

令和3年3月30日

報道関係者各位



一般社団法人埼玉県物産観光協会

第2期彩の国DMO戦略を策定しました ～新型コロナウイルスで打撃を受けた観光業の回復を目指して～

このたび、観光庁登録DMOである一般社団法人埼玉県物産観光協会（彩の国DMO）は、「第2期彩の国DMO戦略」を策定し、新型コロナウイルスで打撃を受けた本県の観光業の回復を目指して5つの戦略を実施します。

DMO ; Destination Management/Marketing Organization

1 第2期彩の国DMO戦略について

「第2期彩の国DMO戦略」は、2023年までに新型コロナウイルスで打撃を受けた観光業の回復（旅行消費額等の数値を2019年の水準に戻す）を目指して、2021年度から2023年度の3年間に実施する戦略を定めたものです。

戦略では、まず、当協会の理念である「Saitama Style」の実現に向けて、2030年度のありたい姿（ビジョン）を設定し、現状分析や課題の整理を行っています。その上で、コンセプトである「ちよこたび埼玉」を推進し、セグメントに応じたターゲットの設定や2021年から2023年までのKPIを設定し、以下の5つの戦略を実施します。

- ①「買いたい」地域資源の磨き上げ
- ②データに基づいたマーケティングの実施
- ③多様な主体との連携及び観光人材の育成
- ④安全安心な観光地域づくりと情報発信
- ⑤自立した運営の実現



なお、5つの戦略においてそれぞれトピック欄を設け、今後の取り組みのヒントとなるような事例を紹介しています。

今後、彩の国DMOでは、2021年度からの3年間に於いて、本県観光を取り巻く環境を捉えつつ、5つの戦略に基づく具体的な年次事業計画を立案し、着実に実施してまいります。

ただし、この期間において社会経済情勢に急激な変化があった場合は、ビジョンの実現を基本としつつ、必要に応じて見直しを図ることとしています。

2 参考

(1) DMOとは

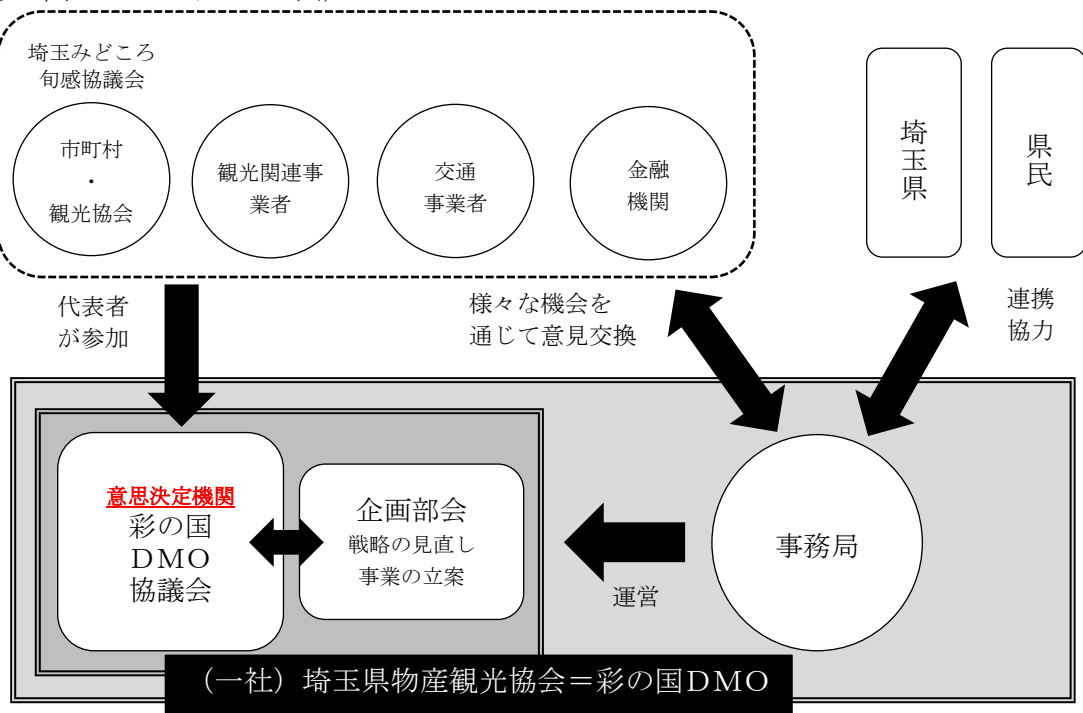
DMO（観光地域づくり法人）とは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

(2) 彩の国DMOとは

- ・地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、本県への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役
- ・多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた戦略を策定
- ・戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人で、意思決定機関は、「彩の国DMO協議会」（＝協会理事会）
- ・観光庁登録DMO（平成30年12月に登録）

