

# 越谷市観光まちづくり推進計画

令和6年2月22日時点

越谷市 経済振興課



## はじめに

市長のご挨拶を追加

## 市民が思い描く越谷市の将来像

越谷市観光まちづくり推進計画の策定にあたっては、市内の団体や事業者を対象に会議やワークショップ、インタビュー等を行い、「市の将来像」についてイメージをお聞きしました。本ページの掲載内容は、それらの意見をまとめたものです。

本計画の推進が“市民が思い描く越谷市の将来像”の実現につながるよう、ここに市民の皆さんの想いを掲載します。

越谷の桜堤や 市外からの  
銀杏並木といった 集客 安心安全、  
自然環境と共存するまち 暮らしやすいまちを  
景観が統一されたまち 実現するため、  
体験型の観光で稼ぐ  
ヘルスケアに関する創業を支援 子育てしやすいまち  
将来的に子供たちが 育つ  
住み続けたい、行った人が帰りに越谷に寄る 高齢者に優しい小型のバスや  
歩行者優先通路の整備  
戻ってきたいと思えるまち 既存の価値を 活かすまち 「越谷に住みなよ」と  
オープンな生活をする中で防犯に繋げる  
歴史と文化、友人を呼べるまち 訪れたいまち 言いたくなるまち  
都会的要素と 水に親しむ 子供の体験が大人になった時にまちづくりに繋がる  
体験ができる 子供たちが越谷を  
自然が共存 仕掛けづくり 「越谷に住みなよ」と  
言いたくなるまち 「いいまち」だと思い、  
どうせ越谷。だけど 新庁舎前の火災用水の  
ウッドデッキの活用 やりたいことが  
10種競技で勝てるまち 存分にできるまち  
奇跡の一枚が撮れる 市民による市外への情報発信  
「ここを見に来い 恋する越谷」 水辺を常に活用して、  
水郷越谷として活性化  
健康をテーマにした体験 身近で非日常体験や  
新たな発見ができる やばい やばすぎる  
フラットタウン越谷 農業を活かしたメニュー開発 誰でもフラット  
高齢者に 子供からお年寄りまで ウェルカムなまち 越谷  
優しいまち 楽しめる 日常を豊かで穏やかに過ごし、  
働き遊ぶといった全てが 自然環境と  
越谷で完結できるようなまち 共存するまち  
川を親しみを持てる場所 子どもたちが越谷を 気軽に訪れたい、  
として子供達に受け継ぐ 「いいまちだ」と思い、 住んでいる人、  
やりたいことが 働いている人、  
存分にできるまち 来てくれる人に  
日常を穏やかに過ごし、 越谷で完結できるまち 都心から一番近い  
収穫体験ができるまち やさしい  
シビックプライドの 情報発信できる「わくわくタウン越谷」  
向上 水害の歴史を逆手にとって水難訓練、体験を行う  
循環型そして まち全体が非日常の  
日帰りのリピート型の 観光を目指したい テーマパーク  
ルーバンシティ



# — 目 次 —

第1章 計画策定の趣旨 .....	1
(1) 観光まちづくりに取り組む理由 .....	1
(2) 計画策定の目的 .....	1
(3) 計画の位置づけ .....	3
(4) 計画期間 .....	3
(5) 策定手順と体制 .....	4
第2章 越谷市を取り巻く観光動向 .....	5
(1) 全国的な観光の動向 .....	5
(2) 国の観光政策 .....	7
(3) 埼玉県における観光の動向 .....	8
(4) 埼玉県の観光振興施策の動向 .....	9
第3章 越谷市の現状と課題 .....	10
(1) 市の上位関連計画 .....	10
(2) 越谷市の概況 .....	16
(3) 越谷市における観光の現状 .....	20
(4) 会議、ワークショップ等による意見収集 .....	29
第4章 理念と原則 .....	34
第5章 将来像 .....	35
.....	36
第6章 基本方針 .....	36
(1) 基本方針 .....	36
(2) 取組の全体像 .....	37
第7章 施策メニュー .....	38
第8章 重点プロジェクト .....	48
第9章 目標値 ※時点案 .....	50
第10章 推進のしくみ .....	51
巻末 .....	53
(1) プロジェクト会議・WS等の実施概要 .....	53
(2) 現状把握調査の実施概要 .....	54
(3) パブリックコメントの実施概要 .....	55

# 第1章 計画策定の趣旨

## (1) 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、東京から25km圏内という立地から、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、多彩な地域の魅力に光をあて、「観光資源のブラッシュアップ」や「観光を核としたブランドプロモーション」、「シビックプライド(郷土愛)の醸成と観光人材の育成」を推進する“都市型観光”に取り組んできました。

しかしながら、様々な施策を推進する最中、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。越谷花火大会、田んぼアート、南越谷阿波踊りなどの四季折々のイベントの中止や観光事業の縮小を経験し、観光を取り巻く事業者、消費者、受け入れる地域の環境や価値観は大きく変化しました。長期間にわたる外出の自粛やリモートワークの普及等を通して自分らしい生活や働き方を考え直す人も増え、ビジネスにおいても多様な価値観やバックグラウンドの尊重、肉体的、精神的、そして社会的にも満たされた状態を指す「ウェルビーイング」の考え方を取り入れる企業が増えてきました。

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います。たとえば、デジタル技術を活用して業務プロセスや製品・サービス、ビジネスモデルを変革する「DX(デジタルトランスフォーメーション)」、AI がビッグデータを解析しロボットや自動走行車などの技術を通じて少子高齢化や過疎化社会の生活を支える「ソサイエティ5.0」、温室効果ガスの排出量と吸収量の均衡を目指す「脱炭素社会の実現(カーボンニュートラル)」は、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。

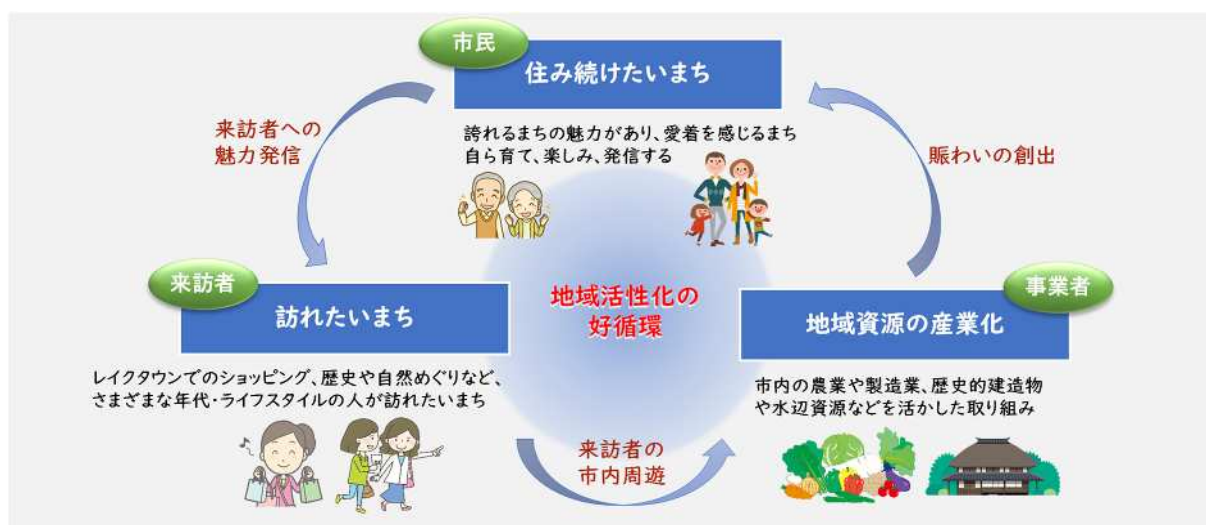
また、本市の将来を中長期的な視点で見ると、「人口の維持」や「市内産業の振興」、安全・安心に暮らすことの出来る「住環境の向上」はまちづくりの課題といえます。

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。

## (2) 計画策定の目的

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。





### (3) 計画の位置づけ

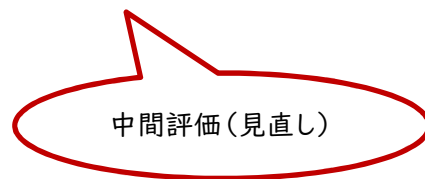
- ・本計画は、市の最上位に位置する第5次総合振興計画の分野別計画として位置づけるものとします。
- ・令和5年4月に策定した中小企業振興計画と整合を図り、相互に連携するものとします。

### (4) 計画期間

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。

表1 計画期間

計画名	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
第5次総合振興計画 前期	→									
後期						→				
中小企業振興計画			→							
次計画						→				
観光まちづくり 推進計画				→						



## (5) 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者の実態、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しました。

このように、客観的データと地域関係者の意見の双方を取り入れることで、越谷の観光やまちづくりに関わる多様な主体にとって共通の行動指針となるよう本計画をとりまとめました。

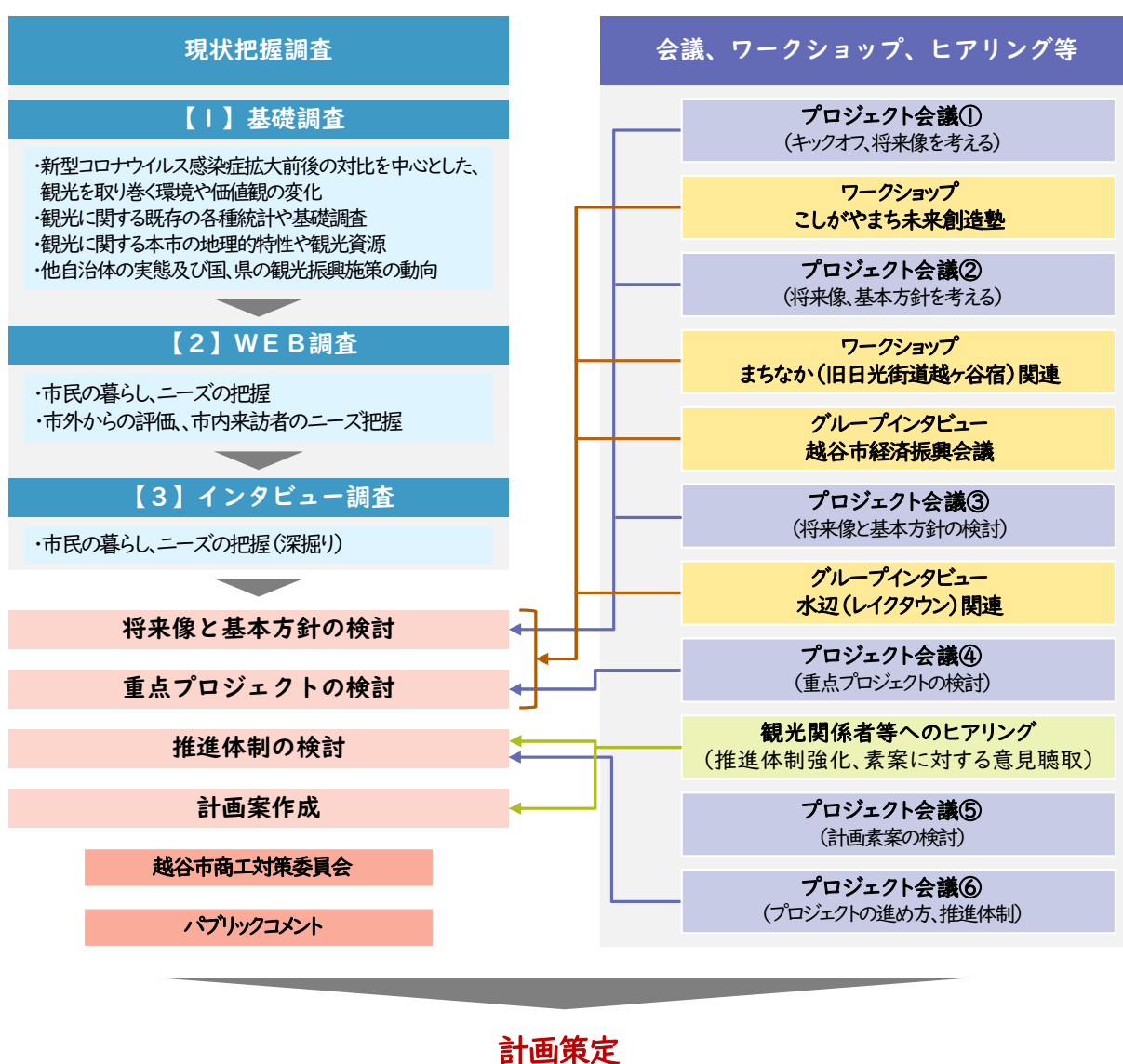


図1 策定手順

## 第2章 越谷市を取り巻く観光動向

### (1) 全国的な観光の動向

全国的な観光の動向をみると、2020年以降は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、旅行者数が日本人・外国人ともに減少しましたが、2022年からは回復傾向にあります。

また、旅行や外出はコロナ禍前よりも近い場所へ行き、人混みを避け、自らの趣味・嗜好に手間やお金をかけるなど、旅行意識や生活の価値観に変化をもたらしています。

#### ① 日本人の国内延べ旅行者数及び旅行消費額の推移

日本人の国内宿泊および日帰り旅行の延べ人数は、2019年までは5.6億人から6.5億人の間で推移していましたが、2020年、2021年の国内旅行者数は2019年の50%程度に減少しています。一方で、2022年には行動制限の緩和等により回復の傾向が見られます。

また、日本人国内旅行消費額は、2019年までは20兆円前後で推移していましたが、2020年、2021年は半減し、約10兆円となりました。2022年は回復の傾向が見られ、17.2兆円となっています。

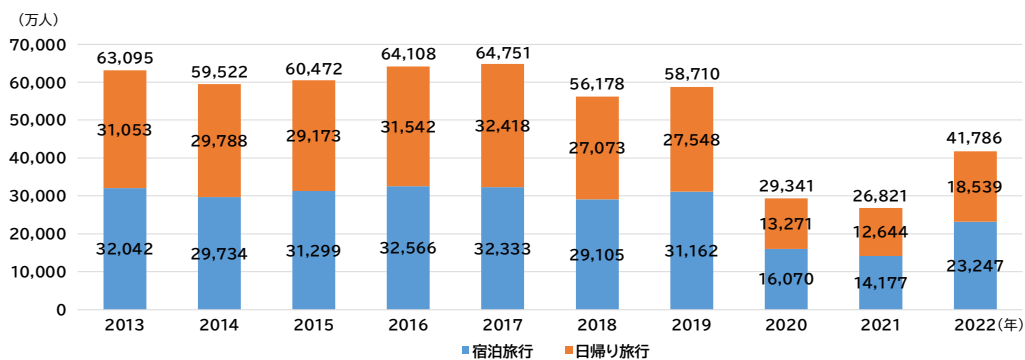


図2 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

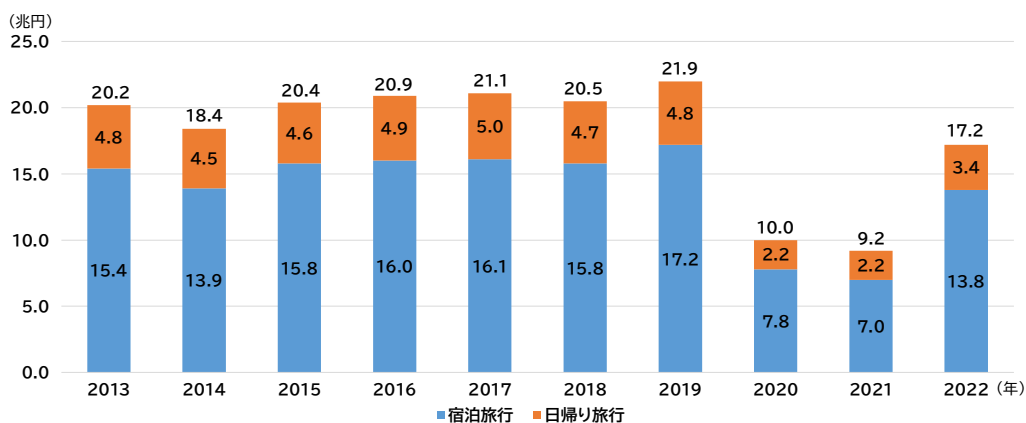


図3 日本人国内旅行消費額の推移

(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

## ② 訪日外国人数と消費額の推移

訪日外国人旅行者数は、2019年までは増加を続け3,188万人と過去最高数となっていましたが、2022年はピーク時の約12%である383万人となっています。

また、訪日外国人旅行者による消費額は、2019年までは増加を続け4兆8,135億円と過去最高に達しましたが、2022年はピーク時の約19%である8,987億円となっています。

