

巾着田エリアにおける観光地域づくりのビジョンと検討経緯



2025年6月

人口：53,703人(2023年)

市域面積：47.48km²

隣接自治体：川越市・坂戸市・狭山市・鶴ヶ島市・飯能市・毛呂山町

主要交通手段：JR川越線・西武池袋線・圏央道(狭山日高IC・国道407号線・県道15号線

所在：埼玉県日高市高麗本郷

面積：エリア全体約25万m²(概算、県道15号線以南のエリア)

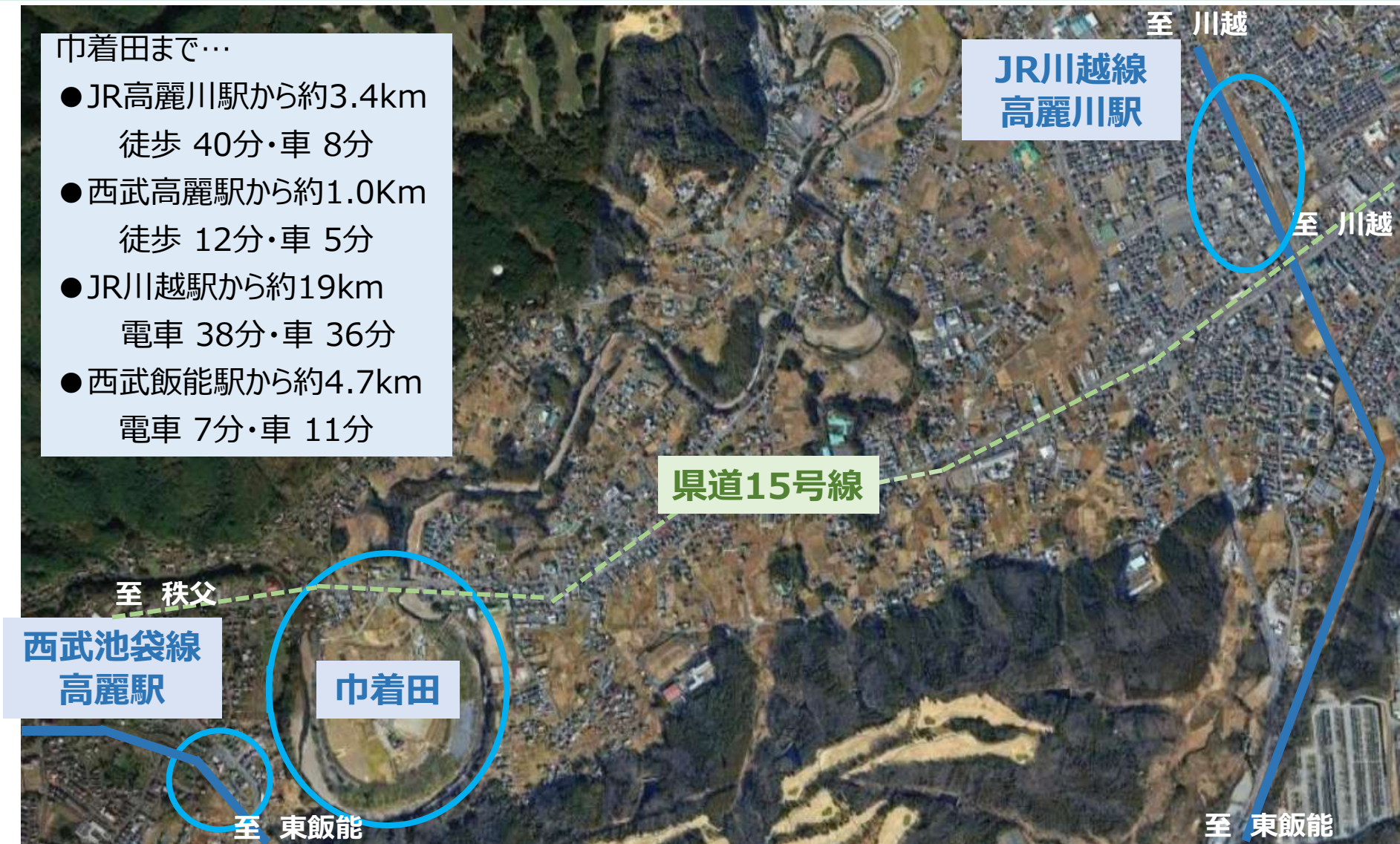
周辺の主要観光資源：巾着田(都市公園)・高麗神社・日和田山・サイボクの森・メッツアビレッジ(飯能市)

主なイベント：曼珠沙華祭り・春祭り

年間来場者数：約64万人(2019年)

巾着田まで…

- JR高麗川駅から約3.4km
徒歩 40分・車 8分
- 西武高麗駅から約1.0Km
徒歩 12分・車 5分
- JR川越駅から約19km
電車 38分・車 36分
- 西武飯能駅から約4.7km
電車 7分・車 11分



