

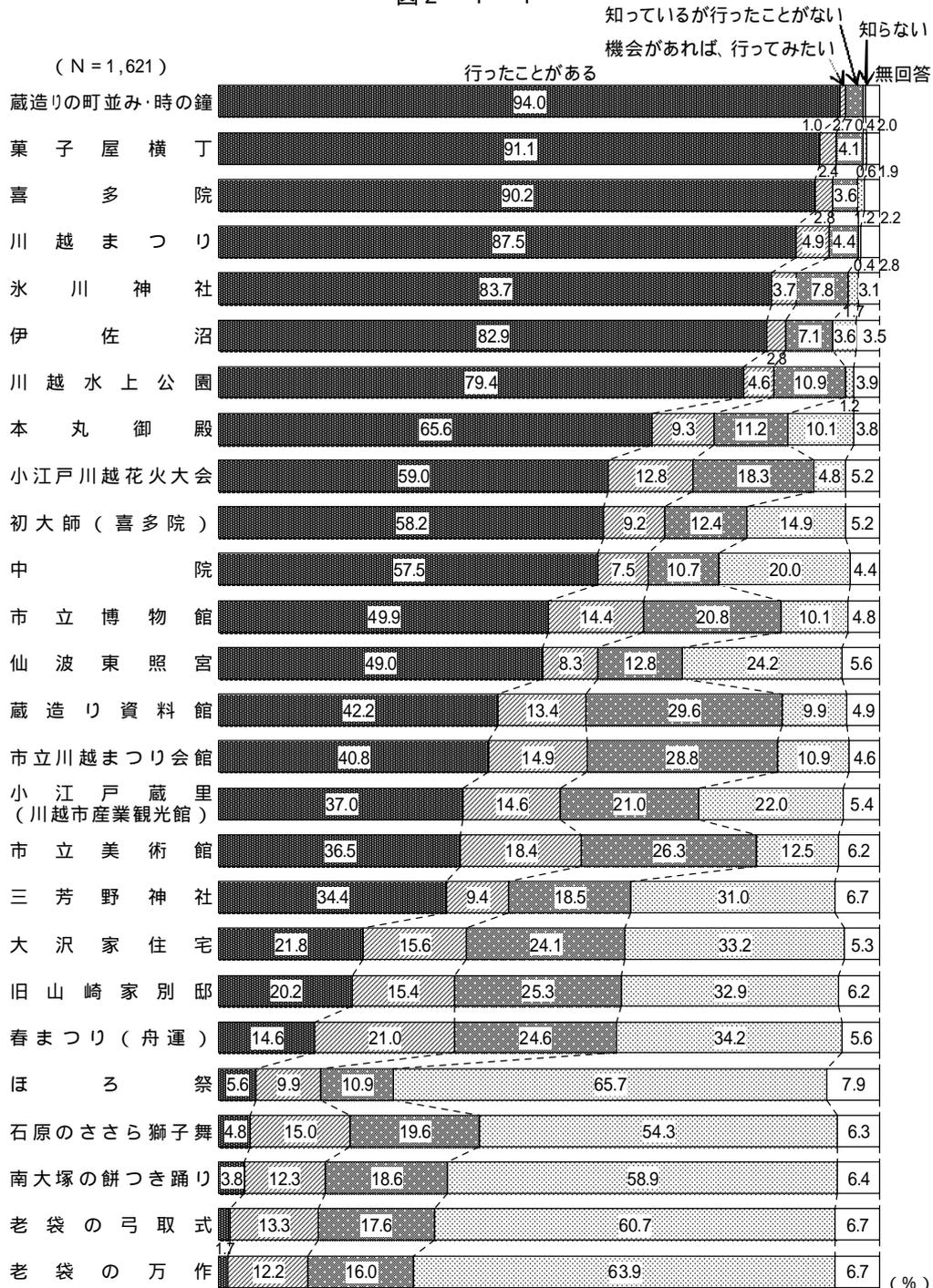
2. 産業・観光

2-1 川越市の観光スポット、伝統行事の周知状況

「行ったことがある」は「蔵造りの町並み・時の鐘」、「菓子屋横丁」、「喜多院」が90%以上

問5 市内には多くの観光スポットや伝統行事がありますが見たことがありますか。各項目ごとに1つずつ選んでください。(はそれぞれ1つずつ)

図2-1-1

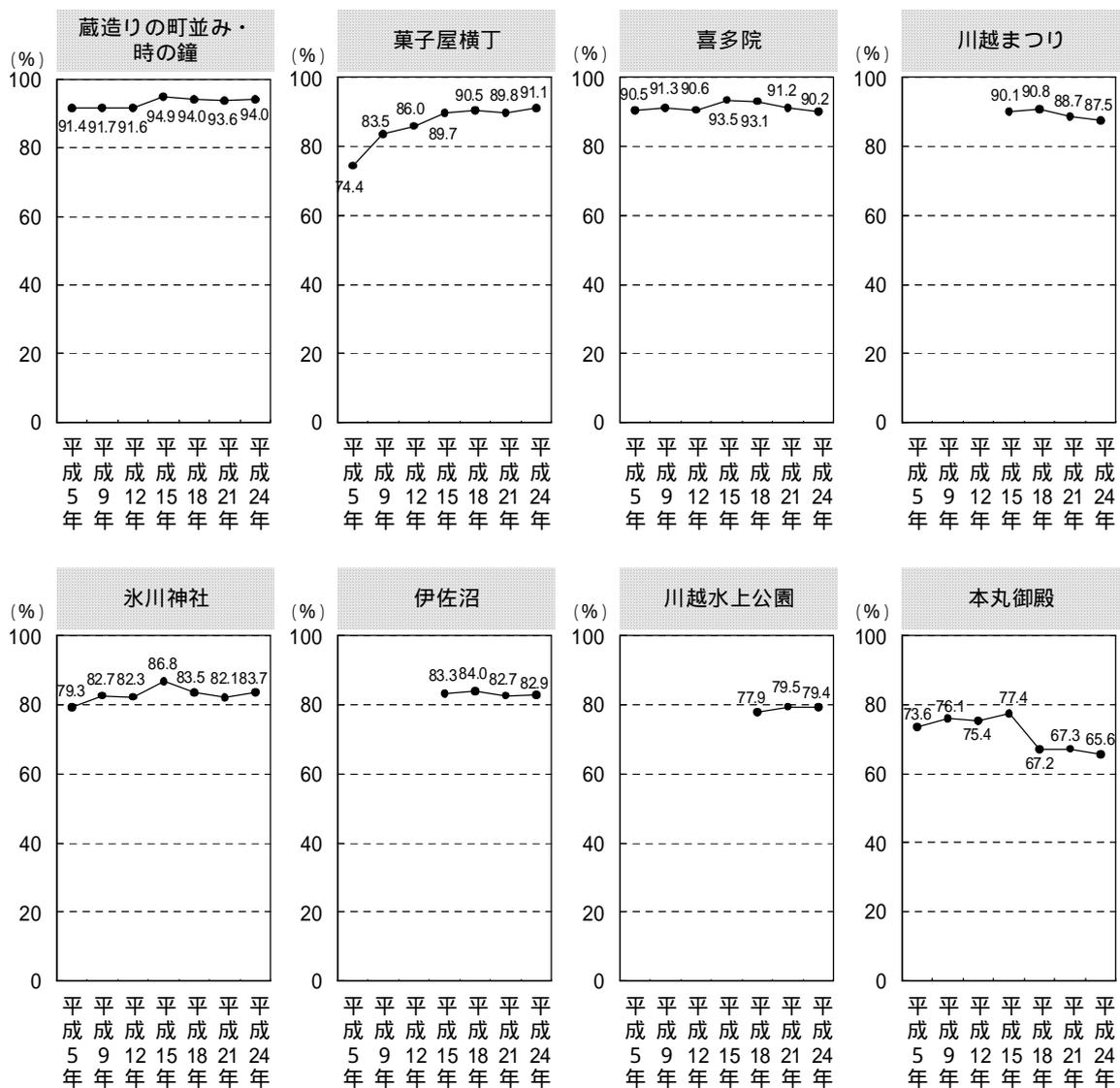


川越市の観光スポット・伝統行事の周知状況をたずねたところ、「行ったことがある」は、『蔵造りの町並み・時の鐘』(94.0%)、『菓子屋横丁』(91.1%)、『喜多院』(90.2%)の3項目が90%を超えており、11項目が50%を超えている。「機会があれば、行ってみたい」は、『春まつり(舟運)』(21.0%)が20%を超えて最も多くなっている。「知っているが行ったことがない」は、『蔵造り資料館』(29.6%)と『市立川越まつり会館』(28.8%)が30%近くで多くなっている。「知らない」は、『ほろ祭』(65.7%)、『老袋の万作』(63.9%)、『老袋の弓取式』(60.7%)の3項目が60%を超えて多くなっている。

