

◆上位・関連計画における観光に関わる施策の位置づけ

【国・県の上位計画】

- ・観光立国推進基本計画（令和5年3月）
- ・第3期 埼玉県観光づくり基本計画（令和4年3月）

【市の上位・関連計画】

- ① 第五次東松山市総合計画 後期基本計画（令和3年4月）
- ② 第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和2年12月）
- ③ 東松山市都市計画マスタープラン（平成31年4月）
- ④ 東松山市立地適正化計画（令和6年4月改定）
- ⑤ 東松山市地域公共交通計画（令和6年3月）
- ⑥ 東松山市みどりの基本計画（令和3年3月改訂）
- ⑦ 東松山市文化芸術推進基本計画（令和4年3月）
- ⑧ 東松山市文化財保存活用地域計画（令和6年3月）
- ⑨ 第3期東松山市スポーツ推進計画（令和5年3月）
- ⑩ 東松山市農業振興ビジョン（令和3年4月一部改訂）
- ⑪ 東松山市花いっぱい推進計画（令和4年3月）

■上位関連計画で設定されている観光政策に係る指標 ※○数字は該当計画の番号

計画	指標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7	～	R9
①	観光入込客数(万人)	255 (R1)	265	270	275	280	285	—	—
①	くらかげ清流の郷利用者数(人)	32,521 (R1)	26,000	28,000	30,000	32,000	33,000	—	—
②	東松山市農林公園利用者数(人) ※施設利用者・農林業体験者・イベント等参加者数の合計	7,498 (R1)	—	—	—	—	56,000	—	—
⑩	有料農林業体験者数(人)	6,428 (R1)	—	—	—	—	44,030	—	—
②	東松山市化石と自然の体験館利用者数(人)※発掘体験者・入館者の合計	19,186 (R1)	—	—	—	—	20,000	—	—
①	ウォーキング事業参加者数(人)	6,028 (R1)	6,200	6,400	6,600	6,800	7,000	—	—
⑨	ウォーキング事業参加者数(人)	9,439 (R3)	—	—	—	—	10,000	—	10,500
②	日本スリーデーマーチの参加者数(人)	82,259 (H30)	—	—	—	—	85,000	—	—
⑨	日本スリーデーマーチに参加したことがある市民の割合(%)	63.4 (R3)	—	—	—	—	66	—	70
①	東松山農産物直売所の売上額(千円)	61 (R1)	66	67	68	69	70	—	—
①	「ひがしまつやまプライド」認定数(件)【累計】	5 (R1)	11	14	17	20	23	—	—
①	行政、観光協会が管理を行う観光パンフレットの配架場所(件)【累計】	7 (R1)	14	18	22	26	30	—	—
①	市に愛着を感じる市民の割合(%)	71.7 (H30)	—	75.0	—	80.0	—	—	—

<参考：「第3期 埼玉県観光づくり基本計画」(令和4年3月)の施策体系>



【上位関連計画に位置付けられている施策・事業】 ※○数字は該当計画の番号

<資源間連携／回遊促進>

- 地域資源の連携による観光の魅力向上（まなびのみちの活用等）②
- 観光客の回遊性向上に向けた取組推進（ウォーキングの活用、市内の地域資源をつなぐ観光コースの設定・PR等）①
- 東松山市農林公園や化石と自然の体験館など各地区に存在する資源の有機的な組み合わせ①
- 市内及び周辺地域との連携・協働の推進による市内を訪れるきっかけづくり、本市の観光の新たな価値の創出①
- 都幾川を活用した広域連携の推進①

