令和３年度

総　会　議　案

ちばプロモーション協議会

～　目　　次　～

議案第 1 号　　令和２年度事業報告及び決算について

P　1　　～　　P　29

議案第 2 号　　令和３年度の事業計画(案)及び収支予算（案）について

P 30　　～　　P　35

議案第１号　**令和２年度事業報告および決算について**

令和２年度事業報告について

主 な 取 組

＜観光プロモーションの展開＞ Ｐ．２ ～

○　新型コロナウイルスにより大きく落ち込んだ旅行需要を回復するため、県内観光施設の無料入園券を県民にプレゼントする優待キャンペーンを実施した。

○　本県の魅力を PR するため、お気に入りの観光スポットや風景・グルメ等の写真を撮って応募すると、毎月抽選で県産品や非売品のチーバくんグッズなどをプレゼントするキャンペーンを実施した。

○　本県が JR グループ 6 社の重点宣伝地域に指定されたことから、全国の JR 主要駅に観光ポスターを掲出して PR するなど、誘客促進に取り組んだ。

＜旅行商品造成に向けた取組＞ Ｐ．17 ～

○　会員間の情報交換の場を創出する「超」地域部会を実施するとともに、旅行商品の造成に向けた勉強会を県内各地域で開催した。

　また、観光素材を旅行商品へとブラッシュアップするため、旅行業者による商品審査会を開催した。

○　さらに、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、観光商談会を都内で開催し、旅行会社への売り込みを図った。

　このほか、神奈川県内の旅行会社を対象に、県内観光施設の現地視察と観光商談会を木更津市内で実施した。

＜教育旅行誘致の取組＞ Ｐ．21 ～

○　中京圏をターゲットとした学校訪問を実施するとともに、新型コロナウイルスの感染拡大により学校訪問が実施できなかった札幌市内の中学校に対しては、教育旅行の関係資料を送付した。

＜バリアフリー観光の取組＞ Ｐ．22 ～

○　東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けて、高齢者や障がいのある人が安心して旅ができるよう、「バリアフリー観光」を推進する取組を行った。

Ⅰ　会議開催状況

１　総　会

日　　程：令和２年４月 23 日（木）に開催予定であったが、新型コロナウイルスの影響により、令和２年４月 30 日（木）をもって書面開催とした。

議　　事：①令和元年度事業報告及び決算について
②令和２年度事業計画（案）及び収支予算（案）について
③事業期間の延長について
④役員の選任及び任期について
⑤みなし決議日について

２　役員会

日　　程：令和３年３月 24 日（水）
場　　所：千葉市美術館 講堂
議　　事：①令和２年度事業報告について
②令和３年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

３　幹事会

日　　程：新型コロナウイルスの影響により、令和３年３月１日（月）をもって書面開催とした。　※計画部会と同時開催
議　　事：①既存事業に関する意見・要望について
②新規事業に関する提案について

Ⅱ　観光プロモーションの展開

１　新型コロナウイルス感染症 緊急事態宣言下でのプロモーション

新型コロナウイルスの感染拡大により、令和２年４月７日～5 月 25 日にかけて緊急事態宣言が発出されたことから、本県への来訪を呼び掛けることが難しい状況となった。

そこで、緊急事態宣言下に WEB 会議やテレワークの機会が増えた状況を捉え、県内の美しい風景や会員施設等の「バーチャル背景」を新たに作成し、県公式観光物産サイト「まるごとｅ！ちば」から無料でダウンロードできるサービスを開始した。また、令和３年１月８日には、再び緊急事態宣言が発出されたことから、バーチャル背景用画像の提供を会員に依頼してサイトの充実を図ったほか、Facebook 及び Instagram において広告を実施し、ダウンロードの促進を通じた観光 PR に取り組んだ。

このほか、テイクアウトやデリバリーができる店舗の紹介サイトを取りまとめた特集ページを作成し、会員等への支援を行った。

（１）ちばのバーチャル背景特集〔県・県観光物産協会と連携〕

開 始 日：令和２年４月 28 日（火）
掲 載 数：150 コンテンツ
内　　容：大山千枚田、釣ヶ崎海岸、八幡海岸付近の工場夜景、マザー牧場、航空科学博物館、京成バラ園、市川市動植物園、旧岩崎家末廣別邸、東京湾フェリー、新京成電鉄、千葉ロッテマリーンズなど
Ｐ Ｖ 数：49,332PV　※R3.3.31 現在

ちばのバーチャル背景特設サイト

写真のダウンロードページ

（２）ちばのテイクアウトができるおみせ〔県・県観光物産協会と連携〕

開 始 日：令和２年４月 23 日（木）
掲 載 数：45 市町・51 サイト
Ｐ Ｖ 数：60,558PV　※R3.3.31 現在

２　緊急事態宣言解除後のプロモーション

新型コロナウイルスの感染が落ち着きをみせ、緊急事態宣言が解除された令和 2 年 5 月 25 日以降は、国の基本的対処方針に基づいて、県内の観光振興から段階的に取り組んだ。

（１）イベント

○　夏休み前ＰＲイベント

日　　程：令和２年６月
場　　所：アピタ長津田店（神奈川県横浜市）
※新型コロナウイルスの影響により中止

（２）広報宣伝

ア　ＳＮＳによるＰＲ〔県観光物産協会と連携〕

会員施設をはじめとする県内の観光情報やグルメ情報等について情報発信するとともに、新型コロナウイルスの感染防止対策を併せて呼び掛けた。

Ｓ Ｎ Ｓ：Facebook、Instagram、Twitter

イ　観光情報誌によるＰＲ〔県と連携〕

（ア）ちばｎｏｔｅ ７・８月号

外房のアウトドアスポットを巡るモデルコースや、グルメ情報（ハマグリ料理・アサリ料理）等を掲載した県作成の観光情報誌「ちば note」（7・8 月号）について、駅や会員施設等に配布した。

なお、掲載施設のうち、ラブちば優待に協力をいただいている施設については、優待サービスが利用できる旨を紙面の中でも紹介し、施設への来訪促進を図った。

サ イ ズ：A4 サイズ　12 ページ

数　　量：5 万部

配布場所：JR 千葉支社主要駅、東武アーバンパークライン各駅、新京成電鉄 5 駅、千葉銀行・千葉信用金庫の各支店、京葉銀行・千葉興業銀行の東葛飾・葛南地域の各支店、県内郵便局、道の駅、宿泊施設等

グルメ情報（ハマグリ料理）

ウ　県広報誌等の活用によるＰＲ〔県と連携〕

県広報番組やちば県民だよりにて、下記キャンペーン等の周知を図った。

○bay-fm：ｉｔ「チバイチ探検隊」（6 月 29 日(月)、7 月 6 日(月)放送）

○チバテレビ：シャキット！（7 月 3 日(金)放映）

○ちば県民だより：7 月号（7 月 5 日(日)発行）

○bay-fm：サタデイ・ブレイシング・モーニング（7 月 11 日(土)、7 月 18 日(土)、7 月 25 日(土)放送）

（２）キャンペーン

ア　あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーン

（下記５(1)のとおり）

イ　県内観光施設優待キャンペーン

新型コロナウイルスの感染拡大により大きく落ち込んだ旅行需要を回復するため、千葉県民を対象に、県内観光施設の入園券を抽選で 3,500 組 7,000 名にプレゼントするキャンペーンを実施した。

