1．観光振興ビジョン策定の目的

- 本市は多様な観光資源を有していますが、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。また、国内外の旅行需要が回復する一方、人口減少による国内市場の縮小や観光産業の人手不足など、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。

位置づけ
総合計画で掲げるまちづくりを進めるための観光振興の個別部門計画

計画期間
令和8年度～令和12年度【5年間】

2．目指すべき姿

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～

3．戦略テーマ

魅力向上で回遊・滞在をプラスワン

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。

4．戦略の方向性

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

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

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

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

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

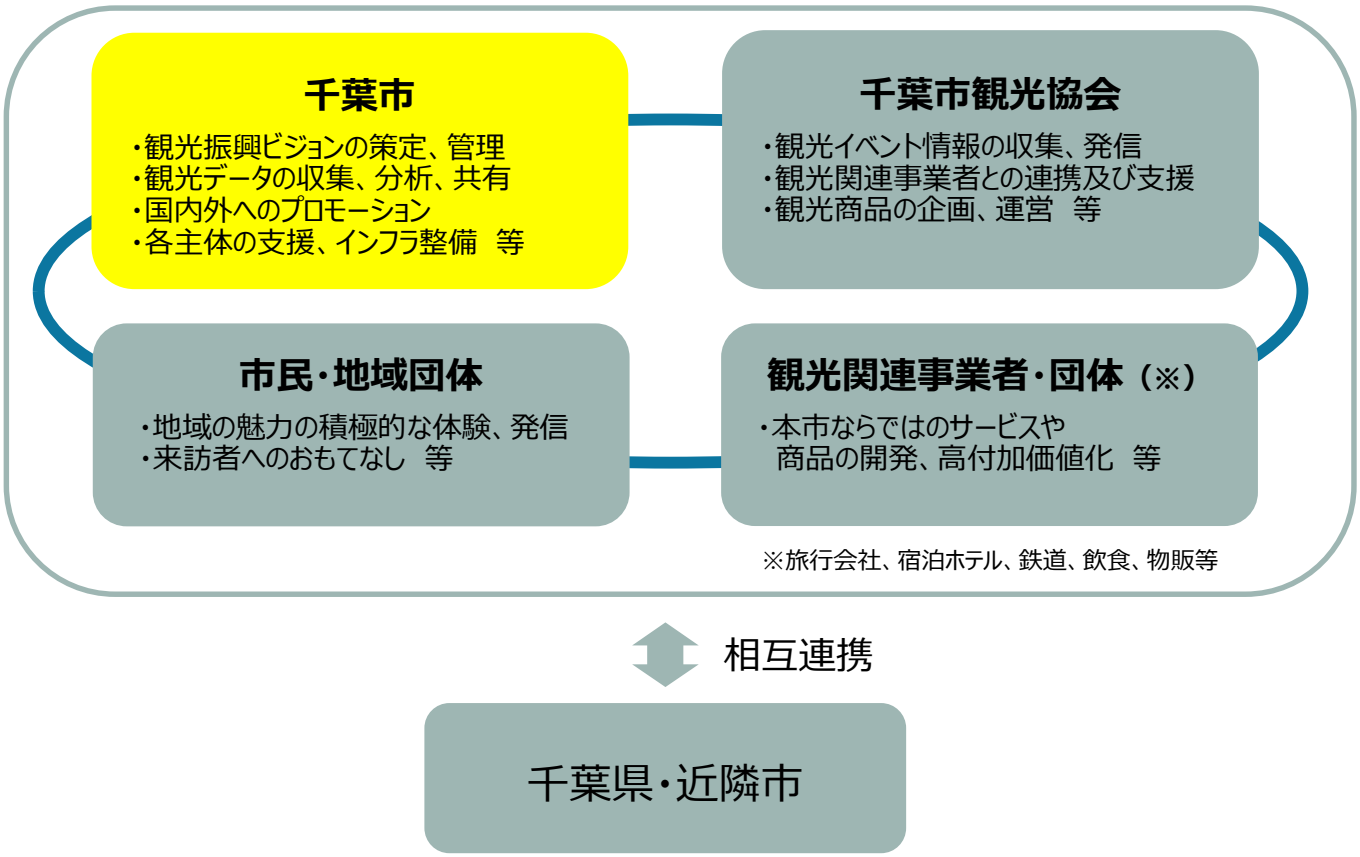
観光振興の取組みについて、進捗管理や効果検証を行うため、以下の６項目を成果指標とし、
新規事業の実施や、物価上昇等の社会情勢を踏まえた目標値を設定します。

指標	基準値（令和7年）	目標値（令和12年）
延べ宿泊者数※１	370万人泊	400万人泊
外国人延べ宿泊者数※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
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

6．推進体制

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。



発行年月　令和8年11月
お問合せ先　千葉市観光MICE企画課　TEL：043-245-5282