

観光施策提案・意見整理表

(令和6年10月28日時点)

番号	提案・意見内容	主な 該当施策	関係課	推進委員会の考え
①	インバウンドを含む来訪者数、観光消費額、民泊利用者数などの定量的なデータ取得、および定性的な分析が求められる。	戦略1 施策1	シティプロモーション課	令和5年度から人流データ分析ツールを導入していますが、今後、戦略の進捗管理を行うため、外国人来訪者数や観光消費額、民泊利用者数などを把握できるようなアンケートの実施、他ツールの導入検討等を進めていきます。 ⇒令和6～7年度において、観光データの持続的な取得や分析体制の構築を目指す都支援事業に参画しており、より効果的な観光施策を打ち出すことができるような体制づくりに努めていきます。
②	インバウンドも意識した広域連携を推進する。隣接市町村のほか、飛び地連携も視野に入れるとよい。	戦略1 施策1	シティプロモーション課	現在は、奥多摩町と「東京アドベンチャープロモーション協議会」を設置し、広域連携を図っていますが、インバウンドを意識した広域連携についても検討していきます。
③	道の駅を新設する。	戦略1 施策3	企画政策課	大きな課題として「①立地場所と一定規模の土地の確保」「②利用者に訴求できる土産品などの販売品の開発と安定供給」「③継続可能な運営」があります。こうしたことから、大規模な整備は、事前によく検討する必要があると認識しております。

④	新規観光資源として、御嶽駅近くにロープウェイを開設し、バス便とケーブルカーでしか利用できない御岳山へ、都心の観光客を運ぶ。	戦略1 施策3	交通政策課	御嶽駅と御岳山をつなぐロープウェイは現実的に難しいと考えています。
⑤	青梅観光案内所を基軸とした仕組みづくりを進める。	戦略1 施策3	シティプロモーション課	青梅観光案内所等を運営する観光協会とも協議し、案内所のあり方について整理していきます。
⑥	青梅の森のハイキングコースを少しおしゃれな森林セラピーロードとして整備する。	戦略1 施策3	公園緑地課	青梅の森は、青梅の森事業計画にもとづき、保全や活用、整備を行っています。本事業計画との整合性や観光資源としての活用についても検討しているところですが、その一例である森林セラピーロードについては、認定基準などを確認するとともに、他市の事例についても研究していきます。
⑦	本観光戦略10ページの表5「代表的な観光資源」の植物に「桜（梅岩寺など）」とあるが、桜を楽しむことができるエリアとしては釜の淵公園や永山公園がある。これらの地域に植栽されているソメイヨシノは、植栽されてから長い時間が経過している。計画的な植え替えを検討すべきと考える。 梅岩寺～永山公園（桜見本園含む）～宗徳寺のエリアを一体的に整備し、今まで以上の桜の名所とすることが魅力ある観光地として有効と考える。なお、整備に当たっては、植栽だけでなく周辺の大きな木は伐採するなどして、見晴らし等の景観への配慮も必要と考える。	戦略1 施策3	公園緑地課	釜の淵公園や永山公園、ハイキングコースにおける樹木管理については適正に管理していきます。 永山公園周辺の一体的整備については今後、研究していきたいと考えています。

