

第3章 基本理念、基本方針及び主要施策の体系

1 基本理念

知ってもらって、来てもらって、楽しんでもらえる観光立県 埼玉

本県は食、酒、アニメ、自然、産業、歴史、伝統文化、スポーツ、各種体験など、多彩な観光資源に恵まれています。

また、東京をはじめとする近隣都県や近隣国際空港からのアクセスが良いという大きな強みもあります。平成27年10月には埼玉県内において圏央道が全線開通し、平成29年2月には茨城県区間が全線開通しました。成田空港と本県が高速道路で結ばれ、アクセスが格段に向上したことは観光面でも更なる追い風と言えます。

近年急増している外国人観光客は、本県にとっても魅力的なターゲットです。加えて、本県では、平成29年に世界盆栽大会 in さいたま、平成31年にラグビーワールドカップ2019、そして平成32年に東京2020オリンピック・パラリンピックと、国際的なイベントが県内各地で開催されます。

今後はこうしたチャンスを生かし、国内外の観光客の誘致に一層積極的に取り組み、観光を通じて地域経済を活性化させていく必要があります。

そのために、国内外で本県の特性や観光の魅力を発信し、認知度を高めていきます（「知ってもらおう」）。そして、観光客の来訪につながる強力なプロモーションを行い、本県に観光客を呼び込みます（「来てもらおう」）。さらに、来県した観光客を心を込めたおもてなしでお迎えし、本県の多彩な観光の魅力を味わってもらいます（「楽しんでもらおう」）。

観光客の増加に向けた取組は、地域経済の活性化に寄与するだけでなく、地域住民の郷土愛を高めることにもつながります。県内各地域の県民、観光事業者及び観光関連団体並びに市町村、県が一体となって本県の観光を盛り上げ、県民が誇りを持ち、観光客にも愛される「観光立県 埼玉」を目指します。

2 基本方針

「1 基本理念」のもと、本県の特性と社会情勢を踏まえて3つの基本方針を定めます。

- (1) 東京 2020 オリンピック・パラリンピック等を契機とした外国人観光客100万人の誘致
- (2) 多彩な観光資源による個性豊かな観光地の形成促進
- (3) S A I T A M Aブランドの確立による地域経済の活性化

(1) 東京 2020 オリンピック・パラリンピック等を契機とした外国人観光客100万人の誘致

平成29年は世界盆栽大会 in さいたま、平成31年にはラグビーワールドカップ2019、そして平成32年には東京2020オリンピック・パラリンピックと、国際的なイベントが県内各地で開催されます。これらをチャンスと捉え、外国人観光客が年間で100万人本県を訪れるようインバウンド¹に重点的に取り組みます。

(2) 多彩な観光資源による個性豊かな観光地の形成促進

本県には、食、酒、アニメ、自然、産業、歴史、伝統文化、スポーツ、各種体験など、多彩な観光資源があります。そうした資源を徹底的に磨き上げ、ターゲットにとって個性豊かな観光地を増やしていくとともに、魅力的な周遊ルートを積極的に創出していきます。

(3) S A I T A M Aブランドの確立による地域経済の活性化

本県の観光や物産の魅力を広く国内外にアピールし、埼玉に来てもらったり、物産を買ってもらったりする機会を積極的に創出します。プロモーションの強化による来訪者や購入者の増加、リピーターの獲得、口コミの広がりを通じてS A I T A M Aブランドを確立し、地域経済の活性化を図ります。

