資料－４

＜第三次計画の全体像＞

序章　観光振興基本計画の背景と趣旨

１　近年の観光振興に関する全国的動向
◆観光行動の多様化、個人化・小グループ化
◆コロナ禍を経たマイクロツーリズムの増加
◆訪日外国人観光客の増加
◆観光振興に関わる国や県の動向

２　本市における観光振興の趣旨・目的
◆恵まれた立地、アクセス
◆豊かな自然資源、歴史・文化、体験・学び
⇒観光面での特徴を活かして、市民とともに進める観光まちづくり

３　計画の位置づけと計画期間
◆市政策における観光の役割
◆令和８年～令和 13 年（５年間）
※必要に応じて計画を見直し

第１章　東松山市の観光の現状と課題

１　これまでの観光振興の取組と動向
（1）第二次 東松山市観光振興基本計画の概要
（2）第二次計画に基づく取組み状況（成果・課題）
◆成果：特産品の認知度向上（ひがしまつやまプライド）、資源を活用したイベントの実施、広域連携の実施
◆課題：市内周遊の促進、効果的な情報発信、市民が市内観光を楽しむ機会づくり

２　本市の観光の現状
（1）東松山の観光的特徴
◆四季折々の豊かな自然資源
◆様々な年代の歴史・文化資源
◆地域資源を通じた体験・学び
◆日本一のウォーキングイベント
◆グルメ（やきとり文化）

（2）東松山の観光の現状
◆こども動物自然公園、箭弓稲荷神社が２大資源
◆来訪は市内・隣接市町中心
◆来訪手段は自家用車が８割
◆立ち寄り（周遊）が少ない

３　観光振興に向けて「解決」「克服」すべき課題
◆課題１：「訪れて楽しめるまち」としてのイメージが弱い
◆課題２：近隣エリアからの来訪にとどまっている
◆課題３：ポテンシャルのある観光資源を活かしきれていない
◆課題４：特定の施設目的の来訪が多く、周遊行動が少ない
◆課題５：東松山市の「顔」となる駅前や商店街に活気がない

第２章　基本方針

１　東松山観光の目標（案）
何度訪れても楽しいまち東松山
～市民一人ひとりが楽しんで参画する観光まちづくり～

２　基本方針
◆目的地として**選ばれるまち**を実現するための**資源の磨き上げと発信**
◆何度も**通いたくなるまち**を実現するための**魅力の編集**
◆**自慢したくなるまち**を実現するための**魅力の共有**

３　評価指標
①観光入込客数の増加
②観光協会ホームページの月平均閲覧回数の増加
③東松山市に愛着を感じる市民の増加

第３章　施策体系と取組内容

基本施策１　「訪れて楽しめるまち」を強く印象付ける　～広域連携とシティプロモーション
施策①　効果的なプロモーションと情報発信
施策②　広域連携によるイメージ強化

基本施策２　ポテンシャルの高い観光資源の磨き上げ　～ナンバー１・オンリー１を活かす
施策③　「ウォーキングのまち」のイメージ活用
施策④　東松山の「食・物産」のＰＲ・観光活用
施策⑤　「歴史・文化資源」の観光活用
施策⑥　既存観光施設のさらなる活用と魅力発信

基本施策３　各資源を結びつなげる工夫　～埼玉県こども動物自然公園をフックとした周遊促進等
施策⑦　周遊環境整備と周遊の動機付け

基本施策４　歩いて楽しいまちなかづくり　～駅前や商店街の魅力向上・活性化
施策⑧　まちなかの賑わい創出

基本施策５　市民のための観光推進　～市民も魅力を享受し楽しみを見出す仕掛け
施策⑨　市民に向けた情報発信と共有

基本施策６　取組推進体制の強化　～関係者のやる気と知恵を集結できる場づくり
施策⑩　観光の担い手の育成と連携

第４章　リーディングプロジェクト

第５章　取組の進め方と推進体制

１　取組の進め方
⇒事業の推進スケジュールと事業の進捗管理

２　推進体制
⇒市、観光協会、市民、民間事業者、ボランティア等の役割分担、連携方法

● 東松山市の観光的特徴

東松山市は、埼玉県のほぼ中央に位置することから「埼玉のへそ」と称され、比企丘陵の豊かな自然に囲まれて発展してきました。その立地から、季節ごとに楽しめる豊かな自然資源が多く存在していること、古墳や箭弓稲荷神社等に代表されるさまざまな年代の歴史・文化資源が点在していること、これらの資源について学び、体験する施設等が存在していることが東松山市の観光的な特徴となっています。

また、花とウォーキングのまちとしても知られ、日本最大級のウォーキング大会「日本スリーデーマーチ」の開催地として毎年多くの人が集まることや豚のカシラ肉を炭火で焼きあげ、辛いみそだれをつけて食べる東松山名物の「やきとり」などのグルメがあることも特徴といえます。

－季節ごとの豊かな自然資源

春に牡丹が華やかに咲き誇る「東松山ぼたん園」、夏には川遊びもできる「くらかけ清流の郷」、「物見山公園」や「市民の森」などの豊かな緑、樹齢 700 年以上と推定される正法寺の大銀杏、市内各所の公園や散策ルートで楽しめるたくさんの花など、市内の各所で季節ごとの豊かな自然を楽しむことができます。

－さまざまな年代の歴史・文化資源

市内には、創建 1300 年以上の歴史をもち、令和 6 年 1 月に国の重要文化財にも指定された「箭弓稲荷神社」や奈良時代創建と伝わる古刹で坂東三十三観音霊場の一つである「岩殿観音　正法寺」をはじめ、複数の古墳群や戦国時代の松山城跡など、さまざまな時代の歴史資源が存在します。

また、土蔵造りや大正モダンな建物が残るまちなか、彫刻家　高田博厚の作品が並ぶ「高坂彫刻プロムナード」、原爆の悲惨さを伝える「原爆の図　丸木美術館」などの文化資源も東松山市の貴重な資源です。

－自然や歴史・文化を通じた体験・学び

市内には、市内の資源を体験・学ぶことができる施設も多く存在します。「埼玉県こども動物自然公園」では、コアラやレッサーパンダのほか、世界一幸せな動物と言われているクオッカにも出会え、ふれあい体験や乗馬も楽しめます。また、「化石と自然の体験館」、「くらかけ清流の郷」などの自然を通して学びを深められる体験型施設も充実しています。

