

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「酒好きいらっしやい！」埼玉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（2019年度観光入込客の宿泊割合 1.5% 全国最下位）。

本県は R1 年度から「秩父の酒」を核とした宿泊観光客拡大プロジェクトに取り組んでおり、これまで各メーカーが商品ごとに PR していたところを、「ちちぶ乾杯共和国」というブランドで地域一体となって PR するなど、お酒を軸とした観光振興を着実に進めている（R1 年度：「ちちぶ乾杯共和国」建国宣言 DAY を開催し約 3,000 人の来場者数を記録。R2 年度：「ちちぶ乾杯共和国パスポート」を作成 など）。

一方、新型コロナウイルス感染症の流行により旅行者の自粛やツアーの催行中止、本格的なツアー造成ができなかったことなどが影響し、宿泊者数の増加には結び付けられていない状況である。恵まれた立地とポテンシャルを持ちながら地域経済に反映しきれていない状況を打破し、本県を稼げる地域にしていく必要がある（R2 年度の「県外からの年間延べ宿泊者数」：200 万人。事業開始前に比べて 113 万人減少）。

また、マーケティング調査等の事業を推進していく中で、秩父地域の地元事業者からは、ビジネスパーソン等を対象に、宿泊者が休日と比較して少ない平日の利用を促進する事業を行うことで、より効果的な宿泊者数増加の取組みができるのではないかとの意見・要望があった。社会情勢としても、テレワークの浸透やワーケーションの普及など、宿泊に関連する新たなニーズが広がりを見せている（埼玉県内のテレワーク実施事業者の割合：40.7%（令和3年1月8日～2月7日。「埼玉県テレワークポータルサイト」参照）、利用者となる従業員のワーケーションに関する認知度：約8割、ワーケーションに「非常に興味がある」、「興味がある」とした人：28.2%（観光庁「ワーケーション、プレジャーの活用実態に対する調査」参照）。これらの状況を踏まえ、日中は仕事、業務外は遊びや観光、夜は宿泊施設内で気軽にお酒を楽しめるワーケーションやテレワークのプランを造成し全県展開していくことで、本県宿泊観光の消費額を向上させ、本県地域経済の活性化につなげていく。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【経緯】

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。

また、本県は全国有数の「酒どころ」であり、中でも秩父地域は清酒以外にも5年連続世界最高賞を受賞したウイスキーなど多彩な種類の酒がつくられている。しかし、観光地への誘客（特に宿泊観光客への誘客）には生かしきれてこなかった。

それらの状況を踏まえ、R1年度から「秩父の酒」を核とした宿泊観光客拡大プロジェクトをスタートさせ、宿泊者の増加を目指した事業を実施してきたところである。

【酒好きの層へのアプローチ】

新型コロナウイルスの影響もあり、本県への宿泊観光客数は依然として低値

である（2019年度観光入込客の宿泊割合1.5% 全国最下位）が、コロナ禍でも実施できたマーケティング調査により、ターゲットを「酒好き」の層に絞り、酒を満喫するプランを用意することで有効なプロモーションが実施できることが明らかになった。

今後は、アフターコロナを見据え、酒好きの層が宿泊地として秩父を選択する流れを強固に構築していくために、酒好きの層へ対象を特化したツアー造成を行い、国内外にプロモーションを展開する必要がある。また、秩父での取り組みをモデルケースとして、県内に34もの酒蔵が各所に点在しているという本県の特徴を活かし、お酒を軸として宿泊者数増加への取り組みを全県で推進していく。

【新しい旅のスタイル・働き方】

秩父乾杯共和国と実施を進めた前身事業のマーケティング調査等の事業において、関係者に対してヒアリングする中で秩父地域の地元事業者からは、ビジネスパーソン等を対象に、宿泊者が休日と比較して少ない平日の利用を促進する事業を行うことで、より効果的な宿泊者数増加の取り組みができるのではないかとの意見・要望があった。社会情勢としても、テレワークの浸透やワーケーションの普及など、宿泊に関連する新たなニーズが広がりを見せている。これらの状況を踏まえ、日中は仕事、業務外は遊びや観光、夜は宿泊施設内で気軽にお酒を楽しむワーケーションやテレワークのプランを造成し全県展開していくことで、本県宿泊観光の消費額を向上させ、本県地域経済の活性化につなげていく。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022年度増加分	
		1年目	2年目
1人当たりの観光消費額（県外からの宿泊客）（円）	15,955	3,215	3,215
DMOによるツアーの造成数(本)	19	26	45