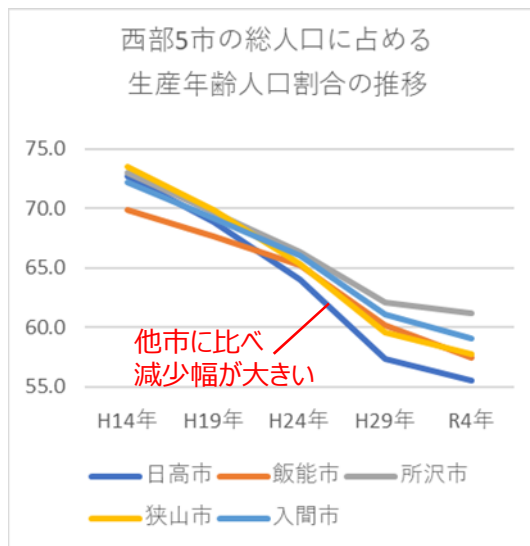
日高市の現状

人口減少が喫緊の地域課題となっており、特に生産年齢人口は周辺自治体と比較しても極めて低位。20代～30代(=日高で育った若者)の流出は深刻。

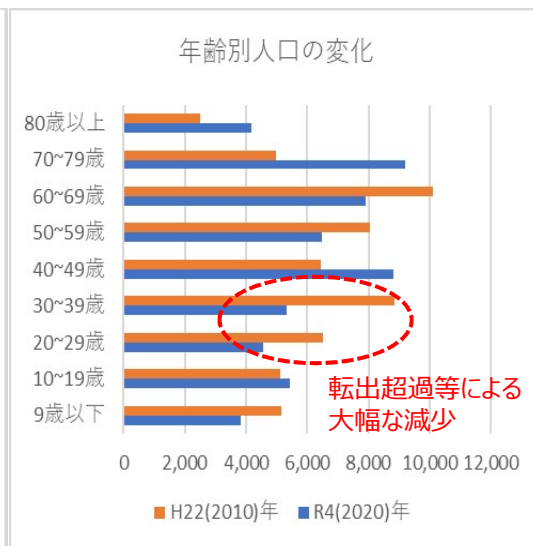
就労環境の創出を実現するために、工業団地整備や企業誘致に取り組む成果が見られるが若者は依然として減少傾向。「若者に魅力がある街」を共に形成する必要がある。

巾着田の現状

祭りや「遠足の聖地」ブランドの発信等により年間約64万人(R1年度)が来場する賑わいの場である一方、地域に対する利益還元は限定的。またBBQ客によるごみ問題、オンシーズンの交通渋滞等、オーバーツーリズムが発生している。「適切な管理体制の構築」を目的とした検討体制や担い手の創出、BBQ利用の有料化や地域経済循環の仕組みづくりを検討する必要がある。



彩の国統計情報館より



日高市人口ビジョンより



飯能市HPより



飯能河原有料化実証実験
(2022年5月)

基本方針

- ✓ 現況の整備状況で拡大が可能な「**レジャー・アウトドア**」を軸とした実証実験を企画。
- ✓ BBQ・キャンプ実証を主要事業として造成しつつ、**イベント・PR強化**により集客を図る。
- ✓ その他商業施設の誘致は**周辺公共施設の利活用検討状況**に応じて長期的に検討。

