あきる野市観光推進プラン

『あきる野ふるさとプラン　行動計画』（案）

◆平成 28 年度～平成 32 年度◆

目次

第１章　行動計画の位置付けについて　・・・・・・　１
１　行動計画策定の背景
２　行動計画の位置付け
３　計画の期間

第２章　社会的な観光の変化と地域の現状　・・・・・・　４
１　社会的な観光の変化
２　地域の現状

第３章　現計画の検証と課題の抽出　・・・・・・　６
１　施策の進捗状況
２　観光振興の方向性
３　今後の課題

第４章　今後５年間で取り組むべき主要施策　・・・・・・　２１
１　地域における施策の推進主体の強化に関わる支援の仕組みづくり
２　観光推進の具体的施策
３　活動の取組

第１章　行動計画の位置付けについて

１　行動計画策定の背景

＜地域特性を生かした観光推進＞

あきる野市は、首都東京の中にありながら、西部に広がる馬頭刈山や戸倉三山などの山地と秋川渓谷を形づくる秋川や平井川など大小の河川、秋留台地を取り囲むように分布する草花丘陵や秋川丘陵など、変化に富んだ地形によって生み出された肥沃な台地と豊かな森に抱かれた“山地・里山環境”の中にあります。また、私たちが暮らすこの秋川流域は、古代からの地質・地形の宝庫として知られています。太古のロマンを伝える鍾乳洞や古生代から化石が多数発見されるなど、歴史を語る博物館ともいえる豊かな「大地の恵み」を生かし、全国有数の自然史遺産として、日本ジオパーク*認定に向け準備を進めています。

また、あきる野市は、都心から１時間圏に位置していますが、圏央道の開通などにより、都内はもとより関東近県からの交通条件が整い、2020 年に行われる「東京オリンピック・パラリンピック」を契機に、国内外から東京へ多くの来訪者が見込まれます。そのため、これらに対応した滞在環境や来訪の受入れ環境の整備を進め、身近で気軽に“ふるさとの雰囲気”を味わうことができ、また来たいと思えるような地域づくりをしていく必要があります。

＜平成 23 年度から５年間の経過とまちづくりとしての観光振興＞

平成 23 年度のあきる野市観光推進プラン「あきる野ふるさとプラン（平成 23 年度～平成 32 年度）」の策定から５年が経過しました。

平成 24 年度には、マスコミや旅行ライターなどを対象としたモニターツアーを実施し、ツアーの参加者からは、観光スポットや食に対して高評価を得ながらも、秋川渓谷の認知度について課題を残す結果となりました。

これを受け、「秋川渓谷」のブランド化に向けた取組を進めるため、ロゴマークを定め視覚的な統一を図り、秋川渓谷リーフレットの発行やＷＥＢページの充実・ＳＮＳ*の活用、さらに秋川渓谷ＰＲイベントの開催などにより積極的なプロモーション活動を進めてきました。また、市及び首都大学東京、地域事業者との産学公連携により秋川渓谷のブランド化の方向性を示すための取組を進めてきました。

＜秋川渓谷ロゴマーク＞

この間、平成 25 年度には、五日市出張所に地域活性化協働センターを担う専門部署として観光まちづくり活動課を設置し、観光まちづくりの推進体制を整えました。

さらに、平成 26 年度には、あきる野映画祭の開催実績や市制施行 15 周年記念映画「五日市物語」の制作や一般上映の強味を生かし、観光まちづくり活動課内にフィ

ルムコミッション係を設置しました。市制施行 20 周年の記念映画「あきる野物語 空色の旅人」の制作やドラマなどの撮影支援の活動を進め、映像を活用したプロモーション活動に広がりを見せています。

＜あきる野物語 空色の旅人＞

また、平成 28 年度にオープンした体験型研修施設「秋川渓谷戸倉体験研修センター（愛称：戸倉しろやまテラス）」は、滞在型観光の拠点として機能することが期待されています。

