

第1回埼玉県観光づくり基本計画検討委員会（メモ：主な意見）

－ 平成24年5月25日（金）開催 －

- 1 観光の尺度は、観光客数といった数値だけでは計れない。感動や驚きといった感情面への働きかけが重要である。
埼玉県は、県民の愛着度が全国最下位というデータがある。長い時間をかけて、47位から脱するような目標がよい。
- 2 Jリーグやプロ野球など埼玉県はスポーツが盛んである。健康な埼玉ということ売りにサイクリングロード、川べりの整備などを行い、スポーツにからむ観光施策に取り組むべきである。
- 3 700万もいる県民を県内観光でどうやって回遊させるかが鍵である。交通で放射線状に分断されている県内他地域との交流は、まさに観光となる。
- 4 外国人来訪者を増やすには、各市町村で提携している友好都市との交流を積極的に行うことが大切である。提携当初の数年は交流が盛んだが、年数が経過すると交流が減るので、行き来がない市町村が多い。
- 5 滞留型観光を目指すべきである。誇れるものが少ない。宿泊業者も減っている。自治体の見どころを面にしてエージェントに売ってもらいたい。市町村ではできないことを、県がコーディネータ役になってもらいたい。
- 6 基本施策の中では、観光基盤の整備と新たな資源開発が肝になる。コンテンツがしっかりしている資源を発掘し、恒常的に取り組んでいくことが大事である。
- 7 県内河川が浄化されている。水辺空間を利用した観光施策がよい。農業者から土地を借りて、活用方法を考えればよい。
- 8 市民農園、農産物直売所などを観光と関連付けて施策にするとよい。埼玉県は県民の自転車の保有率が全国1位であるほか自転車の生産も第2位で、サイクリングロードの整備なども盛んである。
例えば、サイクリングと農産物等を結びつけるなど、分野の違うものを上手く組み合わせて観光資源につなげる取組が大切である。

- 9 埼玉県は企業誘致が1位である。地域経済の持続的な発展が可能な県である。人口も多く、人がたくさん住んでいるということは、住みよいまちということだ。観光づくりとまちづくりは同じような意味である。住みよいまちと感ずることができれば、愛着度も上がるのではないか。
- 10 埼玉県の観光について、観光客が求めているのは埼玉の自然、緑である。近郊の緑を活用すべきである。
- 11 外国人誘致について、相手の国、地域の動向をしっかりとつかみ実施することが必要である。教育旅行に力を入れてもらいたい。