

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年11月25日

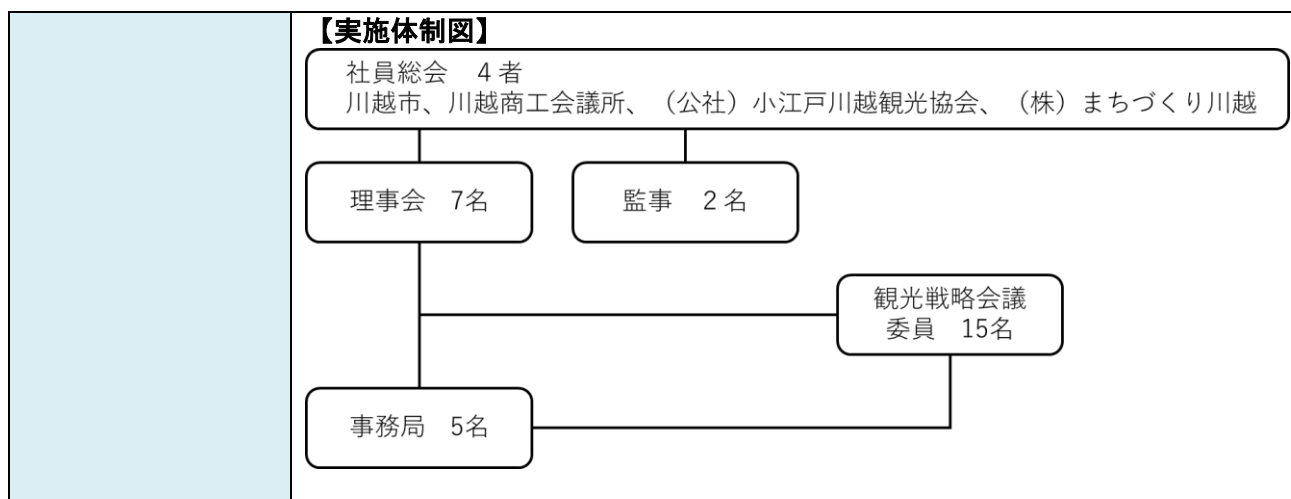
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人DMO川越	
マネジメント・マー ケティング対象とす る区域	区域を構成する地方公共団体名 川越市	
所在地	埼玉県川越市	
設立時期	平成30年11月22日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	5人【常勤4人、非常勤1人】	
代表者（トップ人 材：法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 京野 弘一 （出身組織名） 民間企業 代表取締役	一般社団法人DMO川越理事長（登録DMO）。 候補法人の段階より観光戦略会議の会長を務め、 観光戦略を策定してきた。建築・インテリア・家 具・ランドスケープのデザインを本業として、大 学にて非常勤講師も務める。幅広いネットワー クを活用した多くの産官学共同プロジェクトの経験 を有する。
マネジメントの責任 者 事務局長	（氏名） 岩堀 みどり （出身組織名） NPO法人プレイグラウ ンド、東京国際大学（非 常勤講師、プロジェクト アシスタント）	都市計画コンサルタントで10年間勤務。 住民参加型まちづくりのコンサルタントを経験 後、地元川越にてNPOを立ち上げ、地元住民の 居場所づくりをテーマに様々な事業を推進した。 大学では観光まちづくりをテーマとした授業を通 して産学官プロジェクトに従事した。
データ分析に基づい たマーケティングに 関する責任者（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入すること	（氏名） 秋山 修志（専従） （出身組織名） NPO法人川越蔵の会	都市計画コンサルタント事務所で5年間勤務後、 独立し現在に至る。まちづくり全般を担ってき ており、データ分析等の高い能力も持ち合わせてい る。2003年から地元のまちづくりNPOにも所属 し中心的に活動してきた経緯から、地域資源の情 報に精通し人的ネットワークを持っており、それ らを活用して業務を推進する。
財務責任者 （CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 橋本 晃 （出身組織名） （株）わくわくカンパニ ー大多喜	（株）カンテック（IT企業）、（株）わくわくカン パニー大多喜（地域DMO）にて勤務。IT企業勤 務の経験から ICT やデータを活用した観光の推進 を行うほか、前職での経験からふるさと納税に関 する事業を担当する。

事務担当	(氏名) 神谷 典子 (出身組織名)	総務・経理担当
顧問	(氏名) 安島 博幸 (出身組織名) 跡見学園女子大学	大学（立教大学、跡見学園女子大学等）において39年間勤務。持続可能な観光地域づくりについて多くの知見を有し、川越の観光について様々な提言をしている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	川越市 産業観光部 観光課（観光振興全般・観光に係る計画・基盤整備・施設運営等）	
連携する事業者名及び役割	川越商工会議所（産業振興：経済・産業活性化事業） （公社）小江戸川越観光協会（観光プロモーション事業） （株）まちづくり川越（中心市街地活性化等のまちづくり事業） （株）A g o o p（データ収集と分析事業） （株）彩いろまち研究所（旅行商品造成・販売事業） 宿泊事業者（宿泊活性化事業） 飲食事業者（飲食活性化事業） 商工業団体（誘客事業全般） 神社仏閣（歴史普及活用事業） アクティビティー事業者（文化普及活用事業） 交通事業者（誘客事業全般） まつり関連団体（文化普及活用事業） 農業関連団体（農業活性化事業） データ通信・処理事業者（IT 活用事業） まちづくり NPO（文化普及活動） 物販事業者（物産活性化事業） 印刷事業者（プロモーション事業）	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】 ① 取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 （概要） DMOの理事及び社員に川越市、小江戸川越観光協会、観光戦略会議委員、川越商工会議所、商工事業者及びまちづくり会社の代表者が参画する総会及び理事会を設置し、法人の活動方針等の意思決定に関与している。 ② 観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置 （概要） DMOの戦略に基づいて事業を推進しているか諮問する観光戦略会議が設置されている。観光戦略会議会長は理事を兼ねることで、事業実施の円滑化を図っている。	

