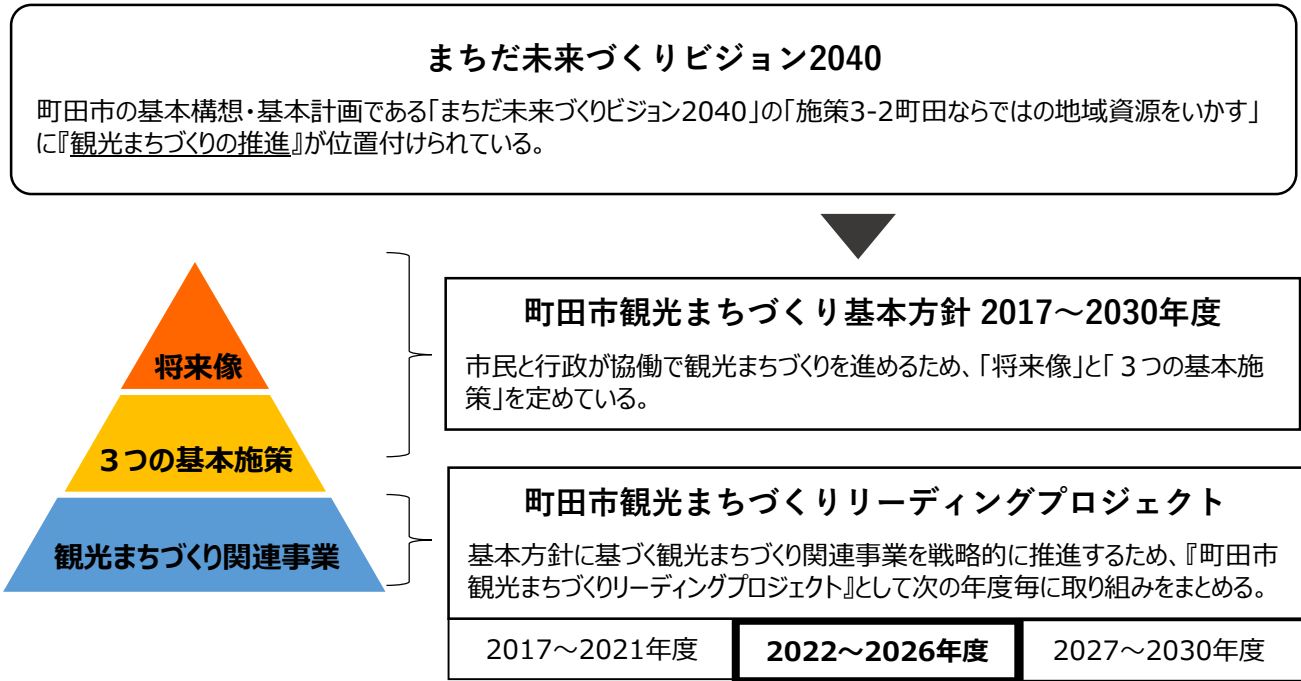




I. リーディングプロジェクトの位置づけ



II. リーディングプロジェクト（2017～2021年度）の成果

① 主な取り組み

基本施策1
町田ならではの地域素材の洗い出し・磨き上げ

・桜の植樹、桜守の会設立支援
・町田ゆかりの作家に注目した新たなツアーの実施
・多摩市、稲城市と連携し、各市の魅力を活かした広域連携プロジェクトの展開

基本施策2
観光まちづくりの担い手と態勢づくり

・シンポジウムの開催による観光気運の醸成
・大学と連携した四季彩の杜PR
・観光案内所に多言語対応の観光案内機器の導入

基本施策3
地域素材が持つ魅力の伝達と交流の拡大

・外国人向けFacebookでの情報発信
・人気テレビ番組等のロケ支援
・薬師池公園四季彩の杜プロモーションサイトの立ち上げ

② 成果指標

指標	策定時(2017)	目標(2021)	実績(2021)	達成状況
延べ宿泊者数	337,699人	345,000人	236,459人	未達成
観光消費額	4,038円	4,500円	5,452円*	達成
観光入込客数	5,013,269人	5,700,000人	5,735,010人	達成
観光満足度	60.9%	70.0%	59.3%*	未達成
リピーター率	86.7%	現状維持	80.0%*	未達成