近年では、インバウンド*観光の推進により、これまでの計画では想定できないスピードで観光を取り巻く環境が変化しているといわれています。

こうした中で、秋川渓谷のブランド化に向け、観光まちづくりを推進しながら、観光都市あきる野の実現に向けた取組を進めていく必要があります。

このような状況を踏まえ、あきる野ふるさとプランで掲げた前半５年間における各施策の成果について点検・評価を行い、後半５年間の具体的な事業を進めることができるよう、本行動計画を策定しました。

（ジオパーク）
地球科学的に見て重要な自然遺産を含む、自然に親しむための公園のことを指します。
（ＳＮＳ）
ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略称。社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスのことをいいます。
（インバウンド）
外国人が訪れてくる旅行のことです。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行又は訪日旅行と呼びます。

２　行動計画の位置付け

本行動計画は、市の上位計画である「あきる野市総合計画（後期基本計画）」における観光産業部門に位置付けられ、環境等の計画と調和を持たせ、「あきる野ふるさとプラン」の後期行動計画として、「東京のふるさと・あきる野」を推進するための具体的な事業の方針を定めることを役割としています。

３　計画の期間

本行動計画の期間は、平成 28 年度から平成 32 年度までの５か年とし、必要に応じて見直します。

第２章　社会的な観光の変化と地域の現状

１　社会的な観光の変化

＜景気の低迷と観光に対する意識の変化＞

昨今の日本経済では、デフレにより景気の回復が覚束ない状態が続いている一方で、本物志向や精神的な満足を追求するなど、成熟した社会の到来が伺えます。

また、観光においても、落ち着いた意識で、本物の価値を見極め、気に入った場所へ繰り返し訪れたり、気に入ったものを日々の暮らしの中で消費するといった行動に変化してきているといえます。

その一方で、若年層の観光に対する意欲の低下が課題となっています。情報に溢れ、家に居ながらにして娯楽欲求を満たすことのできる社会の中で育ってきた日本の若年層に関しては、これまでのような“遊び”としての観光に対しては、期待も希望もしないといった調査結果も存在しています。

＜外国人観光客（インバウンド）への対応＞

東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、国の政策としてもインバウンド対応が本格化する中で、特にアジア圏からの観光客は今後も確実に増加していく傾向にあります。

今後の観光推進を考えると、移ろいやすい観光客の意識に翻弄されないように、地域としてどのように対応していくのかを明確にしておくことが必要になっています。

２　地域の現状

＜近隣市町村との連携（広域観光圏）＞

「観光地」には、複数の市町村にまたがって同じテーマやストーリー性を持った文化や地域資源が存在するという特徴があります。秋川渓谷エリアでは、既に近隣市町村との連携を行っていますが、圏央道の開通などによる市場の変化に対応していくため、広域観光圏での連携をさらに深めていく必要があります。

＜外国人旅行者（インバウンド）への対応＞

東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定したことも影響し、外国人旅行者が増加している中で、外国人旅行者の対応を図りたいという地域の要望があります。

インバウンド対応は、国としても取り組んでいるところではありますが、地域としてどのように対応していくのかを明確にする必要があります。

＜地区での観光振興への期待＞

市内で取り組まれている地域活性化活動の中でも、経済効果等の面から、観光による街おこしをめざしているケースが多く、観光振興への期待が読み取れます。

特に、市内３地区の活性化委員会*（平成 20 年頃から運営）では、市と協働して観光振興を主軸とした取組が行われています。

また、まちづくりと観光を結び付けて考える市民も増加しており、市としてこうした活動を支援していくことが求められています。

＜旅行者におけるマナー意識の向上への期待＞

観光に対する期待は大きいものの、「観光推進と環境保全は相反する」といった意識はなかなか払拭できず、地域の観光振興の妨げになっている場合があります。マナー意識の低い旅行者が存在することは事実ですが、観光地として観光客を誘致する以上は、このような弊害を避けることは難しい状況にあります。