地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	① 観光戦略会議の一般傍聴の実施 ② 協働団体アンケート事業 川越市を中心として店舗や活動場所がある組織、団体、会社等、または市内の組織、団体、会社等と関係がある組織、団体、会社等へ向けてアンケート調査を実施。課題や要望の把握だけでなく、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進を将来に向けて取組んでいくため、DMOの認知を高め啓発の効果を向上させることを狙っている。また、事務局職員による地域のステークホルダーへの対面でのヒアリングを積極的に行っている。 ③ 令和6年度からの新規事業である川越観光のあり方・ビジョンづくり事業として自治会代表者をはじめとした地域住民や、商店街関係者等の事業者から今後の川越観光がどうあるべきか、そのために何をすべきかといった意見を聴取・集約し観光戦略の立案に繋げる取り組みを開始している。						
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 701 624 745">事業</th><th data-bbox="632 701 1420 745">実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 750 624 1361">情報発信・プロモーション</td><td data-bbox="632 750 1420 1361"> 令和5年度事業 ① 企業の経営方針「なすべきこと、あるべき姿、やるべきこと」の3項目を定め、ステークホルダーへの周知を開始 ② DMO川越のホームページ刷新 ③ 協働団体アンケート事業とそれに伴うステークホルダーへのヒアリングを通じた、DMO事業内容の周知 ④ 観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」補助金を活用し、小江戸川越観光協会と協働してインバウンド向け Web ページを制作 令和6年度事業 ① 小江戸川越観光協会と連携して、市内飲食店の情報をインバウンド向けに発信する体制の拡充に取り組んでいる。 </td></tr> <tr> <td data-bbox="443 1366 624 1977">受入環境の整備</td><td data-bbox="632 1366 1420 1977"> 令和4年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（川越市からの受託事業）。分析の後、ステークホルダーへの提言を行うと共に、川越市ホームページを通して公開 ② インバウンド受入環境の整備に関わる地域内の会議への参加 ③ ファムトリップ「小江戸川越の文化体験ツアー」実施。既存の観光資源とコンテンツの評価を行い、「オーバーツーリズムの解消」「消費額の向上」「周遊の促進」を図り受入れ環境の課題解決の糸口を探った。（埼玉県補助事業） 令和5年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（本年度よりDMO川越の自主事業）。 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	令和5年度事業 ① 企業の経営方針「なすべきこと、あるべき姿、やるべきこと」の3項目を定め、ステークホルダーへの周知を開始 ② DMO川越のホームページ刷新 ③ 協働団体アンケート事業とそれに伴うステークホルダーへのヒアリングを通じた、DMO事業内容の周知 ④ 観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」補助金を活用し、小江戸川越観光協会と協働してインバウンド向け Web ページを制作 令和6年度事業 ① 小江戸川越観光協会と連携して、市内飲食店の情報をインバウンド向けに発信する体制の拡充に取り組んでいる。	受入環境の整備	令和4年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（川越市からの受託事業）。分析の後、ステークホルダーへの提言を行うと共に、川越市ホームページを通して公開 ② インバウンド受入環境の整備に関わる地域内の会議への参加 ③ ファムトリップ「小江戸川越の文化体験ツアー」実施。既存の観光資源とコンテンツの評価を行い、「オーバーツーリズムの解消」「消費額の向上」「周遊の促進」を図り受入れ環境の課題解決の糸口を探った。（埼玉県補助事業） 令和5年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（本年度よりDMO川越の自主事業）。
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	令和5年度事業 ① 企業の経営方針「なすべきこと、あるべき姿、やるべきこと」の3項目を定め、ステークホルダーへの周知を開始 ② DMO川越のホームページ刷新 ③ 協働団体アンケート事業とそれに伴うステークホルダーへのヒアリングを通じた、DMO事業内容の周知 ④ 観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」補助金を活用し、小江戸川越観光協会と協働してインバウンド向け Web ページを制作 令和6年度事業 ① 小江戸川越観光協会と連携して、市内飲食店の情報をインバウンド向けに発信する体制の拡充に取り組んでいる。						
受入環境の整備	令和4年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（川越市からの受託事業）。分析の後、ステークホルダーへの提言を行うと共に、川越市ホームページを通して公開 ② インバウンド受入環境の整備に関わる地域内の会議への参加 ③ ファムトリップ「小江戸川越の文化体験ツアー」実施。既存の観光資源とコンテンツの評価を行い、「オーバーツーリズムの解消」「消費額の向上」「周遊の促進」を図り受入れ環境の課題解決の糸口を探った。（埼玉県補助事業） 令和5年度事業 ① 「観光アンケート・カウント調査業務」「延べ宿泊者数等調査」の実施（本年度よりDMO川越の自主事業）。						

