

第1回観光立県ちば推進基本計画策定懇談会

日時：平成30年12月4日（火）

午後3時から

場所：県庁中庁舎10階大会議室

次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 座長選出

4 議 事

(1) 第3次「観光立県ちば推進基本計画」骨子素案について

(2) その他

- ・第2次「観光立県ちば推進基本計画」の数値目標の達成状況について
- ・第3次「観光立県ちば推進基本計画」策定スケジュールについて

5 閉 会

【資料一覧】

○出席者名簿

○資料－1 第3次「観光立県ちば推進基本計画」の策定について

○資料－2 第3次「観光立県ちば推進基本計画」骨子素案の構成

○資料－3 第3次「観光立県ちば推進基本計画」骨子素案

○資料－4 第2次「観光立県ちば推進基本計画」の数値目標の達成状況について

○資料－5 第3次「観光立県ちば推進基本計画」策定スケジュール

○資料－6 観光立県ちば推進基本計画策定懇談会設置要綱

第1回観光立県ちば推進基本計画策定懇談会

委員名簿

平成30年12月4日(火)15:00～

県庁中庁舎10階大会議室

	所属・役職	氏名	備考
委員	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		

第3次「観光立県ちば推進基本計画」の策定について

1 策定の趣旨

観光立県推進条例第9条に基づく「観光立県推進基本計画」については、現行の第2次基本計画（平成26～30年度）が今年度で計画期間終了を迎えることから、新たに第3次基本計画として、急増する外国人観光客への対応等、「観光立県ちば」の実現に向けた施策を取りまとめる。

2 計画期間

2019（平成31）年度～2023年度の5年間

3 計画のポイント（本県観光の環境変化を踏まえた施策の方向性）

（1）滞在型観光まちづくりによるリピーター確保

課題：外国人観光客の急増・個人旅行化と国内観光客の高齢化。

対策：体験型観光資源の活用と受入環境整備、ユニバーサルツーリズムの推進。

（2）東京オリンピック・パラリンピックの開催効果の活用

課題：大会までの受入環境整備と大会後にいかにレガシーを残すか。

対策：「オリパラを起爆剤とした重点加速化施策」を推進。

（3）立地優位性を活用した国内外へのプロモーション

課題：成田空港の路線増加や道路ネットワークの整備への対応。

対策：トップセールスをはじめとする国内外への積極的プロモーション。

（4）観光ポテンシャルの磨き上げ

課題：上記の取組を支える観光産業のポテンシャル発揮。

対策：観光人材の育成やICT（多言語翻訳、キャッシュレス）等を活用した生産性の向上。

4 今後の進め方

12月4日	第1回策定懇談会（有識者会議）・・・骨子素案
1月中旬	第2回策定懇談会（有識者会議）・・・骨子案
2月頃	パブリックコメント実施・・・素案
3月中旬	観光立県千葉推進本部・・・最終案

第3次「観光立県ちば推進基本計画」骨子素案構成

資料2

平成30年12月4日
商工労働部観光企画課

1. 千葉県観光を取りまく現状（5年間の環境変化）

人口減少・少子高齢化の進展

・県の将来人口推計では、2030年には612万人まで人口が減少することが予想されている。人口減少に伴い、日本人の国内旅行が減少し、国内旅行消費額が維持できなくなることが懸念される。また、高齢化に伴い、歩行などによる移動が困難になり、旅行を控えてしまう人が増えることが懸念される。

① 外国人旅行者の増加・個人旅行化

- ・県内の訪日外国人観光客が急増（H24 179万人→H29 368万人）。
- ・旅行手配方法も個人旅行が主流に（H24 60.8%→H29 76.2%）
- ・SNS等、情報発信手段が多様化（スマホ活用率 H24 23.5%→H29 69.9%）。
- ・一人当たり旅行支出も増加（H24 13.0万円→H29 15.4万円）
- ・災害時に訪日客が情報を入手できず混乱。

② 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催

- ・幕張メッセでのオリンピック・パラリンピック7競技、一宮でのサーフィン開催が決定。
- ・成田空港からの訪日外国人入国者は5年で2倍以上に増加（H24 356万人→H29 764万人）。

③ 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

- ・外環道など広域的な幹線道路ネットワーク等の整備進展やアクアライン割引の継続。
- ・成田空港の機能強化が決定。
- ・増加する道の駅が重要な観光拠点に。

④ 通信環境の高度化などICTの進展

- ・スマホの普及により場所を選ばないネットへの常時接続が実現。
- ・ICTの進展により多言語翻訳ツールなどの開発が進む。
- ・ロボットやAI・ドローンの活用による自動化、省力化、効率化が予想される。

2. 取り組むべき4つの重点課題

① 地域資源を活用した多様な観光需要への対応

- ・訪日個人旅行者や多様な価値観等に対応した観光コンテンツの不足。
 - ・SNS等ネットによる十分な情報発信ができていない。
 - ・外国人旅行者への安全・安心に関する情報の伝達手段が脆弱。
- 訪日外国人観光客の受入環境整備。
→SNS等で個人に対して訴求する情報発信。
→自然や歴史・文化を活用した体験型観光メニューの充実。
→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。

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

- ・オリンピック・パラリンピック8競技に海外から訪れる障害者等の受入体制が不十分。
 - ・海外における大会開催地である千葉県の認知度が不足。
 - ・訪日外国人観光客に対する県民等のおもてなし力が不足。
- 大会開催を契機とした千葉県の認知を図る。
→ユニバーサルツーリズムの実現。

③ 成田空港等の交通インフラの積極的な活用

- ・成田空港の機能強化による利用者増に対応した観光コンテンツの不足。
 - ・道路整備による立地優位性を生かした観光客の取り込みが不十分。
 - ・観光の重要拠点である道の駅と周辺観光地との連携が不十分。
- 成田空港から県内観光地への誘客やアクセス整備。
→道路ネットワーク整備の効果を活用するための観光地域振興策。

④ テクノロジー（ICT、AI技術）を活用した生産性の向上

- ・SNSの普及等による観光情報の収集形態の変化への対応が不十分。
 - ・公衆無線LAN環境の整備や多言語翻訳ツールの活用が不十分。
 - ・キャッシュレス決済の普及が不十分。
 - ・中小事業者におけるICT投資等の遅れ。
- 観光地におけるICT等の導入推進。
→SNS等による現地（旅ナカ）での観光情報提供の強化。

3. 千葉県観光が目指すべき姿

千葉県観光は、個人旅行が主流となっていく訪日外国人及び首都圏などの国内観光客の多様なニーズを的確につかみ、リピーター獲得につなげていくため、体験型観光の磨き上げやユニバーサルツーリズムの実現など、魅力的な観光地づくりを図っていく必要があることから、下記のとおり、千葉県観光が目指すべき姿と数値目標（2023年）を設定する。

繰り返しばれる国際観光県 CHIBA

観光入込客数：1億7,934万人/地点(H29) → 2億人/地点

外国人延べ宿泊者数：368万人/泊(H29) → 500万人/泊

観光に関する経済波及効果：1兆3,227億円(H29) → 1兆4,800億円

宿泊客数：1,833万人/泊(H29) → 2,100万人/泊

旅行総消費額：1兆3,835億円(H29) → 1兆5,500億円

旅行者満足度：大変満足 34.3%(H29) → 40%

4. 実行すべき観光戦略（施策体系）

（1）国内外の旅行者に繰り返しばれる観光地づくり

外国人等の個人旅行者をリピーターとして確保するため、体験型観光資源を磨き上げる。また、ユニバーサルツーリズムの推進を図る。

①地域資源を生かした滞在型観光まちづくり ②安心安全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

（2）国際的観光地「CHIBA」のプロモーション

成田空港とオリンピック・パラリンピックの開催効果を最大限活用するため、知事のトップセールスをはじめとする観光プロモーションを継続的に実施する。

- ①外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化
- ②成田空港から県内観光地への誘客促進
- ③訪日教育旅行の推進
- ④MICEの推進

（3）交通インフラの整備を背景とした立地優位性を活用したプロモーション

首都圏を中心に本県の魅力を発信するとともに、旅行会社やメディアへの積極的なプロモーションを展開する。

- ①季節やテーマに応じた観光キャンペーンの実施
- ②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
- ③立地優位性を生かした情報発信
- ④教育団体旅行の誘致
- ⑤二次交通の確保・利便性向上
- ⑥交通ネットワークの整備

（4）観光ポテンシャルの磨き上げ

観光関係者等、県民のおもてなし力の向上に取り組むとともに、県産品のブランド化や地域資源の掘り起こしに取り組む。

- 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観光事業者の積極的な支援

東京2020オリンピック・パラリンピックを起爆剤とした重点加速化施策

第 3 次観光立県ちば推進基本計画 (骨子素案)

平成 3 0 年 1 2 月 4 日

千 葉 県

第3次観光立県ちば推進基本計画（骨子素案）

— 目 次 —

1 計画の基本的な考え方

- (1) 計画策定の趣旨
- (2) 計画期間
- (3) 計画の点検・見直し

2 観光振興の意義と課題

- (1) 観光振興の意義
- (2) 観光をとりまく現状
- (3) 国の動向
- (4) 千葉県観光の現状
 - ア 概況
 - イ 外国人観光客の増加・個人旅行化
 - ウ 東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催
 - 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
 - オ 通信環境の高度化など I C T の進展
- (5) 第2次計画の評価

3 千葉県観光振興のための4つの重点課題

- (1) 地域資源を活用した多様な観光需要への対応
- (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
- (3) 成田空港等の交通インフラの積極的な活用
- (4) テクノロジー（I C T、A I 技術）を活用した生産性の向上

4 千葉県観光の目指すべき姿と目標設定

- (1) 目指すべき姿と基本戦略
- (2) 数値目標

5 実行すべき基本戦略

- (1) 国内外の旅行者に繰り返し選ばれる観光地づくり
- (2) 国際的観光地「CHIBA」のプロモーション
- (3) 交通インフラの整備を背景とした立地優位性を活用したプロモーション
- (4) 観光ポテンシャルの磨き上げ
- (5) 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

6 県内各地域のポテンシャルを最大限に生かす観光戦略

7 観光戦略を推進するためのシステム・体制づくり

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条に基づき、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、第1次計画が平成20年10月に、第2次計画が平成26年3月に策定されました。

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」を越える戦後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（SNS）の普及など、本県観光に大きな影響を及ぼす社会現象が起きました。

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決定し、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、歴史・文化資産に恵まれております。

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に向けた受け入れ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を達成するための施策を明らかにするため、第3次計画を策定するものです。