利活用事業の目指す姿

コア事業

現況で実施可能且つ地域の合意形成が概ね完了している事業

長期検討事業

基礎インフラ・公共施設の整備に伴い検討・合意形成を図る事業

現況で実施可能な事業を確実に実装することで将来的な企業誘致呼び込みに備える

長期検討事業

小学校活用

一般店舗誘致

古民家活用

徐々に商業利用・観光地域づくり事業を拡大

観光地域づくり事業

マーケティング

プロモーション

ブランディング

コア事業

近隣・都心部ファミリー層をターゲットとした
「休日のレジャー拠点」・「週末の聖地」づくり

BBQ事業

キャンプ事業

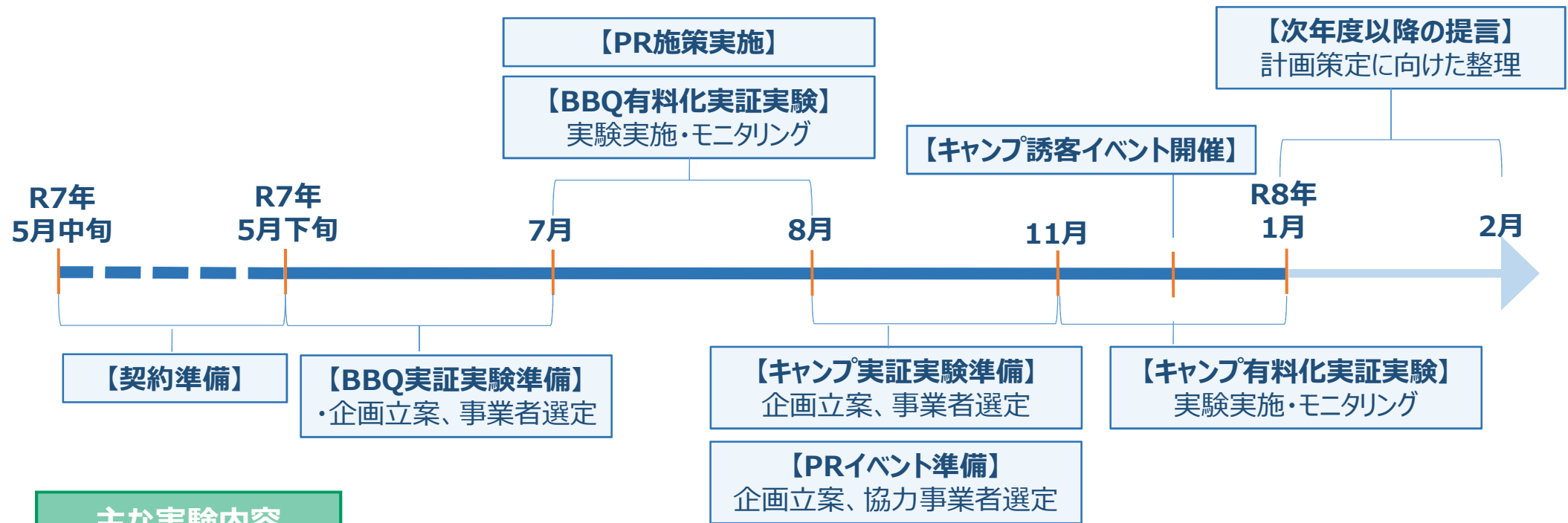
イベント事業



コア・長期検討事業の整理

事業	収益性	導入障壁	地域インパクト	想定される事業手法	直近の検討課題
BBQ	低	低	小	水辺deベンチャー	収益性向上 オペレーション改良
キャンプ	中	中	小	指定管理 設置管理許可	集客 基礎インフラ整備
イベント	中～大	中	中	一時占用	企業誘致 集客
一般店舗誘致	低	高	大	定借・コンセッション	企業誘致 用途規制
古民家活用	中	高	大	指定管理・定借・ コンセッション	企業誘致 用途規制
小学校活用	大	高	大	指定管理・定借・ コンセッション・PFI	地域合意形成 企業誘致

事業全体スケジュール



主な実験内容

実施時期	実施内容	実施概要	事業者選定	想定効果
7～9月	BBQ有料化実証実験	・昨年度実証を踏襲しつつオペレーションを改良 ・実施日程を土日及び繁忙期に絞り収益性を向上	・協議会における選定	・収益性の検証確度向上 ・次年度以降の事業化モデル確立
11～1月	キャンプ実証実験	・昨年度実証を踏襲しつつ水回り等を含むオペレーションを改良 ・PR施策を実施し利用者増加を図る	・候補先をリストアップの上ヒアリング ・実施事業者による自由提案を採用	・収益性、インフラ面、オペレーション難易度検証 ・次年度以降の事業化モデル確立
7月 12月	集客施策	・アウトドア利用の認知拡大を図るべく、PR動画の撮影、発信等を検討	・候補先をリストアップの上ヒアリング ・複数事業者による協業を想定	・巾着田及びアウトドア利用の認知拡大 ・将来的なイベントスペース貸し事業の収益性検証

エリアビジョンのイメージ

※本案は日高市が本事業を委託する(株)地域デザインラボさいたまより提案があった仮案であり、本事業の結果を踏まえて検討を継続する。

日高市が
目指す
観光地域
づくり

観光に携わる人・訪れる人がともに地域を守り発展させる「ふるさと観光」の実現

取組む事業

基本サービス
広報活動・PRツール
の運用や会議・イ
ベント運営等

巾着田有料化事業
施設使用者として
事業を管理



体験型コンテンツ造成
地元住民主導の通
年型体験を提供



曼珠沙華祭り運営
運営・PR・高付加
価値化に着手



中長期的な
取組みに移行



高麗郷古民家活用
集客スポットとな
る観光拠点化



観光事業者育成
伴走支援の提供や
コンテストを開催



観光協会の機能強化
マーケティング等の
データ活用やインバ
ウンド受入体制整備



地域還元事業
地域イベント・自治会
活動等の支援



市の役割

条例・施設整備
各施設の利用に関す
る条例やインフラ整備

庁内調整
協会の実務に関連す
る所管部署間の調整

運営支援
協会が実施する行政
施策上の業務は相応
の補助を実施

解決に
必要な
要素

地域合意形成

官民の調整や地
元の理解醸成

コンテンツ造成

体験等開発によ
る金銭消費促進

観光事業者育成

他業種・起業の
新規参入促進

DMO機能発揮

マーケティング
情報分析・提供



財源形成

有料化・体験・イ
ベント運営

関係人口創出と観光産業の基盤構築が必要

観光地域づくりを担う中間支援組織の構築が必要

地域の
課題

若年層人口の流出

交通利便性の低さや就業先の
少なさから、隣接地域と比較し
て20～40代の減少が顕著

稼げる観光地域への転換

観光客の来訪数に比して消費
額が少なく、巾着田エリアの維
持管理負担は増加

実務推進を担う主体の不在

民間の支援や調整を担う主体
が無く、観光行政に特化すべき
市の実務負担が過大

本実験の目的

- ✓ 河川有料化に伴う来場者数の増減、オペレーション難易度、ごみ回収量等のデータ収集。
- ✓ 民間事業者による有料化事業実施に伴う収支等の事業性検証。
- ✓ 高麗郷古民家等公共施設・公有地の商業利用に係る事業性検証及び不足する設備等の抽出。

実験概要

【実施期間】

- ① 有料化実証実験 : 8月5日(月)~18日(日)
- ② 商業利用実証実験 : 7月27日(土)~8月25日(日)