旅行者への啓発活動と並行して市民に対して地域美化やおもてなし等、具体的な取組を推進していくことも必要です。

＜民間（観光事業者等）の地域観光に対する意識＞

地域の観光は、行政主体で進めるという意識から、市民組織や民間事業者が独自に進めていくという考え方に変化してきています。

こうした取組を支援し、推進することが求められています。

（活性化委員会）

「秋川駅北口」「五日市」及び「養沢」の３地域の活性化を促進するため、地域住民による活性化委員会が組織され、活性化委員会を中心に市と協働して様々な取組が行われています。

第３章　現計画の検証と課題の抽出

１　施策の進捗状況

平成 23 年に策定したあきる野ふるさとプランの重点施策について、実施状況を以下の基準で検証しました。

【進捗状況の基準】
Ａ：定常的実施　Ｂ：一部実施　Ｃ：未着手　Ｆ：完了
※一部実施とは、プロジェクトチームを立ち上げたり、計画を策定中であるなど具体的な対応をしている状況を指しています。

１）平成 23 年度からの重点施策

（１）ターゲットとする客層
～小・中学生を持つファミリー層～

施策１　**体験の舞台づくり**

山林、里山、川の自然探検、化石発掘、軍道紙の紙すき体験など家族で体験できるプログラムづくりを進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**豊かな緑の環境を発信** **メディアの多角的活用**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	**A**	「ふるさと工房五日市」の紙すき体験や、「小宮ふるさと自然体験学校」での自然環境を活用した体験プログラムなどを提供しています。また、観光体験プログラムの拠点として「秋川渓谷戸倉体験研修センター」を開設しました。

施策２　**地域資源めぐり**

自然景観、伝統工芸、温泉等の地域資源を巡るプログラムづくりを進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用** **メディアの多角的活用**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ** **散策コースの充実**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	A	地域資源をクローズアップし、「秋川渓谷」観光の特徴を捉えた観光マップ等を作製しました。また、ボランティアガイドによる秋川渓谷の魅力を伝えるツアーの企画、あきる野にゆかりのある人にスポットを当て、その功績を称えるとともに、ゆかりの地を巡るコースを紹介した「あきる野市ゆかりの人」パンフレットの作製及びツアーの実施など、目的ごとの散策コースを紹介しています。

施策３　**地域資源を伝える人材の育成**

地域住民や事業者との連携による里山などの暮らし体験、昔話などの語り部、郷土食づくりの人材育成を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	A	地域の魅力を伝えるボランティアガイドの充実及び育成を推進するとともに、ボランティアガイドの拠点ともなる観光情報コーナーを武蔵五日市駅内に設置しました。

施策４　**郷土愛による観光推進**

都市と自然が持つ魅力や各地域の歴史・文化、祭り、イベント等の地域資源を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用** **メディアの多角的活用** **映像の活用**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ**
	受入れ態勢整備の視点	**伝統芸能を活用した観光客の受入れ**

進捗状況	A	地域資源をクローズアップし、「秋川渓谷」観光の特徴を捉えた観光マップを作製するとともに、自然環境や祭礼、イベント等、四季折々の秋川渓谷の魅力を映画化した市制施行 20 周年記念作品「あきる野物語　空色の旅人」の制作、撮影スポットの紹介や映像の提供等のフィルムコミッション*事業によるＰＲ活動を行っています。

（フィルムコミッション）
映画やテレビドラマ、CMなどのあらゆるジャンルのロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための非営利公的機関のことを指します。

（２）あきる野市の魅力を高める施策

～森と水と農の環境を活用した魅力づくり～

施策１　**森を活用した観光資源づくり**

市民と協働の森づくりを推進し、散策や環境学習など森の恵みを生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**豊かな緑の環境を発信**
	受入れ態勢整備の視点	**森の育成と活用**

