

基本目標2 県内外に発信する魅力づくり

〔数値目標〕

・人口の社会増

現状値 17,187人 (2019年) → 増加を目指す (2024年)

・観光入込客数

現状値 1億8,683万人 (2018年) → 2億400万人 (2024年)

・外国人延宿泊数

現状値 4,798千人泊 (2019年) → 5,500千人泊 (2024年)

本県の総人口の減少が今後見込まれるとともに、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により人の流れが停滞する中、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、国内外の誰もが安全で安心して過ごしやすい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。

①国際都市として発展するCHIBAの基盤づくり

外国人観光客等がバリアなく安心して過ごせるよう、道路案内標識などの多言語表記や公衆無線LANの整備を進めるとともに、子どもたちの国際理解教育やボランティア人材の育成等を進め、ソフト・ハード両面における環境づくりを進める。

また、国際大会やMICEの誘致を積極的に進め、地域経済の活性化や国際的ブランドイメージの構築を図る。

〔重要業績評価指標 (KPI) 〕

・外国人延宿泊数

現状値 4,798千人泊 (2019年) → 5,500千人泊 (2024年)

・国際会議開催件数

現状値 131件 (2018年) → 150件 (2024年)

ア. 外国人観光客の受入環境の整備

外国人観光客等が安全・安心にストレスなく本県観光を楽しむよう、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環境の整備等を支援する。

- ・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
- ・オール千葉でのおもてなしの推進
- ・公衆無線LAN環境の整備促進
- ・多言語での災害情報の発信
- ・道路案内標識における英語表記の改善 等

イ. MICEの誘致

国際会議などのMICEの開催は、ビジネス機会やイノベーションの創出につながるとともに、大きな経済波及効果を生み出すものであり、世界に向けた情報発信の場となることから、我が国や首都圏に注目が集まる状況を最大限に活用し、MICEの誘致を推進する。

- ・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に係る主催者への各種支援活動の実施
- ・幕張メッセの機能向上と展示会・イベント等の積極的誘致 等

ウ. 国際交流の推進

国際都市として発展するCHIBAを目指し、国際交流団体、市町村、大学等と連携して、経済、学術・教育、文化・スポーツ等の分野での国際交流の促進を図る。

また、東京2020大会の本県開催を契機の一つとし、子どもたちが、国際社会の担い手として成長できるよう、国際理解教育を推進するとともに、海外留学への支援等により、社会のグローバル化に対応し、国際社会で活躍できる人材の育成を目指す。

学校においては、外国語の授業を担当する教員に対する研修や、外国語の授業をサポートする人材の配置を図るとともに、私立学校が行う外国人教員の採用等における支援を行う。

- ・ホームステイの推進等の国際交流促進
- ・国際的なスポーツ交流の振興
- ・海外留学助成や英語教育の充実等による国際理解教育の推進
- ・授業をサポートする人材の配置による外国語教育の充実 等

②国内外の誰もが訪れたい観光地づくり

「新しい生活様式」を取り入れながら、本県の持つ「宝」である地域資源を更に磨き上げ、これらを生かした観光メニューの開発を市町村や関係団体などと協働して進めるとともに、観光地までのアクセスルートの整備等の推進や、訪れた人々が快適に過ごせる環境整備を促進し、国内外の誰もが何度でも訪れたい観光地づくりに取り組む。

〔重要業績評価指標（KPI）〕

・観光入込客数

現状値 1億8,683万人（2018年） ➔ 2億400万人（2024年）

・宿泊客数

現状値 19,230千人泊（2018年） ➔ 22,000千人泊（2024年）

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

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む。

- ・地域資源を生かした体験型観光メニュー等の充実による滞在型観光地域づくり
- ・フィルムコミッションの推進
- ・グリーン・ブルーツーリズムの促進
- ・道の駅の活用・ネットワーク化による観光振興
- ・クルーズ船の受入環境整備による誘致促進 等

イ. 鉄道事業者やバス事業者等と連携した観光メニューづくり及び二次交通活用の仕組みづくり

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地域の観光地を結ぶ二次交通のアクセス改善等を行う。

- ・鉄道を活用した周遊観光プロモーション
- ・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 等

ウ. 誰もが快適に過ごせるための環境の整備

千葉に観光に訪れた方が安全・安心で快適に過ごせるよう、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進する。

