

## **(一社)秩父地域おもてなし観光公社関係**

**資料3-2-1 (一社)秩父地域おもてなし観光公社提出資料**

**資料3-2-2 DMOの取組状況に関する調査 回答**

**資料3-2-3 日本版DMO形成・確立計画**

# (一社) 秩父地域おもてなし観光公社の取組みについて

「行政等との役割分担」

「関係者間のマネジメント」を中心に



平成30年11月28日

一般社団法人  
秩父地域おもてなし観光公社  
事務局長 井上正幸



# 秩父地域って??

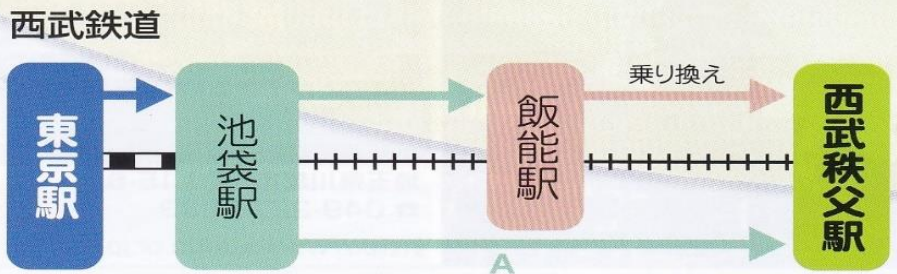


埼玉県秩父市・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町の1市4町で  
構成されている都心から約2時間の“ちかいなか”

# 秩父地域へのアクセス



## ■電車でお越しの場合



東京駅～池袋駅 丸ノ内線【約31分】  
 A《特急》池袋駅～西武秩父駅まで【約78分】  
 池袋駅からは、全席指定の特急ちちふレッドアロー号のご利用が便利です。  
 西武新宿方面からお越しの際は、所沢駅でお乗り換えが必要です。  
 また、普通列車でお越しになる際は、どの方面からも飯能駅でお乗り換えが必要となります。  
 ※SLパレオエクスプレスは、例年3月～12月の運行です。

## ■車・バスでお越しの場合



東京駅から 【約120分】  
 ・竹橋JCT→美女木JCT→大泉JCT→花園I.C  
 羽田空港から 【約130分】  
 ・大井JCT→浜崎橋JCT→竹橋JCT→美女木JCT→大泉I.C→花園I.C  
 成田空港から 【約165分】  
 ・宮野木JCT→竹橋JCT→美女木JCT→大泉I.C→花園I.C

# ◎秩父地域の観光資源



◎代表的な特産品



秩父銘仙



イチローズモルト



天然水のかき氷



フルーツ



秩父そば



秩父野菜



しゃくしな漬け



メープル商品



日本酒・ワイン



わらじカツ丼



みそポテト



ポテくまくん

# 一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社は



ちちぶ定住自立圏構想観光連携協定を推進する中核団体



# ちちぶ定住自立圏で取り組む分野 ちちぶ定住自立圏形成協定項目

協定締結：平成22年3月24日

協 定 項 目		横瀬町	皆野町	長瀬町	小鹿野町
1	医師・医療スタッフの確保及び負担軽減	○	○	○	○
2	救急医療体制の充実	○	○	○	○
3	リハビリテーション体制の確立	○	○	○	○
4	住民を対象とした保健福祉事業の充実	○	○	○	○
5	子育て支援及び児童福祉の充実	○	○	○	○
6	生涯学習の充実	○	○	○	○
7	保護者の学習に関する事業の充実	○	○	○	○
8	滞在型観光の促進	○	○	○	○
9	外国人観光客の増加	○	○	○	○
10	秩父まるごとジオパークの推進		○	○	○
11	圏域内企業の支援体制の充実	○	○	○	○
12	有害鳥獣対策の推進	○	○	○	○
13	地域ブランドの確立と特産品の販売促進	○	○	○	○
14	ちちぶ環境保全の推進	○	○	○	○
15	誰もが利用しやすい公共交通の推進	○	○	○	○
16	デジタル・デバイドの解消へ向けたICTインフラの整備	○	○	○	○
17	地域情報共有システムの構築準備	○	○	○	○
18	交流及び移住促進事業の合同実施	○	○	○	○
19	秩父圏域における水道事業の運営の見直し	○	○	○	○
20	人材育成等	○	○	○	○

1市4町観光担当による  
ワーキンググループで協  
定内容を協議・決定

定住自立圏は既存の振替えではなく、新規事業を推進する



# ◎第一次戦略図

■ちちぶ定住自立圏観光連携協定推進のための中核団体を設立

企画年月日：平成22年3月1日（協定締結前）

→戦略的・効果的に観光を売り出す組織→秩父地域おもてなし観光公社

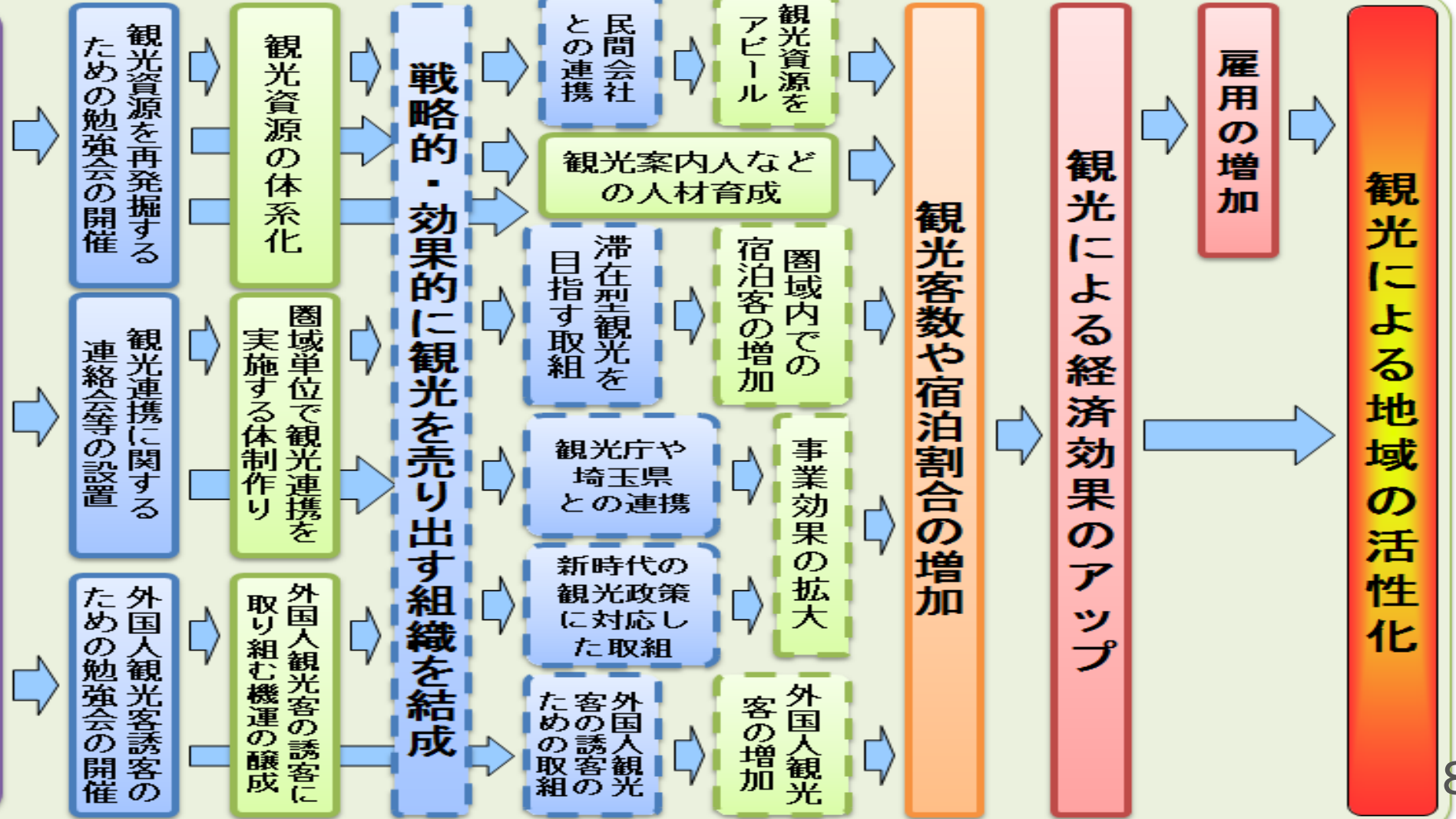
ちちぶ定住自立圏で実施する事業

短期的に期待される効果

事業実施で中・長期的に期待される効果及び将来像

## 観光連携を圏域単位で取り組む必要性

- 強み:
- 観光資源が豊富
  - 「秩父」「長瀨」の地域ブランドは既に確立されている。
  - 都心から80km圏内にあり地理的に優位。
  - 圏域全体で年間990万人の入り込み観光客がある。
- 弱み:
- 交通の便が良いため日帰り客が多く、宿泊客の割合が少ない。
  - 外国人観光客の誘客に対する取り組みが十分でない。
  - 魅力ある観光資源を戦略的・効果的に打ち出す取り組みが他の地域に比べ遅れている。



## なぜ、広域的な観光連携は困難か？

- ☞ 「秩父地域はひとつ！」総論賛成⇒各論反対
- ☞ 観光行政は市・町独自の政策を進めやすい⇒首長のマニフェスト
- ☞ 行政（県含む）、観光協会、商工会、鉄道会社など全員がクライアント  
⇒下請け事業は継続できない
- ☞ 立場（人）により「観光」の定義が異なっている  
⇒ハイキング、アウトドア、土産品、旅行商品、イベントなど

## なぜ、既存観光団体（観光協会等）で進めなかったか？

- ☞ 行政が合併できなかつた地域の観光協会連携は困難  
⇒合併をしたところも内情はまだ統一できていない
- ☞ 観光協会の組織体の違い  
⇒一般社団法人（独立）、任意団体（商工会や行政が事務局）
- ☞ 昔からの会員制度⇒事業の小回りが利かない
- ☞ 仕事量の多さ⇒お祭り等のイベント、観光案内所運営

# 公社設立コンセプト

観光協会との  
差別化

会員は取らない  
(会費なし)

身の丈にあっ  
た組織

事業にあった適正人  
数（最初は小さく）、  
人件費  
→職員派遣等

ノウハウの  
蓄積

営利事業の検討  
自主運営

継続する事業

年度を気にしない  
長期スパン

秩 父 地 域  
おもてなし  
観光公社

地域内（役所内）  
観光ベンチャー

逆・隙間

笠かけ連携は  
禁止

上から連携ではなく  
下支え連携/横連携

様々な業種を  
巻き込む

住民・観光協会・旅館・  
鉄道会社・土産品業者・  
観光農園・飲食店・ガイ  
ド・民間業者

行政（観光課）  
観光協会  
との棲み分け

結果

# (一社) 秩父地域おもてなし観光公社歳入構成

ちちぶ定住自立圏負担金

自治体観光事業委託料

地域に必要な団体、公益事業

自主収益事業

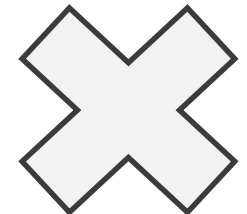
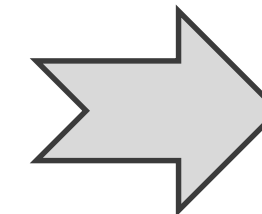
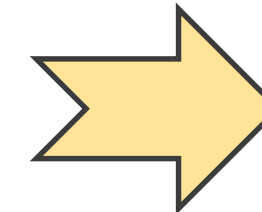
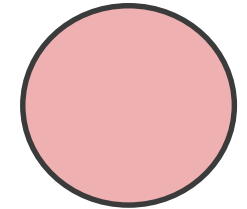
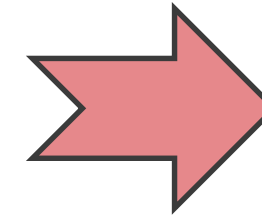
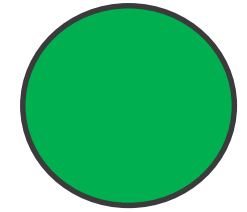
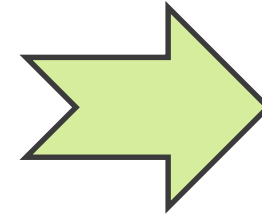
着地方旅行商品販売、農泊、  
広域レンタサイクル、物産販売

