

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社 第 8 期（令和 2 年度）事業報告

原則的には例年同様、ちちぶ定住自立圏構想観光連携協定を推進していくが、今年度は新型コロナウイルス感染症により、予定されていた農泊のキャンセルや観光プロモーション事業を控える中、現状可能な観光庁をはじめとする行政との補助事業の活用やアフターコロナに向けた受入体制整備を強化した。

◎滞在型観光の推進

1 広報宣伝活用事業

(1) HP、SNS の活用 (<http://www.chichibu-omotenashi.com/>)

プロモーション活動の主力となっている Facebook での情報発信は緊急事態宣言期間控えていたが以降は平常通り毎日更新し、秩父地域の魅力を伝えた。

Facebook 「いいね！」数 11,882 人 (2021.6.17 現在)

(2) デジタルサイネージ

西武池袋駅デジタルサイネージを令和 2 年度補正予算で新機種に入れ替えた。継続して西武鉄道株の広報部と連携し、西武池袋駅、西武秩父駅、プリンスホテル、レストラン列車、各観光案内所でのデジタルサイネージに観光 PR 用動画コンテンツを放映し、イメージアップと誘客を図った。

2 教育旅行のメッカ埼玉づくり事業

公社のメイン事業のひとつである、「民泊を利用した体験型修学旅行」は今年度 13 校（昨年 15 校）の受入れを実施する予定であったがコロナの影響により全て中止となった。

(1) 予定校

○ 東京都江戸川区篠崎中学校	181 名	7/22～23	1泊2日	52 軒
○ 大阪府立渋谷高等学校	280 名	7/27～28	2泊3日	80 軒
○ 東京都江戸川区小岩第五中学校	84 名	8/19～20	1泊2日	24 軒
○ 埼玉県八潮市立八幡中学校	131 名	8/28	日帰り	38 軒
○ 神奈川県横浜市立上の宮中学校	196 名	9/24～26	2泊3日	56 軒
○ 兵庫県神戸市立本山中学校	211 名	11/5～6	1泊2日	61 軒
○ 大阪府立渋谷高等学校	280 名	7/27～28	2泊3日	80 軒

(2) 外国人生徒受入れ

○ 国立大学法人一橋大学	15 名	5/21～22	1泊2日	5 軒
--------------	------	---------	------	-----

(3) 体験プログラムの販売

受入に伴い、全体及びクラス単位ごとに行える、秩父地域らしい体験プログラムを構築し、旅行会社、学校に PR する。

○ 千葉県浦安市美浜中学校	97 名	10/1	稲刈り体験
○ 神奈川県横浜市立上の宮中学校	196 名		ラフティング

3 地域旅構築事業

「ちちぶの森体験ツアー」実施（学校法人水野学園より依頼）

森づくり講演⇒工場見学（ウッディコイケ）⇒間伐体験（8/6 15 名、8/17 20 名参加）

※成果品として、生徒が伐採した木を使用してジュエリーを製作し、11/30～12/2 に学

校内（東京都渋谷区）、1/7～1/18 歴史文化伝承館交流フロアで展示会を開催した。

4 観光案内人育成事業

公社が事務局となり、地域内にある 11 のガイド団体が参加している「ちちぶ案内人倶楽部」として、相互の情報交換、先進地視察、スキルアップ研修会などを開催する。

令和元年度より開始した「じゃらん Net.」で販売を強化した。

5 広域レンタサイクル

コロナの影響により 6 月から再開。また、昨年の秩父に引き続き、劣化している長瀬の 3 台の自転車を入れ替えた。（合計 5,870 台 前年△1,448 台）

6 西武鉄道 CSR

西武鉄道が実施している秩父地域を対象とした環境活動・地域貢献プロジェクトに協力。

- 8/12（水）ジオパーク体験学習・ジオスポット見学（25 回）
- 8/13（木）エコワークショップ・ダム見学（26 回）
- 8/19（水）木工体験・星空観賞会（27 回）
- 9/22（水）羊山・美の山整備活動（28 回）
- 10/1（木）木工・植樹体験（29 回）
- 1/11（月）花の美の山公園整備活動・氷柱体験（30 回）

7 事務局運営

（1）彩の国秩父地域観光協議会

春夏・秋冬のポスターの制作、【秩父路】パンフレットの作成や人気パンフレット「秩父路」の増刷を実施した。

（2）秩父まるごとジオパーク

令和元年度に再審査を受け、条件付き再認定となった秩父まるごとジオパークは、令和 3 年の再認定審査に向け準備期間として推進した。

◎外国人観光客の増加

新型コロナウイルス感染症の影響でインバウンド需要がなくなっているが、アフターコロナに向け、関係団体と協力し、受け入れ態勢整備を中心に実施した。

1 受入体制整備

（1）インバウンドガイド（arce）の機能強化

○秩父地域の住民から広く募集し、41 人参加。

⇒横瀬町×西武鉄道株が実施する外国人向け棚田ツアーに参加要請があり、公社のツアーとして造成（訪日外国人旅行者周遊促進事業でのモニターツアー）

⇒秩父市の業務委託により外国語による札所案内ガイド研修を 3 回実施
(2/5, 2/26, 3/23)

