

## 令和6年度事業報告

観光プロモーションには、マーケティング力や企画立案力などの高い専門性、柔軟性、機動性が必要であり、組織にノウハウや人脈を継承していくことが重要です。

これらの課題に対処し、更なる観光振興を図っていくため、当協会は、令和5年度、6年度の2か年にかけて、体制を強化するとともに、県が実施していたプロモーション事業の大半を移管し、旅行会社へのセールスなどの長期的な関係構築が必要な事業や情報発信事業など、県全体の観光プロモーションの実行部隊としての役割を担ってまいりました。

また、令和6年12月には、協会の存在意義、使命、事務局の行動指針といった経営理念を整理、策定し、この経営理念を今後の活動の支柱として運営することとしたところです。

以上を踏まえて、観光物産情報を提供する取組としては、千葉県観光資源や県産品の認知度向上を図るため、千葉県公式観光サイトやソーシャルメディアを活用した情報発信、マスメディアへの情報提供、パンフレット等の資料を作成・配布するなど、国内外に向けて情報発信を行いました。

また、県内観光事業者と旅行者による商談会を開催するとともに、国内・海外の旅行会社や教育関係機関に対してセールス活動を行い、本県への送客・旅行商品造成を促進しました。

併せて、海外で開催された旅行博等に参加して、千葉県の多様な魅力をPRし、外国人観光客の誘致を図るほか、訪日教育旅行の誘致に向けて、学校同士の交流サポートを行いました。

県産品の普及宣伝を図る取組としては、県内外で開催されるイベントや催事への出展、集客施設でのテストマーケティング等を通じ、県産品の普及宣伝を図りました。

観光・物産に携わる人材を育成する取組としては、千葉県の観光・物産を取り巻く環境や社会情勢の変化に対応するため、様々な方を対象に研修会等を開催するほか、各種関係団体と連携して積極的に事業を展開し、千葉県の観光物産振興及び地域活性化に努めました。

また、「チーバくん物産館海ほたる店」においては、商品を充実させて収益増を図り、協会の運営基盤を強化する取り組みを行いました。

## I 公益目的事業

### (I) 観光物産振興事業

#### i 観光物産情報提供・プロモーション事業

- 1 観光物産情報提供事業
- 2 国内観光物産振興事業
- 3 国際観光物産振興事業

#### ii 県産品普及宣伝事業

- 1 展示施設運営事業
- 2 優良県産品推奨事業

#### iii 人材育成事業

- 1 各種研修事業
- 2 観光ボランティア育成事業

## II 収益事業

### (I) 県産品（土産）販売店舗の運営事業

## III その他

### (I) 諸会議の実施状況

### (II) 公益社団法人千葉県観光物産協会功労者等表彰

### (III) その他の活動

# I 公益目的事業

## (I) 観光物産振興事業

### i 観光物産情報提供・プロモーション事業

#### 1 観光物産情報提供事業

##### (1) 国内向け観光情報発信ウェブサイト等の管理運営事業

千葉県観光情報を幅広く PR するため、県公式観光サイトの管理・運営及び SNS を活用したタイムリーな情報発信を実施した。

また、公式サイト及び SNS の利用状況やサイト利用者へのアンケートについて、集計・分析・報告を行った。

##### (ア) 公式 WEB サイト

###### a サイト名称

千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」

###### b 運用実績

	PV 数	ユーザー数	セッション数	平均エンゲージメント時間	平均エンゲージメント率
R6	13,639,349	6,041,119	8,214,777	1分11秒	77%
R5	7,471,090	3,794,952	4,643,512	46秒	53%
増減	6,168,259	2,246,167	3,571,265	25秒	24%

※令和5年10月2日(月)にWEBサイトを全面リニューアルした

###### c コンテンツ数

	特集	モデルコース	グルメ店舗数	観光スポット数
R6	132本	91本	246店	897件
R5	73本	79本	223店	864件
増減	59本	12本	23店	33件

※各年度末にWEB上で公開されていた件数を記載

###### d 取材

10回

###### e 運用実績報告会・スキルアップセミナー

3か月に一回、WEB運用の実績報告会に合わせて、WEB担当者スキルアップセミナーを行った。

###### f サイト編集者向け研修

市町村向けにCMSの操作研修会を行い、併せてWEBの運用に役立つセミナーを開催した。

開催日	開催場所	参加者数
令和6年5月29日(水)	オークラ千葉ホテル 3F エリーゼ	6団体・6名
令和6年5月30日(木)	オークラ千葉ホテル 3F エリーゼ	5団体・8名

###### g WEB ユーザーアンケート

###### (a) 集計期間

令和7年2月3日(月)～2月28日(金)

###### (b) 集計数

280 件 (R5 年度 : 559 件)

(c) 集計結果 (抜粋)

質問	R6 調査	(参考) R5 調査
ページ構成の見やすさ (※1) ※5 段階評価 (見やすい5～見にくい1)	見やすい 50.3%	見やすい 36.3%
情報の探しやすさ (※2) ※5 段階評価 (探しやすい5～探しにくい1)	探しやすい 36.7%	探しやすい 27.4%

※1 5段階評価で「5 見やすい」と回答した人の割合

※2 5段階評価で「5 探しやすい」と回答した人の割合

(イ) 公式 SNS

a 運用実績

※年間リーチ数及びエンゲージメント数は、各月の報告書の合計値であるため、実際の数値は更に多いと想定されます。

(a) Facebook

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	9,618	147	34,428	1,625	4.72%
(参考)R5	8,526	154	17,477	1,327	7.59%
増減	1,092	▲7	16,951	298	▲2.87%

(b) Instagram

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	10,121	145	101,618	3,360	3.31%
(参考)R5	8,163	168	36,885	3,049	8.27%
増減	1,958	▲23	64,733	311	▲4.96%

(c) X

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	9,642	149	45,288	2,298	5.07%
(参考)R5	6,496	152	51,630	2,023	3.92%
増減	3,146	▲3	▲6,342	275	1.15%

b 取材

4 回 (京成バラ園、笠森観音、鴨川モニターツアー、金田みたて海岸潮干狩り)

(2) 海外向け情報発信ウェブサイト等の管理・運営事業

千葉県観光情報を幅広く PR し、海外からの誘客促進や観光振興を図るため、外国語公式サイトの管理・運営及び外国語 SNS を活用したタイムリーな情報発信を実施した。

また、公式サイト及び SNS の利用状況について、集計・分析・報告を行った。

(ア) 公式 WEB サイト

a サイト名称

Visit Chiba

b 言語

英語、繁体字

※簡体字、タイ語、ベトナム語は、パンフレットの掲載のみ

c 運用実績

(a) 全体

	PV数	ユーザー数	セッション数	平均エンゲージメント時間	平均エンゲージメント率
R6	389,876	198,867	261,893	1分1秒	50.65%
(参考)R5	284,412	149,738	191,278	57秒	50.24%
増減	105,464	49,129	70,615	4秒	0.41%

(b) ユーザー数 TOP10

	国・地域	ユーザー数	セッション数	エンゲージメント率
1	日本	68,273	99,535	69.08%
2	台湾	49,884	62,828	67.17%
3	香港	22,067	28,692	72.44%
4	アメリカ	12,968	15,914	63.01%
5	シンガポール	6,623	9,521	83.90%
6	オーストラリア	4,267	5,429	68.53%
7	タイ	3,573	4,794	72.40%
8	カナダ	2,984	3,871	70.44%
9	フィリピン	2,506	3,285	68.00%
10	マレーシア	2,189	3,198	82.78%

(c) 流入経路等

・デバイス

	モバイル	PC	タブレット
R6	66.1%	32.2%	1.7%
(参考)R5	68.7%	29.2%	2.1%

・チャンネル

	Organic Search	Organic Social	Direct	Referral	その他
R6	74.6%	12.9%	6.1%	2.3%	4.1%
(参考)R5	61.9%	20.6%	15.4%	2.0%	0.1%

d 記事制作・更新等

記事	英語サイト	繁体字サイト
新規作成	計7本	計56本
・ Things to Do	4本	10本
・ Sightseeing Spots	2本	46本
・ Travel Information	1本	
更新 (画像の軽量化含む)	計183本	計96本
・ Things to Do	107本	69本
・ Sightseeing Spots	72本	27本
・ Travel Information	4本	0本

e フォトギャラリー

	累計掲載数	新規掲載	ダウンロード
R6	1,735 枚	712 枚	79 回・229 枚
(参考)R5	1,048 枚	948 枚	49 回・211 枚
増減	687 枚	▲236 枚	30 回・18 枚

f その他

- ・サイト全体の表示速度改善のため、画像に係るシステムの改修を行った。
- ・千葉県旅行商品 PR 事業専用ページの改修を行った。

(イ) 公式 SNS

a 英語

※年間リーチ数及びエンゲージメント数は、各月の報告書の合計値であるため、実際の数値は更に多いと想定されます。

(a) Facebook

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	111,369	89	1,840,059	34,387	1.9%
(参考)R5	111,220	188	2,240,523	48,911	2.2%
増減	149	▲99	▲400,464	▲14,524	▲0.3%

※年間エンゲージメント数は、いいね、コメントシェアの合計。投稿クリックは含まず。

(b) Instagram

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	13,307	78	901,719	66,230	7.3%
(参考)R5	10,308	132	364,194	34,583	9.5%
増減	2,999	▲54	537,525	31,647	▲2.2%

(c) TikTok

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	1,200	59	202,093	11,244	5.6%
(参考)R5	—	—	—	—	—
増減	—	—	—	—	—

※TikTok は、令和 6 年度から開始

(d) YouTube

	フォロワー数	投稿数	年間表示回数	年間視聴回数	クリック率
R6	213	56	220,766	34,496	3.2%
(参考)R5	—	—	—	—	—
増減	—	—	—	—	—

※YouTube は、令和 6 年度から開始

※YouTube には繁体字プロモーション動画の投稿等を含む。

b 繁体字

(a) Facebook

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	23,715	80	542,339	15,817	2.9%
(参考)R5	11,413	120	3,562,997	54,715	1.5%

増減	12,302	▲40	▲3,020,658	▲38,898	1.4%
----	--------	-----	------------	---------	------

※年間エンゲージメント数は、いいね、コメントシェアの合計。投稿クリックは含まず。

(b) Instagram

	フォロワー数	投稿数	年間リーチ数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R6	8,877	76	854,066	37,336	4.4%
(参考)R5	4,323	100	102,880	9,505	9.2%
増減	4,554	▲24	751,186	27,831	▲4.8%

※繁体字 Instagram には下記 (カ) のリール動画を含む。

(ウ) 取材

協会のネイティブスタッフ（アメリカ人、台湾人）が、県内の観光スポット等取材した。また、他事業と連携し、取材を兼ねたアテンドを行った。取材の成果については、WEB サイトや SNS を通じて情報発信を行った。

a 英語

合計 27 回（34 日間）

取材方法	取材回数	取材日数
委託事業者の手配によるもの	3 回	6 日間
独自に手配したもの	19 回	20 日間
繁体字スタッフと合同で独自に手配したもの	3 回	3 日間
委託事業者の業務のアテンド等	1 回	4 日間
他事業に連携したもの	1 回	1 日間

b 繁体字

合計 19 回（44 日間）

取材方法	取材回数	取材日数
委託事業者の手配によるもの	6 回	12 日間
独自に手配したもの	3 回	5 日間
英語スタッフと合同で独自に手配したもの	3 回	3 日間
委託事業者の業務のアテンド等	5 回	18 日間
他事業に連携したもの	1 回	2 日間
旅行博への参加	1 回	4 日間

(エ) インフルエンサー招請

英語圏や繁体字圏に訴求力のあるインフルエンサー等を各 1 回招請し、SNS 等による情報発信を通じて、千葉県観光の認知度向上や誘客促進を図った。

また、インフルエンサーが行う投稿の中で、本県の公式 WEB サイトや SNS の露出を図った。

a 英語

- ・被招請者：Shota 氏
- ・招請期間：2024 年 10 月 25 日～10 月 28 日
- ・成 果：

投稿方法	投稿日	リーチ数	再生数 (閲覧数)	いいね数	コメント数	保存数
Instagram リール動画	2025/2/6	51,973	71,020	3,381	30	2,443
Facebook リール動画	2025/2/6	98,806	128,231	4,720	30	-
TikTok 動画	2025/2/6	-	9,366	678	6	170
YouTube ショート動画	2025/2/6	-	12,000	1,046	6	-
Instagram ストーリーズ	2025/2~3 (5回投稿)	-	5,160	48*	-	-

※インタラクション数（各種アクションの合計）

b 繁体字

- ・番組名：綜藝新時代（TV番組）
- ・テレビ局：台湾「民視」（及び、系列局として「八大」）
- ・招請期間：2024年9月1日～9月11日
- ・成果：44分のエピソードを計3本制作  
3週連続放送のほか、複数回の再放送が行われた  
初回視聴率1.13%（日本のTV視聴率の15%以上に当たる）  
その他：番組公式YouTubeへの掲載（合計7万再生）  
番組公式SNSでの発信（本事業のInstagramをメンション）  
出演タレントのSNSでの発信  
ネットニュース等での発信

(オ) 広告

閲覧数増、フォロワー獲得等を目的として、Facebook 広告、Instagram 広告、TikTok 広告、Google リスティング広告を実施した。

a WEB 広告

WEB	アクセス数
英語ページ	2,641
繁体字ページ	1,847

b SNS 広告

SNS	フォロー獲得数*	クリック数
英語 Facebook	271	-
繁体字 Facebook	9,455	-
英語 Instagram	-	2,294
繁体字 Instagram	-	2,670
英語 TikTok	371	-

※FB：公式アカウントへのいいね数、TT：フォロワー数

(カ) 繁体字リール動画作成

日本人インフルエンサーと連携したリール動画を10本、チーバくんパペットを使用したリール動画を14本作成し、Instagramに投稿した。

(キ) 繁体字プロモーション動画

繁体字圏に訴求するプロモーション動画を 6 テーマ 10 本制作し、公式 WEB サイトに掲載した。

なお、制作した動画については、他の事業（国内外の観光商談会、海外旅行博等）においても有効活用する。

(ク) スtockフォトの利用

stockフォトのサービスを利用し、公式 WEB サイトや SNS のコンテンツ制作に活用した。

サービス名	利用件数	内訳		
		写真	動画	イラスト
PIXTA	1,113 件	940 件	100 件	73 件
Adobe Stock	25 件	18 件	7 件	—

(3) 観光情報発信事業（JNTO）

(ア) BtoC 向け情報の提供

JNTO の各国事務所が運営する SNS への掲載を目指して、JNTO 窓口ページのフォームを活用し、県内観光スポットやイベントの情報を 24 件（英語 12 件・繁体字 12 件）提供した。

a JNTO への情報提供

	登録日	英語題材	繁体字題材
1	令和 6 年 4 月 23 日	京成バラ園	マザー牧場
2	令和 6 年 5 月 14 日	水郷佐原あやめパーク	服部農園あじさい屋敷
3	令和 6 年 6 月 7 日	佐原の大祭夏祭り	佐原の大祭夏祭り
4	令和 6 年 7 月 9 日	佐倉ふるさと広場の夏	佐倉ふるさと広場の夏
5	令和 6 年 8 月 26 日	大原はだか祭り	大原はだか祭り
6	令和 6 年 10 月 8 日	紅葉スポットまとめ	紅葉スポットまとめ
7	令和 6 年 10 月 9 日	ハイキング	鋸山グルメ
8	令和 6 年 11 月 11 日	ひよどり坂と武家屋敷	ひよどり坂と武家屋敷
9	令和 6 年 12 月 27 日	頼朝桜	頼朝桜
10	令和 7 年 1 月 20 日	勝浦ビッグひなまつり	勝浦ビッグひなまつり
11	令和 7 年 2 月 26 日	茂原公園の桜	茂原公園の桜
12	令和 7 年 3 月 11 日	千葉都市モノレール	千葉都市モノレール

b 事業実績

当協会からの情報提供の結果、JNTO 側で合計 23 件の発信が行われた。

国・地域	英語	繁体字	その他	計
台湾		2 回		2 回
香港		3 回		3 回
カナダ	6 回			6 回
中国			6 回	6 回
フィリピン			2 回	2 回

国・地域	英語	繁体字	その他	計
インドネシア			1回	1回
ベトナム			1回	1回
ドイツ			1回	1回
フランス			1回	1回
計	6回	5回	12回	23回

(イ) JNTO サイトへのパンフレットデータの掲載

パンフレット及びマップ等、合計 10 件について、JNTO サイトに掲載した。

(ウ) その他

- ・「Japan' s Local Treasures」について、千葉県観光政策課経由で情報を提供し、JNTO の WEB サイトに掲載された。
- ・「生成 AI を活用した観光情報提供・実証実験事業」について、Visit Chiba WEB サイトの情報を提供した。
- ・Visit Chiba WEB サイトの Photo Library、千葉県観光政策課経由、その他直接の問い合わせにより情報提供を行い、BtoC 向け SNS に 9 件の情報が掲載された。

(4) 関東ブロック定例記者会情報提供事業

メディア媒体での露出を通じた千葉県への誘客を促進するため、最新の観光情報を取りまとめたメディア等向けの冊子を作成した。また、関東ブロック物産観光連絡協議会が観光関連記者クラブと共同で毎月 1 回開催する定例記者会等への参加を通じ、本県の観光・物産情報を効果的に発信した。

なお、1 県 15 分の発表時間が与えられる外来発表（2 か月に 1 回）の際には、県内観光事業者が参加し、旅行系記者の前で旬の観光情報をプレゼンテーションした。

(ア) 開催実績

開催日	会場	参加記者数	発表内容（発表時間）
R6. 4. 16(火)	都道府県会館 401 会議室	24 名	県発表（約 3 分） ・水郷佐原あやめ祭り ・京成パラ園：アリスのブルーミングカーニバル ・びわ狩り（お百姓市場、道の駅富楽里とみやま）
R6. 5. 21(火)	都道府県会館 401 会議室	26 名	外来発表（約 15 分） ・県：千葉県誕生 150 周年記念行事フィナーレイベント ・南房総市観光協会：うまアジグルメ
R6. 6. 18(火)	都道府県会館 401 会議室	20 名	県発表（約 3 分） ・第 60 回記念南房総白浜海女まつり ・千葉県誕生 150 周年記念イベント「フィナーレイベント」報告
R6. 7. 16(火)	都道府県会館 401 会議室	22 名	外来発表（約 15 分） ・千葉市公営事業事務所：PIST6 の紹介 ・県：BOSO サーフィンミーティング 2024
R6. 8. 20(火)	都道府県会館 401 会議室	18 名	県発表（約 3 分） ・「千葉の梨は日本一プレゼントキャンペーン」 ・イセエビ祭り（いすみ、御宿）

R6. 9. 17(火)	都道府県会館 401 会議室	32 名	外来発表 (約 15 分) ・多古町：多古米クランプリ ・館山市：映画八犬伝コラボキャンペーン
R6. 10. 15(火)	都道府県会館 401 会議室	20 名	県発表 (約 3 分) ・第 39 回はにわ祭り ・イルミネーション (東京ドイツ村、マザー牧場)
R6. 11. 19(火)	都道府県会館 401 会議室	18 名	外来発表 (約 15 分) ・大多喜町：養老溪谷の最新情報 ・銚子商工会議所：銚子市の観光スポット銚子駅前イルミネーション
R6. 12. 17(火)	都道府県会館 401 会議室	19 名	県発表 (約 3 分) ・菜な畑ロード ・第 1 回いちごマラソン (千葉市)
R7. 1. 21(火)	都道府県会館 401 会議室	35 名	外来発表 (約 15 分) ・一般社団法人千葉県落花生協会：節分キャンペーン ・市原湖畔美術館：小湊鉄道開業 100 周年記念連携企画展
R7. 2. 18(火)	都道府県会館 401 会議室	17 名	県発表 (約 3 分) ・南房総の菜の花開花状況 ・ちばかわまつり ・成田空港温泉スリッパ卓球 ・市原湖畔美術館プレイベント
R7. 3. 18(火)	都道府県会館 401 会議室	19 名	外来発表 (約 15 分) ・流山市：白みりんミュージアムのオープン、流山本町地域のイベント
合計		270 名	
(参考) R5		280 名	

(イ) メディア露出

	テレビ	ラジオ	雑誌	新聞	WEB	その他	計
4 月			2			2	4
5 月		1	4			2	7
6 月			2			2	4
7 月			2		1	2	5
8 月			3			2	5
9 月			4			2	6
10 月			5			2	7
11 月			4			2	6
12 月			3			3	6
1 月	1		2		2	1	6
2 月			7	1		2	10
3 月	1		3			2	6
計	2	1	41	1	3	24	72
(参考) R5	2	2	23	1	10	21	59

(5) マスメディア情報提供事業

千葉県観光・物産情報を幅広くPRし、本県への誘客促進や観光振興を図るため、県内観光関係者と連携して、各種メディアを活用した宣伝活動を行った。

(ア) 台風被害からの復興に向けた観光PR

令和5年9月の台風13号で被害を受けた養老溪谷エリアの復興を後押しするため、旅行雑誌及び旅行系WEBサイトに観光PR記事を掲載するとともに、映像メディアを活用した情報発信を行った。

a 旅行系WEBサイト「たびよみ」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 掲載日

令和6年9月17日(火)

(b) 掲載記事

- ・養老溪谷で黒湯と妙味を堪能①

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/002909.html>

- ・養老溪谷で黒湯と妙味を堪能②

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/002910.html>

(c) 運用実績(計測期間:2024/9/1~2024/11/30)

	PV数	ユーザー数	セッション数	平均エンゲージメント時間
①	1,179	146	260	1分25秒
②	1,097	107	206	1分42秒

b 月刊誌「旅行読売12月号」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 発売日

令和6年10月28日(月)

(b) ページ数

2ページ

(c) 発行部数

91,000部

c 地上波9チャンネル「TOKYO MX」でのタイアップ放映

(a) 番組名

5時に夢中!

