千葉市観光振興ビジョン

魅力向上で回遊・滞在をプラスワン

令和8年11月

千葉市

目次

1　策定の趣旨	……	3
2　日本の観光動向	……	6
3　千葉市観光の現状と課題	……	11
4　戦略の方向性	……	35
5　成果指標・推進体制	……	44
参考資料	……	47

1　策定の趣旨

観光振興ビジョン策定の目的

観光産業は、旅行業、宿泊業、運輸業、飲食業、小売業のみならず、製造業、情報通信業、金融業などにも波及する裾野の広い「総合産業」と言われています。今後、避けることができない人口減少が進む局面では、市内消費が伸びにくくなることも想定されます。その中で、国内外から訪れる人による観光消費は、地域経済に幅広く効果をもたらし、雇用やまちのにぎわいを生み、市民の暮らしを支える力になります。同時に、観光振興の効果はこれらの経済面だけに留まりません。地域の資源を守り、育て、活かすことにより、観光客だけではなく、市民も好奇心や豊かな感情を育み、日常から離れて心身を整えるきっかけを得ることができます。また、人と人の交流を通じて相互理解や友好を深めることにも貢献します。さらに、観光と密接な関係にある、加曽利貝塚、オオガハス、千葉氏、海辺の4つの地域資源は、本市アイデンティティを形成していますが、これらの認知度を高める効果もあります。こうした積み重ねは、市民が自分のまちの価値を再認識し、愛着や誇りなど「シビックプライド」を育てることにもつながります。

本市は、幕張新都心を中心とした大規模MICE*施設、大学・研究機関等の集積、豊かな自然、音楽・スポーツイベントなど多様な資源を有していますが、イベントや買い物など来訪者の訪問スポットは一部に限定されており、観光を十分に楽しめるまちとして認知されていません。

国内外の旅行需要が回復傾向にある一方、人口減少による今後の国内市場の縮小の見込み、観光関連産業における人手不足、コロナ禍を経た旅行者の行動や意識の変化、自治体における宿泊税導入の動きなど、観光を取り巻く環境も大きく変化しています。これら本市の課題や観光の潮流の変化を踏まえ、本市の強みを最大限に活かした観光振興を展開するため、本市が目指すビジョンを策定します。

MICE…企業等の会議（M:Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行(I:Incentive Travel）、国際機関や団体、学会等が行う会議（C:Convention）、展示会・見本市・イベント等(E:Exhibition/Event）の頭文字の総称であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等、地域経済の活性化に資するもの

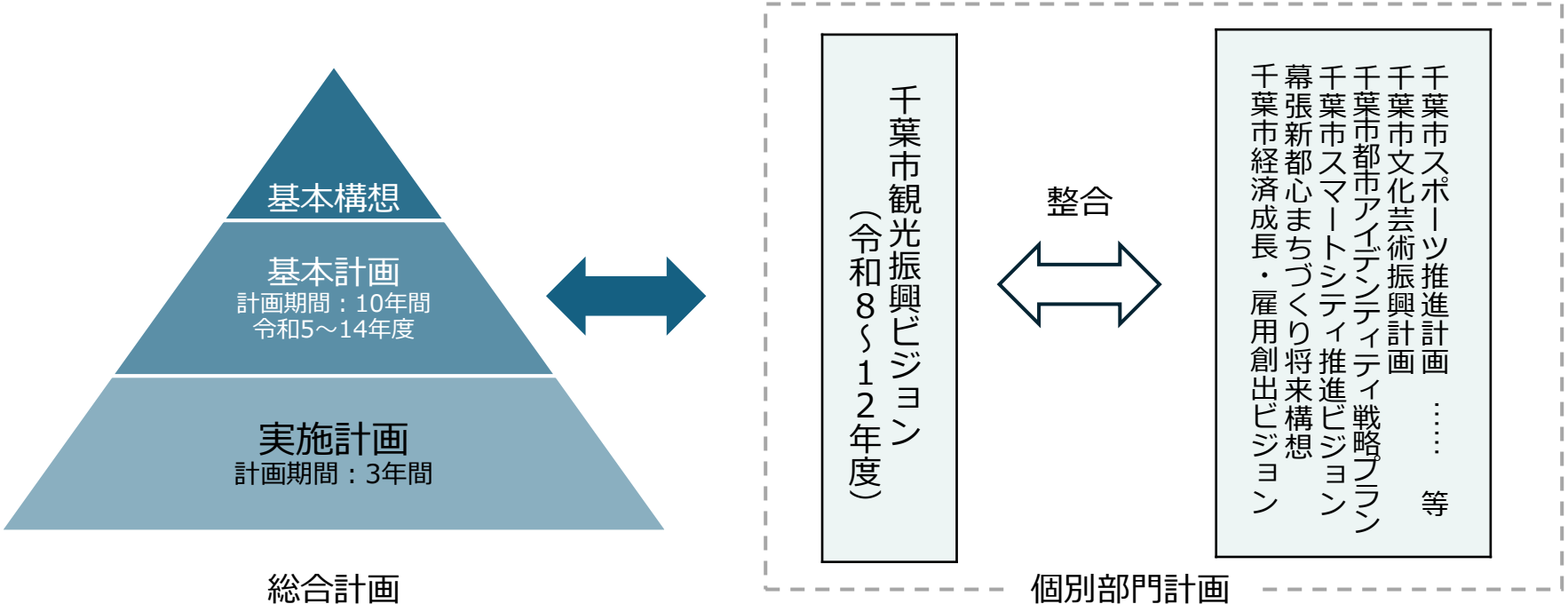
ビジョンの位置づけ

総合計画で掲げるまちづくりを推進するための観光振興の個別部門計画

期間

５年 （令和８～１２年度）

概略図



2　日本の観光動向

観光立国推進基本計画（第５次）概要

観光をめぐる情勢の変化を踏まえ、国は、観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進を図るため、「観光立国推進基本計画」（第５次）を定めています。　（計画期間：令和８～１２年度）

課題・方向性

▼ 観光は、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円(令和7（2025）年速報）、経済波及効果は約19兆円に及ぶなど、地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業。国際相互理解の促進など多面的に重要な意義。

▼ 顕在化している課題として混雑・マナー違反等の個別課題への対応、特定の都市・地域への集中是正など、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠。加えて、深刻な人材不足への対応、観光の高付加価値化、災害や国際情勢等の様々なリスクに対する強靱性の確保などの課題への対応が不可欠。

▼「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」、「観光と交通・まちづくりとの連携強化」、「新技術の活用・ 本格展開」を施策の方向性として位置づけ、地域住民と観光客双方の満足度を向上させ、交流人口・関係人口を拡大するとともに、「住んでよし」「訪れてよし」に加え、「働いてよし」の観光産業の実現を推進するための施策を強力に推進。

施策の柱

①インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立

- 局所的・地域的に生じている混雑・マナー違反等の個別課題への対応
- 地方誘客を進めるための広域的な体制の整備
- 消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実
- 地方部への交通ネットワークの機能強化 等

②国内交流・アウトバウンド拡大

- 休暇の分散・旅行需要の平準化
- 関係人口の創出や二地域居住の促進
- 国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成　等

③観光地・観光産業の強靭化

- 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化
- 観光DX、省力化投資等による生産性向上
- 健全な競争環境の整備
- ユニバーサルツーリズム*など多様なニーズへの対応　等

ユニバーサルツーリズム：高齢や障害等の有無にかかわらず、全ての人が安心して楽しめる旅行

目標【令和12（2030）年】

観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数	100地域
訪日外国人旅行者数	6,000万人
訪日外国人旅行者に占めるリピーター数	4,000万人
訪日外国人旅行消費額	15兆円
訪日外国人旅行消費額単価	25万円
訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数	1.3億人泊
国際会議の開催件数	アジア最上位、世界5位以内
国内旅行消費額	30兆円
日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
日本人の海外旅行者数	過去最高値（2,008万人）超え
宿泊業が創出した付加価値額	6.8兆円

出典：観光庁「観光立国推進基本計画（第５次）素案（概要）」をもとに千葉市にて作成

新たな観光トレンド　日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）

旅行者を受け入れる地域として、観光による地域の生活環境や文化などへの負の影響、感染症を含めた危機や自然災害への対応、さらにはこれらの施策に取り組む体制の整備・強化など、地域の観光振興に対し、「持続可能性」の観点が求められています。

観光庁は、持続可能な観光地経営の実現に向けた新たな指針として「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D*）」を策定し、持続可能な観光地マネジメントを行うための指標を示しました。これは、持続可能な観光の国際基準「GSTC-D*」に準拠した日本独自の指標であり、オーバーツーリズムなどの課題を克服し、地域が長期的な視点で発展することを目指すものです。

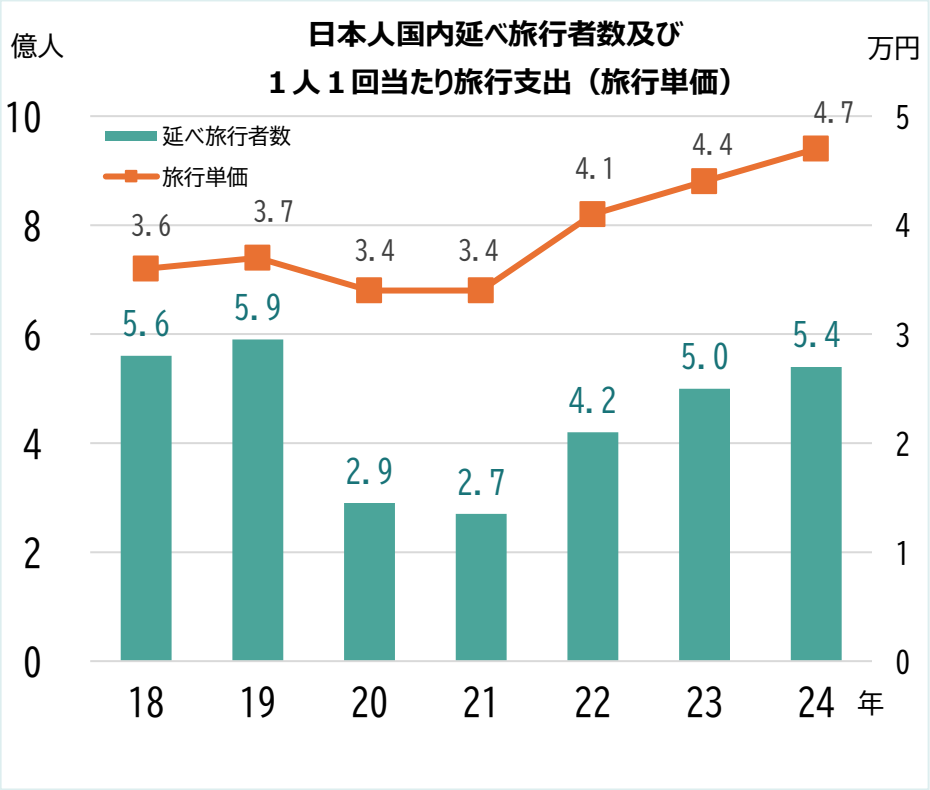
本ビジョンにおいても、JSTS-Dの考え方を参考に、千葉市における持続可能な観光地域づくりを推進します。



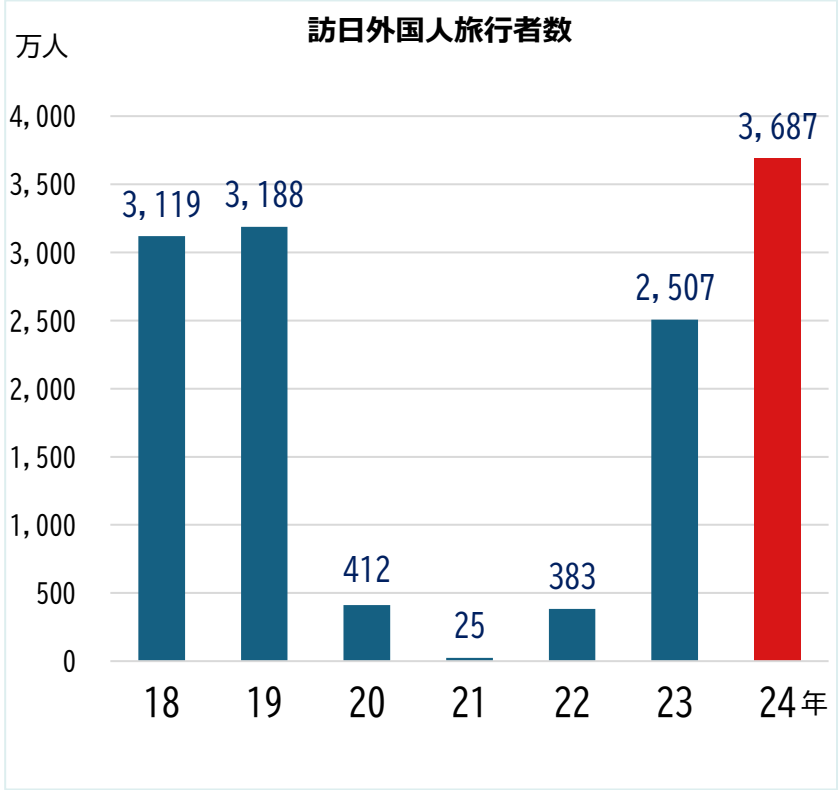
GSTC-D：Global Sustainable Tourism Criteria for Destinationsの略。国連加盟国で観光地が最低限遵守すべき項目として位置づけられた持続可能な観光地経営のための指標。

JSTS-D：Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations の略。JSTS-D は、「持続可能なマネジメント」、「社会経済のサステナビリティ」、「文化的サステナビリティ」、「環境のサステナビリティ」の4 分野からなる持続可能な観光地マネジメント行うための支援ツール。観光政策や計画の策定に資するガイドラインとして活用する自己分析ツールの機能、地域が一体となって持続可能な観光地域づくりに取り組むためのコミュニケーションツールの機能、観光地域としてのブランド化・国際競争力の向上のためのプロモーションツールの機能を持つ。

国内・訪日外国人旅行者数



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2024年確報）



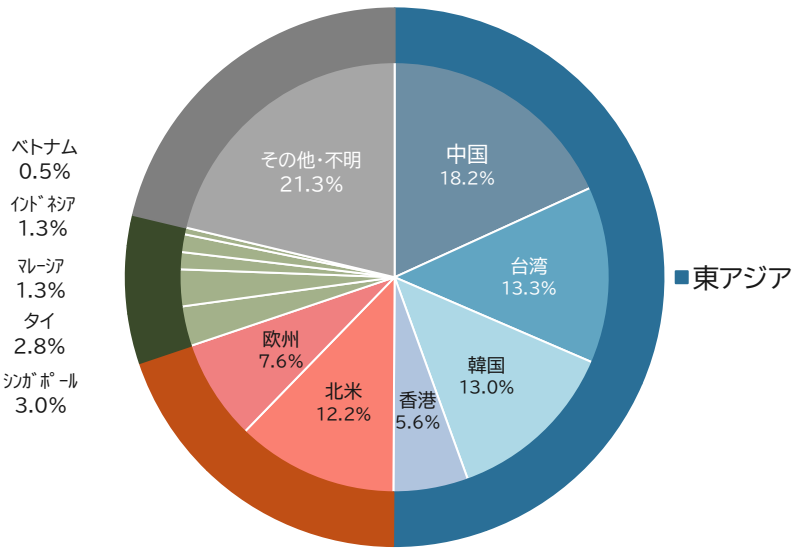
出典：観光庁「令和７年版観光白書について（概要版）」

国内全体の傾向としては、訪日外国人旅行者数は急増する一方で、日本人国内旅行者数は伸び悩んでいます。

外国人宿泊者、支出

2024年国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者の割合

総数 13,853万人泊



出典:観光庁「宿泊旅行統計調査（2024年・年間値(確定値)）」より千葉市作成

2024年暦年 (確報) (円/人) (泊)

	国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出 総額	前年比	2019年比	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他	平均泊数 注	前年差	2019年差
	全国籍・地域	**226,851**	+6.6%	+43.1%	76,743	48,907	24,398	10,706	66,046	50	9.0	-1.1泊	+0.1泊
一般客	韓国	109,103	+2.6%	+43.3%	34,588	29,600	9,253	6,797	28,853	12	4.2	-0.5泊	-0.9泊
	台湾	187,512	-0.8%	+58.5%	53,784	39,074	18,066	8,006	68,554	28	6.0	-1.0泊	-0.1泊
	香港	248,882	+9.5%	+59.6%	74,018	53,767	22,856	8,896	88,905	441	6.8	-0.4泊	+0.7泊
	中国	276,604	-13.6%	+30.0%	73,143	49,728	21,995	12,378	119,351	10	9.2	-7.0泊	+1.8泊
	タイ	197,305	+2.0%	+50.1%	60,734	45,362	22,236	6,541	62,322	109	8.0	-1.3泊	-0.8泊
	シンガポール	291,047	+0.4%	+67.6%	109,422	65,855	29,906	10,258	75,592	14	8.9	-0.4泊	+1.4泊
	マレーシア	216,437	-3.4%	+62.4%	74,159	45,649	27,279	12,487	56,849	14	9.5	-0.0泊	+0.0泊
	インドネシア	215,034	+8.4%	+64.0%	73,871	43,263	29,679	10,090	58,086	46	13.6	-0.2泊	+1.3泊
	フィリピン	185,518	+4.6%	+71.9%	57,627	37,889	18,977	9,279	61,747	0	15.1	-1.0泊	-5.8泊
	ベトナム	221,401	+4.8%	+25.0%	73,637	50,967	21,930	9,685	65,181	1	35.4	+5.3泊	-0.7泊
	インド	241,590	+4.3%	+53.6%	104,283	46,897	34,608	8,738	47,051	13	16.3	-6.2泊	-0.2泊
	英国	381,318	+16.4%	+58.1%	169,708	82,359	53,886	19,284	56,046	35	13.2	-2.1泊	+1.2泊
	ドイツ	333,027	+10.4%	+65.3%	151,557	75,596	49,681	11,779	44,415	1	16.3	+0.9泊	+2.2泊
	フランス	360,952	+9.6%	+52.0%	148,420	78,897	55,957	14,529	63,123	26	16.7	-0.8泊	-0.5泊
	イタリア	358,471	+7.2%	+79.7%	146,699	84,837	65,263	13,911	47,760	0	13.2	-0.6泊	+0.5泊
	スペイン	368,428	+9.6%	+66.5%	147,328	82,006	68,199	16,577	54,318	0	14.1	-2.1泊	+0.8泊
	ロシア	327,325	+26.5%	+78.9%	122,328	75,522	44,120	14,869	70,487	0	15.4	-5.4泊	-3.4泊
	米国	331,976	+11.8%	+75.3%	142,256	72,435	42,384	16,560	58,336	5	12.1	-0.0泊	-0.3泊
	カナダ	306,272	+10.4%	+68.5%	125,112	69,351	42,764	14,504	54,539	2	12.2	-0.1泊	+0.2泊
	オーストラリア	380,492	+11.7%	+53.5%	162,803	81,221	49,598	29,704	57,127	40	13.9	+0.0泊	+1.0泊
	その他	354,834	+10.5%	+60.2%	146,116	78,781	51,535	14,905	63,486	10	16.8	-2.2泊	+0.5泊