(2) 計画期間

本計画は、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 観光振興の意義と課題

(1) 観光振興の意義

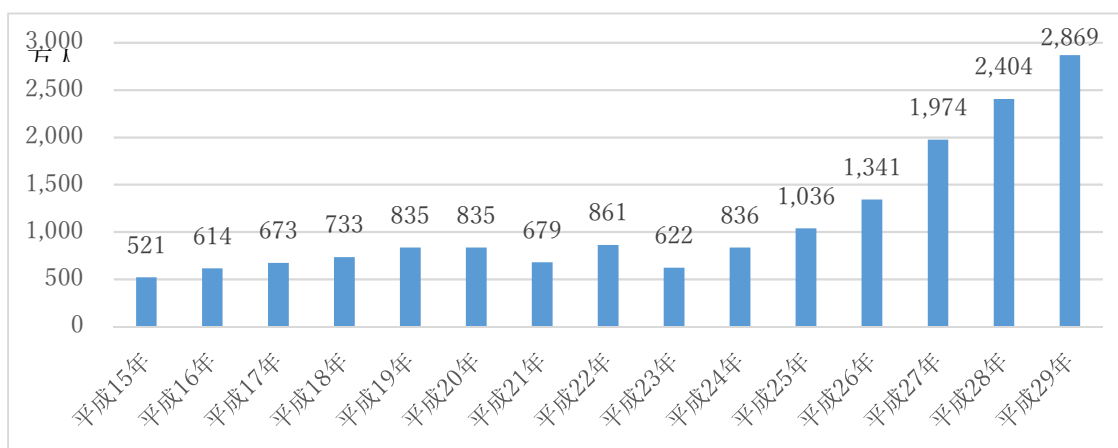
「観光」は、世界的にも成長性の高い産業であり、地域経済の幅広い業種に効果が波及する裾野の広い総合産業です。

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、同じ期間で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倍に増加し、宿泊業で外国人宿泊者のシェアが大きく上昇しています。

また、近年の訪日外国人旅行者の増加に伴い、宿泊業や小売業に占める外国人のシェアの拡大が見られるとともに、投資への影響として、宿泊業用建築物の工事費予定額は、平成24年の約1,100億円が、平成29年には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、今後、インバウンドの更なる増加により、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。

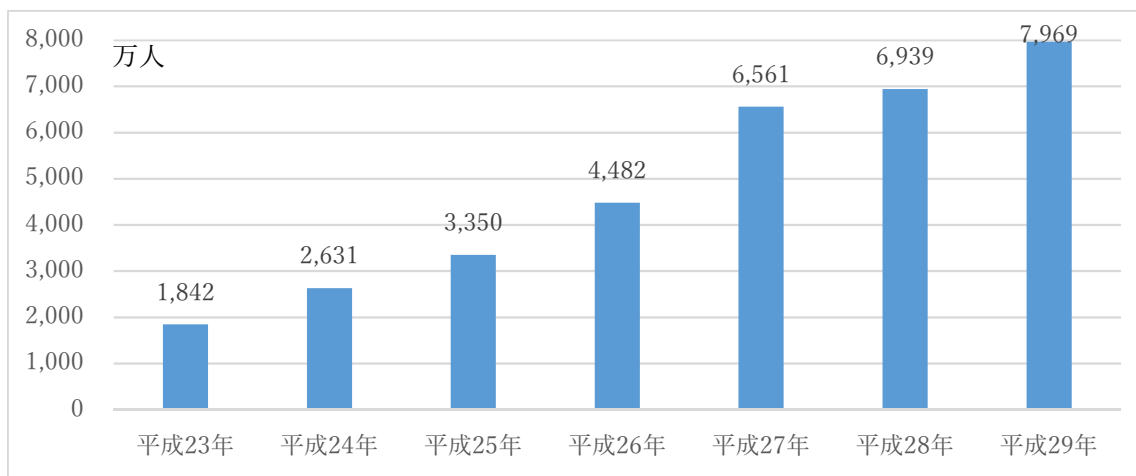
さらに、日本人の国内旅行消費額についても、平成24年の19兆4,208億円から平成29年には21兆1,130億円と緩やかに増加しており、インバウンドの変動が景況感の形成に及ぼす影響が高まっているなど、観光が日本経済を牽引する「稼ぎ手」に成長しつつあります。

訪日外国人旅行者数の推移



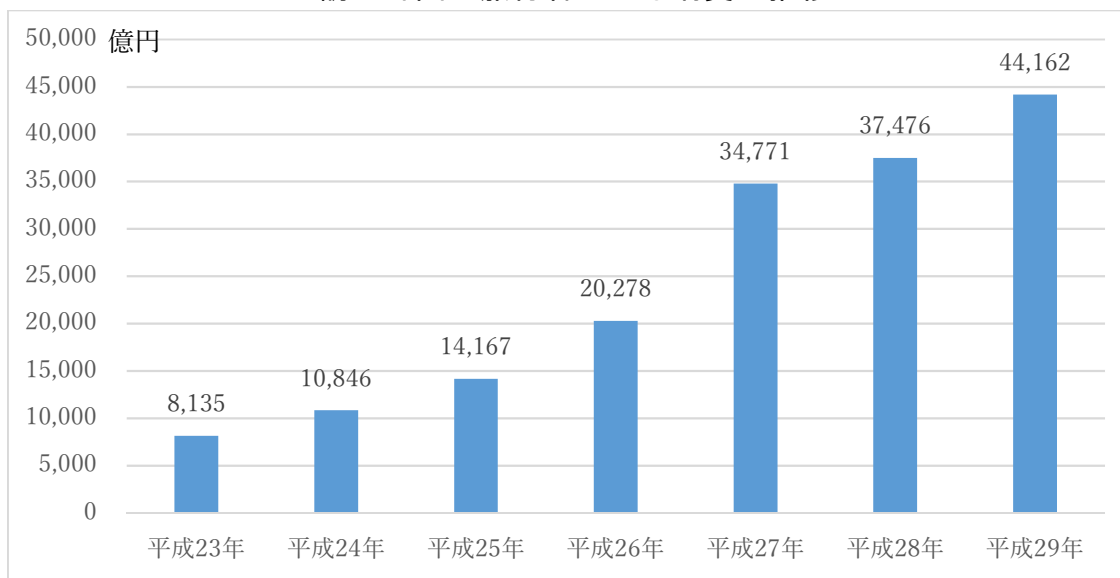
出典：日本政府観光局(JNTO)

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



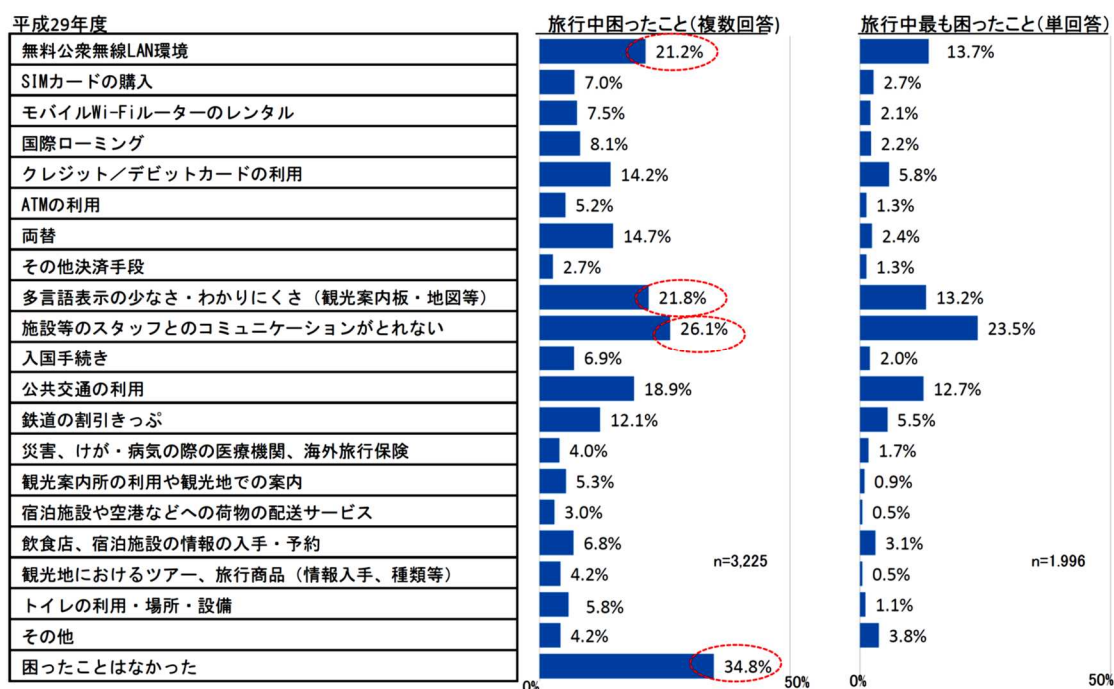
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 観光をとりまく現状

○訪日外国人旅行者の状況

- ・訪日外国人旅行者の個人旅行の比率が進展。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。
- ・公衆無線LANや多言語案内板、多言語翻訳ツールなどの整備が進む。

外国人旅行者が旅行中困ったこと

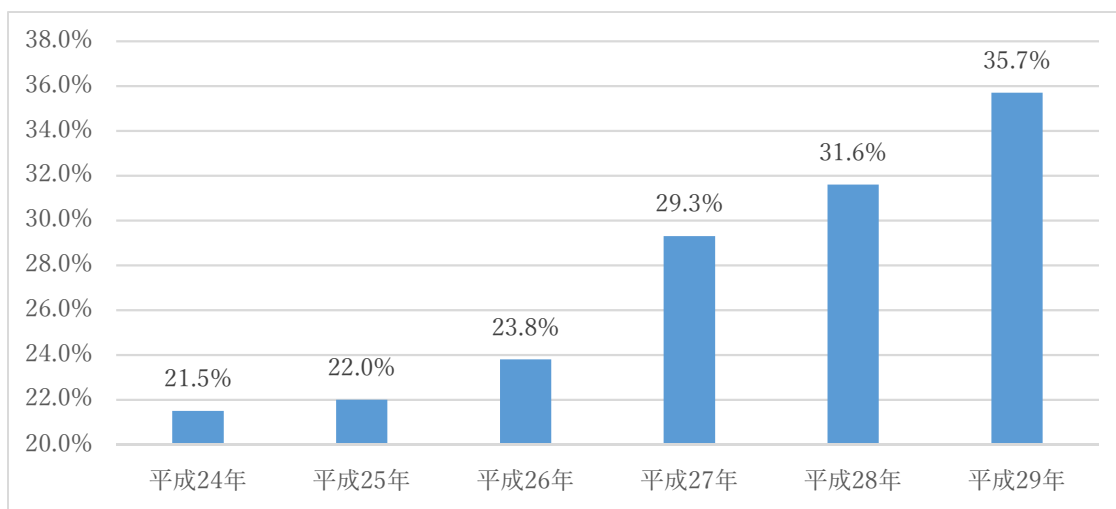


出典：観光庁「外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」(平成29年)

