

第4章

川越市の観光施策

第4章 川越市の観光施策

4-1. 施策体系

世界に発信しよう！EDOが粋いきづくまち

小江戸川越

★…戦略的重点施策

基本方針1. 新たな観光を創りだそう

政策(1)
観光資源の発掘・磨き上げ

- ★ 施策 1 市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析
- 施策 2 歴史的価値がある建築物の活用
- 施策 3 伝統芸能の活用

政策(2)
新たな観光への取組

- 施策 4 アニメを活用した観光施策
- 施策 5 スポーツを通じた観光振興
- ★ 施策 6 コンベンション誘致の推進
- 施策 7 ロケーションサービスの推進

政策(3)
観光と他産業との連携

- 施策 8 農業を生かした観光振興
- 施策 9 農風景の活用
- 施策10 川越産農産物のブランド化
- 施策11 体験型産業観光の推進
- 施策12 伝統工芸の活用
- 施策13 特産品等のブランド化
- 施策14 中心市街地の活性化

政策(4)
教育機関との連携

- ★ 施策15 若者を呼び込むための仕掛けづくり
- 施策16 地域におけるフィールドワークの場づくりの推進
- 施策17 小・中学校の校外学習の推進

政策(5)
旅行会社、交通事業者との共同企画の開発

- 施策18 着地型観光の推進による川越観光ツアーの誘致
- 施策19 交通事業者との連携

政策(6)
観光エリアの拡大

- 施策20 郊外エリアへの誘客促進
- 施策21 水辺空間のネットワーク化
- 施策22 エコツーリズムの推進
- 施策23 季節の花を楽しむ場の創出
- 施策24 公園の環境整備の促進

政策(7)
他地域との連携による観光誘客

- 施策25 広域観光の推進
- 施策26 共通のテーマを生かした広域観光の推進
- 施策27 新たな交通網の発展に応じた観光誘客の推進

基本方針2. 外国人が一人でも楽しめる川越を演出しよう

政策(1)
東京オリンピックを契機とした情報発信

- ★ 施策28 外国人観光客に向けた情報発信
- 施策29 日本在住外国人への情報発信
- 施策30 海外プロモーションの実施

政策(2)
外国人観光客を温かい気持ちで迎える観光まちづくり

- ★ 施策31 外国人観光客への接遇の向上
- ★ 施策32 外国人観光客の受入環境の整備
- ★ 施策33 観光施設の多言語化
- ★ 施策34 文化の違いへの対応
- 施策35 日本文化を生かしたおもてなしの充実

政策(3)
伝統文化の発信による観光誘客

- 施策36 伝統文化に触れる場の提供
- 施策37 より深く川越まつりを知ってもらうためのPR

政策(4)
誰もが利用しやすい観光案内サービスの推進

- 施策38 観光サインの整備
- 施策39 観光案内所の充実
- 施策40 多様な観光案内サービスの提供

基本方針3. 安心して観光を楽しめる環境を作ろう

政策(1) 快適なまち歩き空間の創出

- 施策41 川越しさを生かした町並みの整備
- 施策42 ゆとりと潤いのある観光空間の創造
- 施策43 歴史的建造物の保存
- 施策44 安全かつ安心して楽しめる観光環境の推進

政策(2) 安全かつ円滑なまち歩きの実現

- 施策45 パークアンドライドの推進
- ★ 施策46 一番街周辺の交通円滑化方策の検討
- 施策47 コミュニティ・サイクルの活用
- 施策48 自転車・バイクの駐輪場の整備

政策(3) 快適な観光インフラ整備

- 施策49 様々な観光客にやさしい観光環境の整備
- 施策50 快適な公衆トイレの整備
- 施策51 休憩所の整備

政策(4) 滞在型観光の推進

- 施策52 観光ルートの活用
- 施策53 回遊性の向上
- ★ 施策54 夜の観光の推進
- ★ 施策55 宿泊観光の推進

政策(5) リピーターを増やす仕掛けづくり

- 施策56 定例イベントの充実
- 施策57 連休の有効活用
- 施策58 川越ファンの拡大
- 施策59 施設入館者のリピート促進

政策(6) 観光キーマンの育成

- ★ 施策60 観光ガイドの育成
- 施策61 観光まちづくりリーダー養成等に向けた取組

政策(7) 伝統の担い手の育成

- 施策62 川越まつりの継承
- 施策63 伝統芸能の保存と後継者育成

基本方針4. 市民の視点で観光まちづくりを進めよう

政策(1) 市民発・市民参加型の観光振興

- ★ 施策64 市民参加型観光事業の実施
- 施策65 市民に向けた観光情報の提供
- ★ 施策66 市民からの情報発信
- ★ 施策67 観光客と市民の交流の場の提供