応募期間：令和 2 年 6 月 24 日（水）～7 月 15 日（火）

対 象 者：千葉県民

利用期間：令和２年８月１日（土）～10 月 31 日（土）　※一部施設 9/1～11/30
観光施設：屋外型の有料観光施設 18 施設
応 募 数：24,401 件（WEB：19,961 件、ハガキ 4,440 件）
利用者数：4,401 名

［参考］
（ア）当選者へのアンケート結果

○当選した観光施設への訪問歴

訪問回数	割合
初めて	63.6%
2～4 回	28.7%
5 回以上	7.7%

○旅行の同行者

同行者	割合
家族	90.9%
友人	7.7%
親戚	0.7%
一人	0.7%

○旅行日程

日程	割合
日帰り	83.9%
宿泊	16.1%

（イ）参加した観光施設の声
・初めて来園する人が増えた。今回のキャンペーンは、新規顧客の獲得につながったと思う。
・チケット送付直後、多くの当選者から問合せがあった。
・これだけの規模で実施したことは、厳しい時期に多くのお客様の利用につながり、高い効果があったと考えている。
・普段とは違う角度からの宣伝ができたので、当園を認知していない方々にも来園していただけたと思う。
・観光施設全体が苦しい状況の中で盛り上げてくれたことに感謝します。

３　県内外をターゲットにしたプロモーション

国の GoTo トラベルキャンペーンが令和２年７月 22 日にスタートし、基本的対処方針に示された段階的緩和の移行期間が終了した 8 月 1 日以降は、全国に対し来訪を呼び掛けられるフェーズへと移ったものの、新型コロナウイルスの新規感染者が増加と減少を繰り返していたことから、感染状況に応じた観光プロモーションを展開した。

（１）イベント

ア　シルバーウイーク前ＰＲイベント

日　　程：令和２年９月
場　　所：有楽町駅前広場（東京都千代田区）
※新型コロナウイルスの影響により中止

イ　ちば産直市

日　　程：令和２年 11 月
場　　所：JR 上野駅（東京都台東区）

※新型コロナウイルスの影響により中止

ウ　千葉復興弁当プロジェクト販売開始イベント〔JR 千葉支社と連携〕

千葉復興弁当プロジェクトの販売開始イベントに合わせ、駅来訪者に向けて観光 PR を実施した。

日　　程：令和 2 年 11 月 30 日（月）
場　　所：JR 千葉駅 3 階コンコース
内　　容：会員施設等の観光パンフレットの設置、ノベルティの配付、観光案内

エ　春の旅観光展 IN 大宮駅２０２１〔県観光物産協会と連携〕

日本観光振興協会関東甲信越静・東北地区の観光協会が連携し、駅来訪者に向けて観光 PR を実施した。

日　　程：令和 3 年 3 月 25 日（木）～3 月 27 日（土）
場　　所：JR 大宮駅（埼玉県さいたま市）
内　　容：会員施設等の観光パンフレットの設置、ノベルティの配付、観光案内

（２）団体臨時列車の運行

ア　ぐるっと房総グルメものがたり〔JR 千葉支社と連携〕

ハマグリ料理や伊勢えび弁当など、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、ウミホタル観察会を開催したほか、鹿の角ストラップや地ビール、カツオ角煮など、沿線地域のおもてなしの逸品をプレゼントした。

日　　程：令和 2 年 9 月 5 日（土）
ル ー ト：JR 千葉駅～上総一ノ宮駅～ホテルくじゅうくり（昼食）～
～上総一ノ宮駅～館山駅（散策・ウミホタル観察・買物）～
～夕食（車内で特製伊勢えび弁当を配布）～千葉駅
協力団体：いすみ市、御宿町、勝浦市、鴨川市、南房総市、館山市、鋸南町

ハマグリ料理

特製伊勢えび弁当

イ　ぐるっと北総酒ものがたり〔JR 千葉支社と連携〕

地酒の試飲や下車駅周辺の散策、買物を楽しむ日帰りツアーを実施した。

日　　程：令和 2 年 11 月 28 日（土）
ル ー ト：JR 千葉駅～成田駅（試飲・買物・散策）～成田駅～銚子駅（試飲・買物・散策）～千葉駅
協力団体：千葉県酒造組合、成田市、銚子市、銚子市観光協会、銚子電鉄

JR 成田駅でお客様をお迎え

JR 成田駅前ロータリーの様子

（３）広報宣伝

ア　観光ポスターの作成・掲出

（ア）ＪＲ５連観光ポスター〔JR 千葉支社と連携〕

本県が JR グループ 6 社の重点宣伝地域に指定されたことから、グルメと観光スポットの写真を用いた 5 連観光ポスターを作成し、全国の主要駅に掲出して本県への来訪を呼び掛けた。

サ イ ズ：B1 サイズ
枚　　数：5,000 枚
掲出期間：令和 2 年 8 月 1 日（土）～8 月 31 日（月）
掲出場所：JR グループ 6 社 主要 794 駅

（イ）県観光ポスター〔県と連携〕

外房つりきんめ鯛のしゃぶしゃぶと、かつうら海中公園の写真を用いた観光ポスターを作成し、首都圏の JR 主要駅や高速道路 SA・PA、会員施設等に配布・掲出した。

サ イ ズ：B1、B2 サイズ
枚　　数：合計 1,870 枚
掲出期間：令和 2 年 11 月 10 日（火）～12 月 31 日（木）
掲出場所：JR 主要駅（東京・横浜・千葉・大宮・八王子支社管内の駅）、NEXCO 東日本 SA・PA、首都高速 PA、大手旅行会社、道の駅、チーバくんプラザ、千葉銀行、千葉興業銀行、京葉銀行の各支店等

イ　観光情報誌によるＰＲ〔県と連携〕

（ア）ちばｎｏｔｅ 9・10 月号

サンキューちばフリー切符で巡る旅をイメージしたモデルコースや、グルメ情報（梨スイーツ）等を掲載した県作成の観光情報誌「ちば note」（9・10 月号）について、駅や会員施設等に配布した。

なお、掲載施設のうち、ラブちば優待に協力をいただいている施設については、優待サービスが利用できる旨を紙面の中でも紹介し、施設への来訪促進を図った。

サ イ ズ：A4 サイズ　12 ページ
数　　量：5 万部
配布場所：JR 千葉支社主要駅、東武アーバンパークライン各駅、新京成電鉄 5 駅、千葉銀行・千葉信用金庫の各支店、京葉銀行、千葉興業銀行の東葛飾・葛南地域の各支店、県内郵便局、道の駅、宿泊施設等

サンキューちばフリー切符で巡る旅をイメージしたモデルコース

（イ）ちばｎｏｔｅ 11・12 月号〔県と連携〕

ベイエリアの観光スポットを巡るモデルコースや、グルメ情報（豚肉料理・もつ料理）、紅葉・イルミネーションスポット等の情報を掲載した県作成の観光情報誌「ちば note」（11・12 月号）について、駅や会員施設等に配布した。

