令和５年度　総会議案

日時：令和５年４月２７日（木）１３時３０分～

場所：ＴＫＰガーデンシティ千葉　３階　シンフォニア

ちばプロモーション協議会

議案第１号

令和４年度事業報告および決算について
令和４年度事業報告

Ⅰ　会議開催状況

１　総　会

（１）日程
　　令和４年４月 27 日（水）
（２）場所
　　TKP ガーデンシティ千葉
（３）議事
　ア　令和３年度事業報告及び決算について
　イ　令和４年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

２　役員会

（１）日程
　　令和４年４月 19 日（火）
（２）場所
　　オークラ千葉ホテル
（３）議事
　ア　令和３年度事業報告及び決算について
　イ　令和４年度事業計画（案）及び収支予算（案）について
　ウ　令和４年度総会の上程（案）について

Ⅱ　観光プロモーションの展開

１　観光キャンペーン

（１）あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーン
　千葉県内のお気に入りの観光スポットや風景、グルメ、宿、特産品などをスマートフォン等で写真に撮って、コメントを添えてキャンペーンサイト又は Instagram に投稿すると、毎月抽選で 20 名に県産品や非売品のチーバくんグッズ等をプレゼントするキャンペーンを実施した。
　さらに、スマートフォン等でキャンペーンサイトの「ラブちば優待証画面」を見せるだけで、県内約 200 の観光施設や飲食店等で割引やプレゼントなどの優待が受けられるサービスを併せて実施した。
　ア　キャンペーンの狙い
　　観光客や地元の人がオススメする消費者目線の観光情報（投稿された写真及びコメント）をキャンペーンサイトに集積し、多様な魅力を一元的に発信して、より多くの方に見ていただくことで、今後の旅行先を検討する際の参考にして

もらい、新たな旅人が千葉を訪れるという「口コミのサイクル」を構築するとともに、ラブちば優待サービスの提供を併せて行うことで、地域にお金が落ちるきっかけを作る。

イ　期間

令和４年６月１日（水）～令和５年３月 31 日（金）

ウ　プレゼント

毎月抽選で 20 名に、県産品や非売品のチーバくんグッズ等をプレゼントする。

・チバザビーフ（毎月４名）
・宿泊補助券（毎月１名）
・銚子つりきんめのしゃぶしゃぶ（毎月４名）
・食育ソムリエが選ぶ旬の野菜ボックス＆千葉のお米（毎月４名）
・千葉の絶品チーズ（毎月４名）
・非売品のチーバくん水筒（毎月１名）
・非売品のチーバくんメスティン＆レジャーシート（毎月２名）

エ　投稿方法

キャンペーンサイト又は Instagram において、写真やコメントを投稿する。

オ　消費者目線で投稿された観光情報（投稿された写真・コメント）の発信

（ア）キャンペーンサイト

投稿された写真やコメントの閲覧を通じて、本県に足を運ぶきっかけとなるよう、人気順や新着順で投稿写真等が閲覧できるほか、エリア・市町村・キーワードにより投稿写真等が検索できる機能を設定した。

さらに、地域での消費拡大に結び付けるため、投稿写真の撮影場所周辺に所在するラブちば優待サービスの提供施設が同時に表示されるようなサイトデザインとした。

投稿写真の閲覧ページ

（イ）ＳＮＳ

平成26年度にFacebook、28年度にInstagram、令和3年度にはTwitterのアカウントを開設。投稿された写真の一部を公式アカウントで発信するリポストを行うことにより、本キャンペーンや観光スポット等の情報拡散を図った。

（発信回数）

・公式Instagram及びFacebook：月10回程度

・公式Twitter：毎日1回

（Twitterキャンペーン）

フォロワーを増やすため、プレゼントキャンペーンを実施した。

・キャンペーン１

令和4年6月1日（水）～6月7日（火）

フォロー&RTで、10名に抽選でチーバくん巾着をプレゼント。

・キャンペーン２

令和4年11月7日（月）～11月13日（日）

フォロー&アンケートで、10 名に抽選でチーバくんコップをプレゼント。

（ウ）イベント

イベント会場でのチラシ配布のほか、投稿写真から厳選した B0 版ポスターを制作（夏・秋・早春の 3 種）し、駅やイベント会場等に展示することで、本キャンペーンや観光スポット等の周知を図った。

ａ　鉄道駅でのラブちば写真展示〔JR東日本と連携〕

（ａ）期間

令和4年8月25日（木）～9月30日（金）

（ｂ）会場

JR新浦安駅、両国駅、蘇我駅、駅たびコンシェルジュ船橋

※新浦安駅は8/31まで。

ｂ　ふるさと観光展IN仙台駅2022でのPR 及びラブちば写真展示

（ａ）期間　〔日本観光振興協会と連携〕

令和4年10月5日（水）～10月7日（金）

（ｂ）会場

JR仙台駅2階ステンドグラス前

ｃ　鉄道駅でのラブちば写真展示〔JR東日本と連携〕

（ａ）期間

令和4年11月2日（水）～11月30日（水）

（ｂ）会場

JR千葉駅、両国駅、駅たびコンシェルジュ船橋

※千葉駅は11/10まで。

ｄ　ちば産直市でのPR及びラブちば写真展示〔JR東日本・県と連携〕

（ａ）期間

令和4年9月8日（木）～9月10日（土）

（ｂ）会場

JR上野駅中央改札外グランドコンコース

ｅ　鉄道駅でのラブちば写真展示〔JR東日本と連携〕

（ａ）期間

令和4年12月26日（月）～令和5年3月31日（金）

（b）会場

JR 両国駅、JR 錦糸町駅、駅たびコンシェルジュ船橋、JR 津田沼駅、JR 千葉駅、JR 成田駅、千葉県庁中庁舎 1 階※このほか、県庁知事応接室にも展示

f　JR 仙台駅観光物産展での PR 及びラブちば写真展示〔県・JR 東日本と連携〕

（a）期間

令和 5 年 1 月 18 日（水）～1 月 21 日（土）

（b）会場

JR 仙台駅 2 階ステンドグラス前

カ　ラブちば優待サービス

地域での消費拡大に結び付けるため、観光施設や店舗等（39 市町・204 施設）に御協力をいただき、スマートフォン等でキャンペーンサイトの「ラブちば優待証画面」を見せるだけで、優待が受けられるサービスを実施した。

キャンペーンサイトには、優待施設の情報（施設名・特典内容・住所・電話番号・URL）を掲載したほか、閲覧者が簡単に優待施設を探せるよう、検索機能（市町村／ジャンルで検索可能）を設定した。また、優待施設を Google マイマップにプロットし、地図上で優待施設が探せる機能を設けるとともに、現在地からの経路検索が可能となるよう、利便性の向上を図った。

