

令和 7 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、令和 5 年度から、県が実施するプロモーション事業の大半を協会へ移管し、職員の増員を図るとともに、令和 6 年 12 月には、協会の存在意義、使命、職員の行動規範といった経営理念を整理、策定して、この経営理念を今後の活動の指針としたところです。

また、組織力を高めていくためには、職員の人材育成や職場環境の改善が必要なことから、研修制度や資格取得制度を新たに整備し、職員のスキルアップを後押しするとともに、人事評価制度の試行や職員からの業務改善提案による、働きやすい職場づくりに取り組んでいるところです。

さらに、プロモーションを効果的・効率的に展開する上で、職員間の情報共有や連携の強化も重要です。

そこで、職員が作成する「打ち合わせ記録」や「セールス日報」「事業報告書」などについては、事務局の全員にメールで共有するルールを整備し、情報の有効活用や積極的な連携を働き掛けており、徐々に部門間の垣根を超えた連携が見られるようになってきました。

また、その情報については、県にもリアルタイムで共有しており、現場で起こっている生の情報を、県の施策や活動に活かしてもらっています。

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、観光案内所の運営など、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会社による観光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するセールス活動やファムトリップなどを行い、本県への送客や旅行商品の造成、教育旅行の誘致を促進しました。

さらに、海外で開催された国際旅行博等に参加して、千葉県の多様な魅力を P R し、外国人観光客の誘致を図ったほか、訪日教育旅行を受け入れするワンストップ窓口として、学校交流やホームステイ等の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、集客施設でのテストマーケティングや県内外でのイベント開催、催事への出展等を通じ、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、経験や勘に頼るだけでなく、客観的なデータに基づく意思決定（データドリブン経営）の重要性が高まっていることを踏まえて、DMO の

職員等が、データに基づいたP C D Aサイクルを自律的に回すための知識やスキルを習得するための研修会を開催したほか、各種関係団体と連携して積極的に事業を展開し、本県の観光物産振興及び地域活性化に努めました。

このほか、収益事業として「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、協会の運営基盤の強化に取り組みました。

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

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

千葉県の観光情報を幅広く 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
R7	18,071,275	7,990,449	8,353,092	1 分 12 秒	77%
R6	13,641,675	6,449,935	6,245,182	1 分 10 秒	75%
R5	7,471,090	3,794,952	2,478,922	46 秒	53%

※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
R7	175 本	93 本	262 店	911 件
R6	132 本	91 本	246 店	897 件
R5	73 本	79 本	223 店	864 件

※各年度末に WEB 上で公開されていた件数を記載

d 取材

8 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 7 年 4 月 21 日（月）	富津市役所、長生村役場、東金市役所	3 団体・6 名
令和 7 年 4 月 22 日（火）	柏市観光案内所、白井市役所	2 団体・3 名
令和 7 年 4 月 25 日（金）	木更津市役所	2 団体・5 名
令和 7 年 4 月 30 日（水）	栄町役場、（一社）旭市観光物産協会	3 団体・8 名
令和 7 年 5 月 1 日（木）	九十九里町役場、横芝光町役場	3 団体・4 名

	富里市役所（すこやかセンター）	
令和7年5月2日（金）	八千代市役所、習志野市役所、流山市役所	3団体・6名
令和7年5月12日（月）	館山市役所	1団体・2名

g WEB ユーザーアンケート

（a）集計期間

令和8年2月2日（月）～2月28日（土）

（b）集計数

139件（R6年度：280件、R5年度：559件）

（c）集計結果（抜粋）

質問	R7 調査	（参考） R6	（参考） R5
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 48.9%	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 33.8%	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

（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
R7	11,840	179	1,162,939	33,594	2.89%
R6	9,618	147	402,262	19,720	4.90%
R5	8,526	152	217,790	16,802	7.71%

（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	保存数平均
R7	14,010	184	944,715	49,955	5.29%	16.16
R6	10,121	145	1,092,548※	42,504	3.89%	13.54
R5	8,163	151	469,878	40,294	8.58%	9.45

※2025年1月に広告購入あり。広告なしの場合、年間リーチ数は471,552と想定

（広告月を除いた月間の平均リーチ数 39,296×12 箇月＝471,552）。

（c）X

	フォロワー数	投稿数	年間インプレッション数	年間エンゲージメント数	エンゲージメント率
R7	11,511	178	1,430,207	133,745	9.35%
R6	9,642	149	552,613	27,906	5.05%
R5	6,496	152	655,779	26,647	4.06%

b 取材

6回（館山、房総グルメネット撮影同行、あかねちゃんねる撮影同行、鋸南町2回、航空科学博物館×チームラボ）

（ウ）サイクルツーリズムコンテンツ制作事業

国内外からの観光客誘致を効果的に実施するため、千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」にサイクルツーリズムのコンテンツ及びそれらを統括した特設サイトを制作した。

a コンテンツの内容

- (a) 市町村から集約したサイクリングコースを紹介する詳細ページ及び Google MyMap
や各サイクリングコースでの立寄りスポットの紹介記事、レンタサイクルの情報
- (b) 太平洋岸自転車道に係る Google MyMap
- (c) 市町村から集約したレンタサイクル情報を紹介する一覧ページ及び詳細ページ
- (d) 東日本旅客鉄道が運行する「B. B. BASE」の特集ページ

(エ) 海の危険生物コンテンツ制作事業

国内外から訪れる観光客に対して、海の危険生物を注意喚起することにより、安全で快適に「海」の観光が楽しめるよう、千葉県公式観光サイト内に危険生物を紹介するコンテンツを制作した。

a コンテンツの内容

- (a) 危険生物に関する注意喚起を促す情報ページ
- (b) 個々の危険生物を紹介する詳細ページ
- (c) 県内の海水浴場で目撃・被害報告があった危険生物、事前対策、被害にあった時の行動及び情報・写真提供者に関する情報ページ

(2) 海外向け情報発信ウェブサイト等の管理・運営事業

千葉県の観光情報を幅広く 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
R7	398,902	215,499	280,338	38 秒	44.74%
(参考)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%

(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	台湾	74,215	90,612	43.68%
2	日本	61,882	93,386	44.64%
3	香港	19,211	25,816	50.264%

4	アメリカ	14,310	17,868	47.524%
5	シンガポール	8,069	10,614	43.874%
6	中国	4,491	4,826	24.14%
7	オーストラリア	3,571	5,068	51.074%
8	カナダ	2,850	3,850	52.524%
9	タイ	2,758	3,679	53.954%
10	フィリピン	2,121	2,720	49.824%

(c) 流入経路等

・デバイス

	モバイル	PC	タブレット
R7	65.7%	33.0%	1.5%
(参考)R6	66.1%	32.2%	1.7%
(参考)R5	68.7%	29.2%	2.1%

・チャネル

	Organic Search	Organic Social	Direct	Referral	その他
R7	65.2%	6.1%	17.1%	9.6%	1.9%
(参考)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 11 本	計 156 本
・ Things to Do	11 本	4 本
・ Sightseeing Spots	0 本	152 本
更新	計 19 本	計 74 本
・ Things to Do	17 本	15 本
・ Sightseeing Spots	1 本	59 本
・ Travel Information	1 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
R7	3,671 枚	1,941 枚	92 回・388 枚
(参考)R6	1,735 枚	712 枚	79 回・229 枚
(参考)R5	1,048 枚	948 枚	49 回・211 枚

f その他

- ・ユーザーの閲覧利便性向上のため、繁体字ページの機能改修を行った。

(イ) 公式 SNS

a 英語

(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
--	--------	-----	--------	-------------	-----------

R7	111,013	85	1,998,553	30,786	1.5%
(参考)R6	111,369	89	1,840,059	34,387	1.9%
(参考)R5	111,220	188	2,240,523	48,911	2.2%

※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
R7	16,323	78	716,460	54,449	7.6%
(参考)R6	13,307	78	901,719	66,230	7.3%
(参考)R5	10,308	132	364,194	34,583	9.5%

(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
R7	2,374	50	444,458	489,499	3.7%
(参考)R6	1,200	59	202,093	11,244	5.6%
(参考)R5	—	—	—	—	—

(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
R7	705	45	932,596	545,887	4.3%
(参考)R6	213	56	220,766	34,496	3.2%
(参考)R5	—	—	—	—	—

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
R7	29,101	70	1,050,295	51,629	4.9%
(参考)R6	23,715	80	542,339	15,817	2.9%
(参考)R5	11,413	120	3,562,997	54,715	1.5%

※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
R7	14,141	52	809,601	59,247	7.3%
(参考)R6	8,877	76	854,066	37,336	4.4%
(参考)R5	4,323	100	102,880	9,505	9.2%

(ウ) 取材

ネイティブスタッフ（アメリカ人、台湾人）が、県内観光スポット等の取材を行ったほか、業務委託先が実施した取材や招請の一部に同行した。さらに、他事業と連携し、取材を兼ねた視察等に参加した。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 32 回（49 日間）

取材方法	取材回数	取材日数
委託事業者が実施した撮影取材	12 回	20 日間
委託事業者が実施したインフルエンサー招請	2 回	9 日間
ネイティブスタッフの独自取材	12 回	13 日間
ネイティブスタッフの独自取材（繁体字と連携）	2 回	2 日間
他事業連携・視察等	4 回	5 日間

b 繁体字

合計 23 回（39 日間）

取材方法	取材回数	取材日数
委託事業者が手配した取材	4 回	8 日間
委託事業者が実施したインフルエンサー招請	2 回	8 日間
ネイティブスタッフの独自取材	7 回	7 日間
ネイティブスタッフの独自取材（英語と連携）	2 回	2 日間
他事業連携・視察等	7 回	10 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招請し、千葉県内を取材させ、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。

※下記の数値について、下線は被招請者から任意の時期に報告があったもの。下線無しは SNS 上で公開されているもの。未記入は報告無し、もしくは数値非公開のもの。

a 英語

(a) 被招請者：Owin Pierson 氏

- ・招請期間：2025 年 8 月 9 日～8 月 12 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
Instagram リール動画	2025/9/8	<u>152,060</u>	－	6,935	58
Instagram 画像投稿	2025/10/3	<u>31,654</u>	－	3,770	22
Instagram ストーリーズ	(随時)	(合計) <u>135,365</u>	－	－	－
TikTok 動画	2025/9/8	－	<u>2,875</u>	159	6

(b) 被招請者：Emma Bassett 氏

- ・招請期間：2025 年 10 月 23 日～10 月 26 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
Instagram リール動画①	2025/11/19	<u>11,823</u>	－	557	53

Instagram リール動画②	2025/11/27	<u>10,113</u>	-	-	54
Instagram 画像投稿①	2025/11/23	<u>20,919</u>	-	-	-
Instagram 画像投稿②	2025/11/30	<u>20,130</u>	-	-	-
Instagram 画像投稿③	2025/12/16	<u>11,129</u>	-	-	-

b 繁体字

(a) 被招請者：Banbi (Hsu Yuan Ting) 氏

- ・招請期間：2025 年 7 月 20 日～7 月 24 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
Instagram リール動画①	2025/8/5	<u>476,822</u>	479,000	2,636	229
Instagram リール動画②	2025/8/12	<u>748,036</u>	776,000	9,264	307
Instagram リール動画③	2025/9/3	<u>31,745</u>	44,000	853	13
Instagram ストーリーズ	(随時)	(合計) <u>66,427</u>	-	-	-
Facebook リール動画①	2025/8/6	<u>476,747</u>	-	4,195	157
Facebook リール動画②	2025/8/12	<u>748,039</u>	-	7,736	106
Facebook リール動画③	2025/9/3	<u>73,058</u>	-	1,273	16
Facebook ストーリーズ	(随時)	(合計) <u>5,956</u>	-	-	-
Threads 投稿①	2025/8/5	<u>2,686</u>	-	98	10
Threads 投稿②	2025/8/21	<u>5,172</u>	-	252	4
Threads 投稿③	2025/8/25	<u>2,199</u>	-	148	3

(b) 被招請者：謝祖武氏

- ・招請期間：2025 年 9 月 27 日～9 月 29 日（取材）、2025 年 11 月 10 日（旅行博）
- ・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
Instagram リール動画	2025/10/20	<u>49,480</u>	50,000	2,747	257
Facebook リール動画	2025/10/20	<u>28,879</u>	-	471	167
Facebook 画像投稿	2025/11/6	<u>22,240</u>	-	67	4
Facebook 画像投稿	2025/11/9	<u>14,759</u>	-	575	19

- ・台北国際旅行博の現場に招請し、来場者を対象としたトークショーを行った。

(オ) 広告

閲覧数増を目的として、広告を実施した。

SNS	広告リーチ
英語 Facebook	43,647
英語 Instagram	41,684

(カ) スtockフォトの利用

ストック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	795 件	580 件	21 件	194 件
Adobe Stock	13 件	1 件	12 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 33 件（英語 17 件・繁体字 16 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 7 年 4 月 28 日	本土寺のあじさい	TACO GLAMP
2	令和 7 年 5 月 13 日	大山千枚田	大山千枚田
3	令和 7 年 5 月 23 日	大三川邸	－
4	令和 7 年 5 月 23 日	水郷さわらあやめパーク	水郷さわらあやめパーク
5	令和 7 年 6 月 6 日	成田祇園祭	成田祇園祭
6	令和 7 年 7 月 17 日	Studio Waraya	銚子のグルメ
7	令和 7 年 7 月 18 日	木更津花火・花火まとめ	木更津花火・花火まとめ
8	令和 7 年 8 月 22 日	鵜原理想郷	サンキューちばフリーパス
9	令和 7 年 9 月 17 日	佐原の大祭	佐原の大祭
10	令和 7 年 10 月 10 日	妙音院	－
11	令和 7 年 10 月 23 日	－	君ノ高校
12	令和 7 年 11 月 27 日	見浜園	銚子伊達巻
13	令和 7 年 12 月 22 日	サンキューちばフリーパス	サンキューちばフリーパス
14	令和 7 年 12 月 24 日	湯楽城	湯楽城
15	令和 7 年 12 月 24 日	和空	和空
16	令和 8 年 1 月 27 日	かつうらビッグひな祭り	かつうらビッグひな祭り
17	令和 8 年 2 月 16 日	はちみつ工房	イオンモール幕張新都心
18	令和 8 年 3 月 6 日	SHINRA YORO VALLEY	千葉都市モノレールの桜
合計		17 件	16 件
(参考) R6		12 件	12 件

b 事業実績

当協会からの情報提供の結果、JNTO 側で合計 32 件の発信が行われた。

国・地域	回数
台湾	1

香港	3
カナダ	4
オーストラリア	2
フランス	3
イタリア	4
その他	15
合計	32
(参考) R6	23

(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。

(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）
R7. 4. 15(火)	都道府県会館 401 会議室	26 名	外来発表（約 15 分） ・水郷佐原あやめパークの「あやめ祭り」 ・佐原の街並み
R7. 5. 20(火)	都道府県会館 401 会議室	31 名	県発表（約 3 分） ・市原湖畔美術館の小湊鐵道 100 周年記念事業 ・養老溪谷から大多喜町に運行しているスカイバス
R7. 6. 17(火)	都道府県会館 401 会議室	35 名	外来発表（約 15 分） ・千葉県庁農林水産部 「夏のさつまいも博」 ・旭市観光物産協会「旭市・いいおか YOU 遊フェスティバル」「あさひ芸術祭 2025」
R7. 7. 15(火)	都道府県会館 401 会議室	20 名	県発表（約 3 分） ・「千葉の酒フェスタ 2025」について
R7. 8. 19（火）	都道府県会館 401 会議室	27 名	外来発表（約 15 分） ・千葉国際芸術祭 2025 ・芝山はにわ祭り
R7. 9. 16（火）	都道府県会館 401 会議室	26 名	県発表（約 3 分） ・旧「ひめはるの里」複合型ドックリゾート ・「ちばまるしえキャンペーン 2025」 ・「ちばの醤油グルメフェア 2025」
R7. 10. 21(火)	都道府県会館 401 会議室	17 名	外来発表（約 15 分） ・房総のむら ・栄町

R7. 11. 18(火)	都道府県会館 401 会議室	24 名	県発表（約 3 分） ・「第 2 回いちごマラソン」について ・「ちばアクアラインマラソン 2026」について ・「ちば ZOO & AQUA」プロジェクトについて
R7. 12. 16(火)	都道府県会館 401 会議室	23 名	外来発表（約 15 分） ・館山市役所 ①『道の駅グリーンファーム館山』の最新情報 ②高速ジェット船春の季節運航の紹介 ・白子町観光協会：しらこ温泉桜祭り
R8. 1. 20(火)	都道府県会館 401 会議室	21 名	県発表（約 3 分） ・「房総ジビエフェア 2026」の開催について ・「冬のさつまいも博 2026」の開催について ・「菜々畑ロード」の花摘みについて
R8. 2. 17(火)	都道府県会館 401 会議室	27 名	外来発表（約 15 分） ・市原市「房総国際芸術祭 2027」
R8. 3. 17(火)	都道府県会館 401 会議室	29 名	県発表（約 3 分） ・「2026 全国さくらシンポジウム in 八千代」の開催について ・「大多喜有用植物苑」のグランドオープンについて ・「式年神幸祭」の開催について
合計		306 名	
(参考) R6		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		1	5			2	8
5 月		1	4	1	1	2	9
6 月	2		1			2	5
7 月			3	1		3	7
8 月			4	1		4	9
9 月					1	2	3
10 月		1	3			3	7
11 月	1		3			3	7
12 月			6			2	8
1 月		1	2	1	3	2	9
2 月			2	2		2	6
3 月		2	3		1	2	8
合計	3	6	36	6	6	29	86
(参考) R6	2	1	41	1	3	24	72
(参考) R5	2	2	23	1	10	21	59

(ウ) パンフレット QR コードから WEB サイトへのアクセス数

媒体名	リンク先	計測期間	アクセス数
2025 年度観光情報誌	ちば観光ナビ「トップページ」	R7. 4. 1 ～ R8. 3. 31	31

(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) 養老溪谷エリアの観光促進を図るための観光 PR

令和 5 年 9 月の台風 13 号の被害及びいすみ鉄道の長期運休により集客力が低下傾向にある養老溪谷エリアの旅行需要を喚起するため、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 10 月 23 日（木）

