

# 小平市こだいら観光まちづくり振興プラン (骨子案)

令和●年●月

小 平 市



# 目次

第1章 策定の目的と位置付け.....	1
1. 策定の目的.....	1
2. 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの位置づけ .....	3
3. 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの対象期間 .....	3
第2章 小平市を取り巻く現況.....	4
1. 位置・地勢.....	4
2. まちの成り立ち .....	4
3. 人口.....	5
4. 小平市の地域資源（年中イベント含む） .....	8
5. 小平市の産業特性.....	12
第3章 観光まちづくりにむけた市民意向等.....	13
第4章 小平市観光まちづくり振興プランの評価・振り返り.....	23
1. 戦略1 おもてなしの体制づくり .....	23
2. 戦略2 情報発信環境の整備.....	23
3. 戦略3 地域資源の活用 .....	23
第5章 観光まちづくりにむけた課題.....	24
1. 小平市の現状 .....	24
2. 小平市の課題の解消に向けて.....	26
第6章 計画の基本理念と方針.....	28
1. 基本理念 「訪れたい、住み続けたい」の観光まちづくり .....	28
2. 基本目標・基本施策 .....	29
3. 体系図 .....	30
第7章 観光まちづくりにむけたアクションプラン.....	
1. 戦略別アクションプラン .....	
2. 推進主体および推進スケジュール .....	
第8章 計画の推進にあたって.....	
1. 観光まちづくりの推進.....	
2. 推進体制 .....	
資料1 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの策定経緯等.....	
1. 計画の策定経緯 .....	
2. 小平市こだいら観光まちづくり振興プラン検討委員会設置要綱.....	
3. 小平市こだいら観光まちづくり振興プラン検討委員会名簿 .....	



# 第1章 策定の目的と位置付け

## 1. 策定の目的

小平市は平成25年3月に「小平市観光まちづくり振興プラン（平成26年から令和5年度）」（以下、「前回プラン」という。）を策定し、将来予想される人口減少を前にして、「観光」ではなく、「観光まちづくり」に取り組むことによって地域活性化を推進してきました。

市民自らが自分の暮らすまちの良さに気付き、それをきっかけとして誇りや愛着を持って「住み続けたい」と思い、さらに良さを広め、地域内外の人的交流を活発化し、新たに小平市に「住んでみたい」と考える人が増加することによって地域の活性化を図ることが「観光まちづくり」の狙いです。

特に前回プランに基づくアクションプラン50に積極的に取り組んできた結果、こだいら観光まちづくり協会の設立を始め、「観光まちづくり」を進めていくうえでの土台作りが実績化され、目指すべき観光のまちづくりが明確化されつつあります。前回プランは令和5年度で計画期間が終了することから、この流れをここで止めるのではなく、引き続き進める必要があります。

今後4年間の計画期間に、これまでの視点を踏まえつつ、新たな視点も取り入れ、魅力の発信や地域資源の活用などに積極的に取り組み、ポストコロナにおける「住み続けたい」と「住んでみたい」の実現に向けてどのような施策を取る必要があるのか、その方策を示すことを目的としています。

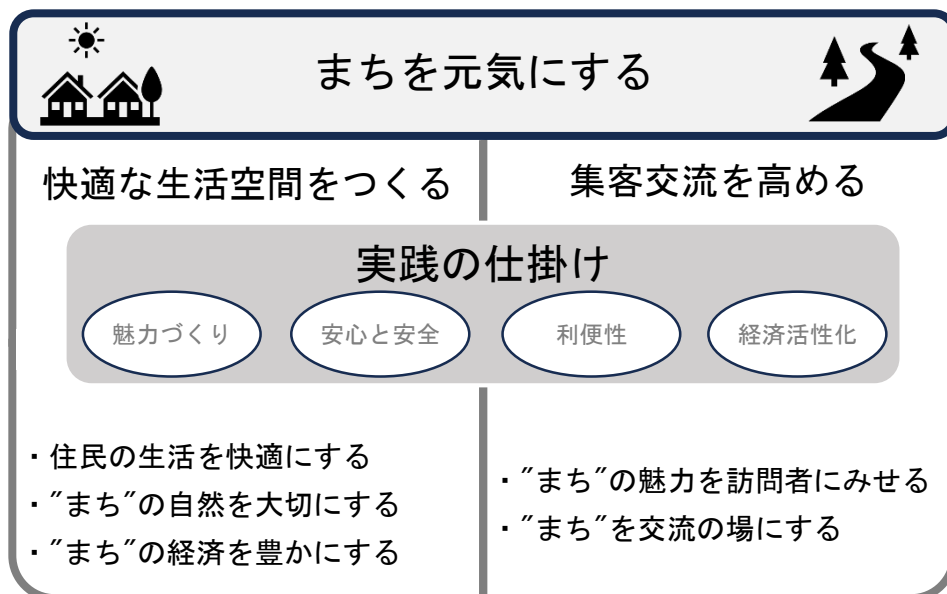
## コラム 「観光まちづくり」とは

「観光まちづくり」とは、2000 年頃に生まれた概念です。地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を生かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動をさします。

### 観光まちづくりのポイント

- ① 地域住民や地域社会が主体になる
- ② 地域資源を活用する
- ③ 交流を促進する
- ④ まちの魅力や活力を高める
- ⑤ 住んでよし(住民快適性)、訪れてよし(旅行者満足)を両立し持続可能な地域をつくらうとする

上記5つのポイントを中心に、快適な生活空間をつくることと集客交流を高めることを両立します。また、「魅力づくり」、「安心・安全」、「利便性」、「経済活性化」の仕掛けを展開することでまちの活性化を図ります。



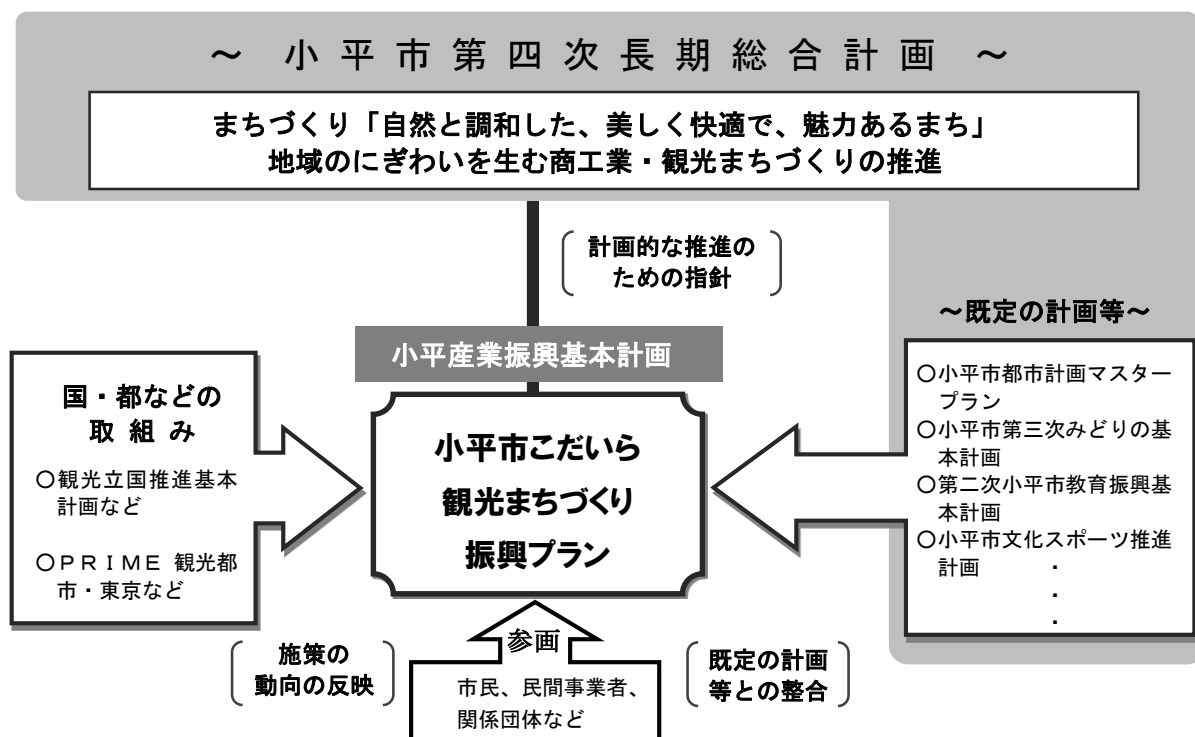
資料：安村克己（2006）『観光まちづくりの力学－観光と地域 の社会学的研究』学文社 133 ページ

## 2. 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの位置づけ

本プランは、観光まちづくりの基本理念や将来の方向性を示すものであり、計画的に取り組を進めるための指針と位置づけます。また、観光の分野にとどまらず、広報、地域社会、緑、水、文化振興、生涯学習など市の施策のさまざまな分野にも関わるため、本プランは「小平市第四次長期総合計画」をはじめ「小平市都市計画マスタープラン」「小平市第三次みどりの基本計画」「第二次小平市教育振興基本計画」「小平市文化スポーツ推進計画」等、既定の計画等との整合を図ります。併せて、国や東京都の施策の動向をふまえた内容とします。

また、観光まちづくりには、本市のよさや、まちの魅力を地域全体で見直すこと、及びおもてなしの心を広げることが大切であり、関係団体や民間事業者、市民など多様な主体が参加し、協力しあうことが不可欠です。このため、本プランは多様な主体が観光まちづくりに参画することを促すものとします。

### 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの位置づけ



## 3. 小平市こだいら観光まちづくり振興プランの対象期間

本プランの対象期間は、令和6(2024)年度から令和●(●)年度までの●年間とします。

なお、期間内においても、社会情勢の変化や観光まちづくりの進捗状況等に応じ、適時、見直しを図るものとします。

## 第2章 小平市を取り巻く現況

## 1. 位置・地勢

本市は、東京都心の西方約 26km に位置し、市域は東西約 9.2km、南北約 4.2km、面積約 20.5 km<sup>2</sup>で、北は東久留米市、東村山市に、南は小金井市、国分寺市に、東は西東京市、西は立川市、東大和市に囲まれています。市域全体は、武蔵野台地にあり、標高 65m～100m（市役所付近 76.6m）の平坦な地形です。「小平」という地名は、初めて開拓されたところが「小」川村であり、また地形が「平」坦だったところから、名付けられました。

