

4章＊観光振興の将来像と基本方針

KOSHIGAYA

4章
観光振興の将来像と基本方針

4-1 越谷市観光の将来像



What is 越谷市観光の将来像?

未来に向かい、課題の種に水を撒こう

人と水と緑を結ぶ スマイル創造・交流タウン “こしがや”

地域で暮らす住民や地域を訪れる多様な人が、5本の1級河川や大相模調節池などの豊かな水辺空間や郊外に広がる田園風景や自然景観を背景に、歴史、伝統、文化、食、エンターテインメント、産業などの地域資源でつながり、地域に誇りや愛着を持つことで、たくさんの笑顔であふれるまちをつくります。

さらには、人々が出会い、交流し、それぞれの魅力を発揮することで、にぎわいを創出する活力ある“こしがや”を目指します。

4-2 越谷市観光の基本方針



What is 越谷市観光の基本方針?

こんないろいろな観光の花を咲かせようとしています

基本方針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。

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

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。

基本方針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(株)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を促進します。

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

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(注釈⑳)やフェイスブック(注釈㉑)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(注釈㉒)、越谷特別市民「ガーヤちゃん」(注釈㉓)、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。

基本方針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観光メニュー(注釈㉔)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。

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

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(注釈㉕)に不可欠なおもてなし力の向上に取り組みます。

注釈⑳ ブログ

Weblogの略。Web上のlog(記録)。ウェブ上での日記、記録のこと。それに対する感想などを閲覧者が自由にコメントできる形式のウェブサイトのこと。

注釈㉑ フェイスブック(Facebook)

Facebook, Inc.が運営するインターネット上のソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の一つ。

注釈㉒ フィルムコミッション

映画やテレビドラマ等の撮影場所誘致や撮影支援をする機関であり、地方公共団体(都道府県・市町村)や観光協会が中心となって組織する場合が多い。

注釈㉓ 越谷特別市民「ガーヤちゃん」

平成17年に、こしがや鴨ネギ鍋のキャラクターとして誕生。その名前は、広く募集された結果、平成18年11月に鴨の鳴き声「ガーガー」と越谷の「ガヤ」から「ガーヤちゃん」と命名された。平成23年11月には越谷市の特別市民になり、ますます市民に親しまれる存在となっている。

注釈㉔ 体験交流型観光メニュー

単に名所や名物を求めて巡る物見遊山的な観光ではなく、それぞれの観光資源を活かした体験交流を通して、自然・歴史・文化など地域の魅力にふれる観光。

注釈㉕ 着地型観光

これまでの旅行商品が都市部の旅行会社で企画・造成される「発地型」であったのに対し、旅行目的地側主導で行うことを指す。