－花とウォーキングのまち

東松山市は、花とウォーキングのまちとしても知られ、毎年「日本スリーデーマーチ」の開催地として多くの人が集まります。また、市内には、市内の自然や歴史を楽しみながら歩けるウォーキングコースが多数設定されているほか、各地域で月例市民ウォーキングも行われています。

－東松山ならではのグルメ

食も東松山市の観光の重要な要素の一つであり、豚のカシラ肉を炭火で焼きあげ、辛いみそだれをつけて食べる東松山名物「やきとり」は東松山名物となっています。また、「ひがしまつやまプライド」に認定される地元産の梨や栗を使用した和洋菓子のほか、近年は、カフェのスイーツなども SNS を中心に人気を博しています。

● 観光振興に向けて「解決」「克服」すべき課題

東松山市では、この 10 年間、「東松山市観光振興基本計画」および「第二次東松山市観光振興基本計画」に基づいて、先に示したような地域のさまざまな資源を活かした取組を行ってきました。今後は、これまでの取組の成果を引き継ぎつつ、今回実施したマーケット調査や来訪者調査の結果を踏まえて、取組を発展させていく必要があります。

実施した調査結果等を踏まえ、今後、より一層の観光振興を図るうえで、東松山市全体で取り組んでいく必要がある課題は以下の5つです。

課題 1 【イメージ】 「訪れて楽しめるまち」としてのイメージが弱い

- 東松山市には、魅力的な自然資源や歴史資源等が存在しますが、例えば蔵造の町並みが人気の川越や、長瀞渓谷等の自然資源が有名な秩父エリアと比べると知名度は低いのが現状です。そのため、東松山市は「都心にアクセスしやすく住みやすいまち」といった認識はあっても、「訪れて楽しめるまち」といったイメージはまだまだ弱い状況です。
- そのため観光振興にあたっては、東松山市の魅力や楽しみ方をマーケットに対して強く、わかりやすく訴求し、観光・レジャーの目的地として多くの人の選択肢に入るよう、イメージを形成、強化していく必要があります。

課題 2 【マーケット】 近隣エリアからの来訪にとどまっている

- 東松山市の観光資源は知名度が高いとはいえず、市内の観光スポットやイベントは、市内または近隣エリアからの来訪者が大半で、さいたま市や県外といった広域からの来訪は少ない状況です。またインバウンドも、川越には多く訪れていますが、東松山市に訪れる外国人観光客はごく少数というのが現状です。
- 観光振興を図る上では、東松山市に訪れる来訪客を増加させていく必要があり、そのためにマーケット（商圏）を広げていくことは重要なポイントです。一方で、既存の観光資源の知名度を大きく上げたり、知名度の高い（広域から集客できる）観光資源を新たに生み出すことは簡単ではありません。
- そのため、比企地域全体で訴求することでマーケット（商圏）を広げる、近隣エリアをターゲットとしたマイクロツーリズムを推進することでリピート率を高めるなど、課題を克服するための現実的な戦略や取組の工夫が求められます。

課題3【資源活用】 ポテンシャルのある観光資源を活かしきれていない

- 東松山市を代表するイベントである「日本スリーデーマーチ」は、昭和 55 年から続く日本最大級のウォーキングイベントです。また、豚のカシラ肉を炭火で焼きあげ、辛いみそだれをつけて食べる東松山名物「やきとり」は、東松山を特徴づける資源となっています。さらに、「やきゅう」という読み方から野球関係者が多く祈願に訪れる「箭弓稲荷神社」は、令和 6 年 1 月に国の重要文化財に指定されています。
- 一方「日本スリーデーマーチ」は、“日本一”のイベントであるにも関わらず知名度が低く、コロナ禍の影響もあり、近年は参加者が減少傾向にあります。また、東松山名物「やきとり」は、知名度は高いものの昼間に営業している店がほとんどないため、日帰り観光が主の東松山観光で十分に活かせていないのが現状です。
- このように、東松山市を代表するような観光資源を活かしきれていない状況があります。東松山市の観光振興にあたっては、このようなポテンシャルの高い観光資源を磨き上げ、最大限に活用していくことが求められます。

課題4【周遊行動】 特定の施設目的の来訪が多く、周遊行動が少ない

- 東松山市の観光資源は、特定のエリアに集中しているわけではなく市内各地に点在しています。また、市内循環バスが日曜・祝日は運行していない、最寄りのバス停から観光スポットまでの距離が離れているなど、アクセス面での課題があります。
- 現状で東松山市の来訪客は「埼玉県こども動物自然公園」を目的に訪れている人が多く、かつ動物園以外の立ち寄り（周遊）は少ない状況にあり、観光による市内への経済波及効果が小さいことが課題です。
- そのため、二次交通対策や周遊の動機付け等に関する各種取組により周遊を促進し、市内での滞在時間を延ばすことで消費につなげることが望まれます。

課題5【活 性 化】 東松山市の「顔」となる駅前や商店街に活気がない

- 東松山駅前や商店街等の中心市街地は、来訪客の東松山に対するイメージを形成する重要なエリアであり、来訪客を迎え入れる「まちの顔」として、駅前や商店街の魅力づくり・活性化は観光分野においても極めて重要な課題です。一方で、少子高齢化に伴う居住人口の減少や郊外における大型店の進出により、中心市街地の空洞化と商業の衰退が進行しています。
- 東松山駅の周辺には箭弓稲荷神社をはじめ、下沼公園や城下町・宿場町の面影を残す町並みなど、歴史・文化資源が存在します。これら資源を活かしながら、都市計画等の施策とも連携し、観光で訪れたくなる、訪れて楽しい駅前や商店街を形成していくことが求められます。

● 東松山観光の目標（案）

東松山市には、誰もが知っているような著名な観光資源やそれだけで強い集客力をもつ観光資源は存在しません。しかし、市内には、四季折々に楽しめる豊かな自然資源やさまざまな時代の歴史・文化資源、それらを通じた体験など、東松山でしか出会うことのできない魅力的な資源がたくさん点在しており、市民や近隣地域に住む人々を中心に日常的に楽しまれています。

