

県内観光が抱える課題と目指すべき方向性等について【インバウンド】

◎インバウンドの推進には、国・地域ごとの旅行需要、コロナ後の旅行ニーズなどに応じた戦略的かつ総合的な取り組みが必要か

方向性	目標	現場の課題等	目指す方向性	(例)	
プロモーション	県内観光地及び体験コンテンツの認知度向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内観光地の認知度が低い</li> <li>体験コンテンツが、外国人向けになっていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーションの強化による県内観光地、コンテンツの認知度向上</li> <li>外国人ニーズに合った体験コンテンツのブラッシュアップと認知度向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国・地域ごとの旅行ニーズに応じた広告展開（ホームページ、SNS、インフルエンサー、現地広告など）</li> <li>現地で行われる旅行博、商談会などによる千葉県の露出増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外向けHP「Visit Chiba」（英語・繁体字）</li> <li>現地商談会・セールス活動等：台湾・タイ・マレーシア・ベトナム等</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>国、地域により旅行ニーズが異なる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国、地域ごとの旅行時期、ニーズ、トレンドの把握</li> <li>旅行者ニーズに応じたプロモーションの展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光レップなどを活用した現地の最新情報の入手</li> <li>海外現地の旅行者ニーズの把握、分析</li> <li>ビックデータの活用</li> <li>ニーズに応じたHPやSNS等における掲載内容の充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光レップ：R3.8～台湾に設置</li> <li>ニーズの把握：レップの定例報告、現地プロモーション活動やランドオペレーター訪問時等におけるヒアリング</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>団体旅行に加え、増加・多様化する個人旅行者へのPRが必要</li> <li>旅行形態の多様化に合わせたPR方法のカスタマイズが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様化する団体旅行ニーズの把握と誘致</li> <li>個人旅行者へ対応した商品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外現地での商談会、訪問セールスの継続的な実施</li> <li>国内ランドオペレーターとの連携による商品提案</li> <li>海外のクチコミサイト等を活用した個人旅行者向けのPRの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ランドオペレーター訪問対象：都内を中心に約50社</li> <li>クチコミサイト活用：令和5年9月補正予算事業 12月～セミナー開始（県内4カ所程度）</li> </ul>
受入環境整備	インバウンド受け入れ環境の充実と機運醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド人材の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド人材の育成及び安定雇用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期目線での産官学連携によるインバウンド人材の育成及び活躍先の安定提供</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド受入に係るモチベーションの地域格差</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内観光事業者が一丸となってインバウンドに取り組む</li> <li>オフシーズン等を活用したインバウンド誘致の認識向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最新の市場情報の提供</li> <li>インバウンドの認識向上セミナーの開催</li> <li>身近な成功事例の造成・紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドセミナー等における国・地域別の最新動向の説明</li> <li>観光レップ報告会の実施 等</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人の求めるコンテンツが不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人のニーズに対応するコンテンツの造成・磨き上げ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外の旅行関係者等からのニーズの聞き取り、分析</li> <li>県内の有望コンテンツの発掘、磨き上げ体制の整備（例：発酵・醸造、アニメ）</li> <li>コンテンツ造成に取り組む事業者等の発掘・育成、外部人材の活用</li> <li>観光庁などの補助金を活用したコンテンツ造成</li> <li>地域主体での外国人目線での地域ブランディング</li> <li>「旅マエ」段階で刺さる情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「観光コンテンツ高付加価値化促進事業」</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>観光協会等、観光事業者、体験コンテンツ事業者等の受入体制が脆弱（インバウンド対応人材、外国語スキル、コンシェルジェ・ガイド等のスキルなど）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド受入を支える人材の確保・育成（外部人材の活用、内部人材の育成）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー、研修会の開催</li> <li>観光庁などの補助金を活用したコンサル派遣</li> </ul>	
旅行消費額の増加	県内滞在時間の伸長（県内周遊の促進）	<ul style="list-style-type: none"> <li>成田空港を利用者が県内観光地を訪れていない</li> <li>平均宿泊日数が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内観光地の周遊ツアーの造成</li> <li>成田空港発着の個人旅行者向けの旅行商品開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外旅行会社等に向けた誘致・ツアー造成支援制度の充実</li> <li>成田空港発着の個人向け県内周遊ツアーの造成支援</li> <li>復路用バス（東京発成田行き）の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドバス支援：県内宿泊施設に2泊以上宿泊し、観光施設を訪れる団体旅行に対して、エリアによっては最大15万円を支援</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>県内観光地を訪れる交通手段が不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存交通アクセスの周知</li> <li>デジタル技術の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>タクシー、レンタカー、レンタサイクルの利用促進</li> <li>タクシードライバーの語学対応、レンタカーの利用促進（多言語の申込書・ナビの設置）</li> <li>Ma a Sなどデジタル技術の活用等（例：三浦COCOON）</li> </ul>	
	富裕層の誘致	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層が求める付加価値の高いコンテンツが不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層を意識した高付加価値なコンテンツの造成（文化・芸術、アドベンチャー、食、健康志向など、富裕層が求めるニーズへの対応）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有望コンテンツの発掘、磨き上げ体制の整備</li> <li>コンテンツ造成に取り組む事業者の発掘・育成、外部人材の活用</li> <li>観光庁などの補助金を活用したコンテンツ造成</li> <li>富裕層目線を持った専門人材、コンサルの活用</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層向けの宿泊施設、飲食店等が不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存宿泊施設・飲食店の高付加価値化</li> <li>高級宿泊施設、飲食店（料理人）の誘致</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光庁等の補助金を活用した施設・設備の高付加価値化</li> <li>富裕層目線を持った専門人材、コンサルの活用</li> <li>国内外の高級宿泊施設等への誘致活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「観光コンテンツ高付加価値化促進事業」</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層ニーズに応えるガイド、コンシェルジェ等がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部人材の活用、内部人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー、研修会の開催</li> <li>外部人材の講師招請</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層の求める利便性の高い交通アクセスが未整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライベートジェット、高級ヨット、ヘリ、ハイヤー等の移動ニーズへの対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係団体、事業者との連携</li> <li>富裕層からのニーズに対応できる人材・体制の整備</li> </ul>		