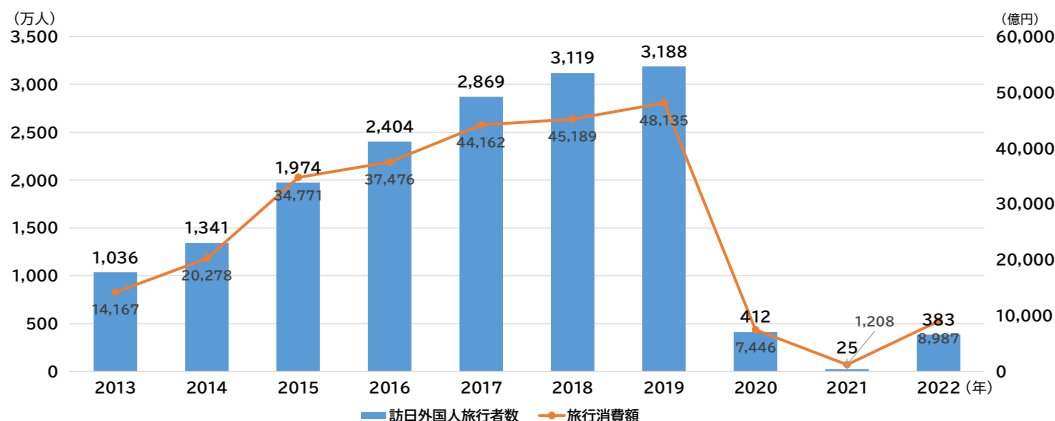


図4 訪日外国人の旅行者数と消費額の推移

※2020年以降の消費額は、新型コロナウイルス感染拡大による調査中止等の影響により、試算値となっている。

(出典：国土交通省「令和5年度観光白書」／観光庁「訪日外国人消費動向調査」)

## ③ 観光を取り巻く環境や価値観の変化

新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、「国内旅行への意欲が高まった」という旅行意識の変化がみられるようになりました。また、生活面では「健康に気を遣うようになった」「人と会うこと、人付き合いを億劫に感じるようになった」、消費に関しては「貯金や投資をするようになった」「日用品などの買い物はオンラインで済ますようになった」等の意識変化がみられます。

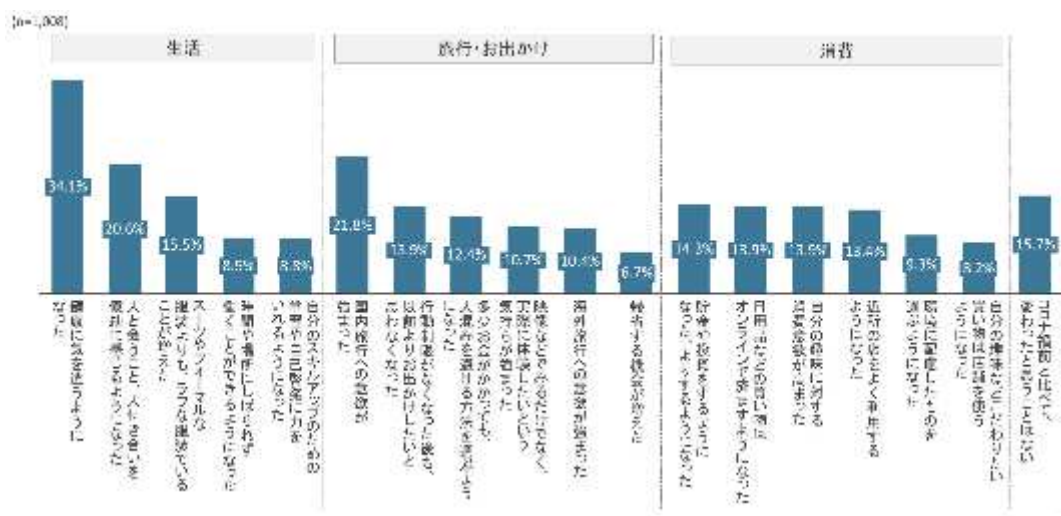


図5 コロナ禍前と比べて変わったと思うこと

(出典：JTB総研「新型コロナウイルス感染拡大による暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査(2023年3月実施)」)

## (2) 国の観光政策

観光庁は、観光を巡る近年の情勢の変化を踏まえ、観光立国推進基本法に基づき令和5年3月に「観光立国推進基本計画」を閣議決定しました。この計画では、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を目指す「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」の3つの戦略が掲げられています。

これらの戦略に基づき、「持続的な観光地域づくりに取り組む地域」を100地域、「訪日外国人旅行消費額単価」を20万円、「日本人の地方部延べ宿泊者数」を3.2億人泊とする等の目標値を掲げ、令和7年までの達成を目指しています。

表2 観光立国推進基本計画の目標値

3つの戦略	項目	実績値	目標値
		令和元年 (2019年)	令和7年 (2025年)まで
持続可能な観光地域づくりの体制整備	1. 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 <sup>※1</sup>	12地域 <sup>※2</sup> (うち国際認証・表彰地域 <sup>※3</sup> 6地域)	100地域 (うち国際認証・表彰地域 <sup>※3</sup> 50地域)
インバウンド回復	2. 訪日外国人旅行消費額	4.8兆円	5兆円 <sup>※4</sup> (早期に)
	3. 訪日外国人旅行消費額単価	15.9万円	20万円
	4. 訪日外国人旅行者一人当たり地方部 <sup>※5</sup> 宿泊数	1.4泊	2泊
	5. 訪日外国人旅行者数	3,188万人	令和元年水準超え
	6. 日本人の海外旅行者数	2,008万人	令和元年水準超え
国内交流拡大	7. アジア主要国 <sup>※6</sup> における国際会議の開催件数 <sup>※7</sup> に占める割合	アジア2位 (30.1%)	アジア最大の開催国 (3割以上)
	8. 日本人の地方部 <sup>※5</sup> 延べ宿泊者数	3.0億人泊	3.2億人泊
	9. 国内旅行消費額	21.9兆円	22兆円

<sup>※1</sup> 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人DMO等の団体数で把握する。

<sup>※2</sup> 令和4年(2022年)実績値

<sup>※3</sup> 国際認証・表彰地域とは、Green Destinations (GD)、又はUNWTOによるBest Tourism Villages (BTV)の認証・表彰を受けた地域をいう。

<sup>※4</sup> 5兆円を達成できる消費額単価・旅行者数の組合せ例として、単価18万円×旅行者数2,800万人。

<sup>※5</sup> 地方部とは、三大都市圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県)以外の地域をいう。

<sup>※6</sup> アジア主要国とは、アジア太平洋地域での国際会議開催件数上位5か国(地域を含む。)を指す。この基本計画では、具体的には、令和元年時点の統計で上位である日本、中国、韓国、オーストラリア、台湾の5か国・地域である。

<sup>※7</sup> 国際会議協会(ICCA)の統計による。

(出典：観光立国推進基本計画)

### (3) 埼玉県における観光の動向

埼玉県の日本人観光入込客数は2019年までは1億人回程度でしたが、2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け約6,600万人まで減少しました。2022年は約9,400万人が来訪しており、回復傾向にあります。また、埼玉県の特徴として日帰り旅行者の割合が非常に高く、全体の98%以上を推移しています。

埼玉県の日本人観光消費額は、2018年の約7,300億円がピークであり、2020年は約3,300億円まで減少しました。2022年は約5,400億円と回復傾向にあります。なお、観光入込客数と同様、消費額も日帰り旅行者の割合が高く、全体の93%以上を占めています。

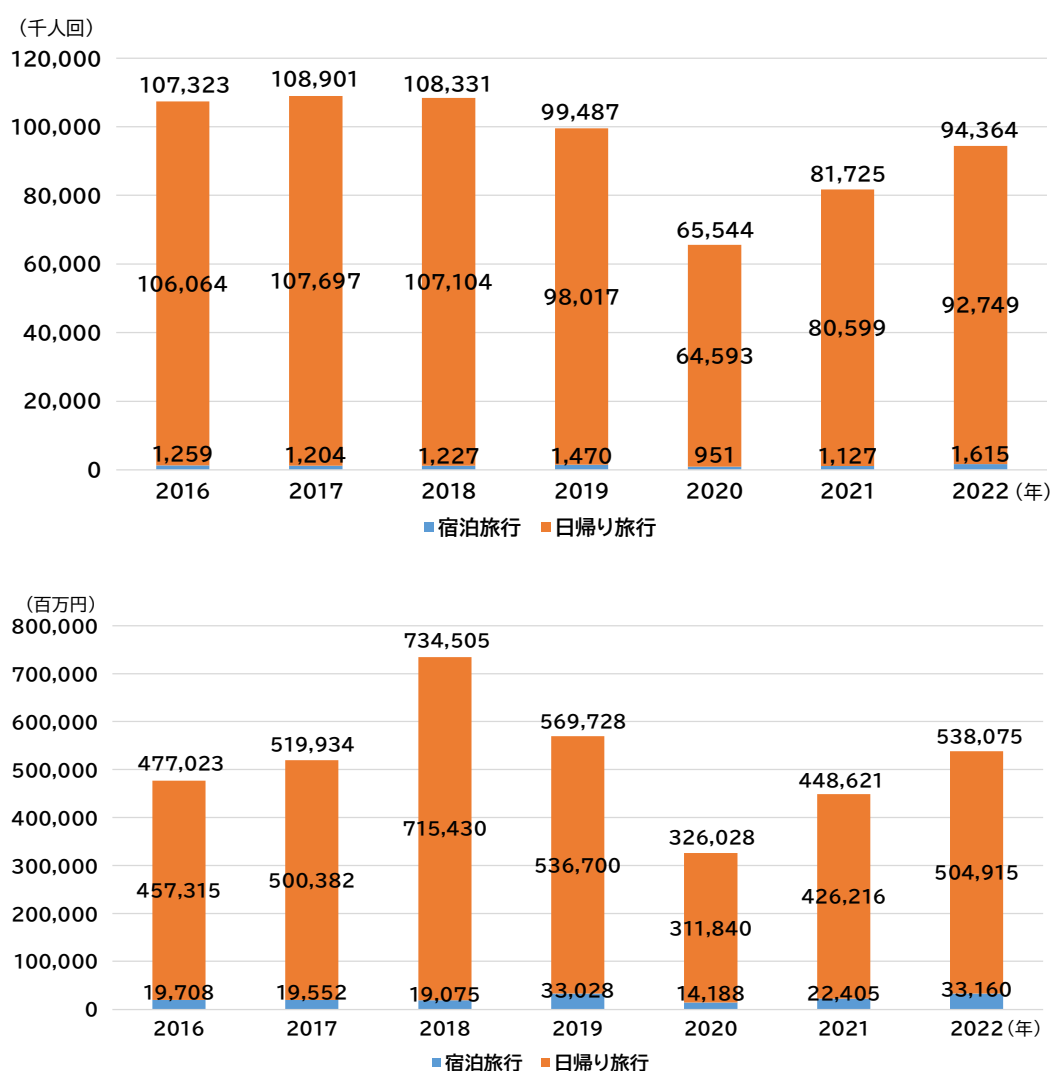


図 6 埼玉県日本人観光入込客数と消費額(観光目的)の推移

(出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計調査(2016年～2022年)」より作成)

#### (4) 埼玉県観光振興施策の動向

第3期埼玉県観光づくり基本計画（令和4年度～令和8年度）では、基本理念「旅したくなる、また来たくなる、ずっと居たくなる埼玉」に基づき、ポストコロナに向けてデジタル技術や埼玉県の強みを伸ばす5つの主要施策を掲げています。

また、2026年度には観光消費額7,400億円（2019年度の約1.3倍）の達成を目指しています。

表3 第3期埼玉県観光づくり基本計画の概要

<b>基本理念</b>	旅したくなる、また来たくなる、ずっと居たくなる埼玉
<b>基本方針</b>	①ポストコロナを見据え、チャンスに変える ②デジタル技術で創る・魅せる ③埼玉らしさを磨く・極める
<b>主要施策</b>	○安心・安全で誰もが楽しめる観光づくりの推進 ○観光産業の持続的発展の促進 ○デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上 ○アニメの聖地化の更なる推進 ○強みを生かした何度も訪れたくなる埼玉観光の確立

表4 第3期埼玉県観光づくり基本計画の目標値

項目	実績値		目標値	
	令和元年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和8年度 (2026年度)	
観光消費額	5,772億円	3,266億円	7,400億円	
本県で観光・レジャーを楽しむ人の数 (観光入込客の数)	1億3,459万人	7,349万人	1億6,000万人	
本県を訪れた年間外国人観光客	65万人	8万人	65万人	
1人あたりの 観光消費額	県外からの宿泊客	23,564円	15,955円	29,300円
	県外からの日帰り客	6,923円	5,695円	8,700円

(出典：第3期 埼玉県観光づくり基本計画)

## 第3章 越谷市の現状と課題

### (1) 市の上位関連計画

第5次越谷市総合振興計画の大綱5「産業・雇用、観光など」の分野では、「特色ある産業の活性化」「都市型観光」「農業後継者の確保・育成、人材発掘」等がキーワードとして挙げられています。

また、越谷市中小企業振興計画では、中小企業による所得・雇用の創出と地域内経済の循環が目標に掲げられています。

#### ① 第5次越谷市総合振興計画(計画期間 令和3年度～令和12年度)

第5次越谷市総合振興計画 基本構想では、越谷市の将来像を「水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市」として、水資源や農地などの美しい景観を大切にしながら市民が自治を確立していくことを目指しています。また、「産業・雇用、観光など」の分野においては、「地域に根差した特色ある産業の活性化」「都市型観光」「農業後継者の確保・育成、人材発掘」等の具体的なキーワードが挙げられています。