こうした観光資源の魅力をより広域の多くの人に届けていくためには、まずは、市民や近隣地域の人々がより積極的にその魅力を体験し、楽しめるよう、観光資源を磨き上げ、見せ方・伝え方の工夫を重ねていくことが大切です。

東松山市は、都心からのアクセスが良く、自然や歴史、文化などに根ざした様々な魅力の資源が点在し、季節によって異なる魅力を楽しめることが強みですが、現状では、市民や近隣地域の人による特定施設のリピート訪問が中心で、周遊や滞在行動が少なく、地域の魅力を観光的に活かし切れているとはいえません。

そのため、いまある資源を活かしながら、訪れるたびに新たな発見があるような、多様な楽しみ方ができるまちを目指して観光振興を進めることが求められます。

観光資源の魅力を高めることで、市民や近隣地域の人々がより深く地域を楽しめるようになり、外からの来訪者にも魅力的な地域として映るようになります。このような循環が、市民の地域への誇りや愛着を育み、観光交流の活性化、さらには、まち全体の魅力向上、移住・定住の促進へとつながっていきます。

以上を踏まえ、東松山市における観光振興の目標を以下のように定めます。

何度訪れても楽しいまち東松山

～市民一人ひとりが楽しんで参画する観光まちづくり～

＜他候補＞

① ふれる・つながる・また行きたくなる 東松山
～四季折々の魅力に出会う 気軽なショートトリップ～

② 歩く・味わう・語りたくなるまち 東松山
～人と自然が織りなす東松山ならではの魅力の体験～

※観光まちづくり：地域社会が主体となって、地域のあらゆる資源を活用し、交流を促進することで、まちの魅力を高める活動

＜目標像の先にある 市民・来訪者の声＞

東松山の魅力を
SNS にアップしたら
結構反響があって
うれしい！

東松山って
週末レジャーを楽しむ
のにちょうど良いまち
だよね。

東松山って
動物園だけじゃ
ないんだね。

よし、今年はこの
ウォーキングコース、
全制覇しよう！

やっぱり東松山って
ウォーキング
しやすいまちだよね。

東松山のやきとり、
お店によって個性が
あるから食べ比べ
したくなっちゃう。

来週、東松山に
行って美味しい
もの食べようよ。

東松山って
子ども連れで楽しめる
ところが多いから
いいね。

去年引っ越してきたけど、
こんな素敵なところが
あるなんて知らなかった。
今度友達に教えてあげよう！

にぎやかな川越も
いいけど東松山の方が
良くない？私だけの
お気に入り！

遠くに行くより
東松山に遊びに行った
方が時間を有効に
使えていいね。

東松山には
お気に入りのカフェが
いくつもあるんだよね。

東松山ってどの季節に
来てもきれいな花を
楽しめるから
つい通っちゃうよね。

東松山って意外と
遊べるところが多くて
飽きないよね。

東松山は車で
行きやすい
からいいよね。

東松山って
暮らしやすいまちだけど、
歴史的、文化的な魅力も
あるからもっとみんなに
知ってほしい！

私が見つけたこの面
白い場所、他の人も
知ってるのかしら？

知り合いに誘われて
観光ガイドにチャレンジして
みたけど、みんな喜んで
くれるからうれしい！
もっとたくさん来てくれない
かな。

東松山って
いつ来てもいろんな野
菜や果物の収穫体験
ができるから楽しい！

● 基本方針

目的地として選ばれるまちを実現するための資源の磨き上げ

埼玉県こども動物自然公園や東松山市農林公園、東松山ぼたん園、歴史資源等、市内に点在するさまざまな観光資源を磨き上げ、それらの情報を正しく魅力的に届ける工夫を行うことで、東松山市の多様な魅力や楽しみ方が多くの人に伝わり、「訪れて楽しめるまち」として、広く認識されるまちを目指します。

