



松戸市 訪日外国人誘致推進 アクションプラン



平成31年3月

松戸市

目次

はじめに	・・・・・・・・・・	2
訪日外国人観光客の現状	・・・・・・・・・・	3
松戸市の現状と課題	・・・・・・・・・・	5
松戸市の観光資源	・・・・・・・・・・	9
ターゲット	・・・・・・・・・・	11
松戸市が目指す姿	・・・・・・・・・・	12
目指す姿へのアプローチ	・・・・・・・・・・	14
関係各所の役割	・・・・・・・・・・	21
アクションプラン	・・・・・・・・・・	24
数値目標 (KPI)	・・・・・・・・・・	27
推進体制	・・・・・・・・・・	29
松戸市スローガン	・・・・・・・・・・	30

松戸市訪日外国人誘致推進 アクションプランとは

本市への訪日外国人誘致の促進を図るため、2019年から2023年の5年間で実現可能な施策及び行動を記したアクションプランを策定し、本市の経済活性化に寄与することを目指すものとする。

■ プランの位置づけ

本アクションプランは松戸市の訪日外国人誘致推進における方針をまとめた基本計画とし、その内容が市民や観光に関わる事業者にわかりやすく伝わることを重視。松戸市が今後取り組む施策の方針、理念、数値目標を記載する。

■ プランの対象期間

対象期間は、2019年から2023年までの5年間とし、2020年東京オリンピックを契機に増加すると見込まれる観光客を、その後も安定的に誘致することを目指す。本アクションプランでは、5年間という中期的な期間を設け、実現可能な施策を計画的に実行し検証するものとする。

訪日外国人観光客誘致の必要性

政府は「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」で、訪日外国人数を「2020年に4,000万人、2030年に6,000万人」に増やす目標を掲げた。日本の経済成長には「観光立国」の推進が不可欠とみて、観光戦略の推進に注力する方針である。全国の在留外国人増加とともに訪日外国人観光客も増加し続け、2013年から過去最高を記録している。

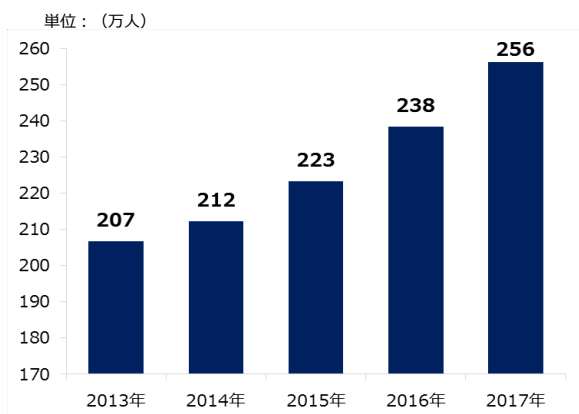


訪日外国人推移は年々増加

2017年の訪日外国人数は2,869万1千人であり、前年に比べ465万1千人(19.3%)増加と直近5年間連続で増加している。海外における日本旅行の人気の高まり、今後も継続して増加する見込みである。

出所：訪日外国人推移：JNTO（訪日外客数年表）
2017年 国籍別 / 目的別 訪日外客数 2020/2030年数値 明日の日本を支える観光ビジョン

在留外国人数の推移



在留外国人も過去最高に

2017年末時点における日本国内の在留外国人数は256万1,848人で、2016年末に続き過去最高を更新している。また、2020年に留学生30万人という政府目標も達成する見込みで増加を続けている。

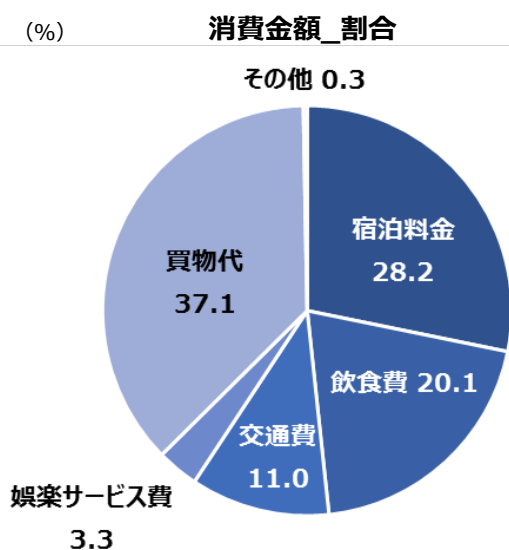
出所：法務省 2017年末現在における在留外国人数

訪日外国人観光客の消費額

パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を加えて、2017年の訪日外国人旅行消費額の推計総額は4兆4,162億円であり、前年総額3兆7,476億円から17.8%増加している。また、訪日外国人旅行消費額を費目別にみると、宿泊料金が28.2%、飲食費が20.1%、買物代が37.1%となり、訪日外国人観光客の消費が観光業の経済効果にもたらす影響が大きいことがわかる。日本の人口減少に伴い予想される消費減少分を訪日外国人観光客の消費で補うことが必要と考える。



