

第三次
川越市観光振興計画(案)

令和8年〇月

川越市

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

市長あいさつ文掲載

	頁
第1章 計画の目的と位置づけ	
1 計画策定の目的	5
2 計画の期間	6
3 計画の位置づけ	6
第2章 観光を取り巻く状況	
1 国の動向	7
(1) 観光立国推進基本計画	7
(2) 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)	8
2 国の現状	9
(1) 日本人旅行者数	9
(2) 旅行消費額	9
(3) 訪日外国人旅行者数	10
(4) 訪日外国人旅行者数の国・地域別構成	10
(5) 旅行消費額の国・地域別構成	10
3 県の動向	11
(1) 埼玉県観光づくり基本計画	11
4 県の現状	12
(1) 入込観光客数	12
(2) 観光消費額	12
(3) 訪日外国人入込観光客数	13
(4) 訪日外国人観光消費額	13
第3章 本市の現状と課題	
1 川越市の概要	14
2 主な観光資源	14
(1) 一番街・菓子屋横丁エリア	14
(2) 氷川神社・川越城本丸御殿エリア	14
(3) 喜多院エリア	15
(4) 伊佐沼エリア	15
(5) その他	15
3 オーバーツーリズムの状況と取組	17
(1) 本市のオーバーツーリズムの状況	17
(2) 本市のオーバーツーリズムの対策事業	17

	頁
4 本市の現状	18
(1) 観光動向主要データ	18
5 第二次川越市観光振興計画(改訂版)の評価	27
(1) 事業の進捗評価	27
(2) 戦略的重点施策(後期)の評価	30
(3) 数値目標の評価	31
6 SWOT分析・クロスSWOT分析による現状と課題の抽出	32
7 本市における観光の課題	33
第4章 計画の基本理念・基本方針と施策	
1 基本理念	35
2 基本方針・施策	36
第5章 取組の展開	
1 体系図	38
2 取組の概要と実施体制	40
第6章 計画の推進に向けて	
1 推進体制	58
2 各主体の役割	58
3 施策の評価・効果検証	60
4 財源	60
5 数値目標	62
第7章 計画の策定経過	
1 組織体制	63
(1) 川越市観光振興計画審議会	63
(2) 川越市観光振興計画検討委員会・部会	63
2 策定経過	63
(1) 川越市観光振興計画審議会	63
(2) 川越市観光振興計画検討委員会	64
(3) 川越市観光振興計画検討部会	65

1 計画策定の目的

本市では、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、観光客1,000万人誘致に向けた観光まちづくりを目指して、平成20(2008)年3月に川越市観光振興計画を策定しました。

その後、人口減少、少子高齢化などの社会経済情勢の変化、観光ニーズの多様化などが進む中、東京2020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が生じてきました。そのため、平成28年度までの計画期間であった川越市観光振興計画を1年前倒し、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を通じて、国内外に認知され、市民が誇れる観光都市の実現を目指して、平成28(2016)年3月に第二次川越市観光振興計画(計画期間：平成28年度から令和7年度までの10年間)を策定しました。第二次計画期間中には、新型コロナウイルス感染症の流行やSDGsをはじめとする新たな視点が必要となり、令和4年度に第二次川越市観光振興計画の改定を実施しました。

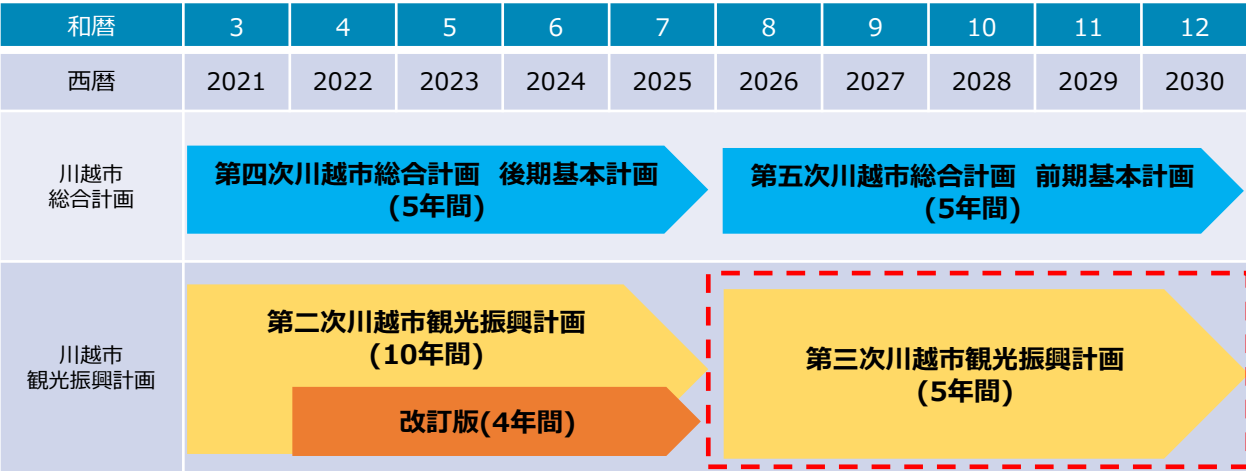
さらに近年では、外国人観光客の増加や猛暑による観光産業への影響など、本市の観光を取り巻く環境が大きく変貌しました。このような状況の中で、本市を訪れる観光客数は、コロナ禍前の状況にほぼ戻り、さらにはオーバーツーリズムの問題が再び顕在化しました。このことから、市民生活と観光の調和が図られた「住んでよし、訪れてよし、営んでよし」の持続可能な観光地域づくりが求められるようになりました。

こうした現状を踏まえ、本市の魅力あふれる歴史的・文化的遺産やさまざまな観光資源を活用し、観光振興を図って、持続可能な観光地域づくりを実現するために、観光庁による『日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)』の要素を取り入れた第三次川越市観光振興計画の策定を行うこととしました。

2 計画の期間

本計画の計画期間は、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。

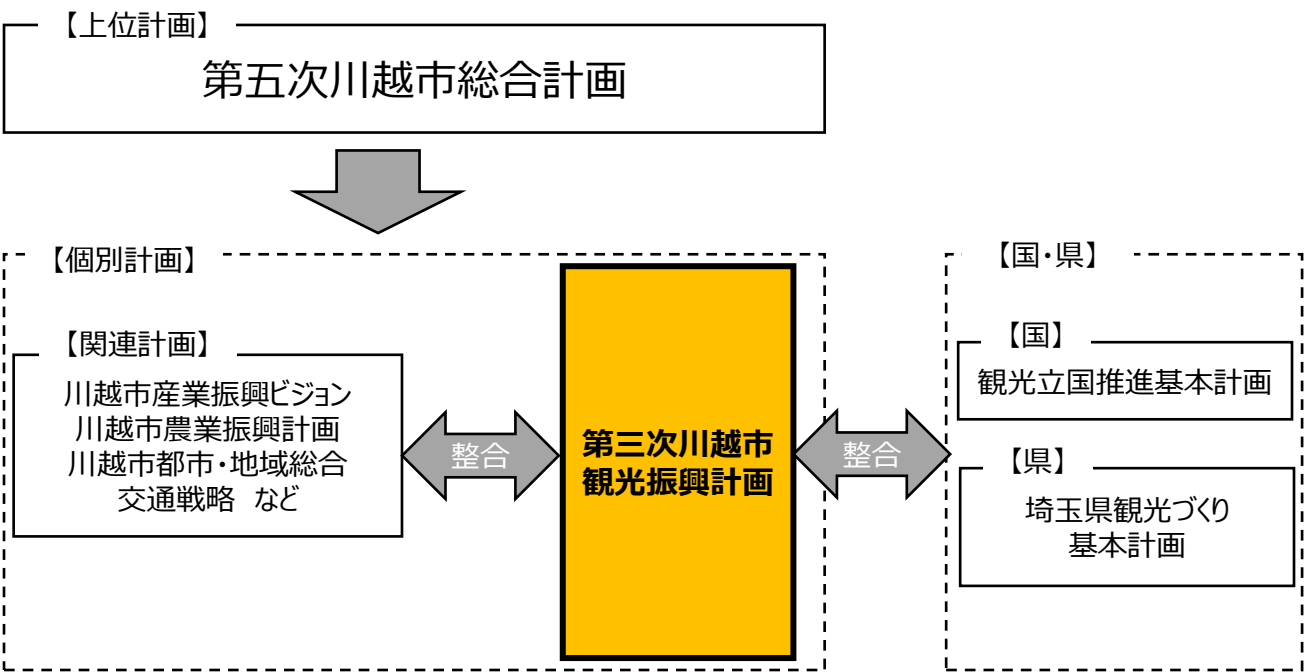
※第一次及び第二次計画では期間を10年間としていましたが、国・県の期間が5年となっていることから、本計画における計画期間も5年間とします。



3 計画の位置づけ

本計画は、「第五次川越市総合計画」を上位計画とし、「川越市産業振興ビジョン」「川越市農業振興計画」「川越市都市・地域総合交通戦略」などの関連計画との整合を図りながら策定する観光振興を図るための計画です。

【第三次川越市観光振興計画の位置づけ】



1 国の動向

(1)観光立国推進基本計画

令和5(2023)年に『観光立国推進基本計画(第4次)』が閣議決定され、コロナ禍からの観光の早期回復を図るための3年間の計画が進められてきました。令和6(2024)年には訪日外国人旅行者数がコロナ禍前の令和元(2019)年を上回り、順調な回復を遂げていることを受け、令和8(2026)年からの新たな計画が現在検討されています。

観光立国推進基本計画(第4次)の基本方針と主な施策

持続可能な観光 地域づくり戦略	基本的な 方針	◆観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する ◆観光産業の収益力・生産性を向上させ、従業員の待遇改善にもつなげる ◆地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる
	主な施策	■観光地・観光産業の再生・高付加価値化 ■観光DX、観光人材の育成・確保 ■持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
インバウンド 回復戦略	基本的な 方針	◆消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する ◆消費額拡大・地方誘客促進を重視する ◆アウトバウンド復活との相乗効果を目指す
	主な施策	■コンテンツ整備、受入環境整備 ■高付加価値なインバウンドの誘致 ■アウトバウンド・国際相互交流の促進
国内交流拡大戦略	基本的な 方針	◆国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す ◆旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る
	主な施策	■国内需要喚起 ■ワーケーション・第2のふるさとづくり ■国内旅行需要の平準化

出典：観光庁

観光立国推進基本計画(第4次) の主な目標

	目 標	2019年実績	早期達成を 目指す目標	2025年目標
地域づくり	①持続可能な観光地域づくりに 取り組む地域数 (新指標)	12地域	-----	全都道府県 100地域
インバウンド回復	②訪日外国人旅行者一人当たり 旅行消費額 (新指標)	15.9万円/人 〔旅行消費額 4.8兆円〕	〔旅行消費額 5.0兆円〕	20万円/人 〔旅行消費額 6.0兆円〕
	③訪日外国人旅行者一人当たり 地方部宿泊数 (新指標)	1.4泊	-----	2.0泊
	④訪日外国人旅行者数	3,188万人	-----	2019年水準超え
国内交流	⑤日本人の地方部延べ宿泊者数	3.0億人泊	-----	3.2億人泊
	⑥国内旅行消費額	21.9兆円	20.0兆円	22.0兆円

*2030年目標の前倒し

出典：観光庁

(2)日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)

観光が地域の生活環境や文化などにもたらす負の影響、持続的な観光振興に大きなダメージを与える感染症の拡大や自然災害への対応など、地域の観光振興に対しサステナブルな視点が世界的に求められています。

観光庁は令和2(2020)年に、持続的な観光の国際基準である『GSTC-D(Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations)』に準拠し、日本の特性を項目に反映した『持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D(Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations))』を策定し、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を地域の観光推進組織に対して示しました。

本計画においても、ガイドラインの考え方に基づいて計画を策定することにより、川越市における持続可能な観光地域づくりを推進します。



ガイドラインは、持続可能な観光振興において必要となる以下の項目が示されています。

A 持続可能なマネジメント

- A1 デスティネーション・マネジメント戦略と実行計画
- A2 デスティネーション・マネジメントの責任
- A3 モニタリングと結果の公表
- A4 観光による負荷軽減のための財源
- A5 事業者における持続可能な観光への理解促進
- A6 住民参加と意見聴取
- A7 住民意見の調査
- A8 観光教育
- A9 旅行者意見の調査
- A10 プロモーションと情報
- A11 旅行者の数と活動の管理
- A12 計画に関する規制と開発管理
- A13 適切な民泊運営
- A14 気候変動の適応
- A15 危機管理
- A16 感染症対策

B 社会経済のサステナビリティ

- B1 観光による経済効果の測定
- B2 ディーセント・ワークと雇用機会
- B3 地域事業者の支援と公的な取引
- B4 コミュニティへの支援
- B5 搾取や差別の防止
- B6 地権と使用権利
- B7 安全と治安
- B8 多様な受入環境整備

C 文化的サステナビリティ

- C1 文化遺産の保護
- C2 有形文化遺産
- C3 無形文化遺産
- C4 地域住民のアクセス権
- C5 知的財産
- C6 文化遺産における旅行者の管理
- C7 文化遺産における旅行者のふるまい
- C8 観光資源の解説

D 環境のサステナビリティ

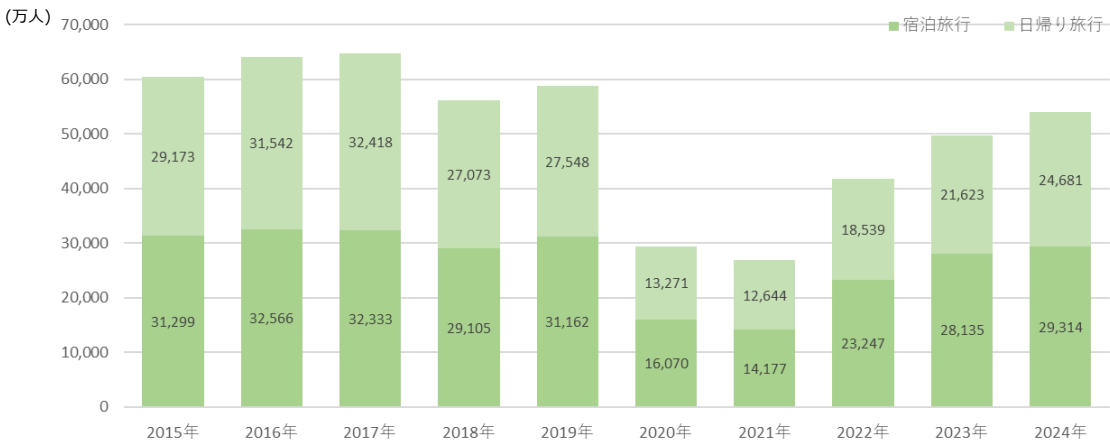
- D1 自然遺産
- D2 自然遺産における旅行者の管理
- D3 自然遺産における旅行者のふるまい
- D4 生態系の維持
- D5 野生生物の保護
- D6 動物福祉
- D7 省エネルギー
- D8 水資源の管理
- D9 水質
- D10 排水
- D11 廃棄物
- D12 温室効果ガスの排出と気候変動の緩和
- D13 環境負荷の小さい交通
- D14 光害(ひかり がい)
- D15 騒音

2 国の現状

(1)日本人旅行者数

令和6(2024)年の国内旅行者数は、宿泊旅行、日帰り旅行ともに令和元(2019)年を下回っています。

【日本人延べ旅行者数の推移】

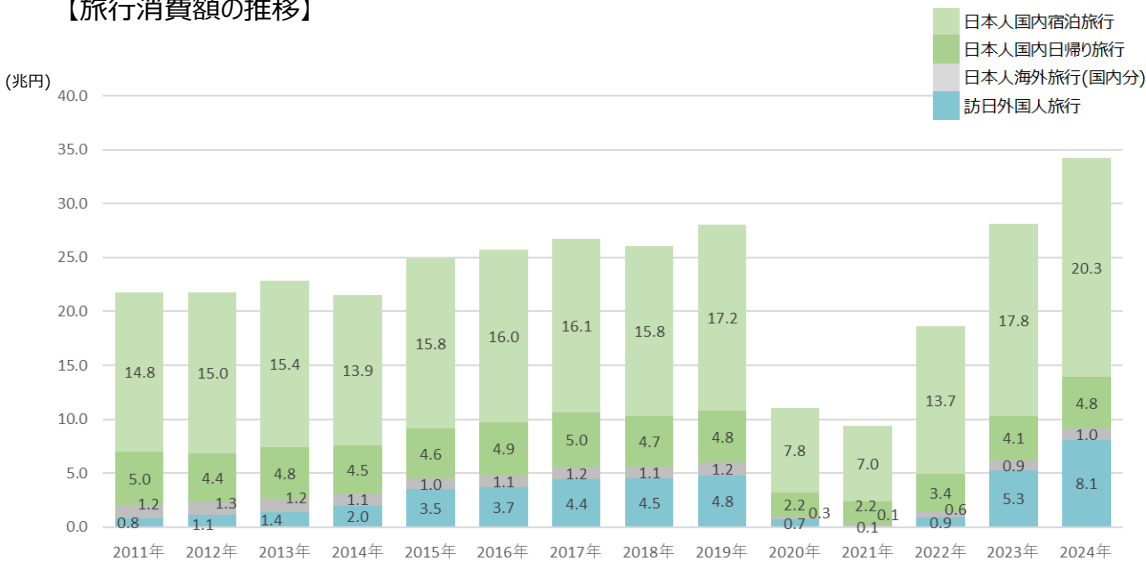


※旅行・観光消費動向調査(観光庁)

(2)旅行消費額

旅行者数が令和元(2019)年の水準に達していないのに対し、宿泊旅行の消費額は令和元(2019)年を大きく上回る結果となっており、旅行市場の変化がうかがえます。

【旅行消費額の推移】



※旅行・観光消費動向調査(観光庁)