なお、掲載施設のうち、ラブちば優待に協力をいただいている施設については、優待サービスが利用できる旨を紙面の中でも紹介し、施設への来訪促進を図った。

サ イ ズ：A4 サイズ　12 ページ

数　　量：10 万部

配布場所：JR 主要駅（東京・横浜・千葉・大宮・八王子支社管内の駅）、東武アーバンパークライン各駅、新京成電鉄 5 駅、千葉銀行・千葉信用金庫の各支店、京葉銀行・千葉興業銀行の東葛飾・葛南地域の各支店、多摩信用金庫各支店、県内郵便局、道の駅、宿泊施設、銚子丸（東京・神奈川・埼玉）各店舗等

イルミネーションスポット特集

ウ　県広報番組等の活用によるＰＲ〔県と連携〕

県広報番組やちば県民だより等にて、下記キャンペーン等の周知を図った。

（ア）テレビ

○チバテレビ：シャキット！（9 月 4 日(金)、9 月 25 日(金)、10 月 16 日(金)放映）

○チバテレビ：ウイークリー千葉県（9 月 26 日(土)、10 月 3 日(土)放送）

（イ）ラジオ

○bay-fm：CHIBA PREFECTURE UPDATES（9 月 7 日(月)、9 月 18 日(金)、10 月 5 日(月)放送）

○bay-fm：サタデイ・ブレイシング・モーニング（9 月 12 日(土)放送）

（ウ）ＷＥＢ・ＳＮＳ

○旅行会社 WEB サイト特設ページ:延 11 社(8 月 27 日(木)～2 月 28 日(日)掲載)

○LINE トラベル：プッシュ型広告（9 月 8 日(火)発信、11 月 6 日(金)配信）

○旅行会社メルマガ：延 11 社（9 月 9 日(水)から順次配信）
○Facebook、Instagram：SNS 広告（9 月 24 日(木)開始、10 月 1 日(木)開始、
11 月 1 日(日)開始）
○Yahoo：トップページバナー広告（10 月 1 日(木)開始、11 月 1 日(日)開始）
○スマートニュース：バナー広告（10 月 1 日(木)開始）
○LINE：SNS 広告（10 月 1 日(木)開始）
○Twitter：SNS 広告（10 月 2 日(金)開始、11 月 1 日(日)開始）
○OZmall：メルマガ（10 月 7 日(水)、10 月 15 日(木)配信）
○google：バナー広告（11 月 1 日(日)開始）
○OZmall：現地取材記事を SNS 配信（11 月 17 日(火)配信）
○LINE トラベル：記事広告（12 月 3 日(木)掲載、12 月 7 日(月)SNS 配信）

（エ）新聞等
○ちば県民だより：9～11 月号（各月 5 日に発行）
○読売新聞：朝刊 1 面突出広告（11 月 8 日(日)掲載）

（4）キャンペーン
ア　あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーン
（下記５(1)のとおり）

イ　「ディスカバー千葉」宿泊者優待キャンペーン事業〔県と連携〕
新型コロナウイルスの感染拡大により大きく落ち込んだ旅行需要を回復するため、抽選で 1 人 1 泊あたり 5 千円をキャッシュバックする県のキャンペーンについて、会員が持つ WEB サイトや SNS を通じて PR を行った。
応募期間：令和 2 年 8 月 27 日（木）～10 月 29 日（木）
令和 2 年 10 月 30 日（金）～11 月 24 日（火）
宿泊期間：令和 2 年 9 月 16 日（水）～令和 3 年 6 月 30 日（水）　※停止期間あり

ウ　ちばの「おもてなし」提供補助金事業〔県と連携〕
新型コロナウイルスの感染拡大により大きく落ち込んだ旅行需要を回復するため、会員（市町村観光協会）が先頭に立ち、地域で協力・連携して行う千葉ならではのおもてなしを提供する取組みを行った。
実施期間：令和 2 年 8 月 27 日（木）～10 月 31 日（土）
令和 2 年 11 月 1 日（日）～令和 3 年 6 月 30 日（水）

エ　県内周遊フリー切符販売事業〔県、JR 千葉支社と連携〕
県内の鉄道や路線バス等が 2 日間乗り降り自由となるフリー切符の販売事業について、会員等の交通事業者が参加するとともに、パンフレットやポスターを駅や会員施設等に配布した。さらに、ラブちば優待での連携を図った。
名　　称：サンキューちばフリーパス・フリー乗車券
利用期間：令和 2 年 9 月 1 日（火）～11 月 30 日（月）
※フリー乗車券は、10 月 6 日（火）から発売
対象路線：県内の JR 線、流鉄流山線、小湊鐵道、いすみ鉄道、銚子電鉄

東京湾フェリー
千葉交通バス、九十九里鉄道バス、京成タクシー成田、日東交通、
ジェイアールバス関東、小湊鐵道バスの指定路線
房総さとやまGO

販売価格：フリーパス　　大人3,970円、子供1,980円（県内発）
フリー乗車券　大人4,790円、子供2,390円（都区内発）

優待特典：パンフレット内でラブちば優待の情報を紹介し、サービスの利用を促した。

オ　ちばの直売所フェア２０２０との連携事業〔県と連携〕

農水産物直売所やお取り寄せサイトで商品を購入された方が、観光施設を訪れた場合に、抽選で宿泊券や観光施設入園券等をプレゼントするキャンペーンについて、会員等の観光事業者が参加するとともに、ラブちば優待での連携を図った。

実施期間：令和2年11月7日（土）～12月13日（日）
対象施設：直売所81店舗、お取り寄せサイト49店舗、観光施設35箇所
優待特典：直売所フェア参加施設のうち、ラブちば優待に協力している施設をパンフレット内で紹介し、サービスの利用を促した。

（４）東北圏をターゲットにした観光プロモーション

圏央道や外環道の延伸開通により本県へのアクセスが向上した東北圏をターゲットに、本県の魅力をPRした。

ア　イベント

（ア）ふるさと観光展IN仙台〔県観光物産協会と連携〕

日本観光振興協会関東甲信越静地区の観光協会が連携し、駅来訪者に向けて観光PRを実施した。

日　　程：令和2年10月7日（火）～10月9日（木）
場　　所：JR仙台駅（宮城県仙台市）
内　　容：会員施設等の観光パンフレットの設置、ノベルティの配付、観光案内

（イ）千葉県観光物産展

日　　程：令和3年1月
場　　所：JR仙台駅（宮城県仙台市）
※新型コロナウイルスの影響により中止

イ　テレビメディア招請〔県と連携〕

（ア）福島放送（福島県）

放 映 日：令和2年11月9日（月）、11月14日（土）
番　　組：ヨジデス
放送時間：計16分
番組内容：犬吠埼灯台、屏風ヶ浦、伊達巻寿司、銚子つりきんめ、犬吠埼観光ホテル（ちばのおもてなし提供事業）、ディスカバー千葉宿泊者優待キャンペーンを紹介した。

（イ）東日本放送（宮城県）

放 映 日：令和２年 11 月 18 日（水）
番　　組：突撃！ナマイキ TV
放送時間：15 分
番組内容：マザー牧場、崖観音、なめろう・さんが焼き・くじら料理、銀燐荘ことぶき（ちばのおもてなし提供事業）、ディスカバー千葉宿泊者優待キャンペーンを紹介した。