観光庁：2017年_訪日外国人の消費動向



出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成30年4-6月

直近での訪日外国人の旅行支出は、平均 **144,082** 円/人・回

訪日外国人が約 **8** 名来訪すると
国内人口が **1** 人増加と同等の年間消費額※

※定住人口1人あたりの年間消費額は平均約 125 万円

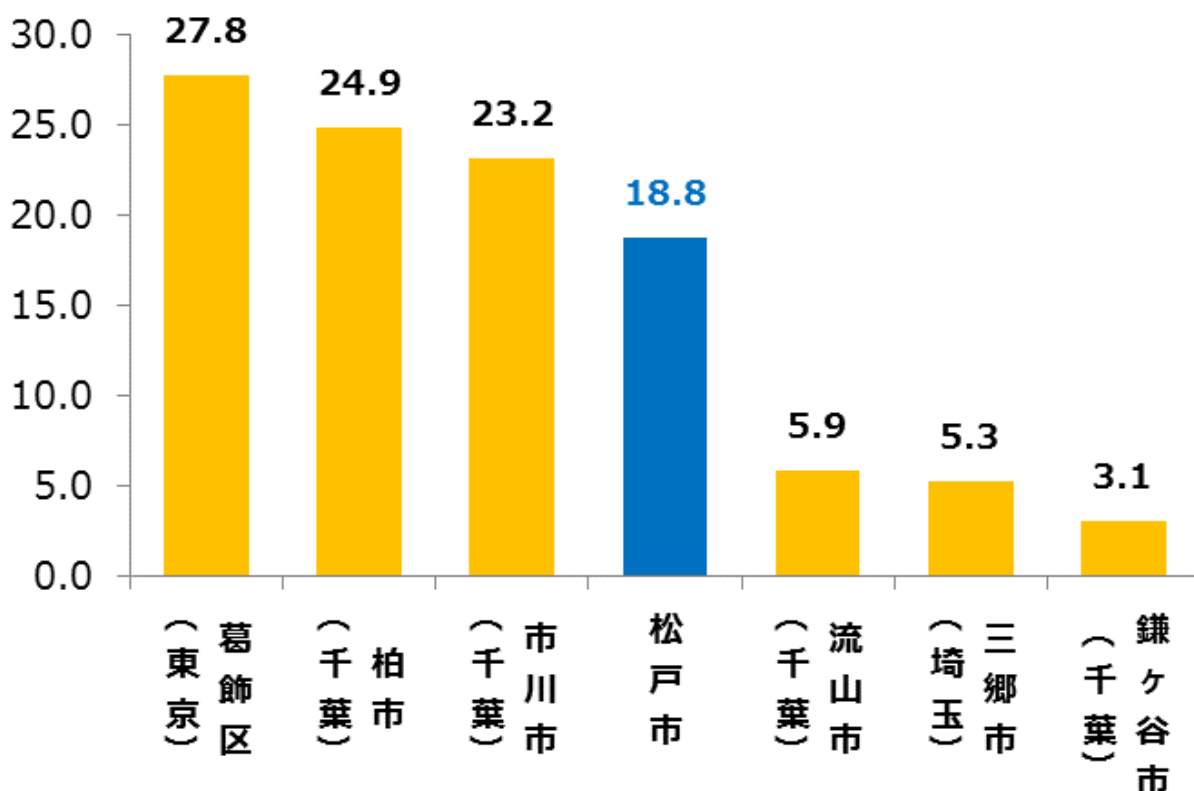
出所：総務省_2015年家計調査

松戸市を取り巻く環境

松戸市は近年、東京のベッドタウンとして栄え人口は千葉県4位。古くから交通の要衝として人々が行き交った街であり、歴史や文化に触れる観光を楽しめる街でもある。2016年の松戸市への訪日外国人数は18.8万人。近隣の葛飾区、柏市、市川市と差は大きくなく、日本を訪れる外国人観光客の増加に伴い、今後の松戸市への誘致が期待できる。

近隣他エリア_2016年度/来訪した訪日外国人数（昼間+夜間）

（単位：万人）



出所：2016年 RESAS訪日外国人数

参照元：RESAS観光マップ_外国人_外国人滞在分析_2016年1月～12月を合算し算出

滞在者定義：指定地域の昼間帯（10時から18時の間）または夜間帯（2時から5時の間）に、2時間以上滞在した外国人数を日別に算出し、対象期間の日数分を積算した延べ人数。

松戸市の認知度

2018年に実施した「松戸市インバウンド事業に関する調査報告書」（以下松戸市インバウンド調査とする）では、松戸市を「知らない」外国人が全体の84.3%と大半を占める結果となった。国籍地域別に見ると、中国が「名前だけ知っている」18.5%、その他東アジアとその他アジアの「名前だけ知っている」は合わせて45.8%と比較的多くなっている。

n：サンプル数

対象者：実査期間内に東京を訪問した外国人

		松戸市の認知度			
		知っている		知らない	無回答
		①詳しく	②名前だけ		
全体	(n=235)	0.9	13.6	84.3	1.3
中国	(n=65)	-	18.5	81.5	-
その他東アジア	(n=31)	-	25.8	74.2	-
その他アジア	(n=20)	5	20	70	5
欧米豪	(n=99)	1	6.1	90.9	2
その他	(n=20)	-	10	90	-
10・20代	(n=103)	1	12.6	86.4	-
30・40代	(n=107)	0.9	15	84.1	-
50代以上	(n=24)	-	8.3	79.2	12.5

(%)

2018年 松戸市に対する訪日外国人調査

松戸市の外国人住民登録者数は年々増加しており、その割合は人口の3.35%（2019年2月末現在）を占め千葉県内でもトップクラス。中でもベトナム人の増加が著しくアジア圏の認知が多い要因と考えられる。

