

平成28年度
「越谷市観光振興計画」
進捗状況報告書

平成29年度
環境経済部観光課

【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	8
①水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり	8
②イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上	8
③食を活かしたトップブランドの創出	8
④株式会社JTB関東のノウハウを活かした展開	9
⑤宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備	9
⑥ターゲットを明確にしたプロモーションの強化	9
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	10
⑧シビックプライド（郷土愛）の醸成	10
4. 参考資料【主な事業一覧】	11

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関東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。

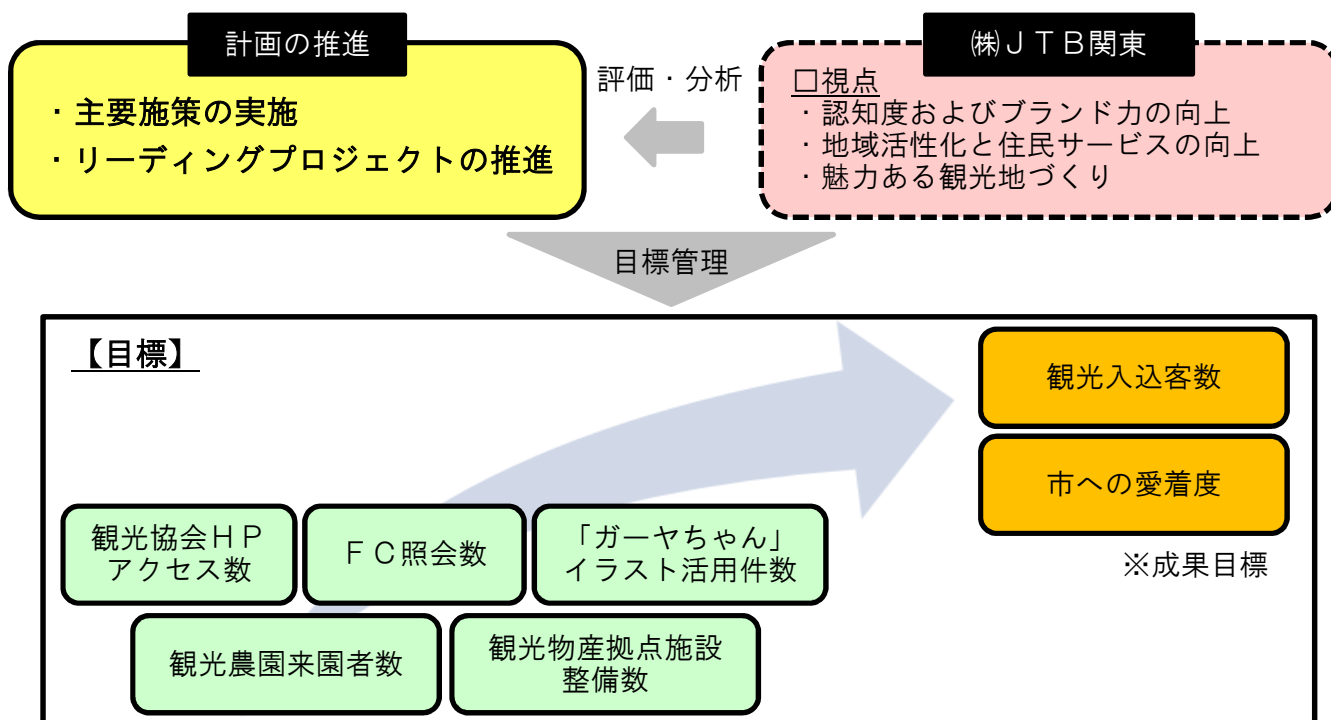
②主要施策の検証

「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式会社JTB関東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。

