



第二次 川越市観光振興計画

— 小江戸川越再発見プラン —



川 越 市 民 憲 章

(昭和 57 年 12 月 1 日制定)

先人の輝かしいあゆみにより、すばらしい歴史的遺産をもつ川越。わたくしたちは、このまちに生きること誇りをもって、さらに住みよい魅力あふれるまちづくりをすすめていくことを誓い、ここに市民憲章を定めます。

- 1 郷土の伝統をたいせつにし、平和で文化の香りたかいまちにします。
- 1 自然を愛し、清潔な環境を保ち、美しいうるおいのあるまちにします。
- 1 きまりを守り、みんなで助けあう明るいまちにします。
- 1 働くことに生きがいと喜びを感じ、健康でしあわせなまちにします。
- 1 教養をふかめ、心ゆたかな市民として、活力にみちたまちにします。

は じ め に

川越市は、埼玉県の南西部に位置し、新河岸川の舟運や川越街道を通じた江戸との交流により発展してきました。蔵造りの町並みや時の鐘などの歴史的な観光資源に恵まれ、都心からのアクセスも良いことから、毎年多くの観光客にお越しいただいております。

このような中、本市では、平成 20（2008）年に「川越市観光振興計画」を策定し、「住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり」の基本理念の下、関係機関等と連携し、観光誘客施策や観光拠点の整備等に取り組んでまいりました。

国におきましては、観光を重要な成長分野として捉え、観光立国の実現に向け、平成 25（2013）年に、「観光立国推進閣僚会議」を立ち上げております。平成 27（2015）年には、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を策定し、訪日外国人旅行者「2000 万人」時代に向けた受入環境の整備を急ピッチで進めるなど、インバウンド施策等に取り組んでおります。

また、平成 32（2020）年には、東京オリンピックのゴルフ競技が市内にある霞ヶ関カンツリー倶楽部で開催される予定です。東京オリンピック開催を契機に、今後、外国人観光客の増加が予想される中で、本市におきましても、受入環境の整備をはじめとしたインバウンド施策に、より重点的な取り組みが必要となります。さらに、観光客の滞在時間の延長や広域観光の推進といった課題にも、引き続き取り組んでいく必要があります。

このような中、社会経済情勢の変化や本市の観光における課題を踏まえ、「第四次川越市総合計画」における観光施策を計画的かつ具体的に推進していくために、この度「第二次川越市観光振興計画～小江戸川越再発見プラン～」を策定いたしました。

本計画に基づき、観光の振興を通じて、本市の魅力の再発見と都市ブランドの確立を推進することで、国内外における本市の認知度の向上と、市民が誇れる、魅力ある観光都市の実現に向け努力してまいりたいと考えております。今後とも皆様の御理解と御協力をお願い申し上げます。



平成 28 年 3 月

川越市長 川合善明

目 次

第1章 川越市観光振興計画の目的と位置づけ	1
1-1 計画策定の目的	1
1-2 計画期間	1
1-3 計画の位置づけ	2
1-4 計画の範囲	3
第2章 川越市を取り巻く環境	4
2-1 川越市観光振興計画の評価	4
2-2 川越市の観光事業における課題	14
2-3 SWOT分析による「強み」「弱み」と観光振興の展開方法	18
第3章 川越市観光振興計画の目指す姿	20
3-1 基本理念と考え方	20
3-2 基本方針と方向性	21
第4章 川越市の観光施策	22
4-1 施策体系	22
4-2 施策内容	24
1 新たな観光を創りだそう	24
2 外国人が一人でも楽しめる川越を演出しよう	31
3 安心して観光を楽しめる環境を作ろう	35
4 市民の視点で観光まちづくりを進めよう	42
第5章 戦略的重点施策	45
5-1 戦略的重点施策の考え方	45
5-2 戦略的重点施策の方向性	46
第6章 計画の実現に向けて	51
6-1 役割分担	51
6-2 進行管理	52
第7章 資料編	55
7-1 観光を巡る現状と川越市の観光の特性	55
7-2 川越市観光振興計画の策定経過	69

第 1 章

川越市観光振興計画の目的と位置づけ

第1章 川越市観光振興計画の目的と位置づけ

1-1 計画策定の目的

平成18(2006)年に制定された観光立国推進基本法の意義を踏まえ、「いつか一度訪ねたい街・川越」「また訪ねたい街・川越」の実現を目指して、平成20(2008)年3月に川越市観光振興計画を策定しました。

計画策定後、NHK朝の連続テレビ小説「つばさ」の放映や市制施行90周年、鉄道5社による相互直通運転の開始、首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の埼玉県内における全線開通など、本市の観光を取り巻く環境は、大きく変化しました。また、平成32(2020)年に東京オリンピックのゴルフ競技が市内にある霞ヶ関カンツリー倶楽部で開催される予定となっています。国は平成25(2013)年に訪日外国人旅行者1000万人を達成し、訪日外国人旅行者「2000万人時代」の早期実現に備えた受入環境整備を推進しており、本市もインバウンド^(注1)施策の推進が必要とされています。

さらに、人口減少、少子高齢化などの社会経済情勢の変化、他の観光地との競争の激化、観光ニーズの多様化などが進んでいる中で、東京オリンピックを契機としたインバウンド施策をさらに計画的に推進する必要性が生じてきました。そのため、平成28(2016)年度までの計画期間であった川越市観光振興計画を1年間前倒しし、インバウンド施策に重点的に取り組むとともに、本市における新たな地域資源の発掘と他地域との広域連携により、国内外にも認知され、市民が誇れる観光都市の実現を目指して、第二次川越市観光振興計画を策定することにしました。

1-2 計画期間

本計画の計画期間は、10か年(平成28(2016)年度～平成37(2025)年度)とします。ただし、10年先を見据えた将来展望のもと、平成32(2020)年度までの5年間に重点的に推進する施策を位置づけます。

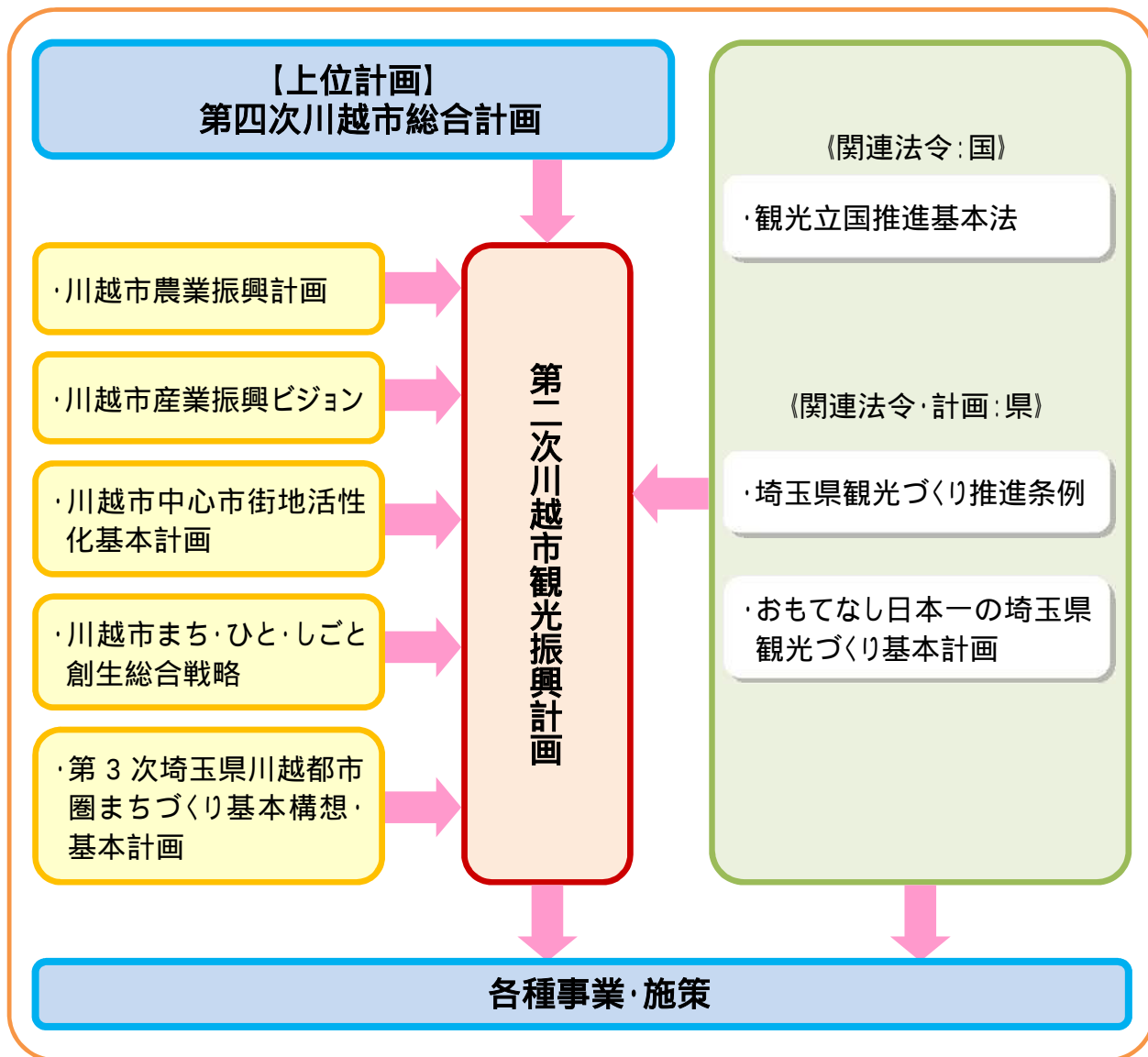
なお、計画期間内において、5年を区切りとして計画の適切な進捗管理及び社会経済情勢などの変化の把握に努め、必要に応じて計画の見直しを行います。

	H18	H19	...	...	H26	H27	H28	H29	...	...	...	H36	H37
川越市 総合計画	【第三次川越市総合計画】 (平成18～27年度の10年間)						【第四次川越市総合計画】 (平成28～37年度の10年間)						
川越市 観光振興 計画	【川越市観光振興計画】 (平成19～28年度の10年間)						【第二次川越市観光振興計画】 (平成28～37年度の10年間)						

(注1) インバウンド: 一般的に訪日外国人旅行を指す。

1 - 3 . 計画の位置づけ

本市の観光振興の基本的な考え方を示すとともに、その実現に向けた具体的な施策を示す計画とします。また、上位計画である第四次川越市総合計画や関連する諸計画との整合性を図ります。



1 - 4 . 計画の範囲

本計画の範囲は、本市が主体となって推進する施策や事業を基本としますが、国、県などの公共機関や、市民、事業者、NPO法人などの参加・支援・協力が不可欠であることから、これらの公共機関、民間、市民活動団体などが実施する施策や事業も含めています。

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㈱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 P R
小江戸川越観光親善大使を任命し、小江戸川越を P R。
- 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0010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ことができる場所に花壇をつくり、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。

- 入間川周辺の環境整備と富士山を望む景観の保全

H P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・P R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。

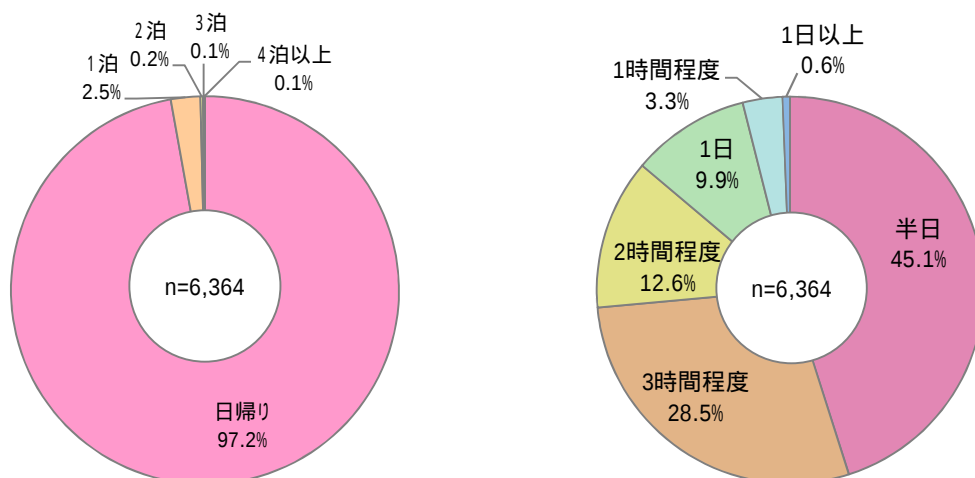
観光資源の発掘、磨き上げを行うためには、観光、農業、商業、工業の連携を軸に、景観の保全や歴史的・文化的価値を積極的にアピールすることが課題となります。

