

# 観光地域づくりに係る「協働団体アンケート」事業

## 報告書



観光地域づくり法人

(一社) DMO 川越

ver. 2023年8月21日②

### I. 実施概要

目的	<p>このアンケート調査を通じて、様々な関係者が抱えている課題や要望等を把握することで、DMOとして何ができるか、何をすることで地域の更なる好循環を生み出せるかを考える足掛かりにする。</p> <p>観光地域づくり法人であるDMOは、観光関連企業以外の企業や地域住民、行政との連携も重視していることから、様々な関係者の意見やニーズを収集し、コミュニケーションを促進することで信頼関係の構築を目指している。そのため、このアンケート結果の公表により、DMO川越の認知度を高めつつ、関係者同士での共有を図り、相互に連携しお互いのビジネスの活性化や受け入れ側の環境整備の促進を図り、地域全体の魅力向上を図る契機とする。</p>
実施期間	<ul style="list-style-type: none"><li>・令和5年7月1日(土)から告知開始。</li><li>・回答期間は7月1日(土)～7月17日(月)。</li></ul>
手法	<ul style="list-style-type: none"><li>・DMO川越が中心となって作成したアンケートをWEB上(Google Forms上)にて回答していただく。</li><li>・周知方法は、川越商工会議所のデジタル会報および小江戸川越観光協会会員への通知葉書等を通じて回答を依頼。</li></ul>
回答対象者	<ul style="list-style-type: none"><li>・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、または市内のそれらと関係がある組織・団体・会社等。</li></ul>

## II. アンケート集計

### ◆ 問 1-(1)・(2)

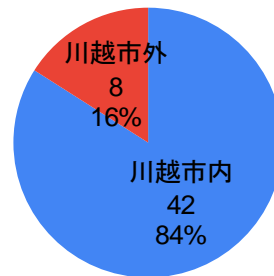
(これらの設問は、それぞれ「組織・団体・会社等の名称」「回答者の氏名」であるため、当集計では掲載しない。)

### ◆ 問 1-(3)：あなたの組織・団体・会社等の本社、本店または主たる事務所の所在地はどこですか？

- ・ 今回の回答者総数は 50 件。
- ・ 8 割強が市内に主たる事務所を持つ。

選択肢	回答数	割合
川越市内	42	84%
川越市外	8	16%
総計	50	100%

1-(3) 所在地

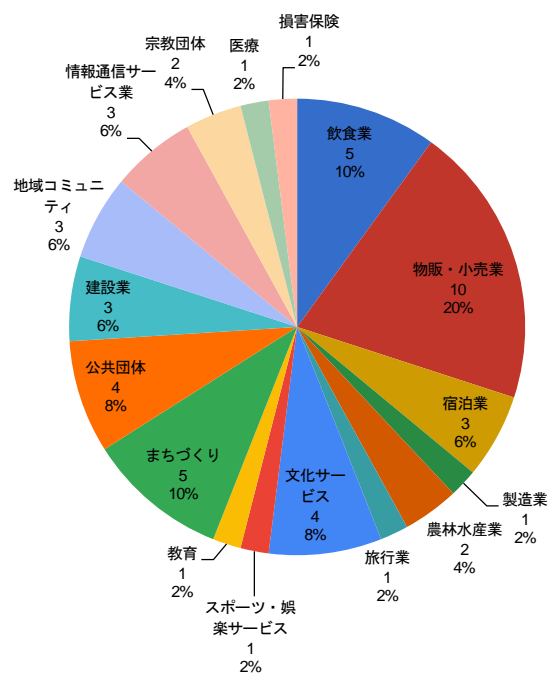


### ◆ 問 1-(4)：あなたの組織・団体・会社等の分野は次のうちどれにあたりますか？

- ・ 未記入のもの等については事務局側で区分を整理し、分野別の回答者数は次の通り。

選択肢	回答数	割合	
飲食業	5	10%	
物販・小売業	10	20%	
宿泊業	3	6%	
製造業	1	2%	
農林水産業	2	4%	
旅行業	1	2%	
文化サービス	4	8%	
スポーツ・娯楽サービス	1	2%	
教育	1	2%	
その他の	まちづくり	5	10%
	公共団体	4	8%
	建設業	3	6%
	地域コミュニティ	3	6%
	情報通信サービス業	3	6%
	宗教団体	2	4%
	医療	1	2%
	損害保険	1	2%
総計	50	100%	

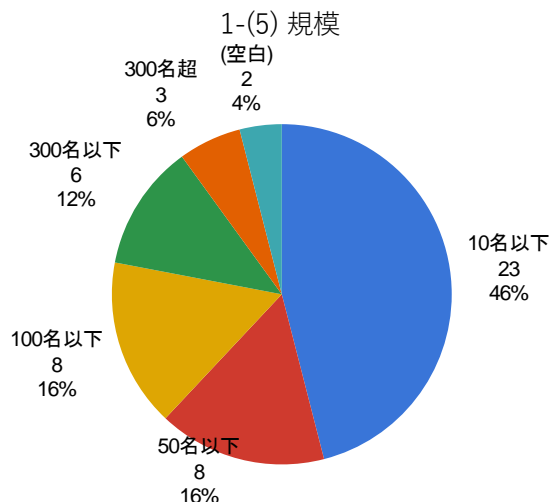
1-(4) 分野



問 1-(5)：組織・団体・会社等の従業員(職員)数、または会員数をご記入ください。

- ・事務局側で従業員・会員数の区分を設定し、再整理している。
- ・従業員・会員数の区分毎の回答者数は次の通り。
- ・10名以下の小規模の回答者が5割弱を占める。

選択肢	回答数	割合
10名以下	23	46%
50名以下	8	16%
100名以下	8	16%
300名以下	6	12%
300名超	3	6%
(空白)	2	4%
総計	50	100%



◆ 問 1-(6)：あなたの組織・団体・会社等の現在の取り組みについて、概要をご教示ください。（特に観光関係やインバウンド(訪日外国人観光客)に向けた取り組みがあればお書きください。）