(3)訪日外国人旅行者数

令和6(2024)年の訪日外国人旅行者数は過去最高の3,687万人に達し、令和元(2019)年を大きく上回りました。



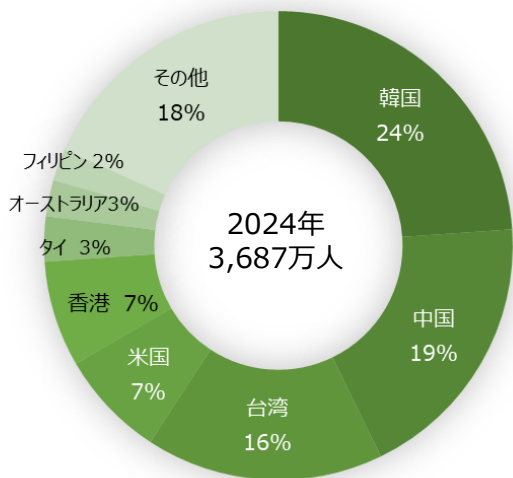
(4)訪日外国人旅行者数の国・地域別構成

国別の構成は韓国24%、中国19%、台湾16%、米国7%、香港7%の順となっています。

(5)旅行消費額の国・地域別構成

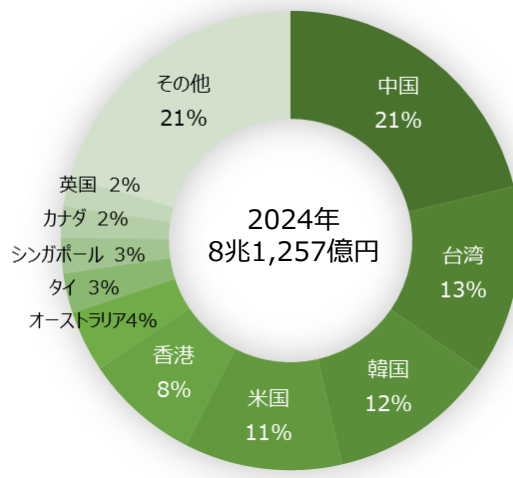
消費額の構成では、中国21%、台湾13%、韓国12%、米国11%、香港8%の順となっており、旅行者数でトップの韓国は3位、米国は旅行者数の構成を上回っています。

【旅行者数の国・地域別構成】



※訪日外客統計2024
(日本政府観光局)

【旅行消費額の国・地域別構成】



※インバウンド消費動向調査 2024
(観光庁)

3 県の動向

(1) 埼玉県観光づくり基本計画

埼玉県では、『第3期埼玉県観光づくり基本計画』(令和4年度～令和8年度)において、「旅したくなる また来たくなる ずっと居たくなる 埼玉」を基本理念に掲げ、以下の5つの施策を展開しています。

基本方針Ⅰ ポストコロナを見据え、チャンスに変える

主要施策1 安心・安全で誰もが楽しめる観光づくりの推進

主な取組 ・外国人観光客のニーズに合わせた周遊ルートの分析や企画

主要施策2 観光産業の持続的発展の促進

主な取組 ・ワーケーションの取組など観光地の課題解決のための、埼玉みどころ旬感協議会を通じた定期的な情報収集とアドバイスの実施

基本方針Ⅱ デジタル技術で創る・魅せる

主要施策3 デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上

主な取組 ・バーチャル技術も活用したアニ玉祭(アニメ・マンガまつりin埼玉)の開催

基本方針Ⅲ 埼玉らしさを磨く・極める

主要施策4 アニメの聖地化の更なる推進

主な取組 ・バーチャル技術も活用したアニ玉祭(アニメ・マンガまつりin埼玉)の開催
・アニメ関係者等との連携、特命観光大使を活用したイベント等の実施

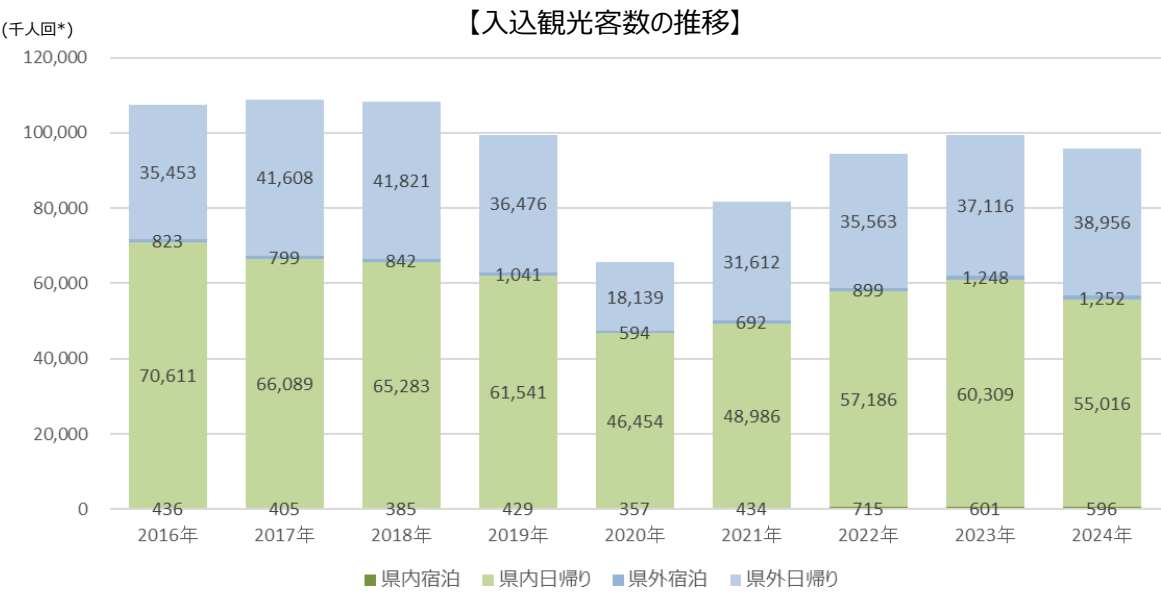
主要施策5 強みを生かした何度も訪れたいくなる埼玉観光の確立

主な取組 ・DMOを軸とした地域資源を活用した着地型観光ツアーの造成
・渋沢栄一翁を軸とした埼玉三偉人に関する観光ツアーの展開
・民間事業者等と連携したプロモーションや誘客イベントの実施
・埼玉みどころ旬感協議会を通じた、各地域における観光資源の磨き上げ、周遊、滞在、宿泊観光の強化
・埼玉県誕生150周年記念を起点とした魅力発信やイベントの実施
・川や森林等の自然環境を生かした体験型観光の促進
・新たなアウトドアアクティビティツアーの企画、創出の促進
・田園の保全や創造等に資する普及啓発を行うための農業体験イベントの実施

4 県の現状

(1)入込観光客数

埼玉県の入込観光客数の推移を見ると、国の動向と同様にトータルではコロナ禍前の数年間を下回っていますが、宿泊客の構成比は僅かなものの、県内客、県外客ともにコロナ禍前を上回っています。

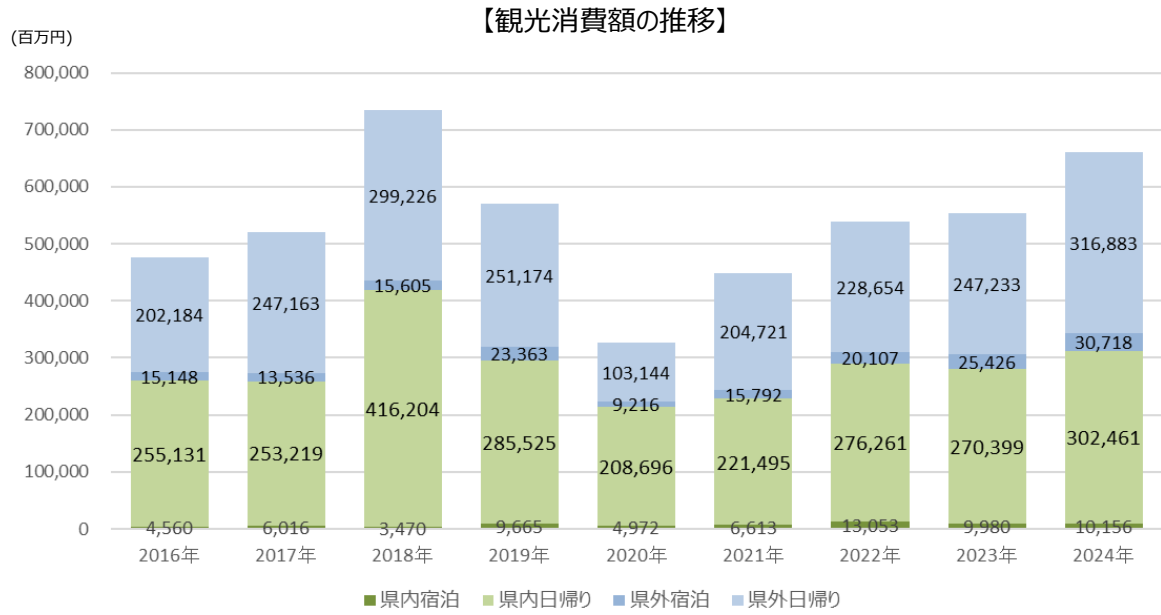


*「人回」とは、観光客が特定の地域や施設を訪問した際の「実人数」をカウントする際の単位

(2)観光消費額

※観光入込客統計調査(埼玉県)

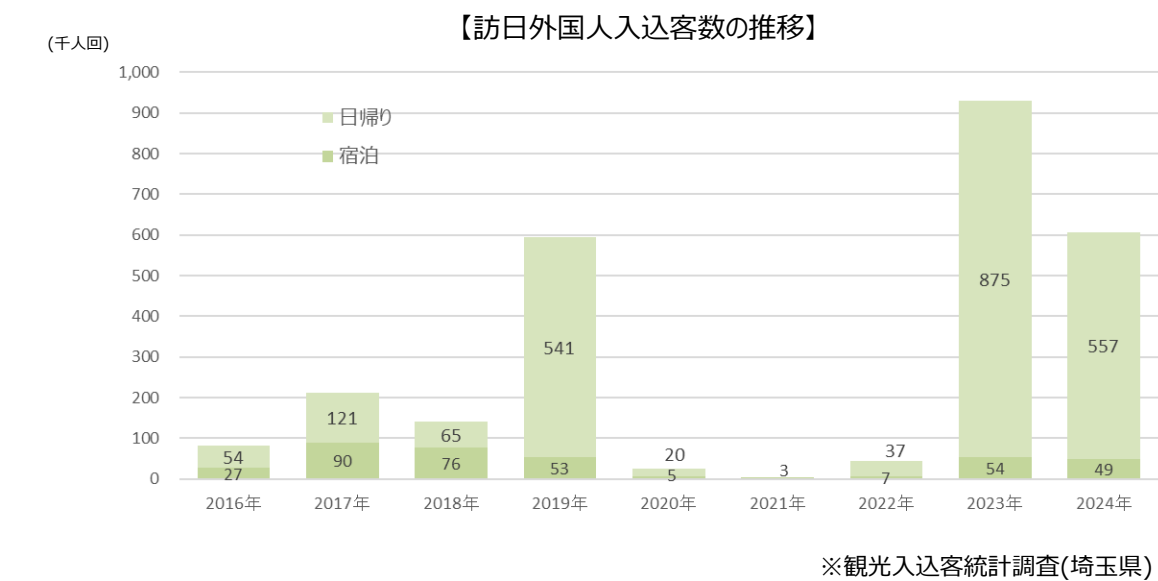
令和2(2020)年以降、観光消費額は増加傾向にあり、県内・県外客、宿泊・日帰りともに増加しています。



※観光入込客統計調査(埼玉県)

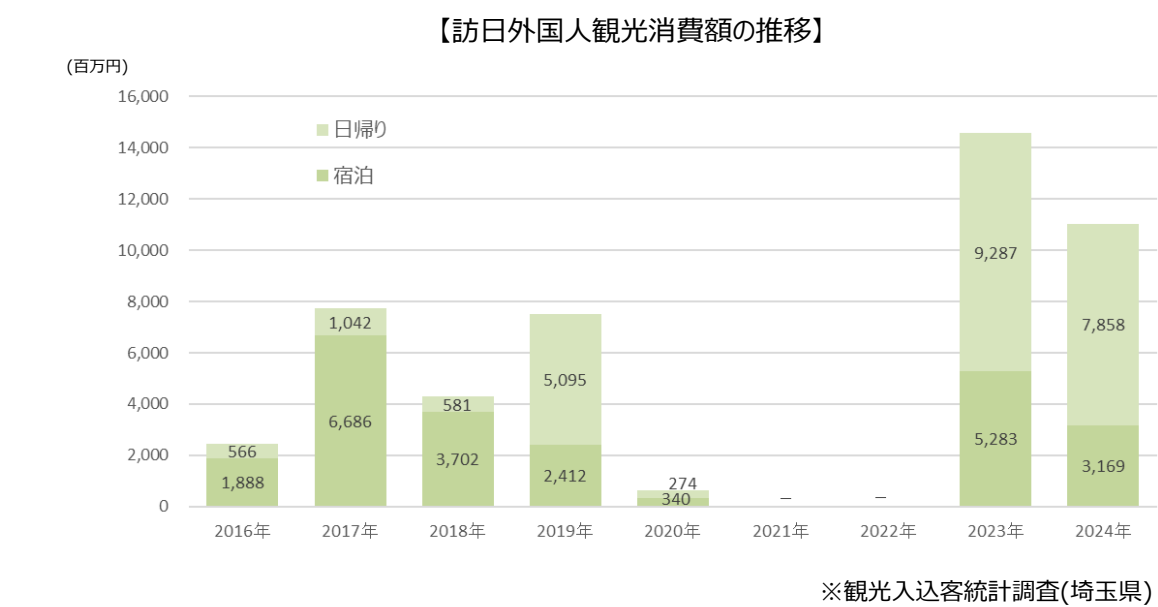
(3)訪日外国人入込観光客数

埼玉県を訪れた訪日外国人入込観光客数は、令和5(2023)年は92.9万人で令和元(2019)年を大きく上回りましたが、令和6(2024)年は60.6万人で2019年と同程度となっていて、日本人を含めた総入込客数の0.6%程度の構成となっています。



(4)訪日外国人観光消費額

観光消費額は、令和5(2023)年が145.7億円で近年では最も高く、令和6(2024)年は110.3億円となっており、日本人を含めた総消費額の1.6%程度となっています。



1 川越市の概要

本市は、埼玉県南西部地域における産業・経済・文化の中核都市として発展し、古くから新河岸川の舟運や川越街道で江戸とつながっていたことから、江戸文化の影響を多く受けました。現在も、江戸の情緒を色濃く残し、蔵造りの町並みやユネスコ無形文化遺産に登録された「川越氷川祭の山車行事(川越まつり)」をはじめ、川越城本丸御殿や喜多院など、魅力ある歴史的・文化的遺産が数多く残っています。

このような中、本市は、鉄道や路線バス、幹線道路によって、広域的に他の都市と結ばれ、特に、鉄道においては、相互直通運転により、直通電車を利用して乗り換え無しで気軽に訪問できる環境が整っています。

地図

2 主な観光資源

(1)一番街・菓子屋横丁エリア

重厚な蔵造りの商家が並ぶ「一番街」は、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、本市最大の観光スポットとなっています。サツマイモを使用したスイーツや、うなぎ料理店、和菓子店、雑貨店など、100店舗以上の多様な店舗が集まっています。

また、川越のシンボルである「時の鐘」は、400年前に建造された鐘楼で、度重なる火災に遭いましたが、その都度再建されました。現在も川越のまちに一日4回鐘の音を響かせ、時を告げています。

さらに、菓子屋横丁では、石畳の道にせんべいや麩菓子、ハッカ飴などの飴玉、駄菓子など約30軒の菓子屋が集まっています。

一番街

時の鐘

菓子屋横丁

(2)氷川神社・川越城本丸御殿エリア

「川越氷川神社」の歴史は大変古く、古墳文化が伝えられた6世紀に創建されたと伝えられています。江戸彫りといわれる精緻な彫刻が前面に施された現在の本殿は、埼玉県の有形文化財に指定されています。

また、「川越城」は、室町時代に太田道真・道灌親子によって築かれ、江戸時代には江戸の北の守りとして重要視されました。東日本で唯一現存する「本丸御殿」建築であり、さらには、日本百名城の一つとして選定されており、その歴史的価値が広く認められています。

さらに、天守閣が無い川越城の天守閣代わりとして活躍した「富士見櫓跡」が数少ない川越城の遺構として現存しています。

川越氷川神社

川越城本丸御殿

富士見櫓

(3)喜多院エリア

「喜多院」は、天長7(830)年に慈覚大師円仁によって創建されたと伝えられ、江戸時代に、徳川家康の信任を得る天海僧正が住職となってから大いに栄えました。その後、川越大火によって喜多院のほとんどが焼失しましたが、三代将軍家光によって江戸城から「家光誕生の間」「春日局化粧の間」がおかれた江戸城紅葉山別殿が移築され、全域が国の重要文化財に指定されています。中でも毎年正月3日に開催される「初大師だるま市」では、大小様々なだるまが境内全体に並べられ、参拝者で大いに賑わいます。

また、喜多院の南側には、日本三大東照宮のひとつである「仙波東照宮」が隣接しています。

さらに、厄除けや開運を祈願する場所として多くの参拝者が訪れる「成田山川越別院」では、毎月28日のお不動様のご縁日に「蚤の市」が開催され、骨董品や古着などを中心に約100店ほどの出店があります。

喜多院

仙波東照宮

成田山川越別院

(4)伊佐沼エリア

「伊佐沼公園」は、広々とした芝生広場やアスレチックなどがあり、家族連れに人気です。

また、埼玉県最大の自然沼「伊佐沼」は、季節ごとに桜やひまわり、コスモスを楽しめる景観スポットにもなっています。

周辺には、「グリーンツーリズム拠点施設」があり、栽培や収穫などの農業体験ができるほか、屋根付きのバーベキュー場もあります。さらに、温浴・娯楽・飲食などを組み合わせた温泉施設「小江戸温泉KASHIBA」があり、豊かな自然環境のもとで観光を楽しむことができます。

伊佐沼公園

伊佐沼

グリーンツーリズム
拠点施設

(5)その他

① 郊外の観光資源

江戸時代から続く伝統農法である世界農業遺産(GIAHS)に認定された「武蔵野の落ち葉堆肥農法」が本市を含む地域で古くから行われています。

また上戸地区には国指定の史跡である「川越館跡」、大東地区には、上戸下方墳としては日本最大の「山王塚古墳」や大規模公園である「川越水上公園」、「埼玉川越総合地方卸売市場」があります。霞ヶ関地区には「安比奈親水公園」など、郊外の各地に多くの観光資源があります。

武蔵野の落ち葉堆肥農法

山王塚古墳

埼玉川越総合地方卸売
市場

② 伝統行事等

毎年10月には国指定重要無形民俗文化財である「川越氷川祭の山車行事」、7月下旬には川越百万灯夏まつり、3月下旬からは小江戸川越春まつりが例年開催されています。

そのほかにも、市内で行われる「南大塚の餅つき踊り」、「老袋の弓取式」、「石原の獅子舞」、「南田島の足踊り」など、地域ごとにさまざまな伝統行事があり、地域に根付いた民俗芸能が現在も大切に受け継がれています。

