

成田市観光振興基本計画（平成 29 年度～平成 33 年度）

成田市観光基本戦略 （素案）

成 田 市

目 次

I. 成田市観光基本戦略の策定
1. 計画策定の趣旨
2. 計画の期間
3. 計画の位置づけ
4. 国、千葉県の観光実態
(1) 国の観光実態
(2) 千葉県の観光実態
II. 成田市の観光実態と課題
1. 成田市の観光実態
2. 課題
3. SWOT分析
III. 施策の方向
1. 基本目標及び基本施策
2. 施策体系
3. コンセプト及びターゲット
4. 計画目標
IV. 施策の展開
V. 計画の推進
1. 計画の推進体制
2. 計画の進行管理
資料編

I. 成田市観光基本戦略の策定

1. 策定の趣旨

本市では、平成 17 年 3 月に「成田市観光振興基本計画」の策定を、平成 21 年 3 月に同計画の改訂を行い、観光立市の実現に向けた観光振興の基本的な考え方を示すとともに、計画に沿った施策を実施してきました。

また、平成 25 年度からは、「成田空港成長戦略会議最終とりまとめ」において示された提言の具体化に向けて策定した「成田ブランド推進戦略事業アクションプラン」に地域が一体となって取り組んでまいりました。

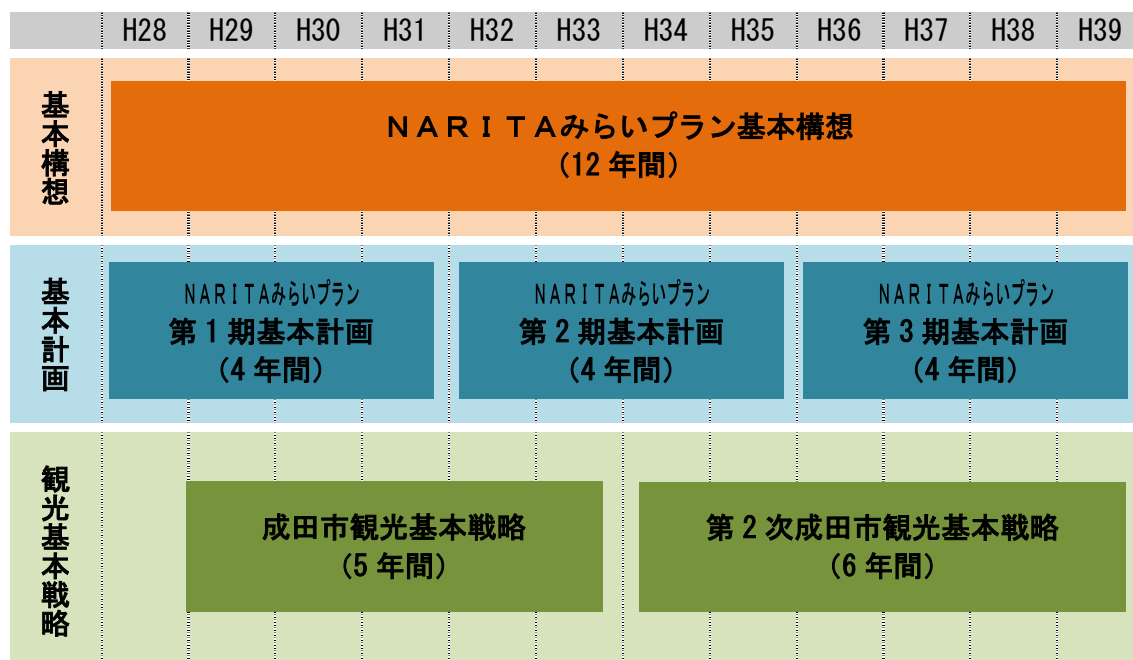
この間、2013 年に訪日外国人旅行者数が初めて 1,000 万人を超え、2016 年には 2,000 万人に達しました。また、2018 年には世界女子ソフトボール選手権大会、2019 年にはラグビーワールドカップ日本大会、そして 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックなどの国際スポーツイベントの日本開催が決まり、今後も外国人観光客の増加が見込まれるなど、国際観光を取り巻く状況は大きく変化しております。

さらに、本市においても、国際医療福祉大学医学部とその付属病院の設置や第 3 滑走路の整備を初めとする成田国際空港の機能強化への取り組み、平成 30 年の成田山開基 1080 年祭、卸売市場の再整備などを控え、今後 5 年間は本市の観光魅力を発信する絶好の機会となることから、本市の観光振興の基本となる考え方と施策の方向性、計画目標を示した成田市観光振興基本計画「成田市観光基本戦略」を策定するものです。

2. 計画の期間

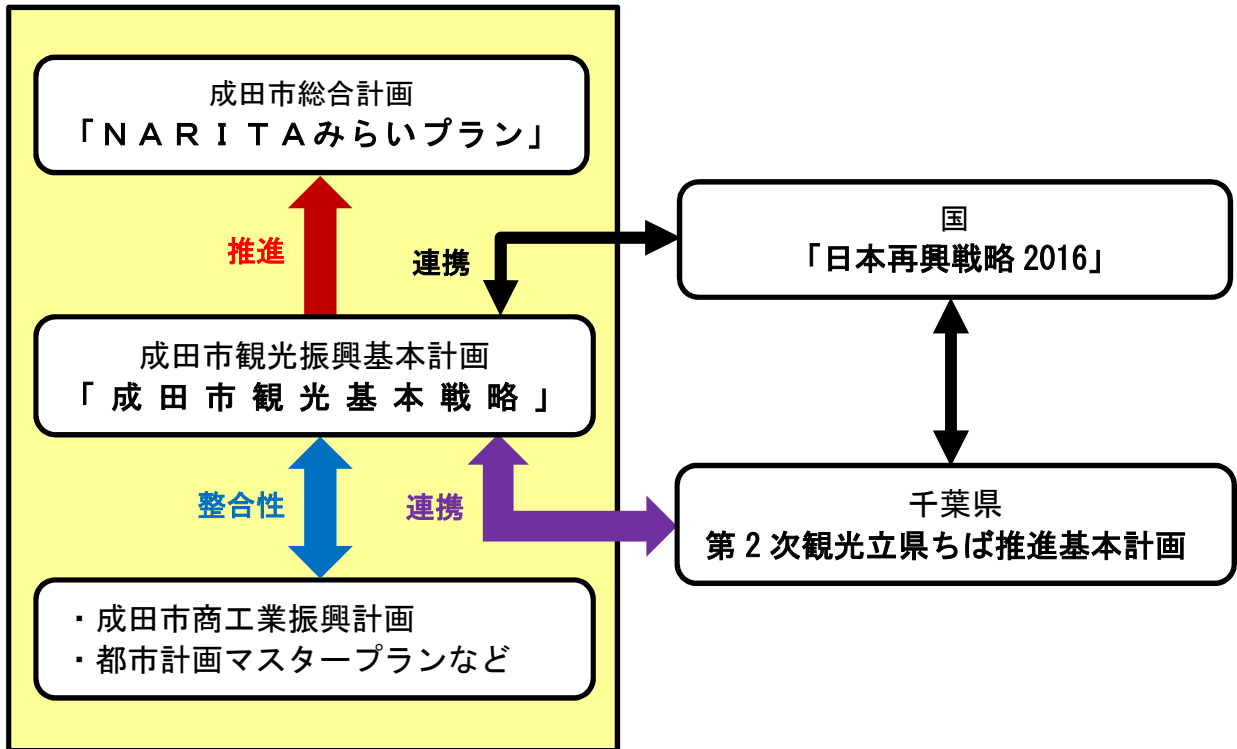
本戦略は、平成 29 年度を初年度とし、平成 33 年度までの 5 か年を計画期間とします。