千葉県を訪れる多くの方々が、「また千葉県に行きたい」と心から思っただけのような、オール千葉での「おもてなし」の機運を加速するための取組を行う。

- ・観光地のトイレや駐車場、観光案内板等の整備促進
- ・自然公園や自然歩道の施設整備の推進
- ・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
- ・公衆無線 LAN 環境の整備促進
- ・感染防止に配慮したオール千葉でのおもてなしの推進
- ・ユニバーサルツーリズムの促進 等

エ. 農山漁村の活性化に向けた地域資源の活用

都市と農山漁村の交流を促進するため、多種多様な農林水産物や美しい農村風景などの地域資源を活用した農林漁業体験施設、農林水産物直売所、農漁家民宿(民泊)、農家レストランなどにおける都市住民や外国人観光客の受け入れを進め、グリーン・ブルーツーリズムを推進する。

- ・グリーン・ブルーツーリズムの推進
- ・地域資源を活用した農林水産物直売所の魅力向上
- ・森林や里山等の活用促進 等

オ. 観光地へのアクセスを強化する道路整備の推進

県内各地の観光地へのアクセス強化を図るため、高規格幹線道路等の整備を促進するとともに、高速道路に接続する地域高規格道路や国道・県道の整備を推進する。

また、更なる観光振興や交流人口の拡大を図るため、県内の主要な観光地を結ぶ国道・県道の整備を推進する。

- ・圏央道、富津館山道路(4車線化)等、高規格幹線道路の整備促進
- ・銚子連絡道路、長生グリーンライン等、地域高規格道路の整備推進
- ・国道及び県道の整備推進

③居住地として選ばれる千葉づくり

千葉を愛し、住みたい人の増加を図るため、本県の持つ優れた住環境や文化など多様な魅力を県民に再確認してもらうことなどにより、地元への愛着や誇りを醸成するとともに、県外の人々にもこれらの魅力を積極的にPRする。

あわせて、多くの人から千葉県が居住地として選ばれるよう、居住地を選択する上で重要視される都心へのアクセス強化や地域間における交通の利便性の向上を図るとともに、就業を希望する人と県内企業との雇用のマッチングに取り組む。

〔重要業績評価指標（KPI）〕

・人口の社会増

現状値 17,187人（2019年） ➡ 増加を目指す（2024年）

・「千葉県地域しごと NAVI」（マッチングサイト）に新たに掲載された求人情数

現状値 130件（2019年度） ➡ 520件（2024年度）

・県民の日賛同行事の実施件数

現状値 321件（2019年度） ➡ 321件（2024年度）

ア. UIJターン等の促進（再掲）

千葉の魅力を知ってもらい、若者から高齢者に至るまでの幅広い層の方が千葉に移り住んでいただけるよう、市町村等が行う移住・定住促進のための取組や関係人口の創出に資する取組を支援するとともに、市町村や関連団体との連携を図りながら、地域の魅力やテレワーク環境などの移住関連情報、二地域居住等の様々なライフスタイルなどを幅広く発信する。

また、県内の仕事や暮らし情報を一元的に提供するためのマッチングサイトの運営や、県内企業との交流イベントの開催等を通じ、県内での就労を促進する。

- ・市町村の移住関連情報や地域で実現できるライフスタイルの発信
- ・移住セミナーや移住相談会の実施
- ・移住支援金による東京23区在住・在勤者等の移住促進
- ・県内中小企業の魅力などの情報発信
- ・県内企業とUIJターン希望者のマッチング支援
- ・プロフェッショナル人材の採用・活用支援 等

イ. 都心へのアクセス強化

都心へのアクセス強化を図るため、JR京葉線と東京臨海高速鉄道りんかい線との相互直通運転の早期実現及びJR京葉線の一部区間の複々線化等の輸送力増強の促進を図る。

また、外環道と成田空港を最短で結び、首都圏の国際競争力を強化する北千葉道路の整備を進めるとともに、都市部の慢性的な渋滞対策に資する道路の整備を推進する。

さらに、湾岸地域の広範囲にわたる慢性的な交通混雑を解消し、地域の活性化や生産性の向上に寄与する湾岸地域における規格の高い新たな道路ネットワークについて、早期に計画の具体化が図られるよう取り組んでいく。

- ・JR京葉線と東京臨海高速鉄道りんかい線の相互直通運転の早期実現
- ・京葉線の複々線化等の輸送力増強の促進
- ・北千葉道路の整備
- ・都市部の渋滞対策に資する道路整備の推進 等