さらに、県内周遊を促進するため、優待施設周辺で撮影された投稿写真等が自動的に表示される機能を設定した。

キ　期間限定企画

通常のキャンペーンに加え、会員等と連携し、期間限定の特別賞を設定して写真投稿の拡大を図った。

（ア）ちば文化資産特別賞〔県と連携〕

a　企画内容

ちばの文化的魅力を感じる場所やモノの写真を投稿すると抽選で、非売品のグッズをプレゼントする。

b　応募期間

令和 4 年 6 月 1 日（水）～9 月 5 日（月）

c　プレゼント

チーバくんクッション（非売品）4 名、タオル（非売品）10 名

（イ）クルカッキョウコラボ賞〔JR 久留里線活性化協議会と連携〕

a　企画内容

久留里線の魅力を感じる場所やモノの写真を投稿すると抽選で、非売品のグッズをプレゼントする。

b　応募期間

令和 4 年 9 月 1 日（木）～12 月 18 日（日）

c　プレゼント

オリジナルクリアファイル（非売品）、ステッカー（非売品）、沿線 3 市の特産品 15 名

（ウ）ラブバイクを投稿しよう！コラボ賞〔千葉オートバイ事業協同組合と連携〕

a　企画内容

県内のお気に入りのスポットに愛車で行って写真を投稿すると抽選で、非売品グッズをプレゼントする。

b　応募期間

令和５年１月１日（日）～3 月 31 日（金）

c　プレゼント

ROUGH TAIL バイカーズレザーウォレット１名、MOTREK キーホルダー10 名

キャンペーンポスター

ク　広報

（ア）ポスター・チラシの掲出

a　数量

ポスター　800 枚

チラシ　　17 万枚

b　掲出場所

JR 千葉支社管内主要駅、県内道の駅、海ほたる PA、チーバくんプラザ、県内宿泊施設、県内観光施設、銚子電鉄、小湊鐵道、いすみ鉄道、城西国際大学、千葉大学、市町村観光案内所、ニコニコレンタカー80 台車内等

（イ）県広報番組等の活用による PR

・ちば note：5･6 月号（4 月発行）
・ちば note：7･8 月号（6 月発行）
・チーバくん Twitter（6 月 4 日(土)配信）
・bay-fm：CHIBA-ICHI 探検隊（6 月 20 日(月)放送）
・bay-fm：ミンナノチカラ～CHIBA～（6 月 24 日(金)放送）
・「水産物直売所マップ」（7 月発行）
・ちば県民だより 7 月号（7 月 5 日(月)発行）
・ちば中小企業元気ナビ Facebook：（7 月 12 日(火)配信）
・ちば note：9･10 月号（8 月発行）
・サンキュー❤ちばフリーパス・フリー乗車券パンフレット（8 月発行）
・千葉日報：朝刊（8 月 1 日(月)掲載）
・bay-fm：CHIBA PREFECTURE UPDATES（8 月 12 日(金)放送）
・北総鉄道車内広告（8 月 31 日（水）～2 月 28 日（火））
・いちはら FM、ふくろう FM、かずさエフエム、市川うらら FM、ラジオ成田：（9 月 3 日（土）～4 日(日)放送）
・ちば note 11･12 月号（10 月発行）
・首都高速道路ホームページでの PR（10 月 21 日（金）～10 月 25 日（火））
・まちっと柏 WEB サイト（10 月から掲載）
・GOGO 房総デジタルポイントラリーチラシ（11 月 1 日(火)から配布）
・ちば note 1･2 月号（12 月発行）
・「葛南地域観光ガイドマップ」（3 月発行）
・ちば note 3･4 月号（2 月発行）

ケ　実績

（ア）写真投稿数

投稿数	R 元年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度
WEB サイト	4,692	8,958	10,996	7,973
Instagram	9,158	20,174	21,876	22,216
合計	13,850	29,132	32,872	30,189

※30 年度から Instagram による投稿を受付開始。

（イ）キャンペーン WEB サイトのユーザー数

閲覧数	R 元年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度
WEB サイト	42,295	87,820	91,743	106,325

（ウ）キャンペーン WEB サイトの訪問回数（セッション数）

閲覧数	R 元年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度
WEB サイト	54,335	106,250	113,145	126,397

※ユーザーが公式サイトを訪れた回数

（エ）写真投稿者へのアンケート結果

a　Q.ラブちばキャンペーンサイトの投稿写真を見て、その場所を訪問したことがありますか

回答	%
ある（1 箇所）	31.3%
ある（2 箇所）	10.9%
ある（3 箇所以上）	36.2%
ない	21.6%

約 8 割が「ある」と回答

b　Q.ラブちば優待サービスを利用したことがありますか

回答	%
ある（1 箇所）	12.9%
ある（2 箇所）	2.9%
ある（3 箇所以上）	7.4%
ない	76.8%

2 割以上が「ある」と回答

c　Q.ラブちばキャンペーンをどこで知りましたか。

回答	%
ＳＮＳ	27.9%
イベント	1.5%
ポスター・チラシ	41.1%
まるごとｅ！ちば	12.8%
まるごとｅ！ちば以外のサイト	3.0%
家族・友人からの情報	8.4%
その他	5.3%

（オ）ＳＮＳ運用実績

a　フォロワー数　　合計 52,455 フォロワー　　※R5.3.31 現在

Instagram　38,365 フォロワー（前年度比 8,376 人増）

Facebook　11,939 フォロワー（前年度比　60 人増）

Twitter　2,151 フォロワー（前年度比 1,057 人増）

※Twitter は R3 年度から開始

b　投稿回数

Instagram　261 回

Facebook　241 回

Twitter　174 回

（２）観光施設入園割引券プレゼントキャンペーン

新型コロナウイルスの影響により大きく落ち込んだ旅行需要を回復するとともに、県民によるマイクロツーリズムを推進するため、千葉県民を対象に県内民間観光施設の入園割引券を抽選で 3,000 組（12,000 名分）にプレゼントするキャンペーンを実施した。

