

府中市観光振興プラン（案）

令和4年度（2022年度）～令和11年度（2029年度）

多様性と持続性のある交流文化都市 府中
～ 伝える つながる 仕掛ける ～

令和3年10月
府中市観光振興プラン検討協議会

第1章 府中市観光振興プランの概要

1 プラン策定の背景・目的	1
2 プランの位置付け	3
3 プランのポイント	3
4 プランの計画期間	4
5 プランの指標（KGI）・目標値	4
6 プランの策定体制	5

第2章 府中市の概要と観光の現状

1 府中市の概要	6
2 主な観光資源・取組内容	9
3 観光の動向	18

第3章 府中市観光の課題

1 府中市観光の現状分析	30
2 今までの取組内容の整理と観光振興に向けた課題	32

第4章 基本目標と施策の方向性

1 基本目標	38
2 施策の基本方針	39

第5章 観光振興へ向けた施策

1 施策の体系・指標（KPI）	40
2 観光施策におけるマーケティング戦略	41
3 施策の内容	43
4 リーディングプロジェクト	49

第6章 施策の推進に向けて

1 施策の優先順位	52
2 施策の推進主体・スケジュール	53
3 推進体制	56
4 施策の評価・効果検証	59

第1章 府中市観光振興プランの概要

1 プラン策定の背景・目的

観光・交流を視野に入れた地域づくりの取組は、関連する産業への経済効果のみでなく、シビックプライドの醸成など多様な効果が期待されています。こうしたことから、本市では、平成23年に「府中市観光振興プラン」を策定し、観光振興の基本目標や施策の方向性を示すとともに、その後、令和元年（2019年）のラグビーワールドカップ2019、令和2年（2020年）の東京2020オリンピック・パラリンピックに向けた取組をレガシーとして残すべく、平成31年1月（2019年1月）に一部改定を行った、府中市観光振興プラン（平成30年度一部改定）（以下「前プラン」といいます。）に基づき、官民協働による各種の施策を推進してきました。

本市は武蔵国の国府が置かれて以来の重厚な歴史・文化資源、市内に約400か所ある公園などの緑地、最先端技術を誇る企業、市民の生活を支える商店街、国際的な交流を支えるスポーツ環境など、市民と来訪者の双方にとって、魅力的な都市環境が形成されています。

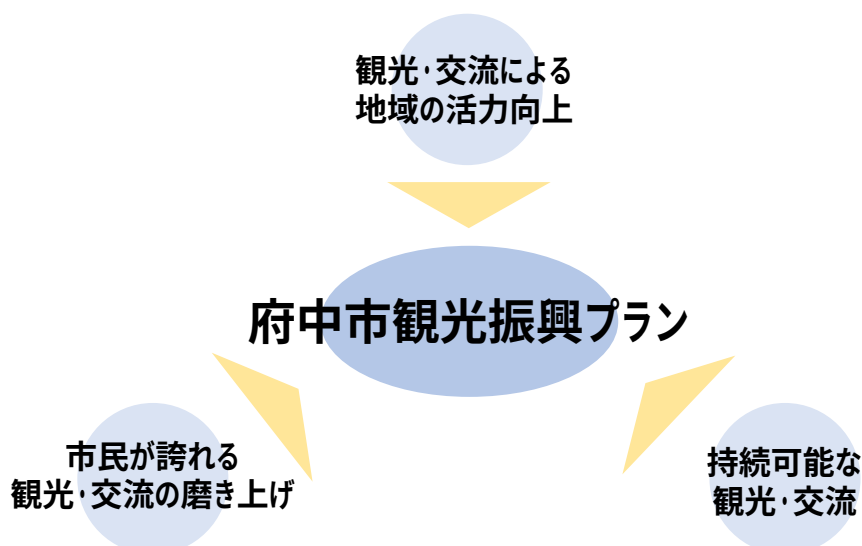
一方で、この10年間に於いて、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。国は、インバウンドに基軸をおいた観光施策を積極的に展開した上で、訪日外国人旅行者数を順調に伸ばすことなどを通じ、観光を国内産業の中核的なポジションにまで引き上げてきました。しかし、令和2年（2020年）から令和3年（2021年）にかけての新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、以前から指摘されてきた観光産業の脆弱性や課題が浮き彫りになりました。

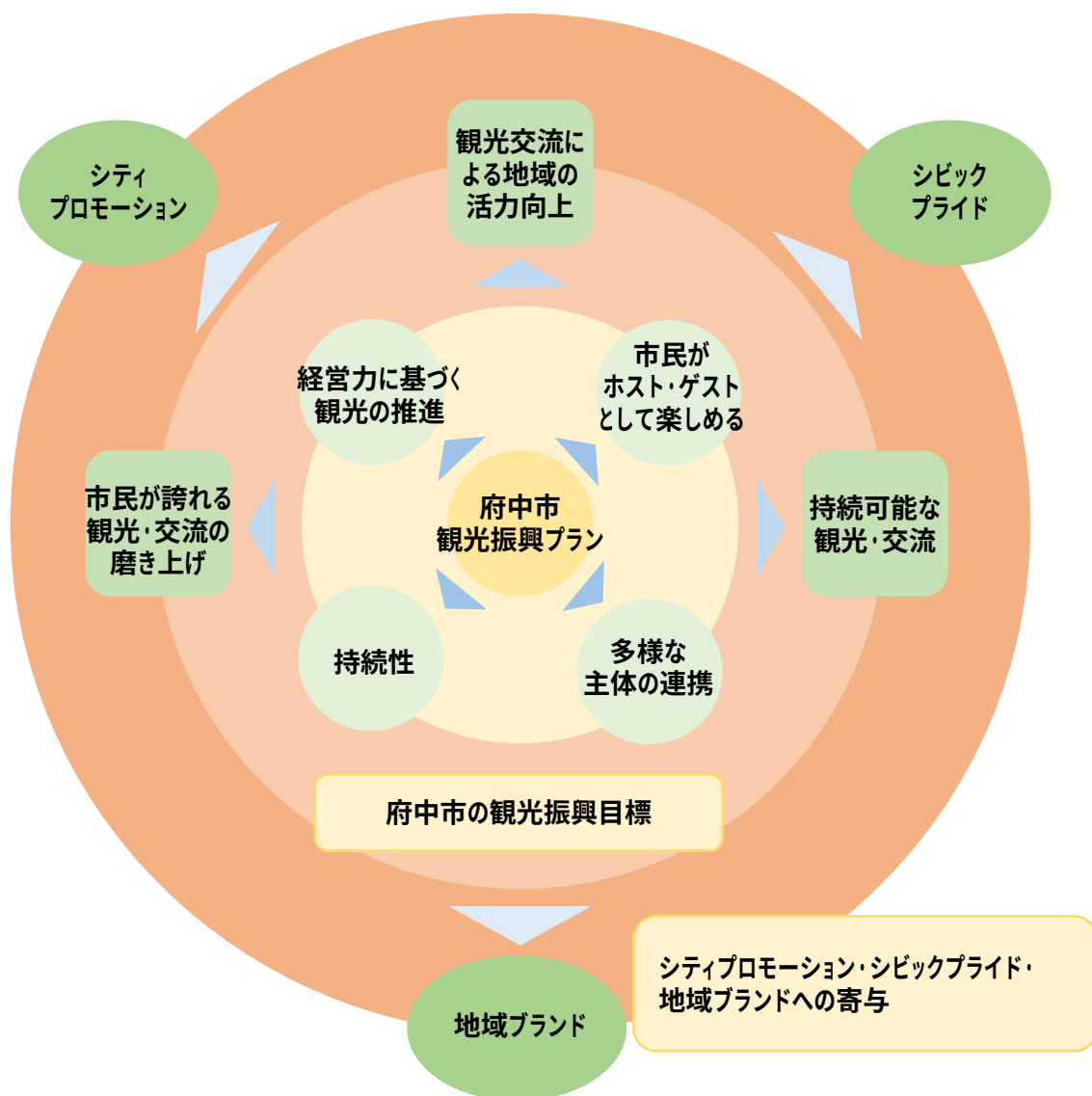
コロナ禍を境にして、旅行者の意識・行動の多様化など、コロナ禍前から既に進んでいた観光を取り巻く環境の変化が更に加速するものと考えられます。このような背景から、昨今ではサステナビリティを基軸とした新しい観光・交流のスタイルが模索されており、従来型の観光、すなわち入込客数と消費額を指標とした「量」を目標とする観光から、旅行者との関係づくりを志向する「質」を重視する観光への対応が求められているといえます。

また、今回のパンデミックのみならず、近年増加している災害などを含め、観光・交流を維持していくための観光危機管理の視点や、急速に進展しているデジタル化への対応も重要性を増しています。

このような観光を取り巻く環境の変化の中で、地域における観光振興は、従来の観光関連の事業者にとどまらず、地域内の市民を含めた多様な主体の連携を土台とした、地域内外の人々との交流の促進により、地域全体を活性化し、イノベーションを生み出す取組として捉え直す必要があります。

この度の府中市観光振興プラン（令和4年度から令和11年度）（以下「本プラン」といいます。）は、観光・交流を取り巻く潮流を踏まえ、本市の豊富な地域資源を個々の資源としてではなく、市民が魅力を感じているヒト・モノ・コトを改めて見直し、市内外の人々の交流を促すストーリー性のあるコンテンツや拠点づくりなどの施策展開の方向性、推進主体に求められる機能等を明確に示し、観光・交流による地域の活力向上、市民が誇れる観光・交流の磨き上げ、持続可能な観光・交流を実現することを目的として策定するものです。

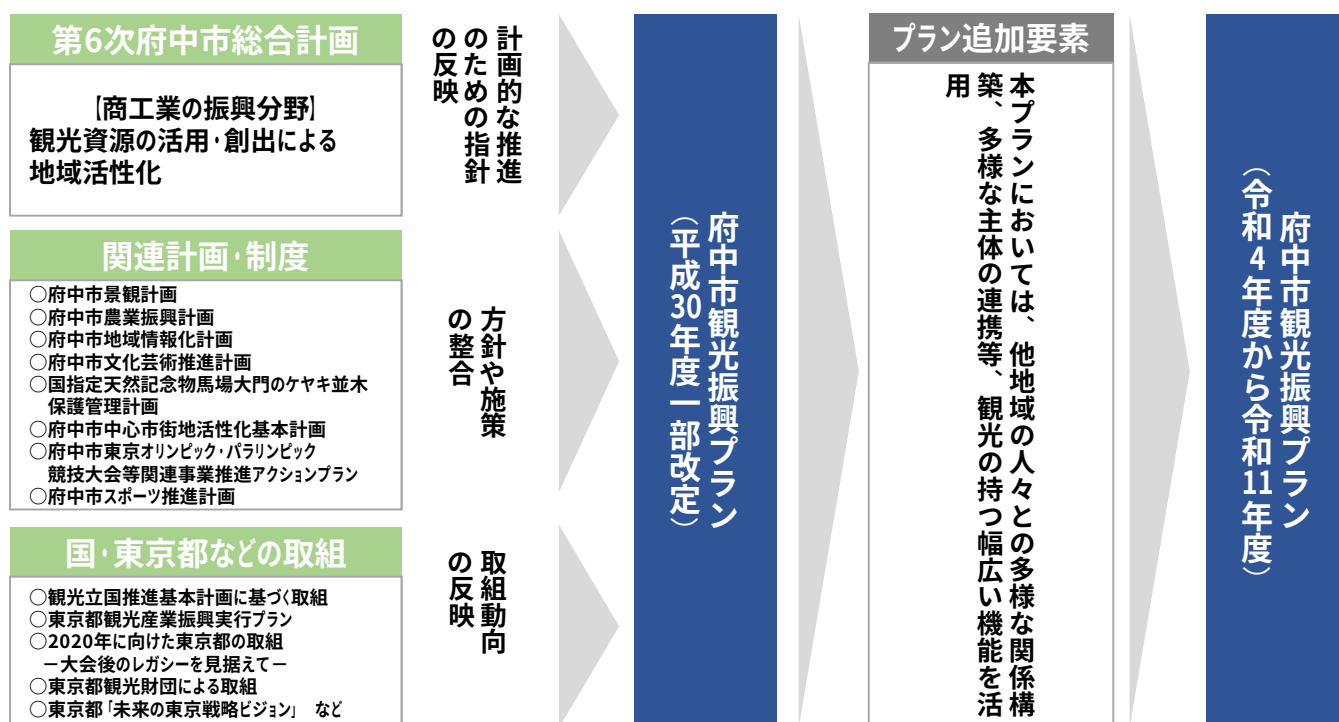




本プランの目標達成に向けた施策展開のイメージ図

2 プランの位置付け

前プランは、第6次府中市総合計画後期基本計画の観光振興施策を具体化するための基本計画であり、基本目標や方向性を示すとともに、官民協働の取組によって、施策を計画的に推進していくための指針として位置付けられていました。



本プランは、第7次府中市総合計画前期基本計画（案）との整合性を図り、観光振興施策を具体化するため、**他地域の人々との多様な関係の構築、市内の多様な主体の連携等、観光の持つ幅広い機能の活用を視点として加え**、様々な交流により、にぎわいを創出していくための基本戦略として位置付けます。

3 プランのポイント

本プランの目標達成に向けて、下記の4つの視点を踏まえ、各施策を展開していきます。

- **経営力に基づく観光の推進**
品質管理、組織力、危機管理、マーケティング等を意識した施策の展開を行うことにより、経営力に基づく観光を推進します。
- **日常を含め市民がホスト・ゲストとして楽しめる観光の推進**
市民が本市の魅力を知り、体験をすることで、その魅力を市内の多様な事業者や市民との協働・共創により発信し、外から訪れる観光客とのより深い交流の促進につなげます。
- **多様な主体の連携**
 - 産業間連携・交流
商工業、博物館・美術館等の文化施設等、多様な主体の連携を促進します。
 - 世代間連携・交流
武蔵国から続く本市の伝統・交流文化、本市の良さを残しつつも、新しい時代を担っていく次世代との世代間交流を促進していきます(子どもたちへの観光まちづくり教育、高校・大学等の教育機関との連携、外から訪れる若い世代との交流)。
 - 地域間連携・交流
他地域、近隣市と連携を図りながら、本市のポジションを明確化します。
- **持続性（仲間づくり・人づくり・継続的なプロモーション）**
持続可能な観光・交流を目指して、子どもたちへの観光まちづくり教育等の人材育成や、継続的なプロモーションを展開していきます。

4 プランの計画期間

本プランの計画期間は、第7次府中市総合計画（案）との整合性を図り、令和4年度（2022年度）から令和11年度（2029年度）までの8年間とします。また、本プランは、令和7年度（2025年度）に中間評価・見直しを実施します。

なお、施策の評価・効果検証については、毎年実施します（59ページ参照）。



5 プランの指標（KGI）・目標値

本プランにおける目標値は、目標年度である令和11年度（2029年度）に定めつつ、令和7年度（2025年度）に中間目標値を定め、取組状況の把握を行うこととします。また、計画の進捗状況の検証に役立てるため、次の3つの指標を設定します。

	指標（KGI）	現状値	目標値（中間） （令和7年度）	目標値（最終） （令和11年度）
1	市内への来訪者数	652万人 （令和元年度）	700万人	750万人
2	市民の推奨度	56.9% （令和3年度）	64%以上	70%以上
3	来訪経験者の満足度	62% （令和2年度）	70%以上	80%以上

【指標の説明】

■市内への来訪者数

ビッグデータを活用して分析した市内に来訪した人の数です（府中市民を除きます。）。

（出典：RESAS まちづくりマップ From-to分析（滞在人口）、東京都府中市、休日、14時の滞在人口、15歳以上から80歳未満までの男女）

※休日数は、土曜日・日曜日・国民の祝日の合計値から算出しています。

■市民の推奨度

本市への来訪の推奨意向を、「総合計画に関する市民意識調査」の回答から数値化するものです。推奨度を5段階で評価し、全体に占めるポジティブな評価（推奨度が4又は5）の割合を算出します。

■来訪経験者の満足度

直近の本市への来訪について好意的に評価した人の割合を、1都3県1,000人を対象としたインターネット調査により把握します。

※KGI：本プランの目標を評価するための指標

6 プランの策定体制

本プランの策定に当たっては、幅広く市民・地域関係者等の意見やターゲット市場のニーズを把握し、プランに反映するため、府中市観光振興プラン検討協議会での協議・検討、多様な主体による府中市観光振興プラン検討ワーキンググループ、府中市観光WEB調査、パブリックコメント手続の実施等、様々な形で連携を図っています。

（１）府中市観光振興プラン検討協議会での協議・検討

公募市民、学識経験者、関係機関・団体等から選出された委員で構成される府中市観光振興プラン検討協議会（以下「協議会」といいます。）で、プランの内容を協議・検討しました。

（２）府中市観光振興プラン検討ワーキンググループでの協議・検討

観光振興連絡会を中心に構成された府中市観光振興プラン検討ワーキンググループ（以下「ワーキンググループ」といいます。）にて、プランの内容を協議・検討しました。

（３）府中市観光WEB調査の実施

首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）の20～69歳の一般男女に対して、ターゲット市場のニーズを明らかにするためのWEB調査を行い、府中市観光の現状・課題について整理をしました。

（４）パブリックコメント手続の実施

市民から幅広くご意見をいただくため、令和3年11月22日から令和3年12月21日までパブリックコメント手続を実施しました。

■観光振興連絡会

観光振興連絡会は、平成15年度（2003年度）に設置された観光関連事業者・団体や商工業団体等による会議で、本市の観光振興に必要な情報交換や相互連携を行っています。

なお、令和3年（2021年）の構成団体は、府中観光協会、むさし府中商工会議所、郷土の森博物館、サントリービール株式会社、日本中央競馬会 東京競馬場、ジェイコム東京、東日本旅客鉄道株式会社、京王電鉄株式会社、株式会社フォルマ、府中市美術館、大國魂神社、大東京綜合卸売センター、府中仏教会、府中市観光ボランティアの会、まちづくり府中及び観光プロモーション課の16団体です。

第2章 府中市の概要と観光の現状

1 府中市の概要

■地勢

本市は、東京都のほぼ中央に位置し、面積は29.43平方キロメートルで東西8.75キロメートル、南北6.7キロメートルの広がりをもっています。市の南端を多摩川が流れ、ここから北へ約1.7キロメートルの幅で平坦地が広がり、さらにその北側には一段高くなった立川段丘が広がっています。両者の境には高さ6～7メートルの断崖線（府中崖線）が走るほか、市北東部には高さ約80メートルの小丘（浅間山）があり、それぞれ地形や植生に変化をもたらしています。本市の自然資源は、比較的平坦地が多い中でもこれらの豊かな地形によってもたらされており、「府中多摩川かぜのみち」や「郷土の森公園」などのスポーツ・レクリエーション資源、「郷土の森博物館」などの文化資源も、これらの自然資源の近傍に整備されています。水環境に恵まれていることも特徴で、多摩川の河川水や「ハケ」と呼ばれる崖線からの湧水が段丘の田を潤し、米などの農産物の育成に貢献しているほか、丹沢山系の地下深層水は、サントリー＜天然水のビール工場＞東京・武蔵野や郷土の森博物館の湧きの水源になっています。

■歴史

現在の本市の礎は、今から約1300年前の飛鳥～奈良時代に武蔵国の国府（国指定史跡）が置かれたことに始まります。府中は、武蔵国（現在の東京都・埼玉県・神奈川県横浜市・川崎市の大部分）の政治・文化の中心都市となり、鎌倉時代頃まで引き継がれました。府中の地名は「国府の中」に由来します。古代・中世の武蔵府中は、南に多摩川が東流し、南北を貫く東山道武蔵路・鎌倉街道は「東日本の幹線道」といわれ、経済と文化交流の拠点となっていました。また、「馬場大門のケヤキ並木」（国天然記念物）を寄進したと伝わる源頼義・義家父子、「分倍河原合戦」を制した新田義貞、「府中御殿」を構えた徳川家康ら、著名な武将も府中の歴史に大きく関わりました。

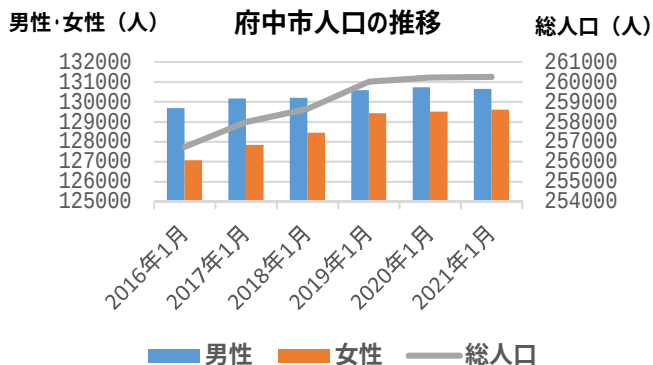
国府としての役割を終えてからは、江戸時代に甲州街道の宿場町がつくられ、現在に続く街の原型がつくられました。街の中心に鎮座する大國魂神社は、武蔵総社の由緒を持っており、現在も盛大に行われる例大祭「くらやみ祭」（都指定無形民俗文化財）は、国府の祭を起源に伝統を守りながら継承・発展した全国的にも稀有な都市祭礼です。

大都市江戸・東京の西に位置した府中は、交通としては甲州街道・京王線とつながり、歴史と文化に恵まれた一目置かれる都市として、近世・近代を通じてバランスのとれた発展を遂げてきました。本市は、昭和29年（1954年）に府中町・多磨村・西府村の合併により誕生し、現在は人口26万人を有する多摩地域の3番目の自治体としてなおも成長を続けています。

■人口

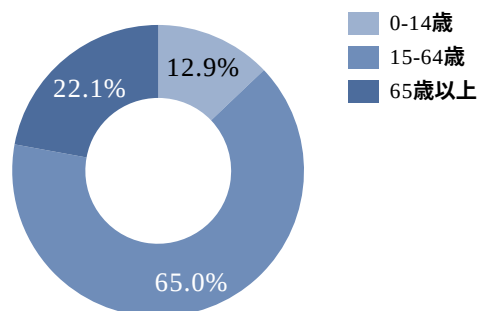
本市の人口は、左下の「府中市人口の推移」のグラフのとおり、直近5年間でゆるやかな増加傾向にあり、現在約26万人の市民が暮らしています。人口の割合として、0歳から14歳が12.9パーセント、15歳から64歳が65.0パーセント、65歳以上が22.1パーセントを占めており、生産年齢人口が多い人口構成となっております。

一方で、「府中市人口ビジョン（平成28年1月策定）」の人口構造に関するシミュレーション結果では、2040年には、35歳から45歳までのいわゆる団塊ジュニア世代が高齢者となり、急激に高齢化が進むことが見込まれています。さらに、2060年には、団塊ジュニア世代のような極端なピークを形成する年齢層はなくなるものの、年少人口の減少傾向が強まることが見込まれています。



