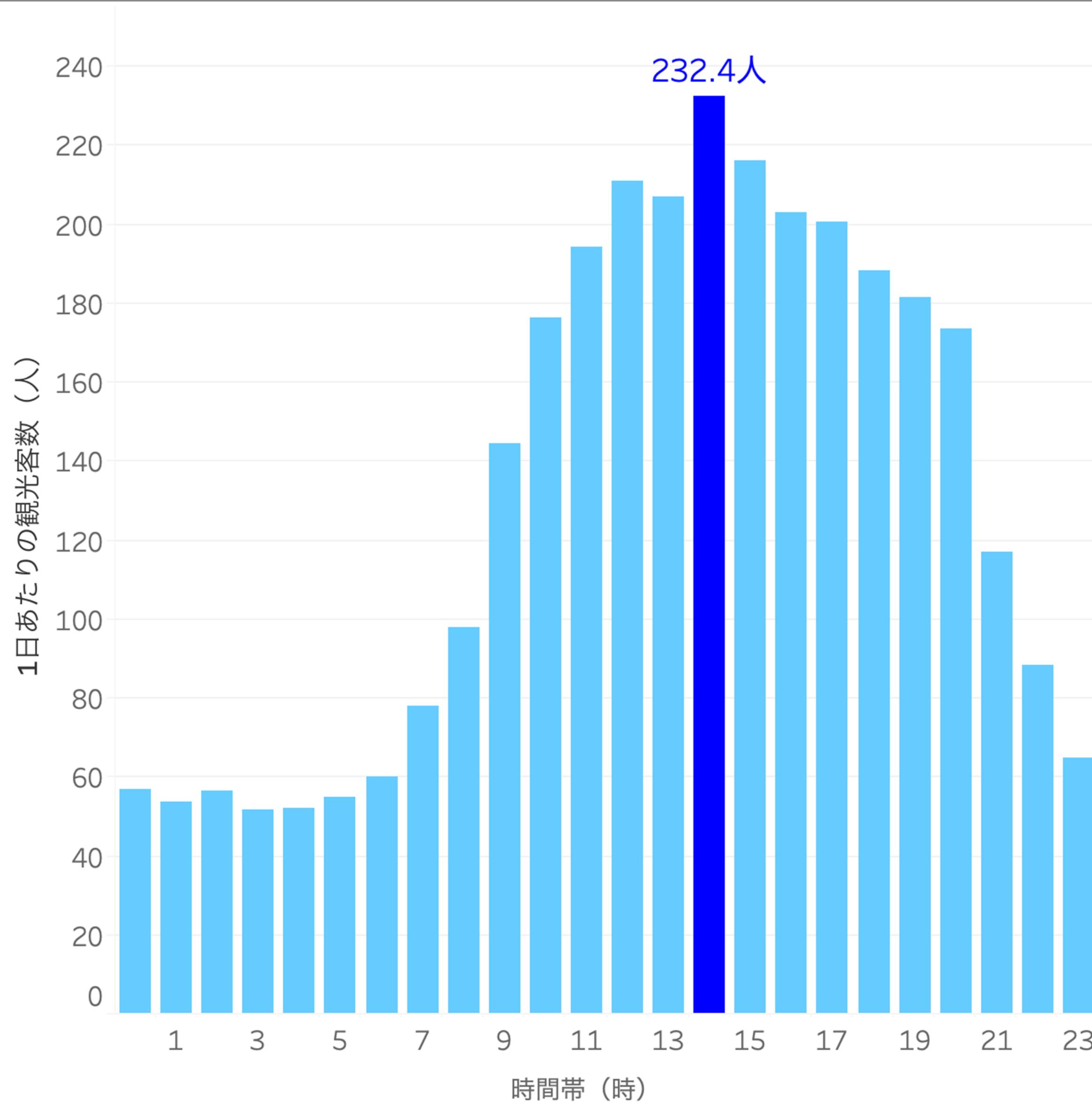
- ・茅ヶ崎駅より海へ向かう通りであり、1日あたりの観光客数ランキングも予想通りの結果です。
- ・時間帯別では12時から13時の利用が多く、飲食店もあることから食事目的の訪問が推測されます。
- ・ただ、滞在時間の5割以上が15分未満と短く、滞在型よりも目的地への通過点となっていることがうかがえます。
- ・雄三通り周辺には歴史的観光資源がありますが、回遊先としての相関性は低い傾向があります。

観光ランドマーク サザン通り商店街

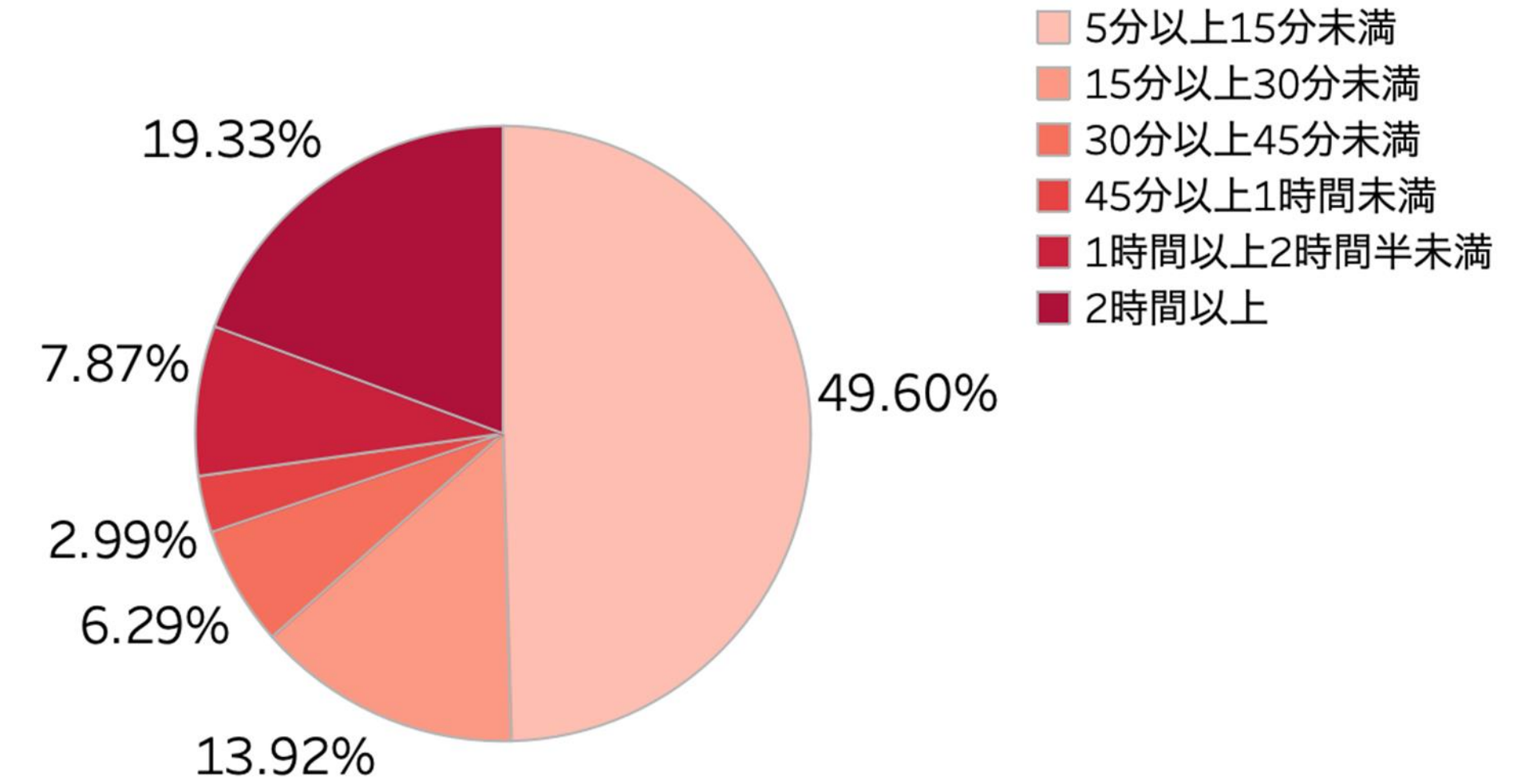


3.4 観光地詳細分析:【第2位】サザン通り商店街 1096.9人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



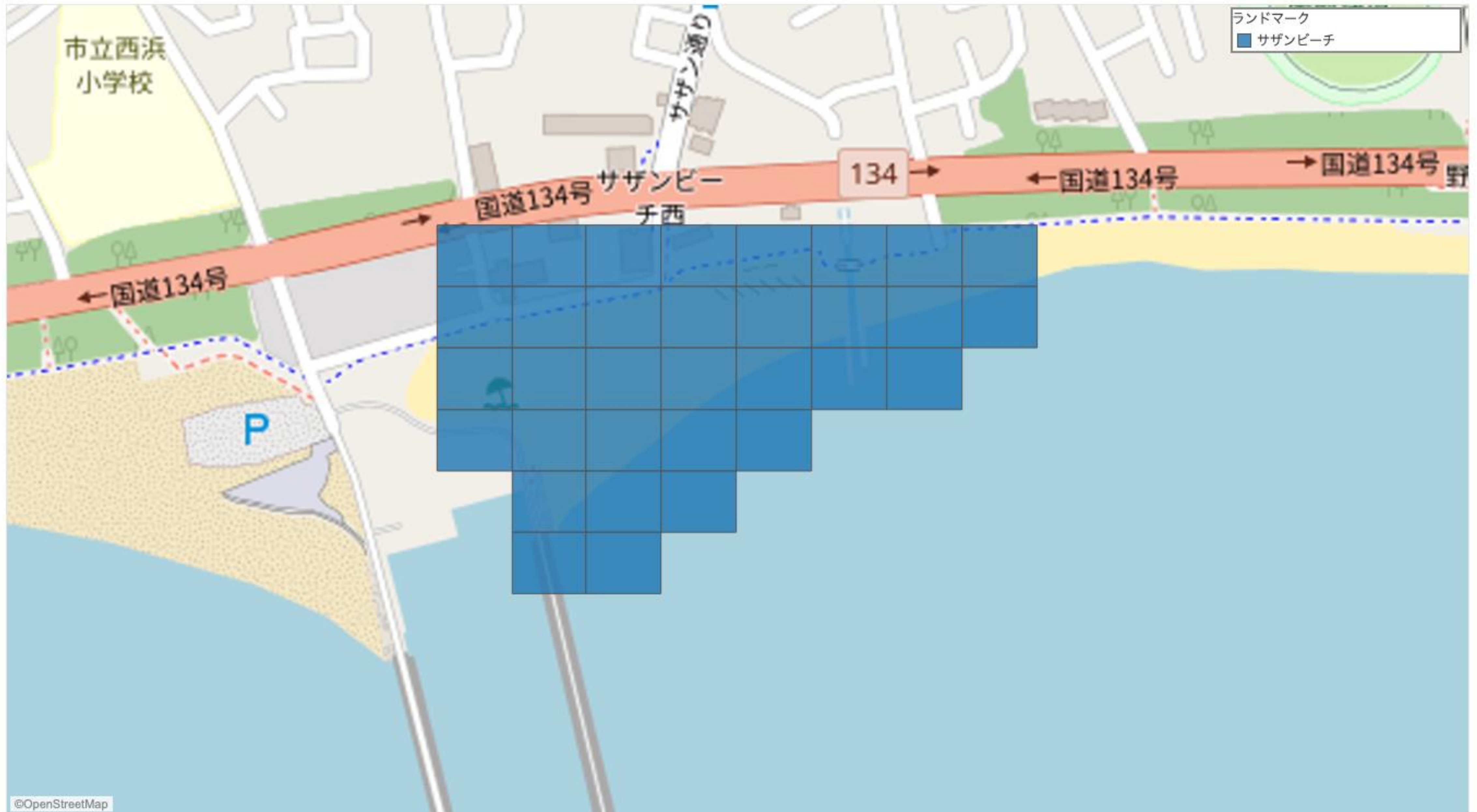
観光地周遊ランキング

回遊先		
RANK	観光地	
1	サザンビーチ	37.3%
2	雄三通り	24.9%
3	茅ヶ崎公園 (野球場)	8.4%
4	柳島スポーツ公園	8.3%
5	ラチエン通り	6.3%

気づき

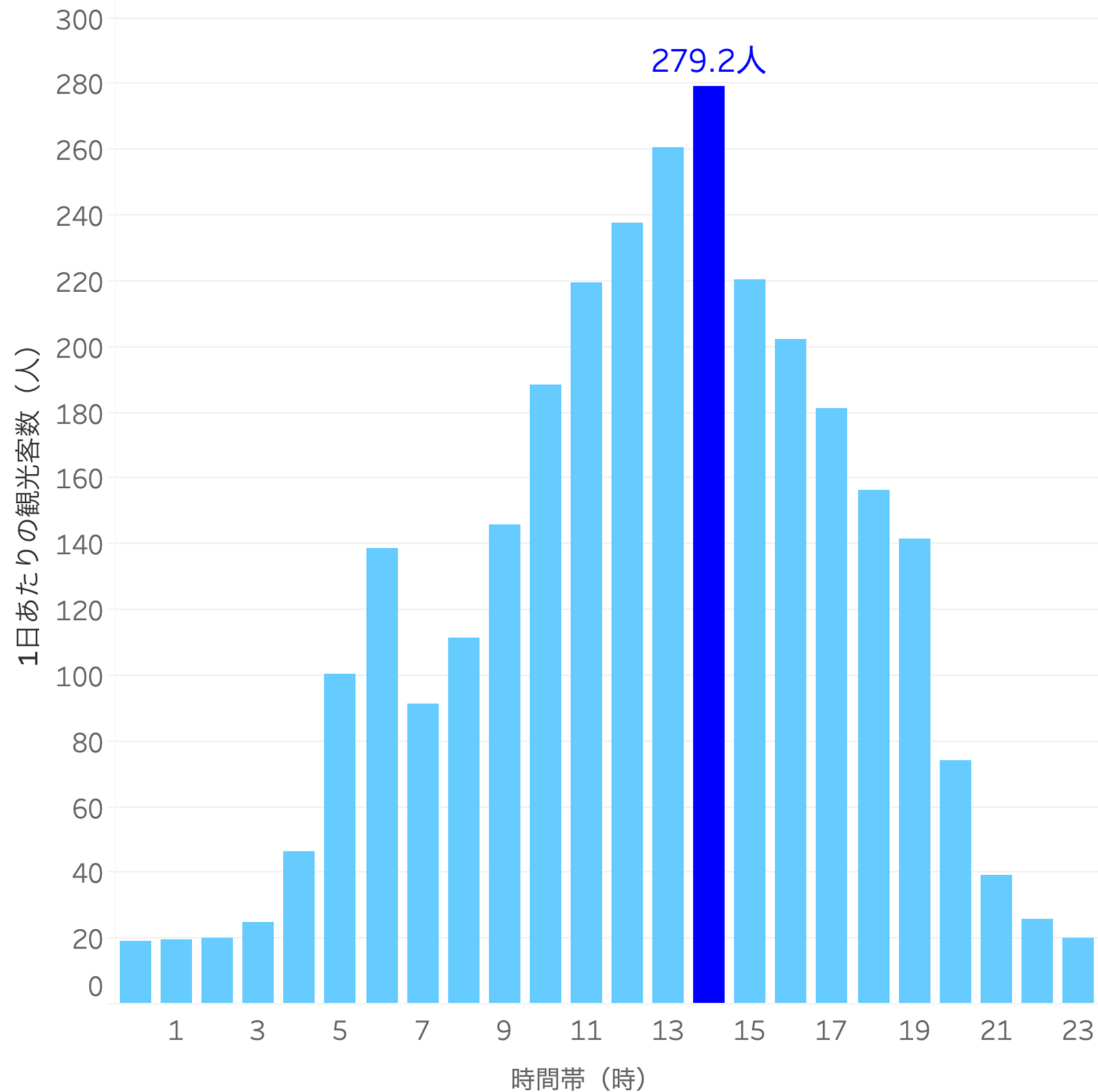
- ・茅ヶ崎駅よりサザンビーチへ向かう主要な通りの一つであり、周遊ランキングからも相関性は見られます。
- ・時間帯別では14時台やや突出していますが、10時から夕方にかけて、観光客数はほぼ平衡しています。
- ・ただ、雄三通りと同様、滞在時間の半数近くが15分未満と短く、滞在型よりも目的地への通過点となっていることがうかがえます。

観光ランドマーク サザンビーチ

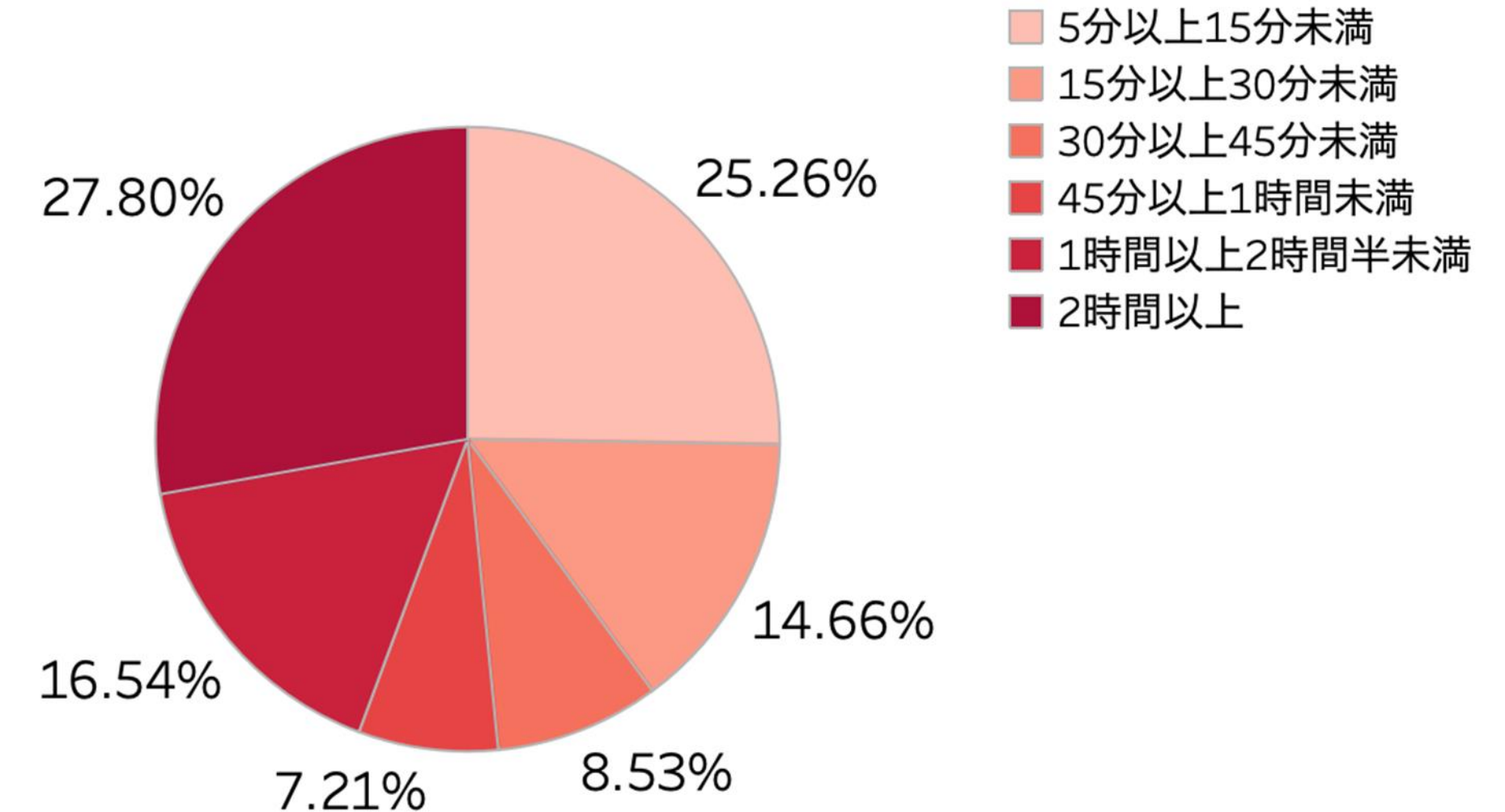


3.4 観光地詳細分析:【第3位】サザンビーチ 895.7人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



