

<資料編>

都市イメージ調査結果 概要 44ページ

プラン策定の経緯 58ページ

都市イメージ調査

千葉市では、シティセールス戦略プランを策定するにあたり、その基礎資料とするため、都市イメージ調査を行いました。

本調査は市民調査・市外他都市調査・市内交流人口調査に分類して実施しましたが、その概要は次のとおりです。

(1) 市民調査

調査対象

- ・市内在住の男女計 528 サンプル

調査方法

- ・インターネットによるWEBアンケート

調査期間

- ・2006年7月20日～2006年7月21日

(2) 市外他都市調査

調査対象

- ・さいたま市、横浜市、甲府市、水戸市、船橋市、江戸川区在住の男女、合計 1289 サンプル

調査方法

- ・インターネットによるWEBアンケート

調査期間

- ・2006年7月20日～2006年7月21日

(3) 市内交流人口調査

調査対象

- ・市外在住者 327 サンプル

調査方法

- ・千葉駅前、海浜幕張駅前における街頭聞き取り調査
(JR千葉駅前：166 サンプル、JR海浜幕張駅前：161 サンプル)

調査期間

- ・2006年8月4日～2006年8月7日
-

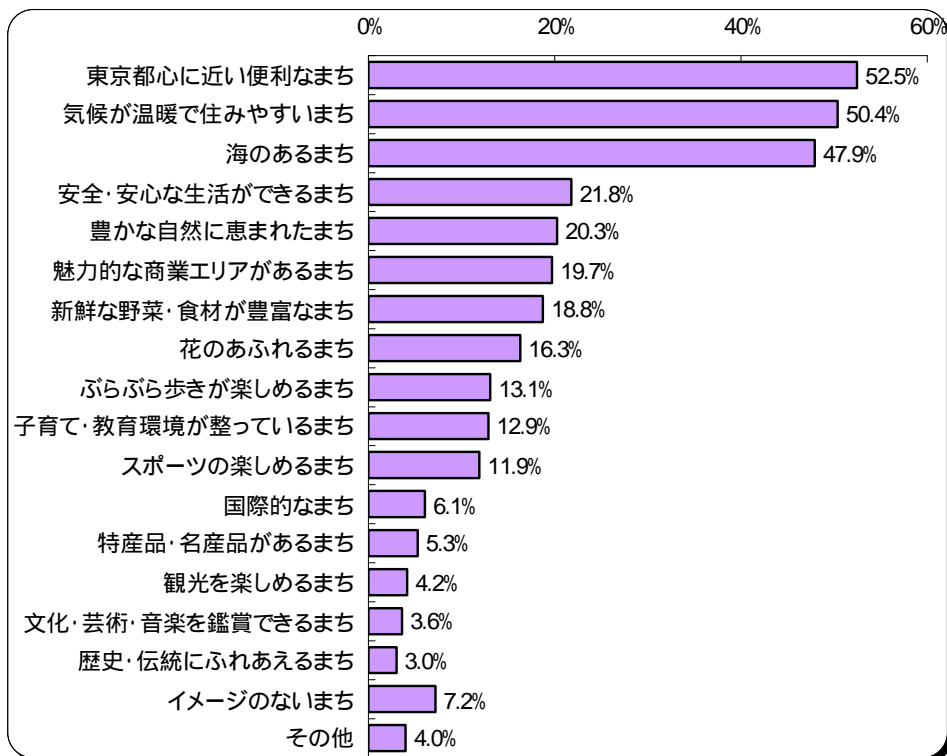
1 市民調査結果

調査結果の概要

(1) 千葉市の都市イメージ

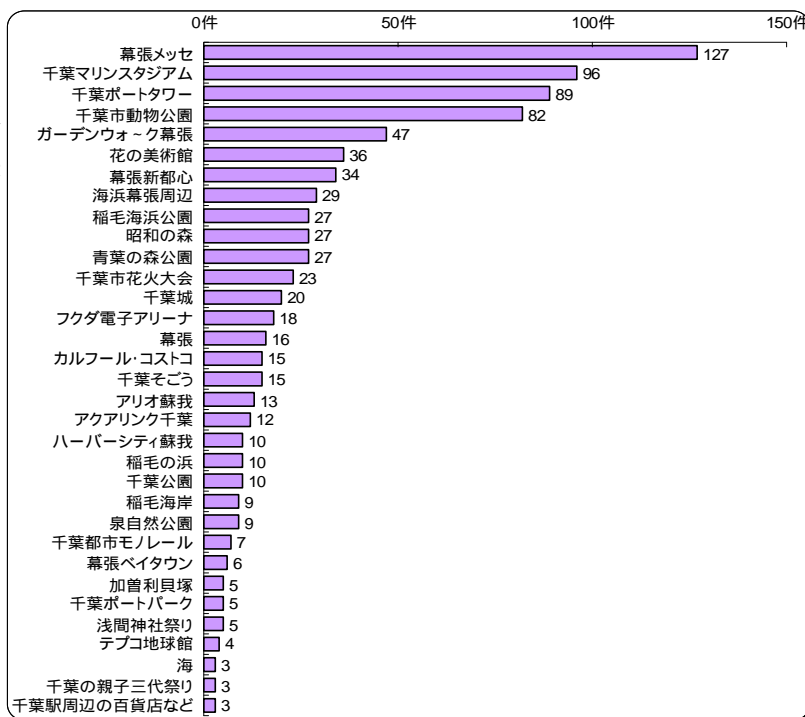
市民の千葉市に対する都市イメージは、「東京都心に近い便利なまち」が52.5%で最も高く、次いで「気候が温暖で住みやすいまち」が50.4%、「海のあるまち」が47.9%でした。これらの上位3項目が目立って高く、代表的な千葉市の都市イメージとなっていることがわかります。

一方、「観光を楽しめるまち」が4.2%、「文化・芸術・音楽を鑑賞できるまち」が3.6%、「歴史・伝統にふれあえるまち」が3.0%で最も低くなっており、賑わいや観光につながるイメージが弱く、気候や地理的要因などによるイメージが先行していることがうかがわれます。



