



北区観光振興プラン2023

令和5(2023)年度～令和9(2027)年度

北区観光振興プラン2023の策定にあたって

北区には、桜の名所として知られる飛鳥山公園をはじめ、石神井川の新緑や紅葉など、四季折々に楽しめる豊かな自然やみどり、荒川や墨田川をはじめとする美しい水辺空間、そして「洋紙発祥の地」としての近代化産業遺産群など、個性と魅力あふれる多彩な観光資源があります。

北区では、こうした北区観光の魅力を多くの人に知ってもらい、来訪してもらうため、北区観光が目指すべき方向性を示す観光分野の総合計画として、平成27年に北区観光振興プランを策定するとともに、観光の中核的推進組織である一般社団法人東京北区観光協会と連携・協力を図りながら、公民連携によって観光施策を推進してきました。

現在は、王子飛鳥山に居を構え、後半生を過ごした北区ゆかりの偉人である渋沢栄一翁が新・一万円札の肖像に決定したことを受け、「東京北区渋沢栄一プロジェクト」を展開するなど、令和6年度の新紙幣発行に向け、観光・シティプロモーションを通じた北区の魅力向上と情報発信などに取り組んでいます。

一方、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等により、人々の観光に関する意識や行動の多様化など、観光や産業を取り巻く社会情勢は大きく変化しました。コロナ禍からの回復の兆しが見えはじめた今、北区の観光においても、新しい価値観やライフスタイルに合わせた観光の展開が求められています。

このような社会状況の変化を踏まえ、持続可能な観光を推進すべく、これまでの北区観光の取り組みをさらにステップアップさせるとともに、観光の経営力強化やオール北区での取り組みといった新たな展開を加えた「北区観光振興プラン2023」を策定いたしました。

これからも、この計画に掲げた総合的な地域活力の向上を達成するために、区民の皆さま、事業者・団体の皆さまと相互に連携・協力しながら、観光振興に向けた取り組みを進めてまいります。

最後に、本プランの策定に当たり、熱心にご議論いただきました「北区観光振興プラン改定検討会」の委員の皆さま、そして貴重なご意見をお寄せいただきました区議会、事業者・団体の皆さま、区民の皆さまに心より感謝申し上げます。

令和5年（2023年）3月

東京都北区長 花川 與惣太

目次

第1章 北区観光振興プラン2023の基本的な考え方	1
1. 北区観光振興プラン改定の目的と意義	1
2. 北区観光振興プラン2023の位置づけと計画期間	2
3. 北区観光振興プラン2023の目標と進め方	3
第2章 北区を取り巻く観光動向と北区観光の取り組み状況	6
1. 近年の観光の動向とこれからの観光	6
2. 北区観光の取り組み状況	11
第3章 来街者調査等に見る北区観光の現状と課題の再認識	18
1. 来街者調査による北区観光の現状と変化	18
2. 北区観光に関連するイメージ	20
3. 北区観光の今後の取り組み課題	22
第4章 北区観光の基本戦略と施策の体系	25
1. 北区観光振興の基本戦略の設定	25
〔基本戦略1〕 公民連携の強化による観光の推進	
— オール北区による北区の観光力を高める	26
〔基本戦略2〕 来訪者の受入れ環境が充実した観光の推進	
— おもてなしある北区観光の環境を整える	31
〔基本戦略3〕 誘客力を高める観光の推進	
— 北区ならではの観光コンテンツの充実	34
〔基本戦略4〕 ネットワーク型の観光の推進	
— 観光コンテンツをつなぎ、めぐる観光を促進する	39
〔基本戦略5〕 情報発信の強化による観光の推進	
— 人の気を惹く北区観光の発信力を高める	43
第5章 北区観光を先導する重点戦略・プロジェクト	47
1. 重点戦略・プロジェクトの設定	47
2. 5つの重点戦略・プロジェクト	49
重点戦略1 近代化産業遺産等を活用した観光の推進	49
重点戦略2 水辺を活用した観光コンテンツの充実	50
重点戦略3 公園やみどりの観光的活用の展開	51
重点戦略4 鉄道や駅を核とした回遊の推進	52
重点戦略5 ライフスタイルが魅力となる観光の推進	53
第6章 北区観光の推進・展開に向けて	54
1. 北区観光の進むべき方向性の明確化	54
2. 北区観光を推進するプラットフォームの形成	55

参考資料

1. 策定体制	59
2. 北区観光振興プラン改定検討会設置要綱	60
3. 北区観光振興プラン改定検討会設置委員名簿	62
4. 策定経過	63
5. コロナ禍の観光動向調査結果(概要)	65
6. 北区内新築マンションに関する調査結果(概要)	70

第1章 北区観光振興プラン2023の基本的な考え方

1. 北区観光振興プラン改定の目的と意義

北区観光振興プラン（計画期間：平成27年度～平成32年度）及び後期計画（計画期間：平成30年度～平成32年度）では、3つのステップに基づき、「愛着と誇り・こだわりの持てる舞台づくり、ふるさと意識づくり（STEP1）」、「地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進（STEP2）」を着実に進めてきました。

令和4(2022)年度で計画期間が終了することに伴い、これまでの取り組みを基盤としながら、次のステップである「定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上（STEP3）」を進めていくことが求められています。

一方、後期計画策定後、新型コロナウイルス感染症の感染拡大など、観光を取り巻く社会情勢は大きく変化しており、今後は、様々な社会環境の変化に対応した持続可能な観光振興を展開していくことが必要となっています。

そのような中、かつて北区飛鳥山を時代の「始動」の拠点とした渋沢栄一は、多くの企業設立に携わり、「国が豊かになるためには、経済発展の利益を独占するのではなく社会に還元することが大切である」などの示唆に富んだ経営理念を多く唱えてきました。

このような北区が誇るゆかり深い渋沢栄一が求めた経営の理念を観光振興に重ね、北区に住む人々や北区に関心を寄せる人々の暮らしぶりに、やすらぎや楽しみ、躍動感などを与えるシーンを創出することを目指します。

