

多摩地域が一体で取り組む 観光地域づくり

－推進に向けた取組の総括について－



令和3年3月
東京都市長会

はじめに

東京都市長会は、多摩地域の住民の福祉の向上と地域の発展のため、26市の市長が多摩地域の諸課題について、協議、検討及び政策提言を行うことを目的とする団体です。これまでに、各時代の要請に応じ、様々なテーマに取り組んでまいりました。

本報告書は、東京都市長会が平成28年度に行った政策提言「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」に基づいて、その具体化に向け平成29年度から令和2年度まで実施してきた取組を総括し、報告するものです。

多摩地域30市町村と連携しながら継続してきたこれまでの取組を振り返り、得られた成果を整理するとともに、令和2年以降、全世界に甚大な影響を及ぼしている「新型コロナウイルス感染症」の拡大により市民の日常生活が一変する中でも、多摩地域30市町村がこれまでの歩みを止めることなく、前向きに観光地域づくりを推進していく一助になればという思いを込めて作成しました。

また、本報告書を通じて、多摩地域の観光地域づくり推進を目指して取り組む市町村や各種関係団体のみならず、地域の住民の皆様や、地域に深い関わりを持つ事業者の皆様、そして、多摩地域に興味のある多くの方々に、多摩地域の観光地域づくり推進のため実施してきた取組を知っていただき、少しでも意識の変化や、今後の活動の芽生えにつながれば幸いです。

本報告書の構成

本報告書は、大きく次の3つにより構成されています。

1 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の概要

- ◆ 平成28年度政策提言「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の背景と、具体化に向けた取組を実施するに至るまでの経過をまとめています。
- ◆ 多摩地域が一体で取り組むことにより得られる効果について記載しています。

2 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の具体化に向けた取組

- ◆ 取組の初年度に整理した「多摩地域が目指すべき観光の方向性」及び「戦略テーマ」を示すとともに、政策提言に関連して、平成29年度から令和元年度に実施した具体化に向けた取組内容とその結果をまとめています。
- ◆ 令和2年度における新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ感染症」という。）拡大による状況の変化や、各市町村及び市長会の対応、コロナ禍での工夫について、市町村へのアンケート結果も踏まえてまとめています。

3 多摩地域の観光地域づくりの今後の展望

- ◆ 市長会としての「観光地域づくり」の取組が終了した令和3年度以降、市町村が取組として目指すべき方向性についてまとめています。
- ◆ 今後の展望として、取り組んだ先にある「実現させたい将来の姿」についてお示ししています。

「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」 —推進に向けた取組の総括について—

目 次

1 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の概要

- (1) 取組の背景と経過 1
- (2) 多摩地域が一体で取り組むことの効果 3

2 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の具体化に向けた取組

- (1) 多摩地域が目指すべき観光の方向性 5
- (2) 提言に基づく取組と実施結果 6
- (3) 取組成果のまとめ13
- (4) 令和2年度における状況の変化と対応17

3 多摩地域の観光地域づくりの今後の展望

- (1) 今後の取組の方向性19
- (2) 今後の展望（将来像）22

資料編27

1 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の概要

(1) 取組の背景と経過

東京都市長会（以下「市長会」という。）では、平成 13 年度以降、多摩 26 市に共通する諸課題に関する内容を基本とした政策提言を行ってきた。

平成 25 年度から 27 年度の 3 年間にかけては、多摩地域における「シティプロモーション」、「まち歩き」、「誇るべき文化」に焦点を当て、多摩地域が広域連携により一体感を醸成するための取組を盛り込んだ政策提言を行った。

まず、25 年度「多摩地域におけるシティプロモーションについて」では、多摩地域の魅力の向上や活力に満ちたまちづくりを目指し、26 年度「多摩地域における『まち歩き』のすすめ」において、「市町村ごとの個性」を見つけ、住民のまちへの愛着を高めしていくための「まち歩き」をすすめる提言を行った。さらに、27 年度「多摩地域における誇るべき生活文化とは」において、改めて多摩地域における生活を見つめ直し、「生活文化」として再認識し、その魅力を内外に伝えようとした。

このような政策提言の流れを受け、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」をテーマとして広域的な取組としての政策提言を行った。

地域の魅力を磨き上げ、持続的な成長により、誇りと愛着のある豊かな地域づくりを目指すこの提言は、多摩地域が一体となって取り組むことについて、その実現に向けた具体的な取組手法にまで踏み込む提言となった。

その背景の一つは、人口減少社会への流れの到来である。多摩地域の中でも、既に人口減少の局面に入った市もあり、定住人口の減少や少子高齢化の進行による地域内での消費額減少など、地域経済縮小への対応も課題となっていた。

もう一つの背景は、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会と東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京 2020 大会」という。）という 2 つの世界的なスポーツ大会の東京での開催である。市長会では、多摩地域にも国内外から注目が集まるこの機会を活用しない手はないと考えた。

以上のような背景を踏まえ、この好機を逃さず大会終了後も多摩地域の観光地域づくりの持続的な成長を可能とするため、市長会において、より具体的で速やかな対応の必要性が確認された。

そこで、翌 29 年度に、28 年度の提言内容の具体化に向けた取組を実施することと

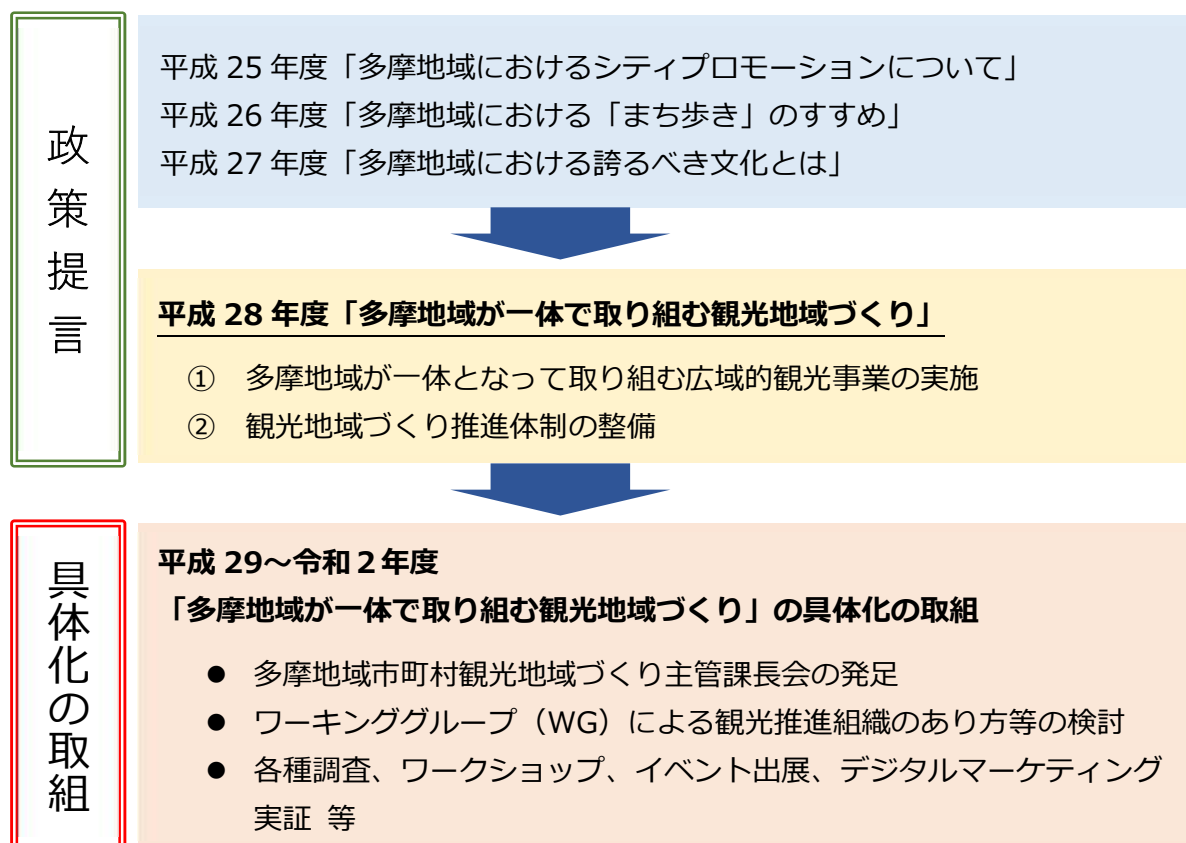
した。以降、年度毎に取組実績と展望を取りまとめながら進め、最終的に、令和2年度までの4年間継続されることとなった。

未来に残る仕組みを作ることを目的としたこの取組では、新たに地域資源を再認識・再編集し、多摩地域の魅力を面として発信することにより、外部から人を呼び込むとともに、多摩地域に居住する人々の地域内での周遊を促進することを目指した。多摩地域を知ってもらい、交流人口の拡大を図ることで地域内に経済効果を生み出すとともに、地域住民に地域への誇りや愛着、自信をもたらし、さらには、定住促進へもつながるものと考えた。

なお、多摩地域における観光地域づくりの取組を着実に進め、これを実のあるものにしていくためには、26市のみならず、多摩地域の3町1村を含む30自治体が一体となり、取組、連携を図ることが効果的であることから、多摩地域全体に範囲を拡げた30市町村で取り組むこととした。

上記の一連の流れについて、図表1-1に示す。

■ 図表1-1 本取組実施までの流れ



(2) 多摩地域が一体で取り組むことの効果

平成 28 年度の政策提言において、多摩地域において観光地域づくりに一体となって取り組む理由として、次の 5 点の効果を指摘している。

市長会では、政策提言の具体化に向けて、これらの効果につなげられるよう意識しながら、多摩地域 30 市町村とともに検討し、取組を行ってきた。

① 観光に関するプラットフォーム確立

多摩地域は多様な魅力を有する地域であるが、隣接する市間における自然環境に大きな差異がないことなどから、各市が挙げた地域資源の中には共通のものや類似したものがある。

そこで、各市の情報を集約、整理することで、新たな連携による魅力の創出に向けた調整やマッチングを図ることができるとともに、情報収集等の利便性を向上させることができる。

② 多摩地域全体を対象とした調査・分析に基づく戦略策定

多摩地域への誘客に有効な事業を展開するためには、多摩地域全体を対象とした観光客に関する調査・分析を行い、戦略策定を行うことが求められる。しかし、東京都（以下「都」という。）や観光庁が実施している観光調査・統計では、多摩地域の具体的な状況を把握することができず、また、各市が独自に実施している調査は、市域内を対象とすることが多いため、多摩地域全体で、「どのような人が、どんなところに、どんな目的で、どのように」訪れているのかといった詳細な状況は把握困難である。

そこで、多摩地域全体を対象とした観光に関する継続的な調査データの収集・分析により、事業リスクを低減し、最大の成果を上げられる確率を高めていくことができる。

③ 多摩地域のブランド化

多摩地域住民が、多摩地域に対して抱く「良好な住環境をもつ地域」というイメージは、あくまでも住民の間に限定されており、多摩地域の認知度は全国的に見れば低いと言わざるを得ない。

多摩地域といえば想起される良好なイメージを広く定着させ、「訪れたい」「住みたい」「誇りがもてる」地域にしていく必要がある。共通コンセプトにより、面的、継続的にプロモーションに取り組むことで、多摩地域のブランド化を進めて

いくことができる。

④ スケールメリット

30市町村がまとまることで、各種調査や広報、プロモーション活動に要する費用を削減することが可能になる。例えば、各市の情報を同じ項目でまとめるなどして面的に発信することは、効率的というだけでなく、情報を取得する側の利便性が向上し、PR効果の増大につながる。