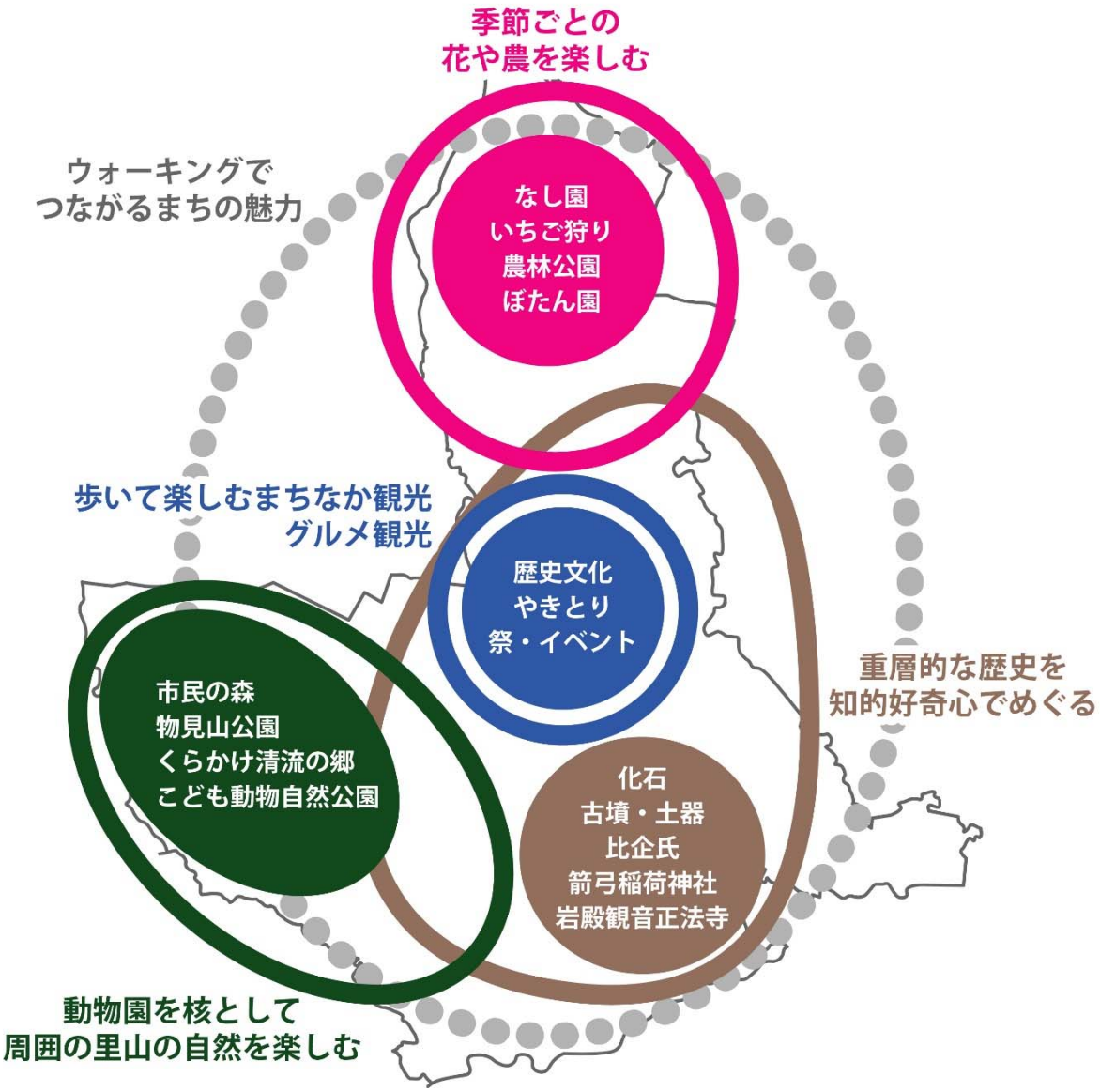
何度も通いたくなるまちを実現するための魅力の編集

冬のいちご狩りや春のぼたん、夏祭り等の四季折々の楽しみ方の提案、地域の歴史・文化を知的好奇心で巡る周遊プランの提案など、来訪者のニーズに沿った多様な楽しみ方を提供し、東松山ファンを増やしていく工夫を行うことで、東松山市が「私のお気に入りのまち」となり、年に何回も、何十回も通ってもらえるような、リピーターの多いまちを目指します。

自慢したくなるまちを実現するための魅力の共有・発信

歩いて楽しむまちなか観光、グルメ観光など日常的な資源や、東松山ならではの花や自然に目を向け、市民に魅力を知ってもらう工夫を行うことで、市民が、自分の住んでいるまちを楽しみ、新たな魅力や楽しみ方を自ら発見し、それを多くの人に伝え広めたくなるようなまちを目指します。

先に示した、「目的地として選ばれるまち」「何度も通いたくなるまち」「自慢したくなるまち」の実現を通して、まちなかの文化や食、祭事、埼玉県こども動物自然公園やその周辺の自然、東松山ぼたん園や東松山市農林公園の四季折々の花や農、重層的な歴史など、市内に点在する多様な観光資源をさまざまな角度から楽しめる観光振興を進めていきます。



■ 東松山で実現したい具体的な観光のイメージ

● 基本施策

基本施策 1

「訪れて楽しめるまち」を強く印象付ける ～広域連携とシティプロモーション

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
	●	●			

- 東松山市は「遊びに行って楽しめるまち」としてのイメージが弱く、マーケット（商圏）が狭いのが現状です。市民アンケートでも「発信力が弱い」「PR 不足」といった意見が挙げられています。
- そのため、まずは観光やレジャーの目的地として選択肢に入るよう、発信面を強化する必要があります。そのためには、発信できる素材としての市内観光資源の磨き上げを行うとともに、比企地域や川越地域、東武東上線沿線自治体との連携を強化し、アウトドア／歴史・文化／花／農体験など、束になった情報発信により、東松山市の観光イメージを強化することが求められます。
- また、「住みよさランキング」で 4 年連続県内 1 位のまちとして、「住みよいまち東松山に一度遊びに来てください」といった、シティプロモーションと連携した取組を行うことが有効です。

基本施策 2

ポテンシャルの高い観光資源の磨き上げ ～ナンバー1・オンリー1を活かす

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
		●	●		

- 東松山市には、「日本スリーデーマーチ」や「東松山名物やきとり」など、ナンバー1・オンリー1の観光資源が存在します。一方で知名度が低い、受け入れ環境不足など、そのポテンシャルを十分には活かせていない面があります。
- そのため、令和 6 年に重要文化財に指定された箭弓稲荷神社も含め、ポテンシャルを活かしきれていない観光資源を集客資源としてしっかり磨き上げ、活用できるようにすることが必要です。
- 「ウォーキングのまち」の推進は長い歴史、積み重ねがあり、東松山市の観光振興において重要な取組です。その中で「日本スリーデーマーチ」が「ウォーキングのまち」のシンボル的存在であるため、このイベントを盛り上げ、知名度を更に高めるような取組が求められます。また東松山名物の「やきとり」についても、観光資源として気軽に楽しめる環境づくりが求められます。

基本施策 3

各資源を結びつなげる工夫 ～埼玉県こども動物自然公園をフックとした周遊促進等

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
				●	

- 東松山市は、観光資源が市内各地に点在していることもあり、埼玉県こども動物自然公園など特定の施設のみを目的に来訪するケースが多く、周遊行動が少ないのが現状です。そのため、周遊を通じて滞在時間を延ばし、消費につなげることが課題となっています。

- 例えば、東松山市の中で、年間を通じて多くの人が訪れる観光資源は埼玉県こども動物自然公園であることから、来訪客に動物園以外もめぐってもらえる手立てを考えることが有効です。埼玉県こども動物自然公園は年間パスポート利用のリピーターも多く、2 時間～半日程度の来訪パターンも想定されるため、周遊の可能性やニーズは十分あると考えられます。

基本施策 4

歩いて楽しいまちなかづくり ～駅前や商店街の魅力向上･活性化

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
				●	●

- 市民アンケートでは、観光振興における課題として駅前や商店街の衰退が多く挙げられました。来訪者を迎え入れる「まちの顔」として、駅前や商店街の魅力づくり･活性化は観光施策としても重要です。
- 例えば「ウォーキングのまち」として、まち歩き観光でまちなかに人を呼び込むことが考えられますが、材木町や本町等のレトロな建物や魅力的な食に光を当て、わかりやすい情報発信により巡って楽しめるようにすることが考えられます。
- 観光振興の取組を通じ、駅前や商店街に訪れる人が増え、魅力と活気ある駅前や商店街を形成していくことが重要です。