地方創生交付金

全体的な補助金×/事業費補助金○

会員会費

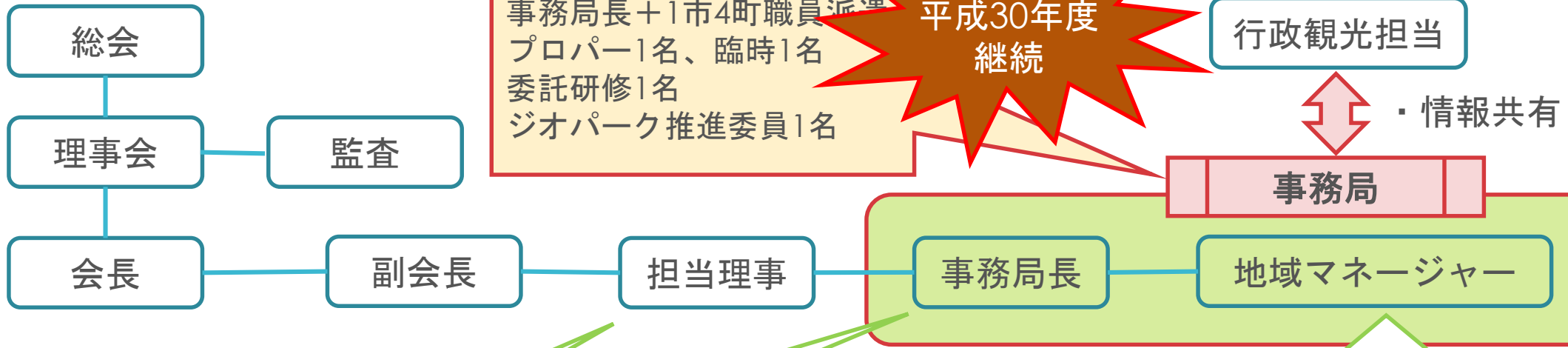
観光協会との差別化



一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社理事会名簿 (順不同・敬称略)

役職	所 属	役 職	氏 名
会長	秩父市	市 長	久喜邦康
副会長	横瀬町	町 長	富田能成
副会長	小鹿野町	町 長	森慎太郎
理事	皆野町	町 長	石木戸道也
理事	長瀬町	町 長	大澤タキ江
理事	(社) 秩父観光協会	会 長	田代勝三
理事	横瀬町観光・産業振興協会	会 長	楮本佳司
理事	皆野町観光協会	会 長	若林光雄
理事	(社) 長瀬町観光協会	会 長	村田光正
理事	小鹿野両神観光協会	会 長	黒沢良作
理事	西武鉄道(株)	スマイル&スマイル室課長	林 大輔
理事	秩父鉄道(株)	企画部兼総務部長	坂本昌己
理事	秩父商工会議所	会 頭	西村耕一
理事	西秩父商工会	会 長	岩崎 宏
理事	荒川商工会	会 長	澤井荘司
理事	秩父市産業観光部	部 長	鈴木日出男
監事	皆野町商工会	会 長	小林 勝
監事	長瀬町商工会	会 長	小埜一博

◎組織表



■平成29年度（10名体制）  
 事務局長+1市4町職員派遣  
 プロパー1名、臨時1名  
 委託研修1名  
 ジオパーク推進委員1名



★秩父市産業観光部長  
 ・事務局管理

●秩父市派遣職員  
 ・出納、人事管理  
 ・事業管理

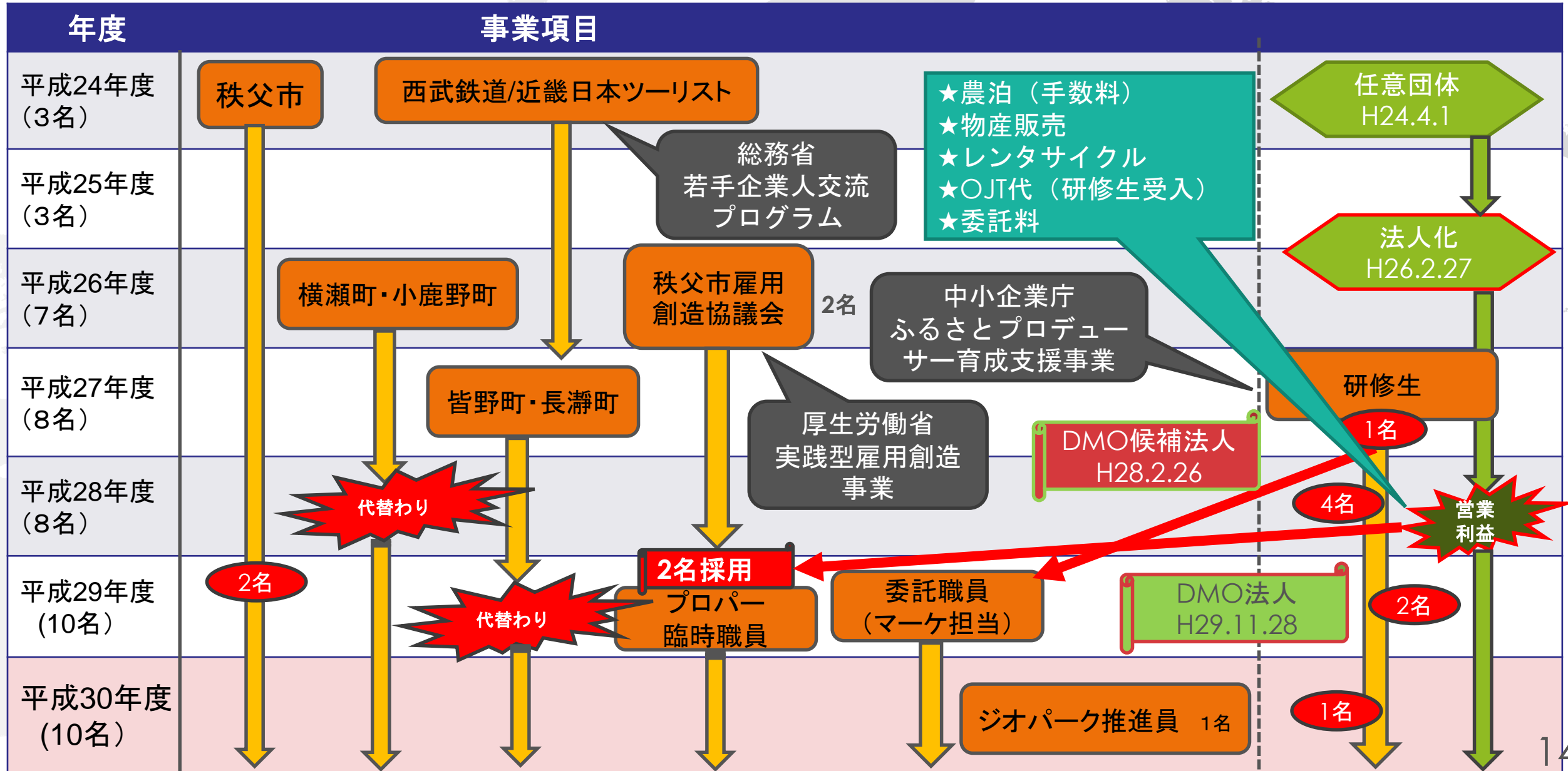
■平成26年度  
 ・総務省若手企業人交流プログラム2名  
 ・横瀬町・小鹿野町派遣職員  
 ・秩父市雇用創造協議会2名  
 ■平成27年度  
 ・横瀬町・皆野町・長瀬町・小鹿野町派遣職員  
 ・秩父市雇用創造協議会2名  
 ・ふるさとプロデューサー研修生1名（100日）  
 ■平成28年度  
 ・ふるさとプロデューサー研修生1名（100日）  
 ・ふるさとグローバルプロデューサー研修生4名（90日）



♪社団法人のロゴマーク作成♪  
 ☆モチーフは秩父地域の象徴である  
 【武甲山】 【自然】

# 事務局人材について

平成24～30年度



# 公社事業方針

官レベル

民レベル

非営利組織  
(観光協会・NPO)

営利事業者  
(旅行会社等)

DMO

A  
行政  
(1市4町)

B

D

G

F

E

C

A

行政機関の単独事業（施設整備等）

B

非営利組織の単独事業（祭・観光案内等）

C

営利事業者の単独事業（発地型観光商品）

地域連携

D

伝統行事・施設催事の運営・PR

E

地域ブランドの確立と販売

F

着地型観光商品の企画・販売

G

マネージメント・マーケティング

地域のマネージメント・マーケティング（DMO）を基に、行政機関（1市4町）、観光協会、商工会で実施していない事業かつ秩父地域で連携する必要がある事業が該当

自主事業・地域内協同事業

DMO



# (一社) 秩父地域おもてなし観光公社の主な事業



秩父地域の  
**おすすめ体験プラン**

ちちぶを旅する地域旅



**ちちぶに泊まろう!**  
～秩父地域民泊体験～

教育旅行でのちちぶ民泊



Facebook 10,784いいね!



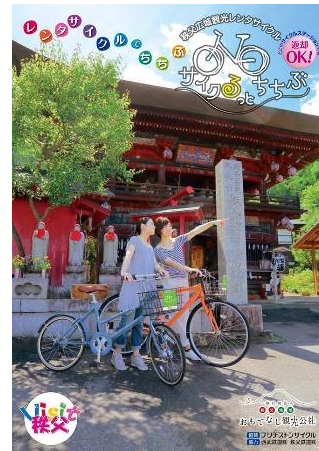
観光連携インバウンド事業



観光キャンペーン  
物産展



観光ガイド推進



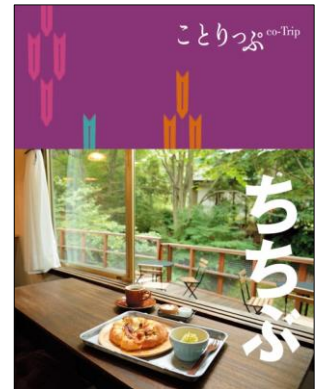
広域レンタサイクル



ロケーションサービス



秩父ブランド事業



パンフ・フリーペーパー作成

# 一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社は



地域内の多種多様な関係者をマネジメントする団体

# 【地域旅例】

	施設 1		施設 2
①プラン	ラフティング	+	ピザ作り体験
②プラン	地酒で乾杯！炭火BBQ	+	BARで秩父ウイスキー
③プラン	応援！イチゴ狩り 富田農園	+	星音の湯温泉6時間
④プラン	応援！イチゴ狩り 富田農園	+	バイエル温泉と秩父食材夕食
⑤プラン	応援！イチゴ狩り 福島農園	+	満願の湯温泉
⑥プラン	応援！イチゴ狩り おがのファーム	+	両神国民宿舎での温泉昼食
⑦プラン	秩父銘仙着付けと温泉昼食	+	ちちぶ銘仙館見学
⑧プラン	寺座禅体験	+	昼食と入浴

