

# 千葉県グランピング市場における競争構造と地域特性分析レポート(2024年)

## I. エグゼクティブサマリー

千葉県内のグランピング市場は、首都圏からの優れたアクセス利便性(最短60分圏内)と、房総半島が提供する多様な自然環境を背景に、急速な成長と高級化のフェーズに入っています。2021年頃に市場の黎明期を迎え、2024年にかけては大規模なリゾート型施設や専門特化型リゾートへの資本投下が加速しています<sup>1</sup>。

市場の主要な傾向として、滞在体験の質の向上を目指し、温泉、プライベートサウナ、専用プールといった高付加価値設備を導入する動きが顕著であり<sup>1</sup>、これが市場の価格帯の二極化を進行させています。また、ペット同伴可能施設やドッグファーストを掲げるニッチセグメントの成長も見られます<sup>3</sup>。

需要面では、国内レジャー需要の安定的な回復に加え、特に外国人宿泊客数が対前年比で36.9%増と爆発的に増加していることから<sup>5</sup>、グランピング施設、特にプライバシーの高い高級ヴィラは、この高単価インバウンド需要の受け皿としての役割を強めています。戦略的には、アクセス優位性の高い内房エリア(君津、木更津、富津)においては、地域資源(温泉、湖畔)を活用した明確な差別化と高付加価値化が、激しい競争を勝ち抜くための鍵となります。

## II. 千葉県グランピング市場の全体像と分布分析(要求項目1)

### II-A. 市場規模の推定と過去3年間の成長動向(2021年～2024年)

千葉県内におけるグランピング施設総数に関する公的な統計データは存在しませんが、主要なオンラインプラットフォームで取り扱われるドームテント型、トレーラーハウス型、ヴィラ型のリゾート施設

(キャンプ場併設の簡素なテントサイトを除く)を総合的に分析すると、2024年時点での総数は25～35施設程度と推定されます。この推定には、WILDBEACH 木更津<sup>6</sup>、ETOWA KISARAZU<sup>7</sup>、ISUMI Glamping Resort & Spa SOLAS<sup>7</sup>、そしてTHE BONDSグループの複数施設<sup>2</sup>など、市場を牽引する代表的な施設群が含まれます。

過去3年間(2021年～2024年)の市場動向を見ると、市場が急速に成熟段階へ移行していることが確認できます。2021年には、君津市において湖畔ロケーションと温泉を組み合わせたglampark 龜山温泉<sup>7</sup>のように、地域固有の優位性とユニークなコンセプトを持つ限定的なユニット数(1棟限定の施設も含まれる<sup>8</sup>)で市場テストが行われました。

この初期の市場テストが成功裏に終わったことを受け、2024年にかけては、大規模な資本投下を伴う開発が加速しています。具体的には、南房総白浜でTHE BONDSグループが3施設目を開業した事例<sup>2</sup>や、都心から60分という好立地の富津市において、全20棟の関東最大級のグランピングリゾートが誕生した事例<sup>1</sup>が挙げられます。この20棟規模の施設は、温泉やプライベートプールといった高い資本力を要する設備を備えており、市場が初期の実験段階を脱し、大手資本によるスケールメリットと高付加価値化を追求する本格的な競争フェーズに突入したことを示しています。

## II-B. 地域別・主要エリア別分布詳細

千葉県のグランピング施設は、その立地戦略に基づき、大きく4つの主要エリアに分布しています。

### 1. 内房・湾岸部(木更津、富津、君津)

このエリアは、東京湾アクアラインを利用して都心からのアクセス優位性(最短60分圏内)を最大限に享受しています<sup>1</sup>。施設の集中度が最も高く、WILDBEACH 木更津<sup>6</sup>、ETOWA KISARAZU<sup>7</sup>、そして大規模な富津リゾート<sup>1</sup>やglampark 龜山温泉<sup>7</sup>が代表です。市場競争が激しく、温泉、サウナ、プライベートプールなど、競合との差別化を図るために高付加価値設備の導入が加速しています。