【時間】

- 9~16時 ※駐車場は8時より開放
※商業利用出店は事業者毎に異なる。

【実施内容】

- ① 有料化エリアにおけるBBQ利用料金の徴収
- ② 民間事業者に対する土地・施設の無償貸与

【利用料金】

- 有料化エリア事前予約者1,000円/人
※当日来場者は上記+500円
※小学生以下500円 未就学児は無料
※商業利用出店は事業者毎に異なる。

【予約方法】

実施事業者の(株)CAWAZホームページ上予約フォーム



来場者数

2023年度
推定BBQ来場者数※1

3,931人



2024年度
有料化エリア来場者数

1,938人

※1 昨年度駐車場利用率から算出した推測値
※2 実証実験期間のみの比較



1,993人減少※2
(▲50.6%)

告知状況

【対外向け情報発信】

- ・毎日新聞社による新聞記事掲載
- ・巾着田及び道路内における看板設置
- ・県道15号線道路情報版における告知
- ・高麗川駅、高麗駅における告知

予約

【対外向け情報発信】

- ・予約人数：850人
- ・事前キャンセル数：25人(キャンセル率2.9%)
- ・当日キャンセル数：71人(キャンセル率8.3%) ※3
- ・合計キャンセル数：95人(キャンセル率11.1%)

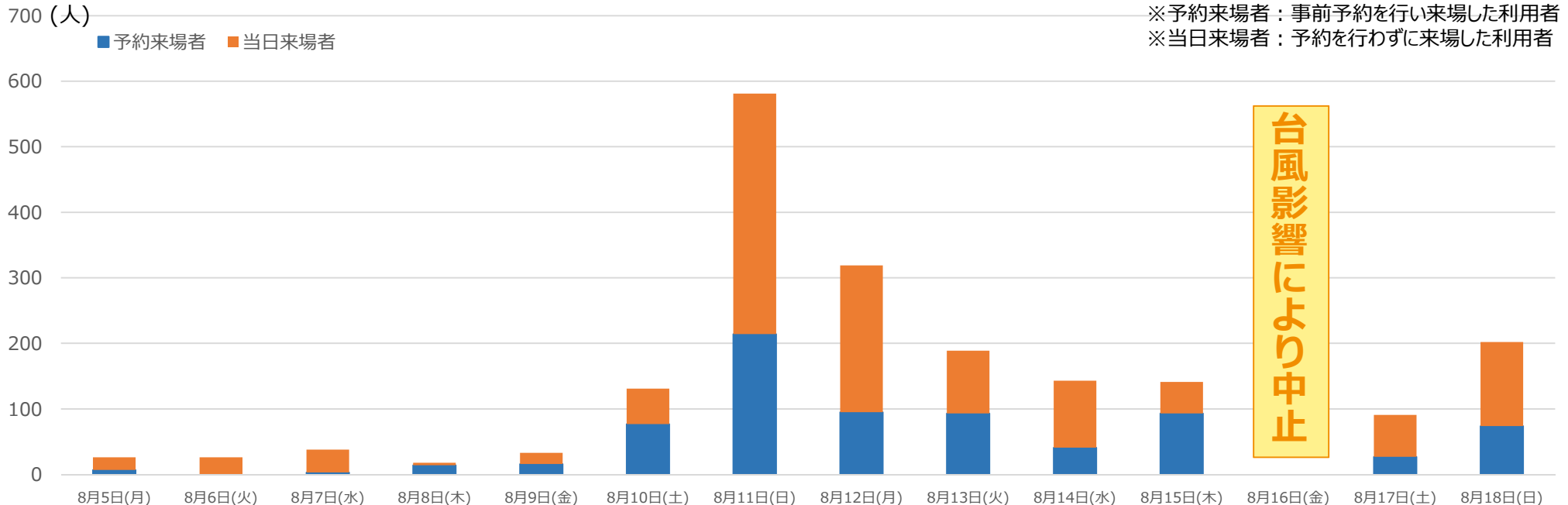
来場者

【来場実績】

- ・**総来場者数：1,938人**
- ・予約来場者数：754人(38.9%)
- ・当日来場者数：1,184人(61.1%)

日別来場者数

※3 料金決済が完了しており来場者には加算



有料化実証実験来場者数

(単位：人)

日付	予約来場者				当日来場者				来場者合計				予約来場率	当日来場率
	大人	小学生	未就学児	合計	大人	小学生	未就学児	合計	大人	小学生	未就学児	合計		
8月5日(月)	6	1	0	7	12	3	4	19	18	4	4	26	26.9%	73.1%
8月6日(火)	0	0	0	0	17	7	2	26	17	7	2	26	0.0%	100.0%
8月7日(水)	3	0	0	3	17	13	5	35	20	13	5	38	7.9%	92.1%
8月8日(木)	8	4	2	14	4	0	0	4	12	4	2	18	77.8%	22.2%
8月9日(金)	13	1	2	16	15	1	1	17	28	2	3	33	48.5%	51.5%
8月10日(土)	54	15	8	77	36	7	11	54	90	22	19	131	58.8%	41.2%
8月11日(日)	171	25	18	214	259	60	48	367	430	85	66	581	36.8%	63.2%
8月12日(月)	68	15	12	95	158	43	23	224	226	58	35	319	29.8%	70.2%
8月13日(火)	60	24	9	93	70	14	12	96	130	38	21	189	49.2%	50.8%
8月14日(水)	35	4	2	41	72	17	13	102	107	21	15	143	28.7%	71.3%
8月15日(木)	65	14	14	93	40	6	2	48	105	20	16	141	66.0%	34.0%
8月16日(金)	悪天候により中止													
8月17日(土)	24	1	2	27	53	10	1	64	77	11	3	91	29.7%	70.3%
8月18日(日)	46	15	13	74	96	16	16	128	142	31	29	202	36.6%	63.4%
合計	553	119	82	754	849	197	138	1184	1402	316	220	1938	38.9%	61.1%

