

# 令和3年度事業報告について

## I 観光振興事業

### 1. 観光誘客事業

観光需要の把握などマーケティングの視点から、観光資源を発掘し、磨き上げを行う。また、観光人材育成研修の実施やキャンプ場運営を通じて観光誘客に貢献する。

#### (1) 地域の魅力創造事業

市内の地域資源の調査やモニターツアー等の実施により観光ニーズを把握し、魅力ある体験プログラム・旅行商品の開発や誘客に向けた効果的なイベントを実施する。

##### ①観光ニーズの調査

相模原市と協働で実施している「マイクロツーリズム促進事業」の一環として利用者を対象にしたアンケートを実施した。

【実施期間】令和3年3月29日(月)～5月31日(月)

【対象者】233人

【内容】来訪者の属性、来訪者人数、キャンプ歴、相模原エリアのキャンプ場を選んだ理由、キャンプ前後の寄り道の有無等

#### (2) 観光人材育成事業

おもてなしや人材育成等、観光振興に資する研修会等を実施することにより、観光に関わる知識の習得や意識の醸成を高めることに寄与する。

相模女子大学と連携して、観光人材育成プログラム「地域振興のためのイノベーション講座」を開催した。コロナ禍において深刻な影響を受けている観光業界であるが、ニューノーマル時代の観光の今後のあり方、さらに「コロナ禍だからこそ見える、新しい観光」について3回シリーズでの講演・対談形式で実施。

##### 【開催概要】

- ・日時：令和3年10月22日(金)、10月29日(金)、11月5日(金)  
15:30～17:00(全3回)
- ・開催方法：オンライン講座 (Zoom を利用した LIVE 配信型)

- ・主催：公益社団法人相模原市観光協会、相模女子大学
- ・受講料：無料

第1回：「アフターコロナの旅行代理店の取り組み」

旅工房株式会社 代表取締役 会長兼社長 高山 泰仁 氏  
～アフターコロナにおける旅行代理店の役割について～

第2回：「高速道路のSA・PAにおけるコロナ感染拡大防止対策」

中日本エクシス株式会社 執行役員 岩谷徹也 氏  
～SA・PAなど公共性の高い商業施設における  
3密回避の対応について～

第3回：「ニューノーマル時代に向けた観光ビジネスの在り方」

高山 泰仁 氏 / 岩谷 徹也 氏 による対談

※参加人数 第1回17人、第2回23人、第3回25人

### (3) キャンプ場運営事業

市営の上大島キャンプ場及び望地弁天キャンプ場の管理運営を行うとともに、相模川自然の村の公園トイレの清掃を行い、市民に憩いの場を提供した。

【開設期間】 3月～11月

※宿泊は、GW・7月・8月

※R3.8.6～R3.9.30は緊急事態宣言発令のため営業停止

【利用状況】

○利用組数	上大島	6,425組 (前年比 132.8%)
	望地弁天	744組 (前年比 113.2%)
	合計	7,169組 (前年比 130.4%)

○利用人数	上大島	27,089人 (前年比 112.7%)
	望地弁天	3,779人 (前年比 91.9%)
	合計	30,868人 (前年比 109.7%)

【令和3年度実績】

(人・組・円)

	3年度											
	上大島				望地弁天				合計			
	利用人数	利用組数	協力金額	レンタル	利用人数	利用組数	協力金額	レンタル	利用人数	利用組数	協力金額	レンタル
4月	3,742	871	929,000	390,100	300	75	86,000	4,000	4,042	946	1,015,000	394,100
5月	5,375	1,199	1,411,500	544,100	1,335	207	270,000	48,500	6,710	1,406	1,681,500	592,600
6月	2,313	648	653,500	192,300	356	80	85,000	7,000	2,669	728	738,500	199,300
7月	3,598	822	1,261,000	373,300	856	167	249,000	29,500	4,454	989	1,510,000	402,800
8月	690	156	192,000	91,000	111	17	19,000	8,000	801	173	211,000	99,000
9月	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月	4,065	1,021	1,021,000	347,500	392	96	96,000	10,000	4,457	1,117	1,117,000	357,500
11月	4,092	907	906,500	450,200	281	61	61,000	11,500	4,373	968	967,500	461,700
3月	3,214	801	808,000	259,000	148	41	42,000	4,500	3,362	842	850,000	263,500
合計	27,089	6,425	7,182,500	2,647,500	3,779	744	908,000	123,000	30,868	7,169	8,090,500	2,770,500