川越氷川祭の山車行事

川越百万灯夏まつり

伝統行事

③ 特産品

川越の「さつまいも」は、江戸時代では新河岸川の舟運により江戸に運ばれていました。安価で甘い川越産のさつまいもは人気を博し、現在では、アイスやプリンなど芋スイーツが楽しめます。9月から11月上旬には、市内の観光農園でも掘りを体験できます。また、江戸時代には、川越は周囲に海が無い環境から、タンパク源をうなぎによって得ていたと言われ、当時の清らかな河川では天然のうなぎがよく採れ、その名残から「うなぎ」が川越名物になったとも言われています。

一度は生産が途絶えたものの、昭和後期に復活した、色鮮やかな縞模様が特徴の織物「川越唐栈」があり、毎月8のつく日は「川越きもの日」として、江戸の風情を残す町並みを「川越唐栈」の着物姿で歩く観光客がいます。また、鎌倉時代から続く高品質な緑茶である「河越茶」も特産品となっています。

さつまいも

うなぎ

川越唐栈

④ アニメ聖地

川越の風情ある町並みは、アニメの中でもよく描かれています。(一社)アニメツーリズム協会が主催する「訪れてみたい日本のアニメ聖地88」で、本市は「月がきれい」、「神様はじめました」の2作品で認定され、アニメ聖地として愛されています。

* 令和7年11月時点

⑤ スポーツ

マラソンを通じて、川越のまちを楽しんでもらおうと、平成22(2010)年から「小江戸川越ハーフマラソン」が開催されています。全国から参加した約1万人のランナーが、川越水上公園をスタートし、蔵造りの町並みをはじめとした川越の名所を駆け抜けます。

また、本市をホームタウンとしてJリーグ加盟を目指し、関東サッカーリーグ2部に所属するサッカークラブ「COEDO KAWAGOE F.C.」があるほか、令和7(2025)年3月には、日本女子プロサッカーリーグ(W Eリーグ)に所属する「ちふれASエルフェン埼玉」の運営会社「株式会社エルフェンスポーツクラブ」とスポーツに関する連携協定を締結し、その後ホームタウンとして承認されました。

そのほか「埼玉西武ライオンズ」の運営会社「株式会社西武ライオンズ」、関東大学ラグビーリーグ戦1部に所属するラグビー部がある「学校法人東洋大学」、ジャパンラグビーリーグワンに所属する「埼玉パナソニックワイルドナイツ」の運営会社「パナソニックスポーツ株式会社」と包括連携協定を締結しています。

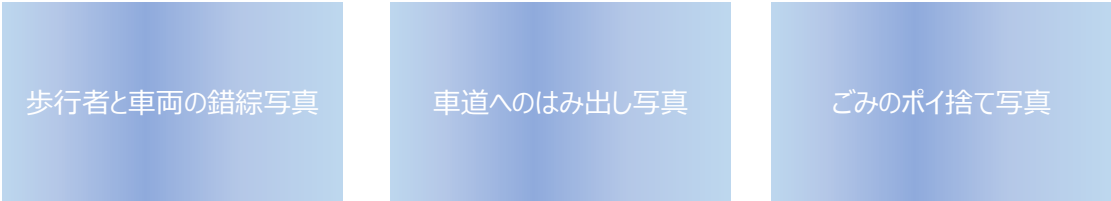
* 令和7年11月時点

3 オーバーツーリズムの状況と取組

(1)本市のオーバーツーリズムの状況

主に、休日(土曜・日曜・祝日)の日中における一番街および氷川神社周辺部において、車両と人の錯綜等により、歩行者や通過車両の双方にとって危険な状態となっています。

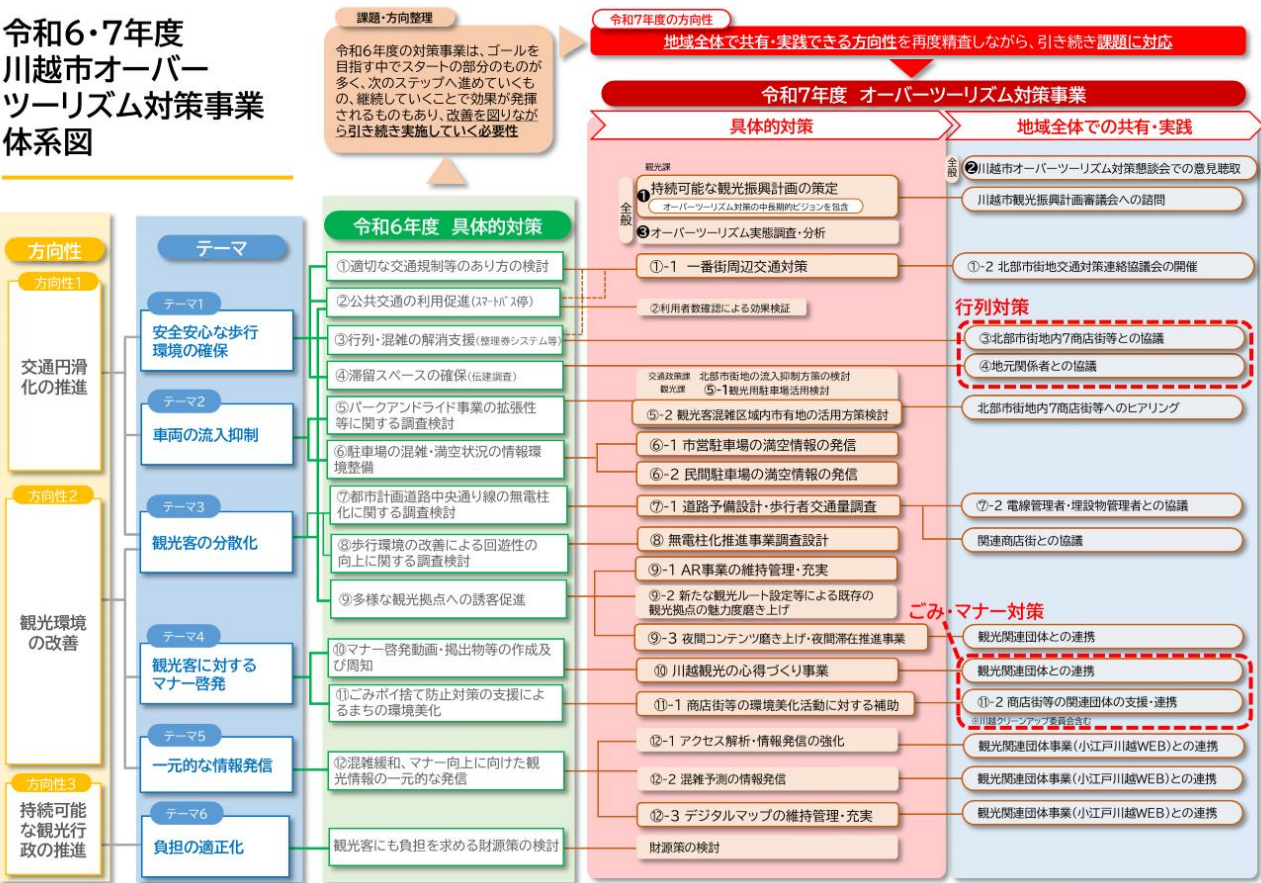
また、観光客の歩き食べ行為等によるごみのポイ捨て、車道の乱横断等のマナー悪化が見られ、オーバーツーリズムによる課題が発生している状況となっています。



(2)本市のオーバーツーリズムの対策事業

本市では、令和6・7年度において、以下のオーバーツーリズム対策事業を実施しています。

令和6・7年度
川越市オーバー
ツーリズム対策事業
体系図



4 本市の現状

(1)観光動向主要データ

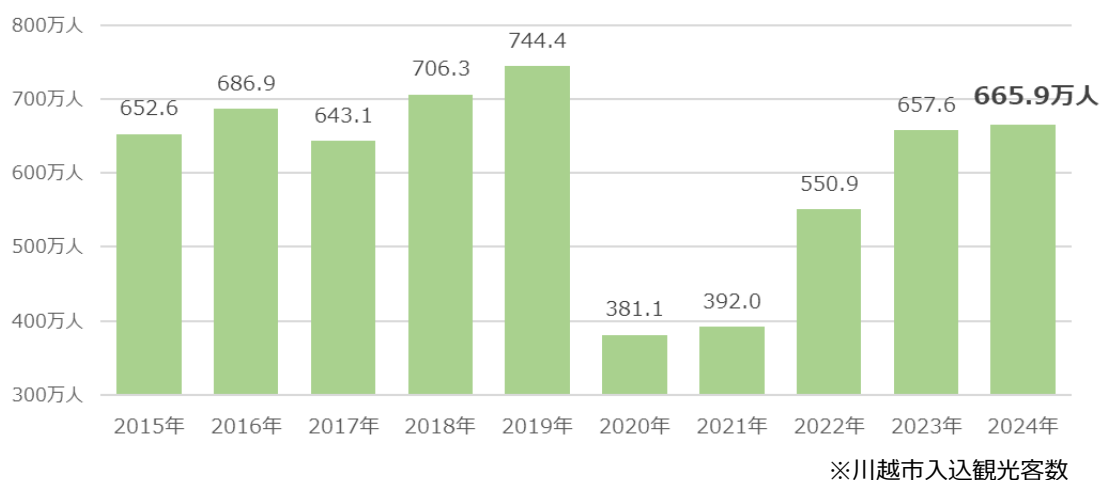
①入込観光客数

令和6(2024)年の国内観光客数は、665.9万人

令和6年における国内観光客数は665.9万人で、コロナ禍前で最も観光客数が多かった令和元年の89.5%となっています。

令和5年から6年にかけては、コロナ禍明けからの伸びが落ち着き、対前年比102.32%となっています。

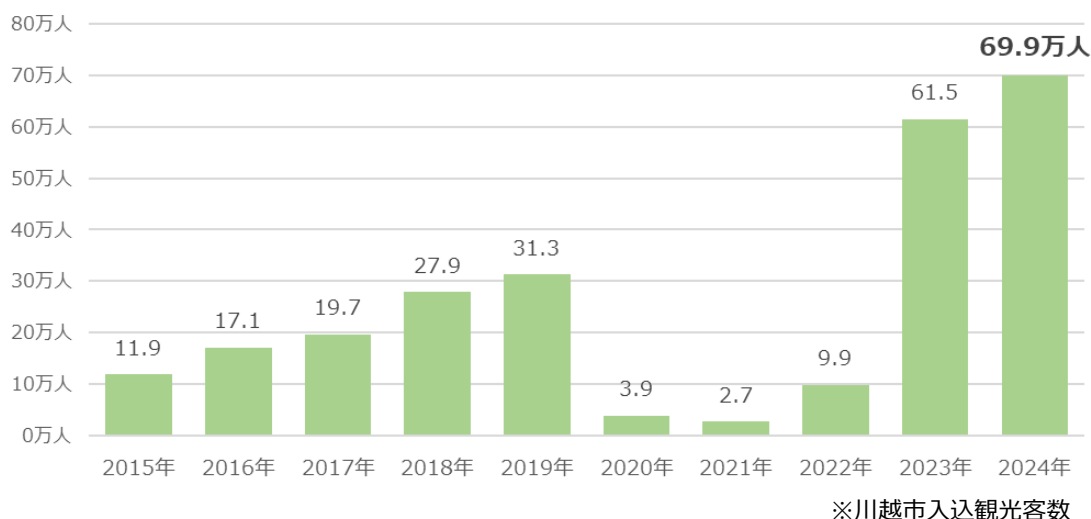
【国内】入込観光客数の推移（過去10年間）



令和6(2024)年の外国人観光客数は、69.9万人

令和6年の訪日外国人旅行客数(推計値)は、3,687万人で、前年を147.1%と大きく上回っているのに対し、本市の外国人観光客数は69.9万人で、前年比では113.7%程度となっており、国全体での伸び率を下回っています。

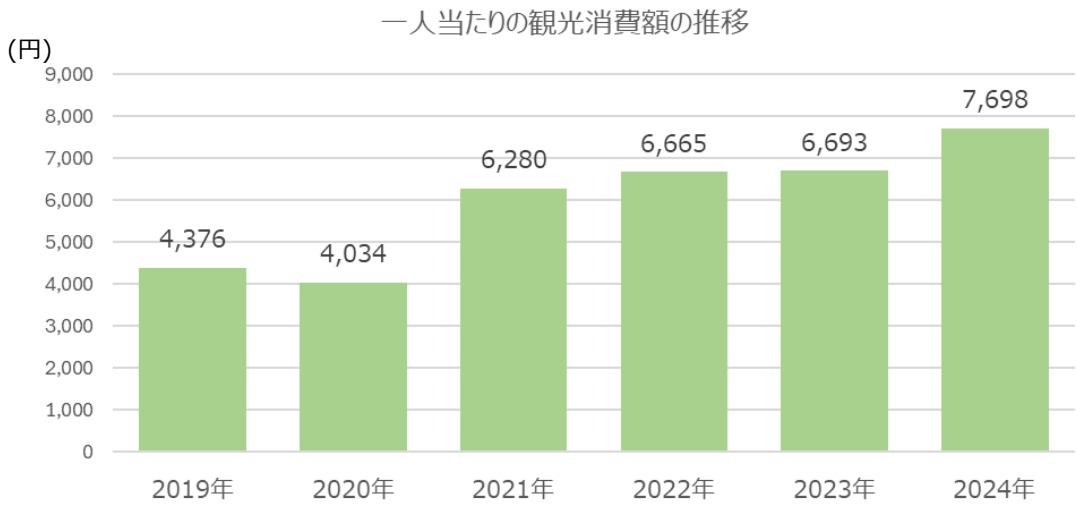
【外国人】入込観光客数の推移（過去10年間）



②観光消費額

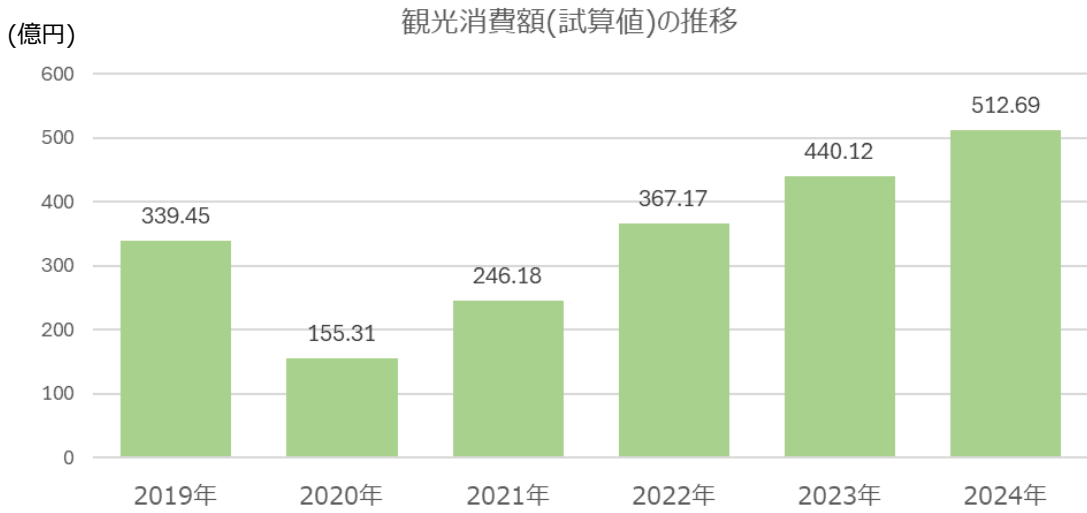
令和6(2024)年の観光消費総額は、512.61億円(平均観光消費額 7,698円 × 入込観光客数 6,659,000人)。

令和5(2023)年の440.12億円から72.49億円増加となり、前年比117%となりました。



※2021年より調査方法が変更されているため、2019年・2020年は参考値

※川越市観光アンケート調査



※川越市観光アンケート調査

令和6(2024)年の一人当たりの消費単価は、宿泊客が39,641円、日帰り客が6,614円となっており、いずれも令和5(2023)年を上回っています。

しかし、日本人観光客全体での平均消費単価は、宿泊旅行が69,362円、日帰り旅行が19,533円となっており、本市の消費単価を大きく上回っています。

※埼玉県統計では、日本人宿泊客の平均が、県外24,528円／県内17,047円、日帰り客の平均が県外8,134円／県内5,498円となっており、全国平均を大きく下回っています。

観光消費額 1人当たりの平均単価

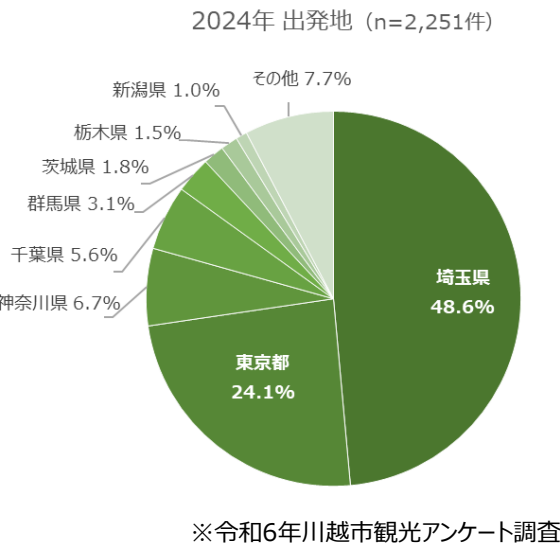
項目	2024年 平均費用（円/人）			2023年 平均費用（円/人）		
	日帰り客	宿泊客	全体	日帰り客	宿泊客	全体
交通費	1,114	2,109	1,200	1,056	1,615	1,095
宿泊費	-	17,175	17,175	-	11,513	11,513
飲食費	4,553	9,422	4,857	4,230	7,303	4,433
朝食	1,505	1,488	1,500	1,470	1,443	1,451
昼食	2,259	2,509	2,273	2,089	2,230	2,099
夜食	3,248	4,460	3,460	2,847	3,547	2,964
喫茶軽食	1,271	1,712	1,300	1,185	1,326	1,191
食べ歩き	1,388	1,919	1,422	1,274	1,414	1,287
土産品購入費	2,280	3,688	2,374	2,220	2,895	2,289
入館・入場料	1,045	1,612	1,125	986	1,180	1,003
体験料	1,892	1,895	1,867	1,486	1,825	1,527
その他	1,867	5,603	2,292	1,850	5,145	2,189
全項目	6,614	39,641	7,698	6,107	19,596	6,693

※ 異常値 * 1を除外し、外れ値を除くため回答額の上位5%と下位5%(計10%)の回答を除いた中間項の平均値で算出しています。
(* 1 : 異常値 : 宿泊費で100万円を超えるもの、「その他」の項目以外で10円未満の金額を入れているもの、数字の各位に同じ数字を連続して入力しているもの(例 = 11,111円)と定義。)

