

第 3 次 観 光 立 県 ち ば 推 進 基 本 計 画

繰り返し選ばれる国際観光県 CHIBA



千葉県マスコットキャラクター

チーバくん

平成 31 年 3 月

千 葉 県

はじめに

少子高齢化や人口減少が進展する中、訪日外国人旅行者の急増や、国内におけるシニア層の旅行者の増加、個人旅行の主流化、スマートフォンの普及など、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。



こうした中、本県では、東京オリンピック・パラリンピック 8 競技の開催が決定したことの他、圏央道や外環道など広域道路ネットワークの整備進展や成田空港における国際線・国内線の拡充の結果、国内外から手軽に本県を訪れることが可能となっており、本県観光にとっての絶好の機会が訪れています。

県では、この機会を的確に捉え、地域の活力を維持し、さらに活性化させるため、「第3次観光立県ちば推進基本計画」を策定しました。

今後、本計画に基づき、本県が持つポテンシャルを最大限に発揮するため、自然や歴史・文化などの魅力を実感できる体験型の観光プログラムの開発促進や、外国人や高齢者、障害者も安心して旅行を楽しめるよう、観光施設や案内板等における多言語対応の強化やバリアフリーに配慮した観光の推進などに地域一体となって取り組み、オール千葉の体制で、「繰り返し選ばれる国際観光県 CHIBA」の実現を目指してまいります。

平成 31 年 3 月

千葉県知事

森田健作

目次

| | | |
|---|------------------------------------------------|----|
| 1 | 計画の基本的な考え方..... | 3 |
| | (1) 計画策定の趣旨..... | 3 |
| | (2) 計画期間..... | 3 |
| | (3) 計画の点検・見直し..... | 3 |
| 2 | 観光振興の意義と千葉県観光の現状..... | 4 |
| | (1) 観光振興の意義..... | 4 |
| | (2) 観光をとりまく現状..... | 6 |
| | (3) 国の動向..... | 11 |
| | (4) 千葉県観光の現状..... | 13 |
| | (5) 第2次計画の評価..... | 25 |
| 3 | 千葉県観光振興のための4つの重点課題..... | 26 |
| | (1) 地域資源を活用した多様な観光需要への対応..... | 27 |
| | (2) 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催効果の活用..... | 29 |
| | (3) 成田空港等の交通インフラの積極的な活用..... | 30 |
| | (4) テクノロジー（ICT、AI技術）を活用した生産性の向上..... | 32 |
| 4 | 千葉県観光の目指すべき姿と目標設定..... | 34 |
| | (1) 目指すべき姿と観光戦略..... | 34 |
| | (2) 数値目標..... | 36 |
| 5 | 実行すべき観光戦略..... | 37 |
| | (1) 施策体系..... | 37 |
| | 【戦略1】国内外からのリピーターを獲得できる観光地域づくり..... | 38 |
| | 【戦略2】本県の優位性を活用した国内外へのプロモーション..... | 40 |
| | 【戦略3】観光ポテンシャルの磨き上げ..... | 44 |
| | (2) 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催を起爆剤とした重点加速化施策..... | 46 |
| | (3) 地域の取組と県の役割..... | 47 |
| 6 | 推進体制..... | 68 |
| | (1) 多様な主体と連携した計画の推進体制..... | 68 |
| | (2) 今後の環境変化への対応..... | 68 |

○参考資料

1 計画の基本的な考え方

(1) 計画策定の趣旨

本計画は、「千葉県観光立県の推進に関する条例」第9条の規定により、観光立県千葉の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定する中長期計画です。これまで、第1次計画を平成20年10月に、第2次計画を平成26年3月に策定したところです。

第2次計画の期間中には、平成24年12月以来、「いざなぎ景気」を超える戦後2番目の長期にわたる景気回復局面が続いたことや、スマートフォンやタブレット等のモバイル機器が普及し、それに伴うソーシャルネットワーキングサービス（以下「SNS」という。）の普及など、本県観光に大きな影響を及ぼす出来事が起こりました。

また、戦略的なビザ緩和や免税制度の拡充、出入国体制の充実、航空ネットワークの拡大など、国主導の積極的なインバウンド政策が推進された結果、訪日外国人旅行者は、平成24年の836万人から平成29年の2,869万人まで5年間で3.4倍に拡大するなど、大幅に増加しました。

さらに、平成27年には東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会において、オリンピック3競技とパラリンピック4競技の幕張メッセでの開催が、平成28年には一宮町の釣ヶ崎海岸でのサーフィン競技の開催が決定しました。

本県は、日本の空の表玄関である成田空港を擁するという立地条件に加え、豊かな自然や多種多様な食材、そして、数多くの歴史・文化資産に恵まれています。

今後、官民が一体となって、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催を契機として、受入体制の整備と機運の醸成を図るとともに、大会開催後を見据えたレガシーを残していく必要があります。

こうした社会要因や社会変動を踏まえ、次の5年間の目指すべき方向とこれの実現に向けた施策を明らかにするため、第3次計画を策定します。

(2) 計画期間

本計画は、2019年度から2023年度までを計画期間とします。

(3) 計画の点検・見直し

今後の観光ニーズや社会経済情勢の変化に適切に対応するため、進捗状況を毎年度点検・評価するとともに、必要に応じて見直しを実施します。

2 観光振興の意義と千葉県観光の現状

(1) 観光振興の意義

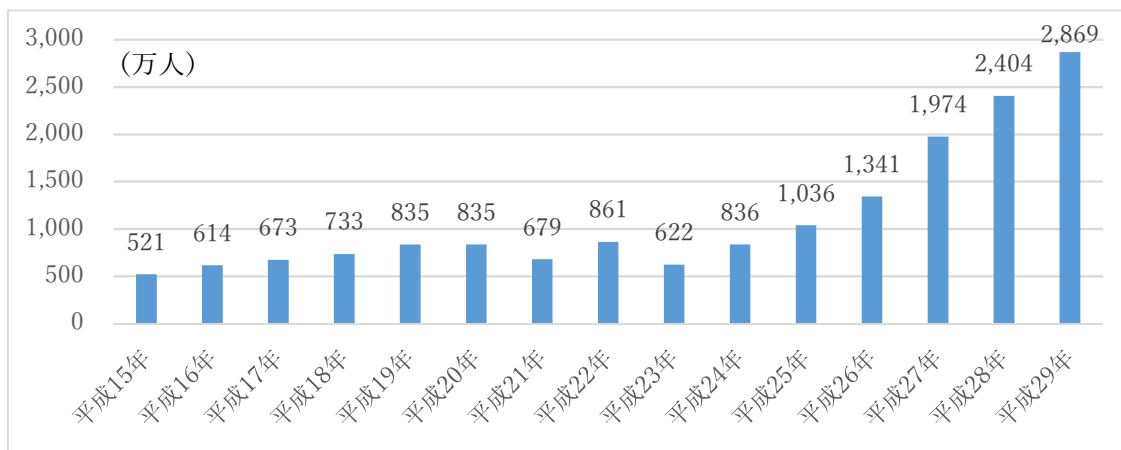
「観光」は、世界的にも成長性の高い産業であり、地域経済の幅広い業種に効果が波及する裾野の広い総合産業です。

訪日外国人旅行者数は、平成24年の836万人から平成29年の2,869万人と、5年間で3.4倍に増加し、訪日外国人旅行消費額は、同期間で1兆846億円から4兆4,162億円へと4.1倍に増加しています。また、外国人延べ宿泊者数は平成24年の2,631万人泊から平成29年に7,969万人泊へと約3倍に増加するなど、宿泊業における外国人宿泊者のシェアが大きく上昇しています。

また、投資についても、宿泊業用建築物の工事費予定額は、平成24年の約1,100億円に対し、平成29年では8.4倍の約9,400億円に増加するなど、大きな影響を与えています。インバウンド投資需要は、宿泊業のみならず、素材、機械などの製造業から、地域経済で多くの雇用を生む非製造業にも広範囲に影響を及ぼしており、インバウンドの変動が景況感の形成に及ぼす影響が高まっているなど、今後、地域経済を支える大きな柱になる可能性を有しています。

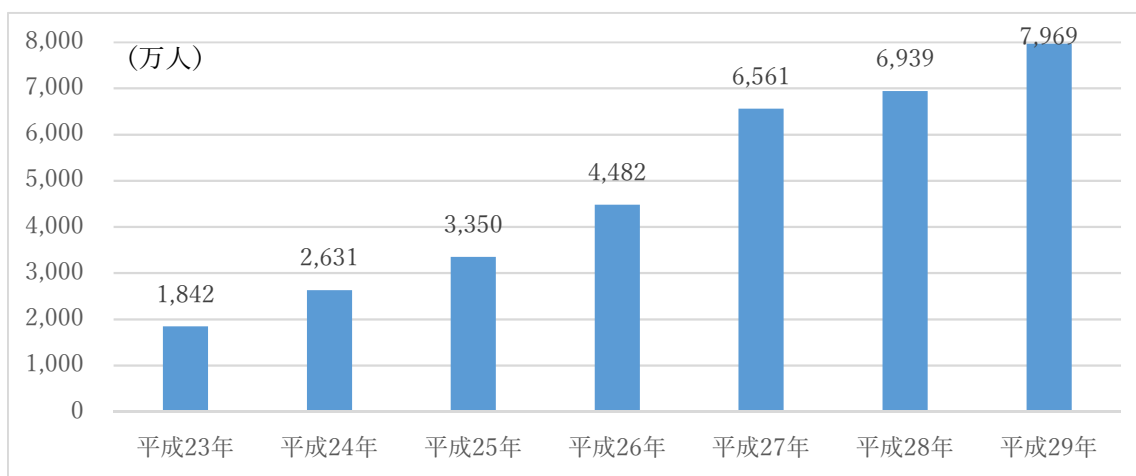
さらに、日本人の国内旅行消費額についても、平成24年の19兆4,208億円から平成29年には21兆1,130億円と緩やかに増加しており、インバウンドの影響と併せて、観光が日本経済を牽引する「稼ぎ手」に成長しつつあります。

訪日外国人旅行者数の推移



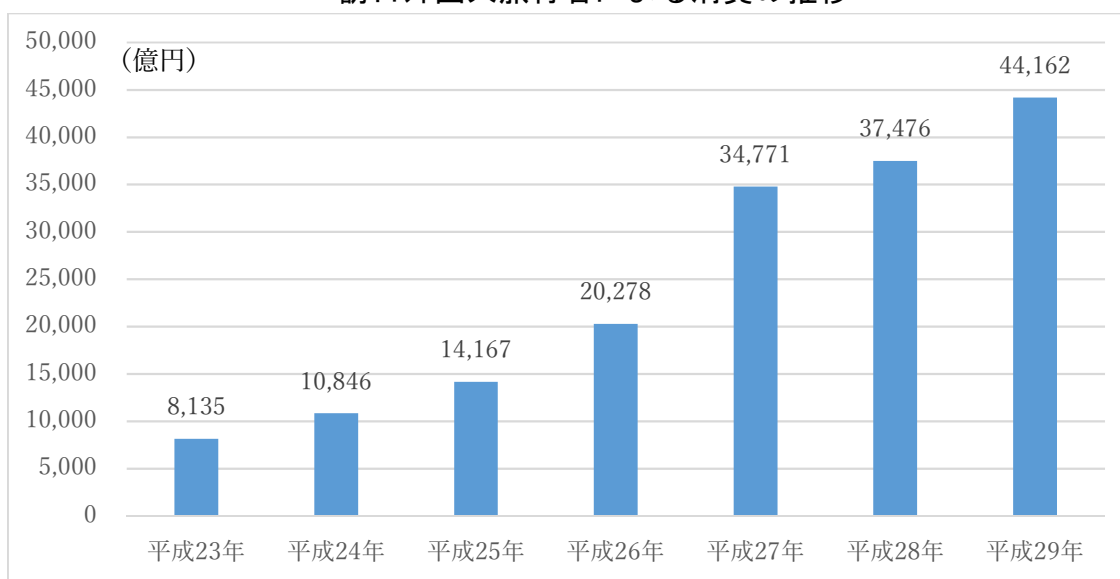
出典：日本政府観光局(JNTO)

外国人延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

訪日外国人旅行者による消費の推移



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 観光をとりまく現状

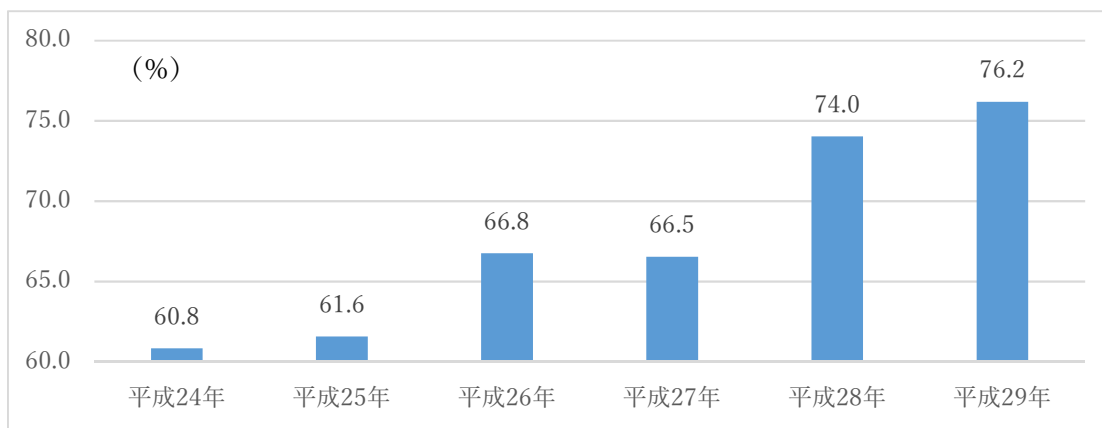
ア 訪日外国人旅行者の状況

訪日外国人旅行者は、個人手配による旅行の比率が増加し、個人旅行手配の割合は平成24年の60.8%が平成29年は76.2%に達し、5年間で15ポイント以上の高い伸びを示しています。

また、訪日外国人旅行者からの要望が大きかった公衆無線LANや案内板等の多言語化については一定の整備が進みつつあるものの、外国人旅行者が旅行中に困ったこととして、施設等のスタッフとのコミュニケーションがトップとなっているなど、依然として多言語対応に起因する問題が大きなウェイトを占めています。

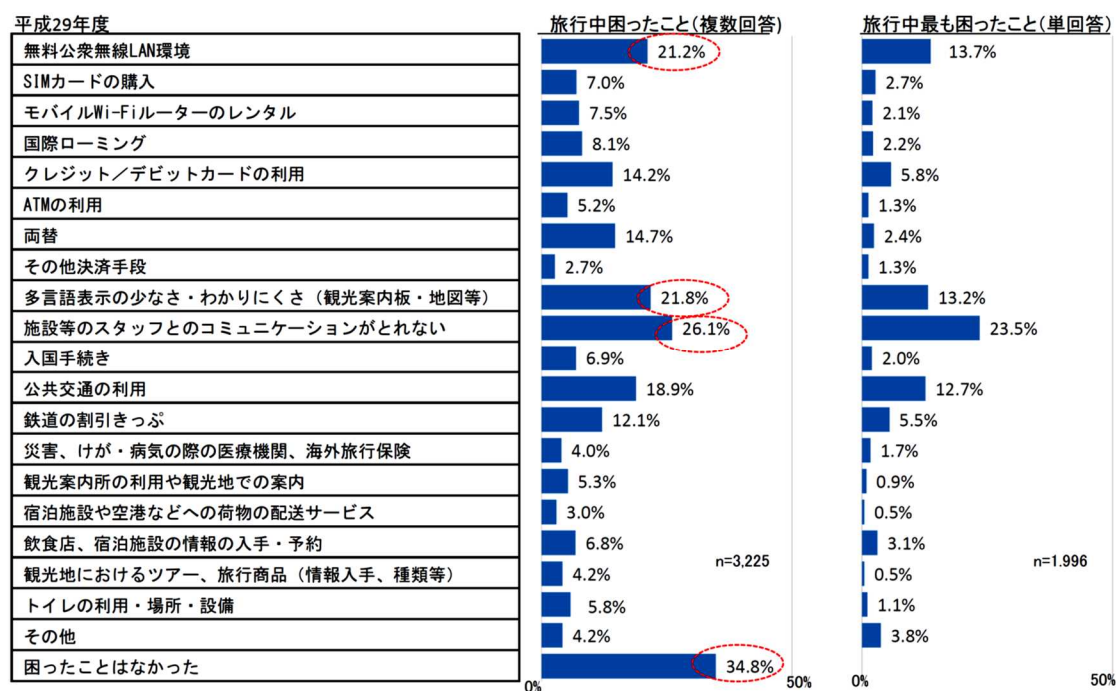
これに関しては、NICT（国立研究開発法人情報通信研究機構）が開発したスマートフォン用多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」など、多言語翻訳ツールなどの開発が進み、ICTを用いた多言語音声翻訳の実用化が進んでいます。

訪日外国人旅行者における個人旅行手配の割合



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

外国人旅行者が旅行中困ったこと



出典：観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」（平成29年）

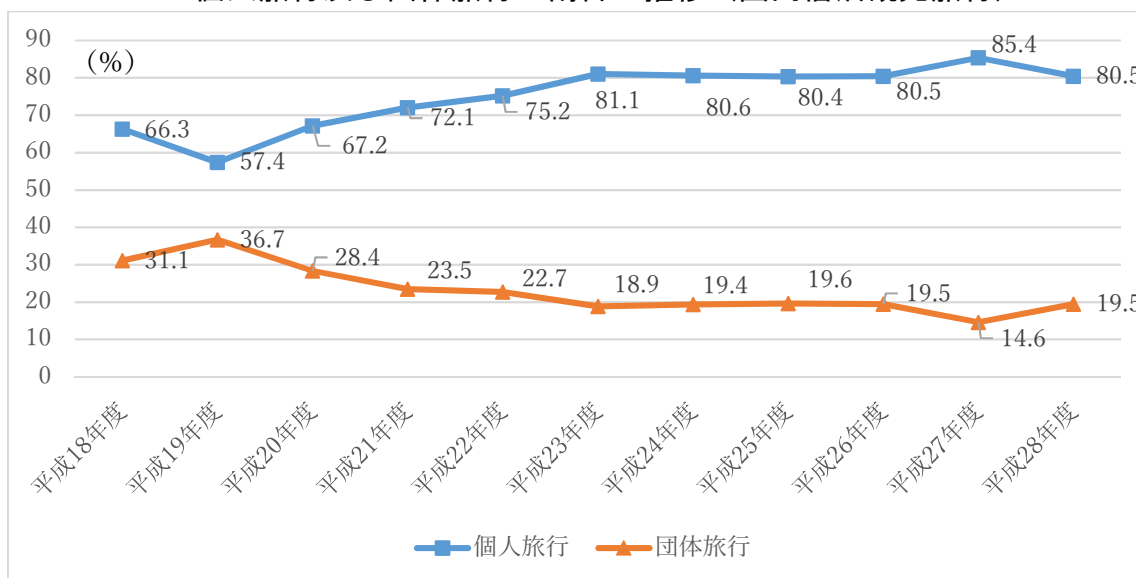
イ ライフスタイルの多様化

価値観やライフスタイルの多様化が進んだ結果、従来型の団体旅行を中心とした旅行形態は縮小し、個人旅行の割合が増加するなど旅行形態の多様化が進んでいます。

また、国内外を問わず、日本ならではの文化や自然等を体験・体感する「コト消費」と呼ばれる旅行スタイルが人気を集めるなど、旅行者のニーズは日々変化し続けています。特に、訪日外国人旅行者については、娯楽サービス費の購入率が、平成24年の21.5%から平成29年には35.7%まで増加するなど、「コト消費」への人気の高まりに注目が集まっています。