そこで、前プランである北区観光振興プラン及び後期計画を継承しながら、持続可能な観光を推進していくため、改定版の北区観光振興プランとして「北区観光振興プラン2023」を策定します。

《北区観光振興プラン改定の目的》

- 前プランの計画期間の終了に伴う、次のステップに向けた観光の推進
- 北区観光に関するさらなる情報発信力とプロモーションの強化
- 新型コロナウイルス感染症等の影響やデジタル化をはじめとする社会環境の変化に対応した北区観光振興の展開
- 北区の特色を生かした観光事業の持続的かつ効果的な推進への導き

渋沢栄一の経営理念を重ねた観光振興

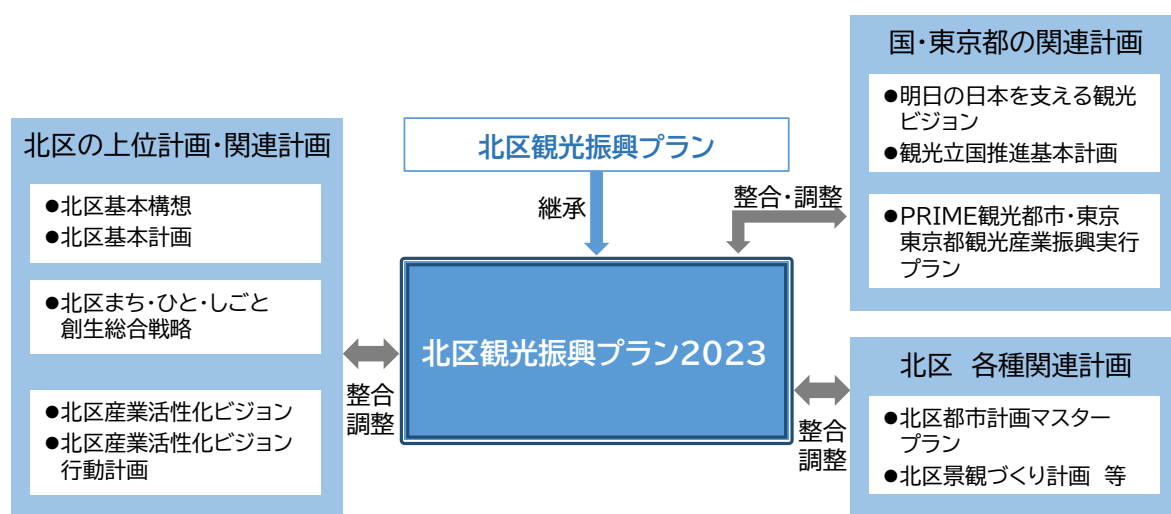
《北区観光振興プラン2023の方向性》

前観光振興プランの基本的な考え方と特徴を継承しつつ、**持続可能な観光の推進に向けて、北区観光の経営力強化などの新たな展開を加えた実効性のある観光振興プランとする。**

2. 北区観光振興プラン2023の位置づけと計画期間

(1) 北区観光振興プラン 2023 の位置づけ

本プランは、北区が目指すべき将来像を示す「北区基本構想」や「北区基本計画」を上位計画とする観光分野の個別計画と位置づけられます。また、これまでの北区観光振興プランを継承するとともに、北区の産業全般の振興の方針などを示す「北区産業活性化ビジョン 2018」及び国や東京都の観光に関わる計画との整合を図り、持続可能な北区観光を振興する方向性や考え方を示す計画です。



(2) 北区観光振興プラン 2023 の計画期間

本プランの計画期間は、令和 5(2023)年度～令和 9(2027)年度の 5 年間とします。

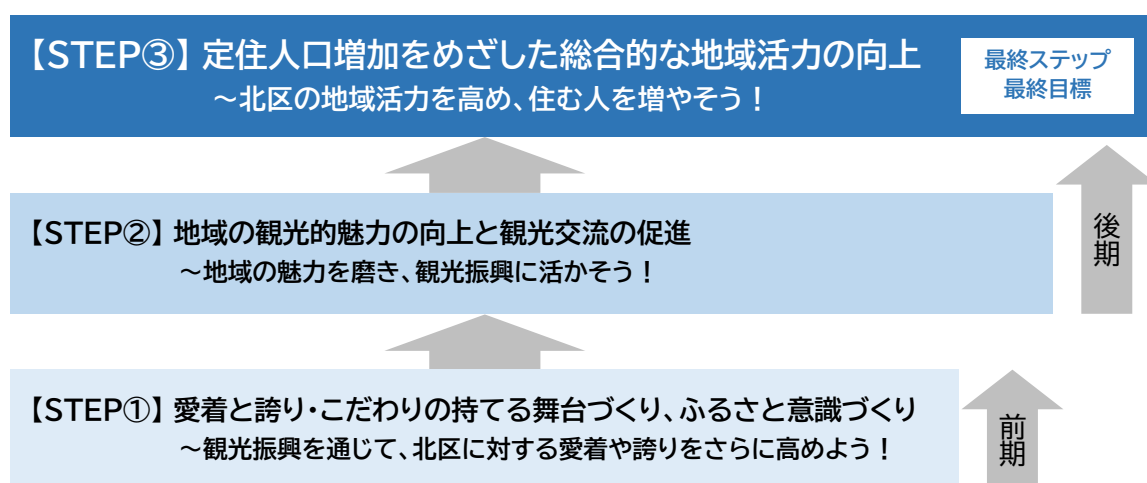
令和5年度 (2023)	令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)

3. 北区観光振興プラン2023の目標と進め方

(1) 北区観光振興プラン 2023 の目標

北区観光振興プラン 2023 では、これまで取り組んできた「STEP①：愛着と誇り・こだわりの持てる舞台づくり、ふるさと意識づくり」、「STEP②：地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進」を基盤として、3つのステップの最終目標である「STEP③：定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上」を目標として関係人口や交流人口の増加を目指します。

