

第 1 次 上里町観光振興ビジョン

Kamisato Town Tourism promotion Vision

〔 計画期間：令和 8 (2026)年度～令和 13(2031)年度 〕

令和 8 (2026)年 3 月



◆ トップメッセージ

後日挿入

目 次

第1章. 第1次上里町観光振興ビジョン策定に当たって

1-1 背景と趣旨	1
1-2 位置付けと期間	2
(1) 本ビジョンの位置付け	2
(2) 本ビジョンの計画期間	2
1-3 策定プロセス	3
1-4 対象とする観光の範囲	3

第2章. 上里観光を取り巻く現状と課題

2-1 グローバルトレンド	4
(1) 新型コロナウイルス感染症による影響	4
(2) VUCA・BANI の到来	4
(3) 持続可能な観光	5
(4) デジタル技術の進歩とD X	7
(5) 少子高齢化と人口減少	8
2-2 国及び埼玉県の動向	9
(1) 国の動向	9
(2) 埼玉県の動向	13
2-3 上里町の実態	15
(1) 特徴と地勢	15
(2) 産業構造	16
(3) 観光の位置づけ	17
2-4 現状と課題の整理	18
(1) 上里観光を取り巻く現状と課題	18
(2) 課題解決に向けた施策方向性の整理	26

第3章. 上里観光における理念と施策体系

3-1 上里観光の理念	29
(1) 私たちが観光振興を推進する意義	29
(2) 私たちが共に目指す姿	29
(3) 私たちの価値観・行動指針	29
3-2 基本戦略と施策方針	30

（１）基本戦略１「戦略的・効果的な情報（魅力）発信」	30
（２）基本戦略２「地域特性の高付加価値化」	31
（３）基本戦略３「持続可能な観光地域づくり」	32
（４）基本戦略４「担い手育成と地域参画促進」	33

第４章. 数値目標

４－１ 数値目標	35
----------	----

第５章. 推進体制

５－１ ビジョン推進体制とステークホルダーの役割・責務	36
５－２ 合理的根拠に基づく施策立案	37
５－３ ビジョンの進捗管理	37

参考資料

第1章 第1次上里町観光振興ビジョン策定に当たって

❖ 1-1. 背景と趣旨

観光は裾野が広く、地域循環のウエイトが高いことが特徴であり、地域経済の継続的な発展や雇用機会の増大に寄与することが期待されるに留まらず、地域住民、町内観光関係事業者・団体、観光協会、行政などのあらゆるステークホルダーが観光地域づくりに携わる過程で地域の観光資源の魅力を再発見することでシビックプライド¹⁾の醸成に繋がり、地方創生や転出抑制・定住・UIJ ターンといった人口増加に貢献することが期待されます。また、旅行や観光が人々にもたらす感動や満足感は、豊かな人生を生きるための活力を生み出すとともに、地域の文化や歴史等に触れることで自らの地域に誇りと愛着を生むなど、社会的側面において重要な意義を持ちます。

他方、日本の将来推計人口を見ると、令和 42(2060)年には約 8,674 万人まで減少、65 歳以上の人口割合は約 40%に達すると推計²⁾され、今後の少子高齢化や人口減少による地域活力の低下、経済成長の停滞が危惧される昨今、観光というコンテンツによる活力ある地域の実現に向け、単なるプロモーションに留まらず地域のストーリーを生かし地域経済や地域環境、コミュニティなどを総合的にマネジメントしていくことが求められます。

本格的な人口減少期に突入した現代において、観光が果たす役割はより一層重要度を増しており、国は、「成長戦略の柱」「地域活性化の切り札」に位置付け³⁾、国際相互理解・国際平和にも重要な役割を担うとして「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、全国に観光の恩恵を行きわたらせるための取り組みを展開しています。

こうした理解のもと、本町においては令和 6 (2024)年 3 月 25 日に上里観光の中樞を担うプラットフォームとして上里町観光協会を設立、令和 7(2025)年 5 月 22 日には東日本高速道路株式会社・株式会社ネクスコ東日本エリアトラクトと「観光・物産分野における連携協定締結式」を締結するなど、観光振興の基礎づくりを進めています。

社会情勢の変化や観光需要の増大が進む今日、これまでの観光施策の成果や課題を踏まえた上でステークホルダーが上里町の将来像を共有し、それぞれが担う役割や責務を果たしながら連携しつつ持続可能な観光地域づくりを推進することが極めて重要であることから、それらの指針として、第 1 次上里町観光振興ビジョン（以下「本ビジョン」という。）を策定しました。



1) 地域に誇りを持ちその地域を良くするために貢献しようとする自負心。

2) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（全国）」より引用

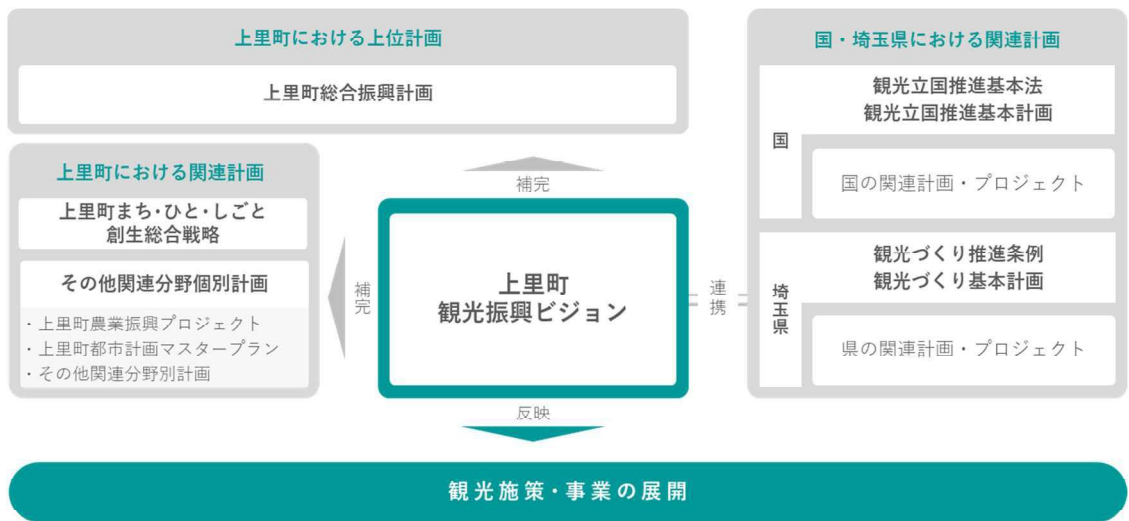
3) 国土交通省「令和 7 年版 国土交通白書 2025」より引用

❖ 1-2. 位置付けと期間

(1) 本ビジョンの位置付け

本ビジョンは、本町における最上位計画「第5次上里町総合振興計画（平成29年3月策定）」を上位計画として、将来像『ひと・まち・自然が共に輝く“ハーモニータウン かみさと”』の実現に向けた分野別計画に位置付けられ、観光施策を町政と整合性のある形で推進するための重要な指針となります。本町における観光振興における理念、戦略、施策の基本的方向性を明確にすることにより、持続可能な観光地域づくりの実現に導きます。なお、本ビジョンの策定に当たっては、本町の具体的方策を描く「第2期上里町まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和2年3月策定）」及びその他関連分野における個別計画を補完するとともに、国や埼玉県との計画等と連携し整合性を図ります。