出典：住民基本台帳（各年1月1日現在）

府中市の年齢別比率



出典：住民基本台帳（令和3年4月1日現在）

■農業・商工業

① 農業

現在の市内の農家数は417戸で、兼業農家が大多数を占めています。農家数、農家従事者とも減少傾向にあります。現在937名が農業に携わっています。農地面積は132ヘクタールで、市域面積の4.5パーセントを占めています。内訳は畑が43ヘクタール、田が89ヘクタールとなっています（令和2年度府中市農業経営調査）。

市内では小松菜を始めとする野菜、シャインマスカット・いちご・ブルーベリー等の果物など多種多様な農作物が栽培されています。また、市内に約90か所ある農産物直売所は生産者と消費者を結び付け、農業まつりや親子ふれあい農園、学童農園、農業公園等の各種取組に加えて、交流の拠点となっています。

② 工業

市内には、従業員4人以上の工場が約120か所あり、約1万3,000が働いています。近年は事業所数、従業者数ともに減少傾向を示していますが、従業者数300人以上の事業所数の割合（5.9パーセント）は東京都平均（0.7パーセント）、多摩地区平均（2.3パーセント）を上回っています（平成29年工業統計調査）。

また、本市は大規模事業所が立地しているのが特徴で、プラネタリウムの世界的なトップメーカー「五藤光学研究所」などの地元企業を始め、「はやぶさ」を手掛けた「NEC」の人工衛星組み立て工場、サントリー初のビール工場として開設された「サントリー（天然水のビール工場）東京・武蔵野」、東芝・キューピー・読売新聞など、大企業の主要な工場が立地しています。見学を受け入れる工場もあり、商工業を通じた交流が図られています。

③ 商業

市内には、約1,300の卸・小売事業所があり、約1万4,000が働いています。平成28年と平成26年の調査を比較すると、事業所数、従業者数はともに増加しており、年間販売額は約15パーセント増加し、約5,300億円となっています（平成28年経済センサス活動調査）。

駅前には府中けやき並木の専門店街「Foris（フォーリス）」や駅南口直結の複合商業施設「くるる」、商・公・医・住一体型の複合施設「LE SIGNE（ル・シーニュ）」、人と街が交わるにぎわいの中心地「MitteN（ミッテン）」などの都市型ショッピング施設があり、市内には伝統的なお菓子屋の亀田屋や青木屋、宿場町の名残を残す蔵カフェ、個性的な商店街、宿泊施設など市民も観光客も楽しめる施設が多く存在しています。

■交通機関・手段

① 鉄道

市内には、JR南武線及び武蔵野線、京王電鉄京王線及び競馬場線、西武鉄道多摩川線の3事業者5路線があり、14駅が設置されています。乗降人員が多い駅は南武線と接続する京王線分倍河原駅（平成29年度1日平均約9万4,000）や、市の中心部である京王線府中駅などが挙げられます。

近隣市を見ても14の駅がある市は珍しく、今後観光案内の拠点となることで、ますますの人流の促進や利便性の向上が期待されています。

② バス

路線バスは、市内のほぼ全域を京王バスが運行するほか、多磨町、朝日町周辺を小田急バスが運行しています。

また、市内の交通不便地域の解消や交通弱者の交通手段の確保、市中心部の公共施設や商業施設へのアクセス性向上のため、市ではコミュニティバス「ちゅうバス」の運行補助事業を実施しています。「ちゅうバス」は府中駅を起点として7ルートが運行され、郷土の森公園や府中市美術館などの主要な観光スポットへの足としても活用できます。

③ シェアサイクル

市内には、令和3年8月現在で、約100か所のシェアサイクルステーションが駅周辺のほか、公共施設や公園などに設置してあります。シェアサイクルの市内設置台数は約300台を超え、スマートフォンアプリで利用予約や支払ができ、市内周遊の新しい交通手段として利用されています。

■食・特産品

① 食

多摩地域最大級の「食」を担う大東京総合卸売センターは、50年以上の歴史を持つ市場で、約70店舗の専門店を有しており、他のショッピングセンターにはないどこか懐かしい昭和の雰囲気があります。サントリー＜天然水のビール工場＞東京・武蔵野や郷土の森公園等の主要資源と隣接しており、周遊観光が期待できます。

また、府中特産品直売所や郷土の森観光物産館は、新鮮で安全な地場産品が買えるスポットとして人気があります。特に郷土の森観光物産館は、市内の特産品や観光関連商品を幅広く取り揃えた施設で、買い物と食事が楽しめる観光スポットとして、年間約25万人（令和2年度）が訪れています。

② 特産品

府中産の黒米を使った食品や日本酒、焼酎、地ビール、武蔵国の歴史や自然をイメージしたお菓子など、63品目（現在販売している商品は33品目。令和2年2月現在）が府中観光協会推奨品の「府中太鼓判」として登録されています。

＊府中観光協会推奨品「府中太鼓判」

府中観光協会では、府中の魅力を広くPRするお土産品を、府中観光協会推奨品「府中太鼓判」として応援しています。



府中観光協会推奨品「府中太鼓判」マーク



府中産ブルーベリーを使用した「TOKYO府中アイス」

■四季を彩る府中の風景



郷土の森梅まつり
(2・3月)



東郷寺のしだれ桜
(3月)



新緑の大國魂神社
(4月)



郷土の森あじさいまつり
(6月)



郷土の森公園
修景池の大賀ハス
(7月)



郷土の森博物館の
ハギのトンネル
(9月)



府中の森公園の紅葉
(11月)



府中けやき並木
イルミネーション
(11・12月)

2 主な観光資源・取組内容

◆歴史・文化・お祭りなどの伝統文化

本市は、武蔵国の国府が置かれ、政治・経済・文化の中心として栄えたまちで、宿場町の形成から交流文化も発展してきました。また、大國魂神社はくらやみ祭が府中市観光の原点ともいわれているお祭りであることなど、本市の観光を語る上で歴史は欠かせないものとなっています。府中の人々が守ってきたこれらの歴史・文化・お祭りなどを、個別の資源としてではなく現在の府中の生活文化にひも付くストーリーとしてつなぎ合わせ、その魅力を発信していきます。

主要資源（歴史・文化）		
大國魂神社	国天然記念物馬場大門のケヤキ並木	分倍河原古戦場碑
国司館と家康御殿史跡広場	国史跡武蔵府中熊野神社古墳	高安寺
武蔵国府八幡宮	東郷寺	市史跡旧陸軍調布飛行場白糸台掩体壕
太鼓・山車・お囃子	高札場	ふるさと府中歴史館
郷土の森博物館	府中市美術館	府中の森芸術劇場
武蔵府中郷土かるた	旧甲州街道等の街道	武蔵国府跡（国衙地区）
主要資源（お祭り・イベント）		
節分祭	郷土の森梅まつり	府中市民桜まつり
くらやみ祭	日本ダービー	郷土の森あじさいまつり
すもも祭	商工まつり	よさこい in 府中
くり祭	JAZZ in FUCHU	武蔵の國の酒祭り・むさし府中ビール祭り
酉の市	農業まつり	府中けやき並木イルミネーション
ジャパンカップ	各地域のお祭り	
取組内容（一例）		交流・効果
くらやみ祭	- 暗闇の中を6張の大太鼓、8基の神輿が渡御する。 - 地元の青年会が中心となり、毎年制作する万灯の出来映えやそれを操る者の技、力強さを競い合う。 - 子供神輿約20基をお祓いし、その後子供神輿が参道からけやき並木へと、町を練り歩く。 - 旧甲州街道とけやき並木を中心に、市内から22台の山車が囃子を競演しながら巡行する。	- 府中市の伝統に触れ合うことができる。 - 市民同士、市民・市外の人との交流 - 子どもたちの観光教育、地域への愛着醸成
ツアーガイド	府中の歴史を伝える市内観光ミニツアー、企画観光ガイドツアー	- 府中のストーリーを伝える。 - 市民向けの発信によるシビックプライドの醸成 - 子どもたちの観光教育、地域への愛着醸成
府中市美術館	- 生のアーティストが目の前で制作を行って公開する公開制作 - 様々なワークショップ活動 - 市内の小・中学校を対象に20年間行っている学校と連携した美術鑑賞教室	- 芸術文化に触れ合うことができる。 - 市民同士、市民・市外の人との交流 - 子どもたちの観光教育、地域への愛着醸成
府中の森芸術劇場	中央吹抜きロビー空間（円周面長さ52メートル）全体を使用し、企画、デザイン、制作、施工の全過程を学生たちが担当するプロジェクトを10年以上継続実施している。	産官学連携プロジェクトによる府中文化の魅力を発信

Pick Up ! 「くらやみ祭」

今から約1300年前、府中には武蔵国の国府が置かれ、その頃から国府祭として行われていたといわれている「くらやみ祭」は毎年約80万人が訪れる府中市観光の原点であり、にぎわい創出・交流の拠点となっています。

8基の神輿と6張の大太鼓は、明治時代以降、市内中心部の4つの町の住民が受け持ち、御先拂太鼓は小金井・調布講中の方が担当し、市内の他地域や多摩地域・都内・埼玉・神奈川県の方も各神輿や太鼓をサポートするなど、武蔵国の総社に由来する広範な組織ネットワークにより長年続いているお祭りです。

また、市内の子どもたちによる子供神輿渡御・お囃子など、地域の伝統文化を知るきっかけや愛着醸成にもつながっています。



Pick Up !

「国天然記念物馬場大門のケヤキ並木」

馬場大門のケヤキ並木は、大正13年12月（1924年12月）に国の天然記念物に指定され、令和6年（2024年）に指定100周年を迎えます。

国天然記念物のケヤキ並木としては、国内唯一のものであり、全国的にも貴重な文化財であるとともに、本市の表玄関にふさわしいシンボルとして、本市を代表する歴史的に由緒ある貴重な文化財です。

「府中駅伝競走大会」のスタート地点であることや「キテキテ府中マルシェ」、「はたらくるまin府中けやき並木」、「府中けやき並木イルミネーション」などの各種イベントも行われ、本市の交流やにぎわい創出の拠点となっています。



◆都市型公園等の緑・フィールドミュージアム・都市農業

雄大な多摩川や、丹沢山系の雨水が長い年月を掛けて流れてくる上質な地下水は、本市の豊かな地形や緑を育んでいます。本市には、府中の自然・歴史を深く学ぶことができるフィールド施設「郷土の森博物館」、独自の企画展が有名な府中市美術館などの文化施設と調和した都市型公園「府中の森公園」、故人を訪ねる貴重な歴史的資源でもある「多磨霊園」、人々の手によって維持されている「都市農業」など、多様な緑空間があり、それらの資源は良好な都市環境を形成し、市内外から訪れる人々の交流の拠点にもなっています。

主要資源（緑）		
都立府中の森公園	郷土の森博物館	郷土の森公園（大賀ハス）
多磨霊園	都立浅間山公園 （ムサシノキスゲ・ダイヤモンド富士）	都立武蔵野公園
都立武蔵野の森公園	多摩川	下河原緑道・新田川緑道
府中崖線	約90か所の農産物直売所	郷土の森観光物産館
西府町農業公園	府中多摩川かぜのみち	国分寺崖線（武蔵台公園）

取組内容（一例）		交流・効果
府中市郷土の森博物館	- 博物館の自然解説員による自然講座の開催 - 広報ふちゅうとHP、博物館のカレンダー（年4～5回計78,000部発行）による情報発信 - ツイッターのフォロワー：1,280人（令和3年9月現在）	- 専門家による解説により府中市の緑をより深く知ることができる。 - 市内外の方への情報発信
	近隣市（調布市、国立市、日野市、稲城市、多摩市、国分寺市、小金井市）に比べ公園数が約400か所と多く、交流の拠点が整備され、市内外の人々の癒やし空間としての機能や多世代の交流が図られている。	- 良質な都市環境 - 市民の活動の場、憩いの場 - 観光・交流拠点
都市型公園	- 花壇づくりのボランティア、自然を守るボランティア、イベント運営のボランティア、学校・団体のボランティア活動、企業のボランティア活動（CSR）等多様なボランティア活動により、交流拠点が維持されている。 - 日本で唯一自生しているムサシノキスゲを始めとする希少な植物の保全活動 - 自然観察会やイベントの開催、近隣小学校の総合学習	- 市民同士、市民・市外の人との交流 - 子どもたちの地域への愛着醸成
都市農業	- 市民農業大学 - 親子ふれあい農園・農業プチ講座 - 学童農園 - 農業体験農園 - 市民農園 - 農業公園 - 援農ボランティア - 農業まつり - 農産物直売所が約90か所設置され、収穫したての新鮮な農産物が購入だけでなく、生産者と交流できる。	- 人々が維持してきた府中の緑に触れ合える。 - 生産者と市内外の人々との交流促進 - 地域への愛着醸成

Pick Up !

「約90か所の農産物直売所・都市農業」

本市には、現在、約420戸の農家があり、地元産の新鮮で安全な農産物が購入できるほか、収穫体験など農業との関わりを通して、府中の恵みを感じることができます。また、農地は、府中に暮らす住民の安心安全・癒やし空間・コミュニティスペース・災害時の避難場所など様々な機能を有し、快適な都市空間形成の一端を担っています。加えて、本市には、共同直売所・個人直売所・都立農業高等学校の直売所等を含めて、約90か所の農産物直売所があり、多様な農産物が楽しめるほか、生産者の顔や人柄が見え、人々との交流の場（コミュニケーションの場）としても期待されています。

さらに、コロナ禍における健康志向の高まりにより、ストレス緩和や心のケア等、都市農業の意義はますます高まることが考えられます。



Pick Up ! 「約400か所の公園」

本市には、約400か所の公園があり、近隣市に比べて公園の数が多いのが特徴です。

公園は、「良好な都市環境の提供」、「都市の安全性・防災性の向上」、「レクリエーションの場の提供」、「地域交流の場」等、様々な機能を有しています。

本市では、地域交流の場として、公園がお祭りやイベントの拠点となっており、市内外の人々、多世代が集い、府中の伝統文化や魅力に触れることができる空間を創り出しています。

また、最近では映画やドラマ等の撮影で公園が使用されるなど、本市の魅力を広く発信する拠点としても期待されています。



◆伝統的なものづくりや商業施設、先進技術等の商工業

本市は、武蔵国の国府が置かれたことから、手工業の職人が集まり、古くからものづくりが盛んに行われてきました。近世には、甲州街道に沿って、宿場町が形成され、宿を中心に多種多様な商売が営まれ、伝統的な菓子屋の青木屋や蔵カフェなどから、当時の府中の名残を感じることができます。ものづくりの伝統は現在の先端技術にもつながっており、市内には、プラネタリウムの世界的なトップメーカー「五藤光学研究所」などの地元企業や、東芝、サントリー、NEC、キューピー、読売新聞などの大企業の主要な工場が立地しています。このように、地域密着から宇宙まで、本物のものづくり文化・ストーリーを発信していきます。

主要資源（商工業）		
読売新聞府中工場	五藤光学研究所	NEC府中事業所
サントリー＜天然水のビール工場＞東京・武蔵野	東芝府中事業所	キューピー中河原工場
亀田屋	青木屋	モナムール清風堂
Foris（フォーリス）	くるる	LE SIGNE（ル・シーニュ）
MitteN（ミッテン）	5路線14駅	個性的な商店街
東京競馬場	大東京総合卸売センター	ボートレース多摩川

取組内容（一例）		交流・効果
社会科見学	サントリー＜天然水のビール工場＞東京・武蔵野、読売新聞、郷土の森博物館、五藤光学研究所等を巡る社会科見学等のツアー	- 先進技術に触れる。 - 子どもたちの観光教育、地域への愛着醸成
サントリー	- 都内唯一のビール工場として、仕込設備を間近で見られる見学コース - クラブハウス見学 - ラグビー選手との交流	- 先進技術に触れる。 - 所属のスポーツ選手との交流
駅	14の駅があり、その駅ごとに個性豊かな街並みがある。	14の駅が様々な人流を生み出し交流が生まれている。
商店街	まちゼミという商店街のお店のスタッフが講師となり、プロならではの専門的な知識と情報、コツを受講者（＝お客様）にお伝えする少人数制のゼミを開催している。	- 府中のお店の特長を知ってもらう。 - お店・店主のファンづくり - 市民や市外の人々との交流
競馬場	勝馬投票券提示により飲食店で特典を受けられるサービスなど、まちづくり府中とのタイアップ事業による、市内の回遊性を生み出す事業の実施	- 市内への人流促進 - 事業者間の連携

Pick Up ! 「サントリービール工場見学」

サントリー〈天然水のビール工場〉東京・武蔵野は、昭和38年（1963年）にサントリー初のビール工場として開設されました。しゅん工以来、どんな手間もいとわず誠実に丁寧なビールづくりにこだわり続けています。今では、都内唯一のビール工場として、仕込設備を間近で見られる見学コースが大変好評で、「ザ・プレミアム・モルツ」の発祥の工場としておなじみとなっています。WEB上では、バーチャル空間でビール工場を疑似体験いただけるロールプレイング型コンテンツも楽しむことができます。



Pick Up ! 「むさし府中まちゼミ」

「むさし府中まちゼミ」は商店街のお店のスタッフが講師となり、プロならではの専門的な知識と情報、コツを受講者（＝お客様）にお伝えする少人数制のゼミです。「食：食べる・飲むを楽しもう」、「健・美：もっと健康に・もっとキレイに」、「学：新しい発見をしよう」など各テーマごとの講座を楽しむことができます。

地域の方々に、お店の存在や特長を知っていただくとともに、お店（＝店主）のファン創りを勧め個店と地域の活性化を行います。

市内学生によるまちゼミ取材記事も発信されるなど、市民自ら府中のことを知り、府中の魅力を発信する取組が行われています。



◆スポーツ

本市は、東芝ブレイブルーパス東京、東京サントリーサンゴリアスのトップチーム、本市を拠点とするラグビーチームが活動するなど、ラグビーのまちを掲げています。また、ラグビーワールドカップ2019の公認チームキャンプや東京2020オリンピック・パラリンピックで各国代表チームの事前キャンプを受け入れるなど、国際的なスポーツの拠点ともなっています。両国際大会のレガシーをいかしてスポーツでの国際交流が始まったほか、市内にスポーツ団体・施設が多くあることから、市民の間でもスポーツを通じた交流が盛んに行われています。これらの恵まれたスポーツ資源をいかし、スポーツツーリズムを推進することで、スポーツを通じた交流の更なる活性化が期待できます。

主要資源（スポーツ）		
東芝ブレイブルーパス東京	東京サントリーサンゴリアス	NFRFC'07
東京外国語大学ラグビー部	東京都立府中西高等学校ラグビー部	ブレイブルーヴ
FC東京	アルバルク東京	府中アスレティックFC
府中朝日フットボールパーク	テクノスカレッジ東京府中グラウンド	各種スポーツ団体・各種運動場
ラグビーワールドカップ2019 日本大会（公認チームキャンプ地）	東京2020オリンピック・パラリンピックに向けたホストタウン	東京2020オリンピック 自転車競技ロードレーススタート地点
ウォーキング大会 歩いて知ろうわがまち府中！	ボールふれあいフェスタ	駅からハイキング
府中駅伝競走大会	シェアサイクル	

取組内容		交流・効果
ラグビー	東芝ブレイブルーパス東京、東京サントリーサンゴリアスのトップチーム、府中市を拠点とするラグビーチーム4チームとの交流	スポーツを通じた交流
市民向けイベント	府中市を拠点としているラグビーの「東芝ブレイブルーパス東京」、「東京サントリーサンゴリアス」、バスケットボールの「アルバルク東京」、サッカー・バレーボールの「FC東京」、フットサルの「府中アスレティックFC」の6つのトップチームの選手と子ども達が、ミニゲームや体験コーナーなど、ボールを通じて触れ合えるイベント等の開催	- 市民同士、市民・市外の人との交流 - スポーツを通じた交流
キャンプ誘致	ラグビーワールドカップ2019の公認チームキャンプや東京2020オリンピック・パラリンピックの事前キャンプ受入れ等を通じた国際的な交流の促進	- 国際交流 - 市民同士、市民・市外の人との交流
タウン府中スポーツ	- 市民が主体的に参画する地域スポーツ活動の普及・促進 - 多様な主体を対象としたスポーツ活動機会の充実 - スポーツの場の整備・充実 - 未来につながるスポーツ文化の形成	- スポーツを日常に取り入れた健康の促進 - 人々の交流とにぎわい - 地域における一体感や連帯感

Pick Up ! 「ボールふれあいフェスタ」

本市を拠点としているラグビーの「東芝ブレイブルーパス東京」、「東京サントリーサンゴリアス」、バスケットボールの「アルバルク東京」、サッカー・バレーボールの「FC東京」、フットサルの「府中アスレティックFC」の6つのトップチームの選手と子ども達が、ミニゲームや体験コーナーなど、ボールを通じて触れ合えるイベントを行っています。

毎年約2,000名の子どもたちが参加し、スポーツを通じた交流を深めています。



Pick Up ! 「ウォーキング大会 歩いて知ろうわがまち府中！」

日常生活の中で手軽に行えるウォーキングからスポーツへの機運を高めるイベントです。ただ歩くだけでなく、本市の見どころや、自然と歴史を感じることができるコース設定になっており、毎年市内外からも多くの方が参加します。自分の体力に合わせて、約5キロメートルから20キロメートルまでのコースを選べるのも人気の理由です。

市民の健康増進や、改めて府中のまちについて知るきっかけづくりにも大きく貢献しているイベントです。



◆漫画・アニメの聖地巡礼／文化観光

本市は、漫画・アニメ「ちはやふる」の聖地巡礼やカフェ巡り等のまちあるきなど、多彩な資源や交流拠点を有しています。従来型の観光資源だけではなく、アニメの聖地巡礼に代表されるコンテンツツーリズム、府中市独自の資源、市民が愛する生活空間なども、新たな交流拠点として発信していきます。

主要資源（漫画・アニメの聖地巡礼／文化観光）

ちはやふる	府中刑務所	東京外国語大学
東京農工大学	都立農業高等学校	明星中学校・高等学校
パブリックアート		

取組内容

交流・効果

漫画・アニメ	府中白妙会は、「ちはやふる」で千早と太一が所属する「府中白波会」のモデルとなった会です。昭和63年から競技かるたの日本一を目指す仲間が集まり、府中市の分梅町一丁目公会堂や、片町文化センターなど、市内の和量の部屋で火曜、木曜、土曜と練習しています。	- 競技かるたの伝統文化の継承 - 若い人が府中に興味を持ってもらえる。 - 多世代の交流促進
アート	府中市内にはパブリックアートが点在し、府中の歴史や文化を反映させているアートもあります。	まちなかに点在するアートを通して府中の歴史・文化を体感することができる。
学校	府中市内には学校が多数存在し、大学の学園祭では若者と市民の交流や多国籍文化を体験できます。	- 学校を通じた多世代交流 - 留学生など多国籍文化の体験

