

# 勝浦版観光DMO推進事業（勝浦丸進水プロジェクト）

資料4

## 事業の背景・概要

- 勝浦市は日本の渚100選にも選ばれる鵜原守谷海岸を有しているが、東日本大震災以降急激な海水浴客離れがあり、その後は新聞広報及び県外プロモーションを行い戻りつつあるが、夏の海水浴客は年々減少傾向にある。
- 首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の整備及び都心から約75kmという立地から勝浦市へのアクセスはより一層向上しており、観光客の多くが宿泊から日帰り客へ移行しているなか、体験型観光やお土産品の開発など、観光客の滞在時間の延長に繋がる仕組みづくりが課題となっている。
- 天正の時代から400年以上続いている勝浦朝市、勝浦の食のブランドといえるカツオ、今年で16回目を迎えるかつうらビッグひな祭りや勝浦を代表する文化、食、イベントと誘客を行っているところであるが、未だ勝浦市の認知度は全国的に広まっておらず、今まで以上に認知度向上を図る必要がある。また、勝浦市民自らが気づかない市の魅力を、千葉大学等とCOC+の連携により再発見し、発信していく必要がある。

## 重要業績評価指標（KPI）

- 交流人口（観光入込客数） 1, 126千人⇒1, 300千人      ○市内宿泊件数 291千人⇒310千人
- 新規雇用者 10人      ○4K映像のアンケート 500人（うち4K映像の好評価8割）
- 移住相談件数 126件 ⇒ 200件      ○新規就農者 3人⇒18人      新規漁業者 2人⇒12人

## 【政策間連携】

○海外及び市外からの観光客に勝浦市の魅力をアピールし情報を発信するには、紙媒体(観光パンフレット・ポスター)及び既存観光イベントのブラッシュアップだけでは限界が来ており、新しい映像技術である4Kが持つ臨場感、立体感による勝浦市の四季折々の魅力をPRし、年間を通した勝浦市への観光を目的とした誘客及び移住定住(訪れたい・交流したい・住みたい)、農業・漁業体験型観光を通して勝浦に触れることによる1次・2次産業への就業を促す。また、映像製作者に著作権・版権を帰属し、製作者が転用先として他企業へコンテンツ活用してもらうことにより勝浦市の映像が全国的な各種メディアで流れ魅力が多角的に発信することが出来る。

## 【官民協働】

○勝浦市観光協会は、市から年間約600万円の補助を受けており、活動形態は市内の旅館、飲食店等で構成されているボランティア団体である。しかしながら、市内観光が繁忙期には主の家業に従事しなくてはならず、専従で本市のプロモーションを行えていない状況にある。今後、プロモーションや観光業を専従で対応していく組織体制を構築するために、本市の主要産業である農業・漁業を体験できる着地型旅行商品の開発を地元区などと協力(地方創生先行型上乗せ交付タイプⅡ)し行いながら、地元お土産産品開発によるロイヤリティを創出し自主財源の確保に繋げ、早期に法人化を行い、観光客の滞在時間の延長による宿泊数の増加、観光協会の自立及び雇用の促進を図る。

## 【今後の展開】

○長い歴史を持つ朝市、ブランドであるカツオ、リアス式海岸の自然美あふれる景勝地等、勝浦の文化・食・自然を新たな映像技術である4K映像でプロモーションすることで、4Kが持つ臨場感、立体感による興味を誘引し、紙媒体である観光パンフレット、地方創生先行型上乗せ交付で実施した観光アプリ及び多言語対応観光ガイドブックと共に勝浦市の魅力をより効果的に発信する。また、観光協会の法人化により、多様な民間事業者と連携しつつ地域一体となり国内外の観光客を誘致し、勝浦市が人口減少の荒波に立ち向かうことの船出とし本計画を勝浦丸進水プロジェクトと名づけ、観光による地方創生を実現し、観光からの農林水産業・移住定住の促進を図る。

## 勝浦丸進水プロジェクト 具体的業務

- 観光協会法人化支援
- シティープロモーション戦略
- 観光振興計画策定
- 着地型観光商品開発
- 4K映像製作

## イメージ

4K  
映像

観光衝動  
の誘引

魅力の掘  
起し及び  
発信

- 訪れたい
- 交流したい
- 住みたい

- 観光パンフレット
- アプリ
- ガイドブック

自治  
体

旅館  
業組  
合

飲食  
店組  
合

商工  
会

観光  
協会

各区

COC+

- 移住・定  
住
- カツオ等  
の勝浦ブ  
ランド発信

- 勝浦版  
観光DMO
- 地域一体  
の観光プロ  
モーション

法人化