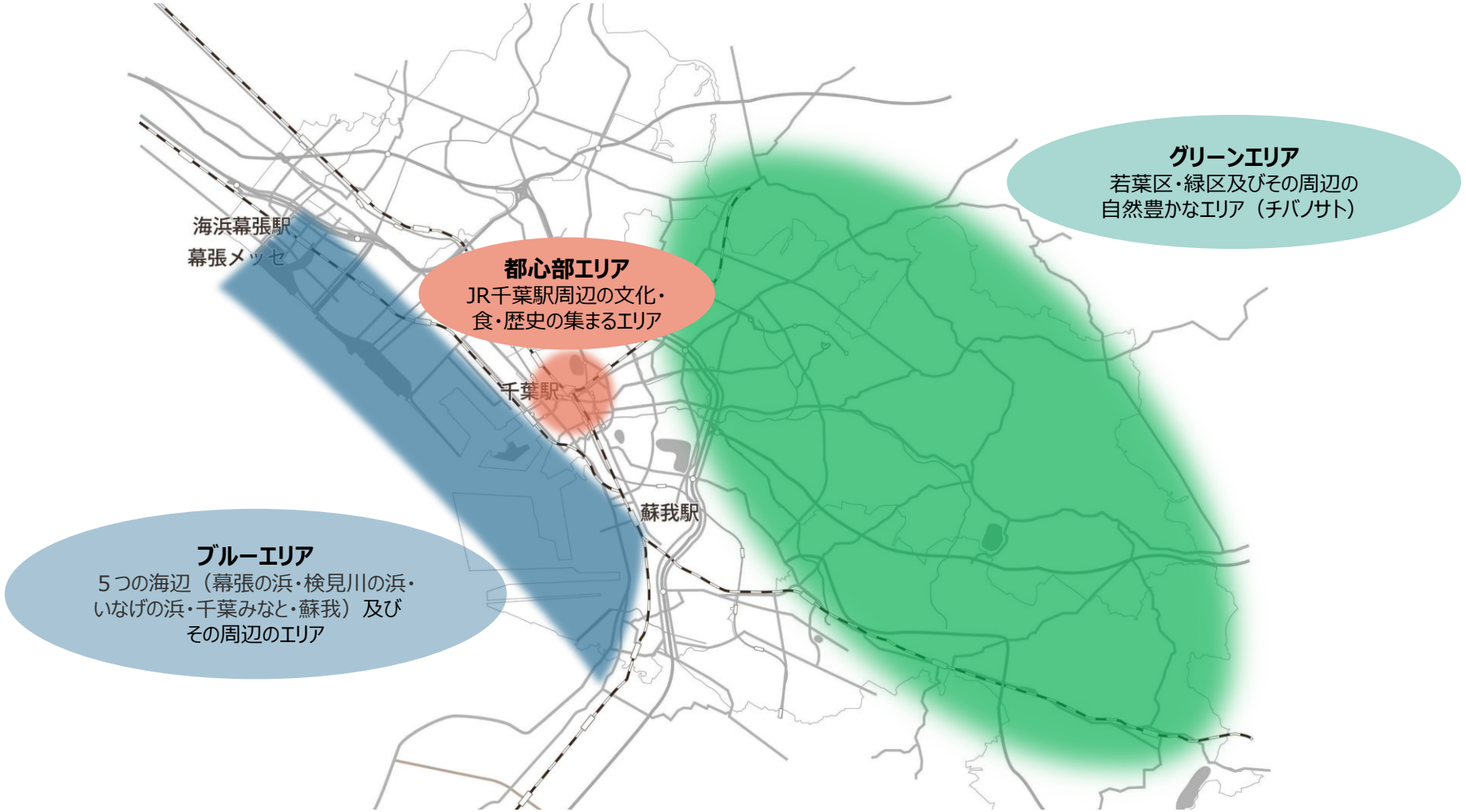
出典:観光庁「インバウンド消費動向調査 2024年年間調査結果概要」

全国の外国人延べ宿泊者の国籍別の割合は、中国、台湾、韓国の順で多く、東アジアで約５割を占めています。
訪日外国人１人当たり旅行支出は約22万7千円で、平均泊数・平均消費額は欧米豪が全体を上回っています。

3　千葉市観光の現状と課題

千葉市の観光の現状　エリアの説明

首都機能の一翼を担う、交通結節性の高い大都市として発展する一方、海辺やゆるやかに流れる河川、里山など、自然環境にも恵まれていることから、本市をブルーエリア、都心部エリア 、グリーンエリアの３つの観光エリアに分け、各エリアの特色ある文化・歴史・芸術・まちなみ等の地域資源を活かした賑わいづくりやプロモーションを行っています。



千葉市の観光の現状　公園

都市としての交通利便性を持ちながら、川辺や海辺、緑の豊かさに触れられる環境は、本市ならではの強みです。

特に千葉公園、千葉市動物公園、稲毛海浜公園、泉自然公園、昭和の森、花島公園、県立幕張海浜公園などは、歴史・文化・自然を活かした取組みが進められており、地域の生活を支えるとともに、観光の拠点にもなっています。

こうした公園などについて、多様な人々が楽しめるよう、バリアフリー化や老朽化した施設・設備の機能を向上させるなど、魅力ある観光スポットとして磨き上げていくことが求められています。


千葉公園


花島公園


千葉市動物公園


昭和の森


泉自然公園


稲毛海浜公園


県立幕張海浜公園

千葉市の観光の現状　文化・スポーツ・集客施設やまちなみ

千葉市には、文化・スポーツをはじめとした集客施設が市内各地に立地しています。イベントやスポーツ観戦などをきっかけに来訪する方が多い一方で、それぞれの施設が点在しています。移動の円滑化、ウォーカブルなまちなみ整備や千葉都市モノレールの魅力向上など移動そのものが楽しめる仕掛けづくり、移動する時間をかけても訪れたくなるような施設の高付加価値化が求められています。


千葉市美術館


千葉市立郷土博物館


千葉ポートタワー


中央公園プロムナード


千葉都市モノレール


ZOZOマリンスタジアム


BOTANICA MUSEUM

千葉市の観光の現状　イベント・大型フェスの開催

国内有数の複合コンベンション施設の幕張メッセがあり、グローバルMICE都市*として国際会議や展示会の誘致・開催を推進しているほか、国内有数の音楽フェスやアクションスポーツの国際競技会の開催実績があり、イベントを目的とした観光客が多くみられます。一方で、イベント終了後、駅や周辺飲食店の混雑も確認されています。



幕張ビーチ花火フェスタ

■イベント・大型フェス開催実績

イベント名	会場	来場者数（人）
第50回千葉の親子三代夏祭り（2025年）	中央公園及び周辺エリア	415,000
ROCK IN JAPAN FESTIVAL　2025	蘇我スポーツ公園	300,000
COUNTDOWN JAPAN　25/26	幕張メッセ	207,000
JAPAN JAM　2025	蘇我スポーツ公園	156,931
ニコニコ超会議　2026	幕張メッセ	138,228
SUMMER SONIC TOKYO　2025	幕張メッセ、ZOZOマリンスタジアム	112,000
幕張ビーチ花火フェスタ2025	幕張海浜公園　他	84,000
X Games Chiba 2024	幕張メッセ	30,000



ROCK IN JAPAN FESTIVAL

グローバルMICE都市：MICE誘致競争を牽引することができる実力のある都市を育成するために観光庁が選定。千葉市を含め、国内で12都市が選定されている。

千葉市の観光の現状　プロスポーツチーム

千葉市をホームタウンとする野球、サッカー、バスケットボール等の多様なプロスポーツチーム及びこれらの本拠地となるスタジアム、アリーナがあり、市内外からの多くの観客が訪れていることは、本市の観光振興における強みです。

■プロスポーツチームの試合数及び観客動員数

チーム名	ホームスタジアム・アリーナ	試合数	延べ観客数（人）	備考
千葉ロッテマリーンズ	ZOZOマリンスタジアム	72	1,873,323	2025シーズン
ジェフユナイテッド千葉	フクダ電子アリーナ	19	295,431	2025シーズン
アルティーリ千葉	千葉ポートアリーナ	30	163,600	2025-26シーズン

© C.L.M
© JEFUNITED

千葉市をホームタウンとするプロスポーツチームのロゴ



千葉ロッテマリーンズ



ジェフユナイテッド千葉



アルティーリ千葉

千葉市の観光の現状　千葉市へのアクセス

■千葉市の位置関係



■主要駅までの所要時間(鉄道での移動)

	東京駅	羽田空港	成田空港
千葉駅	約40分	約70分	約40分
海浜幕張駅	約35分	約55分	約60分

■成田空港就航都市数

国際線	101都市103路線(40か国3地域)
国内線	18都市19路線

※2026年4月5日～18日に集計したデータに基づく

■主要空港までの所要時間(自動車での移動)

主要空港までの自動車での所要時間

	千葉市	さいたま市	横浜市	川崎市	相模原市
成田空港	35 分	1 時間 10 分	1 時間 10 分	1 時間 5 分	1 時間 35 分
羽田空港	40 分	40 分	20 分	15 分	50 分

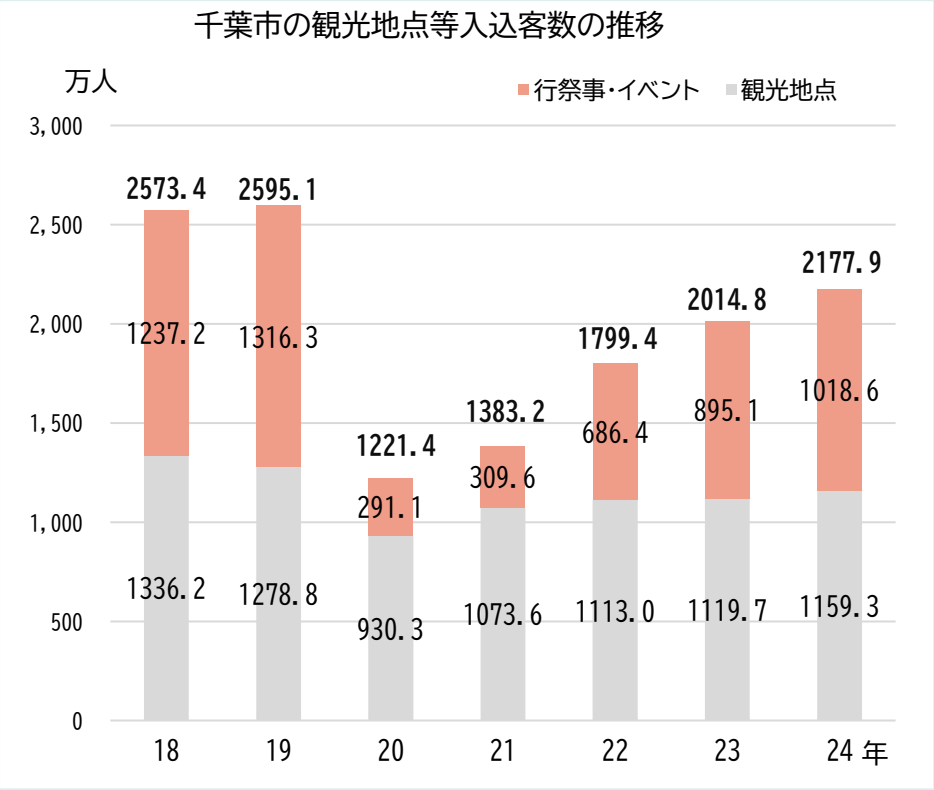
千葉市は、東京都心、成田空港や羽田空港への距離も近く、国内外の人流を取り込むポテンシャルを有しています。

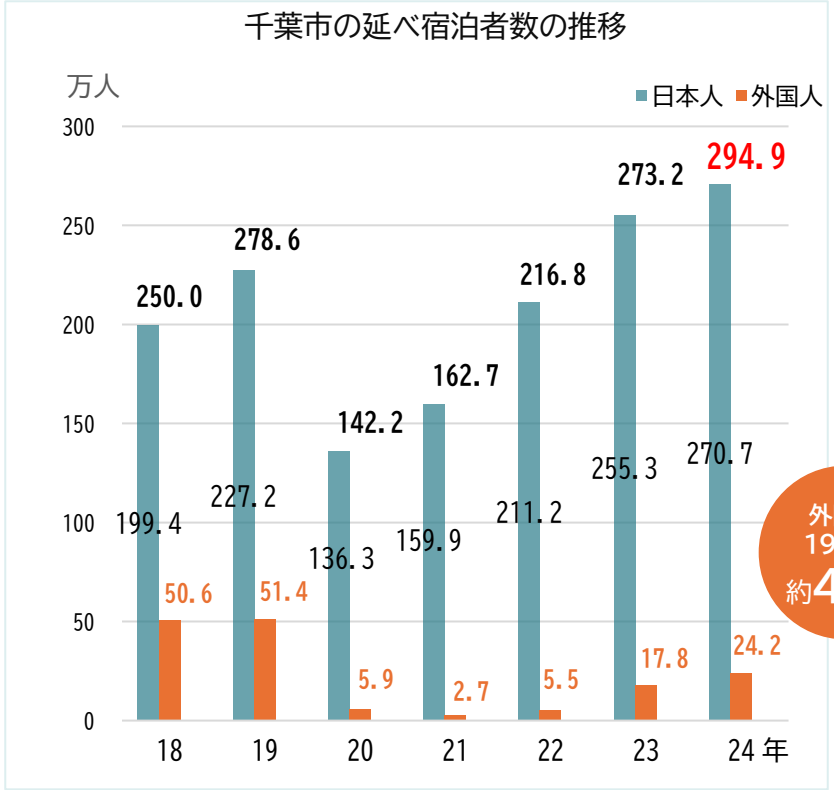
東京都心や成田空港、房総へとつながる鉄道の起点駅や主要駅(JR千葉駅・海浜幕張駅・蘇我駅)を擁しており、人流の拠点となっています。

成田空港は多くの国際線やLCC(格安航空会社)路線が就航しており、多くの日本人・外国人が空港起点で移動するため、空港からの近接性は千葉市の観光・MICE 振興における強みです。

データから見る千葉市の観光の現状 観光客数、宿泊者数の推移

日本人・外国人合計の延べ宿泊者数は過去最高値を更新



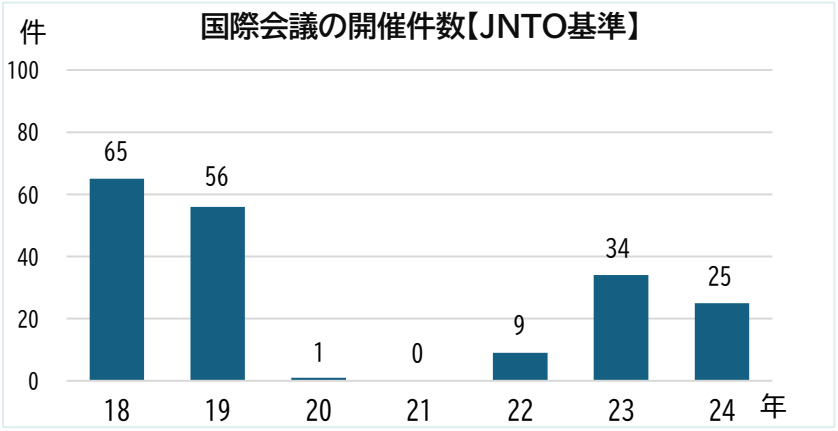


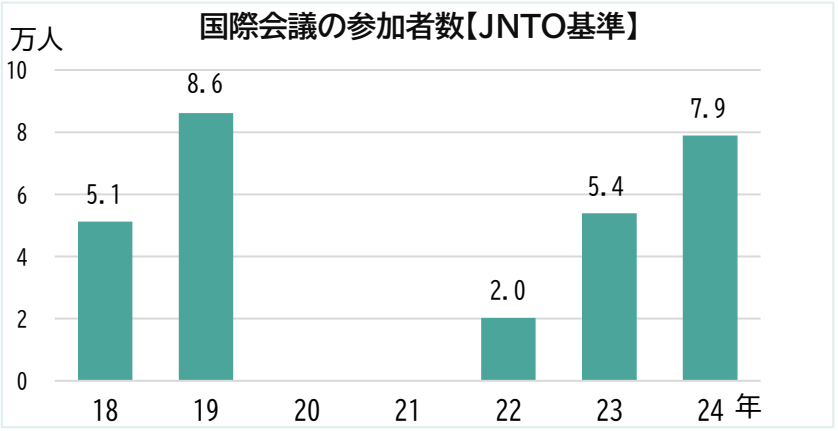
外国人19年の約47%

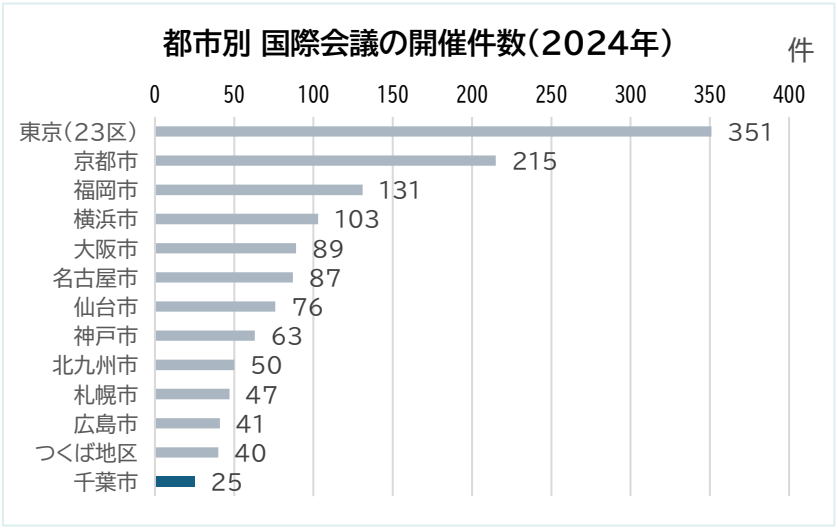
※千葉市調査による

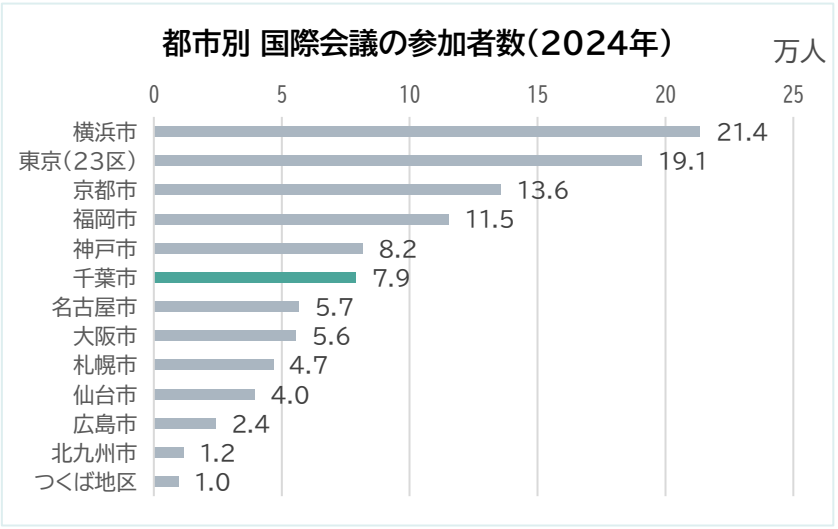
令和６（2024）年の調査結果では、行祭事・イベントで千葉市に来る人が約半数を占めています。
また、日本人・外国人合計の延べ宿泊者数は過去最高値となっています。外国人宿泊者数は令和元（2019）年（コロナ禍前）の47%となっており、全国的に旺盛なインバウンド需要に対して回復途上にあります。