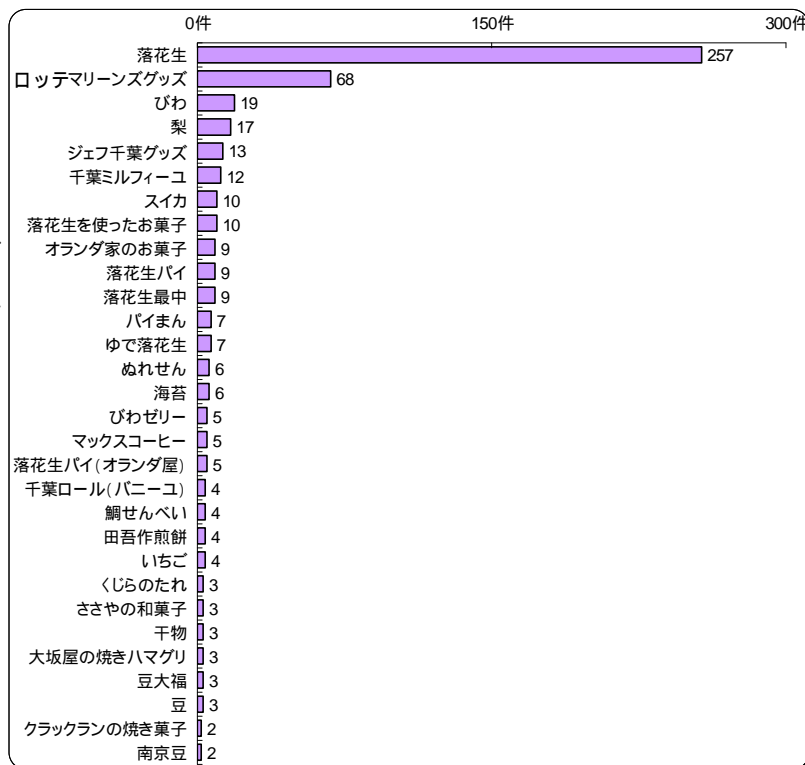
(2) お薦めスポット

来葉者にお薦めしたいスポットとしては、海浜幕張地区の施設が多く、幕張新都心を千葉市の観光スポットとして捉えている市民が多いことがわかります。



(3) 土産品・名産品

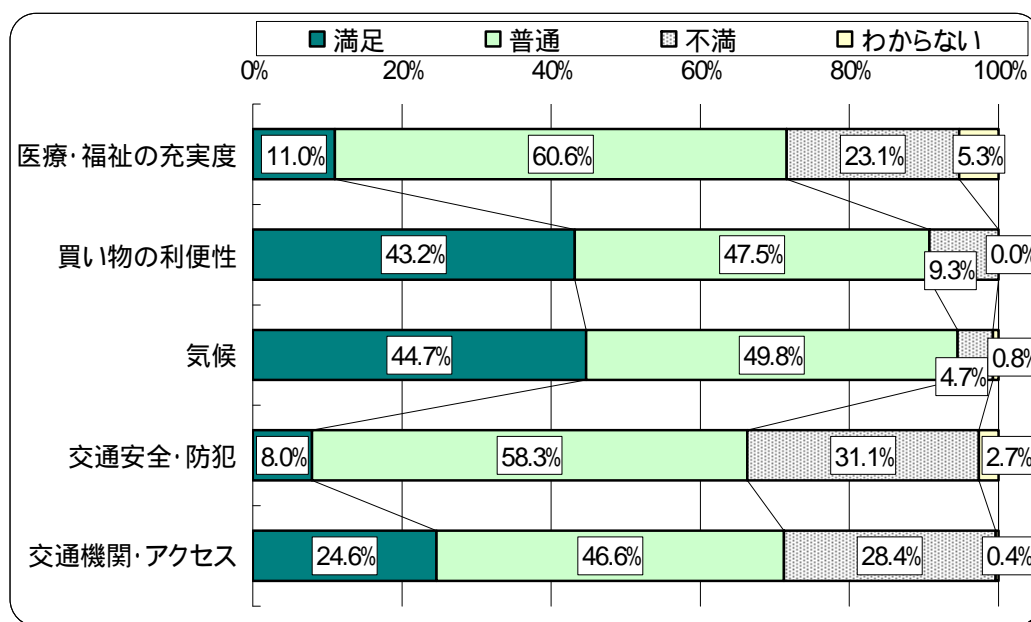
千葉市の土産品・名産品として推奨したいものについてみると、「落花生」が圧倒的に多く 257 件で、次いで「ロッチेमリーングッズ」が 68 件で、それ以外は 20 件以下でした。



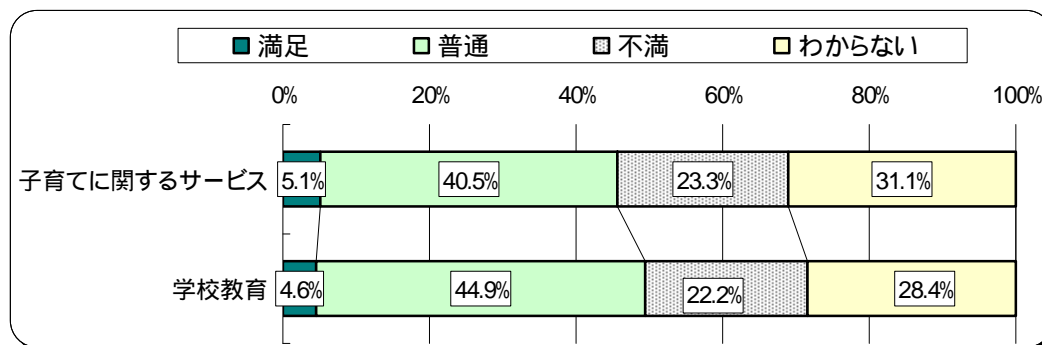
(4) 市民生活の満足度

市民の満足度をみると、「気候」、「買い物の利便性」、「公園等の自然の遊び場」に対して満足度が高く、「交通安全・防犯」、「働く場所・選択肢の多さ」、「就職情報の充実度」、「医療・福祉の充実度」、「子育てに関するサービス」に対して不満度が高い値となりました。