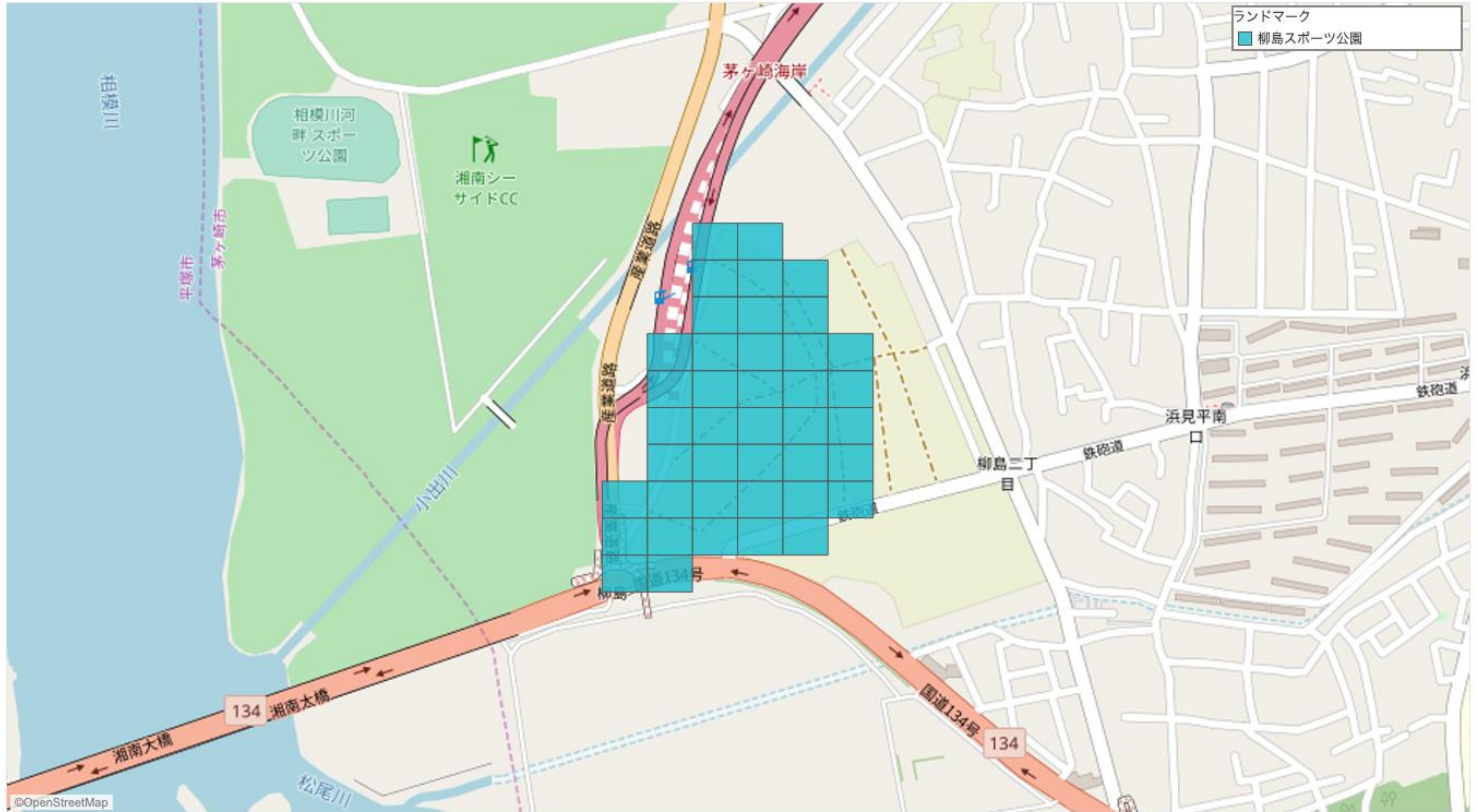
観光地周遊ランキング

回遊先		気づき
RANK	観光地	
1	サザン通り商店街	34.1%
2	雄三通り	19.8%
3	茅ヶ崎公園 (野球場)	11.5%
4	柳島スポーツ公園	10.1%
5	ヘッドランドビーチ	6.8%

気づき

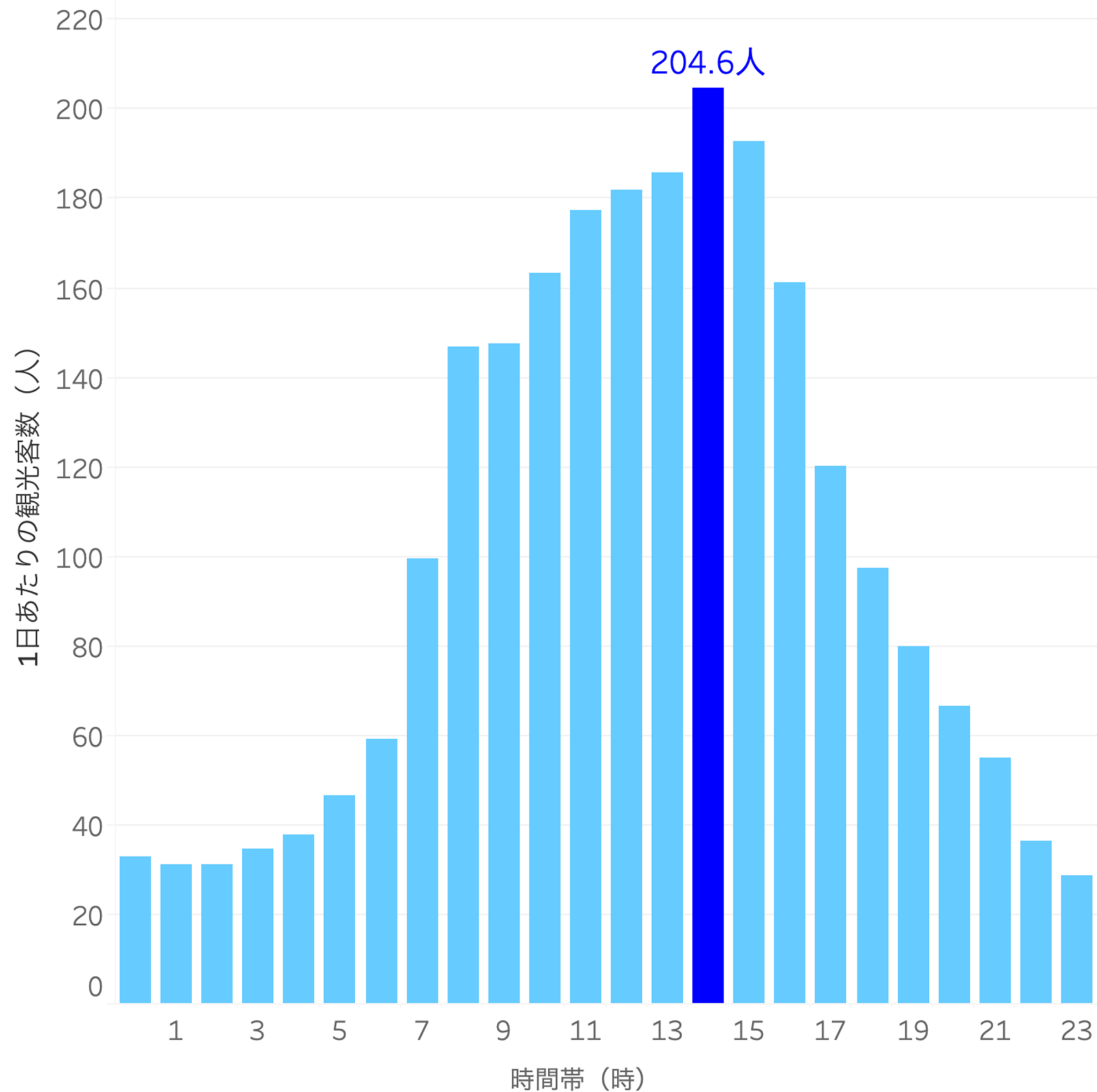
- 茅ヶ崎市の観光資源としての知名度も高い、サザンビーチが一日あたりの観光客ランキング3位と上位です。
- 時間帯別では日中の来訪が多いですが、早朝の6時台も突出しており、釣りやサーフィン目的の来訪が数値に結びついていると推測されます。
- 滞在時間としては滞在型の長時間訪問が多いですが、15分未満も4分の1を占めており、周遊をしながらの立ち寄りも考えられます。

観光ランドマーク 柳島スポーツ公園

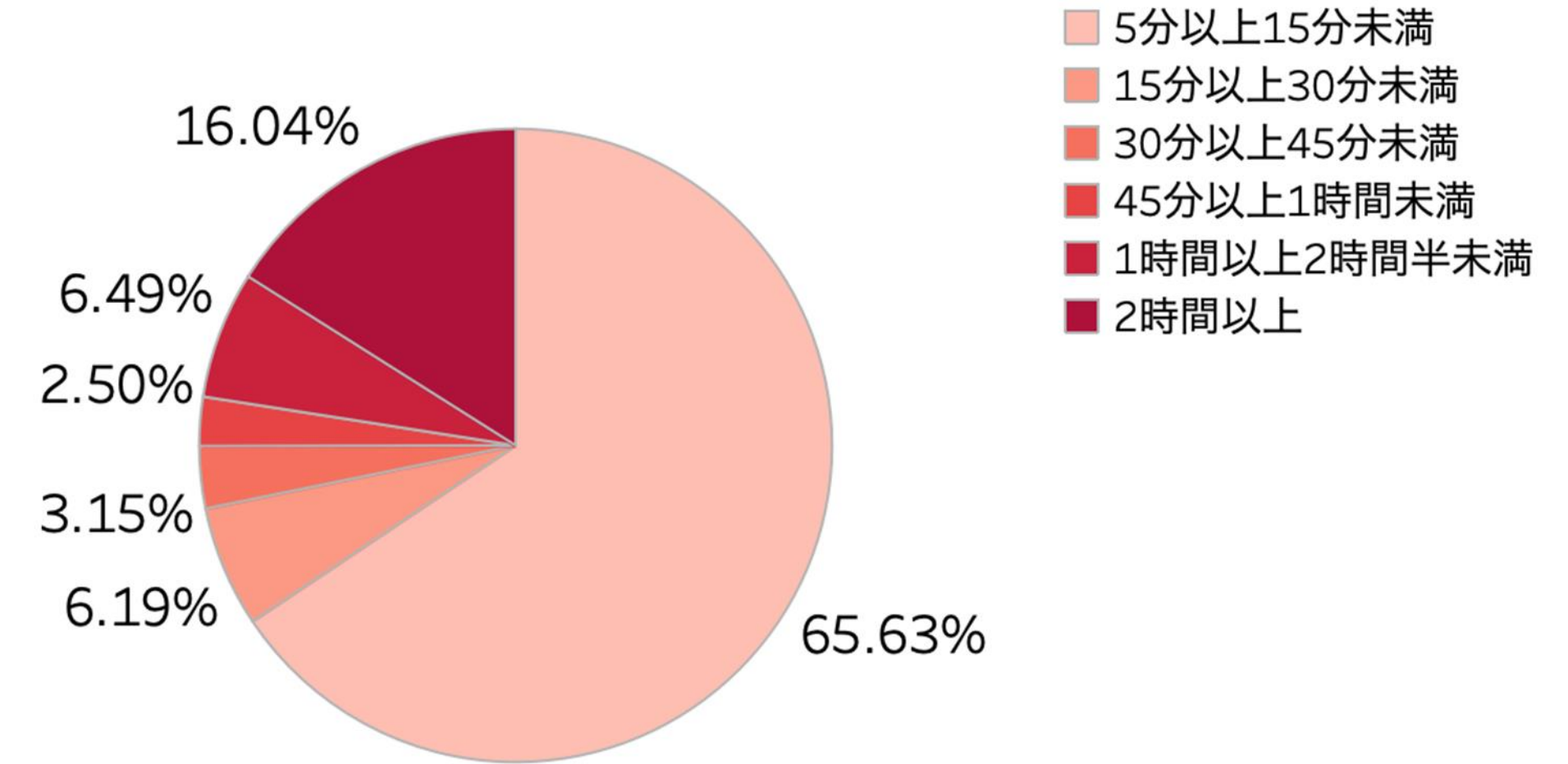


3.4 観光地詳細分析:【第4位】柳島スポーツ公園 851.9人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



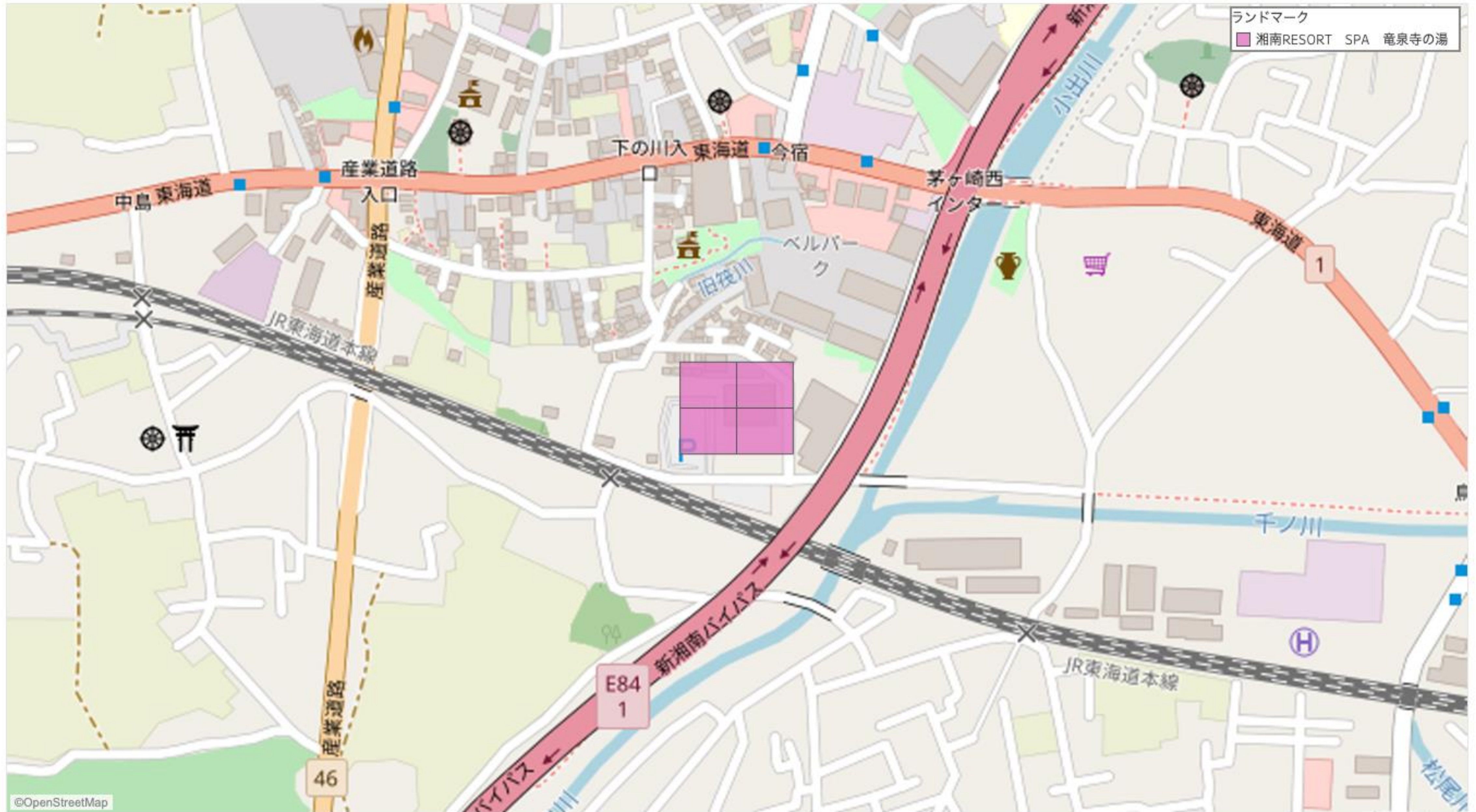
観光地周遊ランキング

回遊先		気づき
RANK	観光地	
1	サザンビーチ	19.8%
2	雄三通り	19.1%
3	サザン通り商店街	14.8%
4	柳島青少年キャンプ場	13.5%
5	ラチエン通り	7.8%

気づき

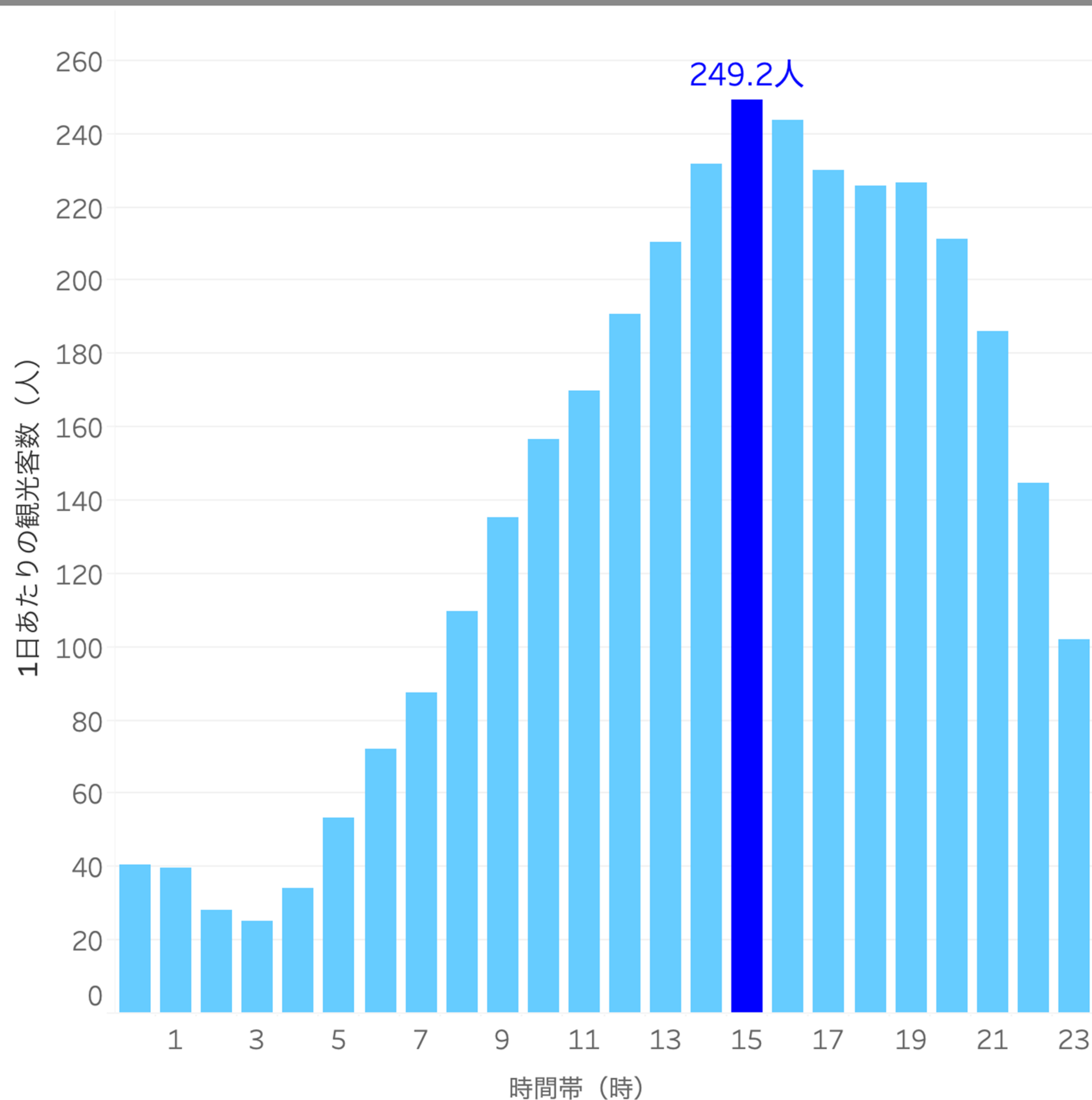
- ・茅ヶ崎市の観光資源としては新しい施設ですが、1日あたりの観光客数は公園の中では最も来訪数が高いです。
- ・徒歩圏内にある柳島少年キャンプ場との相関性も見られます。
- ・ただし、スポーツ公園ですが15分未満の短時間滞在が約60%を占めており、スクール目的や試合の送迎などでの来訪が考えられます。また周辺道路の交通渋滞なども含まれていると推測されます。