DMO が造成したツアーの参加者数 (人)	330	270	400
1人当たりの観光消費額（ビジネス目的の宿泊）（円）	28,076	1,408	1,408

2024年度増加分 3年目	KPI増加分 の累計
3,215	9,645
60	131
500	1,170
1,408	4,224

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

「酒好きいらっしゃい！」埼玉宿泊観光客拡大プロジェクト

③ 事業の内容

秩父地域で酒を軸とするツアーにおけるモデルケースとしての地位を確立させ、成功事例を元に取り組みを全県展開する。

また、新しい旅のスタイルであるワーケーションを切り口に、働き方改革普及関連施策と政策間連携させることで多様な働き方を求める需要に対応する施策を実施する。

1 「酒好きを中心としたツアー造成・プロモーションによる宿泊観光客数

増加」

秩父地域での「酒好き」の層に対する酒を満喫するツアー造成を推進し、本県での酒を軸とするツアーにおけるモデルケースとしての地位を確立させるため国内外に向けたプロモーション等を展開していく。また、全県展開するものとして、県内34ある酒蔵の地域と「埼玉の酒」を軸としたツアー及び宿泊プランを造成する。

2 「新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業」

新しい旅のスタイルであるワーケーションを切り口に、働き方改革普及関連施策と政策間連携させることで多様な働き方を求める需要に対応し、勤務と合わせて余暇は埼玉のお酒を楽しむワーケーション事例を提案するなどのプロモーションを展開していく。

県内ホテル・旅館にて日帰りで行っているテレワークをターゲットに、1泊すると利用できる地元のお酒と合わせた宿泊プラン造成等を促進させることで、「酒好き」の県民による県内宿泊を増加させる。

※2は、働き方改革普及関連施策と政策間連携し相乗効果を図る。

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、彩の国DMOによるツアーや宿泊プランの造成及び販売を行っていくとともに、県内市町村、地域DMOや各市町村観光協会にも取組みを共有し、地域の稼ぐ力に結び付けていく。

今後、彩の国DMOが中核となって埼玉県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】

県はツアーやマーケティング等について企画・立案し、彩の国DMOが調査やツアーの造成等を行う。また、彩の国DMOでのツアーやプロモーションの成功事例を各民間企業に共有し、民間旅行会社でのツアー造成を促進して地域経済の活性化を図る。

【地域間連携】

秩父地域（秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町）は彩の国 DMO と共同し、全県展開を見据えたモデルケースとなるツアー等を造成する。秩父地域以外の市町村（川越市、飯能市等、県内 3 4 酒蔵の所在地市町村及びその周辺市町村）は、秩父地域でのモデルケースを参考に地元の自治体の視点から彩の国 DMO と共同でツアーを造成し、プロモーションを展開していく。

【政策間連携】

観光部門での宿泊プラン、移住関係施策部門の移住お試し住宅、働き方改革部門のテレワーク利用促進について、希望者の要望に適合した施策を相互の窓口や HP で案内することにより、相互の利用促進を図る。

【デジタル社会の形成への寄与】

働き方改革施策部門がテレワーク導入等働き方改革を目指した中小・小規模事業者への支援を行い、観光部門はホテル・旅館でのテレワークの際に 1 泊すると利用できる地元のお酒と合わせた宿泊プラン造成等を促進する。

これらをそれぞれの事業で相互に PR することで、働き方改革の先進地というイメージ向上に繋がる。

また、首都に近く、余暇はお酒を満喫できるという本県の特徴を県内外に PR することで、ワーケーション実施地としての魅力度と認知度が向上する。

その結果、県内事業者の働き方改革が促進されるとともに、県民や関係人口によるワーケーション実施者が増加し、テレワーク（デジタル技術）の普及促進につながる。

社会情勢として、テレワークの浸透やワーケーションの普及など、宿泊に関連する新たなニーズが広がりを見せている。これらの状況を踏まえ、日中は仕事、業務外は遊びや観光、夜は宿泊施設内で気軽にお酒を楽しむワーケーションやテレワークのプランを造成し全県展開していくことで、本県宿泊観光の消費額を向上させ、本県地域経済の活性化につなげていく。

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

【検証時期】

毎年度 7月

【検証方法】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議における報告及び効果検証

【外部組織の参画者】

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（NPO
等）代表 2名 計15名

【検証結果の公表の方法】

会議資料及び結果概要についてHPにて公表

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 123,900千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日から2025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

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2025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、5-2の⑥の【検証時期】に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の【検証結果の公表の方法】に同じ。