(図2-1-1)

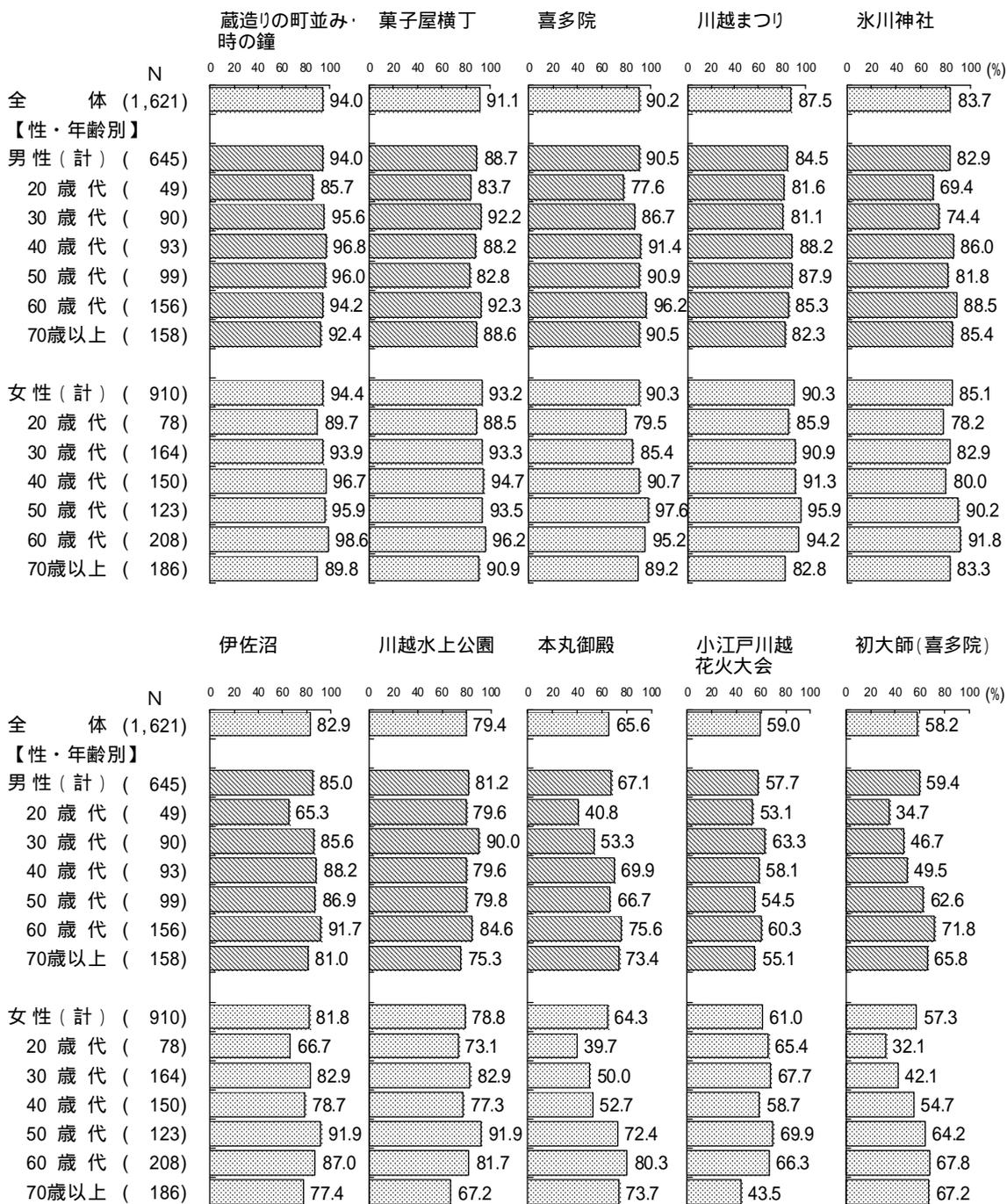
「行ったことがある」の割合の上位8項目を時系列でみると、各項目ともおおむね横ばいとなっている。(図2-1-2)

図2-1-2 時系列 川越市の観光スポット、伝統行事の周知状況



「行ったことがある」の割合を性・年齢別にみると、「本丸御殿」と「初大師（喜多院）」では男女ともにおおむね年代が高くなるにつれて割合が高くなる傾向にある。（図2 - 1 - 3）

図2 - 1 - 3 性・年齢別 川越市の観光スポット、伝統行事の周知状況

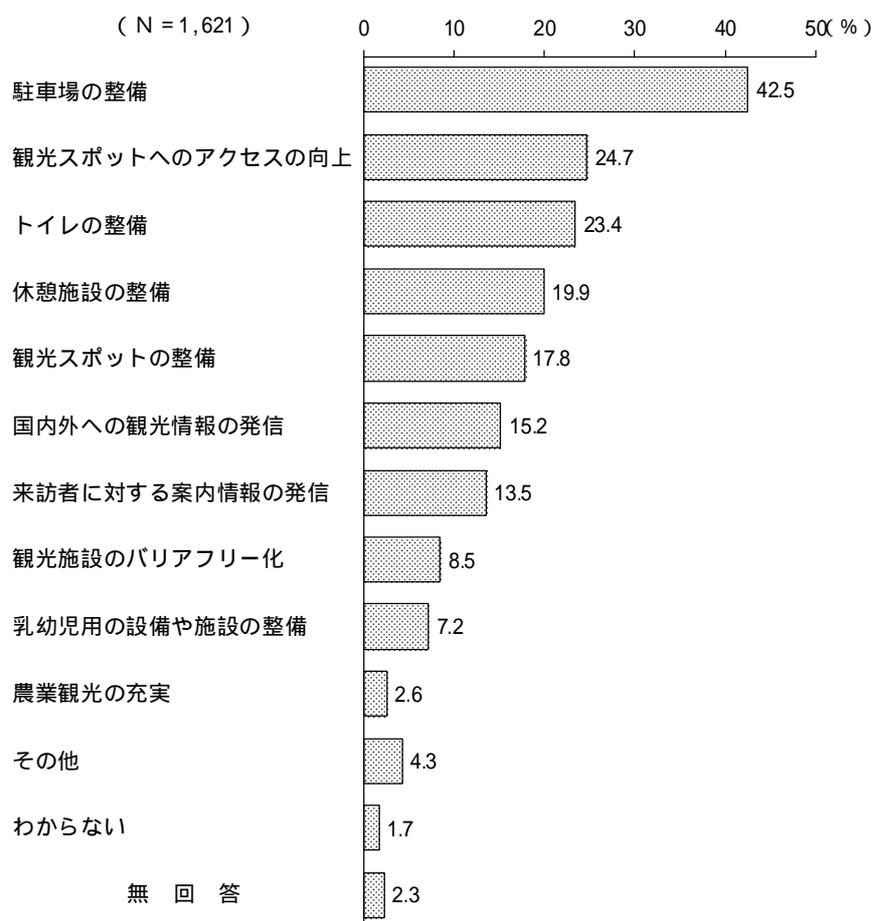


2 - 2 観光振興のために必要な施策

「駐車場の整備」が42.5%

問6 あなたは、ますます観光客が多く訪れる街になるためにどのような施策が必要だと思いますか。次の中から2つ以内で選んでください。(は2つ以内)

