

第二次
川越市観光振興計画(案)

～小江戸川越再発見プラン～

改訂版

令和4年〇月

川越市

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. 本市の観光事業における課題.....	14
3-3. SWOT分析による「強み」・「弱み」と観光振興の展開方法	18

第4章 中間見直し

4-1. 中間見直しの方法	19
4-2. 中間見直しのポイント.....	19

観光振興計画

第5章 観光振興計画

5-1. 基本理念・基本方針	21
5-2. 政策・施策.....	22

第6章 計画の実現に向けて

6-1. 役割分担.....	38
6-2. 財源.....	39
6-3. 数値目標.....	41

第7章 計画の策定経過

7-1. 組織体制.....	42
7-2. 川越市観光振興計画（平成28年度）の策定経過	42
7-3. 川越市観光振興計画改訂版（令和3～4年度）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年度(2016)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年間を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など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、ポストコロナにおける本市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

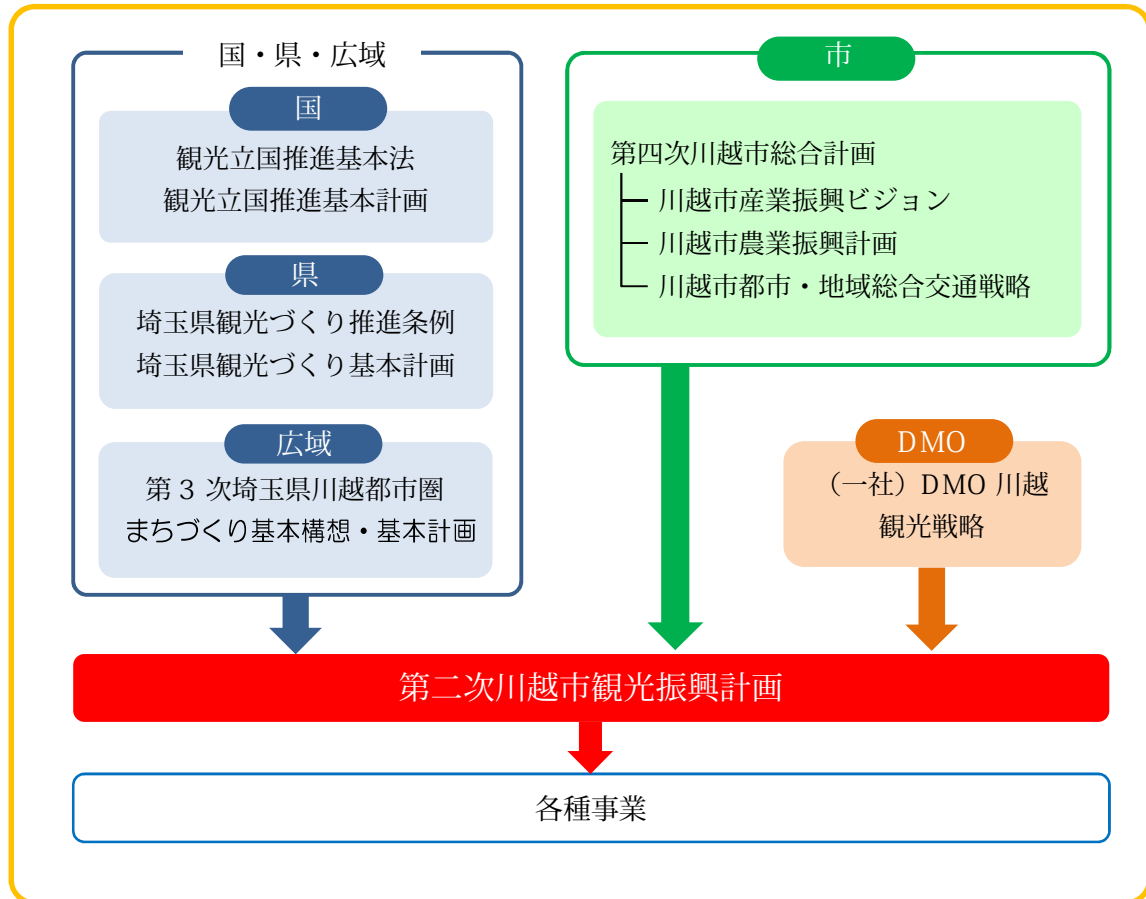
現計画の計画期間は、10か年（平成28(2016)年度～令和7(2025)年度）としています。

また、現計画の適切な進捗管理及び社会経済情勢など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。

	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～令和2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～令和7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～令和7年度の10年間)						改訂版 (令和4～7年度の4年間)			