Pick Up！「ちはやふるの舞台」

漫画家の末次由紀さん原作の「ちはやふる」は、競技かるたを題材にした人気少女漫画で2007年に「BE・LOVE」（講談社）で連載が始まりました。アニメ化や実写映画化もされ、幅広い年代の多くのファンに愛されている作品です。物語の中では、主人公・綾瀬千早とその幼馴染・真島太一が府中市に住んでおり、作中には度々府中の風景が登場します。

市内の交流拠点でのイベントやデザインマンホールの設置など、「ちはやふるの聖地」として、本作品を応援するとともに、「ちはやふる」を通して本市の魅力を市内外の方へ発信しています。

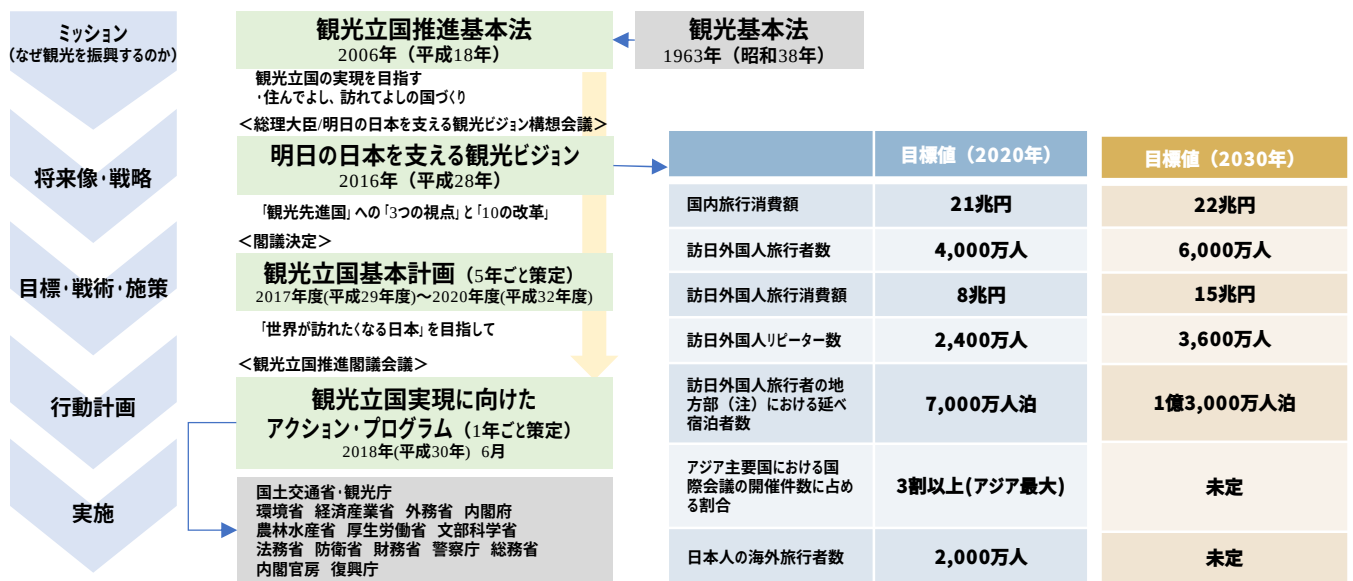


3 観光の動向

◆国の動向

近年の国の観光政策を振り返ると、2016年に示された「明日の日本を支える観光ビジョン」を基に、2017年に「観光立国基本計画」が策定され、それを指針として具体的な施策が展開されています。国の政策では、インバウンドに重点が置かれ、2030年までに訪日外国人旅行者を6,000万人(2019年は3,188万人)、観光消費額を15兆円(同4.8兆円)まで伸ばす目標を掲げています。

新型コロナウイルスの感染が拡大した2020年のアクション・プログラムでは、雇用の維持と事業の継続に対する支援、反転攻勢に転じるための基盤の整備、国内旅行の需要喚起、インバウンドの回復等の施策が示され、観光関連産業の支援策とともに、各種体験型アクティビティ、ワーケーション等、新たな観光のスタイルなども盛り込まれています。



観光ビジョン実現プログラム2020

I. 国内の観光需要の回復と観光関連産業の体質強化

- 雇用の維持と事業の継続に対する支援
 - 持続化給付金や家賃支援給付金の給付
 - 実質無利子・無担保融資の制度拡充
 - 雇用調整助成金の制度拡充
 - 公租公課やNHK受信料等の猶予・減免
- 反転攻勢に転じるための基盤の整備
 - 宿泊施設の高付加価値化・生産性向上等
 - 誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ造成
 - 安全・安心に旅行できるよう、観光関連事業者により作成した感染拡大予防ガイドラインの実施徹底を促す
- 国内旅行の需要喚起
 - 「G o T o トラベル事業」の実施による
 - 宿泊・日帰り旅行商品の割引
 - 地場の土産物店、飲食店、観光施設、交通機関等で幅広く使用できる地域共通クーポンの発行
 - 新たな生活様式に沿った「新しい旅行スタイル」の普及
 - 休暇取得の分散化、滞在型旅行の促進
 - 国立公園等におけるワーケーションの推進

4. インバウンドの回復

II. インバウンド促進に向け引き続き取り組む施策

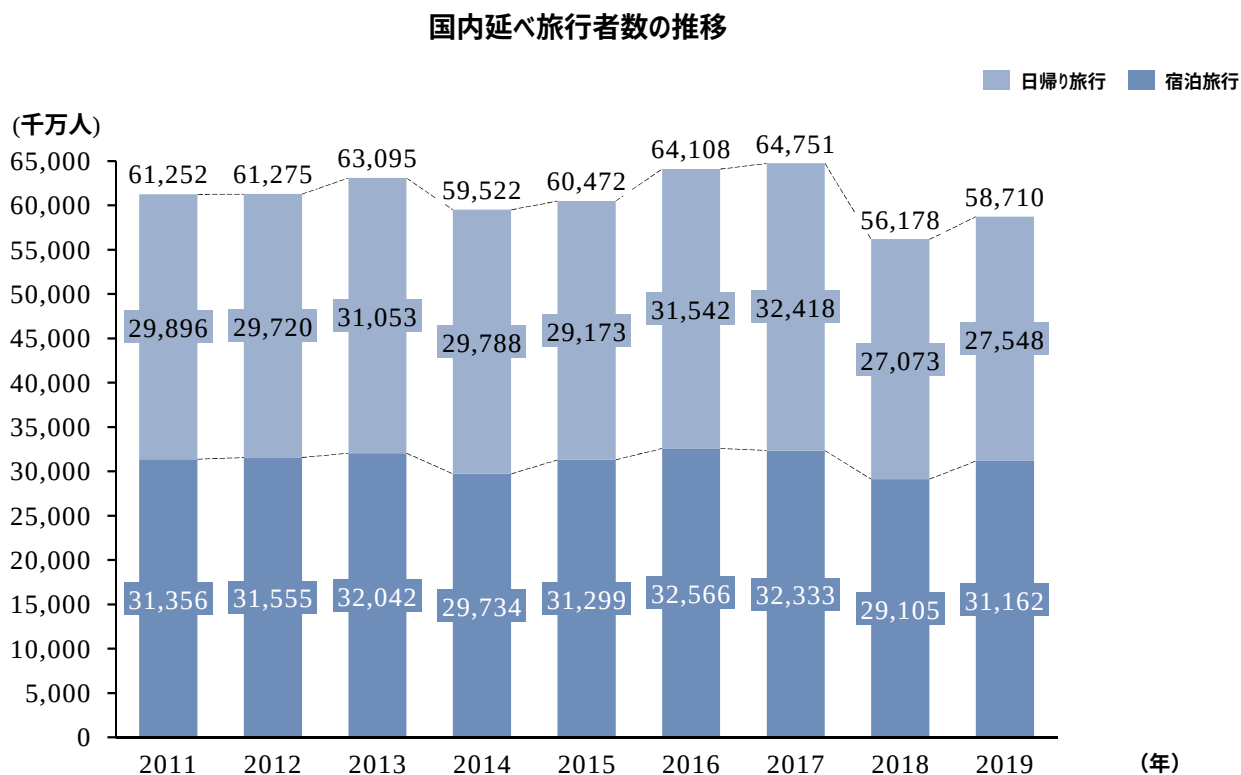
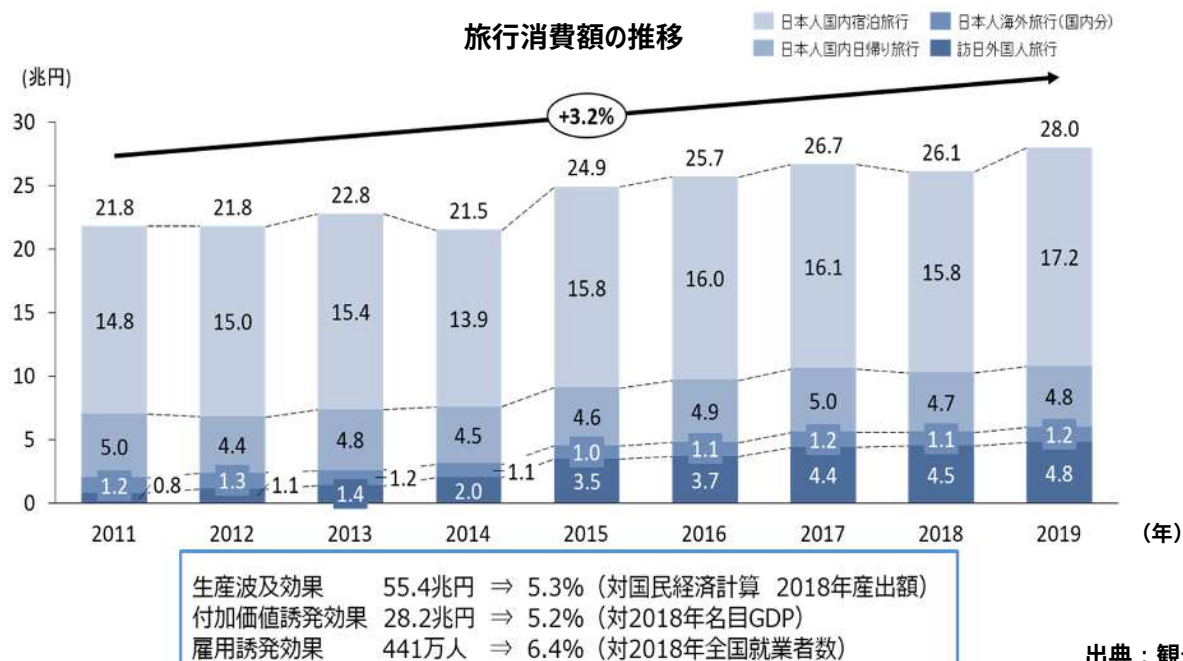
- 外国人が楽しめる当たり前の受入環境整備
- 地域の自然、気候、文化の魅力を生かした体験型アクティビティの充実
- 宿泊施設等の再生・活性化
- 世界水準のスノーリゾート整備
- 日本政府観光局の発信力強化
- 富裕層が満足できるコンテンツづくり



出典：観光庁

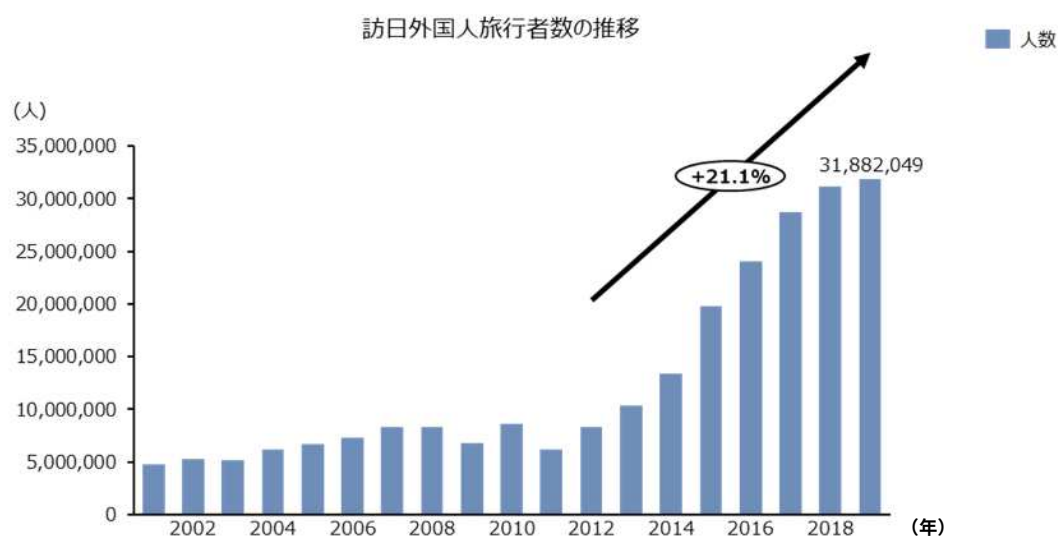
◆観光市場の動向

近年インバウンドが大きく伸びているとはいえ、旅行消費額の8割を日本人国内旅行が占めています。しかし、国内延べ旅行者数の推移では、宿泊旅行・日帰り旅行ともに伸びは見られません。

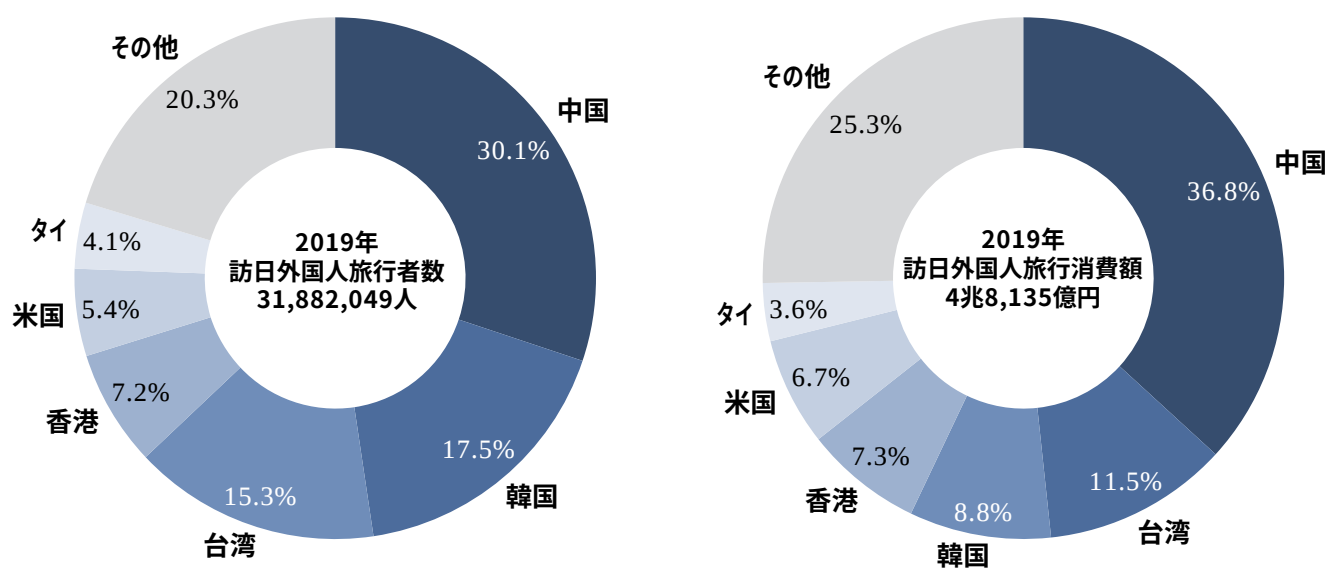


訪日外国人旅行者数は年々増加しており、2019年には3,188万人の訪日外国人旅行者が訪れています。

訪日外国人旅行者の内訳については、中国が最も多く、次いで韓国、台湾、香港、米国の順となっており、アジアからの旅行者が半数以上を占めています。また、2019年の旅行消費額は、4兆8,135億円となっており、中国が最も多く、次いで台湾、韓国、香港、米国の順に多くなっています。



訪日外国人旅行者数及び消費額（2019年）

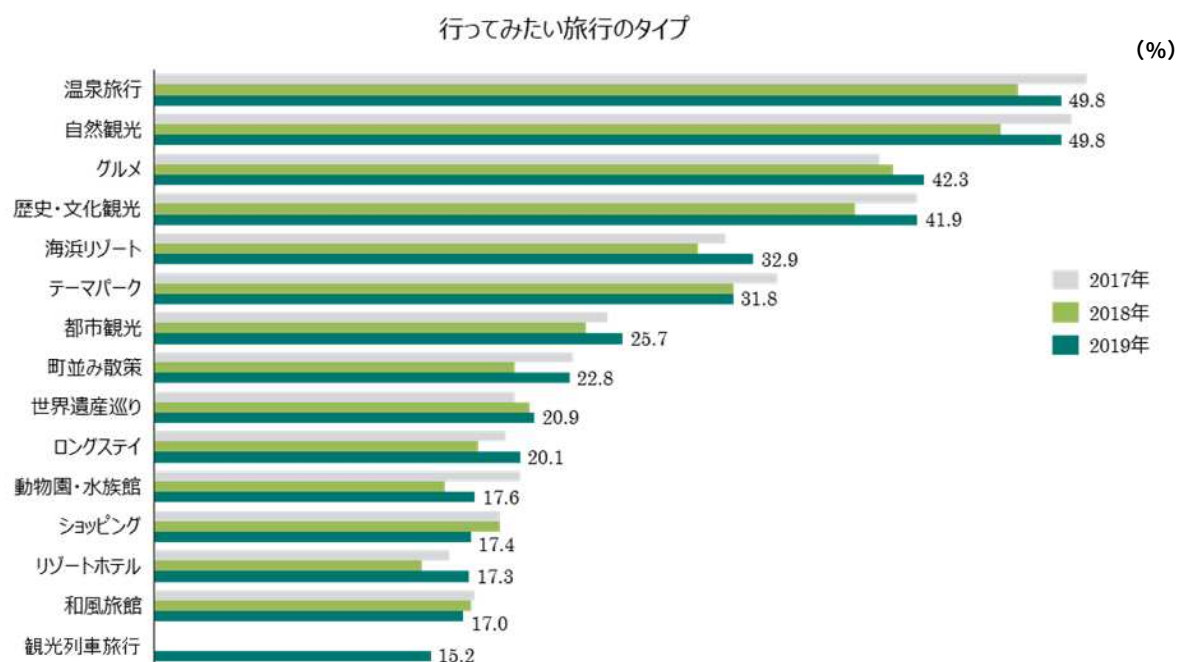


出典：日本政府観光局（JNTO）

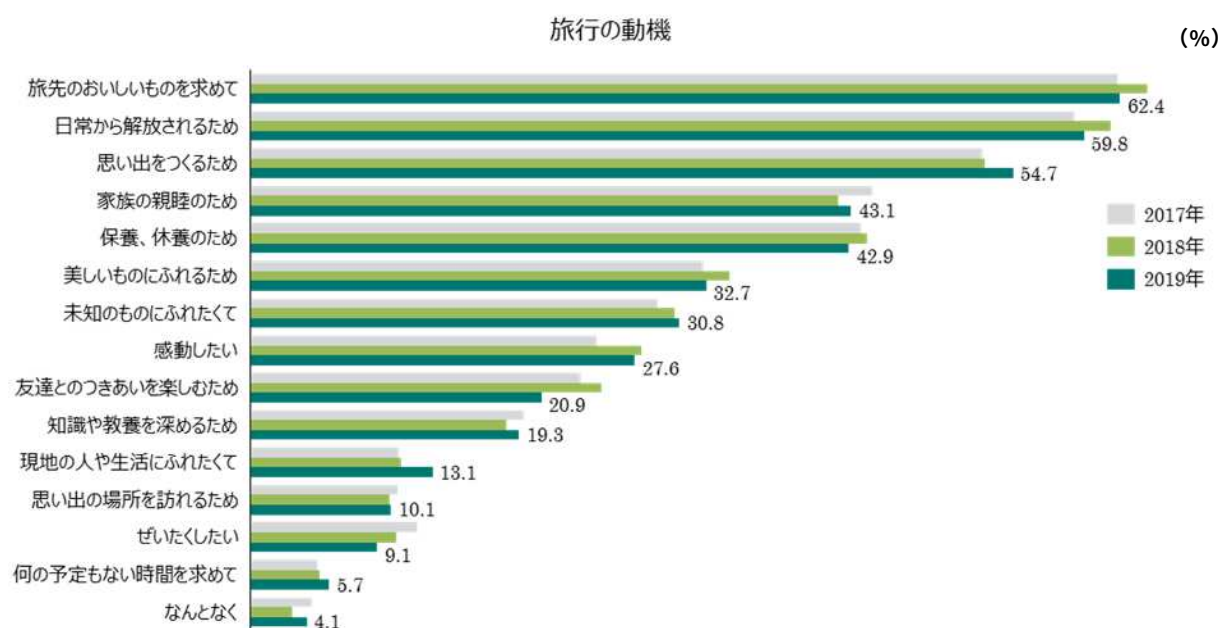
行ってみたい旅行のタイプとしては、温泉旅行と自然観光が5割前後と多く、グルメや歴史・文化観光が4割前後で続く結果となっています。

