

## 1 改訂の趣旨

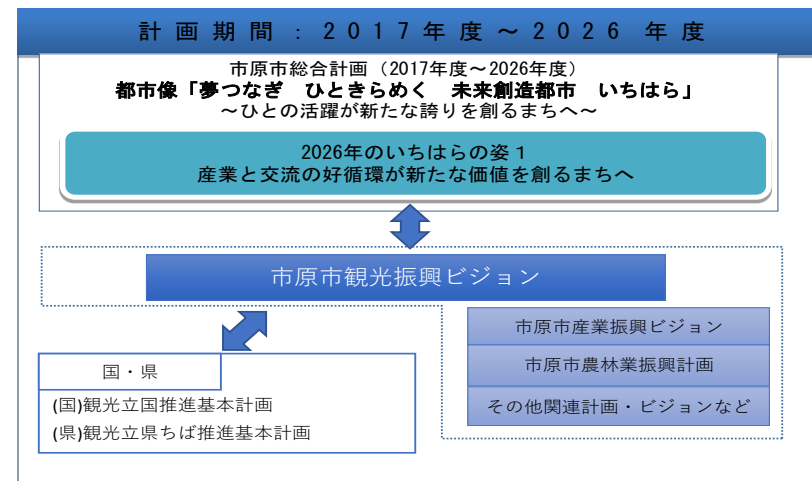
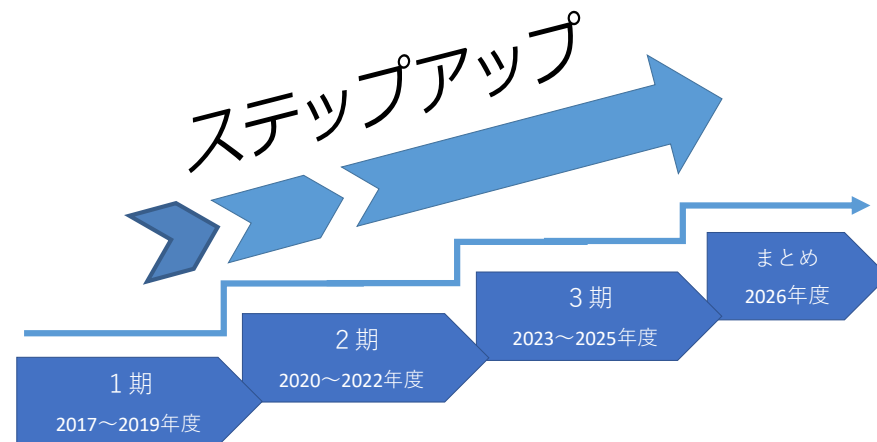
「市原市観光振興ビジョン《2020改訂版》」の策定から3年間が経過し、新型コロナウイルス感染症の流行と感染拡大を防止するための経済活動の抑制により、観光客が大幅に減少するなど、観光産業に大きな影響を与える中、インバウンドが期待された東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が終了したことなど、本市観光を取り巻く環境に大きな変化がありました。

本ビジョンは社会経済情勢の変化に柔軟に適応するため3年間を周期として見直しを図ることとしており、本市の基本構想や本ビジョンの目標像の実現に向け、現状・課題を踏まえ、改めて観光振興ビジョンの改訂を行います。

## 2 ビジョンの位置づけ・計画期間

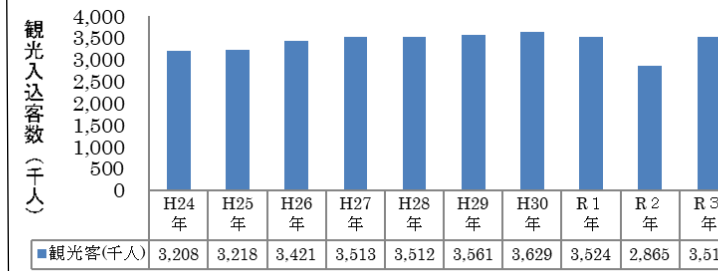
計画の位置付け、計画期間の終期（2026年度）は変更せず、引き続き、市の最上位計画である「市原市総合計画」において掲げる都市像の実現に向け、観光分野から施策を推進する役割を担うとともに、「市原市総合計画」における「基本計画」の一分野を構成するものとします。