- ・以下回答者からの原文のまま。インバウンドに関係する取り組みと判断される部分を太字にしている。

1-6) 取り組み概要	1-4) 分類2
1 いちごの直売、いちご狩り時におけるコロナ対策として人数制限の実施。 <b>外国人対応としては翻訳アプリ等の使用にて多少のコミュニケーションは可能に。</b>	農林水産業
2 専門飲食店内外問わず同一サービス	飲食業
3 店舗にて観光アドバイスやパンフ配布	飲食業
4 川越らしさを感じる商品展開	飲食業
5 鉄板焼レストランの経営	飲食業
6 川越の名産物販売	飲食業
7 観光向けの店舗を設けている。インバウンドに関しては、とくにございません。	物販・小売業
8 川越名産販売	物販・小売業
9 米の販売・普及（農水省専門家委員・食味審査員・講演など）	物販・小売業
10 特には	物販・小売業
11 製菓製パン原材料卸と、直営店・元町珈琲店ちもとの経営。	物販・小売業
12 軽食販売	物販・小売業
13 手芸用品の販売をしている。観光客向けのおみやげの開発やワークショップを考えたりしている。	物販・小売業
14 <b>英語に対応</b>	物販・小売業
15 レンタル自転車	物販・小売業
16 営業による団体の取り込み、 <b>海外エージェントへのセールス</b>	宿泊業
17 <b>宿泊予約サイトや海外エージェントから個人及び団体の宿泊受注、受け入れを行い、川越観光への案内も並行し接客を実施しています。</b>	宿泊業

18	宿泊業/飲食業を中心に業務をしています。現在、特別なサービス等はありません。	宿泊業
19	アロマ（嗅覚）と手当て（触覚）によって五感を活性化させて身体を整え心も整えています。	スポーツ・娯楽サービス
20	補助金を活用した電気代高騰対策リニューアル工事	建設業
21	不動産業	建設業
22	フリーペーパー発行	製造業
23	本業とは別軸で、川越の中小規模事業者のDX化への取り組み支援、行政、商工会議所、観光協会、などの団体のデジタル活用支援、地場の子供向けのニューノーマル時代のエデュケーションの在り方改善への取り組み、など	情報通信サービス業
24	デジタルお散歩マップ、公衆Wifi等によるデジタルの側面からみた川越観光施策の企画・提案と実行	情報通信サービス業
25	埼玉県西部エリアの旅行を中心とした法人及び店頭営業。行政等からの業務委託により、インバウンド関連事業を実施。	旅行業
26	川越市内のテナント物件情報を提供。居抜き物件のマッチング。	情報通信サービス業
27	役員が、隔週交代で授与所開設している。 （開設していない時は、無人で、おみくじ、御朱印等々置いている（日時不定） 社務所でお囃子を公開している。（第1・3・5日。都合により休止の場合あり）	宗教団体
28	七福神巡りの会員により年中無休で対応しています。	宗教団体
29	教育（観光経営人材の育成）	教育
30	<b>インバウンド向け、海外旅行保険の制度作成など</b>	損害保険
31	観光関係での取り組みは特にないが、 <b>訪日外国人の治療。</b>	医療
32	川越市指定文化財小林家住宅の敷地奥の蔵（明治16年造、大火に焼け残った蔵）に残る江戸末期から昭和の収蔵品の公開。かつて呉服太物商を営んでいた時代の貴重な染め型紙をはじめ、町の歴史を語る品を展示。	文化サービス
33	<b>SNSの発信</b>	文化サービス
34	大ホールや多目的ホール利用の来場者が宿泊等での川越観光や土産を含めた買い物等をしていただく仕組みづくりや連携に注力。	文化サービス
35	123年の歴史ある料亭組合を応援し、粋な小江戸文化を守る。そのために、毎月2回伝統和芸観賞会を企画、運営している。	まちづくり
36	蔵造りの一番街を中心とした川越の歴史的町並みを活かす、保存活用の取り組み	まちづくり
37	夢の持てるまちづくり、夢を描けるひとづくり、夢を語る組織づくりを3つの柱に、夢溢れる川越の創造に向けて活動しております。観光分野では喜多院のライトアップや新宿町の新たな山車（屋台）を他市から譲り受けるお手伝いなどを実施しました。また、今後、百万灯まつりにおける賑わい広場の企画や、本丸御殿へのプロジェクションマッピングも企画中です。 更に、まちづくりとひとづくりの要素として、我々の団体が整備に尽力した伊佐沼公園の植栽に老朽化がみられたため、こどもたちと親による植樹事業を行うとともに、川越市と伊佐沼公園の環境保全に関する協定書を締結しました。	まちづくり
38	全国の町並み保存を進める住民団体及びその活動を支える個人	まちづくり
39	川越織物市場と川越の織物の価値について、調査研究をし、その価値の普及をするとともに保存活用に関与し、川越をはじめとする各地の文化財の保存活用、農業資源などとの連携、観光促進などをする。	まちづくり
40	各種 奉仕活動	地域コミュニティ

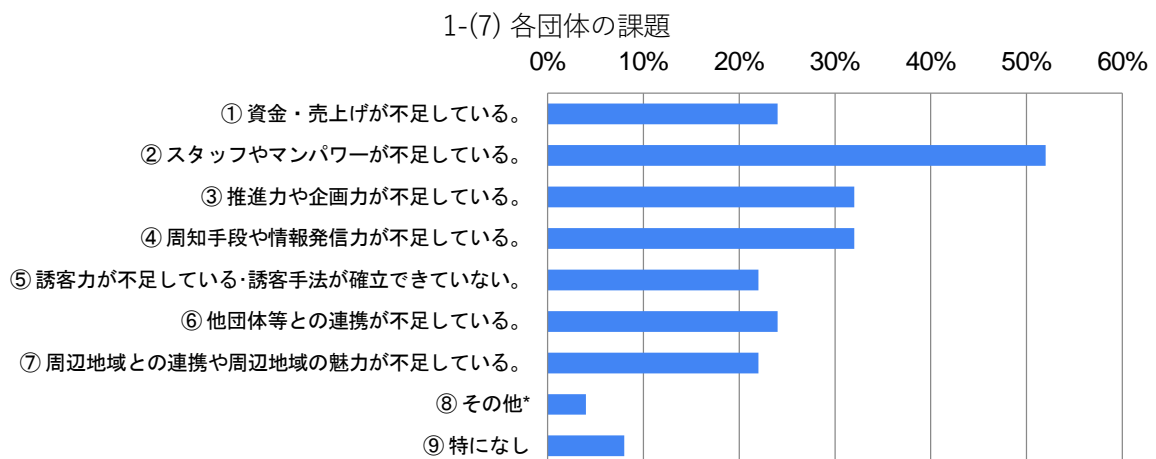
41	川越名物のサツマイモに関する情報対応など	文化サービス
42	ガイドブックなどではあまり紹介されない、川越の魅力や歴史の痕跡の紹介。 市街地の観光エリア以外にも存在する、川越の魅力の案内。 以上をブログやラジオ川越の番組を通じて発信。	地域コミュニ ティ
43	観光案内や観光情報の提供。観光イベントやキャンペーンの開催。 <b>英語ボランティアガイド養成への支援</b> など。	公共団体
44	小江戸蔵里指定管理者 観光案内所運営 中心市街地活性化事業	公共団体
45	収穫体験を中心としたグリーンツーリズム	公共団体
46	観光案内の多言語化、海外旅行博への参加など	公共団体

