

◆東松山市の観光の現状等に関する各種調査結果

＜基礎調査の概要＞

① 観光統計等基礎データの収集・分析

目的	国・県・市の観光動向を整理、第二次計画策定時の状況との比較
収集データ	・国：旅行者数（国内／訪日）、日本人国内旅行の消費単価 ・県：旅行者数（国内／訪日）、消費単価（国内／訪日） ・市：施設別観光入込客数 ・その他：鉄道駅乗降客数（東松山駅、高坂駅）、関越自動車道東松山料金所通過車数

＜観光動向調査の概要＞

② GPS ビッグデータ分析

目的	来訪者のマクロな観光動態、誘致圏を客観的に把握
取得情報	来訪箇所別の来訪者属性（居住地、年齢、性別）、滞在日（休日・祝日）、滞在時間 等
対象施設	【市内観光施設・イベント】 東松山市農林公園、東松山ぼたん園、埼玉県こども動物自然公園、埼玉ピースミュージアム（埼玉県平和資料館）、いなほてらす（東松山農産物直売所）、箭弓稲荷神社、ピオニウォーク東松山、日本スリーデーマーチ、東松山夏まつり、麦の秋音楽祭 【市外観光施設】 川越一番街商店街、国営武蔵丘陵森林公園、吉見百穴、道の駅和紙の里ひがしちちぶ、嵐山溪谷バーベキュー場、ふかや花園プレミアム・アウトレット
データ取得期間	観光施設：令和５年度（令和５年４月～令和６年３月）のデータ取得 ※箭弓稲荷神社・東松山ぼたん園はぼたん開花時期、箭弓稲荷神社は初詣の時期のデータもプラスして取得 イベント：開催期間のデータを取得
利用システム	KDDI Location Analyzer（au ユーザ端末のGPS 情報）

③ 観光マーケット調査

目的	観光誘致圏を対象に東松山市の観光に関する認知度や実態、イメージ等を把握
対象エリア	GPS ビッグデータ分析から現状の誘致圏とその割合を把握した上で、誘致圏となる各エリアの人口規模を踏まえて市区町村別サンプル数を設定 県内：熊谷市、坂戸市、滑川町、嵐山町、小川町、川島町、吉見町、鳩山町、ときがわ町、東秩父村、川越市、さいたま市、鴻巣市、深谷市、上尾市、桶川市、北本市、富士見市、鶴ヶ島市、ふじみ野市 県外：群馬県高崎市、東京都板橋区・練馬区、神奈川県横浜市（港北区、鶴見区、神奈川区）
調査期間	令和６年１０月１～１６日
調査方法	WEB アンケート調査（携帯電話会員を対象としたリサーチサービスを利用）
回答者数	2,119 人
調査項目	①東松山市への来訪経験・来訪内容（回数・時季・目的・交通手段） ②観光スポット・イベントの認知度・来訪経験 ③東松山市のイメージ / ④東松山市でやってみたい体験 / ⑤来訪・再訪意向

④ 来訪者アンケート調査

目的	実際の来訪者を対象に市内での観光行動やニーズ等を把握
対象者	市内の観光施設やイベントへの来訪者
調査期間	通年で実施（令和６年１０月～令和７年９月予定）
調査方法	WEB アンケート調査（スマートフォン、PC 等で回答） →アンケートフォームの二次元コードを掲載したチラシを各所に配置
回答者数	95 人（令和７年１月６日時点）
調査項目	①回答者属性（年齢、性別、居住地）、これまでの来訪回数 ②来訪のきっかけ・参考とした情報源 ③来訪形態・内容（同行人数、同伴者、市内滞在時間、交通手段、来訪目的） ④観光スポット・イベントの認知度・来訪経験 ⑤市内外の立ち寄り先 / ⑥観光消費額（宿泊、交通、飲食、土産物、施設入場料） ⑦市内観光における現状の不満点・必要な改善点 ⑧東松山市でやってみたい体験 / ⑨再訪意向 / ⑩自由意見

⑤ SNS 投稿分析

目的	Instagram の投稿から、観光資源の評価を把握するとともに、埋もれた資源や魅力を発掘 ・市内観光資源の評価を把握 ・来訪者の視点で切り取られた投稿の中から、地元では気付くことのできなかった魅力資源となり得る要素を発掘
調査方法	Instagram の投稿のハッシュタグの情報をもとに内容を分類・整理

<市民や関連団体等の意向調査の概要>

⑥ 市民アンケート調査

目的	市民の東松山市の観光振興に対する意識や意向を把握
調査期間	令和 6 年 10 月 1～30 日
調査方法	WEB アンケート調査（スマートフォン、PC 等で回答） →広報ひがしまつやま・東松山いんぷおメール、公式 LINE 等を通じた発信・調査協力依頼
回答者数	412 人
調査項目	①回答者属性（年齢、性別、居住地区、居住年数） ②市外の人に自慢できる観光資源 / ③発信していくべきまちの魅力・イメージ ④これまでの観光振興に向けた取組の認知度 / ⑤観光振興の重要性 ⑥今後重要と思う観光振興に向けた取組 / ⑦自分もできる、やってみたいと思うこと ⑧自由意見

⑦ 観光関連団体等への意向調査

	対象者	アンケート内容
観光全般	・一般社団法人東松山市観光協会 ・東松山市観光ガイドクラブ ・東松山市商工会	●東松山市（比企地域）の観光に関して ・現在取り組んでいる事項 ・取組や活動等における課題 ・今後取り組んでいきたいこと ●東松山市（比企地域）の観光に関して 課題と感じている点 ●東松山市（比企地域）の観光振興に向 けて、今後実施していくべき（計画に 位置付けるべき）と考える取組
観光施設・イベント	・市内観光施設の管理者：埼玉県こども動物 自然公園、東松山ぼたん園、東松山市農林 公園、埼玉県平和資料館 ・箭弓稻荷神社	
広域観光	・東松山・比企広域観光推進協議会 ・比企地域元気アップ実行委員会 ・東武東上線沿線サミット実行委員会	
交通事業者	・東武鉄道株式会社（鉄道） ・NEXCO 東日本（高速道路）	
情報発信	・東松山ケーブルテレビ株式会社	
特産品販売	・ひがしまつやまプライド事業者	

⑧ 大学生ワークショップ

対象者	内容
立教大学、大東文化大学の 学生	大学生の新たな視点による、資源の再発見や取組アイデアを導き出すた め、大学ごとにテーマを設定し、ワークショップを実施。

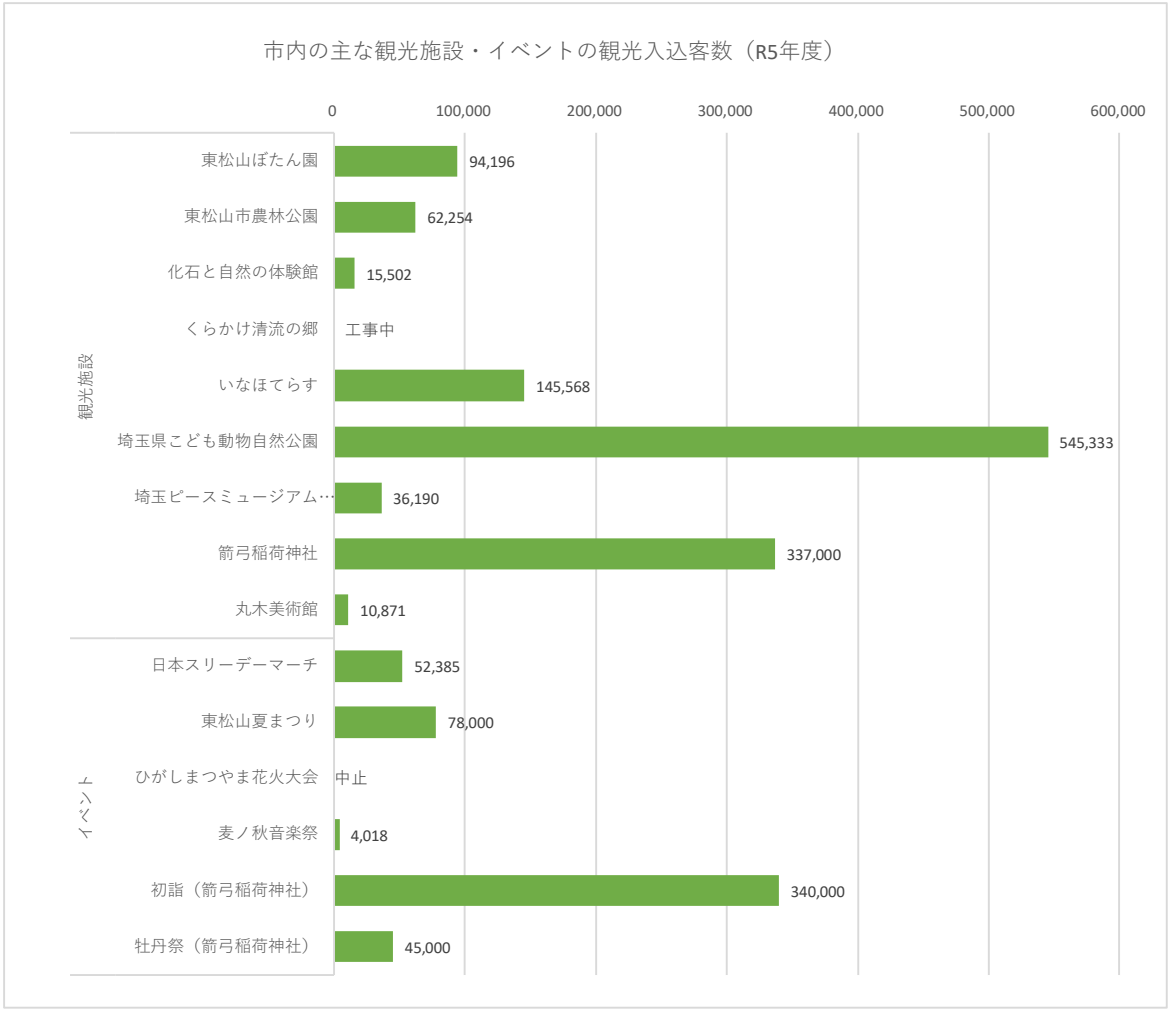
① 観光統計等基礎データの収集・分析＜結果概要＞

◆東松山市の観光動向

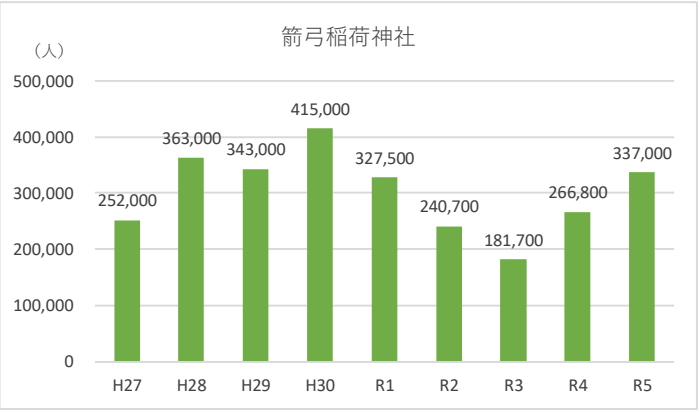
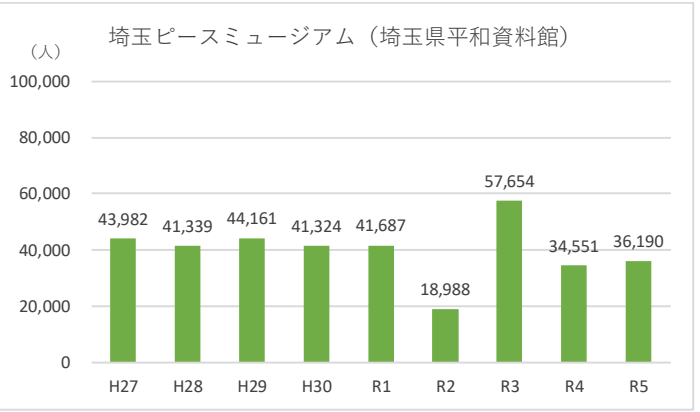
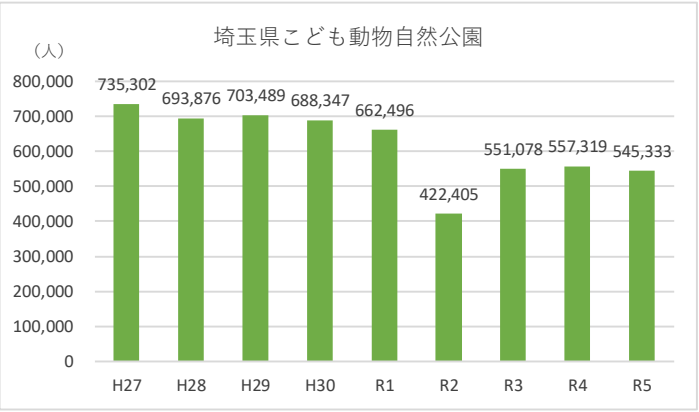
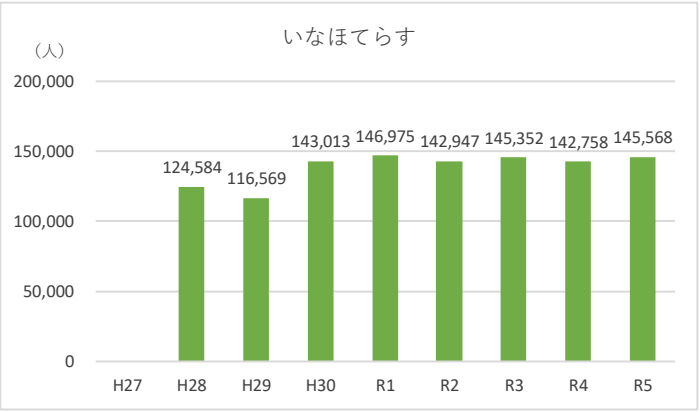
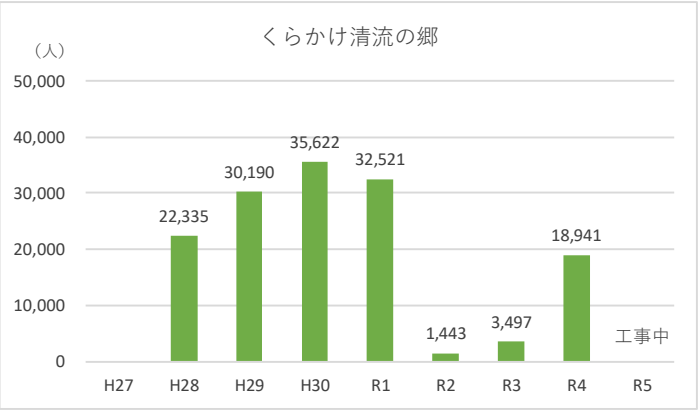
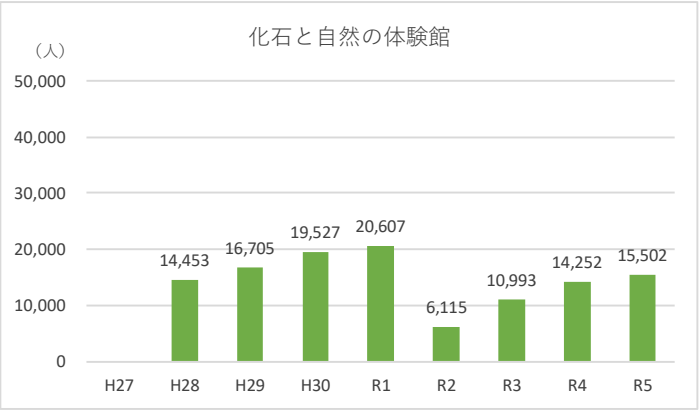
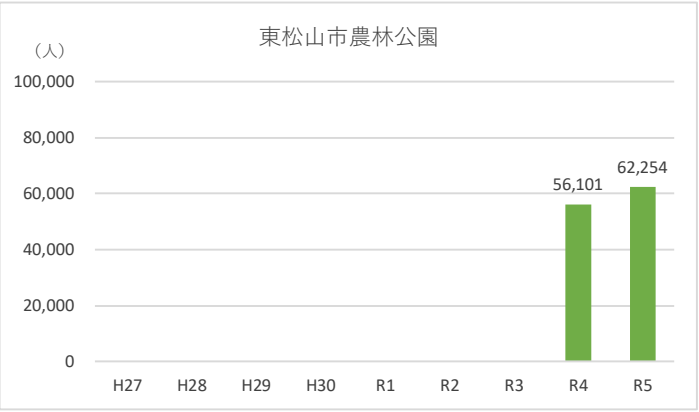
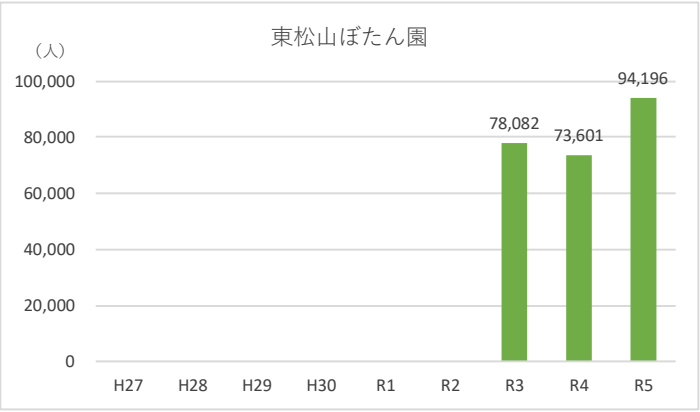
- 東松山市の観光入込客数は、第1次計画を策定した平成27年から平成29年にかけて増加しており、平成28年に第1次計画時の目標値である250万人を達成している。
- 令和2年には、コロナの影響により大幅な減少がみられるが、令和3年以降は徐々に増加し、令和5年には235万人まで回復している。