1-3. 計画の位置づけ

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。



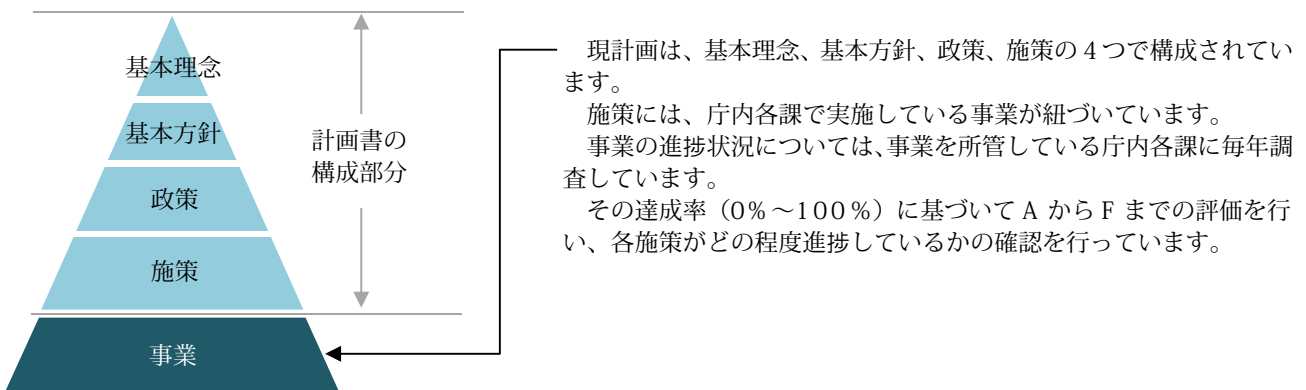
第2章 現計画の評価

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以下のとおりです。

進捗状況評価の方法

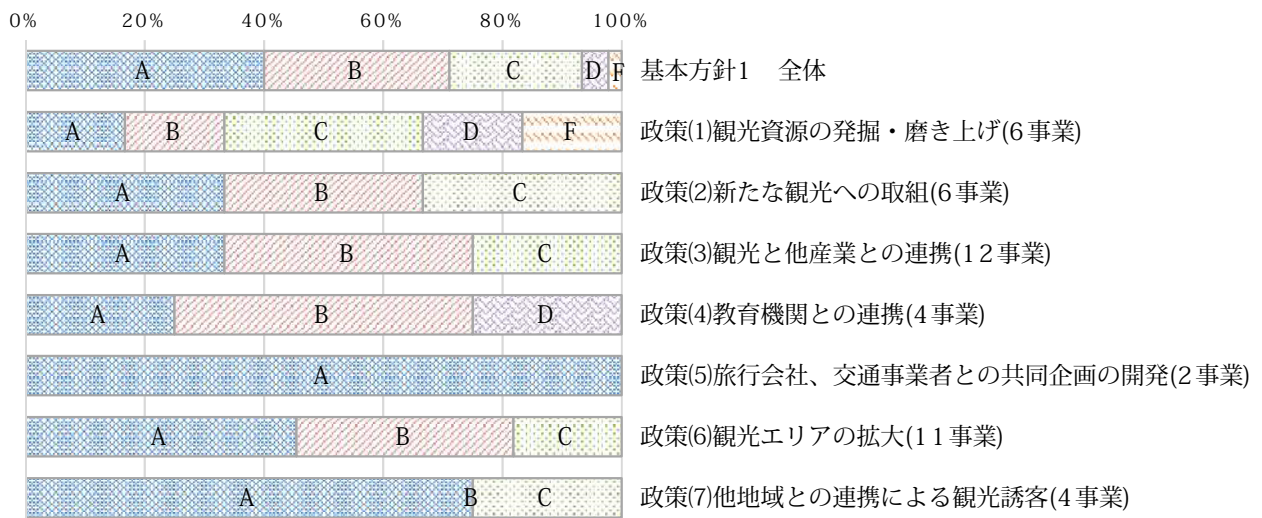


進捗状況評価の見方

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

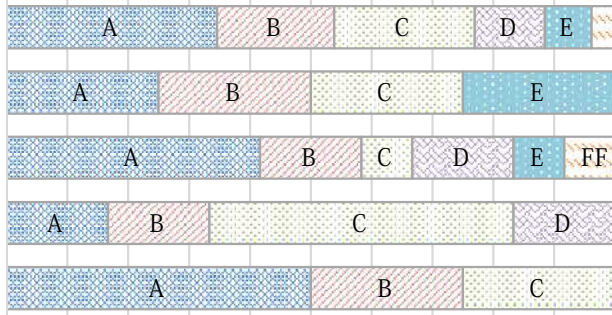
進捗状況評価（基本方針別・政策別）

基本方針1 新たな観光をつくりだそう



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%



基本方針2 全体

政策(1)東京オリンピックを契機とした情報発信(4事業)

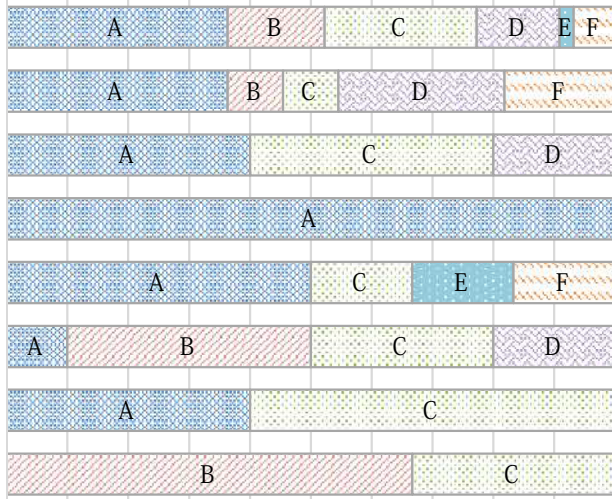
政策(2)外国人観光客を温かい気持ちで迎える観光まちづくり(12事業)

政策(3)伝統文化の発信による観光誘客(6事業)

政策(4)誰もが利用しやすい観光案内サービスの推進(4事業)

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%



基本方針3 全体

政策(1)快適なまち歩き空間の創出(11事業)

政策(2)安全かつ円滑なまち歩きの実現(5事業)

政策(3)快適な観光インフラ整備(4事業)

政策(4)滞在型観光の推進(6事業)

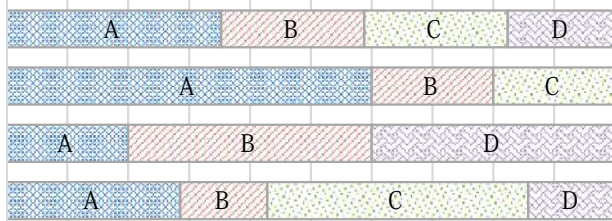
政策(5)リピーターを増やす仕掛けづくり(10事業)

政策(6)観光キーマンの育成(5事業)

政策(7)伝統の担い手の育成(3事業)

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%



基本方針4 全体

政策(1)市民発・市民参加型の観光振興(5事業)

政策(2)まち全体で取り組む受入環境の整備(5事業)

政策(3)情報発信の戦略検討(7事業)

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

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)	時勢を捉えた国内外への情報発信	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	他施策に統合を予定 →見直しポイント① (P19)
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商店街免税手続一括カウンター設置推進事業の実施をとりやめることとしたため	①オンラインによる方法等での実施を推進 →見直しポイント① (P19) 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、「マイクローリズム^(注1)」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、ICT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める環境をつくらう」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1) マイクローリズム：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以下のとおりです。

令和2年までの実績値と中間評価

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	50.7	<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	4,065	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年、令和元年で中間目標値を上回っていることから、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、令和元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年から令和元年に掛けて中間目標値を上回っていることから、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」として位置づけました。

戦略的重点施策

戦略的重点施策1 多様化するニーズに対応した観光誘客

- ・観光資源の発掘、磨き上げ
- ・観光客を呼び込む仕掛けづくり 等

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 6 コンベンション誘致の推進
施策 13 若者を呼び込むための仕掛けづくり

戦略的重点施策2 東京オリンピックを契機としたインバウンド施策の推進

- ・外国人観光客への情報発信
- ・外国人観光客の受入環境整備 等

施策 25 外国人観光客に向けた情報発信
施策 27 外国人観光客への接遇の向上
施策 28 外国人観光客の受入環境の整備
施策 29 観光施設の多言語化
施策 30 文化の違いへの対応

戦略的重点施策3 安心してゆったり滞在できる環境整備の促進

- ・まち歩き空間の快適性向上
- ・夜の観光を楽しむ環境整備 等

施策 42 一番街周辺の交通円滑化方策の検討
施策 51 夜の観光の推進
施策 52 宿泊観光の推進
施策 56 観光ガイドの育成

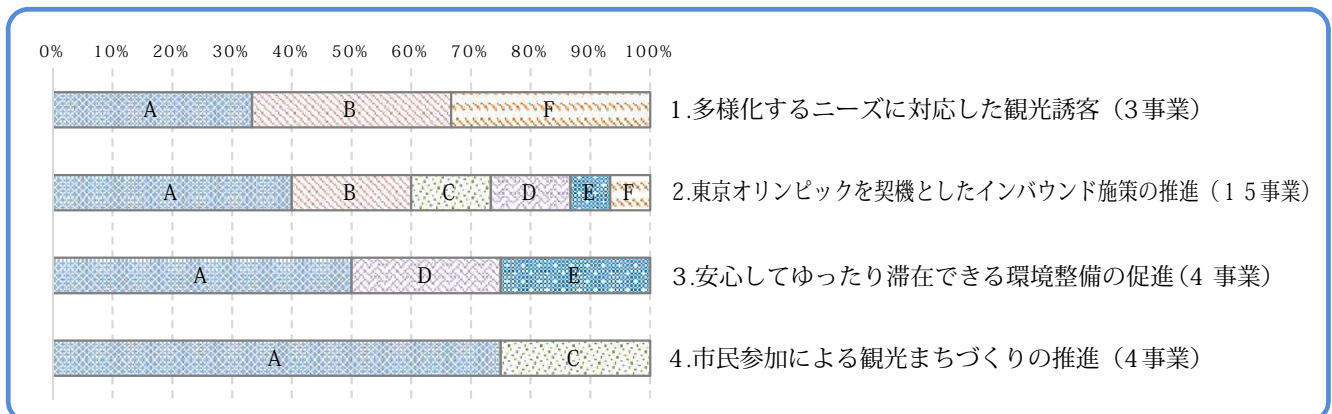
戦略的重点施策4 市民参加による観光まちづくりの推進

- ・市民の観光参加の場づくり
- ・まち全体で取り組む受入環境整備 等

施策 60 市民参加型・交流型観光事業の実施
施策 61 市民に向けた観光情報の提供

(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年度末時点における戦略的重点施策の評価は以下のとおりです。



