

2017 年度
「越谷市觀光振興計畫」
進捗狀況報告書

2019 年 3 月
環境經濟部觀光課

【目次】

| | |
|----------------------------------|----|
| 1. 越谷市観光振興計画の目標の管理と評価..... | 1 |
| 2. 目標値に対する実績値とその達成率を測定..... | 3 |
| 3. 主要施策の評価とリーディングプロジェクトの推進..... | 4 |
| (1) 主要施策の実施状況..... | 4 |
| ①観光資源のブラッシュアップ..... | 4 |
| 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..... | 4 |
| ③新たな魅力の創造と観光基盤の整備..... | 5 |
| ④観光を核としたブランドプロモーションの推進..... | 6 |
| ⑤訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進..... | 6 |
| ⑥シビックプライド（郷土愛）の醸成と観光人材の育成..... | 7 |
| (2) リーディングプロジェクトについて..... | 9 |
| ①水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり..... | 9 |
| ②イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上..... | 9 |
| ③食を活かしたトップブランドの創出..... | 9 |
| ④(株)JTBのノウハウを活かした展開..... | 10 |
| ⑤宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備..... | 10 |
| ⑥ターゲットを明確にしたプロモーションの強化..... | 10 |
| ⑦訪日外国人旅行者を対象にしたクールなコンテンツづくり..... | 11 |
| ⑧シビックプライド（郷土愛）の醸成..... | 11 |
| 4. 参考資料【主な事業一覧】..... | 12 |
| 5. 中間検証..... | 14 |
| (1) 目的..... | 14 |
| (2) 検証方法..... | 14 |
| (3) 中間検証..... | 15 |
| ①関連各課所の取組みについて..... | 15 |
| ②関連事業別中間検証一覧..... | 21 |
| ③関連事業者等へのアンケート結果..... | 31 |
| (4) 優先的にすすめる事項..... | 35 |

1. 越谷市観光振興計画の目標の管理と評価

～はじめに～

越谷市観光振興計画（以下、「観光振興計画」という。）を着実に推進するため、次の3つを基本方針とします。

- 「目標の達成状況」、「主要施策の検証」および「リーディングプロジェクトの取組内容」について、分かりやすく体系的に検証します。
- 観光振興に関する包括連携協定を締結している株式会社JTBが培った大手旅行会社のノウハウを活かします。
- 中間検証・最終総括では、関係団体・民間事業者等に情報を提供し、広く意見を集め、各種施策や事業のブラッシュアップの参考にします。

(1) 目的

「観光振興計画」に掲げる将来像「人と水と緑を結ぶ スマイル創造・交流タウン“こしがや”」の実現に向けて設定した目標の達成状況を把握するとともに、実施した各種施策や事業を評価し、もって「観光振興計画」の実効性を確保することを目的とします。

(2) 目標の管理と評価の仕組み

①目標の達成状況

目標値に対する実績値と達成率を測定し、進捗を確認します。

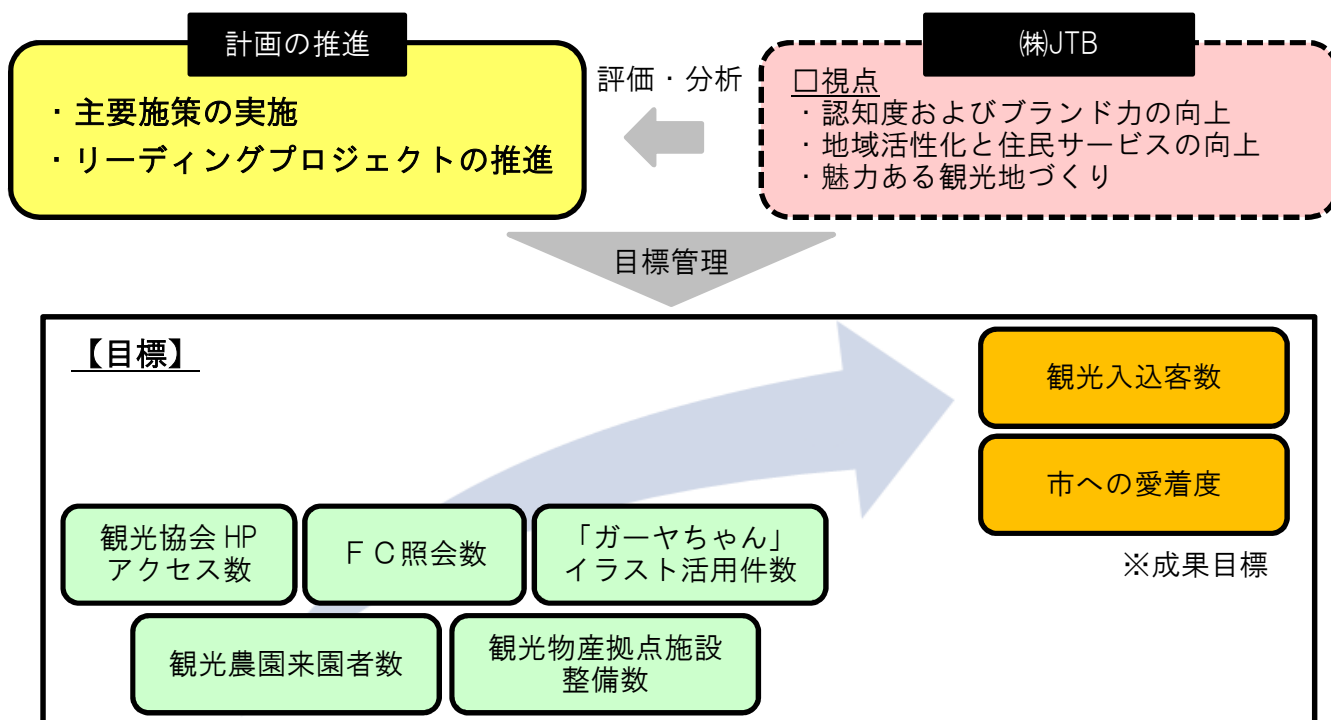
②主要施策の検証

「基本方針」に位置づけた各種主要施策を検証し、課題および今後の方向性等を検討します。また、観光振興に関する包括連携協定を締結している(株)JTBに分析を依頼し大手旅行会社のノウハウを活かします。

③リーディングプロジェクトの取組内容

主要施策に位置づけられている「リーディングプロジェクト」の具体的な取組内容を適切に把握・整理します。

【イメージ】



(3) 管理と評価のスケジュール

①進行管理

進行管理では、上記(2)のとおり各年度を単位とした進捗状況を把握します。

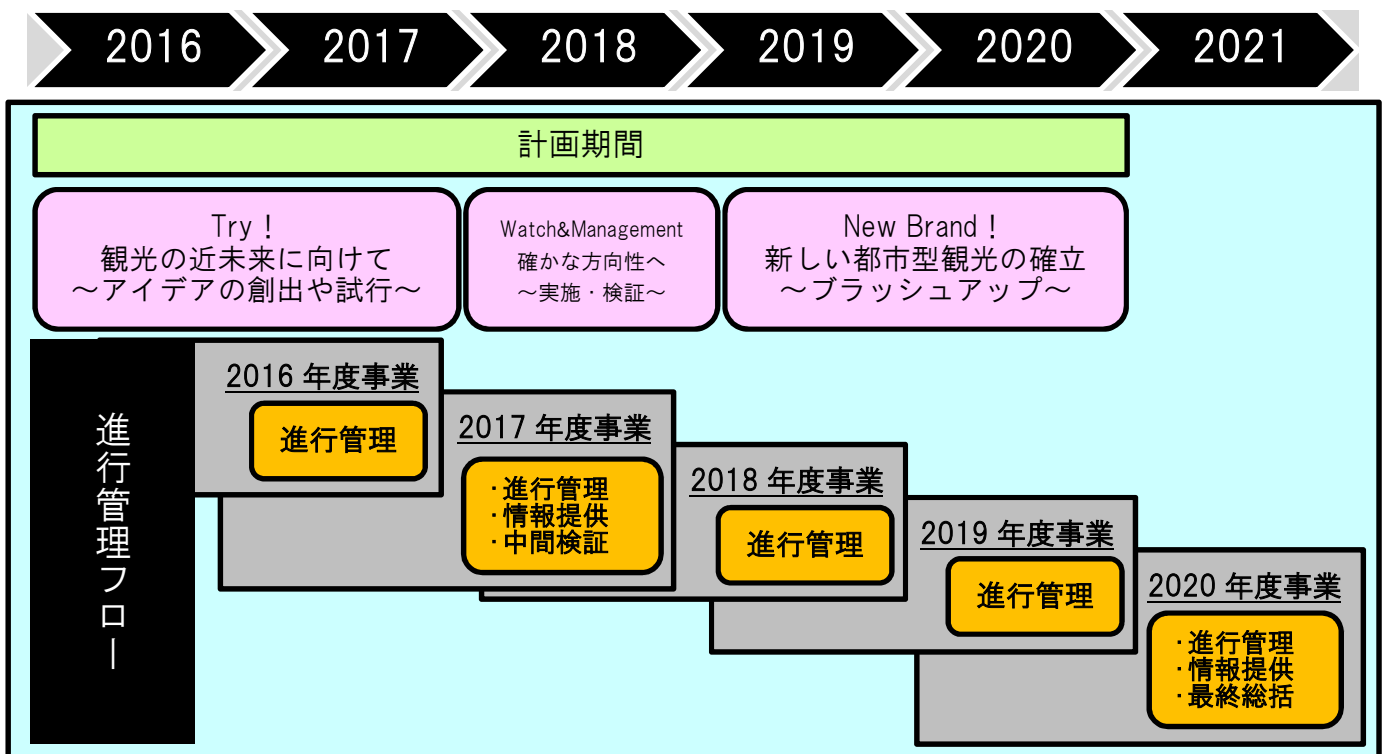
②中間検証・最終総括

2018年度には、2ヵ年(2016・2017年度)の進捗状況を評価し、今後の方向性を検討する中間検証を実施します。また、2021年度には、5ヵ年(2016～2020年度)を総合的に評価する最終総括を実施し、効果および課題等を評価します。

③外部への情報提供

中間検証・最終総括では、市の部局を超えた関係各課所並びに一般社団法人越谷市観光協会体および民間事業者等に情報を提供し、ヒアリング等を実施します。

【スケジュール】



2. 目標値に対する実績値とその達成率を測定

| | 目標 | 単位 | 目標値 (2020) | 計画策定 時(2015) | 進捗状況 | | | | 現在の進捗状況 | 関連する主な事業 | 今後の見通し | |
|---|-------------------|----|---------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|---------|---|--|--|
| | | | | | 2017 | | 2016 | | | | | |
| | | | | | 実績値 | 達成率 (%) | 実績値 | 達成率 (%) | | | | |
| 1 | 観光入込客数 | 人 | 58,000,000 | 52,935,926 | 58,282,514 | 100.5 | 57,733,325 | 99.5 | 計画通り | 市内の名所・旧跡をはじめ、四季折々のイベントや水と緑の豊かな水辺空間等の地域資源のブラッシュアップに取り組みました。また、(株)JTBのノウハウ等の活用を努めています。 | ・越谷愛されグルメ発信事業 ・「ガーヤちゃんの蔵屋敷」運営事業 ・観光ガイドブック等作成 ・地域交流事業 ・魅力発信プロモーション事業 ・北越谷桜まつり事業 ・花火大会 ・田んぼアート事業 ・観光PR事業 ・いちごラン事業 | 既存の地域資源のブラッシュアップに取り組むとともに、地域の魅力の掘り起こしや新たな観光コンテンツづくりに取り組むなど、新たな“都市型観光”を推進します。 |
| 2 | 市への愛着度 | % | 55.0 | 42.0 | 46.6 | 84.7 | 47.2 | 85.8 | 計画通り | 2015年度の市政世論調査から市への愛着度(シビックプライド)について、定点的に数値等を把握・分析しています。2017年度実績値は2016年度と比較して若干減少していますが、全体的に見て、順調に進捗しています。 | ・越谷愛されグルメ発信事業 ・「ガーヤちゃんの蔵屋敷」運営事業 ・越谷市民まつり ・物産展示場(特産品普及啓発事業) ・観光ボランティアガイド事業 | 市への愛着度(シビックプライド)の醸成のため、都市イメージ向上事業やこしがや愛されグルメ発信事業を実施するとともに、特産品や越谷特別市民「ガーヤちゃん」の活用並びにフィルムコミッションの推進に取り組みます。また、地方創生の視点を踏まえて整備した、観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」では、日光街道の宿場町「越ヶ谷宿」の玄関口である越谷駅東口のにぎわいを創出するとともに、“こしがや”の魅力を内外に発信します。 |
| 3 | 観光協会HPアクセス数 | 件 | 180,000 | 144,000 | 183,901 | 102.2 | 162,061 | 90.0 | 計画通り | (一社)越谷市観光協会の情報発信ツールの一つであるホームページの認知度を更に高める必要があります。 | ・ウッドデッキ事業 ・レイクタウン事業 ・人材育成事業 ・サイクリング事業 | 魅力ある観光コンテンツを提供するとともに、よりアクセスしやすい環境を整えるため、積極的に情報を発信します。 |
| 4 | フィルムコミッション照会数 | 件 | 80 | 55 | 109 | 136.3 | 116 | 145.0 | 計画通り | 継続的に撮影場所の提供に努めています。 | ・フィルムコミッション事業 | PRチラシ等を作成し、市のイメージアップにつながるような作品の誘致に努めるなど、撮影場所の提供を推進します。 |
| 5 | 「ガーヤちゃん」イラスト活用件数 | 件 | 220 | 55 | 406 | 184.5 | 336 | 152.7 | 計画通り | 「ガーヤちゃん」イラストや着ぐるみについて、庁内はもとより、民間事業者・団体等の利用促進に努めています。また、(一社)越谷市観光協会では、LINEスタンプを作成・販売しました。 | ・「ガーヤちゃん」の活用(キャラクターデザイン作成委託料等) | 「ガーヤちゃん」イラストや着ぐるみの利用促進に継続的に取り組みます。また、市内外のイベントに出演するなど「ガーヤちゃん」を活用した市のPRに取り組めます。 |
| 6 | 市内観光農園来園者数 ※累計 | 人 | 627,000 | 147,794 | 397,218 | 63.4 | 307,886 | 49.1 | 計画通り | 観光農園マップの作成、いちご関連イベントの開催、イベントへの参加により観光農園のPRを行っています。 | ・高収益農業推進事業 | 継続的に市内観光農園のPRを行います。 |
| 7 | 観光物産拠点施設整備数 | 件 | 1 | 1 | — | — | 1 | 100.0 | 計画通り | 観光イベントや観光スポット並びに特産品等の情報発信および広域観光を展開するため、越谷駅東口の高架下に、観光物産拠点施設を整備しました。 | ・観光物産拠点施設整備事業 ・「ガーヤちゃんの蔵屋敷」運営事業 | 観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」において、観光物産をはじめ市の魅力や広域的な観光情報等の発信を、運営主体である越谷市観光協会および市内事業者など関係団体等と連携を図りながら、取り組んでいきます。 |

