

1. 千葉市において夜間の経済活性化に取り組む意義・必要性

(1) 事業者の夜の経営状況及び夜間経済活性化の要望(事業者アンケートより)

①夜間の業績変化

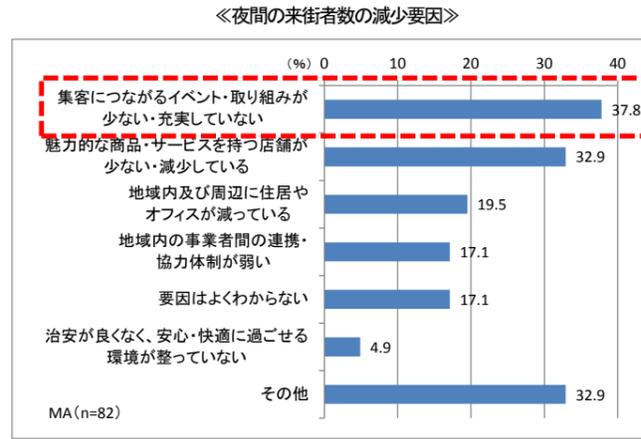
- 市内事業者の夜の業績等では、「売上高」、「来店客数」、「経常利益」は、「減少した」が最も多い。

②夜間の来街者数の動向

- 立地地域の、ここ数年（3～5年）の夜間の来街者数の変化は『減少している』が最も多い。

③夜間の来街者数の減少要因

- 夜間の来街者数が減少している先では、減少の要因を、「集客につながるイベント・取り組みが少ない・充実していない」が最も多い。



④千葉市の夜間経済活性化への取り組み

- 6割程度が、『取り組むべき』と、夜間経済活性化の取り組みを要望。

(2) 来街者の夜の消費動向と夜間経済活性化の要望(来街者アンケートより)

①夜間の消費活動の経験

- 市内外の住民の千葉都心の夜間の消費活動経験は、「1年に1～2回程度」、「半年に1～2回程度」、「3か月に1～2回程度」の上位3回答の合計が3/4を占める。
- 過去1年間、千葉都心において夜間の消費活動をした経験がない人は約6割。

②千葉市の夜間経済活性化への取り組み

- 7割程度が、『取り組むべき』と、夜間経済活性化の取り組みを要望。
- 千葉市の夜間経済の活性化に必要な取り組みは、「夜の治安確保」、「夜間交通の改善」、「環境美化・騒音対策のルール作り」。

(3) 千葉市の夜間の経済規模(経済規模調査より)

- 千葉市産業連関表をもとに、夜の経済に係る業種の生産額を抽出し、アンケート調査によって得られた昼夜間比率に基づき経済規模を算出した結果、千葉市の夜間の経済規模は、198,335百万円(約2,000億円)となり、これは同業種における市原市の昼夜の経済規模(1,744億円)を上回る水準。

千葉市における夜間経済の停滞、事業者・来街者の要望の声、夜間経済のインパクトの大きさ等を踏まえると、夜間経済の活性化には積極的に取り組むことが求められている。

2. 夜間経済の活性化のために取り組むべき内容

(1) 事業者の千葉市の夜の評価と求める取り組み(事業者アンケートより)

①千葉市の夜の評価

- 評価が低いのは、「にぎわい(集客状況、まちの雰囲気)」、「充実度(魅力的・ワクワク感がある)」、「周知性(イベント情報の取得しやすさ)」。評価が高いのは「移動性(移動しやすさ・帰りやすさ)」。

②必要な取り組み

- 「夜の治安確保」、「夜に上演するショー、コンサート、演劇等の増加・充実」、「夜間交通の改善」などを求める声が多い。

③千葉市に求める支援(ソフト)

- 「集客の情報発信」が最も多く、次いで「規制緩和・利用に関する手続き簡略化」、「公共施設の貸出基準の緩和・無償貸出の拡大」。

④千葉市に求める支援(ハード)

- 「夜間照明・街路灯の整備」が最も多く、次いで「治安向上のための防犯カメラの増強」、「夜間の公共交通体系の整備」、「イベントスペース等の整備・機能の整備」。

(2) 来街者の千葉市の夜の評価と求める取り組み(来街者アンケートより)

