



第二次 川越市観光振興計画

～小江戸川越再発見プラン～

改訂版



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に誇りをもって、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、都心からのアクセスもよく、古くから江戸との交流により発展してきたことから「小江戸川越」と呼ばれ、まちの中心部には歴史的風情ある蔵造りの町並みが残っており、年間を通して多くの観光客のみなさまに親しまれております。

本市では、平成28（2016）年に「第二次川越市観光振興計画」を策定し、「世界に発信しよう！EDOが粹づくまち小江戸川越」の基本理念の下、国内外における本市の認知度向上や、市民が誇れる、魅力ある観光都市の実現に取り組んでまいりました。

当計画策定以降、おおむね計画どおりに事業を推進してまいりましたが、新型コロナウイルスにより、令和元（2019）年は775万7千人（外国人31万3千人）であった本市の観光客数は、令和2（2020）年に385万人（外国人3万9千人）まで半減しました。

このようなことを踏まえ、国（観光庁）は、令和2（2020）年6月に「日本版持続可能な観光ガイドライン」を発行し、今後の観光政策の在り方等を示しています。本市も、令和3（2021）年度に、上位計画である「第四次川越市総合計画後期基本計画」を策定したことを受け、持続可能な観光地マネジメントを推進する観点に立ち、「第二次川越市観光振興計画」を改訂しました。

本計画に基づき、新たな観光資源の発掘・磨き上げと、ポストコロナに向けて、安心して観光を楽しめる環境づくりを地域全体で推進してまいります。今後とも皆様の御理解と御協力をお願い申し上げます。



令和4年8月

川越市長 川合善明

目 次

第1章 計画の目的と位置づけ

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

第2章 現計画の評価

2-1. 現計画の中間評価.....	3
2-2. 戦略的重点施策（前期）の評価.....	8

第3章 川越市を取り巻く環境

3-1. 本市における社会状況.....	10
3-2. 本市の観光に係る現状と課題.....	14
3-3. SWOT分析による「強み」・「弱み」と観光振興の展開方法.....	18

観光振興計画

第4章 観光振興計画

4-1. 基本理念・基本方針.....	19
4-2. 政策・施策.....	20
4-3. 戦略的重点施策（後期）.....	36

第5章 計画の実現に向けて

5-1. 役割分担.....	37
5-2. 財源.....	38
5-3. 数値目標.....	41

第6章 計画の策定経過

6-1. 組織体制.....	42
6-2. 川越市観光振興計画の策定経過.....	42
6-3. 川越市観光振興計画改訂版の策定経過.....	44

第1章 計画の目的と位置づけ

1-1. 計画策定の目的

(1) 計画策定の目的

平成28(2016)年度に策定した第二次川越市観光振興計画（以下、「現計画」という。）は、観光立国を目指す国の施策のもと、増加する訪日外国人を受け入れるべく、インバウンド施策に重点的に取り組むこととされています。また、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おり、令和7(2025)年度までの10年間で計画期間としています。

(2) 計画改訂の目的

現計画の計画期間内においては、「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等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。」としています。

現計画策定以降、新型コロナウイルス感染症の世界規模での爆発的拡大が、本市にも甚大な影響をもたらしました。また、SDGs^(注1)をはじめとする新たな視点が必要になっていることや観光客増加に伴う負の影響が課題となっており、現計画を見直す必要性があります。

これらを踏まえた見直しを行うとともに、令和3(2021)年度を始期として策定された「第四次川越市総合計画後期基本計画」との整合性を図り、ポストコロナを見据えた観光施策を推進するため、現計画の中間見直しを実施することとしました。

なお、当初は令和2(2020)年度に中間見直しを実施する予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により延期し、令和3(2021)年度から令和4(2022)年度にかけて実施することとしました。

1-2. 計画期間

現計画の計画期間は、10か年（平成28(2016)年度～令和7(2025)年度）（図1）としています。

また、現計画の適切な進捗管理及び社会経済情勢等の変化の把握に努めたうえで中間見直しを行い、令和4(2022)年度から令和7(2025)年度の4年間は、本改訂版に基づき、各種施策を推進します。

図1

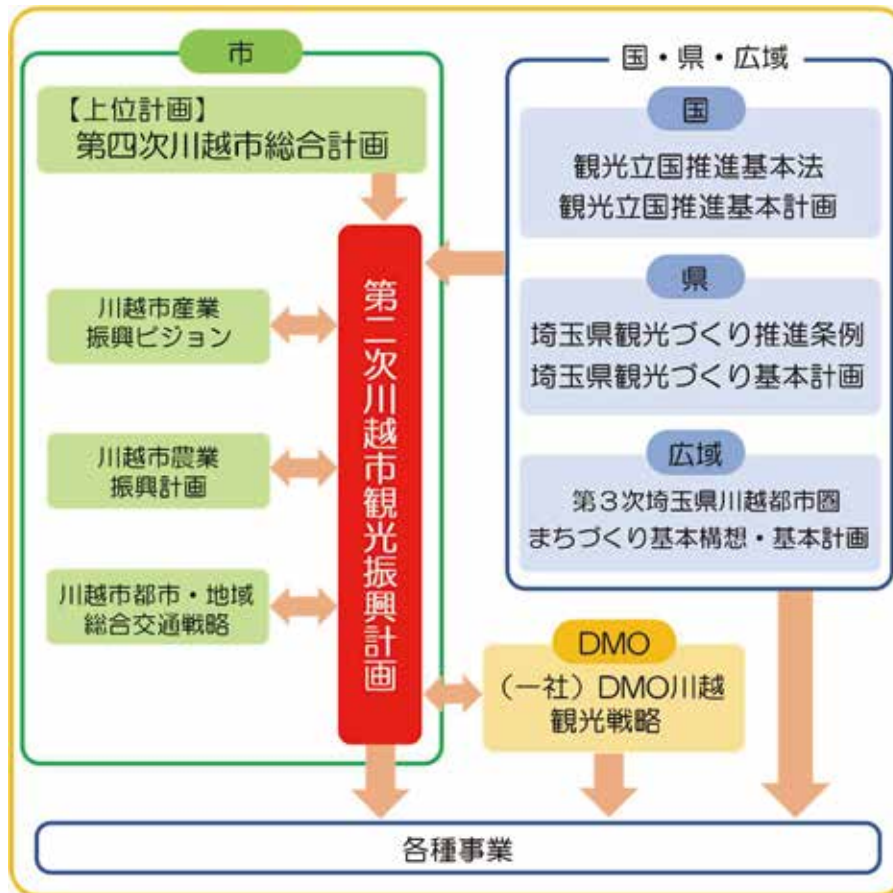
	H28 2016	H29 2017	H30 2018	R1 2019	R2 2020	R3 2021	R4 2022	R5 2023	R6 2024	R7 2025
川越市 総合計画	【第四次川越市総合計画 前期基本計画】 平成28(2016)～令和2(2020)年度の5年間					【第四次川越市総合計画 後期基本計画】 令和3(2021)～令和7(2025)年度の5年間				
川越市 観光振興 計画	【第二次川越市観光振興計画】 平成28(2016)～令和7(2025)年度の10年間						改訂版 令和4(2022)～7(2025)年度の4年間			

(注1) SDGs：Sustainable Development Goalsの略。

1-3. 計画の位置づけ

図2のとおりに、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ながら、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。

図2



第2章 現計画の評価

2-1. 現計画の中間評価

(1) 施策の評価

現計画は、4つの基本方針に基づいて政策・施策に分類し、個別の観光関連事業を実施しています。現計画策定から5年が経過した、令和2(2020)年度末時点における基本方針別、政策別にまとめた各施策の進捗状況評価は、図4から図7のとおりです。

