

第2章

川越市を取り巻く環境

第2章 川越市を取り巻く環境

2-1. 川越市観光振興計画の評価

(1) 評価の目的

川越市観光振興計画（平成 20（2008）年策定）において位置づけている80の施策について、どのような成果を収めたのか、費用対効果に見合う成果は得られたのか、計画策定時の想定に対してどこまで成果が得られたのかなどを明らかにして、今後、取り組むべき課題を把握するために計画の評価を行いました。

(2) 評価の方法

川越市観光振興計画で位置づけている施策について、「進捗結果」と「取組内容」を把握しました。

施策の進捗状況の評価は、以下の3段階の基準で行いました。

- 一定の成果があった施策
- 継続して取組中の施策
- 未着手の施策

(3) 施策の進捗結果

川越市観光振興計画で位置づけている80施策のうち、一定の成果があった施策は48施策、継続して取組中の施策は23施策、未着手の施策は9施策となっています。

全80施策の進捗結果

施策の区分	一定の成果があった施策	継続して取組中の施策	未着手の施策
1. 観光環境の整備	20施策	8施策	2施策
2. 観光事業の推進	21施策	10施策	4施策
3. 出張所地区別の観光施策	7施策	5施策	3施策
合計	48施策	23施策	9施策

(4) 施策の取組内容

川越市観光振興計画で位置づけている施策について、取組内容を明らかにして、課題の整理等に活用しました。

1 観光環境の整備 <一定の成果があった施策>

●地産地消の推進

クレアパークで地場産野菜の朝市を月に1回実施。

小江戸蔵里昭和蔵で地場産野菜の販売、小江戸蔵里内広場で月1回地場産野菜の朝市を実施。市内観光用駐車場(郊外型駐車場)を整備し、農産物直売所「あぐれっしゅ川越」と共同で運営。

●グリーンツーリズムの推進

「小江戸川越いも掘りライナー」を実施。

川越市内のぶどう園・なし園の直売所マップを作成し配布。

●伝統職人の技術向上・育成

旧山崎家別邸の敷地を活用し、若手造園業者の造園技術の伝承を行う事業を実施。

●観光協会、商工会議所、商店街等との連携強化

小江戸川越観光協会(以下、観光協会)、川越商工会議所(以下、商工会議所)と協力して「川越唐棧 Reborn プロジェクト」、「川越ロケーションサービス」、「小江戸川越検定」を実施。商店街振興対策補助として、商店街が共同で設置する施設や共同で行う事業に対して、市から補助を実施。