データから見る千葉市の観光の現状 国際会議【JNTO基準】*の開催件数







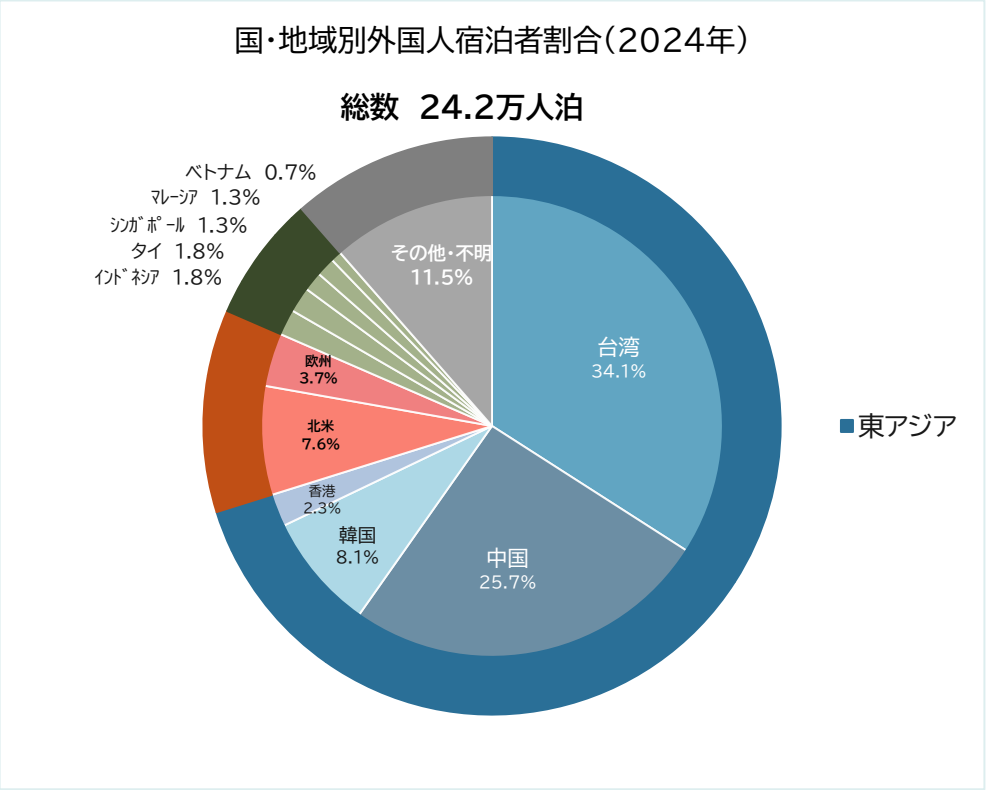


出典:JNTO「国際会議統計」より千葉市作成

令和6（2024）年の数値は令和元（2019）年（コロナ禍前）に比べて低い水準となっています。

JNTO基準：日本政府観光局（JNTO）による国際会議の定義。次の４つの条件を全て満たす会議を国際会議としている。
① 主催者：「国際機関・国際団体（各国支部を含む）」又は「国家機関・国内団体」 ② 参加者総数：50名以上 ③ 参加国数：日本を含む3居住国・地域以上
④ 開催期間：1日以上

データから見る千葉市の観光の現状 外国人宿泊者



国・地域別延べ宿泊者数（2024年）

国・地域	延べ宿泊者数（人泊）
台湾	82,527
中国	62,239
韓国	19,692
北米	18,440
欧州	9,038
香港	5,529
インドネシア	4,409
タイ	4,310
オーストラリア	3,634
マレーシア	3,266
シンガポール	3,207
ベトナム	1,815
その他	23,800
不明	322

※千葉市調査による

千葉市内の外国人延べ宿泊者数は台湾、中国、韓国の順になっています。
東アジアで７割を占めていて、全国のデータ（東アジアで５割）に比べ高くなっています。

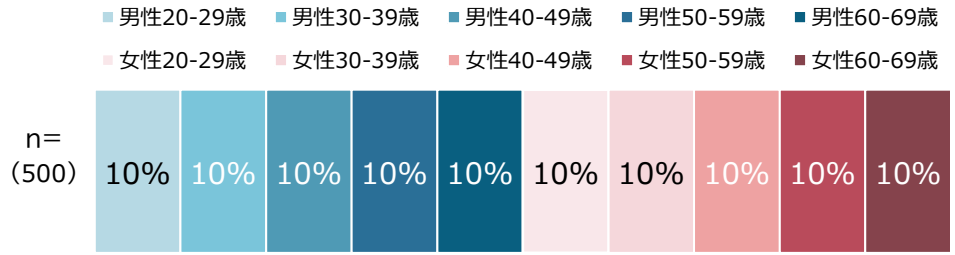
アンケート調査から見る千葉市の観光の現状 日本人・外国人旅行者アンケートの対象

	（日本人）千葉市来訪者調査　調査概要	外国人旅行者調査　調査概要
実施方法	インターネット調査	対面調査 ※外国人調査員を起用し、調査票は、英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語の４言語を準備
対象者	●直近1年以内の千葉市訪問経験者 ●20歳～69歳一般男女 ※帰省・ビジネスのみの訪問者を除く	●調査地点を訪れた外国人旅行者 ※ファミリー、カップル、グループ、ツアー客等、同行者扱いとなる複数人での訪問者は１人を対象とする。
サンプルサイズ	500s　※性×年代（20代～60代）均等割付	402s
調査エリア	●東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県居住者 ※千葉市及び以下近隣市町村を除く 佐倉市、四街道市、習志野市、八千代市、八街市、東金市、大網白里市、茂原市、市原市	①ＪＲ千葉駅中央改札前 ②ＪＲ海浜幕張駅付近
調査期間	令和7（2025）年8月	令和7（2025）年 ①8月7日(木) ②8月9日(土)～11日(祝)、29日(金) ～31日(日)

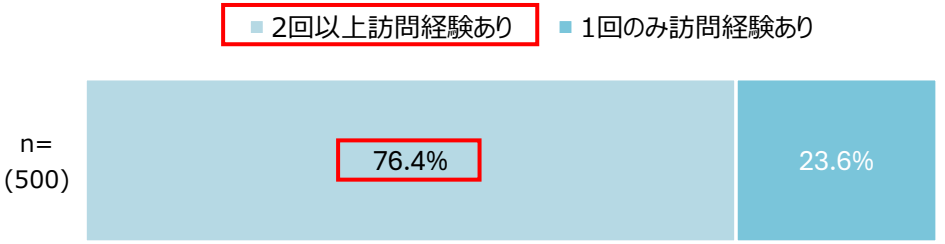
アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　千葉市来訪者調査 回答者のプロフィール

直近１年間に千葉市に来たことがある、１都３県（神奈川県、埼玉県、千葉県）在住の20歳～69歳の一般男女500人に対するインターネット調査

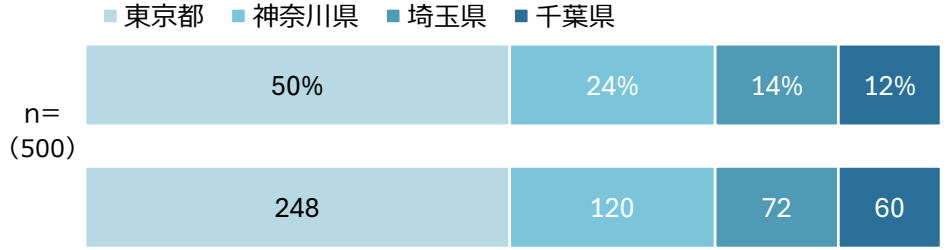
性年代　20代～60代男女均等割付



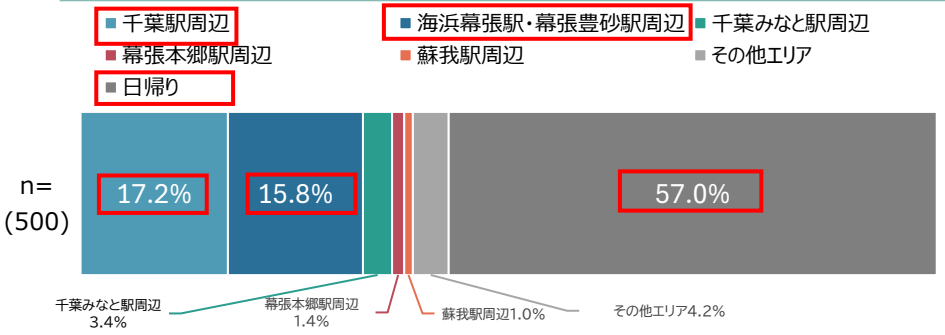
千葉市リピーター率　「今まで何回位千葉市を訪れていますか」の回答結果



居住地



千葉市での宿泊　「直近の千葉市旅行では、宿泊はされましたか」の回答結果

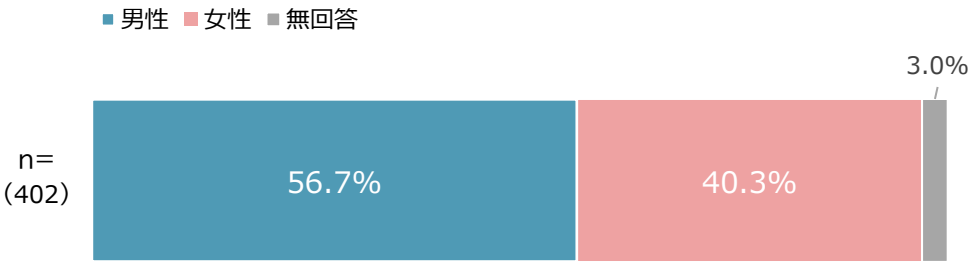


アンケート回答者のうち、「２回以上訪問経験がある」人（リピーター）が７割以上です。
半数以上が日帰り客で、宿泊は千葉駅周辺と海浜幕張・幕張豊砂駅周辺に集中しています。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　外国人旅行者調査 回答者のプロフィール

千葉駅及び海浜幕張駅周辺での外国人旅行者402人に対する対面調査

性別



出入国空港

n=
(402)

	n	入国空港 成田空港	羽田空港	その他	無回答	出国空港 成田空港	羽田空港	その他	無回答
全体	402	74.1	21.1	2.5	2.2	59.0	23.1	2.2	15.7
東アジア計	225	72.4	22.2	2.2	3.1	59.1	26.7	0.9	13.3
中国	115	65.2	26.1	3.5	5.2	44.3	33.9	0.9	20.9
台湾	55	70.9	25.5	1.8	1.8	63.6	27.3	1.8	7.3
香港	43	88.4	11.6	-	-	83.7	11.6	-	4.7
韓国	11	90.9	9.1	-	-	90.9	9.1	-	-
東南・南アジア計	57	84.2	12.3	-	3.5	61.4	5.3	5.3	28.1
北米計	32	75.0	25.0	-	-	62.5	25.0	-	12.5
ヨーロッパ計	34	61.8	23.5	14.7	-	41.2	32.4	11.8	14.7
オセアニア計	14	85.7	14.3	-	-	78.6	14.3	-	7.1
その他計	29	82.8	17.2	-	-	65.5	17.2	-	17.2

(%)

※ 全体を5%以上上回る値

居住国・地域

n=
(402)

東アジア計	225
中国	115
台湾	55
香港	43
韓国	11
モンゴル	1
東南・南アジア計	57
シンガポール	7
インドネシア	11
マレーシア	4
ベトナム	8
タイ	6
ネパール	6
フィリピン	3
インド	9
スリランカ	3
北米計	32
アメリカ	24
カナダ	8

ヨーロッパ計	34
イギリス	6
ドイツ	5
オランダ	3
フランス	3
スペイン	2
フィンランド	1
チェコ	1
アイルランド	1
ポルトガル	1
ポーランド	1
トルコ	9
イタリア	1
オセアニア計	14
オーストラリア	14
ニュージーランド	0
その他計	29
南アフリカ	17
イスラエル	1
エチオピア	1
チリ	2
ブラジル	3
ナミビア	2
メキシコ	1
アフガニスタン	1
パキスタン	1

(件)

千葉駅、海浜幕張駅にいる外国人旅行者の７割以上が成田空港から入国し、約６割が成田空港から出国しています。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　千葉市訪問時の他の訪問先

（日本人）千葉市来訪者調査での設問「直近で千葉市を訪れた際に、千葉市以外に訪れた地域を全てお答えください」の回答結果（複数回答）
※「千葉市は日帰り」は日帰り旅行者又は千葉市以外の都市の宿泊者

		東京ディズニーリゾート®	千葉県内の観光地	東京	神奈川（横浜・箱根等）	その他	千葉市のみ訪問
日本人	全体(500s)	42.8	12.8	21.6	16.2	1.4	34.0
	千葉市は日帰り(285s)	30.5	13.7	17.5	15.1	1.4	45.3
	千葉市宿泊(215s)	59.1	11.6	27.0	17.7	1.4	19.1

(%)

外国人旅行者調査での設問 「今回のご旅行で、千葉市以外に訪れる日本国内の地域を全てお答えください」の回答結果（複数回答）

		東京ディズニーリゾート®	千葉県内の観光地	東京	神奈川（横浜・箱根等）	その他関東圏	北海道	東北	中部	京都	大阪	その他関西圏	中国・四国	九州・沖縄
外国人	全体(402s)	39.8	17.2	74.1	18.4	4.7	10.0	3.2	3.7	24.1	31.1	7.2	3.2	3.5
	千葉市は日帰り(199s)	37.7	10.1	78.9	16.6	2.0	7.0	2.0	2.5	23.6	34.7	5.0	1.5	3.5
	千葉市宿泊(167s)	44.9	26.9	66.5	18.6	7.2	15.0	4.8	5.4	26.9	29.3	9.0	5.4	3.6

(%)

外国人について千葉市内宿泊の有無は一部無回答あり

千葉市は、東京方面の訪問にあわせて宿泊地として選ばれている傾向が見られます。
また、外国人は、大阪、京都、北海道など遠方も周遊している旅行者が多く、成田空港利用者が他地域への旅行の前後に立ち寄っているケースが多いことが確認できます。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　満足度、再訪意欲

（日本人）千葉市来訪者調査での設問「千葉市の旅行について、あなたはどの程度満足されましたか。項目別にお答えください。」
外国人旅行者調査での設問「あなたは、千葉市をまた訪れたいと思いますか」の回答結果

満足度（%）

日本人

評価項目	満足	やや満足	やや不満	不満
総合満足度	23.4	54.3	2.0	0.6
訪問地	31.7	49.7	1.0	0.8
市内の移動	21.0	38.5	6.6	2.1
案内表示や観光情報	20.3	36.5	4.1	1.3
公衆無線LAN環境	16.7	32.3	9.0	2.8
WEB上での観光情報	18.1	36.9	2.8	1.5
食事	28.3	46.7	3.7	0.6
宿泊施設	23.0	46.6	3.7	2.1

外国人

評価項目	満足	やや満足	やや不満	不満
総合満足度	62.5	28.3	1.2	0.6
訪問地	72.1	20.1	1.1	0.0
市内の移動	63.5	23.5	1.7	0.3
案内表示や観光情報	55.9	25.8	2.3	0.3
公衆無線LAN環境	46.9	22.4	5.6	0.0
WEB上での観光情報	52.9	25.5	3.9	0.0
食事	59.5	25.4	3.2	0.6
宿泊施設	61.5	20.3	2.0	0.0

再訪意欲（%）

日本人

評価項目	また訪れたいと思う・やや思う	思わない・あまり思わない
再来訪意向	82.2	2.6

外国人

評価項目	また訪れたいと思う・やや思う	思わない・あまり思わない
再来訪意向	79.6	1.2

いずれの評価項目においても、不満を持つ来訪者は少ない傾向があります。
相対的に見ると、「案内表示や観光情報」、「公衆無線LAN環境」、「WEB上での観光情報」の項目に「満足」と回答した人の割合が少ない傾向があります。

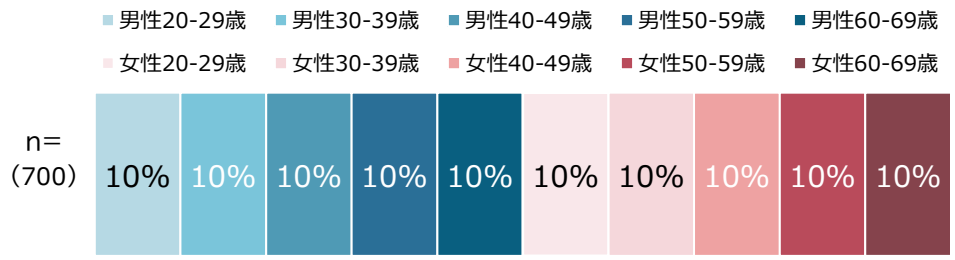
アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　日本人ターゲット市場調査の対象

ターゲット市場調査　調査概要	
実施方法	インターネット調査
対象者	●20～69歳一般男女 ●最近1年間の国内旅行経験者(宿泊／日帰りのいずれか) ※帰省・ビジネスのみの訪問者を除く
サンプルサイズ 有効回収数	700s　※性×年代（20代～60代）均等割付 最近3年以内の来訪経験者：222s＋最近３年以内の来訪未経験者：120s＋来訪未経験者：358s
調査エリア	●東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県居住者 ※千葉市及び以下近隣市町村を除く 佐倉市、四街道市、習志野市、八千代市、八街市、東金市、大網白里市、茂原市、市原市
調査期間	令和7（2025）年8月

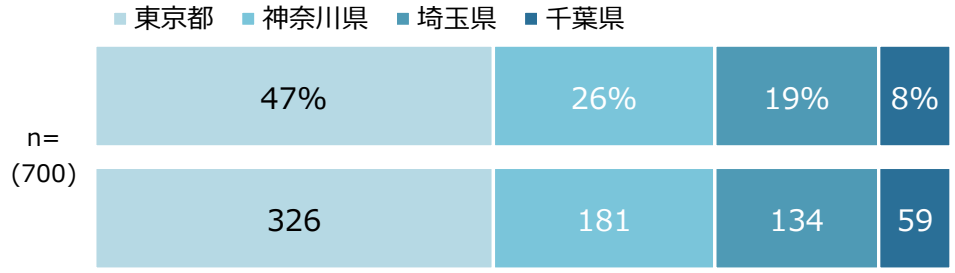
アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　日本人ターゲット市場調査回答者のプロフィール

最近1年間に国内旅行（日帰り・宿泊を問わない）をしている、１都３県（神奈川県、埼玉県、千葉県）在住の20歳～69歳の一般男女700人に対するインターネット調査

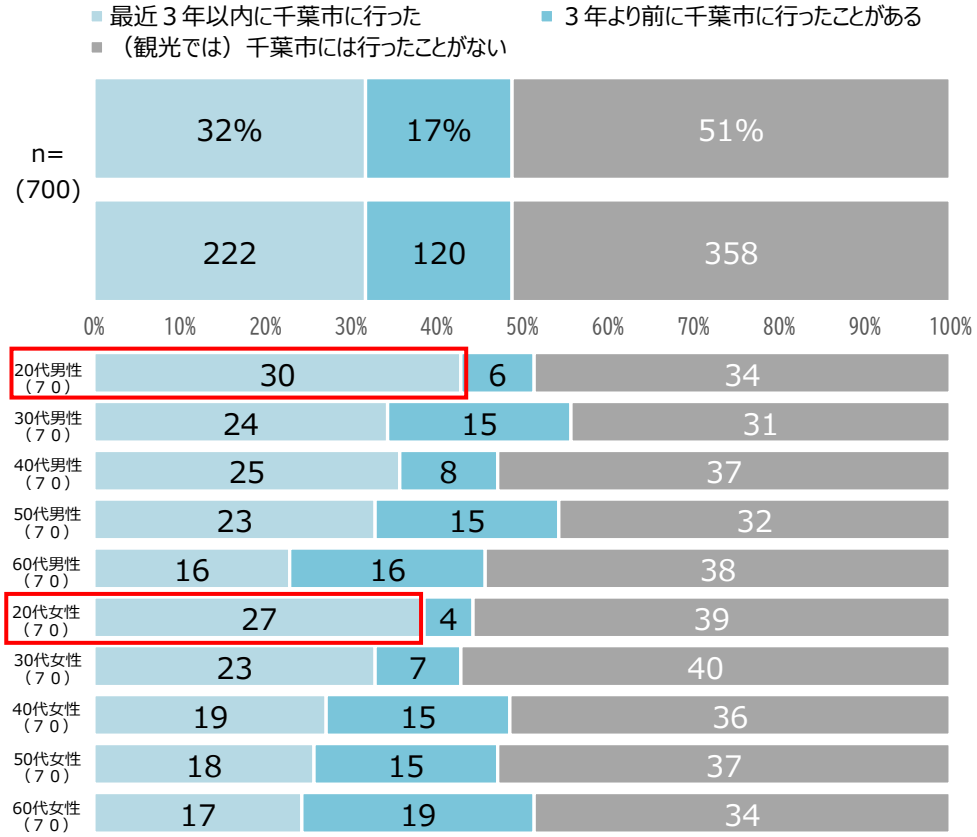
性年代　20代～60代男女均等割付



居住地



千葉市の来訪経験



他の年代に比べ、若年層（20代の男女）が直近３年以内に千葉市に来ている比率が高くなっています。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　各スポットの認知度