## 2. 観光PR事業

魅力ある観光の情報を各種媒体（メディア、ポスター・チラシ、HP・SNS等）により発信するとともに、市内外の物産展等への出展を通して、効果的なシティセールスを推進し、観光誘客を図る。

### (1) 観光情報等発信事業

#### ①HP（多言語含む）、SNSによる発信

本観光協会ホームページ「いいさがみはら」のリニューアルを実施し、観光情報のリアルタイムの更新を行い市内外に発信した。（アクセス件数 422,989 件）

※前年度比 83.95%

また、Instagram、Twitter、Facebookも活用し、さらに「マイクロツーリズム促進事業」では、CAMPHACK サイト内バナー広告や、SNS 広告を用いて、キャンプ場利用助成・寄り道クーポンキャンペーンの告知も実施した。

#### 【令和4年3月31日現在】

- ・ Instagram：平成31年4月29日開始  
投稿数 217 件  
フォロワー数 1,906 人
- ・ Twitter：令和3年2月22日開始  
投稿数 2,049 件

フォロワー数 838 人

・ Facebook : 令和 3 年 2 月 26 日開始

投稿数 78 件

フォロワー数 442 人

## ②観光名産品の紹介

相模原市ゆかりの特産品の品質向上と販売促進、本市の観光振興並びに郷土愛の醸成を目的に、新たに 10 品目を加えて 57 品目を市観光協会推奨品として認定し、パンフレットを作成・配架した。

## ③相模原市観光インフォメーションコーナーの設置

橋本駅南口・北口の「相模原市観光インフォメーションコーナー」、イオン橋本店 6 階の「観光情報コーナー」、ポーノ相模大野 3 階のユニコムプラザさがみはら「地域情報コーナー」において、観光情報の提供を実施した。

## ④デジタルサイネージの設置、観光情報カードの発行、観光マップの作成

県の補助金を活用し、アンテナショップに 55 インチサイズのデジタルサイネージの設置を行った。また、12 種類の観光スポットが記載されている観光情報カードを 3,000 枚発行したほか、相模原の名所・名産品・イベント情報・ハイキングコース等を記載した観光マップを新たに 10,000 部発行した。

## ⑤相模原市観光親善大使事業

相模原市観光親善大使事業運営委員会の事務局を担い、観光親善大使の活動を通して観光 PR などを行った。また、Twitter や Facebook を活用し、積極的に情報発信をすることで、シティセールスに貢献した。

### ア 終身名誉観光親善大使

片山 右京 氏 (元 F1 レーサー。登山家、自転車競技選手)

### イ 名誉観光親善大使 ◆委嘱期間令和 3 年 4 月 1 日から令和 4 年 3 月 31 日

野村 邦丸 氏 (ラジオパーソナリティー)

タブレット純 氏 (歌手、お笑いタレント)

富永 愛 氏 (モデル)

稲葉 友 氏 (俳優)

### ウ 特別観光親善大使 ◆委嘱期間令和 3 年 4 月 1 日から令和 4 年 3 月 31 日

Aty (道志川の自然を SNS で PR をしているカワウソ)

はやツー君 (小惑星探査機はやぶさ 2 のマスコットキャラクター)