また、都心からのアクセスが良好であり、JR 武蔵野線、西武拝島線、西武国分寺線、西武多摩湖線、西武新宿線といった路線が市内を通っています。小平駅や花小金井駅から西武新宿駅まではおよそ 30 分で移動することができます。



图 II-1 小平市位置图

## 2. まちの成り立ち

江戸時代の小平では、玉川上水から用水を引き、生活用水とすることで、畑作を中心とした開発を進めてきました。また、明治時代では、甲武鉄道（現 JR 中央線）が八王子まで開通し、明治 28（1895）年には同線国分寺から小平、所沢、入間を経て川越に至る川越鉄道（現西武国分寺線、新宿線東村山駅以北）が開通しました。

関東大震災をきっかけに公共施設の郊外移転や郊外化がはじまったことで、本市には、女子英学塾（現津田塾大学）、東京商科大学（現一橋大学小平国際センター）の移転や東京高等拓殖学校（現拓殖大学）が開校しました。



昭和時代には、ブリヂストンタイヤ株式会社、株式会社日立製作所トランジスタ研究所、昭和電子株式会社へ大工場の誘致を行ったことで、工場の事業所数は 37 事業所から 112 事業所へと拡大していきました。

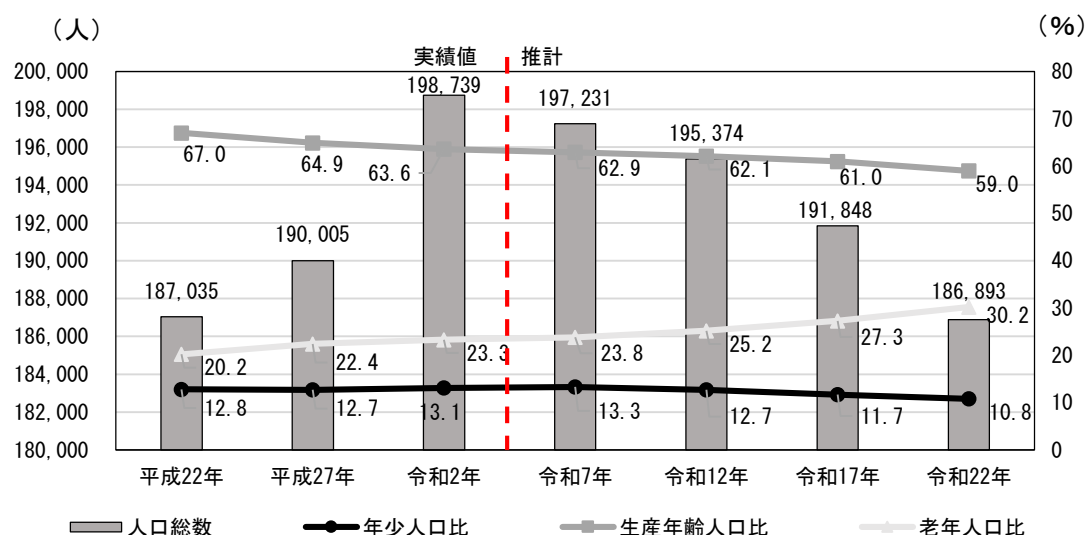
現在、市内には 6 大学があり、1 万人を超える学生が学んでいます。交通面においては、都心と直結する西武線の整備が進むとともに、昭和 48 (1973) 年には JR 武蔵野線新小平駅が開業し、現在市内には 7 駅が設置されています。また、小川駅の周辺では、令和 8 (2026) 年の完成に向けて再開発が行われています。本市は、利便性が高く、自然豊かな住みやすいまちとして発展を続けています。

### 3. 人口

#### (1) 総人口・3 区分人口の推移・推計

本市の人口は上昇傾向にあり、令和 2 (2019) 年は 198,739 人となっています。また、平成 22 (2010) 年から令和 2 年にかけて、生産年齢人口比は減少しており、年少人口比及び老年人口比は上昇しています。

本市の人口は、小平市人口推計報告書によると、令和 7 (2025) 年の 197,231 人をピークに減少し、令和 22 (2040) 年には 186,893 人になることが見込まれています。また、人口の年齢構成は、生産年齢人口比及び年少人口比の減少が続き、老年人口比は増加し続けるため、少子高齢化の勢いは今後も加速することが予測されます。



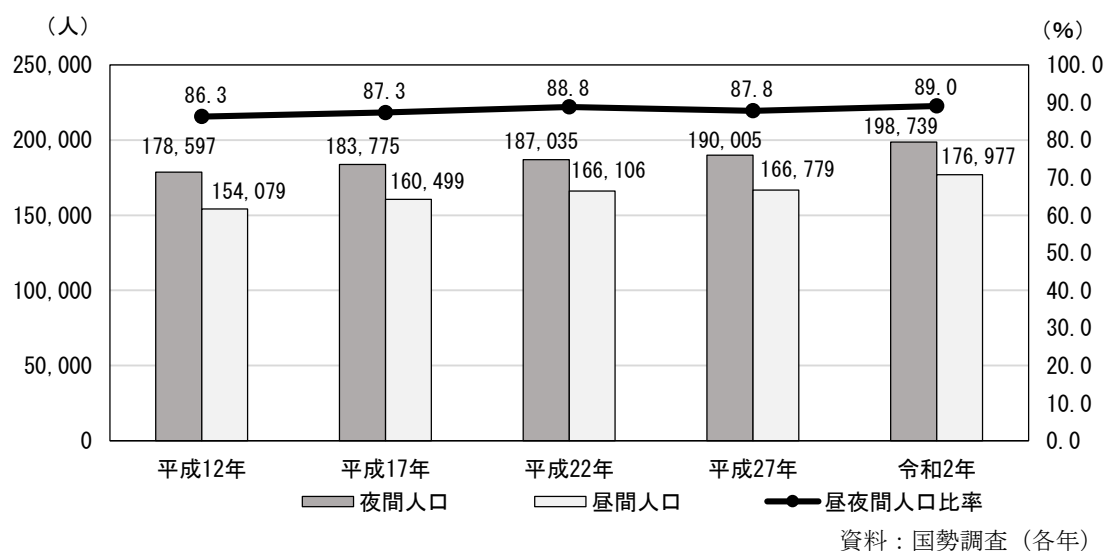
資料：【実績値】国勢調査（各年）

【推計値】小平市人口推計報告書（平成 27 年国勢調査による）補足版（令和元年 8 月）

図 II-3 小平市の人口推移図

## (2) 昼夜間人口

本市の昼間人口と夜間人口はどちらも増加傾向にあります。本市にはベッドタウンという特徴がある一方で、昼間人口も多いことから、昼夜間人口比率（夜間人口 100 人当たりの昼間人口の比率）は約 90%に留まっています。昼夜間人口比率の値についても、平成 12（2000）年から令和 2 年（2019）年にかけて上昇しており、流出の比率は下がりつつあることがうかがえます。



図Ⅱ-4 小平市の昼夜間人口

## (3) 通勤・通学者の状況

本市は、学園都市として発展してきましたが、現在、本市を通学地とする 15 歳以上の通学者数は 11,030 人と、多摩 26 市内では 4 番目に多い都市となっています。なお、総人口に対する自市を通学地とする 15 歳以上の通学者数の割合は 5.5%であり、多摩 26 市内では 6 番目に高い都市となっています。

表Ⅱ-1 自市を通学地とする通学者（15 歳以上）の比較（令和 2 年）

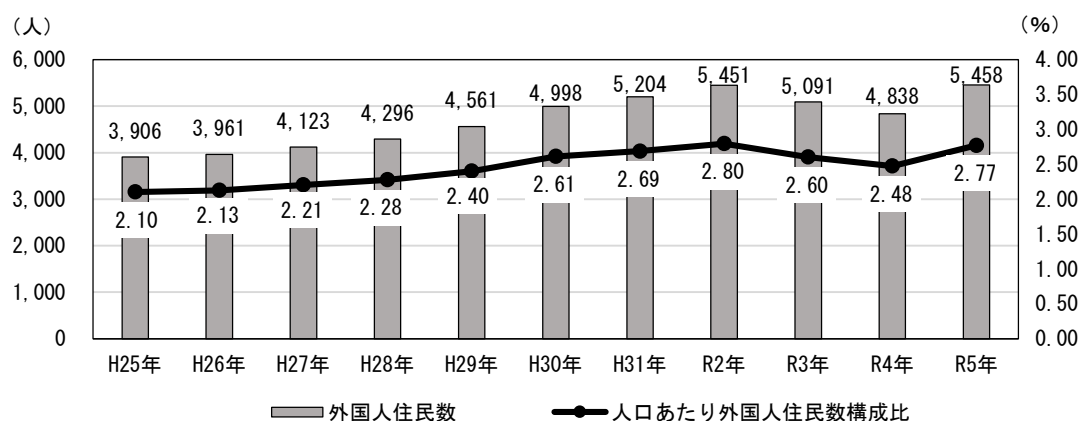
通学者数数：人			総人口に対する自市通学者数の割合：%		
1 位	八王子市	52,726	1 位	国立市	9.2
2 位	町田市	25,071	2 位	八王子市	9.1
3 位	武蔵野市	12,132	3 位	武蔵野市	8.1
4 位	小平市	11,030	4 位	小金井市	7.9
5 位	小金井市	9,930	5 位	町田市	5.8
6 位	調布市	9,517	6 位	小平市	5.5

資料：国勢調査

#### (4) 外国人居住者の推移

本市の外国人住民数は、全体的に増加傾向にあります。平成 25（2013）年では外国人住民数が 3,906 人でしたが、令和 5（2023）年では 5,458 人となっており、10 年間で 1,552 人増加していることがわかります。