日本人ターゲット市場調査での設問「次に挙げる千葉市の観光スポット、行事・イベントなどでご存知のものを全てお答えください」の回答結果（複数回答）

	サンプル数（s）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	幕張ビーチ花火フェスタ	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚	なし	
全体	700	51.0	88.3	48.7	27.9	9.0	16.6	8.9	21.7	10.4	7.3	7.4	20.9	6.6	10.6	9.1	8.4	4.6	2.9	5.6	6.9	(%)
最近３年千葉市訪問経験あり	222	58.1	89.2	60.8	34.2	14.9	19.8	11.3	27.5	17.1	9.5	10.8	31.1	9.9	14.9	15.8	12.6	8.6	5.0	4.1	5.0	
最近３年千葉市訪問経験なし	120	59.2	94.2	52.5	27.5	11.7	20.0	14.2	33.3	11.7	12.5	7.5	18.3	6.7	11.7	10.0	12.5	5.0	5.0	9.2	2.5	
観光で千葉市訪問経験なし	358	43.9	85.8	39.9	24.0	5.9	13.4	5.6	14.2	5.9	4.2	5.3	15.4	4.5	7.5	4.7	4.5	2.0	0.8	5.3	9.5	

スポットの認知度は、「幕張メッセ」88.3%、「海浜幕張エリアショッピングモールＡ」51.0%、「海浜幕張エリアショッピングモールＢ」48.7%が高いほか、「スポーツ観戦」（野球、サッカー、バスケットボールチームの存在）や「音楽フェス（SUMMER SONIC等が開催されていること）」についてもよく知られています。一方で、認知度が低いスポットも多く見られます。

首都圏においても、千葉市の歴史的スポットや農業、文化施設などを認知している人は少ない傾向が見られます。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　各スポットの訪問率

アンケート対象者700人のうち、観光で千葉市に訪れたことがある342人への設問
「次に挙げる千葉市の観光スポット、行事・イベントなどで今までに訪れたことのあるものを全てお答えください」の回答結果（複数回答）

	サンプル数（s）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	幕張ビーチ花火フェスタ	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚
全体	342	37.4	69.6	35.4	13.2	5.6	10.0	3.5	12.3	7.3	5.0	2.0	9.1	3.3	6.7	5.0	2.0	1.8	0.9	1.7
最近３年千葉市訪問経験あり	222	41.0	71.6	39.6	15.8	6.8	9.5	3.6	12.2	9.0	3.6	2.7	12.2	4.1	6.3	7.2	2.7	1.8	0.5	0.9
最近３年千葉市訪問経験なし	120	30.8	65.8	27.5	8.3	3.3	10.8	3.3	12.5	4.2	7.5	0.8	3.3	1.7	7.5	0.8	0.8	1.7	1.7	3.3

(%)

幕張メッセや海浜幕張エリアのショッピングモールへの来訪が中心となっています。

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　宿泊事業者アンケートの対象

宿泊事業者へのアンケート概要

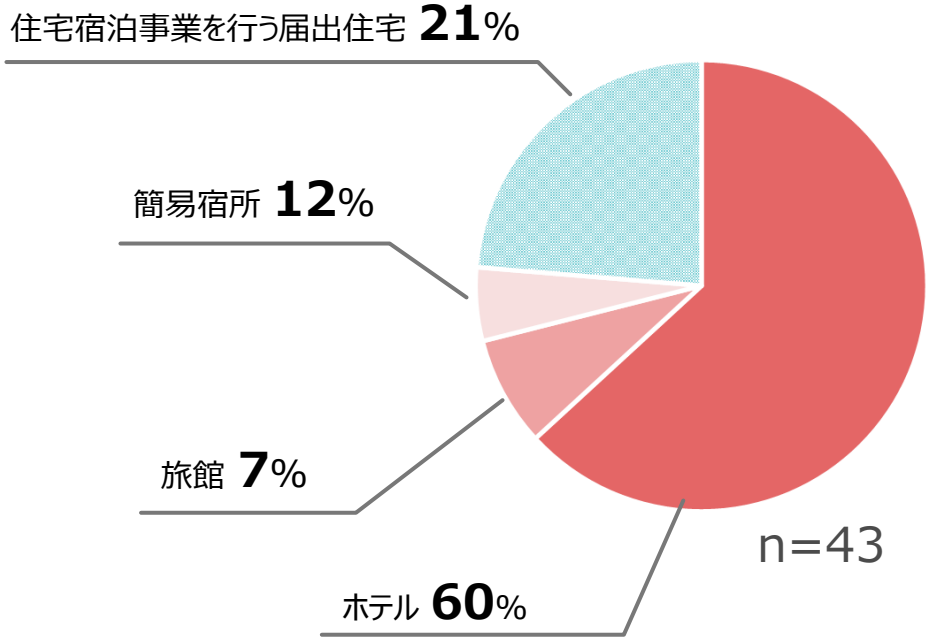
実施方法	郵送・メールによる配布、WEB等による回収
対象者	●千葉市内の宿泊事業者（ホテル・旅館、簡易宿所、住宅宿泊事業を行う届出住宅）
回答状況	下表参照
調査期間	令和7（2025）年2月～3月

種　別	送付数※	回答数	回答率
旅館・ホテル	110	29	26%
簡易宿所	16	5	31%
住宅宿泊事業を行う届出住宅	35	9	26%
合　計	161	43	27%

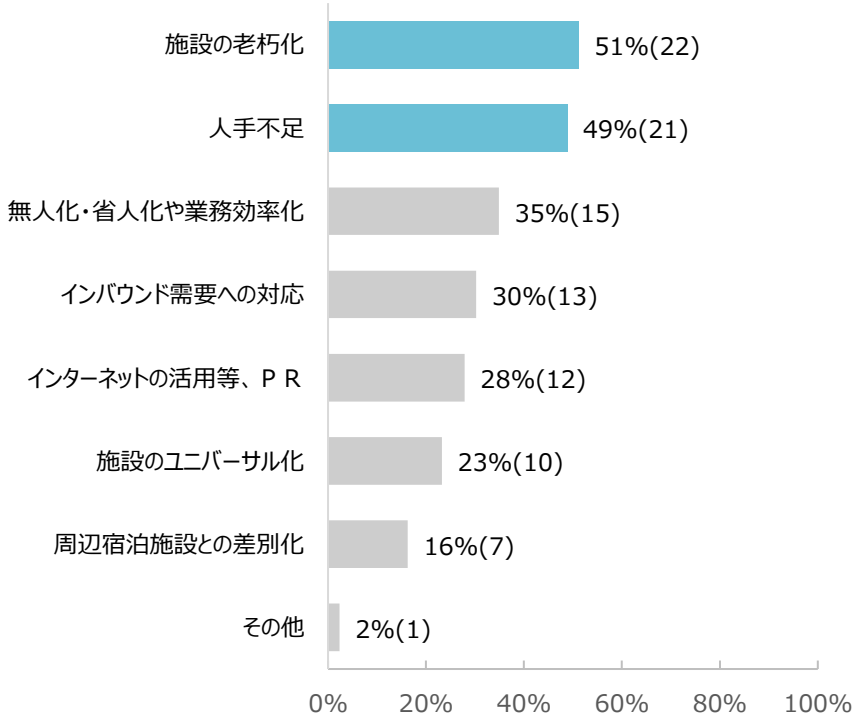
※旅館業一覧に記載されている営業所、住宅宿泊事業を行う届出のある住宅から、廃業等により所在が確認できない対象、郵送が返戻された対象を除いた数

アンケート調査から見る千葉市の観光の現状　宿泊事業者が抱える課題

回答があった宿泊施設の種別



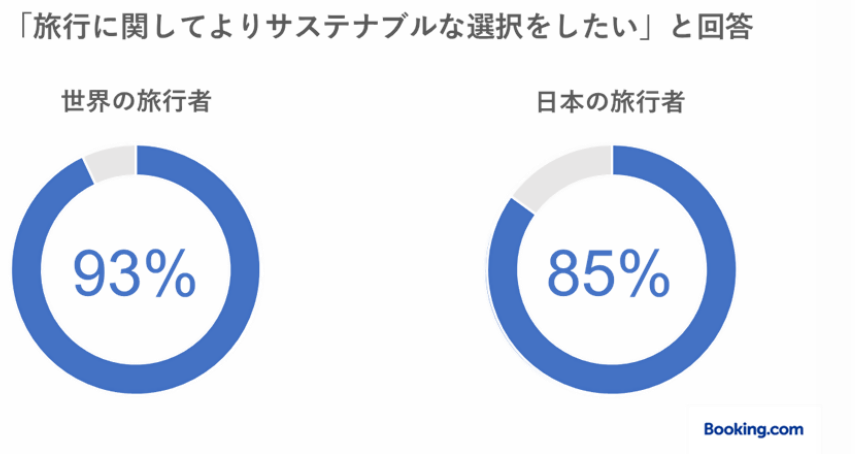
施設が抱える課題　※複数回答

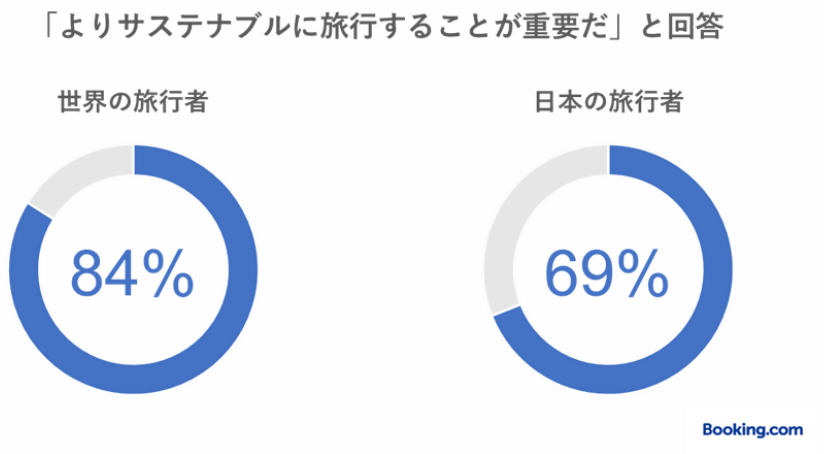


アンケート回答事業者の約半数が、施設の老朽化・人手不足を課題と感じています。

新たな観光トレンド　持続可能な観光トレンド

SDGsの目標達成と持続可能な社会の実現に向け、観光産業においても「持続可能性」への関心が高まり、「持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）＊」を推進する動きが活発になっています。
大手宿泊予約サイトによる調査では世界の旅行者の93%（日本の旅行者：85%）が「旅行に関してよりサステナブルな選択をしたい」、世界の旅行者の84%（日本の旅行者：69%）は「よりサステナブルに旅行することが重要だ」としており、持続可能な観光に対する旅行者の意識が高まっていることが分かります。





出典：ブッキングドットコム2025年版「サステナブル&トラベル」に関する調査

歴史や文化・自然を感じることができるツアー等の実施、様々な国の文化を尊重した食の多様性、バリアフリー・多言語対応などのユニバーサルツーリズム推進、CO2削減の取組み、清掃活動、地元産食材の利用などの環境や地域社会・産業を守る活動といった「持続可能な観光」を意識した施策が求められています。

持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）：「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」 国連世界観光機関（UNWTO）

千葉市における観光の考え方

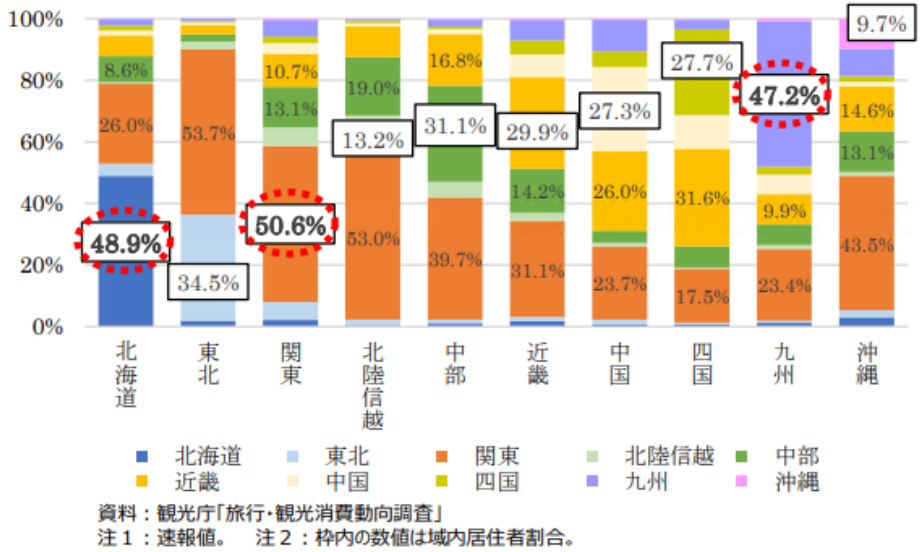
「観光」の定義は、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」とされています。（出典：観光政策審議会「今後の観光政策の基本的な方向について」平成7（1995）年6月）

近年では、新型コロナウイルス感染症の流行を契機とし、自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する、近距離旅行の形態である「マイクロツーリズム」が広がりました。

千葉市は、都心からのアクセスが良いことに加え、海辺や里山、公園などの「恵まれた自然環境」というイメージも併せ持つ都市であること、イベントやショッピング・スポーツ観戦などの都市型観光に強みがあること、さらに、工業地域があるため、工場夜景クルーズや工場見学等の産業観光を始めとする、各種体験によるコト消費も可能であることから、マイクロツーリズムとも親和性があります。

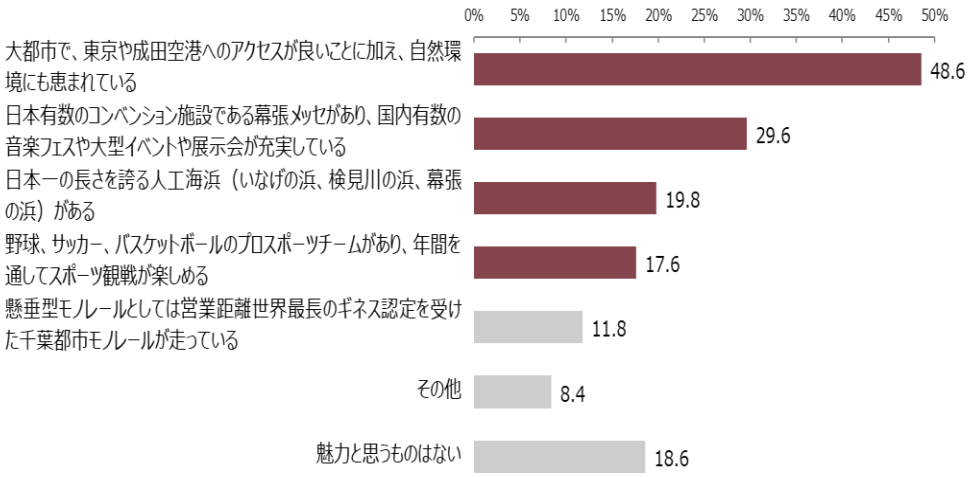
また、市民にとっても、市内でのイベント参加やスポーツ観戦などは観光となります。観光資源の磨き上げは、市外からの来訪者だけでなく、市民にとっての価値の向上にも繋がっています。

主目的地別延べ宿泊旅行者数の居住地別構成比（2024年）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
注１：速報値。　注２：枠内の数値は域内居住者割合。

千葉市の観光について、魅力だと思うもの（千葉市宿泊者へのアンケート）



関東においても域内や近隣地域等からの宿泊旅行が多くなっています

現状などから見える課題

有識者の意見やオープンデータ、アンケート調査結果（「参考資料」参照）などから、課題を整理しました。

課題①	イベントや買い物など来訪者の訪問スポットが一部に限定されており、認知・訪問されているスポットが少ない。また、宿泊者の多くが千葉市以外を訪問先としている。 →コンテンツの造成・磨き上げや情報発信、受入環境整備など滞在時間の延長・周遊促進施策が必要です。また、観光集客施設*の老朽化への対応など、宿泊・集客施設の高付加価値化による観光の質の向上に向けた取組みが必要です。
課題②	観光入込客数及び外国人宿泊者数はコロナ禍前に比べ低い水準であり、また、人口減少に伴い、将来的には国内旅行者は減少することが見込まれる。 →引き続き首都圏から本市に訪れる旅行者の誘致に取り組むとともに、訪日需要が高く、旅行支出額が大きいインバウンド獲得に向けた受入環境整備やプロモーションの強化が必要です。
課題③	国際会議件数はコロナ禍前に比べ低い水準である。 →国内外から多くの集客が見込めるMICEについて、経済効果を高め、産業の成長を後押しできるよう、今後も誘致・開催支援、受入環境整備などを通じた競争力の強化が必要です。
課題④	持続可能な観光（サステナブル・ツーリズム）に対する旅行者の意識が高まっている。 →旅行者の志向性の変化や、観光を取り巻く環境の変化に合わせた施策に取り組むことが必要です。

観光集客施設：歴史・文化・スポーツ施設、自然体験施設等の観光客を誘引できる施設。本ビジョンでは主に観光入込客数調査の対象施設を指す。

4　戦略の方向性

本市の目指すべき姿

千葉市における観光の考え方や、現状などから見える課題を踏まえ、以下のとおり本市の目指すべき姿を設定します。

訪れる人と暮らす人がともに楽しめる、自然が身近に感じられる観光MICE都市

～発見！体験！滞在！発信！推したいちばを目指して～

訪れる人

☞**本市の豊かな自然や幕張メッセなどの多様な観光資源について、様々な体験を通じて楽しみながらその良さを知ってもらうことで、多くの人が訪れ、長くいたい（滞在）、また来たいと思ってもらえるまちを目指します。**

暮らす人

☞**市民が自分の住む地域の魅力を再発見し、来訪者を積極的に受け入れることで、シビックプライドが醸成されるまちを目指します。**

☞**観光事業者・行政・関連団体などが連携し、持続可能な観光地づくりを進め、戦略的な情報発信を行うことで、観光消費が促進され、新たな雇用創出につながっていく、潤いのあるまちを目指します。**

戦略テーマ及びターゲット層の設定

目指すべき姿の達成に向けて、観光資源の「プラス」、情報発信の「プラス」、周辺環境や移動手段の「プラス」を通じ、訪問先や宿泊日数の「プラス」につなげる必要があることから、計画期間5年の戦略テーマを以下のとおり設定します。

『魅力向上で回遊・滞在をプラスワン』

また、千葉市来訪者調査、外国人旅行者調査などの分析結果をもとに、以下の3つの主要なターゲット層を設定します。

若年層ではスポーツ観戦や音楽フェス、果物狩り等への参加が多く、ビジュアルを提示して説明した「工場夜景」、「チバノサト」、「稲毛海浜公園」が比較的評価されており、宿泊率も比較的高い。

☞ **観光・レジャー面でのターゲットとして、20～30代男女（単身、夫婦、ファミリー）**

【想定取組み】スポーツ観戦などの来訪目的前後に、追加で楽しめる観光コンテンツ整備と情報発信

中高年女性を中心に文化・歴史等の知識や教養を得ることを重視する層において、美術館・博物館やコンサート・ライブ・観劇など幅広い目的で本市観光スポットを訪れている。

☞ **街を様々に楽しむコアターゲットとして、40～60代女性（熟年・シニア）**

【想定取組み】本市の歴史・文化コンテンツ磨き上げと周遊ツアーの造成

本市外国人宿泊者の主な宿泊理由は「目的地が近い」であり、ショッピング・都市観光が中心で、歴史・文化スポット訪問や日本の食体験など、訪日旅行の主要目的を市内で体験している人が少なく本市SNSの認知度も低い。一方本市来訪の満足度は高く、ビジュアルを提示して説明した「チバノサト」「モノレール」への積極的来訪意向も示している。

