



相模原市

サイクルツーリズム推進プラン

—概要版—

令和4年11月策定



1 推進プランの位置付けについて

オリンピックレガシーである本市サイクルツーリズムの“目的”“ターゲット”“施策の方向性”を整理し、今後検討・実施する事業の指針とするもの。

- ・当該プランは、さがプロ2020推進本部会議により決定したサイクルツーリズムの推進について、第3次相模原市観光振興計画、相模原市自転車活用推進計画、相模原市スポーツ推進計画に記載する基本方針等の方向性を示すものとする。
- ・事業実施に必要となる予算確保、庁内外の関係者間における共通認識の構築に活用する。

さがプロ2020基本方針

3 取組の方向

(1) 自転車ロードレース競技の普及・サイクルツーリズムの推進

第3次相模原市観光振興計画

基本方針7 各種ツーリズムの推進

施策7-2

- ・オリンピックレガシーの観光資源としての活用
- ・**サイクルツーリズムの積極的な推進**

相模原市自転車活用推進計画

基本方針9：サイクルスポーツの推進

基本方針10：**サイクルツーリズムの推進**

相模原市スポーツ推進計画

施策17-3 大会を契機とした

地域活性化の促進

↳ **サイクルツーリズムの推進**



サイクルツーリズム推進プラン

サイクルツーリズム推進プランは、

- ①本市がサイクルツーリズムを推進する**目的（求める効果）**を明確にしたうえで、
- ②**「事業環境分析」「市場選定」**といったマーケティング視点を用いて
- ③**「施策の方向性」**を決定します。

施策の検討にあたっては「基本的な方針」「方向性」「具体的な事業」で構成します。
 なお、「具体的な事業」については時勢を捉えながら適宜見直しを行います。

基本的な方針	方向性	具体的な事業
サイクルツーリズムの目的 市場選定・戦略 ターゲット	施策の方向性 ・施策の方向性 ・成果指標 ・アクションプラン	アクションプランに基づく事業 （年度単位で検討・実施）
※原則変更しない	※4年に1度（令和8年度） 検証	※トレンド・ニーズに合わせた内容を実施



1 サイクルツーリズムの目的整理

◆サイクルツーリズムを推進する目的（求める効果）

サイクリストが生み出す効果

経済効果

○サイクリストによる地域での消費活動の創出

- ・地元のカフェ、売店での休憩
- ・飲食店でのランチ
- ・温泉等の観光スポットへの来訪

創出

地域活性化（賑わい）

○経済効果、交流人口の増加

- ・サイクリストをターゲットにした新サービスの創出、店舗等の出店。
- ・稼げる観光コンテンツとして認識することで、地域商店の活性化・既存コンテンツとの連携といった、地域の賑わいを創出。

作用



相互作用



都市プレゼンスの向上

シティプロモーション

○地域のブランド化、サイクリストによる発信

- ・オリンピックコースを契機としたツーリズム
- ・サイクリストによる“相模原”の発信
- ・各種媒体による紹介
- ・「自転車といえば相模原」という認知の獲得

シビックプライド醸成

○地域に対する外部からの高評価の獲得

- ・「相模原って自転車で有名だよな」という声を市民が実感できる状態。
- ・さらなる高評価の獲得を求め、地域主体のコンテンツ造成、おもてなしの活動が発生。
- ・オリンピックレガシーの体感

◆サイクリストの現状（顧客分析①）

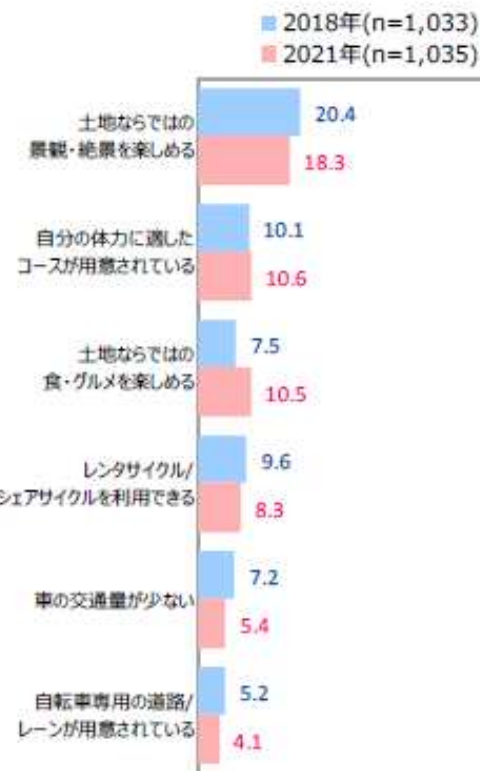
※「生活圏 ではない地域」を訪れて自転車で走ること。

✓ 国内15歳以上人口の18%は1年以内にサイクルツーリズム[※]を経験している。

✓ 地域選びでは「土地ならではの景観や食」「自分の体力に適したコース」「走りやすさ（路面・車の交通量）」を重視。



地域選びの重視点 (SA)