ただし、今後の観光ニーズや社会経済情勢に大きな変化が生じた場合は、必要に応じて見直しを行うこととします。



3. 計画の位置づけ

本戦略は、国の「日本再興戦略 2016」や千葉県が策定した「第2次観光立県ちば推進基本計画」との連携を図るとともに、平成28年3月に策定した本市の最上位計画に位置する成田市総合計画「NARITAみらいプラン」を推進するため、本市の観光振興の基本となる考え方や取組方向を示す計画です。



4. 国、千葉県の観光実態

(1) 国の観光実態

国においては、平成28年6月に「日本再興戦略2016」を閣議決定し、2020年（平成32年）の東京オリンピック・パラリンピックの開催などを受け、平成32年までに訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額8兆円等の新たな目標を定めるとともに、必要な施策を「3つの視点」から整理し、観光立国実現のための具体的な施策を掲げました。

【2020年（平成32年）までの新たな目標】

- ・ 訪日外国人旅行者数・・・・・・・・・・4,000万人
- ・ 訪日外国人旅行消費額・・・・・・・・・・8兆円
- ・ 地方部での外国人延べ宿泊者数・・・・7,000万人泊
- ・ 外国人リピーター数・・・・・・・・・・2,400万人
- ・ 日本人国内旅行消費額・・・・・・・・・・21兆円

【具体的な施策】

視点1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- ① 魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放
- ② 国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化
- ③ 文化財の観光資源としての活用推進
- ④ 景観の優れた観光資源の保全・活用による観光地の魅力向上
- ⑤ 滞在型農山漁村の確立・形成
- ⑥ 地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統的工芸品等の消費拡大
- ⑦ 広域観光周遊ルートの世界水準への改善
- ⑧ 東北の観光復興

視点2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- ① 世界水準のDMOの形成・育成
- ② 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化
- ③ 観光地再生・活性化ファンドの継続的な展開
- ④ 宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供
- ⑤ ビザの戦略的緩和
- ⑥ 観光関係の規制・制度の総合的な見直し
- ⑦ 民泊サービスへの対応
- ⑧ 訪日プロモーションの戦略的高度化及び多様な魅力の対外発信強化
- ⑨ MICE誘致の促進

視点3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- ① 最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現
- ② 新幹線、高速道路などの高速交通網の活用による「地方創生回廊」の完備
- ③ 地方空港等のゲートウェイ機能強化
- ④ 訪日クルーズ旅客2020年（平成32年）500万人に向けたクルーズ船受入

れの更なる拡充

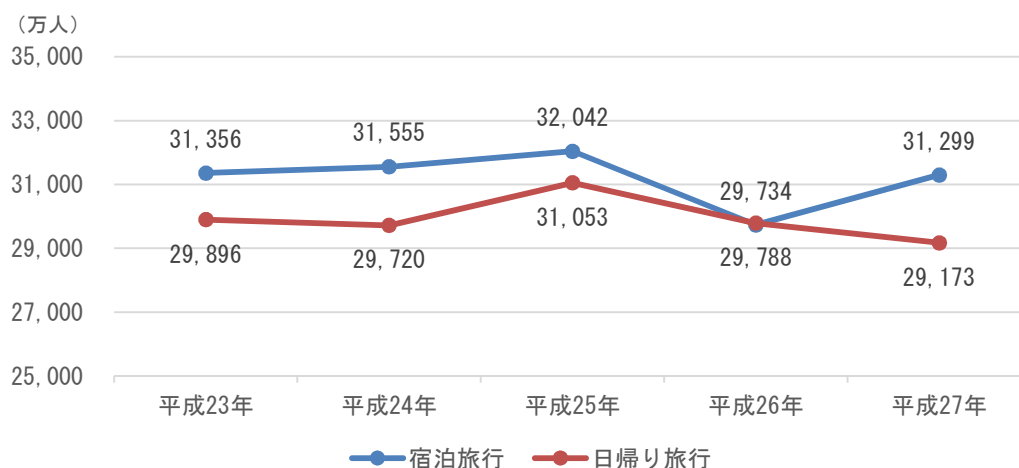
- ⑤ 公共交通利用環境の革新
- ⑥ キャッシュレス環境の飛躍的改善
- ⑦ 通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現
- ⑧ 急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実
- ⑨ 休暇改革
- ⑩ 2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会

これらの施策を含め、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成 28 年 3 月 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）及び「観光ビジョン実現プログラム 2016（観光ビジョンの実現に向けたアクションプログラム 2016）」（平成 28 年 5 月観光立国推進閣僚会議決定）に基づき、観光立国の実現に向けた取組を進めています。

① 日本人国内延べ旅行者数の推移

平成27年の宿泊旅行の延べ人数は、前年比5.3%増の3億1,299万人、日帰り旅行の延べ人数は、前年比2.1%減の延べ2億9,173万人となっています。

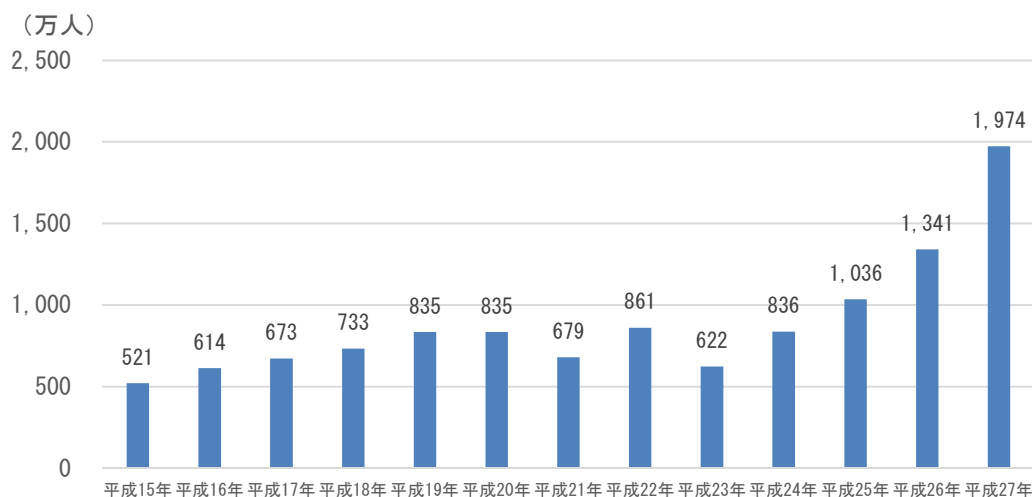
前年の消費税率引き上げによる落ち込みの反動増に加え、3月に開業した北陸新幹線の開業効果や、9月に大型連休（シルバーウィーク）があったことが影響したため宿泊旅行が増加したものと考えられます。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