	<p>永山公園（桜見本園）周辺については、鉄道公園のリニューアルや青年の家跡地の整備を見据えるとともに、風の子太陽の子広場との一体性を意識した整備について検討すべきと考える。</p>			
⑧	<p>青梅丘陵ハイキングコースはJR 青梅線と並行して整備されており、青梅駅から近いことはもとより、青梅駅以西の駅からのアクセスも良いことから多くのハイカーが訪れる人気コースである。</p> <p>そのようなことから、青梅駅以西の駅から青梅丘陵ハイキングコースに入り、青梅駅周辺で食事をして帰る。またはその逆のコース設定により、地域への経済的な効果も見込まれる。</p> <p>また、青梅丘陵ハイキングコースの路面について荒れている部分が見受けられる。人気があるコースであるため、ハイカーに気持ちよく歩いて頂けるよう定期的に点検するほか、地主の御協力もいただきながら整備していく必要があると考える。</p>	<p>戦略1 施策3</p>	<p>公園緑地課 シティプロモーション課</p>	<p>本市で管理している矢倉台までのルートについては、路面を補修するなど適切な管理を進めていきます。</p> <p>矢倉台以西については、管理する東京都と協議してまいります。</p>
⑨	<p>東京都では令和元年台風19号で被害を受けた御岳小橋の復旧工事を進めており、新しい橋についてはバリアフリー化に努めるとしている。</p> <p>御岳溪谷は青梅市としても有数の観光スポットであり、御岳小橋は御嶽駅側と玉堂美術館側を結ぶといった、回遊性を高めるためにも重要な施設である。</p> <p>市としても都と連携を図り、周辺施設についてもバリアフリーを意識した整備を進めることが重要と考える。</p> <p>また、御岳溪谷エリアだけでなく、他の観光エリアにつ</p>	<p>戦略1 施策3</p>	<p>シティプロモーション課 施設課</p>	<p>御岳小橋の復旧工事に当たっては、東京都と協議してまいります。</p> <p>御岳溪谷周辺や他の観光エリアについても、道路、公園や公衆トイレ等について、バリアフリーを意識した整備改修を検討していきたいと考えています。</p>

	いてもバリアフリーを意識し、高齢の方や障がいのある方等も含め、多くの方が訪れ、楽しめるような整備を進める必要がある。			
⑩	<p>毎年春から秋にかけて、多摩川の河原（特に釜の淵、河辺、御岳溪谷）には多くのバーベキュー客が訪れ、ごみの放置や直火といった問題が発生している。</p> <p>バーベキューは火を使ったり、ゴミは持ち帰りが原則としつつも食べ残し等の大量のゴミが発生することなどから、いわゆる川遊びとは別のレジャーとして認識し、川遊びエリアとバーベキューエリアを分けて議論する必要があると考える。</p> <p>バーベキュー施設の整備については、青梅市においても過去から何度も検討されているが、自然環境の中にゴミを残さない方法としても、また食材等を地元で調達する等の地域経済振興の観点からも有益なものと考えため前向きな議論すべきと考える。</p> <p>特に釜の淵公園のエリアについては、プールの跡地利用も含め、桜の植栽なども計画しながら一体的なバーベキュー施設、公園施設の整備について検討すべきと考える。</p>	戦略1 施策3	清掃リサイクル課 企画政策課 公園緑地課	一定管理の下、ルールを定めたバーベキュー施設の整備も一つの方策であると考えております。また、近隣住民と意見交換を行いながら、植物の植栽など、旧釜の淵公園水泳場等の跡地活用と併せた検討が必要であると考えています。
⑪	<p>長淵山ハイキングコースにはトイレが設置されておらず、トイレがなくて困ったというハイカーの声もある。</p> <p>ハイキングコース等におけるし尿の処理は、自然環境に与える影響からも適切な処理が求められている。</p> <p>東京都でありながら気軽に自然に親しむことができ、様々なハイキングコースがあることは青梅市の観光の大きな魅力である。ハイカーが安心してハイキングを楽し</p>	戦略1 施策3	シティプロモーション課	長淵山ハイキングコースにおけるトイレ設置について必要であると考えています。今後、設置に向けて検討したいと考えています。