◆サイクリストの現状（顧客分析②）

✓ サイクルツーリズム 1 回あたりの消費額は3.7万円。

コロナ禍前よりも6,000円程度消費が増えている。飲料・補給物+飲食店による消費は約6千円

✓ コロナ禍以前からのサイクリストは“走ること”、コロナ禍以後は“走ることプラスα”の行動

今後、“中上級者へとステップアップしたい”といった、“走ること”を目的とするサイクリストに移行していくものと推測。

サイクルツーリズムの消費額

	金額	差分 (今回-前回)
宿泊施設	7,996円	-123円
飲料・補給物	3,244円	+959円
飲食店	3,895円	+1,000円
温泉・銭湯	3,031円	+1,025円
アクティビティ	4,085円	+597円
地元ガイド	4,048円	+685円
お土産	4,172円	+733円
レジャー施設	3,704円	+734円
レンタサイクル	3,181円	+542円
合計	37,356円	+6,152円

サイクルツーリズムで訪れた地域で行った行動(自転車利用開始時期別)



◆サイクルツーリズム先進都市の現状・事例（競合分析）

- ✓ 魅力を最大限活かしたルート設定。（〇〇イチなどが主流）
- ✓ 十分な走行環境が整備されていることがスタンダード。（路面標示、案内板、矢羽等）
- ✓ ロングライドが主流であり、都道府県単位で連携して事業を推進している。

走行環境確保



＜路面表示＞



＜案内看板＞

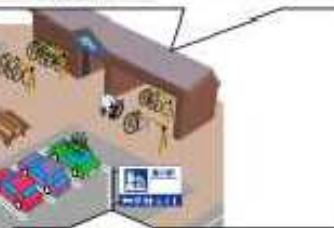
拠点・受入環境確保

- ・トイレ／給水
- ・入浴やシャワー施設
- ・おしぼりの提供
- ・観光パンフレットやサイクリングマップの設置



＜道の駅のサイクリング拠点化＞

- ・サイクルスタンド
- ・メンテナンススペース
- ・工具／空気入れの貸出
- ・レンタサイクル
- ・ロッカー（一時荷物預り）



- ・屋外の休憩スペース
- ・ツーリング中に長時間の利用が可能な駐車スペースの提供

魅力づくり



（観光案内所内の自転車組立スペース）



図：全国のサイクルツーリズム推進団体（一部）

2 事業環境分析

ルート名	都道府県名	実施主体	メンバー構成	取組内容																						
				ルート案内標識	路面標示・矢羽根設置	サイン整備(多言語化)	路肩拡幅	自転車通行料金の無料化	レンタサイクルの整備	EBIKEのレンタサイクル	サイクルステーションの整備	サイクルラックの整備	情報発信の充実・多言語化	マップ発行(多言語)	サイクリスト向け宿泊施設	自転車積載サービス(鉄道)	自転車積載サービス(バス)	自転車積載サービス(船)	イベント等の開催	PRイベント等への参加	ファミツアー(インバウンド招待)	メディア周知・自転車専門誌等掲載	ロゴ・ネーミング策定	ツアーガイド養成	協賛企業のセーフティマットの設置	
1 つば霞ヶ浦りんりんロード	茨城県	官主導	つば霞ヶ浦りんりんロード活用推進協議会 (事務局:行政)	●	●	●								●	●											
2 国東半島サイクルルート通称「仁王輪道」	大分県		国東半島振興対策協議会 (事務局:杵築市)	●	●	●																●	●			
3 アワイチ	兵庫県	官民連携(官主導)	淡路地域モデルルート推進協議会 (事務局:行政)	●	●	●																				
4 しまなみ海道サイクリングロード	愛媛県・広島県		しまなみ海道自転車道利用促進協議会 (事務局:行政)		●		●	●																		●
5 角島大橋ブルーオーシャン海道	山口県		サイクル県やまぐち推進協議会 (事務局:山口県)		●																					
6 ピワイチ	滋賀県	官民連携(民主導)	輪の国びわ湖推進協議会 (事務局:民間)	●	●		●																			●
7 羊蹄ニセコエリアサイクルルート	北海道		羊蹄ニセコ自転車走行協議会(通称:YNCA) (事務局:観光協会)	●	●																					
8 ハマイチ(浜名湖一周サイクリングルート)	静岡県		浜名湖サイクルツーリズム推進会議 (事務局:(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューロー)	●	●																					

2 事業環境分析

◆近隣都市の現状・事例（競合分析）

	稲城市（東京都）	横須賀市（神奈川県）	千葉県
特徴	<p>「自転車のまち稲城」としてPR。オリンピックコースとなった南多摩尾根道路などの楽しめる場所が豊富にある。オリンピックレガシーとして、コースやサイクルカフェを計画的に整備している。</p>	<p>変化に富んだ地形で、海岸や程よい高さの眺めのよい丘が連続するコースが人気。カフェをめぐる街乗りツーリングなど、多彩なサイクリングが楽しめる。4市1町（鎌倉市、逗子市、葉山町、横須賀市、三浦市）の「三浦半島サミット」で「自転車半島宣言」がされている。</p>	<p>千葉県内を跨ぐ広域的なルート設定、房総半島から横須賀へのフェリー輸送といった1日かけたサイクルツーリズムで人気を博している。輪行にも力を入れており、快適な走行環境が整っている。</p>
主なターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツサイクリスト ・ホビーレーサー 	<ul style="list-style-type: none"> ・レジャー層 	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツサイクリスト ・ホビーレーサー
施策・整備状況	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクル ・多摩川サイクリングロード ・南多摩尾根道路（路面標示） ・大会の実施（稲城クロス） ・サイクルカフェ（公設民営） 	<ul style="list-style-type: none"> ・シェアサイクル ・スポーツバイクレンタル ・周遊ルート（スカイチ） ・サイクルレスキュータクシー ・サイクルエイドステーション ・記念撮影用マイルストーンの設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリートレイン（小湊鉄道、JR東日本） ・シェアサイクル ・多種多様なルート設定 ・サイクルステーション ・自転車道の整備（200km以上）



