

一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社  
定時社員総会及び理事会

(第10期)

一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社議案書

自令和4年 4月 1日

至令和5年 3月31日

(第11期)

一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社議案書

自令和5年 4月 1日

日時：令和5年 7月 6日

場所：秩父市歴史文化伝承館 1F 研修室 2・3



## 一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社定時総会次第

### 1 開 会

### 2 あいさつ

### 3 議 題

第1号議案 第10期 事業報告及び決算について  
＜監査報告＞

第2号議案 役員（理事）改選について

第3号議案 第11期 事業計画（案）、予算（案）（案）について

### 4 その他

### 5 閉 会

一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社  
第10期（令和4年度）事業報告書

◎滞在型観光の推進

1 広報宣伝活用事業

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

プロモーション活動の主力であるFacebookは毎日更新した。今年度は他事業もあり、InstagramやTwitterも効果的に活用した。

フォロワー数：Facebook 12,954人、Instagram 3,716人、Twitter 3,709人(6/27現在)

また、HPも文化庁事業で作成した「お祭りプロジェクト」の活用や札所巡りの多言語化など秩父地域全体をPRするコンテンツの充実を図った。

(2) デジタルサイネージ等

今年度劣化したパネルを新調した、西武池袋駅、西武秩父駅や各観光案内所でのデジタルサイネージで観光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。

(3) ロケーションの誘致

コロナ禍でロケーション需要が増えた。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。(問合せ件数92件、実績18件)

(4) 秩父おもてなしTV

秩父市から業務委託を受け、YouTubeチャンネル『秩父おもてなしTV』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た。また、秩父市教育委員会や民間会社からの制作依頼を受け、新たな地域メディアになるように運営をした。

2 農泊を活用した教育旅行誘致事業

コロナ禍で2年間全く受入ができなかったが、令和4年度から学校の承諾のもと、依頼があった学校の受入を再開した。

(1) 受入校 ⇒P8 別添1参照

(2) 体験プログラムの販売

教育旅行の一環として、農泊受入の際に開発してきた体験プログラムをホテル泊でも秩父らしい体験をしていただくようプログラム構築し、販売する。

○ 東京都江戸川区立上一色中学校 104名 7/29 (ラフティング、川下り、陶芸、フォレストアドベンチャー、ハーバリウム、型染め)

(3) 受入家庭の確保

2年以上の空白があり、既存受入家庭も環境が変わっていることから、実情はかなり数も減少している。今後はコロナ後に向けて、申し込み数も増えていくことが予想されたことから、今までには交渉していない団体を通じたり、個別にも積極的に声掛けして、安定して受入可能な件数、200軒以上を目標にして開拓した。

※今年度実績：秩父1軒、吉田1軒、荒川1軒、横瀬2軒、小鹿野1軒

(4) 民泊誘致営業

埼玉県の教育旅行補助金を活用し、秩父地域の民泊を扱ってくれた実績のある地域(都内、神奈川、関西)の旅行会社を中心に民泊誘致の営業を実施した。また、長崎県五島市で開催された、全国ほんものネットワーク(農泊の全国組織)研修会(1/13, 14)に職員1名参加した。

3 地域旅構築事業

令和3年度からマイクロツーリズムとして、今まで対地域で実施していた小学校の林間学校・修学旅行を秩父地域で新たなプログラムを作り展開した。

(1) 秩父市立西小学校 日程：5月26日(木)、27日(金) 一泊二日 対象：6年生

人数：73名…児童53名、引率教員7名

内容：フォレストアドベンチャー、F1リゾート、クライミング、ジェルキャンドル作り、座禅体験、竹細工、宮本荘、秩父神社、秩父市街地散策

(2) 森林環境学習教育(秩父市森づくり課委託事業：秩父市立荒川東小学校)

① 4年生(7/1. 5. 7) ⑤ 5年生(11/17/. 18. 22)