各市が単独で取り組む事業と広域的に取り組む事業を明確化することで、事業の効率化が図られ、各市の予算を必要なものに集中させることが可能となる。

⑤ 各市の取組のレベルアップ

広域的な事業を実施するに当たっては、各市の独自事業を相互に確認、調整することが必要となる。そのため、多摩地域全体での情報の共有化が図られるとともに、職員同士の交流による職員のスキルアップも可能となる。また、各市が単独で取り組む人材育成や事業者支援も、共同実施することで平準化が可能となる。

また、多摩地域全体の調査データを基に、各市のポジショニングを明らかにし、市独自事業の評価・改善を促すとともに、市単独の取組と広域的な取組の連携により相乗効果を生み、結果として地域全体の底上げを図ることができる。

(※ 平成 28 年度取組報告書抜粋)

2 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の具体化に向けた取組

(1) 多摩地域が目指すべき観光の方向性

平成 29 年度には、多摩地域で観光振興に取り組む理由や目指すものの整理を改めて行った。その内容を踏まえて検討を進めた結果、多摩地域の強みを活かし、区部を含めた競合近隣自治体との差別化を図っていくために目指すべき観光の方向性について、次のように結論付けられた。

① 観光振興に取り組む理由、目指すもの

■ なぜ観光振興なのか

- ・ 新たな地域資源の発見（再認識・再編集）と集客数の増加は、地域住民に誇りと自信をもたらす
- ・ 人口減少による消費額減少を補う

■ 何のために観光振興をするのか

- ・ 観光客との交流による、地域住民の地域への愛着や誇りを増進
- ・ 多摩地域を「訪れたい」「住みたい」「誇りが持てる」地域にする

② 多摩地域が目指すべき方向性

■ ビジョン（方向性）

- ・ 「良好な住環境の保持と観光による交流人口増加の両立」

多摩地域が目指すべき観光とは、多摩地域の住民同士の交流による地域の魅力の掘り起こしや磨きあいを促し、住民の暮らしと観光を両立させ、これまで作り上げてきた「多摩地域に根付く暮らしや文化」を生きがいのものに提供することである。

■ 戦略テーマ

- ・ 「多摩地域に暮らすように観光する—非日常としての「日常」の提供—」

■ ターゲット

- ・ 国内レジャー客
- ・ 訪日外国人レジャー客
- ・ ビジネス客

(※ 平成 29 年度取組報告書抜粋)

(2) 政策提言に基づく取組と実施結果

平成 28 年度に行った政策提言に関連して、平成 29 年度から令和元年度にその具体化に向けた取組を進めてきた。

「提言①」では、多摩地域が一体となって観光地域づくりに取り組み、観光を活用した地域活性化を図るための広域的な観光事業の実施について、「提言②」では、観光地域づくりに必要な推進体制の検討について提言を行った。

提言の内容と、これまでに実施した関連する取組及びその結果は次のとおりである。

提言① 多摩地域が一体となって取り組む広域的観光事業の実施

【提言①】(1) プロモーション事業の実施

提言

多摩地域への来訪を促すため認知度向上を図る。多摩地域が面として取り組むことにより、効果的、効率的なプロモーションが可能となり、多摩地域を強く印象付けることができる。

① 観光情報サイトの運営

情報のプラットフォームとして「観光情報サイト」を立ち上げ、多摩地域の情報を集め、発信し、ツアーの申込受付などを行う。

② 大規模プロモーション

多摩地域市町村が面として取り組む利点を最大限生かし、都内近県で開催される大規模イベントへの参加などを通じ、多摩地域の認知度向上に向けたプロモーションを展開する。また、交通事業者や各種メディアと協力し、広報活動に取り組む。

《令和元年度》

取組

① 特設WEBサイトの構築、デジタルマーケティングの実証

- ・ 平成 30 年度の検討で提案された「多摩版観光情報WEB」の実証として特設サイトを立ち上げ、30 市町村と連携し、多摩地域の情報を集約して発信した。
- ・ 作成した特設サイトを活用し、②の観光プロモーションイベントのPRと絡めてデジタルマーケティングを実施した。

② 観光プロモーションイベント「まるごと多摩マルシェ」の開催

- ・ ラン（走る）イベント等による周遊施策や、ケーブルテレビによる宣伝等の施策と絡めて、地域の一体感を醸成しつつ、観光プロモーションイベントを実施した。
- ・ 主に若い世代に人気のあるハンドメイド作家の出展を軸に来場者を呼び込み、地域事業者や観光協会を含む地域からの出展により多摩地域のPRを行った。ファーマーズマーケット、体験型ブースも出展した。
- ・ イベントのPR効果等を検証するため来場者へのアンケート調査を実施した。
- ・ 事前に地域事業者等の出展者向けに研修会を実施した。

《平成30年度》

② 「まるごと多摩フェア」の開催

- ・ 多摩地域全体の認知度向上、PRを目的として機運醸成の取組を実施した。
- ・ 会場である「au SHINJUKU」の屋内外の大型サイネージを活用し、多摩地域のPR動画を放映した。
- ・ 多摩地域市町村のゆるキャラによるPR、各市町村のチラシ、パンフレットの配布とともに、多摩地域の認知度、印象や興味についてアンケート調査を実施した。



[デジタルマーケティングの実施結果]

結果

- 顧客の反応、興味関心等を可視化、狙いとなる層を絞り込むための情報をデータとして明示できた。
- 多摩地域に関心を抱きやすい顧客層や、効果的なPR手法の分析ができた。

[プロモーションの実施結果]

- 支援事業者との連携により、当初の狙いとしていた若い世代の家族連れでの来訪者も多く呼び込むことができ、地域PRにつながった。
- 出展した地域事業者からも研修会を通じて学びにつながったとのコメントもあった。
- ファーマーズマーケットの出展により、地域農家と地域住民との接点を作ることができる。

【提言①】（２）「着地型ツアー」の開発・提供（地域主導型ツアー）

提言

「発地」ではなく、目的地の「着地」となる多摩地域において、地域主導で、市

域を越えて地域資源をつなげ、周遊・滞在して、魅力を体験できるツアーを開発・提供する。

(例：伝統文化等観光、産業観光、大学観光、資源循環観光、日帰り農業観光)



《平成 29 年度》

取組

- 多摩地域における広域連携による観光事業案の検討、提案

《令和元年度》

- リーディング事業の実施

- ・ 周遊施策としてモバイルスタンプラリーの実施
- ・ グリーンツーリズムの検討・試行
- ・ 多摩地域を4つのエリアに分け、グループ毎に実現可能性を度外視したまち歩きプログラムの企画を実体験するワークショップを行った。
- ・ ワーキンググループ（以下「WG」という。）により、対応ツールなどを活用し、モデルとなる広域まち歩きプログラムの企画を実体験するキュレーション（企画・調整力）人材の効用と可能性について学んだ。

※ 令和2年度に、市町村・小チームが主体となって行う地域連携型のコンテンツ造成や周遊施策の立案を支援予定であったが、新型コロナウイルスの影響により中止した



[対応ツール・アクションプランの作成]

結果

- リーディング事業で実施したモバイルスタンプラリーやグリーンツーリズムでのノウハウや研究結果をまとめ、各自治体の観光振興に関する取組を支援する対応ツール・アクションプランを作成した。

[ワークショップの実施結果]

- 実践を行い、多くのアイデアを出しながら議論を進めることで、柔軟な発想や様々な切り口による企画の立案につなぐことができた。

【提言①】（３）観光環境整備事業

提言

多摩地域内を効率よく周遊できるようにするための事業として、交通利便性の向上に向けた環境整備を行う。

（例：シェアサイクル事業、周遊パスによる回遊促進）

《平成 30 年度・令和元年度》

取組

○ 交通事業者へのヒアリング、先進事例視察・ヒアリングの実施

- ・ まち歩きイベントの周遊性向上のための移動手段としての活用方法、連携方法を明らかにするために多摩エリアの交通事業者に聞き取り調査を行った。

【ヒアリングの結果・考察】

結果

- 自転車事業はイベント事業者との連携がし易く、乗り捨て可能なレンタサイクルを展開する場合、地域を周遊できるようにしている。
- 交通事業者との連携により遠方からの広範囲からの集客が可能である。
- まち歩きイベントとフリーパスや自転車の乗り捨てなどを組み合わせることで、行動範囲が広がり、周遊促進につながる事が期待できる。
- 鉄道やバス、自転車等は移動手段としての機能だけではなく、観光自体が楽しめる周遊ツールとして位置づけることで参加者の満足度は変わる。
- 事業者間や自治体等で連携を上手く進めるためには、じっくり話し合える場をもつこと、事業者側のメリットを示すことが必須である。

提言②

観光地域づくり推進体制の整備

【提言②】（１）観光地域づくりの担い手

提言

地域を構成するあらゆる主体を巻き込むことが重要。地域の事業者や地域住民、学生を巻き込むことも重要。地域が人材を支え、育てるという意識を

全体で共有しておくこと。

取組

《平成 29 年度》

○ 講演会の開催、ワークショップの実施

- ・ 自治体の全職員及び有力な担い手となりうる観光協会をはじめ、各市町村で活躍する民間団体等も対象とし、先進的な取組を行う団体及び有識者による講演会を開催した。
- ・ 観光担当部署職員の能力向上を図り、具体的な広域連携による観光振興事業の企画検討を目的に、市町村職員と多摩地域の民間事業者を対象としたワークショップを実施した。

《平成 30 年度》

○ 多摩地域事業者へのヒアリングの実施

- ・ 観光地域づくりにおいて、地域の多様な主体を巻き込むため、域内の交通、施設管理、金融、旅行、出版の 10 の事業者に対して、実施している取組や、連携可能性等の意見を伺った。

《令和元年度》

○ マーケティング研修会の実施

- ・ 自治体職員、地域事業者に対し、視察研修及び集合研修を実施した。

結果

【講演会、ワークショップの実施結果】

- 自治体職員のみならず、民間事業者に対しても、政策提言及びその具体化に向けた取組に対する理解、協力を求めることができた。
- 自治体職員と民間事業者が一緒に検討をする機会であったため、民間事業者の視点を交えて企画検討を進めることができ、行政との協力・連携関係の構築を図ることができた。

【ヒアリングの実施結果】

- 情報発信については、情報の一元化、顧客の反応の見える化を図る必要がある。
- 広域連携の推進には、自治体及び地域事業者が密に情報共有や意見交換ができる場や、イベント時における試験的事業なども有効であると考えられる。

- ▶ 事業者からの出資や協力を募るには、数カ年の事業計画や事業者側のメリットを明示することが必要である。

【マーケティング研修会の実施結果】

- ▶ 誘客に繋がる商品の展示方法や、接客手法について自治体職員や地域事業者の気付きにつなげるものとした。

【提言②】（２）観光地域づくりの推進手法の検討

提言

観光地域づくりの推進体制検討のため、次の３つを提案した。

- ① 市長会附属協議会の活用
- ② 広域連携活動の定着、拡大
- ③ DMO（観光推進組織）の設立

《平成 29 年度》

取組

◎ 多摩地域が目指すべき観光の方向性、戦略の検討

- ・ 多摩地域における観光振興に関する現状や課題、目指すべき方向性を整理し、多摩地域に最も適した手法について調査、検討を進め、多摩地域における観光地域づくりの取組を加速化・実現化させるため、推進手法や広域観光事業案の検討を行った。

① 多摩地域観光地域づくり担当課長会の設置

- ・ 26 市の観光担当課長会を設置し、多摩地域の観光地域づくり推進に向けた検討を始めた。

《平成 30 年度～》

① 課長会の市長会附属協議会への加入、WGの立ち上げ

- ・ 3 町 1 村を含む多摩地域の 30 市町村により、市長会附属協議会として「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」（以下「課長会」という。）を発足した。
- ・ 課長会の下部組織として、WGを立ち上げ、参加を希望する各市町村の観光主管

