

# I 県内観光の現状

## <観光入込客数>

本県内への観光客入込数は、広域道路網の開通や大規模商業施設の開業などにより増加傾向にあり、新型コロナウイルス感染症拡大以前は、年間2億人弱（令和元年）の水準にあった。

感染症の拡大以降は、「全国旅行支援事業」などによる下支えはあったものの、移動制限等により大幅に減少した。

令和5年5月の感染症の5類移行等に伴い、回復・増加傾向にある。

## <宿泊客数>

首都圏に位置し、東京都に隣接することもあり、日帰り客が多く、入込客総数に占める宿泊客数の割合は少ない。

### ○ 県内の観光入込客の状況（千葉県調査）（単位：千人）

	令和4年	令和3年	令和2年	令和元年	令和4年の状況	
					対令和3年	対令和元年
観光入込客数	137,734	109,559	108,162	185,898	25.7%	▲25.9%
宿泊客数	14,201	9,280	8,997	20,101	53.0%	▲29.3%

## <訪日外国人客数>

成田空港を擁するため、県内を訪れる外国人客数は多いが、到着後は、すぐに都内等へ移動し、そのまま出国する「素通り」が多いとされる。

### ○ 「訪日外国人消費動向調査」（令和元年）

	訪問者数(万人)	消費単価(万円/人)	平均泊数(泊)*
東京都	1,410.3 (1)	10.9 (2)	5.6 (8)
大阪府	1,152.5 (2)	7.3 (5)	3.1 (33)
千葉県	1,048.5 (3)	1.6 (46)	0.8 (46)
京都府	830.1 (4)	3.4 (31)	2.3 (38)
奈良県	349.5 (5)	0.8 (47)	0.4 (47)

\*空海港の出国ロビー内で、出国手続きを終えた訪日外国人に対し聞き取り調査を実施したもの。



令和5年9月1日  
 商工労働部観光企画課  
 電話 043(223)2486

## 令和4年観光客の入込動向について（速報値）

県では、毎年、1月から12月までの県内の観光客の入込動向について調査しています。令和4年の観光入込客数は、延べ約1億3,773万人（対前年比25.7%増、対令和元年比25.9%減）となり、また、宿泊客数は、延べ約1,420万人（対前年比53.0%増、対令和元年比29.3%減）で、うち外国人は、延べ約60万人（対前年比28.4%増、対令和元年比84.9%減）となりました。

行動制限が多かった令和3年と比べ増加しておりますが、感染症拡大前の令和元年と比較すると、7割程度の回復にとどまっています。しかしながら、令和4年10月以降は、千葉とく旅キャンペーンの全国拡大や水際対策の緩和等により減少幅が縮小しており、県内観光の入込動向は回復傾向となっております。

※本調査のうち観光入込客数（延べ人数）は、「観光入込客統計に関する共通基準」（平成21年12月国土交通省観光庁策定、平成25年3月改定。）に基づき、調査を行っています。また、宿泊客数（延べ人数）は、県独自の調査になります。

※各表における合計と内訳については、端数処理を行っているため一致しない場合があります。

※各表において、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年の数値を記載しています。

### 1 令和4年観光入込調査の結果概要

#### ○ 観光入込客数（延べ人数）

（単位：千人地点）

項目	調査対象地点数			令和4年	令和3年	令和元年	対前年比 (%)	対令和元年比 (%)
観光入込客数（延べ人数）	636	(554)	(769)	137,734	109,559	185,898	25.7	▲ 25.9
うち観光地点	513	(480)	(548)	125,849	104,234	157,924	20.7	▲ 20.3
うち行祭事・イベント	123	(74)	(221)	11,885	5,325	27,974	123.2	▲ 57.5

※調査対象地点数欄のかっこ書きは、左は令和3年の数値、右は令和元年の数値。

#### ○ 宿泊客数（延べ人数）

（単位：千人泊）

項目	調査対象施設数			令和4年	令和3年	令和元年	対前年比 (%)	対令和元年比 (%)
宿泊客数（延べ人数）	890	(885)	(859)	14,201	9,280	20,101	53.0	▲ 29.3
うち外国人宿泊客数	—			601	468	3,981	28.4	▲ 84.9

