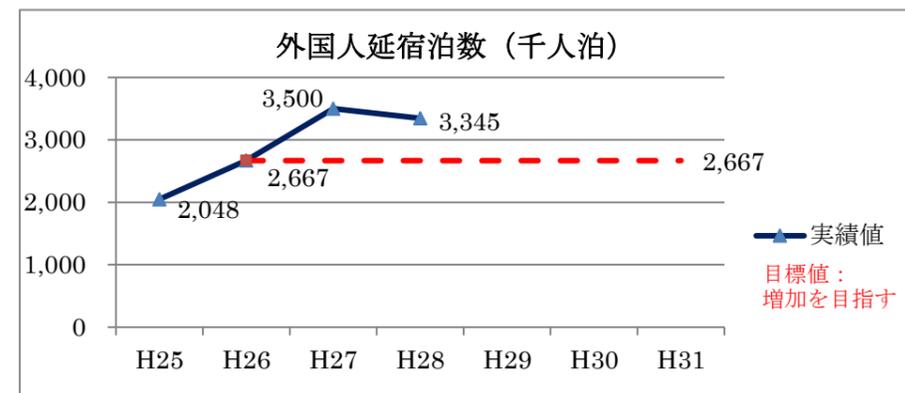
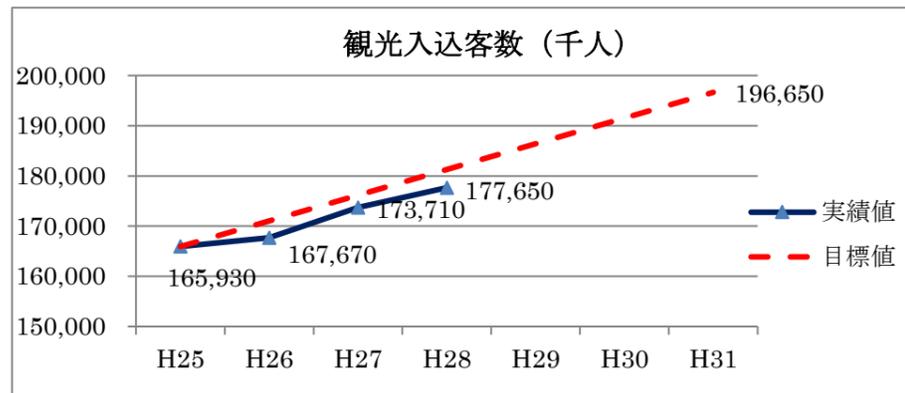
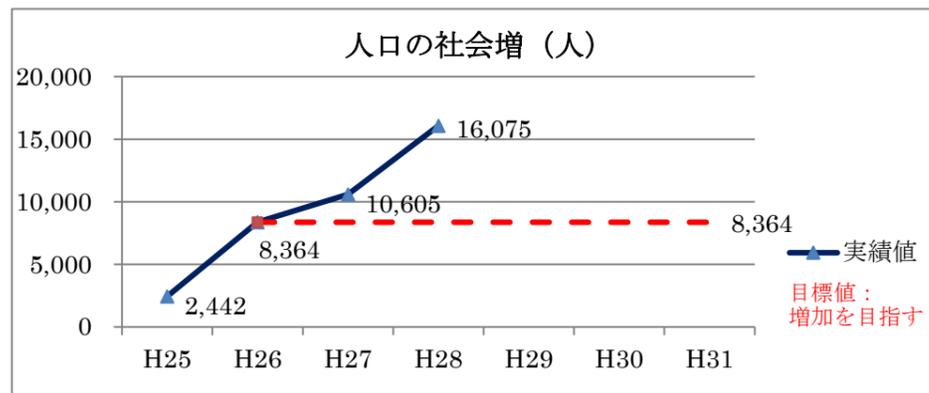


## 総合戦略Ⅱ ～地方創生の実現に向けた千葉づくり～ (2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり

本県の総人口の減少が今後見込まれる中、地域の活力を高めていくためには、本県の優れた地域資源を活用して移住・定住の促進や交流人口の増加を図ることが重要である。このため、各地域が持つ資源を徹底的に洗い出し、日本人のみならず、日本を訪れる外国人の視点からも魅力のあるものに磨き上げるとともに、国内外の誰もが過ごしやすく住みやすい環境づくりを進める。また、こうして作り上げた「魅力の宝庫 ちば」を国内外に積極的に発信し、人々が集う魅力あふれる千葉の実現を目指す。