●川越観光ツアーの企画

県が主催しているトラベルマートに参加し、旅行会社と商談。

イーグルトラベル(株)と協力し、「小江戸川越縁結び&行灯ウォーク」を実施。

「小江戸川越謎解きミステリー」を実施。

中心市街地活性化推進協議会で「春の川越学び旅」を実施。

●高校・大学との連携

首都圏で観光の専攻課程を有する3大学(立教大学、跡見学園女子大学、淑徳大学)との協働により、本市に若年層の観光客を誘客する方策を検討し、事業を実施。

学生が、川越まつり会館と観光案内所で、観光案内ボランティアを実施したほか、本市と市内大学は幅広い分野で連携。

●観光モニターの実施

訪日外国人旅行者受入環境整備事業で、留学生のモニターツアーを実施。参加学生と郊外を回るモニターツアーを実施。

●ITを活用した観光情報の提供

ツイッターの川越市総合アカウントで観光情報の提供を開始。

「携帯電話を活用した国際観光誘客事業」を実施。

「アニメとスマートフォンを活用した観光誘客事業」を実施。

1 観光環境の整備 <一定の成果があった施策>

- 観光キャンペーンの推進
首都圏を中心とした駅構内で観光キャンペーンを実施。
「川越市マスコットキャラクターときも」の着ぐるみを活用。
- 観光パンフレットの充実
各観光案内所や観光課窓口にて、観光パンフレットを配布。
訪日外国人旅行者受入環境整備事業で多言語観光パンフレットを作成。
- 撮影協力体制の強化
「川越ロケーションサービス」を開始し、ロケ撮影を支援。
- 小江戸川越観光親善大使によるPR
小江戸川越観光親善大使を任命し、小江戸川越をPR。
- 駅周辺の観光案内板の充実
川越駅から喜多院への小仙波町のルート上に羽根型サインを新設。
川越駅西口の整備事業で観光案内板を新設。
- 観光サインの多言語化
観光ルネサンス事業で、市内83か所の観光案内・誘導標識の多言語表記化を実施。
新設の観光サインについて、多言語表記化。
- 高齢者・障害者に配慮した観光案内板の整備
観光サインの新設の際、多くの人が見やすい字体を採用し、ピクトグラムを多用。
- 観光案内所の整備
市内3か所（川越駅、本川越駅、仲町）に観光案内所を設置。
観光協会事務所で観光案内を実施。
- パークアンドライド等の推進
郊外型駐車場を整備し、供用開始。郊外型駐車場最寄のバス停を利用した形でのパークアンドライドを実施。
小江戸巡回バスが郊外型駐車場までの路線延長を開始。
自転車シェアリング事業を実施し、郊外型駐車場へサイクルポートを設置。
- 一番街の交通規制・車両乗り入れ制限の検討
北部市街地自治会交通対策連絡協議会を組織。
交通渋滞対策として早期に実施すべき施策について協議。
迂回誘導看板を設置し、来街者を郊外型駐車場へ誘導。
一番街周辺の渋滞情報を交通情報板で案内し、中心市街地への流入車両の抑制。
- 郊外型駐車場整備による団体客の受入強化
郊外型駐車場を整備し、供用開始。
- 休憩所の整備
川越まつり会館駐車場隣接地に新たに元町休憩所を整備。
市内5か所のポケットパークについて、維持管理を実施。
川越市公園美化活動推進要綱に基づき、熱意ある市民（主に自治会、老人会等）により設置された公園美化活動推進会が、清掃活動及び除草活動を月1回以上行っている。

2 観光事業の推進 <一定の成果があった施策>

- インターネットを活用した多言語による情報発信
訪日外国人旅行者受入環境整備事業で、観光協会の外国語HPをリニューアル。
- 観光案内所での多言語による案内サービスの充実
川越駅観光案内所がビジット・ジャパン案内所に認定され、英語による対応を実施。
- 外国人観光客に対するサービス向上
「外国人観光客おもてなしガイドブック」を作成（観光協会）。
「外国人おもてなし講座」を開催（観光協会）。
- 観光ルネサンス事業の促進
小江戸川越文化参加・体験事業、川越ならではの食べる楽しみの提供事業、「小江戸小判」の利活用によるまち巡りの演出事業、観光客と市民の交流の場創出事業、多言語 WEB サイトによる情報発信力強化事業、川越プロモーション映像コンペによる川越 PR 事業、市民コンシェルジュ化事業、多言語表記による案内標識等の整備、情報の統一化 PR 事業を実施。
- 通年でのイベント開催
定例イベントとして実施されている小江戸川越春まつり、小江戸川越花火大会、川越百万灯夏まつり、川越まつりの周知 PR。
記念事業としては、川越城築城 550 周年記念事業、市制施行 90 周年記念事業を実施。
- 観光施設の共通入館券等のサービス拡充
鉄道会社主催の「駅からハイキング」参加者、JR 東日本発行の小冊子「小さな旅」持参者への団体割引等の適用。
- 観光資源の調査・分析
新しい観光資源を調査・発掘し、郊外の観光スポットを含めた 90 種類の観光コース（小江戸川越みどころ 90 観光コース）を策定。WEB や紙媒体を活用して周知。
「川越景観百選」を改訂する形で、改めて市民公募により市内の良好な景観を募集し、新たに「川越百景」を選定。
- 自然・植物等の観光資源の活用
「小江戸川越花・花お散歩マップ」を作成・配布。
市内に残る貴重な樹木、樹林を「保存樹木」や「保存樹林」に指定し、保存のための奨励金を交付。
市民の森を憩いの場として提供。
- 郷土芸能の調査と観光情報としての発信
小江戸川越春まつりで川越藩火縄銃鉄砲隊保存会の演武や郷土芸能であるお囃子の実演の場の提供、民踊大会、縁日大会のステージイベントなど披露の場を創出。
指定無形民俗文化財の保存団体へ保存と後継者育成等を図るための補助金を支出。
「川越の祭りと芸能パンフレット」を配布し、伝統芸能を周知。

