

第3期 埼玉県観光づくり基本計画

関連施策集

(令和4年度～令和8年度)

目 次

1	はじめに	1
2	観光振興のための基本方針	2
3	主要施策体系	3
4	施策展開	4
	主要施策 1 安心・安全で誰もが楽しめる観光の推進	5
	主要施策 2 観光産業の持続的発展の促進	7
	主要施策 3 デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上	8
	主要施策 4 国内外への効果的な魅力発信	9
	主要施策 5 アニメの聖地化の更なる推進	10
	主要施策 6 強みを生かした何度も訪れたくなる埼玉観光の確立	11
5	施策展開における取組の主な県担当部局一覧	13

1 はじめに

「第3期 埼玉県観光づくり基本計画」（以下「基本計画」という。）は、埼玉県観光づくり推進条例に基づき、観光づくり（多様な形態の観光を創出する取組）に関する施策を総合的かつ計画的に推進するためのものです。

一方で、観光づくりを効果的に推進するためには、観光づくり施策と併せて、観光づくり以外の観光プロモーションなどの施策を展開することが必要です。

この「第3期 埼玉県観光づくり基本計画関連施策集」は、基本計画における観光づくり施策と併せて推進する施策を策定し記載したものです。

2 観光振興のための基本方針

基本計画の第2章「埼玉の観光を取り巻く状況」と第3章の基本理念を踏まえて、本県の観光振興のための3つの基本方針を定めます。

○基本方針Ⅰ ポストコロナを見据え、チャンスに変える

新型コロナウイルス感染症を契機とした「新しい生活様式」*を踏まえ、観光客が本県を安心して訪れることのできる環境整備の促進と情報発信を推進します。

また、新型コロナウイルス感染症の収束後に再開するインバウンド*需要を見据え、訪日旅行市場に対しオンラインを活用し情報発信を行っていきます。

更に、新型コロナウイルス感染症をきっかけとしたテレワーク*の普及などをチャンスと捉え、関係人口*や定住人口を増加させる取組等と連携した施策を推進し、観光の担い手等の確保による観光産業の持続的発展を促進します。

○基本方針Ⅱ デジタル技術で創る・魅せる

VR*等を活用したオンライン上の体験観光など、新たなデジタルコンテンツの注目度が高まっていることから、デジタル技術を活用したバーチャル観光を展開し、新たな誘客を促進します。

また、観光客は旅程のあらゆる場面でデジタル技術を活用しており、観光客の利便性等を向上させるデジタルコンテンツを充実させます。

情報発信においては、観光客のニーズが多様化していることから、誘客したいターゲットを設定、分析してSNS*等を活用した情報発信を強化するとともに、eスポーツ*やVTuber*等を活用し、若者など新たな層に向けた情報発信に取り組みます。

○基本方針Ⅲ 埼玉らしさを磨く・極める

本県の強みであるアニメを軸とした観光づくりに引き続き取り組み、「アニメの聖地＝埼玉県」というイメージの確立により一層の浸透を図ります。

また、本県には他にも、食、酒、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ることから、様々な主体と連携し、これらの既存資源の更なる磨き上げを図るとともに、徹底的な活用を推進します。

また、県産品や伝統工芸品等のブランドの更なる向上と販路拡大にも精力的に取り組みます。

*【新しい生活様式】新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が、長期間にわたり感染拡大するのを防止するために、厚生労働省が公表した行動指針の名称。

*【インバウンド】外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。

*【テレワーク】Tele（離れて）とWork（仕事）を組み合わせた造語。「情報通信技術を活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方」のこと。

*【関係人口】移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉。

*【VR】「Virtual Reality（バーチャル・リアリティ）」の略。現実にはない世界又は体験し難い状況をCGによって仮想空間上に作り出す技術。

*【SNS】社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス。代表的なものとして、Instagram（インスタグラム）、Facebook（フェイスブック）、Twitter（ツイッター）などがある。