※令和6年川越市観光アンケート調査

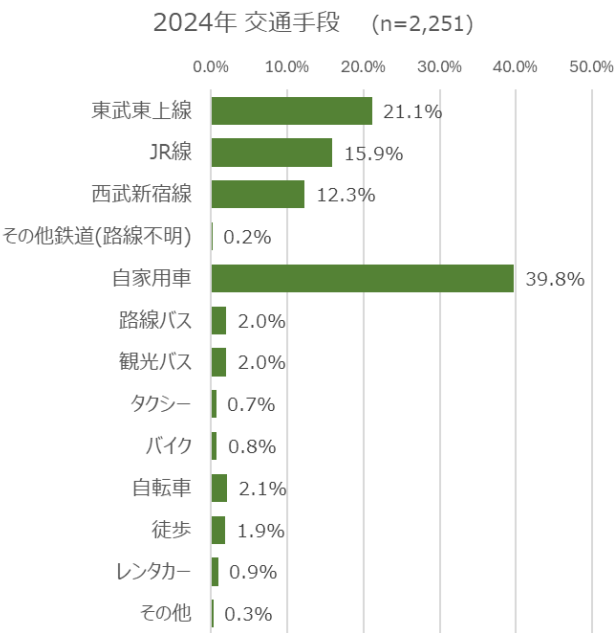
③出発地

埼玉県内からの観光客が48.6%、東京都内からが24.1%で、両都県からの観光客が7割以上を占めています。



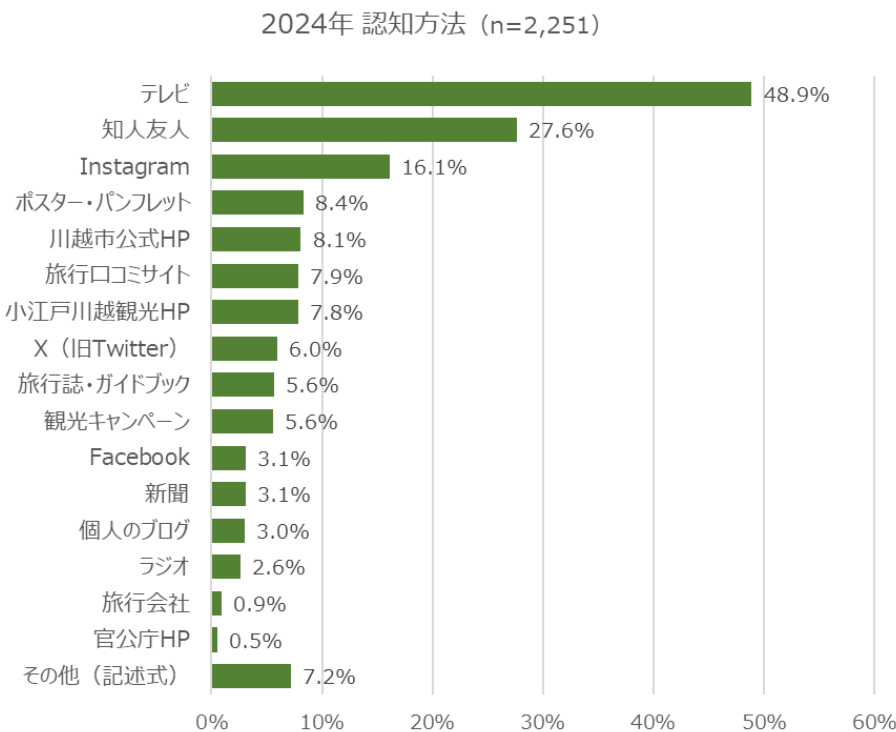
④交通手段

首都圏からの来訪が中心であることから、川越への交通手段は鉄道主要3社で49.3%と半数を占め、自家用車が39.8%で次いでおり、他の手段の利用は僅かとなっています。



⑤認知方法

川越市の認知方法は、「テレビ」が48.9%と最も多く、以下、「友人知人」27.6%、「Instagram」16.1%、「ポスター・パンフレット」8.4%等が上位に挙げられています。

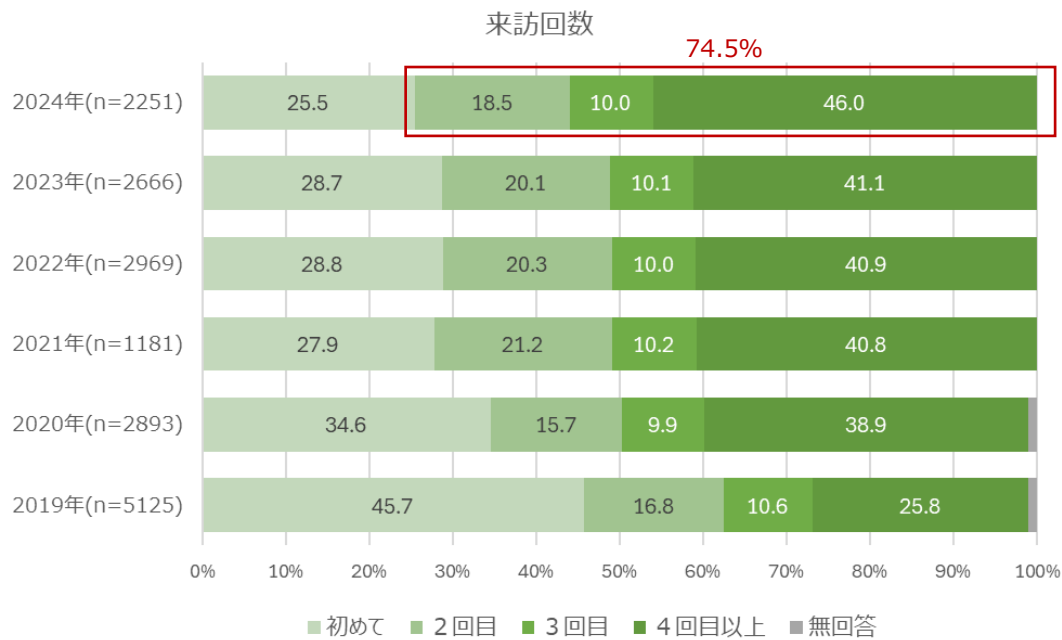


⑥ 来訪回数

令和6(2024)年のリピーター比率は74.5%であり、リピーター比率の高さが川越市の特徴となっています。

令和3(2021)年～令和5(2023)年は4回目以上のリピーターが40%程度でしたが、令和6(2024)年は46.0%と増加しています。

※令和元(2019)年は調査手法が異なるため参考値

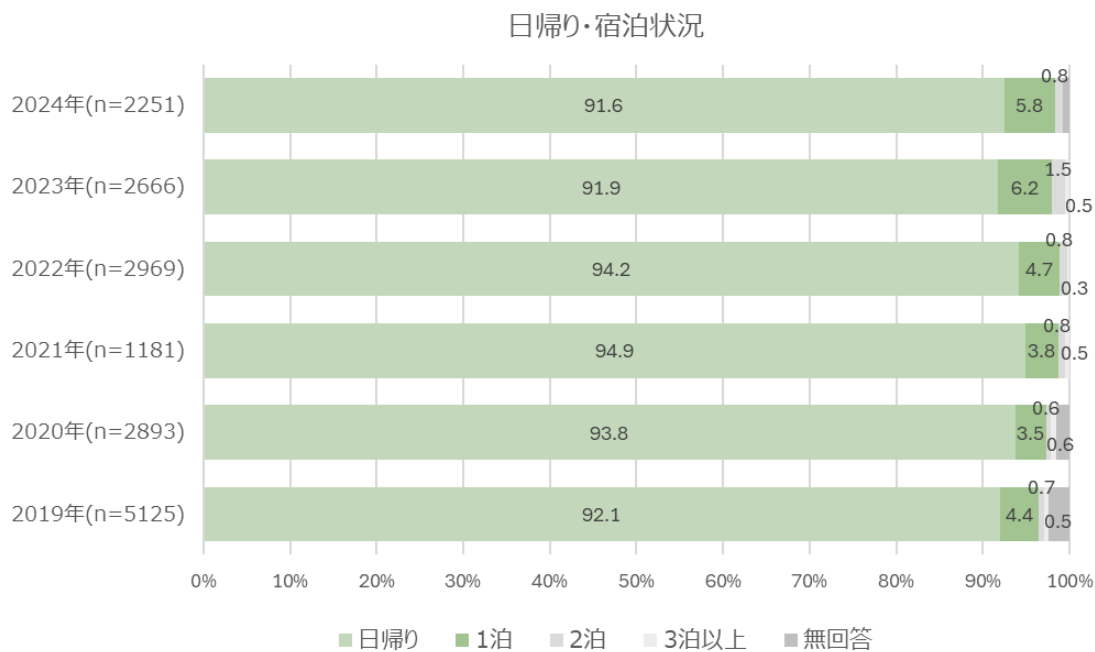


※川越市観光アンケート調査

⑦ 日帰り・宿泊状況

日帰り客が全体の91.6%を占め、時系列での傾向に大きな変化は見られません。

※令和元(2019)年は調査手法が異なるため参考値

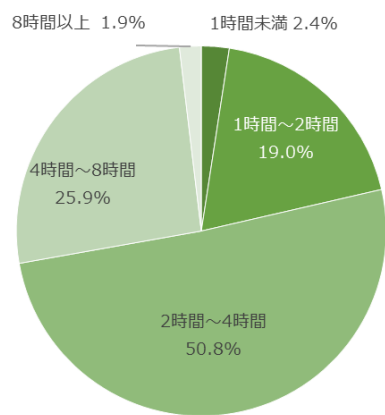


※川越市観光アンケート調査

⑧観光時間

令和6(2024)年の観光時間は、2時間以下が21.4%、2～4時間が50.8%、4時間以上が27.8%となっています。

2024年 観光時間 (n=2,251)

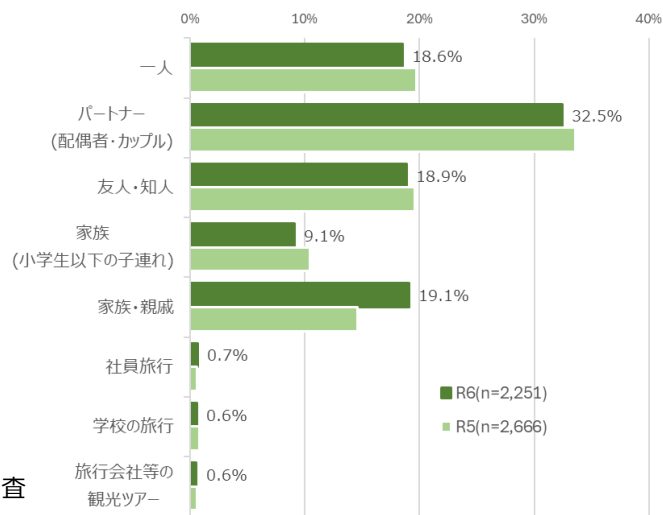


※令和6年川越市観光アンケート調査

⑨同行者

同行者は「パートナー」が32.5%で最も多く、以下、「一人」18.6%、「家族・親戚」19.1%、「友人・知人」18.9%、「家族(小学生以下の子供連れ)」9.1%の順となっており、「家族・親族」での来訪が令和5(2023)年を大きく上回っています。

同行者(n=2,251)

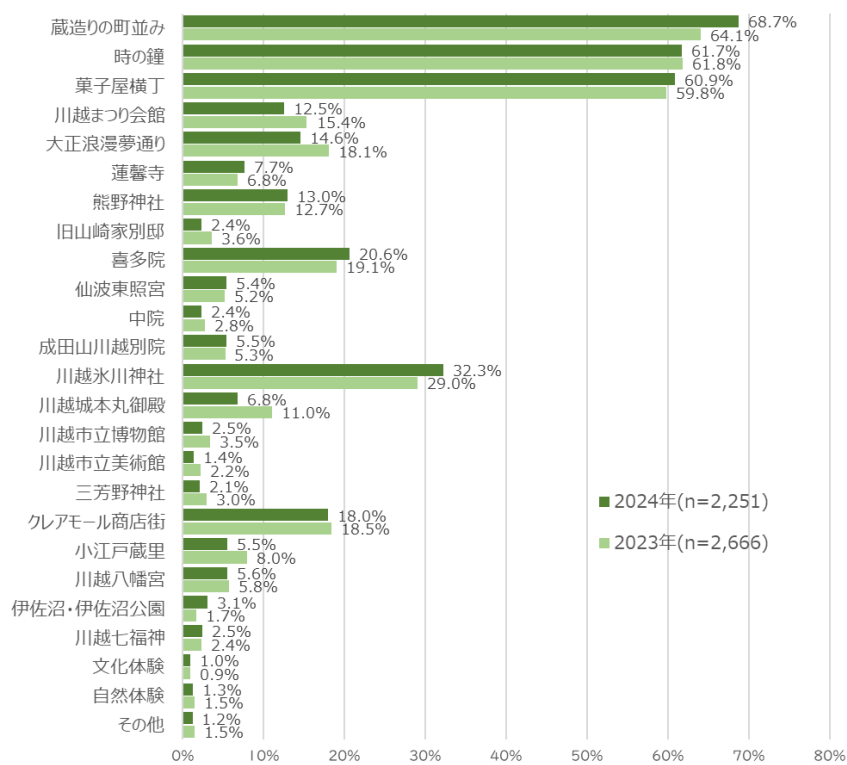


※令和6年川越市観光アンケート調査

⑩立ち寄り観光地点

令和6(2024)年、令和5(2023)年の立ち寄り観光地点を見ると、「蔵造りの町並み」、「時の鐘」、「菓子屋横丁」などの中心市街地に集中しており、令和5年から令和6年で大きな傾向の差は見られません。

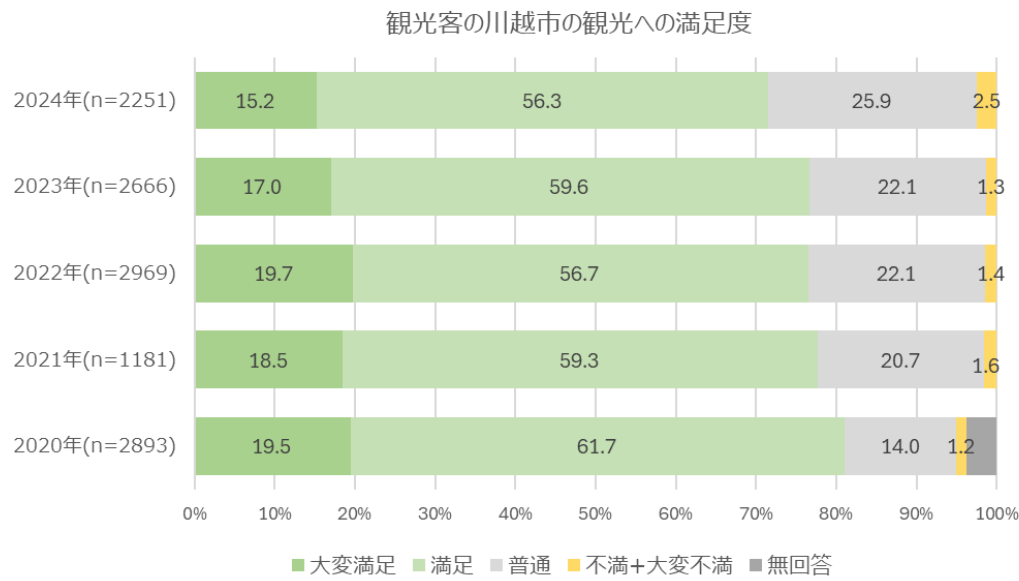
立ち寄り観光地点



※令和6年川越市観光アンケート調査

⑪観光客の川越市の観光への満足度

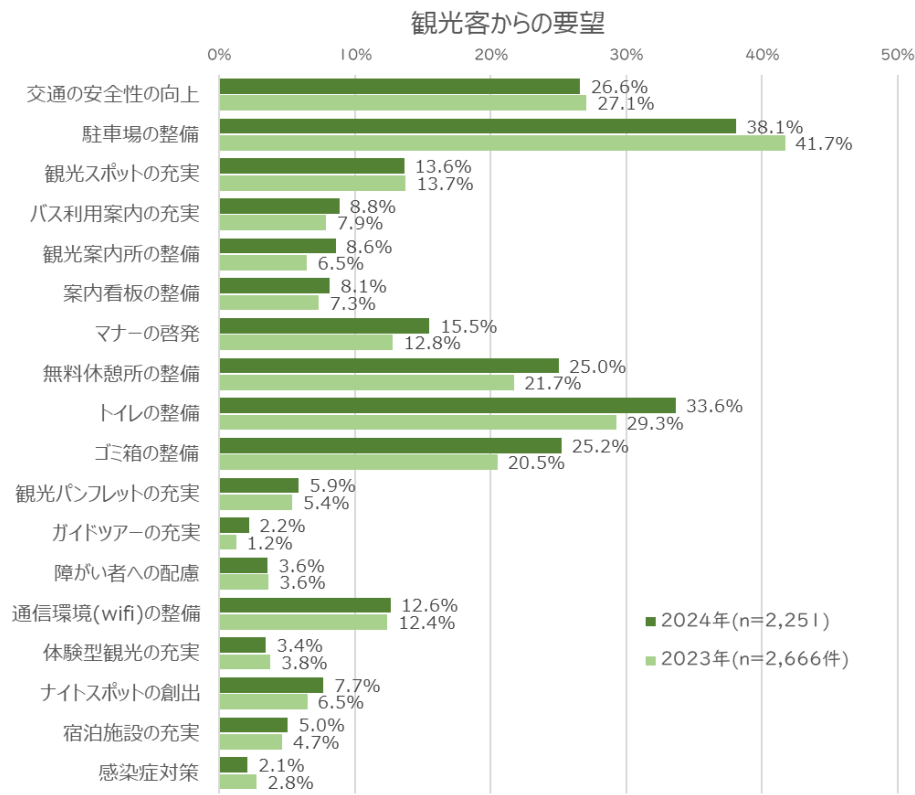
令和6(2024)年の調査では観光客の71.5%が満足と評価していますが、令和5(2023)年と比べ5%程度減少しています。また、「大変満足」とする積極的評価のみで見ると、令和4年から減少傾向が見られ、観光客の増加に伴う混雑状況などの影響が窺える結果となっています。



