

現状・課題

町田市観光戦略の策定にあたり、前提として示されている課題は以下の3点である。

1. 誘客ターゲットの明確化：属性に応じたプロモーション活動を行うため、**誘客ターゲットを明確**に設定する。
2. 来訪者の分散化：連休や週末に利用が集中し、滞在満足度が低下しないように、**利用の分散化**を図る。
3. 観光交通の改善：自動車利用による交通渋滞を緩和するため、公共交通を含む**観光交通を改善**する。

【町田市観光戦略の目標】「町田市未来ビジョン」及び「町田市観光コンベンション協会中期経営計画」の目標を参考に設定

- マーケティング調査の結果に基づき需要と供給を管理し、機会損失の回避と供給量に見合う需要の創出によって、観光入込客数15%増(2018年度比)、観光消費単価15%増(2018年度比)を実現させる。
- 町田市観光コンベンション協会がマーケティング調査の分析、新たな観光商品の造成、販売促進活動を支援し、会員企業及び市内観光施設の利益の最大化を図る。

実施内容

(1) マーケティング調査 上記課題の解決に向け、協議会が設定した5ヶ所の主要スポットについて、アドバイザーの助言を踏まえ、以下の調査を実施した。

調査種類	調査概要	調査対象数
① 調査利便性向上	<b>対象期間</b> 2023/9/1(金)～2024/8/31(土) <b>集計項目</b> 月別来訪者数、曜日別来訪者数、滞在時間別来訪者割合、交通手段別来訪者割合、利用時間帯別来訪者数、性別・年代別来訪者割合、居住地別来訪者数マップ、居住距離圏別来訪者割合	①武相荘 市内5千人/市外16千人 ②四季彩の杜 市内177千人/市外145千人 ③南町田 GP 市内2,185千人/市外5,581千人 ④ぼっぼ町田 市内275千人/市外380千人 ⑤NF東京町田 市内7千人/市外18千人
② 市内観光施設来訪者	<b>実施期間</b> 【秋】2023/10/31(火)～11/30(木) 【冬】2024/1/21(日)～2/27(火) 【春】2024/4/15(月)～5/23(木) 【夏】2024/7/18(木)～8/13(火) <b>実施場所</b> ①武相荘 ②町田薬師池公園四季彩の杜 ③南町田グランベリーパーク(GP) ④ぼっぼ町田 ⑤Nature Factory(NF)東京町田 <b>調査項目</b> 属性：性別/年代/居住地/同行者/交通手段 出発前情報：楽しみ/参考情報/調べた情報 行動：交通/周辺情報/立寄り施設/消費額 評価：満足度/各評価/意見/来訪経験/再来訪意向 情報：SNS利用有無/SNS種類	①武相荘(秋109/冬103/春105/夏109) ②四季彩の杜(秋103/冬102/春104/夏105) ③南町田 GP(秋102/冬102/春106/夏103) ④ぼっぼ町田(秋107/冬103/春102/夏105) ⑤NF東京町田(秋98/冬66/春66/夏104)

(2) 調査結果の分析 各スポットにおける誘客ターゲットの利用状況とピークを把握/交通渋滞への不満度や理由等を把握

1. セグメント：調査結果から、誘客ターゲットの特定に必要な「セグメント」を設定  
 【年代】若年(30代以下)、中年(40代50代)、高年(60代以上) 【性別】男、女 【同行者】家族、夫婦・カップル、友人、ひとり  
 【居住地】町田市、市外近郊(多摩市、八王子市、川崎市、横浜市、大和市、相模原市)、市外遠方(その他)
2. ターゲット：施設管理者が設定したターゲットと調査結果を比較し、誘客できていないセグメントを把握

	①武相荘	②四季彩の杜	③南町田GP	④ぼっぼ町田	⑤NF東京町田
施設管理者が設定したターゲット	白洲家に関心を寄せる若年・高年層	幅広い客層	30代女性+家族/アクティブシニア/10代20代の若年層+友人/30代家族/国内外の観光客	幅広い客層	幅広い客層
誘客できていないセグメント	若年男女	若年男女	なし	高年男女	20・30代男女/高年女性

3. 調査結果(抜粋)

ターゲットに関する調査結果	利用分散に関する調査結果	観光交通に関する調査結果																		
<b>性別・年齢【南町田GP】</b> 【11月・休日・市外客】 ・60代の割合が低い ・市内客よりも20代が高い	<b>ピーク月【四季彩の杜】</b> 【市外客】 ・ピークは11月 ・オフピークは8,9,1月	<b>自家用車割合・交通不満度【秋休日】</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>自家用車</th> <th>交通不満</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>武相荘</td> <td>7.4%</td> <td>11.3%</td> </tr> <tr> <td>四季彩の杜</td> <td>62.7%</td> <td>13.7%</td> </tr> <tr> <td>南町田 GP</td> <td>48.1%</td> <td>1.9%</td> </tr> <tr> <td>ぼっぼ町田</td> <td>23.5%</td> <td>2.0%</td> </tr> <tr> <td>NF東京町田</td> <td>64.1%</td> <td>3.2%</td> </tr> </tbody> </table>		自家用車	交通不満	武相荘	7.4%	11.3%	四季彩の杜	62.7%	13.7%	南町田 GP	48.1%	1.9%	ぼっぼ町田	23.5%	2.0%	NF東京町田	64.1%	3.2%
	自家用車	交通不満																		
武相荘	7.4%	11.3%																		
四季彩の杜	62.7%	13.7%																		
南町田 GP	48.1%	1.9%																		
ぼっぼ町田	23.5%	2.0%																		
NF東京町田	64.1%	3.2%																		
<b>居住地【武相荘】</b> 【11月・休日】 ・距離に関係なく23区も来訪有 ・来訪者6割までの商圏は30km	<b>ピーク時刻【四季彩の杜】</b> 【11月・市外客】 ・ピークは13～14時 ・市内客は11～16時がピーク	<b>交通に不満の理由【四季彩の杜】</b> 1位：家から遠い(5) 2位：バス便を知らない(4) (町田2、多摩1、世田谷1) 3位：駐車場入口が逆方向で不便(2) 4位：道路が混む(1) → 不満の理由で「混雑」は少数																		

