

戦略1:おもてなしの体制づくり
目標1:観光まちづくりの推進体制を確立する

現行計画の振り返り調査

第2回検討委員会 参考資料1

実 施:継続して取り組んでいる内容も含む
未実施:アクションは起こしているが、取組内容の達成まで至ってない

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
1	小平観光まちづくり連絡会の設置	観光まちづくり振興プラン検討委員会を中心に、関係団体や市民等に広く参加を呼びかけ、（仮称）小平観光まちづくり連絡会を設置します。	実施	連絡会を組織するために、「小平市観光まちづくり連絡会準備会」を立ち上げ、平成28年6月に「こだいら観光まちづくり協会」を設立した。 平成31年には一般社団法人こだいら観光まちづくり協会となり、小平ブルーベリー協議会の事業、小平市グリーンロード推進協議会の事業などを移行した。	事業やPRを総合的かつ機動的に行うことができるようになった。 多様な主体と関わり、事業を推進することができるようになった。	行政主体では実施することが難しい事業を数多く実施した。観光資源の磨き上げや、どのようにしたらより良い事業になるか、事業を前向きに推進している。 事業者、関係団体と積極的に関わり、地域の特色を生かした事業を実施している。	—	—
2	庁内観光業務の情報共有	観光まちづくりに関連する事業を（仮称）小平観光まちづくり連絡会とともに行えるよう、観光関連情報の共有をする庁内横断組織を設置します。	実施	平成28年度に小平市観光まちづくり庁内連絡会を設置した。構成は下記の通り。 会長：地域振興部長、副会長：地域振興部産業振興課長、 委員：企画政策部政策課長、企画政策部秘書広報課長、地域振興部市民協働・男女参画推進課長、地域振興部文化スポーツ課長、地域振興部スポーツ振興担当課長、環境部水と緑と公園課長、環境部下水道課長、都市開発部公共交通課長、都市開発部道路課長、教育部指導課長、教育部中央公民館長、教育部中央図書館長	公園や各施設における事業、情報発信など窓口が複数の場合や定まっていない事業で情報を共有し、事業を行えるよう調整することができた。	施設を使用する際に申請書が必要な事業で、所管課と観光まちづくり協会が直接やり取りすることで、機動的に行うことができた。管轄する所管課と直接やり取りすることで、留意点なども正確に把握することができた。	—	—
3	観光データの共有及び収集	既存の観光に関するデータを（仮称）小平観光まちづくり連絡会と共有し、今後のデータ集積方針を決定する仕組みの構築を検討します。	実施	平成28年度に、秘書広報課とこだいら観光まちづくり協会で相互にイベント情報を共有するルートを確立した。	イベントにおける画像データや時期など情報を相互に把握することにより厚みのある発信が行えた。	共有することで、市報、プレスリリース、各ホームページ、SNS等、市・協会それぞれのアプローチによる情報発信ができた。	—	—
4	各種団体との連携強化	東京都の外郭団体である公益財団法人東京観光財団等との連携を強化し、協力して小平市の観光まちづくりを進めます。	実施	平成29年度、こだいら水と緑の会、グリーンフェスティバル実行委員会、小平市グリーンロード推進協議会等と連携して、事業を実施。東京観光財団の各種補助事業を実施。	東京観光財団の各種補助事業を受けることで、市からの補助金額を超える事業を実施できた。	東京観光財団の各種補助事業は、選考形式のものが多く、観光まちづくり協会の企画力が磨かれた。トレンドを取り入れたイベントの実施など、市の補助金だけでは実現が難しいイベントが実施できた。	市域を越えた規模が大きいイベントもあった。反響が良かった際に人員等の数が足りていたか。	ブース対応、物販等の対応の検証が必要である。
5	近隣自治体との連携強化	広域行政圏（北多摩北部5市）としては「多摩六都広域連携プラン」（平成23年）に基づき、広域で取り組むメリットを生かして、産業・観光の魅力向上と情報発信の強化を図ります。また、広域行政圏に限らず、近隣自治体や玉川上水沿いの自治体等との連携強化を図ります。	実施	多摩北部都市広域行政圏協議会産業・観光振興専門委員会にて広域連携を実施。平成29年度は清瀬市、武蔵村山市と連携し、東京スカイツリーにて観光ブースを出展した。 令和5年度は立川市、日野市、国分寺市、国立市、福生市、武蔵村山市とシェアサイクルを通じた連携が実施できるか協議している。	近隣自治体と関わることで各市が抱える課題や情報を共有することができた。 自治体の枠を超えた面でのイベントの実施ができた。	多摩北部都市広域行政圏協議会産業・観光振興専門委員会にてアニメスタンプラリーを実施している。 トライアンドエラーを繰り返し、企画内容が前年より良くなるように進めている。	—	—

戦略1:おもてなしの体制づくり

目標2:おもてなしの環境整備を進める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
6	観光まちづくりに関する人材の育成	公民館講座等の生涯学習などと連携し、観光まちづくりを担う人材の育成を図ります。	実施	平成29年度からこだいら観光まちづくり協会にて「まち歩きガイド養成講座」を実施している。 公民館講座で小平を知る座学、まち巡りを実施した。	まち歩きガイドが実施する「まち巡り」事業は、反響も良く、こだいら観光まちづくり協会の主要な事業となっている。	近年はマイクロツーリズムの観点から、より人気が高まっている。長年住んでいる地元住人でも新しい発見があるなど、好評を博している。	—	—
			実施	平成26年度から令和4年度にかけて、公民館において、まち歩き講座等を通して、歴史、産業、文化施設、食べ物など、市民を対象に観光まちづくりに資するテーマに関する講座を実施した。 〈歴史・産業など観光まちづくりに資する定期講座等の実施数（コース）〉 平成26年度3コース、平成27年度3コース、平成28年度4コース、平成29年度4コース、平成30年度6コース、令和元年度4コース、令和2年度1コース、令和3年度6コース、令和4年度8コース	多くの市民に学ぶ機会を提供し、小平市に愛着を深めていただく機会を提供できた。	このような学びの場を通じて、日常生活では気づきにくい小平市の魅力を知る機会となった旨の声が多く寄せられている。	こだいら観光まちづくり協会等との連携により多くの学びの機会の提供を行っている一方で、観光まちづくりを担う人材育成までには至っていない。	学びの継続、学びの深化といったしくみが公民館講座において確立できていない。
7	観光関連ボランティア活動の推進	ボランティア活動についての情報を統合し、老若男女を問わず、気軽に参加できる環境づくりを進めます。	実施	平成30年度にガイドボランティアがまち歩きツアーを自ら企画し、実施した。小平市民活動支援センター「あすびあ」にて、こだいら観光まちづくり協会の会員を募集。	ガイドボランティアの発案によるツアーは、内容が濃く好評であった。「あすびあ」では小平グリーンロード・小平まち巡りガイドツアー・地域宣伝隊コダレンジャーのボランティア活動について掲載している。	ボランティアスタッフの力は、事業の成功や担い手の部分で大きな役割を持つ。ボランティアという名称ではあるが、多くの方がプロ顔負けの関わり方をしている。	担い手の高齢化や不足。	スタッフ募集をしても集まりが悪く、担い手の高齢化や不足を解消できていない。
8	観光案内所の設置	観光情報の発信を行うほか、地元産の農産物等の直売や特産品などもあり、来訪者や市民が交流できる場の設定を検討します。	実施	令和2年にこだいら観光まちづくり協会が東京観光案内窓口として指定された。	都や公益財団法人東京観光財団より支援が受けられた。	ブルーベリーマップ、丸ポストマップ、グリーンロードマップ等多言語によるマップ制作やパンフレットラック、受付用テーブル、バリアフリー用の段差解消スロープ、手荷物預かり札などを購入する支援を受けた。	—	—
9	観光案内板の設置	ピクトグラムと多言語（日本語、英語、中国語及びハングル）で表記した案内板の設置	実施	令和元年度現在、市内11基の観光案内標識の盤面更新、小川用水の案内看板の盤面更新を実施。また、丸いポストのまち看板更新2基を更新した。 令和4年度、鷹の台駅前広場の整備に伴い、国内外旅行者のためのわかりやすい案内サイン標準化指針【歩行者編】に則り観光案内看板を作成・設置した。	盤面を刷新することで情報が新しくなった。 看板を新設することで利便性が高まった。	周囲の景観も新鮮な印象を受けようになった。多言語に対応できる情報を掲載し、訪日客への対応も進んだ。 地図面の他、周辺観光案内も掲載することで、周辺の観光スポットの周知につながった。	—	—