<環境整備・保全>

- くらかけ清流の郷や市民の森、緑地などの恵まれた自然環境を観光の場として活用できるような環境整備①
- 鞍掛橋や稲荷橋周辺における自然体験及びレクリエーションの場として整備・利活用⑥
- 東松山ぼたん園や岩鼻運動公園等：公募設置管理制度（Park-PFI）や指定管理者によるイベント開催等、民間活力を導入した公園の利活用の積極的推進⑥
- 大岡地区・唐子地区：ホテルを生かしたまちづくり／鞍掛山と都幾川、また、その周辺のホテルが生息できる環境保全①
- 平野地区：「花・歩・梨（かほり）プロジェクト」による花のまちづくり①
- 高坂地区：物見山公園におけるウォーキングや自然観察などが楽しめる環境づくり③

<駅周辺の整備・改善>

- 拠点性の強化及び交通結節機能の向上を図るための駅周辺道路や駅前広場の整備・改善④
- バリアフリー化された歩行空間や自転車道の形成④
- 来訪者が楽しく歩ける歩行空間の形成に向けた道路の適切な維持管理、美化活動、花いっぱい運動等の推進④
- 人を呼び込みにぎわいを創出するための観光・商業施策との連携（文化・歴史資源を活用した取組の推進や道路空間を使ったイベントの開催など）④
- 未利用地や十分な活用が図られていない土地については、土地所有者へ適切な管理と有効活用を促すとともに、来訪者が憩える広場としての活用を推奨④

<特産品・直売所等の充実化等>

- 特産品の発掘やPR強化①
- 市内農産物を使用した加工品や土産物などの生産販売に関する取組支援①
- 東松山市農林公園：季節に応じた収穫体験等のイベントの開催や特産品を使用したフードメニューの提供①⑩
- 高坂地区：地域で古くから伝えられる歴史のある食べ物の特産品化①
- 平野地区：梨を活用した新たな商品開発①

<文化財活用>

- 学術的評価の高い文化財は観光資源としての側面にも注目し、ツアーなどの実施も含めた効果的な活用方法を検討①
- **観光・ウォーキングガイドの育成講座の開設**（観光ボランティアガイドやウォーキング推進員に対する文化財の情報提供）⑧
- 文化芸術の視点を取り入れたウォーキング事業との連携⑦
- **文化財ウォーキングコースの設定・周知⑧**

<ウォーキング・日本スリーデーマーチ>

- ウォーキングコース周辺における沿道の緑化や眺望点の整備、案内板のデザイン化等③
- ウォーキングコース沿いの拠点となる箇所における花の植栽や緑化、水辺の整備による憩いの空間創出⑥
- **ウォーキングコースの整備・見直し**（ウォーキングコース設定から約 25 年が経過し、自然環境や景観、道路環境等も変化していることからコースの一部見直し）⑨
- **ウォーキングコースのマップの充実化⑨**
- ウォーキングセンターボランティアの人材確保（講習会の開催や自らウォーキングコースを設定してもらう等の取組）⑨
- 平野地区：滑川の桜を中心としたウォーキングコースの検討①
- **日本スリーデーマーチに新たな視点や取組を取り入れて大会の魅力をもっと向上①②**
- ウォーキングに親しみのない人や若い世代への情報発信強化⑨
- 持続可能な大会運営に向けた検討（スタッフの高齢化対策）⑨

<交通>

- 多言語による分かりやすい案内表示の検討⑤
- 観光・商工関連団体と交通事業者の連携強化（市内のイベント開催時等における交通事業者への情報提供）⑤

<情報発信>

- 観光協会ホームページの継続的なリニューアル①
- テーマ性や季節性に着目した観光情報、ターゲットに応じた多様な媒体による観光情報の発信①
- 大岡地区：魅力ある観光パンフレットの作成①
- 野本地区：点在する観光スポットの一体的なPR（将軍塚古墳、東松山農産物直売所、さくらの里）①
- 平野地区：梨狩り体験等を地域の観光資源として積極的にPR①

<市民理解・市民参加>

- 市民にも本市の魅力や良さを積極的に発信①
- **市民が感じる良さを収集・発信①**
- フラワーサポーター制度の充実（活動の拠点となる場所づくり等）⑩
- 各地域（7地区）の特色ある「花いっぱい」事業の推進（ハートピアまちづくり協議会との連携）⑩