※調査対象地点数欄のかっこ書きは、左は令和3年の数値、右は令和元年の数値。

## ○ 観光入込客数（延べ人数）の推移

（単位：千人地点）

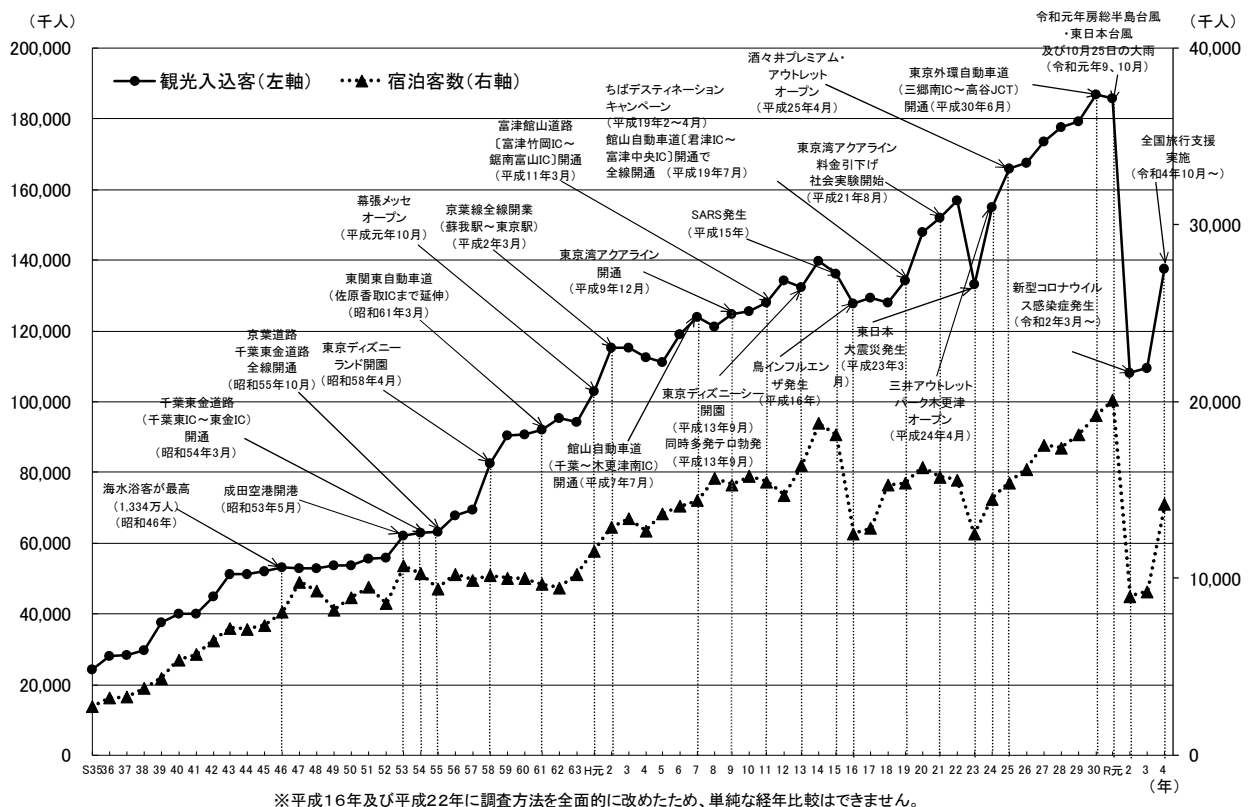
区分	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
観光入込客数	133,353	155,100	165,928	167,667	173,705	177,533	179,335	186,832	185,898	108,162	109,559	137,734
対前年比(%)	▲ 15.1	16.3	7.0	1.0	3.6	2.2	1.0	4.2	▲ 0.5	▲ 41.8	1.3	25.7

## ○ 宿泊客数（延べ人数）の推移

（単位：千人泊）

区分	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
宿泊客数	12,529	14,499	15,424	16,193	17,553	17,384	18,122	19,233	20,101	8,997	9,280	14,201
対前年比(%)	▲ 19.7	15.7	6.4	5.0	8.4	▲ 1.0	4.2	6.1	4.5	▲ 55.2	3.1	53.0

## ○ 観光入込客数及び宿泊客数の推移及び千葉県観光の沿革



## 2 観光入込客の状況（地域別、月別）

### ○ 地域別の観光入込客数（延べ人数）の状況

（単位：千人地点）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
令和4年	23,319	42,380	19,315	8,437	4,527	4,456	2,985	1,956	9,450	20,909	137,734
令和3年	18,728	26,929	17,046	7,331	4,101	3,767	2,522	1,735	7,669	19,730	109,559
令和元年	31,531	65,836	26,629	8,997	5,600	5,042	4,232	2,466	10,181	25,383	185,898
対前年比(%)	24.5	57.4	13.3	15.1	10.4	18.3	18.4	12.7	23.2	6.0	25.7
対令和元年比(%)	▲ 26.0	▲ 35.6	▲ 27.5	▲ 6.2	▲ 19.2	▲ 11.6	▲ 29.5	▲ 20.7	▲ 7.2	▲ 17.6	▲ 25.9
令和4年地域別構成比(%)	16.9	30.8	14.0	6.1	3.3	3.2	2.2	1.4	6.9	15.2	100.0

## ○ 月別の観光入込客数（延べ人数）の状況

（単位：千人地点）

地域名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
千葉	2,164	1,158	1,746	2,028	2,469	1,782	1,950	2,210	1,964	2,113	1,994	1,741	23,319
東葛飾	3,228	2,380	3,718	3,300	3,635	2,990	3,226	3,707	3,305	4,352	4,292	4,247	42,380
印旛	1,922	1,200	1,484	1,837	1,585	1,388	1,803	1,581	1,441	1,679	1,971	1,423	19,315
香取	1,279	465	573	554	681	673	833	587	591	984	631	584	8,437
海匝	598	250	331	341	450	295	359	467	359	355	369	355	4,527
山武	433	308	376	326	377	293	490	630	320	321	299	283	4,456
長生	212	145	193	205	267	230	373	335	234	270	244	276	2,985
夷隅	87	77	122	147	171	130	240	339	156	148	136	202	1,956
安房	791	745	814	684	880	673	864	1,184	726	678	682	731	9,450
君津	1,667	1,292	1,781	1,671	2,039	1,621	1,708	2,018	1,648	1,704	1,942	1,818	20,909
令和4年	12,384	8,020	11,139	11,091	12,553	10,077	11,845	13,056	10,744	12,604	12,560	11,659	137,734
令和3年	9,446	7,540	8,374	9,168	9,732	7,844	8,672	8,822	8,340	9,468	11,285	10,867	109,559
令和元年	20,736	12,015	16,118	16,608	15,899	12,901	16,681	21,130	13,037	12,752	14,655	13,369	185,898
対前年比 (%)	31.1	6.4	33.0	21.0	29.0	28.5	36.6	48.0	28.8	33.1	11.3	7.3	25.7
対令和元年比 (%)	▲ 40.3	▲ 33.3	▲ 30.9	▲ 33.2	▲ 21.0	▲ 21.9	▲ 29.0	▲ 38.2	▲ 17.6	▲ 1.2	▲ 14.3	▲ 12.8	▲ 25.9
令和4年月別構成比 (%)	9.0	5.8	8.1	8.1	9.1	7.3	8.6	9.5	7.8	9.2	9.1	8.5	100.0

### 【参考】

（令和2年）

- ・ 1月8日～2月29日：千葉県ふっこう割
- ・ 4月7日～5月25日：緊急事態宣言
- ・ 7月22日～12月27日：Go To トラベル キャンペーン（10月1日から全国拡大）
- ・ 8月27日～12月27日：ディスカバー千葉（10月1日から全国拡大）