☞ **空港利用前後に本市を立ち寄るターゲットとして、外国人20～40代男女（単身、夫婦、ファミリー）**

【想定取組み】外国人が興味を示す本市観光資源の分析と国・地域の特性に応じた受入環境整備

戦略の体系

目指すべき姿及び戦略テーマをもとに、主要なターゲットによる回遊・滞在をプラスワンするため、以下の５つの戦略と取組方針を定めました。

目指すべき姿	戦略テーマ	戦略	取組方針
訪れる人と暮らす人がともに楽しめる、自然が身近に感じられる観光ＭＩＣＥ都市	魅力向上で回遊・滞在をプラスワン	戦略１　楽しめる観光コンテンツと観光地域づくり	「＋１か所」「＋１泊」の観光を生む、コンテンツ造成・過ごし方提案と関連施策の展開
			地域の魅力や価値を感じることができる観光資源の発掘・磨き上げ
		戦略２　行き先として選ばれるためのイメージ戦略	エリアごとに的確なターゲットを定めた、戦略的な情報発信
			インバウンド誘客の強化
		戦略３　快適に観光を満喫できる環境整備	まちの魅力を感じることができ、快適に過ごせる環境整備
			移動手段の充実、利便性向上
		戦略４ MICE都市としての競争力強化	MICE誘致の強化
			開催支援を通じたMICE都市としてのブランディング
		戦略５ 観光・MICEを支える基盤の強化	観光協会など推進体制の強化
			観光産業の担い手の確保、育成
			観光振興に対する市民理解の促進
			環境負荷低減への取組み
			災害などに対する危機管理
			観光振興のための財源確保

観光振興へ向けた戦略・取組方針

戦略1 楽しめる観光コンテンツと観光地域づくり

千葉市への来訪はショッピングやイベント等、「一つの目的地」で完結しやすい傾向があります。単一目的型観光を「＋１か所」「＋１泊」へ結びつけるため、アニメや豊かな自然、スポーツ、音楽、グルメなど本市が持つ多様な都市の魅力を活用し、ナイトタイムの過ごし方提案などの回遊・滞在コンテンツ造成に加え、宿泊・集客施設などの高付加価値化への支援にも取り組みます。滞在時間や消費額を伸ばすためには、地域の魅力が実感でき、人に薦めたくなる質の高い体験や空間を増やすことが重要です。

取組方針１－１

「＋１か所」「＋１泊」の観光を生む、コンテンツ造成・過ごし方提案と関連施策の展開

イベントやスポーツ観戦など、特定の目的で訪れた人にもう１か所訪れてもらえる、もう１泊してもらえるような回遊・滞在コンテンツの造成、イベント開催や観光資源の高付加価値化支援等の関連施策に取り組みます。

- ❑夜間に楽しめるコンテンツの開発・イベント開催支援
- ❑食の魅力を感じられるイベントの推進
- ❑アニメと連携したコンテンツやモデルコースの提案・推進
- ❑グリーンツーリズムに関係したコンテンツやモデルコースの提案・推進
- ❑近隣市の魅力を活かしたモデルコースの提案・推進
- ❑千葉市を発着地とするツアーの造成支援
- ❑宿泊・集客施設等の高付加価値化支援
- ❑スポーツ、音楽、グルメと観光との連携推進　等

取組方針１－２

地域の魅力や価値を感じることができる観光資源の発掘・磨き上げ

千葉市の持つ、ブルーエリア、グリーンエリア、都心部のエリア別の地域資源を再評価し、高付加価値化などを行うことで、魅力のあるコンテンツとして磨き上げます。

- ❑地域資源の再評価・環境整備・ストーリーづくり
- ❑歴史・文化的資源を活用したコンテンツの発掘・磨き上げ
- ❑千葉公園等の豊かな自然や史跡の魅力を向上させるための整備
- ❑自然を活かした体験型コンテンツや季節に応じたコンテンツの発掘・磨き上げ
- ❑参加型イベント（フォトコンテストの開催など）の実施　等

観光振興へ向けた戦略・取組方針

戦略2 行き先として選ばれるためのイメージ戦略

千葉市は、首都圏や空港からのアクセスがよいという強みがある一方で、観光資源についての認知度は国内外ともに低く、旅行先としてイメージされていません。
誰に・何を・どう届けるかまでを一体的に考え、効果的なプロモーションを展開します。
また、インバウンド需要の高まりという好機を逃さないよう、外国人旅行者のニーズに対応した誘致活動に取り組みます。

取組方針2－1

エリアごとに的確なターゲットを定めた、戦略的な情報発信

千葉市や近隣市の魅力を知ってもらい、訪れてもらうため、市場の分析と市内各エリアの特性からターゲットを設定し、ターゲットが求める魅力のある情報をターゲットが活用する媒体で発信します。

- ❑市場データ等による、ブルーエリア、グリーンエリア、都心部エリアなどエリアごとの的確なターゲット設定
- ❑ターゲットが観光情報を得ている情報媒体での発信、インフルエンサーマーケティング等の活用
- ❑情報発信内容の魅力向上
- ❑千葉県や近隣の他市と連携した一体的な情報発信、旅行博・商談会等への参加
- ❑施策展開や効果検証のための観光マーケティングデータやビッグデータなど各種データリソースの整備
- ❑スポーツイベントの誘致・開催と連動した情報発信　等

取組方針2－2

インバウンド誘客の強化

千葉県のインバウンド施策と連携を図り、重点ターゲット市場を設定し、外国人旅行者の志向や国・地域の特性に応じた効果的な情報発信を行い、本市への来訪機会の創出を進めていきます。

- ❑海外から注目度が高い千葉都市モノレール等の活用
- ❑「食の多様性」（ベジタリアン・ヴィーガン等）などニーズの高い情報の多言語発信
- ❑海外インフルエンサーを活用したSNSプロモーション
- ❑国内外で開催される旅行博・商談会、成田空港等での旅マエ、旅ナカを意識した情報発信
- ❑海外団体旅行者の誘致につながる支援策の充実　等

観光振興へ向けた戦略・取組方針

戦略3
快適に観光を満喫できる環境整備

滞在時間や消費を増やすには、ハード・ソフト両面において旅行者がストレスなく快適に旅行できる環境も重要です。観光集客施設の新設、老朽化を踏まえた建替え、環境整備や良好な景観・賑わいづくりに加え、観光産業のDX推進、バリアフリーや多言語対応などユニバーサルデザインの推進、二次交通対策など、誰もが快適に観光を満喫できる環境を整えることで、観光客の満足度向上を図り、リピーターの獲得などにつなげます。

取組方針 3－1

まちの魅力を感じることができ、快適に過ごせる環境整備

誰もが快適に過ごすことができる受入環境の整備を通じて、観光客の満足度向上を図ります。

- ❑動物公園等の観光集客施設の老朽化を踏まえた整備
- ❑「居心地よく歩きたくなる」まちなかづくりを目指した、海浜幕張駅周辺・千葉駅周辺等の魅力向上のための整備
- ❑千葉公園等の豊かな自然や史跡の魅力を向上させるための整備（再掲）
- ❑観光案内所の機能向上
- ❑デジタル技術を活用した宿泊施設や観光施設等の生産性向上の推進支援
- ❑バリアフリーや多言語対応、ベジタリアン・ヴィーガンへの対応支援などユニバーサルツーリズムの推進　等

取組方針 3－2

移動手段の充実、利便性向上

市内外の移動利便性を改善するなど、周遊性の向上に取り組みます。

- ❑モビリティサービスの活用
- ❑空港アクセスの利便性向上
- ❑駅前周辺における交通結節機能の強化
- ❑観光案内所の機能向上（再掲）　等

観光振興へ向けた戦略・取組方針

戦略4 MICE都市としての競争力強化

MICEは経済効果のみならず、都市ブランドの向上や産業・学術の発展などへの波及が期待できます。千葉市は日本を代表するMICE施設である幕張メッセを有しているほか、国際的なイベントの豊富な開催実績がありますが、国内外の誘致競争は年々激化しています。補助制度等の支援に加え、千葉県や企業、研究機関・大学などと連携し、主催者のニーズを捉えた誘致活動や本市の特性を活かした開催支援を行うことで、MICE開催都市としてのブランド力を高めます。

取組方針 4－1

MICE誘致の強化

市内の宿泊客数を増加させるため、国際的なビジネス見本市・商談会、会議、スポーツイベント等の市内開催を促進します。千葉県や企業、研究機関・大学などと連携し、補助金制度、各種統計や市の持つ情報の共有などを通じ、MICE主催者のニーズを捉えた誘致活動を進めていきます。

- ❑MICE開催支援補助金の強化（宿泊機会の向上、商談会機能の充実等）
- ❑国際的・全国的な大規模スポーツ大会の開催支援制度の新設
- ❑各種統計や市内MICE開催実績等のデータ収集による市場動向分析と関係者への共有　等

取組方針 4－2

開催支援を通じたMICE都市としてのブランディング

誘致力の強化にもつなげるため、千葉市の特性を活かした開催支援によるブランディングに取り組みます。

- ❑歴史・文化、産業、自然等のエクスカーション等への活用
- ❑MICEへの市民参加や、歓迎演出など地域団体との協働
- ❑MICE同伴者向けプログラムの開発
- ❑産業視察の受入れ促進
- ❑アフターコンベンション支援　等

観光振興へ向けた戦略・取組方針

戦略5 観光・MICEを支える基盤の強化

観光振興施策を推進するための体制の構築や財源の確保、観光客を受け入れるために必要な人材の育成、市民理解の促進、環境負荷低減への取組み、災害等に備えた危機管理などにより、市民生活や環境などに配慮しつつ、持続可能な観光地域づくりを推進します。

取組方針5－1 観光協会など推進体制の強化

❑市内の他主体との連携体制づくり・強化
❑観光協会における専門人材確保・育成
❑観光事業者への観光マーケティングデータ提供等の支援
❑スポーツコミッション設立の検討　等

取組方針5－2 観光産業の担い手の確保、育成

❑観光事業者における人材育成支援　等

取組方針5－3 観光振興に対する市民理解の促進

❑多くの人が訪問する都市・MICE開催地であることを市民が誇りに思い、旅行者を歓迎するような機運の醸成
❑スポーツイベント誘致に伴う市民還元の実施　等

取組方針5－4 環境負荷低減への取組み

❑脱炭素推進やごみ削減等環境負荷低減への取組み支援　等

取組方針5－5 災害などに対する危機管理

❑災害等発生時の情報提供等の仕組みの構築
❑危機管理体制の充実　等

取組方針5－6 観光振興のための財源確保

❑観光振興施策の財源としての宿泊税の導入検討
❑宿泊税の使途検討　等

5　成果指標･推進体制

成果指標

観光振興の取組みについて、進捗管理や効果検証を行うため、本ビジョンにおいては以下の６項目を成果指標とし、新規事業の実施や、物価上昇等の社会情勢を踏まえた目標値を設定します。

本ビジョンの推進に当たっては、定期的に成果を確認し、それを踏まえた次期ビジョンの策定を行うこととします。

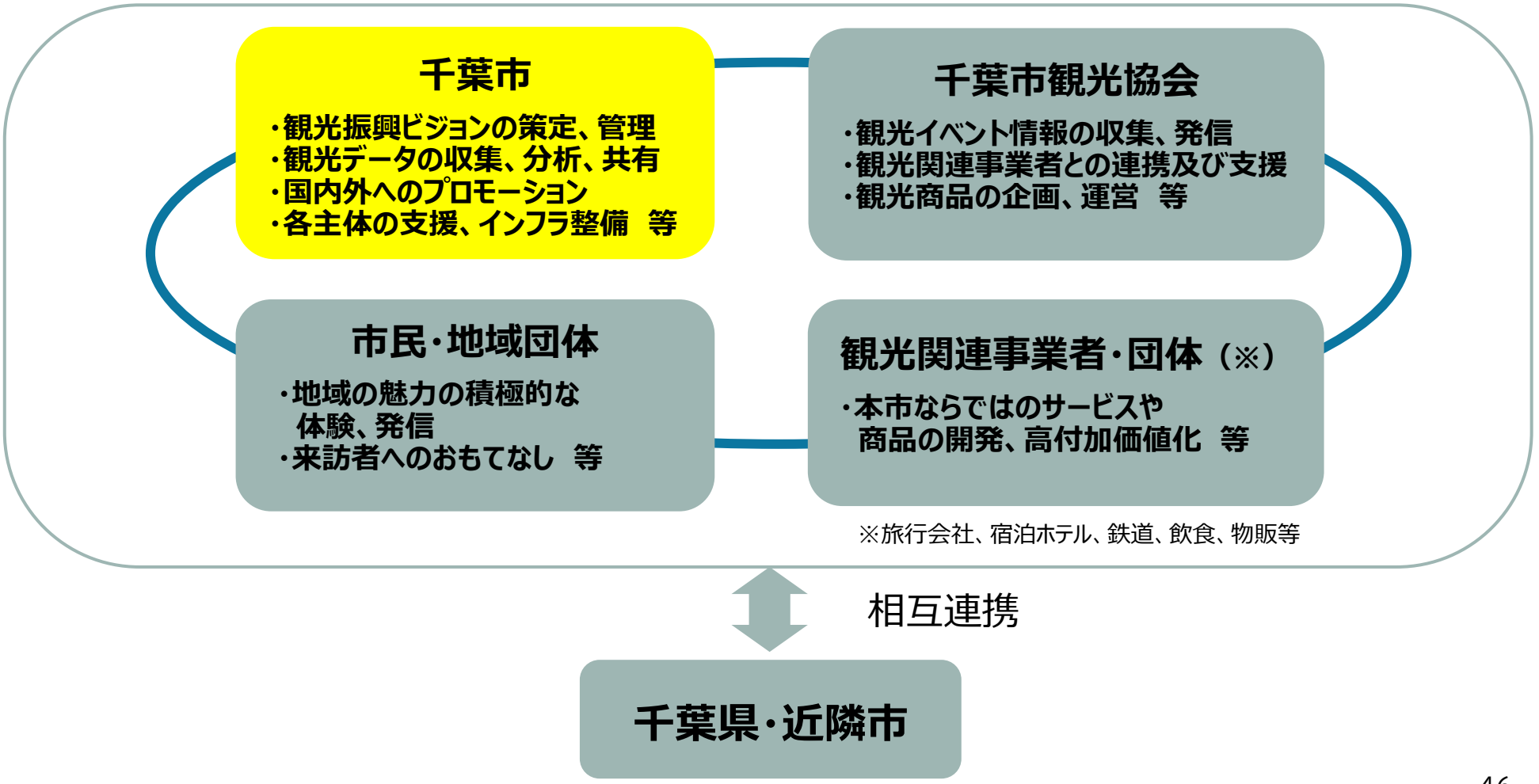
	基準値（令和7年）	目標値（令和12年）
延べ宿泊者数（人･泊）（※１）	370万人泊	400万人泊
外国人延べ宿泊者数（人･泊）（※１）	40万人泊	50万人泊
観光入込客数	2,313万人	2,800万人
行祭事･イベント入込客数	1,121万人	1,340万人
市内での１人当たり平均消費額（日本人）（※２）	全体平均　30,804円 日帰り客　19,974円 宿泊客　48,316円	全体平均　35,000円 日帰り客　23,000円 宿泊客　56,000円
市民の観光客受入意識（※３）	74.6%	基準値から上昇

（※１）観光庁の宿泊旅行統計における集計方法に準じて算出した推計値
（※２）「千葉市来訪者調査」（１都３県500人）の回答結果
（※３）本市が観光振興を行うことにより、市外からの観光客が来ることについて、（観光客が）「来てほしい」、「出来れば来てほしい」と回答する市内在住者、在勤･在学者の割合

推進体制

観光・MICE産業の裾野は広いため、関係者が一体となって積極的に観光振興に関わっていく必要があります。

行政である千葉市を中心に、本市の外郭団体である公益社団法人千葉市観光協会や観光関連事業者、市民、千葉県、近隣市との連携を強化しながら、持続可能な観光地域づくりを推進していきます。

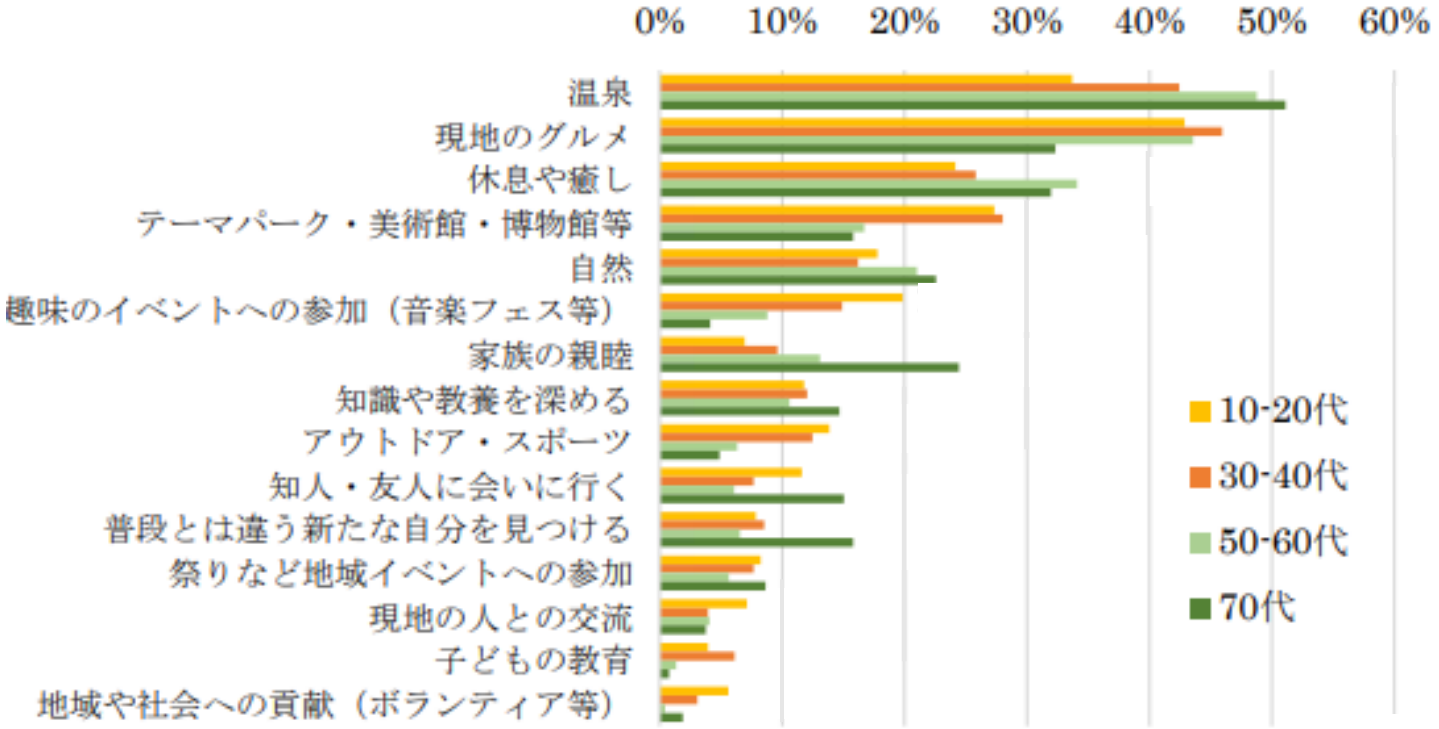


参考資料

年代別　宿泊旅行の目的

観光庁の調査によれば 、若年層は他の年代と比べ、趣味のイベント参加、アウトドアの他、現地の人との交流や地域貢献等の旅行意欲が高くなっています。高齢層は温泉や自然、家族の親睦等を志向しています。このような年代別の趣向と照らし合わせてコンテンツの開発や情報発信を行っていく必要があります。