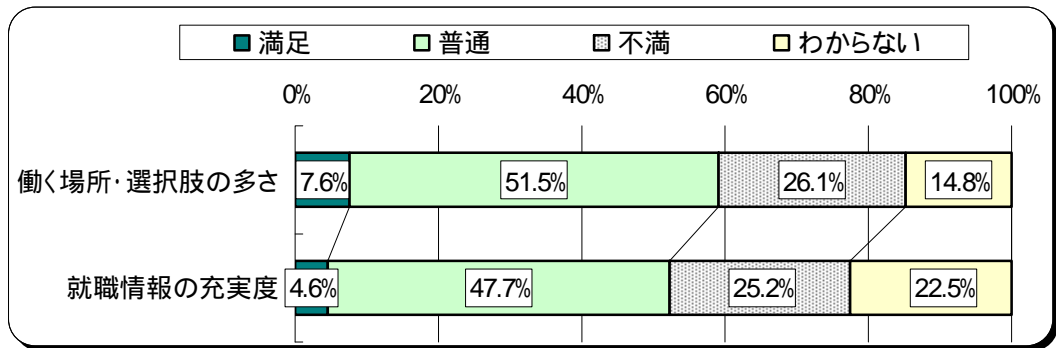
日常生活



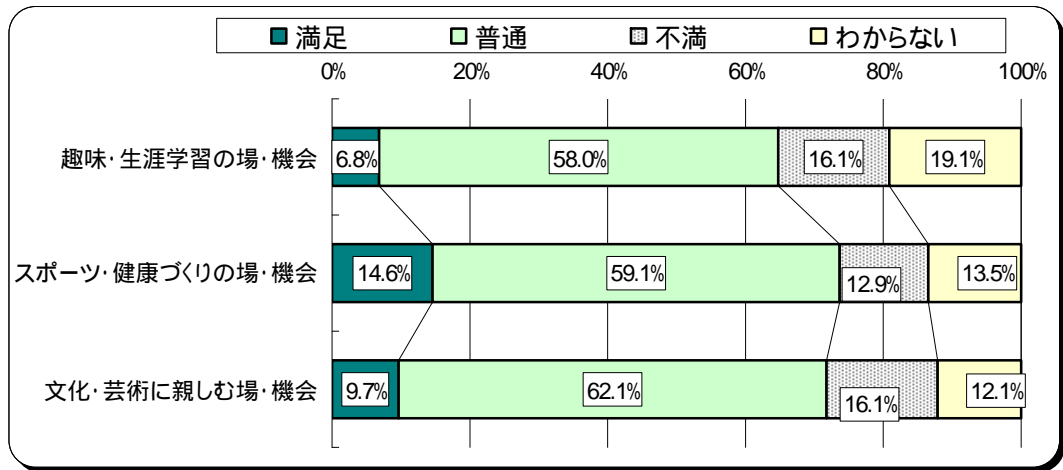
子育て・教育



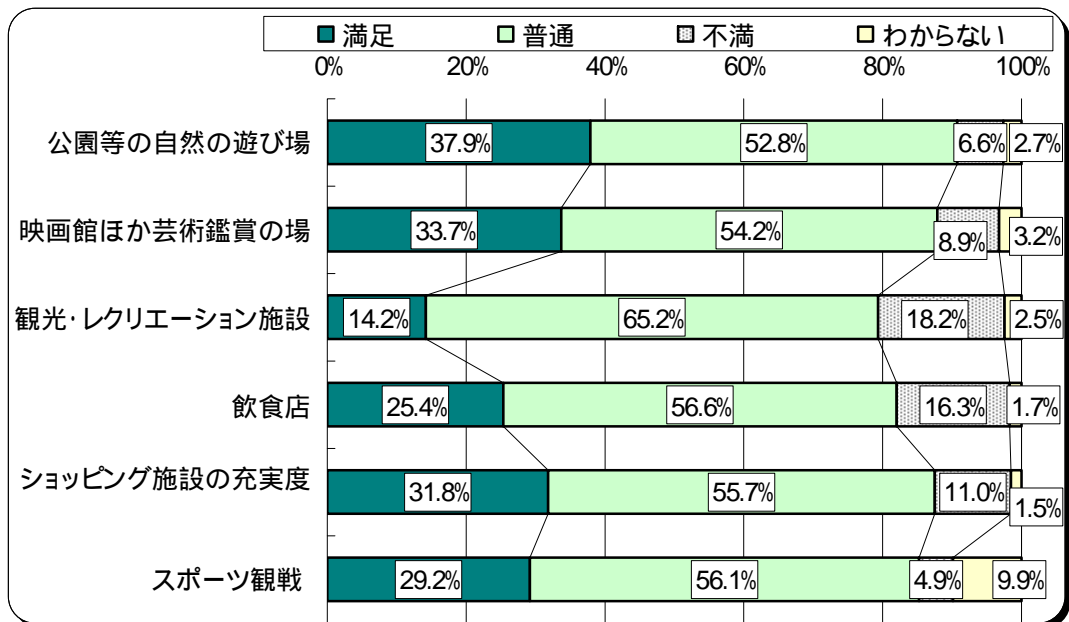
勤労



学習



娯楽

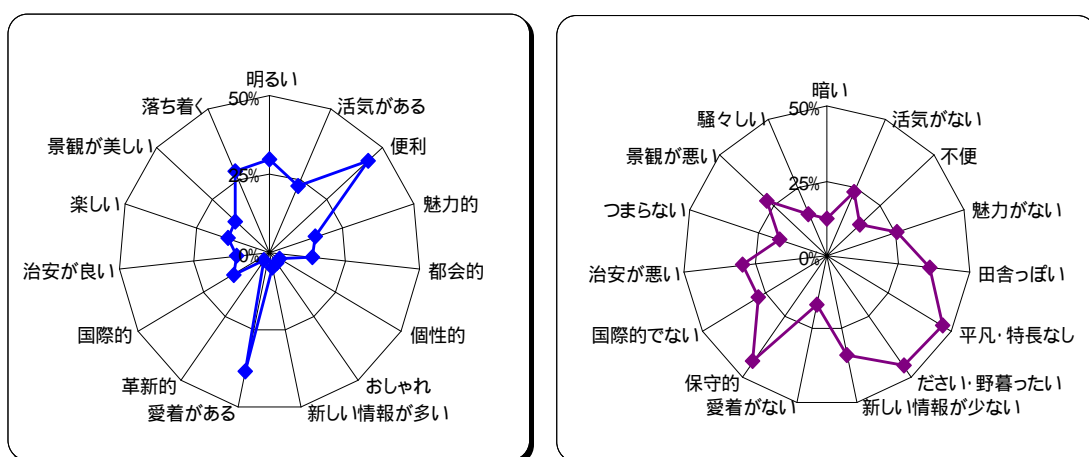


(5) 千葉市の印象・イメージ

市民の千葉市に対する印象・イメージでは、「便利」(43.8%)、「愛着がある」(38.8%)、「明るい」(29.9%)、「落ち着く」(28.2%)が高くなりました。

一方、「平凡・特長なし」(46.0%)、「ださい・野暮ったい」(45.5%)、「保守的」(43.6%)、「田舎っぽい」(35.8%)も高い数値を示しました。

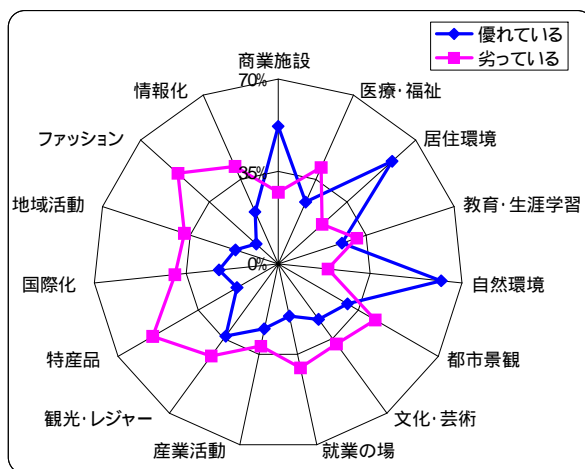
これらを総じて見ると、利便性や居住地としては良いイメージを持っている市民が多く、おしゃれや個性など、“新しさ”についての印象が薄いようにうかがわれます。