2 観光事業の推進 <一定の成果があった施策>

●新河岸川観光舟運事業の推進

小江戸川越春まつり期間中、氷川橋～田谷堰下流で、新河岸川観光舟運を春の舟遊として事業実施。

●本丸御殿および周辺の整備

観光パンフレット「見る遊ぶ」で、蔵造りの町並みゾーン、喜多院ゾーンと並ぶ観光エリアとして本丸御殿ゾーンを周知・PR。

●三善跡地・旧笠間家住宅の整備活用

三善跡地は鍛冶町広場として、旧笠間家住宅は仲町観光案内所として活用開始。

●鏡山酒造跡地の整備・活用

鏡山酒造跡地の建物改修工事を実施し、暫定活用期間を経て、川越市産業観光館（小江戸蔵里）として設置。指定管理者制度を導入し、貸出施設及び物販・飲食施設を運営。

●特産品や郷土料理の土産物としての商品開発

「川越市マスコットキャラクターときも」を作成し、イラストの営利目的使用を申請方式で許可。

B級グルメとして太麺やきそばを周知・PR。

中心市街地区域内に地域ではぐくまれた食及び地域の特産物を提供する産業観光館を設置。

●通年での観光ルートと季節ごとの観光ルートの設定 ●ニーズに応えた観光ルートの設定

●周辺地域と連携した観光ルートの設定

埼玉県川越都市圏まちづくり協議会観光連絡会において、広域観光マップ（レインボーおでかけマップ）を作成。

新しい観光地を調査・発掘し、郊外の観光スポットを含めた90種類の観光コース（小江戸川越みどころ90観光コース）を策定。WEBや紙媒体を活用して周知。

●路地に回遊性を持たせる観光ルートの設定

重点区域内の歴史文化資源の把握と課題整理、歴史的風致の向上を図る美装化事業などの街路整備方針の検討を行い、新たな回遊路候補路線を選定。

駅から喜多院周辺など重点区域内を回遊するネットワークの整備に向けた候補路線の絞り込みと基本設計等を実施。

●世代別に幅広い観光ガイドの確保

平成24（2012）年度及び平成25（2013）年度に市内の小中学生による、「子ども観光ガイド体験講座」を実施。

●観光産業従事者へのホスピタリティ向上のための研修

平成21（2009）年度から「おもてなし講演会」を実施（観光協会）。

●小江戸川越検定の促進

川越が培ってきた歴史的・文化的財産を継承し、「川越大好き人間」を増やすため小江戸川越検定事業を実施（商工会議所）。

3 出張所地区別の観光施策 <一定の成果があった施策>

●農業を生かした観光振興

農業ふれあいセンターで、毎年4月下旬に春の農業まつり、11月上旬に農業ふれあいセンターまつりを実施。

●伊佐沼の多目的活用

市のHP等で伊佐沼の桜や蓮の開花状況について周知・PR。

「川越農風景ウォーキングマップ」を作成し、伊佐沼周辺の観光コースを周知・PR。

●高階の歴史と文化の活用

川越専科に高階地区等に伝わる妖怪伝説の記事を掲載し、周知・PR。

●「武蔵野ふれあいの森」等、平地林の保全と活用

「小江戸川越みどころ90観光コース」で周知。

●新河岸川船着場の遺産と周辺環境整備の検討

日本橋架橋100周年を記念し、「第16回小江戸サミットin日本橋」を実施。その際、下新河岸船着き場から志木市いろは橋まで舟運を実施。

●さつまいも畑の保全と芋掘り観光の推進

イーグルバス(株)と意見交換をする場を設け、農業に関する観光スポットの提案及びバス内に「川越いも研究会・会員マップ」を設置。

●埼玉川越総合地方卸売市場と連携した施策の検討

「小江戸川越みどころ90観光コース」で周知。

●尾崎神社周辺地域の景観整備と活用の検討

「小江戸川越みどころ90観光コース」で周知。

1 観光環境の整備 <継続して取組中の施策>

●農業者との協力推進

農業生産体制総合推進事業として地場産農産物の学校給食への供給及び直売組合等の育成を推進。

●産業観光の推進

市内店舗で工場や施設の見学を実施（松本醤油商店ほか市内各店舗）。

「埼玉県体験探検スタンプラリー」を実施。

●鉄道会社との連携

池袋駅等の駅構内で観光キャンペーンを実施。「駅からハイキング」やスタンプラリーなどを実施。

●小・中学校の校外学習の促進

校外学習時に子供達が食事を取る場所を設けるため、川越まつり会館駐車場隣接地に新たに元町休憩所を整備。

小学校3、4年生対象の学習内容「県内の特色ある地域」学習を博物館、蔵造り資料館、蔵造りの町並みを使って学習。効果的な学習を行うため、学習カードを製作し、博物館の指導主事と展示解説指導員による解説を行っている。