５　通年の取組

（１）あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーン Season9

千葉県内のお気に入りの観光スポットや風景、ご当地グルメ、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投稿すると、毎月抽選で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、観光施設や店舗等で割引き等の優待が受けられるサービスを併せて実施した。

事業の狙い：観光客や県民等がオススメする情報の投稿（口コミ）及びその閲覧を通じて、新たな来訪者を呼び込むサイクルを構築するとともに、地域にお金が落ちる仕組みを構築する。
期　　間：令和２年６月 12 日（金）～令和３年３月 31 日（水）
投 稿 方 法：キャンペーンサイト又は Instagram で写真やコメント等を投稿
プレゼント：毎月 30 名に抽選でプレゼント
・チバザビーフ（毎月 10 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５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 10 名）
・非売品のチーバくん水筒（毎月２名）
・非売品のチーバくんパペット（毎月１名）
・非売品のチーバくんリュック（毎月１名）
※6～9 月は、キャンペーンを盛り上げるため、期間限定でプレゼント数を毎月 77 名にスケールアップした。
写真閲覧：投稿された写真やコメントの閲覧を通じて、千葉県の魅力的な観光スポットや風景・グルメ等を発見していただき、本県に足を運ぶきっかけとなるよう、キャンペーンサイトにおいて、新着順や人気順で投稿写真等の紹介を行った。
さらに、閲覧者が目的に応じて簡単に写真を探せるよう、検索機能（エリア／キーワード／市町村で検索可能）を設け、利便性の向上を図った。

〈 キャンペーンサイト（投稿写真の閲覧・絞込み検索）のイメージ 〉

「写真を探す」をタップすれば、
写真の絞込み検索が可能。
（例）
エリア･･･ 九十九里
キーワード･･･ いちご　デザート

写真をタップすると、
詳細な情報（撮影場所やコメント）が
表示される。

優待特典：地域での消費拡大に結び付けるため、観光施設や店舗等（36 市町・188 施設）に御協力をいただき、優待サービスを実施した。
キャンペーンサイトでは、優待施設の情報（施設名・特典内容・住所・電話番号・URL）を紹介したほか、閲覧者が目的に応じて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）を設け、利便性の向上を図った。
さらに、投稿されたスポットと優待施設の回遊性を高めるため、投稿写真のスポット周辺に所在する優待施設が自動的に表示されるよう、サイトの改修を行った。

〈 キャンペーンサイト（優待サービスの利用）のイメージ 〉

画面を下にスクロールしていくと、
投稿写真のスポット周辺に所在する
ラブちば優待施設が自動的に表示される

「優待証を表示する」をタップすると
ラブちば優待証や施設情報が表示される

利用者は、スマホ等で
上記の画面を優待施設の
スタッフに提示するだけで
優待サービスが受けられる

期間限定企画：レギュラーキャンペーンに加え、期間限定の特別賞を設定し、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〕

企画内容：ちばの文化的な魅力を感じる場所・モノの写真を投稿すると抽選で、非売品のチーバくんグッズ等をプレゼントする。

応募期間：令和 2 年 6 月 12 日（金）～9 月 30 日（水）

プレゼント：チーバくんクッション（ちば文化資産バージョン・非売品）又は文化資産オリジナルタオル　合計 20 名

イ　千葉をめぐる鉄道の旅特別賞〔JR 千葉支社と連携〕

企画内容：鉄道を使った県内の旅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。

応募期間：令和２年10月１日（木）～12月31日（木）
プレゼント：B.B.BASEタオル（非売品）５名

ウ　ちばの花といちご特別賞〔県と連携〕
企画内容：千葉県の花やいちごに関する写真を投稿すると抽選で、非売品のチーバくんグッズをプレゼントする。
応募期間：令和３年１月７日（木）～3月31日（木）
プレゼント：非売品のチーバくんぬいぐるみ（花又はチーバベリーver）10名

エ　ちばアート祭特別賞〔県と連携〕
企画内容：千葉県の文化やアートを感じる場所・モノの写真を投稿すると抽選で、非売品のチーバくんグッズ等をプレゼントする。
応募期間：令和３年１月７日（木）～3月31日（木）
プレゼント：非売品のチーバくんクッション（ちば文化資産ver）又は文化資産オリジナルタオル　合計20名

広　　報：①ポスター・チラシの掲出
数　　量：ポスター　1,800枚
チラシ　　14.2万枚
掲出場所：JR千葉支社管内主要駅、県内道の駅、県内宿泊施設、県内観光施設、チーバくんプラザ、海ほたるPA、銚子電鉄、小湊鐵道、いすみ鉄道、城西国際大学、千葉大学、市町村観光案内所等

キャンペーンポスター

②SNSを活用した情報拡散
平成26年度からFacebook、28年度からはInstagram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ことにより、本キャンペーンの情報拡散を図った。

［フォロワー数］※R3.3.31現在
Facebook　11,264フォロワー（Season8比　1,191人増）
Instagram 22,425フォロワー（Season8比 13,152人増）

［投稿回数］
Facebook　164回
Instagram 230回

［閲覧数(リーチ数)］※R3.3.31現在
Facebook　　395,644（Season8比　　50,391増）
Instagram 2,851,954（Season8比 1,995,555増）

③県広報番組等の活用によるPR
・bay-fm：it チバイチ探検隊（6月22日(月)放送）
・bay-fm：ミンナノチカラ（7月10日(金)放送）
・bay-fm：サタデイ・ブレイシング・モーニング（7月18日(土)、7月25日(土)放送）
・bay-fm：CHIBA PREFECTURE UPDATES（9月7日(月)放送）
・旅行会社WEBサイト特設ページ：延11社（8月27日(木)～2月28日(日)掲載）

・OZ mall：WEB サイト、SNS（11 月 17 日(火)発信）
・ちば県民だより：7 月号、10 月号（毎月 5 日に発行）
・東京新聞：朝刊（7 月 29 日(水)掲載）
・産経新聞：朝刊（10 月 20 日(火)掲載）
・公明新聞：朝刊（11 月 24 日(火)掲載）
・ちば note：9･10 月号、11･12 月号
・水産物直売所マップ：裏面広告
・JR びゅうパンフレット：「列車で行く 秋の房総日帰りの旅」
・JR 駅からハイキングパンフレット：裏面
・JR ことりっぷ Magazine

写真投稿数：

2.1 倍

投稿数	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度
WEB サイト	3,977	4,681	4,010	2,856	4,692	8,958
Instagram	―	―	―	4,485	9,158	20,174
合計	3,977	4,681	4,010	7,341	13,850	29,132

※30 年度から Instagram による投稿を受付開始。

キャンペーン WEB サイト閲覧数(訪問回数)：

2.0 倍

閲覧数	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度	R 元年度	R2 年度
WEB サイト	69,849	43,602	39,249	32,287	54,335	106,250

（２）観光基本パンフレット「チーバくんとちばのたび。」〔県と連携〕

千葉県を初めて訪れる人に向けて、本県観光の魅力を紹介するため、会員施設等の情報を掲載したパンフレットを県が制作した。(パンフレットについては、オリパラ開催時期に合わせて、駅や会員施設等へ配布する予定)

