KOSHIGAYA

越谷市観光まちづくり推進計画

水辺が魅力をつなぎ、
豊かな経済と日常の暮らしを誇れるまち越谷

令和６年４月

埼玉県越谷市

はじめに

本市では、人の移動と交流によるにぎわいの創出と地域内の経済循環について、第５次越谷市総合振興計画前期基本計画の「魅力と活力でライフスタイルを豊かにする」に位置づけ、観光の推進に取り組んでいます。

このたび、ブランディングとマーケティングの視点から、持続的な地域の活性化とまちの魅力の向上による観光まちづくりを推進するため、理念や原則、将来像、各施策をまとめ、「越谷市観光まちづくり推進計画」を策定しました。

本計画では、まちの将来像を「水辺が魅力をつなぎ、豊かな経済と日常の暮らしを誇れるまち越谷」としました。計画の各施策を通じ、本市の特長である「水辺」を魅力的な地域資源と結び付け、共感を生むストーリーとして発信するとともに、地域産業を支える地域経済の循環と市民の暮らしを支える地域の豊かさを基盤とした「訪れたいまち」、そして、「住みたいまち」、「住んでいてよかったまち」、「住み続けたいまち」の実現に向けて取り組んでまいります。

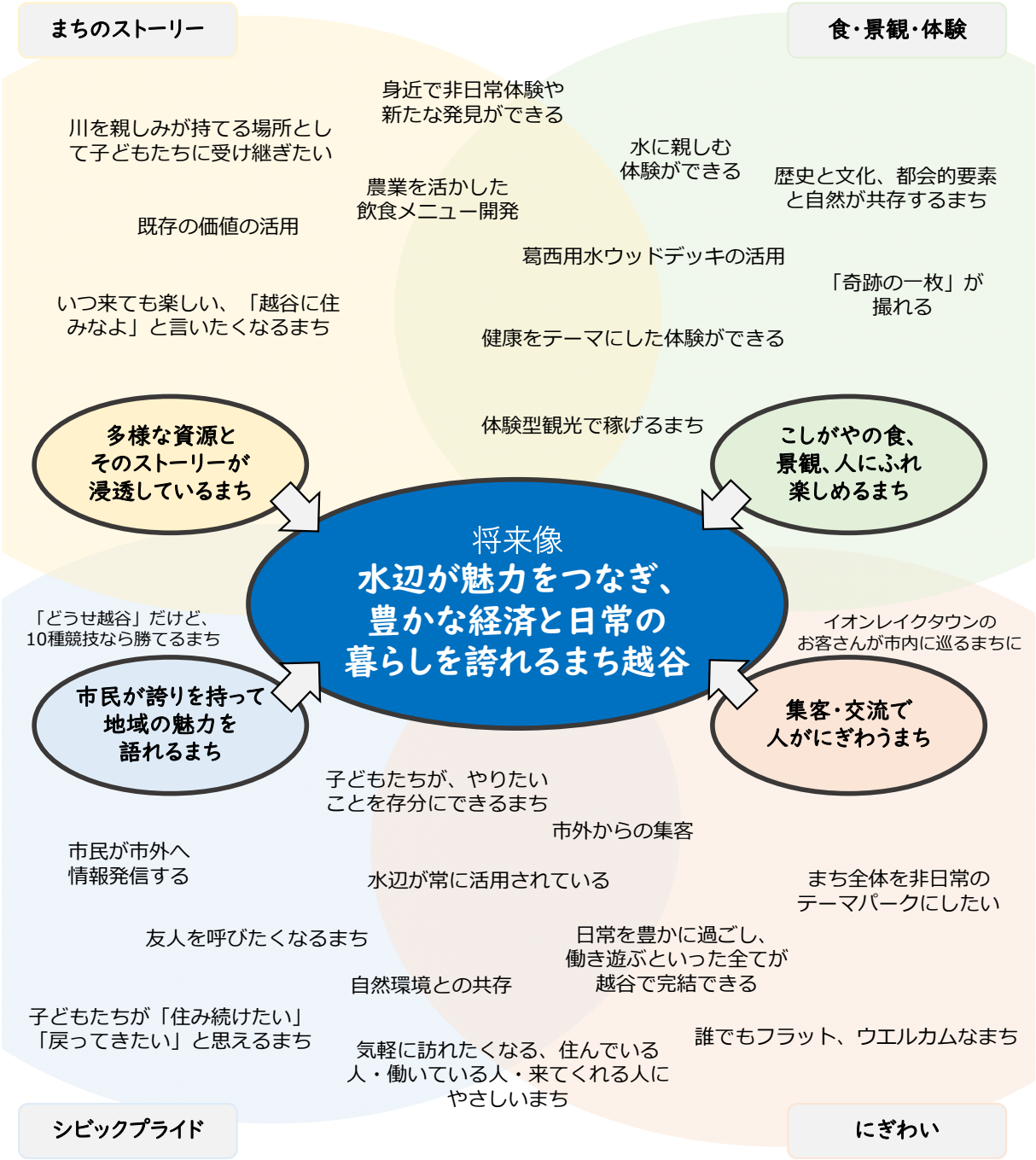
観光まちづくりの推進には、多様な主体が関わり、フラットな関係性の中でそれぞれの役割を担い、補い合うことが重要です。今回の計画策定のプロセスにおいては、観光まちづくりの関係者の参画のもと、多くのご意見をいただきました。

本計画の策定にあたりまして、活発なご議論と様々なご提案をいただきました計画策定プロジェクトチームの皆さま、審議を通じ答申をいただきました越谷市商工対策委員会の皆さま、また、アンケートやヒアリングを通じて貴重なご意見をいただきました市民、団体及び事業者の皆さまに心より御礼を申し上げ、ごあいさつとさせていただきます。

令和６年４月　越谷市長　福田　晃

みんなが思い描く、まちの将来像

本計画の策定にあたっては、市内の団体や事業者を対象にワークショップやヒアリング等を行い、イメージするまちの将来像についてお聞きしました。それらの趣旨や要素を整理し、本計画の将来像を設定しました。



― 目 次 ―

第 1 章 計画策定の趣旨 1

（1）観光まちづくりに取り組む理由 1
（2）計画策定の目的 2
（3）計画の位置づけ 3
（4）計画期間 3
（5）策定手順と体制 4

第 2 章 越谷市を取り巻く観光の動向 5

（1）全国的な観光の動向 5
（2）国の観光政策 7
（3）埼玉県における観光の動向 8
（4）埼玉県の観光振興施策の動向 9

第 3 章 越谷市の現状と課題 10

（1）市の上位・関連計画 10
（2）越谷市の概況 16
（3）越谷市における観光の現状 20
（4）会議、ワークショップ等による意見収集 29
（5）越谷市の現状課題の整理 34

第 4 章 理念と原則 35

第 5 章 将来像 36

第 6 章 基本方針 37

（1）基本方針 37
（2）取組の全体像 38

第 7 章 施策メニュー 39

第 8 章 重点プロジェクト 48

第 9 章 目標値 50

第 10 章 推進のしくみ 51

（1）観光まちづくりの推進のしくみ 51
（2）各施策の取組のしくみ 51
（3）進捗状況の確認のしくみ 51

巻末資料 52

（1）越谷市商工対策委員会 52
（2）パブリックコメント 59

第1章　計画策定の趣旨

（1）観光まちづくりに取り組む理由

越谷市は、高度経済成長期以降、都心から25km圏内という立地から、首都近郊のベッドタウンとして開発が進み、中核市に移行するなどして発展してきました。

このような本市の特性を活かすため、平成28年度に「越谷市観光振興計画」を策定し、多彩な地域の魅力に光をあて、「観光資源のブラッシュアップ」や「観光を核としたブランドプロモーション」、「シビックプライド（郷土愛）の醸成と観光人材の育成」を推進する“都市型観光”に取り組んできました。

しかしながら、様々な施策を推進する最中、新型コロナウイルス感染症により地域経済は大きな影響を受け、人の移動と交流が制限されました。越谷花火大会、田んぼアート、南越谷阿波踊りなどの四季折々のイベントの中止や観光事業の縮小を経験し、観光を取り巻く事業者、消費者、受け入れる地域の環境や価値観は大きく変化しました。長期間にわたる外出の自粛やリモートワークの普及等を通して自分らしい生活や働き方を考え直す人も増え、ビジネスにおいても多様な価値観やバックグラウンドの尊重、肉体的、精神的、そして社会的にも満たされた状態を指す「ウェルビーイング」の考え方を取り入れる企業が増えてきました。

さらに、デジタル技術の発達や環境問題への関心の高まりにより、新しい社会の将来像や価値観が次々と生まれています。たとえば、デジタル技術を活用して業務プロセスや製品・サービス、ビジネスモデルを変革する「DX（デジタルトランスフォーメーション）」、AI がビッグデータを解析しロボットや自動走行車などの技術を通じて少子高齢化や過疎化社会の生活を支える「ソサイエティ5.0」、温室効果ガスの排出量と吸収量の均衡を目指す「脱炭素社会の実現（カーボンニュートラル）」は、本市の観光振興とまちづくりの将来を考えるうえで、重要な要素です。

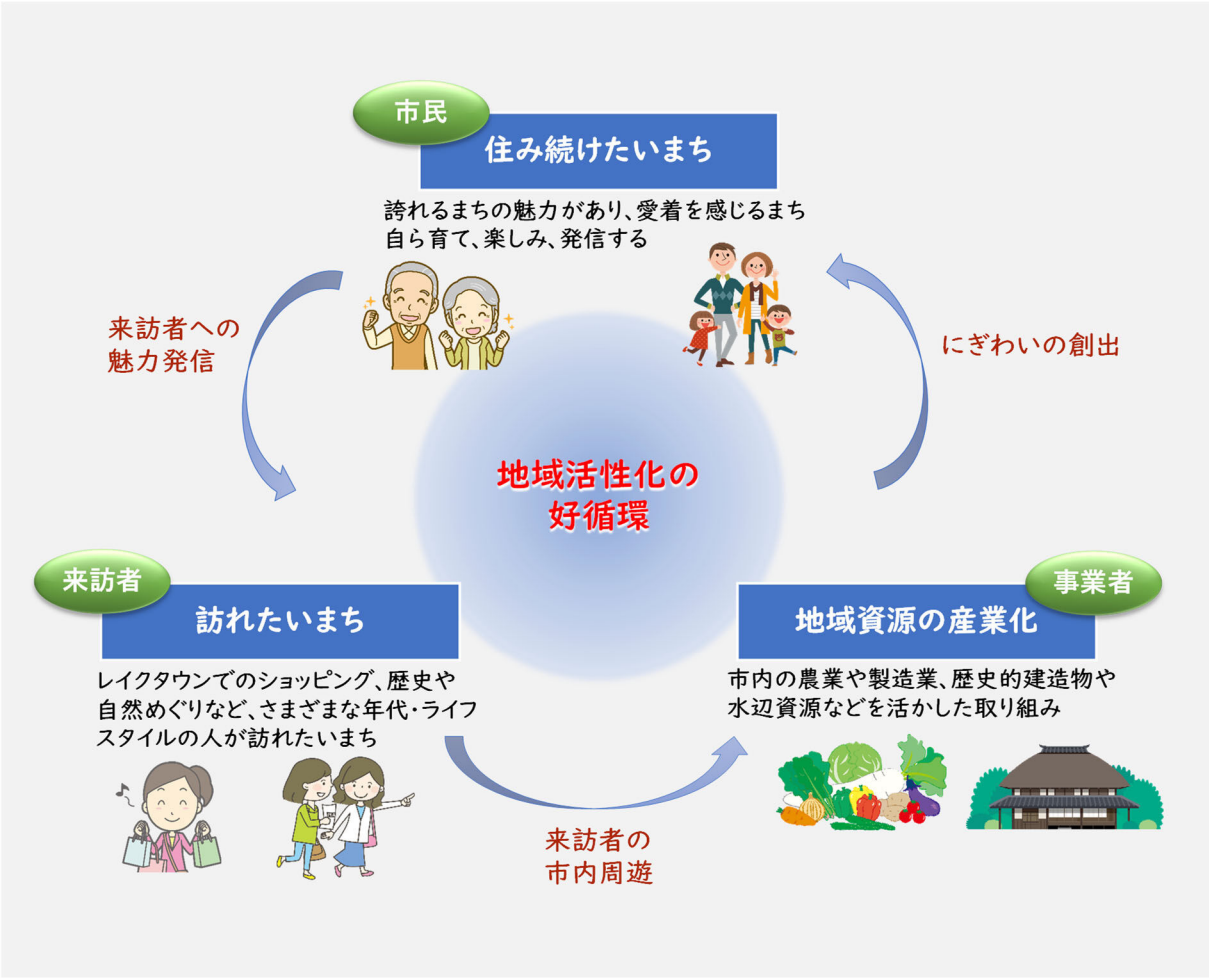
また、本市の将来を中長期的な視点でみると、「人口の維持」や「市内産業の振興」、安全・安心に暮らすことの出来る「住環境の向上」はまちづくりの課題といえます。

このように、社会情勢が目まぐるしく変化する中で、本市が持続的に発展していくためには、「観光」と「まちづくり」の2つの視点から地域活性化を目指す「観光まちづくり」の推進が求められます。

（2）計画策定の目的

本計画では、本市が“住みたい・訪れたい”まちとしての魅力を高めるための「観光まちづくり」の推進にむけて、実効的かつ効果的な施策を体系化しました。

本計画の推進により、自然資源・歴史資源・市内産業・人的資源を観光の資源として活用することで、市民が越谷市に愛着を持ち、自らその魅力を育て、楽しみ、発信することで来訪や周遊が促進される“地域活性化の好循環”を目指します。



（3）計画の位置づけ

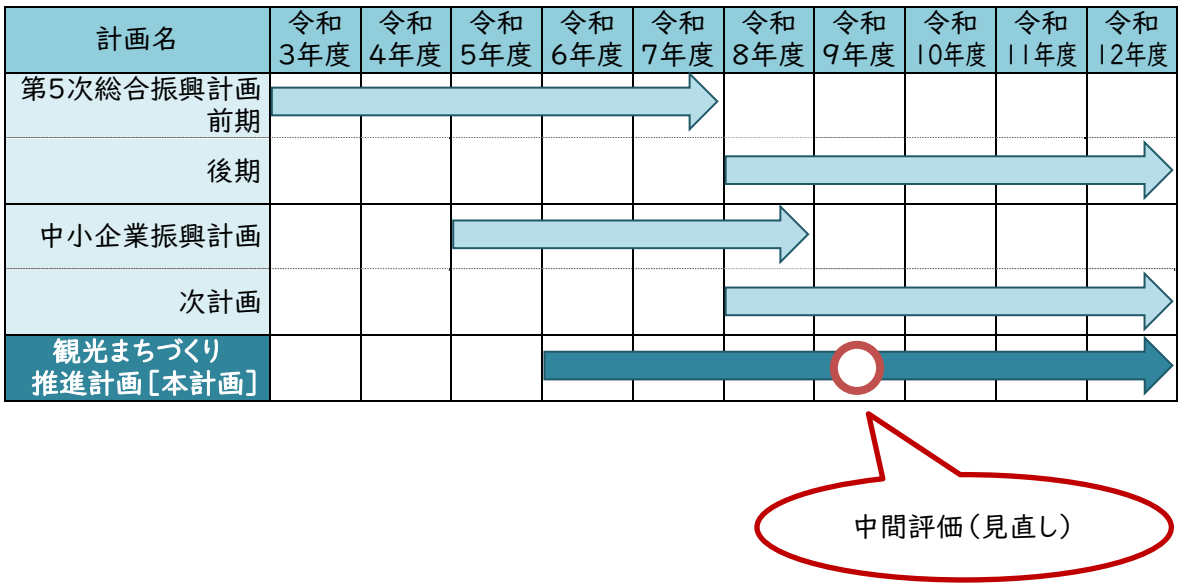
・本計画は、市の最上位に位置する第5次総合振興計画の分野別計画として位置づけるものとします。

・令和5年4月に策定した越谷市中小企業振興計画と整合を図り、相互に連携するものとします。

（4）計画期間

令和6年度から令和12年度までの7年間を計画期間とし、途中、中間評価による見直しを行います。

表 1　計画期間



（5）策定手順と体制

観光まちづくり推進計画の策定にあたっては、「市の客観的な現状」と「市民や市内の観光関連事業者の想い」を把握するため、現状把握調査と会議・ワークショップ・ヒアリング等を並行して実施しました。

「現状把握調査」では、市の地理的特性や資源を洗い出すとともに、各種統計や基礎調査を通じて市のイメージや来訪の実態、市民のニーズを把握しました。また、会議・ワークショップ・ヒアリングでは、市内の多様な関係者に意見をお聞きしました。

このように、客観的データと地域関係者の意見の双方を取り入れることで、越谷の観光やまちづくりに関わる多様な主体にとって共通の行動指針となるよう本計画をとりまとめました。