(b) 掲載記事

- ・秋の房総で、紅葉の溪谷と城下町散歩①

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/003876.html>

- ・秋の房総で、紅葉の溪谷と城下町散歩②

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/003877.html>

(c) 運用実績（計測期間：2025/10/23～2025/12/25）

	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	7,876	214	629	2 分 33 秒
②	4,824	149	485	2 分 56 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 7 年 10 月 28 日（火）

(b) ページ数

4 ページ

(c) 発行部数

91,000 部

(イ)「発酵」をテーマとした観光 PR

大阪・関西万博への出展を起点に、「発酵県ちば」の魅力を県内外に継続的に 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 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 8 年 2 月 24 日（火）

(b) 掲載記事

五感で楽しむ「発酵県・ちば」

<https://tabiyomi.yomiuri-ryokou.co.jp/article/004243.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
9,739	142	473	4 分 47 秒

b 月刊誌「旅行読売 5 月号」へのタイアップ広告記事掲載

(a) 発売日

令和 8 年 3 月 30 日（月）

(b) ページ数

4 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 '27」への紙面広告

(a) 発売日

令和 7 年 12 月 8 日（月）

(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 '27」への紙面広告

(a) 発売日

令和 7 年 12 月 8 日（月）

(b) ページ数

1 ページ

(c) 発行部数

66,000 部

(エ) 県産品の PR

まだ知られざる県産品の認知度向上を図るため、旅行雑誌に県産品の PR 記事を掲載した。

a 月刊誌「旅行読売 7 月号」への読者プレゼント記事掲載

(a) 発売日

令和 7 年 5 月 28 日（水）

(b) 掲載記事

ONE DROP FARM「はちみつ食べ比べセット」（市原市）

(c) ページ数

1/6 ページ

(d) 発行部数

91,000 部

b 月刊誌「旅行読売 1 月号」への読者プレゼント記事掲載

(a) 発売日

令和 7 年 11 月 28 日 (金)

(b) 掲載記事

干しの屋「干し芋・ワッフル・芋けんぴセット」(香取市)

(c) ページ数

1/6 ページ

(d) 発行部数

91,000 部

(オ) パンフレット QR コードから WEB サイトへのアクセス数

媒体名	リンク先	計測期間	アクセス数
まっふるマガジン千葉房総 '27	ちば観光ナビ「トップページ」	R7. 12. 8～ R8. 3. 31	22
るるぶ千葉房総 '27	ちば観光ナビ「トップページ」	R7. 12. 8～ R8. 3. 31	55

(6) 情報提供事業 (資料提供)

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、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	27	24	15	35	23	28	42	20	20	37	47	47	365
(参考)R6	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

(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 7 年 4 月 1 日 (火) から令和 8 年 3 月 31 日 (火) 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

	R7	(参考)R6	(参考)R5
4 月	34	45	99
5 月	45	47	46
6 月	32	36	33
7 月	17	14	26
8 月	17	18	19
9 月	23	30	37
10 月	22	27	36
11 月	37	20	35
12 月	47	28	40
1 月	48	37	41
2 月	51	33	41
3 月	39	37	25
合計	412	372	478

（キ）他観光案内所との連携

海ほたる観光案内所とチーバくんプラザの連携を強化し、観光案内所間の情報共有やスタッフの案内レベルの向上を図るため、スタッフ同士の意見交換会及び現場視察を実施した。

a 意見交換会及び現場視察

	第 1 回	第 2 回
日時	令和 7 年 6 月 16 日（月）13 時～15 時	令和 8 年 1 月 21 日（水）13 時～15 時
場所	海ほたるパーキングエリア	チーバくんプラザ
内容	●スタッフ同士による意見交換会 <成果> ・チーバくんプラザのデジタルサイネージで配信しているデータを、海ほたる観光案内所へ定期的に共有することにした。 ●海ほたるパーキング裏側体験視察	●スタッフ同士による意見交換会 <成果> ・海ほたるで開催されるイベント情報をチーバくんプラザへ共有することにした。 ・チーバくんプラザが作成した食事処やペット同伴可能施設リストを、海ほたる観光案内所に共有した。 ●三井アウトレットパーク 木更津内施設見学

b 各種レポートの共有

海ほたる観光案内所とチーバくんプラザがそれぞれ作成する各種レポートの情報共有を行い、観光案内の更なるレベルアップを図った。

(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

東北圏から千葉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 8 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。

a 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	R7/10/8（水）	4.5%	100,125 名
			R8/1/21（水）※1	2.9%	64,525 名
			R8/1/21（水）※1	3.7%	82,325 名
福島県	福島中央 テレビ	ゴジてれ Chu！	R7/10/7（火）	4.1%	71,217 名
			R7/10/12（日）※2	5.3%	92,061 名
			R8/1/20（火）	5.0%	86,850 名
			R8/1/25（日）※2	3.6%	62,532 名
合計					559,635 名
（参考）R6					407,785 名
（参考）R5					391,950 名

※1：同番組内で 2 回に分けて放送

※2：再放送

(イ) 現地メディア訪問

a 訪問日

令和 8 年 1 月 16 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 観光展

プロモーション	実績
観光パンフレットの配架	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 4,200 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】 1,114 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】 2,088 件
お花の会場内装飾 (ストック、金魚草)	【本数】 800 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】 24 枚
観光動画の放映	ステージ横のモニター
キャラクターグリーティング (21 日・22 日は 4 回、23 日・24 日は 2 回)	チーバくん、駅長犬、むすび丸 ※むすび丸は、1/21・1/22 の 10 時・13 時・15 時に参加
県内観光・物産事業者による P R	アクアラインイースト観光連盟 1/21 (水) 旭市観光物産協会 1/22 (木)、23 (金) 南房総観光連盟 1/23 (金)、1/24 (土) 千葉市観光協会 1/24 (土) 千葉県落花生協会 1/21 (水) ～1/24 (土)

b 物産展

項目	R7 実績	(参考) R6 実績	(参考) R5 実績
売上額	9,831,587 円	7,831,083 円	6,930,545 円
レジ客数	5,525 名 ^{※1}	6,306 名	5,987 名
出展事業者数	12 事業者	9 事業者	8 事業者
抽選会回数 ^{※2}	2,215 回	1,682 回	1,182 回

※1 個別レジから集中レジに移行したため、レジ客数は減となった

※2 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	登録者数	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
酒 飲 み 独 身 ぴや子の宿泊記	157,000	発酵	R7/12/10	53,116	1,244	0.79%
とももぐ	72,500	海鮮	R7/12/17	34,180	509	0.70%
合計	229,500			87,296	1,753	0.75%

※投稿日から R8/3/31 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
takuya 東京カフェ&グルメ	638,000 ※投稿時 147,000	梨	R7/9/4	105,909	698	0.11% ※投稿時 0.47%
ぱんだのぐるめ	60,000	黒アヒー ジョ	R7/10/16	20,466	255	0.43%
千葉房総グルメネ ット ちば外房・内 房グルメ&観光	226,000	海鮮・ ラーメン	R8/1/16	159,595	4430	1.96%
あかねちゃんねる ★東京おしゃれ グルメ★	188,000	さつまいも	R8/2/12	125,991	796	0.42%
合計	1,112,000 ※登録時 621,000			411,961	6,179	0.73%

※投稿日から R8/3/31 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

(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、客観的なデータに基づくプロモーションを展開するため、県内でも外国人旅行者の来訪が多いとされる鋸山において、今後のプロモーションを検討する上で必要となるデータ収集を実施した。

(ア) 県域 DMO へのヒアリング

a 一般社団法人茨城県観光物産協会

(a) 実施日

令和7年9月10日（水）11:30～12:20

(b) 参加者

- ・茨城県観光物産協会
石寺事務局長
- ・千葉県観光物産協会
加藤次長
- ・千葉県観光政策課
土田企画調整室長

b 公益財団法人群馬県観光物産国際協会

(a) 実施日

令和7年10月9日（木）10:00～12:10

（b）参加者

- ・群馬県観光物産国際協会
上原専務理事、友田常務理事、富澤 MR
- ・千葉県観光物産協会
小林専務理事、加藤次長

c 公益社団法人新潟県観光協会

（a）実施日

令和7年10月9日（木）15:30～18:10

（b）参加者

- ・新潟県観光協会
白井常務理事兼事務局長、佐藤次長
- ・千葉県観光物産協会
小林専務理事、加藤次長

d 公益財団法人福島県観光物産交流協会

（a）実施日

令和7年11月14日（金）13:30～15:20

（b）参加者

- ・福島県観光物産交流協会
守岡理事長、佐藤常務理事兼事務局長、野本総務部長、長嶋誘客推進部長
- ・千葉県観光物産協会
小林専務理事、加藤次長
- ・千葉県観光政策課
土田企画調整室長、渡邊副主査

e 公益社団法人静岡県観光協会

（a）実施日

令和8年1月13日（火）15:00～17:15

（b）参加者

- ・静岡県観光協会
神戸専務理事、赤池事務局長、埜村事業統括ディレクター
- ・千葉県観光物産協会
小林専務理事、加藤次長
- ・千葉県観光政策課
土田企画調整室長

（イ）客観的なデータに基づくプロモーションを展開するための調査・分析

a 調査目的

千葉県内でも外国人旅行者の来訪が多いとされる鋸山において、外国人旅行者の属性、来訪動機、情報収集手段、交通手段、周遊状況等を明らかにし、分析を行うことにより、データに基づく効果的な誘客プロモーション施策を立案するための基礎資料とする。

b 調査箇所

鋸山ロープウェー山麓駅、日本寺大仏広場

c 調査期間

令和8年3月1日（日）～3月31日（火）

※アンケート調査は、令和8年4月30日（木）まで引き続き実施。その後、分析を行う

d 対応言語

英語、中国語（繁体字、簡体字）

e 調査方法

鋸山を訪れる外国人旅行者（訪日外国人及び在日外国人）を対象に、調査員による対面インタビュー方式で実施する。調査員が調査票（英語、中国語）に基づき質問を行い、回答内容を紙の調査票に記入することで、回答内容の正確性と記録性を確保する。

f 獲得サンプル数

246 サンプル（※令和8年3月31日時点）

（10）観光PR資料作成事業（観光素材集）

観光立県の実現に向けて、国内外からの観光客誘致や県産品の振興などを効果的に実施していくため、観光情報の発信や旅行会社への誘致活動、県産品の販売促進などの業務を一体的に展開する。

（ア）旅行会社等へのプロモーション

a 観光スポット情報の収集・提供

千葉県を訪れる旅行商品の造成を促進するため、県内の観光スポット等の情報を収集し、千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」に掲載するとともに、旅行会社等に活用されるよう周知を図った。

（a）掲載先

千葉県公式観光サイト「ちば観光ナビ」

（b）掲載作業

既掲載スポットについては、各施設に問い合わせを行い、データメンテナンス（掲載情報の時点更新や削除）を行った。また、新たなスポットを4箇所掲載した。

① 掲載スポット数

336（新規4、継続掲載332、削除22）

② 旅行会社等への周知

WEB掲載情報の活用を促すため、訪問及びメールにより、旅行会社等に周知を図った。

周知エリア	周知箇所数
北海道エリア	17
東北エリア	49
関東エリア	200
中京・北陸エリア	80
関西エリア	48

沖縄	8
合計	402
(参考) R6	352

(11) 観光 PR 資料作成事業（観光基本パンフレット）

主に千葉県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、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	令和7年度新規作成分
判型	A4 判
ページ数	24 ページ
作成部数	245,000 部 〔・JR 版：160,000 万部〕 〔・通常版：85,000 万部〕
納品日	令和8年1月6日（火）
配架先	682 箇所※



※配架先

・JR

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 524 箇所

・東日本高速道路

SA・PA・管理事務所 16 箇所

・首都高速道路

東京東局・東京西局・神奈川局・首都高速道路(株) PA16 箇所

・県内外の道の駅

75 箇所

・県内観光案内所ほか

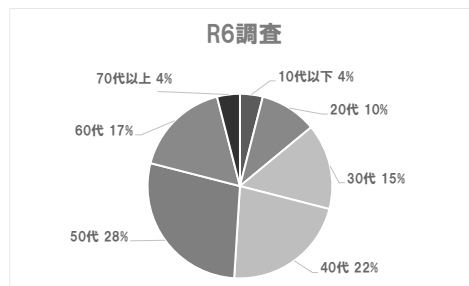
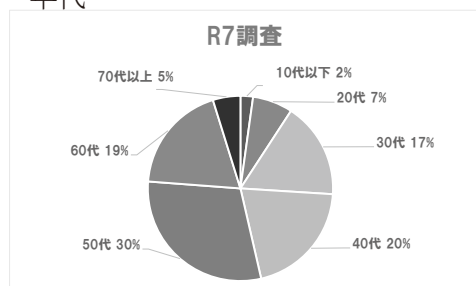
51 箇所

(ウ) 読者アンケート（抜粋）

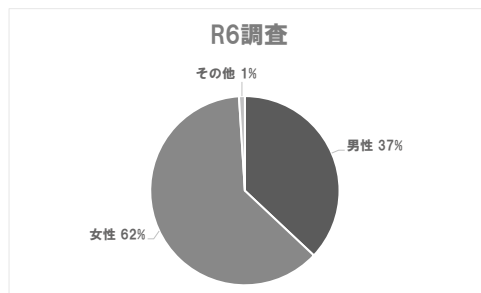
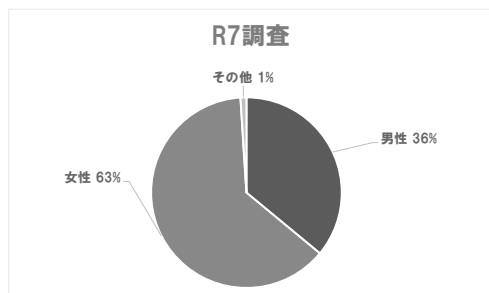
a 回答数

	R7 調査	(参考)R6
回答数	416	474

b 年代



c 性別



d 個別事項

質問	R7 調査	(参考) R6 調査
本誌で紹介した観光施設や飲食店などのうち、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 54%	ある 62%
本誌で紹介した観光施設や飲食店などのうち今後訪れてみたいところはあるか	ある 93%	ある 97%
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 72%	読みやすい 77%
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 47%	充実 56%

※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

(エ) パンフレット QR コードから WEB サイトへのアクセス数

媒体名	リンク先	計測期間	アクセス数
観光基本パンフレット P5_ご当地グルメ・絶品スイーツ情報	ちば観光ナビ 「グルメページ」	R8. 1. 6 ～ R8. 3. 31	16
観光基本パンフレット P7_イベント情報	ちば観光ナビ 「イベントページ」	R8. 1. 6 ～ R8. 3. 31	3
観光基本パンフレット P8_子どもと楽しめるスポット情報	ちば観光ナビ 「スポット・体験ページ」	R8. 1. 6 ～ R8. 3. 31	8

(12) 観光 PR 資料作成事業（教育旅行パンフレット）

全国から教育旅行を誘致し、千葉県内での宿泊に繋げるため、セールスツールとして活用できる体験プログラムのパンフレットを作成し、旅行会社や学校等に配布した。

(ア) 配布先

配布先	R7
学校・教育委員会等	89 箇所
旅行会社	244 箇所
合計	333 箇所

(イ) 新たに造成したプログラム

以下 2 つのプログラムを造成した。

- ・白子町の豊かな農と暮らしを学ぶ ～九十九里の海風が育む農業体験～
- ・農業系 YouTuber 楽して楽しい農業！家庭用 IoT 機器で最新農業を学ぶ

(ウ) その他

パンフレットのほか、教育旅行探究プログラム集を作成した。

(13) 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	444 箇所※

※配架先

- ・ J R
首都圏（東京・横浜・大宮・八王子・千葉支社）主要駅 224 箇所
- ・京成電鉄
各駅 69 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
PA 等 6 箇所

- ・県内外道の駅
55箇所
- ・県内イオンモール
9箇所
- ・その他
58箇所

(ウ) 納品日

発行号	納品日
2025年5・6月号	2025年4月24日(木)
2025年7・8月号	2025年6月26日(木)
2025年9・10月号	2025年8月28日(木)
2025年11・12月号	2025年10月28日(火)
2026年1・2月号	2025年12月23日(火)
2026年3・4月号	2026年2月26日(木)

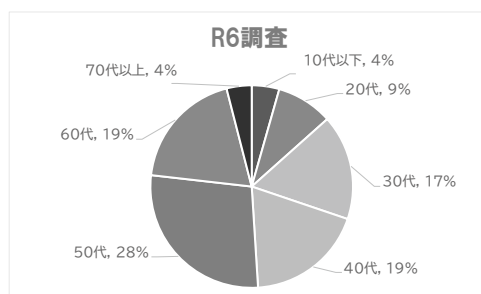
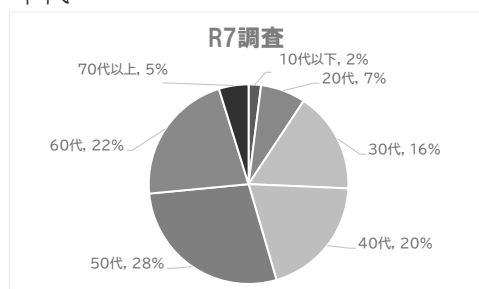
(エ) 読者アンケート(抜粋)

a 回答数

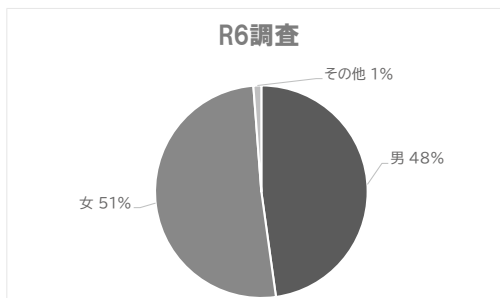
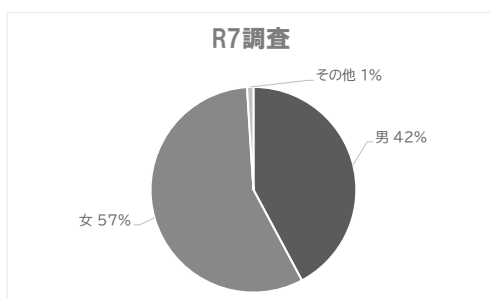
発行号	R7調査	(参考)R6調査
5-6月号	288	263
7-8月号	269	221
9-10月号	290	219
11-12月号	282	192
1-2月号	259	217
3-4月号	—	226
平均	278	223