進捗状況評価の方法

図3

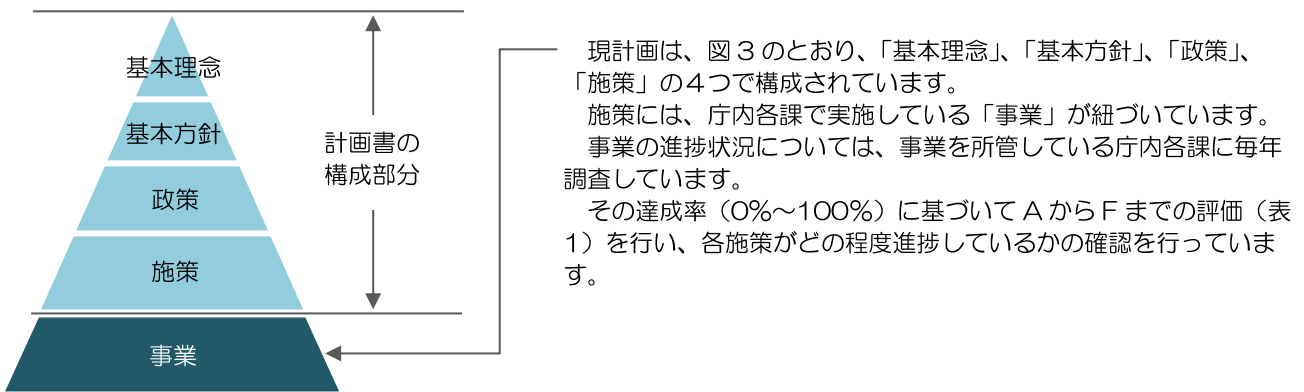


表1 進捗状況評価の見方

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

進捗状況評価（基本方針別・政策別）

図4

基本方針1 新たな観光をつくりだそう

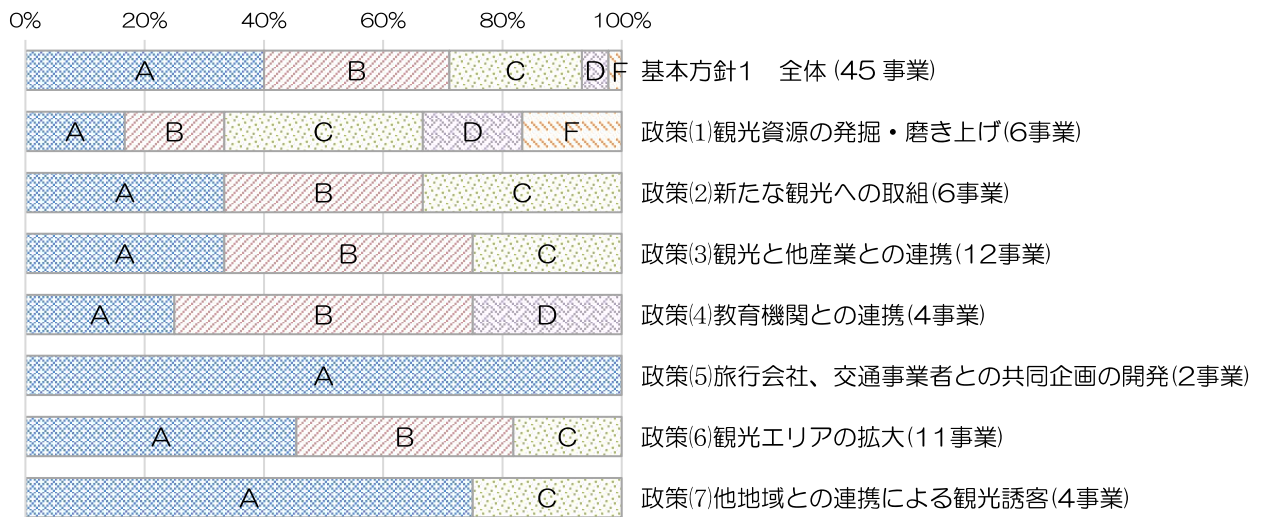


図5

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

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

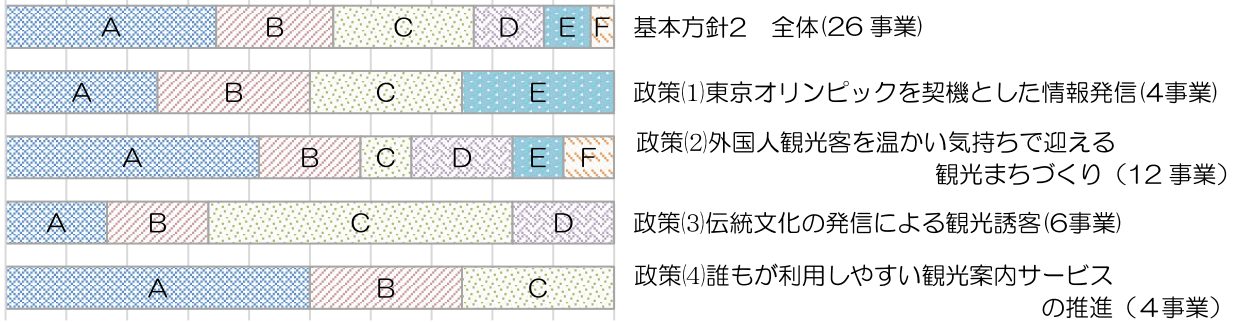


図6

基本方針3 安心して観光を楽しめる環境をつくろう

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



図7

基本方針4 市民の視点で観光まちづくりを進めよう

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



進捗状況評価に E または F が含まれていた政策の原因分析及び今後の対応

表 2

政策No	政策名	原因分析	今後の対応
基本方針1 政策(1)	観光資源の発掘・磨き上げ	日本遺産認定事業について、申請を取りやめることとしたため	日本遺産の認定としていた指標を変更
基本方針2 政策(1)	東京オリンピックを契機とした情報発信	予定していた海外プロモーションの実施が、新型コロナウイルスにより困難となったため	他施策に統合
基本方針2 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	①予定していたインバウンドセミナーが新型コロナウイルスにより実施できなかったため ②商店街免税手続き一括カウンター設置推進事業の実施をとりやめたため	①オンラインによる方法等での実施に変更 ②カウンター設置としていた指標を変更
基本方針3 政策(1)	快適なまち歩き空間の創出	町並み整備事業や歴史的建造物の整備事業について、進捗に遅れが生じているため	計画期間内の完了に向けて事業を推進
基本方針3 政策(4)	滞在型観光の推進	歴史的地区環境整備街路事業や民泊推進事業について、進捗に遅れが生じているため	計画期間内の完了に向けて事業を推進

進捗状況評価全体を踏まえた今後の見通し

基本方針1はAからCの評価が多かったこと、基本方針4は、E及びFの評価がなかったことから、概ね順調に進捗している反面、基本方針2及び3は、DからFの評価がやや多い結果となりました。

新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人旅行者（インバウンド）の動向については、本計画期間中にどの程度まで回復するか、不透明な状況にあります。一方、国内観光客については、「マイクロツーリズム^(注2)」が推奨されたこと等を踏まえ、首都圏内に位置する本市の強みが発揮されて全国の観光地より比較的早く回復すると見込まれ、国内観光客の増加に関する課題が本計画期間中に再現する可能性が高いと考えられます。

こうしたことから、インバウンドに関連する「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」に係る政策・施策については、デジタル技術を活用したプロモーションに切り換えるとともに、いつインバウンドが再開してもいいように東京 2020 オリンピック・パラリンピックのために整備してきた受入環境等を活用するとともに、観光客の増加対応に関連する「基本方針3 安心して観光を楽しむ環境をつくろう」に係る政策・施策への比重も高めていく必要があります。

(注2) マイクロツーリズム：コロナ禍において提唱された、三密（密閉・密集・密接）を避けながら、地元や近隣地域で安全安心に過ごす旅行を指す。

(2) 中間目標値の評価

現計画においては、平成 26(2014)年の実績値を基準値として、中間年の令和 2(2020)年及び計画終了時の令和 7(2025)年の目標値を設定しました。

平成 27(2015)年から令和 2(2020)年までの実績値及び中間目標値に対する評価は表 3 のとおりです。

令和 2(2020)年までの実績値と中間評価

表 3

No	指標	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2			R7
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020			2025
		基準値	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	中間 目標値	中間 評価	最終 目標値
1	観光客数 (万人)	657.9	664.5	704.0	662.8	<u>734.2</u>	<u>775.7</u>	385.0	720.0	×	750.0
2	観光客のリピーター割合 (%)	46.3	46.3	47.7	48.7	<u>50.7</u>	<u>53.2</u>	<u>64.5</u>	50.0	○	60.0
3	外国人観光客数の割合 (%)	1.1	1.7	2.4	<u>2.9</u>	<u>3.8</u>	<u>4.0</u>	1.0	2.5	×	3.0
4	観光時間半日以上 の観光客割合 (%)	55.6	56.3	57.0	54.3	57.2	<u>66.8</u>	<u>69.5</u>	60.0	○	65.0
5	宿泊観光客割合 (%)	2.8	2.8	2.5	3.1	2.7	<u>5.5</u>	<u>4.7</u>	3.5	○	4.0
6	観光地立ち寄り箇所(箇所) ※①	4.4	4.3	4.3	4.3	4.2	3.5	3.8	6.0	×	8.0
7	平均観光消費額 (円)	4,166	4,073	4,045	4,204	3,830	4,376	4,034	5,000	×	5,200
8	市民の観光に対する重要度 ※②	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				観光の振興 0.81 ※重要度の平均値 0.92			全体の平均値以上	×	全体の平均値以上

※数字の下線部は、中間目標値を達成している実績値を指します。

※①「観光地立ち寄り箇所」について

観光アンケート調査において、今回の川越観光で何ヶ所の観光スポットに立ち寄ったかを聞き取り、その平均値を「観光地立ち寄り箇所」として算出しています。

※②「市民の観光に対する重要度」について

川越市総合計画の策定時期に「川越市民満足度調査」を実施しており、当該計画に位置付ける施策毎に市民の方々にとっての「重要度」及び「満足度」を調査しています。本計画においては、当該調査における観光の施策の重要度（平成 26(2014)年は「新たな観光事業の推進」が 0.73、「観光環境の整備」が 0.79）が施策全体の平均値（平成 26(2014)年は 0.91）を上回ることを目標としています。

中間評価の補足説明

No.1 観光客数

実績値に基づき、評価は「×」としました。

しかしながら、令和2(2020)年に中間目標値を下回ったのは、コロナ禍が理由であり、それまでの平成30(2018)年、令和元(2019)年で中間目標値を上回っていることから、コロナ禍の収束と共に再上昇すると考えられます。

No.2 観光客のリピーター割合

令和2(2020)年に中間目標値を大きく上回っているのは、コロナ禍によってマイクロツーリズムが推奨されたことにより、近隣からの観光客が繰り返し訪れたためと推測できますが、平成30(2018)年の時点で既に中間目標値を上回っていることから、評価は「○」としました。

No.3 外国人観光客数の割合

実績値に基づき、評価は「×」としました。

しかしながら、令和2(2020)年に中間目標値を下回ったのは、コロナ禍が理由であり、それまでの平成29(2017)年から令和元(2019)年に掛けて中間目標値を上回っていることから、コロナ禍の収束と共に再上昇すると考えられます。

No.4 観光時間半日以上観光客割合

コロナ禍によって近隣からの観光客が増加したため、観光時間も伸びたものと推測できますが、令和元(2019)年の時点で既に中間目標値を上回っていることから、評価は「○」としました。

No.5 宿泊観光客割合

コロナ禍によって全体の観光客が減少したため、相対として比率が上昇したと推測できますが、令和元(2019)年の時点で既に中間目標値を上回っていることから、評価は「○」としました。

