

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「秩父の酒」を核とした宿泊観光客拡大プロジェクト

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

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本県は、充実した鉄道・道路網によるアクセスの良さから、東京を中心に多くの観光客が訪れている。しかしながら、都心からのアクセスの良さゆえに、本県を訪れる観光客のほとんどが日帰りであり、観光客がもたらす地域経済への効果も限定的なものとなっている（2017年度観光入込客の宿泊割合1.2% 全国最下位）。本県に宿泊してもらうためには、観光資源のPRだけでなく、宿泊して地域で消費してもらうための仕掛けづくりが必要である。

本県は全国有数の「酒どころ」（2017年産清酒出荷量21,233k1 全国第4位。首都圏では第1位）であり、清酒以外にも多彩な種類の酒がつけられている。中でも秩父地域は、山々に囲われた地理的な特徴から、昼夜間の寒暖差を利用した酒造り文化が古くから育まれてきた。

秩父に蒸留所を構える株式会社ベンチャーウイスキーは、世界で最も権威があるとされるウイスキーコンペティション「ワールド・ウイスキー・アワード」で2年連続世界最高賞を受賞したウイスキーを生み出し、「イチローズモルト」の名は世界中に響き渡っている。その他にも国内最大規模のコンクール「日本ワインコンクール」で3年連続金賞を受賞したワイナリーや、「全国新酒鑑評会」で金賞を受賞した酒蔵などがあり、酒づくり産地としての地位を築いている。このように酒として高い評価を得ているものの、観光地への誘客には生かしきれておらず

、それぞれ商品ごとのPRに留まっているのが現状である。

秩父地域が「酒どころ」としてのポテンシャルを生かし、観光客に宿泊を促していくには、秩父の酒を県内外から人を呼び寄せる魅力ある地域資源として磨き上げていく必要がある。また、秩父地域は、秩父夜祭や秩父札所巡り、三峰神社、芝桜や雲海、長瀨の岩畳やライン下りなど、豊かな自然と古くからの歴史・文化が残されている。こうした観光資源と秩父でしか体験できないプログラム、酒に合う伝統の郷土料理などを一体的に提供していくことで、宿泊観光客を増やし、地域としての稼ぐ力に結び付けていく。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

酒を新たな地域資源の核に位置づけ、酒造りの歴史・文化を体験できるプログラムや、秩父でしか味わえない酒と相性抜群の料理など、誘客力の高い魅力的なコンテンツが開発される。秩父の豊富な観光資源と結び付けることにより、「来て、見て、泊まって味わえる」宿泊型リゾート地として国内外から多くの観光客が訪れるようになる。

ウイスキーやワイン、日本酒など、秩父の多彩な「酒」が広く国内外に認知され、“酒といたら秩父”というブランドが確立される。

また、地域で生産したモノを地域で消費してもらう地域経済循環システムを構築することで、地域経済の自立性が高まっていく。

【数値目標】

K P I	事業開始前	2019年度増加分	2020年度増加分
	(現時点)	1年目	2年目
県外からの年間延べ宿泊者数(万人)	313	17	19
DMOによるツアーの造成数(本)	0	50	20
DMOが造成したツアーの売上額(万円)	0	500	4,500
支援事業を通じた新商品の開発数(件)	0	8	8

2021年度増加分	KPI増加分
3年目	の累計

0	36
20	90
1,000	6,000
8	24

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

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（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

「秩父の酒」を核とした宿泊観光客拡大プロジェクト

③ 事業の内容

秩父夜祭などの観光資源と連動したプロモーションの展開、体験型ツアーの造成などにより、国内外の宿泊観光客の増加を図り、地域産業全体の稼ぐ力の強化につなげていく。

秩父地域が魅力的な「酒どころ」と認知してもらうために、官民一体となってブランド力の向上、販路開拓、消費の拡大に取り組んでいく。秩父の酒造りの歴史や特徴のPRを強化することで、「都心から気軽に行ける酒どころ」としての地位を確立していく。