### ■SDGsのうち主に観光に関連する目標のアイコン



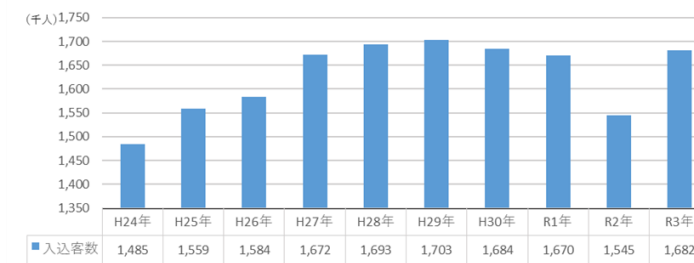
## 3 本市観光の現状

### 観光入込客数の推移（過去10年）



本市の観光入込客数は、令和元年秋の台風等の災害により352万人に減少し、更に新型コロナウイルス感染症拡大により令和2年は287万人まで落ち込んでいます。令和2年度に比べて令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響が少なかったことから352万人まで回復しました。人数は令和元年まで300万人から400万人の間で推移しています。入込客数の上位は「ゴルフ場」、「養老渓谷」、「上総更級公園」、「道の駅あずの里いちほら」、「千葉こどもの国キッズダム」の順になっています。

### 市内のゴルフ場利用者数の推移（過去10年）



ゴルフ場利用者数は、それまで150～160万人で推移していましたが、東日本大震災の影響により平成23年に減少しました。その後は全国的にゴルフ人口が減少する一方で増加を続け、ピークの平成29年には170万人となりましたが、猛暑や降雪、台風等の災害、新型コロナウイルス感染症拡大により令和2年には154万人まで減少しました。令和3年は、新型コロナウイルス感染症の影響下において、屋外で『3密』を避けられるスポーツとして注目を集めたことや、マイクロツーリズムの流行などにより、利用者数については回復しているものと考えられます。

## 4 本市観光の課題

- ▶観光客を集めるためには確固たる集客戦略が必須ですが、集客ターゲットを明確にするため、観光に係る詳細な数値データ（地域ごと、年齢ごと、性別ごと等）が必要です。
- ▶新型コロナウイルス感染症により減少した観光客に対するウィズコロナ・アフターコロナの取り組み（マイクロツーリズム等）の検討が必要です。
- ▶観光資源は豊富にあるものの、観光拠点どうしの結びつきが弱く、現在は個別に存在していることから、それぞれが密接に連携し一体となって取り組むことが必要です。
- ▶新たな観光資源（市原歴史博物館、チバニアン（ゴールデンスパイク））等を活用した観光振興策の検討が必要です。
- ▶本市の観光客の特徴である滞在時間の短い日帰り旅行者から滞在型観光への移行の検討が必要です。
- ▶観光を入口にいはらへの愛着につなげ、関係人口を増やす施策が必要です。
- ▶観光を担う人材（地元住民・観光事業者等）の育成・確保が進んでいないことから、人材育成・確保の取り組みが必要です。
- ▶令和4年10月に登録DMOとして認定されましたが、市・観光協会・DMOのそれぞれの役割・在り方について明確にすることが必要です。

## 5 改訂における基本的な考え方

## (1) 目標像、目標値、策定の視点について

目標像「誰もが 訪れたい 訪れたい まち いちはら」及び3つの策定の視点「観光地として選ばれる市原市」、「地域自ら稼ぐ力を持つ市原市」、「住んでよし、訪れてよしの市原市」については、本市の観光施策において普遍的なものであり、これに基づき2017年から各種事業を進めてきたこと、また、市原市総合計画の基本構想でも定めている目標交流人口は、人口減少社会の中、地域外からの旅行者や短期滞在者による「交流人口」を増やすことが地域経済を活性化するために重要であり、総合計画の実現に向け引き続き取り組む必要があることから継続することとします。