		② インバウンド受入環境の整備に関わる地域内の会議を開催（インバウンド受入れについて、ステークホルダーへのヒアリング実施を付随）。 ③ インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業（観光庁補助事業）を実施。																																			
	観光資源の磨き上げ	令和 4 年度事業 ① インバウンド誘客に関わる地域内の会議を開催 ② ファムトリップ「小江戸川越の文化体験ツアー」実施 既存の観光資源とコンテンツの評価を行い、「オーバーツーリズムの解消」「消費額の向上」「周遊の促進」を図れるコンテンツ造成の検討を進めた。 （埼玉県補助事業） 令和 5 年度事業 ① インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業（観光庁補助事業）を実施 令和 6 年度 ① 令和 5 年度インバウンド事業で造成したコンテンツのブラッシュアップ																																			
	その他事業（自主財源確保）	令和 5 年度事業 ① 川越市「旅先納税」事業一部業務の受託 ② インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業で造成した旅行商品の販売 ③ 「観光アンケート・カウント調査業務」の実施（令和 5 年度より DMO 川越の自主事業）																																			
	【定量的な評価】 <table border="1" data-bbox="443 1355 1342 1570"> <thead> <tr> <th>1) 必須 K P I</th><th>単位</th><th>2019</th><th>2020</th><th>2021</th><th>2022</th><th>2023</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>① 旅行消費額（総額）</td><td>百万円</td><td>33,945</td><td>15,531</td><td>24,618</td><td>36,717</td><td>44,012</td></tr> <tr> <td>② 延べ宿泊者数</td><td>千人</td><td>427</td><td>181</td><td>192</td><td>219</td><td>337</td></tr> <tr> <td>③ 来訪者満足度</td><td>%</td><td>79.0</td><td>84.0</td><td>78.0</td><td>76.4</td><td>76.6</td></tr> <tr> <td>④ リピーター率</td><td>%</td><td>53.2</td><td>64.5</td><td>72.1</td><td>71.2</td><td>71.3</td></tr> </tbody> </table>		1) 必須 K P I	単位	2019	2020	2021	2022	2023	① 旅行消費額（総額）	百万円	33,945	15,531	24,618	36,717	44,012	② 延べ宿泊者数	千人	427	181	192	219	337	③ 来訪者満足度	%	79.0	84.0	78.0	76.4	76.6	④ リピーター率	%	53.2	64.5	72.1	71.2	71.3
1) 必須 K P I	単位	2019	2020	2021	2022	2023																															
① 旅行消費額（総額）	百万円	33,945	15,531	24,618	36,717	44,012																															
② 延べ宿泊者数	千人	427	181	192	219	337																															
③ 来訪者満足度	%	79.0	84.0	78.0	76.4	76.6																															
④ リピーター率	%	53.2	64.5	72.1	71.2	71.3																															
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	【実施体制の概要】 社員・理事会の構成員である川越市、川越商工会議所、公益社団法人小江戸川越観光協会、株式会社まちづくり川越との連携を図りながら運営。観光資源の関係者、交通事業者、宿泊事業者、飲食事業者、商工業団体、神社仏閣、アクティビティー、まつり関連団体、農業関連団体、データ通信・処理事業者、行政と多様な関係者が参画する観光戦略会議を諮問機関としている。																																				



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

物資の集散地として栄えた川越は、農工商のバランスの取れた都市として発展し、近世から続く川越まつりをはじめとする無形民俗文化財や蔵造りをはじめとする有形文化財を数多く有し、入間川の恵みによる田園や武蔵野の風情を残す樹林に代表される自然豊かな景観など、川越ならではの自立したコミュニティを形成している。これら豊富な資源を活用し、産業間の連携を取り、地域振興を図るうえで、現在の市域を区域とするのが適切である。

