資料編

資料１　第一次計画の年度別実績

第四次稲城市長期総合計画施策体系	第一次稲城市観光基本計画		平成28年度
	基本方針	施策	
第４章 環境にやさしく活力あふれるまちづくり 第２節 産業の振興 ５　観光・スポーツ・レクリエーションを通じたまちの活性化	(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	
		②多様な地域資源の棚卸しとデータベース化（見える化）	・観光資源一覧表の作成
		③体験型資源の開拓（稲城を体感する）	
		④新しい地域資源の掘り起こし	・稲城繁盛節のリメイク、普及
		⑤イベントの拡充による「まちの賑わい」創出	・桜・梨の花まつりの拡充（２日開催） ・南武線高架下及び周辺広場の活用
		⑥人的資源の掘り起こし	
	(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）	・観光ウォーキングツアー （梨狩り、みかん狩り等の体験型）
		②スタンプラリー事業の拡充（個人型まち歩きＡ）	・観光マップと連携したスタンプラリー
		③フットパス事業の導入の検討（個人型まち歩きＢ）	←― 観光ウォーキングツアーとして実施 ―→
		④自転車の活用による回遊性の向上スキームの検討	
(1)地域資源を活かした観光事業の推進	(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	・京王線沿線観光連絡会議 ※地域資源発掘型実証プログラム適用
		②コンテンツの充実を図る	・ポスター、パンフレット、マップ制作 ・いなぎ free Wi-Fi の導入（市内６駅への設置及び市内店舗への導入補助） ・観光ポータルガイドへの誘導
		③フィルムコミッション対応	・撮影情報のデータベース化
		④稲城なしのすけプロジェクトの推進	・イベントへの出演 ・広報誌への稲城なしのすけ４コマ漫画掲載 （平成26年度からの継続）
(2)市民・本市来訪者への効果的な情報発信によるまちの賑わいの創出	(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	・稲城市民デーinジャイアンツ球場 ・ゴルフ日本シリーズＪＴカップ後援
		②レジャー施設と連携したイベントの検討	・よみうりランドご当地キャラ祭出演
		③サイクリストに向けた「自転車のまち」づくりの検討	
		④サイクリストが集う、稲城の情報に触れる場の検討	
	(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	
		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	・ガンダム・ザクモニュメント設置 ・メカデザイナーズサミット ・デザインプレート（ヤッターワン、スコープドッグ）設置
		③ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピックへの対応	
		④地域コミュニティが発信する稲城オリジナルの活用	
	推進体制	・観光推進協働体制の構築	・庁内観光連絡会

平成29年度	平成30年度	平成31年度（令和元年度）	令和２年度
		・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（観光協会）	
		・歴史古道	・南山里山ウォーク
・オホーツク海産物フェア（網走市との協力） ・イベントの継続実施	・市内飲食店のカレーを集めたイベント ・イベントの継続実施	・イベントの継続実施	・桜並木のライトアップ（桜・梨の花まつり） ・イベントの継続実施
・稲城観光案内人の発足 （ツアーガイドへの活用、外部受注等）		・稲城市観光大使の任命（４人） （各種イベントへの出演）	
・事業の継続実施	・事業の継続実施	・事業の継続実施	・事業の継続実施
・事業の継続実施	・事業の継続実施	・モバイルスタンプラリー（観光協会）	・事業の継続実施
←観光ウォーキングツアーとして実施→			
・レンタサイクル実証実験	・シェアサイクル導入		
・南武線沿線自治体シティプロモーション推進協議会 ・連携の継続	・東京都市長会連携事業 南多摩３市観光連携事業 京王線沿線４市観光振興創出事業 南武線沿線自治体シティプロモーション推進事業 ・武蔵野の森発サスティナブル観光推進事業 ・ＪＡＦ（日本自動車連盟）との連携 ・連携の継続	・多摩の魅力PR事業（東京都市長会）への参画 「まるごと！多摩コレクション」 ・多摩の魅力発信イベント（東京都）への参画 「多摩の超文化祭in豊洲市場」 ・連携の継続	・連携の継続
・情報発信媒体制作の継続 ・観光ポータルガイドによる情報発信の継続	・情報発信媒体制作の継続 ・観光ポータルガイドによる情報発信の継続	・Guidoorを活用した観光情報の発信 ・情報発信媒体制作の継続 ・観光ポータルガイド等による情報発信の継続	・情報発信媒体制作の継続 ・観光ポータルガイド等による情報発信の継続
	・撮影の活発化	・撮影目的の施設使用料の制定（条例改正） ・稲城ロケーションサービス設立	・各種条例施行（新たな施設使用料の徴収） ・稲城ロケーションサービス本格稼働
・読売巨人軍＆稲城なしのすけのコラボイラスト制作 ・稲城なしのすけ時計台設置（南多摩駅） ・各プロモーション活動の継続	・読売巨人軍マスコットキャラクター（ジャビット）＆稲城なしのすけのコラボイラスト制作 ・稲城なしのすけ時計台設置（稲城長沼駅） ・各プロモーション活動の継続	・缶バッジ用ぬりえイラスト制作 ・マンホール型コースター制作 ・各プロモーション活動の継続	・各プロモーション活動の継続 ・東京ヴェルディマスコットキャラクター（リヴェルン）＆稲城なしのすけのコラボイラスト制作
・ジャイアンツとのコラボ缶バッジ制作 ・事業の継続実施	・事業の継続実施	・事業の継続実施 ※稲城市民デーは開催中止	・事業の継続実施 ※稲城市民デーは開催中止
・事業の継続実施			
		・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加入	
	・稲城クロス開催支援（９月・２月） ※地域資源発掘型実証プログラム適用	・事業の継続支援	・稲城サイクルカフェ建設 ・事業の継続支援
・大河原邦男氏複製原画展		・デザインマンホールフォトラリー ・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）	・マンホールカード発行（東京都事業）
・ヤッターワンモニュメント設置 ・事業の継続実施	・事業の継続実施	・デザインマンホール蓋設置 ・スコープドッグモニュメント設置 ・事業の継続実施 ※メカデザイナーズサミット開催中止	・事業の継続実施 ※メカデザイナーズサミットオンライン開催（見込み）
		・機運醸成イベントへの参加	・観光案内板（ラッピング広告）制作
	・ペアテラスにおける作品展示及び販売		

・観光協会設立検討協議会	・稲城市観光協会設立準備会 ・稲城市観光協会設立登記、発足 ・ＪＡＦ、観光協会との観光協定 ・駒沢女子大学、観光協会との産官学連携協定	・稲城市観光協会本格稼働	

資料２　観光資源一覧表

カテゴリー	主な観光資源
伝統文化	江戸の里神楽（穴澤天神社） 青渭囃子（青渭神社） 獅子舞（穴澤天神社、青渭神社、大麻止乃豆乃天神社） 蛇より行事（妙見寺・妙見尊）
歴史・史跡	小沢城跡、大丸城跡、長沼城跡 延喜式内社（穴澤天神社、青渭神社、大麻止乃豆乃天神社） 妙見寺・妙見尊、常楽寺、妙覚寺、宝蔵院、竪神社、円照寺 髙勝寺、杉山神社、但馬稲荷神社、津島神社（上新田、下新田） 多摩川の渡船場跡（是政、押立、矢野口） 馬頭観世音塔、孝子長五郎の墓 光仙婆さんの祠 郷土資料館（ふれんど平尾）
美術・音楽	稲城梨唄、稲城繁盛節 パブリックアート（若葉台、向陽台） 稲城市立ｉプラザ（音楽、演劇など）
映画・ドラマ（ロケ地）	稲城北緑地公園、多摩川 若葉台・向陽台・長峰のニュータウン
自然・景観	多摩川、三沢川、大丸用水、多摩丘陵（谷戸）、南山 里山、みはらし緑地、ふれあいの森、平尾の古民家、ありがた山
公園	稲城北緑地公園、上谷戸親水公園、若葉台公園、稲城中央公園 城山公園（城山野草園）、いなぎペアパーク
動植物	桜（三沢川、稲城北緑地公園、よみうりランドなど） 紫陽花（大丸用水、妙覚寺など） 梨の花、れんげ、アカシア林、イチョウ、梅 大塚牧場、木曽駒（馬）親子 チョウゲンボウ、ホタル（上谷戸親水公園）
みち・街なみ	ニュータウン（若葉台、向陽台、長峰） 南多摩尾根幹線道路 多摩川サイクリングロード くじら橋（稲城中央公園） 上谷戸大橋、巨人への道、よみうりＶ通り