## 【販売】



- ・近畿日本ツーリスト×角川グループ
- ・平成26年度は年間150万の売上
- ・旅の発見会員数約12万、PV数約80,000/日、成約率0.8 (楽天、アマゾンとは0.1)

- 公社が「地域限定旅行業」を取得（平成27年度より）  
⇒ 宿泊、運送を伴う【地域旅】の販売が可能
- 旅の発見以外の販売先を検討（旅行会社等）

旅の発見「ASP」

アプリケーションサービスプロバイダ



## 埼玉県×公社（農泊）

「農泊」とは？

「農泊」とは、旅館やホテルではなく一般の家庭に宿泊する「ホームステイ」のことです。

- ◆ 農家だけではなく、一軒家が全て対象となります。
- ◆ ひと家庭に3~4人の受入れ、1人1泊 5,000円以上

民家登録件数 182軒			
年度	学校数	人数	備考
平成26年度	2	382	関東1校、関西1校
平成27年度	5	839	関東1校、関西4校

### 埼玉県インバウンド政策に秩父農泊を活用



年度	学校数	人数	備考
平成28年度	9	1,265	関東2校、関西4校、台湾2校、メキシコ1校
平成29年度	17	1,592	関東1校、関西6校、台湾9校、中国1校
平成30年度(予定)	11	1,023	関東2校、関西3校、台湾5校、韓国1校

# 観光協会連携事業

## 1 広域レンタサイクル

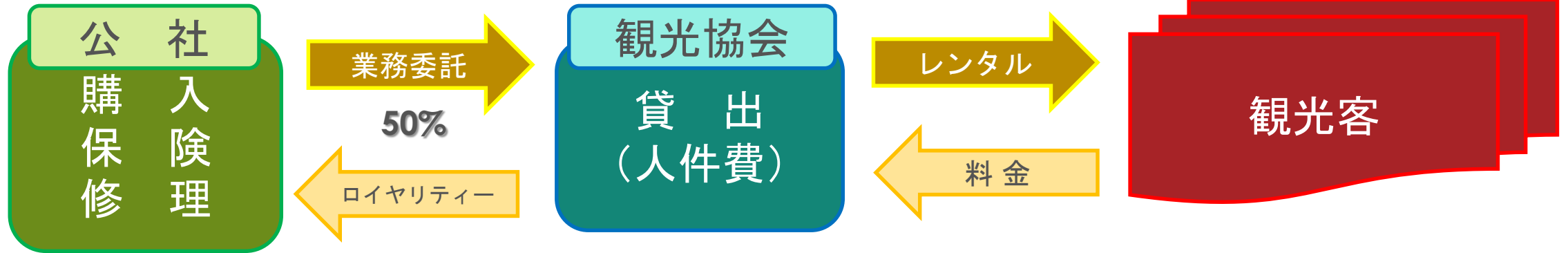
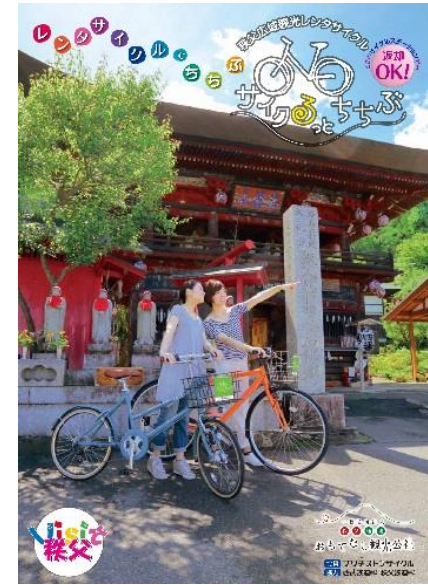
- 秩父地域の二次交通として乗り捨てを含めたレンタサイクル事業の構築、実施

⇒乗捨てはステーション5か所で可能

- ・サイクルステーション5か所

秩父観光情報館、横瀬町ブコーさん案内所、  
皆野駅前タクシー事務所、長瀬観光情報館、  
小鹿野町本庁舎、両神庁舎

自転車は公社が購入（110台）⇒各観光協会に業務委託



## 2 アンケート調査

- 平成28年度より地域内6か所（秩父観光情報館、道の駅ちちぶ、横瀬町ブコーさん案内所、道の駅みなの、長瀬町観光情報館、道の駅両神薬師の湯）に業務委託し、月350枚、年間4,200枚の調査を開始。 ※ヒアリング形式で実施⇒回答者には景品を提供

# ちちぶ案内人倶楽部

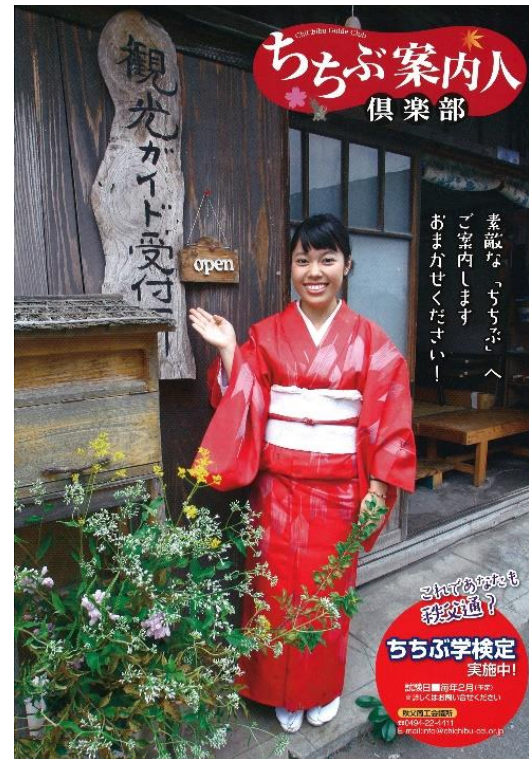
- 着地型観光にとって、ガイドによる観光案内の重要性は増している。  
しかし、既に地域内にある様々な団体がガイド事業を始めてるが、相互の情報共有もなく、PR・スキルアップ費用もないことから、公社を事務局として「ちちぶ案内人倶楽部」を設立した。

- 相互交流会 年2回
- 先進地視察 年1回
- 講演会 年1回

## 案内人団体

- 秩父市シルバー人材センター
- 秩父先達会
- 霊場案内人会
- NPO秩父の環境を考える会
- NPOちちぶまちづくり工房
- NPO秩父まるごと博物館
- 秩父市和銅保勝会
- もりと水の源流文化塾
- 皆野町シルバー人材センター
- 長瀬「えんでんべえ」
- 小鹿野町「よってがっせい」

PR・交流・スキルアップ



ちちぶ案内人倶楽部加盟団体	電話番号	E-mail	住所	活動の中心地	活動内容
公益社団法人 秩父市シルバー人材センター	048-22-4145	chibest@sig.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	観光ガイド、まち歩き、イベント参加
観光協会	048-22-2281	info@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	観光案内、イベント参加
霊場案内会	048-22-2470	ryuuk@comnet.ne.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	霊場案内、まち歩き
NPO法人 秩父の環境を考える会	048-24-4111	kyo@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	環境教育、まち歩き
NPO法人 ちちぶまちづくり工房	048-24-7775	sd@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加
NPO法人 秩父まるごと博物館	048-24-9340	ok@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加
秩父市和銅保勝会	048-24-2343	ok@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加
皆野町シルバー人材センター	048-24-2343	ok@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加
長瀬「えんでんべえ」	048-24-2343	ok@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加
小鹿野町「よってがっせい」	048-24-2343	ok@chichibu-palace.co.jp	〒360-0001 秩父市中央1-1-1	秩父市中央	まち歩き、イベント参加

# 秩父インバウンド政策コア会議

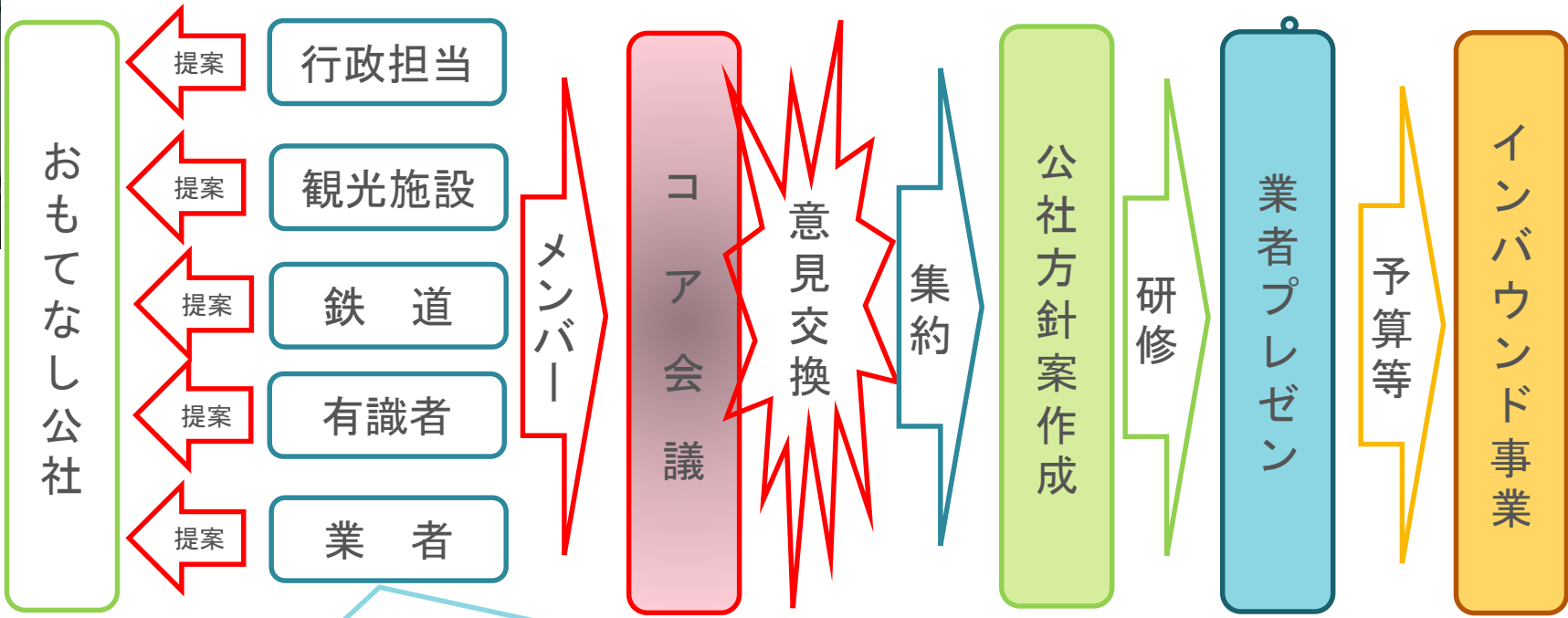
東京オリンピックやビジットジャパンの推進を受け、秩父地域内でもインバウンド事業への機運が高まっている。  
 しかし、方向性が定まっておらず、様々な意見が出ていることから、出入り自由、担当者レベルで活発な意見交換ができる「**インバウンド政策コア会議**」を設立した。

コア会議を反映した提案



研修

西武鉄道



業者プレゼン

ぐるなび、グローバルディリー、和テンション、NTT東日本、近畿日本ツーリスト、JTB、西武レクリエーション、西武トラベル、大日本印刷、エスプリライン

# 安心・安全観光タクシー事業

ルート検討会

タクシー協会  
地域内タクシー4社

+

■鉄道会社  
■観光関連団体

ルート作成

研修等

## 定額観光コース 2時間コース

パンフ例

秩父エリアは広くて、四季を通して見どころがいっぱい!  
"タクシー"なら人気スポットにも楽々アクセス!

●安心、お得な定額コース料金  
2時間コース/台8,000円と3時間コース/台12,000円  
のお得な定額コース料金 週末タクシー料金は別途あり(台5,980円)

●グループでの利用がおすすめ!(1台につき最大6名様まで)

●駅前からスグ乗れる! ※事前予約を忘れずにね!!

