

# 2

## 総合戦略 I

～東京オリンピック・パラリンピックを契機とした  
「世界中から人々がやってくるCHIBA」づくり～



- ①大会の成功・開催効果の全県への波及…………… 7
- ②キャンプ・国際大会・MICEの誘致…………… 9
- ③成田空港の利便性向上、交通ネットワーク・アクセスの強化… 11
- ④バリアフリー化の促進…………… 12
- ⑤魅力ある観光地づくり…………… 14
- ⑥外国人受入体制の整備…………… 16
- ⑦国際交流の促進…………… 17
- ⑧戦略的な千葉の魅力発信…………… 18

約半世紀ぶりに開催される東京オリンピック・パラリンピックが、千葉県内においても競技開催されることは、千葉の魅力を高める未来への投資を行い、千葉県の発展につながる「宝」を磨きあげるとともに、これを広く国内外に発信することにより、「世界中から人々がやってくるCHIBA」を作り上げる千載一遇のチャンスである。

この実現に向けた取組は、新しい人の流れを創出し地域経済の活性化を図るとともに、多様な主体が連携し安全で安心して快適に過ごせる環境を整備し、子どもたちが誇れる千葉を「オール千葉」体制で作り上げるものであり、まさに、地方創生の核となるものである。

このため、「2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた千葉県戦略」を本「総合戦略」に位置付け、2020年までの5年間にわたる取組を推進することにより、地方創生の実現を目指す。

## 数値目標

### 観光入込客数\*

現状値 165,930千人(25年) → 196,650千人(31年)

### 外国人延宿泊数\*

現状値 2,667千人泊(26年) → 増加を目指す(31年)

### 通訳ボランティア\*新規養成者数

現状値 - (26年度) → 500名(31年)

## ①

## 大会の成功・開催効果の全県への波及

県内でのオリンピック競技開催は、本県の国際的な魅力や知名度を高めるとともに、国際交流の推進や将来を担う人づくりなどにおいても、絶好のチャンスとなるものである。このため、大会の成功に向けて、競技会場にふさわしい環境の整備やオリンピック・パラリンピックムーブメント\*の推進を図るとともに、大会開催効果の全県への波及に取り組むことにより、県内各地域の活性化を図る。

## 重要業績評価指標(KPI)

<b>観光入込客数【再掲】</b>		
現状値	165,930千人(25年)	➡ 196,650千人(31年)
<b>外国人延宿泊数【再掲】</b>		
現状値	2,667千人泊(26年)	➡ 増加を目指す(31年)
<b>開催競技やオリンピック・パラリンピックに関する普及・啓発イベントの開催件数(累計)</b>		
現状値	－(27年度)	➡ 23件(31年度)

## ア 競技会場にふさわしい環境の整備

選手達が大会で最高のパフォーマンスを発揮できるよう、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会と連携を図りながら競技会場の整備を進める。また、大会開催を機に訪れる多くの人々が快適に観戦や観光を楽しめるよう、周辺施設のバリアフリー化や多言語対応を促進するなど、競技会場にふさわしい環境を整備する。

また、国内外から訪れる多くの人々を迎えるためのおもてなし力の向上や情報提供の充実など、受入体制の整備を進めるとともに、会場周辺地域の賑わいづくりや競技開催地としての都市イメージの向上、さらに、幕張新都心の国際ブランドイメージの構築を目指すことにより、地域の活性化を図る。

- 幕張メッセの施設改修及び競技会場周辺環境の整備
- 受入体制の整備と競技会場周辺地域の活性化

## イ オリンピック・パラリンピックムーブメントの推進

多くの県民が大会に関わることができるよう、国内外から来県する大会関係者や選手、観

光客をサポートする大会関連ボランティアへの参加を促進する。あわせて学校等におけるオリンピック・パラリンピック教育等の充実を図ることにより、オリンピック・パラリンピックムーブメントを推進する。

- 都市ボランティア<sup>\*</sup>など大会関連ボランティア参加の促進
- 開催競技やオリンピック・パラリンピックに関する普及・啓発
- オリンピック・パラリンピック教育の推進