OP・ごみ分析

- ✓ 昨年度より来場者が想定以上に減少したことから人員数は過剰であり、今後は適正化が必要。
- ✓ オペレーションは円滑に実施されたが、無断利用者に対する声掛け等の改良が必要。
- ✓ ごみ回収に関するトラブルは特段無く、有料化エリア内の環境・治安は良好。

シフト・ごみデータ

単位：人

	8月											中止		
	5(月)	6(火)	7(水)	8(木)	9(金)	10(土)	11(日)	12(月)	13(火)	14(水)	15(木)	16(金)	17(土)	18(日)
CAWAZ	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
アルバイト	3	3	3	1	3	7	5	6	2	2	2	1	6	6
大学生	2	3	3	1	2	0	2	3	7	5	5	0	4	1
シルバー	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2
スタッフ合計	9	10	9	6	8	11	11	13	13	11	11	2	14	11

【シフト表スタッフ種別】

- CAWAZ：(株)CAWAZ社員
- アルバイト：フルタイムスタッフ
- 大学生：城西大学インターン生
- シルバー：日高市シルバー人材センター(朝のみ)

【ごみ種別】

- 事業系一般廃棄物：生ごみ・ビニール・炭等
- 産業廃棄物：ビン・カン・ペットボトル・その他不可燃

事業系一般廃棄物(可燃ごみ)			
回数	搬出日	搬出量(kg)	処理費用(円)
1	8/7	17	1,860
2	8/10	41	2,467
3	8/11	25	2,063
4	8/12	264	8,109
5	8/13	69	3,176
6	8/15	143	5,048
7	8/17	72	3,252
8	8/18	42	2,493
9	8/19	269	8,236
計		942	36,702

産業廃棄物(不可燃ごみ)			
回数	搬出日	搬出量(kg)	処理費用(円)
1	8/11	10	1,870
2	8/12	36	3,014
3	8/13	13	2,002
4	8/17	31	2,794
5	8/20	40	9,020
計		130	18,700

来場者数 1,938 人
 搬出量 1,072 kg
 1人当たり 0.55 kg

収支の分析

- ✓ 事業期間の短さ、有料化・猛暑・サービス不足等に起因する来場者減(昨年度比)により赤字。
- ✓ 人件費のうち500千円は準備・撤収作業等見合いであり、事業期間の延長により黒字化は可能。
- ✓ 備品貸出・食品販売・サイト予約等の実装によるサービス向上により客単価の増加も見込まれる。

有料化実証実験収支計算表

(単位：円)

科目	金額	備考
売上高	1,854,850	
予約来場者	617,750	754名(うち課金対象者：大人553名 小学生119名)
当日来場者	1,237,100	849名(うち課金対象者：大人849名 小学生197名)
諸経費	1,861,947	
スタッフ等人件費	1,655,800	CAWAZ社員・アルバイト・大学生インターン・シルバー人材等
ごみ処理費	55,402	可燃ごみ：36,703円 産廃：18,699円
消耗品等	107,174	ゴミ袋・リストバンド等
その他設備関連	43,571	タープテント・扇風機等
利益	▲ 7,097	
その他収入	315,900	
物販売り上げ	315,900	物販売上(かき氷・ビール・BBQ用品等)
その他支出	110,770	
仕入費用	110,770	仕入費用
最終利益	198,033	

