

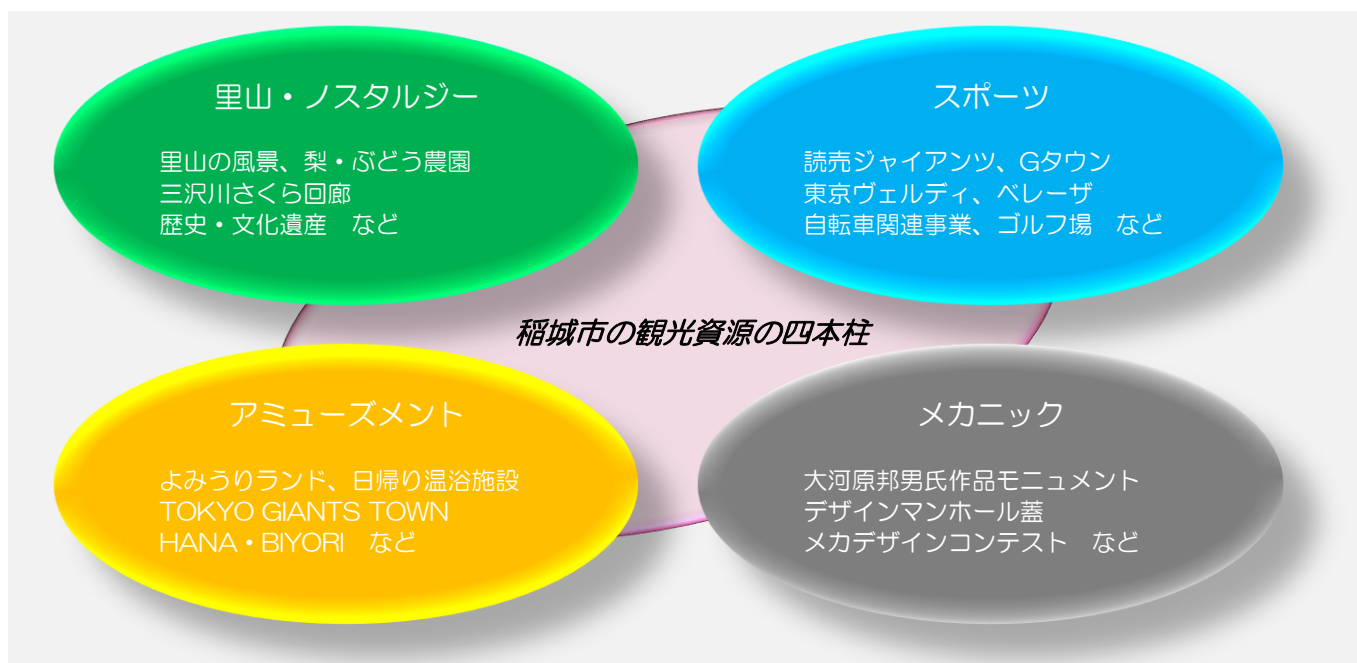
令和8年度～令和12年度 第三次稲城市観光基本計画（概要版） ～稲城ツーリズムビジョン2030～

計画策定の趣旨

令和3年3月に策定した「第二次稲城市観光基本計画」（以下、「第二次計画」という）の計画期間が令和7年度で満了するため、これを引き継ぎ、ここに令和8年度から令和12年度までの5年間の計画期間とする「第三次稲城市観光基本計画」（以下、「本計画」という）を策定しました。本計画では、第二次計画の計画期間中の施策を振り返るとともに、その成果と残された課題を洗い出した上で、稲城市を取り巻く観光動向や関連する計画、事前に実施した調査等を踏まえながら、これらを今後活かしていくための施策について検討しています。「住んで良し」、「訪れて良し」の観光まちづくりを推進した第二次計画を継承し、さらに観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進することで、持続可能な観光地域づくりを目指します。

稲城市の観光動向

都心部にほど近いベッドタウンとして成長を続け、市内の大部分において住宅地が形成されている本市は、「里山・ノスタルジー」「アミューズメント」「スポーツ」「メカニック」を基軸に、「稲城市の観光資源の四本柱」として観光事業を推進してきました。加えて、令和8年2月にはよみうりランド内に「ポケパーク カントー」が開業したこと、水族館や商業施設がTOKYO GIANTS TOWNに建設予定であること、テレビドラマ、映画、アニメ、ウルトラマンシリーズ等のコンテンツツーリズムの対象となる新たな観光資源が注目されるようになっていきます。