### ◆ 問 1-(7)：あなたの組織・団体・会社等の課題は何ですか？

(N=50)

選択肢	回答数	割合
① 資金・売上げが不足している。	12	24%
② スタッフやマンパワーが不足している。	26	52%
③ 推進力や企画力が不足している。	16	32%
④ 周知手段や情報発信力が不足している。	16	32%
⑤ 誘客力が不足している・誘客手法が確立できていない。	11	22%
⑥ 他団体等との連携が不足している。	12	24%
⑦ 周辺地域との連携や周辺地域の魅力が不足している。	11	22%
⑧ その他*	2	4%
⑨ 特になし	4	8%
総計	110	220%

\*その他=具体的には最後の「自由意見欄」に記入



◆ 問 1-(8)：あなたの組織・団体・会社等について、将来取り組んでいきたいことがありますら、お書きください。

	1-8) 将来の取り組み	1-4) 分類
1	<b>通年できる観光農園</b>	農林水産業
2	<b>加工品の充実</b>	農林水産業
3	川越の汚名にならぬ様にお店に再度喜んで来て頂けるような調理接客をしていく。	飲食業
4	商店街の特長を生かした観光客へのサービスを商店街全体で実施。 例、 <b>商店街道路を活用した文化的イベントやストリートカフェ</b> などの実施。	飲食業
5	地元地域の若い世代の認知度を上げたい。	物販・小売業
6	地場産業の発展	物販・小売業
7	仕入販売だけでなく、製造販売も	物販・小売業
8	新商品開発	物販・小売業
9	<b>自転車ガイドツアー</b>	物販・小売業
10	宿泊いただく取り組みとして、 <b>朝・夜の観光場所</b> や体験価値の創造ができたと思います。 <b>アニメを活用</b> した観光の取り組みもできたと思います。	宿泊業
11	地域活性化に向けて <b>夜の観光事業</b> の強化に協力したい。	宿泊業
12	<b>まちやど</b> の様に地域ぐるみの宿泊誘致にむけて、他の宿泊施設や飲食店、体験サービス等と連携したサービスの構築。弊社として他に一棟貸しなど複数拠点を運営し、面でサービスを展開する。 近隣の住人の方の暮らしが豊かになるような <b>サービス拠点の追加(書店、マーケット、食堂など)</b>	宿泊業
13	地域に密着し、さらには <b>外へもつながり</b> を広げて行きたいと思います。	スポーツ・娯楽サービス
14	<b>企業活動の DX 推進</b>	建設業
15	スタッフの充実、システム構築	建設業
16	<b>メタバース</b>	製造業
17	東京一極集中する日本の現状にあって、地方都市における産学官民一体となった <b>Society5.0 都市</b> モデルを確立させていき、全国の中核都市へ横展開していくためのスキームを作れると嬉しいと思っています。	情報通信サービス業
18	・ <b>デジタル技術</b> を多用した <b>オーバーツーリズム対策</b> （人流状況を踏まえた観光客誘導、等） ・川越観光客と地域の店舗・商店街を連携するプラットフォーム構築	情報通信サービス業
19	川越市内の <b>飲食店支援、スタートアップ支援、市民ファンド、NFT 事業</b> 。	情報通信サービス業
20	旅行にとらわれない課題解決型の法人営業の拡大。地域住民の生活拠点になるような店舗機能の拡大	旅行業
21	参道修理。樹木伐採。末社修理。知名度を上げる（観光客誘致）	宗教団体
22	今後は <b>インバウンドでの健康診断</b> を検討している。	医療
23	地域社会の課題解決をご支援していきたいと思っています。	損害保険
24	世話人の高齢化に伴い、若い人材を育てたい	まちづくり
25	（個人的な思いです）まちづくりの過程を、人が活動された取り組みを記録しておきたい。その時代の経済や文化的背景と関わっていると思いますから。日々の歴史が動いていく、その背景を知ることはまちを知ることであり大事だと思います。	まちづくり

26	単年度制の組織のため、具体的な取り組みへの言及は避けませんが、団体として過去もこれからも「明るい豊かなまちづくり」を目指して活動しております。	まちづくり
27	川越との連携が個人のネットワークに頼っている	まちづくり
28	川越市と連携しての、川越織物市場の展示・活用事業への関与。川越と周辺地域の関係・農業資源との連携	まちづくり
29	地域社会に対してインパクトのある奉仕	地域コミュニティ
30	今年度は特に <b>交通安全運動</b> に力を入れたい。	地域コミュニティ
31	従来から将来にかけても、地味な活動を継続する。 ※本年度で丸九年。	地域コミュニティ
32	<b>歴史や文化の発信</b> をしていきたいと思っています	文化サービス
33	以前から言われている東西の分断化の解決方法として <b>回遊できる仕組みづくり</b> に寄与していきたい。	文化サービス
34	<b>川越いもの文化の継承</b> （観光振興のためにも）	文化サービス
35	<b>観光関連団体のわかりやすい業務分担や集約化</b> を検討していきたい	公共団体
36	川越市全体の <b>オーバーツーリズム</b>	公共団体
37	持続可能な観光まちづくり	公共団体