戦略1:おもてなしの体制づくり
目標2:おもてなしの環境整備を進める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
		に取り組みます。	実施	道路法に基づく道路の占用に該当する観光案内版の設置については、小平市道路占用規則に基づいて設置する主管課からの道路占用許可申請書の提出を受けて道路占用許可書を交付している。また、原則5年ごとの更新に際しても、設置時と同様に主管課からの道路占用許可申請書の提出を受けて道路占用許可書を交付している。	—	—	—	—
10	トイレや休憩所の案内	小平グリーンロードをはじめとして、市内を散策する際に必要な、トイレや休憩できる場所の情報をわかりやすく提供する取組みを進めます。	実施	平成29年度の小平グリーンロード&オープンガーデンマップにおいてトイレ情報を掲載した。	マップの情報が充実すると同時に、必要な情報を掲載することができた。	小平グリーンロード&オープンガーデンマップを持って市内を歩く方が多いので、掲載することで観光ルートを大きく逸脱することや、途中退場の減少に寄与することができた。 また、小平グリーンロードやオープンガーデンを訪れる方は高齢の方が多いため、安心して歩いていただくことができるようになった。	—	—
11	鉄道駅からのウォーキングコースPR	鉄道駅を中心に、“歩くまち小平”をメインにしたきめ細かなPRを行います。	実施	平成29年度にこだいら観光まちづくり協会にて鉄道駅からのまち歩きツアーを実施した。	「駅」を取り入れたまち巡りは好評のため、定例のまち巡りとして毎年実施している。	「駅」がコースに組み込まれることにより、まち巡りに参加する際の計画がよりイメージしやすくなった。 駅との関係も強まった。	—	—
			実施	平成29年度は、にじバス内にイベントポスターを掲示。また、西武鉄道発行のウォーキング冊子に市が主催のウォーキングイベントを掲載。 新小平駅の中2階にこだいら観光まちづくり協会が利用できるスペースを設けており、定期的に展示内容を変えながら市の観光PRを行っている。	周知する範囲、機会が増えた。	鉄道会社との連携も強まり、鉄道会社が主催するウォーキングイベントで小平の農産物やお店を紹介できた。 新小平駅を使用する市外の方にも小平の魅力をPRすることができている。	—	—

戦略1:おもてなしの体制づくり
目標2:おもてなしの環境整備を進める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
12	公共交通との連携強化	鉄道沿線の住民を意識し、鉄道事業者との連携をさらに進めるとともに、バス事業者等との連携を図ります。	実施	<div>・平成29年度に、コミュニティバス車内にイベントポスターを掲示。また、西武鉄道発行のウォーキング冊子に市主催のウォーキングイベントを掲載。</div> <div>・令和元年度に、コミュニティバス（にじバス）乗車400万人達成記念事業をにじバス協議会、バス事業者、商店会等と連携して実施。 1乗車400万人達成記念セレモニー 2未来のにじバス絵画展 3乗車400万人記念1日乗車券の販売</div> <div>・平成23年度から、商店会や店舗の参加協力により、サンクスクーポン事業を実施中。 1コミュニティバス・コミュニティタクシー共通1日乗車券・回数乗車券に、市内の参加協力店で利用できるクーポン券を付けて販売 2参加店マップを作成、配布</div> <div>・令和4年度に、市制施行60周年事業として、公共交通グッズ（ぶるべー号デザインの特注チョロQ）と、限定デザインの1日乗車券、及び回数乗車券をセット販売。 コミュニティバス・コミュニティタクシーを知ってもらうきっかけを作り、1日乗車券の利用方法として、まちめぐりでの活用を案内した。</div>	<div>・記念1日乗車券を販売することにより、コミュニティバス・コミュニティタクシーの周知・PRを図るとともに、まちめぐりへの活用について案内し、市内の周遊を促進した。</div>	<div>・イベントの開催や、公共交通グッズと1日乗車券の販売を通じて、地域の事業者等との連携を強化することができた。 ・これまでコミュニティバスやコミュニティタクシーを利用したことがない方にも、周知・PRが図られるとともに、市内めぐりを通じて、まちの魅力を知っていただく機会につながった。</div>	<div>・鉄道事業者との連携についての取組が充分できなかった。</div>	<div>・コミュニティバスやコミュニティタクシーを軸に事業を展開しているため、鉄道事業者との連携強化に繋がらない。</div>