- 令和5年度の市内の主な観光施設・イベントの観光入込客数は、以下に示すとおり。
- 市内の観光施設では、埼玉県こども動物自然公園の観光入込客数が年間50万人を超えて最多であり、次いで、箭弓稻荷神社、いなほてらす、東松山ぼたん園の順となる。



◆参考：主な観光施設・イベントの観光入込客数の経年変化



② GPS ビッグデータ分析※ <結果概要>

◆観光施設・イベントの滞在者の属性分析（国内）

- 市内観光施設の滞在者数は、ピオニウォーク東松山が最も多く、次いで、埼玉県こども動物自然公園、いなほてらす、箭弓稲荷神社の順になっている。
- 市内観光施設の滞在者の年代構成比は、基本的に 70 歳以上の割合が高いが、埼玉県こども動物自然公園は 30・40 代が多く、ピオニウォーク東松山はどの年代も同程度の割合である。
- 市内イベントの参加者については、日本スリーデーマーチは 70 歳以上が半数、東松山夏まつりは 20～40 代が 6 割以上、麦ノ秋音楽祭は 30～40 代が中心で 8 割が来街者である。
- 市外観光施設の滞在者数は、川越一番街商店街が最も多く、次いで、ふかや花園プレミアム・アウトレット、国営武蔵丘陵森林公園の順になっている。

■対象施設・イベントの滞在者の属性分析結果 一覧

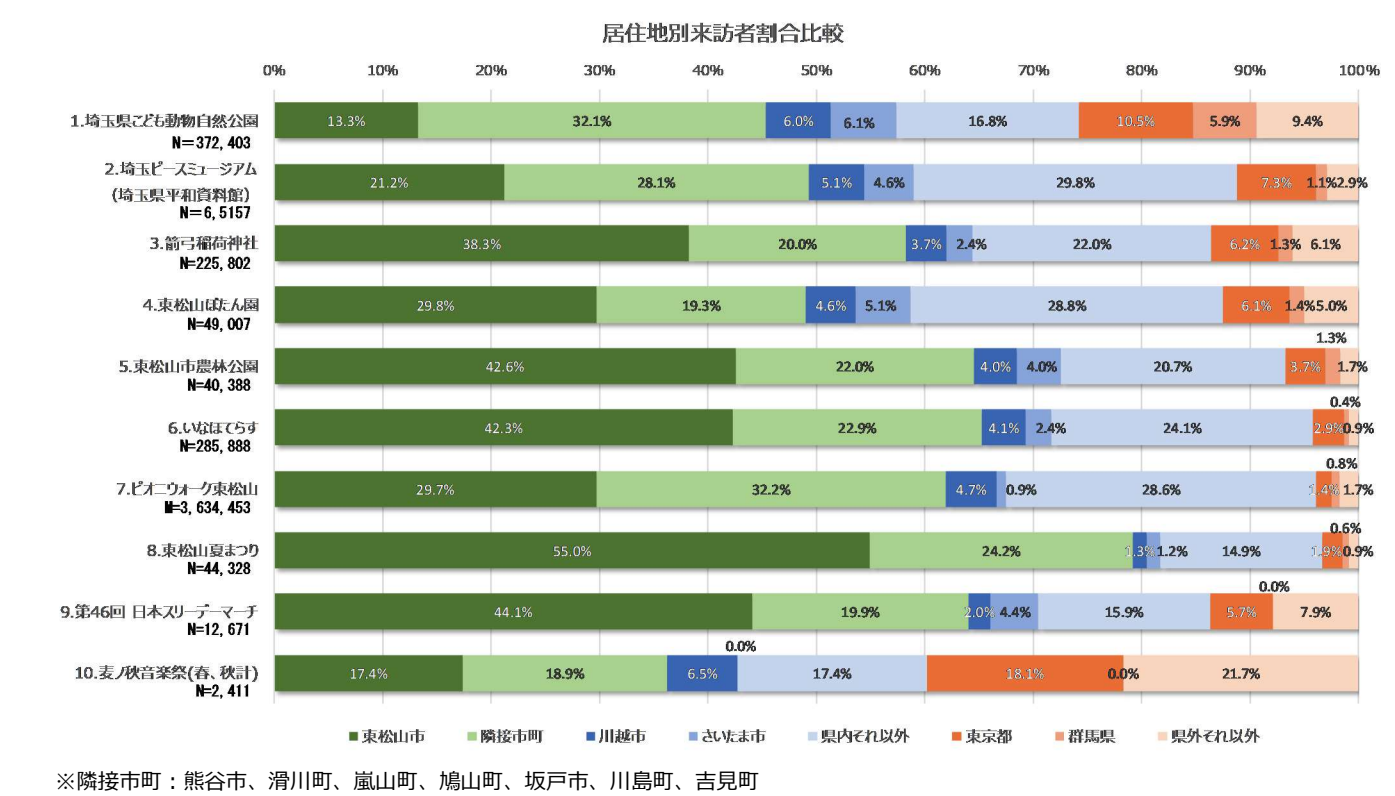
NO		対象施設・イベント	滞在者数（人）		男女比		年代構成比							滞在タイプ構成比		
			年間総数	1日平均	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	居住者	勤務者	来街者	
市内 観光 施設	1	東松山市農林公園	40,433	110	42.9%	57.1%	8.6%	12.4%	17.3%	17.0%	17.4%	27.4%	23.3%	7.4%	69.3%	
	2	東松山ぼたん園	49,077	134	44.9%	55.1%	3.0%	15.0%	15.9%	10.1%	16.4%	39.6%	30.6%	4.7%	64.8%	
	3	埼玉県こども動物自然公園	372,567	1,017	49.0%	51.0%	10.6%	28.2%	22.3%	12.8%	15.1%	11.1%	16.1%	14.4%	69.5%	
	4	埼玉ピースミュージアム（埼玉県平和資料館）	66,140	181	62.1%	37.9%	6.6%	8.7%	17.2%	12.2%	24.0%	31.3%	32.7%	6.0%	61.3%	
	5	いなほてらす	286,243	782	42.3%	57.7%	3.8%	5.9%	9.8%	12.8%	24.7%	43.0%	44.6%	7.0%	48.4%	
	6	箭弓稲荷神社	225,921	617	50.2%	49.8%	6.4%	13.9%	15.7%	16.1%	19.4%	28.5%	37.9%	14.0%	48.1%	
	7	ピオニウォーク東松山	3,634,681	9,931	38.3%	61.7%	13.4%	16.3%	19.9%	15.6%	15.9%	18.8%	35.8%	11.7%	52.5%	
市内 イ ベン ト	8	第46回 日本スリーデーマーチ	12,695	4,232	45.8%	54.2%	0.0%	10.0%	16.3%	9.7%	15.9%	48.0%	39.7%	8.5%	51.8%	
	9	東松山夏まつり	44,547	22,273	49.7%	50.3%	21.9%	18.5%	22.0%	15.3%	10.0%	12.2%	51.6%	18.3%	30.1%	
	10	麦ノ秋音楽祭（春）	1,383	691	49.2%	50.8%	0.0%	31.6%	34.6%	10.9%	10.8%	12.1%	16.9%	2.3%	80.8%	
		麦ノ秋音楽祭（秋）	1,036	518	33.8%	66.2%	0.0%	0.0%	86.7%	13.3%	0.0%	0.0%	20.1%	6.5%	73.4%	
市外 観 光 施 設	11	川越一番街商店街（蔵造りの町並み）	5,138,576	14,040	50.6%	49.4%	14.6%	16.0%	19.3%	17.2%	14.5%	18.5%	35.3%	15.2%	49.4%	
	12	国営武蔵丘陵森林公園	882,058	2,410	51.2%	48.8%	7.0%	14.5%	18.9%	12.8%	19.7%	27.0%	19.7%	9.0%	71.3%	
	13	吉見百穴	85,712	234	53.0%	47.0%	6.5%	13.5%	19.9%	18.1%	14.6%	27.4%	27.8%	5.9%	66.3%	
	14	道の駅 和紙の里 ひがしちづ	308,505	843	47.7%	52.3%	4.3%	8.4%	10.8%	13.9%	26.7%	36.0%	25.6%	8.4%	66.0%	
	15	嵐山渓谷パーベキュー場	114,000	311	53.7%	46.3%	8.1%	8.7%	15.0%	14.3%	22.1%	31.9%	29.5%	9.8%	60.8%	
	16	ふかや花園プレミアム・アウトレット	1,617,184	4,418	44.7%	55.3%	14.1%	17.2%	22.2%	19.6%	14.9%	12.0%	7.5%	6.2%	86.2%	

*滞在タイプは、商圈を施設範囲の中心点から「半径 5km」と設定して集計

※値は全て、KDDI Location Analyzer（KDDI が提供する、GPS 位置情報ビッグデータを用いた人流分析サービス）による推計値である。

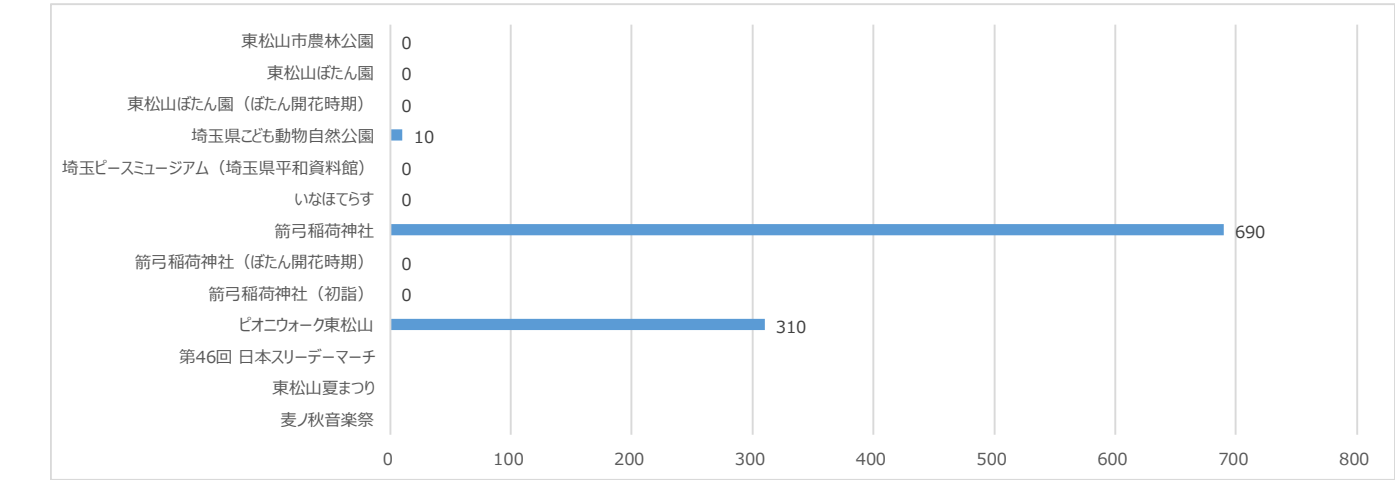
◆観光施設・イベントの滞在者の居住地分析（国内）

- 市内観光施設・イベントにおける滞在者の居住地の割合は、「麦の秋音楽祭」を除き、**東松山市と近隣市町からの来訪が 4 割を超える**状況である。
- 東松山市と近隣市町からの来訪が最も多いのは、「東松山夏まつり」（79.2%）であり、次いで、「いなほてらす」（65.2%）、「東松山市農林公園」（64.6%）、「日本スリーデーマーチ」（64.0%）、「ピオニウォーク東松山」（61.9%）の順である。
- 東松山市と近隣市町以外からの来訪が最も多いのは、「麦の秋音楽祭」（63.7%）であり、次いで、「埼玉県こども動物自然公園」（54.6%）、「東松山ぼたん園」（50.9%）、「埼玉ピースミュージアム」（50.7%）の順である。**「埼玉県こども動物自然公園」は、東京都、群馬県、それ以外の県外からの来訪割合も 25.8%と高い。**



◆訪日外国人 滞在分析結果

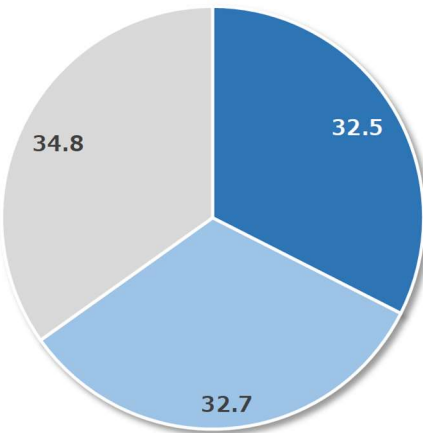
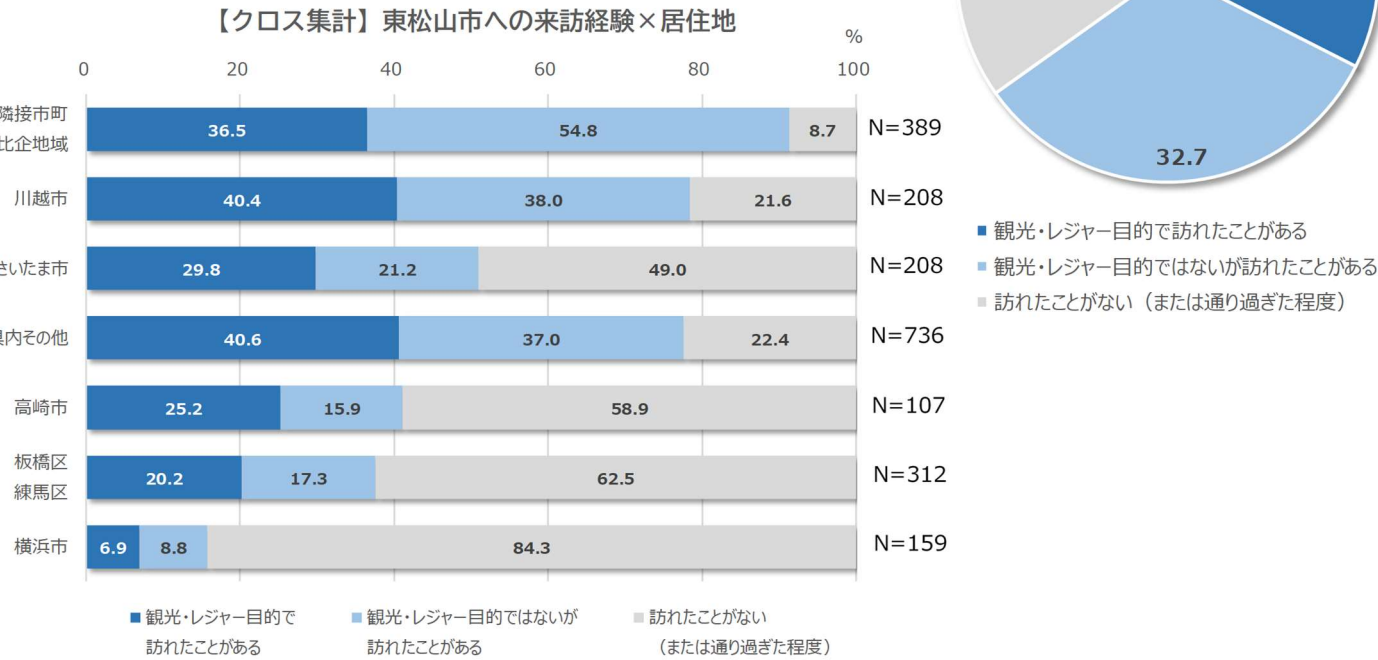
- 市内施設で訪日外国人の来訪がある施設は、「箭弓稲荷神社」（推計 690 人）、「ピオニウォーク東松山」（推計 310 人）、「埼玉県こども動物自然公園」（推計 10 人）の 3 施設のみであった。