アンケート概要

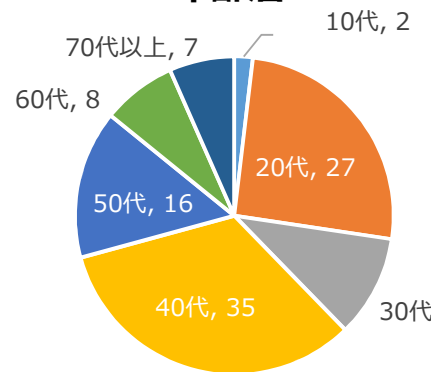
来場者(組ごと)代表者に対して紙媒体によるアンケート調査を実施。

来場者数**1,938人(312組)**にアンケート実施を依頼 → 回答数**106件**

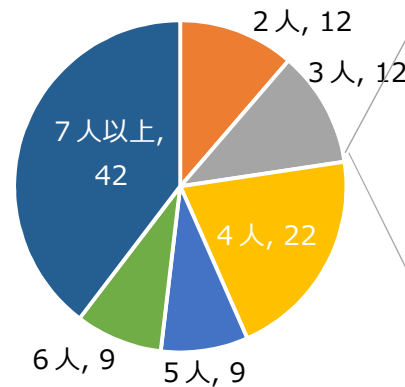
アンケート回答率 34%
回答数106件/来場者312組

来場者基礎ステータス

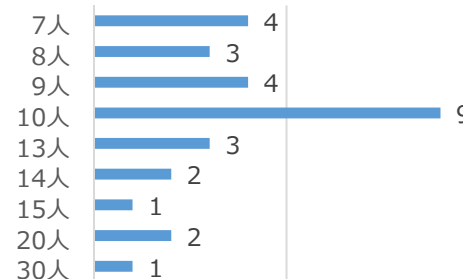
年齢層



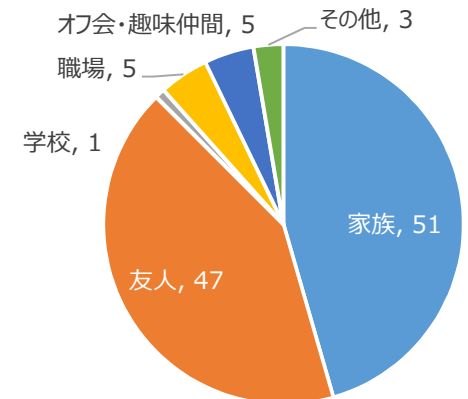
利用人数



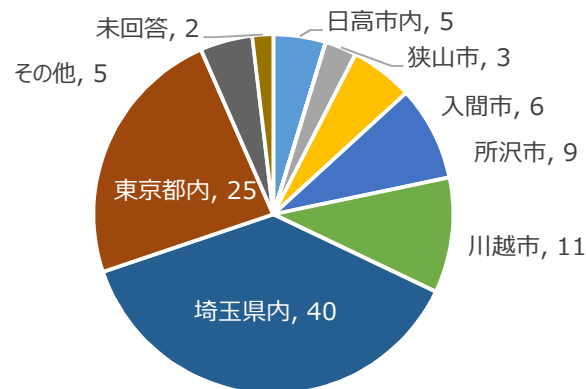
(7人以上の利用人数)