戦略2: 情報発信環境の整備

目標3: 地域の情報発信力を強化する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
13	観光ポータルサイトの作成	地域情報を発信しているサイトは多数あるので、利用者が見つけやすいように情報を集約するための観光ポータルサイトを開設します。	実施	平成28年度（平成29年3月）に「フラッとNAVI〜小平にこないか?〜」を開設した。	訪問数が10,000件を超え、主要なデジタル媒体となった。	適宜、改修を行いアクセシビリティの向上に努め、訪問数の増加に寄与している。 イベントとうまく絡めることで訪問数が伸びた。	情報の発信にムラがある。	イベントによって、イベント前、途中、終了後の発信に差がある。統一的な運用が必要と考える。
			実施	小平市ホームページのトップページに、観光まちづくり協会のサイト（フラッとNAVI〜小平にこないか?〜）へ誘導するバナーを掲載した。	市ホームページのトップページに掲載しており、多くの人に見ていただいている。 観光まちづくり協会のバナーの近くに、小平市の観光についてまとめたページやおすすめの施設についてのページを配置するため、市ホームページに訪れた方に、関連した情報を見ていただけた。	—	より市民の方などに見ていただけるよう、バナーを目立たせるような工夫を検討できればよいと考える。	バナーの修正には費用と時間がかかるためすぐに対応することは難しいため。
14	SNS（ソーシャルネットワークサービス）の活用	ツイッターやフェイスブックなどの双方向に情報共有が可能なSNSを活用した情報発信を行います。	実施	平成28年度に観光ポータルサイト開設に合わせTwitterを導入。 平成29年度にFacebookを導入、平成30年度にInstagramを導入した。	各SNS、フォロワー数を伸ばし主要な情報発信媒体となっている。	●Twitter R1 699 R2 946 R3 15,822 R4 13,652 ●Facebook R1 699 R2 579 R3 1,016 R4 1,110 ●Instagram R1 210 R2 691 R3 1,065 R4 1,374	ホームページ同様、発信にムラがある。	イベントによって、イベント前、途中、終了後の発信に差がある。統一的な運用が必要と考える。
			実施	市報に掲載されたこだいら観光まちづくり協会の記事については、小平市公式Twitterでも掲載するなど、より多くの方にイベント等を知っていただけるよう周知に努めた。	小平市公式Twitterの登録者数は平成26年度から令和4年度の間におおむね5倍に増加しており、記事がより多くの方の目に留まった。	—	新型コロナウイルス感染症の影響により中止せざるを得ないイベントが多く、Twitterで紹介する件数も例年と比較して少なくなった。	新型コロナウイルス感染症の影響のため。
15	パブリシティの強化	小平市が多くの人の目に触れるよう、質、量ともにパブリシティの強化を図ります。	実施	平成26年度より、プレスリリースを積極的に展開している。なお、平成31年度から東京2020大会の開催による訪日外国人旅行者の増加に対応して、国際交流員の任用により、市内外の外国人へ向けて情報発信をしている。	プレスリリースを行い、メディアに取り上げられることでマップの発送依頼が増えるなど実行動へとつながった。 訪日外国人旅行者の受け入れ体制の整備と在住外国人への小平の魅力の発信に取り組んだ。	ランチパック小平産ブルーベリーのジャム&ホイップや市制施行60周年記念事業、観光大使の委嘱式など、多様なプレスリリースを行い、取り上げてもらった。 市内摘み取り体験農園の多言語化支援、市内観光施設の紹介ページをこだいら観光まちづくり協会HPに英文で掲載、在住外国人向けまち巡りツアーなど多岐にわたる事業を実施することができた。	新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、令和2年度以降外国人向けの事業実施が少なくなっている。	—

戦略2: 情報発信環境の整備

目標3: 地域の情報発信力を強化する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
			実施	プレスリリースや市長定例記者会見などで、新聞各紙やテレビ局等の報道各社に情報提供を行った。	市長定例記者会見の機会とイベント等の時期があうものについては、毎回、報道各社に対して情報提供を行った。	—	新型コロナウイルス感染症の影響により中止するイベントが多く、プレスリリースする件数も例年と比較して少なくならざるを得なかった。	新型コロナウイルス感染症の影響のため。
16	映画撮影やアニメ舞台の誘致	多くの人の目に触れる映画の撮影場所やアニメの舞台になり、知名度向上を目指すために、受入体制を整えます。	未実施	受け入れ態勢を整えるために、施設にヒアリングを行った。	各施設の状況を把握することができた。	対応職員の確保、光熱費なども含めた徴収する費用、駐車場の使用可否など、施設によって対応が異なることが明らかになった。	—	—
17	観光まちづくり大使の任命	小平ゆかりの著名人を観光まちづくり大使に任命し、市のPRをしていただくことを検討します。	実施	平成26年度に実施した。	平成26年度：上田初美さん、小林顕作さん、鳳真由さん 平成26年度：上田初美さん、小林顕作さん、鳳真由さん、吉本一謙さん、大林素子さん 令和4年度：上田初美さん、小林顕作さん、鳳真由さん、吉本一謙さん、大林素子さん、村上茉愛さん 令和5年度現在、6人に小平市の観光まちづくり大使を委嘱している。	自身の活動内で「小平市観光まちづくり大使」名刺を配布、市制施行60周年の際、10月1日号市報の特別企画として、大使5名からのメッセージを掲載した。 コロナ禍前は将棋大会や対談、取材・撮影など各大使の特性にあわせたイベントも実施した。	—	—
18	テーマを意識した情報発信	「季節」「食」「アート」などのテーマごとの情報発信や、ターゲット（受け手）によって、ほしい情報を選べる環境づくりを行います。	実施	平成29年度に、観光総合ガイドブックの中に「食」をテーマにした特集ページを掲載した。 マップは小平グリーンロード&オープンガーデンマップ、丸ポストマップ、ブルーベリーマップ、小平まち巡りコースMAPとテーマ別に作成して配布している。 ガイドブックはまち巡りやアート、うどん文化などについて作成し配布した。	情報発信をテーマごとに行うことで、内容が洗練された。	テーマごとに作成したことにより、マップ類が見やすくなったという声をいただく機会が増えた。 ガイドブックは深堀できる媒体としてコアターゲットから高い満足度が得られた。	—	—
			実施	小平市ホームページのカルーセル（トップページ上部にある、複数のコンテンツが横にスライドして表示が切り替わるもの）では、毎月の目玉となるイベント等を設定しており、あじさいまつりや灯りまつり、市民まつりの時期には、それぞれの画像をカルーセルに設定し、見て楽しめるイベントであることを効果的に発信した。	写真をカルーセルに設定することで、多くの方の目を引けた。	—	新型コロナウイルス感染症の影響により、中止するイベントが多くならざるを得なかった。	新型コロナウイルス感染症の影響のため。
19	情報発信媒体の適正化	伝えたい情報が十分に伝わるよう、年代・性別によって市報やインターネット等の情報発信ツールに変化をつけるなどの工夫をします。	実施	平成28年度より、若年層を意識して、スマートフォンでも情報を収集しやすい環境を整えた。	アナログ・デジタルの情報発信ツールを使用することで、各年代・性別に面的な発信ができた。 こだいら観光まちづくり協会が、SNSでハッシュタグをつけてリツイートすると景品等が当たる企画を行っており、広く情報を拡散することができた。	市報、Webサイト、SNS、チラシなどのツールで発信したことにより、面を意識した発信がおこなえた。	—	—