ウ. 地域間のアクセス強化

地域間のアクセス強化を図るため、地域高規格道路や国道・県道のバイパス・現道拡幅等の整備とともに、主要な渋滞箇所の交通円滑化に資する道路の整備を推進する。

また、千葉柏道路は、千葉県北西部における広域的な道路ネットワークを構築し、国道16号などの交通の円滑化とともに県内外との交流・連携を強化し、地域の活性化、生産性の向上を図る上で重要であることから、計画の早期具体化に向け取り組んでいく。

さらに、地域にとって必要不可欠な生活交通を維持・確保するため、鉄道や複数市町村をまたぐ広域的・幹線的なバス路線に対し、国・市町村等と連携を図りながら、必要な支援を実施する。

- ・ 銚子連絡道路、長生グリーンライン等、地域高規格道路の整備推進
- ・ 国道及び県道の整備推進
- ・ 鉄道・バス路線の維持・確保 等

エ. 地元への愛着と誇りの醸成

東京2020大会の本県開催を、千葉の魅力を再発見する契機の一つとし、千葉県民として地元への愛着と誇りを持って、全県民が一体となって千葉県を力強く支えていくため、「ちば文化」の創造とボランティア活動の促進を通じ、千葉県民のアイデンティティの醸成を図る。

そのため、多様で豊かなちば文化が継承されると同時に、新たに生み出され醸成されていくよう、「ちば文化の魅力特徴づけるモノやコト」として選定した「次世代に残したいと思う『ちば文化資産』」の活用推進を図る。

各地に伝承されている郷土芸能に触れる機会を提供するとともに、郷土の文化財を活用した参加体験や博物館・美術館等における体験事業、埋蔵文化財を活用した学習活動などを展開する。

また、市町村や企業など多くの関係機関と連携・協力して、県民の日（6月15日）を中心に、地域の特色を生かした事業を実施する。

さらに、全ての県民が地元への愛着を深め、自らの地域を自らの手で支えていく社会の実現に向け、県民のボランティア活動を促進する。

- ・ 「ちば文化資産」や「日本遺産」の活用促進
- ・ 民俗芸能の伝承や後継者の育成
- ・ 郷土の歴史や文化等を学ぶ教育活動の充実
- ・ 県民の日関連事業の展開
- ・ 地域におけるボランティア活動への参加促進 等

④大学等との連携による地域への若者の定着促進

高校・大学等の卒業後も、引き続き県内に留まってもらえるよう、県内教育機関において、地域とのつながりを深め、地域課題の解決に貢献する取組を促進するとともに、高校・大学等と地元企業の連携強化等により、地元企業の魅力発信の充実や、地域を支える人材の育成などの取組を推進する。

また、医師や看護師、介護従事者の不足を解消するため、県内大学等と連携し、取組を進める。

〔重要業績評価指標（KPI）〕

・千葉に住み続けたいと考える大学生の割合

現状値 48.1%（2019年度） ➡ 増加を目指す（2024年度）

ア. 大学等卒業後の若者の定着支援（再掲）

学生の地元定着を促進するため、県内外の大学等と連携しながら、県内中小企業に関する情報を発信するとともに、県の若年者向け就労支援施設「ジョブカフェちば」等にて支援を行う。

また、まちの賑わいづくり、雇用の創出などの地域課題の解決や、地域の求める人材育成に取り組む大学と連携し、地域への若者定着を促進する。

- ・県内の高校・大学等と県内企業との就職情報交換会の実施
- ・県内の大学・中小企業・自治体等の連携によるインターンシップの促進
- ・都内など県外大学に通う学生の地元就職の促進
- ・マッチングサイト等による県内企業の情報発信
- ・ジョブカフェちばによる合同企業説明会の実施
- ・若者と一緒に考える地域活性化セミナーの実施 等

イ. 医療・福祉・介護人材の確保と資質の向上（再掲）

高齢化の進展による一層の医療・福祉・介護ニーズの増大が見込まれる中、医師や看護師、介護従事者等の不足を改善するため、県内大学等と連携し、将来県内で働いてもらうことを目的とした修学資金の支援を実施するとともに、社会福祉施設と求職者のマッチングを支援することなどにより、介護従事者の安定的な確保を促進する。

- ・医学生・看護学生への修学資金の貸与
- ・県内高校等との連携による介護職の魅力発信
- ・社会福祉施設と求職者のマッチング支援
- ・大学等への出張福祉職場説明会・相談会の開催 等

ウ. 地域を支える人材の育成（再掲）

社会の変化や産業の動向等に適切に対応して、地域を支える人材を育成するため、学校と大学・企業・研究機関等との連携を推進する組織（コンソーシアム）等を活用してキャリア教育・職業教育の充実を図るとともに、地域と共に生きる自立した社会人の育成を目指す。