*【eスポーツ】「Electronic Sports（エレクトロニック・スポーツ）」の略。コンピュータゲーム（ビデオゲーム）をスポーツ競技として捉える際の名称。

*【VTuber】YouTubeに代表される動画共有サービスにおいて、アニメーションキャラクターを用いて、動画を公開するユーザーの総称。

3 主要施策体系

「2 観光振興のための基本方針」に基づき、観光づくりとそれ以外の施策を含めた6つの主要施策を策定し、県全体で多様な取組を展開します。

基本方針Ⅰ：ポストコロナを見据え、チャンスに変える

主要施策1 安心・安全で誰もが楽しめる観光の推進

- (1) 安心・安全な観光の推進と発信
- (2) 再開するインバウンドへの戦略的誘客の推進

主要施策2 観光産業の持続的発展の促進

- (1) 観光地が持続的に発展できる取組の促進
- (2) 観光人材の確保と活躍の促進

基本方針Ⅱ：デジタル技術で創る・魅せる

主要施策3 デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上

- (1) VR*等を活用したバーチャル観光の展開
- (2) 旅行スタイルの変化に応じた旅マエ・旅ナカ・旅アトで使えるコンテンツの充実

主要施策4 国内外への効果的な魅力発信

- (1) 多様化するニーズ等にも対応したSNS*等による情報発信の強化
- (2) eスポーツ*・VTuber*等を活用した新たな層への情報発信
- (3) ターゲットを定めた戦略的なプロモーションの展開

基本方針Ⅲ：埼玉らしさを磨く・極める

主要施策5 アニメの聖地化の更なる推進

- (1) アニメを活用した観光コンテンツの充実
- (2) 国内外のアニメファンに向けたプロモーションの推進

主要施策6 強みを生かした何度も訪れたくなる埼玉観光の確立

- (1) DMO*・地域・官民が連携した魅力ある観光の促進
- (2) 多様な観光資源の磨き上げと活用
- (3) アクセスの良さや豊かな自然を生かした魅力ある体験型観光*の促進
- (4) 県産品・伝統工芸品のブランド化及び販路拡大

※青地は関連施策のみの取組

*【DMO】「Destination Management Organization（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）」の略で、「観光地域づくり法人」を指す。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。

*【体験型観光】 その地域でしか体験できない要素を取り入れた旅行の形態を指す言葉。事例として、景観を生かしたツアーや地域の食を巡るツアー、自然を生かしたアクティビティなどがある。

4 施策展開

「主要施策体系」に基づき展開していく、観光づくりに関する主な取組とそれ以外の主な取組を記載しています。

※主な取組のうち赤字で記載したものは基本計画で推進する観光づくり施策です。

■主要施策1：安心・安全で誰もが楽しめる観光の推進

現在、新型コロナウイルス感染症の影響により感染予防のための徹底した行動変容が求められており、観光客のニーズも「新しい生活様式」*に基づくものに変化しています。

そのため、観光客が本県を安心して訪れ、宿泊施設なども安心して受入れが行えるようにするため、観光客にとって安全かつ快適に過ごせる環境整備を引き続き推進するとともに、感染防止対策の周知・徹底等、安心・安全な観光の情報発信に取り組みます。

また、外国人観光客に対する本県への誘客に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響によりプロモーションを実施する上で制約はあるものの、本県への関心の持続とインバウンド*再開を見据え、これまで築いてきた現地との人的ネットワークやオンラインを積極的に活用し、訪日旅行市場に対して本県の魅力を継続的に発信していきます。

▶ (1) 安心・安全な観光の推進と発信

旅行業者及び住宅宿泊事業者、観光施設や宿泊施設等に対し「新しい生活様式」に合った体制整備を促進するとともに、観光施設の整備や改修等、観光客が安全かつ快適に過ごせる環境の整備を推進します。

《主な取組》

- ・ 新型コロナウイルス感染症対策に係る取組支援、「新しい旅のエチケット」*など観光庁等が推進する新しい旅のスタイルの周知・徹底
- ・ 旅行業法、旅館業法及び住宅宿泊事業法に基づく適正な業務運営の確保
- ・ 災害時における防災体制の整備

*【新しい生活様式】新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が、長期間にわたり感染拡大するのを防止するために、厚生労働省が公表した行動指針の名称。