進捗状況	A	郷土の恵みの森構想*に基づき、町内会・自治会等との協働により、昔道・尾根道の補修等や景観整備などの森づくり事業を進めるとともに、これらを活用した観光案内を実施しています。

施策２　**水環境の回遊性づくり**

秋川渓谷をはじめ、沢、滝、湧水等の水環境をテーマに回遊できる観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**豊かな水の環境を発信**
	魅力形成の視点	**森の育成と活用** **地域資源のブラッシュアップ** **散策コースの充実**

進捗状況	A	「秋川渓谷」のブランド化の推進に伴い、秋川の豊かな水環境をＰＲしています。また、秋川渓谷沿いを歩く新たな散策コースを設定するなど、散策コースの充実を図っています。

（郷土の恵みの森構想）

「環境都市あきる野」の実現に向け、市内の約 60 パーセント占める森をみんなの共通財産として捉え直し、10 年後、20 年後、100 年後の将来を見据えた森づくりを行い、地域の人たちの森への想いや夢をかたちにする「郷土の恵みの森構想」を平成 22 年３月に策定しました。

施策３　**農と食のツーリズム**

農林業体験や郷土の食材を活用した料理体験などのプログラムづくりを進めます。

推進の手法	**魅力形成の視点**	**地域食等の育成と活用** **農商工環境を活用**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	**A**	郷土の食材を使用した「だんべぇ汁」をＢ級グルメとして認定し、イベント時にＰＲ活動を実施するとともに、地元店舗でメニューとして提供しています。あきる野市農業委員会では、畑に親しんでもらうイベント「あきる農を知り隊」を実施しています。また、小中野地区では、特産品「のらぼう菜」を愛でるイベントを開催しています。

（３）受入れ態勢を整備する施策
～風景づくりと景観向上による受入れ態勢整備～

施策１　**四季の景観づくり**

市民との協働により点在する小さな風景や街角に花や木を植栽し、四季の景観を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**花や木の風景づくりの推進**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ**

進捗状況	A	町内会・自治会やボランティア団体により沿道や公共用地、地域の花壇に花苗の植付けや管理を行う「花いっぱい運動」が行われています。また、地域の方々が進める乙津地区の花の里事業を推進するとともに、市内外へのＰＲ活動を行っています。

施策２　**自慢の景観づくり**

市民の自主的な取組によるオープンガーデン*やアダプト制度*等を利用し、景観を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**花や木の風景づくりの推進**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ**

進捗状況	A	個人の庭などを一定期間公開し、花好きな方のコミュニティの場として活用される「オープンガーデン」やその庭を巡る「花めぐりウォーキング」が実施されています。また、道路や水路及び公園の「里親」として愛情と責任を持って市民が清掃・美化活動を行うアダプト制度も導入されています。さらに、フォトコンテストを年に２回行い、自慢の景観を発見・発掘する取組を行っています。

（オープンガーデン）
個人の庭を一定期間、一般の人に公開する活動のことです。
（アダプト制度）
行政が特定の公共施設（道路、公園、河川等）について、市民や民間事業者と定期的に美化活動を行うよう契約する制度です。

施策３　**計画的な観光サインづくり**

国立公園やその周辺の屋外広告物の集約と景観に配慮した観光誘導のサインづくりを進めます。

推進の手法	受入れ態勢整備の視点	地域サインの充実

進捗状況	A	「秋川渓谷」のブランド化の推進に伴い、景観に配慮した大型の「秋川渓谷」看板の設置を実施しています。また、案内看板の統一化に向けた検討を行うとともに、必要に応じて案内看板を設置しています。