③ 観光マーケット調査＜結果概要＞

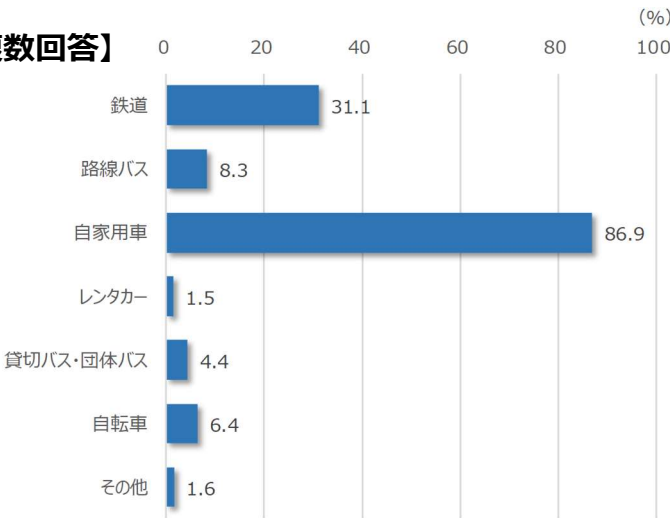
◆東松山市への来訪経験

- 東松山市への来訪経験のある回答者は全体の 2/3、観光・レジャー目的で訪れたことがある回答者は全体の 1/3。
- 県外の回答者で観光・レジャー目的で訪れたことがある回答者は高崎市が約 25%、板橋区・練馬区が約 20%、横浜市が約 7%



◆観光・レジャー目的での来訪者の交通手段【複数回答】

- 「自家用車」が 86.9%と圧倒的に多く、次いで「鉄道」(31.1%)、「路線バス」(8.3%) の順。
- 居住地別にみると、県内と高崎市は「自家用車」の利用が約 9 割となっており、県内は「鉄道」の利用も約 3 割見られる。板橋区・練馬区および横浜市は「自家用車」の利用がそれぞれ 66.7%、36.4%と県内と比べると割合が低くなり「鉄道」利用の比率が高くなっている。

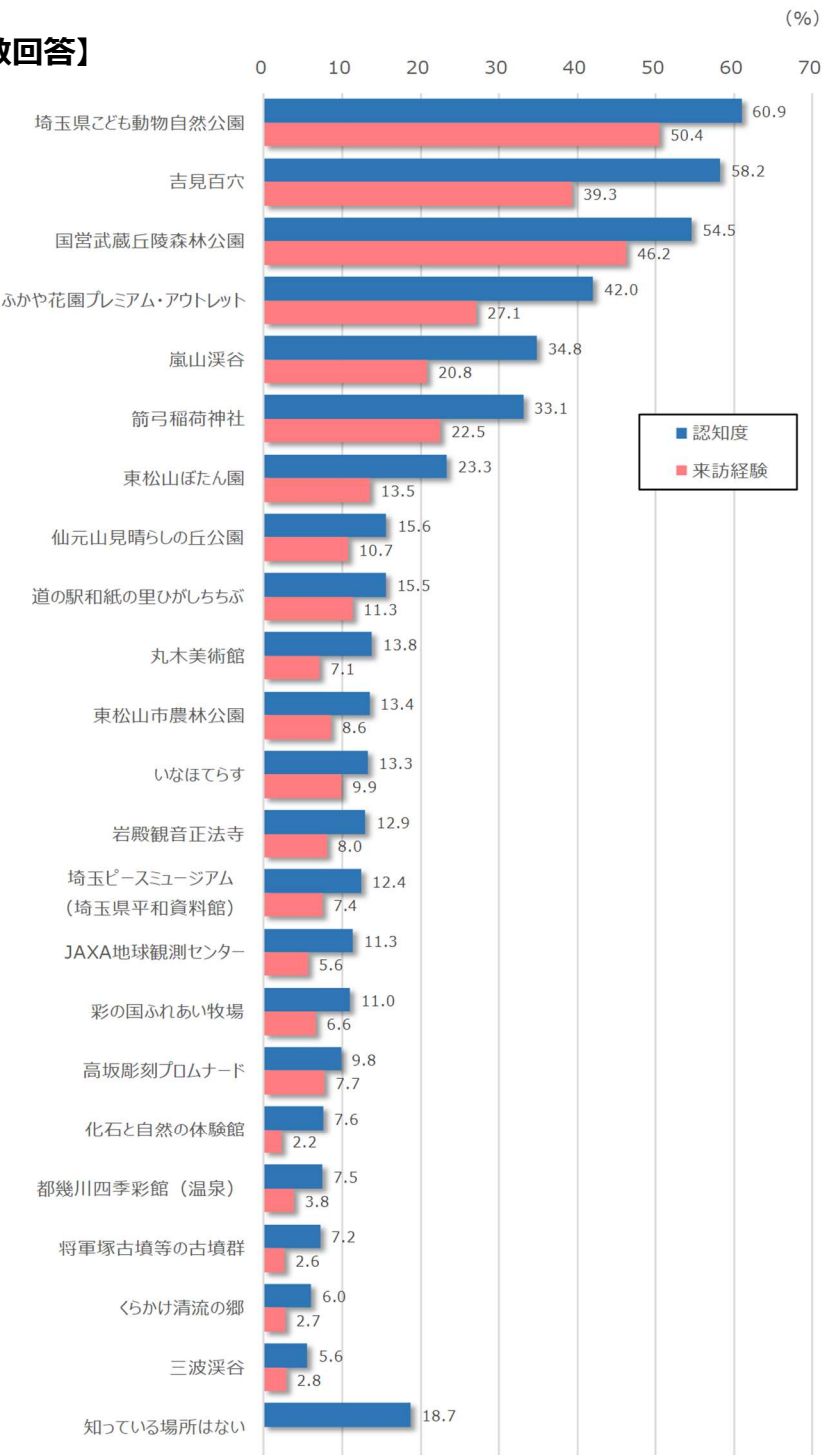


【クロス集計】東松山市への来訪の交通手段×居住地

	隣接市町 比企地域	川越市	さいたま市	県内その他	高崎市	板橋区 練馬区	横浜市
鉄道	40.8	44.0	14.5	25.1	3.7	44.4	54.5
路線バス	10.6	9.5	1.6	9.4	0.0	7.9	0.0
自家用車	93.0	85.7	85.5	90.6	88.9	66.7	36.4
レンタカー	0.7	1.2	1.6	1.3	3.7	3.2	0.0
貸切バス・団体バス	2.8	3.6	6.5	3.7	18.5	3.2	9.1
自転車	16.9	2.4	4.8	4.7	0.0	1.6	0.0
その他	1.4	0.0	3.2	2.0	0.0	1.6	0.0
N=	142	84	62	299	27	63	11

◆観光スポットの認知度・来訪経験【複数回答】

- 東松山市を含む比企地域の観光スポットに関する認知度については、「埼玉県こども動物自然公園」が 60.9%と最も高く、次いで「吉見百穴」(58.2%)、「国営武蔵丘陵森林公園」(54.5%) の順。
- 市内の観光スポットでは、2 番目が「箭弓 稻荷神社」(33.1%)、3 番目が「東松山 ぼたん園」(23.3%)。
- 選択肢として挙げた 22 の観光スポットについて「知っている場所はない」との回答も 2 割弱見られ、居住地別にみると、板橋区・練馬区の約 35%、横浜市の約 65% の回答者が「知っている場所はない」と回答。
- 来訪経験については、認知度と同様「埼玉県こども動物自然公園」が 50.4%と最も多く、次いで「国営武蔵丘陵森林公園」(46.2%)、「吉見百穴」(39.3%) の順。

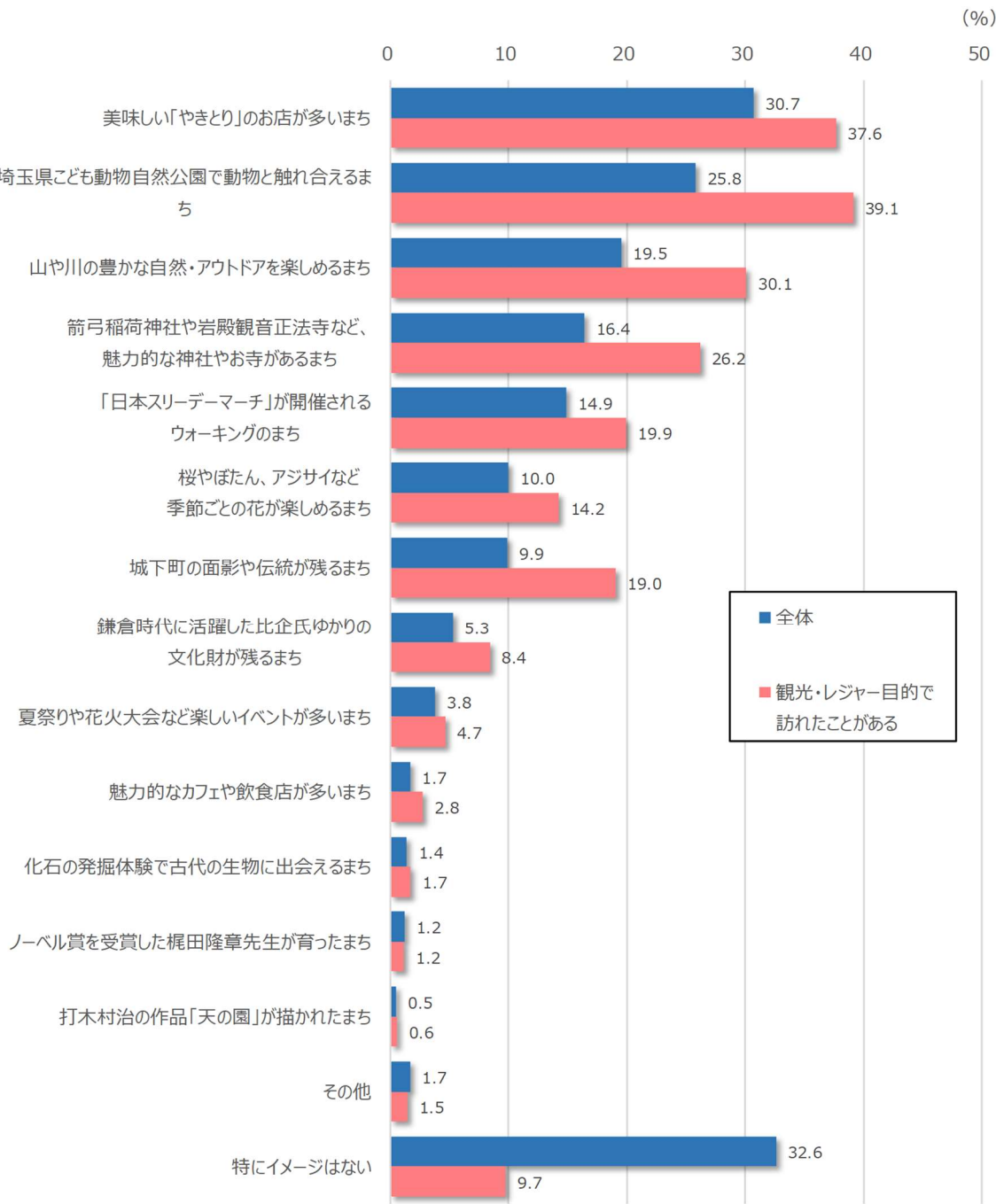


【クロス集計】観光スポット認知度×居住地

	隣接市町 比企地域	川越市	さいたま市	県内その他	高崎市	板橋区 練馬区	横浜市
埼玉県こども動物自然公園	82.3	77.9	51.4	74.0	45.8	30.8	7.5
吉見百穴	78.1	63.0	55.8	71.2	29.9	32.7	15.1
国営武蔵丘陵森林公園	76.3	65.9	48.1	64.5	18.7	33.7	13.2
ふかや花園プレミアム・アウトレット	61.4	43.3	33.2	53.5	35.5	15.4	7.5
嵐山溪谷	60.2	37.0	27.4	39.4	7.5	19.2	7.5
箭弓稻荷神社	66.3	45.2	13.0	38.5	8.4	9.0	1.3
東松山ぼたん園	50.1	31.3	7.7	25.7	10.3	4.5	2.5
知っている場所はない	5.9	12.5	19.7	9.0	27.1	34.9	64.8
N=	389	208	208	736	107	312	159