松戸市の強み

1 東京都心部からのアクセスのよさ

訪日旅行の玄関口である成田空港・羽田空港の中間にあり、日本滞在中に多く訪問する観光地（新宿・浅草・銀座）まで、本市から30～40分圏内と好立地。



2 集客力のあるグルメコンテンツ

名立たるラーメン店がひしめき合う、通称「ラーメン街道」は激戦区として有名。また、二十世紀梨発祥の地である松戸は、約60軒の梨園があり、梨狩りも楽しめる。



3 宿場町の歴史を背景に持つ観光資源

松戸市は下総国の国府から常陸国の国府、武蔵国の国府へ通じる分岐点で、交通の要衝であった。戸定邸をはじめとする文化財や宿場町の名残りのある町並みを有する。



松戸市の課題

1 宿泊施設の充実

松戸駅周辺にはビジネスホテルはあるものの数が少なく、大型バスが停車できるようなシティホテルなどもないため、受け入れのキャパシティが少ない。



ホテル数：9 総部屋数：544
(2018年5月末現在)
※民泊についてはP11に記載

2 訪日外国人観光客への対応力

松戸市内の観光施設や飲食店では、多言語対応などの訪日外国人を受け入れられる環境が整備されている事業者が少ない。外国人対応力の強化が求められる。



3 インフラの整備

駅前や駅周辺の交通案内における案内標記、観光施設や飲食店におけるWi-Fiの整備など、インフラの整備が不足している箇所に対して官民連携した取り組みが必要。



松戸市の観光資源

一部（抜粋）

日本の歴史公園100選に選ばれている「戸定が丘歴史公園」や小説や歌謡曲でも有名な手漕ぎ渡し舟の「矢切の渡し」などの豊富な観光資源

戸定が丘歴史公園



松戸南部市場



本土寺（あじさい寺）



21世紀の森と広場



矢切の渡し



観光農園



さくらまつり



松戸花火大会



東漸寺



ラーメン激戦区



アート



コスプレ※



※松戸市は、21世紀の森と広場などでコスプレイヤーの受入に寛容であり、イベントや撮影会などが行われている。

訪日外国人から見た観光資源

2018年に行った「松戸市インバウンド調査」によると、松戸市で最も興味がある観光資源は「さくらまつり」が62.1%と最も高く、次いで「松戸市花火大会」が57.4%、「本土寺・ラーメン激戦区」が50.2%。上位3位のうち、さくらまつり・松戸市花火大会・本土寺（あじさい寺）が示すように、季節イベントが多い。

2018年の調査から今回新たに観光資源項目を追加して調査した結果によると「ラーメン激戦区」は50.2%、「アートを活かした街づくり」は20%、「コスプレイヤーが集結」は22.1%となっている。

松戸市で興味がある観光資源

		戸定が丘 歴史公園	松戸南部 市場	本土寺	21世紀 の森と 広場	矢切の 渡し	観光梨園	さくらまつり	松戸花火 大会	東漸寺	ラーメン 激戦区	アートを活 かした街 づくり	コスプレ ヤーが 集結
全体	(n=235)	34	16.2	50.2	20.4	25.1	19.6	62.1	57.4	38.7	50.2	20	22.1
中国	(n=65)	32.3	12.3	38.5	10.8	26.2	21.5	61.5	56.9	29.2	44.6	6.2	21.5
その他東アジア	(n=31)	38.7	32.3	45.2	16.1	35.5	38.7	61.3	71	38.7	67.7	16.1	19.4
その他アジア	(n=20)	10	15	45	30	10	3	65	55	45	30	30	10
欧米豪	(n=99)	37.4	13.1	61.6	26.3	22.2	11.1	65.7	55.6	44.4	51.5	25.3	24.2
その他	(n=20)	40	20	45	20	35	10	45	50	35	55	35	30
10・20代	(n=103)	35.9	10.7	54.4	21.4	22.3	14.6	63.1	65	38.8	49.5	19.4	28.2
30・40代	(n=107)	29.9	18.7	43.9	21.5	27.1	24.3	64.5	55.1	38.3	51.4	20.6	17.8
50代以上	(n=24)	41.7	29.2	62.5	12.5	29.2	20.8	50	37.5	41.7	45.8	20.8	12.5

2018年 松戸市に対する訪日外国人調査

季節イベント

新たな観光資源

祭りや季節イベント、ラーメン激戦区の興味が高い結果となり、松戸市の魅力となり得る。また、新たな観光資源として「アート」「コスプレ」についても一定数の興味を得ることができているので、今後は各コンテンツの磨き上げが求められる。

ターゲットの設定

『松戸市に宿泊している外国人観光客』

2018年の千葉県による調査では、県の民泊物件数は264件で、松戸市はその内40件と千葉県で1位のシェアを誇る。2017年には松戸市内で26,075名※の訪日外国人観光客の利用実績があり、利用者の国籍は50ヶ国以上で欧米、中国、韓国、東南アジアの順が多い。彼らは、アクセスの良い松戸を拠点に訪日旅行を楽しんでおり、都内、松戸市外で観光を楽しみ、宿泊先である松戸に戻るケースが多いので、松戸市でも観光・食事・体験を楽しんでもらいたい。そのために、民泊事業者と連携し、宿泊観光客に向けた情報提供を実施する。

※ 民泊事業者「NOMAD」実績

ターゲットは、松戸市内宿泊者／松戸市在住外国人／訪日中の外国人観光客／訪日前の見込外国人で分け、まずは松戸市内宿泊者へのアプローチを優先的に進める。



NOMAD宿
千葉県松戸市松戸1874
松戸駅西口から徒歩5分

WEBで宿泊者に情報提供



体験イベントの実施



< 部屋例 >



目指す姿

松戸市に宿泊する外国人観光客をターゲットに、宿泊地（松戸市）での市内観光を楽しんでもらい、より消費を促すため、テーマを設定してコンテンツを開発。開発したコンテンツを松戸市の新たな強みとしてPR・案内を強化することで、市内観光への誘客を図る。民泊事業者・宿泊事業者とも連携し、宿泊する訪日外国人観光客への情報提供を行う。