（図表Ⅰ-56）過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行



資料：観光庁調査

アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査

千葉市来訪者調査　調査概要	
実施方法	インターネット調査
対象者	●直近1年以内の千葉市訪問経験者 ●20歳～69歳一般男女 ※帰省・ビジネスのみの訪問者を除く
サンプルサイズ	500s　※性×年代（20代～60代）均等割付
調査エリア	●東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県居住者 ※千葉市及び以下近隣市町村を除く 佐倉市、四街道市、習志野市、八千代市、八街市、東金市、大網白里市、茂原市、市原市
調査期間	令和７（2025）年8月

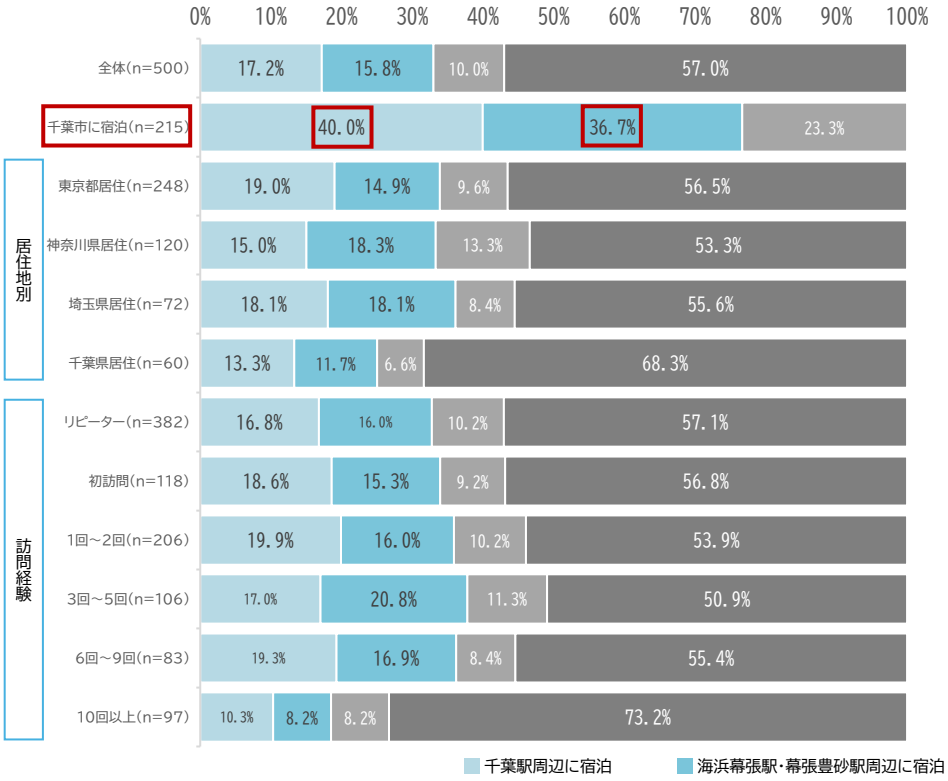
アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査　設問「直近の千葉市旅行では、宿泊はされましたか」の回答結果

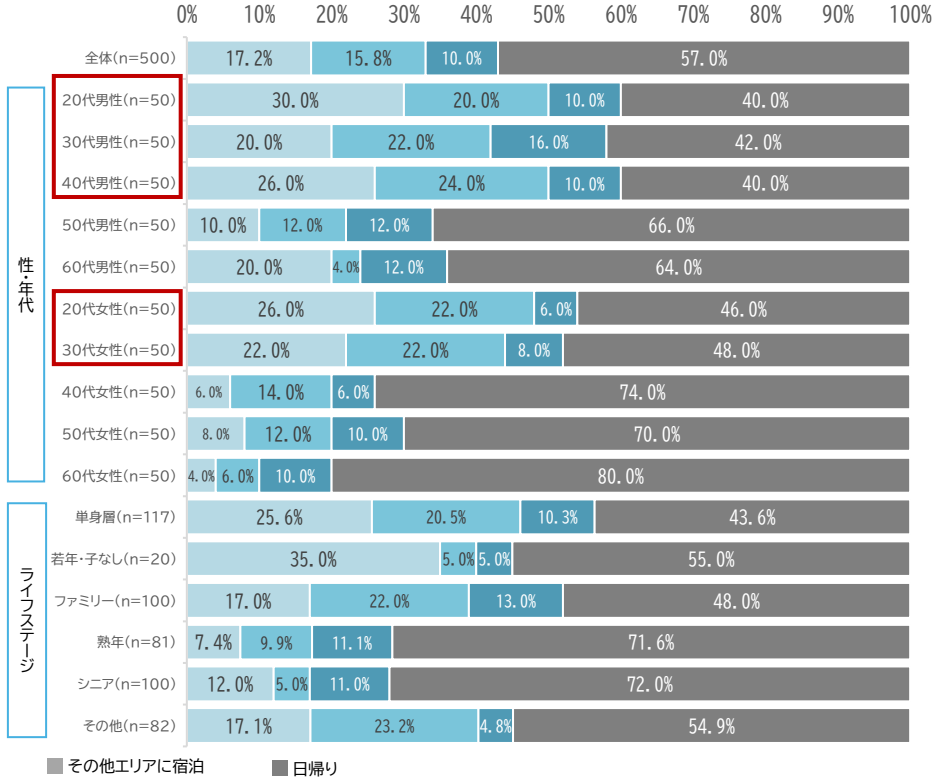
最近１年間に千葉市に来訪した人の43.0%（500人中215人）が千葉市内に宿泊しており、そのうち40.0%が千葉駅周辺、36.7%が海浜幕張駅・幕張豊砂駅周辺に宿泊しています。

20～40代男性で約6割、20～30代女性では５割強が宿泊するなど、比較的若年層の宿泊率がそれ以上の年代を大きく上回っています。

千葉市来訪者の居住地、訪問回数別宿泊率、宿泊エリア（%）



千葉市来訪者の性・年齢、ライフステージ別宿泊率、宿泊エリア（%）



アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査

訪問率は**海浜幕張エリアショッピングモールA**が40.0%、**幕張メッセ**が34.8%、**海浜幕張エリアショッピングモールB**が28.8%と他の施設などを大きく上回っています。一方で、訪問率が10%に満たない施設等も一定数あります。

千葉市来訪者の訪問率　（%）

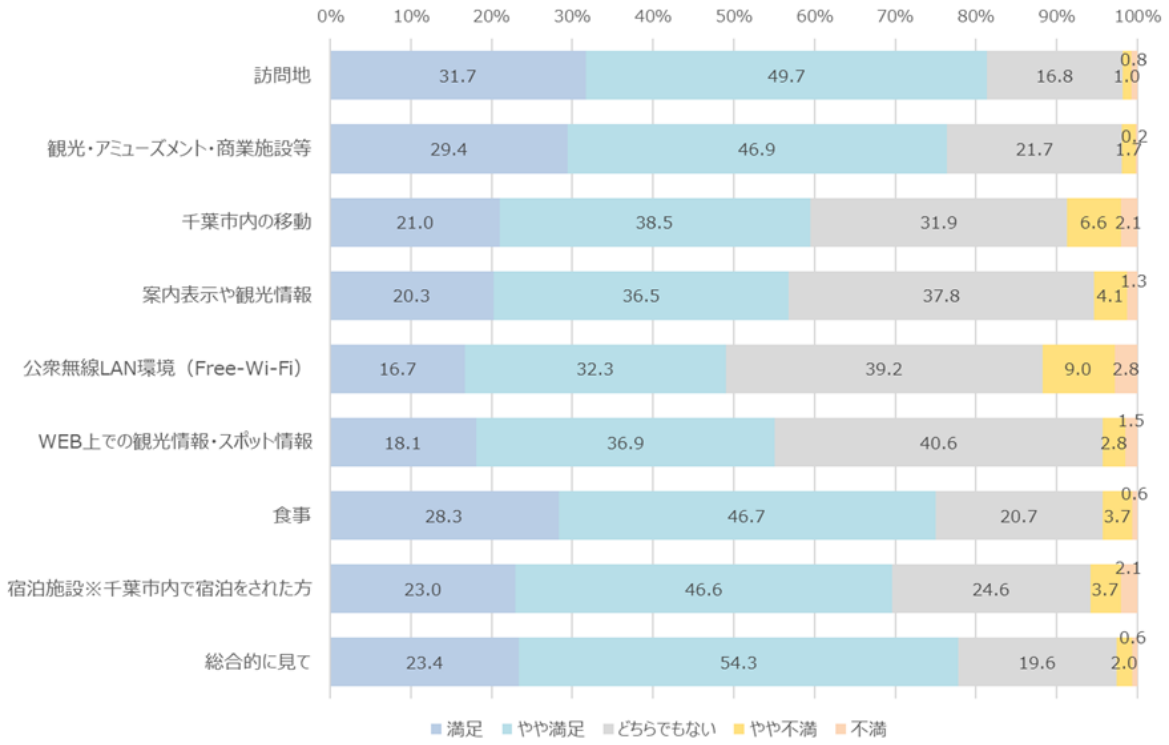
	サンプル数（人）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	幕張ビーチ花火フェスタ	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚
全体	500人	40.0	34.8	28.8	13.2	11.4	11.2	8.4	8.0	7.2	7.0	6.6	6.6	6.2	5.8	5.4	5.2	4.0	3.0	3.0
日帰り	285人	36.5	30.2	25.6	11.6	11.2	8.4	5.6	5.3	6.3	5.6	5.6	4.9	4.6	7.4	4.6	1.4	2.8	0.7	2.1
宿泊	215人	44.7	40.9	33.0	15.3	11.6	14.9	12.1	11.6	8.4	8.8	7.9	8.8	8.4	3.7	6.5	10.2	5.6	6.0	4.2

アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査　設問 「直近の千葉市の旅行について、あなたはどの程度満足されましたか。項目別にお答えください」の回答結果

対象者全体の77.7%が総合的に見て千葉市での観光に満足したと評価していますが、「満足」と**積極的に評価している層は23.4%程度**となっています。（項目別でも全体的に低い傾向）

項目別満足度を見ると、「公衆無線LAN環境」の満足度が49.0%と最も低く、不満を感じている人も1割程度見られる他、「千葉市内の移動」、「案内表示や観光情報」、「WEB上での観光情報・スポット情報」等の満足度も6割を下回っています。



アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査　千葉市来訪者調査（日本人）における項目別の一人当たりの消費額

ファミリー層やリピーターの一人当たり消費額が高い傾向が見られます。

区分		n	合計	交通費	食事代	物品購入費	施設入場料	入場料等	宿泊費
全体		500	30,804	4,023	6,492	5,630	3,805	2,952	7,902
性年齢	男性計	250	32,928	4,077	6,790	5,443	4,423	3,264	8,930
	20代	50	29,482	3,384	6,664	5,214	4,630	2,280	7,310
	30代	50	37,087	4,943	8,588	4,138	5,536	4,652	9,232
	40代	50	39,059	4,559	6,776	5,988	5,378	4,068	12,290
	50代	50	25,108	3,524	5,504	4,140	2,960	2,260	6,720
	60代	50	33,905	3,977	6,418	7,738	3,610	3,062	9,100
	女性計	250	28,680	3,968	6,195	5,817	3,187	2,640	6,874
	20代	50	31,707	4,949	5,480	4,554	3,692	3,012	10,020
	30代	50	31,469	3,733	6,640	6,410	3,486	3,410	7,790
	40代	50	26,468	2,742	5,236	5,690	3,830	2,650	6,320
	50代	50	30,696	4,398	7,374	6,570	2,914	2,480	6,960
	60代	50	23,062	4,018	6,243	5,860	2,012	1,648	3,280
ライフステージ	単身層	117	27,677	3,760	5,608	4,364	3,478	2,604	7,864
	若年子なし	20	29,270	3,920	5,575	4,800	3,500	1,350	10,125
	ファミリー	100	44,375	4,939	8,636	7,370	6,347	5,508	11,575
	熟年	81	25,163	3,456	6,116	4,228	2,678	1,932	6,753
	シニア	100	28,483	3,997	6,331	6,799	2,811	2,355	6,190
	その他	82	27,494	3,897	5,933	5,477	3,571	2,459	6,159
居住地	埼玉県	72	32,715	4,175	7,189	5,392	4,060	3,372	8,528
	千葉県	60	27,792	2,620	5,973	5,663	3,875	2,435	7,225
	東京都	248	31,083	4,252	6,550	5,798	3,846	3,111	7,527
	神奈川県	120	30,587	4,159	6,216	5,409	3,532	2,630	8,642
訪問経験	リピーター	382	33,416	4,171	6,929	5,954	4,300	3,220	8,842
	初回訪問	118	22,350	3,542	5,079	4,583	2,202	2,085	4,861
千葉市来訪回数（合算）	1～2回	206	27,331	4,081	5,745	4,958	3,397	2,585	6,566
	3～5回	106	34,582	4,186	7,062	5,697	4,313	3,026	10,297
	6～9回	83	31,769	4,402	6,297	5,557	3,078	2,543	9,892
	10回以上	97	32,655	3,057	7,537	6,940	4,666	3,921	6,533
千葉市旅行での宿泊	日帰り	285	19,974	5,303	4,716	5,180	2,578	2,197	0
	宿泊	215	48,316	5,481	8,847	6,226	5,431	3,953	18,377

（円）

アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査　訪問スポット

20～30代の若年層において、スポーツ観戦や観光農園（いちご狩り）では30代の男女、音楽フェスでは20代男性、30代女性の訪問率が高い傾向が見受けられます。

区分		n	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	花火（幕張ビーチ花火フェスタ）	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚
全体		500	40.0	34.8	28.8	13.2	11.4	11.2	8.4	8.0	7.2	7.0	6.6	6.6	6.2	5.8	5.4	5.2	4.0	3.0	3.0
性年齢	男性計	250	37.6	39.6	31.6	17.6	8.0	12.0	8.8	8.8	10.4	7.6	7.6	7.6	6.8	6.0	6.8	5.6	5.6	3.6	4.0
	20代	50	40.0	50.0	28.0	10.0	8.0	8.0	6.0	6.0	10.0	10.0	4.0	14.0	4.0	4.0	8.0	6.0	2.0	4.0	8.0
	30代	50	30.0	38.0	30.0	22.0	14.0	14.0	8.0	12.0	8.0	8.0	8.0	4.0	8.0	2.0	8.0	6.0	8.0	6.0	4.0
	40代	50	36.0	36.0	32.0	22.0	4.0	12.0	10.0	10.0	4.0	-	4.0	8.0	10.0	10.0	6.0	2.0	2.0	6.0	4.0
	50代	50	40.0	38.0	40.0	20.0	10.0	14.0	8.0	6.0	16.0	4.0	10.0	6.0	2.0	6.0	6.0	12.0	6.0	-	2.0
	60代	50	42.0	36.0	28.0	14.0	4.0	12.0	12.0	10.0	14.0	16.0	12.0	6.0	10.0	8.0	6.0	2.0	10.0	2.0	2.0
	女性計	250	42.4	30.0	26.0	8.8	14.8	10.4	8.0	7.2	4.0	6.4	5.6	5.6	5.6	5.6	4.0	4.8	2.4	2.4	2.0
	20代	50	32.0	32.0	28.0	2.0	8.0	16.0	8.0	6.0	-	4.0	6.0	8.0	8.0	-	4.0	12.0	2.0	8.0	2.0
	30代	50	42.0	30.0	20.0	18.0	14.0	12.0	16.0	14.0	4.0	6.0	6.0	10.0	6.0	10.0	10.0	6.0	4.0	4.0	2.0
	40代	50	44.0	36.0	36.0	12.0	18.0	10.0	6.0	2.0	2.0	4.0	6.0	4.0	6.0	10.0	-	2.0	2.0	-	-
	50代	50	54.0	32.0	26.0	8.0	22.0	8.0	-	10.0	6.0	8.0	2.0	4.0	8.0	2.0	4.0	4.0	4.0	-	4.0
	60代	50	40.0	20.0	20.0	4.0	12.0	6.0	10.0	4.0	8.0	10.0	8.0	2.0	-	6.0	2.0	-	-	-	2.0

※ 全体を5%以上上回る値

アンケート結果抜粋

千葉市来訪者調査　クラスター分析結果

旅行志向性に関する回答から、近い意識・行動パターンの人同士でグループ分けを行うクラスター分析を行った結果、各クラスターの性別・年代、ライフステージの構成は上段右側の表のとおりであり、また、下段表のとおり、文化探訪・知的好奇心型では、旅行目的・訪問スポットについて全体を大きく上回る項目が多く見られ、「美術館・博物館」、「コンサート・ライブ・観劇」など幅広い目的で千葉市を訪れています。

クラスタ		構成（%）	説明
CL1	旅こそ人生型	22.6	旅行が人生の一部であり、旅を欠かせないものと考えるタイプ
CL2	文化探訪・知的好奇心型	8.2	現地の文化や生活に深く興味を持ち、知識や教養を得ることを重視するタイプ
CL3	非日常リセット型	16.2	日常からの解放を求め、気分転換やリセットを目的とした旅を好むタイプ
CL4	王道観光満喫型	10.0	名所旧跡や歴史的スポットなど、定番の観光地をしっかり楽しみたいタイプ
CL5	癒しと安らぎ志向型	11.4	心身のリラックスを目的に、のんびりとした滞在を好むタイプ
CL6	旅行無関心・その他型	31.6	特定の旅行スタイルに当てはまらず、旅行への関心が薄い、または中立的なタイプ

性別・年代

	n	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
全体	500	50.0	50.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0 (%)
旅こそ人生型	113	49.6	50.4	23.0	20.4	22.1	18.6	15.9
文化探訪・知的好奇心型	41	34.1	65.9	7.3	19.5	22.0	31.7	19.5
非日常リセット型	81	54.3	45.7	17.3	27.2	18.5	18.5	18.5
王道観光満喫型	50	50.0	50.0	12.0	6.0	14.0	22.0	46.0
癒しと安らぎ志向型	57	38.6	61.4	21.1	8.8	22.8	22.8	24.6
旅行無関心・その他型	158	56.3	43.7	24.7	24.7	19.6	17.1	13.9

ライフステージ

	n	単身層	若年子なし	ファミリー	熟年	シニア	その他
全体	500	23.4	4.0	20.0	16.2	20.0	16.4 (%)
旅こそ人生型	113	30.1	2.7	16.8	21.2	15.9	13.3
文化探訪・知的好奇心型	41	9.8	7.3	14.6	29.3	19.5	19.5
非日常リセット型	81	24.7	4.9	19.8	11.1	18.5	21.0
王道観光満喫型	50	16.0	2.0	6.0	14.0	46.0	16.0
癒しと安らぎ志向型	57	19.3	5.3	19.3	15.8	24.6	15.8
旅行無関心・その他型	158	25.3	3.8	28.5	12.7	13.9	15.8