No.6 観光地立ち寄り箇所

実績値に基づき、評価は「×」としました。

No.7 平均観光消費額

実績値に基づき、評価は「×」としました。

No.8 市民の観光に対する重要度

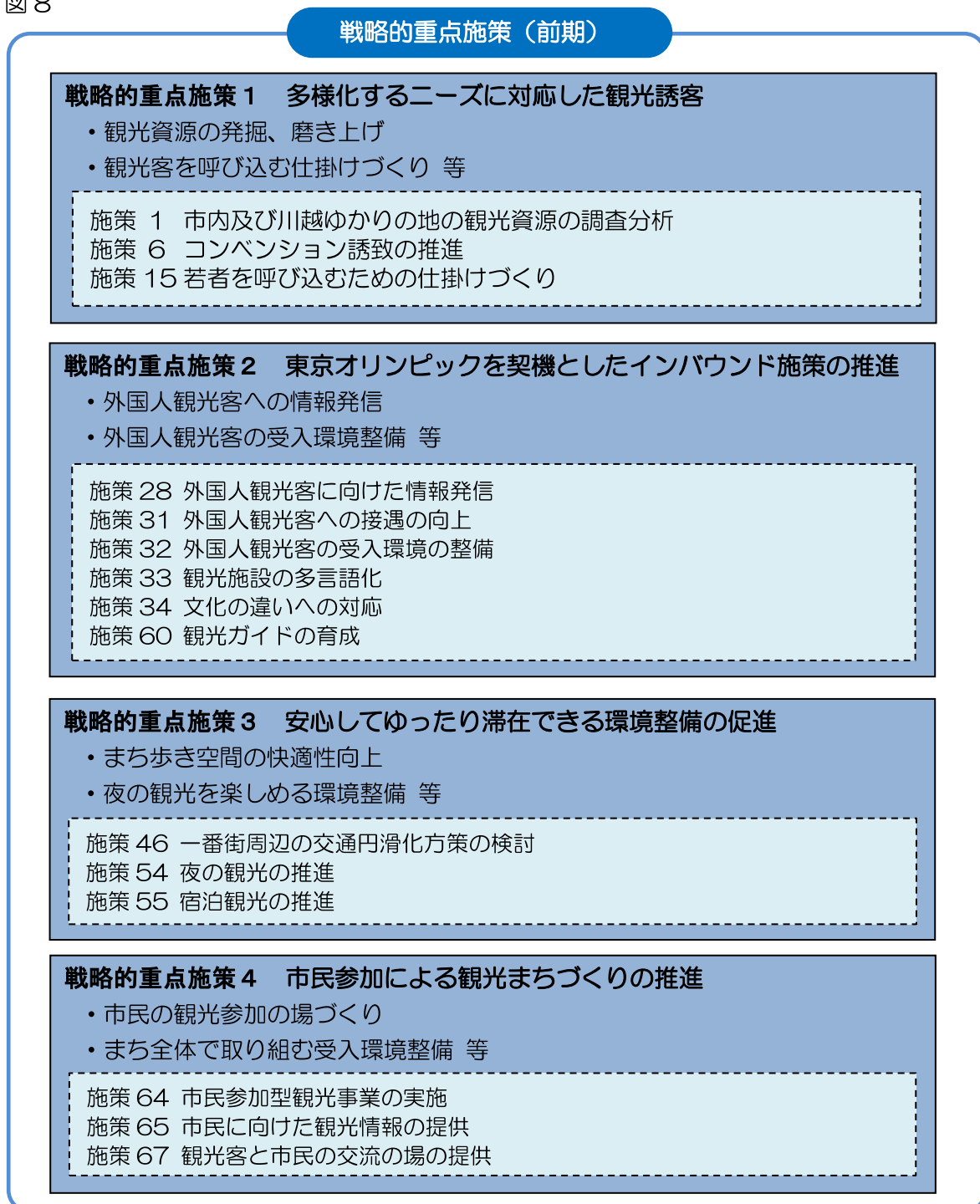
実績値に基づき、評価は「×」としました。

2-2. 戦略的重点施策（前期）の評価

（1）戦略的重点施策の概要

現計画の計画期間10年間のうち、計画策定した平成28(2016)年度から令和2(2020)年度までの5年間において、優先度が高く、短期集中的に実施する必要性が高い施策を「戦略的重点施策（前期）」（図8）として位置づけました。

図8

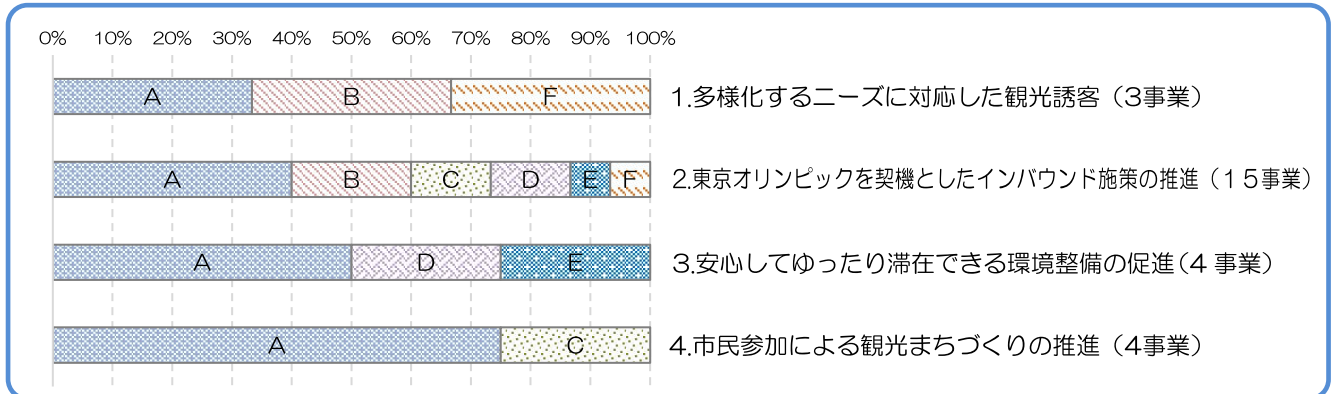


※上記の施策番号は、平成28年3月に策定した当時の計画書における施策番号を指します。

(2) 戦略的重点施策の評価

現計画策定から5年経過した令和2(2020)年度末時点における戦略的重点施策の評価は、図9のとおりです。

図9



「1. 多様化するニーズに対応した観光誘客」では、関係団体と協力した、着物が似合う町川越を目指した取り組みや縁結び等の施策により、若年層の呼び込みが成果を出しました。

「4. 市民参加による観光まちづくりの推進」については、既に完了した事業が複数あること等により、達成評価として高かったものの、それ以外(戦略的重点施策1~3)については、達成度が50%未満であるD以下の評価が残りました。

また、BからFの評価となった事業について、インバウンドに係る事業については、コロナ禍収束後の訪日外国人旅行者の受け入れ再開を見越して、新しい生活様式に即したプロモーション、多言語化対応や食習慣・食文化への対応を推進するとともに、受入環境の整備を拡充する必要があります。

その他、市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析(F評価)、宿泊観光の推進(E評価)、一番街周辺の交通円滑化方策の検討(D評価)等の評価が低かったことから、引き続き、施策として推進していく必要があります。

第3章 川越市を取り巻く環境

3-1. 本市における社会状況

現計画の中間見直しを行うにあたり、計画策定以降に新たに生じた観光を取り巻く環境や少子高齢化社会をはじめとする重要な背景等について、主に以下の8つの点を踏まえる必要があります。

(1) SDGs を重視した取組の推進

平成27(2015)年9月、国連持続可能な開発サミットが開催され、2030年に向けた国際社会全体の行動計画である「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。同アジェンダでは、宣言に加え、169の関連ターゲットを伴う17の目標が掲げられました。

図 10



この目標が「持続可能な開発目標(SDGs)」であり、SDGsの達成に向けては、地方自治体を含めた幅広い主体が、連携して取り組むことが重視されています。

本市においても、広くSDGsの視点を意識した取組が求められており、本計画における施策全般において、SDGsを踏まえたサステイナブル・ツーリズム^(注3)を推進していく必要があります。

本計画の施策に関連する主な目標は表4のとおりです。

表 4

本計画	SDGs	
施策	主な目標	ターゲット
<p><u>施策 52</u> 快適な公衆トイレの整備</p>	<p>6 安全な水とトイレを世界中に</p> 	<p>6.2 2030年までに、すべての人々の、適切かつ平等な下水施設・衛生施設へのアクセスを達成し、野外での排泄をなくす。女性及び女兒、ならびに脆弱な立場にある人々のニーズに特に注意を払う。</p>

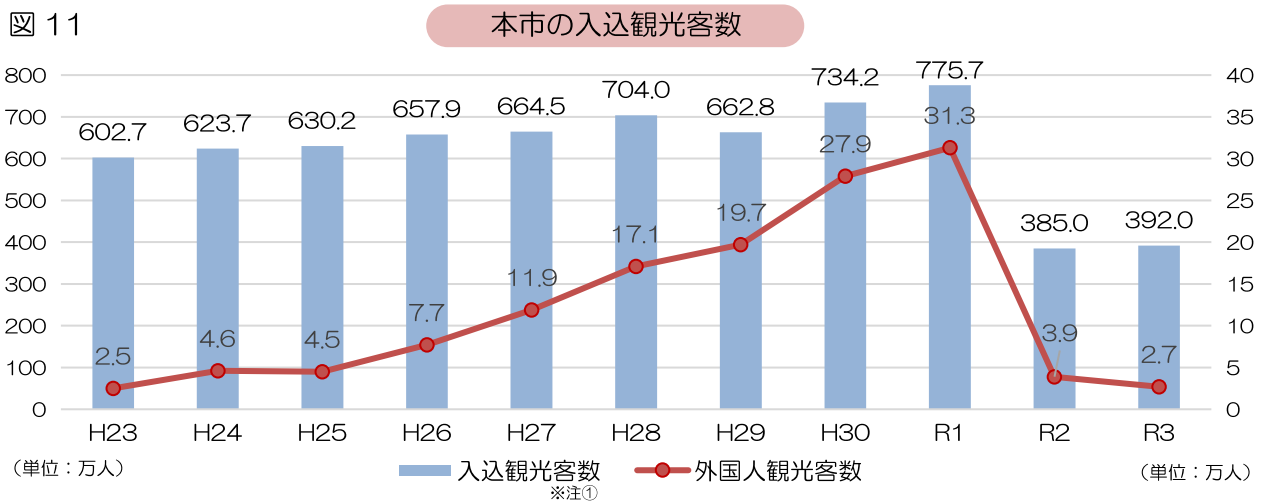
(注3) サステイナブル・ツーリズム：「持続可能な観光」を指す。

<p>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</p>	<p>8 働きがいも経済成長も</p> 	<p>8.9 2030 年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。</p>
<p>施策 50 観光客の増加対応</p>	<p>11 住み続けられるまちづくりを</p> 	<p>11.3 2030 年までに、包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、すべての国々の参加型、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する。</p>
<p>施策 59 川越まつりの継承 施策 60 伝統芸能の保存と後継者育成</p>		<p>11.4 世界の文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力を強化する。</p>
<p>施策 50 観光客の増加対応</p>	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> 	<p>12.b 雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業に対して持続可能な開発がもたらす影響を測定する手法を開発・導入する。</p>
<p>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</p>	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p> 	<p>17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。</p>

(2) 新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延

令和元(2019)年は、775万7千人(外国人は31万3千人)であった川越市入込観光客数が、令和2(2020)年の年初に始まった新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により385万人となり(うち、外国人観光客は3万9千人)、対前年比50.4%減(外国人観光客は前年比87.5%減)、令和3(2021)年は、令和2年とほぼ変わらない392万人(外国人観光客は2万7千人)でした。(図11)