◆ 6 分野別計画／まちづくりの柱 5 活性化／5-4 観光の振興

【目指すべきまちの姿】

戦略的なPRや観光資源の連携により、多くの観光客が訪れるまち

【施策】

①地域資源を活用する

- ・市内観光の魅力を高めるための取組、人を呼び込むための取組を推進
- ・特産品の発掘やPR強化→本市の認知度向上、地域経済の活性化

②観光資源をつなぐ

- ・ウォーキングの活用、市内の地域資源をつなぐ観光コースの設定やPR等、観光客の回遊性向上に向けた取組を推進
- ・市内及び周辺地域との連携・協働を推進→市内を訪れるきっかけづくり、本市の観光の新たな価値の創出

③観光情報を届ける

- ・観光協会ホームページのリニューアル等を継続的に推進
- ・テーマ性や季節性に着目した観光情報やターゲットに応じた多様な媒体による観光情報の発信→本市の観光の認知度向上、来訪者数の拡大

④地元観光を楽しむ

- ・市民にも本市の魅力や良さを積極的に発信するとともに、市民が感じる良さを収集・発信→市民の本市への愛着の醸成、観光への参加促進

【目標】

指 標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7
「ひがしまつやまプライド」認定数(件)【累計】	5 (R1)	11	14	17	20	23
観光入込客数(万人)	255 (R1)	265	270	275	280	285
行政、観光協会が管理を行う観光パンフレットの配架場所(件)【累計】	7 (R1)	14	18	22	26	30
市に愛着を感じる市民の割合(%)	71.7 (H30)	-	75.0	-	80.0	-

◆ 6 分野別計画／まちづくりの柱 3 環境／3-2 自然に親しむ空間づくりの推進

【施策】

②自然と親しむ環境整備

- ・くらかけ清流の郷や市民の森、緑地などの恵まれた自然環境→本市の魅力を感じる貴重な資源と捉え、市民の余暇活動や観光の場として活用できるよう環境を整える
- ・東松山市農林公園や化石と自然の体験館など、各地区に存在する資源を有機的に組み合わせ→観光資源としての価値を更に高め、市外からの来訪者の増加やリピーター化を進める

【目標】

指 標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7
くらかけ清流の郷利用者数(人)	32,521 (R1)	26,000	28,000	30,000	32,000	33,000

◆ 6 分野別計画／まちづくりの柱 5 活性化／5-1 農業の振興

【施策】

④地産地消の推進と関連産業の活性化

- ・東松山農産物直売所の充実により地産地消を推進するとともに、市内農産物を使用した加工品や土産物などの生産販売に関する取組を支援
- ・東松山市農林公園：季節に応じた収穫体験等のイベントの開催や特産品を使用したフードメニューの提供→誘客施設としての機能向上

【目標】

指 標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7
東松山農産物直売所の売上額(千万円)	61 (R1)	66	67	68	69	70

◆ 6 分野別計画／まちづくりの柱 6 協働／6-3 生涯学習・生涯スポーツの推進／6-3-2 生涯スポーツの推進

【施策】

①日本スリーデーマーチの充実とウォーキングの推進

- ・本市の豊かな自然環境や比企丘陵の自然を楽しみながら歩くという基本コンセプトを維持しつつ、新たな視点や取組を取り入れ、大会の魅力をも更に向上

【目標】

指 標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7
ウォーキング事業参加者数(人)	6,028 (R1)	6,200	6,400	6,600	6,800	7,000

◆ 6 分野別計画／まちづくりの柱 6 協働／6-4 文化・芸術の振興／6-4-2 文化財保護

【施策】

②文化財の啓発と活用

- ・学術的評価の高い文化財などは、展示会や体験学習などの生涯学習に関する事業に加え、観光資源としての側面にも注目し、ツアーなどの実施も含めた効果的な活用方法を検討