●交通渋滞の解消に向けた交通環境の整備

川越市北部中心市街地交通円滑化方策検討委員会からの提言に基づき、通過交通の迂回誘導や道路交通のあり方の見直しなど、交通円滑化方策を検討し、施策を段階的に実施。

川越駅南大塚線（市道〇〇10号線）旭町1丁目交差点改良事業・生活道路（市道）改良工事を実施。

●電線類地中化等による町並み景観の連続性の確保

電線類地中化事業や歩道の設置を含む道路改築工事を実施。

喜多院門前通り線整備について着手予定。

自転車専用通行帯の整備について関係部署へ働きかけ。

市役所庁舎北側に、観光バス用一時乗降場所を設置。

●高齢者・障害者が利用しやすいトイレの設置

「まちなかトイレきれい化事業」を実施し、経年等により劣化の著しいものや観光客の利用が多い等、優先度の高いトイレから順次改修等を行っている。平成26（2014）年度は、喜多院境内トイレの改築工事を実施。

2 観光事業の推進 <継続して取組中の施策>

● 在住外国人への情報発信

川越駅観光案内所に英語による観光案内ができるスタッフを配置し、外国人観光客の受入体制を整備。

● 高齢者・障害者への対応

川越まつり会館等の施設において、障害者手帳を提示した来訪者と同行者の入館料を減免。館内車いすの貸し出しを実施（博物館、美術館、川越まつり会館）。

● 幼児同伴の観光客へのサービス実施

授乳やおむつ替えのスペースの提供が可能な公共施設を「赤ちゃんの駅」として指定。指定施設は入口付近に案内標示。38の公共施設を「赤ちゃんの駅」に指定。

● 団塊の世代、若年層をターゲットにした宿泊・体験型観光の展開

川越を舞台としたアニメ「神様はじめました」を活用した誘客事業を展開。

首都圏で観光の専攻課程を有する3大学（立教大学、跡見学園女子大学、淑徳大学）との協働により、本市に若年層の観光客を誘客する方策を検討し、事業を実施。

「アニメとスマートフォンを活用した観光誘客事業」を実施。

「小江戸川越謎解きミステリー」を開催。

● 富士見櫓の復元

既存樹木保全のための維持管理を実施。

● 旧川越織物市場、山崎家別邸の活用

旧山崎家別邸の建物・庭園の復原工事、北側管理棟の新築工事、外構・展示サイン等の整備工事等を実施。

旧川越織物市場の活用について、復原修理を前提に整備を検討。

● まちなか花壇の充実

花の散歩道事業で市道2239号線沿い南側水路部分約400mにコスモスの種を植えた。

市民花壇として、公共の空地などで、多くの人が目にする場所につくり、毎年春と秋に草花を支給。

● ものづくりに関わる職人の活用

川越セレクションとして、小江戸川越ならではの素材、製法、技術、商法等を用いたもの、又は川越地域内において生産、製造、加工等されたものを認定し、ブランド化。

● 食文化発展の促進と地場製品の提供

各種イベントへB級グルメである太麺やきそばを出店。

川越セレクションとして川越らしい本物にこだわった魅力ある産品を紹介。

● 観光ガイドの育成システムの構築

博物館市民ボランティア事業で、市民ボランティアによるガイドを実施。

3 出張所地区別の観光施策 <継続して取組中の施策>

- 伝統芸能の保存と活用の検討

指定無形民俗文化財である「筒がゆの神事」、「石田の獅子舞」、「まんぐり」、「福田の獅子舞」、「上寺山の獅子舞」、「ほろ祭り」、「老袋の弓取式」、「老袋の万作」、「南田島の足踊り」の保存団体へ保存と後継者育成等を図るために補助金を支出。

- 入間川周辺的环境整備と富士山を望む景観の保全

HP等で「富士見 100 景」選定ポイントやサイクリングロードについて周知・PRを実施。

- 公園の環境整備の推進

御伊勢塚公園等の維持管理を行い、利用しやすい公園の環境整備に努めている。

- 河越館跡の活用の推進

3 か年にわたり第 1 期史跡整備事業を行い「国指定史跡河越館跡史跡公園」として供用するとともに、河越流鏑馬などの活用事業を実施。

1 観光環境の整備 <未着手の施策>

●小江戸川越キャラバン隊（仮称）の結成

他自治体や鉄道会社とともに、市や観光協会で観光 PR キャンペーンを既に多く実施していることと、情報発信ツールの発展により、キャラバン方式の観光キャンペーンよりも、より多くの人へ効果的に PR できる方法を検討する余地が出てきたため、未着手となった。