3. 主要施策の評価とリーディングプロジェクトの推進

(1) 主要施策の実施状況

①観光資源のブラッシュアップ

市内には、豊富な観光資源がある一方で、市外からの入込客や経済波及効果が期待できるものは、一部に限られています。

既存の観光資源に新たな価値（ストーリー性）を加える、見せ方を工夫するなど、個性を際立たせることで、普段得ることの出来ない時間や空間を提供し、人を外から惹きつける魅力の向上を図ります。

i) 進捗状況

花火大会、田んぼアート、南越谷阿波踊りなどのイベントは、主催する各実行委員会が主体となり運営され、毎年にぎわいをみせています。

また、大相模調節池では、観光振興に関する包括連携協定を締結した(株)JTBが事務局を運営するスポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」が3年目を迎え、新たな観光コンテンツとして、今後の集客がますます期待されています。

さらに、葛西用水ウッドデッキで開催される「KOSHIGAYAてしごと市」は、手仕事の文化を伝えるマルシェとして、若い人を中心ににぎわいをみせるイベントに成長しました。

越谷商工会議所は、越谷レイクタウンにある大相模調節池の水辺空間を活用した新たな事業活動の掘り起しや地域のビジネスの創造・育成を目指した社会実験「こしがや水辺の祭典 2017」を実施しました。

ii) 関連目標

観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数、フィルムコミッション照会数

《(株)JTBコメント》

観光入込客数を増やすためには、顧客需要やトレンドを捉え、的確にニーズを取り込むことが重要です。「こしがや」を選ぶ明確な理由と目的、いわゆる必然性を提供する必要があります。

そのためには、越谷市の目指す都市ビジョンを明確にしながら、歴史ある観光資源・既存事業を大切に、そして強化する必要があると考えます。顧客ニーズは刻々と変化するなか、観光資源・既存事業もその時代と共に変化をしながら大切な部分は守り続けることが必要だと考えます。

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

越谷レイクタウンには、大型商業施設のイオンレイクタウンがあり、年間約5,000万人の人が訪れています。さらに、首都近郊の地理的特性を活かした質の高い農業など、観光資源としても価値のある産業があります。

これらの地域にある産業の強みを観光の視点で活かした取組を推進します。

i) 進捗状況

イオンレイクタウンとは、これまで「越谷・徳島物産観光交流フェア」並びにリオデジャネイロオリンピック・パラリンピックのパブリックビューイングやメダル獲得後の報告会等の会場として使用するなど、年間5,000万人を超える集客力を強みとした連携に取組んできました。

また、2017年度は、食に焦点を当てた「こしがや愛されグルメ発信事業」の企画・運営で連携するなど、取組の幅は広がっています。

また、越谷いちごのブランド化の取組として、東武鉄道株式会社、東京急行電鉄株式会社および東京地下鉄株式会社（東京メトロ）の鉄道事業者並びに目黒区「自由が丘のスイーツ店」と越谷いちごタウンが連携し、プロモーション事業を実施しました。

中心市街地である越谷駅東口の日光街道「越ヶ谷宿」周辺では、「雛めぐり」・「甲冑めぐり」

や「宿場まつり」が開催され、さらに広域連携事業「日光街道埼玉六宿スタンプラリー」と連携した集客を図りました。

ii) 関連目標

観光入込客数、市内観光農園来園者数、観光物産拠点施設整備数

《(株)JTBコメント》

イオンレイクタウンの知名度や集客力を強みとし、イベント会場としての使用に留まらずプロモーションのプラットフォームとして連携することが有効です。また、越谷レイクタウンまちびらき 10 周年となる 2018 年度はイオンレイクタウンとの連携を更に進める契機になると考えます。

いちごをはじめとした“食”は、越谷の強みであり、戦略的にプロモーションすることで、市内への誘客および地域活性化に大きな可能性があります。

日光街道「越ヶ谷宿」周辺は歴史的価値があり、「宿場まつり」等はシビックプライドの醸成に寄与していますが、住民が参加し楽しむ“まつり”からさらなるにぎわいを図るためには、新しい住民に目を向け、ターゲット層を広げる取組みも必要だと考えます。

③新たな魅力の創造と観光基盤の整備

市内には、あまり知られていない地域資源（地域のネタ）も数多くあります。これらのポテンシャルを引き出すなど、観光資源としての掘り起こしを行うとともに時代の先端を行く新たな魅力の創造に取り組みます。

また、旅行会社である(株)JTBとの包括連携協定を活かした地域交流事業並びに宿泊施設や交通インフラの整備など促進します。

i) 進捗状況

市内にある自転車メーカー、ホダカ株式会社は（一社）越谷市観光協会と連携し、スポーツサイクル講習会を実施するとともに、自転車愛好者の新たなネットワークによる市内観光スポットめぐりにも取り組んできました。2017 年度は、スポーツサイクル講習会のスピンオフ企画として、「越谷女子会ライド」を開催するなど、スポーツサイクリングを通じたライフスタイルの提案や情報発信に取り組み、“自転車のある暮らし”をテーマとしたパンフレットも作成しました。

また、(株)JTBは、環境美化活動や地域文化を学習する交流事業「地球いきいきプロジェクト」やスポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」の企画・運営に携わり、大手旅行会社のノウハウを活かした新たなコンテンツづくりに取り組んでいます。2017 年度は、越谷市と越谷商工会議所が共催する「こしがや愛されグルメ発信事業」の事務局として、その企画・運営に関わっています。

一方、宿泊施設などの観光基盤の整備については、民間事業者との連携を視野に引き続き取り組んでいく必要があります。

ii) 関連目標

観光入込客数、観光協会HPアクセス数、市内観光農園来園者数

《(株)JTBコメント》

積極的に民間企業と連携し、スポーツやグルメなどの分野で新たな事業に取り組んでいることは評価できます。今後、地域全体で観光客を受け入れる体制を整えていくためには、観光入込客数や地域の活性化に繋がる事業を育て継続して実施することが重要になります。

2018 年の訪日外国人旅行者数は、過去最高の 3,119 万人となり、その消費額は初めて 4 兆円を超え、4 兆 4,161 億円となりました。また、政府は、2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックに向けて、訪日外国人旅行者数 4,000 万人、旅行消費額 8 兆円とする目標を掲げ

ています。このような訪日観光需要に本格的に対応するためには、宿泊施設やWi-Fiの整備は必須です。

さらに、2018年6月からは「住宅宿泊事業法」が施行されており、今後ますます民泊サービスの拡大が予想される中、地域に与える影響を考慮し、適切な判断をしていく必要があります。

④観光を核としたブランドプロモーションの推進

近年、SNSによる情報発信とその影響力が注目され、日本はもちろん、世界中の人々が日々情報をブログやフェイスブックで発信しています。これらの情報発信・コミュニケーションツールを活用したPR戦略やフィルムコミッション、越谷特別市民「ガーヤちゃん」、こしがやブランド認定品のさらなる活用などにより、市のイメージ向上につながるブランドプロモーションを推進します。

i) 進捗状況

観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」では、「こしがやブランド認定品」、伝統的手工芸品、ガーヤちゃんグッズなどの販売や伝統的手工芸品（だるま、せんべい）の体験型コンテンツの提供、さらには、東武鉄道沿線の巨大ジオラマによる広域観光PR等により、日光街道の宿場町「越ヶ谷宿」の玄関口でもある越谷駅東口のにぎわいを創出するとともに、本市の魅力を内外に発信しています。

また、「魅力発信プロモーション補助事業」では、本市の知名度向上や集客による経済活性化につながる地域資源を体系的に整理するとともに、民間事業者等のプロモーション事業につながる取組を支援しました。

フィルムコミッションでは、NHK発地域ドラマ「越谷サイコー」の撮影を誘致・支援し、首都圏の住宅地にある「誇るべき歴史」や「暮らしへのこだわり」、地域に暮らすことへの誇りを発見するドラマとして放送されました。また、番組放送とあわせて地域の魅力を発信し、市内外から大きな反響がありました。

ii) 関連目標

観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数、フィルムコミッション照会数、「ガーヤちゃん」イラスト活用件数、観光物産拠点施設整備数

《(株)JTBコメント》

地域の持つ多彩な魅力を活かした都市イメージを発掘・編集し、ストーリーとして発信するブランドプロモーションは、総合的にまちの価値を高め、ひいては、交流人口の拡大、さらには定住人口の誘引に結びつき、地域の活性化に大きな効果が期待できます。SNSによる情報発信やフィルムコミッション事業など市の魅力を発信していますが、今後、更に効果を高めるためには、民間企業との連携並びに有名タレントやインフルエンサーの起用などを検討するとともに、一体的なコンセプトのもと発信力を強化していく必要があります。

⑤訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進

東京オリンピック・パラリンピックの開催決定もあり、訪日外国人旅行者は、年々増加しています。訪日外国人旅行者の嗜好にあった自然・歴史・伝統・文化や食を通じた体験交流型メニューの企画・実践や受入体制の整備などに取り組みます。

また、他の自治体並びに大型商業施設や鉄道会社などの民間事業者と連携し、人の移動と交流を通じた互恵的関係を築き、相乗効果が期待できる広域観光を推進します。

i) 進捗状況

東京オリンピック・パラリンピックの開催決定を契機に訪日外国人旅行者は年々増加しています。2015年度は、越谷市観光振興計画を策定するにあたり、「南越谷阿波踊り外国人モニターツ

アー」を実施しました。また、2016年度は、埼玉県東南部都市連絡調整会議（構成：越谷市、草加市、八潮市、三郷市、吉川市および松伏町）において「広域における外国人モニターツアー」を実施し、日本庭園「花田苑」や南越谷阿波踊りなどのコンテンツについて検証しました。さらに、2017年度は、訪日外国人旅行者を対象とした多言語ガイドブック「埼玉リングルート」を発行し、東武スカイツリーラインの浅草駅や東京スカイツリー前駅等で配布しています。

東武鉄道沿線自治体との連携については、日光街道の埼玉県内にある六宿（草加宿、越ヶ谷宿、粕壁宿、杉戸宿、幸手宿、栗橋宿）の相互連携によるスタンプラリーを実施しています。

南越谷阿波踊りが始まって以降、阿波踊り連が相互に参加するなど民間レベルでの交流を深めてきた徳島市とは、「産業フェスタ」（越谷市）および「はな・はる・フェスタ」（徳島市）において、相互出展しています。また、越谷市の学校給食のメニューに徳島市産『すだち』と『れんこん』を取り入れるなど、双方が経済・観光振興についてメリットを得られる関係を目指し、連携を進めています。

ii) 関連目標

観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数

《(株)JTBコメント》

観光振興の重要な要素の一つであるインバウンド需要への取組みとして、外国人の嗜好にあったイベントや観光資源を発掘するとともに、ホームページの多言語化やWi-Fiの整備等をすすめる必要があります。

2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開催されます。インバウンド観光については、他の自治体や民間事業者等との連携により裾野の広い取組みに繋げていくことで、相乗的な効果が期待できますが、そのためには、しっかりと準備し、戦略的に取り組む必要があります。