開発した体験コンテンツについては、各事業者で訪日外国人観光客に販売するものとし、効果検証を重ねてブラッシュアップしていく。また、飲食・小売関連事業者や交通関連事業者等では、訪日外国人観光客の市内観光をより充実させるための受入環境整備（多言語対応やキャッシュレス化等）を進め、販売促進の強化も図る。

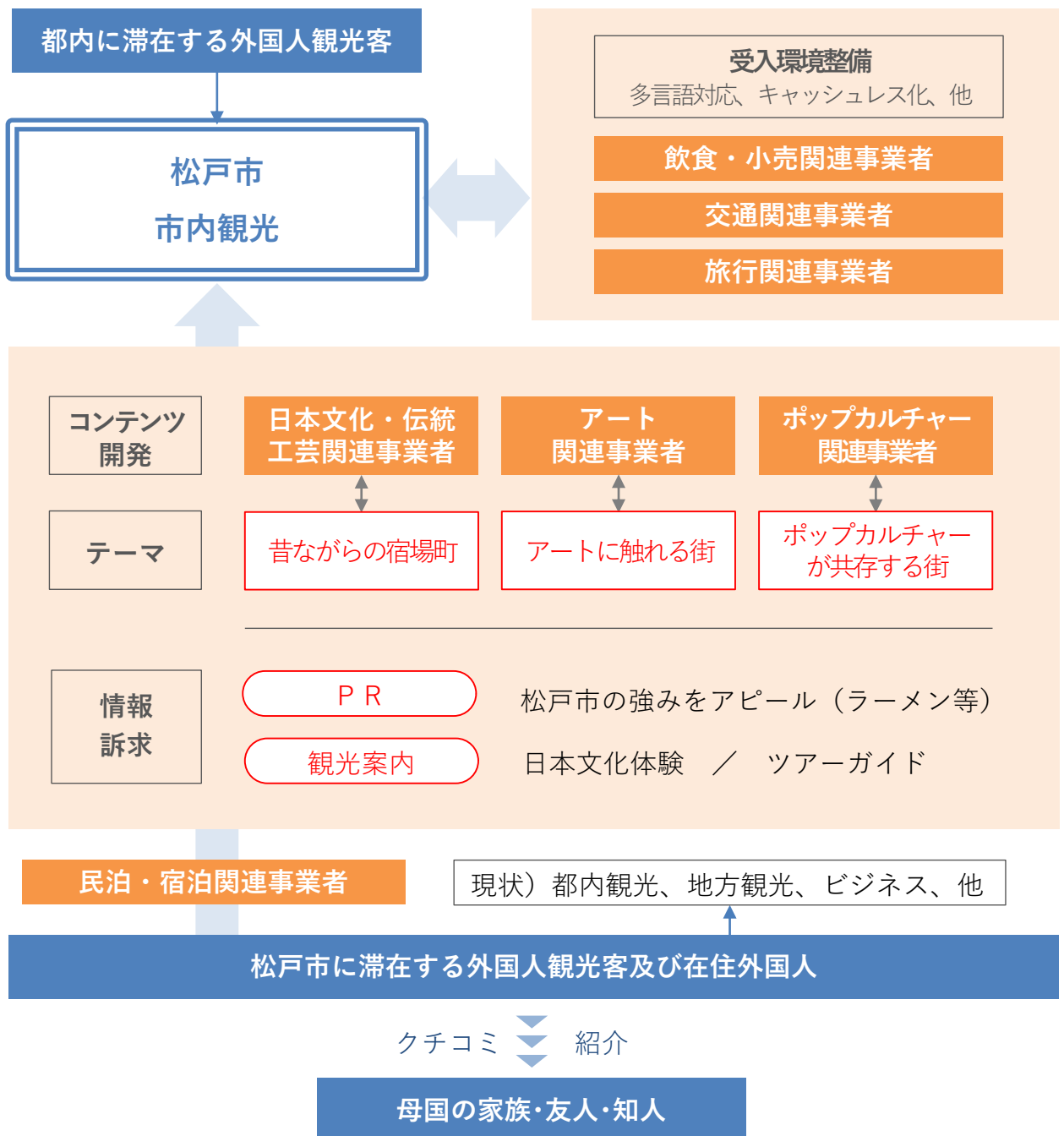
訪日外国人観光客に対して市内観光を定着させることで、民間事業者に利益のある仕組みをつくり、経済活性化を図るとともに、在住外国人への波及や都内に宿泊する外国人観光客の誘致も見込むことができると考える。