●トイレ利用に対する協力

店舗内のトイレ利用について検討し、関係者と協議を行ったが、協力を得られなかった。

2 観光事業の推進 <未着手の施策>

●小江戸川越ファン倶楽部の構築

小江戸川越を応援したい方から多くの要望があったものの、具体的な事業として実現できなかった。

●歴史や特産品を活用した個性的な宿泊施設の整備

●外国人観光客と地域住民との交流が生まれる場の提供

●外国人観光客同士が気軽にコミュニケーションをとれる場の提供

宿泊観光は平成 19（2007）年 4.1%（観光アンケート調査：H19 年）から平成 25（2013）年度 2.8%（観光アンケート調査：H25 年度）に減少している。相互直通運転など、交通アクセスの利便性が向上したことなどにより、日帰り観光客が増加したことが要因と考えられる。宿泊観光の推進として掲げられた施策は、外国人観光客誘致の施策と関連しているが、他の外国人観光客の誘致施策が優先され、本施策については実現に至らなかった。

3 出張所地区別の観光施策 <未着手の施策>

●びん沼周辺地域の活用

びん沼周辺地域は、他の観光資源と距離が離れており、他の観光資源との一体活用が難しい状況にあり、「小江戸川越みどころ 90 観光コース」に掲載することができなかった。

●周辺地域と連携した水と緑のネットワークの形成

新河岸川の河岸場跡や牛子堰は、他の観光資源と距離が離れており、他の観光資源との一体活用が難しい状況にあり、「小江戸川越みどころ 90 観光コース」に掲載することができなかった。

●高階の歴史と文化の活用

高階地区の文化資源として、日本舞踊「藤間流」や高階別珍があるものの、他に関連観光資源がなく、観光分野における活用に至らなかった。

2-2. 川越市の観光事業における課題

川越市観光振興計画（平成 20（2008）年策定）の評価を受け、本市の観光事業における今後の課題を整理すると、以下のようになります。

（1）観光資源の発掘、魅力の向上

川越市内には、農業体験や工場見学などの体験型観光、市内中心部以外の観光スポット、各地域に根付く伝統的な行事・お祭りといった、市民が気づいていない、観光客にも知られていない観光資源がまだまだ残っています。

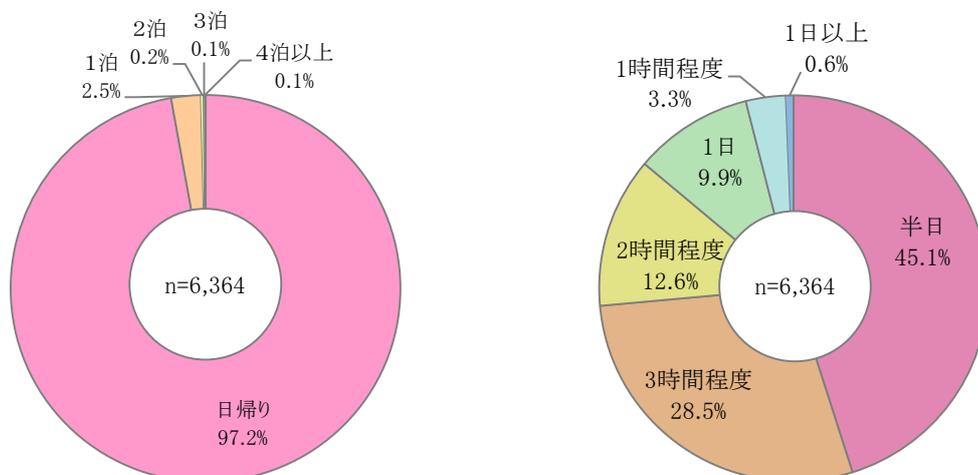
観光資源の発掘、磨き上げを行うためには、観光、農業、商業、工業の連携を軸に、景観の保全や歴史的・文化的価値を積極的にアピールすることが課題となります。

（2）観光客の滞在時間の延長、観光周遊エリアの拡大

入込観光客数は増加傾向である一方、観光客の滞在期間は日帰り観光客が9割以上で、宿泊観光客は少なく、宿泊費はほとんど発生していない状況となっています。観光時間も前計画が策定された当時と比較すると、半日以上の割合が若干増加しているものの、依然として3時間から半日程度の観光客が多い状況です。そのため、滞在時間の延長と宿泊観光客の増加につなげていくことが課題となります。

また、立ち寄り観光地は、前計画の策定時と同様、蔵造りの町並みや時の鐘、菓子屋横丁などがある市内中心部に集中しており、観光周遊エリアの拡大を図ることが必要となります。