図表 1-1. 計画の位置付け



(2) 本ビジョンの計画期間

令和8(2026)年度から令和13(2031)年度までの6か年とします。なお、施策等の達成状況を適宜確認するとともに、計画期間内であっても必要に応じて見直しを行い、社会情勢の変化や課題を反映するなど、計画の柔軟性を確保しつつ実効性を向上させます。

図表 1-2. 計画期間

R8年度 (2026)	R9年度 (2027)	R10年度 (2028)	R11年度 (2029)	R12年度 (2030)	R13年度 (2031)	R14年度 (2032)	R15年度 (2033)	R16年度 (2034)	R17年度 (2035)	R18年度 (2036)
第6次 上里町総合振興計画（前期基本計画） 令和9(2027)年度～令和13(2031)年度						第6次 上里町総合振興計画（後期基本計画） 令和14(2032)年度～令和18(2036)年度				
第1次 上里町観光振興ビジョン 令和8(2026)年度～令和13(2031)年度						第2次 上里町観光振興ビジョン 令和14(2032)年度～令和18(2036)年度				

❖ 1-3. 策定プロセス

本ビジョンの策定に当たっては、地域の特性に沿ったより実効性の高い計画にするため、地域住民をはじめ、町内観光関係事業者や観光旅行者など、地域内外の様々な属性の視点から幅広い意見を聴取するとともに、各種データや統計資料等に基づく客観的分析を基に、観光振興ビジョン検討ワークショップにおいて観光振興ビジョン推進サポーターにより検討・審議しました。また、本ビジョンを着実に推進するため、町政施策との整合性を確保しつつ検討を進め、策定案を作成しました。取りまとめた策定案については、パブリックコメントにより地域住民から広く意見を募り、最終的に上里町議会や上里町観光協会への報告を経て、本ビジョンを策定しました。

❖ 1-4. 対象とする観光の範囲

観光資源はその性質によって自然環境や動植物、地形・地質などの「自然資源」と、主に人間の活動によって生み出された「人文資源」に分類⁴されます。本町の観光資源は、麦畑や季節の花々等の自然資源、このはなパーク上里やゴルフ場、寺社仏閣等の人文資源で構成されています。

しかしながら、大衆化し成熟期を迎えた昨今の観光需要や来訪者動向は大きく変化し、様々なコンテンツが観光資源となり得る可能性を秘めています。上述の観光資源はもとより、従来の固定観念にとらわれない形で本町ならではの歴史や風土を活用した観光施策の展開やコンテンツ造成を推進することを目的に、本計画が対象とする観光の範囲について、以下のとおり設定します。

観光の定義⁵は、「余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また滞在する人々の諸活動」とします。また、対象となる来訪者行動は、既存の観光資源のみならず、地域の歴史的・文化的に培われた魅力を五感で体験することを目的に、町外から来訪者が本町に訪れることを指します。

4) (公財)日本交通公社で設けている観光資源の分類。山や湖などの「自然資源」10種類、寺社や郷土風景などの「人文資源」14種類と合わせ計24種類を設定。

5) 観光庁「観光入込客統計に関する共通基準（令和5年改訂版）」より引用

第2章 上里観光を取り巻く現状と課題

❖ 2-1. グローバルトレンド

(1) 新型コロナウイルス感染症による影響

令和元(2019)年末に発生し、令和2(2020)年初頭から世界で急拡大した新型コロナウイルス感染症のパンデミックにより国内外の観光需要は大きく落ち込み、地域や産業は厳しい状況に置かれていましたが、国による水際措置の緩和をはじめ、Go To トラベルや全国旅行支援により旅行需要は徐々に回復し、新しい生活様式に基づくニューノーマルな観光が拡大しました。また、団体旅行が主流であった旅行形態が個人化(FIT)したことを契機に観光はパーソナルな体験をより求める形に多様化・細分化し、従来型の観光旅行でないニューツーリズムというテーマ性の強い体験型観光が誕生しました。観光の多様化・細分化が進み、各地域において様々なコンテンツが求められるのみならず、インバウンドの急増に伴う訪日観光客への対応などの諸課題が複雑に絡み合っています。

(2) VUCA・BANI の到来

現代社会は、世界的な社会情勢の変化をはじめ、気候変動による自然災害の増加、国際紛争、少子高齢化など、様々な危機的状況(VUCA⁽⁶⁾)と直面しています。また、世界が新型コロナウイルス感染症によるパンデミックを経験した令和2(2020)年には、VUCAの概念では急速に変化する世界情勢を適切に説明できないとしてBANI⁽⁷⁾というフレームワークも誕生し、現代が予測不能で混迷を極めた時代であることを象徴しています。不確実でグローバルな動きの中で、観光領域においては旅行需要や観光動態が突発的に変化しやすく、旅行者の動向を予測・想定し対応することが困難な状況になっています。

このような状況下で、観光振興により地域活性化を図るためには、本町における観光振興の理念をステークホルダーと共有することで上里観光の使命と意義に対する共感を形成し、地域が一丸となり“チーム上里⁽⁸⁾”で観光を推進していくことが重要であり、環境変化に対応できるアジリティ⁽⁹⁾が求められています。

6) 行き先が不透明かつ不確実で予測困難な状態の時代を指す。変動性(Volatility)、不確実性(Uncertainty)、複雑性(Complexity)、曖昧性(Ambiguity)の4つの単語の頭文字を取った造語。