◆ 7 地区別計画

松山地区：花いっぱいのもちづくりの推進

大岡地区：ホテルを生かしたまちづくりの推進

魅力的な観光エリアを目指した取組

→特産品の開発や四季を通じて楽しめる取組

→魅力ある観光パンフレットを作成し、多くの人に大岡地区の魅力を発信

唐子地区：自然に親しむ空間創出

→鞍掛山と都幾川、また、その周辺のホテルが生息できる環境を守る

都幾川を活用した広域連携の推進

高坂地区：観光 PR の強化と効果的な情報発信

→観光客に分かりやすい案内標示の整備や観光パンフレット・マップ等の配布

特産品の開発等による地域の魅力アップ

→地域で古くから伝えられる歴史のある食べ物の特産品化等

地域資源を活用したにぎわいの創出

→地域内に点在する観光拠点をウォーキングルートによって結ぶ

野本地区：点在する観光スポットの一体的な PR (将軍塚古墳、東松山農産物直売所、さくらの里)

平野地区：「花・歩・梨(かほり)プロジェクト」による花のまちづくり

特産の梨を活用する取組の推進

→梨狩り体験等を地域の観光資源として積極的に PR、梨を活用した新たな商品開発

自然豊かなウォーキングルートのあるまち

→滑川の桜を中心としたウォーキングコースの検討

→周辺地区とも連携したイベントの開催

4 基本目標及び施策 / (1) 基本目標 1 魅力を高め、新たな人の流れをつくる

施策 1-1 地域資源の連携による観光の魅力向上

観光の拠点となる施設の魅力を高めるとともに、周辺施設との連携による回遊性を高める取組や、戦略的な PR を行い観光客の増加を図る

(具体的な事業)

- ・観光 PR 事業
- ・まなびのみちの活用
- ・東松山市農林公園の運営
- ・東松山市化石と自然の体験館の運営
- ・くらかけ清流の郷の運営

(KPI)

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
東松山市農林公園利用者数 (施設利用者・農林業体験者・イベント等参加者数の合計)	令和元年度 (8-3月) 7,498 人	令和7年度 56,000 人
東松山市化石と自然の体験館利用者数 (発掘体験者・入館者の合計)	令和元年度 19,186 人	令和7年度 20,000 人

施策 1-2 ウォーキングによる魅力づくり

市の魅力の発信や交流人口の増加だけでなく、シビックプライドの醸成や大会に関わる方にとって本市とのつながりを創り出す重要な意義があるイベントとして充実を図る

(具体的な事業)