（令和3年）

- ・ 1月8日～3月21日：緊急事態宣言
- ・ 4月20日～8月1日：まん延防止等重点措置
- ・ 8月2日～9月30日：緊急事態宣言
- ・ 10月18日～（令和4年）1月26日：ディスカバー千葉

（令和4年）

- ・ 1月6日～1月26日：千葉とく旅キャンペーン（県民割）
- ・ 1月21日～3月21日：まん延防止等重点措置
- ・ 3月24日～10月10日：千葉とく旅キャンペーン（県民割）
- ・ 10月11日～12月27日：千葉とく旅キャンペーン（全国旅行支援）

（令和5年）

- ・ 1月10日～6月30日：千葉とく旅キャンペーン（全国旅行支援）

## 3 宿泊客の状況（地域別、月別）

### ○ 地域別の宿泊客数（延べ人数）の状況

（単位：千人泊）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
令和4年	2,598	6,145	1,634	112	282	179	320	390	1,693	849	14,201
令和3年	1,946	3,324	1,345	97	212	142	156	322	1,123	613	9,280
令和元年	3,066	9,008	4,123	98	310	232	424	451	1,515	874	20,101
対前年比 (%)	33.5	84.8	21.5	15.5	33.2	26.1	105.7	21.0	50.8	38.6	53.0
対令和元年比 (%)	▲ 15.3	▲ 31.8	▲ 60.4	14.5	▲ 9.1	▲ 23.1	▲ 24.6	▲ 13.5	11.8	▲ 2.9	▲ 29.3
令和4年地域別構成比 (%)	18.3	43.3	11.5	0.8	2.0	1.3	2.3	2.7	11.9	6.0	100.0

## ○ 月別の宿泊客数（延べ人数）の状況

（単位：千人泊）

地域名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
千葉	167	169	209	207	228	199	208	245	219	228	244	275	2,598
東葛飾	397	311	492	433	482	463	508	590	534	617	636	682	6,145
印旛	106	95	124	138	138	116	117	137	129	156	176	201	1,634
香取	5	5	9	9	11	11	11	13	10	10	10	9	112
海匝	19	15	20	22	26	26	24	33	23	24	25	26	282
山武	11	7	14	14	16	13	18	28	15	14	13	16	179
長生	20	12	24	23	29	19	31	48	28	27	27	33	320
夷隅	21	15	28	28	33	24	40	66	30	32	34	38	390
安房	111	78	128	128	145	123	170	248	138	125	141	158	1,693
君津	51	40	63	67	75	60	77	111	73	76	77	79	849
令和4年	908	746	1,109	1,069	1,182	1,055	1,205	1,518	1,199	1,310	1,383	1,518	14,201
令和3年	493	445	658	665	667	601	879	967	717	900	1,090	1,196	9,280
令和元年	1,487	1,441	1,842	1,715	1,710	1,539	1,747	2,176	1,590	1,595	1,629	1,632	20,101
対前年比(%)	84.1	67.5	68.6	60.6	77.1	75.5	37.0	56.9	67.2	45.5	26.9	27.0	53.0
対令和元年比(%)	▲ 39.0	▲ 48.2	▲ 39.8	▲ 37.7	▲ 30.9	▲ 31.4	▲ 31.0	▲ 30.2	▲ 24.6	▲ 17.8	▲ 15.1	▲ 7.0	▲ 29.3
令和4年月別構成比(%)	6.4	5.3	7.8	7.5	8.3	7.4	8.5	10.7	8.4	9.2	9.7	10.7	100.0

### 【参考】

（令和2年）

- ・ 1月8日～2月29日：千葉県ふっこう割
- ・ 4月7日～5月25日：緊急事態宣言
- ・ 7月22日～12月27日：Go To トラベル キャンペーン（10月1日から全国拡大）
- ・ 8月27日～12月27日：ディスカバー千葉（10月1日から全国拡大）

（令和3年）

- ・ 1月8日～3月21日：緊急事態宣言
- ・ 4月20日～8月1日：まん延防止等重点措置
- ・ 8月2日～9月30日：緊急事態宣言
- ・ 10月18日～（令和4年）1月26日：ディスカバー千葉

（令和4年）

- ・ 1月6日～1月26日：千葉とく旅キャンペーン（県民割）
- ・ 1月21日～3月21日：まん延防止等重点措置
- ・ 3月24日～10月10日：千葉とく旅キャンペーン（県民割）
- ・ 10月11日～12月27日：千葉とく旅キャンペーン（全国旅行支援）

（令和5年）

- ・ 1月10日～6月30日：千葉とく旅キャンペーン（全国旅行支援）

## Ⅱ 検討項目（案）に関する現状・取組

### 1 人材確保

#### <全国の状況>

##### ○令和5年版 観光白書の分析（要約）

感染症の影響から観光需要が回復に向かう中、観光産業では、生産性の低さや人材不足等、感染拡大前からの積年の構造的課題が一層顕在化している。

宿泊業の賃金（平成30年以降の推移）は令和2年から減少傾向が続き、全産業との差が拡大している。

宿泊業、飲食サービス業（令和3年）の入職率は「生活関連サービス業、娯楽業」に次いで2番目に高く、離職率は最も高く、雇用の流動が激しい。

これら観光産業における賃金や雇用の構造的な課題により、人員不足が深刻化している。

##### ○民間調査機関による調査結果

旅館・ホテル業では、約7割の事業者が、正社員、非正社員ともに人手不足を感じており、いずれも、業種別では2番目に高い結果だった。

（株）帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査（令和5年7月調査）」

##### ・正社員の人手不足割合（上位5業種）

	業種	R5. 7月	R4. 7月	R3. 7月
1	情報・サービス	74.0	64.9	54.7
2	<b>旅館・ホテル</b>	<b>72.6</b>	<b>66.7</b>	<b>22.5</b>
3	建設	68.3	62.7	57.5
4	メンテナンス・警備・検査	68.2	59.8	53.8
5	<b>飲食店</b>	<b>66.3</b>	<b>54.1</b>	<b>43.6</b>
	全業種	51.4	47.7	40.7