カテゴリー	主な観光資源
食・特産品	稲城の梨、高尾ぶどう、ブルーベリー 地域認証ブランド商品「稲城の太鼓判」 （稲城の梨ワイン、梨シャーベット、梨ジュースなど） ＪＡ東京みなみ稲城支店（農産物直売所） フルーツ狩り体験（梨、みかん、ブルーベリーなど）
商業・宿泊施設	よみうりランド 丘の湯、季乃彩（入浴施設） ペアリーロード稲城商店街、平尾団地商店街 縁結び友ｉ商店会、弁天通り商店会 東横INN府中南武線南多摩駅前（宿泊施設） ステーションホテルちゃぼ（宿泊施設）
スポーツ	読売ジャイアンツ球場 東京ヴェルディ、日テレ・東京ヴェルディベレーザ（本拠地） ゴルフ場（よみうりCC、よみうりGC、多摩CCなど） 自転車のまち（シェアサイクル、シクロクロス競技など）
アニメ・POPカルチャー	稲城なしのすけ（公式イメージキャラクター） ガンダム・シャア専用ザクモニュメント デザインプレート（ヤッターワン、スコープドッグ） ヤッターワンモニュメント 稲城なしのすけ時計台 デザインマンホール蓋（ガンダム、稲城なしのすけなど） スコープドッグモニュメント
まつり・集客イベント	Ｉのまち いなぎ市民まつり、桜・梨の花まつり 大丸用水れんげまつり、稲城手作り市民まつり 上谷戸ホタルの夕べin稲城 稲城フェスティバル、稲城市フェスタ メカデザイナーズサミット 市内のイルミネーション（若葉台駅前、矢野口駅前など） どんど焼き（賽の神行事）
産業観光	南多摩水再生センター クリーンセンター多摩川
著名人	大河原邦男（メカニックデザイナー）、井上ジェット（マルチクリエイター） 佐藤康光（日本将棋連盟会長） 重森陽太、渡辺健司（キックボクシング・日本チャンピオン）
その他	いなぎ発信基地ペアテラス 稲城市観光協会

資料３　平成29年度多摩地域観光動態基礎調査

調査概要

実施機関：東京都市長会

目的：多摩地域に来訪した人（日帰り・宿泊）の観光動態調査

対象：多摩地域30市町村のいずれかの市町村に60分以上滞在した人。
ただし、多摩地域居住者・通勤者、長期旅程者、および高頻度来訪者を除外。
また、生活圏のデータは除外。

調査業者：KDDI株式会社、株式会社コロプラ

	調査期間	調査人数
調査①	2016年10月１日～12月31日	30,345人
調査②	2017年１月１日～３月31日	30,706人
調査③	2017年７月１日～９月30日	30,767人

調査結果（近隣市に対象を絞り、かつ調査項目を抜粋して表示）

１．来訪者数

稲城市への来訪者は近隣市と比較して少ないことが分かります。

来訪者数	稲城市	調布市	府中市	多摩市	町田市
調査①	426人（20）	1,893人（6）	1,944人（5）	1,140人（7）	6,514人（1）
調査②	458人（20）	1,889人（5）	1,820人（6）	1,291人（7）	6,634人（1）
調査③	462人（22）	2,320人（4）	1,725人（6）	1,381人（7）	5,619人（1）

※（）は順位

２．日帰り率

約８割が日帰りとなっており、宿泊する来訪者は少ない状況です。

日帰り率	稲城市	調布市	府中市	多摩市	町田市
調査①	82.8%	83.7%	76.5%	71.5%	86.1%
調査②	83.1%	84.8%	75.1%	74.7%	87.1%
調査③	78.6%	79.6%	74.8%	75.3%	84.2%

３．周遊傾向

周遊先は多摩市、府中市、町田市が多いが、稲城市への周遊はあまりされていないことが分かります。また、稲城市から多摩地域以外への立ち寄り市区町村は川崎市が最も多い状況です。

周遊観光エリア	稲城市	調布市	府中市	多摩市	町田市
第１位	多摩市	府中市	調布市	八王子市	八王子市
第２位	府中市	三鷹市	立川市	町田市	多摩市
第３位	町田市	武蔵野市	多摩市	府中市	稲城市

※上記は調査③のデータ

４．昼間滞在時間

来訪者の平均滞在時間は3時間弱、近隣市と比較すると若干短いことが分かります。

平均滞在時間	稲城市	調布市	府中市	多摩市	町田市
調査①	2時間44分	2時間52分	3時間17分	3時間29分	2時間45分
調査②	2時間46分	2時間50分	3時間17分	3時間14分	2時間44分
調査③	2時間52分	2時間57分	3時間17分	3時間20分	2時間46分

５．属性

男女共に50歳以上が一番高い構成比となっており、近隣市と比較すると女性（15～29歳）が少ない状況です。

属性	稲城市	調布市	府中市	多摩市	町田市
男性（15～29歳）	9.8%	11.5%	11.2%	10.9%	11.3%
男性（30～39歳）	8.2%	9.1%	9.7%	9.0%	8.6%
男性（40～49歳）	10.8%	10.6%	11.1%	10.1%	8.4%
男性（50歳以上）	18.5%	15.6%	17.9%	10.5%	12.6%
女性（15～29歳）	8.2%	9.9%	10.6%	16.0%	13.1%
女性（30～39歳）	10.7%	11.9%	9.2%	14.8%	11.2%
女性（40～49歳）	13.9%	11.0%	12.1%	12.2%	13.3%
女性（50歳以上）	19.9%	20.3%	18.2%	16.4%	21.5%

※上記は調査③のデータ

本調査の対象である多摩地域30市町村

（出典：平成29年度多摩地域観光動態基礎調査レポート）

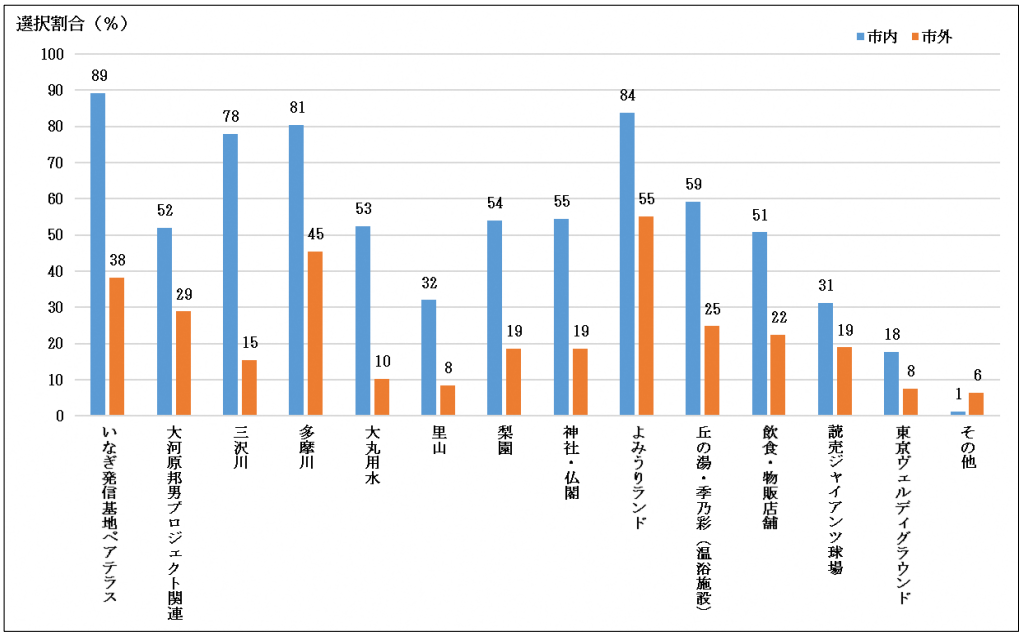
資料４　デザインマンホールフォトラリーでのアンケート調査

アンケート概要

実施期間	令和２年１月15日（水）から３月13日（金）
実施場所	いなぎ発信基地ペアテラス
対象者	デザインマンホールフォトラリーの参加者
回答数	743名（稲城市内400名、稲城市外343名）