◆問2-(1)：川越でこれまでおこなわれてきた観光施策全般の中で、よかったもの・成功だと感じたものがあればお書きください。

	よかったもの・成功だと感じたもの（要素）	出現件数
1	川越まつり	8
2	住民主体のまちづくり	4
3	町並み整備・歴史的建造物の保存	3
4	環境保全活動	2
5	着物の日	2
6	インバウンド対応	1
7	舟運	1
8	電線地中化	1
9	観光周遊バス	1
10	着物レンタル	1
11	旅ギフト	1
12	デジタルお散歩マップ	1
13	NHK 朝ドラの誘致	1
14	本丸御殿前の整備	1
15	観光協会による情報発信	1
16	縁結び風鈴	1
17	小江戸ペイ	1
18	蔵造り資料館	1
19	ボランティアガイド	1
20	百万灯夏まつり	1
21	レンタサイクル	1

▼その他の意見

- ・これだけ観光客が増えたのだから個別施策というよりトータル的に成功。個々の皆さんの認識も高くなっているから
- ・年間通しての各まつりは、after コロナにおいての集客が上昇中とのことで定例開催の継続は必要と感じている中、各地花火大会等でお出かけ情報がある状況で、川越は花火大会中止の知らせは非常に残念。

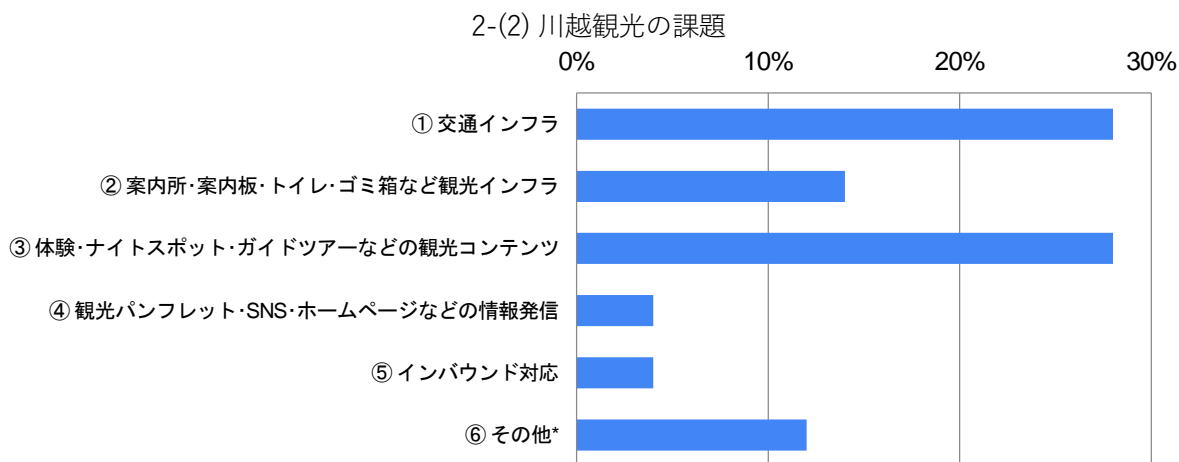


◆ 問 2-(2)：現状の川越の観光について、最も課題と感じるものは何ですか？

(N=50)

選択肢	回答数	割合
① 交通インフラ	14	28%
② 案内所・案内板・トイレ・ゴミ箱など観光インフラ	7	14%
③ 体験・ナイトスポット・ガイドツアーなどの観光コンテンツ	14	28%
④ 観光パンフレット・SNS・ホームページなどの情報発信	2	4%
⑤ インバウンド対応	2	4%
⑥ その他*	6	12%
総計	45	90%

\*その他=具体的には最後の「自由意見欄」に記入



◆ 問 2-(3)：将来、観光面で川越がどのようになってほしいとお考えですか？（観光面以外については、別途お尋ねします。）

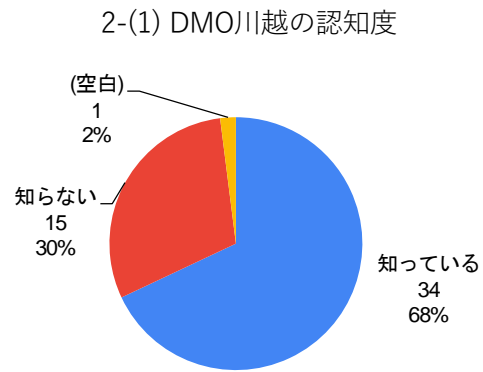
2-3) 川越観光の将来	1-4) 分類
1 郊外も含めた <b>体験ツーリズム</b> が増えると嬉しくおもいます。	農林水産業
2 <b>観光地としての魅力向上</b>	農林水産業
3 全国どこでもあるような、観光地化にならないよう、扱う商品も何処でも買える物ではなく、 <b>丁寧な仕事で、心のこもったおもてなし</b> が伝えられる観光地に。	飲食業
4 <b>夜の魅了</b> 発進と活用	飲食業
5 <b>良き伝統の継承</b> 広報	飲食業
6 <b>オーバーツーリズムにならないよう</b> に調整して欲しい	飲食業
7 <b>平日の集客</b>	飲食業
8 地元の間人が街とその在り方に魅力を感じられ、地域の間人であることに <b>プライド</b> を持つことができる街になっていければいい。	物販・小売業
9 <b>ゆっくりと観光</b> 出来る町	物販・小売業