さらに、本県の地方創生推進交付金活用事業である「埼玉『ちかいなか』交流プロジェクト」で展開する「都市と農山村の交流事業」と連携し、秩父地域へ訪れる観光客にPRすることで、交流人口から関係人口へのステップアップを図っていく。

1 「酒」を核とした交流人口の拡大

日本版DMO法人である（一社）埼玉県物産観光協会のもとに、県内全市町村及び観光協会が参画する「（仮称）市町村観光協会連合会」を創設し、県内観光情報を一元的に発信する仕組みを構築し、効果的なプロモーションを展開していく。

NEXCO東日本との連携による県内高速道路のサービスエリア、パーキングエリアでのプロモーションや、北陸新幹線沿線等本県への交通アクセスに優れた地域での誘客キャンペーンなどの機会をとらえ、「酒どころ秩父」の魅力を県内外で重点的にPRしていく。

酒蔵見学・仕込み体験など「酒」にまつわる体験型のコンテンツを開発し、大手旅行会社では造成しないような旅行商品プログラム・ツアーを造成、販売していく。

2 官民連携による「酒どころ秩父」の魅力発信

「酒どころ秩父」の魅力を発信するため、県と秩父地域の市町、商工団体等による官民連携の協議会を設立し、一般の観光客や卸売業者、小売業者に対して試飲会や展示会を開催する。

3 秩父産「酒」の商品開発

観光客のニーズを踏まえた秩父オリジナルの新たな商品を開発する。県産業技術総合センター北部研究所には、食品や味に関する分析、高付加価値食品の開発支援など、長年にわたって蓄積してきた知見がある。新たな商品開発に意欲的な企業等による、他の産地との差別化を図った新製品の開発や商品パッケージのデザイン、販路開拓支援等により、「売れる商品」となるよう支援していく。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業計画期間終了後も、DMOによる体験型旅行商品の造成及び販売、「酒」を核とした県産品の販路拡大を図っていくとともに、秩父地域の市町村や商工団体とDMOとの連携により、「酒どころ秩父」のブランデ

イングを行っていくことで秩父酒ブランドを確立し、地域の稼ぐ力に結び付けていく。

今後はDMOが中核となって埼玉県の観光プロモーションを展開していくため、県のプロモーション事業を移行していく中で、県として財政支援、人的支援を行っていく。

【官民協働】

これまでは、ウイスキー、ワイン、日本酒などそれぞれの商品ごとのPRに留まっていたことから、県、市町村、農商工団体、DMO等が連携し、秩父産のお酒を地域資源として磨き上げ、販路開拓・消費拡大や「食」や「観光」と結び付けた一体的なプロモーションを推進し、秩父地域の魅力を県内外に伝えていく。

【地域間連携】

本県がこれまで築いてきたネットワークを生かし、北陸新幹線沿線自治体との誘客キャンペーンや、県内全市町村及び観光協会が参画する「（仮称）市町村観光協会連合会」による県内観光資源と結び付けた一元的で効果的なプロモーションを展開していく。

また、県と秩父地域の市町による地域の企業への商品開発支援や試飲会、展示会等の販路開拓支援など効果的な支援体制を構築する。

【政策間連携】

「酒どころ 秩父」としての認知度向上と地域資源のポテンシャルを生かした誘客促進を目指していくなかで、地域の企業や農家などの稼ぐ力が強化されていくとともに、地域内での雇用の創出や関係人口掘り起しといった相乗効果を狙っていく。

- ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））
4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、各年度の目標及びK P I の達成状況を企画財政部計画調整課が取りまとめて、埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議により検証結果報告をまとめる。

【外部組織の参画者】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議（産業・経済界代表 4名、大学・教育機関代表 3名、金融機関代表 3名、労働団体代表 1名、メディア代表 2名、住民協働（N P O等）代表 2名 計15名）の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

【検証結果の公表の方法】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議の会議資料及び検証結果の概要を埼玉県ホームページにおいて公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 156,527千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし

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

(1) 産業技術総合センター事業費

事業概要：県の産業技術総合センターによる中小企業の技術的課題解決の支援や技術研究会などの企業間交流の推進

実施主体：県

事業期間：2003年度～

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥に掲げる【検証結果の公表の方法】に同じ。