○ライフスタイルの多様化

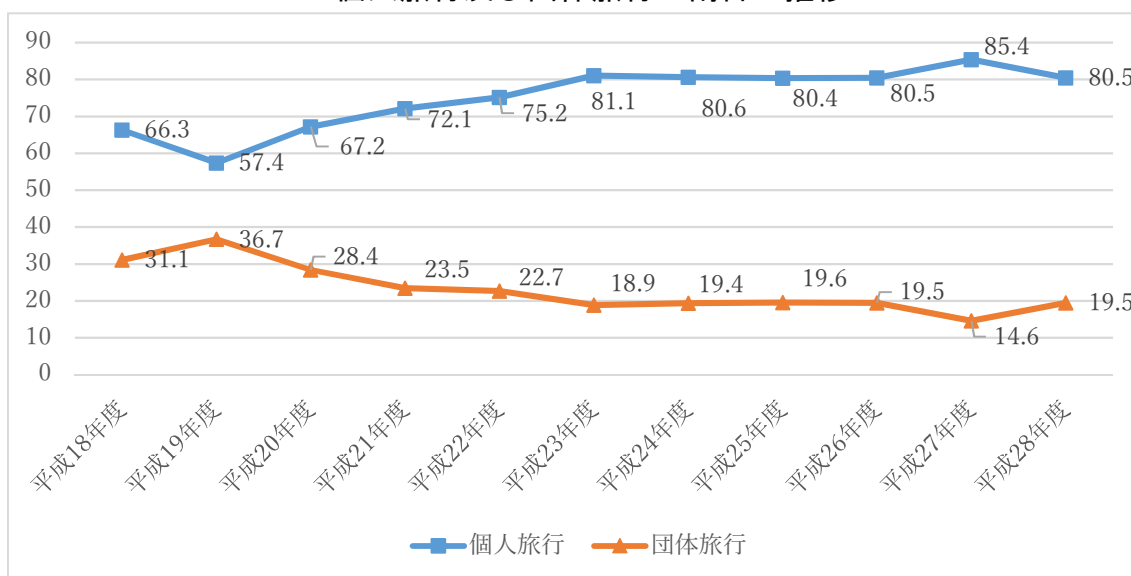
- ・価値観やライフスタイルの多様化が進み、個人旅行の増加等旅行形態の多様化、日本ならではの文化や自然等を体験・体感する「コト消費」への消費スタイルのシフト等、旅行者のニーズが日々変化し続けている。
- ・また、民泊新法の施行やグランピングの普及など、旅行スタイルの多様化に応じた多様な宿泊形態の普及が進んでいる。

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」

個人旅行及び団体旅行の割合の推移

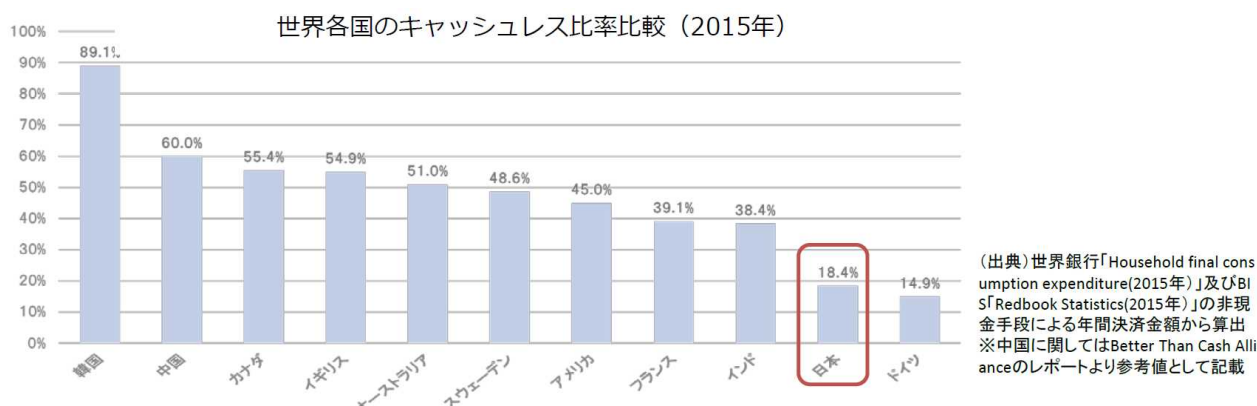


出典：社団法人日本観光振興協会「平成 29 年度版観光の実態と志向」

○ ICT化の進展

- ・スマートフォン、ソーシャルメディアの普及等により、観光情報の収集の形態の劇的な変化が見られる。訪日外国人が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と回答した割合は、平成24年の23.5%から平成29年には69.9%に増加。
- ・東京2020オリンピック・パラリンピックの開催等を踏まえ、訪日外国人の増加を見据えた海外発行クレジットカードや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等への対応が進められている。



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 (「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月) より)

平成24年9月の第2次安倍政権発足以来、国は、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。

国は、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。

・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 <ul style="list-style-type: none">■「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 <ul style="list-style-type: none">■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 <ul style="list-style-type: none">■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

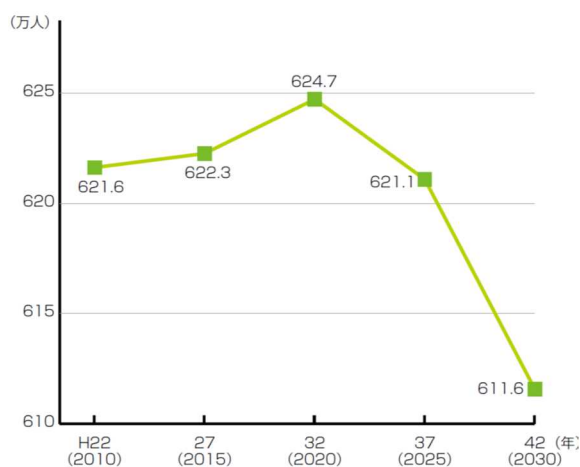
(4) 千葉県観光の現状

ア 概況

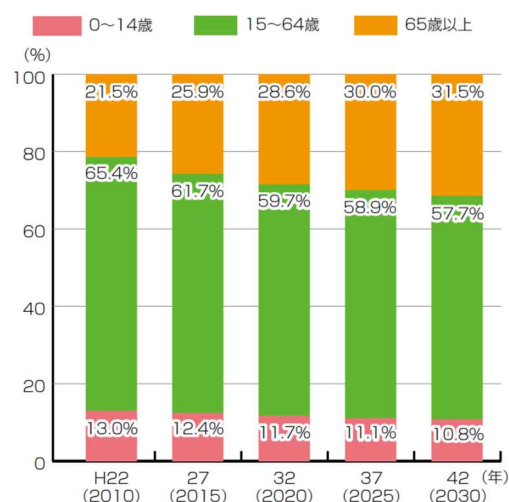
○少子高齢化と人口減少の進展

- ・本県の将来人口は、2020年の624万7千人から減少傾向に転じ、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る。また、高齢者人口割合は2015年の25.9%から2025年には30.0%に高まることが予想されている。そのため、人口減少に伴い、日本人の国内旅行者数が減少し、現在の国内旅行消費額が維持できなくなることや観光産業の担い手不足などが懸念される。また、高齢者人口割合は2015年の25.9%から2040年には35.0%に高まることが予想されている。そのため、高齢化に伴い、歩行などによる移動が困難になり、旅行を控えてしまう人が増えることが懸念される。その一方で、旅行に対する意欲が旺盛なアクティブシニアの増加も見込まれている。

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

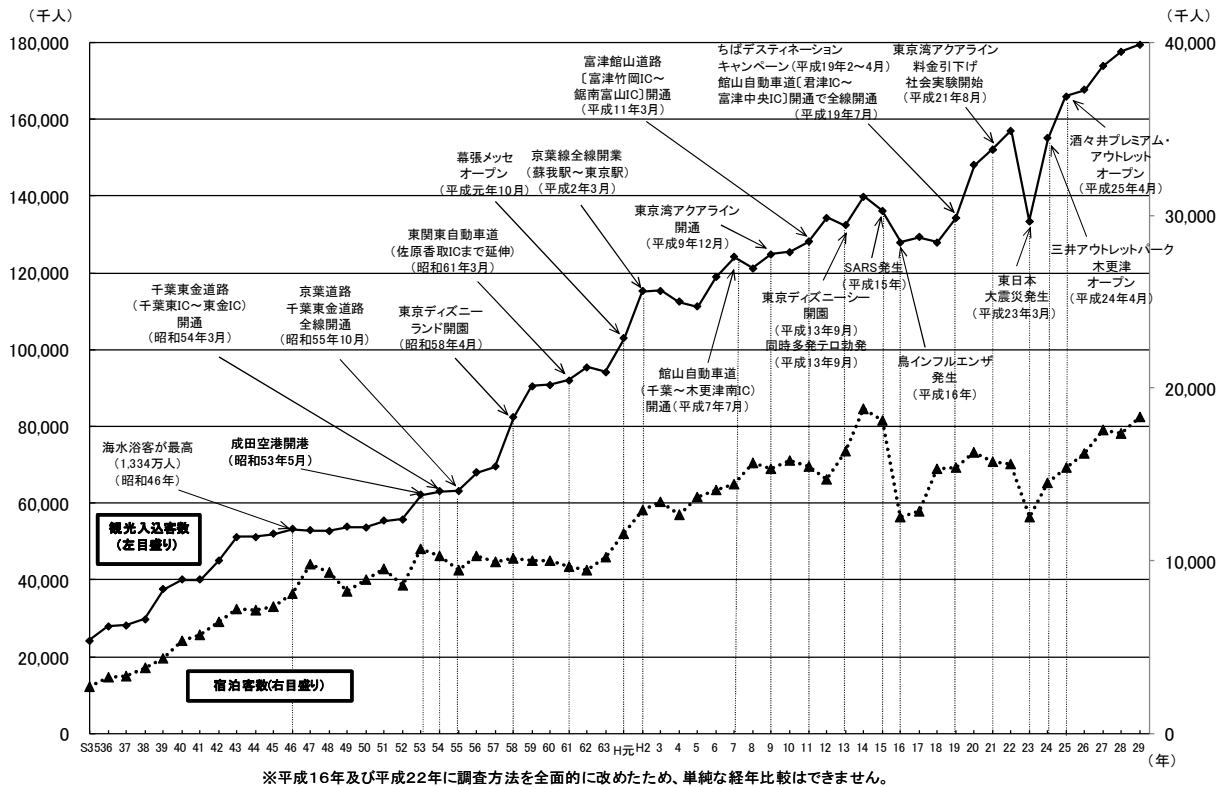


出典：千葉県「政策検討基礎調査」（平成29年）、平成22年及び平成27年は総務省「国勢調査」

○千葉県への観光客数の推移

- ・東日本大震災の影響等により、平成23年に大きく落ち込んだ観光入込客数は、平成25年には震災前の水準を回復し過去最高を記録し、以来平成29年まで5年連続で過去最高を更新しており、平成29年には1億7934万人に達している。しかしながら、安房地区や夷隅地区などは震災前の水準を回復しておらず、地域によるバラツキが大きい。
- ・東日本大震災の影響で平成23年には大きく落ち込んだ外国人延べ宿泊客数は、平成29年までの6年間で2.5倍超まで大きく伸びている。