「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、今後は戦略的重点施策としての位置づけからは外れますが、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、計画期間内に関係各課と協議しながら対策を講じ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 (注2)

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、令和 12(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。

SDGs 17の目標



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も、SDGs を踏まえて推進していく必要があります。

下表は、本計画の施策に関連する主な目標です。

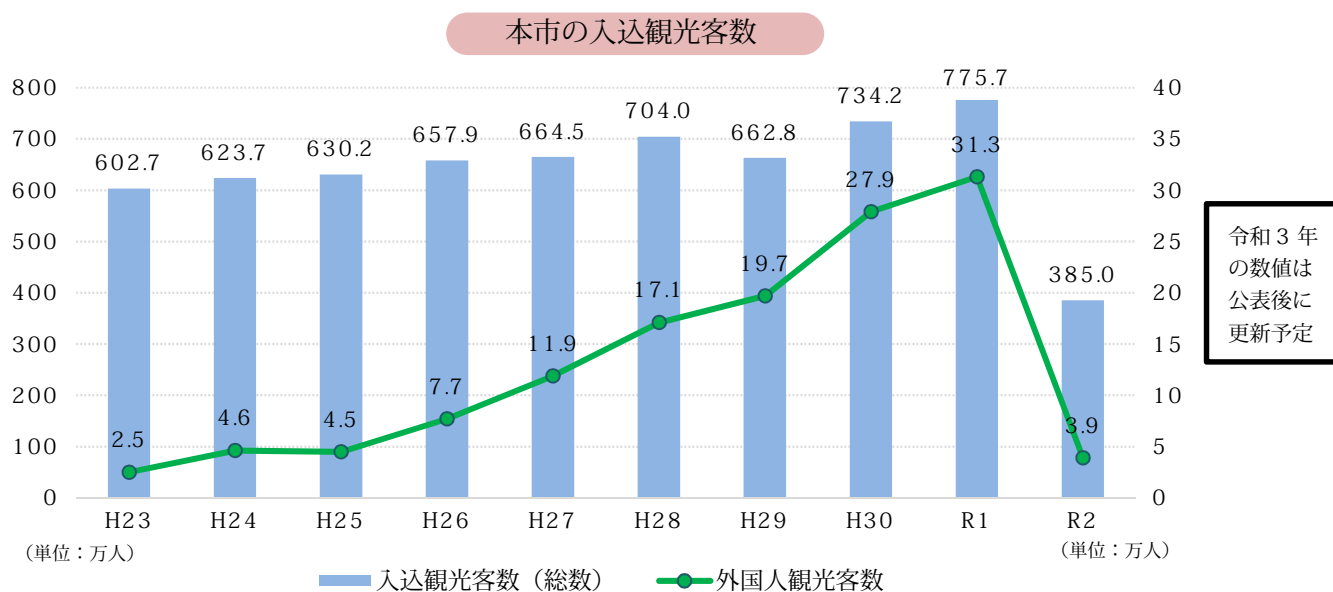
本計画	SDGs	
施策	主な目標	ターゲット
施策 47 快適な公衆トイレの整備		<u>6.2</u> 2030 年までに、すべての人々の、適切かつ平等な下水施設・衛生施設へのアクセスを達成し、野外での排泄をなくす。女性及び女兒、ならびに脆弱な立場にある人々のニーズに特に注意を払う。

(注2) SDGs : Sustainable Development Goals の略。

<p><u>施策 63</u> 観光協会、商工会議所、DMO、商店街等との連携強化</p>		<p><u>8.9</u> 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><u>施策 45</u> 観光客の増加対応</p>		<p><u>11.3</u> 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><u>施策 58</u> 川越まつりの継承 <u>施策 59</u> 伝統芸能の保存と後継者育成</p>		<p><u>11.4</u> 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><u>施策 45</u> 観光客の増加対応</p>		<p><u>12.b</u> 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>※本計画の直接的な施策としてはないが、 (一社) DMO 川越が「観光地域づくりを行う関係者の調整及び合意形成」を事業としていることから関連付けられる。</p>		<p><u>17.17</u> 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

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…【確定次第更新】



なお、現計画の施策に紐づき本市で実施している132の観光関連事業について、新型コロナウイルス

ス感染症の影響を所管部署に調査したところ、81事業（61%）に影響があることが判明しました。

関連施策 施策18、施策36、施策50

（3）カーボンニュートラル^{（注3）}

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41、施策43

（4）ICT^{（注4）}

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ICT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、デジタル技術の利用やICTの導入をはじめ、「DX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25、施策36

（5）少子高齢化

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、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3年11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年1月策定）において、令和42（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。

関連施策 施策54、施策60

^{（注3）}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4）}ICT：Information and Communication Technology の略。情報通信技術のこと。

(6) 観光客増加

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常態化する等、新たな課題も発生、顕在化しており、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、当該感染症の収束が見込まれる中、リバウンド（急激な回復）も加わり、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40、施策42、施策45、施策50

(7) グリーンツーリズム^(注5)（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、農業振興に係る各種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年度には、新たな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など、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

平成27年度に開始された、観光庁によるDMO^(注6)（現在は「観光地域づくり法人」に名称変更）の登録制度を踏まえ、本市においても、平成30年11月に一般社団法人DMO川越が設立されました。

令和元年8月に「観光地域づくり候補法人」として観光庁に登録され、現在は「観光地域づくり法人」への本登録を目指しています。（令和4年1月現在）

新たな観光関連団体として、「(一社)DMO川越観光戦略」（令和3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63、施策67

(注5) 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6) 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。