人口あたり外国人住民数構成比においても全体的に増加しており、令和 5（2023）年では 3 % 台に近づいています。



資料：小平市の人口（小平市市民課）：住民基本台帳

図 II-5 外国人住民数の推移図（小平市）

また、本市は、外国人住民数が多いことが特徴として挙げられ、令和 5 年の多摩 26 市内の外国人住民数を比較すると 4 番目に多く、総人口に対する外国人住民数の割合は、多摩 26 市内では 4 番目に高い都市となっています。

表 II-2 外国人住民数の比較（令和 5 年 1 月）

外国人住民数：人			総人口に対する外国人住民数の割合：%		
1 位	八王子市	14,196	1 位	福生市	6.36
2 位	町田市	8,072	2 位	瑞穂町	3.45
3 位	府中市	5,665	3 位	羽村市	2.98
4 位	小平市	5,458	4 位	小平市	2.77
5 位	西東京市	4,981	5 位	立川市	2.76

資料：東京都の統計 外国人人口

## 4. 小平市の地域資源（年中イベント含む）

本市には自然、歴史文化、食といった多様なコンテンツが揃っています。観光まちづくりにおいて地域資源の活用は重要な取組のひとつであり、地域資源を磨き上げることで地域のにぎわいづくりと観光の促進につなげていきます。

### ○散策コース

小平グリーンロード（史跡玉川上水、野火止用水、狭山・境緑道）



狭山・境緑道

### ○緑

史跡玉川上水	名勝小金井サクラ	狭山・境緑道	野火止用水
東京都薬用植物園	あじさい公園	中央公園	小平霊園
小金井公園	摘み取り農園	オープンガーデン	小平市名木百選
竹内家の大ケヤキ	親水エリア		



野火止用水



オープンガーデン

## ○歴史的景観

屋敷林                      短冊型の農地                      用水路                      神社・寺院

小川寺(ショウセンジ)、海岸寺(カイガンジ)、円成院、神明宮、日枝神社、武蔵野神社、熊野宮、鈴木稲荷神社、大沼田稲荷神社、平安院、泉蔵院、宝寿院等の社寺  
仏閣、鈴木遺跡、八小遺跡（竪穴式住居跡）、東京道（東京街道）、青梅街道、五日市街道、鈴木道（鈴木街道）玉川上水の風致地区

## ○イベント

3月：桜のライトアップ  
4月：ハナテン春の花まつり  
5月：グリーンフェスティバル、花と緑のガーデニングコンテスト、ごみゼロフリーマーケット、バスとタクシーのひろば in 小平  
6月：あじさい祭り（あじさい公園）、ホテルの夕べ（東部公園）  
7月：小平ブルーベリーまつり  
8月：グリーンロード灯りまつり  
9月：こだいら環境フェスティバル  
10月：小平市民まつり、小平ブルーベリーワインまつり、市民スポーツまつり、小平グルめぐりスタンプラリー  
11月：産業まつり、収穫祭、国際交流フェスティバル  
12月：なかまちテラスイルミネーション、みんなでつくる音楽祭 in 小平  
1月：新春歩け歩けのつどい、小平市消防団出初式、成人式  
2月：こだいら市民駅伝大会

小川寺だるま市   小平神明宮の八雲祭・夏越大祓・例大祭・初穂祭・どんど焼  
熊野宮の例祭・神幸祭   大沼田稲荷神社の秋季祭礼   武蔵野神社例大祭  
鈴木稲荷神社秋季祭礼（鈴木ばやし・神輿巡行）   大学等の学園祭   商店街や地域のイベント  
神社の祭礼（万灯行列など）



あじさい祭り



グリーンロード灯りまつり



## ○文化施設等

小平市民文化会館（ルネこだいら）

平櫛田中彫刻美術館

多摩六都科学館

大学等の学校施設

なかまちテラス

鈴木遺跡資料館

ガスミュージアム

小平ふるさと村

ふれあい下水道館

Bridgestone Innovation Gallery

情報通信研究機構展示室

彫刻の谷緑道

狭山・境緑道の彫刻群



平櫛田中彫刻美術館



ふれあい下水道館

## ○その他の施設

こもれびの足湯

小平ファーマーズ・マーケットムーちゃん広場

東京ドロンパ・ぶるべーモニュメント

日本一丸ポスト

F C東京小平グランド



こもれびの足湯



日本一丸ポスト

## ○ゆかりの人物

---

津田梅子、平櫛田中、齋藤素巖など歴史上の人物  
小平市観光まちづくり大使

## ○食べ物

---

市内にあるさまざまな飲食店  
ブルーベリー、なし、うど、キウイ、ブドウ、野菜類  
小平糧うどん



ブルーベリー

## ○新たに創る地域資源

---

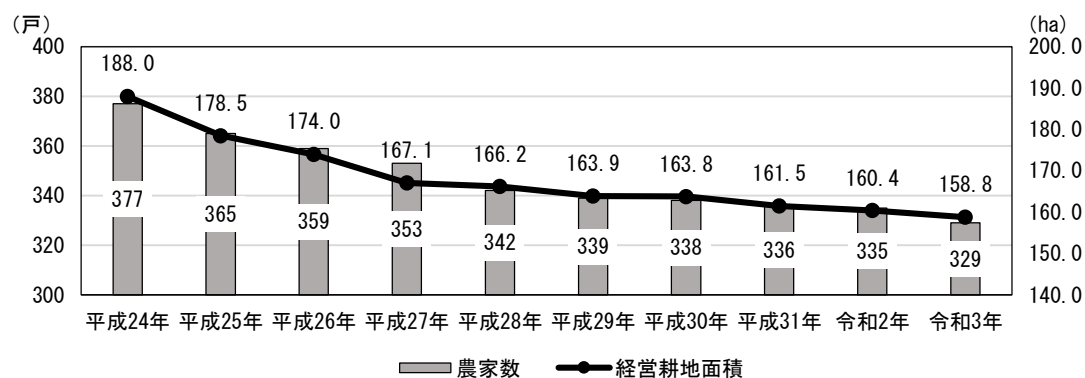
新たに建設する施設  
新商品  
新規イベント など

写真

## 5. 小平市の産業特性

### (1) 農業

本市の農家数及び農地面積は減少傾向にあり、令和3年では、農家数が329戸、農地面積が158.8haとなっています。作物のなかでも、ブルーベリーは日本における栽培発祥の地として有名です。



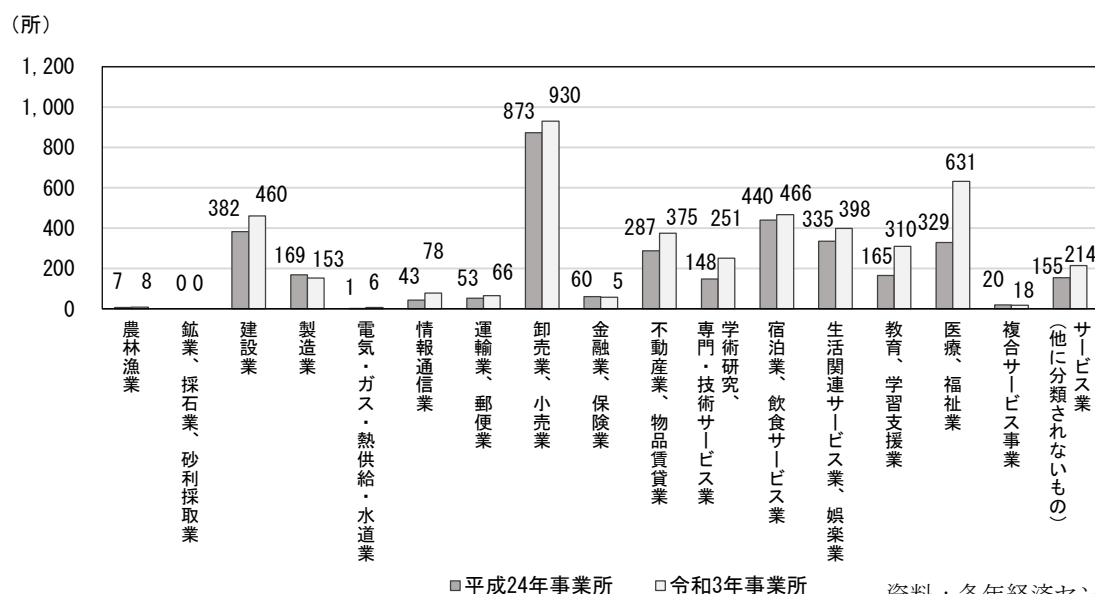
資料：小平市 各年統計資料 産業

図Ⅱ-8 農家数・農地面積推移図（小平市）

### (2) 小平市の事業所数の状況

本市では、事業所数は卸売業・小売業が最も多く、10年間のなかで医療・福祉業、宿泊業・飲食サービス業、建設業が多くなっています。

また、市内には、ブリヂストン、ルネサスエレクトロニクス、日立国際電気といった最先端技術を有する工場・研究施設が立地しており、最先端技術をもった企業の集積した土地であるということがいえます。



資料：各年経済センサス

図Ⅱ-7 事業所・従業者推移図（小平市）



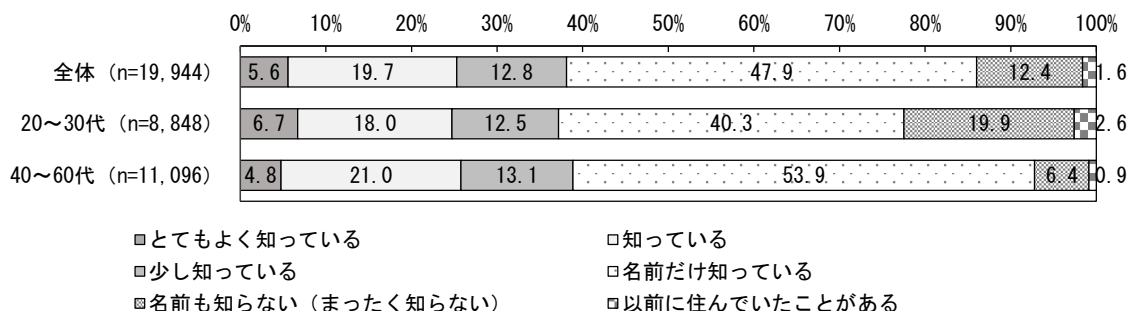
### 第3章 観光まちづくりにむけた市民意向等

本章では、令和3（2021）年から令和4（2022）年8月に実施した「マーケティングを活用した『都会から一番近いプチ田舎』戦略の策定～小平グリーンロード『癒しと体験の旅』推進プロジェクト」より本市の観光まちづくりにむけた市民のご意見やニーズの概要について整理します。