- ・大学・企業・研究機関・自治体等の連携による工業教育の質の向上
- ・地域の産業を理解するためのキャリア教育の推進 等

⑤千葉の様々な魅力の国内外への発信

「魅力の宝庫ちば」をテレビ・ラジオ・インターネット等の各種媒体を通じて国内外へ積極的・戦略的に発信し、千葉県の知名度、信頼度、好感度を高めて、「行きたい地域」「暮らしたい・働きたい地域」「買いたい商品の生産地」として選択される魅力ある千葉県を目指す。

〔重要業績評価指標（KPI）〕

・テレビ等メディアで取り上げられた件数

現状値 13,226件（2019年度） ➡ 増加を目指す（2024年度）

・海外向けプレスリリース事業による記事掲載件数

現状値 491件（2019年度） ➡ 増加を目指す（2024年度）

ア. 国内向け広報・魅力発信

県のイメージアップを図るため、千葉の魅力や県政情報などをテレビやラジオ、新聞、雑誌、インターネット、県民だより等様々なメディアにより、県内外に継続的に発信する。

また、イベントやテレビなどの機会を捉えて、千葉県マスコットキャラクター「チーバくん」を活用し、「魅力の宝庫ちば」をPRしていく。

- ・県民だよりや千葉県ホームページ、SNS 等を活用した情報発信
- ・テレビやラジオ、新聞、雑誌等を活用した千葉の魅力の発信
- ・チーバくんを活用した PR 等

イ. 世界に向けた千葉の魅力発信

海外での本県の知名度向上を図るため、トップセールスのフォローアップや海外のプレスリリース配信サービスなどを活用して、千葉の持つ様々な魅力を海外に向けて発信していく。

- ・トップセールスのフォローアップ等による千葉の魅力の発信
- ・プレスリリース等による海外メディアへの直接・継続的な情報発信 等

ウ. 戦略的な観光プロモーションの展開

新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって激減した観光需要の回復に向け、千葉県の観光の魅力を広くPRするため、全県的な観光プロモーション推進組織である「ちばプロモーション協議会」や「千葉インバウンド促進協議会」と連携し、国内外でグルメや自然などのテーマに応じた観光キャンペーンの展開を図るとともに、県内観光事業者と県外旅行会社等との商談会開催による商品造成を促進する。

なお、訪日外国人旅行については、各国・地域の状況を見極めつつ、誘客可能となった国・地域から順次プロモーションを展開していく。

また、本県の魅力を人的交流等により発信することで、本県に観光に訪れるリピーターの獲得につながる訪日教育旅行の積極的な誘致を引き続き進める。

- ・テーマに応じた全県的な観光キャンペーンの実施
- ・海外における観光プロモーションの実施
- ・旅行会社・メディア等への情報提供及び招聘推進
- ・訪日教育旅行の推進、訪日団体旅行の誘致
- ・千葉県独自の観光商談会の実施 等

エ. 千葉ならではの多様な魅力の発信

千葉の魅力ある文化遺産等を活用した観光振興や地域の活性化を図るため、パンフレットやホームページ等による情報発信を推進するとともに、県内の文化遺産をストーリーとした「日本遺産」の活用推進を図る。

地域の人々が文化や芸術に親しみ、千葉県のカリスマ的イメージを高めるため、「千葉交響楽団」等による各種公演や子どもたちへのふれあい体験を行うほか、文化芸術団体との共催による芸術祭、博物館・美術館における特別展及び収蔵資料のインターネット上での展示、「ちば文化の魅力特徴づけるモノやコト」として選定した「次世代に残したいと思う『ちば文化資産』」の活用などを通じて、多彩で個性あふれる「ちば文化」の魅力を発信する。

- ・「ちば文化資産」や「日本遺産」の活用促進
- ・千葉交響楽団を活用した鑑賞・体験の機会の充実
- ・文化芸術団体との共催による芸術祭の開催
- ・博物館・美術館等における体験事業の実施
- ・歴史・文化・芸術の魅力を生かした観光の推進
- ・県産農林水産物や郷土料理、ご当地グルメ、伝統工芸品、地域資源を活用したお土産品等の魅力発信
- ・ちばアクアラインマラソンなどアクアラインを活用した魅力の発信 等

3 施策の方向性(地方創生の実現に向けた千葉づくり)

基本目標2 県内外に発信する魅力づくり

