

第二次稲城市観光基本計画(案)

「住んで良し」・「訪れて良し」の

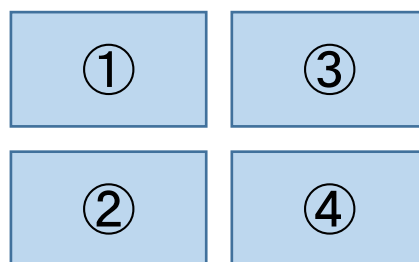
観光まちづくりを推進する

(令和3年度～令和7年度)



令和3年3月
稲城市

表紙の写真について



表紙の写真4枚は、「稲城市の観光資源の4本柱」をイメージしています。

- ① 里山・ノスタルジー（観光ウォーキングツアーの様子）
- ② アミューズメント（よみうりランド全景）
- ③ スポーツ（稲城クロスの様子）
- ④ メカニック（ガンダム・シャア専用ザクのモニュメント）

目 次

第1章 第二次稲城市観光基本計画の目的、位置付け	1
1 計画策定の目的	2
2 計画の位置付け	2
3 計画期間	3
4 本計画の推進	3
第2章 第一次計画の実績評価	5
1 観光推進体制の構築	6
(1) いなぎ発信基地ペアテラスの開設と運営	6
(2) 稲城市観光協会の設立と本格稼働	6
2 これまでの取組について（基本方針ごとの振返り）	7
コラム 広域観光連携への取組について	20
第3章 稲城市の観光の現状と今後の状況変化	21
1 稲城市の観光の現状	22
2 稲城市の観光を取り巻く状況変化	23
(1) 日本の観光動向	23
(2) 東京都、多摩地域（市部）の観光動向	23
3 稲城市の観光の今後の状況変化	24
(1) 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催	24
(2) よみうりランドの成長戦略「飛躍」	24
(3) TOKYO GIANTS TOWN（仮称）構想	25
(4) 本市の人口動向と観光への影響	25
第4章 今後の方向性と施策展開	27
1 今後の展開への課題	28
(1) SWOT分析	28
(2) デザインマンホールフォトラリーでのアンケート調査	28

(3) 市民意識調査（観光に関する項目）	29
(4) 「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート調査	29
(5) 第五次稲城市長期総合計画との関係	29
(6) 稲城観光の課題	30
2 今後の基本理念と取り組むべき基本方針及び施策	30
【計画の全体構成】	31
【基本理念】	32
【基本方針と施策】	32
基本方針(1) 観光資源の活用・発掘	32
基本方針(2) 関連分野・組織との連携	34
基本方針(3) 近郊都市型観光の確立とシビックプライドの醸成	35
基本方針(4) 観光人材・産業の育成	36
基本方針(5) 効果的な情報発信	36
基本方針(6) 目標の数値化及び効果測定	37
基本方針(7) 関係組織・庁内との連携	38
コラム SDG's と本計画との関係	39
第5章 推進体制	41
1 推進体制と役割分担	42
資料編	45
資料1 第一次計画の年度別実績	46
資料2 観光資源一覧表	48
資料3 平成29年度多摩地域観光動態基礎調査	50
資料4 デザインマンホールフォトラリーでのアンケート調査	52
資料5 令和元年市民意識調査（観光に関する項目）	55
資料6 「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート調査	58
資料7 意見公募（パブリックコメント）	未定
資料8 用語解説	63
第二次稲城市観基本計画策定経過	66
第二次稲城市観基本計画策定委員会委員名簿	67

第 1 章

第二次稲城市観光基本計画 の目的、位置付け

1. 計画策定の目的

平成28年3月に策定した「第一次稲城市観光基本計画」（以下、「第一次計画」という）の計画期間が令和2年度で満了するため、これを引き継ぎ、ここに令和3年度から令和7年度までの5年間を計画期間とする「第二次稲城市観光基本計画」（以下、「本計画」という）を策定しました。

本市の最上位計画である稲城市長期総合計画も、令和3年度からは「第五次稲城市長期総合計画」としてスタートすることとなり、観光まちづくりの更なる推進に向けて歩調を合わせることになります。

第一次計画の計画期間である平成28年度から令和2年度までの5年間における全国の観光動向としては、訪日外国人旅行者数が年々増加し、令和元年には過去最高の3,188万人〔日本政府観光局（JNTO）〕まで増加しましたが、令和2年2月以降は新型コロナウイルス感染症の影響により急減しており、令和3年度以降も観光面に大きな影響を及ぼすことが懸念されます。

一方で、この5年間における本市の観光施策は、観光案内所である「いなぎ発信基地ペアテラス」の運営開始、稲城市観光協会の設立、メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトの推進、自転車のまち稲城の確立、広域観光連携の推進など大きく進展しており、今後についてもこれらの施策を継承し、発展させていくことで、「住んで良し」、「訪れて良し」の観光まちづくりを推進する必要があります。

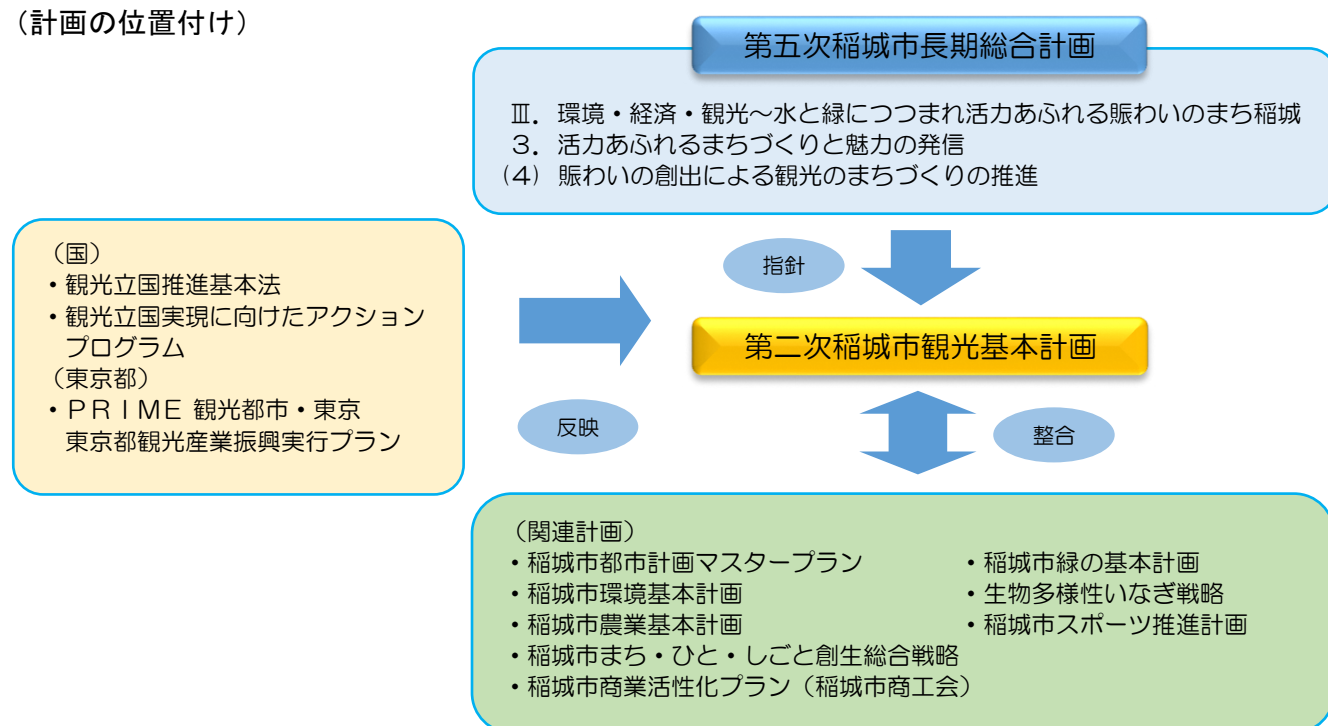
そのため、本計画では、第一次計画の計画期間中の観光施策を振り返るとともに、その成果と残された課題を洗い出した上、各種アンケート調査等の分析結果を踏まえながら、これらを今後活かしていくための方策や新たな取組について検討していくこととします。

2. 計画の位置付け

本計画は、今後、本市が取り組むべき観光施策の方向性を定めたものであり、上位計画である第五次稲城市長期総合計画に掲げる「水と緑につつまれ活力あふれる賑わいのまち」を実現するために、商業スポーツ、生涯学習、環境、市民活動等の諸活動を観光事業に繋げるための指針となるものです。

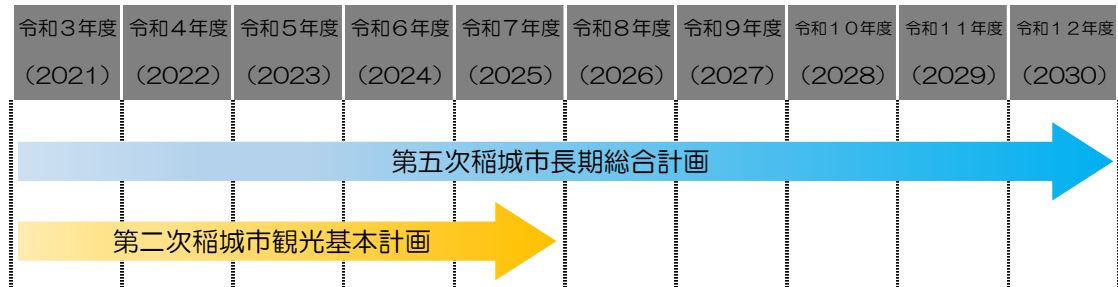
なお、本計画の策定にあたっては、国や東京都の動向を踏まえるとともに、関連する計画との整合を図ります。

（計画の位置付け）



3. 計画期間

本計画の計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5年間とし、上位計画である第五次稲城市長期総合計画や関連計画との整合性を図りながら推進していきます。



4. 本計画の推進

本計画の推進にあたっては、里山や多摩川・三沢川等の自然環境を活かし、既存の歴史・文化遺産、文化・芸術活動等の観光資源の魅力に磨きをかけるとともに、新たな発掘を行い、農業、商業、スポーツ、市民活動等の関連分野との連携と合わせて、諸活動を観光事業に繋げることにより、観光の活性化及び持続化を図り、まちの賑わいを創出していきます。