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」

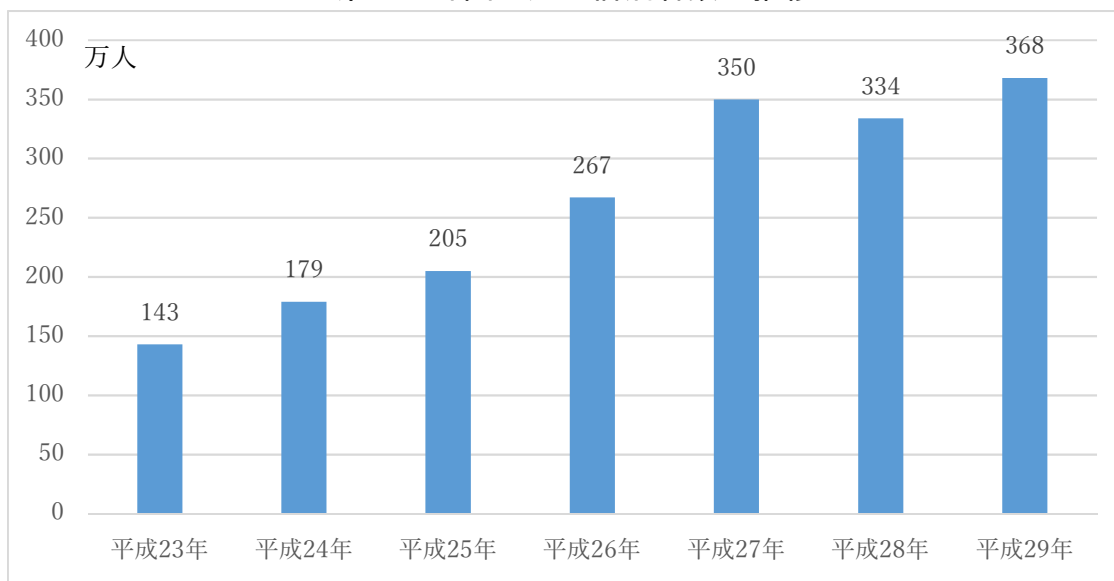
地域別の観光入込客数（延べ人数）の状況

（単位：千人地点）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	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

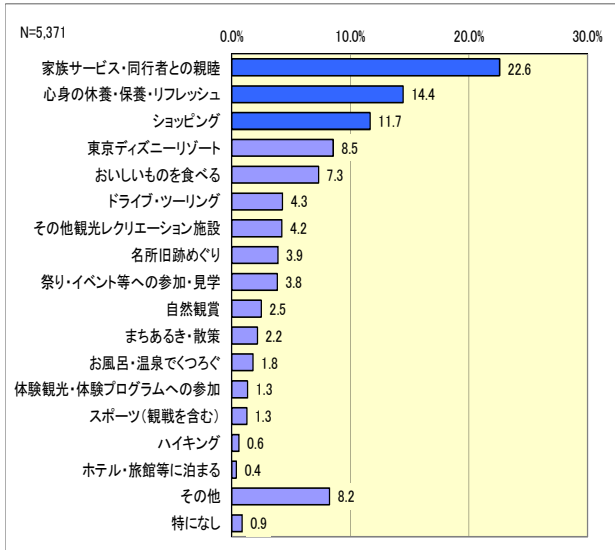


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

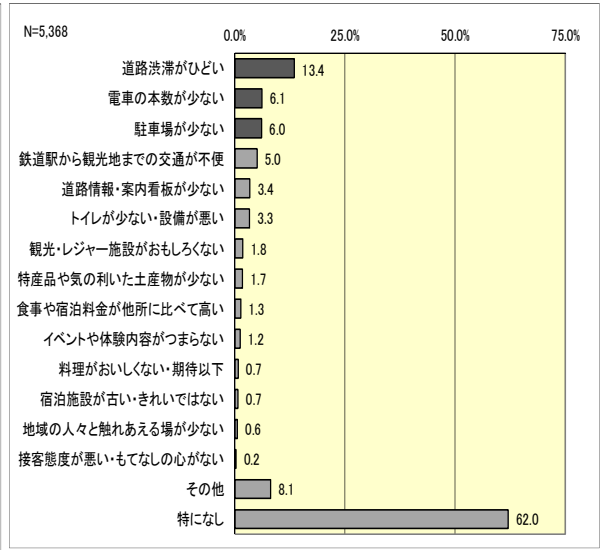
○千葉県観光の満足度

- ・千葉県旅行の目的：「家族サービス・同行者との親睦」が最も高く37.9%。参加・体験を希望する観光プログラムでは「食を楽しめる体験」が最も高く49.8%である。
- ・不満な点：道路渋滞がひどい、駐車場が少ない、電車の本数が少ない。

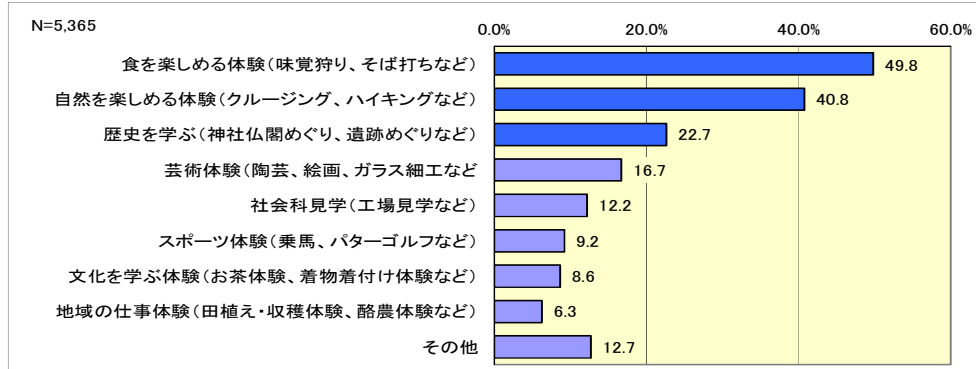
最も重視した旅行目的



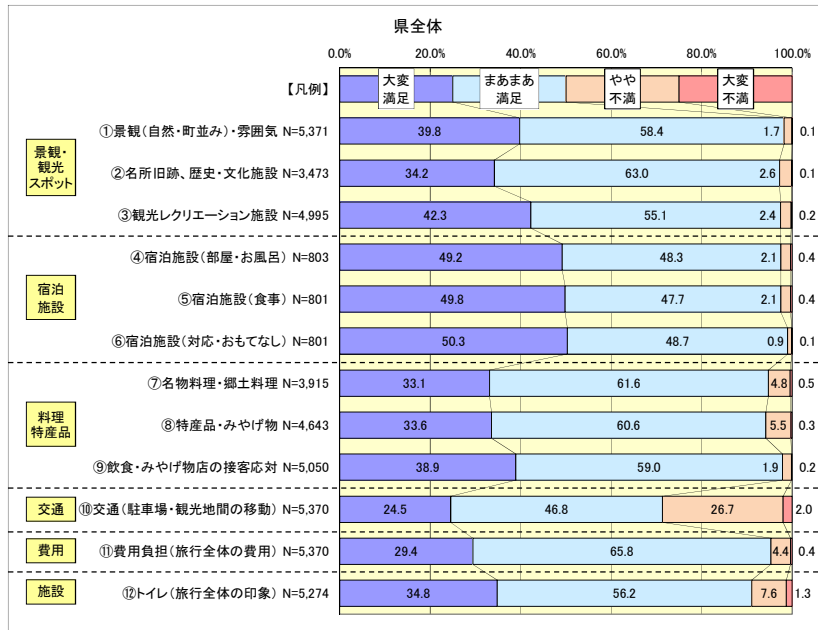
千葉県観光地の不満な点(複数回答)



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」

イ 外国人観光客の増加・個人旅行化

- ・県内を訪れる訪日外国人観光客が急増している。
- ・施設や看板の多言語化対応が進んできている。
- ・旅行情報の収集手段として、スマートフォンの活用が主流になるなど、SNS等による無料の広報手段が増加し、情報発信手段が多様化している。
- ・政府の積極的な訪日プロモーション及び規制緩和等の結果、アジアだけでなく欧米豪からも訪日外国人観光客が増加していくと予想される。
- ・外国人観光客が災害時に災害情報や避難情報等を入手できず、混乱を招くことが予想される。
- ・外国人宿泊客は、印旛地域（64.5%）、千葉地域（17.3%）、東葛飾地域（16.1%）の3地域に集中しており、急増した訪日外国人観光客が他地域にはほとんど訪れていない。
- ・訪日外国人消費動向調査（平成29年）によれば、本県は日本の空の玄関口である成田空港を擁することから、調査への回答数は全国2位の10,573人から回答があった一方で、その消費単価は8,946円と全国ワースト3位に留まっている。

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	582	541	2,168	1	6	0	2	2	8	53	3,362
構成比(%)	17.3	16.1	64.5	0.0	0.2	0.0	0.1	0.1	0.2	1.6	100

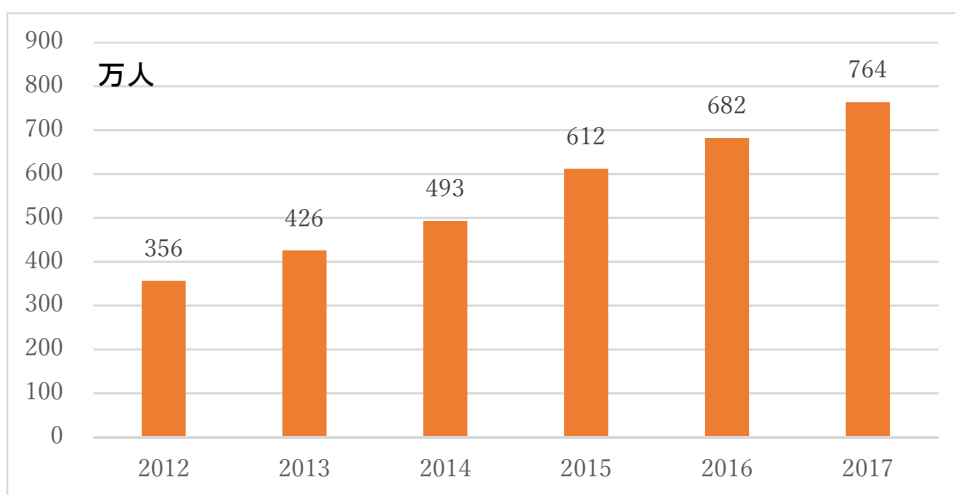
出典：千葉県「平成29年 千葉県観光入込調査」

ウ 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催

- ・幕張メッセでのオリンピック3競技及びパラリンピック4競技、一宮町釣ヶ崎海岸でのサーフィン競技開催が決定した。
- ・東京2020オリンピック・パラリンピックを契機として、スポーツツーリズムへの関心が高まることが予想される。また、ホストタウンや事前キャンプ地としての縁をきっかけにして、当該国との交流等が進むことが期待される。
- ・文化プログラムを契機に、観光資源としての地域の文化にさらなる脚光が当たると考えられる。

- ・成田空港からの訪日外国人入国者は5年で2倍以上伸びている。
- ・大会開催を契機とした本県への訪日外国人観光客の増加が期待される。
- ・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。
- ・大会開催を契機とした本県への訪日外国人観光客の増加が期待される。
- ・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、更なる機能強化の実施により、年間発着枠が拡大されることとなり、さらなる訪日外国人入国者の増加が予想される。