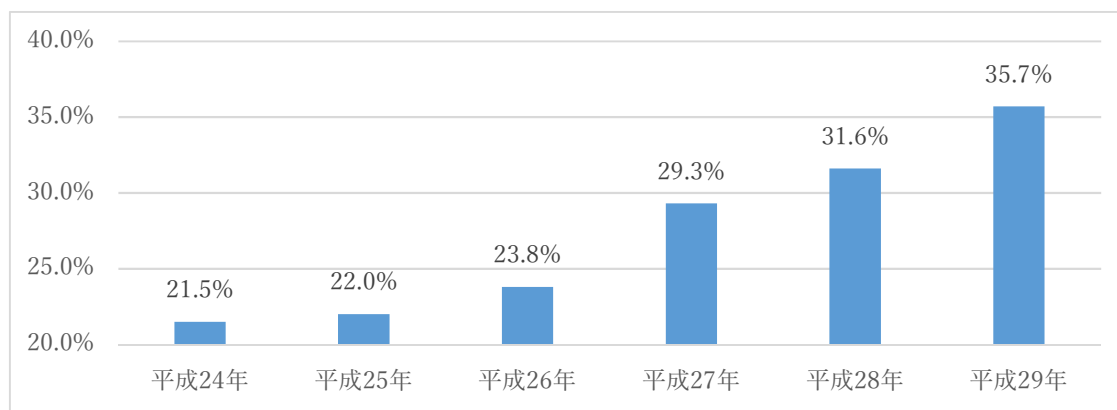
加えて、平成30年6月15日に住宅宿泊事業法（民泊新法）が施行され、「民泊」が外国人旅行者を中心に人気を集める他、普段キャンプをしない客層を対象とした豪華なキャンピングを意味する「グランピング」が普及するなど、旅行スタイルの多様化に応じて宿泊形態が多様化しています。

個人旅行及び団体旅行の割合の推移（国内宿泊観光旅行）



出典：公益社団法人日本観光振興協会「平成29年度版観光の実態と志向」

訪日外国人旅行者 娯楽サービス費購入率の推移



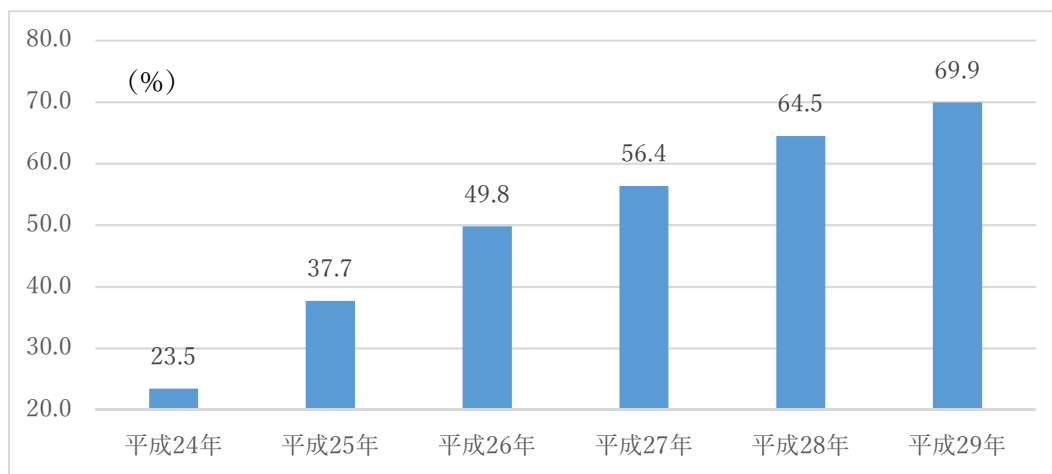
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

ウ ICTの進展

スマートフォンやソーシャルメディアの普及等が進んだ結果、観光情報の収集形態が劇的に変化しています。特に、訪日外国人旅行者については、日本滞在中に役に立った旅行情報源としてスマートフォンを挙げた割合が平成24年の23.5%から平成29年には69.9%に増加するなど、観光地（現地）において入手できる情報の影響力が高まっています。

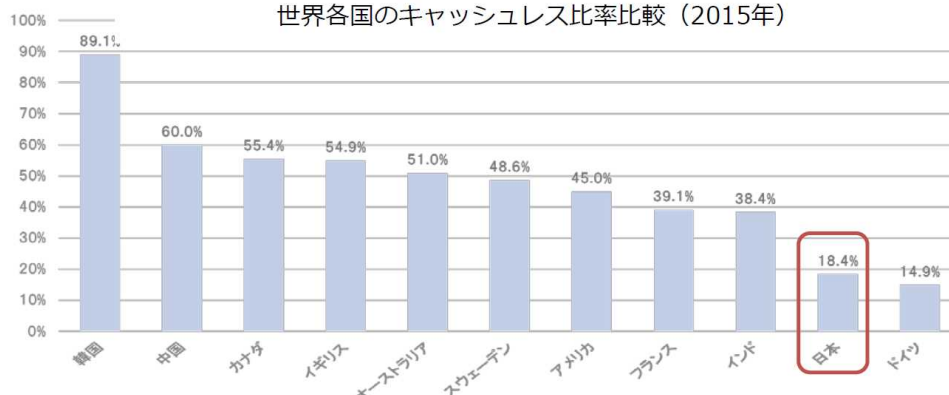
また、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、官民ともにキャッシュレス決済環境整備に対する注目が集まっており、平成30年7月に産学官の連携組織「キャッシュレス推進協議会」が設立されるなど、スマートフォンアプリ（QRコード表示機能等）とインターネットを活用した支払サービスや海外発行クレジットカード等への対応が進められています。

日本滞在中に役に立った旅行情報源としてスマートフォンを挙げた割合



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

世界各国のキャッシュレス比率比較（2015年）



（出典）世界銀行「Household final consumption expenditure(2015年)」及びBI S「Redbook Statistics(2015年)」の非現金手段による年間決済金額から算出
※中国に関してはBetter Than Cash Allianceのレポートより参考値として記載

出典：経済産業省「キャッシュレスの現状と今後の取組」

(3) 国の動向

国は、これまで、戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大などの積極的なインバウンド政策を推進してきました。

平成 28 年 3 月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」では、わが国が、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な 4 つの条件を兼ね備えているとして、観光を「地方創生」への切り札、成長戦略の柱として位置付けており、観光を基幹産業へと成長させ、全国で日常的に外国人旅行者をもてなし、活発な異文化交流が生まれる、真に世界へ開かれた「観光先進国」への挑戦に踏み切る覚悟が必要であるとしています。

また、従来、2020 年に 2,000 万人、2030 年に 3,000 万人としていた訪日外国人旅行者数の目標値を、本ビジョンでは、2020 年に 4,000 万人、2030 年には 6,000 万人にするなど大幅に前倒しするとともに、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、「『観光先進国』への『3 つの視点』と『10 の改革』」を取りまとめています。

「明日の日本を支える観光ビジョン」の新たな目標値

| | 2020年 | 2030年 |
|-------------------------|---------|-----------|
| 訪日外国人旅行者数 | 4,000万人 | 6,000万人 |
| 訪日外国人旅行消費額 | 8兆円 | 15兆円 |
| 地方部（三大都市圏以外）での外国人延べ宿泊者数 | 7000万人泊 | 1億3000万人泊 |
| 外国人リピーター数 | 2400万人 | 3600万人 |
| 日本人国内旅行消費額 | 21兆円 | 22兆円 |

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

(4) 千葉県観光の現状

ア 概況

(ア) 少子高齢化と人口減少の進展

本県の人口は、大正9年(1920年)の国勢調査開始以来、増加を続けてきましたが、日本全体の人口が減少傾向にあり、本県の人口も中長期的には減少することが見込まれています。

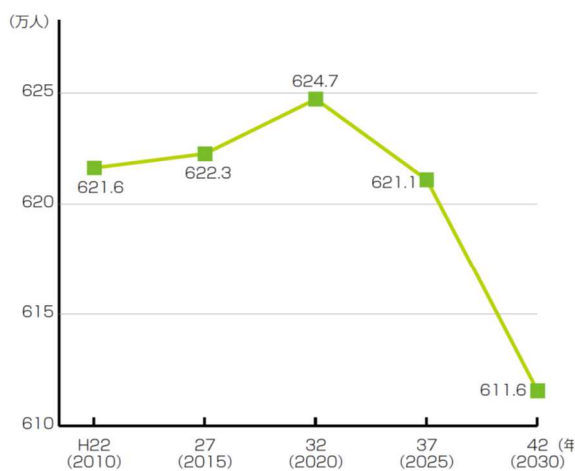
平成29年度に県が行った将来人口推計(5年ごとの推計)では、2015年に622万人3千人であった本県の人口は、2020年の624万7千人をピークとして、減少傾向に転じ、2025年には621万1千人、2030年には611万6千人まで減少することが予想されています。

このような我が国の人口減少及び本県人口の減少の結果、将来的には、本県に来訪する国内旅行者が減少し、現在の観光消費額が維持できなくなることや観光産業の担い手が不足することなどが懸念されています。

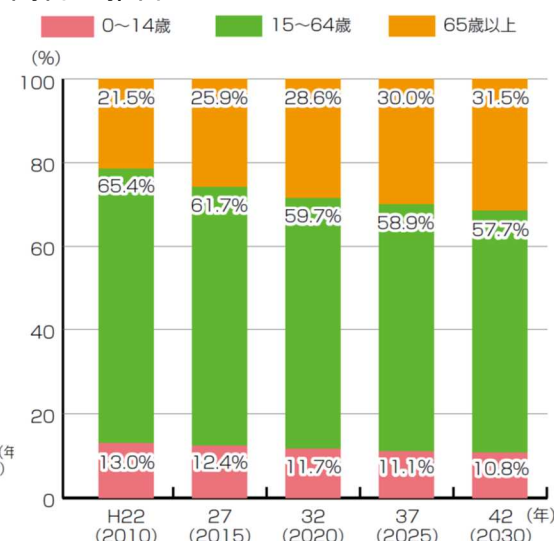
また、本県の高齢者人口の割合(65歳以上の人口の割合)は、2015年の25.9%から2020年には28.6%、2025年には30.0%、2030年には31.5%へと高まっていくと予想されています。

今後、高齢者人口の割合が高まっていった結果、歩行による移動等が困難になり、旅行に行くことを控えてしまう人が増えることも懸念されます。その一方で、現在も国内旅行市場におけるシニア層の重要性が増していることから、今後も、旅行に対する意欲が旺盛なアクティブシニア層が増加することも見込まれています。

千葉県の将来人口の推計



千葉県における年齢(3区分)別人口割合の推計



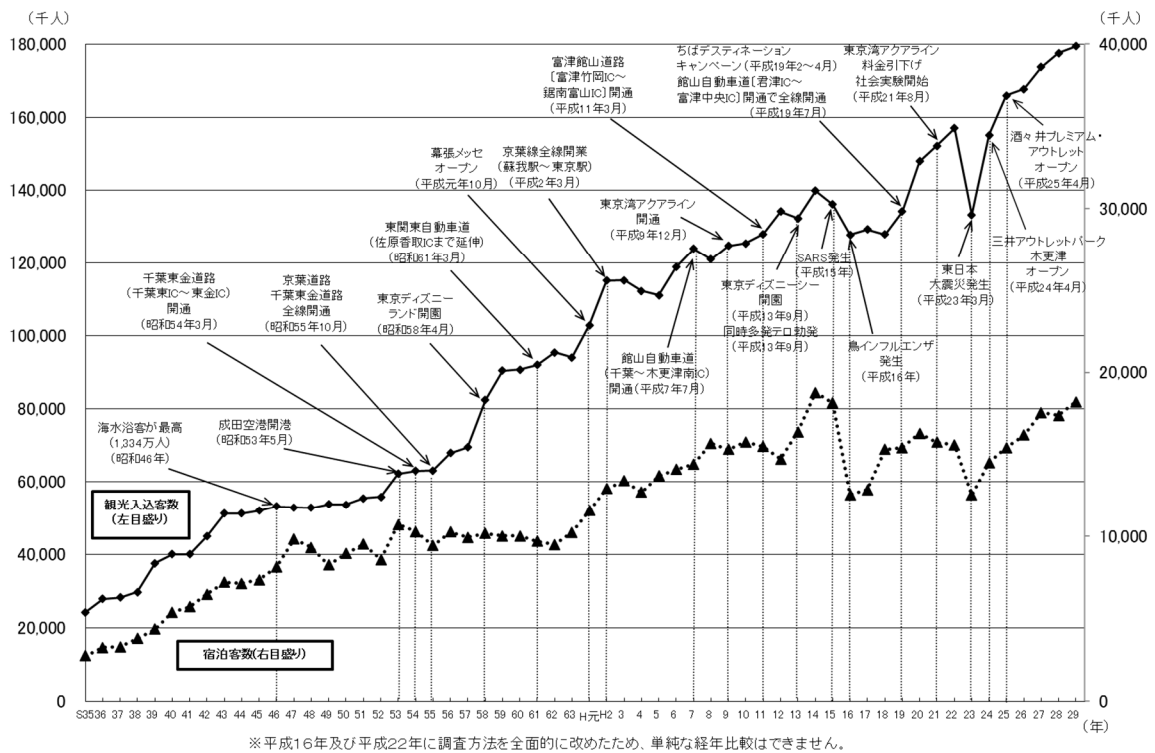
出典：千葉県「政策検討基礎調査」(平成29年)、平成22年及び平成27年は総務省「国勢調査」

(イ) 本県の観光客数の推移

本県の観光入込客数は、東日本大震災の影響等により、平成 23 年には前年比で約 15%減と大きく落ち込みましたが、官民一丸となった取組の結果、平成 25 年には震災前の水準を回復し、以来、平成 29 年の 1 億 7,934 万人まで 5 年連続で過去最高を記録しています。しかしながら、地域ごとに見ると、夷隅地域や安房地域等では依然として震災前の水準を回復しておらず、地域によるバラツキが生じています。

また、震災の影響により平成 23 年に対前年で約 3 分の 2 の 143 万人まで大きく落ち込んだ外国人延べ宿泊者数は、平成 29 年の 368 万人まで、6 年間で 2.5 倍超となる大きな伸びを示しています。

観光入込客数（延べ人数）の推移及び千葉県観光の沿革



出典：千葉県「平成 29 年 千葉県観光入込調査」

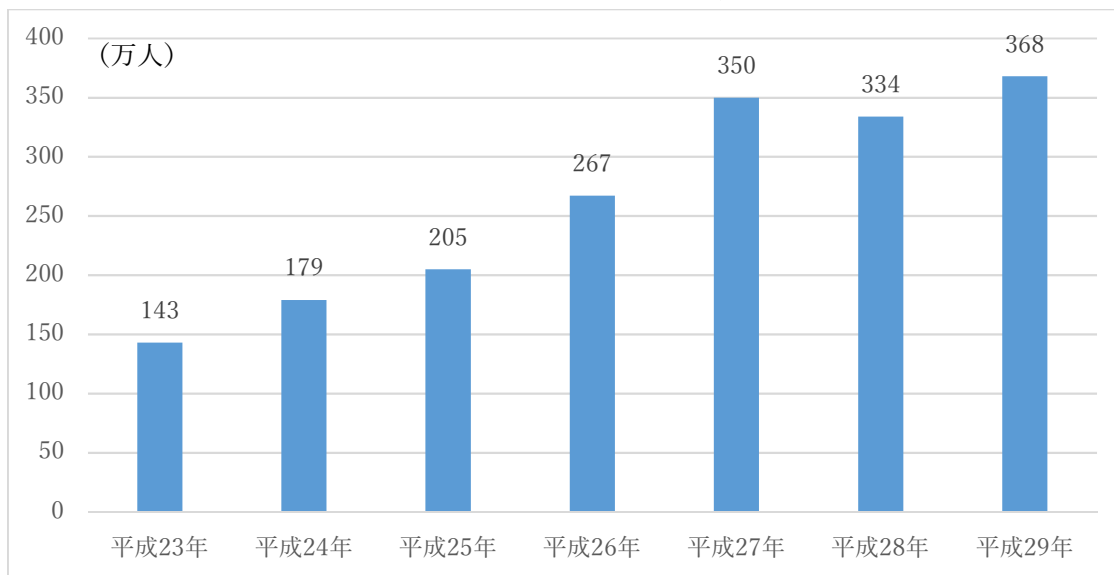
地域別の観光入込客数（延べ人数）の状況

（単位：千人地点）

| 区分 | 千葉 | 東葛飾 | 印旛 | 香取 | 海匠 | 山武 | 長生 | 夷隅 | 安房 | 君津 | 合計 |
|-------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|---------|
| 平成29年 | 31,216 | 59,565 | 25,563 | 8,454 | 5,678 | 5,411 | 4,523 | 2,657 | 11,720 | 24,547 | 179,335 |
| 平成28年 | 31,074 | 58,895 | 24,631 | 8,381 | 5,311 | 5,352 | 4,752 | 2,723 | 11,625 | 24,788 | 177,533 |
| 平成27年 | 28,784 | 59,099 | 24,646 | 8,256 | 5,083 | 4,880 | 4,581 | 2,492 | 11,423 | 24,460 | 173,705 |
| 平成26年 | 27,949 | 58,044 | 22,338 | 7,887 | 4,244 | 4,512 | 4,640 | 2,549 | 10,804 | 24,701 | 167,667 |
| 平成25年 | 28,616 | 56,135 | 22,277 | 7,818 | 4,300 | 4,594 | 4,420 | 2,961 | 11,241 | 23,566 | 165,928 |
| 平成24年 | 29,066 | 51,677 | 16,971 | 7,694 | 4,316 | 4,432 | 4,019 | 2,555 | 9,805 | 24,565 | 155,100 |
| 平成23年 | 26,765 | 46,122 | 15,707 | 7,169 | 3,915 | 3,748 | 3,587 | 2,613 | 9,927 | 13,801 | 133,353 |
| 平成22年 | 31,419 | 54,145 | 17,506 | 8,664 | 4,842 | 4,997 | 4,060 | 3,364 | 12,208 | 15,846 | 157,050 |