(6) 千葉市の優劣度

千葉市の優れている点についてみると、「自然環境」(62.1%)、「居住環境」(58.0%)、「商業施設」(52.1%)の3項目が目立って高い結果となり、市民から評価されていることがわかります。

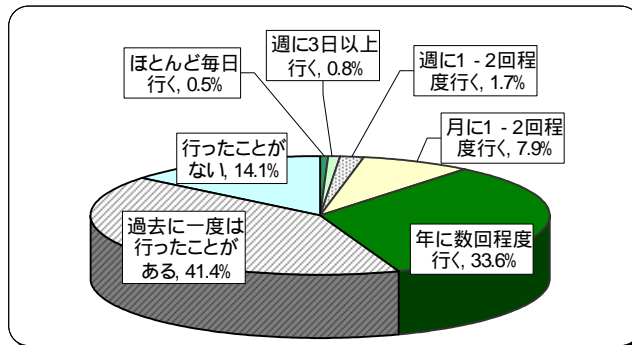
一方、劣っている点についてみると、「特産品」(54.9%)、「ファッション」(51.1%)、「観光レジャー」(43.2%)の順で高くなりました。



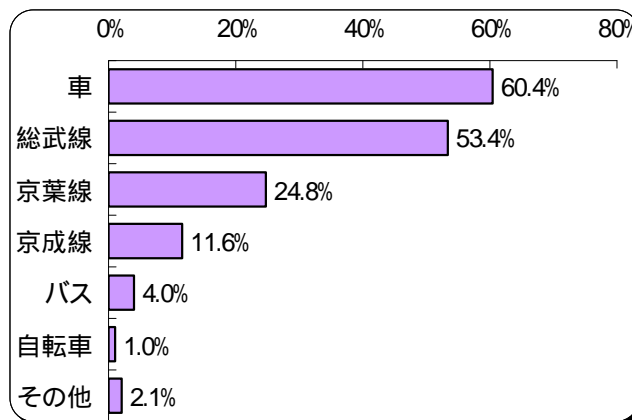
2 市外他都市調査結果

調査結果の概要

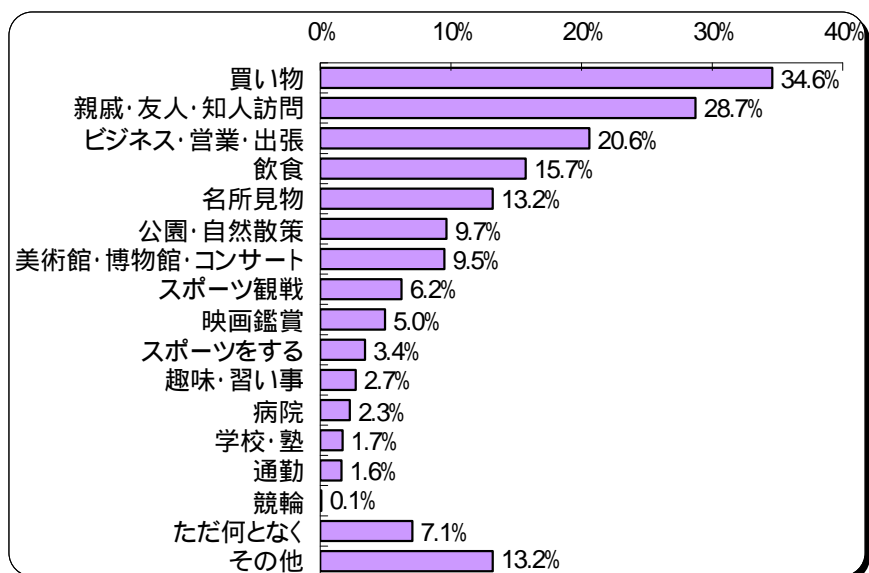
(1) 千葉県への来訪経験



(2) 交通手段

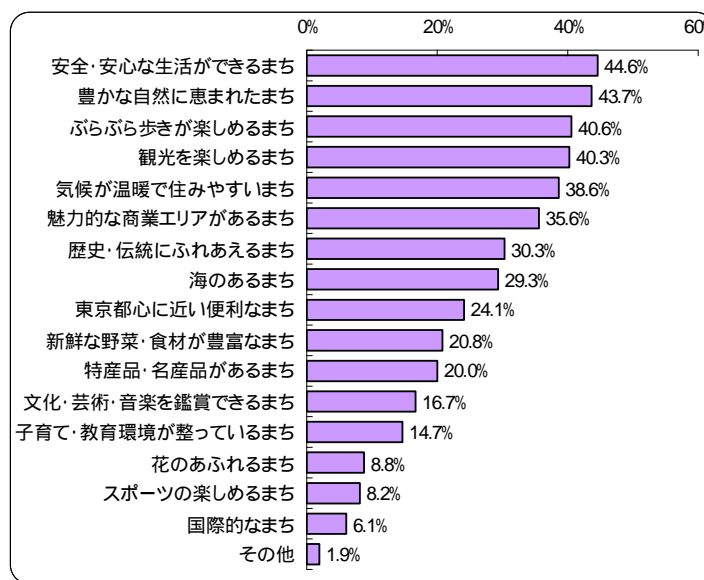


(3) 来訪目的



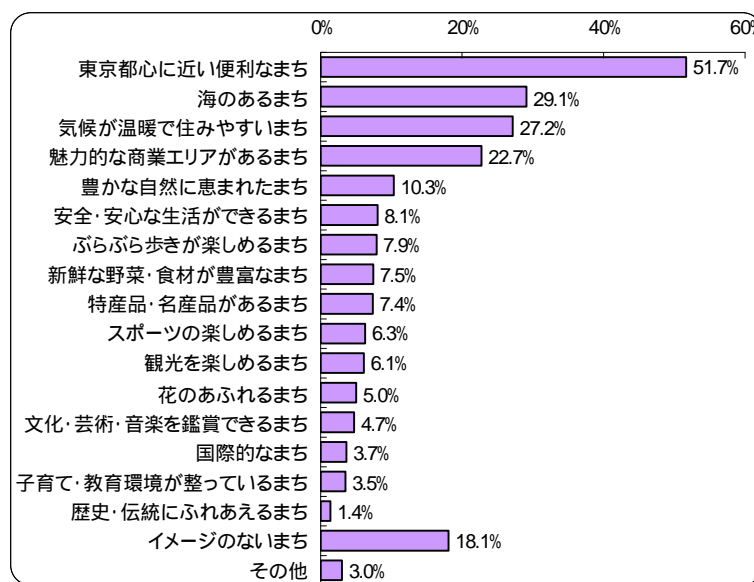
(4) 行ってみたい都市のイメージ

市外の方の行ってみたいと思う都市のイメージとしては、「安全・安心な生活ができるまち」が最も高く 44.6%、次いで「豊かな自然に恵まれたまち」が 43.7%、「ぶらぶら歩きの楽しめるまち」が 40.6%、「観光を楽しめるまち」が 40.3%、「気候が温暖で住みやすいまち」が 38.6%となりました。