本計画の推進は、行政や稲城市観光協会だけで行われるものではなく、市民が広く参画し、自主的に活動していく姿が理想的であり、そこからまちに対する誇りや愛着心である「シビックプライド(※1)」が醸成されていきます。

その上で、行政、稲城市観光協会、稲城市商工会や東京南農業協同組合等の関係団体をはじめ、民間事業者、シビックプライドを持つ市民や関連活動団体、大学等の教育機関等が連携を図り、一体となって観光事業を推進します。

第 2 章

第一次計画の実績評価

1. 観光推進体制の構築

第1次計画においては、基本理念「住んでいる人にも 訪れる人にも 愛されるまち ふるさと稲城」の実現に向けて、様々な観光施策の展開と合わせて「観光推進プラットフォーム」の充実を検討すると定めておりましたが、下記により、本市の観光推進体制の構築は大いに進展したものと考えられます。

(1) いなぎ発信基地ペアテラスの開設と運営

稲城市の観光案内所である「いなぎ発信基地ペアテラス」は、平成28年4月23日にJR南武線稲城長沼駅の高架下にオープンしました。建物前には、メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトの取組の一環として、高さ約3.6mのガンダム&シャア専用ザクのモニュメントを設置し、本市のランドマークの一つとなっています。

施設内では、観光案内をはじめ、稲城市や姉妹都市等の特産品の販売やカフェサービスの提供、また様々なパンフレットの配布やギャラリー展示、観光PR動画の放映なども行っています。

なお、いなぎ発信基地ペアテラスでは、日本政府観光局（JNTO）による外国人観光案内所の認定取得（カテゴリー1）や、東京都によるデジタルサイネージの設置、同じく東京都による「子育て応援とうきょうパスポート」施設の認定など、誰でも安心して利用できる観光案内所となるように、ソフト面の充実にも積極的に取り組んでいます。



いなぎ発信基地ペアテラス



ガンダム&シャア専用ザクモニュメント



コンシェルジュスペース

(2) 稲城市観光協会の設立と本格稼働

第一次計画においては、観光推進体制の強化に向けて、日本の観光動向に合わせてスピード感を持ち、躍動的に事業を展開していくためには、行政の枠を出た民間主導の組織の設立が求められていました。

そのため、本市では、稲城市観光協会設立検討協議会を設置のうえ、観光施策の実施主体としての観光協会設立の必要性を始め、組織体制、業務内容等について検討協議を重ね、平成30年6月に一般社団法人として稲城市観光協会を設立し、平成31年4月から本格的に稼働しています。

また、稲城市観光協会では、観光ウォーキングや観光スタンプラリー等の観光事業の実施に加えて、平成31年度からいなぎ発信基地ペアテラスの指定管理業務を稲城市商工会から引き継いでおり、観光施策の実施、情報発信等で一貫した動きを取っています。



稲城市観光協会設立総会



ロゴマーク

ロゴマークについて

稲城のいを「」になぞらえて、多摩丘陵を表すグリーン、土の香りを表すブラウン、三沢川・多摩川を表すブルー、笑顔のまち・発展を表すオレンジの4色で構成されています。

2. これまでの取組について（基本方針ごとの振り返り）

第一次計画の計画期間が令和2年度末で満了することに伴い、当該計画に掲げた5つの基本方針と22の施策について、これまでの実績（見込みを含む）を取りまとめました。（資料1）

基本方針（1） 稲城のまちの魅力を向上させる ～観光フィールドの整備～

①市民との協働による安全安心で暮らしやすいまちづくり

市民との協働による防犯活動や美化運動などの、安全安心でキレイなまちづくりを継続し、自分たちの暮らすまちに対する愛情と誇りの醸成を目指しました。

実施事業	内容・成果
防犯パトロールや、美化運動・多摩川清掃等の清掃活動による来訪者の受入環境整備	市民との協働により、防犯活動やまちの清掃を行うことで、きれいなまちづくりを継続し、来訪者を迎え入れる環境を整えるとともに、市民の本市に対する愛着と誇りの醸成を進めた。

②多様な地域資源の棚卸しとデータベース化（見える化）

まちの魅力を向上させるために、地域資源の現状を把握し、これを地域資源一覧表に取りまとめるとともに、積極的に事業への活用を図りました。

実施事業	内容・成果
観光資源一覧表の作成	稲城のまちの魅力を向上させるために本市の観光資源の見える化を図り、観光資源一覧表を作成した。（資料2）
観光PRパンフレット等の配布	観光資源が分かる市内の観光案内マップや観光PRパンフレット等を作成し、いなぎ発信基地ペアテラスを中心とした各公共施設で配布を行った。



観光PRパンフレット



メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクト
PRパンフレット

③体験型資源の開拓（稲城を体感する）

本市の特徴である農業、また稲城市をホームタウン・ホームアリーナとするプロスポーツチームを観光事業に取り込むなど、観光事業の充実に努めました。

実施事業	内容・成果
体験型ウォーキングツアー	観光ウォーキング事業に梨狩りやみかん狩り体験を取り込み、本市の特徴である農業を観光事業に活用した。
東京ヴェルディとのホームタウンパートナー契約の締結	平成31年度に稲城市観光協会と東京ヴェルディとの間でホームタウンパートナー契約を締結し、プロスポーツチームとの連携体制を整備した。
東京ヴェルディホームタウンデー	東京ヴェルディホームタウンデーに、いなぎ発信基地ペアテラスが出店し、本市の特産品販売等を行うことで市のPRに努めた。

④新しい地域資源の掘り起こし

既存の地域資源について、見せ方やアレンジ方法などに手を加えるなど、地域資源のポテンシャルの向上に取り組みました。

実施事業	内容・成果
稲城繁盛節のリメイク	市制施行45周年記念として、これまで祭りや盆踊り等で親しまれてきた「稲城繁盛節」の再録音を行い、制作したCDの配布や貸出を通じて本市の観光資源の1つとして市民への認識を高めた。

⑤イベントの拡充による「まちの賑わい」創出

既存イベントの拡充、また新たなイベントの企画や参画等を通じて、まちの賑わいの創出に取り組みました。

実施事業	内容・成果
桜・梨の花まつりの拡充	毎年4月に開催している桜・梨の花まつりについて、平成28年度から開催日数を1日から2日間に拡充し、より多くの市民に参加してもらうように努めた。 【来場者数】平成28年度：14,410人 平成29年度：8,697人 平成30年度：11,202人 平成31年度：17,950人 ※令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により部分開催となった。
ペアテラス前広場等の活用	いなぎ発信基地ペアテラス前の広場を地域活動を目的としたイベントに活用できるように制度を整えた。
カレーフェスタ開催への参画	いなぎ発信基地ペアテラス前広場等におけるカレーイベントの開催に協力し、本市の新たな魅力の発掘とともに、まちの賑わい創出に取り組むとともに、経済振興にも寄与した。 【開催実績】平成30年度：カレーフェスタ2018 平成31年度：カレーパーク2019 令和2年度：カレースタンプラリー2020

実施事業	内容・成果
ビアガーデン	地元商店街がいなぎ発信基地ペアテラス周辺で開催するビアガーデンに協力し、本市の新たな魅力の発掘とともに、まちの賑わい創出に取り組んだ。
オホーツク海産物フェア	平成29年度より、姉妹都市である北海道大空町のとなりまちである網走市の協力を受けて、いなぎ発信基地ペアテラスにおいてオホーツク直送の海産物の販売を行った。
三沢川桜並木のライトアップ	令和2年の桜・梨の花まつりにおいて、稲城市観光協会により三沢川桜並木のライトアップを行い、本市の観光資源である三沢川の桜の魅力を市内外にPRした。



桜・梨の花まつり



ビアガーデン



三沢川桜並木のライトアップ

⑥人的資源の掘り起こし

稲城の観光を支える人的資源の掘り起こしに積極的に関わり、協力体制を構築の上、ともに観光振興に取り組みました。

実施事業	内容・成果
いなぎ観光案内人の発足	観光に関する知見を有し、観光振興への意欲がある市民を「いなぎ観光案内人」として認定し、観光ウォーキングツアーのガイドや独自に観光ガイドの外部受注を行うなど、稲城市観光協会との連携のもとで積極的に活動を開始した。
稲城市観光大使の任命	令和元年6月、稲城市観光協会が「稲城市観光大使」制度の運用を開始し、初代大使として花枝聖氏、龍井一磨氏、朝央れん氏、福田美樹子氏の4氏、そして本市イメージキャラクターの稲城なしのすけが任命され、本市の観光PRに取り組んだ。



稲城市観光大使

左から 朝央れん氏、花枝聖氏、福田美樹子氏、
龍井一磨氏、稲城なしのすけ

基本方針（２） 稲城のまちを回遊する仕組みを構築する

①観光ウォーキングツアーの拡充（団体型まち歩き）

稲城のまちを回遊する仕組みとして、これまで定着しつつある観光ウォーキングについて、更なる拡充を図りました。なお、平成31年度以降は稲城市観光協会の主催で開催しました。

実施事業	内容・成果
観光ウォーキング	梨狩りやみかん狩りなどの体験型ツアーや、大丸用水れんげまつりとタイアップしたれんげの花鑑賞ツアーのようなイベントと連動したツアー、また伝統的な祭事の見学や季節性に富んだ河津桜鑑賞ツアーなどを展開し、地域資源の認知度の向上を図るとともに、多くの方々へ本市の魅力を感じてもらう機会を提供した。 【開催実績】平成28年度：9回開催 延べ278人参加 平成29年度：9回開催 延べ290人参加 平成30年度：6回開催 延べ201人参加 平成31年度：4回開催 延べ108人参加 令和2年度：4回開催予定

②スタンプラリー事業の拡充（個人型まち歩きA）

市内各所に点在する地域資源を繋げ、水辺空間、歴史・自然・芸術、寺社と緑などのテーマを定めたスタンプラリーを実施することで、個人でもまち歩きを楽しめる機会を提供しました。なお、平成31年度以降は稲城市観光協会の主催で開催しました。