※2026.3-4月号の回答期限が5/10のため、以下のR7調査は5回分の平均値

b 年代



c 性別



d 効果

質問	R7 調査	(参考) R6 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 40%	ある 50%
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 90%	ある 93%
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 69%	(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 50%	(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

(オ) パンフレット QR コードから WEB サイトへのアクセス数

媒体名	リンク先	計測期間	アクセス数
ちば note2025.5・6 月号 (表紙)	ちば観光ナビ「トップページ」	R7.4.24～ R7.6.25	78
ちば note2025.5・6 月号 (ハマグリ料理特集)	ちば観光ナビ「特集・千葉の蛤を食べられるお店 9 選」	R7.4.24～ R7.6.25	45
ちば note2025.5・6 月号 (発酵特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵を楽しむなら千葉！おすすめのスポットやグルメ、お土産、スイーツまでご紹介します」	R7.4.24～ R7.6.25	10
ちば note2025.7・8 月号 (表紙)	ちば観光ナビ「トップページ」	R7.6.26～ R7.8.27	71
ちば note2025.7・8 月号 (発酵料理特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵グルメ特集」	R7.6.26～ R7.8.27	21
ちば note2025.7・8 月号 (発酵特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵を楽しむなら千葉！おすすめのスポットやグルメ、お土産、スイーツまでご紹介します」	R7.6.26～ R7.8.27	9
ちば note2025.7・8 月号 (海水浴)	ちば観光ナビ「特集・千葉の海水浴場総まとめ！人気・穴場・おすすめビーチも紹介」	R7.6.26～ R7.8.27	8
ちば note2025.7・8 月号 (花火)	ちば観光ナビ「特集・千葉の花火大会・打ち上げ花火 2025」	R7.6.26～ R7.8.27	23
ちば note2025.9・10 月号 (表紙)	ちば観光ナビ「トップページ」	R7.8.28～ R7.10.27	75
ちば note2025.9・10 月号 (さつまいもスイーツ特集)	ちば観光ナビ「さつまいもスイーツ特集」	R7.8.28～ R7.10.27	14
ちば note2025.9・10 月号 (発酵特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵を楽しむなら千葉！おすすめのスポットやグルメ、お土産、スイーツまでご紹介します」	R7.8.28～ R7.10.27	4
ちば note2025.11・12 月号 (表紙)	ちば観光ナビ「トップページ」	R7.10.28～ R7.12.22	75
ちば note2025.11・12 月号 (黒アヒージョ特集)	ちば観光ナビ「千葉の新・ご当地グルメ！黒アヒージョ料理特集」	R7.10.28～ R7.12.22	2

ちばnote2025.11・12月号 (発酵特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵を楽しむなら 千葉！おすすめのスポットやグルメ、 お土産、スイーツまでご紹介します」	R7.10.28 ～ R7.12.22	2
ちばnote2026.1・2月号 (表紙)	ちば観光ナビ「トップページ」	R7.12.23 ～R8.2.25	57
ちばnote2026.1・2月号 (房総ジビエ特集)	ちば観光ナビ「房総ジビエ料理特集」	R7.12.23 ～R8.2.25	9
ちばnote2026.1・2月号 (発酵特集)	ちば観光ナビ「特集・発酵を楽しむなら 千葉！おすすめのスポットやグルメ、 お土産、スイーツまでご紹介します」	R7.12.23 ～R8.2.25	8
ちばnote2026.1・2月号 (いちご狩り)	ちば観光ナビ「特集・千葉のいちご 狩り」	R7.12.23 ～R8.2.25	11

(14) 観光PR資料作成事業 (PR ツール)

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、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
オリジナル旗	2 枚	商談会や観光物産展等の認知 向上・来訪促進用	R7 年 8 月 29 日
オリジナルシール	10,000 枚	イベント等配布用	R7 年 9 月 11 日
オリジナルエコバッグ (フレント・コンパクトエコバッグ/ ブラック、ダークレット)	1,000 個 (各 500 個)	イベント用ノベルティ	R7 年 10 月 17 日
オリジナルチーバくん お面	5,000 枚	イベント等配布用	R7 年 12 月 4 日
ビニールバッグ (QRコード/Visit Chiba3言語印刷)	10,000 枚	パンフレット等配布用	R7 年 12 月 8 日
オリジナルエコバッグ (フレント・コンパクトエコバッグ/ ブラック)	1,000 個	イベント用ノベルティ	R7 年 12 月 25 日
オリジナルチーバくん アクリルキーホルダー	1,000 個	イベント用ノベルティ	R7 年 12 月 25 日
オリジナルシール	10,000 枚	イベント等配布用	R7 年 12 月 25 日

(15) 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 フードコート内

(ウ) 事業期間

令和7年4月1日(火)から令和8年3月31日(火)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
日本人	5,771	5,675	5,604	5,607	6,699	5,093	4,150	5,791	5,326	5,845	4,618	5,495	65,674
アジア系	84	68	54	86	66	42	69	52	75	86	60	53	795
欧米系	10	14	5	19	8	5	6	10	23	10	6	6	122
合計	5,865	5,757	5,663	5,712	6,773	5,140	4,225	5,853	5,424	5,941	4,684	5,554	66,591
MOP来客数	685,000	735,000	802,000	943,000	1,057,000	736,000	761,000	976,000	929,000	1,003,000	636,000	836,000	10,099,000

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7年6月15日(日)	千葉県民の日ちばI・CHI・BA	2,000名	千葉県観光物産協会
令和7年11月8日(土)	南房総いいものマルシェ	800名	君津農業事務所
令和8年2月28日(土)	2026春の観光PRイベント	300名	長生地域観光連盟
令和8年3月29日(日)	春の房総里山観光PR	700名	君津市・市原市・大多喜町
合計	4回開催	3,800名	
(参考) R6	5回開催	3,900名	

c 房総スタンプラリー

種類	期間	対象エリア	利用者数
いちご狩り	令和7年1月上旬~5月下旬	君津エリア・山武エリア	1,409名
(参考) R6			2,591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
フォロワー	7,377	7,557	7,784	7,904	8,303	8,529	8,703	8,867	9,085	9,352	9,430	9,577	-
投稿	36	45	42	45	47	43	49	33	33	33	26	32	464
いいね	4,616	6,614	7,429	7,385	7,925	6,828	4,366	4,219	2,784	3,843	3,450	3,619	63,078
動画再生	153,816	240,092	474,308	327,936	567,037	372,539	226,122	205,801	163,621	177,402	186,512	227,925	3,323,111
リーチ	106,273	189,786	338,647	240,621	430,470	288,497	172,561	154,620	124,906	136,435	134,014	162,462	2,479,292
インタラク ション	4,785	6,910	7,855	7,733	8,306	7,133	4,643	4,436	2,950	4,138	3,719	3,788	66,396
フィールド ワーク	17	21	21	20	22	18	20	19	21	20	17	21	237

(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
フォロワー	6,053	6,337	6,821	7,206	7,877	8,158	8,450	8,724	9,036	9,550	9,770	10,377	-
投稿	36	54	48	46	46	43	49	32	34	33	29	32	482
いいね	3,967	5,591	5,551	4,583	4,657	3,849	5,620	2,290	2,434	3,733	2,460	2,360	47,095
ビュー	107,848	165,010	488,548	222,705	265,072	237,530	324,345	137,721	144,939	171,688	188,691	143,266	2,597,363
リーチ	56,608	95,036	247,677	92,290	102,028	88,464	139,392	60,342	75,535	94,544	72,761	73,088	1,197,765
インタラク ション	3,953	5,775	6,312	4,885	5,022	4,082	5,986	2,426	2,538	3,865	2,705	2,621	50,170
動画再生	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(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
フォロワー	2,980	3,063	3,228	3,263	3,365	3,395	3,448	3,482	3,513	3,593	3,634	3,696	-
投稿	31	31	34	34	35	30	39	31	34	34	29	31	393
いいね	1,289	1,433	4,072	1,691	2,515	1,585	2,121	1,700	1,395	2,540	1,658	2,362	24,361
リポスト	210	261	797	297	414	222	328	243	199	344	300	333	3,948
インプレッ ション	37,703	42,036	202,164	49,834	76,202	41,704	58,012	55,684	38,226	76,617	60,679	70,363	809,224
エンゲージメ ント	3,079	4,189	19,046	5,130	8,669	4,247	6,023	5,130	4,028	7,216	5,973	8,437	81,167
動画再生	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(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。

なお、令和8年1月次月例ミーティングからは、4市担当者にも出席していただいた。

(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7年	木更津市 観光振興課 1名	議題

5月21日(水)	君津市経済振興課 2名 富津市商工観光課 2名 袖ヶ浦市 商工観光課 1名 千葉県観光政策課 2名 三井アウトレットパーク木更津 オペレーションセンター 2名 チーバくんプラザ 1名 (株)JTB 千葉支店 3名 (公社)千葉県観光物産協会 3名	1 三井アウトレットパーク木更津 2024 年度報告及び今後の予定について 2 チーバくんプラザ 2024 年度報告及び 今後の予定について 3 チーバくんプラザ 2024 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始めた、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継続して実施した。

【連携内容】

- ・チーバくんプラザの週間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7年6月16日(月)	チーバくんプラザ 村上館長、原田、長谷川、横山 海ほたる観光案内所 佐々木課長・副島係長(TTB)、 割田氏、泉氏
2	令和8年1月21日(水)	チーバくんプラザ 平野、長谷川 海ほたる観光案内所 副島係長(TTB)、泉、鈴木

(コ) 来館者へのアンケート調査

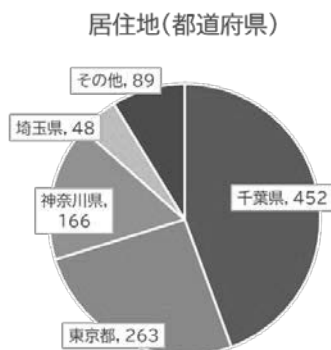
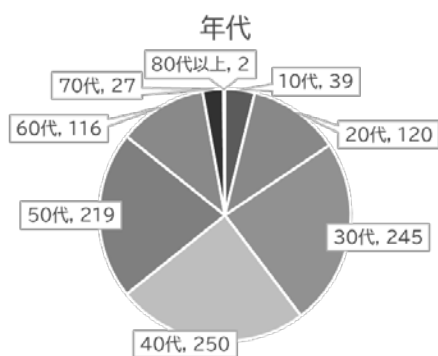
a 来館者満足度調査

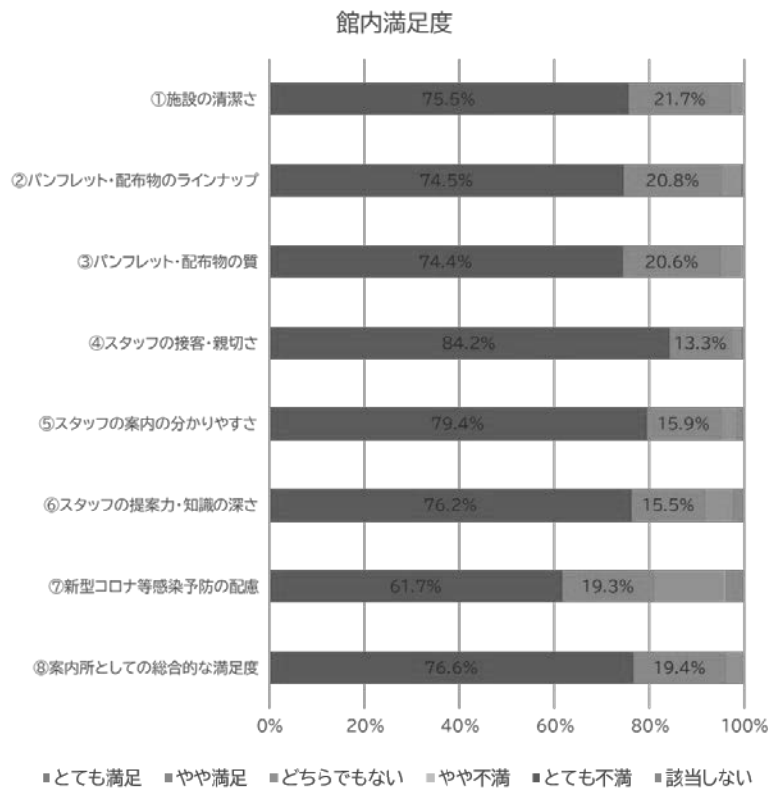
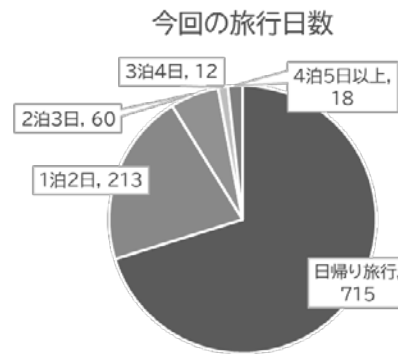
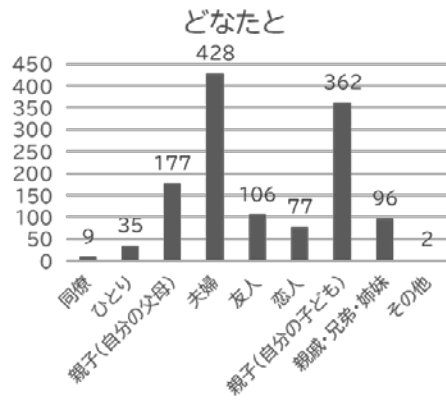
①調査期間：令和7年4月1日(火)～令和8年3月31日(火)

②回答者数：1,018名

③調査方法：WEB アンケート

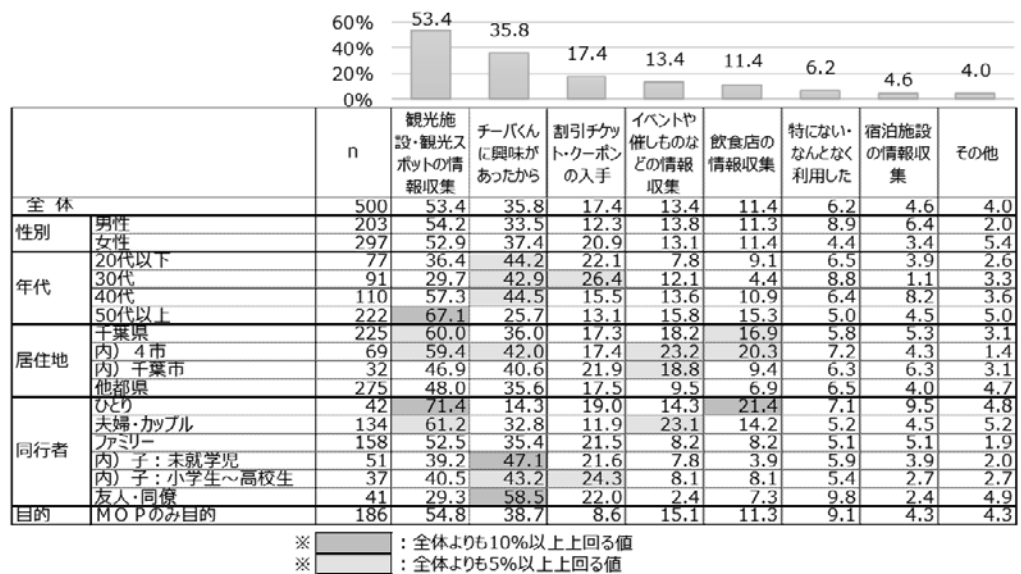
③ 集計結果(抜粋)





b 来館者マーケティング調査：

- ① 調査期間：令和8年1月30日～令和8年2月20日
- ② 調査手法：モールインターセプト法
- ③ サンプル数：500 サンプル
- ④ 集計結果（抜粋）
 - ・チーバくんプラザの来訪理由



・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。



・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7,221円 (約8,458円)	1万4,050人(推計) (約2万220人)	約1億146万円(推計) (約1億7,102万円(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1万4,145円 (約1万1,052円)	3万466人(推計) (約4万439人)	約4億3,094万円(推計) (約4億4,693万円(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、県内観光関係団体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：37 件（R6：38 件）

No	行事名	開催日	主催者等
1	第 66 回佐原のふな釣り大会	R7.5.11	(一社) 水郷佐原観光協会
2	第 42 回水郷おみがわふな釣り大会	R7.5.25	水郷小見川観光協会
3	第 35 回東庄町観光ふな釣り大会	R7.6.1	東庄町観光協会
4	第 78 回木更津港まつり	R7.8.14～8.15	第 78 回木更津港まつり実行委員会
5	第 126 回水郷おみがわ花火大会	R7.8.4	水郷小見川観光協会
6	第 3 回小湊鉄道さと山ウォーク	R7.4.1～R8.2.28	小湊鉄道 (株)
7	第 13 回「千葉・鎌ヶ谷、観光の魅力」 高校生フォトコンテスト	R7.6.1～R8.3.31	鎌ヶ谷市
8	ふつつ冷酒まつり	R7.7.5	富津市観光協会
9	第 18 回松戸宿坂川献灯まつり	R7.8.9～8.10	松戸宿坂川献灯まつり実行委員会
10	芝山町制施行 70 周年記念事業 第 40 回芝山はにわ祭	R7.11.9	芝山はにわ祭実行委員会
11	第 54 回写真千葉県展	R7.7.23～8.3	千葉県写真連盟
12	第 22 回黒潮よさこい祭り	R7.11.23	黒潮よさこい祭り実行委員会
13	2025 年千葉県自治体 JAF 会員優待施設連絡会	R7.10.10	(一社) 日本自動車連盟千葉支部
14	ちばアクアラインマラソン 2026	R8.11.8	ちばアクアラインマラソン実行委員会
15	第 50 回千葉県植木共進会	R7.10.22 ～10.26	千葉県植木共進会
16	ふるさとに生きる技「房総の手づくり展」	R7.10.9～10.13	協同組合東金ショッピングセンター
17	千葉県指定無形民俗文化財 上総十二社祭り	R7.9.8～9.14	上総十二社祭り保存会