（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 >



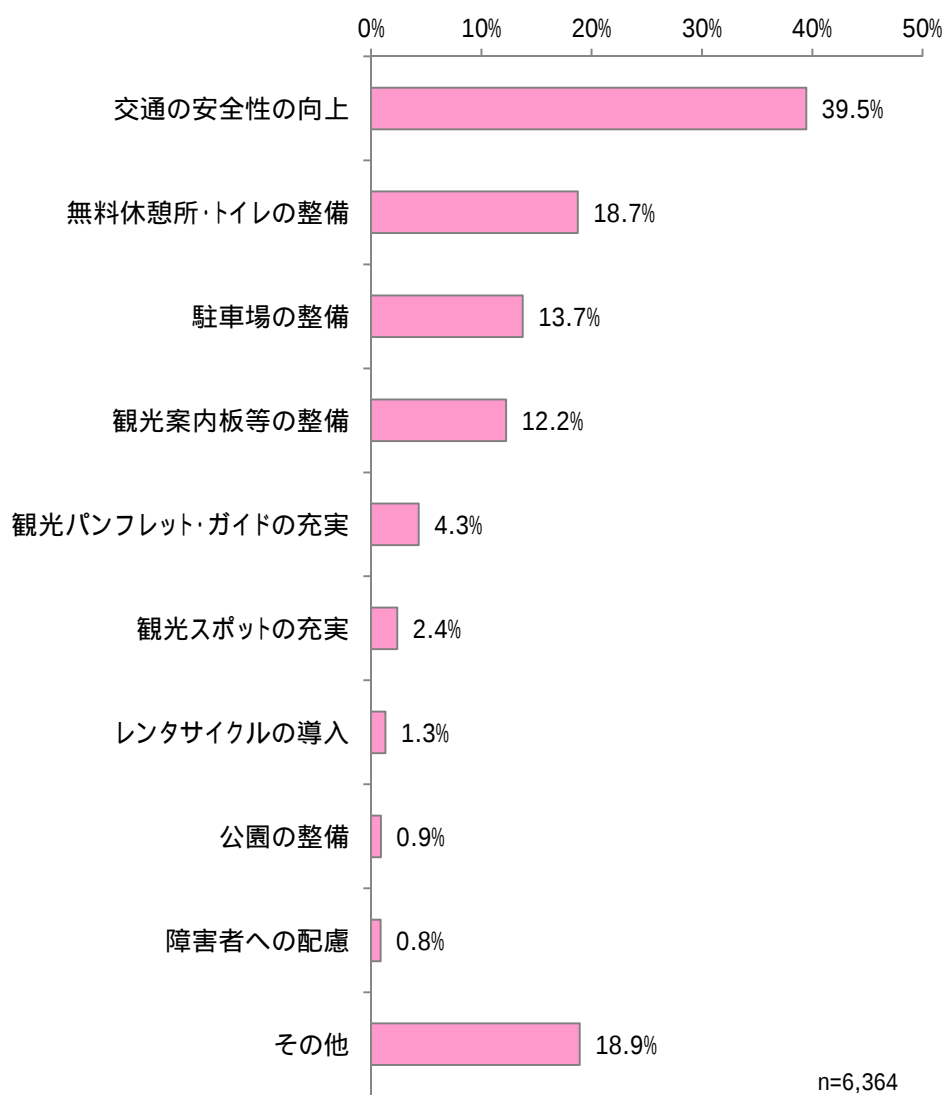
資料：川越市観光アンケート調査（H26 年）

(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。

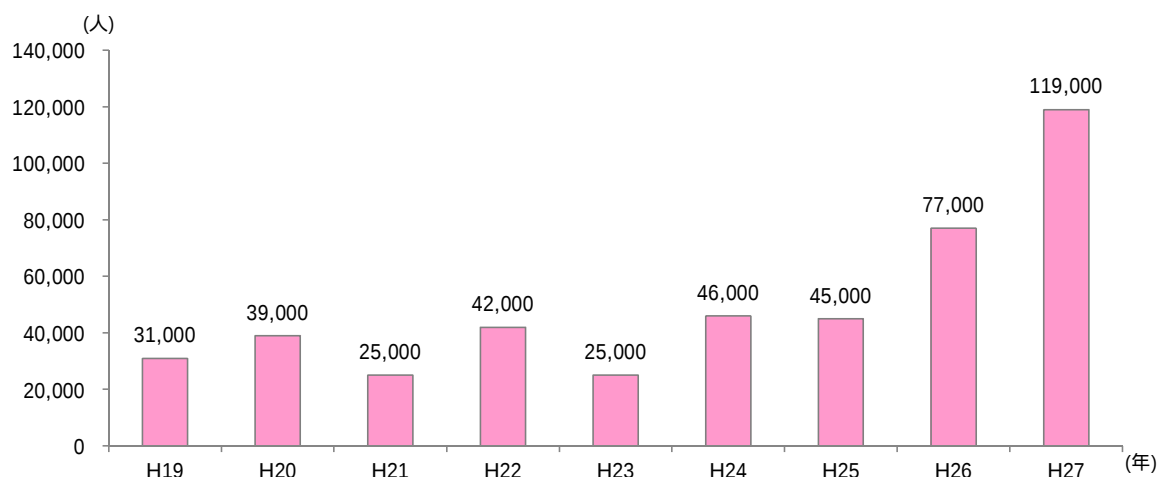
また、観光客目線の情報発信だけでなく、小江戸川越大使などの川越に縁のある著名人を活用したPR手法など、メディアが興味を持つ素材を提供するといった工夫も課題となります。

(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）

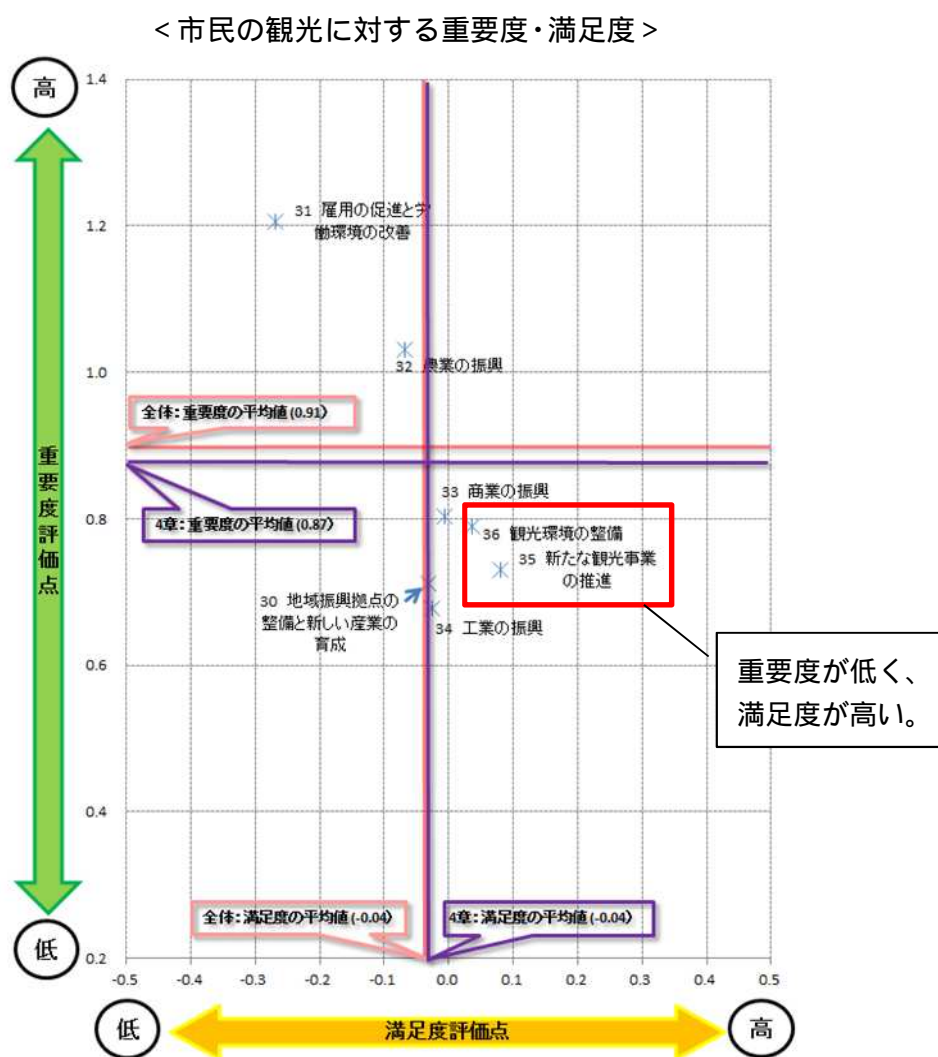
(6) 他地域にわたる広域的なネットワークの構築

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てる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	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 川越まつり等の伝統行事 ウェスタ川越のオープン
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 郊外の観光資源の未活用 中心市街地への観光資源の集中 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 観光に関する人材不足 他地域との連携の不足 外国人観光客に対する受入能力の不足
機会 (追い風)	東京オリンピックのゴルフ競技の開催予定地 円安やビザ発給要件緩和による訪日外国人の増加 鉄道 5 社による相互直通運転の開始 圏央道開通による交通網の利便性向上 市制施行 100 周年に向けた機運の高まり 「山・鉾・屋台行事」のユネスコ無形文化遺産登録への動き 他自治体と共通のテーマを通じた新たな連携 北条 5 代、太田道灌大河ドラマ化に向けた動き
脅威 (向かい風)	人口減少等の社会経済情勢の変化 他の観光地との競争の激化 伝統文化の継承や担い手の不足 東京オリンピック終了後の状況の変化

^(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

第 3 章

川越市観光振興計画の目指す姿

第3章 川越市観光振興計画の目指す姿

3-1 ．基本理念と考え方

本市は、歴史的な観光資源と都心からの交通利便性に恵まれ、今では、年間 650 万人以上の観光客が訪れる県内有数の観光地となっています。

国では訪日外国人旅行者「2000 万人時代」の早期実現に備えた受入環境整備を推進しており、本市の観光を取り巻く環境も 2020 年に東京オリンピックのゴルフ競技の開催予定地となり、大きく変化します。一方、今後、日本の人口減少、少子高齢化が進行していく中で、国内の旅行市場も縮小していくことが予想されています。こういった状況の中で、10 年先も持続可能な観光を推進し、市民が誇りを持てるまち、市民が住み続けたいと思える魅力あるまちを実現するため、本市では歴史や伝統文化を生かした観光振興に取り組んでいます。また、今後は、これまでとは違った視点で、インバウンド施策を積極的に推進するとともに、周辺市町と広域連携による新しい観光ルートを形成し、川越観光を国内外に向けて発信していく必要があります。

これらの目標を達成するには、市民、産、学、公が連携した観光振興への取り組みが求められ、まち全体でシティプロモーションに取り組み、地域の PR や知名度の向上を通して、地域への市民の愛着を形成していくことが必要となります。

以上を踏まえ、第二次川越市観光振興計画において、本市が具体的に取り組む施策の基本理念を、以下のとおり定めます。



3 - 2 . 基本方針と方向性

本市の地域特性や観光の現状、施策の実施状況、基本理念を踏まえたうえで、本計画の実現に向けた基本方針と方向性を次のように定めます。

基本方針 新たな観光を創りだそう

農業、商業、工業との連携を軸に、歴史や伝統文化を生かし、観光資源の発掘・磨き上げ等により観光地の魅力及び質の向上を推進します。

基本方針 外国人が一人でも楽しめる川越を演出しよう

日本人はもとより、外国人が気軽に川越を訪れ、自由にまち歩きを楽しむことができるような町を演出するとともに、国内外へ向けた情報発信力の強化を図ります。また、東京オリンピックの開催を契機にインバウンド事業を推進し、外国人観光客に対してやさしい観光まちづくりを目指します。

基本方針 安心して観光を楽しめる環境を作ろう

川越の観光を安心して楽しんでもらえる環境を整備するため、ハードとソフトの両面から受入環境の向上を推進します。また、次世代の観光を担う人材の育成を推進します。

受入環境の整備に要する資金について、「川越市みんなで支える観光基金」^(注3)を活用します。

基本方針 市民の視点で観光まちづくりを進めよう

市民が観光事業に関わり、そして楽しめるように、市民参加による協働の観光まちづくりを推進し、住むことに誇りを持ち、住み続けたいと思える魅力あるまちの実現を図ります。また、地域間で連携して、新たなサービスや魅力を生み出すことを目指し、地域連携ネットワークを強化します。

^(注3) 川越市みんなで支える観光基金：市民、団体、企業及び川越市外の居住者、観光客など、誰でも寄附が可能な基金で、川越市の観光振興を図るための事業に充てられる。

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 2 5 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 2 6 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 2 7 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 3 1 (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、指さ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 3 2 (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 3 3 (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 3 4 (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 3 5 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。

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

歴史的な景観の保存により川越らしさを表現した町並みを整備するとともに、市民花壇の設置などにより、ゆとりと潤いある町並みを整備します。

また、歩車道分離などにより、観光客の安全性にも配慮した、快適なまち歩き空間の創出を図ります。



市民花壇



簡易型屋外消火栓

施 策	施 策 概 要
施策４１ 川越らしさを生かした町並みの整備	歴史的な景観の保存とともに、歩車道分離・路地の整備により、川越の町並みを快適に楽しめる空間を提供します。
施策４２ ゆとりと潤いのある観光空間の創造	市民花壇の設置、公共的空間と建物等が一体となった都市景観の形成などを推進し、ゆとりと潤いのある空間を通じた観光交流の拡大を検討していきます。
施策４３ 歴史的建造物の保存	時の鐘、川越城本丸御殿、蔵造り資料館などの歴史的建造物の保存を図ります。
施策４４ 安全かつ安心して楽しめる観光環境の推進	観光客が安全かつ安心して快適に過ごせるよう、観光エリアにおける防災面の強化等を図ります。

政策（２） 安全かつ円滑なまち歩きの実現

安全かつ円滑なまち歩きの実現を図るため、パークアンドライド^(注19)の利用促進や歩行者天国等の実施により、市街地における交通円滑化や一番街等における観光客の安全確保に向けた取組を推進します。



郊外型駐車場



川越市自転車シェアリング

施 策	施 策 概 要
施策４５ パークアンドライドの推進	郊外型駐車場を活用し、パークアンドライドの利用促進につながる取組を実施します。 また、市街地における交通円滑化を進めるため、普通車や観光バスを受け入れる郊外型駐車場の拡大・新設等を検討します。
施策４６（ 戦略的重点施策 ） 一番街周辺の交通円滑化方策の検討	観光客の安全を確保するため、歩行者天国の実施など、一番街における適切な交通規制の検討を行います。また、交通渋滞を緩和するための交差点での右折レーンの導入など、一番街周辺への交通円滑化に向けて、地元および関係機関と協議・検討します。
施策４７ コミュニティ・サイクルの活用	川越市自転車シェアリング^(注20)の観光への活用を図るため、観光客の利用ニーズの把握、サイクルポートの配置の適正化を検討します。
施策４８ 自転車・バイクの駐輪場の整備	自転車やバイクで本市を訪れる観光客のため、観光エリアにおける駐輪場の整備を検討します。

^(注19) パークアンドライド：最寄りの駅やバス停に近接した駐車場まで自動車アクセスし、公共交通機関（バスなど）に乗り換えて、目的地まで移動する方法。

^(注20) 川越市自転車シェアリング：自転車を共同で利用するサービス。街中にあるポートで自転車の貸出・返却が可能。

政策（３） 快適な観光インフラ整備

高齢者や障害者、乳幼児同伴の観光客など、誰もが利用しやすい環境を整備するため、バリアフリー化の推進や公衆トイレ、観光施設内のトイレの改修等を行います。

また、商店街の店舗等と協力し、トイレの貸出や休憩スペースの提供などを図ります。



改築工事後の喜多院境内トイレ



元町休憩所

施 策	施 策 概 要
施策４９ 様々な観光客にやさしい観光環境の整備	高齢者や障害者、乳幼児同伴の観光客が利用しやすいよう、観光施設や観光エリア内の店舗等のバリアフリー化を促進します。
施策５０ 快適な公衆トイレの整備	「まちなかトイレきれい化事業」を継続し、観光エリアにある公衆トイレや観光施設内のトイレの改修等を行います。また、観光エリア内にある店舗等と協力し、トイレの貸出の充実を図ります。
施策５１ 休憩所の整備	観光エリア内の店舗等と協力し、観光客が気軽に利用できる休憩スペースの充実を図ります。