##### ・非正社員の人手不足割合（上位5業種）

	業種	R5. 7月	R4. 7月	R3. 7月
1	<b>飲食店</b>	<b>83.5</b>	<b>73.0</b>	<b>56.4</b>
2	<b>旅館・ホテル</b>	<b>68.1</b>	<b>55.3</b>	<b>39.5</b>
3	人材派遣・紹介	65.8	55.4	41.8
4	各種商品販売	56.6	56.5	48.8
5	飲食料品小売	53.6	54.5	41.4
	全業種	30.5	28.5	22.5

## ＜県内の状況＞

宿泊業などにおいて、フロントや調理部門などにおける人材不足が深刻であり、外国人材の積極雇用の必要性を訴える声もある。

（県内宿泊業における外国人の雇用者数は、全国同様、近年、増加傾向にある。）

### ○県内における外国人雇用状況（千葉労働局発表資料より調製）

	令和元年		令和2年		令和3年		令和4年	
	事業所	人数	事業所	人数	事業所	人数	事業所	人数
宿泊業	117	649	123	663	136	661	143	725
飲食店	1,468	6,164	1,568	5,629	1,649	5,281	1,550	4,559
全産業	9,786	60,413	11,299	67,177	12,416	68,155	12,805	69,106
(全国)								
宿泊業	3,796	22,929	4,193	23,246	4,381	21,931	4,685	24,376
飲食店	30,158	182,471	32,637	178,326	35,803	179,816	37,633	182,550
全産業	242,608	1,658,804	267,243	1,724,328	285,080	1,727,221	298,790	1,822,725

## ＜本県における取組＞

### ○宿泊業人材確保事業（令和5年度9月補正予算 7,600千円）

宿泊業の人材確保に向け、事業者には、従業員の働きやすい職場づくりやDXの活用等を促すセミナーを、求職者には、宿泊業の魅力・やりがいなどを伝えるセミナーを開催するとともに、両者のマッチング支援を実施する。



## 2 将来的な国内観光客の減少

### <全国・千葉県の状況>

日本の総人口は、2005年に戦後初めて前年を下回った後、2008年にピークとなり、2011年以降、連続して減少している。

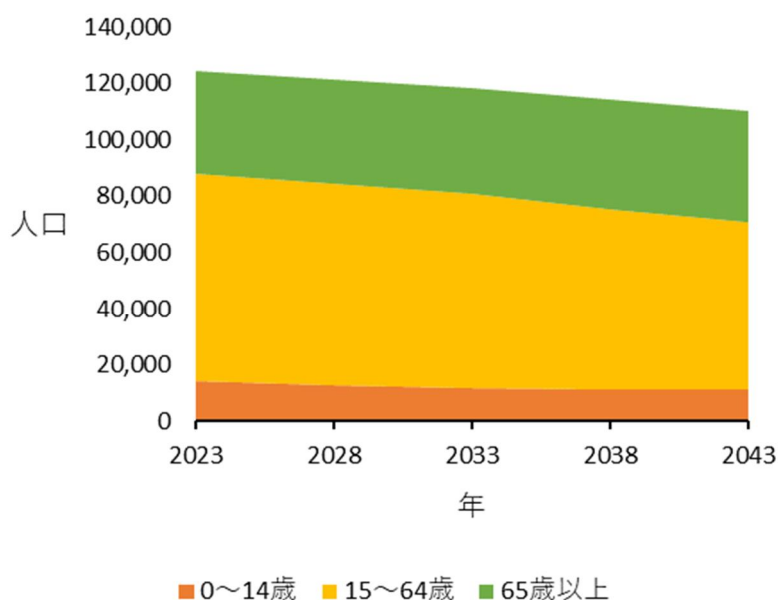
千葉県の人口（令和5年9月1日現在）は627.4万人で、前年同月を約2千人下回った。

今後は、国内・県内ともに、人口減少が見込まれている。

### ○ 全国の人口推移の見込み（単位：千人）

	総人口		0～14歳		15～64歳		65歳以上	
		変動率		変動率		変動率		変動率
R5 (2023)	124,408	1.00	14,202	1.00	73,858	1.00	36,348	1.00
R10 (2028)	121,414	0.98	12,850	0.90	71,880	0.97	36,683	1.01
R15 (2133)	118,071	0.95	11,879	0.84	68,949	0.93	37,243	1.02
R20 (2038)	114,391	0.92	11,520	0.81	64,132	0.87	38,739	1.07
R25 (2043)	110,434	0.89	11,214	0.79	59,691	0.81	39,529	1.09

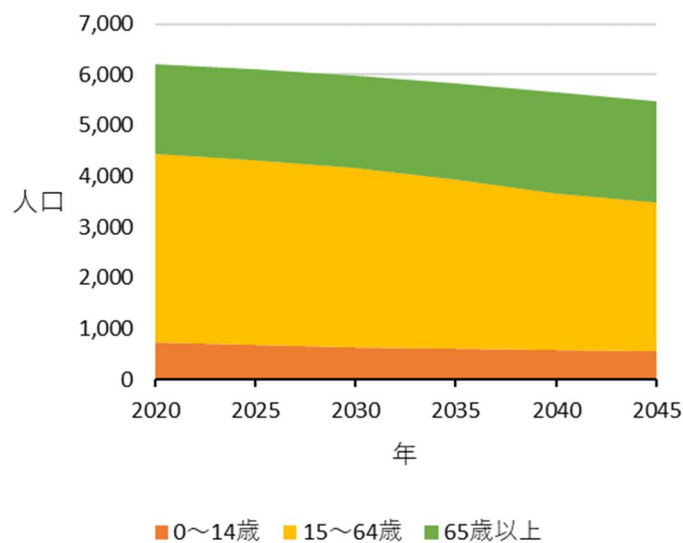
国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」中、「出生・死亡中位」から調製