No	行事名	開催日	主催者等
18	おみがわ YOSAKOI 2025	R7.11.9	おみがわ YOSAKOI ふるさと まつり運営委員会
19	第 46 回千葉県フラワーフェスティバル	R8.1.15～1.18	千葉県フラワーフェスティバル 実行委員会
20	令和 7 年度関東学生ソフトテニス 秋季リーグ戦	R7.11.1 ～11.16	関東学生ソフトテニス連盟
21	富津シーサイドマルシェ	R7.11.1	富津シーサイドマルシェ実行 委員会
22	2026 東金・九十九里波乗りハーフマラソン	R8.2.22	東金・九十九里波乗りハーフマ ラソン実行委員会
23	千葉湊大漁まつり ～第 49 回千葉市民産業まつり～	R7.11.1	千葉市民産業まつり実行委員 会
24	第 41 回流山人形供養会	R7.12.6	流山市観光協会
25	令和 7 年度香取神宮奉納菊花大会	R7.11.1～11.24	(一社) 水郷佐原観光協会 香取神宮
26	第 53 回香取市菊花大会	R7.11.1～11.23	小見川秋芳会
27	ちーバル 2026	R8.1.13～2.28	千葉市中心市街地まちづくり 協議会
28	2026 きよなん花まつり写真コンクール (水仙の部)	R7.12.6 ～R8. 2.1	鋸南町観光協会
29	2026 きよなん花まつり写真コンクール (桜の部)	R8.2.7～4.5	鋸南町観光協会
30	2025 観光地美化キャンペーン	R7.11.23	(公社) 千葉市観光協会
31	令和 7 年度木更津市観光写真コンクール	R7.12.15～ R8.1.15	(一社) 木更津市観光協会
32	千葉開府 900 年記念 第 25 回千葉城さくら祭り	R8.3.27～4.5	千葉城さくら祭り実行委員会
33	2026 しんきん食の商談会 in CHIBA	R8.10.20	千葉県信用金庫協会
34	令和 8 年度関東学生ソフトテニス春季リーグ戦 第 77 回関東学生ソフトテニス選手権	R8.5.9～5.12	関東学生ソフトテニス連盟
35	第 76 回東日本大学対抗ソフトテニス競技大会 第 81 回東日本学生ソフトテニス選手権大会 第 69 回東日本学生ソフトテニスシングルス 選手権大会	R8.7.11～7.15	東日本学生ソフトテニス連盟

No	行事名	開催日	主催者等
36	令和8年度香取市観光と祭り写真コンクール	R8.4.1～12.25	香取市観光と祭り 写真コンクール実行委員会
37	第4回小湊鉄道さと山ウォーク	R8.4.1～R9.3.31	小湊鉄道（株）

(イ) 協賛

No	行催事名	開催時期	会場	協賛品
1	第28回全国菓子大博覧会・ 北海道あさひかわ菓子博 2025	R7.5.30 ～6.15	道北アークス大雪 アリーナ (北海道旭川市)	千葉県観光ガイドブック 「チーバくんとちばのたび」

(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・北海道等において、旅行会社と県内観光関係者による観光商談会（7箇所程度）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
R7年 6月26日(木)	○北海道(札幌市)商談会 ACU SAPPORO16階 (北海道札幌市) ※AGT:札幌市(北海道)	セラー : 16社17名 バイヤー : 13社27名 ※JATA/ANTA含む	—	千葉県側自己紹介 32分 固定 45分 (15分×3回) フリー 45分 (15分×3回) 名刺交換 25分
7月8日(火)	○中京圏(名古屋市)商談会 TKP ガーデンシティ PREMIUM 名古屋駅前3階 (愛知県名古屋市) ※AGT:愛知県・岐阜県・三重県	セラー : 28社40名 バイヤー : 12社45名 ※JATA/ANTA含む	セラー : 24社35名 バイヤー : 11社41名	千葉県側自己紹介 29分 固定 60分 (15分×4回) フリー 60分 (15分×4回) 名刺交換 25分
9月11日(木)	○神奈川(横浜市)商談会 TKP ガーデンシティ PREMIUM 横浜駅新高島(神奈川県横浜市) ※AGT:神奈川県	セラー : 41社60名 バイヤー : 12社29名 ※JATA/ANTA含む	—	千葉県自己紹介 35分 固定 45分 (15分×3回) フリー 60分 (15分×4回) 名刺交換 20分
10月24日(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) ※AGT:東京都・埼玉県・山梨県	セラー : 65社111名 バイヤー : 20社73名 ※JATAのみ	セラー : 38社65名 バイヤー : 13社54名	固定 60分 (15分×4回) フリー 75分 (15分×5回) 名刺交換 30分
R8年 1月22日(木)	○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) ※AGT:宮城県・山形県・福島県	セラー : 36社46名 バイヤー : 13社44名 ※JATA/ANTA含む	セラー : 31社37名 バイヤー : 12社36名	千葉県自己紹介 30分 固定 45分 (15分×3回) フリー 75分 (15分×5回) 名刺交換 20分
2月4日(水)	○関西圏(大阪)商談会 ホテルモントレ大阪 7階「アマリエ・パルフィー」 (大阪府大阪市) ※AGT:大阪府・京都府・兵庫県・ 滋賀県・奈良県・和歌山県	セラー : 34社52名 バイヤー : 8社33名 ※JATAのみ	セラー : 26社35名 バイヤー : 7社31名	千葉県自己紹介 30分 固定 60分 (15分×4回) フリー 60分 (15分×4回) 名刺交換 20分

2月26(木)	○群馬県(高崎市)商談会 ホテルメトロポリタン高崎 (群馬県高崎市) ※AGT:群馬県	セラー : 29社 39名 バイヤー : 13社 20名 ※JATA/ANTA含む	—	千葉県自己紹介 25分 固定 45分 (15分×3回) フリー 60分 (15分×4回) 名刺交換 15分
合計		セラー : 249社 365名 バイヤー : 91社 271名	セラー : 119社 172名 バイヤー : 43社 162名	
(参考) R6		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	

(3) 旅行商品造成支援事業

千葉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7年7月2日	九十九里	匝瑳市民ふれあいセンター	21名
令和7年7月8日	東葛飾	野田市役所	16名
令和7年7月9日	ベイエリア	習志野市役所庁舎分室	26名
令和7年7月10日	北総	印西市文化ホール	27名
令和7年7月11日	かずさ臨海	木更津市中央公民館	25名
令和7年7月17日	南房総	鋸南町役場	17名
合計			132名
(参考) R6			126名
(参考) R5			113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7年5月	50団体	123素材	10社
令和7年9月	36団体	88素材	10社
合計	86団体	211素材	20社
(参考) R6	81団体	202素材	22社
(参考) R5	76団体	123素材	18社

[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、

日東交通株式会社

(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8年2月28日(土)出発分まで
- ・対象ツアー
東京・神奈川・千葉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)	・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。 ・1ツアーにつき3日以上の出発日を設定する。 ・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。

<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34件／造成された観光素材23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
R7	8社	31ツアー	343日	151日	174台	4,640人
(参考)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、京王観光株式会社
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

(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8年3月3日(火)～令和8年3月4日(水)

(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→
→海浜幕張地区のホテル視察（3 軒）→ホテルフランクス（泊）

※到着後、情報交換会・交流会を実施

[2 日目]

ホテル→成田空港制限区域視察→成田地区ホテル視察（4 軒）→
→小江戸佐原町並み歩き→東京駅

(ウ) 情報交換会

会 場：ホテルフランクス（ラテール）

日 時：令和 8 年 3 月 2 日（火）16 時 10 分から 18 時 15 分まで

(エ) 交流会

会 場：ホテルフランクス（ヴァンヴェール）

日 時：令和 8 年 3 月 3 日（水）18 時 40 分から 20 時 40 分まで

(オ) 参加者数

	旅行会社			県内観光事業者		
	R7	(参考)R6	(参考)R5	R7	(参考)R6	(参考)R5
県内視察	<u>6 社 22 名</u> ・東北 10 名	<u>7 社 21 名</u> ・東北 5 名	<u>7 社 21 名</u> ・東北 7 名	—	—	—
情報交換会	・東海 8 名 ・北陸 2 名	・東海 5 名 ・北陸 4 名	・東海 2 名 ・北陸 0 名	35 社 53 名	30 社 46 名	27 社 35 名
交流会	・関西 2 名 ・関東 0 名	・関西 7 名 ・関東 0 名	・関西 2 名 ・関東 10 名	29 社 44 名	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	R7	(参考)R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	4. 6	4. 9	4. 6
ツアーの提案可能性	4. 6	4. 8	4. 5
モニターツアーの実施時期	4. 7	4. 6	4. 4

(5) 旅行エージェント PR 活動事業（交通ネットワーク）

千葉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
北陸	石川・福井・富山
関西	大阪・京都・兵庫・奈良・滋賀・和歌山

※北陸エリアについては、第2期から支援対象地域に追加。

b ツアー対象期間

令和7年4月26日（土）～令和8年2月28日（土）

時期	ツアー対象期間
第1期	令和7年4月26日（土）～令和7年7月18日（金）
第2期	令和7年9月1日（月）～令和7年12月21日（日）
第3期	令和8年1月6日（火）～令和8年2月28日（土）

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3月号（令和7年3月7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3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
3月3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7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4日	県内事業者	まるちば通信3月号にて配信	メール
4月9日	旅行会社	株式会社阪急交通社商談会に参加(7事業所)	訪問
6月26日	旅行会社	札幌商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
6月26日	県内事業者	札幌商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
7月8日	旅行会社	中京圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
7月8日	県内事業者	中京圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
1月22日	旅行会社	東北圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
1月22日	県内事業者	東北圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
2月4日	旅行会社	関西圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
2月4日	県内事業者	関西圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
2月26日	旅行会社	高崎商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
2月26日	県内事業者	高崎商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
6月26日	旅行会社	札幌商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
6月26日	県内事業者	札幌商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
6月30日	旅行会社	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(支援地域拡大)	電話・メール
7月8日	旅行会社	中京圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
7月8日	県内事業者	中京圏商談会参加者に対し本事業をご案内	商談会
9月18日	旅行会社	阪急交通社商談会に参加(7事業所)	訪問

(ウ) 支援実績

a 総計

	項目	R7 実績	(参考)R6
支援実績	支援旅行会社数	200 事業所	171 事業所
	支援バス台数	379 台	381 台
	ツアー参加人数	10,739 人	10,791 人
加算項目	東京湾フェリー	58 台	46 台
	訪問観光施設 4 箇所以上	280 台	268 台
	宿泊	211 台	190 台

b 実施済／ツアー日数

ツアー日数	支援バス台数		ツアー参加人数	
	R7 実績	(参考)R6	R7 実績	(参考)R6
1 日	166 台	191 台	4,926 名	5,783 名
2 日	186 台	164 台	5,101 名	4,242 名
3 日	25 台	26 台	666 名	766 名
4 日	2 台		46 名	
合計	379 台	381 台	10,739 名	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	
	R7 実績	(参考)R6	R7 実績	(参考)R6
募集（一般）	133 台	146 台	3,906 名	4,283 名
募集（組織）	9 台	8 台	273 名	239 名
受注（一般）	229 台	218 台	6,233 名	5,965 名
受注（教育）	8 台	9 台	327 名	304 名
合計	379 台	381 台	10,739 名	10,791 名

d 実施済／発着地別

発着地	支援バス台数		ツアー参加人数	
	R7 実績	(参考)R6	R7 実績	(参考)R6
愛知県	10 台	16 台	304 名	472 名
茨城県	67 台	68 台	1,941 名	2,014 名
岐阜県	2 台	1 台	48 名	19 名
宮城県	4 台	6 台	71 名	163 名
群馬県	29 台	30 台	841 名	850 名
埼玉県	145 台	159 台	4,243 名	4,523 名
三重県	1 台		22 名	
山形県	1 台	6 台	35 名	123 名
山梨県	13 台	9 台	330 名	180 名
静岡県	38 台	24 台	1,009 名	681 名
石川県	1 台		35 名	
大阪府	7 台	10 台	218 名	286 名
栃木県	28 台	34 台	732 名	959 名
奈良県	1 台		23 名	
福井県	1 台		25 名	
福島県	29 台	18 台	816 名	521 名
北海道	2 台		46 名	
合計	379 台	381 台	10,739 名	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・教育委員会・校長会等を訪問し、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・沖縄等の旅行会社、学校、その他関係機関へのセールス活動を実施した。

	セールス件数	うち学校・教育関係者
R7	288 件	58 件
(参考) R6	259 件	69 件
(参考) R5	237 件	58 件

- ・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）を誘致するため、県内市町村や宿泊事業者と連携し、各教育委員会へのセールス活動を繰り返し行った。
- ・川崎市の自然教室については、本県への誘致に成功し、大きな結果に結び付いた。

	R7	R8	R9	R10
誘致校数	6 校	16 校(予定)	26 校(予定)	教育委員会による下見済み

(イ) 県内観光事業者への訪問活動等

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

	セールス件数
R7	142 件
(参考) R6	115 件
(参考) R5	86 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。

	R7	(参考) R6	(参考) R5
メール配信先数	698 事業者・795 名	613 事業者・715 名	(集計なし)
メール配信回数	7 回	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作成し、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、入力都度、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

- ・i P a d、携帯電話等を整備し、セールス活動において活用した。
- ・効率的で効果的な営業活動を展開するため、メール配信システム及び名刺管理システムを導入した。

- ・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（エコバッグ・ボールペン等）を作成し、配布した。

(キ) 視察受け入れ

- ・首都圏の旅行会社（教育旅行担当者）等を招請し、県内の教育旅行受入施設の視察を行った。

実施日：令和7年7月15日（火）

参加者：合計23名

- ・旅行会社（東京・神奈川・埼玉・千葉）5社・21名
- ・川口市教育委員会2名

視察先：白子町農家デイスティ4箇所・白子温泉宿泊施設4軒

(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) 国内教育旅行視察受入事業

北海道旭川エリアから訪れる修学旅行を誘致するため、旭川空港利用拡大期成会が実施するモニターツアー業務を受託し、旭川市内の旅行会社を対象とする県内教育旅行施設の視察受入れを企画実施した。

(1) 実施日

令和7年12月2日（火）～令和7年12月5日（金）

(2) 視察先

〔1日目〕

- ・ホテルスプリングス幕張（宿泊）

〔2日目〕

- ・QVC ジャパン本社、QVC 商品配送センター、佐原まち歩き
- ・マイステージプレミア成田（宿泊）

〔3日目〕

- ・成田空港制限地区
- ・マイステージプレミア成田（宿泊）

(3) 名刺交換会

会 場：空飛ぶ学び舎ラボ（山武郡芝山町岩山111-3）

日 時：令和7年12月3日（水）16時10分から17時00分まで

(4) 参加者数

旭川市内旅行会社 5名

旭川市交通空港課 2名

千葉県内事業者 10社16名（※名刺交換会のみ）

(5) 名刺交換会に係るアンケート結果（抜粋）

- ・参加者全員と名刺交換をできたことは良かった。
- ・1回3分では時間が短く、5分程度は時間が欲しかった。

(8) 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7年4月24日（木）

(イ) 場 所：オークラ千葉ホテル

(ウ) 議 事：①令和6年度事業報告及び決算について

②令和7年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

③役員を選任及び任期について

イ 役員会

(ア) 開催日：令和7年4月17日（木）

(イ) 場 所：オークラ千葉ホテル

(ウ) 議 事：①令和6年度事業報告及び決算について

②令和7年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

③役員を選任及び任期について

④令和7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	R7年度
WEBサイト	4,692	8,958	10,996	7,973	8,627	9,770	8,168
Instagram	9,158	20,174	21,876	22,216	21,577	19,107	14,422
合計	13,850	29,132	32,872	30,189	30,204	28,877	22,590

(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	R7年度
WEBサイト	42,295	87,820	91,743	106,325	99,410	92,239	90,677

(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	R7 年度
WEB サイト	54,335	106,250	113,145	126,397	134,129	129,115	117,807

※ユーザーが公式サイトを訪れた回数

(d) キャンペーン WEB サイトの検索ワードランキング

順位	検索数	検索ワード	検索操作手順
1 位	820	北総	エリア
2 位	769	ベイエリア	エリア
3 位	728	南房総	エリア
4 位	684	銚子市	市町村
5 位	617	東葛飾	エリア
6 位	597	グルメ	ジャンル
7 位	578	観光スポット	ジャンル
8 位	549	花	ジャンル
9 位	501	九十九里	エリア
10 位	499	絶景	ジャンル
11 位	450	かずさ・臨海	エリア
12 位	447	花	キーワード
13 位	425	匝瑳市	市町村
14 位	421	市原市	市町村
15 位	414	彼岸花	キーワード
16 位	385	旭市	市町村
17 位	343	かき氷	キーワード
18 位	330	諏訪神社	キーワード
19 位	325	イルミネーション	キーワード
20 位	324	紅葉	キーワード

(e) 写真投稿者への WEB 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)	29.1%
ある (2 箇所)	10.7%
ある (3 箇所以上)	34.0%
ない	26.2%

} 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)	12.3%
ある (2 箇所)	2.5%
ある (3 箇所以上)	6.5%
ない	78.7%

} 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	%
S N S	17.2%
イベント	1.9%
ポスター・チラシ	56.8%
ちば観光ナビ	12.0%
ちば観光ナビ以外のサイト	1.1%
家族・友人からの情報	4.4%
その他	6.7%

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（47 市町村 236 施設）に御協力をいただき、スマートフォン等でキャンペーンサイトの「ラブちば優待証画面」を見せるだけで優待が受けられるサービスを実施した。

c 広報

(a) ポスター・チラシの掲出

- ・ 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) チラシ QR コードから WEB サイトへのアクセス数