森林の座学(森と人とのつながり、植物の進化、森の機能、針葉樹・災害から守る山・山にひそむ危険など)や栃本広場での課外学習(栃本広場散策、箸作り、葉っぱ集め)を実施した。※伐採現場の見学、工場見学、秩父広域森林組合木材センター見学

4 西武鉄道CSR

毎年、西武鉄道が実施している秩父地域1市4町を対象とした環境活動・地域貢献プロジェクトに協力した。(年6回程度を予定)

- |   |     |
|---|-----|
| ○ 7/28 (木) 花咲山公園整備、紅茶体験                 | 横瀬町 |
| ○ 8/18 (木) みならのLABO ジオラマ作り体験、押し花・葉脈標本作り | 皆野町 |
| ○ 10/10 (月) 竹林整備、竹あかり制作                 | 長瀬町 |

5 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、「じゃらんNet.」で販売を強化したほか、新たにオープンしたNIPPONIA 秩父門前町の宿泊ツアーにも協力した。

6 広域レンタサイクル

令和3年度に故障の多い自転車を入れ替え、利用料金を改定して、7年目を迎えた「広域レンタサイクル」を観光客の二次交通手段として確立していくよう、利用方法、PRについて運営を委託している観光協会等と検討をし、8月に新ステーションとしてエリア898(横瀬町)を新設した。 ※R4 実績 6,364台

7 サイクル巡礼運営事業

消耗の激しいのぼり旗をリニューアルし、サイクル巡礼を「秩父札所巡り」の新たなツアー

ルとして確立していくほか、レンタサイクル事業とともにPRしていく。

## 8 事務局運営

### (1) 彩の国秩父地域観光協議会

観光客誘客を目的としたポスターの制作、【ちちぶ路】パンフレットの作成や公社事業と連動したキャンペーン事業を実施した。

### (2) 秩父まるごとジオパーク

令和3年度には日本ジオパークネットワークに再認定されたことより、今後はアクションプランを策定し、4年後の再認定に向けた活動や公社と連携したサステイナブルな取組を実施した。また、令和5年度ジオパークの全国大会が関東で実施されること（秩父がサテライト会場）になり、公社から派遣する形で職員を雇用し、組織強化を図った。

## ◎外国人観光客の増加

現状は定住自立圏でも予算計上はないが、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

#### ・ 埼玉県のインバウンド事業に協力

※札所巡礼のインバウンド誘致を目的とした事業を埼玉県観光課より受託。

7/5 (一社) 田辺市熊野ツーリズム ブラッド・トオル氏によるワークショップを開催したほか、公社のHPの札所巡りのページの充実と多言語化した。

#### ・ JNTOのカテゴリー1を取得した、秩父観光情報館、横瀬町ブコーさん観光案内な長瀬町観光情報館と協力・連携

#### ・ インバウンドガイド「arce」(公社事務局)

※観光庁や埼玉県の事業を事務局と連携してガイド育成やコンテンツ開発に繋げていく。

### (2) 誘致活動

#### ・ JNTO(日本政府観光局)との連携

⇒正会員となっており、観光庁の方針として外国人誘客のプロモーションはJNTOに一元化も検討しているため積極的に連携した。

#### ・ 西武沿線インバウンド情報交換会

西武鉄道株、川越市、所沢市、当公社及び秩父市でインバウンド事業について情報交換会を開催した。

#### ・ フランス及びベルギー公共放送、SNSでの発信

⇒日本国際放送、ANAと連携してベルギーレポーターを活用した公共放送での放映、SNSでの発信をしてもらった。来秩8月、放送10/28(NHK WORLD-JAPAN)3億5911万世帯に配信。

◎地域ブランド確立事業

1 販売促進

\* 秩父鉄道(株)に協力し、深谷花園アウトレットのオープンに合わせ深谷花園駅前に出店した。(10/19~22、23)

\* 2年ぶりに開催される東京ドームが開催する「ふるさと祭り東京 in 東京ドーム」(1/13~22)に秩父ウイスキー祭実行委員会や酒造メーカー、また、じばさん商店と協力して「秩父BAR」として出店しPRに努めた。