◆相模原市の現状・分析

- ✓ 中山間地域を目的に多くのサイクリスト（ロードバイク）が訪れている。
- ✓ 東京オリンピックコース、ツアーオブジャパンの誘致により機運が高まっている。
- ✓ サイクリストに人気のカフェやパン屋が所在しているが、経済効果が限定的。
- ✓ サイクルツーリズムに対する取組はほぼ実施していない状況。
- ✓ 市域内を訪れるサイクリストの人数、走行ルート、経済効果等の客観的な情報が無い。

取組内容

ルート案内標識	路面標示・矢羽根設置	サイン整備（多言語化）	路肩拡幅	自転車通行料金の無料化	レンタサイクルの整備	E-BIKEのレンタサイクル	サイクルステーションの整備	サイクルラックの整備	情報発信の充実・多言語化	マップ発行（多言語）	サイクリスト向け宿泊施設	自転車積載サービス（鉄道）	自転車積載サービス（バス）	自転車積載サービス（船）	イベント等の開催	PRイベント等への参加	ファミツアー（インバウンド招待）	メディア周知・自転車専門誌等掲載	ロゴ・ネーミング策定	ツアーガイド養成	協賛企業のセーフティマットの設置
---------	------------	-------------	------	-------------	------------	----------------	---------------	------------	--------------	------------	--------------	---------------	---------------	--------------	----------	-------------	------------------	------------------	------------	----------	------------------



津久井産材を活用した自転車ラック
(H31年度実施)

公園等の公共施設への設置が主であり、アイテムを活かしきれてない。
(サイクリストが訪れるような場所への設置が少ない)



◆ SWOT分析（相模原エリア）

Strength（強み）	Weakness（弱み）
<p>【首都圏からのアクセス】 サイクリスト人口が最も多い首都圏からロードバイクで自走して訪れることができる。</p> <p>【トレーニングに適した環境】 複数の峠があり、エリア内で多様なヒルクライムに挑戦することができる。</p> <p>【自然環境】 首都圏から1時間程度の距離ならではの雄大な自然環境や原風景が広がっている。</p>	<p>【環境整備】 路面標示や案内看板、安全対策、サイクルステーションといった走行環境を充実させるための取組みが必要。</p> <p>【コスト】 ハード整備等の大規模なコストが必要な取組みが困難。</p> <p>【低い経済消費】 首都圏から近距離であるため日帰りが前提となり、宿泊費用等の単価が高い消費を見込めない。</p> <p>【連携不足】 サイクルツーリズムに対する県の推進体制・計画が無いため、広域的なルート設定が容易ではない。</p>
Opportunity（機会）	Threat（脅威）
<p>【マイクロツーリズムの促進】 コロナ禍をきっかけに近距離での旅行が注目されている。</p> <p>【サイクリスト内の知名度】 オリンピック・TOJをはじめ、緑区エリアはすでに多くのローディに認知されており、一定程度のブランドを有している。</p> <p>【サイクリスト志向の高まり】 自転車ライトユーザーにおいて、サイクルツーリズムに対する行動実績・意欲の上昇、継続意向が見られている。（サイクリスト国勢調査2021）</p>	<p>【長距離コースのさらなる充実】 サイクルツーリズムといえば、しまなみ海道・ビワイチ（琵琶湖一周）といったロングライドが主流であり、走行環境や滞在環境が年々充実している。 国の支援もナショナルサイクルルート等、複数の市域をまたがる広域ルートを想定しており、今後も新たなサイクルコースが創出されることが見込まれる。</p>

◆セグメンテーション（市場の細分化）

一言でサイクリストといっても、タイプ毎に自転車に乗る目的や、コース・エリア選びの重視点が異なるので、**どのタイプをターゲットにするか**に応じて、とるべき誘客施策が変わる。
 なお、調査実施主体によれば、下記の「自転車の最頻用途」によるセグメンテーションが、「ツーリズム行動」に最も鮮明な違いが見られたとされていることから、本市の市場選定においても同様の分類を使用する。

サイクルツーリズムのマーケット規模と、ユーザーセグメントの分布

※弊社が実施した「サイクリスト国勢調査2018」調査結果より「直近1年以内にサイクルツーリズム行動をしたことがある人（約1,581万人）」のうちの分布

	ライトユーザー層			コアユーザー層		
自転車の位置づけ	自転車は手段			自転車に乗ることが目的		
自転車の主用途	日常の移動手段層	旅行・レジャー移動手段層	健康エクササイズ層	ツーリング層	サイクンイベント層	レース層
参加人口	10,691,296人	1,001,724人	786,400人	402,562人	205,962人	168,514人
地域消費額	925億円	104億円	105億円	44億円	45億円	31億円
市場構成	81%	8%	6%	3%	2%	1%