○ 本県の人口推移の見込み（単位：千人）

	総人口		0～14歳		15～64歳		65歳以上	
		変動率		変動率		変動率		変動率
R2 (2020)	6,205	1.00	724	1.00	3,727	1.00	1,754	1.00
R7 (2025)	6,118	0.99	675	0.93	3,653	0.98	1,791	1.02
R12 (2030)	5,986	0.96	639	0.88	3,528	0.95	1,819	1.04
R17 (2035)	5,823	0.94	608	0.84	3,340	0.90	1,875	1.07
R22 (2040)	5,646	0.91	589	0.81	3,083	0.83	1,973	1.12
R27 (2045)	5,463	0.88	569	0.79	2,906	0.78	1,989	1.13

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年）から調製



<選ばれる地域・施設づくり>

今後見込まれる人口減少、特に生産年齢人口の減少は、国内旅行者による旅行市場の縮小を意味することから、魅力ある地域、施設づくりが必要となる。

○観光コンテンツ高付加価値化促進事業（令和5年度100,000千円）

中長期的な観光需要の拡大のため、地域が一体となった観光コンテンツ（新規または既存事業の磨き上げ）を開発する取組を支援する。

（採択事業例）

・普段は公開されていない夜間の博物館を公開し、特別な料理と夜景を楽しむ取組

・トッププロサーファーと1泊2日で集中レッスンを受ける取組 等

### 3 インバウンドの回復を見据えた取組

#### <全国の状況>

感染症の世界的な感染拡大に伴い、訪日客は大幅に減少した。

令和5年5月の5類移行、水際対策の緩和等により回復傾向に転じ、中国の海外団体旅行解禁(令和5年8月)もあり、今後は増加傾向が期待されている。

#### ○ 訪日外国人旅行者数の推移 (単位：万人)

	H30年	R1年	R2年	R3年	R4年	R5年
訪日外客数 *1	3,119	3,188	412	25	383	1,737(1-9月)
日本人旅行者 *2	56,178	58,710	29,341	26,821	41,785	10,162(1-3月)

\*1 日本政府観光局統計、令和5年(1~9月)は元年同期比28.8%減

\*2 旅行・観光消費動向調査、令和5年(1~3月)は元年同期比15.9%減

#### ○ 成田空港の国際線旅客数(令和5年4~9月)

- ・総数 1,266万人 (前年同期比2.9倍、令和元年同期比約7割)
- うち外国人旅客 804万人 (前年同期比7倍、令和元年同期比約9割)

#### <県内の状況>

成田空港を擁するため、県内を訪れる外国人客数は多い。

他方で、成田空港到着後は、すぐに都内等へ移動し、そのまま出国する、「素通り」が多いとされ、県内への周遊促進等が課題。

訪日客の増加を見据え、富裕層等を対象としたコンテンツ造成等が必要。

#### ○ 訪日外国人の状況(2019年(R1年)「訪日外国人消費動向調査」より)

	訪問者数(万人)	消費単価(万円/人)	平均泊数(泊)*
東京都	1,410.3 (1)	10.9 (2)	5.6 (8)
大阪府	1,152.5 (2)	7.3 (5)	3.1 (33)
千葉県	1,048.5 (3)	1.6 (46)	0.8 (46)
京都府	830.1 (4)	3.4 (31)	2.3 (38)
奈良県	349.5 (5)	0.8 (47)	0.4 (47)
愛知県	269.4 (6)	6.1 (8)	3.8 (26)
福岡県	259.5 (7)	7.1 (6)	3.8 (26)
北海道	239.1 (8)	12.1 (1)	5.5 (10)
神奈川県	234.0 (9)	5.4 (13)	5.3 (13)
沖縄県	182.7 (10)	9.7 (3)	4.8 (17)
埼玉県	31.7 (24)	7.4 (4)	15.1 (1)

\*空海港の出国ロビー内で、出国手続きを終えた訪日外国人に対し聞き取り調査を実施したもの。

## ＜県における取組＞

### ○令和5年度事業 ＜訪日客誘致関連、カッコ内は令和5年度予算額＞

- ・海外国際観光展や現地商談会等への参加 (41,658 千円)
- ・多言語のウェブサイト・SNS等を活用した情報発信 (47,260 千円)
- ・台湾に設置した「観光レップ」による現地情報の収集とPR (8,735 千円)
- ・訪日教育旅行の誘致 (40,639 千円)
- ・訪日団体旅行客向けバスツアー造成支援事業 (32,186 千円)