【観光客の実態等】

昭和 60 年頃にも、川越まつりや喜多院の観光を中心に年間 200 万人程度の入り込みがあったが、平成元年から一番街の町並み整備が行われ、大河ドラマ「春日局」の放映により 350 万人となり、平成 4 年の電線類地中化等の蔵造りの町並み整備により 400 万人に迫る。この頃からテレビ取材が増え、認知度が増すとともに、平成 11 年には、中心市街地の北部域が伝統的建造物群保存地区に指定され、平成 21 年に川越を舞台とした朝ドラ「つばさ」の放映、川越氷川神社の縁結び行事の若者人気等により、令和元年には 750 万人を超える観光入込客数となったが、令和 2 年は新型コロナウイルス感染症の蔓延による影響を受け 385 万人までに減少した。その後令和 3 年は 392 万人、令和 4 年には 550 万人、令和 5 年では 719 万人とコロナ禍前に近い水準まで回復している。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- ① 川越大火（明治 26 年）による焼失後に、明治初期の日本橋・京橋の蔵造りを模して、防火建築として導入した蔵造りの町並みとその後の大正期以降に建築された銀行などの洋風近代建築と、西洋館、町家を洋風デザインとした看板建築などによる町並み。
- ② 古代から信仰を集めた川越氷川神社、平安期から関東天台宗の中心となった中院・喜多院、中世に起源をもつ寺院と門前など由緒ある神社仏閣。
- ③ 川越まつり（「川越氷川祭の山車行事」としてユネスコ無形文化遺産登録）をはじめとする民俗文化財祭事と春祭り、夏祭りなどの公的機関と市民団体が主体となる実行委員会形式のイベント。
- ④ 今後、活用を期待される観光資源として、入間川、荒川、新河岸川、伊佐沼をはじめとする河川系の自然的景観や、令和 5 年 7 月に世界農業遺産の認定を受けた「武蔵野の落ち葉堆肥農法」がある。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

16 施設（合計 885 室）

内訳

客室数	施設数
1 ～ 50	9
51 ～ 100	2
101 以上	5

16 施設中 15 施設が川越市の中心となる鉄道 3 駅（川越駅、川越市駅及び本川越駅）近傍に立地し、残る 1 施設は、中心市街地から約 6 km 西に位置する安比奈親水公園に隣接して立地している。