◆セグメンテーション（市場の細分化）

○各セグメントの特徴

	自転車に乗るモチベーション		地域選びの重視点	
	共通	タイプ毎に異なる	共通	タイプ毎に異なる
日常の移動手段層 	自然や空気を感して、 爽快な気分 で走りたい	・街を散策しながら走りたい	土地ならではの 景観・絶景を 楽しめる	
旅行・レジャー手段層 		・観光地や名所を走りたい ・自由気ままに走りたい		・レンタサイクル/シェアサイクルを利用できる
健康エクササイズ層 		・体力をつけて元気でいたい ・病気を予防し健康を維持したい		・自分の体力に適したコースが用意されている ・土地ならではの食・グルメが用意されている
ツーリング層 		・体力をつけて元気でいたい ・起伏・勾配を感じながら走りたい ・自由気ままに走りたい		・自分の体力に適したコースが用意されている ・サイクリングMAPが用意されている
サイクリングイベント層 		・病気を予防し健康を維持したい ・目標に定めたタイム・距離で走りたい		・車の交通量が少ない ・自転車の保管や盗難防止への配慮 ・自分の体力に適したコースが用意されている
レース層 		・自分自身の限界に挑戦したい ・上位に入賞/表彰台にあがりたい		・挑戦しがいのある目標がある

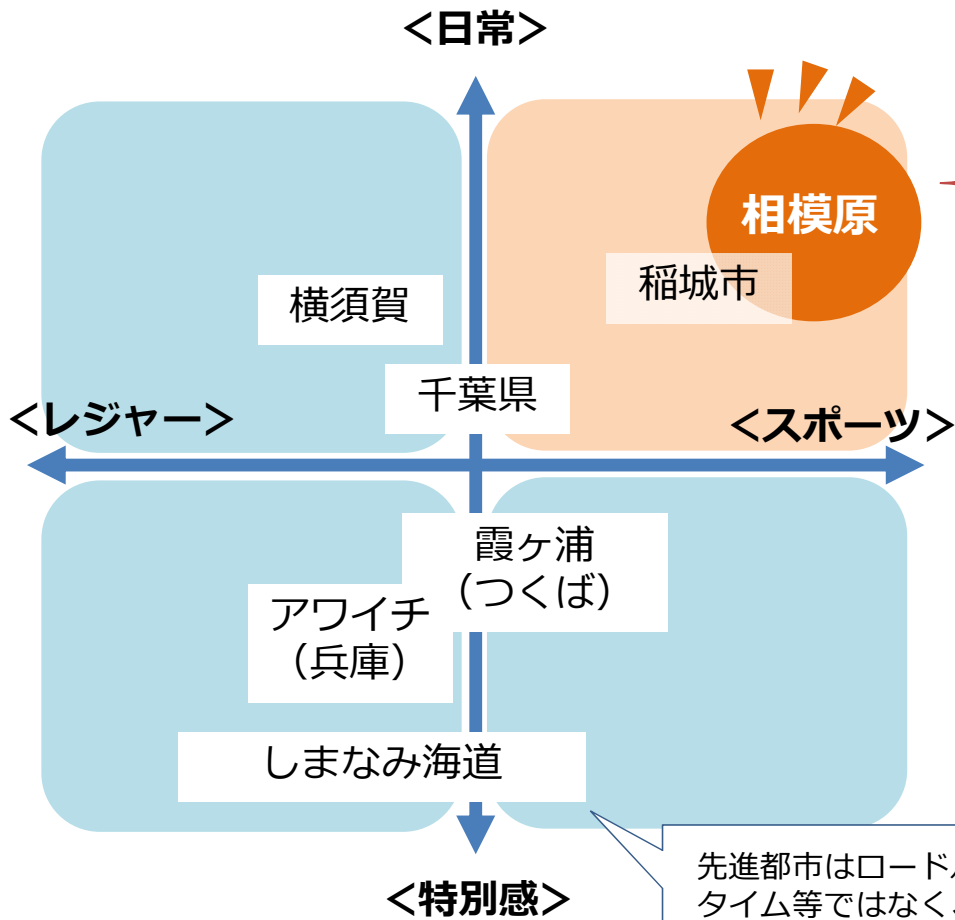
3 市場選定

戦略や戦術に落とし込むクロスSWOT 分析により、本市に適したターゲット等の絞り込みを行う。

	Strength (強み)	Weakness (弱み)
Opportunity (機会)	<p align="center"><積極化戦略></p> <p>S:【トレーニングに適した環境】、【首都圏からのアクセス】 O:【サイクル志向の高まり】、【サイクリスト内の知名度】</p> <p align="center">▼</p> <p>✓ 健康志向、トレーニング志向、自転車で走ること自体を楽しめる層に響く施策を積極的に取り組む。 ✓ オリンピックコースの積極的活用</p>	<p align="center"><段階的施策></p> <p>W:【環境整備】、【コスト】、【連携不足】 O:【サイクリスト内の知名度】</p> <p align="center">▼</p> <p>✓ 既にサイクリストが多く走行しているエリアを基軸として、コストが低い手法からサイクルツーリズムに必要な環境整備を図っていき、段階的に実績を積み上げていく。 ✓ オリンピックコースのナショナルサイクルルート認定取得</p>
Threat (脅威)	<p align="center"><差別化戦略></p> <p>S:【トレーニングに適した環境】、【首都圏からのアクセス】 T:【長距離コースのさらなる充実】</p> <p align="center">▼</p> <p>✓ 長距離コースに挑戦したい人の練習の場（体力強化）、日帰り派をターゲットにした施策を展開する。</p>	<p align="center"><専守防衛・撤退></p> <p>W:【環境整備】、【低い経済消費】、【連携不足】 T:【長距離コースのさらなる充実】</p> <p align="center">▼</p> <p>✓ 将来的な広域的なルートへの発展性を考慮しつつ、隣接市エリア内（八王子市、町田市、道志村など）でのコース設定を行う。 ✓ 宿泊需要の創出に向けたコンテンツ・環境整備は段階的に検討を進めていく。</p>