松戸市が目指す姿

目指す姿のイメージ

市内事業者と連携し、松戸市に宿泊する外国人観光客に「市内観光」を促すことで、消費拡大と更なる誘致を図る。



コンテンツ開発の3つのテーマ

訪日外国人観光客に「目的」を持って松戸市を訪れてもらうためには、他地域とは異なる松戸市の魅力を育てる必要があり、コンテンツ開発が不可欠である。

Theme

1

昔ながらの宿場町

江戸時代に宿場町として栄え、いまでもその町並みや文化が残る松戸市で、日本の歴史に触れ、体験することができる商品を開発する。



Theme

2

アートに触れる街

PARADISE AIRの取り組みの一環で、街のいたるところがアートで彩られ始めている。この取り組みを活性化し、アートを価値ある観光資源へと昇華させる。



Theme

3

ポップカルチャーが共存する街

「21世紀の森と広場」などコスプレで賑わう松戸市で、アニメやマンガ、ゲームなど日本のポップカルチャーを活かして街全体を盛り上げる。



Theme 1

昔ながらの宿場町



江戸時代に宿場町として栄えた松戸市には、「戸定が丘歴史公園」や「本土寺」、「矢切の渡し」をはじめとする歴史を堪能できる観光地がある。これら松戸の歴史や文化にもぜひ触れてもらいたいが、訪日外国人観光客は、松戸だけでなく「日本」の歴史や文化にも興味関心があることを意識する。

昔ながらの宿場町を活かしつつ、
日本文化体験を「**松戸**」で体験できるか

訪日する外国人観光客に対し、アクセス拠点として松戸での宿泊（民泊）を促しつつ、日本文化を体験してもらう。

目指す姿へのアプローチ

Theme 1 | コンテンツ開発の取り組み

官民連携して、訪日外国人観光客が日本の文化に触れつつ、歴史を学べる機会・体験をつくる。松戸市ならではのコンテンツをメインとして「日本を楽しんでいただく」ことをコンセプトに体験コンテンツの商品化を進める。商品化した体験コンテンツは、まず松戸に宿泊している外国人観光客に周知し利用してもらう。利用者からの口コミやSNSで情報拡散される事により、さらなる松戸市への外国人観光客の誘致が期待できる。



事例



松戸観光協会での折り紙体験



八嶋商店で提灯文化を学ぶ

ORIGAMI EXPERIENCE
折り紙

Time: 45min ~
Fee: 1,000yen/guest
Place: Matsudo Tourism Information Center

With a cup of Green tea.

Contact Info
Matsudo City Tourism Association
(7-3 Honcho, Matsudo City)
OPENING HOURS: 10:00AM-6:00PM
CLOSE: On Monday
E-Mail: info@matsudo-kankou.jp
TEL: 047-703-1100

3 minutes from Matsudo station

Facebook

Don't hesitate to contact us!

Languages: English/Spanish/Italian/Chinese/Japanese

Theme

2

アートに触れる街



松戸市には、国内外のアーティストに一定期間、滞在場所と制作場所を提供し、アート制作活動を支援するアーティスト・イン・レジデンス（PARADISE AIR）がある。かつての松戸宿の歴史と伝統を踏まえた“一宿一芸”をコンセプトに、松戸市民と共にアート活動を展開し、松戸の文化を多層的にアップデートしている。



世界のアーティストと松戸市がコラボし、松戸市内にアート作品を残す活動を推進することで、アートに触れる街を実現する。

Theme 2 | コンテンツ開発の取り組み

現在、市内にはアーティストが手掛けた壁画アートが存在するが、その数はまだまだ少ない。そこで、市民・事業者・行政が協力し松戸市内で壁画アートを施せる場所を探し、壁画アートを増やす。街中でアートに触れることの少ない日本の中で、松戸市に様々なアート作品を増やし、観光客が楽しむだけでなく、地域住民が誇れる街づくりを進める。

事例



宮ノ越地下歩道
ナディー・コロツィー（ドイツ）



FUJIKURA SPORTS/
ジョアン・タラゴ（スペイン）



昭和の杜/
ナディー・コロツィー（ドイツ）



松戸市西口公園/
ZEDZ（イタリア）

Theme 3

ポップカルチャーが共存する街



海外では日本のオタク文化が人気で、アニメ・マンガ・コスプレなどのポップカルチャー市場は今後さらに伸びる見込みがあり、松戸市ではコンテンツ産業を振興する取り組みを行っている。地域のお祭りやタイアップしたコスプレイベントが開かれており、2018年には世界コスプレサミット（WCS）の日本代表決定戦が松戸で開催された。また、対戦型ゲームの大会で盛り上がるゲームセンターやアニメ店舗もあり、松戸市はポップカルチャーが根付いている。

WCS日本代表決定戦



「21世紀の森と広場」HP内コスプレ利用届と撮影風景



ポップカルチャーに興味のある外国人観光客を松戸市に呼び込み、アニメ・マンガ・コスプレなどを介して市内観光の促進につなげる。

Theme 3 | コンテンツ開発の取り組み

松戸市のポップカルチャーをさらに盛り上げ、外国人観光客に発信するため、2019年には松戸市コスプレPR大使を選定した。松戸市の魅力や観光の楽しみ方を発信する取り組みを推進する。

アニメやマンガ好きな外国人観光客が“ポップカルチャー”の聖地と呼ばれる秋葉原に増え続けることをふまえ、秋葉原から電車で約30分の松戸で、宿泊・飲食・体験などの受け入れを強化し、外国人観光客を誘致する。また、安心してコスプレ撮影できる施設や入店できる店舗などを増やし、消費を促す。

▶松戸コンテンツ事業者連絡協議会によるゲーム制作事例

ゲーム制作
事例



「ビットゲームメーカー」



「秋葉原まで13時間」

イベント
事例



松戸 河津桜フェス

民間事業者の役割詳細

日本文化・伝統工芸関連事業者

外国人観光客向けに、日本文化・伝統工芸の体験コンテンツを開発し、商品化。民泊・宿泊事業者の協力の下、宿泊者向け情報サイトも活用し、外国人観光客に情報提供する。また、多言語対応などの受入環境整備を行う。