観光ランドマーク 湘南RESORT SPA 竜泉寺の湯

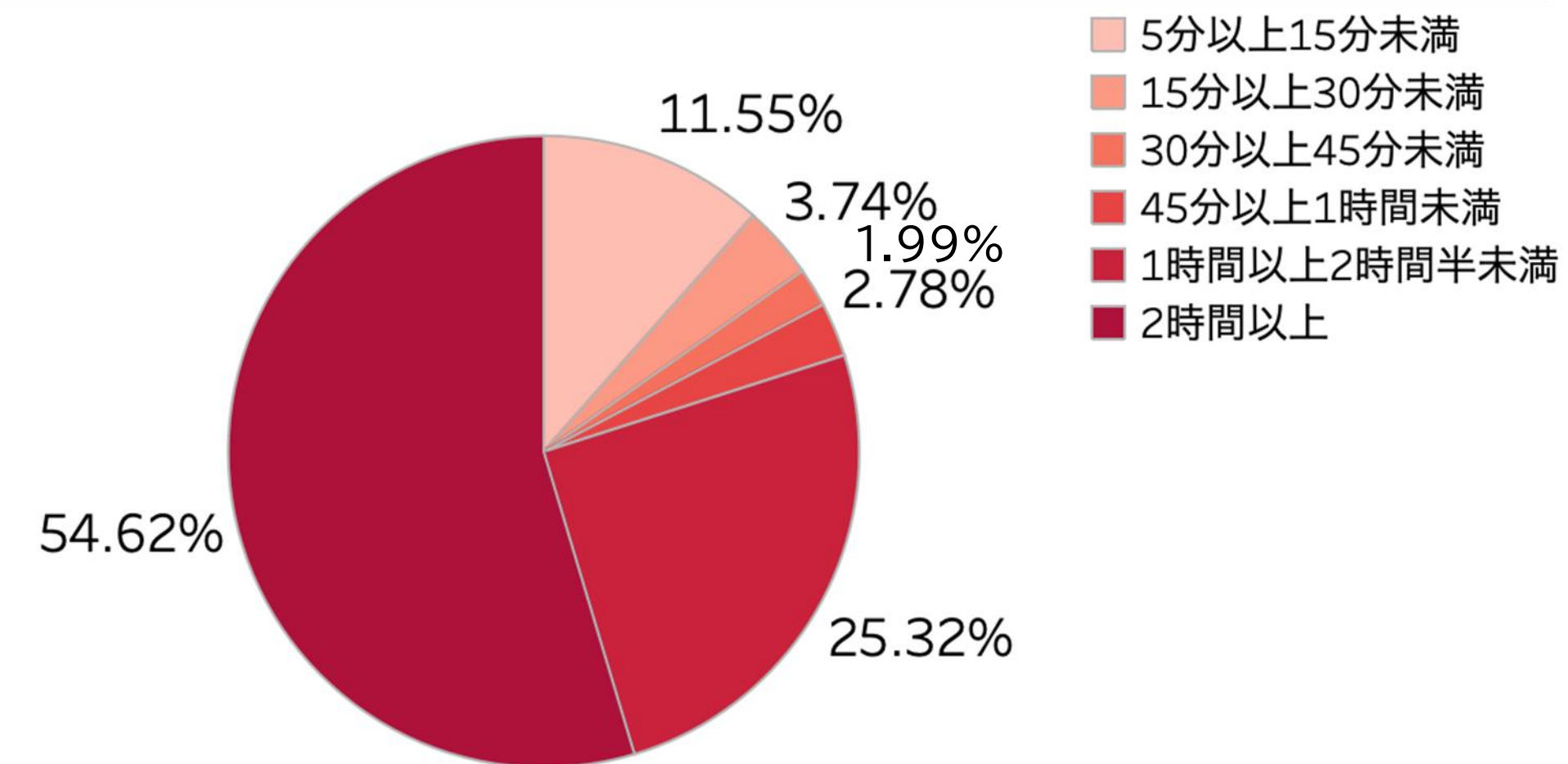


3.4 観光地詳細分析:【第5位】湘南RESORT SPA 竜泉寺の湯 805.2人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



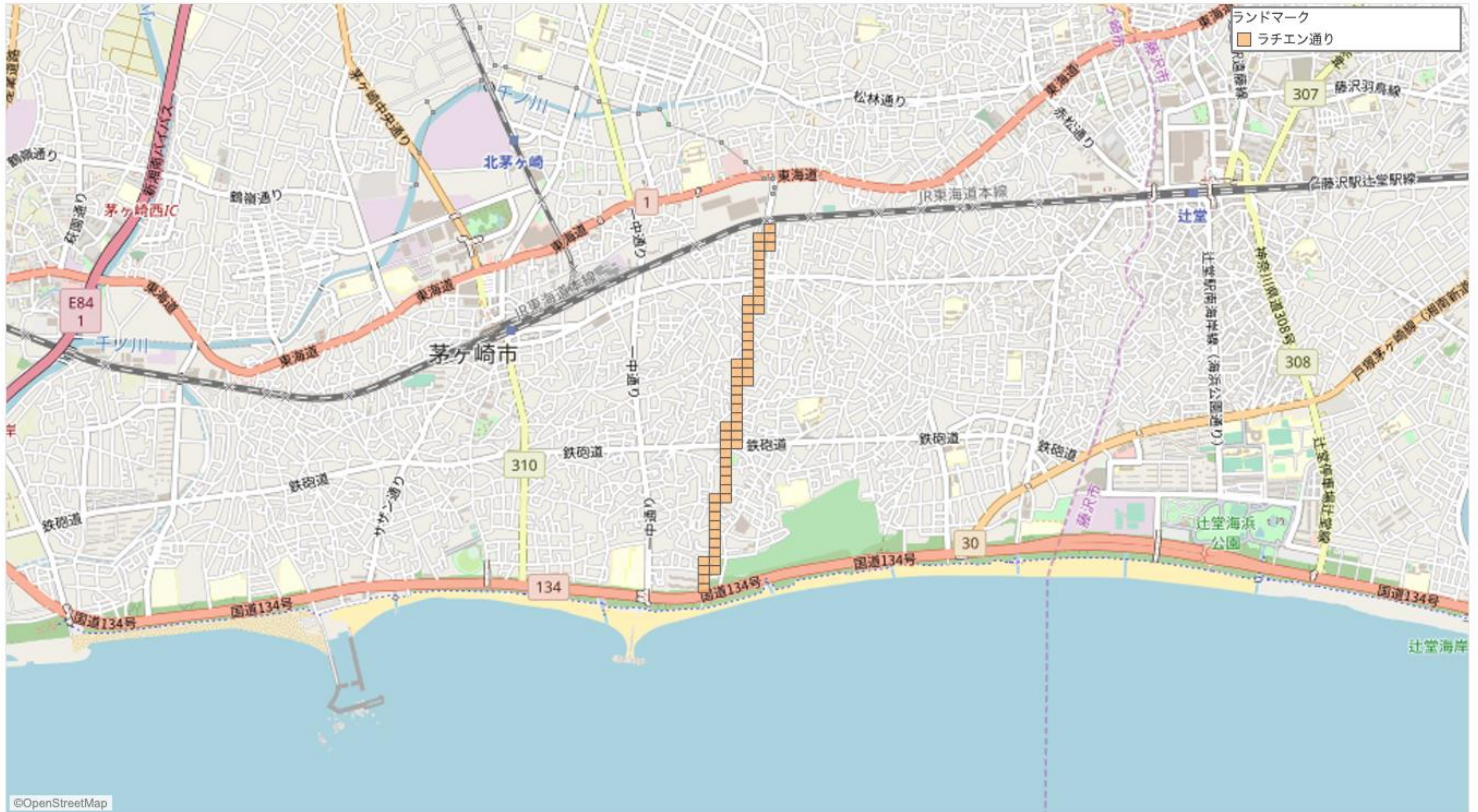
観光地周遊ランキング

回遊先		
RANK	観光地	
1	柳島スポーツ公園	22.0%
2	雄三通り	16.4%
3	サザンビーチ	14.5%
4	サザン通り商店街	10.6%
5	旧相模川橋脚	8.0%

気づき

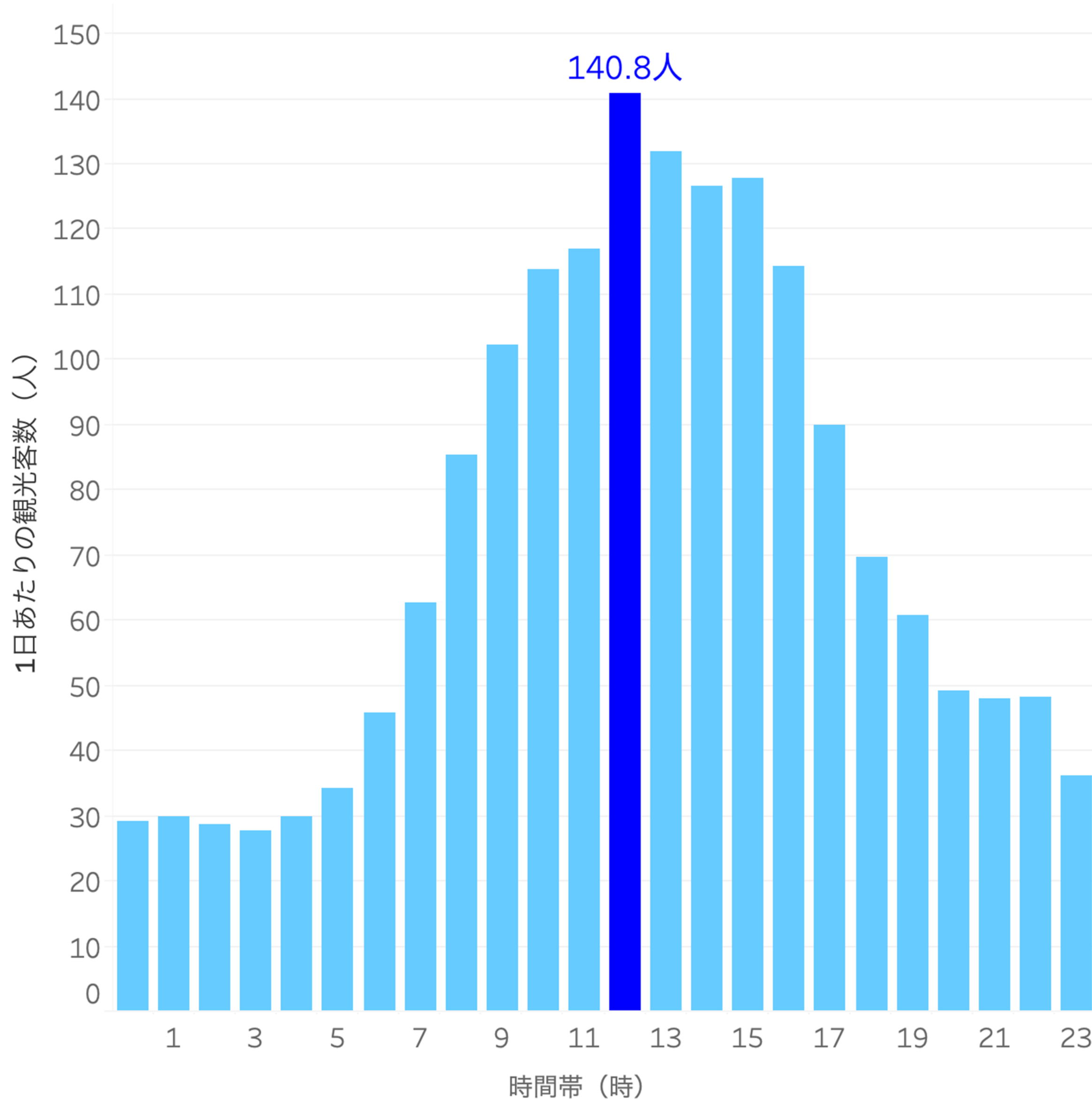
- ・SPAでありながら、日中から多くの方が来訪されています。
- ・周遊ランキングからも柳島スポーツ公園やビーチとの相関性が見られ、スポーツ後のリフレッシュとしての利用もうかがえます。
- ・滞在時間の50%以上が2時間以上と長く、施設の特徴を考えられます。

観光ランドマークラチエン通り

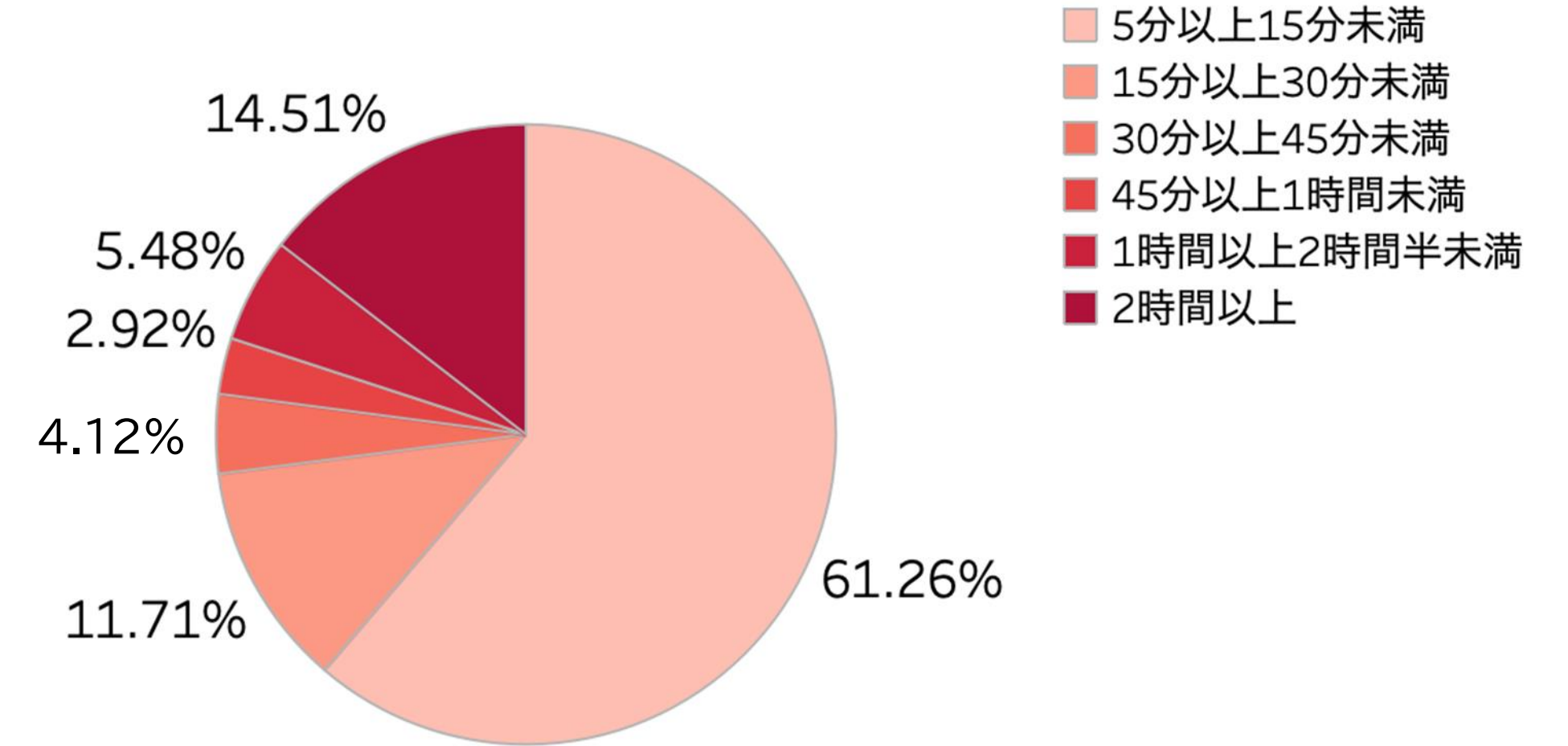


3.4 観光地詳細分析:【第6位】ラチエン通り 673.2人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



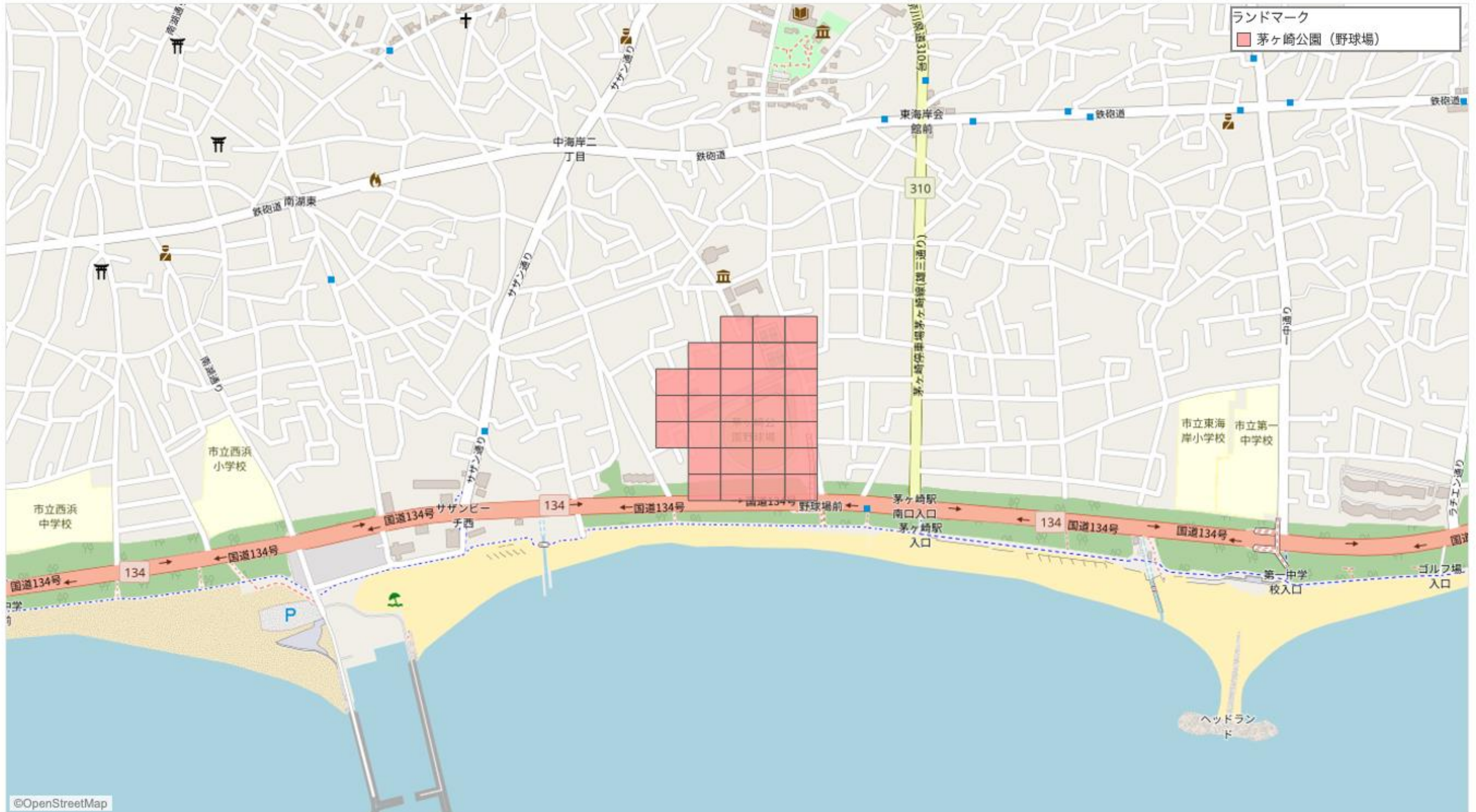
観光地周遊ランキング

回遊先		
RANK	観光地	比率
1	雄三通り	31.8%
2	サザン通り商店街	15.2%
3	サザンビーチ	12.0%
4	ヘッドランドビーチ	10.7%
5	柳島スポーツ公園	10.5%