課担当者により、テーマごとに意見交換や検討を行った。

② 「多摩・島しょ広域連携活動助成事業」の拡充

- ・ 広域連携による観光振興事業を活性化させ、本取組の早期進展を図る目的で、「多摩・島しょ広域連携活動助成事業」に「観光振興連携活動」の区分を新設した。

補助対象事業	多摩・島しょ地域の観光に資する事業
助成上限額	500万円～2500万円(計画年数による)
	※年度ごとの申請額は1000万円を上限とし、任意に按分可能
助成率	10/10
助成年限	5年間

《平成30年度》

③ WGによる検討

- ・ 多摩地域版DMO（観光推進組織）のあり方に向け検討を行った。
- ・ 課題を抽出し、「事業」、「人材」、「財務」の3つのサブWGに分かれて詳細検討を行った。

《令和元年度》

③ WGによる検討

- ・ リーディング事業検討部会、デジタルマーケティング検討部会を設置し、事業を効率的に運営できるよう検討した。
- ・ 平成30年度の中間報告の際に調査・研究することとされた多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化についての検討を行った。

[課長会及びWG立ち上げの結果]

結果

- 多摩地域の市町村間における観光担当者同士が情報共有、意見交換できる場を創出でき、横のつながりを持つことができた。
- 多摩地域の観光地域づくりに特化した要望事項を取りまとめることができた。

[助成事業の拡充の結果]

- 広域連携による観光振興事業の活性化や、各取組の早期進展につながった。
- 令和2年度までに観光振興を目的とする11の広域連携組織が立ち上がった。

[WGによる検討の実施結果]

- 30市町村を包括する「多摩地域版DMO（推進組織）」の実現は、現時点においては困難という結論を得た。
- 実際に地域全体で共同事業を実施する上での課題や気づきを得ることができた。
- 連携することの重要性を共通認識にすることができた。

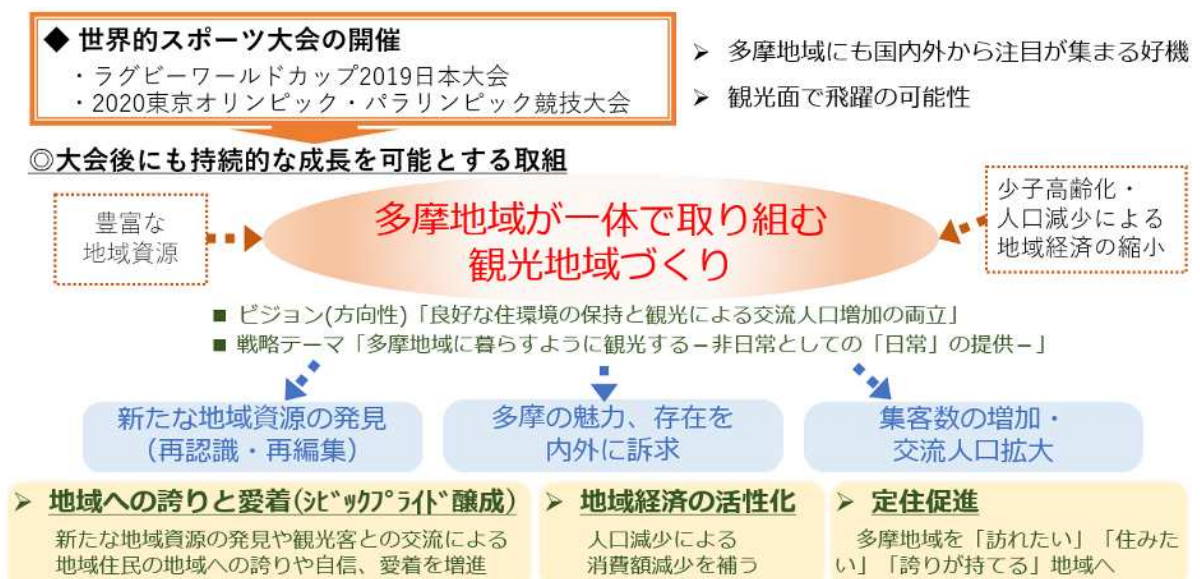
(3) 取組成果のまとめ

① 課長会を中心とした観光推進体制の構築

観光地域づくりに特化した課長会及びその下部組織としてのWGの発足により、各市町村の担当者同士の交流の場ができたことなど、市町村間における横のつながりができ、情報共有や連携ができる体制を構築できたことは大きな成果であるという意見が、市町村へのアンケート結果でも多く見られた。

また、政策提言を踏まえ、課長会における議論、検討を経て、多摩地域の観光振興に関する現状や課題、目指すべき方向性を整理した。さらに、多摩地域に最も適した手法について調査検討を進め、推進手法や広域観光事業案の検討を行った。多摩地域の目指す観光の方向性や戦略テーマについて各市町村が共通の認識を持つことができたのは大きな成果といえる。市長会及び各市町村が、この取組を通じて目指してきた方向性等の全体像を図表2-1に示す。

■ 図表2-1 多摩地域の目指す観光の方向性、戦略テーマ等



さらに、課長会が市長会附属協議会に位置付けられたことにより、東京都予算編成に対する要望において、観光地域づくりに特化した要望事項が取りまとめられるようになったことも、成果の一つである。

② 広域連携活動の定着、拡大

本取組をきっかけに創設された「多摩・島しょ広域連携活動助成事業」における「観光振興連携活動」の区分は、全体計画として5年間の事業がほとんどであり、区分創設から5年間が経過していない現時点においては、結果を踏まえて事業の成果を検証できる段階ではない。

しかしながら、本区分での新たな連携の創出においては、都県境を越えた連携や民間事業者の参入も見られるなど、積極的な助成金の活用状況から、広域連携による観光振興事業の活性化、本取組の早期進展を図るという目的に向け、各地域での取組は順調に進められていることがうかがえる。

近年では、狭山丘陵を囲む自治体等による広域連携や、JR南武線沿線の自治体による広域連携を含め、既に地域の魅力向上やシティプロモーションを目的とした動きも進められていたが、平成30年度から本助成区分を創設し、観光振興に関連する広域連携の取組を後押ししたことにより、その動きはさらに広がり活発なものとなった。

平成30年度から令和2年度までの3年間で観光振興連携活動区分を活用する11の連携組織とその構成自治体を図表2-1に示す。

■ 図表2-1 多摩・島しょ広域連携活動助成事業（観光振興連携活動）

No.	連携組織の名称	事業名	構成自治体等
1	「高尾山・リニア」広域観光拠点地区連絡会	グローバルプロモーション事業	八王子市、あきる野市、相模原市、大月市、都留市
2	武蔵野・三鷹・小金井魅力向上プロジェクト	3市交流連携及び地域資源魅力向上事業	武蔵野市、三鷹市、小金井市、（一社）武蔵野市観光機構、（特非）みたか都市観光協会、（一社）小金井市観光まちおこし協会
3	南多摩3市観光連携プロジェクト	多摩丘陵と南多摩3市の魅力を楽しもう	町田市、多摩市、稲城市

		(Wonderful !! Tama-South)	
4	京王線沿線観光連絡会議連携部会	京王線沿線4市 観光振興創出事業	府中市、日野市、多摩市、稲城市、府中観光協会、日野観光協会、せいせき観光まちづくり会議、京王電鉄株式会社
5	ひのたま観光連携協議会	ひのたま観光連携事業	日野市、多摩市
6	青梅線エリア女子旅推進委員会	女子旅推進プロジェクト	立川市、昭島市、福生市、羽村市、青梅市
7	TGR ラリーチャレンジ協議会	TOYOTA GAZOO Racing ラリーチャレンジ実施事業	日の出町、福生市、ネッツトヨタ多摩
8	フィルムコミッション事業を核とした地域の魅力向上・発信プロジェクト実行委員会	フィルムコミッション事業を核とした地域の魅力向上・発信プロジェクト	調布市、日の出町、狛江市
9	秋川渓谷観光経済統計事業連絡会	秋川渓谷観光経済統計調査・分析等業務委託	あきる野市、檜原村、あきる野商工会、あきる野市観光協会、檜原村観光協会、秋川渓谷旅館組合
10	清瀬市・武蔵村山市ひまわりストーリー実行委員会	ひまわり畑をテーマにした交流・魅力発信に資する事業（「多摩の“ひまわり”物語（ストーリー）」）	清瀬市、武蔵村山市
11	多摩広域インバウンド推進プロジェクト協議会	多摩広域インバウンド推進プロジェクト事業	福生市、あきる野市、青梅市、東村山市、日の出町、檜原村

③ 広域的なデータ活用の実践

■ 観光動態調査や多摩地域来訪者の観光ニーズ等に関する調査の実施

観光地域づくりを推進し、効果的な広域による観光事業実施の検討を行うに当たり、多摩地域全体を対象とした観光動態調査を実施するなど、多摩地域におけ

る観光の現状把握を行った。

その後、各市町村においてデータを有効に活用し、施策に活かせるよう、市町村の担当者を対象としてデータ活用に関するワークショップを実施し、データに基づく施策立案の体験の場を提供した。

■ 大規模イベントと特設WEBサイトを活用したデジタルマーケティングの実施

プロモーションイベント等に関連して実施したデジタルマーケティングの実証により、効果的なPR手法の検証やターゲットを絞り込むための情報がデータとして明示できたことは大変有益であった。

本取組により、単独市ではなかなかできないデジタルマーケティングの有効性の検証を行った中で、観光施策はこれまでのように慣例的、感覚的に展開するのではなく、各種マーケティングデータに基づいて実態を把握し、狙いを定めて軌道修正をしながら展開していくのが効果的であることを共通認識できた。

各市町村へのアンケートの回答にも同様の意見が多く見られ、さらには、デジタルマーケティングはコスト面からも単独自治体での実施は非効率的であることから、継続的にデータを蓄積し、分析できる仕組みの構築を求める声が多数あった。

しかしながら、現時点においてその受け皿となる組織も今後継続してサイトを管理する主体もなく、デジタルマーケティングの永続的な仕組みの実現には至らなかった。

市長会としては、その実現を目指し、これまでの取組と並行して、都や（公財）東京観光財団の既存のWEBサイト等を通じて多摩地域の観光施策に利活用可能なデータを統計的に収集・分析し公表すること及び保有データの提供等の支援を求めるなどの働きかけも行っている。

④ 地域の関係団体との関係づくり

（公財）東京観光財団や多摩観光推進協議会、地域の関係団体との多摩地域の観光に関する情報交換会に参加（年2～3回）をした。

各団体とも多摩地域の観光振興に向けそれぞれに取り組んでいるが、これまで一堂に会する機会もなく、取組の重複、類似事業の実施等、事業効果としても予算面においても非効率的に進められている経過が見受けられた。

情報交換会へ参加する中で、各団体の実施予定事業の計画を事前に共有するこ

とにより、重複がないように、また、効率的、効果的に事業を実施できるように調整をすることが可能となった。さらに各団体が事業等を実施する際には、事業周知への協力や必要な情報の収集、研修会やイベントへの参加など、互いに連携できる関係づくりにつながった。

(4) 令和2年度における状況の変化と対応

① 市町村の状況

令和2年度においては、年度当初からコロナ感染症拡大の影響により、ほとんどの市町村が予定していた事業やイベントを中止、変更することを余儀なくされた。インバウンドや遠方からの観光客は激減し、多くの自治体においてそれに関連する事業の優先度が下がる結果となった。

令和2年4月7日には国の緊急事態宣言が発令され、東京都においても外出自粛要請が行われることとなった。「観光」以前に、各市町村とも市民生活・経済的支援への対応や中小事業者への支援を最優先で行わなければならない状況となり、令和2年6月頃の時点では「観光」に積極的に取り組めない状況であるとの声も多く聞かれた。「観光」という切り口を前面に出しにくく、PRさえもすべきではないのかという認識の中、まずは地域経済の活性化を図り、その先に観光があるという考えのもと、各市町村がそれぞれの対応に追われていた。