② 訪日外国人旅行者数の推移

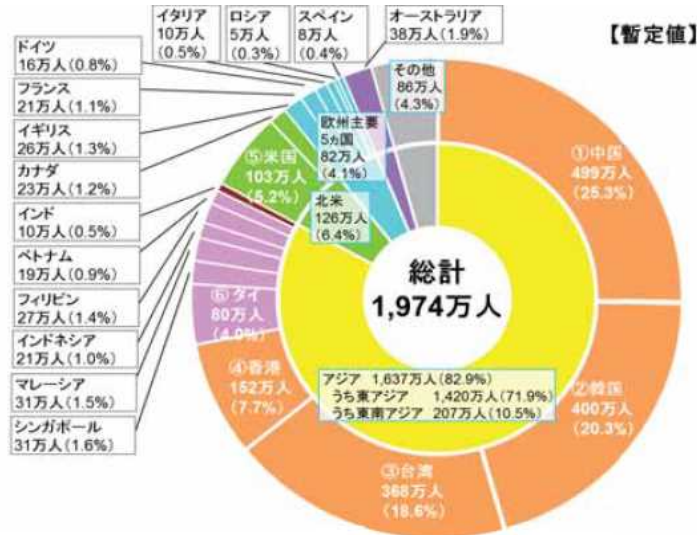
平成27年の訪日外国人旅行者の数は、前年比47.2%増の1,974万人を数え、過去最高を記録しました。



出典：日本政府観光局（JNTO）より作成

③ 訪日外国人旅行者数の内訳（平成 27 年）

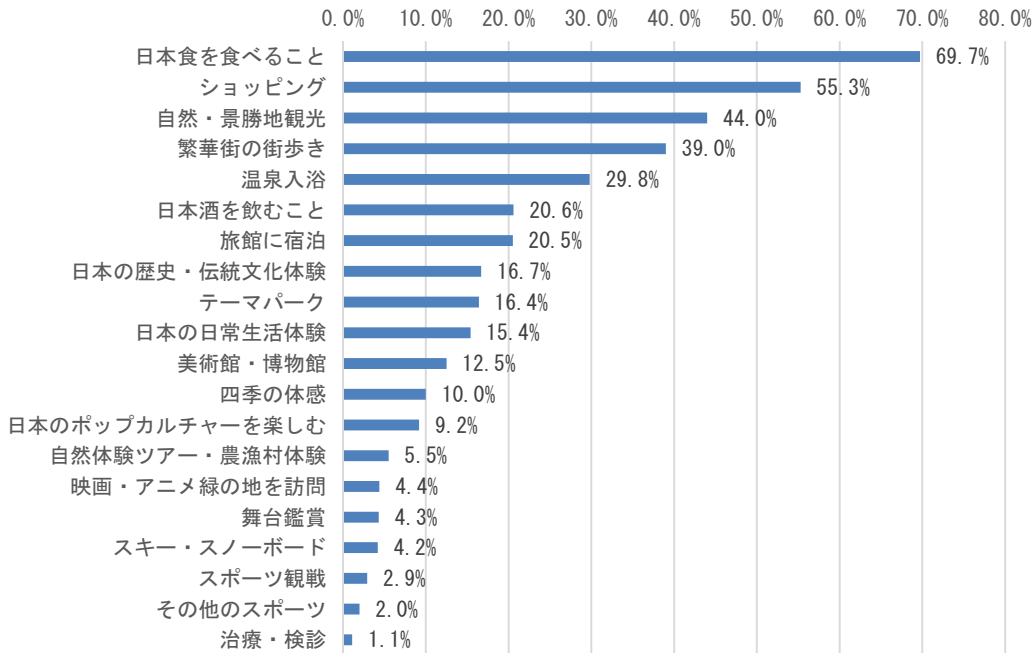
国・地域別では、アジア圏からの旅行者が 1,637 万人と全体の 82.9%を占めており、第 1 位が中国で 499 万人、第 2 位が韓国で 400 万人、第 3 位が台湾で 368 万人となっています。



出典：平成 28 年度版観光白書

④ 訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと（平成 27 年）

訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたことの上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」となっています。



出典：平成 27 年年次報告書「訪日外国人の消費動向」より作成

(2) 千葉県の観光実態

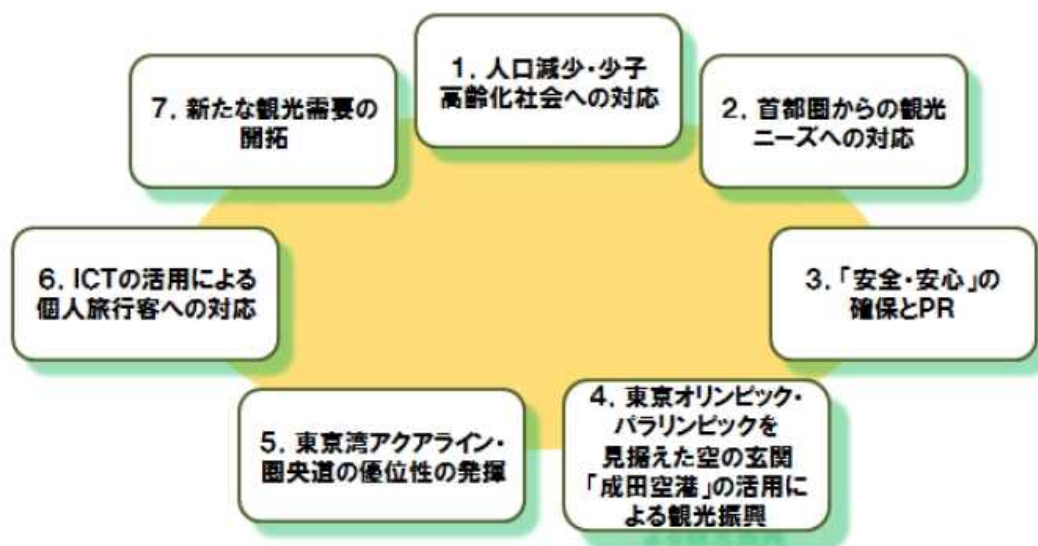
① 第2次観光立県ちば推進基本計画

千葉県では、平成20年3月に観光立県千葉の実現のための、「千葉県観光立県の推進に関する条例」を施行し、その条例に基づき、平成26年3月には、平成26年度から平成30年度までを計画期間とした、「第2次観光立県ちば推進基本計画」を策定し、千葉県の特徴を最大限に生かすため、7つの重点課題を掲げました。

