

次期川越市観光振興計画 骨子(案)

計画書の全体構成

章立て 構成	備考
はじめに	市長挨拶文
第1章 計画の目的と位置づけ 1-1. 計画策定の目的 1-2. 計画の期間 1-3. 計画の位置づけ	1-1：概要と策定方針 1-2：令和8年度～令和12年度（5年間）を想定 1-3：川越市総合計画、その他計画と国、埼玉県の観光政策との関連性を記載
第2章 川越市の概要と観光の現状 2-1. 川越市の概要 2-2. 主な観光資源・取組内容 2-3. 観光の動向	2-1：川越市の概要と社会状況 2-2：主な観光資源、近年の主要な取組内容について記載 2-3：国内・インバウンドを含め、世界、国、埼玉県の動向、川越市の動向を整理、JSTS-Dについて
第3章 川越市の観光に係る課題 3-1. 第二次川越市観光振興計画の評価 3-2. 川越市の観光に係る課題	3-1：施策、重点施策の進捗評価、数値目標の評価 3-2：SWOT分析・クロスSWOT分析による課題の可視化
第4章 基本理念・基本方針と施策の方向性 4-1. 基本理念 4-2. 基本方針 4-3. 施策	4-1：計画の軸となる基本理念のコンセプトを記載 4-2：基本理念を実現するための4つの基本方針について記載 4-3：基本方針ごとに施策を設定
第5章 具体的な取組と概要 5-1. 取組 5-2. 数値目標(KGI)	5-1：4-3の各施策ごとに、具体的な取組とその概要について記載。各取組の推進主体と実施期間（スケジュール）、KPI（重要業績評価指標）の設定 5-2：KGI（重要目標達成指標）の中間、最終の目標値を提示
第6章 計画の推進に向けて 6-1. 推進体制 6-2. 財源	6-1：市、観光協会、DMO等関連団体の役割分担・推進体制を整理 6-2：財源の確保に向けて
資料編	計画策定の経過 その他添付資料

第1章 計画の目的と位置づけ

概 要

本市の観光振興の指針である第二次川越市観光振興計画は、平成28年度から令和7年度までの10年間を計画年度（令和4年度に改訂）としており、令和7年度末で現計画の期間満了を迎えます。

大きく変化する社会情勢や本市の観光を取り巻く環境の変化、及び課題等を踏まえ、令和8年度を始期とする次期川越市観光振興計画（計画期間5年間を予定）を策定することとします。

策定方針

令和6（2024）年の訪日外国人旅行者数は、3,686万9,900人を記録し、過去最多となりました。本市においても、観光客数がコロナ禍前の水準に戻りつつあります。コロナ禍を経て、持続可能な観光地域づくりを進めるためには、[先進的な技術を活用した観光分野のDX化や観光客増加に伴うオーバーツーリズム対策](#)等を推進する必要があります。

これらを計画に位置付け、着実な観光振興を図っていくため、次期川越市観光振興計画を策定します。

計画の期間



第2章 川越市の概要と観光の現状

令和6年 川越市入込観光客数の概要

国内観光客数は、**665万9千人**

外国人観光客数は、**69万9千人**

令和5年に比べて約1.3%と微増。
コロナ前である令和元年と比べると約10.5%減少。

外国人観光客数は令和5年に
比べて約13.7%増加。

国内・外国人を合わせた観光客数は、**735万8千人**

- 観光客が集中する北部市街地の一部の地域や時間帯において、歩行空間の混雑や車両との錯綜による危険等が生じ、観光客から不満が挙がっているほか、住民の通行やバスの運行に**支障が生じている**。
- 観光客による私有地への進入やゴミのポイ捨て等の**マナー問題**が生じている。
- 北部市街地の一部の地域と時間帯に観光客が集中しており、主要な観光スポット以外の**認知度が低い**。

第3章 川越市の観光に係る課題

現計画の進捗、現状、オーバーツーリズムの現状等からみる課題を、以下の5つに集約。

①一部の地域と時間帯に観光客が集中しており、主要な観光スポット以外の認知度が低い	現計画	現状	オーバー
②観光客による私有地への進入やゴミのポイ捨て等のマナー問題及び交通問題が生じている	現計画	現状	オーバー
③デジタル技術のさらなる活用による情報発信や川越の魅力発信が不足している	現計画		
④地域内外の連携が不足している	現計画		
⑤観光消費額が全国と比較して低い		現状	

第4章 基本理念・基本方針と施策の方向性

基本理念

ともにつなぐ 小江戸川越らしさを未来へ

コンセプト

「住んでよし、訪れてよし、営んでよし」の観光都市の実現に向け、本市における観光振興が、市民、観光客、事業者の「三方」にとって有益となり、市の歴史、文化、伝統、自然環境などを活用しながら、持続可能な観光地域づくりを目指します。