事業成果

マーケティング調査の成果を踏まえ、「町田市観光戦略」を以下の通り整理した。

(1) マーケティング調査により得られた成果

成果① ピーク及びオフピークの把握

→GPS調査を1年間実施し、混雑を緩和すべきピーク時間帯と、誘客を促進すべき時間帯を把握できた。

成果② 滞在満足度評価に与える滞在満足度の影響を把握

→ピーク時の交通混雑や駐車場の入庫待ちは、総合満足度及びアクセス利便性の評価に影響しないことが把握できた。

成果③ 誘致できていない属性の明確化

→施設管理者が設定しているターゲットと実際の来訪者を比較することで、誘致できていない属性が明らかになった。

成果④ 需要と供給を調整する施策の立案

→需要と供給を調整する取組として、1) オフピーク時の需要創出、2) ピーク時の臨時サービス提供、3) ピーク時の需要配分、の3つの方針を導くことができた。

(2) 町田市観光戦略の方針 前記の課題(左頁「現状・課題」1～3)を解決するために、以下の方針を導き出した。

方針① ターゲットの中で利用実績の少ない属性、居住地に向けて宣伝し、**市外からの新規顧客を創造する。**

→【武相荘】若年男女【四季彩の杜】若年男女【ぼっぼ町田】高年男女【NF東京町田】20・30代男女/高年女性、各属性に効果的な媒体で宣伝

方針② 既存顧客の需要を再配分して混雑を緩和し、**ピークでも滞在満足度を高めて再来訪を促す。**

→【四季彩の杜】11月休日は朝・夕方以降の魅力を伝えオフピーク利用を案内【南町田 GP/ぼっぼ町田】休日13～16時の車利用を避けるように案内

方針③ ピーク時刻にも観光サービスを提供できる体制を整え、**販売機会を逃さずに観光消費単価を高める。**

→【武相荘】休日ランチにテイクアウトメニュー提供【四季彩の杜】11月休日に簡易店舗出店

方針④ オフピークに提供する新しい観光コンテンツを創造し、**市内外の観光客数と観光消費額を増やす。**

→【武相荘】施設コンセプトに合う歴史文化芸術イベント開催【四季彩の杜/南町田 GP/ぼっぼ町田/NF東京町田】ガイドによる散策ツアー実施

(3) 観光戦略を実現させるための戦術の方向性 ポジショニング分析や4P分析等を行い戦術の方向性を設定した。

戦略方針	戦術の考え方	施策展開イメージ(一例)
①市外新規顧客	市外客の観光消費による経済的な地域活性化を図るため、施設管理者が設定しているターゲットのうち、誘致できていない属性を中心に市外へのプロモーション活動を強化し、市外客を増やしていく。	【南町田 GP】属性に関わらず集客できている強みを活かし、南町田 GP 来訪者に対して、武相荘や四季彩の杜等の町田市の観光情報を提供できるように、店舗群の一角に観光情報コーナーを設置する。 【ぼっぼ町田】買物好きの高齢者を誘致するため、まちだ名産品認定商品の展示・販売イベントを開催する。
②需要再配分	オフピーク限定の利用料金を設定したり、特典を与えたりして、オフピーク利用割合を高める。	【四季彩の杜】最も混雑する11月休日に、路線バスを利用した来訪者にサービス券を渡し、四季彩の杜での買物や飲食の料金を値引きする特典を提供する。
③ピーク時提供	観光サービス供給量よりも需要が上回る時間を予測し、機動的に供給量を増やし、販売の機会ロスを小さくする。	【武相荘】秋季の休日や骨董市開催日等の混雑時に、レストランの空席待ちをしなくてもランチがすぐに楽しめるテイクアウトメニューを販売する。
④オフピーク新コンテンツ	観光施設側の観光サービスの供給量よりも、需要が著しく低い日や時間帯を予測し、オフピーク限定の観光コンテンツを提供して需要を喚起し、供給過剰のリスクを小さくする。	【NF東京町田】NF東京町田周辺の自然資源及び歴史資源を掘り起こし、動植物に関する解説を聞くことで、地域の魅力を実感できるハイキングツアーをオフピークのコンテンツとして実施する。

今後の課題と展開

(1) 協議会の継続開催

● 協議会を継続開催し、観光戦略の進捗管理を行う。都・国の補助事業を活用するなど、戦術の実現性を高める。

(2) 施設管理者及び交通事業者との連携強化

● 協議会と施設管理者及び交通事業者との連携を強化して事業実施体制を整備し、観光戦略の効果を高める。  
 ● 施設管理者及び交通事業者と連携し、町田市観光コンベンション協会主催のガイドツアーを造成・販売する。

(3) 事業進行管理と次期中期経営計画(2026年以降)への対応

● マーケティング調査を継続実施し、目標の達成状況を把握し、協議会において取組内容の見直しを検討する。  
 ● 観光戦略の取組状況を踏まえ、町田市観光コンベンション協会の次期中期経営計画を策定する。