ただし、将来的にコロナ感染症が終息し観光客が戻ったときに備え、この時期にできる準備を進めておく必要があることを意識しつつ、今後の展開を模索している市も見受けられた。

また、コロナ感染症の終息については先が読めず、事業実施の見通しが立たないこと、税収の大幅な減が見込まれ、予算確保が困難であることなどの共通課題もあった。

一方で、新しい生活様式のもと、域内観光（以下「マイクロツーリズム」という。）の推進、オンラインによる事業展開、分散、混雑緩和を意識した環境づくりなど新しい観光の考え方も徐々に広まっていた。

② ウィズコロナ社会における変化と対応

■ コロナ禍での観光地域づくりの取組について

このような前例のない状況下において、近隣自治体の動きや対応状況、さらには新しい生活様式のもとで工夫して行っている取組や考え方等を知ること、情報を共有することが、各市町村の課題解決のヒントになるという声があった。

他の自治体との情報交換の場を持つことができずにいる中で、各市町村とも施策の展開に頭を悩ませていたため、市長会は、このような状況の突破口となるよう、30市町村に対するアンケート調査を令和2年9月に実施し、各市町村へ情報共有を行うこととした。

◆ 令和2年度の市長会の対応

- ・ 令和2年度実施予定事業（当初）を中止
- ・ 30市町村に対しアンケート調査を実施し、結果を共有
- ・ 「平成28年度政策提言の具体化の取組」の総括を実施

アンケートの主な結果は以下のとおりである。

◆ コロナ禍での工夫・これまでと変わった点

- ・ 新しい生活様式に合わせた観光のあり方を情報収集し、密を回避しながらの観光を模索している／三密対策、感染症対策を徹底することが大前提
- ・ 密を避けたアウトドア活動や屋外でのイベントの需要が大幅に加速／屋外型で開放空間を使用したイベント等の実施を検討
- ・ オンラインツアーなどは、リアルツアーを補完する手法としてニーズがある／集客型以外の取組（アプリを利用したまち歩き、映像配信型の観光ツアー、スタンプラリー）等、事業展開を模索している
- ・ マイクロツーリズムの観点は今後の観光行政の中で重要性が増してくる
- ・ 観光に興味がない層に対しても、地域の魅力再発見、近場の観光、ワーケーション（リモートワーク）などをキーワードに需要の掘り起こしができれば、新たなチャンスになる

アンケート結果からもわかるように、この先も続いていくものと考えられる「新しい生活様式」に合わせ、感染症対策を十分にとったうえで、マイクロツーリズムの推進、オンラインの活用、少人数・分散化などにより、これまでの観光スタイルから発想を転換して各市町村とも工夫をして取り組んでいる状況である。

3 多摩地域の観光地域づくりの今後の展望

(1) 今後の取組の方向性

① 様々なテーマや組み合わせによる連携へのチャレンジ継続

■ 事業者等、関係団体との連携の重要性を共通認識に

取組の当初は、30市町村を包括する観光推進組織、いわゆる「多摩地域版DMO」の設立を目標に掲げ、WGでの検討を重ねてきた。

検討の結果、財源や人材の確保など課題も多く、規模や地域性の異なる30市町村の観光に対する考え方にも温度差がある中で、現時点での実現は困難との結論が出されたものの、市町村を含む各種関係団体との連携の重要性を共通認識することができた。

特に、複数の市町村域にまたがる連携や、行政だけでなく観光協会、事業者等、関係団体とも連携することは、持続可能な観光地域づくりには不可欠であるという理解が深まったものと認識している。

これまでの観光地域づくりの流れを止めずに、今後も地域性や共通のテーマ、課題等により、色々な形、組み合わせでの連携を模索し、地域の魅力を向上できるように追及していくことが望ましい。

また、これまでに検討された、「観光推進組織」に求められる機能や役割については、今後、各種広域連携の取組等を活かして、部分的にでも実現されることが期待できる。まずは小さな連携の中で構築された共通の考え方や仕組み等の芽を育て、徐々に広げていくことが現実的である。

■ 多摩・島しょ広域連携活動助成事業の活用

「観光振興連携区分」の創設をきっかけとした広域連携組織が多数立ち上がっており、政策提言の具体化に沿った動きや、実践の積み重ねが進んできている。中には、エリアを絞って観光推進組織に求められる機能を有するような団体も出てきていることは、喜ばしいことである。

もともと目的としていた「世界的スポーツ大会の開催を見据えて本取組の早期進展を図る」という意味では一定の成果が見込まれる一方、本助成事業は時限的な制度であるため、これ以降どのように展開していくか、今後の検証を含めて議論をする必要がある。検証の視点として、付加すべきもの、廃止すべきものを精査し、社会情勢を踏まえて制度の方向性を検討していくこととしたい。

また、「観光振興連携区分」については、「市町村共同事業助成事業選定委員会」

へ付議し、より効果的に事業を実施できるよう、有識者から助言をいただいている。

その中でも指摘があったように、この事業をなぜやる必要があるのかを真剣に考え、助成期間終了後、自走化をするに当たり、民間団体等との役割分担や運営体制を具体的にイメージすること、成果目標を明らかにすることが重要である。広域連携組織毎に事業の目的や成果目標を明確に定め、それを達成していくことによって、今後、この取組の成果が緩やかに現れてくるものと考えている。

② 観光に関する統計・情報や各種マーケティングデータ活用の仕組みづくり

実施した事業の成果が実際にどのように数字に結びついたかを知るためにも、数値データを定期的に獲得し、継続して効果を測ることが必須となる。

さらに、データが蓄積され、分析できるようになれば、実績データに基づく客観的な判断に基づき、PDCAサイクルの仕組みを導入することにより、施策の効果の最大化や効率化を図ることができる。

近年、デジタル化が進むにつれ、データ収集が容易となっており、データ蓄積や分析を含むデジタル化の利点を取り入れたデジタルマーケティングを観光プロモーションに導入できれば、これまでの職員の勘と経験と度胸に頼っていた状態から脱却し、データ分析に基づく効率的かつ効果的に施策を展開できるようになる。

これらは、当初目指していた観光推進組織に求められる機能の一つであり、令和元年度に実施した実証事業によってもその有効性を認識したところであるが、本取組においてその仕組みを実現するには至らなかった。

データ活用の仕組みづくりについては、スケールメリットを活かして実施することが非常に有効である。そのため、今後も各市町村が連携し、観光振興に活用可能なデータの提供及びデータ活用支援について都に対し要望するとともに、民間事業者の既存のWEBサイトやサービス等の活用も視野に入れ、各市町村がデータを駆使した観光施策に積極的に取り組める環境づくりの実現に向け、継続して取り組むことが求められる。

必要に応じて「多摩・島しょ広域連携活動助成金」等の財源を活用しながら、利用しやすい仕組みの構築を目指し、具体的に検討していくことが望ましい。

③ 新しい生活様式への適応と新しい観光スタイルへの挑戦

コロナ禍における生活スタイルの変化により、これまでの各種取組の考え方、

動き方が変わってきている。「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の推進に向けた取組においても、令和元年度までに得られた成果は実績として残しつつ、ウィズコロナ社会においては、発想や方向の転換が必要となってくる。

東京 2020 大会が延期となるなど、様々な影響を受ける中、インバウンドや遠方からの観光客を取り込むことができない状況ではあるが、マイクロツーリズムの需要拡大により、今まさに多摩地域に注目が集まっている。平成 28 年度政策提言の中でも、マイクロツーリズムの可能性への期待感について示されていたが、新しい生活様式での観光スタイルとして、近場の観光の需要の高まりは、まさに多摩地域にとって大きなチャンスであるという意見が、市町村からも多くあった。

この機を逃さずに、都心部や近県の居住者、さらには多摩地域内の居住者に狙いを定めた情報発信、誘客に取り組み、近場の観光を楽しんでいただくことで、多摩地域のファンを増やすとともに、リピーターを拡大できると考える。

そのためにも、まずは地元に住む人が地域の魅力を知り、理解することが大切であり、地域の受け入れ態勢を整備するうえでも重要なことである。

その上で、これまでインバウンドを意識して実施してきた取組等についても、取りやめることなく、今できる準備をしておくことが望ましい。インバウンドの来訪が見込めないこの期間を“仕込みの時期”と捉え、今後、再び海外からの観光客が戻ってくるときに備えて、受入環境の整備やコンテンツ造成に力を入れておくことが重要である。

さらに、働き方改革、特にリモートワークが進む中、都心からのアクセスも良く、自然や文化、食などの資源にも恵まれている多摩地域においては、ワーケーション等の新しい働き方の普及に対応して人を呼び込むなど、柔軟な発想により新しい観光スタイルを導き出すことにも期待できる。

また、オンラインで事業を展開する手法も進展してきており、うまく活用ができれば今後の観光地域づくりにとって有効な取組に発展させることができると考えられる。多摩地域ならではの、地域ごとの共通テーマをつなぎ合わせたオンラインツアーの開催に挑戦することなども、面的に多摩地域の魅力を発信でき、コロナ感染症収束後の誘客にもつながる可能性がある。

上記の①から③の内容をまとめた今後の取組の方向性のイメージを**図表 3-1**に示す。

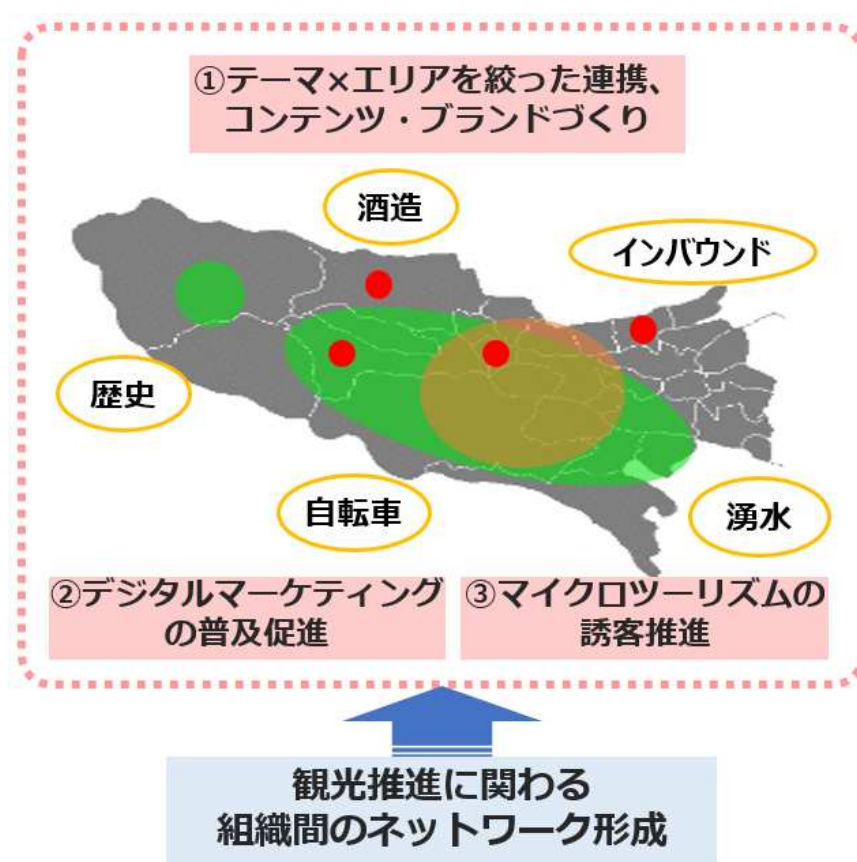
多摩地域の地図上に記したように、共通するテーマやエリアにより、「面」あるいは「点」など色々な形でつながることができる。黄色の楕円形の囲みはテーマの例であ