（4）新たな体験型観光をめざす施策

～あきる野版ジオパークの観光活用の検討～

施策１　**自然遺産による観光振興**

日本ジオパークへの登録の取組と併せて、地質・地形、化石等の野外体験教室展示を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用** **広域観光の連携強化** **メディアの多角的活用**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	A	日の出町・檜原村とともに日本ジオパークの認定に向けて「秋川流域ジオパーク推進会議」を設置し、地域資源（ジオサイト）の発掘やジオガイドの育成にも取り組んでいます。また、秋川渓谷戸倉体験研修センター内の「秋川流域ジオ情報室」においては、ジオサイトの解説やジオツアーのモデルコースの掲示､化石や岩石を展示するとともに、産業祭やヨルイチなどのイベントでは、ジオパーク活動の普及・啓発に取り組んでいます。

施策２　**歴史を学ぶ観光体験**

太古のロマンを伝える化石発掘の体験や土器、ヤジリづくりなどの原始生活体験を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	B	ジオパーク活動の推進に伴い、産業祭などのイベントにおいて、化石の解説やレプリカづくり体験を実施しています。また、地域資源としての特徴的な岩石や化石の観察などのイベントを実施しています。

施策３　**あきる野古代めぐり**

考古学的資源の磨き上げを行い、遺跡巡りなどテーマ別の回遊性を生かした観光を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**歴史や文化の活用**
	魅力形成の視点	**地域資源のブラッシュアップ** **散策コースの充実**
	受入れ態勢整備の視点	**市民ガイドの育成と充実**

進捗状況	B	ジオパーク活動の推進に伴い、市民ガイドの育成を進めるとともに、ジオガイドツアーのモデルコースを設置しました。

（５）新たな滞在型観光を検討する施策
～滞在型体験観光の促進におけるＭＩＣＥ等の検討～

施策１　**滞在型観光施設立地のエリア設定**

市街化調整区域内への観光施設建設について次のエリアを対象とし、東京都と手続の協議をしながら、あきる野観光まちづくりを進めます。

① 秋川に隣接し、又は近接しているエリア
② 郷土の恵みの森構想の計画エリア
③ あきる野ふるさとプランの重点施策エリア

推進の手法	**受入れ態勢整備の視点**	**滞在型観光の促進** **アメニティ施設の充実**

進捗状況	A	観光トイレの計画的な整備や駐車場の整備を検討しています。また、滞在型体験観光の拠点施設として「秋川渓谷戸倉体験研修センター」を開設しました。

施策２　**あきる野版ＭＩＣＥによる観光推進**

従来の宿泊客の受入れ態勢に加え、企業の会議、従業員研修、学生や団体などの合宿などと組み合わせたあきる野版ＭＩＣＥ*を進めます。

特に、豊かな自然と首都圏からの立地を生かし、公共施設等を利用したあきる野版コンベンション・シティ*に向け取り組みます。

推進の手法	**誘客の視点**	**広域観光の連携強化** **メディアの多角的活用**
	受入れ態勢整備の視点	**滞在型観光の促進**

進捗状況	A	平成 28 年４月に開設した「秋川渓谷戸倉体験研修センター」を活用して、あきる野版ＭＩＣＥも含めた滞在型観光を推進しています。

（ＭＩＣＥ）
企業等の会議、企業が行う研修旅行など、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントのことです。
（コンベンション・シティ）
国際会議観光都市のこと。特定の目的で多数の人が集まる会議や大会が開催可能な都市のことを指します。

施策３ **サイクル・ツーリズムによる滞在型観光の推進**

自転車愛好家の好む地形を活用し、サイクル・ツーリズム*の宿泊需要の研究を進めます。

推進の手法	**誘客の視点**	**広域観光の連携強化** **メディアの多角的活用**
	受入れ態勢整備の視点	**滞在型観光の促進** **自転車の観光活用**