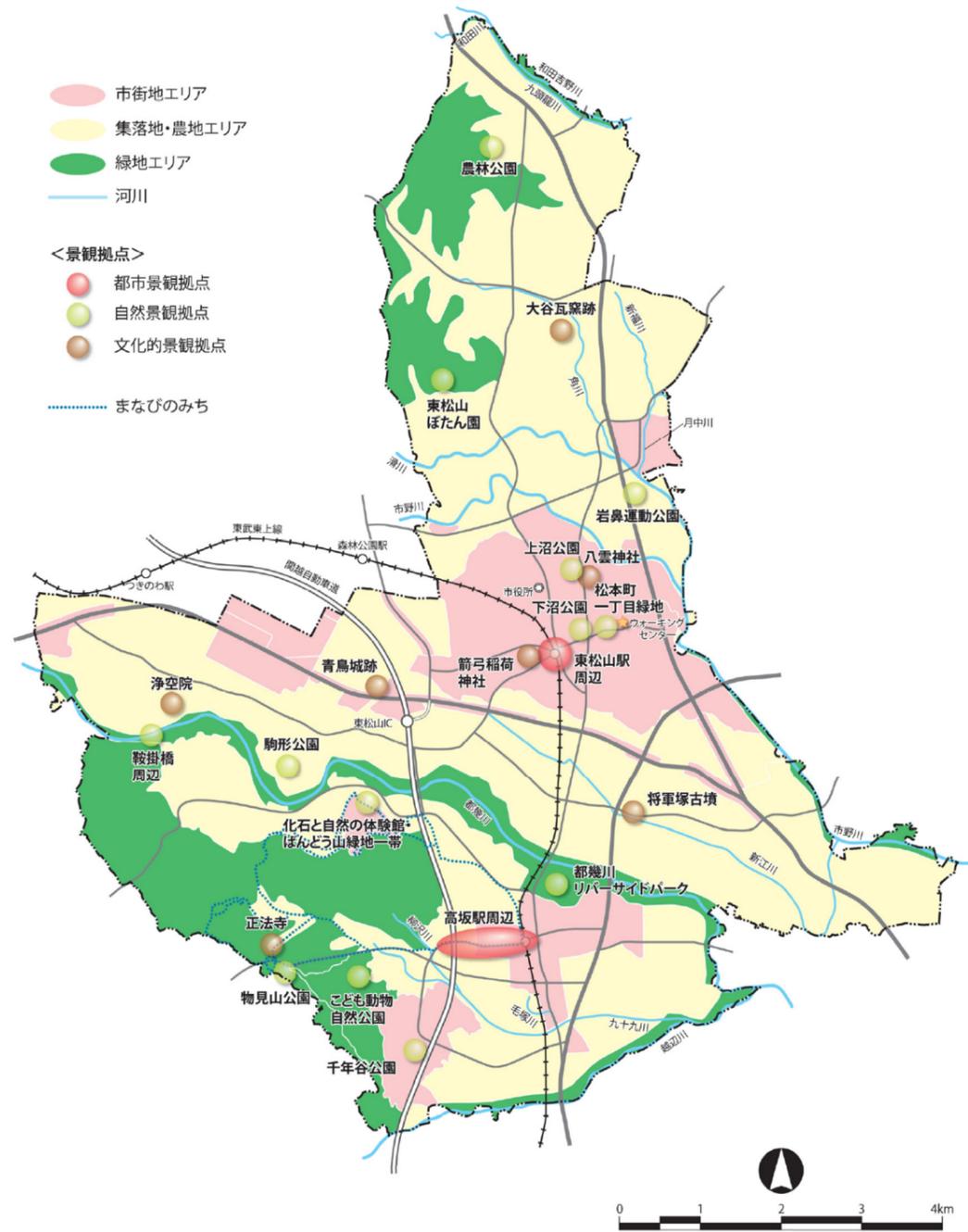
- ・日本スリーデーマーチの充実
- ・ウォーキングの推進

(KPI)

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
日本スリーデーマーチの参加者数	平成30年度 82,259 人	令和7年度 85,000 人

◆ 第 4 章 分野別方針 / 7. 景観

◇ 景観拠点



◇ 花とウォーキングによる景観まちづくり

まちなかウォーキングコースやふるさと自然のみちなどのウォーキングコース周辺においては、沿道の緑化や眺望点の整備、案内板のデザイン化などによる魅力的な沿道景観の形成を図る