表5 第5次越谷市総合振興計画 基本構想の概要

基本理念	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人間尊重:市民一人ひとりが人間として尊重される</li> <li>・市民主権:市民一人ひとりがまちづくりの主体である</li> </ul> <p>(自治基本条例第4条)</p>
将来像	水と緑と太陽に恵まれたみんなが活躍する安全・安心・共生都市
まちづくりの目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>①多様な人が交流し、参加と協働により発展するまちづくり</li> <li>②みんなが健康で共生して住み続けられるまちづくり</li> <li>③都市と自然が調和した集約と連携によるまちづくり</li> <li>④持続可能で災害に強い安全・安心なまちづくり</li> <li>⑤魅力ある資源を活かし、都市の活力を創造するまちづくり</li> <li>⑥みんなが主体的に学び、生きがいを持って活躍できるまちづくり</li> </ul>

### 2. まちづくりのキーワード

<産業・雇用、観光>

- ◆持続可能な産業活動 ◆地域に根差した特色ある産業の活性化 ◆まちの個性
- ◆都市のブランディング ◆都市型観光 ◆交流・定住
- ◆農業者の高齢化、農業後継者の確保・育成、人材発掘
- ◆都市型農業、高付加価値農業経営の支援 ◆人材育成と労働環境の充実



- 【魅力】地域資源の魅力を最大限活かした交流の創出
- 【活力】まちの個性を活かした特色ある産業活性化とにぎわいの創出

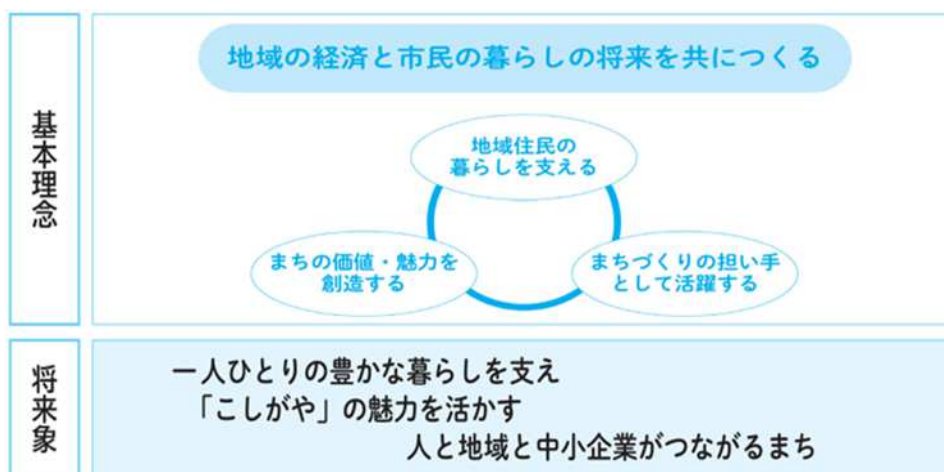
(出典：第5次越谷市総合振興計画 基本構想)



## ② 中小企業振興計画(計画期間 令和5年度～令和8年度)

越谷市中小企業振興計画は、市内経済の縮小と、経済のグローバル化やデジタル技術の進展をはじめとした経営環境の変化を背景に策定されました。

地域経済の将来像を「一人ひとりの豊かな暮らしを支え「こしがや」の魅力を活かす 人と地域の中  
小企業がつながるまち」とし、中小企業が所得と雇用を継続して生み出し、地域内経済が循環すること  
による地域の豊かさの実現を目指しています。具体的には、以下に示す3つの重点施策を据えて、中小  
企業・行政・市民が主体となる地域内ネットワーク「越谷モデル」の形成を目指しています。



### 重点施策1 『仕事おこしのまち・越谷』をつくる

様々な創業ニーズに対応したセミナーを開催し、創業者の発掘に取り組みます。創業の種を蒔き、育てることで地域経済の担い手を増やし、地域経済全体の新陳代謝を進めます。

### 重点施策2 『女性が活躍するまち・越谷』をつくる

女性が多様な働き方で活躍できるように市内中小企業の取組みを支援します。また、リスクリ  
ングや柔軟な働き方ができる職場環境の整備に取り組みます。

### 重点施策3 『DX推進に取り組むまち・越谷』をつくる

市内中小企業が複雑化する経営環境に対応するため、デジタル技術を活用した既存業務の構  
造的な見直しを推進します。また、それぞれの段階に応じた必要な取組みができる環境を整備  
します。

(出典：越谷市中小企業振興計画)

### ③ 現行の観光振興計画における取組

越谷市観光振興計画では、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”」を掲げ、「新たな“こしがや”都市型観光」の推進に向けて各種施策や事業を展開してきました。

主要施策に位置付けられるリーディングプロジェクト8項目に対して、幅広い取組を実施・継続しています(表6参照)。

また、計画の進捗状況把握を目的に、施策に関連する目標値を設定しました(表7参照)。



図7 新たな“こしがや”都市型観光

(出典:越谷市観光振興計画(計画期間 平成28年度~))

表 6 参考:リーディングプロジェクトの主な取組

基本方針	リーディングプロジェクト	主な取組
基本方針1 ブラッシュアップ 観光資源の	水辺空間を活用した新たなコンテンツづくり	<p>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が形作られました。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ディンギー体験の事業化(レイクタウンボートパーク)【(一社)越谷市観光協会】</li> <li>・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】</li> <li>・Lake&amp;Peace 越谷を楽しむ水辺のガーデンフェスの開催【Lake and Peace 実行委員会】</li> </ul>
基本方針2 を活かした取組の推進 イオンレイクタウンや地域産業	イオンレイクタウンとの連携と回遊性の向上	<p>イオンレイクタウンの買物客が、大相模調節池や市内の観光施設へ足をのばしてもらえるような仕組みに取り組みました。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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】</li> <li>・「都市イメージ向上事業」、参加型イルミネーションイベント「こしがやイルミレイク」の実施【市、(一社)越谷市観光協会】</li> </ul>
	食を活かしたトップブランドの創出	<p>“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した。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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】</li> <li>・産業フェスタなどでの「こしがや鴨ネギ鍋」のPR【越谷商工会議所】</li> </ul>
基本方針3 観光基盤の整備 新たな魅力の創造と	(株)JTBのノウハウを活かした展開	<p>本市と観光に関する包括連携協定を結んでいる(株)JTBと連携し、そ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した。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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】&lt;&lt;再掲&gt;&gt;</li> <li>・都市イメージ向上事業の実施【市】&lt;&lt;再掲&gt;&gt;</li> </ul>
	宿泊施設や公共交通などの観光基盤の整備	<p>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・検討を実施しました。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間企業と連携した宿泊施設の誘致促進【市】</li> <li>・無料公共無線LAN環境の整備検討【市】</li> </ul>

基本方針	リーディングプロジェクト	主な取組
<p>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</p>	<p>ターゲットを明確にしたプロモーションの強化</p>	<p>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した。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しました。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した。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光物産拠点ガーヤちゃんの蔵屋敷の整備および運営【市、(一社)越谷市観光協会】</li> <li>・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】</li> <li>・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】</li> <li>・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】</li> <li>・SNSを活用したフォトコンテストの実施【市】</li> </ul>
<p>基本方針5 訪日外国人旅行者の誘客と広域</p>	<p>訪日外国人旅行者を対象としたクールなコンテンツづくり</p>	<p>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した。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「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】</li> <li>・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、PR動画の制作及び拡散【埼玉県東南部都市連絡調整会議】</li> <li>・KOSHIGAYA CITY GUIDE(多言語版観光ガイドブック)の発行【市】</li> </ul>
<p>基本方針6 シビックプライド(郷土愛)の醸成</p>	<p>シビックプライド(郷土愛)の醸成</p>	<p>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した。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した。</p> <p>&lt;主な事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSを活用したフォトコンテストの実施【市】《再掲》</li> <li>・「こしがやの未来を創る魅力宣伝大使」事業の実施【市】</li> </ul>

表 7 目標値に対する実績値

	指標	単位	計画策定時	実績値 (令和4年度)	目標値 (令和5年度)	達成率(%) (令和4年度)
1	観光入込客数	人	52,935,926 (平成26年度)	48,767,366	58,000,000	84.1%
2	市への愛着度	%	42.0 (平成27年度)	47	55.0	85.5%
3	観光協会HPアクセス数	件	144,000 (平成26年度)	490,071	180,000	272.3%
4	フィルムコミッション照会数	件	55 (平成26年度)	106	80	133%
5	「ガーヤちゃん」イラスト活用件数	件	55 (平成26年度)	143	220	65%
6	市内観光農園来園者数(累計)	人	147,794 (平成26年度)	797,553	627,000	127.2%
7	観光物産拠点施設整備数	件	—	1	1	100%

## (2) 越谷市の概況

### ① 地理的特性と資源分布

越谷市は、東京から 25km 圏内にある首都近郊のベッドタウンで、市内には、JR 武蔵野線と東武スカイツリーラインが乗り入れ、東京から約45分でアクセスが可能です。

また、比較的平坦な地形に5本の1級河川が流れ、元荒川や大相模調節池をはじめとした良好な水辺景観を形成しています。市内の中心に市街地が形成され、それを取り囲むように広がる田畑ではねぎ、くわい等の農産物が生産されています。

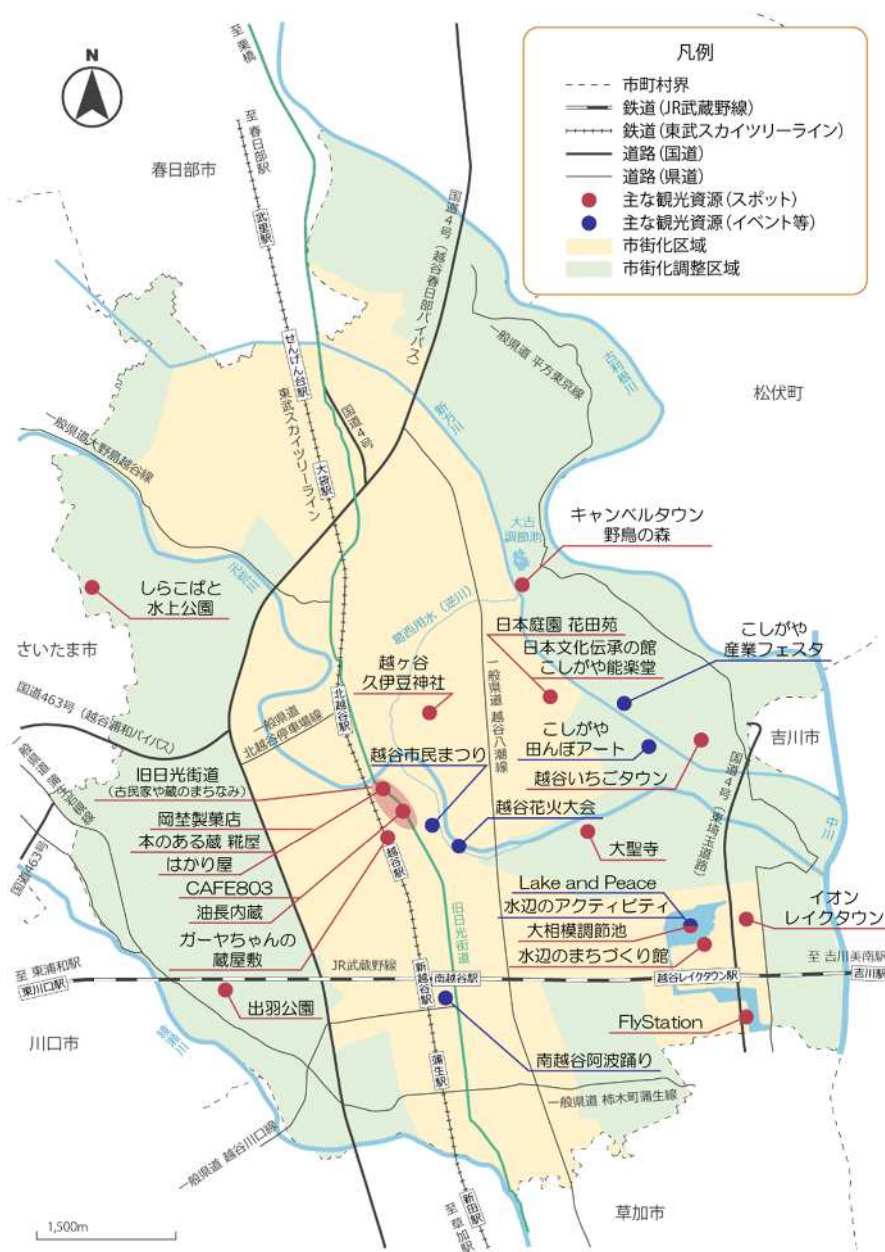


図 8 越谷市の概略図

※「主な観光資源」は、越谷市発行のガイドブック等から抽出

表 8 参考:越谷市の地理的特性一覧

項目	越谷市の特性
立地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・埼玉県の南東部に位置し、県庁所在地のさいたま市のほか、春日部市、川口市、草加市、吉川市、北葛飾郡松伏町の6つの市町村に隣接する。</li> <li>・このうちさいたま市、春日部市、川口市、草加市の4市は、人口20万人以上の中核市・特例市に指定されている。</li> </ul>
水域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・元荒川、大落古利根川、新方川、中川、綾瀬川の<u>5本の1級河川</u>が市内を流れている。</li> </ul>
地形	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大宮台地と下総台地に挟まれた中川流域の沖積平野に位置し、高低差の少ない<u>平坦な地形</u>となっている。</li> </ul>
土地利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市街化区域が28.72km<sup>2</sup>(市域の47.6%)、市街化調整区域が31.59km<sup>2</sup>(市域の52.4%)を占める。</li> <li>・田畑の面積は12.9km<sup>2</sup>と市域の21.4%を占め、<u>くわいやねぎをはじめとした農産物が生産されている</u>。</li> </ul> <p>(越谷市総合計画基本構想 令和2年度地目別土地利用より)</p>
景観	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多くの河川と水路が景観の重要な骨格となり、都市中心部を蛇行して流れる<u>元荒川と桜並木、越谷レイクタウンの大相模調節池</u>をはじめとした<u>良好な水辺景観</u>をつくりだしている。</li> <li>・江戸時代は日光街道と元荒川舟運の交点に位置し、宿場町そして米穀類の集散地として栄えたことから、<u>旧日光街道沿いの歴史的建造物</u>や物資を運送する船の発着施設「河岸場」跡が現在も一部残っている。</li> </ul> <p>※元荒川沿川特定地区、越谷レイクタウン特定地区、旧日光街道沿道特定地区の3つは、本市の特徴的な景観を有し景観形成を先導する地区として市の景観特定地区に指定されている(平成25年越谷市景観計画より)</p>
交通網	<p>■鉄道</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東武スカイツリーラインとJR武蔵野線の2つの路線が走り、<u>東京からは約45分でアクセスが可能</u>。</li> <li>・乗降客数は、市内8つの駅のうち2路線の結節点である南越谷駅(135,630人/日)と新越谷駅(134,580人/日)の順に多い。</li> </ul> <p>(出典:2022年度JR乗降客数、2022年度東武鉄道乗降客数)</p> <p>■道路</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国道4号バイパスが市を縦断しているほか、国道4号東埼玉道路がレイクタウン付近を通過している。</li> <li>・市内に高速道路は走っておらず、車でアクセスする場合は、草加 IC や三郷 IC、浦和 IC 経由でのアクセスとなる。</li> </ul>
宿泊施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の<u>宿泊施設は6軒</u>立地している(ビジネスホテル:5軒、旅館1軒)</li> </ul> <p>(令和6年1月時点)</p>