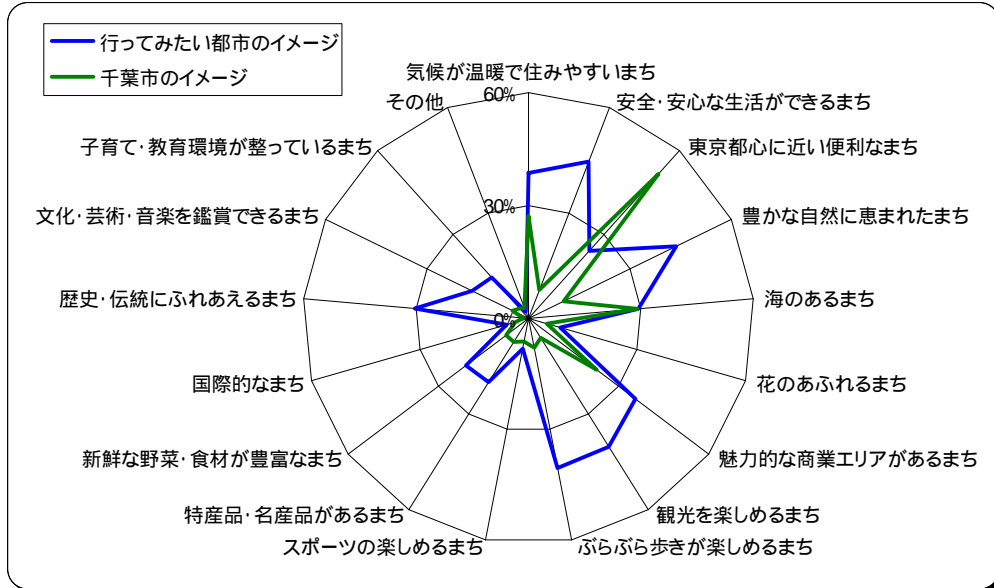
(5) 千葉市の都市イメージ

市外の方の千葉市の都市イメージとしては、「東京都心に近い便利なまち」が 51.7%で目立って高く半数を超えました。次いで、「海のあるまち」が 29.1%、「気候が温暖で住みやすいまち」が 27.2%、「魅力的な商業エリアがあるまち」が 22.7%、「豊かな自然に恵まれたまち」が 10.3%となりました。



(6) 行ってみたい都市のイメージ・千葉市の都市イメージの比較

千葉市の都市イメージを行ってみたい都市のイメージと比較すると、「観光を楽しめるまち」、「ぶらぶら歩きが楽しめるまち」、「歴史・伝統にふれあえるまち」の差が大きく、これらが千葉市に欠けているイメージといえます。

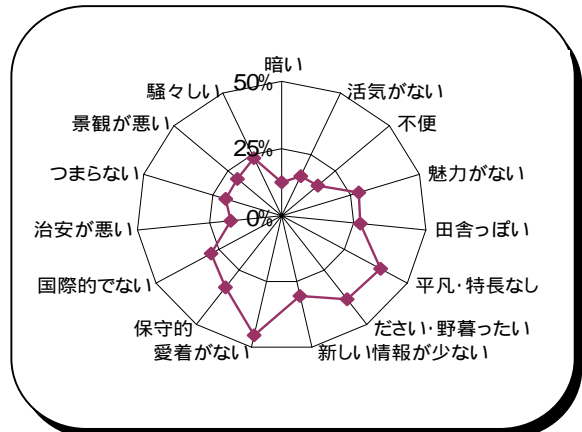
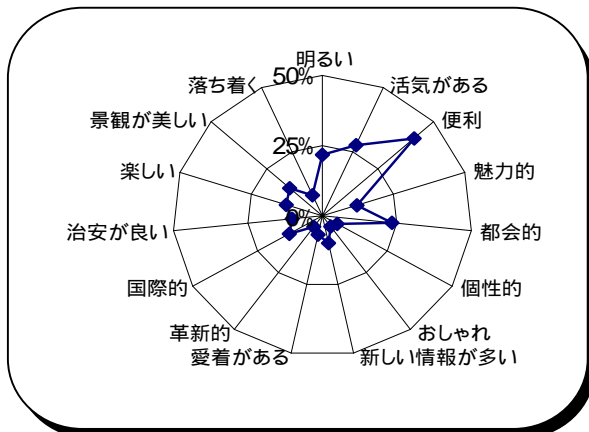


(7) 千葉市の印象・イメージ

市外の方からの千葉市の印象・イメージについてみると、「便利」(41.1%)、「活気がある」(27.5%)、「都会的」(23.3%)、「明るい」(21.8%)が高くなりました。

一方、「愛着がない」(45.5%)、「平凡・特長なし」(39.4%)、「ださい・野暮ったい」(38.4%)、「保守的」(32.9%)が高い値となりました。

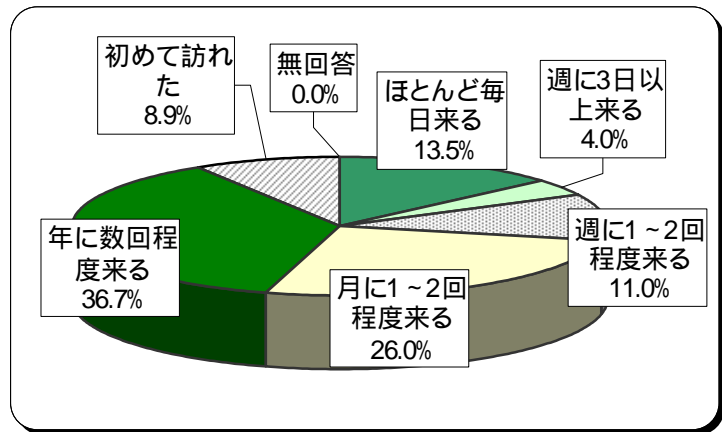
市民調査と同様、利便性は評価されているが、個性や特長についてはイメージが弱いことが明らかとなりました。