＜観光客の滞在期間・観光時間＞



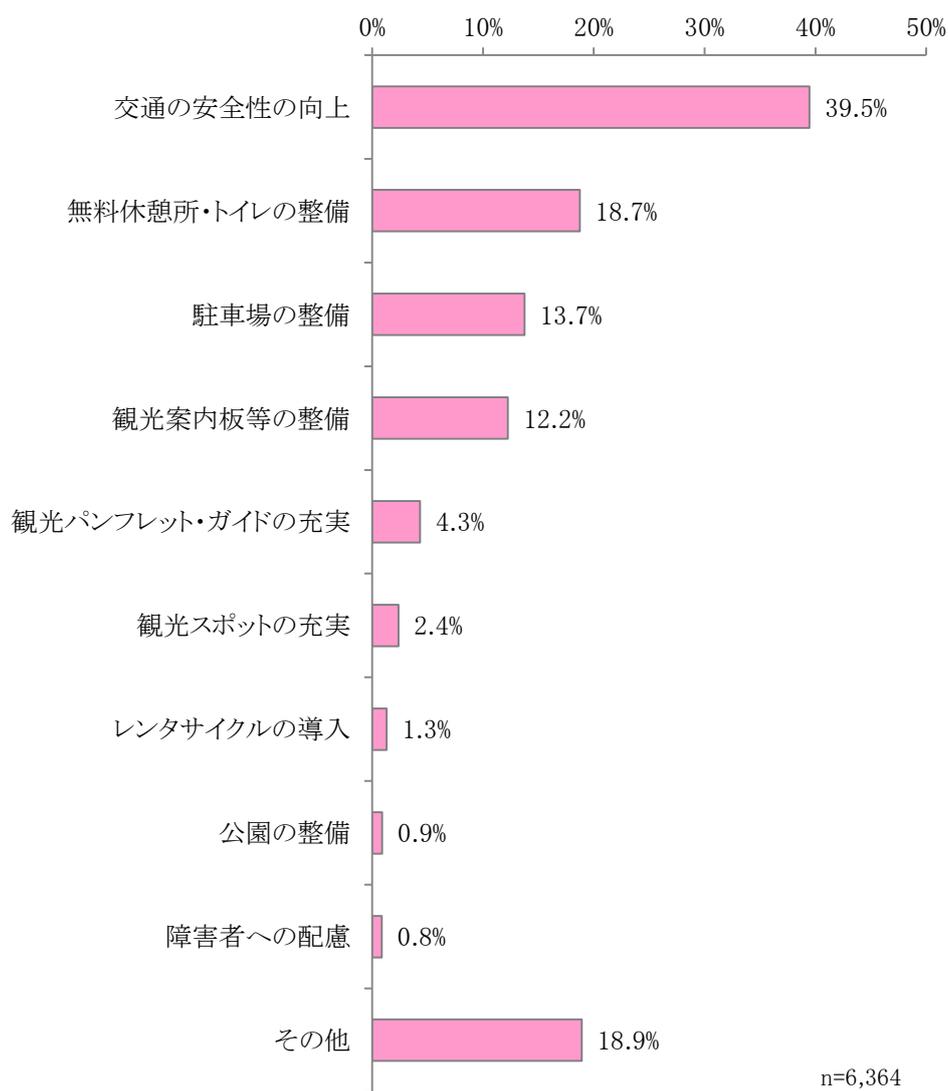
資料：川越市観光アンケート調査（H26年）

(3) 観光環境の整備

観光客の本市への要望は、「交通の安全性の向上」を求める意見が最も多く、「無料休憩所・トイレの整備」、「駐車場の整備」、「観光案内板等の整備」など、観光環境の整備に関するものが多くなっています。

また、リピーターを確保するために、観光客へのおもてなしの向上や、歩行者天国の実施等により、まち歩きしやすい環境づくりが課題となります。

<川越市に対する観光客の要望>



資料：川越市観光アンケート調査（H26年）

(4) 観光客の誘客促進のための工夫

本市を訪れる観光客は、県内及び関東地方からの来訪者が多く、外国人観光客は、台湾、中国、韓国などからの旅行者が多い状況です。観光客の情報入手については、テレビ、ラジオ、インターネットなどの手段が見られます。

そのような中、各地域がインバウンドで積極的な観光PRを展開しており、他の地域と差別化を図るために、どのように情報発信するのが問われています。そのため、着物や川越まつりなど、川越ならではの伝統文化を生かし、市場のターゲットを絞ったプロモーションを行うなど、見せ方を工夫した情報提供が課題となります。

外国人観光客は、観光地を訪問する前に、インターネットを通じて情報収集することが多いため、ツイッターやSNSなどのツールを活用した情報発信を重視することが必要です。