7) 脆弱(Brittle)、不安(Anxious)、非線形(Non-Linear)、不可解(Incomprehensible)の頭文字を取った造語。

8) 上里町内における地域の総合力を指す。

9) 状況変化に応じて柔軟かつ迅速に対応できる機敏性。

（３）持続可能な観光

平成 27(2015)年 9 月に国連本部で開催された国連総会「国連持続可能な開発サミット」において、SDGs（Sustainable Development Goals）を中核とする「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が全会一致で採択され、国際的に地球環境への関心や意識が高まる中、観光領域においても持続可能な観光「サステイナブル・ツーリズム（Sustainable Tourism）¹⁰⁾ や再生型観光「リジェネラティブ・ツーリズム（Regenerative tourism）¹¹⁾」のニーズが増大しています。観光旅行者が選び・訪れる観光地域となるためには、地球環境に配慮した観光振興を推進するとともに、各地方公共団体や観光地域づくり法人（以下「DMO¹²⁾」という。）等が主体となった持続可能な観光地域づくりを行うことが重要です。こうした背景を受け、令和 2(2020)年、観光庁は国連世界観光機関（UNWTO）とともに、社会経済・文化・環境と、これらを管理するマネジメントの 4 分野から構成された「日本版持続可能な観光ガイドライン」（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, JSTS-D）を開発、公表しました。これは、地方公共団体や DMO 等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地域マネジメントを行うための指標であり、日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations, GSTC-D）に準拠した指標となっています。観光庁としては、これを活用しデータと中長期的な計画に基づき、地域・観光旅行者の双方がメリットを享受・実感できる地域づくりを推進するマネジメント体制を構築することとしています。急速な訪日外国人観光客の増加によりオーバーツーリズムに伴う諸問題をはじめ、先般の新型コロナウイルス感染症によるパンデミックといった非常事態ともいえる厳しい状況を経験し、こうした危機的状況に対応し乗り越える体制整備の必要性・重要性が再認識されたとともに、単なる地球環境保全の域を超え、受入環境整備と併せて、危機管理、自然・文化遺産保護、観光を地域の発展につなげ地域住民がその恩恵を実感できること、地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくことなどが求められています。

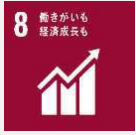
「SDGs 日本モデル」宣言に賛同している本町においては、「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）を活用し、地球環境や観光旅行者のメリットだけでなく、地域住民が「この町に住み続けたい」と思える地域づくりを目指し、観光施策を展開します。

10) 観光地の本来の姿を持続的に保つことができるよう、地域への影響を十分に考慮した旅行。

11) 旅行先の地域をより良くすることを目指す旅行。サステイナブル・ツーリズムの発展形。

12) Destination Management/Marketing Organization。地域の稼働力を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定し、着実に遂行する機能を備える法人。

図表 2-1. SDGs における本ビジョンの関連項目

持続可能な開発目標（SDGs）		
17 の目標	目標のターゲット	
	8-9	2030 年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。
	11-3	2030 年までに、包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、すべての国々の参加型、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する。
	11-7	2030 年までに、女性、子ども、高齢者及び障害者を含め、人々に安全で包摂的かつ利用が容易な緑地や公共スペースへの普遍的アクセスを提供する。
	12-3	2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。
	12-5	2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。
	12-b	雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業に対して持続可能な開発がもたらす影響を測定する手法を開発・導入する。
	17-17	さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。

出典）国際連合広報センター「2030 アジェンダ」、農林水産省「SDGs の目標とターゲット」を基に作成

2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標」（SDGs：Sustainable Development Goals）は、貧困や飢餓の撲滅、教育、ジェンダーの平等、クリーンエネルギーの普及、経済成長、環境保全、平和構築など、17 の目標と各目標に紐づく 169 のターゲットからなり、2030 年までの達成を目指している。特に経済成長と雇用に関する「目標 8」、消費と生産に関する「目標 12」、海洋資源に関する「目標 14」の 3 つの目標には、観光の役割が明記されたターゲットが設定されているが、国連世界観光機関（UNWTO）は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」旨、宣言している。

出典）観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）

（４）デジタル技術の進歩と DX

近年、ICT を活用して製品・サービスやビジネスモデルの革新を図る DX⁽¹³⁾ の重要性が広く指摘されるようになり、ICT が新たな価値を生む領域として金融、農業、医療、教育等が注目されているなか、観光領域も例外ではなく、業務のデジタル化により単に効率化を図るのみならず、旅行者の消費拡大、再来訪促進、観光産業の生産性向上など、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用による旅行者の利便性や観光関連産業の収益性向上等への貢献が期待されています。観光庁では、人口減少が進む我が国において国内外との交流や幅広い経済効果をもたらす観光は「地方創生の切り札」として、DX 推進が観光地・観光産業における課題の解決につながるとの考えのもと、「稼げる地域・稼げる産業」の実現による持続可能な観光地域づくりに向けて観光 DX⁽¹⁴⁾ を推進しており、令和 3 (2021) 年度からは、先進事例の構築に向けた実証事業等を実施しています。

本町の観光領域においては、旅行者の利便性向上及び周遊促進等を目的に「デジタルとアナログの融合」による観光振興に取り組み、情報（魅力）発信や来訪者動向分析、環境整備等において観光 DX を検討・推進とともにデータが価値創造の源泉であることについて認識を共有し、EBPM⁽¹⁵⁾ により施策の効率化・高度化を図ることが求められます。

観光 DX とは、業務のデジタル化により効率化を図るだけでなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うものと位置付けられます。観光地においては、課題の解決に向けて、地域や関係事業者と連携を図りつつ DX に取り組んでいくことが大切です。DX 対応については、旅行者の利便性向上・周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化、観光デジタル人材の育成・活用の観点を踏まえ、地域の実情に応じて推進していくことが重要です。



出典）観光庁「観光 DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進」

13) デジタル技術を活用し様々なモノやサービスの効率や利便性を高め、新たなサービスや価値を生み出す変革や、それらの変革が実現した状況を指す。

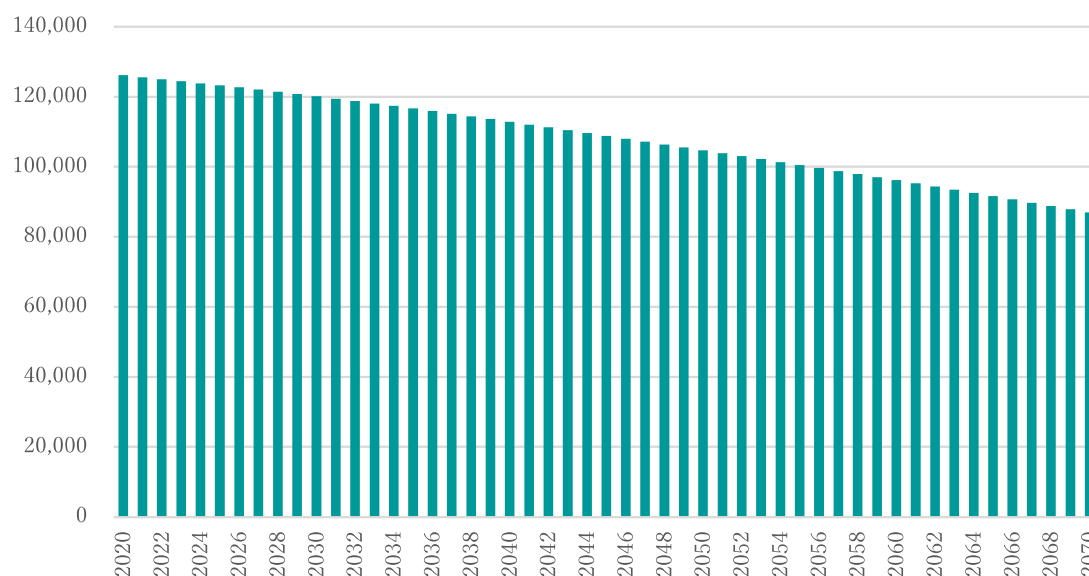
14) デジタル化によって得たデータの分析や活用により戦略の検討や新たなモデルの創出といった変革を行うもの。