#### ウ 大会開催効果の全県への波及

本県での大会開催の機会を捉え、事前キャンプ<sup>\*</sup>の誘致や文化プログラム関連イベントの実施など、県内全域でオリンピック・パラリンピックに関連する取組を推進することにより、本県全体の国際的な魅力や知名度を高めるとともに、大会を機に訪れる人々が広く県内を周遊する仕組みづくりなど、観光の一層の振興を図り、大会の開催効果を全県へ波及させる。

- 文化プログラム等オリンピック関連プログラムの推進
- 事前キャンプの誘致
- 県内を周遊する仕組みづくり

## ②

## キャンプ・国際大会・MICE※の誘致

事前キャンプや国際大会の誘致は、地域のイメージアップを図る絶好の機会であり、交流人口の増加による地域の活性化につながることを期待される。

このため、キャンプの受入体制の整備を進めるとともに、世界選手権などプレ大会を含めたキャンプ及び国際大会の誘致を推進する。

また、オリンピック・パラリンピックに関連して開催される国際会議をはじめ、様々なイベントが本県で開催されるようMICE誘致を積極的に進め、地域経済の活性化・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)

## ナショナルチームのキャンプ誘致数(累計)

現状値 3チーム(27年度) → 20チーム(31年度)

## 国際スポーツ大会支援事業を活用した実施大会数(累計)

現状値 - (27年度) → 5回(31年度)

## スポーツコンシェルジュ※が支援し、事前キャンプやスポーツイベントの誘致につながった件数(累計)

現状値 - (27年度) → 20件(31年度)

## 国際会議開催件数

現状値 58件(25年度) → 100件(31年度)

## ア 事前キャンプの誘致

事前キャンプは、国や地域・競技によって多様なニーズがあることから、「スポーツ」「観光」「交通」「医療」など、様々な分野の関係者が連携して、誘致する競技や宿泊施設のパッケージ化、施設等の整備、ボランティアの養成・確保などにより、キャンプの受入体制を整備する。

また、東京オリンピック・パラリンピックに先立って開催される様々な国際大会のキャンプを誘致することにより、キャンプ地としての評価を高め、2020年大会のキャンプはもとより、大会後も、国内外の多くのスポーツキャンプを県内へ誘致する。

- それぞれの国・競技にマッチしたキャンプ受入体制の整備
- 世界選手権などプレ大会を含めたキャンプ誘致
- パラリンピックキャンプ受入体制の整備

## イ 国際大会等の誘致

本県のスポーツ振興や魅力発信、地域の活性化につなげるため、本県でこれまで開催されてきた多くの国際大会で培ったノウハウやネットワークを生かしながら、新たな国際大会やスポーツイベントを県内へ誘致する。

- 世界選手権など国際大会の誘致

## ウ 誘致に関する情報の一元化

様々なスポーツイベントやキャンプ等の誘致を進めていくため、競技ごとに調整が必要となる、競技施設や宿泊施設など多岐にわたる情報を「千葉県スポーツコンシェルジュ」へ集約・一元化して競技団体等へ提供する。

また、スポーツコンシェルジュの持つネットワークやノウハウの共有などを通じて市町村が進める事前キャンプや国際大会の誘致を支援する。

- スポーツコンシェルジュによる事前キャンプやスポーツイベントの誘致支援

## エ 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。

- MICE誘致の推進

③

## 成田空港の利便性向上、交通ネットワーク・アクセスの強化

オリンピック・パラリンピックの開催を契機として、成田空港の利用を更に促進するとともに、成田空港を利用する人や物の流れを県内に取り込むことにより、本県経済の活性化を目指す。

また、成田空港に降り立った選手や観客が、ストレスを感じることなく、空港と選手村・競技会場はもとより、県内をスムーズに移動できるよう、交通ネットワークの強化を図る。