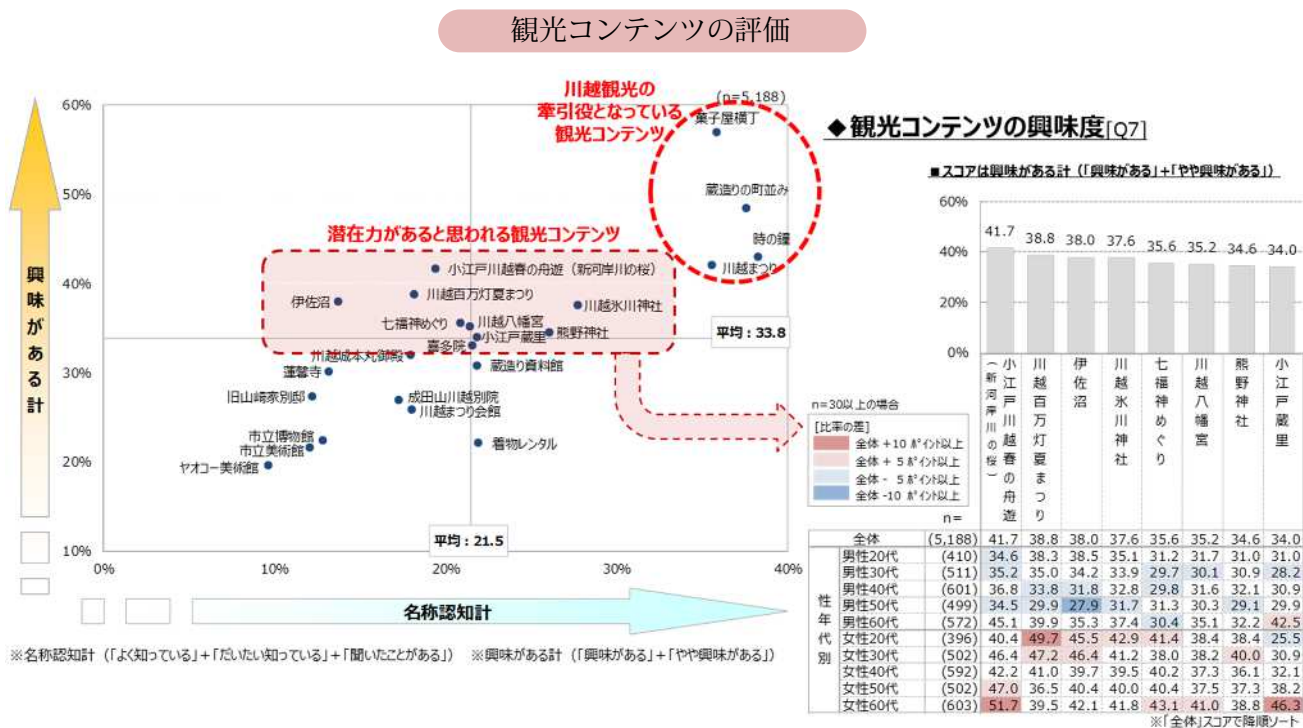
3- 2. 本市の観光事業における課題

本市の観光事業における今後の課題を整理すると、以下のようになります。

(1) 観光資源の発掘、魅力の向上

市内には、農業体験や伝統産業に触れることができる体験型観光、市中心部以外の観光スポット、各地域に根付く伝統的な行事・お祭りといった、観光客に知られていない資源が残っています。

これら観光資源の発掘、磨き上げを行うためには、農業、商業、工業、の連携を軸に、グリーンツーリズム、景観の保全、歴史的・文化的価値を積極的にアピールすることが重要となります。



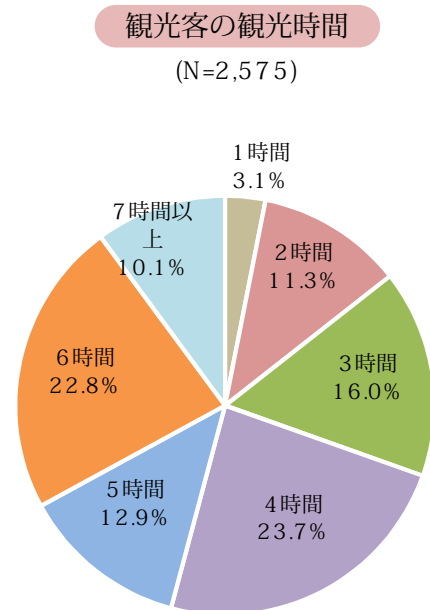
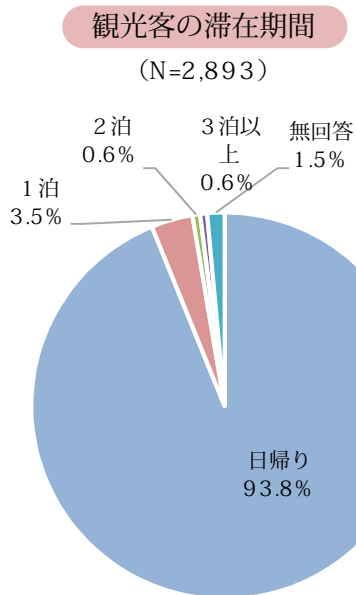
出典：平成30年度 一般社団法人DMO川越 川越マーケティング調査事業報告書

(2) 観光客の滞在時間の延長、観光周遊エリアの拡大

観光客の滞在期間は日帰り観光客が9割以上であり、宿泊を伴う経済効果が低い状況です。観光時間について、近年は半日以上滞在している割合が若干増加しているものの、夜間まで滞在する観光客は少ない状況です。

そのため、夜間まで滞在時間を延伸させ、宿泊する機会の創出に繋げていくことが引き続きの課題となります。

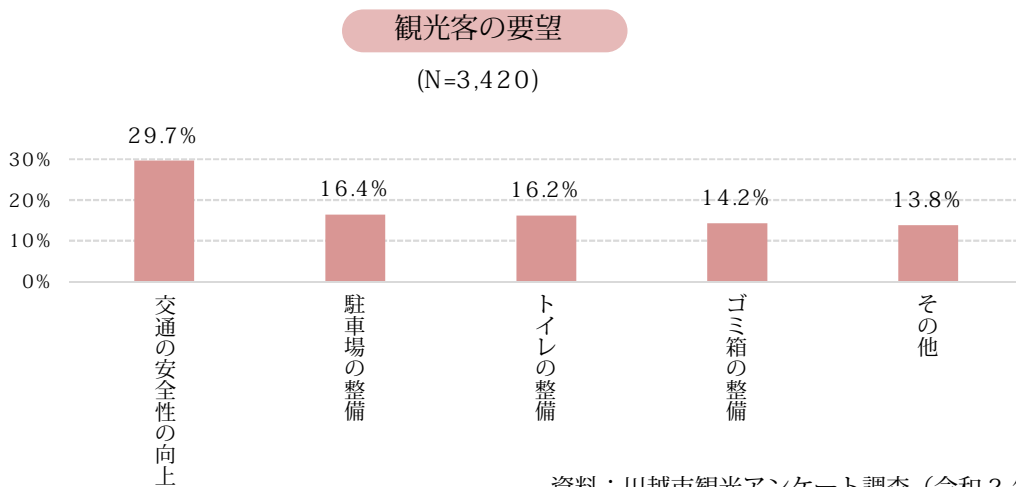
また、立ち寄り観光地は、蔵造りの町並みや時の鐘、菓子屋横丁等がある市中心部に集中しており、グリーンツーリズムを推進する伊佐沼地区をはじめとして、観光周遊エリアの拡大及び分散化を図ることも重要となります。



資料：川越市観光アンケート調査（令和2年）

（3）観光環境の整備

観光客の本市への要望は、「交通の安全性の向上」を求める意見が最も多く、「駐車場の整備」、「トイレの整備」、「ゴミ箱の整備」など、観光環境の整備に関するものが多くなっています。



資料：川越市観光アンケート調査（令和2年）

（4）観光客の誘客促進のための情報発信

本市を訪れる観光客は、県内及び関東地方からの来訪者が多く、コロナ禍となるまでの外国人観光客は台湾、中国、韓国などからの旅行者が多かった状況です。観光客の情報入手については、テレビ・ラジオのメディアが最上位であるものの、近年はソーシャルメディア（YouTube、Facebook、Instagram、Twitter等）の割合が増加しており、入手する情報媒体の多様化が進んでいます。

今後も観光客の国別や趣味・嗜好等に合わせた情報発信をさまざまな手法により継続的に行っていくことが重要となります。

また、観光とそれに伴う移動をワンストップで検索、予約、決済できるMaaS^(注7)を推進することで来街・周遊しやすい環境づくりをしていくことが重要です。

SNS調査 川越関連の頻出語



出典：平成30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

SNS調査 主な消費関連の頻出語

11.SNS調査の分析(主な消費関連の投稿内容)

SNS調査

消費関連(飲む、買う等)の投稿は、主に「うなぎ」「スタバ」「イモ関連のお菓子・スイーツ」「抹茶関連の飲食」の4つ。

- 消費行動(食べる、買う等)に関する頻出語を見ると、主に「うなぎ」「スタバ」「イモ関連のお菓子・スイーツ」「抹茶関連の飲食」の4つが挙げられた。
- 「うなぎ」については、「混んでいる」「並ぶ」などのネガティブなイメージがありつつも、味に対する高い評価あり。
- 「スタバ」については、「内装がきれい」「街の雰囲気合っている」など、建物のデザイン面に対するポジティブ評価あり。
- 「イモ関連のお菓子・スイーツ」については、川越の定番グルメとしての高い評価あり。「しも膳」など有名店を自当てに訪れている様子もうかがえた。
- 「抹茶関連の飲食」については、川越の雰囲気と日本を連想させる抹茶がマッチしていることが高評価の源泉となっている様子。