### 2. 外房・南房総(館山、南房総、いすみ、御宿)

このエリアは、優れた自然環境、特に太平洋に面したオーシャンビューやビーチリゾートを最大の魅力としています<sup>2</sup>。アクセス時間は内房に比べやや長いものの(車で90分～<sup>9</sup>)、ロケーション特化型

のサービスが展開されています。Dog Villa Chiba Chikura<sup>3</sup> のようなドッグファーストリゾートや、THE BONDSグループ<sup>2</sup> のような絶景重視のリゾートが、唯一無二の体験を求める客層を開拓しています。

### 3. 九十九里エリア(長生郡、東金)

既存のインフラを活用した施設が多いのが特徴です。ドゥカーレ ガーデンホテル九十九里<sup>10</sup> やキャメルゴルフ&ホテルリゾート<sup>10</sup> のように、ホテルやゴルフ場に併設される形でグランピングが展開されています。このため、比較的低価格帯のプランや、既存のレジャー施設との複合利用を前提とした施設が多い傾向が見られます。

### 4. 内陸・その他(香取、市原)

農園リゾートTHE FARM(香取市)<sup>7</sup> のように、海岸線以外の「農のある暮らし」や里山体験をコンセプトとする施設が中心です。自然環境と人が共存・循環するコンセプト(small planet CAMP & GRILL/千葉市)<sup>7</sup> など、体験を重視する層や、低価格帯の利用者をターゲットとしています。

この分布状況は、千葉県のグランピング市場が「利便性の内房」と「体験性の外房・九十九里」という二元的な立地戦略を採用していることを明確に示しています。内房は首都圏からのアクセスの速さと最新設備で勝負し、外房はアクセス不利を補うために、高度な専門性や絶景といったロケーションの優位性で勝負しています。

#### 地域別グランピング市場の特性と戦略的ポジショニング

エリア分類	主要都市/ロケーション	アクセス時間 (都心から)	市場特性(価格帯/設備)	施設数集中度 (推定)
内房・湾岸部	富津市、木更津市、君津市	最短60分(車) <sup>1</sup>	アクセス重視、高付加価値競争、大規模施設	高い
外房・南房総	いすみ市、南房総市、御宿町	90分~120分(車) <sup>9</sup>	環境特化型、専門性重視(犬、サーフィン、絶	中程度

			(景)	
九十九里エリア	長生郡、東金市	75分～90分 (車/電車)	複合施設併設型、ミドル～低価格帯が多い <sup>10</sup>	中程度
内陸・その他	香取市、市原市	90分～120分	体験型(農園、里山)、低価格帯 <sup>7</sup>	低い

### III. 価格帯別市場セグメンテーションと代表施設(要求項目2)

千葉県内のグランピング市場は、提供されるサービスや設備の多様化に伴い、価格帯によるセグメンテーションが明確になっています。(本分析は、繁忙期の食事付き2名利用時の1名あたり料金を基準としています。)

#### III-A. 価格帯別定義と市場構成比の推定

##### 1. 高級セグメント(1泊6万円以上/人 - 10万円以上の事例含む)

このセグメントは、宿泊体験自体が目的となる、極めて高い付加価値を提供する施設で構成されます。特徴は、専用の温泉、プライベートプール、サウナ、ドッグランなど、複数のラグジュアリー設備を各棟に完備している点です<sup>1</sup>。価格設定は高級旅館やプライベートヴィラに匹敵します。

- 代表例: Dog Villa Chiba Chikura(Type Aでは4名1室利用時で32,800円/人～であり、少人数利用や繁忙期には高額化する)<sup>11</sup>、富津市の温泉・プライベートプール付きリゾート<sup>1</sup>。

##### 2. ミドルレンジセグメント(1泊3万円～6万円/人)

市場のボリュームゾーンであり、ドームテントやヴィラタイプが主流です。全棟に専用シャワー・トイレ、充実したBBQサービスを提供し、一部の限定的な高付加価値設備(ジャグジーなど)を持つ施設が含まれます<sup>3</sup>。ファミリー層やグループ旅行など、広範な顧客層をターゲットとしています。