## 重要業績評価指標(KPI)

<b>成田空港の航空旅客数</b>		
現状値	3,531万人(26年度)	➡ 3,800万人以上(31年度)
<b>高規格幹線道路*の整備率</b>		
現状値	85%(26年度)	➡ 整備率の向上を図る(31年度)
<b>県都1時間構想*</b>		
現状値	71%(26年度)	➡ 76%以上(31年度)

## ア 成田空港の利用促進と人・物の流れの取り込み

県内経済の活性化につなげるため、成田空港活用協議会\*等との連携により、成田空港の更なる利用促進とともに、国内線利用者の県内観光やインバウンド\*の推進など、官民挙げて成田空港のポテンシャルを活かす取組を進める。

- 成田空港活用協議会等と連携した成田空港の利用の促進
- 県内観光やインバウンドの推進 等

## イ 交通ネットワークの強化・充実

空港から県内外へのアクセスの強化を図るため、空港との道路アクセスの強化や、鉄道やバス等多様な交通手段による空港アクセスの充実を図る。

また、県内各地を結ぶ交通ネットワークの充実のため、交通アクセスの整備を図るとともに、主要鉄道駅等の交通拠点から地域内観光地を結ぶ周遊手段の充実について検討する。

- 圏央道\*などの整備による空港との道路アクセスの強化
- 多様な交通手段による空港アクセスの充実
- 地域内観光地等を結ぶ交通の接続円滑化の支援 等

## ④ バリアフリー化の促進

オリンピック・パラリンピック開催を契機に本県を訪れる人々がスムーズに移動し、快適に滞在できるよう、競技施設や旅客施設等について利用者の視点に立った施設の整備を進め、ハード面でのバリアフリー化を促進するとともに、障害のある人や外国人などをサポートできる人材の育成やバリアフリーに関する情報提供の充実などソフト面でのバリアフリー化を進める。

また、パラリンピックの開催を契機として、障害のある人との交流を深めることなどにより、障害のある人への理解を広げるための取組を進める。

### 重要業績評価指標 (KPI)

#### 通訳ボランティア新規養成者数【再掲】

現状値 (26年度) → 500名(31年度)

#### ちばバリアフリーマップ\*掲載施設数

現状値 1,687箇所(26年度) → 1,930箇所(31年度)

### ア ハード面でのバリアフリー化

高齢者や障害のある人をはじめとして、すべての人が県内において安心して快適に過ごすことができるよう、鉄道駅でのバリアフリー設備の整備やノンステップバス\*等の導入、歩道等における段差解消や視覚障害者誘導用ブロックの設置等によりバリアフリー化を促進する。

- 旅客施設・車両等のバリアフリー化への支援
- 歩行空間のバリアフリー化の推進 等

### イ ソフト面でのバリアフリー化

介助・支援の方法や語学に関する講習会などを開催し、障害のある人や外国人などに適切に対応できるボランティアを養成する。

また、「ちばバリアフリーマップ」などの充実を図るとともに、障害のある人の個別の状況に応じた適切な対応や、情報提供・コミュニケーションに必要な配慮について周知・普及を図る。

- ボランティアなどの対応力の向上
- ちばバリアフリーマップなどの充実・周知 等

## ウ 心のバリアフリーの推進

障害のある人などに対する理解の促進を図るため、障害のある人などへの配慮の実例等を情報提供することなどにより、周知・啓発を進める。

また、障害のある子どもたちと障害のない子どもたちの交流や共同学習などにより、互いに正しく理解し合い、共に助け合い、支え合って生きていくことの大切さを学ぶための取組を進める。

- 障害のある人などへの理解の促進のための周知・啓発
- 子どもたちへの福祉教育の推進 等

## ⑤ 魅力ある観光地づくり

「選ばれる観光地」として更にステップアップを図るため、目に見えないおもてなしである「安全・安心の確保」、一人ひとりの満足感を高める「質の高いおもてなしの提供」、地域の創意工夫による「観光地としての新たな魅力の創出」に取り組む。