◆うなぎ

・川越に着いて、古い町並みなどを散策 時の鐘 川越城本丸御殿と桜&とらちゃん、お昼は名物のうなぎと思ったら 混んで1時間待ち。普段なら、並んでも食べるんだけどこの後に用事があったので断念。
 ・今日は久しぶりのおでか川越小江戸散策と御朱印を頂いて来ました。仙波東照宮 川越氷川神社 川越八幡宮 成田山川越別院 喜多院 お昼はうなぎを食べました。お腹いっぱいと言いつつ歩きながらお団子を食べたりして楽しい1日でした



◆イモ関連のお菓子・スイーツ

・川越に行くって同僚話したら「芋の街だよって言われたんけど確かにさつまいものスイーツとか街で目立つ気がする …！そしてお昼はうなぎとさつまいもの釜飯だ ……！美味しい！美味しいぞ！！
 ・川越と言えば … さつまいも さつまいも料理と言えば … いも膳というところで食べに行ってきた お料理全てにさつまいもが使われて …



◆スターバックス

・素敵だったのは、時の鐘近くにあったスタバ。周りの雰囲気に合ったお店の造りなんです。
 ・スターバックス。周囲とマッチしています。蔵通りにふさわしいデザイン。



◆抹茶関連の飲食

・川越散策 ふう。ずっと気になってた「なごみ」を注文 濃厚抹茶がほんとに濃厚でびっくりした …… 生チョコめっちゃめっちゃおいしかった …… 自宅で食べるよりこういうところで食べたほうが絶対おいしい笑 #長峰園



出典：平成30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

(注7) MaaS: Mobility as a Service の略。地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスを指す。

（５）外国人観光客の受入環境整備

新型コロナウイルス感染症が収束し、現在（令和４年１月時点）実施されている入国制限が本格的に解除された際には、訪日旅行を期待していた外国人観光客が短期間に多く来訪するリバウンド（急激な回復）が想定されます。

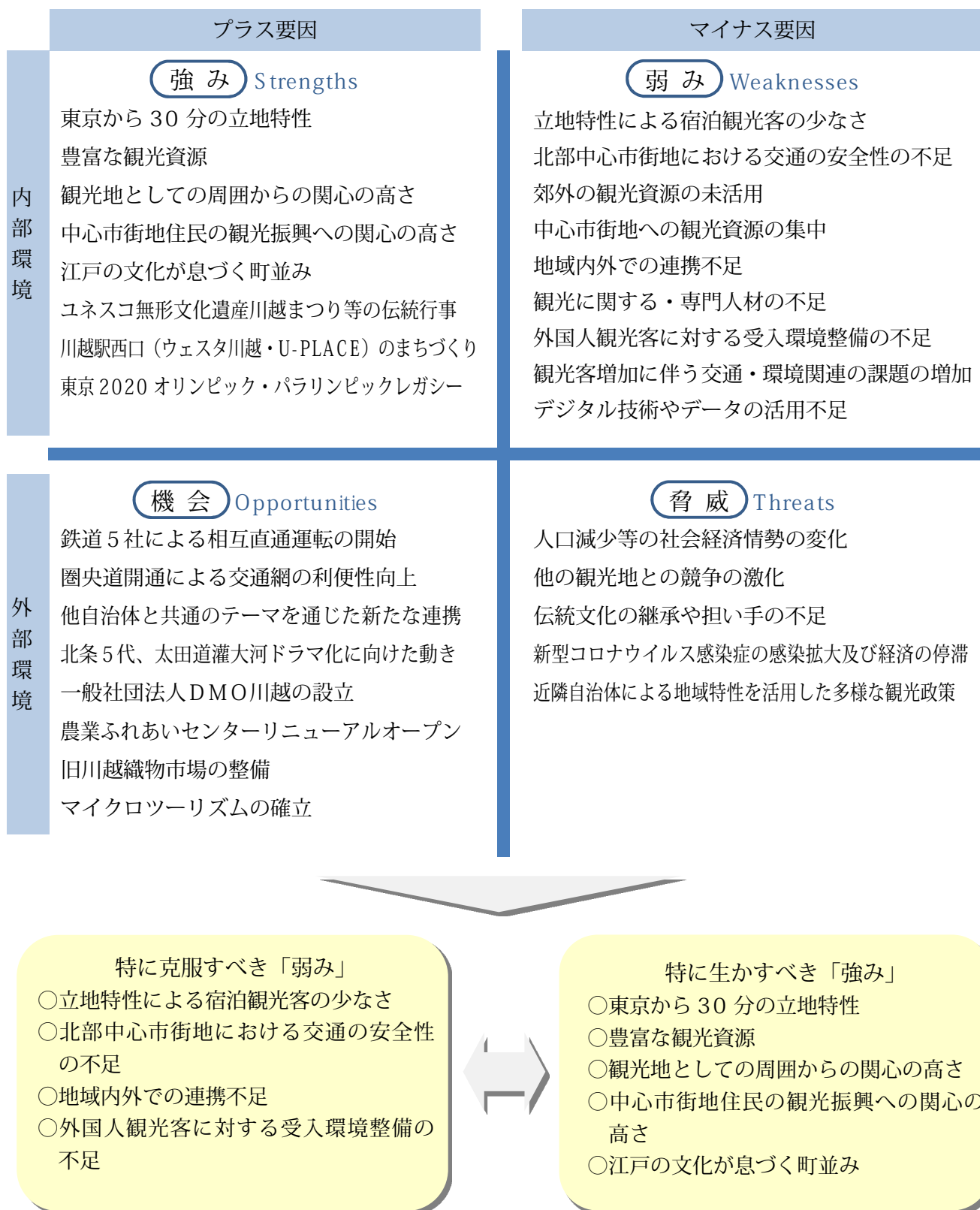
回復後の外国人観光客を適切に受け入れるため、引き続き、多様なニーズに対応する受入環境の整備が重要となります。

（６）地域内外の連携強化

本計画の施策を推進していくためには、市、観光協会、商工会議所、DMOをはじめとした観光関連団体や、商店街、市民との連携が不可欠であり、常に情報共有を図っていく必要があります。