気づき

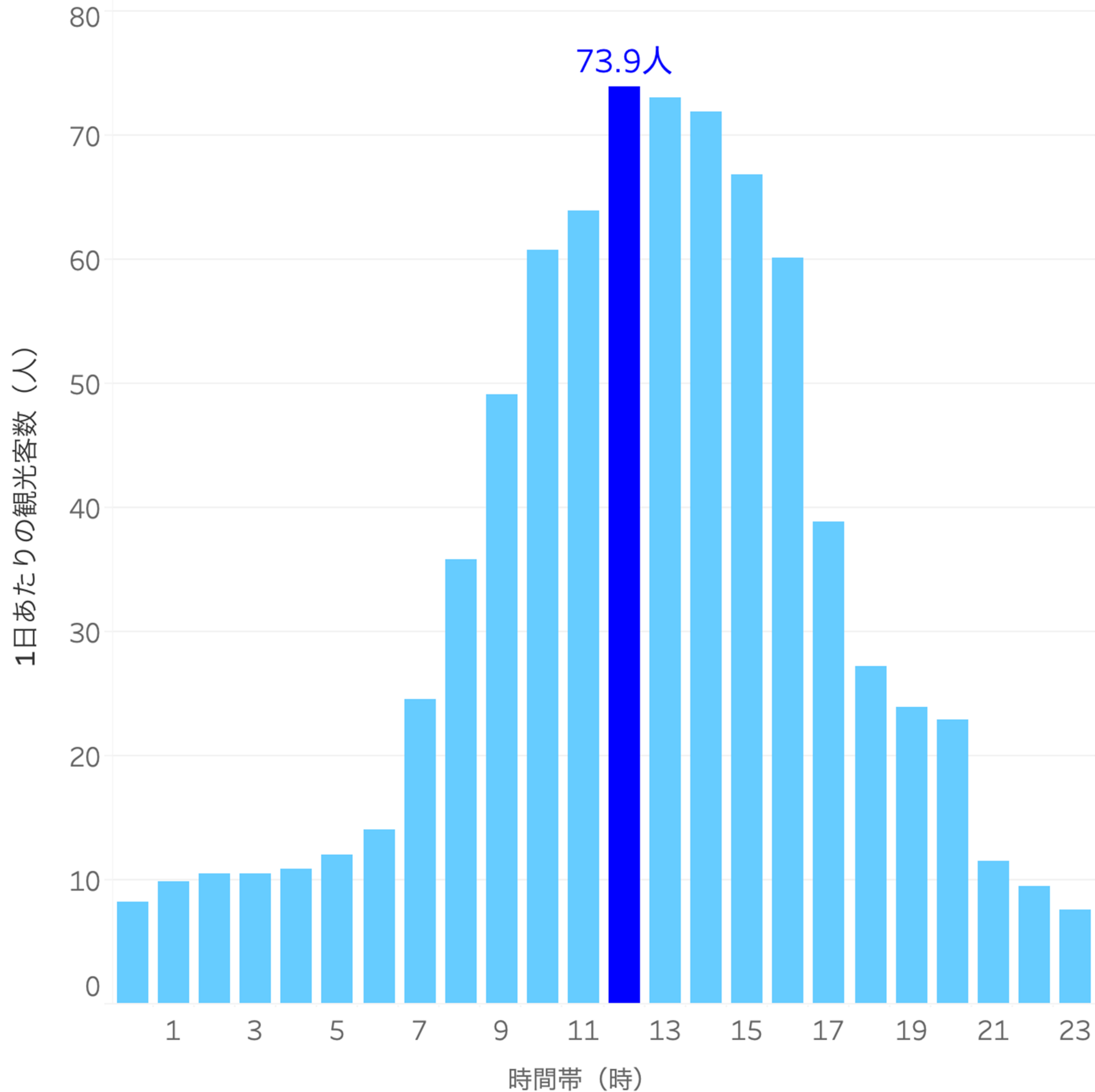
- ・茅ヶ崎駅より東側にある海へ向かう主要な通りですが、他の海へ向かう主要通り（サザン通り・雄三通り）と比較してラチエン通りの利用は低い傾向にあります。
- ・滞在時間の60%近くが15分未満の滞在と短く、滞在型よりも目的地への通過となっているようです。
- ・飲食店・小売店・クリニック・美容院が点在していますが、12時の利用が最も多いため、ランチでの来訪が推考えられます。

観光ランドマーク 茅ヶ崎公園(野球場)

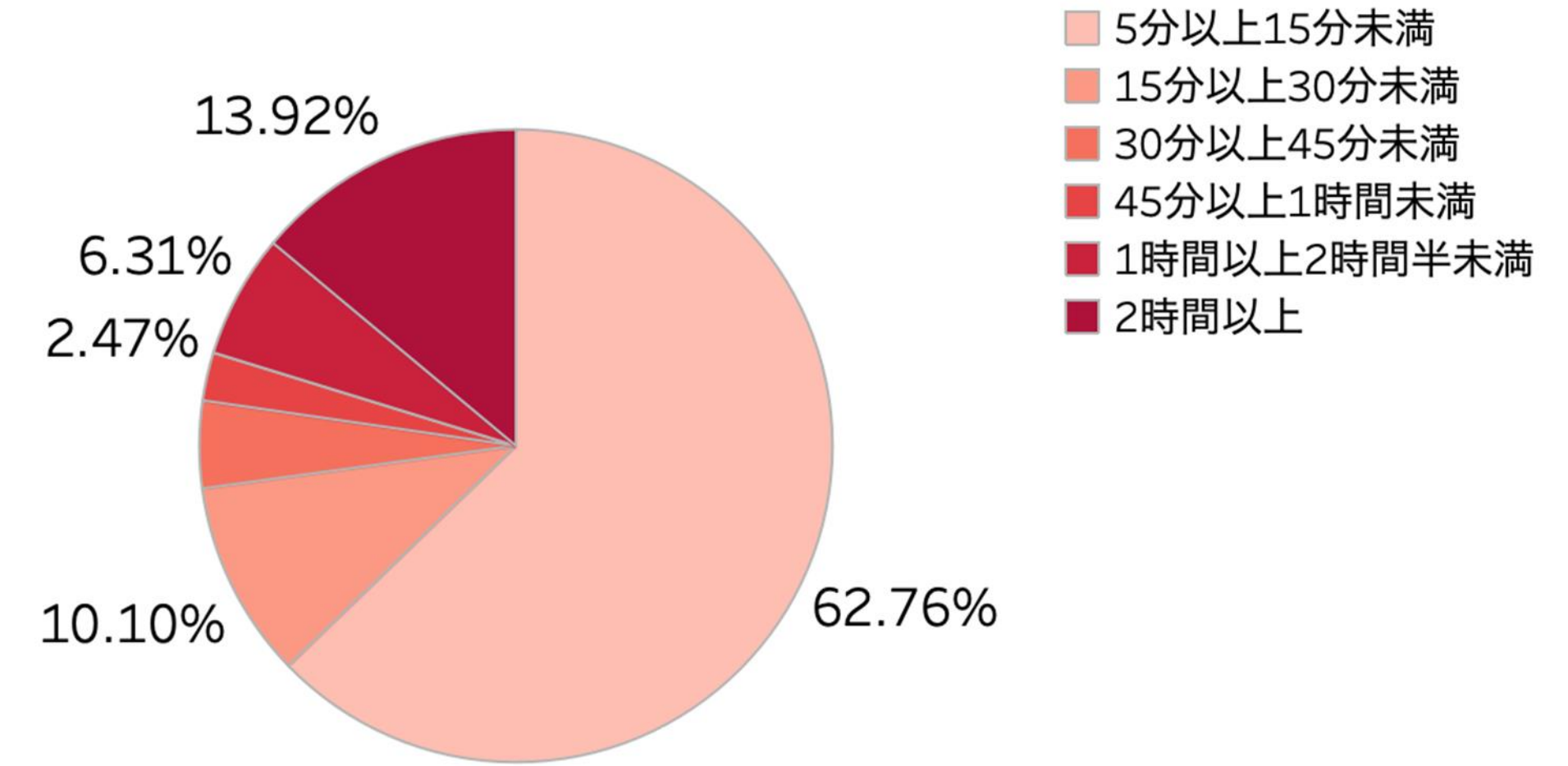


3.4 観光地詳細分析:【第7位】茅ヶ崎公園(野球場) 317.5人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



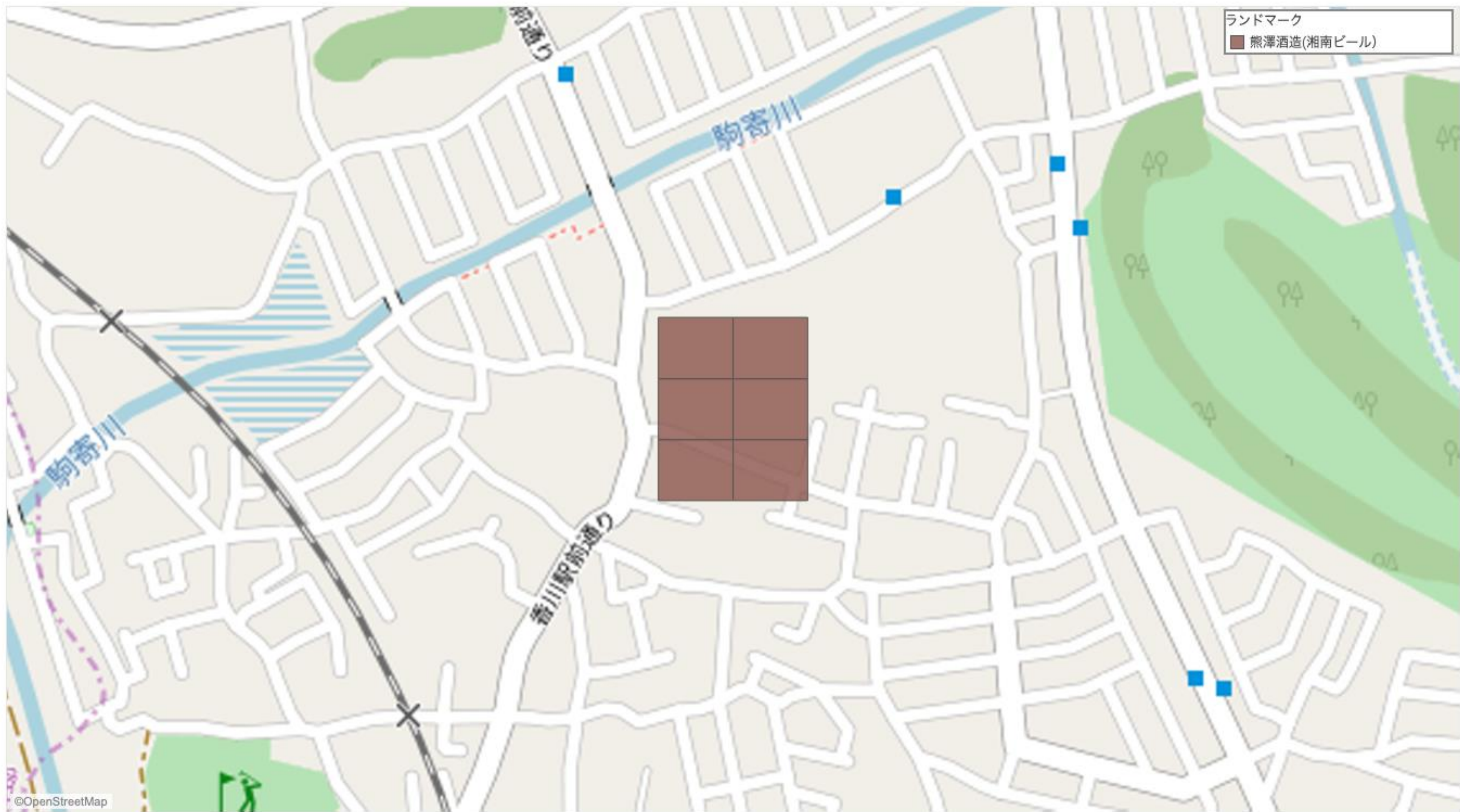
観光地周遊ランキング

回遊先		RANK 観光地
1	雄三通り	25.0%
2	サザンビーチ	25.0%
3	サザン通り商店街	16.7%
4	ヘッドランドビーチ	8.0%
5	高砂緑地・松籟庵	7.5%

気づき

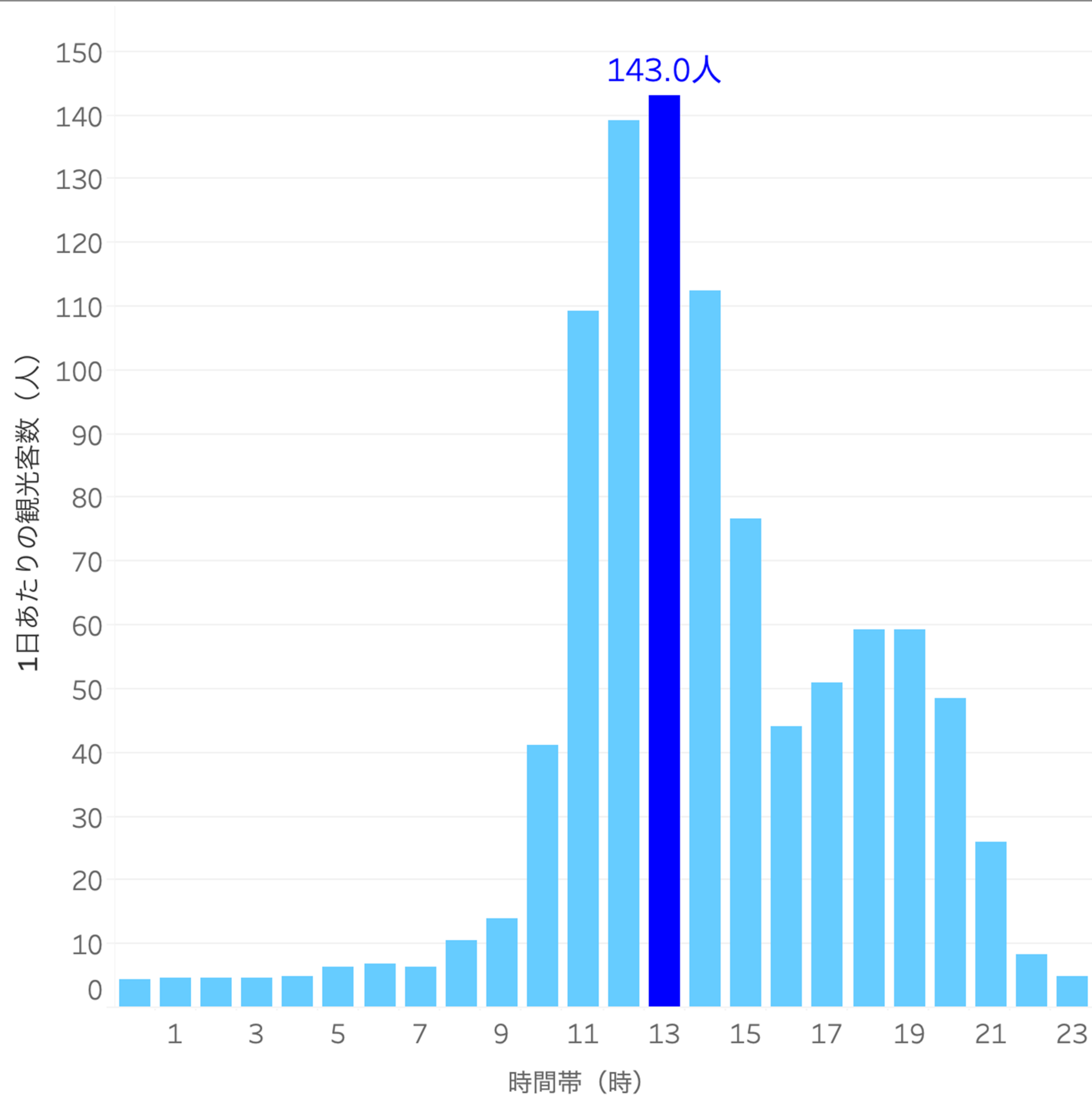
- ・地域に根付いた公園(野球場)ですが、サザンオールスターズがライブを行う等で、茅ヶ崎市民以外にも知名度のある公園です。
- ・雄三通りとサザン通りの中間地点にありますが、雄三通りを利用して訪れる方が多い傾向がみられます。
- ・公園(野球場)ですが、滞在時間は5~15分未満が最も多く、無料駐車場やトイレを併設していることから立ち寄りでの来訪が考えられます。

観光ランドマーク 熊澤酒造(湘南ビール)

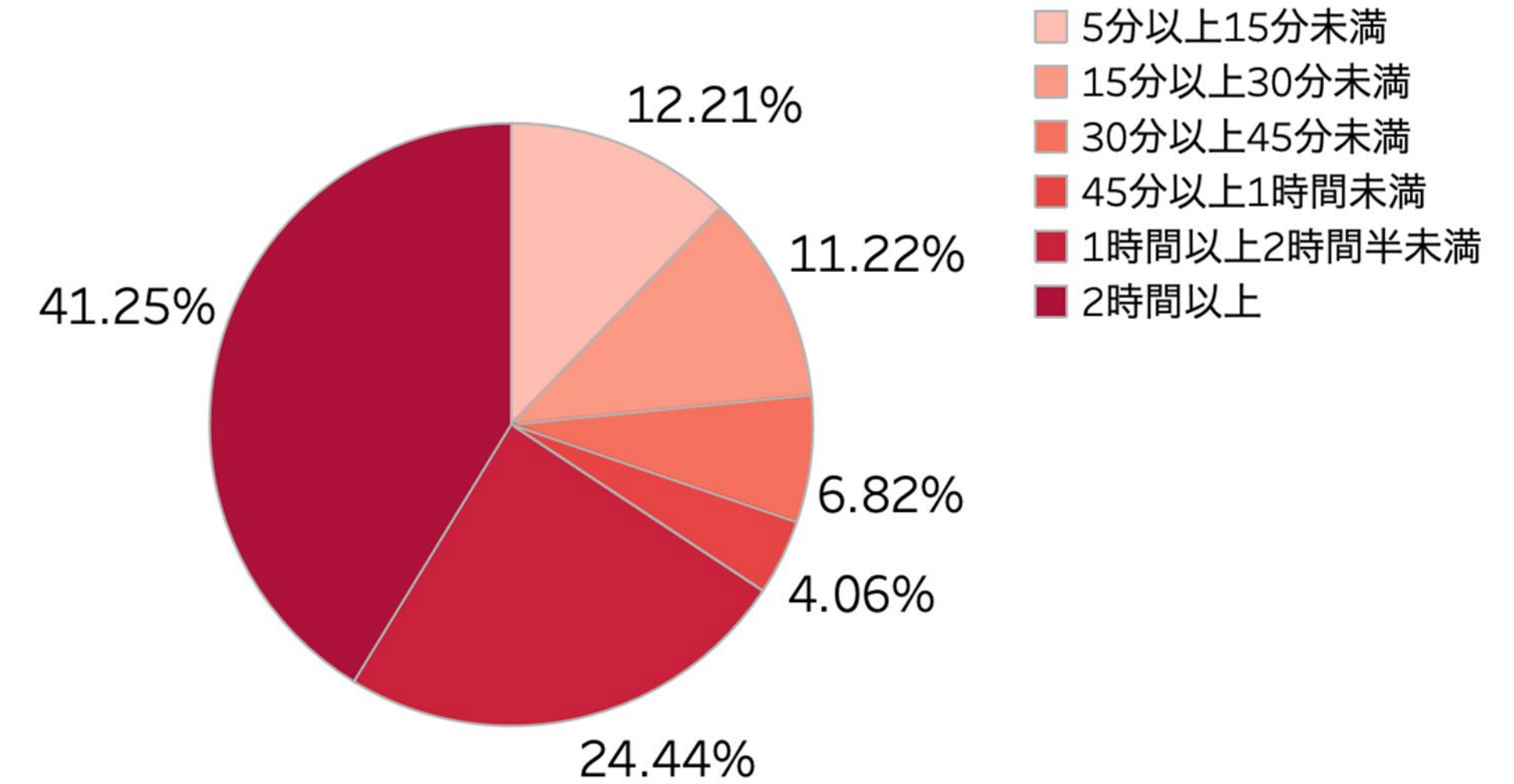


3.4 観光地詳細分析:【第8位】熊澤酒造(湘南ビール) 286.6人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