### 重要業績評価指標 (KPI)

#### 観光入込客数【再掲】

現状値	165,930千人(25年)	➔	196,650千人(31年)
-----	----------------	---	----------------

#### ア 観光客の安全・安心の確保

目に見えないおもてなしである「安全・安心の確保」のため、安全で安心なまちづくりの観点から、地域における防犯の拠点となる防犯ボックス\*の設置、防犯カメラなどの機器整備、自主防犯団体\*の結成・活動促進を図り、地域防犯力の向上を図る。

また、災害時には、日本語の理解が十分でない外国人観光客に適切な情報を迅速に伝えることが安心・安全の確保につながることから、多言語による情報提供の充実を図る。

- 観光客の犯罪被害の防止
- 観光客への災害対策等の情報提供 等

#### イ 観光地の受入環境の整備・おもてなし力の向上

千葉に観光に訪れた方が快適に過ごせるよう、トイレの整備の促進や施設のバリアフリー化、憩いの場として豊かな自然とふれ合える自然公園や自然歩道の施設整備を推進するとともに、行きたいときに行きたいところへストレス無く行けるよう観光案内所などの整備や観光地を案内するホームページなどの整備を図る。

また、何度でも訪れたい魅力ある観光地づくりには、おもてなし力の向上が重要なことから、観光事業者等への研修等を推進する。

- 観光地のトイレ整備・美化の促進
- 観光事業者等への研修による「おもてなし力」の向上 等

## ウ 観光地としての新たな魅力の創出

観光地としての新たな需要を開拓していくため、地域が主体となった観光資源の磨き上げや効果的な連携により、催しや企画などの観光プログラムの充実、スポーツツーリズム<sup>\*</sup>の開発等を促進する。

また、観光地に新たな魅力を付加するため、観光客の潜在需要の掘り起こしを進める。

- 参加型体験イベントなどの推進による観光資源の磨き上げ
- スポーツツーリズム等の推進 等

## ⑥ 外国人受入体制の整備

多くの外国人が訪れ、満足する「国際観光地CHIBA」を実現するため言葉の壁などに不自由さを感じることなく安心して快適に過ごすことができるよう「受入環境の整備」を進めるとともに、「和の心」を持ちながら、多様な価値観等を尊重し、外国人からも高い評価を受けるワンランク上の観光地づくりに取り組む。

### 重要業績評価指標(KPI)

#### 外国人延宿泊数【再掲】

現状値 2,667千人泊(26年) → 増加を目指す(31年)

#### 通訳ボランティア新規養成者数【再掲】

現状値 - (26年度) → 500名(31年度)

#### ア 外国人観光客の受入環境の整備

外国人観光客等が言葉の壁や情報収集の不自由さなどを感じることなく、安心して快適に過ごせるよう、観光地でスマートフォンやタブレットなどが使える環境整備を進めるとともに、道路の案内標識や観光案内板等における、英語などの多言語表記等を推進する。

また、外国語による観光ボランティアガイドや通訳ボランティアの育成を図る。

- 道路案内標識、観光案内板等の多言語表記による案内の充実
- 語学ボランティアなどの外国人対応人材の育成
- 外国人向け無料公衆無線LAN<sup>\*</sup>の整備の促進 等

#### イ 外国人へのおもてなし力の向上

千葉を訪れた外国人が満足し、また来たいと思っていただく「国際観光地CHIBA」を実現するためには、関係者のおもてなし力の向上が必須であることから、食文化をはじめとする異文化理解の促進を図る。

また、外国人にアピールできるよう、千葉ならではの資源を活用し、おいしい和食の提供とともに外国人に喜ばれる旅行商品やお土産の開発を進める。

- 学校や地域における外国人とのコミュニケーション力の向上
- 世界各国の生活習慣や食文化へ配慮した「おもてなしの心」の醸成
- おいしい和食の提供などクールCHIBAの推進 等

## ⑦

## 国際交流の促進

世界の国・地域から多くの人々が本県を訪れる機会を生かし、積極的に国際交流や青少年の国際理解を促進し、グローバル人材の育成を図るとともに、大会後にも本県を訪れる外国人をサポートできるボランティア人材の育成に取り組む。