⑥シビックプライド（郷土愛）の醸成と観光人材の育成

市内には、「越谷といえば〇〇」というシンボリックなものが乏しく、全国的に有名な観光名所も有していないことから市民の観光に対する意識が高いとはいえません。

市民が地域について、よく知り、よく理解することで、地域に愛着を持ち、誇りを持てるシビックプライド（郷土愛）の醸成を図ります。また、持続的に地域からの観光に取り組む人材の育成と着地型観光に不可欠なおもてなし力の向上に取り組めます。

i) 進捗状況

市民団体等を対象にこしがやの魅力を発信する講座を開催しました。また、各種観光事業を展開するにあたって、民間事業者との連携や地域との交流を促進する手法を用い、こしがやの魅力を発信しています。2016・2017年度の実績として、J:COMが運営するケーブルテレビ番組「ネギッシュ」、「ご当地サタデー」並びに一般社団法人埼玉県物産観光協会が発行する情報誌「ちよこたび埼玉」、さらには、市民団体「こしがや地域ネットワーク13」が発行した「越谷彩発見！徳川ゆかりの地で遊ぶ」の冊子などがあります。

（一社）越谷市観光協会が実施する「こしがや都市未来創造塾」では、こしがやの地域資源を活用し、その魅力を編集し、かつ、その価値を伝えるカリキュラムの中で、新たな集客交流ビジネスを創出する事業計画づくりに取り組んでいます。

ii) 関連目標

市への愛着度、フィルムコミッション照会数、「ガーヤちゃん」イラスト活用件数、観光物産拠点施設整備数

《(株)JTBコメント》

越谷市は首都圏近郊にあり、有名な観光地ではありません。そのため、シビックプライド（郷

土愛)の醸成には、「地域の誇れる個性」を中心に“こしがや”の魅力に気づいてもらうことから始める必要があります。

また、(全国的な)観光名所にとられることなく、地域にある観光資源を地域住民が発掘し、発信する着地型観光に取り組み、その担い手として、観光ボランティア団体等を育成することも必要です。

(一社)越谷市観光協会では、観光ボランティアガイド事業を実施していますが、活動内容についての情報発信は不足しています。観光ボランティアガイドの利用者の裾野を広げるとともに、ガイドの新規募集・育成にも取り組む必要があります。

SNS等のクチコミを使った地域の魅力を発信する仕掛けも有効と考えます。

まずは東京オリンピック・パラリンピックをひとつの目標地点として観光ボランティアガイドの整備に取り組んでいくことも良いでしょう。

(2) リーディングプロジェクトについて

①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づくりに取り組みます。

i) 主な取組

- ・ディンギー体験の事業化（ディンギーパーク）【(一社)越谷市観光協会】
- ・「こしがや水辺の祭典 2017」（社会実験）の実施【越谷商工会議所】
- ・スポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」の開催【(株) JTB】
- ・「地球いきいきプロジェクトの」（環境交流事業）開催【(株) JTB】
- ・「TABICA」（体験型コンテンツ予約・掲載サイト）と連携したディンギー体験教室の開催【(一社)越谷市観光協会】
- ・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】
- ・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】

②イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上

年間約 5,000 万人という買物客や“レイクタウン”の知名度は、観光資源として考えると大きな強みとなります。買物客が、レイクタウンから市内の観光施設へ足をのばしてもらえるような仕組みを考え、“越谷レイクタウンを楽しむ”から“越谷全体を楽しむ”という観光ルートづくりに取り組みます。

i) 主な取組

- ・「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：事務局 (株) JTB】
- ・「越谷 逸品フェア」の開催【越谷商工会議所】
- ・こしがやブランド認定品に係る意見聴取会での連携【市】
- ・こしがやブランド認定品の販売促進フェア等に係る取組【市・(一社)越谷市観光協会・こしがやブランド認定品認定事業者】
- ・リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックにおける星奈津美さんの応援【市】
（イオンレイクタウンを会場としたパブリックビューイング並びにメダル獲得後の報告会および市民栄誉賞授賞式での連携）
- ・イオンレイクタウンを会場とした埼玉県フェアへの参加【市・(一社)越谷市観光協会】
- ・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【市】《再掲》

③食を活かしたトップブランドの創出

観光農園で代表的な存在のいちごは、“越谷といえば〇〇”という代表的な観光資源になる可能性を有しています。“豪華さ”や“限定”を前面に出した高付加価値化やスイーツ等の開発による 6 次産業化に、生産者、食品加工会社、販売店のノウハウを持ち寄り取り組むなど、民間事業者との連携によるプロモーションに取り組めます。

このほか、市民に広く親しまれているご当地グルメ「こしがや鴨ネギ鍋」や外国人（欧米の富裕層）に人気のある枝豆等があります。市の特徴の一つである首都近郊の農業を強みとした食のブランド化に取り組めます。

i) 主な取組

- ・「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：事務局（株）JTB】《再掲》
- ・いちごDEつながるキャンペーンの実施【市・目黒区・東武鉄道（株）、東急電鉄（株）・東京地下鉄（株）（東京メトロ）・越谷市農業団体連合会観光農園部会等】
- ・スポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」の開催【（株）JTB】《再掲》
- ・越谷いちごを使用したスイーツ「いちご雪」の東京ドームふるさと祭り東京への出展【（一社）越谷市観光協会】
- ・産業フェスタにおける「こしがや鴨ねぎ鍋」のPR【越谷商工会議所】

④(株)JTBのノウハウを活かした展開

(株)JTBは、旅行会社であり、旅行商品の企画や旅行情報誌の発行などで培った質の高いノウハウがあります。これら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す。

i) 主な取組

- ・「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：事務局（株）JTB】《再掲》
- ・スポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」の開催【（株）JTB】《再掲》
- ・「地球いきいきプロジェクト」（環境交流事業）の開催【（株）JTB】《再掲》
- ・「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・（株）JTB】

⑤宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備

宿泊施設や公共交通などの整備は、観光客の滞在時間や旅行消費額に大きく影響し、観光の質を大きく変える可能性があります。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の整備を促進します。

i) 主な取組

- ・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】

⑥ターゲットを明確にしたプロモーションの強化

人と人とのつながりを促進し、速報性、双方向性、拡散性などの性質から口コミによる影響力のある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す。

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するとともに、今後の道の駅との連携を視野に入れた展開を検討します。発信する情報の内容により、訪日外国人旅行者向けやリピーターとして期待できる近隣自治体住民向けなどターゲットを絞り、必要な情報を必要なタイミングで発信するなど、効果的なPRに取り組みます。

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す。

i) 主な取組

- ・「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：事務局（株）JTB】《再掲》

- ・観光物産拠点ガーヤちゃんの蔵屋敷の運営【(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】
- ・「魅力発信プロモーション補助事業」を活用した首都圏でのイベント等への出展【市・こしがやブランド認定事業者等】

⑦訪日外国人旅行者を対象に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、市民団体などによる着地型コンテンツの企画・実践によるインバウンド観光に取り組みます。

i) 主な取組

- ・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【埼玉県東南部都市連絡調整会議】
- ・日本文化伝承の館「こしがや能楽堂」の英語版ガイドブックの作成【市】
- ・「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・(株)JTB】
《再掲》
- ・無料公共無線LAN環境の整備検討【市】《再掲》

⑧シビックプライド(郷土愛)の醸成

各種媒体や民間事業者をはじめ、小・中学校や高等学校、大学など教育機関、さらには、図書館や公民館などの社会教育施設との連携により、市民に地域の魅力を伝えることで、地域についての理解を深め、シビックプライド(郷土愛)の醸成に取り組みます。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す。

i) 主な取組

- ・ボランティアガイド育成講座の開催【(一社)越谷市観光協会】
- ・市民まつり・協働フェスタへの出展【(一社)越谷市観光協会】
- ・こしがやの魅力を発信する講座の開催【市】
- ・ケーブルテレビ番組「ネギッシュ」での観光情報の発信【J:COM】
- ・情報誌「ちょこたび埼玉」での観光情報の発信【(一社)埼玉県観光物産協会】
- ・「越谷彩発見!徳川ゆかりの地で遊ぶ」の冊子の発行【市民団体「こしがや地域ネットワーク13」】
- ・「こしがや都市未来創造塾」における地域観光ビジネスの人材育成【(一社)越谷市観光協会】
- ・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】《再掲》
- ・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】《再掲》

4. 参考資料【主な事業一覧】

| 事業名 | 事業概要 | 実施主体 | 関連目標 |
|------------------|--|--------------------------|---------------------------------------|
| 観光ガイドブック等作成 | 観光ガイドブックおよび観光プロモーションリーフレットを作成し、市民とともに市外の方々に対しても、各観光資源の認知度向上を図ります。 | 観光課 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| 地域交流事業 | 徳島市や東北被災地 3 市（大船渡市・名取市・東松島市）などとの観光・物産交流をとおして、越谷市を市外にPRし、観光・産業の発展等につなげていきます。 | (一社)越谷市観光協会、観光課 | <u>観光入込客数</u> 、観光協会HPアクセス数、市内観光農園来園者数 |
| 魅力発信プロモーション事業 | 民間事業者が主体となって取り組む、こしがや愛されグルメ認証品等の市の地域資源を活用した市のプロモーションにつながる取組を支援します。 | 観光課 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| 北越谷桜まつり事業 | 北越谷元荒川堤に 2 キロメートルにわたり約 300 本のソメイヨシノが植樹されており、3月下旬から4月上旬にかけて夜桜をライトアップする北越谷桜まつりを開催します。 | (一社)越谷市観光協会 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 花火大会 | 夏の風物詩として越谷花火大会を開催します。 | 実行委員会 事務局：(一社)越谷市観光協会 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 田んぼアート事業 | 市内の水田を利用し、市民とともに色彩の異なる複数の稲を作付し、文字や絵柄などを表現する「田んぼアート」に取り組みます。 | 実行委員会 事務局：(一社)越谷市観光協会 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 観光PR事業 | 住民に地域の良さを再確認してもらうことで、郷土愛の醸成を図るとともに、内外に地域の魅力を発信します。(越谷カレンダー、いちご連携、日光街道埼玉六宿連携等) | (一社)越谷市観光協会 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| いちごラン事業 | 「越谷いちご」を活用したスポーツ・グルメイベント「いちごラン」の開催を支援します(株)JTB主催)。大相模調節池周辺を会場とし、クォーターマラソンや男女ミックスマラソン等を実施し、参加賞として越谷いちごや越谷いちご入りシュークリーム等を配布します。 | (株)JTB | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| 「ガーヤちゃんの蔵屋敷」運営事業 | こしがや愛されグルメ認証品、伝統的手工芸品、ガーヤちゃんグッズなどの販売や伝統的手工芸品(だるま、せんべい)の体験型コンテンツの提供、さらには、東武鉄道沿線の巨大ジオラマによる広域観光PR等で市の魅力を内外に発信します。 | (一社)越谷市観光協会 | <u>観光入込客数</u> 、市への愛着度 |

| 事業名 | 事業概要 | 実施主体 | 関連目標 |
|----------------|---|---------------------------------|---|
| 越谷市民まつり | 市民が安心して暮らすことが出来る、社会の創造と市民相互の心のふれあいを目的として、市民まつりを開催します。 | 実行委員会 (事務局：観光課) | 観光入込客数、 <u>市への愛着度</u> |
| こしがや愛されグルメ発信事業 | 地域に愛されている「手みやげ」や、おススメしたい「飲食店メニュー」を認証し、“こしがや”の食の景観をプロモーションします。 | 観光課、 越谷商工会議所 (事務局：(株)JTB) | 観光入込客数、 <u>市への愛着度</u> |
| 観光ボランティアガイド | 越谷市観光協会から委嘱を受けた「こしがやのまち案内人」が、市内を巡るガイドツアーを開催します。 | (一社)越谷市観光協会 | <u>市への愛着度</u> 、観光協会HPアクセス数 |
| ウッドデッキ事業 | 葛西用水ウッドデッキを活用し、市民参加型の各種事業を実施するとともに、市民団体等の利用促進に努め、地域の賑わい創出と活性化に努めます。 | (一社)越谷市観光協会 | 観光入込客数、市への愛着度、 <u>観光協会HPアクセス数</u> |
| レイクタウン事業 | 水辺のまちづくり館や大相模調節池等を活用した観光事業等を実施し、にぎわいの創出を図ります。 | (一社)越谷市観光協会 | 観光入込客数、市への愛着度、 <u>観光協会HPアクセス数</u> |
| 人材育成事業 | 新たな観光の担い手となる優れた人材を育成・輩出する人材アカデミー「こしがや都市未来創造塾」を開催します。 | (一社)越谷市観光協会 | 市への愛着度、 <u>観光協会HPアクセス数</u> |
| サイクリング事業 | 自転車を活用し、市内に点在する観光地・飲食店を回遊する仕組みづくりを、市内に本社を置く自転車メーカー「ホダカ(株)」と連携して取り組みます。 | (一社)越谷市観光協会 | <u>観光協会HPアクセス数</u> |
| フィルムコミッション事業 | 都心から近く、特徴のある施設や景観を活かした撮影場所を提供します。 | 観光課 | 市への愛着度、 <u>FC照会数</u> |
| ガーヤちゃんの活用 | 「ガーヤちゃん」イラストや着ぐるみについて、積極的な活用を推進することで、市のPRおよび地域経済の活性化の一助とします。 | 観光課 | 市への愛着度、「 <u>ガーヤちゃん</u> 」イラスト活用件数 |
| 高収益農業推進事業 | 農業経営の収益性向上のため、施設園芸や観光農業に取り組む農業者を支援します。また、「越谷いちご」の産地形成に取り組むとともに、観光事業との連携を図ります。 | 農業振興課 | 観光入込客数、 <u>市内観光農園来園者数</u> |
| 観光物産拠点施設整備事業 | 観光イベントや観光スポット並びに特産品等の情報発信および広域観光を展開するため、越谷駅東口高架下に、観光物産拠点施設を整備します。 | 観光課 | 観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数、 <u>観光物産拠点施設整備数</u> |