- 代表例: Dog Villa Chiba Chikura (Type B, 4名1室利用時で22,960円/人～)<sup>3</sup>、ETOWA KISARAZU。

### 3. 低価格セグメント(1泊1万円～1.5万円以下/人)

コストパフォーマンスを重視したセグメントです。既存のキャンプ場やホテル敷地の一部、ゴルフ場リゾート<sup>10</sup>などのインフラを活用して運営されるケースが多く、トレーラーハウスまたはベルテント<sup>10</sup>が中心となります。主に素泊まりまたはシンプルなBBQプランが提供されます。

- 代表例: ドゥカーレ ガーデンホテル九十九里(1名9,500円～)<sup>10</sup>、TENT 一宮グランピングリゾート<sup>12</sup>。

### III-B. 各価格帯の施設数割合(推定)

千葉県は都心近接による高需要と、リゾート特化型の開発が進んでいるため、高級セグメントの割合が他地域よりも高い構造にあると推定されます。

価格帯	1泊料金(1名あたり)	主要設備・サービス	代表的な立地戦略	市場シェア(推定)
高級 (Premium)	60,000円～ 100,000円以上	専用プール、温泉、サウナ、ドッグラン、シェフ常駐型食事	内房アクセス優位地、南房総絶景地 <sup>1</sup>	25%
ミドルレンジ (Mid-Range)	30,000円～ 60,000円	ドームテント、充実BBQ、個別シャワー・トイレ、ジャグジー <sup>3</sup>	全エリアに分布、ファミリー/グループ層向け	50%
低価格 (Value)	10,000円～	トレーラーハウ	九十九里、内陸	25%

	15,000円以下	ス、既存ホテル・ゴルフ場併設、素泊まり/軽食 <sup>10</sup>	部、効率性重視	
--	-----------	--------------------------------------	---------	--

高級セグメントの価格のプレミアム化は、単なる豪華な内装や食事提供に留まらず、「プライバシーの担保」に直結する設備の完全性によって支えられています。専用プール、サウナ、温泉といった高額な設備を各棟に設置することで<sup>1</sup>、利用者は他の客との接触を避け、天候に左右されない高品質な滞在を享受できます。この戦略は、グランピングを初期の「豪華なテント」から「完全プライベートリゾートヴィラ」へと昇華させ、価格設定を高級旅館水準にまで押し上げる要因となっています。

## IV. 競合環境分析：サービスと設備の特徴(要求項目3)

### IV-A. 食事サービスとBBQ文化

グランピング体験の核となる食事サービスは、大半の施設で地元の食材を用いたBBQを中心としています<sup>12</sup>。これは、手軽にアウトドア料理を楽しむというグランピング本来の魅力を維持するものです。BAYSIDE KANAYAのように、地産地消のBBQ体験を強調し<sup>12</sup>、食事を通じて地域との連携を深めるブランディングが行われています。

一方で、高級セグメントの施設においては、シェフ常駐型や、バスケット形式ではない豪華なコース料理を提供する高付加価値ディナーの提供事例が少数ながら存在します<sup>2</sup>。市場全体に対する推定比率は、BBQ中心型が約90%を占めるのに対し、シェフ常駐型や高付加価値型ディナーを提供する施設は約10%程度に限定され、これらは主に高級セグメントの差別化要素となっています。

### IV-B. ペット同伴可能施設の割合と専門性

千葉県はペット関連の観光需要が高く、ペット同伴可能なグランピング施設が充実しています<sup>3</sup>。特筆すべきは、単なる同伴許可に留まらず、愛犬専用のプール、プライベートドッグラン、専門アメニティを備えた「ドッグファースト」施設が、市場の一部を形成している点です<sup>3</sup>。これらの専門施設は、ニッチな市場ニーズに応えることで、高い顧客満足度と価格プレミアムを実現しています。

## IV-C. 設備水準(アメニティ)による分類

市場の高級化に伴い、設備水準は標準化と高付加価値化の二面で進化しています。

### 1. 標準設備の徹底

ドームテント型やヴィラ型の施設では、専用トイレ、シャワー、Wi-Fiの全棟設置がほぼ100%の普及率に達しており<sup>1</sup>、これらはもはや差別化要素ではなく、宿泊施設としての最低限の要件となっています。

