

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

物産観光ブランド確立支援計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

埼玉県

3 地域再生計画の区域

埼玉県の全域

4 地域再生計画の目標

本県には、自然、歴史・文化、産業など各地域に個性あふれる豊富な観光資源がある。また、東京都心からの放射状の道路・鉄道が整備されているなど充実した交通網を有し、首都圏の巨大観光マーケットを見据えて事業を展開することができる優位な環境にある。加えて、本県では今後、第 8 回世界盆栽大会 in さいたま（平成 29 年）、ラグビーワールドカップ 2019（平成 31 年）、東京 2020 オリンピック・パラリンピック（平成 32 年）と、国際的なイベントが各地で開催される予定である。こうした機会を観光客誘致の絶好の機会として捉え、本県の強みを最大限に生かし、DMO 候補法人を核としたオール埼玉で国内外の観光客の誘致を加速させる。観光資源や県産品を磨き上げ、PR に取り組むとともに受入体制の整備を推進し、周遊、宿泊して観光を楽しむ観光客の増加を図る。これにより、観光消費額を増加させ、地域経済の活性化を図る。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成 28 年度 増加分 (1 年目)	平成 29 年度 増加分 (2 年目)	平成 30 年度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分 の累計
観光消費額 (県外からの 宿泊客)	18,347 円	1,553 円	800 円	900 円	3,253 円
観光消費額 (県外からの 日帰り客)	4,380 円	420 円	200 円	200 円	820 円

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

本県の観光地を包括的経営体として捉えて諸事業の管理運営を行う「観光地経営」の視点に立ち、本県観光地の経営管理を進めていくため、(一社)埼玉県物産観光協会を日本版DMO法人として位置付け、戦略的な観光地経営を行うとともに観光地域づくりを推進する。協会が実施する各種事業等に係る経費を補助し、協会の構成員である宿泊施設、物産店、鉄道会社などの観光事業者に加え、文化、スポーツ、商工・農林・環境事業者、地域住民等多様な関係者を巻き込み、観光振興によって地域住民の誇りと愛着を醸成する。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金【A3007】

1 事業主体

埼玉県

2 事業の名称及び内容：物産観光ブランド確立支援事業

日本版DMO候補法人である(一社)埼玉県物産観光協会が取り組む以下の各種事業等に係る経費を補助する。

(1) 専門職員の配置・DMO運営体制の整備

地域ブランディング、プロモーション、財務・会計に優れた専門職員を配置し、PDCAサイクルで業務を進めるための組織づくりや、関係者との合意形成をするための仕組みづくりを整備する。

(2) 各種データの収集・分析による物産観光戦略の策定及び物産観光戦略に基づく事業の実施・検証

本県を観光地としての視点で精査するとともに、他観光地との優位性が見込める体験メニューや物産についてのテストマーケティング・ニーズ調査を行う。また、物産観光戦略を策定し、これに基づく事業の実施及び検証を行う。

(3) 県内観光物産人材の育成

- ・「観光先進地に学ぶ」(基調講演&パネルディスカッション)セミナーの開催(初年度)
- ・観光推進リーダー養成研修
- ・ローカルブランディング研修

(4) 物産・観光プロモーション・一元的な情報発信

観光地として認知度が高い川越から周遊し、秩父・長瀨で宿泊する「SAITAMAプラチナルート」をメインに、県内各地の観光協会と連携した着地型旅行商品の提案及びプロモーションを実施。また、県産品と観光を連動させた専用ウェブサイトを作成する。

(5) 発見！体験！埼玉県宿泊型旅行商品コンテスト事業

着地型旅行の提案を募るコンテストを実施する。テーマ(食、自然、アニメ、各種体験等)ごとに優秀な提案を商品化していく。

3 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

埼玉県固有のニューツーリズムとして着地型旅行商品の造成及び販売や物産品の新商品の開発、またワンストップ窓口を稼働させ情報掲載料や紹介手数料等により収入を得ることでDMOの自立につなげていく。

【官民協働】

観光づくりの視点から、行政と民間の取組の相乗効果をより一層生み出すため、民間との連携を強化し、観光事業者、文化、スポーツ、商工・農林・環境事業者、地域住民等の多様な関係者を巻き込み、事業を実施する。物産観光協会会員企業(670社)、東武鉄道(株)、西武鉄道(株)、秩父鉄道(株)、埼玉県ホテル旅館生活協同組合、伝統工芸品産地組合、旅行事業者など民間との連携により、事業の付加価値向上やコスト負担の軽減などを図っていく。また、従来型の行政主体の広報だけでなく、マスメディアや交通事業者等の連携による情報発信を推進していく。

【政策間連携】

県内各地の多彩な魅力を持つ観光資源を磨き育てる。また、地域特性や観光に対する志向の変化などを踏まえ、産業、自然、歴史・文化、スポーツ、アニメなど新たな資源を絶えず発掘していく。

【地域間連携】

戦略に基づくテーマ型観光ルートを造成するため、テーマに関連する体験プログラムの開発や食の開発に取り組む地域をマーケティングや人材育成の面でサポートする。

4 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

	事業開始前 (現時点)	平成28年度 増加分 (1年目)	平成29年度 増加分 (2年目)	平成30年度 増加分 (3年目)	KPI 増加分 の累計
観光消費額 (県外からの 宿泊客)	18,347 円	1,553 円	800 円	900 円	3,253 円
観光消費額 (県外からの 日帰り客)	4,380 円	420 円	200 円	200 円	820 円

5 評価の方法、時期及び体制

県の観光入込客パラメータ調査により、観光消費額(県外からの宿泊客・県外からの日帰り客)を把握する。DMO候補法人組織における「協議会」にて毎年度検証を行う。

6 交付対象事業に要する費用

法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

・総事業費 142,857千円

7 事業実施期間

平成28年10月1日から平成31年3月31日

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成31年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

県内観光関係団体の実務者による「協議会」にて検証を行う。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成28年度 増加分 (1年目)	平成29年度 増加分 (2年目)	平成30年度 増加分 (3年目)	KPI 増加分 の累計
観光消費額 (県外からの 宿泊客)	18,347 円	1,553 円	800 円	900 円	3,253 円
観光消費額 (県外からの 日帰り客)	4,380 円	420 円	200 円	200 円	820 円

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

DMO 候補法人が開催するワークショップ及びホームページで公表する。