り、市町村同士の隣接に関わらず、様々なテーマでの連携が考えられる。

また、①に記載しているようにコンテンツや地域のブランドづくりを進めていくとともに、「②デジタルマーケティングの普及促進」や「③マイクロツーリズムの誘客推進」などを併せて進めることが、多摩地域の観光地域づくりをさらに進展させるために必要であると考えられる。

さらに、このようなことを進めていくためには、「観光推進に関わる組織間のネットワーク形成」が不可欠である。

■ 図表 3-1 方向性のイメージ



(2) 今後の展望 (将来像)

① 広域連携組織の発展・持続可能な組織基盤の構築

助成金をきっかけにして立ち上げられた広域連携組織の中には、構成自治体の一部が重複している組織も複数存在する。現状、各広域連携組織がそれぞれの目標のため、独立して活動をしているように見受けられる。

今後は、助成期間終了後の各取組の自走化を見据え、同一エリア内で活動する

複数の広域連携組織間においては、より効果的かつ効率的な運営ができるよう、整合を取りつつ再編・統合することにより、組織基盤を強化し、多角的に取組を継続できる仕組みの構築を目指すことが望ましい。

また、取組の目標を明確にし、具体的なK P I（重要業績評価指標）を設定した上で、その達成に向け着実に取り組む必要がある。特に民間事業者を含む連携組織については、事業を継続していくかどうかを判断するためのK P Iを収益性や公益性を踏まえて民間事業者と共に設定することや、観光ビジョンを共有しておくことが肝要である。

② 多摩の観光地域づくりに向け関係団体同士が連携する仕組みの定着

16 ページ「④ 地域の関係団体との関係づくり」において述べた情報交換会については、令和2年度にいくつかの広域連携組織の代表を含む市町村職員が情報交換会のメンバーに加わる等、情報交換会の動きが活性化している。

今後も、地域の産官学それぞれが得意分野を活かし、不得意分野を補いながら将来的に事業を推進できる協議体へ発展することも視野に入れ、連携体制を維持していくことが望まれる。

③ 多摩版総合観光プラットフォーム機能の具現化

19 ページの「① 様々なテーマや組み合わせによる連携へのチャレンジ継続」で述べたとおり、多摩地域 30 市町村を包括する多摩地域版DMO（観光推進組織）及びDMOの実現に必要とされた多摩版総合観光プラットフォームは、検討の結果、現時点での実現は困難であるという結論を得た。目指していた組織が形にならず、残念に思っている自治体があるのも事実である。しかしながら、観光に対する考え方には地域によってかなり温度差もあり、推進組織の具体化を検討する中で、必ずしも全体を包括する「組織を作る」ということが各市町村にとって必要なのではないということ、それが見えてきたのは一つの成果であると考えらる。

今後もこれまでの歩みを止めることなく、時代に即した新たな視点での議論を含め各市町村が地域住民や事業者、関係団体と連携しながら、共同利用しやすい機能や仕組みの具現化に向け、検討を継続していただきたい。

最終的に成果の一つとして、①で述べた「組織基盤」や②で述べた「協議体」がさらに進化することにより、多摩版総合観光プラットフォームに求められる機能のうち、一部分でも実現できることが理想的である。

さらに、市長会附属協議会としてこれまで事務局とともに取り組んできた課長会や、必要に応じて組織されるWGの実施により得られた横のつながりから、小さな連携に結びつけ、徐々に広げていくことにより、地域に根ざした機能や仕組みとしてこれまでの取組の成果が得られることに期待したい。

資料編

- 1 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の推進に向けた取組（年度別）
- 2 平成 28 年度 政策提言【概要版】（平成 29 年 2 月）
- 3 平成 29 年度 取組報告【概要版】（平成 30 年 2 月）
- 4 平成 30 年度 取組報告【概要版】（平成 31 年 3 月）
- 5 令和 元 年度 取組報告【概要版】（令和 2 年 3 月）

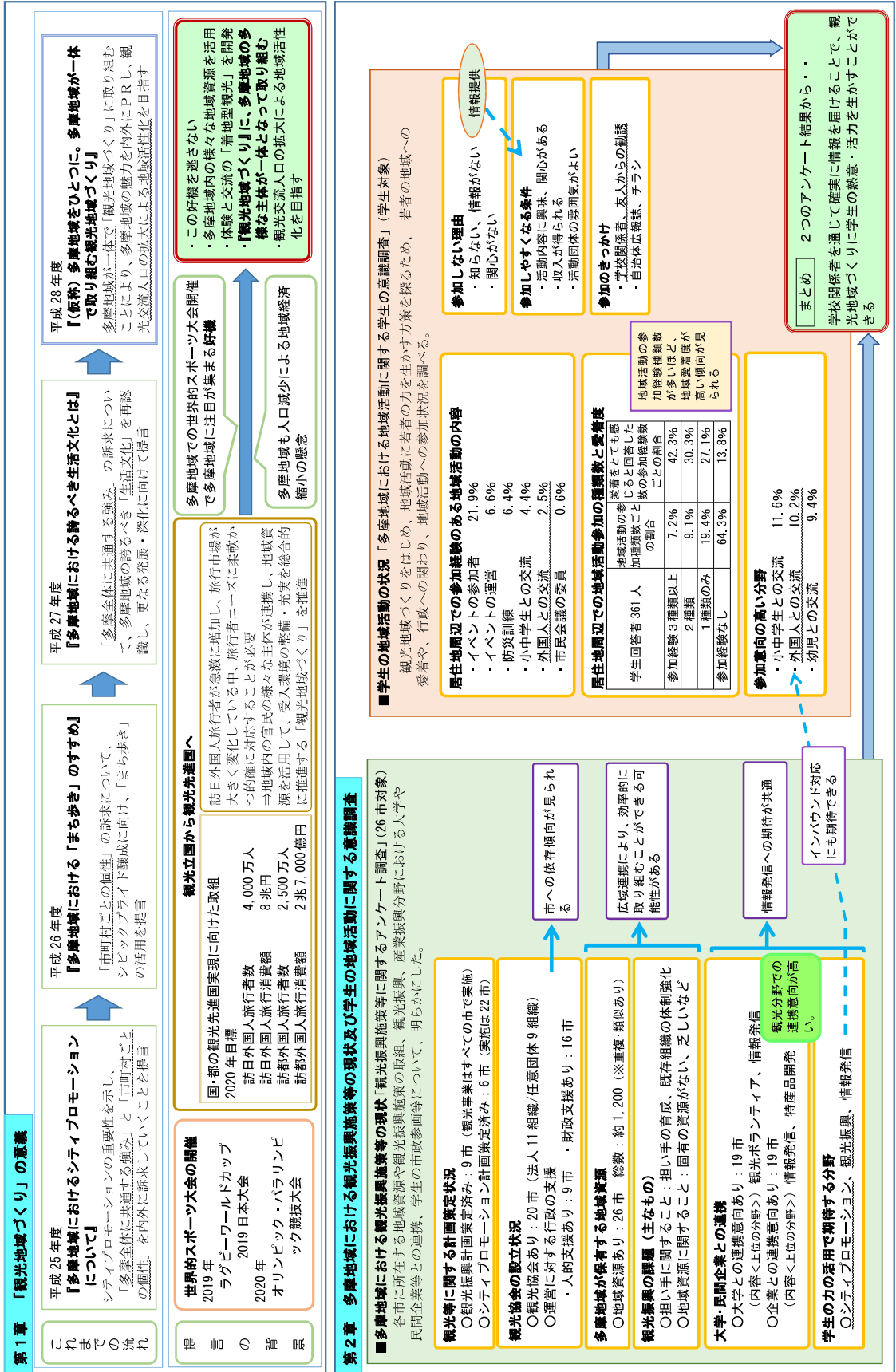
1 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の推進に向けた取組（年度別）

年度	内 容	備 考
平成 29	<ol style="list-style-type: none"> 1 観光地域づくり推進に向けた検討体制の構築 <ul style="list-style-type: none"> ・ 26 市担当課長会の設置 ・ 提言具体化に向けた 26 市へのアンケート・ヒアリングの実施 2 助成制度の拡充及び職員研修等による広域連携活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ 政策提言の理解と具体化に向けた説明会・講演会の開催 3 多摩地域全体の観光動態の現状把握 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光動態基礎調査の実施 4 観光地域づくり推進手法の検討及び広域観光事業案検討 <ul style="list-style-type: none"> ・ 具体的支援としての助成金の活用とあり方の検討 	<p>※26 市担当課長会は、平成 30 年度に多摩地域の 3 町 1 村を含めた「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」として市長会附属協議会に加入</p>
平成 30	<ol style="list-style-type: none"> 1 観光地域づくりに向けた基礎調査の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 多摩 30 市町村のマクロ環境分析 ・ 多摩地域来訪者の観光ニーズ等に関する調査（インターネット調査、スポット調査、イベント調査） ・ 多摩地域における外国人観光客観光動態調査 2 多摩地域観光関係事業者ヒアリング、観光先進地域事例ヒアリングの実施 3 観光振興機運醸成に向けた取組の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「まるごと多摩フェア」の開催 ・ 観光地域づくりワークショップの開催 ・ 多摩地域観光地域づくりシンポジウムの開催 4 多摩地域版 DMO（推進組織）の具体化に向けた検討 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」の下部組織となるワーキンググループにより検討 	

年度	内 容	備 考
平成 31 (令和元)	<ol style="list-style-type: none"> 1 リーディング事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域のまち歩きや農を活用した連携事業の検討・実施 ・モバイルスタンプラリーの実施 ・アクションプラン・対応ツールの作成 2 デジタルマーケティングの実証 <ul style="list-style-type: none"> ・特設サイト構築による観光情報発信と、デジタルマーケティング分析 3 多摩地域 30 市町村が参加可能な観光プロモーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・「まるごと多摩マルシェ」の開催、他施策との連動による効果検証 4 多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」の下部組織として立ち上げた「リーディング検討部会」、「デジタルマーケティング検討部会」の2つのワーキンググループによる検討 	
令和 2	<ol style="list-style-type: none"> 1 「多摩地域市町村観光地域づくり主管課長会」へのアンケート調査と情報共有 2 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の総括 	<p>※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、当初予定していた事業は中止</p>

2 平成28年度 政策提言【概要版】 (平成29年2月)

平成28年度 政策提言「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」概要版



3 平成29年度 取組報告【概要版】（平成30年2月）

平成29年度 多摩地域が一体で取り組む観光地域づくりの取組報告と今後の取組方針について

4. 観光地域づくり推進手法の検討及び広域観光事業案検討

多摩地域が一体で目指すべき観光の方向性、戦略

- ◆なぜ多摩地域で観光振興を図るのか
 - ・新たな地域資源の発見、再発見、再編集と観光客の増加は、地域住民に誇りに自覚をもたらす
 - ・人口減少による消費額減少を補う
 - (定住人口1万人・外国人8千人・宿泊客25万人・日帰り80万人)
- ◆向のために多摩地域で観光振興を図るのか
 - ・観光客との交流による地域生活の地域への愛着や誇りを増進
 - ・多摩地域を訪れたい「住みたい」「誇りがもてる」地域にする

多摩地域観光のSTP (Segmentation, Targeting, Positioning)

多摩地域のエニークセールズポイントは何か (SWOT分析)

強み (S)	弱み (W)	機会 (O)	脅威 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域の広域性 ・多摩地域の多様な資源 ・多摩地域の多様な文化 	<ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域の広域性 ・多摩地域の多様な資源 ・多摩地域の多様な文化 	<ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域の広域性 ・多摩地域の多様な資源 ・多摩地域の多様な文化 	<ul style="list-style-type: none"> ・多摩地域の広域性 ・多摩地域の多様な資源 ・多摩地域の多様な文化