15) Evidence-Based Policy Making。統計や業務データなどの客観的な証拠に基づく政策立案。

(5) 少子高齢化と人口減少

総務省によると、我が国の総人口は平成 20(2008)年の 1 億 2,808 万人をピークに、平成 23(2011)年以降 14 年連続で減少しており、令和 6 (2024)年 10 月 1 日現在の総人口は 1 億 2,380 万 2 千人と、前年に比べ約 55 万人 (-0.44%) 減少しています。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口では、令和 52(2070)年には、我が国の人口が 9,000 万人を割り込むと推計されています。

図表 2-2. 日本の将来推計人口

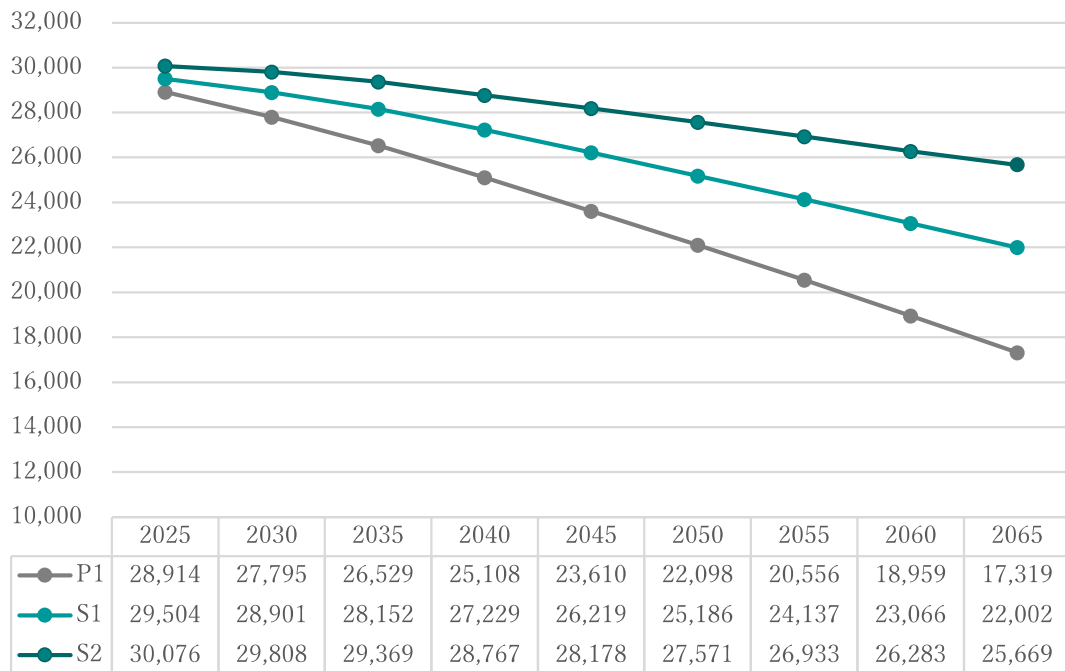


出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(全国)」を基に作成

また、高齢化の進行も深刻であり、65 歳以上の人口割合を示す高齢化率は令和 2 (2020) 年の 28.6%から、令和 52(2070)年には 38.7%へ上昇すると推計されています。日本の総人口が減少に転じ定住人口の増加が見込めない中、観光は地域経済の活性化エンジンとも称され、観光振興による交流人口の拡大は地方創生の鍵とも言われています。特に、新型コロナウイルス感染症によるパンデミックを経て多様化・細分化した現在の観光においては、単なる余暇活動の一環として捉えられるものではなく、より広くその意味を捉え、観光振興により交流人口を増やすことで消費活動の増加や雇用の創出など、地域に幅広い経済波及効果をもたらす地域振興に繋げることが重要です。

国立社会保障・人口問題研究所の日本の地域別将来推計人口によると、本町の人口は令和 27(2045)年に約 2 万 4 千人まで減少する見込みです。観光の力で地域住民を含むステークホルダーが地域の魅力を再発見する機会を提供し、シビックプライド醸成による転出抑制と併せて稼げる地域づくりに向けた施策の展開が必要です。

図表 2-3. 上里町の将来推計人口



出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」を基に作成

【注記】

P1：全国の移動率が今後一定程度縮小すると仮定した推計（国立社会保障・人口問題研究所推計準拠）

S1：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の2.1）まで上昇したとした場合のシミュレーション

S2：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の2.1）まで上昇し、かつ人口移動が均衡したとした（移動がゼロとなった）場合のシミュレーション。

❖ 2-2. 国及び埼玉県の動向

（1）国の動向

国は、観光先進国に向けて平成28(2016)年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、質の高い観光交流を加速させるべく、令和12(2030)年に訪日外国人旅行者6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円という目標を設定しています。新型コロナウイルス感染症によるパンデミックを経て、令和5(2024)年3月には、観光を21世紀における日本の重要な政策の柱として初めて明確に位置づけた平成19(2007)年施行の「観光立国推進基本法」に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として、「観光立国推進基本計画（第4次）」が閣議決定されました。この計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、観光の質の向上を図る取り組みが展開されています。

図表 2-4. 観光立国推進基本計画（第4次）における基本的な方針

◇ 持続可能な観光地域づくり戦略	
➤	観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
➤	観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる …「稼げる産業・稼げる地域」
➤	地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる …「住んでよし、訪れてよし」
◇ インバウンド回復戦略	
➤	消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
➤	消費額拡大・地方誘客促進を重視する
➤	アウトバウンド復活との相乗効果を目指す
◇ 国内交流拡大戦略	
➤	国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
➤	旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

出典）観光庁「観光立国推進基本計画（第4次）」を基に作成

また、持続可能な観光の推進に資するべく、地方自治体やDMO等が多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地マネジメントを行うための指標「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を令和2（2020）年6月に策定し、今後の観光の在り方等を示しています。具体的には、観光客に向けた観光地の受入環境整備と併せて、感染症対策や災害に備えた危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護、観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できること、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくことなどが求められています。