◆戦略の差別化（ポジションの確立）

クロスSWOT 分析による戦略や戦術をもとに、他都市のサイクルツーリズムとの差別化を図る。



<差別化の視点> 本市が目指すべきポジション

- ✓ 「ロードバイクで走ることを目的としている人にとって 身近なエリア（スポーツとしての視点）
- ✓ 走力を向上したい人の 練習の場（体力強化）
- ✓ 日帰りを前提とした施策展開（コース、環境整備等）
- ✓ 年1回よりも月1~2回走ってもらえるエリア

消費額

目指す姿	※ 3,000円×18回(月1.5回)/年 = 54,000円
その他エリア	3.7万円×1回/年 = 37,000円

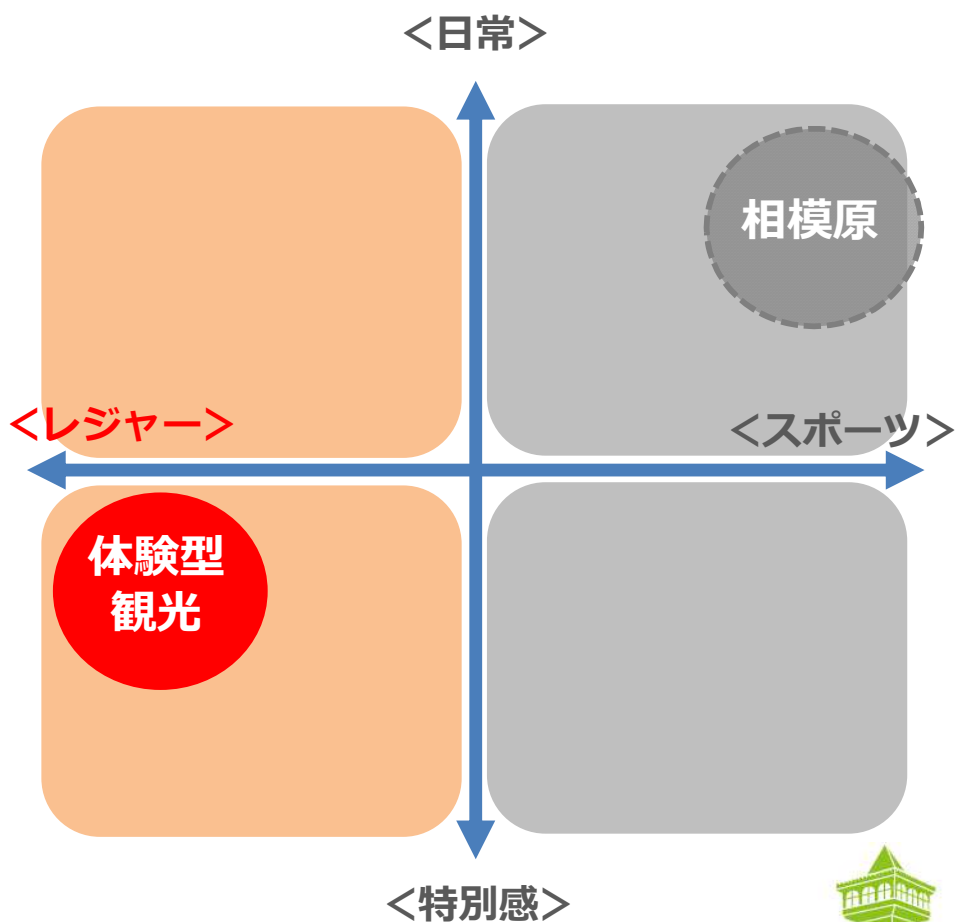
※サイクルツーリズム1回あたりの消費額は3.7万円
 （飲料・補給物+飲食店による消費は約6千円）⇒日帰りのため3,000円と想定

先進都市はロードバイクであっても
 タイム等ではなく、景色を見ながら
 走る等、レジャー要素が強い。



◆ レジャー・移動手段が主となる事業は“体験型観光”として位置付け

観光スポットの周遊など、手段として自転車を活用する観光事業については、サイクルツーリズムではなく、本市がマイクロツーリズム促進事業として位置付けて取り組むキャンプや体験型観光に対応する事業として検討する。