5. 中間検証

(1) 目的

越谷市観光振興計画においては、計画実施期間である5ヵ年(2016年度～2020年度)の中間年度に当たる2018年度に、2016・2017年度の目標値達成状況、主要施策実施状況の検証およびリーディングプロジェクトの取組内容進捗状況の確認と今後の方向性を検討することとしています。

(2) 検証方法

2016・2017年度の進捗状況(目標の達成状況、主要施策の検証およびリーディングプロジェクトの取組状況)を公表したうえで、関係各課および(一社)越谷市観光協会へのヒアリング並びに関連事業者へのアンケートを実施し検証しました。

①関係各課所および(一社)越谷市観光協会へのヒアリング

- 対象 政策課、広報広聴課、市民活動支援課、産業支援課、農業振興課、都市計画課、公園緑地課、生涯学習課、スポーツ振興課、道路総務課、観光課、(一社)越谷市観光協会
- 期間 2018年7月1日～2019年2月28日
- 内容 「越谷市観光振興計画」に位置付けた6つの基本方針および18の主要施策について、取組状況を整理し課題を確認するとともに、計画最終年度(2020年度)に向けての方向性等について整理しました。

②関連事業者等へのアンケート

- 対象 (株)JTB、(公社)日本観光振興協会、イオンレイクタウン、東日本旅客鉄道(株)東武鉄道(株)、ホダカ(株)、越谷商工会議所、JA越谷市、農団連観光農園部会、(一社)越谷青年会議所
- 期間 2018年7月1日～8月20日
- 内容 「越谷市観光振興計画」の進捗について、市とともに観光振興を図っていく事業者等に、現在の取組状況と課題感について調査しました。

(3) 中間検証

①関連各課所の取組みについて

●市長公室 政策課

| 項目 | 内容 |
|---------------------------------|---|
| 観光振興計画における関連主要施策 | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (4) 人の移動と交流(集客・送客)に着目した広域観光の推進 |
| 取組状況 | 観光振興について、“第4次越谷市総合振興計画”の重点戦略4「こしがや魅力発信プロジェクト」および“まち・ひと・しごと創生越谷市総合戦略”の基本目標2「越谷の魅力在全国に発信し、人を呼び込む」に位置づけている。また、埼玉県東南部都市連絡調整会議では、観光専門部会において「広域における観光施策に関する調査研究報告書」をまとめ、選定された先導プロジェクトメニューの中から、広域におけるインバウンド観光を見据えた外国人モニターツアーの実施や多言語ガイドマップ「SAITAMA RING ROUTE」の発行などに取組んだ。 |
| 取組に対する課題 | 多言語ガイドマップ「SAITAMA RING ROUTE」のさらなる活用について、検討していく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度(2020年度)に向けての対応および方向性 | 引き続き第4次越谷市総合振興計画の進捗状況管理を行い、観光課をはじめ関係各課と連携しながら事業の推進を働きかけていくこととする。また東京オリンピック・パラリンピックに向け、2018年度には5市1町共同で埼玉県に対して要望書を提出している。引き続き域内の気運醸成を図るための取組みを進めていく。 |

●市長公室 広報広聴課

| 項目 | 内容 |
|---------------------------------|--|
| 観光振興計画における関連主要施策 | 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 (1) ★ターゲットを明確にしたプロモーションの強化 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 (1) ★シビックプライド(郷土愛)の醸成 |
| 取組状況 | 市民に正確な市政情報を提供するために、広報紙を発行している。また、HPをリニューアルした際、市の魅力を市内外に発信する、シティプロモーションサイトを開設した。さらに、SNS(twitter、LINE@)の市公式アカウントの開設等、様々な媒体により情報を提供している。 |
| 取組に対する課題 | 広報紙等は情報発信の主な対象を市民としている。このことから、広報分野とシティプロモーション分野の連携や差別化に戦略的に取り組んでいく必要がある。また、市政移動教室において、はじめて、市の観光スポット等について知る市民も多く、市民に地域の魅力を浸透させていく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度(2020年度)に向けての対応および方向性 | スマートフォンの普及やSNSの影響力は今後も拡大していくと考えられる。広報紙等の紙媒体、テレビ・ラジオ等のメディアを含め、それぞれの強みを活かした情報発信に取り組む。 |

●市民協働部 市民活動支援課

| 項目 | 内容 |
|---|--|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (2) 東京オリンピック・パラリンピックに向けたオンリー1の取組 |
| | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (3) 訪日外国人旅行者の受入体制の整備と地域一体のホスピタリティ 力の醸成 |
| | 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 (1) ★シビックプライド(郷土愛)の醸成 |
| | 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 (2) 観光を持続的に推進する人材の育成とおもてなし力の向上 |
| 取組状況 | 市民活動支援センターの機能(業務)の一つとして、観光・物産に関する情報を提供するとともに、観光分野に取り組む市民活動団体の支援等を行っている。また、国際交流団体等の協力を得ながら、市内の在住外国人を対象に情報提供や翻訳サービスの提供等、多文化共生に取り組んでいる。 |
| 取組に対する課題 | 市民活動支援センターの観光・物産コーナーの目的や効果を検証し、観光分野に取り組む市民活動団体の支援・連携の場として活用していく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックでは、多くの外国人旅行者が訪れる可能性がある。多文化共生や協働の視点での地域づくりやおもてなし機運(祝祭感)の醸成について、各種団体等と連携し検討していく。 |

●環境経済部 産業支援課

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 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 (2) 中心市街地や地域産業の観光資源化 |
| | 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 (2) こしがやブランド認定品および伝統的手工芸品の普及 |
| | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (2) 東京オリンピック・パラリンピックに向けたオンリー1の取組 |
| 取組状況 | だるま、せんべい、ひな人形、甲冑、桐箱などの伝統的地場産業の活性化を図るため、販路拡大や地場産業PR、技術継承、後継者育成等の取組みを支援している。2017年度には、越谷市伝統的手工芸品ガイドブック「KOSHIDEN～越伝(越谷でつくる、伝える)～」を発行し、特徴や沿革、若手職人による新たな取組み等を広くPRした。また、中心市街地内の商店街エリア(旧日光街道越ヶ谷宿)では、宿場まつりが開催されるとともに、古民家をリノベーションした複合施設「はかり屋」がオープンし、にぎわいを見せている。 |
| 取組に対する課題 | 伝統的地場産業の後継者育成といった課題があり、若い世代をはじめとして幅広い層にPRしていく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 伝統技術を未来につなぐ若手職人らによる新たな取組みが注目されている。雛人形の木目込み技法を活かした「招き猫」や、甲冑作りの技術を活用したスマートフォンカバー「サムライフォンカバー」、兜のボトルキャップ「サムライボトル兜」などは、伝統技術が日常に溶け込むことを目指した作品として高い評価を得ている。伝統的手工芸品の魅力を積極的にPRし、その技術を未来に伝えていく取組みを支援していく。 |

●環境経済部 農業振興課

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 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 (2) ★食を活かしたトップブランドの創出 |
| | 基本方針3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備 (2) ★(株)JTBのノウハウを生かした展開 |
| | 基本方針4 観光を核としたブランドプロモーションの強化 (1) ★ターゲットを明確にしたプロモーションの強化 |
| 取組状況 | 観光農園「越谷いちごタウン」は、関東最大級の規模を誇り、2015年のオープン以降、毎年、来場者数が増加している。また、市内には、12箇所の観光農園があり、シーズン中は、にぎわいを見せている。(一社)越谷市観光協会が運営する観光物産拠点「ガーヤちゃんの蔵屋敷」では、いちごを加工した「いちご雪」や「莓のかけジャム」などの加工品が好評で、東京駅に隣接する商業施設「KITTE(キッテ)」で開催された「トラベルフェスティバル」や東京ドームで開催された「ふるさと祭り」への出展実績もある。さらに、大相模調節池で開催される(株)JTB主催のスポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」は、水辺の新たなにぎわいを生み出している。 |
| 取組に対する課題 | いちご観光農園は、開園中多くの来場者が訪れるが、その日に摘み取るいちごが無くなり来場をお断りする場合がある。安定した生産に努めるとともに、規模の拡大を図らなければならない。また、いちご以外にもくわい、ねぎ、ほうれん草や枝豆などの良質な農産物が生産されている。首都近郊に位置し、周辺に巨大なマーケットがあることを活かし、知名度の向上やブランド化に取り組んでいく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 首都近郊に位置し、周囲に多くの消費者を抱える中で、収益性の高い農業経営を目指し、観光農園・体験農園を支援するなど、農産物のブランド化に取り組む。また、「越谷いちごタウン」の第二工区の整備を進め、さらなる来場者の増加を図るとともに、商業施設等と連携することにより、回遊性向上に取り組む。 |

●都市整備部 都市計画課

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針1 観光資源のブラッシュアップ (4) 景観の魅力を再発見する仕組みづくり |
| | 基本方針3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備 (3) ★宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備 |
| 取組状況 | 景観計画を策定し、越谷市の特徴ある自然環境と歴史的特性を活かした景観づくりを推進している。また、景観に対する市民意識の向上を目的として、景観写真コンクールや景観資源の登録制度を実施している。さらに、2018年度から市内小学校で登録の協力をいただいている。なお、景観写真コンクールは2018年度までで一旦終了とする。 |
| 取組に対する課題 | 景観や公共交通について、市政世論調査により定期的に効果を測定した結果、一定の満足度や理解が得られている。今後は、幅広い世代を中心に政策の浸透を図っていく。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、交流人口の増加が見込まれる。都市景観や公共交通等の都市基盤の充実による生活のしやすさが強みとなるよう、中核市として、相応しいまちづくりを推進する。 |

●都市整備部 公園緑地課

| 項目 | 内容 |
|---|--|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針1 観光資源のブラッシュアップ (1) 観光資源の分類と再ブランディング |
| | 基本方針1 観光資源のブラッシュアップ (2) ★水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり |
| 取組状況 | 市民の憩いの場、防災空間・環境保全の場として市内公園施設・緑道の整備や保守管理等に取り組んでいる。(仮称)大相模調節池親水公園、花田苑、キャンベルタウン野鳥の森公園等の特色ある施設も多く、フィルムコミッション等での活用も進んでいる。 |
| 取組に対する課題 | 公園施設は、市外から観光客を積極的に誘致することを想定して整備していない。公園施設の活用については、都市景観や住民サービス(市民の憩いの場の提供等)の視点と観光分野でのにぎわい創出の視点の双方から活用を検討していく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | (仮称)大相模調節池親水公園や花田苑、キャンベルタウン野鳥の森公園など独自の景観(特徴)がある公園は、観光分野での活用についてさらなる可能性がある。施設のPRやソフト事業との連携による相乗効果について、関係機関等と協議していく。 |

●建設部 道路建設課

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備 (3) ★宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備 |
| 取組状況 | 道の駅設置有識者懇談会や(仮称)道の駅設置検討委員会で検討を重ね、“越谷市の魅力を発信・創出する「こしがやNARUWA」拠点」を整備コンセプトとする(仮称)道の駅基本構想を策定した。今後、構想の実現に向けて検討課題を整理していく。 |
| 取組に対する課題 | 地域の各産業分野の連携のもと新たな魅力を生み出していくため、市民や農業者、商工業者の参画を促す必要がある。また、庁内関係課およびその他関係者との協議・調整をしていくための推進体制を構築していく必要がある。 |
| 観光振興計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 整備コンセプト実現に向けて、導入機能の絞込み・具体化並びに整備および管理運営手法の検討に取り組むとともに、関係者と協議・調整していく。また、類似施設との差別化を図り、オンリー1の道の駅としての機能を発揮できるよう積極的に民間のノウハウを導入していく。 |

●教育総務部 生涯学習課

| 項目 | 内容 |
|---|---|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針1 観光資源のブラッシュアップ (3) 歴史、伝統、文化を組み合わせた魅力の創出 |
| | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (1) ★訪日外国人旅行者を対象にしたクールなコンテンツづくり |
| | 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 (1) ★シビックプライド(郷土愛)の醸成 |
| 取組状況 | こしがや能楽堂、大間野町旧中村家住宅、旧東方村中村家住宅の各施設では、集客につながるイベントを定期的に開催し、施設の有効活用を図っている。また、映画・ドラマ等の撮影場所として、フィルムコミッションの利用も受け入れている。 |
| 取組に対する課題 | 伝統文化の継承及び文化財の保存とそれらの活用は車の両輪と言われ、その均衡を図ることが必要であるため、保存と活用のあり方について継続的に見直しをしていく必要がある。現状では、観光資源としての魅力や付加価値の創出が不足している。また、来館者の利便性向上のため、駐車場の整備や案内看板の設置等を行う必要がある。 |
| 観光進行計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 伝統文化の継承及び文化財の保存と観光資源としての活用の両面から、持続可能なあり方について検討していく。また、多様な日本文化が実感できる観光コンテンツとしても可能性があり、こしがや能楽堂については、外国語(英語)版のパンフレットを作成した。今後、インバウンド対応についても関係機関等と協議をする。さらに、観光課と協力して、市内各施設をつなぐ事業や印刷物の作成等を検討する。 |