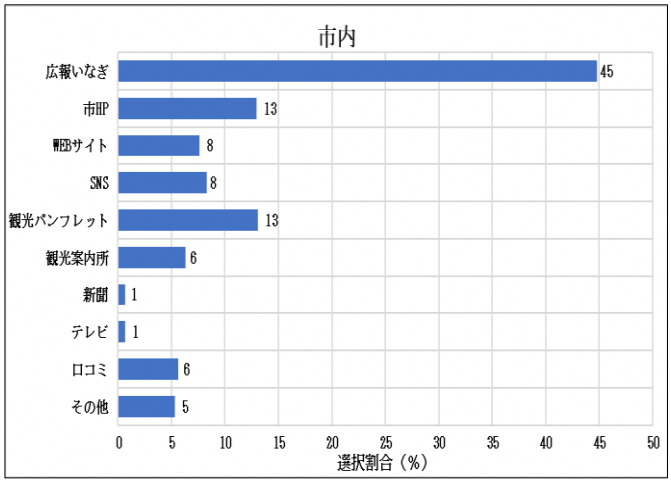
Q1【今までに訪れたことがある稲城市の観光スポット・施設】

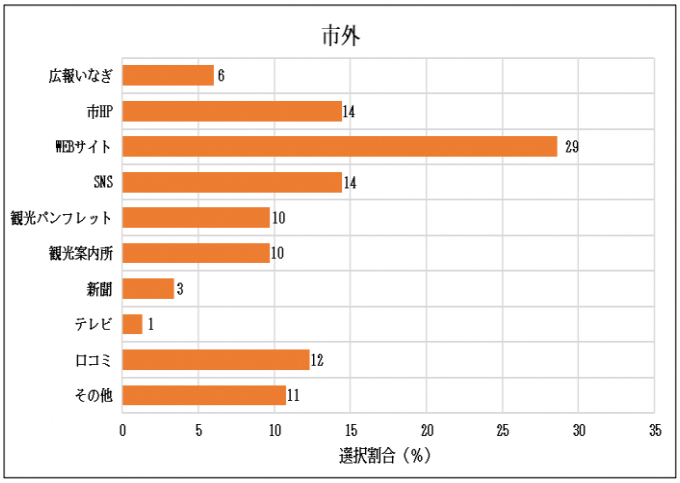
市内・市外の回答者ともに、「いなぎ発信基地ペアテラス」、「多摩川」、「よみうりランド」が上位となっています。



Q2【稲城市の観光情報をどのように知りましたか。】

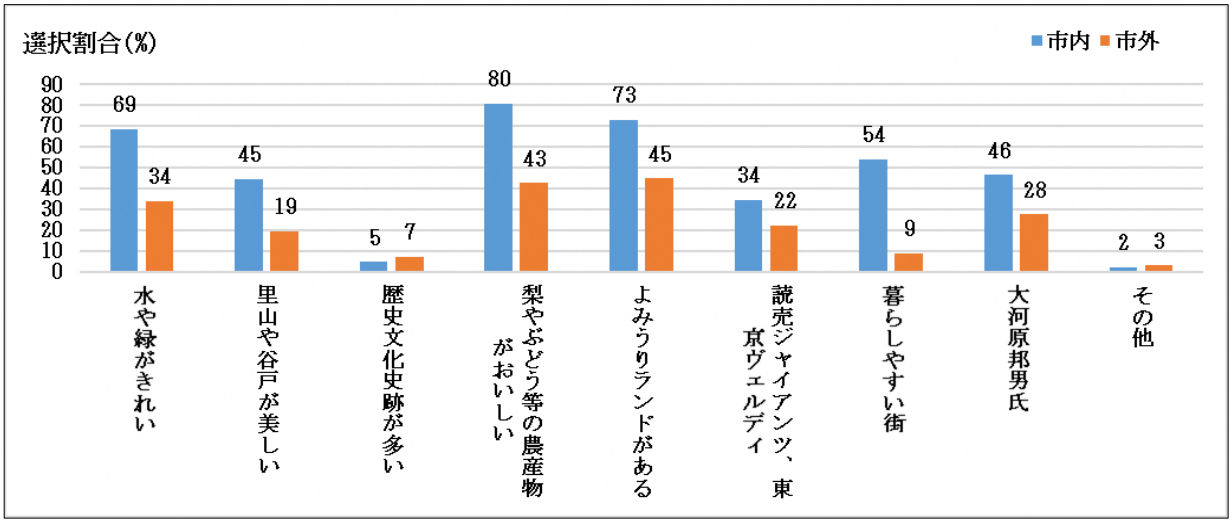
市内の回答者は、「広報いなぎ」が一番高い結果となりました。一方で、市外の回答者は、「WEBサイト」、「SNS」が上位となり、紙よりもWEB媒体で情報を収集している傾向があります。市外への情報発信を強化するためには、WEBサイトやSNS等を活用することが有効であると考えられます。





Q3【稲城市のイメージについて】

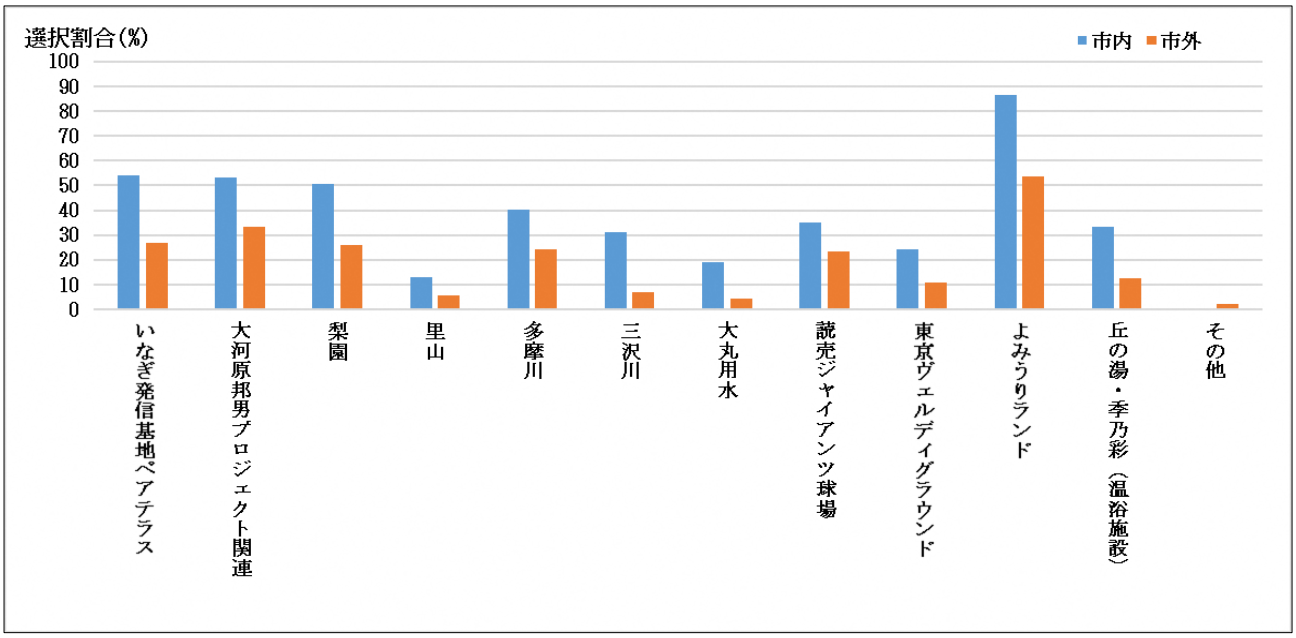
市内・市外の回答者を問わず、「よみうりランド」と「梨やぶどう等の農産物」が上位となっています。歴史文化史跡のイメージが低く、自然のイメージの方が比較的高い傾向にあります。



Q4【稲城市を代表する観光スポット・施設について】

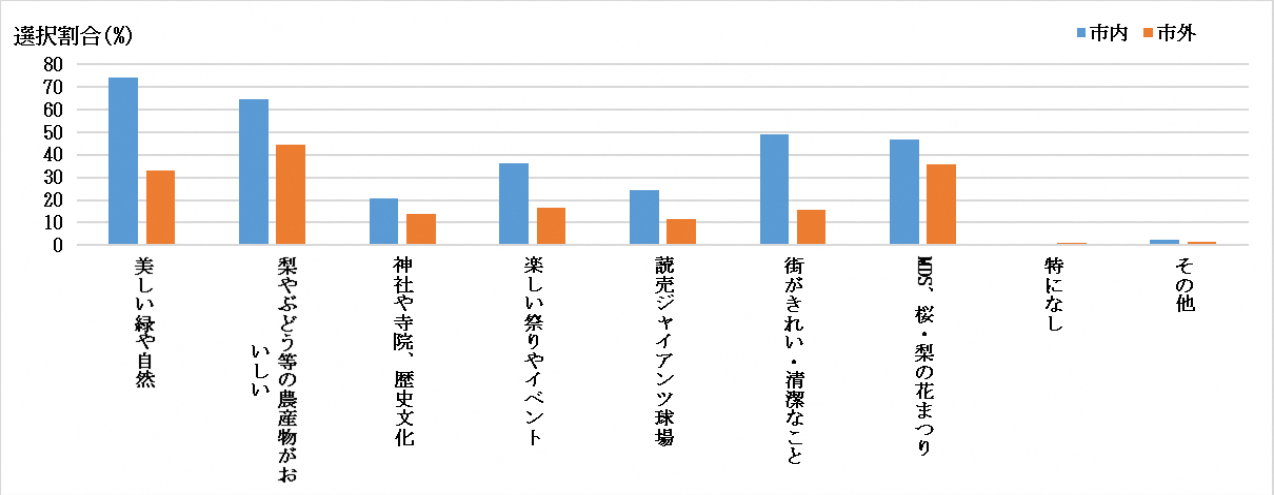
「よみうりランド」が、市内・市外の回答者を問わず圧倒的に高い数値となっています。