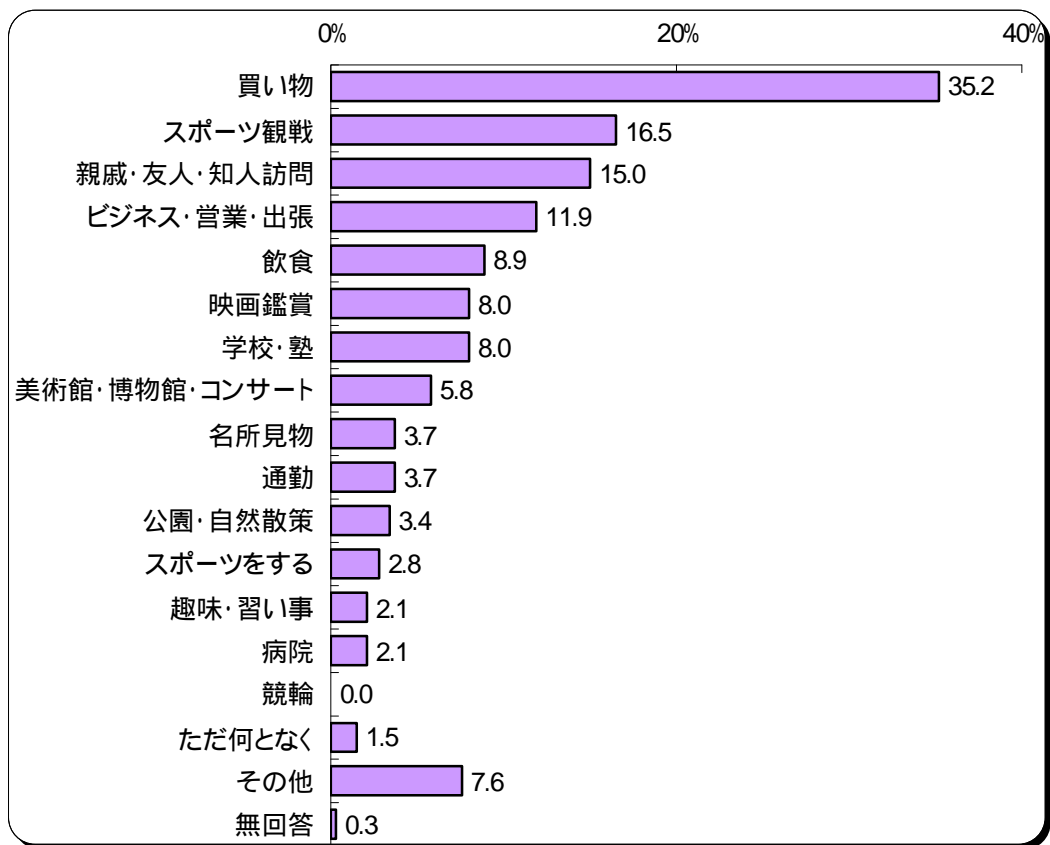
3 市内交流人口調査結果

調査結果の概要

(1) 千葉市への来訪頻度

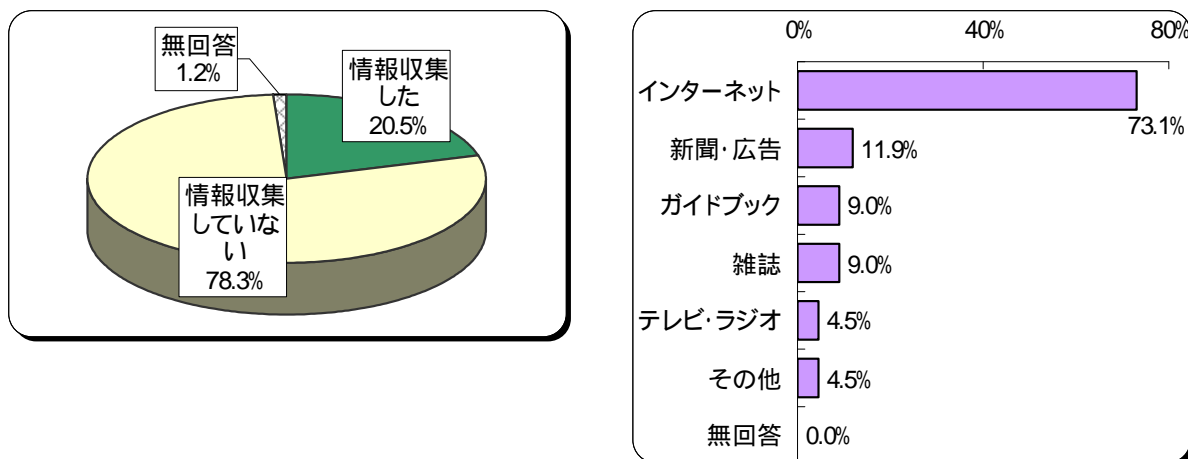


(2) 来訪目的



(3) 情報収集

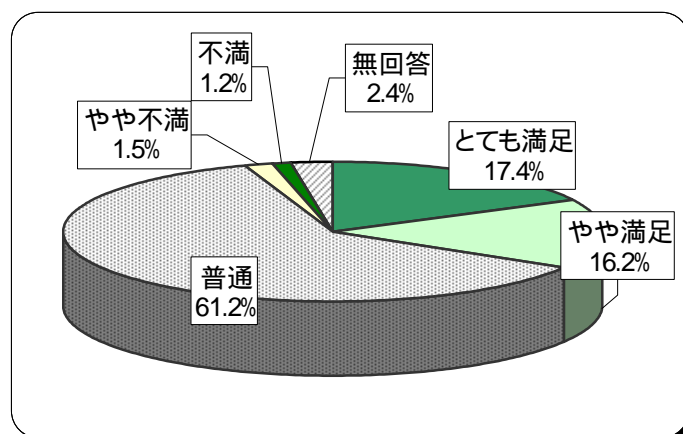
来葉するにあたっての情報収集とその手段



(4) 満足度

来葉者の満足度をみると、「とても満足」(17.4%)と「やや満足」(16.2%)を合わせて33.6%が満足を感じているという結果でした。

一方、「やや不満」(1.5%)と「不満」(1.2%)は計 2.7%で、不満を感じている人は極少数でした。

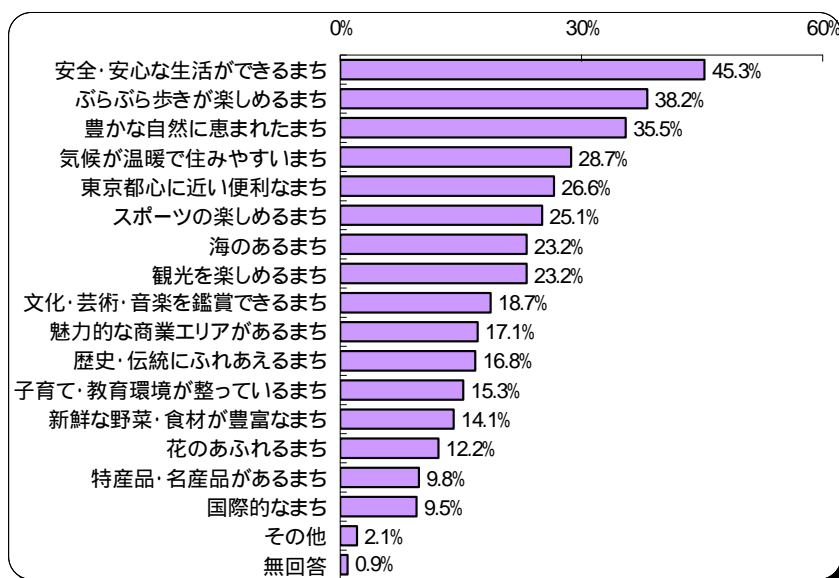


(5) 不満の理由

千葉市への来訪が『不満』であった理由

意見	属性
ATMの場所がわかりにくい	(男 20歳代)
食べ物で良い店がない	(男 50歳代)
街が分かりづらい、官公庁、商業施設	(男 60歳代)
タクシーの運転の仕方(運転技術・マナーなど)	(女 20歳代)
混雑、道路が渋滞	(男 40歳代)
景観が悪い	(女 30歳代)
武蔵野線と総武線のつながが悪い	(男 20歳代)
なんだか殺風景だと感じている	(男 20歳代)