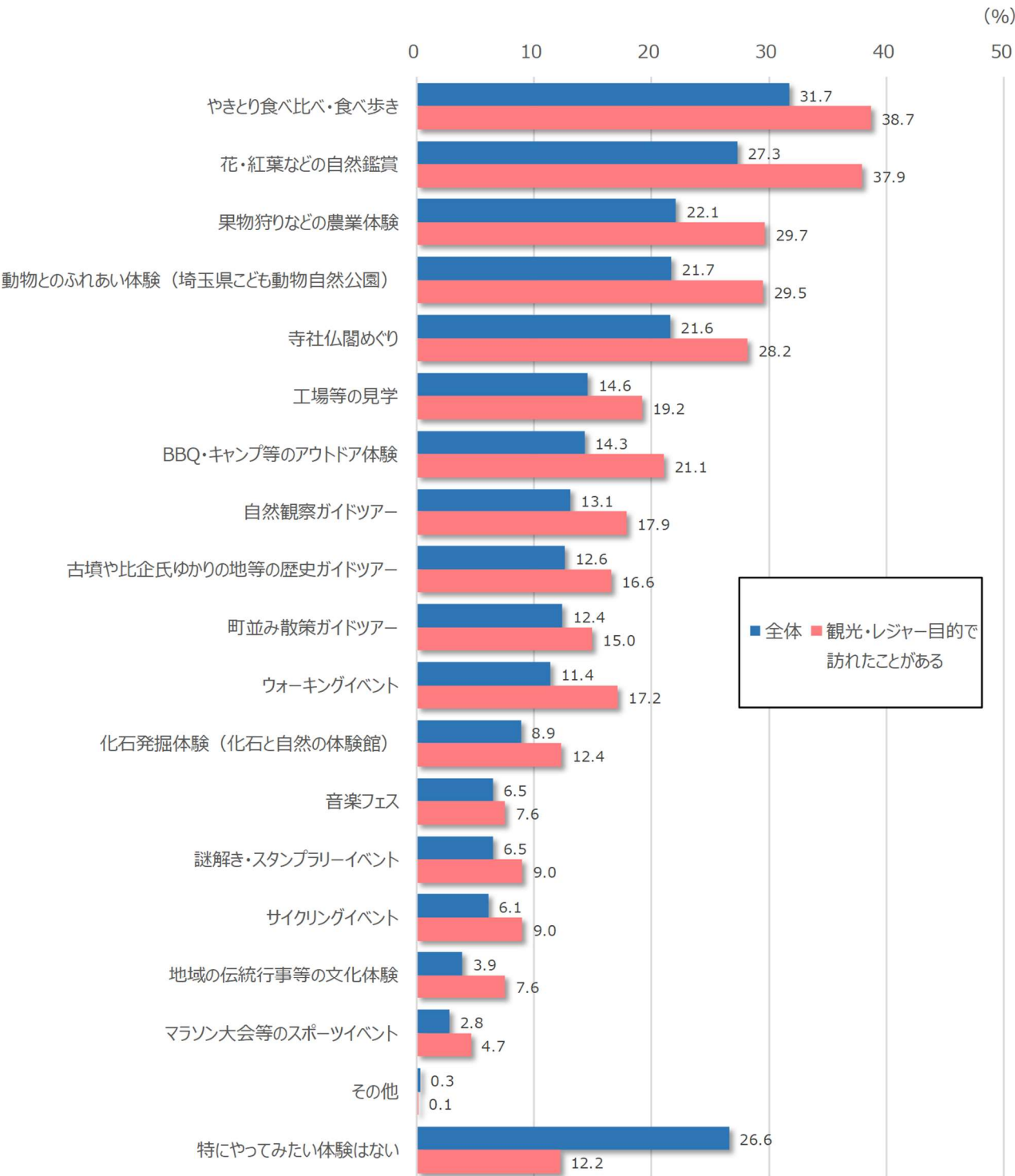
◆東松山市のイメージ【特に当てはまるもの3つまで】

- 全体では、「特にイメージはない」との回答が 32.6%と最も多く、それ以外では、「美味しい「やきとり」のお店が多いまち」が 30.7%、次いで「埼玉県こども動物自然公園で動物と触れ合えるまち」(25.8%)、「山や川の豊かな自然・アウトドアを楽しめるまち」(19.5%)、「箭弓稲荷神社や岩殿観音正法寺など、魅力的な神社やお寺があるまち」(16.4%)の順。
- 「観光・レジャー目的で訪れたことがある」回答者(693 サンプル)に限ってみると、「特にイメージはない」との回答は 9.7%となり、「埼玉県こども動物自然公園で動物と触れ合えるまち」が 39.1%と最も多い。



◆東松山市でやってみたい体験【複数回答】

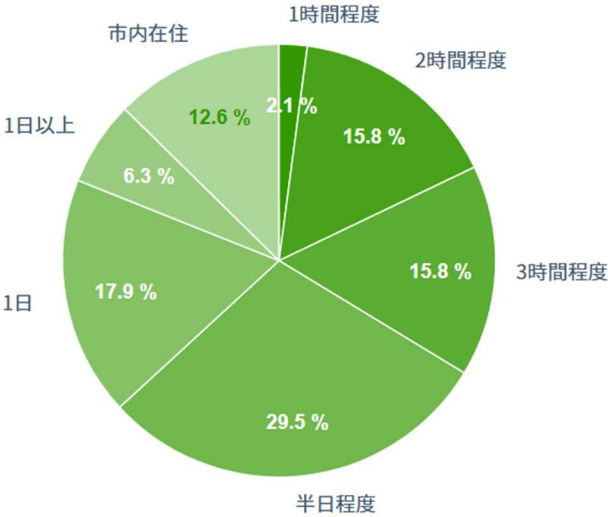
- 「やきとり食べ比べ・食べ歩き」が 31.7%と最も多く、次いで「花・紅葉などの自然鑑賞」(27.3%)、「果物狩りなどの農業体験」(22.1%)、「動物とのふれあい体験(埼玉県こども動物自然公園)」(21.7%)、「寺社仏閣めぐり」(21.6%)の順となっている。なお、全体としては「特にやってみたい体験はない」が 26.6%と2番目に多い。
- 「観光・レジャー目的で訪れたことがある」回答者(693 サンプル)に限ってみると、「特にやってみたい体験はない」との回答は 12.2%となり、「やきとり食べ比べ・食べ歩き」が 38.7%、「花・紅葉などの自然鑑賞」が 37.9%など、各項目の割合が増加している。



④ 来訪者アンケート調査＜暫定結果概要（回答者数：95 人）＞

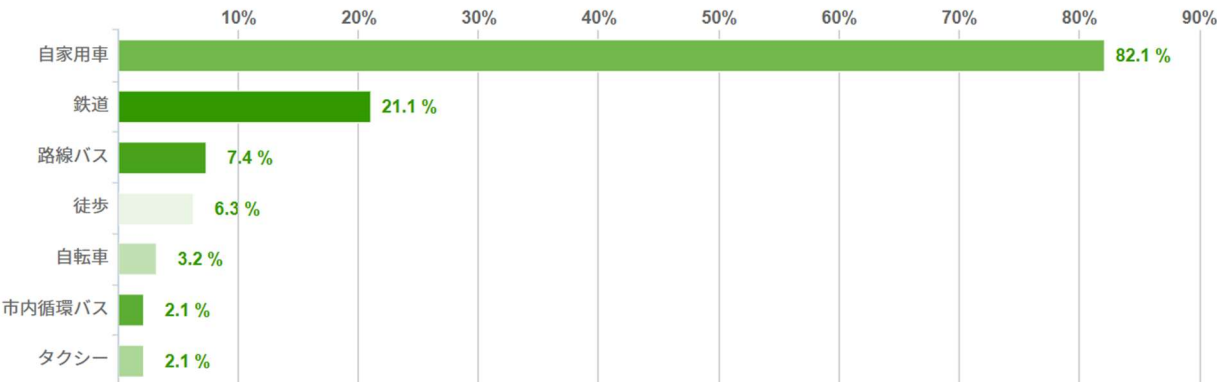
◆東松山市内での滞在時間

- 「半日程度」が 29.5%と最も多く、次いで「1 日」（17.9%）、「2 時間程度」「3 時間程度」（15.8%）となっている。
- 全体の 65%弱が半日以下の滞在となっている。



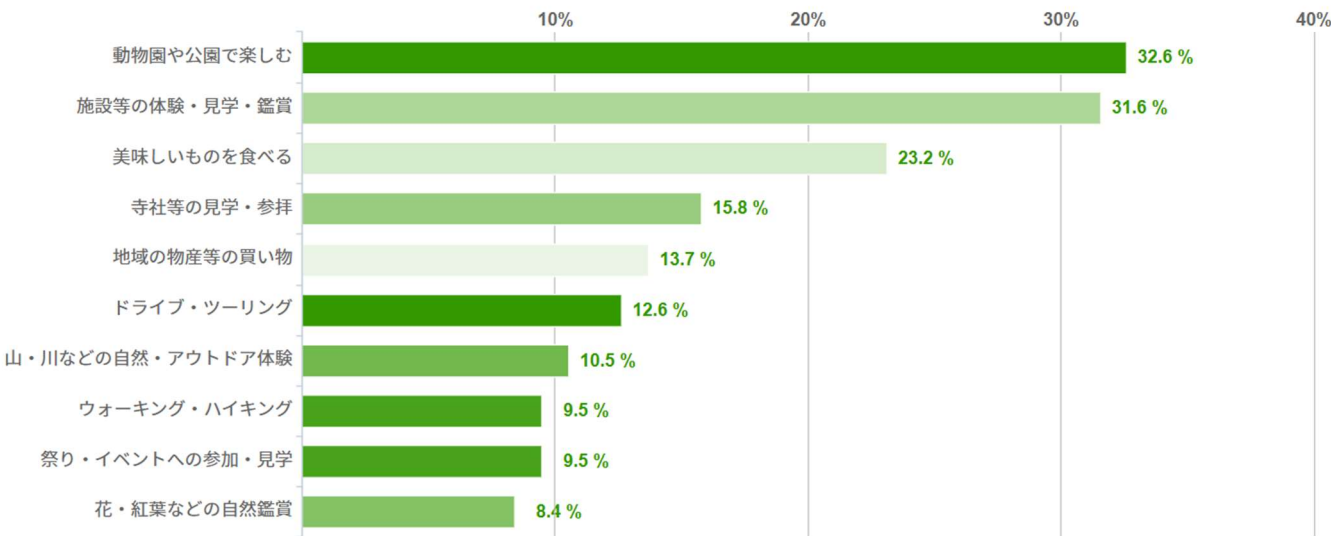
◆来訪者の交通手段

- 来訪者の交通手段は「自家用車」が 82.1%と最も多く、次いで「鉄道」（21.1%）、「路線バス」（7.4%）の順となっている。



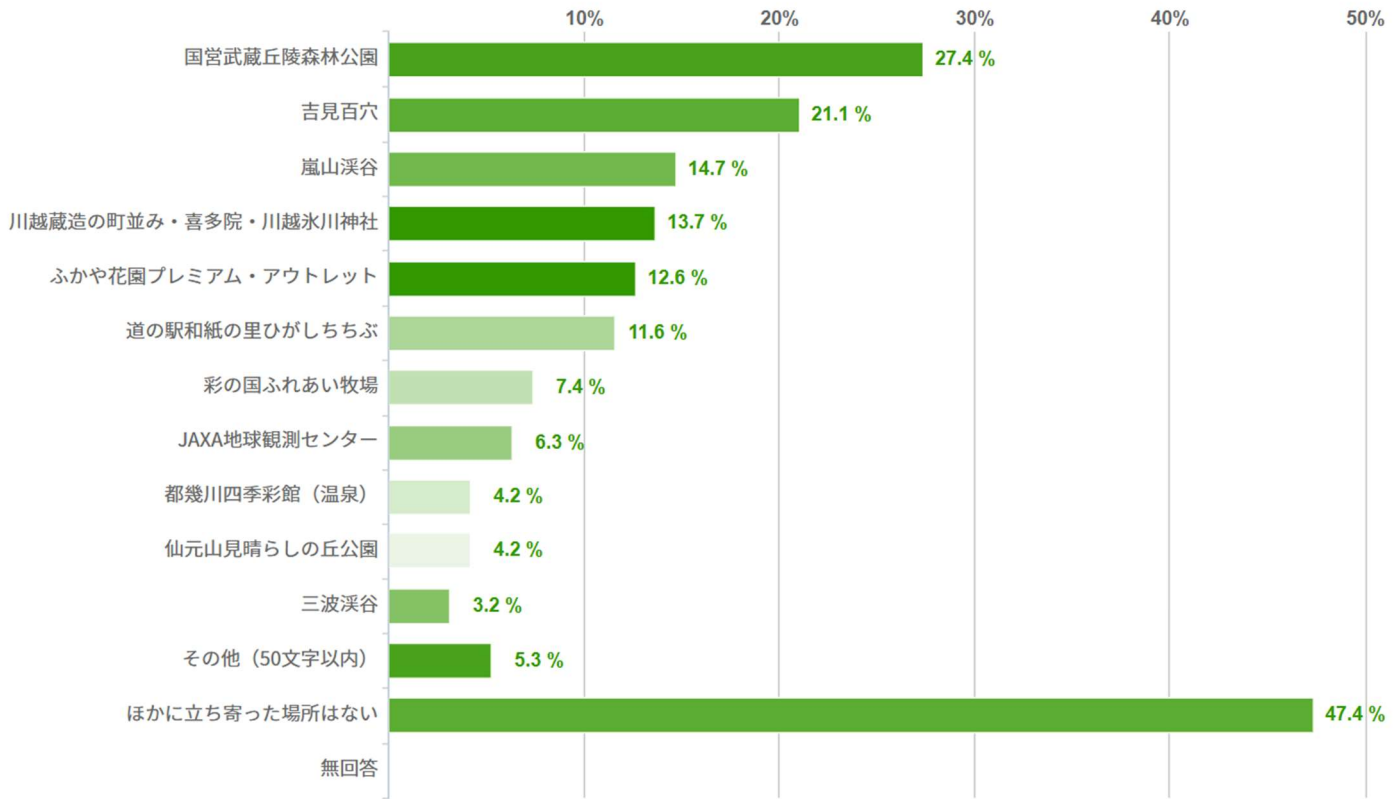
◆来訪目的

- 来訪目的は「動物園や公園で楽しむ」が 32.5%と最も多く、次いで「施設等の体験・見学・鑑賞」（31.6%）、「美味しいものを食べる」（23.2%）の順となっている。
- 本アンケートのチラシの入手先も「埼玉県こども動物自然公園」「化石と自然の体験館」がともに 2 割以上と多いことから、これら施設を目的に訪れている回答者が多いものと推察される。



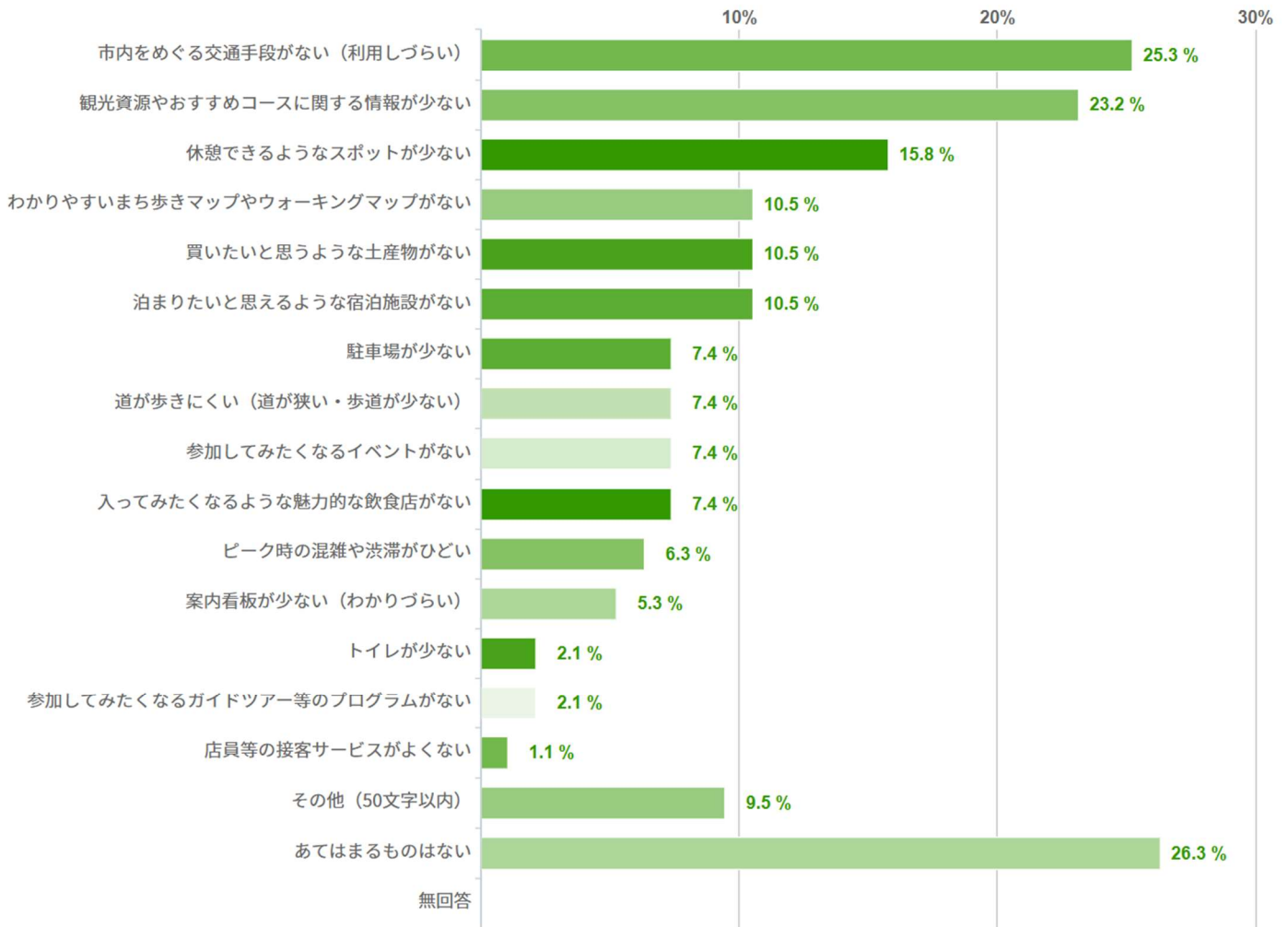
◆市外の立ち寄り先

- 今回の来訪での市外の立ち寄り先については、「国営武蔵丘陵森林公園」が 27.4%と最も多く、次いで「吉見百穴」（21.1%）、「嵐山溪谷」（14.7%）、「川越蔵造の町並み・喜多院・川越氷川神社」（13.7%）の順となっている。