図表 2-5. 観光立国推進基本計画（第4次）における数値目標

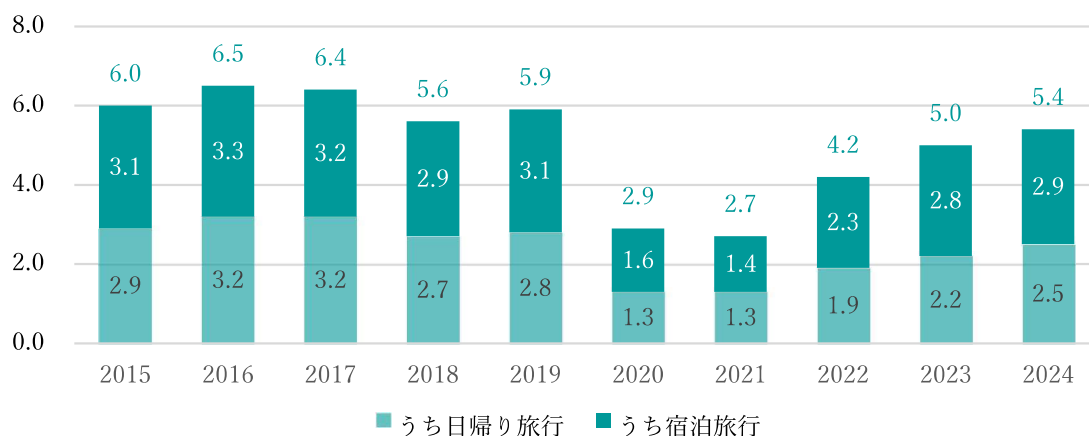
持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	①持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100 地域
	インバウンド回復	②訪日外国人旅行消費額単価【新】	20 万円/人
		③訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊【新】	2 泊
		④訪日外国人旅行者	2019 年水準超え
		⑤日本人の海外旅行者数	
		⑥国際会議の開催件数割合	アジア最大・3 割以上
	国内交流拡大	⑦日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2 億人泊
		⑧国内旅行消費額	22 兆円

出典）観光庁「観光立国推進基本計画（第4次）」を基に作成

① 日本人国内延べ旅行者数

令和 6(2024)年の日本人国内延べ旅行者数は 5 億 3,995 万人（前年比 8.5%増）、うち宿泊旅行は 2 億 9,314 万人（前年比 4.2%増）、日帰り旅行は 2 億 4,681 万人（前年比 14.1%増）となっています。

図表 2-6. 日本人国内延べ旅行者数の推移（単位:億人）

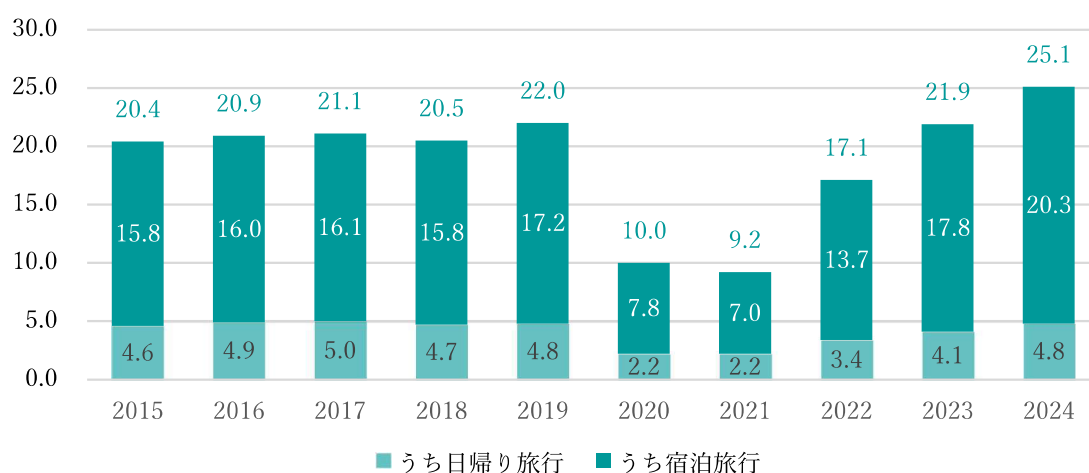


出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査 2024 年 年間値(確報)」を基に作成

② 日本人国内旅行消費額

観光庁「旅行・観光消費動向調査 2024 年 年間値(確報)」によると、令和 6(2024)年の日本人国内旅行消費額は 25 兆 1,536 億円（前年比 14.8%増）となっています。また、日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は 20 兆 3,325 億円（前年比 14.3%増）、日帰り旅行消費額は 4 兆 8,211 億円（前年比 17.2%増）となっており、いずれの指標も前年を上回っています。

図表 2-7. 日本人国内旅行消費額の推移（単位:兆円）

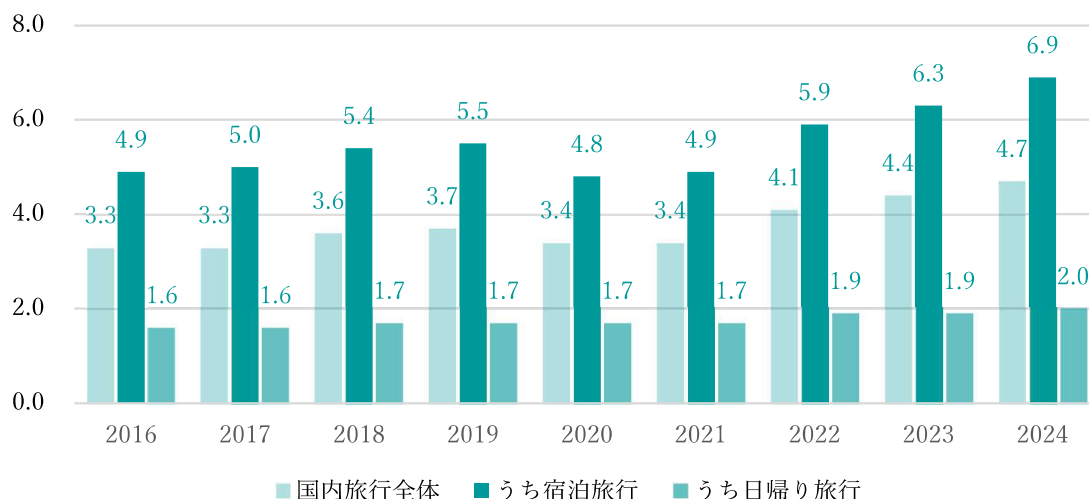


出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基に作成

③ 日本人国内旅行 1 人 1 回当たり旅行支出

また、令和 6(2024)年の「日本人国内旅行 1 人 1 回当たり旅行支出（旅行単価）」は 46,585 円／人（前年比 5.8%増）、うち宿泊旅行は 69,362 円／人（前年比 9.7%増）、日帰り旅行は 19,533 円／人（前年比 2.7%増）となり、いずれの数値も新型コロナウイルス感染症によるパンデミック前の令和元(2019)年を超える高水準となっています。