市内の回答者の方は、各スポットについて半数以上が訪れているが、市外の回答者の方はほとんどのスポットにおいて訪れたことがある割合が半数以下になっています。稲城市を代表するスポットでありながら、市外への認知度が低いことが分かります。



Q5【稲城市の観光に期待すること】

市内・市外の回答者ともに、「美しい緑や自然」、「梨やぶどう等の農産物」への期待が高い状況です。特に「梨やぶどう等の農産物」は市外の方にも広く認識されていることが分かります。



資料５　令和元年市民意識調査（観光に関する項目）

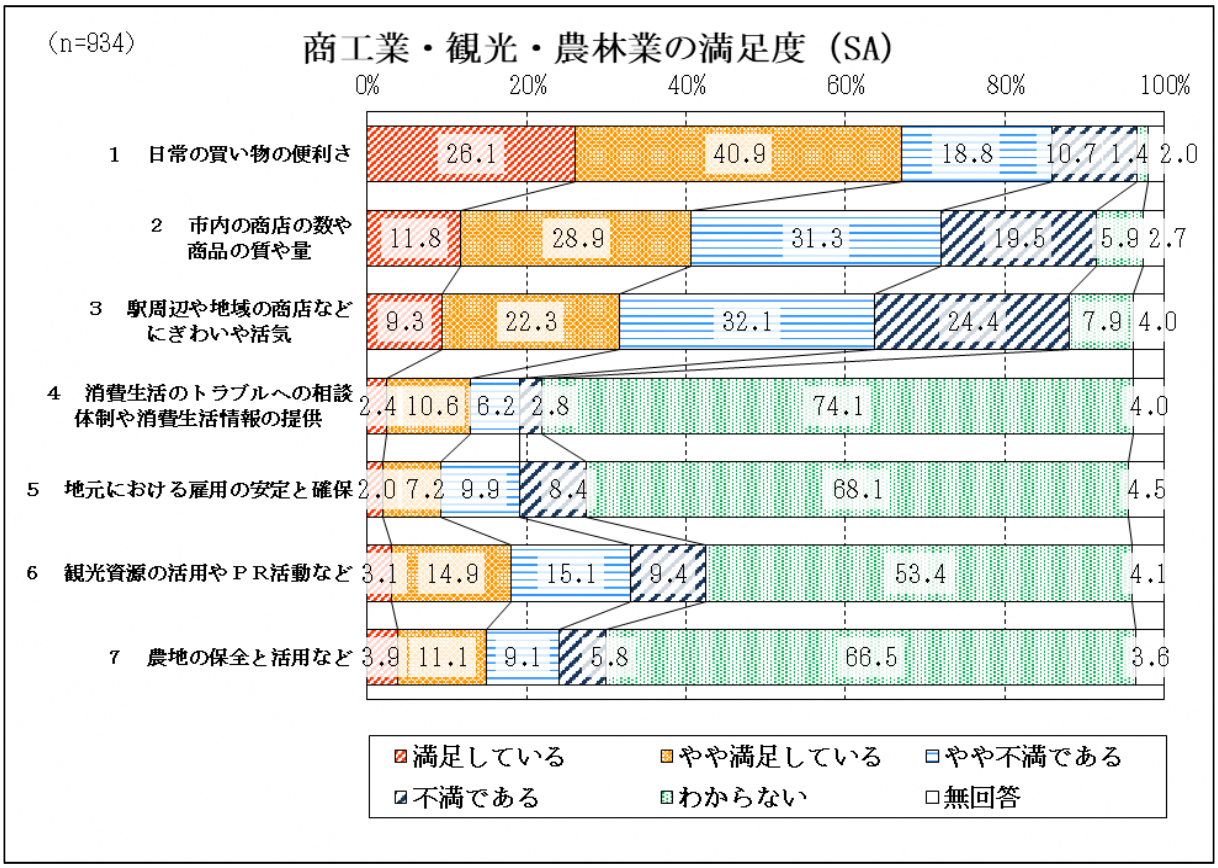
調査概要

調査地域	稲城市全域
調査期間	令和元年５月30日から６月14日
調査対象	市内在住の16歳以上の男女
対象者数	2,000人
抽出方法	住民基本台帳より無作為抽出
調査方法	郵送法（郵送配布・郵送回収・WEB回答を試行）
回答数	934人（郵送840人、WEB94人）

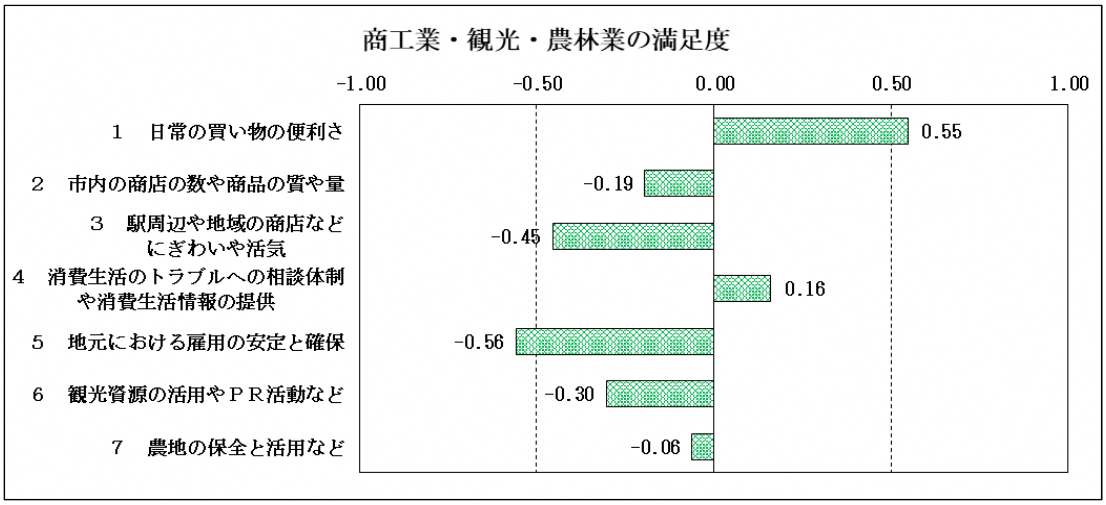
１．商工業・観光・農林業の満足度について

満足度については、「日常の買い物の便利さ」が26.1%と最も高く、次いで、「市内の商店の数や商品の質や量」が11.8%、「駅周辺や地域の商店などにぎわいや活気」が9.3%と続いています。「満足している」と「やや満足している」の回答割合を合わせた“満足している”では、「日常の買い物の便利さ」が67.0%と最も高く、次いで、「市内の商店の数や商品の質や量」が40.7%、「駅周辺や地域の商店などにぎわいや活気」が31.6%と続いています。