出典：千葉県「千葉県観光入込調査」

県内の外国人延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

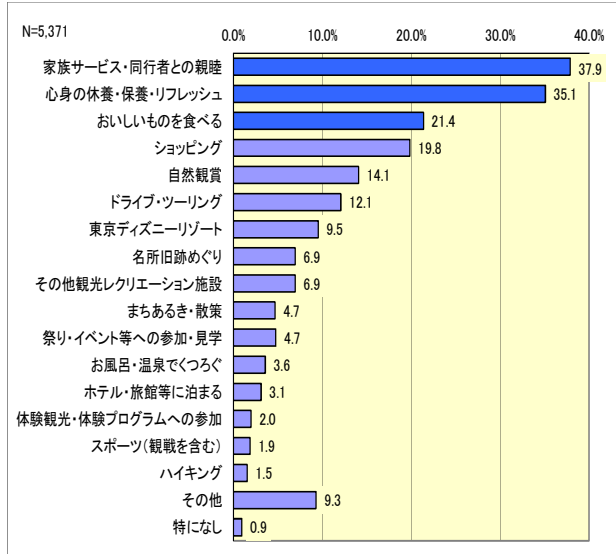
（ウ）千葉県観光の満足度

本県を訪れた観光客の満足度調査によれば、本県への旅行の目的としては、「家族サービス・同行者との親睦」（37.9%）が最も高く、次いで「心身の休養・保養・リフレッシュ」（35.1%）、「おいしいものを食べる」（21.4%）などとなっています。一方で、「体験観光・体験プログラムへの参加」（2.0%）、「スポーツ（観戦を含む）」（1.9%）、「ハイキング」（1.5%）の比率は低いという結果となっています。

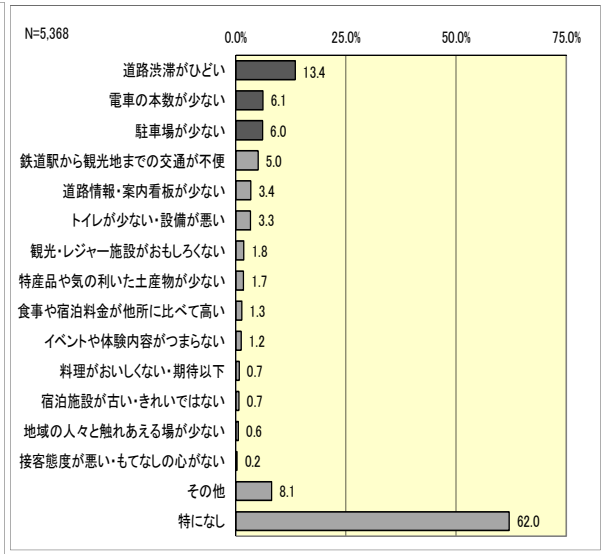
また、本県の観光地の不満な点としては、「道路渋滞がひどい」（13.4%）が最も高く、次いで「電車の本数が少ない」（6.1%）、「駐車場が少ない」（6.0%）となっています。一方で、不満が「特にない」人の比率は6割以上を占めています。

なお、個別要素の満足度としては、「宿泊施設（対応・おもてなし）」では50.3%、「観光レクリエーション施設」では42.3%、「飲食・みやげ物店の接客対応」では38.9%が「大変満足」と回答している一方、「交通（駐車場・観光地間の移動）」では、26.7%が「やや不満」、2.0%が「大変不満」と回答しています。

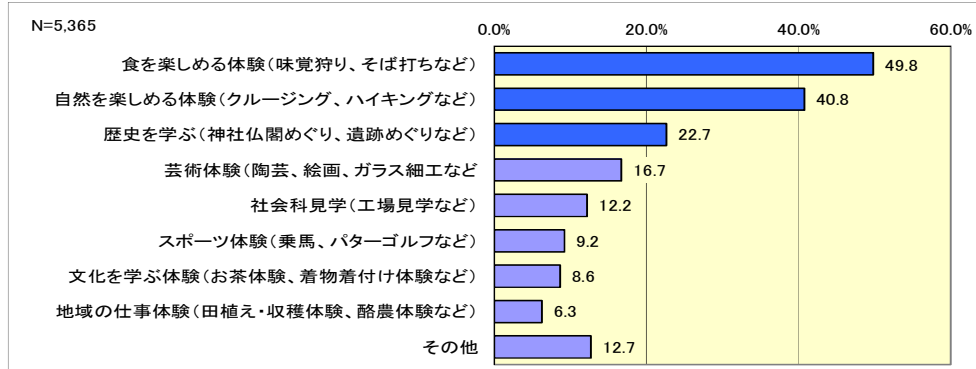
千葉県への旅行の目的(複数回答)



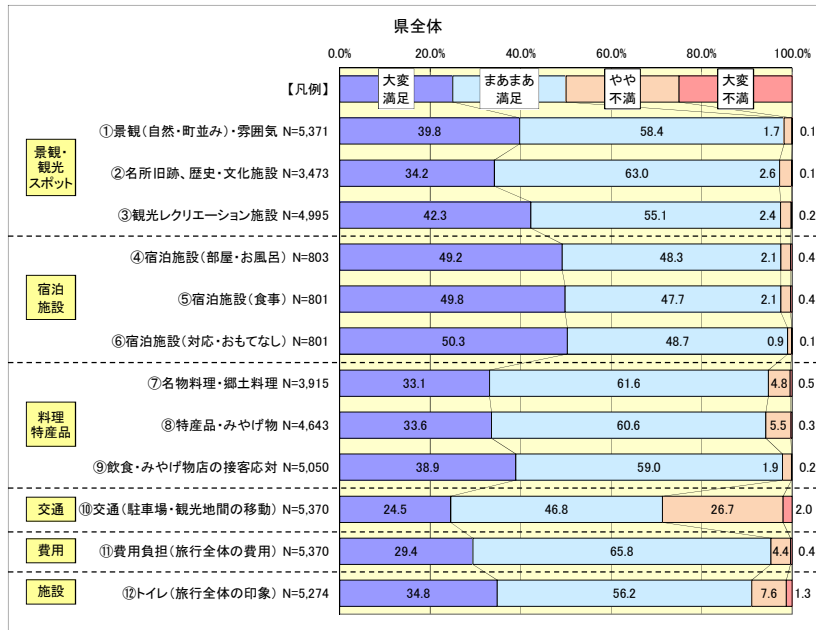
千葉県の観光地の不満な点(複数回答)



参加・体験を希望する観光プログラム(複数回答)



個別要素の満足度



出典：千葉県「千葉県観光客満足度調査」(平成30年3月)

イ 外国人旅行者の増加・個人旅行化

本県を訪れる外国人旅行者数は、延べ宿泊数では6年間で2.5倍超となるなど大きく急増しています。また、我が国を訪れる外国人旅行者において個人旅行の比率が増加するとともに、情報発信手段の多様化に伴い、旅行情報の収集手段としてスマートフォンやSNSの活用が主流となっていることなどから、本県においても同様の傾向が進むことが予想されます。

今後は、政府による訪日観光プロモーションや戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充などの積極的なインバウンド政策の結果として、これまで訪日客の中心を占めてきたアジアに加え、比較的1人当たり旅行支出が高い傾向にある欧米豪からの旅行者が増加することが予想されています。

また、平成30年7月の西日本豪雨や9月の北海道胆振（いぶり）東部地震において、外国人旅行者に災害関連情報が届かず混乱を招いたことから、本県で地震等の大規模災害が発生した場合にも同様の混乱が発生することが予想されます。

県では、これまで、公衆無線LAN環境の整備や観光案内板等の多言語対応を進めるとともに、海外における積極的なプロモーションを実施してきたところですが、本県における外国人宿泊客は、印旛地域(66.9%)、千葉地域(14.2%)、東葛飾地域(16.7%)の3地域に集中しており、急増した訪日外国人旅行者が他地域にはほとんど宿泊していない状況にあります。

また、日本の空の表玄関である成田空港を擁している本県の特性に鑑み、観光庁の訪日外国人消費動向調査（平成29年）では、訪日外国人から調査に対する回答数は全国2位の10,573人から回答があり、その消費単価は8,946円と全国ワースト3位に留まっています。

地域別の外国人宿泊客数の状況

（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 |
|--------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 平成29年 | 459 | 541 | 2,168 | 1 | 6 | 0 | 2 | 2 | 8 | 53 | 3,239 |
| 構成比(%) | 14.2 | 16.7 | 66.9 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.2 | 1.6 | 100 |

出典：千葉県「平成29年 千葉県観光入込調査」

訪日外国人消費動向調査における回答数トップ5 と消費単価ワースト5
 回答数トップ5 消費単価ワースト5

| | 都道府県 | 回答数 (人) |
|---|------|---------|
| 1 | 東京都 | 12,018 |
| 2 | 千葉県 | 10,573 |
| 3 | 大阪府 | 10,425 |
| 4 | 京都府 | 6,870 |
| 5 | 福岡県 | 4,581 |

| | 都道府県 | 消費単価 (円/人) |
|---|------|------------|
| 1 | 奈良県 | 3,715 |
| 2 | 山梨県 | 8,069 |
| 3 | 千葉県 | 8,946 |
| 4 | 熊本県 | 9,694 |
| 5 | 兵庫県 | 9,920 |

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（平成29年）

ウ 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催

東京2020オリンピック・パラリンピックでは、幕張メッセ及び一宮町において、オリンピック4競技、パラリンピック4競技の開催が決定されました。このことから、今後、大会開催を契機として、スポーツツーリズムへの関心が高まることが予想されます。特に、本県ではサイクリスト専用車両が館山、勝浦、銚子、佐原の4方向へ運行されており、サイクルツーリズムの関心が高まっています。

また、本県は事前キャンプの実施が予定されているオランダのホストタウンに登録されたことをはじめ、県内の多くの市町がホストタウンに登録されている他、県内各地で事前キャンプの誘致が進んでいます。今後、この縁をきっかけとして、県内各地で当該国との交流等が進むことが期待されます。

さらに、オリンピック・パラリンピックはスポーツの祭典であると同時に「文化」の祭典でもあることから、開催地である本県においても、本県の文化的魅力を国内外に発信する文化プログラムの実施が予定されています。県では、文化プログラムの一環として、「次世代に残したいと思う『ちば文化資産』選定事業」を実施し、「ちば文化資産」として選定した111件を平成30年8月に公表しました。今後、この「ちば文化資産」の活用により、県内の重要な観光資源としての地域の文化に更に光が当たることが期待されます。

また、成田空港では、平成30年3月に第3滑走路の増設などを含めた成田空港の更なる機能強化策の実施について、国土交通省、千葉県、空港周辺9市町及び成田国際空港（株）の四者で合意するとともに、観光振興も含めた、成田空港周辺の地域づくりに関する「基本プラン」を四者で決定したところです。成田空港からの訪日外国人入国者数は、平成24年の356万人から平成29年の764万人まで、5年間で2倍以上伸びていますが、今後、大会開催を契機とし、さらに、成田空港の施設整備による離着陸の処理能力の向上等に加え、更なる機能強化策の実施により、年間発着枠が拡大されることから、成田空港を利用した本県への外国人旅行者の一層の増加が期待されます。

千葉県内開催競技

東京 2020 オリンピック

| 競技名 | 会場 | 日程 |
|--------|---------------------|---------------------------|
| フェンシング | 幕張メッセ B ホール (※2) | 7月25日(土曜日) ～8月2日(日曜日) |
| レスリング | 幕張メッセ A ホール (※1) | 8月2日(日曜日) ～8月8日(土曜日) |
| テコンドー | 幕張メッセ A ホール (※1) | 7月25日(土曜日) ～7月28日(火曜日) |
| サーフィン | 釣ヶ崎海岸サーフィンビ ーチ | 7月26日(日曜日) ～7月29日(水曜日) |

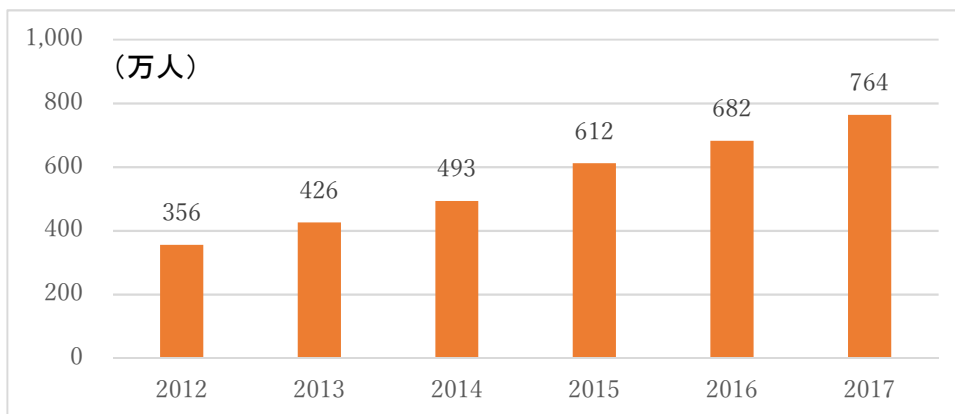
※釣ヶ崎海岸サーフィンビーチでは、7月26日(日曜日)～8月2日(日曜日)までの間、サーフ
ィンフェスティバルが開催されます。

東京 2020 パラリンピック

| 競技名 | 会場 | 日程 |
|------------------|---------------------|---------------------------|
| ゴールボール | 幕張メッセ C ホール (※3) | 8月26日(水曜日) ～9月4日(金曜日) |
| シットイングバレー ボール | 幕張メッセ A ホール (※1) | 8月28日(金曜日) ～9月6日(日曜日) |
| テコンドー | 幕張メッセ B ホール (※2) | 9月3日(木曜日) ～9月5日(土曜日) |
| 車いすフェンシング | 幕張メッセ B ホール (※2) | 8月26日(水曜日) ～8月30日(日曜日) |

※1 国際展示場 1～8 ホール ※2 国際展示場 9～11 ホール ※3 幕張イベントホール

成田空港の入国外国人数



出典：法務省「出入国管理統計」

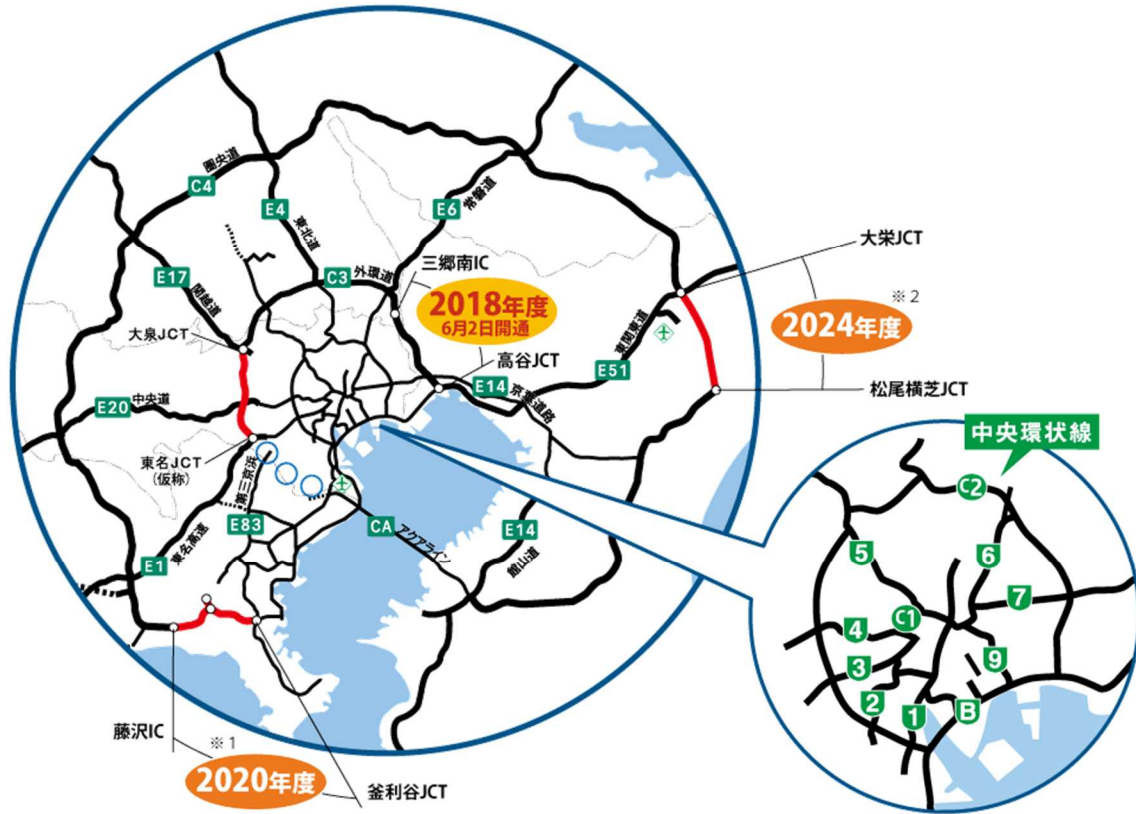
エ 広域道路ネットワーク形成等による交通インフラの整備

圏央道や平成 30 年 6 月に千葉県区間が開通した東京外かく環状道路（以下「外環道」という。）など広域的な幹線道路ネットワーク等の整備進展及びアクアライン割引（ETC 普通車 800 円）の継続は、本県の観光に大きな効果をもたらしています。今後も、圏央道や北千葉道路等の広域的な幹線道路ネットワーク及び国道・県道の整備進展により、県内各地の交流・連携や国際競争力のさらなる強化が期待されます。

また、29 箇所まで増加した県内各地の道の駅は、自動車による観光の重要拠点になっており、平成 29 年の千葉県観光入込調査においても、観光入込客数が多かった観光地点の上位 20 箇所のうち、3 分の 1 近くが道の駅となっています。

さらに、アジア地域において訪日クルーズ需要が急速に高まっていることを受け、国では、「明日の日本を支える観光ビジョン」に掲げられた目標である「訪日クルーズ旅客を 2020 年に 500 万人」の実現に向けたクルーズ船の受入環境の整備が進められています。県内でも、木更津港や館山港などを活用した外航クルーズ船等の誘致活動が進められています。