観光地周遊ランキング

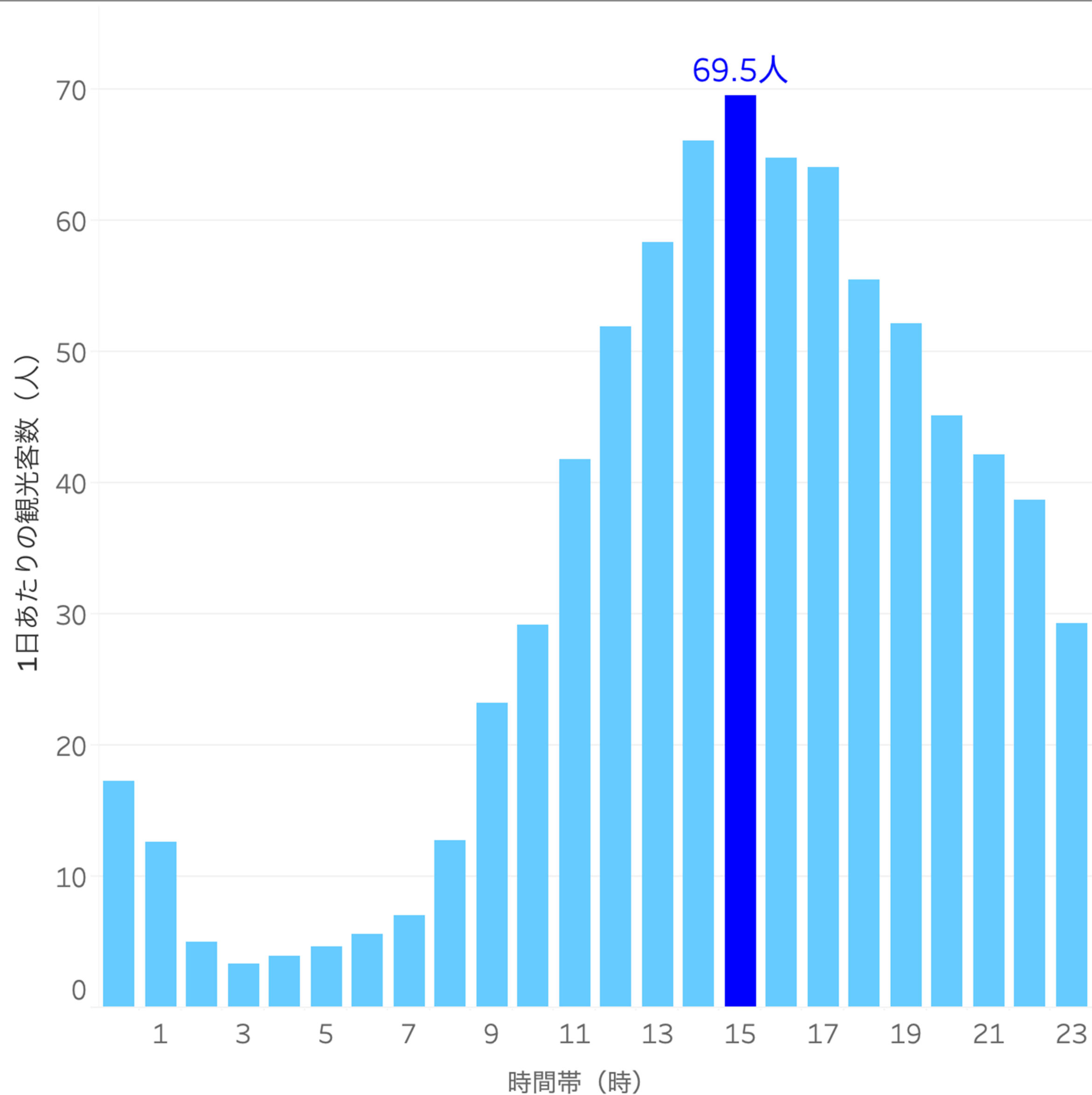
回遊先			気づき
RANK	観光地	比率 (%)	
1	雄三通り	19.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺市町村では知名度があり、レストランやベーカリーも併設された酒造で、酒造のガイドツアーも行われています。 ・12~13時の時間帯が最も多く、ランチで利用される傾向がうかがえます。 ・17~20時の来訪者の増加からも、食事での利用が多いことがうかがえます。 ・食事を伴う利用が多い為、約65%が1時間以上の滞在をしています。15分~1時間の利用客も約22%近くあり、買い物や見学目的の利用も考えられます。
2	サザンビーチ	16.7%	
3	サザン通り商店街	16.2%	
4	柳島スポーツ公園	14.8%	
5	ラチエン通り	6.5%	

観光ランドマーク 野天湯元 湯快爽快

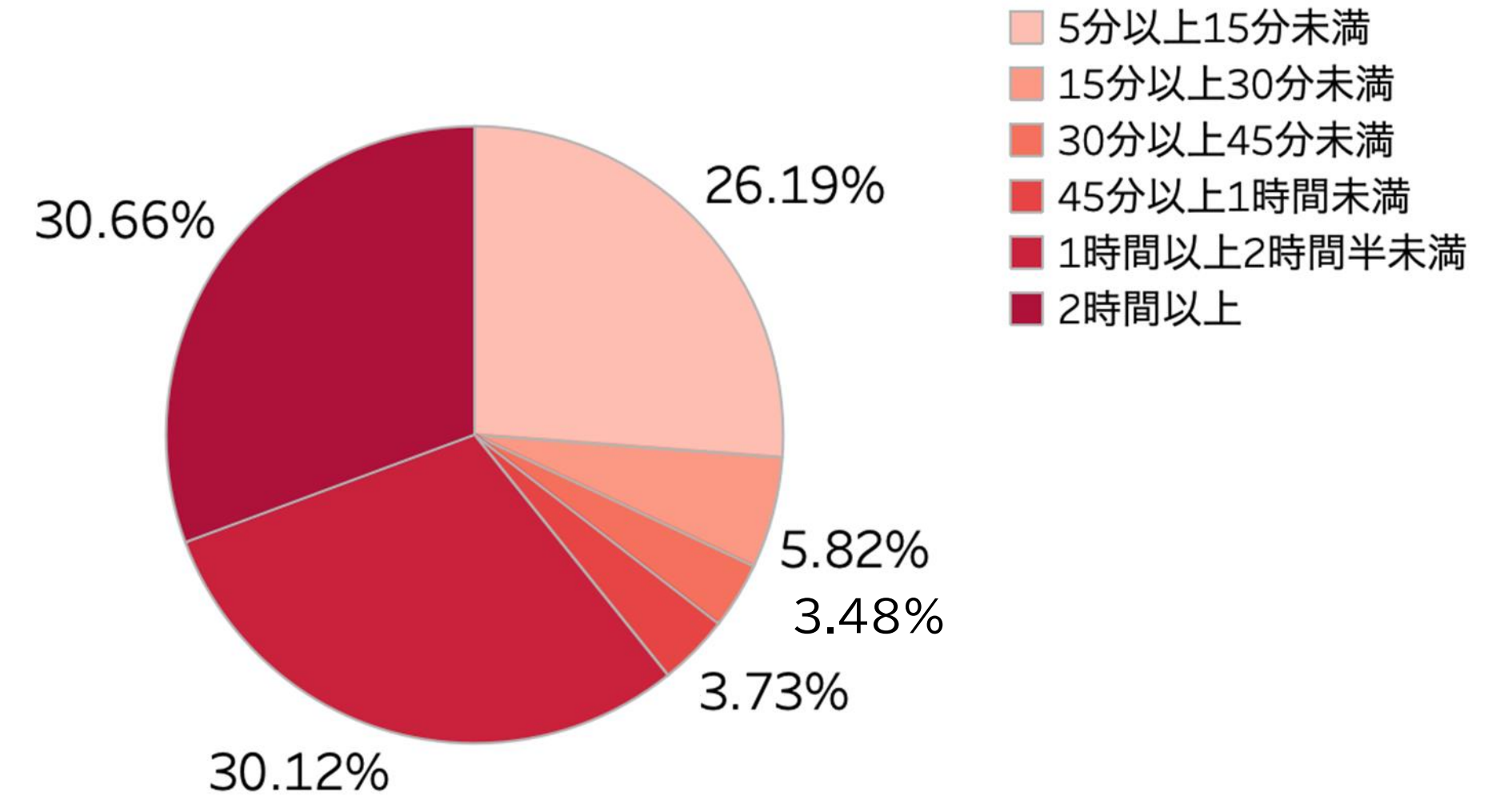


3.4 観光地詳細分析：【第9位】野天湯元 湯快爽快 259.4人（1日あたり）

時間帯別1日あたりの観光客数



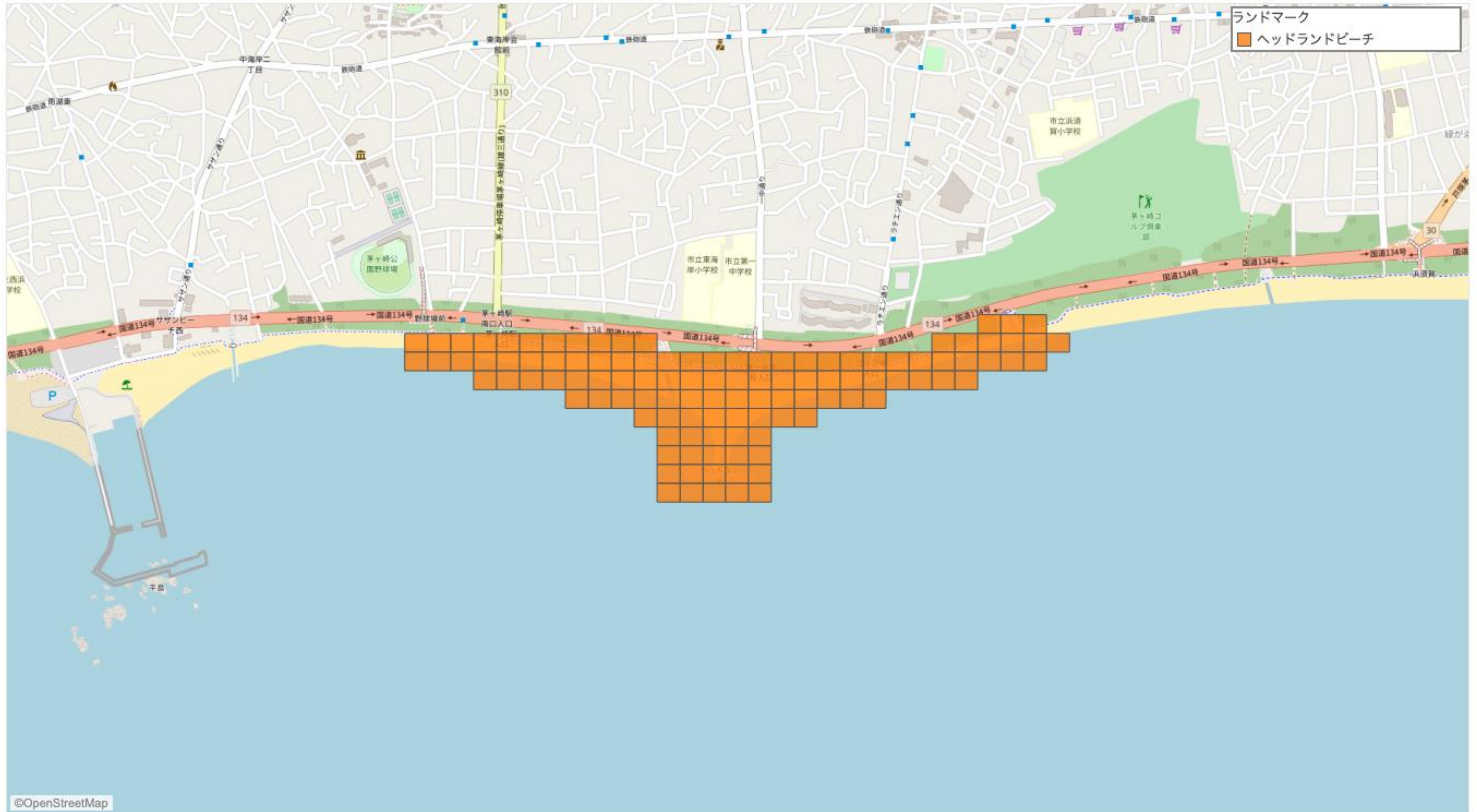
滞在時間比率



観光地周遊ランキング

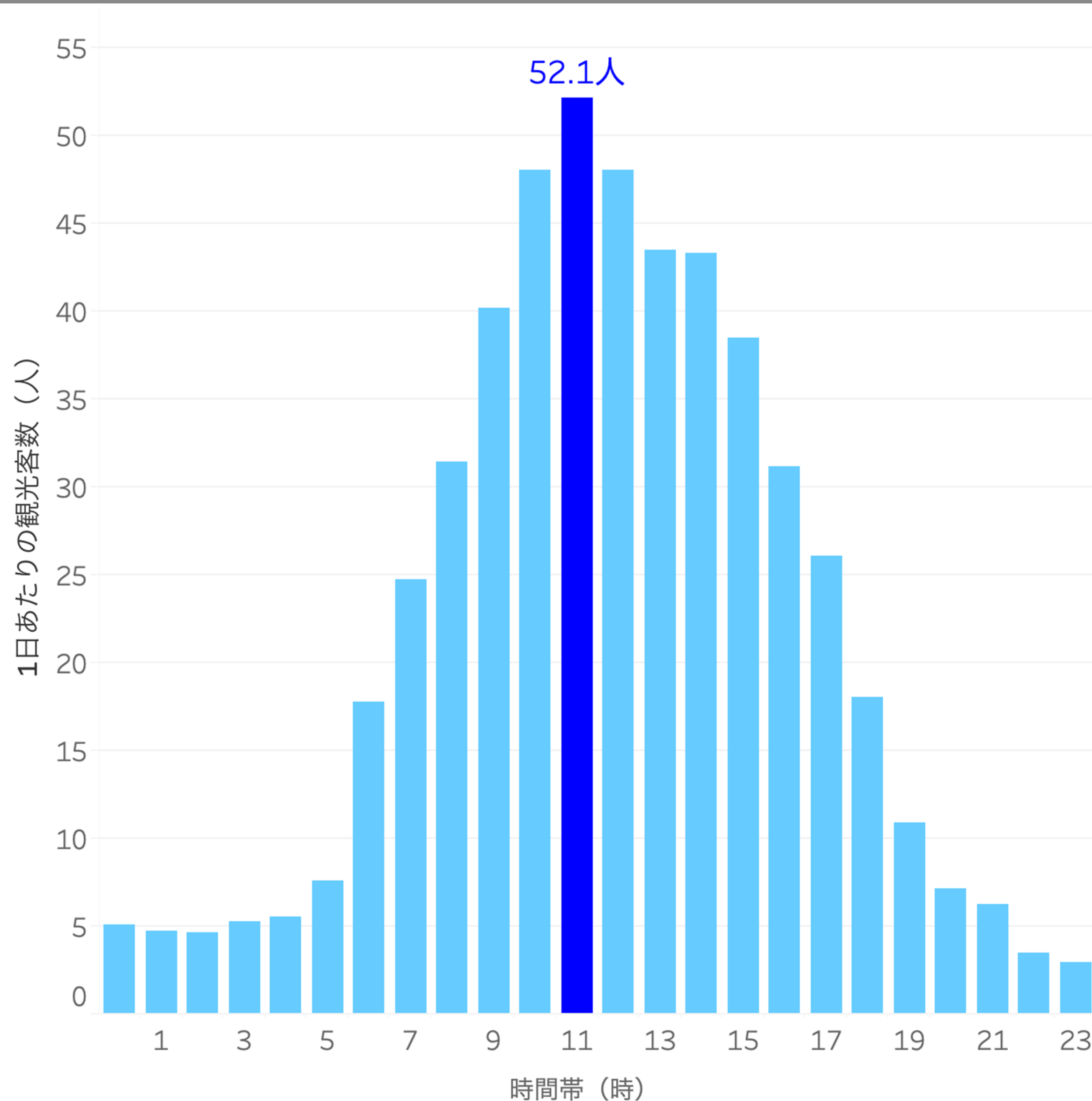
回遊先			気づき
RANK 観光地			<ul style="list-style-type: none"> ・茅ヶ崎駅よりシャトルバスも出ている日帰り温泉施設であり、1時間以上の滞在が60%以上と施設の性質上滞在時間も長いです。 ・お昼過ぎの14～17時の時間帯の利用が多い傾向にあります。 ・サザンビーチや柳島スポーツ公園と合わせた利用があり、運動・海水浴・サーフィン後の利用も推測されます。
1	雄三通り	22.8%	
2	サザン通り商店街	19.1%	
3	サザンビーチ	14.0%	
4	柳島スポーツ公園	13.8%	
5	ラチエン通り	5.9%	

観光ランドマーク ヘッドランドビーチ

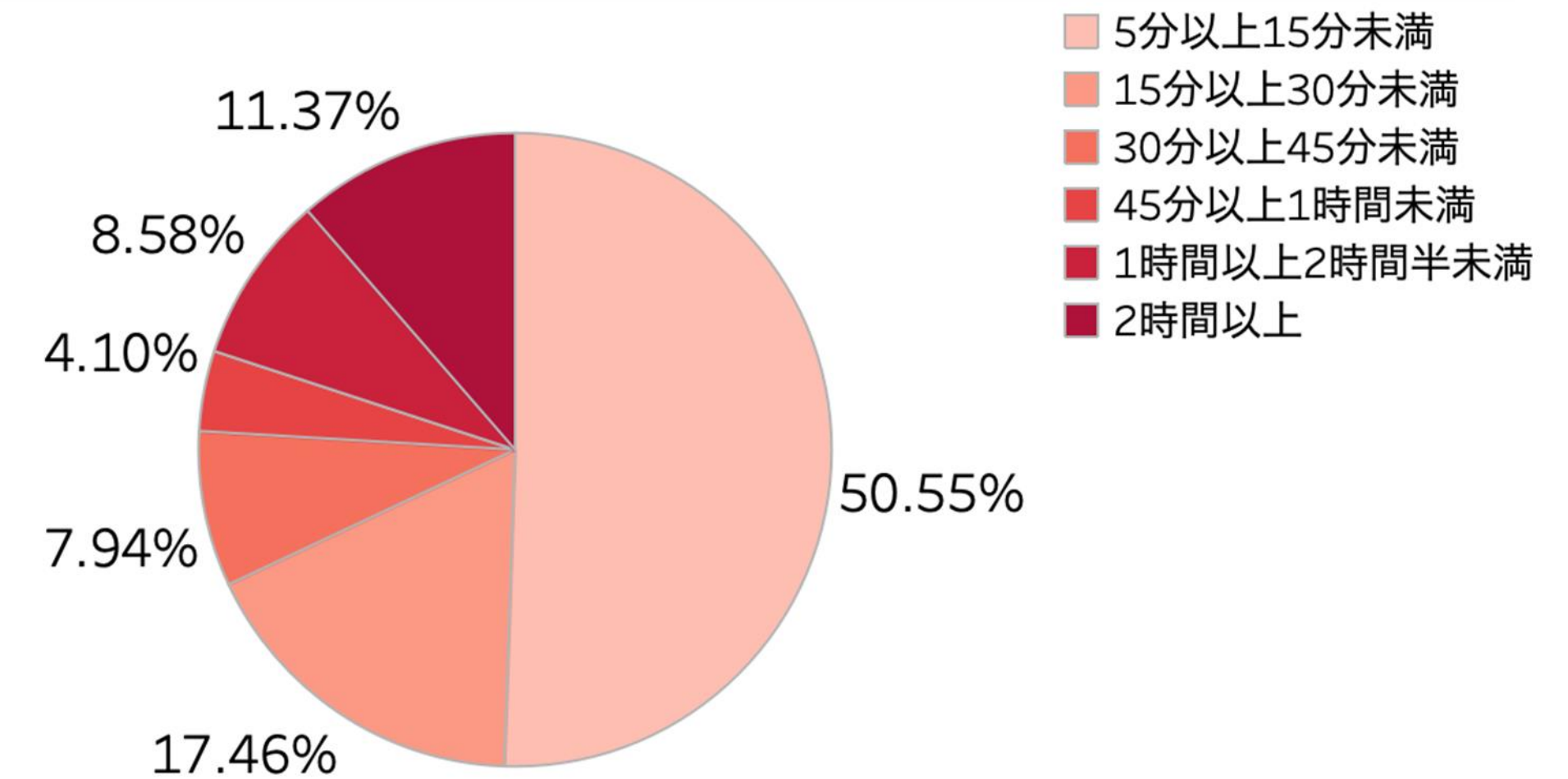


3.4 観光地詳細分析:【第10位】ヘッドランドビーチ 212.5人(1日あたり)