## 4 新たな旅のスタイルへの対応

### ＜国における取組＞

感染症の影響もありテレワークが浸透する中で、場所にとらわれない柔軟な働き方が可能となってきており、人々の行動・生活・労働様式が変化し、ニーズが多様化している。

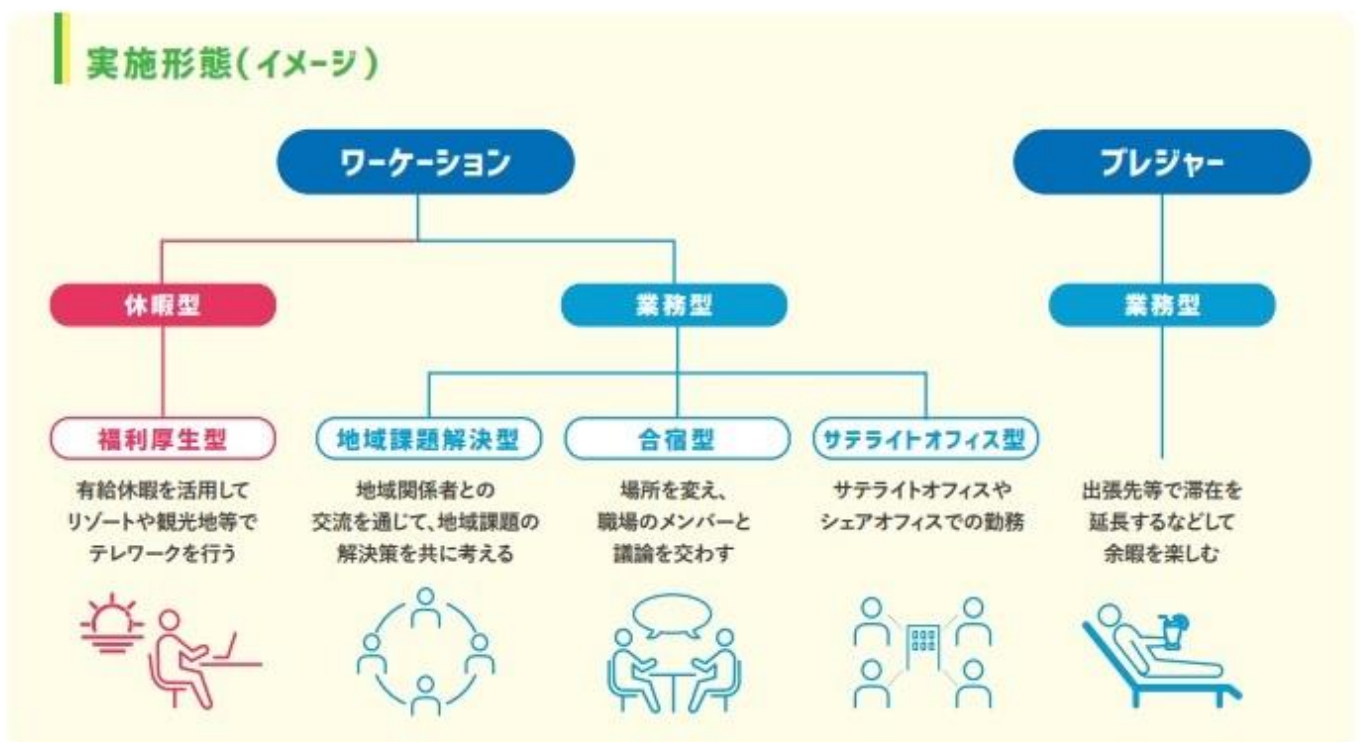
職場や自宅を離れ、仕事しながら余暇も過ごせるようになることで、日常にない気付きや学び、交流が得られ、新たな価値創出や地域・社会の課題に取り組むなどのきっかけとなるといった効果も出てきている。

国においては、ポストコロナを見据え、地域との関係性構築を通じて、継続した来訪を促進するための「第2のふるさとづくり」、企業と地域によるワーケーションの取組や将来にわたって旅行者をひきつける新たなレガシー形成により、国内外の観光需要を喚起し、交流人口や関係人口の拡大、地域活性化を図ることとしている。

他方で、国の調査では、ワーケーション制度を導入している企業は、着実に増加はしているものの、いまだに高い水準とはいえない状況にある。

(令和3年：9.1%から、令和4年：13.4%)

この他にも、富裕層向けのコンテンツ造成、従来の「モノ」への消費に代わる、体験型観光メニューなどの造成も求められている。



## <今後の成長が期待されるツーリズム（例）>

### ○ガストロノミーツーリズム

観光客の体験・活動が、食や食材に関連付いている旅行スタイル。本格的、伝統的又は革新的な料理体験のほか、地域の産地訪問、食に関するフェスティバルへの参加、料理教室への参加など、他の関連活動を含む場合もある。

例：ワインツーリズム

ブドウ園やワイナリーの訪問、テイスティング、ワイン産地近隣でのワインの消費または購入を観光の目的とする。

### 他県における取組例

#### ・しずおか型ガストロノミーツーリズム

歴史スポットや地元ならではの素材、お茶、日本酒などについて、地域の旬の食材や料理の堪能、地域ならではの食文化や食の背景の理解、生産者や料理人との交流、地域の地理・歴史・文化の体験などを推進。

### ○アドベンチャーツーリズム

「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行。旅行者は、個々のコンテンツの質の高さ、各々の興味・関心に応じたテーマ・ストーリー性のある滞在プランなど、地域ならではの体験を求める。

自然・文化等の豊富な地域資源を活用し、日本の本質を深く体験・体感できるため、国内外の観光客の消費額増加や満足度向上に繋がることが期待される。

### ○メディカルツーリズム

医療サービスを求めて他国へ行く旅行。観光資源を組み合わせて外国人観光客を誘致する取組は世界的に行われており、日本では、2009年に国の新成長戦略に盛り込まれた。

人間ドックや検診等の「健診」、再生医療を美容分野に活かしたエステ、森林療法などの「美容や健康増進」がある。健診や治療等の終了後、または健診結果を待つ合間に観光期間を設け、医療サービスと観光資源を共に提供することで、外国人観光客の誘致をめざしている。

北海道などが取り組んでいる。

### ○ユニバーサルツーリズム

高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行。

人工透析を受ける施設と契約した海外旅行や段差の少ない宿を選んだ国内旅行、妊婦用の施設を備えた宿に泊まるマタニティ旅行など、あらゆる人に優しい旅行が少しずつ増えてきている。言葉に不自由さを感じる訪日外国人旅行への必要な対応もそのうちの一つ。

## ○スポーツツーリズム

スポーツ資源とツーリズムを融合する取組み。スポーツをする（大会参加やアクティビティ、合宿など） 観る（スポーツ観戦など） 支える（ボランティアやマネジメントなど）ことで、周辺観光や飲食宿泊などの経済効果、交流人口拡大、旅行者へのスポーツ施設・プログラムや宿泊環境整備などによるまちづくり、国際競技大会等のスポーツイベント招致による地域発信が期待される。

## ○グリーンツーリズム

農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、都市住民に自然や地元の人とふれあう機会を提供するだけでなく、農山漁村を活性化させ、新たな産業を創出することが期待されている。

1994（平成6）年に、グリーンツーリズムの振興を支援する「農山漁村余暇法」が制定され、様々な地域で農家民宿の登録。基盤整備、体験・交流プログラムの作成がなされ、教育旅行など旅行者の受け入れが行われている。