《北区観光振興プラン 2023 の目標》



(2)北区観光振興プラン2023を進めるための基本的な考え方と進め方

○「北区観光の経営力の向上」と「オール北区での展開(公民連携・公公連携)」を双発エンジンとした事業推進

これまでの北区観光振興の取り組みを基盤として、社会情勢の変化にも対応できるよう北区観光の経営力を高めていきます。加えて、公民連携・公公連携を含めたオール北区での仕組みを通して、推進力を持って北区観光を展開していきます。

この「北区観光の経営力の向上」と「オール北区での展開」を持続可能な観光の推進に向けた、双発のエンジンとして位置づけます。

○観光とプロモーションとの一体的な展開

3つのステップの最終目標である「総合的な地域活力の向上」に向けて、観光的魅力の向上とそれらを区内外に届ける情報発信を進め、「観光」と「プロモーション」を一体的に展開していきます。

特に、情報発信においては、SNSなどの活用を通して、実施・検証・改善を繰り返しながら効果を高めていくとともに、北区観光に関わる事業者や区民、ファンなどによる連携した外部への情報発信を展開します。

○収益性のある観光コンテンツづくりと地域イメージ向上につなげるシティプロモーションへの対応

観光とプロモーションの一体的な展開を図り、地域イメージの向上と重点を絞った北区観光を展開します。

また、北区観光の主役となりうる観光コンテンツとして磨き上げを行うことで収益性を高め、持続可能な北区観光を推進します。

そして、観光を通して、日常風景や区民の暮らしぶりに、やすらぎや楽しみ、躍動感などを与えるシーンを創出することで、地域イメージの向上やシティプロモーションへとつながる展開を図ります。

○観光インフラとしての受入れ環境の充実

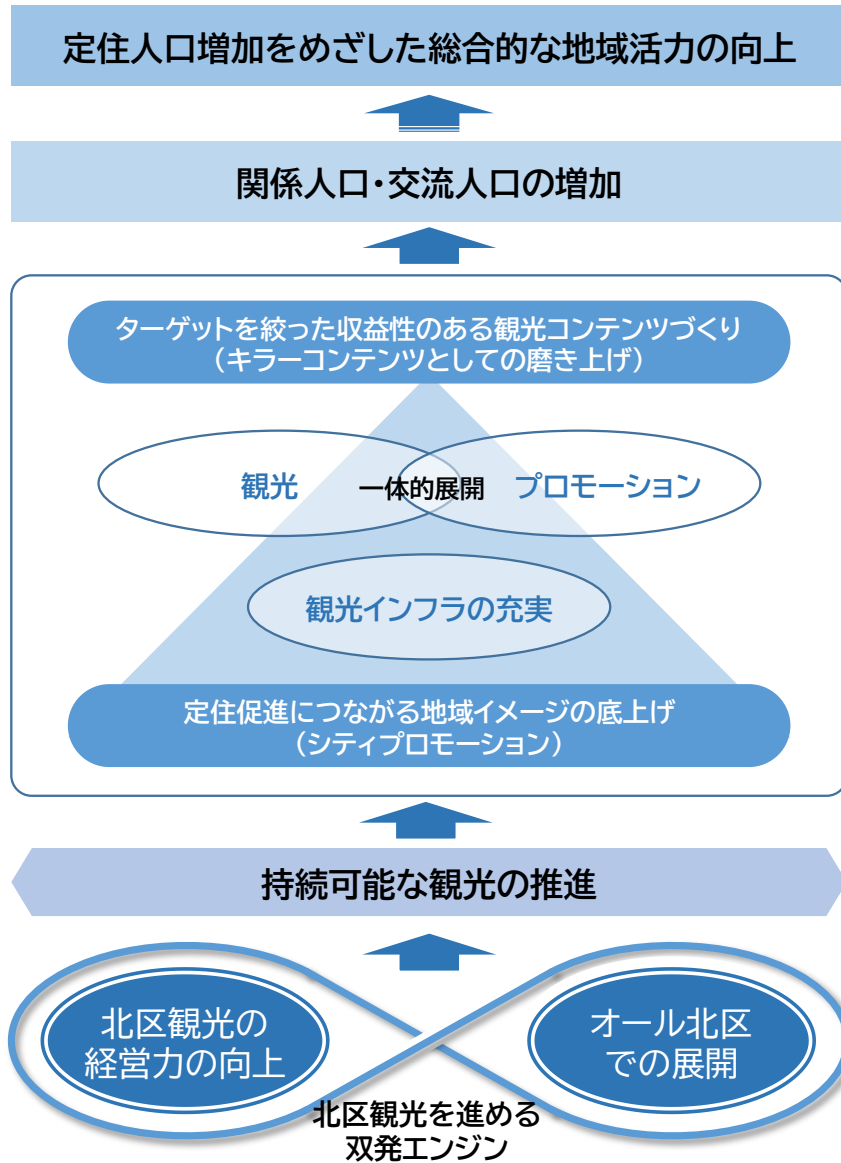
訪れる人の北区への印象やイメージを損なわず、訪れた人が快適かつ安心して観光を楽しめるように、観光インフラとして来訪者を迎える受入れ環境の充実を図ります。

○観光を通じたSDGsへの対応

SDGsは国際社会共通の目標であり、渋沢栄一の理念にも通ずる「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指しています。