進捗状況	B	自転車愛好団体と協力してサイクル・ツーリズムについて研究しています。

２）重点地区の取組

（１）小宮・戸倉地区

温泉などの観光施設や山里を生かしたおもてなしの地域づくり

① 郷土の恵みの森づくりによる回遊性のある観光スポットの創出
② 秋川渓谷瀬音の湯などの様々な観光施設の横断的なネットワーク化による一体的な観光振興
③ 滞在型観光を推進する新たな観光施設の立地に向けた関係機関との協議手続の取組
④ 森や河川を活用した、自然体験・交流体験の観光拠点づくり
⑤ 養沢活性化委員会を中心としたおもてなしの「養沢の里」づくり
⑥ 伝統的な行祭事、山里の文化的景観、郷土芸能、芸術・工芸及び歴史文化の活用

（２）五日市地区

五日市地域交流センターを観光の拠点とした取組

① 五日市地域交流センターの情報発信基地としての有効活用
② あきる野版ジオパークの観光活用の検討
③ 郷土の恵みの森づくりによる回遊性のある観光スポットの創出
④ 伝統的な行祭事、郷土芸能及び歴史文化の活用
⑤ 観光ボランティアガイドの育成と活用
⑥ 滞在型観光施設を推進する新たな観光施設の立地に向けた関係機関との協議手続の取組

（サイクル・ツーリズム）
自然環境の保全、旅行者の健康と安全、地域住民との交流促進を目的とする、自転車を利用した旅行形態のことをいいます。

（３）秋川地区

農業環境とスポーツ環境を生かした地域づくり

① 体験農業や市民農園などの農業環境の活用
② 桜などの花木の名所めぐりやあきる野百景の活用
③ 都立羽村草花丘陵自然公園や都立秋川丘陵自然公園の散策コースの観光資源としての活用
④ 国体やプロスポーツなどの大会誘致に向けた、豊富なスポーツ施設の活用
⑤ 地域特産物のブランド化のための農商工連携の活用

進捗状況	Ａ	小宮・戸倉地区では、秋川渓谷戸倉体験研修センターと小宮ふるさと自然体験学校を開設し、地域を生かした拠点を整備しました。また、観光まちづくり活動課や環境政策課の設置により五日市地区を中心として観光推進に取り組んでいます。スポーツとの連携では、国体実施に伴い市内観光のＰＲに努めました。さらに、養沢活性化委員会・五日市活性化戦略委員会・秋川駅北口地区産業活性化戦略委員会が観光まちづくりや地域活性化を目的としてホタルの繁殖や空き家対策、イルミネーション事業などを行っています。

２　観光振興の方向性

＜なぜあきる野市で観光推進なのか＞

観光産業の発展は、市内の経済効果の向上に寄与するだけでなく、労働力の流出を防ぐことにもつながります。

また、「魅力あるまちづくり」を目標とした観光振興により、地元ならではの魅力の再発見や地元への愛着や誇りの醸成につながり、さらには定住者の獲得や適正規模の人口維持にもつながると考えられます。

＜集客のターゲットと適切な情報発信＞

観光振興を進める上では、どのような観光客を対象として集客するかを設定して振興策を実施することが求められます。

あきる野市（秋川渓谷エリア）では、以下の図に見られるように都区内が主要な市場となりますが、圏央道を活用した神奈川県や埼玉県など、関東近県からの集客も図っていく必要があります。その際には、エリアごとの特性を分析しながら、適切な情報を発信していくことが重要となります。

都区内方面からの観光客については、高尾山や秩父、鎌倉、丹沢などが比較対象となることが予測されるため、それらに引けを取らない魅力を創造・発掘し発信していくことが重要です。

＜地域のブランド化を推進（地域ブランディングの必要性）＞

あきる野市では、歴史や風景などの地域資源を最大限に生かした“地域イメージ”を創造し、イベント等の企画や生産物の開発に取り組んでいます。

このように、地域産物だけでなく、地域そのものを包括してブランド化していく一連の流れを“地域ブランディング”と呼びます。

観光地としての明確なイメージ（ブランドイメージ）が確立してくると、秋川渓谷エリアで事業を行いたいという事業者も現れ、こうした積み重ねが“観光都市”を具体化させていくと考えられます。