◆ 第 5 章 地域別方針

大岡地域：・東松山ぼたん園や農林公園は、観光やレクリエーション活動の拠点として、施設の維持や機能の充実を図る

唐子地域：・化石と自然の体験館・ぼんどう山緑地周辺では、ウォーキングや自然観察などのレクリエーションが楽しめる環境づくりを進める。

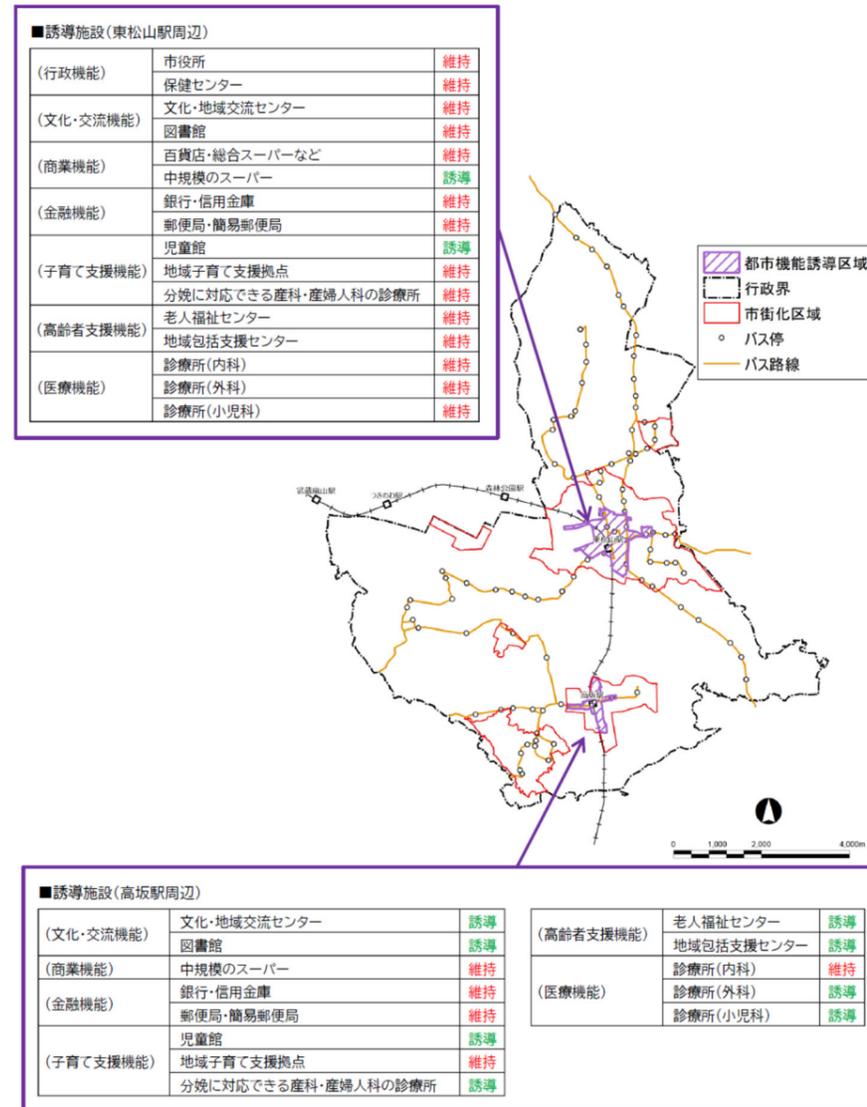
・都幾川の豊かな自然を活用したくらかけ清流の郷及びその周辺については、観光・レクリエーションの拠点として適切な維持管理を行う

・地域内の豊かな自然や景観資源を結ぶ「まなびのみち」は、適切な維持管理を行うとともに、利用の促進を図る

高坂地域：・物見山公園は、健康増進やレクリエーション活動の拠点として、ウォーキングや自然観察などが楽しめる環境づくりを進める

◆ 第4章 都市機能誘導区域・誘導施設・誘導施策

◇1. 都市機能誘導区域の設定/2. 誘導施設の設定



◇3. 都市機能誘導区域内への誘導施策

【にぎわいや交流を支える取組の推進】

- ・拠点性の強化及び交通結節機能の向上を図るための駅周辺道路や駅前広場の整備・改善
バリアフリー化された歩行空間や自転車道の形成
- ・来訪者が楽しく歩ける歩行空間の形成に向けた道路の適切な維持管理、美化活動、花いっぱい運動等の推進
- ・人を呼び込みにぎわいを創出するための観光・商業施策との連携（文化・歴史資源を活用した取組の推進や道路空間を使ったイベントの開催など）
- ・未利用地や十分な活用が図られていない土地については、土地所有者へ適切な管理と有効活用を促すとともに、来訪者が憩える広場としての活用を推奨