*：参考値

III. 観光まちづくりの現状

＜新型コロナウイルス感染症による影響＞

- 町田市の観光入込客数の増加
 - 2020年の観光地点での観光客数は、574万人（前年比+209万人）
 - 公園の需要増（薬師池公園は過去5年間で最高の来園者数）
- 生活様式の変化
 - 3密の回避や人との接触を減らす行動の浸透
- 市内の宿泊者の減少
 - 2020年の市内の延べ宿泊者は236,459人（前年比-42%）（参考：都内宿泊者-30% 都外宿泊者-38% 訪日外国人宿泊者-91%）
- 訪日外客数は、この1年はほぼゼロに
 - 2020年の訪日外国人数は412万人（前年比-87.1%）。このうち394万人は3月までの来訪。
 - コロナ禍以前の水準までの回復は、2024年以降との見通し

＜町田市の観光に関する意識調査（Web調査）＞ 2021年11月実施

対象者：東京都、神奈川県在住の20～60歳代 計500人（内：5年以内来訪歴有300人）

■ 町田市と聞いて思い浮かぶこと

○ 観光の要素

リス園、ショッピング（町田駅周辺、グランベリーパーク、古着）、飲食（ラーメン）

○ 市の印象

Good：活気ある栄えたまち、住みやすい便利なまち

Bad：治安が良くないイメージ

■ 町田市を訪れた目的（複数回答）

ショッピング68.7%、飲食22.3%、実家・友人訪問19.7%、街並み散策10.0%、仕事9.7%、自然散策9.3%・・・（以下省略）

■ 訪れたことがある観光スポット、イベント（複数回答）

グランベリーパーク39%、リス園20.3%、芹ヶ谷公園13.3%、スヌーピーミュージアム11%、国際版画美術館10%・・・（以下省略）

■ お出かけ先として町田市に興味があるか

興味がある（35.4%）〔来訪歴あり：49.3%、来訪歴なし：14.5%〕

↓ 町田市の観光情報を提供（町田駅前、薬師池、南町田、小野路、鶴川）

興味を持った（59.8%）〔来訪歴あり：69.3%、来訪歴なし：45.5%〕

来訪したい（59.4%）〔来訪歴あり：71.3%、来訪歴なし：41.5%〕

まとめ

- 生活様式の変化により、3密を避けられる公園等の人気が高まっている。
- 宿泊を伴う遠方からの来訪は減少。
- 町田市はショッピングや飲食の人気が高い。
- 町田市の観光資源を、効果的に発信できていない。



Ⅳ．リーディングプロジェクト2022の目標

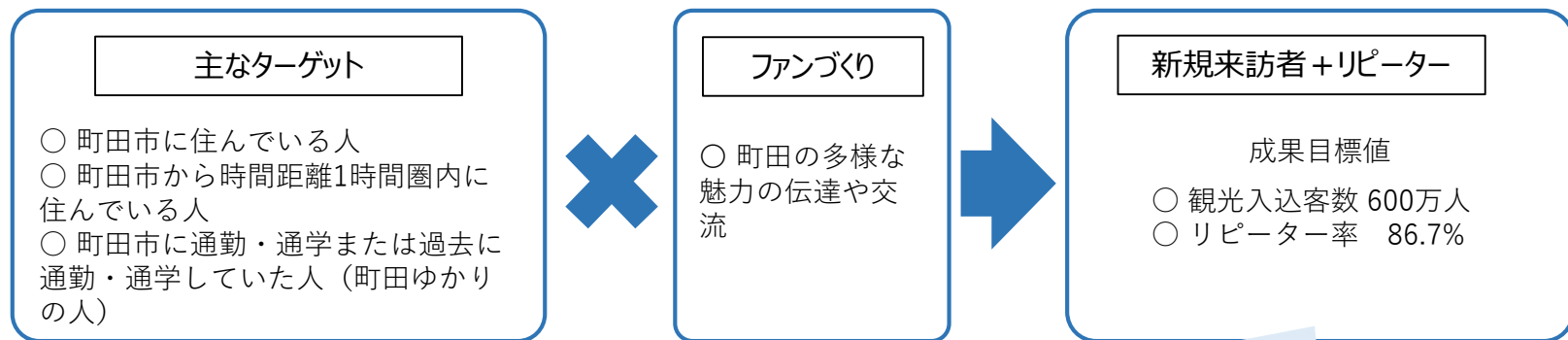
コロナ禍を経て、観光を取り巻く状況や人々の意識が変化していることを踏まえ、取り組みの指針となる2つのコンセプトと、成果目標値を設定します。