成田空港の入国外国人人数



出典：法務省「出入国管理統計」

千葉県で開催される競技

Events to be held in Chiba

幕張メッセ

オリンピック競技

フェンシング
Fencing

テコンドー
Taekwondo

レスリング
Wrestling

パラリンピック競技

ゴールボール
Goalball

シッティングバレーボール
Sitting Volleyball

パラテコンドー
Para-Taekwondo

車いすフェンシング
Wheelchair Fencing

釣ヶ崎海岸

オリンピック競技

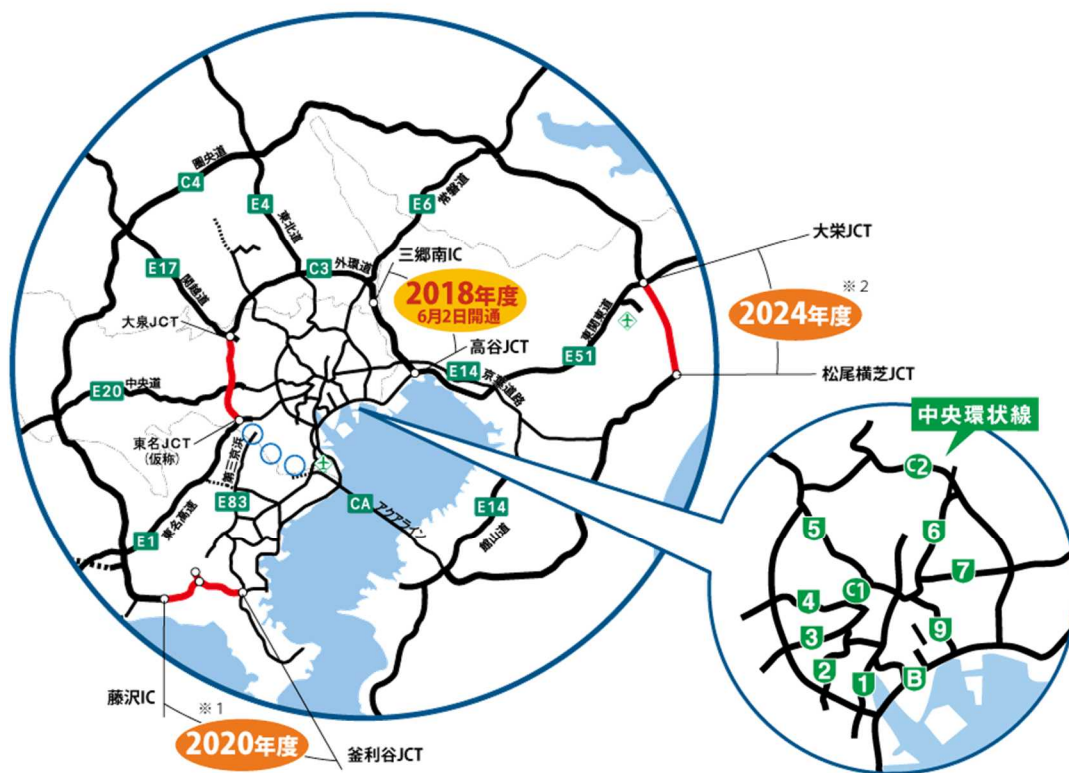
サーフィン
Surfing

出典：千葉県「千葉県開催競技紹介リーフレット」

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月に開通した外環道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）の継続により、本県の観光に大きな効果をもたらしている。
- ・ 29箇所まで増加した道の駅が自動車による観光の重要拠点になっている。
- ・ 今後、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る。
- ・ 訪日クルーズ需要の高まりを受け、国においてクルーズ船の受入環境の整備が進められている。

3環状道路の開通予定

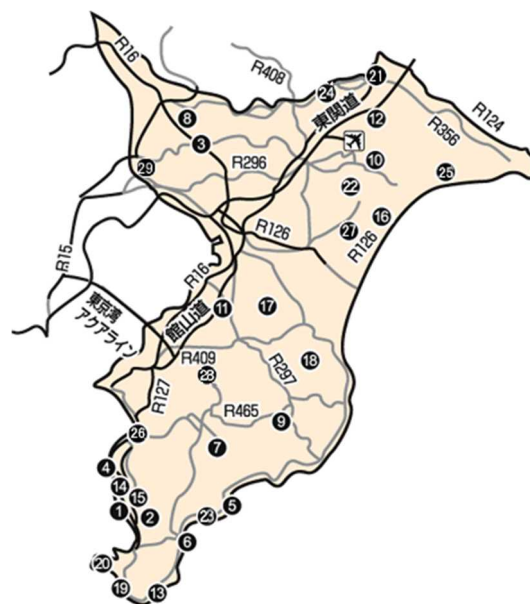


- ◆※1の区間の開通時期については土地収用法に基づく手続きによる用地取得等が速やかに完了する場合。
- ◆※2の区間の開通時期については、用地取得が順調な場合。
- ◆開通予定は2018年6月2日時点です。
- ◆3環状（三環状）とは、「圏央道（首都圏中央連絡自動車道）」、「外環（東京外かく環状道路）」、「中央環状（首都高速道路中央環状線）」の3つの環状道路の総称。

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



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

- ・ICTの進展により、多言語翻訳ツールなどの開発が進んでいる。
- ・スマホの普及により、場所を選ばないネットへの常時接続が実現した。
- ・ロボットやAI・ドローンの活用による自動化、省力化、効率化が進むと考えられる。

(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結果、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3.2%増の水準に留まっています。

一方で、平成29年の時点で、宿泊客数は1,833万人、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%と多くの項目が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	1,467万人	1,800万人	1,833万人
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

- ・ 少子高齢化と人口減少の進展、外国人観光客の増加・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の進展などといった社会情勢の変化や国の動向等を踏まえ、本県の強みを最大限に生かすため、以下の4つを重点的に取り組むべき課題として位置付ける。

(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】

○訪日個人旅行者の増加

- ・ 本県を訪れる外国人観光客が増加（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）。
- ・ 旅行手配方法も団体旅行から個人旅行へのスタイルの変化が見られ、個人旅行の割合は2012年の60.8%から2017年には76.2%まで増加している。
- ・ 増加する訪日個人旅行者からの体験型観光の需要に応えた観光地域づくりが必要となっている。
- ・ 地域資源を活用した観光地域づくりを通じた都市や地域のブランド化が課題となっている。
- ・ 県内市町村及び近隣都県と連携した広域的な外国人旅行者の受入環境整備と、国際的な観光認知度の向上が課題となっている。

○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、「モノ消費」から「コト消費」への移行が進んでいる。
- ・ 日本人観光客の旅行スタイルも個人旅行のシェアが約8割を占めている。
- ・ 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応するため、リーダー客の獲得が必要となっている。
- ・ 多様化したライフスタイルや価値観に対応した体験型コンテンツが求められている。

○旅行行動におけるSNS情報の重要性の高まり

- ・ 事前の情報収集から、現地での観光情報の収集に旅行スタイルが変化している。
- ・ スマートフォンやSNSの普及により、観光情報の入手・活用の方法が変

化していることから、SNSなどを活用した多様な観光情報の発信が必要となっている。

○外国人旅行者への災害情報など安全・安心に関する情報の伝達

- ・平成30年7月豪雨（西日本豪雨）や北海道胆振東部地震などに遭遇した外国人観光客の災害情報の入手が困難であったと報道された。
- ・今後、外国人観光客の増加が見込まれる中、災害時の情報提供や避難誘導などが課題となっている。

【今後の方向性】

- ・個人旅行者や訪日外国人観光客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「コト消費」などを意識した体験型観光メニューの充実による滞在型観光まちづくり
- ・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
- ・訪日外国人観光客の受入にむけた観光人材の育成
- ・訪日外国人観光客のマーケティング・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
- ・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

（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】

○オリンピック・パラリンピック8競技の開催

- ・オリンピック・パラリンピック8競技、特にパラリンピック競技の開催を契機として、多くの障害者等の来訪が予想される。
- ・スポーツを体験できる観光コンテンツが不十分である。
- ・文化プログラムを契機とした地域文化を活用した観光コンテンツの磨き上げが必要となる。
- ・パラリンピックの開催を契機として、障害者や高齢者に向けた公共施設や宿泊施設のバリアフリー化やバリアフリー情報の提供、介助人材の確保等が課題となると考えられる。

○成田空港の機能強化

- ・成田空港において、誘導路等の施設整備を行っており、これにより、離着陸の処理能力が向上する。

- ・平成30年3月に成田空港の更なる機能強化の実施について四者合意が成立。
- ・増加が見込まれる空港利用者の誘致のため、空港周辺地域における観光資源の発掘や磨き上げや空港を拠点とした国内・海外旅客の誘導が課題となっている。

○成田空港からの訪日外国人入国者は5年で2倍以上

- ・2017年の成田空港の外国人入国者は764万人（2012年356万人）まで増加しており、入国審査待ちが3時間を越える事態が発生し、審査の円滑化が課題となっている。
- ・増加する空港利用者を空港周辺地域で取り込むための観光地や観光振興を推進する体制づくりが必要となっている。

○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

- ・東京2020オリンピック・パラリンピック8競技の開催を本県の認知度向上のための絶好のチャンスとして活用する必要がある。

【今後の方向性】

- ・高齢者や障害者にも観光を楽しんでもらえるようユニバーサルツーリズムの推進
- ・スポーツや地域文化を活用した観光コンテンツづくり
- ・訪日外国人観光客を迎え入れるための県民のおもてなし力の向上
- ・成田空港の活用と県内観光地への誘客促進
- ・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】

○成田空港の機能強化

- ・成田空港の機能強化が進められている一方で、道路等、空港アクセスの更なる強化が必要となっている。

○外環道など幹線道路ネットワーク等の整備

- ・平成30年6月の外環道の開通により、首都圏・北関東方面から本県へのアクセスが大きく改善した。
- ・アクアライン割引（ETC普通車800円）の継続に加え、今後、圏央道

や北千葉道路等の幹線道路ネットワークと各地域を結ぶアクセス道路の更なる整備により、本県へのアクセスや県内観光地間の交通利便性の改善が期待される。

- ・都内に宿泊する外国人観光客や羽田空港利用者など、道路交通ネットワークの優位性を生かした観光客の取り込みが課題となっている。
- ・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る。

○観光の重要拠点である道の駅の増加

- ・県内29箇所の道の駅は、観光入込調査でも多くがランクインするなど、重要な観光拠点として機能している。
- ・今後も周辺の観光拠点とのネットワークを強化し、地域のネットワークのハブ拠点としてのプロモーションを図る必要がある。

【今後の方向性】

- ・成田空港から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】

- IT化の進展、SNSの普及により観光情報の収集形態の変化
 - ・観光情報の収集形態が変化し、現地でのスマートフォンによる情報収集、特にSNSによる情報収集の重要性が高まっている。
 - ・SNSを活用した多言語による情報発信の強化を図る必要がある。
- 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
 - ・外国人観光客の観光情報等の収集に有用な公衆無線LAN環境の整備が進んでいる。
 - ・スマートフォンやタブレットによる多言語翻訳ツールの開発が進み、正確