【法人名】一般社団法人埼玉県物産観光協会
【区 域】埼玉県全域
【設立時期】平成25年4月1日
【代表者】会長 松本 邦義
【事業統括責任者】本部長 秋穂 進也
【職員数】17名（令和3年1月時点）
【主な連携事業者】埼玉みどころ旬感協議会（市町村・観光協会）、協会会員企業等

(彩の国DMOのイメージ図)



(3) 策定の経緯

現戦略である「第1期彩の国DMO戦略」の期間が2020年度までとなっており、2021年度以降もデータ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略を実施するため、「第2期彩の国DMO戦略」を策定しました。



第1期彩の国DMO戦略表紙

策定にあたっては、彩の国DMO協議会の下に、企画部会を設置し、計5回（令和2年10月から令和3年2月まで）の会議を開催した後、戦略案を取りまとめました。

戦略案について、令和3年3月30日に開催された彩の国DMO協議会での審議を経て決定しました。

(企画部会委員)

敬称略

部会 役職名	氏名	所属 役職名
部会長	朝霧 重治	(株)協同商事 代表取締役社長
部会長代理	石坂 典子	石坂産業(株) 代表取締役
部会長代理	北 康信	(株)ノースコーポレーション 代表取締役

【委員】

伊奈町、春日部市、飯能市、行田観光物産会、小江戸川越観光協会、さいたま観光国際協会、長瀬町観光協会、秩父地域おもてなし観光公社、埼玉県旅行業協会、旅倶楽部、JTB、小さなホテルセラヴィ、パレスホテル大宮、東日本旅客鉄道、西武鉄道、東武鉄道、温泉道場、秩父ファーマーズファクトリー、八木橋、大宮アルディージャ、埼玉縣信用金庫、埼玉りそな銀行、武蔵野銀行、テレビ埼玉、埼玉新聞社、ドコモCS

【オブザーバー】

埼玉県観光課、埼玉県立歴史と民俗の博物館、関東観光広域連携事業推進協議会、櫻井印刷所、DHE



企画部会 第1回会合の様子

(彩の国DMO協議会委員)

敬称略

役職名	氏名	所属役職名
会 長	松本 邦義	松本米穀精麦(株) 代表取締役社長
副会長	新井 理夫	(株)アライヘルメット 代表取締役
副会長	齊之平 伸一	三州製菓(株) 代表取締役社長
副会長	弓削多 洋一	弓削多醤油(株) 代表取締役社長
副会長	鈴木 英秀	妻沼聖天山 副院主
副会長	朝霧 重治	(株)協同商事 代表取締役社長
副会長	坂本 昌己	秩父鉄道(株) 取締役執行役員企画部長

【委員】

熊谷市、川越市、秩父市、飯能市、越生町、(公社)さいたま観光国際協会、幸手市観光協会、行田市観光協会、加須市物産観光協会、(一社)秩父観光協会、(一社)長瀨町観光協会、(公社)小江戸川越観光協会、(株)東玉、(株)埼玉種畜牧場、埼玉県ホテル旅館生活衛生同業組合、埼玉縣信用金庫、(株)埼玉りそな銀行、(株)武蔵野銀行、東日本旅客鉄道(株)大宮支社、東武鉄道(株)、西武鉄道(株)、埼玉高速鉄道(株)、(株)JTB埼玉支店、(株)新井園本店、(株)亀屋、(株)紅葉屋本店、埼玉県酒造組合、石田インダストリ(有)、(株)昌国、井上スパイス工業(株)、笛木醤油(株)、(株)岩崎食品工業、三峯神社、埼玉県中小企業団体中央会、(一社)埼玉県物産観光協会

○ 彩の国DMO協議会 (= (一社) 埼玉県物産観光協会理事会) 開催概要

- ・ 日 時：令和3年3月30日(火) 午後2時～4時
- ・ 場 所：大宮ソニックシティビル 4階 市民ホール
- ・ 議 題：
 - ①第2期彩の国DMO戦略(案)について
 - ②令和2年度決算見込について(報告)
 - ③令和3年度事業計画(案)及び予算(案)について
 - ④その他

(4) 戦略の概要 (戦略の本文は別添のとおり)

第2期彩の国DMO戦略について①


一般社団法人埼玉県物産観光協会

ありたい姿 (ビジョン)

①安全安心に観光を楽しみ、誰もが満足して、また来たいと思われる県に
 ②『ちょこたび埼玉』が定着することで地域が潤い 住んでよし・訪れて良しの県に
 ③多彩な魅力を持つ埼玉が、SaitamaStyleの実現によって県民が誇れる県に
 ④地域・事業者が連携している県に (県境を越える広域連携を含む)
 上記①～④の活動を効果的に実施する組織・体制が継続している

コンセプト

ちょこたび埼玉
 ・ちょこっとお出かけ
 ・ちょこっと贅沢 …etc



戦略 (2021~2023)