媒体名	リンク先	計測期間	アクセス数
ラブちば CP チラシ (両面)	ラブちば公式サイト 「トップページ」	R7. 6. 1 ~ R8. 3. 31	1, 392
ラブちば CP チラシ (両面)	ラブちば公式 Instagram	R7. 6. 1 ~ R8. 3. 31	652
ラブちば CP チラシ (表面)	ラブちば公式サイト 「ラブちば優待サービス」	R7. 6. 1 ~ R8. 3. 31	2, 598
ラブちば CP チラシ (裏面)	ラブちば公式サイト 「ラブちば応募フォーム」	R7. 6. 1 ~ R8. 3. 31	424

(c) S N S

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
	R8. 3. 31 現在	前年度比	
Instagram	57, 337	7, 650 人増	301 回
Facebook	12, 257	41 人減	120 回
X	11, 949	2, 427 人増	154 回

計	81,543	10,118 人増	575 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を行った。

a 千葉県観光展 in JR 仙台駅

(a) 日程

令和7年10月8日(水)～10月10日(金)

(b) 会場

JR 仙台駅2階 ステンドグラス脇イベントスペース

(c) 内容

観光パンフレットの配布、観光案内、アンケート、参加団体による観光PR

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等との連携による観光PRの実施

a ちばI・CHI・BA in 三井アウトレットパーク木更津〔観光物産協会と連携〕

(a) 日程

令和7年6月15日(日)

(b) 会場

三井アウトレットパーク木更津 ピアストリート

(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、キャラクターの
グリーティング

b 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7年11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、キャラクターの
グリーティング

c 千葉県観光物産展 in JR 仙台駅〔県・観光物産協会・JR 東日本と連携〕

(a) 日程

令和8年1月21日(水)～1月24日(土)

(b) 場所

JR 仙台駅2階ステンドグラス前

(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、
アンケートなど

d ドラ割「千葉ぐるっとパス」〔NEXCO 東日本・県と連携〕

(a) 日程

通年

※アンケート抽選は2回実施

(b) 内容

NEXCO 東日本が実施するドラ割「千葉ぐるっとパス」を使った県内周遊を促進するため、同社の公式サイトにおいて、ラブちば優待サービスの情報を掲載するとともに、利用後アンケートの回答者に対するプレゼントの景品を提供した。

(c) 提供商品

- ・ チーバくんグッズ半期ごとにチーバくんぬいぐるみ(大):10個

- ・ チーバくん文房具セット：200 セット

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10,000枚制作した。

(イ) ノベルティの制作

イベントにおいて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2,040個制作した。

(ウ) 「五感グルメポスター」の増刷

本県への旅行意欲を喚起するため、イベント会場等に掲示する5連ポスターを500枚(5種類×100枚)増刷した。

(エ) 観光基本パンフレットの制作

本県への来訪及び周遊を促進するため、イベント来場者等に配布するパンフレットを18,000部増刷した。

(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及び県・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を行った。

a 九十九里地域部会

(a) 日程

令和7年7月2日(水)

(b) 参加者数

21名

b 東葛飾地域部会

(a) 日程

令和7年7月8日(火)

(b) 参加者数

16名

c バイエリア地域部会

(a) 日程

令和7年7月9日(水)

(b) 参加者数

26名

d 北総地域部会

(a) 日程

令和7年7月10日(木)

(b) 参加者数

27名

e かずさ臨海地域部会

(a) 日程

令和7年7月11日(金)

(b) 参加者数

25名

f 南房総地域部会

- (a) 日程
令和7年7月17日(木)
- (b) 参加者数
17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8年1月29日(木)
- (イ) 参加者数
55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

- a 教育旅行体験プログラム造成支援事業について
- b 教育旅行モニターツアーについて
- c 学校キャラバンについて
- d 各方面へのセールス活動について
- e 観光商談会について
- f 令和8年度プロモーション計画について
- g 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7年6月20日(金) ※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
47団体62名
- c 実施内容

(a) 事業紹介

フィルムコミッション業務やロケツーリズム、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) パネルディスカッション

制作者から見た県FC、市町村FCの役割
ラインプロデューサー 福井 一夫 様
ロケーションマネージャー 田村 拓之 様

(c) 事例発表

「FCを本気で取り組んだ2年。柏市の成果と課題、これから」

柏市シティプロモーション課 統括リーダー 小河原 博志 様

(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

6件 3,064,000円

	交付決定額 ()は変更後の交付決定額	交付額	交付先	助成事業の内容
1	169,000	169,000	船橋市	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	462,000 (500,000)	500,000	柏市	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
3	500,000	500,000	匝瑳市	匝瑳市が支援した作品のロケ地を掲載するロケ地マップ（観光パンフレット内）作成への助成
4	1,000,000	1,000,000	旭市	旭市が支援した作品の映画上映会（トークショー）、ロケ地紹介パネル、ロケ地マップ、スタンプラリー、特集記事の掲載およびPR動画の作成への助成（権利処理含む）
5	440,000	440,000	多古町	多古町が支援した作品のロケ地を掲載するロケ地マップ（観光ガイドブック内）作成への助成
6	455,000	455,000	香取市	香取市が支援した作品のロケ地を掲載する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（6月） 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）
- ・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 2025)

a 期間

2025/9/25 (木) ～9/27 (土)

b 場所

愛知県国際展示場 (AICHI SKY EXPO)

c 参加者

	R7	(参考) R6	(参考) R5
セラー	約 330 団体 ・うち千葉県商談に参加した県内事業者 14 団体 (自治体 2、観光施設 12)	約 300 団体 ・うち千葉県商談に参加した県内事業者 17 団体 (自治体 4、観光施設 13)	約 300 団体 ・うち千葉県商談に参加した県内事業者 9 団体 (自治体 7、観光施設 2)
バイヤー	海外旅行会社 約 270 名	海外旅行会社 約 280 名	海外旅行会社 約 280 名

d 商談件数

28 社 (事前マッチング 30 社のうち 2 社不参加)

国・地域	R7	(参考) R6	(参考) R5
タイ	5 社	6 社	6 社
マレーシア	4 社	1 社	4 社
シンガポール	4 社	3 社	3 社
台湾	4 社	2 社	2 社
ベトナム	1 社	1 社	2 社
インドネシア	1 社	2 社	2 社
香港	0 社	2 社	2 社
フィリピン	0 社	4 社	2 社
アメリカ	1 社	4 社	1 社
カナダ	1 社		
オランダ	1 社		
スウェーデン	1 社		
オーストラリア	2 社	5 社	1 社
ニュージーランド	1 社		
カナダ	1 社		
中国	1 社	0 社	3 社
韓国	0 社	0 社	1 社
合計	28 社	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
	調査時点で造成実績なし

(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
R7. 5. 9(金)～ R7. 5. 12(月)	KTF 高雄国際旅行博 (高雄)	270,196 人	パンフレット配布数：5,900 部 SNS フォロー獲得数：964 件 アンケート回収数：270 件
R7. 11. 7(金)～ R7. 11. 10(月)	ITF 台北国際旅行博 (台北)	365,302 人	パンフレット配布数：7,100 部 SNS フォロー獲得数：940 件 アンケート回収数：218 件
R7. 11. 21(金)～ R7. 11. 24(月)	TTF 大台南国際旅行博 (台南)	150,275 人	パンフレット配布数：4,300 部 SNS フォロー獲得数：1,077 件 アンケート回収数：225 件
合計		785,773 人	パンフレット配布数：17,300 部 SNS フォロー獲得数：2,981 件 アンケート回収数：713 件
(参考) R6	上記と同じ旅行博 に出展	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
R7. 6. 17(火)	ホテル・ニッコー高雄 (高雄)	セラー：10 社 15 名 バイヤー：17 社 26 名
(参考) R6		セラー：15 社 24 名 バイヤー：34 社 40 名

c セールスコール

訪問旅行会社数 20 社、セラー数 9 社 14 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R7. 6. 18(水)	台中・台南	各 5 社	9 社 14 名
R7. 6. 19(木)	台北	10 社	9 社 14 名
(参考) R6	2 回実施	30 社 20 社	11 社 13 名 11 社 14 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
6 月 観光商談会・ セールスコール	37 社	合計 24 社 ●台北（9 社） 雄獅旅行社、百威旅行社、五福旅行社、晴日旅行社、 旅遊家旅行社、山富旅行社、大興旅行社、東南旅行社、 可樂旅行社 ●高雄（13 社） 可樂旅行社、三益旅行社、清晨旅行社、仁邦旅行社、 喜鴻旅行社、東南旅行社、金龍永盛旅行社、京城旅行社、 山富國際旅行社、行家旅行社、上品旅行社、百威旅行社、 雄獅旅行社 ●台中（2 社） 太平洋旅行社、城市玩家旅行社
（参考）R6	66 社	17 社

※令和7年9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、海外旅行博に出展した。

（ア）事業実績

海外旅行博

日程	催事名	来場者数	実施内容
R7. 11. 21(金)～ R7. 11. 23(日)	第 17 回 FIT フェア (バンコク)	約 55,000 人	パンフレット配布数：6,000 部 SNS フォロー獲得数：－ アンケート回収数：152 件
（参考）R6		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

（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
R7. 9. 5(金)～ R7. 9. 7(日)	MATTA FAIR 2025 (クアラルンプール)	全体数は非公表 うち VJ プース 29,004 人	パンフレット配布数：2,446 部 アンケート回収数：333 件
（参考）R6	上記と同じ旅行博	約 19 万人	パンフレット配布数：2,380 部

	に参加	うち VJ プース 28,878 人	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
R7.9.8(月)	Pavilion Hotel (クアラルンプール)	セラー：1 社 4 名 (県・協会) バイヤー：10 社 14 名
R7.9.9(火)	Marriot Hotel (ペナン)	セラー：1 社 4 名 (県・協会) バイヤー：9 社 13 名
(参考) R6	1 回参加	セラー：3 社 7 名 バイヤー：10 社 13 名

c 千葉県の観光素材を使った旅行商品の造成状況/検討状況

観光商談会から 2 ヶ月後を目安に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品/検討の内容
SEDUNIA TRAVEL SERVICES	現状ある東北と千葉のツアーは中止し、今後改めて千葉の行程を日程とともに検討していく。
Best Holiday	現在、東京都内のホテルは予約が難しく、料金も高騰している。代替として、新浦安駅周辺のホテルが良いと考えている。ディズニーランド行きのシャトルバスがあり、お台場にも近いため、ショッピングも楽しめると好印象。このエリアでの手配も含め検討する。
LTS Explorer	現在、既存顧客に対し、千葉ツアーを提案中。 ツアー内容は、佐原の舟めぐり、ドラゴンファームでのフルーツ狩り、逆さ電車体験、酒々井プレミアム・アウトレットでのショッピング、成田ゆめ牧場を予定している。
Super Tours & Travel Service	温泉で 1 泊、千葉 2 泊 (鴨川シーワールド+マザー牧場)、東京 2 泊の 5 泊 7 日で千葉県行程入りのツアーを検討している。
Angel Tours	新しい千葉県コースを入れたツアー造成を検討している。

(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、JNT0 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
R7.7.2 (水)	SHERATON HANOI HOTEL (ハノイ)	セラー：1 社 3 名 (県・協会) バイヤー：9 社 13 名
R7.7.4 (金)	Pullman Danang Beach Resort (ダナン)	セラー：1 社 3 名 (県・協会) バイヤー：9 社 12 名
R8.3.6 (金)	HOTEL NIKKO SAIGON (ホーチミン)	セラー：4 社 5 名 (協会・事業者) バイヤー：8 社 11 名

(参考) R6	1 回参加	セラー : 3 社 5 名 (協会・事業者) バイヤー : 8 社 11 名
---------	-------	---

b セールスコール

訪問旅行会社数 48 社、セラー 9 社 12 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R7. 7. 3 (木)	ハノイ	3 社	※県・協会のみ
R8. 3. 2 (月)	ハノイ	8 社	9 社 12 名
R8. 3. 3 (火)	ハノイ	10 社	9 社 12 名
R8. 3. 4 (水)	ホーチミン	13 社	9 社 12 名
R8. 3. 5 (木)	ホーチミン	10 社	9 社 12 名
R8. 3. 6 (金)	ホーチミン	4 社	※県・協会のみ
(参考) R6		17 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 (7 月) 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 (ツアー種別/宿泊/立寄箇所)
HANOI TOURIST DANANG	募集 (ファミリー向け) / 1 泊 (スパ&リゾート九十九里 太陽の里) / 鴨川シーワールド
VIET JOURNY	募集 (ファミリー向け) / 1 泊 (ホテル日航成田) / 鴨川シーワールド
VIETNAM TRAEIMART	募集 (ファミリー向け) / 2 泊 (スパ&リゾート九十九里 太陽の里) / 鴨川シーワールド・マザー牧場・佐原
VIET ADVENTURE TRAVEL	募集 (ファミリー向け) / 1 泊 (マロウドインターナショナルホテル成田) / 鴨川シーワールド・マザー牧場

(6) 国際旅行博・商談会参加事業 (団体旅行誘致)

海外から本県への団体旅行を誘致するため、タイ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
R7. 10. 27 (月)	Chef's Together by Aod & Dan (チェンマイ)	セラー : 6 社 7 名 バイヤー : 11 社 16 名
(参考) R6	ハノイで 1 回開催	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 24 社、セラー数 8 社 8 名

日程	訪問都市	訪問旅行会社数	セラー数
R7. 10. 28 (火)	バンコク	4 社	8 社 8 名

R7. 10. 29(水)	バンコク	8 社	8 社 8 名
R7. 10. 30(木)	バンコク	8 社	8 社 8 名
R7. 10. 31(金)	バンコク	4 社	8 社 8 名
(参考) R6	ダナン・ハノイ	14 社	10 社 11 名

c 千葉県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スクール実施から 2 ヶ月後に調査を実施した。

旅行会社名	旅行商品の内容（ツアー種別/宿泊/立寄箇所）
J plan Holiday	プライベートツアー / 2 泊(和空と幕張エリア) / 成田山新勝寺、成田市さくらの山
Elite Holiday	募集 / 宿泊無し / 佐倉ふるさと広場
Siam Orchard Group	インセンティブツアー / 宿泊無し / 鴨川シーワールド
Paradise inter tour	募集 / 宿泊無し / 成田山新勝寺、イオンモール成田、いちご狩り(桜の時期)
SK Royal	インセンティブツアー / 1 泊(ホテルニューオータニ幕張) / 三井アウトレットパーク木更津、佐原
Asahi Travel Service	プライベートツアー / 1 泊(和空) / 成田山新勝寺、イオンモール成田
Shinfuji Traveler	プライベートツアー / 宿泊無し / 成田山新勝寺、イオンモール成田
Bond Street Tour	募集 / 3 泊(The Hedistar Hotel Narita) / 成田山新勝寺、酒々井プレミアムアウトレット、イオンモール成田
Big World Holiday	インセンティブツアー / 宿泊無し / 成田山新勝寺、三井アウトレットパーク木更津
SBA Travel	インセンティブツアー / 宿泊無し / 成田山新勝寺、酒々井プレミアムアウトレット
Jubilee travel	募集・インセンティブツアー / 1 泊(MARROAD INTERNATIONAL HOTEL NARITA) / いちご狩り、イオンモール成田
TTN Tour	募集・インセンティブツアー / 2 泊(MARROAD INTERNATIONAL HOTEL NARITA) / 東京ドイツ村、イオンモール成田 募集・インセンティブツアー / 1 泊 又は 2 泊(THE HEDISTAR HOTEL NARITA) / 立ち寄りなし 募集・インセンティブツアー / 2 泊(ASIA HOTEL NARITA) / 立ち寄りなし
Eiko Japan	インセンティブツアー / 宿泊無し / マザー牧場、鴨川シーワールド

PKG Journey	インセンティブツアー / 宿泊無し / 鋸山、浜焼き、三井 アウトレットパーク木更津、アクアライン インセンティブツアー / 宿泊無し / アクアライン、三井 アウトレットパーク木更津 インセンティブツアー / 2泊 (GRAND NIKKO TOKYO BAY MAIHAMA) / 鴨川シーワールド、東京ディズニーリゾート
Quality Express (Ratchada)	募集・インセンティブツアー / 2泊 (成田エリア) / 三井アウ トレットパーク木更津、東京ドイツ村 募集・インセンティブツアー / 宿泊無し / イオンモール成田 募集・インセンティブツアー / 2泊 (成田エリア) / 佐倉ふる さと広場
Doso travel	プライベートツアー / 宿泊無し / マザー牧場、鴨川シーワ ールド
Real Journey	募集 / 1泊 (MARROAD INTERNATIONAL HOTEL NARITA) / 佐原、 イオンモール成田

(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

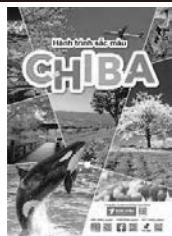
規格等	仕様	デザイン
タイトル	千葉縣觀光指南	
判型	仕上がり B5 判 (B4 中綴じ)	
ページ数	36 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	アルトクリームマックス A 本判 36.5kg T 目	
部数	1,000 部	

納品物	印刷物、電子データ	
-----	-----------	--

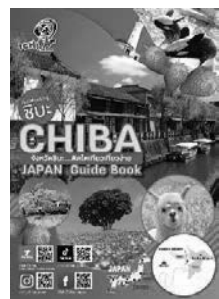
(c) 簡体字

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	b7 トラネクスト A 本判 41.0 kg T 目	
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	Hành trình sắc màu CHIBA	
判型	仕上がり A4 判 (A3 中綴じ)	
ページ数	8 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
納品物	電子データ	

(e) タイ語

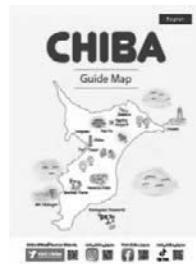
規格等	仕様	デザイン
タイトル	CHIBA JAPAN Guide Book	
判型	仕上がり B5 判 (B4 中綴じ)	
ページ数	56 ページ (表紙を含む)	
印刷色数	両面カラー4色	
紙質	マットコート 90 kg	
部数	500 部	
納品物	印刷物、電子データ	