アート関連事業者

市民・事業者・行政と連携し、壁画アートを施せる場所を探す。松戸市でアート制作活動をする海外アーティストと協力し、松戸市内に存在する壁画アートを増やして市内周遊を促す。また、アート関連の商品開発・販売も狙う。

ポップカルチャー関連事業者

アニメ・マンガ・コスプレといった外国人観光客にも人気のポップカルチャー関連のコンテンツを開発。松戸市の観光地や祭りとも連携し、体験商品やグッズ制作販売などを行う。



民間事業者の役割詳細

民泊・宿泊関連事業者

ターゲットとなる松戸市内に宿泊している外国人観光客に対し、各事業者が開発した体験コンテンツをはじめ、観光情報や店舗情報などを提供することで、市内観光促進を図る。満足度向上によるリピーター増、紹介促進も狙う。

飲食・小売関連事業者

飲食店は、多言語メニューやムスリム、ベジタリアン対応の商品開発を行い、松戸市に滞在する外国人観光客の来店強化を図る。小売店は、土産商品の開発や多言語POPの活用で販売力強化を図り、SNSによる情報拡散も狙う。

交通関連事業者

成田空港や都内からのアクセスの良さをPR。また市内観光を便利にするための2次交通の整備を実施する。観光協会やガイドと連携し、バス車内や駅改札等でも市内ガイドMAPを配布するなど、交通案内機能の充実も図る。

旅行関連事業者

観光地や開発した体験コンテンツ等を組み合わせた市内観光商品の造成、また、販売を含めた海外からの訪日外国人観光客の誘客を図る。その他、各事業者への受入環境整備のサポートを実施し、市内観光の質を高める。

観光協会・市の役割詳細

観光協会

松戸市に来訪する外国人観光客に対し、案内・ガイド機能の充実を図るとともに、情報提供の強化をする。また、外国人観光客のニーズを把握するマーケティング機能も持ち、関係各所へのフィードバックを実施する。

松戸市

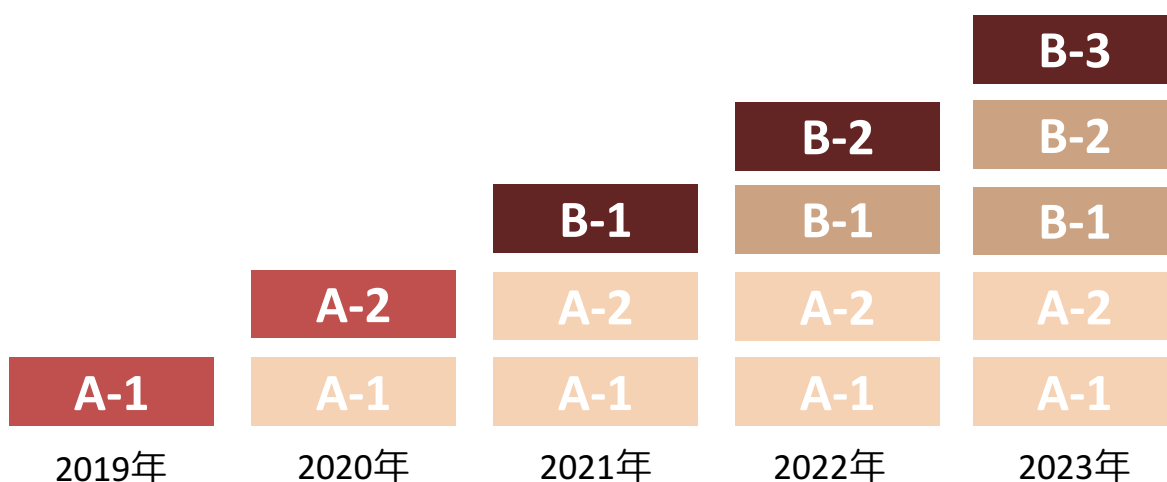
訪日外国人観光客へ松戸市の魅力をPRするため、インフルエンサー等を活用した誘致促進を図る。また、行政範囲における受入環境整備、情報提供の強化を実施し、観光客の利便性を高めることで、市内の経済活性化を推進する。



アクションプラン（2019～2023年）

アクションプランのフェーズ

5年間の実行計画を観光資源の発見・磨き上げをする「開発フェーズ」とプロモーション施策で誘致する「展開フェーズ」に分け、段階的にPDCAサイクルを意識しながら外国人観光客の誘致を目指す。



本計画ではフェーズごとに実行内容を定めているが、施策の必要度によっては複合的に実行するものとする。

開発フェーズにおける取り組み

観光資源の開発を行う。訪日外国人観光客をターゲットとした体験コンテンツを開発し、検証を重ね磨き上げを実施する。

フェーズ	取り組み内容	実施主体
観光資源の開発	● 松戸市内で体験できるコンテンツを発見	市・民間事業者
	● 新たな体験を開発し、商品化	民間事業者
	● 観光資源の情報を整理してまとめる	市・観光協会
観光資源の磨き上げ	● 発見した資源・開発した商品をモニター検証	市
	● 改善すべき点を抽出し、ブラッシュアップ	民間事業者
	● 観光資源をMAP化し、告知ツールを作成	市・観光協会