旅行の動機としては、「旅先のおいしいものを求めて」が6割強で最も多く、「日常生活から解放されるため」が約6割、「思い出をつくるため」が5割強で続いています。

また、「現地の人や生活にふれたくて」の項目は、年々増加傾向にあります。



出典：JTBF旅行者調査



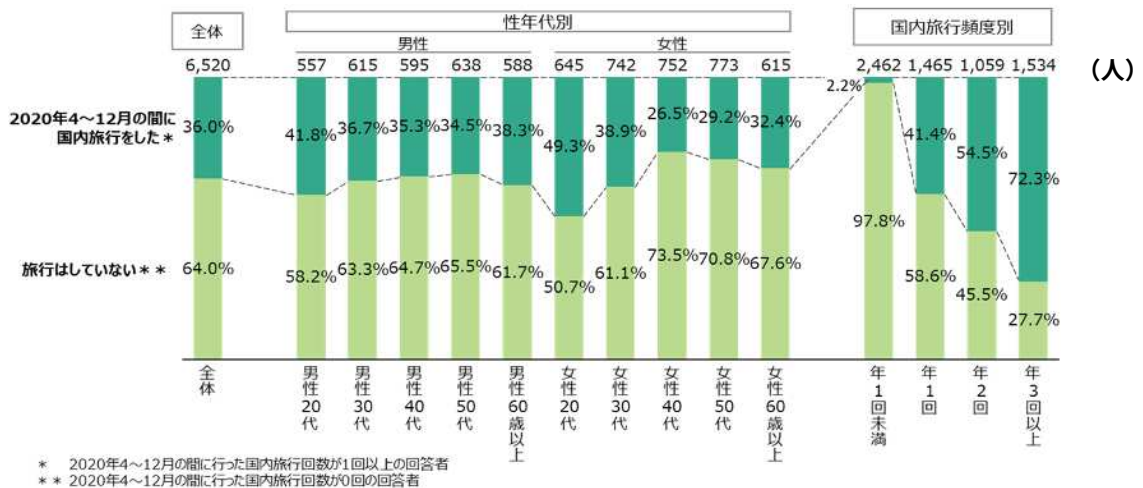
出典：JTBF旅行者調査

◆新型コロナウイルス禍における観光の変化

新型コロナウイルスの影響により、旅行に求める意義の変化や旅行先を選ぶ基準の変化、旅行の楽しみ方の変化など、意識や行動、価値観の変容が起きています。

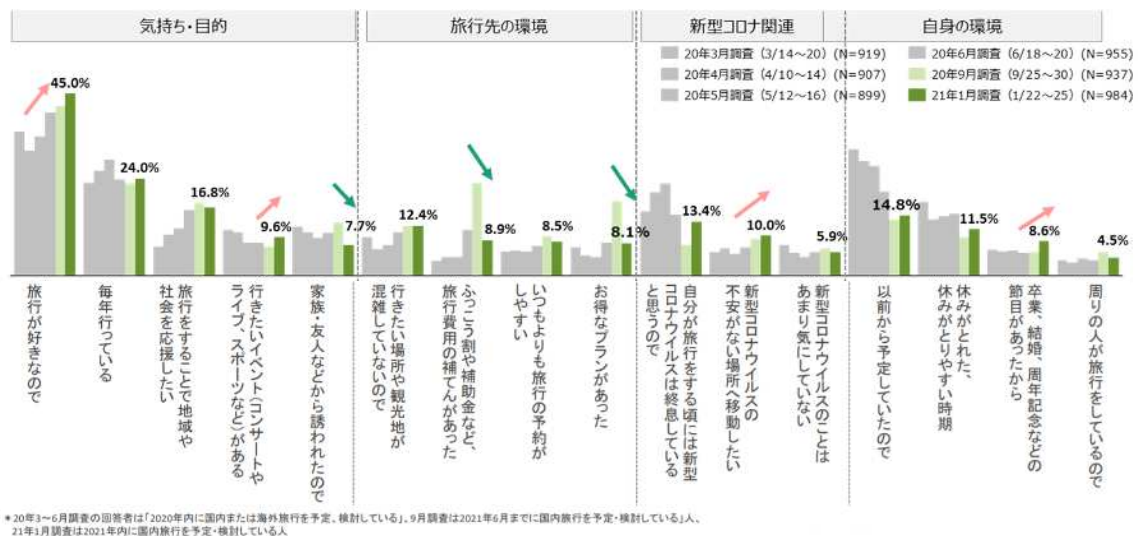
「2020年4月～12月までの旅行実施率」では、全体の36.0パーセントが2020年4～12月に旅行しており、男女とも20代（ミレニアル・Z世代）が最も多く、女性20代が49.3パーセント、男性20代が41.8パーセントとなっています。一方、女性40～50代では3割を下回っているほか、これまで国内旅行を牽引してきた60代以上の女性も3割強にとどまっています。「国内旅行に行く理由（2020年3月～2021年1月調査比較）」としては、2020年9月調査と2021年1月調査を比較して、「ふっこう割など旅行費用の補てんがあった」、「お得なプランがあった」が大幅に減少しています。一方で、「行きたいイベントがあった」、「周年記念などの節目」などが増加しているほか、「新型コロナの心配がないところに移動したい」も微増傾向となっています。

2020年4～12月までの旅行実施率（2021年1月調査結果）



出典：JTB総合研究所「新型コロナウイルス（COVID-19）に関連したアンケート調査」

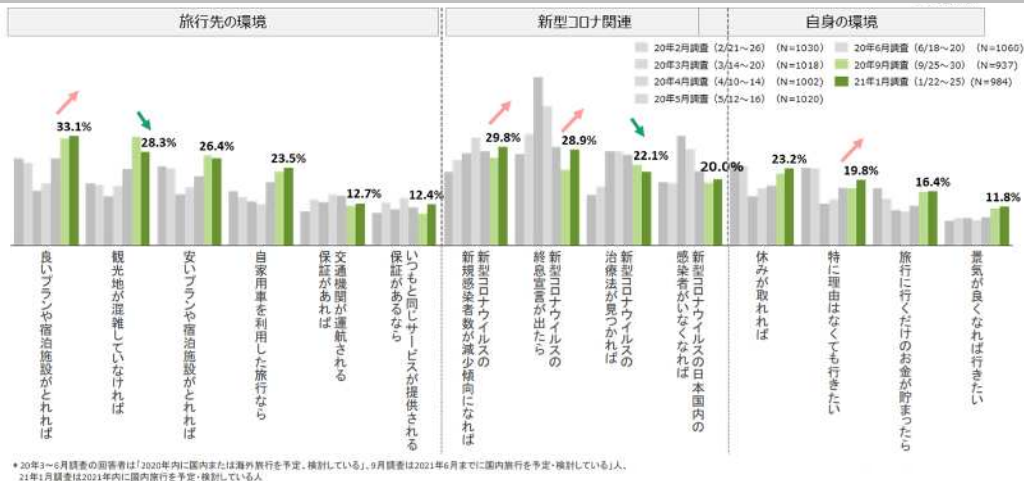
国内旅行に行く理由（2020年3月～2021年1月調査比較）



出典：JTB総合研究所「新型コロナウイルス（COVID-19）に関連したアンケート調査」

今後、どのような状況なら旅行に行きたいと思うかという項目では、9月調査では減少していた「新型コロナの新規感染者数が減少傾向になれば」、「終息宣言が出たら」は6月調査と同程度まで増加しています。一方で、「良いプランがとれれば」、「自家用車を利用した旅行なら」、「休みが取れれば」、「特に理由はなくても行きたい」も増加しており、前回の緊急事態宣言時（昨年4～5月）と比べ旅行意向の高まりがうかがえる結果となっています。

今後、どんな状況なら旅行に行きたいと思うか（20年2月～21年1月調査比較）



出典：JTB総合研究所「新型コロナウイルス（COVID-19）に関連したアンケート調査」

感染拡大防止策の徹底

- 宿泊・旅行業者等の観光関連事業者が作成した感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底
- 「新しい旅のエチケット」の更なる利用者への周知を実施
- 観光地、宿泊事業者等への感染拡大防止策の導入を支援
- Go To トラベル事業において、登録宿泊施設の感染拡大防止策の実地調査を実施

業種別ガイドライン

- 業界団体が感染症専門家に助言を受けながら作成(国は指導・助言)
- 各エリア・場面ごとにおける留意点、対策等を規定。
- 最新の状況・知見等に対応して随時見直ししていく。

【宿泊関係業界】

作成主体：日本ホテル協会、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本旅館協会、全日本シティホテル連盟

【旅行関係業界】

作成主体：日本旅行業協会、全国旅行業協会

【貸切バス】

作成主体：貸切バス旅行連絡会（日本バス協会、日本旅行業協会、全国旅行業協会）

【タクシー】

作成主体：全国ハイヤー・タクシー連合会等

旅行者向け「新しい旅のエチケット」

- 旅行者視点での感染防止の留意点等をまとめた「新しい旅のエチケット」（発行元：旅行連絡会、協力：国土交通省・観光庁）を公表・周知。

(例)



感染拡大防止策の支援



出典：観光庁

◆東京都の観光の動向

「未来の東京戦略ビジョン」では、2030年に向けた20の「戦略」のうち、「多摩・島しょ振興戦略」が掲げられています。東京都の動向も把握しながら連携を図っていくことも重要となります。

目指す2040年代の東京の姿として20の「ビジョン」

- 01 子供の笑顔と子供を産み育てたい人で溢れ、家族の絆と社会が支える東京
- 02 新たな教育モデルにより、すべての子供・若者が将来への希望を持って、自ら伸び、育つ東京
- 03 女性が自らの希望に応じた生き方を選択し、自分らしく輝いている東京
- 04 高齢者が人生100年時代に元気に活躍し、心豊かに暮らす東京
- 05 誰もが自分らしくポジティブに働き、活躍できる東京
- 06 様々な人が共に暮らし、多様性に富んだ東京
- 07 誰もが集い、支え合う居場所・コミュニティが至る所に存在する東京
- 08 災害の脅威から都民を守る強靱で美しい東京
- 09 犯罪、事故、火災への対処、病気への備えなど、暮らしの安心が守られた東京
- 10 最高の交通ネットワークが構築された便利で快適な東京

- 11 高度な都市機能を維持・更新し、人が集い、憩う東京
- 12 デジタルの力で東京のポテンシャルを引き出し、都民が質の高い生活を送る「スマート東京」
- 13 世界中からヒト・モノ・カネ・情報が集まる、世界一オープンな東京
- 14 次々と新しい産業が生まれる、世界一のスタートアップ都市・東京
- 15 世界一の高い生産性を実現した、世界経済を牽引する東京
- 16 水と緑を一層豊かにし、ゆとりと潤いのある東京
- 17 ゼロエミッション東京
- 18 文化やエンターテインメントで世界を惹きつける東京
- 19 スポーツが日常に溶け込んでいる、スポーツフィールド・東京
- 20 全国各地との連携を深め、真の共存共栄を実現した東京

2030年に向けた20の「戦略」

- 戦略1 子供の笑顔のための戦略
- 戦略2 子供の「伸びる・育つ」応援戦略
- 戦略3 女性の活躍推進戦略
- 戦略4 長寿（Chōju）社会実現戦略
- 戦略5 誰もが輝く働き方実現戦略
- 戦略6 ダイバーシティ・共生社会戦略
- 戦略7 「住まい」と「地域」を大切にす戦略
- 戦略8 安全・安心なまちづくり戦略
- 戦略9 都市の機能をさらに高める戦略
- 戦略10 スマート東京・TOKYO Data Highway戦略

- 戦略11 スタートアップ都市・東京戦略
- 戦略12 稼ぐ東京・イノベーション戦略
- 戦略13 水と緑溢れる東京戦略
- 戦略14 ゼロエミッション東京戦略
- 戦略15 文化・エンターテインメント都市戦略
- 戦略16 スポーツフィールド東京戦略
- 戦略17 多摩・島しょ振興戦略
- 戦略18 オールジャパン連携戦略
- 戦略19 オリンピック・パラリンピックレガシー戦略
- 戦略20 新たな都政改革戦略

出典：東京都「未来の東京戦略ビジョン」

戦略17 多摩・島しょ振興戦略

それぞれの地域の特色を活かし、賑わいと活力に満ち溢れた地域社会を、都と市町村でつくりあげる

多摩地域は多様な産業や大学の集積、島しょ地域は豊かな自然を有しているなどの特色を有している。一方で、自然災害、人口減少、高齢化などの課題にも直面している。都と市町村が、これまで以上に緊密に連携・協力することで課題を解決し、にぎわいと活力に満ちあふれる地域社会を、共につくり上げていく。

1 地域資源に先端技術を掛け合わせ、スマート産業を強力に推進する

- 多摩・島しょ地域にある、企業や研究機関、大学の集積や、豊かな森林や漁場といった資源に、AIやデジタル技術など先端技術を掛け合わせることで、生産性の高いスマートな産業を確立する。

2 子供自ら伸び、育つことができる充実した教育環境を整える

- 子供が自ら伸び、育つことができる教育環境を充実するとともに、特色ある学校の設置など多様な学びの機会を創出する。

3 職住近接で自然と調和した「人」に優しいまちをつくる

- 都有地等を活用した先端技術を取り入れたまちづくりを推進するとともに、緑の創出やサテライトオフィスの充実、空港・港湾や道路ネットワークの強化などに取り組み、豊かな自然環境の下、新しい日常にふさわしい職住近接で快適な生活を実現する。

4 多摩・島しょ地域特有の課題を踏まえた安全・安心な体制を充実させる

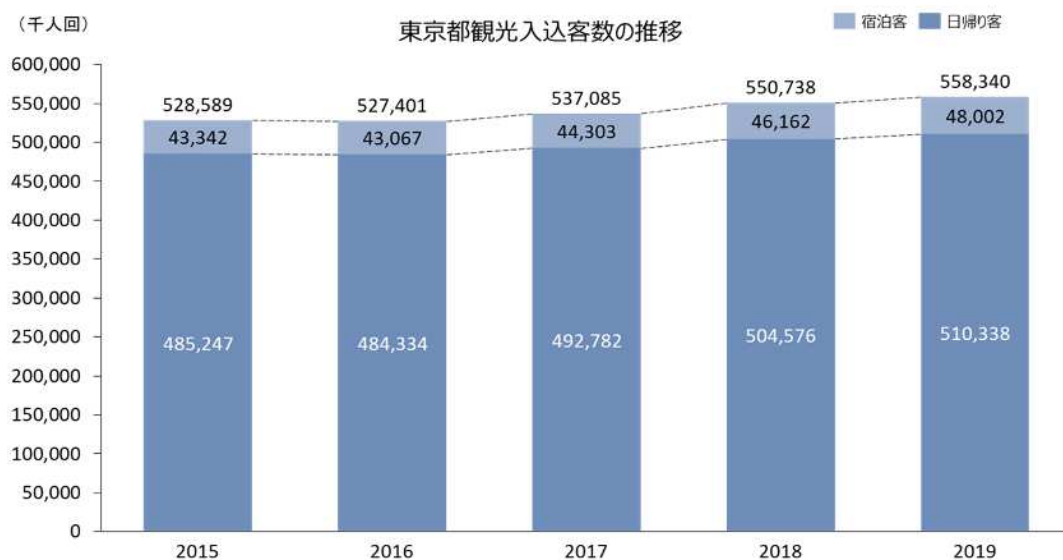
- 土砂災害や津波、火山噴火、乏しい医療資源など地域特有の課題に対して、実効性ある防災対策や医療提供体制の充実を図る。

5 地域活性化策を迅速に具体化し、多摩・島しょの魅力高める

- それぞれの地域が持つ資源に磨きをかけ、特別感のあるツアーや宿泊施設の誘致など、戦略的に産業振興を展開するとともに、先端技術の活用により多摩・島しょの魅力を積極的に発信する。

出典：東京都「未来の東京戦略ビジョン」

東京都の観光客数は増加していますが、宿泊客より日帰り客が多く、9割以上が日帰りの観光客となっております。また、観光消費額の内訳を見ると、都内在住者と外国在住者は年々増加傾向にあります。また、道府県在住者は、年々横ばいで推移しています。



出典：東京都産業労働局

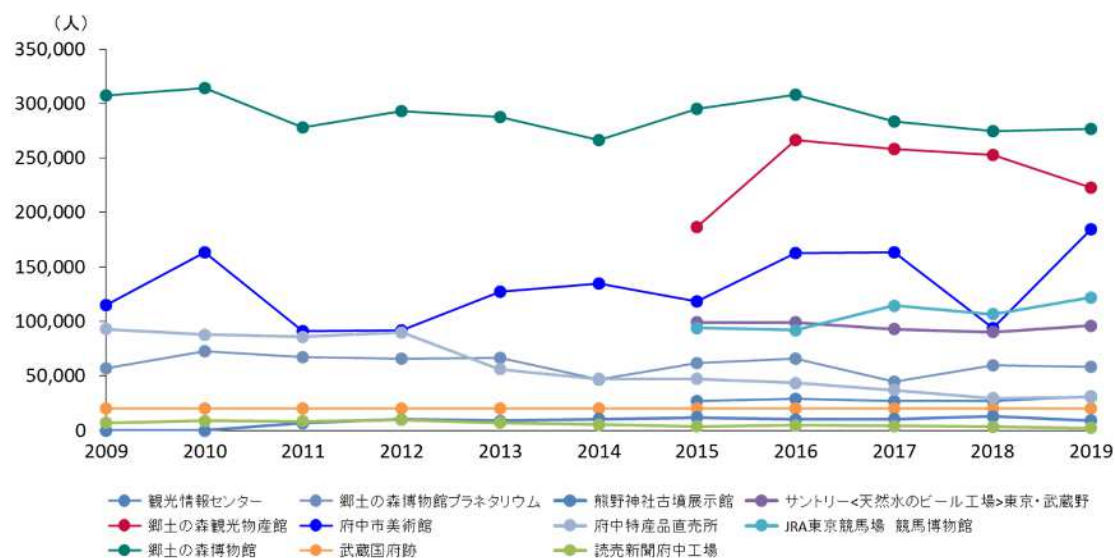


出典：東京都産業労働局

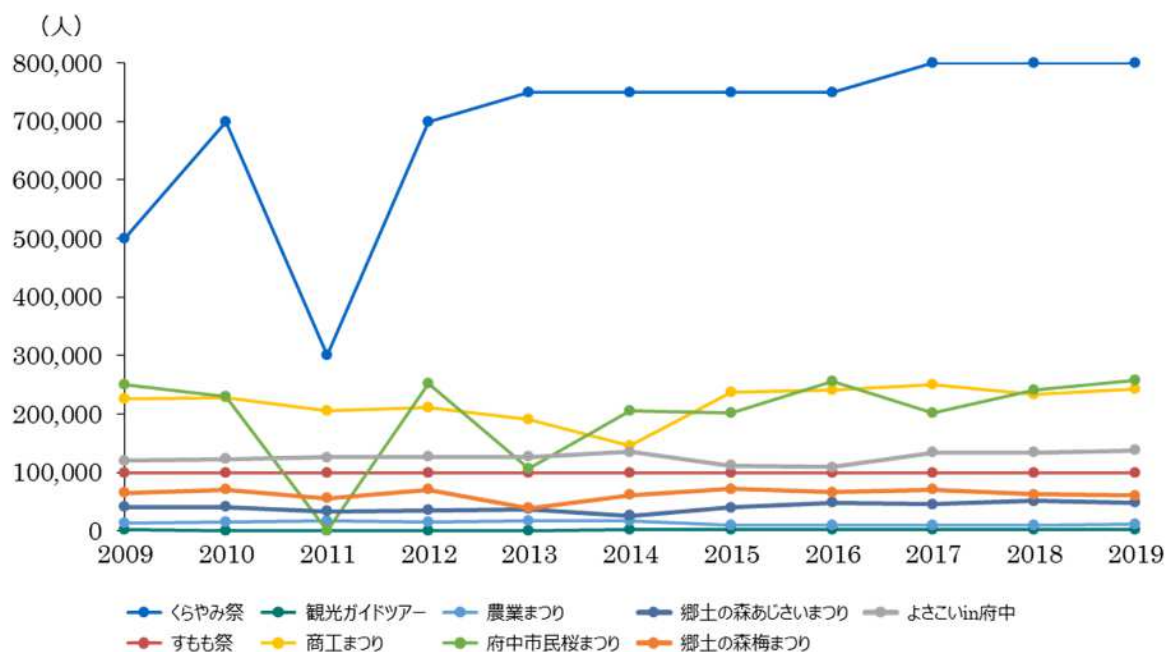
◆府中市観光の現状

本市の主要観光施設の入込客数は、「郷土の森関連施設」が最も多い結果となっています。また、各主要施設の入込客数は、横ばいか減少傾向です。

大國魂神社で毎年実施されている「くらやみ祭」は、多くの参加者を集客しています。一方で、その他のイベントの参加者は、例年横ばいです。



出典：府中市資料



出典：府中市資料

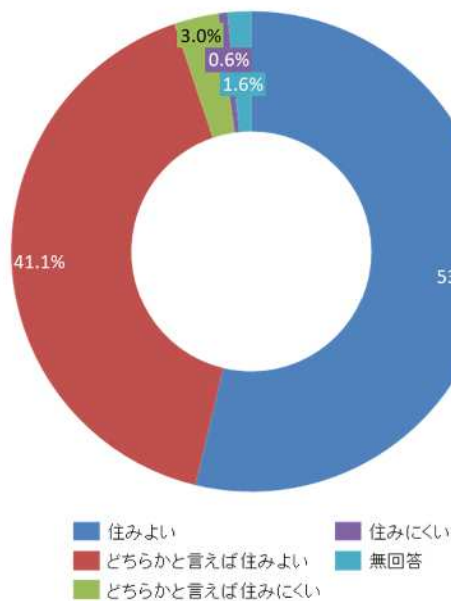
本市を訪れる外国人旅行者数は、中華人民共和国、台湾、大韓民国とアジアの方が多くなっています。



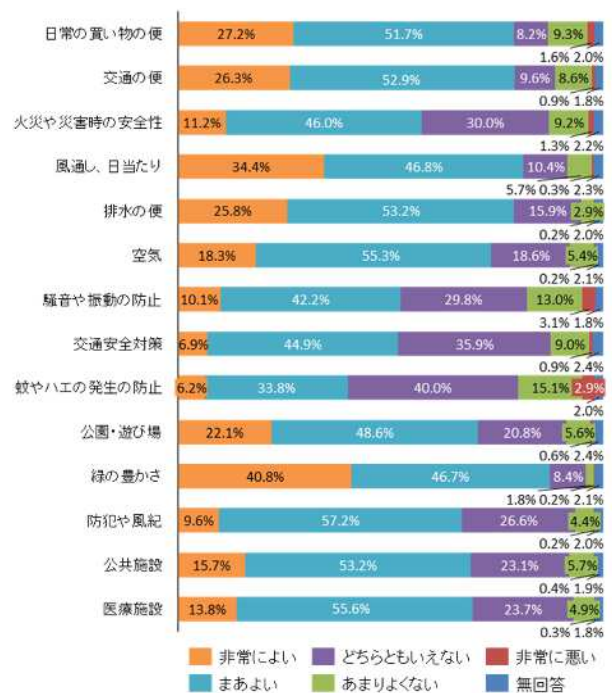
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