政策（４） 滞在型観光の推進

滞在時間の延長を図るため、観光資源をうまく組み合わせて回遊性を高めるとともに、町並みのライトアップや出会いの場の創出など、夜の観光の魅力創出に取り組みます。



小江戸川越みどころ 90 観光コース



食と音と灯りの融合 Kawagoe REMIX

施 策	施 策 概 要
施策 5 2 観光ルートの活用	既存の観光コースの周知・活用を行うとともに、新たな観光ルートの開発を推進します。
施策 5 3 回遊性の向上	蔵造りの町並み周辺の街路を整備し、歴史的建造物を結ぶ回遊路を形成することで、観光客の回遊性の向上を図ります。
施策 5 4（ 戦略的重点施策 ） 夜の観光の推進	町並みのライトアップや、伝説妖怪ナイトツアーなどの夜の観光ツアー、食のイベントなどを開催し、総合戦略に位置づけている出会いの仕掛けづくりの施策を通じて、夜のまちなか観光の魅力創出を推進していきます。
施策 5 5（ 戦略的重点施策 ） 宿泊観光の推進	関係機関や民間事業者等と連携し、多様な宿泊形態について検討し、宿泊観光の推進を図ります。

政策（５） リピーターを増やす仕掛けづくり

リピーターの増加に向け、川越まつりなどの定例イベントを充実させるとともに、ウィークデーや連休を利用した新たなイベントの開催や、SNS等のサービスを通じた情報発信により、観光を楽しめる機会の増加を図ります。



小江戸川越春の舟遊

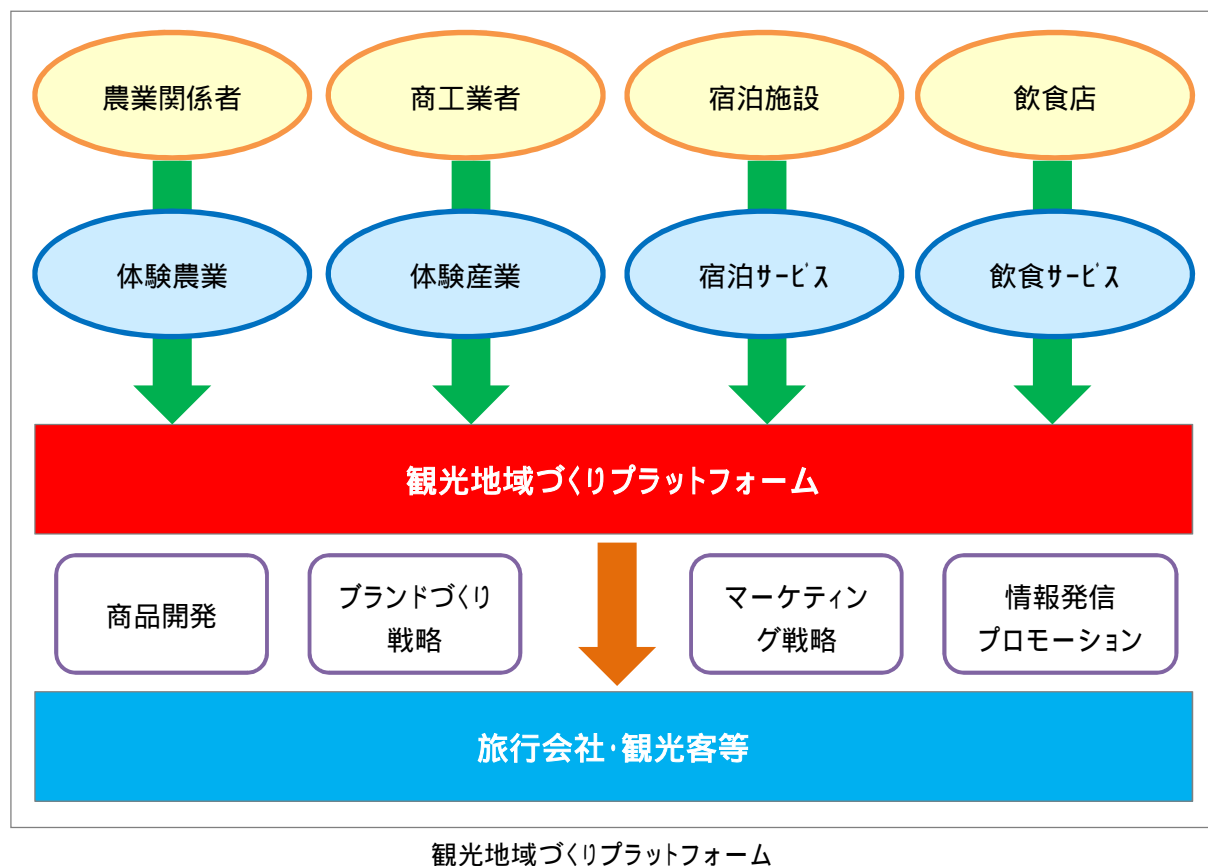


川越まつり

施 策	施 策 概 要
施策５６ 定例イベントの充実	川越まつりをはじめとした定例のイベントに新しい取組を追加することで、イベントの充実によるリピーターの増加を図ります。また、観光客の分散化を図るため、ウィークデーにおけるイベントの開催についても検討します。
施策５７ 連休の有効活用	観光客がいつ来ても川越の観光を楽しめるよう、連休を活用した滞在時間の延長につながるイベントを開催することで、リピーターの増加を促します。
施策５８ 川越ファンの拡大	川越に興味を抱く人または川越を愛する人が増えるよう、SNS等のサービスを通じて、観光情報の提供を行うとともに、観光施設の優待利用のサービスを提供することで、リピーターの確保を図ります。
施策５９ 施設入館者のリピート促進	観光施設等の年間パスポートの発行等により、施設入館者のリピーターの増加を促します。

政策（６）観光キーマンの育成

外国語観光ボランティアガイドや、マネジメント・企画立案など、専門性が高く観光事業を担える人材育成に取り組むとともに、地域の観光戦略を担うプラットフォームになる新たな組織づくりに向けた検討を行います。



施 策	施 策 概 要
施策６０（ 戦略的重点施策 ） 観光ガイドの育成	既存の観光ガイドに加えて、外国語観光ボランティアガイドの育成や幅広い年齢層による観光ガイドの育成を図っていきます。
施策６１ 観光まちづくりリーダー養成 等に向けた取組	産学と連携し、マネジメント力や企画立案力に優れた専門性の高い人材育成のための取り組みを行います。また、地域の各団体間の調整・支援を行い、DMO ^(注21) などの地域のプラットフォームになる新しい組織づくりに向けた検討を行います。

^(注21) DMO: Destination Marketing/Management Organization の略で、様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体。

政策（７） 伝統の担い手の育成

伝統文化の継承や担い手の不足といった問題に対応するため、川越まつりや県、市の文化財になっている伝統行事の保存と後継者育成に取り組みます。



囃子競演会



県指定文化財 ほろ祭り

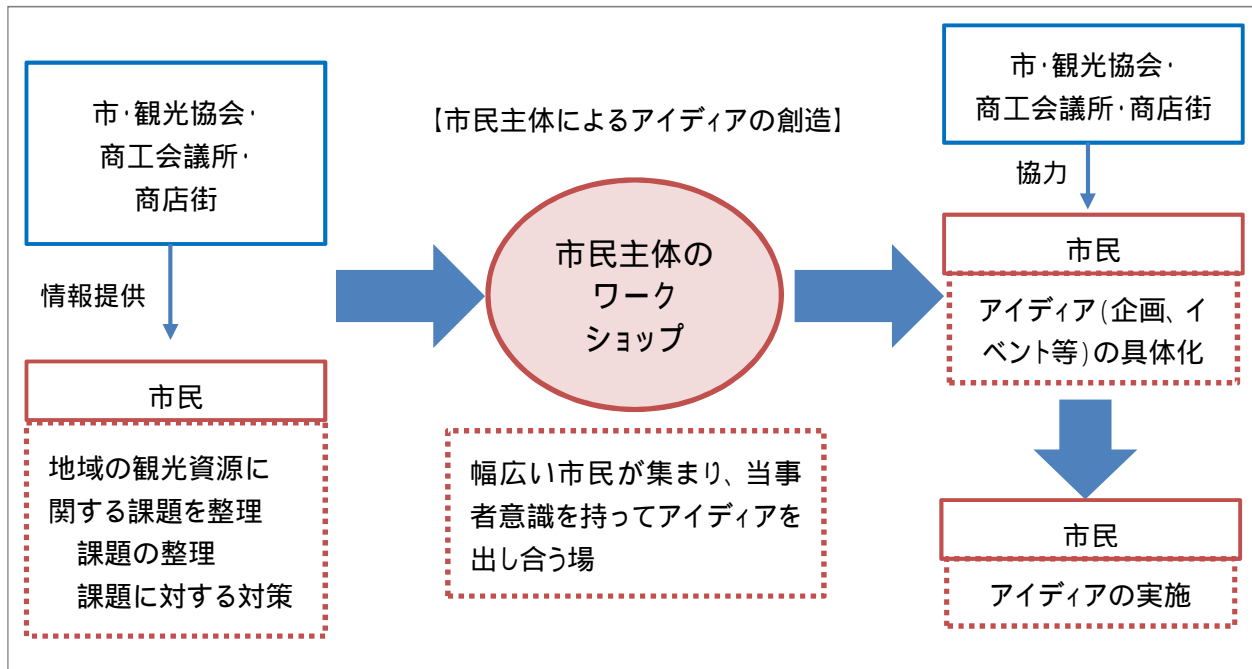
施 策	施 策 概 要
施策 6 2 川越まつりの継承	川越まつりの後継者育成や川越まつりの企画・運営の担い手確保を推進していきます。
施策 6 3 伝統芸能の保存と後継者育成	指定文化財になっている伝統芸能等の保存と後継者育成を図ります。

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

市民が住んでいるまちに誇りと愛着を持つことができるよう、市民が自ら参加して、楽しめるようなイベント・企画等を実施します。

また、観光情報を市民に分かりやすく提供するとともに、市民発の観光情報を発信できる環境整備や、空き店舗を活用した市民と観光客の交流の場の提供などに取り組みます。



市民発・市民参加型の観光振興のイメージ

施策	施策概要
施策64（戦略的重点施策） 市民参加型観光事業の実施	市民が住んでいるまちに誇りと愛着を持つことができるよう、市民が参加し、自ら楽しめるようなイベント・企画等を実施します。
施策65（戦略的重点施策） 市民に向けた観光情報の提供	広報紙やホームページを通じて、観光情報や観光行政の取組などの情報を市民に分かりやすく提供します。
施策66 市民からの情報発信	市民発の観光情報や市民主催のイベント情報を、市民から発信できる環境を整備していきます。
施策67（戦略的重点施策） 観光客と市民の交流の場の提供	空き店舗をリノベーション ^{（注22）} して活用し、観光客が市民と交流することができる場を提供します。

（注22）リノベーション：既存の建物に改修工事を行い、用途や機能を変更して、性能を向上させたり、価値を高めたりすること。

政策（２） まち全体で取り組む受入環境の整備

観光客に対するおもてなしの向上を図るため、「接遇プラス１」を合言葉に、接遇の向上や観光客のおもてなしに関する講座等を実施するなど、まち全体で受入環境の向上に取り組む体制づくりに努めます。



「おもてなし英会話」(小江戸川越観光協会主催)

施 策	施 策 概 要
施策 6 8 観光協会、商工会議所、商店街等との連携強化	観光協会や商工会議所、商店街等と連携し、観光施策やイベント等の共同企画を実施することで、さらなるまちのにぎわい創出を図ります。
施策 6 9 接遇プラス１に向けた取組	「接遇プラス１」を合言葉に、観光事業者を対象に、接遇の向上や観光客のおもてなしに関する講座等を実施します。
施策 7 0 市民向け観光講座の開催	市民がまちの案内をできるように、市民を対象とした観光講座などを通して、川越に関する知識を増やすことにつながる機会を提供します。

政策（３） 情報発信の戦略検討

新たな手法で来訪者の観光動向の把握及び誘客手法の検討を行うとともに、ＳＮＳの活用や広告による宣伝などのプロモーションにより、ターゲットを明確にした効果的なシティプロモーションを推進します。

施 策	施 策 概 要
施策 7 1 「小江戸」をキーワードとした P R 戦略	栃木市、千葉県香取市の小江戸 2 市と連携し、海外も含め「小江戸」ブランドを伝統文化の発信により幅広く P R していきます。
施策 7 2 観光客の動向の把握	従来の観光アンケート等の手法だけでなく、R E S A S（地域経済分析システム） ^(注23) など、G P S 機能により蓄積されるビッグデータ ^(注24) 等を活用し、来訪者の観光動向などを把握し、誘客手法について検討を行います。
施策 7 3 Ｓ Ｎ Ｓ 等による観光情報の発信	ホームページだけでなく、フェイスブックやツイッター等のＳ Ｎ Ｓ を活用し、多様な観光情報の発信を行い、フォロワー等の増加に努めます。また、川越市マスコットキャラクターときもを積極的に活用し、川越の魅力を広く P R します。
施策 7 4 遠隔地の観光客に向けた観光 プロモーション	関東地方以外からの観光客の来訪を促すため、遠隔地における観光キャンペーンや広告による宣伝などのプロモーションを実施します。
施策 7 5 小江戸川越大使等による P R	小江戸川越大使 ^(注25) 及び小江戸川越観光親善大使 ^(注26) 等を通じて、川越にゆかりのある著名人による本市の P R を行います。

^(注23) RESAS（地域経済分析システム）：各種統計資料を見やすく、分かりやすくしたサービスで、経営戦略策定やマーケティング調査における基礎資料としての活用が想定される。