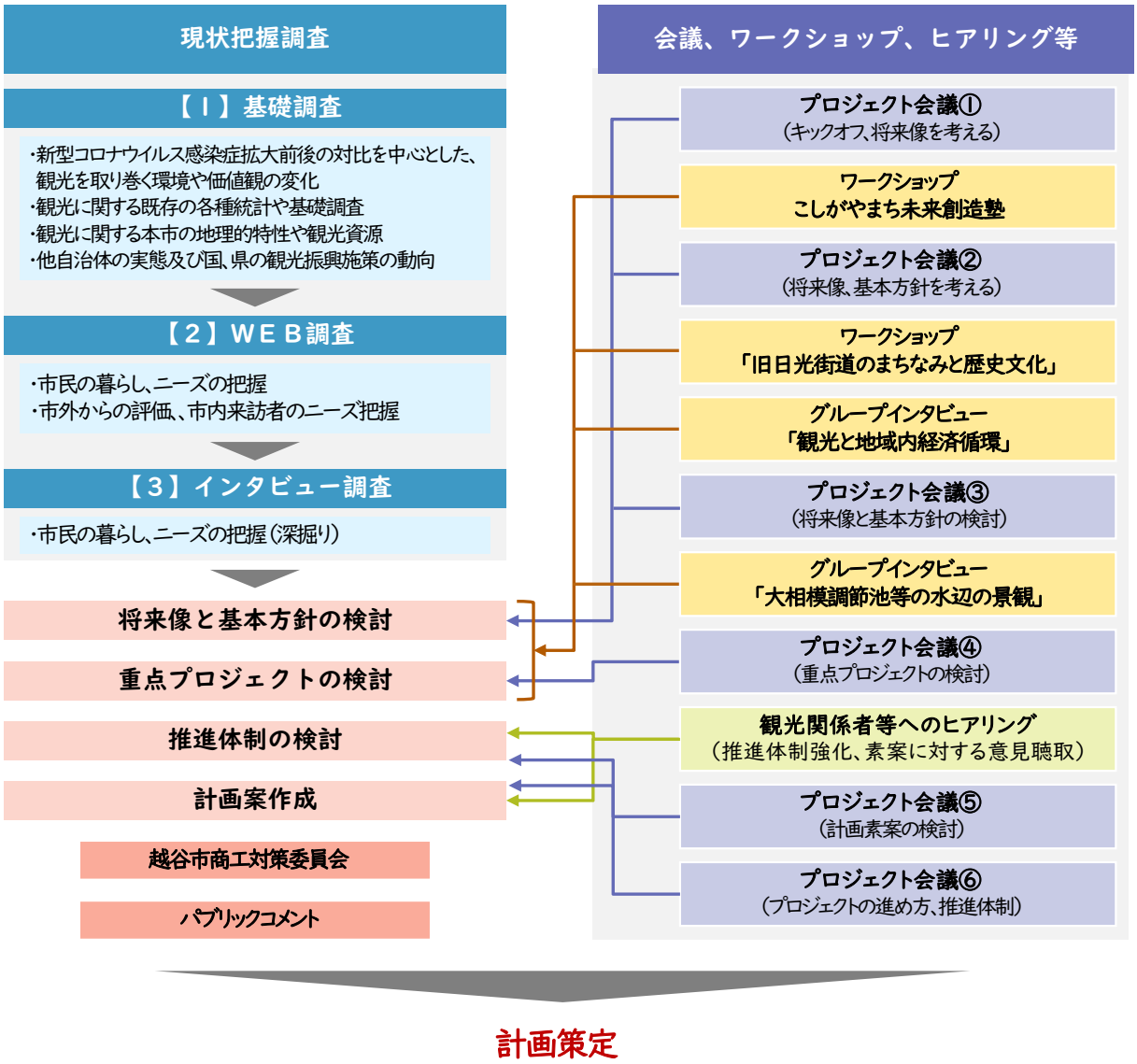


図１　策定手順

第2章　越谷市を取り巻く観光の動向

（1）全国的な観光の動向

全国的な観光の動向をみると、令和2年（2020年）以降は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、旅行者数が日本人・外国人ともに減少しましたが、令和4年（2022年）からは回復傾向にあります。

また、旅行や外出はコロナ禍前よりも近い場所へ行き、人混みを避け、自らの趣味・嗜好に手間やお金をかけるなど、旅行意識や生活の価値観に変化をもたらしています。

① 日本人の国内延べ旅行者数及び旅行消費額の推移

日本人の国内宿泊および日帰り旅行の延べ人数は、令和元年（2019年）までは5.6億人から6.5億人の間で推移していましたが、令和2年・3年（2020年・2021年）の国内旅行者数は令和元年（2019年）の50%程度に減少しています。一方で、令和4年（2022年）には行動制限の緩和等により回復の傾向が見られます。

また、日本人国内旅行消費額は、令和元年（2019年）までは20兆円前後で推移していましたが、令和2年（2020年）、令和3年（2021年）は半減し、約10兆円となりました。令和4年（2022年）は回復の傾向が見られ、17.2兆円となっています。

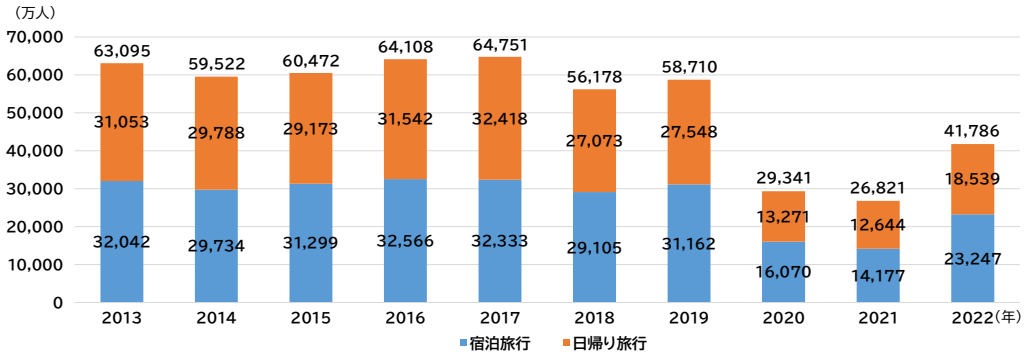


図 2　日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

（出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」）

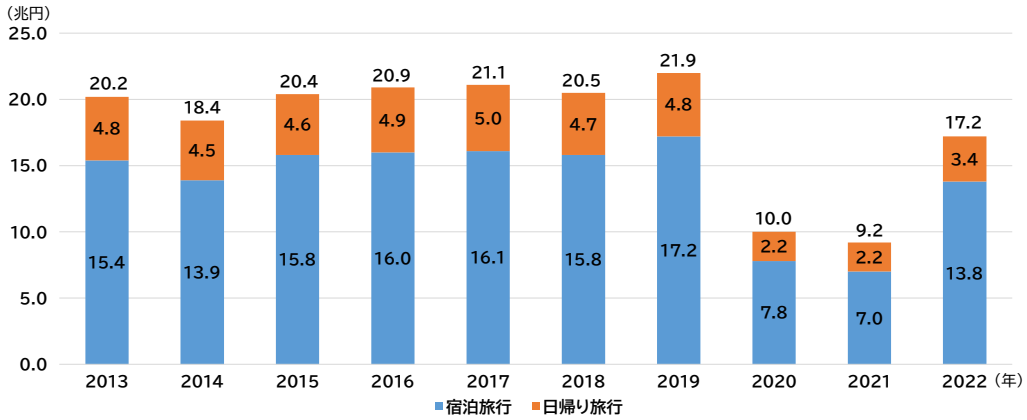


図 3　日本人国内旅行消費額の推移

（出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」）

② 訪日外国人数と消費額の推移

訪日外国人旅行者数は、令和元年（2019年）までは増加を続け3,188万人と過去最高数となっていましたが、令和4年（2022年）はピーク時の約12%である383万人となっています。

また、訪日外国人旅行者による消費額は、令和元年（2019年）までは増加を続け4兆8,135億円と過去最高に達しましたが、令和4年（2022年）はピーク時の約19%である8,987億円となっています。

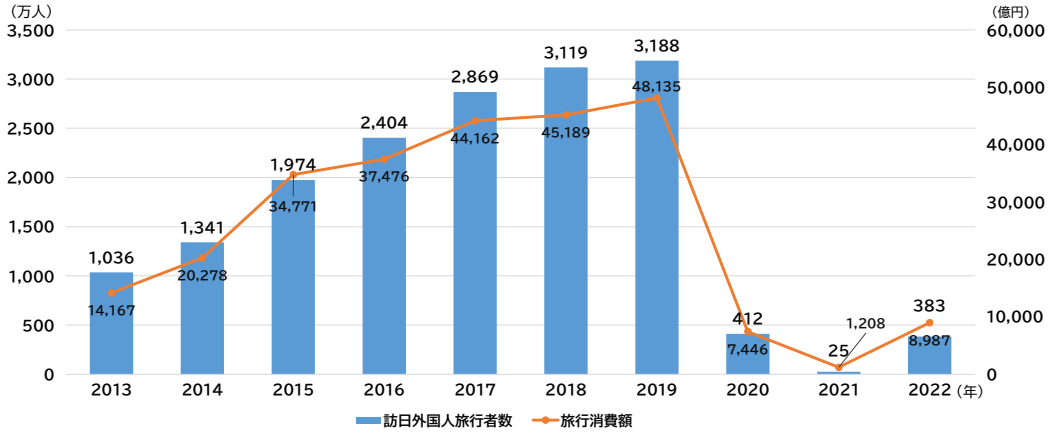


図 4　訪日外国人の旅行者数と消費額の推移

※2020年以降の消費額は、新型コロナウイルス感染拡大による調査中止等の影響により、試算値となっている。

（出典：国土交通省「令和 5 年度観光白書」／観光庁「訪日外国人消費動向調査」）

③ 観光を取り巻く環境や価値観の変化

新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、「国内旅行への意欲が高まった」という旅行意識の変化がみられるようになりました。また、生活面では「健康に気を遣うようになった」「人と会うこと、人付き合いを億劫に感じるようになった」、消費に関しては「貯金や投資をするようになった」「日用品などの買い物はオンラインで済ますようになった」等の意識変化がみられます。

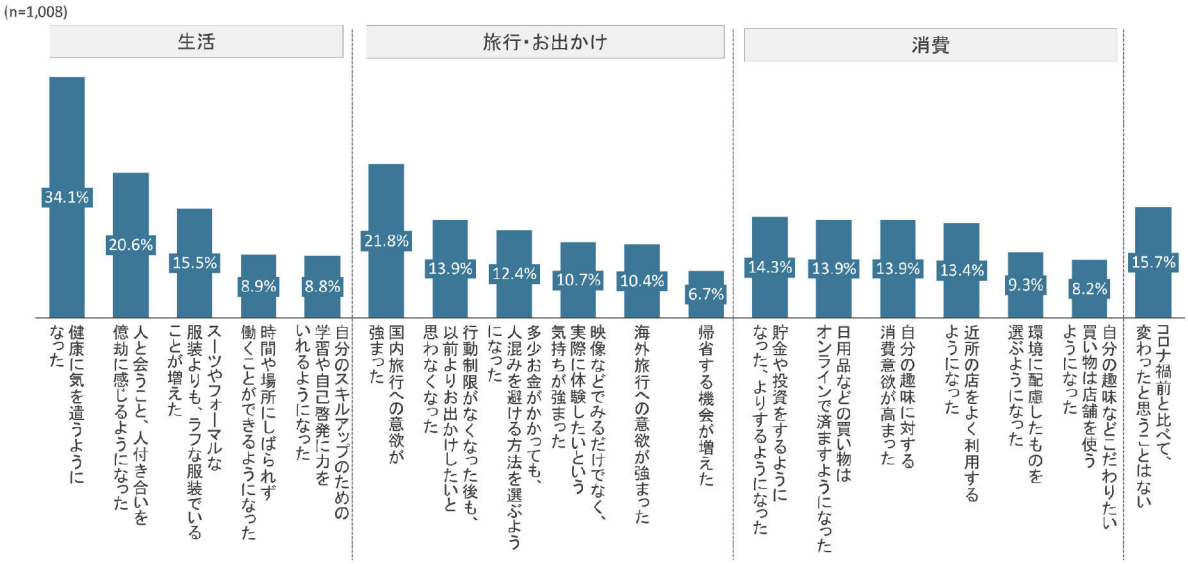


図 5　コロナ禍前と比べて変わったと思うこと

（出典：JTB 総研 新型コロナウイルス感染拡大による暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査（2023 年 3 月実施））

（2）国の観光政策

観光庁は、観光を取り巻く近年の情勢の変化を踏まえ、観光立国推進基本法に基づき令和5年3月に「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。この計画には、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を目指す「持続可能な観光地域づくりの体制整備」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の3つの戦略が掲げられています。

これらの戦略に基づき、「持続的な観光地域づくりに取り組む地域」を100地域、「訪日外国人旅行消費額単価」を20万円、「日本人の地方部延べ宿泊者数」を3.2億人泊とする等の目標値を掲げ、令和7年（2025年）までの達成を目指しています。

表 2 観光立国推進基本計画の目標値

3つの戦略	項目	実績値 令和元年（2019年）	目標値 令和7年（2025年）まで
持続可能な観光地域づくりの体制整備	1.持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数※1	12地域※2 （うち国際認証・表彰地域※3 6地域）	100地域 （うち国際認証・表彰地域※3 50地域）
インバウンド回復	2.訪日外国人旅行消費額	4.8兆円	5兆円※4（早期に）
	3.訪日外国人旅行消費額単価	15.9万円	20万円
	4.訪日外国人旅行者一人当たり地方部※5宿泊数	1.4泊	2泊
	5.訪日外国人旅行者数	3,188万人	令和元年水準超え
	6.日本人の海外旅行者数	2,008万人	令和元年水準超え
	7.アジア主要国※6における国際会議の開催件数※7に占める割合	アジア2位 （30.1%）	アジア最大の開催国 （3割以上）
国内交流拡大	8.日本人の地方部※5延べ宿泊者数	3.0億人泊	3.2億人泊
	9.国内旅行消費額	21.9兆円	22兆円

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人DMO等の団体数で把握する。
※2 令和4年(2022年)実績値
※3 国際認証・表彰地域とは、Green Destinations（GD）、又はUNWTOによるBest Tourism Villages（BTV）の認証・表彰を受けた地域をいう。
※4 5兆円を達成できる消費額単価・旅行者数の組合せ例として、単価18万円×旅行者数2,800万人。
※5 地方部とは、三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。
※6 アジア主要国とは、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5か国（地域を含む。）を指す。この基本計画では、具体的には、令和元年時点の統計で上位である日本、中国、韓国、オーストラリア、台湾の5か国・地域である。
※7 国際会議協会（ICCA）の統計による。

（出典：観光立国推進基本計画（令和5年策定））

(3) 埼玉県における観光の動向

埼玉県の日本人観光入込客数は令和元年(2019年)までは1億人回程度でしたが、令和2年(2020年)は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け約6,600万人まで減少しました。令和4年(2022年)は約9,400万人が来訪しており、回復傾向にあります。また、埼玉県の特徴として日帰り旅行者の割合が非常に高く、全体の98%以上を推移しています。

埼玉県の日本人観光消費額は、平成30年(2018年)の約7,300億円がピークであり、令和2年(2020年)は約3,300億円まで減少しました。令和4年(2022年)は約5,400億円と回復傾向にあります。なお、観光入込客数と同様、消費額も日帰り旅行者の割合が高く、全体の93%以上を占めています。

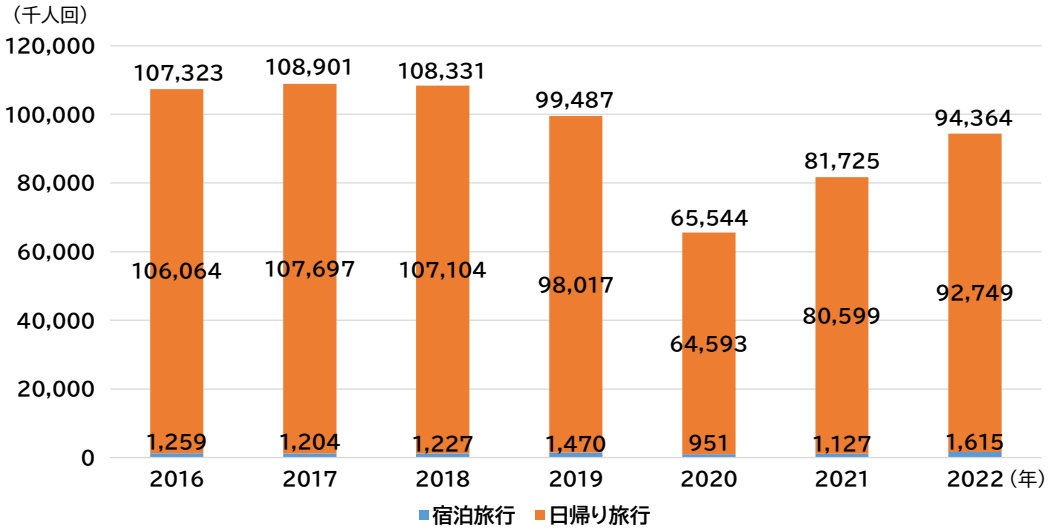


図 6 埼玉県日本人観光入込客数(観光目的)の推移

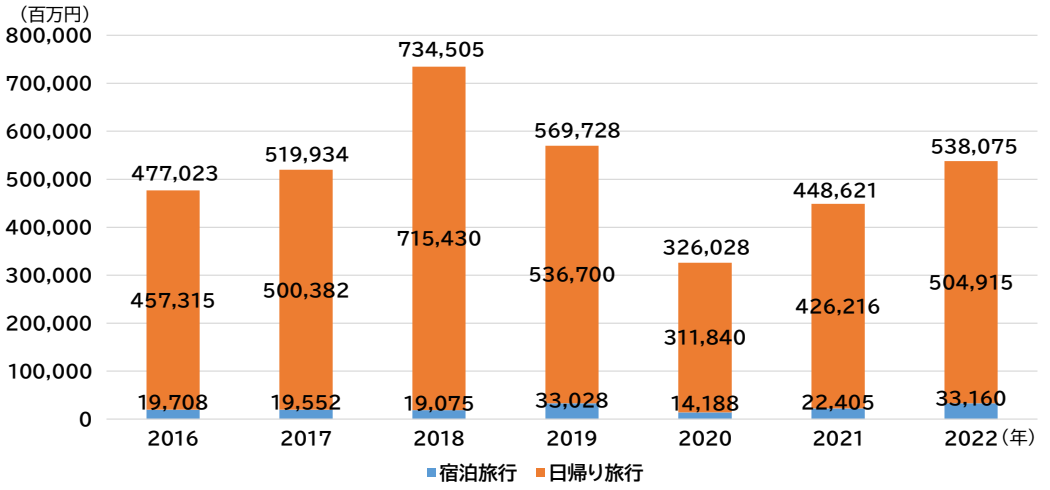


図 7 埼玉県日本人観光消費額(観光目的)の推移

(出典:埼玉県「埼玉県観光入込客統計調査 (2016 年～2022 年)」より作成)

（4）埼玉県の観光振興施策の動向

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）では、基本理念「旅したくなる、また来たくなる、ずっと居たくなる埼玉」に基づき、ポストコロナに向けてデジタル技術や埼玉県の強みを伸ばす5つの主要施策を掲げています。

また、令和8年度（2026年度）には観光消費額7,400億円（令和元年度の約1.3倍）の達成を目指しています。

表 3　第 3 期埼玉県観光づくり基本計画の概要

基本理念	旅したくなる、また来たくなる、ずっと居たくなる埼玉
基本方針	①ポストコロナを見据え、チャンスに変える ②デジタル技術で創る・魅せる ③埼玉らしさを磨く・極める
主要施策	○安心・安全で誰もが楽しめる観光づくりの推進 ○観光産業の持続的発展の促進 ○デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上 ○アニメの聖地化の更なる推進 ○強みを生かした何度も訪れたくなる埼玉観光の確立

表 4　第 3 期埼玉県観光づくり基本計画の目標値

項目		実績値		目標値
		令和元年度（2019 年度）	令和 2 年度（2020 年度）	令和 8 年度（2026 年度）
観光消費額		5,772 億円	3,266 億円	7,400 億円
本県で観光・レジャーを楽しむ人の数（観光入込客の数）		1 億 3,459 万人	7,349 万人	1 億 6,000 万人
本県を訪れた年間外国人観光客		65 万人	8 万人	65 万人
1 人あたりの観光消費額	県外からの宿泊客	23,564 円	15,955 円	29,300 円
	県外からの日帰り客	6,923 円	5,695 円	8,700 円