(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 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	マットコート 90 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	アルトクリームマックス A 本判 38.5kg T 目	
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	b7 トラネクスト A 本判 45.5 kg T 目	
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 hướng dẫn	
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	
納品物	電子データ	

(ウ) 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	20 ページ（表紙を含む）	
印刷色数	両面カラー4 色	
紙質	b 7 トラネクスト A 本判 41.0 kg T 目	
部数	100 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	来日本千葉縣做交流（高中生用）	
判型	仕上がり A4 判（A3 中綴じ）	
ページ数	20 ページ（表紙を含む）	
印刷色数	両面カラー4 色	
紙質	b 7 トラネクスト A 本判 41.0 kg T 目	
部数	100 部	
納品物	印刷物、電子データ	

（c）繁体字（国民小学・国民中学向け）

規格等	仕様	デザイン
タイトル	来日本千葉縣做交流（國中生、國小生用）	
判型	仕上がり A4 判（A3 中綴じ）	
ページ数	20 ページ（表紙を含む）	
印刷色数	両面カラー4 色	
紙質	b 7 トラネクスト A 本判 41.0 kg T 目	
部数	100 部	
納品物	印刷物、電子データ	

（エ）カレンダーの作成

千葉県観光の認知度向上を図るため、現地旅行会社等が活用できる PR 媒体として、2026 年版カレンダーを 2 言語 2 種類作成した。

a 規格等

（a）壁掛けカレンダー

規格等	仕様	デザイン
言語	タイ語、ベトナム語	
判型	A2 判	
ページ数	13 ページ（表紙を含む）	
印刷色数	片面 4 色フルカラー	
納品物	電子データ	

（b）卓上カレンダー

規格等	仕様	デザイン
言語	タイ語、ベトナム語	
判型	A5 判	

ページ数	25 ページ（表紙を含む）	 
印刷色数	両面 4 色フルカラー	
納品物	電子データ	

（オ）パンフレットの増刷

成田空港、羽田空港、県内外観光案内所、JNTO 各国事務所等への配架や、イベント等で配布するため、各種アクセスガイド及びマップの増刷を行った。

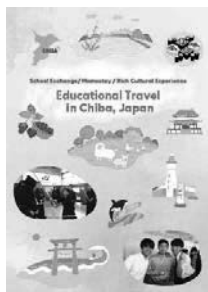
種類	部数
英語アクセスガイド	5,600 部
繁体字アクセスガイド	1,000 部
簡体字アクセスガイド	1,000 部
タイ語アクセスガイド	200 部
英語マップ	5,000 部
繁体字マップ	1,000 部
簡体字マップ	1,000 部

（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	来日本千葉縣做交流（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

2025/4/1（火）出発～2026/2/28（土）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

（a）2泊支援プラン

- ・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）

（b）1泊支援プラン

- ・20名以上が参加する団体バスツアー
- ・県内指定地域（C地域）の宿泊施設に宿泊（1泊）
- ・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。

（a）2泊支援プラン

要件	ツアー1本当たり支援額
A地域（浦安・成田・千葉）に連泊する場合	40千円
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

（b）1泊支援プラン

要件	ツアー1本当たり支援額
----	-------------



A 地域

B 地域

C 地域

C 地域に 1 泊以上する場合	70 千円
-----------------	-------

(イ) 支援実績

a 総計

	R7			(参考) R6		
項目	申請数	実施済	催行率	申請数	実施済	催行率
ツアー本数	432	363	84%	499	334	67%
参加客数	11, 257	8, 873		13, 078	7, 812	
バス台数	449	378		503	338	

b 国・地域別

R7	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	45	208	33	4	7	4	8	43	3	8
参加客数	1, 403	4, 627	892	156	212	116	314	929	39	185
バス台数	54	210	33	5	8	4	9	44	3	8

(参考)R6	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

R7	教育 (視察含む)	募集	ゴルフ	報奨	その他
ツアー本数	36	303	12	12	0
参加客数	1, 273	6, 762	195	643	0
バス台数	43	304	12	19	0

(参考)R6	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

d 経年比較

実施済のツアー本数について、経年比較した。

(a) 出発月別

出発月	R7	(R7/R6)	(R7/R5)	R6	(R6/R5)	R5
4 月	62	413%	2067%	15	500%	3

5 月	44	169%	244%	26	144%	18
6 月	72	267%	800%	27	300%	9
7 月	85	243%	850%	35	350%	10
8 月	62	172%	564%	36	327%	11
9 月	24	92%	171%	26	186%	14
10 月	7	26%	25%	27	96%	28
11 月	5	14%	10%	36	73%	49
12 月	2	7%	4%	30	64%	47
1 月	0	－	－	53	115%	46
2 月	0	－	－	23	46%	50
合計	363	109%	127%	334	117%	285

(b) 国・地域別

国・地域	R7	(R7/R6)	(R7/R5)	R6	(R6/R5)	R5
台湾	45	66%	59%	68	89%	76
中国	208	102%	285%	203	278%	73
タイ	33	254%	26%	13	10%	127
マレーシア	4	200%	100%	2	50%	4
韓国	7	350%	700%	2	200%	1
インドネシア	4	133%	133%	3	100%	3
ベトナム	8	800%	－	1	－	0
香港	43	159%	－	27	－	0
シンガポール	3	43%	－	7	－	0
カンボジア	0	0%	－	4	－	0
アメリカ/ハワイ	2	－	200%	0	0%	1
オランダ	1	100%	－	1	－	0
モンゴル	5	167%	－	3	－	0
合計	363	109%	127%	334	117%	285

(c) ツアー形態別

種別	R7	(R7/R6)	(R7/R5)	R6	(R6/R5)	R5
教育	32	103%	71%	31	69%	45
視察	4	100%	133%	4	133%	3
募集	303	113%	142%	268	125%	214
ゴルフ	12	92%	63%	13	68%	19
インセンティブ	12	86%	600%	14	700%	2
オーダーメイド	0	0%	0%	2	200%	1
その他	0	0%	0%	2	200%	1
合計	363	109%	128%	334	117%	285

(d) 宿泊地域別

種別	R7	(R7/R6)	(R7/R5)	R6	(R6/R5)	R5
A 地域連泊	194	145%	1,385%	133	950%	14
2泊(うちB地域1泊)	125	78%	171%	161	220%	73
2泊(うちC地域1泊)	44	110%	103%	40	93%	43
C 地域1泊	0	-	-	-	-	-
150周年宿泊※	-	-	-	-	-	153
150周年日帰り※	-	-	-	-	-	2
合計	363	109%	128%	334	117%	285

※150周年事業は、R5のみ実施

(ウ) プロモーション活動

a ファムトリップ(千葉インバウンド促進協議会と共催)

(a) 実施期間

Aコース: 2026/2/18(水)

Bコース: 2026/2/19(木)

(b) 参加者数

Aコース: 24社26名

Bコース: 23社25名

(c) 視察場所

Aコース: 鍋店神崎酒造蔵、恋する豚研究所、成田東武ホテルエアポート

Bコース: 阿武松部屋、見浜園、ホテルオークラ東京ベイ、行徳御輿ミュージアム

(d) 参加バイヤーへのアンケート結果(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	R7	(参考)R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	4.8	4.8	4.5
ツアーの提案可能性	4.8※	3.7	3.6

※R7は千葉インバウンド促進協議会のファムトリップと共催で実施したため、ツアー提案の可能性ではなく、ファムトリップ実施の必要性を問うアンケート内容であった。

b 視察の受入支援

(a) 支援期間

2025/6/9（月）～2026/2/28（土）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

R7	(参考) R6
1件	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のもとを訪問し、県内の最新情報の提供と本支援事業を活用した団体ツアー造成の働き掛けを行った。

併せて、ランドオペレーターや海外の旅行会社、県内観光事業者あてにメールを配信し、本支援事業を活用した団体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		
	R7	(参考) R6	(参考) R5
旅行会社	168回	164回	152回
メディア	26回	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	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
2025/5/26 発行号	バス支援 C 地域 1 泊、小湊鉄道、千葉都市モノレール
2025/8/25 発行号	佐原、マザー牧場、鴨川シーワールド、館山、LINE Travel 広告 団体商品募集
2025/10/27 発行号	館山若潮マラソン、香取神宮門前 和菓子作り体験、マザー牧場、 鴨川シーワールド
2026/1/26 発行号	県知事訪台、観光商談会
2026/2/9 発行号	新年挨拶
2026/3/23 発行号-1	小湊鉄道、海ほたる、佐倉市歴史散策、君ノ高校、バス支援
2025/3/23 発行号-2	チーバくんファンミーティング、ポップアップイベントでの物産 プロモーション紹介

(b) 現地旅行会社を対象としたファムトリップ

- ・時期
2026/3/12 (木) ～2026/3/15 (日) 3泊4日
- ・参加者数
台湾の旅行会社 8名
- ・視察場所
海ほたる、木更津コンセプトストア、MOP 木更津、クルックフィールドズ、
オークラアカデミアパークホテル、ポルシェエクスペリエンスセンター東京、
君ノ高校、滝見苑、栗又の滝、小江戸とりつぶ館、ROVEN OTAKIMACHI (昼食)、
小湊鉄道 (トロッコ列車)、市原ぞうの国、高滝湖グランピングリゾート、
ウイシュトンホテルユーカリ、山万ユーカリファーム、佐倉市内 (ひよどり坂、
武家屋敷、旧堀田邸)、ヘルシーテラス (昼食)、酒々井プレミアムアウトレット、
成田空港温泉 空の湯、イオンモール成田
- ・成果

旅行会社	ツアー内容
京城旅行社	行程に入っている施設は、マザー牧場、小湊鉄道、濃溝の滝 宿泊は、グランドメルキュール南房総、ホテルニューオータニ幕張

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
2025/3/21	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。

～4/6		
2025/7 ～2026/1	新光三越 9 店舗	計 140 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。
2026/2/27、 3/8	Mr. Brown 伯朗咖啡館 - 中山門市	観光案内、チーバくんパフォーマンス披露、抽選会、撮影会を行った。

c 販促グッズ手配・手配

- ・漁師バッグ及びチャームタグを合計 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

2026/3/13（金） ※現地旅行会社を対象としたファムトリップに合わせて開催した。

b 場所

かずさアカデミアパークホール 201Aホール

c 参加者数

県内観光事業者 52 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 8 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) 現地広告媒体を活用したプロモーション

LINE 広告を活用した旅行商品の PR 支援を行った。

	時期	支援対象旅行会社
第 1 弾	2025/8/28～9/10	上品、金龍、東南、山富旅行社
第 2 弾	2025/9/18～10/1	上品、鳳凰、旅遊家、京城旅行社
第 3 弾	2026/3/1～3/14	京城（高雄）、大榮、汎佳、活力（台中）旅行社
第 4 弾	2026/3/15～3/28	喜鴻、可樂（高雄）、太平洋（台中）、東南（高雄）

(キ) チーバくんの着ぐるみを活用した PR 業務

	時期	イベント
第1回	R7. 5. 10	KTF(高雄国際旅行博)
第2回	R7. 5. 11	KTF(高雄国際旅行博)
第3回	R7. 11. 7	ITF(台北国際旅行博)
第4回	R7. 11. 8	ITF(台北国際旅行博)
第5回	R7. 11. 9	ITF(台北国際旅行博)
第6回	R7. 11. 22	TTF(大台南国際旅行博)
第7回	R7. 11. 23	TTF(大台南国際旅行博)
第8回	R8. 2. 27	チーバくんファンミーティング(台北市内)
第9回	R8. 3. 5	県販売輸出戦略課現地イベント(台北市内)
第10回	R8. 3. 8	チーバくんファンミーティング(台北市内)

(ク) 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7年5月	KTF(高雄国際旅行博) ブース出展
令和7年6月	教育旅行関係者セールスに対するサポート
令和7年6月	千葉県商談会・セールスコール手配業務
令和7年9月	教育旅行関係者セールスに対するサポート
令和7年11月	ITF(台北国際旅行博) ブース出展
令和7年11月	TTF(大台南旅行博) ブース出展
令和8年1月	教育旅行関係者セールスに対するサポート
令和8年1月	台湾における観光プロモーションに対するサポート

(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	2025/10/21(火)	[日本側] 約88名 [台湾側] 約76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	2025/10/20(月)	台湾の校長等 42名	成田国際高校 佐倉南高校	高校の視察・教員同士の 意見交換

県内視察	2025/10/23（木） ～2025/10/25（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

志學館高等部、APA 幕張、鴨川シーワールド、南房総ホームビジット（農家体験）、
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

2026年2月3日（火）～2026年2月6日（金）

b 参加者数

5名

※台湾教育部及び国際教育交流連盟役員

学校名/部署	役職
教育部国民及学前教育署	専門委員
国立台南家齊高級中学 校長	連盟執行長
国立竹南高級中学 校長	連盟第七区担当
国立溪湖高級中学 校長	連盟第八区担当
国立台東女子高級中学 校長	連盟第十一区担当

c 視察場所

幕張総合高校、APA 幕張、阿武松部屋、ホテルオークラ千葉、長柄町夢工房、
鴨川シーワールド、白子町農家体験、青松亭 白砂、いすみ市 和太鼓・居合体験、
海ほたる PA、ホテル日航成田、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）

- ・参加した教育関係者に対して、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	R7	（参考）R6	（参考）R5
モニターツアーの全体評価	5.0	5.0	4.9
ツアーの提案可能性	5.0	5.0	5.0

（11）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）ベトナム

a 実施期間

2025/11/25（火）～11/28（金）3泊4日

b 参加者数

10社10名、通訳1名

※ベトナムの旅行会社10社10名（ハノイ4社・ダナン2社・ホーチミン4社）

c 視察場所

（a）1日目：さくらの山公園、鴨川シーワールド（昼食含む）、マザー牧場、

龍宮城スパホテル三日月・龍宮亭（泊）

(b) 2日目：小櫃堰公園（海ほたる代替）、鋸山（往復ロープウェイ）、ザ・フィッシュ（昼食）、千葉モノレール（動物公園駅～千葉みなと）、見浜園（抹茶体験）、ホテルフランクス（泊）

(c) 3日目：房総のむら（コスプレ）、金田屋（昼食）、酒々井プレミアムアウトレット、成田山参道、成田山新勝寺、成田山公園、イオンモール成田（夕食含む）、マロウドインターナショナルホテル成田（泊）

(d) 4日目：帰国

d 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	R7	(参考)R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	4.8	5.0	4.8
ツアーの提案可能性	4.4	4.1	5.0

e 千葉県観光素材を使った旅行商品の造成状況

旅行会社	旅行商品の内容（ツアー種別/宿泊/立寄箇所）
VIETNAM TRAVEL MART	募集/R7.12.29(月)～R8.1.3(土)4泊6日（スパ&リゾート九十九里太陽の里）34名/マザー牧場、鴨川シーワールド
DANA INTER	募集/R8.2.14(土)～2.22(日)7泊9日6名（マロウドインターナショナルホテル成田）/鴨川シーワールド、東京ディズニーランド
VIET MEDIA	募集/R8.2.20(金)～2.25(水)4泊6日14名/東京ディズニーランド 募集/R8.4.14(火)～4.19(日)4泊6日8名(募集中) /東京ディズニーランド 募集/R8.4.30(木)～5.5(火)4泊6日10名(募集中) /東京ディズニーランド (ホテルニューオータニ幕張)
TOP TRAVEL	募集/R8.3.19(木)～3.24(火)4泊6日（ホテル日航成田）20名/成田山新勝寺、九十九里ビーチ、鋸山、鴨川シーワールド、千葉ポートタワー、千葉神社
VIETRAN TOUR	募集/R8.3.19(木)～3.24(火)4泊（ザキューブホテル千葉）6日15名/成田山新勝寺、九十九里ビーチ、鋸山、鴨川シーワールド、千葉ポートタワー、千葉神社
VJLINKS	フリーツアー/R8.4.1(水)～4.5(日)3泊5日20名（ホテル日航成田）/イオンモール成田、さくらの山公園

(イ) タイ

a 実施期間

2026/2/11（水）～2/14（土）3泊4日

b 参加者数

3社4名

※チェンマイの旅行会社3社4名

c 視察場所

- (a) 1日目：空の湯、ザ・フィッシュ（昼食）、鋸山、佐久間ダム（頼朝桜を車窓視察）、鴨川館（泊）
- (b) 2日目：菜な畑ロード、鴨川シーワールド、マザー牧場（昼食含む）、三井アウトレットパーク木更津、海ほたる、ホテルオークラ東京ベイ（泊）
- (c) 3日目：房総のむら（コスプレ体験）、菊屋（昼食）、成田山参道、JAL アグリポート（いちご狩り）、佐原、イオンモール成田（夕食含む）、マロウドインターナショナルホテル成田（泊）
- (d) 4日目：帰国

d 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	R7	(参考)R6	(参考)R5
モニターツアーの全体評価	5.0	FAM ツアー	4.8
ツアーの提案可能性	5.0	実施なし	5.0

(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、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・中国）に同行し、本県の観光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	4回・30社(校)	1回・17社	2回・60校 6回・181校
タイ	2回	1回	1回・24社	1回・11社	—
マレーシア	1回	1回	1回・1社	2回・19社	—
ベトナム	2回	—	2回・48社	2回・26社	—
シンガポール	1回	—	1回・15社	—	—

香港	1 回	—	1 回・25 社	—	—
中国	2 回	—	2 回・12 社	—	—
合計	16 回	5 回	12 回・155 社(校)	6 回・73 社	2 回・60 校 6 回・181 校
(参考) R6	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

※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するなどし、最新情報の収集や営業情報の共有を行ったほか、新たなコンテンツの開発に向けたヒアリングを行った。

訪問先	R7	(参考) R6	(参考) R5
ランドオペレーター	100 社	78 件	90 件
市町村・観光協会・県内観光事業者	172 社	69 件	55 件
合計	272 社	147 件	145 件