①夜間の消費活動の頻度

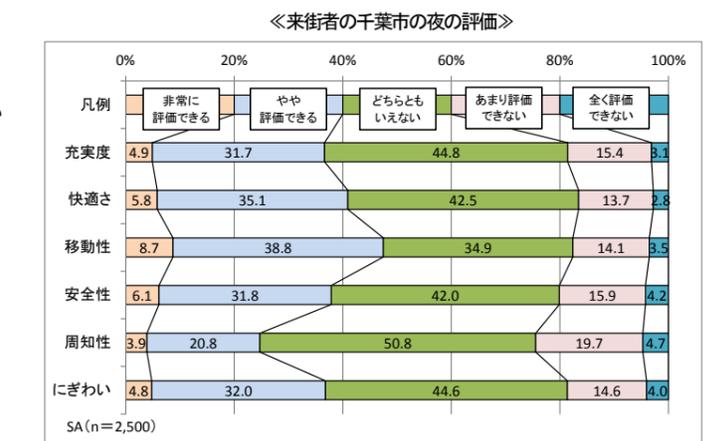
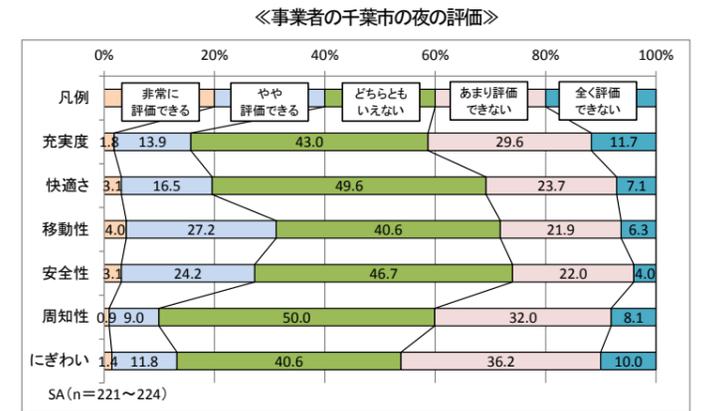
- 「食事中心の飲食」と「飲酒中心の飲食」、「映画・劇場・舞台・ショーの鑑賞」、「音楽関係」については、「1年に1～2回程度」と頻度が低い。

②千葉市の夜の評価

- 評価が低いのは、「周知性」、「安全性(治安・防犯・明るさ)」、「にぎわい」。評価が高いのは「移動性」。

③必要な取り組み

- 「夜の治安確保」、「夜間交通の改善」、「環境美化・騒音対策のルール作り」などを求める声が多い。



事業者・来街者の千葉市の夜の評価や、必要と考える取り組み、千葉市への要望等を踏まえると、千葉市の夜間経済を活性化させるためには、以下の3点に取り組むべきである。

- 周知性を高める効果的なプロモーションの実施
- にぎわい創出につながる継続性の高いコンテンツの発掘・拡充
- 誰もが安心して夜を楽しむことができる環境(都市空間)整備

3. 夜間経済の活性化の取り組みへのアプローチ手法

（1）周知性を高める効果的なプロモーションの実施

①実証実験におけるプロモーションに関する課題・今後の方向性

- ・ 有効な集客・PR には、シンプルでわかりやすいネーミングやコンテンツの設定が重要であり、話題性があり、わかりやすいコンテンツであれば、自然とプロモーションされるなど、費用対効果も高い。
- ・ 情報を拡散させるには、地元事業者などの積極的な関与が必要であり、そのための十分な準備期間の確保と事業者を巻き込んだ発信による話題性の喚起が重要。
- ・ ターゲットの情報収集手法の実態を踏まえたターゲットに対する適正なプロモーションの実施や、有料広告とは異なり費用対効果の高いメディアと連携したプロモーションも効果的。

②基礎調査結果（アンケート・ヒアリング等）に基づく施策の方向性

- ・ イベント参加者は、開催地域の住民、勤務者などの常連客や通りすがりも多く、既存イベントとの連携などにより機運を盛り上げていくことが集客面で重要。
- ・ 千葉市の夜は楽しいという評価・認知度を市内外で高めていくためには、単発ではなく、日常的かつ継続的に夜のイベントが開催される環境を作る必要がある。
- ・ 市が持つネットワークを駆使した情報発信は効果的で、市内における幅広い PR 効果に加えて、「健全」なイメージを付与することが可能。