基本施策 5

市民のための観光推進 ～市民も魅力を享受し楽しみを見出す仕掛け

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
	●	●	●	●	●

- 東松山市における観光振興の目的の一つに、観光交流を通じた市民の生きがいづくりと地域愛の醸成、それによる移住･定住の促進があります。
- 市民アンケートでは、観光振興に向けて、SNS での魅力発信や街の美化、観光ガイドへの参加など、積極的に関わりたいと考える市民が多く存在することが確認されました。このような意識を更に浸透させていくために、市民自身が地域の魅力を享受し、積極的に楽しみを見出せるように促すことが重要です。

基本施策 6

取組推進体制の強化 ～関係者のやる気と知恵を集結できる場づくり

5つの課題との関係	①イメージ	②マーケット	③資源活用	④周遊行動	⑤活 性 化
	●	●	●	●	●

- 観光振興を実現する上では、観光関連事業者や関係者が情報共有や意見交換を行える場を定期的に設け、共通の目標に向かって協力し合える体制を整えることが重要です。
- また、東松山市には大東文化大学が立地しており、同大学をはじめとする地域の大学との連携を通じて、大学生が観光の担い手として活躍できるような取組を進めることも有効です。

● 施策体系

基本施策 1　「訪れて楽しめるまち」を強く印象付ける ～広域連携とシティプロモーション

施策①　効果的なプロモーションと情報発信

1）「遊びに行って楽しめるまち東松山」を強く印象付けるプロモーションの実施
2）魅力ある資源を活かした観光スタイル・滞在プランの提案・情報発信
3）SNS の有効活用

施策②　広域連携によるイメージ強化

4）比企地域の広域連携によるプロモーションの継続実施
5）東部沿線地域の広域連携によるプロモーションの継続実施

基本施策 2　ポテンシャルの高い観光資源の磨き上げ ～ナンバー1・オンリー1を活かす

施策③　「ウォーキングのまち」のイメージ活用

6）日本スリーデーマーチを活かした東松山市の観光の魅力発信
7）ウォーキングのまちのイメージを活かしたまち歩きマップの作成

施策④　東松山の「食・物産」のＰＲ・観光活用

8）東松山グルメに関する情報ガイドの作成と情報発信
9）「ひがしまつやまプライド」認定品の積極的な観光活用

施策⑤　「歴史・文化資源」の観光活用

10）東松山市の歴史や文化に触れる場づくり
11）箭弓稲荷神社や岩殿観音等との観光に関する連携強化

施策⑥　既存観光施設のさらなる活用と魅力発信

12）既存観光施設の魅力発信
13）いなほてらすの観光情報発信拠点としての活用

基本施策３　各資源を結びつなげる工夫 ～埼玉県こども動物自然公園をフックとした周遊促進等

施策⑦　周遊環境整備と周遊の動機付け

14）自転車の活用・サイクルツーリズムの推進
15）スタンプラリーや周遊特典の検討・実施
16）東武鉄道と連携した企画切符等の開発

基本施策４　歩いて楽しいまちなかづくり ～駅前や商店街の魅力向上･活性化

施策⑧　まちなかの賑わい創出

17）歩きたくなるまちなかの情報発信
18）安全・快適に歩ける環境整備
19）駅前や商店街等における定期的な集客イベントの開催

基本施策５　市民のための観光推進 ～市民も魅力を享受し楽しみを見出す仕掛け

施策⑨　市民に向けた情報発信と共有

20）広報紙等を活用した市民に向けた観光情報の発信
21）市民が東松山の魅力に触れる機会の創出
22）市民による魅力や資源の情報発信の仕組みづくり

基本施策６　取組推進体制の強化 ～関係者のやる気と知恵を集結できる場づくり

施策⑩　観光の担い手の育成と連携

23）観光ガイドの育成
24）大学との観光に関わる連携の推進・強化
25）観光関連事業者や関係者間の交流・意見交換の場の設定

● 取組内容

基本施策 1

「訪れて楽しめるまち」を強く印象付ける ～広域連携とシティプロモーション

施策 ① 効果的なプロモーションと情報発信

東松山市の多様な魅力を伝え、様々な楽しみ方を提案することで、「訪れて楽しめるまち」というイメージの醸成を図ります。そのため、ターゲット層に合わせた観光スタイルや滞在プランを検討・設定し、紙媒体、ウェブメディア、SNS を効果的に組み合わせた情報発信を行います。

取　組

1）「遊びに行って楽しめるまち東松山」を強く印象付けるプロモーションの実施

東松山市が観光やレジャーで訪れて楽しめるまちとして多くの人に認知され、訪問先の選択肢に入るよう、シティプロモーションの取組とも連携し、インターネットや SNS、動画等を活用して東松山市の魅力的なイメージ形成を図るとともに、行ってみたくなるような情報発信を展開します。また、市内で行われるイベント等については、観光情報として集約し、効果的に発信します。

（取組の具体例）

- 観光協会 HP の魅力向上
- 高坂 SA を活用した情報発信・プロモーションイベントの開催
- 東松山観光を印象付けるキャッチフレーズづくり
- インフルエンサーマーケティングの実施
- テレビ番組やドラマ等のロケ誘致・撮影支援
- イベント情報等の集約・発信体制の構築

2）魅力ある資源を活かした観光スタイル・滞在プランの提案・情報発信

東松山市の観光資源としては、埼玉県こども動物自然公園や箭弓稲荷神社、東松山ぼたん園などが有名ですが、それ以外にも、乗馬体験や食品サンプルづくりができる施設、BBQ を楽しめる牧場、古墳や縄文土器といった、まだ十分には活かしきれていない資源も存在します。このような資源にも光を当て、ターゲットやシチュエーションに応じた多様な滞在プランを検討・設定するとともに、既存観光リーフレットの刷新を含め、旅マエ（ウェブで旅行前や移動中にリサーチ）・旅ナカ（駅など現地で印刷マップをピックアップ）を意識した効果的な情報発信を行います。