(b) 放映日時

令和6年12月20日(金) 17:00~18:00(約10分間)

(c) 放送局

TOKYO MX、群馬テレビ、とちぎテレビ、三重テレビ

(d) 事業実績

- ・視聴率

	平均視聴率	録画	計
番組全体ライブ	3.46%	0.44%	3.90%
コーナーライブ	3.81%	0.44%	4.25%

- ・視聴世帯数

4局合計 85万世帯 ≒ 約195万人

d 「TOKYO MX」公式YouTubeチャンネルでの動画配信

(a) 配信期間

令和6年12月20日(金)～令和7年3月19日(水)

(b) 運用実績

動画再生回数 249,552回

(イ)「発酵」をテーマとした観光PR

令和7年3月にオープンした「白みりんミュージアム」を中心に流山エリアの発酵文化をPRするため、旅行雑誌及び旅行系WEBサイトに観光PR記事を掲載した。

a 旅行系WEBサイト「たびよみ」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 掲載日

令和7年2月14日(金)

(b) 掲載記事

- ・白みりん発祥地・流山さんぼ①

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/003227.html>

- ・白みりん発祥地・流山さんぼ②

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/003231.html>

(c) 運用実績(計測期間:2025/2/14～2025/3/31)

	PV数	ユーザー数	セッション数	平均エンゲージメント時間
①	804	164	255	2分00秒
②	1,629	836	1,024	1分33秒

b 旅行系WEBサイト「さんたつ by 散歩の達人」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 掲載日

令和7年2月25日(火)

(b) 掲載記事

<https://san-tatsu.jp/articles/383891/>

(c) 運用実績(計測期間:2025/2/25～2025/3/31)

WEB名	PV数	ユーザー数	閲覧者の主な割合
さんたつ by 散歩の達人	2,226	1,794	千葉35%、東京35% 埼玉6%、神奈川4%

c 月刊誌「散歩の達人3月号」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 発売日

令和7年2月21日(金)

(b) ページ数

2ページ

(c) 発行部数

70,000部

d 月刊誌「旅行読売4月号」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 発売日

令和7年2月28日(金)

(b) ページ数

2 ページ

(c) 発行部数

91,000 部

(ウ) 千葉県公式観光ウェブサイト「ちば観光ナビ」のPR 広告

千葉県公式観光ウェブサイト「ちば観光ナビ」の認知度向上やアクセス数の増加を図るため、旅行ガイドブックにおいて広告を行った。

a 旅行ガイドブック「まっふるマガジン千葉房総‘26」への紙面広告

(a) 発売日

令和6年12月5日(木)

(b) ページ数

1 ページ

(c) 発行部数

90,000 部

b 旅行ガイドブック「るるぶ千葉房総‘26」への紙面広告

(a) 発売日

令和6年12月5日(木)

(b) ページ数

1 ページ

(c) 発行部数

70,000 部

(6) 情報提供事業(資料提供)

千葉県の観光・物産情報を幅広くPRし、本県への誘客促進や観光振興を図るため、観光情報の提供希望者に対し、各種パンフレットの送付を行った。

月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
送付数	34	29	27	29	16	25	23	23	27	37	35	23	328
(参考)R5	33	20	32	19	13	23	23	22	17	28	34	31	295
増減	1	9	▲5	10	3	2	0	1	10	9	1	▲8	33

(7) 情報提供事業(海ほたる観光案内所の運営)

東京湾アクアライン海ほたるパーキングエリア内の観光案内所において、来場者に対し、観光案内や観光パンフレットの配架を行った。

(ア) 名称

海ほたる観光案内所

(イ) 開設場所

海ほたるパーキングエリア4階

(ウ) 事業期間

令和6年4月1日（月）から令和7年3月31日（月）まで

(エ) 営業時間

a 営業日

原則、年中無休

b 営業時間

平日 9:00～19:00

土休日 8:00～19:00

※繁忙期（GW、お盆、年末年始）は、案内時間を延長する。

(オ) 実施内容

a 観光情報の収集及び来館者への観光案内

b 観光パンフレットの配架

c 案内所で受け付けた観光問い合わせ件数や内容に関する取りまとめ

(カ) 事業実績

月別案内数

	R6	(参考)R5
4月	45	99
5月	47	46
6月	36	33
7月	14	26
8月	18	19
9月	30	37
10月	27	36
11月	20	35
12月	31	40
1月	37	41
2月	33	41
3月	37	25
計	372	478

(8) 情報提供事業（メディア招請・ネットプロモーション）

ア 各種メディア等を活用した情報発信

東北圏から本県への来訪を促進するため、宮城県及び福島県のテレビ番組を招請し、JR 仙台駅でのイベント開催に合わせ、番組内で本県の観光物産情報を放映した。

また、令和7年1月には、ひと足早く春が訪れる本県の特性や特産品をPRするため、JR 仙台駅で観光物産展を開催した。

このほか、首都圏や東北圏の居住者に対し、インターネットを通じたプロモーションを実施した。

(ア) テレビ番組招請（秋 1 回・早春 1 回）

県名	放送局名	番組名	放送日	個人視聴率	推定視聴者
宮城県	ミヤギテレビ	OH! バンデス	R6/10/29（火）	1.9%	42,370 名
			R7/1/15（水）	2.3%	51,290 名
福島県	福島中央テレビ	ゴジてれ Chu!	R6/10/29（火）	3.2%	57,440 名
			R6/11/3（日）※	6.8%	122,060 名
			R7/1/14（火）	3.1%	55,645 名
			R7/1/19（日）※	4.4%	78,980 名
計					407,785 名
(参考) R5					391,950 名

※再放送

(イ) 現地メディア訪問

a 訪問日

令和 7 年 1 月 10 日（金）

b 訪問数

宮城県内のメディア 6 社（テレビ 2、ラジオ 2、新聞 1、ネット系 1）

(ウ) JR 仙台駅での観光物産展

a 開催日

令和 7 年 1 月 15 日（水）～令和 7 年 1 月 18 日（土）

b 場所

J R 仙台駅 2 階ステンドグラス前

c 内容

(a) 観光展

プロモーション	実績
観光パンフレットの配架	ヨリ未知ポータル及び会場内のラックに観光パンフレットを設置した。
観光パンフレットの配布 〔抽選会・アンケート・グリーティング〕 〔参加者、折込みチラシ持参者に配布〕	【配布数】 約 3,800 セット ※観光パンフレットを袋詰めしたもの
パネルアンケート 〔行ってみたい千葉県の観光スポットに〕 〔シールを貼付してもらう〕	【貼付数】 799 箇所
WEB アンケート 〔イベント来場者に対し、千葉県観光・物産に関する WEB アンケートを実施〕	【回答数】 1,325 件
お花の会場内装飾 (ストック、金魚草)	【本数】 500 本
ラブちば写真の展示 〔ラブちばキャンペーンに投稿された〕 〔「早春」の SNS 映え写真を展示〕	【展示枚数】 28 枚

プロモーション	実績
観光動画の放映	ヨリ未知ポータル背面モニター ステージ横のモニター
キャラクターグリーティング (1日4回)	チーバくん、駅長犬、むすび丸 ※仙台駅キャラクタートキムネくんは、1/17・1/18の 13時と15時に参加
県内観光・物産事業者によるPR	アクアラインイースト観光連盟 1/15 (水) 千葉県観光協会 1/15 (水)、1/16 (木) 千葉県落花生協会 1/15 (水)、1/16 (木)

(b) 物産展

項目	R6 実績	(参考) R5 実績	対前年比
売上額	7,831,083 円	6,930,545 円	113.0%
客数	6,306 名	5,987 名	105.3%
出展事業者数	9 事業者	8 事業者	112.5%
抽選会回数*	1,682 回	1,182 回	142.3%

※物産展会場で、税込 2,000 円購入ごとに 1 回実施

(エ) インターネットを通じたプロモーション

a SNS インフルエンサーを活用したプロモーション

(a) YouTube

チャンネル名	フォロワー	テーマ	投稿日	視聴回数*	エンゲージメント数	エンゲージメント率
ごうさん全国 グルメ旅	329,000	ラーメン	R6/12/6	50,884	679	0.21%
独身男のぶらり 全国出張メシ	101,000	海鮮丼	R6/12/26	92,422	795	0.79%
しやご チャンネル	429,000	発酵 グルメ	R7/3/7	149,782	2,627	0.61%
計	859,000			293,088	4,101	0.48%

※投稿日から R7/3/31 までの回数

※エンゲージメント率算出方法：エンゲージメント数（高評価数・コメント数）÷フォロワー数×100

(b) Instagram

アカウント名	フォロワー	テーマ	投稿日	視聴回数*	エンゲージメント数	エンゲージメント率
ジョーカーグルメ	914,000	黒アヒージョ	R7/1/24	408,000	1,166	0.13%
penchan	110,000	いちご スイーツ	R7/2/6	45,000	451	0.41%
計	1,024,000			453,000	1,617	0.16%

※投稿日から R7/3/31 までの回数

※エンゲージメント率算出方法：エンゲージメント数（高評価数・保存数・コメント数）÷フォロワー数  
×100

b SNS 広告

イベントへの来訪が期待できる仙台市等の在住者に対し、千葉県観光物産展の開催を告知す

る SNS 広告を X 及び Instagram で配信した。

(a) 広告期間

令和 7 年 1 月 8 日（水）～令和 7 年 1 月 18 日（土）

(b) 広告エリア

仙台市（青葉区・宮城野区・若林区・太白区・泉区）、多賀城市、名取市

(c) 実績

SNS 媒体	表示回数	クリック数	クリック率	エンゲージメント数	エンゲージメント率
X	1,634,273	609	0.04%	293	0.018%
Instagram	2,761,249	2,445	0.09%	239	0.009%
計	4,395,522	3,054	0.07%	532	0.012%

※エンゲージメント率算出方法：エンゲージメント数（リポスト数・いいね数・コメント数・保存数）÷  
表示回数×100

(9) 情報提供事業（観光地域支援）

県域 DMO に求められる機能や実施すべき事業、適正規模などについて情報収集するため、国内の DMO を訪問してヒアリングを行った。また、日本観光振興協会が主催する海外 DMO のセミナーに参加した。

(1) 県域 DMO へのヒアリング

ア 一般社団法人埼玉県物産観光協会

(ア) 実施日

令和 6 年 6 月 7 日（金）13:00～15:30

(イ) 参加者

a 埼玉県物産観光協会

櫻井専務理事、星野常務理事、山本 DMO 本部長

b 千葉県観光物産協会

椎名専務理事、加藤次長、市川

イ 一般社団法人長野県観光機構

(ア) 実施日

令和 6 年 7 月 22 日（月）13:20～16:30

(イ) 参加者

a 長野県観光機構

佐藤専務理事、中島常務理事、坂口 MR

b 千葉県観光物産協会

椎名相談役、加藤次長、市川

c 千葉県観光政策課

土田企画調整室長、渡邊副主査

ウ 一般社団法人茨城県観光物産協会

(ア) 実施日

令和 6 年 9 月 19 日（木）11:00～15:30

(イ) 参加者

- a 茨城県観光物産協会  
海老原専務理事、石寺常務理事
- b 千葉県観光物産協会  
小林専務理事、池田事務局長、椎名相談役、加藤次長

(2) 海外 DMO セミナーへの参加

ア セミナー名

DMO 観光地づくりセミナー（主催：公益社団法人日本観光振興協会）

イ 開始日

令和 7 年 2 月 27 日（木）13：00～17：00

ウ 参加者

小林専務理事、加藤次長、市川

エ 内容

(ア) 「世界の最新観光トレンドについて」

NextFactor 社 Cassandra McAuley CEO

(イ) 「北米 DMO のデータ活用のリアル」

DMO：Destination Cleveland IT 部門 Jim Ganotis 統括ディレクター

(ウ) Jim Ganotis 統括ディレクター×都立大 清水教授とのトークセッション

(エ) D-NEXT 実施地域による活用事例紹介

(10) 観光 PR 資料作成事業（観光基本パンフレット）

ア 観光基本パンフレットの作成等

主に本県の観光に対する知識や情報が少ない人向けに、本県の観光スポットなどを網羅的に掲載した観光基本パンフレットを作成し、アクアラインマラソンランナーに対し配布を行った。

さらに、首都圏及び東北圏の JR 駅や県内及び近県の道の駅などの集客施設に配架したほか、県内外で開催した観光物産展等において、来場者に対し配布を行った。

(ア) タイトル

千葉県観光ガイドブック「チーバくんとちばのたび」



(イ) 規格等

規格等	アクアラインマラソン分 (令和 5 年度作成分を増刷)	令和 6 年度新規作成分
判型	A4 判	A4 判
ページ数	24 ページ	24 ページ
作成部数	30,000 部	230,000 部 〔・ JR 版：16 万部 ・ 通常版：7 万部〕

納品日	令和6年9月10日(火)	令和7年1月7日(火)
配架先	アクアラインマラソンのランナーに県が送付	691箇所*

※主な配架先

- ・ J R  
首都圏及び東北（東京本部・横浜支社・大宮支社・八王子支社・千葉支社・東北本部）主要駅 525 箇所
- ・ 東日本高速道路  
S A・P A17 箇所
- ・ 首都高速道路  
P A22 箇所
- ・ 県内外の道の駅  
76 箇所
- ・ 県内観光案内所  
47 箇所                   ほか

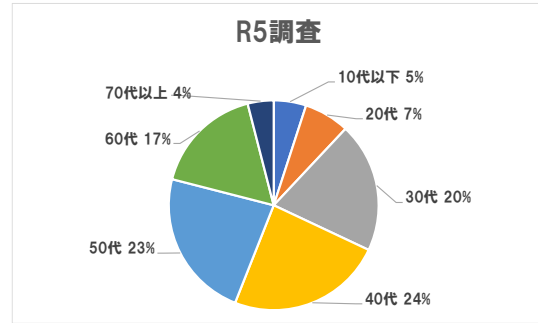
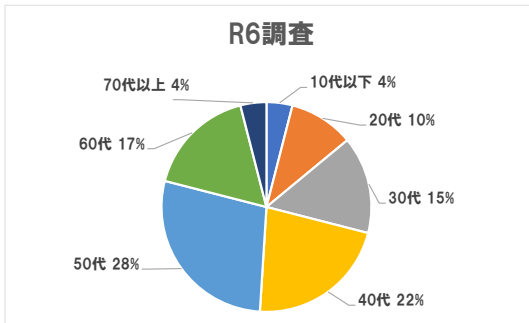
(ウ) 読者アンケート（抜粋）

a 回答数

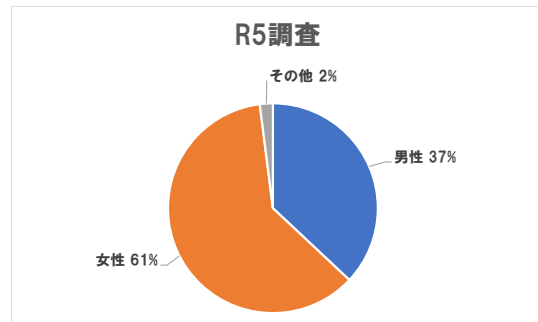
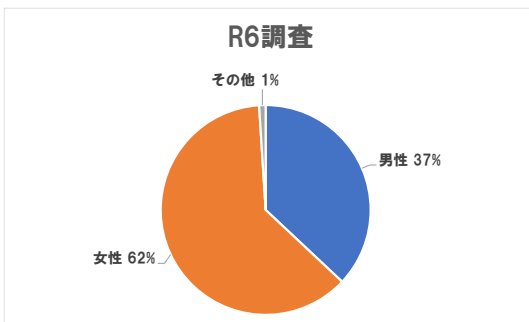
	R6 調査	(参考)R5*
回答数	474	513

※R5 は 2 回分の合計。

b 年代



c 性別



d 個別事項

質問	R6 調査	(参考) R5 調査
本誌で紹介したスポットのうち、本誌を見たことをきっかけに実際に訪れたところはあるか	ある 62%	ある 39%
本誌で紹介したスポットのうち、今後訪れてみたいところはあるか	ある 97%	ある 85%
本誌のデザイン・構成について (※1) ※5段階評価 (読みやすい5～読みにくい1)	読みやすい 77%	(設問なし)
本誌に掲載されている情報の充実度について (※2) ※5段階評価 (充実5～不足1)	充実 56%	(設問なし)

※1 5段階評価で「5 読みやすい」と回答した人の割合

※2 5段階評価で「5 充実」と回答した人の割合

(1 1) 観光 PR 資料作成事業 (ちば note)

主に関東に在住・通勤している人向けに、季節のイベントやグルメ、見どころ等を掲載した観光情報誌を隔月 (2 か月に 1 回) で作成し、首都圏の JR や私鉄の駅、県内外の道の駅、イオンモール等の集客施設に配架した。このほか、県内外で開催した観光物産展において、来場者に対し配布を行った。

(ア) タイトル

房総とりっぷガイド「ちば note」

(イ) 規格等

	仕様等
判型	A4 判
ページ数	12 ページ
作成部数	各号 60,000 部 (通常版 35,000 部、J R 版 25,000 部)
配架先	454 箇所*



※主な配架先

- ・ J R  
首都圏 (東京本部・横浜支社・大宮支社・八王子支社・千葉支社) 主要駅 227 箇所
- ・ 京成電鉄  
各駅 66 箇所
- ・ 新京成電鉄  
主要駅 6 箇所
- ・ 東武鉄道  
東武アーバンパークライン各駅 23 箇所
- ・ 首都高速道路  
P A13 箇所

- ・県内外の道の駅  
56箇所
- ・県内イオンモール  
9箇所                   ほか

(ウ) 納品日

発行号	納品日
2024年5・6月号	2024年4月25日(木)
2024年7・8月号	2024年6月27日(木)
2024年9・10月号	2024年8月29日(木)
2024年11・12月号	2024年10月30日(水)
2025年1・2月号	2024年12月23日(月)
2025年3・4月号	2025年2月27日(木)

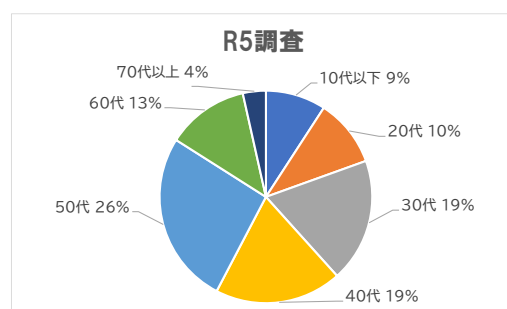
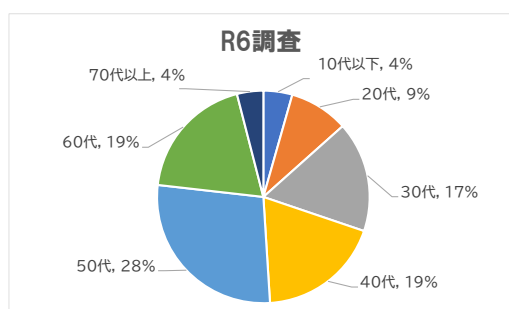
(エ) 読者アンケート (抜粋)

a 回答数

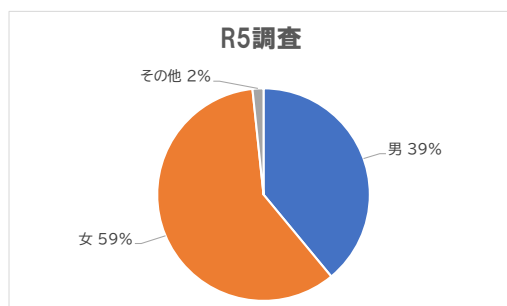
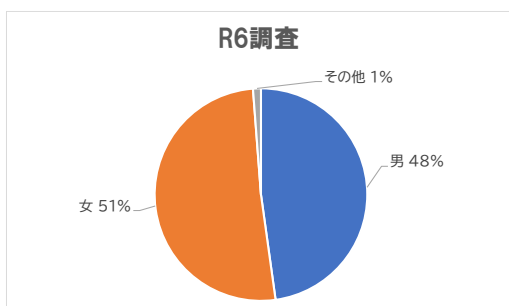
発行号	R6調査	(参考)R5調査
5-6月号	263	289
7-8月号	221	212
9-10月号	219	188
11-12月号	192	147
1-2月号	217	214
3-4月号	—	194
平均	222	207

※2025.3-4月号の回答期限が5/11のため、以下のR6調査は5回分の平均値

b 年代



c 性別



d 効果

質問	R6 調査	(参考) R5 調査
本誌で紹介したスポットのうち、本誌を見たことをきっかけに実際に訪れたところはあるか	ある 50%	ある 14%
本誌で紹介したスポットのうち、今後訪れてみたいところはあるか	ある 93%	ある 83%

(1 2) 観光 PR 資料作成事業 (PR ツール)