戦略2: 情報発信環境の整備

目標3: 地域の情報発信力を強化する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
20	ご当地キャラクターの活用	小平市にはぶるべー（小平ブルーベリー協議会）、地域宣伝隊コダレンジャー（小平市グリーンロード推進協議会）というご当地キャラクターがいます。これらのキャラクターはイベント等に出演するなど、子どもを中心に認知度が上がってきています。今後も出演回数を増やしたり、市外のイベントにも参加したり、露出を増やすことで小平市の知名度を上げていきます。	実施	平成26年度より、ぶるべー、コダレンジャーを活用し、地域のイベント等に出演している。	登場するとイベントに賑わいが生まれる。登場回数も増え、両キャラクターの認知度も上がり。出演依頼も増えている	両キャラクターとも登場すると人だかりができる状態まで知名度があがった。 コロナ禍ではイベントの出演回数が減ったが、少しずつ回復傾向である。 イラストなど2次元の使用についても多く問い合わせをいただく。	令和5年、ぶるべーの着ぐるみが破損したため、使用不可となった。	維持にコストがかかる。

戦略3:地域資源の活用

目標4:ゆったりしたまちの価値への理解を深める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
21	イベントの質向上	小平グリーンロード沿いで現在開催しているイベントにおいてニーズ調査を行う等、集客力を向上させる方法を探ります。	実施	平成27年度に収穫祭において、アンケート調査を実施した。 令和3年度から4年度に、こだいら観光まちづくり協会が、公益財団法人東京観光財団の「マーケティングを活用した事業計画策定支援事業」の補助金を活用して、観光まちづくりの成果として、現状把握のためにマーケティング調査を実施した。 こだいら観光まちづくり協会がイベント開催の際に、小平の好きなところにシールを貼ってもらうという手法で調査を実施した。	調査結果からニーズや課題を把握することができた。	マーケティング調査の結果は汎用性が高い内容のため、次期計画の実態調査でも使用できるものとなった。	—	—
22	小平市グリーンロード推進協議会の活動広報強化	SNSを活用するなど、より広く小平市グリーンロード推進協議会の活動を知らせます。	実施	平成27年度に、東京都の多摩の魅力発信プロジェクト事業を通じfacebookやtwitterで活動実績をPRした。また平成29年度は、こだいら観光まちづくり協会と連携し、観光ポータルサイト内でも小平市グリーンロード推進協議会のイベントPRを実施した。 ※こだいら観光まちづくり協会が、令和元年（平成31年）小平市グリーンロード推進協議会、こだいらブルーベリー協議会、小平市観光農業協会を統合した。	統合後もSNSをはじめ、各イベントの広報活動を行った。	こだいら観光まちづくり協会でFacebook、Twitter、Instagramで情報発信しているため、統合後も滞ることなく発信ができた。	—	—
23	地産地消の推進及び情報発信	小平市で生産されている農産物を入手できる場を増やすとともに、その情報の発信を強化します。	実施	平成28年度に、小平ファーマーズ・マーケットにて、地場産野菜を年間通して購入できる体制を整備した。小平市のホームページで直売所マップの記事を掲載している。小平ファーマーズ・マーケットではJA東京むさしのホームページやInstagramなどのSNSでも情報発信をしている。	市内の農家から新鮮な野菜や果物が集まり、購入者で賑わっている。	地場産野菜の人気は高い。先日、こだいら観光まちづくり大使の鳳真由さんも小平ファーマーズ・マーケットでよく購入すると伺った。	—	—
24	魅力ある直売所の情報発信強化	多品目の地場産農産物を生かすため、魅力ある直売所の情報を整理して発信します。	実施	令和元年度に、市内の直売所を紹介したマップを発行した。	直売所の詳細に加え、野菜・果樹類の旬も掲載することで1年を通じて小平産の農産物をPRすることができた。	直売所マップの需要は年間を通じて多く、市内農産物の関心の高さがうかがえた。	—	—
25	観光農園情報の充実	市民及び来訪者のいずれもが気軽に観光農園を利用できるよう、観光農園の情報をまとめて、提供します。	実施	令和元年度に、農商連携事業を実施し観光農園を紹介した。	市内回遊型イベント「食・農・文化めぐりん小平」で収穫体験を行うことができた。	収穫体験を実施したことにより、利用促進につながる情報発信が行えた。	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標4:ゆったりしたまちの価値への理解を深める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
26	農地の保全	東京むさし農業協同組合と、災害時における生産緑地の活用と生鮮食料品の調達に関する協定を結んでいることや、農産物の学校給食での使用により食育の一部を担っていること等をもとに農地を守っていきます。	未実施	地産地消の取り組みとして、市内産の農産物を学校の給食で使用している。	農家・JA・栄養士が協力して地場産農産物の利用を進め、学校給食への利用率が30パーセント以上に伸びた。また、給食で出されることで、子どもたちが市内産の農産物を身近に感じることができた。	小平産農産物の味や種類、生産者に対する興味につながり、食育に結び付けることができた。	—	—
27	調べ学習等による郷土教育の充実	学校教育における調べ学習の機会を利用し、「としょかんこどもきょうどしりょう」や視聴覚ライブラリーのビデオ教材等により子どものうちから小平の歴史に慣れ親しんでもらいます。	実施	平成28年度に、各小学校の総合的な学習の時間の中で、小学校の歴史等に慣れ親しんでもらうための授業を実施した。以降も他地区の小学校に小平市の魅力を発信する活動を通して、地域に愛着をもち、良さに気づくことを目的として、様々なテーマについて調査を行った。	小学校のうちから市の魅力に触れる機会が創出できた。	大人になり、住む場所の選択が迫られた際に、子供のころに愛着を持った地域は選択肢に上がる可能性が高い。大人では気付かない魅力発見にもつながる。	—	—
			実施	毎年、小学校第3学年の社会科の学習で「郷土の伝統・文化と先人の働き」について学習を行っている。その際に小平の歴史について郷土資料を活用し調べ学習を行っている。郷土資料を用いて調べることで、子どもたちが暮らす地域の昔と今を比較することができる。また小平の発展や継承したほうが良い伝統文化について理解を深め、新聞形式や学習者用端末を活用したスライド等の表現方法でまとめ、発表する学習活動を行った。市立学校の周年記念誌作成の際に、郷土資料を活用して当該学校周辺の様子を知り、学校の歴史、変遷としてまとめた。	昔の小平の様子を写真や動画によって知ることができた。	視覚的な理解が容易であった。多くの地域、時期の資料が残されていた。	—	—
28	緑の保全や用水路等の整備	「みどりの基本計画 2010」に基づく緑の保全や、用水路の整備（せせらぎ、親水公園などの親水空間）、小平グリーンロードの整備、「あかしあ通りグリーンロード化基本計画」を進めます。	実施	【親水公園整備】※実施済み H28 小川用水（仲町公民館跡地）親水公園整備 H28 小川用水（小平神明宮前）親水整備 H30 新堀用水法面（胎内堀）保全工事（1期） H31 新堀用水法面（胎内堀）保全工事（2期） 【みどりの基本計画に基づく緑の保全等】 ・公園リニューアル整備の実施（あじさい公園等） ・玉川上水沿いの樹林地の特別緑地保全地区への新規指定及び公有地化の推進 ・公園等アダプト制度の導入 ・グリーンフェスティバルの開催 ・武蔵公園の開園 ・パークフルの導入	—	—	—	—
	フットー性を持った麻中	玉川上水、用水路、寺院・神社など地域の歴史を掘り起こし、武蔵野新田の開発などの	実施	平成28年度に、まち歩きガイドツアーの中で、玉川上水、用水路、寺院・神社などの歴史を交えながら、ガイドを行い、ツアー参加者へのPRを実施した。直近のまち巡りコースマップではテーマを設定して11のモデルコースを紹介している。令和4年度からは小平誕生物語「こだたん！」を発行しており、親しまれやすい漫画形式で小平の歴史を伝えている。	歴史などのテーマを設定することで、掘り下げたアピールができた。	様々なテーマを設定することで、年齢・性別ではなく、興味に焦点をあてた発信ができたため、理解度が高かった。「こだたん！」は小学校や学童に対しても冊子のPRを行ったり、自宅のタブレット等でも見られるようWeb でも展開した。	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標4:ゆったりしたまちの価値への理解を深める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