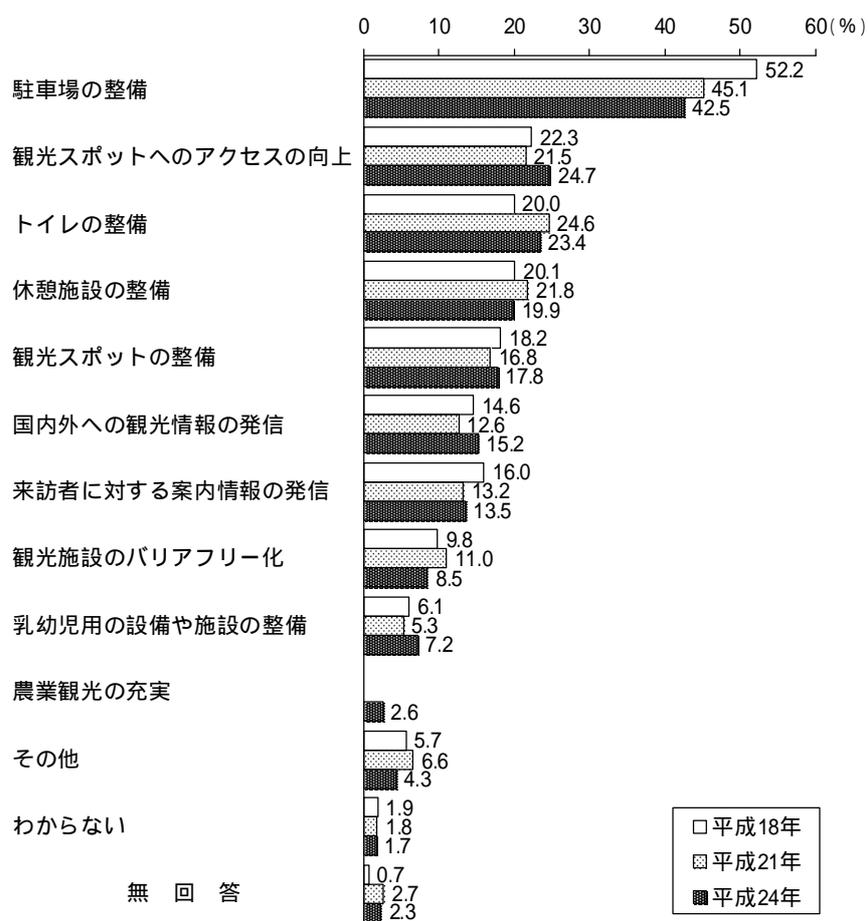
図2 - 2 - 1



観光振興のために必要な施策をたずねたところ、「駐車場の整備」(42.5%)が最も多く、40%を超えている。以下、「観光スポットへのアクセスの向上」(24.7%)、「トイレの整備」(23.4%)、「休憩施設の整備」(19.9%)、「観光スポットの整備」(17.8%)などの順となっている。(図2 - 2 - 1)

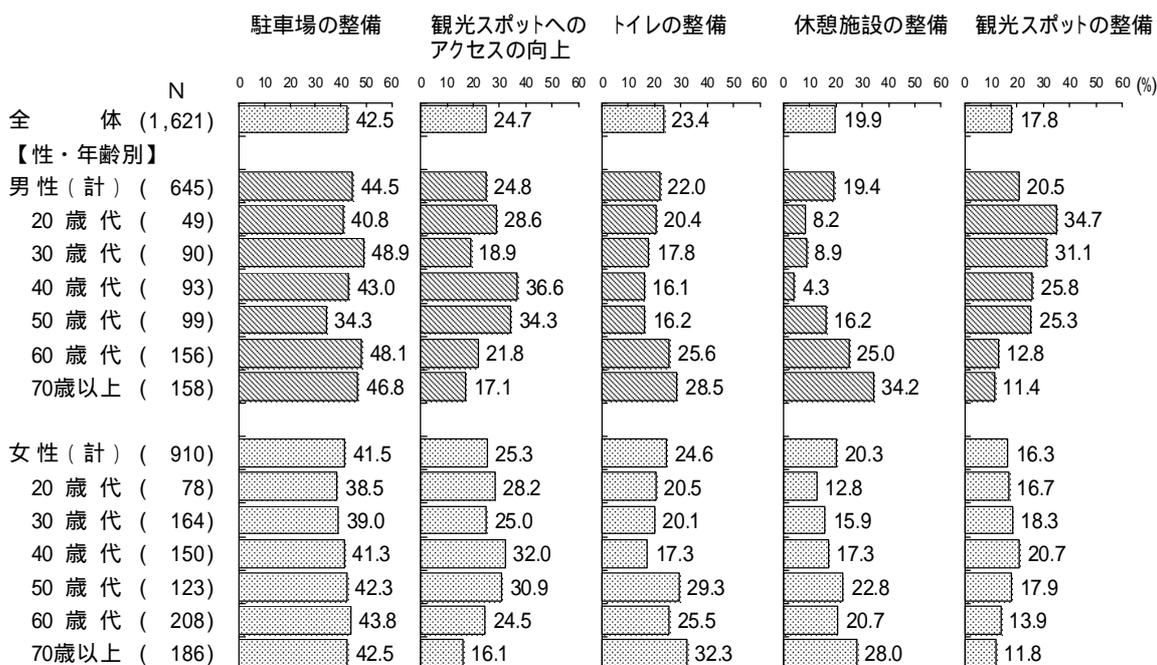
時系列でみると、「駐車場の整備」は減少傾向にある。「観光スポットへのアクセスの向上」は前回調査と比べて3.2ポイント増加している。(図2-2-2)

図2-2-2 時系列 観光振興のために必要な施策



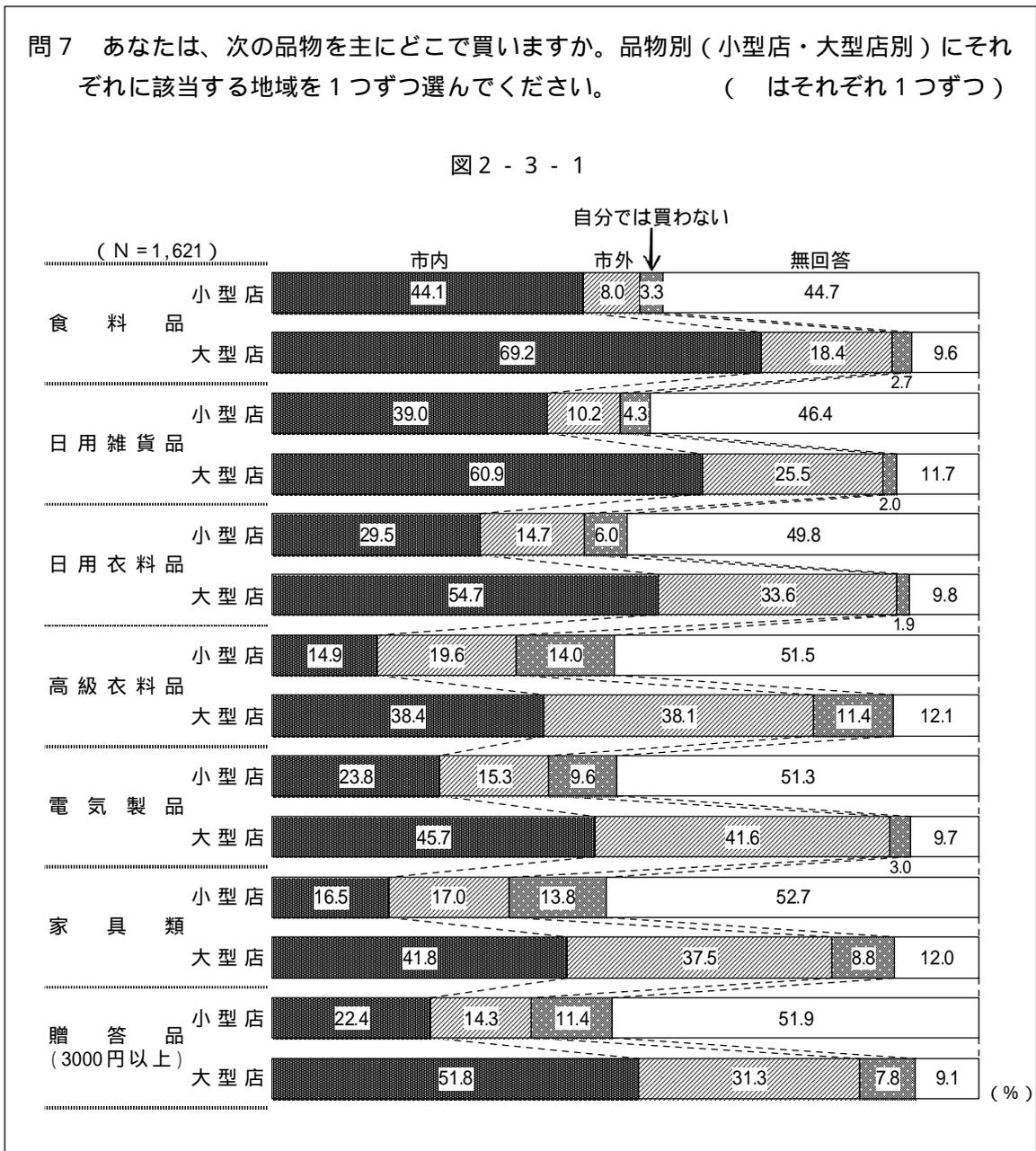
上位5項目を性・年齢別にみると、「観光スポットへのアクセスの向上」は男性の40歳代と50歳代が30%半ばで多くなっている。「トイレの整備」は女性70歳以上が30%を超えて多く、「休憩施設の整備」は男性70歳以上が30%半ばで多くなっている。「観光スポットの整備」は男性20歳代で30%半ば、男性30歳代で30%を超えて多くなっている。(図2 - 2 - 3)