※ 　全体を５%以上上回る値

千葉市来訪目的

		n	自然・景勝地訪問	温泉	歴史・文化スポット訪問	まち歩き	ショッピング・買い物	観光施設・動物園・水族館	テーマパーク・レジャーランド	美術館・博物館	果物狩り・農林漁業体験	体験プログラム	祭り・イベント	音楽フェス・芸術祭	コンサート・ライブ・観劇	リゾート滞在	ゴルフ	サイクリング	スポーツ観戦	アウトドアアクティビティ	その他
宿泊	全体	500	36.0	17.0	18.2	26.0	38.4	23.0	24.4	8.8	8.0	3.2	5.2	6.4	7.0	6.4	6.2	2.8	9.2	5.6	3.0 (%)
	旅こそ人生型	113	46.0	20.4	17.7	29.2	35.4	17.7	24.8	6.2	4.4	2.7	7.1	6.2	8.8	4.4	4.4	5.3	9.7	5.3	3.5
	文化探訪・知的好奇心型	41	48.8	17.1	34.1	36.6	53.7	36.6	41.5	14.6	9.8	2.4	9.8	12.2	12.2	7.3	7.3	-	12.2	7.3	9.8
	非日常リセット型	81	25.9	17.3	14.8	28.4	39.5	23.5	18.5	9.9	12.3	4.9	3.7	7.4	3.7	4.9	3.7	1.2	8.6	6.2	1.2
	王道観光満喫型	50	40.0	10.0	28.0	34.0	38.0	34.0	20.0	10.0	12.0	-	6.0	2.0	6.0	8.0	10.0	-	10.0	2.0	6.0
	癒しと安らぎ志向型	57	42.1	29.8	12.3	21.1	47.4	29.8	21.1	7.0	7.0	1.8	3.5	3.5	7.0	12.3	7.0	5.3	-	7.0	1.8
	旅行無関心・その他型	158	27.2	12.0	15.2	19.0	32.9	17.1	25.3	8.9	7.0	4.4	3.8	7.0	6.3	5.7	7.0	2.5	11.4	5.7	1.3

※ 　全体を５%以上上回る値

アンケート結果抜粋

ターゲット市場調査

ターゲット市場調査　調査概要	
実施方法	インターネット調査
対象者	●20～69歳一般男女 ●最近1年間の国内旅行経験者(宿泊／日帰りのいずれか) ※帰省・ビジネスのみの訪問者を除く
サンプルサイズ 有効回収数	700s　※性×年代（20代～60代）均等割付 最近3年以内の来訪経験者：222s＋最近３年以内の来訪未経験者：120s＋千葉市来訪未経験者：358s
調査エリア	●東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県居住者 ※千葉市及び以下近隣市町村を除く 佐倉市、四街道市、習志野市、八千代市、八街市、東金市、大網白里市、茂原市、市原市
調査期間	令和７（2025）年8月

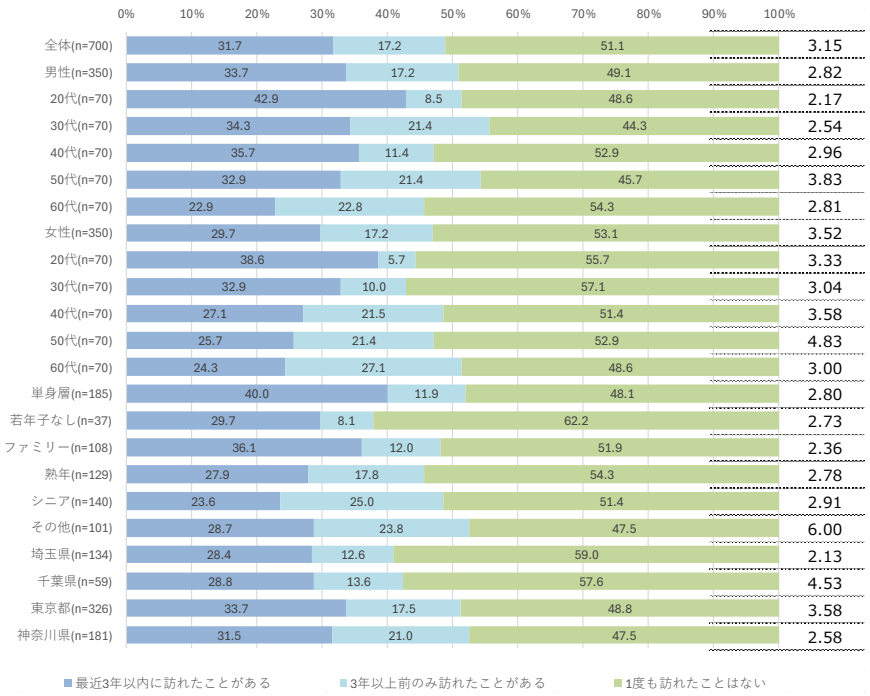
アンケート結果抜粋

ターゲット市場調査

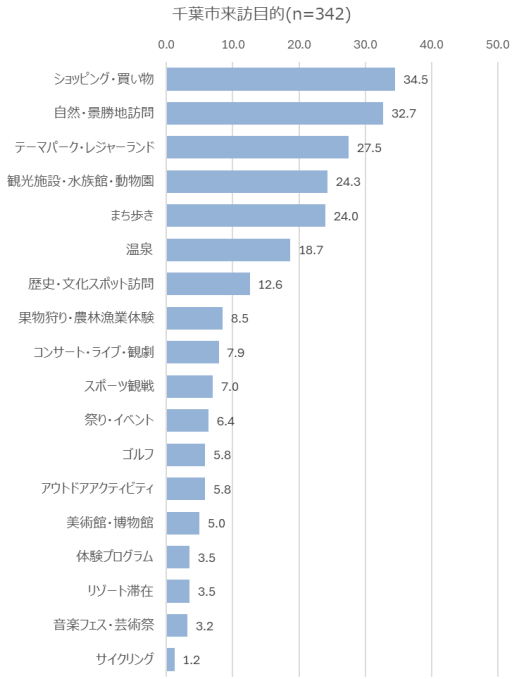
千葉市の来訪経験者は全体の48.9%で、最近3年間の来訪者は31.7%となっています。**最近3年間の来訪者は、20代男女、単身層で4割程度**と他の性×年代層を上回っています。また、最近3年間の来訪回数の平均は3.15回で、50代男性、40～50代女性、東京都居住者で全体平均を大きく上回っています。

最近3年間の千葉市の来訪目的は、**「ショッピング・買い物」が34.5%**で最も多く、以下、**「自然・景勝地訪問」32.7%、「テーマパーク・レジャーランド」27.5%、「観光施設・水族館・動物園」24.3%、「まち歩き」24.0%の順**。その他、20代男性と60代女性、ファミリー層の「温泉」、20代男性、60代男性、シニア層の「歴史・文化スポット訪問」等も比較的多く見られます。

千葉市来訪経験



千葉市来訪目的



アンケート結果抜粋

ターゲット市場調査

スポットやイベント等の認知は、**幕張メッセ**が88.3%で最も多く、以下、「**海浜幕張エリアショッピングモールA** 51.0%、**海浜幕張エリアショッピングモールB**が48.7%、**スポーツ観戦**27.9%、**千葉ポートタワー**21.7%、**音楽フェス**20.9%の順となっていて、これら上位項目以外の認知率は全体的に低くなっています。

スポットの認知率及び訪問率（%）

	サンプル数（人）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	幕張ビーチ花火フェスタ	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚	なし
知っている人の割合	700	51.0	88.3	48.7	27.9	9.0	16.6	8.9	21.7	10.4	7.3	7.4	20.9	6.6	10.6	9.1	8.4	4.6	2.9	5.6	6.9
訪れたことがある人の割合	700	27.9	58.6	26.0	9.9	3.4	7.3	2.0	8.1	4.9	3.1	1.9	5.9	2.6	5.0	3.0	1.1	0.9	0.4	1.6	27.7

アンケート結果抜粋

ターゲット市場調査

設問 「次に挙げる「千葉市」の観光スポット、行事・イベントなどで今までに訪れたことのあるものを全てお答えください」の回答

スポットの来訪経験では、「幕張メッセ」 69.6%、「大型商業施設Ａ」37.4%、「大型商業施設Ｂ」35.4%が中心となっています。
また、「千葉市」と聞いて思い浮かぶスポット・モノ・コトについて、多くの回答者が千葉市のスポット等ではなく、千葉県まで広げた回答をしており、首都圏居住者においても千葉市のスポット、モノ・コトなどについての理解が曖昧な人が多いことが分かります。

訪問経験別の訪問率（%）

	サンプル数（人）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	スポーツ観戦	観光農園（いちご狩り）	稲毛海浜公園	幕張ビーチ花火フェスタ	千葉ポートタワー	ゴルフ場	千葉市美術館	昭和の森フォレストビレッジ	音楽フェス	千葉神社	千葉市動物公園	千葉公園	工場夜景クルーズ	千葉市郷土博物館	ケーズハーバー	加曽利貝塚
全体	342	37.4	69.6	35.4	13.2	5.6	10.0	3.5	12.3	7.3	5.0	2.0	9.1	3.3	6.7	5.0	2.0	1.8	0.9	1.7
最近３年千葉市訪問経験あり	222	41.0	71.6	39.6	15.8	6.8	9.5	3.6	12.2	9.0	3.6	2.7	12.2	4.1	6.3	7.2	2.7	1.8	0.5	0.9
最近３年千葉市訪問経験なし	120	30.8	65.8	27.5	8.3	3.3	10.8	3.3	12.5	4.2	7.5	0.8	3.3	1.7	7.5	0.8	0.8	1.7	1.7	3.3

設問 「千葉市と聞いて思い浮かぶ場所・モノ・コトなどを全て教えてください」の回答

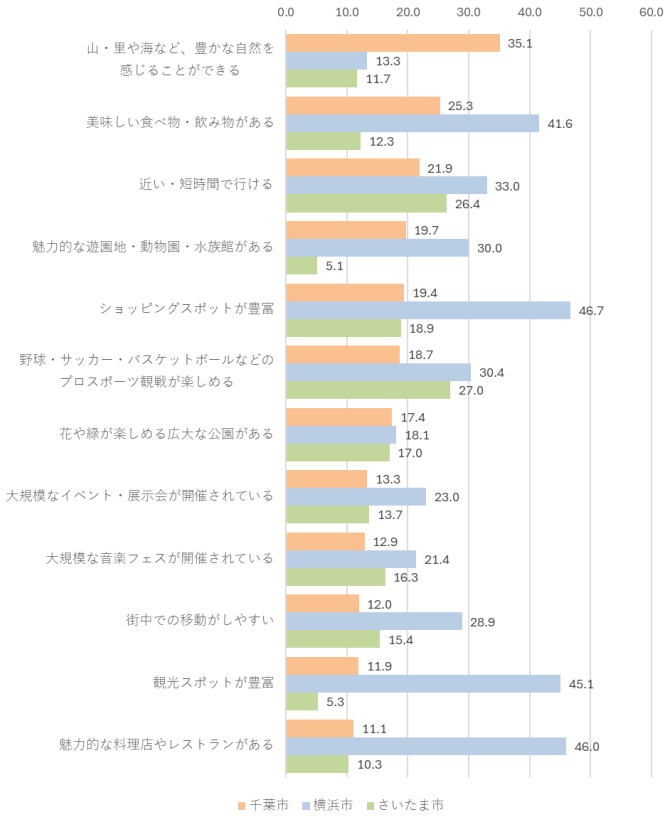
1	東京ディズニーリゾート	121件
2	ピーナッツ、落花生	101件
3	モノレール	62件

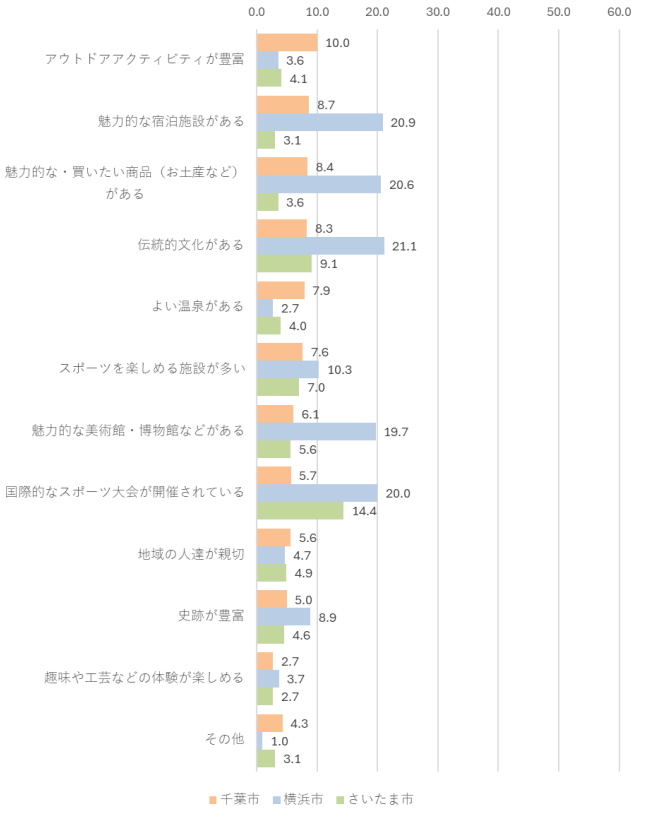
4	チーバくん	54件
5	海	44件
6	幕張メッセ	39件

アンケート結果抜粋

ターゲット市場調査

千葉市のイメージとしては、「山・里や海など、豊かな自然を感じることができる」が35.1%で最も多く、以下、「美味しい食べ物・飲み物がある」25.3%、「近い・短期間で行ける」21.9%、「魅力的な遊園地・動物園・水族館がある」19.7%等が上位に挙げられています。
特に「山・里や海など、豊かな自然を感じることができる」が他の２都市を大きく上回っています。





アンケート結果抜粋

MICE参加者調査

MICE参加者調査　調査概要	
実施方法	対面調査
対象者	千葉市内で開催された国際会議、ビジネス向け展示会、音楽イベント（各１催事）の日本人来場者
サンプルサイズ 有効回収数	国際会議　125s ビジネス向け展示会　125s 音楽イベント　120s
調査地点	幕張メッセ
調査期間	令和7（2025）年６月～８月

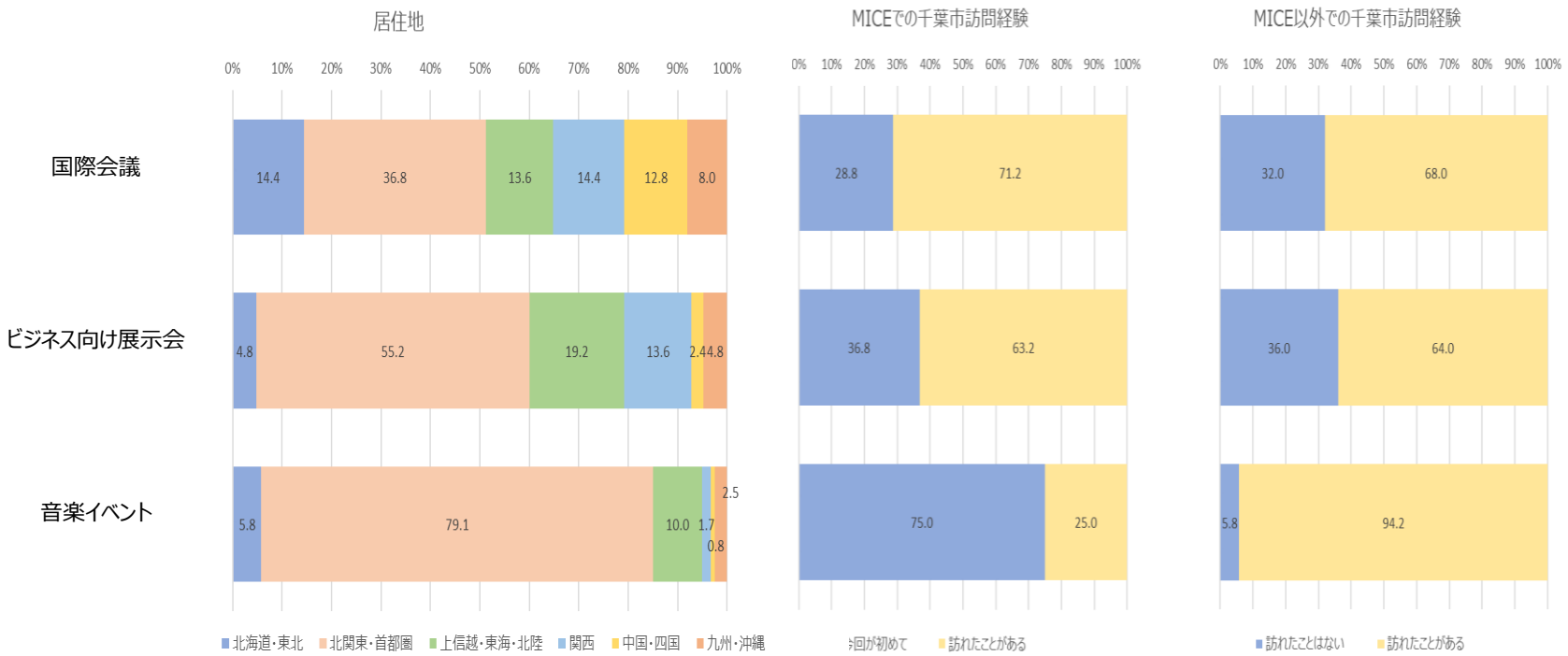
アンケート結果抜粋

MICE参加者調査

設問 「お住まいの都道府県名をお答えください」
設問 「あなたはこれまでに千葉市を訪れたことがありますか。ビジネス、ビジネス以外別にお答えください」の回答

国際会議は北関東・首都圏の関東圏居住者が36.8%程度で、全国から一定数が来訪しているのに対し、ビジネス向け展示会は、関東圏が55.2%を占め、中部が19.2%、関西が13.6%で次いでいます。また、音楽イベントは関東圏が8割を占めています。

ビジネス以外での訪問経験者は、国際会議が68.0%、ビジネス向け展示会が64.0%とビジネスでの来訪経験とほぼ同程度となっています。

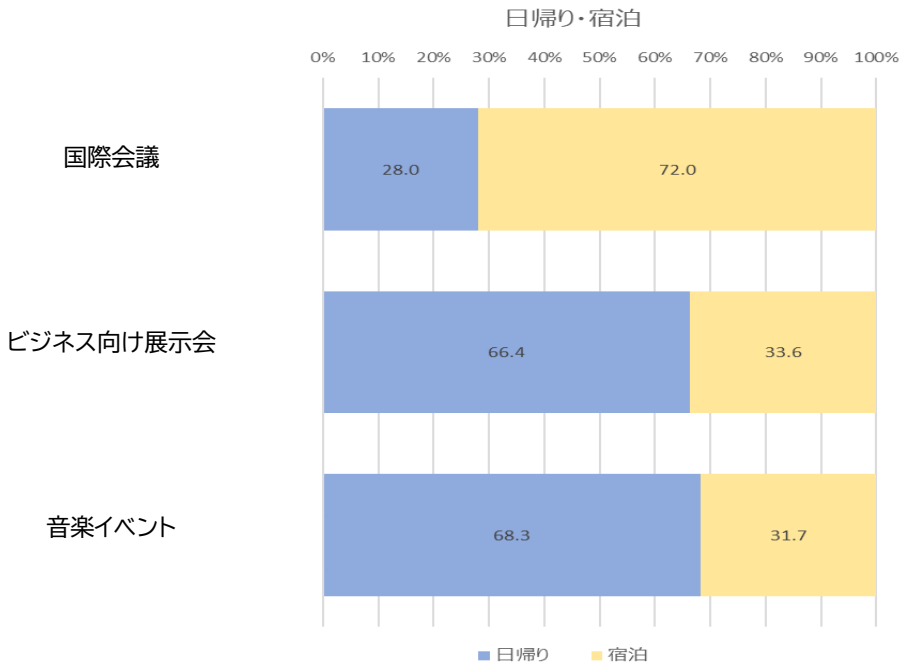


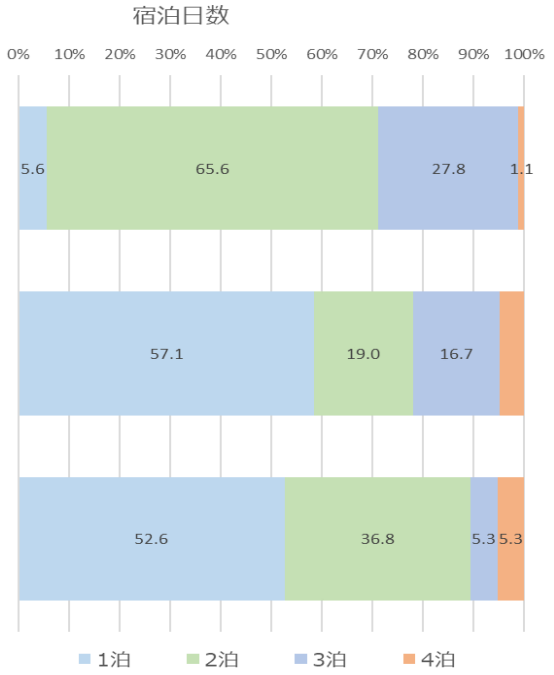
アンケート結果抜粋

MICE参加者調査　設問 「今回は宿泊をされましたか・されますか。また、宿泊された・される方は泊数もお答えください」の回答

国際会議は宿泊者が全体の72.0%を占めているのに対し、関東圏居住者が中心のビジネス向け展示会と音楽イベント参加者はともに3割強程度となっています。

コンベンション参加者の宿泊日数は2～3泊で9割以上を占めているのに対し、ビジネス向け展示会と音楽イベントの宿泊日数は1泊が5割台と最も多くなっています。





アンケート結果抜粋

外国人旅行者調査

外国人旅行者調査　調査概要	
実施方法	対面調査 ※外国人調査員を起用し、調査票は、英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語の４言語を準備
対象者	●調査地点を訪れた外国人旅行者 ※ファミリー、カップル、グループ、ツアー客等、同行者扱いとなる複数人での訪問者は１人を対象とする。
サンプルサイズ 有効回収数	402s
調査地点	①ＪＲ千葉駅中央改札前 ②ＪＲ海浜幕張駅付近
調査期間	令和7（2025）年 ①8月7日(木) ②8月9日(土)～11日(祝)、29日(金) ～31日(日)

