

川越市観光振興計画審議会委員 意見交換会 まとめ

令和7年7月30日開催

	グループ1	グループ2	グループ3
議題① 川越観光の 将来像	市民のメリットと教育	宿泊者が今より増えるようなコンテンツを作り、滞在時間を伸ばす	川越を食べ歩きの手から本物の街へ回帰させる
	市民のまちづくりのモチベーションになる	外国人から見た川越	観光インフラ予算を確保するマネタイズの構築
	出身者の誇り	富裕層にも来てもらえる（泊まってもらえる）	関係者との密な連携により、必要な施策を打っていく
	市民が価値を理解	滞在型の観光都市	市民の日常こそが来訪者を惹きつける観光地
	地域住民や市民がシティセールスする状況	事業者が何を求めているのかアンケートを取る	川越出身者への門戸を開ける。一度川越から外に出ると入りにくい。東京に通勤者の中には業界の経験者、人脈を持っている人が多い。
	市民が誇れる	交通問題を考える必要がある	川越市も含めた市内観光諸団体のラウンドテーブル
	市民が自慢できる	市内の良いところ、観光に利用できるところのPR	川が活用されている観光
	市民も楽しめる	住民、来訪者、事業者すべてにバランスの取れた観光地	かつて川越に住んだ人、通った人々を「準川越っ子」のような形で身内にする
	観光地で良かった	移動がスムーズに可能な観光都市	マネタイズ 市が独自で補助金を取るのではなく、観光諸団体の補助金支援
	市内の子どもが楽しい	交通の利便性、一部だけでなく全体	市民にとっては、観光による恩恵を実感できる
	幅広い世代の活躍	市民の生活との両立した観光地	関係人口を増やす、川越に関わりたい、継続して川越に来たい、戻ってきたいまちにする
	いろいろな人々にメリット	観光地としての場所を維持しながら環境美化	人…旧川越出身者、在住外国人、子ども モノ…インフラ、情報 金…補助金
	市民の迷惑にならない	訪問者に来てよかったと思ってもらえる所	観光客にとっては、また来たい、もっといたいと思える
	広域	観光から得られるものを市民の生活に還元していくことができる	事業者にとっては、川越で事業をすることにメリットを感じられる
	まつり、一番街、グルメなど切り口をたくさん	点と線をむすぶこと	他地域と連携して盛り上げていく
	観光客数だけでなくリピート数(率)	テーマパークを作る	各行事(春まつり、川越まつり等)のポスター類のデザイン。トーンの統一。
	近隣市町との連携	子どもも楽しめるまち	デザインコンペの際の審査員にプロを起用
	城下町を感じる	歴史とデジタルの融合都市	市民参加型で川越のブランディング
	また来たいと思ってもらう	地域住民と調和した観光都市	観光環境の整備をして、交通、トイレ、バリアフリー等、市民にとってもメリットを感じられるもの
	郊外都市ならではの	川越の観光は今、来訪者は一番街に集中しすぎている一番街の蔵づくりだけではなく他にPRする。川越は城下町であった、遺産がまだ残っている。	川越独自の観光体験。市民、観光客(インバウンド含む)の提供
	新しい観光像	一番街一極集中からの脱却	川越産の発信により、市民、市外の人に川越の名産を知ってもらう
	武蔵野の風景も資源	広域的な観光	埼玉県との連携(予算規模がケタ違い)
	新しいタイプの都市観光	川越のブランド化	国→県→市 観光の流れを合わせる
	一番街だけではない	観光からマネタイズ可能な街	埼玉県のデータを活用する。自治体ごと、時間別移動データがある
	川越藩のくくり	川越という地名のブランド価値の向上	川越を埼玉のハブとする、川越から他地域連携

観光の分野が複数ある	スポーツの街(小江戸に替わるもの)	情報発信の一元化(観光ポータル)
各観光施設間の移動(看板・デジタルサイネージ)	サッカー、野球の開催	MaaSプラットフォームの構築。川越MaaSを市で作り、そこに各事業者や団体が情報提供する
誰もが見つけやすい(SNS、ネット上の案内、ホームページ)	観光における安全・安心	情報の一元化。何の情報が入っているかを関係者で共有
消費されない(あきられない)	有名なアニメ、芸能人等とのコラボ	DXとGX デジタル化に来訪者の利便性向上。環境配慮した住みやすい街。排ガス、ごみ
泊まっても楽しい	地元事業者が経済的に安定した収入を得ることができる	市内・市外への移動がスムーズな観光地
いろんな時代を楽しめる	地元特産品が観光を通して広く世間に知られ地元企業の発展に繋がる	地域に貢献したいと多くの人が感じる
事業者のメリット	誇れるだけではなく関わる(体験型)観光地	在住外国人の子弟に、晴れ着を着せてあげ、寺社で七五三を体験できるように(文化を印象深く伝える)
各施設のおもてなし	市民の所得が増える	
もうかる	メイドイン川越の消費	
経済効果がわかる観光地		
稼ぎと一致している		
川越発のビジネスをつくる(ゆりかご的)		
他の観光地と差別化された観光地		
本質・本物(オーセンティック)を楽しめる		
移動したくなる		
ゴール		
事業者・住民・来訪者が互いに尊重		
川越がいつまでも川越であり続けるまち		
共生の成功例		
持続可能な地域の発展・景観		
全国での有名な都市		
埼玉or日本一のモデル		