(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。
- ・また、現地旅行会社やランドオペレーターに提供する「県内ゴルフ場リスト」を作成し、セールスの際に提供した。
- ・このほか、欧米豪市場から人気の「相撲部屋見学」のコンテンツを開発し、旅行会社向けチラシを作成するとともに、受入サポートを行った。

(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て蓄積するとともに、入力の都度、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。

(オ) セールスツールの整備

- ・i P a d、携帯電話等を整備し、セールス活動において活用した。
- ・セールス先へのノベルティとして、千葉県認知度アップにも繋がるチーバくんグッズを配付した。

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※）		
	R7	（参考）R6	（参考）R5
台湾	36 校（1,021 人）	27 校（750 人）	24 校（614 人）
インドネシア	14 校（329 人）	8 校（211 人）	3 校（61 人）
マレーシア	5 校（173 人）	3 校（95 人）	6 校（209 人）
中国	6 校（225 人）	1 校（30 人）	1 校（77 人）
タイ			1 校（60 人）
香港	2 校（69 人）		
その他	2 校（67 人）		
合計	65 校（1,884 人）	39 校（1,086 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※）		
	R7	（参考）R6	（参考）R5
台湾	7 校（221 人）	6 校（112 人）	2 校（49 人）
マレーシア	3 校（55 人）	1 校（23 人）	1 校（20 人）
合計	10 校（276 人）	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	R7	（参考）R6	（参考）R5
「5」を選択	97.4%	90.3%	96.7%
「4」を選択	2.6%	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	R7	（参考）R6	（参考）R5
「5」を選択	100.0%	92.0%	96.8%
「4」を選択	0%	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を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	R7	(参考) R6	(参考) R5
「5」を選択	62.7%	68.5%	設問なし
「4」を選択	33.9%	20.0%	
「3」を選択	3.4%	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）		
	R7	(参考) R6	(参考) R5
台湾	5校（5回）	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
2025/5/9	毎日新聞	4/14 台湾・彰化高中×木更津高校交流
2025/5/28	房日新聞	5/26 台湾・馬公中×房南中交流
2025/5/28	千葉日報	5/26 台湾・馬公中×房南中交流
2025/5/28	千葉日報	5/27 台湾・龍華國中×神崎中交流
2025/6/10	ケーブルネット 296	5/27 台湾・龍華國中×神崎中交流
2025/6/13	千葉日報	6/5 台湾・斗六高中×大多喜高校交流
2025/7/9	千葉日報	7/3 中国・鹿鳴路中×大原中交流
2025/7/15	広報いんざい	5/15 インドネシア×滝野中 7/3 台湾・永芳國小×原山小交流
2025/12/23	千葉日報	12/16 台湾・大成國中×御宿中交流
(参考) R6	11件	

(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を行った。

(ア) 事業実績

a JNT0 主催訪日教育旅行現地相談会

日程	会場	商談校数
2025. 6. 10 (火)	シェラトングランドホテル台北 (台北)	30 校
2025. 6. 11 (水)	高雄グランドハイライホテル (高雄)	30 校
合計	2 回(会場)	60 校
(参考) R6	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
2025. 9. 30 (火)	国立台東女子高級中学	20 校
2025. 10. 2 (木)	桃園市立内壠高級中学	36 校
2026. 1. 19 (月)	花蓮高級商業職業学校	17 校
2026. 1. 20 (火)	台中金典酒店	48 校
2026. 1. 21 (水)	苗栗竹南高中	19 校
2026. 1. 21 (水)	新北板橋高中	41 校
合計	6 回(会場)	181 校
(参考) R6	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
2025. 6. 10 (火)	大昌旅行社	セールスコール
2025. 6. 10 (火)	耀動国際旅行社	セールスコール
2025. 6. 10 (火)	運通世界旅行社	セールスコール
2025. 6. 11 (水)	信用国際旅行社	セールスコール
2025. 6. 12 (木)	遠達国際旅行社	セールスコール
2025. 6. 12 (木)	嘉義家事商業職業学校	学校訪問
2025. 10. 1 (水)	台南家齊高中	学校訪問
2025. 10. 1 (水)	嘉義永慶高中	学校訪問
2025. 10. 1 (水)	彰化溪湖高中	学校訪問
2026. 1. 20 (火)	台中惠文高中	学校訪問
合計	3 回・10 校 (社)	
(参考) R6	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
サンブスギ キーホルダー	1,000 個
チーバくんパズルキーホルダー	1,000 個
チーバくんカードホルダー	1,000 個

(14) 千葉インバウンド促進協議会業務

海外から千葉県への誘客促進を図るため、県内観光事業者と旅行会社・ランドオペレーターとの関係性強化を図るインバウンドセミナー、商談会、交流会、ファムトリップを開催した。

(1) 千葉インバウンド促進協議会主催事業

ア 講演会の開催

(ア) 実施日

令和7年6月27日(金)

(イ) 会場

TKP 千葉駅東口ビジネスセンター3階カンファレンスルーム

(ウ) 講師

(株)JTB グローバルマーケティング&トラベル エクスペリエンスサプライ部

プロデューサー 池田 良孝氏

『インバウンド・パッケージの元祖「サンライズツアー」における
ルート企画戦略について』

(エ) 参加者

内容	R7	(参考) R6	(参考) R5
講演会	44 社 58 名	36 社 51 名	34 社 39 名

(2) インバウンドセミナー・商談会・交流会・ファムトリップの実施

ア インバウンドセミナー

(ア) 実施日時

令和8年2月18日(水) 13:30~14:10

(イ) 会場

成田東武ホテルエアポート 東館2階松柏の間

(ウ) 講師

成田国際空港株式会社地域共生部 西口マネージャー

『成田空港の現状と「第2の開港」プロジェクトについて』

イ インバウンド商談会

(ア) 実施日時

令和8年2月18日(水) 14:30~17:15

(イ) 会場

成田東武ホテルエアポート 東館2階松柏の間

ウ 交流会

(ア) 実施日時

令和 8 年 2 月 18 日（水）17：40～19：20

(イ) 会場

成田東武ホテルエアポート 東館 1 階高砂の間

ガラディナー等で好評の「よさこい鳴子踊り」の実演を行った。

エ ファムトリップ A コース

(ア) 実施日

令和 8 年 2 月 18 日（水）09：00～13：10

(イ) コース

東京駅→鍋店（醸造工程見学と試飲）→恋する豚研究所（ランチと視察）

オ ファムトリップ B コース

(ア) 実施日時

令和 8 年 2 月 19 日（木）08：30～16：30

(イ) コース

ホテル→阿武松部屋（朝稽古見学）→見浜園（呈茶体験と園内散策）→

ホテルオークラ千葉（黒アヒージョのランチ）→行徳神輿ミュージアム→東京駅

カ 参加者

	ランドオペレーター・旅行会社		県内観光事業者	
	R7	(参考)R6	R7	(参考)R6
インバウンドセミナー	33 社 37 名	非開催	40 社 65 名	非開催
商談会※	33 社 43 名	30 社 42 名	40 社 67 名	30 社 54 名
交流会	31 社 40 名	31 名	27 社 43 名	41 名
ファムトリップ A コース	20 名	—	6 名	—
ファムトリップ B コース	21 名	21 名	4 名	4 名

キ 商談会における成約率の検証

観光商談会実施から 3 ヶ月後にセラーに対して成約率を調査した。商談会は毎年 2 月に実施することから、下記の調査結果は前年度の数値となる。

	R7	(参考) R6
商談件数	260	210
成約件数	44	32
成約率	16.9%	15.2%

ク アンケート結果（抜粋）

- ・参加したランドオペレーターに対して、5 段階評価でアンケートを実施した。

※モニターツアーの満足度と必要性について（満足 5～不満 1）

評価項目	R7	(参考)R6
モニターツアーの全体評価	4.8	4.5
ファムトリップの必要性	4.8	4.8

(3) 会議等の実施

会議	開催日	出席者数
第1回役員会	令和7年5月22日(木)	10名
定期総会	令和7年6月27日(金)	58名
第2回役員会	令和7年8月25日(月)	6名
第3回役員会	令和7年12月9日(火)	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7年4月25日（金）～令和8年1月31日（土）

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

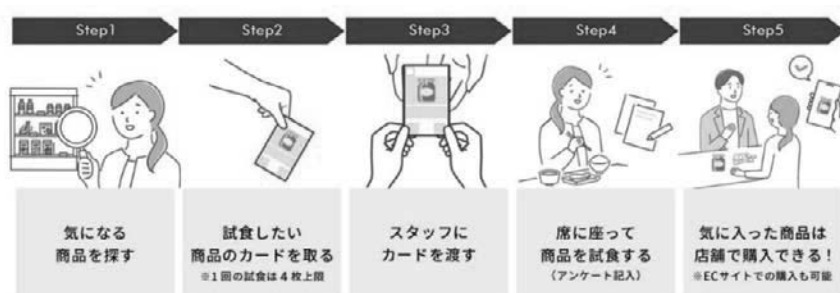
c 営業時間

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7年4月1日（火）～令和8年3月31日（火）

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。

イ 出品事業者数・アイテム数

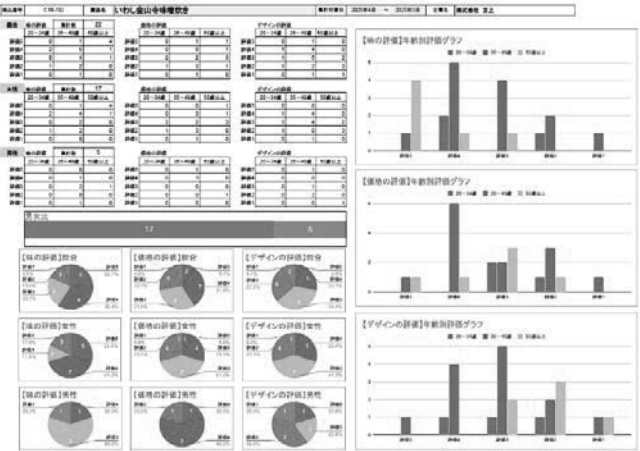
販売施設	販売期間	出品事業者数	出品商品数
お試し本舗試食屋	令和7年4月25日～令和8年1月31日	25	54
房総四季の蔵 旬彩	令和7年4月1日～令和8年3月31日	19	42
合計		44	96

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	382
房総四季の蔵 旬彩	42
合計	424

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



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7年5月27日(火)	南房総	2事業者
2	令和7年7月22日(火)	ベイ	2事業者
3	令和7年10月2日(木)	北総	2事業者
4	令和7年11月25日(火)	北総、九十九里	3事業者
5	令和8年1月29日(木)	東葛飾	6事業者
6	令和8年3月18日(水)	東葛飾	6事業者
合計	6回		21事業者
(参考)R6	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7年4月21日(月)	東葛飾、九十九里	2事業者
2	令和7年6月23日(月)	九十九里	1事業者
3	令和7年6月26日(木)	九十九里	1事業者
4	令和7年12月23日(火)	九十九里	1事業者
5	令和8年2月4日(水)	北総	1事業者
合計	5回		7事業者
(参考)R6	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7年9月17日(水)	秋のご提案会 2025	5事業者
2	令和7年10月21日(火)	2025 しんきん食の商談会 in CHIBA	4事業者
3	令和7年11月13日(木)	香取の杜地域産品商談会	2事業者
合計	3回		12事業者
(参考)R6	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7年4月22日(火)	地銀3行、県内4信用金庫等	12社
(参考)R6	1回		16社

カ 発掘商品

11事業者・11アイテム

事業者名	商品名	販売施設
奈良養鶏園	産みたてたまごでつくったプリン	期間限定アンテナショップ
皆川牧場	スカモルツァアフミカータ	期間限定アンテナショップ
(株)漬物工房 彩	平川家のやみつきネギだれ	なし
SAKURAVINEYARD	ワイン	なし
九十九里ワイナリー	ワイン	なし
(株)九十九里海の塩プロジェクト	山武の海の塩 塩むすび	房総四季の蔵 旬彩
加藤ぶどう園	ぶどう加工品	なし
ファーム根本(株)	イチジク加工品	なし
EDGE HAUS	沼カレー	なし
エグチライスファーム	ワイン	なし
花島農園	ひとさじキーマカレー	なし
合計	11事業者・11アイテム	
(参考)R6	20事業者・30アイテム	

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	干しの屋（㈲丸恭）	直接取引の意向あり
	小林海苔店	直接取引の意向あり
	私市醸造㈱	直接取引の意向あり

（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 7 年 6 月 20 日（金）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品 2 点、工芸品 2 点、県産品 16 点を展示
令和 7 年 9 月 29 日（月）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品 4 点、工芸品 2 点、県産品 15 点を展示
令和 8 年 1 月 27 日（火）	展示企画・入替・清掃等 指定伝統的工芸品 2 点、県産品 11 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 7 年 5 月 9 日（金）	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 7 年 8 月 29 日（金）	展示ショーケース及び展示品清掃及び展示品入れ替え

（ウ）今年度の改善点

- ・展示されている伝統工芸品の説明文は、これまで日本語、英語、繁体字表記であったが、これに簡体字を加えた。説明内容については、協会のネイティブスタッフに監修を依頼し、文言を、より自然な表現に変更した。
- ・また、房州うちわ・萬祝式大漁旗については、それぞれの制作風景が記録された YouTube 動画への導線を作るため、投稿主（房州うちわ振興協議会、銚子市観光協会）の許可を得た上で、QR コードを設置した。
- ・あわせて、行徳神輿については、説明文の余白に、過去の Visit Chiba の取材記事への

導線を作るため、QRコードを貼付し、情報の補足を行った。

- ・このように、オンライン上に既に存在する情報への導線を設けることによって、千葉県の文化的財産への理解を深めてもらう取組みを行った。

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、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
R7. 6. 15 (日)	千葉県観光物産展 in 三井アウトレットパーク木更津	三井アウトレットパーク木更津	22 団体	399 件
R7. 6. 21 (土) ～ R7. 6. 22 (日)	「ちば観光物産展」 in 東京駅スクエアゼロ	東京駅イベントスペース「スクエアゼロ」	—	—
R7. 9. 2 (火) ～ R7. 9. 4 (木)	ALL FOR CHIBA	ZOZO マリンスタジアム	—	—
R7. 10. 8 (水) ～ R7. 10. 10 (金)	千葉県観光展 in JR 仙台駅	JR 仙台駅 2F ステンド グラス脇	3 団体	544 件
R7. 10. 18 日 (土)	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	1 団体	373 件
R7. 11. 8 (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	22 団体	732 件
R7. 11. 15 (土)	「ちば観光物産展」 in シャポー小岩	JR 小岩駅、シャポー小岩	—	—
R7. 12. 7 (日)	観光 PR 事業 (プロスポーツチームと連携したイベント)	LaLa arena TOKYO-BAY	—	—
R8. 1. 21 (水) ～ R8. 1. 24 (土)	JR 仙台駅観光物産展	JR 仙台駅 2F コンコース ステンドグラス前	12 団体	2,088 件
R8. 2. 13 (金) ～ R8. 2. 14 (土)	「鋸山魅力発信フェス」 in 東京駅スクエアゼロ	東京駅イベントスペース「スクエアゼロ」	—	—
合計		10 回	60 団体	4,136 件

(参考) R6		9 回	62 団体	2,820 件
(参考) R5		5 回	46 団体	1,926 件

(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。

ア 催事概要

(ア) 期間限定千葉県アンテナショップ

催事名	チーバくんとぐるめぐり 2025 千葉の美味しいが大集合	発酵ちば 地酒と逸品のマリアージュ
開設期間	令和 7 年 9 月 4 日(木)～9 月 15 日(月)	令和 7 年 8 月 27 日(水)～8 月 30 日(土)
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 事業実績

(ア) 期間限定千葉県アンテナショップ

	R7	(参考) R6	(参考) R5
出品申込商品情報のとりまとめ	380 商品	410 商品	503 商品
販売商品の選定	277 商品	296 商品	321 商品

(イ) 商品選定会及び試食会

a 商品選定会及び試食会の開催

類似した商品のエントリーが多かったもの（ピーナッツバター、さつまいもを使用した商品、レトルトカレー等）や、新規でエントリーのあった商品を試食し、商品選定の参考とした。

	商品選定会及び試食会概要
開催日時	令和 7 年 6 月 6 日(金)
開催場所	オークラ千葉ホテル 2 階 ブリストルルーム
参加者	観光政策課 企画調整室 土田室長、渡邊副主査、吉野副主査 地域会議 上坂氏、コンシェルジュチーム 稲垣氏、森脇氏 協会 永原課長、飯田氏、作本

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

近年、持続可能な地域づくりを実現するためには、経験や勘に頼るだけでなく、客観的なデータに基づく意思決定（データドリブン経営）の重要性が増している。

特に、観光地域づくり法人（DMO）においては、「観光地域づくり法人（DMO）登録制度等に関するガイドライン」の改定により、データ活用に基づいた戦略的な事業運営がこれまで以上に強く求められるようになった。

しかしながら、多くの組織において「データの収集・分析・活用」に必要なスキルや体制の不足が課題となっており、事業成果の最大化や効果的な改善に繋がられていない現状があることから、これら喫緊の課題を解決するため、DMO 職員等が実務においてデータに基づいた PCDA サイクルを自律的に回すための必要な知識やスキル等を習得することを目的にセミナーを実施した。

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
2026 年 3 月 6 日（金）13 時～16 時	白子町役場 第 3 会議室	6 名
2026 年 3 月 11 日（水）13 時～16 時	白子町青少年センター 視聴覚室	7 名
合計	2 回	13 名
（参考）R6	2 回	36 名