北区観光の振興において、2030年を達成期限として定められている17の目標を踏まえ、SDGs推進への貢献を目指し、対応していきます。

《目標に向けた観光振興の基本的考え方と進め方のイメージ図》



第 2 章 北区を取り巻く観光動向と北区観光の取り組み状況

1. 近年の観光の動向とこれからの観光

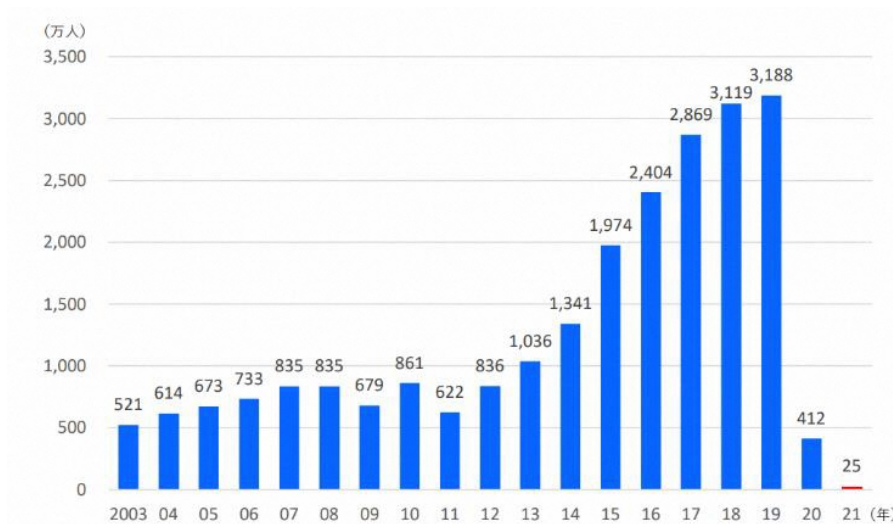
(1)人口減少及び新型コロナウイルス感染症の拡大などによる変化

◆訪日外国人旅行者の増加と感染症拡大による激減

訪日外国人旅行者数は、令和元(2019)年までは、ビザ取得の戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、CIQ 体制(※税関(Customs)、出入国審査(Immigration)、検疫(Quarantine)の総称。)の充実、受入れ環境整備、魅力的なコンテンツの造成などにより過去最高を更新していたものの、令和 3(2021)年の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、令和 2(2020)年に続き、年間を通して大きく減少し約 25 万人に留まることとなりました。

2020 年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会(以下、「東京 2020 大会」)が一年の延期を経て令和 3(2021)年に開催されましたが、原則、無観客開催という前例のない大会として開催されたことから大会関係者のみの入国となりました。

訪日外国人旅行者数の推移



出典:国土交通省観光庁『令和 3 年版観光白書』

◆規制緩和の動き(道路、河川、公園、文化財など)

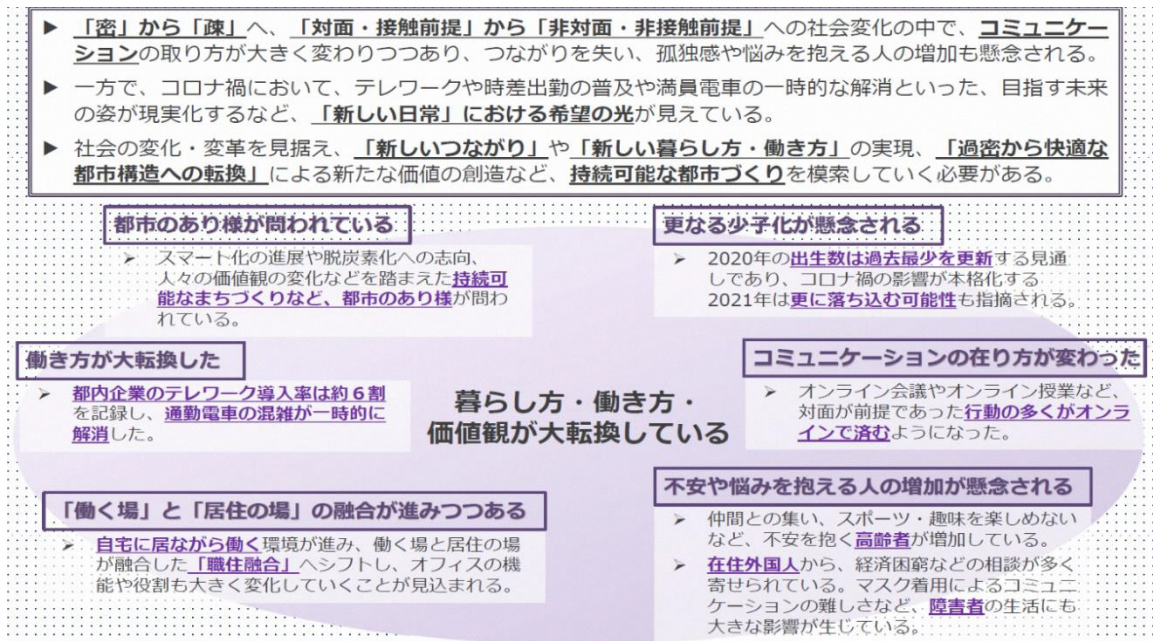
にぎわいの創出、効果的な維持活用などを背景に、道路空間や河川、公園(Park-PFI)や文化財の活用など、法制度が改正されたことで公共空間などの活用に対する規制緩和が近年進んでいます。

北区観光においても、飛鳥山公園や荒川河川敷、旧醸造試験所第一工場などをユニークベニュー※として活用することなどが求められます。

※ユニークベニュー:歴史的建造物や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

◆働き方改革と関連した人口流出の変化と地方回帰

新型コロナウイルス感染症等の影響により、テレワーク推進などの働き方の変化や新しい生活様式が定着しつつある中、二地域居住や移住など、都心部から地方への人口流出の傾向が見られます。



出典:東京都(令和3(2021)年3月)『「未来の東京」戦略』

◆デジタル化の浸透・進展

新型コロナウイルス感染症等の影響は、これまでのコミュニケーション方法にも大きな影響を及ぼし、「対面」から「非対面」など、働き方を含む暮らしの中でのデジタル化を加速度的に進展させました。

観光においても、オンラインでのバーチャルな観光体験などの広がりも見られ、今後は、デジタル化も組み込んだ体験や交流などへの取り組みが求められてきます。

◆産業分野の変化、事業再編の必要性

新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の技術戦略研究センターによる調査では、新型コロナウイルス感染症等の影響によるデジタル化の浸透・進展によって、各産業分野において、事業規模の変化やリアルからオンライン化・バーチャル化へのシフトが少なからず進展すると想定されています。宿泊・観光サービス分野においては、事業規模の変化は見られないと予測しているものの、確実にデジタル化によるオンライン化・バーチャル化が進展することが予測されています。