性等が改善している。

- ・通信環境の整備や翻訳ツール開発の成果を生かした観光地づくりの必要がある。

○キャッシュレス決済の普及

- ・現金を持ち歩く習慣がない外国人観光客にとって、クレジットカードに対応していない店舗が多いことがバリアとなっている。
- ・スマートフォンを活用したQRコード決済の普及が課題となっている。

○中小事業者におけるICT投資等の必要性

- ・中小事業者が多い観光事業者にとって、公衆無線LAN環境やキャッシュレス決済環境の整備を図るための投資が重荷となっている。

○ビッグデータの活用

- ・携帯電話の位置情報やSNS上のやりとりなどのビッグデータの収集・分析により、より正確な入込状況やニーズの把握が可能となった。
- ・実態に即した観光施策の立案に活用していく必要がある。

【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

4 千葉県観光の目指すべき姿と目標設定

(1) 目指すべき姿と基本戦略

- ・今後、人口減少社会を迎える千葉県にとって、将来にわたって活力ある社会を維持していくためには、観光客など交流人口の増加による経済活動の活性化が不可欠である。
- ・特に増加が著しい訪日外国人観光客、中でも個人旅行客を誘致し、千葉県へのリピーターとして確保していくことが必要である。
- ・また、高齢化が進む国内において、ユニバーサルツーリズムの実現を図り、東京 2020 オリンピック・パラリンピックのレガシーとして、再訪してもらえる観光地づくりを進める必要がある。
- ・首都圏に位置し、成田空港や東京湾アクアライン、圏央道などの交通ネットワークを有するという本県の優位性を、観光地としての魅力向上につなげていく必要がある。
- ・訪日外国人観光客をはじめとする個人旅行客の重要な情報収集手段となっている SNS や多言語翻訳システム等の ICT を最大限活用する必要がある。

上記の点を踏まえ、千葉県観光は、個人旅行が主流となっていく訪日外国人及び首都圏などの国内観光客の多様なニーズを的確につかみ、リピーター獲得につなげていくため、体験型観光の磨き上げやユニバーサルツーリズムの実現など、観光地としての質の向上を図っていく必要があることから、下記のとおり、千葉県観光が目指すべき姿を設定する。

繰り返しばれる国際観光県 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基本戦略として、

- ①国内外の旅行者に繰り返しばれる観光地づくり
- ②国際的観光地「CHIBA」のプロモーション
- ③交通インフラの整備を背景とした立地優位性を活用したプロモーション
- ④観光ポテンシャルの磨き上げ

の4つの戦略を設定する。

①国内外の旅行者に繰り返しばれる観光地づくり

交流人口の増加を図るためには、今後、個人旅行客が主流になっていく訪日

外国人観光客及び高齢化が進む国内観光客の多様なニーズを的確につかみ、体験型の観光コンテンツの観光資源の磨き上げやユニバーサルツーリズムの実現などのインフラ整備を図り、リピーターとして獲得していく必要がある。

②国際的観光地「CHIBA」のプロモーション

成田空港を擁する優位性を生かし、ネットワークの拡大などにより増加する空港利用者を確実に取り込むためには、海外における積極的なプロモーションの実施とともに、訪日外国人観光客の重要な情報収集手段となっているSNS等での多言語による情報発信など、東京オリンピック・パラリンピックの開催効果を最大限活用した積極的な誘致促進を図っていく必要がある。

③交通インフラの整備を背景とした立地優位性を活用したプロモーション

首都圏をはじめとする国内観光客に、本県の観光地を繰り返し訪れてもらうためには、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、成田空港や道路交通ネットワークの整備など交通ネットワークの優位性を最大限活用した誘致促進を図っていく必要がある。

④観光ポテンシャルの磨き上げ

国内外から本県に繰り返し訪れていただけるような観光地としての質の向上を図るためには、観光サービスの提供者である観光人材等のおもてなし力の向上とともに、県産品や料理等のブランド化などによる観光産業の磨き上げを図っていく必要がある。

(2) 数値目標

計画最終年度である2023年における数値目標及び計画の達成度を測るKPIとして以下の指標を設定する。

項目	目標値	備考
観光入込客数	2億人	
宿泊客数	2100万人	
外国人延べ宿泊客数	500万人	
旅行総消費額	1兆5500億円	
観光に関する経済波及効果	1兆4800億円	
旅行者満足度	「大変満足」が40%	

5 実行すべき基本戦略

(1) 国内外の旅行者に繰り返し選ばれる観光地づくり

訪日外国人等の個人旅行者を本県のリピーターとして確保するため、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る。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る。

①地域資源を生かした滞在型観光まちづくり

- ・個人旅行者の満足度を高めて再訪を促し、宿泊・滞在型の観光を楽しんでもらうため、地域を主体として、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まちづくりを進めます。
- ・トイレや駐車場などの観光インフラの整備を進めます。

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よう、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、HPや観光案内板、災害情報発信などの多言語化を進めます。

③インバウンド観光人材の育成

- ・海外から訪れる観光客に本県のおもてなしを体験してもらうため、観光事業者やボランティアを中心に研修等を実施し、外国人観光客への対応のスキルアップを図ります。

(2) 国際的観光地「CHIBA」のプロモーション

成田空港を擁する優位性を生かし、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、知事のトップセールスをはじめとする観光プロモーションを継続的に実施する。

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の誘客を図るため、海外の観光展への出展やHP等による情報発信や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。

②外国人旅行者のマーケティング・リサーチの強化

- ・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、海外の大学生を対象としたモニターツアーを実施し、SNS等による情報発信を促します。

③訪日教育旅行の推進

- ・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者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。

④MICEの推進

- ・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、アフターコンベンションを含め、MICE誘致・支援事業の展開を進めるとともに、市町村やMICE関係事業者との連携を強化し、本県のMICE競争力を一層高めていきます。

(3) 交通インフラの整備を背景とした立地優位性を活用したプロモーション

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さらに高まることを踏まえ、本県の観光の魅力について首都圏を中心に全国へ向けて発信するとともに、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展開する。

①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。
- ・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、ICTを活用した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。

②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。

③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、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。

④教育団体旅行の誘致

- ・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。

⑤二次交通の確保・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等を行います。

⑥交通ネットワークの整備

- ・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。
- ・地域の観光地を結ぶ二次交通への円滑な接続を図るため、鉄道、路線バス、タクシー、レンタカー、レンタサイクルなどが一体となったアクセスの改善等に取り組みます。
- ・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。

(4) 観光ポテンシャルの磨き上げ

地に足の着いた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む。

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向上を図ります。

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。

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。

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。

⑤観光事業者の積極的な支援

- ・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支援を行うとともに、経営に関するアドバイスの提供等による支援を行います。

(5) 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4戦略の中から、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取組を「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する。

(インバウンド受入環境整備、ユニバーサルツーリズム、海外プロモーション、SNS対応などを想定)

- ・
- ・
- ・

6 県内各地域のポテンシャルを最大限に生かす観光戦略

- ・ **地域の現状と課題**

(地域観光に関する現状と課題を記述)

- ・ **地域の将来像（施策の展開）**

(地域の資源や特性を生かした観光の将来像とそれに向けた取組を記述)

- ・ **地域の取組**

(市町村や観光事業者等、地域における取組事例を記述)

7 観光戦略を推進するためのシステム・体制づくり

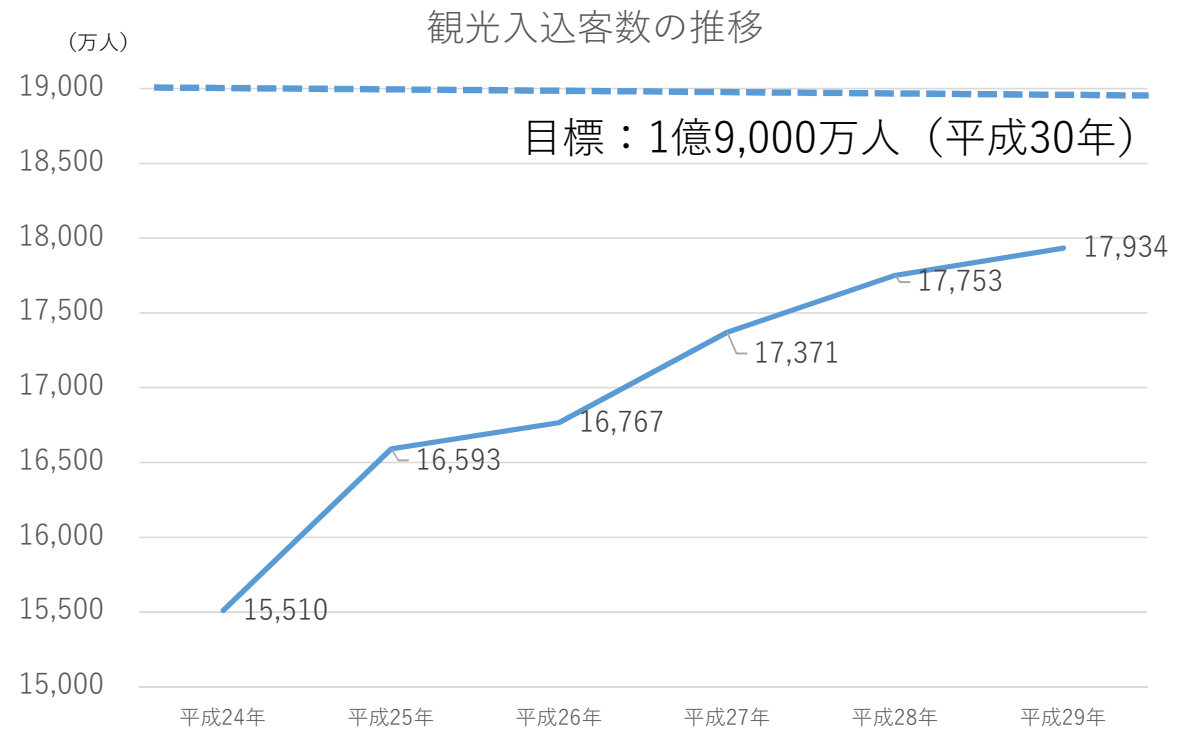
- ・「千葉県観光が目指すべき姿」の実現のためには、市町村、観光事業者はもとより、多様な主体の連携が必要。
- ・「オール千葉」の体制で観光振興を図っていくため、「観光立県千葉推進本部」を主体として、毎年度、K P I の点検・評価を行い、必要に応じて、計画や施策の見直しを行う。

第2次「観光立県ちば推進基本計画」の 数値目標の達成状況

	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	1,467万人	1,800万人	1,833万人
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%