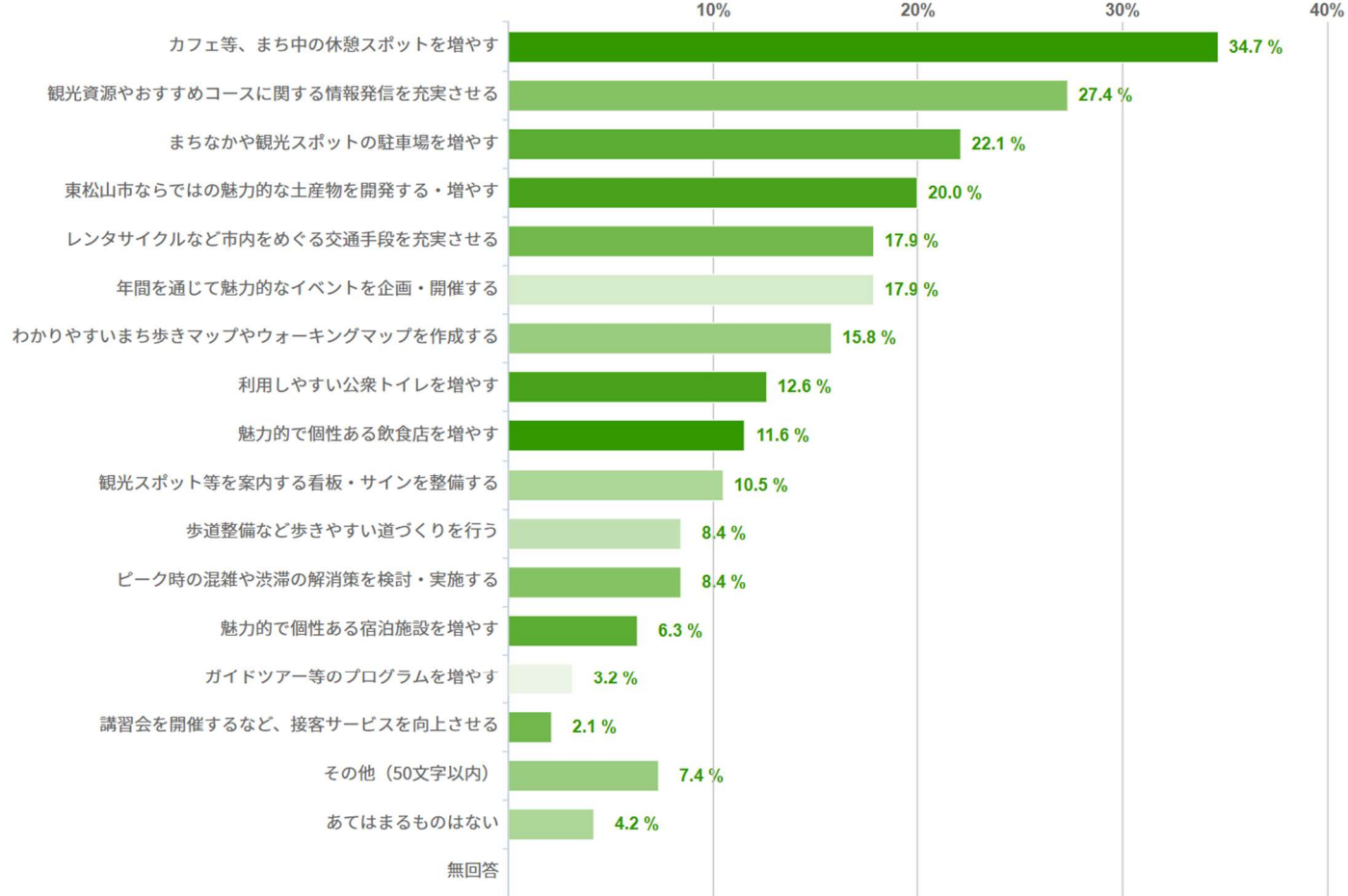
◆東松山市で観光やレジャーを楽しむ上での不満点

- 現状の不満点については、「市内をめぐる交通手段がない（利用しづらい）」が 25.3%と最も多く、次いで「観光資源やおすすめコースに関する情報が少ない」（23.2%）、「休憩できるようなスポットが少ない」（15.8%）の順となっている。



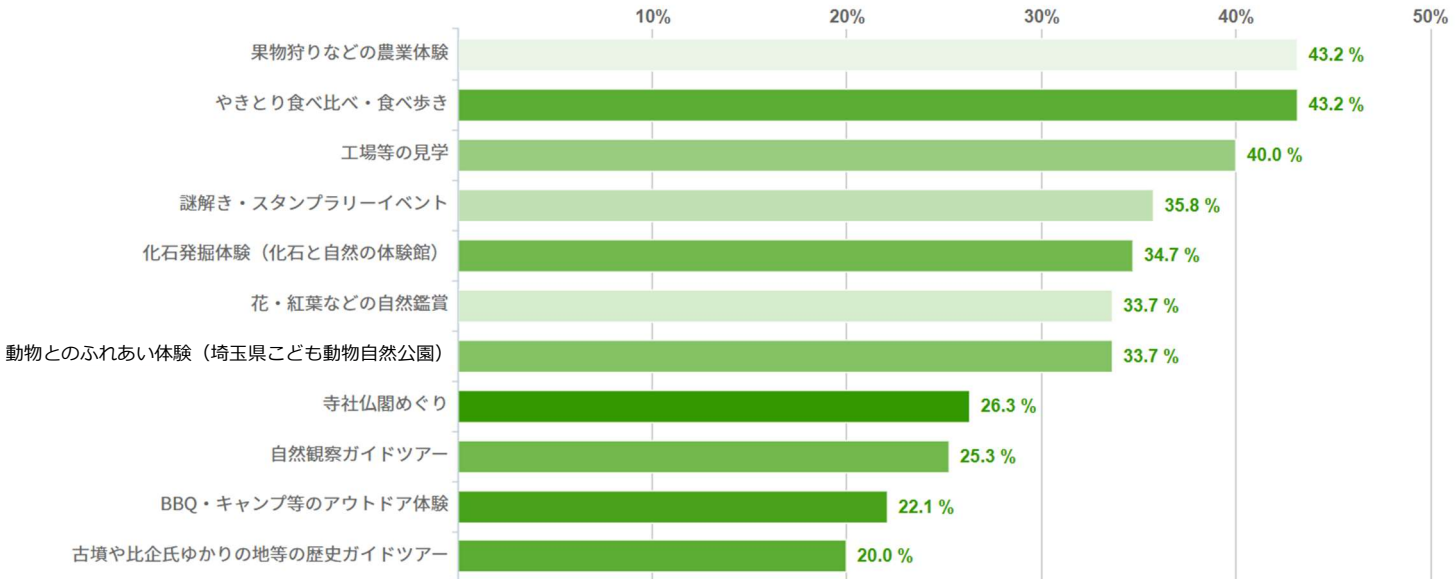
◆東松山市での観光やレジャーをより魅力あるものにする上で必要な対応

- 今後必要な対応については、「カフェ等、まち中の休憩スポットを増やす」が 34.7%と最も多く、次いで「観光資源やおすすめコースに関する情報発信を充実させる」（27.4%）、「まちなかや観光スポットの駐車場を増やす」（22.1%）の順となっている。



◆東松山市でやってみたい体験

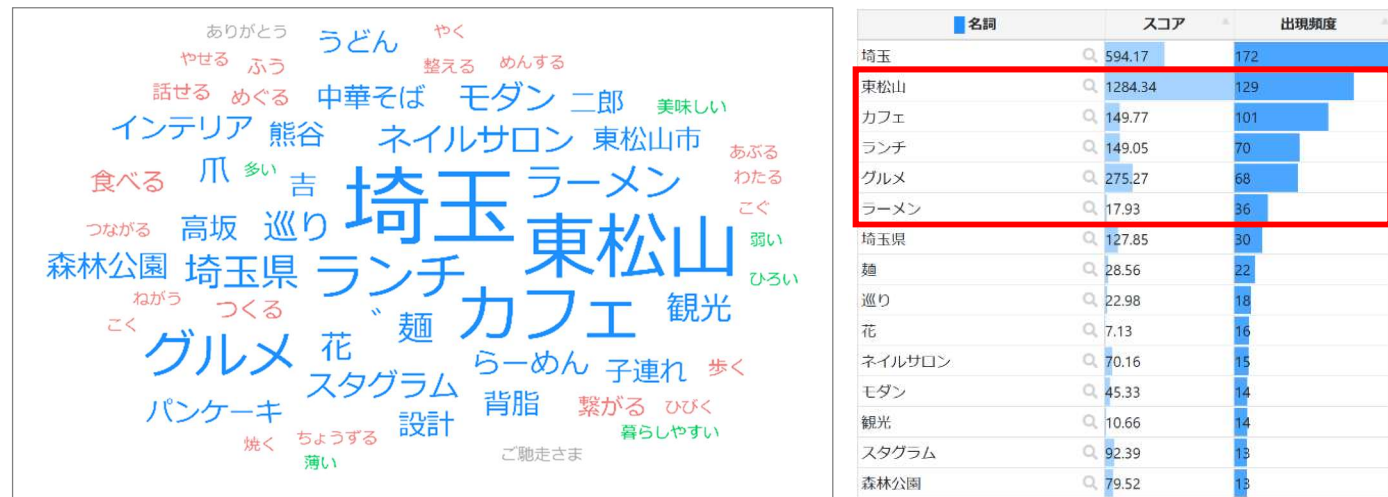
- 東松山市でやってみたい体験については、「果物狩りなどの農業体験」「やきとり食べ比べ・食べ歩き」がともに 43.2%と最も多く、次いで「工場等の見学」（40.0%）、「謎解き・スタンプラリーイベント」（35.8%）の順となっている。



⑤ SNS 投稿分析＜結果概要＞

◆全体の傾向について

- 投稿写真の内容と投稿に紐づけられたハッシュタグを分析すると、「ランチ」、「カフェ」、「グルメ」、「ラーメン」など「食」に関する投稿が非常に高い割合を占める。
- 「食」に関する投稿の他には、「花」、「森林公園」、「観光」、等の単語の出現頻度が高かった。
- また、「ネイルサロン」のハッシュタグに代表されるように、地域の美容室やネイルサロン、整体等の店舗の広告に関する投稿も一定数存在した。



■ハッシュタグのテキストマイニング結果（出現頻度）

■出現頻度（名詞）



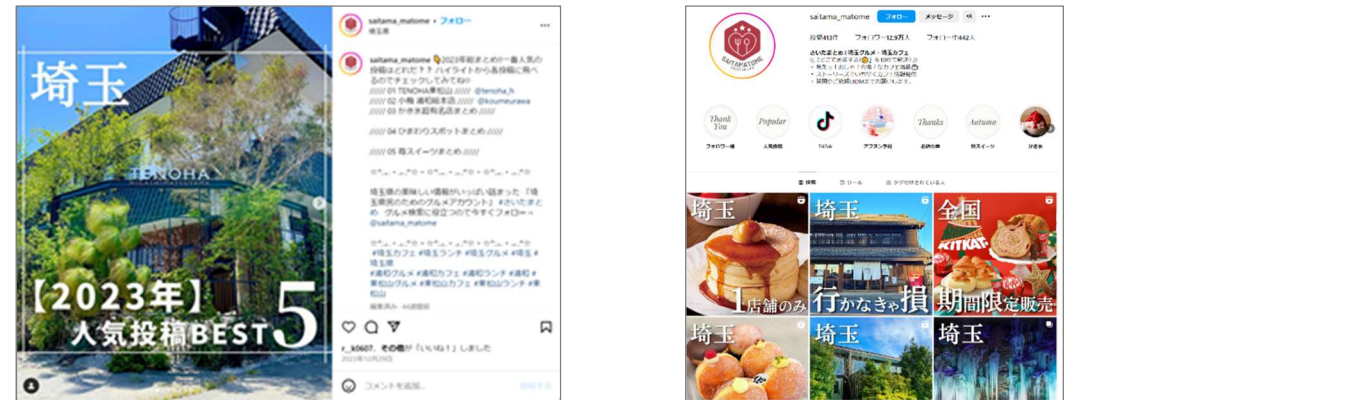
■「食」に関する投稿



■「花」に関する投稿

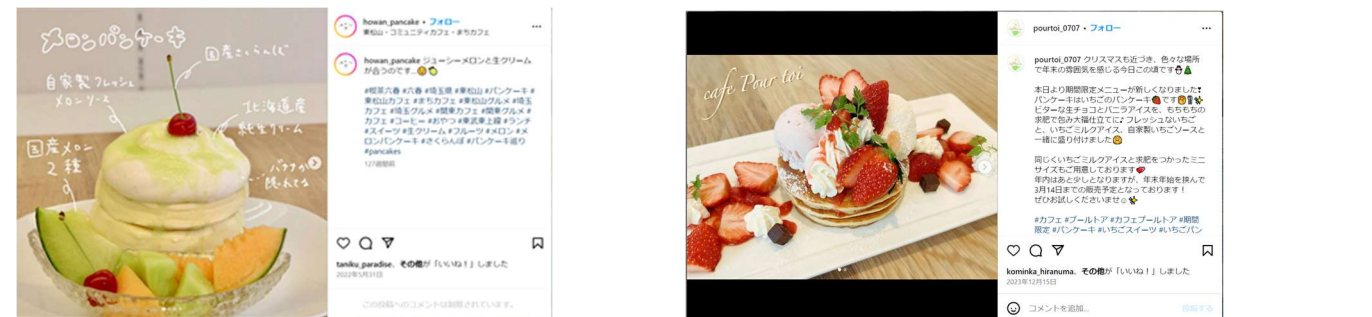
◆食に関する投稿について

- 食に関する投稿には、特に「カフェ」、「スイーツ」、「ラーメン」等が数多くみられる。
- 東松山名物の「やきとり」に関する投稿は、ほとんど見られなかった。
- カフェに関しては、「#埼玉グルメ」、「#埼玉カフェ巡り」等のハッシュタグを用いて、人気の店舗を紹介するような、まとめアカウントから投稿される傾向がみられた。
- 店舗のアカウントから、新メニュー等を紹介する投稿も一定数みられた。



■まとめアカウントによる東松山のカフェの投稿

■アカウントのホーム画面（フォロワー12.9万人）



■店舗のアカウントによる新メニュー等の紹介投稿

◆観光施設やイベントに関する投稿について

- 観光に関する投稿は、数は多くないものの、直近に行われたイベントや埼玉県こども動物自然公園、武蔵丘陵森林公園等の投稿があった。
- 直近に行われたイベントには、「日本スリーデーマーチ」や「よさこい陣屋まつり」、「麦ノ秋音楽祭」などのイベントに関する投稿が見られた。ただし、イベントに関する投稿は、投稿者が「東松山に来た」というよりは「イベントに来た」という意識が強いいためか、「#東松山」のハッシュタグがない投稿も多かった。