*【インバウンド】外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。

*【新しい旅のエチケット】交通機関や宿泊・観光施設等の旅行関係業界の業界団体等で構成される旅行連絡会が策定した、旅行時における感染防止のための基本的な留意事項に加え、旅行の各場面（移動、食事、宿泊、観光施設、ショッピング）ごとの留意事項を掲載したもの。

(2) 再開するインバウンド*への戦略的誘客の推進

観光産業の早期回復、発展のために重要となるインバウンド需要を持続させるため、本県の重点市場となる台湾、タイ及び香港を中心に誘客プロモーションを推進します。

また、新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え「旅行者から選ばれる観光地」となるため、外国人に人気の高い体験型観光*コンテンツの発掘や、WEB を中心に観光情報の整備と魅力発信を行います。

《主な取組》

- ・ 外国人観光客のニーズに合わせた周遊ルートの分析や企画
- ・ WEB メディアやインフルエンサー*等を活用したプロモーション
- ・ 現地の旅行会社や旅行系メディアに対するセールスや関係強化に向けた取組
- ・ 多言語 HP、パンフレット、音声ガイド、通訳アプリの導入・改善等

*【インバウンド】外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。

*【体験型観光】その地域でしか体験できない要素を取り入れた旅行の形態を指す言葉。事例として、景観を生かしたツアーや地域の食を巡るツアー、自然を生かしたアクティビティなどがある。

*【インフルエンサー】SNS などを通じて情報発信し、それによって多くの人に影響を与えている人物を指す言葉。

■主要施策2：観光産業の持続的発展の促進

本県全体の人口は増加していますが、県内を代表する観光地である秩父地域など人口が減少している市町村も多くあります。こうした地域では、地域経済が縮小するだけでなく、観光と関連の深い分野である、地域の祭りや文化、技術継承等の担い手が減少する等の課題が生じています。

一方で、テレワーク*が普及したことで、都心から離れた観光地などでのワーケーション*に注目が集まるなど、県内でも活用の動きがあることから先進事例の情報提供等による支援を行っていきます。また、観光は、将来的に定住への出発点にも結び付くものであり、観光産業の持続的な発展のためにも、関係人口*や定住人口の増加を促進する取組等と連携して実施するという視点が重要です。加えて、近年話題となっているオーバーツーリズム*等、観光地の課題を解決するための支援も必要です。

また、引き続き観光人材の育成やおもてなし力の向上、技術継承や後継者育成を推進していきます。

(1) 観光地が持続的に発展できる取組の促進

ワーケーションへの取組支援や観光地の課題の解決支援、関係人口や定住人口の増加を促進するための取組との連携など、観光地が持続的に発展していくための取組を実施していきます。

《主な取組》

- ・ ワーケーションの取組など観光地の課題解決のための、埼玉みどころ旬感協議会*を通じた定期的な情報収集とアドバイスの実施
- ・ 移住促進プロモーション等の実施

(2) 観光人材の確保と活躍の促進

観光産業の担い手となる、観光人材の確保、育成及び定着に向けた取組の支援や、県内各地の観光資源の魅力を最大限に活用する各地域に精通したおもてなし力の高い観光人材の育成、地域経済や生活文化の担い手である伝統的手工芸品産業*の技術継承及び人材育成の取組を促進します。

《主な取組》

- ・ 「埼玉県観光人材育成協定」に基づく観光人材育成講座の実施
- ・ 協議会を通じたおもてなし力の向上、「おもてなし通訳案内士」の養成
- ・ 技術継承者育成講座等への補助、埼玉県伝統工芸士*の認定

*【テレワーク】Tele（離れて）とWork（仕事）を組み合わせた造語。「情報通信技術を活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方」のこと。

*【ワーケーション】Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段のオフィスとは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

*【関係人口】移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉。

*【オーバーツーリズム】特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させたりするような状況。

*【埼玉みどころ旬感協議会】本県の観光資源を広域的に情報発信することで、市町村の枠を超えた広域観光を推進し、観光客の滞在時間の延長と観光消費額の拡大を図ることを目的に、県内市町村及び市町村観光協会を会員として設置された協議会。