(2)国及び東京都の観光振興に関わる動向

◆国の観光振興の動向

国では、平成 28(2016)年 3 月に観光先進国への新たな国づくりに向けた「明日の日本を支える観光ビジョン（観光庁）」を策定し、3つの視点を柱とした 10 の改革方針と施策を掲げ、これを強力に推進するため「観光ビジョン実現プログラム（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム）」を策定・展開してきました。

一方、新型コロナウイルス感染症等の影響や緊急事態宣言などの特別措置による行動制限は、日本経済全体、特に観光関連産業に大きな影響を与えたものとなり、令和 3 年版観光白書では、新型コロナウイルス感染症がもたらした観光の影響やトレンドの変化として以下が示されています。

○旅行形態の変化

（近隣地域での観光）宿泊者の県内比率が増加。宿泊旅行において、延べ旅行者数、消費額ともに域内比率が上昇。

（旅行の種類）個人旅行の割合が増加、パック・団体の割合が減少。

○ワーケーションなどやアウトドアなどの自然体験へのニーズの高まり

（ワーケーションなど）テレワークの普及、働き方の多様化。ワーケーションなどの「新たな旅のスタイル」の位置づけ。20 代・30 代の実施希望率の高まり。地域での新たな旅行需要の取り込みや将来的な関係人口の拡大を期待した受入環境の整備推進の動き。

（アウトドアなどの自然体験）キャンプなどのアウトドア需要の高まり。3 密の回避につながる自然地域への訪問意向の増加。

○滞在型観光、分散型旅行、近場での修学旅行、オンラインツアーなどの新たな旅行スタイルの登場

（滞在型観光）1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしを体感し、楽しむ滞在型観光スタイルが注目

（分散型旅行）3 密を避けるための「人数・時期・時間帯・場所」が分散する旅行の促進

（近場での修学旅行）近距離での実施や旅行日程の短縮など実施方法工夫の動き。目的地の域内割合の増加。

（オンラインツアー）コロナ収束後の訪問のためのプロモーションとしての効果への期待。若年層のオンラインツアーへの利用意向の高まり。

○オンライン予約の増加

国内のオンラインでの取扱高の増加。ネットショッピング利用世帯割合の増加。

出典：国土交通省観光庁『令和 3 年版観光白書』より抜粋

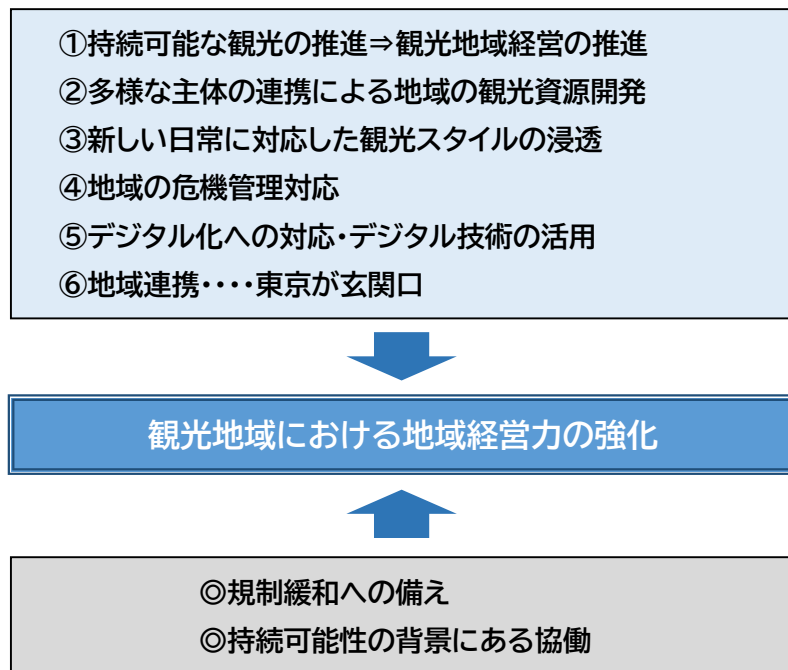
◆東京都の観光振興の動向

東京都では、観光産業を「多くの産業に経済波及効果をもたらし、飛躍的な成長が見込まれる産業」として位置づけ、本格的な観光振興に取り組んでいます。

東京 2020 大会後の令和 4(2022)年には、「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2022-2023」を策定しています。

同プランでは、『観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現』を基本理念として掲げ、その実現に向けた 3 つの戦略と 7 つの施策が示されています。また、観光産業の復活に向けたロードマップとして、3 つのフェーズでの取り組みの展開が示されています（次頁参照）。

「PRIME 観光都市・東京」に示されている施策展開から、以下の 6 つの特徴と方向性を読み解くことができ、これらは今後の北区観光に求められる重要なポイントとなります。



出典:大下茂(令和 4(2022)年 2 月)特別講演『ポスト 2020 観光の行方』、東京都と連携した観光経営
人材育成事業 2021(帝京大学)