ご利用はかんたん!  
①乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用ください  
②空きたら予約! 早く予約すればタクシー乗車の事前購入が不要! 電話でご予約下さい  
③秩父までは、電車やバスアクセス  
④秩父の地産品、秩父火薬園タクシー専用コースの乗車を併せてご予約  
このフラットロードコースで表示されるコースの乗車を併せてご予約

【ご予約はTEL:0494-22-3633】 秩父タクシー協会(株) 予約センター  
乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用ください  
ご予約は、このフラットロードコースで表示されるコースの乗車を併せてご予約

●ご利用に関して

- 7時～17時、タクシーで乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- 乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- コースで表示された乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- タクシー乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- コースで表示された乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- 乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- 乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- 乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。
- 乗客1名以上は、このフラットロードコースをご利用いただけます。

ちちぶ広域観光推進実行委員会

鉄道各駅

観光施設

旅行会社

PR・販売



# 《秩父温泉郷》推進協議会

## 秩父のお宿 マップ

**秩父市中心部 拡大図**

**西秩父エリア**

**秩父市中心部**

**秩父市バリエーション**

**奥秩父エリア**

**高尾・横瀬エリア**

**秩父旅館業協同組合**  
 〒368-0033 埼玉県秩父市野坂町1-16-15  
 秩父観光情報館内 TEL.0494-24-7538  
<http://www.yadonet-chichibu.jp>

凡例  
 ●各宿泊施設 ●…礼所番付 ●…秩父七福神

+

西武秩父駅前温泉祭りの湯

+

レストラン

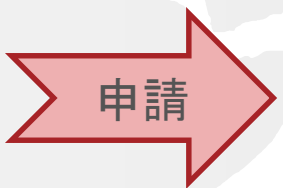
食料品  
アメニティ

地域商社

共同購入

流通システム

秩父地域  
おもてなし  
観光公社



『秩父温泉郷』  
ブランド確立

# 【地域ブランドの確立と販売促進】



地域商社  
キックオフフォーラム

西武 旅するレストラン



52席の至福  
fifty two seats of happiness



観光公社  
LOVECHICHIBU  
タグ

秩父市雇用創造  
協議会提案  
「秩父ちぢみ」

地元産紅茶を使用  
したオリジナル  
ルカステラ

- ・横瀬紅茶カステラ
- ・秩父まゆ
- ・皆野干芋
- ・太田甘池堂羊羹

レストラン電車「52席の至福」  
土産販売（3か月1度変更）



ブランドロゴ



西武秩父駅前温泉「祭りの湯」  
ブランドショップ



祭りの湯マルシェ



ふるさと祭り東京in東京ドーム  
「秩父BAR」

### ホテルコンシェルジュモニターツアー

インバウンドに精通しているホテルコンシェルジュの中でも頂点に立つ、コンシェルジュメンバーに訪問していただき、秩父を知っていただくと共に秩父の施設者とのコネクションを作っていただく機会にする。また、インバウンド目線で各スポットをご覧いただき、今後の改善ポイントやPRに向けた意見等を伺う機会とする。（10名参加）



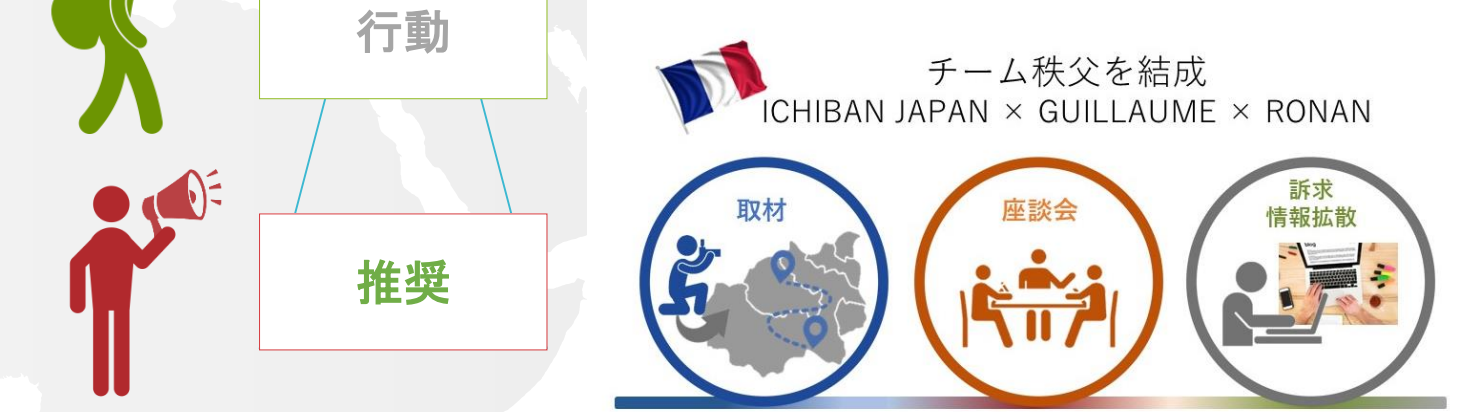
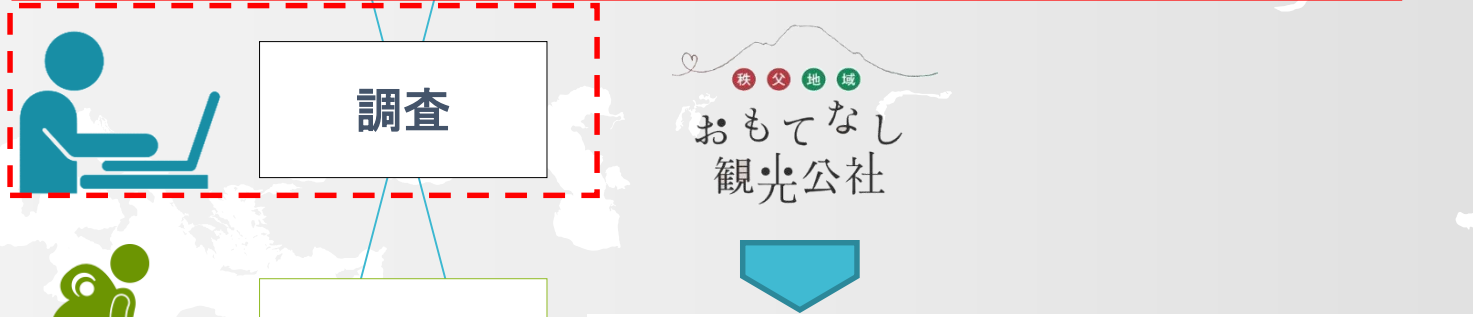
アンケート（良かった点・改善点）

施設・店舗・公社理事・地域住民にフィードバック

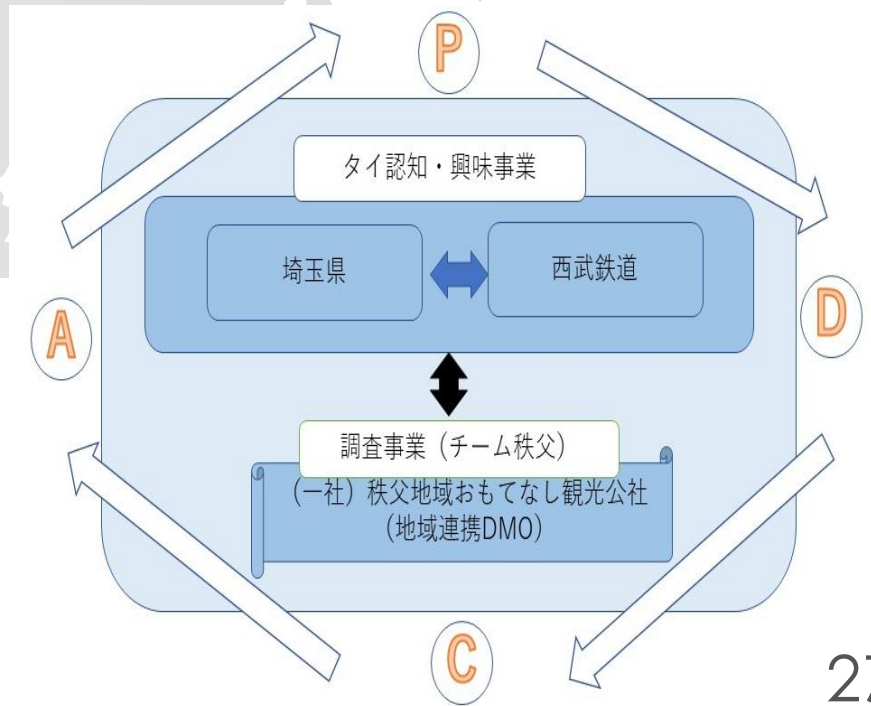
秩父市雇用創造協議会パンフレット作成

観光公社のパンフレットとして継続

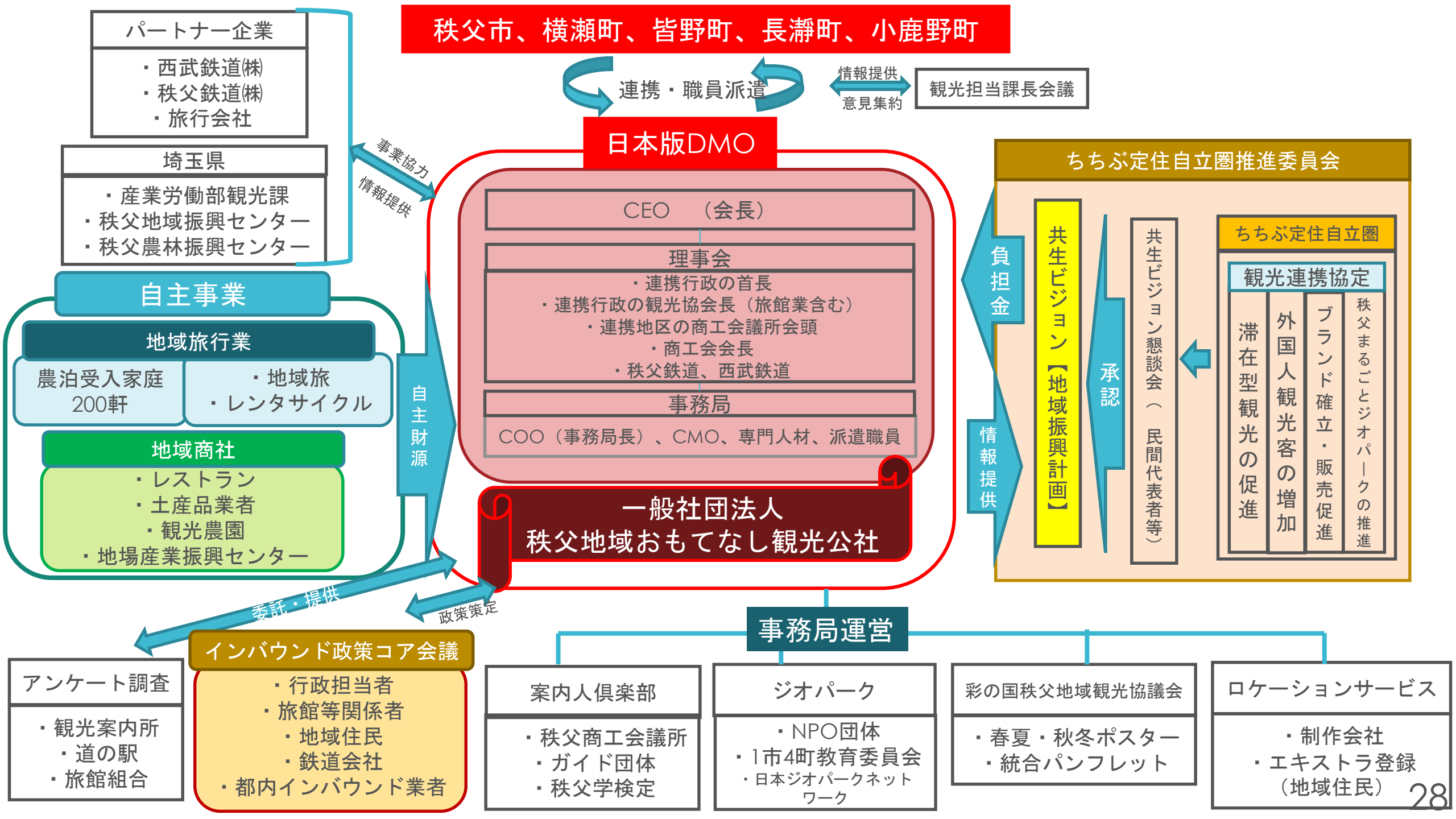
実施中



プレイヤー同士の  
【役割分担】  
と  
【事業継続】



秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町



# 「秩父おもてなしTV」開設



YouTube



平成30年  
8月8日

## DMOの取組状況に関する調査に対する回答

DMOの名称	一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社		
対象区域	埼玉県秩父市、横瀬市、皆野町、長瀬町、小鹿野町		
所在地	埼玉県秩父市		
設立日	平成26年2月27日	区分(該当に○)	広域連携 <b>地域連携</b> 地域