¹ 外国人が日本を訪れる旅行。

3 主要施策の体系

「2 基本方針」に基づく観光づくりを推進するため、4つの主要施策を策定し、県全体で多様な取組を展開していきます。

3つの基本方針	4つの主要施策	
東京 2020 オリンピック・パラリンピック等を契機とした外国人観光客 100万人の誘致	1 外国人観光客 100万人の誘致	
	(1)	ターゲットを的確に捉えた誘致活動の推進
	(2)	外国人観光客にとって快適な受入体制の整備
	(3)	広域連携による外国人観光客誘致の促進
多彩な観光資源による個性豊かな観光地の形成促進	2 既存資源の徹底活用と観光基盤の整備	
	(1)	多様な観光資源の発掘・磨き上げ
	(2)	観光客にとって安心・安全な観光基盤の整備
	(3)	観光人材の育成とおもてなし力の向上
	3 アニメの聖地 ² 化推進	
	(1)	国内外での「アニメの聖地＝埼玉県」の確立
	(2)	海外のアニメファン向けプロモーションの推進
	(3)	アニメファンに喜ばれるおもてなし力の醸成
SAITAMAブランドの確立による地域経済の活性化	4 S A I T A M Aブランドプロモーションの推進	
	(1)	県産品の販売拡大・ブランド化の推進
	(2)	国内外でのプロモーションの積極的な展開
	(3)	民間事業者・自治体等との連携の促進

² ここで言う「アニメの聖地」とは、アニメにゆかりがあり、かつ、ファンが訪れ、そのアニメが住民や街に浸透している地域を指す。

第4章 観光振興に向けた施策の展開

主要施策1 外国人観光客100万人の誘致

本県では、平成29年は世界盆栽大会 in さいたま、平成31年にはラグビーワールドカップ2019、そして平成32年には東京2020オリンピック・パラリンピックと、国際的なイベントが県内各地で開催されます。こうした世界的なイベントをチャンスと捉え、本県では平成32年に外国人観光客を年間100万人誘致するという目標を設定しています。

目標の達成に向け、まず、ターゲットとなる観光客のニーズや好みを踏まえて観光資源の磨き上げや周遊ルートの企画・販売を促進します。また、多様な機会や手段を活用し、海外に本県観光の魅力を強力にアピールしていきます。加えて、本県を訪れた外国人観光客が安全かつ快適に観光を楽しめるように観光施設等の受入体制整備を推進します。さらに、誘致活動に当たっては、県内外の自治体や民間事業者等とも連携し、スケールメリットを生かしたプロモーションを展開します。

(1) ターゲットを的確に捉えた誘致活動の推進

■施策展開の方向性

外国人観光客の中でも、国や旅行形態などによってニーズや好みが異なります。そのため、ターゲットのニーズや好みを的確に捉え、外国人の目線で魅力ある観光資源の磨き上げや周遊ルートづくりが必要となります。

本県では、平成24年度以降、市町村や教育関係者、宿泊施設等と連携して台湾からの教育旅行の誘致に力を入れています。県内の学校との交流や農山村での生活体験、伝統文化や食等の体験を通じて本県の良さを実感してもらうことで、友人や家族との再訪が期待できます。加えて、台湾からの観光客はリピーターが多く、代表的な観光地以外を訪れる傾向があり、本県にとって有望な市場です。

また、平成26年度から、他県と連携し、タイの旅行博に継続的に出展しています。タイからの観光客は台湾からの観光客と同様にリピーターが多い傾向があります。まだ知られていない魅力的な観光地を訪れたいという意欲が高いため、本県への来訪が期待できる市場です。

さらに、平成26年度に、本県の姉妹提携州であるオーストラリアクイーンズランド州で県産品のプロモーションを行ったことをきっかけに、平成27年度から、観光客の誘致についても取組を開始しています。平成27年の国の調査によると、オーストラリアからの観光客は旅行中の支出が中国に次いで高く、観光消費額の増加が期待できます。オーストラリアは、ラグビーの強豪国であり、ラグビーワールドカップ2019には、ラグビーファンの来訪も見込まれます。

このほか、本県への訪問客が常に上位を占める中国については、国内に拠点のある中国系の旅行代理店等を中心に、引き続き売り込みを行っていきます。

こうした取組に加え、訪日外国人の動向や近隣都県との広域連携の枠組みの中で、随時本県への誘致の可能性の高さや費用対効果を検討することも重要です。

当面のターゲットとなる国に加え、的確かつ有望な市場を選び、観光客の誘致を推進していきます。

■主な取組

- ・ 川越から秩父・長瀨を巡る「SAITAMAプラチナルート」³を軸に、食、酒、体験、アニメ、産業観光（インダストリアル・ツーリズム）、スポーツ、祭りなど、ターゲットのニーズに合わせた観光コンテンツを組み合わせた周遊ルートの企画・販売を促進
- ・ 海外で本県の売り込みを行う埼玉国際観光コンシェルジュによるプロモーションの実施
- ・ 国内外の旅行博でのPR
- ・ 海外のメディアや旅行会社を招致し、本県周遊旅行を体験してもらい、現地での情報発信や旅行商品の企画・販売を促進
- ・ 海外及び国内における旅行会社への本県の観光資源や周遊ルート、宿泊・観光施設等の売り込み
- ・ 多言語のパンフレットやマップの作成、フェイスブックやツイッター、ブログなどのSNSやホームページを活用した多言語での情報発信