## (2) 戦略について

国は令和4年度版観光白書により、新型コロナウイルス感染症への新たな取組（マイクロツーリズムやワーケーションなど）や自然環境、文化、地場産業などの地域資源を保全しながら地域住民が観光の恩恵を感じられるよう、「住んでよし、訪れてよし」の「持続可能な観光地域づくり」を進めていくとしています。

これらの国の動向や社会情勢の変化を踏まえるとともに、「交流人口・関係人口の増加による活力あるまちづくり」と「様々な資源を活かした稼ぐ地域観光地づくり」という目的のもと、本市観光の課題を解消するため、現ビジョンの戦略を見直すとともに、具体的な取組について強化します。

## (3) 基本計画との整合

基本計画や関連する市原市産業振興ビジョンなどの他の個別計画との整合を図ります。

## 6 戦略の見直し

本市の観光の課題を解決し、目標像及び目標値を達成するため、下記のとおり戦略を見直すものとします。

## 〈前ビジョンの戦略〉

## 〈見直した戦略〉

①地域資源を活かした観光振興

②地域主体のおもてなし

③魅力のある観光地づくり

④広域的な観光アライアンス

⑤交流から定住への架け橋

【1】観光マーケティングに基づく効果的な誘客

【2】強みとなる観光資源のいちほらブランド化

【3】地域主体のおもてなしと滞在型コンテンツの創出支援

【4】様々なツールを活用したプロモーションの強化

【5】近隣自治体や観光関連団体等との連携

## 見直した戦略とそのねらい

## 【1】観光マーケティングに基づく効果的な誘客

本市の豊富な観光資源を効果的に活用するためには、どのような属性の人がその観光地を訪れるのか、どういった行動パターンがあるのか等、具体的な数値を裏付けとしたマーケティングに基づく確固たる集客戦略が必要です。より多くの人に訪れてもらえるよう、詳細な情報を改めて収集し、これらのデータに基づく本市観光の強み・弱みを再検証し、強みを踏まえた独自の施策を行う等、観光資源の魅力を最大限発揮する新たな観光施策を推進します。

## 【2】強みとなる観光資源のいちほらブランド化

本市には養老渓谷や小湊鉄道、日本一の数を誇る市内全33箇所のゴルフ場等の様々な観光資源があるものの、その他に点在する観光資源との結びつきが弱い状況です。本市の強みとなる様々な観光資源の価値やイメージを高め、それぞれを密接に結びつけ、他にない「いちほらブランド」を創り上げ、地域全体でこの「いちほらブランド」を盛り上げる意識を醸成することで、観光客から市原市に「また来たい」と思ってもらえる地域づくりを行います。

## 【3】地域主体のおもてなしと滞在型コンテンツの創出支援

本市を訪れる観光客の特徴は、特定の地域に留まることなく観光名所をスポットで巡るような地域への経済波及効果が低い「通過型観光」となっています。経済波及効果の高い「滞在型観光」に向けて、地域の方と連携し本市を訪れる観光客をおもてなしの心をもって迎え入れるとともに、里山等での体験や住民との交流を通じた新たなコンテンツの創出を支援することで、リピーターとして何度も訪れてくれる「いちほらファン」を増やし、交流人口や関係人口の増加へつなげていきます。

## 【4】様々なツールを活用したプロモーションの強化

多くの観光客を誘客するため、ファミリー層、カップル層、学生層、シニア層、訪日外国人等観光客のターゲットを明確に定め、本市の観光資源と親和性の高い層に対し、観光資源のストーリー化や体験の映像化、SNSや雑誌等の様々な媒体の活用、イベントの実施等により、多くの観光客の関心・関与を高め、「いちほらファン」の増加につながる積極的なプロモーションに取り組みます。

## 【5】近隣自治体や観光関連団体等との連携

国内外での観光地間競争が激化する中、本市独自の観光施策のみではなく、地理的に近い観光エリア間での連携により、観光資源を相互に結びつけることで、里山等の様々な観光資源のポテンシャルを最大限発揮することができるとともに、エリア内を周遊してもらうことで、エリア全体の経済波及効果を高めることにつなげていきます。また、市だけでなく、観光協会（DMO）や観光事業者、地域活動団体等、様々な関係者と一体となって取り組むことで、活力ある稼ぐ地域観光地づくりを推進します。