	<p>んでいただけるよう、トイレの適切な整備について検討すべきと考える。</p> <p>(長淵山ハイキングコースについては、馬引沢峠のあたりなら自動車も入ることができ、またハイキングコースの中間点でもあることから、トイレ設置の候補地として妥当と考える。)</p>			
⑫	<p>御岳1丁目駐車場は大型車と2輪車の専用駐車場であるが、大型バスの駐車スペースに普通自動車が勝手に駐車していることが多々ある。また、長時間駐車している乗用車もあり、トイレ利用者に支障が生じている。</p> <p>また周辺駐車場が有料となっていることから、御岳1丁目駐車場については有料化を検討してはどうかと考える。</p> <p>青梅宿エリアや御岳溪谷エリアにおいては、大型バスの駐車場が特に不足しているため対策が望まれる。</p>	戦略1 施策3	シティプロモーション課	<p>現在、御岳一丁目駐車場は無料駐車場として開放していますが、一部自動車の長時間駐車などにより、問題が生じている旨は承知しています。</p> <p>今後、適正利用と駐車台数の増加などを検討してまいります。</p>
⑬	<p>観光施設の整備という点では駐車場の不足、駐車場の場所のわかりづらさが解消できればと考えます。そのような場所を新たに確保するのが非常に難しいですが、例えば公園や寺社など(Ex. 花木園、しょうぶ公園)の駐車場を一部有料化して開放するなどして周辺を回遊することも検討できたらと思います。</p>	戦略1 施策3	シティプロモーション課 公園緑地課	<p>観光施設の駐車場については、一部で有料化を実施しており、他の駐車場についても有料かについて検討していきたいと考えています。また、駐車台数の増加方策なども検討してまいります。</p>
⑭	<p>フリー切符等の交通アクセスや市独自のプレミアを付ける工夫等で、途中下車のお得感を演出し都心駅御嶽駅からの人流を青梅駅の改札外につくり、市内飲食や3つのハイキングコース、歴史・文化施設への訪問等へつなげる。</p>	戦略1 施策4	交通政策課 シティプロモーション課	<p>青梅駅を通過駅にするのではなく、市内の西部観光の玄関口として、下車する仕組みは必要だと考えています。ただし、多くの施設の協力が必要であるため、まずは、仕組みについて交通事業者や他市の事例を研究していき</p>

				たいと考えております。
⑮	市内の回遊性については今までも議論されており、観光事業者や観光協会がもっと推進力をもって横断的に取り組むべきとの声はあるもののなかなか実行に至っていないことが状況かと思えます。観光客が青梅に来てもらうことを考えると、鉄道、レンタカー、タクシー事業者等との連携が必要であり、まずは交通事業者と宿泊などの観光事業者とのつながりを深める場をつくるのもよいかもしれません。とりわけ、鉄道に関して言えば、青梅市ではJRとの関係性が強いですが、小曾木や成木地域は西武線飯能駅からの利便性がよいといえます。西武鉄道は飯能駅周辺の観光にも力を入れていることから西武鉄道へのアプローチも行っていただきたいと考えます。	戦略1 施策4	シティプロモーション課 交通政策課	本市では令和2年度から令和4年度にかけて、観光客の利便性や回遊性の向上を図るため、観光型Ma a Sの実証実験を実施しました。観光産業にとって交通事業者との連携は不可欠であると考えており、市内交通事業者等で構成されている青梅市公共交通協議会などと連携し、観光産業における公共交通について協議を進めていきたいと考えております。
⑯	青梅市内で外国人を見ることも増えてきましたが、まだまだ都心部に比べるとその数は微々たるものです。市内で外国人観光客が訪れる場所として、澤乃井、御岳山、御岳溪谷が挙げられ、最近では塩船観音寺でも見かけるようになりました。ただ、まだ外国人観光客が青梅に来た時のルート、スポット、案内などが整備されておらず受け入れ体制が整っていないように感じます。例えば、外国人が岩蔵に来たいと思ったときに、どの電車に乗って、駅からはバスなのかタクシーなのか、またその場所で何が食べられて、何が体験できるのかといったような情報がありません。そのような課題を解消するために多	戦略2 施策2	シティプロモーション課	多言語対応のパンフレットの作成など、徐々にインバウンド向けに対応を進めておりますが、まだ十分ではないと考えております。まずは、青梅市観光協会で公開しているパンフレット閲覧サイトの周知を図るとともに、多言語対応パンフレット作成や看板設置等について検討を進めていきます。