実施事業	内容・成果
観光スタンプラリー	市への来訪者を増やすため、観光案内マップ「稲城ぶらり散歩」の散策コースを活用したスタンプラリー等を実施した。 【実施実績】平成28年度：4回実施 平成29年度：2回実施 平成30年度：2回実施 平成31年度：2回実施 令和2年度：2回実施 ※平成31年度は、日本自動車連盟との連携により、モバイルスタンプラリーとして実施した。



スタンプラリーMAP

MAPに掲載されたスポットに立ち寄り、スタンプを集めて応募すると、抽選で稲城のお土産が当たる。

③フットパス事業の導入の検討（個人型まち歩きB）

施策①「観光ウォーキングツアーの拡充」の取組みとして実施しました。

④自転車の活用による回遊性の向上スキームの検討

市内回遊の二次アクセスとしてのシェアサイクルの有効性に着目し、周辺他市と共通のプラットフォームを活用した電動アシスト付きのシェアサイクルを導入し、市内の回遊性の向上を図るとともに、周辺他市から観光客を呼び込みました。

実施事業	内容・成果
シェアサイクルの導入	シェアサイクルのステーションを市内各地に設置した。 【設置個所】公共施設：13箇所 民間施設：7箇所 (令和2年12月現在)

基本方針（3） 稲城のまち・地域資源の魅力を宣伝する

①近隣自治体や民間との連携による広域的な情報発信の体制づくり

本市の魅力をより広域に伝えていくために、広域連携事業に積極的に参画し、事業に本市の観光資源を積極的に活用するなど、多くの人々に本市の魅力が伝わるよう取り組みました。

南多摩3市観光連携事業「稲城市（幹事市）、町田市、多摩市」

多摩丘陵を観光資源として共有し、また歴史的にも親和性がある南多摩地域において、観光資源を磨き上げるとともに、様々な観光事業を展開することにより市内外からの来訪者を増加させ、観光客に選ばれる目的地となることを目標として、平成30年度から5年間の事業を展開しています。

実施事業	内容・成果
観光ウォーキングツアー	南多摩3市の観光スポットを巡るウォーキングツアーを実施した。 【平成30年度】 ・夏休み親子で野菜の収穫体験と里山歩き（多摩・町田市） ・明治大学黒川農場見学と古道ウォーク（稲城・町田市） ・錦秋を感じる紅葉狩りウォーク（多摩・稲城市） 【平成31年度】 ・稲城の古から現代を訪ねて ・町田薬師池公園を巡る歴史と紅葉のウォーク ・イルミネーションと紅葉を堪能する多摩ウォーク 【令和2年度】 ・稲城の梨狩り体験ウォーキングツアー ・町田の“映え”スポットを楽しむツアー ・多摩センターミュージアムツアー

実施事業	内容・成果
サイクルツアー	東京2020オリンピック競技大会における自転車競技（ロード）のコースに沿って、稲城市、多摩市、町田市をシェアサイクルで巡るツアーを平成31年度、令和2年度に実施した。
観光セミナー	観光に対する意識啓発、シビックプライド醸成、SNS発信の強化のためにセミナーを開催した。 【平成30年度】 ・観光交流サミット2018 講師：まちづくりアドバイザー 西川りゅうじん 氏 【平成31年度】 ・人気インスタグラマーが教える写真の撮り方 講師：インスタグラマー 南美沙 氏 【令和2年度】 ・スマホフォトグラファー入門講座 講師：フォトグラファー 竹内悠貴 氏
バスツアー	南多摩3市の観光スポットをめぐるバスツアーを実施した。 【平成31年度】 ・冬の公園を巡る南多摩3市観光日帰りバスツアー 【令和2年度】 ・南多摩の新たな魅力を体感する日帰りバスツアー
ファムトリップ	南多摩地区の観光商品化を目指し、メディア、旅行会社等を招待し、南多摩3市の観光スポットの紹介及び意見交換を行うツアーを実施した。
その他	南多摩3市を周遊するための広域観光マップ、魅力的な観光スポットを紹介する観光PR動画、カフェやスイーツなど新たな魅力を掲載した観光ブックを制作するとともに、SNSにより積極的な情報発信を行った。

京王線沿線4市観光振興創出事業「府中市（幹事市）、日野市、多摩市、稲城市」

市内外の居住者及び外国人観光客に対して、京王線沿線4市の認知度を高め、沿線価値を向上させることにより訪問を促し、観光振興及び地域振興を図ることを目的として、平成30年度から5年間の事業を展開しています。

実施事業	内容・成果
広域観光マップ制作	沿線市民向けのワークショップや外国人住民向けのフィールドワークの実施を通じて、様々なアイデアや意見を集約のうえ広域観光マップを制作した。
観光PR動画制作	京王線沿線4市の魅力を伝えるための観光PR動画を制作し、新宿アルタビジョンでの放映等を通じて積極的な情報発信を行った。

実施事業	内容・成果
インバウンド対応のためのセミナーの実施	ラグビーワールドカップ2019™ の開催等で訪日外国人旅行者の増加が見込まれることから、地域の受入体制強化を目的として飲食店向けインバウンドセミナー及び市民向け外国人おもてなしセミナーを開催した。

南武線沿線自治体シティプロモーション推進事業

〔立川市（幹事市）、国立市、府中市、稲城市、川崎市〕

南武線沿線の魅力や可能性を発信することにより、沿線住民のシビックプライドの醸成及び沿線のイメージ向上等を図り、これらをシティプロモーションに繋げていくことを目的としています。

実施事業	内容・成果
Instagramフォトコンテスト	南武線沿線自治体の共同プロモーション事業としてInstagramを活用したフォトコンテストを実施した。 【平成30年度】 じゃなInstagram・フォトコンテスト 【平成31年度】 南武線おいしい風景インスタフォトコンテスト

武蔵野の森発サステナブル観光推進協議会〔一般社団法人武蔵野コッツウォルズ（主催者）、 武蔵野市、三鷹市、府中市、調布市、小金井市、稲城市〕

観光地の本来の姿を持続的に保つことができるように、地域の文化や自然環境に配慮しつつ、観光と健康を結び付けたイベントの開催によって、住民と観光客が相互に潤うことを目的としています。

実施事業	内容・成果
サステナブル観光（※2）イベント	自然環境に配慮した移動手段により各市の観光スポットを巡るイベントを実施した。 【平成30年度】 ・ウォーキング ①空・花・そば散歩コース ②武蔵野文学紀行コース ③ほっこり野川の旅コース ・サイクリング ①ジブリの世界を巡るコース ②むさしの寺社巡りコース ③水の恵みを旅するコース（市内スポット） ・ランニング ①最後はビールで乾杯コース ②武蔵野でトレッキングコース ③温泉でゴールコース（市内スポット）

実施事業	内容・成果
(サステイナブル観光イベント)	【平成31年度】 ・サイクリング ①ジブリの世界を探して ②美味しい多摩川、水の旅（市内スポット）
サステイナブル観光マップ制作	平成30年度のイベントで巡ったコースを掲載したポケットサイズの観光マップを制作した。

②コンテンツの充実を図る

稲城のまち・地域資源の魅力を効果的に宣伝するために、観光ポータルガイドへの誘引による観光情報の発信、経済観光課の公式ツイッターによるリアルタイムな観光情報の発信など、積極的な情報発信体制を整備しました。

実施事業	内容・成果
いなぎ Free Wi-Fiの導入	観光ポータルガイドによる観光情報発信を目的として、市内6駅に「いなぎFreeWi-Fi」を導入するとともに、「いなぎFreeWi-Fi」導入事業者への設置費補助を行った。 (※市内6駅へのWi-Fi設置は令和2年7月で終了)
多言語情報サイトによる観光案内	訪日外国人を含めた観光客の受入環境整備のために、モバイルスマートタウン推進財団が事業展開する多言語観光情報サイト「Guidoor」を導入し、観光情報の提供を行った。
外国人向けメディアへの観光情報の掲載	外国人に日本の歴史、文化等を発信するWebメディア「Japan Old」へ、寺社仏閣や伝統芸能等の観光情報を掲載した。
観光PR動画の制作	市内のイベント紹介動画及びスライドショーを制作のうえ、稲城市動画チャンネルに掲載した。

③フィルムコミッション対応

本市の魅力を宣伝する手段として、映画やテレビドラマ等の撮影支援に積極的に取り組み、ロケーション情報の発信等を通じて対外的に市の魅力をPRしました。

実施事業	内容・成果
稲城ロケーションサービスの設立	市内におけるロケーション撮影をスムーズに展開できるように、市、稲城市観光協会、撮影支援を行う民間専門会社の連携により稲城ロケーションサービスを設立した。
撮影目的の施設使用料の制定	施設によって異なっていた撮影を目的とする場合の施設使用料について、統一の料金体系を制定した。

④稲城なしのすけプロジェクトの推進

本市の公式イメージキャラクターである稲城なしのすけを積極的に活用し、市内外に向けた効果的なプロモーション活動に取り組みました。

実施事業	内容・成果
各種イベントへの出演	いなぎ市民まつり等の市内のイベントや市外のイベントに出演し、積極的にプロモーション活動を行った。
着ぐるみの貸出	市民や団体が、市内において地域活性化、商工業活性化、子育て支援、福祉、学校教育等の事業の用に供する場合に、着ぐるみの貸出しを行うことで、稲城なしのすけの認知度向上を図った。
稲城なしのすけ時計台の設置	南武線3駅に稲城なしのすけ時計台のモニュメントを設置した。 平成23年度：矢野口駅、平成28年度：南多摩駅、 平成30年度：稲城長沼駅
コラボイラストの制作	ジャイアンツ・オフィシャル・マスコットの「ジャビット」、東京ヴェルディメインマスコットの「リヴェルン」とのコラボイラストを制作した。
稲城なしのすけスタンディの制作	いなぎ発信基地ペアテラス来訪者が、いつでも稲城なしのすけと一緒に写真を撮れるように、写真撮影用パネルを制作した。