【利便性：区域までの交通、域内交通】**（１）鉄道利用の場合**

① JR 川越線

（東京臨海高速鉄道りんかい線、JR 埼京線・八高線、相鉄本線と相互直通運転）

- ・大宮から川越：約 20 分
- ・新木場から川越：約 80 分
- ・八王子から川越：約 70 分

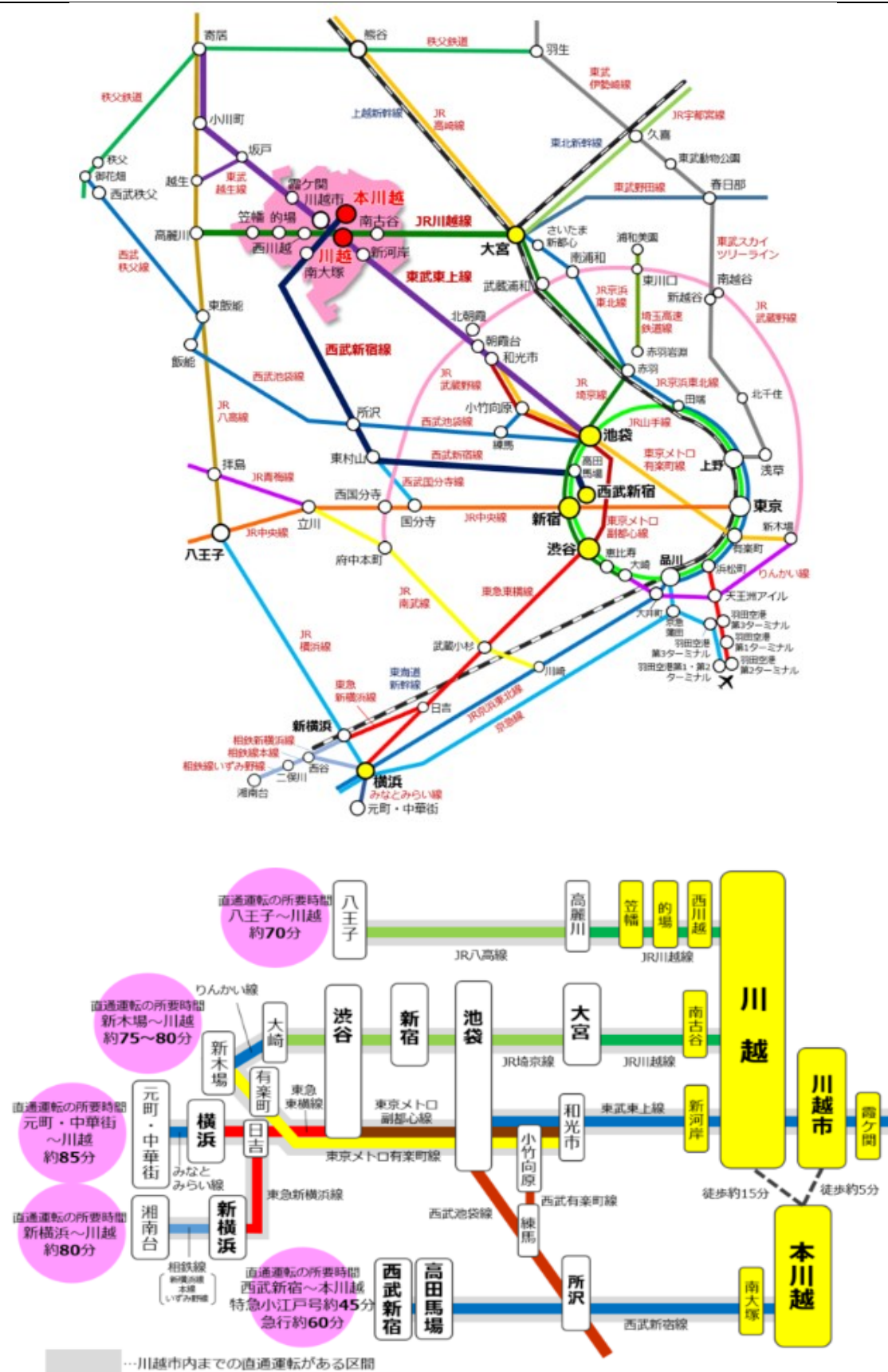
② 東武東上線

（東京メトロ有楽町線、副都心線、東急東横線、東急新横浜線、みなとみらい線、相鉄新横浜線と相互直通運転）

- ・池袋から川越：約 30 分（急行）
- ・新木場から川越：約 75 分
- ・渋谷から川越：約 60 分
- ・横浜から川越：約 75 分（F ライナー）
- ・元町・中華街から川越：約 85 分（F ライナー）
- ・新横浜から川越：約 80 分

③ 西武新宿線

- ・西武新宿から本川越：約 45 分（特急小江戸号）
- ・西武新宿から本川越：約 60 分（急行）



(2) 車利用の場合

関越自動車道

- ・練馬 I.C. から川越 I.C. : 21.2km

中央自動車道

- ・中央高速の各 I.C. から八王子 JCT (圏央道) から川島 I.C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・中央高速の各 I.C. から八王子 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I.C.

首都高速

- ・首都高速埼玉大宮線・与野 I.C. から国道 17 号から国道 16 号から川越市街 : 15km

東名自動車道

- ・東名高速の各 I.C. から海老名 JCT (圏央道) から川島 I.C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・東名高速の各 I.C. から海老名 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I.C.

東北自動車道

- ・東北自動車の各 I.C. から久喜白岡 JCT (圏央道) から川島 I.C. から国道 254 号から川越市街
または
- ・東北自動車の各 I.C. から久喜白岡 JCT (圏央道) から鶴ヶ島 JCT (関越自動車道) から川越 I.C.

国道 16 号

- ・八王子から川越市街 : 36km

国道 254 号

- ・池袋から川越市街 : 32km



(3) 域内交通

・ 巡回バス

主要観光施設が多く立地する中心市街地では、バス事業者 2 者が巡回バスを運行し、観光客回遊のための足（一日何回でも乗降可能）になるとともに、協賛店での特典が付随するなどのサービスを展開している。車両も日本初の電気ボンネットバス（令和 2 年 6 月）の導入や天井をガラス張りにした特別車両を一部の便に採用するなど、観光客向けに趣向が施されている。

・ 観光タクシー

平成 27 年 10 月に、秩父に次いで埼玉県内 2 番目となる観光タクシードライバーの認定制度が導入され、半日程度のコースを設定したサービスが提供されている。

- ・ 自転車
公共交通を補完するとともに、中心市街地における移動手段の多様化や街なかの回遊性向上を図ることを目的に、自転車シェアリング事業が展開され、市内約40か所のサイクルステーションに約200台の電動アシスト自転車が配置されている。
また、観光レンタサイクル（定額で一日乗り放題）を実施している事業者もあり、自転車が観光客の身近な足として利用されている。
- ・ 人力車
車夫がガイドとなり、中心市街地の定番・穴場スポットを巡る新しい移動手段として、また、記念となる写真撮影のための道具としても、近年、注目をされ、10分程度に設定されたコースから3時間貸し切りなどの料金設定等で、多くの観光客の注目を集めている。

【外国人観光客への対応】

- ・ 9カ国語対応のパンフレット・HP対応、カテゴリー2対応の観光案内所（東武東上線及びJR川越線の川越駅、西武新宿線の本川越駅、仲町観光案内所の3か所）、Wi-Fi対応、着物レンタル店の充実など。
- ・ 川越市から小江戸川越観光親善大使として委嘱されて活動している、NPO法人 英語の通じる街実行委員会により、EFT（English Friendly Town）Kawagoe Guideとして、ボランティア会員による外国人向けの無料英語観光ガイドサービスを行っている。全国通訳案内士の当委員会への登録もあり、有償ガイド活動を行うことも可能。
- ・ ハラールやヴィーガン対応が可能な飲食店を外国人観光客により明確に伝えられるよう、関係団体・事業者と情報発信体制の構築を行っている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
人流分析データ	来訪者の数や動向を知るための基本となるデータにするため。	スマートフォンアプリから位置情報を集積。
外国人入込数データ	インバウンドの川越観光に対しての需要を知るため。	区域内観光案内所への来訪者数をカウント。
観光アンケートデータ	誘客及び受け入れ体制整備に向けての課題把握のため。調査内容は、観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインに明記されている、延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率について含まれる。	スマートフォンアプリからアンケート調査を実施。
宿泊数等調査	宿泊者数の推移を把握するため。	市内宿泊施設へ書面によるアンケート調査を実施。

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ川越市の観光需要は回復傾向にあり令和5年の観光入込客数はコロナ前の令和元年に比べて約92%とコロナ前に近い水準を取り戻している。一方でコロナ禍を除き年々の観光客が増加してきた川越では、弊害として地域住民からオーバーツーリズムとの指摘がされてきたが、観光客数の回復に伴い再び指摘される状況となっている。このような状況において、「量」を重視した施策やイベント、コンテンツ造成などから、訪れる観光客に「質」を意識