千葉県観光・物産情報を幅広く PR し、本県への誘客促進や観光振興を図るため、イベント等で使用するプロモーションツールの作成を行った。

(ア) プロモーションツール及びノベルティ作成

作成品目	作成数	用途	納品日
横断幕・ テーブルクロス	各 3 枚	イベントで使用するテーブル 及び平台等の装飾用	R6 年 9 月 24 日
オリジナルジャケット	22 着	イベント等従事者着用	R6 年 10 月 11 日
ビニールバッグ	10,000 枚	パンフレット等配布用	R6 年 11 月 12 日
オリジナル不織布保冷 バッグ	1,000 枚	イベント用ノベルティ	R6 年 11 月 13 日

(1 3) 千葉県観光情報館管理運営事業 (チーバくんプラザ)

三井アウトレットパーク木更津の立地や集客力を活かした観光プロモーションを展開するため、同施設内に設置したチーバくんプラザ-千葉県観光情報館-の管理・運営を行った。

(ア) 名称

チーバくんプラザ-千葉県観光情報館-

(イ) 開設場所

三井アウトレットパーク木更津内

(ウ) 事業期間

令和 6 年 4 月 1 日 (月) から令和 7 年 3 月 31 日 (月) まで

(エ) 営業時間

平日 10:30~20:00、土休日 10:00~20:00

(オ) 実施内容

- a 観光情報の収集及び来館者への観光案内
- b 観光パンフレットの配架
- c 観光ポスターの掲示
- d 観光 DVD の放映
- e デジタルサイネージを活用した情報発信
- f 旬やトレンドに応じた観光情報を発信するコーナーの設置
- g SNS アカウント (Facebook、Instagram、X) を活用した情報発信
- h タブレットやスマートフォン等を活用した非接触式アンケートの実施

- i 三井アウトレットパーク木更津が実施するイベント（スタンプラリー等）への協力
- j 三井アウトレットパーク木更津内ステージ及びイベントスペース借用の調整
- k 県、市町村、観光協会、観光施設等が三井アウトレットパーク木更津内ステージ及びイベントスペースで実施するイベントの調整、補助

(カ) 事業実績

a 来館者数

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	(参考) R5 計
日本人	8,369	8,376	8,028	8,643	8,898	6,044	6,184	5,817	6,655	6,795	5,871	6,244	85,924	106,963
アジア系	72	82	100	134	152	69	77	75	73	104	56	59	1,053	704
欧米系	6	8	4	19	21	5	7	9	4	7	3	5	98	124
合計	8,447	8,466	8,132	8,796	9,071	6,118	6,268	5,901	6,732	6,906	5,930	6,308	87,075	107,791
MOP来館数	702,000	778,000	740,000	759,000	838,000	701,000	686,000	779,000	841,000	898,000	584,000	747,000	9,053,000	8,973,000

b ステージイベント

開催日	イベント名	来場者数	主催
令和6年6月15日(土)	千葉県民の日 夏の房総 観光キャンペーン2024	2,000名	チーバくんプラザ
令和6年10月19日(土)	君津・安房農業女子マルシェ	500名	君津農業事務所
令和6年11月30日(土)	千葉県晩秋の観光キャンペーン お宿に泊まって～房総半島を満喫!!	400名	チーバくんプラザ
令和7年2月8日(土)	長生(CHOSEI)地域観光連盟 2025春の観光PRイベント	300名	長生地域観光連盟
令和7年2月9日(日)	黒アヒージョ&粒すけ消費拡大PR	700名	千葉日报社
計	5回開催	3,900名	
(参考) R5	7回開催	9,100名	

c 房総スタンプラリー

種類	期間	対象エリア	利用者数
いちご	令和6年1月上旬～5月下旬	君津エリア・山武エリア	2,053名
ブルーベリー	令和6年6月下旬～9月上旬	君津エリア・いすみエリア・長生エリア	149名
潮干狩り	令和6年3月上旬～8月下旬	木更津市内・富津市内	389名
計			2,591名
(参考) R5			2,748名

d SNS

(a) Facebook

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	(参考) R5計
フォロワー	6,340	6,357	6,373	6,385	6,560	6,640	6,511	6,533	6,587	6,725	6,886	7,199	-	-
投稿	30	33	30	31	33	31	31	31	31	31	30	31	373	374
エンゲージメント	4,418	4,782	5,529	5,306	7,562	3,756	3,995	4,955	2,165	4,944	5,839	5,009	58,260	60,733
リーチ	36,352	36,384	38,013	71,369	119,851	31,027	36,333	43,816	43,811	159,073	277,514	167,881	1,061,424	496,925
フィールドワーク	17	19	17	17	17	15	15	19	16	16	15	19	202	222

(b) Instagram

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	(参考) R5計
フォロワー	2,380	2,474	2,593	3,380	3,737	4,037	4,386	4,809	5,435	5,641	5,746	5,849	-	-
投稿	30	32	31	31	33	31	32	31	31	31	30	31	374	394
いいね	3,427	4,342	4,061	4,042	4,158	3,757	3,744	4,417	3,825	4,626	5,717	4,028	50,144	47,899
リーチ	29,122	36,953	37,505	32,644	35,674	36,776	42,572	54,864	52,549	57,424	76,945	53,855	546,883	336,210
インプレッション	33,744	39,751	39,548	37,661	41,319	44,556	49,101	62,664	63,049	99,932	116,133	95,306	722,764	385,727
エンゲージメント	3,490	4,475	4,094	4,207	4,190	3,904	3,790	4,712	3,993	4,808	5,958	4,167	51,788	46,951
動画再生	0	2,008	2,979	0	1,360	0	2,121	3,174	0	0	0	0	11,642	15,353

(c) X

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	(参考) R5計
フォロワー	2,111	2,327	2,406	2,460	2,515	2,560	2,621	2,648	2,719	2,833	2,868	2,928	-	-
投稿	31	32	30	31	33	31	33	32	31	31	30	31	376	384
いいね	1,326	1,355	3,422	1,550	1,629	1,201	1,186	1,049	1,121	2,047	1,750	1,447	19,083	15,692
リツイート	231	234	728	272	308	243	256	208	242	278	327	302	3,629	2,569
インプレッション	61,803	50,555	253,569	56,101	71,686	43,583	46,397	37,423	32,522	48,562	54,043	48,795	805,039	852,609
エンゲージメント	3,464	3,079	8,255	3,381	4,020	2,777	3,027	2,733	2,378	3,781	3,706	3,211	43,812	41,964
動画再生数	0	1,588	0	646	0	1,291	677	0	0	0	0	0	4,202	14,014

(キ) 月例ミーティングの実施状況

チーバくんプラザ・JTB・協会が集まり、MOP 木更津の営業概況やチーバくんプラザの現況などを情報共有した。

(ク) 4市ミーティングの実施状況

チーバくんプラザ・JTB・県・協会・かずさ4市・MOP 木更津が集まり、情報共有や意見交換を行った。

実施日	参加者	議題
令和6年 5月23日(木)	木更津市観光振興課 君津市経済振興課 富津市商工観光課 袖ヶ浦市商工観光課 千葉県観光政策課 MOP 木更津 チーバくんプラザ JTB 千葉支店 千葉県観光物産協会	1 三井アウトレットパーク木更津 2023年度報告及び今後の予定について 2 チーバくんプラザ 2023年度報告及び今後の予定について 3 チーバくんプラザ 2023年度観光マーケティング調査について 4 その他

(ケ) 海ほたる観光案内所との連携

令和6年度からの新たな取組みとして、チーバくんプラザ・海ほたる観光案内所の連携強化を目的として、相互の現場視察及び情報交換を実施した。

【連携内容】

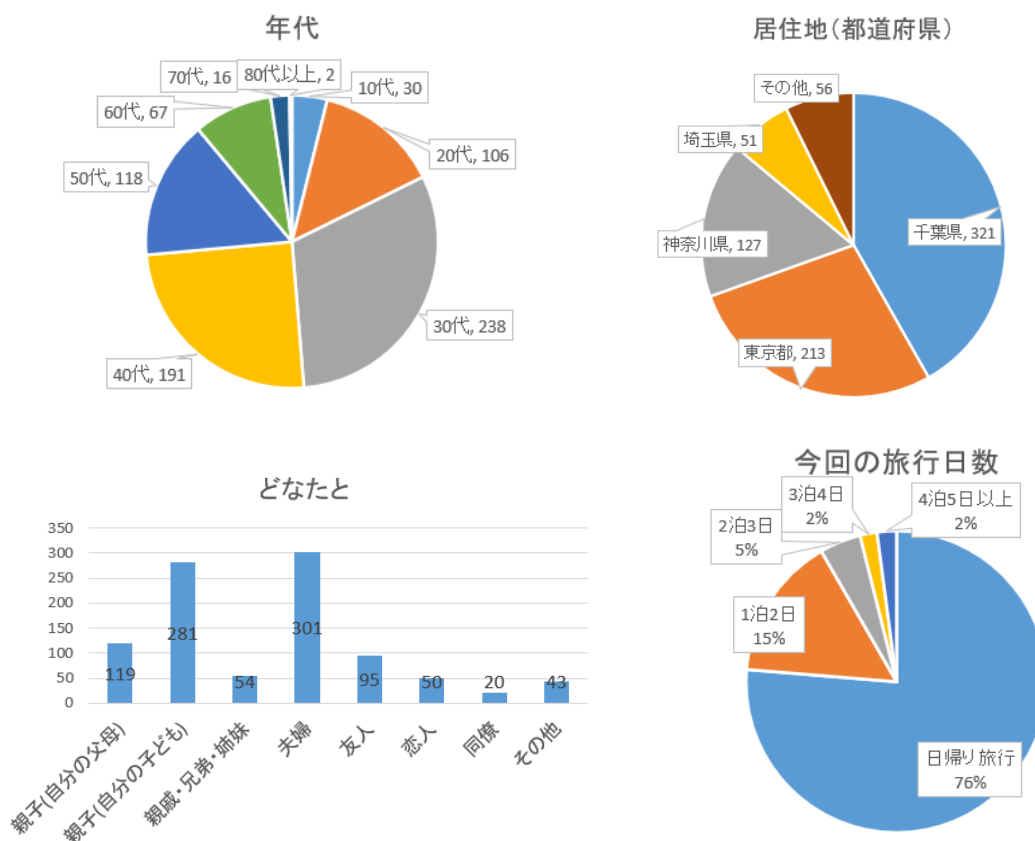
- ・チーバくんプラザの週刊レポートを海ほたる観光案内所に提供
- ・スタッフの意見交換…相互の取組み事例・問い合わせ内容・観光情報の収集方法等

実施日		参加者
1	令和6年7月12日(金)	チーバくんプラザ 海ほたる観光案内所
2	令和6年10月18日(金)	チーバくんプラザ 海ほたる観光案内所

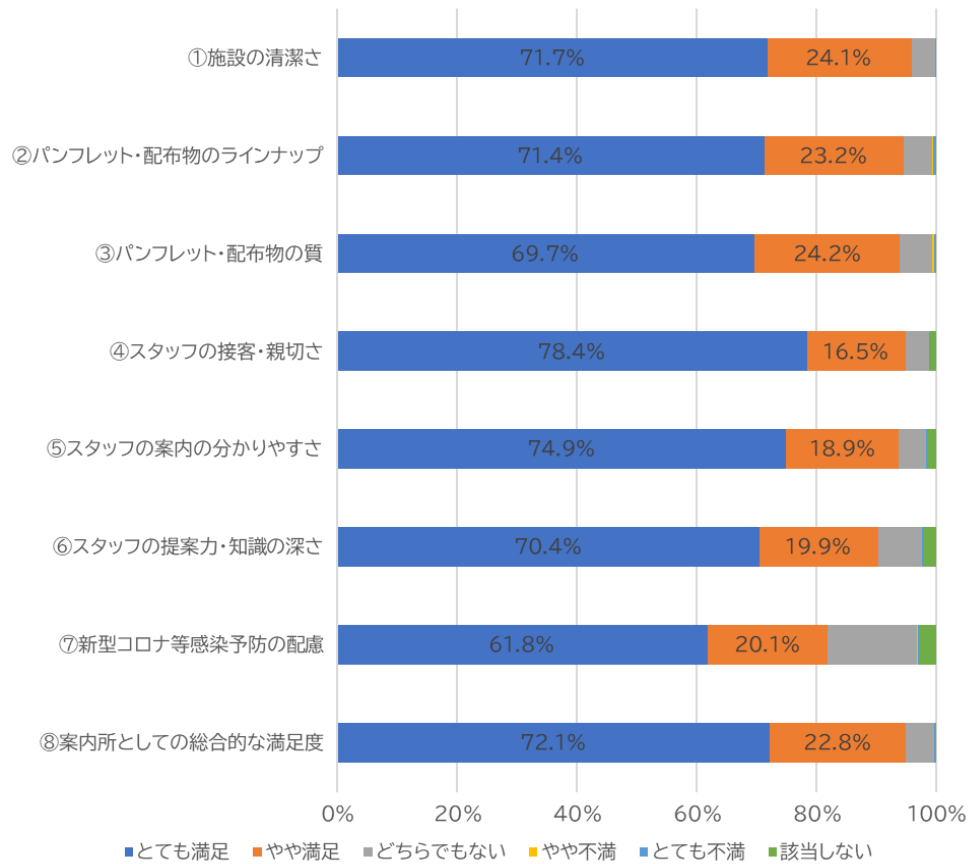
(コ) 来館者へのアンケート調査

a 来館者満足度調査

- ①調査期間：令和6年4月1日(土)～令和7年3月31日(金)
- ②回答者数：768名
- ③調査方法：WEBアンケート
- ④集計結果(抜粋)



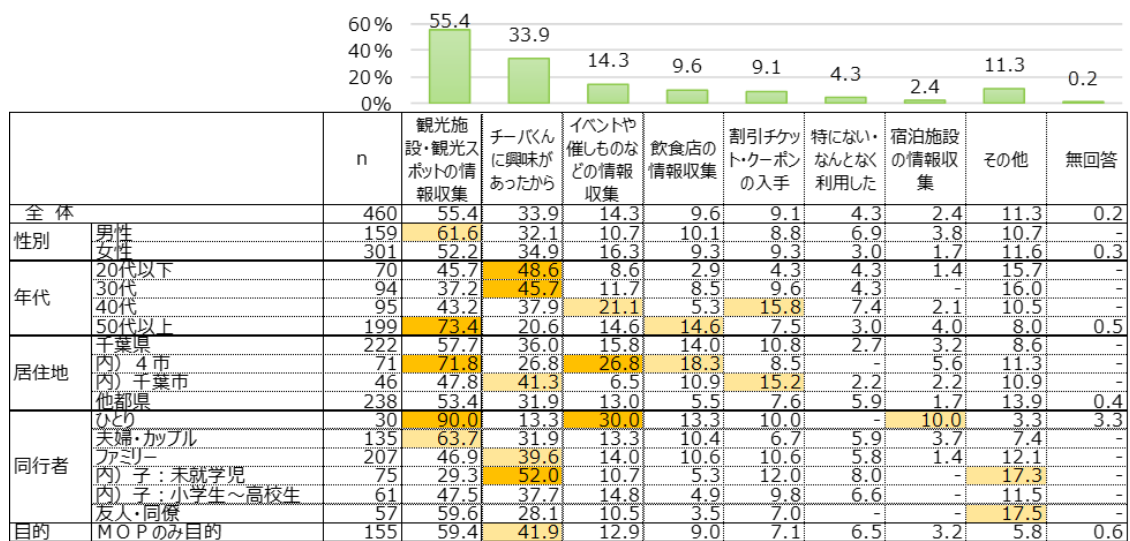
### 館内満足度



### b 来館者マーケティング調査：

- ① 調査期間：令和7年1月26日～令和7年2月22日
- ② 調査手法：モールインターセプト法
- ③ サンプル数：460 サンプル
- ④ 集計結果（抜粋）

・チーバくんプラザの来訪理由

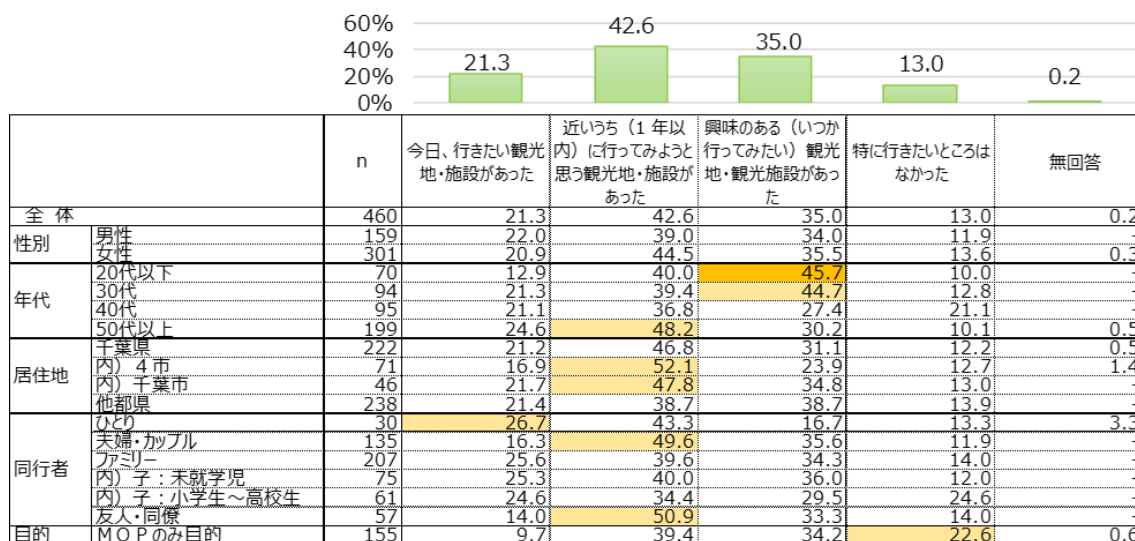


	n	観光施設・観光スポットの情報収集	チーバくんに興味があったから	イベントや催しものなどの情報収集	飲食店の情報収集	割引チケット・クーポンの入手	特になく・なんとなく利用した	宿泊施設の情報収集	その他	無回答
全体	460	55.4	33.9	14.3	9.6	9.1	4.3	2.4	11.3	0.2
性別										
男性	159	61.6	32.1	10.7	10.1	8.8	6.9	3.8	10.7	-
女性	301	52.2	34.9	16.3	9.3	9.3	3.0	1.7	11.6	0.3
年代										
20代以下	70	45.7	48.6	8.6	2.9	4.3	4.3	1.4	15.7	-
30代	94	37.2	45.7	11.7	8.5	9.6	4.3	-	16.0	-
40代	95	43.2	37.9	21.1	5.3	15.8	7.4	2.1	10.5	-
50代以上	199	73.4	20.6	14.6	14.6	7.5	3.0	4.0	8.0	0.5
居住地										
千葉県	222	57.7	36.0	15.8	14.0	10.8	2.7	3.2	8.6	-
内) 4市	71	71.8	26.8	26.8	18.3	8.5	-	5.6	11.3	-
内) 千葉市	46	47.8	41.3	6.5	10.9	15.2	2.2	2.2	10.9	-
他都県	238	53.4	31.9	13.0	5.5	7.6	5.9	1.7	13.9	0.4
同行者										
ひとり	30	90.0	13.3	30.0	13.3	10.0	-	10.0	3.3	3.3
夫婦・カップル	135	63.7	31.9	13.3	10.4	6.7	5.9	3.7	7.4	-
ファミリー	207	46.9	39.6	14.0	10.6	10.6	5.8	1.4	12.1	-
内) 子：未就学児	75	29.3	52.0	10.7	5.3	12.0	8.0	-	17.3	-
内) 子：小学生～高校生	61	47.5	37.7	14.8	4.9	9.8	6.6	-	11.5	-
友人・同様	57	59.6	28.1	10.5	3.5	7.0	-	-	17.5	-
目的										
MOPのみ目的	155	59.4	41.9	12.9	9.0	7.1	6.5	3.2	5.8	0.6

※      : 全体よりも10%以上上回る値  
 ※      : 全体よりも5%以上上回る値

・チーバくんプラザの設置効果

チーバくんプラザを利用した結果、行きたいと思う観光地・施設があったか。



	n	今日、行きたい観光地・施設があった	近いうち(1年以内)に行ってみようと思う観光地・施設があった	興味のある(いつか行ってみたい)観光地・観光施設があった	特に行きたいところはなかった	無回答
全体	460	21.3	42.6	35.0	13.0	0.2
性別						
男性	159	22.0	39.0	34.0	11.9	-
女性	301	20.9	44.5	35.5	13.6	0.3
年代						
20代以下	70	12.9	40.0	45.7	10.0	-
30代	94	21.3	39.4	44.7	12.8	-
40代	95	21.1	36.8	27.4	21.1	-
50代以上	199	24.6	48.2	30.2	10.1	0.5
居住地						
千葉県	222	21.2	46.8	31.1	12.2	0.5
(内) 4市	71	16.9	52.1	23.9	12.7	1.4
(内) 千葉市	46	21.7	47.8	34.8	13.0	-
他都県	238	21.4	38.7	38.7	13.9	-
同行者						
ひとり	30	26.7	43.3	16.7	13.3	3.3
夫婦・カップル	135	16.3	49.6	35.6	11.9	-
ファミリー	207	25.6	39.6	34.3	14.0	-
(内) 子:未就学児	75	25.3	40.0	36.0	12.0	-
(内) 子:小学生~高校生	61	24.6	34.4	29.5	24.6	-
友人・同僚	57	14.0	50.9	33.3	14.0	-
目的						
MOPのみ目的	155	9.7	39.4	34.2	22.6	0.6

※ (Yellow background) : 全体よりも10%以上上回る値  
 ※ (Light yellow background) : 全体よりも5%以上上回る値

・チーバくんプラザの経済効果 (推計)