ジャビット&稲城なしのすけ



リヴェルン&稲城なしのすけ



稲城なしのすけスタンディ

基本方針（４） 稲城に滞留する動機付けとなる「プラスα」の仕組みを創る

①レジャー施設内での地域資源の積極的宣伝戦略

施設来場者に対して、市の特産品や観光スポット、地域資源などの積極的なPRを行いました。

実施事業	内容・成果
稲城市フェスタ (旧事業名・稲城市民デーin ジャイアンツ球場)	読売ジャイアンツ球場イースタンリーグ公式戦に、市民を無料招待するとともに、球場内での特産品の販売や抽選会における景品の提供を通じて、本市の観光資源の認知度向上を図った。 【来場者数】平成28年度：722人 平成29年度：2,045人 平成30年度：976人 平成31年度：雨天中止 ※令和2年度は新型コロナウイルスの影響により中止

実施事業	内容・成果
コラボ缶バッジの制作	読売ジャイアンツと稲城なしのすけのコラボ缶バッジを制作し、稲城市フェスタに来場した市民へ配布した。
ゴルフ日本シリーズ後援	よみうりカントリークラブで開催されるシーズン最終戦「ゴルフ日本シリーズ」（JTカップ）において、来場者へ観光パンフレットを配布することや、優勝者へ副賞として稲城の梨を提供することを通じて、積極的に本市の観光資源のPRを行った。

②レジャー施設と連携したイベントの検討

観光資源のPRと市内回遊の動機付けを図るために、レジャー施設と連携したイベントに積極的に参加しました。

実施事業	内容・成果
よみうりランドご当地キャライベント	よみうりランドで開催されたご当地キャライベントに稲城なしのすけが出演し、観光PRを行うとともに認知度向上を図った。

③サイクリストに向けた「自転車のまち」づくりの検討

南多摩尾根幹線道路の走行などを目的として多くのサイクリストが市内を訪れる状況から、観光まちづくりの1つのテーマとして、「自転車のまち」を推進しました。

実施事業	内容・成果
「自転車を活用したまちづくりを推進する全国市区町村長の会」への加入	自転車による地方創成を図る全国組織である「自転車を活用したまちづくりを推進する全国市区町村長の会」に加入し、自転車に関する施策の共有や情報交換に努めた。

④サイクリストが集う、稲城の情報に触れる場の検討

サイクリストが集い、情報収集ができる場として、サイクルカフェの建設を進めるとともに、サイクリストはもちろん、市民の方も楽しめる自転車施策を展開しました。

実施事業	内容・成果
稲城クロスの開催支援	稲城クロス実行委員会の主催により、稲城北緑地公園の河川敷を利用してシクロクロス競技大会「稲城クロス」を開催した。本市は、河川敷の利用について国土交通省との折衝を行い、利用可能とした。 【開催実績】平成30、31、令和2年度：各年度2回ずつ開催
稲城サイクルカフェの建設	東京2020オリンピック競技大会の自転車競技（ロード）のコースである南多摩尾根幹線沿いに、サイクリストが集える場としてサイクルカフェを建設することとして、運営事業者の選定を行い、建物の建設工事を進めた。（令和3年6月開業予定）

基本方針（５） 稲城の新しい観光プロモーションの潮流を創る

①モニュメント等の知名度を活用した誘客施策

これまでに設置したモニュメント等を新たな地域資源として活用し、市外からの誘客を図る施策を展開しました。

実施事業	内容・成果
大河原邦男複製原画展	いなぎ発信基地ペアテラスにおいて、大河原邦男氏から寄贈された複製原画を活用した原画展を開催した。
デザインマンホールフォトラリー	市内の回遊性の向上を図るために、ガンダムやヤッターワン等のデザインマンホール蓋を巡るフォトラリーを実施した。 【実績】平成31年度：参加者764人
ガンダムマンホールカードの発行（東京都事業への協力）	令和2年度にガンダムマンホールカードを特別版として発行し、市内外からの誘客を図った。また、カード配布場所をいなぎ発信基地ペアテラスとすることで、来訪者へ稲城の魅力をPRすることができた。
デザインマンホールモバイルスタンプラリー（東京都事業への協力）	令和2年に東京都が実施した都内のデザインマンホールを巡るモバイルスタンプラリーに協力し、市内の回遊性の向上を図った。



ガンダムマンホールカード（特別版）



フォトラリーチラシ

②「メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクト」の推進

メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトの取り組みを継続し、本市の魅力の更なる向上を図りました。

実施事業	内容・成果
メインビジュアルの制作	大河原邦男氏がデザインした「メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクト」のキービジュアルポスターを制作し、市の取り組みを広くPRした。（平成27～29年度まで、各年度100枚制作）

実施事業	内容・成果
メカデザイナーズサミット	「メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクト」の一層の推進を図り、平成24年度から継続してメカデザイナーズサミットを開催した。サミットでは、クリエイション（創造）に焦点を当て、大河原邦男氏をホストに迎えたゲストを招いてのトークイベントのほか、全日本製造業コマ大戦稲城場所、子供向けのワークショップなどを行うことで、コアなファン層のみではなく、子どもやファミリー層まで来客層を拡大した。 【来場者数】平成28年度： 330人、平成29年度： 490人 平成30年度：1,268人 ※平成31年度は新型コロナウイルスの影響により開催中止、令和2年度はオンライン開催とした。
モニュメントの設置	新たな地域資源としてモニュメント等を設置した。 ・ガンダム及びザクモニュメント（稲城長沼駅・ペアテラス前） ・ヤッターワン、スコープドッグデザインプレート（稲城長沼駅・用水路転落防止柵） ・ヤッターワンモニュメント（南多摩駅・分量橋公園） ・スコープドッグモニュメントの設置（稲城長沼駅・いなぎペアパーク） ※スコープドッグモニュメントは稲城市観光協会により設置
デザインマンホール蓋の設置	市内4駅に下記のデザインマンホール蓋を設置した。 ・ガンダム（稲城長沼駅） ・スコープドッグ（若葉台駅） ・ヤッターワン（南多摩駅） ・マグナムエース（矢野口駅） ・稲城なしのすけ（若葉台駅）



メカデザイナーズサミットチラシ

ヤッターワンモニュメント



スコープドッグモニュメント



デザインマンホール蓋

③ラグビーワールドカップ2019™、東京オリンピック・パラリンピックへの対応

大規模イベントの開催に伴う来訪者の増加に備え、受け入れ態勢の強化に係る施策を展開しました。

実施事業	内容・成果
観光案内板の設置	南多摩駅付近の配電用地上機器に、自転車競技（ロード）の実質的なスタート地点である「km 0」の情報及び観光案内のラッピング表示を行い、気運醸成を図った。
TAMAサイクルフェスティバルへの参加	平成31年度に、自転車競技（ロード）の通過自治体である多摩地域8市による気運醸成イベント「TAMAサイクルフェスティバル」へ参加し、ブース出店によりPR活動を行った。

④地域コミュニティが発信する稲城オリジナルの活用

いなぎ発信基地ペアテラスを活用し、ギャラリー展示等を通じて交流の機会を設け、地域の活性化に繋がりました。

実施事業	内容・成果
いなぎ発信基地ペアテラスギャラリーにおける作品展示	稲城市内で活動しているイラストレーターや地域団体による写真展、絵画展、イラスト展などの作品展示等を行った。

コラム

広域観光連携への取組について

東京都市長会では、これまで「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」により、多摩地域の観光に関する意見交換や提言等を行ってきましたが、平成30年度からは、主管課長会を協議会として位置付けることで、意見交換や提言だけにとどまらず、予算に裏付けされた具体的な観光施策を実行できるようになりました。

具体的には「多摩地域が一体で取組む観光地域づくり」を主要なテーマとして、多摩版DMO（※3）の構築を目標に定め、イベントの開催、デジタルマーケティング（※4）等を実施しています。

この取組のために、平成30年度に広域観光連携に対する助成金制度が発足し、初年度は10個の連携事業がスタートしました。このうち、本市は南多摩3市観光連携事業と京王線沿線4市観光振興創出事業の2つの事業に参画しています。

これら広域観光連携については、本市だけでは出来ない範囲の事業展開ができることや、周辺地域において観光資源の相互共有が図られつつあること、広域観光マップや観光PR動画の制作、共通のSNSによる観光スポットのPR等により対外的な情報発信が増加していることなどから、有意義なものであると考えられます。

しかし、インバウンドの面から見れば、多摩地域への来訪者数は期待されたほど伸びてはいません。平成29年度に東京都市長会が行った「多摩地域における外国人観光客動態調査」によれば、東京都内に来訪したインバウンド観光客のうち、多摩地域への来訪があるのは7.2%にとどまっていることから、広域観光連携の今後の成果が期待されます。



京王線沿線4市観光動画



京王線沿線4市観光マップ

南多摩3市観光連携事業
観光セミナー南多摩3市観光連携事業
バスツアー

第 3 章

稲城市の観光の現状と 今後の状況変化

第2章では、第一次計画の計画期間における実績をまとめていますが、本章では稲城の観光の現状を分析するとともに、国、東京都、多摩地域で発生している、また今後発生すると見込まれる状況変化に本市の観光がどのように対応していくべきなのか、その方策を分析します。