感染拡大防止のため、今後は郊外地域の観光資源をさらに活用することで回遊ルートの延伸と観光エリアの拡大を進め、密度の低下を図る必要があります。



※注①: 入込観光客数の数値について、令和2年までは外国人観光客数を含み、令和3年は外国人観光客数を含まない形で公表しています。

関連施策 施策8、施策18、施策24

(3) カーボンニュートラル^(注4) 実現に向けた取り組み

令和2(2020)年10月、政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言しました。

「カーボンニュートラル」の達成のためには、温室効果ガスの排出量の削減並びに吸収作用の保全及び強化を進める必要があります。

本市においても、令和3(2021)年5月、「小江戸かわごえ脱炭素宣言」を表明し、2050年脱炭素社会の実現を目指して、地球温暖化対策に取り組むこととしています。

関連施策 施策20、施策46、施策48

(4) デジタル技術の進展

我が国が抱えるさまざまな課題に対応するため、地方創生をはじめとする社会の各分野におけるデジタル技術の効果的な活用が不可欠とされています。

観光庁においても、今後のコロナ禍からの観光需要の回復を見据えて、「DX^(注5)推進による新たな地域観光モデルを構築することにより、これまでにない観光コンテンツ及びエリアマネジメントの創出・実現を目指します。」としており、本市においても、これらを踏まえた観光振興を図っていく必要があります。

関連施策 施策28、施策29、施策32

(5) 少子高齢化の進展

総務省によると、本国の総人口は平成20(2008)年をピークに平成23(2011)年以降は一貫して減少しており、令和3(2021)年9月15日現在の総人口は1億2,522万人と前年同月比で51万人減少している一方、65歳以上の高齢者人口は3,640万人と前年比で22万人増加し、総人口に占める割合は29.1%、前年同月比では0.3ポイント増加し、過去最高となりました。

また、厚生労働省が発表した令和2(2020)年の人口動態統計によると、合計特殊出生率は1.34と5年連続で低下し、コロナ禍の影響もあり、令和3(2021)年は、さらに低下することが懸念されています。

また、本市の人口(令和4(2022)年8月1日現在)は、35万人台ですが、「川越市人口ビジョン」(平成28(2016)年1月策定)において、2060年には、20%程度減少し、27万人台にまで低下すると推測しています。

少子高齢化の進展により、本市の経済も停滞することが、大いに懸念されることから、交流人口の拡大による経済活性化を図る必要があります。

関連施策 施策55、施策61

(注4) カーボンニュートラル：二酸化炭素の排出削減に最大限取り組んだ後、どうしても排出しなければならない二酸化炭素の排出量を森林等による二酸化炭素吸収量や二酸化炭素を回収して貯留する技術による除去量とで差し引きをして、実質ゼロの状態にすること。

(注5) DX：デジタルトランスフォーメーション(Digital Transformation)の略。デジタル技術の活用を通じて、デジタルが進む高度な将来市場においても新たな付加価値を生み出せるよう従来のビジネスや組織を変革すること

(6) 観光客の増加に伴う新たな課題の発生

現計画策定時点においても、主に休日を中心に観光客が特定の地域に過度に集中することによる交通の安全性の低下や交通渋滞が課題となっており、「政策 3-(2)安全かつ円滑なまち歩きの実現」に位置付けて着実に成果をあげていくことが求められています。

しかしながら、現計画策定以降、交通関連の課題に加えて、観光客によるゴミのポイ捨てや食べ歩き等のマナー問題が顕在化し、今後は新型コロナウイルス感染症の予防薬等の普及が進み、収束が見込まれる中、リバウンド（急激な回復）も加わり、更なる負の影響の発生が懸念されています。

国（観光庁）は、訪日外国人旅行者の急激な増加を一因とするオーバーツーリズムが進んでいること等に伴い、令和元(2019)年6月に持続可能な観光の推進に向けた今後の取組の方向性について整理した「持続可能な観光先進国に向けて」を公表し、令和2(2020)年6月には「日本版持続可能な観光ガイドライン」を発行しています。

これらを踏まえ、本市においてもこれまで以上に、地域経済の活性化と市民生活の質の維持・向上との両立を図るための持続可能な観光地マネジメントが求められています。

関連施策 施策18、施策24、施策45、施策47、施策50

(7) グリーンツーリズム^(注6)の推進（農業との連携）

本市の農業は、県内上位の農業産出額を占めており、現在は、「川越市農業振興計画」に基づき、農業振興に係る各施策を推進しています。その中には、農業ふれあいセンターを中心に、周辺の自然的景観や、農業とのふれあいをコンセプトとしたグリーンツーリズムを推進するプロジェクトである「蔵 in ガルテン川越」が位置付けられており、令和4(2022)年度には、郊外の新たな観光拠点としてリニューアルオープンします。

今後は、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、観光客の分散化、観光資源の多様化をさらに推進していく必要があり、農業ふれあいセンターや農業体験施設の活用等、農業との連携を更に推進していくことが重要となります。

関連施策 施策7、施策8、施策9

(8) DMO川越による観光地域づくりの推進

平成27(2015)年度に開始された、観光庁によるDMO^(注7)（現在の名称は「観光地域づくり法人」）の登録制度を踏まえ、平成30(2018)年11月に一般社団法人DMO川越が設立されました。

令和元(2019)年8月に「観光地域づくり候補法人」、令和4(2022)年3月に「観光地域づくり登録法人」として観光庁に登録されました。

また、現在は「(一社)DMO川越観光戦略」(令和3(2021)年8月策定)に基づいた観光事業を推進しており、本市の観光振興の一翼を担っています。

関連施策 施策28、施策64

^(注6) グリーンツーリズム：農山村に滞在のうえ、農産物の収穫体験や地域住民との交流を図る活動。

^(注7) 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、マーケティング、戦略策定等を行う観光地域づくりの推進主体。

3-2. 本市の観光に係る現状と課題

本市の観光事業における現状及び課題を整理すると、以下のようになります。

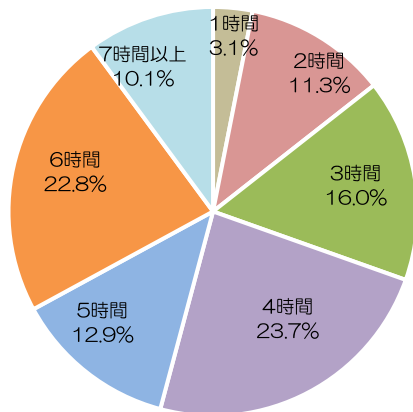
(1) 現状

現状①

図 12

観光客の観光時間

(N=2,575)

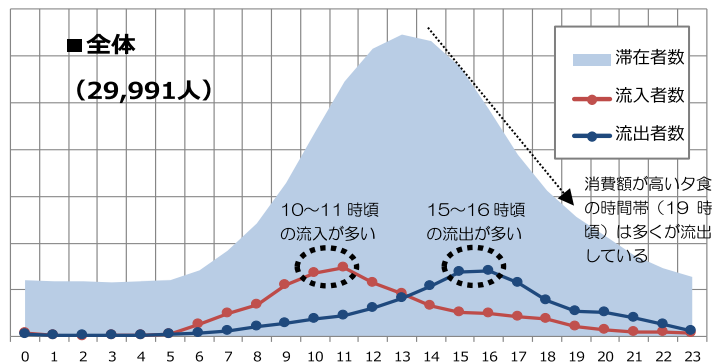


出典：川越市観光アンケート調査
(令和2(2020)年)

現状②

図 13

観光客の流入・流出時間



出典：平成30(2018)年度 一般社団法人DMO川越
川越マーケティング調査事業報告書

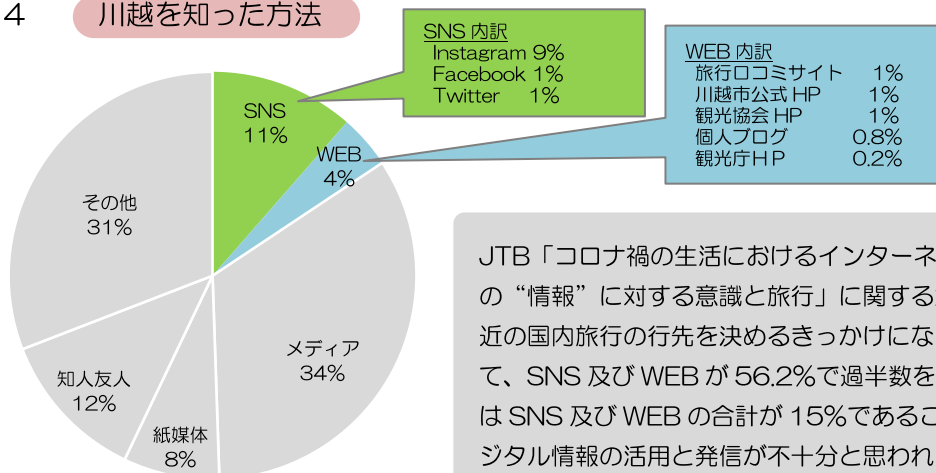
日帰り観光客が全体の93.8%を占めている中(令和2年川越市観光アンケート調査)、観光時間は4時間以内の短時間が過半数を占めている。また、流入は10~11時台、流出は15~16時台が多く、一般的に消費額が高いとされる夕食の時間帯(19時頃)にかなりの観光客が流出している。

課題①へ

現状③

図 14

川越を知った方法



JTB「コロナ禍の生活におけるインターネットやSNSからの“情報”に対する意識と旅行」に関する意識調査では、「直近の国内旅行の行先を決めるきっかけになった情報」において、SNS及びWEBが56.2%で過半数を占めている。川越はSNS及びWEBの合計が15%であることを踏まると、デジタル情報の活用と発信が不十分と思われる。