### <質問項目①>

・対象区域の自治体等が策定した観光振興計画(当該地域の観光振興を目的として策定された計画であって、観光振興をその内容の一部とする計画・ビジョン等を含む)がありますか。当該計画において、DMOは具体的にどのような役割を担うこととされていますか。

### <回答>

対象地区である秩父地域1市4町(秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町)で形成する「ちちぶ定住自立圏構想」の観光連携協定「滞在型観光の促進」「外国人観光客の増加」「地域ブランドの確立と販売促進」「秩父まるごとジオパークの推進」を実施する役割を持った団体として位置付けられており、事業内容も毎年更新する「共生ビジョン」に反映されている。

### <質問項目②>

・対象区域の自治体等における地域自らを客観的に把握するための基礎的な取組(宿泊統計等各種統計や多言語案内等の受入環境の整備等)について、DMOの立場からどのようにご覧になっていますか。自治体等に期待する点、改善点等があれば具体的にお聞かせください。

### <回答>

秩父地域の自治体はあまり統計を取っていないが、秩父市が実施している住民満足度調査の観光面等は参考にしている。DMOが実施しているところもあるが、住民満足度調査等は定期的に自治体で行ってもらいたい。また、自治体の観光行政と棲み分けるため、案内板等の整備等ハード面の充実は自治体が行ってもらいたい。

### <質問項目③>

・観光協会や商工会議所等既存組織とDMOの行う事務・事業との役割分担が明確になされていますか。また、観光協会をベースとして発足したDMOの場合、どのような段取りで現在の組織・事業内容に至ったのか、これまでの観光協会の事務・事業と異なる点は具体的にどのようなものかをお聞かせください。

### <回答>

ちちぶ定住自立圏構想を進める際に、行政の観光担当(観光協会担当)も参画して、内容を決めているため、秩父地域の既存の観光団体では推進しにくいことを協定に反映し、DMOの設立趣旨に当てている。また、自治体の観光事業や観光協会の実施している事業をトレースし、秩父地域に必要で実施できていないものかつ1市4町が連携ができる事業をDMO事業として(独自事業として)行っているため、DMOの理事には1市4町の首長や観光協会長、商工会議所会頭、商工会会長に参画していただいているが、「重複している」との指摘はされたことはない。

### <質問項目④>

・貴DMOが地域で果たすべき役割・仕事について、現在の役割・仕事の内容と、今後必要になってくるだろうとお考えの役割・仕事内容をお聞かせください。

### <回答>

ちちぶ定住自立圏観光連携協定の推進(共生ビジョンの実現)を主要な役割とし、(観光客・観光/物産事業者の)ワンストップサービス、農泊(民泊を利用した修学旅行の推進)、広域レンタサイクル、インバウンド事業の実施、ジオパーク・地域連携ガイド団体及びPR団体の事務局、地域商社を通じた物産品の販売促進、研修生の受入など実施してる。今後も地域が必要とする観光関連事業(例:自主メディアの制作、地域全体を対象にしたイベント、民間業者間の接着役、移住相談、企業支援)などを推進していきたい。なお、広域レンタサイクルとアンケート調査はDMOから観光協会に業務を委託し、共存共栄も図っている。

<質問項目⑤-1>

・対象区域内で観光振興に関する多様な主体間の調整が必要となった場合、その合意形成プロセスにおいて、DMOはどのような役割を果たしていますか。例えば、自治体の観光部局以外との連携をDMOが担っているか、宿泊事業者、観光施設事業者などの民間事業者との連携をどのように行っているか等についてできる限り具体的な取組事例をお聞かせください。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

地域内の中小企業の社長で組織している「FIND 秩父」の幹事として参加しての情報収集、地域内のガイド団体の連携事務局、レストラン(シェフ)の団体が実施するイベントの共催、マルシェによる農園団体(パン屋等)との販売促進、地域商社を通じた土産品業者との連携、インバウンド事業においては、自治体、観光協会、観光関連施設、鉄道会社、都内等のインバウンド事業者による「インバウンド政策コア会議」をDMOが主導で開催、観光協会の宿泊連携モデル事業で実施中の「秩父温泉郷推進協議会」の事務局、定額タクシーコースのパンフレット作成など多様な関係者と合意形成を実施している。注意していることは、上から目線(画一的)ではなく、その団体の支援して欲しいことを抽出し、協力するようにまた、時間がかかるものとして(複数年)対応している。

<質問項目⑤-2>

・DMOの活動を地域で認知していただくための具体的な取組みについてお聞かせください。特に地域住民や資金の提供元の団体(自治体、会員等)に対する説明や対話はどのように行っていますか。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

地域に認知していただくために、SNSの積極活用、YouTubeチャンネル放送、事業である農泊家庭(住民)募集の際の広報、鉄道会社への協力、ロケーションサービスの事務局の運営を実施している。また、観光協会と組織の差別化を図るため、一般会員はいない(規約上は取れることになっている)、1市4町の首長は理事であり、理事会にて意見をいただいているほか、不定期(年2回程度)に自治体の観光課長・担当会議も実施、また共生ビジョンはDMOが作成したものを観光担当が確認して原案にしていることや年間に一度、秩父地域の全市町議会議員を対象にした「成果発表会」でDMOの取組みについて発表している。

<質問項目⑤-3>

・対象区域にある他の「広域連携DMO」、「地域連携DMO」、「地域DMO」と事務・事業の重複等がないように具体的な調整をどのように行っていますか、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

埼玉県内は現在、当DMOと埼玉県観光連盟がDMO候補法人となっているが、当DMOが先行してDMOの取組みを進めることに対しては県DMOは承知しており、担当とも連絡を取り合い、県DMOが秩父地域で実施する事業にも協力体制を敷くように協議している。

<質問項目⑥-1>

・地域がDMOを通じて実現しようとしているビジネスモデル(旅行者の体験・滞在により地域の経済循環を生み出す仕組み)は具体的にどのようなものでしょうか。KPIIはどのような考え方で設定し、どのように活用していますか。また、観光庁に届け出ているKPIIのほか、独自で設定しているものがあれば、具体的にお聞かせください。

<回答>

当DMOは行政的な役割として、「ちちぶ定住自立圏」の観光連携をする団としての使命と「地域旅行会社(ランドオペレーター)×地域商社」としての民間営利業者として地域に根差したビジネスモデルを展開したい。KPIIに関しては、DMO候補法人認定直後から本格調査を開始したため、まだ2年間のものとなっているが、必須KPIIを含むアンケート調査は理事会を通して、地域に還元するほか、連携市町別でも出しているため、市町の指標としても活用してもらっている。独自のものは、当DMOで行っている事業、Facebookのいいね!数や農泊宿泊者数など、中核的な自主事業のものとしている。さらに今後は地域商社の売り上げ目標も指標としていきたい。



<質問項目⑥-2>

・ビジネスモデルが来訪者の経験価値向上を高めるための具体的な取組みにまで落とし込まれていますか。取組主体、取組内容、スケジュール、評価等の一連のプロセスについてDMOが全体を把握できる仕組みとなっていますか。

<回答>

農泊や付随する体験プログラムの構築販売、着地型旅行商品の販売、広域レンタサイクル利用料、地域商社によるブランド構築・物産販売などは観光客の経験的価値向上やイメージアップに寄与する取組みであり、これらの事業は当DMOがすべてワンストップで行っている事業のため、一連のプロセスが把握できる。

<質問項目⑥-3>

・ビジネスモデルの構築、実行に際して、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

行政や地域住民、民間が必要だと思っているものを拾い上げ、その中でビジネスモデルになり、他とバッティングしないことに留意してを考えていかななくてはならないため、実現するのが難しいことや利益率が低いものが多いことが課題である。また、定住自立圏の予算はあまり投資(例:新規特産品構築)にも向かない。留意していることは、地域(団体)の要望のある事業も必ず組み込むこと、安易に外注せず、ノウハウの蓄積のため、自分たちでできるように構築することには留意している。

<質問項目⑦-1>

・DMOの財源や人材の確保についての現在の具体的な取組状況をお聞かせください。その際、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてもお聞かせください。

<回答>

財源は、ちちぶ定住自立圏の負担金(秩父地域1市4町)、国・県からの事業補助金、秩父市からの事業委託料、研修生の受入れOJT代、自主事業の収益で構成されている。DMO取得時に地方創生交付金の申請はしなかったため、現在の費目が将来的にも基本になると思われる。観光連携をする地域に必要な事業を構築することで定住自立圏の負担金の維持をすることや自治体からの委託料も期待できるほか、やはり課題としては、人件費等経常経費の確保に向けては、自主事業の拡大を常に検討しなくてはならない。人材については、理事会、1市4町の承諾を得、当面は職員の派遣をいただき、人件費に予算を使わずに済んでおり、収益も見込まれたことから職員1名、臨時職員1名を採用しているが、今後は出向職員の人数を減らし、職員採用計画を提案していきたい。ただし、定住自立圏部分は出向職員が実施することのほうが望ましいことも考えられたため、将来的には当DMOの適正な(オーバースペックにならないよう)組織体制を構築することに留意していきたい。

<質問項目⑦-2>

・DMOの財源をはじめとする経営資源のあり方はどのようにあるべきとお考えですか。予算制約がないと仮定した場合の理想と現状との対比という形でできる限り具体的にお聞かせください。

<回答>

DMOという公益性のある団体であるからには税金の投入はある程度必要であるが、頼りすぎるのは継続しないと考える。地域が必要と考えるDMO(自治体だけではなく、観光関連業者や住民)として位置付け、公益性のあることは自治体の財源、その他は自主事業(業務委託、指定管理、収益事業)でまかなうのが理想だと考えている。よって、現状の歳入の項目を維持しながら、地域に必要なDMOになることはもちろん、事業費、人件費の獲得に向け自主事業を拡大することが継続には最善であるので、その方向で事業も構成し、検討も開始している。

<質問項目⑦-3>

・DMOの財源確保の観点で、国や自治体に求める役割や機能をどのように考えていらっしゃいますか。具体的にお聞かせください。

<回答>

財源確保の前提として、DMOの定義を確立してもらいたい。広域連携、地域連携(県)、地域連携(複数市町村)、地域はその成り立ちや立場が違うことや自治体でもそのDMOの基盤となっている複数県、県単独、複数市町村、単独市町村では、役割や機能の考え方、税金の投入要件が違うため、画一的には考えにくい。求めることはDMOの定義を確立し、地域に必要性を根付かせること、それが進めば財源の考え方も変わらと思う。