1. 稲城市の観光の現状

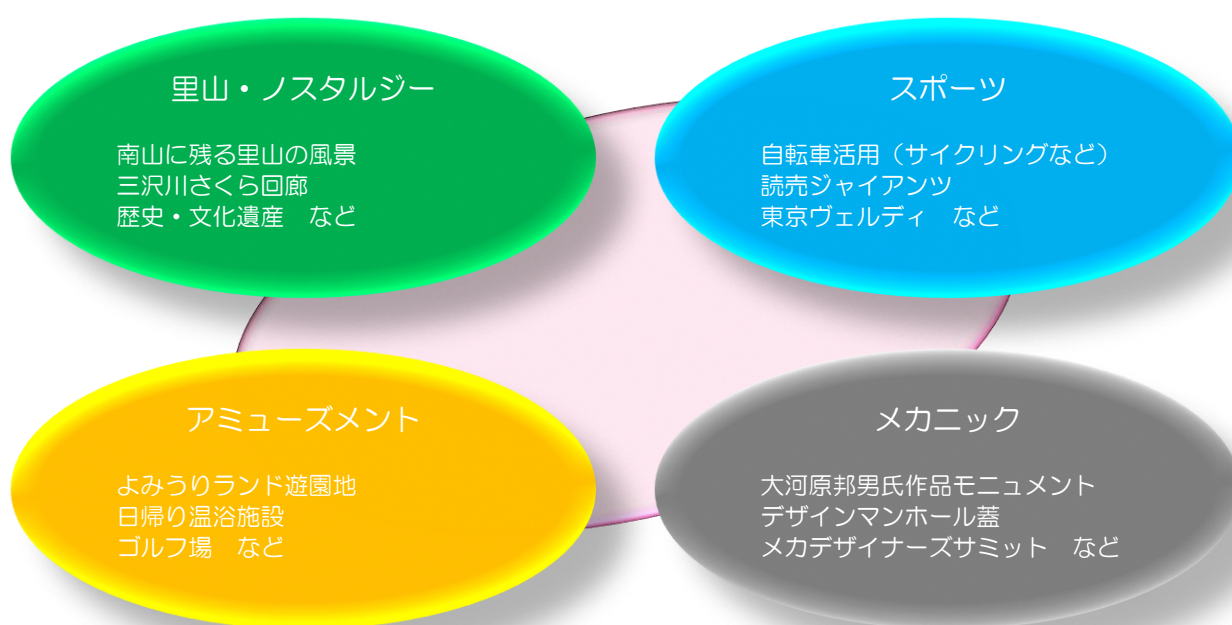
本市は都心部にほど近いベッドタウンとして成長を続けており、市内の大部分において住宅地が形成されています。従来型の観光で巡る美術館や博物館、大型の商業施設や商店街、全国的に名が知られた公園や神社仏閣などの、マスツーリズムに向けた大規模な観光資源こそないものの、本市の観光の特徴は、自然や町並み、歴史・文化遺産等に触れるまち歩き、また地域の人々との交流など、都市の様々な魅力を楽しむ近郊都市型の観光であるといえます。

本市の代表的な観光資源としては、雄大な流れの多摩川、桜並木が美しい三沢川、総延長が約70kmに及ぶ大丸用水などの親水空間、昔ながらの風景が残された里山や自然林を活かした公園などの豊かな緑、江戸時代中期に栽培のルーツを持つと言われている梨や贈答用ぶどうのブランドとして定着している高尾ぶどうなどの農産物、約2万年前の旧石器時代から現在に至るまでの長い歴史の中で育まれた有形・無形の歴史・文化遺産などが挙げられます。

加えて、地域経済分析システム（RESAS）の観光マップにおける目的地分析において、市内で最も多く検索されている観光施設であるよみうりランド遊園地、市内4か所に点在するゴルフ場、プロ野球チーム「読売ジャイアンツ」の練習場で、二軍の本拠地でもある読売ジャイアンツ球場、プロサッカーチーム「東京ヴェルディ」と「日テレ・東京ヴェルディベレーザ」のホームタウンであることなどは、他の地域には無い本市の強みであり、アンケート調査からも、全国的な認知度はあると考えられます。

これらの多様な観光資源を背景に、本市が取り組む観光施策の基本的な考え方である「ニューツーリズム（※5）」の流れに乗せて、既存の資源に磨きをかけるとともに、新たな資源を発見し、または新たに創造して、地域発の観光を提案する「着地型観光（※6）」として展開しています。

稲城市の観光資源の4本柱



2. 稲城市の観光を取り巻く状況変化

(1) 日本の観光動向

政府の積極的な観光施策の推進によって、訪日外国人旅行者数は増加の一途を辿り、令和元年には航空路線の拡充、またラグビーワールドカップ2019™の開催などを契機として、過去最高となる3,188万人〔日本政府観光局（JNTO）〕を記録しました。

しかし、令和2年に入り、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行を受けて、観光を取り巻く状況は一変しました。政府は、水際対策に係る措置として各国・地域からの入国を制限する措置を講じ、令和2年の訪日外国人旅行者数は412万人まで落ち込み、これまでインバウンド需要に支えられてきた宿泊、交通、飲食、レジャー等の観光関連産業は大きな打撃を受けました。

また、国内旅行における落ち込みも大きく、観光庁による宿泊旅行統計調査における延べ宿泊者数で見ると、令和2年2月以降は大きく落ち込んでおり、特に、5月においては前年同月比で約85%の減となっています。

このような状況を受けて、政府は、観光関連産業の活性化により停滞する日本経済の再始動を図るために「GO TO トラベルキャンペーン」打ち出し、国内観光需要の喚起に努めています。

新型コロナウイルス感染症の終息が見通せない状況ではありますが、非日常を味わい、小旅行を楽しむことで活力を取り戻したいという考えから、地元や近場への旅行であるマイクロツーリズム（※7）が提唱され、また、労働（ワーク）と休暇（バケーション）を組み合わせたワーケーション、テレワークを契機としたリゾート型テレワークなど、コロナ禍における新たな動きも生まれています。

新たな観光スタイルの創造が観光需要の回復に繋がるよう、withコロナ、さらには afterコロナに向けて着実に取組みを続けることが必要となります。

(2) 東京都、多摩地域（市部）の観光動向

日本の観光動向と同様に、訪日外国人旅行者数も増加の一途を辿り、ラグビーワールドカップ2019™や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けた東京都の観光PRや受入れ環境整備等を契機として、平成30年は1,424万人、令和元年は1,518万人〔東京都観光客数等実態調査（東京都）〕を記録しましたが、令和2年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により大きく落ち込んでいます。

しかし、これらの動向は、多様で魅力的な観光資源を有している多摩地域にとって、近場旅行という面では注目を集める好機と捉えることもできます。

訪日外国人旅行者のみならず、東京23区や近隣県からの身近な旅行先としての地位を確立するためには、各市が積極的にPR活動を展開していくことに加えて、多摩地域が連携のうえ一体となって観光施策に取り組み、より効果的な情報発信や魅力的なコンテンツの造成に努める必要があります。

そのため、東京都市長会では、平成28年度に「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」を提言し、多摩の魅力や存在を内外に訴求するための戦略策定、多摩地域のブランド化などに向け取り組んでいます。平成29年度には、各市それぞれの特徴や傾向を踏まえた戦略的かつ効果的な施策展開につなげるため、多摩地域全体における観光動態基礎調査（資料3）を実施しました。

また、広域連携による観光事業の活性化を図るために、広域連携事業に対する助成制度が創設されましたが、多くの市がこの助成制度を活用のうえ、様々な広域連携事業を展開しています。

広域連携事業に対する助成制度の助成期間終了後は事業の自立化が求められており、これら事業の今後の継続性については、各市とも工夫が必要となります。

3. 稲城市の観光の今後の状況変化

これまで述べたように、本市は多様な観光資源を有しておりますが、今後、観光事業を推進するうえで影響を与え得る大きなインパクトとして、以下の4つが挙げられます。

(1) 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催

令和2年開催予定であった東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が、新型コロナウイルス感染症の影響により令和3年開催予定となりました。本市は自転車競技（ロード）のコースの一部に設定されており、競技の実質的なスタート地点となる「km0」が本市内であることから、競技開催時には多くの観戦者が市内を訪れることが予想されます。

これに伴う課題としては、オリンピックの開催後も継続して観光客を呼び込むための施策展開が求められます。



テストイベント「READY STEADY TOKYO - 自転車競技（ロード）」の様子（令和元年7月）

(2) よみうりランドの成長戦略「飛躍」

平成31年2月6日に策定された『よみうりランドの成長戦略「飛躍」』（平成31年度から令和10年度）』では、遊園地にエンタメ植物園（令和2年3月「HANA・BIYORI」開園）やアート水族館などを加えるとともに、アトラクションの新設やリニューアルなどにより、遊園地の枠を超える「スーパー遊園地」に変貌させることなどが計画されており、遊園地に温浴施設とキッズ施設を含めた総合レジャー事業としての利用者数は、2028年度には現在の約2倍となる685万人へ拡大することを目指すとされています。

これに伴う課題としては、よみうりランド来園者への本市のPR方策、市内観光への誘導方策等の検討が挙げられます。



よみうりランド（全景）



ジュエルミネーション（令和2年）

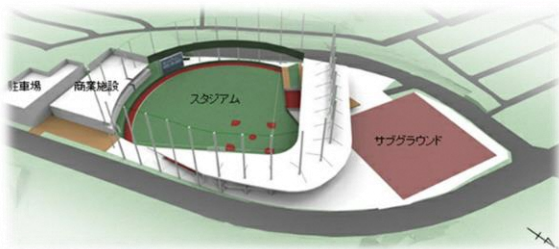


HANA・BIYORI

（３）TOKYO GIANTS TOWN（仮称）構想

読売新聞グループが進める構想では、南山東部土地区画整理事業地内に、令和6年度以降に天然芝の観客席やテラス席、デッキ席などを備えたファーム球場を新設するとともに、新たな商業施設の併設が計画されています。この構想によれば、新たな施設一体を「TOKYO GIANTS TOWN（仮称）」と位置付けることで、野球を通じて、本市をはじめ多摩地区全体の地域振興や憩いの場の創出を目指すとしています。

この構想に対して、本市としては、「TOKYO GIANTS TOWN（仮称）」のPRに協力するとともに、観光面ではパンフレット等を通じて訪問客へ市内の観光スポット等を案内することになりますが、一方では観光スポットや飲食店等への誘導方策の検討が課題となります。



新ファーム球場のイメージ図

（４）本市の人口動向と観光への影響

今後の市内人口の動向につきましては、第五次稲城市長期総合計画の策定に伴う人口推計分析によれば、第二次計画期間中は緩やかな増加が続くとされています。

人口の増加傾向により都市基盤整備が進展し、あわせて商業施設の出店が進むことも予想され、まちの活力の向上とともに賑わいの創出の面で観光の役割が求められますが、一方では、本市の魅力の一つである豊かな緑の保全に関する配慮も必要となります。

第 4 章

今後の方向性と施策展開

1. 今後の展開への課題

これまでに実施した各種アンケート調査、市民意識調査、また独自分析等に基づき、今後の本市の観光まちづくりに関する課題を整理しました。観光事業の推進による効果を最大限に引き出すためにも、これらの課題を着実に解決するための施策展開が求められます。