今後の展望

本計画期間中は緩やかな人口増加が続くとされている本市の観光施策の方向性としては、多様な観光資源を背景に、既存の資源に磨きをかけるとともに、新たな資源を発見・創造し、地域発の観光を提案する「着地型観光」として展開することを検討します。また、従来の観光の枠にとらわれず、観光産業と他分野・異業種が連携することで新しい技術や価値観を取り入れ、新たなビジネスや地域活性化の仕組みを生み出す「観光との新結合」を模索し、単なる観光振興にとどまらず、地域経済の循環や新たな雇用創出に貢献することで、持続可能な観光の実現を目指します。

基本理念と基本方針

稲城市の観光動向や今後の展望を踏まえ、稲城の観光を推進する上での基本理念と基本方針、個別の施策をまとめました。施策実施にあたっては、目標達成までのロードマップを作成するとともに、事業ごとにターゲットを設定して、参加者・来場者等へのメリットを明らかにします。また、本計画の目指す稲城の将来像を「稲城ツーリズムビジョン2030」とし、計画概念図にまとめました。

基本理念：国内外を意識した観光産業の育成と持続可能な観光まちづくりを推進し、シビックプライドを醸成する

基本方針（１） 地域資源の活用と高付加価値化



本市は大衆を対象とした発地型のマストツーリズムではなく、既存の自然・文化・産業等の地域資源を最大限に活用し、特別な目的をもつ旅行に重点が置かれる着地型のニューツーリズムに基づく観光施策を展開します。そのために、地域資源の見せ方を工夫し、ストーリーに磨きをかけ、来訪者目線で観光事業を推進します。さらに、従来の観光業の枠を越えて、他分野・異業種が連携することで、新しい技術や価値観を取り入れ、観光体験を高付加価値化する取り組みである「観光によるイノベーション」を模索し、持続可能な観光の実現を目指します。反面、本市は既存市街地やニュータウンを抱える住宅地域であり、観光客と地域住民との摩擦を避けるためにも、観光客の導線の整備や観光客の回遊範囲のゾーニングといった検討も必要です。