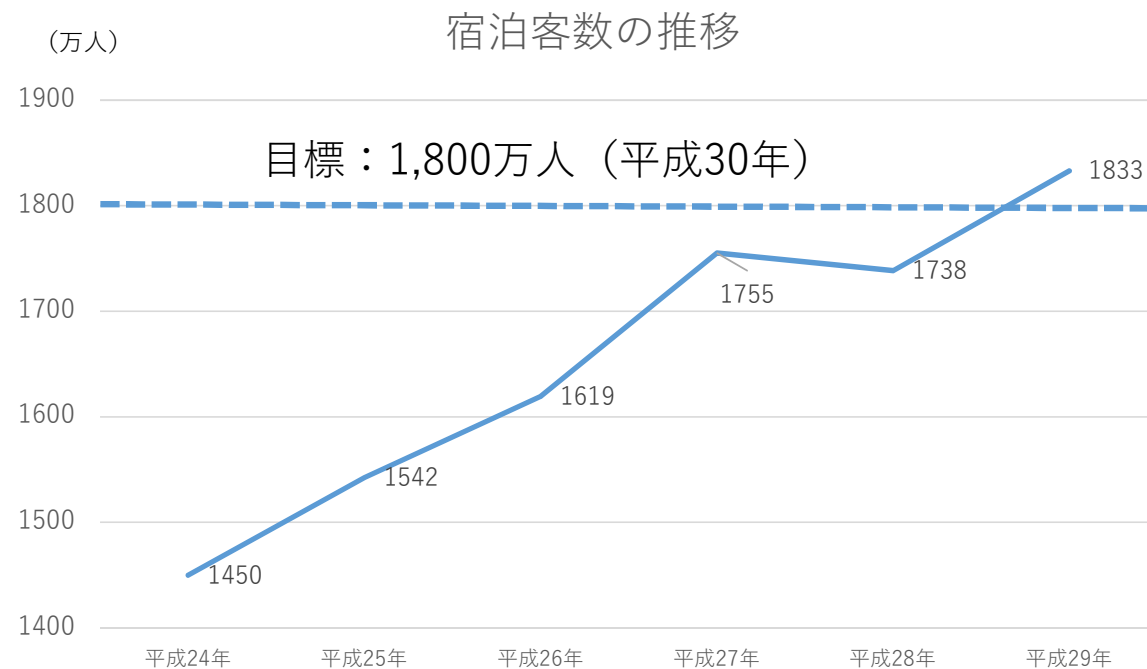
数値目標 1 観光入込客数 1億9,000万人（平成30年）

- 目標年である平成30年の1年前の段階での目標達成率は69.4%に留まっている。



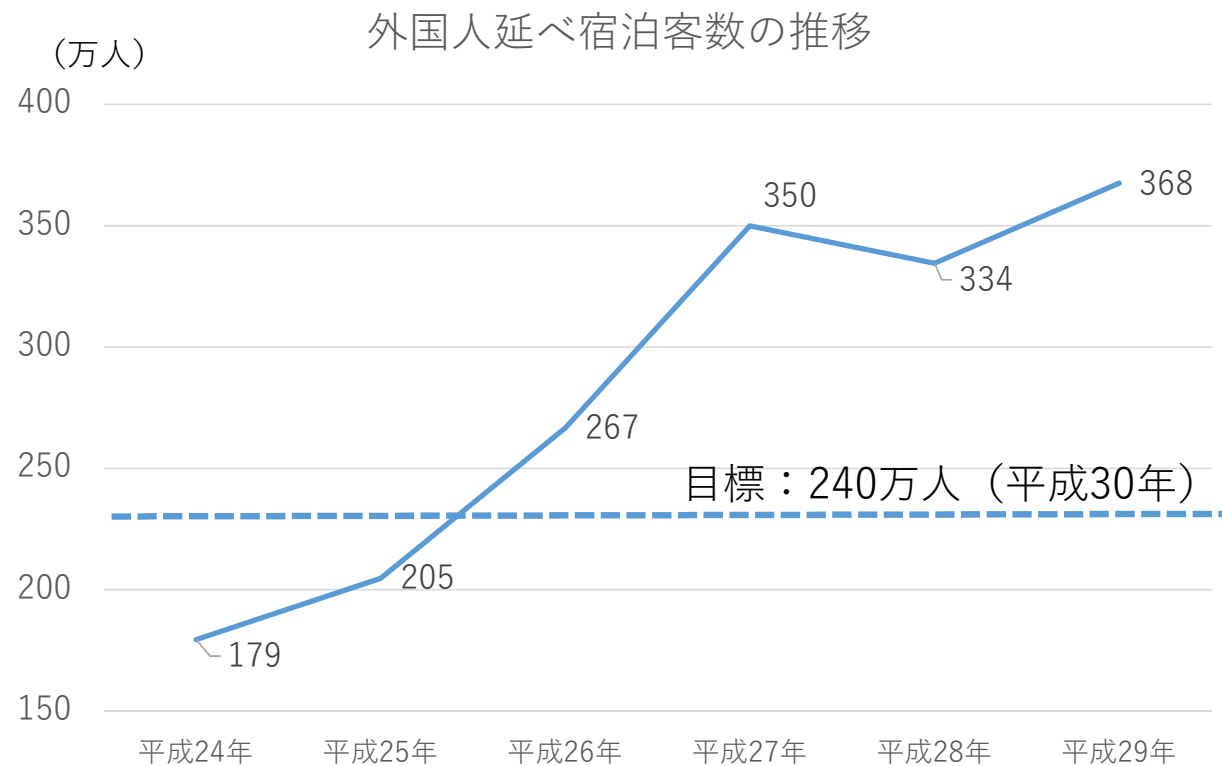
数値目標 2 宿泊客数 1,800万人（平成30年）

- 目標年である平成30年の1年前の段階で目標を達成。



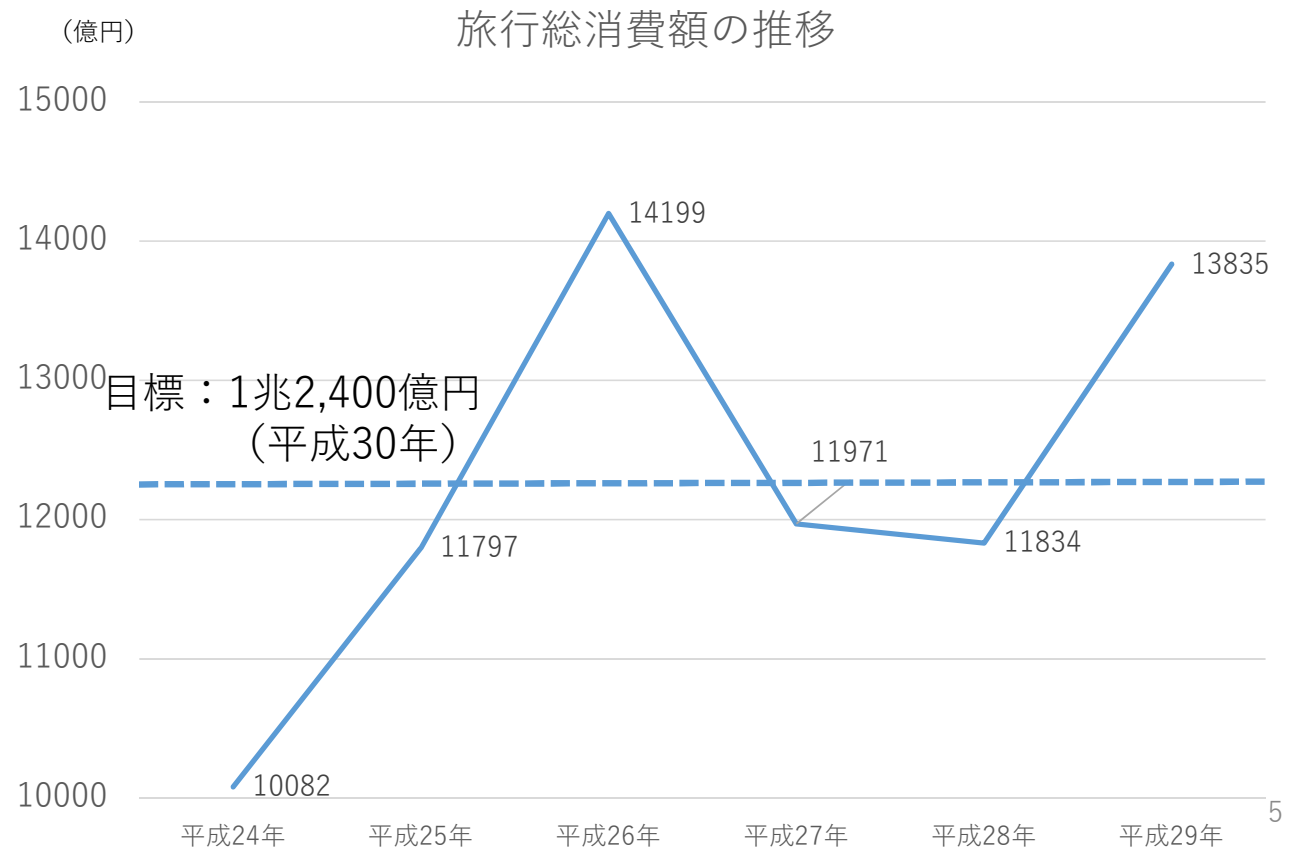
数値目標 3 外国人延べ宿泊数 240万人（平成30年）

- 目標年である平成30年の1年前の段階で目標を53%超で達成。



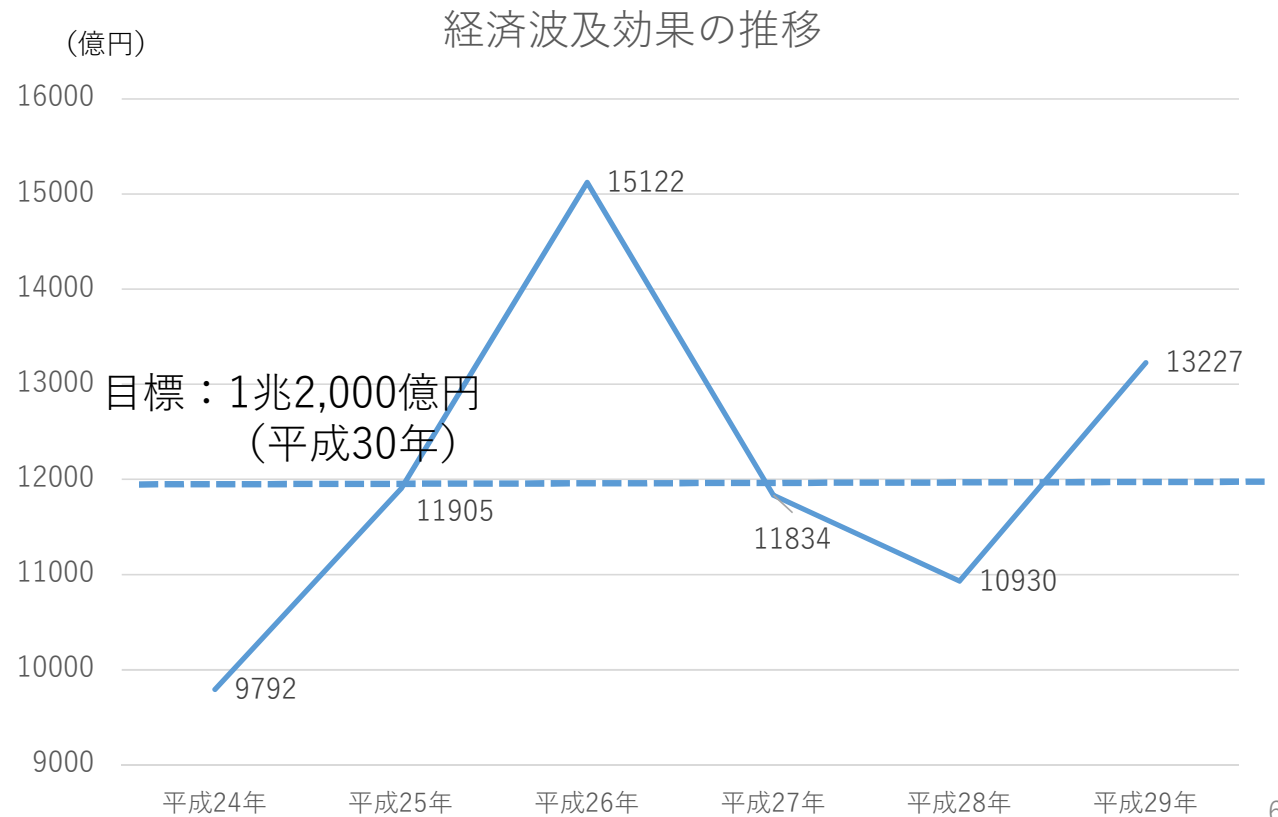
数値目標 4 旅行総消費額 1兆2,400億円（平成30年）

- 目標年である平成30年の1年前の段階で目標を達成。



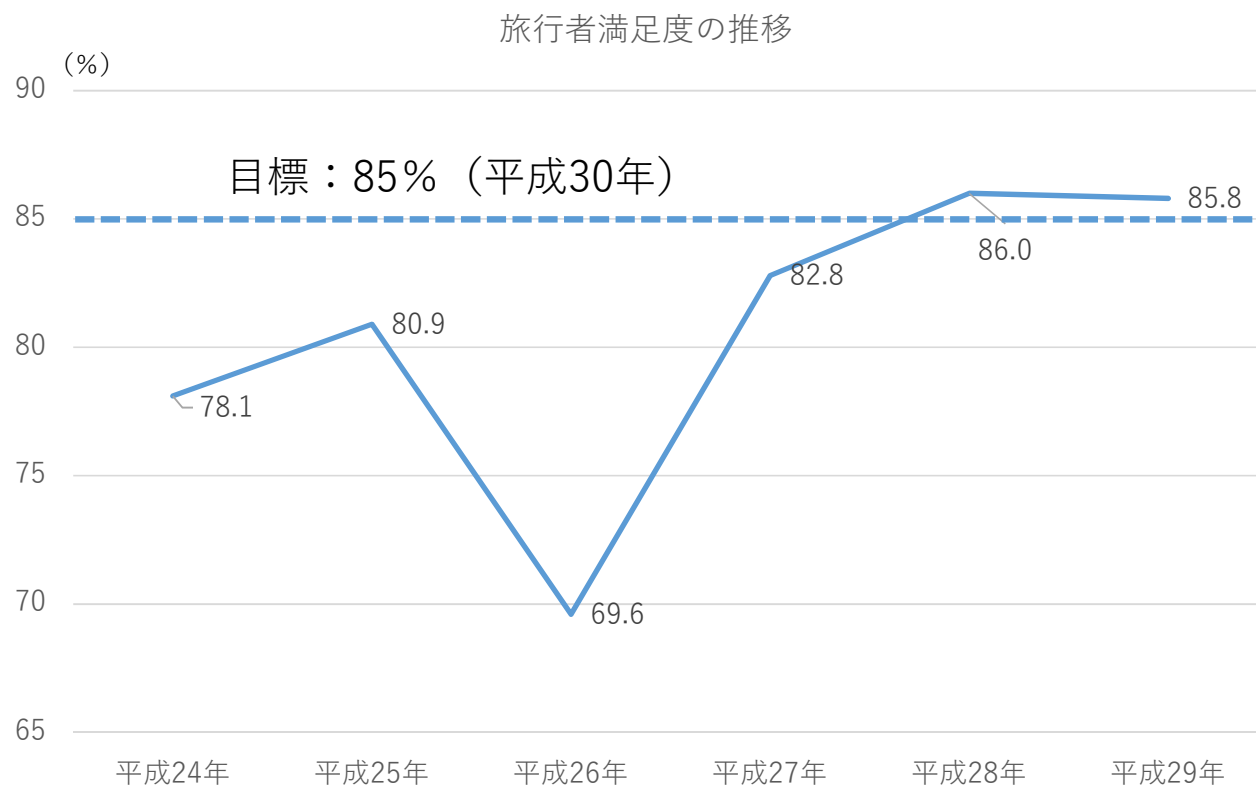
数値目標 5 観光に関する経済波及効果 1兆2,000億円（平成30年）

- 目標年である平成30年の1年前の段階で目標を達成。



数値目標 6 旅行者満足度（大変満足と満足の合計） 85%（平成30年）

- 目標年である平成30年の2年前の段階で目標を達成。



第3次「観光立県ちば推進基本計画」策定スケジュール

資料5

11月	上旬	
	中旬	
	下旬	第1回推進本部幹事会(11/20)＜骨子素案たたき台についての意見聴取＞
12月	上旬	第1回策定懇談会(12/4)＜骨子素案提示、意見聴取＞ 市町村等への照会(～12月中旬)
	中旬	
	下旬	第2回推進本部幹事会＜骨子案について意見聴取＞
1月	上旬	
	中旬	第2回策定懇談会＜修正案についての意見聴取＞
	下旬	パブリックコメント実施(～2月中旬) 市町村等への照会(～2月中旬)
2月	上旬	
	中旬	
	下旬	パブリックコメント対応整理、素案修正→原案に
3月	上旬	第3回推進本部幹事会
	中旬	第1回観光立県千葉推進本部＜計画決定＞ 計画公表
	下旬	

観光立県ちば推進基本計画策定懇談会設置要綱

(懇談会の設置)

第1条 観光立県千葉の実現に向け、千葉県観光立県の推進に関する条例(平成20年千葉県条例第2号)第9条の規定により策定する、平成31年度以降の5か年の「観光立県ちば推進基本計画」(以下「計画」という。)の策定に当たり、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(以下「懇談会」という。)を設置する。

なお、懇談会は、地方自治法第138条の4第3項の規程に基づき、法律又は条例により設置された「附属機関」の性質を有しない。

(委員の所掌事務)

第2条 懇談会委員は、次に掲げる事項を行う。

- 1 計画の策定に当たり、計画の重要事項等に関し、専門的及び総合的な立場から意見を述べること
- 2 その他、計画の策定に必要な事項

(組織)

第3条 懇談会は、知事が就任を依頼する委員をもって組織し、別表に掲げる職にある者をもって充てる。

- 2 懇談会に座長を置く。
- 3 座長は委員の互選により選出する。
- 4 座長は懇談会の議事を進行する。

(会議)

第4条 懇談会は、必要に応じて知事が招集する。

- 2 懇談会に欠席する委員は、当該会議に付議される事項につき、書面により意見を述べることができる。
- 3 議長は、必要に応じて会議に委員以外の者の出席を求め、意見を述べさせることができる。

(会議の公開)

第5条 懇談会は、原則として公開するものとする。ただし、次の各号のいずれかに該当する場合であって、懇談会の決定により会議の一部又は全部を公開しない旨を決定した場合は、この限りではない。