（出典：第 3 期 埼玉県観光づくり基本計画（令和 4 年策定））

第3章　越谷市の現状と課題

（1）市の上位・関連計画

第5次越谷市総合振興計画前期基本計画（令和3年策定）の大綱5「産業・雇用、観光など」の分野では、「特色ある産業の活性化」「都市型観光」「農業後継者の確保・育成、人材発掘」等がキーワードとして挙げられています。

また、越谷市中小企業振興計画では、中小企業による所得・雇用の創出と地域内経済の循環が目標に掲げられています。

① 第５次越谷市総合振興計画（計画期間 令和３年度～令和１２年度）

第5次越谷市総合振興計画 基本構想（令和3年策定）では、越谷市の将来像を「水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市」として、水資源や農地などの美しい景観を大切にしながら市民が自治を確立していくことを目指しています。また、前期基本計画「産業・雇用、観光など」の分野においては、「地域に根差した特色ある産業の活性化」「都市型観光」「農業後継者の確保・育成、人材発掘」等の具体的なキーワードが挙げられています。

表 5　第5次越谷市総合振興計画　基本構想の概要

基本理念	・人間尊重：市民一人ひとりが人間として尊重される ・市民主権：市民一人ひとりがまちづくりの主体である （自治基本条例第4条）
将来像	水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市
まちづくりの目標	①多様な人が交流し、参加と協働により発展するまちづくり ②みんなが健康で共生して住み続けられるまちづくり ③都市と自然が調和した集約と連携によるまちづくり ④持続可能で災害に強い安全・安心なまちづくり ⑤魅力ある資源を活かし、都市の活力を創造するまちづくり ⑥みんなが主体的に学び、生きがいを持って活躍できるまちづくり

2. まちづくりのキーワード

<産業・雇用、観光>

◆持続可能な産業活動　◆地域に根差した特色ある産業の活性化　◆まちの個性
◆都市のブランディング　◆都市型観光　◆交流・定住
◆農業者の高齢化、農業後継者の確保・育成、人材発掘
◆都市型農業、高付加価値農業経営の支援　◆人材育成と労働環境の充実

魅力・活力

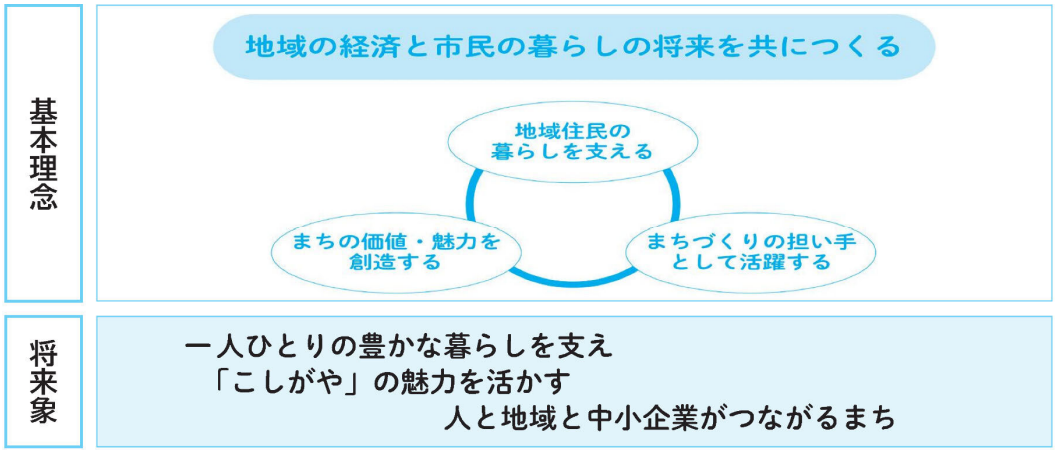
【魅　力】地域資源の魅力を最大限活かした交流の創出
【活　力】まちの個性を活かした特色ある産業活性化とにぎわいの創出

（出典：第５次越谷市総合振興計画　基本構想）

② 越谷市中小企業振興計画（計画期間 令和５年度～令和８年度）

越谷市中小企業振興計画（令和5年策定）は、市内経済の縮小と、経済のグローバル化やデジタル技術の進展をはじめとした経営環境の変化を背景に策定されました。

地域経済の将来像を「一人ひとりの豊かな暮らしを支え 「こしがや」の魅力を活かす 人と地域と中小企業がつながるまち」とし、中小企業が所得と雇用を継続して生み出し、地域内経済が循環することによる地域の豊かさの実現を目指しています。具体的には、以下に示す3つの重点施策を据えて、中小企業・行政・市民が主体となる地域内ネットワーク「越谷モデル」の形成を目指しています。



重点施策１　『仕事おこしのまち・越谷』をつくる

様々な創業ニーズに対応したセミナーを開催し、創業者の発掘に取り組みます。創業の種を蒔き、育てることで地域経済の担い手を増やし、地域経済全体の新陳代謝を進めます。

重点施策２　『女性が活躍するまち・越谷』をつくる

女性が多様な働き方で活躍できるよう市内中小企業の取組みを支援します。また、リスキリングや柔軟な働き方ができる職場環境の整備に取り組みます。

重点施策３『ＤＸ推進に取り組むまち・越谷』をつくる

市内中小企業が複雑化する経営環境に対応するため、デジタル技術を活用した既存業務の構造的な見直しを推進します。また、それぞれの段階に応じた必要な取組みができる環境を整備します。

（出典：越谷市中小企業振興計画）

③ 現行の観光振興計画における取組

越谷市観光振興計画（平成 28 年策定）では、将来像「人と水と緑を結ぶ スマイル創造・交流タウン“こしがや”」を掲げ、「新たな“こしがや”都市型観光」の推進に向けて各種施策や事業を展開してきました。

主要施策に位置付けられるリーディングプロジェクト 8 項目に対して、幅広い取組を実施・継続しています（表 6、表 7 参照）。

また、施策に関連する目標値を設定し、計画の進捗状況を把握しています（表 8 参照）。

図 8 新たな“こしがや”都市型観光

（出典：越谷市観光振興計画（計画期間 平成 28 年度～））

表 6 リーディングプロジェクトの主な取組－1

基本方針	リーディングプロジェクト	主な取組
基本方針1 観光資源のブラッシュアップ	水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり	**水辺空間を観光資源として、“癒しの非日常”や“本物の感動”、“楽しい”をテーマに新たな魅力を創造するコンテンツが形作られました。** ＜主な事業＞ ・ディンギー体験の事業化（レイクタウンボートパーク）【（一社）越谷市観光協会】 ・葛西用水ウッドデッキ「KOSHIGAYAてしごと市」の開催【（一社）越谷市観光協会】 ・Lake&Peace 越谷を楽しむ水辺のガーデンフェスの開催【Lake and Peace 実行委員会】
基本方針2 イオンレイクタウンや地域産業を活かした取組の推進	イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上	**イオンレイクタウンの買物客が、大相模調節池や市内の観光施設へ足をのばしてもらえるような仕組みづくりに取り組みました。** ＜主な事業＞ ・イオンレイクタウンおよび水辺のまちづくり館周辺を会場とした「防災フェス」、「エコウィーク」への参加【（一社）越谷市観光協会】 ・「都市イメージ向上事業」、参加型イルミネーションイベント「こしがやイルミレイク」の実施【市、（一社）越谷市観光協会】
	食を活かしたトップブランドの創出	**こしがやの「食」をテーマに、市内飲食店や小売店など民間事業者との連携によるプロモーションに取り組みました。** ＜主な事業＞ ・「こしがや愛されグルメ発信事業」の実施【市、越谷商工会議所】 ・産業フェスタなどでの「こしがや鴨ネギ鍋」のPR【越谷商工会議所】
基本方針3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備	（株）JTB のノウハウを活かした展開	**本市と観光に関する包括連携協定を結んでいる㈱JTBと連携し、そのノウハウを活かした観光コンテンツの開発やブランドづくり、地域活性化に取り組みました。** ＜主な事業＞ ・「こしがや愛されグルメ発信事業」の実施【市、越谷商工会議所】≪再掲≫ ・都市イメージ向上事業の実施【市】≪再掲≫
	宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備	**民間事業者と連携し、ホテルなどの宿泊施設や二次交通をはじめとする公共交通などの観光基盤整備の促進・検討を実施しました。** ＜主な事業＞ ・民間企業と連携した宿泊施設の誘致促進【市】 ・無料公共無線 LAN 環境の整備検討【市】

表 7 リーディングプロジェクトの主な取組－2

基本方針	リーディングプロジェクト	主な取組
基本方針４ 観光を核としたブランドプロモーションの推進	ターゲットを明確にしたプロモーションの強化	**SNSを活用した、市民や観光客と連携した情報発信に取り組みました。また、観光・物産を中心とした“こしがや”の魅力を発信する拠点を整備しました。さらに、越谷特別市民「ガーヤちゃん」のイベント等への参加やキャラクター商品の開発・販売並びに都市景観を活かしたフィルムコミッションの推進により越谷市のイメージ向上を図りました。** ＜主な事業＞ ・観光物産拠点ガーヤちゃんの蔵屋敷の整備および運営【市、（一社）越谷市観光協会】 ・ガーヤちゃんのブログ・フェイスブックによる観光情報等の発信【市】 ・越谷特別市民「ガーヤちゃん」のイラストおよび着ぐるみの貸し出し並びにイベントへの参加【市】 ・越谷市フィルムコミッションによる映像作品等の誘致【市】 ・SNS を活用したフォトコンテストの実施【市】
基本方針５ 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進	訪日外国人旅行者を対象としたクールなコンテンツづくり	**地域の魅力を活かした日帰りツアーや、冊子および動画の制作・PR によるインバウンド観光に取り組みました。** ＜主な事業＞ ・「広域における外国人モニターツアー」の実施【埼玉県東南部都市連絡調整会議、㈱JTB】 ・インバウンド対象の多言語版広域観光ガイドブック「SAITAMA RING ROUTE」の発行、PR動画の制作及び拡散【埼玉県東南部都市連絡調整会議】 ・KOSHIGAYA CITY GUIDE（多言語版観光ガイドブック）の発行【市】
基本方針６ シビックプライド（郷土愛）の醸成と観光人材の育成	シビックプライド（郷土愛）の醸成	**フォトコンテストや、越谷出身の著名人等の大使による PR を通じて、地域の魅力の再発見に取り組みました。さらに、市民自らが、地域に愛着を持ち、誇りを持つことで、住んでよかったまち“こしがや”の魅力を全国に発信することを目指しました。** ＜主な事業＞ ・SNS を活用したフォトコンテストの実施【市】《再掲》 ・「こしがやの未来を創る魅力宣伝大使」事業の実施【市】

表 8　目標値に対する実績値

	指標	単位	基準値（計画策定時）	目標値(令和5年度)	令和4年度	
					実績値	達成率(%)
1	観光入込客数	人	52,935,926（平成26年度）	58,000,000	48,767,366	84.1%
2	市への愛着度	%	42.0（平成27年度）	55.0	47	85.5%
3	観光協会HPアクセス数	件	144,000（平成26年度）	180,000	490,071	272.3%
4	フィルムコミッション照会数	件	55(平成26年度)	80	106	133%
5	「ガーヤちゃん」イラスト活用件数	件	55（平成26年度）	220	143	65%
6	市内観光農園来園者数（累計）	人	147,794（平成26年度）	627,000	797,553	127.2%
7	観光物産拠点施設整備数	件	—	1	1	100%

（2）越谷市の概況

① 地理的特性と資源分布

越谷市は、都心から25km圏内にある首都近郊のベッドタウンで、市内には、東武スカイツリーラインとJR武蔵野線が乗り入れ、東京から約45分でアクセスが可能です。

また、比較的平坦な地形に5本の一級河川が流れ、元荒川や大相模調節池をはじめとした良好な水辺景観を形成しています。市内の中心に市街地が形成され、それを取り囲むように広がる田畑ではねぎ、くわい等の農産物が生産されています。

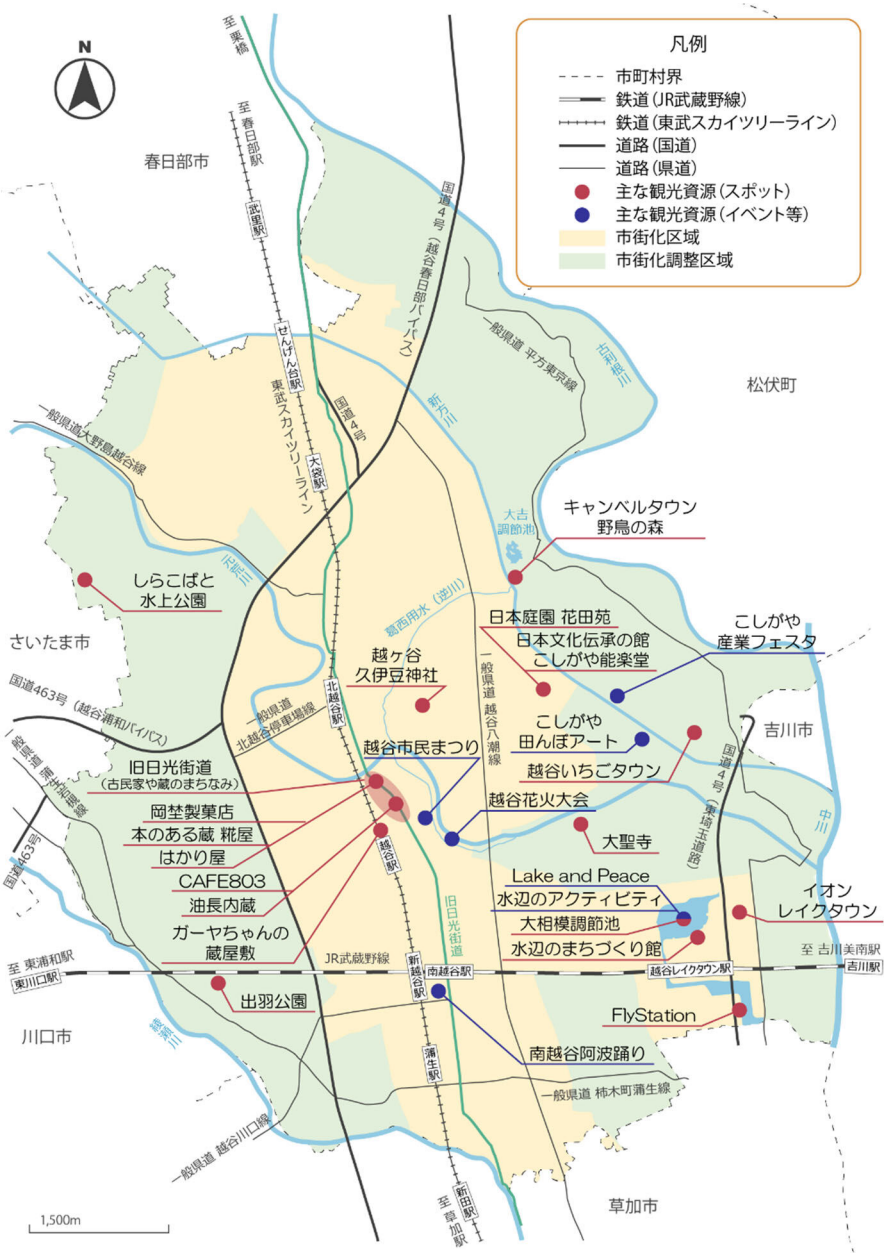


図 9 越谷市の概略図

※「主な観光資源」は、越谷市発行のガイドブック等から抽出

表 9　参考:越谷市の地理的特性一覧

項目	越谷市の特性
立地	・埼玉県の南東部に位置し、県庁所在地のさいたま市のほか、春日部市、川口市、草加市、吉川市、北葛飾郡松伏町の6つの市町に隣接する。 ・このうちさいたま市は人口50万人以上の指定都市、春日部市、川口市、草加市の3市は人口20万人以上の中核市・特例市に指定されている。
水域	・元荒川、大落古利根川、新方川、中川、綾瀬川の**5本の一級河川**が市内を流れている。
地形	・大宮台地と下総台地に挟まれた中川流域の沖積平野に位置し、高低差の少ない**平坦な地形**となっている。
土地利用	・市街化区域が28.72k㎡（市域の47.6%）、市街化調整区域が31.59k㎡（市域の52.4%）を占める。 ・田畑の面積は12.9k㎡と市域の21.4%を占め、**くわいやねぎをはじめとした農産物が生産されている**。 （越谷市総合計画基本構想 令和2年度地目別土地利用より）
景観	・多くの河川と水路が景観の重要な骨格となり、都市中心部を蛇行して流れる**元荒川と桜並木、越谷レイクタウンの大相模調節池**をはじめとした**良好な水辺景観**をつくりだしている。 ・江戸時代は日光街道と元荒川舟運の交点に位置し、宿場町そして米穀類の集散地として栄えたことから、**旧日光街道沿いの歴史的建造物**や物資を運送する船の発着施設「河岸場」跡が現在も一部残っている。 ※元荒川沿川特定地区、越谷レイクタウン特定地区、旧日光街道沿道特定地区の3つは、地域の特性を活かした良好な景観の形成を先導する地区として市が指定している（平成25年越谷市景観計画より）
交通網	■鉄道 ・東武スカイツリーラインとJR武蔵野線の2つの路線が走り、**東京からは約45分でアクセスが可能**。 ・乗降客数は、市内8つの駅のうち2路線の結節点である南越谷駅（135,630人／日）と新越谷駅（134,580人／日）の順に多い。 （出典：令和4年度JR乗降客数、令和4年度東武鉄道乗降客数） ■道路 ・国道 4 号バイパスが市を縦断しているほか、国道 4 号東埼玉道路がレイクタウン付近を通過している。 ・市内に高速道路は走っておらず、車でアクセスする場合は、草加 IC や三郷 IC、浦和 IC 経由でのアクセスとなる。
宿泊施設	・市内の**宿泊施設は6軒**立地している（ビジネスホテル：5軒、旅館1軒） （令和6年1月時点）

② 将来人口推計

越谷市の人口は、昭和37年（1962年）の地下鉄日比谷線と東武伊勢崎線の乗り入れ、平成20年（2008年）の越谷レイクタウンまちびらき等を経て大幅に増加してきました。しかしながら、将来人口推計によると令和7年（2025年）をピークに本市の人口は減少し始めると想定されます。また、近年の転入数・出生数の減少や居住意向が約6割である点を踏まえると、市内人口の維持は課題の1つであるといえます。