^(注24) ビッグデータ：インターネット上を行き交うデータなど、日々生み出される膨大なデータのこと。

^(注25) 小江戸川越大使：「小江戸川越」の魅力を国内外に伝えるために委嘱された、川越市とのゆかりがあり、様々な分野で活躍されている 5 名。

^(注26) 小江戸川越観光親善大使：「小江戸川越」の全国への P R に向けて委嘱された、川越市のイメージアップのために活動している民間団体及び市民。

第 5 章

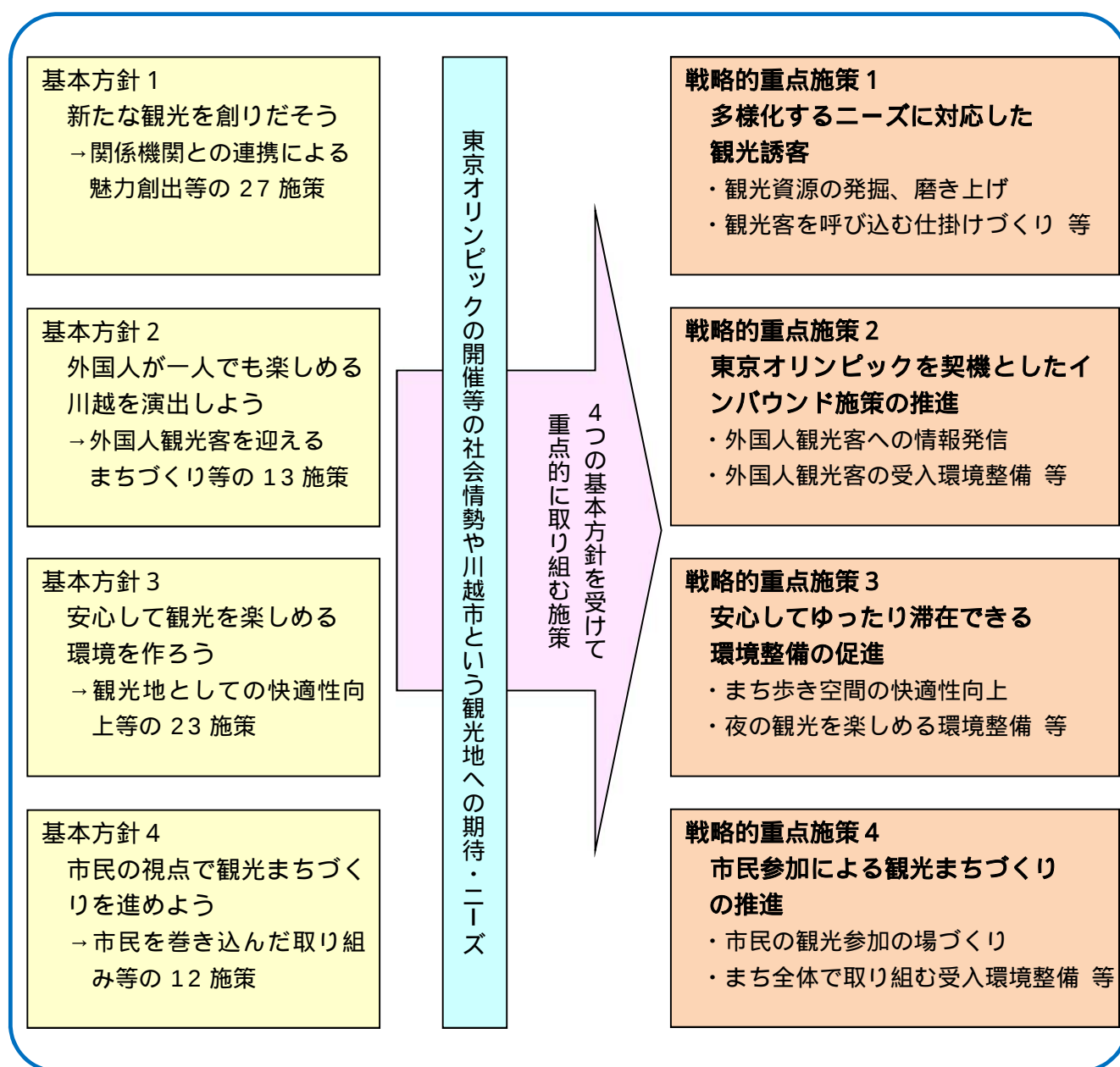
戰略的重点施策

第5章 戦略的重点施策

5-1. 戦略的重点施策の考え方

本計画の計画期間 10 年間のうち、平成 32（2020）年度までの 5 年間に、優先度が高く、短期的に実施する必要性が高い施策を 75 の施策の中から戦略的重点施策として位置づけます。

戦略的重点施策は、5 年間の事業スケジュールを定めて、進行管理を行います。



5 - 2 . 戦略的重点施策の方向性

(1) 戦略的重点施策 1 : 多様化するニーズに対応した観光誘客

< 現 状 >

本市は年間 650 万人以上の観光客が訪れる県内有数の観光地ですが、本市を訪れる観光客は蔵造りの町並みや時の鐘といった、代表的な観光スポットに集中しており、体験型観光などの、歴史や町並み散策以外の見どころが少ないといった現状があります。また、観光客の年齢層については、10～20 代の観光客の割合が低く、観光客の出発地についても、8 割以上が関東地方からの観光客となっており、客層にも偏りが見られます。

< 課 題 >

観光客のニーズが多様化しており、従来型の観光では満足できなくなっている観光客が増えている中で、幅広い客層の観光客を誘致するには、地域特有の資源、生活文化、食文化などに目を向け、地域の観光関係者や市民を中心に、多様な観光資源を発掘し、磨き上げることが必要です。

また、地域における交流人口の増加を促すためには、コンベンションの誘致や若者を呼び込むための仕掛けづくりなど、新しい誘客手法にも目を向ける必要があります。

< 事業スケジュール >

番号	施 策	実施年度				
		H28	H29	H30	H31	H32
1	市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析	観光資源の調査・分析				
		「日本遺産」認定		「日本遺産」情報発信、普及啓発		
6	コンベンション誘致の推進	誘致対象の調査 誘致戦略の検討		コンベンション誘致 アフターコンベンションの充実		
15	若者を呼び込むための仕掛けづくり	縁結びの支援（デートマップの作成・配布等）				

(2) 戦略的重点施策 2 : 東京オリンピックを契機としたインバウンド施策の推進

< 現 状 >

全国の訪日外国人観光客は過去最高を記録し、本市の外国人観光客も増加傾向にあります。本市の外国人観光客については、台湾、中国、タイ、韓国など、アジアからの観光客が多い状況です。

また、東京オリンピックが開催される平成 32 (2020) 年に向けて、今後、ますます訪日外国人観光客の増加が予想されます。

< 課 題 >

外国人観光客をさらに誘客していくためには、SNS 等を活用した効果的な情報発信により、本市の認知度を高めていくことが必要となります。

また、観光関連施設における外国語対応や観光案内所の多言語対応、観光サインの多言語化などにより、外国人が迷わず安心して市内の観光地を楽しむことができるような環境づくりも重要です。さらに、多様な生活習慣を有する外国人観光客への対応も必要です。

これらの課題を解決するために、外国人観光客のニーズに対応した人材育成と受入環境整備に関連する施策に重点的に取り組みます。

<事業スケジュール>

番号	施 策	実施年度				
		H28	H29	H30	H31	H32
28	外国人観光客に向けた情報発信	多言語ホームページ・パンフレット プロモーション映像による魅力発信			見直し・言語の追加を検討	
31	外国人観光客への接 遇の向上	接遇講座の企画・実施		企画の見直し・実施		
		コミュニケーション ツールの作成・配布		コミュニケーションツールの活用		
32	外国人観光客の 受入環境の整備	無料 Wi - Fi の整備				
		免税手続一括カウンター導入検討			一括カウンター設置 または免税店 PR	
		クレジットカード等の導入促進・啓発				
33	観光施設の多言語化	まつり会館内の案内表 示等の多言語化		まつり会館内の案内表示等の見直し		
		他の観光施設内の多言語化の検討			多言語化の実施	
34	文化の違いへの 対応	外国人の特性整理		施設等へのマナーや利用方法の表示		
		ハラル対応店舗等の把握調査・促進			ハラル対応店舗等の PR	
60	観光ガイドの育成	観光ボランティアガイド育成講座 の実施			見直し・実施	

(3) 戦略的重点施策3：安心してゆったり滞在できる環境整備の促進

<現 状>

川越市観光アンケート調査によると、本市では、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。観光の滞在時間も3時間から半日程度の短い滞在時間の観光客が多い状況です。

また、観光客の本市に対する要望については、交通の安全性向上を求める声が4割程度と最も多い状況です。

<課 題>

日帰り観光客がほとんどを占める中、新たな交流人口の増加、滞在時間の延長、宿泊観光客のさらなる増加につなげていくためには、ライトアップや夜の観光ツアーなど、夜の観光を楽しめる企画やイベントの実施などが必要となります。

また、観光客に安心して長く滞在してもらうためには、歩行者天国を定期的の実施するなど、観光客が安全で安心して、快適にまち歩きを楽しめる環境づくりが求められます。

これらの課題を解決するために、一番街周辺における歩行者の交通安全対策、夜の観光、宿泊観光などの施策に重点的に取り組みます。

<事業スケジュール>

番号	施 策	実施年度				
		H28	H29	H30	H31	H32
46	一番街周辺の交通円滑化方策の検討	一番街等における交通円滑化方策の検討・関係者と調整 定期的な歩行者天国の検討・調整・実施				
54	夜の観光の推進	出合いの仕掛けづくり（ライトアップイベント・夜の観光ツアーの企画・実施）				
55	宿泊観光の推進	宿泊ニーズ・市内宿泊施設の調査		宿泊観光の誘致 民泊施設等の導入検討		

(4) 戦略的重点施策4：市民参加による観光まちづくりの推進

<現 状>

観光事業を円滑に進めるためには、行政単独では限界があり、市民の理解や協力が不可欠となりますが、本市では、市民における観光の重要度が低い状況にあります。また、市民が本市の観光を楽しみ、観光事業に参加する機会や、観光客と市民が交流する場が不足しており、観光への市民の理解も十分でない現状があります。

<課 題>

観光に関わりたいと考えている市民に対して、観光行政への関わりを持てる場や市民による情報発信を行う環境を提供することが必要となります。また、市民が観光に関わり、自らも観光を楽しめる環境づくりを進めることで、市民が住んでいるまちのことを知り、住んでいるまちに対して愛着と誇りを持てるようになるものと考えられます。

市民が観光行政に関わることで施策等を推進するだけでなく、自分たちの街に愛着と誇りを持ってもらうことを目的として、市民参加型の観光を推進します。

<事業スケジュール>

番号	施 策	実施年度				
		H28	H29	H30	H31	H32
6 4	市民参加型観光事業 の実施	市民参加型のイベント の検討・企画		イベント等の実施		
6 5	市民に向けた観光情 報の提供	市民への観光情報の提供 シティセールスによる市民に向けた川越市の PR				
6 7	観光客と市民の交流 の場の提供	空き店舗等の状況把握 交流の場の整備に向けた検討・調整・整備				

第 6 章

計画の実現に向けて

第6章 計画の実現に向けて

6-1 役割分担

観光振興の推進は、行政だけでは対応できるものではなく、市、観光協会、商工会議所をはじめとした観光関連団体、市民が各々の役割を認識し、各主体間における協働と連携による取組を進めていく必要があります。このため、本計画を推進するにあたり、市の役割と各主体に期待する役割を次のように位置づけます。

(1) 市（行政）の役割

観光施設の整備など、観光振興を図る上で必要となるインフラ整備を推進します。

また、市の関係部局間での連携を図るとともに、国・県を始め、関係市町村や観光関連団体、民間事業者、市民との協働による取組や調整を行い、総合計画や本計画に基づく施策を推進するとともに、効果的な情報発信を実施します。

あわせて、各主体が取り組む事業を支援し、観光による地域の活性化を図る役割を担います。

(2) 観光協会の役割

観光協会は、観光振興を推進する中心的な存在としての役割を担う団体であり、行政とのパートナーシップにより、民間事業者や商工会議所といった関係団体、市民団体などと連携・調整を図りながら、観光振興に関する具体的な事業を実施します。

また、各主体が行う事業を支援するとともに観光情報の収集や提供、誘客に向けたPR活動などを展開し、観光誘客の推進を図る役割を担います。

(3) 商工会議所の役割

市内の商工業事業者により構成される商工会議所は、観光振興においても企業・事業者と産業関係機関との調整役として、市や観光協会などが実施する観光振興施策に協力しながら、地場産業の発展に努めます。

(4) 観光関連事業者の役割

観光振興を図るためには、地域経済の主役である農業、商業、工業、NPO 法人を含めた市民団体などの観光関連団体の取組が重要です。観光産業の担い手として、各自が持つノウハウの質の向上に取り組むとともに行政や観光関連団体、事業者間との連携強化により、本市の魅力向上に努める役割を担います。

また、新たな観光振興組織として想定されるDMOについては、市をはじめとする各観光関連団体とのパートナーシップの構築と施策実施に向けた中心的な役割が期待されます。

(5) 市民の役割

本市を訪れた方に満足していただくためには、市民一人ひとりが温かく迎え入れ、川越の魅力を伝えることが重要です。そのためには、市民それぞれの立場で郷土に誇りと愛着を持ち、観光まちづくりに参加・協力することが重要となります。

(6) 学校教育・社会教育の役割

行政や観光関連団体、事業者間との連携によって、郷土に誇りと愛着を持てるような教育プログラムを開発します。地域の文化や歴史、自然を生かした体験学習の充実を図ります。