また、「ともにつなぐ」という言葉は、市民、観光客、事業者が一体となって次世代に受け継いでいくという想いが込められています。

川越がいつまでも川越らしさを保てるよう、市民、観光客、事業者それぞれにとっての小江戸川越の魅力を高め、量よりも質を重視した観光振興を図ることで、小江戸川越らしさを未来へ受け継いでいきます。

(1)市民にとっての観光振興

川越の歴史・文化・伝統・自然環境などの価値を体験できるコンテンツの提供、祭りやイベントなど、観光施策に参画できる仕掛けづくりなどを推進します。そして、市民に川越の魅力をより深く知ってもらう施策を展開することで、本市に対する愛着、シビックプライドを向上し、観光地としての川越を誇りに思える観光地域づくりをします。また、観光客だけではなく、市民が活用することを想定した環境整備を行い、市民生活の利便性の向上を図ります。

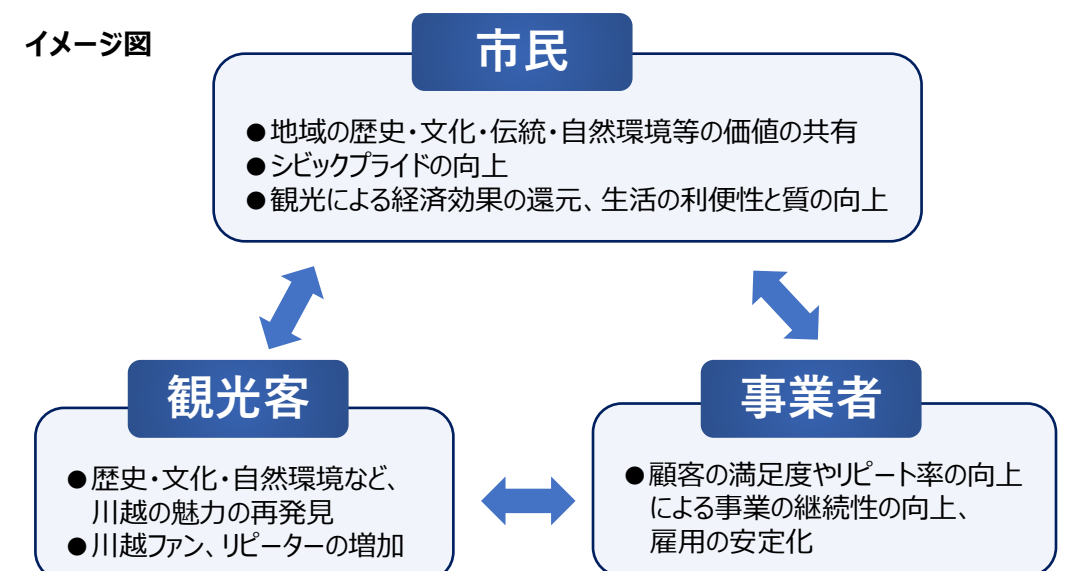
(2)観光客にとっての観光振興

観光客に、川越の歴史と文化を体感・体験していただき、リピーターとして、また来たいと思ってもらえるような、心に残るコンテンツ造成、郊外の観光スポットを含む観光ルートの提案、受入環境の整備を行います。

(3)事業者にとっての観光振興

地域として多様な主体が連携し、川越の豊富な地域資源を活用した魅力的な観光事業を推進していくことで、観光客の満足度、リピート率を向上させます。その結果、川越で事業を営むことによるビジネスチャンスの拡大、経済的な利益の創出、雇用の安定化につなげます。

イメージ図



第5章 具体的な取組と概要

基本理念	ともにつなぐ 小江戸川越らしさを未来へ
基本方針1	持続可能な観光地域づくり
観光振興の取組が、文化財や歴史的建造物、伝統行事、豊富な自然環境など、本市が誇る資源の保全につながり、市民生活の質を向上させることを前提とした観光振興の取組を行います。また、交通インフラの整備、歩車道の分離、バリアフリー化などの環境整備、多言語対応、防災対策など、観光客だけでなく、市民の利便性向上につながる施策を展開します。	
施策1	観光客の受入と生活環境への配慮
取組例	● 一番街周辺の交通円滑化 ● 市内観光用駐車場の管理
施策2	誰もが快適に過ごせる観光インフラと受入環境の整備
取組例	● 歴史的地区環境整備街路事業 ● 様々な観光客が利用しやすい観光施設の整備
施策3	自然環境に配慮した観光振興
取組例	● 川越産農産物ブランド化事業 ● 蔵 i n ガルデン川越（グリーンツーリズムの推進）
施策4	データを活用したマーケティング視点による効果的な施策・プロモーション展開（観光DX）
取組例	● 観光アンケート・カウント調査 ● S N S 等を活用した P R
施策5	観光客の安全を守る危機管理体制の強化
取組例	● 観光客の帰宅困難者対策
基本方針2	観光を通じたシビックプライドの向上
市民参加を想定した体験コンテンツの提供やイベント開催など、市民が市の歴史、文化、伝統、農業などに触れる機会を増やすことで、本市の魅力を再確認し、愛着、誇りを持ってもらうための仕掛けづくりを行います。市民参画を促し、川越市の諸資源の価値を共に高めることで、川越のブランディングを推進します。	
施策6	観光資源を生かした市民参加型の観光地域づくりの推進
取組例	● 市民向け観光事業
施策7	市民との協働による川越のブランディング
取組例	● 「小江戸」ブランド普及事業の実施 ● 学生による情報発信
施策8	川越の歴史・文化・伝統の活用
取組例	● 伝統芸能の継承 ● 川越まつりの継承