#### 「小平市」の認知度

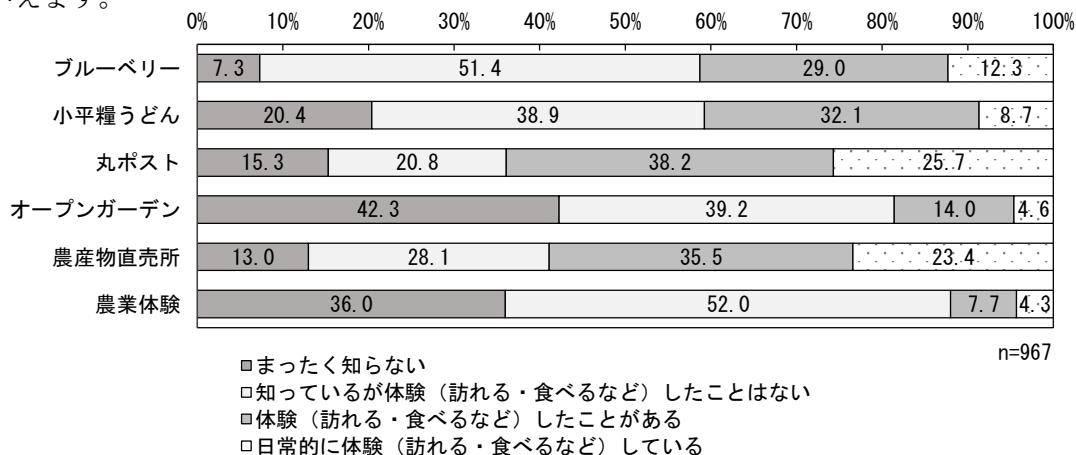
本市を「知っている」方は、全体で87.6%ですが、そのなかの約5割は本市の名前のみしか知らないことから、実質的な認知度は39.7%と低いことがうかがえます。

年代別にみると、若年層である20～30代の『認知度』が低くなっています。



#### 小平市の資源に関する認知度と体験

本市の地域資源別の『認知度』（※）では、ブルーベリーが92.7%と最も高くなっています。しかし、『体験がある』（※）をみると、ブルーベリーの41.3%をはじめ、いずれも『認知度』より低く、実質的に馴染みのある資源は「丸ポスト」と「農産物直売所」であることがいえます。



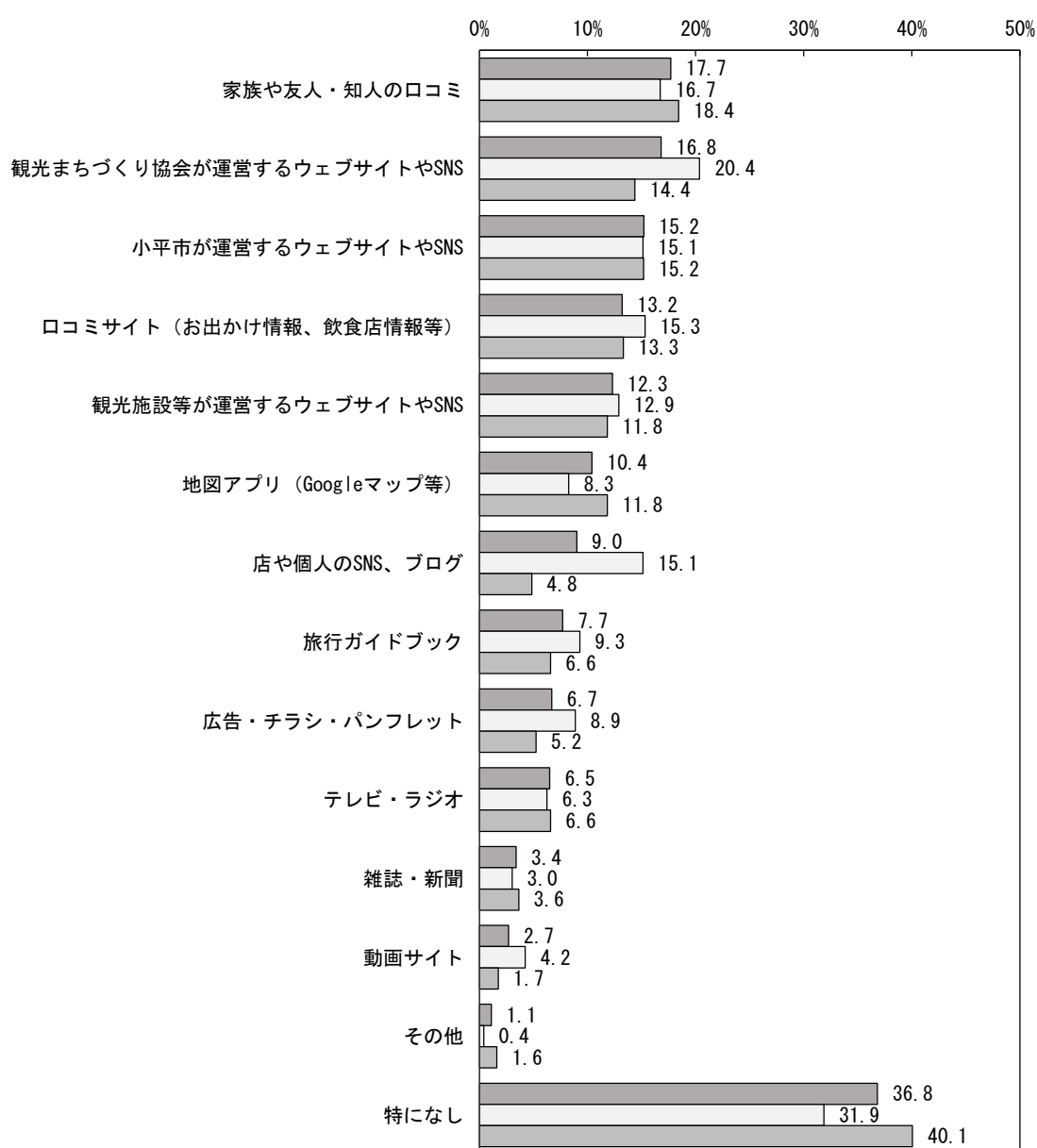
（※）『体験がある』…「体験したことがある」、「日常的に体験したことがある」の合計

（※）『認知度』…「知っているが体験したことはない」、「体験したことがある」、「日常的に体験したことがある」の合計

## 小平市へのお出かけに利用する主な情報源

出かけの際に利用する情報源について、全体では「特になし」が 36.8%と最も多く、情報媒体があまり活用されていないことがわかります。

年代別にみると、20～30代では「観光まちづくり協会が運営するウェブサイトやSNS」、「口コミサイト（お出かけ情報、飲食店情報等）」、「観光施設等が運営するウェブサイトやSNS」、「店や個人のSNS、ブログ」、「旅行ガイドブック」、「広告・チラシ・パンフレット」、「動画サイト」が40～60代より多く、若年層がデジタル媒体を中心に情報を収集していることがわかります。特に「店や個人のSNS、ブログ」では、40～60代の使用率に対し、20～30代の使用率は比較的高く、若年層の間では重視されているツールとなっています。



□全体 (n=1,240)

□20～30代 (n=496)

□40～60代 (n=744)

## 小平グリーンロードの周辺の立ち寄り地

小平グリーンロードの周辺の立ち寄り地について、秋季では「特になし」が25.0%、春季では「江戸東京たてもの園」が25.5%とそれぞれ最も多くなっています。次いで、秋季では「小平ふるさと村」及び「都立小金井公園」がそれぞれ22.3%、春季では「小平ふるさと村」が20.8%とそれぞれ多くなっています。秋季及び春季では、「小平ふるさと村」及び「都立小金井公園」が共通して2割以上の利用がみられます。

秋季では、4人に1人が「特になし」と回答していることから、立ち寄る場所のない、回遊性の低さがうかがえます。

秋季 (n=412)			春季 (n=505)		
順位	立ち寄り地	割合	順位	立ち寄り地	割合
1	特になし	25.0	1	江戸東京たてもの園	25.5
2	小平ふるさと村	22.3	2	小平ふるさと村	20.8
3	都立小金井公園	22.3	3	都立小金井公園	20.6
4	こもれびの足湯	17.7	4	東京都薬用植物園	20.0
5	江戸東京たてもの園	13.6	5	こもれびの足湯	15.8
6	東京都薬用植物園	9.5	6	特になし	13.3
7	平櫛田中彫刻美術館	7.8	7	平櫛田中彫刻美術館	11.1
8	小平オープンガーデン	7.5	8	小平オープンガーデン	8.3
9	ふれあい下水道館	6.6	9	ふれあい下水道館	7.1
10	農園・直売所	6.3	10	農園・直売所	6.9