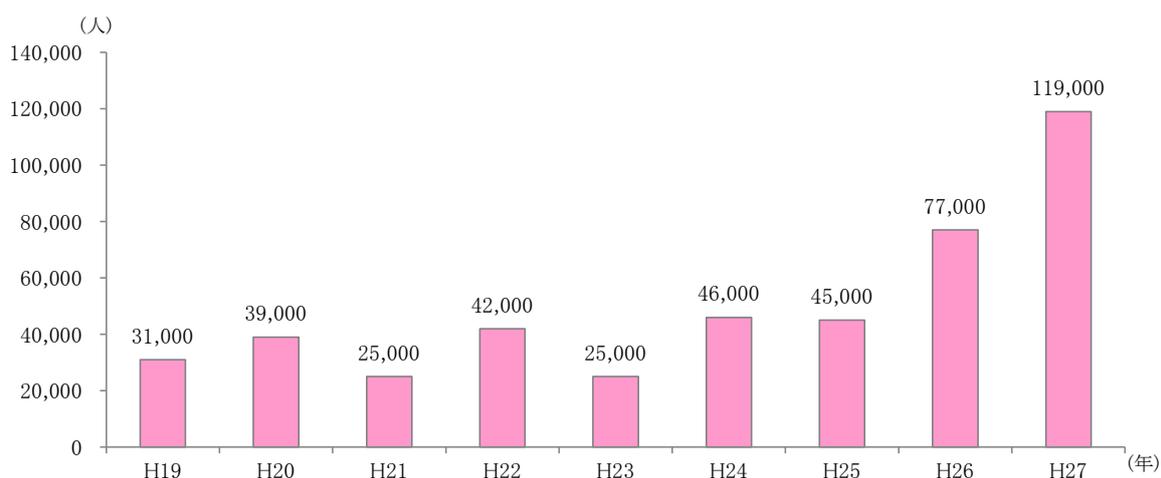
また、観光客目線の情報発信だけでなく、小江戸川越大使などの川越に縁のある著名人を活用したPR手法など、メディアが興味を持つ素材を提供するといった工夫も課題となります。

(5) 外国人観光客への対応

全国の外国人観光客は増加傾向にあり、本市においても外国人観光客の増加が見られます。

近年では、日本文化に関心を持ち、日本に旅慣れた外国人観光客の増加などに伴い、地域資源を生かした体験型観光ツアーなど、そこでしか見ることのできないもの、体験できないものを求めるように外国人観光客のニーズも変わってきています。そのような、外国人観光客の多様なニーズに対応した施策を実施することが必要です。