したモノ、コト、トキの提供を目指すことや、観光を前面に出した観光地域づくりよりも、地域住民の生活を重視した地域づくりの一部としての観光振興を求める意見がある。

これを受けて令和 6 年度では「川越観光のあり方・ビジョンづくり事業」として、地域住民・地域事業者から今後の川越観光のあり方について意見を聴取・集約する事業を展開しており、将来的には令和 8 年度に策定される川越市観光振興計画への反映・明文化とそれによる地域一体となった持続可能な観光地域づくりへの取り組みを目標としている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・ 自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・ 「小江戸 川越」の知名度とブランド力 ・ 蔵造りの町並みをはじめとした歴史的観光資源や、かつそれらが鉄道駅から徒歩 30 分圏内に集中している ・ 江戸時代から続く伝統文化が多数存在 ・ 「着物」や「食べ歩き」といった手軽に楽しむことが出来るコンテンツが市内外で普及している ・ 江戸時代から続く伝統農法で、世界農業遺産認定を受けた「武蔵野の落ち葉堆肥農法」	弱み (Weaknesses) ・ 自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・ 集客力がある観光地が北部市街地に集中 ・ 伝統的な町並みであるため、車道・歩道ともに十分な幅がなく慢性的な渋滞の発生するほか、大勢の観光客が歩くことによるはみ出し等の問題 →オーバーツーリズム的現象 ・ 地域内の回遊性の低さ ・ 食べ歩きで発生したゴミのポイ捨て等、観光客のマナー問題
外部環境	機会 (Opportunity) ・ 自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・ 首都圏の殆どの主要都市から車なら 2 時間以内でアクセス可能なほか、南関東 1 都 3 県からは東武・西武・JR3 社での鉄道アクセスも良好であり、東京都心部から 1 時間程度の立地 ・ 令和 4 年 10 月、入国制限緩和措置以降、インバウンドの回復と円安傾向 ・ 観光庁による高付加価値インバウンド市場へのアプローチ強化の動き	脅威 (Threat) ・ 自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・ 交通アクセスが良いゆえに宿泊者が少なく観光消費額が伸び悩む ・ 来訪者の 4 割強が自家用車で来訪しており、慢性的な渋滞や駐車場不足が発生 ・ マスメディアによる報道と、地域住民・事業者の意識との乖離 ・ 観光振興予算の不足

(3) ターゲット

○第 1 ターゲット層 埼玉県内及び東京都在住の観光客
○選定の理由 DMO 川越による令和 5 年の川越市観光アンケート調査の結果において、埼玉県及び東京都からの観光客数が半数を超えており、過去 10 年においてもこの傾向は変わらない。よって、第 1 ターゲット層とした。
○取組方針 ターゲット層に向けた地域内の周遊促進、宿泊客増加を優先に消費額増加を狙うための施策を立案
○第 2 ターゲット層 インバウンドで複数回訪日経験があり文化的素養のある方

○選定の理由

川越独自の観光資源は、地域住民の日常に垣間見れる生活様式にあり、この生活様式は江戸時代以降の川越の文化に大きく影響を受けている。異文化体験を目的とした来訪者は国籍以上に、経済的に余裕があることでの文化的なコトへの興味関心の高いことや、複数回の訪日経験からより深く日本を知りたいという欲求が高いという属性が大事であると考えたことから。

○取組方針

観光庁 インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業において「100年後まで続く「ED0」文化を世界へ伝える事業」を令和5年度実施。ターゲット層に向けた観光コンテンツ提供を目指し造成を行った。

令和6年度では前年度に造成したコンテンツをブラッシュアップするものとして、「ダイアログツーマリズム」コンテンツの造成に取り組んでいる。これは前年度に造成したコンテンツの一部を独立させ、コンパクトな旅行商品にすることで予約リードタイムの短縮を図るとともに、川越の人を通じて川越の文化をより深く伝えること、地域事業者と来訪者の関係性構築を図るものである。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	歴史息づく川越で、来訪者に非日常感と満足感を、住民に誇りと潤いを
②コンセプトの考え方	川越市は昭和後期の町並み保存運動を契機に、平成に入ってから町の町並み整備、電線類地中化事業等によるファサード整備を推進し、首都圏内に位置する強みを生かし、メディア等を活用しながら約四半世紀に渡って観光振興に邁進してきた。 蔵造の町並みや観光スポットの集客力もさることながら、城下町として江戸時代に川越藩主の松平信綱が築いた町割りや、大通りから脇道へ一歩足を踏み入れた細い路地にある風景には、他の地域では味わえない非日常が存在する。 現在の観光客は川越の歴史を知らない若者も多く、川越にしかない、川越でしか体験できないモノ・コト・トキを提供するなど満足してもらえる「質」を重視することが重要で、魅力ある観光価値づくりに継続して取り組む必要がある。 また、近年ではオーバーツーリズムと言われる状況を呈している北部市街地においては、住民の生活環境への影響も見受けられ、観光客の満足度への影響も懸念されている。地域住民への負荷が少ない持続的な観光地づくりを推進し、地域住民、地域事業者、観光客にとって「三方よし」となる観光地を目指す。 それにあたってDMO川越では「三方よし」の観光地域づくりを目指し、経営理念と行動指針として観光を通して「なすべきこと」「あるべき姿」「やるべきこと」をそれぞれ「住民に誇りと潤いを」「住民と来訪者の共存」「思いと楽しさの共有」に定めた。事務局職員間での共有をはじめ、地域のステークホルダーへのDMOの活動についての説明に用いるなどしている。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	「地域が売りとする観光資源の関係者」「宿泊事業者」「交通事業者」「行政」「その他、関連する事業者又は団体」から選出された委員によって組織された観光戦略会議を設置している。開催頻度は年4回程度を予定し、令和4年度は2回、令和5年度は3回、令和6年度は10月まで