## ② 将来人口推計

越谷市の人口は、昭和37年（1962年）の地下鉄日比谷線と東武伊勢崎線の乗り入れ、平成20年（2008年）の越谷レイクタウンまちびらき等を経て大幅に増加してきました。しかしながら、将来人口推計によると令和7年（2025年）をピークに本市の人口は減少し始めると想定されます。また、近年の転入数・出生数の減少や居留意向が約6割である点を踏まえると、市内人口の維持は課題の1つであるといえます。

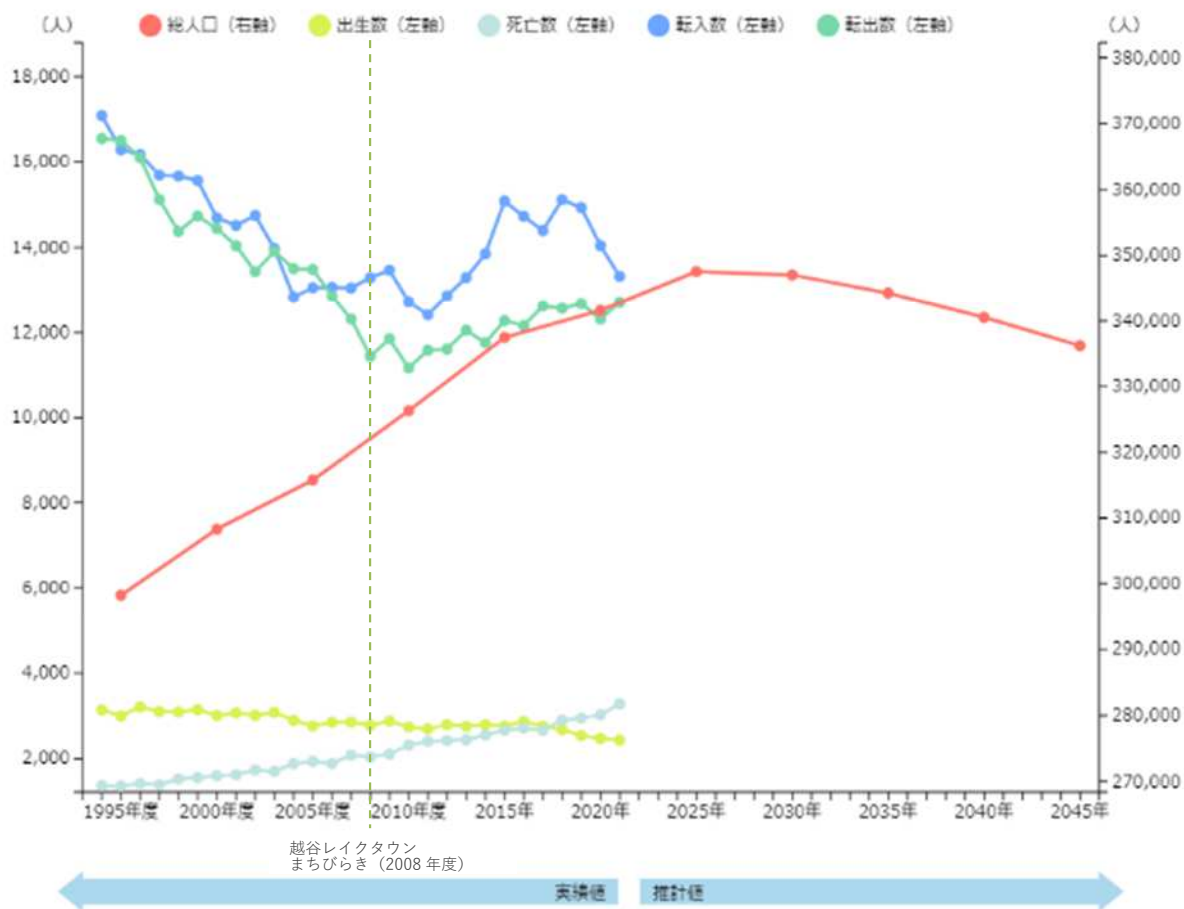


図9 越谷市の将来人口推計

(出典：RESAS 人口増減)



### ③ 市内産業の状況

地域経済の実態を測る指標として、越谷市の住民ひとりあたりの生産額(付加価値額)をみると、越谷市は第1次、2次、3次産業ともに全国 1,719 市区町村中 1,200 位以下と低く、近年この順位は後退しています。これは、市外へ働きに出て所得を得る住民が多い点や市内事業所数の減少等が要因として考えられます。地域経済の循環を促進するためには市内の企業が所得と雇用を生み出すとともに、市民の地域内消費を促すことが求められます。

越谷市では、地域に根差して活動する中小企業の経営者の約半数が60代以上、約 3 割が70代以上と高齢化が進んでいることから、事業継承が大きな課題となっています。

表 9 住民ひとりあたりの生産額(付加価値額)の推移

項目	2013 年	2015 年	2018 年
第 1 次産業	226 万円	224 万円	193 万円
	895 位	927 位	1,282 位
第 2 次産業	479 万円	592 万円	522 万円
	1,375 位	1,260 位	1,504 位
第 3 次産業	699 万円	710 万円	720 万円
	1,091 位	1,237 位	1,401 位

(出典：RESAS 地域経済循環図)

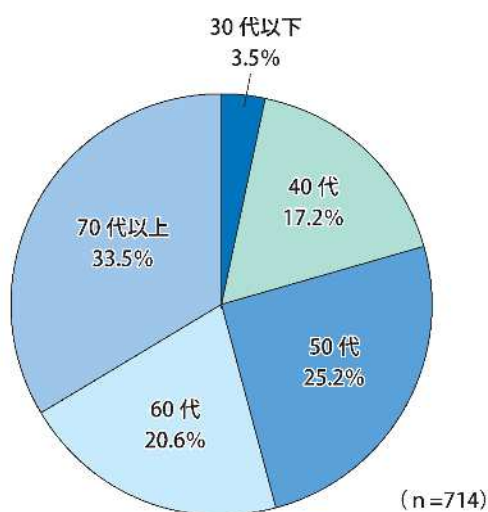


図 10 市内中小企業の経営者年齢

(出典：越谷市中小企業振興計画)

### (3) 越谷市における観光の現状

#### ① 観光入込客数の推移

越谷市の観光入込客数は、令和元年(2019年)までは増加傾向にあり、約6,050万人が越谷市の観光地点及びイベントに来訪しました。令和2年(2020年)は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け令和元年の7割となる約4,270万人まで減少しましたが、その後は回復傾向にあります。

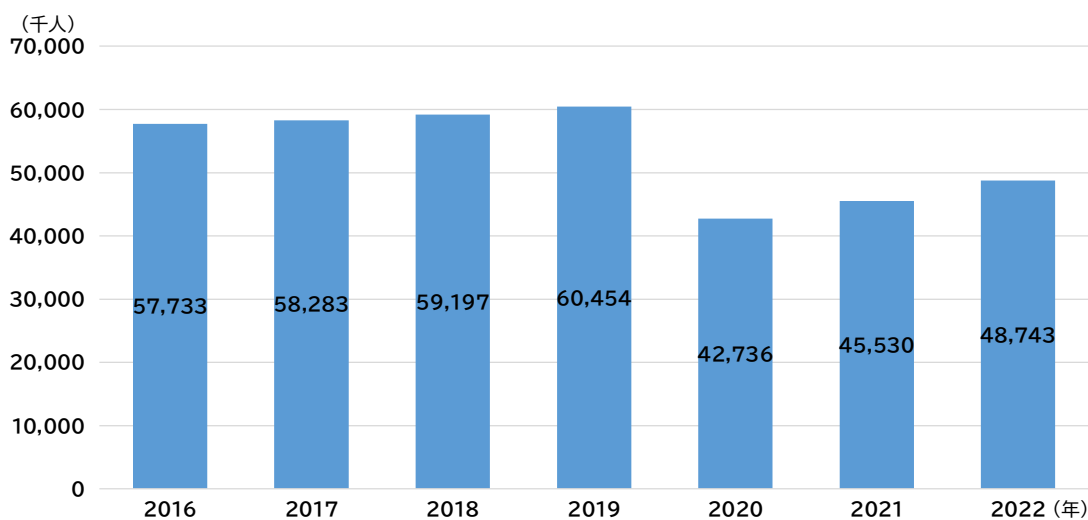


図 11 越谷市観光入込客数の推移

(出典：越谷市による調査)

## ② WEB アンケート調査で把握した市民と市外在住者のニーズ

越谷で代表的な10点の地域資源（イベント、スポット）について、市民（市内在住者）と市外（近隣都県を含む）在住者を対象にWEBアンケート調査を行いました。資源の認知度（「知っている」か）・興味度（「知りたい」「訪問したい」か）は、市内在住者では10点すべてがいずれも50%超でした。一方、市外在住者は、「イオンレイクタウン」以外の資源で認知度が低く、興味度は資源によって差がありました。

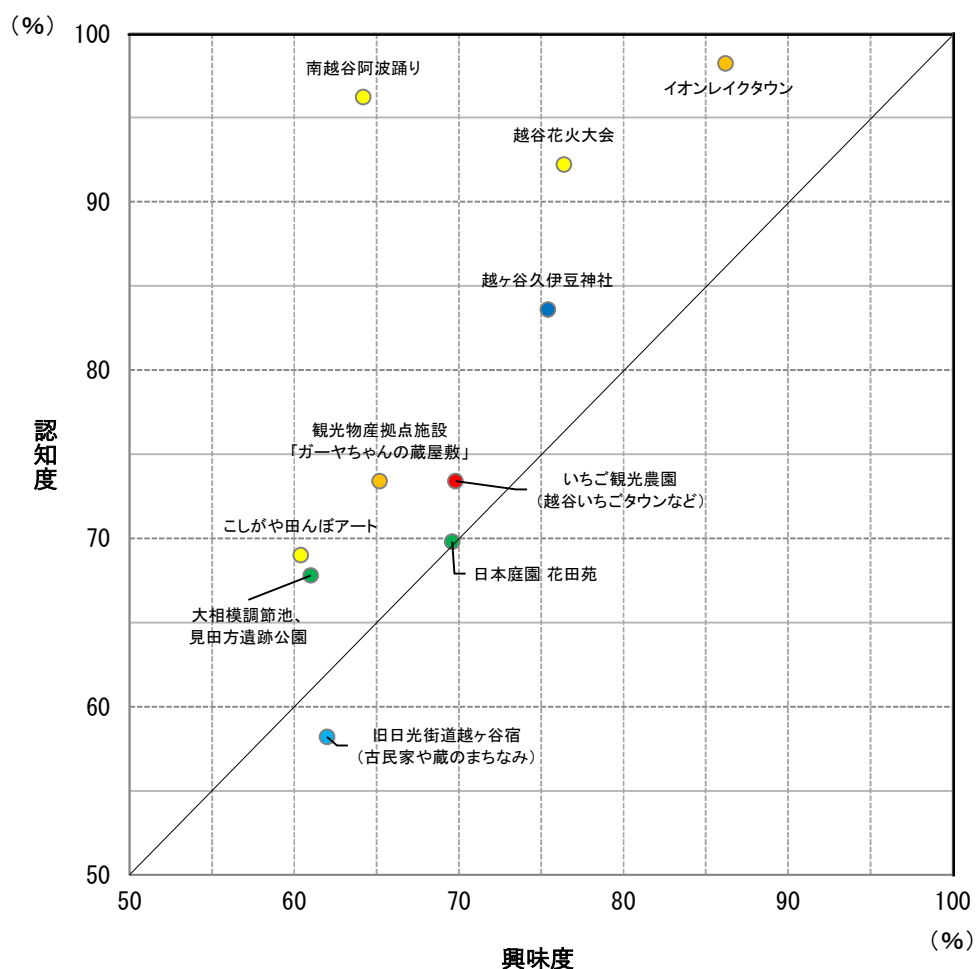
また、市民が市にとって必要だと考えるものは「越谷といえば〇〇というイメージの確立」が最も多い結果となっています。

### ○WEB 調査結果概要

- ・調査方法：WEB アンケート調査会社のモニターを対象にアンケートを実施
- ・調査日：令和5年9月8日～12日
- ・サンプル数：1,000 サンプル（市内在住者 500、市外在住者 500）

### ア 資源の認知度・興味度

市内在住者の認知度は、「イオンレイクタウン」「越谷花火大会」「南越谷阿波踊り」の3つが特に高く、興味度は認知度に概ね比例する結果となりました。

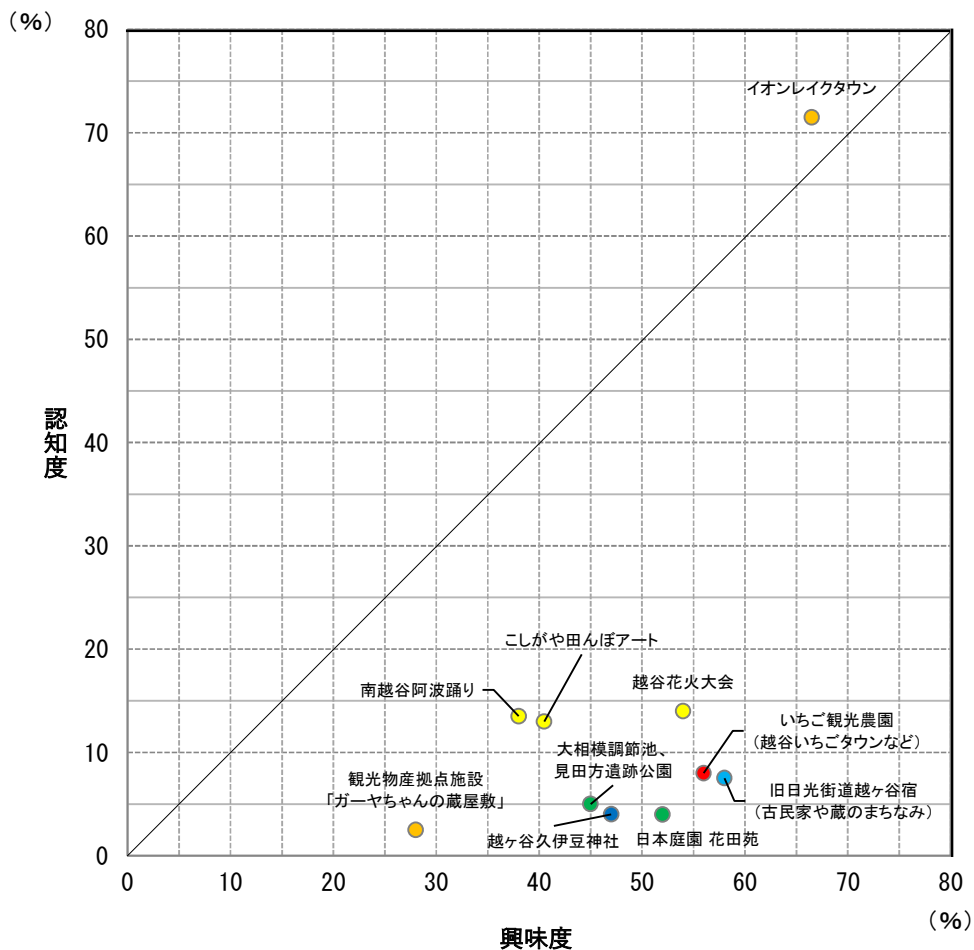


n=500

図 12 市民による資源の認知度と興味度

※市内10個の資源の説明文と写真を見せ認知の有無と興味度を尋ねた

市外在住者は、「イオンレイクタウン」以外の資源で認知度が低い結果となっています。一方、「旧日光街道越ヶ谷宿」「いちご観光農園」「越谷花火大会」「日本庭園 花田苑」で興味度が50%を超えるなど、認知度は低いに興味度は高い資源も複数あるため、情報発信を強化することで来訪者が増加する可能性があります。



n=200

図 13 市外在住者(市への来訪経験無し)による資源の認知度と興味度  
 ※市内10個の資源の説明文と写真を見せ認知の有無と興味度を尋ねた

## イ 市民からみた越谷市の資源（評価）

市民の市内のイベント・体験の参加経験は、「越谷花火大会」「南越谷阿波踊り」「越谷市民まつり」の順に多く、推奨意向（他の人に「最もおすすめしたい」イベントや体験）は「南越谷阿波踊り」「越谷花火大会」「イチゴ狩り」の順で高い結果でした。