アンケート結果抜粋

外国人旅行者調査

対象者の居住国・地域は東アジアが全体の56.0% （中国28.6%、台湾13.7%、香港10.7%）を占め、東南・南アジア諸国が14.2%、ヨーロッパが8.5%、北米が8.0%、オセアニアが3.5%、その他諸国が7.2%となっています。

性別は男性が56.7%で女性を上回り、東アジア、東南・南アジア以外は、男性が多数を占めています。

性別・年代構成

	n	男性	女性	無回答	34歳以下	35~49歳	50歳以上	無回答
全体	402	56.7	40.3	3.0	50.7	28.6	10.0	10.7
東アジア計	225	51.6	45.3	3.1	46.7	32.0	10.2	11.1
中国	115	50.4	44.3	5.2	52.2	30.4	5.2	12.2
台湾	55	47.3	52.7	-	49.1	30.9	14.5	5.5
香港	43	60.5	37.2	2.3	30.2	44.2	16.3	9.3
韓国	11	45.5	54.5	-	36.4	9.1	18.2	36.4
東南・南アジア計	57	56.1	40.4	3.5	68.4	17.5	3.5	10.5
北米計	32	65.6	31.3	3.1	50.0	25.0	9.4	15.6
ヨーロッパ計	34	70.6	29.4	-	58.8	23.5	14.7	2.9
オセアニア計	14	64.3	35.7	-	35.7	28.6	35.7	0.0
その他計	29	65.5	34.5	-	48.3	37.9	6.9	6.9

(%)

※ 全体を5%以上上回る値

居住国・地域

東アジア計	225
中国	115
台湾	55
香港	43
韓国	11
モンゴル	1
東南・南アジア計	57
シンガポール	7
インドネシア	11
マレーシア	4
ベトナム	8
タイ	6
ネパール	6
フィリピン	3
インド	9
スリランカ	3
北米計	32
アメリカ	24
カナダ	8

ヨーロッパ計	34
イギリス	6
ドイツ	5
オランダ	3
フランス	3
スペイン	2
フィンランド	1
チェコ	1
アイルランド	1
ポルトガル	1
ポーランド	1
トルコ	9
イタリア	1
オセアニア計	14
オーストラリア	14
ニュージーランド	0
その他計	29
南アフリカ	17
イスラエル	1
エチオピア	1
チリ	2
ブラジル	3
ナミビア	2
メキシコ	1
アフガニスタン	1
パキスタン	1

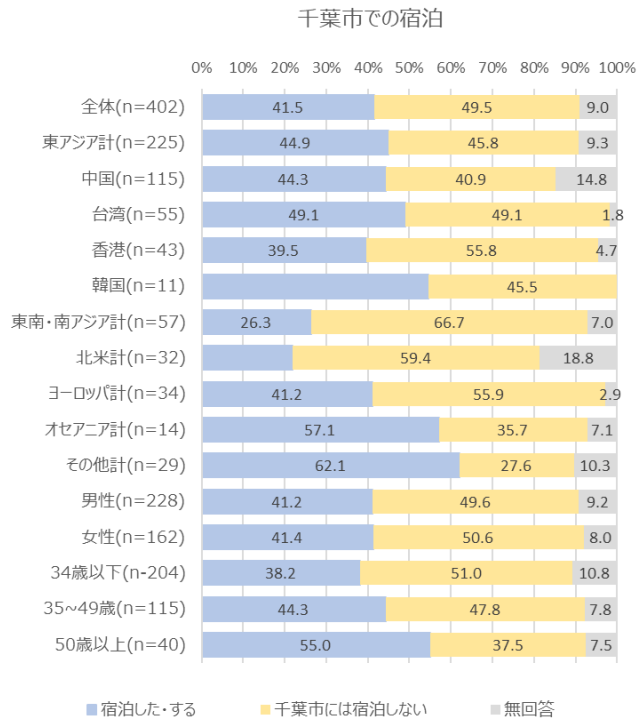
(件)

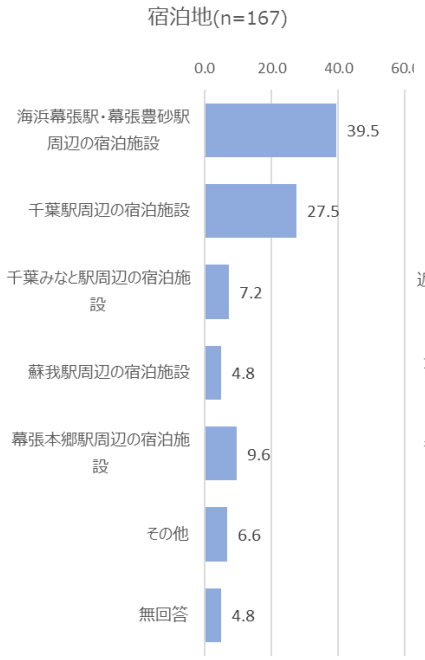
アンケート結果抜粋

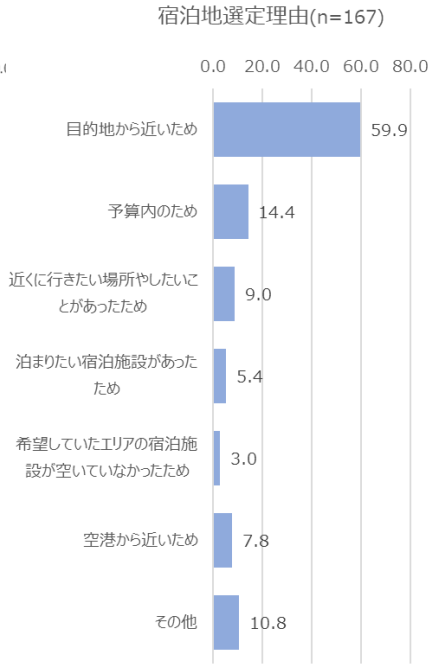
外国人旅行者調査

千葉市内での宿泊者は全体の41.5%となっており、サンプル数が少ないため参考値ですが、韓国、オセアニアや50歳以上で半数以上と多く見られます。

宿泊地は、「海浜幕張駅・幕張豊砂駅周辺の宿泊施設」39.5%、「千葉駅周辺の宿泊施設」27.5%が中心となっており、「目的地が近いため」59.9%が宿泊地の主な選定理由となっています。







アンケート結果抜粋

外国人旅行者調査　設問 「千葉市内で訪れた・訪れる予定のスポット、イベント等をお答えください」の回答

訪問率は**海浜幕張エリアショッピングモールA**が40.0%、**幕張メッセ**が26.0%、**海浜幕張エリアショッピングモールB**が14.7%、稲毛海浜公園が10.9%の順となっています。

一方で、訪問率が10%に満たない施設等も一定数あるほか、訪れる予定のスポットがない（宿泊だけする）層も多く見られます。

千葉市での訪問率 （%）

	サンプル数（人）	海浜幕張エリアショッピングモールA	幕張メッセ	海浜幕張エリアショッピングモールB	稲毛海浜公園	千葉ポートタワー	千葉市動物公園	千葉市美術館	千葉都市モノレール乗車	スポーツ観戦	音楽フェス	幕張ビーチ花火フェスタ	祭り（親子三代夏祭り）	千葉市郷土博物館	見浜園	ケーズハーバー	ホキ美術館	なし
全体	402人	40.0	26.1	14.7	10.9	8.5	7.7	7.5	7.2	7.0	6.2	6.2	5.0	1.5	3.7	2.2	1.2	9.0
日帰り	199人	43.7	20.6	12.1	5.5	3.5	5.0	6.0	5.0	3.5	6.5	3.5	2.0	0.5	1.5	2.0	1.0	14.1
宿泊	167人	31.7	35.9	18.0	16.8	13.8	10.8	9.0	10.2	12.0	6.6	10.2	8.4	1.2	6.0	2.4	10.8	4.2

アンケート結果抜粋

外国人旅行者調査

千葉市以外の日本国内での旅行先は、「東京」が74.1%で最も多く、以下、「東京ディズニーリゾート」39.8%、「大阪」31.1%、「京都」24.1%、「神奈川(横浜・箱根等)」18.4%、「千葉県内の観光地・スポット」17.2%の順となっています。

北米、ヨーロッパ、オセアニアは「京都」、「大阪」等西日本まで訪れている旅行者が多く見られ、ヨーロッパは関西圏の他、「中国・四国」や「九州」も比較的多く見られます。

千葉市以外の旅行先

		n	東京ディズニーリゾート	千葉県内の観光地・スポット	東京	神奈川(横浜・箱根等)	その他関東圏	北海道	東北	中部	京都	大阪	京都・大阪以外の関西圏	中国・四国	九州・沖縄
全体		402	39.8	17.2	74.1	18.4	4.7	10.0	3.2	3.7	24.1	31.1	7.2	3.2	3.5
国・地域別	東アジア計	225	46.7	22.2	70.2	18.7	3.6	12.4	4.4	4.9	15.6	25.8	5.8	1.3	3.6
	中国	115	50.4	23.5	68.7	27.0	2.6	13.9	5.2	7.0	22.6	33.9	8.7	2.6	6.1
	台湾	55	41.8	23.6	70.9	7.3	5.5	12.7	3.6	3.6	7.3	16.4	1.8	-	-
	香港	43	34.9	18.6	72.1	9.3	2.3	11.6	4.7	-	7.0	23.3	4.7	-	2.3
	韓国	11	72.7	18.2	72.7	27.3	-	-	-	9.1	18.2	-	-	-	-
	東南・南アジア計	57	40.4	7.0	70.2	7.0	5.3	7.0	-	-	14.0	28.1	1.8	-	-
	北米計	32	18.8	6.3	84.4	31.3	3.1	3.1	6.3	6.3	50.0	46.9	15.6	3.1	3.1
	ヨーロッパ計	34	17.6	14.7	79.4	29.4	14.7	14.7	2.9	5.9	50.0	55.9	20.6	14.7	8.8
	オセアニア計	14	21.4	-	92.9	21.4	-	7.1	-	-	42.9	21.4	-	7.1	-
	その他計	29	48.3	24.1	89.7	6.9	3.4	3.4	-	-	44.8	41.4	6.9	6.9	-
性別	男性	228	36.0	16.7	76.8	18.9	5.3	13.6	3.9	5.3	26.3	32.0	10.1	4.8	4.8
	女性	162	45.7	17.9	71.6	18.5	3.1	5.6	2.5	1.9	22.2	30.9	3.7	1.2	1.9
年代別	34歳以下	204	39.2	14.7	75.0	18.6	4.9	10.3	3.4	2.9	25.0	32.8	9.3	3.4	3.9
	35~49歳	115	40.9	24.3	78.3	18.3	5.2	12.2	1.7	3.5	23.5	31.3	3.5	2.6	3.5
	50歳以上	40	40.0	12.5	72.5	17.5	5.0	5.0	7.5		27.5	32.5	12.5	5.0	5.0
千葉市での宿泊	宿泊した・する	167	44.9	26.9	66.5	18.6	7.2	15.0	4.8	5.4	26.9	29.3	9.0	5.4	3.6
	宿泊」しない	199	37.7	10.1	78.9	16.6	2.0	7.0	2.0	2.5	23.6	34.7	5.0	1.5	3.5

(%)

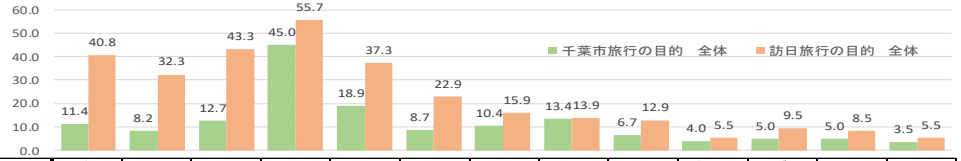
※ 全体を5%以上上回る値

アンケート結果抜粋

外国人旅行者調査

千葉旅行の目的としては、「ショッピング」が45.0%と最も多く、以下、「都市観光」18.9%、「祭り・イベント」13.4%、「日本の食体験」12.7%、「自然・景勝地訪問」11.4%の順となっています。ただし、**「自然・景勝地訪問」、「歴史・文化スポット訪問」、「日本の食体験」など、訪日旅行の目的の上位項目に対し、千葉でそれを体験している人は少ない状況です**。

「祭り・イベント」は北米、ヨーロッパ、オセアニアで3割弱と比較的多く見られる他、**オセアニアでは「ビジネス」、「国際会議・展示会参加」、東南・南アジア でも「ビジネス」での旅行者が比較的多く**見られます。



		n	自然・景勝地訪問	歴史・文化スポット訪問	日本の食体験	ショッピング	都市観光	テーマパーク・レジャーランド	体験プログラム	祭り・イベント	アウトドアアクティビティ	国際会議・展示会参加	ビジネス	友人・知人訪問	その他
千葉市旅行の目的　全体		402	11.4	8.2	12.7	45.0	18.9	8.7	10.4	13.4	6.7	4.0	5.0	5.0	3.5 (%)
国・地域別	東アジア計	225	12.0	8.0	15.1	50.7	26.7	12.0	8.4	9.3	8.0	4.4	2.2	4.9	0.4
	中国	115	12.2	10.4	19.1	51.3	28.7	10.4	11.3	12.2	8.7	4.3	2.6	5.2	0.9
	台湾	55	10.9	5.5	10.9	49.1	25.5	18.2	5.5	5.5	7.3	3.6	1.8	1.8	-
	香港	43	9.3	4.7	11.6	58.1	20.9	7.0	7.0	7.0	7.0	4.7	-	4.7	-
	韓国	11	27.3	9.1	9.1	27.3	36.4	18.2	-	9.1	9.1	9.1	9.1	18.2	-
	東南南アジア計	57	10.5	7.0	7.0	45.6	7.0	7.0	5.3	7.0	1.8	-	14.0	7.0	1.8
	北米計	32	12.5	12.5	15.6	50.0	15.6	3.1	12.5	25.0	6.3	6.3	-	-	3.1
	ヨーロッパ計	34	8.8	2.9	2.9	32.4	5.9	5.9	14.7	29.4	5.9	2.9	5.9	5.9	2.9
	オセアニア計	14	-	-	7.1	35.7	14.3	-	14.3	28.6	7.1	14.3	21.4	-	7.1
	その他計	29	10.3	17.2	13.8	20.7	6.9	-	24.1	17.2	10.3	-	6.9	6.9	27.6
性別	男性	228	11.8	8.8	13.2	43.0	17.1	7.5	11.8	16.7	6.6	4.8	3.1	5.3	3.1
	女性	162	9.9	6.2	12.3	47.5	22.2	9.9	9.3	9.9	7.4	3.1	8.0	4.3	3.1
年代別	34歳以下	204	10.3	6.9	12.3	45.6	17.2	9.3	14.2	16.2	6.9	5.4	5.9	4.4	2.0
	35~49歳	115	13.9	11.3	13.9	45.2	22.6	8.7	6.1	13.0	7.0	1.7	2.6	6.1	3.5
	50歳以上	40	7.5	2.5	10.0	52.5	22.5	7.5	7.5	5.0	10.0	5.0	10.0	5.0	12.5
千葉市での宿泊	宿泊した・する	167	16.2	10.8	16.8	29.3	23.4	12.6	15.0	16.2	9.6	6.0	6.0	8.4	7.2
	宿泊しない	199	9.0	7.5	10.6	56.8	13.6	7.0	7.0	11.6	4.0	2.0	4.5	2.0	1.0
訪日旅行の目的　全体		402	40.8	32.3	43.3	55.7	37.3	22.9	15.9	13.9	12.9	5.5	9.5	8.5	5.5

※ 全体を5%以上上回る値

アンケート結果抜粋

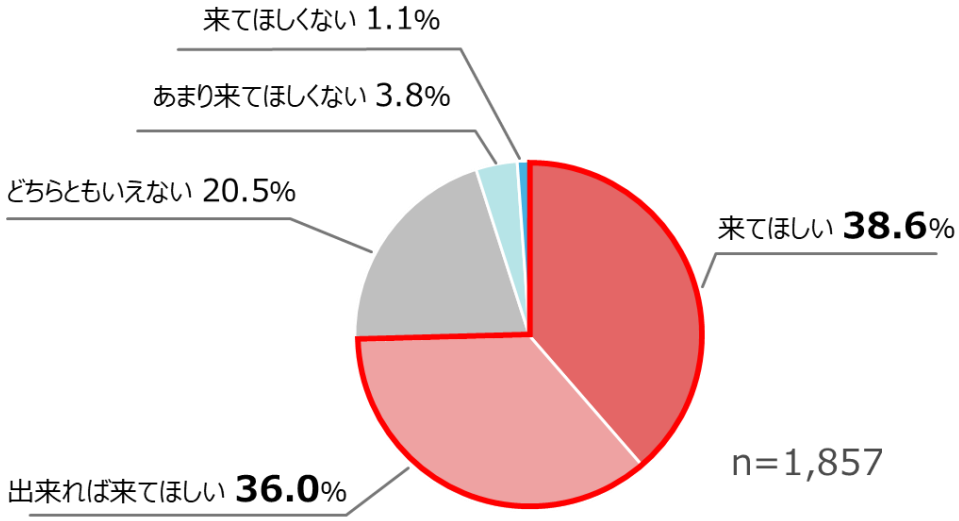
市民WEBアンケート

市民WEBアンケート概要	
実施方法	インターネット調査
対象者	●市内在住・在勤・在学の一般男女
サンプルサイズ	1,857s
調査期間	令和７（2025）年8月

アンケート結果抜粋

市民WEBアンケート　設問「本市が観光振興を行うことにより、市外からの観光客が来ることについてどう思いますか」の回答結果

「来てほしい」、「出来れば来てほしい」と回答した人の割合が７割以上を占めています。



その他のアンケート回答結果

	誇りに思う	どちらかというとそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	思わない
ＭＩＣＥの開催地として本市が選ばれていることを誇りに思いますか。	44.3%	40.0%	11.5%	2.8%	1.3%

	そう思う	どちらかというとそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない
観光振興が市内経済の活性化や雇用創出の増大につながると思いますか	45.9%	40.4%	9.9%	3.0%	0.8%
観光振興が本市の知名度やブランドの向上につながると思いますか	49.1%	37.0%	10.0%	2.7%	1.1%
観光振興が、本市の発展に寄与すると思いますか。	45.2%	38.6%	11.7%	3.7%	0.9%