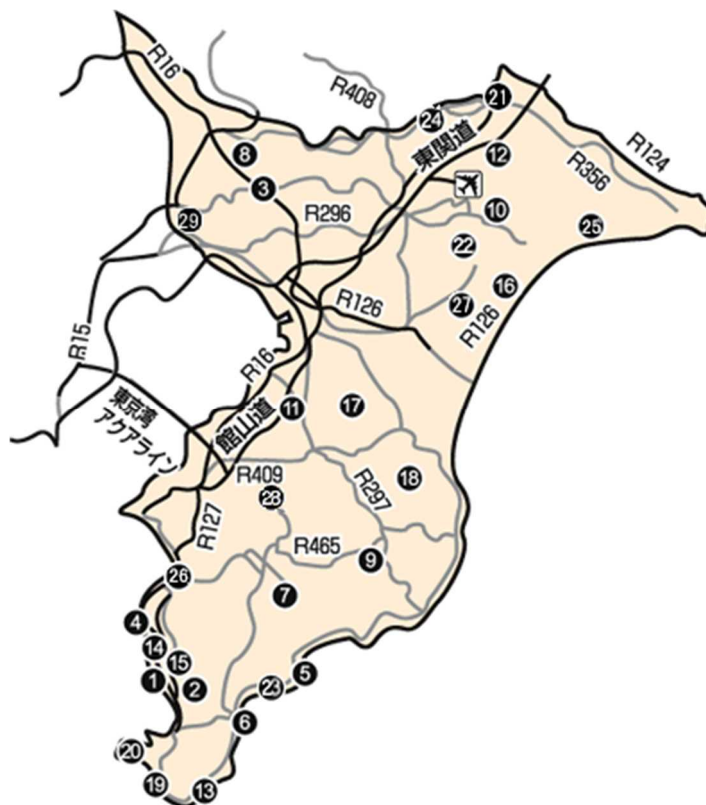
3 環状道路の開通予定



- ◆※1 の区間の開通時期については土地収用法に基づく手続きによる用地取得等が速やかに完了する場合。
- ◆※2 の区間の開通時期については、用地取得が順調な場合。
- ◆開通予定は2018年6月2日時点です。
- ◆3環状（三環状）とは、「圏央道（首都圏中央連絡自動車道）」、「外環（東京外かく環状道路）」、「中央環状（首都高速道路中央環状線）」の3つの環状道路の総称。

出典：関東地方整備局ウェブサイトより

千葉県内の道の駅



| 道の駅名 | | 住所 | 道の駅名 | | 住所 |
|------|-------------|-------------------|------|-----------|-----------------|
| 1 | とみうら | 南房総市富浦町青木123-1 | 16 | オライはすぬま | 山武市蓮沼ハ4826番地 |
| 2 | 三芳村 | 南房総市川田82-1 | 17 | ながら | 長生郡長柄町六地藏138-1 |
| 3 | やちよ | 八千代市米本4905-1 | 18 | つどいの郷むつざわ | 長生郡睦沢町上之郷2048-1 |
| 4 | きよなん | 安房郡鋸南町吉浜516-1 | 19 | 白浜野島崎 | 南房総市白浜町滝口9240 |
| 5 | 鴨川オーシャンパーク | 鴨川市江見太夫崎22 | 20 | 南房パラダイス | 館山市藤原1497番地 |
| 6 | ローズマリー公園 | 南房総市白子1501 | 21 | 水の郷さわら | 香取市佐原イ3981-2 |
| 7 | ふれあいパーク・きみつ | 君津市笹字橋1766-3 | 22 | 風和里しばやま | 山武郡芝山町小池2568 |
| 8 | しょうなん | 柏市箕輪新田59-2 | 23 | 和田浦WA・O! | 南房総市和田町仁我浦243 |
| 9 | たけゆらの里おおたき | 夷隅郡大多喜町石神870-5 | 24 | 発酵の里こうざき | 香取郡神崎町松崎855番地 |
| 10 | 多古 | 香取郡多古町多古字谷中1069-1 | 25 | 季楽里あさひ | 旭市イの5238番地 |
| 11 | あずの里いちばら | 市原市浅井小向492-1 | 26 | 保田小学校 | 安房郡鋸南町保田724番地 |
| 12 | くりもと | 香取市沢1372-1 | 27 | みのりの郷東金 | 東金市田間1300番地3 |
| 13 | ちくら・潮風王国 | 南房総市千倉町千田1051 | 28 | 木更津うまくだの里 | 木更津市下郡1369番1外 |
| 14 | 富楽里とみやま | 南房総市二部1900 | 29 | いちかわ | 市川市国分六丁目10番1号 |
| 15 | おおつの里 | 南房総市富浦町大津320 | | | |

出典：国土交通省関東地方整備局ホームページ

オ 通信環境の高度化など ICT の進展

我が国では、世界最高水準の IT 利活用社会の実現に向け、平成 25 年に策定された国家ビジョンである「世界最先端 IT 国家創造宣言」に基づき、様々な施策が推進されてきました。近年では、様々なモノがインターネットにつながる IoT で収集・蓄積されたビッグデータが AI（人工知能）で解析されるなど、ICT の進展によって、モノと情報を組み合わせた様々な新たなサービスが生み出されています。

特に、観光分野においても、通信環境を飛躍的に向上させる公衆無線 LAN 環境の整備や、観光ビッグデータの利活用が進められている他、スマートフォン用多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」など、多言語翻訳ツールなどの開発が進められているところです。

また、我が国におけるスマートフォンの保有率は平成 29 年には 6 割を超え、場所を選ばないインターネットへの常時接続の普及が進んでいます。

今後、観光産業においても、これら ICT の進展を受け、ビッグデータや AI、ドローン、ロボット等を活用した自動化や省力化、効率化が進むことが期待されています。

(5) 第2次計画の評価

これまで、第2次計画に基づいて、様々な取組を進めてきたところですが、観光入込客数は、目標年である平成30年に1億9,000万人という目標に対し、その前年に当たる平成29年時点において1億7,934万人という実績値であり、目標である年3.5%増に対し、年3.0%増の水準に留まっています。

一方で、この他の項目については、平成29年の時点で、宿泊客数は1,812万人、外国人延べ宿泊客数は368万人、旅行総消費額は1兆3,835億円、経済波及効果は1兆3,227億円、旅行者満足度は85.8%といずれも目標を達成しています。中でも外国人延べ宿泊客数は目標を5割以上も上回るなど順調な伸びを示しています。

| | 基準年数値 (H24) | 目標年数値 (H30) | 実績値 (H29) |
|------------------|------------------|----------------|------------------|
| 観光入込客数 | 1億5,510万人 | 1億9,000万人 | 1億7,934万人 |
| 宿泊客数 | 1,450万人 | 1,800万人 | 1,812万人 |
| 外国人延べ宿泊客数 | 179万人 | 240万人 | 368万人 |
| 旅行総消費額 | 1兆82億円 | 1兆2,400億円 | 1兆3,835億円 |
| 観光に関する 経済波及効果 | 9,792億円 | 1兆2,000億円 | 1兆3,227億円 |
| 旅行者満足度 | 大変満足と満足の合計 78.1% | 大変満足と満足の合計 85% | 大変満足と満足の合計 85.8% |

3 千葉県観光振興のための4つの重点課題

本県観光を取り巻く環境は、少子高齢化と人口減少の進展、訪日外国人旅行者の増加・個人旅行化、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催、広域的な幹線道路ネットワーク形成による交通インフラの整備、通信環境の高度化などのICTの進展など、第2次計画策定後、大きく変化しています。

本計画では、これらの社会情勢の変化や国の動向等を踏まえ、また、訪日外国人の増加や東京2020オリンピック・パラリンピックの開催等の機会を捉えた上で、首都圏に近接する立地優位性等の本県の強みを最大限に生かし、国内外からの来訪者を増やし、旅行消費額を高め、本県経済を支える観光の振興を図るため、以下の4点を重点的に取り組むべき課題として位置付けます。

(1) 地域資源を活用した多様な観光需要への対応

【現状と課題】

ア 訪日個人旅行者の増加

近年、本県を訪れる訪日外国人旅行者は急増しており、県内の外国人延べ宿泊客数は平成 24 年の 179 万人から平成 29 年には 368 万人まで増加し、5 年間で 2 倍以上の伸びを示しています。

また、旅行手配の方法も団体旅行から個人旅行へとスタイルの変化が見られ、我が国全体では訪日客の個人旅行の割合は平成 24 年の 60.8%から平成 29 年には 76.2%まで増加しており、その観光需要も、娯楽サービス費の購入率が増加するなど、「コト消費」を中心に多様化しています。

これらを踏まえ、今後、更に増加し、個人旅行が中心となる訪日外国人旅行者の多様な体験型観光の需要に応えるため、本県の豊かな自然や古くから伝わる「謂れ」をはじめとした歴史・文化などの多様な地域資源を活用した観光地域づくりが必要となっています。

さらに、観光地域づくりに当たっては、都市や地域のブランディングや郷土の伝統文化や歴史等に対する理解、観光案内や交通案内等の多言語化、県内市町村及び近隣都県と連携した広域的な訪日外国人旅行者の受入環境整備、国際的な観光認知度の向上も併せて課題となっています。

イ ライフスタイルや価値観の多様化

日本人、訪日外国人ともに、価値観やライフスタイルは多様化しており、特に観光に関しては、従来の「モノ消費」や「見る観光」から、多様な地域の観光資源を活用した「コト消費」、「体験する観光」へとそのニーズが変化しています。

また、日本人、訪日外国人ともに旅行スタイルは個人旅行が主流となっており、日本人観光客では個人旅行の割合が 80.5%（平成 28 年度）に達するとともに、訪日外国人についても個人旅行の割合が 76.2%（平成 29 年）に達するなど、個人の多様な価値観やニーズへの対応が課題となっています。

今後、国内における少子高齢化と人口減少の進展による観光需要の減少に対して、地域経済の活力を維持するためには、ナイトタイムエコノミーの活性化など、多様化したライフスタイルや価値観に対応した体験型の観光コンテンツの充実による国内外から本県へのリピーターの獲得が必要となっています。

ウ 旅行行動における SNS 情報の重要性の高まり

スマートフォンや SNS 等の普及が進んだ結果、インターネットによる観光情報の収集手段は、パーソナルコンピュータからスマートフォンへとその中心が移行しており、「旅マエ」（事前）の情報収集から、「旅ナカ」（その場）での情報収集に旅行スタイルが変化しています。これに伴い、SNS による情報発信やオンライン・トラベル・エージェント（以下「OTA」という。）における情報掲載の重要性が高まっており、外国人旅行者の目線に立った SNS 等を活用した多様な観光情報の発信が必要となっています。

エ 外国人旅行者への災害・医療情報など安全・安心に関する情報の伝達

平成 30 年 9 月の北海道胆振（いぶり）東部地震においては、停電等によりスマートフォンが使えなくなったことなどから、訪日外国人旅行者に災害情報や避難情報等が適切に届かず、情報不足による混乱が起こる事態が生じました。また、平成 30 年 6 月の大阪府北部地震や平成 30 年 7 月の西日本豪雨においても、同様に訪日外国人旅行者に対する災害関連情報を適切に提供できなかったことが課題となっています。さらに、予期せぬ事故や病気の際に、訪日外国人が安心・安全に医療を受けられる体制の整備について取り組むことも求められています。

今後、本県においても外国人旅行者の更なる増加が予想される中、安全・安心についての情報提供や適切な避難誘導等の対応が必要となると考えられます。

【今後の方向性】

- ・ 個人旅行者や訪日外国人旅行者がストレスフリーに観光できる環境の整備
- ・ 地域産品や自然・文化など地域資源を生かした体験型観光メニューの充実による滞在型観光地域づくり
- ・ 訪日外国人旅行者の対応力強化に向けた観光人材の育成
- ・ 県内市町村及び近隣都県と連携した外国人旅行者の受入環境整備と国際的な観光認知度向上
- ・ 訪日外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化
- ・ 国内外の観光客のリピーター化を図り消費を促す仕組みづくり
- ・ 多様な観光需要に対応した観光素材の発掘・磨き上げの強化
- ・ SNS 等による個人に対する情報発信の強化
- ・ 外国人旅行者への防災情報の提供等による減災と安全確保の推進

(2) 東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催効果の活用

【現状と課題】

ア オリンピック・パラリンピック 8 競技の開催

2020 年のオリンピック・パラリンピック 8 競技の開催を契機として、スポーツツーリズムへの関心が高まり、国内外から多くの観光客が本県を来訪することが期待されます。しかしながら、本県において気軽にスポーツ等を体験できる観光コンテンツ、特に外国人旅行者に対応したものは十分に多いとは言えない状況にあります。

また、パラリンピック 4 競技の開催を契機として、多くの障害者等が本県に訪れることが予想されていることから、今後、公共施設や観光施設、宿泊施設等の更なるバリアフリー化やバリアフリー情報の提供等が課題になると考えられます。

さらに、大会に伴って実施される文化プログラムを契機として、地域の文化を肌で体験することができる観光コンテンツの更なる開発及び磨き上げに取り組んでいく必要があります。

イ 東京 2020 オリンピック・パラリンピックを契機とした千葉県の認知度の向上

オリンピック・パラリンピックの開催地となることは、世界の人々に千葉県を知って訪問していただくまたとないチャンスです。今後、この機会を逃さず活用するためには、ホストタウンや事前キャンプ地となった縁の活用も含め、積極的なプロモーションや観光コンテンツの磨き上げによって、本県の認知度向上を図る必要があります。さらに、大会開催に向けた取組の成果をレガシーとして残していくことが重要です。

【今後の方向性】

- ・ スポーツや地域文化を活用した観光コンテンツづくり
- ・ 高齢者や障害者等にも観光を楽しんでもらえるようなユニバーサルツーリズムの推進
- ・ 訪日外国人旅行者等を迎え入れるための県民のおもてなし力の向上
- ・ ホストタウンや事前キャンプのつながりを活用したプロモーション
- ・ 外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化

(3) 成田空港等の交通インフラの積極的な活用

【現状と課題】

ア 成田空港の機能強化

成田空港では、現在、誘導路等の施設整備が進められており、これによって、離着陸の処理能力の向上が図られています。また、平成 30 年 3 月に成田空港の更なる機能強化策の実施について四者で合意したところです。

成田空港を利用して我が国に訪れた外国人入国者は、年々増加し、平成 24 年の 356 万人が平成 29 年には 764 万人まで 2 倍以上伸びた結果、入国審査待ちが 3 時間を超えるという事態まで発生しています。

今後、更なる増加が予想される空港利用者を県内の観光地に誘致するため、空港周辺地域における観光資源の発掘や磨き上げとともに、国内線の充実を背景とした広域的な誘客など、空港を拠点とした国内・海外旅客の誘客が課題となっています。また、空港利用者に、空港周辺地域で観光を楽しんでいただくためには、自然や食をはじめとする本県の魅力をメディアや SNS 等を通じて発信するとともに、体験型観光コンテンツの開発・充実などの観光振興策を推進する体制づくりの整備が必要となっています。

さらに、空港利用者の利便性向上を図り、県内へのアクセスの向上を図るためにも、道路をはじめとする空港アクセスの更なる強化が必要となっています。

イ 外環道など幹線道路ネットワーク等の整備

近年、本県の幹線道路ネットワークは、整備が進展しており、平成 30 年 6 月には、外環道の三郷南 IC～高谷 JCT 間が開通したことによって、首都圏や北関東方面から本県へのアクセスが大きく改善したところです。今後も、「アクアライン割引」（ETC 普通車 800 円）の継続に加え、圏央道や北千葉道路等の幹線道路ネットワーク及び各地域を結ぶアクセス道路の更なる整備によって、本県へのアクセスや県内観光地間の交通利便性の向上が期待されています。

今後、道路交通ネットワーク整備進展による立地優位性を生かし、都内に宿泊する訪日外国人旅行者や羽田空港利用者等に本県へと観光に訪れていただくためには、高速バス路線の充実や鉄道の利便性向上、二次交通の確保などが課題となっています。

また、アジア地域における訪日クルーズ需要の急速な高まりに対し、本県の港湾における外航クルーズ船等の受入に必要な環境整備が課題となっています。

ウ 観光の重要拠点である道の駅の増加

本県各地には、それぞれ特色ある 29 箇所の道の駅が、地域資源を集約した観光の要として人気を博しています。今後、周辺の観光拠点とのネットワークを強化し、地域の観光拠点ネットワークのハブとしての機能を更に強化していく必要があります。

【今後の方向性】

- ・ 成田空港の活用と県内観光地への誘客促進
- ・ 訪日教育旅行や MICE など様々な訪日外国人の誘客促進
- ・ 季節やテーマに応じた観光キャンペーンの実施
- ・ 教育団体旅行の誘致など首都近郊や成田空港からのアクセスなど立地優位性を生かした情報発信
- ・ 更なる交通ネットワークの整備
- ・ 二次交通の確保・利便性向上
- ・ 外航クルーズ船等の受入環境整備
- ・ 観光拠点としての道の駅の活用

(4)テクノロジー（ICT、AI 技術）を活用した生産性の向上

【現状と課題】

ア ICTの進展、SNSの普及による観光情報の収集形態の変化

近年、通信環境が急速に高度化し、第4世代移動通信システム（4G）の普及が進む中、2020年には第5世代移動通信システム（5G）の実現が期待されています。

また、スマートフォンやSNS等の普及が進んだ結果、観光情報の収集形態が大きく変化し、観光地でのスマートフォンによる情報収集、特にSNSやOTA等を通じた情報収集の重要性が高まっています。

このことから、訪日外国人旅行者の誘客を図る上で、SNSを活用した多言語による観光情報の発信を強化する必要があります。

イ 公衆無線LAN環境の整備や多言語翻訳ツールの開発の進展

外国人旅行者にとって、スマートフォンが重要な情報収集手段となっており、訪日外国人旅行者の受入環境の整備において、県ではこれまで公衆無線LAN環境の整備を進めてきたところです。

また、多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」など、国による多言語翻訳ツールの開発なども進み、その正確性等の改善が図られているところです。

今後、これらの通信環境の整備や多言語翻訳ツール開発の成果を生かし、観光地において、災害時の情報収集手段としても重要性を増しているスマートフォンやタブレット端末などを活用した外国人対応の高度化を図っていく必要があります。

ウ キャッシュレス決済の普及

キャッシュレス決済の比率が高い国から我が国を訪れた外国人旅行者にとって、現金での決済が求められる商店や飲食店等の存在は消費拡大を図る上で大きな障壁となっており、キャッシュレス決済対応へのニーズが高まっています。

このことから、今後、訪日外国人旅行者の消費を取り込んでいく上では、特に中小店舗を中心として、クレジットカードやQRコード決済等のキャッシュレス決済手段の普及を図っていく必要があります。

エ 中小事業者におけるICT投資等の必要性

少子高齢化に伴い、宿泊業をはじめとする観光事業者の担い手が不足していくことが予想される中、ICT等の導入による生産性の向上を図っていくことが求められています。中小企業が多い観光事業者にとって、これらの投資が重荷