平成29年度の主な取組

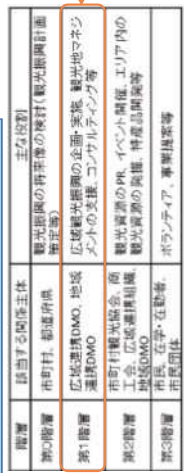
- 観光地域づくり推進に向けた検討体制の構築
 - ◆多摩地域観光地域づくり担当課長会議
 - ◆平成29年度4回開催 情報共有・次年度以降の取組方針検討 など
 - ◆アンケート及び聞き取り調査
 - ◆多摩地域が一体となった取組「多摩」のブランド化とその活用
 - ◆戦略的に一本化して取り組むことを期待
 - ◆広域連携による事業展開に対して前向きな意向を持つ自治体が多い
 - ◆ノウハウ、調整機能、人員等の不足が具体化を阻害
- 助成制度の拡充及び職員研修等による広域連携活動の推進
 - ◆多摩・島しょ広域連携活動助成制度の見直し・拡充
 - ◆平成30年度から「観光振興連携活動」区分を新設→事業効果を見据えた柔軟な活用を認める等
 - ◆職員研修
 - ・H29 担当者説明会及び講演会→地域全体に対する取組の周知及び機運醸成 (参加者数 60人 市町村職員及び観光協会等関係団体職員)
 - ・事業立案ワークショップ→職員の能力向上、官民連携推進、実現可能な事業の企画立案 (全3回/参加者数 41人、うち民間事業者 19人)
- 多摩地域全体の観光動向の現状把握
 - ◆域外居住者 調査期間 H28.10～H29.9
 - ・日帰り客8割
 - ・隣接地域からの来訪が8割(東京都23区からは最も多く36.4%)
 - ・ほとんど周遊されていない(2箇所以上来訪率 7.1%) …H29.7～9 結果より
 - [多摩地域全体の概要(H29.7～H29.9)]

観光動向把握

属性	性別	年齢	居住地	滞在日数	滞在理由
性別	男性	41.1%	東京都	1.7%	多摩地区
	女性	58.9%	東京都	1.7%	多摩地区
	男性	33.3%	東京都	1.7%	多摩地区
	女性	66.7%	東京都	1.7%	多摩地区
	その他	0.0%	東京都	1.7%	多摩地区

戦略・実行計画策定、具体的な事業展開には、マネジメントとマーケティング機能を備え、観光地域づくりの推進役として継続的に活動できる推進組織が不可欠

一般的な観光地域づくりにおける関係主体の階層図



多摩地域において第1階層を確立させた場合の比較

階層	これまで	今後の役割
第0階層 30市町村 東京都	多摩地域全体のPR (広範) 多摩地域の観光資源の将来像の検討 観光振興施策実行プラン(作成)	多摩地域全体のPR (広範) 多摩地域の観光資源の将来像の検討 (観光産業振興実行プラン作成)
第1階層 地域連携DMO、地域連携DMO	広域観光振興の企画・実施、観光地マッピング 観光資源のPR、イベント開催、エリア内の 工場、広域連携員、地域DMO 観光資源の調査、制度調査等	広域観光のモデルコースのPR 広域観光のモデルコースの開発 観光資源のPR 観光資源を基としたモデル コースの開発 新たな観光資源の発掘 観光イベントの実施、運営
第2階層 市町村観光協会、各町工業振興会、各町観光協会、各町観光協会	観光資源のPR 観光資源を活かしたモデル コースの開発 新たな観光資源の発掘 観光イベントの実施、運営	各観光資源のPR 観光資源を基としたモデル コースの開発 新たな観光資源の発掘 観光イベントの実施、運営
第3階層 市民、在勤者、通学者、NPO	ツアーガイドなどへの参画 観光まちづくりへの要望、提案	ツアーガイドなどへの参画 観光まちづくりへの要望、提案

多摩地域が必要とする推進組織＝第1階層に該当する組織

観光地域づくり推進組織『多摩地域版DMO』の設立に向けた検討の具体化

課長会の議論を踏まえた①アンブレラ型の組織を設立し、多摩地域全体の観光地域づくりを加速させるともに域内全体の事業の好循環を生み出すことを目指す。
 《目標スケジュール案》 平成30年度 推進組織設立検討部会設置
 平成31年度 組織設立準備会設立(→参考事業者との調整、関係者・住民への説明等)
 平成32年4月 推進組織 設立・活動開始

【市長会の取組】多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり 取組継続 (平成30年度政策提言の位置づけ)

- ◆課長会の市長会附属協議会加入
- ◆推進組織設立検討部会設置・運営支援(参画事業者の洗い出し、組織形態の具体的な検討、決定等)
- ◆基礎調査の実施(インバウンドの観光動向調査・国内観光客を対象としたアンケートによるニーズ調査等)
- ◆広域連携活動事業の企画・立案支援(セミナー、ワークショップ等の実施)

組織形態	メリット	デメリット
①アンブレラ型 (多摩地域全体を包摂する緩やかな連携)	<ul style="list-style-type: none"> 各取組の自主性を確保しつつ、進捗管理や後方支援により、観光全体の底上げが可能 管理手法の統一で連携先組織間の比較が容易となり、組織間の競争誘発による事業の質的向上が期待できる 包括組織の中心により地域間調整や情報取得が容易に 役割分担によるコスト削減などで一定のスケールメリット 継続的に多摩地域の観光振興に責任を持つ組織が多摩地域の統一イメージを発信可能 	<ul style="list-style-type: none"> 一定の経費が継続的に必要 法人格取得に時間が必要
②一休型 (多摩地域全体の既存組織や取組を再構成)	<ul style="list-style-type: none"> 一休組織のため意思決定の迅速化や適時の軌道修正が可能 軌道に基づく確実な事業展開が可能で、事業収入の獲得も期待できる 統合効果で大きなスケールメリットが効く 自治体の業務領域による人件費削減効果 広域事業の官・通・民間短期間短期効果 継続的に多摩地域の観光振興に責任を持つ組織が多摩地域の統一イメージを発信可能 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての意思決定に30市町村の意思統一が必要 高額な経費が継続的に必要 事業収入を得るため会社にはなれない 法人格取得に時間が必要
③広域連携、取組別、地域別等の取組を共有する場(課長会等)を設ける(事務局が中心)	<ul style="list-style-type: none"> 現状維持 	<ul style="list-style-type: none"> 予算獲得が困難 連携だと責任の所在が曖昧 事業主体になれない 事業継続性に不安あり
④「多摩観光推進協議会」等と連携、協力を図る(多摩観光推進協議会等が中心)	<ul style="list-style-type: none"> 観光産業の参画が多く、ビジネスに直結しやすい 官民の体制が容易 組織が重複せず、刘外的にも統一感を打ち出し可能 東京都の連携が容易 	<ul style="list-style-type: none"> 商工会側の事業方針の転換が必要であり、調整が困難 30市町村の主体性が弱い 連携だと責任の所在が曖昧 事業継続性に不安あり(都の委託事業期限終了後の見通しが不明瞭)

※来年度検討する「多摩地域版DMO」は...
 マーケティング調査やそれを踏まえた広域的な戦略策定、関係者との合意形成、自治体を含む関係主体への各種支援等の非常利活動を行い、地域の稼ぐ力を引き出す組織である。この点において、自立した継続的な運営に向けた資金獲得のための収益事業に重点をおく一般的なDMOとは異なる。

平成30年度 多摩地域が一体で取り組む観光づくりに関する取組報告と今後の取組方針について【概要版】

1 インターネット調査、スポット調査、イベント調査で幅広い意見を分析

8月 インターネットを通じ1都6県在住者1,000人から多摩地域に対する認知度を調査 → 多摩地域の認知度は78%

インターネット調査

10~12月に多摩地域内10施設で聞き取り調査を実施、合計1,134サンプル取得。
 ✓ スポットによって顧客属性が異なるため、スポット毎の特徴を捉えたマーケティングが必要。
 ✓ 日帰り客が多く、リピーター率が高い。
 ✓ 「自然の風景を楽しむ」目的が最も多い。多摩地域外の来訪者にとってはインターネット情報が特に重要。

イベント調査

8~12月に多摩地域内の10イベントで聞き取り調査を実施、合計2,253サンプル取得。
 ✓ イベント参加者の多くは多摩地域在住者。
 ✓ 日帰り客がほとんどで、家族連れが多い。
 ✓ イベントには約半数が初めての参加。イベントによりリピーター率に差がある。
 ✓ 情報源は過去の経験や口コミの他、ポスター・チラシが参加のきっかけとなっている。

2 連携先事業者候補に対して必要な取組のヒアリングを実施（10事業者+5DDMO）

多摩地域の観光への役員等
 • 観光地域づくり推進組織は地域で活躍する事業者やボランティア団体を支える形式が望ましい。
 • 専門人材及び、リーディングの取れる首長が有る。
 • 自治体支援のもと、収益性を前面に出さない形でのイベント協力は可能。
 • マーケティング毎に施設単位で出席できるワークショップなどの難しく、各地域毎に施設単位で出席できるワークショップなどの機会を設けたい。
 • 広域事業を実施する場合は、多摩地域30自治体を無理に連携させるのではなく、連携事業を希望する組織を支援する形式が望ましいと考える。
 • 連携のハードとなる存在が必要だと考えており、地元主体を進めべき。

主な取組や課題
 • 多摩地域の事業者を支援する目的として国内観光客や地域住民の消費活性化に向けた広報事業、インバウンド向けおもてなしツアー等を実施。
 • 観光資源と取りえる施設等の情報が不十分。施設の管理者との連携が弱い。
 • 多摩地域の観光施設を管理。来訪者の満足度向上を目的として、自主イベントや持ち込みイベント、その広報活動等を実施。
 • 若手層の獲得や複数自治体と連携した広報活動に課題。
 • 多摩地域30市町村を紹介する雑誌の企画編集、広報誌の作成等を実施。
 • 事業者の意識向上となる存在が不可欠。協力して事業を行うおとと思いつきに、積極的に連携できるネットワークが無い。

3 多摩地域のインバウンド観光客の動態基礎調査

位置情報ビッグデータを活用して、東京都内に2017年1月~12月の間に来訪した約10万人のインバウンド観光客について、多摩地域来訪者と非来訪者の比較を通じて、その特徴を分析
 • 東京に来訪者のうち、多摩地域への来訪があるのは7.2%
 • 多摩地域来訪者は多い順に「台湾」「韓国」「中国」であり、非来訪者と比較して、台湾人が多い傾向
 • 多摩地域来訪者は各国籍で長期旅行者の割合が多く、7割が都内宿泊傾向が高い。基本的に23区内宿泊者が多いものの、多摩地域内では八王子市、町田市、武蔵野市などに宿泊する人が多く。

国籍	来訪者割合	非来訪者割合
台湾	15.5%	1.5%
韓国	13.5%	1.0%
中国	12.5%	0.8%
アメリカ	8.5%	0.5%
その他	51.5%	85.2%

年齢層	来訪者割合	非来訪者割合
10代	1.5%	0.5%
20代	15.5%	5.5%
30代	25.5%	15.5%
40代	20.5%	10.5%
50代	25.5%	15.5%
60代	15.5%	5.5%
70代	2.0%	0.5%
80代	2.5%	0.5%
合計	100%	100%

4 多摩地域の観光振興に係るイベント、シンポジウム、ワークショップ

au SHINJUKUを活用したイベント
 • 1月12~14日の三連休に多摩地域全体の認知度向上・PRを目的として、①イベント②動画③チラシ/パンフレット配布を実施
 • イベントの抽選会に362名が参加し、161名がアンケートに回答。回答者の割合がほぼ同様のイベントであれば参加したいと回答。
 • 多摩地域に居住していた、仕事でよく行く等の関わりはあるが、観光経験は多く、これをきっかけに観光に興味を持ったとの声が多い。
 • 自治体連携（イベント）一度に各地の特徴が知れて良いとの声。ゆるキャラや2体並ぶと興奮力が高まり、連携効果が見られた。