	に 3 回開催している。また特定の施策についての協議を深めるため観光戦略会議委員によるワーキンググループも設置している。
	DMO川越、川越市、小江戸川越観光協会、川越市商工会議所による 4 者会議が毎月開催されている。それぞれの事業内容について情報共有、川越市の観光振興施策推進のための協議が行われている。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	令和 4 年度から継続してインバウンド向け旅行商品の造成事業に取り組み、観光コンテンツの磨き上げに取り組んでいる。また令和 6 年度では商工会議所と連携し、観光客のニーズと地域事業者の取り組みにミスマッチがないか洗い出すことを目的とした市場調査事業に取り組んでいる。 加えて令和 6 年度から取り組み始めている「川越観光のあり方・ビジョンづくり事業」の最終目標として、策定されたあり方に基づいて積極的に事業を行う事業者に対する表彰制度の導入も検討している。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	小江戸川越観光協会と連携して国内・インバウンド問わず観光客に対する情報発信体制の一元化を図り、情報発信ページのブラッシュアップについて検討を行ったほか、令和 5 年度に造成したインバウンド向け旅行商品の情報発信を委託、令和 6 年度には飲食店紹介ページのインバウンド対応化に向けて共同で取り組んでいる。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後 3 年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去 3 年間の実績も記入すること。

（1）必須 K P I

指標項目		2021 (R 3) 年	2022 (R 4) 年	2023 (R 5) 年	2024 (R 6) 年	2025 (R 7) 年	2026 (R 8) 年
◎旅行消費額 (百万円)	目標	15,000 ()	27,000 ()	30,000 ()	39,000 ()	39,000 ()	39,000 ()
	実績	24,618 ()	36,717 ()	44,012 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	180 ()	215 ()	350 ()	300 ()	300 ()	300 ()
	実績	192 ()	219 ()	337 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	84 ()	85 ()	85 ()	85 ()	85 ()	85 ()
	実績	78.0 ()	76.4 ()	76.6 ()			
●リピーター率 (%)	目標	65 ()	66 ()	67 ()	60 ()	60 ()	60 ()
	実績	72.1 ()	71.2 ()	71.3 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

必須 K P I は、DMO 川越は暦年にての集計である。

令和 3 年の目標数値は令和 2 年の実績値を基に修正し、コロナ禍により達成できなかった令和 2 年の当初の目標数値を令和 5 年の目標値として修正

旅行消費額、延べ宿泊者数、リピーター率の 3 項目について、令和 6 年度以降の目標値は川越市が策定する「川越市観光振興計画」の目標値に準拠して設定した。

なお次期振興計画は令和 8 年度に策定される予定であるため、令和 8 年度以降の目標値は暫定のものである。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

川越市が策定する「川越市観光振興計画」の目標値に準拠

●延べ宿泊者数

川越市が策定する「川越市観光振興計画」の目標値に準拠

●来訪者満足度

実績値が目標値を下回っていることから、目標値は継続。

●リピーター率

川越市が策定する「川越市観光振興計画」の目標値に準拠

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	20,214,855（円）	【市からの補助金】 17,890,820（円） 【受託収入】 2,303,400（円） 【受取利息】 99（円） 【経常利益】 20,536（円）
2022（R4） 年度	22,186,360（円）	【市からの補助金】 18,166,577（円） 【県からの補助金】 1,880,000（円） 【受託収入】 2,139,500（円） 【受取利息】 121（円） 【雑収入】 162（円）
2023（R5） 年度	32,136,908（円）	【市からの補助金】 25,922,157（円） 【国からの補助金】 6,095,238（円） 【事業収入】 98,450（円） 【受取利息】 137（円） 【雑収入】 20,926（円）
2024（R6） 年度	32,493,000（円）	※当初予算ベース 【市からの補助金】 29,993,000（円） 【国からの補助金】 2,500,000（円）

2025 (R7) 年度	34,387,000 (円)	【市からの補助金】 【国からの補助金】 【事業収入等】	26,125,000 (円) 8,072,000 (円) 190,000 (円)
2026 (R8) 年度	40,236,000 (円)	【市からの補助金】 【国からの補助金】 【事業収入等】	34,714,000 (円) 5,332,000 (円) 190,000 (円)