議題②
今後5年間で
取組べきこと

ありかた共有	交通面での整備(渋滞の解消や交通の利便性)	
教育、市民・事業者の理解	交通網の整備 渋滞、駐車場対策	
観光施策の仕組み作り(観光は専門分野)	周遊観光を考える バスの利用	
川越観光のこころえ策定	移動手段の検討(モノレール、ロープウェイ)とにかく、空間の利用	
今後のイメージ作り、共有	一番街一極集中からの脱却	
データの可視化	一番街散策のみに頼らない新たなコンテンツの発掘	
市民への価値アピール	野球場、サッカー場を作る	
市民へのメリット発信	大相撲川越場所の定期開催	
経済効果の可視化	ウエスタの若者向けイベント、コンサート(市民向けではなく)	
市民へのプラス効果のアピール	FC小江戸のスタジアム準備	
高校生への観光教育	イベントの創設(虫取り、田植え、イモ等)	
教育)愛着と誇りの醸成	川越駅周辺の効果的な活用	
観光、ふるさと、教育(小学校)		
(究極の目標)個店の店員が川越案内人	佐久間朱莉プロの活用(ゴルフイベント)	
小中学生向けの観光教育	森田市長活用	
着物、食べ歩きプラスα	デジタル技術の活用 AI等	
企業版ふるさと納税、クラウドファンディングの活用	SNSを利用して若者層を取り込む	
日本人向けコンテンツ	観光情報発信の一元化	
観光資源の活用	行政間のネットワーク	
情報の一元化	海外に向けたSNS	
ピーク時の緩和(オーバーツーリズム対策)	まち全体(主に一番街)の環境美化	
SNSの活用(ターゲット別)	地元住民が観光によって生活環境を悪化させられないような取り組み	
施策のブランディング	ブランド価値の向上	
環境整備 安心、安全分かりやすい	(滞在地)滞在時間の分散化	
来訪する前 HP等のネット充実	道の駅	
来訪後の看板等のわかりやすさ	地産地消地元産のものを使った土産などを作る	
移動手段の案内(時間)まで、バス、歩き	地産地消・農産物	
情報の共有	川越における市民への還元を明確にする	

	電子化の推進	星のや等の高級旅館の誘致	
	変わるもの、変わっていけないことの整理	ふるさと納税品追加(ものからことへ)山車曳き券、花火観覧席、祭り観覧席、霞ヶ関カンツリー等	
	質を高める→満足→もうかる	川越祭などのネーム権の販売	
	量から質へ	ふるさと納税品の見直し	
	質保証	財源の確保、ネーミングライツ	
	持続可能、共生への転換	観光税を考える	
	広域観光のモデルプラン	一極集中、新しい観光地	
	広域観光(川越藩)連携	デジタル、AI	
	エリア拡大		
まとめ	・川越観光の将来像としての最終的なゴールは、川越がいつまでも川越であり続けられるような持続可能な観光地域とすること。そのためには、市民、事業者それぞれにメリットがあること、広域観光の視点が必要となる。 ・今後5年間で必要な取組としては、情報の共有・発信、儲けを感じられる仕組み、教育を通じて、市民に川越を知ってもらい、川越で働く人を増やす等がある。	・川越観光の将来像として、交通問題の解消、一番街だけではなく、新しい観光地を増やす広域的な観光、既存の観光資源を活かす。といったことが必要となる。 ・今後5年間の取組としては、交通渋滞対策や交通面の整備による交通問題の解消、新しい観光地・観光コンテンツをつくる、サッカー場・野球場の整備等によるスポーツと絡めた観光施策、地産地消等々がある。	・川越観光の将来像として、食べ歩きのまちというイメージを払拭し、本物のまちに回帰していく。市民の日常が観光客を惹きつける観光地域、川越出身者(以前住んでいた、通っていた)が戻ってきやすいまち、川越が埼玉県内でのハブとなり、川越だけでなく、他地域と共に発展していくといったことが必要となる。 ・今後5年間の取組としては、観光予算を確保するためのマネタイズ、関係者間の連携(国、県、市間、市内関係者)、役割の明確化、情報一元化、各主体が持つデータの共有、Maasプラットフォーム、DXの取組を進めていく等がある。
西川委員講評	交通問題、新しい観光地として広域的に考えていく必要があるといった議論が多かった印象。具体的に観光の事業として何ができるかよりも、前提となる観光振興の体制づくりに関する議論が多かった印象もある。情報の一元化やお金をどう稼ぐか、様々な組織の役割分担に関する議論が多かった印象。共通しているのは、新しい広域の観光が必要であるということ。次の川越観光を作っていくという革新的なものを目指していかなくはいけない。川越の観光は転換期にある。スポーツとの連携など他の分野との組み合わせによる観光を考えていくことが重要ではないか。		
鈴木会長講評	この場で出た意見が全部実現される訳ではなく、本日の意見を参考にしながら今後の観光振興計画を策定していくことになる。今後の審議会でやっていきたいと思うのは、転換期にある川越観光をどういう方向でこれから考えていくか、その議論のベースが本日の意見である。個別の施策に関しては、市で可能なもの(時間的・金銭的)を検討していくと思う。本日出た課題を一つ一つつぶしたからといって、理想になるわけではない。理想が方向性として示されて、そこから観光地域づくりが進んでいく。今後の審議会で詰めていきたいと思う。		