2 地域商社機能の確立

(一財)秩父地場産業振興センターを公社と統合し、機能を充実させた地域商社機能の拡充を図った。

(1) じばさん商店

○ 秩父市の負担金及び内閣府地方創生交付金を活用し、じばさん商店を核とした地域商社拡張事業を実施した。特に2年目となる令和4年度は地域商社の強化期間と位置づけ、外部人材をアドバイザーとして登用し、1年目に整備した拠点の賑わいづくりと同時に、次年度以降の実証期の準備として新商品開発や販路拡大に向けたプロモーション、テストマーケティングを積極的に行なった。⇒P9 別添2 参照

(2) 西武秩父駅「祭の湯」

○ 店舗運営「LOVE CHICHIBU ショップ」

・「みやげ市」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、地域ブランドの確立に向けた取組を実施した。

※祭の湯と公社(ちちぶ乾杯共和国)で「ちちフェス」を共同開催した。

日時: 9/23(金・祝)、24日(土) 場所: 祭りの湯駐車場

(3) 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を検討し、地域ブランド商品の検討に繋がった。

4月~6月: 塩こうじ(矢尾本店)、秩父タルタル(石川漬物)

7月~9月: ハチミツ(Bonpu)、横瀬紅茶、くろもじ茶、ながとろ紅茶

10月~11月: おっきりこみ(武蔵屋)、かぼす七味(岩田屋)

12月フルーツグラノーラ(ほしさま)、横瀬の紅茶

1月~3月: 焼肉のたれ(ノースコーポレーションうさぎ食堂)

(4) 地域ブランドの推進

○ 当公社で管理をしている「秩父温泉郷協議会」「ちちぶ乾杯共和国」のブランド力の向上を目指し、アプリや事業連携を推進した。

(5) 産官学連携特産品開発

○ 昨年のスティックチーズケーキに続き、女子栄養大学と協同で1市4町の食

材を活用したチチブロックパウンドケーキを地域内の業者と共同で新たな特産品を開発し、じばさん商店、小池カフェなどで販売。

◎ その他

1 ちちぶ次世代観光研究会

令和3年度に立ち上げた、行政、観光協会、旅館、飲食店、鉄道会社などの次世代を担う女性・若手職員、また埼玉県物産観光協会や関東広域DMO、日本観光振興協会、じゃらんなどオブザーバーも参加した検討会・勉強会を月1回程度した。昨年提案のあった「ちちぶ夜市」の実現に向けた取組や発足した分科会により参加者のボトムアップを図った。

2 地域振興一元化事業

(一財)秩父地場産業振興センターの解散に向けた動きの中で、センターが実施していた定住自立圏事業(ちちぶ空き家バンク、産学官コーディネート事業、中小企業応援プロジェクト事業、地場産品販路拡大事業)の窓口一元化の検討を開始した。

※広域秩父産業連携フォーラム(FIND Chichibu)も継続して事務局を担当した。

3 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、昨年、一昨年に引き続き、経済効果の高かった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。第1弾(8月~10月)、第2弾(12月~2月)

販売OTA:楽天トラベル、じゃらん

4 サステナブルコンテンツ強化事業(関東運輸局事業)

関東で2か所(秩父、日光)が採択され、秩父地域は「DMO×ジオパークによるサステナブルツーリズムの構築事業~秩父の自然・文化を守人(もりびと)と巡る旅~」として、サステナブルな知識の醸成とお祭りとジオパークを題材に持続可能なコンテンツとガイドツールを造成した。受託者:株式会社ケーシーエス

5 第2のふるさとづくり事業(観光庁補助金:10/10)

観光庁が今年度より「第2のふるさとづくり事業」を開始した。全国200の応募から秩父地域を含む19事業が採択され実施した。

秩父地域はお祭りを活用したツアー、農泊、ファンコミュニティの構築による「第2のふるさと」づくりを目指す事業を実施。

9/16 ガイド研修会 21名参加、10/23.24 モニターツアー(浦山の獅子)17名参加

12月、3月 PBL 学習型教育旅行を市立駒場学園高校で実施した。

6 看板商品創出事業(観光庁補助金:500万円までは10/10、500万を超えた分は1/2)