小平ふるさと村

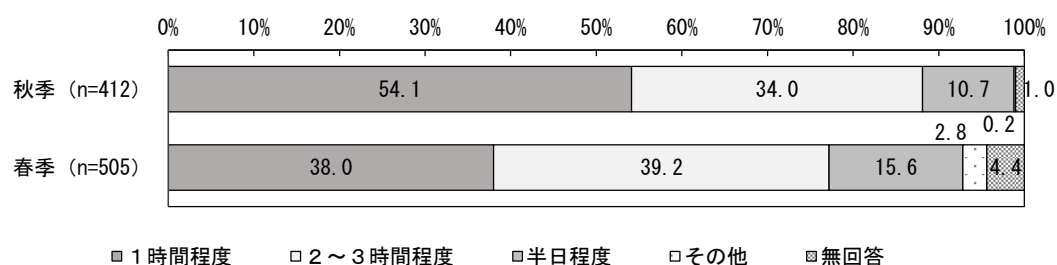


都立小金井公園

## 小平グリーンロードおよび近隣での滞在時間

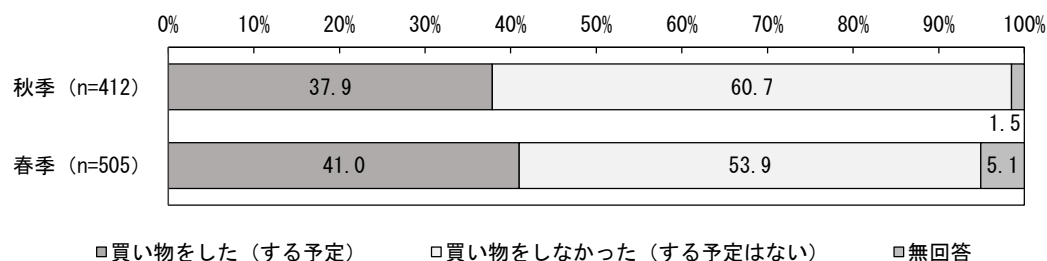
来訪における滞在時間について、秋季では「1時間程度」が54.1%、春季では「2～3時間程度」が39.2%とそれぞれ最も多くなっています。次いで、秋季では「2～3時間程度」が34.0%、春季では「1時間程度」が38.0%となっています。

秋季及び春季では、半日に満たない短時間での滞在が7割を超えています。



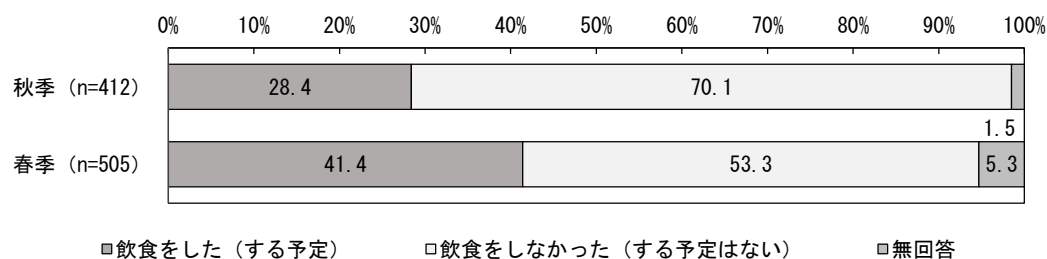
## 来訪における買い物の有無

来訪における買い物の有無について、秋季では「買い物をした（する予定）」が37.9%、「買い物をしなかった（する予定はない）」が60.7%、春季では「買い物をした（する予定）」が41.0%、「買い物をしなかった（する予定はない）」が53.9%となっています。



## 来訪における飲食の有無

来訪における飲食の有無について、秋季では「飲食をした（する予定）」が28.4%、「飲食をしなかった（する予定はない）」が70.1%、春季では「飲食をした（する予定）」が41.4%、「飲食をしなかった（する予定はない）」が53.3%となっています。



## 小平にあったらいいと思うもの

小平に必要なものについて、19歳以下～30代では秋季及び春季において「カフェやレストランなど、個性的な店」が約4割と最も多く、40代以上では秋季において「カフェやレストランなど、個性的な店」、「散策中などに立ち寄り・休憩ができる店舗やフリースペース」が約3割、春季において「案内地図や標識の設置」が約4割と最も多くなっています。

上位に飲食店や立ち寄って一休みできるような店が多く求められていることや、案内地図や標識の設置があげられていることから、より充実したコンテンツと回遊性の向上が望まれています。

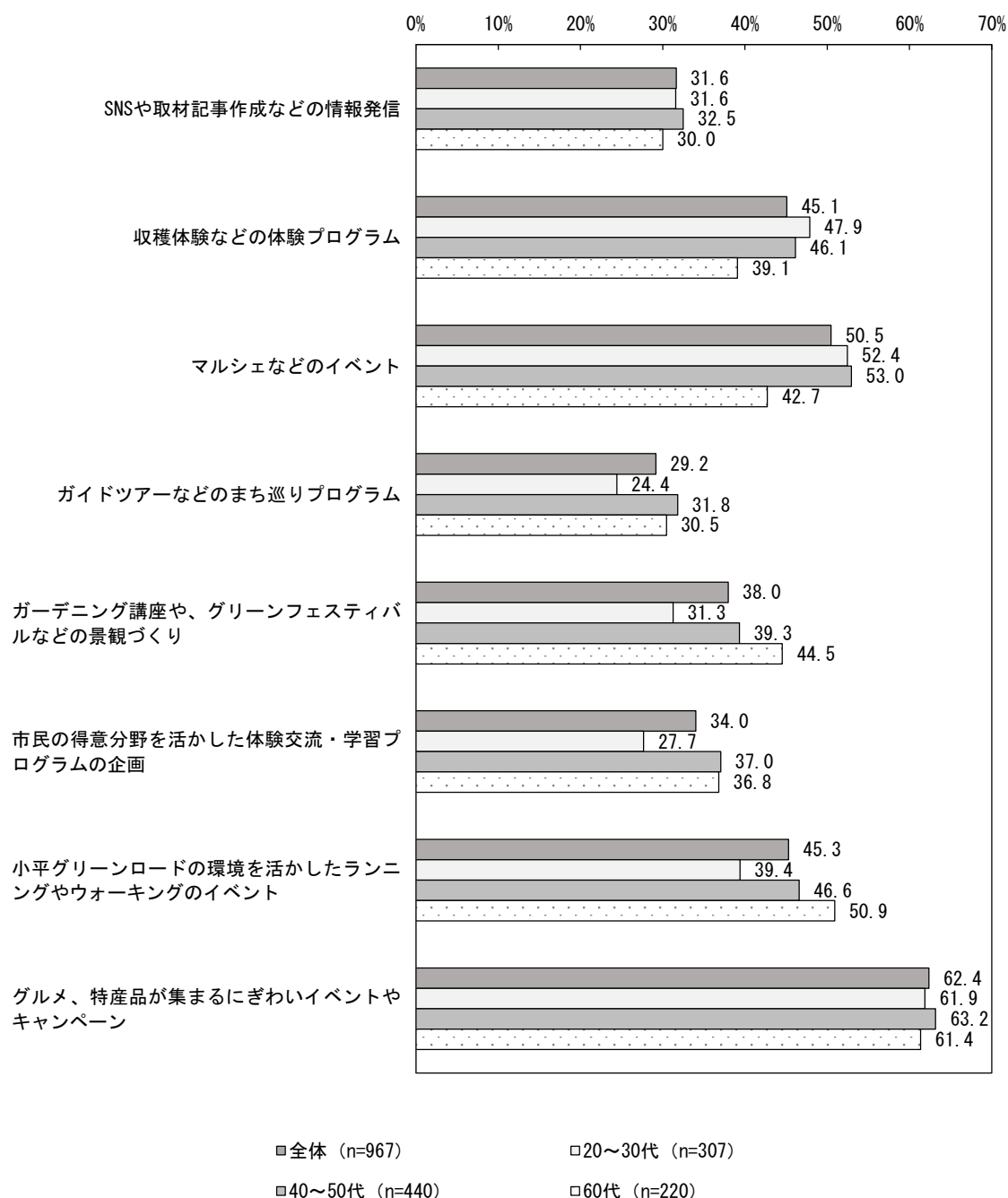
単位：％

秋季（n=412）			春季（n=505）		
順位	19歳以下～30代	割合	順位	19歳以下～30代	割合
1	カフェやレストランなど、個性的な店	40.0	1	カフェやレストランなど、個性的な店	37.4
2	案内地図や標識の設置	18.0	2	案内地図や標識の設置 名物となるグルメやおみやげ、グッズ 季節に応じた祭りやイベント	24.2
3	乗り捨てできるレンタサイクル （シェアサイクル）	16.0	3	散策中などに立ち寄り・休憩が できる店舗やフリースペース	21.2
4	散策中などに立ち寄り・休憩が できる店舗やフリースペース 名物となるグルメやおみやげ、 グッズ 季節に応じた祭りやイベント その他	14.0	4	乗り捨てできるレンタサイクル （シェアサイクル）	17.2
5	SNS 向けの"映えスポット"	12.0	5	農業やガーデニングを体験でき る教室やプログラム	16.2

秋季（n=412）			春季（n=505）		
順位	40代以上	割合	順位	40代以上	割合
1	カフェやレストランなど、個性的な店 散策中などに立ち寄り・休憩が できる店舗やフリースペース	29.5	1	案内地図や標識の設置	35.7
2	案内地図や標識の設置 特になし	19.6	2	カフェやレストランなど、個性的な店	35.0
3	見どころやイベントに関する情 報発信の観光案内所（窓口）	13.9	3	乗り捨てできるレンタサイクル （シェアサイクル）	28.6
4	地元産の農産物や手作り品など が集まるマルシェ	12.0	4	名物となるグルメやおみやげ、 グッズ	22.7
5	名物となるグルメやおみやげ、グッズ 季節に応じた祭りやイベント	9.6	5	農業やガーデニングを体験でき る教室やプログラム	20.0

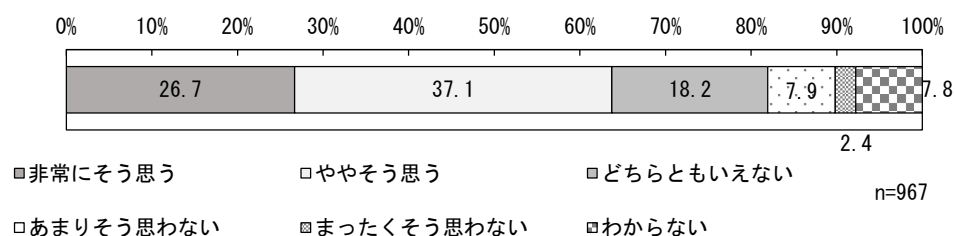
次の市民参加型プログラムへの関心はありますか。(それぞれ1つ)