	(A) 全回答の 平均想定旅行予算	(B1・B2) 年間利用者数	(C)=(A)×(B1・B2) 年間経済効果指標値
今回の来訪において、 新たな目的地へ行く場合に 増額となる旅行予算 (1人あたり)	約8,458円 (約5,102円)	2万220人(推計) (約1万4,860人)	約1億7,102万円(推計) (約7,581万円(推計))
近いうち(1年以内)の 訪問に必要な旅行予算 (1人あたり)	約1万1,052円 (約9,632円)	4万439人(推計) (約4万3,933人)	約4億4,693万円(推計) (約4億2,317万円(推計))

## 2 国内観光物産振興事業

### (1) 観光物産イベント共催後援協賛事業

千葉県観光・物産情報を幅広くPRし、本県への誘客促進や観光振興を図るため、県内観光関係者が実施するイベント等への後援・協賛を行った。

#### (ア) 後援・協賛等

件数：38件（R5：45件）

No	行催事名	開催時期	主催者等
1	令和6年度香取市観光と祭り写真コンクール	R6.4.1 ～R6.12.31	香取市観光と祭り写真コンクール実行委員会
2	第70回茂原七夕まつり(装飾の部・YOSAKOI夏の陣2024)	R6.7.27 ～R6.7.28	茂原七夕まつり実行委員会
3	第41回水郷おみがわふな釣り大会	R6.5.26	水郷小見川観光協会
4	第77回木更津港まつり	R6.8.14 ～R6.8.15	第77回木更津港まつり実行委員会
5	第34回東庄町観光ふな釣り大会	R6.6.2	東庄町観光協会
6	第12回「千葉・鎌ヶ谷、観光の魅力」高校生フォトコンテスト	R6.7.1 ～R7.3.31	鎌ヶ谷市
7	第53回「千葉写真展」	R6.7.23 ～R6.8.4	千葉県写真連盟
8	第17回松戸宿坂川献灯祭り	R6.8.9 ～R6.8.10	松戸宿坂川献灯まつり実行委員会
9	第125回水郷おみがわ花火大会	R6.8.1	水郷小見川観光協会
10	2024年度千葉県自治体・JAF会員優待施設連絡会	R6.10.10	(一社)日本自動車連盟千葉支部
11	第21回黒潮よさこい祭り	R6.11.24	黒潮よさこい祭り実行委員会
12	第45回千葉県フラワーフェスティバル	R7.1.17 ～R7.1.19	千葉県フラワーフェスティバル実行委員会
13	ふるさとに生きる技「房総の手づくり展」	R6.10.10 ～R6.10.14	協同組合東金ショッピングセンター
14	第39回芝山はにわ祭	R6.11.10	芝山はにわ祭実行委員会
15	第49回千葉県植木共進会	R6.10.16 ～R6.10.20	千葉県植木共進会
16	第18回むつざわ観光まつり	R6.9.29	睦沢町観光協会

No	行催事名	開催時期	主催者等
17	旭市いいおか YOU・遊フェスティバル 2024	R6.10.5	旭市いいおか YOU・遊フェスティバル実行委員会
18	千葉県指定無形民俗文化財 上総十二社祭り	R6.9.8 ～R6.9.14	上総十二社祭り保存会
19	千葉湊大漁まつり～第 48 回千葉市民産業まつり～	R6.11.2	千葉市民産業まつり実行委員会
20	令和 6 年度関東学生ソフトテニス秋季リーグ戦	R6.11.2 ～R6.11.3	関東学生ソフトテニス連盟
21	おみがわ YOSAKOI 2024	R6.11.10	おみがわ YOSAKOI ふるさとまつり運営委員会
22	ビタミンマルシェ Vol.13	R6.10.20	みんなでプロジェクト
23	令和 6 年度香取神宮奉納菊花大会	R6.11.1 ～R6.11.24	(一社) 水郷佐原観光協会 香取神宮
24	第 40 回流山人形供養会	R6.12.7	流山市観光協会
25	第 52 回香取市菊花大会	R6.11.1 ～R6.11.23	小見川秋芳会
26	2024 きよなんん花まつり写真コンクール (水仙の部)	R6.12.7 ～R7.2.2	鋸南町観光協会
27	2024 きよなんん花まつり写真コンクール (桜の部)	R7.2.8 ～R7.4.6	鋸南町観光協会
28	2024 観光地美化キャンペーン	R6.11.23	(公社) 千葉市観光協会
29	ふつつんグルメフェスタ 2025	R7.3.23	ふつつんグルメフェスタ 2025 実行委員会
30	令和 6 年度木更津市観光写真コンクール	R7.1.6 ～R7.3.31	(一社) 木更津市観光協会
31	2025 東金・九十九里波乗りハーフマラソン	R7.2.23	東金・九十九里波乗りハーフマラソン実行委員会
32	第 24 回千葉城さくら祭り	R7.3.29 ～R7.4.6	千葉城さくら祭り実行委員会
33	令和 7 年度香取市観光と祭り写真コンクール	R7.4.1 ～R7.12.26	香取市観光と祭り写真コンクール実行委員会
34	シンチャオ! ふなばし VietnamFes2025	R7.7.19 ～R7.7.20	シンチャオふなばし実行委員会
35	2025 しんきん食の商談会 in CHIBA	R7.10.21	千葉県信用金庫協会

No	行催事名	開催時期	主催者等
36	令和7年度 関東学生ソフトテニス春季リーグ戦 第76回関東学生ソフトテニス選手権大会	R7.5.10 ～R7.5.13	関東学生ソフトテニス連盟
37	第75回東日本大学対抗ソフトテニス競技大会 第80回東日本学生ソフトテニス選手権大会 第68回東日本学生ソフトテニスシングルス選手権大会	R7.7.4 ～R7.7.9	東日本学生ソフトテニス連盟
38	第71回茂原七夕まつり（装飾の部 YOSAKOI 夏の陣 2025）	R7.7.26 ～R7.7.27	茂原七夕まつり実行委員会

## （2）観光商談会開催事業

千葉県を訪れる団体ツアーの造成を促進するため、本県への来訪が期待できる首都圏・東北圏・中京圏・関西圏・北海道において、旅行会社と県内観光関係者による観光商談会（7箇所）を企画実施した。

### （ア）開催実績

日程	会場	商談会参加者	交流会参加者	商談方法
令和6年 7/8(月)	○静岡（静岡市）商談会 グランシップ静岡 会議室 1001-2 （静岡県静岡市）	セラー：16社 19名 バイヤー：9社 18名 ※静岡県対象 ※JATA/ANTA 含む	—	固定 60分（15分×4回） フリー-60分（15分×4回） 名刺交換 30分
7/9(火)	○中京圏（名古屋）商談会 プライムセントラルタワー 名古屋駅前13階 （愛知県名古屋市）	セラー：24社 30名 バイヤー：16社 38名 ※愛知県・岐阜県・三重県対象 ※JATA/ANTA 含む	セラー：11社 20名 バイヤー：16社 34名	固定 60分（15分×4回） フリー-75分（15分×5回） 名刺交換 30分
9/9(月)	○札幌（札幌市）商談会 ACU SAPPORO16階 （北海道札幌市）	セラー：15社 17名 バイヤー：11社 19名 ※札幌市（北海道）対象 ※JATA/ANTA 含む	—	固定 75分（15分×5回） フリー-45分（15分×3回） 名刺交換 25分
10/25(金)	○首都圏（東京）商談会 東武ホテルレバント東京 4階「錦」 （東京都墨田区）	セラー：68社 111名 バイヤー：14社 61名 ※東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県対象 ※JATAのみ	セラー：32社 49名 バイヤー：11社 45名	固定 60分（15分×4回） フリー-90分（15分×6回） 名刺交換 20分
令和7年 1/14(火)	○東北圏（仙台）商談会 TKPガーデンシティ仙台 AER21階 （宮城県仙台市）	セラー：33社 44名 バイヤー：14社 40名 ※宮城県・山形県・福島県対象 ※JATA/ANTA 含む	セラー：26社 31名 バイヤー：12社 36名	固定 60分（15分×4回） フリー-90分（15分×6回） 名刺交換 20分

2/5(水)	○関西圏(大阪)商談会 ホテルモントレ大阪 7階「アマリエ・バルフィー」 (大阪府大阪市)	セラー : 30社 41名 バイヤー : 7社 24名 ※大阪府・京都府・兵庫 県・滋賀県・奈良県・ 和歌山県対象 ※JATAのみ	セラー : 22社 30名 バイヤー : 7社 21名	固定60分(15分×4回) フリー60分(15分×4回) 名刺交換20分
2/26(水)	○茨城(水戸市)商談会 エクセルホール6階「大ホール」 (茨城県水戸市)	セラー : 38社 53名 バイヤー : 9社 23名 ※茨城県対象 ※JATA/ANTA含む	—	固定60分(15分×4回) フリー60分(15分×4回) 名刺交換30分
合計		セラー : 224社 315名 バイヤー : 80社 223名	セラー : 91社 130名 バイヤー : 46社 136名	
(参考) R5		セラー : 188社 282名 バイヤー : 69社 178名	セラー : 67社 108名 バイヤー : 28社 84名	栃木・浜松・名古屋・札幌 東京・仙台・神戸で開催

### (3) 旅行商品造成支援事業

県内の魅力ある観光素材を旅行商品に結び付けるため、旅行会社が今求めているものを把握するとともに、県内各地を訪問し、観光素材の発掘を行った。また、旅行会社が求める観光素材や売り出したい観光素材を県内の観光事業者から募集し、これらの情報を取りまとめた上で、旅行会社に売り込みを図った。

さらに、旅行商品の造成を後押しするため、観光素材の磨き上げやツアーの試行に対する支援を行った。

#### (ア) 意見交換会の実施

開催日	開催エリア	開催場所	出席者数
令和6年6月20日	ベイエリア	千葉市役所	24名
令和6年7月2日	北総	ドギーズアイランド	24名
令和6年7月3日	九十九里	匝瑳市民ふれあいセンター	20名
令和6年7月4日	南房総	鋸南町役場	16名
令和6年7月12日	かずさ臨海	木更津市中央公民館	24名
令和6年8月19日	東葛飾	柏5丁目ビル	18名
計			126名

#### (イ) 旅行会社へのセールス活動を通じた観光素材の提供

提供年月	応募団体数	応募素材数	提案先
令和6年6月	29団体	81素材	12社
令和7年1月	52団体	121素材	10社
計	81団体	202素材	22社
(参考) R5	76団体	123素材	18社

[令和6年6月提案先]

株式会社はとバス、クラブツーリズム株式会社、株式会社読売旅行、  
株式会社阪急交通社、株式会社エイチ・アイ・エス、株式会社オリオンツアー、  
株式会社平成エンタープライズ、株式会社新中央ツーリスト、京王観光株式会社、

株式会社ツーリストトップワールド、京成トラベル株式会社、エアポートトラベル株式会社

[令和7年1月提案先]

株式会社はとバス、クラブツーリズム株式会社、株式会社読売旅行、株式会社阪急交通社、株式会社エイチ・アイ・エス、株式会社オリオンツアー、株式会社平成エンタープライズ、株式会社新中央ツーリスト、京王観光株式会社、株式会社ツーリストトップワールド

(ウ) 旅行会社による観光素材の磨き上げ・ツアー化支援

<支援基準>

- ・ツアー期間  
令和7年2月28日（金）出発分まで
- ・対象ツアー  
東京都・神奈川県・千葉県を発着地とするツアー
- ・支援要件等

<観光資源の磨き上げ・造成支援>

概要	観光素材の磨き上げ及びツアー造成に要する経費相当額を支援
支援額	1社当たり300千円（税別）
支援要件 （抜粋）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協会指定の観光資源がメインとなるツアーを2つ以上造成する。</li> <li>・1ツアーにつき3日以上の出発日を設定する。</li> <li>・選択した観光資源については、原則として1回以上現地を訪問し、磨き上げを行う。</li> </ul>

<ツアー化支援>

概要	本事業で造成したツアーが催行された場合には、インセンティブを付与
支援額	バス1台当たり30千円（税別）

<支援実績>

協会指定の観光素材23件／造成された観光素材16件

	造成会社数	造成ツアー数	ツアー設定日数	ツアー催行日数	催行バス台数	ツアー参加者数
R6	10社	30ツアー	210日	95日	120台	3,461人
(参考)R5	9社	26ツアー	198日	59日	59台	1,880人

[ツアー造成旅行会社]

株式会社はとバス、クラブツーリズム株式会社、株式会社読売旅行、株式会社阪急交通社、株式会社エイチ・アイ・エス、株式会社オリオンツアー、株式会社平成エンタープライズ、株式会社新中央ツーリスト、京王観光株式会社、株式会社ツーリストトップワールド

(4) モニターツアー企画運営事業（教育旅行）

千葉県を訪れる教育旅行を促進するため、旅行会社が県内の教育旅行受入施設を視察する招請旅行を企画実施した。

(ア) 実施日

令和7年2月20日（木）～令和7年2月21日（金）

(イ) 視察先

[1日目]

東京駅→ZOZOBASE 習志野→よしもと幕張イオンモール劇場→QVC ジャパン→  
ホテルスプリングス幕張（泊）

※到着後、情報交換会・交流会を実施

[2日目]

ホテル→海浜幕張地区のホテル視察→かずさDNA研究所→かずさアカデミアパーク・  
ホテル→海ほたる裏側探検ツアー→東京駅

(ウ) 情報交換会

会 場：ホテルスプリングス幕張（クリスタル）

日 時：令和7年2月20日（木）16時00分から18時15分まで

(エ) 交流会

会 場：ホテルスプリングス幕張（ゲストハウス）

日 時：令和7年2月20日（木）18時45分から20時30分まで

(オ) 参加者数

	旅行会社		県内観光事業者	
	R6	(参考)R5	R6	(参考)R5
県内視察	7社21名	7社21名	—	—
情報交換会	・東北5名 ・東海5名 ・北陸4名 ・関西7名 ・関東0名	・東北7名 ・東海2名 ・北陸0名 ・関西2名 ・関東10名	30社46名	27社35名
交流会			22社34名	17社22名

(カ) アンケート結果（抜粋）

・参加した旅行会社に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

※満足（提案したい）5～不満（提案したくない）1

評価項目	R6	(参考)R5
モニターツアーの実施時期	4.6	4.4
モニターツアーの全体評価	4.9	4.6
ツアーの提案可能性	4.8	4.5

(5) 旅行エージェントPR活動事業（交通ネットワーク）

本県を目的地とする団体バスツアーの造成を促進するため、旅行会社に対する効果的な支援を

企画実施した。また、セールス活動などにより構築した関係性を有効に活用して、旅行会社に対し、支援の周知や造成に向けた積極的な働き掛けを行った。

(ア) 支援内容

a ターゲットエリア

エリア	県名
北海道	北海道
南東北	宮城・福島・山形
関東	群馬・栃木・茨城・埼玉・山梨
中京	愛知・三重・岐阜・静岡
関西	大阪・京都・兵庫・奈良・滋賀・和歌山

※北海道及び関西エリアについては、第2期から支援対象地域に追加。

b ツアー対象期間

令和6年4月26日（金）～令和7年2月28日（金）

時期	ツアー対象期間
第1期	令和6年4月26日（金）～令和6年7月15日（月）
第2期	令和6年9月1日（日）～令和6年12月25日（水）
第3期	令和7年1月6日（月）～令和7年2月28日（金）

c 支援対象者

国内の旅行会社、ランドオペレーター

※国内に事業所及び銀行口座を有する者に限る。

d 主な支援条件

- ・原則として、千葉県内を周遊する15名以上の団体ツアーであること。
- ・千葉県内2市町村以上の観光施設を訪問すること。

e 支援金額

団体旅行が催行された場合には、以下の経費を支援する。

基本支援金	バス1台当たり
団体バスツアーが催行された場合	30,000円

加算項目	バス1台当たり
東京湾フェリー利用の場合	10,000円
宿泊の場合（泊数に関わらず）	20,000円
訪問する観光施設4箇所以上の場合 （2市町村以上）	20,000円

(イ) 支援の周知・造成等の働き掛け

a 関係機関への周知

- ・一般社団法人日本旅行業協会（千葉地区委員会）、一般社団法人全国旅行業協会（千葉県支部）を通じて、支援対象地域の各協会の地区委員会や支部あてに本事業の周知を依頼した。

- b 旅行会社への働き掛け
- ・過去にバス支援事業を利用した旅行会社や過去にセールスを行った旅行会社に対して、メールにより本事業を活用したツアー造成の働き掛けを行った。
  - ・旅行会社を訪問するセールス活動の中で、本事業を活用したツアー造成の働き掛けを行った。
- c WEBによる告知
- ・千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」に当事業の専用ページを立ち上げ、事業内容の周知を図った。
- d 県内観光事業者への周知・働き掛け
- ・当協会の会員、ちばプロモーション協議会の会員等に対し、メールを利用して本事業の周知を図った。
  - ・観光商談会等のイベントの際、参加者にチラシを配布し、本事業の周知を図った。
  - ・当協会の機関紙であるニューズレター「まるちばつうしん」令和6年度4月号（令和6年4月5日配信）で事業内容を紹介し、当協会の会員向けに周知を図った。
  - ・各観光事業者に対しては、旅行会社をセールスする際に、本事業をセールスツールとして有効活用するよう促した。

#### 【告知活動】

対応日	カテゴリー	行先	告知方法
3月26日	関係団体	一般社団法人日本旅行業協会、一般社団法人全国旅行業協会	訪問・電話・メール
3月28日	旅行会社	千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」にて告知	ホームページ
3月28日	県内事業者	千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」にて告知	ホームページ
3月28日	旅行会社	過去に当協会の支援事業に申請があった旅行会社、観光商談会参加者(167営業所)	メール
3月28日	県内事業者	当協会会員、ちばプロモーション協議会会員	メール
4月5日	県内事業者	まるちば通信4月号にて配信	メール
6月28日	関係団体	一般社団法人日本旅行業協会、一般社団法人全国旅行業協会	電話・メール
6月28日	旅行会社	第1期への申請があった旅行会社、過去に申請があった旅行会社、観光商談会参加者(187営業所)	メール
6月28日	県内事業者	当協会会員、ちばプロモーション協議会会員	メール
7月8日	旅行会社	静岡県観光商談会参加者	商談会
7月8日	県内事業者	静岡県観光商談会参加者	商談会
7月9日	旅行会社	中京圏観光商談会参加者	商談会
7月9日	県内事業者	中京圏観光商談会参加者	商談会
9月9日	旅行会社	札幌市観光商談会参加者	商談会
9月9日	県内事業者	札幌市観光商談会参加者	商談会
9月19日	旅行会社	株式会社阪急交通社商談会に参加	訪問
10月29日	旅行会社	第1期、第2期への申請があった旅行会社、過去に申請があった旅行会社、観光商談会参加者(320営業所)	メール
10月29日	県内事業者	当協会会員、ちばプロモーション協議会会員	メール
12月18日	旅行会社	株式会社読売旅行商談会に参加	訪問
1月14日	旅行会社	東北圏観光商談会参加者	商談会
1月14日	県内事業者	東北圏観光商談会参加者	商談会
2月5日	旅行会社	関西圏観光商談会参加者	商談会
2月5日	県内事業者	関西圏観光商談会参加者	商談会
2月26日	旅行会社	茨城県観光商談会参加者	商談会
2月26日	県内事業者	茨城県観光商談会参加者	商談会

#### (ウ) 支援実績

##### a 総計

	項目	実績
支援実績	支援旅行会社数	171 事業所
	支援バス台数	381 台
	ツアー参加人数	10,791 人

加算項目	東京湾フェリー	46 台
	訪問観光施設 4 箇所以上	268 台
	宿泊	190 台

b 実施済／ツアー日数

ツアー形態	支援バス台数	ツアー参加人数
1 日	191 台	5,783 名
2 日	164 台	4,242 名
3 日	26 台	766 名
計	381 台	10,791 名

c 実施済／ツアー形態別

ツアー形態	支援バス台数	ツアー参加人数
募集（一般）	146 台	4,283 名
募集（組織）	8 台	239 名
受注（一般）	218 台	5,965 名
受注（教育）	9 台	304 名
計	381 台	10,791 名

(6) 国内旅行セールス事業

千葉県への誘客促進及び観光振興を図るため、国内の旅行会社や県内事業者などに対する情報収集・情報提供等を通じて、観光関係者とのネットワーク強化を図った。

また、教育旅行の誘致を図るため、中学校キャラバンや教育委員会等を訪問し、情報収集・情報提供等を行った。

(ア) 旅行会社・県外の関係機関へのセールス活動

- ・協会単独又は県内観光事業者とともに、首都圏・中京圏・東北圏・北海道・関西圏等の旅行会社、学校、その他関係機関へのセールス活動を実施した。
- ・このうち、小中学校が実施する自然教室（川崎市：2泊3日、川口市：1泊2日）を獲得するため、県内市町村や宿泊事業者と連携し、教育委員会へのセールス活動を繰り返し行った結果、川崎市については、本格実施に向けた学校関係者の下見が行われ、次年度のモニター実施（6校）に結び付いた。

	R6	(参考) R5	増減
セールス件数	259 件 (うち学校・教育関係者 86 件)	237 件 (うち学校・教育関係者 72 件)	22 件 (14 件)