図表 2-8. 日本人国内旅行消費額の推移（単位:万円）

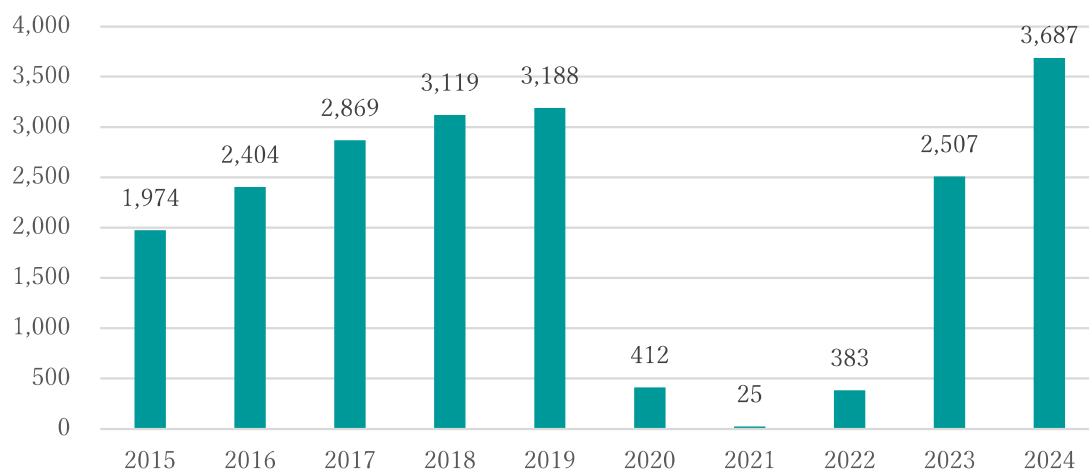


出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査 2024 年 年間値(確報)」を基に作成

④ 訪日外国人旅行者数

新型コロナウイルス感染症によるパンデミック以降、日本人における国内旅行者は緩やかな増加傾向にある一方、訪日外国人旅行者は急激な増加を見せており、令和 6(2024)年には過去最多となる 3,687 万人を記録しています。

図表 2-9. 訪日外国人旅行者の推移（単位:万人）



出典）日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数（総数）」を基に作成

（２）埼玉県動向

県では、埼玉県観光づくり推進条例に基づき、観光づくりに関する施策を総合的かつ計画的に推進するため「埼玉県観光づくり基本計画」を策定しています。この計画は、「埼玉県５か年計画～日本一暮らしやすい埼玉へ～」を踏まえ、観光づくりに関する施策展開の方向性や具体的なプログラムをはじめ、県、県内市町村、県民、観光事業者及び観光関係団体が一体となって観光づくりを推進するため、基本方針や基本施策などを示しているものです。令和４（２０２２）年度に策定された「第３期埼玉県観光づくり基本計画」では、「ウィズコロナ・ポストコロナを見据えた新たな観光スタイルの確立」「インバウンド再開に向けた県内需要の回復」「宿泊観光客の拡大」「本県の観光の魅力や県産品の認知度の向上」を課題として挙げ、基本理念「旅したくなる また来たくなる ずっと居たくなる 埼玉」のもと、３つの基本方針「ポストコロナを見据え、チャンスに変える」「デジタル技術で創る、魅せる」「埼玉らしさを磨く・極める」を軸に、県民、観光事業者及び観光関連団体並びに市町村、県が一体となって観光づくりに資する事業を展開しています。

なお、第３期観光づくり基本計画の達成度を評価するため、計画最終年度である令和８（２０２６）年度を目標として、以下のとおり５つの目標値を設定しています。

図表 2-10. 第３期埼玉県観光づくり基本計画における基本方針

基本方針１	ポストコロナを見据え、チャンスに変える
	➤ 主要施策１ 安心・安全で誰もが楽しめる観光の推進
	➤ 主要施策２ 観光産業の持続的発展の促進
基本方針２	デジタル技術で創る、魅せる
	➤ 主要施策３ デジタル技術を活用した魅力と利便性の向上
基本方針３	埼玉らしさを磨く・極める
	➤ 主要施策４ アニメの聖地化の更なる推進
	➤ 主要施策５ 強みを生かした何度も訪れたくなる埼玉観光の確立

出典）埼玉県「第３期観光づくり基本計画」を基に作成

図表 2-11. 第３期埼玉県観光づくり基本計画における数値目標

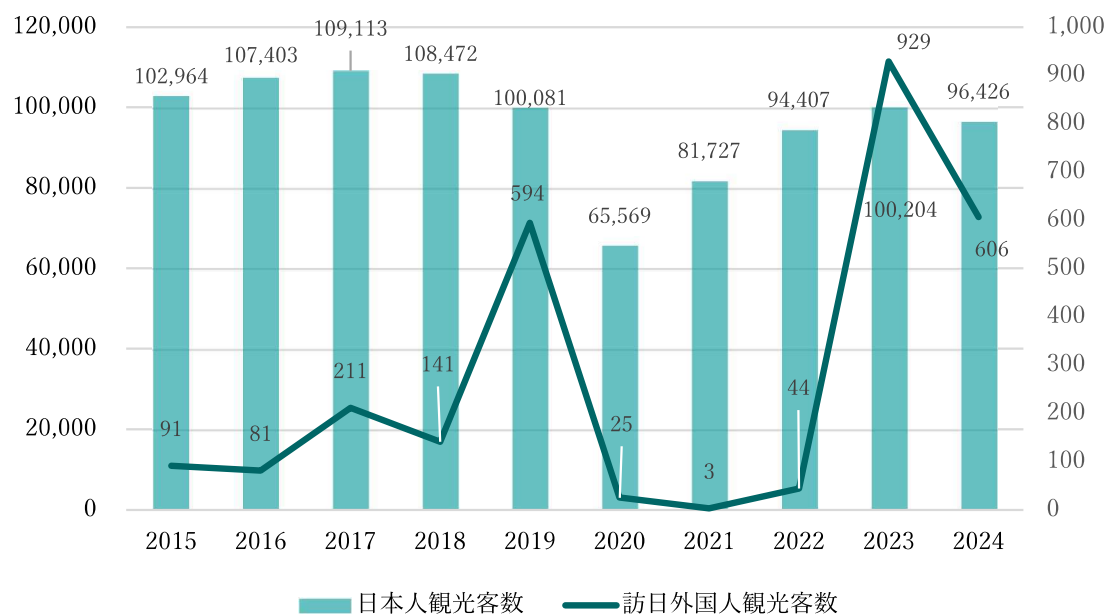
項目		令和 2(2020)年 (現状値)	令和 8(2026)年 (目標値)
(1) 観光消費額		3,266 億円	7,400 億円
(2) 本県で観光・レジャーを楽しむ人の数		7,349 万人	1 億 6,000 万人
(3) 本県を訪れた年間外国人観光客		8 万人	65 万人
(4) １人当たりの観光消費額	県外からの宿泊客	15,955 円	29,300 円
	県外からの日帰り客	5,695 円	8,700 円