市民参加型プログラムへの『関心がある』(「とても関心がある」、「ある程度関心がある」の合計)を年齢別でみると、20～30代では「収穫体験などの体験プログラム」、「マルシェなどのイベント」、40～50代では全てのプログラム、60代では「ガイドツアーなどのまち巡りプログラム」、「ガーデニング講座や、グリーンフェスティバルなどの景観づくり」、「市民の得意分野を活かした体験交流・学習プログラムの企画」、「小平グリーンロードの環境を活かしたランニングやウォーキングのイベント」がそれぞれ全体の割合を上回っています。これらのことから、他の年齢層と比較して20～30代のプログラムへの関心が低いことがいえます。



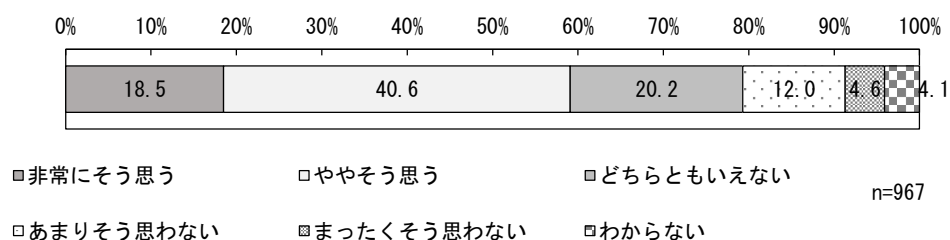
## 小平市を象徴するイメージ「小平グリーンロード」

「小平グリーンロード」は小平市の象徴であるかについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、63.8%となっています。



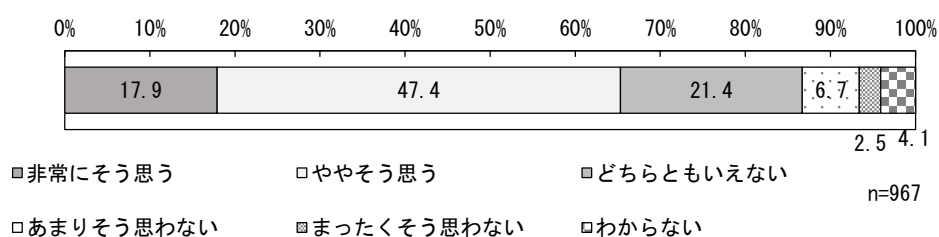
## 小平市を象徴するイメージ「都会から一番近いプチ田舎」

小平市に対する「都会から一番近いプチ田舎」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、59.1%となっています。



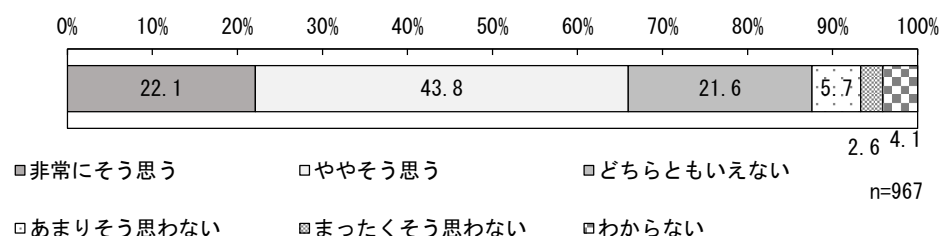
## 小平市を象徴するイメージ「自然が豊かな心地よいまち」

小平市に対する「自然が豊かな心地よいまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、65.3%となっています。



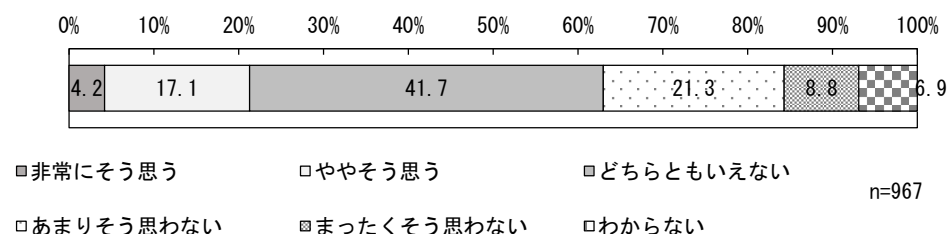
### 小平市を象徴するイメージ「農家や直売所が身近にあるまち」

小平市に対する「農家や直売所が身近にあるまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、65.9%となっています。



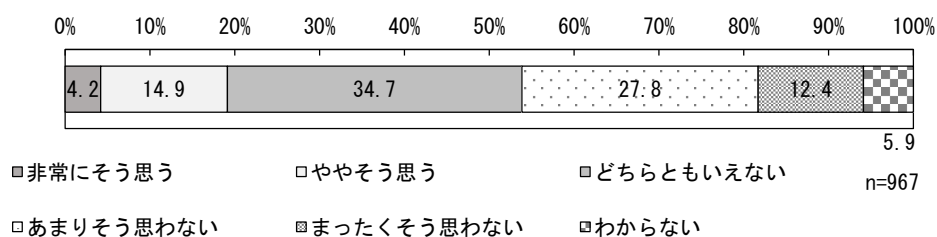
### 小平市を象徴するイメージ「多様で魅力的な人々が地域を盛り上げようとしているまち」

小平市に対する「多様で魅力的な人々が地域を盛り上げようとしているまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、21.3%となっています。



### 小平市を象徴するイメージ「個性的なお店やカフェが多いまち」

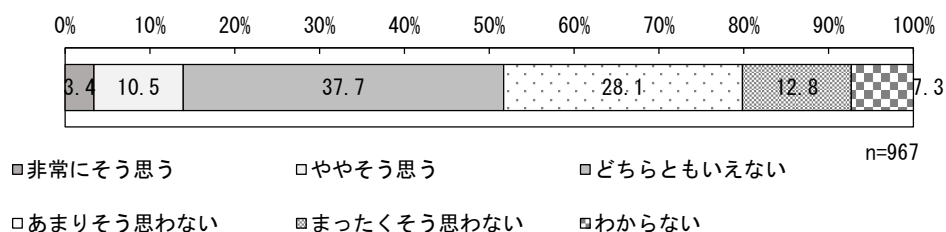
小平市に対する「個性的なお店やカフェが多いまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、19.1%となっています。





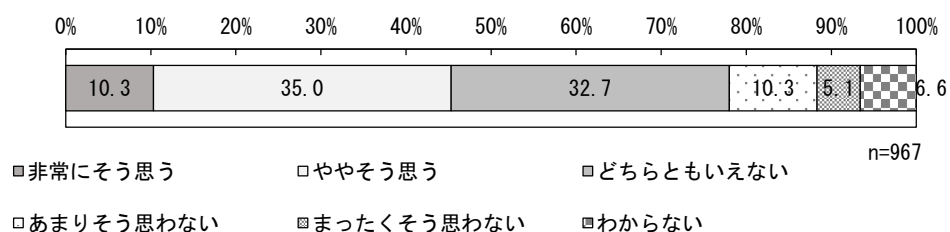
### 小平市を象徴するイメージ「イベントが多く幅広い年代が楽しめるまち」

小平市に対する「イベントが多く幅広い年代が楽しめるまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、13.9%となっています。



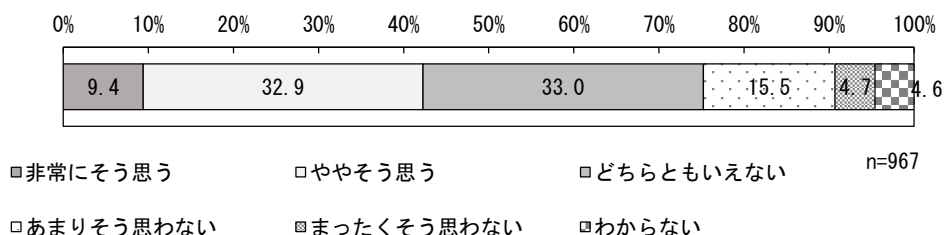
### 小平市を象徴するイメージ「子育て・教育によい文教のまち」

小平市に対する「子育て・教育によい文教のまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、45.3%となっています。