(参考) 飛騨里山サイクリング

スローペースのサイクリングで、季節ごとの農村の美しさを感じるだけでなく、経験を積んだガイドが里山に広がる文化・歴史を案内するツアー

SATOYAMA EXPERIENCE

飛騨里山サイクリング
スタンダード

DISCOVER THE JAPANESE COUNTRYSIDE

スタンダード ガイドツアー

ここにしかない、日本の美しい里山をめぐる

飛騨古川の気品ある古い町並みを抜け、ゆっくりと農村兼落を抜けていくと、だんだんと美しい里山が見えてきます。

期間
2022/3/26 - 2022/11/30
2023/3/20 - 2023/11/30

時間
1. 09:00 - 12:30
2. 14:00 - 17:30

¥料金
8,400円/人
(税込) ※プライベートツアーの料金は、備考欄に記載。

ツアー受付場所: 飛騨古川

「出典：SATOYAMA EXPERIENCE」



◆ターゲットの抽出

クロスSWOT 分析による戦略や戦術を、セグメントの特徴に当てはめて、本市に適したターゲットを抽出する。

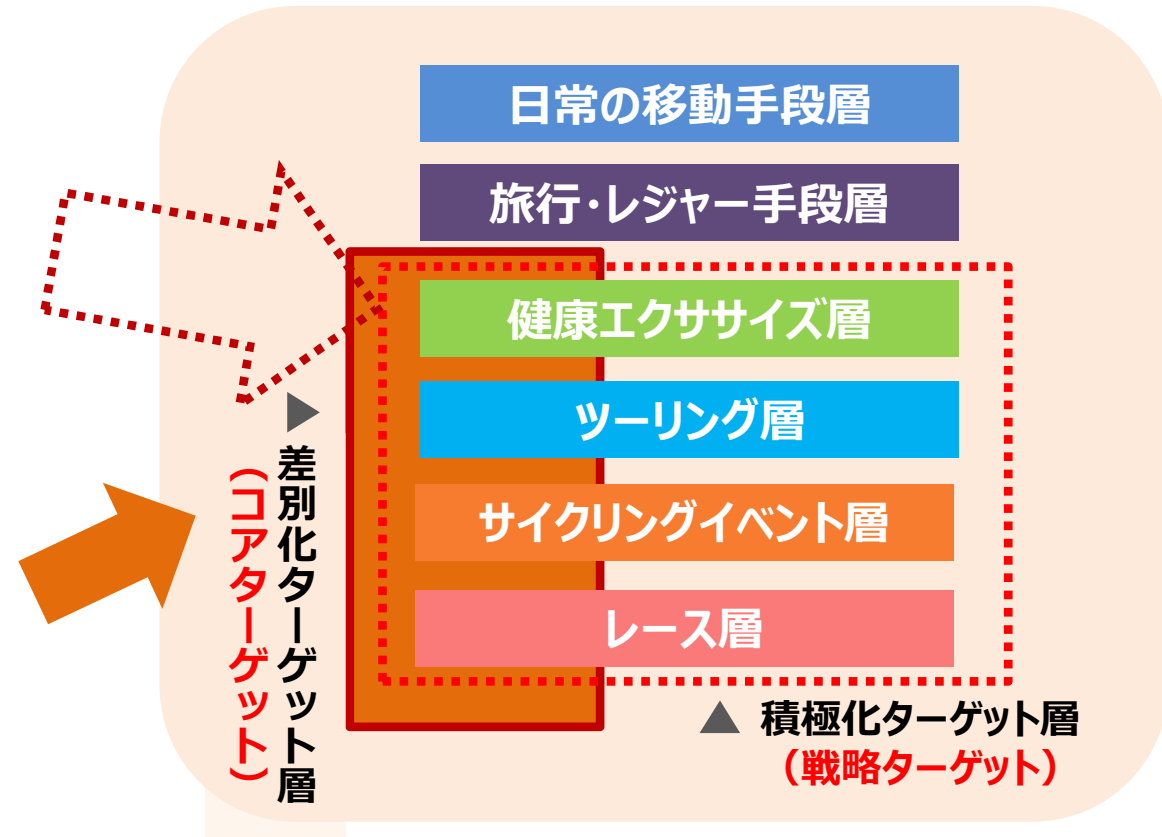
<戦略ターゲット>

一都三県在住で1回あたり30km以上の距離を走行するサイクリスト

健康志向、体力強化といったトレーニング志向、自転車で走ること自体を楽しめる層

<コアターゲット>

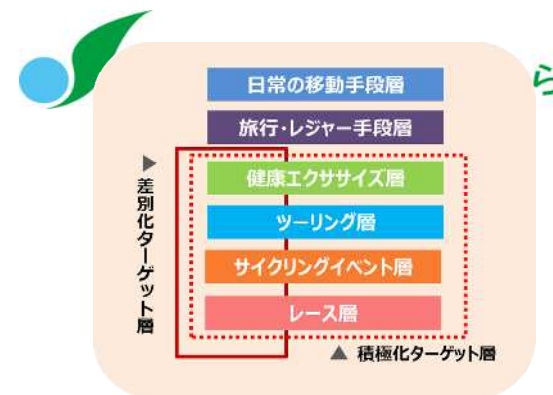
- ✓ 走力・体力強化（大会・長距離コースに挑戦）したい人
- ✓ 中・上級者にランクアップしたいサイクリスト
- ✓ 日帰りを前提としたサイクリスト