29	歴史文化を有するまちの 景観のPR	PR方法を検討します。特に 玉川上水の小平市区間は他に ない独自の景観であることの 十分なアピールを行います。	実施	H27年度に、市内の玉川上水、用水路、寺院・神社等 に設置されている、文化財説明看板の板面を最新の研究 成果に沿ったものに更新した。また、説明板が設置され ている文化財を巡れるよう、市内文化財マップ「歩いて 学ぼう市内の文化財」を作成し、市民向けに無料配布し た。【文化財担当】	—	—	—	—
			実施	R4 こだいら観光まちづくり協会が、用水路の案内看 板を市内各所に設置した。	—	—	—	—
30	観光ガイドの養成	市内各所のエリアごとに観光 ガイドを養成し、見どころ案 内等を行います。	実施	平成29年度にこだいら観光まちづくり協会にて、まち 歩きガイドを養成した。 以降もまち巡りガイド養成講座を実施し、毎年修了者を 出している。	豊富な話題提供を魅力としたま ち歩きを実践できるガイドが養 成できた。	講座内容がオリエンテーション （小平市の概要）にはじまり、 実地研修を経てガイドルートの 発表とガイドになるための講座 が体系的に設定されているた め、質の高いガイドが養成され ている。評判も良い。	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標5:文化・交流につながる地域資源を活用する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
31	学生発信企画の受入及び実施	こだいらブルーベリーリーグをはじめ、学生が発信する企画等を受け入れ、実施する体制づくりを進めます。	実施	平成29年度に、市民活動支援公募事業の応募対象団体に学生団体を追加した。トーショーのディスプレイに武蔵野美術大学の学生が、「プチ田舎」をコンセプトに作品を制作・展示した。 嘉悦大学が灯りまつりの灯籠を使用した「ランタンを灯して渡していく最大のオンラインビデオチェーン」を実施し、ギネス認定され市でも広報した。	学生が企画・発信することで若い世代と交流が生まれた。	学生への情報発信は到達の部分で課題が多い。学生が企画・発信することで課題の払しょくにつながった。	—	—
			実施	「まちで楽しむ」や「こだいらNPOセミナー」、「小平市提示型公募事業（学生部門）」など、学生と地域が関わる事業を実施し、学生の企画や意見を受入れてきた。小平市にゆかりのある7つの大学等（嘉悦大学、職業能力開発総合大学校、白梅学園大学・白梅学園短期大学、津田塾大学、一橋大学、文化学園大学、武蔵野美術大学）で小平市大学連携協議会（こだいらブルーベリーリーグ）を組織し、官学連携事業の実施体制づくりを進めてきた。	平成30年度及び令和元年度に市内の4大学（嘉悦大学、白梅学園大学・白梅学園短期大学、津田塾大学、武蔵野美術大学）と包括連携協定を新たに締結し、更なる連携強化の基盤をつくった。また、令和元年度から「小平市で抱える地域課題に関する提案プロジェクト」などを実施し、学生の意見やアイデアを行政に取り込んだ。	市（各課）と大学の間に立ち、双方の意見を把握するよう努めたことが「小平市で抱える地域課題に関する提案プロジェクト」の実施につながった。また、協議会の設立（平成25年3月）以来、定期的に情報交換を行い、担当者同士が顔の見える関係を維持してきたことが包括連携協定の締結につながった。	小平市提示型公募事業（学生部門）の応募団体が近年固定化してきたこと。	地域で活動をしている学生団体に対して十分な広報ができなかった。また、地域活動に取り組んでいる学生団体を十分に把握できていなかった。
32	市内各学校の出身者へのアプローチ	市内各学校の出身者へのアプローチを行い、それぞれの分野で小平市のPRをしてもらうための取り組みを進めます。	実施	平成29年度は、市内出身かつ小平市観光まちづくり大使である上田初美氏の将棋イベント「上田初美杯」を開催した。 令和4年度に、市内小学校卒業の村上茉愛さんにこだいら観光まちづくり大使に就任いただいた。就任の発表は市制施行60周年の記念映像の中で実施した。	発信力の高い方が各活動の中で小平市をPRしていただいた。	高いPR効果をはじめ、小平市にゆかりのある方が小平市観光まちづくり大使となり、活動していただくことで市民の愛着が醸成された。	—	—
33	企業博物館PR	市内にはゴムとタイヤについて学べるブリヂストンTODAYや、ガスの歴史が学べるガスミュージアム等があります。これらの企業博物館の地域資源としての活用を図ります。	実施	平成28年度に、こだいら観光まちづくり協会の観光総合ガイドブックや観光ポータルサイトにおいて掲載した。	市内に企業博物館があることをPRできた。	ガスミュージアムやブリヂストンイノベーションギャラリー（2020.11リニューアル）は無料のため、身近で気軽に行ける観光資源として発信することができた。	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標5:文化・交流につながる地域資源を活用する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
34	モデルコースやモデルエリア の設定及び情報提供	小平グリーンロードや鉄道駅 を中心に、丸ポストやオーブ ンガーデンなどの地域資源、 工場見学など、小平市の特色 がわかるモデルコース等の設 定を行い、情報提供をしま す。	実施	平成28年度に、こだいら観光まちづくり協会の観光総 合ガイドブックにおいて、まち歩きモデルコースを設定 した。 小平グリーンロード&オープンガーデンマップでは、 オープンガーデンまち巡りコースを掲載した。 令和4年3月に、小平まち巡りコースMAPを作成し、 市内の観光スポットや歴史的スポットを巡る、11コ ースを掲載した。	モデルコースを掲載することで 所要時間やテーマが設定され、 イメージがしやすくなった。	各コースの所要時間が掲載され ることで、参加者に合わせた コース歩きができることを発信 できた。 テーマを設定したことにより、 興味を持った方の来訪を促すこ とができた。 小平グリーンロードや周辺を歩 きたい、という目的でガイド ブックを求める方が多く、まち 巡りコースマップはその要望に 応えることができ好評である。	—	—
35	地元プロサッカーチームF C 東京の応援強化	小平市にはF C東京の練習場 があり、地元のチームである という意識を、市民も選手も 持てるようにするために、地 域ぐるみで応援します。	実施	平成29年度は、FC東京応援キャンペーンや大沼グラン ド等見学ツアーを実施。また、FC東京小平市の日にお いて、市民を公式戦に招待した。 平成28年度には、吉本一謙（小平市出身、元サッカー 選手、現F C東京スカウティング）が観光まちづくり大 使となり、観光スポットのPRを行った。 平成31年には、FC東京創設20周年を記念して、FC東 京のチームマスコット「東京ドロンパ」と小平市のシン ボルキャラクター「ぶるべー」がコラボレーションした 「東京ドロンパ・ぶるべーモニュメント」を制作した。	小平市にF C東京の練習グラウ ンドがあることの周知をはじ め、市民とF C東京のつながり を創出することができた。	コアなファン層が多いので、 シーズン終了報告会などファン を意識したイベント等では高い 反響があった。練習グラウンド で選手と写真撮影したり、サイ ンをもらえたりすることを知ら ない方も多く、希少な観光資源 となった。	—	—
			実施	平成31年に小平市はF C東京と包括連携協定を締結し た。 地域における応援の機運を高めるため、F C東京ホーム タウン構成市（調布市、三鷹市、府中市、西東京市、小 金井市、小平市）において、各市の市民デーや節目の試 合においてF C東京ユニフォーム（レプリカ）を着用し 勤務するユニフォーム着用デーを開催している。 毎年、シーズン終了後にシーズン終了報告会（または、 報告市長表敬訪問）を開催している。 選手会の協力のもと、毎年小学校への訪問を実施し児童 と交流している。 F C東京小平グランド周辺のごみ拾いを選手、スタッ フ、地元住民、市役所職員が協力して行い、地域に根付 いたクラブとして活動している。 地元商店会などの協力のもと、街灯にF C東京のフラッ グを掲示し地域ぐるみで応援している。	ユニフォーム着用デーをはじめ とした取組を継続して実施し、 地域における応援の機運を高め ることに繋がった。	小平市のみならず、F C東京 ホームタウン構成市と連携して 広くSNSで取組を発信するな ど、多くの人の目に留まるよう なPR活動ができた点。	地域ぐるみの応援には市民に チームのことをより広く知って いただき愛着をもってもらうこ とが必要であるが、市内全域に おいてフラッグ等の掲示物の露 出が十分とは言えない地域もあ るため、引き続き取り組む必要 がある。	フラッグの掲示などの取組は市 だけでなく、商工会、事業者等 の協力が不可欠である。F C東 京と各主体が直接やり取りする 形となるが、より多くの方の目 に留まるよう市としてもF C東 京に促していく必要がある。