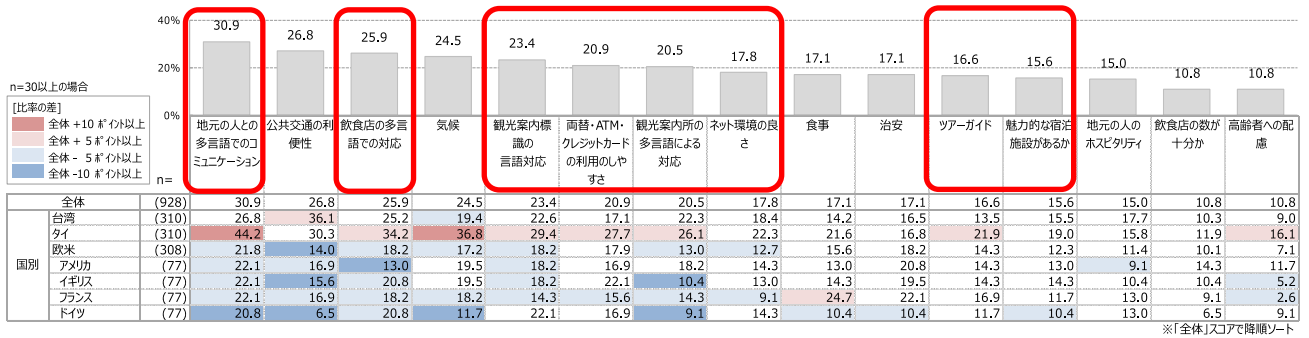
課題②へ

出典：川越市観光アンケート調査
(令和2(2020)年)
※データを一部加工

現状④

図 15

外国人観光客が川越観光で不安にあげたこと



出典：平成30(2018)年度 一般社団法人DMO川越 川越マーケティング調査事業報告書

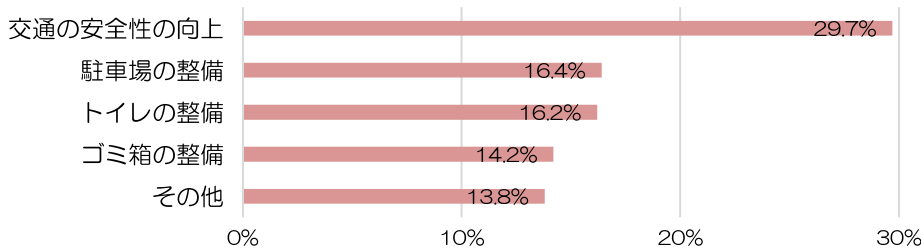
「地元の人との多言語でのコミュニケーション」、「飲食店の多言語での対応」、「観光案内標識の言語対応」をはじめとして、受け入れ環境の整備に関する内容（赤枠内）が多い。

課題③へ

現状⑤

図 16

観光客の要望



出典：川越市観光アンケート調査（令和2(2020)年）

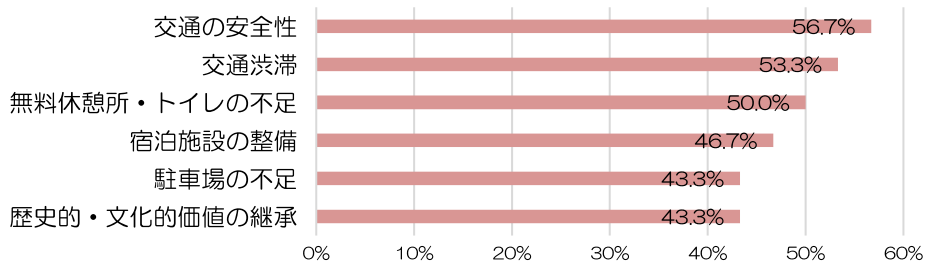
「交通の安全性」に関する要望が29.7%で最も多く、次いで、「駐車場の整備」が16.4%であったことから、交通関連の要望が上位を占めた。

課題④へ

現状⑥

図 17

観光事業者が課題に思うこと・取り組むべきこと



出典：平成30(2018)年度 一般社団法人DMO川越 川越マーケティング調査事業報告書

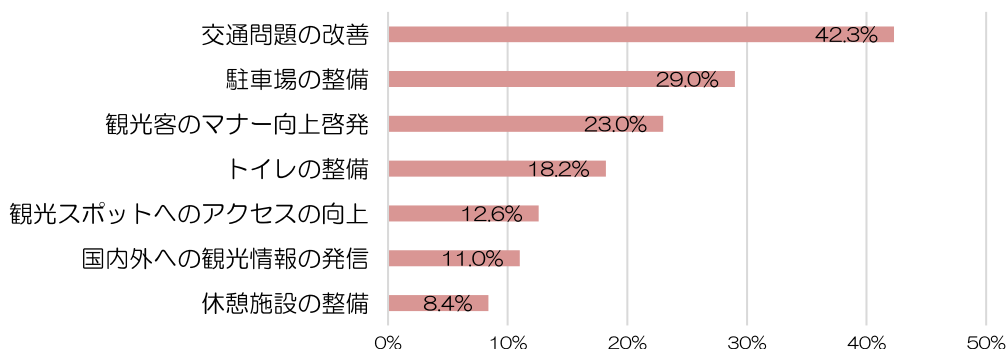
観光事業者が課題に思うこと・取り組むべきことについては、「交通の安全性」が56.7%で最も多く、次いで、「交通渋滞」が53.3%であったことから、観光客の要望と同じく、交通関連の要望が上位を占めた。

課題④へ

現状⑦

図 18

観光のために必要な施策として市民が思うこと



出典：第 14 回川越市市民意識調査

市民が観光のために必要な施策として思うことについては、「交通問題の改善（渋滞、歩道狭い、迂回路等）」（42.3%）が最も多く、次いで「駐車場の整備」（29.0%）であったことから、交通関連の要望が上位を占めた。

現状⑤～⑦より、観光客、観光事業者、市民の全てが交通関連を最も取り組むべき施策として考えている。

課題④へ

現状⑧



食べ歩きを楽しむ観光客の増加により、ごみのポイ捨てが、深刻化している。

課題④へ

現状⑨

ムーミンバレーパーク（飯能市）、サクラタウン（所沢市）をはじめとする魅力的な施設が近隣都市で開業しているが、県内周辺都市との十分な連携を図れていない。

課題⑤へ

現状⑩

平成 30 年度に一般社団法人DMO川越が設立されたが、公益社団法人小江戸川越観光協会も含めた団体間の連携が十分とは言えない。

課題⑤へ

(2) 課題

現状①から現状⑩に基づき、本市の観光における課題は主に以下の5つがあげられます。

課題①

観光時間が日中の短時間となっており、伸び悩んでいる

新たな観光事業の推進により、日中以外の時間帯での観光需要を創出することが求められている。

課題②

デジタル技術の活用が不十分である

各種事業にデジタル技術を活用することにより、観光客の利便性及び満足度の向上が求められている。

課題③

外国人観光客の受入環境が不足している

外国人観光客が自由にまち歩きを楽しめる受入環境の整備が求められている。

課題④

観光客の増加により交通の安全性不足とゴミ環境問題が生じている

観光客が安心してまち歩きを楽しめる環境の整備が求められている。

課題⑤

地域内外の連携が不足している

多くの関係者や周辺地域との連携向上により、さらなるまちの賑わい創出や広域観光の推進が求められている。

3-3. SWOT分析^(注8)による「強み」・「弱み」と観光振興の展開方法

表5

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>強み Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・ユネスコ無形文化遺産川越まつり等の伝統行事 ・川越駅西口（ウェスタ川越・U-PLACE）のまちづくり ・東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー 	<p>弱み Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滞在時間の短さと朝・夜の観光魅力不足 ・北部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 ・地域内外での連携不足 ・観光に関する専門人材の不足 ・外国人観光客に対する受入環境整備の不足 ・観光客増加に伴う交通・環境関連の課題の増加 ・デジタル技術やデータの活用不足
外部環境	<p>機会 Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・一般社団法人DMO川越の設立 ・農業ふれあいセンターリニューアルオープン ・旧川越織物市場の整備 ・マイクロツーリズムの確立 ・近隣自治体による地域特性を活用した多様な観光政策 	<p>脅威 Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大及び経済の停滞

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



特に克服すべき「弱み」

- 滞在時間の短さと夜間等の観光魅力不足
- デジタル技術やデータの活用不足
- 外国人観光客に対する受入環境整備の不足
- 北部市街地における交通の安全性の不足
- 観光客増加に伴う交通・環境関連の課題の増加
- 地域内外での連携不足

^(注8) 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。

第4章 観光振興計画

4-1. 基本理念・基本方針

本計画において、本市が具体的に取り組む施策の基本理念については、次のように定めます。

基本理念

世界に発信しよう！EDOが^{いき}粹づくまち 小江戸川越^(注9)

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を次のように定めます。

基本方針1 新たな観光をつくりだそう

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2 外国人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、時勢を捉えた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3 安心して観光を楽しめる環境をつくろう

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。

基本方針4 地域全体で観光まちづくりを進めよう

多くの関係者が観光事業に関わることで、地域全体で観光まちづくりを推進し、新たなサービスや魅力を生み出すことを目指します。

(注9)「EDO」は、インバウンド政策を推進するにあたり、本市に残る“江戸”の文化を世界に向けて発信する意図から英語表記にし、「粹づく」は、江戸時代の日本文化における美意識を表す“粹”と“息づく”を掛け合わせた造語を引用しました。

4-2. 政策・施策

基本理念

世界に発信しよう！EDOが粹づくまち 小江戸川越

基本方針1. 新たな観光をつくりだそう

政策1-(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 伝統芸能の調査・発掘と活用
政策1-(2) 新たな観光への取組	施策 4 映像コンテンツ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
政策1-(3) 観光と他産業との連携	施策 7 農業を生かした観光振興 施策 8 グリーンツーリズムの推進 施策 9 川越産農産物のブランド化 施策10 体験型産業観光の推進 施策11 伝統工芸の活用 施策12 特産品等のブランド化
政策1-(4) 教育機関との連携	施策13 若者を呼び込むための仕掛けづくり 施策14 地域におけるフィールドワークの場づくりの推進 施策15 小・中学校の校外学習の推進
政策1-(5) 旅行会社、交通事業者との共同企画の開発	施策16 着地型観光の推進による川越観光ツアーの誘致 施策17 交通事業者との連携
政策1-(6) 観光エリアの拡大	施策18 郊外エリアへの誘客促進 施策19 水辺空間のネットワーク化 施策20 エコツーリズムの推進 施策21 季節の花を楽しむ場の創出 施策22 公園の環境整備の促進
政策1-(7) 滞在型観光の推進	施策23 観光ルートの活用 施策24 回遊性の向上 施策25 <u>早朝・夜間の観光の推進</u> 施策26 宿泊観光の推進
政策1-(8) 情報発信の戦略検討	施策27 「小江戸」をキーワードとしたPR戦略 施策28 <u>観光客の動態把握</u> 施策29 <u>SNS等による観光情報の発信</u> 施策30 遠隔地の観光客に向けた観光プロモーション 施策31 小江戸川越大使等によるPR