ア　応募期間

令和 4 年 10 月 20 日（木）～11 月 7 日（月）

イ　応募方法

インターネット

ウ　対象者

千葉県民

エ　利用期間

令和 4 年 12 月 1 日（木）

～令和 5 年 2 月 28 日（火）

共通入園割引券

オ　対象施設

民間有料観光施設 47 施設

カ　割引額

1 人 1 回あたり 1 千円を上限に割引する。

キ　優待特典

入園割引券の利用者を対象とした、各施設独自の優待サービスを併せて実施する。

［優待例］ソフトクリーム 1 個サービス、入館料金 10%割引など

ク　応募数

53,306 件

ケ　当選数

3,000 組（当選者 1 名×割引券 4 枚を交付＝12,000 名分）

コ　利用者数

6,372 名

サ　利用率

53.1%（参考：R3 利用率 48.3%）

シ　経済効果

46,330,760 円

（ア）日帰り

5,620 人×　4,886 円/人回＝27,459,320 円

（イ）宿泊

752 人×25,095 円/人回＝18,871,440 円

（出典）人数：入園割引券利用者への WEB アンケートより推計

観光消費額単価：「令和３年千葉県観光入込調査報告書」から引用

ス　アンケート結果

（ア）当選者へのアンケート結果（458 件）

a　Q. 入園割引券が当選していなくても、旅行をしましたか

回答	回答数	割合
当選しなければ旅行しなかった	372	81.2%
当選しなくても旅行した	86	18.8%

b　Q. 入園割引券を利用して旅行した回数を教えて下さい

回答	回答数	割合
1 回	343	74.9%
2 回	106	23.1%
3 回	7	1.5%
4 回	2	0.5%

c　Q. 入園割引券を利用して旅行した際の旅程を教えて下さい

回答	回答数	割合
日帰り	404	88.2%
宿泊	20	4.4%
宿泊と日帰りの両方	34	7.4%

d　Q.　割引券を利用した観光施設の訪問歴を教えてください

回答	回答数	割合
初めて	275	60.0%
行ったことがある	138	30.1%
両方	45	9.9%

（イ）参加した観光施設へのアンケート結果

a　Q. 共通割引券は、見込みより多く利用されましたか

回答	割合
見込みより利用があった	69.6%
見込みより利用が無かった	21.7%
記載なし	8.7%

b　Q. キャンペーンの効果・お客様の反響等

・割引額が高く、お客様は喜ばれていた。
・2 月の閑散期にお客様が多く来館されたので、効果があったと思います。
・観光施設へ出向く呼び水なったと思います。
・本来閑散期である 1 月後半から 2 月末までの間、家族連れのお客様のご利用が多くみられた。
・「割引券があるからお出かけしよう」というお出かけ需要の回復に繋がる良いキャンペーンだったと感じました。
・冬の閑散期だったので、割引効果は大きかったのではないかと思います。
・利用期間が限られていたので、お客様の出かける意欲にも繋がったかと思います。
・閑散期の底上げに繋がる。
・このキャンペーンで、当施設を知っていただいたお客様もいました。
・当園の入園料に対するキャンペーン割引額が約 5 割で、お得感を感じている利用者が多かった。

２　会員等と連携した観光ＰＲ

（１）会員等が実施するイベントとの連携による観光ＰＲの実施

ア　ちばI･CHI･BA in 酒々井プレミアム・アウトレット〔観光物産協会と連携〕

酒々井プレミアム・アウトレットで開催されたイベントにおいて、観光PRや観光パンフレットの配布等を行った。

（ア）期間

令和4年6月19日（日）

（イ）会場

酒々井プレミアム・アウトレット　フードコート前広場

（ウ）内容

観光パンフレットの配布、観光案内、特産品販売、アンケート

（エ）参加団体

観光物産協会、栄町、浦安観光コンベンション協会、銚子市観光協会、旭市観光物産協会、JR東日本千葉支社、鴨川館、サンライズ九十九里、米屋、鍋店等

イ　ちば産直市〔JR東日本・県と連携〕

JR 上野駅で開催された「ちば産直市」において、ステージでの観光 PR や観光パンフレットの配布等を行った。

（ア）期間

令和4年9月8日（木）～9月10日（土）

（イ）会場

JR上野駅中央改札外グランドコンコース

（ウ）内容

ステージイベント、観光パンフレットの配布、観光案内

（エ）参加団体

県、観光物産協会、JR東日本千葉支社、成田市、鎌ケ谷市、匝瑳市、白井市、芝山町、芝山町観光協会、外房観光連盟

ウ　ふるさと観光展IN仙台駅2022〔観光物産協会と連携〕

JRで開催された「ふるさと観光展IN仙台駅2022」において、観光パンフレットの配布やラブちば写真展示を行った。

（ア）日程

令和4年10月5日（水）～7日（金）

（イ）場所

JR仙台駅2階ステンドグラス前

（ウ）内容

観光パンフレットの配布、観光案内、ラブちば写真の展示、アンケート

（エ）参加団体

観光物産協会

エ　JR仙台駅観光物産展〔県・観光物産協会・JR東日本と連携〕

JR 仙台駅で開催されたイベントにおいて、観光パンフレットの配布やラブちば写真の展示などを行った。

（ア）日程

令和5年1月18日（水）～1月21日（土）

（イ）場所
JR 仙台駅 2 階ステンドグラス前
（ウ）内容
観光パンフレットの配布、観光案内、
ラブちば写真の展示、特産品販売、アンケートなど
（エ）参加団体
県、観光物産協会、JR 東日本千葉支社、南房総観光連盟、外房観光連盟、
浦安観光コンベンション協会、JA グループ千葉

オ　ちば I･CHI･BA in 酒々井プレミアム・アウトレット〔観光物産協会と連携〕
酒々井プレミアム・アウトレットで開催されたイベントにおいて、観光 PR や観光パンフレットの配布等を行った。
（ア）期間
令和 5 年 3 月 21 日（火･祝）
（イ）会場
酒々井プレミアム・アウトレット　フードコート前広場
（ウ）内容
観光パンフレットの配布、観光案内、特産品販売、アンケート
（エ）参加団体
観光物産協会、松戸市、白井市、芝山町観光協会、匝瑳市観光協会、野田市観光協会、浦安観光コンベンション協会、銚子市観光協会、旭市観光物産協会、鴨川館、サンライズ九十九里、飯沼本家、鍋店等

（２）ＪＲ東日本が運行する団体臨時列車との連携による観光ＰＲの実施

ア　ぐるっと北総グルメものがたりの運行〔JR 東日本と連携〕
千葉県のブランド豚である SPF 豚を使用した弁当や銚子の地ビール、山武市産の削りいちごなど、千葉のご当地グルメが楽しめる日帰りツアーを実施した。ツアーでは、佐原において伊能忠敬の歩測体験を行ったほか、銚子産のキャベツを使った餃子やチーバベリーのジャムなどのおもてなしの逸品をプレゼントした。
（ア）日程
令和 4 年 6 月 4 日（土）
（イ）参加人数
68 名
（ウ）ルート
千葉駅～佐原駅～（佐原の町並みを自由散策・歩測体験）～佐原駅～昼食（車内で SPF 豚弁当を配布）～銚子駅～（銚子電鉄に乗車）～犬吠駅～犬吠テラステラス（買物）～犬吠駅～（銚子電鉄に乗車）～銚子駅～（車内でアフロキャベツ餃子の配布）～成東駅～（駅前でご当地グルメ振舞い・農産物等の販売）～千葉駅
（エ）協力団体
銚子市観光協会、山武市、東庄町、小野川と佐原の町並みを考える会