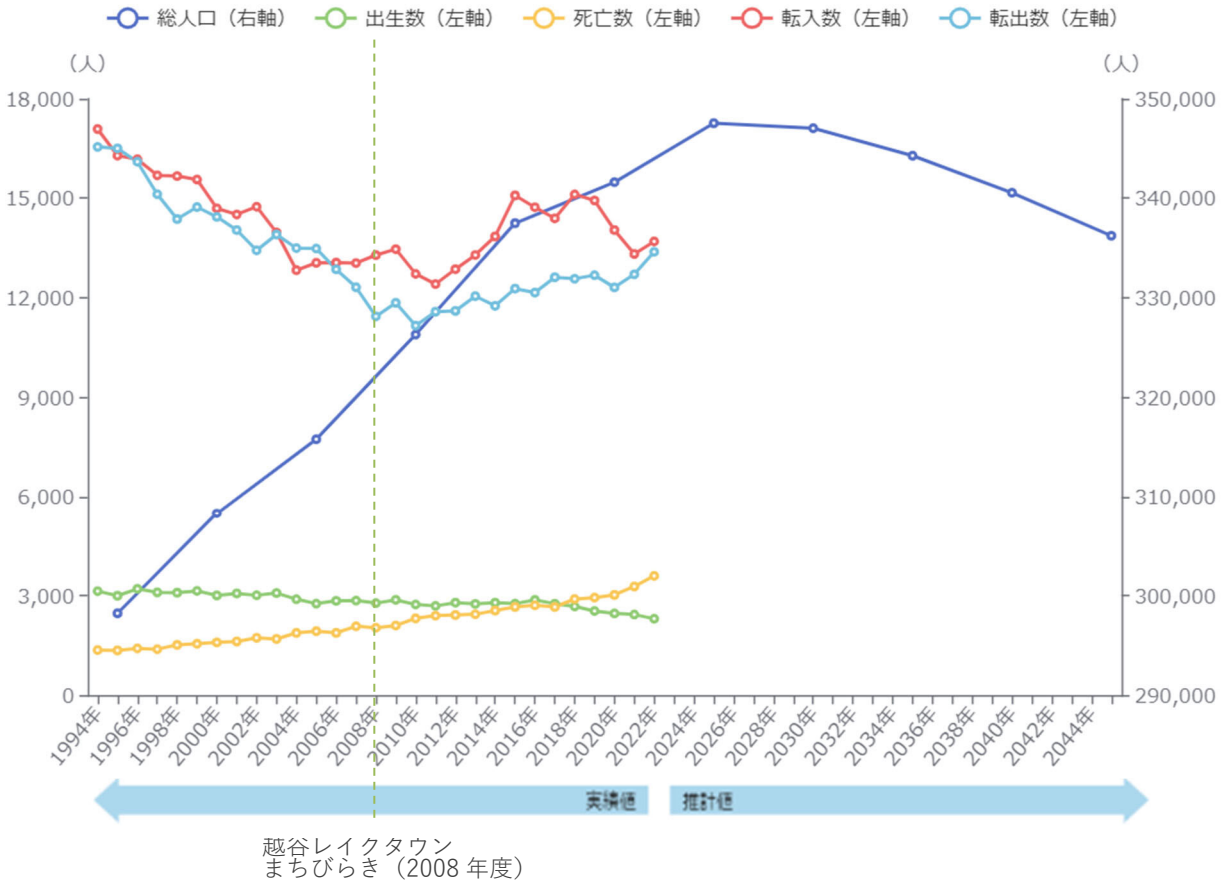


図 10 越谷市の将来人口推計

（出典：RESAS 人口増減）

③ 市内産業の状況

地域経済の実態を測る指標として、越谷市の住民ひとりあたりの生産額（付加価値額）をみると、越谷市は第1次、2次、3次産業ともに全国1,719市区町村中1,200位以下と低く、近年この順位は後退しています。これは、市外へ働きに出て所得を得る住民が多い点や市内事業所数の減少等が要因として考えられます。地域経済の循環を促進するためには市内の企業が所得と雇用を生み出すとともに、市民の地域内消費を促すことが求められます。

越谷市では、地域に根差して活動する中小企業の経営者の約半数が60代以上、約3割が70代以上と高齢化が進んでいることから、事業継承が大きな課題となっています。

表 10　住民ひとりあたりの生産額（付加価値額）の推移

項目	2013 年	2015 年	2018 年
第 1 次産業	226 万円	224 万円	193 万円
	895 位	927 位	1,282 位
第 2 次産業	479 万円	592 万円	522 万円
	1,375 位	1,260 位	1,504 位
第 3 次産業	699 万円	710 万円	720 万円
	1,091 位	1,237 位	1,401 位

（出典：RESAS 地域経済循環図）

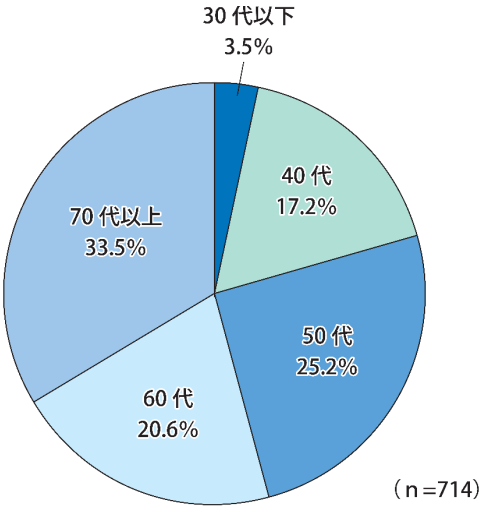


図 11　市内中小企業の経営者年齢

（出典：越谷市中小企業振興計画）

（3） 越谷市における観光の現状

① 観光入込客数の推移

越谷市の観光入込客数は、令和元年（2019年）までは増加傾向にあり、約6,050万人が越谷市の観光地点及びイベントに来訪しました。令和2年（2020年）は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け令和元年の7割となる約4,270万人まで減少しましたが、その後は回復傾向にあります。

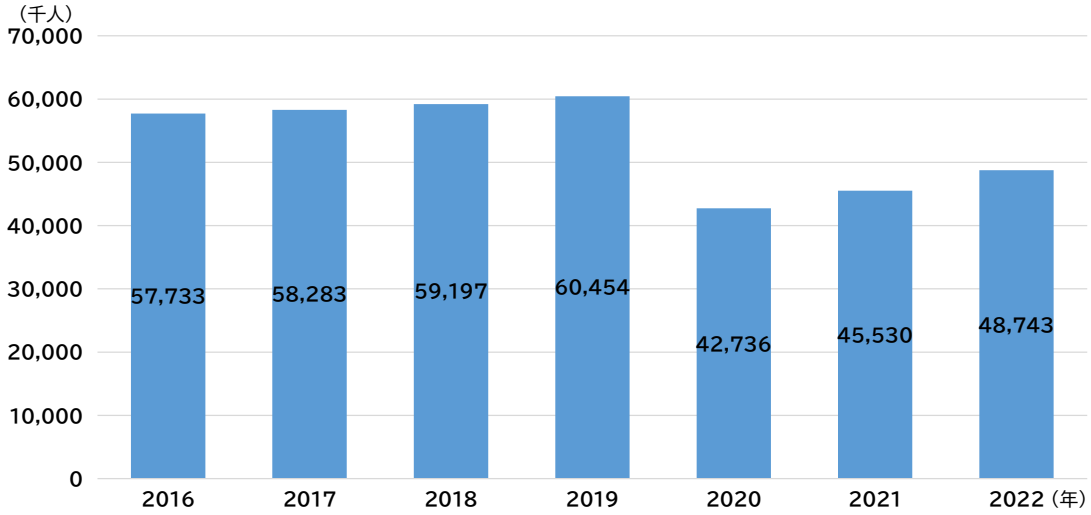


図 12　越谷市観光入込客数の推移

（出典：越谷市による調査）

② WEB アンケート調査で把握した市民と市外在住者のニーズ

越谷で代表的な10点の地域資源（イベント、スポット）について、市民（市内在住者）と市外（近隣都県を含む）在住者を対象にWEBアンケート調査を行いました。資源の認知度（「知っている」か）・興味度（「知りたい」「訪問したい」か）は、市内在住者では10点すべてがいずれも50%超でした。一方、市外在住者は、「イオンレイクタウン」以外の資源で認知度が低く、興味度は資源によって差がありました。

また、市民が市にとって必要だと考えるものは「越谷といえば〇〇というイメージの確立」が最も多い結果となっています。

〇WEB 調査結果概要

・調査方法　：WEB アンケート調査会社のモニター（市内在住者、市外在住者※）を対象にアンケートを実施
　※市外在住者：埼玉県（越谷市外在住者）・東京都・千葉県在住の 18 歳以上

・調査日　　：令和 5 年 9 月 8 日～12 日

・サンプル数　：1,000 サンプル（市内在住者 500、市外在住者 500）

・主な質問　　：観光資源の認知度・興味度、市民のイベント参加率・地場産品の購入経験、市民が市に求める情報や環境整備、市外在住者の越谷市へのおでかけの内容　等

ア 資源の認知度・興味度

市内在住者の認知度は、「イオンレイクタウン」「越谷花火大会」「南越谷阿波踊り」の3つが特に高く、興味度は認知度に概ね比例する結果となりました。

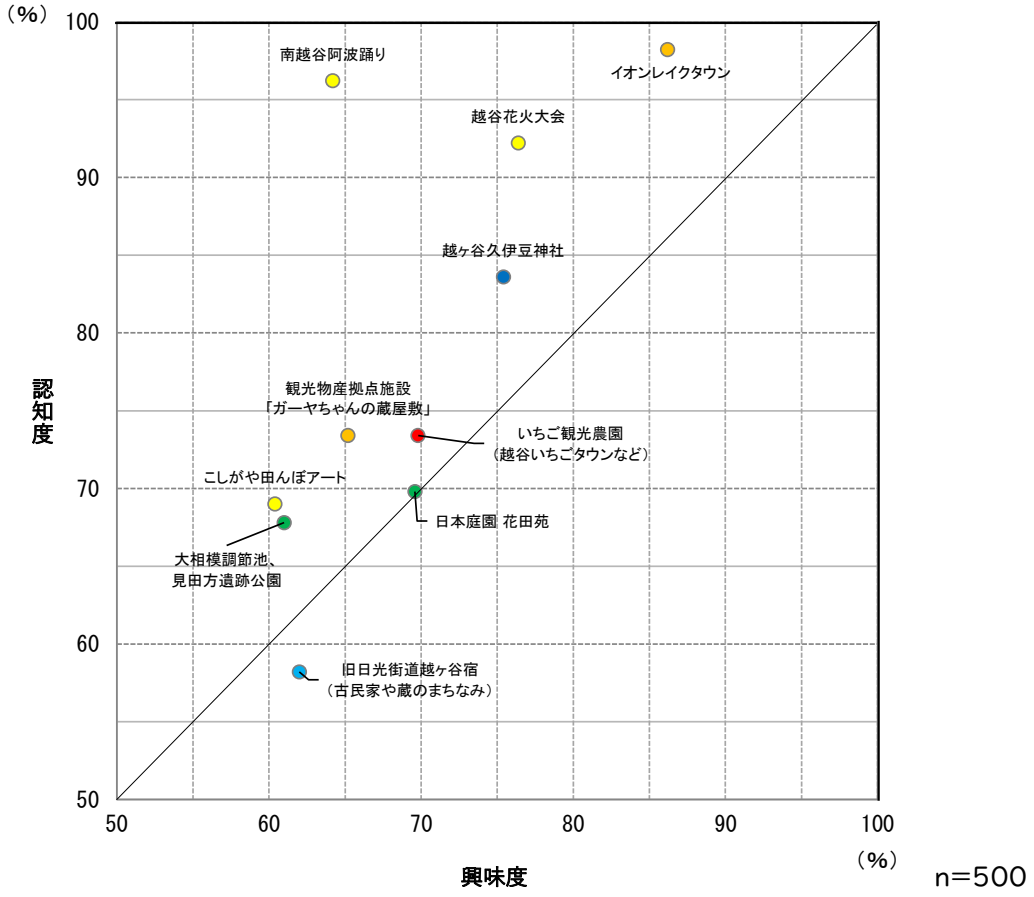


図 13　市民による資源の認知度と興味度

※回答者に地域資源の説明文と写真をお見せし、資源を「知っているか」、どの程度「興味があるか」尋ねた。

市外在住者は、「イオンレイクタウン」以外の資源で認知度が低い結果となっています。一方、「旧日光街道越ヶ谷宿」「いちご観光農園」「越谷花火大会」「日本庭園　花田苑」で興味度が50%を超えるなど、認知度は低いが興味度は高い資源も複数あるため、情報発信を強化することで来訪者が増加する可能性があります。

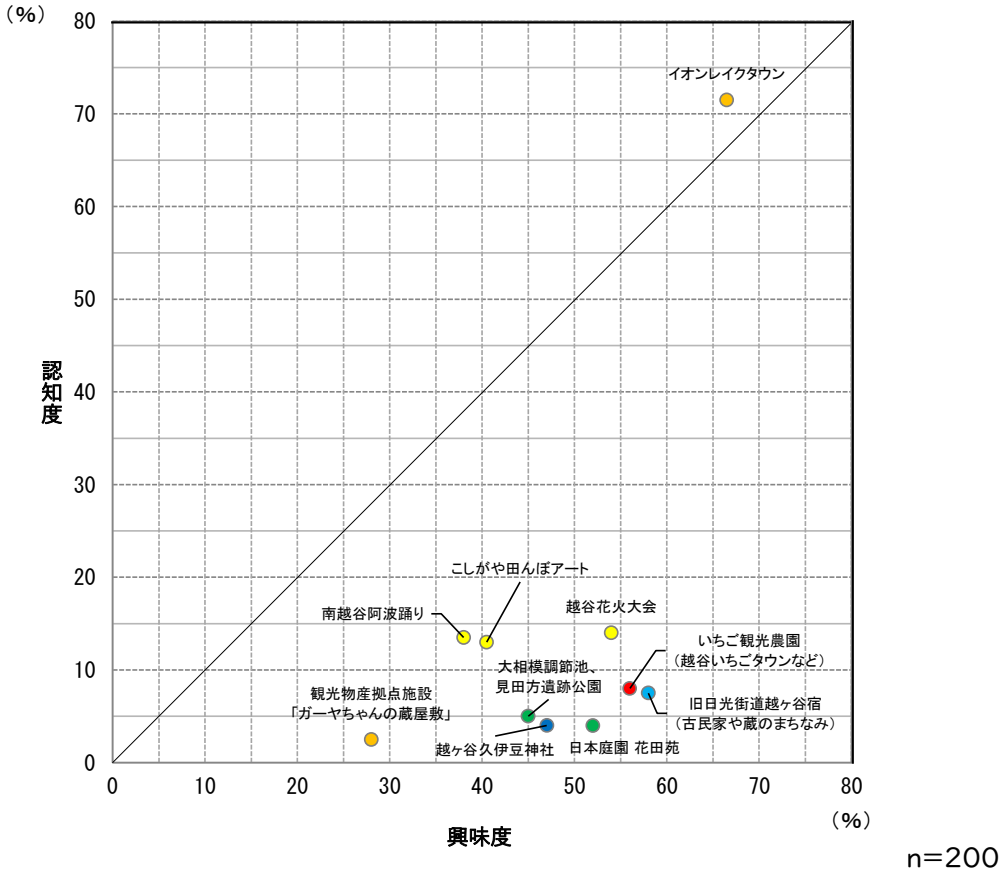


図 14　市外在住者（市への来訪経験無し）による資源の認知度と興味度

※回答者に地域資源の説明文と写真をお見せし、資源を「知っているか」、どの程度「興味があるか」尋ねた。

イ 市民からみた越谷市の資源（評価）

市民の市内のイベント・体験の参加経験は、「越谷花火大会」「南越谷阿波踊り」「越谷市民まつり」の順に多く、推奨意向（他の人に「最もおすすめしたい」イベントや体験）は「南越谷阿波踊り」「越谷花火大会」「いちご狩り」の順で高い結果でした。

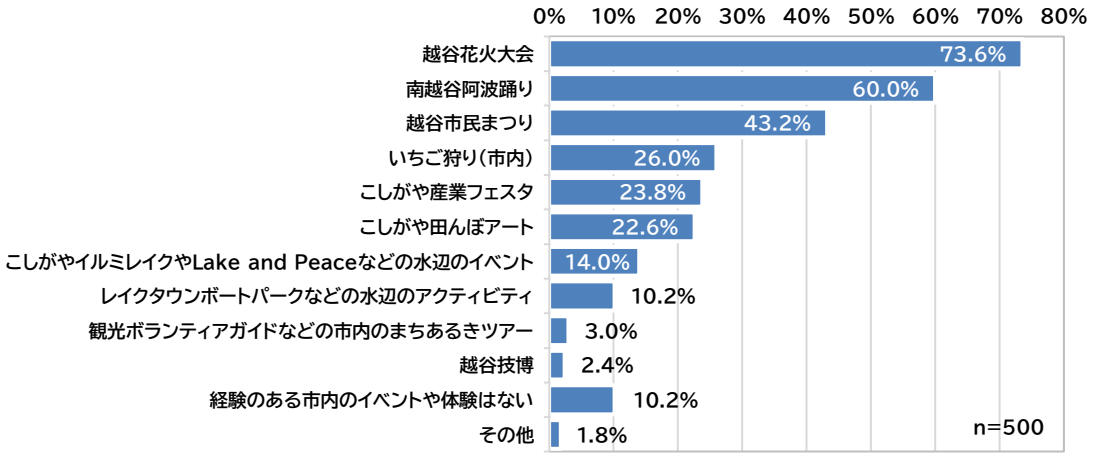


図 15　市民のイベントや体験の参加経験

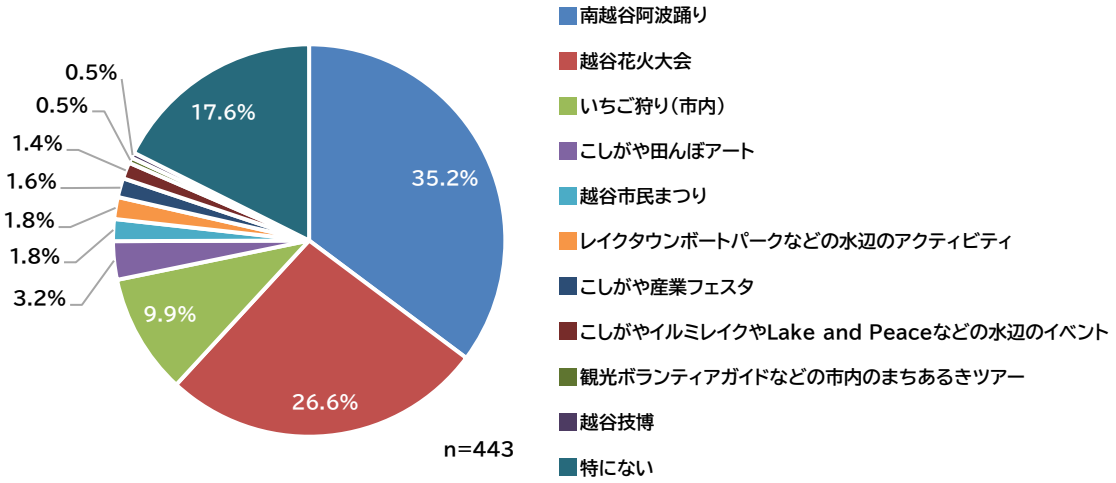


図 16　市民のイベントや体験の推奨意向

※参加経験のある資源のうち一つを回答

※「経験のある市内のイベントや体験はない」、「その他」と回答した方を除く

市民の地場産品の購入経験は、「いちご」「ねぎ」「くわい」の順に多く、推奨意向（他の人に「最もおすすめしたい」地場産品）は「いちご」「こしがや鴨ネギ鍋」で高くなっています。