サ イ ズ：A4 サイズ　24 ページ
数　　量：23 万部

表紙

特集ページ

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

エリアを超えて、会員間の情報交換の機会を創出する「超」地域部会を開催するとともに、地域部会や座談会において、各地の特色を活かした観光素材を磨き上げる勉強会・意見交換を行った。

また、地域部会を通じて提案のあった観光素材をプロの目で審査する旅行商品審査会を開催し、今年度は、南房総市観光協会が提案した「南房総のワーケーションを視察・体験」が最優秀賞となった。

最優秀賞を受賞した観光素材については、旅行会社によるモニターツアーを実施する予定であったが、新型コロナウイルスの影響により中止となった。

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）地域部会・座談会

ア　「超」地域部会

6 地域部会の枠を超えた、会員同士の情報交換や交流の機会として、「超」地域部会を開催した。ワールドカフェ方式により、リラックスした雰囲気のなかで活発な意見が出され、会員間の交流も深められた。

日　　程：令和 2 年 7 月 13 日（月）
場　　所：オークラ千葉ホテル
参加者数：72 名

イ　各地域部会

（ア）ベイエリア地域部会

日　　程：令和 2 年 7 月 20 日（月）午前 9 時 30 分～正午
場　　所：四街道市保健センター
会議概要：観光素材の掘り起こしについて（勉強会）、県からの情報提供

（イ）南房総地域部会

日　　程：令和 2 年 7 月 21 日（火）午後 2 時～午後 4 時
場　　所：南房総市役所
会議概要：観光素材の掘り起こしについて（勉強会）、県からの情報提供

（ウ）九十九里地域部会

日　　程：令和 2 年 8 月 6 日（木）午後 2 時～午後 4 時
場　　所：長柄町役場
会議概要：観光素材の掘り起こしについて（勉強会）、県からの情報提供

（エ）北総地域部会

日　　程：令和 2 年 8 月 17 日（月）午後 2 時～午後 4 時
場　　所：香取市役所
会議概要：観光素材の掘り起こしについて（勉強会）、県からの情報提供

（オ）かずさ臨海地域部会

日　　程：令和 2 年 8 月 19 日（水）午後 2 時～午後 4 時
場　　所：木更津市役所
会議概要：観光素材の掘り起こしについて（勉強会）、県からの情報提供

（カ）東葛飾地域部会

新型コロナウイルスの影響により中止

ウ　座談会

○ 睦沢町・一宮町

日　　程：令和２年 10 月 14 日（水）
場　　所：睦沢町役場
会議概要：関係者との意見交換（レンタサイクルマップに係る取組について）

（２）着地型旅行商品審査会

会員から提案された観光素材について、プロの旅行業者等による審査会を実施した。

日　　程：令和２年 12 月
選定方法：新規の観光素材（15 商品）について審査員が採点し、最も得点の高い素材を最優秀賞として選定した。
最優秀賞：『南房総のワーケーションを視察・体験』（南房総市観光協会）

（３）観光商談会

新型コロナウイルスの感染拡大防止対策を十分に施したうえで、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　静岡県を対象とした観光商談会

日　　程：令和２年７月
場　　所：静岡県浜松市
※新型コロナウイルスの影響により中止

イ　北関東を対象とした観光商談会

日　　程：令和２年７月
場　　所：栃木県宇都宮市
※新型コロナウイルスの影響により中止

ウ　北海道を対象とした観光商談会〔成田空港活用協議会と連携〕

日　　程：令和２年９月
場　　所：北海道札幌市
※新型コロナウイルスの影響により中止

エ　首都圏を対象とした観光商談会

日　　程：令和２年 10 月 23 日（金）
場　　所：東武ホテルレバント東京（東京都墨田区）
参加団体：旅行会社　（首都圏）：10 社　50 名
観光事業者（千葉県）：38 団体 71 名

受付の待機列は十分な間隔を確保

オ　中京圏を対象とした観光商談会への参加〔県と連携〕パーテーションや消毒液を設置

日　　程：令和２年 11 月 19 日（木）
場　　所：名古屋東急ホテル（愛知県名古屋市）
参加団体：旅行会社　（中京圏）：７社　29 名
　　観光事業者（千葉県）：17 団体 24 名

カ　神奈川県を対象とした県内観光施設の視察会・観光商談会

日　　程：令和２年 12 月３日（木）
視察場所：東京湾アクアライン、クルックフィールズ（木更津市）
商談場所：金田地域交流センター（木更津市）
参加団体：旅行会社（神奈川県）：14 社　18 名
　　観光事業者（千葉県）：25 団体 45 名

アクアライン・バックヤード見学の様子

感染対策を施して商談会を実施

キ　東北圏の旅行会社への資料送付〔県と連携〕

日　　程：令和３年３月
送 付 先：東北圏の大手旅行会社７社 16 事業所
※新型コロナウイルスの影響により、観光商談会が中止となったため、商談会への参加を予定していた会員のセールス資料等を東北圏の旅行会社へ送付した。

（４）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付した。

なお、今年度は、観光施設のバリアフリー対応や新型コロナウイルスの感染拡大防止対策の情報を新たに掲載した。

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、インバウンド受入可否、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
部 数 等：A4 サイズ　195 ページ　1,200 部
配 付 先：首都圏・中京圏・東北圏・北海道の旅行会社等

（５）モニターツアー事業

審査会で最優秀賞を受賞した観光素材を活かして、モニターツアーや勉強会を実施する予定であったが、新型コロナウイルスの影響により中止した。

ア　モニターツアー

旅行会社の商品造成担当者を対象としたモニターツアーを実施する予定であったが中止した。

○令和２年度最優秀賞

「南房総のワーケーションを視察・体験」（南房総市観光協会）

イ　事後フォロー（商品造成に向けた勉強会）

上記モニターツアーの実施内容や現地の対応状況を振り返り、今後の素材発掘やツアー造成につなげる勉強会を開催する予定であったが中止した。

（６）その他、会員等の商品化事例

ア　ＪＲ東日本

・ぐるっと房総グルメものがたりの運行（令和２年９月５日）
・ぐるっと北総酒ものがたりの運行（令和２年 11 月 28 日）
・BOSO BICYCLE BASE の運行（毎土休日(一部除く)）
・商品ブランド「びゅう」による各種宿泊プラン等の紹介
・駅からハイキングの催行

イ　ＪＴＢ

・商品ブランド「エース」による各種宿泊プラン等の紹介

ウ　近畿日本ツーリスト

・商品ブランド「メイト」による各種宿泊プラン等の紹介

エ　日本旅行

・商品ブランド「赤い風船」による各種宿泊プラン等の紹介

２　教育旅行誘致の取組

今年度は、新型コロナウイルスの感染状況を鑑み、会員による教育旅行キャラバンは実施せず、誘致が見込める学校等への個別訪問を事務局が行った。

さらに、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うなど、教育旅行誘致に取り組んだ。

（１）個別訪問等

ア　事務局による中京地区の中学校等への個別訪問〔県と連携〕

日　　程：令和２年 11 月 20 日（金）
訪 問 先：名古屋市内の中学校４校（東海三県中学校修学旅行委員会の会長校や地区代表校）、東海三県中学校修学旅行委員会事務局
参 加 者：事務局