図2 - 2 - 3 性・年齢別 観光振興のために必要な施策



2 - 3 品物別の主な購入先

市内小型店での買物は『食料品』が44.1%、『日用雑貨品』が39.0%



品物の主な購入先をたずねたところ、市内小型店での買物は、『食料品』(44.1%)が最も多く、40%半ばとなっている。以下、『日用雑貨品』(39.0%)、『日用衣料品』(29.5%)、『電気製品』(23.8%)、『贈答品(3000円以上)』(22.4%)などの順となっている。市外大型店での買物は、『電気製品』(41.6%)が最も多く、40%を超えている。以下、『高級衣料品』(38.1%)、『家具類』(37.5%)、『日用衣料品』(33.6%)、『贈答品(3000円以上)』(31.3%)などの順となっている。

(図2-3-1)

地区別に各品目の買物動向をみると、『食料品』は古谷地区、霞ヶ関北地区、高階地区で市内小型店での買い物が50%台と多くなっている。市外の買い物は名細地区が最も多く、次いで福原地区が多くなっている。

『日用雑貨品』は古谷地区と霞ヶ関北地区で市内小型店の買い物が50%前後と多くなっている。市外大型店の買い物は名細地区が50%半ばで、霞ヶ関地区、福原地区、霞ヶ関北地区、高階地区でも30%台となっている。

『日用衣料品』は本庁地区で市内小型店の買い物が40%近くと多くなっている。市外大型店の買い物は本庁地区、芳野地区、山田地区以外のすべての地区で30%を超えている。

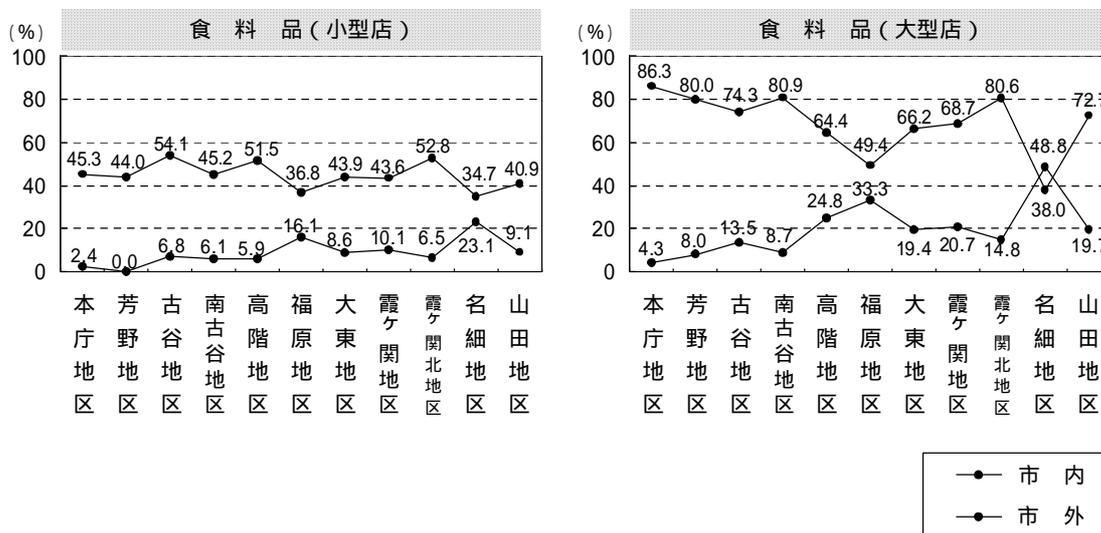
『高級衣料品』は芳野地区、本庁地区、山田地区で市内小型店の買い物が20%前後と多くなっている。市外大型店の買い物は南古谷地区と名細地区が50%を超えている。

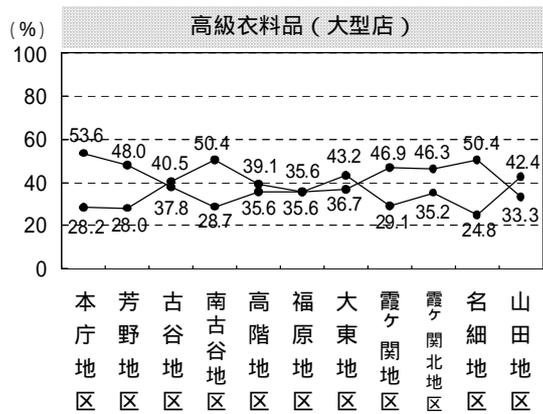
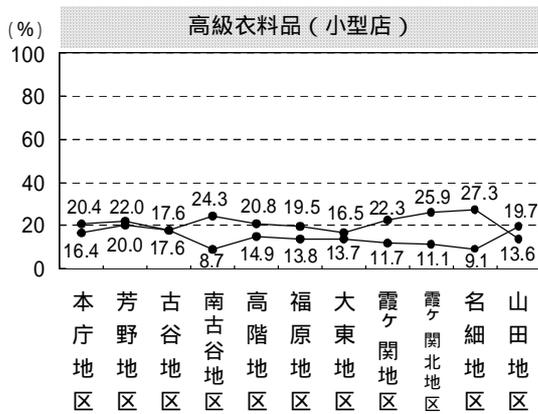
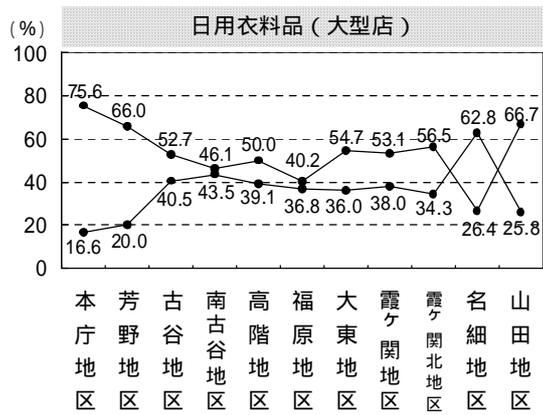
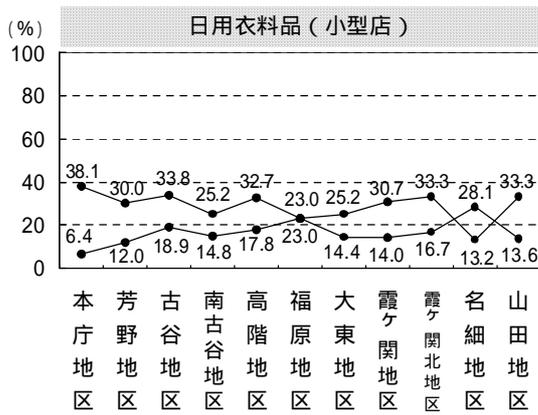
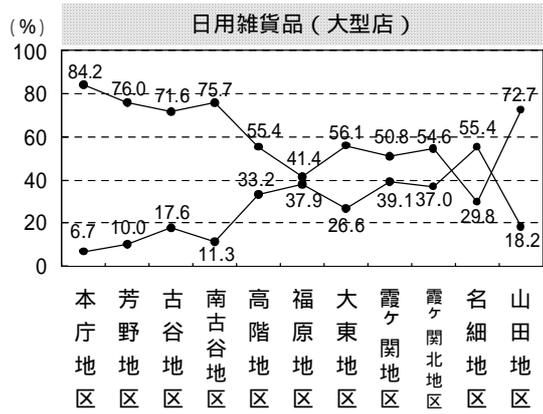
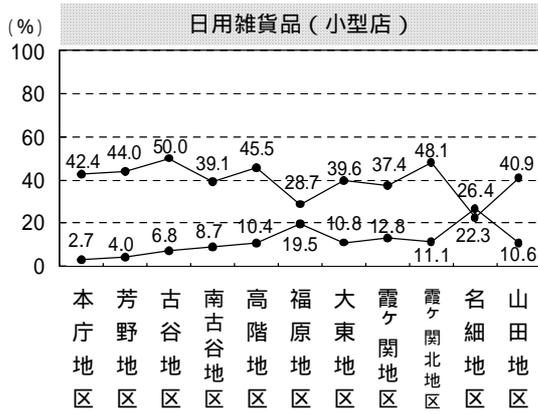
『電気製品』は芳野地区で市内小型店の買い物が30%半ばと多くなっている。市外大型店の買い物は名細地区で80%を超え、霞ヶ関地区と霞ヶ関北地区でも60%前後となっている。