現状分析

- SWOT分析 (抜粋)
 【強み】 通年観光が可能 【機会】 マイクロツーリズムに注目
 【弱み】 旅行消費額の単価が低い 【脅威】 新型コロナウイルス感染症の影響
- STP分析 (抜粋)
 県民、1都2県(※)の住民の90%以上は日帰り、年代は30代、40代が多い
- ABC分析 (抜粋)
 県内観光地を訪れている観光客のうち、首都圏からの観光客85%
 (県民が57%、1都2県(※)で28%) ※2県：神奈川県・千葉県

課題

- 宿泊客数を増やしたいが、たくさんの宿泊客を受け入れられる施設に限られる (施設数 県：701、全国平均：1,324)
- 国内観光客向けの高額商品が少なく、旅行消費額 土産物消費額が低い (県：18,409円/人回 全国平均：28,487円/人回)
- 旅行会社が送客しにくい (観光意欲度ランキング：4位)
- 他県と比べ観光予算が少ない (2020年度 県：394,795千円 (46位) 全国平均：1,985,712千円)
- 県民の約3割が埼玉県に魅力を感じていない (県政世論調査「県に魅力を感じない」H30：28% R1：29.6%)
- 新型コロナウイルス感染症により、観光のあり方が大きく変化

戦略① 「買いたい」地域資源の磨き上げ

施策1：地域資源のブランド化・高付加価値化
 施策2：コンテンツツーリズムの促進
 施策3：着地型観光プログラムの推進

戦略② データに基づいたマーケティングの実施

施策1：継続的なデータ収集とデジタルマーケティングの促進
 施策2：ターゲットに応じたマーケティングの実施
 施策3：地域課題の把握と伴走

戦略③ 多様な主体との連携及び観光人材の育成

施策1：埼玉県民による積極的な情報発信の促進
 施策2：地域連携による協働プロモーション・イベントの実施
 施策3：観光人材の育成事業の実施

戦略④ 安全安心な観光地域づくりと情報発信

施策1：彩の国「新しい生活様式」安心宣言の徹底と支援
 施策2：サクラクオリティ制度の普及促進
 施策3：ウィズコロナ・アフターコロナ時代の新しい観光スタイルの確立

戦略⑤ 自立した運営の実現

施策1：名産品販売事業及び旅行業の強化
 施策2：多様な財源確保の検討
 施策3：専門人材の登用、国や民間が実施している研修への参加

第2期彩の国DMO戦略について②

一般社団法人埼玉県物産観光協会

KPI

2023年までに新型コロナウイルスで打撃を受けた観光業の回復を目指す

必須KPI

項目	2019	2021	2022	2023
旅行消費額 (億円)	6,989	5,000	6,000	7,000
延べ宿泊者数 (千人)	5,035	4,400	4,700	5,000
来訪者満足度 (%)	67	73	79	85
リピーター率 (%)	52.5	57.5	62.5	67.7

独自KPI

項目	2019	2021	2022	2023
経済波及効果 (億円)	7,104	5,082	6,098	7,115
県民の魅力度 (%)	55.7	60	62.5	65
着地型ツアー造成数 (件)	50	75	100	150
自主財源比率 (%)	50	52.5	55	57.5
B C Pの策定率 (%)	41.4	45	50	55

特に力を入れる戦略

戦略① 「買いたい」地域資源の磨き上げ

着地型プログラムの推進

埼玉みどころ旬感協議会等と連携し、「埼玉ならではの」の観光素材を活かした着地型ツアーや宿泊プランを企画・運営。
 埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」内にツアーや宿泊プラン予約システムを構築する。



戦略② データに基づいたマーケティングの実施

デジタルマーケティングの促進

県内の観光・物産情報を一元的にまとめて情報発信する埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」を運営。
 併せて、サイトと連動しながらSNSによる情報発信を行い、効果的なデジタルマーケティングを実施する。



戦略③ 多様な主体との連携及び観光人材の育成

観光人材の育成事業の実施

効果的なマーケティングの実施やホスピタリティの向上を図るため、観光人材の育成を進めるとともに、未来の本県観光を支える子どもたちの観光教育に力を入れていく。



戦略④ 安全安心な観光地域づくりと情報発信

サクラクオリティ制度の普及促進

宿泊施設の品質認証制度である「サクラクオリティ」を県内に普及させるため、彩の国DMOが積極的に宿泊施設に働きかけを行い、県内宿泊施設の認証を進める。
 (「サクラクオリティ」は新型コロナウイルスなどの感染症予防にも対応。)



【本件お問い合わせ先】

(一社) 埼玉県物産観光協会

住所：埼玉県さいたま市大宮区桜木町 1-7-5 ソニックシティビル 5F

担当者：秋穂、櫻井

TEL：048-647-0500 e-mail：saitamadmo@saitamadmo.org