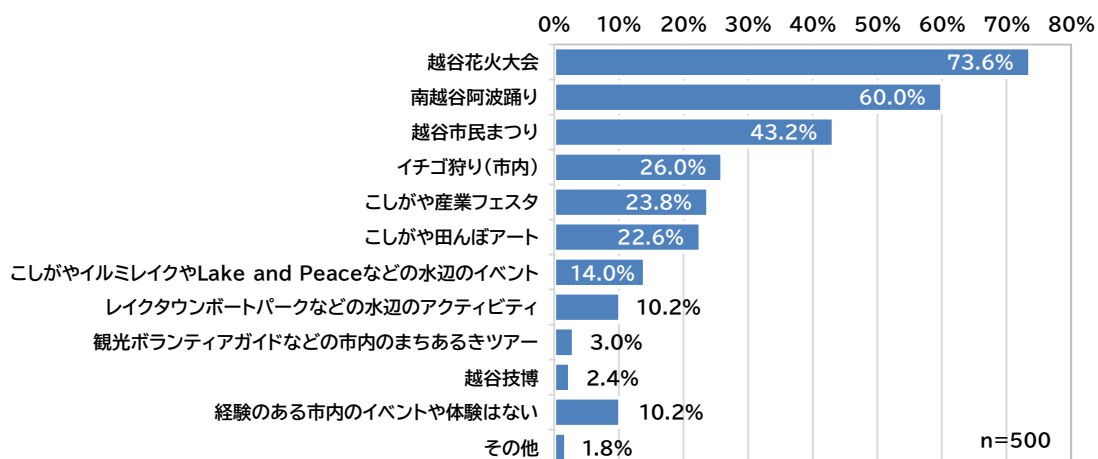


図 14 市民のイベントや体験の参加経験

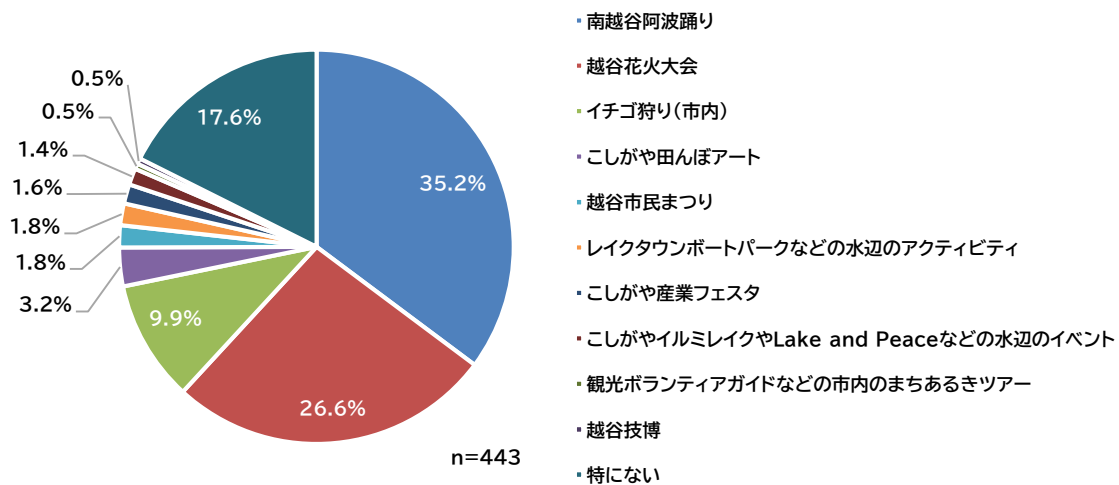


図 15 市民のイベントや体験の推奨意向

※参加経験のある資源のうち一つを回答

※「経験のある市内のイベントや体験はない」、「その他」と回答した方を除く

市民の地場産品の購入経験は、「いちご」「ねぎ」「くわい」の順に多く、推奨意向（他の人に「最もおすすめしたい」地場産品）は「いちご」「こしがや鴨ネギ鍋」で高くなっています。

一方で、「購入経験のあるものはない」と回答した方は26.0%でした。

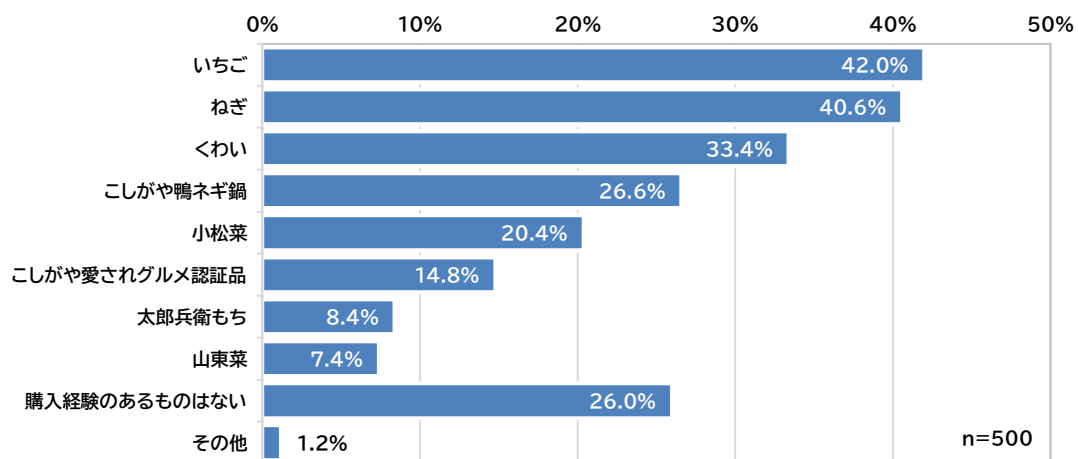


図 16 市民の地場産品の購入経験

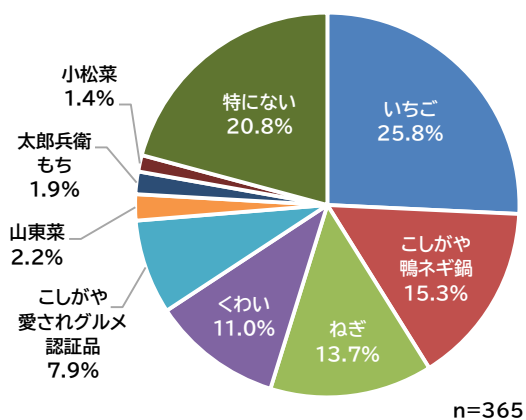


図 17 市民の地場産品の推奨意向

※「購入経験のあるものはない」、「その他」と回答した方を除く

### ウ 市民が越谷市に求めるもの

市民が市にとって必要だと思う情報や環境整備は、「越谷といえば〇〇というイメージの確立」が52.8%と最も高く、次いで「グルメやお土産の充実」「祭りやイベントへの参加の仕掛け」「景観づくり、まちなみ整備」が続きます。

また、市民が市のイメージアップにつながると思うコンテンツは、「食(食材、メニュー)や飲食店を活かしたコンテンツ」が56.8%と最も高く、次いで「イベントや行事に関連したコンテンツ」「水辺の景観やアクティビティを生かしたコンテンツ」「古民家や蔵のまちなみなど、歴史を活かしたコンテンツ」が続きます。

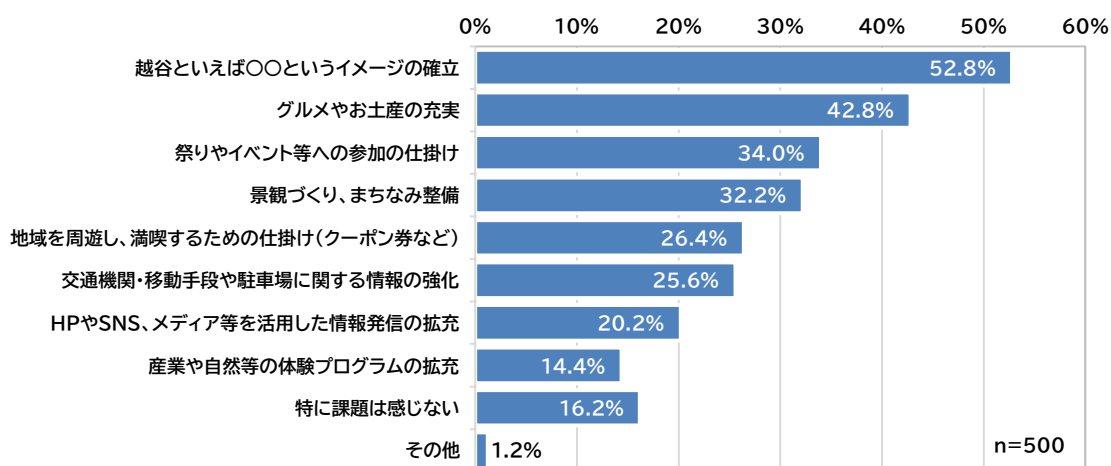


図 18 市民が必要だと思う情報や整備

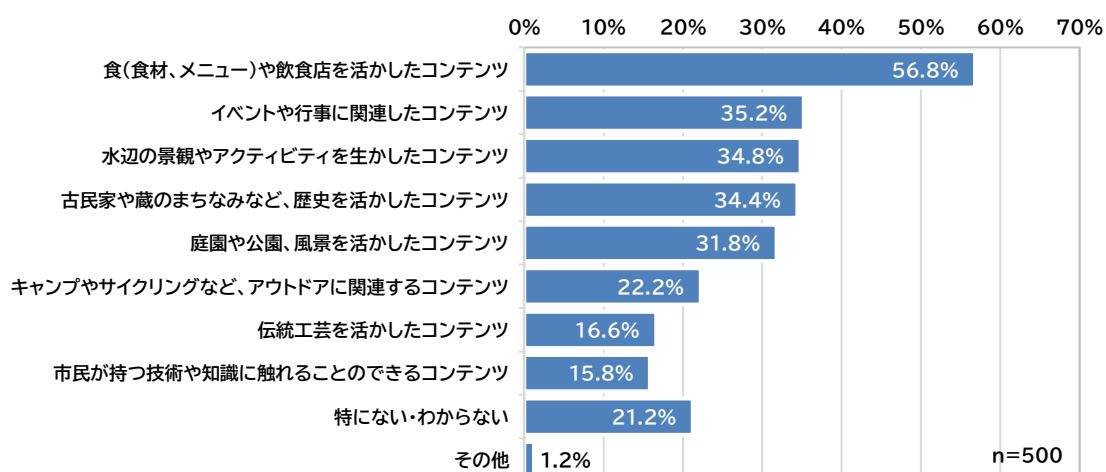


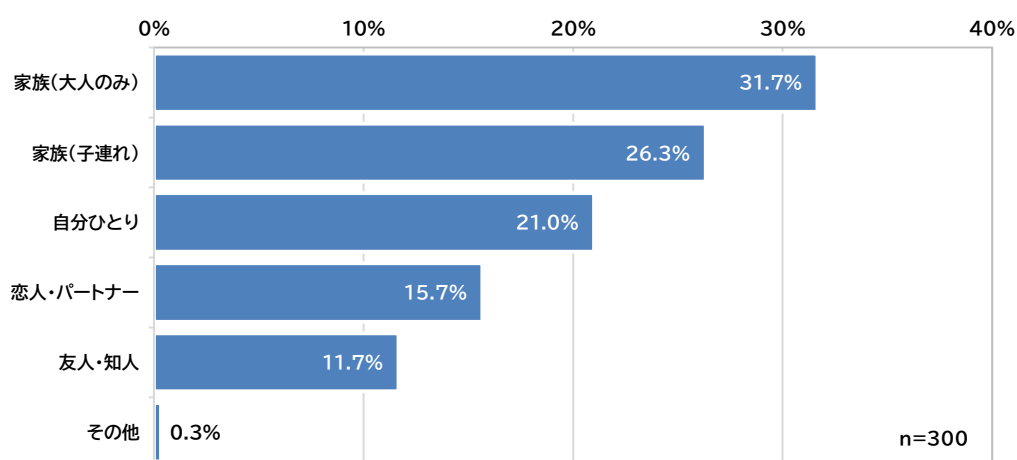
図 19 市民が市のイメージアップにつながると思うもの

## エ 市外在住者からみた越谷市へのおでかけの現況

市外在住者に、越谷市へのおでかけの内容を尋ねたところ、市への来訪時の同行者は「家族」が約6割、来訪目的は「買い物」が約8割を占めています。

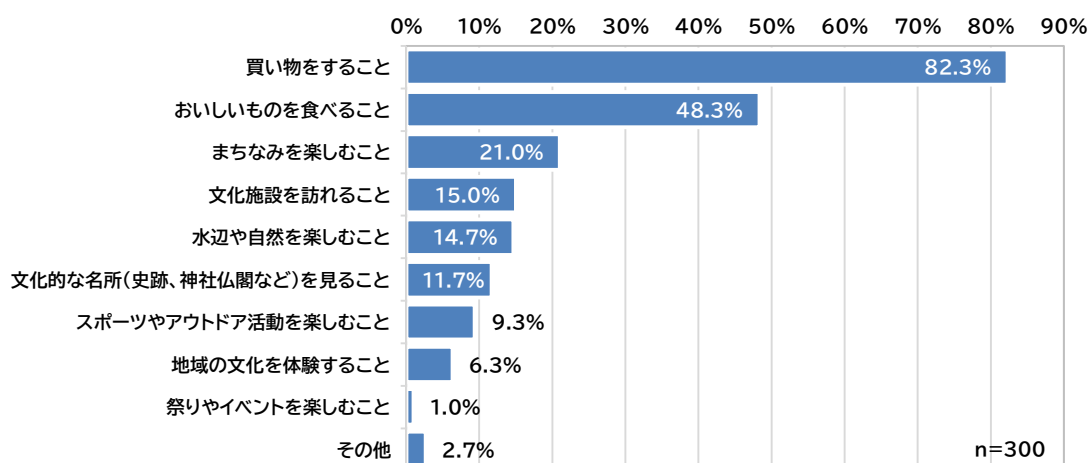
越谷へのおでかけて良かった点は、イオンレイクタウンを中心にショッピングが充実していること、アクセスが良いこと、まちなみがきれいであること、落ち着いて自然のある雰囲気であることでした。一方で、悪かった点は、市内の公共交通での周遊性が悪いこと、道が混雑していること、知っている見どころが少ないことでした。