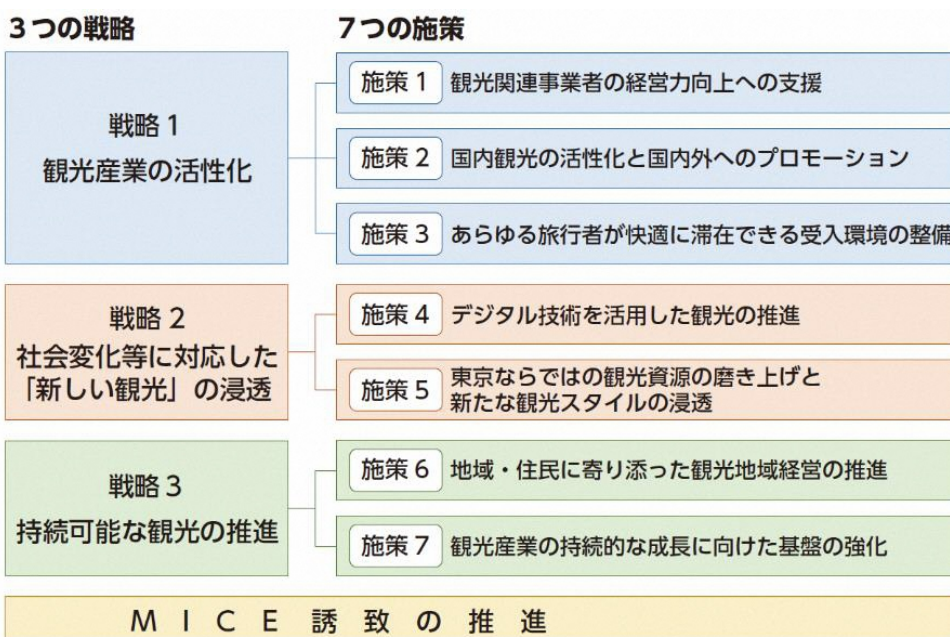
■「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」が掲げる基本理念と戦略・展開

《基本理念》

基本理念

観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現

《基本理念の実現に向けた戦略と施策》



《観光産業の復活に向けたロードマップ》

フェーズ1 観光関連事業者への支援と旅行需要回復に向けた取組

- ✓ 観光関連事業者の感染防止対策や経営力向上への取組を支援
- ✓ 東京への関心を繋ぎ止めるため、東京の魅力を国内外へ継続的に情報発信
- ✓ デジタル技術の活用や受入環境の整備、東京ならではの観光資源の磨き上げ

フェーズ2 旅行者意識の変化に対応しながら国内旅行者を誘致

- ✓ 国内向けプロモーションや日本各地との連携により国内観光を活性化
- ✓ 観光時間の分散化や長期滞在、マイクロツーリズムを推進
- ✓ 都民の観光への理解を促進するとともに、シビックプライド（都市に対する市民の愛着や誇り）を醸成

フェーズ3 入国制限の緩和に合わせたインバウンド誘致

- ✓ インバウンドを呼び込むための本格的な海外プロモーションを展開

出典:東京都(令和4(2022)年2月)『PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン』
 ~観光産業の復活と持続的な成長に向けて~

2. 北区観光の取り組み状況

(1) 北区観光振興プラン策定の流れと概要

北区では、平成 27(2015)年 3 月、北区の観光に関する初めての行政計画となる「北区観光振興プラン」を策定しました。

その後、平成 30(2018)年 3 月に、プランの観光振興の取り組みを評価・検証するとともに、社会情勢の変化などを踏まえて重点的に取り組むべき項目を示した行動計画として、「北区観光振興プラン後期計画」を策定しました。

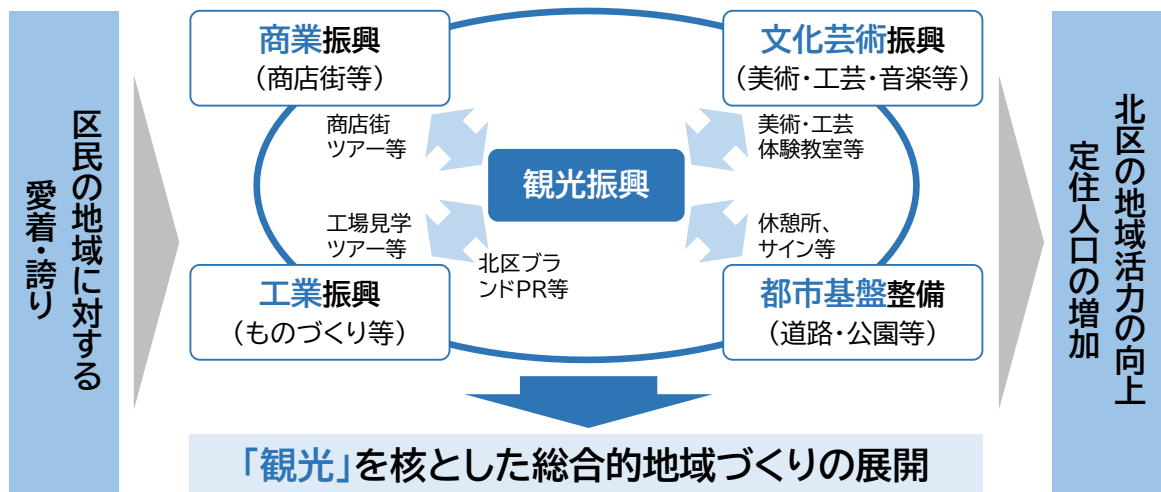


◆北区観光振興プラン(計画期間:平成 27 年度～平成 32 年度)

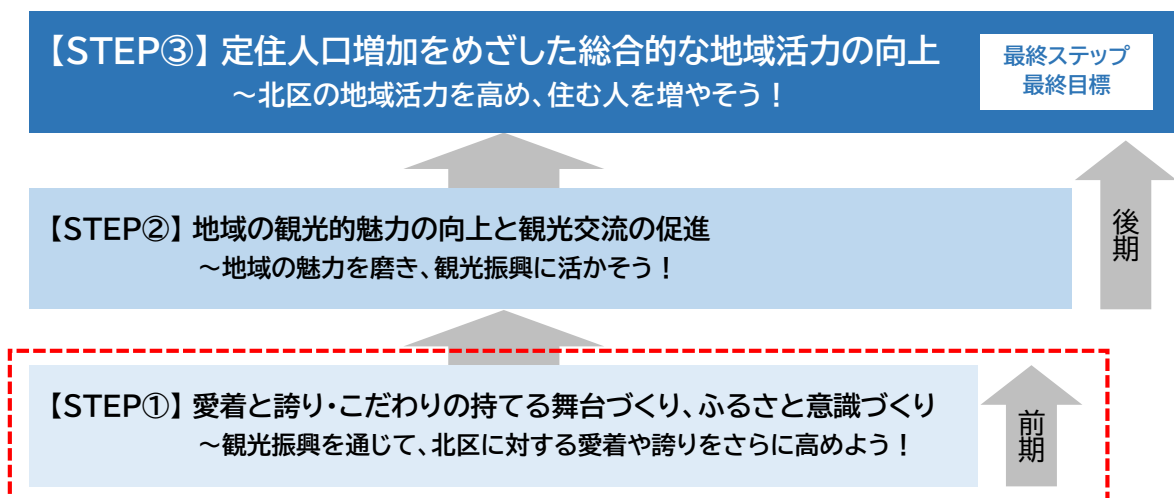
北区観光振興プランでは、「観光を切り口」として、さまざまな世代が生きがいを持って長く住み続けられるまち、訪れて楽しいまちをつくっていくことや「観光振興」を核とした総合的な地域づくりの展開を図っていくことで、『北区の地域活力の向上、定住人口の増加に結びつけていく』ことを目指してきました。