(イ) 県内観光事業者への訪問活動

- ・観光施設、宿泊施設、体験事業者、飲食店、土産物店、市町村、観光協会等を訪問し、最新情報の収集や営業情報の共有を図った。

	R6	(参考) R5	増減
セールス件数	115 件	86 件	29 件

(ウ) 旅行会社への情報提供

- ・過去にセールスを行った旅行会社、観光商談会やモニターツアーに参加した旅行会社、団体バス支援事業を利用した旅行会社をリスト化し、ツアーに活用できる観光素材の情報や団体バスツアー支援の情報をメールやWEBサイトで案内した。
- ・また、問い合わせがあった旅行会社に対しては、県内の観光施設等に関する情報提供を行った。

	R6	(参考) R5	増減
メール配信先数	613 事業者・715 名	(集計なし)	—
メール配信回数	7 回	(集計なし)	—

#### (エ) セールス資料の活用

- ・セールスに必要な資料を作成し、セールス先に配布した。
- ・教育旅行パンフレット等の冊子類を旅行会社や関係機関へ配布した。

#### (オ) 活動結果の情報共有

- ・旅行会社や県内観光事業者への訪問等により得た情報については、営業管理ソフトに入力して蓄積するとともに、セールス日報を出力し、担当者間及び県との情報共有を図った。

#### (カ) セールスツールの整備

- ・iPad、携帯電話等を整備し、セールス先において活用したほか、緊急連絡の際に使用した。
- ・セールス先へのノベルティとして、千葉県の認知度アップにも繋がるチーバくんグッズを配布した。

#### (キ) 視察受け入れ

- ・首都圏の旅行会社を招請し、県内の教育旅行受入施設の視察を行った。  
実施日：令和6年7月17日（水）  
参加者：東京・神奈川・埼玉・千葉）8社・23名  
視察先：かずさDNA研究所、岩井民宿村（海鮮BBQ＋体験プログラム）、鋸山

#### (ク) 修学旅行関係団体への加盟

- ・修学旅行の全国組織である、全国修学旅行研究協会と日本修学旅行協会に賛助会員として加盟し、修学旅行の動向などの情報収集を行った。

### (7) ちばプロモーション協議会業務

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ため、「あなたのラブちば教えてキャンペーン」や「観光・物産PRイベント」などのプロモーションを実施した。

#### (1) 各種会議の開催

##### ア 総会

- (ア) 開催日：令和6年4月25日（木）
- (イ) 場 所：三井ガーデンホテル千葉
- (ウ) 議 事：①令和5年度事業報告及び決算について  
②令和6年度事業計画（案）及び収支予算（案）について  
③ちばプロモーション協議会規約の一部改正について

##### イ 役員会

- (ア) 開催日：令和6年4月18日（木）
- (イ) 場 所：オークラ千葉ホテル

- (ウ) 議 事：①令和5年度事業報告及び決算について  
 ②令和6年度事業計画（案）及び収支予算（案）について  
 ③ちばプロモーション協議会規約の一部改正について  
 ④令和6年度総会の上程（案）について

(2) 観光プロモーションの展開

ア 観光キャンペーン

(ア) 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。

a 実績

(a) 写真投稿数 ※30年度からInstagramによる投稿を受付開始

投稿数	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
WEBサイト	4,692	8,958	10,996	7,973	8,627	9,770
Instagram	9,158	20,174	21,876	22,216	21,577	19,107
合計	13,850	29,132	32,872	30,189	30,204	28,877

(b) 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	R5年度	R6年度
WEBサイト	42,295	87,820	91,743	106,325	99,410	92,239

(c) 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	R5年度	R6年度
WEBサイト	54,335	106,250	113,145	126,397	134,129	129,115

※ユーザーが公式サイトを訪れた回数

(d) 写真投稿者へのアンケート結果

- ・ 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）	30.5%
ある（2箇所）	10.2%
ある（3箇所以上）	33.2%
ない	26.1%

} 7割以上が「ある」と回答

- ・ 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）	11.3%
ある（2箇所）	2.4%
ある（3箇所以上）	6.0%
ない	80.3%

} 約2割が「ある」と回答

・ Q. ラブちばキャンペーンをどこで知りましたか

回答	%
SNS	20.4%
イベント	1.3%
ポスター・チラシ	53.1%
ちば観光ナビ	11.4%
ちば観光ナビ以外のサイト	0.4%
家族・友人からの情報	6.7%
その他	6.6%

b 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（44市町・229施設）に協力をいただき、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。

c 広報

(a) ポスター・チラシ

・数量

ポスター800枚、チラシ17万枚

・掲出場所

JR千葉支社管内主要駅、県内道の駅、首都高PA、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、千葉大学、市町村観光案内所等

(b) SNS

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。

SNS	フォロワー数		投稿回数
	R7.3.31現在	前年度比	
Instagram	49,687	5,432人増	244回
Facebook	12,298	16人増	115回
X	9,522	2,374人増	152回
計	71,507	7,822人増	511回

イ 観光・物産PRイベント

(ア) ちばプロモーション協議会主催による観光・物産PRイベントの実施

本県観光・物産の認知度向上を図るため、観光PRや観光パンフレットの配布、県産品の販売等を行った。

a ちばI・CHI・BA in 酒々井プレミアム・アウトレット

(a) 日程

令和7年3月15日（土）

(b) 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

(c) 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、ご当地キャラクターのグリーティング

ウ 会員等と連携した観光PR

(ア) 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

a 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〕

(a) 日程

令和6年6月8日(土)

(b) 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

(c) 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、ご当地キャラクターのグリーティング

b JR仙台駅観光物産展〔県・観光物産協会・JR東日本と連携〕

(a) 日程

令和7年1月15日(水)～1月18日(土)

(b) 場所

JR仙台駅2階スタンドグラス前

(c) 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、アンケート等

c 団体専用列車「さわら雛舟春祭り号」「ちばのいちご紀行号」〔JR東日本・県と連携〕

(a) 日程

令和7年3月2日(日)

(b) 運行区間

「さわら雛舟春祭り号」両国～佐原

「ちばのいちご紀行号」佐原～両国(銚子経由)

(c) 内容

麻賀多神社特別御朱印の配布、いわしの黒アヒージョ缶詰のふるまい、黒アヒージョに合うパンのふるまい

エ プロモーションツールの制作・購入

(ア) 手提げ袋の制作

イベントにおいてパンフレット等を配布するため、ビニール手提げ袋を制作した。

(イ) ノベルティの制作

イベント会場で実施するアンケート調査の回収率を高めるため、回答者へ提供するオリジナルグッズを制作した。

(ウ) 販売促進・普及宣伝用商品の購入

本県の魅力をPRするため、イベント参加者に配布する県産品やチーバくんグッズを購入した。

(3) 力強い観光基盤を築く取組

ア 旅行商品造成に向けた取組

(ア) 地域部会

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、県・観光物産協会・ちばプロモーション協議会が実施する主なプロモーションの説明等を行った。

a ベイエリア地域部会

(a) 日程

令和6年6月20日(木)

(b) 参加者数

24名

b 北総地域部会

(a) 日程

令和6年7月2日(火)

(b) 参加者数

24名

c 九十九里地域部会

(a) 日程

令和6年7月3日(水)

(b) 参加者数

20名

d 南房総地域部会

(a) 日程

令和6年7月4日(木)

(b) 参加者数

16名

e かずさ臨海地域部会

(a) 日程

令和6年7月12日(金)

(b) 参加者数

24名

f 東葛飾地域部会

(a) 日程

令和6年8月19日(月)

(b) 参加者数

18名

イ 教育旅行誘致の取組

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。

(ア) 日程

令和7年1月21日(火)

(イ) 参加者数

61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)

(ウ) 会議概要

・教育旅行体験プログラム造成支援事業について

- ・教育旅行モニターツアーについて
- ・学校キャラバンについて
- ・各方面へのセールス活動について
- ・観光商談会について
- ・令和7年度プロモーション計画について
- ・参加者同士の意見交換会

ウ 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。

(ア) 市町村ロケツーリズム施策の促進に係る研修会

a 日程

令和6年6月18日（火）※県フィルムコミッション担当者会議と同日開催

b 出席団体

38団体 53名

c 実施内容

(a) 事業紹介

フィルムコミッション業務・ロケツーリズム・千葉県フィルムコミッション撮影実績調査及びロケツーリズム施策実施経費助成金について説明を行った。

(b) 講演

少人数だってここまでする！FC業務 工夫と実践

特定非営利活動法人ジャパン・フィルムコミッション 泉谷 昇 氏

(c) 事例発表

観光スポットだけじゃない！ロケ地を活かした観光誘致施策の可能性

一鋸南町 J A F千葉支部とのイベント共催について

鋸南町地域振興課まちづくり推進室 中村 真吾 氏

(イ) 市町村ロケツーリズム施策実施経費支援事業

a 対象団体

構成団体に市町村が含まれるロケ支援組織

b 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

c 実績

7件 1,913,000円

	交付決定額	交付額	助成事業の内容 ※（交付先）
1	150,000	150,000	船橋市（ふなばしロケーションズ「ふなロケ」）が支援した作品のロケ風景や出演者のサイン色紙を展示する企画展実施への助成
2	330,000	330,000	館山市が支援した作品の等身大パネルを周遊するキャンペーン実施への助成
3	500,000	500,000	柏市が支援した作品のロケ風景を展示するパネル展実施及びロケ地を掲載したロケ地マップ作成への助成

	交付決定額	交付額	助成事業の内容 ※（交付先）
4	220,000	212,000	鋸南町（映画「神と恩送り、」製作委員会）が支援した作品の上映会実施への助成
5	160,000	160,000	佐倉市で支援した作品のロケ風景やロケ地を掲載したロケ地マップ作成への助成
6	286,000	286,000	佐倉市で支援した作品のロケ地を掲載したロケ地マップ作成への助成
7	275,000	275,000	我孫子市で支援した作品の紹介やロケ地を掲載したロケ地マップ作成への助成

#### （４）全県的な「おもてなし」の取組

##### ア 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 20 万本
- ・おもてなし運動 PR バッジの着用（通年）
- ・会員施設内における「千葉おもてなし宣言」の掲示（通年）

### 3 国際観光物産振興事業

#### (1) 国内インバウンド商談会参加事業

海外から千葉県への誘客を促進するため、JNTO が国内で開催するインバウンド商談会に参加し、海外の旅行会社に対して、県内観光関係者と連携し、本県観光のPRを実施した。

##### (ア) 国内インバウンド商談会(VISIT JAPAN トラベル & MICE マート 2024)

###### a 期間

2024/9/26 (木) ~9/28 (土)

###### b 場所

東京ビッグサイト

###### c 参加者

	R6	(参考) R5
セラー	約 300 団体 ・千葉県商談に参加した 県内観光事業者 17 団体 (自治体 4、観光施設 13)	約 300 団体 ・千葉県商談に参加した 県内観光事業者 9 団体 (自治体 7、観光施設 2)
バイヤー	海外旅行会社 約 280 名	海外旅行会社 約 280 名

###### d 商談件数

30 社 (事前マッチング 31 社のうち 1 社不参加)

国・地域	R6	(参考) R5
タイ	6 社	6 社
マレーシア	1 社	4 社
シンガポール	3 社	3 社
台湾	2 社	2 社
ベトナム	1 社	2 社
インドネシア	2 社	2 社
香港	2 社	2 社
フィリピン	4 社	2 社
アメリカ	4 社	1 社
オーストラリア	5 社	1 社
中国	0 社	3 社
韓国	0 社	1 社
計	30 社	29 社

###### e 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

旅行会社	ツアー内容
なし	

#### (2) 国際旅行博・商談会参加事業 (台湾)

台湾から千葉県への来訪を促進するため、海外旅行博への出展や現地での観光商談会を

開催するとともに、現地旅行会社を訪問するセールスコールを実施した。

(ア) 事業実績

a 海外旅行博

日程	催事名	来場者数	実施内容
R6. 5. 24(金)～ R6. 5. 27(月)	KTF 高雄国際旅行博 (高雄)	294,602 人	パンフレット配布数：7,500 部 SNS フォロー獲得数：535 件 アンケート回収数：564 件
R6. 11. 1(金)～ R6. 11. 4(月)	ITF 台北国際旅行博 (台北)	364,563 人	パンフレット配布数：6,000 部 SNS フォロー獲得数：954 件 アンケート回収数：280 件
R6. 11. 15(金)～ R6. 11. 18(月)	TTF 大台南国際旅行博 (台南)	139,193 人	パンフレット配布数：6,000 部 SNS フォロー獲得数：871 件 アンケート回収数：273 件
合計		798,358 人	パンフレット配布数：19,500 部 SNS フォロー獲得数：2,360 件 アンケート回収数：1,117 件

b 観光商談会

日程	会場	商談会参加者	交流会参加者
R6. 10. 15(火)	禧榕軒大飯店 (台南)	セラー：15 社 24 名 バイヤー：34 社 40 名	セラー：13 社 22 名 バイヤー：15 社 15 名

c セールスコール

(a) 5月セールス

訪問旅行会社数 30 社、セラー数 11 社 13 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R6. 5. 21(火)	台北	12 社	11 社 12 名
R6. 5. 22(水)	台中・台南	12 社	11 社 13 名
R6. 5. 23(木)	高雄	6 社	11 社 13 名

(b) 10月セールス

訪問旅行会社数 20 社、セラー数 11 社 14 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R6. 10. 16(水)	台中・高雄	10 社	11 社 14 名
R6. 10. 17(木)	台北	10 社	10 社 13 名

d 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

観光商談会及びセールスコール実施から2ヵ月後を目安に調査を実施した。

プロモーション	商談 AGT 数	商談成立
5月セールス	16 社	雄獅旅行社、太平洋旅行社、鳳凰旅行社、百威旅行社、 京城旅行社、山富旅行社、喜鴻旅行社、五福旅行社(台北)、 五福旅行社(高雄)、大榮旅行社、三益旅行社、昭安旅行社、 RTS 欧風旅遊、汎佳旅行社

10月セールス	16社	晴日旅行社、京城旅行社、グローバルホリデー（寰群旅行社）
10月観光商談会	34社	

※令和6年8月・12月に調査を実施

### (3) 国際旅行博・商談会参加事業（タイ）

タイから千葉県への来訪を促進するため、海外旅行博に出展するとともに、現地旅行会社を訪問するセールスコールを実施した。

#### (ア) 事業実績

##### a 海外旅行博

日程	催事名	来場者数	実施内容
R6. 11. 8(金)～ R6. 11. 10(日)	第16回FITフェア (バンコク)	約62,000人	パンフレット配布数：6,910部 SNSフォロー獲得数：－ アンケート回収数：264件

##### b セールスコール

訪問旅行会社数24社、セラー数6社8名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R6. 11. 11(月)	バンコク	8社	5社6名
R6. 11. 12(火)	バンコク	8社	6社7名
R6. 11. 13(水)	バンコク	8社	6社8名

##### c 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

観光商談会及びセールスコール実施から2ヵ月後を目安に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品の内容
Paradise inter tour	インセンティブ／1泊／マザー牧場、成田山新勝寺など
H. I. S. Tours	ファミリー／宿泊なし／ディズニーランド立寄り
Best international travel	募集／宿泊なし／成田山新勝寺など
SIAM ORCHARD GROUP	インセンティブ／宿泊なし／アウトレット立寄り
Asahi Travel Service	インセンティブ／宿泊なし／成田山新勝寺、ドラゴンファーム
SHINFUJI TRAVELER	インセンティブ／宿泊なし／成田山新勝寺など
SK Royal	インセンティブ／宿泊なし／成田山新勝寺、TDL
Eiko Japan	インセンティブ／宿泊なし／ザ・フィッシュ、マザー牧場など
Am Tourist Club	募集／宿泊なし／成田山新勝寺、ドラゴンファーム、日本寺等
QualityExpress(Ratchada)	募集／宿泊なし／AEON MALL・成田山新勝寺・表参道
Jubilee Travel	募集／成田山新勝寺、ドラゴンファーム、ザ・フィッシュ
JAPAN ALL PASS	JR・バス・ホテル・TDR・観光地等のチケットを販売

### (4) 国際旅行博・商談会参加事業（マレーシア）

マレーシアから千葉県への来訪を促進するため、海外旅行博への出展やJNTO主催観光商談会に参加するとともに、現地旅行会社を訪問するセールスコールを実施した。

#### (ア) 事業実績

a 海外旅行博

日程	催事名	来場者数	実施内容
R6.9.6(金)～ R6.9.8(日)	MATTA FAIR 2024 (クアラルンプール)	約 19 万人 うち VJブース 28,878 人	パンフレット配布数：2,380 部 SNS フォロー獲得数：－ アンケート回収数：315 件

b 観光商談会

日程	会場	商談会参加者
R6.9.9(月)	Pavilion Hotel (クアラルンプール)	セラー：3社7名 バイヤー：10社13名

c セールスコール

訪問旅行会社数 10 社、セラー数 7 社 13 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R6.9.10(火)	クアラルンプール	5 社	7 社 13 名
R6.9.11(水)	クアラルンプール	5 社	7 社 13 名

d 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

観光商談会及びセールスコール実施から 2 ヶ月後を目安に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品の内容
HELLO HOLIDAY	4泊5日/RM5,728 富士山・箱根・TDL・海ほたる・県内いちご狩り・東京ドイツ村
SEDUNIA	7泊8日/RM16,008 千葉・東京・栃木・群馬セミプライベートツアー
SEDUNIA	7泊8日/RM18,648 千葉・東京・栃木・群馬プライベートツアー

(5) 国際旅行博・商談会参加事業 (ベトナム)

ベトナムから千葉県への来訪を促進するため、JNTO 主催観光商談会に参加するとともに、現地旅行会社を訪問するセールスコールを実施した。

(ア) 事業実績

a 観光商談会

日程	会場	商談会参加者
R6.11.7(木)	HOTEL NIKKO SAIGON (ホーチミン)	セラー：24社 バイヤー：31社

b セールスコール

訪問旅行会社数 17 社、セラー 5 社 6 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R6.11.4(月)	ハノイ	7 社	5 社 6 名
R6.11.5(火)	ホーチミン	5 社	5 社 6 名
R6.11.6(水)	ホーチミン	5 社	5 社 6 名

c 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

観光商談会及びセールスコール実施から 2 ヶ月後を目安に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品の内容
TRANSVIET TRAVEL	ファミリー／宿泊なし／ディズニー立ち寄り 募集／1泊／TDR

(6) 国際旅行博・商談会参加事業（団体旅行誘致）

海外から本県へのインセンティブ旅行を誘致するため、ベトナムにおいて観光商談会を開催するとともに、現地旅行会社を訪問するセールスコールを実施した。

(ア) 事業実績

a 観光商談会

日程	会場	商談会参加者	交流会参加者
R7.2.27（木）	HÔTEL du PARC HANOI （ハノイ）	セラー：12社19名 バイヤー：10社19名	セラー：12社19名 バイヤー：10社19名

b セールスコール

訪問旅行会社数 14社、セラー数 10社11名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R7.2.25（火）	ダナン	6社	10社11名
R7.2.26（水）	ハノイ	8社	9社10名

c 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況

観光商談会及びセールスコール実施から1ヵ月後に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品の内容
SAIGONTOURIST DANANG	募集／1泊／京成バラ園、AEONMALL NARITA
Vietrantour	募集／1泊
Hanoitourist Danang	募集／1泊

(7) 外国人客向けPR媒体作成事業（パンフレット・ポスター）

(ア) 観光基本パンフレットの作成


海外旅行博や旅行会社への営業活動などで使用するため、現地のニーズに即しており、かつ利便性が高く、千葉県の観光スポットなどを網羅的に掲載した観光基本パンフレットを5言語作成した。

a 規格等


(a) 英語

規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHECK OUT CHIBA Right Next to Tokyo	
判型	仕上がり B5 判（B4 中綴じ）	
ページ数	20 ページ（表紙を含む）	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

## (b) 繁体字

規格等	仕様	デザイン
タイトル	千葉県観光指南	
判型	仕上がり B5 判 (B4 中綴じ)	
ページ数	36 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	上質紙	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	


## (c) 簡体字

規格等	仕様	デザイン
タイトル	畅游千叶	
判型	仕上がり B5 判 (B4 中綴じ)	
ページ数	36 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	上質紙	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

## (d) ベトナム語

規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHIBA Nơi Hội Tụ Tinh Hoa Du Lịch Nhật Bản	
判型	仕上がり A4 判 (A3 中綴じ)	
ページ数	16 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

## (e) タイ語

規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHIBA JAPAN Guide Book	
判型	仕上がり B5 判 (B4 中綴じ)	
ページ数	56 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 90 kg	
部数	500 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(イ) 観光マップの作成

海外旅行博や旅行会社への営業活動などで使用するため、利便性が高く、主要な県内観光スポットと地図情報を合わせて掲載した観光マップを4言語作成した。

a 規格等

(a) 英語

規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHIBA Guide Map	
寸法	縦 420mm×横 590mm 程度 (A2 程度)	
仕上がり	折り製本 縦 210mm×横 100mm	
ページ数	2 ページ (1 枚両面)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(b) 繁体字

規格等	仕様	デザイン
タイトル	千葉縣 旅遊地圖	
寸法	縦 420mm×横 590mm 程度 (A2 程度)	
仕上がり	折り製本 縦 210mm×横 147mm (A5 程度)	
ページ数	2 ページ (1 枚両面)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	上質紙	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(c) 簡体字

規格等	仕様	デザイン
タイトル	畅游千叶 导览地图	
寸法	縦 420mm×横 590mm 程度 (A2 程度)	
仕上がり	折り製本 縦 210mm×横 147mm (A5 程度)	
ページ数	2 ページ (1 枚両面)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	上質紙	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