3 市場選定

◆具体化な抽出ターゲットの設定

クロスSWOT 分析による戦略や戦術を、セグメントの特徴に当てはめて、本市に適したターゲット像を設定する。



	健康エクササイズ層	ツーリング層	サイクリングイベント層	レース層
居住地	本市サイクルエリア（緑区を想定）まで自走可能、又は車・電車等の交通手段で1時間程度で来訪可能なエリア。例：東京都、神奈川県、埼玉県、静岡県（優先ターゲット順）			
願望	健康のためにロードバイクに乗り出した。普段は近隣を走っているが、有名スポットの走行や大会への参加など次のステップに進みたい。	●●イチなどのロングライドに年1回は挑戦したい。もう少し走力をつけて色々なところを走ってみたい。	自転車で特色のある地域を周りしたい。ただ走るだけではなく、ポイントを通過するようなコース設定を楽しみたい。	タイム計測や順位を競うために、負荷をかけてトレーニングがしたい。
価値観 (エリア選択)	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリスト仲間を増やしたい ・様々なコースにチャレンジしたい ・達成感を味わいたい ・地域のおいしいものを食べたい 	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリスト仲間を増やしたい ・大会やイベントに出場したい ・アップダウンが楽しい ・ライド距離にチャレンジしたい 		<ul style="list-style-type: none"> ・平均速度を極めたい ・より高い峠や坂道を攻めたい ・達成感を味わいたい ・効率よくエネルギーをチャージしたい ・地域のおいしいものを食べたい

4 施策の方向性

◆本市サイクルツーリズムの方向性

本市エリアに誘客したいターゲット像をより具体的に設定し、各ターゲットに響く施策の方向性を決定する。

<ターゲット>

×

<差別化の視点>

健康エクササイズ層

新しいチャレンジをしたい!

- ✓ 「ロードバイクで走ることを目的としている人にとって身近なエリア」(スポーツとしての視点)
- ✓ 走力を向上したい人の練習の場(体力強化)
- ✓ 日帰りを前提とした施策展開(コース、環境整備等)
- ✓ 年1回よりも月1~2回走ってもらえるエリア

ツーリング層

トレーニングにいい場所ないかな?

方向性

サイクリングイベント層

レース層

今週末はどこを走ろう?

レベルアップしたいサイクリストが集まるエリア

何度走っても飽きない、走りたくなるエリア

地域がサイクリストの誘客効果を感じるエリア

施策展開

ターゲットの流入、広域におけるルートイメージ



◆本市サイクルツーリズムの施策の方向性

方針1

レベルアップしたいサイクリストが集まるエリア

本市の戦略、ターゲット層に絞ったソフト事業・環境整備を実施する。首都圏サイクルツーリズムにおけるポジションの確立、オリンピックコースのブランド力を活かしたナショナルサイクルルートの認定を視野に入れた施策展開により聖地化を目指す。