そのための観光振興の進め方として、段階的な 3 つのステップの進め方・目標が示され、5 つの基本戦略と施策を取りまとめるとともに、北区観光を先導していくための 5 つのリーディングプロジェクトを定めました。

≪北区における「観光振興」のイメージ≫



≪3 つのステップによる観光振興の進め方・目標≫



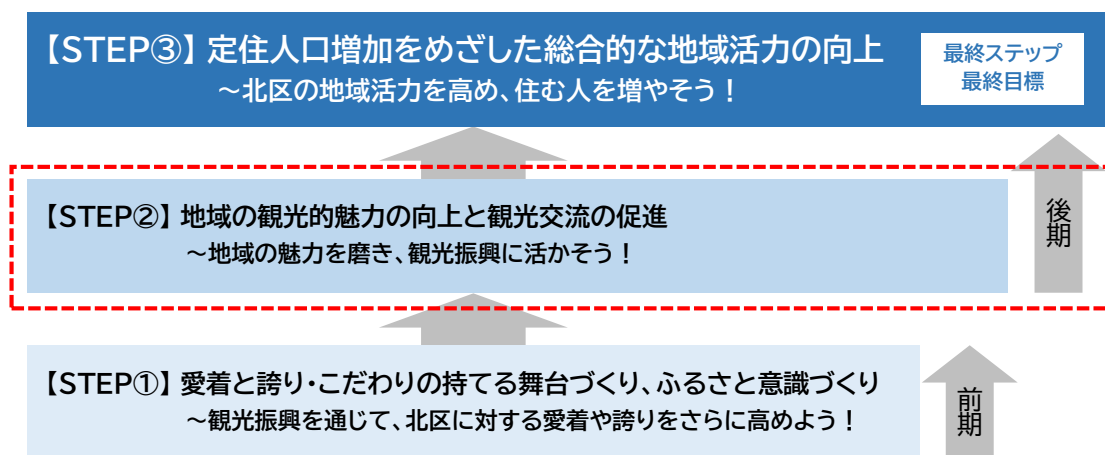
◆北区観光振興プラン後期計画(計画期間:平成30年度～平成32年度)

北区観光振興プラン後期計画は、「観光を核とした総合的な地域づくりの展開」という観光振興プランの基本的な考え方、施策体系を継承しながら、3つのステップにおける「【STEP②】地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進」を目標としてきました。

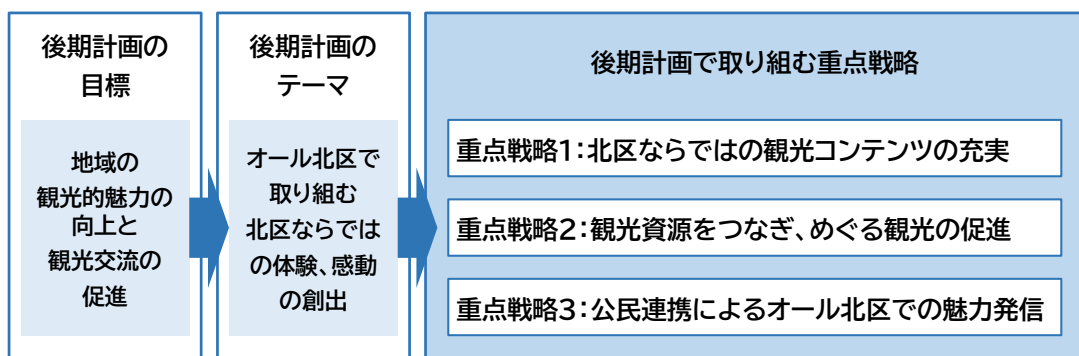
その推進に向けて、「オール北区で取り組む 北区ならではの体験、感動の創出」を後期計画のテーマとして掲げ、3つの重点戦略を柱として示しています。

重点戦略の一つである「北区ならではの観光コンテンツの充実」では、“渋沢栄一氏と産業遺産”、“鉄道”、“水辺”の3つが示されました。

≪北区の観光振興の進め方と進捗≫



≪後期計画の目標・テーマと重点戦略≫



重点戦略1: 北区ならではの観光コンテンツの充実

- 重点施策1-1 渋沢栄一氏と産業遺産を組み合わせた観光コンテンツの充実
- 重点施策1-2 鉄道をテーマとした観光コンテンツの充実
- 重点施策1-3 水辺をテーマとした観光コンテンツの充実