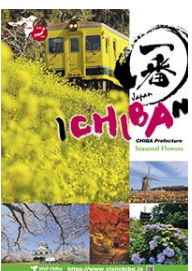
(d) ベトナム語

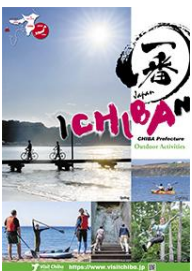
規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHIBA Bản Đồ Du Lịch	
寸法	縦 420mm×横 590mm 程度 (A2 程度)	
仕上がり	折り製本 縦 210mm×横 100mm	
ページ数	2 ページ (1 枚両面)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	1,000 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(ウ) 観光ポスターの作成

千葉県への来訪のきっかけとなるよう、英語の観光ポスターを3種作成した。

a 規格等

規格等	仕様	デザイン
タイトル	Seasonal Flowers	
判型	B1 判	
印刷色数	片面カラー4色	
紙質	コート紙 135 kg	
作成部数	50 部	
納品物	印刷物、電子データ	

規格等	仕様	デザイン
タイトル	Outdoor Activities	
判型	B1 判	
印刷色数	片面カラー4色	
紙質	コート紙 135 kg	
作成部数	50 部	
納品物	印刷物、電子データ	


規格等	仕様	デザイン
タイトル	Scenic and Famous Spots	
判型	B1 判	
印刷色数	片面カラー4色	
紙質	コート紙 135 kg	
作成部数	50 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(エ) 教育旅行パンフレットの作成


海外から千葉県を訪れる訪日教育旅行の誘致を促進するため、本県の体験プログラムや見学可能な施設などの教育旅行素材を紹介するパンフレットを2言語作成した。

a 規格等


(a) 英語

規格等	仕様	デザイン
タイトル	Educational Travel in Chiba, Japan	
判型	仕上がり A4 判 (A3 中綴じ)	
ページ数	32 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	200 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(b) 繁体字 (高校生向け)

規格等	仕様	デザイン
タイトル	來日本千葉縣做交流 (高中生用)	
判型	仕上がり A4 判 (A3 中綴じ)	
ページ数	32 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	200 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(c) 繁体字 (小・中学生向け)

規格等	仕様	デザイン
タイトル	來日本千葉縣做交流 (國中生、國小生用)	
判型	仕上がり A4 判 (A3 中綴じ)	
ページ数	24 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 110 kg	
部数	200 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(8) 旅行エージェント PR 活動事業（インバウンドバス）

千葉県を目的地とする訪日団体バスツアーの造成を促進するため、旅行会社に対する効果的な支援を企画実施した。

(ア) 支援内容

a ツアー対象期間

2024/4/2（火）出発～2025/2/28（金）帰着

b 支援対象者

- ・国内の旅行会社、ランドオペレーター
- ・海外の旅行会社

※日本語でのやりとりが可能で、国内に銀行口座を有する者に限る。

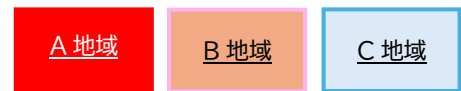
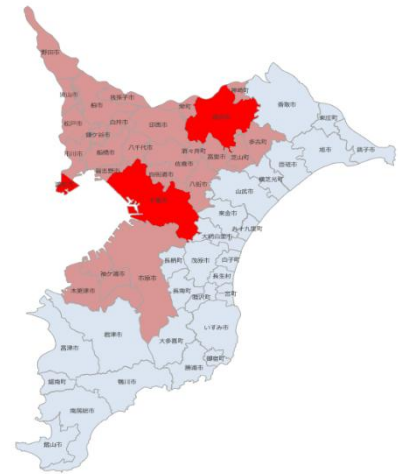
c 主な支援条件

- ・10名以上が参加する団体バスツアー
- ・県内宿泊施設に宿泊（2泊以上）
- ・県内有料観光施設に立寄り（1か所以上）

d 支援金額

訪日団体バスツアーが催行された場合には、以下の経費を支援する。

要件	ツアー1本当たり支援額
県内2泊以上のうち、B地域に1泊以上する場合	70千円
県内2泊以上のうち、C地域に1泊以上する場合	150千円
A地域（浦安・成田・千葉）に連泊する場合	40千円



(イ) 支援実績

a 総計

項目	R6			(参考) R5		
	申請数	実施済	催行率	申請数	実施済	催行率
ツアー本数	499	334	67%	384	285	74%
参加客数	13,078	7,812		11,203	7,404	
バス台数	503	338		392	293	

b 国別

	台湾	中国	タイ	マレーシア	韓国	インドネシア	ベトナム	香港	シンガポール	その他
ツアー本数	68	203	13	2	2	3	1	27	7	8
参加客数	1,892	4,493	314	60	44	74	20	603	98	214
バス台数	71	204	13	2	2	3	1	27	7	8

c ツアー形態別

	教育 (視察含む)	募集	ゴルフ	報奨	その他
ツアー本数	35	268	13	14	4
参加客数	921	6,110	242	455	84
バス台数	35	270	13	15	5

(ウ) プロモーション活動

a ファムトリップ

(a) 実施期間

2024/7/10 (水) ~2024/7/11 (木) (1泊2日)

(b) 参加者数

ランドオペレーター 14社 20名

(c) 視察場所

笠森観音、稲花酒造、リソルの森、香取神宮、岩立本店、NIPPONIA レストラン「LE UN (ルアン)」、房総のむら、コスプレの館

(d) 成果

不二観光(株) 荏原会 佐原立ち寄り

b 視察の受入支援

(a) 支援期間

2024/4/15 (月) ~2025/2/28 (金) までに実施した視察

(b) 支援対象者

協会が声掛けしたランドオペレーター等

(c) 支援条件

- ・視察先の手配は、自社で行う。
- ・1社当たり原則2名まで、かつ、年間3回まで。
- ・視察終了後に、アンケートへの回答、領収書の写し、請求書を提出する。

(d) 支援額

対象	支援上限額 (1名当たり)	条件
宿泊施設	1泊 15,000円まで	支援は1泊まで
有料観光施設	1箇所 5,000円まで	支援は4箇所まで
団体食事施設	昼食 2,000円まで 夕食 3,000円まで	支援は昼食2回まで 支援は夕食1回まで

(e) 支援実績

利用なし

c 支援の周知・造成等の働き掛け

ランドオペレーター (60社) のもとを訪問し、県内の最新情報の提供と本事業を活用したツアー造成の働き掛けを行った。

(9) 海外プロモーション現地活動強化事業 (台湾レップ)

台湾から千葉県への誘客を促進するため、現地に観光レップ (現地代理人) を設置し、現地

旅行会社等に対する観光情報の提供や旅行商品造成の働き掛けなどのプロモーションを実施した。

(ア) 観光レップによるセールス業務

訪問先	訪問回数	
	R6	(参考) R5
旅行会社	164回	152回
メディア	24回	25回
教育関係機関 ※日本台湾交流協会等を含む	82回	82回

(イ) プロモーション業務

a 台湾旅行会社等向け (B to B) プロモーション

(a) 現地旅行業界誌を活用した千葉県観光の情報発信

- ・媒体  
旅行業界誌「旅奇」
- ・回数  
7回

発行号	掲載内容
2024/5/13 発行号	成田山新勝寺、海ほたる、マザー牧場、千葉都市モノレール
2024/7/8 発行号	アクアラインマラソン、マザー牧場、鴨川シーワールド、成田山新勝寺
2024/10/14 発行号	マザー牧場、日本料理菊屋、屋形船体験、鴨川農家民泊
2024/11/18 発行号	館山市、成田市、インバウンドバス支援
2024/12/23 発行号	ポルシェ・エクスペリエンスセンター東京、幕張メッセ、クルックフィールドズ、千葉都市モノレール
2025/1/20 発行号	新年挨拶
2025/3/17 発行号	TACOGLAMP、館山市、南房総半島サイクリング、2025 インバウンドバス支援

(b) 現地旅行会社を対象とした千葉県勉強会の開催

- ・時期  
2025年3月18日(火)
- ・場所  
山富旅行社(台北市内:本社会議室)
- ・参加者数  
26名(台北本社職員)

(c) 現地旅行会社を対象としたファムトリップ

- ・時期  
2024/9/24(火)～2024/9/27(金)3泊4日
- ・参加者数  
台湾の旅行会社 12名

- ・視察場所  
成田山新勝寺、浦安（屋形船体験）、マザー牧場、館山観光、鴨川シーワールド、リソルの森視察、佐原（和菓子作り体験と香取神宮参拝）
- ・成果

旅行会社	ツアー内容
嘉年華 旅行社	行程に入っている施設は TDR と幕張のアウトレット ※行程表の提供は不可とのこと。
京冠国際 旅行社	行程に入っている施設は TDR と成田山新勝寺 ※行程表の提供は不可とのこと。

b 台湾個人消費者向け（B to C）プロモーション

(a) 現地事情を踏まえた効果的なプロモーション

- ・実施回数

3 回

時期	場所	プロモーション内容
2024/3/21 ～4/6	遠東 SOGO 忠孝店	「日本の観光と物産展」にてブースを設置。パンフレットの配布、観光情報の提供を行った。
2024/9 ～2024/12	台湾三越 6 店舗	計 89 日間のイベントに参加し、観光情報コーナーにてロールアップバナーを設置。観光パンフレット配布のほか、抽選会用の宿泊券と航空券の提供を行った。
2025/2/12 ～2/23	台湾高鉄桃園駅エリア	展示するランタンの制作と観光 PR ブース運営を行った。

c 販促グッズ手配・手配

- ・スマホホルダーを 1,000 個制作し、旅行会社等へ配布した。

(ウ) 月例レポート作成・配信

観光レップが実施したセールス内容や下記情報をまとめた月例レポートを作成し、県内観光事業者へ配信した。

a 配信先

千葉県観光物産協会会員、千葉インバウンド促進協議会会員等

b レポートの内容

- ・訪問先レポート（訪問実績、商談内容、反応など）
- ・台湾市場の最新情報（観光業界動向、消費動向など）及び市場分析等
- ・問合せ等への対応内容 など

(エ) 千葉県の観光情報に関する窓口

千葉県の観光情報等に関する問合せ（教育旅行を含む）に対応した。

(オ) 市場報告会の開催

a 時期

2024/9/25（水） ※現地旅行会社を対象としたファミトリップに合わせて開催した。

b 場所

リソルの森 フォレストアカデミー3階

c 参加者数

県内観光事業者 47名

d 内容

- ・レップによる現地の最新事情の報告や今後のプロモーションに対するアドバイス（他団体の成功事例等）を行った。
- ・ファムトリップ参加者（台湾の旅行会社12名）と県内観光事業者による意見交換・名刺交換会を行った。

(カ) 現地プロモーション補助

千葉県及び関連機関が渡航し、現地でプロモーションを実施する際には、現地旅行会社等の訪問先及び通訳等の手配を行った。

時期	内容
令和6年5月	KTF・セールスコール手配業務
令和6年6月	教育旅行関係者セールスに対するサポート
令和6年9月	教育旅行関係者セールスに対するサポート
令和6年10月	千葉県商談会・セールスコール手配業務
令和6年11月	TTF（大台南旅行博）ブース出展
令和7年1月	教育旅行関係者セールスに対するサポート

(10) 教育旅行関係者招請事業（訪日教育旅行）

海外から千葉県を訪れる教育旅行の誘致を促進するため、現地の教育関係者が県内の教育旅行受入施設を視察する招請旅行を企画実施した。

(ア) JNTO 主催・教育旅行関係者招請（台湾）

JNTO が招請した台湾の教育関係者との意見交換会に参加するとともに、県内の高校や教育旅行の立寄先候補の視察を行った。

事業	実施期間	参加者	場所	内容
関係者意見交換会	2024/10/22（火）	[日本側] 約90名 [台湾側] 約75名	東武ホテル レバント東京	自治体・観光協会と台湾の校長等（高校）による意見交換
学校視察	2024/10/21（月）	台湾の校長等 50名	成田北高校 印旛明誠高校	高校の視察・教員同士の意見交換
県内視察	2024/10/24（木） ～2024/10/26（土）	台湾の校長等 7名	県内各所*	教育旅行における県内立寄先候補の視察

※視察先

市原中央高等学校、APA 幕張、マザー牧場、鴨川シーワールド、木更津宝家、香取神宮、岩立本店（和菓子作り体験）、佐原の街並み

(イ) 県主催・教育旅行関係者招請（台湾）

a 実施期間

2025年2月17日（月）～2025年2月20日（木）

b 参加者数

4社7名

※訪日教育旅行の取扱いがある台湾の旅行会社担当者等

会社名	エリア	役職
耀動国際旅行社	台北	副社長
		課長
太平洋世界旅行社	台北	副社長（台北本社）
	大阪	副社長（大阪支社）
運通世界旅行社	台北	部長
		営業 /オペレーター
花翎国際旅行社	台北	営業 /ガイド

c 視察場所

成田山新勝寺、APA 幕張、見浜園、大山千枚田、鴨川シーワールド、館山城山公園、グランドメルキュール南房総リゾート&スパ、道の駅保田小学校、マザー牧場、鋸山、日本寺、イオンモール成田、マロウドインターナショナルホテル成田、香取神宮、岩立本店（和菓子作り体験）、佐原の街並み

(ウ) アンケート結果（抜粋）

- 参加した旅行会社に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

※満足（提案したい）5～不満（提案したくない）1

評価項目	R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	5.0	4.9
ツアーの提案可能性	5.0	5.0

(1 1) 旅行エージェント PR 活動事業（海外旅行会社招請）

東南アジアから千葉県への誘客を促進するため、現地旅行会社が県内の観光施設や観光スポット等を視察する招請旅行を企画実施した。

(ア) 実施期間

2024/12/8（日）～12/11（水）3泊4日

(イ) 参加者数

5社6名

ベトナムの旅行会社4社4名（ハノイ3社・ホーチミン1社）

ランドオペレーター1社2名（現地スタッフ1名、国内スタッフ（通訳）1名）

(ウ) 視察場所

- 1日目：成田山公園、成田山新勝寺、宝家（昼食）、三井アウトレットパーク木更津、龍宮城スパホテル三日月（富士見亭）
- 2日目：海ほたる、小泉酒造、マザー牧場（昼食含む）、鴨川シーワールド、ホテルー宮シーサイドオーツカ

c 3日目：房総のむら（コスプレ・抹茶体験）、菊屋（昼食）、佐原（船めぐり、和菓子作り体験、香取神宮・紅葉など）、イオンモール成田（夕食含む）、ANAクラウンプラザホテル成田

d 4日目：帰国

(エ) アンケート結果（抜粋）

・参加した旅行会社に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

※満足（提案したい）5～不満（提案したくない）1

評価項目	R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	5.0	4.8
ツアーの提案可能性	4.1	5.0

(オ) 千葉県観光素材を使った旅行商品の造成状況

a ファムツアー参加旅行会社

旅行会社	ツアー内容
HANOI SKY TOUR	R7.3/30(日)～4/3(木) 4泊5日 27名 〔県内訪問先〕 三井アウトレットパーク幕張、アパホテル東京ベイ幕張
	R7.4/2(水)～4/6(日) 4泊5日 25名 〔県内訪問先〕 イオンモール幕張新都心、三井ガーデンホテルプラナ東京ベイ

b ファムツアーに参加したランドオペレーター（ATI）経由

旅行会社	ツアー内容
TRANG AN	R7.4/2(水)～4/5(土) 3泊4日 25名 〔県内訪問先〕 成田山、東京ドイツ村、マロウドインターナショナルホテル成田
VIET WORLD TRAVEL	R7.2/5(水)～2/8(土) 3泊4日 8名 〔県内訪問先〕 成田山、千葉モノレール体験、東京ドイツ村

(12) 訪日旅行セールス事業

ア 訪日旅行セールス

千葉県への誘客促進及び観光振興を図るため、国内外の旅行会社や県内事業者などに対する情報収集・情報提供等を通じて、観光関係者とのネットワーク強化を図った。

(ア) 海外セールス活動

- ・現地での観光商談会の開催や JNTO 主催商談会・教育旅行関係者相談会への参加、現地旅行会社や現地学校へのセールス活動、学校説明会等を通じて、現地のニーズを把握するとともに、本県を訪れる旅行商品の造成や訪日教育旅行の実施を促した。
- ・このほか、千葉県が主体となって実施したセールス活動（シンガポール・香港）に参加し、千葉県の観光 PR を行った。

訪問国・地域	渡航回数	実施及び参加回数・商談バイヤー数			
		旅行博	旅行会社及び学校へのセールスコール	商談会	JNTO 教育関係者相談会 県主催学校説明会
台湾	7回	3回	5回・60社(校)	1回・0社	2回・61校 5回・189校
タイ	1回	1回	1回・24社	—	—
マレーシア	1回	1回	1回・10社	1回・12社	—
ベトナム	2回	—	2回・31社	2回・16社	—
シンガポール	1回	—	1回・10社	1回・6社	—
香港	1回	—	1回・23社	—	—
計	13回	5回	11回・158社(校)	5回・34社	2回・61校 5回・189校
(参考) R5	11回	3回	10回・127社(校)	5回・29社	2回・26校 2回・63校
増減	2回	2回	1回・31社(校)	0回・5社	0回・35校 3回・126校

※事業の詳細は各市場の報告書を参照のこと。

(イ) 国内セールス活動・県内観光事業者への訪問活動

- ・協会単独又は県内観光事業者とともに、国内のランドオペレーターを訪問し、海外での商談会やセールスコールのフォローアップセールスを行った。
- ・また、ランドオペレーターに対しては、県内の最新情報を提供したほか、ランドオペレーターが保有する現地情報の収集を行った。
- ・県内観光事業者のもとを訪問し、最新情報の収集や営業情報の共有を行った。

訪問先	R6	(参考) R5	増減
ランドオペレーター	78社	90社	▲12社
市町村・観光協会等関係機関	69社	55社	14社
計	147社	145社	2社

(ウ) セールス資料の作成

- ・現地旅行会社やランドオペレーターからのニーズが高い「団体食事施設リスト」及び「ホテルリスト」を作成し、セールスの際に提供した。
- ・現地旅行会社に提供する繁体字のセールス資料を作成したほか、観光スポットの画像を9カテゴリーに分類し、インデックスを付けてファイルに格納したマスターUSBを作成した。

(エ) 活動結果の情報共有

- ・旅行会社や県内観光事業者への訪問等により得た情報については、営業管理ソフトに入力し蓄積するとともに、セールス日報を出力し、担当者間及び千葉県との情報共有を図った。

(オ) セールスツールの整備

- ・iPad、携帯電話等を整備し、セールス先において活用したほか、緊急連絡の際に使用した。

- ・セールス先へのノベルティとして、千葉県の認知度アップにも繋がるチーバくんグッズを配布した。

#### イ 訪日教育旅行の受入調整

千葉県への訪日教育旅行を促進するため、海外からの問い合わせ対応や現地学校等への情報提供、県内学校との交流調整、県内立ち寄り施設等への情報提供など、訪日教育旅行の受入に係る調整を実施した。また、訪日教育旅行の受入に当たっては、学校交流の通訳補助を行った。

##### (ア) 訪日教育旅行受入実績

国・地域名	校数（人数※）	
	R6	（参考）R5
台湾	30校（863人）	24校（614人）
インドネシア	8校（211人）	3校（61人）
マレーシア	3校（95人）	6校（209人）
中国	1校（30人）	1校（77人）
タイ	—	1校（60人）
計	42校（1,199人）	35校（1,021人）

※生徒・先生・保護者

##### (イ) ホームステイの受入実績

国・地域名	校数（人数※）	
	R6	（参考）R5
台湾	6校（112人）	2校（49人）
マレーシア	1校（23人）	1校（20人）
計	7校（135人）	3校（69人）

※生徒のみ

##### (ウ) アンケート結果

###### a 訪日した学校に対するアンケート

- ・訪日校に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

「訪日教育旅行に係る千葉県のサポートは充実していたか」

※5段階評価（大変充実していた5～全く充実していなかった1）

評価	R6	（参考）R5
「5」を選択	90.3%	96.7%
「4」を選択	9.6%	3.3%
「3」を選択	—	—
「2」を選択	—	—
「1」を選択	—	—

###### b 旅行会社に対するアンケート

- ・手配を行った旅行会社に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

「訪日教育旅行に係る千葉県のサポートは充実していたか」

※5段階評価（大変充実していた5～全く充実していなかった1）

評価	R6	(参考) R5
「5」を選択	92.0%	96.8%
「4」を選択	8.0%	—
「3」を選択	—	3.2%
「2」を選択	—	—
「1」を選択	—	—

c 受入校に対するアンケート

- ・交流を受け入れた県内学校に対して、5段階評価でアンケートを実施した。

「訪日教育旅行に係る千葉県のサポートは充実していたか」

※5段階評価（大変充実していた5～全く充実していなかった1）

評価	R6	(参考) R5
「5」を選択	68.5%	設問なし
「4」を選択	20.0%	
「3」を選択	8.5%	
「2」を選択	—	
「1」を選択	—	

(エ) オンライン交流の受入実績

国・地域名	校数（回数）	
	R6	(参考) R5
台湾	5校（5回）	5校（11回）

※オンライン交流は、訪日による学校交流の予定がある場合に対応

(オ) メディア掲載

合計 11件

掲載日	媒体	掲載内容
2024/4/25	千葉日報	4/24 台湾・明倫高中×古和釜高校交流
2024/5/11	J:COM 船橋・習志野	4/24 台湾・明倫高中×古和釜高校交流
2024/5/28	東京新聞	5/27 台湾・馬公中×房南中交流
2024/6/1	千葉日報	5/27 台湾・馬公中×房南中交流
2024/6/1	房日新聞	5/28 台湾・蒜頭小×田原小交流
2024/6/13	ケーブルネット296	6/5 台湾・大安高工 栄町ホームステイ
2024/8/5	ならしの朝日	6/24 台湾・秀朗小×東習志野小交流
2024/7/8	読売新聞	7/4 台北市教育局学校防災視察団
2025/1/22	千葉日報	1/20 台湾・楠梓中×栄中交流
2025/1/29	朝日新聞	1/20 台湾・楠梓中×栄中交流
2025/3/16	房日新聞	2/23 台湾・建功高中南房総ホームステイ