となっており、資金面や技術面等の支援が必要になっています。

オ ビッグデータの活用

価値観の多様化や観光客のニーズ変化に対応していくためには、定量的な現状把握と分析が必要となります。なお、将来的に、地球温暖化等の気候変動による夏季の観光快適度の低下等も想定されており、これによる影響の把握も必要となると考えられます。

近年、通信環境や IoT、AI 等が発達した結果、携帯電話の位置情報や SNS データ等のビッグデータを収集・分析することで、観光地における来訪者の行動・動態について、より正確な調査・分析が可能となっています。

今後、こうした調査・分析結果を活用するなど、観光統計の精度と速報性を高めることで、より実態に即した観光施策を立案することが必要となっています。

【今後の方向性】

- ・多言語による SNS 発信の強化
- ・公衆無線 LAN 環境の整備
- ・観光事業者への金融・技術支援
- ・統計分析におけるビッグデータの活用

4 千葉県観光の目指すべき姿と目標設定

(1) 目指すべき姿と観光戦略

今後、少子高齢化と人口減少が進展する千葉県にとって、将来にわたって地域社会の活力を維持していくためには、観光によって国内外から人と消費を呼び込み経済活動を活性化させることが不可欠です。そのためには、本県の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を国内外にわかりやすく発信していく必要があります。

特に、近年増加が著しく、今後も更なる増加が予想される訪日外国人旅行者については、個人旅行がますます主流になると見られることから、体験型観光コンテンツの開発や磨き上げにより、本県に何度も訪れていただくりピーターを増やしていくことが必要です。

また、国内旅行市場においては、シニア層の重要性が今後ますます増していくことが予想されることから、東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を契機にバリアフリー化の推進や観光地のバリアフリー情報の提供等によりユニバーサルツーリズムの実現を図っていく必要があります。

加えて、本県は、観光の一大マーケットである首都圏に位置し、成田空港や東京湾アクアライン、圏央道等の交通ネットワークを有しているという立地優位性を活用し、観光地としての更なる魅力向上を進めていく必要があります。

さらに、訪日外国人旅行者をはじめとする個人旅行者にとって、スマートフォンや SNS 等は情報収集手段としての重要性が一層高まり、多言語翻訳システム等をはじめとする ICT の進展も更に進むと考えられることから、今後これらを最大限活用した観光振興を図っていく必要があります。

これらの点を踏まえ、千葉県の観光は、個人旅行が更に主流となっていく訪日外国人旅行者及び首都圏を中心とする国内観光客の多様なニーズを的確につかみ、何度も本県を訪れていただけるリピーターの獲得につなげていくため、体験型観光コンテンツの磨き上げやユニバーサルツーリズムの実現などにより、観光地としての質の向上を図っていく必要があります。そこで、千葉県観光が目指すべき姿を次のとおり設定します。

繰り返し選ばれる国際観光県 CHIBA

さらに、4つの重点課題を踏まえ、目指すべき姿を実現するために実行すべき観光戦略として、

【戦略1】国内外からのリピーターを獲得できる観光地域づくり

【戦略2】本県の優位性を活用した国内外へのプロモーション

【戦略3】観光ポテンシャルの磨き上げ

の3つの戦略を設定します。

【戦略1】国内外からのリピーターを獲得できる観光地域づくり

交流人口の増加を図り、地域社会の活力を発展させるため、今後、個人旅行が主流になっていく訪日外国人旅行者及びシニア層の増加が予想される国内観光客の多様なニーズを的確につかみ、本県の豊富で多様な地域資源をスポーツツーリズムやグリーン・ブルーツーリズム等の体験型観光コンテンツに磨き上げるなど、地域のブランディングに取り組むとともに、観光案内板等の多言語化やユニバーサルツーリズムの実現などの観光インフラの整備を図り、本県への来訪を促し、リピーターとして獲得していきます。

【戦略2】本県の優位性を活用した国内外へのプロモーション

本県は、航空ネットワークの拡大などにより今後も空港利用者の増加が見込まれる成田空港を擁し、また、首都圏に位置し、広域的な幹線道路等の交通ネットワークを有するなど、立地優位性に恵まれています。

この立地優位性と東京2020オリンピック・パラリンピックの開催効果を最大限活用するため、海外における積極的なプロモーションの実施や、訪日外国人旅行者の情報収集手段として重要性を増しているSNS等における多言語による情報発信などとともに、首都圏を中心とした国内観光客に、観光地としての魅力を感じて繰り返し本県を訪れていただけるよう、観光キャンペーンの実施や二次交通の確保・利便性向上などを図ります。

【戦略3】観光ポテンシャルの磨き上げ

これらの取組を支え、国内外から繰り返し本県を訪れていただけるような観光地としての質を向上させるため、観光サービスの提供者である観光人材や県民等のおもてなし力の向上を図るとともに、県産品や郷土料理のブランド化等による観光産業の磨き上げを行っていきます。

(2) 数値目標

計画の目標年度として、計画最終年度である 2023 年における数値目標を設定し、その数値目標及び毎年度計画の達成度を把握するための重要業績指標 (KPI) として、以下の指標を設定します。

| 項目 | 実績値 (2017) | 目標値 (2023) |
|------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 観光入込客数 | 1 億 7,934 万人 | 2 億人 |
| 宿泊客数 | 1,812 万人 | 2100 万人 |
| 外国人延べ宿泊客数 | 368 万人 | 500 万人 |
| 旅行総消費額 | 1 兆 3,835 億円 | 1 兆 5500 億円 |
| 観光に関する 経済波及効果 | 1 兆 3,227 億円 | 1 兆 4800 億円 |
| 旅行者満足度 | 「大変満足」が 34.3% (大変満足と満足の合計 85.8%) | 「大変満足」が 40% (「大変満足と満足の合計」について参考値として実績を把握する。) |

5 実行すべき観光戦略

(1) 施策体系

【戦略1】

国内外からのリピーターを獲得できる観光地域づくり

- ・①地域資源を生かした滞在型観光地域づくり
- ・②安全安心でストレスフリーな観光に向けた環境整備
- ・③インバウンド観光人材の育成

【戦略2】

本県の優位性を活用した国内外へのプロモーション

- ・①成田空港から県内観光地への誘客促進
- ・②外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化
- ・③国内外からの教育旅行の誘致
- ・④MICEの誘致促進
- ・⑤季節やテーマに応じた観光キャンペーンの実施
- ・⑥旅行会社・メディア等への積極的なプロモーションの展開
- ・⑦立地優位性を生かした情報発信
- ・⑧二次交通の確保・利便性向上
- ・⑨交通ネットワークの整備促進

【戦略3】

観光ポテンシャルの磨き上げ

- ・①県民のおもてなし力の向上
- ・②調査・分析の高度化
- ・③観光素材の発掘・磨き上げ・発信力の強化
- ・④県産品・料理等のブランド化、販路拡大
- ・⑤観光事業者に対する積極的な支援

【戦略1】国内外からのリピーターを獲得できる観光地域づくり

訪日外国人等の個人旅行者を本県のリピーターとして獲得するため、体験型観光を中心とする地域が主体となった観光資源の磨き上げや連携を進めます。また、高齢化等に対応したユニバーサルツーリズムの推進を図ります。

①地域資源を生かした滞在型観光地域づくり

国内外からの個人旅行者の満足度を高めて再訪を促し、宿泊や長期滞在で観光を楽しんでもらうため、地域が主体となり、地域の資源を活用した体験を中心とした観光資源の磨き上げや連携を図り、面的な広がりのある観光地域づくりを進め、地域のブランディングに取り組みます。

また、本県観光の魅力を高める重要な要素として、トイレや駐車場、観光案内板、観光案内所などの観光インフラの整備を進めるとともに、誰もが使える民間事業者のトイレについても整備を促していきます。

【主な取組】

- ・観光関連施設の整備（トイレ、駐車場、観光案内板等整備）
- ・自然公園・県立公園の活用
- ・河川・水辺環境の整備・活用
- ・安全で快適なちばの海岸づくり
- ・フィルムコミッションの推進
- ・スポーツツーリズムの推進
- ・大規模イベント誘致のための支援
- ・良好な景観の形成・保全の促進
- ・グリーン・ブルーツーリズムの促進
- ・森林・里山等を活用した観光の推進
- ・地形や地質を活用した観光の推進
- ・歴史・文化・芸術の魅力を生かした観光の推進

②安全安心でストレスフリーな観光に向けた環境整備

高齢者や障害者、外国人等が安全安心にストレスなく本県観光を楽しめるよう、施設等のバリアフリー化やバリアフリー情報の発信を進めるとともに、ホームページや観光案内板、災害情報発信などの多言語化や多様な宗教・生活習慣への対応、公衆無線 LAN 環境の整備やキャッシュレス決済環境の整備等を支援します。

【主な取組】

- ・観光案内板・看板・ホームページ・ガイドブックの多言語化の推進
- ・訪日外国人旅行者に対する公衆無線 LAN 環境の整備促進
- ・多様な宗教・生活習慣への対応力の強化

- ・ユニバーサルツーリズムの促進
- ・防災情報の提供等による減災と安全確保の推進
- ・移動交番車や防犯ボックスを活用した地域の防犯力強化
- ・災害に強い社会資本の整備
- ・観光施設、宿泊施設の防災対策の促進

③インバウンド観光人材の育成

海外から訪れる観光客への本県の対応力を向上させるため、観光事業者やボランティアを中心に研修等を実施し、観光施設等における表示やメニューの多言語化等のスキルアップを図ります。

【主な取組】

- ・観光客ニーズに応えるための観光人材の育成
- ・「おもてなし」力向上のための研修会の開催
- ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催に伴う訪日外国人の受入体制の整備

【戦略2】本県の優位性を活用した国内外へのプロモーション

成田空港を擁する優位性や、交通ネットワークの整備により首都圏に立地する本県の優位性が更に高まることを踏まえ、また、東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催効果を最大限活用するため、海外及び首都圏を中心とした全国へ向け、本県の観光の魅力を発信するとともに、旅行会社やメディアに対する積極的なプロモーションを継続的に展開します。

①成田空港から県内観光地への誘客促進

海外における観光地としての本県の知名度向上と訪日外国人旅行者の誘客を図るため、海外の観光展への出展やホームページ等による情報発信、現地エージェントへの誘客プロモーションを進めるとともに、今後さらに増加が見込まれる個人旅行者向けに SNS 等による情報発信の強化を図ります。また、空港周辺地域の豊富な観光資源を国内外に積極的に情報発信するなど、広域的な観光振興を図ります。

【主な取組】

- ・海外における観光プロモーション
- ・官民一体となった海外への情報発信と商談機会の創出
- ・SNS を活用した海外向け情報発信
- ・他の自治体との連携による外客誘致促進
- ・成田空港のポテンシャルを活用した観光振興及び空港周辺地域における観光振興策の推進体制の整備
- ・成田・羽田空港を起点にした、広域ルートや新商品の開発
- ・訪日団体旅行者向けバスツアーの支援

②外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化

海外の観光展等への出展や現地エージェントへのプロモーション等の活動を通じて、海外の市場ごとのニーズを把握した上で、外国人旅行者に対し本県の魅力を発信し、さらに外国人旅行者の志向等を把握するため、海外の大学生等を対象としたモニターツアーを実施するとともに、外国人旅行者の志向に対応した周遊ルート等の開発を行い、SNS 等による情報発信や分析等を進めます。

【主な取組】

- ・旅行会社・メディアの招請、モニターツアーの実施
- ・外国人旅行者の志向に対応した周遊ルート等の開発・発信

③国内外からの教育旅行の誘致

学校交流を通じて本県の魅力を海外に発信するとともに、将来の訪日リピーターを育成するため、海外の学校や旅行会社等に対する誘致活動を行うとともに、県内の受入校への支援を行います。

また、観光入込客の少ない平日の宿泊施設を活用した、将来の本県来訪のきっかけとするため、東京ディズニーリゾート等の大型集客施設と組み合わせた教育旅行の誘致を図ります。

【主な取組】

- ・ 訪日教育旅行に関する現地プロモーション
- ・ 訪日教育旅行関係者の本県への招請
- ・ 訪日教育旅行受入校に対する支援
- ・ 訪日教育旅行受入地域の拡大
- ・ 修学旅行等の誘致
- ・ スポーツ合宿、シニア向け団体旅行等の誘致

④MICE の誘致促進

MICE 開催を通じた主催者、参加者等の消費支出は、開催地域を中心に大きな経済波及効果を及ぼし、地域経済活性化への貢献が期待されています。

そこで、地域経済の活性化及び開催都市の国際的ブランドイメージの構築を図るため、(公財)ちば国際コンベンションビューローを通じて MICE 誘致・支援事業の展開を進めるとともに、「千葉県千葉市」としてグローバル MICE 都市に選定された優位性を生かしながら、国際会議観光都市である千葉市、成田市、木更津市、浦安市をはじめとする市町村や MICE 関係事業者との連携を強化することにより、アフター MICE の魅力向上を含めた本県の MICE 競争力をより一層高めていきます。

なお、平成 30 年 7 月に「特定複合観光施設区域整備法」(IR 整備法)が成立し、統合型リゾート施設(IR)への注目が集まるとともに、平成 30 年 11 月には、大阪での 2025 年国際博覧会(万博)の開催が決定し、訪日外国人旅行者数の増加などによる経済波及効果が期待されています。県内における IR の導入に当たっては、地元の気運の高まりや合意形成が重要となることから、今後も、県内市町村の動向を注視し、IR 導入に向けた動きがあった場合には、当該市町村と情報を共有しつつ、適切に対応します。

【主な取組】

- ・ 国際会議補助金制度の活用による MICE の誘致
- ・ (公財)ちば国際コンベンションビューローや市町村と連携した MICE の誘致
- ・ MICE 開催及びアフター MICE にかかる主催者への各種支援活動の実施

⑤季節やテーマに応じた観光キャンペーンの実施

本県の立地優位性を生かし、巨大マーケットである首都圏を中心とした地域からの誘客を図るため、本県の四季や観光客に訴求しやすいテーマを生かした全県的な観光キャンペーンや観光展等における情報発信を行うとともに、エリア別のターゲットを意識したプロモーションを実施します。

また、旅行形態が団体旅行から個人旅行にシフトしてきていることに対応して、ホームページでの観光の情報発信を強化するとともに、SNSによる効果的な情報発信を推進します。

【主な取組】

- ・ トップセールス等による千葉の魅力の PR
- ・ 季節やテーマに応じた全県的な観光キャンペーンの実施
- ・ 県産農林水産物 PR と連携したプロモーションの実施
- ・ 直売所や大規模集客施設と連携した県産農林水産物の販売戦略の展開
- ・ 効果的・効率的な観光ホームページの運営
- ・ 放送メディア等を活用した PR
- ・ チーバくんを活用した PR

⑥旅行会社・メディア等への積極的なプロモーションの展開

旅行動向を左右し、新たな観光ニーズの形成に大きな影響力を持つ旅行会社やメディア等に対して、話題性の高い情報や旬の情報などを提供していくとともに、千葉県ならではの旅行商品を企画・提案していくなど、積極的なプロモーションを展開します。

【主な取組】

- ・ 旅行会社・メディア等への情報提供及び招聘推進
- ・ 地域と連携した着地型旅行商品の開発
- ・ 旅行会社等へのセールスプロモーションの実施
- ・ 千葉県独自の観光商談会の実施

⑦立地優位性を生かした情報発信

圏央道や外環道、アクアラインなど幹線道路ネットワークの整備に伴う立地優位性を生かした誘客を図るため、県観光物産協会等と連携し、海ほたる PA や千葉県観光情報館「チーバくんプラザ」、道の駅などを活用した戦略的な情報発信を行います。

【主な取組】

- ・ アクアライン料金引下げ及び圏央道・外環道開通を活用した観光プロモーション
- ・ 千葉県観光情報館「チーバくんプラザ」の運営
- ・ 海ほたる観光案内所の運営
- ・ 道の駅の活用・ネットワーク化による観光振興

⑧二次交通の確保・利便性向上

自動車を保有しない層などの新たな観光需要の掘り起こしや、二次交通の不足が課題となっている観光地の利便性向上を図るため、鉄道事業者、旅行会社、市町村、観光事業者等と連携した周遊観光プロモーションやバスツアーの造成促進、地域の観光地を結ぶ二次交通のアクセス改善等を行います。

【主な取組】

- ・ 幹線路線バスの運行支援による二次交通の確保・利便性向上
- ・ 県内発着バスツアーの支援
- ・ 鉄道を活用した周遊観光プロモーション

⑨交通ネットワークの整備促進

交流人口の更なる増加や来訪者の利便性の向上を図るため、広域的な幹線道路ネットワークとこれにアクセスする道路の更なる整備による県内各地へのアクセス向上に取り組みます。

さらに、今後も訪日クルーズ旅客数の増加が見込まれることから、将来的なクルーズ船の受入等に向けた市町村への支援や港湾・海上ネットワークの活用を図ります。

【主な取組】

- ・ 高規格幹線道路等の整備促進
- ・ 観光地等へのアクセス道路の整備
- ・ 港湾・海上ネットワークの整備
- ・ 海上・水上交通を活用した観光振興

【戦略3】観光ポテンシャルの磨き上げ

観光産業の磨き上げを図るため、観光産業に携わる人材をはじめとする県民のおもてなし力の向上に取り組むとともに、伝統工芸をはじめとする県産品のブランド化や地域資源の掘り起こしに取り組みます。

①県民のおもてなし力の向上

東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を契機として、国内外から本県を訪れる多くの方々に再び訪れてもらえるよう、オール千葉でのおもてなし機運を加速させるため、シンポジウムの開催等による機運醸成を図るとともに、研修会の実施による県民のおもてなし力の更なる向上を図ります。

【主な取組】

- ・オール千葉でのおもてなしの推進
- ・「おもてなし」力向上のための研修会の開催

②調査・分析の高度化

観光客のニーズの変化に対応した付加価値の高いサービスを提供するため、ビッグデータの活用などによる精度と速報性の高いデータに基づいた定量的な現状把握と分析を行い、観光政策の立案に活用するとともに、市町村や事業者等との共有を図ります。

【主な取組】

- ・四半期ごとや観光シーズンごとの観光入込調査の実施
- ・発地別、四季別、交通手段別など様々な角度からの観光データの充実と分析
- ・観光客満足度調査の実施

③観光素材の発掘・磨き上げ・発信力の強化

地域の創意工夫による地域の特色を生かした観光振興を図るため、講習会の開催や旅行商品の造成など、地域の実戦的な取組を支援します。

【主な取組】

- ・地域の観光振興を推進するプラットフォームづくりの促進¹
- ・果樹園等を活用した地域活性化の推進

¹ 「ちばの観光掘り起こし隊」が主体となり、地域の観光資源の掘り起こし、磨き上げを通じ、観光による地域づくりを進めます。

④ 県産品・料理等のブランド化、販路拡大

本県の重要な魅力である県産品や伝統的工芸品、郷土料理等を磨き上げブランド化を図るため、地域資源の掘り起こしや農商工連携、6次産業化を促進するとともに、県内外における認知度の向上や販路拡大を支援します。

