

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 基本的な考え方

● これまでの取り組みと課題

市内には市立アニメーション美術館（三鷹の森ジブリ美術館）、国立天文台等の観光資源があります。平成20年度に特定非営利活動法人として活動を開始したみたか都市観光協会を中心とし、三鷹駅前の観光案内所の運営のほか都市型観光の振興など様々な取り組みを推進してきました。平成25年度にはみたか都市観光協会内に「三鷹フィルムコミッション」を立ち上げ、ロケの誘致にも取り組んでいるところです。さらに、市民の主体性に基づく活動に対する支援を行い、市民参加の取り組みを進めてきました。また、三鷹駅前の外国語マップの作成等により、外国人訪問客に対してもやさしいまちづくりを推進しています。今後、みたか都市観光協会のほか、関係団体との連携を深め、都市型観光の推進をより強力に支援していく必要があります。

● 施策の方向

三鷹らしい都市型観光施策を進めるため、みたか都市観光協会や関係機関との協働により、市立アニメーション美術館、国立天文台等の地域資源を活用・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、「おもてなし」の心に満ちた都市型観光を推進します。また、市民との協働による取り組みをより一層推進し、2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催も見据え、外国人と市民が交流を楽しめる賑わいあるまちをめざします。

II 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。

III 施策展開における協働と役割分担

● 市民、事業者・関係団体等の役割

- ・市民、事業者は「おもてなし」の心をもって観光客への対応を図り、また訪れたいまちと感じていただけのように心がけます。
- ・みたか都市観光協会を中心とした関係団体は三鷹の魅力を積極的に発信していくとともに、さらなる情報収集に努め、充実した観光情報の提供ができるように努めます。

● 市の役割

- ・市はみたか都市観光協会の活動を支援し、他の関係団体とも連携を深め、都市型観光の推進に向けて支援を行います。

Ⅳ 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 都市型観光振興によるまちの活性化

(1)都市型観光振興の推進	◎ ①観光に関する基本方針(仮称)策定の検討
	◎ ②みたか都市観光協会との連携・協働による観光の振興
	◎ ③外国人観光客の回遊性の向上
	◎ ④三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
	◎ ⑤三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進
	※ ⑥産業観光の推進 (「第2部-第3 都市型産業の育成」参照)
	⑦姉妹友好市町村等との観光交流の推進
	⑧市立アニメーション美術館との連携の強化
	⑨ICT 技術を活用した観光の振興
(2)三鷹ブランドの創出・推進	◎ ①地域資源の発掘、活用による三鷹ブランドの創出・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

Ⅴ 主要事業

2-(1)-① 観光に関する基本方針(仮称)策定の検討

「住んでよし、訪れてよしのまち三鷹」の実現に向け、フィルムコミッション事業やホームページ、SNS などによる三鷹の魅力の発信のほか、市内の集客施設、イベント、産業、文化など様々な観光資源の活用、ジブリ美術館への来訪、2020 東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に三鷹を訪れる外国人との交流を活用したまちの賑わいづくりなど、市民との協働による観光まちづくりの指針となる「観光振興に関する基本方針(仮称)」を策定します。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31~34)
			27	28	29	30	
観光に関する基本方針(仮称)策定の検討	策定	検討	検討	策定			→

2-(1)-② 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。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31～34)
			27	28	29	30	
みたか都市観光協会との連携・協働による観光の振興	推進	推進	推進				

2-(1)-③ 外国人観光客の回遊性の向上

市内にある三鷹の森ジブリ美術館は、年間約 70 万人の来館者のうち、約6万人が外国からの観光客です。また、市内には国際基督教大学(ICU)があるとともに、平成 28 年4月には外国語学部を含む杏林大学井の頭キャンパスが開設され、多くの外国人が在学・在勤することとなります。

こうした外国人観光客や在住・在勤・在活動外国籍市民などにとって、魅力的なまちづくりを推進するため、市内各種案内表示の多言語表示を図っていきます。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31～34)
			27	28	29	30	
外国人観光客の回遊性の向上	推進	推進	推進				

2-(1)-④ 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。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31～34)
			27	28	29	30	
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	推進	設置	推進				

2-(1)-⑤ 三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進

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 東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、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、地域の活性化をめざします。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31～34)
			27	28	29	30	
三鷹らしいコミュニティツーリズムの推進	推進	推進	推進				

2-(2)-① 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。

	計画期間(平成 34 年)の目標	前期達成状況 (26 年度末)	中 期				後期(31～34)
			27	28	29	30	
地域資源の発掘、活用による三鷹ブランドの創出・推進	推進	推進	推進				

Ⅵ 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。

Ⅶ 関連個別計画

・産業振興計画 2022