(別添)様式 1

## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

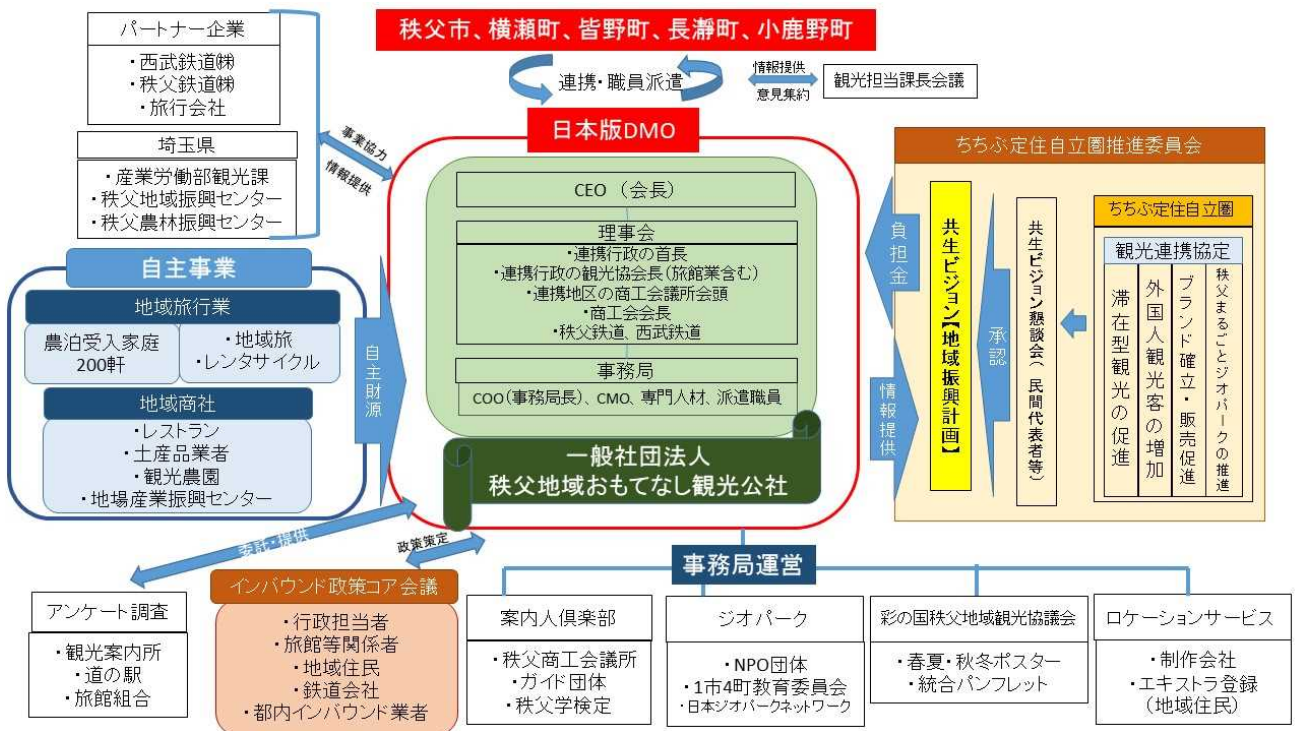
申請区分	地域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 埼玉県秩父市、横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町	
所在地	埼玉県秩父市	
設立時期	平成 26 年 2 月 27 日	
職員数	10 人	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) 必ず記入すること	(氏名) 久喜 邦康 (出身組織名) 秩父市	総務省のプログラムである「ちちぶ定住自立圏」の中心市の市長であり、医療・福祉・観光・環境等対象地域の連携事業の中心となっている。
事業執行(DMOに係る事業全般)責任者(専門人材)	(氏名) 井上正幸「専従」 (出身組織名) (一社)秩父地域おもてなし観光公社	秩父市観光課からの派遣。観光行政経験が長く(17年)その間道の駅の立上げ、運営を担当。(一社)秩父地域おもてなし観光公社の設立担当者であり、当初から事務局長として事業計画を行い推進している。公社の旅行取扱主任者でもある。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材) 必ず記入すること	(氏名) 竹内 則友「専従」 (出身組織名) (一社)秩父地域おもてなし観光公社	(株)ぐるなび設立当初からのスタッフで、20年勤務。退職後は中小企業庁の「ふるさとプロデューサー」、飲食店向けキャッシュフローコーチの講演を行うなどマーケティングにも知見がある。
各部門(プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名) 保泉 友美「専従」 (出身組織名) (一社)秩父地域おもてなし観光公社	(株)秩父ケーブルテレビのアナウンサーとして、7年勤務し、また(一社)長瀨町観光協会の事務局員として、地域内のお祭り等観光資源の取材を多く行っており、映像制作やPRのノウハウも高い。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	秩父市地域政策課(定住自立圏構想、共生ビジョン) 秩父市観光課、横瀬町振興課、皆野町産業観光課、長瀨町産業観光課、小鹿野町おもてなし課(担当課長会議、情報交換、事業協力) 埼玉県観光課、埼玉県秩父地域振興センター、埼玉県秩父農林振興センター(事業協力、情報提供)	
連携する事業者名及び役割	(一社)秩父観光協会、(一社)長瀨町観光協会、横瀬町観光・産業振興協会、皆野町観光協会、小鹿野町観光協会(事業協力、KPI調査等) 秩父商工会議所、荒川商工会、皆野町商工会、長瀨町商工会、西秩父商工会、秩父鉄道(株)、西武鉄道(株)、(事業協力、情報提供) 秩父旅館業協同組合(インバウンド事業、総宿泊者数調査) 秩父観光土産品協同組合、お菓子な郷推進協議会、秩父地場産業振興センター、秩父農林業協会(地域ブランド育成) 西武レクリエーション(株)(土産販売)、秩父市雇用創造協議会(特産品開発) 観光文化施設連絡協議会、秩父観光農林業協会、FIND 秩父(事業協力)、(株)ティーゲート(旅行商品販売)、農泊受入家庭、旅行会社(修学旅行受入)、NPO 団体(観光案内人、ジオパーク)	

(別添)様式1

<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件)          (一社)秩父地域おもてなし観光公社はちちぶ定住自立圏観光連携を推進する団体として設立し、そのことは対象地域である1市4町から職員派遣も行い、合意形成のもと設立されている。その事業は毎年、民間代表者で構成されている「定住自立圏共生ビジョン懇談会」の検討を経て、共生ビジョンを作成し、継続的な負担金を決定している。また、公社の最高決定機関である理事会は、1市4町の首長、観光協会長(内旅館業者)、商工会議所、商工会の会長、さらには地域の公共交通機関である秩父鉄道(株)、西武鉄道(株)が参画して、定期的に計画の見直し、合意形成を諮るなど、公社の成り立ちから地域連携を基礎として持続可能に合意形成する仕組みが確立されている。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>公社の中核事業として実施している修学旅行を対象とした「農泊」では地域内の家庭約200軒が登録しており、年数回、取組や研修会を開催しているほか、観光施設従業員を対象とした英会話教室の開催、タクシー乗務員の顧客満足度向上に向けた講習会の開催、ガイド団体を取りまとめる事務局を設立し、毎年、講習会や視察を実施している。また、SNSを活用し、地域の魅力を広く住民にも伝えている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)          ちちぶ定住自立圏観光連携協定である「滞在型観光の推進」「外国人観光客の増加」「地域ブランドの確立と販売促進」を推進する中核組織として、(一社)秩父地域おもてなし公社は平成26年2月27日に設立された。秩父地域の連携をした全体的なPRはもとより、今まで地域になかった【SNSの活用】【着地型観光商品】の造成・販売、【農泊を利用した修学旅行誘致】【広域レンタサイクル】【英会話事業】【ロケーションサービス】【インバウンド政策コア会議】によるインバウンド計画の策定・事業推進、【Wi-fi整備促進】【地域内を統一したガイド団体】の設立・運営、ブランド確立による地域商社事業【LOVECHICHIBUプロジェクト】、西武鉄道(株)と協同によるイベント、ランドオペレート、物産販売の推進などを実施している。また、平成29年度から秩父まるごとジオパーク推進協議会の事務局としても活動している。</p> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・facebookの活用 「いいね!数」10,408人(H29.10.31現在)</li> <li>・着地型観光商品造成数 92商品 売上 約200万円/年</li> <li>・民泊件数 204件、修学旅行数 H26 2校 H27 5校 H28 9校(外国2校) H29 16校(外国 10校)</li> <li>・レンタサイクル 1,800回貸出/年</li> <li>・ロケーションサービス 約50本/年</li> <li>・英会話事業 観光施設従業員参加 58人(H27)、64人(H28)</li> <li>・インバウンド政策コア会議の設立 月1回開催 インバウンド方針作成</li> <li>・Wi-Fi整備推進(31か所)</li> <li>・NPO等ガイド団体 11団体 統一した「ちちぶ案内人倶楽部」設立</li> <li>・キャンペーン、物産展出店回数 約20日/年(ふるさと祭り東京等)</li> <li>・西武鉄道(株)との共催事業「ちちぶ映画祭」の開催(5回)、台湾・香港・タイのテレビ番組、FAMツアー、CM協力、駅前温泉「祭りの湯」にて【LOVECHICHIBU】ショップの開設、運営(H29.4.26OPEN)</li> <li>・ジオパークの普及、日本ジオパークネットワーク会議への参加、ジオツアーの開催</li> </ul>

(別添) 様式 1

<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)          ちちぶ定住自立圏の観光連携を実施する団体として、共生ビジョン(地域振興計画)に基づき事業を実施している。理事は1市4町首長、観光協会長、商工会議所会頭・商工会会長、鉄道会社で構成され、事務局は専門人材と1市4町からの出向職員で組織している。地域内を網羅した観光推進団体の事務局を推進することで多くの観光団体と連携して運営しているほか、自主財源である農泊などの旅行商品やブランド確立に向けた地域商社事業なども地域住民も含めた、多様な関係者が参画して事業を実施している。</p> <p>(実施体制図)</p>
-------------	--



## 2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



### 区域設定の考え方】

秩父地域 1 市 4 町（秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町）は以前より、特に観光的には「秩父はひとつ」と言われていた地域であり、平成 21 年度より、ちちぶ定住自立圏が当該市町で設立され、観光連携協定を締結したほか、その他の様々な分野でも協定を締結し、共生ビジョンを作成し、協力体制を図っていることを鑑みても適切である。

### 【観光客の実態等】

都心から近いため、日帰り観光客が多く、宿泊者は全体の 1 割程度。しかし、西武鉄道(株)の CM やアニメの聖地巡礼等で女性や若者の観光客も目に見えて増えてはいるが、お祭り、神社仏閣が豊富なため、以前年配者の観光客の占める割合も多い。

### 【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

観光施設：秩父まつり会館、吉田龍勢会館、秩父ミュージックパーク、日帰り温泉施設、羊山芝桜の丘、高原牧場ポピー畑、長瀬桜並木、小鹿野ダリア園、秩父三大氷柱（三十槌、尾ノ内、あしがくぼ）、秩父鉄道の SL、長瀬自然史博物館、小鹿野化石館、長瀬川下り、宝登山口ロウバイ園

商業施設：秩父地場産業振興センター、道の駅 7 か所（ちちぶ、龍勢会館、あらかわ、大滝遊湯館、果樹公園あしがくぼ、みなもの、両神温泉薬師の湯）、西武鉄道西武秩父駅前温泉「祭りの湯」