一方で、「購入経験のあるものはない」と回答した方は26.0%でした。

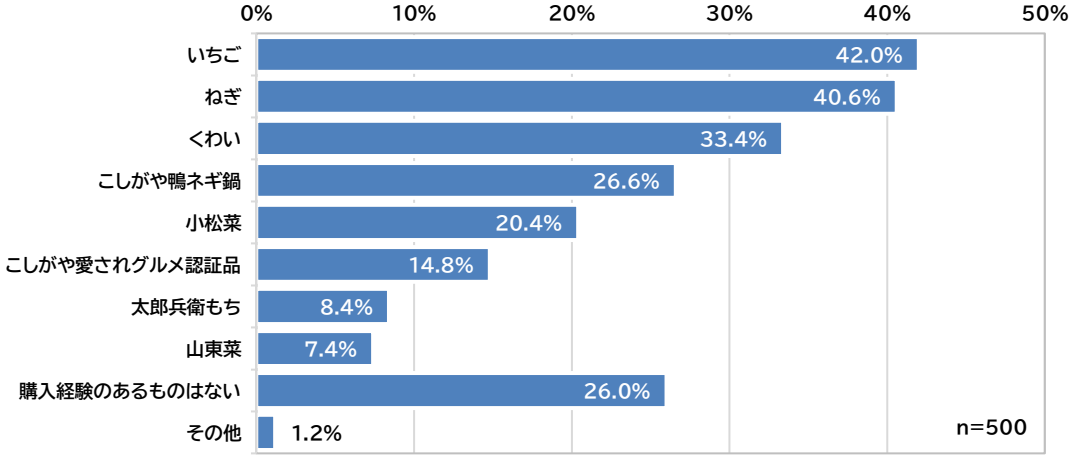


図 17　市民の地場産品の購入経験

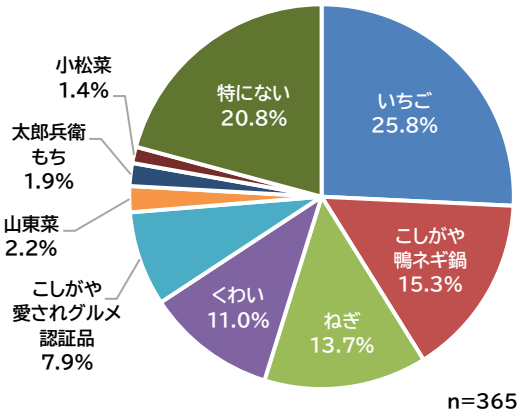


図 18　市民の地場産品の推奨意向

※「購入経験のあるものはない」、「その他」と回答した方を除く

ウ 市民が越谷市に求めるもの

市民が市にとって必要だと思う情報や環境整備は、「越谷といえば〇〇というイメージの確立」が52.8%と最も高く、次いで「グルメやお土産の充実」「祭りやイベント等への参加の仕掛け」「景観づくり、まちなみ整備」が続きます。

また、市民が市のイメージアップにつながると思うコンテンツは、「食(食材、メニュー)や飲食店を活かしたコンテンツ」が56.8%と最も高く、次いで「イベントや行事に関連したコンテンツ」「水辺の景観やアクティビティを生かしたコンテンツ」「古民家や蔵のまちなみなど、歴史を活かしたコンテンツ」が続きます。

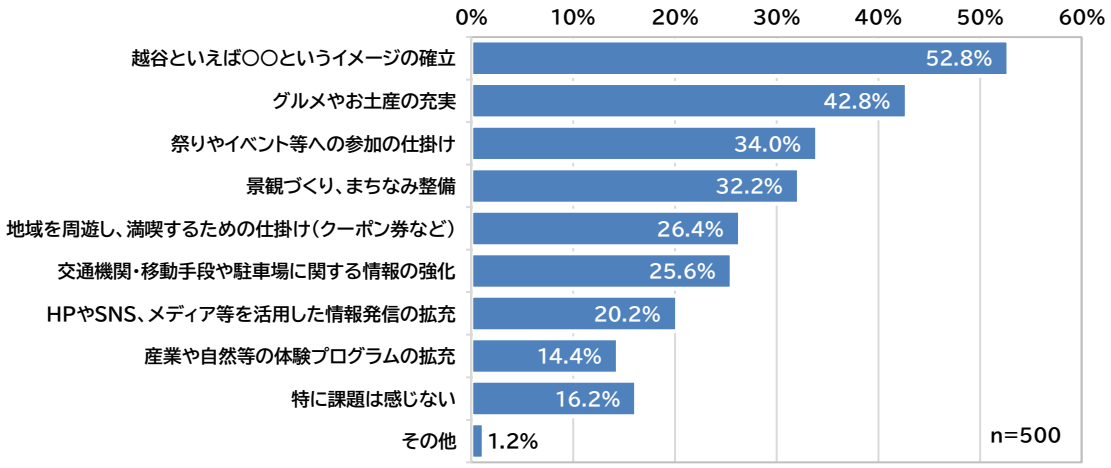


図 19　市民が必要だと思う情報や整備

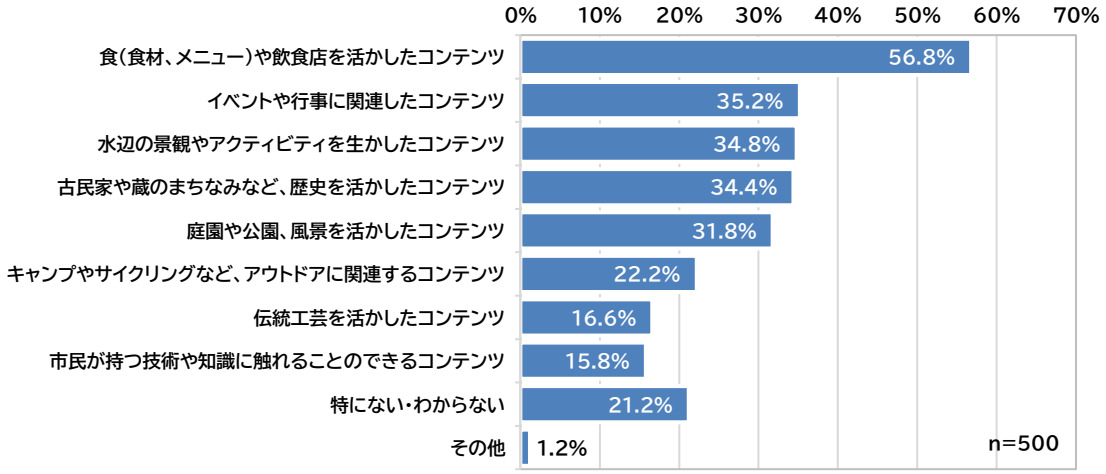


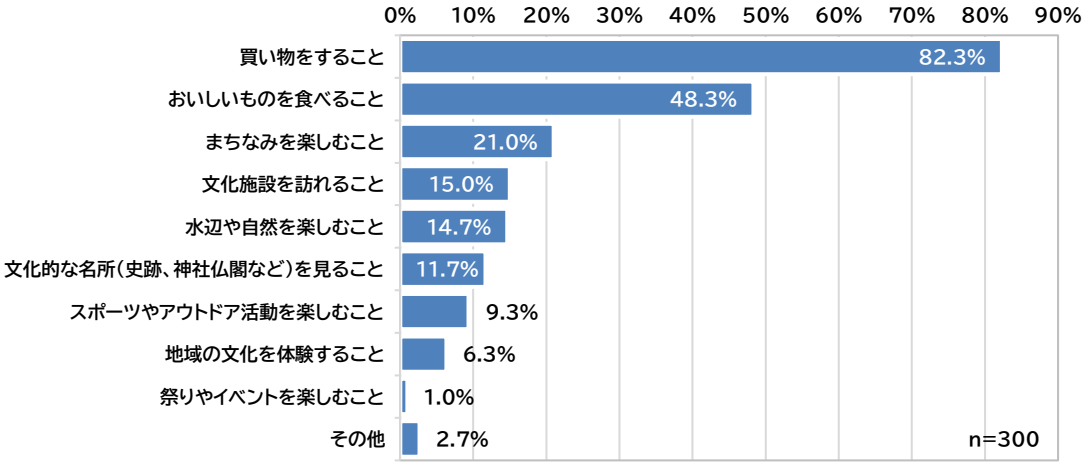
図 20　市民が市のイメージアップにつながると思うもの

エ 市外在住者の越谷市へのおでかけの現況

市外在住者に、越谷市へのおでかけの内容を尋ねたところ、市への来訪目的は「買い物」が約8割、来訪時の同行者は「家族」が約6割を占めています。

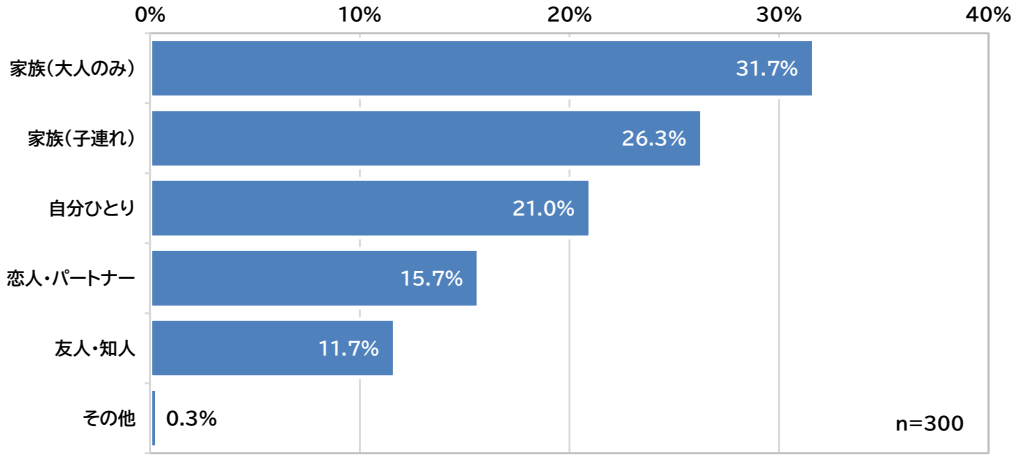
越谷へのおでかけで良かった点は、イオンレイクタウンを中心にショッピングが充実していること、アクセスが良いこと、まちなみがきれいであること、落ち着いた雰囲気や自然があることでした。一方で、悪かった点は、市内の公共交通での周遊性が悪いこと、道が混雑していること、知っている見どころが少ないことでした。

また、再訪意向は9割超であるものの、そのうち「ぜひ訪問したい」という積極的な再訪意向のある方は3割にとどまりました。



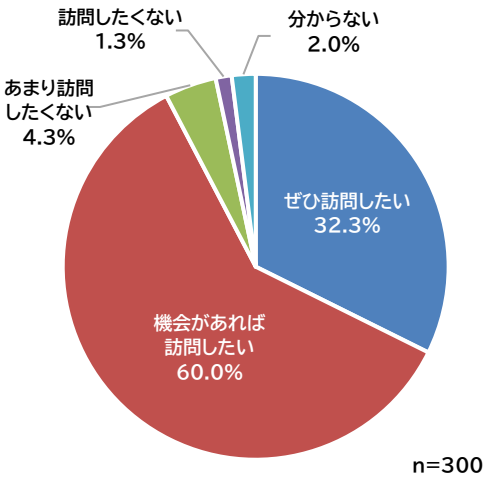
(回答者:市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

図 21　越谷市への来訪目的



(回答者:市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

図 22　越谷市へおでかけした際の同行者



(回答者：市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

図 23 越谷市への再訪意向

＜市内来訪時の良かった点（自由記述）＞

≪ショッピング≫
- 子どもが遊ぶ場所や買い物やレストランが豊富にある。
- レイクタウンにショッピングモールが集まっているので、その中で完結できてよかった。都内ほどは混雑がない。
- 越谷レイクタウンにしか行く予定がなかったが、あの施設はテーマパーク感があってとても良い。
- レイクタウンが駅近で助かった。

≪イベント≫
- イベントに参加し美味しいものを食べることができた。
- 田んぼアートが見事だった。

≪アクセス≫
- 鉄道のアクセスが良く、都心から意外に近い。
- 電車でも車でも行きやすい。

≪まちなみ≫
- 最近著しく発展している。
- 区画整理がされていた。
- まちなみがきれい。
- まちが広く歩きやすい。
- 公園が整備されている。

≪雰囲気≫
- 活気がある。
- 人が温かでよかった。
- なんとなくのんびりできた。
- とても静かで過ごしやすい。
- とても落ち着いた住みやすそうな街で居心地がよかった。
- 古い町並みと新しい町並みの混合で情緒がある。
- ほどよく都会で程よく自然が豊かだった。
- 自然が豊か、空が広がっている。

＜市内来訪時の悪かった点（自由記述）＞

≪アクセス≫
- 駅からのアクセスが悪い。
- 周辺を回ってみるための交通機関を充実してほしい。
- 駅から近い場所以外は不便。
- 電車の本数が少ない。
- 電車が混む。
- 道路が渋滞している。
- 駐車場が混んでいる。
- 都心からは遠い。
- 川を渡りづらいところが多い。

≪魅力不足・PR 不足≫
- 特に特徴が無い
- ショッピングモール以外の観光地を知らなかったこと。
- 事前に情報を得ていれば楽しめた。
- 見どころが少ない。
- レイクタウンが混みすぎている。

≪雰囲気≫
- 人柄が悪い。
- 駅前から離れると殺風景である。
- 夜になると暗い。
- まちなみがみすぼらしい場所がある。

③ インタビュー調査で把握した市民のニーズ

市民のニーズを深掘りするため、様々な属性の市民を対象にインタビュー調査を行いました。

調査の結果、市民は非日常のおでかけ先として市外を選ぶ傾向にあること、市にはイベントの充実・広報を求めていること、市内のイベントや飲食店への評価が高いことが分かりました。

表 11　インタビュー調査概要

調査対象	調査方法	回答件数	主な質問項目
市民（子育て層／ﾚｲｸﾀｳﾝ周辺在住）	調査員による聞き取り調査	16 件	①基本属性 ②越谷市の居住理由 ③ライフスタイル ④越谷市の生活に対する評価
市民（20代）	グループインタビュー調査	5 件	
市民（全般）	東武トップツアーズ新越谷支店来訪者（越谷市民）を対象に、調査票を配布	20 件	
鉄道駅職員	越谷市内の東武鉄道駅で勤務する職員にアンケート調査票を配布	10 件	①基本属性 ②勤務先の鉄道駅の利用状況（来訪者が多い時間帯、駅員への問合せ内容等）

<インタビュー調査結果の概要>　　👪＝市民　👪＝市民／子育て層

日常・非日常の過ごし方	
◆👪：日常的に市内で行うことは「ショッピングモールへ行く」「飲食店・カフェへ行く」「ウォーキング・ランニング・散歩」 非日常の外出先は市外が多いが、市内のイベントや飲食店・カフェへ行くことを非日常と捉えている方もいた。 ◆👪：日常的には市内のショッピングモールや公園に出かけるが、非日常の外出先は市外が多い。	非日常の外出先は市外が多い
市に求めるもの	
◆👪：友人を市内に呼べる滞在プラン、イベントの充実・広報、景観・まちなみの統一、レイクタウン以外の来訪目的となる施設。 ◆👪：子ども向けの施設・イベントの充実、イベントの広報。 ◆鉄道駅では、飲食店、サンシティ、しらこばと水上公園、イオンレイクタウンなど近隣施設に関する問い合わせが多い（新越谷駅、北越谷駅、せんげん台駅職員より）。	市に対してイベントの充実・広報を求めている
おすすめしたい市内のイベント・施設・おみやげ・飲食店のメニュー	
◆👪：イベント（南越谷阿波踊り、レイクタウンのイベント、花火大会等）、個性のある飲食店、いちご狩り ◆👪：イオンレイクタウン、イベント（南越谷阿波踊り等）、飲食店、子育て施設	イベントや飲食店のおすすめが多い

（4）会議、ワークショップ等による意見収集

市内の団体や事業者が参画したプロジェクト会議を開催し、計画の将来像や今後の観光まちづくりの方針、プロジェクトなどについてワークショップ形式で意見交換を行いました。

また、市内で活動する市民団体や事業者を対象に団体や分野別にワークショップやインタビューを行いました。

表 12 プロジェクト会議の概要－1

	テーマと主な意見
第1回 参加 16名	○越谷市の魅力や特徴に関する気付きの共有 ・祭りや歴史、人が魅力的なまち ・「農業」「体験」が魅力のキーワード ・越谷のまちには、すでにたくさんの観光に繋がるものがある ○将来像（ビジョン）のイメージづくり（10年後の越谷市のまちの姿を考える） ・まち全体が非日常のテーマパーク ・日常と非日常の境目が無い楽しいまち ・子どもからお年寄りまで楽しめるまち ・歴史と文化、都会的要素と自然が共存している ・市民の郷土愛が高まり、市民一人ひとりが発信者となる ・初めての人が歩きやすく、市内外の人がたくさんいるまち
第2回 参加 18名	○越谷市の観光まちづくりのターゲットと提供価値の検討 ・子育て世代、ファミリー層（都内在住を含む）、学生、越谷に長く住み続ける世代 ・提供価値は「体験」 ・プロバスケットボールチーム「越谷アルファーズ」は、幅広い世代や地域に受け入れられるコンテンツ ○将来像のキャッチフレーズの検討 ・「やばい やばすぎる 誰でもフラット ウェルカムなまち 越谷」 平坦な地形が魅力であること、人と人との関係がフラットで誰でもウェルカムなまち ・「探そう 見つかる 越谷」 越谷には見えていないけれど埋まっている魅力がある。宝探し、探し物の発掘。 ・「どうせ越谷 だけど10種競技で勝てるまち」 個々の資源に特出した強みは無いが、総合的には他地域に勝てるポテンシャルがある。 ○将来像と現状のギャップと解決の方向性の検討 ・市の魅力を発信する人が少ない ・市内の子どもたちに魅力を伝える体験が少ない ・越谷のコンシェルジュを育成する ・資源はたくさんあるが、市内外ともに知られていない ・魅力ある人材の巻き込みが必要