【千葉県観光立県の推進に関する条例の基本理念】

- ・観光づくり地域活動の促進
- ・まちづくり・地域づくりによる来訪者との交流の促進
- ・観光産業の振興と多様な産業との有機的連携
- ・成田空港及び交流拠点としての港湾の活用
- ・観光と地域の環境・景観との調和

【第2次観光立県ちば推進基本計画の7つの重点課題】



2020年（平成32年）の東京オリンピック・パラリンピックの開催や、成田空港の機能拡充などを、国内外からの観光客を取り込む絶好の機会と捉え、オール千葉の体制で「おもてなし半島・ちば」の実現を目指しています。

② 地域別の観光入込客数（延べ人数）の状況（平成27年）

東葛飾地域が約5,910万人と最も多く、次いで千葉地域（約2,878万人）、本市を含む印旛地域（約2,465万人）、君津地域（約2,446万人）、安房地域（約1,142万人）の順となっており、この5地域で全体の8割以上を占めています。

（単位：千人地点）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
平成27年	28,784	59,099	24,646	8,256	5,083	4,880	4,581	2,492	11,423	24,460	173,705
平成26年	27,949	58,044	22,338	7,887	4,244	4,512	4,640	2,549	10,804	24,701	167,667
対前年増減数	836	1,055	2,308	369	840	368	▲60	▲57	619	▲240	6,038
対前年比(%)	3.0	1.8	10.3	4.7	19.8	8.2	▲1.3	▲2.2	5.7	▲1.0	3.6
平成27年地域別構成比(%)	16.6	34.0	14.2	4.8	2.9	2.8	2.6	1.4	6.6	14.1	100.0

出典：平成27年千葉県観光入込調査報告書

③ 観光入込客数（延べ人数）の多かった観光地点（平成27年）

東京ディズニーリゾートが1位となっており、本市の観光地点では、成田山新勝寺が2位、宗吾霊堂が12位となっています。

（単位：万人地点）

順位	観光地点	所在市町村名	分類	平成27年	平成26年
1	東京ディズニーリゾート	浦安市	テーマパーク	3,019	3,138
2	成田山新勝寺	成田市	神社・仏閣	1,106	1,066
3	海ほたるパーキングエリア	木更津市	道の駅、パーキングエリア等	764	758
4	幕張メッセ(イベントホール・国際展示場)	千葉市	イベント会場	557	527
5	パサール幕張(上・下)	千葉市	道の駅、パーキングエリア等	444	457
6	香取神宮	香取市	神社・仏閣	196	193
7	QVCマリンフィールド	千葉市	スポーツ観戦	171	166
8	県立柏の葉公園	柏市	公園	151	123
9	道の駅オライはすぬま(物産館・レストラン)	山武市	道の駅、パーキングエリア等	123	113
10	道の駅しょうなん	柏市	道の駅、パーキングエリア等	118	112
11	道の駅水郷さわら	香取市	道の駅、パーキングエリア等	116	114
12	宗吾霊堂	成田市	神社・仏閣	112	108

※「東京ディズニーリゾート」の2パーク（ランド及びシー）の入込客数は年度の数字です。

出典：平成27年千葉県観光入込調査報告書より作成

- ④ 観光入込客数（延べ人数）の多かった行祭事・イベント（平成 27 年）
 茂原七夕まつりが 1 位となっており、本市の行祭事・イベントでは成田祇園祭が 7 位、成田山紅葉まつりが 10 位となっています。

（単位：万人地点）

順位	行祭事・イベント	所在市町村名	分類	平成 27 年	平成 26 年
1	茂原七夕まつり	茂原市	行・祭事	83	88
2	佐原の大祭（夏祭り・秋祭り）	香取市	行・祭事	76	82
3	柏まつり	柏市	行・祭事	72	68
4	千葉神社初詣	千葉市	初詣	64	64
5	ふなばし市民まつり	船橋市	行・祭事	60	62
6	市川市民納涼花火大会	市川市	花火大会	49	49
7	成田祇園祭	成田市	行・祭事	48	43
8	松戸まつり	松戸市	行・祭事	38	21
9	千葉の親子三代夏祭り	千葉市	行・祭事	36	33
10	成田山紅葉まつり	成田市	花見	35	34

出典：平成 27 年千葉県観光入込調査報告書

- ⑤ 地域別の宿泊客数（延べ人数）の状況（平成 27 年）
 東葛飾地域（約 759 万人）が最も多く、次いで本市を含む印旛地域（約 330 万人）、千葉地域（約 265 万人）、安房地域（約 182 万人）の順となっており、この 4 地域で、県全体の 8 割以上を占めています。

（単位：千人泊）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
平成 27 年	2,651	7,592	3,303	32	345	221	461	418	1,823	706	17,553
平成 26 年	2,361	7,130	2,872	34	345	216	448	396	1,728	662	16,193
対前年増減数	290	462	430	▲2	0	5	13	23	95	44	1,360
対前年比(%)	12.3	6.5	15.0	▲5.4	0.1	2.2	2.9	5.7	5.5	6.6	8.4
平成 27 年地域別構成比(%)	15.1	43.3	18.8	0.2	2.0	1.3	2.6	2.4	10.4	4.0	100.0

出典：平成 27 年千葉県観光入込調査報告書

- ⑥ 千葉県における国・地域別の外国人宿泊客数の状況（平成 27 年）
外国人宿泊客数の総数は約 278 万人で、国・地域別では、中国（約 123 万人）が最も多く、以下、台湾（約 28 万人）、北米（約 27 万人）と続きます。

（単位：千人泊）

区分	中国	台湾	香港	韓国	北米	欧州	オーストラリア	シンガポール	タイ	マレーシア	その他・不明	合計
平成 27 年	1,229	276	47	63	267	85	58	39	141	43	532	2,780
平成 26 年	646	219	34	50	247	66	54	35	103	39	313	1,806
増減数	584	57	13	13	20	19	4	5	39	4	218	975
対前年比 (%)	90.4	25.8	37.5	26.5	7.9	28.6	7.5	13.0	37.7	10.8	69.8	54.0
平成 27 年 国・地域別 構成比 (%)	44.2	9.9	1.7	2.3	9.6	3.0	2.1	1.4	5.1	1.6	19.1	100.0

※外国人宿泊客数（国・地域別）については、県独自の調査結果です。

出典：平成 27 年千葉県観光入込調査報告書

- ⑦ 千葉県における地域別の外国人宿泊客数の状況（平成 27 年）
本市を含む印旛地域（約 181 万人）が最も多く、全体の 6 割以上を占めています。以下、千葉地域（約 57 万人）、東葛飾地域（約 32 万人）と続きます。