基本方針2. 外国人も楽しめる川越を演出しよう

政策2-(1) 時勢を捉えた国内外への情報発信 と受入環境整備	<u>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</u> <u>施策33 外国人観光客の受入環境の整備</u> 施策34 観光施設の多言語化 施策35 観光サインの整備 施策36 観光案内所の充実
政策2-(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37 外国人観光客への接遇の向上 施策38 文化の違いへの対応 施策39 日本文化を生かしたおもてなしの充実
政策2-(3) 伝統文化の発信による観光誘客	施策40 伝統文化に触れる場の提供 施策41 より深く川越まつりを知ってもらうためのPR

基本方針3. 安心して観光を楽しむ環境をつくろう

政策3-(1) 快適なまち歩き空間の創出	施策42 川越らしさを生かした町並みの整備 施策43 ゆとりと潤いのある観光空間の創造 施策44 歴史的建造物の保存 施策45 安全かつ安心して楽しめる観光環境の推進
政策3-(2) 安全かつ円滑なまち歩きの実現	施策46 パークアンドライドの推進 <u>施策47 一番街周辺の交通円滑化方策の検討</u> 施策48 川越市自転車シェアリングの活用 施策49 自転車・バイクによる来訪の環境整備 <u>施策50 観光客の増加対応</u>
政策3-(3) 快適な観光インフラ整備	施策51 様々な観光客にやさしい観光環境の整備 施策52 快適な公衆トイレの整備 施策53 休憩所の整備
政策3-(4) リピーターを増やす仕掛けづくり	施策54 定例イベントの充実 施策55 川越ファンの拡大 施策56 施設入館者のリピート促進
政策3-(5) 観光キーパーソンの育成	施策57 観光ガイドの育成 施策58 観光まちづくりリーダー養成等に向けた取組
政策3-(6) 伝統の保存継承と担い手育成	施策59 川越まつりの継承 施策60 伝統芸能の保存と後継者育成

基本方針4. 地域全体で観光まちづくりを進めよう

政策4-(1) 市民発・市民参加型の観光振興	施策61 市民参加型・交流型観光事業の実施 施策62 市民に向けた観光情報の提供 施策63 市民からの情報発信
政策4-(2) まち全体で取り組む受入環境の整 備	<u>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</u> 施策65 接遇プラス1に向けた取組 施策66 市民向け観光講座の開催
政策4-(3) 他地域との連携による観光誘客	<u>施策67 広域観光の推進</u>

※下線が引いてある施策は、「戦略的重点施策（後期）」（詳細は36ページ）に該当します。

基本方針1. 新たな観光をつくりだそう

政策1－(1) 観光資源の発掘・磨き上げ

未だ活用されていない地域資源の掘り起こし、新たな観光資源としての活用に向けた調査・分析を実施し、新たな価値創造へと繋げていきます。

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、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。



旧川越織物市場

施策1 市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析

本市と歴史的な繋がり等がある地域も対象エリアに含めて、未だ活用されていない歴史的建造物、景観、人物、自然、農産物、産業遺産等を掘り起こし、新たな観光資源、特産品、グルメとしての活用に向けた調査・分析を実施することにより、川越の新たな価値の創造へと繋げていきます。

施策2 歴史的価値がある建築物の活用

令和元年に国重要文化財に指定された旧山崎家別邸等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、旧川越織物市場の「文化創造インキュベーション^(注10)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 伝統芸能の調査・発掘と活用

市内に残る伝統行事や伝統芸能の調査・発掘を行い、観光資源として活用するとともに、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。

政策1－(2) 新たな観光への取組

アニメやロケーションサービス^(注11)等の映像コンテンツを活用した観光施策やスポーツを通じた観光施策を推進し、新たな魅力の創出を図ります。

また、コンベンション^(注12)の誘致に取り組むことで、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

^(注10) インキュベーション：英語で“(卵等が)ふ化する”という意味になぞらえた、起業家の育成や新しいビジネスを支援すること。

^(注11) 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すること。

^(注12) コンベンション：国内外の人達が行う各種大会や会議、イベント等の催し。人、情報、物等の交流の場。

施策4 映像コンテンツを活用した観光施策

「埼玉県観光づくり基本計画」の主要施策「アニメの聖地化の更なる推進」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。

また、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。

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等、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 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、コンベンション誘致のための施策に取り組みます。

政策1－(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。



芋ほり観光

施策7 農業を生かした観光振興

新たな魅力を創出するため、「おいしい川越農産物提供店認定」事業を活用するほか、芋掘り観光をはじめとした農産物の収穫体験等を推進し、農業の6次産業化を推進します。

施策8 グリーンツーリズムの推進

農業ふれあいセンターを中心に、伊佐沼や田園等周辺の自然的景観や農業とのふれあいをコンセプトとしたグリーンツーリズムを推進します。また、農業者、宿泊業者、飲食業者等で構成する「蔵inガールテン川越グリーンツーリズム推進協議会」との協働により、体験、食事、宿泊を柱とするグリーンツーリズムの取組を進めます。

施策9 川越産農産物のブランド化

イベント等を通じたPRやロゴマークの活用、市内飲食店との連携等、川越産農産物の内外への知名度が向上する取組を進めます。また、紅赤や西町大根等、川越の伝統的農産物の振興を図ります。

施策10 体験型産業観光の推進

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 1 1 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 1 2 特産品等のブランド化

川越の特産品や、郷土料理、ご当地グルメ等を小江戸川越観光協会の「川越セレクション」^(注13)としてPRし、特産品等のブランド化を図ります。

政策 1 - (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等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。



校外学習

施策 1 3 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等と協力体制を構築し、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 1 4 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 1 5 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。

政策 1 - (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等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。



観光用巡回バス

^(注13) 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。

施策16 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等、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。

施策17 交通事業者との連携

鉄道事業者やバス会社等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、Ma a Sや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1-(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、水辺空間等の魅力をPRし、さらなる観光誘客につなげます。



郊外周遊謎解き事業

施策18 郊外エリアへの誘客促進

河越館跡等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。併せて、移動手段の確保を推進します。

施策19 水辺空間のネットワーク化

新河岸川や伊佐沼、安比奈親水公園等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20 エコツーリズムの推進

市民の森等の郊外の森林を活用し、ウォーキングや森林浴等、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21 季節の花を楽しむ場の創出

花マップの作成等、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推進します。

施策22 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１－（７） 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、回遊性を高めるとともに、早朝及び夜間の観光の魅力創出に取り組めます。



ライトアップイベント

施策２３ 観光ルートの活用

「小江戸川越みどころ観光９０コース」等、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２４ 回遊性の向上 重点施策

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２５ 早朝・夜間の観光の推進 重点施策

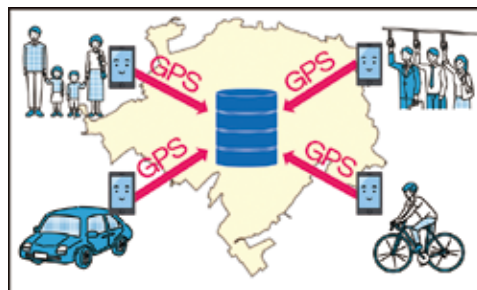
早朝や夜の時間帯に楽しむことができるまち歩きやイベント等の魅力を創出することにより、滞在時間の延伸及び市内に前泊・後泊する機会の創出を図ります。

施策２６ 宿泊観光の推進

関係機関や民間事業者等と連携し、本市において展開されている多様な宿泊施設の宿泊目的や利用者に関する実態把握に努め、宿泊観光の推進を図ります。

政策１－（８） 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等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ブロモーションを推進します。



ビッグデータ活用イメージ

施策２７ 「小江戸」をキーワードとしたPR戦略

栃木県栃木市、千葉県香取市の小江戸２市と連携し、「小江戸」ブランドの普及向上を図ります。

施策28 観光客の動態把握 重点施策

GPS機能により蓄積されるビッグデータ^(注14)等を活用して観光客の動態把握に努め、アフターコロナの行動変化等の調査分析を実施します。

また、取得したデータを活用した観光客の分散化や誘客手法の立案を推進します。

施策29 SNS等による観光情報の発信 重点施策

SNSを活用した多様な観光情報を発信し、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PRします。

施策30 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等のプロモーションを実施します。

施策31 小江戸川越大使等によるPR

小江戸川越大使^(注15)及び小江戸川越観光親善大使^(注16)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。

^(注14) ビッグデータ：インターネット上を行き交うデータ等、日々生み出される膨大なデータのこと。

^(注15) 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4名。

^(注16) 小江戸川越観光親善大使：「小江戸川越」の全国へのPR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。

基本方針 2. 外国人も楽しめる川越を演出しよう

政策 2 - (1) 時勢を捉えた国内外への情報発信と受入環境整備

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提供を推進します。

また、無料 Wi-Fi、キャッシュレス決済、観光施設の多言語化、観光サイン等の受入環境の整備を進めるとともに、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ります。



川越駅観光案内所のデジタル
サイネージ

施策 3 2 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提供

重点施策

海外及び日本在住外国人に対して川越の魅力を発信するため、デジタル技術を活用したプロモーションを推進します。また、外国人観光客のさまざまなニーズに対応するため、デジタル技術を活用した観光案内サービスの導入を推進します。

施策 3 3 外国人観光客の受入環境の整備

重点施策

無料Wi-Fi^(注17)の整備、キャッシュレス決済対応の促進等により、外国人観光客の受入環境を整備します。

施策 3 4 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 5 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等、観光サイン類の充実を図ります。

施策 3 6 観光案内所の充実

災害情報も含めた多様な観光情報の提供、情報端末を活用した観光案内、案内スタッフの外国語対応の充実を進めること等により、観光案内所の利便性向上と機能の充実を図ります。

^(注17) 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。

政策２－（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。



川越まつりを体験する外国人

施策３７ 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。

施策３８ 文化の違いへの対応

外国人観光客が快適に過ごせるよう食事のマナーや施設の利用方法等を分かりやすく表示するとともに、生活習慣等との違いから引き起こるトラブルの予防に努め、市民生活との共生を図ります。

施策３９ 日本文化を生かしたおもてなしの充実

蔵造りの町並み等の歴史的景観や雰囲気を生かし、着物や川越まつり等の体験型観光を推進します。また、うなぎ料理や芋料理、地酒等、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。

政策２－（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、伝統芸能等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みます。

また、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。



川越まつり会館

施策４０ 伝統文化に触れる場の提供

伝統芸能等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４１ より深く川越まつりを知ってもらうためのPR