また、再訪意向は9割超であるものの、そのうち「ぜひ訪問したい」という積極的な再訪意向は3割にとどまりました。



(回答者:市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

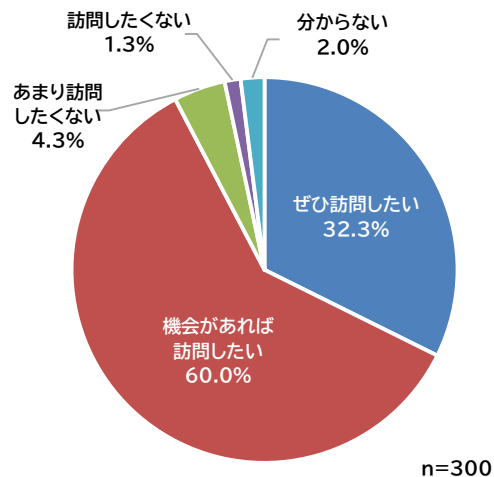
図 20 越谷市へおでかけした際の同行者



(回答者:市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

図 21 越谷市への来訪目的





(回答者:市外在住者・来訪経験有(過去5年以内))

図 22 越谷市への再訪意向

<市内来訪時の良かった点(自由記述)>

《ショッピング》

- ・子供が遊ぶ場所や買い物やレストランが豊富にある。
- ・イオンレイクタウンが大きく、ショッピングを楽しむことができた。
- ・レイクタウンにショッピングモールが集まっているので、その中で完結できてよかった。都内ほどは混雑がない。
- ・越谷レイクタウンにしか行く予定がなかったが、あの施設はテーマパーク感があっても良い。
- ・レイクタウンが駅近で助かった。

《イベント》

- ・イベントに参加し美味しいものを食べることができた。
- ・田んぼアートが見事だった。

《アクセス》

- ・鉄道のアクセスが良く、都心から意外に近い。
- ・電車でも車でも行きやすい。

《まちなみ》

- ・最近著しく発展している。
- ・区画整理がされていた。
- ・まちなみがきれい。
- ・まちが広く歩きやすい。
- ・公園が整備されている。

《雰囲気》

- ・活気がある。
- ・人が温かてよかった。
- ・なんとなくのんびりできた。
- ・とても静かで過ごしやすい。
- ・とても落ち着いた住みやすそうな街で居心地がよかった。
- ・古い町並みと新しい町並みの混合で情緒がある。
- ・ほどよく都会で程よく自然が豊かだった。
- ・自然が豊か、空が広がっている。

<市内来訪時の悪かった点(自由記述)>

《アクセス》

- ・駅からのアクセスが悪い。
- ・周辺を回ってみるための交通機関を充実してほしい。
- ・駅から近い場所以外は不便。
- ・電車の本数が少ない。
- ・電車が混む。
- ・道路が渋滞している。
- ・駐車場が混んでいる。
- ・都心からは遠い。
- ・川を渡りづらいところが多い。

《魅力不足・PR 不足》

- ・特に特徴が無い
- ・ショッピングモール以外の観光地を知らなかったこと。
- ・事前に情報を得ていれば楽しめた。
- ・見どころが少ない。
- ・レイクタウンが混みすぎている。

《雰囲気》

- ・人柄が悪い。
- ・駅前から離れると殺風景である。
- ・夜になると暗い。
- ・まちなみがみずばらしい場所がある。

### ③ インタビュー調査で把握した市民のニーズ

市民のニーズを深掘りするため、様々な属性の市民を対象にインタビュー調査を行いました。

調査の結果、市民は非日常のお出かけ先として市外を選ぶ傾向にあること、市にはイベントの充実・広報を求めていること、市内のイベントや飲食店への評価が高いことが分かりました。

表 10 インタビュー調査概要

調査対象	調査方法	回答件数	主な質問項目
市民(子育て層/ レイクタウン周辺在住)	調査員による聞き取り調査	16件	①基本属性 ②越谷市の居住理由 ③ライフスタイル ④越谷市の生活に対する評価
市民(20代)	グループインタビュー調査	5件	
市民(全般)	東武トップツアーズ新越谷支店来訪者(越谷市民)を対象に、調査票を配布	20件	①基本属性 ②勤務先の鉄道駅の利用状況(来訪者が多い時間帯、駅員への問合せ内容等)
鉄道駅職員	越谷市内の東武鉄道駅で勤務する職員にアンケート調査票を配布	10件	

#### <インタビュー調査結果の概要>

👤 = 市民    👤👤 = 市民/子育て層

<b>日常・非日常の過ごし方</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 👤: 日常的に市内で行くことは「ショッピングモールへ行く」「飲食店・カフェへ行く」「ウォーキング・ランニング・散歩」 非日常の<b>外出先は市外が多い</b>が、市内のイベントや飲食店・カフェへ行くことを非日常と捉えている方もいた。</li> <li>◆ 👤👤: 日常的には市内のショッピングモールや公園に出かけるが、非日常の<b>外出先は市外が多い</b>。</li> </ul>	非日常の外出先は市外が多い
<b>市に求めるもの</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 👤: 友人を<b>市内に呼べる滞在プラン、イベントの充実・広報</b>、景観・まちなみの統一、レイクタウン以外の来訪目的となる施設。</li> <li>◆ 👤👤: 子供向けの施設・<b>イベントの充実、イベントの広報</b>。</li> <li>◆ 鉄道駅では、<b>飲食店</b>、サンシティ、しらこぼと水上公園、イオンレイクタウンなど近隣施設に関する<b>問い合わせが多い</b>(新越谷駅、北越谷駅、せんげん台駅職員より)。</li> </ul>	市に対してイベントの充実・広報を求めている
<b>おすすめしたい市内のイベント・施設・おみやげ・飲食店のメニュー</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 👤: <b>イベント</b>(南越谷阿波踊り、レイクタウンのイベント、花火大会等)、個性のある<b>飲食店、いちご狩り</b></li> <li>◆ 👤👤: <b>イオンレイクタウン、イベント</b>(南越谷阿波踊り等)、<b>飲食店</b>、子育て施設</li> </ul>	イベントや飲食店のおすすめが多い

#### (4) 会議、ワークショップ等による意見収集

市内の団体や事業者が参画したプロジェクト会議を開催し、計画の将来像や今後の観光まちづくりの方針、プロジェクトなどについてワークショップ形式で意見交換を行いました。

また、市内で活動する市民団体や事業者を対象に団体や分野別にワークショップやインタビューを行いました。

表 11 プロジェクト会議の概要

	テーマと主な意見
第1回 参加 16名	<ul style="list-style-type: none"> <li>○越谷市の魅力や特徴に関する気付きの共有               <ul style="list-style-type: none"> <li>・祭りや歴史、人が魅力的なまち</li> <li>・「農業」「体験」が魅力のキーワード</li> <li>・越谷のまちには、すでにたくさんの観光に繋がるものがある</li> </ul> </li> <li>○将来像(ビジョン)のイメージづくり(10年後の越谷市のまちの姿を考える)               <ul style="list-style-type: none"> <li>・まち全体が非日常のテーマパーク</li> <li>・日常と非日常の境目が無い楽しいまち</li> <li>・子どもからお年寄りまで楽しめるまち</li> <li>・歴史と文化、都会的要素と自然が共存している</li> <li>・市民の郷土愛が高まり、市民一人ひとりが発信者となる</li> <li>・初めての人が歩きやすく、市内外の人がたくさんいるまち</li> </ul> </li> </ul>
第2回 参加 18名	<ul style="list-style-type: none"> <li>○越谷市の観光まちづくりのターゲットと提供価値の検討               <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て世代、ファミリー層(都内在住を含む)、学生、越谷に長く住み続ける世代</li> <li>・提供価値は「体験」</li> </ul> </li> <li>○将来像のキャッチフレーズの検討               <ul style="list-style-type: none"> <li>・「やばい やばすぎる 誰でもフラット ウェルカムなまち 越谷」</li> <li>市の平坦な地形が魅力であること、人と人との関係がフラットで誰でもウェルカムなまち</li> <li>・「探そう 見つかる 越谷」</li> <li>越谷には見えていないけれど埋まっている魅力がある。宝探し、探し物の発掘。</li> <li>・「どうせ越谷 だけど10種競技で勝てるまち」</li> <li>個々の資源に特出した強みは無いが、総合的には他地域に勝てるポテンシャルがある。</li> </ul> </li> <li>○将来像と現状のギャップと解決の方向性の検討               <ul style="list-style-type: none"> <li>・市の魅力を発信する人が少ない</li> <li>・市内の子どもたちに魅力を伝える体験が少ない</li> <li>・越谷のコンシェルジュを育成する</li> <li>・資源はたくさんあるが、市内外ともに知られていない</li> <li>・魅力ある人材の巻き込みが必要</li> </ul> </li> </ul>

	テーマと主な意見
第3回 参加 15名	<p>○基本方針案に基づく施策について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・“ストーリー”が非常に重要。特定の資源を選んでストーリーをつくり、資源を顕在化する</li> <li>・共感できるストーリーがあれば、ファンができる</li> <li>・郷土愛のある人が活動することで継続的な取組となり、それを応援・連携する人も生まれ産業化につながる</li> <li>・歴史や魅力を語ってくれる人、ストーリーを語れる人づくりが最も必要</li> </ul>
第4回 参加 14名	<p>○重点プロジェクトの検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歴史と水辺を絡めたコンテンツは市外の観光客がターゲット、水辺のアクティビティは癒しや新しい体験を求める市内の若者や子どもがターゲットとして考えられる</li> <li>・水辺を新しい価値が会得できる場所、学びの場所として、スタディツアーや企業の実証実験を誘致してはどうか</li> <li>・水辺がアニメやドラマのロケ地になれば強力なコンテンツになる</li> <li>・歴史と食、伝統工芸は相性がよい。ターゲットは子どもやインバウンド</li> <li>・太郎兵衛もち、鴨ネギ鍋などを活用した取組</li> <li>・籠染灯籠と宿場町をコラボして、裏路地などのまちなみをライトアップすることで、新たな冬の景色が作れないか</li> <li>・学校の校歌には地域の歴史や様子が謳いこまれている</li> <li>・小中学生向けに越谷の伝統工芸を教えてみてはどうか</li> </ul>
第5回 参加 15名	<p>○計画素案への意見聴取</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・素案では、現行の観光計画において定められた7つの目標値のうち、3項目で未達成であるとされているが、コロナ前ならば愛着度以外は達成しているため、書きぶりを変更したほうがよいのではないか。</li> <li>・第7章施策メニューのストーリー作りと差別化において、地区センターの一角でもよいので、越谷の歴史がわかる資料館のような場所があるとよい。</li> <li>・語り部は、市で語り部認定制度を作ると、認定者数を KPI とすることができるのではないか。</li> <li>・目標値を測定するタイミングや中期・最終目標の数値によって施策への取組み方が変わるはずだが、現状の案では具体的な策がわからない。</li> </ul> <p>○施策メニューの内容検討</p> <p>※施策案について、参加者自身の目線でどのような取組が考えられるか、各自ワークシートに記入し、班ごとに共有、意見交換を行った。</p>

	テーマと主な意見
<p>第6回 参加 13名</p>	<p>○越谷市観光まちづくり推進計画(案)について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・計画が完成した後、具体的にどう実現していくかが重要なのではないかと。取組を軌道に乗せるために、計画策定直後は特にきめ細かなモニタリングを行うことが望ましいため、中間の見直しは年一回の頻度で密に設定し、PDCA サイクルを回すのが良いのではないかと。</li> <li>・ストーリーづくりは重要だと思うが、計画冊子に記載している内容は誰が、いつ、どのように進めるのかが曖昧なので、進め方に具体性があるとよい。</li> <li>・重点プロジェクト1の水辺について、レイクタウンに偏りすぎているような印象を受ける。北越谷の花見等、他の場所の水辺も入れたほうが良いのではないかと。</li> <li>・施策が動き始めると、「何のためにやるのか」を見失いがちになる。施策の中身だけに目を向けるのではなく、常に将来像を関係者で共有、確認しながら進めていきたい。</li> <li>・計画が進んでいく中で、考えや取組は変化していくものなので、プロジェクト会議のように、何のために、何を目標として個々の取組を推進していくのかを共有し、意見交換する場を継続的に設けられないかと。</li> </ul>

表 12 ワークショップ、グループインタビュー等の概要

対象	テーマと主な意見
<p>こしがやまち 未来創造塾 ワークショップ 参加20名</p>	<p>■ テーマごとのビジョンの検討、メニューの案出しと内容検討</p> <p>○ 「体験」をテーマにした検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「都心から一番近い収穫体験ができるまち」でPRできないか</li> <li>・ 健康増進や食育、キャンプとの連携による防災などの効果も期待できる</li> </ul> <p>○ 「食」をテーマにした検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 越谷の食は、全国的にNo. 1のものは無くとも、どれも魅力がある</li> <li>・ 特にいちごは、都内在住者も含め幅広い世代をターゲットにできる</li> <li>・ 食を通じて、市外からの集客やシビックプライドの向上を図り、「友だちを呼べるまち」にしたい</li> </ul> <p>○ 「景観」をテーマにした検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 埼玉県のガイドブックに載るような、越谷市の顔となるスポットを見つける取組</li> <li>・ 今は誰もがスマートフォンで写真を撮れる。「奇跡の一枚」が撮れるスポットを紹介することで、子どもから高齢者、外国人まで幅広くターゲットにできる</li> </ul> <p>○ 「計画の構成」をテーマにした検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ こしがやまち未来創造塾が提案する「ルーバンシティ」(P.46 参照)の軸として、「産業」「文化」「食」「景観」が考えられる</li> <li>・ それぞれの軸のストーリーを確立し、市民に共有することでシビックプライドが醸成され、さらに市外への情報発信へとつながる</li> </ul>
<p>まちなか(旧日光街道越ヶ谷宿) 参加14名</p>	<p>○ 将来像(ビジョン)のイメージ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 子どもの時の体験が大人になった時にまちづくりにつながるような郷土愛醸成市民が自分たちのまちを自慢できる。いつ来ても楽しく、「越谷に住みなよ」と言いたくなるまち</li> <li>・ 日常を豊かで穏やかに過ごし、働き遊ぶといった全てが越谷で完結できるようなまちになったらいい</li> <li>・ 子どもたちが越谷を「いいまちだ」と思い、やりたいことが存分にできるまちになったらいい</li> <li>・ 美術館があったり桜堤やイチョウ並木といった自然と共存できたりするまち</li> </ul> <p>○ テーマごとのビジョンの検討、メニューの案出し</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 越ヶ谷秋まつりをはじめ、歴史ある伝統や産業に継続に課題がある。新たな試みつつ、小学校での市の伝統を伝える取組の継続などが必要</li> <li>・ 日常の食を通じた地域とのつながりが思い出をつくり、観光資源となっていく。特に旧日光街道周辺は昔から続く店が多い。旬の食材や料理を地域の店主から教えてもらうことは、市民の健康づくりにもなる</li> <li>・ 古い建物や空き家が多く、その再生などについて所有者とアイデアの共有を行えるといい</li> <li>・ 旧日光街道から元荒川に続く歩道の整備による、歴史と自然を感じられるエリアの創出</li> </ul>