## 7 タスクの設定

戦略を実現するための、具体的な取組をそれぞれ「タスク」として設定します。

## 目 標 像

誰もが訪れたくなる  
おもてなしのまち  
いちはら

## 目標値

観光入込客数  
500万人

## 策定の視点

観光地として  
選ばれる  
市原市

地域自ら  
稼ぐ力を持つ  
市原市

住んでよし、  
訪れてよしの  
市原市

## 5つの戦略

(1) 観光マーケティングに  
基づく効果的な誘客



(2) 強みとなる観光資源の  
いちはらブランド化



(3) 地域主体のおもてなしと  
滞在型コンテンツの創出支援



(4) 様々なツールを活用した  
プロモーションの強化



(5) 近隣自治体や観光関連  
団体等との連携



## 戦略を達成するための17のタスク

① 本市入込客の詳細な分析とニーズ把握

② 個々の観光資源を複合的に活用するエリア化（高滝地区・養老溪谷地区）

③ 養老溪谷（世界に一番近いSATOYAMA）・高滝・小湊鉄道の魅力の更なる磨き上げ

④ 日本一の数を誇る市内全33箇所のゴルフ場を活かした「ゴルフの街いちはら」の推進

⑤ 上総いちはら国府祭りの実施によるシビックプライドの醸成

⑥ スポレクパークや加茂運動広場等を活用した合宿誘致を行うスポーツツーリズムの推進

⑦ 市原湖畔美術館やアート×ミックス、アーティスト・イン・レジデンスなどによる「アートのまち いちはら」の推進

⑧ 観光客のニーズを踏まえた新たな観光資源の発掘

⑨ 里山での暮らし体験などのメニューの創出支援

⑩ 自然との触れ合いや農業体験など子どもたちが学校で学ぶことのできない体験メニューの創出支援

⑪ 観光に関わる人材の確保・育成

⑫ ターゲットを明確にした効果的なプロモーション（ファミリー層、カップル層、学生層、シニア層、訪日外国人等）

⑬ ニーズを踏まえた親和性の高い観光資源ごとのテーマ化

⑭ 歴史資源のストーリー化や里山体験・交流の映像化

⑮ 中房総観光推進ネットワーク協議会や3市町連携事業（君津市・大多喜町）などの観光資源を活かした自治体間連携

⑯ 観光協会（市原DMO）を中心とした観光事業者、地域活動団体との連携による稼げる地域観光づくり

⑰ 産・官・学連携による南いちはらの活性化

| 戦略                         | 評価指標                                   |                      | タスク                                                   | タスクの詳細                                                                                                                                                                     | 主な事業                                                                                      |
|----------------------------|----------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1)<br>観光マーケティングに基づく効果的な誘客 | 人流調査の結果を踏まえ、新たに民間事業者等と連携して事業を実施した数（累計） | 現 状（2021年度）<br>0 件   | ① 本市入込客の詳細な分析とニーズ把握                                   | ビッグデータ等を用いた人流調査を行い、本市に訪れる観光客の属性や行動パターンを把握し分析することで、本市の強みを活かした観光施策の企画やモデルコースの設定、ターゲットを絞った効果的なプロモーションを行うとともに、テレワークを活用したワーケーション等、ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた新たな観光施策に活用します。             | ＊観光地人流調査事業<br>＊移住定住等コミュニケーション事業<br>＊里山ワーク推進事業<br>＊観光客動向調査≪観光協会≫                           |
|                            |                                        | 目 標（2026年度）<br>5 件   | ② 個々の観光資源を複合的に活用するエリア化（高滝地区・養老溪谷地区）                   | 地理的に近い範囲をエリア化し、モデルコースを設定する等、当該エリアの観光施設が互いに連携し誘客することで、エリア内の様々な観光資源を周遊してもらえるような施策に取り組みます。特に高滝地区や養老溪谷地区については重点地区として、高滝湖企業連携プロジェクトや養老溪谷観光推進協議会等を中心とした当該地区の活性化に取り組みます。          | ＊高滝湖企業連携プロジェクト事業≪DMO≫<br>＊養老溪谷観光ガイド運営事業≪観光協会≫<br>＊誘客イベント開催事業≪観光協会≫                        |
| (2)<br>強みとなる観光資源のいちはらブランド化 | ゴルフ場利用者数                               | 現 状（2021年）<br>168万人  | ③ 養老溪谷（世界に一番近いSATOYAMA）・高滝・小湊鉄 道の魅力の更なる磨き上げ           | 里山の有する四季折々の風景を活かした小湊鉄道沿線の景観整備、観光トイレや駐車場、Wi-Fi等の環境整備や地域おこし協力隊との協働による観光客のニーズを踏まえた自然とふれあう体験型メニューの創出等に取り組むとともに、里山を活かした食等の新たな魅力の発掘に取り組めます。                                      | ＊花プロジェクト事業<br>＊観光地おもてなし事業<br>＊地域資源を活かした観光振興事業<br>＊観光施設管理事業<br>＊観光施設整備事業<br>＊観光地美化事業≪観光協会≫ |
