



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

概要版



令和6年4月

埼玉県越谷市

Ⅰ 計画策定の趣旨

○ 観光まちづくりに取り組む理由

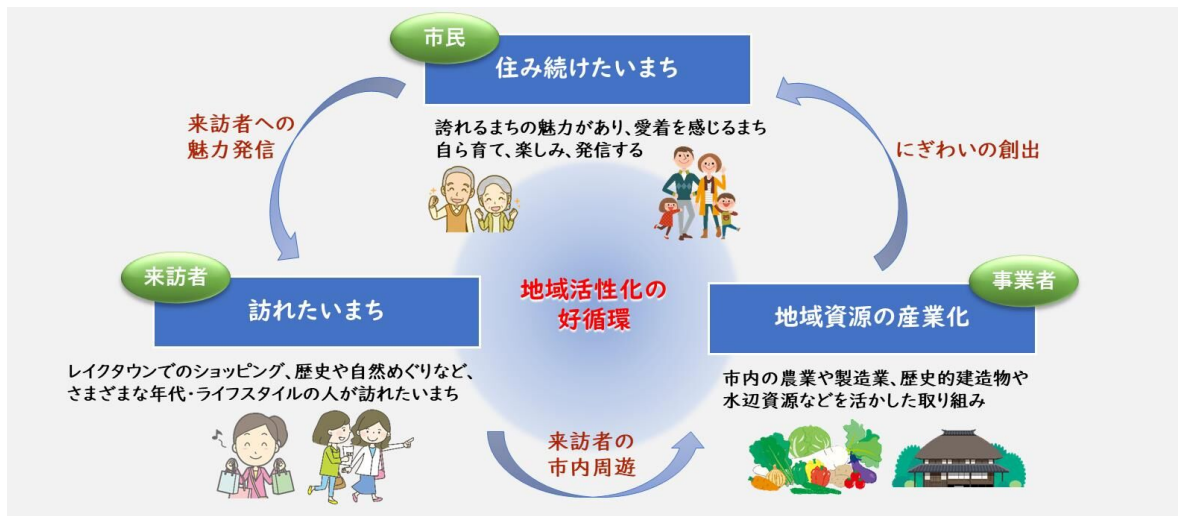
越谷市は、高度経済成長期以降、首都近郊のベッドタウンとして開発が進み、中核市に移行するなどして発展してきました。このような本市の特性を活かすため、平成 28 年度に「越谷市観光振興計画」を策定し、“都市型観光”に取り組んできました。

しかしながら、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。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おり、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。

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。



○ 計画の位置づけ・計画期間

- ・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。
- ・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。

○ 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ました。

2 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。

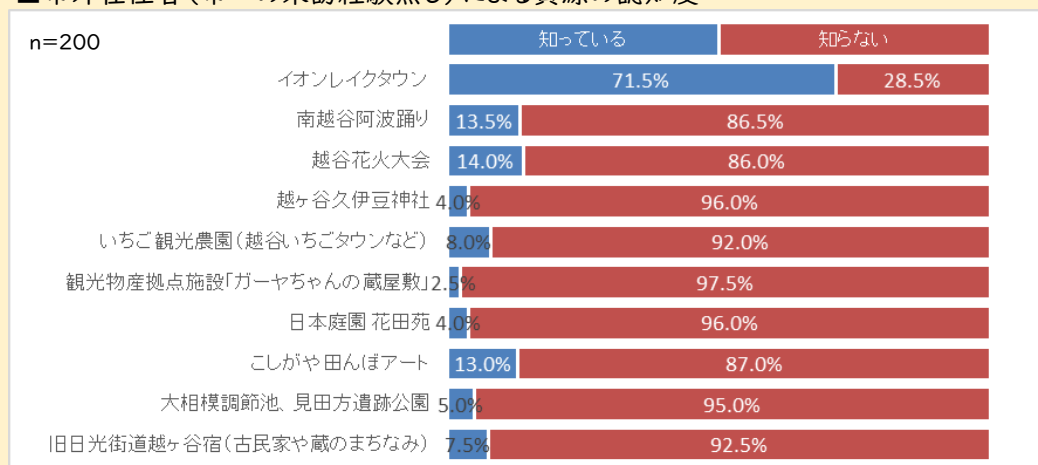
【越谷市の特長】

- 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
⇒ 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）。