府中市民の9割以上が、本市は住みよいところだと感じています。身近な住まいの環境については、「緑の豊かさ」に非常によいと感じている市民が多くなっています。

府中市は住みよいところだと感じるか



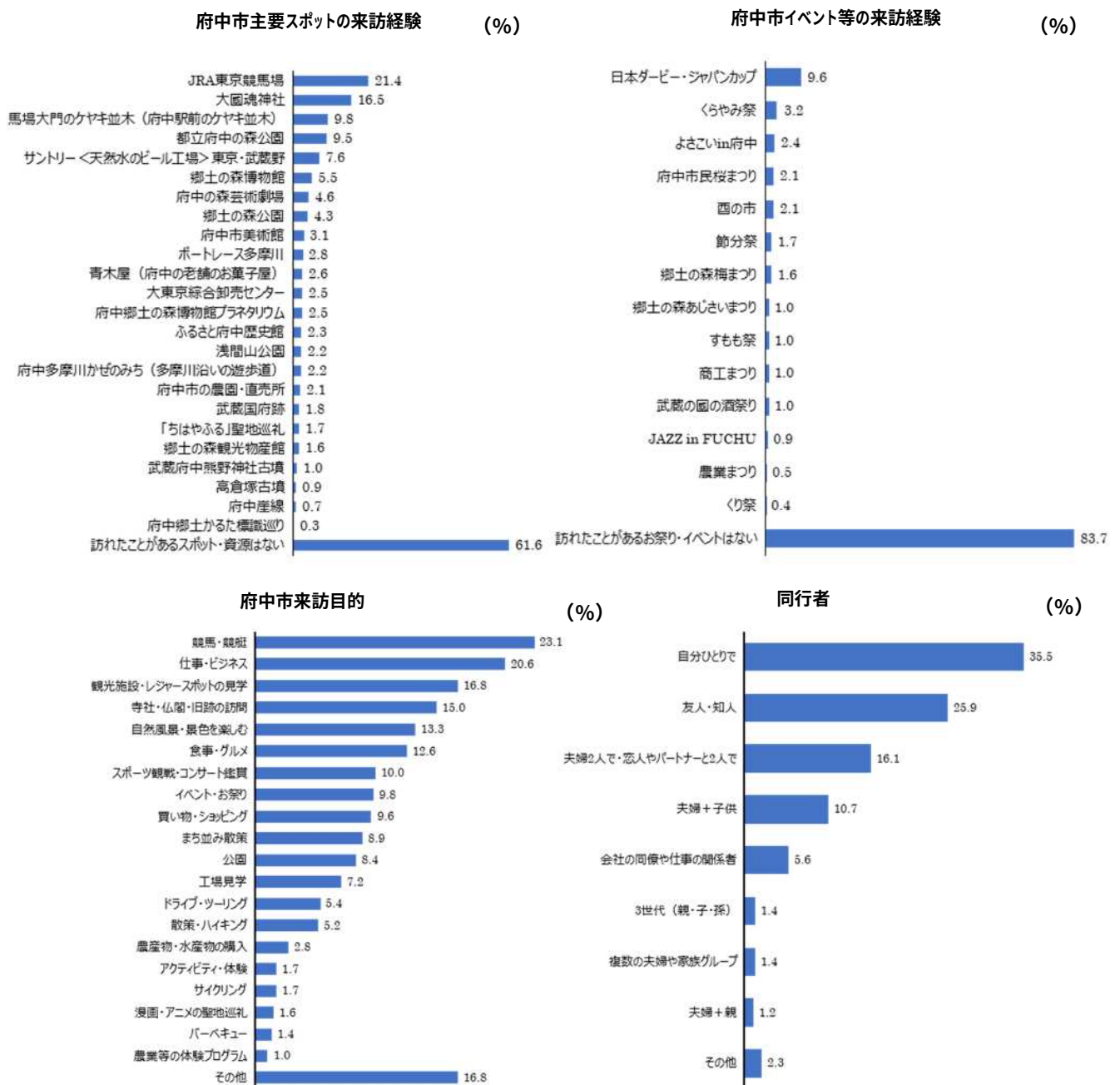
身近な住まいの環境についての率直な感想



出典：令和2年度市政世論調査

主要スポットの来訪経験では、最も来訪経験者の多い「JRA東京競馬場」で21.4パーセント、「大國魂神社」16.5パーセントが次いでおり、他スポットは10パーセントを下回っています。本市のお祭り・イベントの来訪経験では、「日本ダービー・ジャパンカップ」で9.6パーセント程度、「くらやみ祭」で3.2パーセント程度となっています。

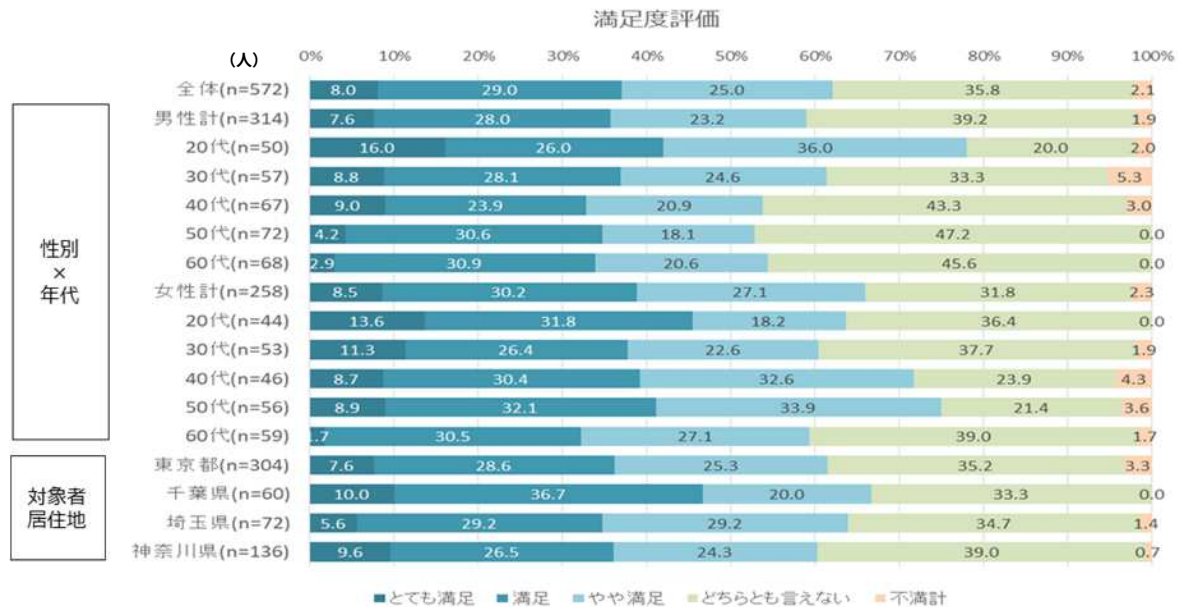
本市の来訪目的では、「競馬・競艇」23.1パーセント、「観光施設・レジャースポットの見学」16.8パーセント、「神社・仏閣・旧跡訪問」15.0パーセント、「自然景観・景色を楽しむ」13.3パーセント、「食事・グルメ」12.6パーセント等が比較的多く見られます。同行者は、「ひとり」35.5パーセント、「友人・知人」25.9パーセント、「夫婦2人・恋人やパートナーと2人」16.1パーセントで8割を占めています。



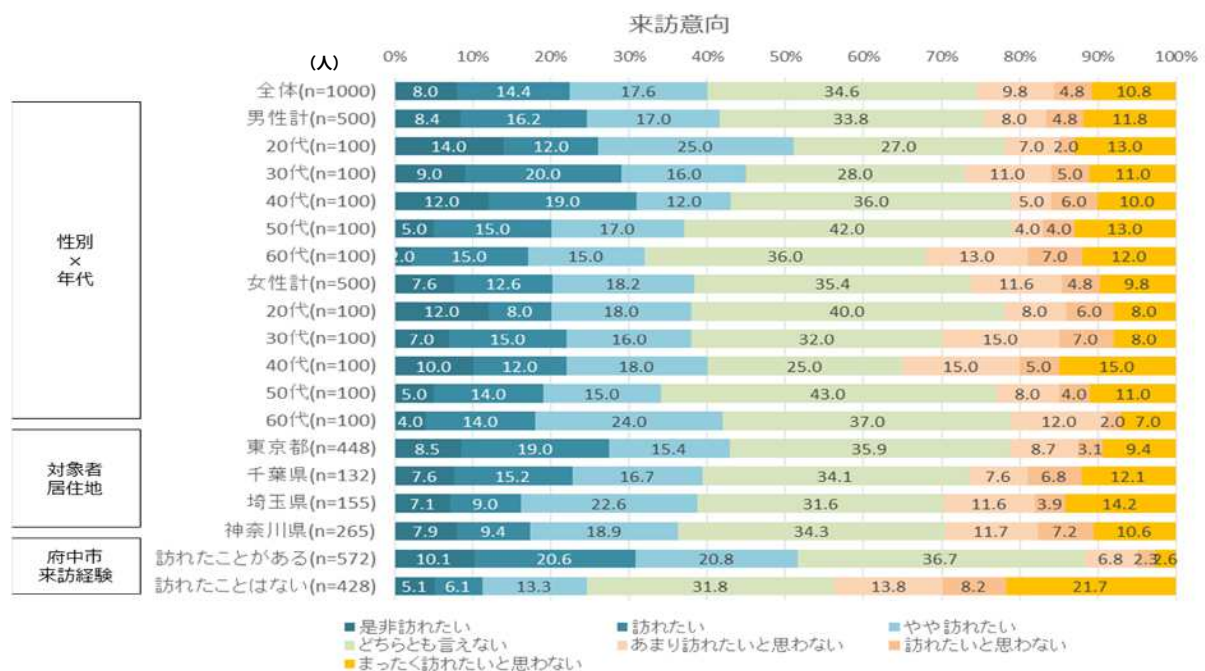
出典：府中市観光WEB調査（2020年）

直近の本市への来訪について、「やや満足」も含め全体の62.0パーセントが好意的に評価しており、不満を感じたとしている人は2.1パーセントとなっています。

また、20代男性では、78.0パーセントが好意的に評価しており、「とても満足」の割合も16.0パーセントと他の属性を大きく上回っています。



来訪意向では、「やや訪れたい」も含め今後府中への来訪意向を示しているのは全体の40.0パーセント、府中市来訪経験者でリピート意向を示している人は51.5パーセントとなっています。また、20代男性では、来訪意向者が51.0パーセントとなっており、他の属性を大きく上回っています。



出典：府中市観光WEB調査（2020年）

第3章 府中市観光の課題

1 府中市観光の現状分析

府中市観光WEB調査結果や協議会・ワーキンググループの意見を踏まえて、本市の観光振興へ向けた課題を整理しました。

本市のイメージとして、「競馬場・競艇がある」30.4パーセント、「公園が多い」29.2パーセント、「自然にあふれている」27.0パーセント等が比較的多く見られます。一方、市民が強みと感じている歴史関連のイメージ項目（武蔵国の国府、伝統的な店や歴史的な建造物がある、有名な神社・仏閣・史跡がある）を挙げている人は1割強程度となっており、主要スポットにおける認知度も低く、市民と訪れる方とのギャップがあることが分かります。

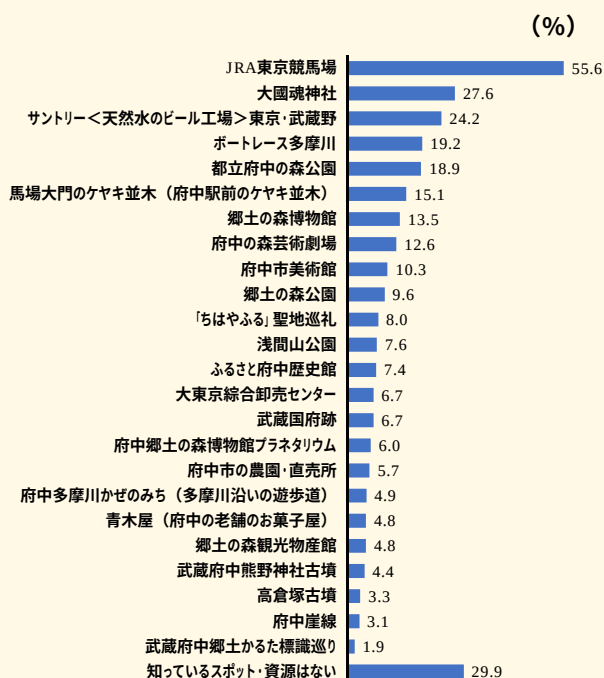
また、イメージの中でも「府中といえば○○」といったシンボリックなものは少ないのが現状です。市内には、国府として発展してきた歴史関連資源を始め、駅前ショッピング施設等の商業、先進技術の工場が立地している工業資源など、市民が誇れる資源が多数存在しております。それらを点ではなく、面として捉え、市民もゲスト・ホストとして楽しめるコンテンツとして発信していくことが重要です。

それに伴い、推進体制が非常に重要となります。現在各施設・団体ごとにSNS等を活用した情報発信をしている状況がありますが、行政含め横断的な連携を推進し、それぞれが観光拠点となりうるような整備が必要となってきました。

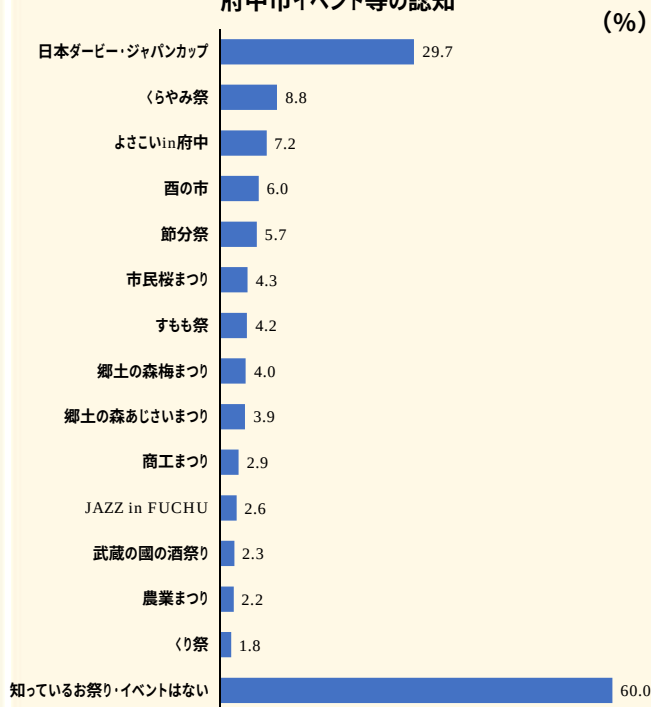
府中市のイメージ



府中市主要スポットの認知



府中市イベント等の認知



出典：府中市観光WEB調査（2020年）

観光WEB調査結果や協議会・ワーキンググループの意見より導出した府中市観光の課題について、カテゴリー別に整理を行いました。また、本市としての「強み」、「弱み」、「機会」及び「脅威」をSWOT分析で整理をしました。

課題			
イメージ	競馬場や公園、自然にあふれている等のイメージが比較的多いが、強みといわれている歴史関連（大國魂神社・くらやみ祭等）のイメージは低くなっています。	認知度	競馬場や日本ダービー・ジャパンカップの認知度は高くなっていますが、主要スポット・資源・お祭り・イベントの認知度は全体的に低くなっています。
お祭り	くらやみ祭等のお祭りは、古くから人々の手で守られてきた神聖なお祭りになっています。一方で、神聖なお祭りであることから、観光客がお祭りを体験する機会が不足しています。	来訪経験	9割以上が日帰りで訪れており、来訪目的も分散しています。主要なコンテンツをターゲットへ明確に伝え、滞在時間を長くしていくことが課題となっています。
案内拠点 観光の	府中市の観光案内拠点として、大國魂神社横に観光情報センターを設置しています。一方で市内に駅が14駅あることや美術館・博物館等のフィールド拠点もあることから、各資源を観光拠点として活用していくことも重要です。	ギャップ	調査により、来訪客は府中市に「観光」「旅行」で来ている感覚ではなく、府中のライフスタイルを楽しみに来ていることが分かっています。府中市民が楽しんでいるモノ・コトを発信していくことが重要となります。
各主体の 連携	各主体が独自の取組やSNS等における発信をしています。点と点を結び、府中のストーリーとして面で発信していくことが今後求められています。	行政内 連携	府中市のライフスタイルを市内外に発信していくためには、行政内の観光の部署だけでなく、主要コンテンツに沿った部署間の連携が不可欠となります。

■SWOT分析

弱み（課題）を克服するとともに、強み（歴史的背景・テーマ性・多様なお祭り・イベント・14駅等）をいかし、機会を着実に活かすことを意識した施策を展開します。

強み（S）	弱み（W）
・武蔵国の国府、ストーリー性、都会の中の田舎 ・まちの魅力を伝える博物館、個性的な企画展を開催する美術館等の施設 ・先進技術などの商工業が集積している。 ・駅が14カ所あり、都心からのアクセスが良好・駅周辺の個性的なお店群 ・魅力的な住環境・市民の府中市への愛着（暮らす人の満足度が高い。） ・多様なお祭り・イベントの開催 ・人情味の厚い府中市民 ・公園や都市農業など緑空間が多い。 ・次世代育成の場づくり（小・中学校とのつながり） ・良好なスポーツ環境 ・国際的スポーツイベントでの各国代表チームのキャンプ受入れ支援 ・近隣市より小・中学校が多い。 ・東京外国語大学、東京農工大学、都立農業高等学校がある。	・各資源・コンテンツの認知度の低さ ・歴史関連（大國魂神社、くらやみ祭等）のイメージは低い。 ・お祭り・イベントを体験する機会が少ない。 ・各主体がそれぞれの取組を行っているが、情報発信等の連携が取れていない。 ・府中市を象徴するイメージがない。 ・観光の案内拠点が少ない。 （駅が14駅あるが、観光の拠点にはなっていない。） ・受入側と訪れる側のギャップ（観光として訪れていない。） ・観光危機管理の視点（多摩川の氾濫や災害時の危機管理） ・行政内の横の連携が不十分 ・近隣地域との連携体制・近隣地域との差別化
・東京2020オリンピック・パラリンピックレガシー （ロードレースのスタート地点、事前キャンプの受入れ） ・ラグビーワールドカップ2019のレガシー（スポーツを通じた交流） ・観光の多様化 ・スーパーシティ・スマートシティなど、デジタルや先進技術への注目 ・ワーケーション、マイクロツーリズムなどの新たなトレンド ・SDGsの国際的な流れ ・コロナ禍における健康志向の高まり （緑空間やスポーツ環境への関心の高まり） ・ちはやふるなどのアニメ聖地巡礼等、特定テーマへの注目	・新型コロナウイルスの影響 ・多摩川氾濫等の災害 ・人流の減少 ・都市化による緑（公園や都市農業）の減少（人口が増え続けている。）
機会（O）	脅威（T）

2 今までの取組内容の整理と観光振興に向けた課題

前プランに基づき取り組んできた観光振興施策について、成果と課題を整理し、本プランへとつなげていきます。

前プランKGI	平成21年度	令和元年度	令和2年度
観光入込客数：350万人（年間）	約200万人(年間)	271万人(年間)	73万人(年間) ※新型コロナウイルスの影響による

※観光入込客数については、主要な施設の入場者数、主要なお祭り・イベントの来場者数の延べ人数で算出しております。

★…最重点施策
☆…重点的かつ速やかな施策展開が求められるもの
◇…重点施策

◎…計画通り実行でき効果も見られた
○…計画通りに実行できた
△…計画通りには実行できなかった

	項目	重点施策	進捗 (R2年度)
1 観光資源の魅力向上	(1) 地域の魅力の向上		
	①テーマ性が高く四季を通じて魅力のある観光メニュー（コース）の開発	★	○
	②市民の目線に立った新たな観光資源の掘り起こし	◇	○
	③観光メニューの定期的な評価・測定		○
	④観光施設・資源等の整備と保全		○
	⑤魅力ある新たな観光拠点施設等の整備	★	○
	⑥市内外を含む広域的な観光施設・資源間の連携強化	◇	◎
	⑦観光施設・資源等へのアクセスや周遊に資する環境整備（道路、交通手段）	◇	○
	⑧観光資源や周辺環境、拠点の景観形成		○
	(2) 地域産品の創造と活用の促進		
	①現在の地域産品のブランド力の強化	◇	○
	②新たな地域産品の商品開発	◇	○
2 情報の発信とニーズの収集	(1) 多様な媒体による情報伝達の促進		
	①ガイドブック・ガイドマップ決定版の作成	★	○
	②電子媒体による情報発信の強化	★	◎
	③フィルムコミッションやマスメディアを活用した情報発信の強化	☆	◎
	④「ロコミ」や地域メディアを通じた「府中ファン」の拡大	◇	○
	(2) 情報に接する機会の創出		
	①ガイドブックやガイドマップの設置・配布の促進		○
	②祭り・イベント時を活用した情報提供・PR	☆	○
	③参加型イベントや交流イベントの充実	★	○
	④出向宣伝の強化	◇	◎
	(3) 観光データの把握・分析		
	①観光統計の改善とデータベースの充実	★	△
	②観光形態やニーズ等の質的データの把握	★	△
	③観光がもたらす効果の検証	★	△

	項目	重点施策	進捗 (R2年度)
3 おもてなし の受入態勢 づくり	①観光施策を実施していく組織づくり	◇	◎
	②観光に関する取組全般を推進していく体制づくり	◇	○
	③府中市や市内の観光資源を学び、体験する機会の充実	◇	○
	④ガイドなど観光に関わる人材の確保・育成	☆	○
	⑤外国人観光客受入対策の導入		○
4 多様な主体の連携 による施策の推進 体制づくり	(1) 観光振興のための協働体制の構築		
	①行政における効率的な施策推進体制の強化		○
	②行政、観光、農業、商工業、まちづくり団体、市民等からなる協議会組織の拡大・強化	★	○
	③周辺自治体等との連携による広域観光の推進体制の構築	◇	○
	(2) 施策推進のための環境整備		
	①観光振興に資する制度面などの環境整備の推進		○



ちはやふるの世界～府中・瑞沢高校からた部篇～を開催



京王線新宿駅構内での広告掲出



国分寺・府中魅力再発見ミニブックを作成



府中駅臨時観光案内ブースを設置

1 - (1) 地域の魅力の向上

【主要な取組】

- 観光ボランティアとの連携によるテーマ性を意識した観光コース・観光メニュー開発を行い、モニターツアーでの実証やアプリ・冊子等のアウトプットに活用しました。
- 計画期間中にラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピックなどのイベントを迎えたことから、外国人が参加するフィールドワークなどを組み込んだ観光メニュー開発や、海外インフルエンサーからのルートに関する意見聴取などを行い、外国人観光客向けの着地型観光旅行商品・モニターツアー・実際の販売等までを実施しました。また、東京2020オリンピック自転車競技ロードレースのスタート地点となることから、サイクリスト向けのコンテンツ造成を行いました。
- 市・まちづくり府中・シェアサイクル事業者が連携し、シェアサイクルのステーション設置箇所を拡大した上で、その利用について各種事業に関連してPRを実施しました。
- 郷土の森観光物産館において市の観光情報や農産物・特産品の情報発信を行うことや、市のブランドや歴史・文化・観光・イベントなどの市の情報に気軽に触れることができる情報発信拠点施設として、「183 FUCHU FAN ZONE」を府中駅北口改札前に開設しました。
- 本市とゆかりのある漫画「ちはやふる」を活用したPRを平成27年度（2015年度）から毎年実施し、「府中＝ちはやふるの聖地」というイメージが定着しました。
- 南武線沿線住民を対象としたインスタフォトコンテストを開催し、住民目線で観光資源の掘り起こしを実施しました。

成果

観光入込客数（年間）	2,492,427人(H27年)		2,713,735人(R元年)
観光情報センター（入込客数）	26,800人(H27年)		31,225人(R元年)
郷土の森観光物産館（入込客数）	186,864人(H27年)		222,777人(R元年)
宿泊者数（国内・年間）	100,319人(H27年)		117,188人(R元年)
宿泊者数（海外・年間）	2,465人(H27年)		3,762人(R元年)
シェアサイクル設置箇所	19か所(H30年)		88か所(R2年)

総括

観光ボランティアとの連携によるテーマ性を意識した観光コース・メニューの開発やちはやふるなどのテーマ性を持ったコンテンツ開発、ビックイベントに向けた訪日外国人向けコンテンツ開発など、地域の各主体が連携した観光の基盤づくりが行われ、地域の魅力向上に向けた機運が高まりました。