また、地域における経済波及効果を高めるためには、他地域にわたる広域的なネットワークを構築し、他の自治体や観光事業者と連携した広域観光の推進が重要となります。

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

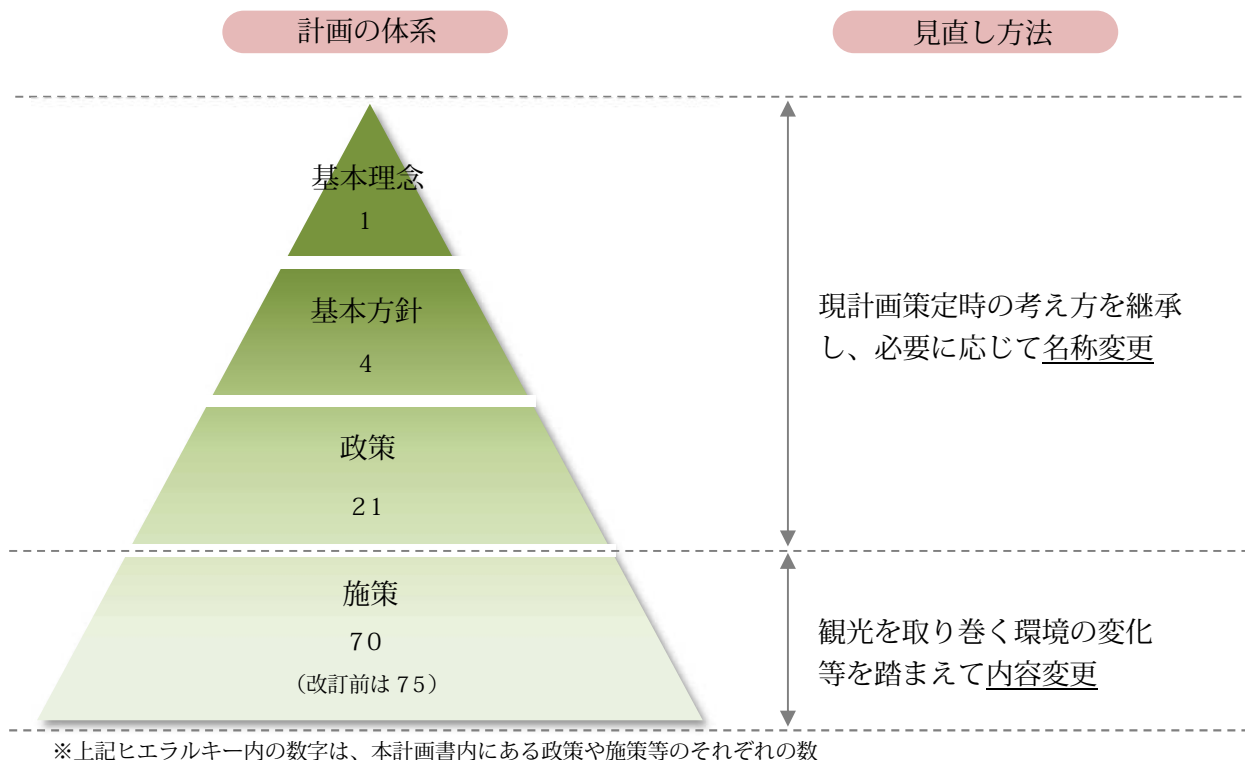


^(注8) SWOT 分析：外部環境や内部環境を、強み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats) の 4 つのカテゴリーに分け、要因分析する方法。

第4章 中間見直し

4-1. 中間見直しの方法

中間見直しにあたり、「基本理念」及び「基本方針」については、策定時の内容を継承しています。
また、「政策」については必要に応じて名称変更のみ行い、「施策」については、現計画策定以降の観光を取り巻く環境の変化等を踏まえた内容変更を行いました。



4-2. 中間見直しのポイント

本市の観光を取り巻く環境の変化や中間評価を踏まえ、策定時の計画から、主に以下の内容に係る施策等の見直しを行いました。

なお、見直し後の施策については、「第5章 観光振興計画」をご参照ください。

見直しポイント① 新型コロナウイルス感染症に係る見直し

新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、当面は実施できない施策は当面中止するとともに、非接触に対応したICTを活用する施策に見直しました。

関連課題 (4) 観光客の誘客促進のための情報発信

見直した施策

施策25

※現計画策定時に施策とした「海外プロモーションの実施」及び「連休の有効活用」は見直しにより、施策から除外しました。

見直しポイント② 観光客の増加対応に係る見直し

これまで、観光客の増加対応については交通関連の施策のみでしたが、「観光客の増加対応」として新たに施策を追加し、現計画策定以降に顕著になった「ゴミのポイ捨て」、「道路汚損」等の課題に係る対策も含める形で見直すとともに、休日等の特定時期に観光客を誘客する施策は当面取り組まないことで見直しました。

関連課題 (3) 観光環境の整備
(4) 観光客の誘客促進のための情報発信

見直した施策 施策45
※新たな施策として追加

見直しポイント③ 農業との連携に係る施策の見直し

農業ふれあいセンターのリニューアルオープンに伴うグリーンツーリズムの推進等に基づき、農業との連携に係る施策を見直しました。

関連課題 (1) 観光資源の発掘、魅力の向上

見直した施策 施策7、施策8、施策9

見直しポイント④ DMO川越の設立に伴う見直し

一般社団法人DMO川越の設立（平成30年11月）に伴い、各種施策や役割等に新たに「DMO川越」を追加する見直しを行いました。

関連課題 (6) 地域内外の連携強化

見直した施策 施策63

見直しポイント⑤ 川越まつりの施策の見直し

ユネスコ世界無形文化遺産に登録された川越まつりの保存継承と魅力発信をさらに推進するため、施策の見直しを行いました。

関連課題 (1) 観光資源の発掘、魅力の向上

見直した施策 施策33、施策58

見直しポイント⑥ 事業完了に伴う他施策への統合等の見直し

既に事業が完了した施策について、他施策との統合や文言の修正等による見直しを行いました。

関連課題 (5) 外国人観光客の受入環境整備
(6) 地域内外の連携強化

見直した施策 施策13、施策17、
施策51、施策56、
施策60

※施策17は本計画策定時に施策とした「新たな交通網の発展に応じた観光誘客の推進」を当施策に統合したもの

令和7年度までの4年間においては、見直しポイント①から⑤で見直した施策を重点的に実施します。

第5章 観光振興計画

5-1. 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が粋^{いき}づくまち 小江戸川越

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。

5-2. 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) 他地域との連携による観光誘客	施策23 広域観光の推進 施策24 共通のテーマを生かした広域観光の推進

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	施策25 外国人観光客に向けた情報発信 施策26 日本在住外国人への情報発信
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27 外国人観光客への接遇の向上 施策28 外国人観光客の受入環境の整備 施策29 観光施設の多言語化 施策30 文化の違いへの対応 施策31 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32 伝統文化に触れる場の提供 施策33 より深く川越まつりを知ってもらうためのPR
政策2-(4) 誰もが利用しやすい観光案内サービスの推進	施策34 観光サインの整備 施策35 観光案内所の充実 施策36 多様な観光案内サービスの提供

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	施策37 川越らしさを生かした町並みの整備 施策38 ゆとりと潤いのある観光空間の創造 施策39 歴史的建造物の保存 施策40 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41 パークアンドライドの推進 施策42 一番街周辺の交通円滑化方策の検討 施策43 川越市自転車シェアリングの活用 施策44 自転車・バイクの駐輪場の整備 施策45 観光客の増加対応
政策3-(3) 快適な観光インフラ整備	施策46 様々な観光客にやさしい観光環境の整備 施策47 快適な公衆トイレの整備 施策48 休憩所の整備
政策3-(4) 滞在型観光の推進	施策49 観光ルートの活用 施策50 回遊性の向上 施策51 <u>夜の観光の推進</u> 施策52 宿泊観光の推進
政策3-(5) リピーターを増やす仕掛けづくり	施策53 定例イベントの充実 施策54 川越ファンの拡大 施策55 施設入館者のリピート促進
政策3-(6) 観光キーマンの育成	施策56 <u>観光ガイドの育成</u> 施策57 観光まちづくりリーダー養成等に向けた取組
政策3-(7) 伝統の保存継承と担い手育成	施策58 <u>川越まつりの継承</u> 施策59 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60 <u>市民参加型・交流型観光事業の実施</u> 施策61 市民に向けた観光情報の提供 施策62 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	施策63 <u>観光協会、商工会議所、DMO、商店街等との連携強化</u> 施策64 接遇プラス1に向けた取組 施策65 市民向け観光講座の開催
政策4-(3) 情報発信の戦略検討	施策66 「小江戸」をキーワードとしたPR戦略 施策67 観光客の動向の把握 施策68 SNS等による観光情報の発信 施策69 遠隔地の観光客に向けた観光プロモーション 施策70 小江戸川越大使等によるPR

※下線が引いてある施策は、「見直しのポイント」(19～20 ページ)における「見直した施策」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