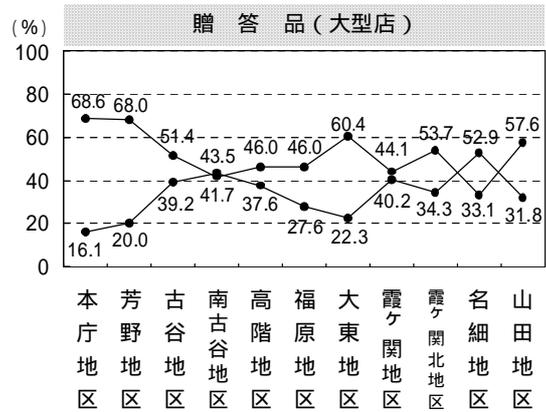
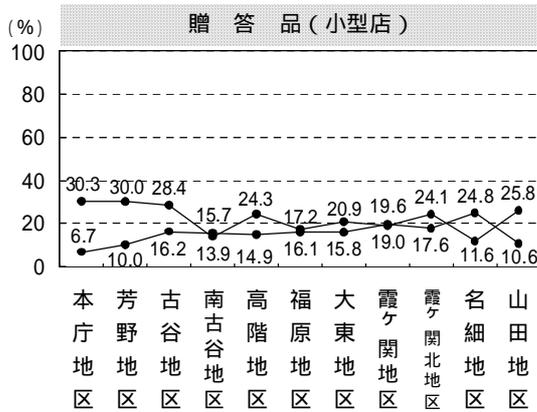
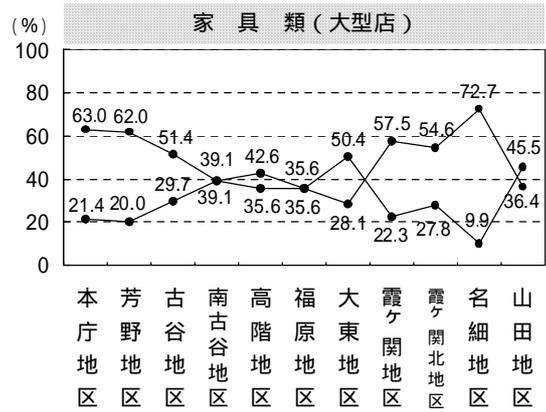
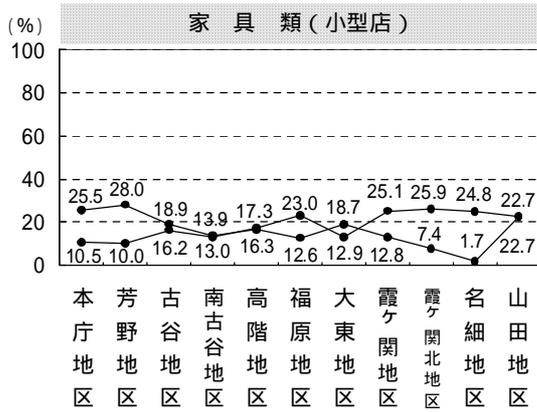
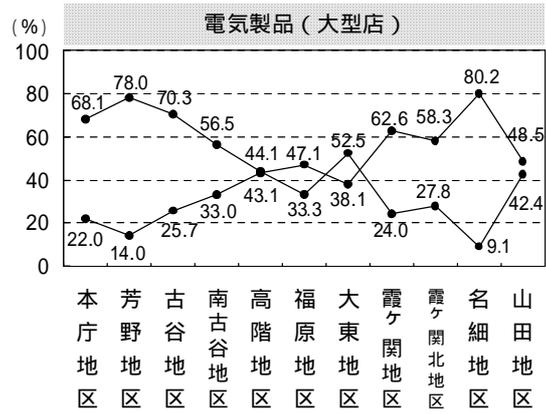
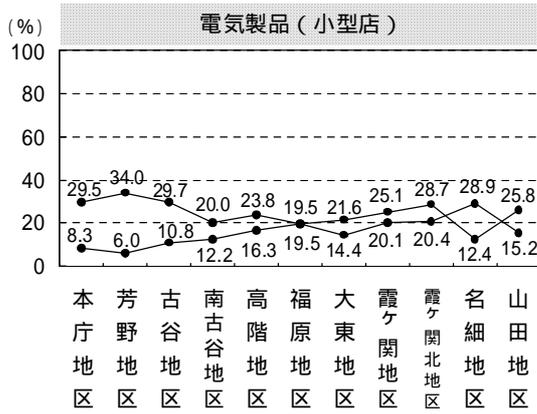
『家具類』は芳野地区、本庁地区、山田地区で市内小型店の買い物が20%台と多くなっている。市外大型店の買い物は名細地区が70%を超え、霞ヶ関地区と霞ヶ関北地区でも50%台となっている。

『贈答品(3000円以上)』は、本庁地区、芳野地区、古谷地区で市内小型店の買い物が30%前後と多くなっている。市外大型店の買い物は名細地区で50%を超え、南古谷地区と霞ヶ関地区でも40%を超えている。(図2-3-2)