表 13 プロジェクト会議の概要－2

	テーマと主な意見
第3回 参加 15名	○基本方針案に基づく施策について ・“ストーリー”が非常に重要。特定の資源を選んでストーリーをつくり、資源を顕在化する ・共感できるストーリーがあれば、ファンができる ・郷土愛のある人が活動することで継続的な取組となり、それを応援・連携する人も生まれ産業化につながる ・歴史や魅力を語ってくれる人、ストーリーを語れる人づくりが最も必要
第4回 参加 14名	○重点プロジェクトの検討 ・歴史と水辺を絡めたコンテンツは市外の観光客がターゲット、水辺のアクティビティは癒しや新しい体験を求める市内の若者や子どもがターゲットとして考えられる ・水辺を新しい価値が会得できる場所、学びの場所として、スタディツアーや企業の実証実験を誘致してはどうか ・水辺がアニメやドラマのロケ地になれば強力なコンテンツになる ・歴史と食、伝統工芸は相性がよい。ターゲットは子どもやインバウンド ・太郎兵衛もち、鴨ネギ鍋などを活用した取組 ・籠染灯籠と宿場町をコラボして、裏路地などのまちなみをライトアップすることで、新たな冬の景色が作れないか ・学校の校歌には地域の歴史や様子が謳いこまれている ・小中学生向けに越谷の伝統工芸を教えてみてはどうか
第5回 参加 15名	○計画素案への意見聴取 ・素案では、現行の観光計画において定められた7つの目標値のうち、3項目で未達成であるとされているが、コロナ前ならば愛着度以外は達成しているため、書きぶりを変更したほうがよいのではないか ・第7章施策メニューのストーリー作りと差別化において、地区センターの一角でもよいので、越谷の歴史がわかる資料館のような場所があるとよい ・市で“語り部認定制度”を作ると、認定者数をKPIとすることができるのではないか ・目標値を測定するタイミングや中期・最終目標の数値によって施策への取組み方が変わるはずだが、現状の案では具体的な策がわからない ○施策メニューの内容検討 ※施策案について、参加者自身の目線でどのような取組が考えられるか、各自ワークシートに記入し、班ごとに共有、意見交換を行った

表 14 プロジェクト会議の概要－3

	テーマと主な意見
第6回 参加 13 名	○越谷市観光まちづくり推進計画（案）について ・計画完成後、具体的にどのように実行していくかが重要なのではないか。取組を軌道に乗せるために、計画策定直後は特にきめ細かなモニタリングを行うことが望ましいため、中間の見直しは年一回の頻度で密に設定し、PDCAサイクルを回すのが良いのではないか ・ストーリーづくりは重要だと思うが、計画冊子に記載している内容は、誰が、いつ、どのように進めるのかが曖昧なので、進め方に具体性があるとよい ・重点プロジェクト1の水辺について、レイクタウンに偏りすぎているような印象を受ける。北越谷の花見等、他の場所の水辺も入れたほうが良いのではないか ・施策が動き始めると、「何のためにやるのか」を見失いがちになる。施策の中身だけに目を向けるのではなく、常に将来像を関係者で共有、確認しながら進めていきたい ・計画が進んでいく中で、考えや取組は変化していくものなので、プロジェクト会議のように、何のために、何を目指して個々の取組を推進していくのかを共有し、意見交換する場を継続的に設けられないか

表 15　ワークショップ、グループインタビュー等の概要－1

対象団体・テーマ	テーマと主な意見
こしがやまち未来創造塾 参加20名	■テーマごとのビジョンの検討、メニューの案出しと内容検討 ○「体験」をテーマにした検討 ・「都心から一番近い収穫体験ができるまち」でPRできないか ・健康増進や食育、キャンプとの連携による防災などの効果も期待できる ○「食」をテーマにした検討 ・越谷の食は、全国的にNo. 1のものは無くとも、どれも魅力がある ・特にいちごは、都内在住者も含め幅広い世代をターゲットにできる ・食を通じて、市外からの集客やシビックプライドの向上を図り、「友だちを呼べるまち」にしたい ○「景観」をテーマにした検討 ・埼玉県のガイドブックに載るような、越谷市の顔となるスポットを見つける取組 ・今は誰もがスマートフォンで写真を撮れる。「奇跡の一枚」が撮れるスポットを紹介することで、子どもから高齢者、外国人まで幅広くターゲットにできる ○「計画の構成」をテーマにした検討 ・こしがやまち未来創造塾が提案する「ルーバンシティ」（P.46参照）の軸として、「産業」「文化」「食」「景観」に関連する取組が考えられる ・それぞれの軸でストーリーを確立し、市民に共有することでシビックプライドが醸成され、さらに市外への情報発信へとつながる
「旧日光街道のまちなみと歴史文化」 参加14名	○将来像（ビジョン）のイメージ ・子どもの時の体験が大人になった時にまちづくりにつながるような郷土愛醸成 ・市民が自分たちのまちを自慢できる。いつ来ても楽しく、「越谷に住みなよ」と言いたくなるまち ・日常を豊かで穏やかに過ごし、働き遊ぶといった全てが越谷で完結できるようなまちになったらいい ・子どもたちが越谷を「いいまちだ」だと思い、やりたいことが存分にできるまちになったらいい ・美術館があったり桜堤やイチョウ並木といった自然と共存できたりするまち ○テーマごとのビジョンの検討、メニューの案出し ・越ヶ谷秋まつりをはじめ、歴史ある伝統や産業の継続に課題がある。新たに試みを行いつつ、小学校での市の伝統を伝える取組の継続などが必要 ・日常の食を通じた地域とのつながりが思い出をつくり、観光資源となっていく。特に旧日光街道周辺は昔から続く店が多い。旬の食材や料理を地域の商店主から教えてもらうことは、市民の健康づくりにもなる ・古い建物や空き家が多く、その再生などについて所有者とアイデアの共有を行えるといい ・旧日光街道から元荒川に続く歩道の整備による、歴史と自然を感じられるエリアの創出

表 16　ワークショップ、グループインタビュー等の概要－2

対象団体・テーマ	テーマと主な意見
「観光と地域内経済循環」 参加11名	○越谷市の魅力や特徴、将来像（ビジョン）について ・長く住んでいる市民が多いが、新たな人や考え方を受け入れられる土壌がある ・各種イベントの認知度や興味度が高い ・水辺の空間や水辺と関わるイベントが多い ・個人経営の商店が多い。飲食店が多く、農業も盛ん ・都内から程近く、都会と自然（田舎）の一体感がある。暮らしやすく働きやすい ○取組内容に関するアイデア ・体験型の観光で誘客し、得られた利益を安全・安心なまちづくりに活かすことで、まちの魅力が高まり、さらなる誘客につながるサイクルをつくれる ・飲食やいちご狩りなど受け入れられやすい食をきっかけとした来訪を入口に、市のほかの魅力も紹介することでリピーターづくりにつなげる ・市全体を使った謎解きラリーなど、知的好奇心や収集欲をうまく刺激しながら市の魅力を学べる取組 ・レンタサイクルや特徴あるバスなど、二次交通の導入や拡充 ・インバウンドをターゲットに、古民家をオーベルジュ型の施設にリフォーム ・健康需要をターゲットにした体験メニューやアプリの開発
「大相模調節池等の水辺の景観」 参加14名	○越谷市の魅力や特徴、将来像 ・水辺を主体としたイベントに参加したり遊歩道を利用したりしていると、市内の水辺の多さを実感する。越谷には水辺を知ることでまちを好きになるポテンシャルがある。 ・子どもたちには、川は危ない場所ではなく、親しみを持てる場所として受け継いでいきたい ・「学び」をキーワードに、子どもたちが住み続けたい、一度出ていっても越谷に戻ってきたいと思えるような取組を行いたい ○取組内容に関するアイデア ・まずは水辺に親しむ体験を仕掛け、日常的に水辺が活用されている状況が市内に浸透するようにする ・四季の花や星空観察会、おしゃれな店舗の設置など、自然や商業など他分野との連携で水辺の来訪者増を図る ・カヌーなどで複数の場所や要素をつなぎ、江戸時代に栄えた舟運のような水辺が常に活用されている環境づくり ・水害に悩まされてきた歴史を活かし、水難訓練などを行うと市民が水辺を意識するきっかけとなる ・越谷に住む人が豊かさを享受し楽しく過ごすことで、それが外部へ滲み出ていって越谷に住んでみたいと思ってもらえるようになればいい

（5）越谷市の現状課題の整理

各種調査の結果から越谷市の現状課題を整理しました。

越谷市は都心からのアクセスが良い立地にありながら、5本の一級河川や調節池、田畑などの水辺環境や自然が豊かで、越ヶ谷宿のまちなみやそこで育まれた伝統工芸など水と共に育まれた歴史を有す点が特長です。

一方で、このような多様な地域資源を有しながら市外在住者にはあまり知られていないこと、来訪者は買い物客が中心で、食や景観、歴史といった楽しみを求める方は限定的であること、市民の中でも地域資源の認知度やその参加状況に差があることは課題となっています。

【越谷市の特長】

- **○ 鉄道で東京から約45分でアクセス可能**
- **○ 元荒川と桜並木、越谷レイクタウンの大相模調節池といった良好な水辺景観**
- **○ 田畑が市域の2割を占め、くわいやねぎ、いちごをはじめとした農産物を生産**
- **○ 旧日光街道越ヶ谷宿の蔵や古民家のあるまちなみ**

【越谷市の観光まちづくりの課題】

- **○ 多様な資源を有するが、その魅力や楽しみ方が市外在住者にはあまり知られていない**
- **○ 来訪者は買い物客が中心で、食や景観、歴史といった楽しみを求める方は限定的（観光目的の来訪や消費が少ない）**
- **○ 市民の中でも地域資源の認知度やその参加状況に差がある**

※市外在住者（埼玉県・東京都・千葉県）の資源の認知度は「イオンレイクタウン」以外で15%以下（令和5年WEBアンケート調査）。

※市外からの来訪者の約8割が「買い物」を目的に来訪しており、水辺景観や食、歴史の資源を目的とする来訪者は少ない（令和5年WEBアンケート調査）。

※市民の約3割が市の地場産品を購入したことがない。また、市民の約5割が「越谷といえば〇〇というイメージの確立」を市に求めている。（令和5年WEBアンケート調査）。

第4章　理念と原則

ここまで越谷市を取り巻く観光の動向や、市の現状や課題、多様な関係者と行った意見交換の結果を掲載しました。ここでは、次章の将来像の設定に先立ち、越谷市における観光まちづくりの理念と原則として、越谷市の「本質的な価値」や今後の更なるまちの魅力の向上に向けた「越谷市の観光まちづくりの考え方」について定めました。

＜越谷市における観光まちづくりの理念と原則＞

■理念

「みんなでつくる　水辺と観光まちづくりの新たなストーリー」

首都近郊の住宅都市として発展してきた一方で豊かな自然にも恵まれているまち「こしがや」。5本の一級河川が平坦な土地に流れ形成された水辺の景観と、豊かな“水”によってもたらされた“食”や“文化”、そこに息づく“暮らし”を「本質的な価値」として、まちに関わる多彩な人たちと観光まちづくりを推進する。

■原則

以下3点を「越谷市の観光まちづくりの考え方」と捉え、これに叶う施策を展開する。

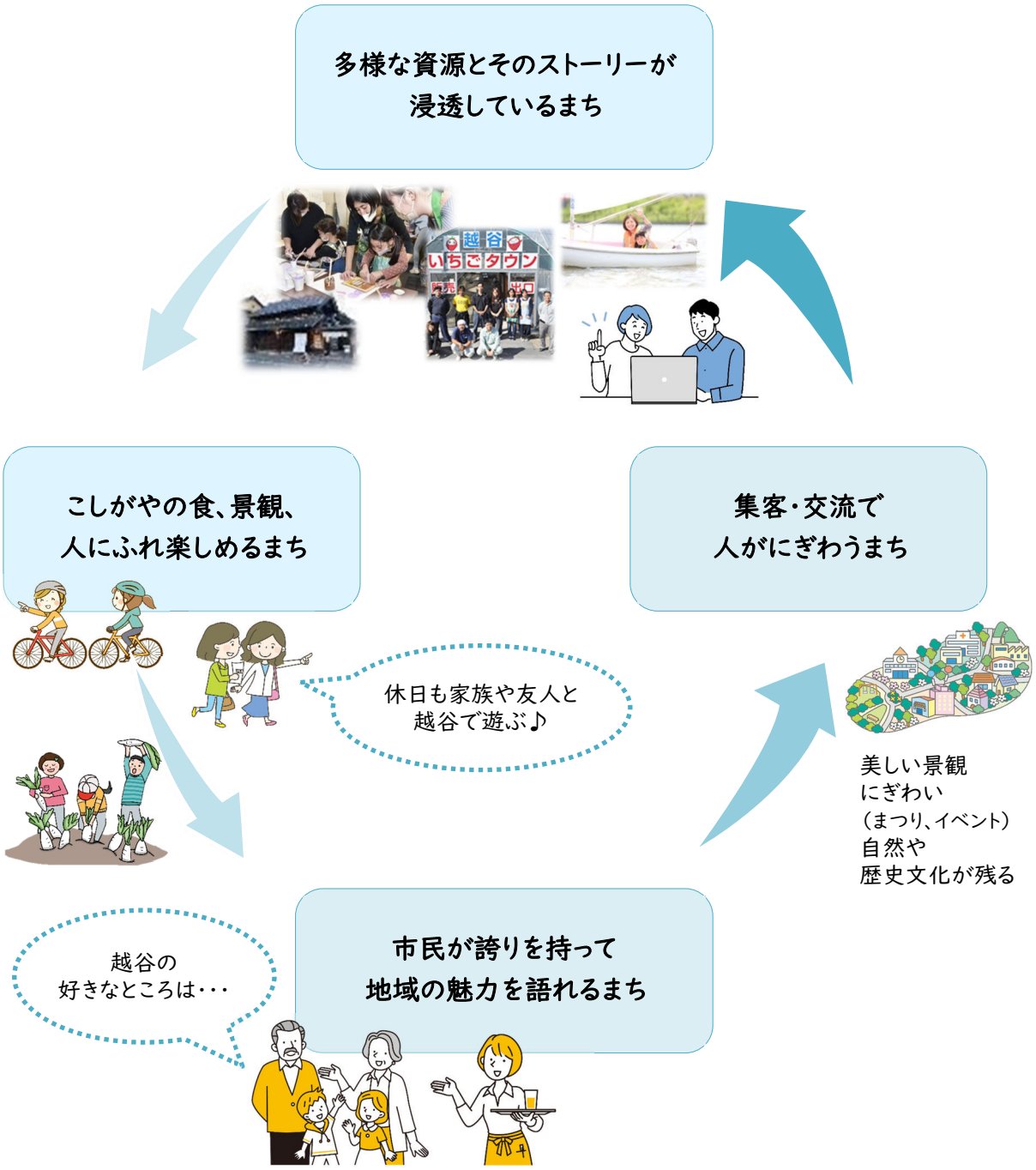
① まちの持続的な発展（サステナビリティの実現）
② 地域内の経済循環の活性化
③ 市民の豊かなくらしの実現

第5章　将来像

第4章の理念と原則に基づき、越谷市の持続的な発展と、住むまち・訪れるまちとしての魅力向上に資する観光まちづくりの将来像を定めました。

将来像

水辺が魅力をつなぎ、
豊かな経済と日常の暮らしを誇れるまち越谷



第6章　基本方針

（1）基本方針

第5章で示した将来像の実現に向け、以下に示す4つの基本方針に沿って施策を推進します。

Ⅰ.ストーリーづくりと差別化

■ねらい

市内には越谷の歴史や食、景観などと結びついた数多くの地域資源があるものの、交流人口の増加や地域経済の活性化については多くの課題があります。また、それらが越谷の誇る個性として市民に十分に認知されていない状況です。

そこで、個々の地域資源の“ストーリー”を見出し、あるいは形作り、それらの価値や魅力を引き出すことで、差別化を図るとともに、地域とのつながりが深まることを目指します。

Ⅱ.地域資源の産業化

■ねらい

地域資源を活用する方策のなかでも、特に“体験”を伴うものは記憶に強く残り、再訪や市内の他の地域への訪問につながることが期待できます。基本方針Ⅰのストーリーづくりと関連付け、地域資源を活用した体験型コンテンツを展開するとともに、それらをつなぐ（周遊する）仕組みをつくることで、地域経済への波及を目指します。

Ⅲ.人づくりとファンづくり

■ねらい

食、景観、自然、イベントなどさまざまな地域資源が関わる豊かな生活は、越谷市民にとって“日常”であるため、その魅力に気づきにくく、これまで市外へ積極的に発信されることがありませんでした。

そこで、越谷の魅力への「気づき」を与える人材の発掘や育成を行い、市民が地域に愛着を持ち（郷土愛の醸成）、さらに次の発信者となる「人づくり」に取り組みます。また、それぞれの地域資源にファンが生まれ、後継者や担い手につながっていくことを目指します。

Ⅳ.交流人口・関係人口の獲得

■ねらい

本計画の施策が十分な効果を得るためには、調査を通じたターゲットの設定や発信方法の検討といったマーケティングの視点で取組を行い、交流人口・関係人口の獲得につなげることが不可欠です。

また、施策の効果を評価し再訪を促したり、施策のブラッシュアップを図ったりすることで継続的に取組を進め、その結果、地域経済の循環へとつながることを目指します。

（2）取組の全体像

将来像に紐づく4つの基本方針と、12の施策を本計画の取組の全体像として示します。また、4つの基本方針の視点で具体的な施策を検討し、計画期間に推進するものとして2つの重点プロジェクトを位置づけます。