	言語に対応するデジタルマップのようなもの（現地スポットやバスの時刻を反映できるものもあります）で情報を一元化するとともに、インバウンドを進めていきたい個々の事業者に手を挙げてもらうなどして、意欲のある事業者からインバウンド対応を進めていくのはどうかと考えます。			
⑰	持続可能な観光地づくりに向けて各種コーディネーターの資格取得支援、観光人材育成を推進する。例えば、国や都の助成事業等を積極活用して、行政・観光協会・事業者らによるSC資格取得者を増やしたり、観光経営人材を輩出する。	戦略2 施策3	シティプロモーション課	日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)にもとづく取組を推進するため、まずは職員のSC資格取得を進めていきます。また、観光協会や事業者については、今後、検討していきたいと考えています。
⑱	青梅は歴史と文化のまちであり、ただ訪問して写真を撮り、食事をして帰るだけではまちの魅力が伝わりきらない。 インバウンドを含め青梅を来訪する方に対し、例えばなぜ武蔵御嶽神社は地域で大切にされているのかといった、地域住民の精神的なルーツを紐解くようなツアーガイドの育成が必要と考える。 それにより、青梅ファンやリピーターの増加や、シビックプライドの醸成にも繋がると考える。	戦略2 施策3	シティプロモーション課 文化課	風景の自然美や歴史的建造物の建築美だけでなく、その歴史的背景が伝わるような観光施策を打ち出すことで、来訪者がより満足できるような取り組みを検討したいと考えております。
⑲	自然を求めて来る都市部在住者にとって、青梅が彼らのオアシスになれば、安定して集客できると考える。都民にとっての自然に親しむ代表的な地域が、青梅や奥多摩になれば、強いアドベンチャーツーリズムにつながると考える。	戦略3 施策1	シティプロモーション課	都市部に在住する方々に対して、都市部から約1時間で来訪できる強みを積極的に情報発信できるような取り組みを推進していきたいと考えています。

<p>⑳</p>	<p>先日、埼玉県の実田市に視察に行ってきたのですが、県立さきたま史跡の博物館に隣接する「さきたまテラス」では、飲食の他に古墳、埴輪に関するお土産が非常に充実していました。飲食の方も古墳にまつわるカレーや餃子などがあり、つい食べてしまいたくなるようなものがメニューとしてありました。また、お土産に関しては、ファイルやマスキングテープなどの文具、エコバック、煎餅やスナック菓子など多岐にわたっていました。昨今の縄文ブームがありますが、歴史や縄文時代に興味がある人は一度は訪れたいとなり、また、ここに寄れば欲しいお土産が揃うという導線がうまく引けていると思いました。</p> <p>また、実田市の郷土博物館も見学してきたのですが、小さい子供から大人までが楽しめる見せ方をされており、常設展示と企画展示の両方で長時間滞在したくなる空間となっていました。青梅市においても、歴史・文化・民俗を観光資源としてPRするのであれば、郷土博物館（建物の大幅な改修は難しいと思いますが）と連携した観光を検討していただきたいと思います。実田市にかかわらず、郷土博物館は小さい子供だも分かりやすい展示となっています。</p>	<p>戦略3 施策1・3</p>	<p>シティプロモーション課 文化課</p>	<p>歴史や文化に関連した観光施策は重要と考えております。市内には青梅市郷土博物館のほか、青梅市吉川英治記念館や玉堂美術館、青梅きもの博物館などが点在しており、これらをつなぐような回遊型観光についても検討を進めたいと考えております。</p>
<p>㉑</p>	<p>御嶽駅には靴洗い場がない。（奥多摩駅や古里駅、鳩ノ巣駅前には設置されている。）</p> <p>山から下りてきた観光客の靴の泥を落とすことは、駅や電車をきれいに使うことはもとより、靴についての植物の種を他の地域に持ち込むことを防ぐ意味からも重要な行</p>	<p>戦略3 施策2</p>	<p>交通政策課 環境政策課</p>	<p>御嶽駅の靴洗い場の設置は、利用者の公共交通に対する意識改革を促すとともに、外来植物の持ち込み防止に繋がり、生物多様性保全の観点からも重要であると考えています。設置場所については、トイレ入口周辺及び通路</p>