出典）埼玉県「第３期観光づくり基本計画」を基に作成

① 観光入込客数

県における令和 6(2024)年の観光入込客数は、約 1 億 2,266 万 3 千人となっています。日本人観光客・訪日外国人観光客の別で見ると、日本人観光客が約 1 億 2,205 万 7 千人(99.5%)、訪日外国人観光客が約 606 千人(0.5%)となっています。

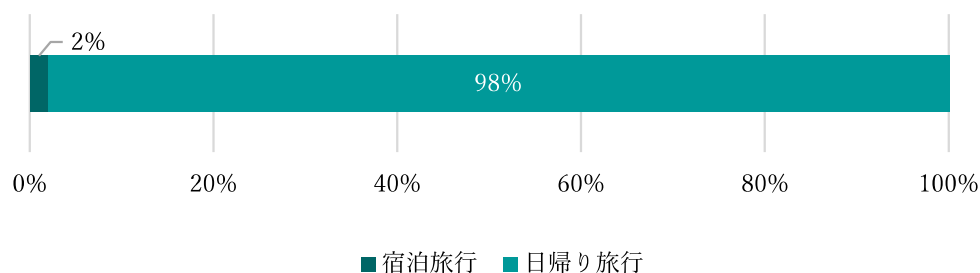
図表 2-12. 埼玉県における日本人観光客数と訪日外国人観光客数（単位:千人回）



出典) 埼玉県「観光入込客統計調査」を基に作成

宿泊・日帰りの別では、宿泊観光客数が約 1,897 千人 (2.0%)、日帰り観光客数が約 94,530 千人 (98.0%) と、観光入込客の大多数を日帰り観光客が占めています。

図表 2-13. 埼玉県における宿泊・日帰りの割合



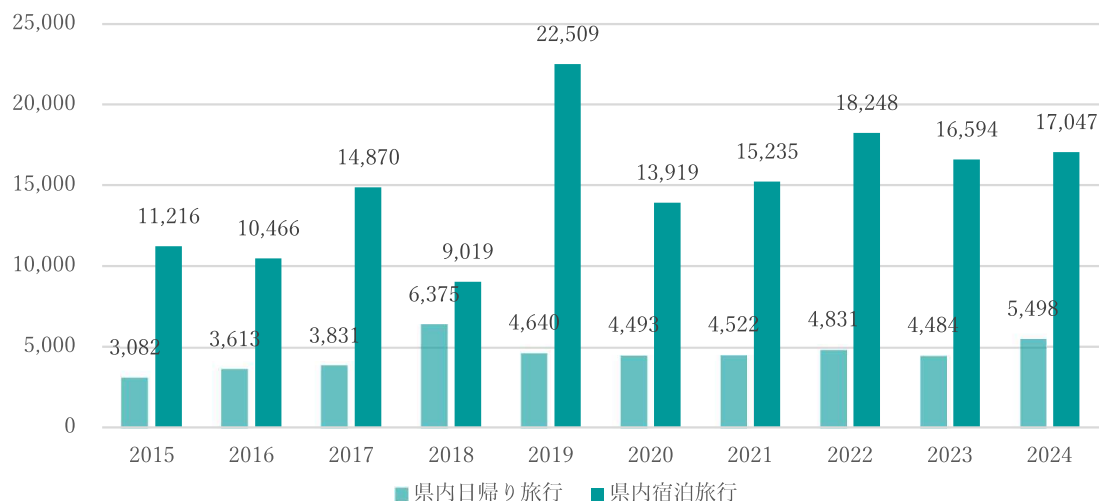
出典) 埼玉県「観光入込客統計調査」を基に作成

② 観光消費額

1 人当たりの観光消費額では、県内からの日帰り観光客が 5,498 円、宿泊観光客が 17,047 円であるのに対し、県外からの日帰り観光客は 8,134 円、宿泊観光客は 24,528 円

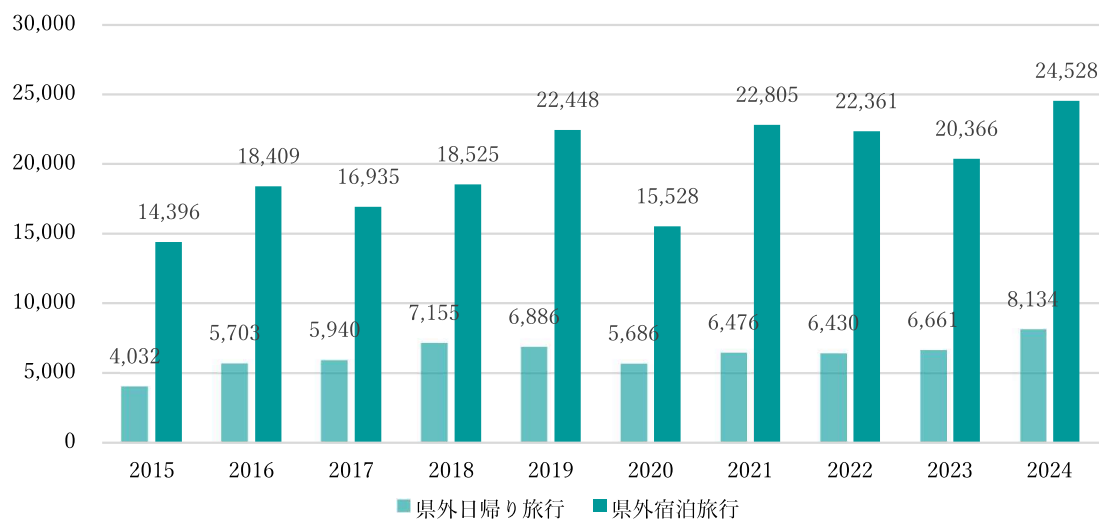
となっています。県内からの観光客に比べ県外からの観光客は消費単価が高く、県内・県外ともに宿泊旅行が日帰り旅行を大きく上回っています。

図表 2-14. 埼玉県における 1 人当たりの観光消費額・県内（単位:円）



出典) 観光庁「共通基準により観光入込客統計」を基に作成

図表 2-15. 埼玉県における 1 人当たりの観光消費額・県外（単位:円）



出典) 観光庁「共通基準により観光入込客統計」を基に作成

❖ 2-3. 上里町の実態

(1) 特徴と地勢

本町は埼玉県の最北端（都心から約 85km）、関東地方 4,360 万人の大消費地の中央に位置し、東西約 6.0km、南北約 5.5km、面積は 29.18 km²で、北部西部は烏川、神流川を境に