◆ 第6章 計画の基本方針・目標・事業/6-4 目標を達成するための事業

◇事業5 観光に関する事業

事業5-① 観光客向け案内・情報提供の充実

- ・観光案内所と連携した分かりやすい案内
- ・多言語による分かりやすい案内表示の検討

事業5-② 観光・商工関連団体と交通事業者の連携強化

- ・観光・商工関連団体と交通事業者の連携を強化し、市内のイベント開催時等に交通事業者に対し情報提供を行うことで、観光客が円滑に移動できる環境づくりを図る

◆ 第4章 みどりに関する施策

◇1-1 親水空間の整備

都幾川に架かる鞍掛橋や稲荷橋周辺において、清らかな流れを活用した自然体験及びレクリエーションの場として整備を行い、利活用を図る

◇1-6 ホテルの自生地保全

上唐子や新屋敷ホテルの里における保全活動に対する継続的な支援+他の自生地においても保全が図られるような施策を検討

◇3-3 都市公園の魅力向上

東松山ぼたん園や岩鼻運動公園に代表される大規模な公園や賑わいの創出に資する公園について、公募設置管理制度（Park-PFI）や指定管理者によるイベント開催等、民間活力を導入した公園の利活用を積極的に推進

◇4-1 ウォーキングコース沿いの景観づくり

ウォーキングコース沿いの拠点となる箇所においては、花の植栽などによる緑化や水辺の整備に努めることで、憩いの空間を創出

◆ 第5章 リーディングプロジェクト

◇リーディングプロジェクト1 市民が親しめる都幾川沿いのみどりの保全と創出

- ・親水スポットや回遊・ウォーキングルートの設定、日本スリーデーマーチとの連携による河川沿いの遊歩道の活用、環境体験・学習の場としての活用を図り、市民や観光客にとって親しみのある河川としての場を創出

◇リーディングプロジェクト2 地域資源の魅力を活かしたみどりの保全と緑化、及び連携を推進

- ・東松山ぼたん園においては、見応えのあるぼたんの育成やイベントの開催などを実施し、年間を通して楽しめる名所を目指す。
- ・物見山公園においては、頂上からの眺望を回復させたツツジの保全と充実を推進

7 東松山市文化芸術推進基本計画 令和4年3月

◆ 第3章 文化芸術施策／4 基本施策

◇観光・産業・子育て・福祉などの関連分野との連携

- ・高坂彫刻プロムナードなどの文化芸術資源について、様々な分野との連携を図り、市内外に広く発信
- ・市内の文化資源の認知度の向上や地域の活性化を図る取組について研究
- ・健康増進を目的としたウォーキング事業などと連携し、従来からの事業に文化芸術の視点を取り入れた取組を展開