政策(2) まち全体で取り組む受入環境の整備

- 施策68 観光協会、商工会議所、商店街等との連携強化
- 施策69 接遇プラス1に向けた取組
- 施策70 市民向け観光講座の開催

政策(3) 情報発信の戦略検討

- 施策71 「小江戸」をキーワードとしたPR戦略
- 施策72 観光客の動向の把握
- 施策73 SNS等による観光情報の発信
- 施策74 遠隔地の観光客に向けた観光プロモーション
- 施策75 小江戸川越大使等によるPR

4-2. 施策内容

1. 新たな観光を創りだそう

政策（１）観光資源の発掘・磨き上げ

地域資源の掘り起こしに向けた調査分析と新たな観光資源の発掘を行い、本市の歴史的な魅力や特色を国内外に戦略的に発信します。

また、歴史的な建築物を観光資源として活用し、歴史や伝統文化を生かした新たな魅力創出を図るとともに、市内に残る伝統行事や伝統芸能の調査・PR等を行い、観光客が伝統行事や伝統芸能にふれることのできる環境づくりを推進します。



旧山崎家別邸



旧川越織物市場

施 策	施 策 概 要
施策1（★戦略的重点施策） 市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析	歴史的建造物や景観、人物、郊外の自然、産業観光、都市観光といった様々な観点から、新たな観光資源の調査・分析を行い、本市の歴史的な魅力や特色を戦略的に国内外に発信するため、「日本遺産 ^(注4) 」の認定を目指します。
施策2 歴史的価値がある建築物の活用	歴史的風致維持向上計画 ^(注5) に記載された、旧山崎家別邸などの歴史的な建築物を、観光資源として活用していきます。また、川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略 ^(注6) （以下、総合戦略）における旧川越織物市場の「文化創造インキュベーション ^(注7) 施設」としての整備に合わせ、観光資源としても活用を図ります。
施策3 伝統芸能の活用	市内に残る伝統行事や伝統芸能の調査・PR等を行い、観光資源として活用するため、観光客に向けてPRするとともに、伝統行事や伝統芸能にふれることのできる環境づくりを推進します。

^(注4) 日本遺産：地域の歴史的魅力を語るストーリーを「日本遺産」と認定し、ストーリーに登場する有形・無形の文化財群を総合的に活用する取組を支援する文化庁の事業。

^(注5) 歴史的風致維持向上計画：歴史的風致を維持及び向上させる施策を展開することにより、個性豊かな地域社会の実現を図り、都市の健全な発展と文化の向上に寄与することを目的に作成した計画。

^(注6) 川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略：平成27年度から平成31年度までの5年間を計画期間とする、人口減少の克服や地方創生を目的とした計画。

^(注7) インキュベーション：創業を目指す人や創業間もない企業等に不足する資源を提供し、支援すること。

政策（２） 新たな観光への取組

アニメを活用した観光施策やスポーツを通じた観光振興、ロケーションサービス^(注 8)の推進などの取組を通じて、様々なニーズに対応した観光客誘致を推進するとともに、新たな魅力の創出を図ります。

また、コンベンション^(注 9)の誘致、アフターコンベンション^(注 10)の充実に取り組むことで、地域経済の活性化と交流・活動の機会の増加を図ります。



小江戸川越ハーフマラソン



市内におけるロケの誘致

施 策	施 策 概 要
施策4 アニメを活用した観光施策	埼玉県「アニメの聖地化推進プロジェクト」と連携し、アニメの活用による新たな観光資源の発掘に取り組みます。
施策5 スポーツを通じた観光振興	小江戸川越ハーフマラソンやウォーキングイベントなど、スポーツと既存の観光資源を結びつけ、幅広い層からの観光誘客を図ります。
施策6（★戦略的重点施策） コンベンション誘致の推進	ウェスタ川越等の施設を活用し、関係機関や民間事業者等と、総合戦略に位置づけられているコンベンション誘致のための施策に取り組みます。 また、アフターコンベンションの充実を図ります。
施策7 ロケーションサービスの推進	総合戦略に位置づけられているフィルムコミッション事業と調整を図りながら、市内でのロケ支援を行う「川越ロケーションサービス」事業を推進し、川越の知名度やイメージの向上を図るとともに、地域への愛着が深まることを目指します。