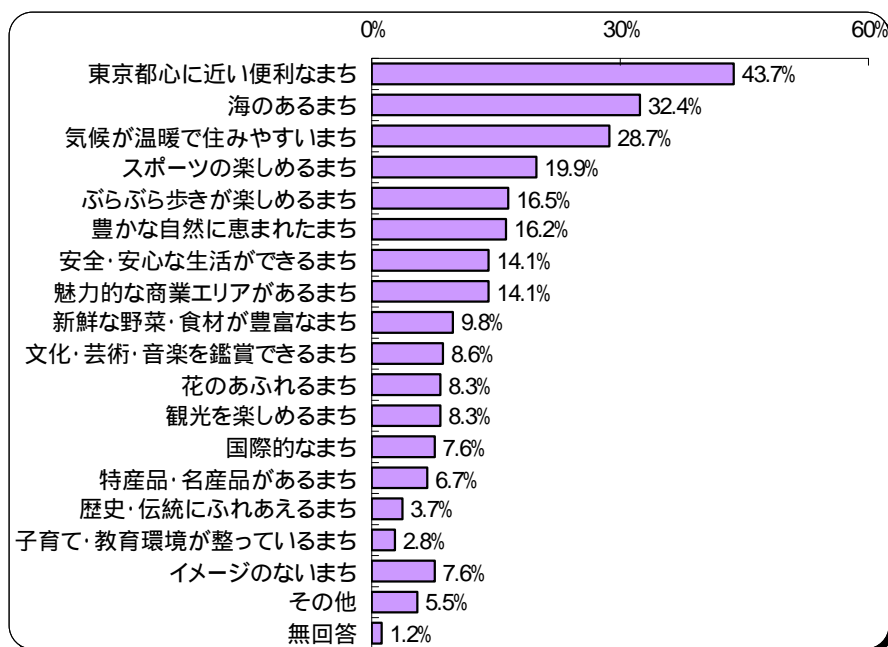
(6) 行ってみたい都市のイメージ



(7) 千葉市の都市イメージ

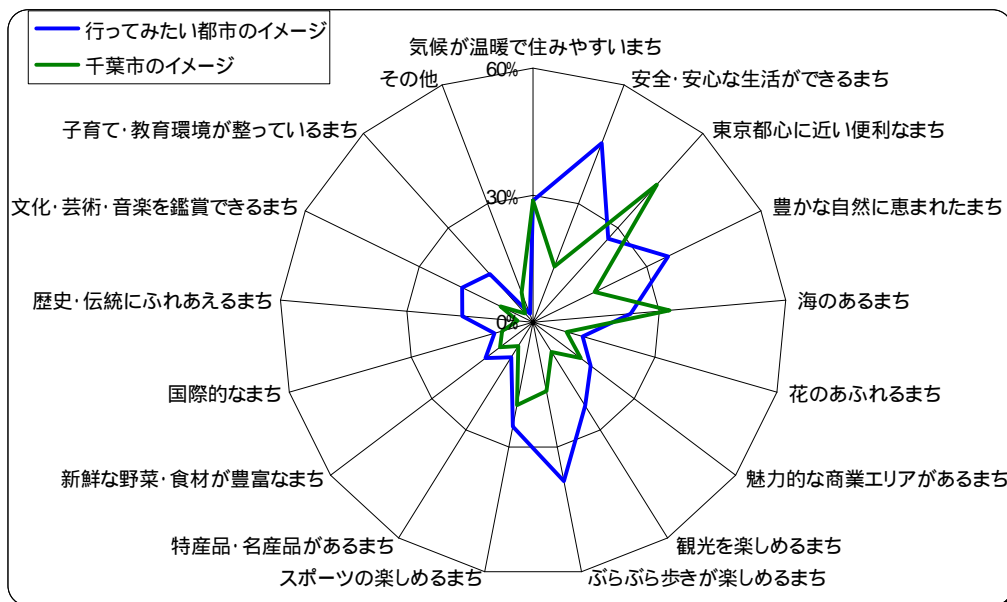
千葉市の都市イメージについてみると、「東京都心に近い便利なまち」が43.7%で目立って高く、次いで、「海のあるまち」が32.4%、「気候が温暖で住みやすいまち」が28.7%、となりました。また、「スポーツの楽しめるまち」は19.9%で、約2割となりました。

一方、「イメージのないまち」が7.6%でした。



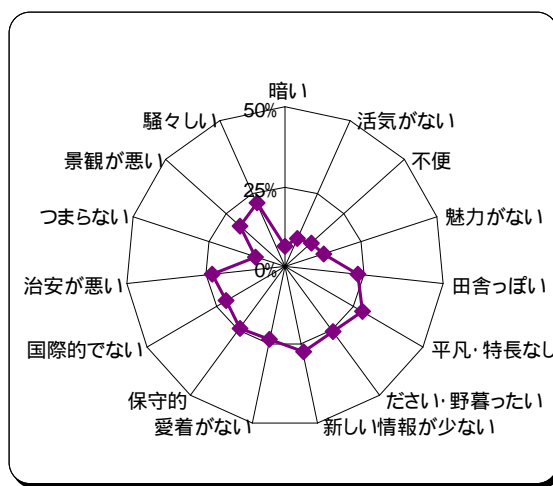
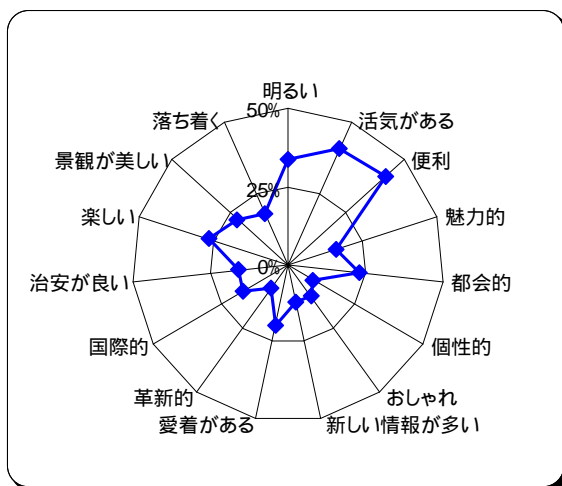
(8) 行ってみたい都市のイメージ・千葉市の都市イメージの比較