SPF 豚弁当

削りいちごの振舞い

３　広報宣伝

（１）インターネット広告

本協議会が実施する観光キャンペーンをPRするため、検索ポータルサイトやSNSにおけるインターネット広告を実施した。

ア　県内民間観光施設入園割引券プレゼントキャンペーンのPR

（ア）広告期間

令和4年10月20日（木）～11月7日（月）

（イ）広告実績

広告	表示回数	クリック数	クリック率
Yahoo! ディスプレイ広告	2,039,167	2,447	0.12%
Instagram広告	143,077	1,431	1.00%
合計	2,182,244	3,878	0.18%

Ⅲ　力強い観光基盤を築く取組

１　旅行商品造成に向けた取組

県内の魅力ある観光資源を旅行商品に結び付けるため、旅行会社がツアー化を検討しているテーマを会員に向けてプレゼンテーションする「旅行商品テーマ発表会」を開催し、協議会が一丸となってテーマに沿った観光資源の掘り起こしを行うとともに、旅行会社による商品造成とツアーの催行に対する支援を行った。

また、各地域部会において、旅行商品の造成に向けた地域資源の活用や観光素材の磨き上げについて、意見交換を行った。

このほか、新型コロナウイルスの感染拡大防止対策を施したうえで、旅行会社と県内観光関係者による観光商談会を開催した。

（１）旅行商品テーマ発表会

旅行会社がツアー化したいテーマを会員に向けてプレゼンテーションする旅行商品テーマ発表会を開催した。

ア　日程

令和4年5月24日（火）

イ　発表者

はとバス、エイチ・アイ・エス、阪急交通社、読売旅行、クラブツーリズム

ウ　テーマ数

24テーマ（日本遺産、ＳＤＧｓ、ローカル線、ＳＮＳ映えスポットなど）

エ　参加者数

56名

（２）旅行商品の造成及びツアー催行に向けた旅行会社への支援

ア　旅行商品の造成支援

（ア）支援内容

旅行商品の造成を促進するため、旅行会社が観光資源の磨き上げや視察のために県内を訪れた場合の交通費相当額を支援した。

（イ）実績

旅行会社5社が県内を計9回訪問し、うち4社に対し8回の支援を行った。

旅行会社名	訪問回数	支援額	訪問先
読売旅行	2回	50,000円	空の駅さくら館、白子神社、海の駅九十九里、亀山温泉ホテル
阪急交通社	2回	50,000円	香取市役所、銚子市役所
クラブツーリズム	3回	75,000円	服部あじさい屋敷、宝家、大多喜町、南房総市観光協会、ナルケンいちご園
エイチ・アイ・エス	1回	25,000円	さくらノーム・佐倉きのこ園
はとバス※	1回	0円	成田山新勝寺、飯沼本家
合計	9回	200,000円	

※はとバスは、実施報告が無かったため、支援金を交付しなかった。

イ　ツアー催行へのインセンティブ

（ア）支援内容

本事業で造成された旅行商品の催行を促すため、旅行会社へのインセンティブとして、ツアーが催行された場合に支援金を交付した。

（イ）実績

旅行会社4社が13台のツアーを催行し、うち3社に対し9台の支援を行った。

旅行会社名	催行台数	支援額	ツアー名
読売旅行	4台	120,000円	道の駅＆海の駅＆空の駅めぐりIN千葉
阪急交通社	1台	30,000円	日本遺産！北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み
クラブツーリズム	4台	120,000円	南房総花摘みとメロン＆料理宿「政右ヱ門」
はとバス※	4台	0円	トイレ付バス・ピアニシモで行く 酒と二十四節気料理 きのえねomoya
合計	13台	270,000円	

※はとバスは、実施報告が無かったため、支援金を交付しなかった。

（３）地域部会

ア　ベイエリア地域部会

（ア）日程

令和4年6月22日（水）

（イ）場所

八千代市総合生涯学習プラザ

（ウ）参加者数

23名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

イ　南房総地域部会

（ア）日程

令和４年６月 28 日（火）

（イ）場所

鴨川市役所

（ウ）参加者数

20 名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

ウ　かずさ臨海地域部会

（ア）日程

令和４年７月６日（水）

（イ）場所

木更津市役所

（ウ）参加者数

24 名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

エ　九十九里地域部会

（ア）日程

令和４年７月７日（木）

（イ）場所

東金市役所

（ウ）参加者数

26 名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

オ　北総地域部会

（ア）日程

令和４年７月 20 日（水）

（イ）場所

成田市役所

（ウ）参加者数

25 名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

カ　東葛飾地域部会

（ア）日程

令和４年７月 22 日（金）

（イ）場所

松戸市男女共同参画センター「ゆうまつど」会議室

（ウ）参加者数

17 名

（エ）会議概要

各地域の観光の現状・課題・新たな取組みに関する情報交換、旅行商品造成支援事業・教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の説明、協議会の事業期間に関する意見等について

（４）観光商談会

新型コロナウイルスの感染拡大防止対策を施したうえで、現地旅行会社と県内観光関係者（観光施設・宿泊施設等）による観光商談会を開催した。

ア　北関東を対象とした観光商談会

（ア）日程

令和４年６月 21 日（火）

（イ）場所

前橋商工会議所（群馬県前橋市）

（ウ）参加団体

旅行会社　（群馬県）：12 社 14 名

観光事業者（千葉県）：18 団体 28 名

イ　静岡県を対象とした観光商談会

（ア）日程

令和４年７月 11 日（月）

（イ）場所

JR 静岡駅ビル パルシェ（静岡県静岡市）

（ウ）参加団体

旅行会社　（静岡県）：９社 12 名

観光事業者（千葉県）：12 団体 13 名

ウ　中京圏を対象とした観光商談会への参加〔県と連携〕

（ア）日程

令和４年７月 12 日（火）

（イ）場所

名古屋東急ホテル（愛知県名古屋市）

（ウ）参加団体

旅行会社　（中京圏）：８社 35 名

観光事業者（千葉県）：21 団体 32 名

エ　北海道を対象とした観光商談会

（ア）日程

令和４年９月 11 日（月）

（イ）場所

TKP ガーデンシティ PREMIUM 札幌大通（北海道札幌市）

（ウ）参加団体

旅行会社　（北海道）：11 社 19 名

観光事業者（千葉県）：14 社 20 名

オ　首都圏を対象とした観光商談会

（ア）日程
　　令和４年10月21日（金）
（イ）場所
　　東武ホテルレバント東京（東京都墨田区）
（ウ）参加団体
　　旅行会社　（首都圏）：15社52名
　　観光事業者（千葉県）：44社79名