戦略3:地域資源の活用

目標5:文化・交流につながる地域資源を活用する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
			実施	平成31年3月20日に、小平市と東京フットボールクラブ株式会社との包括連携に関する協定を締結した。ガバメントクラウドファンディングを活用して小平駅南口に設置した「東京ドロンパ・ぶるべーのモニュメント」の除幕式にあわせて、協定締結式を実施した。本協定に基づき、市及びFC東京が、これまで積み重ねてきた協力関係を一層強化し、発展させるとともに、包括的な連携のもと、それぞれの有する資源を有効かつ適切に活用し、協力して相互の発展と充実を図る。	ふるさと納税返礼品やオリジナル婚姻届の作成、市として初めてのガバメントクラウドファンディングを活用した「東京ドロンパ・ぶるべー」のモニュメントの設置など、これまでの事業連携の機運をさらに高め、協力関係を一層強化するきっかけの1つとして協定が締結できたことで、今後、スポーツの振興、市民の心身の健全な発達、地域の活性化、人材育成など、連携・協力が図られる。	FC東京のホームタウン自治体としては初めてのモニュメント設置、協定締結であるとともに、モニュメント除幕式のセレモニーの中で協定締結式が行えたことで、双方を一体的にPRできた。	—	—
36	各施設の包括的な広報	小平ふるさと村、平櫛田中彫刻美術館、鈴木遺跡資料館、ふれあい下水道館の特徴を際立たせた広報をし、さらに各施設を包括的に広報することで、魅力アップにつなげます。	実施	平成28年度に、こだいら観光まちづくり協会の観光総合ガイドブックや観光ポータルサイトにおいてPRした。まち巡りガイドブックや水と緑とアートと暮らすまち（アートキャンプガイドブック）においてもPRを行った。	ガイドブックに掲載することで写真とともに各施設の特徴を紹介できた。	まち巡りガイドブックや水と緑とアートと暮らすまち（アートキャンプガイドブック）ではテーマに沿ってPRすることができたため、高い訴求効果が得られた。	—	—
			実施	国史跡鈴木遺跡から出土した旧石器を展示・公開している鈴木遺跡資料館を周知するため、特に特徴的な石器の写真を割り付けたデザインの鈴木遺跡の幟や横断幕、ペナントを製作し、資料館の外構に設置しました。また、同様デザインのバス広告マグネットシールを製作し、市内循環バスやコミタクのボディに貼って運行してもらい、鈴木遺跡資料館をPRしました。【文化財担当】	—	—	—	—
			実施	こだいら観光まちづくり協会の観光総合ガイドブックや観光ポータルサイト、動画サイト等においてPRを実施いただいており、地域に根ざす観光資源としての魅力を含めて広報活動を実施した（平成28年度から）。	コダレンジャーや小平市観光まちづくり大使等を用いた活動により、幅広い層に施設の特徴をPRすることができた。	こだいら観光まちづくり協会が保有する多様なPRメソッドの蓄積によるものが大きい。	ほか施設との連携による包括的PRに深みがなかった。	課や団体をまたぐ施設間での連携手法については、より検討を重ねるべきであった。
37	アートに触れられる環境整備	小平グリーンロードの狭山・境緑道には「彫刻の小径」として齋藤素巖のブロンズ像が16基17作品展示されています。また市内には「武蔵野美術大学」があり、秋には中央公園で「小平アートサイト」を開催するなど、地域と深くかかわっています。これらを中心に、こだいらまちなか	実施	平成29年度に、小平グリーンロード&オープンガーデンマップに斎藤素巖・彫刻の小径のマップを掲載した。また、観光総合ガイドブックで平櫛田中彫刻美術館等を紹介した。令和4年度に、水と緑とアートと暮らすまち（アートキャンプガイドブック）に武蔵野美術大学や平櫛田中彫刻美術館を掲載し紹介した。まち巡りのモデルコースに芸術にふれるコースを作った。	ガイドブックやマップに掲載することで、作品や所在をPRすることができた。	カラー写真やイラスト付きで掲載できたため、特徴が詳しく紹介できた。まち巡りで「芸術」というテーマに沿ったモデルコースができた。	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標5:文化・交流につながる地域資源を活用する