地域資源の掘り起こしに向けた調査・分析と新たな観光資源の発掘を行います。

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、市内に残る伝統行事や伝統芸能の調査・PR等を行い、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。

関連写真挿入

施策 1 市内及び川越ゆかりの地の観光資源の調査分析

歴史的建造物や景観、人物、郊外の自然、産業観光、都市観光といった様々な観点から、新たな観光資源の調査・分析を行います。

施策 2 歴史的価値がある建築物の活用

歴史的風致維持向上計画^(注9)に記載された、旧山崎家別邸など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 伝統芸能の活用

市内に残る伝統行事や伝統芸能の調査・PR等を行い、観光資源として活用するため、観光客に向けてPRするとともに、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。

関連写真挿入

^(注9) 歴史的風致維持向上計画：歴史的風致を維持及び向上させる施策を展開することにより、個性豊かな地域社会の実現を図り、都市の健全な発展と文化の向上に寄与することを目的に作成した計画。

^(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、物などの交流の場。

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など、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。

関連写真挿入

施策7 農業を生かした観光振興 見直し施策

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 見直し施策

農業ふれあいセンターを中心に、伊佐沼や田園など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 見直し施策

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など、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、紅赤や西町大根など、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11 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12 特産品等のブランド化

川越の特産品や、郷土料理、B級グルメ等を、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。

関連写真挿入

施策13 若者を呼び込むための仕掛けづくり 見直し施策

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14 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15 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。また、海外からの教育旅行を誘致するための取組も行います。

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など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。

関連写真挿入

^(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など、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。また、従来型の一般的な観光ツアーだけではなく、リピーターにも楽しんでもらえるよう、テーマを絞った新しいモデルルート等を旅行会社やバス会社に提案します。

施策17 交通事業者との連携 見直し施策

鉄道事業者やバス会社など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、MaaS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、水辺空間などの魅力をPRし、さらなる観光誘客につなげます。

関連写真挿入

施策18 郊外エリアへの誘客促進

河越館跡など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、安比奈親水公園など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

市民の森などの郊外の森林を活用し、ウォーキングや森林浴など、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

花マップの作成など、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) 他地域との連携による観光誘客

埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（レインボー協議会）^(注14)を構成する6市町や近隣の自治体とのネットワーク、歴史的経緯や地域の特色に共通点のある自治体との連携により、広域観光を推進していきます。

関連写真挿入

施策 23 広域観光の推進

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6市町や近隣の自治体とのネットワークを生かし、広域観光キャンペーン等の取組を推進します。

施策 24 共通のテーマを生かした広域観光の推進

歴史的背景や地域の特色など、共通するテーマを生かした広域観光について関係する自治体と連携し、推進していきます。

^(注14) 埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（レインボー協議会）：川越市、坂戸市、鶴ヶ島市、川島町、毛呂山町、越生町の3市3町で構成され、歴史・文化のつながりが深く、道路や鉄道により生活圏域が密着している地域において、お互いに連携・協力しながら広域行政の推進に努めている。

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

外国人観光客誘致を推進するため、本市への来訪者が多いアジアを中心に、ICT等を活用した効果的な情報発信を行います。

また、日本に在住している外国人に対しても、川越の魅力や観光情報を発信し、日本在住外国人のネットワークを通じた外国人観光客誘致に取り組みます。

関連写真挿入

施策 25 外国人観光客に向けた情報発信 見直し施策

海外に川越の魅力を発信するため、ICT（情報通信技術）等を活用したプロモーションを推進します。

施策 26 日本在住外国人への情報発信

日本在住外国人に対して、川越の魅力や観光情報を発信します。また、在日大使館も含め、外国の要人が集まる催し等でも積極的にPRを行います。

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。

関連写真挿入

施策 27 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 28 外国人観光客の受入環境の整備

無料Wi-Fi^(注15)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の整備を図ります。

^(注15) 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。

施策29 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30 文化の違いへの対応

外国人観光客に対して、食事のマナーや施設の利用方法などを分かりやすく表示し、外国人観光客が快適に過ごすことのできる環境づくりや多様な食習慣・食文化を有する外国人観光客への対応に努めます。

施策31 日本文化を生かしたおもてなしの充実

蔵造りの町並みなどの歴史的景観や雰囲気を生かし、着物や川越まつりなどの体験型観光を推進します。また、うなぎ料理や芋料理、地酒など、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、伝統芸能など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んでいきます。

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。

関連写真挿入

施策32 伝統文化に触れる場の提供

伝統芸能など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33 より深く川越まつりを知ってもらうためのPR

見直し施策

情報発信の仕方を工夫することで、海外や幅広い世代に、川越まつりの見せ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。

政策2－(4) 誰もが利用しやすい観光案内サービスの推進

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、観光案内サインの充実を図ります。また、観光客のニーズに合わせ、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るとともに、ICT（情報通信技術）等を活用した観光案内サービスの導入を推進します。

関連写真挿入

施策34 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など、観光サイン類の充実を図ります。

施策35 観光案内所の充実

外国人観光客のニーズに合わせ、災害情報も含めた多様な観光情報を提供できるよう、案内所スタッフの外国語対応など、観光案内所の利便性向上、機能の充実を図ります。

施策36 多様な観光案内サービスの提供

外国人観光客等の様々なニーズに対応するため、ICT（情報通信技術）等を活用した観光案内サービスの導入を推進します。

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、市民花壇の設置などにより、ゆとりと潤いある町並みを整備します。

また、歩車道分離などにより、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。

関連写真挿入

施策 37 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 38 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などを推進し、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 39 歴史的建造物の保存

時の鐘、川越城本丸御殿、蔵造り資料館などの歴史的建造物の保存を図ります。

施策 40 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16)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。

関連写真挿入

^(注16) 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（バスなど）に乗り換えて、目的地まで移動する方法。

施策41 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42 一番街周辺の交通円滑化方策の検討

観光客の安全を確保するため、歩行者天国の実施など、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など、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43 川越市自転車シェアリング^(注17)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44 自転車・バイクの駐輪場の整備

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駐輪場の整備を推進します。

施策45 観光客の増加対応 見直し施策

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課題、ゴミのポイ捨てや道路汚損等の環境問題を中心とする各種課題の解決を図るため、庁内の体制整備、関連部局間での情報共有及び対策の協議を行い、商店街等、関連団体と共に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など、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。

関連写真挿入

施策46 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。

施策47 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。

^(注17) 川越市自転車シェアリング：自転車を利用するサービス。街中のステーションで自転車の貸出・返却が可能。

施策48 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) 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ることで回遊性を高めるとともに、町並みのライトアップなど、夜の観光の魅力創出に取り組みます。

関連写真挿入

施策49 観光ルートの活用

「小江戸川越みどころ観光90コース」など、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50 回遊性の向上

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51 夜の観光の推進

見直し施策

町並みのライトアップ、夜の観光ツアー、食のイベントなどを開催し、夜のまちなか観光の魅力創出を推進していきます。

施策52 宿泊観光の推進

関係機関や民間事業者等と連携し、多様な宿泊形態について検討し、宿泊観光の推進を図ります。

政策3－(5) 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、川越まつりなど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。

関連写真挿入

施策53 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54 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55 施設入館者のリピート促進

観光施設等の年間パスポートの発行等により、施設入館者のリピーターの増加を促します。

政策3－(6) 観光キーマンの育成

外国語観光ボランティアガイドや、マネジメント・企画立案など、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56 観光ガイドの育成 見直し施策

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57 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－(7) 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みます。

関連写真挿入

施策58 川越まつりの継承 見直し施策

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59 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などに取り組みます。

施策 60 市民参加型・交流型観光事業の実施 見直し施策

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たり、観光客との交流を図ることができる事業等を推進します。