### エ 第 14 代観光親善大使 ◆委嘱期間令和 3 年 4 月 1 日から令和 4 年 3 月 31 日

岩永 優花子 (いわなが ゆかこ) さん (20 歳) 中央区相生在住  
 鈴木 朝登 (すずき あさと) さん (20 歳) 中央区淵野辺在住

第 15 代観光親善大使

勝目 麻友 (かつめ まゆ) さん (20 歳) 中央区水郷田名在住  
 佐藤 玲那 (さとう れいな) さん (21 歳) 中央区共和在住  
 吉原 あさひ (よしはら あさひ) さん (19 歳) 中央区鹿沼台在住

No.	月 日	曜日	内 容	派遣人数
1	4月3日	土	Air de さくらまつり	5
2	4月4日	日	Air de さくらまつり	5
3	4月22日	木	くにまるジャパン極生出演	2
4	4月25日	日	めぐり報YouTube	1
5	5月20日	木	フォトコンテスト・プロポーズ	1
6	6月14日	月	フォトコンテスト・プロポーズ	1
7	5月27日	木	はやぶさスイーツ動画撮影	2
8	5月28日	金	はやぶさスイーツ動画撮影	2
9	6月11日	金	はやぶさ給食動画撮影	2
10	6月27日	日	めぐり報YouTube (2本目)	1
11	7月25日	木	上溝夏祭り (エアー)	2
12	8月5日	木	橋本ロータリークラブ例会	2
13	8月23日	日	めぐり報YouTube (3本目)	0
14	8月8日	日	橋本七夕まつり (エアー)	2
15	9月5日	日	めぐり報YouTube(香福寺)	1
16	9月26日	日	ノジマステラWEリーグ	4
17	9月28日	火	相模線100周年	2
18	10月18日	月	相模原推しスイーツギフトセット販売事業	1
19	10月22日	金	相模原市青年会議所10月例会	2
20	11月4日	木	さがみはらフェスタ	2
21	11月6日	土	ノジマステラWEリーグ	2
22	11月20日	土	八王子いちょう祭り	1
23	11月21日	日	八王子いちょう祭り	1
24	11月27日	土	ルートディ相模原	2
25	11月28日	日	SC相模原応援物産販売会	2
26	3月1日	火	アリオ橋本の作成する相模原市緑区PR動画	1

※出演数 49 うち市外イベント 2

カ 情報発信について

・Twitter フォロワー数…第 14・15 代活動開始時 2,362 名  
 3月31日現在 2,397 名



区分	映画	TV 番組	CM	その他	合計
6 月	8	13	1	1	23
7 月	9	12	3	11	35
8 月	6	9	2	1	18
9 月	2	13	5	8	28
10 月	5	14	4	8	31
11 月	2	16	1	7	26
12 月	6	11	7	4	28
1 月	8	18	8	8	42
2 月	3	13	6	3	25
3 月	3	26	2	13	44
合計	64	179	45	76	364

### 【令和 3 年度 撮影実績件数】（各事務局別）

区分	映画	テレビ	CM	その他	合計
さがみはら	4	20	1	7	32
つくい	7	18	3	7	35
合計	11	38	4	14	67

- 問い合わせ件数・・・364 件（372） 前年比 97.8%
- 撮影件数・・・67 件（74） 前年比 90.5%
- 現在調整中件数・・・11 件（映画：3 件 ドラマ：3 件 その他：5 件）

### ◆今後公開・放送予定の作品◆

#### 《映画》

- ・9/16 公開：東宝「沈黙のパレード」

#### 《ドラマ》

- ・5/16 放送：BS 松竹東急「いぶり暮らし」（第 7 話）
- ・5/17、24 放送：TBS「村井の恋」（第 7、8 話）
- ・6/17 放送：テレビ東京「しろめし修行僧」（第 11 話）