（2）訪日外国人旅行者周遊促進事業（観光庁補助金 1/2）

○近畿日本ツーリスト株×クラブツーリズムの提案による「秩父地域における【メーブル】コンテンツ調査・造成事業」

⇒来年度以降クラブツーリズムで商品化に向けたコンテンツを作成した。

（3）秩父おもてなしプロジェクト（2 年継続） 地域内 38 店舗参加

- 「外国人観光客に対する地域の意識改革」プロジェクトは「CHICHIBU WELCOME ALL」のステッカーを掲載し、外国人観光客の対応強化やプチギフト、また特設ウェブページを設置した1年目を発展させ、「おもてなしボード」や「おもてなしアンバサダー」の醸成などでアフターコロナに向けた受入の準備を行った。

◎地域ブランド確立事業

☆ 地域商社機能の確立

物産展等は開催されないが、地域ブランドの確立を目的として、公社内の地域商社機能を充実させ、観光消費額の向上と公社の自主財源の確保に向けた取り組みを展開する。

- (1) 西武秩父駅「祭りの湯」
 - 店舗運営「LOVE CHICHIBU ショップ」
⇒「秩父美人屋台」の一角に出店したブースに、新たな特産品の発掘やオリジナル商品の構築及びMDを行い、地域ブランドを確立してした。
- (2) レストラン列車「52席の至福」
 - デイナーコースのお土産
⇒3ヶ月に一度変更される特産品やオリジナルグッズの提案を実施した。
- (3) 地域商社機能の拡充
 - 新たな販売場所の確保や商品構築を実施し、ブランドの確立や販売促進の拡大を図る。
 - 地域商社機能の拡充のため、秩父地場産業振興センターと協力し、そこを核とした拠点整備を開始する。
⇒事務局長が地場産理事を兼務し、プラットフォームを構築
- (4) ECサイトの開設
地域商社事業の一環としてECサイトを4/20オープンした。
LOVE CHICHIBU（オリジナル商品）や農業支援としてブルベリーなどを販売。
※今年度から秩父の果物のサブスクリプションや地場産業振興センター「秩父ふるさと便」との連携を開始
※毎年出店していた「ふるさと祭り東京」のイベント中止によるECサイト販売でも商品販売をした。(5/19～)
- (5) 助け合い秩父マルシェに出店
 - コロナ渦で減収した秩父地域の特産品やグルメの販売促進を支援するため、株式会社ベルクにご協力いただき、FIND 秩父食文化研究会と共同で出店した。
5/17（日）ベスタ狭山、5/30（土）川口差間、6/20（土）川口差間、
6/28（日）ベスタ狭山、9/20（日）フォルテ秦野、11/7（土）フォルテ船橋
- (6) サンシャインの湯
 - 「いい風呂（11/26）」に合わせて「秩父温泉郷」PR及び商品販売を実施した。
（11/26～29） 場所：サンシャインシティ噴水広場
- (7) 西武鉄道貨客混載事業
 - 西武鉄道実証実験 10/21（水）～27（火）小松沢レジャー農園のシャイン

マスカットを朝採れ販売に協力

⇒①1/15 (金) ~19 (火) 西武池袋百貨店 朝採れいちご販売

・同時に地下一階で秩父特産市開催

⇒②2/10 (水) ~2/14 (日) 所沢駅グランエミオ所沢 朝採れいちご販売

⇒③2/15 (月) ~2/23 (水) 西武池袋百貨店 地下一階 秩父特産市

(8) 豊島区「IKE・SUNPARK」出店 (「IKE・SUNPARK」12月12日(土) オープン)

○ 「IKE・SUNPARK」ファーマーズマーケット (12/12, 13 出店)

⇒地域商社機能の一つとして地場産業振興センターと協同

(9) 国立公園における地場産品等の提供促進事業 (環境省補助金 1/2)

○ 農水省で認定されている「SAVOR JAPAN (食文化海外発信事業)」×「国立公園」のストーリーで特産品を開発した。

◎ その他

1 ロケーションの誘致

コロナ渦で、ロケーション需要が増えている。これをチャンスと捉え、積極的に対応し、秩父地域の露出に努めた。(問合せ 74 件、実績 12 件)

⇒秩父の観光動画を簡単にダウンロードできるシステムを構築した。

2 秩父おもてなし TV

秩父市から業務委託を受け、平成 30 年度に開設した YouTube の定期更新 (毎週水曜日) や秩父の魅力伝える企画番組を放映し、新たな独自メディアを運営した。