時間帯別1日あたりの観光客数



滞在時間比率



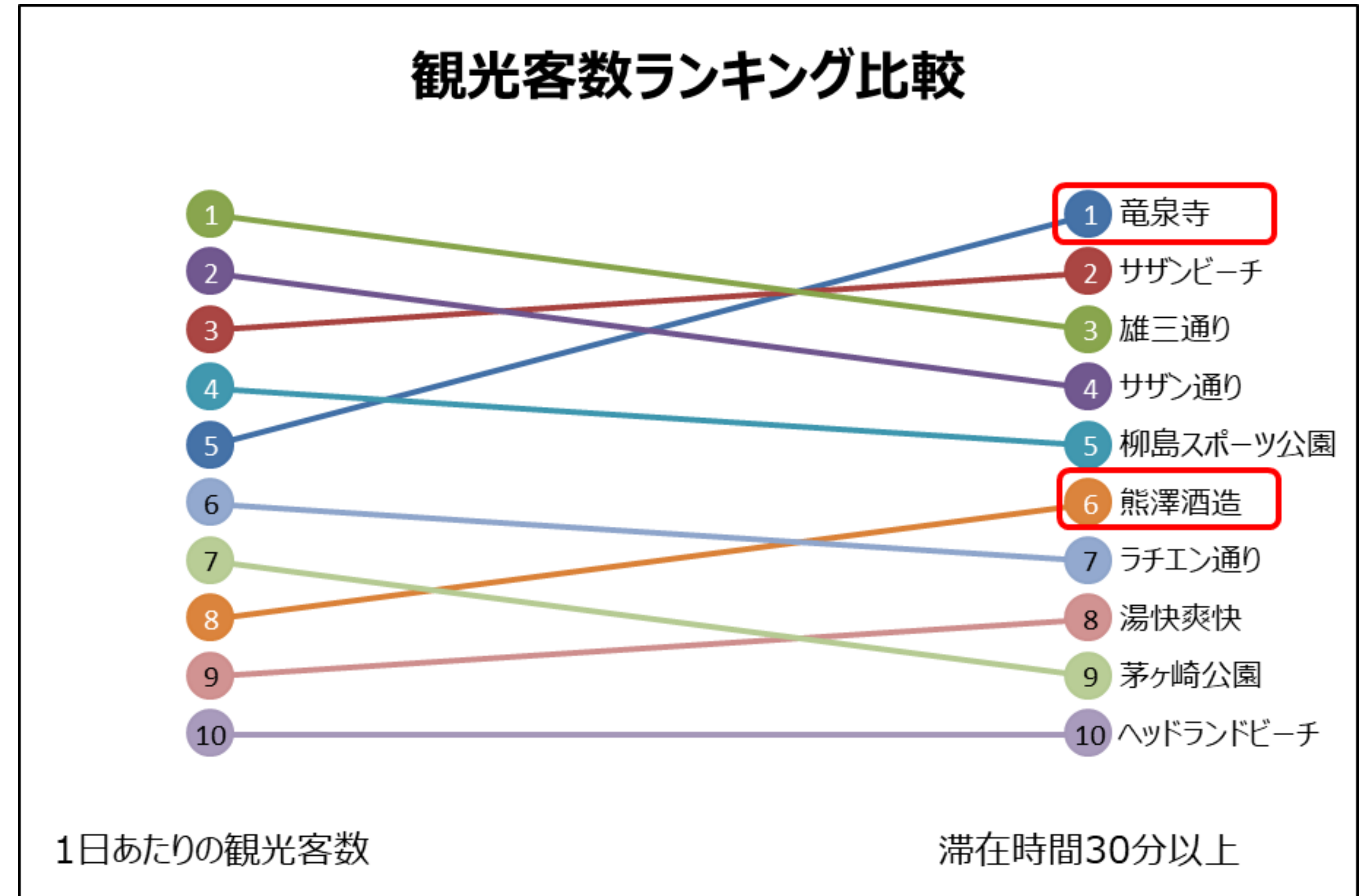
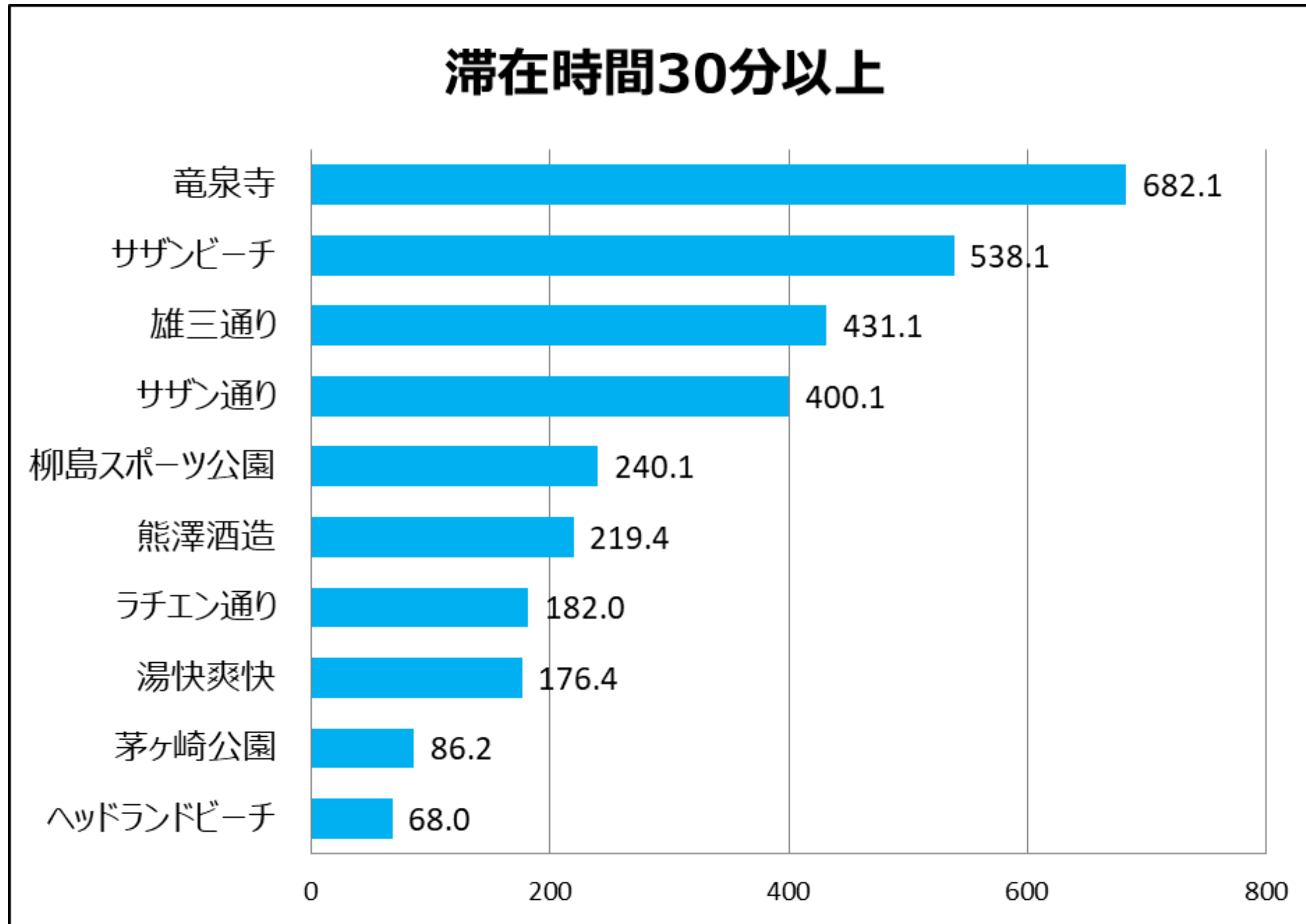
観光地周遊ランキング

回遊先		
RANK	観光地	比率 (%)
1	雄三通り	30.8%
2	サザンビーチ	21.9%
3	ラチエン通り	13.0%
4	茅ヶ崎公園 (野球場)	11.8%
5	サザン通り商店街	6.7%

気づき

- ・サザンビーチより東に位置するビーチで、釣りやバーベキューをすることも出来ます。
- ・サザンビーチと比較して15分未満の滞在が多い傾向があります。
- ・サザンビーチ利用客数が最も多い時間は14時でしたが、ヘッドランドビーチは11時の利用が最も多く、同じ市内にあるビーチですが、利用用途が異なることがうかがえます。

3.5 一日あたりの観光客数と30分以上の滞在客数



上表は1日あたりの観光客数より、滞在時間が30分以上の人数を算出しています。

その結果、観光客ランキング(P17)から変動が見られます。

「竜泉寺」や「熊澤酒造」は動態調査から読み取れる滞在型観光の成功例であると言えます。

今後はこのように観光消費へと繋がる個人事業を増やし、事業の底上げをすることで茅ヶ崎市全体の活性化を促進すると考えられます。

3.5 総括

動態調査による総括

1日あたりの観光客数ランキング(P17)において上位3位である「雄三通り」・「サザン通り」・「サザンビーチ」に着目すると、この3つの観光資源の回遊が見られ、相関性が高い傾向にあることが分かります。

「雄三通り」・「サザン通り」の「通り」は観光客の人通りが多いですが、各滞在時間比率のグラフから読み取れるように、大半の観光客にとってほとんど通過点になってしまっていることが推測されます。通過点から滞在地へと観光客が意識をシフトできるように事業のサポート、魅力的な資源を増やすことが重要と考えられます。

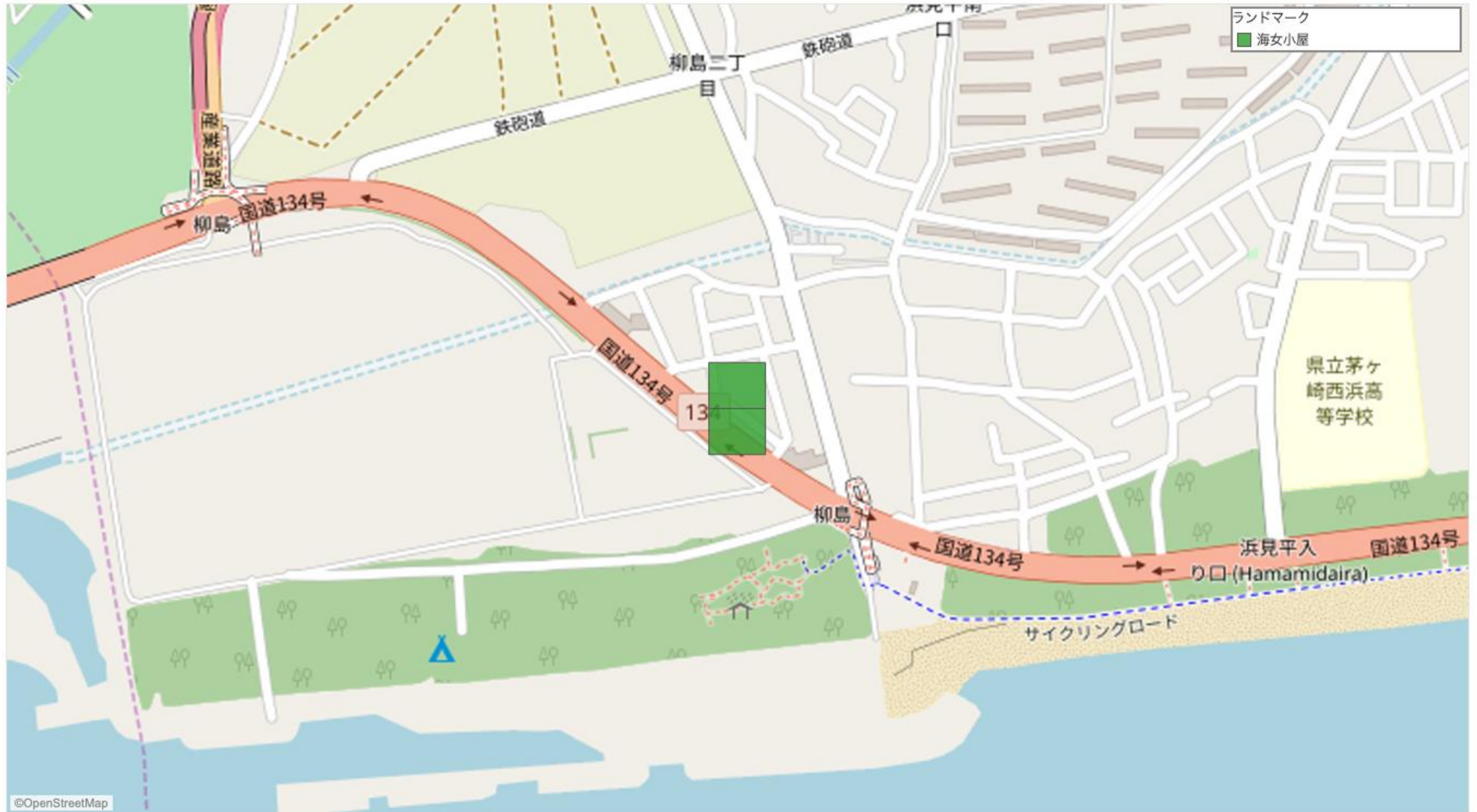
上記3つの観光資源を結ぶ範囲内には、歴史的観光資源があるにも関わらず、回遊の相関関係は上位より逸脱しています。それらを含む歴史的観光資源は1日あたりの観光客数ランキング(P17)でも客数が伸び悩んでいるため、観光客のニーズと適しているか再検討する必要がありそうです。

一方、月別推移(P5)より、イベント開催時は客数増加がうかがえます。今後は更にイベントの内容・告知を外向けにし、市外へ発信していくことで、観光客数と観光消費の増加に繋がると考えられます。同時に交通手段(P10)より、自動車での来訪割合を勘案し、交通環境整備や交通量が多く渋滞する地点での案内・宣伝の工夫なども効果があると考えられます。

観光地ランキング (11位以降)