＜何が魅力となるのかを分析して戦略的に取り組む＞

観光の魅力は、氷山の一角です。

旅行者に見える部分には、それを成立させる大きな背景があり、見えている部分とそれを支える部分が一体となって「観光地力」となり、大きな方向性が決定づけられます。

これを見極め、方向性を見失わないように、地域の素材を地域の技術で観光の魅力に仕立てていくような戦略を検討していきます。

＜「東京のふるさと・あきる野」をテーマに観光振興に取り組む＞

近年では、サービスや商品が充実した都心で人口が増加する「都心回帰」といった現象が目立つようになりましたが、その中でも、懐かしさや心の安らぎが感じられる“ふるさと”のイメージは全世代に共通しています。“ふるさと＝豊かな場所”というイメージを継承し具体化させ続けることは、観光戦略上で非常に重要なものであるといえます。

あきる野市では、「都心に存在するふるさとの風景」や「美しく清らかな清流に育まれた暮らし」といった誰でもイメージしやすい表現を使用し、「東京のふるさと・あきる野」をテーマとした観光施策の推進を図ります。

＜象徴となる風景を設定しPRに使用する＞

「東京のふるさと・あきる野」を象徴する風景を具体的に設定し、これをPRに利用していきます。

象徴となる風景の例示

石舟橋

光厳寺のヤマザクラ

山抱きの大樫

乙津花の里

網代弁天山

広徳寺の山門

３　今後の課題

（１）　支援の仕組み（推進体制等）

市民の観光の発想を大切に育てる仕組みが必要であり、市民や観光業者の取組を支援できる組織づくりなどが課題となっています。

また、市内で様々な主体が取り組む中で、統一的なイメージ形成を進めるためにもサポートやアドバイスを行う組織の設置を検討する必要があります。

（２）　地道なことの積み上げを継続的に行う

観光施策を推進していくためには、観光客や市民に対して市場調査を行い、変化するニーズや観光推進施策に対する意見などを継続的かつ経年的に把握していくことが重要です。

（３）　「東京のふるさと・あきる野」を連想させるイメージの活用

市内の観光スポットやイベント開催地の中から「東京のふるさと・あきる野」を連想させる象徴となる風景を選出し、イメージとしての定着化を図ります。さらに、事業者の商品開発や土産物づくりへの活用を推進します。

（４）　地域の素材を生かした“食”の活用

観光において消費行動を促すためには、食を生かしていくことが重要であり、「秋川とうもろこし」や「のらぼう菜」「秋川牛*」「江戸前アユ*」など現在ある地域の素材の知名度と魅力の向上を図る必要があります。

また、取り組み方としては、単に“食”が重要だから食に取り組むといった戦略ではなく、地域独自の素材を、地域に根差した技術や新しい技術によって、観光的な魅力として育てていくという視点が重要となります。

（５）　既存観光施設の活用方策の検討

現在の活用方法だけでなく、変化する観光の社会背景などに対応した新しい活用方策の可能性を検討する必要があります。

（秋川牛）
松坂牛や米沢牛と同じ元牛である黒毛和牛を、市内の牧場で丹念に育てた東京都産の高級食和牛を指します。
（江戸前アユ）
東京湾及び東京都と神奈川県を流れる多摩川を遡上する天然アユのことをいいます。

第４章　今後５年間で取り組むべき主要施策

１　地域における施策の推進主体の強化に関わる支援の仕組みづくり

（１）　観光関係団体等を取りまとめる連絡会設置の検討

市内の観光に係る団体等が同じ方向性を持って施策展開をしていくための組織を設置し、旅行者のニーズに見合った事業を展開する。

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
市内の観光に係る団体による組織の設置	設置	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
施策検討及びイベント等の実施	検討 実施	→	→	→	→