*【伝統的手工芸品産業】伝統的技術又は技法により製造され、製造過程の主要部分が手工業的であり、伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであるなどの要件を満たし、県が指定するもの。

*【埼玉県伝統工芸士】県指定の伝統的手工芸品の製造に従事している技術者のうち、高度の技術・技法を保持する者として認定されたもの。

■主要施策3：デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上

新型コロナウイルス感染症を契機に、バーチャル観光など新たなデジタルコンテンツが展開され注目が集まっており、また、コロナ禍等により観光地に来訪出来ない際のコンテンツとしても期待されることから、本県においても、VR*やAR*などのデジタル技術の活用による新たな観光コンテンツの導入を進めるとともに、オンラインやバーチャルでも楽しめるイベント等を創出します。

また、観光客は旅程のあらゆる場面でデジタル技術を活用しており、観光客の利便性等を向上させるデジタルコンテンツを充実させます。

また、近年、物見遊山的な観光より、その地域ならではの体験観光が重視されるなど、旅行スタイルは変化しています。加えて、密を避けるための移動手段の選択や自然豊かな地域への旅行、家族等との少人数旅行の需要の高まり、マイクロツーリズム*への注目など、新型コロナウイルス感染症の影響による旅行スタイルの変化も進んでいます。こうした変化をしっかりと捉えて観光振興と情報発信を実施し、デジタル技術を活用した周遊型コンテンツの創出や旬な観光情報を蓄積するプラットフォームの構築等も検討していきます。

(1) VR等を活用したバーチャル観光の展開

新型コロナウイルス感染症の収束後の需要喚起を見据え、本県の観光の魅力等を国内外に発信し続ける必要があります。

そのため、アクティビティ施設の疑似体験等が可能なVRやARを活用した新たなデジタルコンテンツの導入を推進するとともに、オンラインやバーチャルでも楽しめるイベント等の創出を推進します。

《主な取組》

- ・ 県内アウトドアアクティビティ*体験VR動画の作成
- ・ バーチャル技術も活用したアニ玉祭*（アニメ・マンガまつり in 埼玉）の開催

(2) 旅行スタイルの変化に応じた旅マエ・旅ナカ・旅アトで使えるコンテンツの充実

旅行前（リサーチ、予約等）、旅行中（経路検索、決済等）、旅行後（SNS利用、ECサイトでの購入等）の各段階で、デジタル技術の活用が進んでいます。また近年、旅行スタイルも変化しています。

そこで、旅行スタイルの変化にも対応し、各段階で利用可能なデジタルコンテンツを充実させ、観光客の利便性と満足度を向上させる取組を推進します。

《主な取組》

- ・ AI*を活用した周遊ルートの自動生成ツールの利用促進
- ・ 埼玉県公式観光サイト「ちょこたび埼玉」*内の観光情報の強化
- ・ 県産品オンラインストアの充実、利便性の向上

*【VR】「Virtual Reality（バーチャル・リアリティ）」の略。現実にはない世界又は体験し難い状況をCGによって仮想空間上に作り出す技術。

*【AR】「Augmented Reality（アグメンティド・リアリティ）」の略で、「拡張現実」を指す。実際にある画像や映像とCGを合成することで、現実の世界に仮想空間を作り出す技術。

*【マイクロツーリズム】地元や近隣地域などの身近な場所で旅を楽しむこと。

*【アウトドアアクティビティ】観光地の川や森林など自然豊かな場所で体験できる遊びや活動のこと。

*【アニ玉祭】埼玉県で行われる「アニメと観光」をテーマとしたアニメ・マンガの総合イベント。

*【AI】「Artificial Intelligence（アーティフィシャル・インテリジェンス）」の略。人工的な方法による学習、推論、判断等の知的な機能の実現及び当該機能の活用に関する技術。

*【ちょこたび埼玉】埼玉県と（一社）埼玉県物産観光協会により、埼玉県の観光やグルメなど多彩な魅力を紹介するフリーペーパーと情報サイト（HP）。「ちょこっと、旅に出よう。」をコンセプトに、身近だから気軽に何度も訪れたくなる埼玉県のコンテンツを紹介。