自然：武甲山、両神山、ジオパーク秩父、長瀬岩畳、大滝地区の紅葉、両神地区の紅葉、長瀬月の石もみじ公園、寺坂棚田、平成の名水百選（武甲山伏流水、小鹿野毘沙門水）、荒川源流

文化：秩父三社（秩父神社、三峯神社、宝登山神社）、秩父札所 34 か所巡り、秩父夜祭、秩父音頭（祭り）、長瀬船玉祭、小鹿野鉄砲祭り、秩父川瀬祭、小鹿野歌舞伎、和同開珣遺跡

イベント：芝桜まつり、ポピー祭り、大滝紅葉祭り、アニメ聖地巡礼、ナイトバザール

(別添) 様式 1

<p>【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・域内に広く分布、中心市街地は少な目で 82 か所。収容人数は全体で約 3,000 人、チェーンのホテルは少なく中・小規模の旅館・民宿が多い。</li> </ul> <p>【利便性：区域までの交通、域内交通】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏へは西武鉄道、埼玉県平野部には秩父鉄道、皆野寄居バイパス、国道 299 号、山梨県には国道 140 号の雁坂トンネルを抜けてつながっている。</li> </ul> <p>【外国人観光客への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長瀨を中心に看板等を整備しているほか、域内 3 か所の観光案内所は JNTO が認定する「外国人観光案内所」カテゴリー1 となっている。また、公社が観光施設従業員を対象とした英会話教室の開催、鉄道の各駅、旅館、商店街など 40 か所に Wi-fi の設置、パンフレットはターゲットに設定している「台湾・フランス・アメリカ・タイ」の言語のものを制作している。</li> </ul>
---

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率	DMO の必須 KPI を中心に、性別や観光目的など観光庁の標準調査票を活用し、データの基礎とするため。	観光案内所を中心に域内 6 か所でヒアリング調査、また、DMO ネットも活用して融合。
延べ宿泊者数	DMO の必須 KPI の一つであり、地域の観光連携の目標である、「滞在型観光」の指標としたいため。	域内の旅館・ホテルを取りまとめ、情報発信を実施している、秩父旅館業協同組合に依頼。
WEB サイトアクセス数	現状、旅行の目的地を検討する際、WEB サイトへのアクセスは最初に行うことであるため。	グーグルアナリティクスに登録し、DOM ネットで集約する。
Facebook「いいね!数」	公社設立当初から、一元的なプロモーションとして最も活用している SNS であり、住民からの反響も大きいため。	直接運営しているため、毎日動向を見ることができほか、DMO ネットからも検索できる。
入込観光客数(外国人含む)	域内行政は毎年継続して調査、公表しており、地域全体の取りまとめと外国人観光客数は公社に依頼されているため。	対象地域である 1 市 4 町の観光担当から情報収集するほか、観光案内所に外国人観光客数の集計を依頼する。

### 4. 戦略

#### (1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ちちぶ定住自立圏により、対象となる 1 市 4 町の観光連携の仕組みができており、共生ビジョン(振興計画)により、公社がその中心となること認められていること。</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都心からアクセスがよいため、日帰り圏内となっていること、二次交通の便が悪いこと。</li> </ul>

(別添)様式 1

外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <p>・「秩父夜祭」「長瀨」などネームバリューもあり、公共交通機関である、西武鉄道(株)、秩父鉄道(株)や埼玉県も秩父地域の観光振興を強力に支援していること。</p>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <p>・地域の周りに大型ショッピングモールやムーミンのテーマパークなど大型観光施設の建設が予定されており、今後の観光客の動向の変化と地域外との連携</p>
------	--	---

(2) ターゲット

<p>第1ターゲット層</p> <p>首都圏在住の20～40代の新規の女性観光客</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>地域の活性化を協同で実施している、西武鉄道(株)のCMのターゲットであり、その効果により、確実に増えている。また、秩父地域は10回以上のハードリピーターが多いため、新規顧客の獲得し、それをリピーターに繋げる地域づくりを検討する。</p> <p>公社は女性の小旅行を目的とした「ことりっぷ」を作成し、西武鉄道(株)は受入れ施設として、H29年4月に西武鉄道が駅前温泉「祭りの湯」を建設し、オープンするなど力を入れている。</p>
<p>第2ターゲット層</p> <p>関西圏、台湾からの修学旅行生</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>公社の中核事業として地域内の約200軒が参画して実施している「農泊」は修学旅行を対象としており、年々需要も増している。</p> <p>関西圏からは東京に修学旅行に訪れることが多く、コンセプトである「ちかいなか秩父」として、東京に近く田舎体験ができる場所として、需要も多いと思われる。また、埼玉県が台湾に「国際観光コンシェルジュ」を設置し、修学旅行の誘客を進めていることから受入れ地域として確立したい。</p> <p>公社の自主事業・自主財源でもあり、リピーター率も高ことから、今後はターゲットの幅を広げていくことも模索する。</p>
<p>第3ターゲット層</p> <p>台湾、フランス、アメリカ、タイの新規20～40代を中心とした外国人観光客</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>公社が主導し、地域の旅館等観光関係者や鉄道会社、旅行会社、通信会社、インバウンド専門業者で構成し、月1度程度開催している「インバウンドコア会議」で外国人誘客の計画書を作成し検討しているが、そこでのターゲットとなっている。</p> <p>今後は、パンフレットや案内板もターゲットを目標に作成するほか、ネットで注文できる着地型観光商品の造成にも力を入れていく。</p>

(3) コンセプト

<p>コンセプト</p> <p>ちかいなか秩父</p>	<p>秩父散歩旅 (ちちんぷいぷい秩父)</p>
-----------------------------	------------------------------

(別添)様式 1

<p>コンセプトの考え方 都心からほど近い、日本らしい自然、伝統文化の残る「田舎」としての資源を活用して、滞在型観光、外国人誘客の増加を目指す地域をイメージしている。なお、この「ちかいなか秩父」は公社で商標を取得している。</p>	<p>現在、秩父地域のプロモーションとして一番効果がある、西武鉄道株CMのキャッチコピーで、首都圏から散歩のように女子や首都圏を訪れた外国人観光客でも気軽に旅行できる地域が表現されている。</p>
---	--

**5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有</p>	<p>対象地域の1市4町の首長、観光協会長、商工会会長、鉄道会社からなる理事会を年3回開催。ちちぶ定住自立圏の共生ビジョンにDMOの必須KPIを基礎資料として掲載し、年1度事業計画を承認。インバウンドコア会議を月1度程度開催し、戦略の共有を図っている。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>地域商社事業(LOVE CHICHIBU PROJECT)で、レストラン、土産品、農業の代表者により、認定し「秩父ブランド」を確立する仕組みを構築し、販売促進を繋げる。また、「農泊」では定期的にアンケートを行い、シンポジウムを開催するほか、ガイド団体、タクシー乗務員の講習会や観光従業員の英会話支援など目的に沿った展開をしている。</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>現在、秩父地域の誘客に一番効果があるテレビCMを制作している西武鉄道株との観光誘客における協同事業の開催、公社設立以前から地域全体を対象とし、ポスター・パンフレットを製作する団体、ロケーションサービス、平成29年度からジオパークの事務局も公社に移管され、運営している。 また、第一ターゲットを狙った【ことりっぷ】の制作や政策決定を受け、第3ターゲットに掲げている、台湾・フランス・アメリカ・タイ向けの地域全体のパンフレットを作製した。さらには10,000「いいね!」を超えている、フェイスブックを毎日更新し効果的にプロモーションを行っている。</p>

**6. KPI (実績・目標)**

(1) 必須KPI

指標項目	単位	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)	32年 (度)
旅行消費額	円	4,452 ( )	4,754 (5,537)	4,800 (5,600)	4,850 (5,650)	4,900 (5,700)	5,000 (5,800)
延べ宿泊者数	人	454,322 (4,089)	468,544 (4,752)	475,000 (5,000)	480,000 (5,200)	490,000 (5,500)	500,000 (6,000)



(別添)様式1

来訪者満足度	%	75 (80)	79 (86)	80 (86)	82 (86)	83 (86)	85 (87)
リピーター率	%	( )	75.6 (26.1)	75.8 (28)	76 (30)	76.5 (35)	77 (40)

年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

日本版DMO候補法人に認定されたものを契機に必須KPIを設定し、地域内5か所の定点(観光案内所等)によるヒアリングによるアンケート調査を開始した。このため、平成28年度のものが基本とし、5年後の平成32年に向かって、公社の目標である「滞在型観光の促進」と「外国人観光客の増加」に注力し、強化することでの数値を設定した。ただし、定点での調査であることから多少偏りが見られ、平成29年度途中からDMOネットのモデル事業でWEBアンケートを開始し、ヒアリングとWEBのものを統合し、目標数値も再検討する予定である。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

日帰り宿泊観光客の消費額では約9,000円の差があるが、現在9割以上は日帰り観光客で占めている。滞在型観光を促進し、ブランド確立など消費金額を32年までに5,000円にするよう事業を推進する。

延べ宿泊者数

宿泊業者は現在積極的に外国人受入に取り組んでおり、インバウンドコア会議において、2020年東京オリンピックには外国人の総宿泊者数6,000人の目標を基準として設定した。

来訪者満足度

アンケート結果で満足度はかなり高かったが、外国人対応などサービスの維持・向上する仕組みや事業を強化することで満足度も底堅い維持と緩やかな向上を目的として定めている。

リピーター率

秩父地域は10回以上訪れているハードリピーターが多ことから、外国人観光客を始めとする新規の観光客誘客の取組を推進する。また、外国人観光客のリピーターを40%になるよう受入体制整備を進める。

(2) その他の目標

指標項目	単位	27年 (度)	28年 (度)	29年 (度)	30年 (度)	31年 (度)	32年 (度)
WEBサイトアクセス数	PV	202,346 (3,156)	214,666 (6,096)	220,000 (7,500)	230,000 (8,500)	250,000 (15,000)	260,000 (20,000)
Facebook「いいね!」数	人	7,645 ( )	9,845 (411)	11,000 (600)	12,000 (800)	13,000 (1,000)	15,000 (1,200)
入込観光客数	千人	9,283 (480)	9,582 (600)	9,700 (800)	9,800 (1,000)	9,900 (1,200)	10,000 (1,500)
農泊利用者数	人	839 (0)	1,265 (96)	1,500 (120)	1,700 (150)	2,000 (200)	2,500 (250)

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

**【検討の経緯】**

今後、積極的に活用を考えている「DMO ネット」が収集に注力しているものとして、WEBサイトのアクセス数、フェイスブック「いいね！」数がある。現在、旅行地を決定する前に閲覧する最初のものとしてWEBサイト、SNSがあり、外国語ページも備えていることから、選ばれる地域のバロメータともなる。入込観光客は以前からの積み上げもあり、行政によっては入込観光客数で目標を立てているところもあるため、情報を得て数値を設定している。また、農泊は公社の中核事業であり、外国人の活用も増えていることから指標とした。

**【設定にあたっての考え方】**

## WEBサイトアクセス数

公社のHPは英語、中国語(繁体・簡体)、韓国語を開設しているため、訪問数ではなく、PV数を指標とした。しかし、現状では外国人のPV数は伸び悩んでおり、開設から年月も経っている。インバウンド政策コア会議により、目標とする国も確定したことから、31年度にはリニューアルを検討し、外国人のPV数の倍増を目標とする。

## Facebook「いいね！」数

公社設立以来、毎日欠かさず更新し、効果的に情報発信できるツールとなっている。広告もいれていないため、リアルな数字として有効である。また、平成29年度に10,000「いいね！」を達成し、公社の英語ページも開設した。こちらも、2020年東京オリンピック前に1,000「いいね！」達成することを目標とした。

## 入込観光客数

対象地域内1市4町で毎年計算している指標であり、地域内の観光案内所でも外国人観光客をカウントしていることから、公社で統合して指標とする。2020年の東京オリンピック時に1,500万人、外国人100万人を目指す。