訪日外国人観光客の受け入れ環境を整備します。ハード面・ソフト面の両面から整備を進め、外国人アレルギー※を払拭する。

※外国人アレルギー：言語の違いを理由に外国人とのコミュニケーションに消極的なこと

フェーズ	取り組み内容	実施主体
受入環境整備	● 外国人対応マニュアルや指差し会話集の用意	市
	● 外国人への基本的な対応方法の習得	民間事業者
	● 施設や店舗におけるWi-Fi環境の整備	民間事業者
受入環境強化	● 観光案内及び交通機関における多言語案内	市・観光協会・民間事業者
	● 消費促進のためのキャッシュレス化	民間事業者
	● 市内観光に必要なWi-Fi環境の整備	市・民間事業者

展開フェーズにおける取り組み

開発フェーズで整備した観光資源の認知拡大・理解促進を図り、実施範囲を【市内→国内→海外】へ展開していく。松戸市は在住外国人が多く、口コミの効果も期待できる。松戸市の立地を活かした民泊も好調のため、市内宿泊者へのアプローチも強化する。

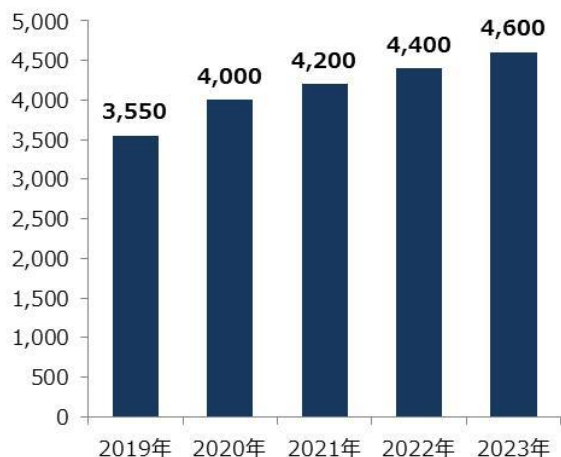
フェーズ	取り組み内容	実施主体
ブランディング プロモーション	● 松戸市の強み（テーマ）を外国人向けに告知	市
	● インフルエンサーを活用した情報訴求	市
	● SNSやHPなどの多言語運用	市・民間事業者
	● テーマごとの強みを外国人目線で整理	市
	● 在住外国人を活用した情報訴求	市・観光協会・ 民間事業者

フェーズ	取り組み内容	実施主体
宣伝・販売 の強化	● インバウンド向けPR動画の制作	市
	● 近隣の宿泊施設と連携した情報訴求	市・観光協会
	● 体験商品を販売するプラットフォームの展開	観光協会・ 民間事業者
	● ターゲット国のメディア・媒体の活用	市
	● テーマごとのターゲットに向けた認知拡大	市・観光協会・ 民間事業者

フェーズ	取り組み内容	実施主体
海外販促展開	● 海外現地のイベント等への参加	市
	● 商品企画・開発（お土産など）	民間事業者
	● 流通網のリサーチ及び確保	市・観光協会

松戸市の訪日外国人来訪見込数

（単位：万人） 今後の年間外国人来訪見込数（全国）

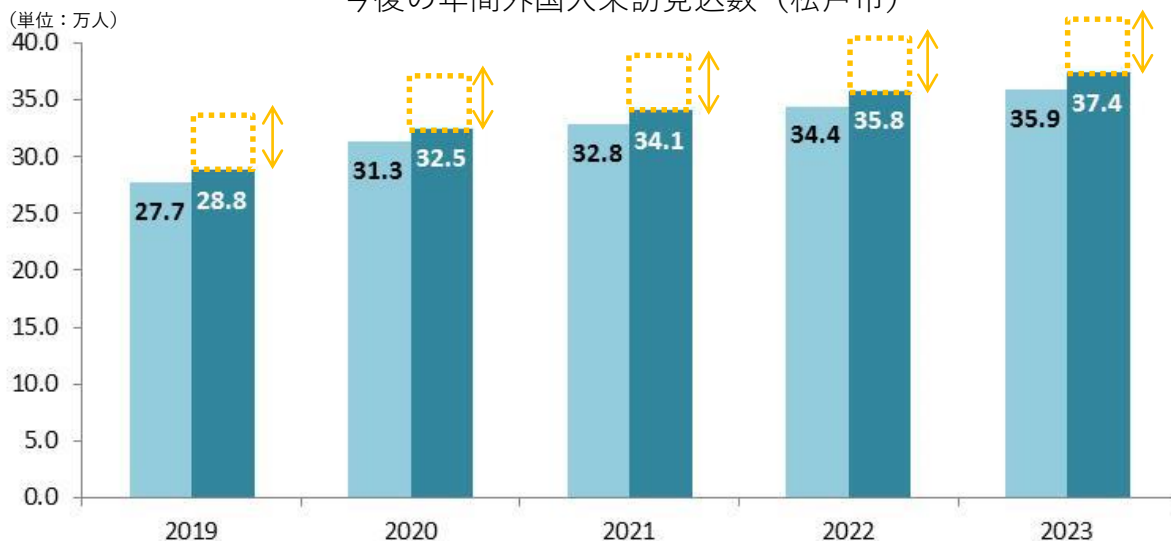


向こう5年間の日本における訪日外国人来訪見込数から、松戸市への見込数を算出。2023年の見込数は37万4,000人となるが、コンテンツの開発・磨き上げ、プロモーション活動を経てさらなる伸びを目指す。