●教育総務部 スポーツ振興課

| 項目 | 内容 |
|---|--|
| 観光振興計画における 関連主要施策 | 基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域観光の推進 (2) 東京オリンピック・パラリンピックに向けたオンリー1の取り組み |
| 取組状況 | 東京オリンピック・パラリンピックに向けた取組みとして、ポルトガル卓球チームの事前キャンプ受入れに向けて準備を進めている。 |
| 取組に対する課題 | 事前キャンプに際しては、宿泊施設・練習環境等事前の調整が必要である。 |
| 観光進行計画最終年度 (2020年度)に向けて の対応および方向性 | 東京オリンピック・パラリンピック開催を目前に控え、全国的に機運の高まりを見せ始めるなかで、本市にしても機運醸成への対応に関しては、今後検討していく。 |

●環境経済部 観光課

| 項目 | 内容 |
|---------------------------------|---|
| 取組状況 | 既存事業のブラッシュアップと新規事業の企画・実施に取り組んだ。東武鉄道(株)との連携により、観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」を整備した。さらに、(株)JTBとの観光振興に関する包括連携協定を踏まえ、食に特化した「こしがや愛されグルメ発信事業」や“生活することの魅力・文化”をテーマにした「都市イメージ向上事業」を新たに立ち上げるなど、地域の多彩な魅力を発掘・編集に取り組んでいる。 |
| 取組に対する課題 | 東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年、さらにはその先を見据えた“まちづくり”に取り組んでいくためには、総合的にまちの価値を高め、ひいては交流人口の拡大、さらには定住人口の誘引に結びつくシティプロモーションにさらに取り組んでいく必要がある。また、インバウンド施策については、広域ガイドブックの作成等を実施しているが、現状は試行と検証を繰り返している段階にある。あわせて、市民が地域の魅力を再確認し、地域への愛着を深める取組み（シビックプライドの醸成）に取り組んでいく必要がある。 |
| 観光進行計画最終年度（2020年度）に向けての対応および方向性 | 首都近郊にあり交通の要衝であることを活かすとともに、イオンレイクタウンに隣接する大相模調節池の水辺空間や豊かな「農と食」などの強みを活かした観光事業を展開していく。また、東京オリンピック・パラリンピックに向けて、最適なプロモーションおよび受け入れ体制について、戦略的に取り組んでいく。 |

●（一社）越谷市観光協会

| 項目 | 内容 |
|---------------------------------|--|
| 取組状況 | 越谷市観光協会では、一般社団法人化して以降、これまで、花火大会や田んぼアート事業、さらには、水辺を活用したKOSHIGAYAてしごと市やディンギーパーク、みんなの市などを開催し、にぎわいの創出を図っている。 |
| 取組に対する課題 | 既存の観光事業に加え、新規事業による新たな魅力の創造、発信に取り組んでいる。一方で、限られた経営資源の中で、効果的に事業を実施していくためには、各実施事業を見直し、事業を仕分けていく中で戦略的に取り組んでいく必要がある。また、情報発信や観光案内機能については、強化する必要がある。 |
| 観光進行計画最終年度（2020年度）に向けての対応および方向性 | 「越谷市観光振興計画」の事業推進体制の主要部分を担う組織として関係機関・団体との連携強化を図っていく。また、観光イベントの実施のみに留まらず、情報発信機能を強化し、越谷市の魅力を積極的に発信していく。 |

※観光課及び（一社）越谷市観光協会については、越谷市観光振興計画における全ての主要施策と関連があることから、「観光振興計画における関連主要施策」に関する項目は記載しない。

②関連事業別中間検証一覧

※各事業の評価項目については下記のとおり設定いたしました。

- 実施状況**
- A：順調に進捗し効果的に実施している
 - B：概ね順調に進捗しているが、更なるブラッシュアップが必要である
 - C：課題があり、一部変更の検討が必要
 - D：効果等を考え見直しが必要
- 優先度**
- A：必要不可欠であり、積極的に取り組むべき事業
 - B：他の事業と比較して率先して取り組むべき事業
 - C：既に一定の効果があり、引き続き取り組むべき事業
 - D：効果が小さく他を優先すべき事業