Appendix

観光ランドマーク海女小屋



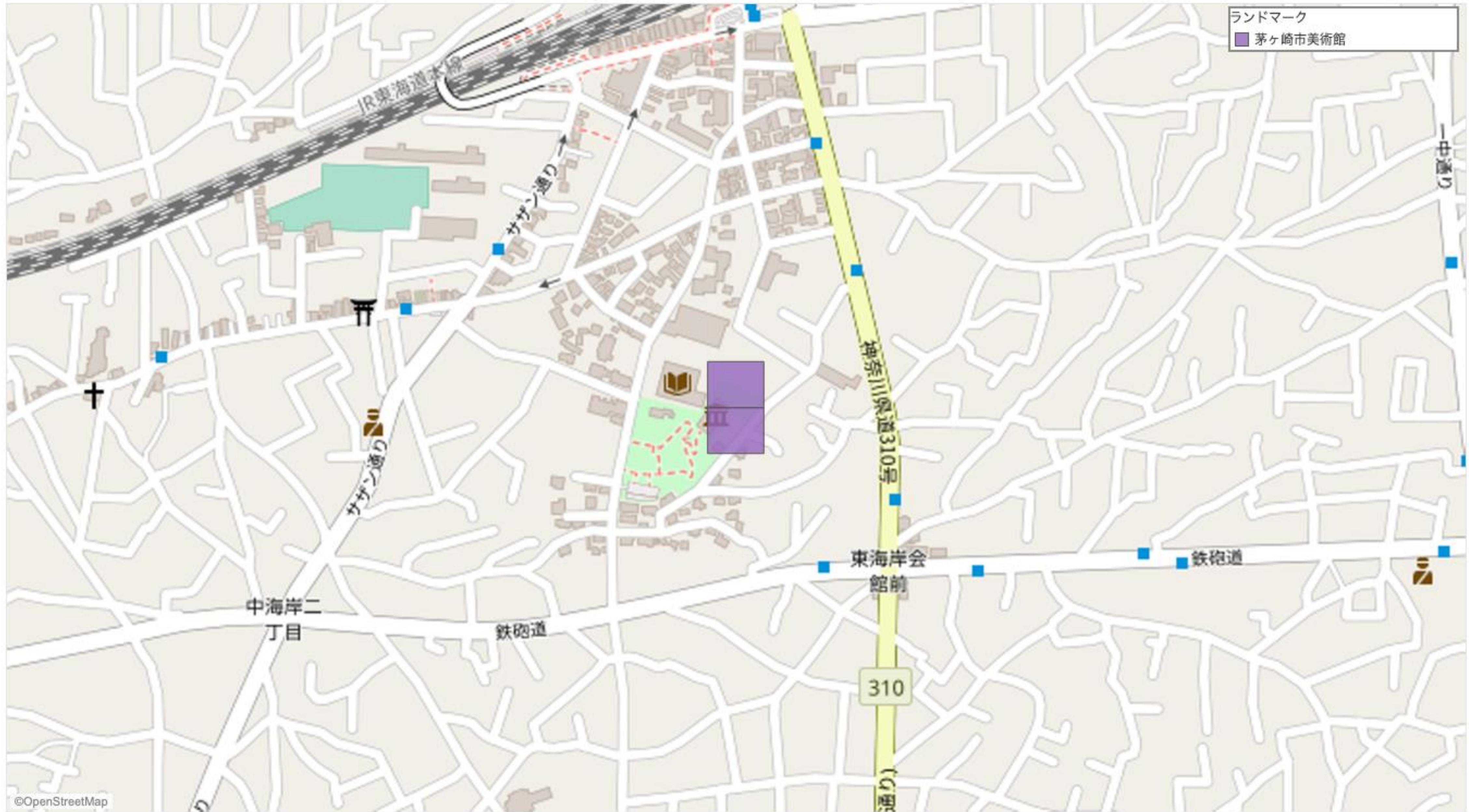
観光ランドマーク 開高健記念館



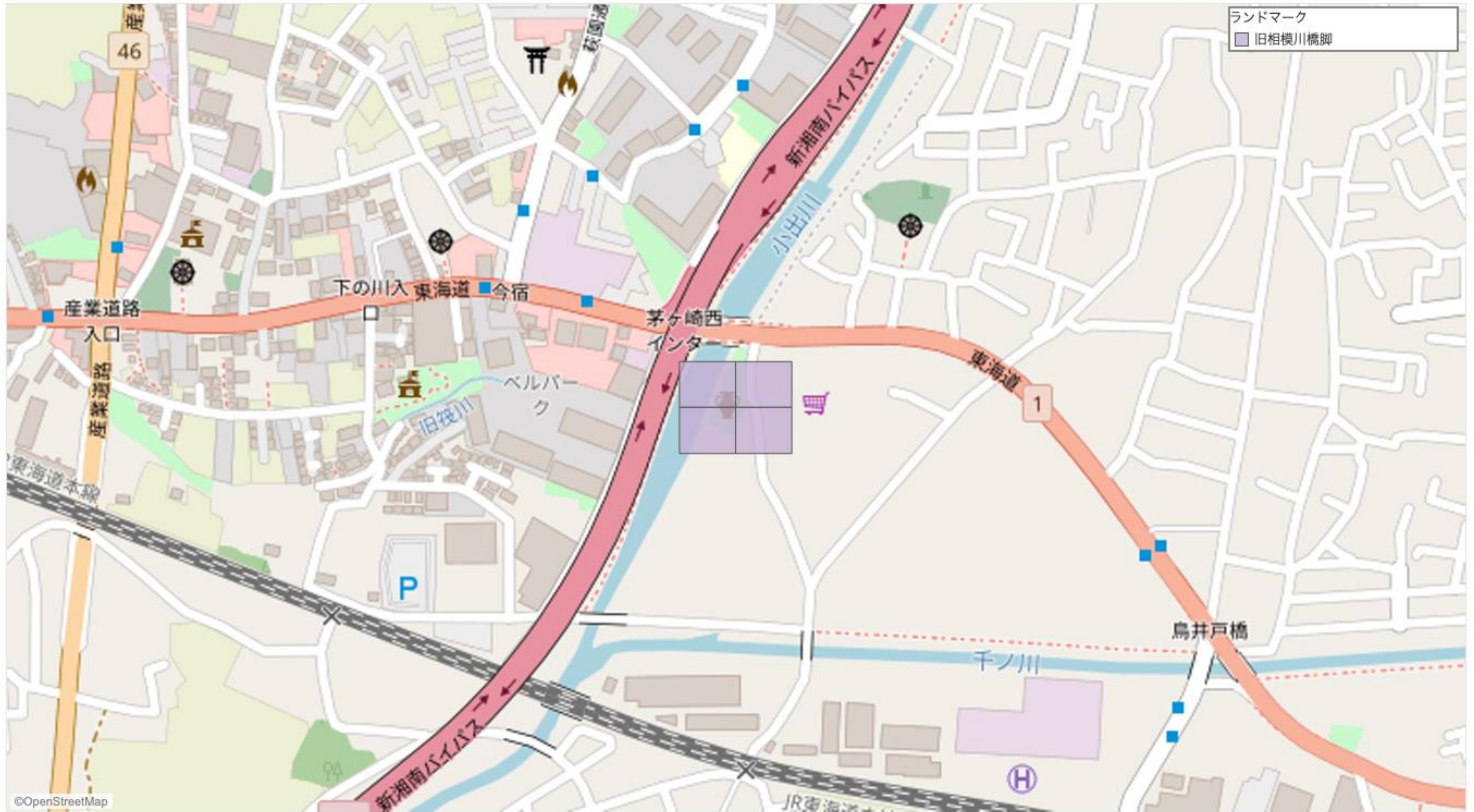
観光ランドマーク 茅ヶ崎館



観光ランドマーク 茅ヶ崎市美術館



観光ランドマーク 旧相模川橋脚



観光ランドマーク 高砂緑地・松籟庵



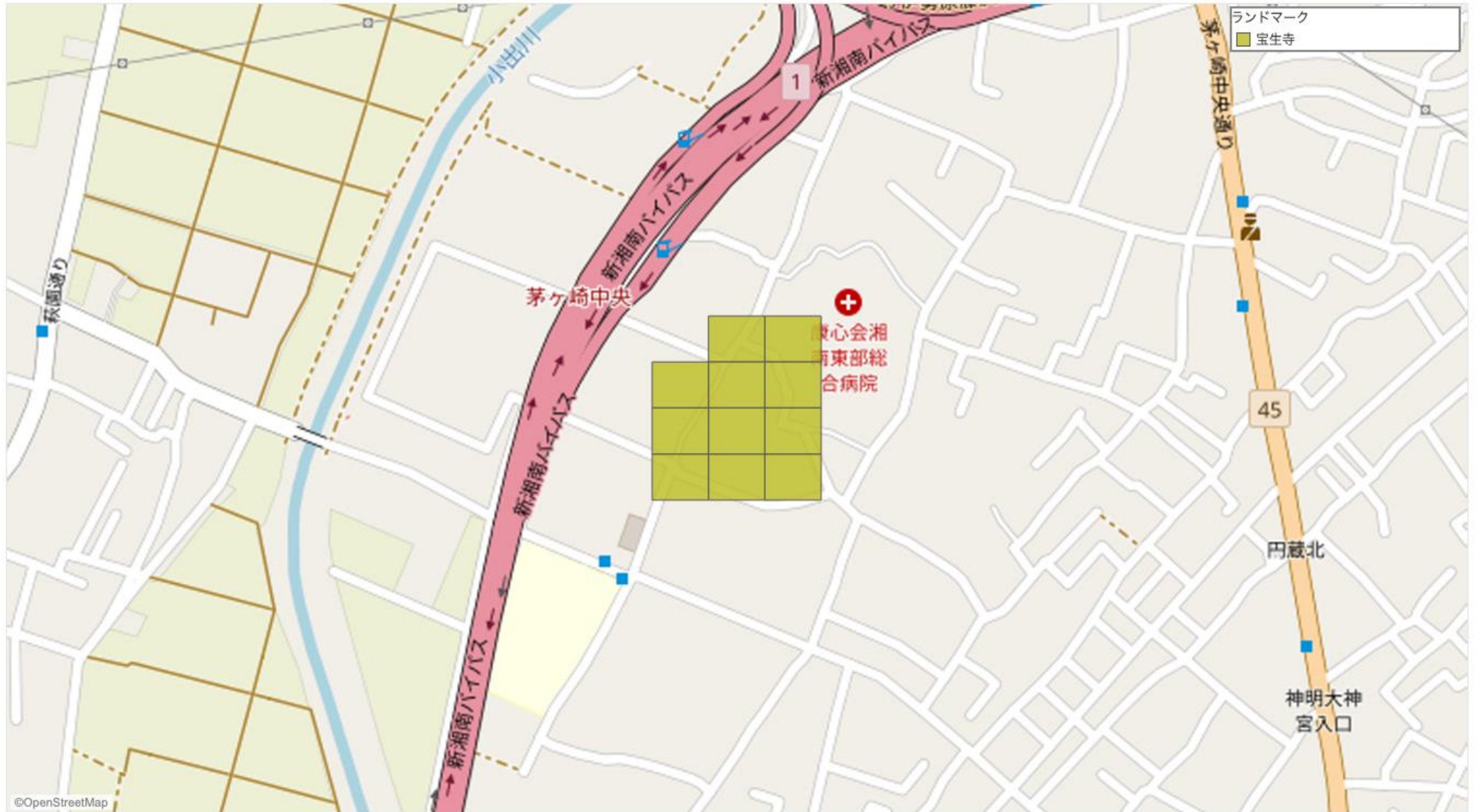
観光ランドマーク 浄見寺・民俗資料館



観光ランドマーク 鶴嶺八幡宮



観光ランドマーク 宝生寺



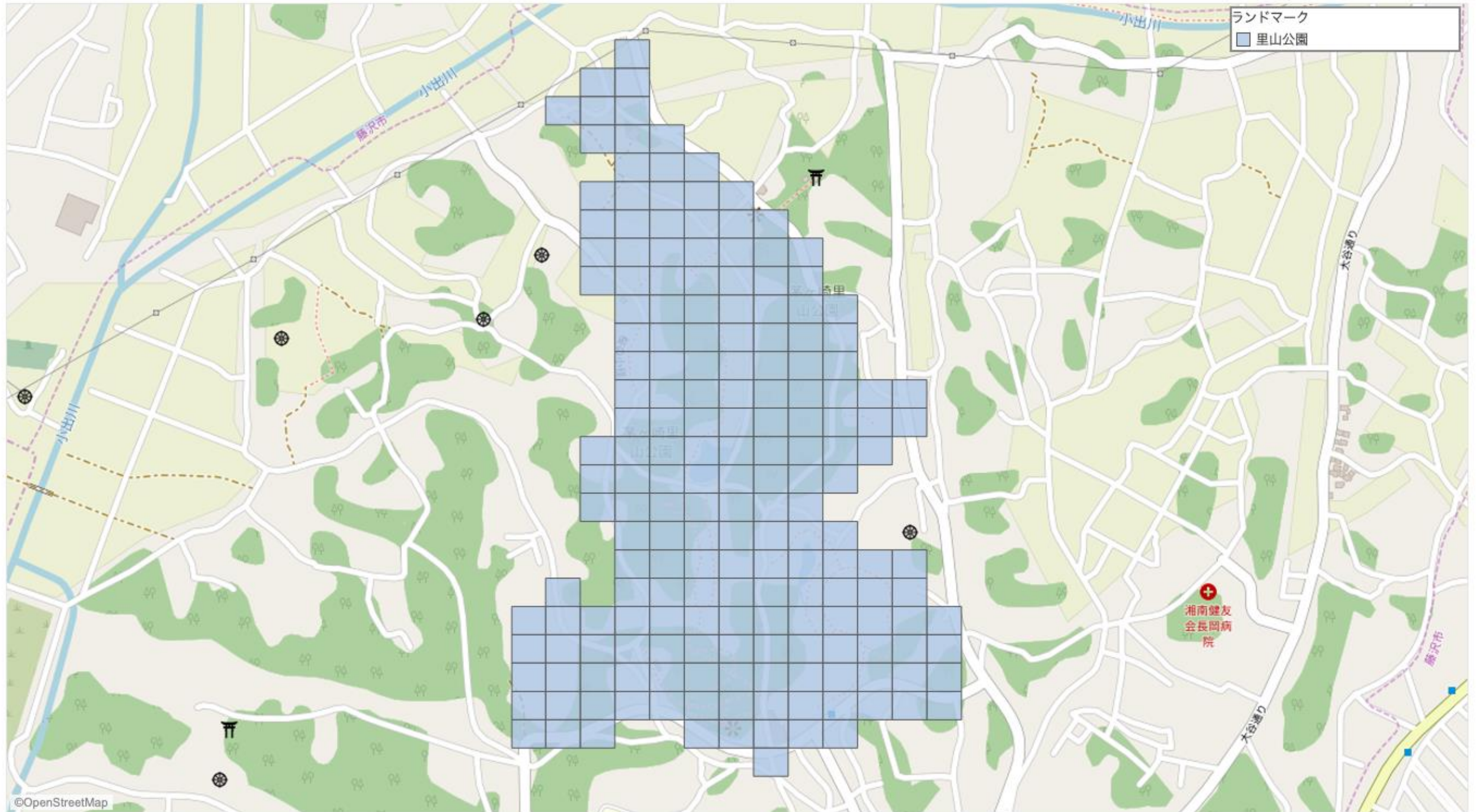
観光ランドマーク 氷室椿庭園



観光ランドマーク 柳島キャンプ場



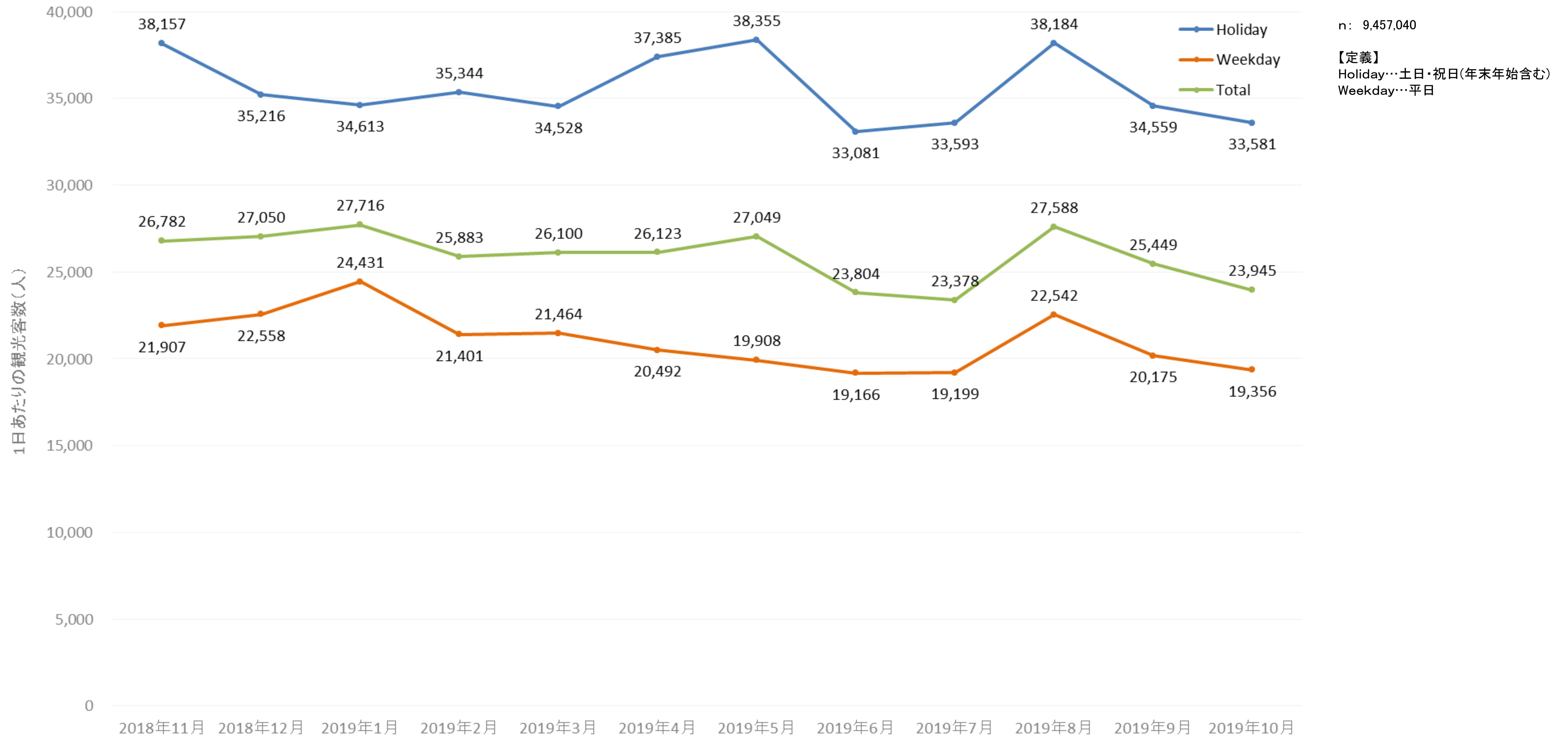
観光ランドマーク 里山公園



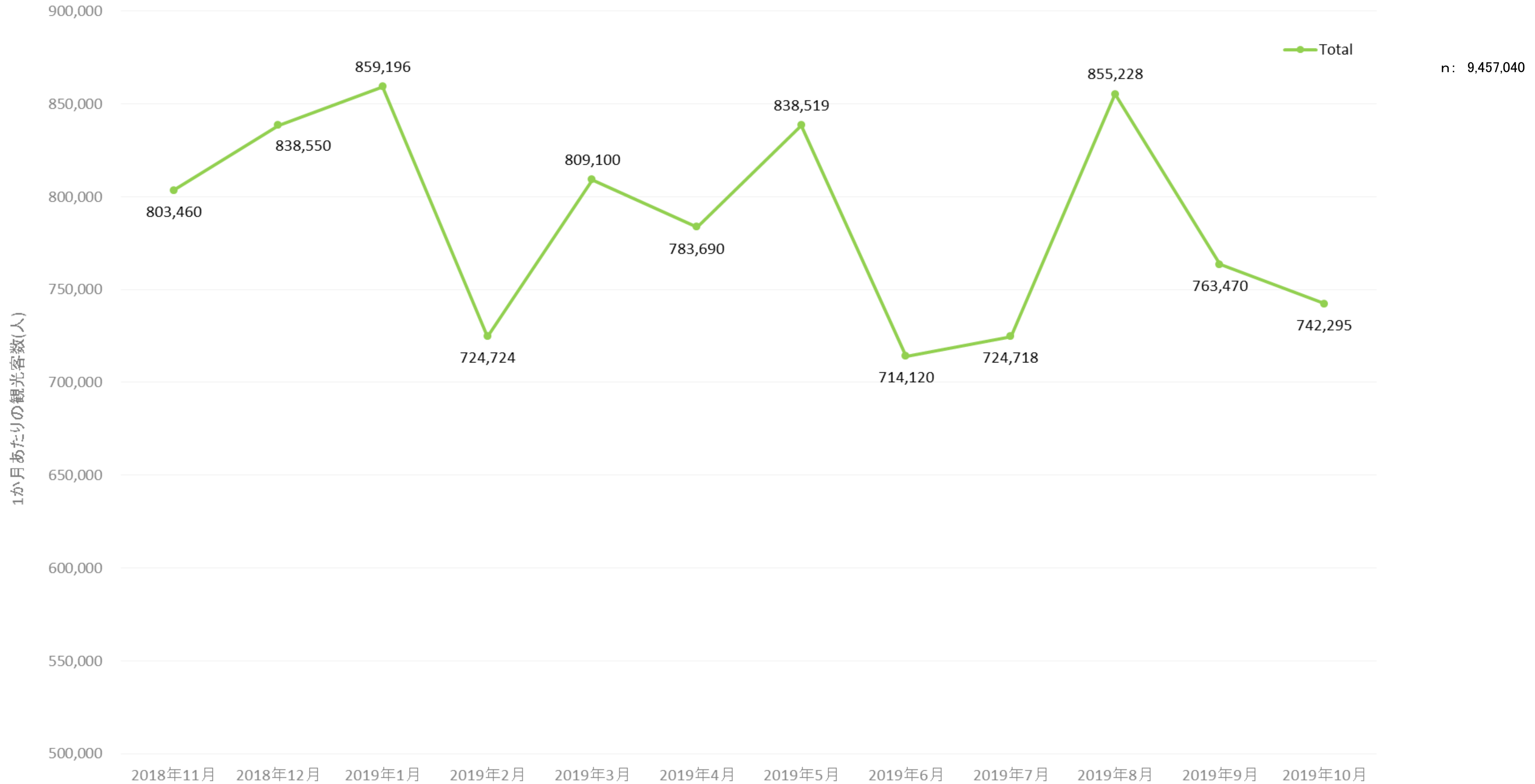
EOF

1.1 【月次】茅ヶ崎市への1日あたりの平均観光客数推移(平日・休日別)

別添2-2



1.1 【月次】茅ヶ崎市への1か月あたりの平均観光客数推移



来訪アンケート

別添2-3

実施団体:(一社)茅ヶ崎市観光協会

イベント名:(アロハマーケット2019年5月11日・12日)

記入日:令和元年 月 日

Q.1 性別は?

男性, 女性

Q.2 年代は?