³ 外国人に知名度の高い川越から周遊し、宿泊施設が面で広がる秩父・長瀨地域での宿泊を楽しんでもらうルート。川越での観光と秩父・長瀨での宿泊の前後に県内を周遊し、各地の魅力ある観光資源を体験してもらう。

(2) 外国人観光客にとって快適な受入体制の整備

■施策展開の方向性

外国人観光客に県内での観光を快適に楽しんでもらうために、ガイドブック、観光施設等における案内表示などの多言語化に取り組んでいきます。外国人観光客のニーズが高い無料のWi-Fiが使える地域を増やすなど、受入体制の整備を促進します。

また、県内各地で観光消費額を増加させるために、商店街などにおいて買い物しやすい環境の整備についても促進していきます。

そのほか、平成32年の東京2020オリンピック・パラリンピックに向けて、病気や天災等の緊急時に外国人観光客が不安なく対応できる体制の整備に努めます。

■主な取組

- ・ 県有スポーツ施設や文化施設、観光施設、宿泊施設、地域公共交通等における多言語化やWi-Fi等の受入体制整備、各施設のおもてなし力の向上
- ・ 産業観光の受入企業・工場等における観光客の受入体制の整備を支援
- ・ 県内の商店街や商店におけるクレジットカード決済や免税手続き、多言語対応等の受入体制の整備促進、利便性の向上
- ・ 「埼玉県医療機能情報提供システム」による病院等の情報の提供体制の充実や天災等危機時の対応訓練の実施
- ・ 在住外国人観光サポーター「LOVE SAITAMA サポーター」⁴からの助言を反映した受入体制の整備促進
- ・ 外国人観光客の文化や慣習の違いを踏まえ、日本の習慣などの情報を多言語で提供

(3) 広域連携による外国人観光客誘致の促進

■施策展開の方向性

国や近隣自治体、鉄道事業者や観光事業者等と連携し、スケールメリットを生

⁴ 在住外国人を観光サポーターに任命し、県内観光地を巡るツアーに参加して、SNSで本県の観光の魅力をPRしてもらうとともに観光施設などの受入体制について助言をもらう制度。

かしたプロモーションを推進します。

また、広域での周遊観光の魅力をアピールすることで、連携先と相互に利益がある誘致活動を展開します。

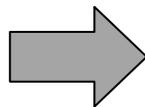
■主な取組

- ・ 群馬県・新潟県や上信越・北陸新幹線沿線自治体、関東ブロックや圏央道沿線自治体などの近隣自治体等との連携による各種事業の共同展開
- ・ ターゲットのニーズを踏まえた広域周遊ルートの企画・販売を促進
- ・ 広域連携による旅行博への共同出展
- ・ 他県と共同で海外のメディアや旅行会社を招致し、本県周遊旅行を体験してもらい、現地での情報発信や旅行商品の企画・販売を促進（再掲）
- ・ 訪日教育旅行誘致に向けた他県との共同プロモーションの実施
- ・ 多言語ホームページやマップ、パンフレット等による関東ブロック自治体との共同PRの実施
- ・ 近隣都縣市との連携による羽田空港観光情報センターでの本県観光の情報発信