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|----------------------|-----|------|--|-----------|---|---------------------------------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 1 | 観光ガイドブック等作成事業 | 観光課 | B | 市観光ガイドは、持ち歩きやすいサイズへの変更、周遊ルートの提示、多彩な地域の魅力の紹介等、毎年内容の見直しを図っている。今後は越谷市の魅力の更なる周知を図るために、引き続き内容の拡充を目指している。 | A | Web媒体による観光情報発信媒体が増加しているが、幅広い世代に市の魅力を伝えるためには紙媒体の観光ガイドの作成も必要である。HP等のWeb媒体の充実とあわせて、それぞれの特長を活かしながら、より効果的に越谷市の魅力を市内外に発信できる手法を検討していく。 | 観光入込客数 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| 2 | 地域交流事業 | | B | 徳島市とは阿波踊りが縁で交流している。これまでに相互のイベント等での出店や徳島産農産物の越谷市内学校給食での活用等を実施した。また東北被災地3市（岩手県大船渡市、宮城県名取市・東松島市）とは相互のイベントにおける出店を行った。 | B | 他自治体との交流については、越谷市のPRの機会となるだけでなく、市の新たな魅力の発掘にもつながる。今後、互恵的な交流を目指し、さらに進めていく。 | 観光入込客数 、観光協会HPアクセス数、市内観光農園来園者数 |
| 3 | 魅力発信プロモーション事業 | | B | 例年、市内の事業者が全国規模で開催される観光物産イベントや音楽イベント等において、市内地域資源を活かした越谷市のPRを実施している。2016年度は4団体、2017年度は3団体に対して補助を行っている。 | B | 越谷市の魅力を市外にPRするとともに、民間事業者との連携を図るという点で一定の効果あげている。事業実施開始から3年が経過することから、実施結果の再検証を行い、さらに効果的な事業となるようにブラッシュアップが必要である。 | 観光入込客数 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |
| 4 | 越谷市民まつり ※実行委員会事務局 | | B | 2018年度で44回の開催を迎える越谷市民祭り。例年交通安全パレードや模擬店等が開催され、参加団体数320前後、来場者数約22万人を動員している。越谷市出身のスポーツ選手やタレントが出演することがあり、市民が主体となって企画・実施する大きなイベントである。 | B | 市を代表するイベントの一つとして、市民同士の新たな交流を創出する場となっている。今後も継続的に実施していくため、実施主体である実行委員会の運営方法等を検討する必要がある。 | 市への愛着度 、観光入込客数 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|-----------------------|-----|------|---|-----------|---|---|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 5 | こしがやブランド事業 (~2017) | 観光課 | C | これまでこしがやブランドとして認定した商品は25商品(内、1商品は認定更新辞退)で、認定により商品の認知度や売上げが上がる等一定の効果が見られた。2017年度より民間事業者や市民の視点を取り入れた「こしがや愛されグルメ発信事業」を開始し、事業を移行している。 | D | 現在のこしがやブランド認定品24商品は全て「こしがや愛されグルメ発信事業」の第一期認証品として認証されている。 | 市への愛着度 、観光物産拠点施設整備数 |
| 6 | フィルムコミッション事業 | | B | 都心から近く、特徴的なロケーションを活かし、問合せ件数や撮影件数は着実に増えている。2017年度にはNHK埼玉県発地域ドラマ「こしがやサイコー」のロケ地となる等の実績を残している。 | B | 映像作品を通して内外の広い層に市の魅力をPRできる効果的な事業である。一方で、問合せ件数に対し、撮影まで至らないケースも多く、効率的とはいえない。ロケ地に選ばれたことの効果を一過性にしないためのPRも必要。 | FC照会数 、市への愛着度 |
| 7 | ガーヤちゃんの活用 | | B | 「ガーヤちゃん」イラストの活用や着ぐるみの貸出などを通じて越谷市のPRを実施している。イラストの使用件数、着ぐるみの貸出件数ともに増加している。 | C | キャラクターの認知度は着実に向上している。全国規模のイベントやテレビの情報番組に出演する等、活用の幅も広い。一方で、キャラクターの知名度を市のイメージアップにつなげる取組みは不足している。 | 「ガーヤちゃん」イラスト活用件数 、市への愛着度 |
| 8 | 観光物産拠点施設整備事業 | | A | 2017年5月、越谷駅東口高架下に「ガーヤちゃんの蔵屋敷」を新たにオープンした。施設内は4つのブースに分かれており、市の魅力を市内外にPRするため積極的に取組を行っている。 | A | 越谷駅前がかつバスロータリーの目の前という好立地であり、市の魅力を効果的に、目に見える分かりやすい形でPRするためには非常に有効な施設である。施設の運営は越谷市観光協会が民間事業者に業務委託をして実施しているが、引き続き観光協会と連携して、適正な施設の運営や効果的なPRの方法を実施・検討していく。 | 観光物産拠点施設整備数 、観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 9 | いちごラン事業 ※(株)JTB委託 | | A | 2017年度で第3回を迎えた。幅広い年齢層が参加でき、越谷産いちごやいちごを使用したスイーツや市内のB級グルメ等を食べながら楽しめるファンランイベント。参加者は例年増加しイベント観覧者やグルメ屋台ブースの来場者数を含めると2,500人を超えている。 | A | 首都圏からも日帰りで参加できるスポーツイベントであり、市外参加者の割合も例年7割程度となっている。越谷市の魅力を市外にPRする絶好の機会であり、これまで越谷市に馴染みのなかった新たな層の誘客策としても重要なイベントとなっている。 | 観光入込客数 、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|-----------------------------|------|------|--|-----------|---|---------------------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 10 | こしがや愛されグルメ発信事業 ※(株)JTB委託 | 観光課 | A | こしがやブランド事業に代わる新たな取り組みとして、市内の食にテーマを絞り、市民や民間事業者の意見を積極的に取り入れて認証品の選定を行った。第一期は手みやげ部門30商品、飲食店メニュー20商品が認証された。今後は認証品を活用したイベントやPR活動を実施していく。 | A | 市全体のブランドプロモーションという点を重視している。首都圏から越谷市に誘客できるような食の景観を創出することを目標としており、今後は積極的なPR活動の実施が求められる。 | 市への愛着度、観光入込客数 |
| 11 | 北越谷桜まつり事業 | 観光協会 | C | 例年約3週間の開催期間中、市内外から約15,000人前後の花見客が訪れる。満開の頃は露店が立ち並び、花見客が往来する等、水辺の賑わいづくりに一役買っている。テレビ番組を始めとした様々なメディアへの露出が増え、知名度は徐々に上がっている。 | C | 開催期間中の違法駐車や交通渋滞、ゴミ・マナー問題等市民からの苦情になることが多い。また、年々老木化する桜並木の維持管理について、行政や観光協会、地域住民等が連携して取り組む必要がある。 | 観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 12 | 花火大会事業 ※実行委員会事務局 | | B | 中央市民会館東側葛西用水中土手を打ち上げ会場に、スターマイン等5,000発を打ち上げる。打ち上げ場所が目前にあることから非常に迫力があり、例年約25万人前後の観光客が訪れる。 | B | 市内で開催されるイベントとしては南越谷阿波踊りに次ぐ観光入込客数を誇る。地域住民や来場者の安全を第一に考え、越谷市ならではの花火大会の開催を引き続き検討していく。 | 観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 13 | 田んぼアート事業 ※事務局 | | B | 東埼玉資源環境組合第一工場展望台前の農地を利用し、文字や絵柄を表現する田んぼアート事業を開催している。田植えや稲刈り等の参加者は年々増加傾向にあり、新聞やテレビといったメディアで取り上げられることも多くなっている。期間中(6月から9月)の展望台見学者数も事業開始年から5倍以上に増加している。 | B | 農業や農地に対する理解を深めるとともに、農業を地域資源・観光資源として位置づけ、市内産業と地域の活性化を目指している。今後は首都圏からの集客やインバウンドの誘致等も視野に入れ、規模の拡大や図柄の検討、他自治体との連携等を図っていく。 | 観光入込客数、市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 14 | 観光PR事業 | | B | 越谷市の魅力あふれる写真を利用したカレンダーやロゴを使用したポロシャツを製作・販売することで、市内内外の様々な場所で市のPRを実施している。また、県内日光街道六宿(草加・越谷・春日部・杉戸・幸手・栗橋)の自治体、観光協会と連携したスタンプラリーを実施し、期間中約1,000人の観光客が訪れている。 | B | 越谷市をPRするグッズとしてポロシャツの製作・販売等は効果的であり、販路の拡大が求められる。今後はさらに首都圏からの集客を目指すため、都市イメージ向上事業の一環として実施するイルミネイク等のイベントに併せて更なる越谷市のPRを図っていく。 | 観光入込客数、市への愛着度、市内観光農園来園者数 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|---------------|------|------|---|-----------|---|--------------------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 15 | 観光ボランティアガイド事業 | 観光協会 | C | 観光協会から委嘱を受けた「こしがやのまち案内人」が長年培った地元ならではの専門知識で市内を案内する。お客様からの依頼による市内の観光ガイドと案内人による企画である「観光ぶらっとこしがや」を主要な取り組みとして実施しており、集客数は増加傾向にある。既存観光ガイドのスキルアップにも努めている。 | C | 一定の集客力はあるものの、案内人人数の減少や高齢化が進んでいる。また、東京オリンピック・パラリンピック開催を見据えて、訪日外国人観光客に対応するために翻訳アプリ等新たなシステムの導入も検討が必要である。引き続き多彩な場面で対応できるような仕組みづくりを検討していく。 | 市への愛着度、観光協会HPアクセス数 |
| 16 | ウッドデッキ事業 | | C | 市役所東側に位置する葛西用水ウッドデッキを利用して様々なイベントの開催や市民団体等の利用促進を行っている。主催イベントとしてはキャンドルナイトやKOSHIGAYAてしごと市を開催し、盛況を博している。一般利用に関しても定期的に利用されており、地域のにぎわい創出に貢献している。 | C | 協会主催イベントについては市内でもある程度の認知度を獲得しており、来場者も増加傾向にある。一般利用については民間事業者の利用が減少しており、全体の利用状況も減少傾向にある。ウッドデッキ設置本来の目的である水辺の活性化を図るために更なるPRや既存イベントとの連携強化が必要である。 | 観光協会HPアクセス数、観光入込数、市への愛着度 |
| 17 | レイクタウン事業 | | B | 水辺のまちづくり館や大相模調節池を活用してレイクタウン地域のにぎわい創出を図っており、防災フェスやエコウィーク等のイベント開催への協力やディンギーパーク（ボート体験）事業を実施している。 | B | 年間5,000万人の集客力を誇るイオンレイクタウンの傍にあり、市内全体に観光客の流入を促す足がかりとしても非常に重要な事業である。例年新規事業も実施しており、越谷の新たな観光スポットとして定着するように、積極的な実施が求められる。 | 観光協会HPアクセス数、観光入込数、市への愛着度 |
| 18 | 都市未来創造塾事業 | | C | 越谷市ならではの都市型観光の確立を目指し、地域を担う優れた人材を育成するため「こしがや都市未来創造塾」を開催している。主婦、農業従事者、会社員等様々な職種参加者が一同に介し、テーマごとにフィールドワークやワークショップに取り組んでいる。2018年度では第四期の開催を迎える。 | C | 市への愛着度が醸成しにくい都市近郊という土地柄で地域活性化の取り組みを実施するためには、地域を牽引することのできるリーダーの育成が急務である。今後はワークショップの強化を図り、市内既存事業者や起業希望者等の参加を促しながら取り組みを進めていく。 | 観光協会HPアクセス数、市への愛着度 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|----------------|------|------|---|-----------|--|-----------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 19 | サイクリング事業 | 観光協会 | B | 市内に本社を置く自転車メーカーホダカ(株)と連携して、越谷の平地の多い地形や水辺の風景を生かし、市内に点在する観光スポットや飲食店を自転車で回遊できる仕組みづくりを行っている。2018年度はこれまで開催してきたスポーツサイクル講習会やサイクリングツアー等の参加者の意見を生かし、サイクリングスポットの設置に取り組んでいる。 | C | 既存の講習会、ツアーには市内、県内だけでなく、県外からの参加者も増えてきており、参加者同士のネットワーク作りにも繋がっている。今後は現在取り組んでいるサイクリングスポットの整備を進めていくとともに、近隣の地域と広域のサイクリングルートを開発する等、連携を図りながら、更なる集客を目指していく。 | 観光協会HP アクセス数 |
| 20 | 花壇事業 | | D | 緑化推進運動と水辺の景観づくりのため、葛西用水堤にチューリップ等の花を植え付け、市民の憩いの場を提供している。花の開花時期には市民からの開花状況の問い合わせも多く、四季折々の安らぎの場として市民に定着している。 | D | 市内の花弁園芸は盛んで、特にチューリップの切花については県内でも有数の生産量を誇る。市民の市内農産業に対する理解を深めるとともに、水辺の賑わいづくりを実施することで、シビックプライドの醸成が図られることから、継続した取り組みが必要である。 | 市への愛着度 |
| 21 | 三ノ宮卯之助事業 | | D | 越谷市民まつりにおいて、越谷ロータリークラブと共同で、越谷市の伝説の力持ち三ノ宮卯之助にちなんだ力持ち大会を開催し、三宮卯之助の偉業を伝承することで、郷土愛の醸成を図っている。 | D | 久伊豆神社と三ノ宮香取神社にある「三ノ宮卯之助銘の力石」が市指定文化財となっているが、今後「三ノ宮卯之助」自体をどのように観光資源として捉え、事業を展開していくのか検討が必要である。 | 市への愛着度 |
| 22 | ガーヤちゃんの蔵屋敷運営事業 | | C | 新たにオープンした「ガーヤちゃんの蔵屋敷」において、市内特産品の販売や体験、観光PRを実施している。また、近隣市町村や阿波踊りで連携している徳島市の物産販売、観光PRを実施することで、広域的な連携も図っている。 | A | 越谷市の観光物産拠点施設であり、日光街道「越ヶ谷宿」の玄関機能を果たす役割を持った施設としても非常に重要な役割を担っている。今後は販売商品数の増強と、越谷の観光スポット特に「越ヶ谷宿」に関する案内所的機能の強化に取り組む必要がある。 | 観光入込客数、市への愛着度 |
| 23 | BBQ事業 | | B | 水辺のまちづくり館敷地内で、観光視pointsに立った水辺の賑わいを創出するために、(株)BBQカンパニーに業務委託をし、バーベキューサービスを提供している。駅に近く手ぶらで訪れることができるため、利用者は増加傾向にある。 | A | 越谷市観光振興計画で標榜している越谷版都市型観光の実現に際して「食」を担うことのできる貴重な事業である。他事業との連携次第で市内の滞在時間を長くすることもでき、地域経済の活性化にもつながることから、継続的な推進が必要である。 | 観光入込客数 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|-------------------|-------|------|---|-----------|---|--------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 24 | 藤まつり事業 (～2017) | 観光協会 | D | ゴールデンウィーク期間中、久伊豆神社の境内を中心に開催している。埼玉県天然記念物に指定されている藤の木からの藤棚には提灯が飾られ、模擬店等も出店される。これまではスタンブラリーや物産展、野点等を実施してきたが、2018年度からはイベントのPRのみ実施している。 | D | 藤まつり開催期間中における観光協会主催の催し物は2018年度から実施していない。今後は久伊豆神社や埼玉県の天然記念物に指定されている藤の木を観光資源として積極的にPRしていく必要がある。 | 観光入込客数 |
| 25 | 広域行政事業 | 政策課 | A | 5市1町(越谷市・草加市・八潮市・三郷市・吉川市・松伏町)で構成する埼玉県東南部都市連絡調整会議において、広域的な行政課題や行政の効率化に関する調査研究や広域連携事業等を行っている。本プロジェクトに関連する事業として、各市町の広報媒体を活用したイベント等の紹介をするとともに、広域連携によるまんまるバスツアーや婚活まんまるバスツアー等を実施している。 | C | 市内への観光客の集客及び他自治体観光スポットへの送客を通じ、まちなぎわいを点から線へ、線から面へとブラッシュアップし、相互活性化を図ることは、周辺自治体との広域観光を推進するためには重要である。 | 観光入込客数 |
| 26 | 広報紙発行事業 | 広報広聴課 | A | 市民生活に役立つ情報を提供するとともに、市民の市政への参加と理解、協力を得るため、広報こしがや(お知らせ版・季刊版)を発行している。市政世論調査からも約7割の市民が市の情報を広報紙から得ていると回答しており、市民への情報提供手段の一つとして重要な位置を占めている。 | A | 配布率について、2008年度をピークに年々低下しており、ページ増刷やカラー印刷の導入によりコスト面の懸念もある。市民に対して市の情報を提供し、市への愛着度を深めるために効果的な事業ではあることから、さらに効率的な実施が必要である。 | 市への愛着度 |
| 27 | 広報刊行物発行事業 | | A | 年1回、公共施設など最新の情報を記載した案内図を作成している。また、3年に一度、市民生活に関係ある手続きなどをまとめた市民ガイドブックと、市の状況や将来展望をまとめた市勢要覧を作成している。 | A | 市民ガイドブックについては官民協働事業により取り組んでおり、より市民の目線に立った編集を心がけている。紙面で紹介しきれない内容についてはWeb媒体への誘導も実施しており、幅広い世代への情報発信をしていくに当たって重要な事業である。 | 市への愛着度 |
| 28 | ホームページ・テレビ広報事業 | | A | 市の施策、各種イベント、公共施設の紹介等をテレビ広報番組「いきいき越谷」(テレビ埼玉、J:COM越谷、YouTube)やラジオ広報番組で放送している。また、市ホームページ、メール配信サービス、ツイッター、ライン等のWeb媒体を活用し、積極的な情報発信を行っている。 | A | 2017年度に市ホームページのリニューアルを実施した。市ホームページ、テレビ・ラジオ広報番組はいずれも、市内はもちろんのこと、市外への魅力発信という観点から非常に有効な媒体であり、引き続き魅力的なページ・番組の制作が求められる。 | 市への愛着度 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|----------------|---------|------|---|-----------|--|--------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 29 | 市民活動支援センター管理事業 | 市民活動支援課 | B | 越谷駅東口駅前に越谷市市民活動支援センターを設け、指定管理者制度により民間事業者に運営・管理を委託している。同センターの観光・物産情報コーナーでは市内を始めとした近隣市町の観光情報の紹介やレンタサイクルの貸出しを行っている。 | C | 観光物産拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」でも観光物産コーナーがあるが、物産品の販売が中心となっている。市民活動支援センターでは職員が常駐し、直接お客様のご案内が可能であることから、今後は両者の連携を強化していく必要がある。 | 観光入込客数 |
| 30 | 多文化共生支援事業 | | B | 外国人市民に対して通訳翻訳ボランティアや国際交流員等による文書の翻訳や通訳対応を行い、情報提供を行っている。また、市内小学校等で多文化共生推進講座等を催すなど、相互の理解を深める取り組みを行っている。 | C | 当該事業は、在住外国人が地域で安心して暮らせるための取組みであるが、市民の多様な文化への理解を深めることは、訪日外国人観光客の受け入れ環境をつくることにつながる。 | 市への愛着度 |
| 31 | 謝礼品贈呈事業 | 産業支援課 | C | 2015年度より、ふるさと納税として個人で1万円以上の寄付をした場合に謝礼品を贈呈している。謝礼品としては越谷市の特産品や伝統的手工芸品、いちご狩り入園券から選ぶことができる。寄附件数、寄附金額とも2015年度をピークに伸び悩んでいる。 | C | ふるさと納税の仕組みは市の歳入増と特産品のPR両方を行うことができることから、有益な事業といえる。ただし、魅力的な謝礼品でないや寄附が集まりにくいという現状もあり、越谷市におけるふるさと納税のあり方自体を検討していく必要がある。 | 市への愛着度 |
| 32 | 伝統的地場産業育成支援事業 | | A | 市内の伝統的地場産業（だるま、せんべい、ひな人形、甲冑、桐箱等）の育成・振興を図るため、越谷商工会議所が行う事業に対して支援を行っている。また、地場産業の特徴や事業所情報等を取りまとめたガイドブックを作成し、消費者、商工業者、観光事業者等へ周知を図っている。 | A | 日本の伝統工芸品は外国人観光客に人気が高く、重要な観光資源となる可能性を秘めている。市内の事業者では伝統技術を活用した新しい商品の開発も活発に行われており、引き続き積極的な支援を行っていく。 | 市への愛着度 |
| 33 | 中心市街地活性化推進事業 | 産業支援課 | B | 越谷駅東口周辺の中心市街地活性化を目指し、越谷商工会議所が実施する事業に対する支援を実施し、また、中心市街地内の蔵を民間主導による活性化の拠点施設として活用するための支援を行っている。 | A | 日光街道越ヶ谷宿としてPRするためには、越谷駅東口周辺の中心市街地活性化は必要不可欠である。古民家を活用した複合施設もオープンし、越ヶ谷宿のシンボリック的存在となっており、引き続き積極的な支援を行っていく。 | 観光入込客数 |