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
		アートとして、市内のいたるところでアート作品に触れられる機会を増やし、PRします。	実施	（アートサイト） 市の協力としては、作品の展示場所の調整及び開催案内の市報掲載。 また、学校から展示場所までの作品の搬入・搬出時の車両、及び作業員の派遣。	—	—	—	—
38	プラン38 地域で活動している人の紹介	NPOやボランティア団体、自治会、国際交流協会など、地域で活動している団体や個人にスポットを当て、多くの方に活動を広く知ってもらえるようにします。	実施	平成29年度に、観光総合ガイドブックにて地域で活躍されている個人や団体を紹介。 令和3年度に武蔵野地域のうどん文化が、文化庁の100年フードに認定され、武蔵野手打ちうどん保存普及会が100年フード認定団体となった。 こだいら観光まちづくり協会のボランティア部会の活動について、市報等で紹介した。	ガイドブック等などで、地域で活動している団体等の紹介をすることができた。	広報することで、活動内容を多くの人に伝えることができた。	—	—
			実施	小平市民活動支援センターあすびあにおいて、市民活動パワーアップ講座、市民活動交流サロン、元気村まつり、こだいら人財の森事業などを実施し、市民活動の裾野の拡大を図ってきました。また、ボランティア・市民活動情報紙「あすびあ通信」・市民活動データ集むすぶ等を発行し、地域での活動を広く周知してきました。	平成30年からこだいら人財の森の運用を開始し、市民がより活動を始めやすくするためのマッチングを継続してきた。また、ホームページ上に新サイトを構築し市民活動団体データ集『むすぶ』」、「イベント・カレンダー」などをインターネット上で利用できるようにし、利便性を向上させた。	東京都の補助金を積極的に利用したこと。また、市民主体による運営を行うなかで、システム関連の知識と能力を持つ人材を見つけ、協力を得られたことが利便性の向上につながった。	こだいら人財の森事業におけるマッチングの事例数が想定よりも伸びていないこと。	事業の周知のための説明会や講演会を実施し、多く市民の参加を得ているが、そこからマッチングのための個人登録、団体登録に結びつけられていないことが一つの要因と考えている。

戦略3: 地域資源の活用

目標6: 特色ある自分たちのイベントという意識を高める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
39	テーマ別のイベントの企画	市民や来訪者にアピールするようなテーマ別（食、農、アートなど）のイベントを企画します。	実施	平成28年度に小平市観光農業協会や小平食品衛生協会などで「食」や「農」といった様々なテーマ別のイベントを実施した。 令和4年度、5年度には、こだいら観光まちづくり協会が「ART CAMP VILLAGE in KODAIRA」、「小麦の香る街 うどん&麦まつり in 小平」を実施した。	テーマに沿ったイベントは話題性が高いため、多くの方が参加し、小平市の観光資源を認識することができた。	各イベントでテーマに沿ったパネル展示やガイドブックを作成したことで、楽しいだけでなく、造詣が深まるイベントとなった。また、うどんをテーマに作成したガイドブックは、講座等でも使用され、資料としても役立てることができた。	—	—
			実施	イベントについては、市報、市ホームページのほか、市長定例記者会見やプレスリリース、各種SNS等による情報発信を行った。	イベント等があった場合には、最適な情報発信手段を選択するとともに、複数の情報発信手段を活用するよう努めた。	—	新型コロナウイルス感染症の影響により中止せざるを得ないイベントが多かった。	新型コロナウイルス感染症の影響のため。
40	準備段階からの市民参加	まつり等は準備段階から多くの市民が参加できる環境づくりを進めます。	実施	令和元年度に、灯りまつり実行委員会の中に、市の事業者や賛助会員が多く含まれるこだいら観光まちづくり協会が入ることで、市民参加を推進した。	改めて灯りまつりを開催する意義やPR方法等について、活発な議論が交わされた。	観光まちづくり協会が培ってきた様々なノウハウを、灯りまつりに役立て盛り上げようとした。	観光まちづくり協会と灯りまつり実行委員との間に、灯りまつりに対する認識の相違があり、方向性を見出すのに時間がかかった。	灯りまつり実行委員とこだいら観光まちづくり協会の調整不足のため。
			実施	小平市民まつりは、例年10月の第三日曜日にあかしあ通り約1.5kmをメイン会場に様々な催しを展開している。あかしあ通りでは、みこしやパレード、ステージでの踊りなどを行っています。仲町第二公園内では、ステージでの踊りや食べ物・雑貨等の販売を行っています。あかしあ公園内では、子ども向けの体験コーナーを展開した。 また、会場の清掃や案内などさまざまな市民の方が一体となって、小平市民まつりを作り上げた。令和2年度から令和4年度までの3回は新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響によって3回中止となった。	新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響によって、3回中止となったが、まつりが開催されなかった間も市民まつりのポスター等の題字の募集やオリジナルグッズの作成など新たな取り組みが実施できた。	実行委員会の会議を重ね、実行委員と事務局とで様々なアイデアを出すことができたこと。	まつり運営に必要な設営等の業務委託の経費が高騰し、予算の確保が難しいこと。	設営や警備の人件費が年々高騰していること。
41	イベント準備過程の発信	SNS等を利用し、イベント開催のお知らせという形ではなく、準備の様子も発信することで、大勢の方にかかわりを感じてもらえるような仕組みづくりを行います。	未実施	灯りまつりなどイベントの準備過程を、市ツイッターやこだいら観光まちづくり協会のSNS等で発信する。	灯りまつりに展示する灯ろうの工作教室の様子を発信することにより、関心を高めイベントの機運醸成を図る。	灯りまつりを楽しみにしている様子を発信することで、イベントの機運醸成につなげる。	—	—
			未実施	（今後、必要に応じ、関係団体からの依頼に基づき、市ホームページ等への掲載を検討する）	—	—	—	—
42	話題性、インパクトのあるイベントの企画	事業者や市民も一体となって取り組み、特徴的で、小平でしか味わえないイベントを企画します。	未実施	令和5年度にこだいら観光まちづくり大使を中心としたイベントを企画・実施予定。	—	—	—	—
			未実施	（今後、必要に応じ、関係団体からの依頼に基づき、市ホームページ等への掲載を検討する）	—	—	—	—
43	まつりや伝統行事を守り伝える	市内には特色のある伝統的なまつりなどの伝統行事が多く残っています。これらを絶やすことなく、守り伝えていきます。	実施	こだいら観光まちづくり協会が発行する観光ガイドブックや、ホームページ等において、市内のまつりや伝統行事を紹介している。	小平の伝統行事について、ガイドブックやホームページ等でわかりやすく紹介することができた。 小中学生の自由研究や授業等でもガイドブック等を活用いただくことで、子どもたちに対しても、伝統行事について伝えることができた。	他の目的でガイドブックを手に取ったり、ホームページを閲覧した人にも伝統文化に関する情報を伝えることができた。 親しみやすく、わかりやすい形で紹介しているため、伝統行事について、より深く興味をもっていただき、身近に感じていただくことができた。	—	—