広告量（媒体）を増やすのではなく、話題性のあるコンテンツ創出を推進し、継続的な実施につなげることが、結果的に効果的なプロモーションとなる。市の広報支援とあわせて、情報拡散の旗振り役となるような推進組織（体制）を立ち上げることも有効。

（2）にぎわい創出につながる継続性の高いコンテンツの発掘・拡充

①実証実験におけるコンテンツに関する課題・今後の方向性

- ・ 全方位的なターゲット層の設定と、ターゲットニーズの把握、それらニーズを十分に踏まえたコンテンツづくり及びコンセプトの「見える化」が必要。
- ・ 集客力のあるコンテンツで人を集め、集まった人が消費する仕組みのように、「集客機能」と「消費効果」が相互に連動し、事業効果を最大限に高めることができるようなイベントが望ましい。
- ・ 有料イベント・コンテンツは収支改善につながるが、価格や販売手法は、ターゲット層の価格感応度やコンテンツ内容を踏まえたうえで、柔軟かつリーズナブル感が訴求できる設定が求められる。
- ・ 集客に有利に働く特徴や価値を有する公共施設など、公の場に関する提供ニーズがあるが、使用に関しては市による調整機能など側面的支援が求められる。

②基礎調査結果（アンケート・ヒアリング等）に基づく施策の方向性

- ・ 事業効果（投下事業費に対する消費金額）を高くなるような、消費効果が高いコンテンツや、消費コンテンツへ誘導しやすいイベントが望ましい。
- ・ 市にはイベント支援（ソフト、ハード）が求められるが、イベントの選定にあたっては公募形式とし、イベントの実現性、経済効果、独自性、継続性、都市空間への影響などの項目で審査したうえで、支援するイベントを選定していくスキームが必要。

「集客機能」と「消費効果」を最大限に高めることが重要で、このようなコンテンツ・イベント等を運営する事業者の参入を促進させるためには、市には公の場の提供や事業費の補助、各種調整機能が求められる。支援コンテンツは公募し、実現性や継続性などの審査基準に基づき選定すべき。

（3）誰もが安心して夜を楽しむことができる環境（都市空間）整備

①実証実験における場所・環境等に関する課題・今後の方向性

- ・ コンテンツ・イベントで多くの人を呼び込むためには、会場自体の集客力（人通り・知名度）が必要である。
- ・ 公共施設（市が保有する道路や遊休地も含む）でも、駅前などの通行量が多いエリアであれば、希少性の高い集客力を持つ空間であり事業者の引き合いは強い。イベントスペースや夜間照明などの設備が整備されれば、「夜の都市空間」としての魅力がさらに高まる。
- ・ 参加者の動線を踏まえて、最寄駅等からイベント会場までの空間にワクワク感を演出する演出・誘客策など、雰囲気向上や動線作りのための景観整備が有効。
- ・ 参加者の周遊を促すためには、開催エリアについては、可能な限りコンパクトな設定とすることが望ましい。

②基礎調査結果（アンケート・ヒアリング等）に基づく施策の方向性

- ・ 治安や安全性については、市民、来街者、事業者ともに関心が高く、特に、治安確保は夜間の取り組みにおいて重要。
- ・ 夜間照明や街路灯、イベントスペースなどハード整備に関して、事業者には一定のニーズがある。
- ・ イベントの立地、特性、ニーズを踏まえたうえで、その効果を高めるための適切なインフラ整備を行うことが、イベントの多頻度化、常設化につながる。

イベント・コンテンツの会場の集客力を高めるとともに、参加者、運営事業者、市民など誰もが安心して千葉市の夜を楽しめるような環境整備が必要。会場と交通拠点を結ぶ導線における演出・誘客策も重要。

4. 具体的な施策

夜間経済の活性化のために取り組むべき内容や、取り組みへのアプローチ手法等を踏まえ、具体的な施策として、以下の2施策が考えられる。

支援制度の創設	公の場の提供や事業費の補助、各種調整支援により、話題性のあるコンテンツ創出を推進し、さらには、誰もが安心して千葉市の夜を楽しめるような環境整備につながるような支援制度
会議体の設置	旗振り役となるような推進組織