（単位：千人泊）

区分	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
平成 27 年	571	322	1,810	0	4	0	5	2	7	60	2,780
平成 26 年	214	174	1,371	0	2	0	2	1	3	38	1,806
増減数	357	148	438	0	3	0	3	1	3	22	975
対前年比 (%)	166.4	85.0	32.0	1766.7	171.5	214.8	227.8	64.1	96.6	56.6	54.0
平成 27 年 国・地域別 構成比 (%)	20.5	11.6	65.1	0.0	0.2	0.0	0.2	0.1	0.2	2.1	100.0

※外国人宿泊客数（国・地域別）については、県独自の調査結果です。

※人数欄は千人未満を四捨五入しているため 500 人未満の地域については 0 と記載されています。

出典：平成 27 年千葉県観光入込調査報告書

Ⅱ. 成田市の観光実態と課題

1. 成田市の観光実態

本市では、平成17年3月に、今後の観光振興の基本的な考え方とその施策の方向性を定めた「成田市観光振興基本計画」を策定いたしました。その後、国においては平成19年1月に「観光立国推進基本法」が施行され、同年6月には「観光立国推進基本計画」が制定されたことや、平成18年3月の成田市、下総町、大栄町の合併など、様々な状況変化を踏まえ、平成21年3月に計画の改訂を行いました。

また、平成21年10月には、羽田空港の再国際化が進められる中で、成田空港と地域の魅力アップを図るため「成田空港成長戦略会議」を立ち上げ、「ロケ誘致」、「グルメ開発」、「情報発信」を柱にした成田ブランド構築事業を展開してきました。

さらに、平成25年6月には、「成田空港成長戦略会議最終とりまとめ」において示された提言の具体化に向けて設置された「成田ブランド推進会議」において策定した、平成25年度から平成27年度を実施期間とする「成田ブランド推進戦略事業アクションプラン」に地域が一体となって取り組んだ結果、同計画に掲げる目標値を達成することができました。

【成田ブランド推進戦略事業アクションプラン目標値及び達成度】

(単位：万人)

指標名	目標値	実績及び達成度		
		平成25年	平成26年	平成27年
観光入込客数	1,447	1,355 (93.6%)	1,416 (97.9%)	1,470 (101.6%)
延べ外国人宿泊客数	130	103 (79.2%)	122 (93.8%)	163 (125.0%)

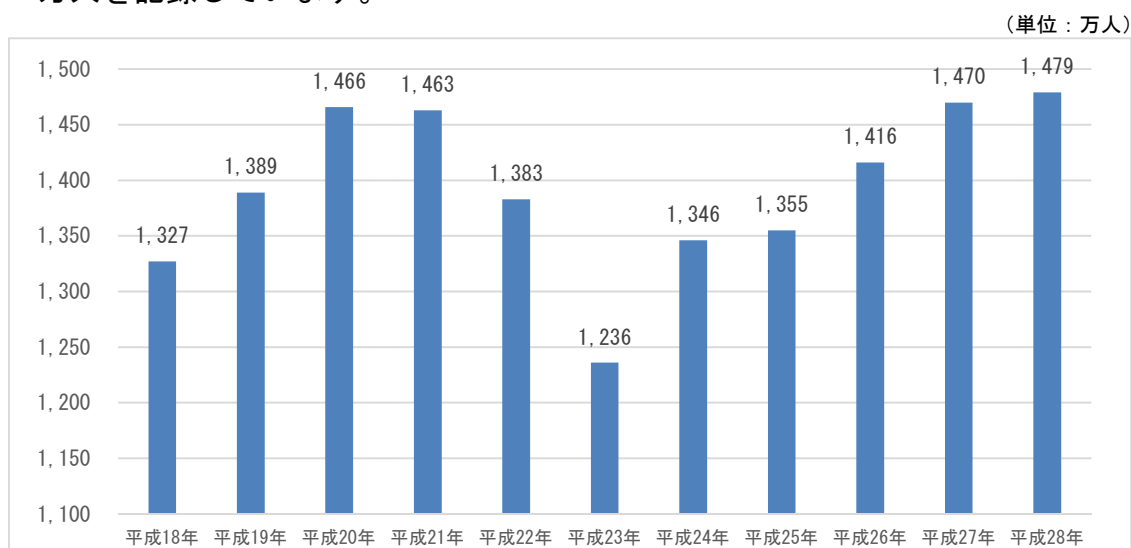
※観光入込客数の計画目標値は、平成23年を除く過去10年平均の100万人増とする

資料：観光プロモーション課

① 成田市における観光入客数の推移

本市の観光入込客数は、平成18年の新「成田市」誕生以降増加し、成田山開基1070年祭記念祝賀事業が実施された平成20年には約1,466万人を記録しましたが、平成23年3月に発生した東日本大震災の影響を受け一時減少しました。

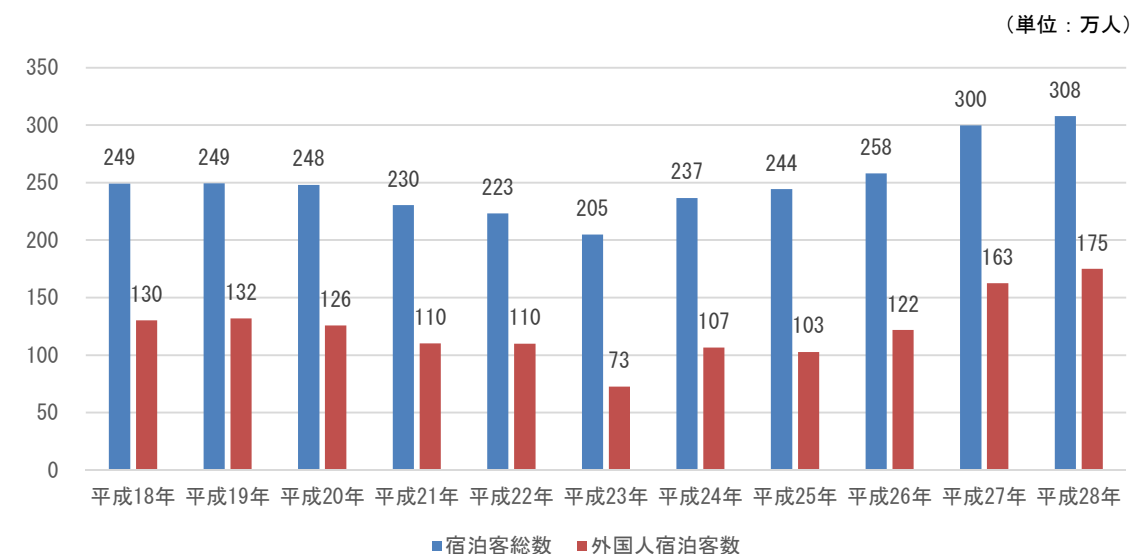
しかしながら、平成24年以降は増加傾向を続けており、平成28年は1,479万人を記録しています。