図2-3-2 地区別 品物別の主な購入先







● 市内
● 市外

2 - 4 市内商店街への要望

商店街施設についての要望は「駐車場、自転車置場」が46.0%

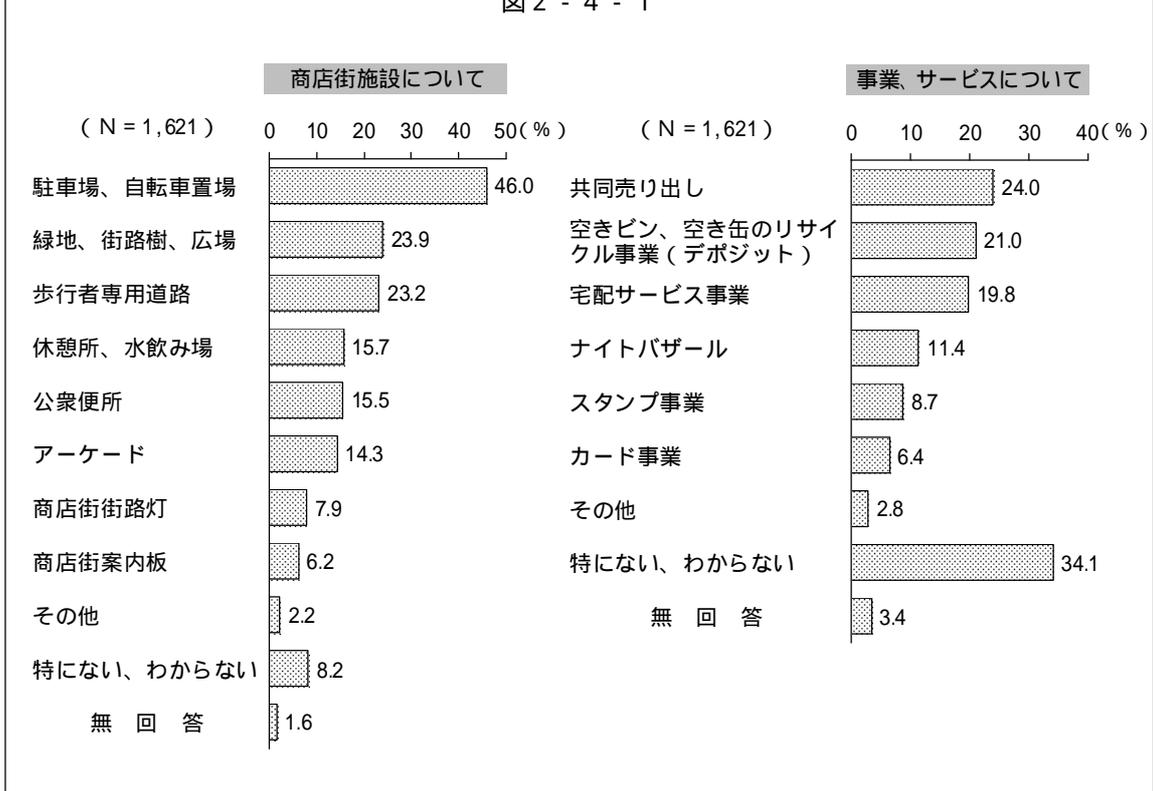
事業、サービスについての要望は「共同売り出し」が24.0%

問8 あなたは市内の商店街にどんな商業関連施設の設置や事業をしてほしいですか。

〔1〕商店街施設について (は2つ以内)

〔2〕商店街で実施してもらいたい事業、サービスについて (は2つ以内)

図2 - 4 - 1



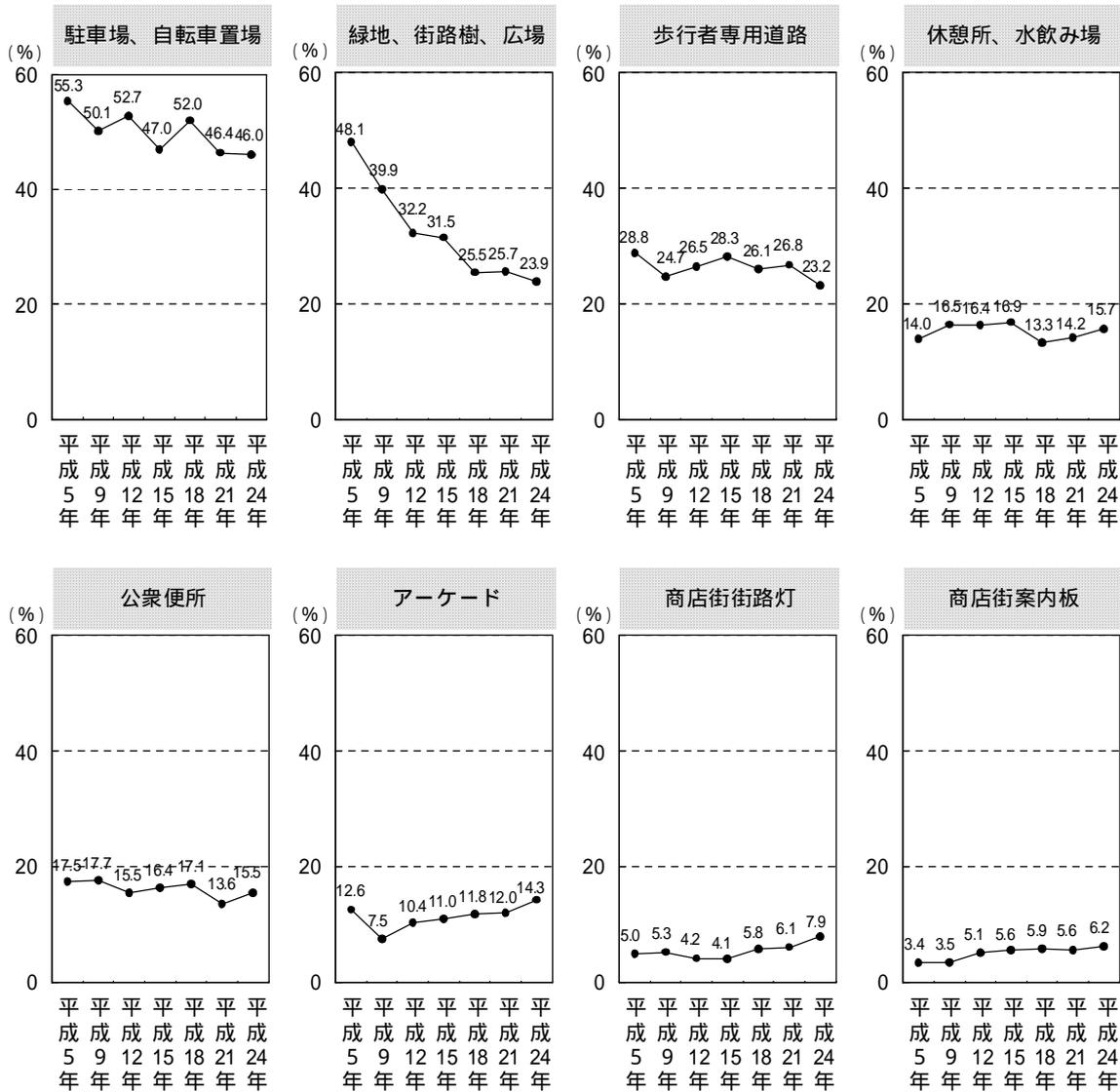
市内商店街への要望を、〔商店街施設について〕と〔事業、サービスについて〕に分けてたずねたところ、〔商店街施設について〕の要望は、「駐車場、自転車置場」(46.0%)が最も多く、40%半ばとなっている。以下、「緑地、街路樹、広場」(23.9%)、「歩行者専用道路」(23.2%)などの順となっている。

〔事業、サービスについて〕の要望は、「共同売り出し」(24.0%)が最も多く、20%半ばとなっている。以下、「空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット)」(21.0%)、「宅配サービス事業」(19.8%)などの順となっている。(図2 - 4 - 1)

商店街施設についての要望

時系列でみると、「緑地、街路樹、広場」はおおむね減少傾向となっている。(図2-4-2)

図2-4-2 時系列 商店街施設についての要望



地区別にみると、すべての地区で「駐車場、自転車置き場」が第1位にあげられている。第2位には、本庁地区、南古谷地区、大東地区、霞ヶ関地区、山田地区で「緑地、街路樹、広場」が、古谷地区、高階地区、霞ヶ関北地区、名細地区で「歩行者専用道路」があげられている。

年齢別にみると、すべての年代で「駐車場、自転車置き場」が第1位にあげられている。第2位には、20歳代から60歳代の年代では「緑地、街路樹、広場」、70歳以上では「歩行者専用道路」があげられている。(表2-4-1)