	動と考えるため、御嶽駅を始めとしたハイキングコースや登山道アクセスできる駅には靴洗い場の整備を検討してはどうか。			は狭いため設置は難しいと考えます。設置可能な場所として、駅出入口の広場は設置できる余地はありますが、JRの敷地になるため、設置に当たっては、JR等と十分協議する必要があります。
②②	<p>環境、歴史文化の保護といった点では、現在御岳で行っているリパークリーン活動はよい取り組みだと思います。オランダではプラスチックごみを回収するツアー (https://sotokoto-online.jp/sustainability/599) があり、御岳でも同じようなことが行われています。また、岩蔵では昨年よりドリップ珈琲を商品化しお土産としていますが、これはデザインをお犬様やフセギのワラジとし売上の一部を地元の保存会に寄付しています。このように活動の一環で発生する収益を環境や歴史文化の維持・保護にまわし、地域にお金が落とせる仕組みが増えていければよいと思います。林業体験による山の維持管理、獅子舞などの伝統文化を体験することによる歴史文化の維持管理など、青梅市内の環境、歴史文化を観光とするならば地域と一体となって、継続していければと考えます。</p> <p>一つの案として、獅子舞の演者を紹介するシンメン。イケてる演者をインスタ等で紹介し、各獅子舞を回れるような仕組みをつくることなども面白いのではないのでしょうか。</p>	戦略3 施策2	シティプロモーション課	<p>本市では令和5年に、環境に配慮したアウトドア活動の促進を図るとともに、地域の環境保全と自然観光の健全な発展に寄与することを目的として、特定非営利活動法人リーブノートトレイスジャパンと連携協定を締結しました。地域に還元できるような観光については、三方良しの観点からも重要と捉えておりますので、その仕組みづくりなどについて他市の先進事例をもとに検討していきたいと考えております。</p> <p>⇒あきる野市や特定非営利活動法人リーブノートトレイスジャパン等と協議し、環境配慮型の持続可能なプログラムを開発する支援事業への参画を検討しています。</p>
②③	体験やツアーを交えながら、地域保存会に売り上げた一部を寄附し、地元の推力を高める。	戦略3 施策3	シティプロモーション課	おうめ観光戦略の中で、三方良しの関係を築くとしており、地域に還元する仕組みは検討

				する必要がありと考えます。他事例などを研究していきたいと考えています。
②④	人（職人・芸術家など）・物（青梅産品）・金（適正価格の良いサービス）を紹介するポータルサイトを立ち上げて青梅の事ならそこが一番詳しい場所を確立して皆がそこに情報を集中させる見せ方の工夫を行政としてやって欲しい。	戦略3 施策3	シティプロモーション課	現在、WEBサイトにおける観光情報は、青梅市観光協会で運用している「おうめ観光ガイド」に誘導しています。観光協会と協議して情報の見せ方や内容について検討していきます。
②⑤	青梅市には、青梅大祭やだるま市といった市内外から多くの誘客があるイベントのほか、各地域でも大切に伝承されている歴史と伝統ある祭事が連綿と継承されており、写真や民俗学を愛好する方が市内外からも訪れている。 また、花火大会や産業観光まつり、青梅宿アートフェスティバルなどの魅力的なイベントも開催されている。 これらの様々なイベントに焦点を当て、観光を通じた地域振興に取り組むとともに、住民にとっても地域の再認識、シビックプライドの醸成に繋がるような取組が必要と考える。	戦略3 施策3	シティプロモーション課	各種イベントの開催によって地域全体が盛り上がり、来訪者、事業者、市民が三方良しとなるような観光施策を推進していきたいと考えています。
②⑥	紙ベースの観光マップを電子化する。	戦略3 施策4	シティプロモーション課	紙ベースのパンフレットを必要としている方もいる中で、電子化の推進も必要だと考えます。ひとつのサイトでパンフレットを全て見れるようにするなど検討していきたいと考えています。 ⇒現在、青梅観光協会のHP上でパンフレッ

