

6章＊推進体制と進行管理

6-1 推進体制

本計画の推進のため、越谷市は、環境経済部観光課を中心とした、関係各課所の横断的な協力体制を強化し、地域資源を組み合わせた一体的なブランドづくり、情報発信、プロモーションおよびマーケティング等の観光政策を統括するとともに、(一社)越谷市観光協会との連携を強化し、民間事業者(観光事業者、交通事業者や大型商業施設をはじめ観光に携わる農・商・工の事業者)や市民(市民団体やNPOなど)が実施する観光に関わる事業を支援するなど、地域一体となって観光振興に取り組みます。

また、包括連携協定を締結した(株)JTB関東の持つ旅行会社の豊富な情報、ネットワークおよびノウハウを最大限に活用し、実効性を確保します。

このような取組を積み上げていく中で、経営的視点と明確なコンセプトのもと、魅力的な観光事業を展開し、持続可能な機能・組織の確立を目指します。



～こしがや版DMO～

「DMO」(Destination Management / Marketing Organization)は、観光という手段を用いて地域全体の価値を高めるための経営主体です。具体的には、地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、情報発信、プロモーションおよびマーケティング等について、地域の多様な関係者が主体となって行います。

地方の最重要課題である「地方創生」において、観光による交流人口の拡大は、地域を活性化させる原動力となります。地域経営の視点に立った“観光によるまちづくり”の担い手である関係者と連携しながら、明確なコンセプトに基づき、戦略を立て着実に観光事業を実施することで、こしがや版DMOの確立を目指します。

「DMO」のあり方は、地域それぞれで異なりますが、幅広い関係者との連携や担い手の育成により、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、シビックプライド(郷土愛)を醸成する「観光地経営」に向けた取組を促進します。



6-2 推進スケジュール

東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年(平成32年)度を目標に本計画を着実に推進するため、2016年(平成28年)・2017年(平成29年)度を「Try!観光の近未来に向けて」と位置づけ、主に観光振興に向けたアイデアの創出や試行の期間とします。また、2018年(平成30年)度を「Watch&Management!確かな方向性へ」と位置づけ、主に各種施策や事業の実施と検証の期間とします。2019年(平成31年)・2020年(平成32年)度を「New Brand!新しい都市型観光の確立」と位置づけ、施策や事業のブラッシュアップ期間とし、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”」の実現を目指します。



6-3 計画進捗の評価と目標の管理について

本計画を着実に推進し、その進捗状況等を把握するため、目標を設定し、その達成に向けて各種施策や事業を効率的・効果的に実施することで実効性を確保します。

①観光入込客数の目標

観光入込客数(人)	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
52,935,926	58,000,000

◎特に関連のある施策

- 5-1 観光資源のブラッシュアップ
- 5-2 イオンレイクタウンや地域産業を活かした取組の推進
- 5-3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備

②市への愛着度(シビックプライド)のシェア目標

市への愛着度(シビックプライド)(%)	
現況値(2015年(平成27年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
42	55

◎特に関連のある施策

- 5-1 観光資源のブラッシュアップ
- 5-4 観光を核としたブランドプロモーションの推進
- 5-6 シビックプライド(郷土愛)の醸成と観光人材の育成

③(一社)越谷市観光協会HPアクセス数の目標

観光協会HPアクセス数(件)	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
144,000	180,000

◎特に関連のある施策

- 5-1 観光資源のブラッシュアップ
- 5-3 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



④フィルムコミッション照会数の目標

フィルムコミッション照会数(件)	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
55	80

◎特に関連のある施策

- 5-1 観光資源のブラッシュアップ
- 5-4 観光を核としたブランドプロモーションの推進
- 5-6 シビックプライド(郷土愛)の醸成と観光人材の育成

⑤越谷特別市民「ガーヤちゃん」イラストの活用実績件数の目標

越谷特別市民「ガーヤちゃん」イラストの活用実績(件)	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
55	220

◎特に関連のある施策

- 5-4 観光を核としたブランドプロモーションの推進
- 5-6 シビックプライド(郷土愛)の醸成と観光人材の育成

⑥市内観光農園の来園者数の目標

市内観光農園の来園者数(人) ※累計	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
147,794	627,000

◎特に関連のある施策

- 5-2 イオンレイクタウンや地域産業を活かした取組の推進
- 5-3 新たな魅力の創造と観光基盤の整備

⑦観光物産拠点施設整備数の目標

観光物産拠点施設整備数(件)	
現況値(2014年(平成26年)度)	目標値(2020年(平成32年)度)
-	1

◎特に関連のある施策

- 5-2 イオンレイクタウンや地域産業を活かした取組の推進
- 5-4 観光を核としたブランドプロモーションの推進
- 5-6 シビックプライド(郷土愛)の醸成と観光人材の育成