10歳未満, 10代, 20代, 30代, 40代, 50代, 60代, 70代, 80代以上

Q.3 あなたの居住地をお答えください。

国名(), 都道府県/市区町村(/)

Q.4 茅ヶ崎へは、何回目の訪問ですか。

初めて, 2回目~4回目, 5回目~9回目, 10回以上

Q.5 “茅ヶ崎に来て、このイベント来場以外に”体験した(する)事をお答えください。(例 グルメ、ドライブ、観光など)

[]

Q.6 “茅ヶ崎へ”1年以内に再び来るとお考えですか。

大変そう思う, そう思う, やや思う, どちらでもない, あまり思わない, 思わない, 全く思わない

Q.7 “茅ヶ崎に来て”「市内の観光情報提供」の満足度はどのくらいですか。

大変満足, 満足, やや満足, どちらでもない, やや不満, 不満, 大変不満

Q.8 “茅ヶ崎には”どのような交通手段で来られましたか。

電車, 車, バス, その他()

↑ 上記質問で車, 電車とお答えになった方のみお聞きします。この会場へはどのような手段で来られましたか。

バス, タクシー, 徒歩, その他()

Q.9 “茅ヶ崎に来て”総合的な満足度はどのくらいですか。

大変満足, 満足, やや満足, どちらでもない, やや不満, 不満, 大変不満

Q.10 “茅ヶ崎に来て”良かったと思うことがあれば具体的にお答えください。(自由回答)

[]

Q.11 その他 茅ヶ崎についてのご意見・ご感想があればご記入ください。(自由回答)

[]

#

ご協力ありがとうございました。粗品をお受け取り下さい。

こちらの調査は、無記名で実施し、ご記入いただいた内容は「茅ヶ崎DMO構築事業での活用を目的」として使用致します。お手数をお掛けいたしますが、ご協力下さいますようお願いいたします。

※ご回答の前に一読下さい。
 現住所が同一のご家族で旅行されている方:代表者の方1名のみご回答ください。
 以下質問にご回答ください。選択式の問いは該当する番号を○で囲んでください

問1.本日の旅行行程についてお聞きします。

問1-1:本日の出発地はどこですか。※出張や旅行からのお帰りの方は、出張先・旅行先が出发地

1.現住所(自宅等)が本日の出発地

2.現住所以外が本日の出発地

※本日の出発地をご記入ください

都道府県	区市郡	区町村
------	-----	-----

＜出発地の住所がわからない方＞
 ・出発地の駅名、ホテル名、観光地名等をご記入ください。
 ・出発地が海外の方は国名をご記入ください。

問1-2:本日の目的地はどこですか。 ※出張や旅行に行かれる方は、出張先・旅行先が目的地

1.現住所(自宅等)が本日の目的地

2.現住所以外が本日の目的地

※本日の出発地をご記入ください

都道府県	区市郡	区町村
------	-----	-----

＜目的地の住所がわからない方＞
 ・目的地の駅名、ホテル名、観光地名等をご記入ください。
 ・目的地が海外の方は国名をご記入ください。

問1-3:出発駅及び到着駅をご記入ください。

出発駅

到着駅

問2.出発地から会場までの移動についてお聞きします。

問2-1:会場までに利用した交通機関を順番に番号でご記入下さい。

出発地(問1-1) → ○ → ○ → ○ → ○ → 会場

※交通機関を○の中に記入してください。(番号を下記よりお選びください)

1.新幹線	2.有料特急(新幹線除く)	3.JR在来線(新幹線・特急除く)	4.私鉄・地下鉄	5.モノレール
6.空港直行バス(主要駅から空港直行)	7.高速バス(空港直行以外)	8.貸切りバス・観光バス	9.路線バス・市内電車	10.タクシー・ハイヤー
11.自家用車、社用・公用車	12.レンタカー	13.船	14.国際線	15.その他(徒歩・自転車等)

1.車は駅近くの駐車場に停めている
 2.車は同乗者が乗って帰った

＜国際線を利用された方＞
 ※日本到着空港をご記入ください

空港

問2-2:本日の出発地から会場までの所要時間をお答え下さい。

1.30分以内	2.31分～1時間	3.1時間1分～1時間30分	4.1時間31分～2時間
5.2時間1分～2時間30分	6.2時間31分～3時間	7.3時間1分以上	

問2-3:本日の出発地から会場までの一人当たりの交通費をお答え下さい。

1.1,000円以下	2.1,001～2,000円	3.2,001～3,000円	4.3,001～4,000円	5.4,001～5,000円
6.5,001～10,000円	7.10,001円以上			

問2-4:最寄り駅に着いたのは、出発予定時刻の何分前ですか。(分前)

問3.会場から目的地までの移動についてお聞きします。

問3-1:会場から目的地までの交通機関を、利用予定の順に番号でご記入下さい。

会場 → ○ → ○ → ○ → ○ → 目的地

※交通機関を○の中に記入してください。(番号を下記よりお選びください)

1.新幹線	2.有料特急(新幹線除く)	3.JR在来線(新幹線・特急除く)	4.私鉄・地下鉄	5.モノレール
6.空港直行バス(主要駅から空港直行)	7.高速バス(空港直行以外)	8.貸切りバス・観光バス	9.路線バス・市内電車	10.タクシー・ハイヤー
11.自家用車、社用・公用車	12.レンタカー	13.船	14.国際線	15.その他(徒歩・自転車等)

質問は裏面に続きます

問4.あなたご自身とご家族についてお聞きします。

問4-1:3才以上の旅行者についてお答えください。(ご本人、ご家族以外も含みます) _____人

問4-2:ご自身の性別・年齢・職業・年収をご本人欄に番号でご記入ください。
 ※家族1から家族5の欄には、同行されているご家族(現住所が同一の方)についてご記入ください。

		選択肢					記入例	ご本人	家族1	家族2	家族3	家族4	家族5
性別	1.男 2.女						1						
年齢	1.14歳以下 2.15～19歳 3.20～24歳 4.25～29歳 5.30～34歳 6.35～39歳 7.40～44歳 8.45～49歳 9.50～54歳 10.55～59歳 11.60～64歳 12.65～69歳 13.70～74歳 14.75～79歳 15.80歳以上						6						
職業	1.管理的職業(役員・管理職員) 2.専門・技術・事務関係職業 3.販売・サービス関係職業 4.農林漁業関係職業 5.生産・運輸関係職業 6.その他の職業 7.中学生以下 8.高校生以上の学生 9.主婦・主夫(職業従事者を除く)						2						
年収	1.なし 2.100万未満 3.100～199万円 4.200～299万円 5.300～399万円 6.400～499万円 7.500～699万円 8.700～999万円 9.1,000～1,499万円 10.1,500～1,999万円 11.2,000万円以上						6						

年収についての設問は、旅客の平均的な年収を算出することにより、鉄道利用者全体の時間に対する価値観(時間価値)を計算し、鉄道政策の参考とするためにお聞きしています。

問4-3:駅までのお見送りの方についてお答えください(小学生以上)

1.見送りはない 2.見送りがあった ()人

問5.現住所についてお答えください。

＜日本にお住まいの方＞

現住所	都道府県	区市郡	区町村
-----	------	-----	-----

＜日本以外にお住まいの方＞

お住まいの国	お住まいの国と国籍は同じですか? 1.はい 2.いいえ	国籍
--------	--------------------------------	----

問6.今回の旅行についてお聞きします。

問6-1:旅の主な目的をお答え下さい。

1.仕事	2.観光	3.観光以外の私用・帰省	4.その他
------	------	--------------	-------

問6-2:旅行日数をお答えください。

1.日帰り	2.宿泊を伴う旅行	全体日数	泊	日	本日の行程	日目
-------	-----------	------	---	---	-------	----

問6-3:旅行の帰り(または行き)に、現在と同じ路線を利用しますか(しましたか)

1.利用する(利用した)	2.他の路線を利用する(利用した)	3.他の交通機関を利用する(利用した)
4.転居・赴任等により片道の旅行	5.未定	

問6-4:ご利用されている切符の種類をお答えください。

1.普通乗車券	2.特急券(自由席)	3.特急券(指定席)	4.グリーン券	5.定期乗車券
6.回数乗車券	7.団体乗車券	8.貸切乗車券	9.その他(ツアー等)	10.電車以外(車)

＜1,2,3,4を選択された方＞

_____円/人

※路線(片道)の購入金額をご記入ください。

令和元年度茅ヶ崎DMO事業

◆◆◆◆ アンケート ◆◆◆◆

茅ヶ崎市観光協会が取り組んでおります「茅ヶ崎市 DMO 構築事業」において、アンケート調査を実施いたします。お答えいただいた内容に関しましては、本事業内でのみ活用させていただきます。ご協力のほど、宜しくお願い致します。

10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代

1. 神奈川県茅ヶ崎市をご存知ですか。

知っている 知らない

2-1. 神奈川県茅ヶ崎市に行ったことはありますか

ある ない

2-2. 「ない」と答えられた方のみ理由を教えてください

目的地とするもの・ことがないからその他 ()

以下、茅ヶ崎に行ったことがある方のみお答えください。

3. 交通手段には何を利用されましたか

自家用車 レンタカー 自転車 バイク 電車 その他 ()

4. 目的をおしえてください。

()

5. 4の目的地に行く際（もしくは帰る際）に立ち寄ったところを教えてください。

()

6. 茅ヶ崎の滞在時間を教えてください。

30分未満 30分～1時間未満 1時間～3時間未満 3時間～5時間未満 5時間以上

7. 茅ヶ崎での宿泊の有無を教えてください。

宿泊した（宿泊先：) 宿泊していない

8. 誰と訪れたか教えてください。

友人と 家族と 同僚と 一人で 恋人と その他 ()

9. 茅ヶ崎にはどこから来て、滞在後どこに向かいましたか

() から来て () に向かった

EX> (自宅のある厚木市) から来て (逗子) に向かった

10. 茅ヶ崎に来るのに要した時間と、次の目的地に向かうのに要した時間を教えてください。

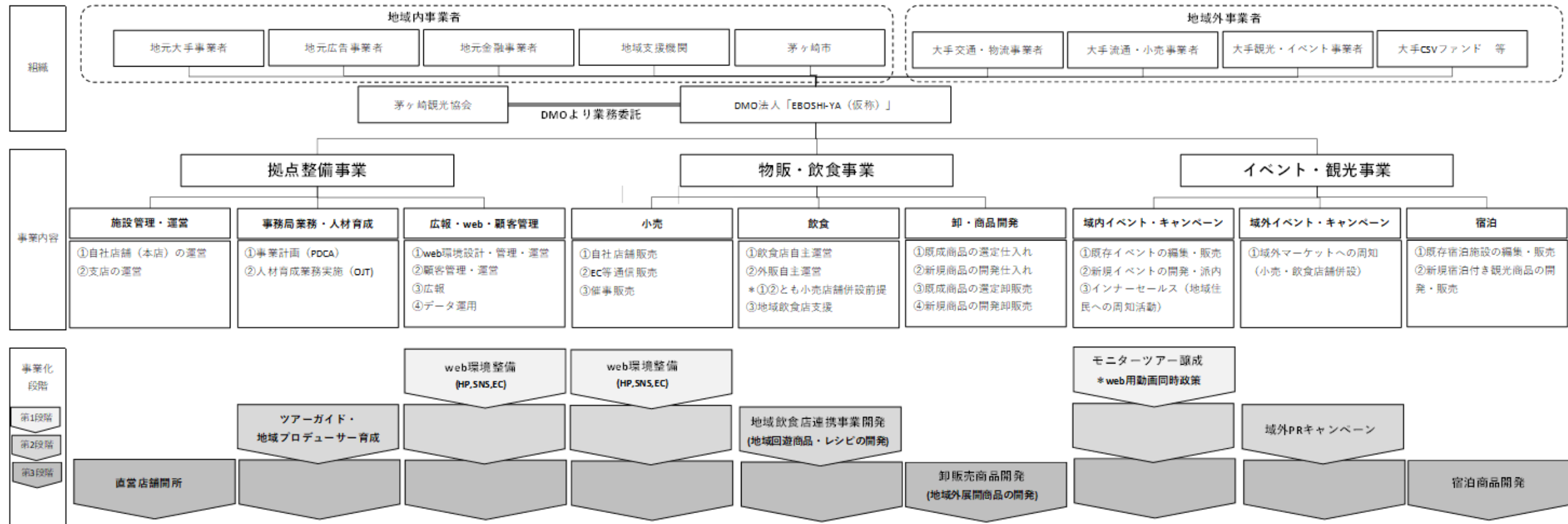
茅ヶ崎に来るのに () 分かかり、次の目的地に向かうのに () 分かかった

★ご協力ありがとうございました★

■継続的な事業推進を目的にした「組織」「事業内容」「事業化ステップ」イメージ

継続的、かつ広がりのあるDMO事業の構築を図るため、推進体制強化のために必要な団体との連携強化のための組織づくり、DMOの自走化のみならず地域の多くの事業者支援(商品開発・販路開拓・人材育成等)の受け皿となり得る事業創造、そして事業化を実現させるための段階的事業展開プランを設計し、実現に向けた具体的施策の立案を図る。

「組織」「事業内容」「事業化ステップ」イメージ



「組織」

地域内 地域支援機関をはじめとした、地元金融、広告、大手企業・団体等、地域産業界の参画による地域支援基盤体制の構築
 地域外 マーケット・販路に精通した大手交通、小売、観光等の民間企業・団体及び域外支援機関（国、県、支援団体等）連携体制の構築

「事業内容」

拠点整備事業 地域中小企業事業者にとって観光誘客、域外情報発信等のプラットフォームとなり得る集客交流拠点の構築
 物販・飲食事業 地域事業者とマーケットを繋ぐ販路開拓、販売代行、商品開発等の流通全般に係る専門店・商社機能の構築
 イベント・観光事業 地域事業者とマーケットを繋ぐ観光誘客に直結する商品・サービスの開発及び域内外への周知活動の推進

「事業化ステップ」 概ね3年程度での具現化を目指す

- 第1段階 まずweb上の拠点づくりをEC,SNS等で構築し、併せてPR素材（動画）確保の手段としてのモニターツアーを推進
- 第2段階 商店街・飲食店等との地域連携を促進する商品設計・PRと併せて連携事業を推進可能な地域人材を育成
- 第3段階 実店舗拠点の開設と併せて域外販路（卸販売）開拓及び宿泊を伴う観光商品を開発

DMO事業による茅ヶ崎市数値への波及効果

年間数値	現状	目標	増減	増減率	備考
観光入込客/人	3,000,000	3,010,000	10,000	0.3%	*1万人会員化
観光消費額/円	4,800,000,000	5,000,000,000	200,000,000	4.2%	*決済アプリ開発 2023年(令和4年)
購入単価/円	1,600	1,661	61	3.8%	

消費額(売上)2億円 = DMO事業目標売上高計画(案)

	売上	利益高	利益率	備考
DMO事業計	220,000,000	32,500,000	14.8%	
日帰り観光消費額	150,000,000	12,500,000	8.3%	*1000事業者加入目標
・立寄り(飲食)	100,000,000	5,000,000	5.0%	*アプリ(手数料)収入 平均単価2,000円×50,000客
・目的地	30,000,000	1,500,000	5.0%	*アプリ(手数料)収入 平均単価5,000円×6000客
・ツアー	10,000,000	3,000,000	30.0%	*自主企画として実施 平均単価10,000円×1000客
・単発イベント	10,000,000	3,000,000	30.0%	*自主企画として実施 平均収入2000円×5000客
・宿泊				*アプリ導入後広域事業で実施
物販販売	50,000,000	15,000,000	30.0%	*100品目(50万円/1品目当目標)
・EC、カタログ	40,000,000	12,000,000	30.0%	*自主企画として実施 平均単価4,000円×10,000品
・店頭(イベント含)	10,000,000	3,000,000	30.0%	*自主企画として実施 平均単価2000円×5000品
その他	20,000,000	5,000,000	25.0%	
・市以外受託事業	10,000,000	3,000,000	30.0%	*OJT受入、他地域コンサル等 平均200万円×5本
・講座企画	10,000,000	2,000,000	20.0%	*自主企画として実施 平均100,000円×100人

DMO事業支出計画(案)

項目	金額(円)	備考	
合計	31,800,000		
人件費	15,000,000	*プロジェクト別人件費除く	
・常勤事務局長	50万円/月	6,000,000	*プロジェクトマネージャー級
・常駐スタッフ	25万円/月	3,000,000	*育成視点若手即戦力(昇給あり)
・パートタイマー	10万円/月	1,200,000	*週3日程度・交代制
・パートタイマー	10万円/月	1,200,000	*週3日程度・交代制
・非常勤専門家	20万円/月	2,400,000	*マーケット専門家月4日程度
・学生インターン	5万円/月	600,000	
・学生インターン	5万円/月	600,000	
事務費	16,800,000		
・家賃・光熱費	60万円/月	7,200,000	*商品倉庫・web装置機能含
・web環境	20万円/月	2,400,000	*HPSNS、EC
・販促費	20万円/月	2,400,000	
・事務経費	20万円/月	2,400,000	
・定点調査費	20万円/月	2,400,000	*動態調査・アンケート等

独自KPI 情報発信・人材交流プラットフォーム「チガサキ・オールアクターズ(仮称)」会員獲得

・地域住民	40,000人	地域住民15歳以上の20%弱
・地域事業者	1,000者	地域小売・サービス事業の20%強
・域外固定客(リピーター)	10,000人	100回来るハードリピーター
会員計	5,1000件	

独自KPI 域内外広域連携企業・団体ネットワーク「EBOSHI-YAH 倶楽部(仮称)」登録

・域内外協力企業・団体	200件	
-------------	------	--

年度別目標

年度	令和元年度(2019年)		令和2年度(2020年)		令和3年度(2021年)		令和4年度(2022年)		令和5年度(2023年)	
	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高
年次テーマ	●地域住民主体の定例会議・セミナー・ワークショップの開催による機運醸成 ●過去データからの仮説設定及び立証する動態調査及び戦略プランの確立		●webプラットフォームの構築(SNS,EC) ●組織化に向けたweb会員獲得・広域連携体制づくり ●モデル事業創生のための域内注力地域への集中的なテストマーケティングの実施		●立寄りニーズを満たす飲食店を中心とした店舗ネットワークの構築 ●webプラットフォームの構築(web講座開設) ●ツアー・イベントの実施に伴う地域住民連携によるガイド育成カリキュラムの開始		●webプラットフォームの構築(決済アプリ導入、多言語化、越境EC) ●実店舗開設		●インバウンド(訪日外国人観光客)用メニューの開発 ●ハワイコンテンツコラボモデルツアー・商品等の開発	
項目	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高	売上	利益高
	0	0	2,000,000	600,000	17,000,000	5,100,000	86,000,000	15,800,000	220,000,000	32,500,000
日帰り観光消費額	0	0	0	0	6,000,000	1,800,000	50,000,000	5,000,000	150,000,000	12,500,000
・立寄り(飲食)							30,000,000	1,500,000	100,000,000	5,000,000
							200メニュー		1000メニュー	
・目的地							10,000,000	500,000	30,000,000	1,500,000
							30企画		100企画	
・ツアー					3,000,000	900,000	5,000,000	1,500,000	10,000,000	3,000,000
					300客(10本)		500客(20本)		1000客(35本)	
・単発イベント					3,000,000	900,000	5,000,000	1,500,000	10,000,000	3,000,000
					1500客(10本)		2500客(20本)		5000客(35本)	
・宿泊										
物販販売	0	0	2,000,000	600,000	7,000,000	2,100,000	25,000,000	7,500,000	50,000,000	15,000,000
・EC、カタログ			1,500,000	450,000	5,000,000	1,500,000	20,000,000	6,000,000	40,000,000	12,000,000
			375品		1250品		5000品		10000品	
・店頭(イベント含)			500,000	150,000	2,000,000	600,000	5,000,000	1,500,000	10,000,000	3,000,000
			250品		1000品		2500品		5000品	
その他	0	0	0	0	4,000,000	1,200,000	11,000,000	3,300,000	20,000,000	5,000,000
・市以外受託事業					2,000,000	600,000	6,000,000	1,800,000	10,000,000	3,000,000
								3本	5本	
・講座企画					2,000,000	600,000	5,000,000	1,500,000	10,000,000	2,000,000
										100人

KPI達成年度

年度	令和元年度(2019年)	令和2年度(2020年)	令和3年度(2021年)	令和4年度(2022年)	令和5年度(2023年)
合計	6,400,000	15,000,000	7,800,000	18,000,000	31,800,000
人件費	2,400,000	6,600,000	5,400,000	8,400,000	15,000,000
・常勤事務局長		3,000,000	3,000,000	3,000,000	6,000,000
・常駐スタッフ				3,000,000	3,000,000
・パートタイマー		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
・パートタイマー			1,200,000	1,200,000	1,200,000
・非常勤専門家	2,400,000	2,400,000			2,400,000
・学生インターン					600,000
・学生インターン					600,000
事務費	4,000,000	8,400,000	2,400,000	9,600,000	16,800,000
・家賃・光熱費				7,200,000	7,200,000
・web環境		2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
・販促費					2,400,000
・事務経費	2,000,000	2,000,000			2,400,000
・定点調査費	2,000,000	2,000,000			2,400,000
・その他経費		2,000,000			
収支計	-6,400,000	-14,400,000	-2,700,000	-2,200,000	700,000

市DMO予算で充当 市DMO予算+協会予算で充当 国等別予算+協会予算で充当 国等別予算+協会予算で充当 自立

独自KPI 情報発信・人材交流プラットフォーム「チガサキ・オールアクターズ(仮称)」会員獲得

・地域住民	500	5,000	20,000	40,000
・地域事業者	50	200	500	1,000
・域外固定客(リピーター)	500	2,000	5,000	10,000
会員計	1,050	7,200	25,500	51,000

独自KPI 域内外広域連携企業・団体ネットワーク「EBOSHI-YAH 倶楽部(仮称)」登録

・域内外協力企業・団体	10	50	100	200
-------------	----	----	-----	-----