8 東松山市文化財保存活用地域計画 令和6年3月

◆ 第6章 文化財の保存・活用に関する措置／1.文化財の保存・活用に関する措置

◇知る～啓発・文化財を知り、理解を深めよう～

【方針】広域な文化財の情報収集、発信を推進し、東松山市の独自性を認識する機会を作る

【事業】知-7-1 比企地区文化財めぐり

比企地区文化財振興協議会と連携して実施している、市内外の文化財を市民と文化財担当者でめぐると事業を毎年実施する。

【方針】身近な文化財を知る機会を創出する

【事業】知-15 文化財巡りツアー

文化財を市民と文化財担当者が実際に現地をめぐるとツアーを実施する

◇活かす～文化財を活かして夢を叶えてみよう～

【方針】文化財を活用して事業を行っている団体等に協力する機会を増やす

【事業】活-2 観光・ウォーキングガイドの育成講座の開設

観光ボランティアガイドやウォーキング推進員に文化財の情報提供などを行い、自団体の事業に活用してもらう

【方針】市が進める文化財と関連する事業との連携を強化し、継続的な活用につなげる

【事業】文化財ウォーキングコースの設定・周知

文化財を周遊できるコースを設定して公開し、ウォーキングの一つの選択肢として広く提示する

9 第3期東松山市スポーツ推進計画 令和5年3月

◆ 第4章 計画の実現に向けて／2 施策の展開／

推進項目2 ウォーキングの推進と「日本スリーデーマーチ」の充実

【指標】

	2021年度基準	2025年度目標値	2027年度目標値
ウォーキング事業参加者数	9,439人	10,000人	10,500人
日本スリーデーマーチに参加したことがある市民の割合	63.4%	66%	70%

【施策】ウォーキングセンターの充実（重点施策）

【主な取組】

- ウォーキング情報の発信（重点取組）
 - ・ウォーキング情報を収集し提供するとともに、ウォーキングの魅力を積極的にPRする
 - ・展示スペースを活用し、四季折々の花や生き物などの紹介を積極的に行う
- 各市民活動センターとの連携強化
 - ・「月例市民ウォーキング」を実施している各市民活動センターとの連携を強化
 - ・ホームページ等を活用して、定例ウォーキング事業をPRするとともに、平日参加できない人のために、休日に開催する事業を企画
- ウォーキングセンターボランティアの人材確保
 - ・講習会の開催や自らウォーキングコースを設定してもらうなど、積極的に事業に参画できるような仕組みを作る
- ウォーキングコースの整備・見直し
 - ・本市の建設部門などと連携し、コース整備及びコースマップの充実を図る
 - ・ウォーキングコース設定から約25年が経過し、自然環境や景観、道路環境等も変化していることから、誰もが安全に楽しく歩けるように、コースの一部見直しを行う

【施策】日本スリーデーマーチの充実

【主な取組】

- 「Welcome to ひがしまつやま」の推進
 - ・参加者が毎年参加したくなるように大会の魅力を発信するとともに、おもてなしの心で参加者を迎えてくれるボランティアの育成に取り組む
- 持続可能な大会運営の検討
 - ・ウォーキングに親しみのない人や若い世代への情報発信等を強化し、日本のウォーキングフラグシップ大会として、賑わいのある大会開催を目指す
 - ・大会を支えるスタッフも高齢化していることから、持続可能な大会運営に向けた検討を進める

◆ 第3章 今後の農業政策の進め方／4 地産地消の推進と関連産業の活性化

(3) 東松山市農林公園を核とした関連産業の活性化

【主な取組内容】

- 1 いちごの摘み取りや季節ごとの野菜の収穫体験を行い、市民が農とふれあう機会を提供
- 2 東松山市農林公園丘の上のカフェ「フーヴェル」では、年間を通じて市内の新鮮でおいしい農産物を使用したメニューを提供→市内外からの集客
- 3 市内北部地域にある観光施設との連携や花や農産物を用いたイベントを開催することで観光客を誘致→観光産業の活性化を図る

【指標】 有料農林業体験者数

	スタート（令和元年度末）	中間（令和2年度末）	最終（令和7年度末）
計画値	—	—	44,030人
実績値	6,428人	5,973人	

◆ 第3章 主な取組内容

◇基本施策Ⅰ 「花いっぱい」活動の担い手の育成～「人財」づくり

施策1 フラワーサポーター制度の充実

→活動の推進、花の知識向上への支援、活動の拠点となる場所づくり

◇基本施策Ⅱ 花をツールにコミュニティを活性化～地域づくり～

施策2 各地域（7地区）の特色ある「花いっぱい」事業の推進

→「ハートピアまちづくり協議会×行政」事業の推進

大岡地区 風車の見える丘のザル菊

野本地区 野本さくらの里のヨコハマヒザクラ

平野地区 花・歩・梨（かほり）プロジェクトのヒガンバナ