3）ＳＮＳの有効活用

東松山市や観光協会、観光事業者等が Facebook、Instagram、X 等に公式アカウントを開設し、運用しています。SNS運用のより高い効果を得るために、目的やターゲットに応じたツール・メディアを選択し、継続的に魅力的なコンテンツを発信します。また、東松山市や周辺自治体、観光協会、その他事業者等、アカウント間での連携を図り、情報発信力を高めます。さらに、SNSの特徴であるハッシュタグの適切な使用によりフォロワーを増やし、さらには、東松山市内への来訪者増加につなげます。

（取組の具体例）

- 市 HP の観光ページや観光協会 HP と紙媒体や SNS との連携運用
- 運営主体の横連携（リンク、相互シェア、共通ハッシュタグ）
- オリジナルハッシュタグの活用やオンラインイベントの開催

施策 ② 広域連携によるイメージ強化

東松山市ではこれまで、東松山・比企地域の観光協会や東武東上線沿線の市町・鉄道会社と連携し、広域的な地域イメージの醸成や多分野での協力体制を築き、地域の魅力を発信してきました。今後も広域連携によるプロモーションを積極的に推進し、地域全体のイメージ醸成・強化を図ります。

取　組

4）比企地域の広域連携によるプロモーションの継続実施

比企地域では、令和 5 年に東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、「遊学⁺ミュージアム」と銘打った広域での情報発信・プロモーションを展開しています。今後もこのような広域連携によるプロモーションをより積極的・発展的に展開します。

5）東武沿線地域の広域連携によるプロモーションの継続実施

東武東上線の沿線地域では、平成 25 年に東武東上線サミットを設立し、観光・文化・教育・産業・環境など幅広い分野で連携し、各自治体の魅力を広く発信しています。今後も、このような連携体制を活かした取組を推進します。

東松山市から電車で約 20 分の距離にあり、オーバーツーリズムが問題となっている川越には、約 70 万人（令和 6 年）の外国人観光客が訪れる一方、東松山市を訪れる外国人観光客はごく少数というのが現状です。そこで、川越市と連携し、川越からの近さに加え、箭弓稲荷神社や東松山名物のやきとりといった観光資源の魅力をアピールするなど、外国人観光客誘致を実現するための戦略を検討・実施します。

基本施策 2

ポテンシャルの高い観光資源の磨き上げ ～ナンバー1・オンリー1を活かす

施策 ③ 「ウォーキングのまち」のイメージ活用

東松山市の観光プロモーションの場として、日本最大級のウォーキングイベントである「日本スリーデーマーチ」を活用します。また、「ウォーキングのまち」としてのイメージを活かし、市内の観光資源を取り入れた「まち歩き観光」を推進していきます。

取　組

6）日本スリーデーマーチを活かした東松山市の観光の魅力発信

毎年 11 月に開催される「日本スリーデーマーチ」は、日本最大級のウォーキングイベントであり、「ウォーキングのまち東松山」を象徴するイベントです。かつては 10 万人を超える参加者を集めていましたが、近年は台風やコロナ禍による中止もあり、参加者数が減少傾向にあります。また、日本最大級のイベントであるにも関わらず、広域的な知名度は低いのが現状です。一方、散歩・ウォーキングの実施率・推計人口は平成 8 年から令和 4 年の 26 年間で2倍に増加しているという調査結果（笹川スポーツ財団調べ）もあります。そこで、日本スリーデーマーチの魅力向上と発信力強化に向けた取組を検討・実施するとともに、日本スリーデーマーチを東松山観光の魅力発信の場、コンテンツとして最大限に活用します。

7）ウォーキングのまちのイメージを活かしたまち歩きマップの作成

東松山市では、多様なウォーキングコースを設定しており、コースを紹介するマップも作成していますが、「コースを間違えずに歩く」ための情報はあるものの、「観光として歩いて楽しむ」ための情報は不足している状況です。そこで、ウォーキングに関するこれまでの取組をベースとした「まち歩き観光」を推進するため、既存のコースをベースに、観光的な魅力や情報を盛り込んだ新たなまち歩きマップを作成します。

また、まち歩きマップに二次元コードを掲載し、これをスマートフォンで読み込むことで、コースのナビゲーションが使えるような仕組みについて検討します。

まち歩きマップの参考事例

施策 ④　東松山の「食・物産」のＰＲ・観光活用

東松山市には、約 50 軒ものやきとり店や若物に人気のカフェなど飲食店、和洋の菓子店のほか、「ひがしまつやまプライド」認定品等、多くの魅力的な「食」や物産があります。観光協会や飲食店、関連事業者などと連携しながらこれらの情報を集約・発信し、観光振興に活かしていきます。

取　組

８）東松山グルメに関する情報ガイドの作成と情報発信

市内には約 50 軒ものやきとりを提供する店があり、Instagram ではカフェやスイーツ店の情報が数多くアップされています。令和7年度時点では、「やきとりマップ」のほか、東松山市観光協会ホームページに「ひがしまつやまグルメマップ」（Google Map）がありますが、市全体としての特色を打ち出し、情報を集約したものはありません。東松山の食の魅力を伝え、来街者の満足度を向上させるためにも、東松山グルメ情報の取りまとめと発信は重要です。

旅マエ（ウェブで旅行前や移動中にリサーチ）・旅ナカ（駅など現地で印刷マップをピックアップ）など、利用者のニーズに応えられるよう、ジャンルや業態、営業時間や休業日、交通情報や駐車場情報等を把握し、紙のマップとオンラインマップとをリンクさせながら東松山のグルメ情報をとりまとめ、情報発信します。

（取組の具体例）

- 東松山グルメ情報ガイドの作成（二次元コード等による紙とウェブの連動運用）
- 利用者のニーズに対応する情報発信（SNS の活用、事業者との連携）
- やきとりマップの充実（営業時間、席数等の記載）

９）「ひがしまつやまプライド」認定品の積極的な観光活用

東松山市内で生産・製造・加工された農産物、製造品、加工品等を地域ブランド品に認定する「ひがしまつやまプライド」は、令和 7 年 3 月時点で計 18 品が認定されています。「ひがしまつやまプライド」は、着実に認定品も増加し、市のホームページ等で情報発信を行っていますが、観光面では、まだ十分には活かしきれていません。そこで、認定事業者とも連携し、認定品の積極的な観光活用を図ります。

