

# インバウンド・国際会議等の取組みによる 経済活性化に関する年間調査テーマ調査報告書

令和7年3月28日

千葉市議会環境経済委員会

委員長 石井茂隆

副委員長 蛭田浩文

吉川英二 岡崎純子

梶澤洋平 伊藤康平

段木和彦 櫻井 崇

宇留間 又衛門 三須和夫

## 令和6年度 環境経済委員会所管事務調査報告書

### 1 所管事務調査事項

インバウンド・国際会議等の取組みによる経済活性化について

### 2 所管事務調査事項の選定理由

コロナ禍を経て経済活動の活性化が昨今見受けられ、特に観光面では、令和6年4月において、訪日客の国内消費額から、日本人旅行者による海外での消費額を差し引いた旅行収支の黒字額が約4,500億円にのぼったとの報道もあった。本市は、東京都心や成田空港からの距離が近く、鉄道や幹線道路の結節点でもあることから、国内外の人流を活かし、インバウンド需要をはじめとする交流人口の高まりを本市の観光施策にも反映し、地域経済の活性化へつなげることが重要であることから、調査を行う。

### 3 調査の経過及び結果

#### (1) 令和6年9月10日 環境経済委員会

本市のインバウンド・国際会議等の取組みによる経済活性化について、経済農政局から以下のとおり説明を受けた。

(説明要旨)
<p><b>1 本市におけるインバウンドの誘致について</b></p> <p><b>(1) インバウンドの状況</b></p> <p>日本での訪日外客数は令和元年に過去最高を記録したが、令和2～4年は低迷していた。市内延べ宿泊者数では、令和5年では令和元年の97%まで回復したが、外国人宿泊者数は35%程度までしか回復していない。外国人旅行者は旅行前の情報収集が旅行先を決定するうえで最重要となっており、SNS等にて発信強化することが課題となっている。</p> <p>外国人旅行者の消費動向として、モノ消費からコト消費へと移行傾向にあり、買い物から宿泊、飲食等の支出が伸びている。外国人旅行者の本市内旅行支出においても、宿泊、飲食等の比率が高いことから、滞在時間をいかに伸ばすかが重要となっている。</p>
<p><b>(2) インバウンド誘致に係る本市の取組み</b></p> <p>本市におけるWEBサイト、SNSでの情報発信としてWEBサイトの年4回の更新、SNSではFacebook、Instagram、Weibo等を通じて紹介記事やイベント情報などを掲載している。</p>
<p><b>2 本市における国際会議の誘致について</b></p> <p><b>(1) 本市での国際会議等開催状況</b></p> <p>JNTO（日本政府観光局）基準にて、主催者、参加者総数、参加国、開催期間などを基に対象とする国際会議を設定している。実績としては令和元年は56件の開催を行</p>

ったが、令和２～４年は低迷している。

## (2)国際会議開催補助金

千葉県の国際会議開催補助金制度の登録を受け、県と協調して誘致・補助をする内容となっている。補助金には市単独補助と600人以上会議は、県が単独補助としてさらに上乗せをして支援することとなっている。令和４年度は１件、令和５年度は３件の実績がある。

## (3)誘致推進体制

千葉県、千葉市、幕張メッセ、ちば国際コンベンションビューロー、この４者が定期的に打合せなど情報共有を図り、協調して誘致活動を展開している。特に、主催者向けのアプローチに関しては、幕張メッセ、ちば国際コンベンションビューローが率先して動いている。

## (4)ビットペーパー(立候補提案書類)作成のポイント

主催者が開催都市を選定する際に理事会などで比較検討する書類であり、アクセス、会議場、宿泊視察、収支計画、受入れ組織、都市の魅力等を記載している。作成は主にちば国際コンベンションビューローや幕張メッセ等が行い、独自の知見でPRを、プロモーションを盛り込んでいる。

## (5)本市が国際会議会場として選ばれた理由

- 会場費が東京国際フォーラムなどと比較して安価であること
- 県市補助金制度の活用が可能であったこと
- 大会主催者と良好な関係を築いてきたこと
- 過去に開催実績があること
- 地道なセールス活動やMICE DAYを通じて幕張メッセの紹介をしてきたこと
- 幕張メッセの会場利用について仮予約の対応を受け入れてきたこと

## 3 今後の取組方針

### (1)インバウンドの誘致について

千葉市の認知度を向上させるため、様々な媒体を活用した積極的な情報発信の強化・継続。次に、千葉県・近隣自治体及び関係団体と連携した効果的かつ効率的な海外プロモーションの推進。外国人の関心が高い観光資源の発掘・磨き上げ。最後に、都心と成田空港の中間地点であることの立地優位性を生かした訪日外国人観光客のさらなる取り込みとしている。

### (2)国際会議の誘致について

国際会議開催補助金等を活用した４者の協力体制の強化、国内外ともに本市の知名度向上につながるブランディングを意識したMICE誘致、MICE主催者への積極的なアプローチ、サステナビリティ向上（ユニークベニューやアフターコンベンションの質、ホスピタリティー、施設機能の向上）に取り組むこととしている。