■ 市外在住者（市への来訪経験無し）による資源の認知度

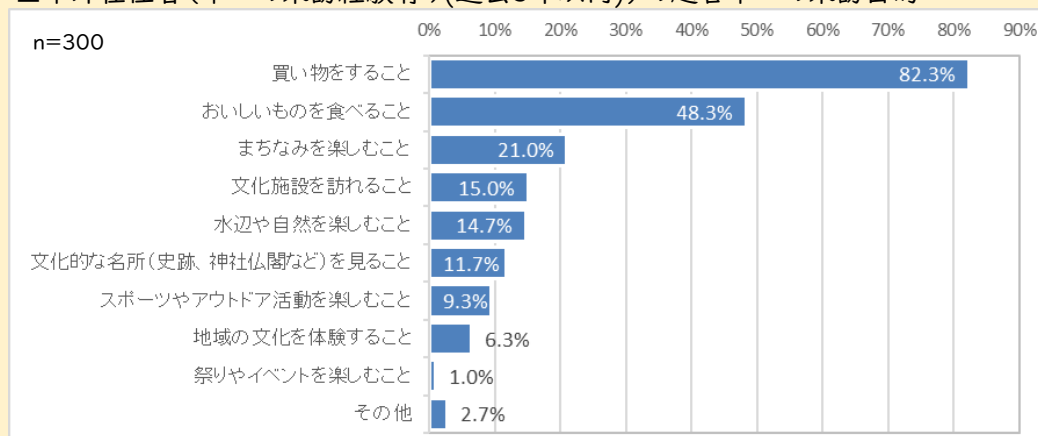


※回答者に地域資源の説明文と写真をお見せし、資源を「知っているか」尋ねた。

- 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）。

■ 市外在住者（市への来訪経験有り(過去5年以内)）の越谷市への来訪目的



- 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 ○○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）。

3 越谷市における観光まちづくりの理念と原則

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」について越谷市における観光まちづくりの理念と原則として定めました。

■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。

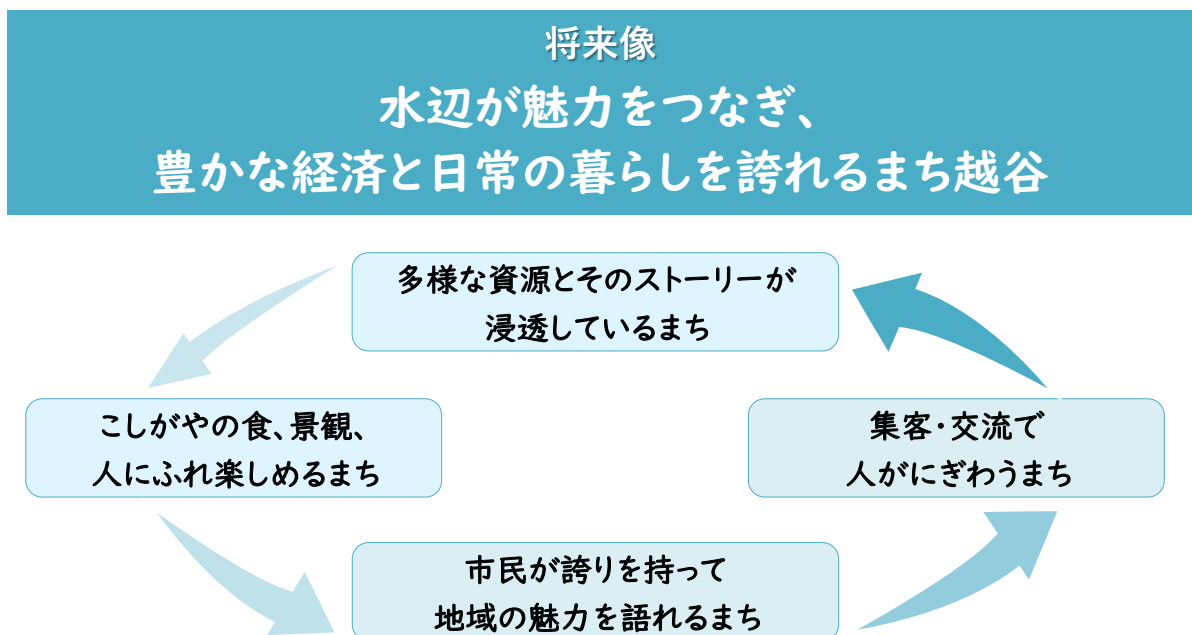
■原則

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

4 将来像

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。



5 取組の全体像

取組の全体像として将来像に紐づく4つの基本方針と、12の施策を示します。

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。



6 基本方針と施策メニュー

基本方針Ⅰ.ストーリーづくりと差別化

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。

施策Ⅰ. 地域資源の調査とストーリーづくり

- ・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む
- ・地域資源が集まり、越谷のまちの姿を形作ること、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す