⑫観光客からの要望

※川越市観光アンケート調査

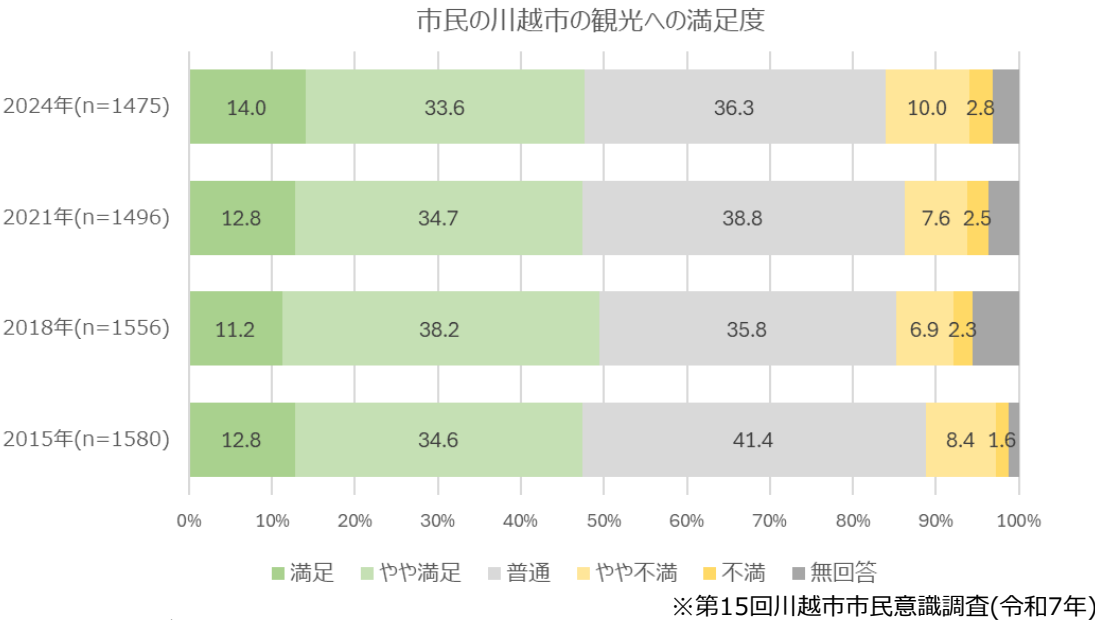
観光客からの本市の観光に対する要望としては、上位から「駐車場の整備」38.1%、「トイレの整備」33.6%、「交通安全性の向上」26.6%、「ゴミ箱の整備」25.2%、「無料休憩所の整備」25.0%等が挙げられています。



※令和6年川越市観光アンケート調査

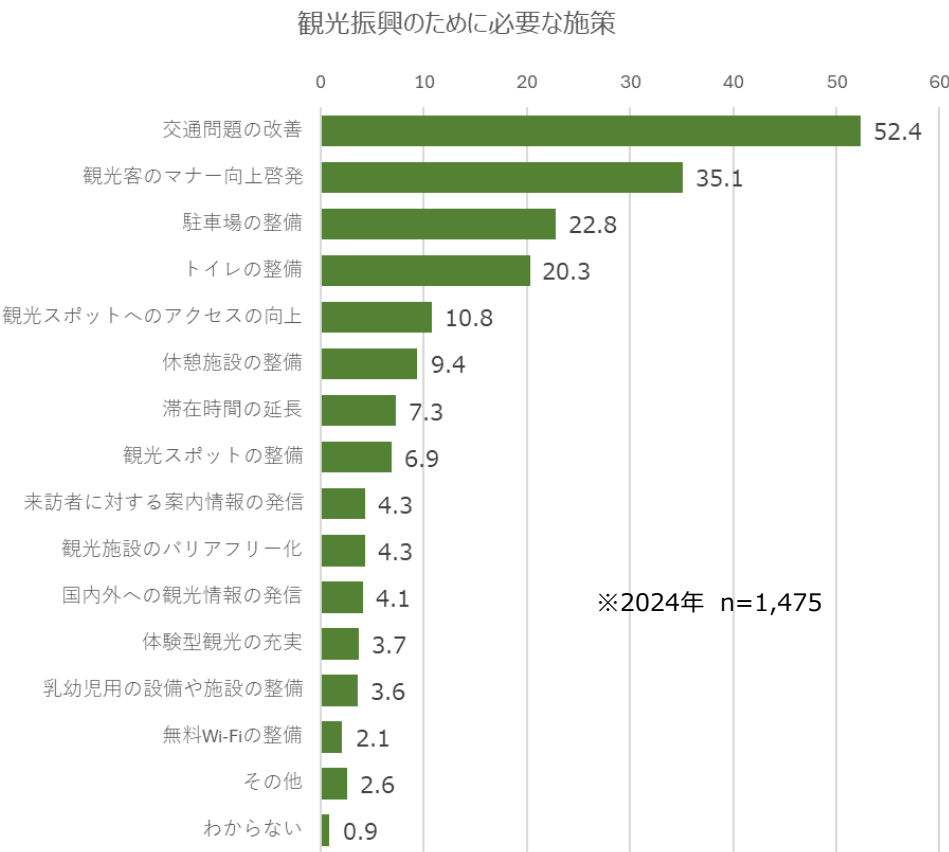
⑬市民の川越市の観光への満足度

川越市の観光について満足しているとしていると回答している市民は47.6%で、「満足」と積極的に評価している人は14.0%に留まっています。また、不満を感じている人も12.8%程度見られ、令和3(2021)年の調査を若干上回っています。



⑭観光振興のために必要な施策

観光振興に必要な施策としては、上位から「交通問題の改善」が52.4%、「観光客のマナー向上啓発」35.1%、「駐車場の整備」22.8%、「トイレの整備」20.3%等が挙げられています。

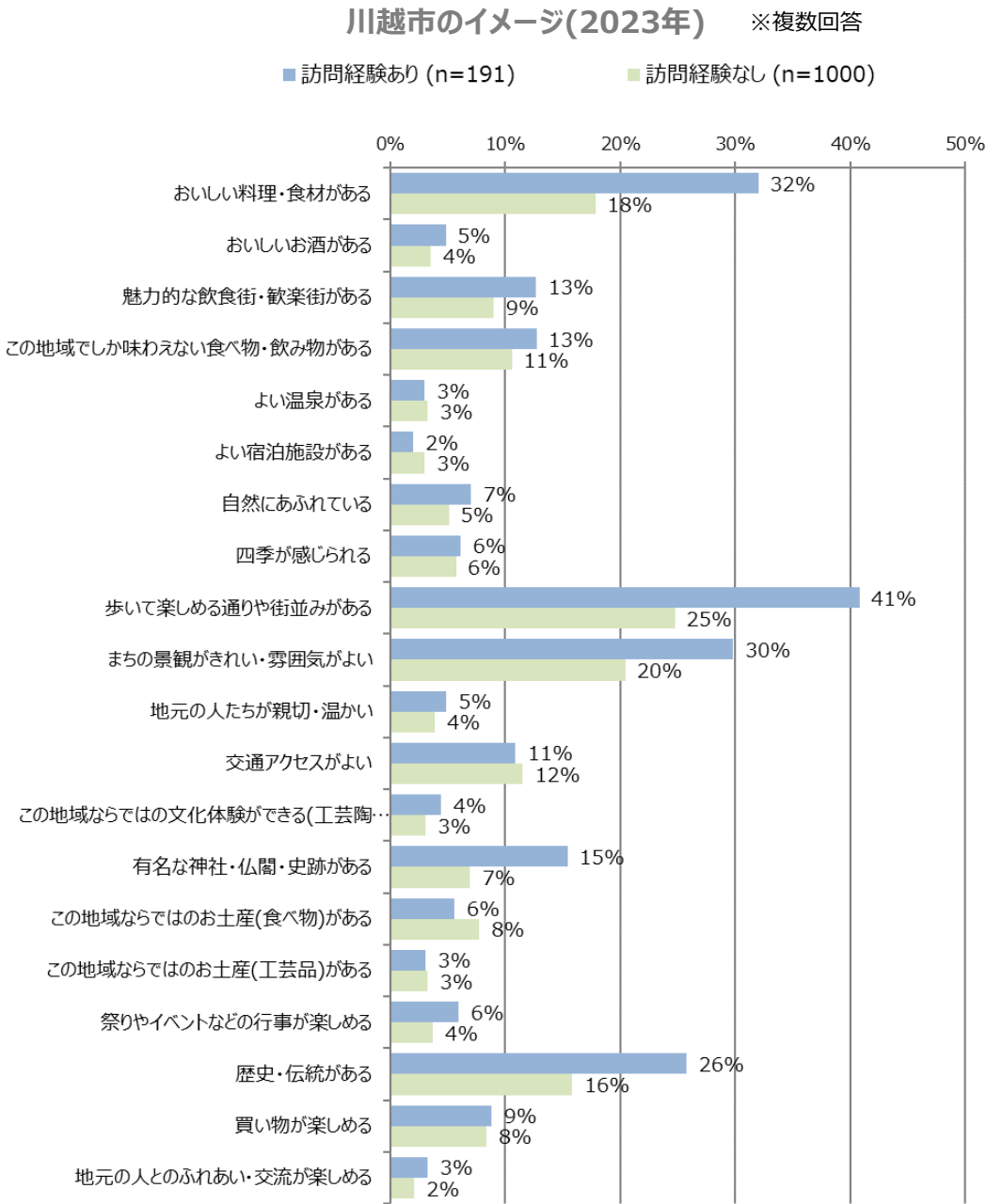


※第15回川越市市民意識調査(令和7年)

【参考】 川越市のイメージ

観光地としての川越市のイメージは、「歩いて楽しめる通りや街並みがある」、「おいしい料理・食材がある」、「まちの景観がきれい・雰囲気がいよい」、「歴史・伝統がある」等が主なイメージとなっていますが、これらのイメージも訪問経験のない層では、訪問経験者を大きく下回っています。

また、グリーンツーリズムなどの農業・自然や、イベントなどの資源をイメージする人は少なく、**面として楽しめるまちとして認知されていない**のが現状です。



※JTB総合研究所「パワーインデックス調査」(2023年)

5 第二次川越市観光振興計画(改訂版)の評価

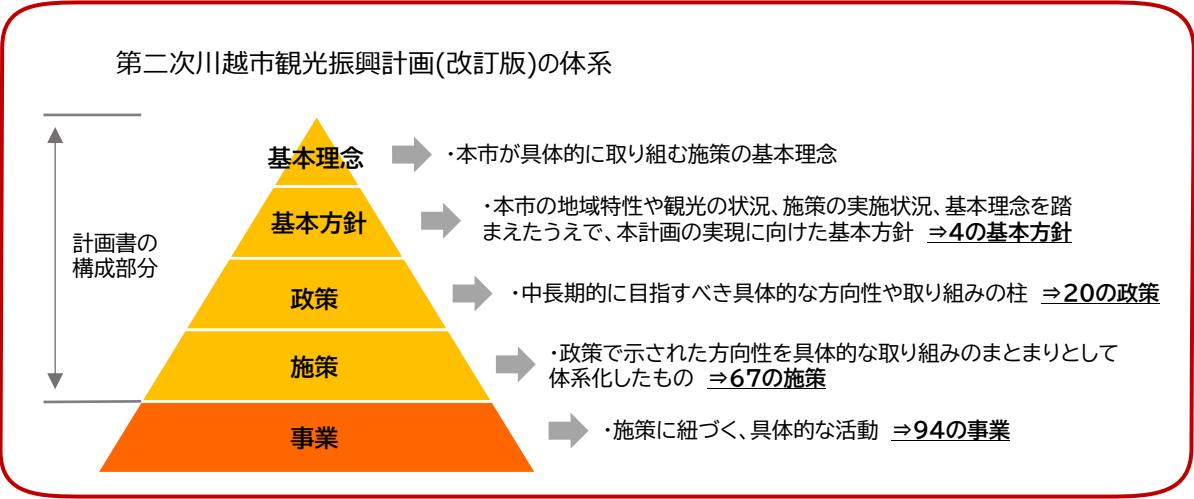
(1)事業の進捗評価

①計画の構造

第二次川越市観光振興計画(改訂版)の体系は、「基本理念」、「基本方針」、「政策」、「施策」の4つで構成され、「施策」に「事業」が紐づいています。

事業の進捗状況について、事業を所管している庁内各課及び関係団体に調査をし、その達成率(0%～100%)に基づいてAからFまでの評価を行いました。

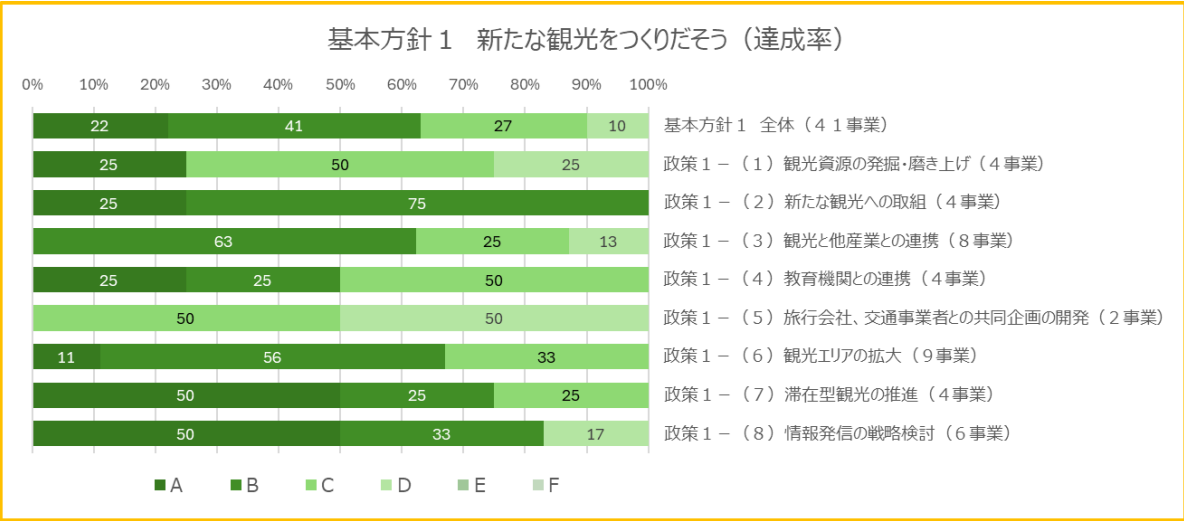
令和6年度末時点における基本方針・政策別にまとめた進捗状況評価は、以下のとおりです。