				ト一覧が閲覧できるため、これらを市のHPやインスタグラムで周知を図ります。
⑳	文章より映像でSNS等を利用してスマホで完結する情報発信が望まれている。外に向けて人・物・金につながる施策をコーディネートして欲しい。情報発信はプロが継続的に進め、フォロワー数を増やす、施策が必要。	戦略3 施策4	シティプロモーション課	現在、OmeBlueのインスタグラムにて、動画投稿を行なっておりますが、より青梅の魅力が伝わるよう改良を重ねていきたいと考えています。
㉑	青梅市を訪れた人が投稿している良い感想やきれいな写真、飲食などの投稿を#で拾って、「青梅市の投稿をありがとう」とリアクションをした投稿をOmeBlue公式インスタグラムに投稿する。	戦略3 施策4	シティプロモーション課	現在、OmeBlueのインスタグラムにてコメントをもらった場合は、コメントを返すよう取り組んでいますが、青梅市を観光した人々の投稿に対して、リアクションするよう取り組んでいきます。
㉒	多様な媒体による情報発信に加え、WebサイトやSNSにおけるクチコミは影響力が大きい。誘客促進に向け、情報発信主体として青梅市の魅力を各種媒体により発信することも重要であるが、加えてSNSサイト等によるクチコミを増やせるような取組が大切と考える。	戦略3 施策4	シティプロモーション課	現在、OmeBlueのインスタグラムにて、投稿を行なっておりますが、クチコミを増やせるような取組については、他事例を研究していきたいと考えています。
㉓	昨年、岩蔵で外国人のモニターツアーを実施しました。20代～40代の欧米女性約8名が参加しヒアリングを行ったところ、日本の観光情報はほぼインスタから得ているとのことでした。インスタ映えするポイントを発信するほか、そういった場所を新しくつくるということも効果的なのかなと思います。同様に最近ではtiktokから得た情報をもとに観光することも多いと聞きます。また、どの年齢層をターゲットにするかで情報発信の内	戦略3 施策4	シティプロモーション課	本市ではインスタグラム「omeble.tokyo」を運用しており、青梅ブルーに関する取り組みのほか、市内における観光スポットの紹介を行っております。インスタ映えポイントについてもインスタグラム上で紹介できるように情報収集に努めてまいります。

	容も変わってくるので、ターゲットとなるペルソナを想定することも大事かと思えます。			
③①	ウェルネスツーリズムを展開する。	戦略4 施策1	シティプロモーション課	観光資源の高付加価値化の一環として、ウェルネスツーリズムは、青梅市にとって親和性の高い観点だと考えています。具体的にどのような施策が検討できるか他事例を研究していきたいと考えています。
③②	事業者同士の勉強会や高付加価値化事業を推進する。協議会等に委託して、ヨコの繋がりを密にすることが重要。	戦略4 施策1	商工業振興課 シティプロモーション課	青梅市観光協会や青梅商工会議所と連携して、各事業者と勉強会などを開催できるか検討していきたいと考えています。 ⇒青梅・奥多摩エリアで活動する事業者を対象として、観光データを活用した体験コンテンツの企画立案などの勉強会を開催する予定で進めています。
③③	市内には歴史ある温泉郷や日帰りを含めた温泉施設が点在している。都内を見ても、これだけバリエーションに富んだ温泉施設がある観光エリアは少なく、観光資源の見地から見ても青梅の魅力のひとつともいえる。また、駅からのアクセスが良い温泉施設もあることから、これらの施設と掛け合わせた観光コンテンツの開発についても議論すべきと考える。	戦略4 施策1	シティプロモーション課	岩蔵温泉については Iwakura Experience で地域振興を図っているため、連携した取組について模索していきたいと考えています。河辺温泉については、河辺駅からのアクセスが良いため、登山帰りの観光客に利用してもらえるようなPRを打ち出していければと考えています。
③④	青梅市の観光の強みは、東京都内にありながらも自然が近いこと、そして歴史文化が残っていることです。そして、それぞれが単発では差別化が図れないものでも、組み合わせることによって青梅でした体験できないコンテ	戦略4 施策1・ 2	シティプロモーション課	市内の自然や歴史文化を織り交ぜながら、ストーリー性をもった観光施策の検討を進めていきたいと思えます。青梅市観光協会といただいた御提案を共有しながら、開発を進めて