### 【経済効果】

- 直接的経済効果・・・約 1,390 万円（使用料・人件費・食事代等）前年比 130.9%
- 総撮影日数・・・114 日 前年比 165.2%

### 【事業の周知、広報活動】

- ・「さがみはらフィルムコミッション」のホームページを通じ、日々の活動内容や支援作品放送・公開情報の紹介、エキストラ募集、イベント情報の告知などを行った。

- ・市観光協会やシティブロモーション課の SNS と連動させた情報発信を行った。

【エキストラ・ロケ物件登録件数】 ※令和 3 年 3 月末現在

- ・エキストラ…1,348 名
- ・ロケ物件 …96 件
- ・エキストラ動員数…45 名

【ホームページアクセス数】

- ・令和 3 年 4 月 ～ 令和 4 年 3 月… 32,782 アクセス (44,746) 前年比 73.3%
- ・ページビュー数 … 88,140pv (108,038) 前年比 81.6%
- ・ユーザー数 … 27,119 ユーザー (38,111) 前年比 71.2%

※閲覧元モバイル端末：18,432 ユーザー

PC：7,955 ユーザー

## Ⅱ アンテナショップ等運営事業

【報告期間】 令和 3 年 4 月 1 日～令和 4 年 3 月 31 日

【営業時間】 年中無休：10:00～21:00

スタッフ：正規職員 1 名（店長）、パート職員 18 名（副店長 1 名）

勤務時間：9:30～21:30

※5 月 12 日～9 月 30 日までは、まん延防止措置・緊急事態宣言を受け、時間短縮営業（10:00～20:00）を実施した。

### （1）営業状況

（単位：千円、客数・人、客単価・円）

	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月
売上目標	10,500	11,300	11,500	12,700	12,800	11,000	13,200
売上実績	11,926	12,042	12,785	13,569	11,207	12,896	12,842
達成率	113.6%	106.6%	111.2%	106.8%	87.6%	117.2%	97.3%
前年売上	2,656	0	10,745	12,708	11,910	10,966	13,604
前年売上対比	449.0%	0.0%	119.0%	106.8%	94.1%	117.6%	94.4%
累計客数	15,380	15,667	17,838	18,545	16,274	15,375	16,789
前年累計客数	3,421	0	14,370	17,021	16,694	15,393	15,560
前年客数対比	449.6%	0.0%	124.1%	109.0%	97.5%	99.9%	107.9%
1 日平均客数	513	505	595	598	525	513	542
平均客単価	775	769	717	732	689	839	765
前年平均客単価	776	0	748	747	713	712	874

	11月	12月	1月	2月	3月	年計
売上目標	14,000	14,700	11,000	12,000	13,000	147,700
売上実績	12,480	14,855	10,429	10,775	12,462	148,270
達成率	89.1%	101.1%	94.8%	89.8%	95.9%	100.4%
前年売上	14,195	15,714	11,833	13,205	12,923	130,460
前年売上対比	87.9%	94.5%	88.1%	81.6%	96.4%	113.7%
累計客数	16,764	17,968	14,359	14,311	16,277	195,547
前年累計客数	17,011	18,148	15,189	16,318	16,422	165,547
前年客数対比	98.5%	99.0%	94.5%	87.7%	99.1%	118.1%
1日平均客数	559	580	463	511	525	711
平均客単価	744	827	726	753	766	758
前年平均客単価	834	866	779	809	787	788

## (2) 部門別売上 (上位)

(単位:千円)

	部 門	年計	構成比率
①	生鮮産品 (野菜、卵、高座豚精肉等)	88,651	59.71%
②	日配 (乳製品、加工肉、和日配、パン、お弁当等)	24,971	16.82%
③	菓子 (和菓子、洋菓子等)	16,408	11.05%
④	グロサリー (調味料、瓶缶詰、米、麺、ジャム等)	11,958	8.05%
⑤	リカー (日本酒、ワイン等)	3,731	2.51%
⑥	雑貨 (JAXAグッズ、各種キャラクターストラップ等)	1,401	0.94%