施策Ⅱ. “こしがや”を発信する商品の発掘や開発

- ・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

施策Ⅲ. 水辺や歴史あるまちなみの景観の活用

- ・特徴ある景観を活用したコンテンツの展開に取り組む

基本方針Ⅱ. 地域資源の産業化

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。

施策Ⅳ. 越谷の地域資源を体験できるコンテンツの展開

- ・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む

施策Ⅴ. 核となる施設・イベント等と連携した取組

- ・市内の集客・交流の核となる施設やイベント、コンテンツと連携した地域のPR、情報発信などに取り組む

施策Ⅵ. 周遊を促進する取組や2次交通との連携

- ・市内の周遊の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・関心を引き起こす

基本方針Ⅲ. 人づくりとファンづくり

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。

施策Ⅶ. 越谷の魅力を語り、発信する人材づくり

- ・越谷の魅力を理解し、発信できる人材の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す

施策Ⅷ. 子どもたちの郷土愛の醸成につながる取組

- ・越谷を「ふるさと」と感じ、「住み続けたい」と思ってもらうため、子供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

施策Ⅸ. 伝統工芸やまつりの担い手の育成

- ・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む

基本方針Ⅳ. 交流人口・関係人口の獲得

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。

施策Ⅹ. 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
- ・ターゲット設定に必要な調査データを継続的に取得し、施策の効果測定を行う

施策Ⅺ. インバウンドのニーズ調査と受入環境の整備

- ・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む

施策Ⅻ. 効果的な情報の発信

- ・施策Ⅹ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
- ・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”による口コミでの発信等を組み合わせた方策を検討

7 重点プロジェクト

重点プロジェクトⅠ. 《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。

- ・イオンモール(株)及び埼玉県と連携し大相模調節池を活用
- ・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
- ・水辺周辺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る
- ・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

重点プロジェクトⅡ. 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。

- ・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る
- ・「まちなか」の地域資源を活用し、関係者の連携を図り、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る
- ・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る

8 目標値

《 将 来 像 》
[基本方針(施策 No.)]

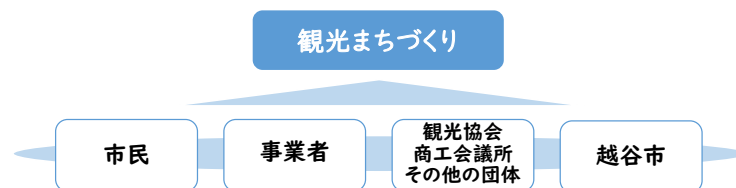
《 指標の基準値・目標値 》

	指標名	基準値	目標値 (令和12年)
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)	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%
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)	指標② 市内来訪の推奨度	31% (令和5年値)	50%
市民が誇りを持って市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)	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%)
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%)
	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%)

9 推進のしくみ

○ 観光まちづくりの推進のしくみ

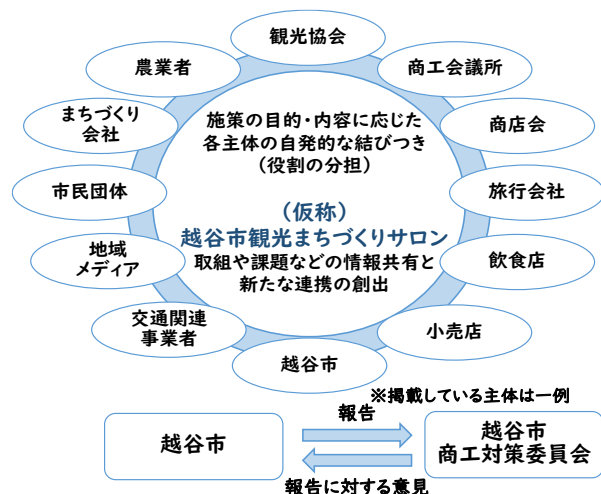
観光分野はすそ野が広いことから、幅広い地域課題の解決につながることが期待されます。そのため、市民・事業者・団体・越谷市がそれぞれの立場から本計画の推進に取り組むこととします。



○ 各施策の取組・進捗状況の確認のしくみ

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、各施策に取り組めます。

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。



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/>



計画書本編はこちら