^(注8) ロケーションサービス：市内における映画、ドラマ等のロケーション撮影を支援し、映像制作者が円滑に撮影を実施できる環境を提供。

^(注9) コンベンション：国内外の人達が行う各種大会や会議、イベントなどの催しのことで、人、情報、物などの交流の場。

^(注10) アフターコンベンション：コンベンション終了後の催しや懇親会などのことで、観光や施設見学などが行われることが多い。

政策（３） 観光と他産業との連携

農業、商業、工業と連携し、地域資源を生かした新しい観光拠点の整備や、川越産農産物、伝統工芸品等のブランド化により、新たな魅力の創出を図ります。

施 策	施 策 概 要
施策８ 農業を生かした観光振興	新たな魅力を創出するため、総合戦略のプロジェクトである川越産農産物を活用した「健康食レストラン川越」 ^(注11) の設置のほか、芋掘り観光をはじめとした農産物の収穫体験などの体験型観光を推進し、農業の６次産業化を図ります。
施策９ 農風景の活用	農風景をめぐる観光ルートの活用や、パンフレット・ホームページ等を通じて美しい農風景をPRすることで、郊外に広がる昔ながらの田園風景を活用したグリーンツーリズムの推進を図ります。
施策１０ 川越産農産物のブランド化	川越産農産物の消費拡大を推進するため、農業関係者と連携し、イベント等を通じてPRを行うとともに、総合戦略における川越産農産物のブランド化事業と川越伝統野菜の再興を推進します。
施策１１ 体験型産業観光の推進	川越唐棧機織り体験など、工場見学や伝統的な職人の技を体感できる体験型の産業観光を推進します。
施策１２ 伝統工芸の活用	市内にある伝統工芸品の調査・研究を行い、優れた商品のPRを行うことで、伝統工芸品のブランド化を推進するとともに、観光資源として活用を図ります。
施策１３ 特産品等のブランド化	川越の特産品や、郷土料理、Ｂ級グルメ等を、小江戸川越観光協会の「川越セレクション」 ^(注12) としてPRし、特産品等のブランド化を図ります。
施策１４ 中心市街地の活性化	川越市中心市街地活性化基本計画 ^(注13) と連動し、中心市街地の活性化を通じて、街中における観光客の誘致を促進します。

^(注11) 健康食レストラン川越：川越産農産物のブランド化に向けて、先導的に健康食レストランを設置し、産官学連携により地産地消の促進や食育の推進を図る。

^(注12) 川越セレクション：川越産品のイメージアップを図るため、「地域ブランド品認定制度」を確立し、認定・推奨して全国にアピールすることを目的としている。

^(注13) 川越市中心市街地活性化基本計画：川越市の中心市街地の活性化に関する施策を総合的かつ一体的に推進するための計画。

政策（４） 教育機関との連携

若年層の観光客誘致を図るため、市内及び首都圏の大学と協力体制を構築し、効果的な誘客施策に取り組みます。

また、小・中学校の校外学習の利用促進に向けて、市内外の学校に対して積極的にPRを行います。



川越氷川神社「縁むすび風鈴」



校外学習（菓子屋横丁）

施 策	施 策 概 要
施策１５（★戦略的重点施策） 若者を呼び込むための仕掛けづくり	市内及び首都圏の大学と協力体制を構築し、総合戦略に位置づけられている縁結びの支援施策を実施するなど、若者誘客をはじめとした効果的な観光誘客施策に取り組みます。
施策１６ 地域におけるフィールドワークの場づくりの推進	学生の視点で観光まちおこしを考える機会を設けるため、地域のコミュニティや商店街等と連携し、学生にとってフィールドワークがしやすい場づくりを推進します。
施策１７ 小・中学校の校外学習の推進	校外学習の利用促進を図るため、市内外の学校に対して積極的にPRを行います。また、海外からの教育旅行を誘致するための取組も行います。

政策（５） 旅行会社、交通事業者との共同企画の開発

旅行会社や交通事業者と連携し、川越観光ツアーの誘致に取り組むことで、多様化する観光客のニーズに対応した観光資源の発掘・磨き上げを行います。

また、鉄道事業者やバス会社などの交通事業者と連携し、アクセスしやすい観光環境の整備を行うとともに、交通事業者との共同企画・共同イベントにより、観光客誘致を図ります。



バス案内の多言語表記(川越駅)



横浜駅での観光キャンペーン

施 策	施 策 概 要
施策１８ 着地型観光の推進による川越観光ツアーの誘致	旅行商品の企画コンペや旅行会社向けのモニターツアーなど、旅行会社やバス会社に対して、川越観光ツアーの企画・販売を促す取組を行います。また、従来型の一般的な観光ツアーだけではなく、リピーターにも楽しんでもらえるよう、テーマを絞った新しいモデルルート等を旅行会社やバス会社に提案します。
施策１９ 交通事業者との連携	鉄道事業者やバス会社などの交通事業者と連携し、日本人はもとより、外国人旅行者もアクセスしやすい観光環境の整備を行うとともに、交通事業者との共同企画・共同イベントにより、さらなる観光客誘致を図ります。