## Ⅲ その他事業

### (1) 観光助成事業

観光行事や市内外の各種イベント・キャンペーンにおいて相模原市観光協会ブースを出展し、観光資源の紹介や物産販売を行い、積極的に本市のPRを行った。

<市内>

#### ①神奈川キャンピングカーフェア in 神奈川

- ・期間 4月17日(土)～18日(日)
- ・場所 相模原駅北側特設会場 (相模総合補給廠一部返還地内)
- ・内容 観光PRコーナー、飲食販売
- ・出展者 事務局・会員

## ②SC 相模原応援物産販売会

- ・期 間 令和3年11月28日（日）
- ・場 所 相模原ギオンスタジアム
- ・内 容 特産品販売
- ・出展者 事務局

### <市外>

#### ①小惑星探査機 『はやぶさ2』の旅×ロマンスカーの旅

- ・期 間 9月3日（金）～7日（火）
- ・場 所 ロマンスカーミュージアム（小田急線海老名駅隣接地）
- ・内 容 観光PRコーナー、観光写真コンテスト入賞作品展示
- ・出展者 事務局

#### ②第42回八王子いちよう祭り

- ・期 間 令和3年11月20日（土）・21日（日）
- ・場 所 八王子市
- ・内 容 特産品販売
- ・出展者 事務局

## （2）大都市観光協会連絡協議会

幹事都市として、夏季には大都市観光協会連絡協議会総会、秋季には同協議会事務主幹者会議をオンラインで開催した。

### ①総会（オンライン）

- ・日 時 令和3年7月9日（金）15:00～
- ・議 事 令和2年度事業報告及び収支決算、令和3年度事業計画及び収支予算、大都市観光協会連絡協議会規約の一部改正等

### ②事務主管者会議（オンライン）

- ・日 時 令和3年11月12日（金）14:00～
- ・テーマ別グループ意見交換会  
「データに基づくマーケティングの取り組み」、「協会会員に対するサービス等の取り組み」、「ウィズコロナ・アフターコロナ対策の取り組み」について

## （3）相模女子大学・相模女子大学短期大学部との包括連携に関する協定

相模女子大学・相模女子大学短期大学部と当協会は、相模原市の地域振興等での連携及び協働を推進し、地域の活性化や地域人材の育成に寄与することを目的として、包括連携協定を締結、相模女子大学内で調印式を実施した。

### 【調印式概要】

- ・日 時 令和3年12月6日（月）11:00～
- ・会 場 相模女子大学 マーガレット本館1階会議室1  
（相模原市南区文京2丁目1番1号）

#### （4）マイクロツーリズム促進事業（相模原市との協同事業）

コロナ禍の旅行ニーズに合わせ、近場や地元に向けて楽しむ「マイクロツーリズム」の視点を取り入れた市内周遊促進事業を展開することで、交流人口・関係人口の拡大、地域経済の活性化を図ることを目的とし、以下の事業を実施した。

##### 1. WEEK DAY CAMP キャンペーン

令和3年3月29日～6月30日の平日（GW期間は除く）に少人数で楽しむキャンプを「相模原スタイル」として促進し、キャンプ場利用助成キャンペーンを実施。2,351組の利用があった。また、キャンプ場周辺のお店で利用できるクーポン付きマップ「寄り道クーポン」の配布も行った。併せて、CAMPHACK バナー広告、Twitter、インスタグラム広告で情報発信し、プレゼントキャンペーンやアンケート調査も行った。

##### 2. Twilight SAGAMIHARA

「Twilight SAGAMIHARA」のロゴ開発、コンセプトムービーの制作、広告配信、ハウツームービー「CAMP EYE」の制作、焚き火セット「Twilight TAKIBI SET」開発、PRプロモーション、noteによる特設サイトの立ち上げなど実施した。トワイライトプランの利用は、青野原野呂ロッジキャンプ場・このまさわキャンプ場・相模湖日相園の市内の3キャンプ場で行った。