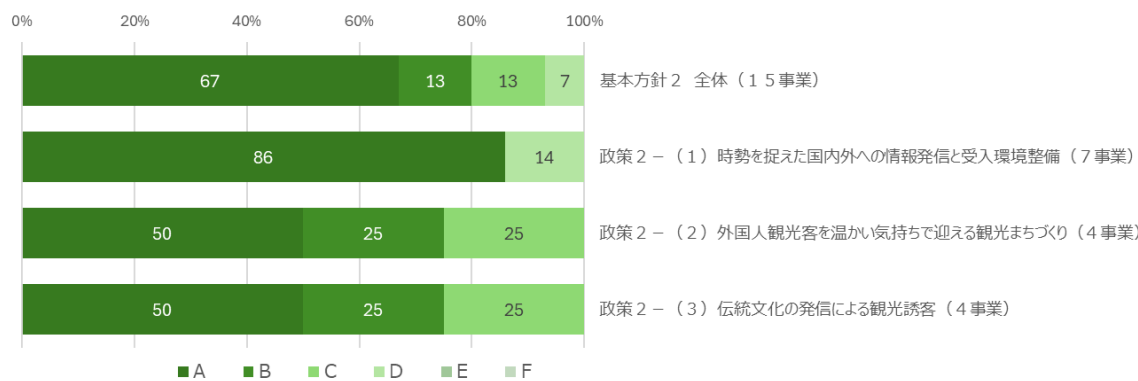
進捗状況評価の見方

評価	A	B	C	D	E	F
達成率	100%	75～99%	50～74%	25～49%	1～24%	0%

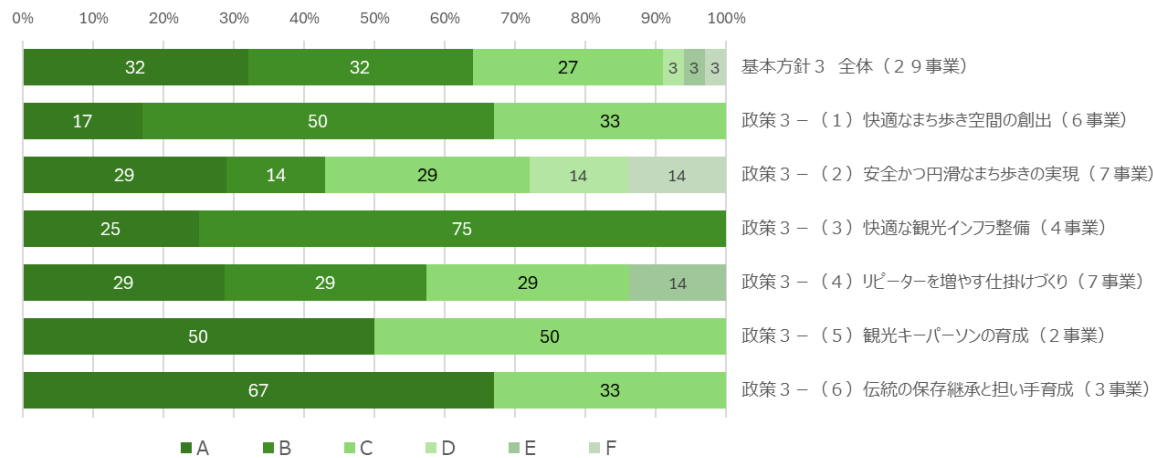
②基本方針・政策別における事業の達成率



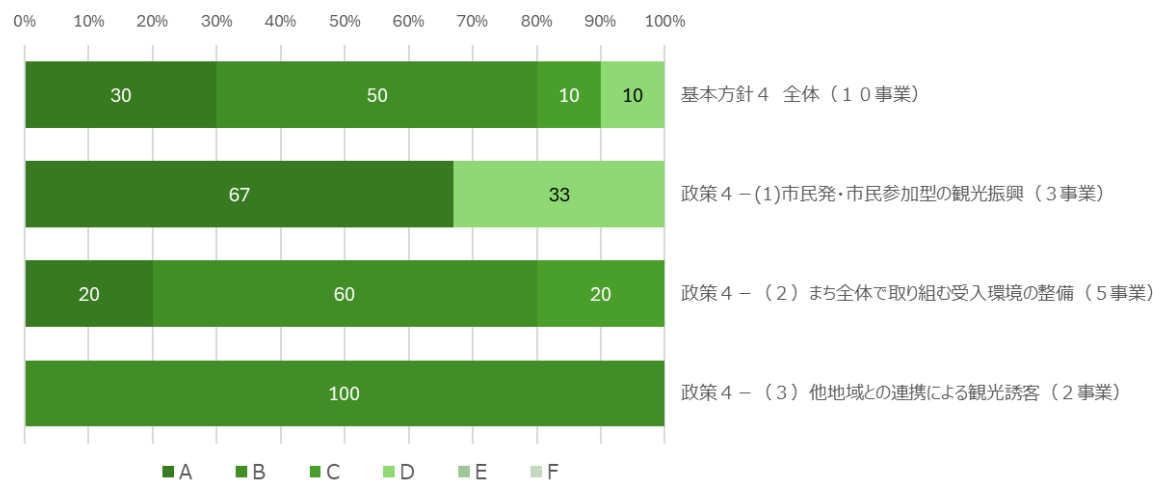
基本方針2 外国人も楽しめる川越を演出しよう（達成率）

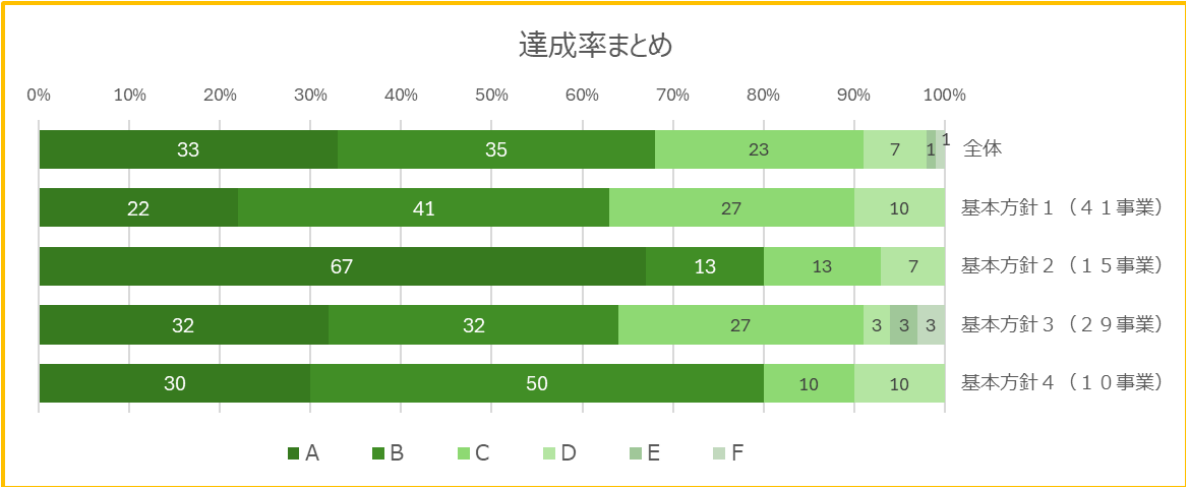


基本方針3 安心して観光を楽しめる環境をつくろう（達成率）



基本方針4 地域全体で観光まちづくりを進めよう（達成率）





※全体の事業数は94ですが、事業No.66が指標を2つ設けているため、合計が95となっています。

③評価のまとめ

全体の評価では、AからCが91%を占めており、特に基本方針2と4については、A及びBの評価が80%を超えていることから、概ね順調に進捗していることがわかります。一方で、「基本方針 1 新たな観光をつくりだそう」はA及びBの評価が63%、「基本方針 3 安心して観光を楽しめる環境をつくろう」は64%となっており、進捗が遅れている傾向にあります。

この現状を踏まえ、新たな観光をつくりだすため、今後も市内の観光資源の調査分析を行うとともに歴史的価値のある建築物を活用するなど観光資源の発掘・磨き上げに対する取り組みを継続して実施していく必要があると考えられます。

また、安心して観光を楽しめる環境をつくるため、一番街周辺の交通円滑化や増加する観光客への対応などについて継続して取り組む必要があると考えられます。

(2)戦略的重点施策(後期)の評価

①戦略的重点施策(後期)の概要

第二次川越市観光振興計画(改訂版)において、本市の観光に係る課題を解決するために、優先度が高く、集中的に実施する必要性が高い施策として位置づけられた戦略的重点施策(後期)の進捗状況評価は、以下のとおりです。

②課題ごとの評価

課題1 観光時間の伸び悩み

施策24 回遊性の向上 施策25 早朝・夜間の観光の推進

評価：共に評価Aとなっていますが、実際には各種データの分析結果の通り、本課題の解決に至っていない現状があることから、効果的な取組と指標の設定が必要と考えられます。

課題2 デジタル技術の活用不足

施策28 観光客の動態把握 施策29 SNS等による観光情報の発信 施策32 デジタル技術を活用した情報発信と 観光案内サービスの推進

評価：概ね順調に進捗しています。しかし、観光市場の変化に対応するためには、マーケティング視点で効果的な施策を計画するとともに、観光DXの推進を強化することが必要と考えられます。

課題3 外国人観光客の受入環境不足

施策33 外国人観光客の受入環境の整備

評価：外国語による公衆無線LANの利用回数が目標値を達成し評価Aとなっています。今後も安心して観光を楽しめるよう、多言語対応や外国人観光客のニーズに応じた受け入れ環境の整備が求められます。さらに、外国人観光客の満足度、ニーズを確認するための調査等を行うことも考えられます。

課題4 交通安全性の不足とゴミ環境問題

施策47 一番街周辺の交通円滑化方策の検討 施策50 観光客の増加対応

評価：一番街周辺の交通円滑化方策について検討が進められ、具体的な取り組みが行われました。しかし、観光客増加に伴い、交通安全性向上やゴミ箱の設置など、観光客からの要望も多く、継続的な対応が必要と考えられます。

課題5 地域内外の連携不足

施策64 観光協会、商工会議所、DMO川越、 商店街等との連携強化 施策67 広域観光の推進

評価：評価Bの事業が多く見られます。地域活性化を推進するためには、観光課、DMO等がコーディネート役となり、他自治体や地域内外の関係者とのネットワークを強化する必要があると考えられます。

(3)数値目標の評価

平成26(2014)年の実績値を基準値として、8つの数値目標を設定し、令和7(2025)年の最終目標値を定めました。令和6(2024)年の実績値と令和7(2025)年の目標値を比較した結果は、以下のとおりです。

①実績値と目標値の比較

指標		平成26年 (2014) 基準値	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021) 改定前年	令和4年 (2022)	令和5年 (2023)	令和6年 (2024)	令和7年 (2025) 最終 目標値
1	観光客数(万人)	657.9	775.7	385.0	394.7	560.8	719.1	735.8	750
2	観光客のリピーター割合(%)	46.3	53.2	64.5	72.1	71.2	71.3	74.5	60.0
3	外国人観光客数の割合(%)	1.1	4.0	1.0	0.7	1.8	9.35	10.5	3.0
4	観光時間半日以上 の観光客割合 (%)	55.6	66.8	69.5	33.8	40.6	43.5	45.4	65.0
5	宿泊観光客割合 (%)	2.8	5.5	4.7	5.1	5.8	8.2	8.4	4.0
6	観光地立ち寄り 箇所(箇所)	4.4	3.5	3.8	3.9	3.8	3.6	3.6	8
7	平均観光消費額 (円)	4,166	4,376	4,034	6,280	6,665	6,693	7,698	5,200
8	市民の観光に対する 重要度	*	観光の振興 0.81 重要度の平均値 0.92				観光の振興 0.85 重要度の平均値 0.98		全体の 平均 以上

②評価のまとめ

*平成26年 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

1 観光客数	令和元年に775.7万人を記録し、目標値を超えましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で、令和2年に385万人となり大きく減少しました。コロナ禍が収束し、令和4年以降は順調に回復しています。
2 観光客のリピーター割合	令和2年に64.5%となり目標値を超え、令和3年以降は7割強で推移しています。
3 外国人観光客数の割合	令和元年の段階で4.0%となり目標値を超えましたが、コロナ禍により落ち込み、令和5年は9.35%と目標値を大きく上回り、令和6年も継続しています。
4 観光時間半日以上 の観光客割合	令和元年に66.8%、令和2年に69.5%となり目標値を上回りましたが、令和3年に33.8%に落ち込み、令和4年以降も低い状況が続いている状況です。
5 宿泊観光客割合	令和元年に5.5%となって以降、目標値を超えて順調に推移しており、令和5年・6年においては大きく上回っていますが、日帰り観光客が多い状況に変化はありません。
6 観光地立ち寄り 箇所	目標値の「8」を大きく下回っており、令和元年以降、立ち寄り箇所数が4箇所を下回る状況が続いています。
7 平均観光消費額	令和3年に目標値を超え、以降も順調に増加が続いています。平成26年から令和6年の10年間で観光消費額の伸び率は80%を超えている状況です。
8 市民の観光に対する 重要度	令和5年に実施された川越市市民満足度調査において、重要度は伸びていますが、全体の平均値も伸びており、目標値には達していません。

6 SWOT分析・クロスSWOT分析による現状と課題の抽出

本市の観光を取り巻く状況と課題を客観的に把握し、戦略的な施策を導き出すため、SWOT分析およびクロスSWOT分析を行いました。

SWOT分析は、戦略策定において、内部と外部の環境要因を評価するためのフレームワークです。地域が持つ強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)を明確にし、効果的な戦略を立案するために用います。

クロスSWOT分析は、SWOT分析の結果を総合的に分析し、具体的な戦略を導き出す手法です。これにより、単なる現状把握から一歩進んで、実行可能なアクションプランを作成するものです。

SWOT分析

強み(S)	弱み(W)
●江戸情緒が息づく町並み ●外国人旅行者が気軽に日本の歴史・文化に触れることができる ●リピーター比率の高さ ●川越まつりや伝統行事等が継続されている ●ウェスタ川越、U-PLACE等を拠点とした新たな街づくり ●農業体験等が可能な自然環境 ●中心市街地住民の観光への関心の高さ ●東京・関東圏からのアクセスの良さ	●中心市街地への観光客の集中 ●観光時間が短い ●宿泊客が少ない／朝・夕のコンテンツ不足 ●郊外にある観光資源の認知不足(グリーンツーリズム等) ●地域の歴史・文化などの魅力を伝える高付加価値コンテンツ(体験型コンテンツ)が少ない ●観光客の増加に伴う中心市街地における混雑・マナー問題等 ●猛暑による観光客の減少 ●外国人旅行者に対する受入環境整備が不十分 ●観光振興の貢献度の測定が不十分
●インバウンド観光の拡大 ●観光の潮流・旅行者の志向性の変化	●政治・経済・社会情勢の変化 ●異常気象や地震などの災害リスク ●人口減少・高齢化・旅行の多様化による国内観光需要の減少 ●伝統文化の継承や担い手の減少 ●観光関連事業者における人材の減少
機会(O)	脅威(T)

クロスSWOT分析

	強み	弱み
機会	☞川越の魅力である歴史・文化を生かした体験型コンテンツの造成、多様な過ごし方の提案(特にインバウンドを想定したコンテンツの充実)	☞旅行者がストレスなく滞在できる受入環境の整備(特にインバウンドを想定した早急な環境整備) ☞観光の潮流を見据えた中心市街地以外の資源の観光コンテンツ化 ☞ターゲットを想定した効果的な情報発信
脅威	☞CRM*によるリピーターとの継続的な関係性の構築＝関係人口づくり ☞観光振興や伝統文化継承への市民の参画を促す仕掛けづくり	☞伝統の継承や観光人材の確保と育成(雇用機会の創出や観光教育、地域教育等) ☞オーバーツーリズムを含む様々なリスクに対する危機管理

*CRM : Customer Relationship Management
顧客関係管理を意味する言葉で、顧客との関係を構築し、顧客満足度を向上させ、収益性の向上を図る戦略

7 本市における観光の課題

国・県・本市における現状、本市のオーバーツーリズムの状況、第二次川越市観光振興計画(改訂版)の評価、SWOT分析・クロスSWOT分析等から、本市における観光の課題を以下に整理します。

課題1 中心市街地への観光客の集中による諸課題

観光客の増加に伴い、交通渋滞や車道への歩行者の侵入などの交通問題が発生している他、休憩所やトイレの整備など観光客が快適に過ごせる受入環境の整備が、観光客、市民の双方から求められています。また、ゴミのポイ捨てなども問題となっており、マナー啓発などの施策も市民から求められています。観光客、市民ともに現状に対する満足度は低いことから、早急な対策が求められます。

関連する課題

- 日本人旅行者の増加傾向
- 外国人旅行者の急激な増加
- 観光客は中心市街地に集中
- 観光客：「たいへん満足」とする積極的評価が15%と低い
- 観光客：駐車場の整備・トイレの整備・ゴミ箱の整備等が求められている
- 住民：「満足」とする積極的評価は14%程度と低い
- 住民：交通問題の改善・観光客のマナー向上啓発、駐車場の整備・トイレの整備が求められている
- 第二次川越市観光振興計画(改訂版)「基本方針3 安心して観光を楽しめる環境をつくろう」の進捗の遅れ

基本方針1 観光環境の充実

課題2 川越市が有する多様な資源の価値が観光客・市民に理解されていない

少子高齢化や価値観の多様化を背景に、本市観光の大きな資源であるまつりなどの伝統行事、伝統芸能等の担い手が減少しています。また、中心市街地以外の観光資源や、食や伝統工芸等の物産品の認知度も低い状況です。観光振興策や物産品のブランディングへの市民参画を促すことで、川越市が有する多様な資源の価値を市民に理解してもらう機会・仕組みづくりが必要です。

関連する課題

- 伝統行事・伝統芸能等の継承者の減少
- 観光客は中心市街地に集中
- 郊外の観光資源が認知されていない
- 市民の「満足」とする積極的評価は14%程度と低い
- 第二次川越市観光振興計画(改訂版)「基本方針1 新たな観光を作り出そう」の進捗の遅れ
- お土産・買い物等のイメージが持たれていない

基本方針2 観光を通じたシビックプライドの醸成

課題3 マーケティング視点による施策展開ができていない

第二次川越市観光振興計画(改訂版)から課題となっている滞在時間の延長、宿泊客の増加、中心市街地以外のスポットや高付加価値化などによる新たな観光の創出等は、現状においても大きな進捗は見られていません。また、これら課題の解決に向けたマーケティング視点での検討と施策展開において必要となるデータや、データを有効に活用するためのデジタル化等の基盤も十分に整備されていません。データを活用したマーケティングにより、効果的な誘客施策の展開と観光消費額の向上を図る必要があります。

関連する課題

- 日帰りが9割を占め消費単価が低い
- 4時間以下の滞在が7割を占める
- 観光客は中心市街地に集中
- 街並み、食、景観、歴史・伝統等中心市街地以外のイメージは持たれていない
- 第二次川越市観光振興計画(改訂版)「基本方針1 新たな観光を作り出そう」の進捗の遅れ
- マーケティング視点での施策展開が行われていない
- データ分析やプロモーション展開におけるデジタル技術の活用が進んでいない
- 調査・データ収集等の未整備

基本方針3

地域が潤う観光

課題4 観光・交流に関連する多様な主体との連携が不十分

リピーター率の高さが本市の観光の特徴となっています。リピーターは、単に観光客としてだけでなく、伝統行事の参加など様々な形で本市との関係を築いていただくことで、関係人口として本市の重要なプレーヤーになってもらえることが期待されますが、現状ではその仕掛けづくりが行われていません。また、宿泊客の増加や、中心市街地以外での観光の推進などにおいては、市内の諸団体・事業者の連携や市を超えた連携が必須ですが、現状では十分な連携体制が構築されていません。また、連携団体・事業者の協働においては、デジタル技術を活用したデータ共有やプロモーション展開等が必要です。

関連する課題

- 日帰りが9割を占め消費単価が低い
- 4時間以下の滞在が7割を占める
- 街並み、食、景観、歴史・伝統等中心市街地以外のイメージは持たれていない
- 市内の団体・事業者との連携が不十分
- マーケティング視点での施策展開が行われていない
- データ分析やプロモーション展開におけるデジタル技術の活用が進んでいない

基本方針4

多様な主体との連携・協働

1 基本理念

基本理念

ともにつなぐ 小江戸川越らしさを未来へ

本市には、先人たちが築いてきた、歴史、文化、景観、自然、伝統行事、地域住民の暮らしの調和等といった川越特有の「小江戸川越らしさ」という代えがたい財産があります。この基本理念には、市民や観光客、事業者をはじめ川越に関わる全ての人々が一体となって小江戸川越らしさを次世代に受け継いでいくとともに、川越らしい新たな魅力を生み出していきたいという想いが込められています。

本計画の推進により、川越が深い観光体験などを提供できるよう、量より質を重視した観光施策を図ることで、川越ならではの歴史、文化、伝統などの多様な観光資源を守ると同時に、経済的な効果を生み出すバランスの取れた観光振興を目指して、『日本版持続可能な観光ガイドライン』（JSTS-D）の指標を取り入れます。

本市に携わるすべての人々が手を取り合って小江戸川越の魅力を高め、小江戸川越らしさを未来へつなげていきます。

【コンセプト】

市民

市民にとっては、生活が観光によって阻害されることなく質が向上していくこと、また、市民の観光への理解が深まり、観光客へのおもてなしの心が芽生え、ひいては観光地としての愛着、誇りが持てるようになることが重要です。

小江戸川越らしさの継承

観光客

観光客にとっては、自らの行動がまちづくりや地域住民に与える影響が大きいことを意識し、川越の歴史や伝統、文化、自然などにも配慮しながら、節度を持って行動するよう心掛けることが重要です。

事業者

事業者にとっては、多様な主体の連携による観光関連事業により、事業が成り立ち、観光への投資が促進され、雇用の安定化や事業展開が一層図られるようになることが重要です。

👉 本市観光の主役である、市民、観光客、事業者がこうようになって初めて、持続可能な観光都市になれるものと考えています。

2 基本方針・施策

基本理念、コンセプトに沿って、以下 4 つの基本方針のもとに、具体的な施策を設定します。

基本方針1

観光環境の充実

観光振興の取り組みが、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り組みを行います。

また、交通インフラの整備、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、観光環境の整備につながる施策を展開します。

施策1	生活環境に配慮した観光客の受入
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
施策3	自然環境を生かした観光振興
施策4	観光客の安全を守る危機管理体制の強化

基本方針2

観光を通じたシビックプライドの醸成

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、川越市が有する多様な資源の価値を共に高めることで、本市のブランディングを推進します。

施策5	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
施策6	市民との協働による川越のブランディング
施策7	川越の歴史・文化・伝統の活用

基本方針3

地域が潤う観光

地域資源の磨き上げ等による観光客の滞在時間の延長、市内回遊の促進など、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り組みを担う人材の育成に取り組みます。