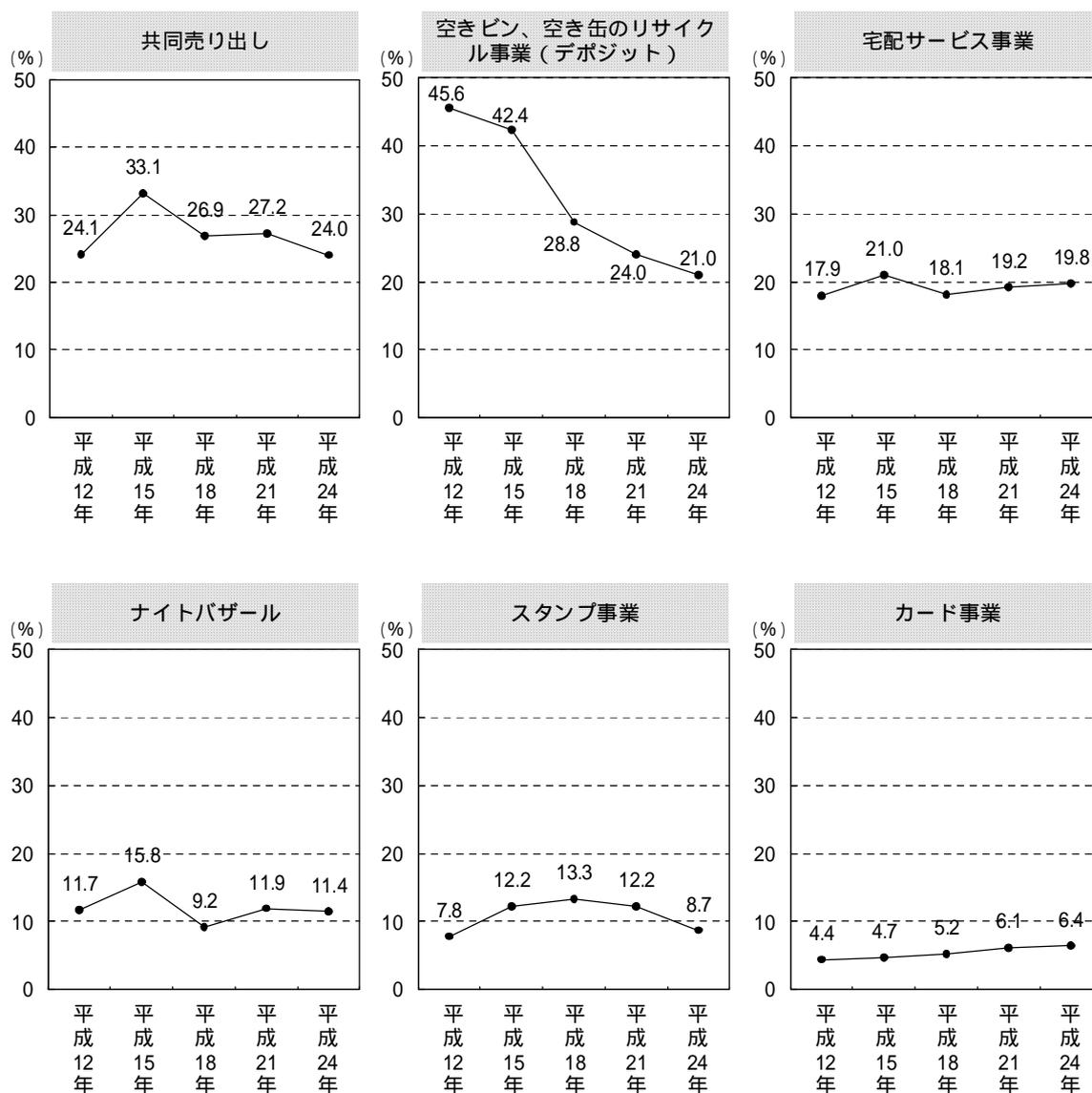
表2-4-1 地区別/年齢別 商店街施設についての要望

| 属性 | 順位 | N | 1 位 | 2 位 | 3 位 | 4 位 | 5 位 |
|-------------|----|-------|---------------------|--------------------|---------------------|-------------------|---------------------------|
| 全 体 | | 1,621 | 駐車場、自転車置き場 46.0% | 緑地、街路樹、広場 23.9% | 歩行者専用道路 23.2% | 休憩所、水飲み場 15.7% | 公衆便所 15.5% |
| 【地区別】 | | | | | | | |
| 本 庁 地 区 | | 373 | 駐車場、自転車置き場 49.6% | 緑地、街路樹、広場 28.7% | 歩行者専用道路 27.6% | 休憩所、水飲み場 14.7% | 公衆便所 14.5% |
| 芳 野 地 区 | | 50 | 駐車場、自転車置き場 54.0% | 休憩所、水飲み場 20.0% | 緑地、街路樹、広場 / 公衆便所 | 18.0% | 歩行者専用道路 / 店街街路灯 10.0% |
| 古 谷 地 区 | | 74 | 駐車場、自転車置き場 55.4% | 歩行者専用道路 28.4% | 緑地、街路樹、広場 21.6% | 休憩所、水飲み場 16.2% | 公衆便所 13.5% |
| 南 古 谷 地 区 | | 115 | 駐車場、自転車置き場 36.5% | 緑地、街路樹、広場 27.8% | アーケード 24.3% | 歩行者専用道路 19.1% | 休憩所、水飲み場 14.8% |
| 高 階 地 区 | | 202 | 駐車場、自転車置き場 49.0% | 歩行者専用道路 24.8% | 緑地、街路樹、広場 21.8% | 休憩所、水飲み場 16.3% | 公衆便所 / アーケード 14.9% |
| 福 原 地 区 | | 87 | 駐車場、自転車置き場 44.8% | 公衆便所 20.7% | 緑地、街路樹、広場 / 歩行者専用道路 | 19.5% | 休憩所、水飲み場 18.4% |
| 大 東 地 区 | | 139 | 駐車場、自転車置き場 50.4% | 緑地、街路樹、広場 25.2% | 公衆便所 20.1% | 休憩所、水飲み場 15.8% | 歩行者専用道路 / アーケード 14.4% |
| 霞 ヶ 関 地 区 | | 179 | 駐車場、自転車置き場 43.6% | 緑地、街路樹、広場 21.2% | 歩行者専用道路 20.7% | アーケード 17.3% | 休憩所、水飲み場 14.0% |
| 霞 ヶ 関 北 地 区 | | 108 | 駐車場、自転車置き場 38.0% | 歩行者専用道路 23.1% | 公衆便所 18.5% | 休憩所、水飲み場 / アーケード | 15.7% |
| 名 細 地 区 | | 121 | 駐車場、自転車置き場 39.7% | 歩行者専用道路 28.1% | 緑地、街路樹、広場 21.5% | 公衆便所 18.2% | 休憩所、水飲み場 / アーケード 14.9% |
| 山 田 地 区 | | 66 | 駐車場、自転車置き場 53.0% | 緑地、街路樹、広場 30.3% | 歩行者専用道路 24.2% | 休憩所、水飲み場 / アーケード | 15.2% |
| 【年齢別】 | | | | | | | |
| 20 歳 代 | | 127 | 駐車場、自転車置き場 44.1% | 緑地、街路樹、広場 40.9% | アーケード / 店街街路灯 | 15.7% | 歩行者専用道路 11.8% |
| 30 歳 代 | | 254 | 駐車場、自転車置き場 45.7% | 緑地、街路樹、広場 26.0% | 歩行者専用道路 22.4% | アーケード 22.0% | 休憩所、水飲み場 12.6% |
| 40 歳 代 | | 243 | 駐車場、自転車置き場 47.7% | 緑地、街路樹、広場 19.3% | 歩行者専用道路 18.5% | アーケード 18.1% | 休憩所、水飲み場 13.2% |
| 50 歳 代 | | 222 | 駐車場、自転車置き場 47.3% | 緑地、街路樹、広場 25.7% | 歩行者専用道路 23.4% | アーケード 14.4% | 休憩所、水飲み場 12.6% |
| 60 歳 代 | | 365 | 駐車場、自転車置き場 48.2% | 緑地、街路樹、広場 25.2% | 歩行者専用道路 24.9% | 公衆便所 18.6% | 休憩所、水飲み場 15.1% |
| 70 歳 以 上 | | 345 | 駐車場、自転車置き場 43.2% | 歩行者専用道路 28.1% | 公衆便所 24.6% | 休憩所、水飲み場 22.9% | 緑地、街路樹、広場 16.5% |

事業、サービスについての要望

時系列でみると、「空きビン、空き缶のリサイクル事業（デポジット）」は減少傾向にあり、前回調査と比べて3.0ポイント減少している。また、「スタンプ事業」は前回調査と比べて3.5ポイント、「共同売り出し」は前回調査と比べて3.2ポイント、それぞれ減少している。（図2 - 4 - 3）

図2 - 4 - 3 時系列 事業、サービスについての要望



地区別にみると、「空きビン、空き缶のリサイクル事業（デポジット）」は古谷地区と南古谷地区で第1位にあげられている。「宅配サービス事業」は福原地区と山田地区が第1位で、本庁地区でも同率の第1位にあげられている。それ以外の地区では「共同売り出し」が第1位にあげられている。

年齢別にみると、20歳代では「ナイトバザール」、30歳代では「空きビン、空き缶のリサイクル事業（デポジット）」、40歳代以上の年代では「共同売り出し」が第1位にあげられている。