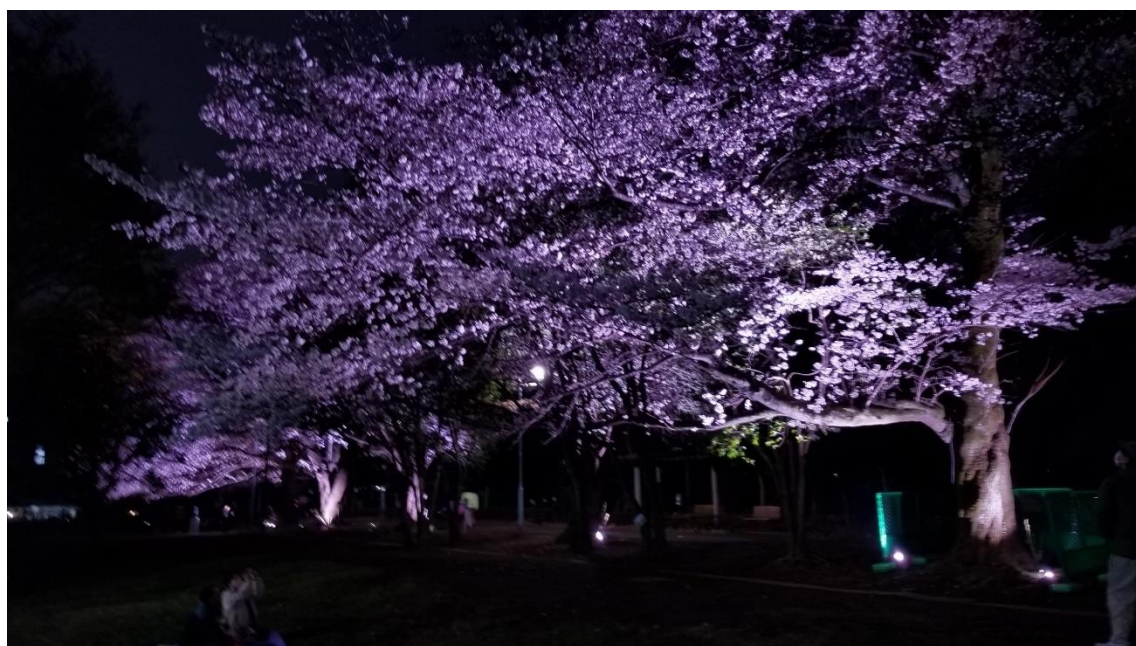
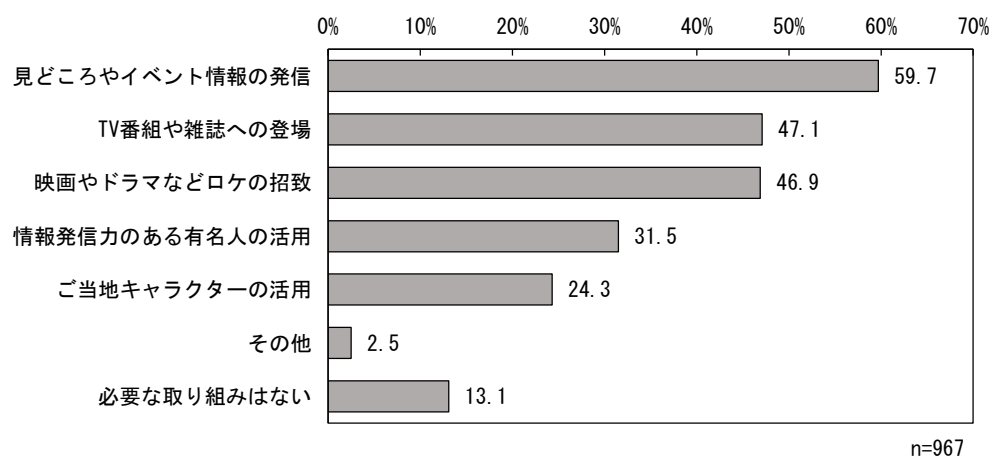
### 小平市を象徴するイメージとして「やさしい暮らしに出逢うまち」

小平市に対する「やさしい暮らしに出逢うまち」というイメージについて、『そう思う』（「非常にそう思う」、「ややそう思う」の合計）は、42.3%となっています。



## 小平市を PR するために必要な取組

本市を PR するための必要な取組みについて、全体では「見どころやイベント情報の発信」が 59.7%と最も多くなっています。



桜のライトアップ

## 第4章 小平市観光まちづくり振興プランの 評価・振り返り

1. 戦略1 おもてなしの体制づくり
2. 戦略2 情報発信環境の整備
3. 戦略3 地域資源の活用

検討中

## 第5章 観光まちづくりにむけた課題

### 1. 小平市の現状

本市を取り巻く現況やマーケティング調査結果、小平市こだいら観光まちづくり振興プラン検討委員会での検討等を踏まえて、本市の観光に関わる現状を整理すると以下のとおりとなります。

#### (1) まちの魅力・強み

##### ○市外からの通学者が多い

市内には6つの大学があり、学園都市として発展しています。本市を通学地とする15歳以上の通学者数は10,000人以上と、多摩26市では4番目に多い都市となっています。

##### ○アクセス性が良い

市内を5つの鉄道路線が通っており、都心からも近く、小平駅や花小金井駅から西武新宿駅までは約30分で移動することができます。また、6つの路線バスがある他、コミュニティバスの「にじバス」は20分間隔で運行しており、コミュニティタクシーの「ぶるべー号」は3つのルートで運行を行っている等、市内の交通手段も充実しています。

##### ○卸売業・小売業者が多い

卸売業・小売業は市内で最も事業所数が多く、10年前よりも事業所数は増えています。

##### ○最先端技術をもった企業の集積

本市には、ブリヂストン、ルネサスエレクトロニクス、日立国際電気といった最先端技術を有する工場・研究施設が立地しています。

##### ○多様なコンテンツ（自然、歴史文化、食）

市内には自然、歴史文化、食を中心に豊かな地域資源がみられます。市民を対象としたマーケティング調査において、約7割の方が本市を「自然が豊かな心地よいまち」だと感じており、自然との調和を保ちながら生活することができます。小平グリーンロードには緑があり、歴史文化に関連する施設が点在します。また、農業も盛んで、ブルーベリーの経済栽培発祥の地としても有名であり、直売所もあることから、食を楽しむことができます。

##### ○平らな地形

市内のほぼ全域が平らであり、起伏が少ないため、高齢者や障がいがある方等、誰にとっても生活しやすい環境があります。また、平らな地形は、自然災害に強いと言われています。

##### ○外国人居住者が多い

本市の外国人住民数は以前よりも増加しており、令和5年の外国人住民数は約5,500人と、多摩26市では4番目に多くなっています。

## ○教育環境

市民を対象としたマーケティング調査において、約5割の方が本市を「子育て・教育にいい文教のまち」だと感じており、教育環境の整ったまちであるということがいえます。

## (2) 課題

### ○少子高齢化、現役世代人口の減少

全国的に、総人口が減少していく一方で、老年人口が増加する状態が予測されており、本市も少子高齢化による働き手や地域活動の担い手不足がより深刻になる可能性があります。

### ○消費につながるコンテンツや回遊するための仕掛けが少ない

小平グリーンロードでのマーケティング調査において、来訪者の大半が買い物や飲食を行っていないと回答していたことや「カフェやレストランなど、個性的な店」のニーズが高いことから、来訪と消費活動をセットで行うことができる観光まちづくりが必要です。また、来訪者の大半が半日に満たない滞在であったことや、小平に必要であると考えられているものについて「散策中などに立ち寄り・休憩ができる店舗やフリースペース」の回答が上位であったことを踏まえ、回遊するための仕掛けを増やしていく必要があります。

### ○知名度が低い

マーケティング調査から、外部における知名度の低さと市内における地域資源の認知度の低さから知名度の向上に係る取組が必要です。

### ○若者来訪者が少ない（来訪者は主にシニア層が多い）

幅広い年代に来訪してもらうことができるように、若者層をターゲットとした取組を増やす必要があります。

### ○市民の参画

市内において、人々が地域を盛り上げようとしているイメージや幅広い年代でイベントを楽しむことができるイメージが薄いことから、市民参加型プログラムにおいて、市民の関心が高いプログラムの開催を増やしていくことが求められます。また、若年層の市民参加型プログラムへの関心が全体的に低いことから、広報を強化するとともにプログラムの検討も行い、市民の積極的な参画を促進する必要があります。

### ○遠方来訪者の目的となる固有資源が少ない

ピンポイントで来訪のきっかけとなりうる固有資源が少ないため、点在する観光資源の活用を図る必要があります。

### ○関連分野・組織との連携

観光まちづくりは、観光に係る要素のみならず、まちづくりに関わる要素との連携が必要不可欠です。そのため、庁内関係部署との連携を強化し、横断的な視点から、各取組を進めていく必要があります。

## 2. 小平市の課題の解消に向けて

観光まちづくりを実現するため、課題の解消に向けた取組の方向性を「観光振興」と「まちづくり」の両面から整理します。

### (1) 観光振興の視点から

#### 1 協働による観光の振興

市民との協働を図り、特に、学生や外国人との多文化交流も取り入れた観光を振興します。また、こだいら観光まちづくり協会を中心とした観光の推進や観光ボランティアの参画を推進します。

#### 2 情報発信の強化

情報発信ツールが拡大しているなかで受け手が情報を確実にキャッチできるように、内容やターゲットとなる年齢層に合わせて、発信情報に適した媒体を使用します。デジタルツールの普及に伴い、SNSでの発信強化や観光ポータルサイトのこまめな更新を目指します。同じ事業に対して複数の情報が分散しているものについてはまとめて提供できるように、情報の一元化を図ります。

また、市内にゆかりのある観光まちづくり大使と連携し、積極的なPR活動を行います。

#### 3 観光資源の活用や広域連携の推進、回遊性の向上

本市を象徴する「小平グリーンロード」をはじめとした地域資源の活用に努めます。

本市には、個別の地域資源が点在しているものの、いわゆる観光地と比較すると、単体の地域資源では集客の見込が低いと、地域資源の磨き上げを行い、事業者や観光施設等を繋げる形で、有機的な連携と回遊性の向上を図り、歩きやすいまち、歩きたくなるまち、滞在したくなるまちを創出することで来訪者の満足度の向上に繋げていきます。

また、公共交通や他市の自治体との連携強化も、広い範囲の観光施策を進める場合に必要となり、利便性に優れた観光を目指すことによって、さらに来訪者を増やせる可能性があります。加えて、本市についての予備知識がない方でも来訪が充実したものになるように、わかりやすい誘導案内や、視認性の高い案内板を設ける等、来訪者にやさしい観光まちづくりを推進します。

#### 4 子ども・子育て世代をターゲットとした観光戦略づくり

少子高齢化の加速を抑えるための策として、本市へ移住（転入）することによる人口の増加も必要となります。そのため、子ども・子育て世代が本市に興味を持つ一因として、子ども・子育て世代をターゲットにした取組に力を入れていきます。

## (2) まちづくりの視点から

### 1 関連分野・組織との連携

住民快適性の向上に係る要素（公園、道路、交通、病院、学校といった住民に密接するまちづくり）を庁内関係各所と補完・連携しながら強化していくことが必要となるため、他課や他計画との整合性を図りながら、多面的なまちづくりを進めていきます。

### 2 市民主体性の醸成

まち発信のブランディングを行い、小平の資産価値を向上させます。また本市を魅力あるまちにするために、市民が主体となるまちづくりを推進します。「郷土愛」とともに、地域への愛着のみならず、まちの一員である自覚と主体性を内包する「シビックプライド」によって、市民による市民のためのまちづくりを目指します。

### 3 特色ある自分たちのイベントづくり

地域特有のイベントをさらに活性化させ、強化します。既存のイベントを活用することはもちろん、自分たちで企画段階からイベントをつくることで、さらに地域のにぎわいを創出していきます。