カ　東北圏を対象とした観光商談会への参加〔県と連携〕
（ア）日程
　　令和５年１月26日（木）
（イ）場所
　　ウェスティンホテル仙台（宮城県仙台市）
（ウ）参加団体
　　旅行会社　（東北圏）：９社26名
　　観光事業者（千葉県）：21社33名
キ　埼玉県を対象とした観光商談会
（ア）日程
　　令和５年２月15日（水）
（イ）場所
　　TKPガーデンシティPREMIUM大宮（埼玉県さいたま市）
（ウ）参加団体
　　旅行会社　（埼玉県）：９社17名
　　観光事業者（千葉県）：23社36名

（５）千葉県観光素材集の作成・配布〔県と連携〕

旅行商品の造成に活用できる旅行会社向けガイドブックとして、「千葉県観光素材集」を県と連携して作成し、商談会に参加した旅行会社等へ配布した。

なお、昨年度に引き続き、新型コロナウイルスの感染拡大防止対策の情報も掲載した。

ア　掲載内容
　　県内の観光・飲食・買物・体験施設等に関する基本情報、商品造成に必要な事項（団体受入可否、駐車台数、外国語対応、バリアフリー対応、新型コロナウイルス感染拡大防止対策等）など
イ　部数等
　　A4サイズ　198ページ　1,150部
ウ　配布先
　　首都圏・中京圏・東北圏・北海道の旅行会社等

２　教育旅行誘致の取組

将来の教育旅行誘致に繋げるため、県及び協議会が主催する観光商談会において、旅行会社の教育旅行担当者に対して教育旅行素材の売り込みを行ったほか、県外の中学校を訪問する教育旅行キャラバンを実施するなど、教育旅行誘致に取り組んだ。

このほか、教育旅行誘致に携わる県内観光関係者同士の意見交換や情報交換を目的とする教育旅行誘致連絡会を開催した。

（１）教育旅行キャラバン

ア　中京地区の中学校への個別訪問〔県と連携〕

（ア）日程

令和４年７月 13 日（水）

（イ）訪問先

名古屋市内及び岐阜県内の中学校 20 校（東海三県修学旅行委員会、愛知県修学旅行特別委員会の委員校や地区代表校）、東海三県中学校修学旅行委員会事務局

（ウ）参加者

県・観光物産協会・県内観光事業者

イ　札幌地区の中学校への個別訪問〔県と連携〕

（ア）日程

令和４年９月 15 日（木）

（イ）訪問先

札幌市内の中学校 16 校（札幌市中学校長会の役員校）、江別市の教育委員会

（ウ）参加者

県・観光物産協会・県内観光事業者

（２）教育旅行誘致連絡会

ア　第１回連絡会

（ア）日程

令和４年６月 23 日（木）

（イ）場所

TKP ガーデンシティ千葉

（ウ）参加者数

52 名（県・観光物産協会・市町村・市町村観光協会・県内観光事業者）

（エ）会議概要

中京圏からの教育旅行誘致に関する情報共有を行った。

イ　第２回連絡会

（ア）日程

令和５年３月 14 日（火）

（イ）場所

オークラ千葉ホテル

（ウ）参加者数

56 名（県・観光物産協会・市町村・市町村観光協会・県内観光事業者）

参加者同士で意見を交換

（エ）会議概要

中京圏からの教育旅行誘致に関する情報や、県が実施した教育旅行 SDGs 体験プログラム造成支援事業の実施結果、教育旅行誘致の今後の取組み、来年度の観光プロモーションの内容について、事務局から説明を行った。その後、参加者同士で意見交換を行った。

また、参加者へのアンケートによれば、9 割近くが「次回も参加したい」と回答しており、「継続的に実施してほしい」「意見交換の時間を多くしてほしい」「他地区の取り組みや受入に関する勉強会を開催してほしい」との意見があった。

（３）教育旅行誘致パンフレットの増刷・配布

前年度に制作した学校や旅行会社向けのパンフレットを増刷し、教育旅行キャラバンで訪問した中学校や商談会に参加した旅行会社等へ配布するとともに、ターゲットエリアである中京地区の公立中学校（581 校）や札幌地区の公立中学校全校（100 校）にも配布を行った。

ア　掲載内容

体験プログラムやモデルコース、交通アクセスなど

イ　部数等

A4 サイズ　16 ページ　1,000 部

ウ　配布先

首都圏・中京圏・東北圏・北海道の旅行会社や中京圏・北海道の中学校等

３　ロケツーリズムの取組

市町村によるロケツーリズム施策の促進を目的として、担当者向けの研修会を開催したほか、ロケツーリズム施策（ソフト事業）にかかる経費を助成する市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業を実施した。

（１）市町村ロケツーリズム施策の促進に係る研修会

ア　日程

令和 4 年 6 月 15 日（水）

※県フィルムコミッション担当者会議と同日開催

イ　場所

オークラ千葉ホテル

ウ　出席団体

51 団体 58 名

エ　実施内容

（ア）ロケツーリズムの概要と市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業について

（イ）講演

・「映画・ドラマ撮影におけるロケーションの選定方法、地域 FC に求めるもの」

映画・ドラマ制作担当者 中邑 元昭 様

・「ドライブ・マイカーの撮影支援や、流山市の撮影誘致、支援、広報の実務と、制作担当の関わり方について」

凹まない企画事務所　筒井 秀夫 様

（２）市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業

ア　対象団体

構成団体に市町村が含まれるロケ支援組織

イ　内容

ロケツーリズム施策（ソフト事業）実施経費の３分の２以内を助成する

ウ　具体例

ウェブサイトやロケ地 MAP の作成、モニターツアーの実施、権利処理に係る経費等

エ　実績

１件　165,000 円

	交付決定額	交付額	助成事業の内容　※（交付先）
1	165,000	165,000	船橋市（ふなばしロケーションズ‘ふなロケ’）で支援した撮影のロケ地を巡るモニターツアー実施への助成

Ⅳ　全県的な「おもてなし」の取組

○　おもてなし運動の展開

県が実施する「おもてなし」の取組と連携を図りながら、”おもてなし力”の更なる向上を図った。

【取組み】

・おもてなし運動PRうちわ（環境対応エコ骨）の作成・配布（7月）　10万本

・会員施設内における「千葉おもてなし宣言」の掲示（通年）

・おもてなし運動PRバッジの着用（通年）

うちわ表面

うちわ裏面

Ⅴ　会員の自発的な観光プロモーション活動や会員間交流の促進

１　会員の自発的な観光プロモーション

（１）JAL 修学旅行 WEB サイトへの情報掲載

日本航空と連携し、同社が運営する修学旅行 WEB サイト「学ぶ・体験する　JAL で行く修学旅行」において、教育旅行誘致に向けた PR を実施した。

ア　期間

令和 4 年 9 月～

イ　内容

WEB サイト上に、本協議会が作成した「教育旅行ガイドブック in 千葉県」のデジタルパンフレットへのリンクを掲載した。

（２）「あなたのラブちば教えてキャンペーン」のＰＲ

ア　御宿町商工会　「いすみライフ 7 月号」(7 月 10 日(土)発行)