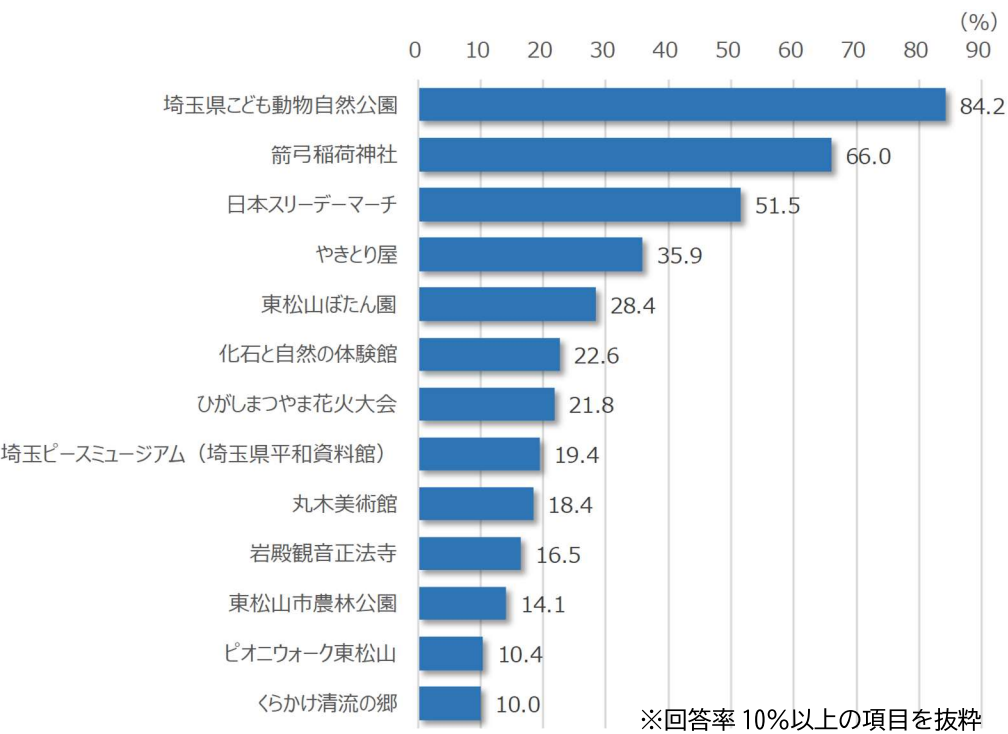


■イベントに関する投稿（日本スリーデーマーチ、よさこい陣屋まつり、麦の秋音楽祭）

⑥ 市民アンケート調査＜結果概要＞

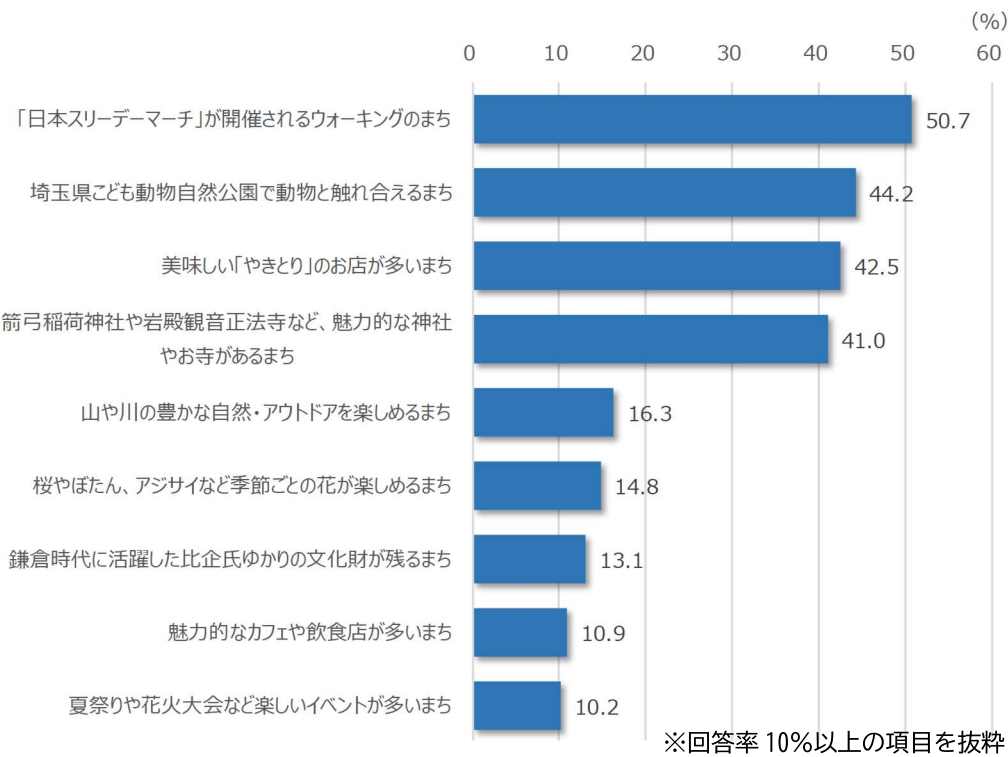
◆市外の人に自慢できる観光資源【特に当てはまるもの5つまで】

- 「埼玉県こども動物自然公園」が84.2%と最も多く、次いで「箭弓稲荷神社」(66.0%)、「日本スリーデーマーチ」(51.5%)の順。その他、「やきとり屋」(35.9%)、「東松山ぼたん園」(28.4%)、「化石と自然の体験館」(22.6%)、「ひがしまつやま花火大会」(21.8%)も比較的多く、2割以上の回答率。



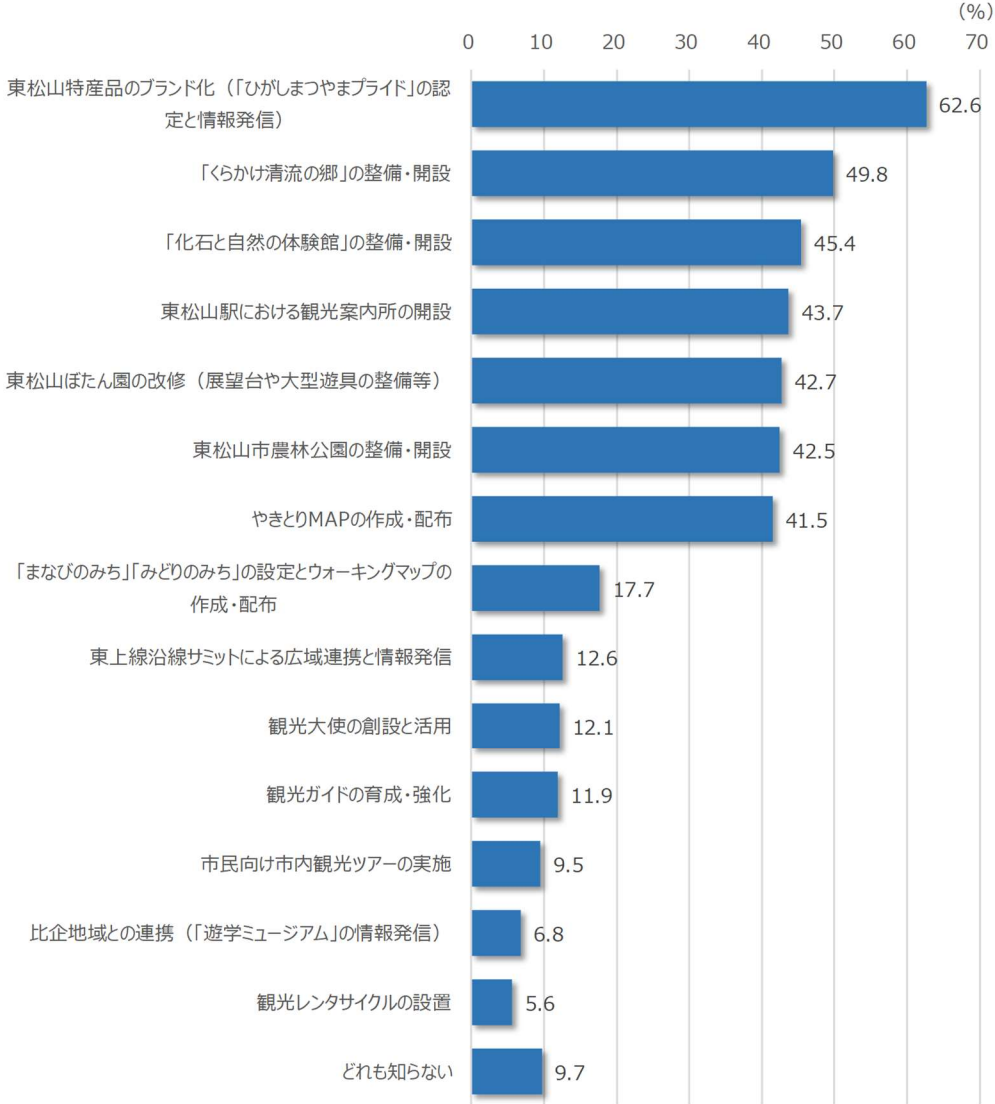
◆発信していくべきまちの魅力・イメージ【特に当てはまるもの3つまで】

- 「日本スリーデーマーチ」が開催されるウォーキングのまちが50.7%と最も多く、次いで「埼玉県こども動物自然公園で動物と触れ合えるまち」(44.2%)、「美味しい「やきとり」のお店が多いまち」(42.5%)、「箭弓稲荷神社や岩殿観音正法寺など、魅力的な神社やお寺があるまち」(41.0%)の順。



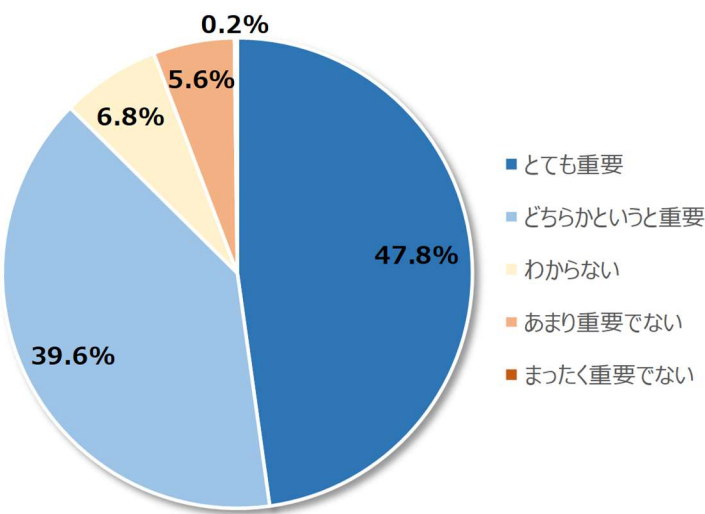
◆これまでの観光振興に向けた取組の認知度【複数回答】

- 「東松山特産品のブランド化」が62.6%と最も高く、「くらかけ清流の郷」や「化石と自然の体験館」「東松山市農林公園」の整備、「東松山ぼたん園」の改修、観光案内所の開設、やきとりMAPの作成の計7項目は認知度が4割以上。



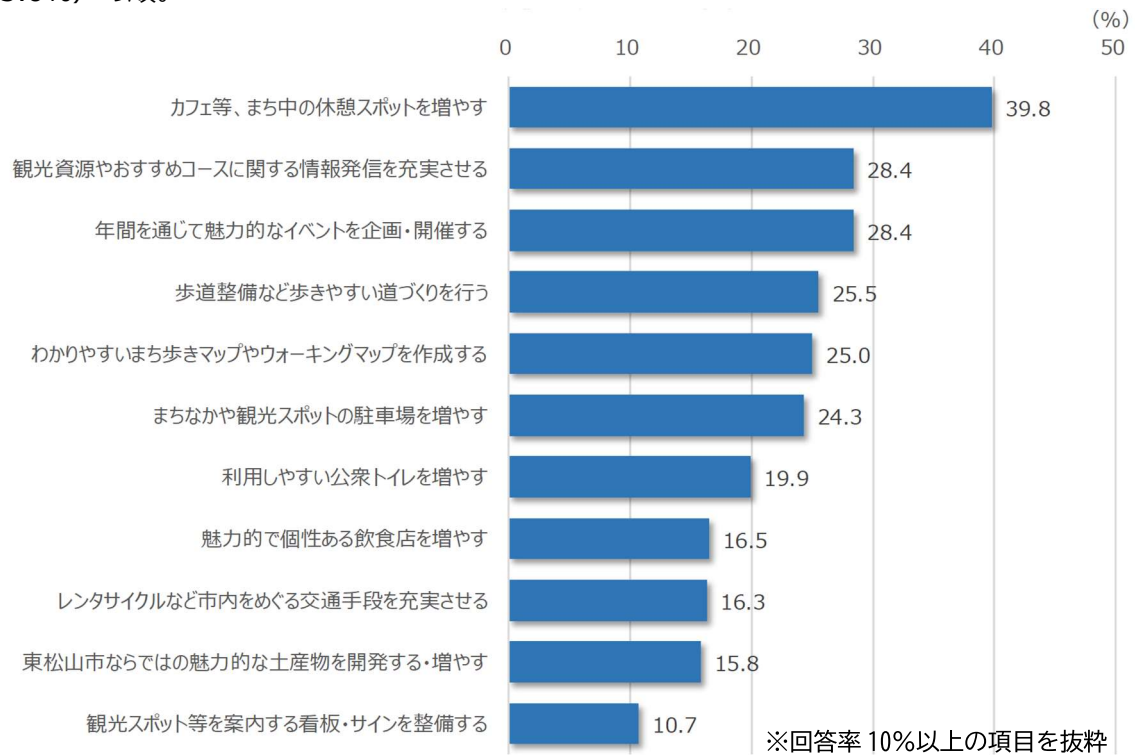
◆観光振興の重要性

- 観光振興の重要性については、「とても重要」が47.8%、「どちらかという重要」が39.6%と合わせて9割近い回答者が観光振興の重要性を認識しているという結果。



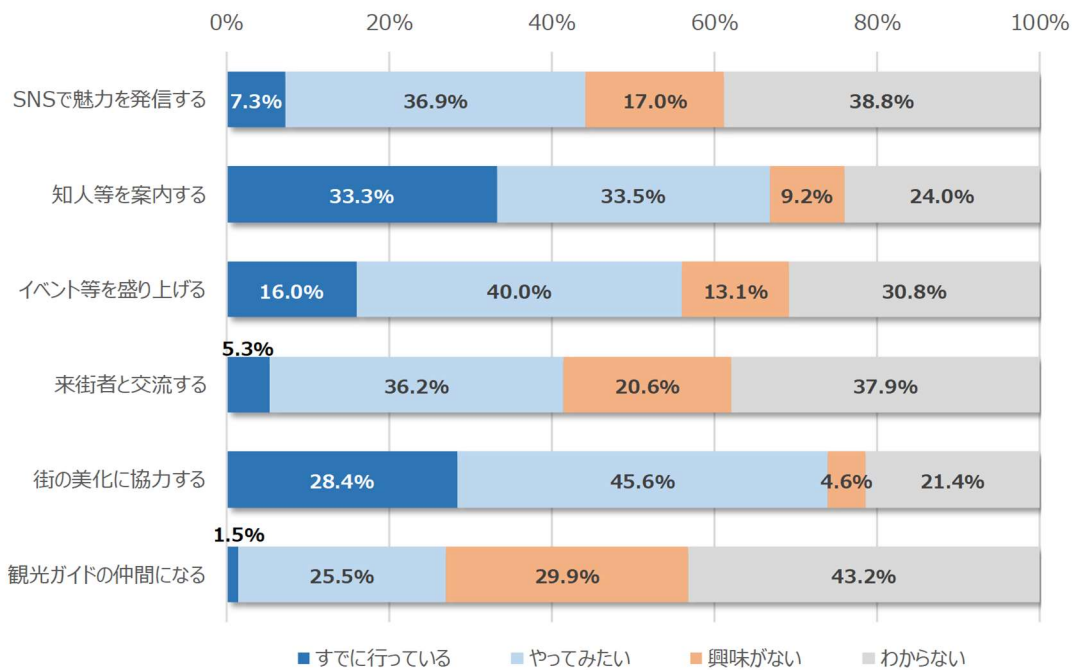
◆今後重要と思う取組【複数回答】

- 「カフェ等、まち中の休憩スポットを増やす」が約４割と最も多く、次いで「観光資源やおすすめコースに関する情報発信を充実させる」「年間を通じて魅力的なイベントを企画・開催する」（28.4%）、「歩道整備など歩きやすい道づくりを行う」（25.5%）、「わかりやすいまち歩きマップやウォーキングマップを作成する」（25.0%）の順。