(1) SWOT分析

今後の方向性と課題をまとめるために、SWOT分析による手法を活用して、内部環境としての強みと弱みを、外部環境として組織をとりまく機会と脅威を整理しました。

区分		内部環境	
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
外部環境	機会 (Opportunity)	・ のどかな自然的景観（里山、大丸用水等） ・ 四季を通じて楽しめる花（桜、梨の花、アカシア、紫陽花等） ・ 特産品（梨、ぶどう）の生産、梨狩りやブルーベリー摘み取り等の体験イベント ・ メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトの推進（「機動戦士ガンダム」等アニメ作品の活用） ・ プロスポーツの拠点 ・ 大型レジャー施設や日帰り入浴施設	・ 市外、外国人向けの情報発信力 ・ 観光資源の認知度 ・ 団体客の受入体制（宿泊施設、駐車場等） ・ 観光スポットの点在 ・ 観光案内板等の多言語化対応 ・ マーケティングデータの収集・分析
	脅威 (Threat)	・ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催 ・ 読売ジャイアンツの新ファーム球場の新設 ・ よみうりランドの成長戦略「飛躍」 ・ アニメ等コンテンツへの需要 ・ 健康意識の向上（自転車、ウォーキング等） ・ スローライフ、農業等への関心の高まり	・ 人口減少による国内旅行市場の縮小 ・ 経済の低迷による観光客の減少 ・ 農業従事者の高齢化、後継者不足、人手不足 ・ 観光関連事業者の高齢化、後継者不足

以上それぞれに指摘される諸点について、＜機会×強み＞については一層生かしていく方策を考えるとともに、＜機会×弱み＞については克服するための方策、＜脅威×強み＞については新たな方向性を検討する方策を考えるとともに、＜脅威×弱み＞については回避する方策に、それぞれ取り組まなければなりません。

(2) デザインマンホールフォトラリーでのアンケート調査（資料4）

令和元年2月に行ったデザインマンホールフォトラリーのアンケート（回答数 743）を分析した結果、本市の観光においては、市内・市外を問わず、自然に対する期待値が高いことが分かります。しかし、本市の観光スポットとしてよみうりランドが高く認知されている一方で、他の観光スポットの認知度が

分散して全体的に低い傾向にあり、本市の観光イメージに偏りがあることが考えられます。

また、広報活動において市外からの誘客を図るためには、WEBサイトやSNS等の紙媒体以外の広報活動を強化することが必要であることが分かります。

（３）市民意識調査（観光に関する項目）（資料５）

本市では５年毎に市民意識調査（回答数 934）を行っており、調査項目となっている観光に関する満足度について、令和元年11月発行の結果報告書から分析します。

・観光資源の活用やPR活動などの満足度について

満足又はやや満足と回答している割合（18.0%）に対して、不満またはやや不満（24.5%）、分からない（57.5%）と回答している割合が高く、本市が実施している観光事業の取組が十分に浸透していない状況が分かります。しかし、過去２回の調査結果からの経年変化で比較すると、満足又はやや満足と回答している割合は少しずつ増加しています。

・今後力を入れるべき施策について

観光振興は、商業振興、農業振興及び勤労者支援と比較すると低い割合ですが、過去２回の調査結果からの経年変化で比較すると、平成21年度では8.7%、平成26年では13.9%、平成31年度では27.6%と大幅に増加しており、年々期待が高まっていることが分かります。

（４）「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート調査（資料６）

令和２年９月から10月に行った「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート（回答数 114）を分析した結果、本市の魅力として、梨やぶどう等の農産物、公園や里山等の自然を挙げる市民が多いことが分かります。その魅力を市外の方へ伝え、市外からの来訪が増えることについては、過半数が前向きに捉えている一方で、消極的に思う意見も見受けられます。

また、本市では第一次計画期間中において、観光案内所「いなぎ発信基地ペアテラス」の開業や稲城市観光協会を発足させるなど、観光施策に力を入れてきたこともあり、観光事業の推進による稲城市のイメージ変化については、メディアへの露出が増えた、まちに活気が出たなど、前向きに捉える意見が多く見受けられることから、観光振興が地域にもたらす効果について広く周知を図りつつ、今後もウェブサイト等を積極的に活用し、継続的に観光PRに力を注いでいく必要があると考えられます。

（５）第五次稲城市長期総合計画との関係

令和３年度から令和12年度までの10年間の計画期間とする「第五次稲城市長期総合計画」において、観光分野に関連する基本構想として、良好な自然環境と生活環境に加えて、特色ある都市農業、地域に根ざした商工業、またスポーツ・レクリエーション活動等で生み出された活力を観光資源として活用することで、賑わいのあるまちづくりを推進することを掲げています。

これを達成するために、第五次稲城市長期総合計画の下位計画となる本計画において、豊かな自然環境を活かし、既存の歴史遺産、文化財等の観光資源の魅力に磨きをかけるとともに、新たな発掘を行い、農業、商業、スポーツ、市民活動等の関連分野との連携と合わせて、諸活動を観光事業に繋げることで、観光の活性化及び持続化を図り、まちの賑わいを創出することが求められます。

また、観光事業の推進に市民の参画を促すことで、まちに対する誇りや愛着心であるシビックプライドが芽生え、事業の実施を通じてこれを醸成させていくことも必要となります。

(6) 稲城観光の課題

前記(1)から(5)に掲げた分析及び現状を踏まえ、本市の観光事業を推進する上での課題を下記のとおり整理しました。これらの課題を解決し、観光事業の推進による効果を最大限に引き出すための施策を構築する必要があります。

主な課題

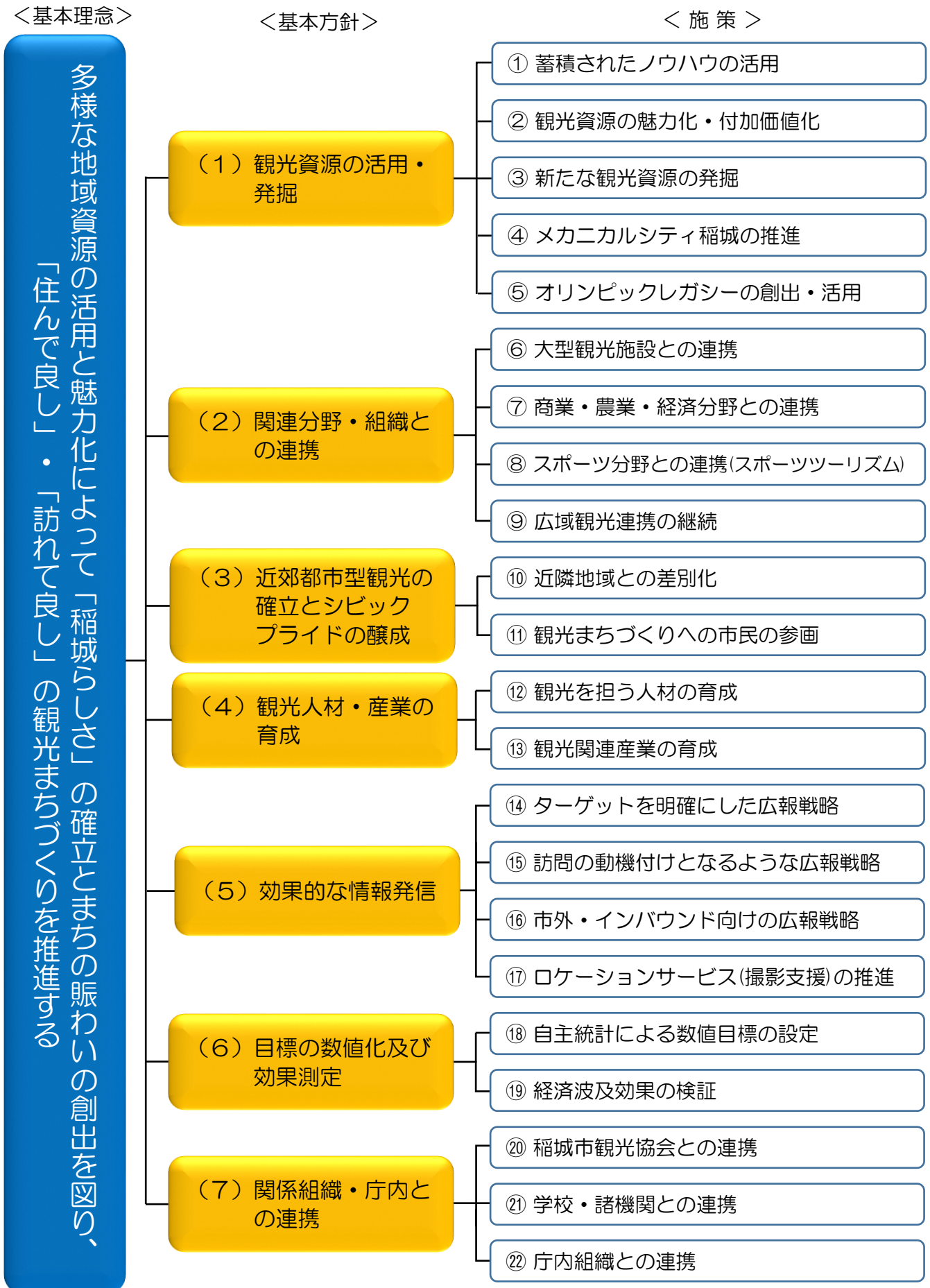
- ・本市の重要な観光資源である自然、緑、里山を保全しつつ、観光に活かす必要がある。
- ・既存の豊富な観光資源を有効に活用する必要がある。
- ・観光資源の認知度を高めていく必要がある。
- ・新たな観光資源の発見及び発掘をする必要がある。
- ・長年に渡り親しまれるような、稲城らしさを象徴する観光資源を生み出す必要がある。
- ・商業施設等との連携を図る必要がある。
- ・スポーツに関する取組をより一層強化する必要がある。
- ・観光に期待する声が増えてはいるが、市民を取り込む必要がある。
- ・市民の観光を通じた満足度を向上させる必要がある。
- ・地域の観光を担う人材を育成し、有効的に活用していく必要がある。
- ・観光に関連する産業を育成し、観光客の受入体制を強化する必要がある。
- ・対外的に効果的な情報発信を行っていく必要がある。
- ・外国人観光客の受入体制を整備する必要がある。
- ・観光事業の成果を数値化し、効果を明らかにする必要がある。
- ・庁内組織及び関係組織との連携を深める必要がある。