■主要施策4：国内外への効果的な魅力発信

個人の趣味・趣向は多様化・細分化しており、今後の情報発信は、誘客したいターゲットを明確に設定し、ターゲットの嗜好に合う観光情報を SNS*等を活用してタイムリーに発信していきます。

また、若者や外国人からの注目が高く、集客力にも優れる民間主催の e スポーツ*イベントとの連携を通じて、新たな層への情報発信を行っていきます。

情報発信にあたっては、ターゲットの属性やライフスタイル、趣味、嗜好などをしっかり分析した上で、戦略的なプロモーションを展開し、埼玉観光の認知度を向上させることで誘客につなげていきます。

(1) 多様化するニーズ等にも対応した SNS 等による情報発信の強化

多様化するニーズや旅行スタイルの変化も捉えながら、タイムリーに情報発信することが可能な SNS・動画サイト・ホームページ等を活用して、効果的な情報発信の強化に取り組み、観光客の誘客を図ります。

《主な取組》

- ・ SNS、動画投稿サイト、観光旅行サイト等を活用した積極的な情報発信
- ・ 県ホームページや「ちょこたび埼玉」等における情報発信の充実

(2) e スポーツ・VTuber*等を活用した新たな層への情報発信

若者や外国人からの注目が高く、集客力にも優れる民間主催の e スポーツイベントとの連携を通じて、新たな層への誘客や県産品販売などに取り組みます。

あわせて、VTuber を「埼玉バーチャル観光大使」*として活用することにより、県内外に本県観光の魅力を効果的に伝え、新たな埼玉ファンを獲得していきます。

《主な取組》

- ・ e スポーツのイベント会場やオンライン上での観光動画の配信・県産品、観光情報の発信
- ・ 「埼玉バーチャル観光大使(VTuber)」を活用した観光動画の作成と配信

(3) ターゲットを定めた戦略的なプロモーションの展開

埼玉県認知度を向上させることで誘客につなげるため、国内外の観光情報発信に当たっては、誘客したいターゲットを定め、ライフスタイル、趣味、嗜好などをしっかり分析した上で、戦略的なプロモーションを展開します。

《主な取組》

- ・ 県ホームページや「ちょこたび埼玉」等における情報発信の充実
- ・ WEB メディアやインフルエンサー*等を活用したプロモーション
- ・ データ分析に基づく戦略的なプロモーションの実施

*【SNS】社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス。代表的なものとして、Instagram（インスタグラム）、Facebook（フェイスブック）、Twitter（ツイッター）などがある。

*【e スポーツ】「Electronic Sports（エレクトロニック・スポーツ）」の略。コンピュータゲーム（ビデオゲーム）をスポーツ競技として捉える際の名称。

*【VTuber】YouTube に代表される動画共有サービスにおいて、アニメーションキャラクターを用いて、動画を公開するユーザーの総称。

*【埼玉バーチャル観光大使】埼玉県内の観光地や特産品を動画で紹介する県公認のバーチャル You Tuber (VTuber)。

*【インフルエンサー】SNS などを通じて情報発信し、それによって多くの人に影響を与えている人物を指す言葉。

■主要施策5：アニメの聖地化の更なる推進

本県には、「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」や「心が叫びたがってるんだ。」（秩父市）、「らき☆すた」（久喜市）、「ヤマノススメ」（飯能市）など、各市を舞台にした様々な当地アニメが誕生しています。

また、平成27年度からは、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」として、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、海外にも日本アニメのファンが数多く存在することから、外国人のアニメファンに向けた誘客プロモーションも推進するとともに、県内全域でアニメイベントを展開することで、引き続き、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強化していきます。

(1) アニメを活用した観光コンテンツの充実

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イベント等を企画し、県内全域で展開するとともに、アニメと相性が良いデジタル技術を活用したバーチャルコンテンツの創出を行います。