|                            |                                        | 目 標（2026年）<br>180万人  |                                                       |                                                                                                                                                                            |                                                                                           |
|                            | スポーツ合宿誘致数                              | 現 状（2021年度）<br>8 件   | ④ 日本一の数を誇る市内全33箇所のゴルフ場を活かした「ゴルフの街いちはら」の推進             | 日本一の数のゴルフ場がある強みを活かして、ゴルフ場関係者の協力のもと、ジュニアゴルファーの育成環境を整備し、シンボリックなジュニア大会を開催する等「ゴルフの街いちはら」を推進することでゴルフプレイヤーの増加につなげるとともに、ゴルフ場を活用した特産品の販路の拡大を図り、地域経済の活性化に向けて取り組みます。                 | ＊ゴルフの街いちはら事業<br>＊ゴルフ誘客事業≪DMO≫                                                             |
|                            |                                        | 目 標（2026年度）<br>10 件  | ⑤ 上総いちはら国府祭りの実施によるシビックプライドの醸成                         | 上総いちはら国府祭りを通して、市内外から多くの方々を誘客することで賑わいを創出し、歴史や文化に根ざしたふるさと市原の魅力を市内外に発信します。また、若い世代のシビックプライドの醸成に繋げ、若い世代の参加者を増やすために、ワークショップを開催し国府祭りのイベント内容に若者や子育て世代等の意見を積極的に取り入れます。              | ＊上総いちはら国府祭り実施事業                                                                           |
|                            | 市原湖畔美術館来館者数                            | 現 状（2021年）<br>2.8 万人 | ⑥ スポレクパークや加茂運動広場等を活用した合宿誘致を行うスポーツツーリズムの推進             | 国際大会を通じ評価の高まったスポレクパーク等の本市のスポーツ施設を活用したスポーツ大会やスポーツ合宿の誘致を推進するため、スポーツ合宿を優先とした施設の確保や合宿受付窓口の一本化に取り組めます。また、サイクリング等のスポーツイベントを開催する等、スポーツを活用した地域の活性化に取り組めます。                         | ＊スポーツ合宿・大会誘致事業≪DMO≫<br>＊いちはらの環境を活かしたスポーツ推進事業費<br>＊高滝湖マラソン大会実施事業                           |
|                            |                                        | 目 標（2026年）<br>3.2 万人 | ⑦ 湖畔美術館やアート×ミックス、アーティスト・イン・レジデンスなどによる「アートのまち いちはら」の推進 | 「アートのまち いちはら」を推進するため、南いちはらの観光の中核施設である市原湖畔美術館を活用するとともに、これまでの開催により蓄積されたアート×ミックスのレガシーを活かした新たな芸術祭の開催や牛久商店街や月出工舎で実施しているアーティスト・イン・レジデンスを推進することで、訪れたいくなり、関わりたくなるアートのまちづくりに取り組みます。 | ＊水と彫刻の丘事業<br>＊百年後芸術祭-内房総アートフェス-（仮称）<br>＊コミュニティアートを通じたまちづくりの推進事業                           |
|                            |                                        |                      | ⑧ 観光客のニーズを踏まえた新たな観光資源の発掘                              | 観光フォトコンテスト等の開催により、まだ認知されていない景色やイベント等、人流調査の結果や観光客のニーズを踏まえた新たな観光資源の発掘を行うとともに、本市ならではの新たな食やお土産品の開発等に取り組めます。                                                                    | ＊市原市の特産品等の発掘及び開発支援事業≪DMO≫<br>＊観光写真コンクール事業≪観光協会≫<br>＊観光資源の調査事業≪観光協会≫                       |