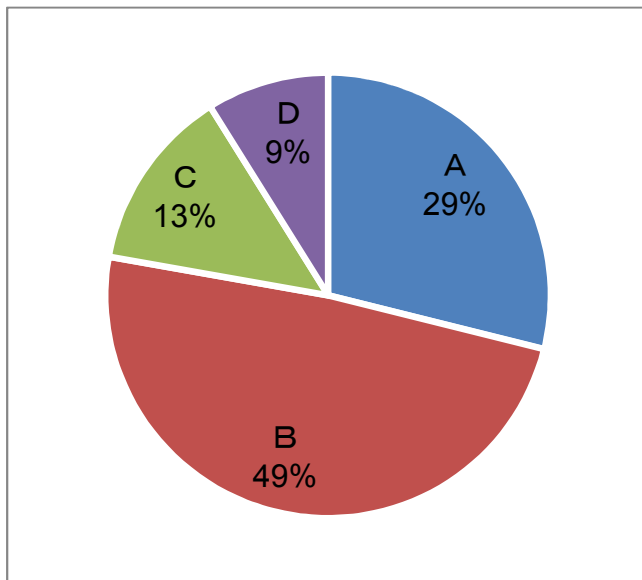
| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|-----------|-------|------|--|-----------|---|-------------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 34 | 地域商業活性化事業 | 産業支援課 | A | 越谷商工会議所が商店街の活性化を図るため、商店会等と連携して実施する街おこしイベント等への支援を実施している。北越谷駅まちバルや越谷いちごフェス in せんげん台の開催により、商店街の賑わいづくりと集客につなげたほか、こしがや商人塾ではワークショップ等を通して地域課題の掘り起こしや、塾生同士のネットワークの構築を図ることができた。 | C | 従来実施してきた事業によって、商店街の賑わいづくりや近隣商店会の連携促進に一定の成果を得られている。今後は各エリアにおける自主的なイベント実施に対する支援や、新たな街おこしイベントの企画立案等に対する支援により、商業のさらなる魅力向上を推進する。 | 観光入込客数 |
| 35 | 高収益農業推進事業 | 農業振興課 | A | 観光農園マップの作成による観光農園、体験農園の支援や、集团的いちご観光農園である「越谷いちごタウン」の適正な施設管理を実施している。安定的な高収入が見込めるいちご観光農園の支援により、首都圏近郊という地理的優位性を活かした都市農業の展開が期待できる。 | A | 観光資源として非常に魅力的ないちご狩りが首都圏近郊で気軽に体験できるということで、関東圏における観光客の誘致に効果的である。引き続き取り組みを進めることでインバウンドの誘致にもつながる可能性がある。 | 市内観光農園来園者数、観光入込客数 |
| 36 | 地産地消推進事業 | | A | 地場農産物の販路拡大を図り地産地消を推進するため、学校給食への越谷産米の導入や、地場農産物を活用したレシピコンテストを実施し、地場農産物の関心を高めるとともに魅力をPRしている。 | A | 越谷市は首都圏近郊でもまだ農業が盛んに実施されている地域であるが、市内での認知度向上については取り組みが進められているところである。地場産農産物の活用については観光分野の事業でも取り組みを進めていく必要がある | 市への愛着度 |
| 37 | 都市景観推進事業 | 都市計画課 | A | 越谷市らしい都市景観を形成するために、協働の取り組みを進めている。特に市民の視点から市内の良好な景観を再発見してもらう目的で、2018年度まで、景観写真コンクールを実施しており、新たに2018年度よりこしがや景観資源の募集・登録制度を開始している。 | A | 市民による越谷市の新たな魅力発掘ということで、シビックプライドの醸成に役立つと思われる。また、今後SNS等のWeb媒体を活用した市の景観魅力の情報発信を実施することから、市外からの来訪者も期待できることから、積極的な取り組みが求められる。 | 市への愛着度 |
| 38 | 公共交通事業 | 都市計画課 | B | 鉄道・路線バス等の公共交通機関を利用しづらい地域において、市民と市が連携して既存の公共交通網を利用しながら新たな公共交通の導入に取り組むとともに、市内鉄道駅（北越谷駅・新越谷駅等）にホームドアを設置する等のバリアフリー化事業に対する支援を行っている。 | A | 市内の観光スポットは駅から離れている場所も多く、徒歩や自転車では周遊が難しい場合がある。公共交通機関による周遊がよりスムーズになれば、市外からの観光客もさらに見込めることから引き続き取り組みの推進が望まれる。 | 観光入込客数 |

| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|---------------------|-------|------|---|-----------|---|---------------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 39 | 公園施設維持管理事業 | 公園緑地課 | B | 市内公園などの維持管理や修繕を行っており、市民との協働という観点から市民ボランティア団体による維持管理制度を取り入れている。花田苑、キャンベルタウン野鳥の森については指定管理制度を導入し、サービスの向上や施設運営の効率化を図っている。 | C | 花田苑は県内でも珍しい、日本文化の伝統を備えた本格的な日本庭園で、能楽堂と併せて日本文化を体験できる貴重なコンテンツである。今後インバウンドの誘致を検討するにあたって魅力的な観光資源となり得ることから、引き続き維持・整備が必要である。 | 観光入込客数 |
| 40 | 緑道整備事業（綾瀬川・元荒川・新方川） | | B | 市民が散策をし、健康増進等を図るための場として市内の緑道の整備を行っている。「水郷こしがや」に相応しい緑道を目指して照明灯の設置や舗装整備を進め、利用者の利便を図っている。 | C | 市民の憩いの場としてはもちろんのこと、四季折々の風景を楽しむことができることから市外からの訪問者も期待できる。引き続き市内緑道と浸水空間のネットワーク化推進が求められる。 | 市への愛着度 |
| 41 | 道の駅整備事業 | 道路建設課 | A | 道路利用者のための休憩機能、災害時の避難場所としての防災機能、越谷市の魅力や観光情報の発信のほか、新たな都市型農業を推進する機能などを備えた交流拠点施設の整備に向けて基本構想の策定等を実施している。 | A | 道の駅は全国的に取り組みが進められており、県内では14市町村（20箇所）で既に設置されている。市外からの来訪者に対する情報発信の場として非常に重要な施設と言え、越谷市独自の取り組みが求められるところである。 | 観光入込客数 |
| 42 | 伝統芸術文化振興事業 | 生涯学習課 | B | 地域文化の振興と普及を目的とし、こしがや能楽堂を中心として、こしがや薪能・こしがや能楽の会・郷土芸能祭・能楽体験教室・郷土芸能体験教室等を開催している。 | A | 入場者数は年々増加しており、市独自の文化振興の一翼を担っていると言える。今後はさらにPRや開催内容を充実させ、市内だけでなく市外からの参加者を増やしていくことも目指していく。 | 観光入込客数 |
| 43 | 文化財施設管理事業 | | B | 江戸時代に名主を勤めた中村氏の旧宅である大間野町旧中村家住宅及び旧東方村中村家住宅について、郷土に関する学習の場として公開・活用を図っている。また、市民団体等との協働による事業や地域イベントへの協力等を実施している。 | A | 歴史的に価値のある施設ではあるが、認知度を高める余地がある。積極的に施設のPRや情報提供を行うとともに、さまざまな事業を実施し、郷土の歴史や文化に対する理解を深め、シックプライドの醸成を図っていく。 | 観光入込客数、市への愛着度 |

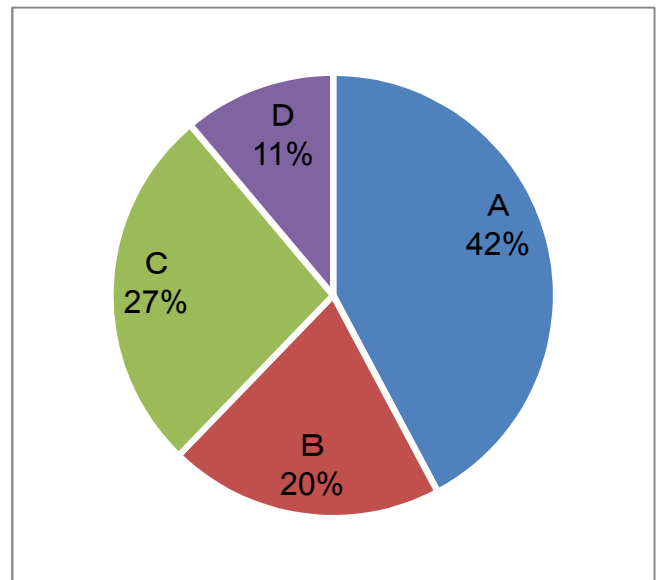
| No. | 事業名 | 所属 | 実施状況 | | 計画に対する優先度 | | 関連目標 |
|-----|-------------------|---------|------|---|-----------|---|--------|
| | | | 評価 | コメント | 評価 | コメント | |
| 44 | 日本文化伝承の館運営事業 | 生涯学習課 | B | 日本の伝統文化の振興と市民文化の向上、コミュニティづくりの拠点施設として、こしがや能楽堂の管理・運営を、指定管理者制度を導入して実施している。県内唯一の屋外能舞台を有し、隣接する花田苑とあわせて、日本文化を体験できる貴重な施設である。 | A | 今後インバウンドの誘致を検討するに当たって、非常に魅力的な資源であり、2017年度には外国人観光客向けに外国語（英語）版のガイドブックも作成した。引き続き冊子の効果的な活用等、積極的な取り組みが求められる。 | 観光入込客数 |
| 45 | スポーツ・レクリエーション推進事業 | スポーツ振興課 | B | 市民の多様なライフスタイルに合わせたスポーツ・レクリエーション活動に参加できるように、活動機会に関する情報提供、活動環境の整備に加えて、トップレベルのスポーツ観戦機会の充実に努めており、事業による一定の成果を得られている。 | B | 東京オリンピック・パラリンピック観戦に訪れる訪日外国人観光客に本市の魅力を発信する絶好の機会であると捉えている。 | 市への愛着度 |

※各事業の「実施状況」、「計画に対する優先度」評価割合

・実施状況

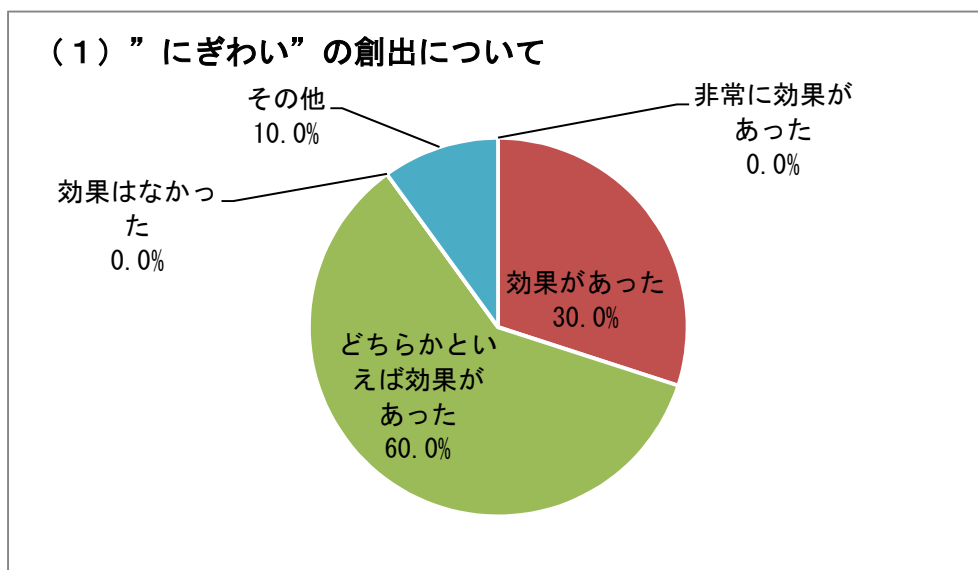


・優先度



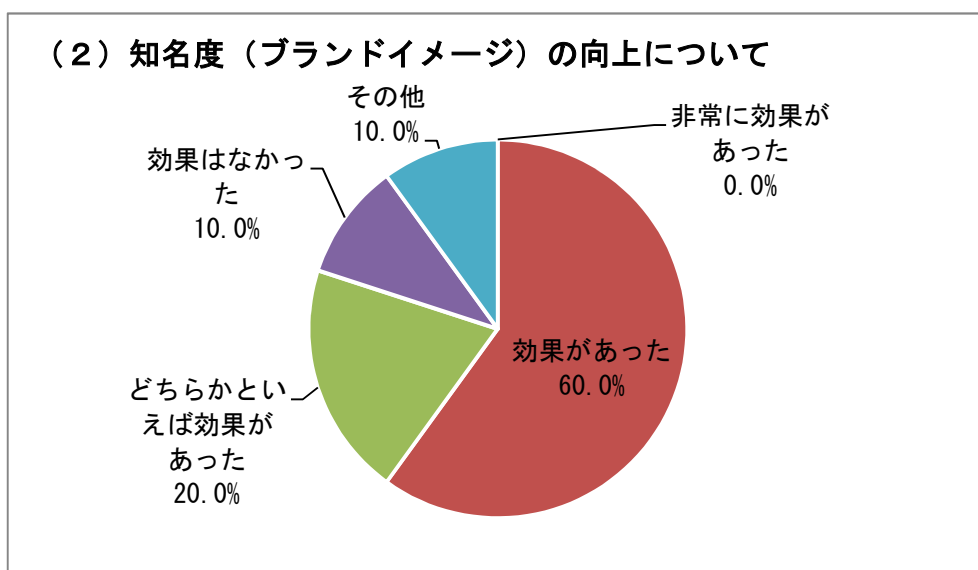
③関連事業者等へのアンケート結果

Q 1. 越谷市の観光振興の効果について



● 「その他」意見

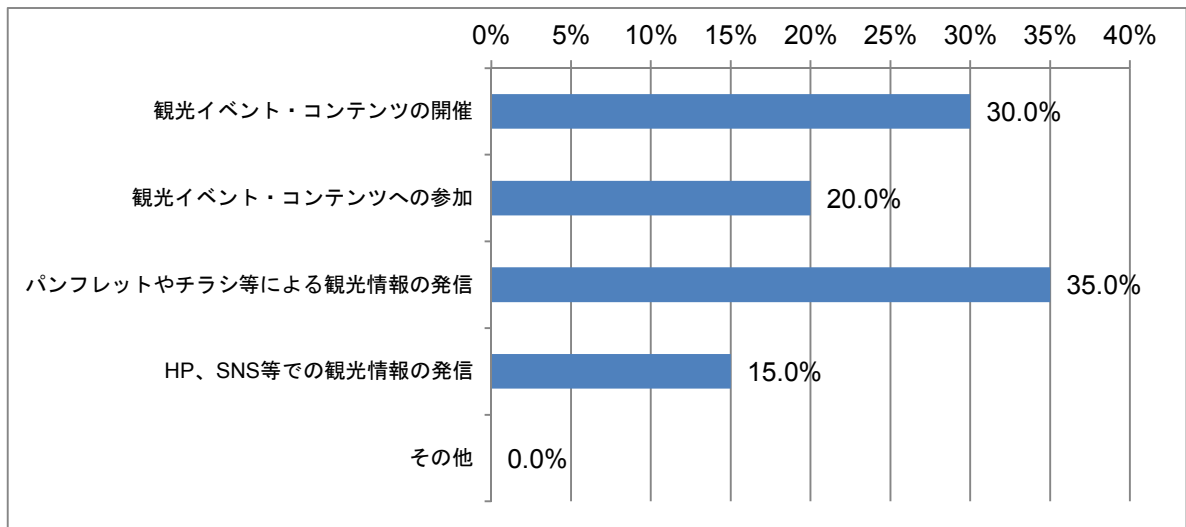
- ・ ”にぎわい”は感じているが、観光振興に由来する効果であるか判断が難しい。