《主な取組》

- ・ バーチャル技術も活用したアニ玉祭（アニメ・マンガまつり in 埼玉）の開催
- ・ アニメ関係者等との連携、特命観光大使*を活用したイベント等の実施

(2) 国内外のアニメファンに向けたプロモーションの推進

日本最大級のポップカルチャー*の発信拠点となる「ところざわサクラタウン」や（一社）アニメツーリズム協会などと連携し、国内外のアニメファンのニーズを踏まえた観光プロモーションを推進するとともに、アニメの聖地＝埼玉県のイメージの確立の更なる強化を行います。

《主な取組》

- ・ 民間事業者等と連携した情報発信や展示企画の実施
- ・ 埼玉観光サポーター「クレヨンしんちゃん」を活用したイベント・PR
- ・ 海外アニメ関連イベントや旅行博への出展

*【アニ玉祭】埼玉県で行われる「アニメと観光」をテーマとしたアニメ・マンガの総合イベント。

*【特命観光大使】県内外からの観光客誘致の拡大、県産品の販売拡大を図るため、県の観光や物産の魅力を自発的かつ積極的に発信する意思のある本県ゆかりの著名人を「埼玉特命観光大使」に任命している。

*【ポップカルチャー】大衆向けの文化（娯楽映画・大衆小説・ポピュラー音楽・漫画・ゲームなど）全般のことを言うが、現在では「訴求力が高く、等身大の現代日本を伝えるもの」という意味でも使われている。

■主要施策6：強みを生かした何度も訪れたいくなる埼玉観光の確立

本県には、食、酒、アニメ、自然、産業、歴史、伝統文化、スポーツ、各種体験等、多種多様な観光資源があります。本県の強みであるこれらの多様な観光資源を磨き上げ、徹底活用することで、本県の観光の認知度を向上させるとともに、周遊・宿泊型の観光を促進し地域経済の活性化を図ります。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、近場での観光需要が高まっています。そこで、首都圏からのアクセスの良さと自然の豊かさを併せ持つ本県の特性を生かした魅力的な体験型観光*の創出の促進等により、何度も訪れたいくなる埼玉観光を確立します。

県産品、伝統工芸品等についてはブランド化を図るとともに、引き続き戦略的なプロモーションを推進し販路拡大を図ります。

これらの施策を効果的に推進するに当たっては、観光地域づくり法人（DMO*）を中心に、市町村や市町村観光協会、民間事業者等と県がこれまで以上に積極的に連携し、「ワンチーム埼玉」として観光施策の推進体制の充実・強化に取り組んでいきます。

(1) DMO・地域・官民が連携した魅力ある観光の促進

DMOを中心に、地域、市町村、民間事業者及び他都県との連携を強化し、周遊型・宿泊型の観光を促進するとともに、本県の魅力をPRし県内外からの誘客を図ります。

《主な取組》

- ・ 地域の観光資源を生かした県内観光周遊に繋げるための民間事業者との連携
- ・ 旅行会社及び県内観光関連事業者が一堂に会する商談会の開催
- ・ **DMOを軸とした地域資源を活用した着地型観光ツアーの造成**

(2) 多様な観光資源の磨き上げと活用

本県の強みである多様な観光資源を磨き上げ・徹底活用することで、本県の観光の魅力向上と、新たな埼玉ファンの獲得による認知度向上、周遊型・宿泊型観光の促進を図ります。

《主な取組》

- ・ 渋沢栄一翁を軸とした埼玉三偉人*に関する観光ツアーの展開
- ・ 民間事業者等と連携したプロモーションや誘客イベントの実施
- ・ **埼玉みどころ旬感協議会*を通じた、各地域における観光資源の磨き上げ、周遊、滞在、宿泊観光の強化**
- ・ **埼玉県誕生150周年記念を起点とした魅力発信やイベントの実施**

*【体験型観光】 その地域でしか体験できない要素を取り入れた旅行の形態を指す言葉。事例として、景観を生かしたツアーや地域の食を巡るツアー、自然を生かしたアクティビティなどがある。

*【DMO】 「Destination Management Organization（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）」の略で、「観光地域づくり法人」を指す。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。

*【埼玉三偉人】 渋沢栄一（深谷市出身の実業家）、塙保己一（本庄市出身の国学者）、荻野吟子（熊谷市出身の医師）を指す言葉。

*【埼玉みどころ旬感協議会】 本県の観光資源を広域的に情報発信することで、市町村の枠を超えた広域観光を推進し、観光客の滞在時間の延長と観光消費額の拡大を図ることを目的に、県内市町村及び市町村観光協会を会員として設置された協議会。