○当該施策における目標

数値目標：本県を訪れた年間外国人観光客数

平成27年(推計値)
28万人



平成33年(目標推計値)
100万人

訪日外客統計（日本政府観光局）及び訪日外国人消費動向調査（観光庁）により県が推計

主要施策 2 既存資源の徹底活用と観光基盤の整備

観光資源の徹底活用に加え、ハードとソフトの両方の観光基盤の整備を通じて本県の観光の魅力を高め、宿泊して周遊を楽しむ観光客の増加を目指します。

食、酒、アニメ、自然、産業、歴史、伝統文化、スポーツ、各種体験などの多様な観光資源を磨き上げ、徹底的に活用することで本県の観光の魅力を高めていきます。

本県は、県土に占める河川面積の割合と川幅が日本一であることから「川の国埼玉」の実現を目指し、引き続き川の魅力や楽しみ方を様々な形で発信していきます。また、1人当たりの自転車の保有台数が日本一であり、川沿いを走る全長170kmの日本一長いサイクリングロードもあることから「じてんしゃ王国 埼玉」として、今後も環境整備やPRに取り組んでいきます。

観光基盤の整備については、鉄道駅及びバス路線の安全性や利便性の向上、観光施設等において楽しく快適に過ごせる環境の整備を図ります。加えて、観光客の病気や天災等の緊急時の対応についても向上に努めます。

こうした取組に加え、観光人材を継続的に育成し、観光客に満足してもらい、再訪したいと思ってもらえるようなおもてなし力の向上を図ります。

施策の推進に当たっては、市町村や市町村観光協会、本県の日本版DMO候補法人⁵である（一社）秩父地域おもてなし観光公社及び（一社）埼玉県物産観光協会等と積極的に連携し、オール埼玉で取り組んでいきます。

(1) 多様な観光資源の発掘・磨き上げ

■施策展開の方向性

資源の発掘や磨き上げに当たっては、市町村等と協働し、全県で取り組みます。

⁵「DMO」はDestination Management/Marketing Organizationの略。「日本版DMO」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を担う。多様な関係者と協働しながら、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。あわせて、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人を指す。（観光庁ホームページから抜粋）

国は日本版DMOの形成・確立のため、候補法人の登録制度を設け、候補法人に対する支援を行っている。

県や各市町村単独の取組にとどまることなく、広域での連携を積極的に進め、県内を周遊する楽しみを創出していきます。

■主な取組

- ・ 川越から秩父・長瀨を巡る「SAITAMAプラチナルート」を軸とした様々な周遊ルートの企画・販売の促進
- ・ ユネスコ無形文化遺産である細川紙、秩父祭、川越氷川祭や街道等の文化的・歴史的資源を核とした周遊ルートの企画・販売の促進
- ・ 産業観光の受入企業・工場の発掘及び周遊ルートの企画・販売の促進
- ・ 麺文化などの食、酒等を核としたイベントの開催及び周遊ルートの企画・販売の促進
- ・ アニメを核とした周遊の促進
- ・ 農業体験や観光農園等を核とした体験型観光の促進
- ・ 森林や川等の自然環境を生かした体験型観光の促進
- ・ マラソンや駅伝、サッカー、ラグビー、野球、自転車等、スポーツを核とした観光客誘致の推進
- ・ 県内の美術館や博物館等の展示・企画の充実
- ・ 文化財の保存・活用の推進
- ・ 伝統芸能や県民参加型の文化芸術・音楽イベントの開催・活用
- ・ 障害者アートの推進
- ・ 東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けた文化活動の推進
- ・ フィルムコミッション活動（ロケ地情報の提供・PR）の推進
- ・ 観光地の魅力を高める、賑わいのある商店街づくりの支援
- ・ 寺社仏閣、歴史的遺産や伝統的な祭り等の観光資源としての活用の促進
- ・ 本県の日本版DMO候補法人による域内の観光資源の磨き上げ、周遊の強化
- ・ ダムや橋、首都圏外郭放水路などのインフラ施設を活用したインフラツーリズムの魅力発信

(2) 観光客にとって安心・安全な観光基盤の整備

■施策展開の方向性

観光客が快適に過ごせるよう県営施設等における暑さ対策やバリアフリー対

策等の環境整備、施設や設備の改修、利用者の快適性や魅力の向上を図ります。

また、公共交通機関や県道等において安全かつ快適に観光できるような交通基盤の整備を推進するほか、観光客が病気や天災等の緊急時に円滑に対応できるような体制の整備を図ります。