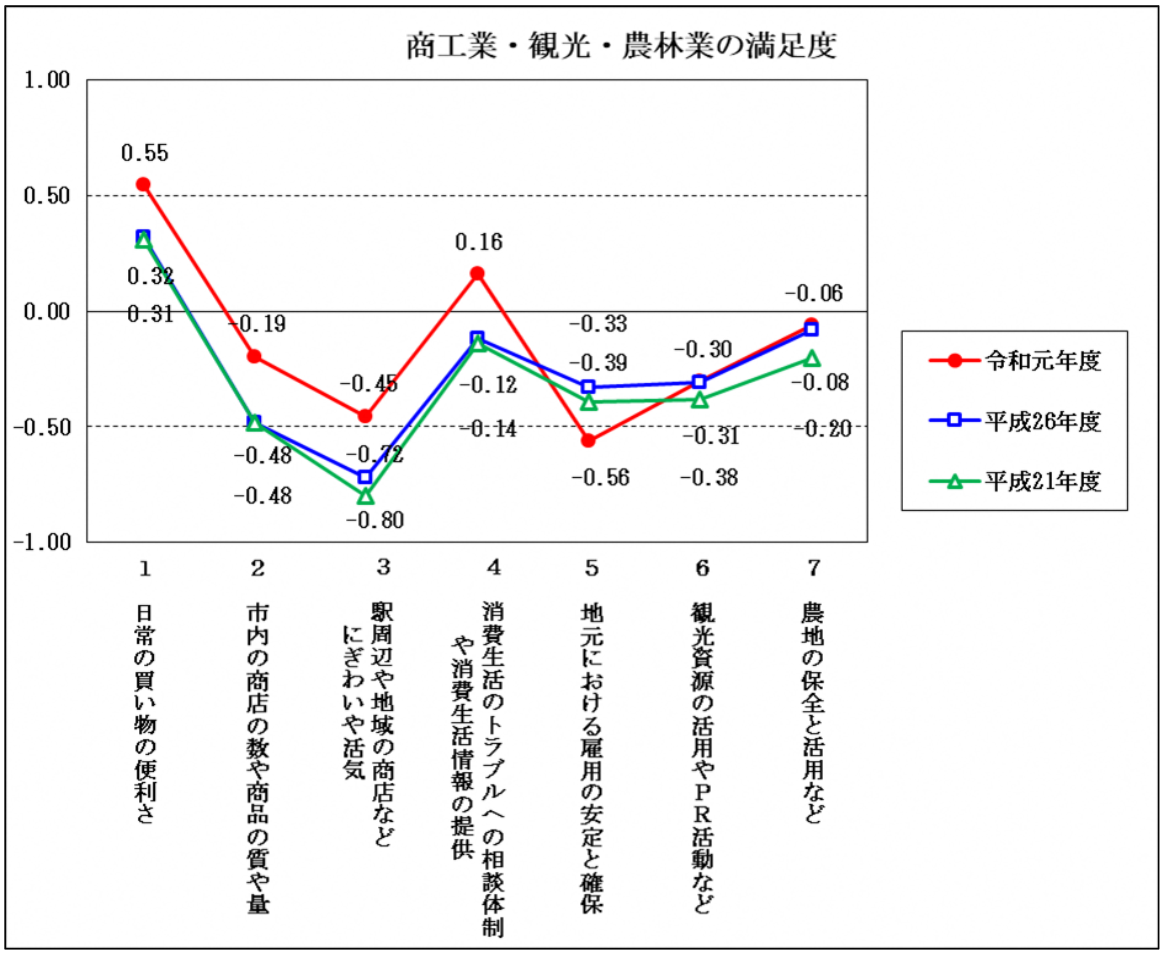
また、“満足している”の回答割合が高い「日常の買い物の便利さ」「市内の商店の数や商品の質や量」「駅周辺や地域の商店などにぎわいや活気」に対しては、“不満である”（「やや不満である」と「不満である」を合わせた回答割合）の回答割合も高く、「わからない」の回答割合が少ない、関心の高い項目となっています。



加重平均値で回答結果を見ると、「日常の買い物の便利さ」と「消費生活のトラブルへの相談体制や消費生活情報の提供」が“満足している”に傾いている一方で、その他の項目は“不満である”に傾く結果となっています。

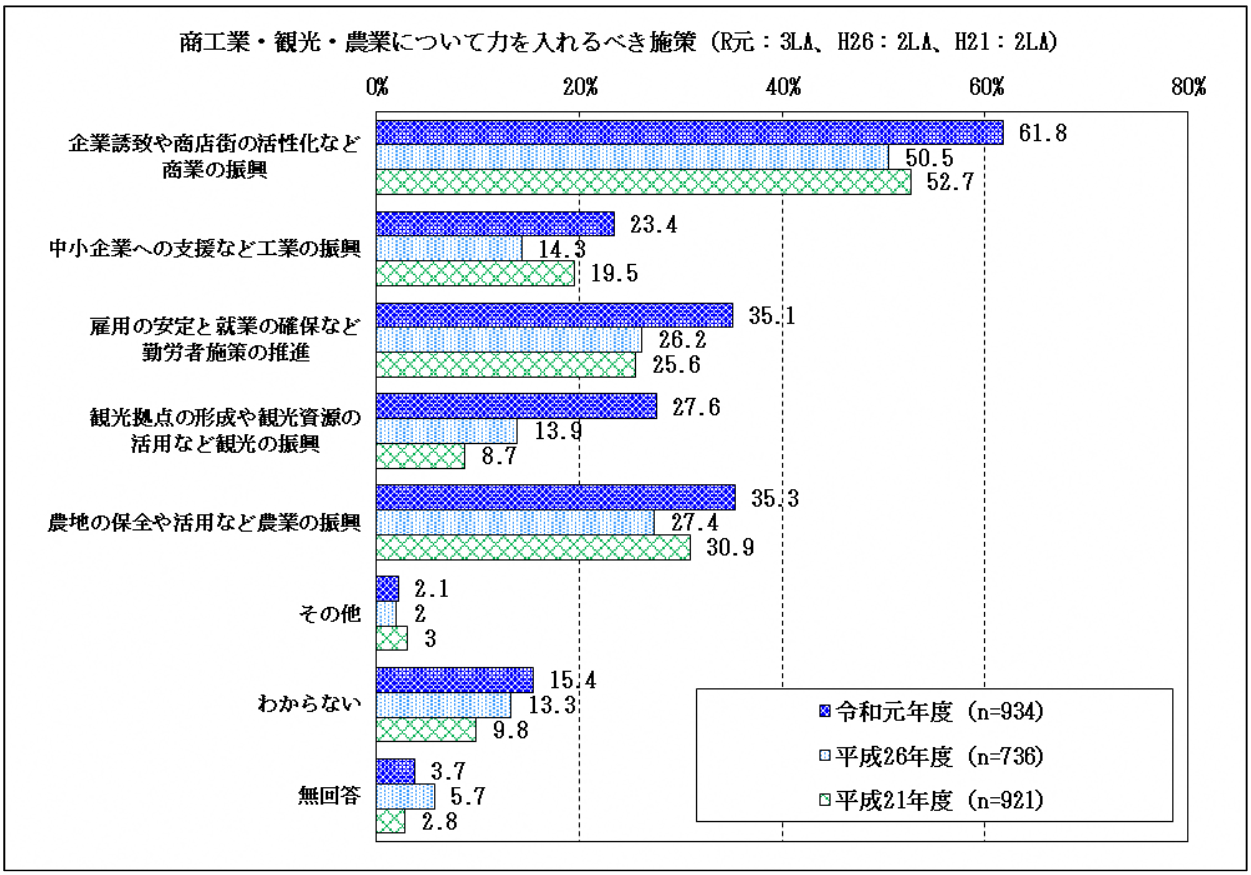


前回（平成26年度）及び前々回（平成21年度）の結果と加重平均値で比較すると、「地元における雇用の安定と確保」の評価点が下回り、「観光資源の活用やＰＲ活動など」及び「農地の保全と活用など」の評価点はほぼ同じ結果となっています。



２．商工業・観光・農業について力を入れるべき施策について

商工業・観光・農業について力を入れるべきことについては、「企業誘致や商店街の活性化など商業の振興」が61.8%と最も高く、次いで、「農地の保全や活用など農業の振興」が35.3%、「雇用のの安定と就業の確保など勤労者施策の推進」が35.1%と続いています。



今回の回答条件（3LA：選択は3項目まで）と、前回（平成26年度）及び前々回（平成21年度）の回答条件（2LA：選択は2項目まで）が異なるため一概に比較はできませんが、上位項目については同様の傾向となっています。

また、今回の結果では、「観光拠点の形成や観光資源の活用など観光の振興」への回答割合の増加が目立っています。

（出典：市民意識調査結果報告書　令和元年11月発行）

資料６　「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート調査

【調査概要】

調査地域	稲城市全域
調査期間	令和２年９月から10月15日
調査対象	市内在住・在勤・在学の方
回答方法	（1）市HP内のメールフォーム （2）経済観光課観光係窓口
回答数	114人

【調査結果】

問１①　性別	男性	女性
人数（人）	52	62
割合（%）	46	54

問１②　年齢	～10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
人数（人）	0	3	16	42	22	21	10
割合（%）	0	3	14	37	19	18	9