(13) 訪日教育旅行誘致事業（説明会・商談会）

海外から千葉県を訪れる訪日教育旅行の誘致を促進するため、台湾において訪日教育旅行説明会を2回開催したほか、JNTO主催の訪日教育旅行現地相談会（台北・高雄）に参加した。

また、教育旅行を扱う現地旅行会社へのセールスコールを実施するとともに、教育旅行に関する情報収集や学校交流を受け入れる際の参考にするため、台湾国際教育交流連盟役員校への訪問や、増加傾向にある小学校の現地視察を行った。

(ア) 事業実績

a JNTO主催訪日教育旅行現地相談会

日程	会場	商談校数
2024.6.17（月）	シェラトングランドホテル台北 （台北）	30校
2024.6.18（火）	高雄展覽館 （高雄）	31校
合計	2回（会場）	61校
（参考）R5	2回（会場）	26校

b 県主催訪日教育旅行学校説明会

日程	会場	参加学校数
2024.10.1（火）	国立新竹女子高中	36校
2025.1.8（水）	国立宜蘭高商	25校
2025.1.9（木）	台中市立惠文高中	71校
2025.1.10（金）	国立嘉義高工	25校
2025.1.10（金）	国立曾文高家商	32校
合計	5回（会場）	189校
（参考）R5	2回（会場）	63校

c 現地セールス等

日程	学校名	内容
2024.6.17（月）	耀動国際旅行社	セールスコール
2024.6.18（火）	高雄市新甲国民小学	学校視察
2024.6.19（水）	運通世界旅行社	セールスコール
2024.6.19（水）	太平洋世界旅行社	セールスコール
2024.6.19（水）	花翎国際旅行社	セールスコール
2024.10.1（火）	新北市立中和高中	学校訪問
2024.10.3（木）	国立虎尾高農工	学校訪問
2025.1.8（水）	内壠高中	学校訪問
2025.1.9（木）	彰化女子高中	学校訪問
計	3回・9校（社）	
（参考）R5	2回・14校（社）	

(イ) 学校交流で使用するノベルティ制作

ノベルティ	個数
サンプスギ スマホスタンド	1,000 個
サンプスギ キーホルダー	1,000 個
チーバくんマグネットクリップ	1,000 個
チーバくんカードホルダー	1,000 個

(1 4) 国際観光イベント出展事業 (桃園ランタン)

台湾における千葉県の知名度向上を図るとともに、台湾との更なる交流推進に繋げるため、県の友好都市である台湾・桃園市で開催される台湾最大級の観光イベント「2025 台湾ランタンフェスティバル in 桃園」に出展した。

(1) ランタンの制作・展示

千葉県をPRするランタンを制作し、下記の期間で展示を行った。

ア 会期

令和7年2月12日(水)～2月23日(日)

イ 点灯式

令和7年2月12日(水)

ウ ランタン設置期間

令和7年2月12日(水)～2月23日(日) 12日間

エ 本県ブース運営期間

令和7年2月12日(水)～2月14日(金) 3日間

オ 会場

台湾高铁桃園駅エリア

カ 主催

台湾交通部観光署、桃園市政府

キ 来場者数

延べ1,500万人

ク パンフレット送付部数

2,000部



(2) PRブースの出展・運営

県の観光パンフレットやノベルティ等を配布するPRブースを設置・運営した。また、PRブースで配布するパンフレットやノベルティについて、日本から事前送付を行った。

【ブースへの訪問者数】

- ・2/12: 雨天・・・約200名
- ・2/13: 雨天・・・約200名
- ・2/14: 晴天・・・約400名

(1 5) 千葉インバウンド促進協議会業務

千葉県への外国人観光客の来訪を促進するため、ランドオペレーターと県内観光事業者による観光商談会を開催するとともに、台湾での知事トップセールスへの参加や、会員への情報提供等を実施した。

(1) 千葉インバウンド促進協議会主催事業

ア 講演会の実施

(ア) 実施日

令和6年6月28日(金)

(イ) 会場

千葉県自治会館9階会議室

(ウ) 講師

(株)JW ソリューション 取締役常務執行役員 内倉広輔氏

『インバウンド市場における「人材戦略→採用→育成→定着」の好循環にむけて』

(エ) 参加者

	R6	(参考) R5
講演会	36社 51名	34社 39名

(2) インバウンド商談会・交流会・ファムトリップの実施

ア 商談会

(ア) 実施日時

令和7年2月19日(水) 14:00~17:00

(イ) 会場

オークラ千葉ホテル

イ 交流会

(ア) 実施日時

令和7年2月19日(水) 17:30~20:00

(イ) 会場

K'S HARBOR内 PIER-01

(ウ) 和菓子作り体験

商談会に参加したランドオペレーター等が参加し、インバウンドの団体ツアーで活用できるプログラム(和菓子作り体験/佐原の岩立本店)を体験した。

(エ) インセンティブ向けプログラムの実演

ガラディナー等で好評の「相撲ショー」や「マーメイドショー」の実演を行った。

ウ ファムトリップ

(ア) 実施日

令和7年2月20日(木) 8:30~18:30

(イ) コース

千葉市内→ポルシェエクスペリエンスセンター→千倉花畑→だいぼ(昼食)→  
→龍宮城スパホテル三日月→Bee my Berry→(アクアライン経由)→東京駅

エ 参加者

	ランドオペレーター・旅行会社		県内観光事業者	
	R6	(参考)R5	R6	(参考)R5
商談会*	30社 42名	24社 33名	30社 54名	37社 58名
交流会	39名	31名	35名	41名
ゴルフコンペ	—	6名	—	7名
ファムトリップ	21名	11名	6名	7名

※商談会参加者（県内観光事業者）内訳

団体名	R6	(参考)R5
千葉インバウンド促進協議会	26社 49名	32社 52名
成田空港活用協議会	4社 5名	5社 6名

### (3) 会議等の実施

会議	開催日	出席者数
第1回役員会	令和6年5月9日（木）	5名
定期総会	令和6年6月28日（金）	51名
第2回役員会	令和6年8月29日（木）	10名
第3回役員会	令和6年12月19日（木）	8名

## ii 県産品普及宣伝事業

### 1 展示施設運営事業

#### (1) 観光物産イベント等出展事業（テストマーケティング）

まだ知られざる県産品の認知度向上及び売れる商品づくりを支援するため、マーケティングや商品販路、県産品事業者等に知見を有するアドバイザーの助言を受けながら、県内集客施設において県産品のテストマーケティングを実施し、商品を出品した事業者に対して、商品改善のための分析結果等をフィードバックした。

また、新たな取扱商品を発掘するため、県産品事業者への訪問や食の商談会に参加したほか、取引先に県産品事業者を有する金融機関や県産業振興センターの指導員などに対して、本事業の周知を行った。

このほか、毎月1回、アドバイザーを交えたミーティングを実施した。

#### ア テストマーケティングの実施概要

##### (ア) お試し本舗 試食屋

###### a 実施期間

令和6年4月26日（金）～令和6年12月31日（火）

###### b 実施場所

イオンモール幕張新都心エキマエモール1階

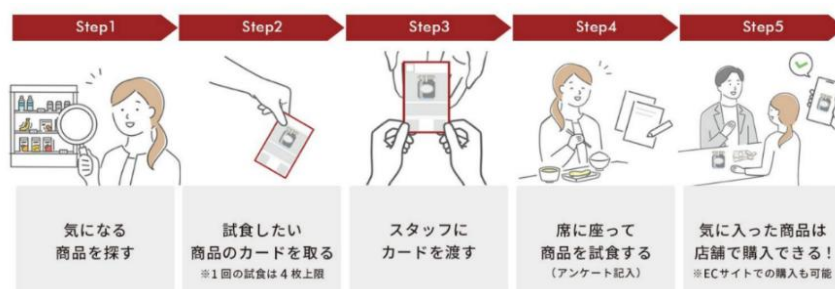
###### c 営業時間

10:00～21:00

###### d 実施方法

店舗の一角に千葉県コーナーを設置。下記フローにより、お客様が商品を試食後、アンケートに回答することで、お客様の評価を世代別×項目別（味・価格・デザイン）にクロス集計し、お客様のコメントを踏まえた分析結果をレポートにまとめ、出品事業者にフィードバックした。

<フロー>



##### (イ) 四季の蔵 旬彩

###### a 実施期間

令和6年6月29日（土）～令和7年3月31日（月）

###### b 実施場所

三井アウトレットパーク木更津

###### c 営業時間

10:00～20:00

d 実施方法

店舗の一角を借り、県産品のテスト販売コーナーを設置。土日祝には、野菜ソムリエの資格を持つコンシェルジュを店頭に配置し、試食販売や商品 PR を行った。また、コンシェルジュが拾い上げたお客様の声や購入傾向などを分析し、今後の販売力強化に資するようなアドバイスをレポートにまとめ、出品事業者にフィードバックした。

(ウ) Food edit chiba

a 実施期間

令和6年10月1日～令和7年3月31日

b 実施場所

そごう千葉店地下1階

c 営業時間

10:00～20:00

d 実施方法

店舗の一角に千葉県コーナーを設置。店頭・WEB のオムニチャネルでテスト販売を実施し、販売実績のほか、お客様の声や店内での行動などをレポートにまとめ、出品事業者にフィードバックした。

イ 出品事業者数・アイテム数

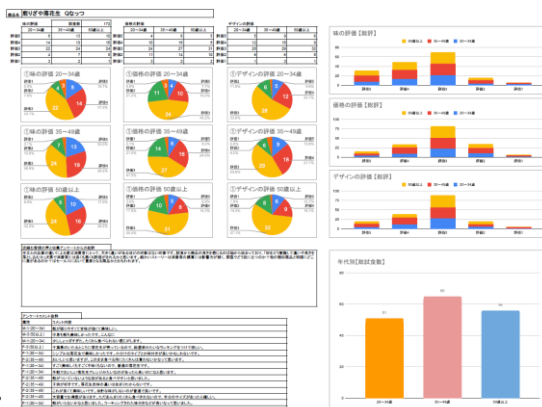
販売施設	販売期間	出品事業者数	出品商品数
お試し本舗試食屋	令和6年4月26日～令和6年12月31日	21	50
房総四季の蔵 旬彩	令和6年6月29日～令和7年3月31日	18	42
food edit Chiba	令和6年10月1日～令和7年3月31日	18	37
合計		57	129

ウ フィードバック件数

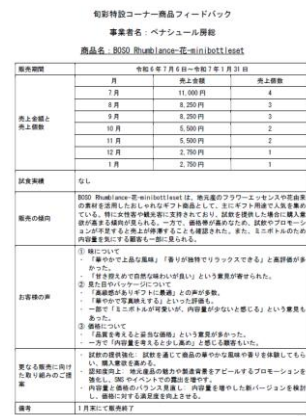
販売施設	フィードバック件数
お試し本舗試食屋	394
房総四季の蔵 旬彩	34
food edit Chiba	18
合計	446

エ フィードバックレポート

・お試し本舗試食屋



・房総四季の蔵 旬彩



food edit Chiba (そごう千葉店) カスタマーボイス

<p>高野純光開発/見渡亭</p>	<p>・40代男性、70代女性 「のこぎり山パウムクーヘン3山」3点「のこぎり山パウムクーヘン1山」2点 ご試食後、「これ美味しい」と少し悩んだ後決定。3山の方はお披露用。1山はご自宅用。「いいものが見つかりました！」と満足気に帰っていかれました。</p> <p>・50代男性 「のこぎり山パウム1山サイズ」×20 配る用にお買い上げ。選挙関連で働かれています。</p> <p>・70代女性、40代女性 おつか「碧志野ブランド(バラ)」2点、見渡亭「のこぎり山パウムクーヘン」を求めて来店。 美味しかったからと1山サイズを購入しようと思っていたようですが、現在はお取り扱いが無い為諸店絡葉をご案内。</p> <p>・50代女性&amp;30代女性親子 珈琲豆のおつか「碧志野ブレンドドリップパック1点」 リピーター様。 つい数週間前にもたしかおつかのドリップパックと見渡亭のパウムクーヘンをご購入。 今回も同様のセットをお求めでしたが、見渡亭のパウムが終了したことをお伝えすると、「次の入荷予定はないのですか？」とかなりお気に召していた様子。一応展開のある諸店絡葉をご案内。 個人的に完全終了したブランドで、「見渡亭」「go nutting spicy nuts」「虎骨鬼」「アランチャドレッシング」のお問い合わせを複数回受けているので、似たようなブランドおよびプロダクトをリレーンディングするのはいりからもしれないです。</p>
-------------------	---

オ 県産品の掘り起こし活動

(ア) アドバイザーとの県内事業者訪問

	訪問日	訪問エリア	訪問事業者数
1	令和6年5月30日(木)	中房総・南房総	3事業者
2	令和6年8月1日(木)	北総	4事業者
3	令和6年9月19日(木)	北総	3事業者
4	令和6年11月27日(水)	東葛飾	3事業者
5	令和7年1月31日(金)	中房総・上総・外房	4事業者
6	令和7年3月4日(火)	上総・南房総	3事業者
計		6回	20事業者

(イ) 協会の自主的な掘り起こし活動

	訪問日	訪問エリア	訪問事業者数
1	令和6年11月22日(金)	北総	2事業者
2	令和6年11月28日(木)	南房総	1事業者
3	令和7年3月14日(金)	北総	1事業者
計		3回	4事業者

(ウ) 商談会への参加

	開催日	商談会名	面談事業者数
1	令和6年10月8日(火)	2024 しんきん食の商談会 in CHIBA	3事業者
2	令和6年11月12日(火)	おいしい千葉と空の商談会 2024 秋	8事業者
3	令和7年2月6日(木)	香取の杜「地域産品商談会」	2事業者
計		3回	13事業者

(エ) 掘り起こしに係る情報配信

	配信日	配信先	配信先数
1	令和6年12月10日(火)	地銀3行、県内4信用金庫等	16社

カ 発掘商品

20 事業者・30 アイテム

事業者名	商品名	販売施設
(株)ONE DROP FARM	・オーガニック・ナッツのはちみつ漬け ・天然はちみつと季節のフルーツジャムのセット	food edit Chiba
ペナシュール房総(株)	・BOSORhumblancFleur-花-minibottleset	房総四季の蔵 旬彩
(株)たんぼぼファーム(芋・金之助)	・さつまいもチップス(プレーン味)	房総四季の蔵 旬彩
ヘネリーファーム	・カリッとアフロコーン ・アフロきゃべつ餃子	food edit Chiba
銚子たかね(有)高根商店	・塩干物等	なし
ル・ノワ	・銚子きんめ大漁マドレーヌ	なし
チョウシ・チアーズ (銚子ビール藤兵衛醸造所)	・クラフトビール	なし
(株)石田農園	・金蜜芋のミニパフェ ・金蜜芋のプリン	なし
オガワ薬局	・薬膳かき氷	なし
かけわ(株)(伊能忠次郎商店)	・クラフトビール ・自家製チーズ	なし
Tribalcacao(株)	・カカオと砂糖だけで作るチョコレート4枚セット ・カカオと砂糖だけで作るチョコレート4枚セット(ミニ) ・ガトーショコラ ・カカオフロランタン	food edit Chiba
(株)小林海苔店	・千葉県産糸青のり	房総四季の蔵 旬彩
(株)芳蔵園	・梨ジュース ・ニンジンジュース	房総四季の蔵 旬彩
(株)つばめ農園	・気和味米(きわみまい)他	なし
川村とまと園	・こだわりケチャップ ・トマトジャム	房総四季の蔵 旬彩
(有)高秀牧場	・自家製チーズ他	なし
A' Culture(株)	・養殖アワビ(陸上養殖)	なし
(株)のうえんプランニング	・のうえんカフェ他	なし
合同会社DIEM(Atelier lab. 伝右衛門製作所)	・ジビエ皮革加工品	なし
KAIGAN株式会社(海岸醸造)	・クラフトビール	なし

キ 月例ミーティングの実施

月1回、県・協会・アドバイザーが集まり、テスト販売する商品の検討を行ったほか、コンシェルジュがまとめたレポートや掘り起こし取材の結果などを情報共有した。

ク テストマーケティング期間終了後の継続（直接）取引状況

販売施設	出品事業者名	継続（直接）取引開始年月
房総四季の蔵 旬彩	(株)オオノ農園	令和6年11月～
	(株)小川園	商談後、取引には至らず。
	(株)たんぼぼファーム(芋・金之助)	商談中（条件等再調整中）
	いすみ鉄道(株)	商談中（条件等再調整中）
food edit Chiba	(株)さわらび	令和7年4月～
	バルスタック(株)	令和7年4月～

(2) 常設展示場管理運営事業

観光客や県民に対し、千葉県の物産の認知度向上や普及促進を図るため、千葉県東京事務所等において、県産品の展示等を行った。

ア 千葉県東京事務所 展示場

(ア) 所在地

東京都千代田区平河町2-6-3 都道府県会館14階

(イ) 展示入替日及び展示内容

展示入替日	展示内容
令和6年5月31日（金）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品6点、県産品18点を展示
令和6年8月30日（金）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品8点、県産品37点を展示
令和6年12月23日（月）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品19点、県産品22点を展示

イ 成田国際空港 展示ショーケース

(ア) 所在地

千葉県成田市古込1-1 成田国際空港第二旅客ターミナルビル2階中央付近

(イ) 作業日及び作業内容

作業日	作業内容
令和6年5月9日（木）	動産総合保険加入 保険対象：展示ショーケース、展示品（行徳神輿）
令和6年8月2日（金）	展示ショーケース及び展示品清掃等
令和7年3月17日（月）	展示品の一部入れ替え、展示商品販売案内の設置※、清掃等

※3月に展示した萬祝式大漁旗のコースター、ブックカバーについては、成田空港内の県観光案内所でPR（展示）しており、また、第二ターミナル「ちばぼうきょう」でも販売していることから、展示ケース内に「ぼうきょうで購入できる」旨の多言語対応（日本語・英語・中国語（繁体字））のキャプションを設置した。

ウ 青葉の森公園芸術文化ホール

(ア) 所在地

千葉県千葉市中央区青葉町977-1

(イ) 貸出期間及び貸出内容

貸出期間	貸出内容
令和7年3月7日(金) ～令和8年3月6日(金)	伝統的工芸品の貸出(8種13点)

### (3) 観光物産イベント等出展事業(ちばI・CHI・BA)

千葉県観光物産情報を幅広くPRし、本県への誘客促進や観光振興を図るため、協会主催のイベントや県内観光関係者と連携したイベントを9回実施・参加した。

なお、イベントにおいては、今後のプロモーションに繋がるよう、参加者に対するアンケートを実施し、分析結果については、協会内だけでなく千葉県との情報共有を図った。

#### (ア) 開催実績

日程	イベント名	会場	出店者数	アンケート数
R6.6.8(日)	千葉県観光物産展 in 酒々井プレミアム・アウトレット	酒々井プレミアム・ アウトレット	22団体	293件
R6.7.18(木)	消防救助技術関東地区指導会	千葉県消防学校	—	42件
R6.8.23(木)	全国消防救助技術大会	千葉県消防学校	—	103件
R6.8.28(水)	千葉 MICE SHOWCASE2024	幕張メッセ国際会 議場	—	—
R6.10.30(水) ～ R6.11.1(金)	千葉県観光展 in JR 仙台駅	JR 仙台駅 2F ヨリ未知ポータル	3団体	277件
R6.12.1(日)	千葉県観光物産展 in 三井アウトレットパーク幕張	三井アウトレット パーク幕張 A-SITE	1団体	217件
R7.1.15(水) ～ R7.1.18(土)	JR 仙台駅観光物産展	JR 仙台駅 2F スタンドグラス前	8団体	1,325件
R7.2.8(土) ～ R7.2.24(月・祝)	千葉県物産フェア	道の駅いちかわ	8団体	—
R7.3.15(土)	千葉県観光物産展 in 酒々井プレミアム・アウトレット	酒々井プレミアム・ アウトレット	20団体	563件
計		9回	62団体	2,820件
(参考) R5		5回	46団体	1,926件

(イ) 参加者アンケート結果

本催事に対する評価をお聞かせください。	件数	割合
満足	15	68.2%
やや満足	3	13.6%
普通	4	18.2%
不満足	0	0.0%
計	22	

R6. 6/8 「ちば I・CHI・BA in 酒々井プレミアム・アウトレット」 出店者アンケートより

本催事は貴店・貴団体のPRにつながりましたか？	件数	割合
PRにつながった	14	77.8%
PRにつながらなかった	1	5.6%
どちらともいえない	3	16.7%
計	18	

R7. 3/15 「ちば I・CHI・BA in 酒々井プレミアム・アウトレット」 出店者アンケートより

(4) 観光物産イベント等出展事業（期間限定アンテナショップ）

千葉県の魅力を PR し、県産品の販売促進を図るため、大阪府内在住・在勤者向けに県が設置する「期間限定千葉県アンテナショップ」で販売する商品の選定に係る業務を実施した。