① マイクロツーリズムの推進

- ・市内在住もしくは近隣の都市生活者をターゲットに、町田の魅力を再発見し、繰り返し訪れてもらえるように。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で、密を避け開放的な自然志向の高まりに拍車がかかっており、そのニーズをとらえる。

② 町田のファンづくり

- ・町田の多様な魅力を様々な手法で伝えることで、町田市民は愛着が湧き、近隣の都市生活者は興味・関心が湧き、いつも町田のことが気になる“ファン”を作る。



目標達成のために・・・

ターゲットを絞り、ツアー等による魅力的な体験や、デジタル技術を活用した情報発信等で、町田市の魅力を発見できる機会を数多く創出し「ファン」を作ります。それと同時に、ファンが個人のSNS等を活用した情報発信を行う事によって、それを見た人がまた「ファン」になるという好循環を生み出し、観光入込客数の増加や、何度も訪れるリピーターを増やします。

Ⅴ．リーディングプロジェクト2022の取り組み

Ⅳのコンセプトを踏まえ、2017年5月に策定した「町田市観光まちづくり基本方針」に掲げた以下の3つの基本施策に基づき本リーディングプロジェクトの取り組みを定めます。

基本施策1 町田ならではの地域素材の洗い出し・磨き上げ

◆方向性

コロナ禍において都市部における自然への注目が高まっています。商都まちだには、自然を活かした魅力資源が豊富にありながら、「豊かな自然」のイメージや自然を活かした地域素材の磨き上げや認知が十分ではありません。

商都まちだの魅力の他に、マイクロツーリズムを意識した近隣の都市生活者をひきつける、町田市の自然を活かした地域素材の発掘・磨き上げを行います。

◆取り組み項目

★：重点項目

(1-1)★「町田薬師池公園四季彩の杜」を町田のシンボルに

(1-2) 花とみどりの魅力を活かした事業の展開

基本施策2 観光まちづくりの担い手と態勢づくり

◆方向性

町田は市外からの転入転出が多く新陳代謝が良い反面、近隣市より「まちへの愛着」が比較的低いとされています。市民自身が町田の魅力を実感し、一番のファンであるべきですがまだ取り組みは道半ばの状況です。

市民や町田市に来訪した人の他に、町田市の魅力に触れたことがある町田ゆかりの人たちの力も借りながら「みんなでまちづくり」の機運を醸成します。また、賑わいのある商業と自然豊かな里が互いの良さを理解し連携する態勢を作ります。

◆取り組み項目

★：重点項目

(2-1) ★人や情報が集まる観光ネットワークの創出

(2-2) 「まちなか」と「おくまち」の連携の強化

基本施策3 地域素材が持つ魅力の伝達と交流の拡大

◆方向性

Web調査によると、町田が持っている本来の魅力を伝えることで、関心を持ち、町田に行ってみたいと思う都市生活者が存在が確認できました。しかし、まだ十分に伝えられていないのが現状です。

伝えたい「テーマ」と「ターゲット」を明確にするとともに、観光DXの活用や、町田で観光を楽しんだ人自らが情報発信をしたくなるような時代に合ったPR方法を検討します。