さらに、観光施設や宿泊施設においても、観光客が安全かつ快適に過ごせる環境の整備を促進します。

■主な取組

- ・ 県有スポーツ施設や公園等における暑さ対策やバリアフリー対策の推進
- ・ 県有スポーツ施設や公園等の改修及び設備の改善による利用者の快適さや魅力の向上
- ・ 観光案内拠点の整備促進
- ・ 鉄道やバス等の公共交通の安全性・利便性の向上
- ・ 大型バスターミナルなど本県に不足する観光インフラ整備構想の研究
- ・ 安全かつ快適に観光できる道路・街路の整備
- ・ 緑や川などの自然に根差した観光資源の安全性・快適さの維持・向上
- ・ 高齢化や大規模災害等に備えるまちづくり、誰もが安心・快適に過ごせるまちづくりの推進を通じた観光客の受入体制の強化
- ・ 「埼玉県医療機能情報提供システム」による病院等の情報の提供体制の充実や天災等の危機時の対応訓練の実施（再掲）
- ・ 法令に基づく宿泊施設の適正な業務運営の確保
- ・ 旅行業法に基づく旅行業者の適正な業務運営の確保

(3) 観光人材の育成とおもてなし力の向上

■施策展開の方向性

県内各地の観光資源の魅力を最大限に活用するため、市町村や各地域の観光事業者、観光関連団体、小売事業者、県民等と連携し、各地域において観光資源の売り込みに精通し、おもてなし力の高い観光人材を育成します。

また、ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 オリンピック・パラリンピック

ク等の国際的な大会を見据えたボランティア人材の育成に取り組みます。人材の育成に当たっては、本県の日本版DMO候補法人と連携して取り組んでいきます。

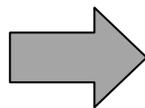
■主な取組

- ・ 食、酒、アニメ、自然、伝統文化、商店街、各種体験等の各分野における関連団体と連携した観光人材の育成、セミナーや協議会を通じたおもてなし力の向上
- ・ 県内の観光地に精通し、おもてなし力のある「おもてなし通訳案内士」の養成
- ・ 国際的なイベント等で活躍する「外国人案内ボランティア」の育成
- ・ シニアボランティアの養成及び観光ボランティアガイドとの連携
- ・ ラグビーワールドカップ 2019 及び東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催に関するボランティアの募集・育成
- ・ 学校における日本の伝統や文化に対する理解を深める学習の推進

○当該施策における目標

数値目標：県外からの年間の延べ宿泊者数

平成27年（実績値）
303万人

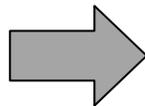


平成33年（目標値）
387万人

宿泊旅行統計調査（観光庁）

数値目標：おもてなし通訳案内士の数

平成27年度（実績値）
72人



平成33年度（目標値）
600人

本県観光に精通しおもてなし力のある通訳案内士を養成する研修を修了した通訳案内士数

主要施策3 アニメの聖地化推進

本県にゆかりのあるアニメは、地域にとって独自性のある観光資源となり、新たな観光客の誘致が期待できます。

本県では秩父市を舞台とした「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」や久喜市を舞台とした「らき☆すた」、熊谷市を舞台とした「ブルーサーマル」など、様々なご当地アニメが生まれています。また、平成27年度から、世界的に有名で春日部市にゆかりのある「クレヨンしんちゃん」を「埼玉観光サポーター」とし、国内外での本県観光のプロモーションに活用しています。

アジアやヨーロッパ等、海外にも日本のアニメのファンは多数存在することから、今後、外国人アニメファンに向けたプロモーションや受入体制の整備を強化します。

また、県内全域でアニメイベントを展開することで、外国人観光客の来訪を促進し、国内外において「アニメの聖地＝埼玉県」というイメージの確立を図ります。

(1) 国内外での「アニメの聖地＝埼玉県」の確立

■施策展開の方向性

アニメを核としたイベント「アニ玉祭（アニメ・マンガまつり in 埼玉）」やアニメの聖地を巡るスタンプラリー、アニメ検定など、ファンを惹きつけるイベントを県内全域で展開します。