6 - 2 . 進行管理

本計画の推進を図るため、以下のように各施策の実施状況の把握や評価などを定期的を実施し、計画的な進行管理を行います。

(1) 関係者による進行管理

本計画の策定に関わる関係者や市民も含めて、本計画に位置づけた施策の評価を行い、進捗状況を整理します。

施策や事業については、評価結果や社会経済情勢の変化などを踏まえて、事業の見直しや新たな事業の具体化など、適切な運用を図ります。

関係者による進行管理は、以下の組織体制で実施します。

川越市観光振興計画検討委員会・検討部会

「第二次川越市観光振興計画」に位置づけられた施策の進捗管理と検証を行い、その推進を図るととともに、施策の検討や複数所管による関連事業の調整等を行います。

本会議では、主に施策の実施状況の整理、効果の検証、問題点の把握等を行い、審議内容について、「川越市観光振興計画審議会」に報告します。

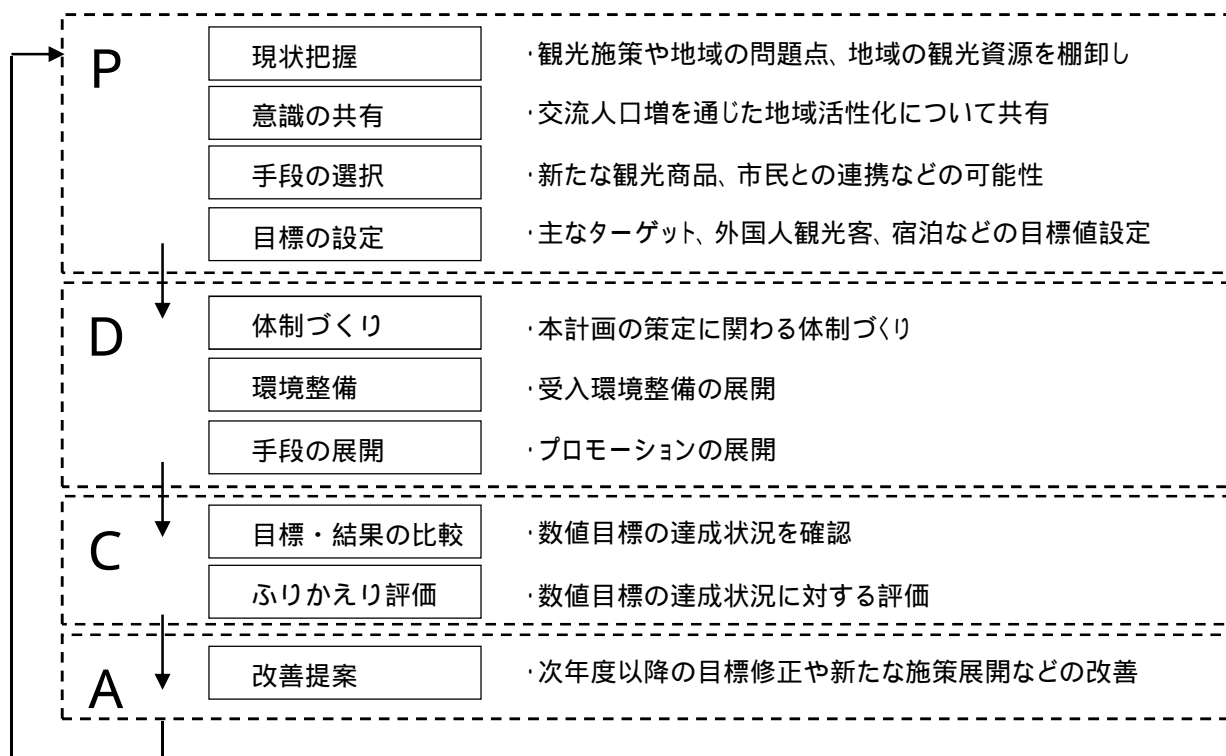
川越市観光振興計画審議会

学識経験者、市内の関係団体等の代表者、市民で構成され、「第二次川越市観光振興計画」その他の観光振興に関する事項について審議します。

本会議では、「川越市観光振興計画推進委員会」の報告をもとに、主に施策・事業の見直しや新たな施策・事業の具体化について協議をして、提言を行います。

(2) 数値目標の設定による進行管理

本計画の実現に向け、施策を計画的に実施するにあたり、次ページの指標を掲げ、進行管理を行います。進行管理にあたっては、継続的な PDCA サイクルにより計画の見直し・改善を図っていきます。



数

値

目

標

	指 標	平成 26 年 (基準値)	平成 32 年 (目標値)	平成 37 年 (目標値)	指標の把握方法
1	観光客数	657.9 万人	720 万人	750 万人	把握方法 川越市入込観光客数
2	観光客のリピーターの割合	46.3%	50.0%	60.0%	把握方法 川越市観光 アンケート調査
3	外国人観光客数の割合	1.1%	2.5%	3.0%	把握方法 川越市入込観光客数
4	観光時間半日以上の観光客割合	55.6%	60.0%	65.0%	把握方法 川越市観光 アンケート調査
5	宿泊観光客割合	2.8%	3.5%	4.0%	把握方法 川越市観光 アンケート調査
6	観光地立ち寄り箇所	4.4 箇所	6 箇所	8 箇所	把握方法 川越市観光 アンケート調査
7	平均観光消費額	4,166 円	5,000 円	5,200 円	把握方法 川越市観光 アンケート調査
8	市民の観光に対する 重要度	(新たな観光事業の推進) 0.73 (観光環境の整備) 0.79 重要度の平均値 0.91	全体の 平均値以上	全体の 平均値以上	把握方法 川越市市民満足度調査

第 7 章

資料編

第7章 資料編

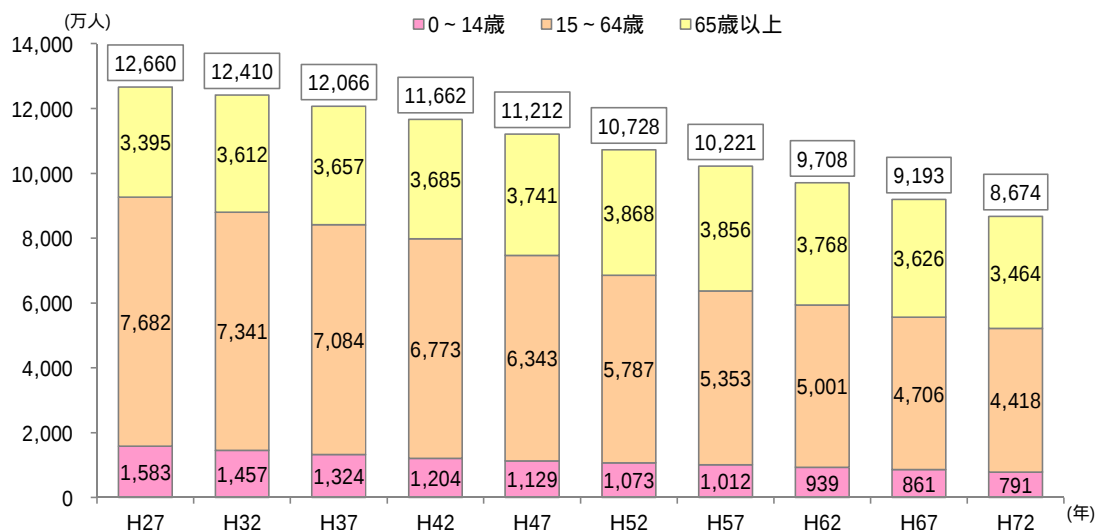
7 - 1 . 観光を巡る現状と川越市の観光の特性

(1) 全国の観光動向

全国の人口推計 (図 7 - 1)

全国の人口は、出生率の低下と高齢化率の上昇により、減少傾向に転じており、今後、本格的な人口減少社会が到来するといわれています。

このまま減少が続くと、平成 37 (2025) 年には約 1 億 2 千万人、平成 47 (2035) 年には約 1 億 1 千万人、平成 57 (2045) 年には約 1 億人、平成 62 (2050) 年には 1 億人を下回る見込みであることから、国内観光市場が縮小していくことが見込まれています。



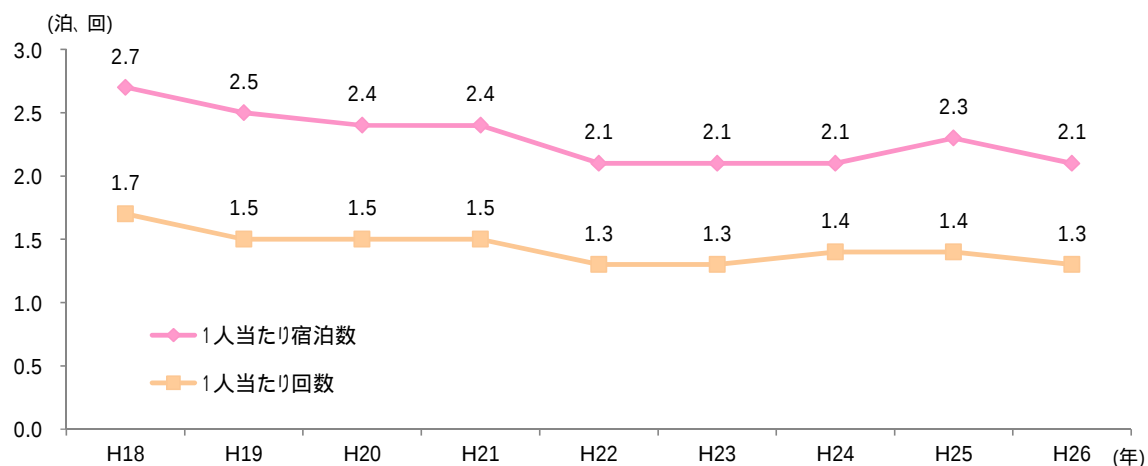
資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口_報告書」(H24 年)

図 7 - 1 全国の人口推計

国内宿泊旅行の参加回数及び宿泊数（図 7 - 2）

国内市場における一人当たりの宿泊観光旅行への参加回数を見ると、平成 18（2006）年以降の減少傾向が平成 24（2012）年には増加に転じたものの、平成 26（2014）年に再び減少しています。

一人当たりの宿泊数についても、ほぼ同じ傾向で推移しています。

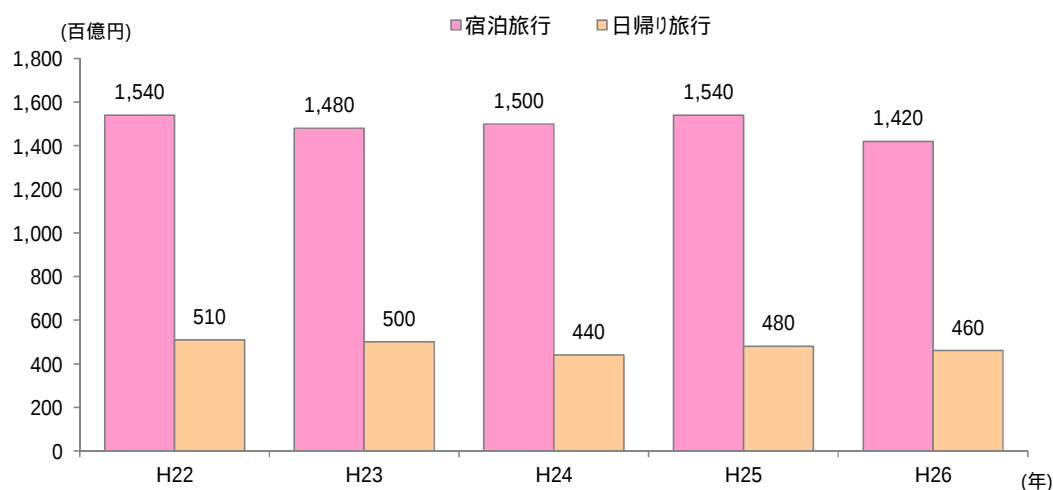


資料：観光庁「観光白書」(H27年)

図 7 - 2 国内宿泊旅行の参加回数及び宿泊数

国内旅行の消費額の推移（図 7 - 3）

宿泊旅行と日帰り旅行ともに若干、減少傾向で推移しており、平成 26（2014）年は宿泊旅行が約 14.2 兆円、日帰り旅行が約 4.6 兆円となっています。



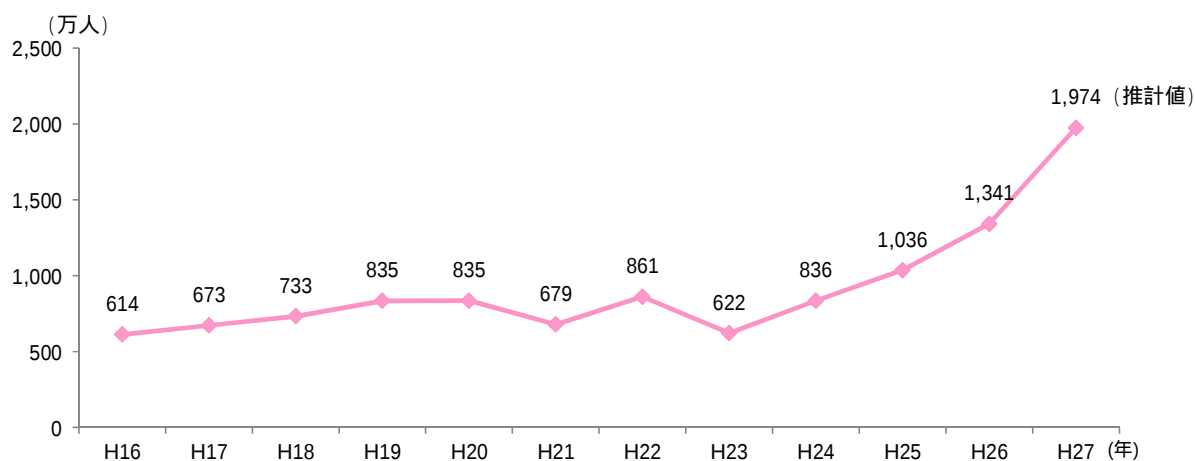
資料：観光庁「観光白書」(H27年)

図 7 - 3 国内旅行の消費額の推移

訪日外国人旅行者の推移（図 7 - 4）

訪日外国人旅行者は増加傾向にあります。その背景には東アジア諸国の所得水準の向上や政府による外国人観光客の誘客活動（ビジット・ジャパン事業）の開始、さらには韓国の短期滞在ビザ免除、中国のビザ発給要件緩和、タイ・マレーシアの短期滞在ビザ免除の実現などがあります。