| 戦略                              | 評価指標                                                                                                  |                         | タスク                                                    | タスクの詳細                                                                                                                                                                                                                           | 主な事業                                                                                                                                        |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (3)<br>地域主体のおもてなしと滞在型コンテンツの創出支援 | 里山等での体験メニュー数<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>観光業界に関する職場体験数                                     | 現 状（2021年度）<br>10件      | ⑨ 里山での暮らし体験などのメニューの創出支援                                | 里山の中にある古民家等に泊まり、里山に移住した方や、地元で家業を継がれている方、多様な暮らし方を実践されている方々に出会い、里山保全活動等を通じた交流プログラムを体験し滞在できるメニューの創出支援に取り組むとともに、里山保全活動等を通じた関係人口の創出に取り組みます。                                                                                           | ＊花プロジェクト事業【再掲】<br>＊観光地おもてなし事業【再掲】<br>＊移住定住等コミュニケーション事業【再掲】<br>＊里山ワーク推進事業【再掲】                                                                |
|                                 |                                                                                                       | 目 標（2026年度）<br>20件      |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                             |
|                                 |                                                                                                       | 現 状（2021年度）<br>8 件      | ⑩ 自然との触れ合いや農業体験など子どもたちが学校で学ぶことのできない体験メニューの創出支援         | 小中学生を対象とした体験型教育旅行を念頭に、農作業の体験や地元ならではの食事を提供するコンテンツの創出を支援することで、都心の子どもたちに里山の魅力を伝えるとともに、地元の農業等の地域産業の活性化に取り組みます。                                                                                                                       | ＊里山・農業支援対策事業«DMO»<br>＊「クオードの森」連携事業«DMO»<br>＊教育旅行（日帰り課外授業、修学旅行等）の誘客事業«DMO»                                                                   |
|                                 |                                                                                                       | 目 標（2026年度）<br>20 件     | ⑪ 観光に関わる人材の確保・育成                                       | 地域の観光を担う人材の高齢化等による観光業界の人材不足に対し、観光に関心を持つ若い人材の育成を行うため、高校や大学と連携したインターンシップの支援を行うとともに、稼げる地域観光づくりを行う観光マネジメント人材の育成を行い、本市を訪れる観光客をおもてなしの心をもって迎え入れる人材の確保に取り組みます。                                                                           | ＊高校3年生向けゴルフ場職場見学事業<br>＊市原市ゴルフ場インターンシップ事業<br>＊養老溪谷観光ガイド運営事業«観光協会»【再掲】<br>＊チバニアンガイド等総合支援事業«DMO»                                               |
| (4)<br>様々なツールを活用したプロモーションの強化    | 小湊鉄道及び養老溪谷のSNS（Twitter・Facebook・Instagram）投稿数<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>教育旅行誘致数（学校数）（累計） | 現 状（2021年度）<br>35,978 件 | ⑫ ターゲットを明確にした効果的なプロモーション（ファミリー層、カップル層、学生層、シニア層、訪日外国人等） | 戦略(1)～(3)のタスクやその進捗も踏まえつつ、インフルエンサーを活用したSNSによる情報配信やマスコミの活用等、本市に訪れる観光客の属性に特に効果的な手法を活用することで、多くの観光客の関心・関与を高める戦略的かつ積極的なプロモーションに取り組みます。                                                                                                 | ＊地域資源を活かした観光振興事業【再掲】<br>＊観光情報発信事業<br>＊観光大使・ふるさと応援団事業<br>＊観光プロモーション事業<br>＊観光情報等の広報宣伝事業«観光協会»                                                 |
|                                 |                                                                                                       | 目 標（2026年）<br>40,000 件  |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                             |
|                                 |                                                                                                       | 現 状（2021年度）<br>0 件      | ⑬ ニーズを踏まえた親和性の高い観光資源ごとのテーマ化                            | ⑫のプロモーションを更に効果的に行うため、里山を活用したグリーンツーリズム、アートを活用したアートツーリズム、スポーツ大会や合宿誘致、サイクリング等を活用したスポーツツーリズム等、本市の観光資源で親和性の高いものごとのテーマ化に取り組みます。                                                                                                        | ＊アートを活用した観光地づくり事業<br>＊スポーツ合宿・大会誘致事業«DMO»【再掲】<br>＊里山・農業支援対策事業«DMO»【再掲】<br>＊サイクルツーリズム推進事業«観光協会»                                               |
|                                 |                                                                                                       | 目 標（2026年度）<br>10 件     | ⑭ 歴史資源のストーリー化や里山体験・交流の映像化                              | 市原歴史博物館やゴールデンスパイクが設置されたチバニアンの地層、更級日記千年紀等の悠久の歴史を積み重ねてきた本市の豊富な歴史資源をストーリー化するとともに、「世界に一番近いS A T O Y A M A」ブランドの魅力を向上させるため里山での体験型コンテンツ等の映像化に取り組みます。また、歴史資源や里山体験等の教育コンテンツを集めたモデルコースを教育旅行として企画し、市内の学校だけでなく、市外の小中学校を対象としたプロモーションに取り組みます。 | ＊チバニアンガイド等総合支援事業«DMO»<br>＊観光情報等の広報宣伝事業«観光協会»【再掲】<br>＊上総国分尼寺コンサート＆ライトアップ事業«観光協会»<br>＊更級日記千年紀周知事業«観光協会»<br>＊教育旅行（日帰り課外授業、修学旅行等）の誘客事業«DMO»【再掲】 |