基本方針（２） 観光関連産業の育成と支援



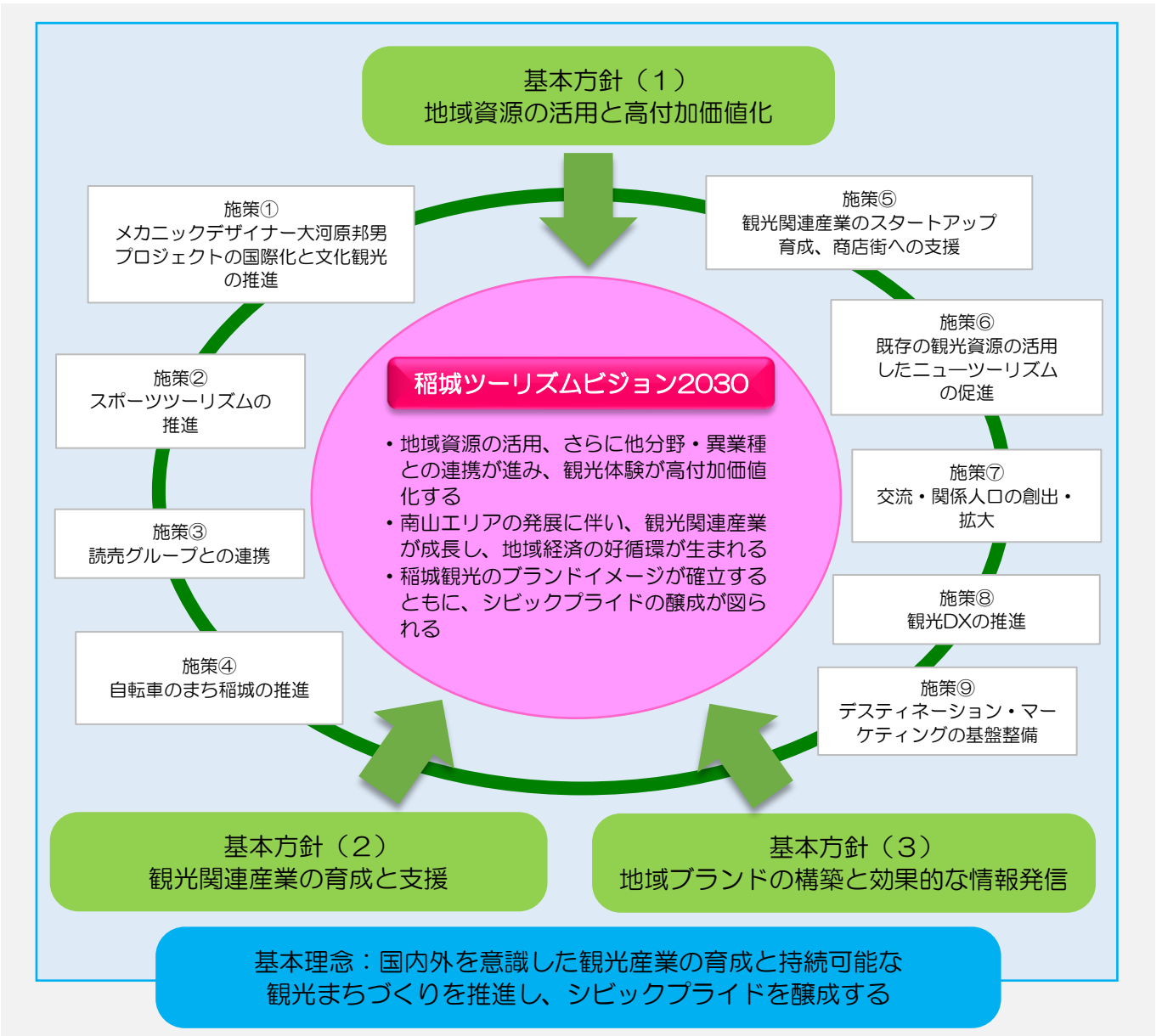
これまで農業、商業、文化・芸術活動、市民活動等を観光事業につなげ、地域の賑わい創出を図ってきましたが、今後、市内随一のレジャー施設であるよみうりランドやTOKYO GIANTS TOWNをはじめとする南山エリアの発展が、本市の人の流れを大きく変えます。これを契機に、市内の観光関連産業との連携や事業者の観光事業への参入支援・育成を強化し、市内への回遊を促すことで、地域経済の発展につなげます。特に飲食事業の新規参入支援やご当地グルメの開発助成を通じて新たな観光関連事業者の育成を強化します。また、本市をホームタウンとして活躍する読売ジャイアンツ・東京ヴェルディ等、プロスポーツチームとの連携も、地域の賑わい創出に加え、市民にとって話題や誇りともなり、地域に好循環が生まれる原動力となります。こうした状況にある本市が、継続的に観光事業を推進するためには稲城の観光全体を統括できる中核人材の育成は急務です。

基本方針（3） 地域ブランドの構築と効果的な情報発信



稲城観光に関するブランドイメージの確立は、観光事業の推進に大切な要素となります。現在、シティプロモーションカードや稲城ロケーションサービス等にて、稲城市の魅力を発信する事業を進めていますが、今後、稲城市観光協会を中心に情報発信を一元化し、統一されたブランドイメージを築いて、稲城観光の魅力に対する認知度の向上を図ります。特にメカニックデザイナー大河原邦男プロジェクトは世界に通用するオンリーワンの文化資源であると位置付けてブランドの中心において訴求していきます。その上で、多様な観光資源について、訴求するターゲットを明確に設定し、効果的に情報を発信します。情報発信は、いなぎ発信基地ペアテラスや東京観光情報センター、ゴルフ日本シリーズ、そうま市民まつり等のイベントPRブース出展といった実店舗型のものから、広報紙やウェブサイト、SNS等まで様々な媒体を想定し、世界への情報発信も視野に入れて目的に沿ったメディアを適切に選択します。特にインバウンド需要に関しては、今後本市へ大きな影響を及ぼす可能性もあり、デジタルマーケティングを強化するなどして、多言語対応やインフラ整備等、新たな広報戦略を打ち出します。