情報発信の仕方を工夫することで、海外や幅広い世代に川越まつりの見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。

基本方針3. 安心して観光を楽しめる環境をつくろう

政策3－(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、市民花壇の設置等により、ゆとりと潤いある町並みを整備します。

また、歩車道分離等により、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。



川越城本丸御殿

施策4.2 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4.3 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等を推進し、ゆとりと潤いのある空間を通じた観光交流の拡大を推進します。

施策4.4 歴史的建造物の保存

時の鐘、川越城本丸御殿、蔵造り資料館等の歴史的建造物の保存を図ります。

施策4.5 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3－(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18)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。

また、観光客増加に伴う交通や環境等に関する課題の解決を図るため、体制整備や対策の協議を行います。



川越市自転車シェアリング

(注18) パークアンドライド：都心の外縁部や都市周辺部の鉄道駅等の駐車場まで自動車アクセスし、公共交通機関（バス等）に乗り換えて、目的地まで移動する方法。

施策46 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・新設等を推進します。

施策47 一番街周辺の交通円滑化方策の検討 重点施策

観光客の安全を確保するため、歩行者天国の実施等、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等、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の協議を進めます。

施策48 川越市自転車シェアリング^(注19)の活用

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に努めます。

施策49 自転車・バイクによる来訪の環境整備

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受入環境の整備を推進することにより、周遊エリアの拡大及び回遊性の向上を図ります。

施策50 観光客の増加対応 重点施策

観光客の増加に伴う交通渋滞や歩行者の車道へのはみ出し等の交通問題、食べ歩きによるゴミのポイ捨てや道路汚損等の環境問題等に係る課題解決を図るため、庁内の情報共有や対策の協議を進めるとともに、商店街等の関連団体との連携を図りながら、ゴミ箱設置や食べ歩き自粛のマナー啓発等の対策を講じ、持続可能な観光の推進と市民の生活環境の維持・向上の両立を図ります。

政策3－(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等、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、休憩スペースの充実を図ります。



幸町公衆トイレ

施策51 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。

(注19) 川越市自転車シェアリング：自転車を共同利用するサービス。街中のステーションで自転車の貸出・返却が可能。

施策52 快適な公衆トイレの整備

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。

施策53 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3-(4) 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、川越まつり等の定例イベントを充実させるとともに、ウィークデーの時期や郊外での新たなイベントの開催や、ソーシャルメディア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。



春の舟運

施策54 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、ウィークデーの時期や郊外でのイベント開催を推進します。

施策55 川越ファンの拡大

川越に興味を抱き、川越を応援する人または訪れる人が増えるよう、ソーシャルメディアを通じて川越の魅力を発信することで、リピーターの確保及び交流人口の増加に努めます。

また、これらにより、「みんなで支える観光基金」への寄附の増大を図り、観光振興に係る財源の確保に努めます。

施策56 施設入館者のリピート促進

観光客が立ち寄る施設（市立博物館、市立美術館、川越城本丸御殿、川越まつり会館、旧山崎家別邸等）のコンテンツ更新や企画イベント等の実施に努め、施設入館者のリピーター増加を促します。

政策3-(5) 観光キーパーソンの育成

外国語観光ボランティアガイドや、マネジメント・企画立案等、専門性が高く観光事業を担える人材育成に取り組みます。

施策57 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及び東京2020大会都市ボランティアの活用を図っていきます。

施策58 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。

政策3-(6) 伝統の保存継承と担い手育成

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継承と後継者育成に取り組めます。



川越まつり

施策59 川越まつりの継承

川越まつりの後継者育成や企画・運営の担い手の確保を推進するとともに、山車・屋台等の修理・保存を支援します。

施策60 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。

基本方針4. 地域全体で観光まちづくりを進めよう

政策4-(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、市民発の企画で自らがすることができたり、観光客との交流を図ることができる事業を推進します。

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、市民と観光客の交流の場の提供等に取り組みます。



市内大学生による川越市観光

PR動画制作

施策61 市民参加型・交流型観光事業の実施

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、市民発の企画で自らも参加することができ、観光客との交流を図ることもできる事業等を推進します。

施策62 市民に向けた観光情報の提供

広報川越や市ホームページを通じて、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。

施策63 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について、市民から発信できる環境を整備していきます。

政策4-(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等、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。

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 重点施策

観光協会、商工会議所、DMO川越、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65 接遇プラス1に向けた取組

「接遇プラス1」を合言葉とし、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講座等を実施します。

施策66 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、市民を対象とした観光講座等を通して、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4－(3) 他地域との連携による観光誘客

近隣自治体や歴史的背景等に共通点を有する自治体との連携を深め、広域観光を推進します。



広域観光イメージ図

施策67 広域観光の推進 重点施策

埼玉県が推奨する川越市、長瀬町、秩父市を繋ぐ「SAITAMA プラチナルート」を活用するとともに、大宮盆栽美術館等が所在する、さいたま市、ムーミンバレーパーク等が所在する飯能市、ところざわサクラタウン等が所在する所沢市との連携を深めます。

また、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5市町等の近隣自治体、歴史的背景や地域の特色等の共通点を有する自治体との連携を深め、広域観光を推進します。

4-3. 戦略的重点施策（後期）

（1）戦略的重点施策（後期）の概要

本計画書（改訂版）の計画期間である令和4(2022)年度から令和7(2025)年度までの4年間において、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、戦略的重点施策（後期）を以下のとおり位置づけます。

なお、重点施策については、本市の観光に係る主な課題を解決するための施策に対する優先度が高いと判断し、位置付けています。

図 19



第5章 計画の実現に向けて

5-1. 役割分担

観光地域づくりは、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

観光施設の整備等、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) (公社)小江戸川越観光協会の役割

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、観光情報を収集のうえ、WEBサイトやSNSで発信するとともに、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。

(3) 川越商工会議所の役割

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。

(4) (一社)DMO川越の役割

観光客の動態等に関するデータを調査、収集、分析し、新たな事業提案を行うなどマーケティング機能を担うとともに、データに基づく観光戦略の策定や観光地域づくりの役割を担います。

(5) 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、まちづくり会社、NPO法人を含めた市民団体等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。

(6) 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・協力をすることが求められます。

(7) 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。

5-2. 財源

(1) 歳入

新型コロナウイルス感染症の影響による市税収入の見通しが、不透明な中であっても、本計画に基づく施策を推進するため、国・県等の補助金・交付金を活用するとともに、下記における入館料・利用料や、基金・寄附金をはじめとする多様な収入源の確保に努めるとともに、観光関連税の導入可能性についての調査・研究を進めます。

① 観光施設の入館料・利用料

観光客が入館料又は利用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、市営駐車場（市庁舎北側・南側駐車場）があります。

これら施設の入館促進を図り、入館料・利用料の増加に繋がります。

② 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。

③ 企業版ふるさと納税^(注20)

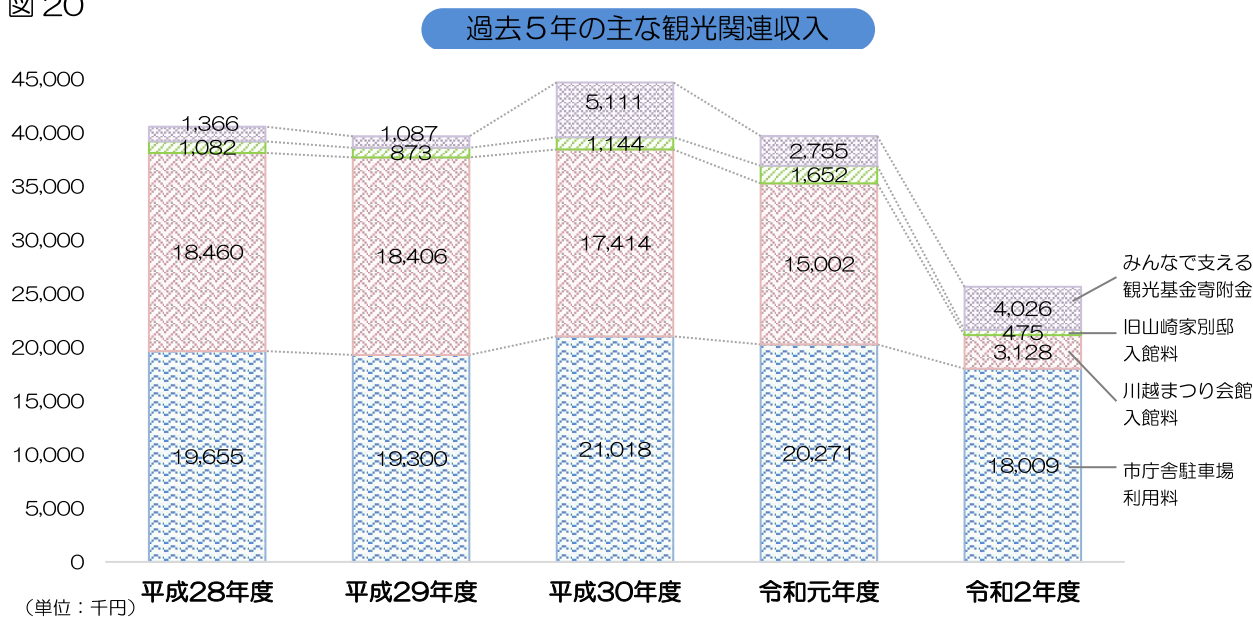
積極的な募集を図り、地方創生プロジェクトの一つである観光振興に係る事業への活用を進めます。

④ 観光関連税（法定外税等）

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・研究を進めます。

^(注20) 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。

図 20



市庁舎駐車場利用料

川越市では、市役所本庁舎の南側駐車場（約106台分）及び北側駐車場（90台分）について、土曜・日曜・休日・年末年始に限り、市内観光用等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、年間2千万円前後の収入があります（表6のとおり）。また、収入から維持管理等に係る経費（支出）を差し引くと、新型コロナウイルス感染症拡大前は年間500万円前後の収益を計上していました。