ウ 参加対象者

一般社団法人プロモーション白子（候補 DMO）の職員、白子町観光関連事業者等

エ セミナー概要

■ データドリブンな思考の定着

↳ 数値根拠に基づき、客観的に現状を把握するスタンスの醸成。

■ 実務スキルの向上

↳ 事業の企画・実施・振り返り・改善の各フェーズで活用すべきデータ手法の理解。

■ 事業成果の最大化

↳ PDCA サイクルを適切に回すことで、地域観光事業の精度向上と確実な成果創出を目指す。

↳ 【企画（Plan）】：ターゲット設定と KPI（重要業績評価指標）の策定におけるデータ活用

↳ 【実施（Do）】：中間指標のモニタリングと状況に応じた柔軟な軌道修正

↳ 【振り返り（Check）】：実績データの多角的な分析と、要因の言語化

↳ 【改善（Act）】：分析結果を次年度の予算・施策へ反映させるための意思決定プロセス

○ 講義のポイント

・データドリブンな PDCA スキル・スタンスの習得

↳単なる知識の習得にとどまらず、DMO 職員が自らデータに基づいて事業を企画・実施・振り返り・改善（PDCA）できる実践的なスキルとスタンスを身に着けることをゴールとした。

・独自データと既存データの戦略的活用

↳対象 DMO が既に持っているデータに加え、リクルートが持つ宿泊・体験観光データを共有・活用することで、精度の高い分析を行った。

・自己評価アンケートによる「現在地」と「成長」の可視化

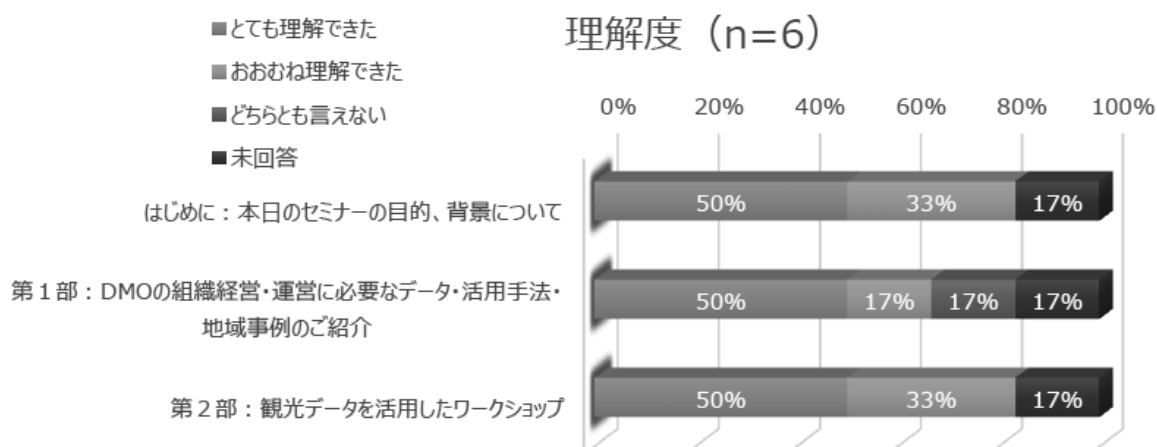
↳研修前後にスキルチェック（自己評価アンケート）を実施。これにより、受講者は自分や組織の得意・不得意な「現在地」を把握でき、研修後のスコアの変化から自身の成長を実感できる仕組みとした。

・実務に即した段階的なケーススタディ

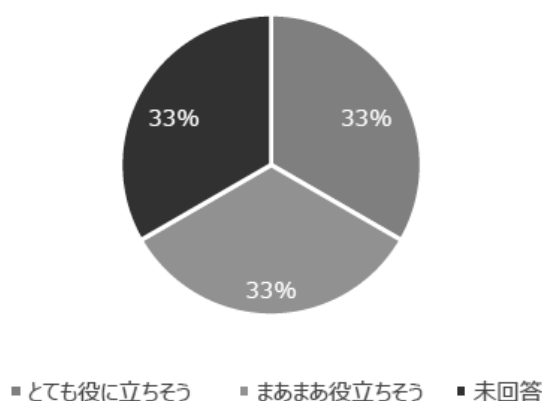
↳「SNS 広告のターゲット設定」や「DMO の戦略ターゲット策定」など、実際の業務に基づいたケーススタディを実施。1 回目で感覚的な体験を積み、2 回目でより抽象度の高い課題に挑戦する段階的なプログラム構成とした。

オ アンケート結果（抜粋）

（ア）【1 回目】セミナー参加者向けアンケート結果



業務・職場での役立ち度（n=6）

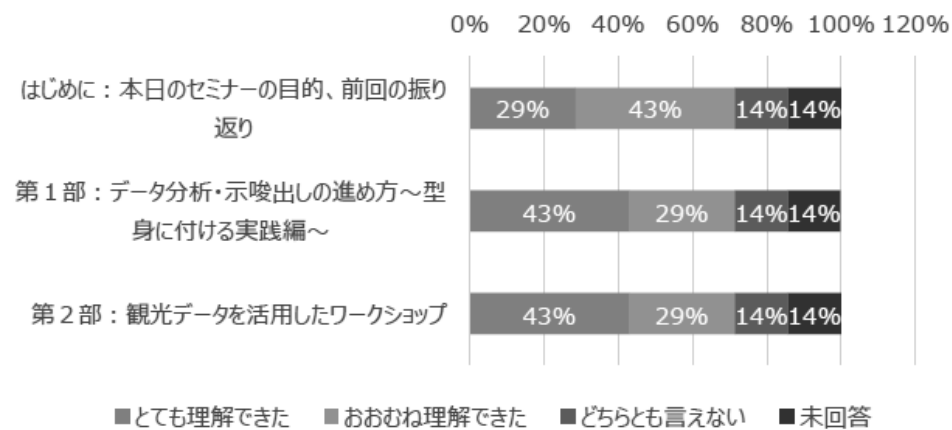


感想や、次回セミナーで特に聞いてみたい事・求めたい事
より現実的に活用し施策に生かせるようにしたい

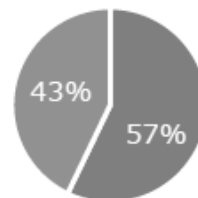
特に学びになったことや業務に活かしたいこと
データをどう利用し仮説を立てることが重要
"データ"と聞くと難しそう…と思ってしまいが、データを活用することの意義を理解できた
この仕事を改めて考え直す良い機会になりました

No	区分	設問文	セミナー前 組織平均	第1回実施後 組織平均	前後差
1	Plan	自分の業務において、目的やゴールを数値（KPI）で説明できている	2.0	2.7	0.7
2	Plan	感覚や経験だけでなく、データをもとに課題を考えられる	2.1	3.0	0.9
3	Plan	施策と成果指標（KPI）の関係を意識して計画を立てられる	2.1	3.2	1.1
4	Plan	施策検討に際し、KPIに寄与するデータの種類の整理できている （最終アウトプットイメージを検討できている）	2.0	2.8	0.8
5	Plan	KPIに寄与するデータの取得方法が分かる	2.3	3.0	0.7
6	Plan	限られた予算・人員の中で、優先順位をつけて施策を選択できている	2.7	2.8	0.1
7	Do	施策実行と並行して、必要なデータを確実に取得できている （データが容易に見つからなくても、代替手段も考慮し、取得している）	2.3	2.8	0.5
8	Do	データの集計時、適切なグラフ（集計方法）を選んでいる	2.1	2.3	0.2
9	Do	データ分析のステップ・タスクを理解し、実践できている	1.9	2.7	0.8
10	Do	現場（事業者・観光客等）からの一次情報を意識的に収集できている	3.0	2.8	-0.2
11	Do	施策実行中も数値や状況の変化を意識して業務を行える	2.3	2.8	0.5
12	Do	想定と異なる状況が起きた場合、柔軟に対応・修正できている	3.4	3.3	-0.1
13	Do	関係者と、データを活用する目的や意義を共有できている	2.4	3.7	1.3
14	Check	成果指標（KPI）を定期的に確認できている	2.0	2.7	0.7
15	Check	結果に対して「なぜそうなったか」を考えられる	3.3	3.0	-0.3
16	Check	定量データと定性情報を組み合わせて評価できている	1.9	2.7	0.8
17	Check	結果の良し悪しを感情ではなく事実で受け止められる	3.3	3.5	0.2
18	Check	データ分析結果から示唆出し（データから言えそうな仮説 / アクション検討）ができている	1.9	2.7	0.8
19	Check	小さな変化や傾向にも気づくよう意識できている	3.1	3.7	0.6
20	Act	評価結果を次の施策や改善に具体的に反映できている	2.4	3.2	0.8
21	Act	成果が出ていない施策について、やめる・見直す判断ができている	2.3	3.2	0.9
22	Act	改善内容や判断理由を、関係者に分かりやすく説明できている	2.1	2.8	0.7
23	Act	分析結果をExcelに上手くまとめられる（分かりやすく表現できる）	1.6	2.0	0.4
24	Act	分析結果をパワーポイントに上手くまとめられる（分かりやすく表現できる）	1.9	2.0	0.1
25	Act	PDCAを一度きりで終わらせず、継続的に回すことができている	2.0	2.5	0.5
26	Act	データは意思決定をより良くするための道具だと認識できている	2.7	2.4	-0.3
全項目平均			2.4	2.9	0.5

(イ)【2回目】セミナー参加者向けアンケート結果



業務・職場での役立ち度 (n=7)



■ とても役に立ちそう ■ まあまあ役立ちそう

特に学びになったことや業務に活かしたいこと	
はじめに	データに基づいた理論を考える機会になった
はじめに	時間が経つと記憶があやしいので、前提から入っていただけたことで記憶が定着した。
はじめに	勉強になった（データ活用した課題整理）
第1部	実際に行ってみることで理解できた
第1部	比較するにも今まで言語化できておらず、感覚になっていた。再認識できた。
第1部	体系的な方法の理解ができた
第1部	「示唆出し」の考え方がとても参考になった
第1部	データの取り方を知れるとよかった
第2部	とても勉強になった
第2部	白子に特化してワークショップできたので、より具体的な数字やデータを扱うことが身につけられそう
第2部	どのデータを見て判断するのか根拠がセットになることの重要度が理解できた
第2部	地域の特徴や課題を客観的に把握する重要性を学べた

感想・今後の要望
具体的に白子のデータを書くようにワークした事で理解度が深まった
2日間ありがとうございました。データはいろんなものがありますが、取扱い方や考え方がみえてきたのがよかったです。業務に活かしていきます
とても楽しい時間をありがとうございました
データを活用した分析と示唆出しの重要性を理解することができた
データの取り方が分かったとよいかと思いました。

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) 交流会

ア 北総エリア

(ア) 実施日

令和7年11月8日(土)

(イ) 内容

a 連絡会

- ・参加団体の活動報告等について
- ・次期役員選出について

b 交流会

- ・佐倉市内フィールドワーク(武家屋敷・ひよどり坂等)

イ ベイ・東葛エリア連絡会

(ア) 実施日

令和7年12月16日(火)

(イ) 内容

a 連絡会

- ・参加団体の活動報告等について
- ・次期役員選出について

b 交流会

- ・松戸市内フィールドワーク(経世塚、金毘羅神社、中央公園、相模台公園)

ウ 南房総、九十九里連絡会

(ア) 実施日

令和8年1月30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
- ・次年度エリア会の開催地について

- ・次期役員選出について
- b 講演会
 - ・久留里城資料館 館長 平塚憲一 氏を講師に迎え、「久留里城の歴史」について講演が行われた。

(2) 役員会

ア 第1回

(ア) 開催日

令和7年9月25日(木)

(イ) 議題

- ・各エリアの連絡会・交流会について
- ・令和8年度の総会について
- ・役員の改選について
- ・会費の徴収状況等について
- ・その他

イ 第2回

(ア) 開催日

令和8年3月17日(火)

(イ) 議題

- ・各エリアの連絡会・交流会について [報告]
- ・令和8年度の総会について [報告]
- ・役員の改選について [検討]
- ・その他

(3) 総会

ア 開催日

令和7年5月30日(金)

イ 議案

- ・議案第1号 令和6年度事業報告及び収支決算について
- ・議案第2号 令和7年度事業計画(案)及び収支予算(案)について

(4) 第10回日本まちあるきフォーラム in 佐原への参加

ア 開催日

令和7年12月12日(金)～14日(日)

イ 形式

現地参加(フォーラム、フィールドワーク)

ウ 主催

NP0 法人小野川と佐原の町並みを考える会

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 池田局長、加藤次長、永原、飯田、作本、子金

オ 開催概要

(ア) 佐原の裏路地探検

「高橋酒店」や銭湯「金平湯」といった、佐原の歴史を物語る象徴的なスポットを視察。店主や地元ガイドによる詳細な説明を受けるとともに、参加者間での交流。

(イ) 東国三社詣

関東地方屈指のパワースポットである東国三社（鹿島神宮、息栖神社、香取神宮）の巡拝を通じて、日本の古代信仰や地域文化、そして「お伊勢参りのみそぎ」とも称される由緒ある参拝路を街歩き。

(ウ) 佐原のまち歩き

- ・ 忠敬コース：伊能忠敬に特化した街歩き

忠敬ゆかりの地、測量技術の背景、佐原の商家としての彼の生涯に焦点を当てた街歩きを体験。忠敬の偉業がどのように佐原の文化や町並みに影響を与えたかを説明いただいた。

- ・ 町並みコース：佐原の歴史的景観と生活文化の探求

小野川沿いの商家群や、佐原の文化を支えてきた歴史的建造物を巡りながら、佐原の経済的な発展の歴史や現存する町並みの保存活動について、街歩きを通じて説明いただいた。

(エ) フォーラム本大会

- ・ 開縁（挨拶）
- ・ それぞれのまちあるき（発表）

↳『「まちまーい」誕生とこれから』

【登壇者】一般社団法人浦添市観光協会 事務局長 千住直広

↳『米米惣門と山鹿温泉』

【登壇者】山鹿温泉清流荘 代表取締役 平井英智

↳『風の盆に誘われて～八尾まち歩きの可能性～』

【登壇者】富山市役所 職員 土田香織

↳佐原のささやき

【登壇者】小野川と佐原の町並みを考える会 前理事長 佐藤健太良

【登壇者】株式会社 ザファーム 常務取締役 田山歩

↳佐原の好きなところを伝えます!!

【登壇者】佐原市立佐原小学校 生徒3名

- ・ 丁野先生のつぶやきと縁結び（フォーラム全体のテーマについて）

【ファシリテーター】観光未来プランナー 丁野朗

【パネリスト】一般社団法人浦添市観光協会 事務局長 千住直広

山鹿温泉清流荘 代表取締役 平井英智

富山市役所 職員 土田香織

株式会社 ザファーム 常務取締役 田山歩

(オ) 佐原の建物特別公開、小江戸マラソン応援

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 7 年 4 月 1 日（火）から令和 8 年 3 月 31 日（火）まで

(エ) 営業時間

a 月曜日から金曜日

原則、午前 9 時から午後 10 時

b 土曜日・日曜日・祝日

原則、午前 8 時から午後 10 時

(オ) 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	15,738,621	524,620	47,511	331
5 月	18,351,330	591,978	57,552	318
6 月	15,929,508	530,983	53,404	298
7 月	17,024,892	549,190	55,073	309
8 月	28,569,508	921,597	81,838	349
9 月	15,784,945	526,164	51,677	305
10 月	15,908,222	513,168	51,632	308
11 月	17,485,598	582,853	55,785	313
12 月	16,078,914	518,674	50,923	315
1 月	19,702,952	538,804	54,086	364
2 月	14,368,952	513,176	48,532	296
3 月	20,806,209	671,168	52,794	394
合計	212,749,651	581,864	660,807	321
(参考)R6	195,958,379	535,904	586,904	333
(参考)R5	193,465,737	527,699	592,131	326

Ⅲ その他

(Ⅰ) 諸会議の実施状況

1 諸会議

(1) 総会

第15回通常総会

期 日：令和7年6月24日（火）

場 所：京成ホテルミラマーレ

出席者：293名（出席90名、委任状提出者203名）

議 事：議案第1号 令和6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

議案第3号 公益社団法人千葉県観光物産協会役員報酬等支給規程の一部
改正について

(2) 理事会

第1回理事会

期 日：令和7年5月26日（月）

場 所：公益社団法人千葉県観光物産協会会議室を開催場所とするWEB会議を併用
したハイブリッド開催

出席者：理事24名、監事2名

議 事：議案第1号 令和6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役員報酬等支給規程の一部
改正について

議案第4号 会員の入会について

第2回理事会（書面表決）

決議日：令和7年8月26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3回理事会

期 日：令和7年12月15日（月）

場 所：公益社団法人千葉県観光物産協会会議室を開催場所とするWEB会議を併用

したハイブリッド開催

出席者：理事 26 名、監事 1 名

議 事：議案第 1 号 令和 7 年度補正予算（案）について

議案第 2 号 公益社団法人千葉県観光物産協会旅費支給規程の一部改正について

議案第 3 号 会員の入会について

議案第 4 号 総会の開催について

第 4 回理事会

期 日：令和 8 年 3 月 16 日（月）

場 所：公益社団法人千葉県観光物産協会会議室を開催場所とする WEB 会議を併用したハイブリッド開催

出席者：理事 26 名、監事 1 名

議 事：議案第 1 号 令和 8 年度事業計画（案）について

議案第 2 号 令和 8 年度収支予算（案）について

議案第 3 号 令和 8 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給与規程の一部改正について

議案第 5 号 功労者表彰被表彰者の選考について

議案第 6 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 7 年 6 月 24 日（火）

2 被表彰者

（1）功労者表彰

（敬称略）

推薦団体	受賞者名
一般社団法人木更津市観光協会	木更津茶華道の会

特定非営利活動法人山武市観光協会	小山 和典
一般社団法人袖ヶ浦市観光協会	鈴木 英一
一般社団法人館山市観光協会	福原 喜代美
野田市観光協会	むらさきの里野田ガイドの会
一般社団法人南房総市観光協会	川名 三雄

(2) 協会役員表彰

なし

(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. 56 令和7年 4月4日（金）
No. 57 令和7年 5月2日（金）
No. 58 令和7年 6月6日（金）
No. 59 令和7年 7月4日（金）
No. 60 令和7年 8月1日（金）
No. 61 令和7年 9月5日（金）
No. 62 令和7年10月3日（金）
No. 63 令和7年11月7日（金）
No. 64 令和7年12月5日（金）
No. 65 令和8年 1月5日（月）
No. 66 令和8年 2月6日（金）
No. 67 令和8年 3月6日（金）