シンポジウム
 2月20日に専門家を招いたシンポジウムを開催。①多摩地域の今後の観光の可能性、②地域ストーリーによる観光戦略、③デジタルマーケティングの3テーマで講演。

ワークショップ
 昨年度の多摩地域観光動態基礎調査の具体的な活用方法を学び、広域連携の可能性を探求するためのワークショップを2月14日に開催。

5 多摩地域版DDMO（推進組織）の具体化に向けた検討

多摩地域が一体で目指すべき観光の方向性、戦略ビジョン
 「良好な住環境の保持と観光による交流人口増加の両立」

需要側
 インバウンド
 観光客
 観光事業者
 観光協会

供給側
 イベント
 体験プログラム
 商品/サービス
 特産品

多摩版総合観光プラットフォーム
 多摩版総合観光プラットフォーム
 共同事業の連携PR・営業
 共同事業への商品提供
 共同事業における共同マーケティング
 共同事業へのデータ分析・調査
 共同事業へのデータ分析・調査

第1回課長会 (5/22)
 • 課長会の役員を選出
 • ワーキンググループによる検討等、30年度事業計画案を承認

第2回課長会 (7/27)
 • 事業進捗報告と今後のワーキングの進め方について方向性を確認

第3回課長会 (10/26)
 ワーキンググループにて作成した中間報告案の内容及び継続検討を承認し、市長へ中間報告すること同意。

第4回WG (10/12・14)
 • 全体でプラットフォームの必要性を議論。
 • 3つのワーキング（事業、人材、財務）に分かれて各テーマの詳細を議論し、中間報告を作成
 • 事業：アイデア出しの後、各事業を評価し、優先順位づけを実施
 • 人材：他事例を参考に必要人材を獲得する方法を検討
 • 財務：各事業の費用対効果を算出
 • 総務：各種組織の機能追加の向きのメリット・デメリットを検討

第5回WG (12/4)
 • WGの最終報告及び来年度の取組方針を承認し、市長へ最終報告すること同意。
 • 来年度の課長会の取組と日程表を承認

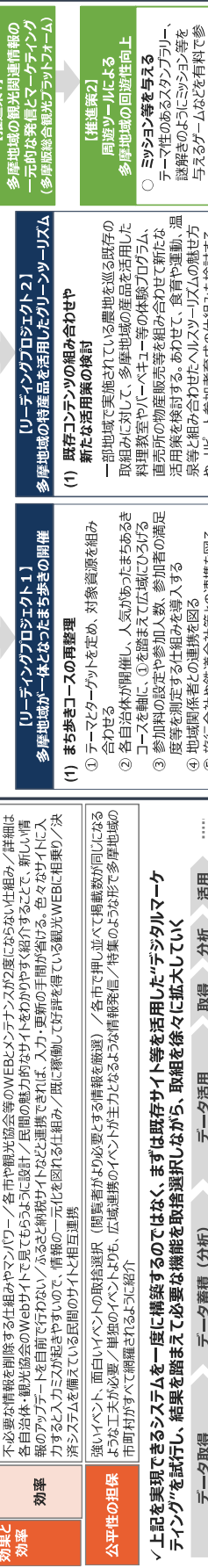
第6回WG (1/9)
 多摩版総合観光プラットフォームの「多摩版観光情報WEB」及びリーディング事業の具体化について議論し、来年度に引き継ぐ最終報告を作成

ワーキンググループ
 平成29年度に検討したシナリオや全体戦略、事業案等をもとに、多摩地域版DDMOに必要な機能を具体的に議論し、必要機能の優先順位等を議論

市長会
 検討の方向性を確認。①多摩版総合観光プラットフォーム、②リーディング事業について検討を継続を了承。

多摩版総合観光プラットフォーム（多摩観光情報WEB）	
利用者の理解	現状の多摩地域の観光関連情報発信の課題を踏まえながら、多摩観光情報WEBのあるべき姿を整理
提供内容	興味嗜好を把握 / HPを元にした人の属性やその後の行動を把握し、それを反映させていく / SNS等個人が発信している情報を分析し、関心の高いコンテンツから動画や企画を検討 / 民間企業との連携により、外国人観光客のニーズ的確な把握
情報の見せ方	テーマ性を付け加える（多摩の花火特集 / スイーツ特集 / 読み物としての面白さ / アンパンが参加しやすいような情報 / 体験プログラムをテーマごとに整理 / お土産情報 / さまざまな納税商品紹介 / 交通情報 / ロシア情報 / スポット情報 / 施設情報 / 天気情報や交通情報などを毎日確認したい情報 / 特産品の販売機能 / イベント予約 / 決済機能 / 関連情報や特典
サイトへの誘導	各コンテンツを様々な角度から申し送り / タグやキーワードを設定し、見つけやすくする / SNS機能の埋め込み（LINEややいね! ポスト等） / コード決済 / 利用者目録の掲載発生（市域等関係なく） / 年ごとに対象国を変えるなど、ターゲットを絞って現地で直接情報を届ける / 統一感を維持し多摩全体がわかりやすい / イベントのあふるコンテンツが重要 / 写真や動画の活用 / 表示までにかかる時間を短くする / ナビゲーション / 検索 / 移動手段 / コールバック / SNSでの運動した発信 / 交通広告等リアルメディアからQRコードで誘導する仕組み / 東京の人気の観光サイトからリンク / インフルエンサーの活用 / 検索画面で一番上にくるようにしたい / 既存のサイトと相互リンク
効果	WEBの解析 / 試行実施後は効果の検証が必要 / サイトに運動する観光アプリの制作も検討し、回遊性を高めるポイント / 1サイトなどの機能も追加 / イベント及びサイト運営に関するアンケートへの回答やイベント参加、関連商品購入で付与されるポイントの仕組み
効果と効率	不必要な情報を削除する仕組みやメニュー / 各市や観光協会等のWEBとメタデータを2度に行わない仕組み / 詳細は各自自治体、観光協会のWebサイトで見てもらうように設計 / 民間の魅力的なサイトをわかりやすく紹介することで、新しい情報のアップデートを自前でやらない / ふるさと納税サイトとの連携できれば、入力 / 更新の手間が省ける。色々なサイトにアクセスする人が増える / 情報の一元化を図る仕組み / 既に稼働している観光WEBに相乗効果 / 連携システムを構築している民間のサイトと相互連携
公平性の担保	強いイベント、面白イベントの取捨選択（関係者が多い必要とする情報は厳選） / 各市で押さえて掲載が同じになるような工夫が必要 / 単独のイベントよりも、広域連携のイベントが主力となるような情報発信 / 特集のような形で多摩地域の市町村が必要 / 詳細は上記を参考に

上記を実現できるシステムを一度に構築するのではなく、まずは既存サイト等を活用したデジタルマーケティングを試行し、結果を踏まえて必要な機能を取得選択しながら、取組を徐々に拡大していく



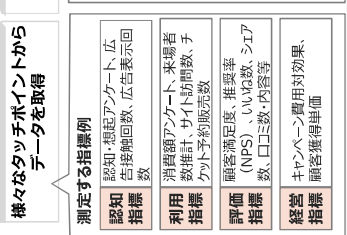
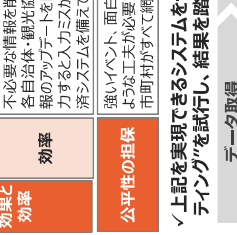
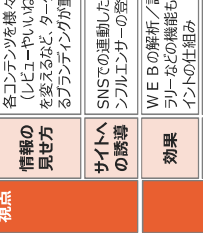
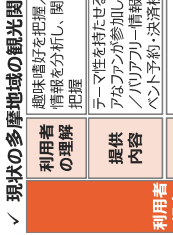
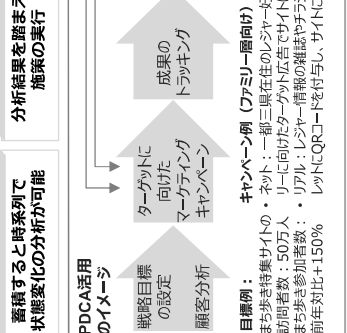
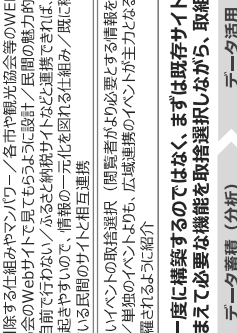
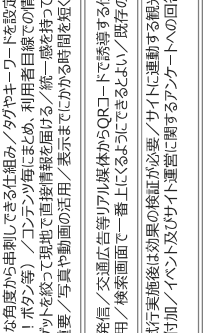
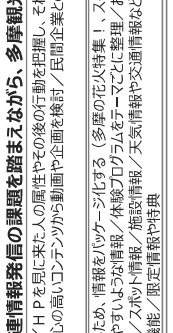
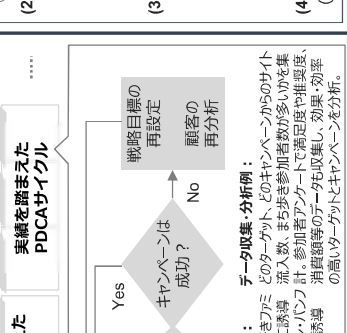
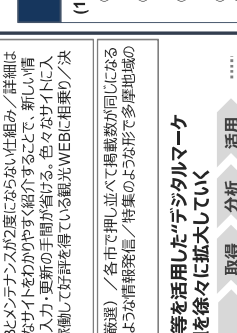
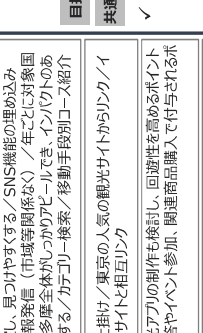
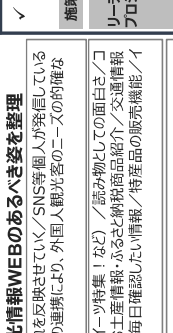
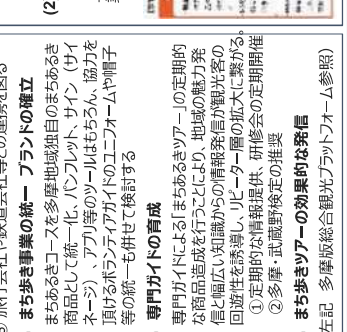
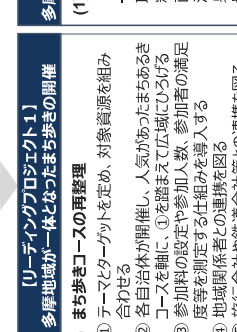
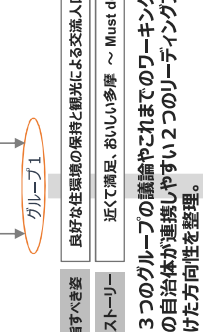
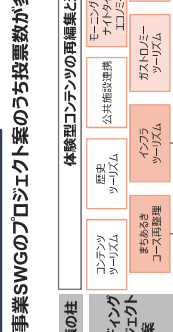
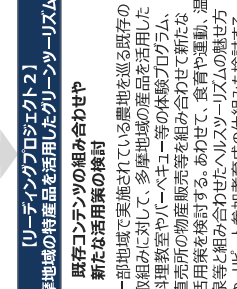
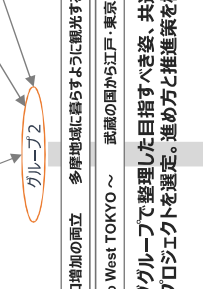
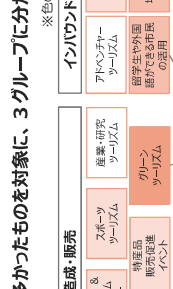
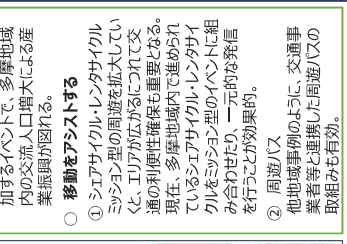
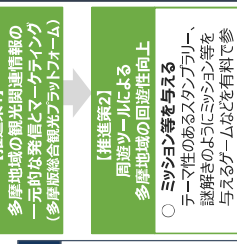
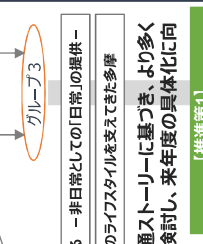
測定する指標例