『秩父で乾杯!生産者から学ぶ秩父発酵学。秩父産ワインと産地の魅力を感じるここでも体験できない秩父ワインツーリズム!』事業を展開。

9/19 発酵食品ワークショップ 1月モニターツアーを宿泊、日帰りで合計2回実施した。

7 持続可能な観光推進モデル事業

観光庁「持続可能な観光地経営のモデル形成 マネジメント体制構築支援事業」に採択され、①国際認定団体公認の研修プログラム実施による、持続可能な観光の国際基準の理解促進②地域課題に対する解決のための専門家による指南③地域の自己分析と専門家からの評価を受けたレポートの作成④施策検討のための事前調査の支援などを実施した。

GSTC 研修：10/19～21 埼玉県秩父地域振興センターで実施 参加者：14名

8 「NAKED 夜さんぽ～秩父～」の開催（1/27～2/19の金・土・日の12日間開催）

秩父地域の冬の閑散期対策として、秩父市からの業務委託及び広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（観光庁補助金 1/2）、彩の国観光地域協働事業（埼玉県 10/10）の補助金を活用して、秩父まつり会館のプロジェクションマッピングを中心に、じばさん商店の花みくじ、秩父神社のライトアップ、秩父神社妙見の杜のイルミネーションを設置して、提灯を持って、周辺をナイトウオークする「夜さんぽ」を構築した。

同時に消費額向上のため、周辺の飲食店にも協力いただき、「夜バル祭」も同時開催した。

9 日本版DMOの推進・確立

全国300以上ある観光庁認定の日本版DMOの中で取組が評価され、令和3年度は「重点支援DMO」の37団体に選定された。今年度も継続してDMOの先進地として事業推進と同時にマーケティング事業を確立したほか、研修視察等にも対応した。

（1）観光マーケティング

- ・日本版DMOとして、必須KPIである「旅行消費額、観光客満足度、リピーター率、総宿泊者数」を1市4町観光協会、秩父旅館業協同組合に委託し継続した調査実施。
- ・ちちぶ乾杯共和国パスポートによる「CRM（カスタマー・リレーションシップ・マーケティング）」の拡大・強化

（2）観光地域づくり法人の体制強化事業（観光庁補助金 10/10）

- ・専門家（マーケティング担当）として村松知木氏、職員として竹内則友の人件費の補助を受けることができた。

（3）観光マーケティング人流分析（地域創生交付金：秩父市1/2）

- ・地域内の回遊の検証のため、モバイルデータを活用した人流分析を実施し、秩父地域内20か所の相関関係の調査を実施した。

委託先：ワールド・ビジネス・アソシエイツ

10 ちちぶの広報部

埼玉県未来会議の採択事業である「ちちぶの広報部」事業を埼玉県からの委託により実施した。これから就職を目指す高校生、大学生に企業訪問してもらい学生目線で企業の魅力をSNSで発信してもらい、新しい企業PRと地元雇用に繋げる新しい試みとなった。

参加企業：28社 学生アンバサダー 45名



11 NIPPONA 事業への協力

古民家再生による宿泊所を運営する株式会社 NOTE、出資者である株式会社西武リアルティソリューションズと連携し、設立した「秩父まちづくり」を共同で経営し、秩父地域で NIPPONIA「秩父門前町」①秩父市番場町「小池タバコ店」②秩父市宮側町「マル十薬局」を 8/5 にオープンした。

⇒公社は役員として 1 名、経理を担当

12 MaaS 事業への協力

秩父市と横瀬町の共同で提出し採択された「デジタル田園都市構想」の中に位置づけられている「観光 MaaS(モビリティ・アズ・ア・サービス: サービスとしての移動)」について担当する西武鉄道に協力する。

⇒観光情報の構築については株式会社西武ホールディングスより業務委託があった。

13 婚活イベントの実施(秩父市業務委託)