### 2. 高付加価値設備による競合軸のシフト

高付加価値設備は、施設間の競争を決定づける主要因です。

- 温泉: glampark 亀山温泉<sup>7</sup> や富津の大型リゾート<sup>1</sup>のように、地域固有の温泉資源を活用した施設は、非日常体験に「癒し」の要素を付加しています。
- プライベートサウナ・プール: 2024年以降の新規開業施設では、プライベートサウナとプールの設置が標準装備となりつつあります<sup>1</sup>。

これらの高付加価値設備の導入は、競合軸を従来の「キャンプ」から「高級プライベートリゾートや温泉旅館」へとシフトさせています。天候に左右されないインドアのラグジュアリーエクスペリエンスを提供することで、施設は天候リスクや季節性をヘッジし、通年での安定した集客と収益確保を目指しています。

#### 主要サービスの普及状況と競合優位性

設備/サービス	普及率(推定)	競合優位性	価格帯への影響	関連事例
専用トイレ/シャワー	95% (ドーム/ヴィラ型)	基本要件、優位性なし	全てのセグメントで必須	<sup>1</sup>
プライベートサ	25% (高級セグ)	極めて高い (超)	大幅な価格プレ	富津リゾート、

ウナ/プール	メント集中)	高級層の誘致)	ミアム	Dog Villa Chikura <sup>1</sup>
ペット同伴専用設備	15% (ニッチ専門施設集中)	高い(ドッグファースト市場の確保)	価格プレミアム <sup>3</sup>	<sup>3</sup>
温泉	10% (地域資源依存)	高い(体験価値の向上)	価格プレミアム	亀山温泉 <sup>7</sup>
シェフサービス/高付加価値ディナー	10%	中程度(食事の差別化)	高級セグメントの維持	<sup>2</sup>

## V. 地域特性と観光需要の分析(要求項目4)

### V-A. 東京都心からのアクセス時間

千葉県内のグランピング市場の最大の構造的優位性は、東京都心からのアクセスの速さです。

内房エリア(富津市など)は都心から最短60分と、週末の短期間の滞在に最適な距離を実現しています<sup>1</sup>。東京湾アクアラインを利用してことで、関東他県(例:茨城大洗への約2時間アクセス<sup>1)</sup>に対する決定的な時間的な優位性が生まれています。この利便性は、旅行先の選定において「距離」よりも「時間」を重視する首都圏在住の利用者を効率的に取り込む要因となっています。

さらに、外房エリアの御宿方面へのアクセスも、車で90分、電車でも東京駅から約1時間15分と良好であり<sup>9</sup>、自家用車を持たない学生や若年層のグループ旅行需要にも対応できる構造です。

### V-B. 自然環境の魅力(森林、海岸等)

千葉県は、短距離圏内に多様な自然環境を提供できる点が強みです。

- 海岸線: 内房の東京湾を一望できるサンセットスポット<sup>14</sup> や、外房の広大な太平洋のオーシャ

ンビュー<sup>2</sup>は、マリンアクティビティや絶景体験の場となります。

- 湖畔・里山: 君津市の亀山湖畔<sup>7</sup>のような内陸部では、温泉と静寂を求めてリトリート体験が提供されます。
- 農業環境: 香取市の農園リゾートTHE FARM<sup>7</sup>のように、「農のある暮らし」をコンセプトに据え、地域との連携を深める施設も存在します。

施設は、これらの多様なロケーション特性とコンセプトを結合させることで、幅広い顧客層のニッチなニーズに対応しています。

## V-C. 観光需要の動向

千葉県全体の観光需要は、安定的な成長を示しています。自治体資料によると、令和5年から令和6年にかけて、千葉県全体の宿泊客数は1.8%の増加を記録しました<sup>5</sup>。これは、国内旅行市場の堅調な推移を示唆しています。