◆自分もできる、やってみたいと思うこと

- 「街の美化に協力する」「知人等を案内する」が多く、前者は 74.0%、後者は 66.8%の回答者が「すでに行っている」または「やってみたい」と回答している。
- 「SNS で魅力を発信する」については、「すでに行っている」との回答は 7.3%であるが、「やってみたい」との回答が 4 割近く見られる。
- 「観光ガイドの仲間になる」についても、25.5%の回答者が「やってみたい」と回答。



◆東松山市の観光振興に関する意見・要望（抜粋）

方向性	健康をテーマにした観光が良いと思う。ウォーキング以外に森林公園や箭弓神社など緑の中でヨガやダンス、歌をうたったり、絵を描いてみたり、蔵の湯や四季の湯でサウナや様々なお風呂を巡り、地産の食材を利用した健康メニューを楽しむなど。 動物公園、農林公園、スリーデーマーチなど単品の良さに頼る施策よりも街ぐるみでアピールしたい。単品だと一瞬は良いが街に人が滞留しない。ウォーキング、やきとり、アウトドアなど街全体を使うような取組が必要。
情報発信	発信力が非常に弱い。ただ案内ではなく、スポットを当てて、楽しみ方などを強調する。 まだまだ市の知名度が足りないと感じているため、SNSでより一層の情報発信をお願いしたい。 魅力的な場所や興味深い歴史や美味しい食べ物が沢山あるのにイマイチ知られて無いのかなと思う。 色々と企画しても市民や市外の方々に宣伝がない。観光ガイドをしているがもっと存在をアピールしてほしい。 告知が少なすぎるような気がする。住んでいる人にもチラシなど配布してほしい。後から知って行きたかったなどがよくある。 箭弓稲荷神社は訪れる人が増えていて、また重要文化財にも指定されたので、東松山市のPRにもっと取り入れてほしい。 観光協会と市のホームページが残念なので、もっと写真や地図を多用してお互いに競うようにするべきだと思う。フィルムコミッションにより、有名スポットを作る取り組みは費用対効果が高いと思う。 昨今、SAが観光地としてメディアによく取り上げているのをテレビなので目にする。東松山にも、高坂サービスエリアがあるので、もっと東松山プライドの商品を売るなどではどうか？
ウォーキング サイクリング	いつ来てもウォーキングが楽しめる街として、ウォーキングマップのより一層の充実を図る。 市内にはたくさんの古墳群がある。ウォーキングの町として古墳群とウォーキングコースを整備し魅力を高めたらどうか。 ウォーキングとサイクリングが魅力の街として道路や休憩スペース等の整備を徹底的に行い、サービスエリアのような拠点を市内に点在させ、そこを中心としたカフェや土産店を展開をすれば経済振興も図れる。
交通	もう少し観光に行く為の交通を整備する。車だけでなく目的地に行きやすくする必要があると思う。 観光資源がなくはないが、点在しており、そこへ行く交通手段が乏しい。月に1～2回でもいいので、そこへ直行できる交通手段を企画して、まずは知ってもらい、来なければまた行くことができるようになってくれたらよいと思う。
駅前・ 商店街 活性化	丸広がなくなり周辺が寂しくなってきた気がする。活気ある商店街を再生してほしい。 商店街も空き店舗が多いし、後継者が居ないから、店舗から住宅になってしまい、商店街に魅力がない。 駅周辺は建替で綺麗になったが、お店が大部分閉店し、観光に来て立ち寄れる場所が少ないと思う。お土産等買うお店、食事もしめるお店が多くあればいいなと思う。 箭弓神社の参道、駅周辺などに魅力的なお店が増えると市外からくる方だけでなく、市民の方も来てくださると思う。
イベント	ぼたん園で開催されていたこびと探しの企画は楽しかった。市外からも多数の人が来ているようなので今後も続けてほしい。 知人がお祭りに参加したいが暑すぎて楽しめない。周囲のお祭りに被らない過ごしやすい季節に変えてほしいと言っていた（周囲と被るとテキ屋も少ない）。 スリーデーマーチで仮装ウオークコンクールをする。 彫刻ブロムナードや子供動物園、スリーデーマーチが有機的に連動していない。3Daymarchに5～10km位の文化歴史ツアーや食べ歩きツアーを組入れて紹介し、面白さを知ってもらう。 東松山市をより知ってもらうため、現状のイベント（3DM等）以外の参加型イベントを1件あたり2年間のスパンで実施し、年間5件程度で試行し、人気があるものを育てていく。
食	やきとりは味噌を含め結構喜んでもらえるので、そこを推していけばよいと思う。 やきとりの町でも知られる東松山だがお店があまり盛り上がっていない気がする。開店時間が遅かったりテイクアウト不可だったり利用できる機会が少ないので多くの人に利用できるようになると良いと思う。 宇都宮の来らっせの様に、いろんな店のやきとりが食べられるような店があるといいなと思う。 やきとり以外にも美味しいモノがあるので、食べ歩きマップ等があるとよいかも。
土産物	市内の二つの駅中に名産品の手土産コーナーを設けてほしい。
出店誘致等	昭和の建物を活かしてカフェや雑貨屋さんなどのお店があると魅力的だと思う。材木町は昭和レトロの雰囲気があるので、活かしたらよいと思う。
整備	天の園の文学散歩コースをもっと整備してほしい。埋蔵文化財センターをよりいっそう充実してほしい。 古墳など埋蔵文化財が多くあるので、大いに宣伝してほしい。多くの文化財をひと目で見る美術館を建設してはどうか。 いなほてらすの横にお風呂屋さんをもうけたり、子どもが遊べる遊具がある公園やピクニックエリアがあれば3世代などで訪れることができる。キャンプカーブームがあるので、車中泊コーナーを設けるのもよいと思う。 ノーベル物理学賞を受賞した梶田隆章さんが東松山市出身だという点をもっと大々的にアピールしてもよいのではないか。東松山市内にも梶田さんの功績とニュートリノ・スーパーカミオカンデを学べる施設を建ててほしい。 恐竜じゃないのが残念だが、化石と自然の体験館も、もっと大規模な施設にして、化石の街としてPRしたら良いと思う。 アウトドアが人気なので、キャンプ場やグランピング、ソロキャンプもできるような場所の開設。 道路幅が狭く自動車を通ると歩きにくい個所を整備してほしい。 河川が多いので河川に沿った遊歩道を充実してもらいたい。トイレ、休憩所等を設けるなど。

⑦ 観光関連団体等への意向調査＜結果概要＞
（東松山観光の「現状の課題」と「今後実施していくべき取組」について）

◆調査対象団体

① 比企地域元気アップ実行委員会	② 東松山・比企広域観光推進協議会	③ 東武東上線沿線サミット実行委員会
④ 一般社団法人東松山市観光協会	⑤ 東松山市商工会	⑥ 東松山市観光ガイドクラブ
⑦ 箭弓稻荷神社	⑧ 東松山ぼたん園（有限会社日本庭園由志園）	⑨ 東松山市農林公園
⑩ 埼玉県こども動物自然公園	⑪ 埼玉県平和資料館（NPO 法人地域環境緑創造交流協会）	⑫ 東武鉄道株式会社
⑬ 東松山ケーブルテレビ株式会社	⑭ 東日本高速道路株式会社	

◆課題と感じている点

認知度 情報発信	・“観光地”としての認知度が低い。 ・観光スポットに対する認知度の低さ（内外ともに）。 ・東武東上線沿線サミットの認知度が低い。 ・観光としての対外 PR が少ない。 ・現状の観光資源でも、市外県外への PR が極端に不足している。 ・全体的に知名度が低いと思われる。こども動物自然公園など、知名度の高い施設もあるが、そこから他施設や地元飲食店などへの誘導が弱いように思う。 ・多くの観光資源を持ちながら、近隣の川越や秩父と比べると、観光地としてのブランド力が弱い。 ・東松山市には歴史的な名所や自然景観、東松山ぼたん園など魅力的な観光資源があるが、県外の観光客には広く認知されていない。SNS や口コミの活用が少なく、観光資源の魅力が発信しきれていないことが課題。 ・「遊ぶ」「食べる」「買う」を一日で楽しめる場が少ない。埼玉県こども動物自然公園以外にこの 3 つを 1 か所でできるところが思いつかない。一か所でやるのが無理でも、市内若しくは近隣町村 2 か所を回ればこの 3 つが楽しめることを PR する工夫が必要。 ・多くの観光地では、宿泊施設や各観光施設、関越道 SA・PA 等に観光マップや施設案内、イベントチラシ、各種割引券等が設置してあるが、東松山ではそういった観光 PR が不十分。
観光情報	・箭弓稻荷神社のお参りの後はどこへ行っていいいか（市内観光の場所）が分からないとの声が多い。 ・外国人観光客の増加が期待される中で、多言語対応の案内や標識が不十分であり、観光体験の満足度に影響を及ぼしていると感じる。
周遊 滞在化	・日帰り観光の割合に対しての宿泊割合の低さ。 ・観光消費額の低迷（インバウンド需要含めて）。 ・東松山市は住みやすい街ではあるが、観光地という概念があまりない。代表的な埼玉県こども動物自然公園や箭弓稻荷神社等があるが、街中を散策する観光客の姿はなく、うまく周遊に繋がられていない。 ・現状、周遊型の観光となっておらず、滞在時間が短い。また、観光客の地域経済への貢献度が小さい。 ・滞在型観光を推進するには、宿泊施設の選択肢を増やす必要がある。さらに、地元飲食店や特産品を楽しめる店舗が少ないため、観光客の消費促進が難しい状況。

二次交通 道路環境	・交通アクセスが不便（特に公共交通機関）。 ・各スポットへの導線が良くない（車等の移動がメインとなっている）。 ・東松山市は都心からのアクセスが良いとはいえ、公共交通機関の利便性が不十分。また、観光施設周辺の道路や駐車場の整備が追いついていないため、訪問客が訪れにくい状況になっている。 ・東松山ぼたん園、農林公園、くらかけ清流の郷、化石の博物館など、市内に見どころはあるものの、二次交通の整備がされていないため、公共交通機関からの宣伝が打ちにくい。 ・こども動物自然公園の来場者について、マイカーから公共交通機関へのシフトチェンジ。
観光資源	・目玉となるご当地品や施設が少ない（来訪と購買動機は「食」が一番か？）。 ・東松山名物やきとりの持続可能性（跡継ぎ問題等）。 ・テレビや雑誌でも取り上げられる機会が多い「東松山名物やきとり」を食べたいと思っている観光客がいても実際に食べられるお店がない（日中営業していない）。 ・通年で購入可能なお土産、名産品が少ない。
その他	・【商店街】丸広の東松山撤退に伴い、昭和 30 年以降の間延びした商店街が意味をなさなくなっている。観光客の足を留められない⇒市内にお金が落ちない。 ・【バリアフリー】高齢者や障害のある方が利用しやすいバリアフリー化が十分進んでいない施設もある。このような環境整備の不備は観光客の体験の質を下げてしまう可能性がある。

◆今後実施していくべき（計画に位置付けるべき）と考える取組

広域連携	・東松山市と近い比企郡との連携強化、地域の特性を生かした観光ルートの構築。 ・広域観光としての近隣地域との連携・協力（ついでに「来てもらう」「行ってもらう」）。 ・観光客を呼び込むきっかけ、旅行する価値を伝えられるような広域的なブランディングが必要だと感じる。 ・現在 JAF が実施している「首都圏まん中！東松山・比企ぐるっとスタンプラリー」のような企画の実施。東松山市だけで見ると魅力ある観光スポットは少ないと思われるため、近隣町村と協力して観光マップづくりやイベント開催等を実施できるとよい（平成 6 年度に商工会でも「比企 B 級グルメ・特産品まつり」を開催し、それなりの賑わいを創出できた）。
PR 情報発信	・観光地としてのブランド力の強化。 ・呼び込み対策としての PR 強化（SNS が安価？）。 ・東松山市の知名度はあるが、観光地としての認識度が低いと感じられるため、まずは東松山市の情報発信をして知っていただくことが必要。 ・マスコミ等への積極的なアプローチ、SEO 対策を含む。 ・市外県外へ出たの東松山の PR 活動、SNS の活用。 ・認知度向上のためのインフルエンサー等とのコラボレーション企画。 ・PR チラシ等の観光施設等への設置拡充。近隣町村の観光施設や関越道 SA・PA など、これまで設置していた場所以外にも設置する。 ・他地域へアピールできる場所やコトの拡充が重要と思うが、簡単ではないと思うので、まずは既存施設へ来場されるお客様に、地元をアピールする施策（ポスター・チラシの設置など）を検討してみてもどうか。 ・SNS や公式サイトを活用し、定期的に観光情報を発信することで、認知度向上を図る。インフルエンサーとのコラボレーションや、四季折々の観光資源（ぼたん園の開花情報など）をタイムリーに発信することも効果的。 ・NEXCO 東日本、JAF との徹底した連携による事業展開（高速道路利用促進に係るドライバーへの重点的な PR、来訪促進、企画立案、来訪者のデータ取得）。
周遊・滞在化 観光消費拡大	・宿泊客増加への取組、宿泊による周遊観光の推進。 ・地元の特産品や料理を楽しめる飲食店や宿泊施設の開発を支援する。これにより、滞在時間の長期化と消費促進を図り、地元経済の活性化につなげる。
アクセス改善 二次交通	・駅から観光施設までの交通手段を充実させる。 ・各スポットへの交通手段強化・確保。 ・観光シーズンに合わせた臨時バスや観光地への直通便の導入。 ・主要観光施設へのシャトルバス運行や、公共交通機関との連携によるアクセス改善を進めるべき。また、駐車場の増設や案内標識の充実も含め、来訪者の利便性を向上させていく必要がある。
誘客	・川越や秩父に訪れている観光客をターゲットとした誘客。 ・巨大ターミナル駅である池袋駅や、多くの観光客の集まる川越駅といった拠点を中心に東武東上線沿線からの誘客を図る。

受入環境整備	・キャッシュレスや多言語案内等の整備。 ・カーシェアや駐車場予約システム等の整備。 ・観光施設や交通機関のバリアフリー化を推進し、高齢者や障害を持つ方が安心して利用できる環境を整える。バリアフリー観光ルートの整備や案内パンフレットの配布も検討すべき。 ・観光ガイドクラブによる観光ガイド案内の充実、近隣ガイドクラブとの交流、観光ガイドクラブの周知。 ・外国人観光客数増加と外貨獲得への取り組み。 ・案内標識や観光案内の多言語化を進めるとともに、外国人観光客向けのサービスを充実させる。また、ガイドツアーの多言語化や、国際的な観光博覧会への出展による海外でのプロモーション活動も検討するべき。
資源発掘 商品開発	・観光資源の新たな開発。 ・観光資源の掘り起こし・活用、独自の強みを活かした観光コンテンツづくり（工場見学ツアー、湿地帯研究ツアー 等）。 ・県外市外の女性や若者へアピールできる新たな観光資源の創造。→例：農林公園における集客力の高い品種（バナナ、パパイア、マンゴー等）の栽培・観光資源化。
食の活用	・東松山名物やきとりを来街者が食べることができる場所の提供。 ・今後もやきとりに頼るなら市が継続に向けた対策を主導するべき。→例：やきとりイベントの開催、昼でもやきとりが食べられる・女性でも抵抗のないきれいな食堂確保、ヤキトリ横丁整備、大船渡市のサンマ焼き師のライセンス発行のような取組。 ・東松山市には、観光スポットの他、グルメも集客できるコンテンツであるため、焼き鳥の PR はしているが、その他にもスイーツや果実等の美味しいグルメがあるので、それらを推した企画を実施することで東松山市のグルメを宣伝して集客。もしくは観光とグルメをセットで市内を周遊させる。
施設整備等	・古民家等の改築、リノベーション活用（宿・街道周辺）。 ・箭弓稲荷神社の敷地にあるテニスコートを移設し、そこに駐車場と埋蔵文化財センターの施設を移し、更に市内の文化財展示施設と観光案内案内所を併設する建物を調べてはどうか。 ・飲食店街を（箭弓稲荷神社の）近隣に調べてほしい。昼対応できる店舗がよい。 ・「本町（上沼から下沼）」「材木町」「ぼたん通り・まるひろ通り」等の市内商店街の再開発（例：本町通りは、歩行者優先の通りとして、蔵や古い建築物を活かした松山宿観光の通りにする／駅から市役所までは一つの価値観で統一する）
市民参画	・地域住民が参加しやすい環境づくり。 ・地域住民の観光ボランティアや観光ガイドとしての活躍できる場づくり。 ・観光振興を成功させるには、地域住民の協力が不可欠である。観光に対する理解を深めるためのワークショップや意見交換会を定期的に開催し、地元の人々が観光の担い手となるような環境づくりを行っていくことが重要ではないかと考える。
その他	・【教育】地域郷土教育の推進による地域愛向上。 ・【マーケティング】IoT や ICT を活用し観光客の動向を知る。 ・【マーケティング】自動車番号による来訪者の解析（NEXCO との提携）。 ・【大学との連携】沿線の観光学科のある大学と連携し、東松山市の観光について宣伝することで、若い世代の観光客を取り込む。