このほか、阪急プラットフォームマーケットに係る商談会の開催や担当者による現地視察を実施した。

ア 催事概要

(ア) 期間限定千葉県アンテナショップ

	夏のちばオールスターズ ～ちば I・CHI・BA	千葉のお酒市 ～ちば I・CHI・BA
開設期間	令和 6 年 8 月 28 日(水)～9 月 10 日(火)	令和 6 年 9 月 20 日(金)～9 月 22 日(日)
開設場所	阪急大阪梅田駅 2 階中央催事 (阪急大阪梅田駅 2 階改札内)	WEST 広場イベントスペース (阪急大阪梅田駅 1 階)

(イ) 阪急プラットフォームマーケット

	阪急プラットフォームマーケット
開設期間	令和 6 年 8 月 28 日(水)～9 月 24 日(火)
開設場所	阪急うめだ本店地下 2 階

## イ 事業実績

### (ア) 期間限定千葉県アンテナショップ

	R6	(参考) R5
出品申込商品情報のとりまとめ	410 商品	503 商品
販売商品の選定	296 商品	321 商品

### (イ) 阪急プラットフォームマーケット

#### a 商談会の開催

阪急阪神百貨店の担当者が選定した県内物産事業者を招き、阪急プラットフォームマーケットへの出展に関する商談を行った。

	商談会概要
開催日時	令和6年6月27日(木)
開催場所	オークラ千葉ホテル
参加者	バイヤー：阪急阪神百貨店 担当者2名(内1名はオンライン参加) セラー：6事業者 SUNファーム、HSSアグリ、さおとめファーム、セガワ、 ワンハートエージェント、海光物産

#### b 県内事業者視察

阪急阪神百貨店の担当者が選定した県内事業者のうち、商談会に参加できなかった事業者への個別訪問を実施した。

	県内視察概要
開催日時	令和6年6月28日(金)
視察先	3事業者(アグリスリー、RYO'S FARM、アフリット)

## 2 優良県産品推奨事業

### (1) 優良県産品推奨シール交付事業

千葉県の優れた県産品普及のため、千葉県優良県産品推奨協議会の審査会において認定された推奨品に対し、推奨シールの交付を行った。

なお、推奨期間の満了に伴い、令和6年度をもって交付は終了した。

#### (1) 申請件数

14件

#### (2) 千葉県優良県産品推奨シール交付件数

67,000枚

入金 月日	申請企業	シール枚数	
		20mm(小)	40mm(大)
4月17日	社会福祉法人 オリーブの樹	3,000	
5月8日	いすみ鉄道株式会社		10,000
5月27日	株式会社アイピー	5,000	
6月4日	有限会社大津屋商店	5,000	
6月13日	株式会社正和物産	4,000	
6月19日	株式会社生形商店	20,000	
7月18日	株式会社千葉県食肉公社		1,000
7月23日	株式会社九十九里海の塩プロジェクト	5,000	
7月30日	株式会社小川物産	1,000	
8月16日	有限会社佃煮近江	1,000	
8月29日	社会福祉法人 オリーブの樹	3,000	
9月3日	有限会社佃煮近江	3,000	
9月11日	東京ちん味食品株式会社		5,000
10月21日	株式会社小川物産	1,000	
	合計	51,000	16,000

### iii 人材育成事業

#### 1 各種研修事業

##### (1) 観光人材育成支援事業

千葉県の観光振興を図るため、県内の観光関係者を対象としたセミナーを開催し、観光人材の育成を行った。

##### ア 開催目的

データの裏付けに基づく観光施策の立案・実行に必要な、実践的なスキルを習得し、観光に携わる市町村や観光協会の職員の能力を高めて、千葉県観光の底上げを図る。

##### イ 開催実績

###### 観光マーケティングセミナー

開催日程	会場	参加者数
令和7年2月12日(水) 10時30分～17時00分	TKP ガーデンシティ千葉4階 ラルゴ	17名
令和7年2月14日(金) 10時30分～17時00分	TKP ガーデンシティ千葉3階 メヌエット	19名
計	2回	36名
(参考) R5	2回	52名

##### ウ 参加対象者

観光行政に携わる自治体の職員及び観光協会等の職員、観光関連事業者等

##### エ セミナー概要

観光に携わる市町村や観光協会等の職員が、データ等の裏付けに基づく観光施策を立案・実行するに当たり、すぐに活用できる実践的な観光マーケティングのスキルが学べるよう、下記(a)～(d)の内容とした。

また、多忙な自治体・観光協会職員が参加しやすい環境とするため、1日完結型のセミナーとした。

##### (a) 観光マーケティングの理解【基礎編】

- ・なぜ観光マーケティングが必要なのか？
- ・観光・交流施策の検討において求められるマーケティング視点とは？

##### (b) 観光施策の検討に求められるデータ【基礎編】

- ・ソリューション先行で多くのデータが入手できるようになった今、自地域の観光・交流振興において本当に必要なデータは何か？それはどのように入手するのか？

##### (c) データ活用の具体的方法【応用編】／統計の基本【基礎編】

- ・目的別のデータ活用方法。人流データをどう活用するのか？ など、アウトプットを想定した活用法を説明
- ・調査会社やコンサルティング会社に調査・分析を依頼するときの注意点や委託先に任せきりにならないための基礎知識

##### (d) 観光マーケティングの最前線【TOPIC 提供】

- ・デジタルマーケティングの最前線と、自治体が行っている・行うことができるプロモー

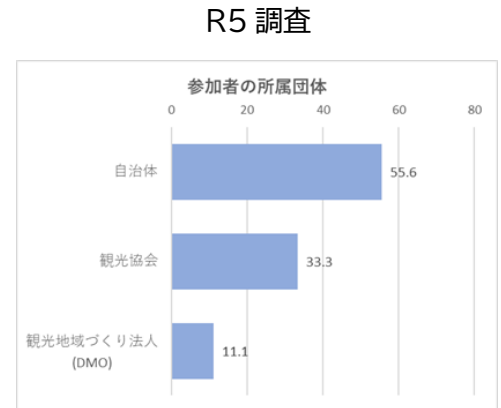
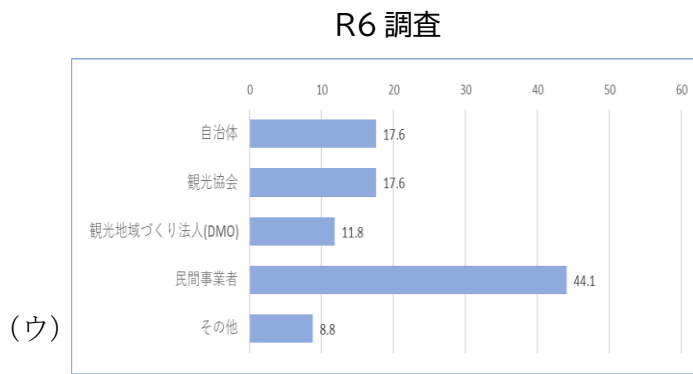
ション等の紹介

オ アンケート結果 (抜粋)

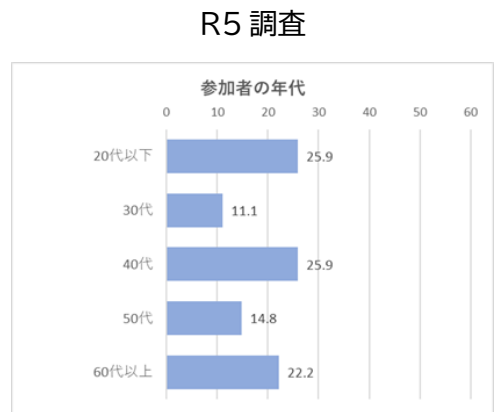
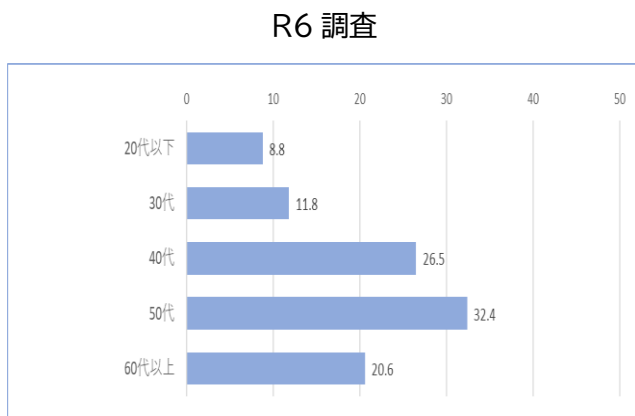
(ア) 回答数

	R6 調査	(参考)R5
回答数	34	27

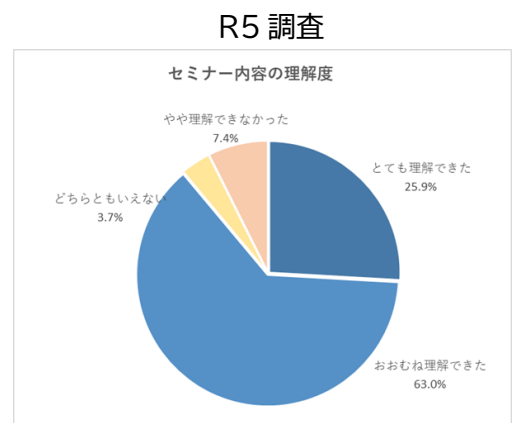
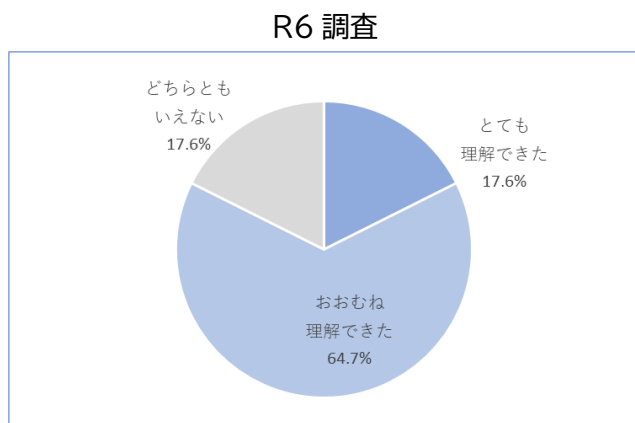
(イ) 所属



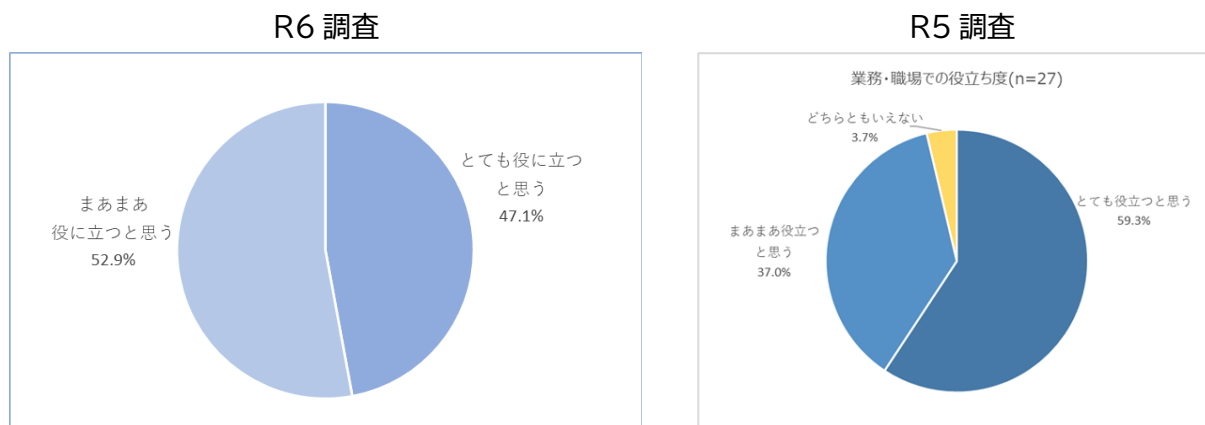
(ウ)



(エ) 研修の理解度



(オ) 職場での活用



2 観光ボランティア育成事業

(1) 千葉県観光ボランティアガイド協議会業務

千葉県内の観光ボランティアガイドの資質向上と団体相互の連携促進を図るため、エリア連絡会・交流会などを実施した。

(1) 総会

ア 開催日

令和6年5月15日(水)

イ 議案

- ・議案第1号 令和5年度事業報告及び収支決算について
- ・議案第2号 令和6年度事業計画(案)及び収支予算(案)について
- ・議案第3号 規約の一部改正について
- ・議案第4号 役員の選任について

(2) 役員会

ア 第1回

(ア) 開催日

令和6年6月18日(火)

(イ) 議題

- ・令和6年度の事業について
- ・各エリアの連絡会・交流会について
- ・令和6年度の総会について
- ・その他

イ 第2回

(ア) 開催日

令和6年12月6日(木)

(イ) 議題

- ・令和6年度の総会について [北総エリアで開催の打診]

- ・令和6年度の連絡会・交流会について [北総エリアの報告]
- ・ガイド研修会について
- ・その他

ウ 第3回

(ア) 開催日

令和7年2月21日(金)

(イ) 議題

- ・令和7年度の総会について [決定報告等]
- ・令和8年度の総会について [決定報告等]
- ・各エリアの連絡会・交流会について [南房総九十九里エリアの報告]
- ・今後の方針について
- ・その他

(3) エリア連絡会

ア ベイ・東葛エリア連絡会

(ア) 実施日

令和6年12月5日(水)

(イ) 内容

a 連絡会

- ・参加団体の活動報告等について
- ・今後のエリア交流会の実施方法について

b 交流会

- ・銚子ボランティアガイド観光船頭会」のガイディングによる犬吠埼周辺のフィールドワークが行われた。

イ 南房総、九十九里連絡会

(ア) 実施日

令和7年1月24日(金)

(イ) 内容

a 連絡会

- ・参加団体の活動報告等について
- ・各団体からの質疑応答

b 交流会

- ・「木更津みち案内人協会」のガイディングによる、フィールドワーク(伝統のロマンのまち、木更津)が行われた。

(4) 研修会

ア 開催日

令和7年2月21日(金)

イ 会場

公益社団法人千葉県観光物産協会会議室

ウ 講師

鎌倉ボランティアガイド協会 副会長 相澤 孝之 氏

エ 内容

ボランティアガイド団体が直面する課題や対応策（有料化・新規ガイド採用等）について講演を行った。

- ・養成講座におけるガイドの選定
- ・地域との連携による活動展開
- ・料金改定とその影響
- ・今後の課題と展望

オ 参加者 18名

(5) まちあるきガイド連絡協議会代表者会議への参加

ア 開催日

令和7年3月18日（火）～19日（水）

イ 形式

対面（参加型ワークショップ）

ウ 主催

公益社団法人日本観光振興協会

エ 出席者

千葉県観光ボランティアガイド協議会 江澤会長  
事務局 大木

■ まちあるきガイド連絡協議会代表者会議とは

地域の魅力を発掘・紹介することにより、観光地域づくりに寄与するガイドの活動に関わる支援事業の一環として、各都道府県のガイド団体連絡協議会代表者を対象とした会議。

国内外の需要回復期等を踏まえたガイドの活動に関係する諸問題や話題についての情報や事例を共有し、今後の活動のあり方などについて意見交換を行う場として開催された。

なお、会議名称は当初の「都道府県観光ボランティアガイド連絡協議会代表者会議」から「まちあるきガイド連絡協議会代表者会議」に改称して実施された。

オ 会議次第

(ア) 事例紹介（講演）

- ・ローカルガイドの育成および先進的な取り組みについて
- ・若年層の取り組みについて

(イ) グループワーク

- ・次世代ガイドの育成について

(ウ) 交流会

- ・出席者との交流
- ・演舞「下津井節」

(エ) エクスカーション

- ・Aコース「瀬戸内海遊覧ツアー」に参加した。

## Ⅱ 収益事業

### (Ⅰ) 県産品（土産品）販売店舗の運営事業

#### (1) 常設展示即売場管理運営事業（海ほたる店）

東京湾アクアライン海ほたるパーキングエリア4階「ウミナカプラザ」内に設置した、チーバくん物産館海ほたる店において、協会会員企業等の土産物を観光客等に販売した。

ア 名称

チーバくん物産館海ほたる店

イ 開設場所

木更津市中島地先海ほたる4F ウミナカプラザ内

ウ 開設期間

令和6年4月1日（月）から令和7年3月31日（月）まで

エ 営業時間

月曜日から金曜日 原則、午前9時から午後10時

土曜日・日曜日・祝日 原則、午前8時から午後10時

オ 取扱企業数・品目数（延べ）

33企業・367商品

カ 売上及び客数

月	売上（円）	平均売上（円/日）	来店客数（人）	客単価（円/人）
4月	14,937,047	497,901	43,344	344
5月	17,749,684	572,570	52,000	341
6月	14,524,510	484,150	43,905	330
7月	16,962,138	547,165	49,092	345
8月	24,224,245	781,427	63,064	384
9月	14,596,140	486,538	43,821	333
10月	15,082,872	486,544	55,879	269
11月	16,866,025	562,200	45,922	367
12月	15,020,419	484,529	45,141	332
1月	15,403,941	496,901	45,743	336
2月	12,761,505	455,768	41,204	309
3月	17,829,853	575,156	57,789	308
合計	195,958,379	535,904	586,904	333
(参考)R5	193,465,737	527,699	592,131	326
増減	2,492,642	8,205	▲5,227	7

### Ⅲ その他

#### (I) 諸会議の実施状況

##### 1 諸会議

###### (1) 総会

###### 第14回通常総会

期 日：令和6年6月25日（火）

場 所：京成ホテルミラマーレ

出席者：308名（出席92名、委任状提出者216名）

議 事：議案第1号 令和5年度事業報告及び決算について  
議案第2号 役員の選任について

###### (2) 理事会

###### 第1回理事会

期 日：令和6年5月31日（金）

場 所：千葉市美術館

出席者：理事15名、監事2名

議 事：議案第1号 令和5年度事業報告及び決算について  
議案第2号 役員候補者の選考について  
議案第3号 公益社団法人千葉県観光物産協会就業規則の一部改正について  
議案第4号 協会役員表彰被表彰者の選考について  
議案第5号 会員の入会について

###### 第2回理事会

期 日：令和6年6月25日（火）

場 所：京成ホテルミラマーレ

出席者：理事26名、監事2名

議 事：議案第1号 会長・副会長・専務理事の選定について  
議案第2号 顧問・参与の委嘱について  
議案第3号 会員の入会について

###### 第3回理事会（書面表決）

決議日：令和6年8月27日（火）

出席者：理事による同意書29名、監事による意見書（異議なし）2名

- 議 事：議案第1号 会社役員賠償責任保険契約の内容について  
議案第2号 会員の入会について

#### 第4回理事会

期 日：令和6年12月16日（月）

場 所：千葉市美術館

出席者：理事20名、監事2名

- 議 事：議案第1号 公益社団法人千葉県観光物産協会の経営理念について  
議案第2号 令和6年度補正予算（案）について  
議案第3号 公益社団法人千葉県観光物産協会就業規則の一部改正について  
議案第4号 会員の入会について  
議案第5号 総会の開催について

#### 第5回理事会

期 日：令和7年3月21日（金）

場 所：千葉市美術館

出席者：理事22名、監事2名

- 議 事：議案第1号 令和7年度事業計画（案）について  
議案第2号 令和7年度収支予算（案）について  
議案第3号 令和7年度資金調達及び設備投資の見込みについて  
議案第4号 公益社団法人千葉県観光物産協会就業規則の一部改正について  
議案第5号 公益社団法人千葉県観光物産協会給与規程の一部改正について  
議案第6号 公益社団法人千葉県観光物産協会育児・介護休業等に関する規則の一部改正について  
議案第7号 功労者表彰被表彰者の選考について  
議案第8号 会員の入会について

## （Ⅱ）公益社団法人千葉県観光物産協会功労者等表彰

千葉県の観光・物産振興に顕著な功績があった個人及び団体を表彰し、もってその功労に報いるとともに観光意欲の昂揚及び物産振興を図り、千葉県の観光・物産の発展に寄与することを目的として、以下の表彰を行った。

## 1 表彰日

令和6年6月25日（火）

## 2 被表彰者

### (1) 功労者表彰 (敬称略)

推薦団体	受賞者名
一般社団法人館山市観光協会	早野 ハナ
一般社団法人木更津市観光協会	鈴木 幸子
一般社団法人成田市観光協会	三橋 弘

### (2) 協会役員表彰 (敬称略)

所属・役職	受賞者名
京成電鉄株式会社 相談役	三枝 紀生
千葉県酒造組合 会長	大塚 完
千葉県観光土産品連盟 会長	福井 晶一

## (Ⅲ) その他の活動

ニュースレター「まるちばつうしん」発行

当協会の活動や会員向けの案内を周知するために、ニュースレター「まるちばつうしん」を作成し、会員宛に配布した。

- ・発行時期：毎月1回（基本的に第1金曜日）
- ・配布方法：電子メール又はFAXで送信
- ・配信期日：No. 44 令和6年 4月5日（金）  
No. 45 令和6年 5月8日（水）  
No. 46 令和6年 6月7日（金）  
No. 47 令和6年 7月5日（金）  
No. 48 令和6年 8月2日（金）  
No. 49 令和6年 9月6日（金）  
No. 50 令和6年10月4日（金）  
No. 51 令和6年11月1日（金）  
No. 52 令和6年12月6日（金）  
No. 53 令和7年 1月6日（月）  
No. 54 令和7年 2月7日（金）  
No. 55 令和7年 3月7日（金）