	<p>ンツができ、インバウンドを含めた都心部からの集客を見込めるのではないのでしょうか。</p> <p>例えば、農家の畑で野菜を収集し、かわなべ鶏卵農場で東京軍鶏を得て、江戸時代の食文化でもある軍鶏鍋をつくるツアー。青梅の街並みを歩き、最後は飲み屋で一杯する青梅大衆文化ツアー。などなど。こういった、掛け合わせのコンテンツをつくる要素はまだまだたくさん眠っていると思います。</p>			<p>いきたいと考えております。</p>
③⑤	<p>新たな観光資源化という観点では、企業向けの研修、学生の合宿なども考えられると思います。一般的に観光業のピークは土日等の休日に偏りますが、上記対象のパッケージ等を作成し、個人観光客だけではない団体に向けて平日の訪問客を増加させることができます。また、宿泊と組み合わせることで宿泊業の平日稼働率の増加、客単価の増加にも寄与することができると思います。</p>	<p>戦略4 施策1・ 2</p>	<p>シティプロモーション課</p>	<p>平日の観光や、四季の中で比較的閑散期となっている冬期について、企業研修や教育の場として提供ができるような取り組みがあれば、持続可能な観光地経営に寄与するものと考えております。そのようなスキームについて関連団体と協議しながら、推進していきたいと考えております。</p>
③⑥	<p>座禅体験など体験と自然を軸とした、都内で青梅にしかない自然を他との差別化を図る。</p>	<p>戦略4 施策2</p>	<p>シティプロモーション課</p>	<p>座禅体験は市内で天寧寺等で実施していますが、観光資源と位置づける場合は、寺院側とよく協議する必要があります。他に、他地域と差別化を図れるような取組が市内であるか検討していきたいと考えています。</p>
③⑦	<p>獅子舞のような伝統行事を横断的につなぎ、観光資源とする。</p>	<p>戦略4 施策2</p>	<p>シティプロモーション課 文化課</p>	<p>伝統行事を観光資源とすることは、伝統文化の継承の一助になるかと考えています。一方、保存会の伝統文化の継承の負担が増加する可能性もあるため、団体側と協議する必要があると考えております。</p>
③⑧	<p>オープンファクトリーやファクトリーツーリズムなどを</p>	<p>戦略4</p>	<p>商工業振興課</p>	<p>市内東部地域の新たな観光資源として、ファ</p>

	組み込んで行き、多くの者が参画可能なものを構築する。	施策 2	シティプロモーション課	クトリーツーリズムの推進は、観光振興に資するものだと考えています。今後、青梅商工会議所が実施しているオープンファクトリーなどを参考に、仕組み作りについて検討していきたいと考えています。
③⑨	個人庭のオープンガーデンや地域コミュニティガーデン巡り等、園芸福祉を活用した街づくりをし、周遊しながら市民の暮らしを感じてもらおう。	戦略 4 施策 2	シティプロモーション課	市内にも吉野梅郷の寺院などを中心にオープンガーデンはありますが、個人庭のオープンガーデンについては、他事例などよく検討する必要がありますと考えます。
④⑩	青梅には老舗の製造業、優れた技術を有する企業、体験ができる工房や、様々な農作物を生産している方がいる。これらの現場を見学・訪問したり、ものづくりや生産・収穫等を実際に体験することは、来訪者の知的好奇心を満足させることに繋がると考える。 商工業者や農林業事業者とも連携を図り、ファクトリーツーリズム、グリーンツーリズム、収穫体験等を通じて、子供も大人も楽しめる体験型の観光商品の開発の検討が必要と考える。	戦略 4 施策 2	商工業振興課 農林水産課	市内東部地域の新たな観光資源として、ファクトリーツーリズムやグリーンツーリズムの推進は、観光振興に資するものだと考えています。今後、青梅商工会議所や西東京農業協同組合とも協議しながら、検討していきたいと考えています。
④⑪	観光戦略の KPI にある、一人当たりの観光消費額、延べ宿泊者数を達成させる選択肢として、朝・夜のコンテンツを磨き上げることが必要だと考えます。やはり、都心部から日帰りで行ける距離であるため、宿泊する動機付けがないとなかなか宿泊するまでには至りません。既存の事業としては星空観察などありますが、まだまだコンテンツとしては考えられます。 例えば、	戦略 4 施策 2	シティプロモーション課	日帰り観光客が滞在する時間帯は昼間が中心であることから、観光消費額の高い宿泊観光客を増やす取り組みとして、朝ならではの、夜ならではの観光施策を展開することは重要と考えております。 青梅市観光協会に協力を仰ぎながら観光コンテンツの開発を検討していきたいと考えております。