政策（６） 観光エリアの拡大

観光エリアを拡大し、滞在時間の延長を図るため、一部の観光エリアだけでなく、郊外エリアの観光資源、自然環境、水辺空間などの魅力をPRし、さらなる観光誘客につなげます。



河越館跡



安比奈親水公園

施 策	施 策 概 要
施策２０ 郊外エリアへの誘客促進	河越館跡などの郊外エリアにある観光資源の活用促進を図ります。また、埼玉川越総合地方卸売市場の開放日等の周知による誘客を行い、観光エリアの拡大を図ります。
施策２１ 水辺空間のネットワーク化	新河岸川や伊佐沼、安比奈親水公園などの水辺空間をネットワーク化することや周遊ルートの作成により、市民も親しむことのできる郊外の観光資源として、水辺空間の有効活用を図ります。
施策２２ エコツーリズムの推進	市民の森などの郊外の森林を活用し、ウォーキングや森林浴など、自然環境を生かした体験型観光の場の整備を図ります。
施策２３ 季節の花を楽しむ場の創出	花マップの作成など、既存の花のスポットをPRするとともに、郊外における新たな花の名所づくりを検討します。
施策２４ 公園の環境整備の促進	郊外の公園の環境整備を推進し、郊外の観光拠点として活用を図ります。

政策（７） 他地域との連携による観光誘客

埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（レインボー協議会）^{（注14）}を構成する 7 市町や近隣の自治体とのネットワーク、歴史的経緯や地域の特色に共通点のある自治体との連携により、広域観光を推進していきます。

また、平成 32（2020）年までに、東名高速道路や中央、関越、東北、常磐等の各自動車道とつながる予定となっている圏央道などの交通網の発展に応じて、相互の観光地間の周遊ルートの形成など、観光誘客を推進していきます。



レインボーまつり



パーキングエリアでの観光キャンペーン

施 策	施 策 概 要
施策 25 広域観光の推進	埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（レインボー協議会）を構成する 7 市町や近隣の自治体とのネットワークを生かし、広域観光ルートの設定などの取組を推進します。
施策 26 共通のテーマを生かした広域観光の推進	かつての川越藩領に含まれていた自治体等をはじめ、歴史的背景や地域の特色など、共通するテーマを生かした広域観光について関係する自治体と連携し、推進していきます。
施策 27 新たな交通網の発展に応じた観光誘客の推進	圏央道の開通など、新たな交通網の発展に応じ、相互の観光地間の周遊ルートの形成など、観光誘客を推進していきます。

^{（注14）} 埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（レインボー協議会）：川越市、坂戸市、鶴ヶ島市、日高市、川島町、毛呂山町、越生町の 4 市 3 町で構成され、歴史・文化のつながりが深く、道路や鉄道により生活圏域が密着している地域において、お互いに連携・協力しながら広域行政の推進に努めている。

2. 外国人が一人でも楽しめる川越を演出しよう

政策（１） 東京オリンピックを契機とした情報発信

2020年東京オリンピックの開催を契機に、外国人観光客誘致を推進するため、本市への来訪者が多いアジアを中心に、ホームページ、パンフレット、プロモーション映像等による効果的な情報発信を行います。

また、日本に在住している外国人に対しても、川越の魅力や観光情報を発信し、日本在住外国人のネットワークを通じた外国人観光客誘致に取り組みます。



観光パンフレットの多言語化



旅行博における観光プロモーション

施 策	施 策 概 要
施策28（★戦略的重点施策） 外国人観光客に向けた情報発信	海外に向け、多言語のホームページや観光パンフレット、プロモーション映像等により、本市への来訪者が多いアジアの国々などを中心に、川越の魅力を発信します。また、海外の雑誌等に川越の紹介記事を掲載し、来訪を促進します。 春節、国慶節 ^(注15) 等の諸外国の祝日に合わせた効果的なプロモーションにも取り組みます。
施策29 日本在住外国人への情報発信	日本在住外国人に対して、川越の魅力や観光情報を発信します。また、在日大使館も含め、外国の要人が集まる催し等でも積極的にPRを行います。
施策30 海外プロモーションの実施	海外等で開催される旅行博などに出展し、積極的にPRを行います。また、海外メディア等を対象としたモニターツアーによる誘致プロモーションを実施します。