(3) アクセスの良さや豊かな自然を生かした魅力ある体験型観光*の促進

本県の観光を振興するためには、首都圏からの交通アクセスの良さと豊かな自然を併せ持つという、本県の優位性を最大限活用していくことが重要です。更に近場で観光を楽しむ「マイクロツーリズム」*に注目が集まっていることや、SDGs*の理念が浸透する中での自然環境保全への関心の高まりなどは、本県観光への追い風になっていると考えられます。

また近年は、単なる物見遊山ではない、その地域ならではの体験をすることができる観光コンテンツの人気の高まっていることから、本県の優位性と魅力を生かした体験型観光の創出を促進していきます。

《主な取組》

- ・ DMO*を軸とした地域資源を活用した着地型観光ツアーの造成
- ・ 川や森林等の自然環境を生かした体験型観光の促進
- ・ 新たなアウトドアアクティビティ*ツアーの企画、創出の促進
- ・ 田園の保全や創造等に資する普及啓発を行うための農業体験イベントの実施
- ・ 観光インフラ整備構想の研究・推進

(4) 県産品・伝統工芸品のブランド化及び販路拡大

酒やご当地グルメ、お土産となる食品や民芸品、農産物及び伝統工芸品等の県産品の魅力や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、創出及び商品開発等を支援します。

併せて、展示会等のイベントへの出展支援、キャンペーンやプロモーション等の実施を積極的に展開することにより、国内外における県産品の販路拡大と認知度の向上を図ります。

《主な取組》

- ・ 埼玉県新商品 AWARD*や彩の国優良ブランド品*を通じた郷土産業の振興
- ・ ECサイトの運営による事業者支援と販路拡大
- ・ 輸出セミナーや研究会を通じた県産農産物の輸出促進支援

*【体験型観光】 その地域でしか体験できない要素を取り入れた旅行の形態を指す言葉。事例として、景観を生かしたツアーや地域の食を巡るツアー、自然を生かしたアクティビティなどがある。

*【マイクロツーリズム】 地元や近隣地域などの身近な場所で旅を楽しむこと。

*【SDGs】 Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略。平成27年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っている。

*【DMO】 「Destination Management Organization（デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション）」の略で、「観光地域づくり法人」を指す。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。

*【アウトドアアクティビティ】 観光地の川や森林など自然豊かな場所で体験できる遊びや活動のこと。

*【埼玉県新商品 AWARD】 埼玉県内産の新商品を対象として認知度向上と市場普及を促進させ、企業収益向上につながる事を目的として、（一社）埼玉県物産観光協会により開催される。審査を経て、各賞（大賞・金賞・入賞・グローバル賞）を決定する。

*【彩の国優良ブランド品】 優良な県産品を推奨することにより、県産品の普及と品質の向上を促進し、郷土産業の振興を図るため、埼玉県と（一社）埼玉県物産観光協会が実施する認定制度。認定商品は、2年間推奨マークによりPRすることができる。

5 施策展開における取組の主な県担当部局一覧

基本方針Ⅰ：ポストコロナを見据え、チャンスに変える

主要施策1 安心・安全で誰もが楽しめる観光の推進

- ・ 産業労働部、企画財政部、危機管理防災部、保健医療部、県土整備部、都市整備部

主要施策2 観光産業の持続的発展の促進

- ・ 産業労働部、企画財政部、環境部、農林部

基本方針Ⅱ：デジタル技術で創る・魅せる

主要施策3 デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上

- ・ 産業労働部

主要施策4 国内外への効果的な魅力発信

- ・ 産業労働部

基本方針Ⅲ：埼玉らしさを磨く・極める

主要施策5 アニメの聖地化の更なる推進

- ・ 産業労働部

主要施策6 強みを生かした何度も訪れたいくなる埼玉観光の確立

- ・ 産業労働部、企画財政部、県民生活部、環境部、福祉部
農林部、県土整備部、教育局