東日本大震災により一時減少しましたが、平成 24（2012）年にはその影響から回復し、平成 25（2013）年には 1 千万人を突破しました。

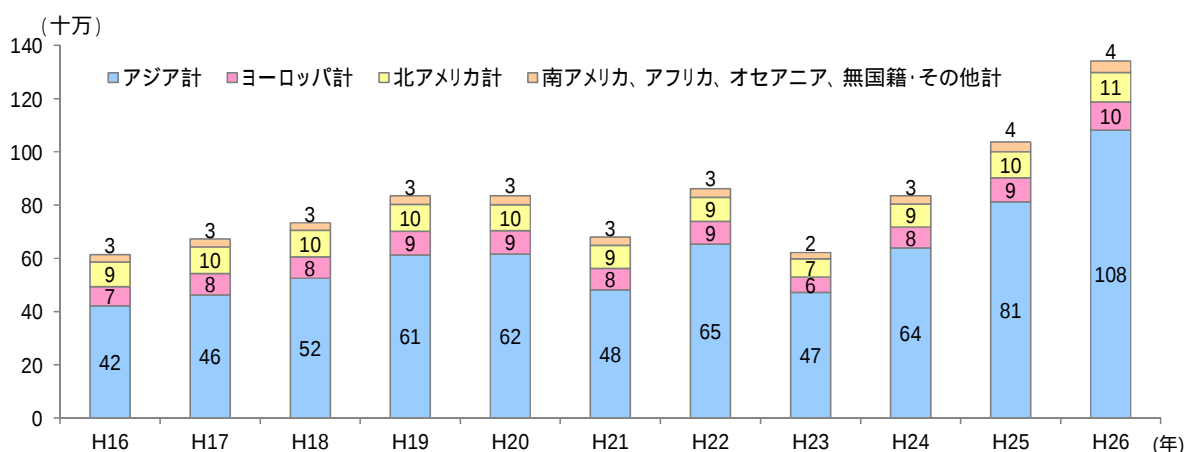


資料：日本政府観光局「年別訪日外客数、出国日本人数の推移」

図 7 - 4 訪日外国人旅行者の推移

地域別の訪日外国人旅行者の推移（図 7 - 5）

訪日外国人旅行者を地域別にみると、韓国、中国、台湾などのアジアからの来訪者が多い状況となっています。

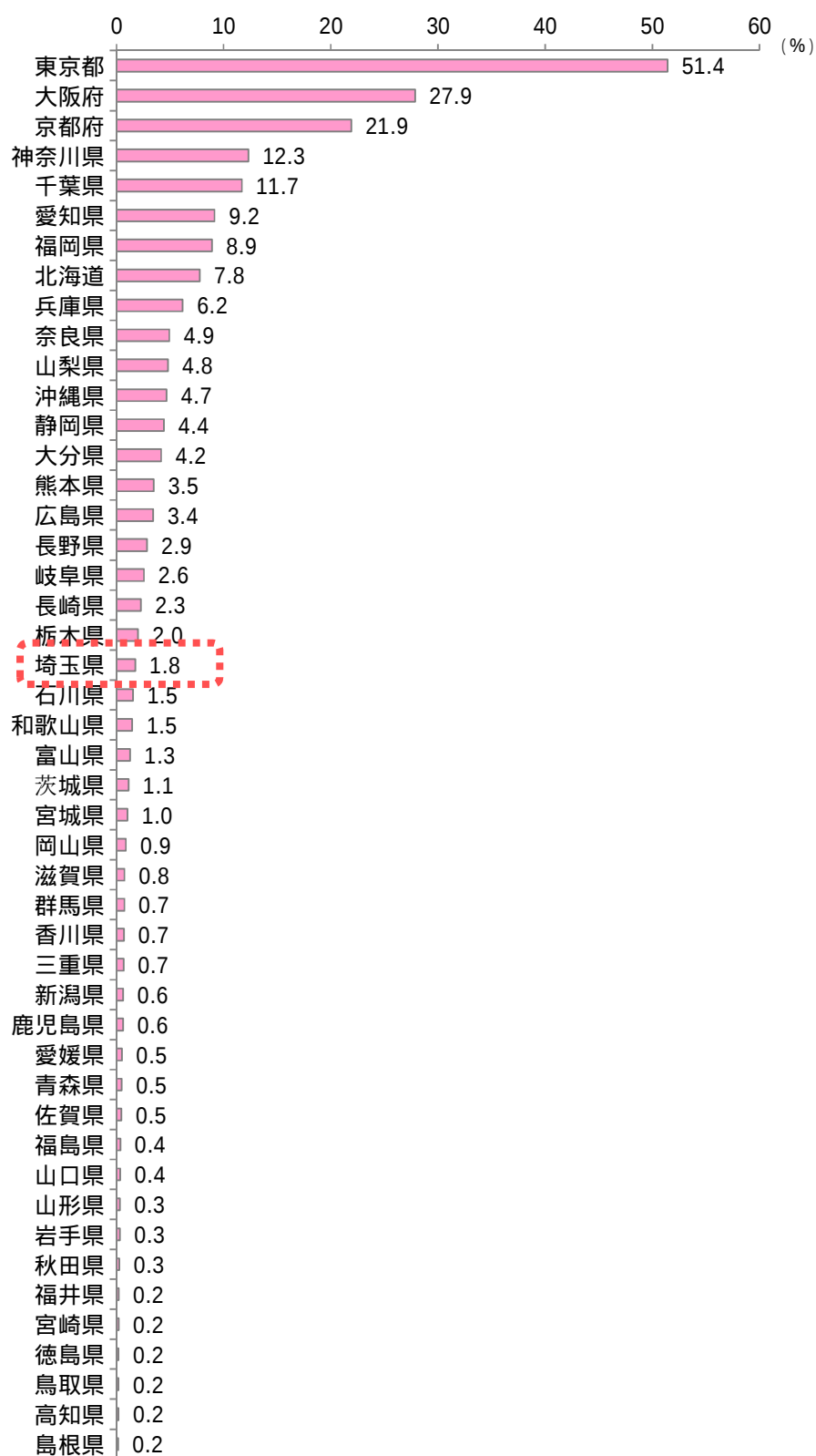


資料：日本政府観光局「国籍別訪日外客数」（H26 年）

図 7 - 5 地域別の訪日外国人旅行者の推移

訪日外国人旅行者の訪問都道府県の割合（図 7 - 6）

訪日外国人旅行者の訪問都道府県の割合をみると、東京都、大阪府、京都府が 20%以上と高くなっています。その中で、埼玉県は 1.8%となっています。



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(H26年)

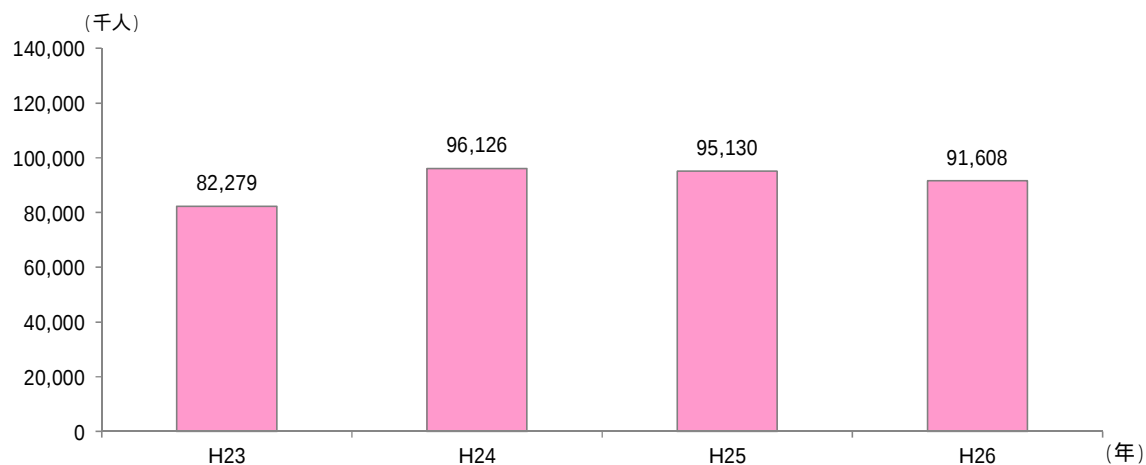
図 7 - 6 都道府県別外国人旅行者訪問率

(2) 埼玉県観光動向

埼玉県の観光入込客数の推移（図7 - 7～9）

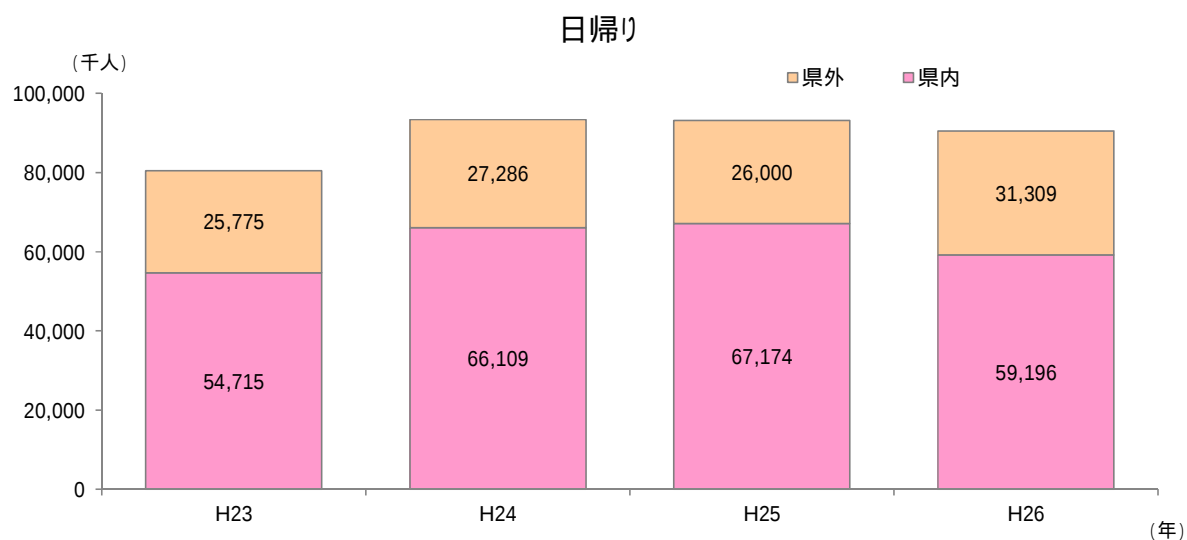
埼玉県の観光入込客数は、東日本大震災の影響を受けた平成23（2011）年から平成24（2012）年は大きく増加したものの、それ以降は若干減少傾向にあり、平成26（2014）年は約9.2千万人となっています。