資料：観光プロモーション課

② 成田市における延べ宿泊客数及び延べ外国人宿泊客数の推移

本市の宿泊客総数は、平成23年の東日本大震災の影響により外国人宿泊者を中心に大きく減少したものの、それ以降は増加傾向を続けており、平成28年の延べ宿泊客数は前年比2.7%増となる308万人、そのうち延べ外国人宿泊客数は175万人を記録しました。



資料：観光プロモーション課

③ 成田国際空港の国際線航空旅客数及び国内線旅客数の推移

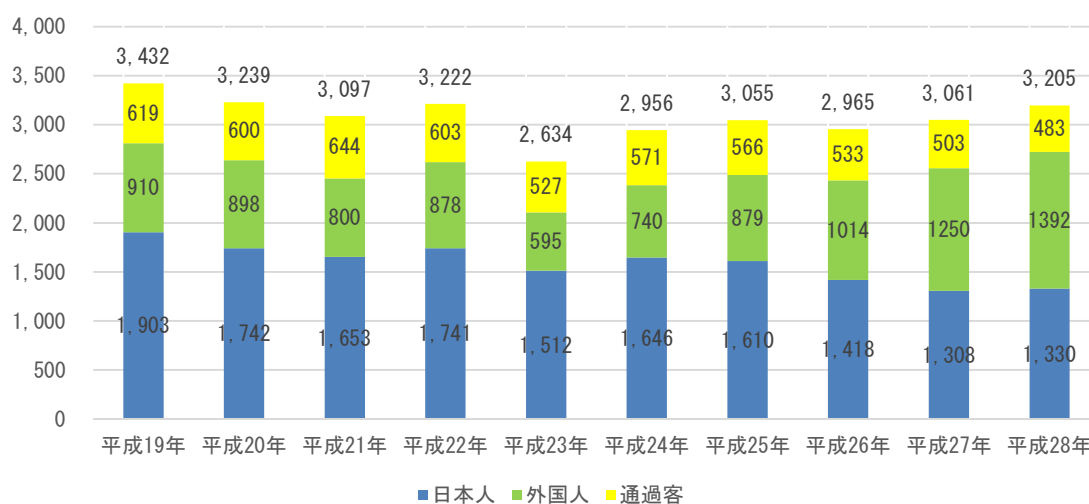
平成28年の国際線と国内線を合わせた総旅客数は前年比5%増の3,905万人で、歴代最高を記録しました。

国際線の旅客数は、路線網の拡充や訪日プロモーションによる韓国や香港、台湾などアジア方面からの訪日客が増加したことにより、前年比5%増の3,205万人で、このうち日本人は2%増の1,330万人、外国人が11%増の1,392万人となり、外国人旅客が日本人を初めて上回りました。通過客は4%減の483万人となりました。

また、国内線の旅客数は、LCC各社の路線開設や増便などにより、前年比4%増の700万人で、7年連続で過去最高を更新し、700万人を初めて突破しました。

国際線航空旅客数

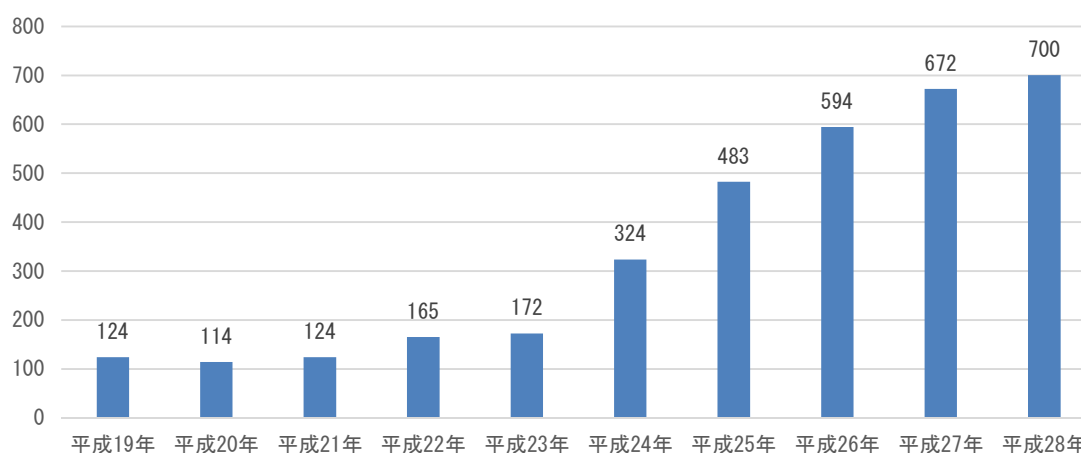
(単位：万人)



出典：成田国際空港株式会社

国内線旅客数

(単位：万人)



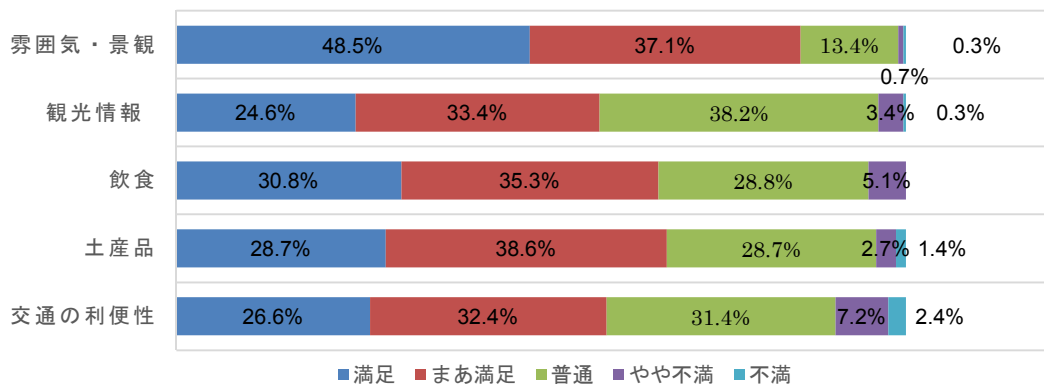
出典：成田国際空港株式会社

2. 課題

現在、本市の観光入込客数は、平成 25 年度から平成 27 年度を実施期間とする「成田ブランド推進戦略事業アクションプラン」に地域が一体となって取り組んだ結果、順調に増加しております。