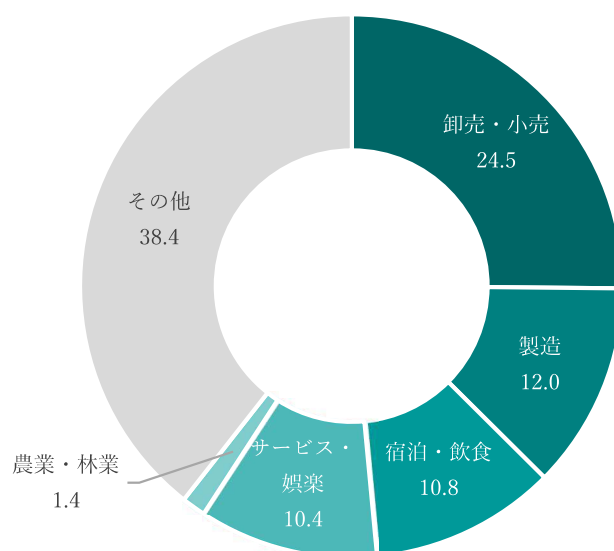
群馬県高崎市、藤岡市、玉村町に接し、南部東部は本庄市と神川町に接しています。

交通は、東西に国道 17 号、国道 254 号、関越自動車道、JR 高崎線、JR 上越新幹線、主要地方道藤岡本庄線、一般県道勅使河原本庄線などが横断しており、これらの幹線交通軸により東西方向の交流や結びつきが強くなっています。また、南北には主要地方道上里鬼石線、一般県道児玉新町線が縦断しています。さらに、国道 17 号バイパス（本庄道路）が整備中であり、国道 17 号の渋滞解消と抜け道としての市街地への車の流入が減少し、利便性と安全性の向上が期待されています。山間部を持たないことから土地は高低差約 30 mとおおむね平坦となっており、神保原駅周辺や東部は住宅が密集し、隣接する本庄市と市街地の一体化が進んでいます。南部には児玉工業団地をはじめとする工業地域、西部には関越自動車道上里 SA があるほか、平成 27 (2015) 年 12 月に上里スマート IC が供用を開始しました。

（２）産業構造

本町の産業は、地域経済の根幹を支える中小企業をはじめ、大型商業施設や児玉工業団地を含む計 955 の民間事業所が立地し、卸売・小売業（24.5%）、製造業（12.0%）、宿泊・飲食業（10.8%）で全体の約半数を占めるなど、交通の要衝としての特性が強く反映されています。

図表 2-16. 本町の観光に関連性のある民営事業所の割合



出典）経済産業省「令和 3 年経済センサス・活動調査結果」を基に作成

また、本町の観光に関連する業種を合算すると全体の過半数に達する 59.1%を占めており、観光振興の推進に当たっては、これらの観光関係事業者が「協力」「連携」「協働」

し、観光振興のプラットフォームである上里町観光協会を中心に地域性や独自性を生かした取り組みを展開することが求められます。

統計上、事業所数としては目立ちませんが、烏川・神流川がもたらした肥沃な土壌を生かした農業が盛んな地域でもあり、米麦といった主穀をはじめ、野菜、果実、畜産、花卉などがバランスよく市場に供給されていることも大きな特徴です。

(3) 観光の位置付け

本町における観光振興の位置付けや施策方針は、行政運営指針及び地域づくりの最上位計画である「上里町総合振興計画」や、地方創生の指針となる重点計画「上里町まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、以下のとおり位置付けられています。

図表 2-17. 第 5 次上里町総合振興計画（後期基本計画）における観光の使命

◇ 基本目標 14 観光・交流のまちづくりの推進	
基本方針	➤ 農村公園など、観光拠点の充実を図るとともに、集客イベントなどを通じ、多様な観光交流の促進を図ります。 ➤ ふるさと納税制度を活用することで、交流人口や関係人口の増加を図ります。
具体的な取組	施策項目 14-1 観光拠点の充実（総合戦略基本目標 2-(2)） ➤ 「このはなパーク上里」を本町の中心的な観光拠点と位置づけ、観光案内機能の設置と多様な媒体による情報発信などを推進します。また、地元農業者や企業と連携し地産地消と 6 次製品の生産・販売をめざします。 <主な取組・事業> ① 農業振興プロジェクトによる農業観光の推進
	施策目標 14-2 交流人口と関係人口の増加（総合戦略基本目標 2-(2)） ➤ 上里スマートインターチェンジを本町の交流人口拡大に有効に活かしていくため、ふれあいまつりをはじめとする集客イベント・キャンペーンを充実させます。また、町営上里ゴルフ場をはじめとする烏川・神流川総合運動公園の観光交流機能の充実、中山道散策など歴史文化を観光に活かす取組の推進など潜在的な観光資源の発掘、収穫体験など農業を観光に活かす取組の推進などにより、観光客と関係人口の増加を図ります。さらに、ふるさと納税制度により本町の特産物の PR を推進し、交流人口や関係人口の増加を図ります。 <具体的施策> ① 集客イベント・キャンペーンの充実 ② 上里ゴルフ場の充実（イベントの開催等） ③ ふるさと納税の推進

出典）上里町「第 5 次総合振興計画後期基本計画」を基に作成

図表 2-18. 第 2 期上里町まち・ひと・しごと創生総合戦略における観光の使命

◇基本目標 2 「かみさと」の魅力を生み出し、発信し、人を呼び込む	
基本的な方向	(1) 町の魅力を全国へ発信
	➤ 上里町の魅力を様々な媒体を使って全国へ発信することで、知名度を上げ交流人口及び関係人口の増加を図っていきます。 <具体的施策> ① 積極的なタウンプロモーションの展開 ② ふるさと納税制度を活用した特産品の PR
	(2) 観光事業の推進による交流人口・関係人口の増加
	➤ 上里サービスエリア周辺地区をはじめとする観光事業を推進し、交流人口や関係人口の増加を図ります。また、主要産業である農業や上里ゴルフ場などといった上里町が持つ「強み」を活かす観光を推進することで、観光客の増加や観光消費拡大を図ります。 <具体的施策> ① 上里サービスエリア周辺地区の整備 ② 上里ゴルフ場の活性化 ③ まちの資源を活かしたイベントの開催

出典) 上里町「第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を基に作成

❖ 2-4. 現状と課題の整理

(1) 上里観光を取り巻く現状と課題

本町における観光の実態を把握するに当たり、国内及び埼玉県内の観光市場を概観するとともに、観光入込客数調査をはじめ、町内在住・在勤者を対象に令和 7(2025)年に開催した「観光地域づくりワークショップ」、上里町観光協会が地域住民及び観光旅行者を対象に実施した「観光アンケート」等の実施成果を分析し、本町における観光の特性について以下のとおり取りまとめました。

① 本町の魅力

本町の魅力として、「関越自動車道上里 SA」が高く認知されており、その他魅力の認知度との差が大きく開いています。次いで「ちょうどいい田舎」「多彩な農作物」「交通の利便性」などが評価されています。