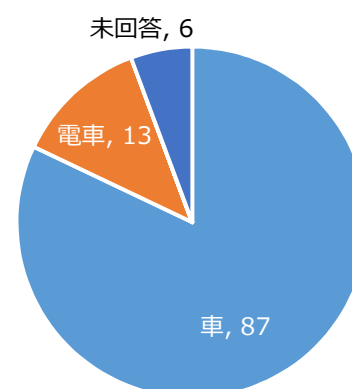
利用者の関係性



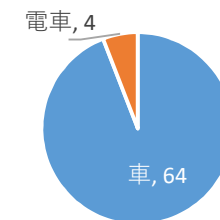
居住地



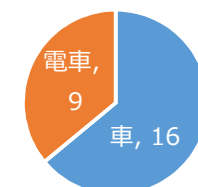
交通手段



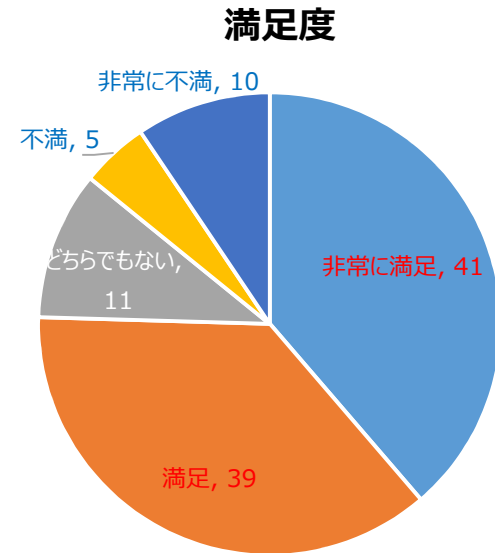
埼玉県内



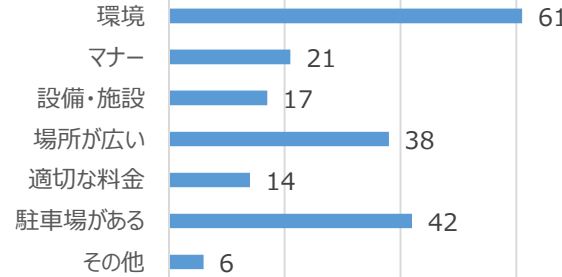
東京都内



来場者満足度



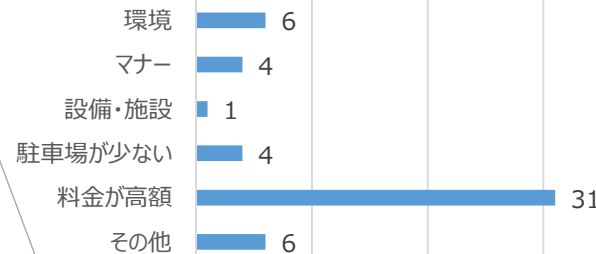
満足な点



<主な「その他」意見>

- ・ ゴミの引き取りが有難い。
- ・ 混雑が緩和した。

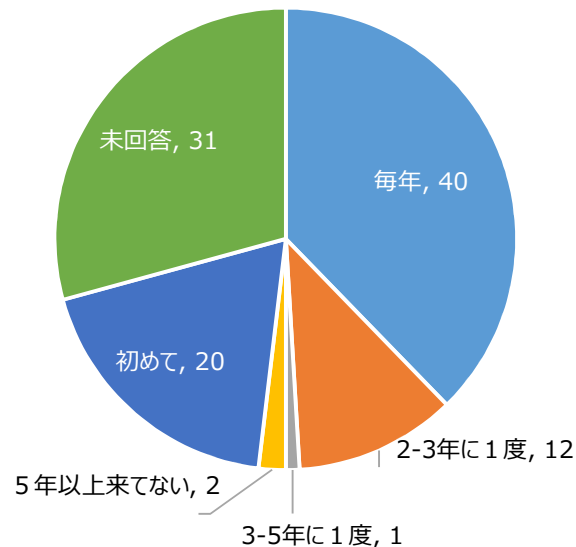
不満な点



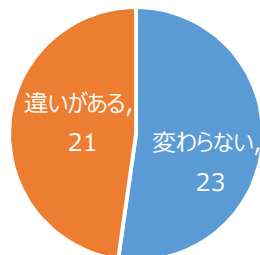
<主な「その他」意見>

- ・ 駐車場を7時に開いてほしい。
- ・ 駐車場を有料の人優先にしてほしい。
- ・ シャワーがない。
- ・ 今まで無料だったから抵抗がある。

巾着田の利用頻度



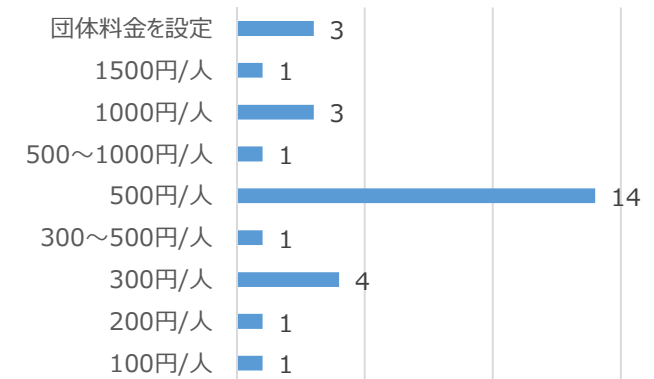
過去利用者のうち、過去利用時との違い



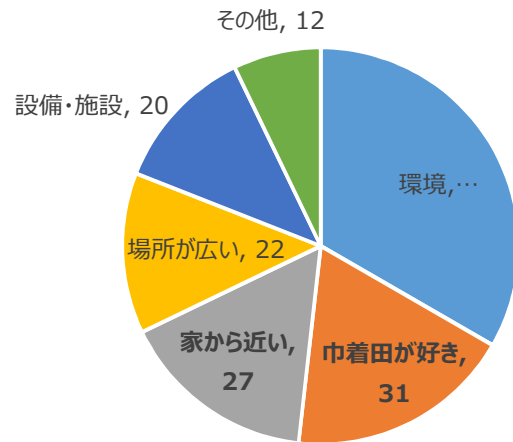
<主な「違いがある」意見>

- ・ 混雑が緩和した。
- ・ 利用者のマナーが向上した。
- ・ 外国人利用者が増加した。
- ・ ゴミの引き取りが有難い。
- ・ 今までB B Qできていたところができなくなっていた。

主な料金設定に関する意見



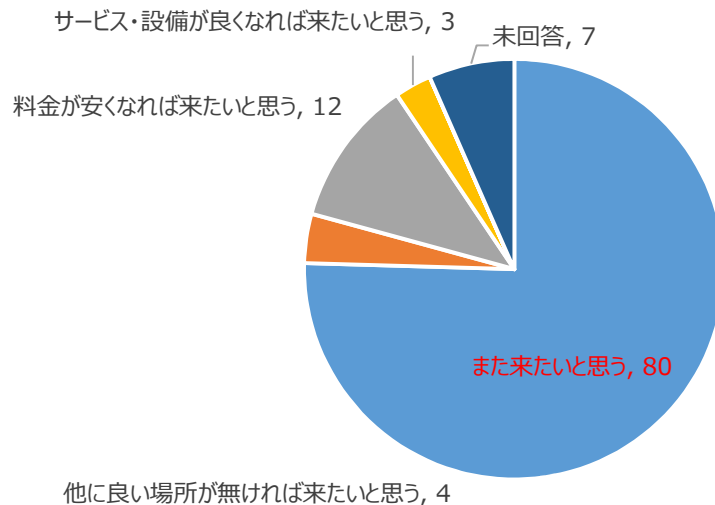
巾着田選定理由



<主なその他意見>

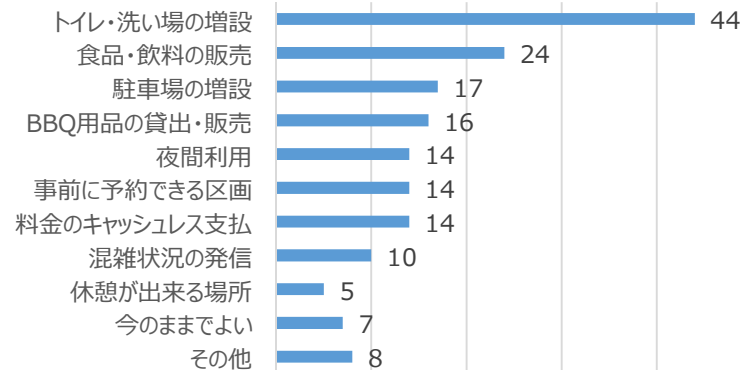
- 川が安全・きれい
- 友人のすすめ
- 昔から利用している
- 実証実験を知ったから