	<ul style="list-style-type: none"> ・朝靄のなかのラフティング、SUP、パックラフト ・早朝の農業体験と採れたて野菜を使用した朝食（岩蔵で検討中） ・禅寺での坐禅体験（岩蔵で検討中） ・塩船観音時の朝のお経体験と近場のカフェでのモーニング珈琲（岩蔵で検討中） ・市内のスナック・居酒屋体験（インバウンドで人気）などなど <p>これらの、体験事業者と市内の宿泊事業者を結びつけることによって、青梅市一体となった体験コンテンツとして発信できると考えます。また、それを一元的に管理する組織をどうするのか（観光協会のできるか）などの議論も必要かと思えます。</p>			
④②	<p>前回の懇談会で議論したファクトリーツーリズムも青梅の産業の歴史を考えると需要があると実感しています。先日、三ツ原工業団地内にある鬼塚硝子さんを訪問しました。そのときに手作業で行う硝子加工の技術を目の当たりにし、とてもワクワクしました。社長も工場見学を行うことに興味を示している一方で、ソフト、ハード面での整備も必要とのことで、すぐにはできないかもしれませんが、発信・PRによっては新しい観光コンテンツとして醸成できる可能性が高いと思います。ただし、工場見学をして終わりということではなく、青梅の産業のストーリー、地域の説明など大枠を整備する必要があります。</p>	戦略4 施策2	商工業振興課 シティプロモーション課	<p>ファクトリーツーリズムは東部地域の観光資源として注目しており、工場見学を通して、その商品が売れ、また、雇用創出や移住定住の機会も増えるようなスキーム作りはまさに、三方良しの観点に沿ったものであると考えております。</p> <p>青梅市観光協会や青梅商工会議所などとも連携しながら、観光資源の開発に努めてまいります。</p>
④③	<p>市民事業者一体のプロモーションをする上で、行政と民間の役割を明確化させる。例えば、行政が古民家改装支</p>	戦略4 施策3	シティプロモーション課	<p>民間で観光振興を推進する上で、助けとなるような支援について、他事例を研究していき</p>

	援の助成を行い、民間事業者が移住や民泊など推進、活用する。			たいと考えています。
④④	<p>青梅の豊富な農作物や食材等を活用し、商品開発を支援するなど、食の観点から観光振興に努めることは有益である。</p> <p>青梅市観光協会では「青梅・奥多摩ごぜん」の開発に取り組んでいる。</p> <p>本事業は、地場の食材、産物を活用し、地域の食文化の掘り起こしにもつながることから、観光戦略推進との連携を検討すべきと考える。</p>	戦略4 施策4	農林水産課 商工業振興課 シティプロモーション課	青梅市観光協会や奥多摩観光協会、JA西東京が中心となって開発を進めている新ご当地料理「青梅・奥多摩ごぜん」につきまして、本市におきましても実行委員会に出席するなど連携しているところです。御提案の地元のブルーベリーもごぜんの食材として活用した経過はございますが、青梅野菜や果物を使った青梅らしいメニューの開発は、重要であると捉えています。引き続き関係団体と協力して、「青梅・奥多摩ごぜん」に留まらず、新商品の開発支援などについて検討を進めていきたいと考えております。
④⑤	<p>域外の方と話をすると、よく青梅の食、お土産は何があるのか？とよく聞かれます。おそらく多くの方が「これ」といったものをご紹介できないのではないのでしょうか。やはり観光にとって食は重要視しなければいけなく、青梅に来たらこれを食べる、買っていくというものがあるとよいと思います。</p> <p>例えば、ブルーベリーや青梅の野菜。ブルーベリーは全国的にも生産量が多いことがわかっており、ブルーベリーをつかった商品、お土産などがあるとよいと思います。また、青梅の野菜は立川のウドやあきる野のとうもろこしのような特産物といわれるものはないのですが、狭小の農地をつかって多品種の野菜を揃えることができます。仮にこれを青梅野菜としてPRすることができれば、青梅野菜をつかった市内の飲食店を青梅野菜とともに周知することが可能と考えます。</p>	戦略4 施策4	農林水産課 商工業振興課 シティプロモーション課	⇒食の観点から観光振興を図るため、首都圏を中心とする流通小売等のバイヤーや食品商社が来場する特産物の商談会への初出展を予定しております。