1 - (2) 地域産品の創造と活用の促進

【主要な取組】

- ・ 府中観光協会推奨品に関するマップ作成、各種イベントにおける特産品販売等、府中ブランドの強化を実施しました。
- ・ 府中観光協会推奨品の総認定数63品目、販売している商品は33品目となりました。
- ・ 藤みのりぶどうエールビールなど新しい地域産品の商品開発が進んでいます。
- ・ 郷土の森観光物産館内のレストランでは、地場産の野菜を使用したメニューを提供しています。
- ・ 市内産の野菜や特産品を販売し、地産地消を推進しています。

成果

府中観光協会推奨品

総認定数56品目(H27年)

総認定数63品目(R元年)

総括

観光と地域の農業・商工業の連携として、府中観光協会推奨品の認定や地域産品の商品開発、飲食店への地域産品の使用など、域内調達と域内循環が促進されました。

2 - (1) 多様な媒体による情報伝達の促進／2 - (2) 情報に接する機会の創出

【主要な取組】

- ・ 「むさしのくにてくごよみ」、「府中に夢中」、「Tokyo TAMA魅力発見！まちめぐりマップ」、「開運・おさんぽ・探検」などテーマに分けた観光冊子を作成しました。
- ・ TBSドラマ日曜劇場「ノースサイド・ゲーム」のロケ誘致、ふちゅうロケーションサービスのホームページをリニューアルしました。
- ・ 京王線沿線観光連絡会議連携部会によるフェイスブックページ、南武線沿線自治体シティプロモーション推進協議会によるインスタグラムの立ち上げを行いました。府中観光協会や市のHP・SNS等を活用した情報発信を実施しました。
- ・ 漫画「ちはやふる」を活用したデザインマンホール作成、ちはやふる複製原画展・ステッカーラリーの開催、マンホールカードを発行しました。
- ・ ラグビーのまち府中に関連したイベントを府中観光協会で開催しました（ラグビートークショー）。
- ・ 「武蔵国 府中大使」の制度を創設しました。神宮エミ氏が大国魂神社でのパフォーマンスをYouTubeで動画配信し、世界へ発信するコンテンツとして話題を呼びました。
- ・ 市制施行65周年記念市民パレードの開催に伴い、新宿駅で大規模な広告を掲出したほか、市制施行65周年記念乗車券の配布を行いました。
- ・ 観光アプリ「ぶらり国・府」の多言語化や市内観光情報を多言語で掲載するHP「Fuchu Official Visitor Guide」を開設しました。
- ・ 外国人観光客おもてなし職員によるInstagram等の運用を開始しました。
- ・ 外国人観光客向け府中市PR動画を作成し、YouTube等で情報発信を行ったほか、多言語情報サイト「Guidoor」に本市の観光情報を掲載しました。
- ・ 多言語ガイドマップを設置しました（市内大学・ホテル・東京観光情報センター・都内観光案内所等）。
- ・ 成田国際空港デジタルサイネージ、新宿アルタビジョン、渋谷スクランブル交差点街頭ビジョン及び京王線車内において、外国人向けPR動画の掲出を行いました。

成果

撮影支援実績

34件(H27年)

73件(R2年)

府中観光協会ホームページアクセス数

—

60,371回(R元年)

SNS フォロワー数

—

Facebook 3,9517フォロー
Instagram 2,4747フォロー (R3年8月)

ぶらり国・府 ダウンロード数

4,046回(H27年)

11,924回(R元年)

武蔵国 府中大使

4団体+6人(H27年)

6団体+8人(R元年)

総括

ビックイベントに合わせ、様々な施策が展開され、国内外向けに本市の魅力が発信されました。本プランでは、本市のストーリー性も鑑み、精度の高いターゲット設定により、誘客につながるプロモーションの展開が必要となります。

2 - (3) 観光データの把握・分析

【主要な取組】

- RESASや観光予報プラットフォームの活用、主要観光施設やイベントでの観光入込客数を継続的に把握しています。また、市内宿泊施設の利用状況の把握に向けて調整を進めています。
- 1都3県の住民を対象とした、本市の観光に関するインターネット調査を実施しました。
- 平成30年1月（2018年1月）～令和元年12月（2019年12月）までの訪日外国人観光動向調査（ビッグデータを活用した定量分析調査）を実施し、外国人観光客向けの取組における効果検証を行いました。

成果

訪日外国人観光動向調査（旅行客数）	50,448人(H30年)	→	59,689人(R元年)
府中市観光WEB調査（満足度）	—	→	62.0%(R2年)
府中市観光WEB調査（推奨度）	—	→	36.9%(R2年)

総括

数多くの取組をしてきた中で、その取組の効果や目標への貢献度合等、数値目標が明確に定められていないため、評価・分析が不明瞭な課題が残っています。本プランにおいては、評価指標（KGI・KPI）を明確に定め、取組に対して効果検証を行い、次の施策につなげていく必要があります。

3 おもてなしの受入態勢づくり

【主要な取組】

- 観光振興連絡会、府中観光協会の理事会・総会、国分寺府中観光振興連絡協議会、京王線沿線観光連絡会議、南武線沿線自治体シティプロモーション推進協議会等の組織があり、観光推進に関する協議を実施しています。
- 訪日外国人旅行者向けに「観光スポット周辺にFuchu City Free Wifiを整備」、「観光情報センターに多言語対応のデジタルサイネージ及び映像付きコールセンター機能のタブレットを整備及び観光情報センター周辺表示の多言語化」、「市民向け指さし会話帳及び飲食店向け指さしシートを作成」等の取組を行った。また、ラグビーワールドカップ2019期間中、外国人観光客を英語で案内できる臨時観光案内ブースの府中駅・多磨駅への設置、観光情報センター及び郷土の森観光物産館への音声翻訳機（ポケットーク）の導入等の取組を行いました。

総括

ラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピックに合わせて、受入態勢づくりが加速され、様々な施策が展開されました。市民の受入れに対する機運の高まりを次の施策にもいかし、更なる受入環境整備を推進していく必要があります。

4 - (1) 観光振興のための協働体制の構築／4 - (2) 施策推進のための環境整備

【主要な取組】

- ふるさと文化財課やスポーツ振興課等と、事業ごとに協議会や委員会を組織しており、庁内での協力体制は構築されています。
- 市、府中観光協会、まちづくり府中、商工会議所等の連携により、協力体制が構築されています。
- 国分寺・府中観光振興連絡協議会、京王線沿線観光連絡会議、南武線沿線自治体シティプロモーション推進協議会等を定期的に開催し、広域観光の取組を実施しています。
- 近隣市、テーマ別の連携による事業が増え、地理やテーマを切り口とした本市への認知獲得の機会が増加しています。

総括

前プランの施策の展開により、各主体間の連携基盤づくりが推進されています。本プランでは、各主体や協議会等の役割を明確にし、評価指標（KGI・KPI）達成に向けた更なる連携を強化していきます。

前プラン全体総括

- 前プランの全体的な目標は府中市観光の基盤づくりであり、計画した観光施策を通じ、府中における「観光」という視点の定着、観光基盤の整備が進みました。
- 上記から前プランの策定の目的である、地域の活性化と郷土意識の醸成を柱とする地域振興につながったと評価します。
- 特に令和元年（2019年）から令和3年（2021年）にかけては、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピックといったビックイベントもあり、訪日外国人への情報発信や受入環境整備の取組が推進されました。
- 国内向けについても、各種パンフレットの制作や観光ボランティアによるツアー実施、資源の掘り起こしからモニターツアーまで、観光振興に向けた基盤をつくってきた10年間だったと考えられます。

前プランに基づき行われた施策（令和2年度調査含みます。）について、総括も踏まえ、次のとおり課題を整理しました。

課題

- 数多くの取組をしてきた中で、その取組がどういった効果をもたらしたのか、目標に対してどのくらい寄与したのか等、数値目標が明確に定められていないため、評価・分析が不明瞭な課題が残っています。本プランにおいては、評価指標（KGI・KPI）を明確に定め、取組に対して効果検証を行い、次の施策につなげていく必要があります。
- 前プラン策定時に比べ、現在では観光市場が更に細分化しており、認知度を上げれば観光客を呼び込める状況ではなくなっています。そのような状況下において、より精度の高いターゲット設定に基づいた施策の展開が課題です。ターゲットを明確に設定し、誰に、何を（どのような価値を）、どのように発信していくのかを考えた上でコンテンツとして提供していく必要があります。
- 個別の取組による基盤ができつつある中で、今後は、点ではなく、面として捉え、本市の価値を提供していくことが重要です。歴史・文化的ストーリーや、よりテーマ性を意識したつながり、異業種間のコラボレーションなどを意識してコンテンツづくりを行うとともに、推進体制及び各主体の役割も含めて検討していくことが必要です。
- 市民が誇れるまちづくりに向けた取組に観光の視点を活用することも重要です。子どもたちへの観光まちづくり教育やSDGsの視点など、未来につながる持続可能性を意識した要素を取り入れることが必要です。

※KPI：KGIを達成するための各プロセス（施策）が適切に実施されているかどうか評価するための指標

第4章 基本目標と施策の方向性

本市における観光振興の基本目標と施策の基本方針を定めました。

検討に当たっては、「府中市観光WEB調査（2020年）」結果や府中市観光振興プラン検討協議会、府中市観光振興プラン策定ワーキンググループの意見を踏まえています。

また、市民や来訪者に対する訴求力の高い施策を検討し、本市のシティプロモーションに資する観光振興プランとなることに留意しています。

1 基本目標

経営力に基づく観光を基軸として、観光・交流による地域の活力を向上し、市民が誇れる観光・交流を磨き上げ、持続可能な観光・交流を実現することを、本市の観光振興の基本目標（目指すべき姿）と定めます。

観光振興の基本目標（目指すべき姿）に向けて、観光に関わる全ての関係者と目標を共有し合い、協働していくため、本市ならではの価値（地域ブランドの方向性）をスローガン・コンセプトとして分かりやすくまとめました。

（1）スローガン

多様性と持続性のある交流文化都市 府中 ～伝える つながる 仕掛ける～

（2）コンセプト

■伝える

約1300年前に武蔵国府が置かれた府中市は、武蔵国（現在の東京都・埼玉県・神奈川県横浜市・川崎市の大部分）の政治・経済・文化の中心として栄えました。江戸時代には、甲州街道の宿場町として産業・情報が集積し、多彩な文化が育まれてきました。この長い歴史の中で培われてきた交流の礎は、現代の府中市民のシビックプライドに引き継がれ、地域の活力・地域の魅力向上、そしてシティプロモーションにもつながっています。

■つながる

くらやみ祭を始め、大國魂神社やけやき並木通りを中心に、一年を通して行われる伝統の祭りや多くの市民イベント、最先端のテクノロジーを誇る様々な分野の大規模事業所、複合商業施設や個性的な商店街などへの来訪者でにぎわう街中、市民や来訪者の心を癒やす豊かな緑地、国際スポーツ大会での海外との交流の実績など、現在も交流の歴史の上に新たな文化が生まれ、多様な出会いや連携が創出されています。

■仕掛ける

歴史を背景とした「上質な時間」が流れる府中市の魅力を市民がホスト・ゲストとして楽しむとともに、その魅力を市内の多様な事業者や市民との協働・共創により発信しながら、国内外の人々のより大きく多様な交流を促します。

（3）プランの指標（KGI）・目標値

観光振興の基本目標（目指すべき姿）に向けて、3つの指標を設定し、令和7年度（2025年度）に中間評価、令和11年度（2029年度）に最終評価を行います。各指標の目標値は、4ページを参照してください。

指標

市内への来訪者数

市民の推奨度

来訪経験者の満足度

*本プランとシティプロモーションとの関係

東海大学の河合氏は、シティプロモーションを、市民と他地域からの来訪者の次の4つの意欲を高める活動として整理しています。本プランでは、前述の基本目標でも示している他地域の人々との関係の構築、市内の多様な主体との連携等、観光の持つ幅広い機能の活用を視点として加えています。第5章で示す本プランに基づく施策展開は、市民向け情報発信を含めシティプロモーションに求められる施策と重なります。

地域参画容量

居住者

地域推奨意欲
地域参加意欲
地域感謝意欲

非居住者

地域推奨意欲

東海大学 河井孝仁教授

2 施策の基本方針

基本目標を踏まえ、本プランに盛り込む施策の基本方針を以下のように設定しました。

観光・交流による地域の活力向上 市民が誇れる観光・交流の磨き上げ 持続可能な観光・交流

スローガン…多様性と持続性のある交流文化都市 府中へ伝える つながる 仕掛ける

(1) 多様な事業者のコラボレーションによる観光コンテンツ・交流拠点づくり

本市の主要テーマである緑・商工業・スポーツ等の資源に歴史・文化的ストーリーを加え、観光コンテンツづくりを行います。また、文化施設（博物館・美術館・芸術劇場等）、14駅、商業施設・商店街などを交流拠点として活用し、面として魅力を発信することで、来訪者の回遊性の向上、滞在時間の増加を図ります。加えて、市民がホスト・ゲストとして楽しめることや主要テーマの連携を行い、コンテンツの高付加価値化及び「質」を重視する観光を目指します。

また、コンテンツを造成するだけでなく、成果の指標（KPI）を定め、検証を行い、更にコンテンツをブラッシュアップしていくなど、持続可能な観光振興につなげていきます。

(2) ターゲットを明確にしたプロモーション（情報発信）

多様化する観光市場を見据え、誰に・何を・どのように伝えるか、マーケティング視点によるターゲットを明確に定めた情報発信を行います。その際には、市民に向けた情報発信や、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピックのレガシーをいかした国外向けプロモーションなど、市内外・国内外問わず、相乗効果による交流の促進を図ります。

また、情報発信や効果測定のデジタル化、情報の一元化など、様々なコンテンツが整理されたプラットフォームの構築による効果的な情報発信を行います。

(3) 府中市の観光まちづくりを担う人材の育成／受入環境整備

受入体制を考えるに当たって、ホストとしての市内の人材育成も強化します。ガイドなどの観光に関わる人材の確保・育成や、市内小・中学生等の子どもたちに対しての観光まちづくり教育を行うなど、自分たちの地域の良さを知り、愛着を持ち、そしてその良さをゲスト（市内外）に発信していくような、持続可能な観光まちづくりに向けた取組を行います。

また、本市を訪れる方の利便性や滞在時間の向上、満足度の向上を目指し、SDGsの視点も踏まえた、年齢や性別、国籍や障がいの有無などにかかわらず「誰もが楽しめる旅行」（ユニバーサルツーリズム）に向けて、受入環境整備を行います。訪日外国人旅行者に対しては、ラグビーワールドカップ2019の公認チームキャンプ地や東京2020オリンピック・パラリンピックの各国代表チームの事前キャンプ受入実績をいかし、より深いホスピタリティを实践するほか、多言語対応などのハード面も継続的に整備していきます。加えて、国内来訪者については、交流を通して関係人口の創出を図ります。

(4) 推進のための体制づくり（多様な主体の連携と環境整備）

本市の観光振興の中心となる府中観光協会を下支えする体制として、観光関係者・団体のみならず、市民、観光振興連絡会、農業・商工業関係者、スポーツ団体、教育機関、行政等、様々な主体が連携を行い、事業を推進していきます。また、行政内各部署間の横断的な連携・取組を促進することで、より迅速に観光まちづくりを進めます。加えて、東京農工大学や東京外国語大学、都立農業高等学校等の高校・大学等教育分野との連携、周辺自治体との連携を強化し、世代間連携・広域連携による相乗効果も図ります。

また、体制構築の中で、新たに観光危機管理の視点を含め、多摩川氾濫などの危機に応じて、来訪者に対しどのような対策を講じていくのか、計画・役割分担を定め、安心・安全な観光を目指します。

第5章 観光振興へ向けた施策

1 施策の体系・指標（KPI）

基本方針を踏まえ、具体的な施策メニューの体系化を行いました。

	項目	指標（KPI）		
1 多様な事業者の コラボレーション による観光コン テンツ・交流拠 点づくり	(1) 観光コンテンツづくり			
	リーディングプロジェクト	①ストーリー性のある観光コンテンツの開発	- コンテンツ造成数 - 観光プログラムの参加者数 - 観光プログラム参加者満足度 ※プログラム参加者アンケート - 近隣自治体との連携事業数	
	重点施策	②市民も楽しめる観光コンテンツの開発		
	重点施策	③観光プログラムの定期的な評価・測定		
	重点施策	④各テーマの多様な主体が連携した観光コンテンツの開発		
	基盤づくり	⑤近隣自治体等と連携したコンテンツ造成		
	(2) 交流拠点づくり			
	リーディングプロジェクト	①駅や観光・文化施設を活用した交流拠点づくり	- 主要施設（観光情報センター、郷土の森観光物産館、郷土の森博物館、府中市美術館、サントリー、東京競馬場）の入込客数 - シェアサイクル利用者数 - ちゅうバス利用者数	
	重点施策	②二次交通手段を活用した各交流拠点との回遊性向上		
	基盤づくり	③郷土の森観光物産館を活用した交流拠点づくり		
2 ターゲットを明 確にしたプロ モーション (情報発信)	(1) プロモーション（情報発信）			
	重点施策	①ターゲットに即した情報発信の強化	- 府中観光協会ホームページアク セス数 - SNSフォロワー数増加率 - 武蔵国 府中大使との連携事 業 - 映画・ドラマ・その他コンテンツの ロケ本数	
	重点施策	②市民向けの情報発信／市民自ら情報発信をする仕組みの構築		
	重点施策	③多様な主体による情報発信の一元化 （プラットフォームの構築・ファンづくり）		
	重点施策	④フィルムコミッションを活用した情報発信の強化		
	重点施策	⑤国際的なスポーツ大会のレガシーをいかしたインバウンド向けプロ モーション		
	基盤づくり	⑥パンフレット・特設サイトの適正化		
	基盤づくり	⑦武蔵国 府中大使との連携強化		
	(2) 受入環境整備			
	基盤づくり	①スポーツ大会の受入実績をいかした訪日外国人受入環境整備	多言語案内ツールの整備	
3 府中市の観光ま ちづくりを担 う人材の育成 受入環境整備	(1) 人材育成			
	重点施策	①ガイドなど観光に関わる人材の確保・育成	- 観光ボランティアガイド向け勉強会 等の開催数 - 新規ボランティアガイドの獲得数 - 小・中学生等を対象とした観光事 業数 - お祭りやイベント支援数 - 観光分野に関わる人材に向けた講 座数	
	重点施策	②府中市の未来を担う小・中学生等を対象とした観光まちづくり教育		
	基盤づくり	③お祭りやイベント等のコーディネート・プロモーション支援		
	基盤づくり	④各観光・文化施設の観光分野に関わる人材育成		
	(2) 受入環境整備			
	基盤づくり	①スポーツ大会の受入実績をいかした訪日外国人受入環境整備	多言語案内ツールの整備	
	4 推進のための 体制づくり	(1) 推進のための体制づくり		
		リーディングプロジェクト	①多様な主体の連携	- 観光振興連絡会開催数 - 観光振興連絡会による新規施策 数 - 行政内横断事業・施策数 - 観光危機管理に関するセミナー数 - 周辺自治体との会議数
		重点施策	②府中観光協会の体制強化への支援	
重点施策		③行政における横断的な推進体制の構築		
重点施策		④観光危機管理を意識した連携体制		
基盤づくり		⑤各テーマごとのリレーションの構築		
基盤づくり		⑥周辺自治体との連携による広域的な推進体制の構築		

※KPI：KGIを達成するための各プロセス（施策）が適切に実施されているかどうか評価するための指標

※施策の優先順位を分類した「リーディングプロジェクト」、「重点施策」、「基盤づくり」については52ページを参照。

2 観光施策におけるマーケティング戦略

本市の観光振興に当たり、マーケティングの考え方に基づいた戦略の策定が非常に重要になります。特にターゲティングは重要であり、「誰に」、「何を（どのような価値を）」、「どのように」伝えていくのかを明確にすることで、本市の魅力は伝わりやすくなります。

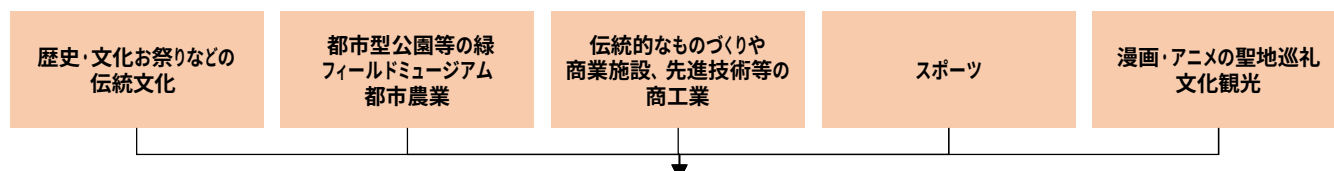
調査結果等から導出したターゲット（潜在層）への新たな魅力の訴求に向けて、コンテンツの考え方と府中市観光の現状や課題、協議会・ワーキンググループの意見・調査を踏まえて、第2章で整理している各主要テーマごとのターゲットと、伝える価値のキーワードを整理しました。

■コンテンツの考え方

単なる資源の組み合わせではなく、「観光素材」、「地域の歴史・文化」、「地域の人」など、地域で得られる本物の情報とアイデアを掛け合わせたものが、魅力的なコンテンツとなります。



■府中市の主要テーマ



コンテンツの考え方や市民がホスト・ゲストとして楽しめる・楽しんでいるモノ・コトを本市ならではの価値として加え、本市の魅力的なコンテンツとしてターゲットに訴求

■ターゲット・伝える価値のキーワード

	ターゲット（潜在層）	伝える価値のキーワード（協議会・ワーキンググループより）
歴史・文化・お祭りなどの 伝統文化	- 市民 - 首都圏20代男性 - 首都圏60代女性 - 首都圏20代～40代男女既婚、60代女性・シニア層	- 武蔵国の国府（政治・経済・文化の中心） - 宿場町として栄え、交流文化が発展 - 馬場大門のケヤキ並木 - 大國魂神社（人々に衣食住の道を教える） - 歴史を語れる街 - 武蔵府中郷土かるた巡り - 美術館、博物館が交流（地域の記憶を辿る）拠点となっている。 - くらやみ祭等の数多くのお祭りが市民同士、市民・市外の方をつなぐ交流の懸け橋 - 多彩な文化から育まれてきた人情や人柄
都市型公園等の緑 フィールドミュージアム 都市農業	- 市民 [緑] - 首都圏20代男女 - 首都圏20代～40代既婚男性 - 首都圏20代～30代未婚女性 [農業] - 首都圏20代～40代男女既婚	- 多摩川、浅間山、崖線等の自然 - 梅園・あじさい・彼岸花など、東京NO.1を目指せるスポット - 府中の自然・歴史を深く学ぶことができるフィールド施設「郷土の森博物館」 - 独自の企画展が有名な府中市美術館などの文化施設と調和した都市型公園「府中の森公園」 - 故人を訪ねる貴重な歴史的資源でもある「多磨霊園」 - 癒やし空間としての緑 - 公園内でBBQ等の多世代が交流する場がある。 - 人々の手によって丁寧に維持されてきた緑・都市農業 （多様な野菜、果物等、農産物が豊富） - 約90か所の農産物直売所が交流の拠点となっている。