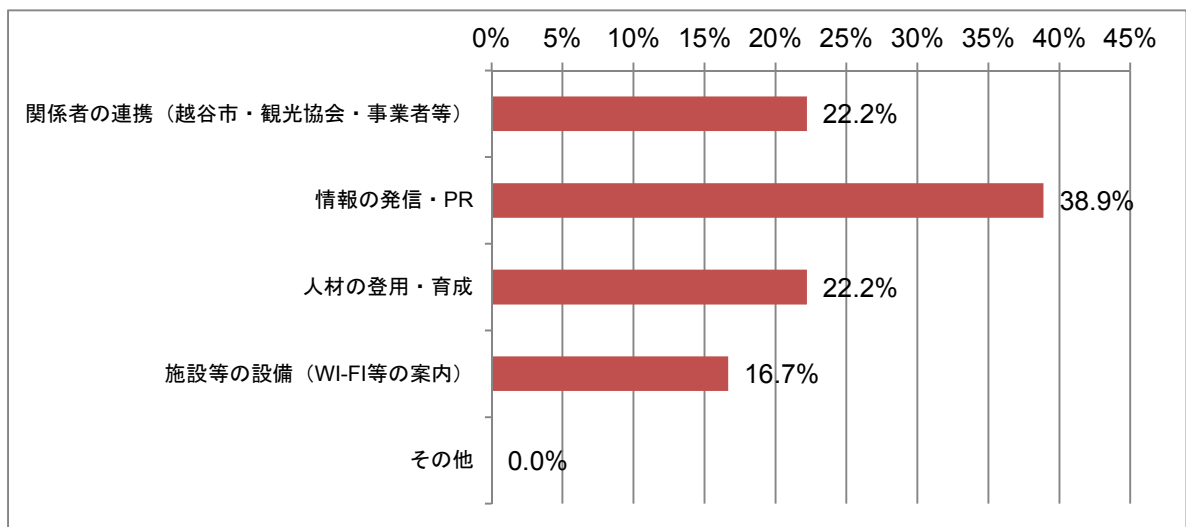
● 「その他」意見

- ・ 知名度の向上は感じるが、観光振興に由来する効果であるか判断が難しい。

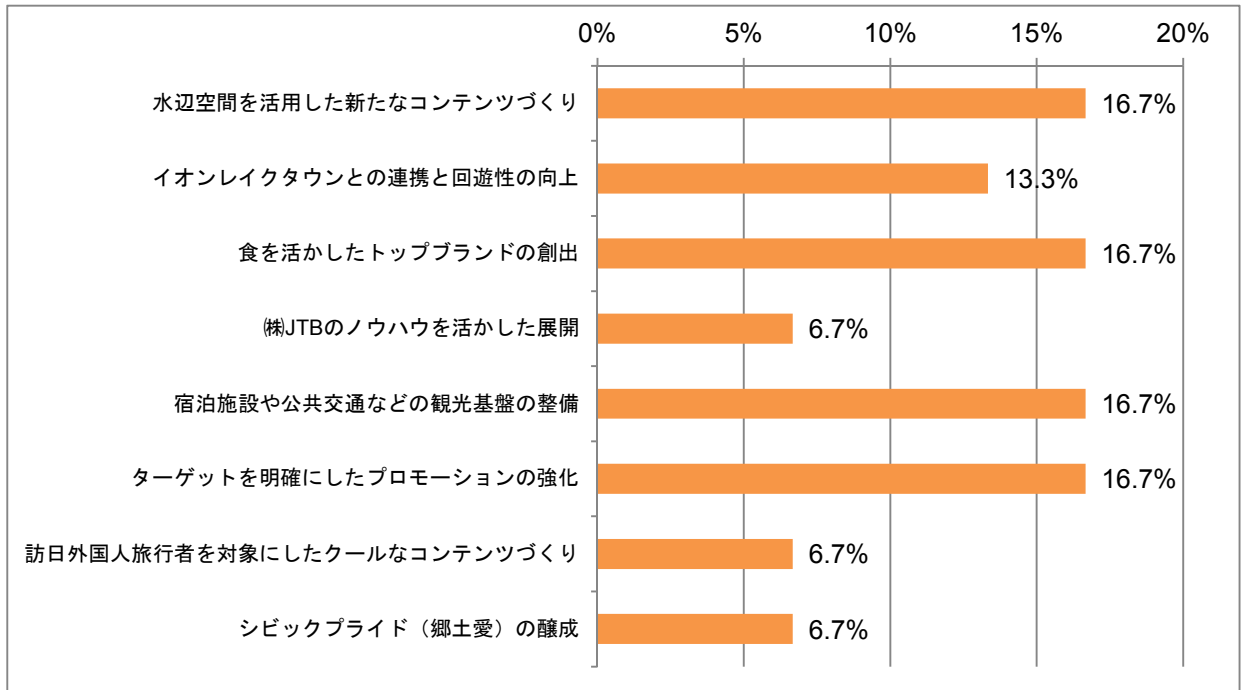
Q 2. 観光振興の視点から地域活性化につながる取組の実施について（事業者側）
※複数回答可



Q 3. 観光振興に関する取組についての課題について（事業者側）
※複数回答可



Q 4-1. 特に優先的に取り組むべきリーディングプロジェクトについて
 ※各団体3プロジェクトまで回答可



●プロジェクト選択の理由等について ※一部抜粋

「水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり」

- ・レイクタウン以外の水辺の利活用が不十分である。
- ・水辺空間を活用したイベントなど新たに取り組んでいく必要がある。
- ・水辺空間活用の積極的な取り組みにより越谷市ならではの価値が見出せる。
- ・水辺のフォトジェニックさとアクティビティを組み合わせることで、対外的にPRしやすいコンテンツになる。
- ・水辺周辺の遊歩道などを活用し、健康志向の方に市内来訪のきっかけとする。

「イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上」

- ・連携により市外からの集客力を十分に生かしたプロジェクトができる。
- ・市内最大の集客施設であり、地域プロモーションの核とすべきである。
- ・イオンレイクタウンは高い知名度がある。

「食を活かしたトップブランドの創出」

- ・地域らしさ、地域ならではの特産品の拡散が必要である。
- ・市の知名度の向上、PRにつながる。
- ・越谷市以外でも都心に近いいちご狩りをPRしはじめた自治体が増加している。越谷市ならではの農産物を新たに開発するのか、もしくはいちごのPRを更に強化していくのか、方向性をまとめるべきである。
- ・地場野菜を利用したブランドの創出が必要である。

「(株)JTBのノウハウを活かした展開」

- ・様々な施策を効果的に渡来するためのパートナーとして必要である。

「宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備」

- ・首都圏観光のハブとなりうる立地であるが、圧倒的に宿泊施設が少ない。
- ・観光客が越谷市に滞在しやすい環境を作ること、インバウンド観光客や県外からの観光客を呼び込みやすくなる。
- ・日帰り観光以外の観光用途を作る必要がある。

「ターゲットを明確にしたプロモーションの強化」

- ・コンテンツとターゲットの結びつけが不足している。
- ・効率良く集客できるようになる。
- ・ターゲットを明確にした広報活動が必要である。
- ・訪日外国人需要を取り込むことができる。

「訪日外国人旅行者を対象にしたクールなコンテンツづくり」

- ・外交官観光客を誘致のために必要不可欠である。
- ・訪日外国人需要を取り込むことができる。

「シビックプライド（郷土愛）の醸成」

- ・市民の市の歴史、文化、特産品等の認知度が低い。
- ・他の地域に目を向ける前に地元越谷を知ることが大切である。

Q 4-2. リーディングプロジェクト以外に取組むべき施策・課題について（自由記述）

①都市型農泊エリア、農業体験エリアとしての商品化検討

：地域にある資源をいかに活用するかを考えた際に田畑の活用がまず考えられる。

②平坦な地形が多いという地域特性の活用

：「歩く」エリア、「走る」エリア等の区分に分けた地域の利活用をするべきである。

③市内近辺の観光地との連携

：広域連携により魅力の向上や集客効果が見込めると考えられる。

④シビックプライド（郷土愛）の醸成

：越谷市の魅力の一番の伝え手は市民であるべきである。

⑤都心の観光地からのアクセス及び羽田・成田空港からのアクセスの改善

：観光客は利便性の高い場所を中心に行動するため、アクセス環境の向上は必須である。

⑥お土産品の開発・PR

：観光に来た際のお土産がないと観光地に来たという気分にならない。

(4) 優先的にすすめる事項

「越谷市観光振興計画」の中間検証では、これまでの取組状況、課題および今後の社会変化並びにその効果等について検証を重ねました。そして、計画の最終年度であり、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年度までに優先的にすすめるプロジェクトおよびその後を見据えて戦略的に取り組むべきプロジェクトという視点で整理しました。

●2020 年度までに優先的にすすめるプロジェクト

2020 年度は、東京オリンピック・パラリンピックが開催されます。東京オリンピック・パラリンピックは、世界的なスポーツの祭典であるとともに、これを契機として地域が歴史や文化、ライフスタイルなどの魅力を発信し、盛り上げるチャンスでもあります。

このような状況の中で、ゲートシティや人気観光地ではない越谷市では、地域の個性を磨くとともに、その個性を魅力ある資源（商品）として、マーケティングの視点で訴求していく必要があります。

首都近郊にあり交通の要衝にあることを最大の強みとし、まずは、イオンレイクタウンに隣接する大相模調節池の水辺空間や豊かな「農と食」を観光分野と結びつけ、継続的かつ実践的な観光振興に取り組むことが効果的と考えられます。また、地域全体の価値向上のためにはマーケティング力に根ざしたプロモーションが必須です。①訪日外国人旅行者を対象としたインバウンド、②シニア層が中心となる国内市場、③インターネット、スマホ・SNS が普及した環境で育った若者への発信など、多様化するニーズに対応したプロモーションの実施が求められます。

【対象プロジェクト】

- ・水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり
- ・食を活かしたトップブランドの創出
- ・ターゲットを明確にしたプロモーションの強化

●2030 年度を見据えて戦略的に取り組むべきプロジェクト

東京オリンピック・パラリンピックの開催から 10 年後の 2030 年、政府は訪日外国人旅行者数、6,000 万人を目標としており、インバウンドを中心とした観光分野の成長産業としての注目は、ますます高まっていると予想されます。一方で、少子高齢化、人口減少社会が本格化する日本の旅行（観光）マーケットの縮小は確実視され、新たなニーズの発掘やマーケットの開拓が必要となります。

このような状況の中で、増加する訪日外国人旅行者を受け入れるため、また、シニア層が中心となる日本人観光客のニーズを満たすため、多様化・細分化するターゲット層の中で、どの市場を狙うか戦略を定め、着実に取り組んでいく必要があります。さらに、シェアリングエコノミーの普及や AI をはじめとする技術革新などの要因から観光分野に求められる要素は想像を超えるスピードで大きく変化していくことも考えられます。

地域の魅力ある受入体制の確立や拡大するインバウンド市場への対応は、柔軟かつ中長期的視点で、継続的に取り組んでいく必要があります。

【対象プロジェクト】

- ・ 宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備
- ・ 訪日外国人旅行者を対象にしたクールなコンテンツづくり

※注釈

○本文中「(株)JTB」の表記について

(株)JTBは2018年4月1日にグループ組織の再編を行い、地域別・機能別の事業会社15社を本社に統合しました。そのため、越谷市観光振興計画策定時に「(株)JTB関東」の表記となっていた箇所については、本進捗状況報告書より「(株)JTB」の表記に統一いたします。