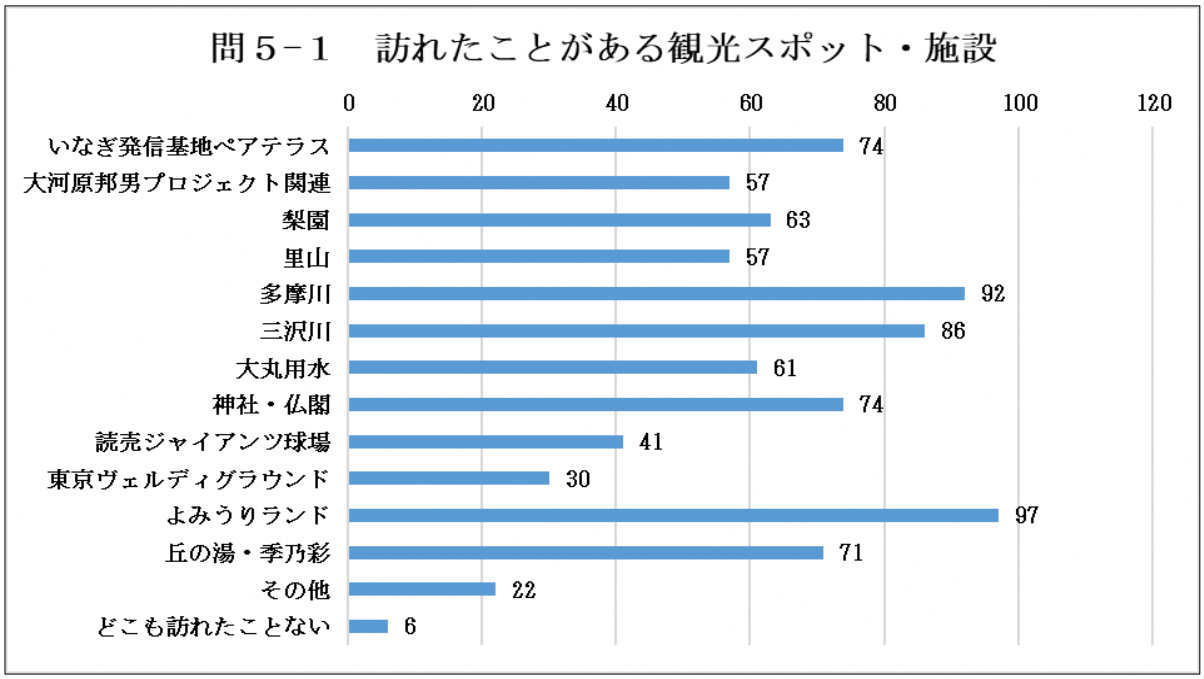
問１③　職業	会社員・公務員	サービス業	パート・アルバイト	主婦・主夫	農業	学生	無職	その他
人数（人）	54	5	20	9	0	2	13	11
割合（%）	47	4	18	8	0	2	11	10

問２　同居人数	一人暮らし	２人	３人	４人	５人以上
人数（人）	5	32	36	27	14
割合（%）	4	28	32	24	12

問３　出身地	稲城市	稲城市外
人数（人）	15	99
割合（%）	13	87

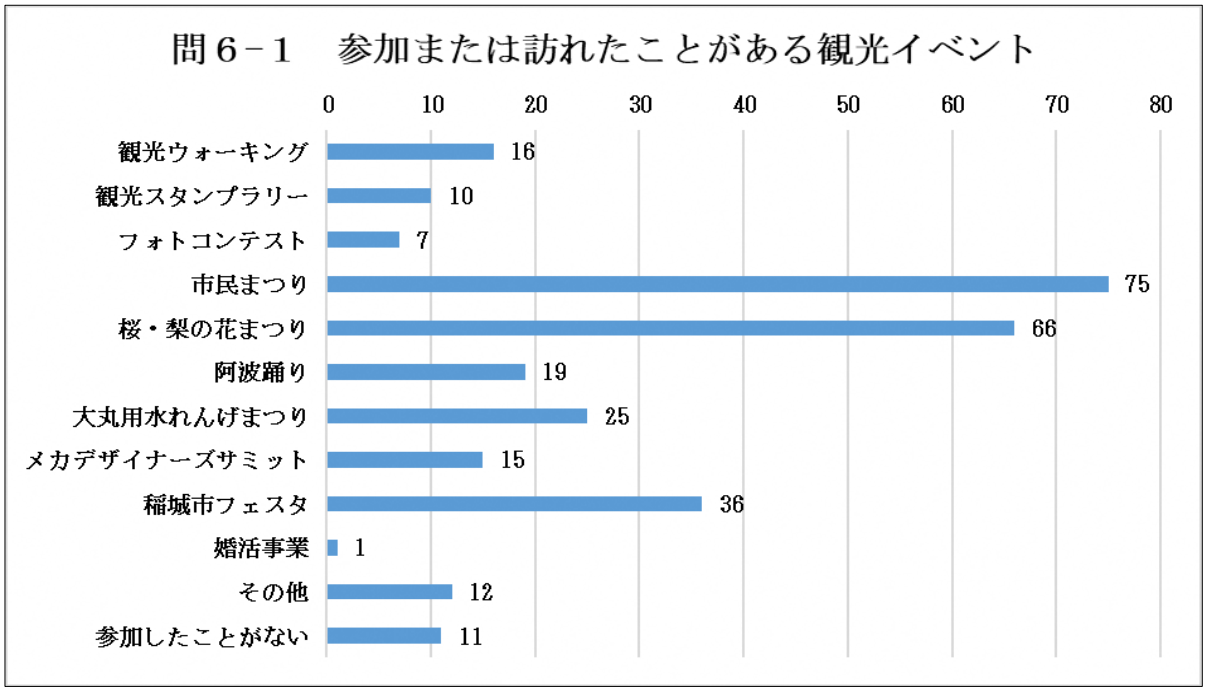
問４　居住年数	1年未満	1～3年	3～5年	5～10年	10～19年	20年以上
人数（人）	5	9	5	15	36	44
割合（%）	4	8	4	13	32	39

問５　訪れたことがある観光スポット・施設



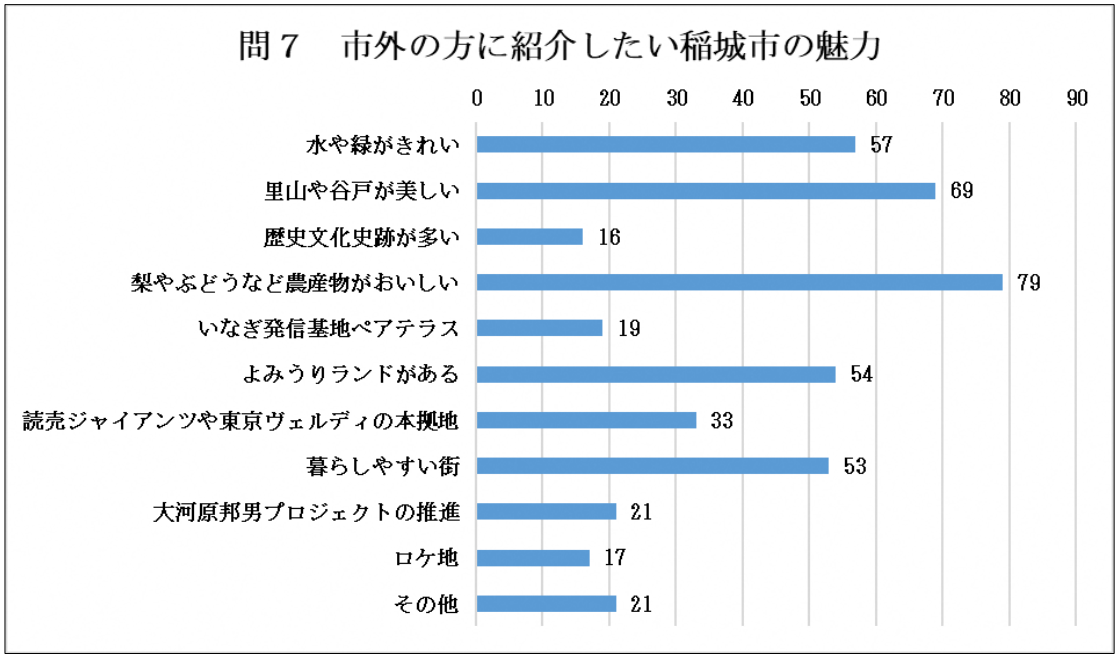
よみうりランド、多摩川、三沢川に次いで、いなぎ発信基地ペアテラスが続いていることから、観光発信拠点としての認知度が上がっていることが分かります。訪れたことがない理由としては、「機会がない」が３件、「観光スポット・施設という認識がない」が３件となっています。