イ　JR 東日本千葉支社　「JR Chiba Family 2021.11 月号」(11 月 1 日(月)発行)

ウ　各会員のホームページや SNS での PR　など

２　コカ・コーラ ボトラーズジャパン㈱との連携

コカ・コーラ ボトラーズジャパン㈱が設置し運営する飲料自動販売機を通じて、本協議会が推進する観光振興の取組への協力等を明記した覚書を締結した。

（平成 30 年 2 月 9 日締結）

○設置状況

第 1 号機（平成 30 年 2 月 19 日、幕張メッセ）

第 2 号機（平成 30 年 2 月 22 日、千葉ポートパーク休憩所）

以降、千葉市、富津市、市原市、茂原市、東金市、習志野市において第 17 号機まで設置

＜覚書の概要＞

○告知ステッカーの貼付

「魅力いっぱいギュッと千葉」のロゴや協議会が推進する観光振興への協力告知などを掲示した自販機を設置する。

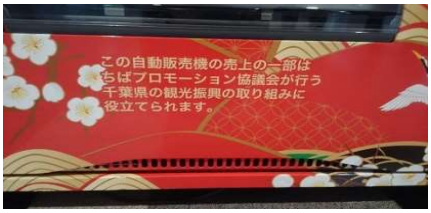
○活動支援金

覚書に基づき設置された自販機の売上金の内、一本当たり 1 円を最下限とする金額について、協議会が推進する観光振興の取組への支援を行う。

○有効期間

平成 30 年 2 月 9 日から平成 33 年 3 月 31 日まで

（解約等の意思表示がなければ引続き同一条件で更新）



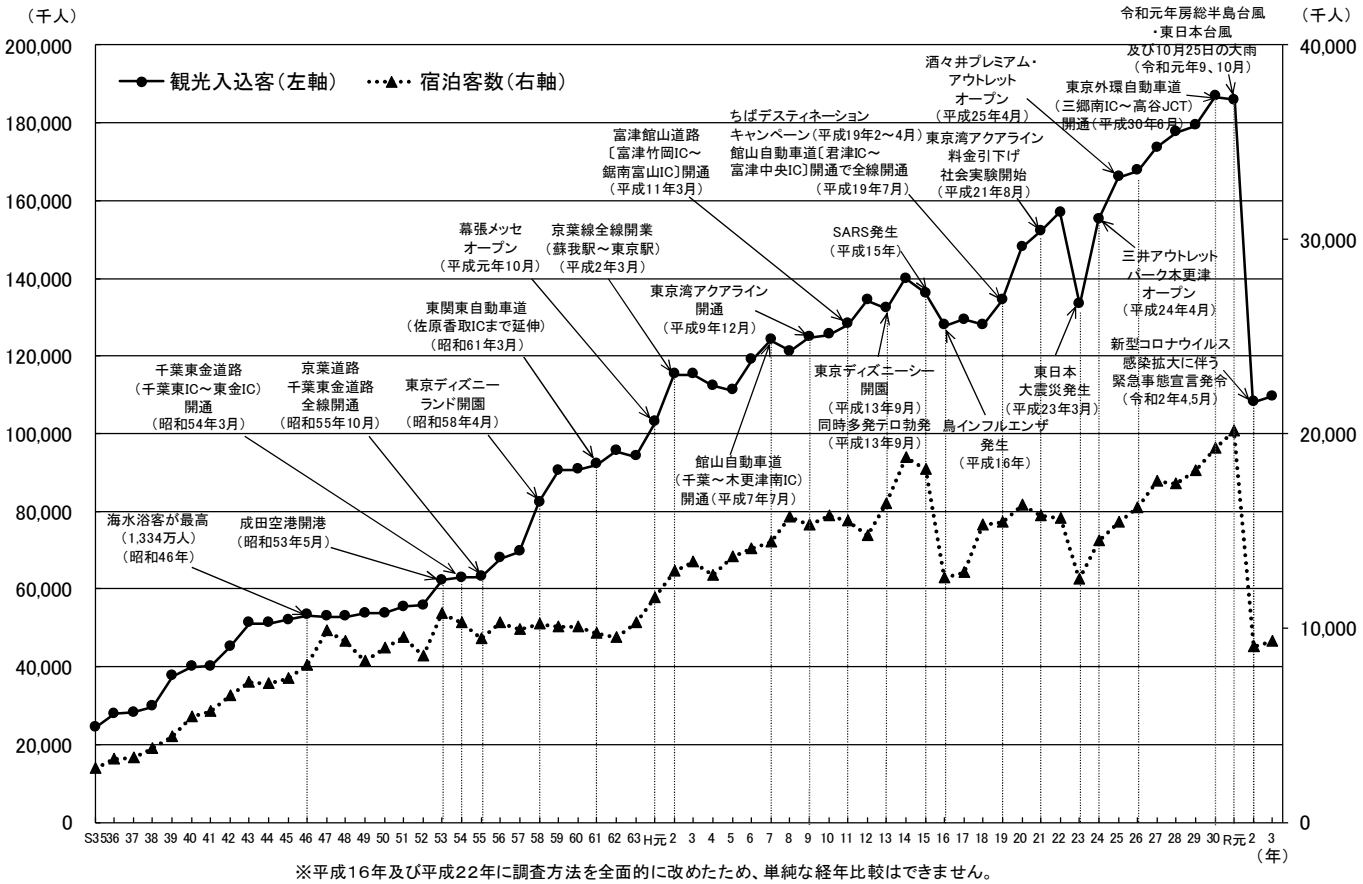
第 1 号機（幕張メッセ）

Ⅵ　観光誘客効果

（単位：千人地点、千人泊）

	平成１９年	令和３年	増減（H19 比）
観光入込客数	１３４，２５５	１０９，５５９	▲２４，６９６
宿泊客総数	１５，４１６	９，２８０	▲６，１３６

※千葉県観光入込調査データ



※平成16年及び平成22年に調査方法を全面的に改めたため、単純な経年比較はできません。

令和４年度収支決算

〔期間：令和4年4月1日から令和5年3月31日まで〕

【　収入の部　】　（単位：円）

科　　目	予算額 ①	決算額 ②	差額 ①-②	説　　明
1　負担金	**30,580,000**	**30,809,230**	**△ 229,230**	
(1)県	29,000,000	29,000,000	0	
(2)市町村等	1,580,000	1,809,230	△ 229,230	
2　協賛金･広告料	**1,000,000**	**1,230,229**	**△ 230,229**	
3　前年度繰越金	**8,219,000**	**8,219,799**	**△ 799**	
4　ロケツーリズム促進事業繰越金	**5,445,000**	**5,445,079**	**△ 79**	
5　雑収入	0	153,315	**△ 153,315**	
合　　計	**45,244,000**	**45,857,652**	**△ 613,652**	