再来訪の希望



利用方法

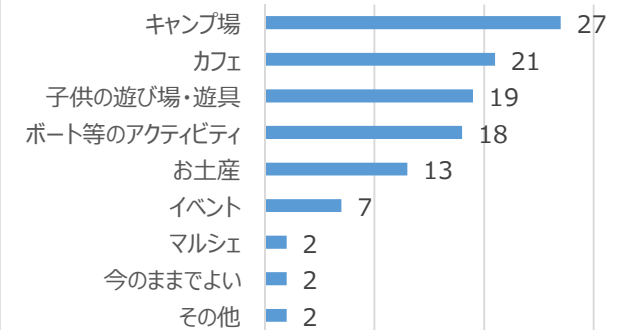
BBQ時に求めるコンテンツ



<主なその他意見>

- シャワー
- 更衣室

その他巾着田に求めるコンテンツ



<主なその他意見>

- 川を見守る方
- 浮き輪の貸出

その他意見・要望

料金高すぎ
管理する人がいる場合、ごみの持ち帰り指導するようにしてほしい 炭ごみの引き取りが有難いです。
今回実証実験開始後初めて予約して利用しました。許可証とリストバンドのシステムは判りやすいと思いますが、その判りやすいシステムでも許可証を提示しないままBBQをしていたり、リストバンドもしていないグループがちらほらいたように思います。巡回しているスタッフの方も許可証の確認が甘いように思われます。大音量で音楽を流すグループもありました。無料の時は仕方ないと諦めていましたが、有料化にするのであれば、マナー厳守と徹底を呼びかけをお願いします。
ごみ回収してくれるので有料は良いと思うけど、価格をもう少し安いと嬉しい。
特になし
有料化になることで、きれいな環境を保っていただければ嬉しいです。また来ます。
クレーム対応していたお兄さんの対応がとても素晴らしかった。
有料の方がいいですが、もっと徹底した方がいいです。入口で受付など反対側の川でBBQしている人たちがいました。注意して欲しいです。
ありがとうございました。
川で子どもが楽しんでいたので良かったです。
非常に治安がよくて安心しました！
自然環境第一を続けてほしいby市民
エビをとりにきました
閉鎖するより入場料を払う方がいいと思います。
毎年利用しています。料金が上がることでマナーある方が増えたように感じ良かったと思います。また利用させていただきます！
ありがとうございました。
幼いころからお世話になっております。また来ます。
特になし
県外、市外の人々のマナーが悪い
夏なのに涼しくて快適でした。

商業利用の分析

※同時期に開催した「民間事業者向け実地視察会」の結果は別添資料参照

- ✓ 巾着田エリアの魅力的な景観は評価されており、単発イベントでは相応の集客に成功。
- ✓ 全施設において設備不足による利用用途制限が課題となり、現状では施設使用料の徴収は困難。
- ✓ エリア来訪者数は多く商圈・アクセスも良好であることから、コンテンツを実装できる集客拠点が必要。

高麗郷古民家

日程	イベント名	実施内容	来場者数	売上高
7月27-28日	Wellness Yoga therapy	ヨガ、瞑想等のリトリートイベント	39人	154千円
8月2-3日	ゆきみさんと座談会 & お食事会・絵画展	アーティストとの対談や絵画・物品販売等。	90人	1,702千円
8月10日	美晴マルシェ	家族向けマルシェ(出店22店舗)	350人	40千円
8月11日	みんなで1つの高麗川を描きあげよう	子供が自然環境の大切さを学びつつ想像力を育むお絵描きイベント	19人	12千円
8月17日	高麗納涼祭	地域向けの納涼祭、盆踊りや店舗出店等	500人	100千円

巾着田倉庫

日程	出店名	出品内容	来店者数	売上高
8月4-25日の間 (計5日間)	glincoffee	アイスコーヒー・レモネード等	61人	30千円

有料化

- ✓ BBQ有料化は実施期間の延長、オペレーション最適化により収支を改善すれば事業化が可能。
- ✓ 備品レンタル等の基本サービスや、食材提供・サイト割り等の高付加価値化に向けた検討が必要。
- ✓ 水遊び等を目的とした来訪者も多いことから、「エコ」と「レジャー」に関わるコンテンツの造成が必要。
- ✓ 経済規模の拡大(=お金を使う場所・利用者数等)が必要であり、コンテンツと連動したPR施策も検討。

商業利用

- ✓ 良好な自然環境、アクセスや商圈、来訪者数といった観点では観光地としてのポテンシャルが高い。
- ✓ 一方でインフラの制約やコンテンツ不足等の理由から、現況では単発イベント以上の商業利用は困難。
- ✓ 来訪者に占めるファミリー層の多さ、平均年齢の高さを勘案した観光の「ビジョン・コンセプト」が必要。
- ✓ 上記の結果として必要となる、インフラ及び集客の核となる拠点整備を検討。

例：近隣・都心部ファミリー層をターゲットとして、近隣公共施設の改修による「休日のレジャー拠点」整備とアウトドア、環境学習等コンテンツの造成による「週末の聖地」づくり

実施体制

- ✓ 地域内経済循環の形成に向けて、観光地域づくりを担う法人の設立とエリアの管理体制構築が必要。
- ✓ 地元事業者の参画機会確保と外部事業者誘致による魅力向上のバランスに留意した事業化を検討。