問６　参加または訪れたことがある観光イベント



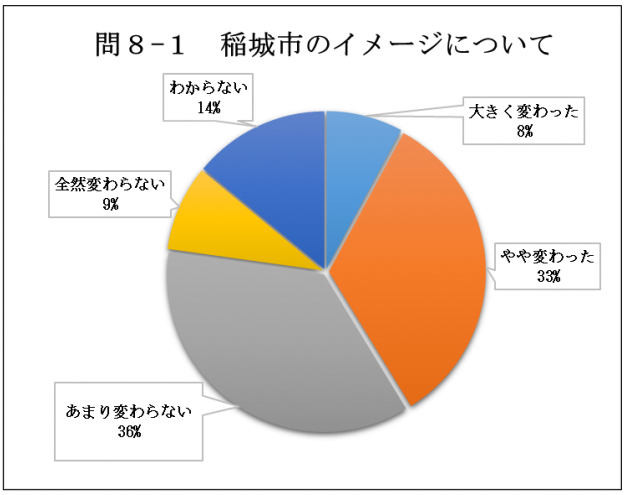
市民まつり、桜・梨の花まつりが稲城市の２大観光イベントとして認知されていることが分かります。参加したことがない理由としては、「機会がなかった」が６件、「知らなかった」が４件、「関心がなかった」が11件となっています。

問７　市外の方に紹介したい稲城市の魅力

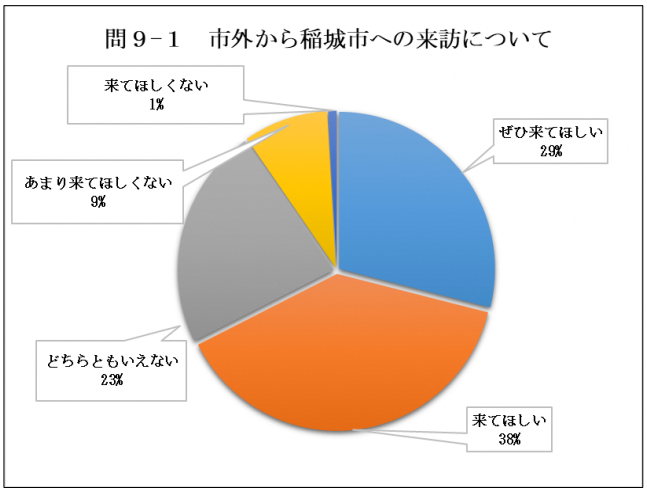


市外に紹介したい稲城市の魅力としては、農産物や里山・谷戸、水や緑のきれいさと、自然の魅力が上位を占めています。また、ロケ地としての実績が上がっていることも、魅力の１つになっています。その他の意見として、三沢川の桜や大丸用水、都心からのアクセスの良さも挙げられています。

問８　稲城市のイメージについて



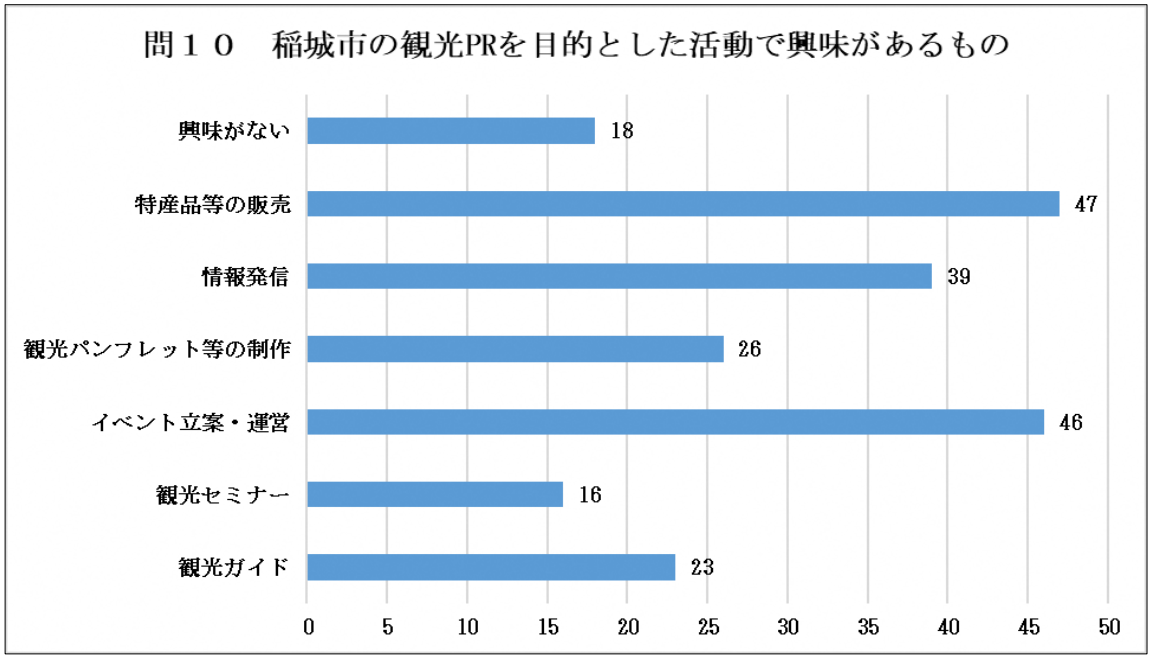
問９　市外から稲城市への来訪について



いなぎ発信基地ペアテラスの運営開始や稲城市観光協会の発足等による観光事業の推進による稲城市のイメージへの変化について、「大きく変わった」と「やや変わった」が４割を占めており、前向きに捉えられていることが分かります。どのように変わったかという点では、「メディアで話題に出ることが多くなった」が16件、「まちに活気が出た」が13件、「市の知名度・ブランドが上がった」が10件となっています。

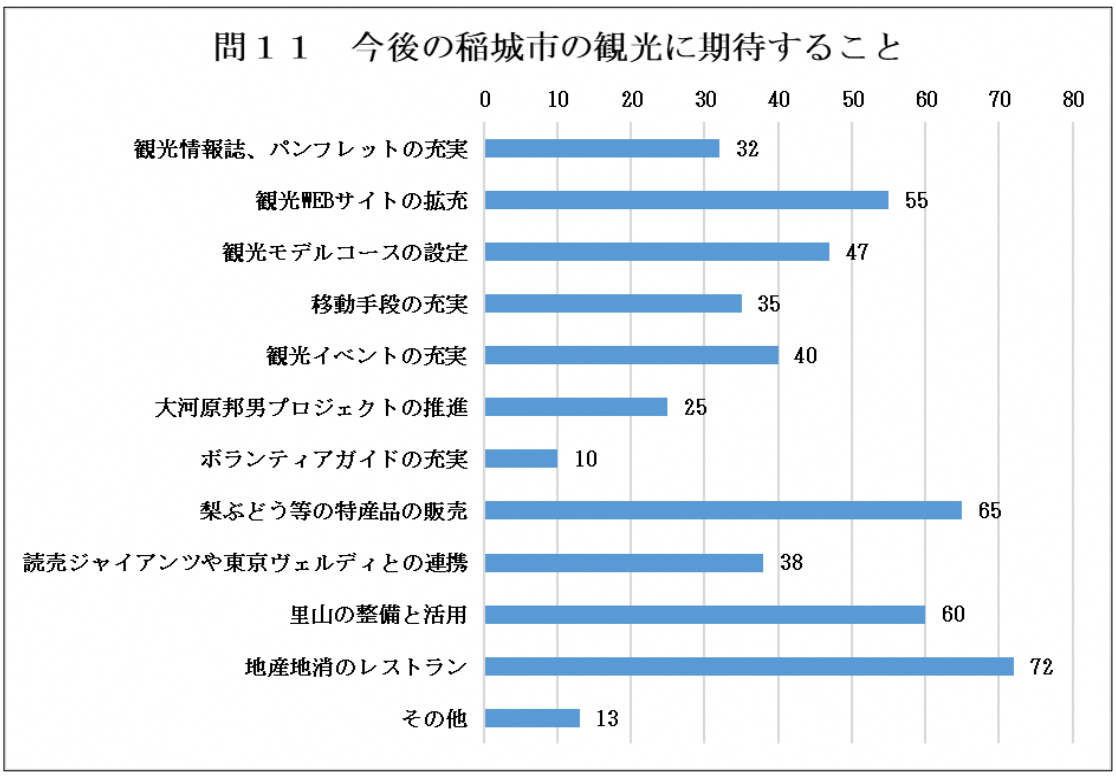
市外からの来訪について、「ぜひ来てほしい」が３割弱、「来てほしい」が４割弱と、前向きな意見が７割弱を占めています。地域での消費活動の増加、まちの景観維持のために来てほしいという意見がある一方で、「来てほしくない」、「あまり来てほしくない」と回答した理由として、治安の悪化、公共交通機関等の混雑、生活環境の悪化が挙げられています。