#### コラム 「シビックプライド」とは

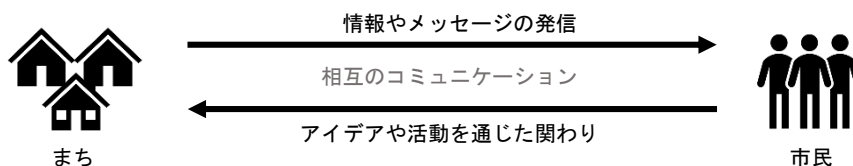
シビックプライドとは「まちに対する市民の誇り」のことです。郷土愛ではなく、「まちをよりよい場所にするために自分自身がかかわっている」という、当事者意識に基づく自負心を意味しています。「シビック」という言葉には、まちに住んでいる人だけではなく、働いたり、遊びに来たりする人たち、NPO や企業も含まれます。

まちを好きになる、まちをより良い場所にして行きたいと思う人が増えることによって、まちの様々な価値が高まり、結果として、交流人口、関係人口、定住人口の維持や増加をもたらすと考えられています。少子高齢化による人口減少が進む中、活力のあるまちづくり、持続可能なまちづくりを行うためには、まちに関わって行きたいと思う「まちのファン」を増やして行く必要があります。

#### 「まちの価値」＜例＞

- ① 文化的価値（美術、芸術、音楽、スポーツ等）
- ② 社会的価値（地域交流、相互支援、治安維持等）
- ③ 経済的価値（観光集客、産品販売、不動産地価等）
- ④ イメージ価値（好感度、認知度等）

また、シビックプライドの醸成には、「まち」と「市民」は相互にコミュニケーションを図る必要があります。



資料：読売広告社「シビックプライド」サイト



## 第6章 計画の基本理念と方針

### 1. 基本理念 「訪れたい、住み続けたい」の観光まちづくり

市民が快適に生活でき、住んでいるまちに愛着や誇りを持ち、市外からの来訪者にも感動してもらえ、「小平が好き」という人が増えるような魅力ある観光まちづくりを進める必要があります。

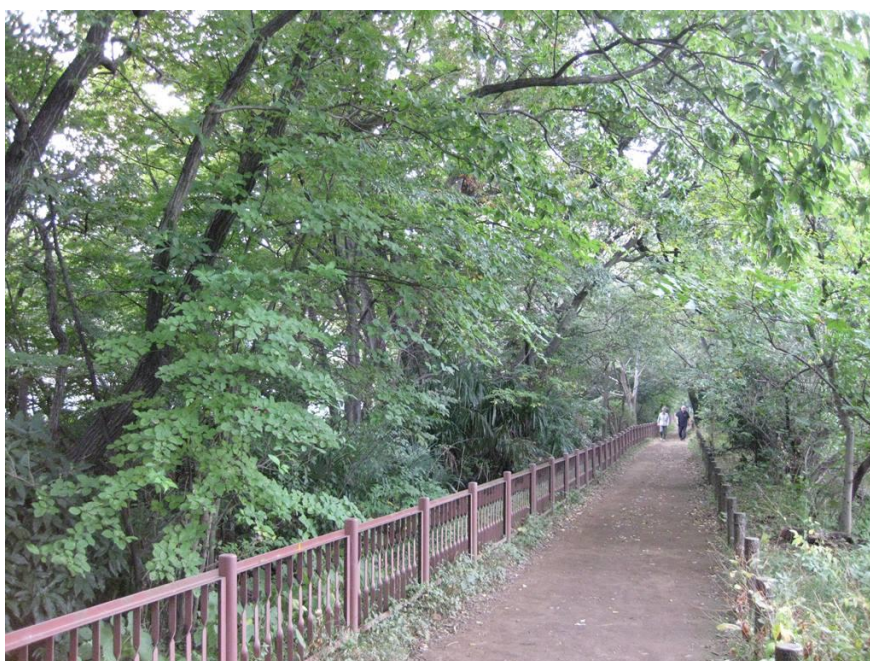
以下は観光まちづくりの視点から、小平市が取り組む具体的な施策の前提となる基本理念です。

### 「訪れたい、住み続けたい」の観光まちづくり

市民以外の方の「訪れたい」気持ちを引き出すための、観光的な視点を持つことで、外部からの評価が高まり、まちづくりに関わっている市民をはじめ、観光事業関係者の自信につながります。そして小平市の知名度が高まり、まちとしての価値や魅力が増します。

それには、現在、小平市に住んでいる方が「住み続けたい」と思い、まちの価値を知り、小平に住んでいることを誇りに思い、小平に愛着が生まれ、小平市民であることをひとつのステータスとして認識することが必要です。

この二つの視点を両輪として進めていくことは簡単ではありませんが、「訪れたい、住み続けたい」の考えを念頭に置いて取り組むことが、観光まちづくりであると言えます。



小平グリーンロード



## 2. 基本目標・基本施策

### （１）来訪者満足度の向上

本市の地域資源を磨き上げ、来訪者を受け入れる体制を強化することで、来訪者の満足度向上を目指します。また、小平に愛着をもってもらうための取組や PR、まちの魅力発信に携わってもらえるような取組を推進し、交流人口の増加を図ります。これらによって、交流人口よりも本市に深い関わりをもつ関係人口の増加を図り、定住人口の増加を目指します。これを実現するために以下の施策を展開します。

- ・ 施策 1 協働による観光の振興
- ・ 施策 2 情報発信の強化
- ・ 施策 3 観光資源の活用や広域連携の推進、回遊性の向上
- ・ 施策 4 子ども・子育て世代をターゲットとした観光戦略づくり

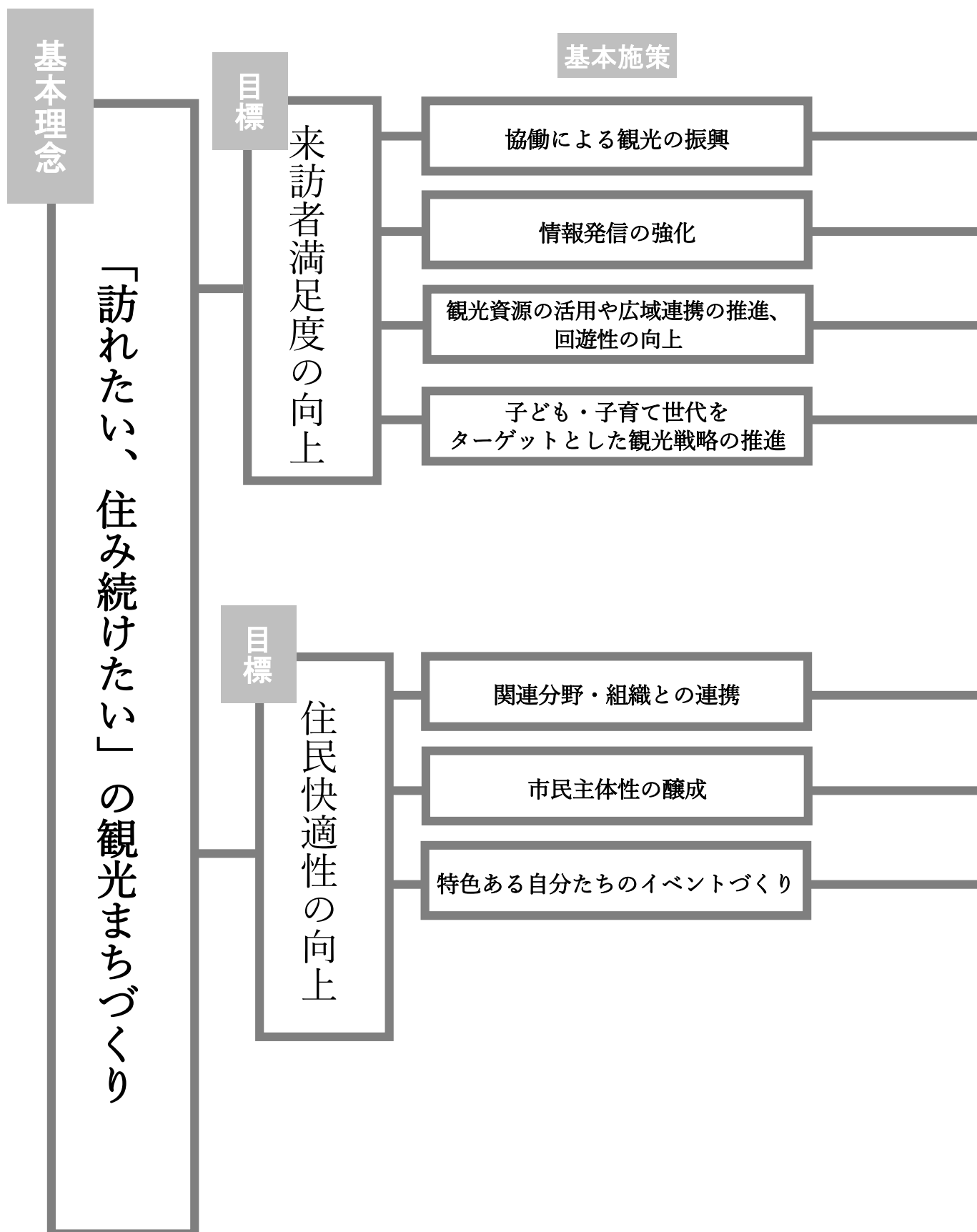
### （２）住民快適性の向上

市内に在住する方の生活をよりよいものにするために住民快適性の向上を掲げ、地域資源を活用することで、いつまでも住み続けたいと感じられる住民満足度の継続を目指します。また、住民がまちづくりに参加し、様々なアイデアによるまちの魅力の向上に努め、まちに関心を持つ住民を増やすと同時に、住民が誇ることのできる活力あるまちを目指します。

これを実現するために以下の施策を展開します。

- ・ 施策 5 関連分野・組織との連携
- ・ 施策 6 市民主体性の醸成
- ・ 施策 7 特色ある自分たちのイベントづくり

### 3. 体系図



## 施策