※ターゲットについては、調査において本市の各テーマごとのコンセプト文・ビジュアルを提示し、興味度・関心度ともにその他属性よりも好反応を示した属性を設定しています。

■ターゲット・伝える価値のキーワード

伝統的なものづくりや 商業施設、先進技術等の 商工業	ターゲット（潜在層） ・ 市民 ・ 首都圏（東京・神奈川・千葉・埼玉）20代男女 ・ 首都圏（東京・神奈川・千葉・埼玉）20代～40代既婚男性	伝える価値のキーワード（協議会・ワーキンググループより） ・ 武蔵国の国府が置かれ、政治・経済・文化の中心として先進的な技術が伝わる。 ・ 手工業の職人が集まり、古くからのづくりが盛んに行われている。 ・ 宿場町が形成され、宿を中心に多種多様な商売が営まれ、江戸や近隣の村から人々が集まる交流の場にもなり、多彩な文化が育まれた。 ・ 伝統的なお菓子屋の青木屋や蔵カフェなどから、当時の府中の名残を感じることができる。 ・ 国や民間の防災システムに数々の先端技術が採用されている「白山工業」 ・ プラネタリウムの世界的なトップメーカー「五藤光学研究所」 ・ 東芝、サントリー、NECなどの大企業の主要な工場が立地（「はやぶさ」を手掛けたNECの人工衛星組み立て工場等） ・ 「おもしろいものをつくらう」というものづくりの心髄、伝統を引き継いだ最先端の技術力、本物のものづくり文化・ストーリー
スポーツ	ターゲット（潜在層） ・ 市民 ・ 首都圏（東京・神奈川・千葉・埼玉）20代～40代男性 ・ ラグビーワールドカップ2019の公認チームキャンプ実施国、東京2020オリンピック・パラリンピックにおけるホストタウン相手国（オーストリア・オーストラリア）との継続的な国際交流	伝える価値のキーワード（協議会・ワーキンググループより） ・ 東京2020オリンピック自転車競技ロードレーススタート地点 ・ ラグビーのまち府中（地域活性化、スポーツ振興・健康増進、観光振興・市民協働、子どもの健全育成・教育） ・ 各種運動場があり、ラグビー、サッカー、ハンドボール、フットサル、ソフトボール等の競技が行われている。 ・ ホストタウンの取組 ・ トップチームやアスリートの活動拠点 ・ 「ボールふれあいフェスタ」を始めとするトップチームが関わるレクリエーションイベント等、スポーツを通じた交流も行われている。 ・ ラグビーワールドカップ2019公認チームキャンプ地（イングランド・フランス・南アフリカ） ・ シェアサイクル
漫画・アニメの聖地巡礼 文化観光	ターゲット（潜在層） ・ 市民 ・ 首都圏20代男女	伝える価値のキーワード（協議会・ワーキンググループより） ・ ちはやふるの聖地巡礼 ・ ちはやふる～千早と太一が住む街「府中」 ・ 「ちはやふる」のモデルとなった府中白妙会との交流 ・ パブリックアートなどアートに触れることができる街 ・ 「JAZZ in FUCHU」は約20か所以上、100を超えるバンドが出演

※ターゲットについては、調査において本市の各テーマごとのコンセプト文・ビジュアルを提示し、興味度・関心度ともにその他属性よりも好反応を示した属性を設定しています。

3 施策の内容

「1 施策の体系・指標（KPI）」で示した各施策について、その具体的な内容及び取組例を次のとおり示します。

観光コンテンツづくり

ストーリー性のある観光コンテンツの開発

リーディングプロジェクト

本市には、歴史・文化、緑、商工業、スポーツ等の主要テーマを中心として、資源が多数存在しています。それらの資源に歴史的・文化的要素を付加価値として加え、ストーリー性のある観光コンテンツとして磨き上げていきます。

取組例

- ・ テーマごとのワークショップやフィールドワークによるコンテンツの磨き上げ
- ・ 観光ボランティア・各施設の専門家が同行する体験プログラム
- ・ 宿場町の名残を残す蔵カフェでのワークショップ
- ・ 国府が置かれ先進技術が集積した背景を踏まえた産業観光
- ・ 武蔵国府、大國魂神社、馬場大門のケヤキ並木、くらやみ祭等、歴史・文化的ストーリーを加えたコンテンツ開発 等

市民も楽しめる観光コンテンツの開発

重点施策

農業・商工業施設、各種公園、スポーツ施設、お祭り・イベントを始めとして、市民が楽しめる観光コンテンツが多数存在します。まずは市民に体験をしていただくことで、ホストとして観光客を迎える体制につながることを見据えるなど、より深い交流の促進につなげます。

取組例

- ・ 各交流拠点で専門家が案内するウォーキングイベント
- ・ 漫画を活用した地域活性化事業
- ・ 馬場大門のケヤキ並木や大國魂神社と一体化した府中駅周辺・中心市街地のブランディング 等

観光プログラムの定期的な評価・測定

重点施策

開発した観光プログラムが観光客のニーズに合った内容となっているか、実証や調査を通して評価・検証を行い、ターゲットの再考や改善につなげていきます。 ※施策全体の評価については、59ページを参照

取組例

- ・ プログラム参加者・来訪者に対するCS調査の実施
- ・ 観光客への定量・定性調査
- ・ 国等の統計データの活用研修
- ・ 市内宿泊施設と連携した宿泊者データの集計・分析・アンケート調査
- ・ 調査を基にした関係者によるワークショップ 等

各テーマの多様な主体が連携した観光コンテンツの開発

重点施策

緑・都市農業、商工業、スポーツ等の主要テーマごとのプログラムだけでなく、多様な主体が連携を行うことで面として府中のライフスタイルを体感いただける観光コンテンツ開発を行います。
また、お祭り・イベント等の既存資源の再検討やオンライン・VR等の手法も検討するなど、新たな価値創造に向けた取組を促進します。

取組例

- ・ ビール工場見学と個性的な商店街を楽しむ大人の社会科見学
- ・ ラグビー等、トップアスリートとのリアル・オンライン交流会
- ・ 参加型プログラム造成に向けた検討会・ワークショップ
- ・ オンラインツアーコンテンツの開発
- ・ ロードレースに関連した自転車を活用したイベント 等

観光コンテンツづくり

近隣自治体や友好都市・姉妹都市等と連携した コンテンツ造成・交流

基盤づくり

近隣自治体や姉妹都市との連携事業や、各路線でのつながり、街道等の歴史的つながりを意識した観光コンテンツの造成等を通じて、広域連携の強化を図り、相乗効果による観光振興につなげます。

取組例

- ・ JR沿線、京王線沿線を活用した体験プログラムの造成
- ・ 国分寺との連携冊子である「開運」、「おさんぽ」及び「探検」に即したツアーやイベントの開催
- ・ 姉妹都市と連携した子どもたちの交流事業
- ・ 国際大会のレガシーをいかした継続的な交流事業
- ・ 中学生や高校生を対象とした海外派遣事業
- ・ ターゲット国とのスポーツ交流・オンラインを活用した各国との交流 等

交流拠点づくり

駅や観光・文化施設を活用した 交流拠点づくり

リーディングプロジェクト

5路線14駅を活用した交流の拠点づくりや、各施設が観光のハブ機能としての役割を果たし、面としての魅力発信を行います。

取組例

- ・ 14駅を交流拠点として活用
- ・ 府中駅周辺エリアなど重点交流拠点を活用した施策の展開 等

二次交通手段を活用した 各交流拠点との回遊性向上

重点施策

主要施設や各駅にある交流拠点（美術館、郷土の森博物館、府中の森芸術劇場、文化センター、个性的な店舗など）をシェアサイクルやちゅうバスなどの二次交通で結び、地域の新たな魅力の発見に寄与します。

取組例

- ・ シェアサイクルやちゅうバスなどの二次交通手段を活用したテーマごとのコース設定
- ・ シェアサイクルやちゅうバスなどの二次交通手段と鉄道を組み合わせた体験プログラムの造成 等

郷土の森観光物産館を活用した交流拠点づくり

基盤づくり

郷土の森観光物産館を活用したイベントの促進や、ロードレースのレガシーをいかしたサイクリストが集える環境整備など、交流を促進する新たな活用方法を検討します。

取組例

- ・ サイクリスト向けの交流拠点づくり
- ・ 郷土の森観光物産館を活用したイベント等、新たな交流の創造 等

プロモーション

ターゲットに即した情報発信の強化

重点施策

開発されたコンテンツ・交流拠点のターゲットを明確にした上で、適切な媒体を活用してプロモーションを行います。

取組例

- ・ 若者：SNSを活用したプロモーション
- ・ 市民：広報ふちゅうやメール配信サービスなどを活用した市民向けプロモーション
- ・ 特定目的：ちはやふるサイトのブラッシュアップ 等

市民向けの情報発信 市民自ら情報発信をする仕組みの構築

重点施策

今後の持続可能な観光まちづくりにおいては、府中市民の愛着醸成が欠かせません。市民に効果的に訴求できる情報発信手法を検討した上で、市民が本市を知り、自らが情報発信をする仕組みを構築することで、ファンづくりを行います。

取組例

- ・ 小・中学生等や高校・大学等の教育機関に向けた情報発信
- ・ 事業者向けSNS発信講座 等

多様な主体による情報発信の一元化 (プラットフォームの構築)

重点施策

府中観光協会を中心とした情報発信のプラットフォームづくりや、多様な主体のコラボレーションによる情報発信を行います。また、主要施設が観光客との交流拠点・タッチポイントとなり、市内の他の資源への誘導機能を果たします。

取組例

- ・ 府中観光協会を中心とした情報発信のプラットフォームづくり
- ・ 5路線14駅とシェアサイクルがコラボレーションした情報発信
- ・ 「183 FUCHU FAN ZONE」、「観光情報センター」を活用した観光情報の発信
- ・ 東京競馬場に訪れる方に向けた情報発信・回遊性の向上
- ・ 市内のお祭り・イベントの包括的な情報発信 等

プロモーション

フィルムコミッションを活用した情報発信の強化

重点施策

ふちゅうロケーションサービス（映像作品の撮影支援）を継続的に実施するとともに、ロケを通じた新たな価値創造につなげます。

取組例

- ・ サポーターズ店舗の拡充
- ・ ロケ地ツアーやエキストラ体験 等

国際的なスポーツ大会のレガシーをいかした インバウンド向けプロモーション

重点施策

国際的なスポーツ大会のキャンプやホストタウンとしての活動を通じた国際交流の経験をいかし、国外向けの情報発信を行います。

取組例

- ・ SNSでの英語による情報発信
- ・ 動画を活用した情報発信
- ・ 留学生など在住外国人と連携協力した情報発信
- ・ 都内の交通結節点や京王線車両での広告展開 等

パンフレット・特設サイトの適正化

基盤づくり

観光パンフレットのデジタル化や観光に関わる特設サイト・ホームページ等をスマートフォン対応にするなど、旅行者とのタッチポイントを意識して適正化を図ります。

取組例

- ・ 作成した主要パンフレットのデジタルパンフレット化
- ・ 主要施設のホームページのスマートフォン対応
- ・ アプリ導入の促進
- ・ タイムリーな紙媒体での情報発信 等

武蔵国 府中大使との連携強化

基盤づくり

武蔵国 府中大使と連携の下、本市の魅力を市内外に発信し、市のイメージアップ、観光振興等につなげます。

取組例

- ・ お祭り・イベント等における武蔵国 府中大使との連携
- ・ 武蔵国 府中大使と連携した情報発信 等

人材育成

ガイドなど観光に関わる人材の確保・育成

重点施策

観光ボランティアや各交流拠点に携わる人材向けに研修等を行い、コンテンツの付加価値向上につながるような質の高い案内体制を構築します。

取組例

- ・ 観光ボランティア向けに各テーマごとの専門家による研修の開催
- ・ ガイドの質の向上に向けた指標の整理 等

府中市の未来を担う小・中学生等を対象とした観光まちづくり教育

重点施策

市内の小・中学生等が地域資源に接する機会を創出し、自分たちの地域の良さを知り、愛着を持ち、その良さをゲスト（市内外）に発信していけるような取組を推進します。

取組例

- ・ 社会科見学やワークショップを組み合わせたプログラム造成
- ・ 本市の歴史や観光を学べる漫画の制作 等

お祭りやイベント等のコーディネート・プロモーション支援

基盤づくり

本市のくらやみ祭を始めとしたお祭りの伝統・魅力を受け継いでいく活動を支援します。

取組例

- ・ 市民団体が実施するくらやみ祭に関連した各種行事に対する支援
- ・ 地域のイベントの運営・調整やプロモーションに関する支援 等

各観光・文化施設の観光分野に関わる人材育成

基盤づくり

コンテンツの高付加価値化においては、重要資源である「人」（専門人材）の育成は欠かせません。各施設ごとの育成や施設をまたいだ専門性の向上など、観光客の満足度向上に向けた取組を推進します。

取組例

- ・ 施設をまたいだ研修会の実施（テーマごとの研修など）による案内の質の向上 等

受入環境整備

スポーツ大会の受入実績をいかした訪日外国人受入環境整備

基盤づくり

国際的なスポーツ大会受入れの経験をいかし、受入れによる成果・課題を分析した上で、訪日外国人向け受入環境整備についてブラッシュアップします。

取組例

- ・ 国際的なスポーツ大会受入時の成果・課題の検証
- ・ 多言語対応やオンライン国際交流等の受入環境の強化 等

推進のための体制づくり

多様な主体の連携

リーディングプロジェクト

府中観光協会、市民、観光振興連絡会、観光関係者・団体、農業・商工業関係者、スポーツ団体、教育機関、行政等、多様な主体が連携し、事業を推進していきます。

取組例

- ・ 多様な主体による意見交換の場など連携の基となる場の創出
- ・ 施策の役割分担などの明確化
- ・ 多様な主体が連携したイベント等の開催 等

府中観光協会の体制強化への支援

重点施策

各施策の推進に当たり、中心となる府中観光協会の体制強化や人材育成について支援を行います。

取組例

- ・ 府中観光協会の職員に対する観光分野の研修
- ・ 府中市観光のプラットフォーム機能を果たす府中観光協会の体制強化
- ・ マーケティング、情報発信、商品造成・販売、インバウンド対策など経営に資する専門性を持つ職員の拡充 等

行政における横断的な推進体制の構築

重点施策

市内の多様な主体・多様な資源が観光に関わってくることから、行政内における各部・各課の横断的な推進体制を構築し、より効果的な事業の推進を図ります。

取組例

- ・ 施策に応じた各部・各課の検討会議の実施
- ・ 部・課をまたいだ若手職員ワーキンググループの結成 等

観光危機管理を意識した連携体制

重点施策

府中市国土強靱化地域計画などの関連計画に基づき、災害発生時に観光客に対して事業者としてどう対応していくのか、対応の把握と役割の明確化を図ります。

取組例

- ・ 観光危機管理に関するセミナー・ワークショップ 等

各テーマごとのリレーションの構築

基盤づくり

重点テーマである歴史・文化、緑、商工業、スポーツ等の関係性を深め、同業種間での連携を促進し、新たなアイデア創発に向けて体制を構築します。

取組例

- ・ 観光×各テーマのコンテンツ造成に向けた会議等の開催
- ・ 商工業間のリレーション構築 等

周辺自治体との連携による 広域的な推進体制の構築

基盤づくり

ストーリー性やテーマ性、鉄道などの近隣自治体とのつながりから、広域的な推進体制を構築し、近隣地域との観光振興による相乗効果を高めます。

取組例

- ・ 国分寺・府中観光振興連絡協議会
- ・ 京王線沿線観光連絡会議連携部会 等

4 リーディングプロジェクト

「1 施策の体系・指標（KPI）」で示したリーディングプロジェクトについて、その具体的な内容及び取組例を次のとおり示します。

リーディングプロジェクト ストーリー性のある観光コンテンツの開発

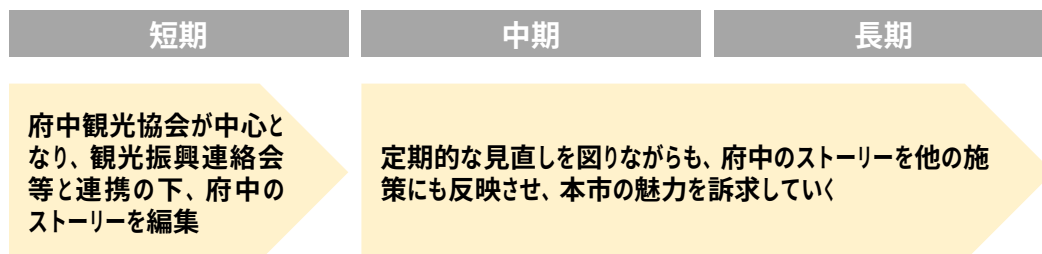
【概要】

本市には、緑（都市型公園・フィールドミュージアム・都市農業等）・商工業（伝統的なものづくりや商業施設、先進技術等）・スポーツ・漫画・アニメの聖地巡礼・文化観光等の主要テーマを中心として、多数の資源が存在しています。それらの資源が持つ物語や国府からの成り立ちなどの歴史・文化的要素を付加価値として加え、ストーリー性のある観光コンテンツとして磨き上げを行います。

【推進主体と連携体制】

- 推進主体
府中観光協会
- 連携体制
観光振興連絡会

【スケジュール】



【取組例のイメージ】

テーマごとやテーマをまたいだワークショップやフィールドワークによるコンテンツの磨き上げを行い、ストーリー性のある観光コンテンツの開発を行います。



リーディングプロジェクト
駅や観光・文化施設を活用した交流拠点づくり

【概要】

本市の特長として、JR南武線、JR武蔵野線、JR中央線、京王線、西武多摩川線の5路線が市内を通り、駅については計14駅があります。それら5路線14駅を活用した交流拠点づくりを行います。

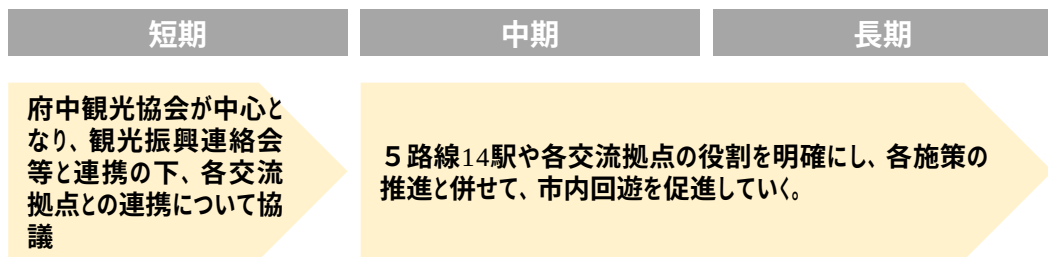
また、府中市内の重点交流拠点（大國魂神社・ケヤキ並木・大型商業施設がある府中駅周辺／府中市美術館・府中の森芸術劇場／競馬場・サントリー／郷土の森博物館・浅間山・多磨霊園・各種公園・多摩川沿い）を定め、駅前からの市内回遊及び各交流拠点からの市内回遊の両輪を意識した施策展開を行います。

【推進主体と連携体制】

■ 推進主体

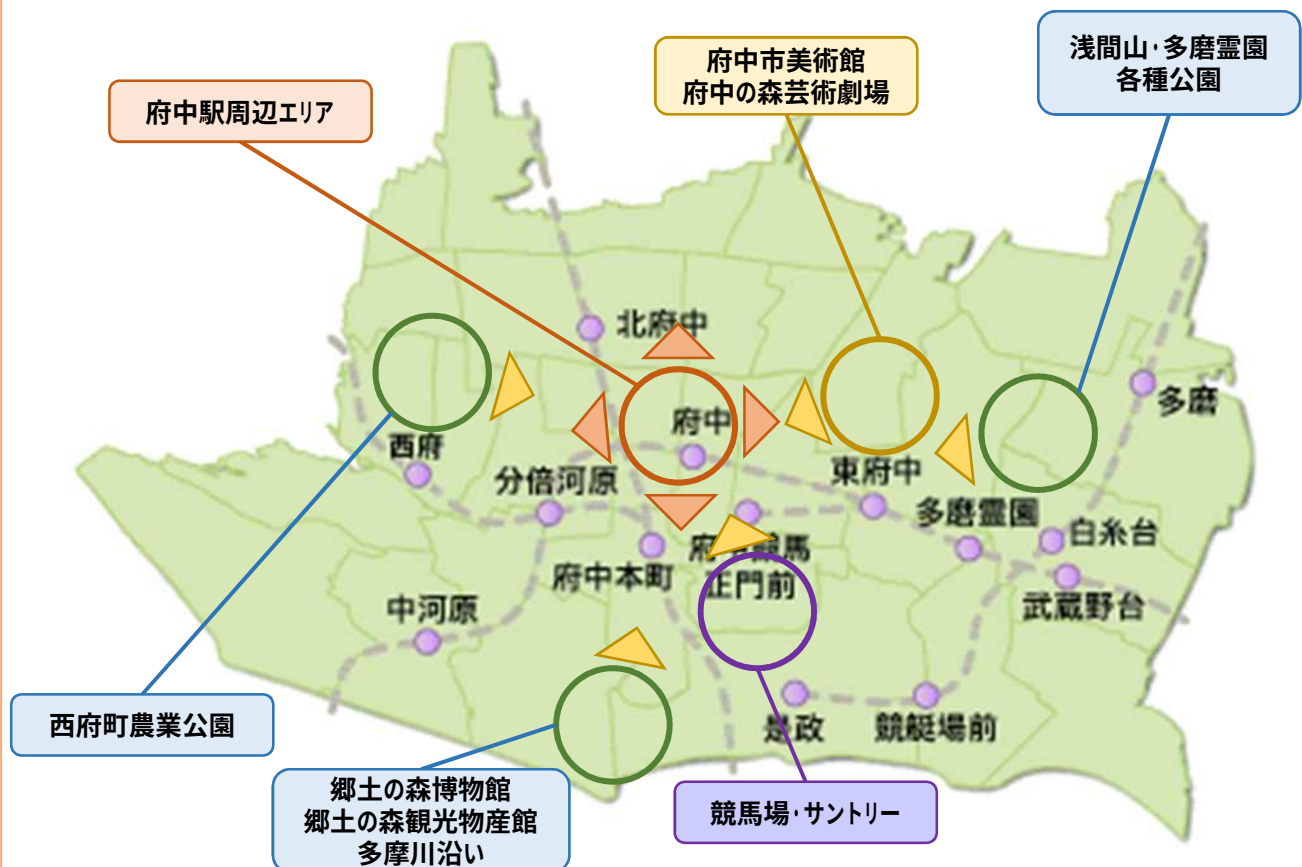
- ・ 府中観光協会
- ・ 観光振興連絡会

【スケジュール】



【取組例のイメージ】

5路線14駅や各エリアの人流・市内回遊を意識した施策展開を行います。



リーディングプロジェクト 多様な主体の連携

【概要】

市民、観光振興連絡会、観光関係者・団体、農業・商工業関係者、スポーツ団体、教育機関、行政等、多様な主体が連携し、事業を推進していくために、府中観光協会が中心となった体制づくりを行います。