## 重要業績評価指標（KPI）

## 通訳ボランティア新規養成者数【再掲】

現状値 - (26年度)



500名(31年度)

## ア 国際交流と国際理解の促進

オリンピック・パラリンピック大会開催時には、世界から多くの選手、観光客が訪れることから、国際交流団体、市町村、大学等と連携して、国際交流イベント等を開催し、国際交流と国際理解の促進を図る。

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、海外留学への支援や教職員の海外派遣により、社会のグローバル化<sup>\*</sup>に対応し、国際社会で活躍できる人材の育成を目指す。

- 市民参加型の国際交流イベントの開催
- 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 等

## イ ボランティア人材の育成

オリンピック・パラリンピックを契機に訪れる世界各地からの観光客が、障害や年齢、国籍等を問わず、安心して観戦、観光を楽しむことができるとともに、大会後も地域で外国人が安心して過ごせることが重要である。

このため、関係団体・機関と連携して、ボランティア活動に係る普及・啓発の充実や、参加促進に向けた研修等の実施により、通訳ボランティアをはじめとするボランティア人材の確保と育成を図る。

- 通訳ボランティアなどボランティアの養成・確保
- 研修会等を通じたボランティアに対する理解の促進 等

## ⑧ 戦略的な千葉の魅力発信

成田空港を有し、国内外の多くの都市と直結している本県の利点を生かし、様々な媒体の活用を図り、効果的かつ積極的に千葉の魅力を国内外に発信する。

### 重要業績評価指標(KPI)

#### 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 1,578件(26年度) → 増加を目指す(31年度)

#### チーバくん大使\*による情報発信件数

現状値 534件(26年度) → 増加を目指す(31年度)

#### テレビ等メディアで取り上げられた件数

現状値 5,233件(26年度) → 増加を目指す(31年度)

#### ア 全国・世界への幅広い情報発信

千葉県知名度やイメージを高めることにより、観光客の増加、県産品の販売促進、企業誘致の推進などを図るため、各種メディアやプロモーションの実施などにより、海外及び国内に向けて千葉の魅力やオリンピックの開催に向けた取組を発信するとともに、ソーシャルメディア\*の活用など新たな発信手法を開拓し、発信力の強化を図る。また、マスコットキャラクター「チーバくん」を活用して千葉の魅力のイメージ発信を展開する。

- 新たな発信手法の開拓による発信力の強化
- 海外、国内に向けた情報発信
- 映画やテレビ等のロケーションの誘致
- マスコットキャラクター「チーバくん」によるPR

#### イ 千葉県ならではの新たな魅力の発見・磨き上げ・発信

千葉の持つポテンシャルを最大限に生かすため、千葉の隠れた魅力に加え、世界に通用するテーマ(富士山、和食など)で、千葉県ならではの新たな魅力を再発見し、磨き上げ、それを積極的に発信する取組を継続的に実施する。

- 千葉の魅力を表現する「海越しの富士」や「和食」などのコンテンツの発信 等

### ウ 郷土の歴史や文化の発信

地域の活性化につなげるため、県内の文化遺産、郷土芸能や生活文化、景観などの文化資源を見つめ直し、掘り起こし、その魅力を多くの人に知ってもらうとともに、文化芸術活動を促進していく。

- 県内の博物館や文化施設などを活用した新たな魅力の掘り起こし 等

### エ オール千葉での多様な魅力の発信

千葉の強み・特性を最大限に生かし、その魅力を発信するため、国内、海外において、市町村や全県的な組織、事業者と協力し、オール千葉でプロモーションを実施し、県内経済の活性化を図る。

また、その効果を高めるため、知事によるトップセールス<sup>\*</sup>を積極的に行う。

さらに、草の根情報発信として、「チーバくん大使」による千葉の魅力の発信を図る。

- オール千葉でのプロモーションの実施
- 「チーバくん大使」による情報発信