また、県内各地のご当地アニメの関連団体・施設等と連携し、「アニメの聖地＝埼玉県」というイメージの確立と観光客の誘致拡大を図ります。

■主な取組

- ・ 市町村や観光事業者、観光関連団体、アニメ関連事業者、有識者等との連携によるアニメの聖地化の推進
- ・ アニ玉祭の開催及び埼玉まるごとアニ玉祭の県内全域での展開
- ・ 県内各地のアニメを題材としたアニメ検定やアニメファン参加型イベントの実施
- ・ ご当地アニメの創作・PRの支援

- ・ 埼玉アニメの情報発信拠点の設置・運営
- ・ 国内外のアニメ関連イベント、旅行博等でのPR
- ・ ご当地アニメのクリエイターや声優、本県出身の漫画家等を絡めたPR及びイベントの実施
- ・ アニメの聖地横断ラリーの実施

(2) 海外のアニメファン向けプロモーションの推進

■施策展開の方向性

外国人アニメファンを本県に誘致するため、情報発信やイベントの多言語化など、受入体制の整備を推進します。

また、海外のアニメイベントや旅行博に出展して現地のアニメファンのニーズを踏まえたプロモーションを行い、アニメを核とした観光の需要の創出と拡大を図ります。

■主な取組

- ・ 海外のアニメファンのニーズを踏まえた各種アニメイベントの企画・実施
- ・ アニメを核とした県内周遊ルートの企画・販売の促進
- ・ 海外のアニメ関連イベント、旅行博等でのPR
- ・ 埼玉観光サポーター「クレヨンしんちゃん」を活用したPR
- ・ SNS、ホームページ、マップ、パンフレット等による多言語での情報発信
- ・ ご当地アニメを打ち出している自治体や民間事業者と連携したイベントの実施
- ・ 日本各地を結ぶアニメを核とした周遊ルートへの参画

(3) アニメファンに喜ばれるおもてなし力の醸成

■施策展開の方向性

市町村や商工団体、観光事業者、観光関連団体、アニメ関連事業者、有識者等との間で協議会や実行委員会を作り、連携してアニメ事業を進めます。

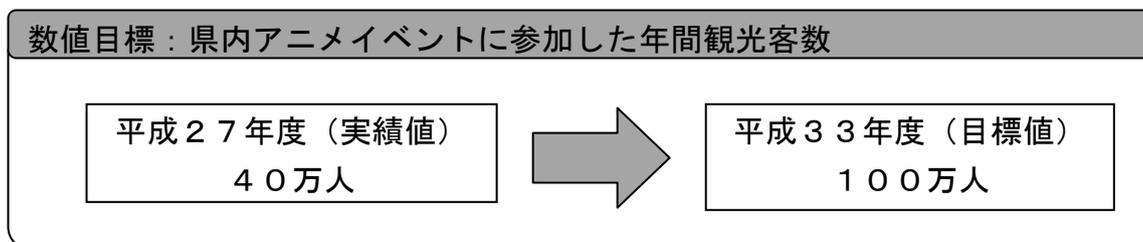
あわせて、アニメの舞台地における観光を存分に楽しんでもらい、繰り返し来

たいと思ってもらえるような地域づくり、人材育成を促進します。

■主な取組

- ・ 市町村や商工団体、観光事業者、観光関連団体、アニメ関連事業者、有識者等と協議会などを通じて連携し、各地におけるご当地アニメの浸透及び聖地化の取組を促進
- ・ アニメファンを「ご当地のファン」にする各地域のおもてなし力の醸成

○当該施策における目標



県調査



国内・海外イベントでの本県ゆかりのアニメのPR

主要施策4 S A I T A M A ブランドプロモーションの推進

本県の観光、農産物や加工品、伝統工芸品等の県産品の魅力をウェブサイトやSNS、展示会、商談会など、多様な機会を活用して国内外に強力にアピールします。海外においては、平成26年度からオーストラリアをターゲットとした県産品の販路拡大事業を実施しており、今後も重点的に取り組んでいきます。

プロモーションの効果を高めるためには、市町村、観光事業者、観光関連団体及び近隣都県の自治体等との連携が欠かせません。協働して多様な機会や広報手法を用いて本県の観光及び物産の魅力をアピールします。観光客や消費者に実際にその良さを体感してもらうことで、国内外における「S A I T A M Aブランド」の確立を図ります。