対象	テーマと主な意見
越谷市経済振興会議 参加11名	<p>○越谷市の魅力や特徴、将来像(ビジョン)について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・長く住んでいる市民が多いが、新たな人や考え方を受け入れられ土壌がある</li> <li>・各種イベントの認知度や興味度が高い</li> <li>・水辺の空間や水辺と関わるイベントが多い</li> <li>・個人経営の商店が多い。飲食店が多く、農業も盛ん</li> <li>・都内から程近く、都会と自然(田舎)の一体感がある。暮らしやすく働きやすい</li> </ul> <p>○取組内容に関するアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験型の観光で誘客し、得られた利益を安全・安心なまちづくりに活かすことで、まちの魅力が高まり、さらなる誘客につながるサイクルをつくれる</li> <li>・飲食やいちご狩りなど受け入れられやすい食をきっかけとした来訪を入口に、市のほかの魅力も紹介することでリピーターづくりにつなげる</li> <li>・市全体を使った謎解きラリーなど、知的好奇心や収集欲をうまく刺激しながら市の魅力を学べる取組</li> <li>・レンタサイクルや特徴あるバスなど、二次交通の導入や拡充</li> <li>・インバウンドをターゲットに、古民家をオーベルジュ型の施設にリフォーム</li> <li>・健康需要をターゲットにした体験メニューやアプリの開発</li> </ul>
水辺(レイクタウンなど)関連 参加14名	<p>○越谷市の魅力や特徴、将来像</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水辺を主体としたイベントに参加したりや遊歩道を利用したりしていると、市内の水辺の多さを実感する。越谷には水辺を知ることでもちを好きになるポテンシャルがある。</li> <li>・子どもたちには、川は危ない場所ではなく、親しみを持てる場所として受け継いでいきたい</li> <li>・「学び」をキーワードに、子どもたちが住み続けたい、一度出ていっても越谷に戻ってきたいと思えるような取組を行いたい</li> </ul> <p>○取組内容に関するアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まずは水辺に親しむ体験を仕掛け、日常的に水辺が活用されている状況が市内に浸透するようにする</li> <li>・四季の花や星空観察会、おしゃれな店舗の設置など、自然や商業など他分野との連携で水辺の来訪者増を図る</li> <li>・カヌーなどで複数の場所や要素をつなぎ、江戸時代に栄えた舟運のような水辺が常に活用されている環境づくり</li> <li>・水害に悩まされてきた歴史を活かし、水難訓練などを行うと市民が水辺を意識するきっかけとなる</li> <li>・越谷に住む人が豊かさを享受し楽しく過ごすことで、それが外部へを滲み出していって越谷に住んでみたいと思ってもらえるようになればいい</li> </ul>

## 第4章 理念と原則

ここまで越谷市を取り巻く観光の動向や、市の現状や課題、多様な関係者で行った意見交換の結果を掲載しました。ここでは、次章の将来像の設定に先立ち、越谷市における観光まちづくりの理念と原則として、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」について定めました。

### <越谷市における観光まちづくりの理念と原則>

#### ■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。

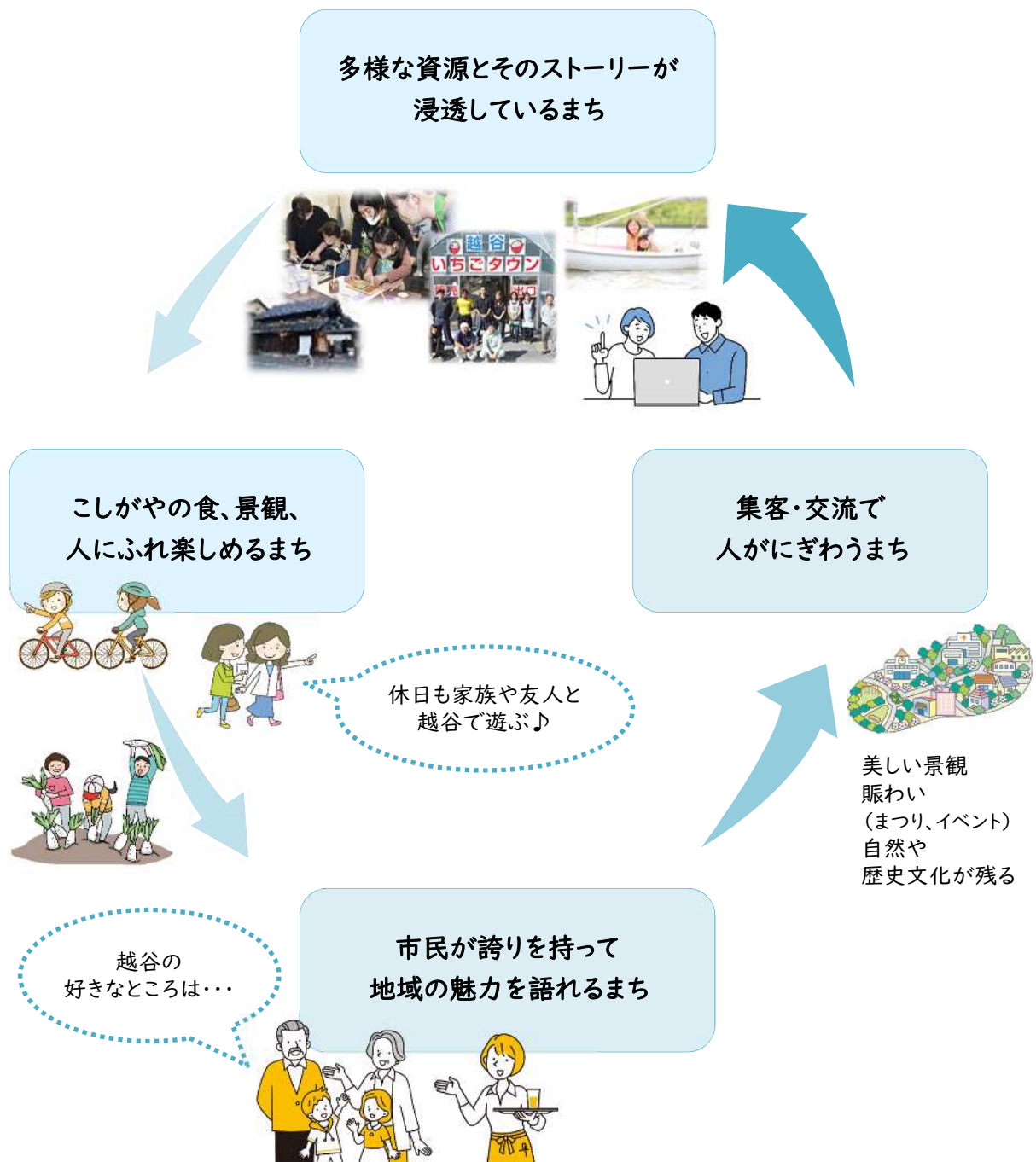
- ① まちの持続的な発展（サステナビリティの実現）
- ② 地域内の経済循環の活性化
- ③ 市民の豊かな暮らしの実現



## 第5章 将来像

第4章の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。

### 将来像 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



## 第6章 基本方針

### (1) 基本方針

第5章で示した将来像の実現に向け、以下に示す4つの基本方針に沿って施策を推進します。

#### I. ストーリーづくりと差別化

##### ■ねらい

市内には越谷の歴史や食、景観などと結びついた数多くの地域資源があるものの、交流人口の増加や地域経済の活性化については多くの課題があります。また、それらが越谷の誇る個性として市民に十分に認知されていない状況です。

そこで、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。

#### II. 地域資源の産業化

##### ■ねらい

地域資源を活用する方策のうちでも、特に“体験”を伴うものは記憶に強く残り、再訪や市内の他の地域への訪問につながることを期待できます。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。

#### III. 人づくりとファンづくり

##### ■ねらい

食、景観、自然、イベントなどさまざまな地域資源が関わる豊かな生活は、越谷市民にとって“日常”であるためにその魅力に気づきにくく、これまで市外へ積極的に発信されることがありませんでした。

そこで、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。

#### IV. 交流人口・関係人口の獲得

##### ■ねらい

本計画での施策が十分な効果を得るためには、調査を通じたターゲットの設定や発信方法の検討といったマーケティングの視点による取組を行い、交流人口・関係人口を獲得することが不可欠です。

また、施策の結果を分析し再訪を促したり、施策のブラッシュアップを図ったりすることで継続的な取組となり、ひいては地域経済の循環へとつなげることを目指します。

## (2) 取組の全体像

将来像に紐づく4つの基本方針と、12の施策を本計画の取組の全体像として示します。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。

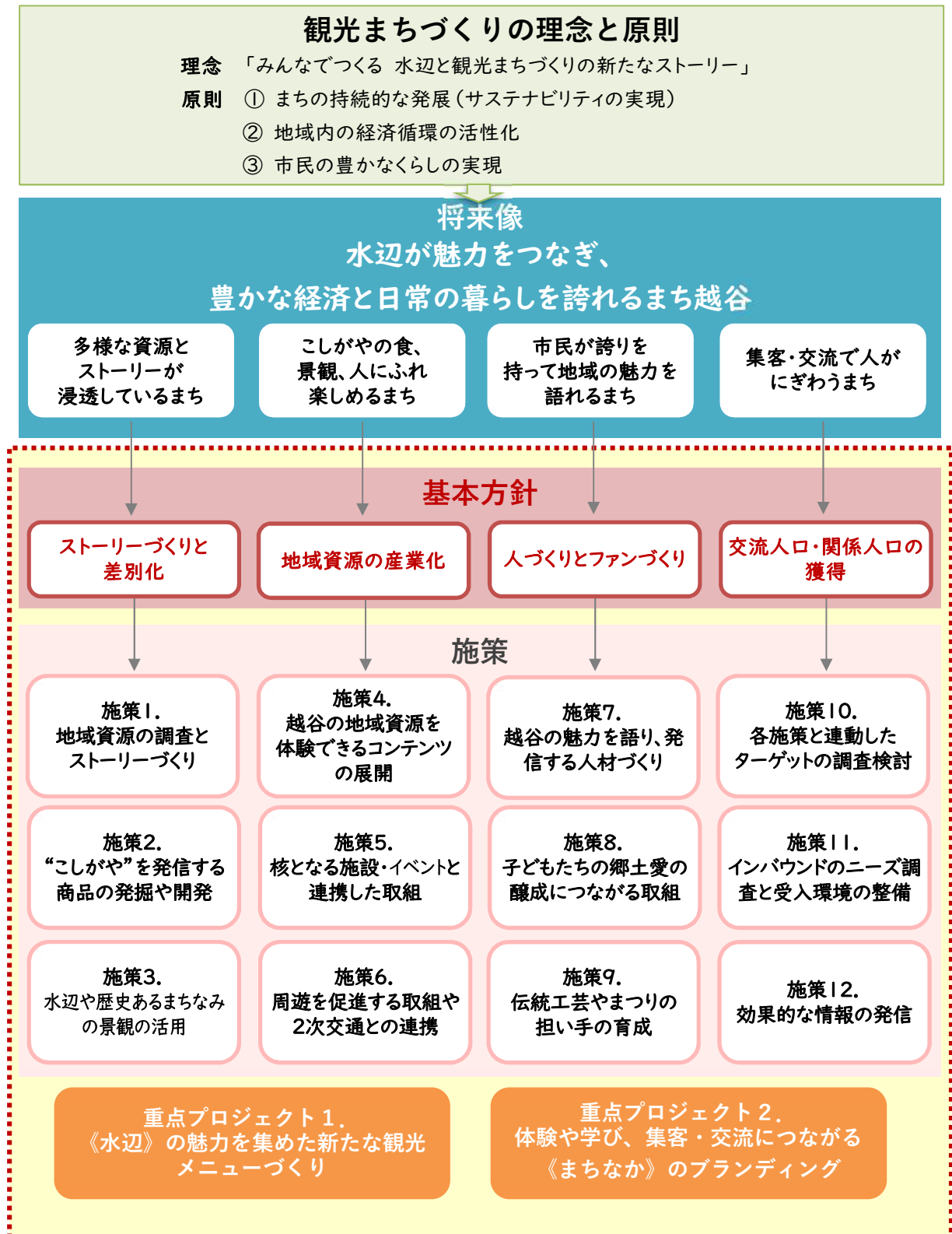


図 23 取組の全体像

## 第7章 施策メニュー

4つの基本方針に基づき、観光まちづくりの実現に向けて、地域関係者が一体となって取り組む12の施策メニューを示します。

### 基本方針Ⅰ.ストーリーづくりと差別化

地域資源の深掘りを通じて“ストーリー”が見いだされる、あるいは形作られることで、その資源の価値・魅力が高まり、越谷独自のものとして差別化が図られ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1. 資源の調査とストーリーづくり

越谷市が有する多様な資源の中から、越谷独自のものとして差別化し得る資源を選び、歴史的、科学的な観点から資源を深掘り(調査)します。

・調査にもとづき、資源そのものの価値・魅力を高め、複数の資源を1つに束ねることの出来る“越谷独自のストーリー”を見出します。

##### <施策内容>

- シビックプライドの醸成につながる、地域資源の歴史・背景の調査とストーリーの構築

#### 施策2. “こしがや”を発信する商品の発掘や開発

いちご、ねぎ、くわい等の“農産物”や、越谷張子だるま、藍染・籠染灯籠、千鳥うちわ等の“伝統工芸品”のブランド化に取り組みます。

##### <施策内容>

- 「食」(「こしがや愛されグルメ」や「こしがや鴨ネギ鍋」など)を通じたプロモーション
- 越谷だるまや籠染め技法などの市の伝統工芸と連携した商品開発
- 越谷産いちごなど農産物と市内飲食店の連携による新メニュー開発
- 学生やアーティストと連携した伝統工芸品の活用

### **施策3. 水辺や歴史あるまちなみの景観の活用**

市内を流れる河川や調節池周辺の遊歩道、日光街道越ヶ谷宿をはじめとした風情あるまちなみの景観を活用した取組を実施します。

#### **<施策内容>**

- イルミネーションイベント「こしがやイルミレイク」の実施
- 市の顔となるスポットの選定と活用
- 旧日光街道のまちなみと伝統工芸の連携、和の景観づくり
- 水辺の商業利用によるにぎわいづくり
- 創業やコミュニティづくりの場としての水辺の活用
- 水辺や自然を船で巡る取組
- 蔵の活用と連携したまちづくり

## 基本方針Ⅱ．地域資源の産業化

越谷独自のストーリーと関連付け、既存の資源を活用した体験型コンテンツを造成し、持続性のある事業としてすることで経済的効果が図られることを目指します。

### 施策4. 越谷の地域資源を体験できるコンテンツの展開

“越谷独自のストーリー”を使い、越谷の“食”や“景観”等の要素を繋ぎ合わせた体験商品の開発に取り組みます。また、既存のイベントや体験を“ストーリー”で演出することで商品の価値・魅力を高めます。