【主な取組】

- ・ 地域資源を活用したお土産品やご当地グルメなどの開発と販路開拓の支援
- ・ 地域の様々な主体の連携による農商工連携、6次産業化の促進
- ・ 県産品及び伝統的工芸品、郷土料理等の振興とブランド化の推進
- ・ 戦略性を持った産地づくりと農産物、水産物のブランド化の推進²
- ・ ターゲットとなる観光客ニーズ捕捉や予測のための効果的な手法の検討・実施
- ・ 県外での認知度を上げるための県産品 PR

⑤ 観光事業者に対する積極的な支援

その多くが中小企業や個人経営である観光事業者の経営基盤の強化を図るため、融資や補助制度による資金調達や経営に関するアドバイスの提供等により支援するとともに、観光産業を支える人材の育成を支援します。

【主な取組】

- ・ 観光事業者の資金需要に応える中小企業振興融資資金の貸付
- ・ 宿泊・観光施設の魅力向上のための施設整備資金の融資等の支援
- ・ 千葉県立地企業補助金制度を活用した宿泊・観光事業者への支援
- ・ 地域の観光産業を支える観光関連団体の体制と活動の強化
- ・ 観光事業者の経営力の向上への支援
- ・ 「おもてなし」力向上のための研修会の開催

² (買い手側である)市場関係者等のニーズを(売り手側である産地へ)的確にフィードバックすることで、産地の育成を図るとともに、トップセールスをはじめとしたPR活動やキャンペーン活動を実施することで、県産農林水産物の魅力を発信し、農産物、水産物のブランド化を推進していきます。

(2) 東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を起爆剤とした重点加速化施策

上記の 3 戦略の施策の中から、東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けた受入体制の整備と機運醸成の取組及び大会開催後のレガシーとして残すべき施策を「重点加速化施策」として抽出し、計画期間中、早期に取り組むものとします。

2020 年の大会開催に向け、国内外から訪れる多くの来訪者の受入体制を早急に整備し、県民のおもてなし機運を醸成するため、重点加速化施策として以下の 5 つの施策を設定します。また、大会開催後も、大会開催の効果を一過性のものに終わらせず、大会開催後にレガシーを着実に残していけるよう努めます。

① 地域資源を生かした滞在型観光地域づくり

大会を契機として本県を訪れた来訪者に、本県の豊富な地域資源を活用した観光メニューを体験してもらうことで、再訪を促します。

② 安全安心でストレスフリーな観光に向けた環境整備

高齢者や障害者、外国人等が安全安心にストレスなく本県観光を楽しめる環境を整備します。

③ インバウンド観光人材の育成及び県民のおもてなし力の向上

大会を契機として国内外から訪れる多くの方々に、本県のおもてなしを体験していただくため、観光事業者やボランティアを含むオール千葉でのおもてなし力の向上と機運醸成を図ります。

④ 成田空港から県内観光地への誘客促進

本県の知名度向上と訪日外国人旅行者の誘客を図るため、SNS 等による情報発信やプロモーションを行います。

⑤ 二次交通の確保・利便性向上

鉄道やバス、タクシー等の交通事業者や旅行会社、市町村、観光事業者等との連携により、県内各地の観光スポットへの円滑なアクセスの実現を図ります。

(3) 地域の取組と県の役割

ア 県内各地域の取組状況

圏央道・外環道等の幹線道路ネットワークの整備進展や、「アクアライン割引」(ETC 普通車 800 円)の継続等によって、首都圏等から本県を訪れる観光客は自家用車による日帰り客が中心となっています。今後、ますます多様化する国内観光客のニーズを的確に捉え、観光消費額を伸ばしていくためには、宿泊・滞在型の観光コンテンツの開発・磨き上げを更に進めることによって、宿泊客の増加と、本県のファンとして繰り返し訪れてもらえるリピーターの確保を図っていく必要があります。

また、訪日外国人旅行者の宿泊地は県内の特定の地域に集中していることから、県内の他地域を訪れている外国人はまだ少なく、また、地域によって取組に差があるものと考えられます。本県は日本の空の表玄関である成田空港を擁し、長年、外国人旅行者に対応してきた豊富な経験を持つ多くのホテルが立地するという強みを有していますが、そのポテンシャルを十分に発揮できていない状況にあります。今後、本県が持つ強みを生かし、訪日外国人を県内観光に誘導するためには、個人旅行が主流となっていく訪日客のニーズに応えられるよう、体験型コンテンツの開発・磨き上げを進めるとともに、多言語表記の充実やキャッシュレス決済環境の整備、ユニバーサルツーリズムの推進など、外国人観光客を受け入れる体制の整備を進め、さらに SNS 等における情報の充実や OTA 取り扱いコンテンツの充実などの地域が一体となった対応を進める必要があります。

現在、各市町村では、地方創生の総合戦略等において、将来的に実現したいビジョンを掲げ、自然や歴史・文化など個性豊かな地域資源を活用し、観光を含めた地域経済の活性化に取り組んでいるところです。しかし、観光面においてこれらのビジョンを実現するためには、地域において、人材や資金などが限られている中で、中期的・短期的に何を実現し、何に取り組むべきかという工程表をロードマップとして整理し、一つひとつ着実に実行していく必要があります。

そこで、東京に近接する都市部と自然環境に恵まれた農村部が共存しており、また、各地域には地理・歴史的な背景を反映した特徴的な歴史資源や文化等が残されているという本県の地域特性の多様性に鑑み、第2次基本計画の地域区分に基づき、県内の、「ベイエリア」、「東葛飾」、「北総」、「九十九里」、「南房総」、「かずさ・臨海」の6つの地域について、各地域における観光を取り巻く環境変化と課題を分析します。

6つの地域区分



Ⅰ (ア) バイエリア地域

①地域特性

鉄道を中心に公共交通機関が発達しており、湾岸地域を中心として大型商業施設が集積していることから、地域外、県外からの来訪者も多い地域です。

古くからの旧街道沿いを中心に寺社仏閣が多く、文化施設も充実しています。ボランティアガイドの活動も盛んであり、まち歩き観光に適しています。

また、幕張新都心（千葉市）や舞浜地区（浦安市）に MICE 機能を持つコンベンション施設が立地しているとともに、周辺には大規模なホテル群が集積しています。



②主な環境変化

平成 27 年 6 月、幕張メッセがオリンピック 3 競技の会場に、さらに同年 11 月にはパラリンピック 4 競技の会場に決定しました。

平成 27 年には、船橋市のふなばしアンデルセン公園が世界的な旅行サイト「トリップアドバイザー」で日本のテーマパークの第 3 位に選定されました。

平成 28 年 4 月には、千葉港の旅客船棧橋が運用を開始し、平成 30 年 12 月には 2 基目の棧橋が運用開始しています。

平成 30 年 6 月には、外環道・三郷南 IC～高谷 JCT が開通しました。これに先立ち、平成 30 年 4 月には道の駅「いちかわ」がオープンしています。

バイエリア地域の観光入込客数は、平成 24 年から 29 年の 5 年で 875 万人（12.6%）増加し、地域別では県内で 2 番目の大きな伸びを示しています。このうち、最も大きく伸びているのは 575 万人増加した浦安市で、東京ディズニーリゾートの入込客数が大きく伸びています。次いで伸びているのは 174 万人増加した千葉市で、幕張メッセの入込客数が大きく伸びています。この他には、市川市（市川市民納涼花火大会など）や船橋市（ふなばしアンデルセン公園など）で大きく入込客数が増加しています。

同地域の宿泊客数は、5 年で 144 万人（18.0%）増加しており、地域別では県内で最も増加しています。このうち、最も増加したのは 75 万人（12.5%）増加した浦安市で、次いで千葉市が 68 万人（37.2%）増加しています。

同地域の外国人宿泊客数は、5年で約4.2倍となる71万人増加しています。このうち、千葉市は約3倍となる31万人の増加、浦安市は約6倍となる36万人の増加となっています。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|-----|--------|
| 観光入込客数 (単位：万人地点) | 6,948 | 7,824 | 875 | 12.6% |
| 宿泊客数 (単位：万人泊) | 799 | 942 | 144 | 18.0% |
| うち外国人宿泊客数 (単位：万人泊) | 22 | 93 | 71 | 322.8% |

平成29年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 |
|---------------|------|-------|
| 東京ディズニーリゾート | 浦安市 | 3,010 |
| 幕張メッセ | 千葉市 | 670 |
| パサール幕張(上・下) | 千葉市 | 430 |
| ZOZOマリンスタジアム | 千葉市 | 196 |
| 千葉県総合スポーツセンター | 千葉市 | 84 |

| 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|------------|------|------|
| ふなばし市民まつり | 船橋市 | 65 |
| 千葉神社初詣 | 千葉市 | 65 |
| 市川市民納涼花火大会 | 市川市 | 49 |
| 中山法華経寺初詣 | 市川市 | 35 |
| 千葉の親子三代夏祭り | 千葉市 | 33 |

出典：平成29年千葉県観光入込調査

※東京ディズニーリゾートの入込客数については、平成29年4月～平成30年3月の人数（株式会社オリエンタルランドホームページより）

③課題

まち歩き観光に適した旧市街地を中心として、商店の減少、商店街の衰退が進んでおり、観光による地域経済の活性化が課題となっています。

人口密集地域であるため、道路が狭く慢性的な渋滞が発生することから、地域によっては自動車、バスを使ったアクセスに支障が生じています。

同地域内には、東京ディズニーリゾートや幕張メッセ等の集客力のある施設が立地している一方で、施設・地域内で完結してしまっており、周辺地域の観光誘客に結びついていない傾向があります。特にMICEで訪れた外国人客をどのように周辺地域の観光や地域経済に結びつけるかというアフターMICEが課題となっています。

都心へと通勤・通学する住民が多く住んでいる地域であることから、歴史的・文化的資源や自然などの資源を有する「観光地」というイメージが希薄です。

地域における取組事例

(民間活力による公園の自然の活用)

千葉市において、稲毛海浜公園（海辺）や泉自然公園（森林）など、民間活力を導入した公園の魅力向上の取組が進められています。

(歴史的観光資源の活用)

江戸時代以来の「日本一のみこしの街」を象徴する「行徳神輿ミュージアム」（平成 30 年 4 月）、「行徳ふれあい伝承館」（平成 30 年 7 月）が市川市にオープンしました。

平成 29 年 10 月、世界最大規模の貝塚である千葉市の「加曽利貝塚」が国の特別史跡に指定されました。

習志野市では、第一次世界大戦時にドイツ兵捕虜から製法が伝えられた「日本のソーセージ製法 伝承の地」として、当時の製法を再現した「習志野ソーセージ」を地域ブランドとして育て上げ、地域活性化を図る取組が進められています。

(多様な文化・習慣を持つ外国人旅行者への対応)

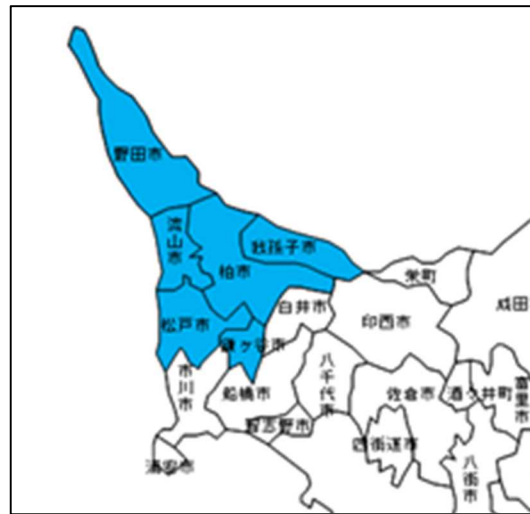
千葉市では、今後増加が見込まれるムスリム旅行者の食事（ハラール）や礼拝に対応するための受入環境整備に先進的に取り組んでいます。

Ⅰ (イ) 東葛飾地域

①地域特性

JR、私鉄等の公共交通機関が発達し、都内への通勤・通学者が多い地域です。

野田市や流山市等において、古くから醤油、みりんなどの醸造業で栄えてきた歴史を持ち、現在も醸造業をはじめとして見学できる工場が多く立地しています。また、大消費地に隣接し、古くから野菜等を供給してきたことから、現在でも都市農業が盛んです。



旧街道沿いなどを中心に寺社仏閣や歴史的資源、古い町並みなどが残されており、観光ボランティアガイドの活動も盛んです。

「日本さくら名所100選」にも選ばれた清水公園の桜や本土寺のあじさいをはじめとして、季節を感じるができる公園や寺社、観光農園が充実しています。

②主な環境変化

平成30年6月には、外環道・三郷南IC～高谷JCTが開通し、地域間の交通アクセスが改善しました。

平成29年7月には、江崎グリコのアイスクリーム工場見学施設「グリコピア CHIBA (チバ)」が野田市にオープンしました。

東葛飾地域の観光入込客数は、平成24年から29年の5年で100万人(12.3%)増加しています。このうち、最も大きく伸びているのは78万人(24.4%)増加した柏市で、柏の葉公園の入込客数が大きく伸びています。次いで、我孫子市が約2.7倍となる42万人の増加となり、手賀沼親水広場の入込客数が大きく伸びています。

同地域の宿泊客数は、5年で約2.4倍となる35万人の増加と大きく伸びており、このうち、柏市は約4.4倍となる33万人の増加となっています。

同地域の外国人宿泊客数は、5年で約4.6倍となる5万人増加となっており、このうち、柏市は約6.4倍となる4万人増加となっています。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|-----|--------|
| 観光入込客数 (単位:万人地点) | 808 | 908 | 100 | 12.3% |
| 宿泊客数 (単位:万人泊) | 25 | 60 | 35 | 140.5% |
| うち外国人宿泊客数 (単位:万人泊) | 1.4 | 6.4 | 5.0 | 359.0% |

平成 29 年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位 5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 |
|------------|------|------|
| 県立柏の葉公園 | 柏市 | 142 |
| 道の駅しょうなん | 柏市 | 107 |
| (株)千秋社清水公園 | 野田市 | 65 |
| 手賀沼親水広場 | 我孫子市 | 35 |
| 源泉七光台温泉 | 野田市 | 35 |

| 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|---------------|------|------|
| 柏まつり | 柏市 | 70 |
| 桜まつり（松戸市） | 松戸市 | 47 |
| 松戸まつり | 松戸市 | 31 |
| 手賀沼花火大会（柏市会場） | 柏市 | 25 |
| 松戸花火大会 | 松戸市 | 21 |

出典：平成 29 年千葉県観光入込調査

③課題

県内でも人口密度が高い地域であり、古い市街地を中心に道路の幅も狭く、交通量が多いことから慢性的に交通渋滞が発生している上に、駐車場が少ないことから、地域によっては自動車による市街地へのアクセスに支障が生じています。

観光農園を支えてきた担い手の高齢化が進むとともに、後継者の確保が課題となっています。また、農産物が豊富である一方、農産品を活用した地域を代表する特産品づくりが課題となっています。

文化施設や史跡などの多くの資源を有しており、観光資源としての整備・活用が課題となっています。

地域における取組事例

(歴史的観光資源の活用)

松戸市では、最後の水戸藩主、徳川昭武が建設した日本最古の洋風庭園「戸定邸庭園」を復元し、平成30年6月から公開しています。

流山市では、旧市街である流山本町で、夜の町並みを楽しめる「白みりんと切り絵行灯の夕べ」が開催されており、平成30年4月には、みりんレシピを発信するコミュニティスペース「machimin (まちみん)」もオープンしています。また、平成30年3月には、大正2年に利根運河沿いに建立され、現在は流山市の「幸福大使」を務める「ビリケン像」の祠を建立しました。

(地元農水産物の活用)

我孫子市では、平成29年6月、手賀沼親水広場内「水の館」のリニューアルに伴い、農家レストランにおいて地元野菜を使ったメニューの提供を開始しました。また、柏市でも、道の駅や農産物直売所に隣接した農家レストランがオープンするなど、地元野菜を使ったメニューを提供する動きが広がっています。

同地域の宿泊客数は、5年で113万人（39.9%）増加しており、地域別では県内で2番目に大きく増加しています。最も増加したのは92万人（38.6%）増加した成田市であり、佐倉市も67万人（38.6%）増加しています。

同地域の外国人宿泊客数は、5年で96万人（79.8%）増加しており、特に成田市は88万人（84.0%）増と大きく伸びています。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|-----|-------|
| 観光入込客数 (単位:万人地点) | 2,769 | 3,735 | 965 | 34.9% |
| 宿泊客数 (単位:万人泊) | 284 | 397 | 113 | 39.9% |
| うち外国人宿泊客数 (単位:万人泊) | 121 | 217 | 96 | 79.8% |

平成29年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 | 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|----------------|------|-------|----------------|------|------|
| 成田山新勝寺 | 成田市 | 1,147 | 佐原の大祭（夏祭り・秋祭り） | 香取市 | 62 |
| 香取神宮 | 香取市 | 198 | 成田祇園祭 | 成田市 | 49 |
| 道の駅水の郷さわら | 香取市 | 116 | 成田山紅葉まつり | 成田市 | 36 |
| 宗吾霊堂 | 成田市 | 116 | 成田太鼓祭 | 成田市 | 24 |
| 道の駅くりもと「紅小町の郷」 | 香取市 | 84 | 芝山仁王尊・観音教寺（初詣） | 芝山町 | 20 |

出典：平成29年千葉県観光入込調査

③課題

国際線・国内線が充実した成田空港を擁しているものの、多くの空港利用者を誘客できておらず、また、宿泊施設は空港周辺等に集中していますが、域内における公共交通網の利便性が低く、二次交通が不十分であることが課題です。

また、クレジットカード等に対応できる店が少ないなど外国人への対応体制が整っていない観光事業者も見られます。

地域で生産される農産物について、農商工連携や6次産業化の促進等により、特産品としての知名度の向上と高付加価値化を図っていくことが課題です。

地域における取組事例

(歴史的観光資源の活用)

平成 30 年 3 月、歴史的価値を持つ古民家を改修した「佐原商家町ホテル NIPPONIA」が香取市にオープンしました。

平成 30 年 5 月、忍者や侍などの衣装を着て、隣接する体験博物館「県立房総のむら」を散策し、写真を撮ることができる「コスプレの館」新館が栄町にオープンし、多くの外国人観光客が訪れています。

平成 30 年 11 月、サムライの衣装を着てまち歩きをする「サムライ体験ツアー」の販売が佐倉市で開始されました。

(スポーツツーリズムの推進)

平成 30 年 4 月、旧市立銚子西高校のグラウンドや体育館などを活用したスポーツ合宿施設「銚子スポーツタウン」が銚子市にオープンしました。

平成 30 年 7 月、印旛沼や城下町を散策できる「タンデム自転車」の貸出が佐倉市で開始されました。

(ロケツーリズムの推進)