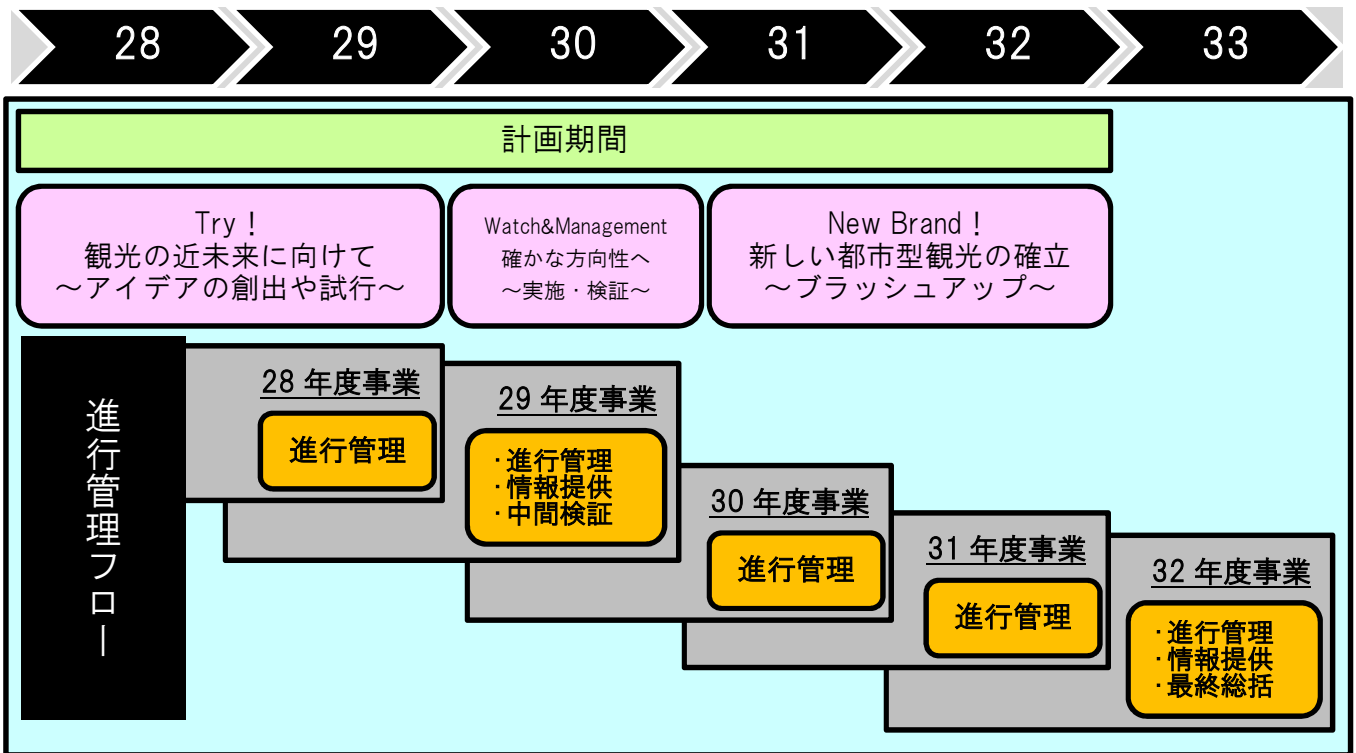
②中間検証・最終総括

平成30年度には、2ヵ年(平成28・29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、平成33年度には、5ヵ年(平成28～32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(一社)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 (H32)	現況値	実績		現在の進捗状況	関連する主な事業	今後の見通し
					H28	達成率 (%)			
1	観光入込客数	人	58,000,000	52,935,926	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関東のノウハウ等の活用に努めました	・観光ガイドブック作成 ・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みとともに、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	47.2	85.8	計画通り 平成27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。現在まで、順調に進捗しています	・越谷市民まつり ・物産展示場(特産品普及啓発事業) ・こしがやブランド ・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、こしがや愛されグルメ発信事業を実施するとともに、越谷ブランド認定品などの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、日光街道の宿場まち「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”の魅力を外内に発信します
3	観光協会HPアクセス数	件	180,000	144,000	162,061	90.0	計画通り 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、ホームページのリニューアルを予定しています
4	フィルムコミッション照会数	件	80	55	116	145.0	計画通り 継続的に撮影場所の提供に努め、照会数が増加しました	・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	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、市内はもとより、民間事業者・団体等の利用促進に努めました	・「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」イラスト及び着ぐるみの利用促進について、継続的に取り組みます。また、越谷市観光協会と連携してLINEスタンプを作成し、市内外に発信するなど、「ガーヤちゃん」の認知度向上を図るとともに、市のPRに取り組みます
6	市内観光農園来園者数 ※累計	人	627,000	147,794	307,886	49.1	計画通り 観光農園マップの作成、イチゴ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を行いました	・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	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及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	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及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式会社JTB関東が主催するスポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」が2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。

実施したモニターツアーでは、だるまの絵付け体験並びに日本文化伝承の館「こしがや能楽堂」及び日本庭園「花田苑」の見学が好評でしたが、観光資源としての活用は今後の課題です。

一般社団法人越谷市観光協会では、新規事業として、市内の魅力ある景観をテーマに人が回遊する「こしがや魅力発見！フォトラリー」事業を実施しました。

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関東コメント》

観光入込客数を増やすためには、顧客の需要の取り込みが最も重要です。“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。

また、既存事業を強化し、持続可能なものとするためには、シビックプライド（郷土愛）を醸成する必要があります。

昨年度開催されたスポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」は、事前のPRを強化するとともに南越谷阿波踊りと連携することで、さらなるにぎわいをみせていました。ホームページやSNSを活用し発信力を強化することや新たな取組み（連携）を積極的に取り入れることも効果的です。

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」をモール内 kaze 光の広場で開催するなど連携を深めて着ました。平成28年度は、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックの際、越谷市出身の星奈津美さんを応援するパブリックビューイング並びにメダル獲得後の報告会及び市民栄誉賞授賞式の会場として使用しています。さらに、「こしがやブランド認定品」の審査及び認定後の販売促進において連携するなど、取組の幅は広がっています。

また、越谷イチゴ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及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weets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旧日光道中「越ヶ谷宿」周辺では、「越ヶ谷秋まつり」や「宿場まつり」が開催され、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関東コメント》