日帰り観光は県内からの観光客が多く、宿泊観光は県外客数の方が多くなっています。



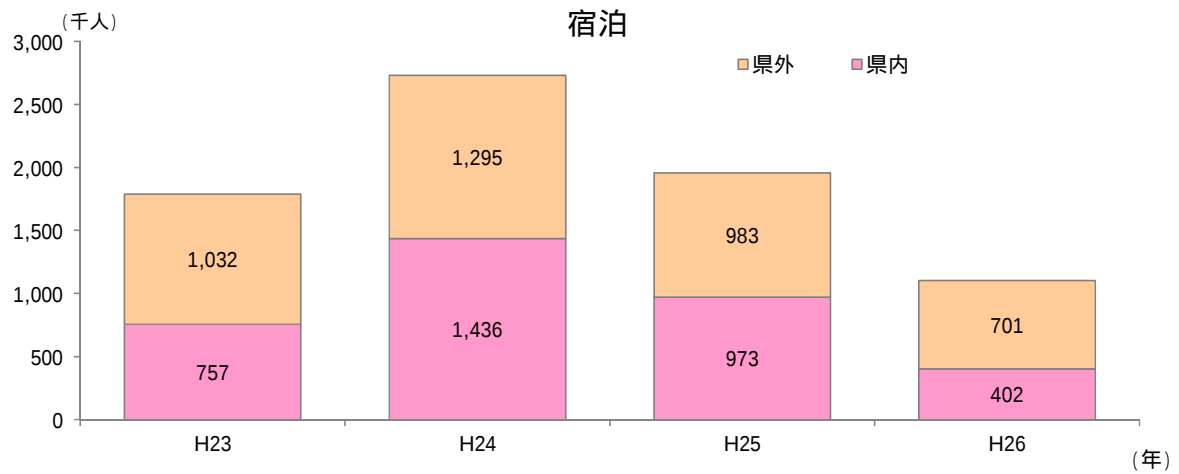
資料：埼玉県観光入込客統計調査（H26年）

図7 - 7 埼玉県の観光入込客数の推移



資料：埼玉県観光入込客統計調査（H26年）

図7 - 8 埼玉県内及び埼玉県外別に見た日帰り観光客数の推移

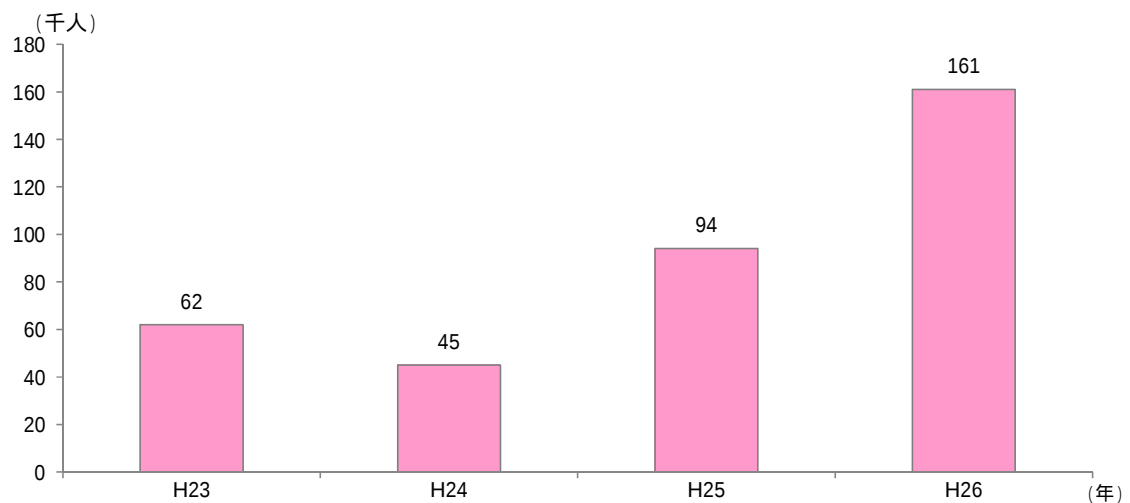


資料：埼玉県観光入込客統計調査（H26 年）

図 7 - 9 埼玉県内及び埼玉県外別に見た宿泊観光客数の推移

埼玉県の訪日外国人旅行者の推移（図 7 - 10）

埼玉県の外国人旅行者は、平成 24（2012）年は減少したものの、それ以降は増加傾向を続けており、平成 26（2014）年は約 16 万人となっています。



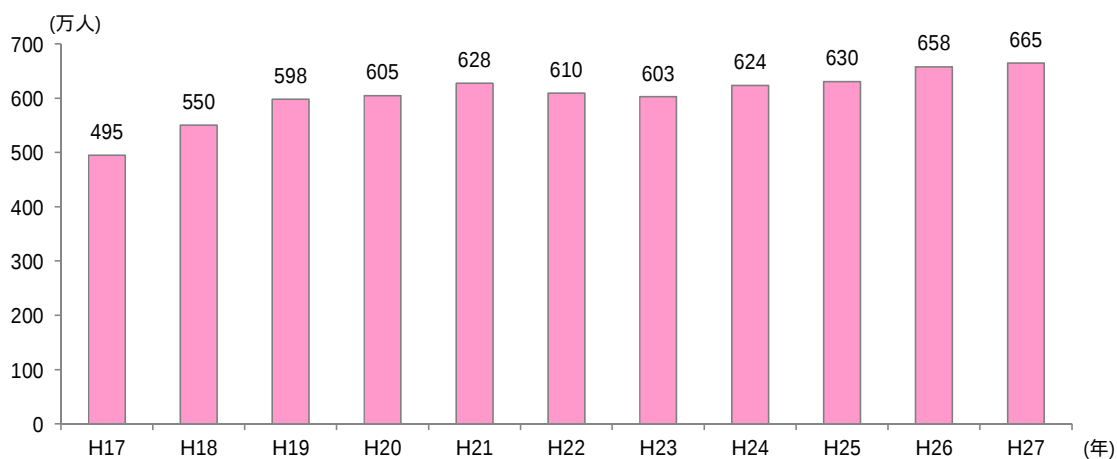
資料：埼玉県観光入込客統計調査（H26 年）

図 7 - 10 埼玉県の訪日外国旅行者の推移

(3) 川越市の観光動向

川越市の入込観光客数の推移（図7-11）

川越市の入込観光客数は、平成23（2011）年に東日本大震災の影響で若干、減少したものの、増加傾向にあり、平成27（2015）年は約665万人となっています。

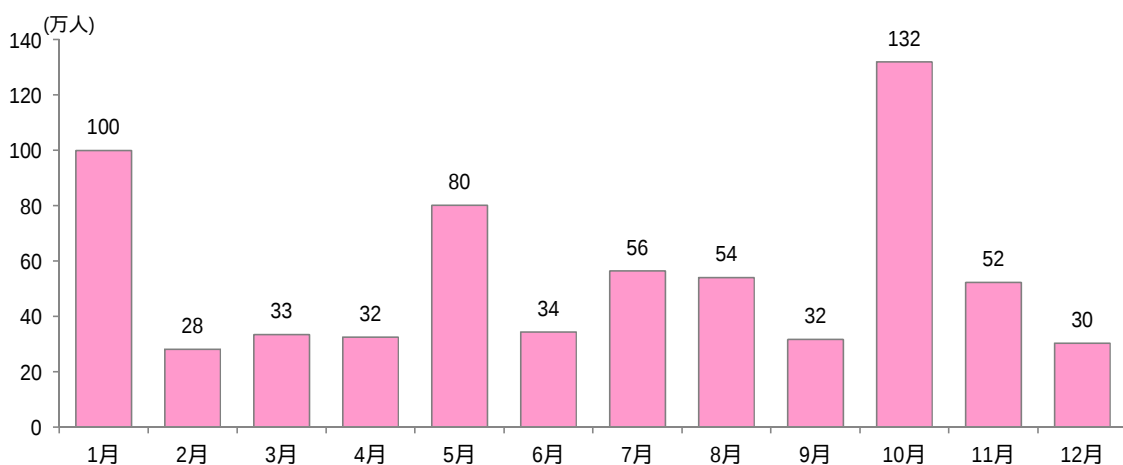


資料：川越市入込観光客数（H27年）

図7-11 川越市の観光入込客数の推移

川越市の月別の入込観光客数の推移（図7-12）

川越市の入込観光客数を月別にみると、川越まつりの影響で10月、喜多院初大師等の影響で1月の入込観光客数が多くなっています。

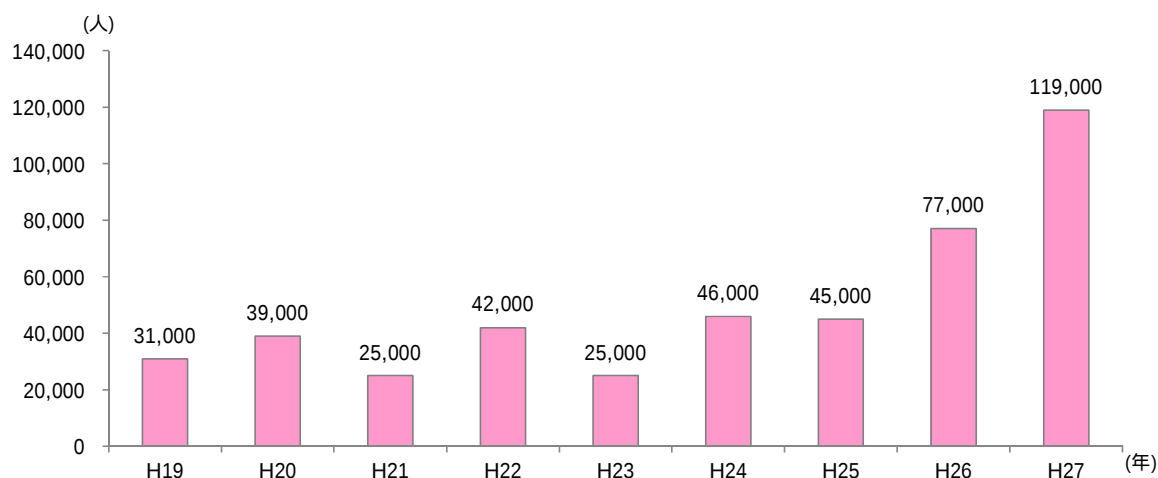


資料：川越市入込観光客数（H27年）

図7-12 川越市の月別にみた観光入込客数

川越市の外国人入込観光客の推移（図 7 - 1 3）

川越市の外国人入込観光客は、東日本大震災の影響などで減少した年があったものの、増加傾向にあり、平成 27（2015）年は 11.9 万人となっています。

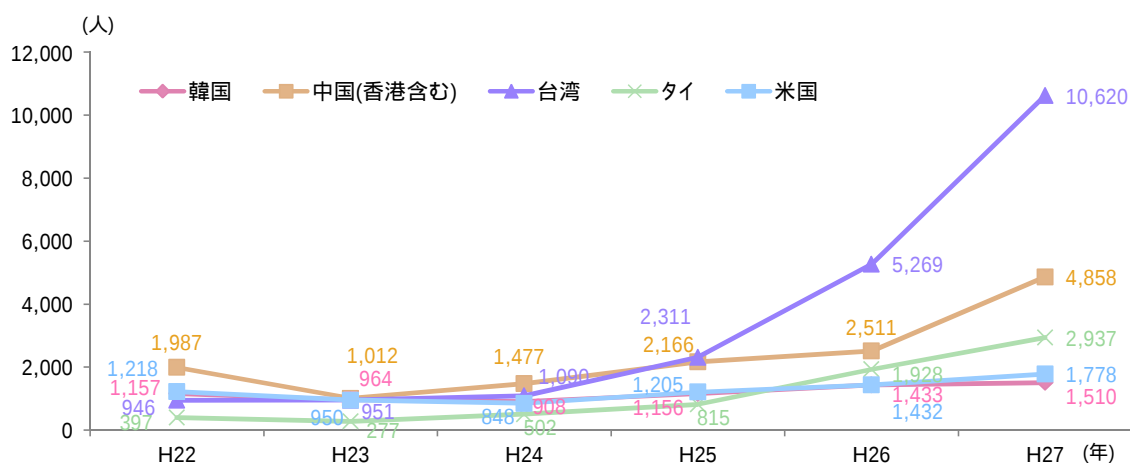


資料：川越市入込観光客数（H27 年）

図 7 - 1 3 川越市の外国人入込観光客の推移

観光案内所を利用した国籍別の外国人観光客の推移（図 7 - 1 4）

市内の観光案内所（川越駅、本川越駅、仲町）を利用した外国人観光客を国籍別の上位 5 カ国で見ると、平成 23（2011）年は東日本大震災の影響などで減少したものの、増加傾向にあり、特に台湾とタイは、平成 25（2013）年以降、大きく増加しています。



資料：川越市入込観光客数（H27 年）

図 7 - 1 4 川越市の国籍別の訪日外国人観光客の推移

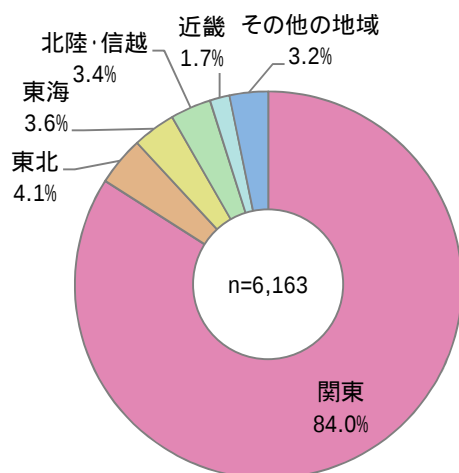
(4) 川越市への観光来訪者の特性

出発地 (図 7 - 1 5)

観光来訪者の出発地をみると、関東が 8 割以上を占めています。

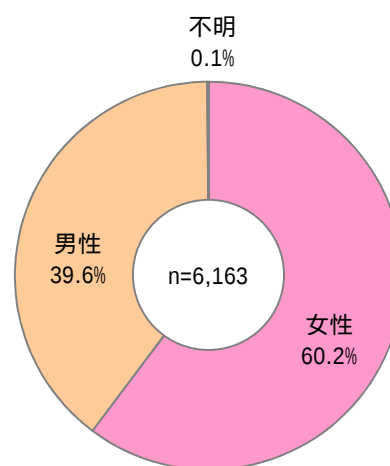
性別 (図 7 - 1 6)

観光来訪者の性別をみると、女性が約 60 %、男性が約 40 %となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 1 5 出発地



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

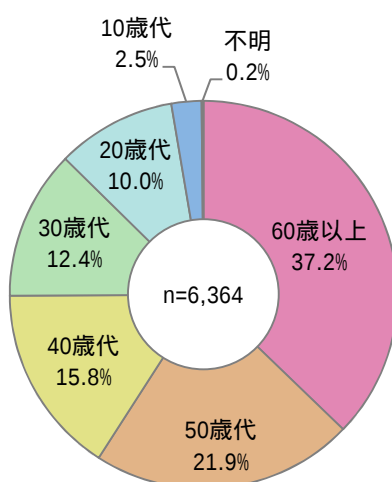
図 7 - 1 6 性別

年齢 (図 7 - 1 7)

観光来訪者の年齢をみると、60 歳以上が約 37 %と最も高く、次いで、50 歳代が約 22 %、40 歳代が約 16 %、10 ~ 20 歳代の若年層は、約 13 %となっています。

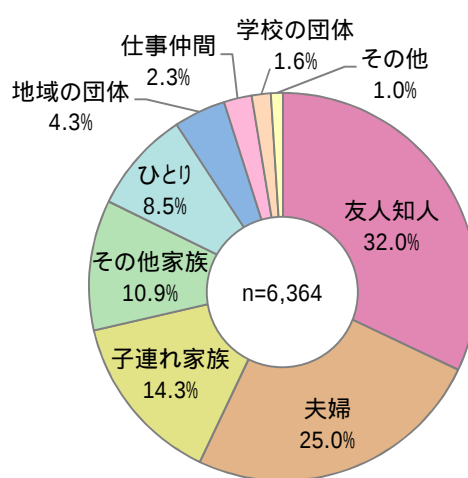
同行者 (図 7 - 1 8)

観光来訪者の同行者をみると、友人知人が 32 %と最も高く、次いで、夫婦が 25 %、子連れ家族が約 14 %となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 1 7 年齢



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

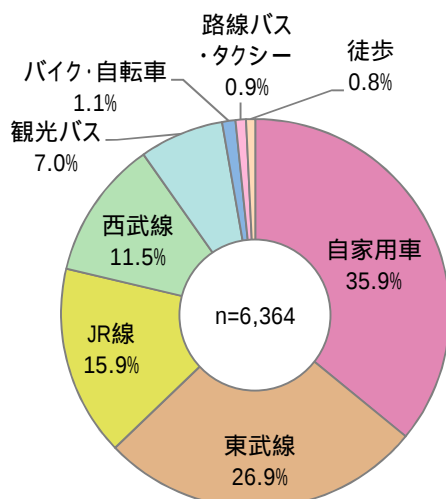
図 7 - 1 8 同行者

交通手段（図 7 - 19）

観光来訪者の交通手段をみると、自家用車が約 36%と最も高く、次いで、東武線が約 27%、JR 線が約 16%となっています。

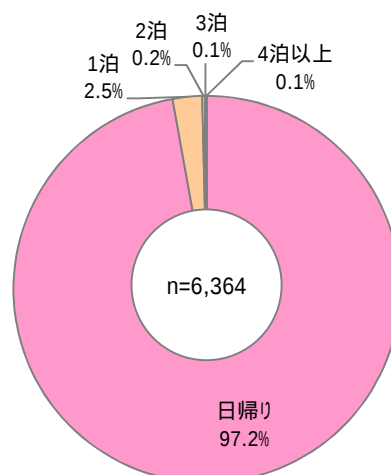
滞在期間（図 7 - 20）

滞在期間をみると、日帰りが 9 割以上を占めています。宿泊は約 3%程度となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 19 交通手段



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

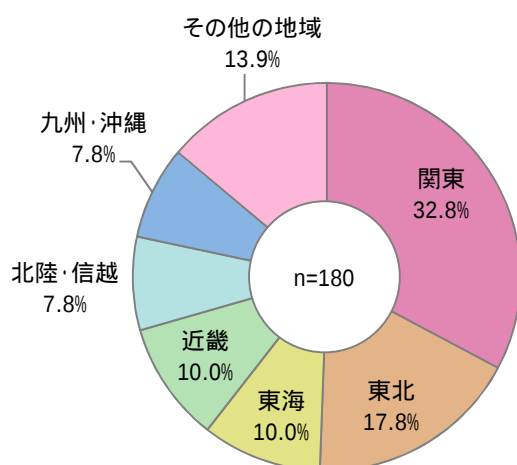
図 7 - 20 滞在期間

宿泊観光客（図 7 - 21）

宿泊観光客の出発地をみると、関東が約 33%と最も高く、次いで、東北が約 18%、東海と近畿が 10%となっています。

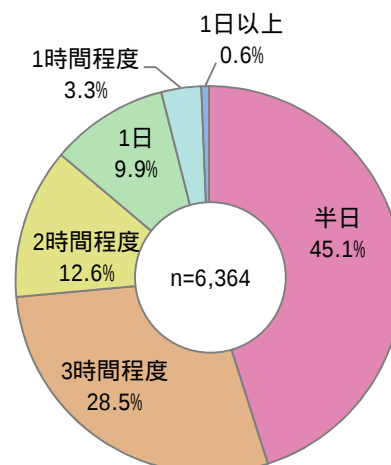
観光時間（図 7 - 22）

観光来訪者の観光時間をみると、半日が約 45%と最も高く、次いで、3時間程度が約 29%、2時間程度が約 13%となっています。一方、1日との回答は約 10%となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 21 宿泊観光客の出発地