#### <施策内容>

- 「こしがやサイクルカフェ」事業でのサイクリングとカフェの連携
- 大相模調節池の水辺のアクティビティやマルシェの充実
- 市内事業者等の技に触れるイベント（「越谷技博」「KOSHIGAYA てしごと市」）の開催
- いちご観光農園の運営
- スポーツ、アート、アウトドアなどの体験型コンテンツの展開
- 収穫体験など農業と関連したコンテンツの展開
- 越谷と水のつながりや歴史を学ぶツアーの開催
- こしがや田んぼアートでの田植え・稲刈り体験

### 施策5. 核となる施設・イベントと連携した取組

越谷市には「イオンレイクタウン」や「ガーヤちゃんの蔵屋敷」、「南越谷阿波踊り」、「越谷花火大会」等の集客の核となる施設・イベントがあります。これらの施設やイベントと連携した商品の企画や、地域の PR、情報発信などに取り組みます。

#### <施策内容>

- 物産観光拠点施設「ガーヤちゃんの蔵屋敷」の運営
- 「ガーヤちゃんの蔵屋敷」での他市町村との物産・観光交流
- 市を代表するイベント（越谷花火大会、南越谷阿波踊り、越谷市民まつり等）での地域の PR
- イオンレイクタウンで開催されるイベントとの連携
- 「Lake and Peace」の開催
- 南越谷阿波踊りの実施

## **施策6. 周遊を促進する取組や2次交通との連携**

地域資源の周遊を促すイベント等の充実とともに、周遊の手段である2次交通の拡充や利用促進に取り組めます。

### **<施策内容>**

- レンタサイクル、シェアサイクル、観光タクシー等での市内周遊の促進
- 日光街道六宿連携スタンプラリーへの参画
- JR 駅からハイキング、東武健康ハイキングの実施
- 「食」や「健康」など関心度が高いテーマを絡めた周遊イベントの開催
- 「ロゲイニング」や「トライアスロン」など新たな要素を絡めた周遊イベントの開催

## 基本方針Ⅲ 人づくりとファンづくり

市民が越谷の魅力に気づききっかけとなる人材の育成を通じ、「越谷ファン」の輪を広げることで、市民が地域に愛着を持ち（郷土愛の醸成）、次の発信者となることを目指します。

### 施策7. 越谷の魅力を語り、発信する人材づくり

越谷の歴史、食、景観といった魅力が市内外に広まるためには、その魅力を理解し、発信できる人材が不可欠です。また、人材の育成とあわせて、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します。

#### <施策内容>

- 観光ボランティアガイドの養成
- 「越谷まち未来創造塾」の開催
- 「こしがやの未来を創る魅力宣伝大使事業」を活用したプロモーション
- 越谷を発信する”愛好家”のコミュニティづくり

### 施策8. 子どもたちの郷土愛の醸成につながる取組

持続的な住むまち、訪れるまちとしての魅力を高めるためには、地域の歴史や特徴、地域に根づいたまつりを子どもたちに伝え、越谷をふるさとと感じ「住み続けたい」と思ってもらうことが重要であることから、そのような機会の創出に取り組みます。

#### <施策内容>

- 地域に根づいたまつり（越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど）の普及啓発を通じたふるさとづくり
- 地域の歴史や特徴を楽しみながら学べる取組
- ”愛好家”が語る子ども向け特別講座の実施



## **施策9. 伝統工芸やまつりの担い手の育成**

江戸時代には日光街道の宿場町「越ヶ谷宿」として栄えた越谷には、伝統的手工芸品やまつりが現代に至るまで伝わっています。しかし、次の担い手に課題を残すものも少なくありません。このような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めます。

### **<施策内容>**

- 地域に伝わるまつりや技術の継承の取組
- 【再掲】越谷だるまや籠染め技法などの市の伝統工芸と連携した商品開発
- 【再掲】地域に根づいたまつり（越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど）の普及啓発を通じたふるさとづくり
- 【再掲】学生やアーティストと連携した伝統工芸品の活用

## 基本方針Ⅳ 交流人口・関係人口の獲得

本計画での施策が確実な効果を得るためには、調査を通じたターゲットの設定や発信方法の検討といったマーケティングの視点による取組が不可欠です。

また、施策の結果を分析し再訪を促したり、施策のブラッシュアップを図ったりすることで継続的な取組となり、ひいては地域経済の循環へとつなげ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します。また、ターゲット設定に必要な“来訪者属性”や“観光動態”、“情報取得の手段”等の調査データを継続的に取得し、施策の効果測定も行います。

#### <施策内容>

- ビッグデータ等を活用した現状把握と調査分析

### 施策Ⅺ. インバウンドのニーズ調査と受入環境の整備

新型コロナウイルス感染症の収束後、国内のインバウンド需要は回復の兆しをみせ、今後はさらなるインバウンドの増加が見込まれています。本市においても、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受入環境の整備に取り組めます。

#### <施策内容>

- インバウンド向けガイドブックの制作
- 越谷の歴史文化やまつりを楽しめる日帰り観光メニューの造成

## **施策12. 効果的な情報の発信**

- ・施策10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します。
- ・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します。

### **<施策内容>**

- ガイドブックや季節ごとのチラシの制作・発行
- フィルムコミッションの推進
- SNSを活用した情報発信
- 地域メディアとの連携による情報発信

## 「観光まちづくり」の取組

本計画では、市民・事業者・団体・行政などさまざまな主体がそれぞれの持つ強みを発揮しながら、越谷が持続的に豊かなまちとなる「観光まちづくり」を目指します。ここでは、それぞれの立場で「観光まちづくり」に取り組んでいます。

### こしがや「まち未来創造塾」が考えた観光まちづくりビジョン

#### “新たな都市近郊型観光都市 ルーバンシティを目指す。”

こしがや「まち未来創造塾」（通称「未来塾」）は、一般社団法人越谷市観光協会が平成 27 年度から開催し、観光に関する事業化促進と人材育成を目的としています。“越谷の観光の魅力は、住みやすいまちから始まる”という想いのもと、越谷を盛り上げたいと考える仲間たちが「知識習得」と「行動」を両輪として、観光まちづくりに取り組んでいます。

未来塾では令和 4 年度に、市民目線での観光まちづくりビジョンとして、“新たな都市近郊型観光都市 ルーバンシティを目指す。”を独自に策定しました。

「ルーバンシティ」は、田舎 (rural(ルーラル))と都会 (urban(アーバン))を掛け合わせた越谷のまちの姿を示す造語です。地理的に都市と郊外の境目であること、豊かな自然や農業と都市近郊の便利な暮らし、伝統工芸や長い歴史と今後の発展性。田舎と都会が残っている魅力を表しています。

このビジョンは、ルーバンシティの魅力のストーリーを通じて、豊富なまちの魅力に市民が気づき、誇りを持って越谷に住み・働くことの推進から始まります。住みやすいまちとしての越谷の知名度が全国に知られることで、越谷の観光の魅力度が向上し、交流・関係人口の増加することによって、日常的にも経済的にも豊かな暮らしにつながると考えています。

未来塾では「ルーバンシティ」の実現を目指し、観光業についての講義を通して知識を習得し、農業・水辺・伝統未来・キャンプの 4 つのテーマに沿って体現化を進めています。また、シビックプライドの醸成やブランディングについて塾生間でディスカッションを通して、越谷の将来像を明確に考える塾生を育成しています。



施策に関連する地域の市民団体のプロジェクトを紹介します

テーマ アグリビレッジ

■小項目のタイトル名

■小項目のタイトル名

写真を追加します

施策に関連する地域の市民団体のプロジェクトを紹介します

テーマ 日光街道テーマパーク化プロジェクト

■小項目のタイトル名

■小項目のタイトル名

写真を追加します

## 第8章 重点プロジェクト

本計画では、観光まちづくり推進の目玉として「水辺」と「まちなか」をテーマとした重点プロジェクトを設定し取り組みます。重点プロジェクトを軸に第7章の施策と連携して推進することで、相互に高い効果が得られることをねらいます。

### 重点プロジェクト1. 《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特徴の一つであり、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。

本プロジェクトでは、まず、イオンモール(株)及び埼玉県と連携し大相模調節池の活用に取り組みます。水辺の民間活用を通じて、商業店舗の誘致並びにマルシェの開催やカヌー・小型ヨット・SUPなどのアクティビティによるにぎわいを創出するとともに、創業やコミュニティの拠点を整備します。

また、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に取り組みます。

越谷市観光協会では、「レイクタウンポートパーク」や「こしがやイルミレイク」など水辺の自然環境や景観を活かした事業のほか、自転車で市内のカフェを巡って楽しむ「こしがやサイクルカフェ」を実施しており、それぞれ地域の特色を捉えたコンテンツとして定着しています。

他にも、水辺での新たな過ごし方・楽しみ方を提案するイベント「Lake and Peace」や、市内や近隣の飲食店が出店するマルシェがレイクアンドピース(株)によって行われています。

さらに周辺には「FlyStation」や「キャンプナノ 越谷キャンプ場」、「越谷いちごタウン」をはじめとするいちご観光農園などの体験型施設が展開されています。これら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ります。

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します。越谷での特別な体験は、特に市外からの来訪者にとって、まちのイメージ向上をもたらし、再訪意欲や他者への推薦などにもつながります。

#### <関連事業(第7章からの抜粋)>

- ・水辺の商業利用によるにぎわいづくり
- ・大相模調節池の水辺のアクティビティやマルシェの充実
- ・越谷と水のつながりや歴史を学ぶツアーの開催
- ・レンタサイクル、シェアサイクル、観光タクシー等での市内周遊の促進
- ・「食」や「健康」など関心度が高いテーマを絡めた周遊イベントの開催

## 重点プロジェクト2. 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。

本プロジェクトでは、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ります。

新型コロナウイルス感染症の拡大をきっかけに地元や近場の地域資源の価値が見直され、個人・グループによるまちあるきや地域資源を巡るウォーキングイベントなどが積極的に行われています。

越ヶ谷宿には古民家を複合施設としてリノベーションした「はかり屋(旧大野家住宅)」をはじめ、「木下半助商店」「都築家糶屋蔵」の3件の国登録有形文化財があります。また、そのほかにも越谷の伝統的手工芸品である雛人形の製造・販売を行う店舗や大正・昭和時代に建てられた店舗・古民家が建ち並んでいます。いずれも、この地に住み、働く人々が紡いできた歴史を感じられるものです。

また、古くからの藍染技法を蘇らせた工芸品「籠染灯籠」を店舗に設置するなど、和の景観づくりに取り組む動きも見られます。

「まちなか」の地域資源を活用して、「越谷技博」「越ヶ谷宿の雛めぐり」といったイベントが開催され、越谷市観光協会、越谷商工会議所、地元商店会、(株)まちづくり越谷などの団体・事業者が運営に関わっています。これらの関係者と連携によって、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ります。

さらに、街道沿いをテーマに地域が育ててきた歴史・文化・技術をストーリーでブランディングし、国内および海外へ発信し誘客を促進することでまちの活性化のしくみ作りに取り組みます。

### <関連事業(第7章からの抜粋)>

- ・旧日光街道のまちなみと伝統工芸の連携、和の景観づくり
- ・蔵の活用と連携したまちづくり
- ・地域に根づいたまつり(越ヶ谷秋まつりや南越谷阿波踊りなど)の普及啓発を通じたふるさとづくり
- ・歴史文化やまつりを楽しめる日帰り観光メニューの造成
- ・地域に伝わるまつりや技術の継承の取組
- ・市内事業者等の技に触れるイベント(「越谷技博」「KOSHIGAYA てしごと市」)の開催

## 第9章 目標値

将来像と基本方針に紐づく5つの目標値を本計画の数値目標とし、12の施策の効果を継続的に測定します。

### 《 将来像 》

[基本方針(施策 No.)]

### 《 指標の基準値・目標値・測定方法 》

指標名	基準値	目標値 (R12年)	測定方法
<b>1. 多様な資源とそのストーリーが浸透しているまち</b> <b>1. ストーリーづくりと差別化</b> (施策1、2、3)	<b>指標①</b> 資源の認知度 市民:78.2% 市外:14.3% (R5年値)	市民:90% 市外:30%	・市の代表的な資源に関する市民、市外在住者へのアンケート調査
<b>2. こしがやの食、景観、人にふれ楽しめるまち</b> <b>2. 地域資源の産業化</b> (施策4、5、6)	<b>指標②</b> 市内来訪の推奨度 (市外在住者対象) 31% (R5年値)	50%	・市外から越谷に来訪した経験のある人へのアンケート調査
<b>3. 市民が誇りを持って市の魅力を語るまち</b> <b>3. 人づくりとファンづくり</b> (施策7、8、9)	<b>指標③</b> シビックプライド (市への共感) — (R6年値)	※ (R6年値 +10%)	・市内外でのアンケート調査
<b>4. 観光振興が豊かなくらしと産業の発展につながるまち</b> <b>4. 交流人口・関係人口の獲得</b> (施策10、11、12)	<b>指標⑤</b> 観光来訪者数 (年間) — (R6年値)	※ (R6年値 +10%)	・(公社)日本観光振興協会が実施する「デジタル観光統計オープンデータ」における本市の観光来訪者数
	<b>指標⑥</b> 観光消費額単価 — (R6年値)	※ (R6年値 +10%)	・市内複数の地点でのヒアリング調査 ・来訪者の消費額、立ち寄り箇所等を聞き取り、単価を算出

※ 令和6年度に新たに測定を行い、基準値とする



## 第10章 推進のしくみ

### (1) 観光まちづくりの推進のしくみ

観光分野はすそ野が広く、幅広い地域課題の解決につながることを期待されます。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。

市は、将来像の実現に向け、地域資源の調査とストーリーづくりをはじめ総合的に本計画の推進に取り組めます。また、国・県・他の自治体との調整を行います。

観光協会及び商工会議所その他の団体は、観光まちづくり推進に取り組む事業者の支援と連携に取り組めます。また、観光まちづくり事業を実施・推進するとともに改善発達を図ります。

事業者は、地域経済の循環と市民生活を支える、観光まちづくりの担い手として各施策に協力し、魅力ある地域の実現を目指します。

市民は、市内の多様な地域資源に対する理解を深め、その魅力を発信し、観光まちづくりに参画します。



### (2) 各施策の取組のしくみ

各施策の実施については、多様な地域の主体が施策のプレイ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”組織を目指します。主体間の関係や立場はフラットである考えのもと、種々の地域課題に対し、各主体が自発的に結びつき、それぞれの役割を担い、補いあって各施策に取り組めます。連携の軸として、「(仮称)越谷市観光まちづくりサロン」について検討し、取組や課題に関する情報共有を図るとともに、新たな連携の創出を図ります。



### (3) 進捗状況の確認のしくみ

計画の進捗に関して、第9章の各指標に関する調査を定期的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、方向性の確認や施策の見直しなどを適宜行っていきます。



## 巻末

### (1) プロジェクト会議・WS 等の実施概要

## (2) 現状把握調査の実施概要

○調査の実施概要を紹介(※結果は報告書)

### (3) パブリックコメントの実施概要

- パブリックコメント実施概要
- パブリックコメント実施結果