イ　事務局による札幌地区の中学校への資料送付

日　　程：令和３年１月
送 付 先：札幌地区の中学校 99 校
※札幌市の新型コロナウイルス感染拡大に伴い、学校訪問は行わず資料送付を行った。

（２）観光商談会

（前記Ⅲ１(3)のとおり）

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

日　　程：令和２年７月 13 日（月）
場　　所：オークラ千葉ホテル
出席団体：30 市８町１村 52 名
実施内容：①市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業の説明
②担当者同士の情報交換
ロケツーリズムに係るワークショップの実施

（２）市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業

対象団体：構成団体に市町村が含まれるロケ支援組織
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
具 体 例：ウェブサイトやロケ地マップの作成、モニターツアーの実施、権利処理に係る経費等
実　　績：交付決定：１件

交 付 先：千葉・房総『自転車アソビ』推進協議会
交 付 額：486,000 円
実施内容：映画「きみと、波にのれたら」を活用したモニターツアーの実施（JR サイクルトレイン「B.B.BASE」を利用）

映画に登場した釣ヶ崎海岸や、周辺の観光スポットなどを自転車で巡るツアー

4　サイクルツーリズムの取組

サイクルツーリズムによる広域的な観光振興の取組みが期待できる地域として、長生地域２町が連携するサイクリングマップの作成支援等を行った。

○ 広域サイクリングマップ
関係市町：睦沢町、一宮町
サ イ ズ：A2（2 つ折り 5 山蛇腹）
作成部数：500 部
発　　行：令和 3 年 3 月

5　バリアフリー観光の取組

高齢者や障がいのある人が安心して旅ができるよう、「バリアフリー観光」を推進する取組を行った。

高齢化に伴う旅行市場縮小への対応だけでなく、訪日外国人の呼び込みなど、新たな観光需要の掘り起こしと東京オリンピック・パラリンピック開催に向けたソフト面でのバリアフリー支援を行うため、成田空港活用協議会及び千葉県観光物産協会と連携し、人材育成セミナーやオンラインツアー等を実施した。

（1）人材育成セミナー（オンライン講座）〔県観光物産協会・成田空港活用協議会と連携〕

期　　間：令和 2 年 11 月 20 日（金）～11 月 30 日（月）
出 席 者：21 名
内　　容：ユニバーサルツーリズムの理解をさらに深めるための講座
・「ユニバーサルツーリズム」とは
・今後の成長可能性、発展可能性について
■講　師：株式会社近畿日本ツーリスト首都圏
ユニバーサルツーリズム担当　伴流　高志　氏

（２）オンラインツアー〔県観光物産協会・成田空港活用協議会と連携〕

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、インターネット環境があれば、どこからでも気軽に参加することができるオンラインツアーを実施した。

日　　程：令和３年２月 23 日（火･祝）
募集対象：一般（聴覚障がい等）
ツアー名：＜オンラインツアー（特産品付き）＞手話で御案内する！
　　南房総・館山の魅力ガイドツアーと海ほたる鑑賞ツアー
販売価格：3,000 円　※参加者を対象としたＷＥＢアンケートを実施
参加人員：７名（聴覚障がい者３名・健常者４名）

（３）振り返りセミナー〔県観光物産協会・成田空港活用協議会と連携〕

日　　程：令和３年２月 24 日（水）
出 席 者：18 名（内オンライン参加８名）
実施内容：海辺のユニバーサルツーリズムと with コロナのコンテンツ・情報発信を考えるセミナーを開催した
　■ファシリテーター：株式会社近畿日本ツーリスト首都圏
　　千葉支店　橘　清志
　■アドバイザー：株式会社プランニングネットワーク
　　事業計画部　渕山　友弘　氏

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うちわの作成・配布（7月）　13万本
・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連携、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や連携

（1）観光キャンペーンの実施

ＪＲ東日本千葉支社では、秋季における本県への誘客を促進するため、観光キャンペーンを実施した。キャンペーン期間中には、参加会員がバッジの着用やのぼり旗の掲出を行い、地域が一体となっておもてなしの心でお客様をお迎えした。

期　　間：令和２年 10 月～11 月
連　　携：31 の会員（宿泊施設や観光施設等）がキャンペーンに参加
主な事業：・ぐるっと房総グルメものがたりの運行（令和２年９月５日）
・房総観光キャンペーンオープニングセレモニー（令和２年 10 月１日）
・ぐるっと北総酒ものがたりの運行（令和２年 11 月 28 日）
・ナゾトキ宝探し「放課後の手紙と消えた彼女」の実施
（令和２年９月１日～11 月 30 日）
・千葉房総を巡るﾅｿﾞﾄｷ宝探し「ちばたん」～ちば元気探検隊～の実施
（令和２年７月１日～11 月 30 日）
・駅からハイキングにおける「ラブちば優待サービス」の活用

（2）「ちばのバーチャル背景」のＰＲ

WEB 会議やテレワークの機会が増えた状況を捉え、会員に協力をいただき、観光施設や風景等の「バーチャル背景」を新たに作成して、県公式観光物産サイト「まるごとｅ！ちば」から無料でダウンロードできるサービスを開始した。

さらに、「ちばのバーチャル背景」を広く PR するため、会員と連携し、各自が保有する WEB サイトや SNS を通じた情報発信を行った。

会員によるPR：千葉ロッテマリーンズ、新京成電鉄、いすみ鉄道、航空科学博物館、市原ぞうの国、君津市、市川市、大多喜町観光協会

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

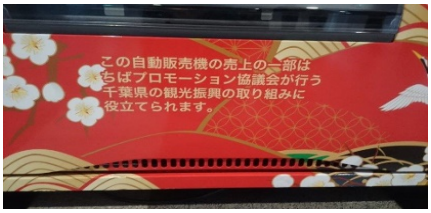
「魅力いっぱいギュッと千葉」のロゴや協議会が推進する観光振興への協力告知などを掲示した自販機を設置する。