- (1) 千葉県情報公開条例（平成 12 年千葉県条例第 65 号）第 8 条に規定する不開示情報が含まれる事項に関して審議を行う場合
- (2) 会議を公開することにより、当該会議の公正かつ円滑な議事運営等に著しい支障が生ずると認められる場合

（会議公開の方法）

第 6 条 懇談会の会議の公開は、会場の大きさによりあらかじめ傍聴定員を定め、会場に一定の傍聴席を設け、希望する者に傍聴を認めることにより行う。

- 2 傍聴の受付は、原則として事前申込によるものとする。なお、傍聴希望者が定員を上回った場合は抽選を行い、傍聴人を決定する。
- 3 事前申込で傍聴定員に満たない場合は、当日会場において、当日申込を受け付ける。当日申込は、懇談会開会の 15 分前に締め切り、その際に定員を上回る申込があった場合は、その場で抽選を行い、傍聴人を決定する。
- 4 傍聴人には、会議資料を提供するとともに、会議を公正・円滑に運営するため、「傍聴要領（別紙）」を交付し、会議の秩序維持に努めるものとする。

（会議開催の周知）

第 7 条 懇談会の会議を開催するに当たって、事前に開催日時、会議名、議題、開催場所、問合せ先等を千葉県ホームページに掲載し、県民への周知を図るものとする。

（会議結果の公開）

第 8 条 懇談会の会議結果については、懇談会の決定により会議の一部又は全部を公開しない旨を決定した場合を除き、原則公開とし、会議終了後速やかに千葉県ホームページに掲載するものとする。

（委員の報酬）

第 9 条 委員の報酬については、「特別職の職員等の給与、旅費及び費用弁償に関する条例」第 3 条第 1 項第 2 号の規定を準用し、日額一万三千円を支給するものとする。

（実費弁償）

第 10 条 委員の旅費等、委員が負担した実費については費用弁償するものとする。

（庶務）

第 11 条 懇談会の庶務は、千葉県商工労働部観光企画課が行う。

(その他)

第12条 この要綱に定めるもののほか、懇談会に関し、必要な事項は別途定める。

附則

(施行期日)

- 1 この要綱は、平成30年11月7日から施行する。
- 2 この要綱は、平成31年3月31日に、その効力を失う。

《別表（第3条関係）》

(五十音順)

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

観光立県ちば推進基本計画策定懇談会傍聴要領

1 傍聴手続

- (1) 会議の傍聴を希望される方で、事前申込をされた方は、受付を済ませ、事務局の指示に従って会場に入室してください。
- (2) 事前申込による傍聴希望者が定員に達しない場合、当日申込を受け付けます。
その際、当日傍聴希望者に用意した座席数を超えた場合は、受付終了後（会議開始の15分前）、抽選により傍聴者を決定します。
- (3) 有識者会議が非公開として決定した議事は傍聴することが出来ませんので、傍聴者は事務局の指示に従い退室願います。

2 会議を傍聴する場合に守っていただく事項

- (1) 会議の開催中は、静粛に傍聴し、拍手その他の方法により、言論に対して公然と可否を表明しないこと。
- (2) 騒ぎ立てる等、議事を妨害しないこと。
- (3) 会場において、飲食又は喫煙を行わないこと。
- (4) 会場において、写真撮影、録画、録音等を行わないこと。ただし、有識者会議の座長の許可を得た場合はこの限りではありません。
- (5) その他会場の秩序を乱し、会議の支障となる行為をしないこと。

3 会議の秩序の維持

- (1) 傍聴者は、会議を傍聴する場合は、係員の指示に従ってください。
- (2) 傍聴者が会議を傍聴する場合に守っていただく事項に違反したときは、注意し、なおこれに従わないときは、退場していただくことがあります。