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R3) 年度	20,173,783 (円)	【一般管理費】 17,870,383 (円) 【事業費】 データ収集と分析業務 2,303,400 (円)
2022 (R4) 年度	22,186,077 (円)	【一般管理費】 17,166,577 (円) 【事業費】 ・ データ収集と分析業務 2,139,500 (円) ・ マーケティング・コンテンツ造成事業 2,880,000 (円)
2023 (R5) 年度	32,495,004 (円)	【一般管理費】 22,920,663 (円) 【事業費】 ・ データ収集と分析業務 2,156,000 (円) ・ インバウンド向けコンテンツ造成事業 6,100,108 (円) ・ DMO 川越 Web サイトリニューアル 220,605 (円) ・ 観光地域づくり法人の体制強化事業 1,097,658 (円)
2024 (R6) 年度	32,493,000 (円)	【一般管理費】 25,505,000 (円) 【事業費】 ・ データ収集と分析業務 2,244,000 (円) ・ 地域のあり方を見直す事業 1,000,000 (円) ・ インバウンド対応事業者支援事業 1,000,000 (円) ・ マーケティング調査事業 2,500,000 (円) ・ 協働団体アンケート事業 89,000 (円) ・ 各種事業参加費 155,000 (円)
2025 (R7) 年度	34,197,000 (円)	【一般管理費】 22,658,000 (円) 【事業費】 ・ データ収集と分析業務 2,256,000 (円) ・ 観光のあり方・ビジョンづくり事業 2,740,000 (円) ・ インバウンド関連事業 6,364,000 (円) ・ 観光地域づくりアンケート事業 104,000 (円) ・ 各種事業参加費 75,000 (円)
2026 (R8) 年度	39,559,000 (円)	【一般管理費】 27,536,000 (円) 【事業費】 ・ データ収集と分析業務 3,189,000 (円) ・ 観光のあり方・ビジョンづくり事業 2,740,000 (円) ・ インバウンド関連事業 5,915,000 (円) ・ 観光地域づくりアンケート事業 104,000 (円) ・ 各種事業参加費 75,000 (円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 1 観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」による体験コンテンツ販売開始(2024年3月より)
- 2 川越市「旅先納税事業」一部業務受託による手数料収入(2023年9月より)

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

川越市は、一般社団法人DMO川越を川越市における観光地域づくり法人（地域DMO）として継続登録したいので、一般社団法人DMO川越とともに申請いたします。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	秋山 修志
担当部署名（役職）	事務局
郵便番号	350-0056
所在地	埼玉県川越市松江町 2-9-2 2F
電話番号（直通）	049-299-7401
FAX番号	049-299-7402
E-mail	info@dmo-kawagoe.or.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	埼玉県川越市
担当者氏名	徳田 将史
担当部署名（役職）	産業観光部 観光課（副主幹）
郵便番号	350-8601
所在地	川越市元町 1-3-1
電話番号（直通）	049-224-5940
FAX番号	049-224-8712
E-mail	kanko@city.kawagoe.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

埼玉県川越市

【設立時期】平成30年11月22日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】京野 弘一

【マーケティング責任者(CMO)】秋山 修志

【財務責任者(CFO)】橋本 晃

【職員数】5人(常勤4人、非常勤1人)

【主な収入】

川越市補助金:25,922,157円 国補助金:6,095,238円

事業収入:98,450円 他:20,926円 (令和5年度決算)

【総支出】

一般管理費:22,920,633円 事業費:9,574,371円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

川越市、川越商工会議所、(公社)小江戸川越観光協会、(株)まちづくり川越、(株)Agoop、(株)彩いろまち研究所

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年11月25日

※()内は外国人に関するもの。

指標項目		2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年
◎旅行消費額 (百万円)	目標	15,000 ()	27,000 ()	30,000 ()	39,000 ()	39,000 ()	39,000 ()
	実績	24,618 ()	36,717 ()	44,012 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	180 ()	215 ()	350 ()	300 ()	300 ()	300 ()
	実績	192 ()	219 ()	337 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	84 ()	85 ()	85 ()	85 ()	85 ()	85 ()
	実績	78.0 ()	76.4 ()	76.6 ()			
●リピーター率 (%)	目標	65 ()	66 ()	67 ()	60 ()	60 ()	60 ()
	実績	72.1 ()	71.2 ()	71.3 ()			

戦略

【主なターゲット】

①埼玉県内及び東京都在住の観光客

②インバウンドで複数回訪日経験があり文化的素養のある方

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

川越にしかない、川越でしか体験できないモノ・コト・トキを提供するなど満足してもらえる「質」を重視する

【観光地域づくりのコンセプト】

来訪者に非日常感と満足感を、住民に誇りと潤いを

具体的な取組

①川越観光のあり方・ビジョンづくり事業

川越市の観光マスタープランである観光振興計画の次期計画策定に向けた地域意見の吸い上げを行う。

②データ収集・分析事業

③インバウンドコンテンツ造成事業

令和5年度に造成したインバウンドツアーをブラッシュアップし予約リードタイムの短縮を図るほか、インバウンド向けの情報発信体制整備に取り組む。

④協働団体アンケート調査事業

⑤川越市「旅先納税事業」一部業務受託