○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）

３　会員相互の情報交換会（「超」地域部会）

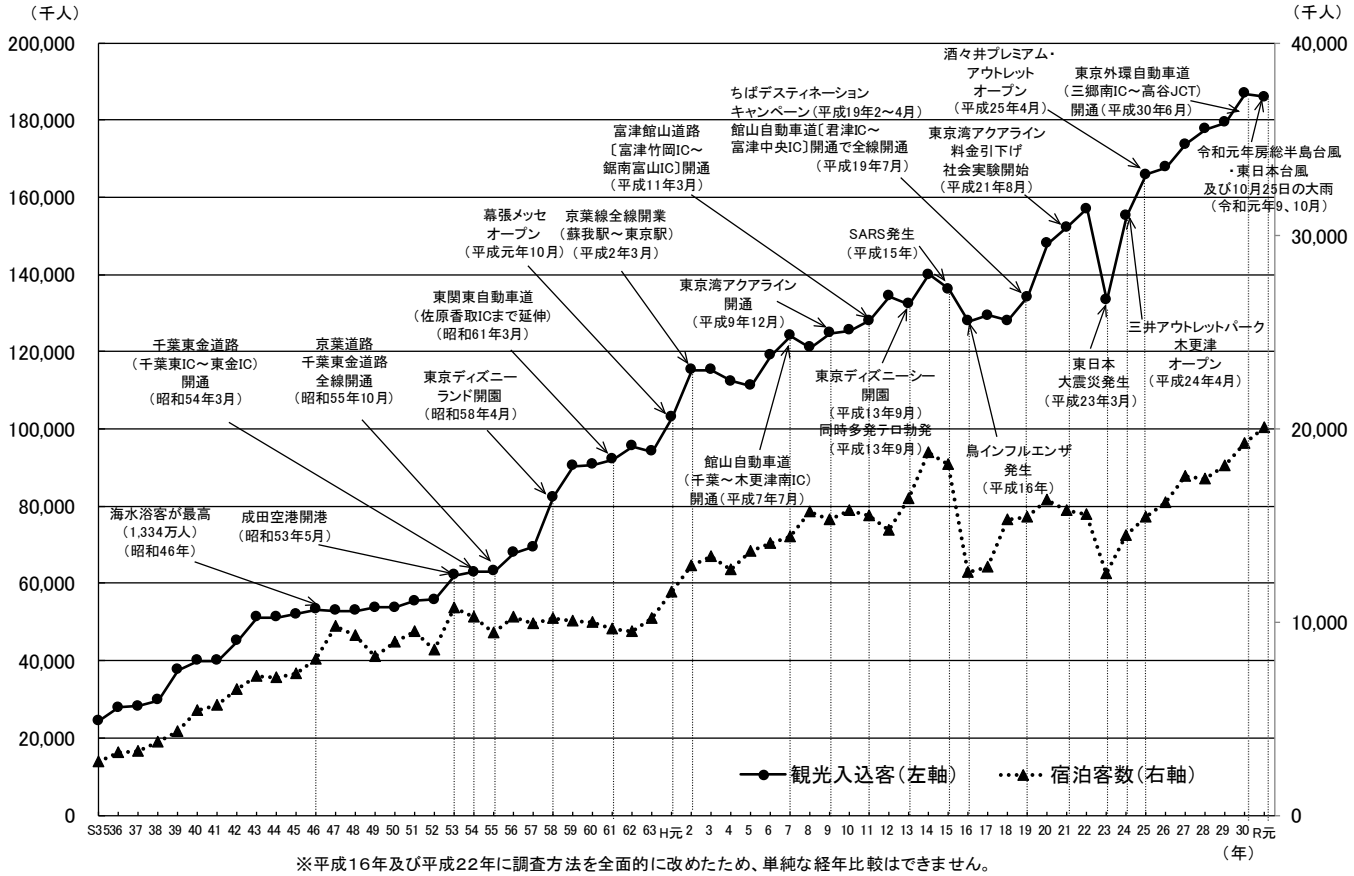
（前記Ⅲ１(1)のとおり）

Ⅶ　観光誘客効果

（単位：千人地点、千人泊）

	平成１９年	令和元年	増減（H19 比）
観光入込客数	１３４，２２５	１８５，８９８	５１，６７３
宿泊客総数	１５，４１６	２０，１０１	４，６８５

※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２年度収支決算

〔期間:令和2年4月1日から令和3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**	**30,849,230**	**△ 269,230**	
(1)県	29,000,000	29,000,000	0	
(2)市町村等	1,580,000	1,849,230	269,230	
2　協賛金･広告料	**1,000,000**	**1,071,919**	**△ 71,919**	
3　前年度繰越金	**4,126,153**	**4,126,153**	**0**	
4　ロケツーリズム促進事業	**7,987,079**	**7,987,079**	**0**	
5　雑収入	0	214	**△ 214**	
合　　計	**43,693,232**	**44,034,595**	**△ 341,363**	

【　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	**37,737,000**	**26,970,615**	**10,766,385**	
(1)観光プロモーション	19,200,000	19,151,963	48,037	
(2)力強い観光基盤を築く取組	15,537,000	5,073,482	10,463,518	
(3)全県的なおもてなしの取組	3,000,000	2,745,170	254,830	
2　事　務　費	**5,500,000**	**4,984,339**	**515,661**	
(1)運営費	2,500,000	1,984,339	515,661	
(2)人件費	3,000,000	3,000,000	0	
3　予　備　費	**456,000**	**0**	**456,000**	
合　　計	**43,693,000**	**31,954,954**	**11,738,046**	

収入額	44,034,595 (a)	
支出額	31,954,954 (b)	
収支差額	12,079,641 (a)-(b)	（令和3年度へ繰越）

令和２年度収支決算書附属明細書

〔期間：令和2年4月1日から令和3年3月31日まで〕

【　支出の部　】　　（単位：円）

科　　目	令和2年度 決算額	説明	支出額
1　事 業 費	**26,970,615**		
(1)観光プロモーション	19,151,963	・ﾎﾟｽﾀｰ･ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄ等	1,255,265
		・ラブちばｷｬﾝﾍﾟｰﾝ	9,445,456
		・イベント経費	117,790
		・キャンペーン事業経費	8,183,192
		・ノベルティ	150,260
		・メディア広告等	0
(2)力強い観光基盤を築く取組	5,073,482		
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	2,343,114
		・観光素材集	657,800
		・商品造成ﾓﾃﾞﾙ事業助成	158,048
②サイクルツーリズムの推進		・広域ﾚﾝﾀｻｲｸﾙﾏｯﾌﾟの作成	517,720
③ロケツーリズムの推進		・ﾛｹﾂｰﾘｽﾞﾑ促進事業	486,000
④バリアフリー観光の推進		・モニターツアー	910,800
(3)全県的なおもてなしの取組	2,745,170	・おもてなし運動PRうちわ	2,745,170
2　事 務 費	**4,984,339**	・運営費 （会議室使用料、資料作成費、通信運搬費等）	1,984,339
		・人件費	3,000,000
3　予　備　費			
合　　計	**31,954,954**		

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２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、報告致します。

令和３年４月１２日

ちばプロモーション協議会
監　事　株式会社 千葉銀行

麻生博幸

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３年度の事業計画（案）及び収支予算（案）について

令和３年度事業計画（案）について

観光プロモーションの実施に当たっては、以下に掲げた事業方針のもと、より高い効果が得られるよう、県や千葉県観光物産協会が行うプロモーションとの連携を基本に展開する。

特に令和３年度は、東京２０２０オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されることから、観戦等で訪れる来訪者に対し、本県観光の認知度向上や県内周遊の促進、大会後の再訪へとつながるよう、県等が行う施策との連携を図る。

なお、新型コロナウイルスの感染再拡大や災害の発生などにより、旅行需要が大きく落ち込んだ場合には、各事業の実施方法や内容の見直し等を柔軟に行い、旅行需要の早期回復に向けて全力で取組む。

事業方針

Ⅰ　県観光推進のけん引役としての活動

当協議会は、本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。

観光プロモーションについては、観光客の期待度が高い「グルメ」を切り口に事業を展開し、本県観光を盛り上げていく。

また、首都圏・中京圏・東北圏・北海道をターゲットエリアとして誘客に取組む。

Ⅱ　力強い観光基盤を築く取組の推進

地域資源の発掘・磨き上げや旅行商品化につなげる取組を推進するため、協議会が有するネットワークを最大限活用しながら、商談会やモニターツアー等を実施する。

また、本県への教育旅行誘致を強化するため、教育旅行連絡会を開催し、会員同士の情報交換や情報共有を積極的に行うとともに、教育旅行関係者向けのパンフレット制作やターゲットエリアの学校訪問などを行う。