施策8	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
施策9	魅力的な観光コンテンツの造成による回遊性の向上と滞在時間の延長
施策10	宿泊機会の創出
施策11	地元産品の販売促進
施策12	観光に関する人材の育成

基本方針4

多様な主体との連携・協働

市民、行政、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、他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	多様な資源やコンテンツを活用した関係人口づくり
施策14	観光関係者全体の連携による観光振興
施策15	広域連携による地域性を生かした観光振興

1 体系図

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3

地域が潤う観光

施策8

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

取組31 データ分析・活用による観光マネジメント

取組32 SNS等を活用したプロモーション

施策9

魅力的な観光コンテンツの造成による回遊性の向上と滞在時間の延長

取組33 市内観光資源をつなぐ観光ルートを生かした滞在型観光の推進

取組34 工場見学受け入れ企業の開拓

取組35 文化芸術活動拠点からの魅力発信

施策10

宿泊機会の創出

取組36 早朝・夜間観光の活性化

取組37 関係機関との連携による宿泊観光の推進

施策11

地元産品の販売促進

取組38 おいしい川越農産物提供店認定

取組39 川越産農産物地産地消推進

取組40 小江戸川越ブランド産品認定事業

施策12

観光に関する人材の育成

取組41 観光人材育成セミナーの実施

取組42 観光おもてなし力向上

取組43 観光ガイドの育成

基本方針4

多様な主体との連携・協働

施策13

多様な資源やコンテンツを活用した関係人口づくり

取組44 川越ファンクラブ(仮称)の構築・推進

取組45 関係人口づくりにつながる地域の魅力発信

取組46 川越の伝統的なまつり等を活用した関係人口づくり

取組47 コンテンツツーリズムによる関係人口づくり

取組48 スポーツツーリズムによる関係人口づくり

取組49 学生との連携による観光地域づくり

施策14

観光関係者全体の連携による観光振興

取組50 交通事業者・宿泊事業者との連携

取組51 観光関連データの共有と活用

施策15

広域連携による地域性を生かした観光振興

取組52 歴史資源を活用した広域観光連携

取組53 広域連携による地域資源活用型観光

2 取組の概要と実施体制

各施策における主な取組は以下のとおりです。

基本方針1 観光環境の充実

施策1 生活環境に配慮した観光客の受入

限られたエリアと時間に観光客が集中することによる観光環境や交通に対する課題を解消し、市民生活と観光の両立に向けた取り組みを実施します。観光環境の対策としては、ごみのポイ捨て防止等の環境美化やマナー問題への対策を行います。交通問題の対策としては、北部市街地においてパークアンドライドなどを推進することで、地域の交通負荷を軽減し、交通円滑化を進めます。さらに、観光用駐車場の活用や公共交通機関の利用促進により、交通の利便性を向上させることで、市民生活と観光の調和を実現します。

取組 1	観光客増加に対応したマナー対策
概要	ごみのポイ捨て防止やマナー啓発等、市民生活に配慮した対策を行います。
推進主体	川越市 観光関連事業者

取組 2	環境美化活動の支援
概要	商店街、事業者、各団体における環境美化活動を支援します。
推進主体	川越市 観光関連事業者

取組 3	公共交通機関の利用促進
概要	ホームページやSNS,デジタルマップを活用し、観光客が公共交通機関を選択する際に分かりやすい情報を発信するなど、公共交通事業者と連携しながら、公共交通機関の利用を促します。
推進主体	川越市 観光関連事業者



取組 4	一番街周辺の交通円滑化の推進
概要	一番街における歩行者の安全確保を図るとともに、交通渋滞を緩和するための車両流入抑制対策等について、地元および関係機関とともに検討を進め、一番街周辺の交通円滑化を推進します。
推進主体	川越市

取組 5	観光用駐車場の活用による交通の利便性向上とパークアンドライドの推進
概要	中心市街地の自動車交通量を削減するため、迂回誘導看板の設置等による誘導施策を行うことで、自動車を郊外型駐車場に誘導するとともに、パークアンドライド機能の充実により、移動にあたっての利便性の向上を図ります。
推進主体	川越市

取組 6	自転車シェアリングの推進
概要	川越市自転車シェアリングの観光への活用を図るため、観光客の利用ニーズの把握、サイクルステーションの配置の適正化を図ります。
推進主体	川越市



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

観光客・市民が安全かつ安心して過ごせるよう、歴史的地区などの道路環境整備、高齢者、障害者、乳幼児同伴の観光等に配慮したバリアフリー化、トイレや休憩スペースの確保などのインフラ整備を行います。また、外国人旅行者が安心して観光を楽しめるよう、市内施設における多言語化、文化の違いに配慮した観光マナーの推進を行います。これらを一元的に情報発信することで、観光客が安心して快適に滞在できる環境を整え、市民にとっても日常生活での利便性や快適性の向上を図ります。

取組7 歴史的地区環境整備街路事業

概要

川越の歴史的地区における景観保存と観光客・市民の安全で快適な歩行環境の確保のため、道路環境の整備を進めます。

推進主体

川越市

取組8 都市計画道路中央通り線整備事業

概要

観光客・市民の安全で快適な歩行環境の確保のため、仲町交差点から連雀町交差点まで無電柱化を伴う道路整備を進めます。

推進主体

川越市

代表的イメージ

代表的イメージ

取組 9	快適な観光を支える観光環境の整備
概要	観光客が安心して快適に滞在できる環境を整えるため、観光客が集中する地域を中心にトイレや休憩場所の利便性向上を図る取組を推進します。バリアフリーに対応した設備の充実や、多言語による設置場所の案内などを行います。
推進主体	川越市
取組 10	低利用地の活用の推進と公共空間を生かした休憩・交流の場づくり
概要	観光客の集中による混雑緩和を目的に、民間の低利用空地の活用の推進を図るとともに、公共空間を活用した休憩スペースの設置や、イベントでの活用などにより、地域の活性化と観光資源の多様化を図ります。
推進主体	川越市
取組 11	観光関連施設における外国人観光客の受入環境整備
概要	観光関連施設での多言語対応などを行い、外国人観光客が安心して利用できる受入環境の充実を図ります。
推進主体	川越市 まちづくり川越 観光関連事業者
取組 12	多様性に配慮した受入環境の整備
概要	インバウンドを積極的に受け入れたいと考えている事業者の支援や、多様な食文化・宗教に配慮した受入環境整備および情報発信を行います。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越
取組 13	観光情報の一元化的な情報発信
概要	観光情報を一元化し、観光客が必要な情報を簡単に取得できるようにします。観光地の混雑状況、イベント情報、交通情報などをリアルタイムで提供します。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会

施策3 自然環境を生かした観光振興

グリーンツーリズム拠点施設での農業体験や食体験の提供、世界農業遺産「武蔵野の落ち葉堆肥農法」の観光コンテンツ化により、自然と農業の魅力を発信します。加えて、郊外の自然環境を活用した公園の環境整備を進め、観光資源としての魅力を高めます。これにより、自然環境への理解と観光振興の両立を図り、地域の魅力を持続的に発展させます。

取組 1 4	グリーンツーリズムの推進
概要	グリーンツーリズム拠点施設において、市民農園や農業体験、自然体験など都市住民が農や自然に触れる機会を提供するとともに、キャンプスペースの利用による滞在時間の延長を図ります。
推進主体	川越市 農業関係者

取組 1 5	「武蔵野の落ち葉堆肥農法」の観光コンテンツ化の推進
概要	世界農業遺産「武蔵野の落ち葉堆肥農法」を生かしたコンテンツとして、農業体験ツアーやワークショップの造成支援を行い、持続可能な農業の魅力を発信します。
推進主体	川越市 DMO川越 農業関係者

取組 1 6	公園の環境整備・活用推進
概要	郊外に立地する公園の自然環境を保全しつつ、観光資源としての魅力向上を図るため、郊外の公園や史跡公園の環境整備を推進し、郊外の観光拠点としての活用を図ります。
推進主体	川越市

代表的イメージ

代表的イメージ

施策4 観光客の安全を守る危機管理体制の強化

地震や異常気象による災害の増加等、災害発生時における、多言語対応による情報発信を強化し、外国人観光客を含む全ての観光客が迅速に避難できる体制を整備します。また、防災対策の強化、帰宅困難者への対応について検討するとともに、非常時の体制を整えます。これにより、観光客が安心して滞在できる環境を提供し、地域の安全性を高めます。

取組 1 7	多言語対応による災害時の避難情報の発信
概要	外国人観光客を含む観光客が災害発生時に迅速かつ適切に避難できるよう、市ホームページやSNS、デジタルマップを効果的に活用した情報発信を行います。
推進主体	川越市

取組 1 8	防災対策の強化と観光客の帰宅困難者対策
概要	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るとともに、帰宅困難者対策を進めます。
推進主体	川越市 観光関連事業者



基本方針2 観光を通じたシビックプライドの醸成

施策5 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

DMO川越が作成した「川越観光のこころえ」を周知し、地域資源の再発見を促進します。また、市民参加型のイベントを開催し、地域の魅力を再発見する場を提供します。さらに、市内の小中学生を対象に地域への愛着と誇りの醸成につながる取り組みを推進します。

取組 1 9	「川越観光のこころえ」の周知・啓発
概要	観光が地域社会に果たす役割について理解の促進を図りながら、市民・観光客・事業者が地域資源を再発見・深掘りし、川越のために自分事としてできることを宣言し、行動することを促します。
推進主体	川越市 DMO川越 観光関連事業者 市民

取組 2 0	市民参加型のイベントの開催
概要	市民と観光客が共に楽しめる参加型のイベントを定期的に開催し、地域の魅力を再発見する場を提供します。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 まちづくり川越 観光関連事業者 市民

取組 2 1	市内小・中学校の校外学習における観光関連施設の活用
概要	本市の歴史、文化、伝統を学んでもらうことで本市への愛着と誇りを醸成します。
推進主体	川越市 教育関係者

代表的イメージ

代表的イメージ

施策6 市民との協働による川越のブランディング

川越の魅力を生かしたブランドの普及活動、市民との協働による川越の歴史、文化、伝統等のPR活動により、地域愛と認知度の向上を図ります。また、小江戸川越大使等によるPR活動など著名人を活用した広報を行います。さらに、広報川越や市ホームページを通じて市民に観光情報を提供し、地域全体での観光振興を図ります。

取組22	小江戸川越ブランドの普及
概要	市民と共に川越の魅力を生かしたブランドを形成・発信することで、本市の認知度と市民の地域愛の向上を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 市民
取組23	市民協働による観光PR
概要	市内の歴史遺産等を市民と協働でPRすることで、市民自身が観光の担い手となり、地域愛と認知度の向上を目指します。
推進主体	川越市 市民
取組24	小江戸川越大使等によるPR
概要	小江戸川越大使及び小江戸川越観光親善大使等を通じて、川越にゆかりのある著名人による本市のPRを行います。
推進主体	川越市
取組25	市民に向けた観光情報の提供
概要	広報川越や市ホームページ、SNS等を通じて、観光情報や観光行政の取組等の情報を市民に分かりやすく提供します。
推進主体	川越市



施策7 川越の歴史・文化・伝統の活用

本市が有する文化財や歴史的建造物、伝統芸能、伝統行事等の保護と効果的な活用を行い、次世代に継承します。観光客への発信に加え、市民に対しても伝統芸能や伝統行事にふれる機会を増やすことで、本市への愛着と誇りを醸成し、後継者不足の解消につなげます。

また、観光資源の発掘・磨き上げを支援し、建築物などの観光資源を利活用します。さらに、博物館等を拠点に歴史・文化体験を推進し、地域全体で川越の魅力を次世代に伝えます。

取組 2 6	次世代につなぐ川越まつり
概要	川越まつりを次世代につなげるため、後継者育成、企画・運営の担い手の確保の推進を図るなど、地域全体で伝統を継承します。
推進主体	川越市 市民 伝統・文化の担い手

取組 2 7	登録有形文化財の活用
概要	本市にある有形文化財建造物を活用した体験型イベントや交流の場の活用等の取組により、その価値を次世代に継承していきます。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越

取組 2 8	伝統芸能の継承
概要	川越市が誇る伝統芸能である囃子や獅子舞等を次世代につなげるため、実演の機会を広く提供するとともに、後継者の育成を支援します。
推進主体	川越市 伝統・文化の担い手



取組 2 9	観光資源の発掘・磨き上げへの支援
概要	地域への愛着を深める仕掛けづくりや地域の資源を生かした観光コンテンツづくり、受入環境整備への支援を行います。
推進主体	川越市 DMO川越

取組 3 0	博物館等を拠点とした歴史・文化体験の推進
概要	川越の歴史・文化・伝統を次世代に継承し、博物館等を活用した歴史・文化体験事業に取り組みます。
推進主体	川越市

基本方針3 地域が潤う観光

施策8 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

各種観光データや観光市場の動向等のデータ、川越市で実施する調査データ等をマーケティング視点で活用し、具体的なターゲットを想定したコンテンツの造成、プロモーション等の取組を展開します。

また、情報を一元化したプラットフォームを構築することにより、効果的なプロモーション展開や、多様なステークホルダー間で情報共有を図り、経済効果の向上につながる取組を展開します。

取組 3 1	データ分析・活用による観光マネジメント
概要	データの一元化を図り、ビッグデータの活用に加え、アンケート調査やヒアリングを通じて、市民・観光客・事業者の意識を把握し、施策に反映させるよう、データ等に基づく観光戦略立案・マネジメント等への支援を行います。
推進主体	川越市 DMO川越

取組 3 2	S N S等を活用したプロモーション
概要	S N S等を活用して、イベント等の観光コンテンツの情報発信を行い、地域経済の活性化を図ります。また、多言語での観光パンフレットやS N Sでの発信も充実させます。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越

施策9 魅力的な観光コンテンツの造成による回遊性の向上と滞在時間の延長

市内の歴史、文化、自然などの観光資源を結び付け、市内での回遊性を高めます。これにより、地域の魅力を高め、滞在型観光を推進します。

取組33	市内観光資源をつなぐ観光ルートを生かした滞在型観光の推進
概要	市内の歴史、文化、自然などの多様な観光資源をつなぐ観光ルートを活用し、移動や体験を楽しめる仕組みを整えることで滞在時間の延長を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越
取組34	工場見学受け入れ企業の開拓
概要	工場見学を活用した体験型の産業観光を推進します。市ホームページにて工場見学可能な工場を公開して情報発信を行います。
推進主体	川越市
取組35	文化芸術活動拠点からの魅力発信
概要	地域の文化的魅力を高めて、広く発信することで、回遊性の向上と滞在時間の延長を図ります。
推進主体	川越市

施策10 宿泊機会の創出

早朝・夜間観光の創出・コンテンツの磨き上げにより、早朝・夜間の観光需要の創出と日中の混雑の分散化を実現します。また、市内の観光資源を活用した宿泊プランや体験型コンテンツを提供することで、宿泊者数の増加と消費額の拡大を目指します。さらに、ナイトタイムエコノミーの活性化を図ることで、観光客の滞在時間の延長を図ります。

取組36	早朝・夜間観光の活性化
概要	早朝や夜の時間帯に楽しむことができるまち歩きやイベント等の魅力を創出することにより、滞在時間の延長及び市内に前泊・後泊する機会の創出を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 観光関連事業者

取組37	関係機関との連携による宿泊観光の推進
概要	宿泊事業者や観光関連団体と連携し、宿泊目的や利用者に関する実態把握に努め、市内の多様な観光資源を活用した宿泊と絡めた事業を展開することで、宿泊観光の推進と、消費額拡大を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 観光関連事業者



施策11 地元産品の販売促進

川越産農産物、ご当地グルメ等の魅力を広くPRすることで、生産・流通の促進と消費拡大を図ります。また、川越産農産物の知名度の向上、小江戸川越ブランド製品の認定などにより、地元産品のブランド力の向上と販売促進を図り、地域経済の活性化を目指します。

取組38	おいしい川越農産物提供店認定
概要	川越産農産物の魅力を広く市民、観光客等にPRする市内の飲食店等を認定し、川越産農産物の生産・流通の促進及び消費の拡大を図る取組を進めます。
推進主体	川越市 観光関連事業者 農業関係者
取組39	川越産農産物地産地消推進
概要	「おいしい川越」ロゴグッズの活用、直売イベントの開催協力、PRシートを活用した効果的な異業種交流会の開催、配達業務を希望する農業者と飲食店を把握し、マッチングを行うことで川越産農産物の利用促進を図ります。
推進主体	川越市 観光関連事業者 農業関係者
取組40	小江戸川越ブランド製品認定事業
概要	ブランド製品の認定をし、地域の特産品としての価値を高めます。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会



施策12 観光に関する人材の育成

観光関連分野で働く、商業、飲食業等の従事者や市内の観光関連事業者にとって、働きやすい環境づくりを支援します。収益向上、雇用機会の増加を目指すとともに、質の高い観光サービスの提供を目指します。また、インバウンド対応などこれからの観光サービスにおいて求められる人材や、ローカルガイドの育成などへの支援を行い、地域経済の活性化を図ります。

取組4 1	観光人材育成セミナーの実施
概要	観光関連分野で安心して働ける環境をつくるための人材育成セミナーを関係団体と連携して開催します。
推進主体	川越市 DMO川越 川越商工会議所

取組4 2	観光おもてなし力向上
概要	観光事業者を対象にした接遇の向上や観光客のおもてなしに関する取組等を実施します。
推進主体	川越市 観光関連事業者

取組4 3	観光ガイドの育成
概要	観光ガイド・外国語観光ガイドの育成をします。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 観光関連事業者



基本方針4 多様な主体との連携・協働

施策13 多様な資源やコンテンツを活用した関係人口づくり

市民、観光客、事業者との関係構築のためのプラットフォームの構築、川越出身者が地域のまつりや伝統行事に参加しやすい仕組みの構築、市内の多様なコンテンツを活用した観光客と市民の関係づくりを促すツーリズム(コンテンツツーリズム、スポーツツーリズムなど)の推進を通し、関係人口の拡大を図ります。これにより、地域の文化継承とコミュニティの拡大を目指し、本市の魅力を高めます。

取組 4 4	川越ファンクラブ(仮称)の構築・推進
概要	市民・観光客・事業者を含めた川越ファンを登録する仕組みを構築し、地域資源を活かしたイベント等の情報発信および交流会の機会の提供を図り、関係人口の増加を目指します。属性等を整理・把握するCRMのシステムを利用して、先方が欲しい情報に対して的確な情報の発信をします。
推進主体	川越市 DMO川越 観光関連事業者 市民
取組 4 5	関係人口づくりにつながる地域の魅力発信
概要	地域外の人々が本市に関心を持ち、定期的に訪れるような関係人口を増やすための情報発信や受入体制の整備等を推進します。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 市民
取組 4 6	川越の伝統的なまつり等を活用した関係人口づくり
概要	川越まつり、川越百万灯夏まつり、小江戸川越春まつり等を活用し、市民・観光客・川越出身者及び居住経験者等が参加しやすい環境を整え、地域の文化の継承とともに、関係人口やコミュニティの拡大を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 商工会議所 観光関連事業者