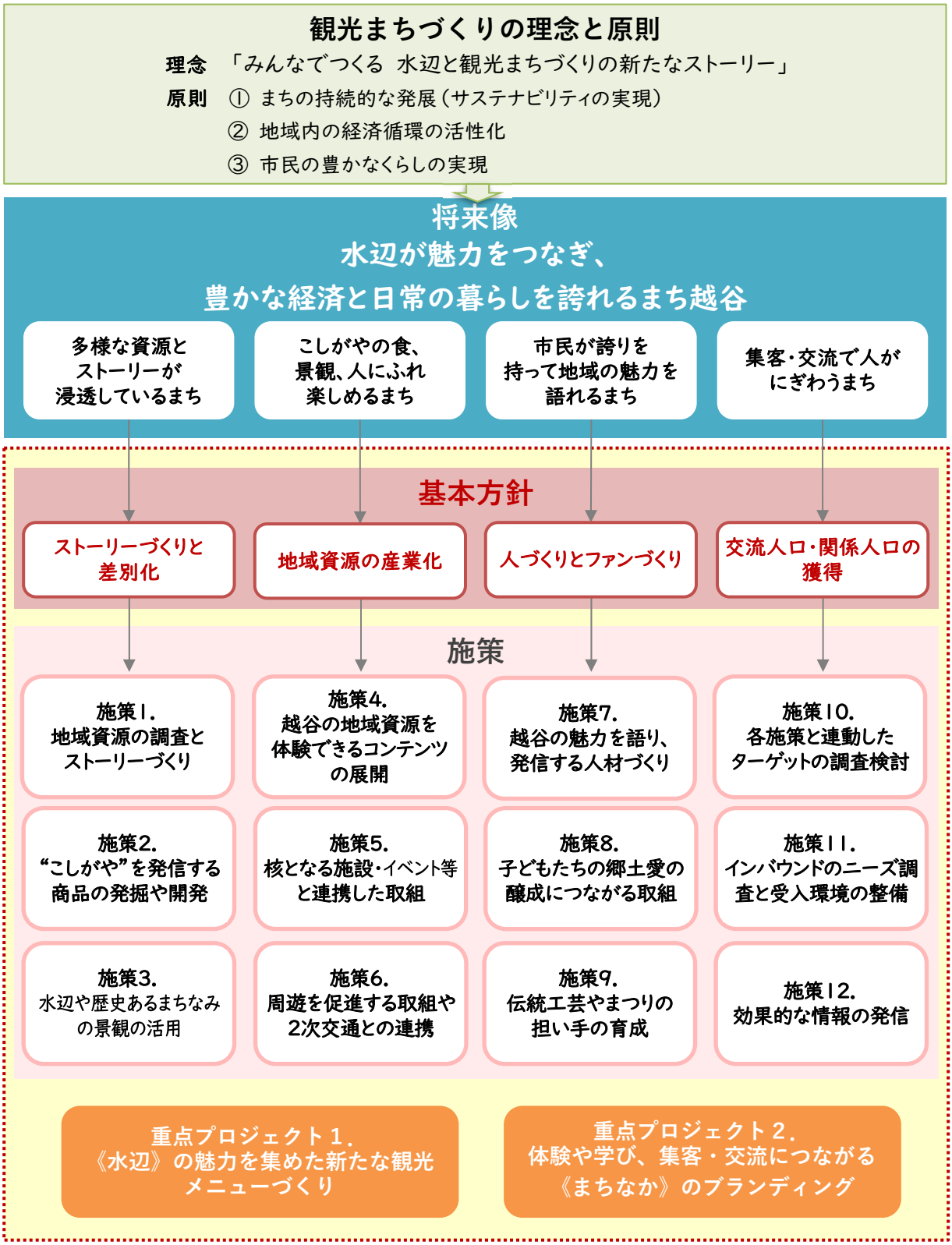


図 24 取組の全体像

第7章　施策メニュー

将来像の実現に向けて、4つの基本方針に基づき地域関係者が一体となって取り組む12の施策メニューを示します。

基本方針Ⅰ．ストーリーづくりと差別化

施策1.地域資源の調査とストーリーづくり

市内には、豊かな水辺空間や歴史あるまちなみ、農産物、伝統的手工芸品、越谷花火大会・南越谷阿波踊りなどのイベントといった多様な地域資源があります。一つ一つの地域資源が持つ歴史や背景、人々の想いを調査・整理してストーリーとして確立し、高い価値や魅力のある地域資源として市内外に定着させることに取り組みます。また、このような地域資源が集まり、越谷のまちの姿を形作ることで、まち全体の価値の高まりやシビックプライドにつながることを目指します。

<施策内容>

- シビックプライドの醸成につながる、地域資源の歴史・背景の調査とストーリーの構築

施策2.“こしがや”を発信する商品の発掘や開発

越谷は古くから農業が盛んで、ねぎやくわいなど良質な農産物が生産されています。また、だるまや手焼きせんべい、ひな人形などの伝統的手工芸品が江戸時代以降脈々と受け継がれてきた歴史があります。さらに最近では、他分野の技術や斬新なアイデアとの連携による新たな商品が生み出されています。

このような食や伝統的手工芸品などを活用した越谷独自の商品の発掘や開発、プロモーションに事業者と連携して取り組み、ブランド化を推進します。

<施策内容>

- 越谷だるまや籠染め技法などの市の伝統工芸と連携した商品開発
- 越谷いちごなど農産物と市内飲食店の連携による新メニュー開発
- 学生やアーティストと連携した伝統工芸品の活用
- 「食」（「こしがや鴨ネギ鍋」など）を通じたプロモーション

施策3. 水辺や歴史あるまちなみの景観の活用

市内には5本の一級河川をはじめとした水辺や旧日光街道越ヶ谷宿のまちなみなど、特徴ある景観が数多くあります。これらの景観は本市の個性として、人々が集い、にぎわいや新たなつながりを生み出す場となることが期待されます。市内の特徴ある景観を活用したコンテンツの展開に取り組みます。

<施策内容>

- イルミネーションイベント「こしがやイルミレイク」の実施
- 大相模調節池の水辺の商業利用によるにぎわいづくり
- 創業やコミュニティづくりの場としての水辺の活用
- 水辺や自然を巡る取組
- 旧日光街道のまちなみやこしがや能楽堂と伝統工芸の連携、和の景観づくり
- 蔵の活用と連携したまちづくり

基本方針Ⅱ．地域資源の産業化

施策4.越谷の地域資源を体験できるコンテンツの展開

観光を取り巻く環境の変化により、コンテンツに付加価値を与えるものとして、非日常を感じる特別な体験の重要性が増しています。また、市内にはいちご観光農園など観光農業による体験・交流施設があり、首都近郊にありながら豊かな農地に恵まれていることから、本市の特長の一つとなっています。

体験は、地域資源の理解が深まるだけでなく、価値の共有や交流のきっかけにもなることから、自然環境や市内産業と連携した体験型コンテンツの展開に取り組みます。

<施策内容>

- 「こしがやサイクルカフェ」事業でのサイクリングとカフェの連携
- 大相模調節池の水辺のアクティビティやマルシェの実施
- こしがや田んぼアートでの田植え・稲刈り体験
- 市内事業者等の技に触れるイベント（「越谷技博」「KOSHIGAYA てしごと市」）の開催
- スポーツ、アート、アウトドアなどの体験型コンテンツの展開
- いちご観光農園や農産物の収穫体験など農業と関連したコンテンツの展開

施策5.核となる施設・イベント等と連携した取組

市内には、イオンレイクタウンやガーヤちゃんの蔵屋敷、花田苑・こしがや能楽堂などの施設や、越谷花火大会、南越谷阿波踊り、越谷市民まつりなどのイベント、さらにはプロバスケットボールチーム「越谷アルファーズ」など市を代表するコンテンツがあり、集客・交流の核となっています。これらのコンテンツと連携した地域の PR、情報発信などに取り組みます。

<施策内容>

- イオンレイクタウンで開催されるイベントとの連携
- 観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」の運営および他市町村との物産・観光交流
- 市を代表するイベント（越谷花火大会、南越谷阿波踊り、越谷市民まつり等）での地域の PR
- プロバスケットボールチーム「越谷アルファーズ」と連携した取組

施策6. 周遊を促進する取組や2次交通との連携

市内には数多くの施設や見どころ、店舗がありますが、それらをつなぐ移動手段や仕組み、鉄道駅からのアクセスなどに課題があります。そこで、移動手段の拡充に取り組むとともに、周遊を促進するイベントなどを実施し、新たな層の興味・関心を呼び起こします。

<施策内容>

- レンタサイクル、シェアサイクル、観光タクシー等での市内周遊の促進
- 日光街道六宿連携スタンプラリーへの参画
- JR 駅からハイキング、東武健康ハイキングの実施
- 「食」や「健康」など関心度が高いテーマを絡めた周遊イベントの開催
- 「ロゲイニング」や「トライアスロン」など新たな要素を絡めた周遊イベントの開催

基本方針Ⅲ．人づくりとファンづくり

施策7．越谷の魅力を語り、発信する人材づくり

越谷の歴史、食、景観といった魅力が市内外に広まるためには、その魅力を理解し、発信する（できる）人材が不可欠です。このため、人材育成やコミュニティづくりに取り組み、その輪がさらに拡大することを目指します。

<施策内容>

- 観光ボランティアガイドの養成
- 市に縁のある著名人と連携したプロモーション
- 越谷を発信する”越谷ファン”のコミュニティづくり

施策8．子どもたちの郷土愛の醸成につながる取組

住むまち、訪れるまちとしての魅力を高め、持続的なまちの発展を図るためには、越谷に住む子どもたちが、越谷を「ふるさと」と感じ、「住み続けたい」と思ってもらうことが重要です。子どもたちが地域の歴史や特徴、地域に根づいたまつりへの理解を深め、郷土愛の醸成につながる取組を推進します。

<施策内容>

- 地域に根づいたまつり（越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど）の普及啓発を通じたふるさとづくり
- 地域の歴史や特徴を楽しみながら学べる取組
- “越谷ファン”が語る子ども向け特別講座の実施

施策9. 伝統工芸やまつりの担い手の育成

江戸時代に日光街道の宿場町「越ヶ谷宿」として栄えた越谷では、伝統的手工芸品やまつりが現代に至るまで継承されています。しかし、次の担い手に課題を残すものも少なくありません。このような貴重な地域資源を後世に受け継ぐため、新たなアイデアや手法を取り入れながら担い手づくりに取り組みます。

<施策内容>

- 地域に伝わるまつりや技術の継承の取組
- 【再掲】越谷だるまや籠染め技法などの市の伝統工芸と連携した商品開発
- 【再掲】地域に根づいたまつり（越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど）の普及啓発を通じたふるさとづくり
- 【再掲】学生やアーティストと連携した伝統工芸品の活用

基本方針Ⅳ．交流人口・関係人口の獲得

施策10．各施策と連動したターゲットの調査検討

各施策において確実な効果を得るために、それぞれの施策に訴求するターゲットを明確化します。また、ターゲット設定に必要な“来訪者属性”や“観光動態”、“情報取得の手段”等の調査データを継続的に取得し、施策の効果測定を行います。

<施策内容>

- ビッグデータ等を活用した現状把握と調査分析

施策11．インバウンドのニーズ調査と受入環境の整備

新型コロナウイルス感染症の収束後、国内のインバウンド需要は回復の兆しをみせ、今後はさらなるインバウンドの増加が見込まれています。本市においても、インバウンドの誘客を見据えた観光商品のニーズ調査や商品造成、受入環境の整備に取り組みます。

<施策内容>

- インバウンド向けガイドブックの制作
- 越谷の歴史文化やまつりを楽しめる日帰り観光メニューの造成

施策12．効果的な情報の発信

施策10の調査データを活用して、ターゲットに応じた効果的な発信方法を検討します。また、行政や観光協会、民間事業者の HP や SNS、パンフレットの他、“越谷ファン”によるロコミでの発信等を組み合わせた方策を検討します。

<施策内容>

- ガイドブックや季節ごとのチラシの制作・発行
- SNS を活用した情報発信
- 地域メディアとの連携による情報発信

「観光まちづくり」の取組

本計画では、市民・事業者・団体・行政などさまざまな主体がそれぞれの持つ強みを発揮しながら、越谷が持続的に豊かなまちとなる「観光まちづくり」を目指します。ここでは、それぞれの立場で「観光まちづくり」に取り組んでいる事例を紹介します。

こしがや「まち未来創造塾」が考えた観光まちづくりビジョン

“新たな都市近郊型観光都市 ルーバンシティを目指す。”

こしがや「まち未来創造塾」（通称「未来塾」）は、一般社団法人越谷市観光協会が平成27年度から開催しており、観光に関する事業化促進と人材育成を目的としています。“越谷の観光の魅力は、住みやすいまちから始まる”という想いのもと、越谷を盛り上げたいと考える仲間たちが「知識習得」と「行動」を両輪として、観光まちづくりに取り組んでいます。

未来塾では令和4年度に、市民目線での観光まちづくりビジョンとして、“新たな都市近郊型観光都市 ルーバンシティを目指す。”を独自に策定しました。

「ルーバンシティ」は、田舎（rural：ルーラル）と都会（urban：アーバン）を掛け合わせた越谷のまちの姿を示す造語です。地理的に都市と郊外の境目であること、豊かな自然や農業と都市近郊の便利な暮らしが共存していること、伝統工芸をはじめとした長い歴史と今後の発展性を有することなど、“田舎と都会の双方の多面的な魅力を持つまち”であることを表しています。

このビジョンには、「豊富なまちの魅力に市民が気付き、誇りを持って越谷に住み・働くこと、そして、まちのストーリーを通じて、越谷の知名度が全国に知られ、交流・関係人口が増加することが、日常的にも経済的にも豊かな暮らしにつながる」という考え方がまとめられています。

未来塾では「ルーバンシティ」の実現を目指し、観光学についての講義を通して知識を習得しながら、農業・水辺・伝統未来・キャンプの4つのテーマで活動を進めています。また、シビックプライドの醸成やブランディングについて塾生間でディスカッションを行い、越谷の将来像を明確に考え、主体的に行動する塾生を育成しています。

レジャー・自然・農業のつながりで地域の新たな魅力を創る

令和6年3月、市内東町にキャンプ場が新たにオープンしました。事業を手がけるキャンプナノ㈱では、キャンプを通じた自然との触れ合いを広めつつ、さらに、収穫体験など地域農業との連携や、水辺の活用の検討も進めています。都心からわずか25kmで豊かな自然環境を体験できるのが本市の特長であり、キャンプナノ㈱はそれが越谷に住む人・越谷を訪れる人の“日常”となることを目指しています。

このような身近な自然環境や農業と連携した取組によって、地域の新たな魅力が創られ、本市の“観光”の一つとして定着していくことが期待されます。

越谷 × テーマパーク化計画

旧日光街道越ヶ谷宿は、江戸時代から発展してきた宿場まちとしての歴史的背景をもち、新たな人と経済、文化交流の場所として、今もなお、まちの魅力を発信できるエリアです。

まちづくり越谷を中心に、商工会議所、商店会および市民団体が、これまで、イベントによるにぎわいづくりや人材育成に取り組んできました。

宿場町の面影を残す景観をはじめ、そこでの人の暮らしと歴史は、新しくつくることはできません。マルシェ（市）の開催やコミュニティシェアスペース・広場の活用をし、人を集め、交流し、新旧の様々な魅力が共存する「歩きたいまち　歩みだすまち」と人々の暮らしにあるテーマパークのような場づくりを目指し、取り組んでいます。

第8章 重点プロジェクト

本計画では、観光まちづくり推進の目玉として「水辺」と「まちなか」をテーマとした重点プロジェクトを設定し、取組を進めます。この重点プロジェクトを第7章の施策と連携して推進することで、相互に高い効果が得られることをねらいます。

重点プロジェクト１．《水辺》の魅力を集めた新たな観光メニューづくり

5本の一級河川が平坦な土地に流れる越谷では、古くから人々の生活や産業と水辺が密接な関係にありました。豊かな水辺は越谷が誇る魅力の一つであり、大相模調節池を中心に水辺のアクティビティやイベントなども活発に行われています。

本プロジェクトでは、まず、イオンモール㈱及び埼玉県と連携し大相模調節池の活用に取り組みます。水辺の民間活用を通じて、商業店舗の誘致並びにマルシェの開催やカヌー・小型ヨット・SUP などのアクティビティによるにぎわいを創出するとともに、創業やコミュニティの拠点を整備します。

また、越谷市観光協会を中心とした市内事業者との連携のもと、新たな観光メニューづくりに取り組みます。

越谷市観光協会では、「レイクタウンボートパーク」や「こしがやイルミレイク」など水辺の自然環境や景観を活かした事業のほか、自転車で市内のカフェを巡って楽しむ「こしがやサイクルカフェ」を実施しており、それぞれ地域の特色を捉えたコンテンツとして定着しています。

他にも、水辺での新たな過ごし方・楽しみ方を提案するイベント「Lake and Peace」や、市内や近隣の飲食店が出店するマルシェがレイクアンドピース㈱によって行われています。

さらに周辺には「FlyStation」や「キャンプナノ 越谷キャンプ場」、「越谷いちごタウン」をはじめとするいちご観光農園など、様々な体験型施設も展開されています。これらのコンテンツをレンタサイクルやシェアサイクルでつなぎ、越谷で“非日常”を楽しめる新たな観光メニューをつくります。

メニューづくりにあたっては、事前のターゲット設定とマーケティング調査を実施します。越谷での特別な体験は、特に市外からの来訪者にとって、まちのイメージ向上をもたらし、再訪意欲や他者への推薦などにもつながります。

＜関連事業（第７章からの抜粋）＞

・大相模調節池の水辺の商業利用によるにぎわいづくり
・大相模調節池の水辺のアクティビティやマルシェの充実
・レンタサイクル、シェアサイクル、観光タクシー等での市内周遊の促進
・「食」や「健康」など関心度が高いテーマを絡めた周遊イベントの開催

重点プロジェクト２．体験や学び、集客・交流につながる《まちなか》のブランディング

「まちなか」とよばれる越谷駅東口周辺は、江戸時代から日光街道第三の宿場町である越ヶ谷宿を中心に、商業の拠点として発展してきた歴史があります。創業 100 年以上の商店や、蔵・古民家のあるまちなみは、連綿と紡がれてきた市民の生活にも深くつながっています。また、市内には越谷の歴史や文化に紐づく伝統工芸や商品、技術などが多くあり、それらと関わりのある取組やイベントが行われています。

本プロジェクトでは、越谷の歴史・文化・技術などと触れ合える場所として「まちなか」のブランディングを推進し、まちの価値向上とともに交流人口・関係人口の増加を図ります。