香取市の佐原の町並みで多くのタイ映画が撮影されたことから、多くのタイ人観光客がロケ地を訪れています。

(大規模商業施設の活用)

一大観光地となった商業施設「酒々井プレミアム・アウトレット」において、酒々井町内の観光スポット情報を紹介しています。

Ⅰ (エ) 九十九里地域

① 地域特性

千葉県海岸を代表する九十九里浜沿岸は、古くから海水浴場として人気を博しており、蓮沼海浜公園のプール等を含めて多くの観光客に親しまれてきました。近年は、国内屈指のサーフポイントである一宮町の釣ヶ崎海岸が東京オリンピック・サーフィン競技の会場に選定されるなど、サーフィンをはじめとするマリンスポーツが盛り上がりを見せています。また、白子町はテニス合宿が盛んな地域として全国的にも有名ですが、そ



他のスポーツ施設も充実し、ヨウ素を豊富に含む温泉も楽しめることから、学生や社会人のスポーツ合宿などが盛んな地域です。

上総十二社祭りをはじめとする海岸での催しや、茂原七夕まつり、八重垣神社祇園祭などバリエーション豊かな祭りが多く開かれています。

ここ数年、九十九里平野などで生産される農産物や海産物を販売する道の駅や直売所のオープンが相次いでいます。また、山武市（成東地域）をはじめとしたイチゴ狩りなど、農林業と連携した体験型観光が盛んです。

② 主な環境変化

平成 26 年 4 月、産業交流拠点施設「みのりの郷・東金」が東金市にオープンし、平成 27 年 11 月には道の駅として登録されました。また、平成 27 年 10 月には旭市に道の駅「季楽里あさひ」がオープンしました。

平成 28 年 12 月、一宮町の釣ヶ崎海岸がオリンピック史上初めて正式種目となった東京オリンピックのサーフィン競技会場に決定しました。その後、サーフィンのプロ最高峰チャンピオンシップツアーの予選シリーズが開催されている他、近隣の海岸では障害者サーフィンの国際大会が開催されています。

平成 29 年 12 月には、津波対策を実施していた九十九里有料道路が全線開通しました。

九十九里地域の観光入込客数は、平成 24 年から 29 年の 5 年で 248 万人 (25.5%) 増加し、地域別では県内で 3 番目に大きく伸びています。このうち、

最も大きく伸びているのは112万人（108.5%）増加した旭市で、道の駅季楽里あさひの入込客数が大きく増加しています。次いで、約2.4倍となる78万人増加した東金市（道の駅みのりの郷東金など）や約2倍となる37万人増加した一宮町（サーフィンなど）の入込客数が伸びています。

一方、同地域の宿泊客数は、5年で0.2%増とほぼ変化がなく、外国人宿泊客数は、平成29年の総数は0.4万人の微増に留まっています。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|------|--------|
| 観光入込客数 (単位:万人地点) | 971 | 1,219 | 248 | 25.5% |
| 宿泊客数 (単位:万人泊) | 79.5 | 79.6 | 0.1 | 0.2% |
| うち外国人宿泊客数 (単位:万人泊) | 0.04 | 0.43 | 0.39 | 888.4% |

平成29年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 | 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|---------------------|------|------|------------------|------|------|
| 道の駅オライはすぬま | 山武市 | 110 | 茂原七夕まつり | 茂原市 | 85 |
| 道の駅季楽里あさひ | 旭市 | 104 | いいおかYOU・遊フェスティバル | 旭市 | 15 |
| ふれあいパーク八日市場 | 匝瑳市 | 80 | 旭市七夕市民まつり | 旭市 | 13 |
| 道の駅 みのりの郷 東金 | 東金市 | 73 | 橋樹神社初詣 | 茂原市 | 12 |
| 一宮・東浪見・釣ヶ崎海岸（サーフィン） | 一宮町 | 64 | やっさまつり | 東金市 | 9 |

出典：平成29年千葉県観光入込調査

③課題

昭和40年代をピークとして海水浴客の減少が続いており、また、海水浴場の開設数が減少していることから、観光施設等においてニーズの変化に対応し、ビーチや公園、里山等を活用したスポーツをはじめとする体験型アクティビティなど、通年型観光資源の開発が課題となっています。

東京オリンピック・サーフィン競技の開催によって、国内外からの注目が高まる中、今後は外国人観光客の増加が見込まれるため、特に観光・宿泊施設・店舗等における多言語対応等、外国人観光客の受入体制を強化する必要があります。

地域における公共交通機関の利便性が低く、さらに二次交通も不十分な状況にあります。

地域における取組事例

(海辺の観光資源の活用)

一宮町では、東京オリンピック・サーフィン競技会場の決定を契機として、“一宮版サーフォノミクス”を掲げ、サーフィンによる経済効果を高める戦略を進めており、サーフィンを目的とする移住者が増加しているとともに、平成30年4月には、サーフボードの貸出等を行う観光拠点施設がオープンしました。

平成30年6月、旭市の飯岡灯台が、「日本ロマンチスト協会」・「日本財団」から、“ロマンスの聖地”にふさわしい魅力的な観光資源であるとして、県内で初めて「恋する灯台」の認定を受けました。

(地域の農水産物の活用)

平成30年4月、横芝駅前に「坂田梅」や「大木式ソーセージ」などの特産品を販売する情報交流館「ヨリドコロ」が横芝光町にオープンしました。

（オ）南房総地域

①地域特性

東京湾アクアライン、館山自動車道、圏央道など幹線道路ネットワークの整備が進んだ結果、首都圏からの自動車によるアクセスが向上するとともに、高速バス路線が充実しています。このため、都内からの日帰り圏となったことで、自動車による日帰り客が増加する一方で、宿泊客が減少した地域も見られます。



8つの道の駅を有する南房総市をはじめとして、バラエティ豊かな13の道の駅において、特色あるグルメや特産品が提供されています。

「勝浦タンタンメン」や「館山炙り海鮮丼」をはじめとするご当地グルメの開発が盛んである一方、なめろうや房州寿司など、伝統的な郷土料理も味わうことができます。また、いすみ市ではチーズ工場の立地なども進んでいます。

館山市を中心とした安房地域では、7月から10月にかけて、安房神社例大祭や安房国司祭（やわたんまち）をはじめとした祭りが毎週のように開かれています。

②主な環境変化

平成27年12月、鋸南町の富津館山道路鋸南保田IC近くに道の駅「保田小学校」がオープンしました。

館山道では、平成30年度の完成に向けた四車線化の整備が進んでいます。

南房総地域の観光入込客数は、平成24年から29年の5年で202万人（16.3%）増加しています。このうち、最も大きく伸びているのは133万人（32.3%）増加した南房総市（道楽園など）、次いで、約2.0倍となる79万人増加した鋸南町（道の駅保田小学校など）が続いています。一方で、45万人減少（△14.0%）した鴨川市をはじめ、14万人減（△12.0%）の勝浦市、4万人減（△14.1%）の御宿町の3市町において入込客数が減少しています。

同地域の宿泊客数は、5年で34万人（18.2%）増加しており、このうち、南房総市が14万人（39.7%）、館山市が7万人（21.9%）増加しています。

同地域の外国人宿泊客数は、5年で約2.5倍となる0.6万人の増加であるものの、総数で1万人に届いていない状況です。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|-----|--------|
| 観光入込客数 (単位:万人地点) | 1,236 | 1,438 | 202 | 16.3% |
| 宿泊客数 (単位:万人泊) | 187 | 221 | 34 | 18.2% |
| うち外国人宿泊客数 (単位:万人泊) | 0.4 | 0.9 | 0.6 | 148.9% |

平成29年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 | 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|-----------------|------|------|-------------|------|------|
| 鴨川シーワールド | 鴨川市 | 88 | かつうらビッグひな祭り | 勝浦市 | 17 |
| 露地花摘み（白浜、千倉、和田） | 南房総市 | 70 | 安房神社初詣 | 館山市 | 13 |
| 道の駅とみうら「枇杷倶楽部」 | 南房総市 | 58 | 城山公園花見 | 館山市 | 8 |
| 都市交流施設・道の駅保田小学校 | 鋸南町 | 58 | 水仙まつり | 鋸南町 | 8 |
| 道の駅たけゆらの里大多喜 | 大多喜町 | 56 | 大原はだか祭り | いすみ市 | 8 |

出典：平成29年千葉県観光入込調査

③課題

幹線道路ネットワークの整備とともに、高速バスネットワークの整備などによって都心からの公共交通機関の利便性が高まる一方で、地域における二次交通網が不十分な状況にあります。

土日休日の午後を中心として、都心に向かうアクアラインにおいて慢性的な渋滞が発生していることから、渋滞のピークを避けるための取組など、渋滞への対応が課題となっています。

これまで地域の観光を支えてきた団体観光客の減少に対応した、施設・スタッフ等の個人客対応の強化が課題となっています。また、観光施設・店舗等における多言語対応等、外国人観光客の受入体制を強化する必要があります。

また、風光明媚な地域特性を活かし、滞在の長期化と観光消費額の増を図っていくためには、集積している宿泊施設のサービスや施設などについて、一層の魅力アップを促進していく必要があります。

早くからグリーン・ブルーツーリズムに地域で取り組んできましたが、農林水産業の担い手の高齢化が進んでおり、後継者の確保が課題となっています。

地域における取組事例

(地域の観光資源の活用)

鋸南町では、「狩猟エコツアー」や「きよなん地美恵（ジビエ）BBQ 大会」の開催による有害鳥獣対策と観光振興を組み合わせた取組が進められています。また、平成 30 年 1 月には、鋸山が、情報サイト「NIKKEI STYLE」から、「外国人が次に目指す『ディープジャパン』15 選」の第 2 位に選ばれました。

いすみ市では、ロケツーリズムやガストロノミーツーリズムなど、テーマ別観光が進められています。

(海洋資源の活用)

館山市では、沖ノ島の保全を目的とした観光施設整備のためのガバメントクラウドファンディングを実施しています。また、館山港観光栈橋におけるクルーズ船の誘致活動が進められています。

御宿町では、1609 年の海難人命救助の史実により様々な文化交流を実施しています。また、海水浴場運営において、離岸流自動検知システムの構築に着手するとともに、日本ライフセービング協会と協力した地域ブランディングを進めるなど、人の力に機械の力を融合させた安心・安全な海水浴場運営に向けた取組が進められています。

(スポーツツーリズムの推進)

館山市、鴨川市、南房総市及び鋸南町では、サイクリストの実態把握や、モニターツアーの実施、ガイドブック作成による PR など、4 市町が連携したサイクルツーリズムの推進に取り組んでいます。

御宿町では、ビーチスポーツに適した御宿海岸の砂浜を活用し、ビーチバレーやビーチサッカー、ライフセービング競技会など、様々なビーチスポーツ大会の誘致が進められています。

(DMO による観光振興)

鴨川市では、平成 28 年 7 月、「鴨川市観光プラットフォーム」が DMO 候補法人に登録されました。

Ⅰ (カ) かずさ・臨海地域

①地域特性

アクアラインの開通と高速バス路線の充実により、対岸に通勤する移住者が増加した結果、木更津市と袖ヶ浦市において人口が増加しています。

東京湾沿岸に広がるコンビナート地域と対照的に、内陸部には、豊かな自然が残り、濃溝の滝（亀岩の洞窟）や養老溪谷など、自然環境資源の活用が進められています。

また、富津市には神奈川県横須賀市とをつなぐカーフェリーが発着しており、東京湾アクアラインとともに、房総半島の玄関口としての役割を担っています。



②主な環境変化

市原市では、市原市内陸部の地磁気逆転地層が、国際学会において地質年代区分境界の標準模式地への認定審査が進められています。この地層は、平成30年10月、国の天然記念物に指定されました。

君津市の「濃溝の滝（亀岩の洞窟）」や富津市の「燈籠坂大師の切通しトンネル」など、SNS上で話題になったスポットに多くの観光客が訪れています。

木更津市では、平成29年10月、圏央道木更津東IC近くに道の駅「木更津うまくたの里」がオープンしました。また、「三井アウトレットパーク 木更津」が平成30年10月の増床によって国内最大規模のアウトレットとなっています。さらに、木更津市内にホテルチェーンが相次いで進出するとともに、外国人宿泊客が増加しています。

かずさ・臨海地域の観光入込客数は、平成24年から29年の5年で34万人（1.2%）の微増に留まっており、特に木更津市は海ほたるにおける減少が影響して128万人の減（△6.7%）となっています。一方で、君津市（JAきみつ味楽園さだもと店など）は60万人（25.3%）の増加、袖ヶ浦市（東京ドイツ村など）は41万人（32.0%）の増加、富津市（マザー牧場など）は26万人（14.9%）の増加となるなど、木更津市以外は軒並み増加しています。

同地域の宿泊客数は、5年で36万人（47.5%）増加しており、うち、市原市が14万人（74.8%）の増加、木更津市が13万人（37.4%）の増加となっています。

同地域の外国人宿泊客数は、5年で約2.3倍となる3.4万人増加しており、

その多くは木更津市の増加によるものです。

観光入込客数・宿泊客数（うち外国人宿泊客数）の推移

| | 平成24年 | 平成29年 | 増減数 | 増減率 |
|-----------------------|-------|-------|-----|--------|
| 観光入込客数 (単位:万人地点) | 2,777 | 2,811 | 34 | 1.2% |
| 宿泊客数 (単位:万人泊) | 76 | 112 | 36 | 47.5% |
| うち外国人宿泊客数 (単位:万人泊) | 2.5 | 5.9 | 3.4 | 133.9% |

平成 29 年 観光地点、行祭事・イベント 観光入込客数上位 5（単位：万人）

| 観光地点 | 市町村名 | 入込客数 |
|--------------|------|------|
| 海ほたるパーキングエリア | 木更津市 | 761 |
| 東京ドイツ村 | 袖ヶ浦市 | 106 |
| マザー牧場 | 富津市 | 84 |
| 道の駅木更津うまいたの里 | 木更津市 | 51 |
| 鋸山ロープウェー | 富津市 | 47 |

| 行祭事イベント | 市町村名 | 入込客数 |
|------------------|------|------|
| 木更津港まつり | 木更津市 | 23 |
| 上総いちはら国府祭り | 市原市 | 18 |
| 亀山オータムフェスティバル | 君津市 | 16 |
| 君津市民ふれあい祭り・亀山湖上祭 | 君津市 | 11 |
| いちはらアート×ミックス2017 | 市原市 | 8 |

出典：平成 29 年千葉県観光入込調査

③課題

公共交通機関の利便性が低く、さらに二次交通が不十分な状況です。

観光施設・店舗等における多言語対応等、外国人観光客の受入体制を強化する必要があります。

土日休日の午後を中心として、都心に向かうアクアラインにおいて慢性的な渋滞が発生していることから、渋滞のピークを避けるための取組など、渋滞への対応が課題となっています。

地域における取組事例

(地域の観光資源の活用)

市原市では、いちほらアート×ミックスなどアートを活用した取組や、地磁気逆転地層の地質年代区分境界の標準模式地の認定に向けた動きなどとともに、小湊鉄道のトロッコ列車が人気を博すなど、内陸部における観光資源が注目を集めています。

富津市と鋸南町の境に位置する鋸山は、日本の近代化を支えてきた房州石の産地として知られ、現在は、切り出した石を運び出した「車力道」、石切り場跡、日本寺等を巡るハイキングが人気となっています。この鋸山の日本遺産認定を目指そうとする官民一体の取組が始まっています。

(海洋資源を活用した観光振興)

木更津市では、木更津港を活用した外航クルーズ船の誘致を進めています。

富津市では、平成 30 年 11 月に、富津市側から第二海堡への上陸ツアーが実施されるなど、戦争遺構を活用した取組が進められています。

(DMO による観光振興)

木更津市では、平成 30 年 3 月、木更津市観光協会が DMO 候補法人に登録されるなど、「木更津版 DMO」の取組が進められています。

イ 地域の主体的な取組と県の役割

各市町村が、地方創生総合戦略等に掲げる地域の将来ビジョンを実現するためには、長期的な将来像を念頭に置きつつ、中期的・短期的なロードマップに基づき、様々な地域資源を活用し、地域の特色を活かした取組を進め、観光コンテンツを充実させるなど、毎年できることを主体的に着実に積み上げ、地域の活力を維持し、さらに活性化していく必要があります。

しかしながら、地域においては、人材や資金等、資源に限りがあることから、観光地域づくりの推進体制や取組状況は、地域によって大きな差があるのが実情です。

このため県では、各市町村が取り組むロードマップの策定や各種事業の実施に当たり、必要な財政的・技術的支援を行うことを通じ、観光地域づくりを実現するための地域の主体的な取組を促進します。

6 推進体制

(1) 多様な主体と連携した計画の推進体制

「千葉県観光の目指すべき姿」である「繰り返し選ばれる国際観光県 CHIBA」を実現するためには、県、市町村、観光事業者、観光関係団体が、主体的な取組を行うとともに、幅広い産業分野の事業者、農林水産業関係者や教育機関、NPOや地域住民等を含めた多様な主体と連携することが重要です。

そこで、県や市町村、民間事業者などが幅広く参加する全県的な観光の推進体制である「ちばプロモーション協議会」において、オール千葉県による一体的な活動を展開するとともに、各地域の地域部会においても、磨き上げられた観光資源を活用した旅行商品の造成や観光プロモーション活動など、各地域の特色を生かした広域連携による観光振興を図っていきます。

さらに、成田空港を擁する本県の優位性を活用し、「オール千葉」での取組を進めるため、成田空港活用協議会や千葉インバウンド促進協議会等の組織とも連携していきます。

また、このような「オール千葉」での観光振興を図るため、本計画のエンジンとして、観光振興に関する施策を総合的、機動的に実施するための庁内横断的な組織である「観光立県千葉推進本部」が主体となって計画を推進していくとともに、計画策定後は、「観光立県ちば」の実現に向けた取組を着実に推進するため、毎年度、数値目標に設定した項目である重点業績指標(KPI)を用いた点検・評価を行うことで進捗を管理し、計画や取組へのフィードバックを行うとともに、必要に応じて、施策や主な取組の見直しを行います。

(2) 今後の環境変化への対応

体験型観光を中心に、「観光」の対象が拡大したことから、従来の観光産業の範囲にとらわれない産学官の幅広い主体との連携が必要となっています。

今後、観光を取り巻く環境の変化に迅速に対応するためには、県の会計年度にとらわれない、関係団体の機動性を生かした事業展開が今後さらに必要となってくると考えられます。

このため、県と関係団体等との役割分担について、観光を取り巻く環境の変化を踏まえた不断の見直しを行うとともに、必要に応じた組織体制づくりを機動的に進めていきます。

《用語集》

● I O T (Internet of Things)