（取組の具体例）

- 土産物として認定品を購入できる店舗・売店の拡大
- 観光マップ等での認定品の店舗や工房等の紹介
- 認定品の製造工程の見学や製造体験等の可能性の検討
- ふるさと納税の返礼品としての認定品の活用

施策 ⑤　「歴史・文化資源」の観光活用

東松山市には、古代の化石や古墳群、神社仏閣など、古代から近世に至るまでさまざまな時代の歴史・文化資源が存在します。これらを観光資源として捉え、その魅力に触れられるよう、寺社等とも連携を図りながら、市民や来訪者が学び、体験できる機会を増やすとともに、情報発信を行います。

取　組

10）東松山市の歴史や文化に触れる場づくり

東松山市内には、約 1500 万年前の化石発掘体験ができる「化石と自然の体験館」、弥生時代の反町遺跡、6～7 世紀頃の古墳群、国の重要文化財である箭弓稲荷神社をはじめとする古い縁起を持つ神社仏閣など、古代から近世に至るまで、重層的で豊富な歴史資源が存在します。これらの高いポテンシャルを有する歴史・文化資源を、楽しみながら学べる場や機会を増やす取組を検討します。

（取組の具体例）

- きらめき出前講座の周知と利用促進
- 市の施設等を活用した展示やワークショップ等イベントの開催
- 東松山市化石と自然の体験館の継続方法や展示方針等の検討

11）箭弓稲荷神社や岩殿観音等との観光に関する連携強化

箭弓稲荷神社や岩殿観音をはじめとする神社仏閣は、地域の信仰の場であると同時に、東松山の歴史を伝える大切な資源です。箭弓稲荷神社には、国の重要文化財である本殿や、牡丹や藤など季節の花、「やきゅう」に因んだご利益があります。岩殿観音は、歴史を感じさせる参道景観や大銀杏など良好な環境のもと、御朱印・札所巡りなど仏教文化にふれることができます。この2つの寺社をはじめ、市内の寺社との連携を強化し、寺社にも立ち寄るまち歩きコースの検討や、行事やイベント等の情報を共有・発信を行います。

（取組の具体例）

- 箭弓稲荷神社の歴史や建築を学ぶ市民によるガイドツアー
- 新たな巡礼札所の創出（東松山市内の寺社や比企地域内の寺社）

グルメ情報ガイドの参考事例

施策 ⑥　既存観光施設のさらなる活用と魅力発信

市内には、東松山市農林公園や東松山ぼたん園、くらかけ清流の郷など、これまでに整備された観光施設が複数存在します。今後は、より多くの人にこれらの施設の存在を知って訪れてもらうために、既存観光施設の更なる活用と魅力の発信を行っていきます。

取　組

12）既存観光施設の魅力発信

市内の観光施設である東松山ぼたん園では、ぼたん開花時のイベント、イルミネーション、子ども向けのイベントを枚際し、また東松山市農林公園では、季節ごとの収穫体験など、これまでにも 1 年を通して楽しめる取組を行ってきました。今後は、これらの取組を継続していくとともに、より多くの人に魅力を伝え、くり返し訪れてもらえるよう、魅力の発信に力を入れていきます。

13）いなほてらすの観光情報発信拠点としての活用

埼玉県中央農業協同組合が運営する「いなほてらす（東松山農産物直売所）」は、地元の豊富な農産物の販売所に地元野菜や名物グルメが楽しめるフードコート、広場等を併設しており、ピオニウォーク東松山、埼玉県こども動物自然公園に次いで来訪が多い施設となっています。現在は、買物等の一時立ち寄りの場に留まっているため、観光情報発信拠点としての積極的な活用を目指して、農協と連携し、滞在機能や案内、情報発信機能などを高める機能強化策を検討します。

（取組の具体例）

- 来訪者に東松山の魅力を PR する情報発信コーナーの設置
- グッドデザイン賞を受賞した建物空間の PR

東松山ぼたん園でのイベントの写真等

基本施策 3

各資源を結びつなげる工夫 ～埼玉県こども動物自然公園をフックとした周遊促進等

施策 ⑦ 周遊環境整備と周遊の動機付け

観光資源が市内各地に点在していることもあり、現在の来訪の特徴は、埼玉県こども動物自然公園などの特定の施設のみを目的に来訪するケースが多く、周遊行動が少ないのが現状です。そのため、来訪者が楽しく快適に市内を周遊できるよう、周遊のための環境づくりと動機付けの取組を進めていきます。

取　組

14）自転車の活用・サイクルツーリズムの推進

自然が豊かで市内に観光資源が点在する東松山市は、ウォーキングだけでなく自転車での周遊にも適しています。実際に、比企地域はヒルクライムの名所として多くのサイクリストに知られています。このポテンシャルを活かし、埼玉県が推進する「彩の国サイクルツーリズム」の取組と連携し、比企地域全体でサイクルツーリズムを推進します。また、市内では、鉄道駅からの二次交通や市民の気軽な移動の足となるような、レンタサイクルサービスの活用・拡充も検討していきます。

（取組の具体例）
- 比企地域全体でのサイクルルートの設定やサイクルステーションの設置
- サイクルトレインとの連携
- 観光協会等での E バイク等のレンタルサービス

15）周遊マップや周遊特典の検討・実施

現在の来訪者は、埼玉県こども動物自然公園などの特定の施設のみを目的とするケースが多く、周遊行動が少ない状況です。そこで、周遊プランを盛り込んだマップの作成やスタンプラリー、複数の施設巡りを楽しめる周遊特典（クーポン等）を検討・実施し、市内の滞在時間を延ばし、消費行動の拡大を図っていきます。

（取組の具体例）
- ターゲットやテーマごとの周遊プランを盛り込んだ周遊マップの作成
- 埼玉県こども動物自然公園の来訪客をターゲットとしたスタンプラリーや周遊特典の検討

16）東武鉄道と連携した企画切符等の開発

公共交通を利用して東松山駅を訪れる場合は、東武東上線が主な交通手段となります。そこで、東武鉄道と連携し、東武東上線を利用して東松山を訪れる人をターゲットとした企画切符等の開発を行います。

（取組の具体例）
- 埼玉県こども動物自然公園等の市内施設の入場料や市内バス乗車券を組み合わせた企画切符
- 市内の飲食店の食事券やお土産品との交換券付き企画切符
- 川越等の沿線観光地を一緒に巡ることのできるフリー乗車券