特筆すべきは、外国人宿泊客数の動向です。令和5年から令和6年にかけて、外国人宿泊客数は対前年比で36.9%という顕著な成長率を示しています<sup>5</sup>。この爆発的なインバウンド需要の増加は、グランピング市場の高級化傾向と密接に連動しています。

富裕層の外国人観光客は、日本の自然環境の中で高いプライバシーと高品質なサービスを求めており、プライベートプールや温泉といった高付加価値設備を備えたヴィラ型グランピング施設は、この新しい需要層の受け皿として戦略的な重要性を増しています。都心や空港からのアクセスが良い内房エリアの高級施設は、インバウンドの「ゴールデンルート」から外れた場所で非日常体験を提供する上で最適な環境を構築しています。

## VI. 重点エリア詳細分析: 君津市および周辺(要求項目5)

### VI-A. 君津市、富津市、木更津市等の施設数

君津市、富津市、木更津市を含む内房エリアは、千葉県内におけるグランピング施設開発の最前線であり、施設の集中度が極めて高い地域です。

- 君津市: glampark 亀山温泉<sup>7</sup>、Fabula Glamping<sup>8</sup>など、内陸の湖畔や森林資源を活用した施

設が中心です。

- 富津市: 東京湾アクアラインのアクセスを背景に、都心から60分という優位性を持つ関東最大級(全20棟)のリゾート<sup>1</sup>や、東京湾を一望できるBAYSIDE KANAYA<sup>12</sup>など、大規模施設や景観重視の施設が集中しています。
- 木更津市: WILDBEACH 木更津<sup>6</sup>、ETOWA KISARAZU<sup>7</sup>など、湾岸部に位置し、特に若年層やグループ旅行に人気が高い施設が見られます。

この周辺地域は、大規模施設からニッチなコンセプトの施設までが混在する激戦区となっており、高度な設備競争が展開されています。

## VI-B. 近隣のキャンプ場の数

君津市および周辺地域には、グランピング施設以外にも、多数の伝統的なアウトドア施設が競合として存在しています<sup>15</sup>。

- オートキャンプ場: 名水の里久留里 かずさオートキャンプ場(君津市周辺)など、歴史と実績のあるオートキャンプ場が、比較的低価格帯の需要を支えています<sup>15</sup>。
- 日帰りBBQ施設: 空と大地の丘森本農園や農業公園ぽんぽこ村(木更津市)など、手軽な日帰りBBQスポットも強く根付いています<sup>15</sup>。

君津・木更津周辺のグランピング施設が市場で成功するためには、これらの伝統的な競合施設との明確な差別化が不可欠です。例えば、glampark 龜山温泉のように、キャンプ場では提供できない「温泉」「プライベート」といった高付加価値体験を地域固有の資源と結びつけることで、宿泊者は高額な料金を支払う合理的な理由を得ています。単なる宿泊提供ではなく、付帯設備(スパ、温泉、エンターテイメント)が収益の源泉となる構造にシフトしています。

### 君津市周辺(内房)の競合環境マップ

地域	グランピング (高付加価値)	キャンプ場 (Traditional)	日帰りアウトドア (Volume)	主要な地域資源
君津市	glampark 龜山温泉 <sup>7</sup>	かずさオートキャンプ場 <sup>15</sup>	N/A	湖畔、温泉
木更津市	WILDBEACH 木更津 <sup>6</sup> 、ETOWA KISARAZU	N/A	森本農園(BBQ)、潮干狩り場 <sup>15</sup>	湾岸、潮干狩り

富津市	関東最大級リゾート <sup>1</sup> 、 BAYSIDE KANAYA <sup>14</sup>	N/A	N/A	アクアラインア クセス、東京湾 景観
-----	---	-----	-----	--------------------------

## VI-C. 地域の観光客数の推移

君津市単独の直近の観光客数データは提供されていませんが、千葉県全体の観光客入込状況から内房エリアの需要動向を推察できます。千葉県全体の観光客数は、11月が最も多く、次いで12月、5月、10月の順となっています<sup>16</sup>。これらの月は、グランピングのハイシーズン（春秋の過ごしやすい時期と、冬季の温泉/プライベート空間需要が高まる時期）と一致しており、地域の季節的な観光需要とグランピング利用が強く連動していることが示唆されます。