認知指標	認知/想起アンケート、広告表示回数
利用指標	消費額アンケート、来場者数、来場者数、サイト訪問数、チケット予約数
評価指標	顧客満足度、推薦率(NPS)、いいね数、シェア数、口コミ数、内容等
経営指標	キャンペーン費用対効果、顧客獲得単価

多摩地域が一体となって取り組む観光地域づくりの推進を行うために、市長会事務局が共同事業の事務局機能を担いながら、2019年度に次の4点を実施。

【①リーディング事業の実施】、【②デジタルマーケティングの実証】、【③多摩地域30市町村が参加可能な観光プラットフォームの実証】、【④多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化に向けた検討の継続】

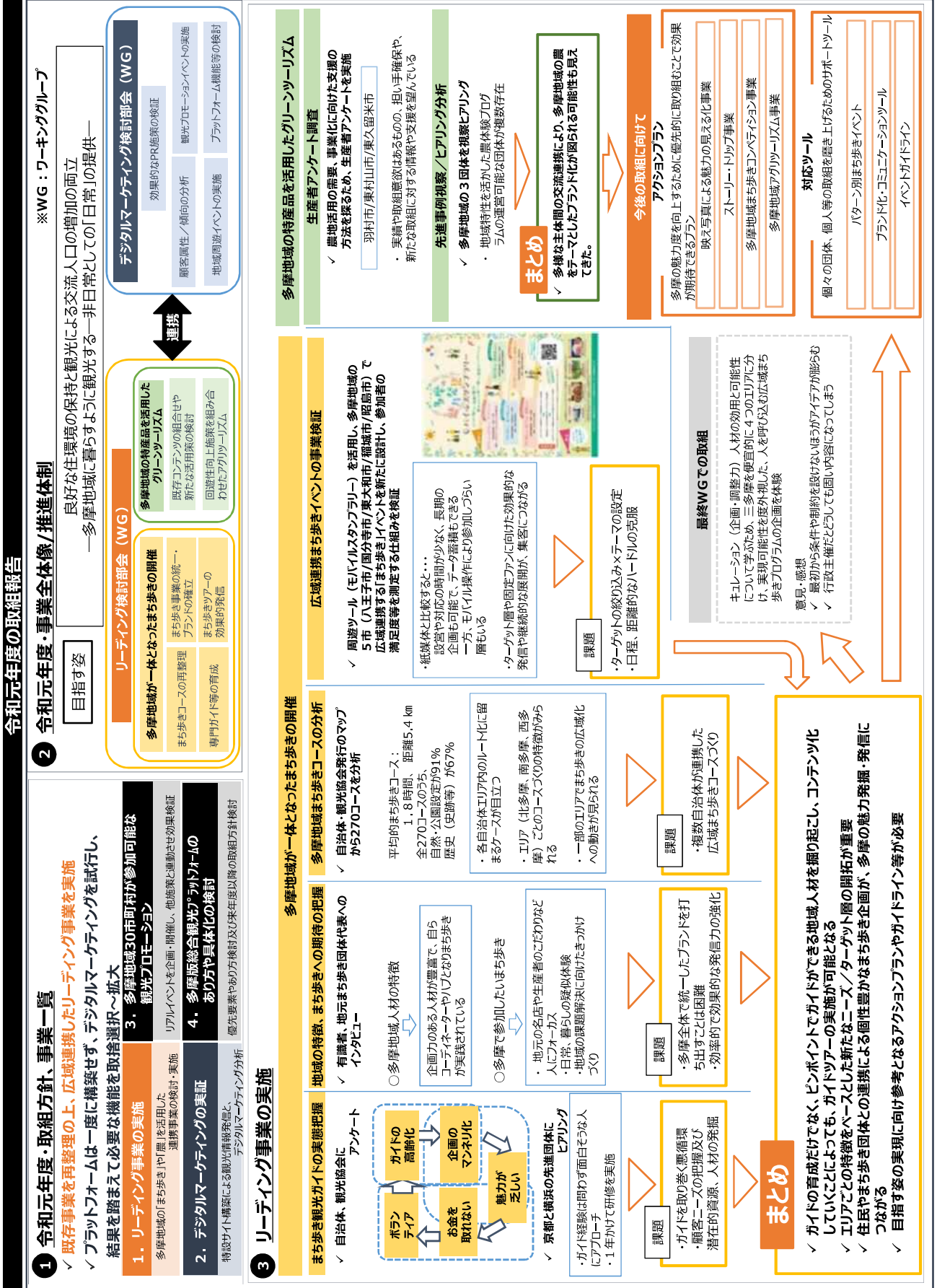
2019年～2020年	実施内容												
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①リーディング事業の実施	○検討	○検討	○準備	○契約	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備
②デジタルマーケティングの実証													
③多摩地域30市町村が参加可能な観光プラットフォームの実証													
④多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化検討の継続													



2019年～2020年	実施内容												
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①リーディング事業の実施	○検討	○検討	○準備	○契約	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備
②デジタルマーケティングの実証													
③多摩地域30市町村が参加可能な観光プラットフォームの実証													
④多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化検討の継続													

2019年～2020年	実施内容												
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①リーディング事業の実施	○検討	○検討	○準備	○契約	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備	○準備
②デジタルマーケティングの実証													
③多摩地域30市町村が参加可能な観光プラットフォームの実証													
④多摩版総合観光プラットフォームのあり方や具体化検討の継続													

令和元年度「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の推進に向けた取組について【概要版】



4 デジタルマーケティングの実証

実証の全体像

分析用WEBサイト構築

実施したPR施策(例)

- ターゲット広告
- 記事広告
- チラシ
- ターゲッティング
- CATV番組

多摩地域30市町村のコンテツを集約したデジタルマーケティングを行い、顧客の反応、属性や興味関心等を可視化し、効果的なPR手法の検証のため、デジタル × マスメディア × リアルの宣伝を複合的に実施し、特に、移住定住に繋がる可能性が高いヤングファミリー層向けの施策を準備し、効果を検証

内容	結果
<p>流入経路</p> <p>検索、ターゲッティング、協力会社サイト、チラシなど</p> <p>1000 エーケーザー 15,188 ページ 30,862</p> <p>500 8/31~ 10/18 協賛会社でのPR 10月18日 J-COM 番組情報番組でPR 11/1~12月上旬 ターゲッティング広告開始</p> <p>令和元年10月</p> <p>【主な流入経路】 74%：ターゲッティング 12%：検索 6%：協力会社 1%：自治体サイト</p> <p>✓ 自治体PRではアクセスが伸びない一方、ターゲッティングは露出強化に即効性あり ✓ 協力会社連携は滞在時間が長く、一定の露出効果あり</p>	<p>興味を持ってほしいカテゴリー：①まち歩き、②アクティビティ、③グルメ、④農」 ✓ 普段の閲覧サイト「インテリア/DIY/ガーデニング」 ✓ 興味を持たれたいカテゴリー：「①まち歩き、②アクティビティ、③グルメ、④農」 ✓ 普段の閲覧サイト「インテリア/DIY/ガーデニング」</p> <p>性別/年齢/年代/居住地域等</p> <p>20~40代が中心、やや女性が多く、閲覧サイト分析から、以下の顧客層を導けた ① 自然や豊かな暮らしに興味のある意識の高い40代女性 ② インドア・お出かけも楽しむアクティブな20代女性 ③ 埼玉/千葉に比べても、東京/神奈川の方がケルック率が高い</p>
<p>興味関心</p> <p>閲覧ページ、来訪者の普段の閲覧サイト</p>	<p>✓ 今回実証により、多摩地域に興味を抱きやすい顧客層や、関心をもちやすいコンテツの種類が分かった ✓ ターゲッティングや推進コンテツを明確化し、仮説を立て、デジタルマーケティングを通してPDCAを継続する事が重要 ✓ 世界的なスポーツ大会を契機として様々な分野でデジタルマーケティングの活用を推進していく事が重要</p>
<p>顧客属性</p>	<p>まとめ</p>

5 多摩地域30市町村が参加可能な観光プロモーション

まるごと多摩マルエ 開催結果

来場者数
約8,000~10,000人

今年

来場者アンケート 結果

年代

3.3% 8.9% 31.8% 27.2% 28.8%

居住地

多摩地域 75% 域外 25%

回収数786人

※18年度・主要推進アンケート調査より

周遊紙スタンプラリー参加
126人 (2種別)

運営支援企業の集客力も伸びたことで盛況なイベントとなり、従来イベント比で特に「若年層」、「地域外」のお客様を呼び込み、出店者からは、事前マーケティング触発会等を通じ、今後に向けてお客様に対する見せ方など気づきがあったという声があった一方、地域物産展などの物販特化型イベントと比較すると客層が異なるため、販売額が少ない事からネガティブな意見もあった

6 多摩版総合観光プラットフォームのあり方、具体化の検討

WGメンバーへのアンケートの結果、来年度の取組意向として、以下の項目が上位にくる結果となった。

Rank	誰に	何を	Rank	どのように
1	ファミリー・子連れ	1 まち歩き	1	WEB広告(ターゲッティング広告、記事広告)
2	若年層	2 アクティビティ	2	パッケージツアー造成
3	高齢者	3 グルメ	3	デジタルマーケティング分析、周遊スタンプラリー

今後の運営・体制について

- ✓ 既存の観光組織との意見交換等を通じ、各自治体との関係を構築したい
- ✓ 「実施したいが制約があって実現に結びつかない事業」を後押しするような取組を目指したい

WGにおける主な意見

- 来年度の施策について
 - ✓ デジタルマーケティングを活用した、各自治体のPR活動の継続
 - ✓ 新規にパッケージツアーや周遊ツアーを造成し、多摩地域に訪れる観光客を増やしたい
 - ✓ 多摩地域のブランドイングについては、継続的に検討をしたい

WG 最終回におけるワーキングセッションの様子

7 「多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり」の自走化を見据えた、令和2年度以降の方向性(案)

運営体制	<p>(1) テーマ×エリアを絞った連携推進</p> <p>(2) 多摩版総合観光プラットフォームフォーラム検討の継続</p> <p>(3) 観光推進に関わる組織間のネットワーク形成</p>	<p>方向性のイメージ</p> <p>歴史</p> <p>インバウンド</p> <p>自転車</p> <p>湧水</p> <p>テーマ×エリアを絞った連携、コンテンツ・ブランドづくり</p> <p>デジタルマーケティングの普及促進</p> <p>データ活用</p> <p>データ活用</p> <p>観光推進に関わる組織間のネットワーク形成</p> <p>体制づくり</p>
施策(令和2年度)	<p>(4) 市町村・小チームが主体となって行う地域連携型のコンテツ造成や周遊施策の立案を支援</p> <p>(5) WEBサイトの運営を継続し、コンテツの集約や効果的な情報発信を協力</p>	

令和3年3月

多摩地域が一体で取り組む観光地域づくり

—推進に向けた取組の総括について—

発行 東京都市長会

〒183-0052

東京都府中市新町二丁目 77 番地の 1 東京自治会館内

TEL : 042-384-6396

FAX : 042-384-6978