施策 61 市民に向けた観光情報の提供

広報紙やホームページを通じて、観光情報や観光行政の取組などの情報を市民に分かりやすく提供します。

施策 62 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を、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など、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。

関連写真挿入

施策 63 観光協会、商工会議所、DMO、商店街等との連携強化 見直し施策

観光協会、商工会議所、DMO、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 64 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65 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などを通して、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) 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など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プロモーションを推進します。

関連写真挿入

施策66 「小江戸」をキーワードとしたPR戦略

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67 観光客の動態把握

GPS機能により蓄積されるビッグデータ^(注18)等を活用して観光客の動態把握に努めるとともに、データを活用した観光客の分散化や誘客手法を推進します。

施策68 SNS等による観光情報の発信

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69 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などのプロモーションを実施します。

施策70 小江戸川越大使等によるPR

小江戸川越大使^(注19)及び小江戸川越観光親善大使^(注20)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18) ビッグデータ：インターネット上を行き交うデータなど、日々生み出される膨大なデータのこと。

^(注19) 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20) 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。

第6章 計画の実現に向けて

6-1. 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) 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) 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、市や観光協会など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) DMO川越の役割

観光関連の調査、分析により導き出したデータを基に観光客の動態把握や事業提案を行うマーケティング機能を導入するとともに、観光地域づくりを行う関係者（行政を含む）の調整及び合意形成をはじめとした事業を実施します。

また、本計画と相互に補完する関係にある「観光戦略」の進捗管理を行う役割を担います。

(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など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。

6-2. 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、利用料・入館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。

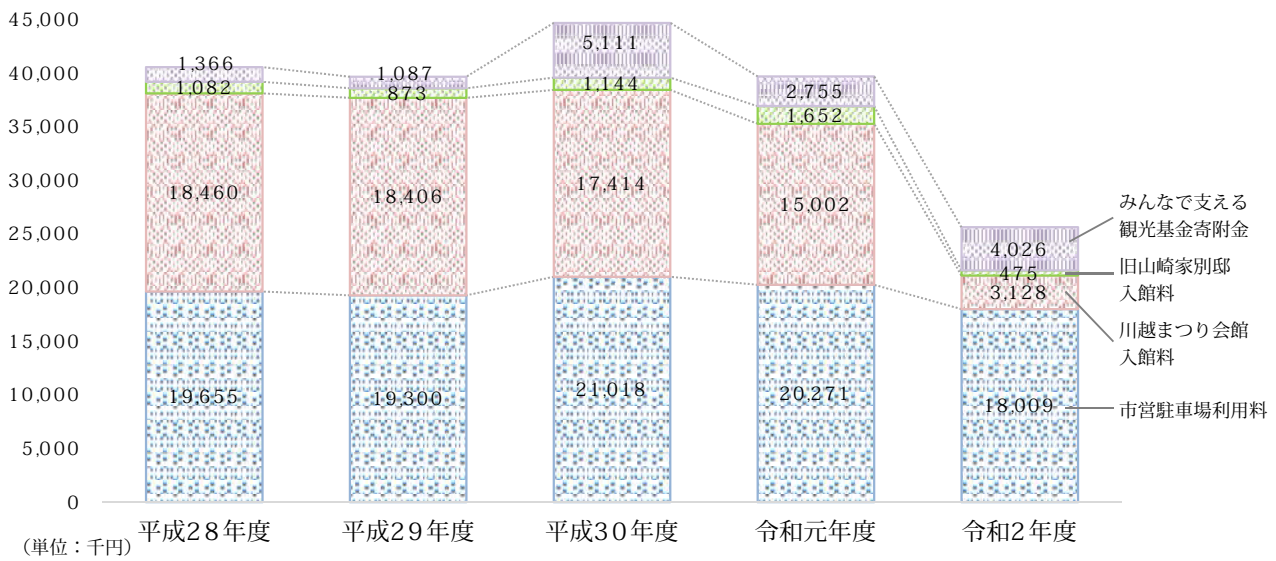
受入環境の整備や川越まつりの山車・屋台の保存修理に係る支援をはじめとして、幅広い活用を進めます。

③ 企業版ふるさと納税^(注21)

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。

^(注21) 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。

過去5年の主な観光関連収入



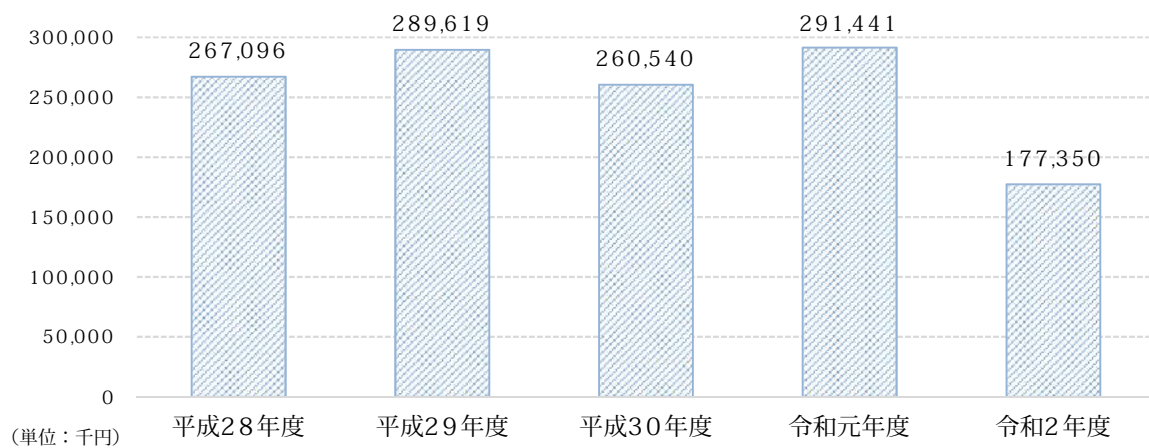
(2) 歳出

観光関連における歳出額（観光課所管事業の歳出決算額）は以下のとおりです。

令和2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。

今後も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、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。

過去5年の観光関連歳出決算額



6-3. 数値目標

(1) 数値目標

本計画の実現に向けて、以下の8つの数値目標を設定します。

No	指 標	平成26年 (基準値)	令和2年 (実績値)	令和7年 (目標値)※③	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 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	4,065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年は0.91）を上回ることを目標としています。

※③

令和2年の実績値が令和7年の最終目標値を既に超えている指標がありますが（No2、No4、No5）、コロナ禍による一時的な変動分が含まれており、収束後に低下する可能性が高いこと、また、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7章 計画の策定経過

7-1. 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策定委員会・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策定委員会・部会

観光振興に係る事業を所管する市内の部相当の部長級で構成される策定委員会、課相当の所属長で構成される策定部会の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。

7-2. 川越市観光振興計画（平成28年度）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

7-3. 川越市観光振興計画改訂版（令和3～4年度）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
	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年1月25日
第二次川越市観光振興計画改訂版について
- 第3回 令和4年〇月〇日
第二次川越市観光振興計画改訂版について
- 第4回 令和4年〇月〇日
第二次川越市観光振興計画改訂版について

(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、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年1月18日
第二次川越市観光振興計画改訂版について
- 第3回 令和4年〇月〇日
第二次川越市観光振興計画改訂版について
- 第4回 令和4年〇月〇日
第二次川越市観光振興計画改訂版について

(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
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年12月20日（文書開催）

第二次川越市観光振興計画改訂版について

第3回 令和4年〇月〇日

第二次川越市観光振興計画改訂版について

第4回 令和4年〇月〇日

第二次川越市観光振興計画改訂版について

第二次川越市観光振興計画

改訂版

令和4年〇月

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.saitama.jp