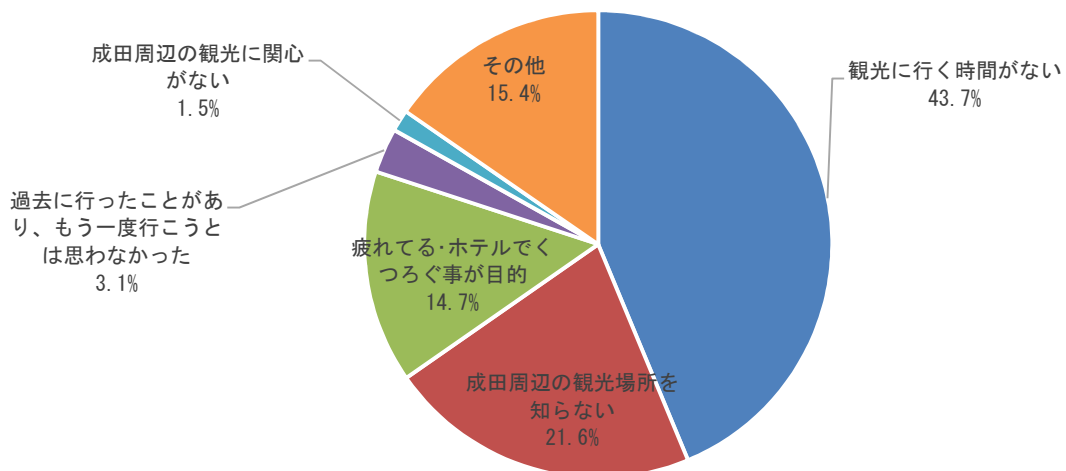
しかしながら、国内観光客を対象としたアンケート調査では、約 8 割以上の方が雰囲気・景観に対する満足度が「満足」、「概ね満足」と回答している一方で、観光情報に対する満足度は 58.0%となっております。これは、外国人宿泊者を対象としたアンケート調査において、「成田周辺へ観光に出かけない・出かけなかった」との回答のうち、市内観光に出かけなかった理由として 21.6%が、「市内の観光場所を知らなかったため」との回答していることと合わせ、今後はターゲットに合わせた効果的かつ戦略的な情報発信が課題と考えております。

国内観光客を対象としたアンケート調査（満足度）



資料：観光プロモーション課

外国人宿泊者を対象としたアンケート調査（市内観光に出かけなかった理由）



資料：観光プロモーション課

3. SWOT分析

観光における強み・機会を最大限に生かし、弱み・脅威を解決して、観光地づくりを推進します。

	現在の状況
強み	<ul style="list-style-type: none"> ・年間1,000万人以上の参詣客が訪れる成田山新勝寺と歴史的建造物が残る江戸情緒あふれる町並み ・成田国際空港の高い知名度と空港との容易なアクセス ・約8,000室を誇る宿泊施設 ・成田祇園祭などの伝統行事 ・市川宗家との親和性
弱み	<ul style="list-style-type: none"> ・体験メニューが少ない ・訪日外国人に向けたサービス不足（外国語の観光案内表示等） ・夜の観光魅力（観光資源のライトアップや商店街等における営業時間の延長など）
機会	<ul style="list-style-type: none"> ・国際医療福祉大学の医学部とその付属病院の設置 ・2018年の世界女子ソフトボール選手権大会開催 ・2019年のラグビーワールドカップ日本大会開催 ・2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催 ・訪日外国人旅行者の増加 ・第3滑走路の整備を初めとする成田国際空港の機能強化 ・航空路線の充実 ・成田山開基1080年祭記念行事（平成30年） ・国家戦略特区構想の推進 ・卸売市場の再整備
脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・羽田空港の国際線の拡大 ・全国的な人口減少、少子高齢化の進展

※SWOT分析とは

外部環境や内部環境を、強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）脅威（Threats）の4つのカテゴリーに分け、要因分析する方法。

Ⅲ. 施策の方向

1. 基本目標及び基本施策

成田市総合計画「NARITAみらいプラン」では、基本目標である「地域資源を活用したにぎわいのあるまちづくり」を実現するため、2つの基本施策を掲げています。

基本目標 地域資源を活用したにぎわいのあるまちづくり

観光を産業振興の機軸として、多方面への波及効果を生み出すためには、既存の観光資源の活用や新たな観光資源の発掘が大切です。

そのため、成田山新勝寺や成田国際空港を始めとした観光資源、更には恵まれた自然や風景などの地域資源を生かし、観光客にとって魅力ある観光地づくりを推進します。

基本施策1 成田特有の観光資源の更なる活用を図る

成田山新勝寺を中心に、日本の伝統芸能である歌舞伎や地域に受け継がれてきた祭り・伝統芸能を活用した新たな観光PRを行うとともに、LCC就航地先などで観光キャンペーンを行い、更なる観光客の誘致を図ります。

基本施策2 魅力ある国際性豊かな観光地づくりを推進する

観光客が快適に過ごせるような観光施設の整備を進めます。

また、外国人が気軽に訪れることのできる受入れ環境を整備し、訪日外国人旅行者の「来成」を促進します。

2. 施策体系

基本目標	基本施策	施策の方向
地域資源を活用したにぎわいのあるまちづくり	成田特有の観光資源の更なる活用を図る	既存の観光資源の更なる活用を図ります
		新たな観光資源を発掘し観光客誘致に活用します
	魅力ある国際性豊かな観光地づくりを推進する	観光客が快適に過ごせる環境を整備します
		国際観光の振興を図ります

3. コンセプト及びターゲット

今後の課題である、既存の観光資源の活用や新たな観光資源の発掘とともに、ターゲットに合わせた効果的かつ戦略的な情報発信を図るため、コンセプト及びターゲットを設定します。

まず、国内向けについては、平成 25 年度から平成 27 年度を実施期間とする「成田ブランド推進戦略事業アクションプラン」で設定した、成田山新勝寺、宗吾霊堂やこれらの門前町のご利益（運氣）があるイメージと成田空港から勢いよく飛行機が上昇するイメージを一体化させた「運氣上昇のまち 成田」といったコンセプトを引き継ぐものとします。

なお、ターゲットについては、成田ブランド構築事業調査や観光客動態調査、地域経済分析システム（RESAS）の分析結果等を踏まえ、首都圏及びLCCも含めた国内線の就航先とし、その中でも重点地域として、東京都及び茨城県からの観光客の増加を目指します。

また、海外向けについては、コンセプトは国内向けと同様に「成田ブランド推進戦略事業アクションプラン」で設定した「ラストナイトイン成田×日本最後の思い出づくり」を引き継ぐものとしたしますが、ターゲットについては、これまでの米国西海岸、東南アジア、中国、韓国に、平成 28 年 9 月に桃園市と友好都市協定を締結していることから、台湾も加えた国や地域とします。

4. 計画目標

本計画における数値目標を次の 3 項目と定め、施策の達成を確認します。

目標項目	現状値（平成 28 年）	目標値（平成 33 年）
観光入込客数	1,479 万人	1,600 万人
延べ宿泊客数	308 万人	330 万人
延べ外国人宿泊客数	175 万人	210 万人