戦略3: 地域資源の活用

目標6: 特色ある自分たちのイベントという意識を高める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
			実施	小平市の伝統的な祭りなどに出演している、小平市内で江戸時代から継承されている市無形民俗文化財の「鈴木ばやし」へ、その後継者育成や道具の補修について毎年補助を行っています。	—	—	—	—

戦略3:地域資源の活用

目標7:小平ならではの特産品づくりと産業振興を進める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
44	特産品開発の支援	地域ならではの特産品を確立するため、話題性のある新商品（加工品、料理）の開発と、目玉といえる定番商品の確立を支援し、姉妹都市等の商品の活用も検討します。	実施	平成30年度に、プチ田舎会議で出されたアイデアの実現に向けて検討した。また、西武新宿pepeにて、市内の事業者が作ったブルーベリー商品の販売を実施した。	特産品開発の可能性について議論する機会が創出された。市内の事業者が様々な商品を開発する機会となった。	「ブルーベリー」が市の魅力のひとつであることが、市民や事業者に浸透したこと。	新たな特産品の開発までには至らなかった。	商品開発、販売等のノウハウが十分ではなかった。
45	小平糴うどんのPR強化	地域に伝わる料理である「小平糴うどん」に注目し、地域の枠を越えたPR活動により知名度の向上を目指します。	実施	平成29年度に、観光総合ガイドブックや観光ポータルサイトにて糴うどんのPRを実施した。令和3年度に武蔵野地域のうどん文化が、文化庁の100年フードに認定された。また、武蔵野手打ちうどん保存普及会が、文化庁より「100年フード認定団体」に認定された。令和5年度に小麦の香る街うどん&麦まつり in 小平を実施した。	100年フード認定後にイベントを実施したためPR効果が高かった。	近隣市を含めたイベントを実施したため、小平糴うどんだけではなく、武蔵野地域におけるうどん文化をPRすることができた。これにより厚みのあるPRが実施できた。	—	—
46	「小平産ブルーベリー」ブランド化推進	小平市が栽培発祥の地であるブルーベリーについて、ブランド化を推進します。	実施	平成26年度に、小平ブルーベリー協議会にて、小平産ブルーベリーの商品認定を実施した。	小平産のブルーベリーを使用した商品の開発につながった。ブルーベリーを市の魅力のひとつとしてPRする手段ができた。	市内事業者の協力を得られ、包括的に実施することができた。	認定商品が市内外に広く認知されなかった。	認定商品に使用される小平産ブルーベリーが、その他のブルーベリーより高価であり、かつ、確保できる量に限りがあった。
47	特産品を購入できる施設づくり	特産品の販売をはじめ、飲食や休憩などができる施設の確保について、検討します。	実施	平成28年度に、小平ファーマーズ・マーケットにて地場産野菜やコダイラブランドの販売を実施した。	小平ファーマーズ・マーケットには飲食スペースもあり、販売をはじめ、飲食や休憩などができる施設の確保もできた。	駅から至近の距離でありながら、駐車場もあるため、小平の特産品を購入できる主要な施設としてPRすることができるようになった。	小平ファーマーズ・マーケットから離れた観光スポットに来られた方にとっては、足を運んでいただきづらい。	他の観光スポットとの位置関係を考慮する必要があり、小平ファーマーズ・マーケットだけでなく他の場所での展開も必要と考えられる。
48	販路の拡大	市民や来訪者が特産品を入手しやすくなるよう、小平ふるさと村の特産品コーナー拡大や、JAの共同直売所の充実をはじめ、販路の拡大を図ります。	実施	平成30年度に、西武新宿pepeにてブルーベリー商品の販売を実施した。イベント時のブース出店で特産品の販売を実施した。	新宿や、豊洲で特産品であるブルーベリー商品の販売ができた。	豊洲では多摩エリア30市町村が集合して商品をPRや販売するTAMA SUPER FESTIVAL 2019というイベントに出店した。完売する商品もあった。	小平の特産品についての認知度が低い。	ブルーベリー菓子などを定番の商品として定着させ、PRしていく必要がある。
49	小平産特産品提供店舗の拡大	小平産特産品の提供ができる店舗を増やす仕組みをつくります。	未実施	ブルーベリー協議会の認定商品や、小平商工会によるコダイラブランドの設定、小平ファーマーズ・マーケットでの販売、こだいら観光まちづくり協会による特産品のPRなど後押しをする体制をつくった。	コダイラブランドに認定されることにより、リーフレットへの掲載による周知、ファーマーズ・マーケットにおける販路の提供、こだいら観光まちづくり協会によるブース出展の際の展示や販売が実施できた。	周知・販路の確保・販売機会の創出という一連の仕組みが作れた。	店舗によって取り組みに差が出ている。	定期的の開発を行っている店舗が少ない。

戦略3:地域資源の活用

目標7:小平ならではの特産品づくりと産業振興を進める

プラン No.	プラン名	取り組むべき内容	実施 状況	実施した内容	成果および要因		課題および要因	
50	きめ細やかなサービス実施	大型店舗ではできない、商店会や小型店舗、個人商店ならではのきめ細やかなサービスを実施します。	未実施	小平グリーンロード推進協議会、小平ブルーベリー協議会、こだいら観光まちづくり協会などが実施するイベントに、市内の個人商店などが出店して、事業者がイベントに来場した客と、対面で販売を行った。	地元の生産者が対面で販売することで、お互いの顔を見ながら小平の特産品をPR・販売することができた。	対面販売することで、販売側は消費者のニーズをつかむ機会となり、サービスの向上に努めることができた。消費者側は小平の特産品を知る機会となった。	参加する事業者が固定されてしまった。	店舗での営業に加え、イベント販売用のテントや器具を用意して参加できる事業者に限りがあった。