※取組例…施策に関連する取組をイメージできるように現計画の事業を一例として記載しています

基本方針3	地域経済の活性化
地域資源の磨き上げ等による観光客の滞在時間の延長、市内周遊の促進など、商店、飲食店、宿泊施設、地元産品の生産者など、地域としての経済効果の向上につながる施策を展開することにより、市内の産業を活性化させ、市民の雇用機会の創出につなげます。また、継続的な観光振興の取組を担う人材の育成に取組ます。	
施策9	回遊性の向上と滞在時間の延長
取組例	● 郊外エリア観光資源活用促進事業 ● 滞在型観光推進事業
施策10	宿泊機会の創出
取組例	● 早朝・夜間の観光推進事業 ● 宿泊観光の推進
施策11	地元産品の販売促進
取組例	● 川越セレクション認定事業
施策12	安心して働ける雇用環境の整備
取組例	● 外国人向け観光案内サービスの向上
基本方針4	多様な主体との連携・協働
市民、行政、地元商店、宿泊施設、観光関連事業者等、地域の多様な主体が連携し、市全体の経済活性化を図る体制づくりを行うとともに、周辺自治体や地域内外の観光関係者とのネットワークを構築し、地域特性を生かした広域観光を推進します。	
施策13	多様なコンテンツを活用したリピーター戦略（関係人口づくり）
取組例	● アニメ・漫画 P R 事業 ● フィルムコミッション事業
施策14	観光関係者全体の連携による観光振興
取組例	● 観光関連団体との連携強化事業 ● 観光戦略事業の実施取組
施策15	広域連携による地域性を生かした観光振興
取組例	● 鉄道事業者との協働事業の実施 ● 広域観光事業の実施

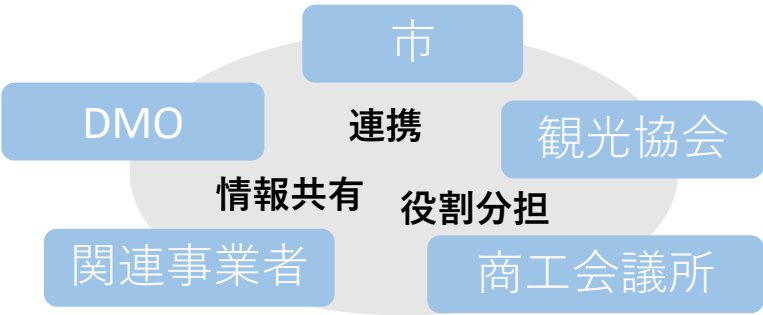
数値目標（K G I）

指標	令和6／ 2024年 実績値	令和12／ 2030年 目標値	指標の把握方法
①市民満足度	47.6%		川越市市民意識調査
②観光客満足度	71.5%		川越市観光アンケート調査
③観光消費額(1人当たり平均)	7,698円		川越市観光アンケート調査
④観光消費額(推計)	512.6億円		川越市観光アンケート調査×入込観光客数
⑤日本人観光客数	665.9万人		川越市入込観光客 統計
⑥外国人観光客数	69.9万人		川越市入込観光客 統計
⑦宿泊観光の割合	8.4%		川越市観光アンケート調査
⑧リピーターの割合	74.5%		川越市観光アンケート調査
⑨観光地立ち寄り箇所数	3.6箇所		川越市観光アンケート調査

第6章 計画の推進に向けて

観光振興計画の推進は、行政だけで対応できるものではなく、市、観光協会、商工会議所、DMOをはじめとした観光関連団体、市民、観光客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、各主体の役割を明確にします。

- (1) 市（行政）
- (2) 観光協会
- (3) 商工会議所
- (4) DMO
- (5) 観光関連事業者
- (6) 市民
- (7) 観光客



〈参考〉

日本版持続可能な観光ガイドライン（J S T S－D）について
(Japan Sustainable Tourism Standard for Destinatio： J S T S－D)

1 概要

持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標。

日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「G S T C－D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）」に準拠した指標。

2 日本版持続可能な観光ガイドラインで設定されている4つの分野の構成

- A.持続可能なマネジメント
- B.社会経済のサステナビリティ
- C.文化的サステナビリティ
- D.環境のサステナビリティ