基本施策４

歩いて楽しいまちなかづくり ～駅前や商店街の魅力向上・活性化

施策 ⑧　まちなかの賑わい創出

東松山市の履歴を示す建造物や多様な食の魅力を集約・発信し、「歩きたくなるまちなか」を実現します。また、安全で快適な歩行環境を整えるとともに、駅前や商店街でのイベント開催を通じて、市民の交流を深め、来訪者を増やすことで、観光・交流によるまちなかの活性化を目指します。

取　組

17）歩きたくなるまちなかの情報発信

東松山市の材木町や本町には、土蔵造りの商家など、宿場町や在郷町として栄えた往時の面影を残す建物が残されています。これらは東松山の履歴を示す貴重な財産であり、まち歩き観光の魅力を高める資源となります。また、東松山のまちなかには、やきとり屋をはじめ、歴史ある菓子店や雰囲気の良いカフェなど、食に関する魅力的な資源が点在しています。これらの情報をわかりやすく集約・発信し、まちなかを楽しく歩ける環境を整えます。

18）安全・快適に歩ける環境整備

ウォーキングやまち歩き観光を推進する上では、安全・快適に歩ける環境づくりが不可欠です。特にウォーキングやまち歩き観光ルートとして設定した道路については、安全対策を進めるとともに、地域住民とも連携した美化活動を推進します。また、道路沿いへの花の植栽やベンチの設置などによる休憩ポイントの創出を通じて、より楽しく歩ける環境づくりを進めます。

19）駅前や商店街等における定期的な集客イベントの開催

まちの中心となる駅前や商店街は、来訪客の東松山に対するイメージを形成する重要なエリアです。しかし、郊外への大型店進出もあり、店舗が減少して賑わいが失われてきています。そこで、商工会や観光協会等とも連携し、駅前でのマルシェなど集客イベントを定期的に開催します。これにより、観光的な魅力を高めるとともに、観光・交流によるまちなかの活性化を目指します。

まちなかのレトロな建物や魅力的なお店の写真

基本施策 5

市民のための観光推進 ～市民も魅力を享受し楽しみを見出す仕掛け

施策 ⑨ 市民に向けた情報発信と共有

東松山市の広報紙や公式 SNS 等による市民に向けた地域の観光情報発信を継続するとともに、市民が地域の魅力に触れ、再認識できる機会を創出します。また、市民一人ひとりが発見した魅力を共有できる SNS ベースの仕組みを構築し、市民の地域愛を育みながら観光振興につなげます。

取　組

20）広報紙等を活用した市民に向けた観光情報の発信

観光交流を通じて市民の生きがいや地域愛を育むには、まず市民が地域をよく知ることが大切です。東松山市は、市民向けに広報紙や市公式ホームページに加え、SNS（Facebook、X など）やメールマガジン（いんふぉメール）を活用しています。季節の花、祭り、グルメ、イベントなど、情報の種類に応じて適切なツールを選択し、情報発信を継続することで、市民が地域を楽しむことを促します。

21）市民が東松山の魅力に触れる機会の創出

東松山市では、市民を重要な観光ターゲットの一つと捉え、地域の魅力を知ることで愛着を深め、ひいては地域づくりへ積極的に関わる市民が増えることを目指しています。そのため、市民が地域の魅力を発見し、実際に体験できるツアーを企画するなど、まずは市民自身が市の魅力に触れ、再認識するための機会を設けます。

22）市民による魅力や資源の情報発信の仕組みづくり

市民アンケートでは、「SNS での情報発信」や「観光ガイドへの参加」など、東松山市の観光を盛り上げたいという意欲的な市民が多くいることがわかりました。そこで、日々の生活やウォーキング、市内の観光を通じて市民一人ひとりが発見した魅力や資源を共有し、市内外に広めていくため、SNS をベースとした情報発信の仕組みを検討します。市民が気軽に楽しく参加でき、市民ならではの視点で捉えた東松山市の魅力を集約・発信できるよう、ハッシュタグやリプライの簡単なルールを設け、市民の利用を呼びかけていきます。

基本施策 6

取組推進体制の強化 ～市民も魅力を享受し楽しみを見出す仕掛け

施策 ⑩ 観光の担い手の育成と連携

東松山市の観光振興に向け、市民の積極的な参画を促すとともに、将来的な定住人口増加を見据えて大学生との連携を強化します。また、産業面からの観光振興を後押しするため、観光協会、商工会、「ひがしまつやまプライド」認定事業者など、関係事業者との連携策を協議していきます。

取　組

23）観光ガイドの育成

市民観光ガイド養成の導入として、市民が気軽に参加できる観光ワークショップを開催し、観光資源について学び、新たな観光コース等を考える機会を設けます。また、東松山市観光ガイドクラブの活動をより発展的に継続していくため、生涯学習の一環として市内の文化財やガイド技術等について学ぶことができる講座を開催するなどし、東松山市の歴史や文化、魅力をわかりやすく、楽しく語ることができる人材を育成します。

24）大学との観光に関わる連携の推進・強化

観光振興を将来的な定住人口増加に繋げる長期的な視点で捉え、東松山市や東武東上線沿線にキャンパスがあり、観光系の学部や学科を有する大東文化大や立教大学をはじめ、市内外の大学との連携を強化します。観光ガイドや観光関連イベント等でのスタッフ協力、あるいは、学生の視点での資源発掘や多様なニーズに対応した新たな観光コンテンツの開発を推進します。

（取組の具体例）

- 学生の視点での観光コースの企画や体験ツアーの造成
- 比企地域にある大学連携による新入生歓迎スタンプラリー

25）観光関連事業者や関係者間の交流・意見交換の場の設定

地域ブランド認定制度「ひがしまつやまプライド」をはじめ、市内に点在する観光資源をより効果的に活用するため、関係事業者、観光協会、商工会などが連携する場を設けます。この意見交換の場を通じて、各主体が持つノウハウや情報を共有し、魅力的な商品開発、観光コンテンツの開発、効果的な情報発信など、具体的な連携策を協議します。

（取組の具体例）

- ひがしまつやまプライド認定事業者間で連携できる仕組みの検討
- 観光協会、観光ガイドクラブ、観光関連事業者の情報交換の場の設定