（２）　地域活動を支援する窓口の設置を検討

観光振興に係る団体や企業などの活動に対し、助言などの支援を行う窓口の設置を検討する。

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
支援窓口の設置を検討	検討 実施	→	→	→	→

２　観光推進の具体的施策

（１）　市場調査の継続的実施

観光施設への入込調査をはじめ、旅行者の属性・動行などの市場調査を継続的に実施し、モニタリングツアーも視野に入れて旅行者の意見や動向などを収集する。

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
市場調査の実施	調査	調査	調査 検証	調査 検証	検証

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
旅行者の意見や動向などの収集	情報 収集	→	→	→	→

（２）　観光プロモーションの拡充

市場調査の結果を踏まえながら、統一テーマを持ってプロモーションを展開する。

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
秋川渓谷のブランド化に向けた取組 （秋川渓谷看板等の設置・印刷物等への表示・ホームページやＳＮＳの活用・拡充）	実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
観光キャンペーン（キャラバン）の実施 （圏央道ＳＡやＪＲ主要駅等）	実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
情報発信の充実（情報誌、ＳＮＳの活用など）	実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
テーマ性を持ったイベントの開催	検討 実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
映像を活用したプロモーション活動の実施	実施	→	→	→	→

（3）　受入れ環境の整備

外国人を含む旅行者の受け入れ環境を整備する。

① インバウンド観光（訪日外国人旅行）に対応した整備

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
多言語対応サインの整備	整備	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
無料公衆無線 LAN*整備の拡充	整備	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
クレジットカード決済環境の整備	整備	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
電子掲示板（デジタルサイネージ）*の活用	設置 活用	→	→	→	→

（無料公衆無線ＬＡＮ）
　無線ＬＡＮを利用したインターネットへの接続を提供するサービスのこと。そのアクセスポイントから受信できる場所を、無線ＬＡＮスポット、Ｗｉ-Ｆｉスポット、フリースポットなどと呼びます。
（電子掲示板）
　インターネットに限らず、ネットワークやパソコン通信などで、そこにアクセスしてくる人々と文字によるコミュニケーションを行える機能のことをいいます。

② 秋川渓谷観光に必要な観光インフラ整備の検討

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
観光トイレの整備 （年次計画を立てて整備）	検討 実施	整備	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
観光駐車場整備の推進	検討 実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
観光駐輪場整備の推進	検討 実施	→	→	→	→

③ 秋川渓谷観光情報コーナーの整備・活用

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
インバウンドに対応した情報発信	整備 活用	→	→	→	→

④ 社会背景などの変化に対応した既存観光施設の活用方策の検討

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
既存観光施設の活用方策の検討	検討 実施	→	→	→	→

（4）　秋川渓谷ツーリズムの発掘と展開

旅行者の多様なニーズに対応するため、秋川渓谷の特色を生かしたツーリズムを発掘し展開する。地域のもの（素材、製品など）と地域の人（技術、技法など）のそれぞれの視点を持って行う。

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
秋川渓谷ツーリズム （市場調査を踏まえ展開する）	検討 実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
ジオツーリズム （広域的視点を持った連携強化）	検討	検討	実施	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
観光ボランティアガイドの充実・活用	実施	→	→	→	→

実施内容	H28	H29	H30	H31	H32
特産品・グルメ・土産の開発に向けた検討	検討 実施	→	→	→	→

３　活動の取組

（１）　行動計画の推進体制

本行動計画の推進に当たって、庁内関係各課、関係機関や団体等と連携して推進を図るとともに、事業所、市民と連携及び協働して取り組みます。また、社会情勢の急速な変化にも柔軟に対応し、施策に的確に反映することで、あきる野市観光施策の更なる充実をめざします。

（２）　進捗状況の管理

本市の観光推進に向け、行動計画に基づく各施策の進捗状況に加え、全体の成果についても点検・評価を行うことが重要です。

そのため、PDCA サイクルの考え方に基づき、各施策の実施状況を点検・評価し、改善に努めます。

■PDCA サイクル