◆取り組み項目

★：重点項目

(3-1) ★ウィズコロナのシティセールスの推進

(3-2) 季節感をアピールした情報発信

(3-3) ロケーションの支援

「町田市観光まちづくりリーディングプロジェクト2022～ウィズコロナ戦略～」

1-1 「町田薬師池公園四季彩の杜」を町田のシンボルに

重点項目

町田市の魅力的な観光拠点のひとつである「町田薬師池公園四季彩の杜」を更に磨き上げます。

- 四季彩の杜全体の連携や調和を図った一体的なコーディネートにより更なる魅力向上を図る
- 既存イベントに新たなコンテンツを追加し付加価値を創出
- 中長期的な視点でブランディングを行い、何度でも訪れたくなる魅力の創出

【指標】 来園者数

現状値：115万人（2020年度）
目標値：125万人（2026年度）

1-2 花とみどりの魅力を活かした事業の展開

市民にとって大切な資産である桜に加え、町田を彩る花やみどりを魅力ある地域資源へと発展させます。

- ウィズコロナの時代に即した、地域が主催するさくらまつりの支援
- さくら、ばたん、ダリア、紅葉など、花やみどりを活用した季節ごとの魅力創出
- フットパスの振興で地元の魅力を再発見

【指標】 イベント等の回数

現状値：24回/年（2021年度）
目標値：30回/年（2026年度）

2-1 人や情報が集まる観光ネットワークの創出

重点項目

町田の良い魅力に気づいたり、町田に関心を寄せる人の増加を目指し、そのための機会をつくります。

- 市内のイベント情報などを集約して発信するポータルサイトの構築
- 四季彩の杜を題材にしたワークショップの開催や、町田かるたを使った大会の開催など、町田のファンを増やすイベントの実施

【指標】 ポータルサイトの訪問数

現状値：なし（新規事業）
目標値：18,000回/月平均
（2026年度）

2-2 「まちなか」と「おくまち」の連携の強化

まちなかの情報とおくまち（里山など、中心市街地から離れた町田の自然豊かなエリア）の情報が双方でわかるような連携の仕組みづくりをします。

- 町田駅周辺施設での「おくまち」の紹介
- 小野路宿里山交流館での、町田駅周辺の飲食店、名産品などの紹介

【指標】 紹介回数

現状値：なし（新規事業）
目標値：累計10回（2026年度）

3-1 ウィズコロナのシティセールスの推進

重点項目

デジタル技術を活用した新しい観光プロモーションを展開します。

- デジタルスタンプラリーの実施
- 観光コンテンツのデジタル化
- AIチャットボットの導入など

【指標】 デジタルコンテンツ数

現状値：なし（新規事業）
目標値：累計15件（2026年度）

3-2 季節感をアピールした情報発信

都市と自然を併せ持つ町田の魅力を、季節を感じられるプロモーションというテーマを掲げて発信します。

- 四季ごとの観光プロモーションの展開
- WEB媒体へのニュースレターの配信

【指標】 情報発信回数

現状値：1回/年（2021年度）
目標値：4回/年（2026年度）

3-3 ロケーションの支援

映画やテレビドラマのロケーション受け入れを支援するほか、情報番組等へ情報提供し、町田市での撮影を促します。

- ロケーション受け入れ態勢の整備
- 情報番組等への情報提供

【指標】 放送回数

現状値：27回/年（2020年度）
目標値：50回/年（2026年度）



VI 推進体制

本リーディングプロジェクトの推進にあたり、これまで協力体制を構築してきた「町田市観光コンベンション協会」と「観光関連団体・民間事業者」に並ぶ重要な役割として「町田市民・町田ファン」を新たに位置づけ、推進体制を構築していきます。

町田市は3者の中心となり、それぞれの立場や役割に応じた参加ができるよう協力体制の構築やかじ取りを行います。



● TOPIC

ファンづくりとは…



町田市では、市制60周年をきっかけに2018年から2021年まで、市民等が自らやってみたい夢を実現する「まちだ〇ごと大作戦」を実施しました。この事業には、たくさんのエントリーがあり、地域とのつながりをつくりながら300弱の夢が実現、参加人数はWeb参加を含めて200万人に上りました。

観光関連でも、桜の植樹や町田かるたの製作等、様々な夢が実現し、その中で生まれた交流や人と人とのつながりは、今後のまちだのファンづくりに欠かせないものとなっています。