問10　稲城市の観光PRを目的とした活動で興味があるもの



観光PRを目的とした活動で興味があるものとして、「特産品等の販売」が47件、「イベント立案・運営」が46件、「情報発信」が39件と続いています。

問11　今後の稲城市の観光に期待すること



今後の稲城市の観光に期待することとして、「地産地消のレストラン」が72件、「梨ぶどう等の特産品の販売」が65件となり、農業関係が上位に挙がっています。次いで「里山の整備と活用」が60件、「観光WEBサイトの拡充」が55件となっています。

＊観光まちづくりに関する自由意見
（主な意見を抜粋・集約して記載しています。）

・車道、自転車道、歩道を明確に分け自動車、自転車、歩行者皆が安全に通行できるよう整備を進めてほしい。
・バスやシェアサイクル等の市内循環に利用できる交通環境を整備してほしい。また、それを市外からの来訪者にもＰＲする必要があるのではないか。
・まずは市民のシビックプライドを育て、その先に我が故郷を発信したいという観光につながる動きが必要ではないだろうか。
・イベントの企画や運営、ウェブサイト制作、商品制作などの発注先は市内の企業や個人を優先して欲しい。
・市内主要駅でのＰＲ活動をもっと積極的に行うべき。
・里山が失われてきている。今ある自然の整備・保全に取組み、都内他市に比べて有価値である自然を十分活用してほしい。
・新しい生活様式が求められる中、従来通りのイベントではなく、インターネット配信を活用したものや、周遊性のある催しを実施してほしい。
・インスタ映えするスポット作りなど、もっとＳＮＳを活用したり、マスメディアを利用してもっと稲城市の魅力をＰＲしてほしい。
・カフェや飲食店、ショッピングモールを充実させてほしい。
・市内にある観光スポットを宣伝するだけでなく、商工会と連携の上、市内店舗で消費してもらう仕組みを作るのはどうか。
・城山公園のような急坂ではあるが東京とは思えない森深さを感じられる公園もあるので、観光つくりに活かせないか。
・市民でも知らない観光スポットが沢山あるので、市民向けツアーを開催するなど、まずは市民に知ってもらうことが大事ではないか。
・若い人たちが頑張っているセンスの良いお店なども紹介したい。
・よみうりランド最寄り駅である京王よみうりランド駅を、もっと稲城市を感じる場所にしてほしい。
・稲城市の観光発信拠点であるペアテラスを、もっと大々的にＰＲすべき。

資料８　用語解説

用語	該当ページ	解説
※1 シビックプライド（Civic Pride）	ｐ３	自分達が住むまちに自ら関わり、まちを良くしていこうという意識、自分達がこのまちを形作っているという誇りを意味します。
※2 サスティナブル観光	ｐ13	国連世界観光機関（UNWTO）は、持続可能な観光の定義として、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」と定めています。
※3 ＤＭＯ	ｐ20	Destination Management Organizationの略語であり、DMC（Company）とも言います。 観光庁が定義する日本版DMOでは、『地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、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するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人』と定義されており、基礎的な役割・機能としては、『(1)観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成、(2)各種データ等の継続的な収集･分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定･PDCAサイクルの確立、(3)関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整･仕組み作り、プロモーション』とされています。
※4 デジタルマーケティング	ｐ20	インターネットやIT技術など「デジタル」を活用したマーケティング手法です。それまでは、集団（マス）へのマーケティングが主流でしたが、Webサイトへのアクセスの分析や、細かく属性分けされた個人へのメールによるマーケティングによりWebやメールだけではなく、リアルな店舗での行動、購買をビックデータ技術やAI等を活用して顧客の嗜好や行動を分析し、隠れたニーズやトレンドまで考慮するデジタルマーケティングが行われています。観光面では、どの情報がどこに流れているかを把握することにより、エリアマーケティングにも利用

用語	該当ページ	解説
（※4 デジタルマーケティング）	（ｐ20）	されます。
※5 ニューツーリズム	ｐ22	地域固有の観光資源を対象にして、地域が主体となってテーマ性のある多様な観光プランを提供することで、地域振興につなげていく観光の流れを意味します。反対語はマスツーリズムです。
※6 着地型観光	ｐ22	観光庁では、「旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態」と定義しています。
※7 マイクロツーリズム	ｐ23	新型コロナ感染症の中、また終息に向かう段階で、遠方に出かけないで、近場や近隣の狭い範囲を回る旅の形をいいます。
※8 観光エリアマネジメント	ｐ32	エリアマネジメントとは、地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるため、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組みと定義されますが、観光面では、地域の魅力的な環境の創出や地域の伝統・文化の継承、特徴ある街並みの形成等により誘客を図り、地域として魅力・ブランド力をあげるとともに稼ぐ力をつけることも意味します。
※9 産業観光	ｐ33	観光立国推進基本計画では、「歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光」と定義されています。
※10 ユニークベニュー（Unique Venue）	ｐ33	日本語では「Unique Venue：特別な場所」と訳すことができ、観光庁では、『「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「域郭」「屋外空間(庭園・公園、商店街、公道等)」などで、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場』と定義しています。

用語	該当ページ	解説
※11 スポーツツーリズム	ｐ34	平成23年６月「スポーツツーリズム推進基本方針」では、『スポーツを「観る」「する」ための旅行そのものや周辺地域観光に加え、スポーツを「支える」人々との交流、あるいは生涯スポーツの観点からビジネスなどの多目的での旅行者に対し、旅行先の地域でも主体的にスポーツに親しむことのできる環境の整備、そしてMICE推進の要となる国際競技大会の誘致・開催、合宿誘致も包含した、複合的でこれまでにない「豊かな旅行スタイルの創造」を目指すもの。』と定義されています。
※12 関係人口	ｐ35	総務省の定義では、『移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと』とされています。親戚、知人がいるとか、ふるさと納税などで、自分が住んでいるまち以外の地域に関心を持つだけでなく、地域外の人材が地域づくりの担い手となることも期待されています。
※13 旅ナカ	ｐ37	旅行をする際の情報入手のタイミングとして、旅に出る前（旅マエ）、旅の途中、現地での情報入手（旅ナカ）、及び旅アトがあります。

第二次稲城市観光基本計画策定経過

区分	月　日	会議等	内　容
令和２年	７月16日	第１回策定委員会	・計画の位置付け ・草案に関する意見聴取 ・稲城の観光に関する意見交換 ・今後のスケジュール
	７月28日	庁内観光連絡会	・草案に関する意見聴取 ・策定スケジュール
	９月８日 ～ 10月15日	「稲城の観光まちづくり」に関するアンケート調査	・市内在住、在学、在勤の方を対象として実施 ・市ＨＰ内のメールフォームまたは経済観光課窓口にて調査表を回収 ・観光スポット、イベント、魅力等のほか、市外からの来訪に対する意見を聴取
	10月29日	第２回策定委員会	・第１回で提示した草案からの追記・修正を踏まえた中間案の概要説明 ・中間案に関する意見聴取 ・今後のスケジュール
令和３年	１月12日	稲城市議会建設環境委員会	・第２回策定委員会以降の追記・修正を踏まえた計画案の説明 ・意見聴取
	２月１日 ～ ２月15日	意見公募	
	３月２日	第３回策定委員会	

第二次稲城市観光基本計画策定委員会委員名簿　（敬称略）

区分		氏名	選出区分	組織名
1	委員長	鮫島　卓	学識経験者	駒沢女子大学 観光文化学類 准教授
2	副委員長	山田　鎮雄	観光事業者	株式会社よみうりランド 広報部長
3	委員	髙橋　渡	商業・文化事業	稲城市商店会連合会 会長 株式会社タカハシ・ミュージック・プラザ 代表取締役
4	委員	小形　敏光	農業関連	東京南農業協同組合 稲城支店 指導経済課 課長
5	委員	種田　匡延	観光関連事業者	株式会社インターメディアリー 代表取締役
6	委員	宮地　直美	市民公募	キャリア×マーケティング　ソダハタ （IT、web関連）

第二次稲城市観光基本計画

発行　　令和３年３月　稲城市
編集　　稲城市　市民部　経済観光課
住所　　〒２０６－８６０１
　　東京都稲城市東長沼２１１１番地
電話　　０４２－３７８－２１１１（代表）

©K.Okawara・Jet Inoue　©サンライズ　©創通・サンライズ
©タツノコプロ・読売テレビ2008　©YOMIURI GIANTS
©TOKYO VERDY