10	喜多町から氷川神社までの間の歩行者道路の拡幅または、ルート変更で氷川神社前から郭町までの拡幅。現在は人通りや車も多い中、歩行者が道路にはみ出て危険。安心して散策してもらいたい。 <b>ごみ問題</b> も。環境省ではレジ袋やプラスチックからの切替え、企業もやっているが、プラスチック容器（カフェ）の飲み歩きで、自動販売機のゴミ箱をふさぎ、次に捨てる人は下に置いてしまう。そのままにしているとプラスチック容器などたまり、風に吹かれ川に流れる。ストローやレジ袋よりも本質的な問題。	物販・小売業
11	<b>観光より地元民へ力を入れて欲しい</b>	物販・小売業
12	あくまで「 <b>歴史ロマンを感じる町</b> 」であってほしい。	物販・小売業
13	都内からでも <b>気軽に何度も遊びに来られる</b> 魅力ある川越	物販・小売業
14	若い層だけでなく、 <b>幅広い年代の観光客に、できるだけ遅い時間まで楽しんでいただきたい</b> 。可能であれば、 <b>宿泊</b> も込みの観光スポットになるとよいと考えている。	物販・小売業
15	<b>川越固有の文化を保存</b>	物販・小売業
16	<b>泊まりたい町</b> になること	物販・小売業
17	京都、鎌倉のような <b>滞在型観光</b> となること、 <b>神社仏閣</b> の数の多さ、 <b>歴史的建造物</b> の多さなど魅力がもっと伝わるようになってほしい。	宿泊業
18	昼の観光は成功していると思うが <b>宿泊業</b> として <b>夜の観光スポット</b> 等があれば <b>宿泊</b> にもつながり川越全体でも集客に繋がると思います。	宿泊業
19	<b>朝から夜まで</b> しっかり楽しめる、 <b>複数のエリア</b> がある。	宿泊業
20	<b>老若男女どなたでも</b> 楽しめる街づくり	スポーツ・娯楽サービス
21	<b>世界に認知</b> され、東京、京都、大阪に匹敵する観光地	建設業
22	仲町以北が <b>夜も栄えて</b> ほしい。	建設業
23	<b>歴史文化</b> を伝えられるまち	製造業
24	<b>宿泊、交通、飲食(特に夜街文化)</b> を特に強化してもらい、一番街周辺重点地区以外の地区での観光スポット、あるいは魅力ある施設を広く分散し、遠方からの観光客にとって <b>北関東全体のハブ</b> であり拠点として活用できると都市になってもらい、近隣都市への雇用にも影響を及ぼすような観光都市になってほしい。当然 <b>デジタル活用は国内最先端</b> を目指してほしい。(インバウンド向け多言語ツール活用、オンライン決済環境、外国向け SNS 対応、AR 活用、シェアリングエコノミー活用、MaaS 対応、他)	情報通信サービス業
25	国内外問わず、 <b>夜でも楽しめる</b> 観光スポットが多くなり、東京～京都といったゴールデンラインではない第二の選択として『関東圏（東京～川越）で「 <b>日本の情緒</b> 」が十分に <b>味わえる</b> 』魅力のある街並み・観光資源に富んだ街になってほしい	情報通信サービス業
26	蔵造りの街並みは残しつつ、 <b>上手く世代交代が図れる</b> ような、新陳代謝の良い、 <b>いつ行っても新鮮な観光地</b> にあり続けてほしい。	旅行業
27	行政に、 <b>本丸御殿周辺への観光客誘致</b> を積極的に行ってほしい。 (本丸御殿内周辺は商業施設が少ないので、行政が力を入れないと、一番街に観光客が偏り過ぎて、川越市全体の魅力が発信できないと思われます。)	宗教団体
28	関東エリアにおける <b>他の観光地との連携</b> による、 <b>インバウンドのさらなる誘致</b>	損害保険
29	市街地だけでなく川越市 <b>郊外にも人が流れてくる</b> ような取り組みを検討して欲しい	医療
30	休日などの一部地域への観光客殺到による <b>混雑が緩和</b> され、 <b>歩きながらの飲食などの対策</b> もとられて、 <b>落ち着いて街歩きを楽しめる所</b> になればと思っています。	文化サービス
31	<b>交通の対策</b> を早急に解決するべきだと思います。	文化サービス

32	川越を知ることも大切ですが、気軽に来られて楽しんで帰れる観光地を通過点として、観光地として <b>格式高く</b> していくことも考え方のひとつと思います。そのために、 <b>車道や観光案内の整備</b> は必要と考えます。 <b>渋滞や駐車場の問題などの解決</b> も着手しなければならないと思います。もちろん、 <b>ごみ等は観光客のマナー問題</b> を解決する方法（仕組み）も同様と考えます。	文化サービス
33	「また来たい」街ベスト1	まちづくり
34	<b>城下町川越</b> のまちの特性といいますか性格を、知っていただいたうえで観光やお買い物などを楽しんでいただきたいと思います。城下町は経済だけでなく <b>政治文化の中心地</b> でもありますから、 <b>まちは美しく</b> あって欲しいと思うからです。	まちづくり
35	<b>市民生活と共栄できる観光。市内経済に寄与する観光。</b> 観光の量ではなく <b>質を向上</b> できる取り組みの推進。川越ならではの、 <b>川越らしさ</b> を提供できる観光。	まちづくり
36	<b>混雑の分散化</b>	まちづくり
37	一番街周辺の <b>自動車乗り入れ規制</b> をして、歩いて回れる都市づくりを	まちづくり
38	<b>地域の魅力を発揮</b> してほしい	地域コミュニティ
39	川越の <b>各専門家のネットワークの構築</b>	文化サービス
40	お金を使わない来街者も気持ちよく過ごしていただけるよう、おもてなしができるようになって欲しい。具体的には、 <b>挨拶</b> やいらしてくださったことへの <b>感謝の気持ち</b> を込めた対応により、 <b>リピーター率を上げたい</b> 。	地域コミュニティ
41	一番街に軸足を置き、そこを中心として「 <b>川越市全体</b> 」に波及する波紋交換のある観光。蔵見て鐘聞いて、鰻食べて、芋菓子持って帰るだけではない。 <b>良く見ないと気づかない川越の魅力を発信</b> するべきだと思う。	地域コミュニティ
42	<b>車や人が安全に観光できる町</b>	公共団体
43	<b>観光消費額の増加 滞在時間・回遊性の向上</b>	公共団体
44	川越市中心地を含めた <b>オーバーツーリズム</b>	公共団体
45	日本を代表する <b>国際観光都市</b>	公共団体