＜川越市を訪れた外国人観光客数の推移＞



資料：川越市入込観光客数（H27年）

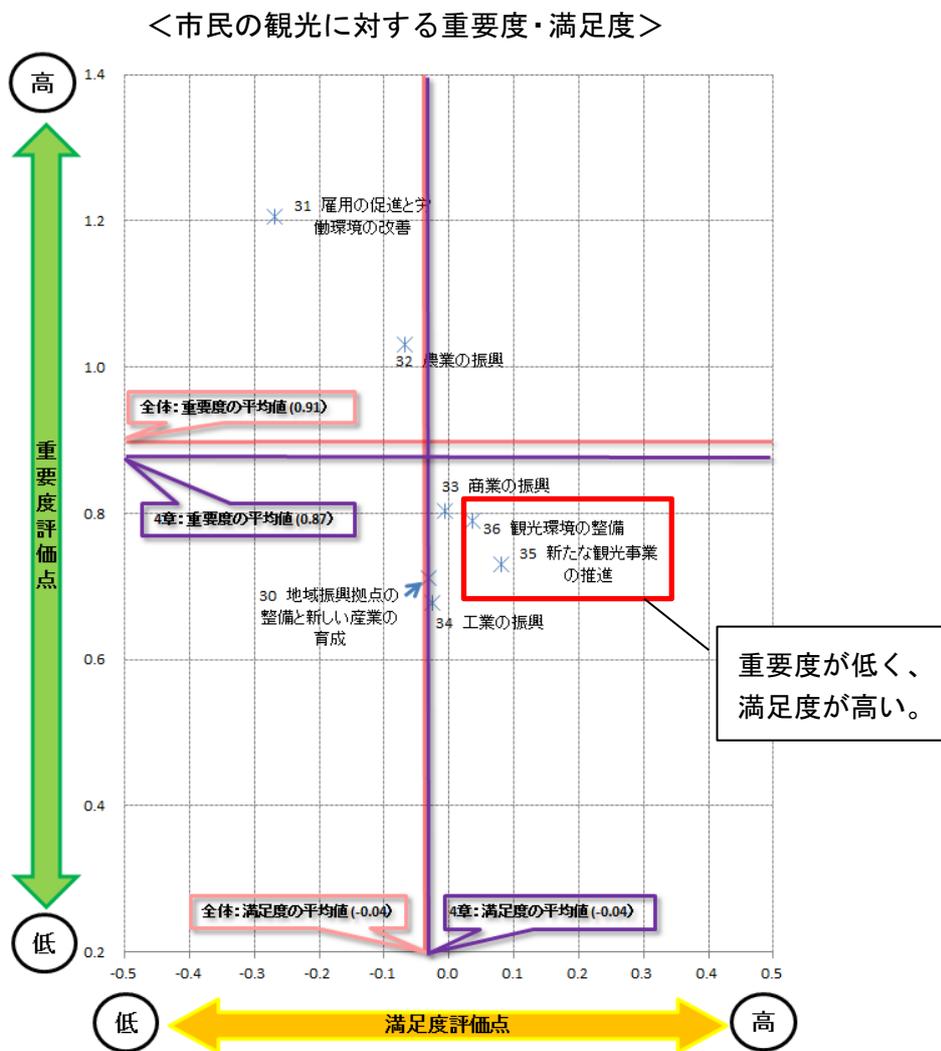
(6) 他地域にわたる広域的なネットワークの構築

地域における経済波及効果を高めるためには、観光客の滞在時間の延長、宿泊観光の推進を図るとともに、他地域にわたる広域的なネットワークを構築し、他の自治体や観光事業者と連携した広域観光の推進が必要となります。

(7) 市民参加・地域協働の視点

川越市市民満足度調査（平成26年）によると、新たな観光事業の推進に対して、市民の重要度が低く、満足度が高い状況です。

効果的に観光施策を実施するためには、観光施策への市民参加の視点が重要となり、観光施策への市民参加が進むことで、自分が住んでいるまちに誇りを持ち、さらに住みよい魅力あるまちづくりの実現にもつながるものと考えられます。そのため、観光に関心がある市民に、観光行政に関わりを持つ場や情報発信を行う環境を提供することが課題となります。



資料：川越市市民満足度調査報告書（H26年）

2-3. SWOT分析^(注2)による「強み」・「弱み」と観光振興の展開方法

	現在の状況
強み	<p>東京から30分の立地特性</p> <p>豊富な観光資源</p> <p>観光地としての周囲からの関心の高さ</p> <p>中心市街地住民の観光振興への関心の高さ</p> <p>江戸の文化が息づく町並み</p> <p>川越まつり等の伝統行事</p> <p>ウェスタ川越のオープン</p>
弱み	<p>立地特性による宿泊観光客の少なさ</p> <p>北部中心市街地における交通の安全性の不足</p> <p>郊外の観光資源の未活用</p> <p>中心市街地への観光資源の集中</p> <p>市民満足度調査において「新たな観光事業の推進」は「重要度が低い」という結果</p> <p>観光に関する人材不足</p> <p>他地域との連携の不足</p> <p>外国人観光客に対する受入能力の不足</p>
機会 (追い風)	<p>東京オリンピックのゴルフ競技の開催予定地</p> <p>円安やビザ発給要件緩和による訪日外国人の増加</p> <p>鉄道5社による相互直通運転の開始</p> <p>圏央道開通による交通網の利便性向上</p> <p>市制施行100周年に向けた機運の高まり</p> <p>「山・鉾・屋台行事」のユネスコ無形文化遺産登録への動き</p> <p>他自治体と共通のテーマを通じた新たな連携</p> <p>北条5代、太田道灌大河ドラマ化に向けた動き</p>
脅威 (向かい風)	<p>人口減少等の社会経済情勢の変化</p> <p>他の観光地との競争の激化</p> <p>伝統文化の継承や担い手の不足</p> <p>東京オリンピック終了後の状況の変化</p>

^(注2) SWOT分析: 外部環境や内部環境を、強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つのカテゴリーに分け、要因分析する方法。

特に克服すべき「弱み」

- 立地特性による宿泊観光客の少なさ
- 北部中心市街地における交通の安全性の不足
- 市民満足度調査において「新たな観光事業の推進」は「重要度が低い」という結果
- 外国人観光客に対する受入能力の不足



特に生かすべき「強み」

- 東京から 30 分の立地特性
- 豊富な観光資源
- 観光地としての周囲からの関心の高さ
- 中心市街地住民の観光振興への関心の高さ
- 江戸の文化が息づく町並み

～ 強みを生かし、弱みを克服する観光振興の展開方法 ～

1. 観光振興に向けた官民連携の推進体制の強化

2. インバウンド拡大と多様なサービスの提供

3. 東京圏に位置する優位性と豊富な歴史資源を生かした誘客拡大

4. 市民と進める観光まちづくり