## <本県における取組>

### ○ちばワーケーション受入促進事業（令和5年度 77,700千円）

地域で受け入れる場合には、宿泊施設等に対し、設備や備品等の受入れ環境整備費用を補助するとともに、実施を希望する企業向けのモニターツアーの開催、受け入れ施設やプログラム等の情報発信等を行うことで、県内における受入れ体制の整備を促進。

（千葉県は合宿型ワーケーションを推進）







## 5 デジタル技術の効果的活用

### <国における取組>

国では、観光分野における DX の推進により、旅行者の利便性向上や観光産業における生産性向上等に取り組むとともに、地域間・観光事業者間の連携を通じた地域活性化や持続可能な経済社会の実現を目指した取組を推進している。

「観光 DX」とは、業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うものとされる。

参考に、観光庁「観光 DX 推進のあり方に関する検討会」資料を添付

### <本県における取組>

#### ○デジタルマーケティング事業（令和5年度9月補正予算 46,000千円）

本県に来訪している観光客の周遊傾向等を把握し、効果的に事業を実施するため、

- ・（公財）日本観光振興協会デジタルプラットフォームの利用
  - ・東京湾アクアラインの実証実験の影響調査（人流等）
  - ・富裕層の人流・消費動向調査
- 等を実施。



## 旅行者の利便性向上 周遊促進

- 小規模事業者においては、オンラインで情報を提供していないケースもあり、検索しても見つからない
- 多くの地域や事業者では、ウェブサイトやSNS等を通じて情報発信を行っているが、“量”が足りない
  - 当該施設・地域の最低限の情報しか提供されていない
  - 当該施設・地域の周辺情報提供が提供されておらず、周遊促進に繋がらない
  - 決済手段や移動手段が限定的
- 多くの地域や事業者では、ウェブサイトやSNS等を通じて情報発信を行っているが、“質”が足りない
  - 旅行者個人の趣味・趣向に合致しない
  - 旅行者の欲しい時・場所で提供されていない(混雑情報、予約時の情報提供、デマンド交通等)
  - 旅行者が高い満足度を感じる体験が提供されていない

## 観光地経営の高度化 (DMO、地方自治体等)

- 一部の先進的な地域を除き、地域を訪れる旅行者に関する実態を把握できていない
  - 必要なデータやその取得方法を地域で理解していない
  - 必要なデータや活用方法は分かるが、ステークホルダーの理解・巻き込みが困難
  - 取得したデータを蓄積・分析し可視化できない(スキルがない、適切なツールがない、予算がない)
- 一部の先進的な地域を除き、実態に基づいた、効果的な誘客ができていない
  - 顧客のターゲットイングが出来ていない
  - ターゲット顧客のニーズを理解できていない
  - ターゲット顧客のニーズにあったプロモーション等のマーケティングが実行できていない
- 地域一体となった連携に取り組めていない

## 観光産業の生産性向上 (宿泊、アクティビティ事業者等)

- デジタルツールの導入は進みつつあるが、多くの事業者においては、予約・在庫管理等の業務プロセスが自動化されておらず、業務効率が低い
  - 業務効率を改善するツールを知らない
  - ツールの存在は理解しているが、導入していない(スキル、予算)
  - ツールは導入されているが、事業者間で、連携可能なツールではない
  - 各種ツールからデータを抽出できないケースもあり、非効率な管理となっている
- 収益最大化につながる取組みが不十分
  - 旅行者の関心・行動などを把握していない
  - 旅行者の関心や行動を踏まえたサービスを提供していない
  - サービスに見合う価格設定ができていない

## 観光デジタル人材の育成・活用

- デジタル化に精通した人材が不足している
  - デジタル人材を事業者の間で共有する仕組みがない
  - 外部からデジタル人材を確保する取組が不足
- 上記人材を育成する取組が不足している
  - デジタル人材を地域で育成する環境が整えられていない
  - 外部によるデジタル人材育成プログラムの導入が不足



# 観光分野におけるデジタル実装



- 人口減少が進む我が国において、国内外との交流を生み出す観光は、地方創生の切り札。
- 観光分野のデジタル実装を進め、消費拡大、再来訪促進等を図るとともに、これを支える人材を育成し、稼ぐ地域を創出。
- 分野間のデジタル連携の強化により地域全体の収益最大化を図ることで、地域活性化・持続可能な経済社会を実現。

## 旅行者の利便性向上 周遊促進

- デジタルサイネージ等による、リアルタイム性の高い情報発信
- 観光アプリを活用した、混雑回避・人流分散による消費拡大

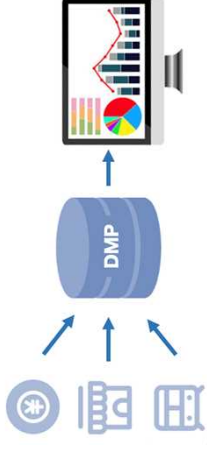


## 観光地経営の高度化

- 旅行者のキャッシュレス決済データ等を用いたマーケティング (CRM)による、再来訪促進、消費拡大

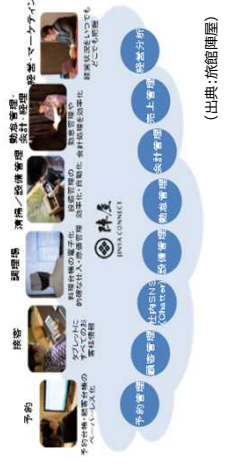


- DMP (データマネジメントプラットフォーム)の構築によるマーケティングの強化

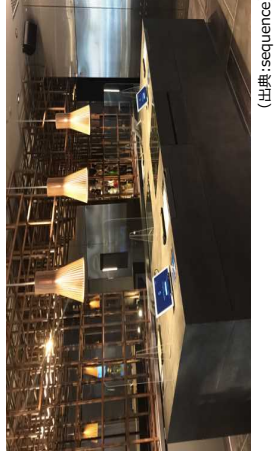


## 観光産業の生産性向上

- 顧客予約管理システム (PMS)による、情報管理の高度化、人員配置の効率化

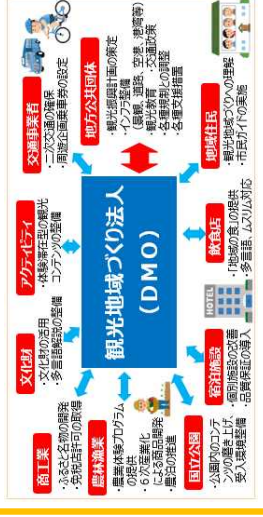


- 非接触子ロックイン・システム (感染防止対策にも貢献)