本プランに基づき、会議や観光振興連絡会の開催、単年度ごとの評価・検証等を通して、各施策の役割分担・連携体制を明確にし、経営力に基づく観光を基軸とした推進体制を目指します。

【推進主体と連携体制】

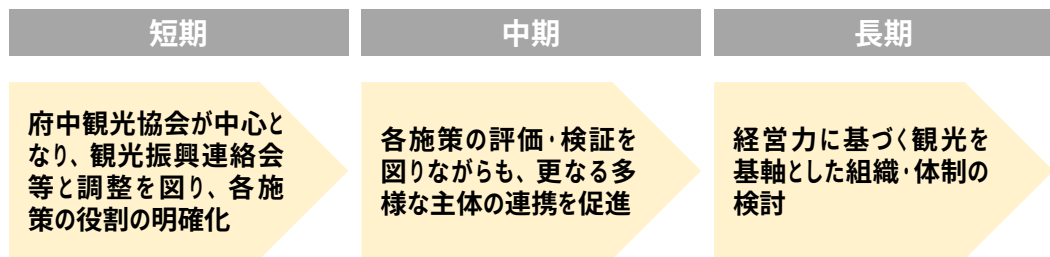
■ 推進主体

- ・ 府中観光協会

■ 連携体制

- ・ 観光振興連絡会
- ・ 市民・まちづくり団体
- ・ 学術団体・大学等
- ・ 行政内各課

【スケジュール】



【取組例のイメージ】

多様な主体による会議等の開催



多様な主体の連携

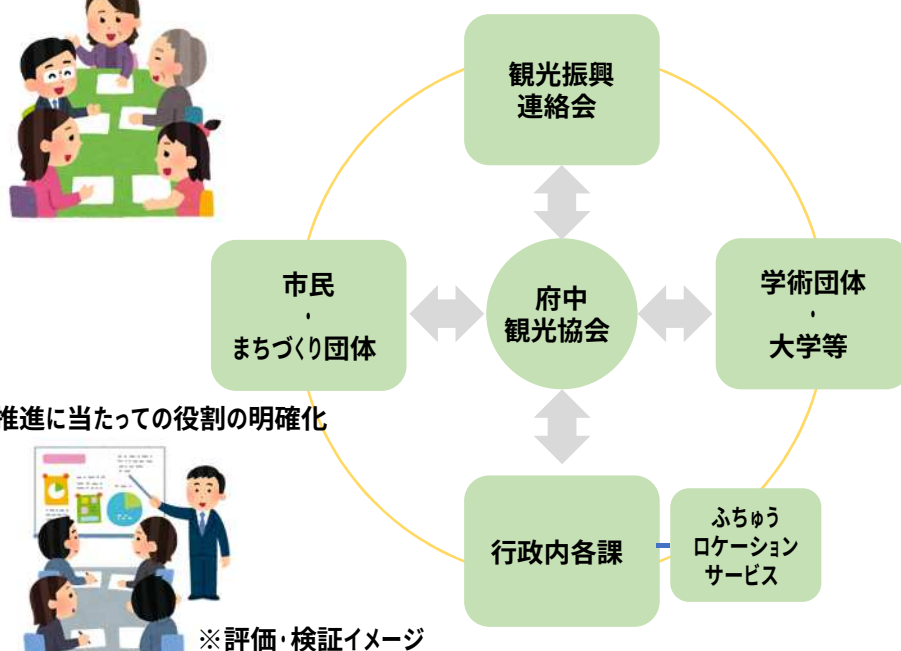
多様な主体の連携によるイベント・お祭り等の開催



施策推進に当たっての役割の明確化



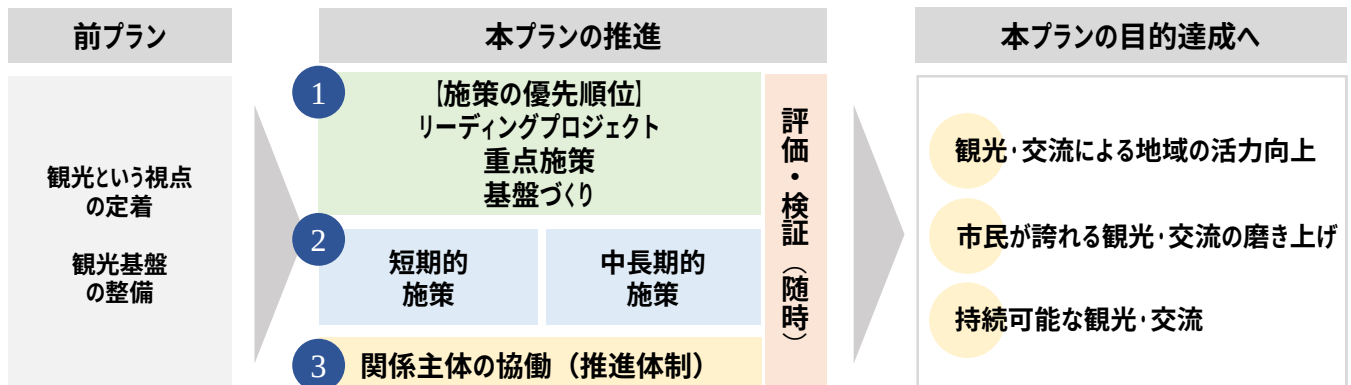
※評価・検証イメージ



第6章 施策の推進に向けて

前プランでは、計画した観光施策を通じ、府中における「観光」という視点の定着、観光基盤の整備が進みました。本プランにおいては、前プランで構築した基盤の下、5章で掲げた多様な施策に取り組んでいきます。

施策の推進については、①施策の優先順位、②各施策の推進主体及び③施策のスケジュールを明確にした上で、取り組みます。

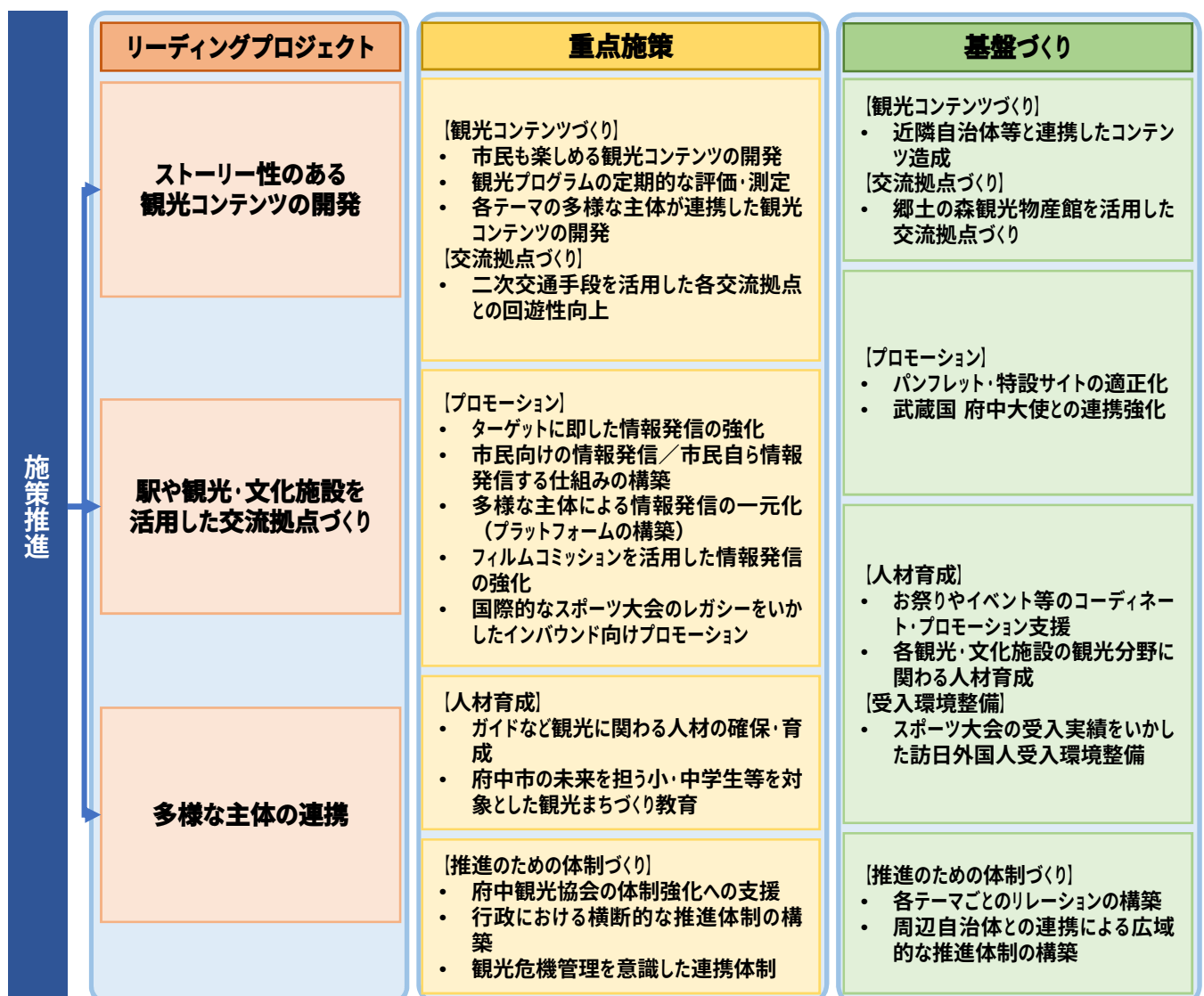


リーディングプロジェクト：事業全体を進める上で核となり、先導的な役割を果たす施策・その他施策に波及する施策

重点施策：施策の中でも目標達成（KGI・KPI達成）のための鍵となる重要施策・重要プロセス

基盤づくり：前プランからの継続事業等、府中市観光を下支えする施策

1 施策の優先順位



2 施策の推進主体・スケジュール

ここでは、各施策の推進に向けて誰が中心となり（推進主体）、どのような関係者と連携を行い（連携体制）、いつまでに行うか、施策の推進・目標達成に向けたスケジュールを明確にします。

		個別施策	推進主体	連携体制	スケジュール	スケジュールの考え方
1 多様な事業者のコラボレーションによる観光コンテンツ・交流拠点づくり	(1) 観光コンテンツづくり	リーディングプロジェクト ストーリー性のある観光コンテンツの開発	府中 観光協会	観光振興連絡会	初年度～	初年度より他施策を牽引する施策
		重点施策 市民も楽しめる観光コンテンツの開発	府中 観光協会	観光振興連絡会 市民	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
		重点施策 観光プログラムの定期的な評価・測定	府中 観光協会	観光振興連絡会 行政	初年度～ (単年度ごと)	初年度より各施策の評価・検証を行う。
		重点施策 各テーマの多様な主体が連携した観光コンテンツの開発	府中 観光協会	観光振興連絡会	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策
		基盤づくり 近隣自治体等と連携したコンテンツ造成	行政	近隣自治体 府中観光協会	中長期	基盤づくり (近隣自治体との基盤づくり)
	(2) 交流拠点づくり	個別施策 リーディングプロジェクト 駅や観光・文化施設を活用した交流拠点づくり	府中 観光協会	観光振興連絡会	初年度～	初年度より他施策を牽引する施策
		重点施策 二次交通手段を活用した各交流拠点との回遊性向上	府中 観光協会	観光振興連絡会	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策
		基盤づくり 郷土の森観光物産館を活用した交流拠点づくり	行政	府中観光協会	初年度～	基盤づくり (継続事業)

		個別施策	推進主体	連携体制	スケジュール	スケジュールの考え方
2 ターゲットを明確にしたプロモーション（情報発信）	（１）プロモーション（情報発信）	重点施策 ターゲットに即した情報発信の強化	府中 観光協会	観光振興連絡会 行政	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
		重点施策 市民向けの情報発信 市民自ら情報発信をする仕組みの構築	府中 観光協会	観光振興連絡会 行政 市民	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
		重点施策 多様な主体による情報発信の一元化 （プラットフォームの構築）	府中 観光協会	観光振興連絡会 行政	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策
		重点施策 フィルムコミッションを活用した 情報発信の強化	ふちゅう ロケーション サービス	行政	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
		重点施策 国際的なスポーツ大会のレガシーをいかした インバウンド向けプロモーション	府中 観光協会	行政	初年度～	基盤づくり （継続事業）
		基盤づくり パンフレット・特設サイトの適正化	府中 観光協会	行政	初年度～	リーディングプロジェクトや時代の変化に合わせて随時適正化を図る。
		基盤づくり 武蔵国 府中大使との連携強化	府中 観光協会	行政	初年度～	基盤づくり （継続事業）

3 府中市の観光まちづくりを担う人材の育成／受入環境整備

(1) 人材育成・(2) 受入環境整備

個別施策	推進主体	連携体制	スケジュール	スケジュールの考え方
重点施策 ガイドなど観光に関わる人材の確保・育成	府中観光協会	観光振興連絡会 行政	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
重点施策 府中市の未来を担う小・中学生等を対象とした観光まちづくり教育	府中観光協会	観光振興連絡会 行政	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策
基盤づくり お祭りやイベント等のコーディネート・プロモーション支援	府中観光協会	行政	初年度～	基盤づくり (継続事業)
基盤づくり 各観光・文化施設の観光分野に関わる人材育成	府中観光協会	観光振興連絡会 行政	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策
基盤づくり スポーツ大会の受入実績をいかした訪日外国人受入環境整備	府中観光協会	行政	初年度～	基盤づくり (継続事業)

4 推進のための体制づくり

(1) 推進のための体制づくり

個別施策	推進主体	連携体制	スケジュール	スケジュールの考え方
リーディングプロジェクト				
多様な主体の連携	府中観光協会	観光振興連絡会、学術団体・大学等、市民・まちづくり団体、行政内各課	初年度～	初年度より他施策を牽引する施策
重点施策				
府中観光協会の体制強化への支援	行政	—	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
重点施策				
行政における横断的な推進体制の構築	行政	—	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
重点施策				
観光危機管理を意識した連携体制	行政	観光振興連絡会 府中観光協会	初年度～	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、初年度より重点的に取り組む施策
基盤づくり				
各テーマごとのリレーションの構築	府中観光協会	観光振興連絡会	初年度～	基盤づくり (テーマごとの基盤づくり)
基盤づくり				
周辺自治体との連携による広域的な推進体制の構築	行政	府中観光協会	中長期	リーディングプロジェクトとの整合性を図り、中長期的な視野で重点的に取り組む施策

3 推進体制

本プランの4章2 施策の基本方針(39ページを参照)に位置付けているように、施策の推進に当たっては、府中観光協会を中心として、市民、観光振興連絡会、観光関係者・団体、農業・商工業関係者、スポーツ団体、教育機関、行政といった関係主体の協働に基づく取組が大切です。また、次のとおり48ページに記載の施策の内容を再掲します。

(1) 観光事業の推進体制の構築

①多様な主体の連携

府中観光協会、市民、観光振興連絡会、観光関係者・団体、農業・商工業関係者、スポーツ団体、教育機関、行政等、多様な主体が連携し、事業を推進していきます。

②府中観光協会の体制強化への支援

各施策の推進に当たり、中心となる府中観光協会の体制強化や人材育成について支援を行います。

③行政における横断的な推進体制の構築

市内の多様な主体・多様な資源が観光に関わってくることから、行政内における各部・各課の横断的な推進体制を構築し、より効果的な事業の推進を図ります。

④観光危機管理を意識した連携体制

府中市国土強靱化地域計画などの関連計画に基づき、災害発生時に観光客に対して事業者としてどう対応していくのか、対応の把握と役割の明確化を図ります。

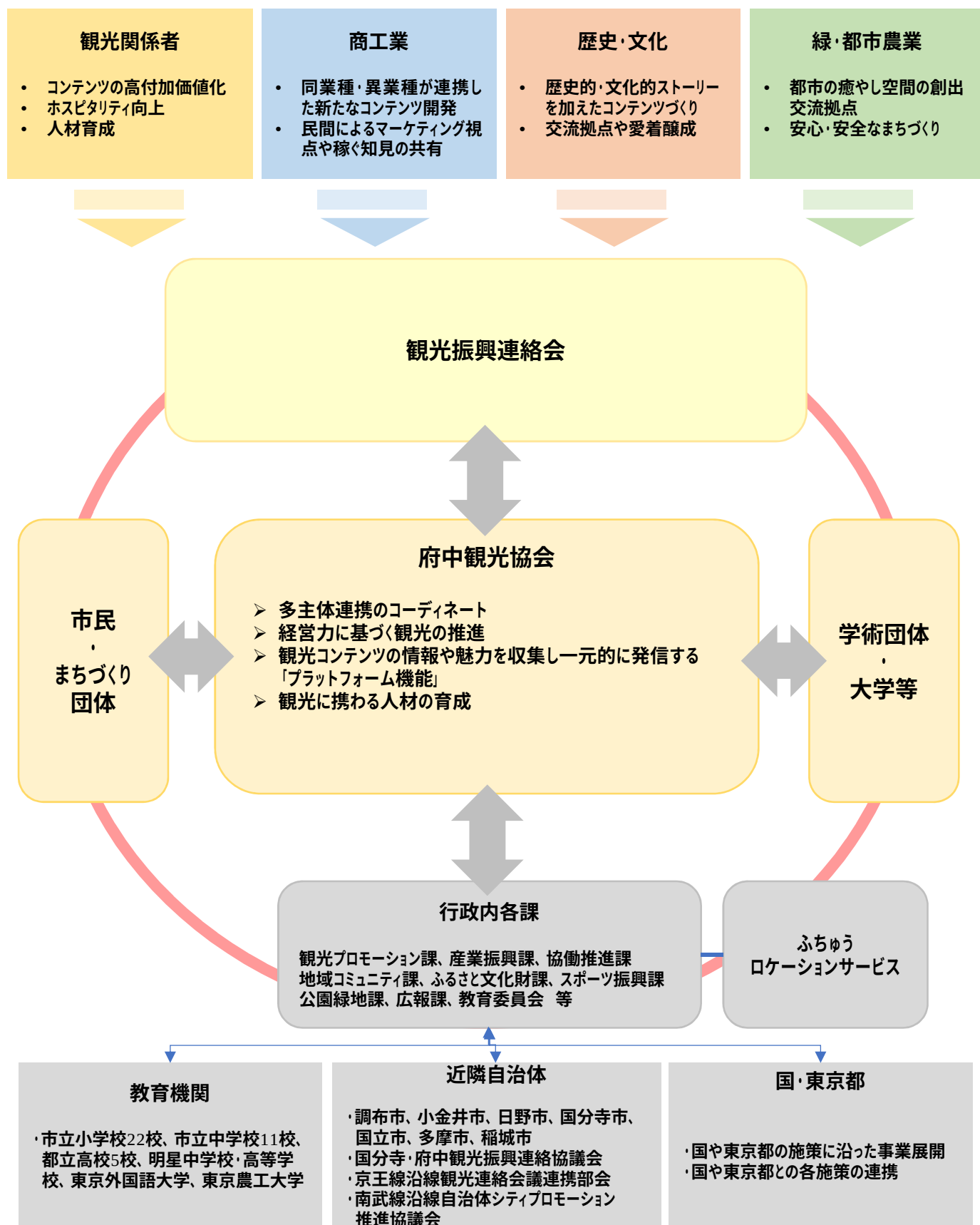
⑤各テーマごとのリレーションの構築

重点テーマである歴史・文化、緑、商工業、スポーツ等の関係性を深め、同業種間での連携を促進し、新たなアイデア創発に向けて体制を構築します。

⑥周辺自治体との連携による広域的な推進体制の構築

ストーリー性やテーマ性、鉄道などの近隣自治体とのつながりから、広域的な推進体制を構築し、近隣地域との観光振興による相乗効果を高めます。

(2) 体制のイメージ図



(3) 施策推進における役割分担

①府中観光協会に期待される役割

- ・ 観光振興を推進する中心的な役割
- ・ 観光コンテンツの情報や魅力を広く提供するプラットフォーム機能を果たし、点ではなく、面としての価値の提供及び観光誘客の促進
- ・ 観光関係者、観光振興連絡会、行政との連携・調整を図り、観光振興に関する具体的な施策の展開
- ・ 民間企業からの知見を得ながら、経営力に基づく観光の推進
- ・ 観光ボランティア等の観光に携わる人材の育成

②市民に期待される役割

積極的な市民参画により、市民がホスト・ゲストとして楽しめる観光を目指し、シビックプライドの醸成とホスピタリティの向上を図る。

③事業者及び観光振興連絡会等に期待される役割

[全体]

- ・ 本市のストーリーやテーマ性を意識した質の高いコンテンツやサービスを提供し、来訪者の満足度や推奨度、滞在時間の増加

[観光振興連絡会]

- ・ プランの個別施策について進捗をチェックする。

[商工業]

- ・ 商工業間のリレーションによる新たなコンテンツ開発
- ・ 商業では駅前ショッピング施設を交流拠点やハブ機能として活用し、滞在時間の増加
- ・ 工業での先進技術との触れ合いやオンラインツアーによる工場見学等、新たな価値創出に向けた取組
- ・ 民間事業者のマーケティング等の知見を観光に応用

[農業]

- ・ 約90か所の農産物直売所を交流拠点として活用
- ・ 都市における癒やし効果等、ヘルスケア機能

[交通事業者]

- ・ 5路線14駅を活用したコンテンツ開発や交流拠点機能、情報発信
- ・ シェアサイクルによる市内回遊性の向上、新たな魅力の発見、市民の健康増進

④教育機関に期待される役割

[小・中学生等]

- ・ 社会科見学等、本市の資源・コンテンツに積極的に触れ合える機会・まちを知る機会の創出による未来の観光まちづくりを担う人材の育成

[高校・大学等]

- ・ 都立農業高等学校や市内の大学等との連携により、高い専門性を反映し、新たなコンテンツ開発による魅力創出やコンテンツの付加価値向上

⑤行政に期待される役割

- ・ 観光施策の企画立案及び計画の推進
- ・ 本計画に定める目標の普及啓発
- ・ 庁内の横断的な連携など地域を挙げて観光客誘致と交流の促進
- ・ 各主体の自律的な取組に向けた支援と連携のサポート

4 施策の評価・効果検証

本施策の推進に当たっては、観光振興連絡会において、取組の評価や検証を毎年度行います。各施策の進捗状況を把握し、評価・検証を行い、それらを踏まえて次年度以降の施策や事業内容の改善・修正を行うなど、進捗管理をしながら本市の観光振興の目標達成に向けて取り組みます。