### 【数値目標の動向】



#### 【28年度の主な取組】

- ・移住・定住に関するフェア等への出展、セミナーや相談会の開催、農作業体験等を通じて地域の魅力を体感するツアーなどを実施しました。
- ・居住地としての魅力をまとめた電子ブック「ちょうどいい千葉」を活用し、ちばの暮らしをPRするとともに、ホームページに掲載する移住関連情報を充実させました。
- ・人とモノの流れの強化を目指し、圏央道、外環道、東関東道館山道・国道127号の4車線化、北千葉道路などの高規格幹線道路等の整備を促進しました。

#### 【要因・状況分析】

- ・市町村により移住・定住の取組に違いがあることが明らかになってきました。
- ・移住の判断に重視される医療や買い物などの生活環境は、広域に跨るため市町村が連携してPRすることが効果的ですが、十分に連携できていません。また、東京に隣接する本県の優位性も生かしきれていない状況です。
- ・本県から転出した女性を対象とした調査によると、将来ふたたび千葉県に住みたいと思う理由として「交通利便性が良い」ことを重要視しています。

#### 【課題】

- ・地域の特性や強みを踏まえ、県と市町村が連携して地域の移住者受け入れ体制を向上させるとともに、首都圏に立地する本県の優位性を生かした取組を推進していく必要があります。
- ・多くの人から千葉県が居住地として選ばれるよう、都心へのアクセスや地域間のアクセスを強化することが必要です。

#### 【取組方針】

- ・市町村の移住者受け入れ体制を向上させるため、市町村の移住施策立案に資する情報提供や研修を充実するとともに、移住希望者に対する総合的な窓口機能を果たすため、幅広い情報発信や、市町村と連携した相談会・セミナー等を開催していきます。
- ・二地域居住によって実現できるライフスタイルを実感してもらえるモニターツアーの実施など、本県の立地優位性を生かした取組を強化していきます。
- ・地元市町村や関係団体と連携を図りながら、高規格幹線道路等の整備促進を国に働きかけるとともに、鉄道の利便性向上について国や鉄道事業者と働きかけていきます。

#### 【28年度の主な取組】

- ・誰もが何度でも訪れたい観光地づくりに向けて、観光客の動向等を的確に把握するとともに、観光客トイレ等の観光関連施設の整備に対し助成を行いました。
- ・東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、訪日外国人観光客向けの無料公衆無線LAN環境の整備に対し助成を行いました。
- ・県内での新たな観光需要等を掘り起こすため、市町村や鉄道事業者等との連携により、鉄道を活用した県内周遊プロモーションを実施しました。
- ・観光客の増加に向けて、大規模な観光PRイベントや、季節に応じた切れ目ない観光キャンペーンを実施するとともに、マスメディアや交通広告、地域情報誌等の媒体を効果的に活用するなど、積極的・集中的な情報発信を行いました。

#### 【要因・状況分析】

- ・本県における平成28年の観光入込客は4年連続で過去最高を更新しましたが、宿泊を伴う観光客が少ないことが課題となっています。
- ・また、外国人観光客が全国的に増加傾向にある中、本県の認知度はまだ低いものと考えられます。

#### 【課題】

- ・宿泊・滞在型観光や周遊型観光の推進により、観光客の長期滞在化を図る必要があります。
- ・本県観光の魅力を、国内だけでなく海外にも広く発信する必要があります。
- ・東京オリンピック・パラリンピックを見据え、今後さらに増加が予想される外国人観光客へのおもてなしを、本県全体に広げていく必要があります。

#### 【取組方針】

- ・観光客の長期滞在化に向け、宿泊・滞在につながる大規模イベントへの助成を行うとともに、県内周遊コースのPRやプロモーションを実施します。
- ・本県観光の魅力を海外に発信するため、知事のトップセールスや観光商談会を実施するとともに、海外のメディアや旅行会社、大学生などを招致したモニターツアー等を実施します。
- ・外国人観光客に適切に対応するため、観光・宿泊事業者を対象に研修会を実施し、オール千葉でのおもてなし力の向上や、外国語による観光ボランティアガイドの養成・活用を図るとともに、多言語での案内表記を推進します。

#### 【28年度の主な取組】

- ・成田国際空港を有する優位性等を生かし、外国人観光客を積極的に県内各地に誘致するため、台湾・タイ王国・マレーシアで開催された旅行博への出展や現地商談会の開催など、さまざまな手法で本県観光地のPRに努めました。
- ・外国人観光客を県内各地へ誘致するため、県内周遊コースを開発し、多言語のパンフレットや観光ウェブサイト等により周知を図りました。
- ・多くの集客交流が見込まれるMICEについては、公益財団法人ちば国際コンベンションビューロー(CCB)を中心に市町村や関係機関との連携により、国際会議の誘致を行ないました。