##### 3. るるぶ特別編集「相模原へキャンプに行こう」発行

市内のキャンプ場をはじめ、キャンプ場前後に寄り道したいお店やスポットをまとめた冊子、「るるぶ特別編集「相模原へキャンプに行こう」」を発行した。市内および、市外的高速道路サービスエリアや飲食店、ショッピングセンターなどにも配布した。また、特別付録として冊子の中に「さがみはら謎ときラリーBOOK」を収録した。

【発行日】 令和3年10月14日（木）

【仕様】 AB判、フルカラー、16ページ（表紙、裏表紙込）

- 【掲載内容】 市内キャンプ場 17ヶ所、市内観光スポット・飲食店 22ヶ所  
【配架場所】 市内：市役所本庁舎、まちづくりセンター・出張所 21ヶ所、  
公民館等 47ヶ所、橋本駅大型商業施設等  
市外：全 193ヶ所、44,000部設置

#### 4. モニターツアー

「トワイライト相模原」のテーマで、都心からアクセスの良い相模原のキャンプ場の魅力発信を行い、夕方からのキャンプ場への誘客を狙っているが、実際に夕方からキャンプに訪れる人はまだ少なく、認知度も低い状況のため、キャンプビギナーを対象に体験ツアーを組み、参加者へのアンケート等により課題を抽出、次年度以降の取組みを検討することを目的に、モニターツアーを実施した。

- 【日 程】 ①令和3年11月19日（金）➡ 関係企業  
②令和3年11月26日（金）➡ 一般募集  
共に日帰りツアー 17：00～21：30  
【場 所】 市営上大島キャンプ場  
【参加人数】 ①10組 27名参加 ②10組 21名参加

#### 5. 情報発信

##### ①ビズスタイル神奈川版に広告出稿

【エリア】：神奈川県内（湘南・横浜・川崎エリア）

【部 数】：10万部

【発行部】：令和3年11月26日（金）日経新聞折り込み（WEB掲載あり）

【内 容】：相模原キャンプの特徴（アクセス・自然）、Twilight SAGAMIHARA  
るるぶ「相模原へキャンプに行こう」

##### ②アウトドアメディア「hinata」の活用

【実施内容】 タイアップ記事の掲載、SNSキャンペーン

【紹介スポット】 青野原野呂ロジックキャンプ場、津久井湖観光センター  
やまなみ温泉、百笑の台所など

1泊2日形式で相模原キャンプエリアを訪れた記事を3月12日（土）にリリースした。記事では相模原キャンプエリアのアクセスの良さを紹介しつつ、当協会HPのキャンプ場一覧とリンクすることで本市の魅力をPRした。約10万人のフォロワーを抱えるhinataの公式アカウントに同記事を掲載したリツイートキャンペーンも同日実施した。

(5) 会報「いい〜さがみはら」の発行

相模原市の観光行事、イベント、施設や観光スポットなどの魅力発信や、地元の特産品、推奨品など旬の情報を発信するとともに、観光協会会員相互の情報の共有化、情報交換の場として活用し、会員間の連携につなげていくことを目的に発行した。

【発行日】Vol. 16 : 令和4年1月1日

【内容】マイクロツーリズム促進事業、第16代相模原市観光親善大使募集、さがみはらフィルムコミッション、アンテナショップデジタルサイネージ等

(6) さくらさくプロジェクト

平成25年から相模原市シティセールスの重点戦略である「桜の普及」を目的として、市内公益4団体（相模原市観光協会、相模原市産業振興財団、相模原市まち・みどり公社、相模原・町田大学コンソーシアム）で「相模原市さくらさくプロジェクト推進協議会」を組織し、桜の植樹活動などを実施している。

<主な事業>

①「さくらカフェ」

- ・日 時 令和4年3月5日（土）14:00～15:10
- ・場 所 ユニコムプラザオープンロビー
- ・講 師 公益財団法人日本花の会 西山 正大
- ・内 容 「最近の桜事情：桜の楽しみ方について」