

第2部 魅力と個性にあふれた情報・活力のまちをつくる

第2部－第4 商業環境の整備

2 都市型観光の推進

I まちづくり指標

協働指標	計画策定時の状況 (平成22年度)	前期実績値 (平成26年度)	中期目標値 (平成30年度)	目標値 (平成34年度)
観光案内所訪問者数	24,876人	28,265人	30,000人	32,000人

市の観光振興による地域活性化を示す指標です。(NPO 法人みたか都市観光協会)

協働指標	計画策定時の状況 (平成22年度)	前期実績値 (平成26年度)	中期目標値 (平成30年度)	目標値 (平成34年度)
市民協働者数	—	52人	60人	70人

観光振興に関する市民の活動状況を示す指標です。観光協会の企画委員数、観光応援隊の登録人数の増加をめざし、観光振興に関する協働の振興をめざします。

II 施策・主な事業の体系

◎:主要事業 ※:推進事業

1 計画等の改定と推進

(1)「産業振興計画 2022」の改定と推進	◎ ①「産業振興計画 2022」の改定と推進 (「第2部－第4 1 商業環境の整備」参照)
------------------------	--

2 観光振興によるまちの活性化

(1)観光振興の推進	◎ ①みたか都市観光協会との連携・協働による観光の振興
	◎ ②地域資源の発掘、活用による三鷹ブランドの創出・推進
	※ ③産業観光の推進 (「第2部－第3 都市型産業の育成」参照)
	④姉妹友好市町村等との観光交流の推進
	⑤市立アニメーション美術館との連携の強化
	⑥ICT 技術を活用した観光の振興
(2)三鷹フィルムコミッションによるロケの誘致及び情報発信による地域活性化	◎ ①三鷹フィルムコミッションによるロケの誘致及び情報発信による地域活性化
(3)観光に関する基本方針(仮称)策定の検討と三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進	◎ ①観光に関する基本方針(仮称)策定の検討と三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進

3 推進体制の整備

(1)推進体制の整備	※ ①農商工・民学産公連携等、関係団体との協働の推進 (「第2部－第3 都市型産業の育成」参照)
	※ ②みたか都市観光協会の運営基盤強化

Ⅲ 主要事業

2-(1)-① みたか都市観光協会との連携・協働による観光の振興

市立アニメーション美術館、国立天文台、商店街のイベント、市内で活躍する事業者の技術、歴史的意義や高い技術力を有する産業など、様々な観光資源を活用・情報発信し「住んでよし、訪れてよしのまち三鷹」の実現に向け、観光客が訪れたいくなるようなにぎわいと魅力あふれる「おもてなし」の心に満ちた都市型観光を推進します。また、近隣自治体や交通事業者等と連携した広域的な観光ルートや観光資源の開発・PRによる観光振興を検討します。

2-(1)-② 地域資源の発掘、活用による三鷹ブランドの創出・推進

まだ知られていない地域資源(観光資源、中小企業が持つ特色ある商品、サービス、高度な技術、製品)の発掘及び開発を推進し、付加価値の向上や販売促進に向けたアドバイス等、トータル的に支援を行う仕組みを検討します。また、三鷹のおみやげとして認定している「TAKA-1」の商品等を市内外へ PR することによって、「三鷹ブランド」としての周知を図り、三鷹のブランディングを推進します。

2-(2)-① 三鷹フィルムコミッションによるロケの誘致及び情報発信による地域活性化

平成 25 年度にみたか都市観光協会内に設置した三鷹フィルムコミッションの活動を支援し、ロケの誘致に積極的に取り組んでいくとともに、ホームページや他団体との連携による情報発信により地域活性化を目指します。

2-(3)-① 観光に関する基本方針(仮称)策定の検討と三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進

「観光に関する基本方針(仮称)」の策定を検討するとともに、まち歩きを中心としたコミュニティツーリズムを推進することにより「三鷹らしい」都市型観光の振興を推進します。また、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて、外国人観光客を含めた来街者への三鷹の魅力発信に取り組み、それに伴う地域の活性化をめざします。

Ⅳ 推進事業

3-(1)-② みたか都市観光協会の運営基盤強化

みたか都市観光協会の運営基盤の強化のため、事務所スペースの拡充など、活動の充実を図る方策について検討を進めます。