生活に密着したデバイスが、インターネットに接続されることで、そのデバイスが持つさまざまなデータをインターネット経由で収集・解析し、様々なモノやサービスと繋げることで、私たちの生活や地域に対して大きな価値をもたらすとされています。

● I C T (Information and Communications Technology)

情報・通信に関連する技術一般の総称。従来用いられた「I T」とほぼ同様の意味で用いられるもので、「I T」に替わる表現として日本でも定着しつつあります。

多くの場合「情報通信技術」と和訳され、すでに海外では、「I T」よりも「I C T」の方がよく通る名称として通用するようになっています。

●インバウンド (inbound)

外から入ってくる旅行、一般的に訪日外国人旅行のこと。

対義語は外に出る旅行、海外旅行でアウトバウンド (outbound) です。

●エージェント

旅行代理店のこと。交通・宿泊・その他の旅行商品を仲介（あるいは自社で企画・催行）して販売しています。

●オンライン・トラベル・エージェント (O T A、Online Travel Agent)

インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。店舗で営業を行っている旅行会社のオンライン販売は該当しません。

●キャッシュレス決済

クレジットカードやスマートフォンによるQRコード決済など、現金（キャッシュレス）を使わない支払いのこと。

キャッシュレス決済は、消費者に利便性をもたらすほか、事業者の生産性向上につながり、また経済全体にも大きなメリットがあるとされています。

●グリーン・ブルーツーリズム

農村や漁村に滞在し、地域の人々との交流や農漁業体験などを楽しむ旅行のこと。都市住民に自然や地元の人とふれあえる機会を提供するとともに、農山漁村の活性化や新たな産業の創出による若年層の定住促進にもつながることから、国では平成7年にグリーンツーリズムの振興を支援する法律を制定しています。

●ソーシャルネットワーキングサービス

人と人とのつながりを促進・サポートするコミュニティ型の会員制ネットワークサービス、またはそのサービスを提供するウェブサイトのこと。

友人・知人間のコミュニケーションを円滑化する手段や、共通の趣味・嗜好を持った新たな人間関係を構築する場を提供しています。

●ビッグデータ

ICT(情報通信技術)の進展により生成・収集・蓄積等が可能・容易になる「Volume(多量性)」、「Variety(多様性)」、「Velocity(流動性)」の特徴を持ったデータのこと。多量性はデータの総量、多様性はデータの種類、流動性はデータが生成されるスピードを示しています。

●M I C E

Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive tour(報奨・招待旅行)、ConventionまたはConference(大学・学会・国際会議)、Exhibition(展示会)の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一形態を指します。

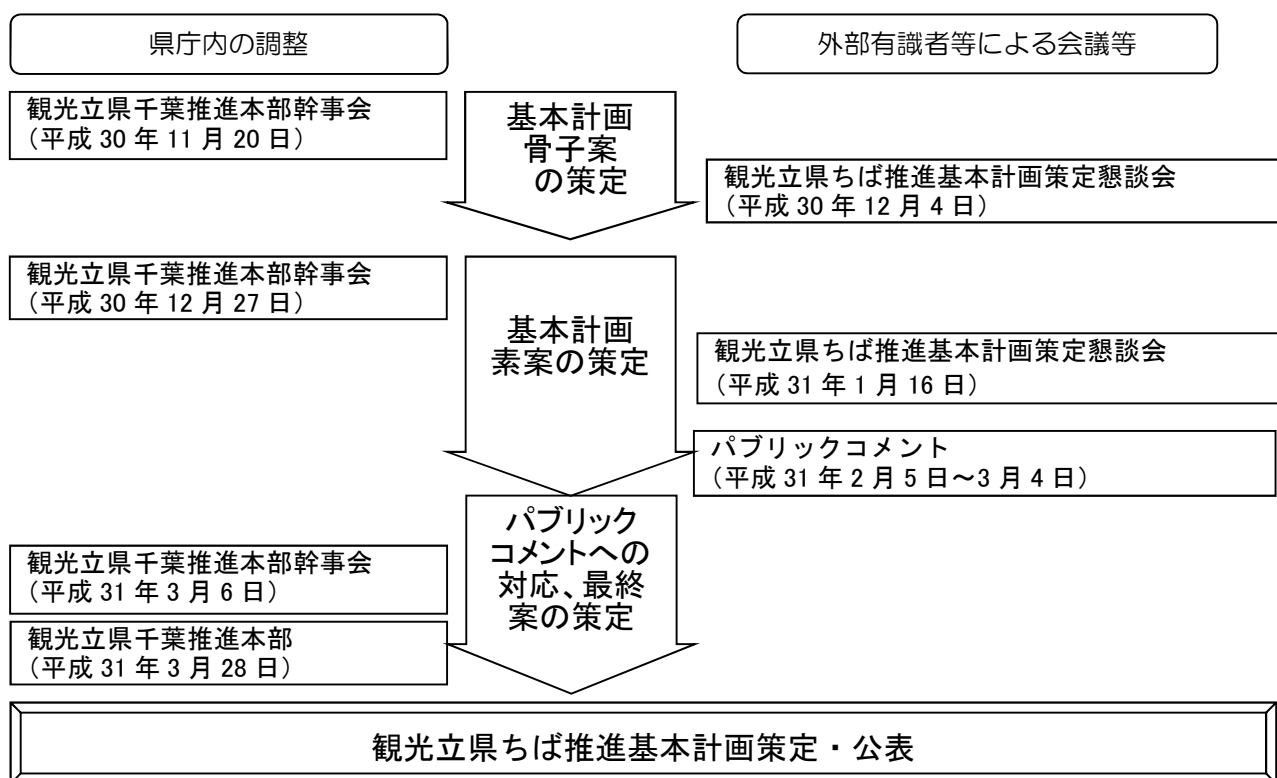
●ユニバーサルツーリズム

すべての人が楽しめるよう創られた旅行のこと。高齢者や制約の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行を目指しています。

●造成

旅行商品を企画すること。

《策定の経緯》



●観光立県ちば推進基本計画策定懇談会

計画の重要事項等に関し、観光に携わる事業者、関係者、有識者の意見を聴き、計画策定に資するため、観光立県ちば推進基本計画策定懇談会を設置する。

◎:座長

| 所属・役職 | 氏名 |
|---------------------------------|--------|
| 松戸シティガイド 相談役 | 石上 瑠美子 |
| 株式会社ちば南房総 代表取締役 副社長 | 加藤 文男 |
| 株式会社千葉うまかつ部屋 代表取締役 | 香取 慶紀 |
| 千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合 女将会 会長 | 清都 みちる |
| 公益財団法人ちば国際コンベンションビューロー 代表理事 | 佐藤 忠信 |
| 佐原商工会議所 事務局長 | 椎名 喜予 |
| 公益社団法人千葉県観光物産協会 専務理事 | 椎名 誠 |
| bayfm「Aqualine Stories」 パーソナリティ | 鈴木 希依子 |
| 千葉インバウンド促進協議会 会長 | 早川 康一 |
| 有限会社ちばマガジン 代表取締役 | 三富 啓善 |
| 城西国際大学観光学部 客員教授 | ◎渡辺 淳一 |

千葉県観光立県の推進に関する条例（平成20年3月28日公布）

前文

日常の生活から離れ、普段とは異なる自然や生活に接することは、新たな出会いと自己の発見のきっかけとなる。ときには、そのことが人の考え方や生き方をも変える可能性を持つ。人々は、日常、自らが身を置く環境にはないものにあこがれ、気に入った土地に滞在することも含めて、観光を生活の一部としてとらえるようになってきた。

千葉県は、海に抱かれ、年間を通じて陽光に恵まれて、その温暖な気候は、県の花である菜の花に象徴されている。明るい日ざしの中、人々は特徴的な地形である谷津を中心に形成された里山や沿岸の人々が守り育ててきた海辺等を舞台として生活を営んできた。

さらに、このような気候や風土にあこがれ、多くの人々が訪れ、交流を重ねながら、産業の発展とともに移り住み、都市と農山漁村とが共存する現在の千葉県が形づくられている。

このように、千葉県は、自然、生活、産業等の多様な特色を有し、都市も農山漁村も多くの人をひきつける力を持っている。特に、里山のような自然と生活とが調和を保ちながら結び付いた場がほぼ全域に存在することは、千葉県の大きな特色となっている。このことは、あらゆる人が、このような場に身を置き、そこに存在するあるがままの自然や生活に接することができるということであり、観光を生活の一部としてとらえる上で、千葉県が大きな可能性を有していることを意味する。

ところで、観光を通じた地域づくりの努力や取組は、来訪者との交流等と相まって、新たな文化を創出し、経済の持続的な発展をもたらすとともに、県民の郷土への誇りと愛着を培い、地域をより魅力的なものとしていく。

そのためには、観光に携わる事業者だけでなく、県民、企業、大学、行政等が、継承されてきた千葉県の豊かな自然を次代に引き継ぎつつ、県内のすべての地域において、多様な特色を生かし、来訪者をもてなす心をもって、地域や分野を越えて連携し、一体となって観光の振興に取り組むことが重要である。

そこで、観光立県の実現について、基本理念を明らかにしてその方向性を示し、二十一世紀にふさわしい観光の舞台となる千葉県を実現するため、ここに千葉県観光立県の推進に関する条例を制定する。

（目的）

第1条 この条例は、観光立県の実現について、基本理念を定め、県の責務及び県民、事業者等の役割を明らかにするとともに、観光立県の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって魅力ある活力に満ちた地域社会を実現し、並びに県の文化の振興に資するとともに、県の経済の健全な発展及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 多様な主体 地域住民、地域住民を構成員とする団体、事業者、事業者を構成員とする団体、大学その他の教育機関、地方公共団体その他の地域社会を構成する主体をいう。
- (2) 観光資源 地域の生活、自然、歴史、伝統、文化、産業その他の観光の振興に資する資源をいう。
- (3) 観光づくり地域活動 多様な主体が、その自発的意思に基づき、創意工夫を生かして、観光資源を保全するとともに、これを育成すること、観光資源となり得るものを発見し、これを観光資源とすること及び観光資源の魅力を積極的に伝えること並びに観光資源を活用して地域に来訪する者（当該地域に居住する者以外の者で当該地域に長期的に滞在するものを含む。以下同じ。）との交流に取り組むことをいう。

（基本理念）

第3条 観光立県は、観光づくり地域活動を促進することにより、魅力ある活力に満ちた地域社会の形成を図ることが特に重要であるという認識の下に、その実現が図られなければならない。

- 2 観光立県は、多様な主体が行う又は多様な主体と地域に来訪する者とが一体となつて行う観光づくり地域活動その他の魅力ある活力に満ちた地域社会の形成に向けた取組により、多様な主体と地域に来訪する者との間の交流（以下「来訪者との交流」という。）を一層促進することが重要であるという認識の下に、その実現が図られなければならない。
- 3 観光立県は、多様な事業の分野における特色ある事業活動から構成される観光産業（以下「観

光産業」という。)の振興を図ること及び観光産業と農業、漁業、製造業その他の産業(以下「多様な産業」という。)との有機的な連携を図ることにより、地域の産業活動、社会活動、文化活動その他の活動を活発にし、魅力ある活力に満ちた地域社会の形成を図ることが重要であるという認識の下に、その実現が図られなければならない。

- 4 観光立県の実現に関する施策を講ずるに当たっては、本県には成田空港が設置されているという特性及び港湾がその本来の機能のほか人々の交流の拠点としての機能をも有するという特性が最大限に活用されるよう配慮されなければならない。
- 5 観光立県の実現に向けた取組は、地域の生活環境、自然環境及び景観を維持しつつ、継続してこれらとの調和を図ることが地域の魅力を増進させるという認識の下に行われなければならない。

(県の責務)

第4条 県は、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、観光立県の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

(県と市町村との連携)

第5条 県は、観光立県の実現に関する施策の策定及び実施に当たっては、市町村と連携するとともに、市町村が実施する観光に関する施策について、市町村に対し、情報の提供、技術的な助言その他の必要な支援を行うよう努めなければならない。

(県民の役割)

第6条 県民は、基本理念にのっとり、観光立県に対する関心及び理解を深めるとともに、地域の魅力を増進させ、及び地域に来訪する者に対し、その立場に立って対応するよう努めるものとする。

- 2 県民は、基本理念にのっとり、県が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(事業者の役割)

第7条 事業者は、基本理念にのっとり、観光資源(観光資源になり得るものを含む。)が自らの事業活動に活用できるものであること又は自らの事業活動が観光づくり地域活動に資するものであることを認識するとともに、自らの事業活動と多様な事業の分野における事業活動との連携その他の自らの創意工夫による事業活動を行うよう努めるものとする。

- 2 事業者は、基本理念にのっとり、県が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第8条 観光の振興その他の観光に関する活動を行う法人その他の団体(以下「観光関係団体」という。)は、基本理念にのっとり、多様な主体が連携して行う観光立県の実現に向けた取組の促進、観光に関する情報の発信その他の観光宣伝活動の実施、地域に来訪する者を適切にもてなすための情報の提供その他の必要な措置の実施、県民の観光立県に対する関心及び理解の増進その他の観光立県の実現に向けた取組に努めるものとする。

- 2 観光関係団体は、基本理念にのっとり、県が実施する観光立県の実現に関する施策に積極的に協力するよう努めるものとする。

(観光立県推進基本計画)

第9条 知事は、観光立県の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光立県の実現に関する基本的な計画(以下この条において「観光立県推進基本計画」という。)を定めなければならない。

- 2 観光立県推進基本計画においては、次の各号に掲げる事項について定めるものとする。
 - (1) 観光立県の実現に関する施策についての基本的な方針
 - (2) 観光立県の実現に関する目標
 - (3) 観光立県の実現に関し、県が総合的かつ計画的に講ずべき施策
 - (4) 前各号に掲げるもののほか、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項
- 3 知事は、観光立県推進基本計画を定め、又は変更するに当たっては、あらかじめ、事業者、観光関係団体、観光に関する識見を有する者その他の関係者の意見を聴くとともに、その案を公表し、広く県民等の意見を求めなければならない。

- 4 知事は、観光立県推進基本計画を定め、又は変更したときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

(観光づくり地域活動の促進)

第10条 県は、観光づくり地域活動を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

- 2 県は、前項の施策を講ずるに当たっては、それぞれの多様な主体が有機的に連携して観光づくり地域活動を行うことができるよう努めなければならない。

(観光立県の実現のための基盤整備等)

第11条 県は、道路、鉄道、港湾その他の観光の基盤となる交通施設（以下「交通施設」という。）及び宿泊施設、来訪者との交流のための施設、案内施設その他の観光づくり地域活動に資する施設（以下「観光関連施設」という。）の整備並びに観光に関する情報の提供等に関する機能の充実に必要な施策を講ずるものとする。

- 2 県は、前項の施策を講ずるに当たっては、地域の生活環境、自然環境及び景観の維持並びにこれらとの調和に配慮しなければならない。

(地域への来訪の促進等)

第12条 知事は、来訪者との交流を促進するための行事が総合的かつ集中的に実施されるための環境の整備並びに国外又は県内外からの地域への来訪及びこれによる来訪者との交流の促進のために必要な情報の発信その他の広報宣伝の重点的かつ効果的な実施に関し必要な施策を講ずるものとする。

- 2 県は、国際会議、展示会、スポーツの競技会その他の地域への来訪の促進に資する行事の開催を増加させるため、当該行事の誘致の促進及び開催の円滑化に関し必要な施策を講ずるものとする。
- 3 県は、前項の施策を講ずることにより来訪した者の他の地域への来訪及びこれによる来訪者との交流の促進に関し必要な施策を講ずるものとする。

(成田空港を利用する外国人来訪者の地域への来訪の促進等)

第13条 知事は、成田空港を利用して来訪する外国人（以下この条において「外国人来訪者」という。）の地域への来訪及びこれによる多様な主体と外国人来訪者との間の交流（次項において「外国人来訪者との交流」という。）を促進するため、本県の観光資源の効果的な広報宣伝の実施に関し必要な施策を講ずるものとする。

- 2 県は、外国人来訪者との交流を促進するため、交通施設及び観光関連施設の整備、通訳案内のサービスの向上その他の外国人来訪者の受入れの体制の整備に関し必要な施策を講ずるものとする。

(来訪者を適切にもてなすこと等による来訪者との交流の促進)

第14条 知事は、来訪者との交流を促進するため、多様な主体に対し、観光資源に関する理解及び来訪者との交流に対する意欲を増進し、並びに地域に来訪する者を適切にもてなすための情報及び学習の機会の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

- 2 県は、地域に来訪する者の利便の増進を図ることにより来訪者との交流を促進するため、地域に来訪する者のうち高齢者、障害者、外国人その他の特に配慮を要するものが円滑に利用できる観光関連施設及び公共施設の整備並びにこれらの利便性の向上、情報通信技術を活用した観光に関する情報の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

(観光産業の振興)

第15条 知事は、観光産業の経営基盤の強化を図るため、資金供給の円滑化、相談及び支援を行う体制の充実その他の必要な施策を講ずるものとする。

- 2 知事は、前項の施策のほか、観光産業の振興を図るため、観光産業と多様な産業との有機的な連携を促進するとともに、新たな観光に関する事業の創出及び育成のための資金供給の円滑化、相談及び支援を行う体制の充実その他の必要な施策を講ずるものとする。

(観光の振興に寄与する人材の育成)

第16条 県は、観光の振興に関し意欲及び知識を有する者並びに観光に関する事業における指導者の育成を図るため、観光又は観光に関する事業の振興に関する社会教育の充実及び専門家の派遣、観光資源に関する情報の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

- 2 知事は、大学又は専修学校が観光の振興に寄与する人材を育成するため自主的に事業を実施す

る場合には、その求めに応じて、これに協力するよう努めるものとする。

(観光づくり地域活動に関する学習の振興等)

第17条 県は、青少年をはじめ広く県民があらゆる機会を通じて観光に対する関心及び理解を深めることができるよう、学校教育及び社会教育における観光づくり地域活動に関する学習の振興並びに観光づくり地域活動に関する啓発及び知識の普及に関し必要な施策を講ずるものとする。

(統計調査その他の調査及び研究)

第18条 知事は、観光立県の実現に関する施策を効果的に推進するため、統計調査その他の必要な調査及び研究を行うものとする。

(財政上の措置)

第19条 県は、観光立県の実現に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

(観光立県の実現のための体制の整備)

第20条 知事は、県と事業者、観光関係団体その他の関係者とが協働して観光立県の実現に向けた取組を行うための体制を整備するものとする。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

第3次観光立県ちば推進基本計画

平成31年3月刊行

千葉県

編集：千葉県商工労働部観光企画課

TEL：043-223-2415

FAX：043-225-7345

<http://www.pref.chiba.lg.jp/>