- (例) レベル別のコース設定、狙いを絞ったプロモーション
ターゲットに則したサイクル環境整備（ステーション、アプリ案内）

方針2

何度走っても飽きない、走りに行きたくなるエリア

『ロードバイクに乗る1番の理由はレベルアップ』。そんなターゲットが優先する“2番目以降の理由・価値”を提供することで、身近な選択肢として選ばれるエリアを目指す。

- (例) 充実したサイクリスト飯（飲食店、喫茶店）の情報。
継続的な期間型イベントの開催

方針3

地域がサイクリストの誘客効果を感じるエリア

サイクリストの地域での消費行動を促進する施策を展開することで、地域自身がアイデンティティとして認知し、“おもてなし”などのさらなる誘客効果の誘発を狙う。

- (例) 飲食店等へのサイクリスト視点でのアドバイス・整備補助交付。
サイクリスト誘客効果の見える化（月別来訪者数の公表等）



4 施策の方向性

◆本市サイクルツーリズムの成果指標

これまでに方向性を定めたターゲット・差別化の方針をもとに、**目標の達成を意識した施策の検討**を図る。

<求める効果>

<方向性>

<成果目標>

経済効果

○サイクリストによる地域での消費

レベルアップしたい
サイクリストが集まる
エリア

地域活性化（賑わい）

○経済効果、交流人口の増加

何度走っても飽きない、
走りに行きたくなるエリア

シビックプライド醸成

○地域に対する外部からの高評価

地域がサイクリストの
誘客効果を感じるエリア

サイクリストの
消費額

令和4年度
2,647円/人

令和8年度
3,000円/人

相模原への
訪問頻度

-

1.5回/月

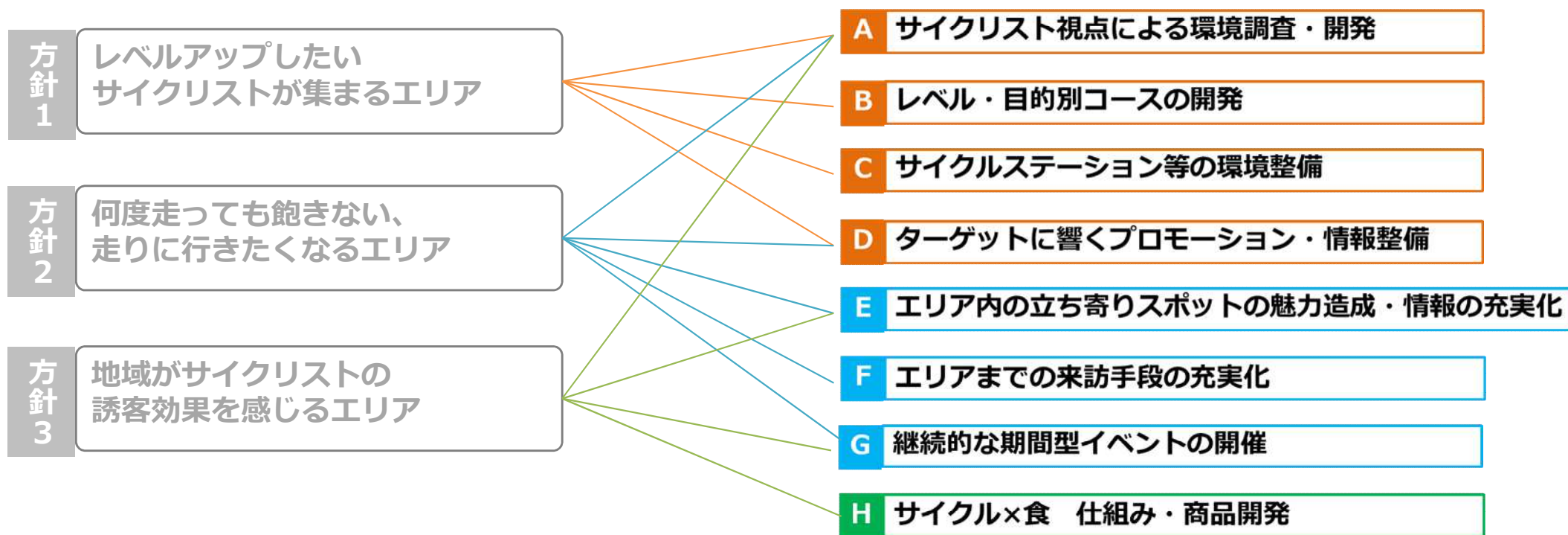
サイクルステー
ション登録数

0件

30件



◆方針に基づくアクションプラン（A～H）



- サイクルツーリズムの方針・アクションプランをもとに、ターゲットのニーズを常に意識した事業化を図る。
- アクションプランは、その時々トレンドやターゲットニーズ、事業実施により得た結果・経験や課題等を鑑みて、適宜柔軟に変更する。



中・長期的な視点で検討する事項 (ナショナルサイクルルートの認定取得)

安全対策

サイン、自転車走行帯の整備



案内サイン・走行帯が整備されることで、サイクリストの安全性向上、ルートの可視化に寄与し、サイクリストのレベルに捉われない事業展開が可能となる。

相模原市自転車活用推進計画では、津久井エリアはサイクリスト以外の自転車走行機会が少ないため、路面標示等の整備を行う優先区間には含まれていない。当該計画の中間見直し（R6年4月～）に合わせて、サイクルツーリズムとしての道路整備の需要・機運を高めていくとともに、整備区間の位置付けについて検討を行う。

魅力向上

ゲートウェイ・宿泊施設の誘致又は整備



ナショナルサイクルルートの認定要件であるゲートウェイ及び宿泊施設の整備を行うことで、サイクリストの利便性向上や来訪意欲の向上を目指す。

交通機関や駐車場が整備されているエリア等、誘客調査の結果（“出発地点”として適した候補地、サイクリストの需要）をもとに、事業者の誘致や既存施設の活用といった整備方法等を検討していく。



5 事業スケジュール

		R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度	R 9年度
成果指標			コース発信6本 ステーション10ヶ所	コース発信12本 ステーション20ヶ所	コース発信18本 ステーション30ヶ所		
調査	サイクリスト誘客調査事業	→	調査結果		→	調査結果	
	コース開発・発信事業		→	→	→	→	→
環境整備	サイクルステーション整備事業		→	→	→	→	→ ※認定は継続
	立ち寄りスポット魅力創出事業	→ ※大型装飾のみ	→	→	→	→	→
ソフト事業	サイクルツーリズム発信事業		→	→	→	→	→
	サイクリスト誘客イベント事業		→	→	→	→	→
安全走行対策・啓発		→	→	→	→	→	→
路面標示、自転車走行帯の整備			自転車活用推進計画（中間見直し）への位置付けを検討	→	→	→	→
ゲートウェイ・宿泊施設の誘致又は整備			ナショナルサイクルルートの認定取得に向けた取組のなかで検討	→	→	→	→



庁内体制

さがプロ2020基本方針に基づき、次の庁内各課においてサイクルツーリズムを連携して推進していく。

観光・シティプロモーション課

サイクルツーリズムの推進

- ・各種事業の実施
- ・協議会、連絡会の運営
- ・庁内調整

緑区

- ・地域との連携

スポーツ推進課

- ・T O J 運営
- ・TeamUKYO

都市建設局

- ・走行環境整備

中央区 南区

- ・地域との連携

交通・地域安全課 警防課（消防局）

- ・安全対策、啓発

(シェアサイクル、
広域・相模川ルート展開)

官民連携による取組体制の整備 協議会・連絡会の設置

設置目的

- サイクリスト走行に係る地域理解の醸成
- サイクリストによる経済効果の最大化
- 地域課題の情報集約

参加団体

- サイクリスト誘客による利益を目指す飲食店等
- 各観光協会、商工会議所・商工会
- 自転車関係者（TeamUKYO、サイクルショップなど）

各種事業の実施と並行して、
取組体制を検討していく。