【　支出の部　】　（単位：円）

科　　目	予算額 ①	決算額 ②	差額 ①-②	説　　明
1　事 業 費	**39,895,000**	**22,616,503**	**17,278,497**	
(1)観光プロモーション	23,100,000	16,140,747	6,959,253	
(2)力強い観光基盤を築く取組	13,795,000	3,855,656	9,939,344	
(3)全県的なおもてなしの取組	3,000,000	2,620,100	379,900	
2　事　務　費	**5,300,000**	**4,920,431**	**379,569**	
(1)運営費	2,300,000	1,920,431	379,569	
(2)人件費	3,000,000	3,000,000	0	
3　予　備　費	49,000	**0**	**49,000**	
合　　計	**45,244,000**	**27,536,934**	**17,707,066**	

収入額	45,857,652 (a)	
支出額	27,536,934 (b)	
収支差額	18,320,718 (a)-(b)	（令和5年度へ繰越）

令和４年度収支決算書附属明細書

〔期間：令和4年4月1日から令和5年3月31日まで〕

【　支出の部　】　　（単位：円）

科　　目	令和4年度 決算額	説明	予算額	支出額
1　事業費	**22,616,503**			
(1)観光プロモーション	16,140,747			
		・ラブちばｷｬﾝﾍﾟｰﾝ	8,500,000	8,088,653
		・イベント経費	1,000,000	13,600
		・キャンペーン事業経費	12,000,000	6,946,194
		・ノベルティ	600,000	150,150
		・メディア広告等	1,000,000	942,150
(2)力強い観光基盤を築く取組	3,855,656			
①旅行商品造成に向けた取組		・商談会/ﾒﾃﾞｨｱﾐｰﾃｨﾝｸﾞ	3,250,000	2,143,506
		・教育旅行誘致	1,000,000	327,830
		・観光素材集	700,000	699,600
		・商品造成ﾓﾃﾞﾙ事業助成	3,400,000	470,000
②ロケツーリズムの推進		・ﾛｹﾂｰﾘｽﾞﾑ促進事業	5,445,000	214,720
(3)全県的なおもてなしの取組	2,620,100	・おもてなし運動PRうちわ	3,000,000	2,620,100
2　事務費	**4,920,431**	・運営費 （会議室使用料、資料作成費、通信運搬費等）	2,300,000	1,920,431
		・人件費	3,000,000	3,000,000
3　予備費			49,000	0
合　　計	**27,536,934**		45,244,000	27,536,934

監　査　報　告　書

ちばプロモーション協議会
　会長　熊　谷　俊　人　　様

ちばプロモーション協議会規約第６条第４項の規定に基づき、令和４年度の事業並びに収入支出について、関係帳簿及び証拠書類等を監査したところ、いずれも適正かつ正確に処理されていることを認め、報告いたします。

令和５年４月１４日

ちばプロモーション協議会
　監　事　株式会社千葉銀行

麻生博章　㊞

監　事　一般財団法人千葉県観光公社

牧野福慶　㊞

議案第２号

令和５年度の事業計画（案）及び収支予算（案）について

令和５年度事業計画（案）

当協議会は、千葉県観光を推進する実体的な組織として、オール千葉県での観光プロモーション活動におけるけん引役としての役割を全うする。

また、令和元年の房総半島台風や新型コロナウイルス感染症の影響から回復途上にある、本県観光の本格的な回復に向けて、会員一丸となって全力で取組む。

事業方針

○　効果的な観光プロモーションの実施

観光プロモーションの実施に当たっては、より高い効果が得られるよう、県や千葉県観光物産協会などが行うプロモーションとの連携を基本に組み立てを行い、本県観光を盛り上げていく。

また、千葉県誕生 150 周年記念事業との連携や、観光客の期待度が高いグルメをフックに、周辺の魅力ある観光スポットやイベント等を広く PR して、本県への誘客や県内周遊の促進を図っていく。

○　交流・連携の推進

当協議会が有するネットワークを最大限に活用して、会員間及び多様な主体との交流・連携を推進し、活力ある千葉県観光を築き上げていくとともに、裾野の広い観光振興を図る。

○　本県観光の復興

令和元年の房総半島台風や新型コロナウイルス感染症の影響により、長期にわたって落ち込みが続く本県観光について、協議会会員が一丸となって、復興に向けた取組を推進する。

Ⅰ　観光プロモーションの展開

（１）あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーンの実施

県民や旅行者に写真とコメントを投稿してもらうことで、行政が行う PR とは違った「口コミ」による情報発信の仕組みを作り出し、本県に観光客を呼び込むサイクルを構築する。さらに、県内の観光施設や飲食店等で優待が受けられるサービスを併せて実施し、地域にお金が落ちるきっかけを作るキャンペーンを実施する。

（２）旅行需要を喚起する優待キャンペーンの実施等

新型コロナウイルスの影響により大きく落ち込んだ旅行需要を回復するため、優待キャンペーンを実施するとともに、県が行う宿泊等の優待キャンペーンと連携し、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

（３）イベントの開催・参加による情報発信

観光 PR イベントの開催や、他の主催者によるイベントに参加することで、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

（４）地域部会、座談会の開催

会員同士の情報交換や新たな観光資源の発掘・磨き上げを目的として、地域部会及び座談会等を開催する。(発掘した観光資源を旅行商品造成及び商談会において活用する)

（５）教育旅行誘致連絡会の開催

教育旅行の誘致活動を効果的に展開するため、誘致に取組む会員同士の情報交換や連携の機会を設ける。

（６）ロケツーリズムの推進

首都圏に位置する本県は、都会的な風景のみならず、海辺や里山、歴史的な町並みなど多様なロケーションを有していることから、映画・テレビドラマ等の撮影が盛んに行われており、また、アニメ作品の舞台にもなっている。

そこで、作品の知名度を活かした観光誘致（ロケツーリズム）を推進するため、撮影支援に取組む会員を対象とした研修会の開催や、市町村等が行うソフト事業への助成事業を実施する。

なお、事業の実施にあたっては、より高い事業効果が得られるよう、千葉県フィルムコミッションとの連携を図る。

（７）会員の自発的な観光プロモーション活動の推進

各会員が、自らの活動の中で取組める“観光振興”を後押しすることにより、全県的な観光意識の醸成を図る。

さらに、各会員の活力やネットワーク、独自の取組等を協議会の活動と連携させることで、より裾野の広い全県的な観光プロモーションが可能となることから、各会員の取組等との連携を推進する。