「秩父で始まるほろ酔い恋活」として 11/5、11/19、11/26(全て土曜日)を実施。

14 秩父市地場産業センター指定管理業務

一般財団法人秩父地域地場産業振興センターの解散に伴い、令和 5 年 1～3 月の期間、秩父市より建物の指定管理業務を受託し、秩父市内の商工業を振興し、もって地域経済の活性化に寄与することを目的として、秩父市地場産業センターの運営及び施設管理業務を行なった。

15 秩父札所誘客促進協議会に協力

令和 8 年度の午年総開帳に向け 1 市 4 町を含む関係者で協議会が 3/17 に設立された。協議会の幹事となり、事務局のサポートとして札所の通年観光を推進する。

## 秩父地域の民泊受入実績

令和5	日付		学校名	生徒数	家庭数	備考
	5月22日	2泊	新本市南山高級学校	64	21	緊急で宮崎さん→丸山さん当日変更
6月17日	1泊	一橋大学	15	4		
	合計		2校	79人	25軒	

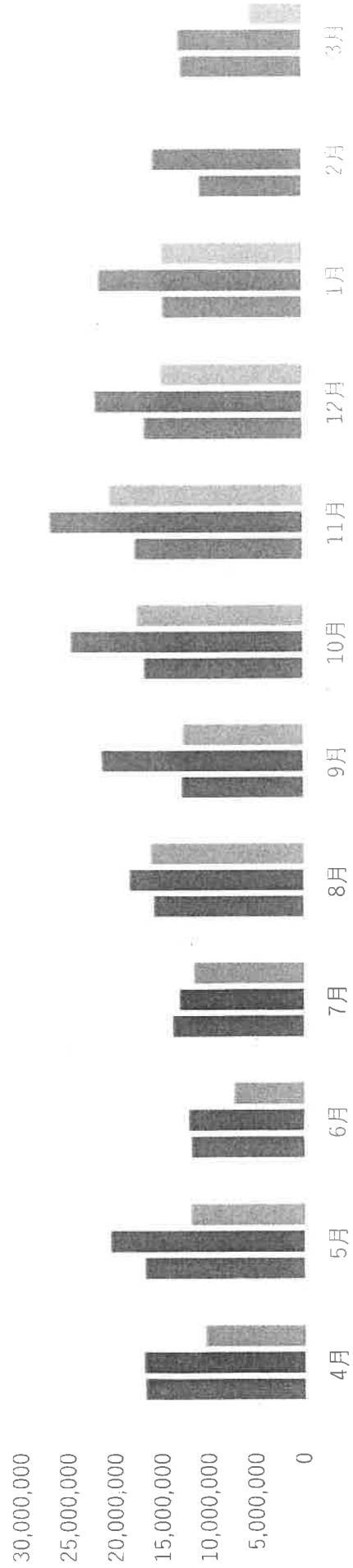
令和5年6月27日 現在

# 令和4年度 じばさん商店売上報告

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
実績	17,117,976	20,700,241	12,252,723	13,204,086	18,576,799	21,577,543	24,810,248	27,076,622	22,297,179	21,909,243	16,011,726	15,077,192	230,611,577
目標	17,000,000	17,000,000	12,000,000	14,000,000	16,000,000	13,000,000	17,000,000	18,000,000	17,000,000	15,000,000	11,000,000	13,000,000	180,000,000
達成率	100.69%	121.77%	102.11%	94.31%	116.10%	165.98%	145.94%	150.43%	131.16%	146.06%	145.56%	101.88%	127.1%
2022	10,566,217	12,079,912	7,453,002	11,676,773	16,360,217	12,871,062	17,821,093	20,788,704	15,231,173	15,151,283	0	5,627,600	145,627,036
昨対比	162.01%	171.36%	164.40%	113.08%	113.55%	167.64%	139.22%	130.25%	146.39%	144.60%	#DIV/0!	235.34%	157.1%

年間売上推移

■ 目標 ■ 実績 ■ 昨年度



別添 2