## VII. 戦略的洞察と推奨事項

千葉県のグランピング市場は、立地の優位性を活かし、日本のホスピタリティ産業における新たなラグジュアリーセグメントとしての地位を確立しつつあります。

### 1. 「時間効率」と「高級化」の相乗効果の追求

内房エリアの都心60分圏内という優位性は、競合地域に対する決定的な競争力です。この優位性を、インバウンド需要の増加<sup>5</sup>と結びつけ、「短時間で最高のプライベート体験」を提供する戦略が最も有効です。具体的には、プライベートサウナ、温泉、プールといった高額設備への投資は、単に豪華さを提供するだけでなく、天候や季節に左右されない安定的な高単価維持を可能にするためのリスクヘッジ機能も果たしています。

### 2. 君津市周辺の「ニッチ市場防衛」の重要性

君津市周辺のような伝統的なアウトドア施設が密集する地域では、単に新しい宿泊施設であるとい

うだけでは優位性を確保できません。glampark 亀山温泉の事例<sup>7</sup>が示すように、地域の固有資源（温泉、湖畔）を活用し、他では得られない「リトリート」「ウェルネス」といった特定の体験価値を最大化することが重要です。高回転率を追わず、高単価・高満足度を追求する専門化戦略が、激戦区における市場地位を確立させます。

### 3. 地域資源を活用したブランド価値の向上

地産地消BBQ<sup>12</sup>や農園リゾートTHE FARM<sup>7</sup>のように、食事やアクティビティを通じて地域文化や第一次産業との連携を深めることは、施設のブランド価値とリピート率向上に寄与します。グランピング施設は、単なる宿泊場所ではなく、地域への玄関口として機能することで、持続可能な観光モデルを構築することが期待されます。

---

#### 出典一覧

自治体資料、観光協会データ、民間調査に基づき分析を行った<sup>5</sup>。

- <sup>6</sup> WALKERPLUS (ワイルドビーチ木更津、TACO GLAMP、SOLASなど)
- <sup>7</sup> まるごと千葉(ETOWA KISARAZU、ISUMI SOLAS)
- <sup>12</sup> Mingla(まるのもり、TENT 一宮)
- <sup>10</sup> Glamping.co.jp(ドゥカーレ ガーデンホテル九十九里、キャメルゴルフ&ホテルリゾート)
- <sup>7</sup> まるごと千葉(glampark 亀山温泉、THE FARM、small planet)
- <sup>9</sup> Isumi-chiba-suitenvilla(THE BONDS 御宿へのアクセス時間)
- <sup>1</sup> Resort Glamping.com(富津の大型リゾート、茨城大洗へのアクセス時間)
- <sup>8</sup> Resort Glamping.com(湖畔リトリートグランピング 亀山温泉、Fabula Glamping)
- <sup>12</sup> Mingla(BAYSIDE KANAYA、地産地消BBQ)
- <sup>4</sup> Isumi-chiba-suitenvilla(愛犬とご宿泊、五氣里)
- <sup>14</sup> Glampicks.jp(BAYSIDE KANAYA アクセス)
- <sup>5</sup> 千葉県庁(宿泊客数推移 令和5年→令和6年)
- <sup>16</sup> 千葉県庁(令和3年観光入込客数データ)
- <sup>3</sup> Dog Villa Chiba Chikura 予約サイト(Type B 料金、設備)
- <sup>11</sup> Dog Villa Chiba Chikura 予約サイト(Type A 料金)
- <sup>13</sup> DEAR WAN SPA GARDEN(食事サービス)
- <sup>15</sup> Asoview(木更津・君津・富津のアウトドア施設一覧)
- <sup>2</sup> PR TIMES(THE BONDS 南房総白浜 2024年4月オープン)

#### 引用文献

1. 関東・甲信で人気のグランピング施設一覧, 11月 13, 2025にアクセス、

[https://www.resort-glamping.com/accommodation\\_category/kanto/](https://www.resort-glamping.com/accommodation_category/kanto/)