【参考】「ひがしまつやまプライド」認定事業者意向調査結果

＜情報発信やプロモーションに関する希望＞

（事業者 A）

- ・「ひがしまつやまプライド」認定品に関する情報発信やプロモーションについては市と販売店、事業所、事業者との相互による情報発信の協力が必要。
- ・費用はかけづらいと思うので SNS でシェアするなど店舗間や市が情報露出への感覚の共有意識が必要だと思う。この観点は数だと思う。
- ・また、情報発信はこれだということが無いように思われるため、**勉強会や意見交換会などを設けて常に意識的にプロモーションへのアプローチ方法などの模索が必要**と思う。これは継続的、持続的、地道な販売促進への意識とその方法論だと思う（ただし、人によりやり方と携わり方が変わってくるのは否めない）。

（事業者 B）

- ・市内の人でも「ひがしまつやまプライド」を知らない方がいるため、**まず市内の方に周知していただく活動を積極的に行い**、その後外に向けて PR をしていくのがよいと感じた。

（事業者 C）

- ・**市役所ロビーなどで、月一回とか半年に一回とか、プライド認定品販売デー開催**。東松山市のスリーデーマーチや農業祭でのプライドブースを作っての販売とか・・・販売できたらよいかなと思う。

（事業者 D）

- ・東松山駅、高坂駅に、プライド商品の自動販売機を設置する。
- ・**プライド事業者間をまわるツアーを開催**する。
- ・プライド事業者店舗をポケモンのスポットとしたラリーを常設する。

＜認定品を活用した観光振興に関する必要な改善点＞

（事業者 A）

- ・事業所、事業者と市がお互い知恵を出し合う必要がある。具体的にはプレスリリースが書きやすく、メディアにも取り上げられやすい取組やイベントなどの企画開発。この場合生産者など今まで関わっていない人の意見も必要かもしれない。
- ・これまでやれなかったことへのチャレンジも必要なので、その観点を持った**第三者の意見や勉強会も必要**かもしれない（販売促進、新規顧客開拓の観点）。

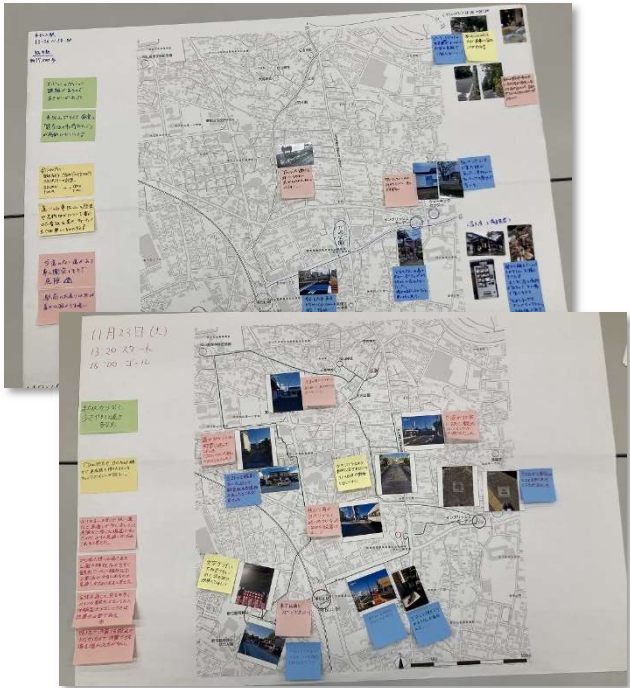
（事業者 D）

- ・プライド事業者によりプライドの PR、出店等、連携・協力体制に対する認識および意識の差が大きい。
- ・プライド事業者間の積極的な交流機会がない。出店時に少し話すことはあるものの、毎回あまり変わらないメンバーである。
- ・ひがしまつやまプライドとしての市外出店機会が少ない。
- ・【今度の希望】**定期的に関係機関（商工観光課、商工会、観光協会）とプライド事業者による意見交換の場を設けてほしい**。建設的な意見交換により、実行可能かつ効果的な取組が計画できると考える。

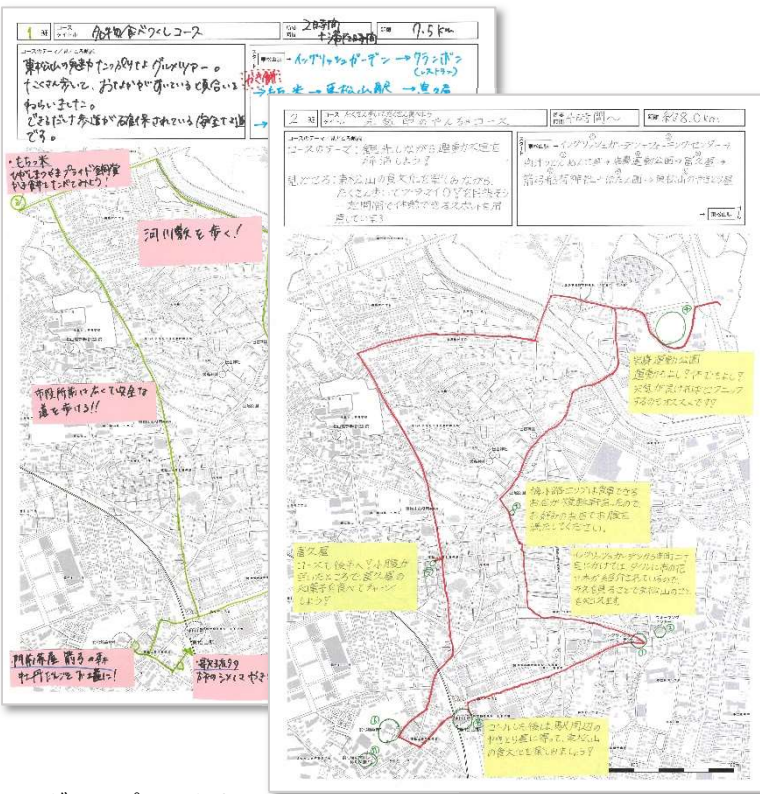
⑧ 大学生ワークショップ（立教大学、大東文化大学）＜実施概要＞

＜立教大学 概要＞

担当教授	観光学部観光学科 羽生冬佳教授
参加方法	ゼミの一環（２年生／４年生）
参加人数	２年生 １２人／４年生 ８人
概要（２年生）	◆テーマ：ウォーキングのまち リブランディング 東松山まちあるきモデルコースを作ろう ◆実施概要： ・10月 28日：事前説明／グループ分け ・11月 中 ：各自、東松山市を訪問（まちなかウォーキングコースを歩く） ・11月 25日：グループワーク① 見てきたもの・撮ってきたものをプロットする ・12月 2日：グループワーク② あるきたくなる東松山／〇〇〇〇コースを作る
概要（４年生）	◆テーマ：フリー（自分たちで事前に WEB 調査を実施、テーマを決めて市内を巡る） ◆実施概要： ・東松山市・観光協会ほかから発信されている情報をもとに、東松山市（および周辺市町）における「訪れたい」と思う・思わせるテーマ、対象、コースを設定 ・設定コースを調査、課題点・改善点を見出し、提言としてとりまとめ ・11月中 現地調査 ・11月28日 現地調査結果報告（評価・課題） ・12月5日・12日 評価・課題とりまとめ、提言検討、提言報告 ・12月19日 報告書とりまとめ



▲グループワーク①
大マップにプロット



▲グループワーク②
〇〇〇〇コースを作る

1. ２年生のグループワーク① 見てきたもの・撮ってきたものをプロットする

良かった・魅力的・素敵だと思う資源・スポット	・東松山駅東口の道路（県道東松山停車場線）が歩きやすさで評価 ・評価された資源：イングリッシュガーデン、ウォーキングセンター、上沼公園、下沼公園、箭弓稲荷神社、やきとり店、くらんぼん、富久屋（本社直営店、春秋庵本店）		
観光資源・見どころになり得る場所・スポット	・イングリッシュガーデン、東松山市役所、箭弓稲荷神社、くらんぼん、富久屋春秋庵本店		
改善が必要な資源・スポット	・上沼公園、下沼公園、松山神社、松山高等学校記念館、箭弓稲荷神社 ・コース設定（歩行環境）に関する意見もあり		
まちあるきのまとめ	コース設定・歩行環境	・起伏が少なく歩きやすい ・歩道のない道が多いうえ、車両通行が多い ・コース上に資源が少ない	
	まちあるきが楽しくなるアイデア	・観光スポットやグルメ店をめぐるスタンプラリー ・カフェなど店舗の多い箇所をルートに組み込む ・案内サインやチェックポイントの充実	
	資源・スポットの魅力向上	・体験型のスポットや消費できる場所を増やす ・資源の魅力のアピールが必要（上沼・下沼の「恋が叶うスポット」等）	

2. ２年生のグループワーク② あるきたくなる東松山／〇〇〇〇コースを作る

1 班	名物食べつくしコース	所要時間	2 時間+滞在時間	距離	7.5km
・東松山の魅力たっぷりのグルメツアー。たくさん歩いて、おなががりしている頃合いをねらいました。できるだけ歩道が確保されている安全な道です。		東松山駅＞イングリッシュガーデン＞クランボン（レストラン）＞もちっ米（かき餅）＞東松山駅＞富久屋春秋庵本店（団子）＞歌流多（やきとり）＞東松山駅			
2 班	たくさん歩いてたくさん食べよう 元気印のやんちゃコース	所要時間	4 時間～	距離	約 8km
【テーマ】観光しながら運動不足を解消しよう！ 【見どころ】東松山の食文化を楽しみながら、たくさん歩いてプラマイゼロ！を目指そう。一定間隔で休憩できるスポットを用意しています。東松山を肌で感じられるルート設定で、市の花や木を歩くことを通して知ることができます。		東松山駅＞イングリッシュガーデン＞ウォーキングセンター＞肉汁うどんめんこ屋＞岩鼻運動公園＞富久屋＞箭弓稲荷神社+ぼたん園＞東松山のやきとり屋＞東松山駅			
3 班	東松山ふらっとリフレッシュコース	所要時間	3 時間 30 分	距離	約 4.5km
・ぼたん園、上沼公園、下沼公園、イングリッシュガーデンにて花を楽しむことができる。 ・途中で東松山プライドの商品を土産として購入することができる。 ・春の花が咲く時期におすすめのコース		東松山駅＞箭弓稲荷神社＞箭弓稲荷神社ぼたん園＞富久屋（カフェ）＞上沼公園＞石田せんべい工房＞イングリッシュガーデン＞下沼公園＞駅周辺のやきとり屋＞東松山駅			
4 班	東松山グルメ旅	所要時間	約 2 時間	距離	約 4.8km
・東松山の自然を感じながら、美味しいスイーツと東松山名物のやきとりが食べられるコース		東松山駅＞イングリッシュガーデン＞ギャラリー＆カフェ垂露麻＞富久屋春秋庵本店＞箭弓稲荷神社＞箭弓稲荷神社ぼたん園＞ひびき庵別館＞東松山駅			

＜大東文化大学 概要＞

担当教授	文学部歴史文化学科 野瀬元子教授
参加方法	授業で声掛け／学部生有志
参加人数	2年生 5人
概要	◆テーマ：地元大学生の市内観光資源の認知度向上策 ―観光資源がつなげる東松山市と地元大学生のエンゲージメント― ◆実施概要： 1. アンケート※ ―目的：市内観光資源の来訪経験、認知度の把握 ―対象：大東文化大学学生（1～4年） ―調査期間：2024年10月14日～10月30日 ―回答者数：344名 2. 東松山駅を起点としたまち歩きフィールドワーク(FW) ―日時：2024年11月15日（金）9:00～11:00 ―参加：大東文化大学2年生5名 3. 資源に対する意見出し ―日時：2024年11月15日（金）11:00～11:40、総合会館 4. アンケート結果、FW時の評価内容を基にした 地元大学生の認知度向上、利用促進の方策の検討 ※アンケート結果、検討結果の詳細は参考資料に掲載

1. アンケート

- ・大東文化大学学生（1～4年）を対象として、東松山市内の観光資源の来訪経験や認知度を把握するためのWEBアンケートを実施（※結果は参考資料に掲載）

東松山市観光振興基本計画大東文化大学学生アンケート

（全12問、所要時間5分程度）

東松山市では、地域活性化に向けた重要な施策の一つとして「観光の振興」を位置づけています。平成27年度に「東松山市観光振興基本計画」を策定し、これまでに様々な取組を進めてきました。令和7年度に第三次基本計画を策定するにあたり、大学生のみなさんの東松山市観光への認識や意見を参考にさせていただきたく、アンケートをお願いするものです。
アンケート実施：株式会社プランニングネットワーク（第三次東松山市観光振興基本計画策定業務受託事業者）

回答する

Q5.	東松山市の以下の観光スポットやイベントについて、それぞれ「①今回訪問・参加した（予定含む）」「②過去に訪問・参加したことがある」【※知っているが訪問・参加したことはない】「④知らない」のいずれが該当するものをお選びください。 【※4択問題】
	過去に訪問・参加したことがある 知っているが訪問・参加したことはない 知らない
	埼玉京こども動物自然公園
	箭弓稲荷神社
	岩殿観音正法寺
	東松山ぼたん園
	東松山市森林公園
	化石と自然の体験館
	いなほてらす
	埼玉ピースミュージアム（埼玉京平和資料館）
	高坂彫刻プロムナード

2. 東松山駅を起点としたまち歩きフィールドワーク

- ・大東文化大学2年生5名（有志）によるフィールドワークを実施
- ・アンケート結果から、キャンパス近隣地点の観光資源と比較して、東松山駅周辺の観光資源の認知度が低かったことから、東松山駅を起点としたまち歩きを実施



3. 資源に対する意見出し

- ・FW後にまちあるきで訪問した地点に関する良かったこと、悪かったこと、改善点などの意見出しを実施

＜訪問地点＞

- ①東松山駅、②箭弓稲荷神社、③駅前通り、④下沼公園、⑤ふれあいの道、⑥イングリッシュガーデン、⑦ウォーキングデンスター、⑧本町付近、⑨材木町・夢小路付近、⑩まるひろ通り商店街～ぼたん通り商店街

4. 地元大学生の認知度向上、利用促進の方策の検討

- ・アンケート結果、FW時の評価内容を基に、地元大学生の認知度向上、利用促進の方策を検討（※提案内容の詳細は参考資料に掲載）

大学生と観光資源をつなぐ3つの方策

- ①人が映らないVlogの制作
→大学生の旅先情報の調べ方に特化した発信
- ②東松山駅を起点とした新入生歓迎スタンプラリー
→入学間もない大学生とまちの「つながり：エンゲージメント」を築く機会の創出
- ③家族や友人との再訪・口コミ



Vlog制作イメージ動画
（大山(神奈川県), 22秒）
制作：歴史文化学科4年 野村亮太