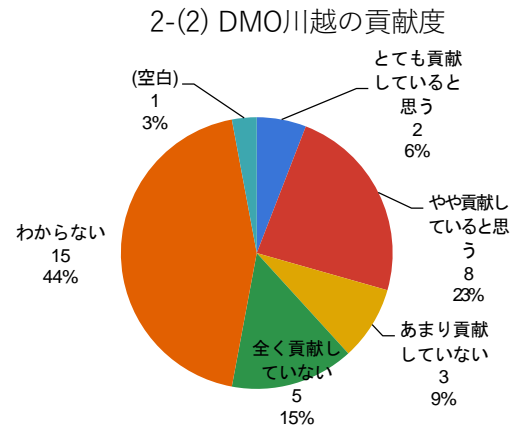
◆ 問 3-(1)：『DMO 川越』をご存じですか？

選択肢	回答数	割合
知っている	34	68%
知らない	15	30%
(空白)	1	2%
総計	50	100%



◆ 問 3-(2)：当 DMO の取り組みは、あなたの組織・団体・会社等または地域に対して貢献していると思いますか？（前述(1)の質問で「知っている」と回答した方のみ）

選択肢	回答数	割合
とても貢献していると思う	2	6%
やや貢献していると思う	8	24%
あまり貢献していない	3	9%
全く貢献していない	5	15%
わからない	15	44%
(空白)	1	3%
総計	34	100%



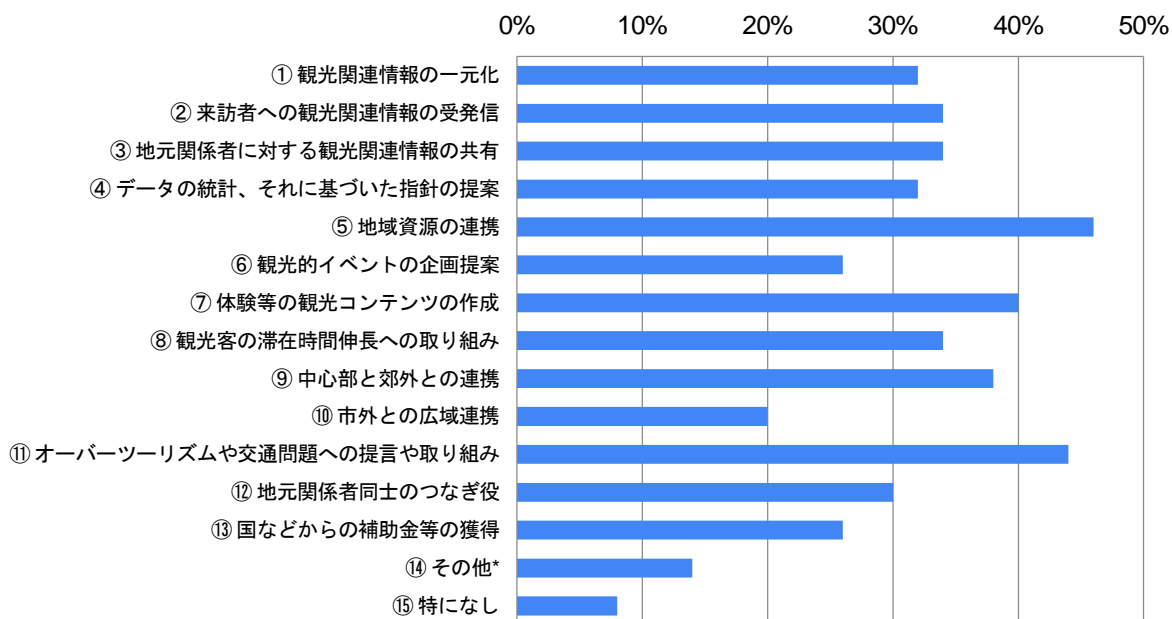
◆ 問 3-(3)：当 DMO または川越の観光面での施策に期待することは何ですか？

(N=50)

選択肢	回答数	割合
① 観光関連情報の一元化	16	32%
② 来訪者への観光関連情報の受発信	17	34%
③ 地元関係者に対する観光関連情報の共有	17	34%
④ データの統計、それに基づいた指針の提案	16	32%
⑤ 地域資源の連携	23	46%
⑥ 観光的イベントの企画提案	13	26%
⑦ 体験等の観光コンテンツの作成	20	40%
⑧ 観光客の滞在時間伸長への取り組み	17	34%
⑨ 中心部と郊外との連携	19	38%
⑩ 市外との広域連携	10	20%
⑪ オーバーツーリズムや交通問題への提言や取り組み	22	44%
⑫ 地元関係者同士のつなぎ役	15	30%
⑬ 国などからの補助金等の獲得	13	26%
⑭ その他*	7	14%
⑮ 特になし	4	8%
総計	229	458%

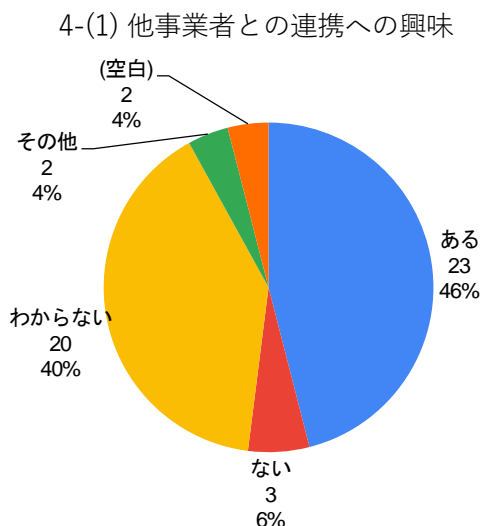
\*その他=具体的には最後の「自由意見欄」に記入

2-(3) 期待する観光施策



◆ 問 4-(1)：今後、他の事業者との連携に興味はありますか？

選択肢	回答数	割合
ある	23	46%
ない	3	6%
わからない	20	40%
その他	2	4%
(空白)	2	4%
総計	50	100%



◆ 問 4-(2)