新型コロナウイルス感染症の拡大をきっかけに地元や近場の地域資源の価値が見直され、個人・グループによるまちあるきや地域資源を巡るウォーキングイベントなどが積極的に行われています。

越ヶ谷宿には古民家を複合施設としてリノベーションした「はかり屋（旧大野家住宅）」をはじめ、「木下半助商店」「都築家糀屋蔵」の3件の国登録有形文化財があります。また、そのほかにも越谷の伝統的手工芸品である雛人形の製造・販売を行う店舗や大正・昭和時代に建てられた店舗・古民家が建ち並んでいます。いずれも、この地に住み、働く人々が紡いできた歴史を感じられるものです。

また、古くからの藍染技法を蘇らせた工芸品「籠染灯籠」を店舗に設置するなど、和の景観づくりに取り組む動きも見られます。

「まちなか」の地域資源を活用して、「越谷技博」「越ヶ谷宿の雛めぐり」といったイベントが開催され、越谷市観光協会、越谷商工会議所、地元商店会、㈱まちづくり越谷などの団体・事業者が運営に関わっています。これらの関係者の連携によって、越谷の歴史・文化・技術などを体験し、学ぶメニューを提供することで、越谷の新たなファンをつくります。

さらに、街道沿いをテーマに地域が育んできた歴史・文化・技術を共通のストーリーでブランディングし、国内および海外への発信により誘客を促進、まちの活性化のしくみ作りを進めます。

＜関連事業（第 7 章からの抜粋）＞

- 旧日光街道のまちなみと伝統工芸の連携、和の景観づくり
- 蔵の活用と連携したまちづくり
- 地域に根づいたまつり（越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど）の普及啓発を通じたふるさとづくり
- 歴史文化やまつりを楽しめる日帰り観光メニューの造成
- 地域に伝わるまつりや技術の継承の取組
- 市内事業者等の技に触れるイベント（「越谷技博」「KOSHIGAYA てしごと市」）の開催

第9章　目標値

将来像と基本方針に紐づく5つの目標値を本計画の数値目標とし、12の施策の効果や達成状況を継続的に評価します。

《　将　来　像　》
[基本方針（施策 No.）]

多様な資源とそのストーリーが浸透しているまち

ストーリーづくりと差別化
（施策1、2、3）

こしがやの食、景観、人にふれ楽しめるまち

地域資源の産業化
（施策4、5、6）

市民が誇りを持って地域の魅力を語れるまち

人づくりとファンづくり
（施策7、8、9）

集客・交流で人がにぎわうまち

交流人口・関係人口の獲得
（施策10、11、12）

《 指標の基準値・目標値・測定方法 》

指標名	基準値	目標値 (R12年)	測定方法
指標① 資源の認知度	市民：78.2% 市外：14.3% (令和５年値)	市民：90% 市外：30%	・市の代表的な資源に関する市民、市外在住者へのアンケート調査
指標② 市内来訪の推奨度	31% (令和５年値)	50%	・市外から越谷に来訪した経験のある人へのアンケート調査
指標③ シビックプライド （市への共感）	28.6% (令和６年値)	31.5% (令和6年値 ＋10%)	・市内外でのアンケート調査
指標④ 観光来訪者数 （年間）	559,920 人 (令和６年値)	616,000 人 (令和6年値 ＋10%)	・（公社）日本観光振興協会が実施する「デジタル観光統計オープンデータ」における本市の観光来訪者数
指標⑤ 観光消費額単価	3,027 円 (令和６年値)	3,330 円 (令和6年値 ＋10%)	・市内複数の地点でのヒアリング調査 ・来訪者の消費額、立ち寄り箇所等を聞き取り、単価を算出

第10章　推進のしくみ

(1) 観光まちづくりの推進のしくみ

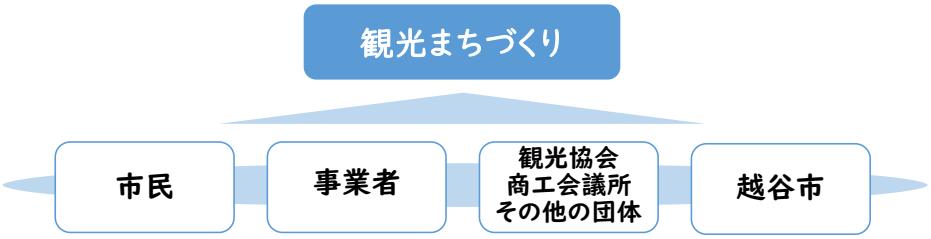
観光分野はすそ野が広いことから、幅広い地域課題の解決につながることが期待されます。そのため、市民・事業者・団体・越谷市がそれぞれの立場から本計画の推進に取り組むこととします。

市は、将来像の実現に向け、地域資源の調査とストーリーづくりをはじめ総合的に本計画の推進に取り組むとともに、国・県・他の自治体との調整を行います。

観光協会及び商工会議所、その他の団体は、観光まちづくり事業を実施・推進するとともに、観光まちづくりに取り組む事業者の支援と連携に取り組みます。

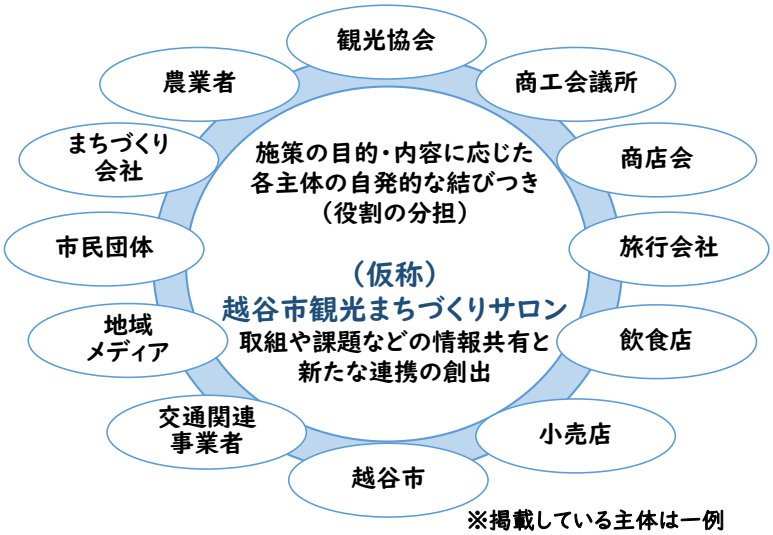
事業者は、地域経済の循環と市民生活を支える、観光まちづくりの担い手として各施策に協力し、魅力ある地域の実現を目指します。

市民は、市内の多様な地域資源に対する理解を深め、その魅力を発信することで、観光まちづくりに参画します。



(2) 各施策の取組のしくみ

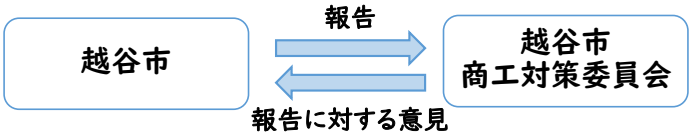
多様な地域の主体が施策のプレーヤーとして任意性と自発性をもって行動する“自律分散型”組織を目指し、各施策に取り組みます。主体間の関係や立場はフラットであるとの考えのもと、種々の地域課題に対し、各主体が自発的に結びつき、それぞれの役割を担い、補いあって各施策に取り組みます。連携の軸として、「(仮称)越谷市観光まちづくりサロン」を位置づけ、取組や課題に関する関係者間の情報共有を図るとともに、新たな連携の創出を図ります。



※掲載している主体は一例

(3) 進捗状況の確認のしくみ

計画の進捗に関して、第9章の各指標に関する調査を毎年度実施し現況を把握するとともに、市の附属機関である越谷市商工対策委員会に対し報告を行い、適宜、方向性の確認や施策の見直しなどを行っていきます。



巻末資料

（1）越谷市商工対策委員会

○越谷市商工対策委員会条例

昭和４８年３月３１日
条例第２０号
改正　昭和４８年１２月２５日条例第４８号
昭和５７年６月２８日条例第１４号
平成３年９月２７日条例第２５号
平成１１年１２月２８日条例第３１号
平成１２年４月１１日条例第３０号
平成１７年３月３１日条例第２３号
平成２８年３月２３日条例第２７号
令和２年１２月１６日条例第４１号

（目的）

第１条　この条例は、地方自治法（昭和２２年法律第６７号）第１３８条の４第３項の規定に基づき、越谷市商工対策委員会の設置、組織および運営に関する事項を定めることを目的とする。

（設置）

第２条　市長の諮問に応じ、次に掲げる事項を調査審議するため、越谷市商工対策委員会（以下「委員会」という。）を置く。

（１）　商工団体の育成および推進に関する事項
（２）　商工観光事業に関する事項
（３）　商工業の金融に関する事項
（４）　工場の立地および移転に関する事項
（５）　商工業の雇用に関する事項
（６）　前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める事項

（組織）

第３条　委員会は、委員１５人以内で組織する。

２　委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

（１）　商工会議所を代表する者
（２）　知識経験者

（委員）

第４条　委員の任期は、２年とし、再任されることを妨げない。ただし、その職にあるため委員となった者の任期は、その在職期間中とする。

２　委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

（会長および副会長）

第５条　委員会に会長および副会長を置く。

２　会長および副会長は、委員の互選により定める。

３　会長は、委員会を代表し、会務を総理し、会議の議長となる。
４　副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。
（会議）
第６条　委員会の会議は、会長が招集する。
２　委員会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。
３　会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは議長が決する。
（庶務）
第７条　委員会の庶務は、環境経済部経済振興課において所掌する。
（委任）
第８条　この条例に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、市長が定める。
附　則
この条例は、公布の日から施行する。
附　則（昭和４８年条例第４８号）抄
１　この条例は、昭和４９年１月１日から施行する。
附　則（昭和５７年条例第１４号）抄
（施行期日）
１　この条例は、昭和５７年７月１日から施行する。
附　則（平成３年条例第２５号）抄
（施行期日）
１　この条例は、平成３年１０月１日から施行する。
附　則（平成１１年条例第３１号）抄
（施行期日）
１　この条例は、平成１２年４月１日から施行する。
附　則（平成１２年条例第３０号）抄
この条例は、公布の日から施行する。
附　則（平成１７年条例第２３号）
この条例は、平成１７年４月１日から施行する。
附　則（平成２８年条例第２７号）
（施行期日）
１　この条例は、平成２８年４月１日から施行する。
（経過措置）
２　この条例の施行の際現に改正前の第３条第２項第１号の規定により委嘱されている越谷市商工対策委員会委員は、改正後の第３条第２項第１号の規定により委嘱された越谷市商工対策委員会委員とみなす。
附　則（令和２年条例第４１号）抄
（施行期日）
１　この条例は、令和３年４月１日から施行する。

越谷市商工対策委員会

区　分		氏　名	選　出　団　体
商工会議所を代表する者	会　長	井　橋　吉　一	越谷商工会議所
商工会議所を代表する者	副会長	中　島　美三郎	越谷商工会議所
知識経験者	副会長	江　原　武　男	（一社）越谷市観光協会
知識経験者		大　野　聡　史	（一社）越谷青年会議所
知識経験者		小　櫃　義　徳	（一社）埼玉県中小企業診断協会
知識経験者		中　村　　靖	（株）日本政策金融公庫　越谷支店
知識経験者		沓　沢　隆　行	埼玉中小企業家同友会　東部地区会
知識経験者		中　内　啓　夫	ポラス（株）
知識経験者		納　代　信　也（第１回） 黒　﨑　　徹（第２回）	（株）ＪＴＢ　埼玉支店
知識経験者		宮　嶋　佐知子	イオンモール（株）
知識経験者		桃　木　利　幸	越谷市商店会連合会
知識経験者		山　本　佳　子	埼玉県社会保険労務士会　越谷支部

任期：令和 4 年 12 月 22 日～令和 6 年 12 月 21 日

商工対策委員会 審議状況

令和５年１２月　　越谷市商工対策委員会　第１回会議（12/22）
・委嘱状交付
・諮問
・（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について

令和６年　２月　　越谷市商工対策委員会　第２回会議（2/26）
・（仮称）越谷市観光まちづくり振興計画（案）について
・答申案について

越経第１２８２号
令和５年１２月２５日

越谷市商工対策委員会
会　長　井　橋　吉　一　様

越谷市長　福　田　　晃

「(仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案)」について（諮問）

越谷市商工対策委員会条例第２条の規定に基づき、次のとおり諮問いたします。

記

１．（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について

諮問事項

（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について

持続的な地域の活性化と、住むまち・訪れるまちとしての魅力を向上する「観光まちづくり」を推進する指針として（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画を策定します。

諮問理由

越谷市では、人の移動と交流による、にぎわいの創出と地域経済の循環の促進について、第５次総合振興計画前期基本計画の「魅力と活力でライフスタイルを豊かにする」に位置付け、集客・交流を図る観光の推進や観光情報の効果的な発信に取り組んでいます。また、観光振興計画では、「観光資源のブラッシュアップ」、「観光を核としたブランドプロモーションの推進」および「シビックプライド（郷土愛）の醸成と観光人材の育成」などの基本方針を定め、各種施策を実施しています。

一方、新型コロナウイルス感染症により地域経済は大きな影響を受け、人の移動と交流が制限されました。四季折々のイベントの中止や観光事業の縮小を経験し、観光を取り巻く事業者、消費者、受け入れる地域の環境や価値観は大きく変化しました。そこで、ポスト・コロナに向け、その変化に対応し、「観光まちづくり」を推進することを目的に、市の最上位計画である第５次越谷市総合振興計画の分野別計画として位置づけた本計画の策定を図ります。

令和６年３月１５日

越谷市長　福　田　　晃　様

越谷市商工対策委員会
会 長　　井 橋　　吉 一

（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について（答申）

令和５年１２月２５日付け、越経第１２８２号をもって諮問のありました　（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について、別紙のとおり答申します。

答　申

本委員会において、（仮称）越谷市観光まちづくり推進計画（素案）について、慎重に審議した結果、本市の観光まちづくりの将来像や施策の基本方針など、今後の方向性としては概ね妥当であると判断し、下記を付帯意見として添え、答申といたします。

観光とまちづくりの視点による地域の活性化が実現されるよう、付帯意見を踏まえ、実効的かつ効果的な取組みが推進されることを望みます。

また、本委員会で出された各委員の意見につきましては、今後の計画策定を進めるにあたり、十分参考とされるよう望みます。

記

１．地域資源を活用したまちの魅力づくりについて

観光まちづくりの推進にあたっては、地域資源をストーリーとして編集し、効果的なプロモーションに取り組む必要があります。食、景観（水辺や旧日光街道のまちなみ)、歴史、文化など、本市の多様な地域資源を活用し、まちの魅力が市内外に広く発信される施策の展開について検討すること。

２．集客・交流による地域経済の循環について

現在の人口減少社会においては、市場規模の縮小などにより経済の衰退が懸念されています。観光まちづくりの関係者が主体的に連携し、地域資源の活用をすすめ、集客・交流を図り、地域経済の循環へとつながる取組について検討すること。

３．豊かなくらしを通じたシビックプライドの醸成について

多様なライフスタイルが存在する本市においては、さまざまな地域資源と関わることによる豊かなくらしがまちの魅力であり、住み・働く人々の誇りとなります。観光まちづくりを通じて市民の地域への共感を醸成し、本市が「住み続けたいまち」として感じられる取組について検討すること。

４．観光まちづくり推進計画の継続的な検証と見直しについて

観光まちづくり推進計画は、本市の総合的な行政計画である第５次総合振興計画の分野別計画として位置づけられています。総合振興計画との整合性を図るとともに昨年度策定した中小企業振興計画と相互に連携し取り組むこと。さらには本計画の目標と施策について、継続的に検証し効果的にすすめること。

また、観光まちづくりに共に取り組む事業者や団体との情報共有を図り、検証結果の反映や具体的な施策の見直しについて関係者の意見や提案を効果的に活用できるよう、必要な仕組みづくりについて検討すること。

（2）パブリックコメント

・実施期間：令和６年１月４日（木）～２月２日（金）
・受付方法：電子申請、郵送、FAX、メール、「ご意見箱」への投函
・結果：０件（意見なし）

越谷市観光まちづくり推進計画

令和6年（2024 年）4月

発 行　越谷市

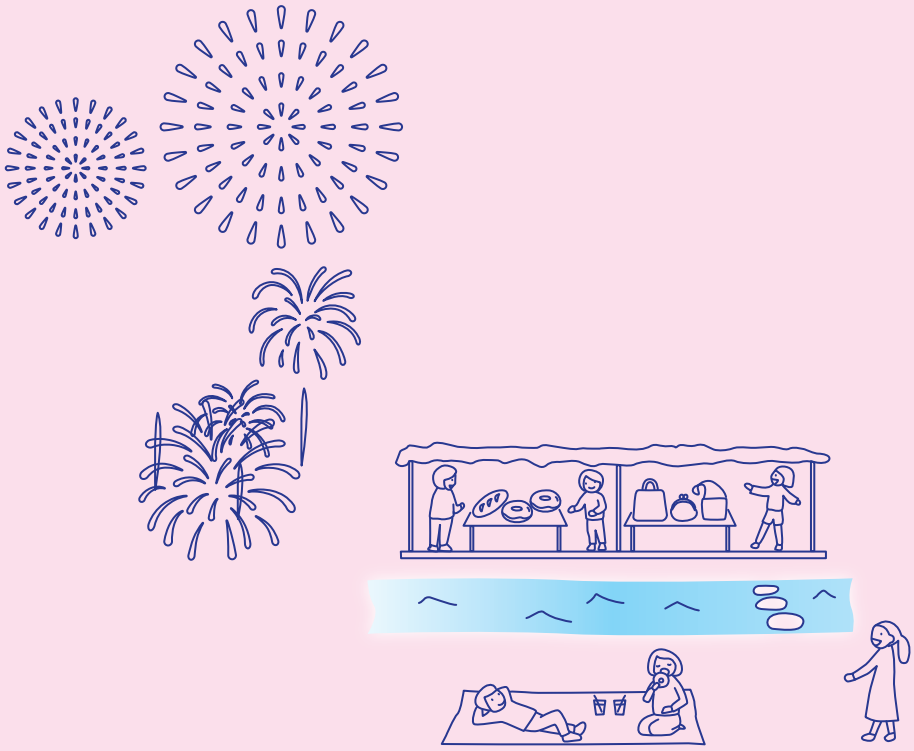
編 集　越谷市 環境経済部 経済振興課

〒343-8501

埼玉県越谷市越ヶ谷四丁目2番1号

TEL 048-967-4680

HP　https://www.city.koshigaya.saitama.jp/



越谷市観光まちづくり推進計画

令和６年４月　埼玉県越谷市