

杉並区魅力発信事業の実施状況について

区内全域における一層の来街者誘致を図るため、令和 4 年度から取り組んでいる杉並区魅力発信事業の令和 6 年度の実施状況及び令和 7 年度の取組について、以下のとおり報告します。

1 事業の目的

これまで行ってきた主に区の中央線 4 駅周辺の魅力を発信する事業の実施結果を踏まえ、更なる来街者の誘致を図るため、公募型プロポーザル方式により、区内全域（西武新宿線または京王井の頭線沿線を必ず含む）の魅力向上に資する情報発信及びイベント等を行う。

2 実施内容（令和 6 年度実施）

（1）デジタルスタンプラリーの実施

区内にある飲食店・雑貨・カフェなどの個店や寺社・公園など 112 か所のスポットをスマートフォンを使用して巡るデジタルスタンプラリーを実施した。集めたスタンプの数に応じて、抽選で東京高円寺阿波おどり栈敷席や名寄市名産品などをプレゼントした。参加を誘引するため、チラシによる周知に努めるとともに多くのスポットを楽しんでもらえるよう 3 つのモデルコースを設定し、WEB 記事に掲載した。

■開催期間 令和 6 年 10 月 18 日～令和 7 年 1 月 19 日

■実施事業者
株式会社 昭文社 東京都千代田区麹町 3-1
代表取締役 川村 哲也



（2）各媒体での情報発信

- ・ことりっぷ WEB タイアップ記事の制作
- ・ポスター約 220 枚 掲示
- ・チラシ 約 45,500 枚 配布

※このほか X、アプリ、WEB を活用した告知を実施した。

3 実施結果

（1）参加者・閲覧数状況

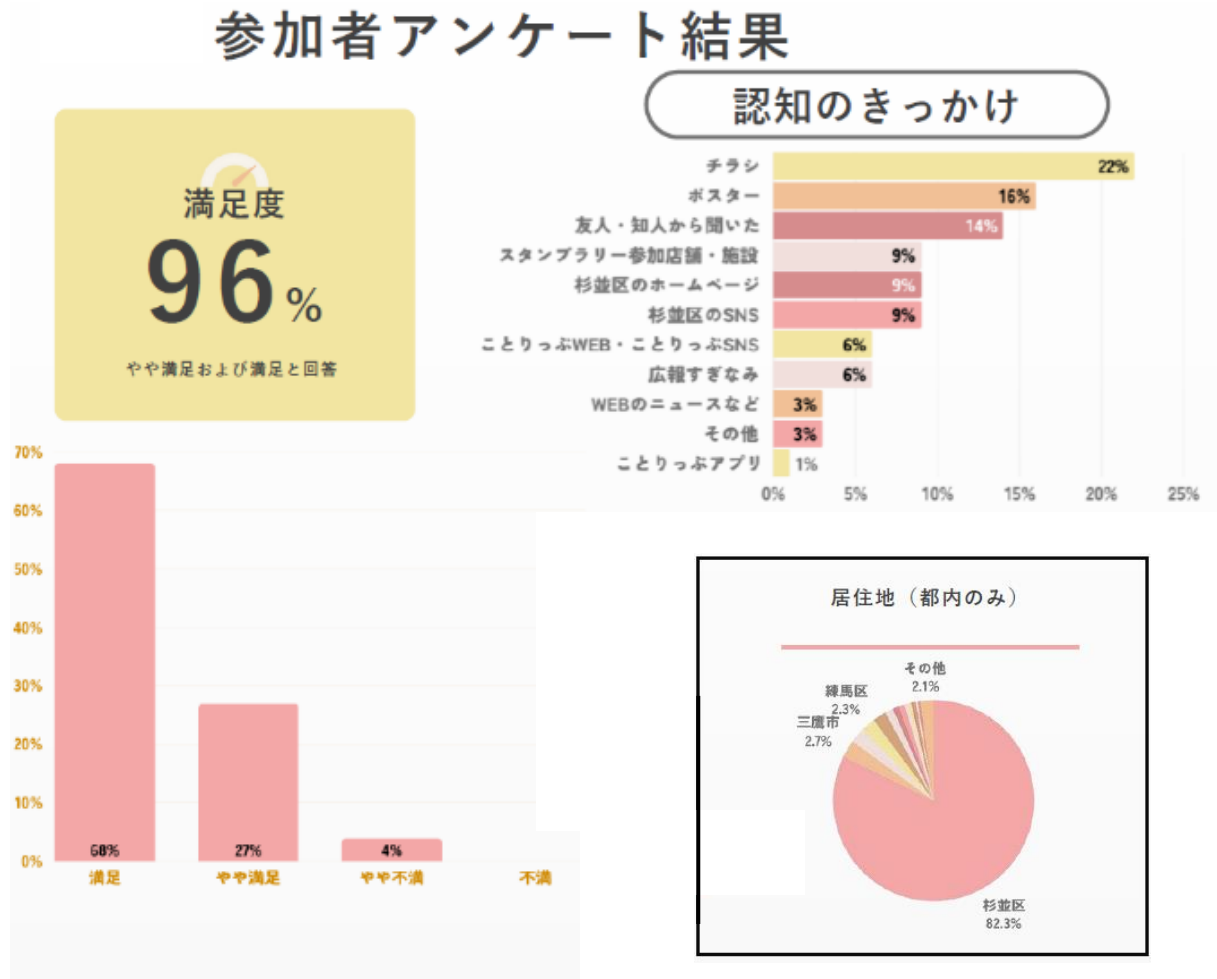
- ・デジタルスタンプラリー参加者数 5,343 人
- ・WEB 記事閲覧数 合計 33,998PV

(2) アンケート結果

参加者へのアンケートの結果から、区の新たな場所や魅力の発見につながり、満足度は高い数値となった。

【参加者の主な声】

- ・ 杉並区がどういう街なのかを目で見て知ることができた。
- ・ 杉並区の中でも普段いかないところまで足を伸ばせた。
- ・ スタンプラリーをきっかけに行ったことのない場所に行けた。
- ・ 知らないスポットを知れて、また来たいと思った。



スタンプラリー参加者居住地割合

4 今年度の取組

令和7年度は、昨年度の事業結果を参考に、区内外へ杉並区の観光資源を幅広く情報発信するとともに、区外からの多くの来街が期待できるイベントを実施し、それらの効果を適切に検証できる事業者を公募型プロポーザル方式により選定する。

5 今後のスケジュール

令和7年6月 プロポーザル方式により令和7年度事業者を選定
7月～ 令和7年度魅力発信事業を実施