※チャンネル登録数 10,000 人を目指す。(2021. 6. 17 6, 288 人)

※秩父市教育委員会、皆野町観光協会、秩父鉄道㈱、FIND 秩父、秩父青年会議所から動画制作委託有

3 ちちぶ乾杯共和国 (埼玉県補助金)

昨年度、埼玉県と協力し、設立した「ちちぶ乾杯共和国」を秩父地域の新たなブランドとして確立していくことを継続して推進した。

⇒コロナ禍により、「ちちぶ乾杯共和国」の PR 活動に特化して活動した

※西武池袋駅サイネージ広告、メディアツアー、フラッグ等販促グッズ作成

4 ちちぶ乾杯共和国クラウドファンディング

コロナ渦での飲食店支援のため、「ちちぶ乾杯共和国」の名称で、酒造メーカーや酒販組合と協力して実行委員会を立ちあげクラウドファンディングを実施した。

名 称：ちちぶのお酒で乾杯！オール秩父☆飲食店応援プロジェクト

(秩父地域内飲食店 78 店参加、返礼品 秩父のお酒、オンライン試飲会)

支援者数：364 人 支援総額：6, 682, 500 円 達成率 133% (目標金額 5, 000, 000 円)

5 「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業 (観光庁補助金 10/10)

※ちかいなか「ちちぶ乾杯共和国」(埼玉県秩父地域) を楽しむ地域内周遊と滞在コンテンツ実証事業

○ 西武鉄道㈱と協力し、「ちちぶ乾杯共和国」のブランディングを核として、52 席の至福 (レストラン列車) に付加価値を付けた、秩父地域の周遊コースの構築、マー

ケティングなどの実証実験を行った。

6 秩父市行っ得キャンペーン（秩父市からの委託業務）

新型コロナウイルス感染症で落ち込んだ観光客の誘客対策として、国の GO TO キャンペーンに先んじて、宿泊クーポンとお土産と体験施設で利用できる地域振興券を発売した。

⇒楽天トラベル㈱に業務委託 経済効果：原資の 2.77 倍（楽天調べ）

7 国立・国定公園への誘客の推進事業/国立・国定公園、温泉地でのワーケーション推進事業（環境省補助金 10/10）

※秩父の霊峰とマインドフルネス・ワーケーション

- 三峯神社（秩父多摩甲斐国立公園）でリモートワークと E-BIKE を活用した周遊コースの宿泊ツアー（ワーケーション）のモニターツアー（11/9～12）を実施し、新たな観光形態での誘客に繋げた。

9 日本版 DMO の推進・確立

（1）観光地域づくり法人による宿泊施設等と連携したデータ収集・分析事業

（観光庁モデル事業）

※全国 4 か所（秩父、北海道ニセコ町、福島県福島市、岐阜県下呂温泉）採択

- 宿泊施設の PMS（ホテル管理システム）や宿泊台帳、道の駅等 POS（販売時点情報管理）システム、アンケート調査などを融合したビックデータを地域のマーケティングに繋げる。⇒宿泊施設 14 軒、小売り 7 軒、観光施設 1 軒
 - 飲食店を中心にアプリによる CRM（カスタマー・リレーションシップ・マーケティング）を推進した。⇒地域内飲食店、土産品販売所、宿泊施設等 34 箇所が参加
- ※モデル事業は全国 4 か所（北海道ニセコ町、福島県福島市、埼玉県秩父地域、岐阜県下呂温泉）⇒観光庁は令和 3 年度も全国 3 か所で実施予定。

（2）Destination-NEXT を活用した観光地域診断

（日本観光振興協会モデル事業）全国 2 か所（秩父、新潟佐渡）採択

- 地域内の観光関係者（首長、観光協会長、行政観光担当、議員、宿泊事業者等）を対象として NEXT Factor 社（カナダの会社）のシステム（Destination-NEXT）を利用し観光に対する意識調査を実施した。573 人から回答あり。

※モデル事業は全国 2 か所（新潟県佐渡、埼玉県秩父地域）

⇒集計結果は HP に掲載済

（3）観光庁が提唱する「世界標準 DMO」の構築に向けた補助金（地域の観光先約推進の核となる DMO の改革）の活用。（10/10 補助金）

- ・インバウンド&マーケティング専門家採用 1 名（給与分）
- ・人材育成研修費（財務、マーケティング）2 名参加

10 NIPPONIA への事業協力

古民家再生による宿泊所を運営する株式会社 NOTE と連携し、新たな会社「秩父まちづくり」を共同で経営（出資）し、秩父地域で NIPPONIA の事業を展開する。

- 秩父市番場町「小池タバコ店」、秩父市宮側町「マル十薬局」をリニューアルする。⇒農水省「農泊促進対策事業」を活用（採択済）⇒令和 4 年 5 月オープンを目指す。