## 観光デジタル人材の育成・活用

- 観光地域づくり法人 (DMO)を中核に、デジタル人材を登用・育成

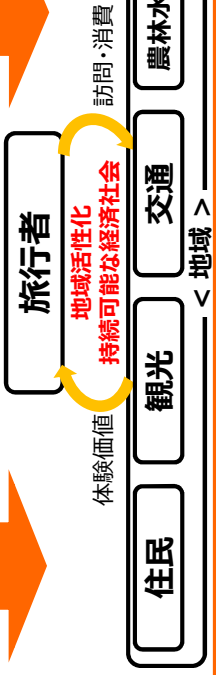


- デジタル人材が、観光地域のデジタル化やマーケティング、観光産業経営におけるデータ活用等を主導



## 分野間のデジタル連携の強化により、地域全体の収益を最大化

⇒ 地域活性化・持続可能な経済社会を実現



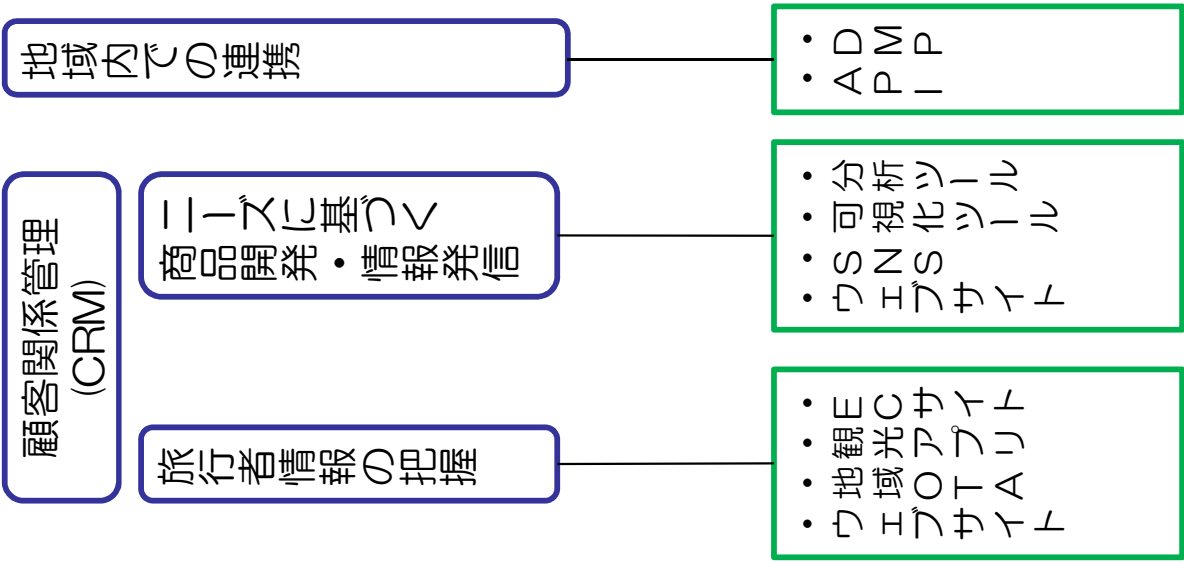


# 4本柱の実現に資する主なデジタルツール

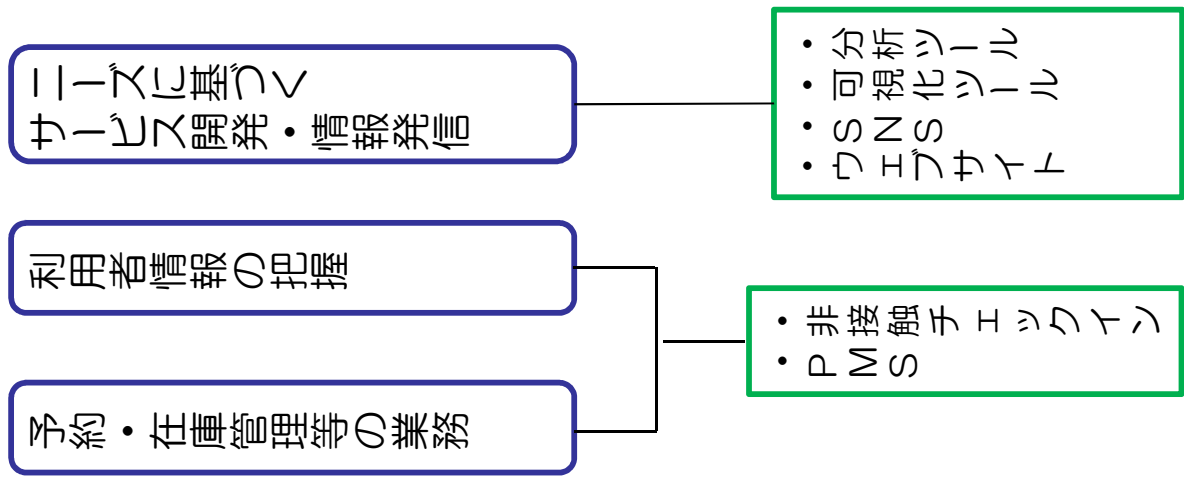
## 旅行者の利便性向上 周遊促進



## 観光地経営の高度化



## 観光産業の生産性向上



## 観光デジタル人材の 育成・活用