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

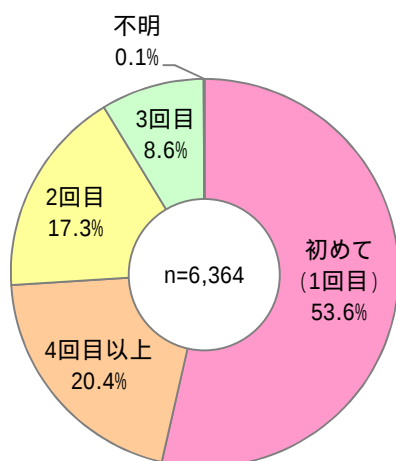
図 7 - 22 観光時間

来訪回数（図 7 - 2 3）

来訪回数をみると、初めての来訪が約 54%となっており、一方、2 回目以上のリピーターは約 46%となっています。

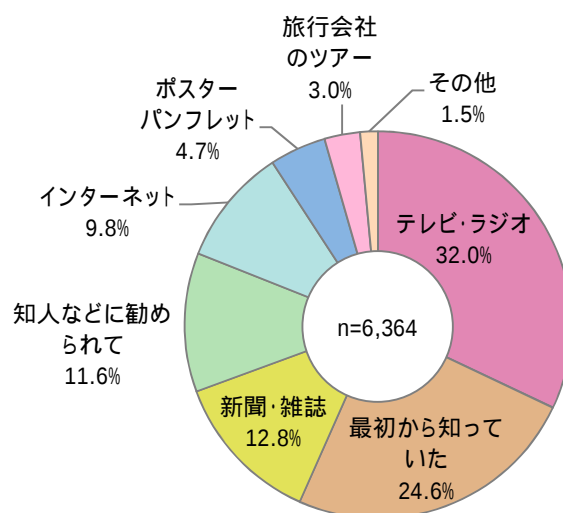
認知方法（図 7 - 2 4）

川越市の認知方法をみると、テレビ・ラジオが 32%と最も高く、新聞・雑誌が約 13%、知人などからの紹介が約 12%となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 2 3 来訪回数

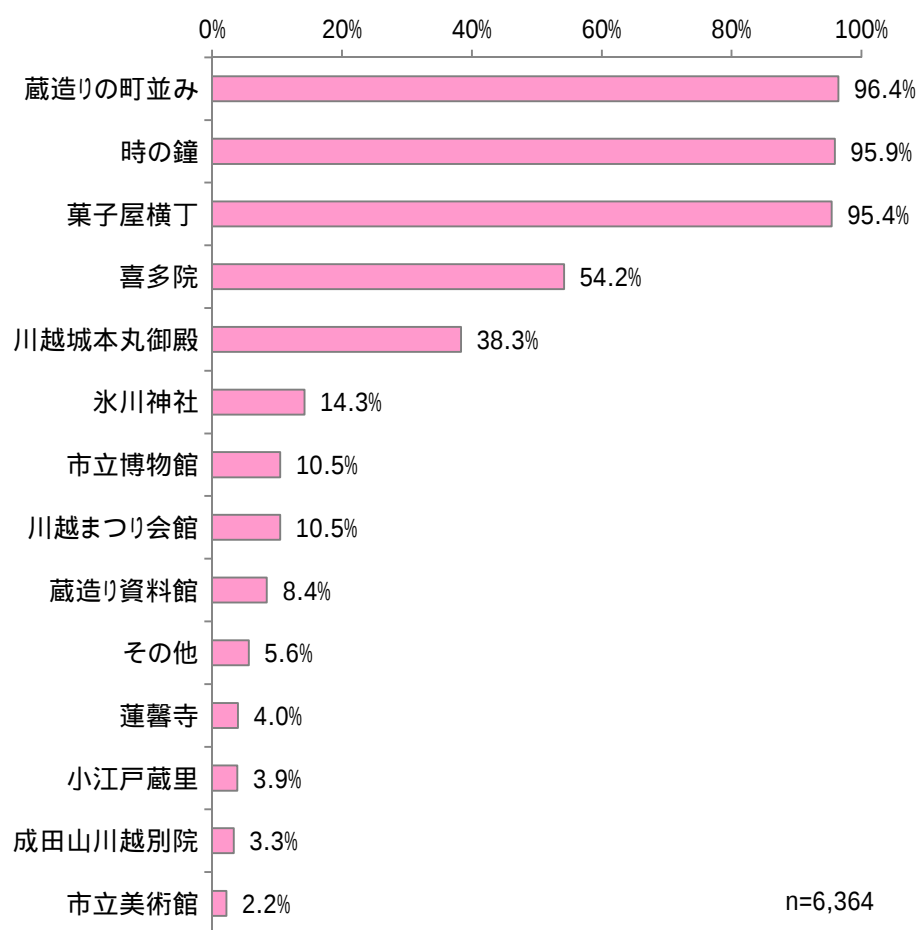


資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 2 4 認知方法

立ち寄り観光地（図 7 - 2 5 ）

立ち寄り観光地は、蔵造りの町並み、時の鐘、菓子屋横丁が多く、9 割以上の来訪者が立ち寄っています。

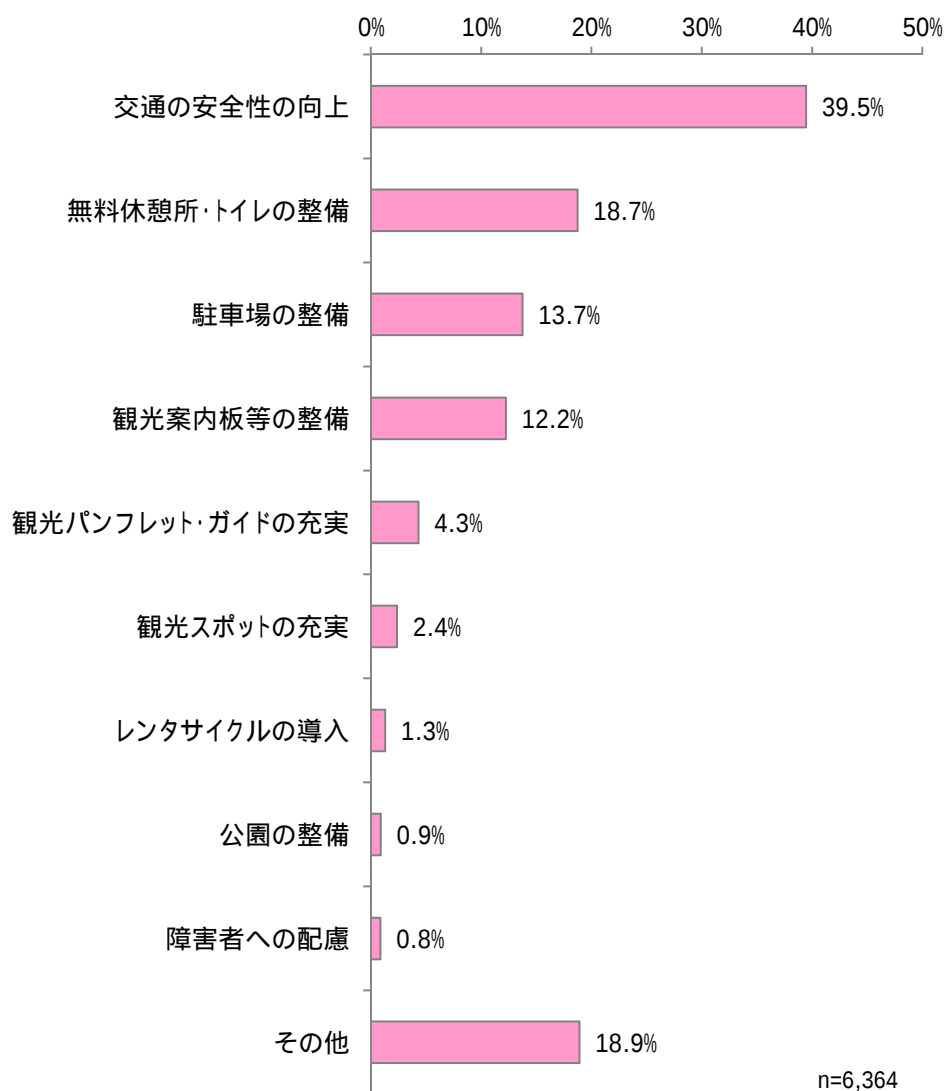


資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 2 5 立ち寄り観光地

要望（図 7 - 2 6）

川越市に対する観光来訪者の要望をみると、「交通の安全性の向上」を求める声が最も多く、次いで、「無料休憩所・トイレの整備」、「駐車場の整備」に関する要望が多くなっています。



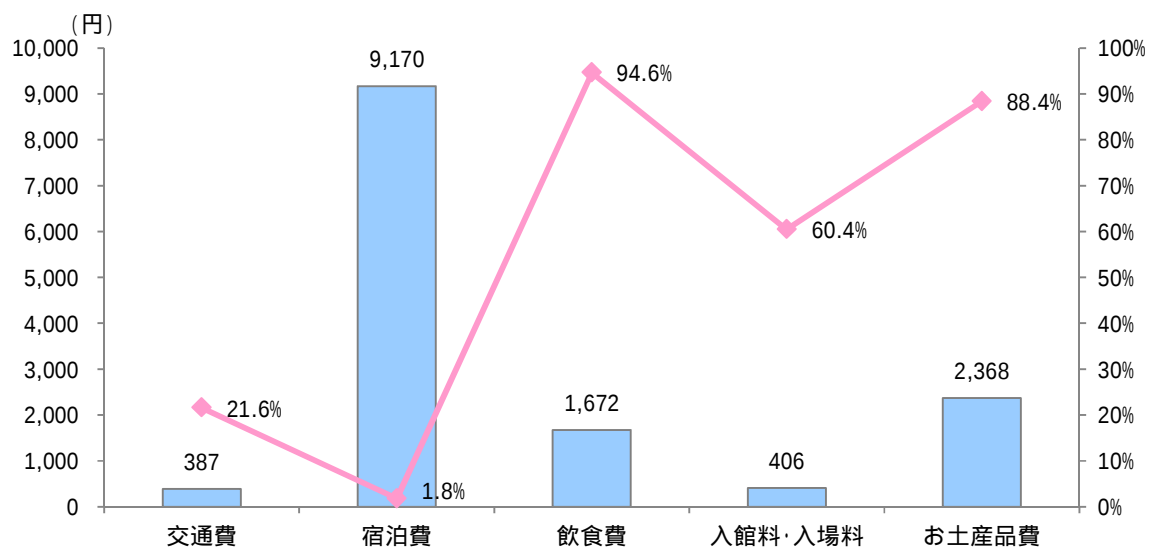
資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 2 6 要望

消費項目別の観光消費額と消費活動率（図 7 - 2 7）

観光客一人あたりの平均の観光消費額を項目別にみると、宿泊費が 9,170 円と最も高くなっています。

しかし、消費活動率をみると、宿泊費は約 2%と低く、活動率が高い消費項目は飲食費やお土産品費となっています。



資料：川越市観光アンケート調査(H26 年)

図 7 - 2 7 消費項目別の観光消費額と消費活動率

7 - 2 . 川越市観光振興計画の策定経過

(1) 川越市観光振興計画審議会

審議会委員

会 長	溝尾 良隆	元帝京大学経済学部 地域経済学科
副会長	安島 博幸	跡見学園女子大学観光コミュニティ学部 観光デザイン学科
	谷島 賢	一般社団法人埼玉県旅行業協会 川越支部
委 員	松山 潤	川越商工会議所
	山田 禎久	公益社団法人小江戸川越観光協会
	大野由美子	川越市畜産振興協議会
	清水 雅子	N P O 法人川越蔵の会
	栗原 裕子	川越市女性団体連絡協議会
		(川越商店街連合会やまぶき川越おかみさん会)
	井伊 重之	公募による市民
	中村 仁	公募による市民

検討状況

- 第 1 回 平成 27 (2015) 年 6 月 1 日
○ 次期川越市観光振興計画の策定について
- 第 2 回 平成 27 (2015) 年 8 月 11 日
○ 次期川越市観光振興計画の素案について
- 第 3 回 平成 27 (2015) 年 11 月 24 日
○ 次期川越市観光振興計画の原案について
- 第 4 回 平成 28 (2016) 年 2 月 9 日
○ 次期川越市観光振興計画 (案) について

(2) 川越市観光振興計画検討委員会

委員会員

委員長	早川 茂	産業観光部長
副委員長	矢部 竹雄	政策財政部長
委員会員	根岸 督好	報道監兼オリンピック大会準備担当理事
	牛窪 佐千夫	文化スポーツ部長
	佐藤 嘉晃	環境部長
	伊藤 大	都市計画部長
	横田 隆	教育総務部長

検討状況

- 第 1 回 平成 27 (2015) 年 5 月 18 日
○次期川越市観光振興計画の策定について
- 第 2 回 平成 27 (2015) 年 7 月 31 日
○次期川越市観光振興計画の素案について
- 第 3 回 平成 27 (2015) 年 10 月 28 日
○次期川越市観光振興計画の原案について

(3) 川越市観光振興計画検討部会

部会員

部会長	飯野 英一	観光課長
副部会長	永堀 孝明	政策企画課長
部会員	小森谷 昌弘	広報室長
	山下 隆	オリンピック大会準備室長
	久津間 則子	文化芸術振興課長
	神田 宏次	スポーツ振興課長
	中里 良明	国際文化交流課長
	上野 正	美術館長
	箕輪 信一郎	環境政策課長
	田中 三喜雄	産業振興課長
	川野 修治	農政課長
	石井 隆文	都市計画課長
	大澤 健	都市景観課長
	井上 敏秀	交通政策課長
	田中 淳一	公園整備課長
	下 薫	文化財保護課長
	田中 信	博物館長

検討状況

- 第 1 回 平成 27 (2015) 年 5 月 22 日
 - 次期川越市観光振興計画の策定について
- 第 2 回 平成 27 (2015) 年 7 月 17 日
 - 次期川越市観光振興計画の素案について
- 第 3 回 平成 27 (2015) 年 10 月 23 日
 - 次期川越市観光振興計画の原案について
- 第 4 回 平成 27 (2015) 年 11 月 19 日
 - 次期川越市観光振興計画の原案について

第二次川越市観光振興計画

平成 28 年 3 月

発行：川越市

編集：産業観光部観光課

〒350 - 8601 川越市元町 1 丁目 3 番地 1

TEL：049 - 224 - 5940（直通）

FAX：049 - 224 - 8712

E-Mail：kanko@city.kawagoe.saitama.jp