## 農泊利用者数

農泊は公社の主事業であり、独自で受入れ、営業を行っていることから、地域だけではなく、公社経営の指標の一つにもなる。現状でも需要が高く、外国人の利用も増えているため、今後の民泊新法を鑑みながら、31年度までに2,000人の受け入れと外国人の割合を10%まで伸ばす。

**7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し****(1) 収入**

年度	総収入(円)	内訳
27年度	72,701,309(円)	<b>【秩父市負担金(定住自立圏)】</b> 14,200,000(円) <b>【埼玉県補助金】</b> 1,120,000 <b>【埼玉县委託料】</b> 25,653,000 <b>【収益事業収入】</b> 27,600,000 <b>【繰越金、預金利息等】</b> 4,128,309
28年度	67,098,014(円)	<b>【秩父市負担金(定住自立圏)】</b> 17,500,000(円) <b>【埼玉県補助金等】</b> 967,000 <b>【秩父市委託料】</b> 2,650,000 <b>【収益事業収入】</b> 40,520,486 <b>【繰越金、預金利息等】</b> 5,460,528
29年度	80,270,454(円)	<b>【秩父市負担金(定住自立圏)】</b> 20,000,000(円) <b>【埼玉県補助金等】</b> 600,000 <b>【国庫等補助金】</b> 10,650,000 <b>【秩父市委託料】</b> 3,700,000 <b>【収益事業収入】</b> 37,000,000

## (別添)様式1

		【繰越金、預金利息等】	8,320,454
30年度	70,001,000 (円)	【秩父市負担金(定住自立圏)】	22,000,000 (円)
		【埼玉県補助金】	500,000
		【国庫等補助金】	6,000,000
		【秩父市委託料】	2,000,000
		【収益事業収入】	39,500,000
		【預金利息等】	1,000
31年度	70,001,000 (円)	【秩父市負担金(定住自立圏)】	20,000,000 (円)
		【埼玉県補助金】	500,000
		【秩父市委託料】	8,000,000
		【収益事業収入】	41,500,000
		【預金利息等】	1,000

## (2) 支出

年度	総支出	内訳
27年度	72,701,309 (円)	【一般管理費】 9,200,000 (円) 【広告宣伝費】 6,600,000 【一般事業費】 26,850,000 【英会話事業費】 23,713,000 【外国人観光客誘客費】 5,000,000 【積立金等その他】 1,338,309
28年度	58,778,560 (円)	【一般管理費】 4,757,238 (円) 【広告宣伝費】 7,584,547 【一般事業費】 39,846,871 【KPI等調査構築費】 991,512 【外国人観光客誘客費】 5,192,487 【その他】 405,905
29年度	80,270,454 (円)	【一般管理費】 14,500,000 (円) 【広告宣伝費】 7,500,000 【一般事業費】 51,850,000 【KPI等調査費】 1,000,000 【外国人観光客誘客費】 4,000,000 【積立金等その他】 1,420,454
30年度	70,001,000 (円)	【一般管理費】 14,500,000 (円) 【広告宣伝費】 7,000,000 【一般事業費】 42,500,000 【KPI等調査費】 1,000,000 【外国人観光客誘客費】 4,000,000 【積立金等その他】 1,001,000
31年度	70,001,000 (円)	【一般管理費】 14,500,000 (円) 【広告宣伝費】 7,000,000 【一般事業費】 42,500,000 【KPI等調査費】 1,000,000 【外国人観光客誘客費】 4,000,000 【積立金等その他】 1,001,000

(別添)様式1

### (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

ちちぶ定住自立圏観光連携を行う団体としての負担金収入(平成32年度まで共生ビジョンは32年度まで掲載)民泊を利用した修学旅行誘致の手数料、着地型観光商品の販売手数料、レンタサイクル収入、地域ブランド確立による土産品販売、市町の観光事業・施設管理委託料、ふるさとプロデューサー育成事業受入によるOJT代等

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

埼玉県、秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町は、一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社を当該地域における「地域連携DMO」として登録したいので一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社とともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	井上正幸
担当部署名(役職)	事務局長
所在地	埼玉県秩父市野坂町1-16-15
電話番号(直通)	0494(26)6260
FAX番号	0494(26)7331
E-mail	inoue@chichibu-omotenashi.com

## 10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	埼玉県
担当者氏名	浅見健二郎
担当部署名(役職)	産業労働部観光課 課長
所在地	埼玉県さいたま市浦和区高砂3-15-1
電話番号(直通)	048(830)3950
FAX番号	048(830)4819
E-mail	Asami.kenjiro@pref.saitama.lg.jp

都道府県・市町村名	埼玉県秩父市
担当者氏名	荻野 茂樹
担当部署名(役職)	秩父市産業観光部専門員兼観光課長
所在地	埼玉県秩父市野坂町一丁目16番15号
電話番号(直通)	0494(25)5209
FAX番号	0494(27)2627
E-mail	kanko@city.chichibu.lg.jp

都道府県・市町村名	埼玉県横瀬町
担当者氏名	町田 文利
担当部署名(役職)	振興課 課長

(別添)様式1

所在地	埼玉県秩父郡横瀬町大字横瀬 4545 番地
電話番号(直通)	0494(25)0114
FAX 番号	0494(23)9349
E - m a i l	450town@gmail.com

都道府県・市町村名	埼玉県皆野町
担当者氏名	宮原 宏一
担当部署名(役職)	産業観光課 課長
所在地	埼玉県秩父郡皆野町大字皆野 1420 番地の1
電話番号(直通)	0494(62)1231
FAX 番号	0494(62)2791
E - m a i l	kanko@town.minano.saitama.jp

都道府県・市町村名	埼玉県長瀬町
担当者氏名	南 勉
担当部署名(役職)	産業観光課 課長
所在地	埼玉県秩父郡長瀬町大字本野上 0135 番地 1
電話番号(直通)	0494(66)3111
FAX 番号	0494(66)0894
E - m a i l	sangyo@town.nagatoro.lg.jp

都道府県・市町村名	埼玉県小鹿野町
担当者氏名	強矢 立家
担当部署名(役職)	おもてなし課 課長
所在地	埼玉県秩父郡小鹿野町大字小鹿野 89 番地
電話番号(直通)	0494(79)1100
FAX 番号	0494(79)1200
E - m a i l	kanko@town.ogano.lg.jp

【区域】秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町

(表：実施体制)

(表：KPI(実績・目標))※( )内は外国人に関するもの

【設立時期】平成26年2月27日

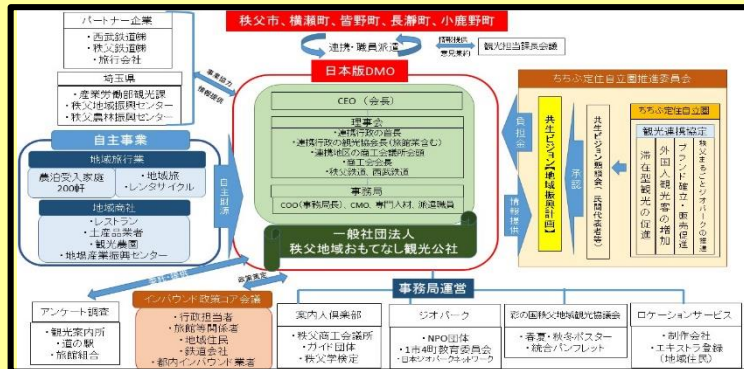
【代表者】会長 久喜邦康

【執行責任者】事務局長 井上正幸

【マーケティング責任者】竹内則友

【職員数】10人

【連携する主な事業者】行政(1市4町)、観光協会  
商工会議所、商工会、秩父鉄道(株)、西武鉄道(株)



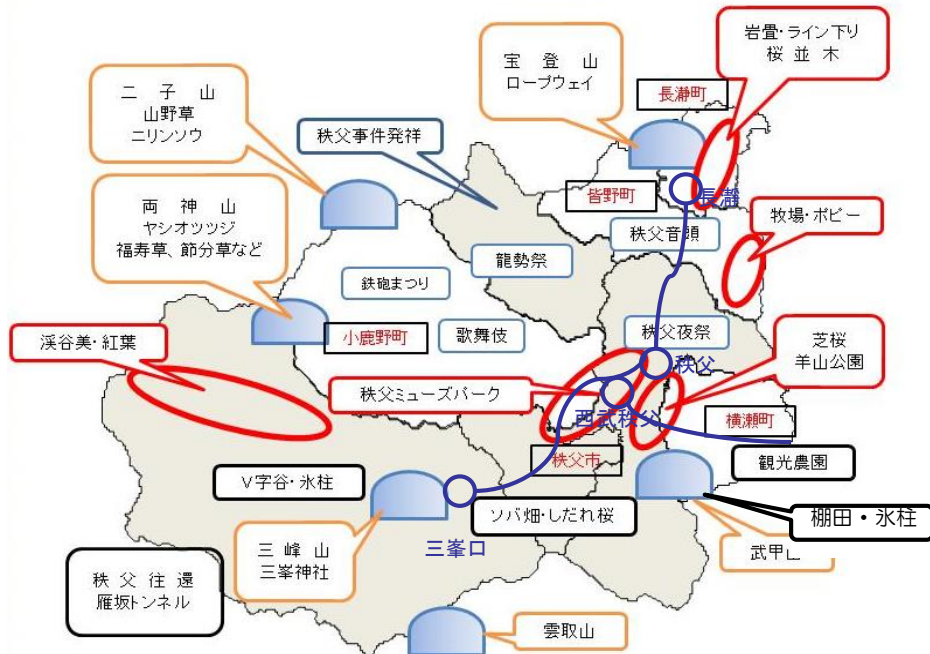
	28年(度)	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)
旅行消費額	4,754 (5,537)	4,800 (5,600)	4,850 (5,650)	4,900 (5,700)	5,000 (5,800)
延べ宿泊者数	468,544 (4,752)	475,000 (5,000)	480,000 (5,200)	490,000 (5,500)	500,000 (6,000)
来訪者満足度	79 (86)	80 (86)	82 (86)	83 (86)	85 (87)
リピーター率	75.6 (26.1)	75.8 (28)	76 (30)	76.5 (35)	77 (40)

### 広報宣伝に関する取組

- 観光キャンペーンへの出展
- Facebookページの活用
- 動画制作放映(ドローン映像含む)  
・池袋駅、西武秩父駅、プリンスホテル等
- メディアツアーのオペレート
- ポスター、パンフレットの作成
- ちちぶ映画祭(西武鉄道と共催)
- ロケーションサービスの提供

### 滞在型観光に関する取組

- 着地型観光商品の造成、販売
- 農泊を利用した教育旅行誘致
- 体験プログラムの構築、販売
- 広域レンタサイクルの設立、運営
- サイクル巡礼コースの設置、運営
- 旅館業とのタイアップ、育成
- ガイド団体の運営、ガイドの育成
- 定額タクシーコースの構築
- ジオパークの推進



### 外国人誘客に関する取組

- 4か国語看板の設置
- インバウンド政策コア会議の開催
- 英会話事業の運営
- 外国人誘客パンフレットの作成
- 埼玉県、西武鉄道(株)との連携
- 外国人観光案内所の認定補助
- Travelmart、旅行会社での営業
- Wi-Fiの推進、整備
- モニターツアー、FAMツアーの開催

### 地域ブランド確立に関する取組

- 雑誌「ことりっぷ」作成
- 地域商社「LOVE CHICHIBU」運営
- 道の駅等生産、販売所との連携
- ふるさと祭り東京等物産展に出店
- ふるさとプロデューサー(研修生)受入
- 地域ブランド新商品開発・支援
- 駅前施設での特産品ショップ運営
- 西武鉄道(株)レストラン列車土産品提供