#### 【要因・状況分析】

- ・外国人観光客は、ウェブサイトの活用により観光情報を入手する傾向が強まっています。
- ・本県は、成田国際空港から、東京、富士山、京都等を結ぶゴールデンルートに向かう外国人観光客の通過点になっているという状況があります。
- ・MICEについては、国際的な誘致競争の激化に加え、国内でも各都市でMICE誘致に意欲的に取り組んでおり、国内外での誘致競争が厳しくなっています。

#### 【課題】

- ・外国人観光客に本県の魅力を幅広くPRするため、多言語に対応した本県の観光ウェブサイトについて、さらなる周知が必要です。
- ・国ごとの嗜好に合わせた県内周遊コースを開発し、PRする必要があります。
- ・東京オリンピック・パラリンピックを契機に多くの外国人が訪れることから、この機会を確実に捉え、本県へのMICE誘致につなげていく必要があります。

#### 【取組方針】

- ・観光ウェブサイトについて、プロモーションのたびにPRし周知拡大を図るとともに、新設したFacebookページも活用し、本県の魅力を幅広く発信します。
- ・平成28年度に開発した外国人観光客向けの県内周遊コースの内容を更新するとともに、SNS等を通じた情報発信を進めます。
- ・MICEについては、公益財団法人ちば国際コンベンションビューローをはじめ関係機関との連携強化を図り、より一層の誘致の強化を図ります。

## 【K P I の動向】

### ①国際都市として発展するCHIBAの基盤づくり

- ア 外国人受入体制の整備
- イ バリアフリー化の推進
- ウ 国際交流の推進

#### ○通訳ボランティア新規養成者数【再掲】

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| —      | 258名   | 500名   |
| (26年度) | (28年度) | (31年度) |

#### ○ちばバリアフリーマップ掲載施設数【再掲】

| 基準値     | 直近値     | 目標値     |
|---------|---------|---------|
| 1,687箇所 | 1,698箇所 | 1,930箇所 |
| (26年度)  | (28年度)  | (31年度)  |

### ②居住地として選ばれる千葉づくり

- ア U I J ターンの促進
- イ 都心へのアクセス強化
- ウ 地域間のアクセス強化
- エ 地元への愛着と誇りの醸成

#### ○人口の社会増【再掲】

| 基準値    | 直近値     | 目標値    |
|--------|---------|--------|
| 8,364人 | 16,075人 | 増加を目指す |
| (26年)  | (28年)   | (31年)  |

#### ○地域しごと支援事業の利用者数（累計）

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| —      | 1,359人 | 1,000人 |
| (27年度) | (28年度) | (31年度) |

### ③国内外の誰もが訪れたい観光地づくり

- ア 千葉ならではの資源を活用した新たな観光需要の開拓
- イ 鉄道事業者やバス事業者等と連携した新たな観光メニューづくり及び二次交通活用の仕組みづくり
- ウ 誰もが快適に過ごせるための環境の整備
- エ 農山漁村の活性化に向けた地域資源の活用
- オ 観光地へのアクセスを強化する道路整備の推進

#### ○観光入込客数【再掲】

| 基準値       | 直近値       | 目標値       |
|-----------|-----------|-----------|
| 165,930千人 | 177,650千人 | 196,650千人 |
| (25年)     | (28年)     | (31年)     |

#### ○宿泊客数

| 基準値       | 直近値       | 目標値       |
|-----------|-----------|-----------|
| 15,420千人泊 | 17,380千人泊 | 18,630千人泊 |
| (25年)     | (28年)     | (31年)     |

### ④大学等との連携による地域への若者の定着促進

- ア 大学等卒業後の若者の定着支援
- イ 医療・福祉・介護人材の確保
- ウ 地域を支える人材の育成

#### ○千葉に住みたいと考える大学生の割合

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| 40.6%  | 44.7%  | 増加を目指す |
| (27年度) | (28年度) | (31年度) |

### ⑤千葉の様々な魅力の国内外への発信

- ア 在京メディア等を活用した広報・魅力発信
- イ 世界に向けた千葉の魅力発信
- ウ 戦略的な観光プロモーションの展開
- エ ちばアクアラインマラソンの実施
- オ 県内の文化遺産の活用推進
- カ 文化・芸術を活用した千葉の魅力の発信

#### ○テレビ等メディアで取り上げられた件数【再掲】

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| 5,233件 | 6,239件 | 増加を目指す |
| (26年度) | (28年度) | (31年度) |

#### ○海外向けプレスリリース事業による記事掲載件数【再掲】

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| 1,578件 | 1,175件 | 増加を目指す |
| (26年度) | (28年度) | (31年度) |

#### ○チーバくん大使による情報発信件数【再掲】

| 基準値    | 直近値    | 目標値    |
|--------|--------|--------|
| 534件   | 853件   | 増加を目指す |
| (26年度) | (28年度) | (31年度) |