外国人の松戸市来訪者数を試算

- 松戸市来訪率0.783%で推計
- 来訪率0.783% & 来訪意向伸び率1.04%で推計
- コンテンツ開発/磨き上げで更に増加し得る来訪者数

今後の年間外国人来訪見込数（松戸市）



■ 数値参照元

- ① 日本全国来訪総数：JNTO（201601-12）訪日外客数
- ② 松戸市訪問者数：RESAS 昼間+夜間に来訪した訪日外国人数
- ③ 松戸市訪問意向の伸び率：今年度調査/前回調査数値を比較
- ※ 松戸市来訪率：② ÷ ①にて計算

外国人入込客数の目標値

目標値（KPI）は「市内外国人来訪者数」と「松戸市来訪意向」の数値で設定する。それぞれの伸び率を把握することで目標数値を算出する。

年度	市内外国人来訪者数	松戸市来訪意向 (来訪意向は5段階評価)
2016年	18万8,000人	3.68
2018年	(※1) 25万3,000人	3.83
2023年	37万4,000人	4.00

KPI数値は以下の内容にて把握する。

- ① 市内外国人来訪総数の伸び率
- ② 調査による来訪意向の伸び率

■数値参照元

①日本全国来訪総数：JNTO（201601-12）訪日外客数

②松戸市訪問者数：RESAS 昼間+夜間に来訪した訪日外国人数

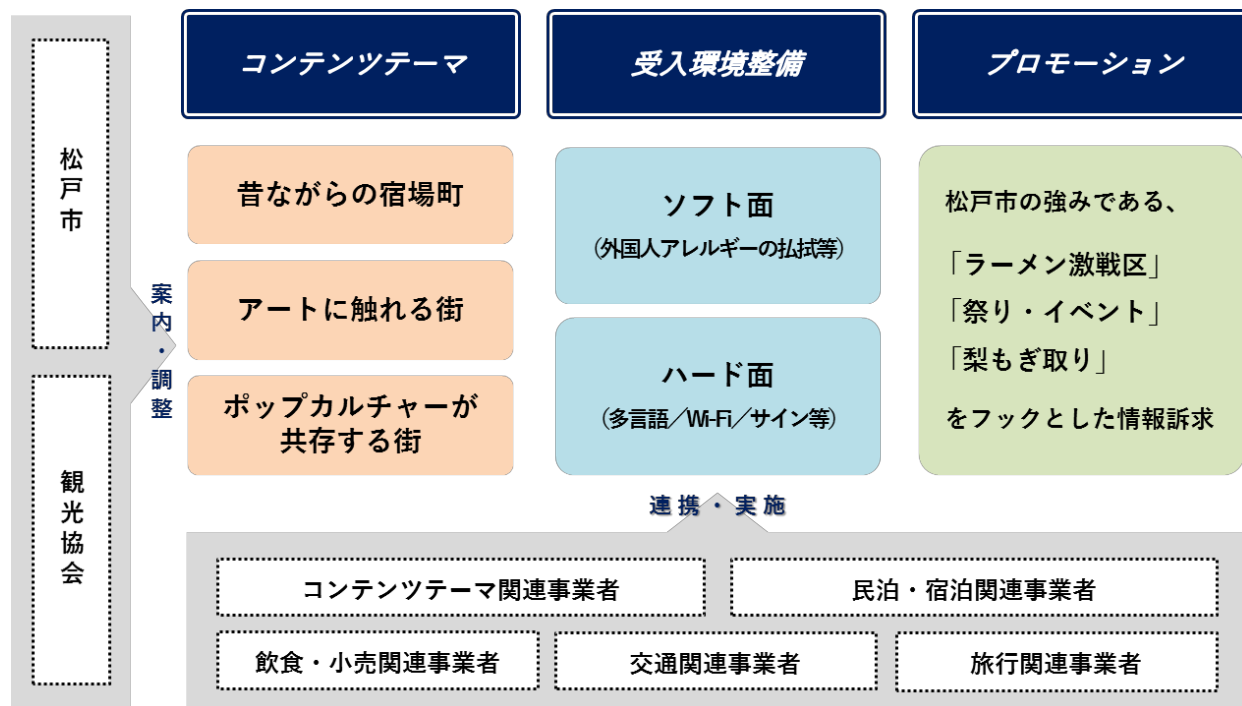
③松戸市訪問意向の伸び率：今年度調査/前回調査数値を比較

(※1) 2018年日本全国来訪総数3,119万人に松戸市来訪率0.783と、訪問意向伸び率1.04を掛け合わせ試算

訪日外国人誘致推進作戦会議の継続

平成30年度には、「松戸市訪日外国人誘致推進アクションプラン」策定に向けて、市内民間事業者や関係団体（商工会議所・観光協会・商店街連合会・市内大学関係者など）などが参加し、全5回の「訪日外国人誘致作戦会議」を開催した。この作戦会議を継続して実施することで、訪日外国人誘致に対する意識の向上や協力体制を整え、次年度以降、この作戦会議のメンバーが中心的な役割を担いながら、それぞれの立場でどのように訪日外国人誘致に取り組むかを考え実行する。

作戦会議の概要



松戸市のスローガン

訪日外国人誘致推進アクションプランでは、松戸市のスローガンである「やさシティ、まつど」を掲げ、国籍問わず全ての人にやさしい街を目指します。



やさシティ、まつど。

楽しく、おしゃれで元気な街
全ての人を柔らかく包み込む
優しい都市、優しい人々
ここで始まる新しい暮らし
やさシティ、まつど



松戸市訪日外国人誘致推進アクションプラン

作成： 松戸市 経済振興部 文化観光国際課

住所： 〒271-8588 千葉県松戸市根本387-5

電話： 047-366-7327

Email： mckankou@city.matsudo.chiba.jp