・この設問は、上記(1)で「興味がある」と回答した方に対して伺った『連絡先等』なので、当集計では掲載しない。

◆ 問 4-(3)：将来、川越がどのようになってほしいですか？

4-3) 川越の将来像		
1	居住者と観光客との関係性が上手に保たれた町	農林水産業
2	川越の一部だけで無く川越の近隣との関係を強くし、行き来がし易くし <b>広域な関係を進めて行き川越を絡めた人の流れをつくれるように取り組んで頂きたい</b> と思います。	飲食業
3	<b>景観の保全と同様に人や歴史文化の奥深さを感じられる街づくり。またお城を中心とした情報の拡散。</b>	飲食業
4	伝統と新しい文化を上手に融合して発展して行って欲しい	飲食業
5	活性化	飲食業
6	落ち着いてほしい。	物販・小売業
7	暮らしやすく、観光出来る町	物販・小売業
8	何度も来て、川越または川越周辺に泊まりたくなるような川越。子どもたちが川越を自慢できる町に。	物販・小売業
9	今よりももう少し穏やかな雰囲気になってほしい。	物販・小売業
10	観光客が多い活性化した街。また川越に愛着を持ち、住んでいただける方が増えると思う。	物販・小売業
11	泊まりたい町、その後住みたい町へ	物販・小売業
12	日本を代表する観光地	宿泊業
13	観光スポットエリアの <b>インフラ設備の向上や夜間の観光名所の開拓</b> を実施し <b>落ち着いた雰囲気</b> を維持しつつ観光地としてより成長してほしい。	宿泊業

14	街の関係者がゆるくつながり、全体の基本方針を共有できている。蔵造りの街並みはもちろんのこと、現在未活用の古民家や蔵も利活用されており、複数エリアで魅力的な個人店やお店があり、回遊して楽しめる文化観光地。	宿泊業
15	多くの地域との交流と連携	スポーツ・娯楽サービス
16	世界の川越	建設業
17	観光に金掛けているんだから観光業からの税収が増えて一般人の税金が下がるとよい	建設業
18	国内外の観光客が長期滞在しても良い街づくり	建設業
19	街としてちゃんと成り立つ	製造業
20	日本の地方都市における Society5.0 都市モデルとなり、その取り組みが日本中の地方都市、中核都市に横展開されるような、ニューノーマル時代のフラッグシップシティにしたいと考えています。	情報通信サービス業
21	居住人口が継続して増加していける街	情報通信サービス業
22	埼玉県観光地のリーダーとして、常に革新的な取組に挑戦する地域になってほしい。	旅行業
23	持続可能な農生産と消費サイクルのモデルケース	情報通信サービス業
24	住んで良かった（次世代も住みたいと）思えるところ 川越城の整備	宗教団体
25	日帰りだけでなく、宿泊を伴う魅力的なデスティネーションとなること	教育
26	インバウンドが、日帰り観光で終わらず、宿泊し、長期滞在できるような観光地を目指していただきたいと思っております。	損害保険
27	観光から発展を続け人口増加するような市になって欲しい。	医療
28	品格があり歴史を感じられる文化都市になってほしい。	文化サービス
29	観光を起点に住民（人口）増加を望みます。	文化サービス
30	川越に来られる方には、川越をよく知ってまちにいることを楽しんでいただきたい。まちに在住の方には川越の町に住まわれていることを来川者に伝えてくださればと思います。	まちづくり
31	日本国内はもとより、海外に向けてもまちづくりを牽引し、独自の存在感が光るまちになって欲しいです。他を追随するのではなく、真に川越のためになる取り組みを追求し、他がうらやむ、模範ともなるまちづくりを進めて欲しい。	まちづくり
32	現状のような過度の観光客を受け入れるのではなく、住民・市民が満足できるまちづくり	まちづくり
33	歴史文化がきちんと承継されていく都市、ウオーカブルシティとしての先駆的取り組みを	まちづくり
34	文化レベルの高い地方都市	文化サービス
35	住んでみたいと思われる街になってほしい。	地域コミュニティ
36	埼玉県において観光や産業、文化面での中心的な都市	公共団体
37	川越に携わるすべての方が、川越に対する誇り（シビックプライド）を形成していくこと	公共団体
38	川越市全体のオーバーツーリズム	公共団体
39	定住人口が増えて川越ブランド力が高まる	公共団体

◆ 問 4-(4)：あなたの組織・団体・会社等が考える「川越らしさ」とは何とお考えですか？

	4-4) 川越らしさ	1-4) 分類
1	古き良きものと新しく生まれてくるものが上手に溶け合い新たな魅力が常に誕生している	農林水産業
2	川越に来て良かった、是非又来たいと思って貰える取り組み	飲食業
3	川越の歴史、文化、芸術のアーカイブから未来の川越を創造することが川越らしさに繋がると 思います。	飲食業
4	お祭り 生活文化 城下町	飲食業
5	歴史を感じられる街	飲食業
6	魅力ある町	飲食業
7	小江戸。町民としてのプライドや意識。	物販・小売業
8	川越の人	物販・小売業
9	近場でタイムスリップできるようなところ。	物販・小売業
10	昔ながらの街並み。お祭りなどのイベントの団結力。街の人達のつながり、あたたかさ。	物販・小売業
11	どこか懐かしい風致と上品さ	物販・小売業
12	和の心	物販・小売業
13	古きモノを大切に、失敗を恐れず、新しいことに挑戦していく	物販・小売業
14	忘れていた日本の歴史、文化を思い出させてくれる場所。 食べ歩きなどの楽しさと見どころの多さ（蔵造りの街並みなど歴史的建造物や神社仏閣）。	宿泊業
15	地元愛が強く、地域企業、住民との連携力が強い。イベントを実施する際も一致団結して取り 組む能力が優れている。	宿泊業
16	小江戸に表される和と歴史的な魅力	スポーツ・娯楽サービ ス
17	伝統を守りつつ果敢にチャレンジできる都市	建設業
18	無形文化の伝承	建設業
19	観光、工業、農業等がバランスよく老若男女働けるまちづくり	建設業
20	品格がある	製造業
21	古き良さと新しさが融合し、都市の利便性と自然の豊かさを併せ持つ、東京に近いながら郊外 都市の豊かさを発信しながら、観光という強い高コンテンツ力を持つ都市であることが川越ら しさだと思えます。	情報通信サービス業
22	歴史と伝統	情報通信サービス業
23	歴史と伝統、郷土愛	旅行業
24	人	情報通信サービス業
25	江戸の文化を多く残している（祭礼。建造物）	宗教団体
26	若者にも受ける（SNS 映えする）レトロな雰囲気	教育
27	古き良き時代の日本と新しい日本の融合	損害保険
28	歴史文化の感じられる町	文化サービス
29	「歴史・伝統・文化のまち」そして、新たなものを受け入れられる「ひと」の集まり	文化サービス
30	小粋な街	まちづくり
31	個人的にですが、川越に住んでいらっしゃることや、川越に関わっていらっしゃることをより 磨かれて川越のまちを好きになって、広く人々に紹介していくこと。常に一歩先を意識されて いるところです。	まちづくり