計画概念図



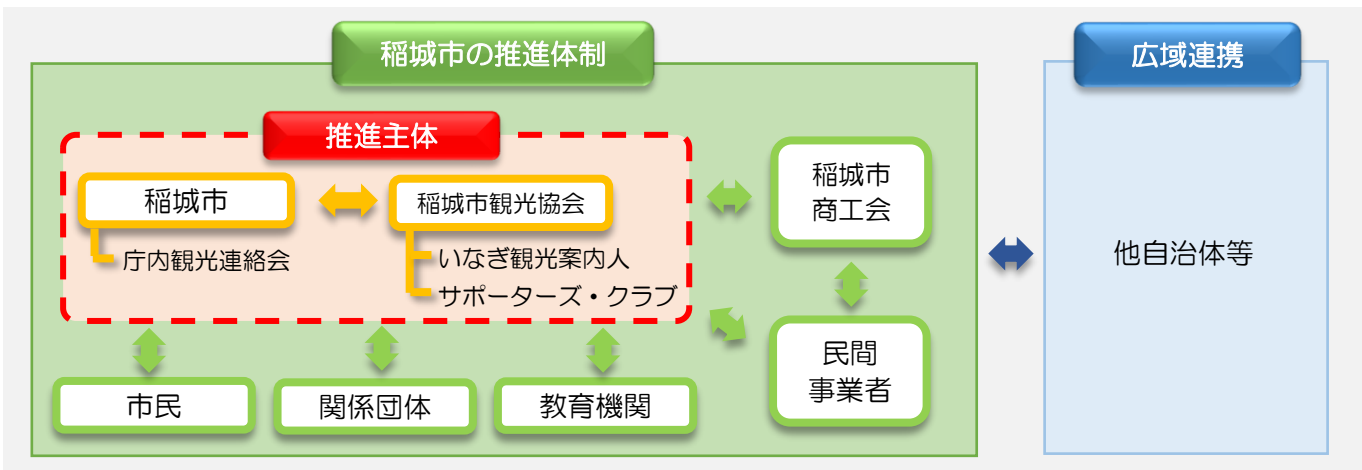
数値目標

目標項目	基準（令和6年度）	目標（令和12年度）
三沢川 桜・梨の花まつり来場者数	38,000人	50,000人
Iのまちいなぎ市民まつり来場者数	65,560人	94,000人
マニッゲザイ-大河原邦男プロジェクトのイベント参加者数	177人	3,000人
いなぎ発信基地ペアテラス入込数	83,797人/年	109,000人/年
稲城サイクルカフェ利用者数	7,000人/年	10,000人/年
市内飲食店軒数	127軒	160軒
稲城市観光協会加盟団体数	62団体	80団体
市ウェブサイト（観光関連）表示回数	340,647回/年	487,000回/年
市X（観光）フォロワー数	3,445人	10,000人
市Facebook（稲城なしのすけ）フォロワー数	2,484人	10,000人
稲城市観光協会ウェブサイトセッション数	84,000回/年	120,000回/年
稲城市観光協会Xフォロワー数	3,392人	10,000人
稲城市観光協会Instagramフォロワー数	1,694人	10,000人

（基準は本計画作成時点での概算値）

推進体制

本計画の推進にあたっては、行政や稲城市観光協会といった推進主体が、既存の観光資源の魅力に磨きをかけるとともに、新たな発掘を行い、まちの賑わいを創出していきます。しかし、稲城市の観光まちづくりの推進は、行政や稲城市観光協会だけではなく、稲城市商工会、関係団体、教育機関や市民が広く参画し、自主的に活動していく姿が理想的であり、そこからまちに対する誇りや愛着心である「シビックプライド」が醸成されていきます。さらに、広く事業展開が見込まれるものについては、近隣のこと、テレビドラマ、映画、アニメ、ウルトラマンシリーズ等のコンテンツツーリズムの対象となる新たな観光資源が注目されるようになっていきます。



第三次稲城市観光基本計画（概要版）

発行 令和8年3月
 編集 稲城市 産業文化スポーツ部 観光課
 住所 〒206-8601 東京都稲城市東長沼2111番地
 電話 042-378-2111（代表）