^(注15) 春節・国慶節：中華圏等における祝祭日で大型連休。春節は旧暦の正月、国慶節は日本のゴールデンウィークにあたる。

政策（２） 外国人観光客を温かい気持ちで迎える観光まちづくり

外国人が一人でも安心してまち歩きを楽しめるよう、外国人に対する受入力の向上やハード面における外国人観光客の受入環境の整備を図ります。

さらに、多様化する外国人観光客のニーズに対応するため、川越ならではの食文化、和文化を生かした誘客施策についても取り組みます。



無料 Wi-Fi の案内リーフレット



着物で散策を楽しむ観光客

施 策	施 策 概 要
施策３１（★戦略的重点施策） 外国人観光客への接遇の向上	関係機関・事業者と連携し、観光事業者向けの英会話教室や接遇講座を実施することで、外国人観光客に対する受入力の向上を目指します。また、指差しコミュニケーションシートなどのツールも有効活用します。
施策３２（★戦略的重点施策） 外国人観光客の受入環境の整備	無料Wi-Fi ^(注16) の整備、免税手続き一括カウンター ^(注17) の導入、クレジットカード対応の促進等により、外国人観光客の受入環境の整備を図ります。
施策３３（★戦略的重点施策） 観光施設の多言語化	川越まつり会館等の観光施設内における案内表示の多言語化や、案内スタッフの外国語対応を進めます。
施策３４（★戦略的重点施策） 文化の違いへの対応	外国人観光客に対して、食事のマナーや施設の利用方法などを分かりやすく表示し、外国人観光客はもとより、日本人観光客も快適に過ごすことのできる環境づくりに努めます。また、多様な食習慣・食文化を有する外国人観光客への対応についても検討します。
施策３５ 日本文化を生かしたおもてなしの充実	蔵造りの町並みなどの歴史的景観や雰囲気を生かし、着物や川越まつりなどの体験型観光を推進します。また、うなぎ料理や芋料理、地酒など、川越ならではの食文化や和文化を楽しめる環境の充実を図ります。

^(注16) 無料Wi-Fi: 国内外からの来訪者等の利便性向上、観光・交通情報等の発信力強化、イベントや災害時の情報伝達手段の充実を目的とした誰でも無料で利用できる公衆無線 LAN サービス。

^(注17) 免税手続き一括カウンター: 各店舗の免税手続きを一括処理できるサービスカウンターのこと。

政策（３） 伝統文化の発信による観光誘客

川越の魅力を国内外に向けてPRするため、伝統芸能などを鑑賞する場を設け、伝統芸能や伝統文化の発信に取り組んでいきます。

また、山車ナビ^(注18)の活用など、情報発信の工夫や川越まつり会館の活用により、川越まつりに親しみ、楽しめる環境づくりに努めます。



伝統和芸鑑賞会



山車ナビの活用

施 策	施 策 概 要
施策３６ 伝統文化に触れる場の提供	伝統芸能などを鑑賞する場を設けることにより、観光客に対して伝統芸能や伝統文化の発信に取り組んでいきます。
施策３７ より深く川越まつりを知って もらうためのPR	山車ナビの活用など、情報発信の仕方を工夫することで、これまでとは違った川越まつりの見せ方や楽しみ方を提供していきます。また、外国人の山車曳き体験やお囃子の体験、川越まつり会館の活用により、川越まつりに親しみ、深く知ることのできる場を提供します。

^(注18) 山車ナビ:位置情報を発信するスマートフォンのGPS機能を利用し、専用のアプリケーションによって、川越まつりの際の山車の現在位置を知ることができるナビゲーションシステム。

政策（４） 誰もが利用しやすい観光案内サービスの推進

外国人をはじめとした観光客に対して適切な案内を行うため、観光案内サインの充実を図っていきます。また、観光客のニーズに合わせ、災害情報も含めた多様な観光情報を提供できるよう、観光案内所の利便性向上を図るとともに、ＩＣＴ（情報通信技術）を活用した観光案内サービスの導入を検討していきます。



観光サイン



川越駅観光案内所

施 策	施 策 概 要
施策３８ 観光サインの整備	外国人をはじめとした観光客に対して適切な案内を行うため、多言語表記の見直しなど、観光サイン類の充実を図ります。
施策３９ 観光案内所の充実	外国人観光客のニーズに合わせ、災害情報も含めた多様な観光情報を提供できるよう、案内所スタッフの外国語対応など、観光案内所の利便性向上、機能の充実を図ります。
施策４０ 多様な観光案内サービスの提供	外国人観光客等の様々なニーズに対応するため、ＩＣＴ（情報通信技術）を活用した観光案内サービスの導入を検討します。