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。

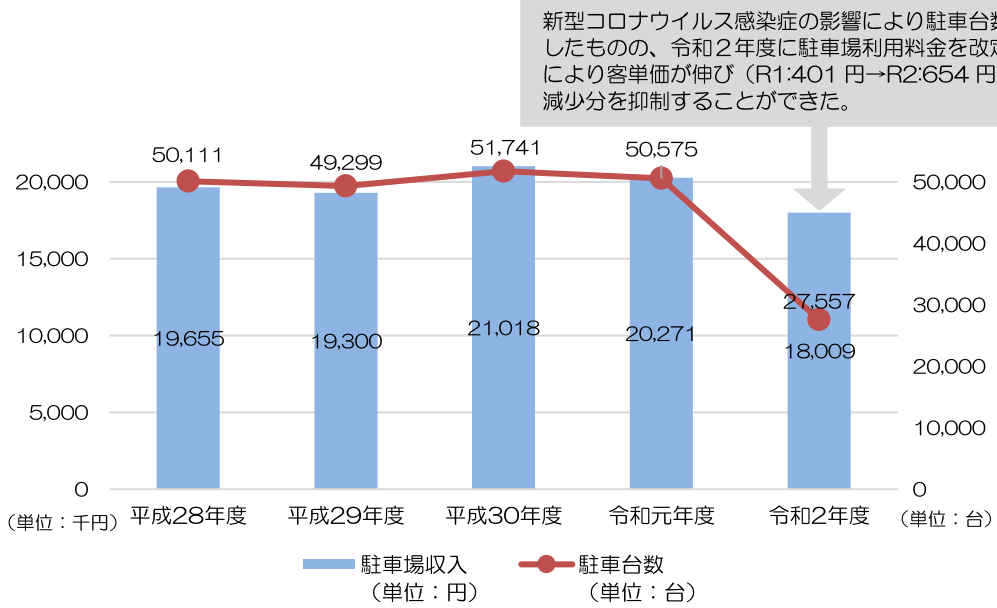
表 6 市庁舎駐車場の収入・支出、駐車台数、利用料金

年度	駐車場収入	駐車場支出	収益	駐車台数	1台当たり収入額	利用料金
	(単位: 円)	(単位: 円)	(単位: 円)	(単位: 台)	(単位: 円)	
	①	②	①-②	③	①/③	
平成28年度	19,654,900	12,954,493	6,700,407	50,111	392	使用開始（入庫）から30分以内は無料 1時間200円 以後30分ごとに100円
平成29年度	19,300,300	14,181,951	5,118,349	49,299	391	
平成30年度	21,018,300	14,258,270	6,760,030	51,741	406	
令和元年度	20,270,500	15,396,000	4,874,500	50,575	401	
令和2年度	18,008,600	16,074,268	1,934,332	27,557	654	使用開始（入庫）から30分以内は無料 昼間8時から18時 1時間400円（以後15分ごとに100円） 夜間（18時から翌8時） 1時間100円（以後1時間ごとに100円）

※令和2年度に駐車場利用料金を改定

市庁舎駐車場の収入額と駐車台数

図 21



(2) 歳出

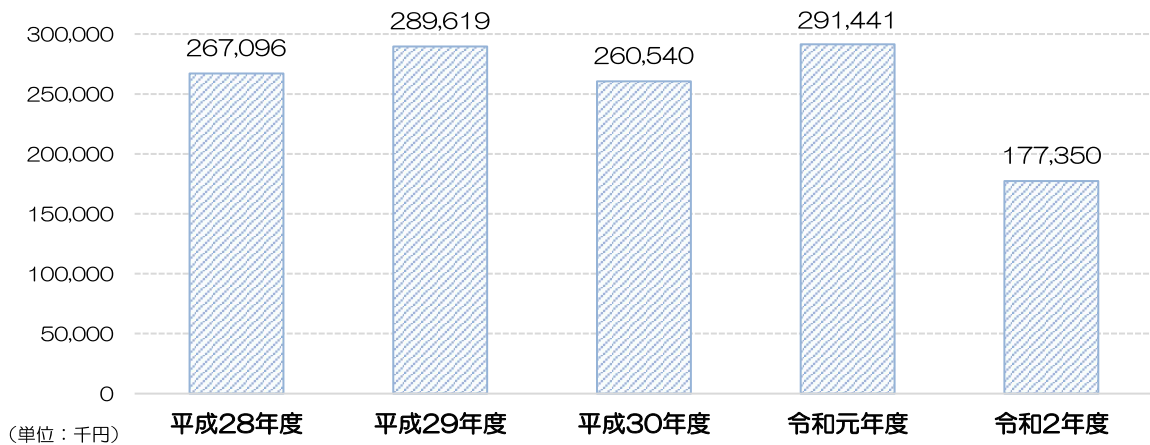
観光関連における歳出額（観光課所管事業の歳出決算額）は、図 22 のとおりです。

令和 2(2020)年は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、川越まつりをはじめとするイベント等が中止となったこと等により歳出額が減少しました。

新型コロナウイルス感染症の収束が不透明な中で、景気回復はしばらく先になると見込まれるため、今後もこれまで以上に限られた歳出予算での事業執行が求められます。

図 22

過去 5 年の観光関連歳出決算額



5-3. 数値目標

(1) 数値目標

本計画の実現に向けて、表6のとおり、8つの数値目標を設定します。

表7

コロナ禍特有の変動分が含まれている

No	指標	平成26(2014)年 (基準値)	令和2(2020)年 (実績値) ※③	令和7(2025)年 (目標値) ※④	指標の把握方法
1	観光客数	657.9万人	385万人	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%	64.5%	60.0%	◆把握方法 観光アンケート調査
3	外国人観光客数の割合	1.1%	1.0%	3.0%	◆把握方法 川越市入込観光客数
4	観光時間半日以上以上の観光客割合	55.6%	69.5%	65.0%	◆把握方法 観光アンケート調査
5	宿泊観光客割合	2.8%	4.7%	4.0%	◆把握方法 観光アンケート調査
6	観光地立ち寄り箇所 ※①	4.4箇所	3.8箇所	8箇所	◆把握方法 観光アンケート調査
7	平均観光消費額	4,166円	4,034円	5,200円	◆把握方法 観光アンケート調査
8	市民の観光に対する重要度 ※②	(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	(観光の振興) 0.81 ※重要度の平均値 0.92	全体の 平均値以上	◆把握方法 川越市市民満足度調査

※①「観光地立ち寄り箇所」について

観光アンケート調査において、今回の川越観光で何ヶ所の観光スポットに立ち寄ったかを聞き取り、その平均値を「観光地立ち寄り箇所」として算出しています。

※②「市民の観光に対する重要度」について

川越市総合計画の策定時期に「川越市市民満足度調査」を実施しており、当該計画に位置付ける施策毎に市民の方々にとっての「重要度」及び「満足度」を調査しています。本計画においては、当該調査における観光の施策の重要度（平成26(2014)年は「新たな観光事業の推進」が0.73、「観光環境の整備」が0.79）が施策全体の平均値（平成26(2014)年は0.91）を上回ることを目標としています。

※③「令和2(2020)年 実績値」について

No2, No4, No5の実績値については、コロナ禍特有の変動分が含まれているため、収束後に低下する可能性が高いと考えられます。

※④「令和7(2025)年 最終目標値」について

上記※③に係るコロナ禍特有の変動分が含まれること、及び、No1からNo4の指標については、上位計画である第四次川越市総合計画と同じ指標を採用していること等から、中間見直しにおいては、全ての指標を現計画のまま据え置くこととしました。

第6章 計画の策定経過

6-1. 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部相当の部長級で構成される検討委員会、課相当の所属長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。

6-2. 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

① 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	NPO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

② 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

① 委員

委員長 産業観光部長

副委員長 政策財政部長

委員 報道監兼オリンピック大会準備担当理事、文化スポーツ部長、環境部長、都市計画部長、教育総務部長

② 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

① 部会員

部会長 観光課長

副部会長 政策企画課長

部会員 広報室長、オリンピック大会準備室長、文化芸術振興課長、スポーツ振興課長、国際文化交流課長、美術館長、環境政策課長、産業振興課長、農政課長、都市計画課長、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 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

6-3. 川越市観光振興計画改訂版の策定経過

(1) 川越市観光振興計画審議会

① 委員

会長	溝尾 良隆	立教大学名誉教授
副会長	安島 博幸	立教大学名誉教授
委員	井上 敏秀	一般社団法人DMO川越（令和4年3月末まで）
	根岸 督好	一般社団法人DMO川越（令和4年7月21日から）
	加藤 榮壽	いるま野農業協同組合
	栗原 裕子	川越市女性団体連絡協議会
	松山 潤	川越商工会議所
	谷島 賢	一般社団法人埼玉県旅行業協会川越地区
	山田 禎久	公益社団法人小江戸川越観光協会
	大野 孝	公募による市民
	恩田 美也子	公募による市民

② 検討状況

- 第1回 令和3（2021）年11月25日
第二次川越市観光振興計画の中間見直しについて
- 第2回 令和4（2022）年1月25日
第二次川越市観光振興計画改訂版（案）について
- 第3回 令和4（2022）年4月25日
第二次川越市観光振興計画改訂版（案）について
- 第4回 令和4（2022）年7月21日
（1）第3回審議会以降に出された意見と対応について
（2）意見募集の概要と結果について
（3）答申について

(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	教育総務部長
委員	秘書広報監、総合政策部長、オリンピック大会担当部長（令和4年3月末まで）、 文化スポーツ部長、環境部長、都市計画部長、建設部長

② 検討状況

- 第1回 令和3（2021）年11月17日
第二次川越市観光振興計画の中間見直し素案について
- 第2回 令和4（2022）年1月18日
第二次川越市観光振興計画改訂版（案）について

第3回 令和4（2022）年3月24日
第二次川越市観光振興計画改訂版（案）について

第4回 令和4（2022）年7月8日
第3回検討委員会以降に出された意見と対応について
意見募集の概要と結果について

（3）川越市観光振興計画検討部会

① 部会員

部会長 観光課長

副部会長 産業振興課長

部会員 広報室長、防災危機管理室長、政策企画課長、オリンピック大会室長（令和4年3月
末まで）、文化芸術振興課長、スポーツ振興課長、国際文化交流課長、美術館長、環境
政策課長、農政課長、都市計画課長、都市景観課長、交通政策課長、公園整備課長、
道路街路課長、用地課長、道路環境整備課長、文化財保護課長、博物館長

② 検討状況

第1回 令和3（2021）年11月5日
第二次川越市観光振興計画の中間見直し素案について

第2回 令和3（2021）年12月20日（文書開催）
第二次川越市観光振興計画改訂版（案）について

第二次川越市観光振興計画

改訂版

令和4(2022)年8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

FAX：049-224-8712

E-Mail：kanko@city.kawagoe.lg.jp



川越まちを結ぶ人