《当局の説明に対する委員の主な意見》

- 東京方面へ利用者が流れないように、旅行代理店や広告代理店を活かすべきである
- 円安が要因となり、近隣の外国人が訪日している。個人客も多いため、インターネットでの口コミやイベントなどを活用し、団体・個人両面で推進していくことが望ましい
- 有名な観光地では必ずあるご当地グルメの発信を検討されたい
- ドラマやアニメと関連したスポット紹介による情報展開を進められたい
- 点在するまちづくりの本市では回遊性を高めるよりも、その区域のコンセプトを明確にしたうえで、留めるための対策を行うべきである
- 夜の街を活性化すれば人が集まるという単純な構造ではないため、どのような魅力を持っているのか精査したうえで発信することが肝心である
- 幕張メッセ、千葉港、ハーバーシティ蘇我を船で連結させることによって、より海の魅力をアピールできるよう検討してほしい

## (2)令和6年10月28日～30日 行政視察(川崎市、宮崎市、宮崎県)

委員会視察として、川崎市、宮崎市、宮崎県を調査した。

このうち、年間調査テーマに関しては、他市の先進事例として、川崎市の「インバウンドビジネス等推進事業」、宮崎市の「インバウンド誘客戦略」及び宮崎県の「みやざき観光情報発信強化事業及び外国人個人観光客誘客事業」の調査を行った。

川崎市では、駅周辺の遊休不動産の利活用を行い、特にインバウンドビジネスに寄与することを目的に既存ストックを活用したまちづくりを行っていた。年間3件を対象、予算総額900万円と小規模であるが、段階的にエリアを拡大する計画にて試験的にまちの活性化に取り組んでいた。

宮崎市では、訪日外国人旅行者の増加と観光消費額の拡大を目的として、効率的かつ効果的に誘客施策を展開するための指針とした宮崎市インバウンド誘客戦略を策定し、PR動画や多言語、多文化に対応するツールの導入など情報発信や受入先の環境整備等に取り組んでいた。

宮崎県では、観光相談体制の強化を図ることを目的としたみやざき観光情報発信強化事業と、海外向けSNSでの情報発信やデジタルプロモーションの強化及び国際線を活用した誘客対策や他県空港から九州に入る観光客を宮崎県周遊につなげる二次交通対策等を実施し、外国人個人観光客の誘客促進を図る事業を行っていた。九州MaaS等の多様な公共交通機関と連携した二次交通対策や、海外OTAと連携したデジタルプロモーションのほか、職員独自のアンテナにて観光資源を発掘するなど積極的な取組を確認した。

(詳細は視察報告書を参照)

## (3)令和6年12月2日 環境経済委員会

令和6年10月28日～30日に行った行政視察について、調査の振り返り及び今期の総括として、委員間での意見交換を行った。

#### 《委員の主な意見》

- 視察先ではキャンプをはじめとするインバウンド・MICEの受入れ態勢を整えるなどの取組が非常に具体化されていた。立地などの前提を踏まえ、実現可能なものを選別する議論から始める必要があると思われる
- 観光振興に関し、大変良く整理されたじゃらんのガイドブック等、周知に関するコンテンツは参考になると感じた
- 港を活用したフェリーや外国船の受け入れなど、本市が今後検討すべき観点は存在するため、引き続き調査、研究及び議論の必要がある
- インバウンド受入れについて、本市の最大の課題は宿泊者の確保と思われた
- 外国人観光者のマナーに関する啓発活動など並行して進めるべき課題もあるため、複数の観点から事業の進展を議論すべきである
- 歴史的な建物を活用する取組は、インバウンドへのアピールのみならず、市民から愛される場所としても非常に価値があると思われた
- その都市が持つバックグラウンドなどを活用した意味のある建物を1施設だとしても広く周知し、世の中に認知してもらうことは経済的にも大きな意味がある

## 4 まとめ

インバウンド・MICEともに令和元年度の実績がピークとなっている。令和2～4年度のコロナ禍での低迷から一定の回復は見られるが、本市での外国人の受入れという点では以前の水準に半分も達していない。

現状を踏まえ、海外プロモーションの推進や、都市ブランディングを意識したMICEの誘致などを主要な取組として本市の施策は実施されている。

インバウンドの主な旅行先として、東京、名古屋、京都、大阪など主要な都市を周遊する通称、ゴールデンルートが一般的である。視察先である宮崎市では、西のゴールデンルートと呼ばれる西日本と九州地域において行政及び経済界にて連携した事業に参画し、誘客に向けた取組が行われており、このような取組を参考に、広域連携を前提とした周遊によるインバウンドのモデルルートの確立を検討されたい。

また、港を活用したフェリー等の受入対策や歴史的建築物の改修事業など、本市独自の立地及び都市アイデンティティを活用した、市民からも集いの場となるような施策を模索するとともに、外国人観光客へのマナー啓発も併せて行われたい。

さらに、MICEの誘致に関しては、単なる誘致に留まらず、スポーツ関係に代表されるような地元チーム等との交流を通じた相互交流を活発化させる仕組みづくりを検討されるとともに、東京方面に利用者が流れないよう、旅行代理店や広告代理店と連携した宿泊者確保に関する取組を推進されたい。

インバウンド及びMICEに関しては、ハード・ソフト両面からの整備が必要となるが、一過性の取組ではなく、旅行者のみならず市民からも本市の魅力を発見できるよう、広範かつ継続的に本市経済に資する取組となることを期待する。