2. 【2024年4月グランドオープン】千葉県を代表するグランピンググループ「THE BONDS」から南房総白浜に3施設目が誕生！～オープン記念キャンペーン＆グループ協賛キャンペーの同時開催！～ | 株式会社ブッキングリゾートのプレスリリース - PR TIMES, 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000374.000052784.html>
3. ドッグヴィラ千葉千倉 | プランから選ぶ, 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://reserve.489ban.net/client/dog-villa-cc/0/plan>
4. 愛犬とご宿泊 |【千葉】五氣里-itsukiri- |【リゾグラ】リゾートグランピング, 11月 13, 2025にアクセス、<https://www.isumi-chiba-suitenvilla.com/pet/>
5. 令和6年観光客の入込動向について(速報値) - 千葉県, 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://www.pref.chiba.lg.jp/kankou/press/2025/r6.html>
6. 千葉県のグランピング【駐車場あり】 | ウオーカープラス, 11月 13, 2025にアクセス、  
[https://www.walkerplus.com/spot\\_list/ar0312/sg0179/ss1002/](https://www.walkerplus.com/spot_list/ar0312/sg0179/ss1002/)
7. 千葉のグランピング施設特集 - ちば観光ナビ, 11月 13, 2025にアクセス、  
[https://maruchiba.jp/feature/detail\\_77.html](https://maruchiba.jp/feature/detail_77.html)
8. 【関東エリア】千葉県の人気グランピング施設一覧 - リゾートグラン ..., 11月 13, 2025にアクセス、[https://www.resort-glamping.com/feature-articles\\_chiba/](https://www.resort-glamping.com/feature-articles_chiba/)
9. 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://www.glamping-chibaisumi.com/#:~:text=%E3%82%B5%E3%82%A4%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%81%AA%E3%81%A9%E3%82%BB%E3%83%83%E3%83%88%E3%81%AE%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%82%BF%E3%83%AB,%E3%81%A7%E3%82%86%E3%81%A3%E3%81%9F%E3%82%8A%E3%81%A8%E3%81%8A%E9%81%8E%E3%81%94%E3%81%97%E3%81%8F%E3%81%A0%E3%81%95%E3%81%84%E3%80%82>
10. 東京から行ける1人1.5万円以内で泊まれるコスパ最強グランピングまとめ, 11月 13, 2025にアクセス、<https://glamping.co.jp/15000yen-cheap-spot/>
11. ドッグヴィラ千葉千倉 | プランの詳細 |【素泊り】大切な愛犬と共に、心安らぐ特別な滞在 <千葉県南房総の自然に佇む・1棟貸切のドッグファーストリゾート> - 「予約番」 reserve.489ban.net, 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://reserve.489ban.net/client/dog-villa-cc/0/detail/1150891>
12. 【千葉】料金が安いグランピング場 | 14,999円以下のコスパが良いお得スポット, 11月 13, 2025にアクセス、<https://www.mingla.jp/hotel-articles/chiba-reasonable>
13. お食事 - 【千葉】DEAR WAN SPA GARDEN -ディア ワンスパガーデン- | ペットと泊まれる宿-いぬやど, 11月 13, 2025にアクセス、  
<https://www.chibachosei-glamping.com/meal/>
14. 【東京から1時間30分以内のグランピング施設】一覧から公式最安値で探す - GLAMPICKS, 11月 13, 2025にアクセス、<https://glampicks.jp/search/tokyo90/>
15. 木更津・君津・富津のアウトドア おすすめランキングTOP6 - アソビュー !, 11月 13, 2025にアクセス、<https://www.asoview.com/leisure/grp1/location/are0122000/>
16. 令和3年 千葉県観光入込調査報告書, 11月 13, 2025にアクセス、  
[https://www.pref.chiba.lg.jp/kankou/toukeidata/kankoukyaku/documents/r3kankou\\_irikomi.pdf](https://www.pref.chiba.lg.jp/kankou/toukeidata/kankoukyaku/documents/r3kankou_irikomi.pdf)