IV. 施策の展開

計画の円滑な実施に向け、それぞれの基本施策ごとの方向に合わせた事業を行います。

基本施策 1 成田特有の観光資源の更なる活用を図る

施策の方向 1 既存の観光資源の更なる活用を図ります

本市の強みである成田山新勝寺や成田国際空港などの既存資源を生かすための各種事業を展開するとともに、観光PRなどを推し進め、更なる観光客誘致を行います。

施策の方向 2 新たな観光資源を発掘し観光客誘致に活用します

歌舞伎や伝統芸能といった観光資源の発掘を図ることで、成田山新勝寺や成田国際空港などの既存の観光資源と併せた観光PRを行い、効果的な地域の魅力発信に努めます。

事業 1 観光資源の魅力向上

- ① ICTを活用した観光マーケティングの実施
- ② 成田山開基 1080 年祭に合わせた記念行事の開催
- ③ 周辺自治体と連携した空港利用者等の周遊観光の促進
- ④ 歴史的建造等の保存及び活用方法の検討
- ⑤ 着付けや写経等の日本文化や農業、食文化体験メニューの充実
- ⑥ 観光資源のライトアップや商店街等の営業時間延長などの「成田の夜」の楽しみ方の検討
- ⑦ 歌舞伎をはじめとする伝統芸能を活用した成田伝統芸能まつりや成田祇園祭、成田太鼓祭などの大型観光イベントの開催
- ⑧ ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックの事前キャンプ誘致及びスポーツツーリズムの推進
- ⑨ 卸売市場の買い物や食を楽しめる集客エリアの整備
- ⑩ 日本遺産を活用した広域観光周遊ルートの推進
- ⑪ 観光拠点施設からの回遊性の促進及び周辺地域の観光資源の育成
- ⑫ 印旛沼や田園風景を活用したグリーンツーリズムの推進
- ⑬ イベントなどを通じたうなぎやサツマイモなどの特産品PRの強化

事業2 情報発信

- ①市川宗家との親和性を活用した「市川海老蔵プロジェクト」の推進
- ②成田市観光情報サイト「F E E L成田」の充実
- ③観光キャラクター「うなりくん」の更なる活用
- ④旅番組及び情報番組などの誘致・支援によるロケツーリズムの推進
- ⑤ふるさと寄附金制度を活用した特産品のPR強化
- ⑥LCCなどの国内線就航地先への観光PRの実施
- ⑦情報まとめサイト等を活用した観光情報の発信
- ⑧LCC機内誌への観光PR記事の掲載
- ⑨千葉県や周辺市町と連携したツーリズムEXPOへの出展
- ⑩首都圏ホテルコンシェルジュなどを通じた情報発信

事業3 受入れ環境整備

- ①鉄道事業者・バス会社との連携による交通アクセス強化の検討
- ②パンフレット、マップ、ホームページなどの多言語化の推進
- ③表参道銀行跡地の利活用の検討
- ④観光客の安全に配慮した交通規制強化の検討
- ⑤観光公衆トイレの洋式化の推進
- ⑥誰もが安心して観光を楽しめるユニバーサルツーリズムの推進

事業4 人材育成

- ①「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となる「日本版DMO」の設立の検討
- ②観光セミナー等の開催を通じた市民意識の醸成
- ③伝統芸能等の保存と後継者の育成
- ④ボランティアガイドの養成
- ⑤職員のスキルアップ研修等への参加



基本施策2 魅力ある国際性豊かな観光地づくりを推進する

施策の方向1 観光客が快適に過ごせる環境を整備します。

観光客が快適に過ごせるような環境の整備に努めるとともに、効果的な観光情報の提供を行います。

施策の方向2 国際観光の振興を図ります

成田国際空港を擁する好立地を生かしたトランジットツアーの実施など、訪日外国人旅行者などの「来成」を促進します。

また、案内看板の外国語表記を行うなど、増加する訪日外国人旅行者にも対応できる環境を整えます。

事業1 観光資源の魅力向上

- ①表参道のセットバック事業や車道の石畳風舗装への改修等による景観及び町並みの整備
- ②国家戦略特区の特例（エリアマネジメント）を活用したオープンカフェ等の検討
- ③「空の駅 さくら館」をはじめとする観光拠点施設の適切かつ効果的な管理運営
- ④着付けや写経等の日本文化や農業、食文化体験メニューの充実（再掲）
- ⑤観光資源のライトアップや商店街等の営業時間延長などの「成田の夜」の楽しみ方の検討（再掲）
- ⑥日本遺産を活用した広域観光周遊ルートの推進（再掲）

事業2 情報発信

- ①安全・安心で快適に過ごせる多言語による災害・観光情報配信システムの運用
- ②国際医療福祉大学の留学生等の協力によるSNSでの情報発信
- ③千葉県等と連携したターゲット市場への観光PRの実施
- ④海外雑誌への観光PR記事の掲載
- ⑤日本政府観光局（JNTO）を活用した情報発信及び情報収集
- ⑥友好都市や姉妹空港と連携した観光PRの推進
- ⑦成田市観光情報サイト「FEEL成田」の充実（再掲）
- ⑧千葉県や周辺市町と連携したツーリズムEXPOへの出展（再掲）
- ⑨首都圏ホテルコンシェルジュなどを通じた情報発信（再掲）

事業3 受入れ環境の整備

- ①国や千葉県、空港周辺自治体などと連携した、トランジット旅客や宿泊客向け観光ツアーの運営やPRの実施
- ②観光案内所の機能強化の検討
- ③ピクトグラム等を活用した多言語サインボードの設置
- ④ハラルやベジタリアン等、多様な食文化への対応
- ⑤パンフレット、マップ、ホームページなどの多言語化の推進（再掲）
- ⑥表参道銀行跡地の利活用の検討（再掲）
- ⑦観光公衆トイレの洋式化の推進（再掲）
- ⑧安全・安心で快適に過ごせる多言語による災害・観光情報配信システムの運用（再掲）
- ⑨観光客の安全に配慮した、交通規制強化の検討（再掲）

事業4 人材育成

- ①観光セミナー等の開催を通じた市民意識の醸成（再掲）
- ②ボランティアガイドの養成（再掲）
- ③職員のスキルアップ研修等への参加（再掲）



V. 計画の推進

1. 計画の推進体制

観光振興の推進に当たっては、観光振興における中心的な役割を担う観光関係団体、観光関連事業者、市のそれぞれが責任と役割を果たしつつ、相互に連携していくため、引き続き「成田ブランド推進会議」を母体として推進してまいります。

また、国や県、周辺市町村、地域外の観光振興に関わる民間事業者（旅行商品企画・販売、情報発信、交通輸送サービスなど）とのネットワークを積極的に構築していくことで、市の観光振興の取り組みが実質的な効果を発揮できるようにします。

2. 計画の進行管理

基本施策ごとに掲げられた事業については、各事業の進行管理を行うため、年度毎に実施スケジュールなどを定めたアクションプログラムを作成し、達成状況を把握するとともに、評価と課題の整理を行います。

また、今後、本市を取り巻く社会経済情勢に計画策定時の想定を大きく超えた変化が生じることも考えられます。この場合にあっては、計画期間中においても必要に応じて計画の見直しを行います。