市内交流人口の千葉市の都市イメージを行ってみたい都市のイメージと比較すると、「安全・安心な生活ができるまち」、「ぶらぶら歩きが楽しめるまち」、「観光を楽しめるまち」の差が大きくなっており、これらが千葉市に欠けているイメージと想定されます。



(9) 千葉市の印象・イメージ

利便性やまちの活気には良いイメージを持っている回答者が多く、市民調査と同様、おしゃれや個性など、“新しさ”についての印象は薄いと想定されます。



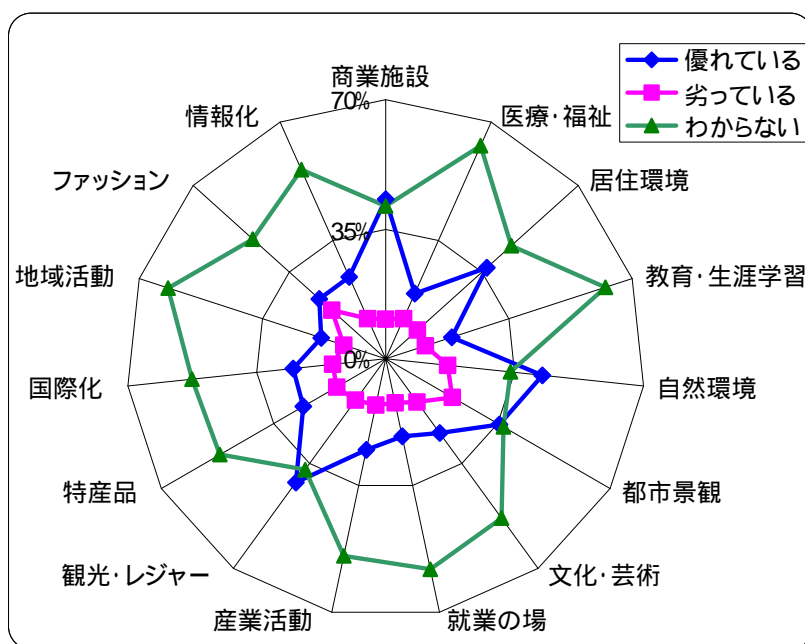
(10) 千葉市の優劣度

市内交流人口の千葉市の優れている点についてみると、高い順に「商業施設」(43.1%)、「自然環境」(42.5%)、「観光・レジャー」(41.3%)となりました。

一方、劣っている点についてみると、「都市景観」(20.8%)、「ファッション」(19.6%)の順で高くなりました。

「優れている」の上位3項目を除き、全ての項目で「わからない」が大勢を占めており、千葉市の優劣について判断できない回答者が多くいました。

このことから千葉市の優れている点、劣っている点については千葉市以外の住民からはあまり認識されていないという現状が浮き彫りになりました。



総じて見ると、市外他都市調査と比較して、他市の住民であることは共通していますが、実際に千葉に来訪している回答者であることから、千葉市に対して良いイメージを持っている回答者が多くなっています。また千葉市の都市イメージの回答結果も、市外他都市調査の回答結果と比較して分散しており、固定的なイメージではなく、色々なイメージを千葉市に対して持っていることがわかります。

また、海浜幕張駅前前で調査を行ったことから、千葉ロッテマリーンズに関連する項目(来訪目的・「スポーツ観戦」、千葉市の都市イメージ・「スポーツの楽しめるまち」)が、高くなりました。

プラン策定の経緯

このプランの策定にあたりましては、市民や各業種の方々に構成する千葉市シティセールス戦略プラン懇話会を設置し、意見・助言をいただきました。

千葉市シティセールス戦略プラン懇話会

(五十音順、敬称略)

	氏名	職名
会長	やまむら じゅんじ 山村 順次	城西国際大学観光学部教授
副会長	さわだ うめこ 澤田 梅子	ギャレックスチバ(株)専務取締役
委員	おおさと きよ 大里 希世	フリーアナウンサー 前・千葉市広報番組「ザ・サンデー千葉市」キャスター
〃	かせ こういち 加瀬 功一	公募委員
〃	くりはら よねまさ 栗原 米正	公募委員
〃	さかい みちよ 酒井 道代	(株)ペイエフエム パーソナリティー
〃	せきみのる 関 美能留	三条会 主宰・演出家
〃	たかはし かおる 高橋 薫	ジェフユナイテッド市原・千葉 ホームタウン事業整備室課長
〃	たまる あつし 田丸 敦史	(株)千葉ロッテマリーンズ事業部 法人営業グループアカウントマネージャー
〃	とばし ゆきお 土橋 幸男	公募委員
〃	なかじま しんじ 中島 信二	(財)ちば国際コンベンションビューロー コンベンション部誘致課主幹
〃	なべしま かずお 鍋島 和夫	鍋島整形外科院長
〃	にいはら こうじ 新原 晃二	JFEシステムズ(株)総務部長
〃	びい どうどう 畢 滔滔	敬愛大学経済学部准教授
〃	ほそい 細井 ゆかり	公募委員
〃	やくち まさこ 矢口 正子	(株)交通新聞社 旅の手帖 副編集長

シティセールス戦略プラン懇話会 開催経過

第1回 平成18年 6月29日

- 議 題
- 1 会長・副会長選出
 - 2 シティセールス戦略プランについて
 - (1) 概要説明
 - (2) 他政令市の状況について
 - (3) 千葉市都市イメージ調査について
 - 3 その他

第2回 平成18年10月20日

- 議 題
- 1 千葉市都市イメージ調査の結果について
 - 2 シティセールス戦略プランの策定方針について

第3回 平成19年 1月25日

- 議 題
- 1 シティセールス戦略プラン骨子案について

第4回 平成19年 3月22日

- 議 題
- 1 シティセールス戦略プラン素案(第1次案)について

第5回 平成19年 5月24日

- 議 題
- 1 シティセールス戦略プラン素案(第2次案)について

第6回 平成19年10月30日

- 議 題
- 1 シティセールス戦略プラン原案について
-

千葉県シティセールス戦略プラン

発行 平成19年10月

編集 千葉県企画調整局政策調整課シティセールス推進室

〒260-8722 千葉県中央区千葉港1-1

電話 043-245-5066

F A X 043-245-5476

千葉市の魅力スポットや情報発信の手段について、ご意見等がございましたら、シティセールス推進室にご連絡下さい。