プロモーションに当たっては、国や本県などが実施する観光関連の調査の結果を活用します。さらに、旅行博・商談会等のイベント会場や外国人・旅行事業者を招致して行うツアーで得た生の情報などを踏まえ、マーケティングの視点を持って効果的な取組を随時検討し、推進していきます。

(1) 県産品の販売拡大・ブランド化の推進

■施策展開の方向性

県産農産物や加工品のブランド力を高めるため、生産技術の向上や本県オリジナル品種の育成、商品開発を支援します。

あわせて、展示会等のイベントへの出展やキャンペーンの実施、ホームページ等を通じたPRにより、国内外における県産品の販路拡大・ブランド化を推進します。

また、外国人や若者、女性等に売れる斬新な伝統的手工芸品の開発を支援し、販路拡大を促進していきます。

■主な取組

- ・ 県産農産物のブランド価値を高める生産技術の向上、本県オリジナル品種の育成
- ・ 県内の中小企業・小規模事業者や組合等による新製品開発や展示会出展等の

支援

- ・ ブランド農産物、加工品等のキャンペーンの実施
- ・ 国内外の展示会、商談会や様々な機関・団体と連携した県産品のPR、販路開拓支援
- ・ ブランド農産物の輸出拡大に向けた取組の支援
- ・ 海外への県産品の販売拡大のためのセミナー開催、バイヤー招致、商談会等の実施
- ・ 外国人や若者、女性をターゲットにした売れる伝統的手工芸品等の販路拡大のための支援
- ・ (一社) 埼玉県物産観光協会と連携した県産品の販売拡大

(2) 国内外でのプロモーションの積極的な展開

■施策展開の方向性

埼玉の観光・物産の魅力を国内外に広くアピールするため、国内外の多様な機会を活用してプロモーションを行います。

また、旅行会社やメディア、小売業者等に直接本県の観光地や県産品の売り込みを行い、認知度の向上や観光客の誘致促進、県産品の販路拡大を図ります。

■主な取組

- ・ 本県が海外に設置する埼玉国際観光コンシェルジュやビジネス支援のためのサポートデスク(中国・ベトナム・タイ)を活用した本県観光のPR
- ・ 海外の政府機関との連携による本県観光のPR
- ・ 国内外の旅行博や展示会、商談会等各種イベントへの出展を通じた本県観光及び県産品のPR
- ・ 本県の魅力をアピールする特命観光大使や埼玉応援団等を活用し、観光振興に向けた戦略的な広報を展開
- ・ 「LOVE SAITAMA サポーター」や駐日大使、姉妹友好州省からの招致者、留学生等を通じた埼玉観光の魅力のPR
- ・ 本県の観光情報サイト「ちょこたび埼玉」やスマートフォンアプリ「ポケットブックまいたま」を活用したPR

- ・ SNSやホームページ、観光動画、海外メディア並びに等を活用した多言語でのPR
- ・ 国内外の旅行会社への売り込みなどを通じたツアーの企画・販売を促進
- ・ 観光パラメータ調査等を通じた観光客の動向の把握、調査結果の施策への活用

(3) 民間事業者・自治体等との連携の促進

■施策展開の方向性

本県が魅力あふれる観光立県となるよう、県内の日本版DMO候補法人、市町村、商工団体、観光事業者、観光関連団体及び県民並びに関東、東北、北陸及び甲信越の自治体等、様々な関係者と連携し、本県の観光・物産の魅力の磨き上げと売り込みを強力に推進していきます。