2. 今後の基本理念と取り組むべき基本方針及び施策

ここでは、第2章における第一次計画の実績評価、第3章における稲城市の観光の現状と今後の状況変化、また前項により明らかとなった諸課題を踏まえて、今後、稲城の観光を推進する上での基本理念・観光施策を展開する上での基本方針、そして取り組むべき施策をまとめます。

なお、第1章で述べたとおり、本計画の計画期間は5年間となりますが、観光の推進による効果として地域振興と産業振興を図るために、観光を取り巻く社会情勢、経済情勢等を適切に見据えながら、地域の魅力あふれるまちづくりと観光振興を長期的な視点で一体的に進めていく必要があります。

【計画の全体構成】



【基本理念】

多様な地域資源の活用と魅力化によって「稲城らしさ」の確立とまちの賑わいの創出を図り、「住んで良し」・「訪れて良し」の観光まちづくりを推進する

これまでに述べたとおり、本市は豊富で多様な観光資源を有効に活用し、様々な観光事業を展開してきましたが、市民意識調査や様々なアンケート調査の結果を踏まえると、これを改善していく余地は大いに残されていると考えられます。改善に向けては、既存の観光資源を磨き上げ、また新たな観光資源を発掘することで、本市の魅力を更に高めていくことが必要であり、これにより観光事業のより一層の充実が図られ、諸課題の解決へと繋がります。

また、こうした観光推進に資する取組は、地域経済の活性化を促すだけではなく、観光客との交流を通じて市民がまちの魅力を再認識することにより、まちに対する誇りや愛着心であるシビックプライドの醸成にも繋がります。

住んでいる人にとっても、訪れる人にとっても、ともに愛され、魅力ある稲城をつくりあげるために先に掲げた基本理念のもと、様々な観光施策の実施に取り組みます。

【基本方針と施策】

本市の観光における課題及び現状を踏まえ、基本理念を実現させるために、7つの基本方針を掲げるとともに、これに紐づく各施策を着実に推進します。

基本方針（1） 観光資源の活用・発掘



施策① 蓄積されたノウハウの活用

- ・観光ウォーキングツアー、観光スタンプラリーなど、第一次計画の計画期間内に培われたノウハウを稲城市観光協会が継承し、工夫を重ねていくことで、既存事業の更なる質の向上を図ります。
- ・本市の観光資源の魅力をより多くの人に伝えられるように、観光マップやパンフレットなど、より見やすく、使いやすい媒体の制作に取り組みます。

施策② 観光資源の魅力化・付加価値化

- ・温泉や大型の歴史遺産・建造物、自然景観等を巡るマスツーリズムではなく、既存の観光資源を活かし、人や自然との触れ合い、体験等に重点が置かれるニューツーリズムに基づく観光施策の展開を踏襲します。
- ・観光エリアマネジメント（※8）、観光商品化など、点在・分散する観光資源に付加価値を加え、魅力化や経済価値の向上を図ります。
- ・観光資源の見せ方を工夫するとともに、ストーリーに磨きをかけ、多様性に富むそれぞれの観光資源を年齢、性別等のターゲットに合わせて観光ルート化し、既存の観光資源を十分に活かしつつ、本市への来訪意欲が高まる施策を展開します。

- ・神社仏閣や伝統芸能、文化行事等については、主催団体や関連組織から情報を収集するとともに、連携を図ることで情報発信力を高め、より一層の集客力の向上に努めます。
- ・里山の自然については、保全や育成を呼び掛けるとともに、里山ツーリズムとして観光ウォーキングツアー等に取り込み、その希少性を共有し、自然への意識を高めることで、持続可能な観光施策として展開します。

施策③ 新たな観光資源の発掘

- ・既存の観光資源のみではなく、幅広い世代からの発想、また話題性に富んだテーマ等を取り込むことにより、これまで焦点が当てられず、また発掘されていない観光資源に着眼し、新たな観光施策の展開を試みます。
- ・公共インフラ施設や工場等の産業観光（※9）の分野を、新たに観光資源として開拓します。
- ・日頃訪問しにくい建物や施設など、特別感を感じる場所を会議やイベントで利用するという、いわゆるユニークベニュー（※10）を展開し、他市との差別化を図ります。
- ・縄文遺跡や古街道などの歴史遺産を、新たな観光資源として発掘します。
- ・新たに体験型、参加型等「コト消費」の対象となる観光施策の展開に取り組みます。

施策④ メカニカルシティ稲城の推進

- ・本市の観光の重要な柱の一つである「メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクト」を継続するとともに、更なる創意工夫を重ね、観光目的地としての魅力の向上に努めます。
- ・令和3年度に誕生10周年を迎える「稲城なしのすけ」について、より一層愛されるキャラクターを目指して、各種イベントへの出演やマスコミ媒体等への露出機会を増やします。
- ・「稲城なしのすけ」の着ぐるみの更新を図るとともに、多様な商品展開などを通じて地域商業との連携を図り、本市のシティプロモーションに繋がります。

施策⑤ オリンピックレガシーの創出・活用

- ・令和3年7月に自転車競技（ロード）が実施された後は、これまで築き上げた「自転車のまち稲城」に、新たにオリンピックのレガシーが加わることになり、サイクリストの聖地として、今まで以上に多くのサイクリストの来訪が予測されることから、稲城サイクルカフェの利用促進を中心として、これを迎え入れる体制を構築します。

成果目標

- ・新旧の観光ルートを組み合わせた観光ウォーキングルートの増加
- ・メカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトや稲城なしのすけに関連する商品数の増加
- ・稲城サイクルカフェの利用者数増加

基本方針（２） 関連分野・組織との連携



施策⑥ 大型観光施設との連携

- ・『よみうりランドの成長戦略「飛躍」（2019～28年度）』に掲載された計画が実現されていく過程において、各種広報媒体を通じた告知・宣伝で連携を図ることにとどまらず、遊園地を含めた各施設を観光施策に取り込み、市内への回遊を促すよう試みます。
- ・「TOKYO GIANTS TOWN（仮称）」については、庁内連絡会等における協議等を通じて読売ジャイアンツと更なる協力関係を構築し、観光面で連携できる施策の実現に取り組みます。

施策⑦ 商業・農業・経済分野との連携

- ・商業、農業、経済分野において、本市への誘客促進や地域の賑わい創出のために、より一層の連携を図ります。
- ・商業分野については、稲城市商工会が策定した「稲城市商業活性化プラン」に記載された観光に関連する要素を市の観光事業に取り込めるよう、関係各所との連携を図ります。
- ・農業分野については、これまでどおり梨、ぶどうなどの特産品の活用を図るとともに、「稲城市農業基本計画」に掲げられた市民交流事業、観光農園、6次産業化などの要素を観光事業に取り込めるよう、関係各所との連携を図ります。
- ・食による地域活性化のためのイベントの実施に取り組みます。

施策⑧ スポーツ分野との連携（スポーツツーリズム）

- ・スポーツに関連する諸団体、庁内部署等との連携強化とともに、情報連携を深めることで、スポーツイベントの集客力の向上を図り、これをまちの賑わいの創出や地域への経済効果の波及に結びつけます。こうした一連の活動を、市民にとって話題や誇りとなるような、地域に好循環を創出するスポーツツーリズム（※11）として展開します。
- ・これまで観光を通じて協力関係を構築してきた読売ジャイアンツ、東京ヴェルディ等のプロスポーツチームとの連携を継続します。また、広報・告知活動の強化、集客力向上に向けた取組等について、より一層の協力を図ります。
- ・東京ヴェルディと稲城市観光協会が締結しているホームタウンパートナー契約に基づき、市内での連携事業の展開に取り組みます。
- ・ゴルフ日本シリーズJTカップの開催にあたり、主催者と連携し、優勝者への副賞授与と合わせて、市内観光のPRを図ります。
- ・自転車関連については、稲城クロスの継続開催への協力を継続します。また、サイクリングマップの制作や、シェアサイクルを活用したサイクルツアーの実施など、自転車を利用して市内を回遊する契機となる施策を展開します。

- ・スポーツに関連する諸団体が実施するスポーツイベントにおいて、市外からの参加者、観客が見込める大会については、会場でのブース出店や観光PRに務め、スポーツのまちとしてのプロモーション活動に取り組みます。

施策⑨ 広域観光連携の継続

- ・これまで継続してきた京王線沿線や南武線沿線、南多摩3市等の他自治体との連携事業について、取組を継続します。
- ・姉妹都市・友好都市連携、文化、スポーツ等の分野での交流、特産品の相互取扱販売、災害時の相互援助等を通じて、本市の関係人口（※12）は多方面に拡大し、相互の認知度の向上や来訪者数の増加に大きな役割を果たしていることから、交流の継続化に取り組みます。

成果目標

- ・よみうりランド来場者数の増加
- ・農業と連携した体験型プログラムの増設
- ・スポーツイベントの増加

基本方針（3） 近郊都市型観光の確立とシビックプライドの醸成



施策⑩ 近隣地域との差別化

- ・温泉街等の観光地とは異なり、本市は住宅地域、生活地域ではありますが、「日常的な観光地」として、近郊都市観光のスタイルを確立します。
- ・本市が持つ自然、文化、産業等の地域資源を最大限に活用し、住民や来訪者の満足度の向上及び地域経済の活性化に取り組むことで、地域社会の持続的な発展を図りつつ、観光まちづくりを推進します。
- ・本市と類似する近郊都市は、「プチ田舎」や「トカイナカ」として近郊都市観光のスタイルを確立していますが、他市との差別化を図り、稲城ならではの観光施策を展開します。

施策⑪ 観光まちづくりへの市民の参画

- ・観光まちづくりへの市民の参画を促すことで、我がまちへの誇りが芽生え、これをシビックプライドの醸成に繋がります。
- ・里山の保全や育成を含め、観光資源の魅力を高める取組みの一つとしてまちの風景を整備するために関係各所に協力を求めるとともに、市民の参画も視野に入れます。

成果目標

- ・（仮称）サポーターズクラブの新設とメンバーの増加

基本方針（４） 観光人材・産業の育成



施策⑫ 観光を担う人材の育成

- ・ いなぎ観光案内人の育成と活動を継続します。
- ・ ものづくり体験の講師、まちの語り部等として活躍できる人材を発掘し、観光メニューの充実を図ります。
- ・ 行政における民間の観光業務等経験者の登用など、観光に関するノウハウの蓄積を継続します。
- ・ 稲城市観光大使について、新たな人材を発掘するとともに、活動の機会及び範囲を拡大し、話題性の創出、シティーセールスの推進等に繋がります。