| 戦略                    | 評価指標                                     | タスク                                              | タスクの詳細                                                 | 主な事業                                                                                                                                                              |
|-----------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (5) 近隣自治体や観光関連団体等との連携 | 自治体間連携により実施したイベント数（累計）<br><br>超小型EVの利用者数 | 現 状（2021年度）<br>0 件<br><br>目 標（2026年度）<br>3 件     | ⑮ 中房総観光推進ネットワーク協議会や3市町連携事業（君津市・大多喜町）などの観光資源を活かした自治体間連携 | 中房総観光推進ネットワーク協議会や養老渓谷を中心とした君津市・大多喜町との里山を活用したプロモーション、新たな芸術祭における自治体間連携等、地理的に近い観光地間の連携により、それぞれの観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力を高めるよう取り組みます。                                |
|                       |                                          | 現 状（2021年度）<br>120 件<br><br>目 標（2026年度）<br>180 件 | ⑯ 観光協会（市原DMO）を中心とした観光事業者、地域活動団体との連携による稼げる地域観光づくり       | 市は観光事業者や地域活動団体等の多様な関係者と協働しながら、地域への誇りと愛着を醸成する視点に立った観光地域づくりの中心となる観光協会（市原DMO）とともに稼げる地域観光づくりに取り組みます。                                                                  |
|                       |                                          |                                                  | ⑰ 産・官・学連携による南いちはらの活性化                                  | 超小型EVを活用したカーシェアリングや新たな観光コンテンツの創出、イベント企画やプロモーション等について、企業や大学と連携した南いちはらの活性化に取り組みます。                                                                                  |
|                       |                                          |                                                  |                                                        | ＊広域等連携観光推進事業<br>＊地域資源を活かした観光振興事業【再掲】<br>＊百年後芸術祭-内房総アートフェス-（仮称）【再掲】<br>＊市原市観光協会補助事業<br>＊市原版DMO推進事業<br>＊観光地おもてなし事業【再掲】<br>＊地域資源を活かした観光振興事業【再掲】<br>＊新規マーケット導入事業«DMO» |

## 8 推進体制

本市の目標である「観光入込客数500万人」を達成するため、地域の住民、地域活動団体、観光事業者、交通事業者、農・商業者や地域おこし協力隊といった多様な関係者が、市や観光協会とともに協働、連携して観光施策を推進します。

## 観光振興ビジョン 推進体制イメージ