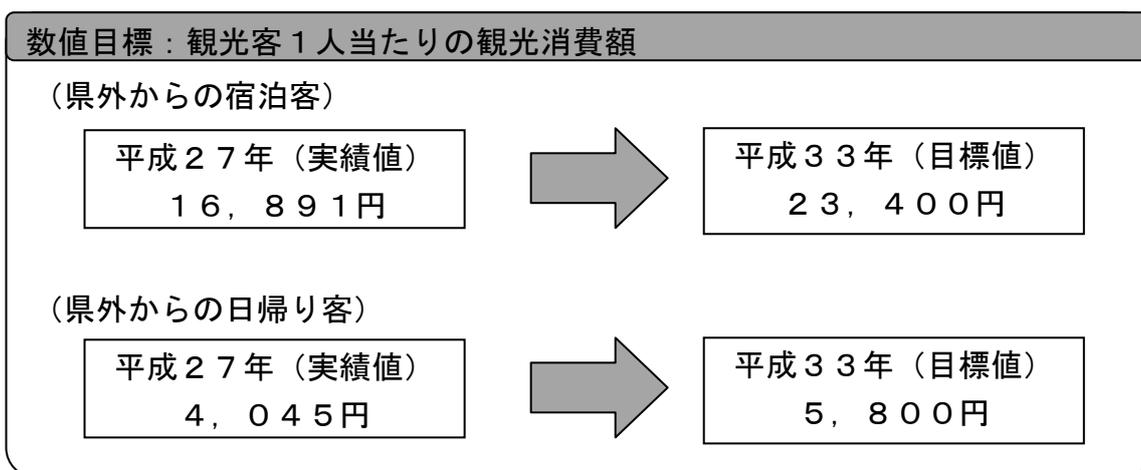
また、県内の大学等の教育機関と連携し、日本人学生のみならず留学生にも協力してもらい、観光資源の磨き上げや本県観光のPR、受入体制の整備に取り組んでいきます。

■主な取組

- ・ (一社)秩父地域おもてなし観光公社や(一社)埼玉県物産観光協会等の日本版DMO候補法人、県内各市町村、観光事業者、観光関連団体と連携したプロモーションの推進
- ・ 教育関係者や観光事業者、市町村等で構成する訪日教育旅行誘致のための協議会の構成員との連携による誘致の促進
- ・ 各観光資源を持つ地域の関係団体等で構成する協議会の構成員と一体となった資源の磨き上げや受入体制の整備、人材育成等の推進
- ・ 市町村や交通事業者、医療機関等と連携した観光客の安心・安全の確保、利便性の向上
- ・ 県内の様々な団体と連携した埼玉クイズ王決定戦やアニ玉祭など、全県で開催するイベントの開催
- ・ 県内の大学等の教育機関、学生との連携による観光資源の磨き上げ、本県観光のPR、受入体制整備の促進

- ・ 「ゆる玉応援団」等、県内各地のキャラクターを活用したPR
- ・ 関東、東北、北陸及び甲信越の自治体等との連携による国内外旅行博への出展、海外現地旅行会社へのプロモーション、海外旅行会社やメディアの招致、多言語パンフレットやホームページによる情報発信等の推進

○当該施策における目標



観光入込客統計に関する共通基準（観光庁）に基づく観光入込客パラメータ調査（県）



訪日教育旅行を楽しむ台湾からの高校生



海外旅行博での本県観光のPR



オーストラリアでの観光・県産品商談会



LOVE SAITAMA サポーターの狭山茶モニターツアー

第5章 計画の推進体制

1 計画の推進

県は、観光づくり政策の企画・立案を行うとともに、市町村や観光事業者、観光関連団体等が行う取組への協力・支援を行います。具体的には、関係者と定期的に会議を開催するとともに、情報の共有化など緊密な連携を図ります。

また、DMO候補法人や市町村との連携を強化し、市町村の観光資源をつなぐ周遊ルートの企画・販売を促進するなど、市町村域を越えた広域連携事業のコーディネートを行います。

これまでも鉄道会社と連携した観光客の誘致など、民間企業との連携により成果を上げてきましたが、今後も様々な民間企業との連携に取り組みます。

本県は、首都圏に位置し、近隣都県や国際空港からのアクセスに優れ、海外及び県外から多くの観光客を呼び込むことができる可能性があります。このため、関東、東北、北陸及び甲信越の自治体や民間団体等との連携を一層強化していきます。

2 計画の進行管理

本計画を着実に推進していくため、各施策に基づく取組の進捗状況等を把握し、適切に管理を行います。本計画で定めた施策については、庁内関係部局により進行管理を行い、条例に基づき毎年度その実施状況を議会に報告します。

あわせて、有識者等からなる埼玉県観光づくり基本計画推進委員会において、本計画の進捗状況を確認し、県議会や県民、推進委員等から寄せられた意見をもとに、施策の改善を行っていきます。