取組 4 7	コンテンツツーリズムによる関係人口づくり
概要	映画・ドラマ・アニメ等の舞台となった市内の各所を活用し、作品ファンとの継続的なつながりを形成することで、関係人口およびファンコミュニティの拡大を図ります。
推進主体	川越市 観光関連事業者

取組 4 8	スポーツツーリズムによる関係人口づくり
概要	市内の主要な観光資源、歴史的な景観を活用したマラソン等の体験型スポーツイベントを展開します。また、市内でのプロ・トップスポーツの試合の開催により、市民がトップレベルのスポーツを「みる」機会を提供するとともに、観光とスポーツを融合させた交流機会を創出し、関係人口およびファンコミュニティの拡大を図ります。
推進主体	川越市 観光関連事業者 スポーツ団体

取組 4 9	学生との連携による観光地域づくり
概要	市内外の学生との連携により、本市の観光振興につながる取り組みを行います。
推進主体	川越市 学生



施策14 観光関係者全体の連携による観光振興

市内の観光関連団体のみでなく、農業、商業、飲食業など多様な主体との連携により、市全体の経済活性化に貢献できる観光振興を推進します。

取組50	交通事業者・宿泊事業者等との連携
概要	交通事業者、宿泊事業者などと連携を図り、観光客の利便性を向上させる施策を展開します。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 観光関連事業者

取組51	観光関連データの共有と活用
概要	経済効果だけでなく多様な指標を導入したマネジメント会議の開催等、事業者間で観光関連データを共有する仕組みを構築し、データに基づく戦略的な観光振興を推進します。
推進主体	川越市 DMO川越



施策15 広域連携による地域性を生かした観光振興

他自治体、交通関連事業者、大学など、市内外の多様な主体との連携により、地域の特性を生かした広域観光を推進します。

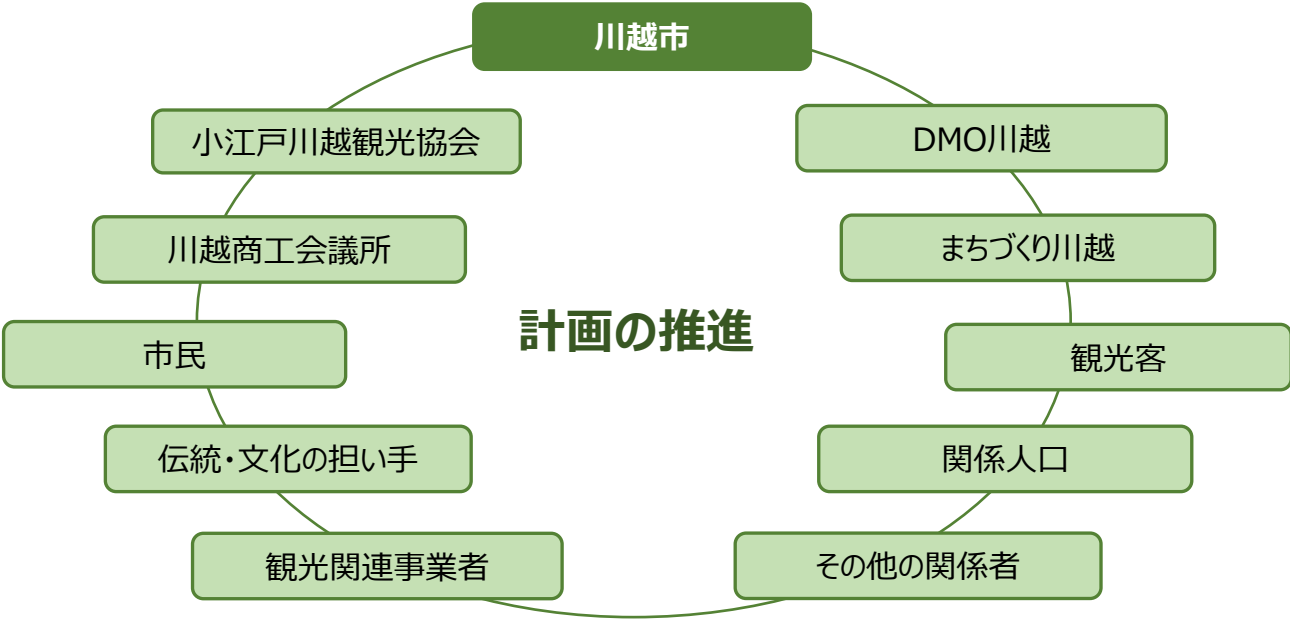
取組 5 2	歴史資源を活用した広域観光連携
概要	川越藩等、川越にゆかりのある周辺市町村や地域団体と連携し、歴史資源を活用した観光を協働で推進します。歴史スポットを繋ぐ周遊ルートの設定、情報発信を行います。これにより、地域全体の観光魅力を高め、広域における観光振興を図ります。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 DMO川越 観光関連事業者 関連自治体

取組 5 3	広域連携による地域資源活用型観光
概要	他自治体や地域内外の観光関係者と連携し、地域ごとの特色ある観光資源を組み合わせたイベントなどを企画・実施することで、広域的な観光振興を推進します。
推進主体	川越市 小江戸川越観光協会 観光関連事業者 関連自治体



1 推進体制

本計画を推進し、基本理念「ともにつなぐ 小江戸川越らしさを未来へ」を実現するため、川越市及び観光に関わるあらゆる主体が、基本理念や役割を共有し連携を図るとともに、互いを尊重しながら各自の役割を果たすことが大切です。



2 各主体の役割

①川越市

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り、国・県を始め、関連自治体や観光関連団体、観光関連事業者、市民等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小江戸川越観光協会

観光振興の中心的な役割を担う民間団体として、会員や関連団体等との連携を図りながら、まちに賑わいを創出するための各種事業を実施します。
また、観光情報を収集し、DMO川越と連携しWEBサイトやSNSを通じて広く発信するとともに、関係各所に出向いて積極的な観光プロモーションを実施する役割を担います。

③DMO川越

地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域の誇りや愛着を育む地域経営のハブとして、明確なコンセプトに基づく戦略を策定し、多様な関係者との調整を図り、地域の観光を推進していく役割を担います。
また、観光地域づくりを進める上での関係者間の合意形成、各種データの継続的収集・分析に基づく戦略(ブランディング)の策定、K P I 設定とP D C Aの確立、観光資源の磨き上げ、関係者の事業と戦略の整合性を図る調整・仕組みづくり、およびプロモーションを担います。

④川越商工会議所

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、市や観光協会等が実施する観光振興施策に協力しながら、地域経済の発展を担います。

⑤まちづくり川越

本市のさらなる活性化を目的とするまちづくり会社として、川越市や川越商工会議所、小江戸川越観光協会、DMO川越をはじめとした各団体と連携し、まちづくりを推進する役割を担います。

⑥観光関連事業者

交通関連、宿泊関連、旅行関連、商店街、商店・飲食店等の観光関連事業者は、それぞれの特性を生かしながら、サービスや商品の質を高めつつ、商店街や店舗の賑わい創出、景観・環境美化への取組を通じた地域の魅力向上・発信により、まち全体でのおもてなしを進めていく役割を担います。

⑦市民

先人たちが築いてきた川越の文化、伝統、川越らしさが将来に引き継がれるよう、それぞれの立場で伝統・文化や行事に参加し、郷土に愛着と誇りをもつとともに、観光客を温かく迎え入れます。

⑧伝統・文化の担い手

川越らしさを未来へつなぐため、地域の歴史・文化・伝統を守り、磨き、育むとともに、次世代の市民等へ継承し、地域への愛着や誇りを高める役割や、各団体との連携により伝統・文化の魅力を広く発信する役割を担います。

⑨観光客

市民の暮らしや地域のルール、習慣を尊重するとともに、環境や景観に配慮しつつ、本市の魅力を深く味わいます。

⑩関係人口

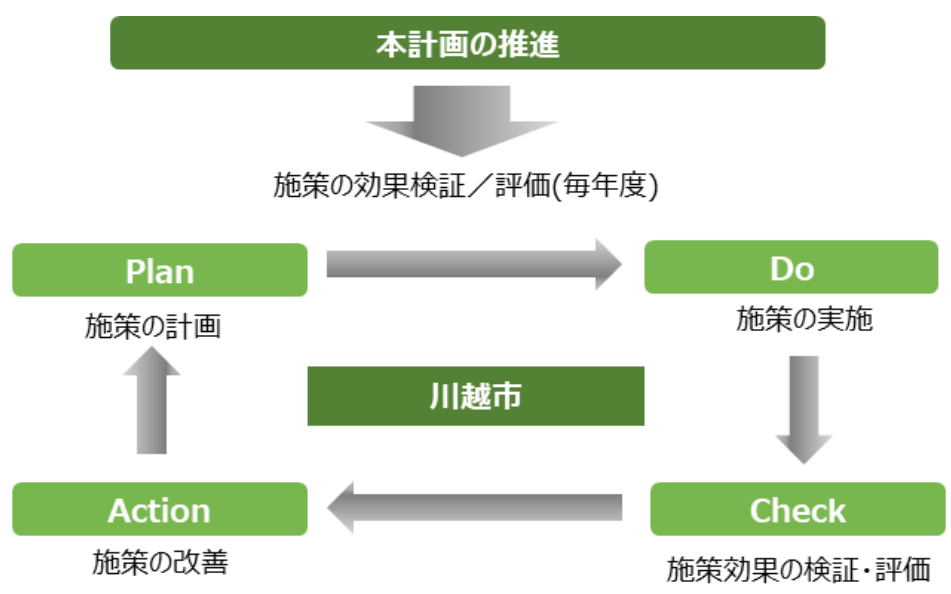
本市のファンとして、文化・伝統・行事をはじめとする市内のさまざまな取り組みに主体性をもって参加し、本市の魅力ある観光資源について良き理解者となり、未来へつなぐとともに、本市の魅力を積極的に発信する役割を担います。

⑪その他の関係者

農業関係者、教育関係者、スポーツ団体、学生、関連自治体等は、地域資源の活用や観光振興に協力し、地域全体の魅力向上と持続可能な観光地域づくりの実現に向けた役割を担います。

3 施策の評価・効果検証

本計画の推進に当たっては、川越市が中心となって、取組の評価や検証を毎年度行います。各施策の進捗状況と成果の評価・検証を行い、本計画で掲げた目標達成に向けて取り組みます。



4 財源

推進体制における本市の役割に着目すると、インフラ整備をはじめとした観光環境や各施策の推進など、多くのコストが必要になります。一方で、観光需要の増大に係るコストは、住民にとってはメリットを享受しづらく、一般財源に依存しない観光に特化した財源確保が必要です。このため、各事業の推進にあたり、国・県等の補助金・交付金を効果的に活用するとともに、本市においても以下のとおり、観光振興に必要な財源の安定的確保に努め、持続可能な観光地域づくりを推進します。

(1)観光施設の入館料・入場料

観光客が入館料を支払ったうえで利用する主な施設として、川越まつり会館、旧山崎家別邸があります。入館料・入場料の価格設定の最適化を図りつつ、施設の入館・入場促進により、入館料・入場料の増加に繋がります。

(2)市庁舎駐車場利用料

市役所本庁舎の南側駐車場及び北側駐車場について、主に土曜・日曜・祝日において、市内観光用として利用できるよう有料での開放を行っています。

蔵造りの町並みに近接しているため一定の利用率があります。今後も、市の貴重な収入源の一つとして活用を進めていきます。

(3)みんなで支える観光基金

本市のふるさと納税制度における納税された寄附金の使いみちとして「みんなで支える観光基金に積み立てて活用」が指定されると、観光振興に係る事業に活用することができます。

受入環境の整備や川越まつりの山車・屋台の保存修理に係る支援をはじめとして、幅広い活用を進めます。

(4)企業版ふるさと納税(※1)

積極的な募集を図り、地方創生プロジェクトの一つである観光振興に係る事業への活用を進めます。

(5)クラウドファンディング型ふるさと納税(※2)

本市の観光振興にかかる新たな収入源として、クラウドファンディング型ふるさと納税を積極的に活用します。本市の観光振興に共感した方から広く支援金を募ることで、財源を確保するとともに、支援者との新たな関係を創出し、持続的な地域活性化に繋がるよう努めます。

(6)観光関連税(法定外税等)

他自治体の事例を参考にしながら、安定した収入源となる観光関連税(法定外税等)の導入可能性について、調査・研究をするとともに、導入にあたっては、市民や関係者との意見交換を行いながら、進めます。

※1 企業版ふるさと納税：国が認定した地方公共団体の地方創生プロジェクトに対して企業が寄附を行った場合に、法人関係税が税額控除される仕組み。
〔特例制度の適用期限は令和9年度まで延長(令和8年3月時点)〕。

※2 クラウドファンディング型ふるさと納税：自治体が抱える課題の解決や地域の活性化等を図るため、ふるさと納税制度を活用して行うクラウドファンディングです。自治体が行う事業等に対して共感した方から寄附を募る手法で、ふるさと納税における寄附金の「使い道」をより具体的にしたものとなります。一般的な「ふるさと納税」と同様に、クラウドファンディング型ふるさと納税でも住民税等の控除を受けることができます。

5 数値目標

本計画の実現に向けて、次のとおり、8つの指標における数値目標を設定します。

指標	令和6 (2024)年 実績値	令和12 (2030)年 目標値	方向性	指標の把握方法	基本方針と の関係性
①市民の観光に対する満足度	47.6%	57.6%		川越市市民意識調査 R9・R12実施	基本方針 2・4
②観光客の観光に対する満足度	71.5%	78.0%		川越市観光アンケート調査 等	基本方針 1・4
③リピーター率	74.5%	79.5%		川越市観光アンケート調査 等	基本方針 1・4
④観光時間半日以上 の観光客の割合	45.4%	57.0%		川越市観光アンケート調査 等	基本方針 1・3
⑤宿泊観光の割合	8.4%	13.8%		川越市観光アンケート調査 等	基本方針 3
⑥平均観光消費額 (1人当たり平均)	7,698円	9,800円		川越市観光アンケート調査 等	基本方針 3
⑦観光消費額(推計)	566.4億円	739.4億円		川越市観光アンケート調査 ×入込観光客数	基本方針 3
⑧入込観光客数	735.8万人	754.5万人		川越市入込観光客 統計	基本方針 1

【目標値の設定について】

- ①市民の観光に対する満足度……………

令和6年を基準値とし、3年ごとに5%ずつの上昇を目指し算出。
- ②観光客の観光に対する満足度……………

令和3年から令和6年にかけて6%程度減少しているため、
同水準に戻すことを目指し算出。
- ③リピーター率……………

令和3年から令和6年の上昇率を乗じて算出。
- ④観光時間半日以上
の観光客の割合……

令和4年から令和6年にかけての上昇の割合から、毎年2%ず
つの増加を目指し算出。
- ⑤宿泊観光の割合……………

令和3年から令和6年にかけての上昇率を乗じて算出。
- ⑥1人当たりの平均観光消費額……………

令和6年の数値を基準値とし、毎年5%程度の増加を目指し算出。
- ⑦観光消費額(推計)……………

⑥平均観光消費額に、⑧入込観光客数を乗じて算出。
- ⑧入込観光客数……………

令和3年から令和6年の上昇率を乗じて算出。

1 組織体制

(1)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、「川越市観光振興計画検討委員会・部会」からの報告を受けて、計画に位置付ける施策、その他の観光振興に関する事項について審議し、施策の見直しや新たな施策・事業の具体化について提言を行います。

(2)川越市観光振興計画検討委員会・部会

観光振興に係る事業を所管する庁内の課相当の所属長で構成される検討委員会、課相当の業務担当で構成される検討部会の2つの組織において、計画に位置付ける施策の内容等を検討し、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。

計画策定後は、施策の進捗管理を行い、実施状況の整理、効果の検証、問題点の把握等を行います。

2 策定経過

(1)川越市観光振興計画審議会

①委員

会 長	鈴木涼太郎	獨協大学外国語学部 教授
副会長	伊藤 幾造	埼玉県ホテル旅館生活衛生同業組合 川越支部 組合長 (川越ホテル旅館協同組合)
委 員	西川 亮	立教大学観光学部 准教授
	京野 弘一	一般社団法人DMO川越 理事長
	櫻井 理恵	川越商工会議所 常議員
	山田 禎久	公益社団法人小江戸川越観光協会 副会長
	木村 昌幸	川越商店街連合会 副会長
	谷島 賢	川越市公共交通利用促進協議会 副会長
	仲 清明	公募による市民
	園田賢一郎	公募による市民

②検討状況

第1回 令和7年5月22日

- 次期川越市観光振興計画の策定について
- 現計画の評価
- 本市の観光に係る現状
- 現計画と現状から見る本市の課題について
- 次期川越市観光振興計画の目指す姿について
- 次期川越市観光振興計画の骨子案について

②検討状況

- 第2回 令和7年8月18日
○次期川越市観光振興計画の骨子(案)について
- 第3回 令和7年10月23日
○第三次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

①委員

委員長 産業観光部長
副委員長 観光課長
委員 広報室長 政策企画課長 美術館長 環境政策課長 産業振興課長
農政課長 都市景観課長 交通政策課長 公園整備課長 文化財保護課長
博物館長

②検討状況

- 第1回 令和7年5月12日
○次期川越市観光振興計画の策定について
○現計画の評価
○本市の観光に係る現状
○現計画と現状から見る本市の課題について
○次期川越市観光振興計画の目指す姿について
○次期川越市観光振興計画の骨子案について
- 第2回 令和7年8月7日
○第1回川越市観光振興計画審議会の結果について
○川越市観光振興計画審議会委員による意見交換会の結果について
○次期川越市観光振興計画の骨子(案)について
- 第3回 令和7年10月10日
○第三次川越市観光振興計画(案)について

(3)川越市観光振興計画検討部会

①委員

部会長	観光課長				
部会員	広報室	政策企画課	美術館	環境政策課	産業振興課
	農政課	都市景観課	交通政策課	公園整備課	文化財保護課
	博物館				

②検討状況

第1回	令和7年5月8日
	○次期川越市観光振興計画の策定について
	○現計画の評価
	○本市の観光に係る現状
	○現計画と現状から見る本市の課題について
	○次期川越市観光振興計画の方向性について
第2回	令和7年5月8日
	○素案について
第3回	令和7年10月7日
	○第三次川越市観光振興計画(案)について