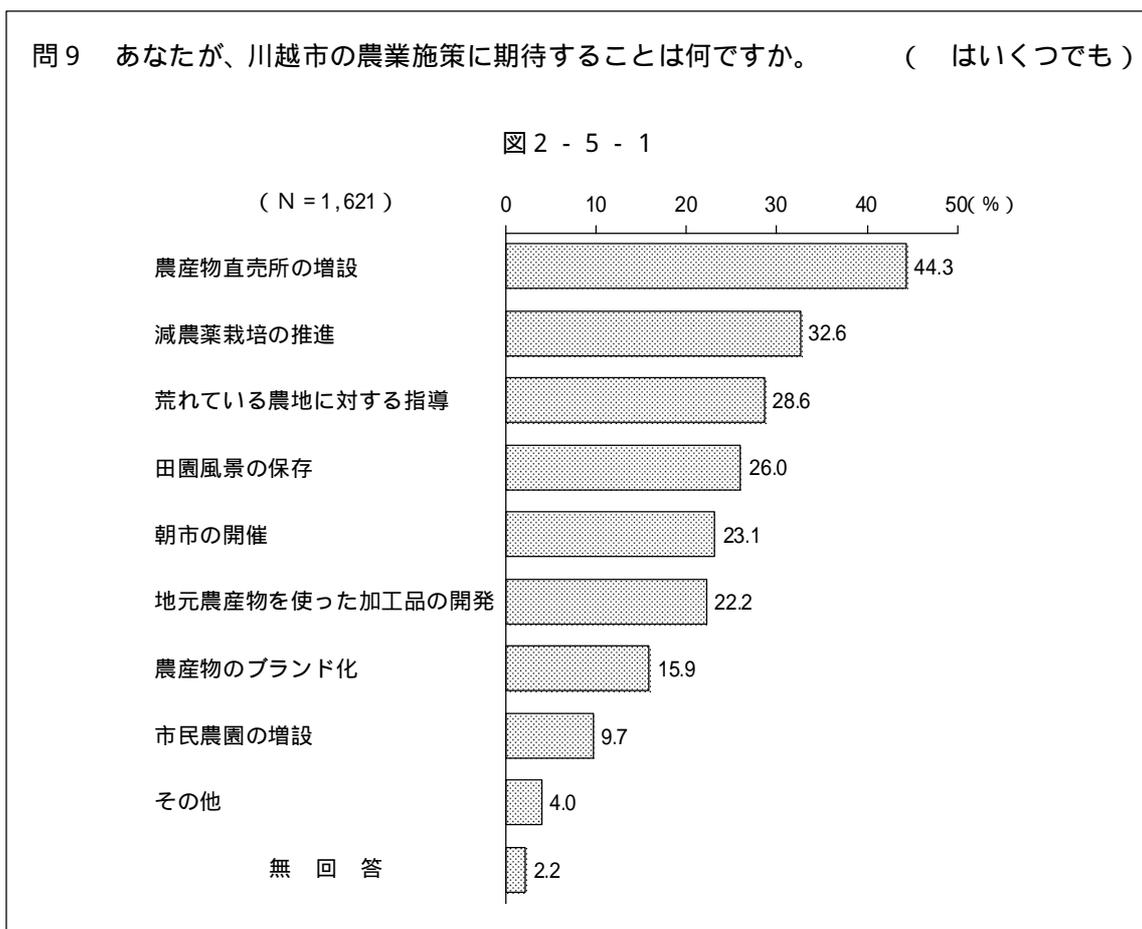
(表2 - 4 - 2)

表2 - 4 - 2 地区別/年齢別 事業、サービスについての要望

| 属性 | 順位 | N | 1 位 | 2 位 | 3 位 | 4 位 | 5 位 |
|-----------|----|-------|----------------------------------|---|---|------------------------|------------------|
| 全 体 | | 1,621 | 共同売り出し 24.0% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 21.0% | 宅配サービス事業 19.8% | ナイトバザール 11.4% | スタンプ事業 8.7% |
| 【地 区 別】 | | | | | | | |
| 本 庁 地 区 | | 373 | 共同売り出し/宅配サービス事業 23.6% | | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 20.9% | ナイトバザール 15.5% | スタンプ事業 9.7% |
| 芳 野 地 区 | | 50 | 共同売り出し 22.0% | 宅配サービス事業 16.0% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット)/スタンプ事業 12.0% | | ナイトバザール 10.0% |
| 古 谷 地 区 | | 74 | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 18.9% | 共同売り出し 17.6% | 宅配サービス事業 14.9% | スタンプ事業/カード事業 9.5% | |
| 南 古 谷 地 区 | | 115 | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 23.5% | 共同売り出し/宅配サービス事業 19.1% | | スタンプ事業 12.2% | ナイトバザール 10.4% |
| 高 階 地 区 | | 202 | 共同売り出し 25.2% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 23.8% | 宅配サービス事業 17.8% | ナイトバザール 9.4% | スタンプ事業 6.9% |
| 福 原 地 区 | | 87 | 宅配サービス事業 19.5% | 共同売り出し/空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 17.2% | | ナイトバザール/カード事業 8.0% | |
| 大 東 地 区 | | 139 | 共同売り出し 28.8% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 19.4% | 宅配サービス事業 14.4% | ナイトバザール 12.9% | スタンプ事業 10.1% |
| 霞ヶ関地区 | | 179 | 共同売り出し 28.5% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 22.3% | 宅配サービス事業 19.0% | ナイトバザール 12.3% | スタンプ事業 9.5% |
| 霞ヶ関北地区 | | 108 | 共同売り出し 32.4% | 宅配サービス事業 22.2% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 17.6% | ナイトバザール/スタンプ事業 7.4% | |
| 名 細 地 区 | | 121 | 共同売り出し 28.1% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 25.6% | 宅配サービス事業 17.4% | ナイトバザール 14.0% | スタンプ事業 9.1% |
| 山 田 地 区 | | 66 | 宅配サービス事業 25.8% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 21.2% | 共同売り出し 18.2% | ナイトバザール 12.1% | スタンプ事業 7.6% |
| 【年 齢 別】 | | | | | | | |
| 20 歳 代 | | 127 | ナイトバザール 24.4% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 23.6% | 宅配サービス事業 15.0% | 共同売り出し/カード事業 14.2% | |
| 30 歳 代 | | 254 | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 22.0% | 宅配サービス事業 17.3% | 共同売り出し 16.1% | ナイトバザール 15.7% | スタンプ事業 13.0% |
| 40 歳 代 | | 243 | 共同売り出し 20.6% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 16.0% | ナイトバザール 14.8% | 宅配サービス事業 12.8% | スタンプ事業 11.1% |
| 50 歳 代 | | 222 | 共同売り出し 24.3% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 23.9% | 宅配サービス事業 18.0% | ナイトバザール 13.1% | スタンプ事業 8.1% |
| 60 歳 代 | | 365 | 共同売り出し 32.3% | 宅配サービス事業 23.0% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 20.8% | ナイトバザール 9.6% | スタンプ事業 7.1% |
| 70 歳 以 上 | | 345 | 共同売り出し 27.8% | 宅配サービス事業 25.2% | 空きビン、空き缶のリサイクル事業(デポジット) 21.2% | スタンプ事業 5.8% | カード事業 3.8% |

2 - 5 農業政策に期待すること

「農産物直売所の増設」が44.3%



農業政策に期待することをたずねたところ、「農産物直売所の増設」(44.3%)が最も多く、40%半ばとなっている。以下、「減農薬栽培の推進」(32.6%)、「荒れている農地に対する指導」(28.6%)、「田園風景の保存」(26.0%)、「朝市の開催」(23.1%)、「地元農産物を使った加工品の開発」(22.2%)などの順となっている。(図2 - 5 - 1)

上位5項目を性・年齢別にみると、「農産物直売所の増設」は男性70歳以上が50%半ば、女性60歳代と70歳以上がともに50%を超えて多くなっている。「減農薬栽培の推進」は女性(37.7%)が男性(25.1%)より12.6ポイント高く、特に女性60歳代が40%半ばで多くなっている。「朝市の開催」は男性20歳代、女性20歳代と30歳代がいずれも30%を超えている。(図2-5-2)

図2-5-2 性・年齢別 農業政策に期待すること