さらに、会員が自らの活動の中で取組める“観光振興”を実践することにより、裾野の広い観光振興を図る。

Ⅲ　全県的な「おもてなし」の取組の展開

東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、国内外から訪れる多くの来訪者を元気な笑顔でお迎えするとともに、来訪者が心から満足し、再び本県を訪れてもらえるよう、県の施策と連携を図りながら、「おもてなし」の取組を展開する。

Ⅰ　観光プロモーションの展開

※事業スケジュールは、参考資料２を参照

○　消費者への情報発信及び誘客の促進

（１）観光パンフレット・ポスターによる情報発信（通年）

県が作成する観光パンフレットやポスターを会員施設に配布・掲出し、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

（２）ＷＥＢサイト・ＳＮＳによる情報発信（通年）

千葉県公式観光物産サイト「まるごと e！ちば」や SNS を活用して、会員施設やグルメ、イベント、お祭りなどの情報を広く発信し、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

（３）メディア等を活用した情報発信（通年）

テレビ、ラジオ、新聞、ネット広告等を活用した情報発信や、メディアへの訪問、千葉県観光情報館「チーバくんプラザ」の活用等により、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

（４）イベントの開催・参加による情報発信（通年）

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。

（５）あなたのＬＯＶＥ❤ＣＨＩＢＡ教えてキャンペーンの実施（通年）

千葉県内のお気に入りの風景やグルメ、観光スポット、お宿などを写真に撮って投稿すると、毎月抽選で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する。

投稿された写真やコメントについては、キャンペーン WEB サイトや SNS (Facebook・Instagram) を通じて広く発信し、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

さらに、キャンペーン WEB サイトの画面をスマートフォン等で提示すると、観光施設や飲食店、宿泊施設等で割引きなどが受けられる優待サービスを実施し、地域での消費拡大に結び付ける。

（６）旅行需要を喚起する優待キャンペーンの実施等（秋季）

旅行需要を喚起する優待キャンペーンの実施や、県が行うプロモーションと連携し、本県への来訪及び県内周遊の促進を図る。

Ⅱ　力強い観光基盤を築く取組の推進

※事業スケジュールは、参考資料２を参照

１　旅行商品造成に向けた取組の推進

（１）地域部会等の開催

ア　「超」地域部会、各地域部会の開催（5 月～6 月頃）

旅行商品の造成に向けた情報交換会や勉強会を開催するほか、広域的な団体バスツアーなど具体的な旅行商品の造成に取組む。

イ　座談会の開催（通年）

各地域の細かな事情に対応するため、適宜、勉強会等を開催する。

ウ　旅行商品審査会の開催（9 月頃）

地域部会で検討・磨き上げをした観光資源について、旅行会社の社員等を審査員とした審査会を開催し、商品開発力の向上を図る。

（２）観光商談会・メディアミーティングの開催・参加（6 月～1 月頃）

観光商談会・メディアミーティングの場において、本県の魅力ある観光資源や各地域での取組などの情報を旅行会社等に提供し、旅行商品の造成促進やメディアへの露出、認知度向上を図る。

・観光商談会・メディアミーティング、地方ミニ商談会の開催

・県主催の観光商談会への参加

（３）教育旅行の誘致

ア　(仮称)教育旅行連絡会の開催（6 月頃、9 月頃）新規

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。

イ　教育旅行パンフレットの作成・配布 新規

千葉県の強みや教育旅行向けの体験メニュー等の情報を掲載したパンフレットを作成し、教育旅行関係者に配布する。

ウ　教育旅行キャラバンの実施（7 月頃、9 月頃）

本県への来訪校が多い中京圏や、今後の来訪が期待される札幌の教育旅行関係者を訪問するキャラバンを実施する。

エ　観光商談会の開催・参加

（前記Ⅱ１（２）のとおり）

（４）千葉県観光素材集（旅行ＡＧＴ向け）の作成・配付

これまで取組んできた旅行商品造成の成果や会員施設等の情報を冊子にまとめ、旅行会社等へのセールス活動の際に活用する。

また、千葉県公式観光物産サイト「まるごとｅ！ちば」においても、デジタル

パンフレットを掲載し、旅行会社等による商品造成を支援する。

（５）モデルコースモニターツアーの実施（6 月頃、3 月頃）

これまで取組んできた旅行商品造成ノウハウの更なるブラッシュアップを図るため、より“売れる”旅行商品のモデルとなる提案に対し、協議会の支援によるモニターツアーを実施する。

２　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、市町村フィルムコミッション（以下、「市町村 FC」という）等を対象とした研修会の開催や、市町村 FC 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。

３　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”を実践することにより、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

４　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。

・「超」地域部会の開催（前記Ⅱ１(１)アのとおり）
・(仮称)教育旅行連絡会の開催（前記Ⅱ１(３)アのとおり）　など

５　各種主体のプロモーション活動との連携

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、成田空港活用協議会、千葉県フィルムコミッションの取組等との連携を図り、効果的なプロモーション活動を展開する。

６　新型コロナウイルスや災害等からの早期復興に向けた取組

新型コロナウイルスの感染再拡大や災害等の発生により、本県の旅行需要が大きく落ち込んだ場合は、復興に向けた取組を速やかに実施する。

Ⅲ　全県的な「おもてなし」の取組の展開

○　取組の展開

東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、国内外から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
（５）トイレ美化の推進

令和３年度収支予算（案）

〔期間：令和3年4月1日から令和4年3月31日まで〕

【　収入の部　】　（単位：千円）

科　　目	R3年度予算額	R2年度予算額	R3－R2	説　　明
1　負担金	**30,580**	**30,580**	**0**	
(1)県	29,000	29,000	0	
(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	**4,578**	**4,126**	**452**	
4　ロケツーリズム促進事業繰越金	**7,501**	**7,987**	**△ 486**	
合　　計	**43,659**	**43,693**	**△ 34**	

【　支出の部　】　（単位：千円）

科　　目	R3年度予算額	R2年度予算額	R3－R2	説　　明
1　事 業 費	**38,251**	**37,737**	**514**	
(1)観光プロモーション	21,500	19,200	2,300	・メディア広告等　1,000 ・イベント経費　1,000 ・ノベルティ　1,000 ・ラブちばｷｬﾝﾍﾟｰﾝ　8,500 ・キャンペーン事業経費　10,000
(2)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	13,751	15,537	△ 1,786	・商談会/ﾒﾃﾞｨｱﾐｰﾃｨﾝｸﾞ　3,250 ・教育旅行誘致　1,000 ・観光素材集　700 ・商品造成ﾓﾃﾞﾙ事業支援　1,300
②ロケツーリズムの推進				・ﾛｹﾂｰﾘｽﾞﾑ促進事業　7,501
(3)全県的なおもてなしの取組	3,000	3,000	0	・おもてなし運動PRうちわ　3,000
2　事　務　費	**5,300**	**5,500**	**△ 200**	・会議室使用料 ・資料作成　2,300 ・通信運搬 ・人件費　3,000
3　予　備　費	**108**	**456**	**△ 348**	
合　　計	**43,659**	**43,693**	**△ 34**	