32	今でこそ「保守的」と言われますが、県内で初めて市制を施行したことに代表されるように、また市制施行前の歴史的背景においても、 <b>夢を持ち、挑戦的、意欲的に市外地域に先駆けてまちづくりを牽引してきたまち</b> であることだと個人的には考えています。	まちづくり
33	全国でも数少ない <b>蔵造りの町並み</b>	まちづくり
34	<b>歴史文化がきちんと承継されている都市</b>	まちづくり
35	まず、「川越学」専科をまとめ、一般市民も学べて川越を語れる人が多くなること。	文化サービス
36	<b>300年の歴史と文化</b>	地域コミュニティ
37	<b>古い文化を大切にしながらも、高度成長を謀っていく</b>	公共団体
38	<b>古き良き歴史は継承しつつも、時代に合わせた変化も見せる柔軟性</b>	公共団体
39	<b>歴史的建造物</b>	公共団体

◆ 問 4-(5)：その他、ご意見やご提案などがありましたら、ご自由にお書きください。

4-5) 自由意見		1-4) 分類
1	川越の魅力がまだ訪れたことのない方々に届きりピーターが増えますよう今後ともどうぞよろしくお願いいたします。	農林水産業
2	今迄の DMO にならず今後の DMO に期待します。	飲食業
3	<b>観光を広域化</b> していきたい。まず観光を一番街から喜多院、本丸御殿などへ誘導する。氷川神社まで誘導できているので、 <b>コンテンツと組み立て方、やる気次第</b> で可能だと思う。	物販・小売業
4	①タイムスリップ 川越・本川越駅→クレアモール、駅周辺（近代）→〇〇〇（昭和）→大正ロマン通り（大正）→〇〇〇（明治）→蔵造り（江戸） ②新河岸川の活用（高沢橋から初雁球場）舟運 くらしき川舟流し 千葉県佐原市 ③ディズニーワールドのように川越全体を楽しめるように。中心＝蔵造り 北・東＝稲作 南＝畑 西＝？	物販・小売業
5	観光客に対して、 <b>川越まつりの注意喚起をしっかりと欲しい</b> 。(山車の綱の中に勝手に入らない、回り舞台ではない山車の近くにいかない等々)せつかく楽しみに来られても怪我をされては申し訳ないので また、食べ歩きのお店で出た <b>ゴミ</b> は購入した店に返す、というのは無理があると思う。せめて食べ歩きのお店ならどこでもいい、等にしたい方がよいのでは？ゴミ箱は街中にないのでゴミ袋を持参してもらうよう注意喚起した方がよい。又はゴミ袋持参の観光客にはサービスを行う等もいいかも？	物販・小売業
6	<b>小江戸→大江戸を自転車と電車を使う事業</b> 。往路は川越出発して大江戸を目指す。帰りは特急小江戸号で戻り川越で宿泊するツアーを企画してください！	物販・小売業
7	<b>歴史的建造物、神社仏閣の多さ、そこに伴うストーリーを知ると更なる川越の魅力を実感</b> します。日本らしさが伝わると良いのではないかと思います。	宿泊業
8	直近の課題はもちろんですが、 <b>10年後20年後にむけた方向性やあるべき姿ありたい姿を常にブラッシュアップしながらもてたらと良い</b> と思います。	宿泊業
9	世界から川越の認知度は未だ低いように思います。 <b>積極的に海外観光客を川越に誘致するため、空港、大使館などに働きかけると共に、SNSを最大限活用していく必要がある</b> と思います。	建設業

10	DMO 活動いつもお疲れ様です。行政や観光協会とは連携しつつも、縛られない立場で <b>観光起点の地域経済活性化の実現</b> に向けて今後も頑張ってもらいたいと思います。地域 DMO から地域連携 DMO として拡大しつつ、埼玉県全域に影響範囲をもたらすような活動に展開すると素敵だなあとと思います。観光産業に直接絡まないが、 <b>川越の経済を下支えする企業とも上手に連携できるハブのような存在にもなってもらえると良いなあと</b> 思います。(外野から好き勝手な意見ですいません。)	情報通信サービス業
11	<b>観光産業における新たな収益源の確立</b> を目指してほしいです。	旅行業
12	<b>三芳野神社</b> は江戸城二の丸にあった東照宮の本殿が移築されたと思われる処です。神職様も常駐してないので、イベント等観光客招致も思うようにできないので、ご協力をお願いします。(喜多院と同じ徳川の領地(天領)でした。)	宗教団体
13	<b>混雑の中で歩きながら飲んだり食べたりする方も多いため、何か対策</b> が取られればと思います。倉敷や佐原、金沢の東茶屋街を歩いたときなど、その違いを感じました。	文化サービス
14	あまり多くはないと思いますが、できることがあれば協力していきたいと考えています。	文化サービス
15	DMO の取り組みは、スママセン、よくわかっていけませんので個人的な思いからですが、川越のまちを <b>俯瞰的に</b> みられてその時のテーマについて、各団体の方と取り組まれていらっしゃるように思っています。全体をみられる視点はとても大事な事だと思います。	まちづくり
16	観光課題:その他回答:メディアが主導する情報提供により観光客が増加している背景があり、場合によっては消耗されてしまう。また、足し算式の観光実態をつくってしまっている。 <b>目指すべき観光のあり方を定め、その目標を達成するために必要な情報発信を引き算式、戦略的に実施していく必要がある</b> と思う。DMO さんには俯瞰的な視野に立ち、観光のあり方の大きな目標などを示すとともに、そこへ向けた地域への理解促進を担っていただきたいと期待しております。	まちづくり
17	長年の課題ですが、札の辻からマツザキスポーツまでの <b>車道への観光客のはみだし</b>	まちづくり
18	<b>市役所は、もっと地元や NPO などとの連携を強化してほしい。</b>	まちづくり
19	DMO に働いている方が、どんな方か、よくわかりません。	文化サービス
20	貴社のご発展を祈念いたしております。	公共団体
21	今後とも何卒よろしく願いいたします。	公共団体
22	今後における <b>DMO 川越からの発信力に期待</b> しています。	公共団体