＜会員の取組等との連携例＞

①広報・ＰＲ活動の連携

②販促グッズ等の支援

③インセンティブツアーにおける県内ツアーの促進

④教育旅行事業等との協働（企業、大学、博物館における受入れや民泊、ホームステイなど）

⑤ロゴ入り名刺を活用した、国内外に向けたプロモーション

（８）会員間交流の促進

会員間のネットワーク及び全県を挙げての観光における競争力の強化を図るとともに、異業種構成組織としての協議会の特長を活かして、会員自らの活動に有益となる情報が収集できる場を提供するため、情報交換会を開催する。

・地域部会、教育旅行誘致連絡会の開催（前記Ｉ（４）（５））　など

（９）各種主体のプロモーション活動との連携

県や千葉県観光物産協会が実施するプロモーション活動との連携のほか、鉄道事業者、道路事業者、交通関連事業者、観光関連事業者等の各主体が実施するプロモーション活動や、千葉県フィルムコミッション、成田空港活用協議会等の取組との連携を図り、効果的なプロモーション活動を展開する。

Ⅱ　全県的な「おもてなし」の取組の展開

本県を訪れる多くの来訪者をお迎えするため、県の取組と連携を図りながら、協議会の会員が一体となって“おもてなし力”のさらなる向上を目指し、以下の取組を展開する。

（１）おもてなし運動ＰＲうちわ（エコ対応うちわ）の作成・配布

（２）千葉おもてなし宣言の掲示

（３）おもてなしピンバッジの着用

（４）おもてなしステッカーの掲示

令和５年度収支予算（案）

〔期間：令和5年4月1日から令和6年3月31日まで〕

【　収入の部　】　（単位：千円）

科　　目	R5年度予算額	R4年度予算額	R5－R4	説　　明
1　負担金	**19,580**	**30,580**	**△ 11,000**	
(1)県	18,000	29,000	△ 11,000	
(2)市町村等	1,580	1,580	0	・市町村：540、観光協会･宿泊･観光事業者等：1,040
2　協賛金･広告料	**1,000**	**1,000**	**0**	
3　前年度繰越金	**13,090**	**8,219**	**4,871**	
4　ロケツーリズム促進事業繰越金	**5,230**	**5,445**	**△ 215**	
合　　計	**38,900**	**45,244**	**△ 6,344**	

【　支出の部　】　（単位：千円）

科　　目	R5年度予算額	R4年度予算額	R5－R4	説　　明
1　事 業 費	**33,730**	**39,895**	**△ 6,165**	
(1)観光プロモーション	30,230	36,895	△ 6,665	・イベント経費 1,000 ・ノベルティ 900 ・ラブちばｷｬﾝﾍﾟｰﾝ 12,000 ・キャンペーン事業経費 11,000 ・教育旅行誘致 100 ・ﾛｹﾂｰﾘｽﾞﾑ促進事業 5,230
(2)全県的なおもてなしの取組	3,500	3,000	500	・おもてなし運動PRうちわ 3,500
2　事　務　費	**5,100**	**5,300**	**△ 200**	・会議室使用料 ・資料作成 } 2,100 ・通信運搬 ・人件費 3,000
3　予　備　費	**70**	**49**	**21**	
合　　計	**38,900**	**45,244**	**△ 6,344**	

議案第３号

事業期間の延長について

事業期間の終期（令和５年度まで）を３年間延長し、「令和８年度（西暦２０２６年度）まで」とする。

参 考

ちばプロモーション協議会　規約第 21 条の改正

改正（案）	現行
（事業期間） 第２１条　協議会の活動期間は、平成１９年度から**令和８年度（西暦２０２６年度）まで**とする。次年度以降の取組みについては、別途協議する。	（事業期間） 第２１条　協議会の活動期間は、平成１９年度から**令和５年度（西暦２０２３年度）まで**とする。次年度以降の取組みについては、別途協議する。

議案第４号

役員の選任及び任期について

別紙名簿(案)のとおり役員を選任し、任期を令和５年度の総会の開催日から令和７年度の総会の開催日とする。

ちばプロモーション協議会役員会名簿（案）

令和5年4月27日現在
（敬称略）

役　職	団　体　名　・　役　職	氏　名	備考
会　　長	千葉県知事	熊谷　俊人	
副会長	（一社）千葉県商工会議所連合会　会長	佐久間　英利	㈱千葉銀行　取締役会長
	千葉県商工会連合会　会長	秦　重悦	一宮町商工会　会長
	千葉県経済同友会　代表幹事	佐久間　英利	㈱千葉銀行　取締役会長
	（一社）千葉県経済協議会　会長	金子　庄吉	
	（一社）千葉県経営者協会　会長	三枝　紀生	京成電鉄㈱　相談役
	（公社）千葉県観光物産協会　会長	飯沼　喜市郎	
	国立大学法人千葉大学　理事	岩崎　俊博	
	千葉県市長会　会長	井崎　義治	流山市長
	千葉県町村会　会長	岩田　利雄	東庄町長
理　　事	千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合　理事長	篠原　正人	
	（一社）日本旅行業協会関東支部千葉県地区委員会　委員長	武笠　克彦	㈱日本旅行 千葉法人営業部
	（一社）千葉県旅行業協会　会長	大原　秀雄	
	全国農業協同組合連合会 千葉県本部長	荒井　隆	
	千葉県漁業協同組合連合会　代表理事会長	坂本　雅信	
	（一社）千葉県バス協会　会長	齋藤　隆	京成バス㈱　代表取締役社長
	（一社）千葉県タクシー協会　会長	金子　庄吉	
	千葉県ゴルフ協会　会長	菅　千太郎	
	千葉県芸術文化団体協議会　会長	吉本　充	
	成田国際空港㈱　代表取締役社長	田村　明比古	
	東日本旅客鉄道㈱千葉支社　支社長	中川　晴美	
	京成電鉄㈱　代表取締役社長　社長執行役員	小林　敏也	
	東日本高速道路㈱関東支社東京湾アクアライン管理事務所　所長	藤野　和雄	
	㈱オリエンタルランド　代表取締役会長（兼）CEO	加賀見　俊夫	
	㈱マザー牧場　代表取締役社長	前田　伸	
	㈱グランビスタホテル＆リゾート鴨川シーワールド　総支配人	藤原　悟作	
	ＮＰＯ法人千葉自然学校　事務局長	小松　敬	
監　　事	㈱千葉銀行　常務執行役員	麻生　博章	
	（一財）千葉県観光公社　理事長	牧野　福慶	

任期：令和5年度の総会の開催日～令和7年度の総会の開催日まで