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。年間約5,000万人の人が訪れているスポットを他の観光施設やイベントと有効的に結びつけることは難しい課題ですが、多様な関係者でアイデアフラッシュを繰り返し取り組む必要があります。

イチゴをはじめとした“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。

旧日光道中「越ヶ谷宿」周辺は歴史的価値があり、「越ヶ谷秋まつり」や「宿場まつり」は、シビックプライド（郷土愛）の醸成に寄与しています。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、様々なコンテンツと融合させることでターゲット層を広げることも効果的です。

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めます。

また、旅行会社 株式会社JTB関東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、一般社団法人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しています。平成28年度は、入門から上級までの幅広いレベルの参加者を対象に段階的ステップアップできるカリキュラムとし、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みました。

また、株式会社JTB関東は、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」を開催し、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。

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関東コメント》

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、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。

宿泊施設やWi-Fiの整備は、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを契機とした訪日観光需要を本格的に取り込むための必須条件です。地域の実情にあった整備の主体や手法、時期等を具体的に検討する必要があります。

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」を越谷駅東口駅前に整備しました。この施設では、「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、日光道中の宿場町「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ます。

また、「魅力発信プロモーション補助事業」を新設し、「こしがやブランド認定品」等の市の地域資源を活用した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、東京駅や東京ドーム等を会場とした全国的なイベントへの出展・PRも実現しました。

越谷特別市民「ガーヤちゃん」のブログのアクセス数やフィルムコミッションの問い合わせ数は順調に伸びています。

ii) 関連目標

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〉JT B 関東コメント〉

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。平成27年度は、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。さらに、平成28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、吉川市及び松伏町）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」や日本文化伝承の館「こしがや能楽堂」の見学、さらには、越谷だるまの絵付け体験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。

また、鉄道事業者とコラボした広域連携事業として東武鉄道株式会社、東京急行電鉄株式会社及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」と連携した越谷イチゴのトップブランド化への取組や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

《株JTB関東コメント》

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年に開催される東京オリンピック・パラリンピックに向けて、インバウンド観光の可能性に関する調査・研究やモニターツアー等を実施していますが、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。

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。平成28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」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「ちょこたび埼玉」、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。

一般社団法人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、“アクティビティ”や“フード&グルメ”などをテーマに、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関東コメント》

越谷市は首都近郊にあり、有名な観光地でもないことから、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「住みやすさ・暮らしやすさ・働きやすさ」など、まずは、“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む、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。

(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

- ・スポーツ・グルメイベント「越谷いちごラン」の開催【(株) JTB 関東】
- ・「地球いきいきプロジェクトの」(環境交流事業)開催【(株) JTB 関東】
- ・「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み【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イチゴは、“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みます。

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みます。

i) 主な取組

- ・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 関東】《再掲》
- ・越谷イチゴ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】

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株式会社JTB関東のノウハウを活かした展開

株式会社JTB関東は、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

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

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

- ・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】
- ・観光物産拠点ガーヤちゃんの蔵屋敷の整備【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

- ・「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 関東】 <<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

- ・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
観光ガイドブック作成	観光ガイドブック及びこしがやブランド認定品のチラシ・ポスター等を作成し、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	観光入込客数 、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。	越谷市観光協会、観光課	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
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、越谷ブランド認定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	観光入込客数 、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350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支援します。	越谷市観光協会	観光入込客数 、市への愛着度、観光協会HPアクセス数
花火大会	夏の風物詩として開催される越谷花火大会の開催を支援します。	実行委員会 (事務局：越谷市観光協会)	観光入込客数 、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」の取組を支援します。	実行委員会 (事務局：越谷市観光協会)	観光入込客数 、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、郷土愛の醸成を図り、内外に地域の魅力を発信する取組を支援します。(越谷カレンダー、いちご連携、宿場町連携等)	越谷市観光協会	観光入込客数 、市への愛着度、市内観光農園来園者数
いちごラン事業	「越谷イチゴ」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 関東主催)。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、参加賞として越谷イチゴや越谷イチゴ入りシュークリーム等を配布します。	(株)JTB 関東	観光入込客数 、市への愛着度、市内観光農園来園者数
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、実施される市民まつりを支援します。	実行委員会 (事務局：観光課)	観光入込客数、 市への愛着度
特産品等普及啓発事業	こしがやブランドや伝統的手工芸品の特産品等の展示・販売、観光案内を行い、観光物産の振興を図ります。	越谷市観光協会、観光課	市への愛着度 、市内観光農園来園者数、観光物産拠点施設整備数

事業名	事業概要	実施主体	関連目標
こしがやブランド	市内で製造・加工などされた優れた商品を「こしがやブランド」として認定し、当該商品の普及拡大及び市内産業の振興、市の知名度向上を図ります。	観光課	<u>市への愛着度</u> 、観光物産拠点施設整備数
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等の取組を支援します。	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。	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の実施を支援し、にぎわいの創出を図ります。	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」の実施を支援します。	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「ホダカ株式会社」と連携して取り組みます。	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の提供を実施します。	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」の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及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及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>