施策⑬ 観光関連産業の育成

- ・ 名産品、お土産品等の販売及び開発、さらには、飲食店の紹介等を通じて、観光関連産業の発展を促すとともに、地域が稼ぐ観光の仕組みの構築を目指します。
- ・ イベント等の開催にあたり、市内事業者と積極的な連携を図るとともに、協力関係を築くことを通じて、関連産業の育成に努めます。

成果目標

- ・ いなぎ観光案内人の増加

基本方針（５） 効果的な情報発信



施策⑭ ターゲットを明確にした広報戦略

- ・ 多様な観光資源について、訴求するターゲットを明確に設定し、自然環境、農産物、アニメ関連などそれぞれの嗜好に合わせた広報戦略を打ち出します。

施策⑮ 訪問の動機付けとなるような広報戦略

- ・「稲城に行ったこと」が自慢になるようなブランド戦略を打ち立て、稲城に行きたい、観光資源を見たいと思う動機付けができるような魅力的な観光情報を、SNS等を通じて効果的に発信します。

施策⑯ 市外、インバウンド向けの広報戦略

- ・いなぎ発信基地ペアテラスにおける多言語観光マップの配架など、旅ナカ（※13）及びインバウンド向けの観光案内を強化します。
- ・観光パンフレット等の広報媒体について、東京観光情報センター、ターミナル駅、広域連携自治体への積極的な配架に取り組みます。

施策⑰ ロケーションサービス（撮影支援）の推進

- ・ロケーション撮影の誘致や撮影支援を積極的に行うことにより、効果的なシティプロモーションを図るとともに、地域経済の活性化に取り組みます。
- ・ロケーション情報を掲載した広報媒体を制作し、訪問の動機付けとなる新たな魅力を発信します。

成果目標

- ・SNSフォロワー数の増加及びインプレッション数の獲得
- ・撮影支援件数の増加

基本方針（6） 目標の数値化及び効果測定**施策⑱ 自主統計による数値目標の設定**

- ・独自の観光統計等に基づき、来訪者数、入込数、イベント参加者数等の数値目標を設定します。

施策⑲ 経済波及効果の検証

- ・観光施策の展開に伴う人の移動、また物の購入や発注が地域の消費活動へ繋がり、地域経済への波及効果が生まれることから、その効果を検証します。

成果目標

区 分		(単位：人) 令和3年度 目標値	(単位：人) 令和7年度 目標値
いなぎ発信基地ペアテラス入込数		69,522	71,557
イベント 参加者数	観光ウォーキング	180	180
	観光スタンプラリー	160	160
	婚活事業	40	40
イベント 来場者数	桜・梨の花まつり	18,096	18,360
	iのまち いなぎ市民まつり	63,915	83,205

※イベント参加者数については、実施数及び定員数が一定であることから、目標値に変動は無い。

基本方針（7） 関係組織・庁内との連携



施策⑩ 稲城市観光協会との連携

- ・市と稲城市観光協会が密に連絡を取り合い、連携することで、官民一体となった観光まちづくりを推進します。
- ・それぞれの嗜好に合わせた広報戦略を打ち出します。

施策⑪ 学校・諸機関等との連携

- ・駒沢女子大学、稲城市観光協会、本市の三者で締結した「稲城市観光まちづくり産官学連携協定」（平成30年）に基づく活動を推進し、観光振興による地域の活性化を図ります。
- ・小中学校、その他教育機関との連携を図ります。
- ・J A F（日本自動車連盟）、稲城市観光協会、本市の三者で締結した「観光協定」（平成30年）に基づく活動を推進し、地域の観光振興を図ります。

施策⑫ 庁内組織との連携

- ・庁内観光連絡会議において市内観光に関する情報共有を図るとともに、企画財政、スポーツ、芸術文化、市民協働、まちづくり等の所管部署との調整を図りつつ、持続可能な観光施策に立案に取り組みます。

成果目標

- ・ 民間等団体との連携に基づく事業の増加

コラム

SDG's と本計画との関係

SDG'sは、2015年9月の国連サミットにおいて全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中核を成す2030年までの「持続可能な開発目標」であり、発展途上国のみならず先進国を含む国際社会共通の目標です。

17の目標及び細分化された169のターゲットから構成され、地球上の「だれ一人として取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指し、経済・社会・環境をめぐる広範的な課題に対する統合的な取組みが示されています。



第 5 章

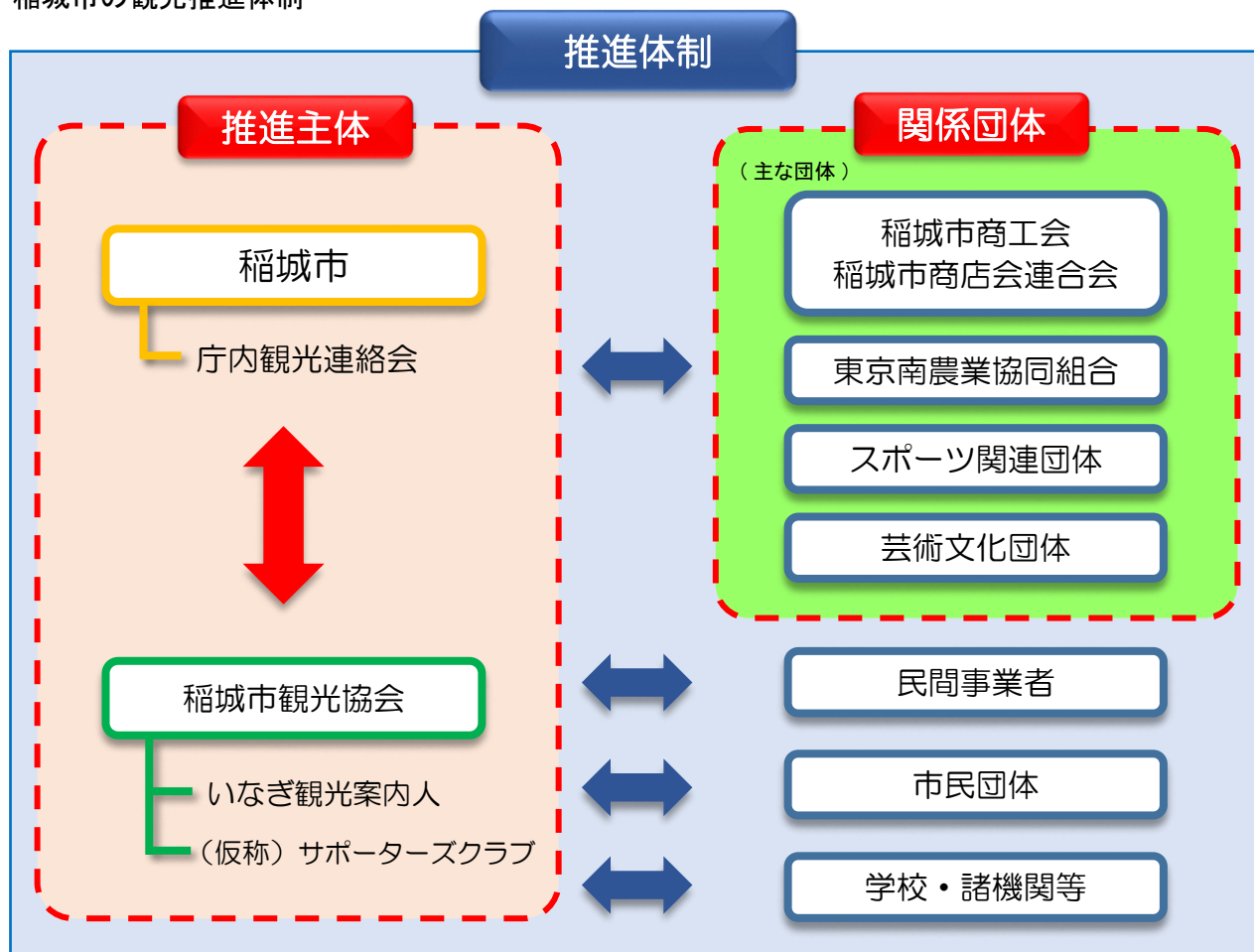
推進体制

1. 推進体制と役割分担

本市の観光は、観光消費を通じて地域の経済活動を活性化させるだけではなく、シビックプライドを醸成して豊かな市民生活を実現するなど、多様な効果の発揮を目指して取り組むものです。

本市の観光を推進する上では、関係団体（稲城市商工会、稲城市商店会連合会、東京南農業協同組合、スポーツ関連団体、芸術文化団体等）、民間事業者、市民団体、稲城市観光協会、学校、行政といった多くの主体が本計画の目的や取組み方針について共通認識を持ち、観光事業の担い手となっていくことが期待されます。

稲城市の観光推進体制



それぞれの主体の役割については下記のとおりです。

【関係団体】

各団体の観光関係者と相互に連携を図りつつ、各団体の強みを生かした活動により、観光振興に努める役割が期待されます。

【民間事業者】

飲食業、物販業、宿泊業など、来訪者に対して質の高いサービスを提供することでリピーターの獲得を図るとともに、地域経済の活性化に繋がるような事業の創出に努める役割が期待されます。

【市民団体】

まちづくりにおける観光の重要性について理解を深めるとともに、地域における観光推進に向けた取り組みへ参加及び協力することが期待されます。

【学校・諸機関等】

イベントへの参加等を通じて、観光に関心を持ち、観光が果たす役割について理解を深めるとともに各種観光施策への協力、積極的な情報発信等の役割が期待されます。

【稲城市観光協会】

観光に関する状況の把握、観光資源の調査・開発、情報収集・発信、地域イベントの企画運営など、市の観光全般に関するプロモーションやプロデュース、コーディネート等に取り組みます。

【稲城市】

本計画の策定主体として、国・都・関係市区町村などの行政機関及び関係団体、民間事業者等の関係組織との役割分担を踏まえつつ、自らも観光事業の実施に取り組むとともに、多様な実施主体と相互に連携を図りつつ、本計画の着実な実施に向けて取り組みます。