重点戦略2: 観光資源をつなぎ、めぐる観光の促進

- 重点施策2-1 区内観光資源をつなぎ合わせた回遊観光の促進
- 重点施策2-2 区内回遊を促進するための環境の充実

重点戦略3: 公民連携によるオール北区での魅力発信

- 重点施策3-1 公民連携による魅力発信の推進
- 重点施策3-2 外国人旅行者への魅力発信の強化

(2)北区観光のこれまでの取り組み

◆一般社団法人(以下、(一社))東京北区観光協会設立と着実な取り組み展開

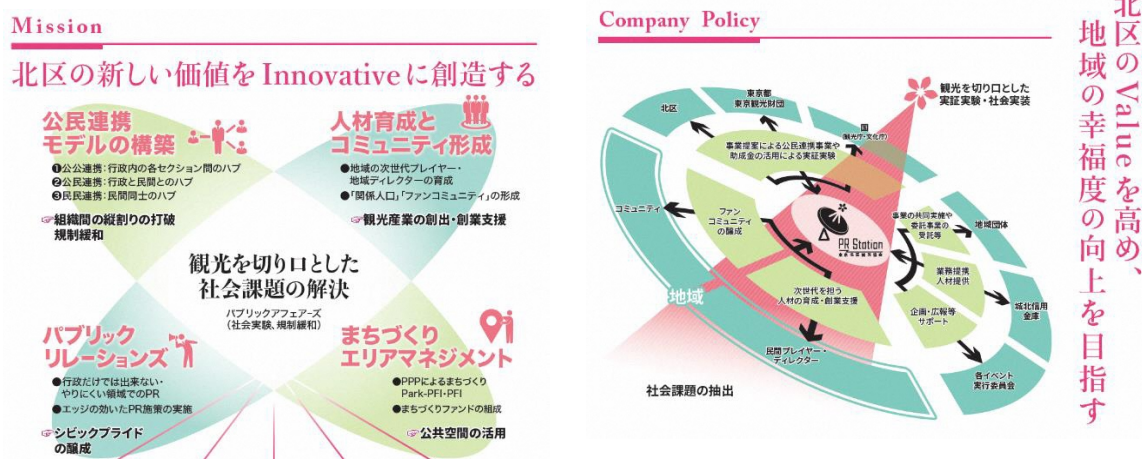
平成 27(2015)年 3 月の北区観光振興プラン策定後、北区観光を牽引する中核的な推進組織として「(一社)東京北区観光協会」が設立されました。

(一社)東京北区観光協会では、「北区の新しい価値を Innovative に創造する」をミッションとし、「PR Station」として、北区の魅力の効果的に創造・発信するための取り組みが展開されています。

これまで、観光プロモーション及び観光情報の発信や観光プログラムの企画・開発などをはじめとして、北区観光の推進に向けた事業を実施してきました。令和 3(2021)年 2 月には、これらの取り組みを基本としながら、北区と民間との公民連携による「大河ドラマ館」が開館し、それに合わせて「おみやげ館」運営が始まりました。

また、東京都や公益財団法人東京観光財団、観光庁の助成・補助事業などを有効に活用し、毎年度、実証事業や社会実験も着実に展開しています。

《(一社)東京北区観光協会の理念と事業フレーム》



出典:(一社)東京北区観光協会『MissionStatement2022』

《(一社)東京北区観光協会のこれまでの取り組み事業》



◆北区観光振興プラン後期計画に基づいた観光施策の展開

北区では、北区観光振興プラン後期計画に定められた3つの重点戦略に基づき、さまざまな観光施策を展開してきています。

重点戦略1 北区ならではの観光コンテンツの充実

○重点施策1-1 渋沢栄一氏と産業遺産を組み合わせた観光コンテンツの充実

- ・ 渋沢栄一を題材にした大河ドラマ「青天を衝け」の放送に合わせ、令和3(2021)年2月20日から12月26日の間、北区飛鳥山博物館内に大河ドラマ館を開館。
- ・ 大河ドラマ館に合わせ、地域で開発した渋沢関連商品を販売するおみやげ館を飛鳥山公園内に開館。
- ・ 令和3(2021)年度には、北区王子の産業遺産のストーリーを渋沢栄一と絡めて整理し、見どころにスポットを当てたパンフレットを作成。



○重点施策1-2 鉄道をテーマとした観光コンテンツの充実

- ・ 北区観光ホームページ内で新幹線の様子についてライブカメラで放映。
- ・ 鉄道ファンをターゲットに鉄道マップVOL.1,2と親子おさんぽマップ01,02を作成。



○重点施策1-3 水辺をテーマとした観光コンテンツの充実

- ・ 水辺のにぎわいを創出する一大コンテンツとして、北区花火会の実施を支援。開催時には、5万人規模を集客。
- ・ 荒川岩淵関緑地(河川敷)における水辺のオープン化に向けた社会実験的な取り組みとして荒川下流河川事務所全面協力のもと、(一社)東京北区観光協会主催によりイベントを実施。ドローンテストフィールドの社会実験も実施。



重点戦略 2 観光資源をつなぎ、めぐる観光の促進

○重点施策2-1 区内観光資源をつなぎ合わせた回遊観光の促進

- ・王子・十条エリア、赤羽・浮間エリア、田端・滝野川エリア、季節めぐりの4つにカテゴリーした観光ガイドマップや、北区の近代化産業遺産をPRするマップなどを作成。



○重点施策2-2 区内回遊を促進するための環境の充実

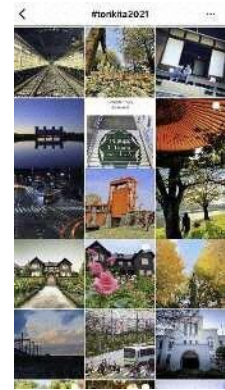
- ・北とぴあ1階と赤羽エコ広場館の一角での観光情報コーナーや区内5か所の施設にまちなか案内処の機能を設置。
- ・観光ボランティアガイドによる観光ガイドを展開。



重点戦略 3 公民連携によるオール北区での魅力発信

○重点施策3-1 公民連携による魅力発信の推進

- ・区内の魅力ある写真が集まり、(一社)東京北区観光協会のInstagram(インスタグラム)で作品を募る観光写真コンテストを実施。
- ・(一社)東京北区観光協会のホームページやSNSにて積極的に情報発信を展開。



○重点施策3-2 外国人旅行者への魅力発信の強化

- ・東京2020大会やインバウンド観光需要を見据え、外国語ガイドマップを作成(英語、中国語(簡体字)、韓国語)。



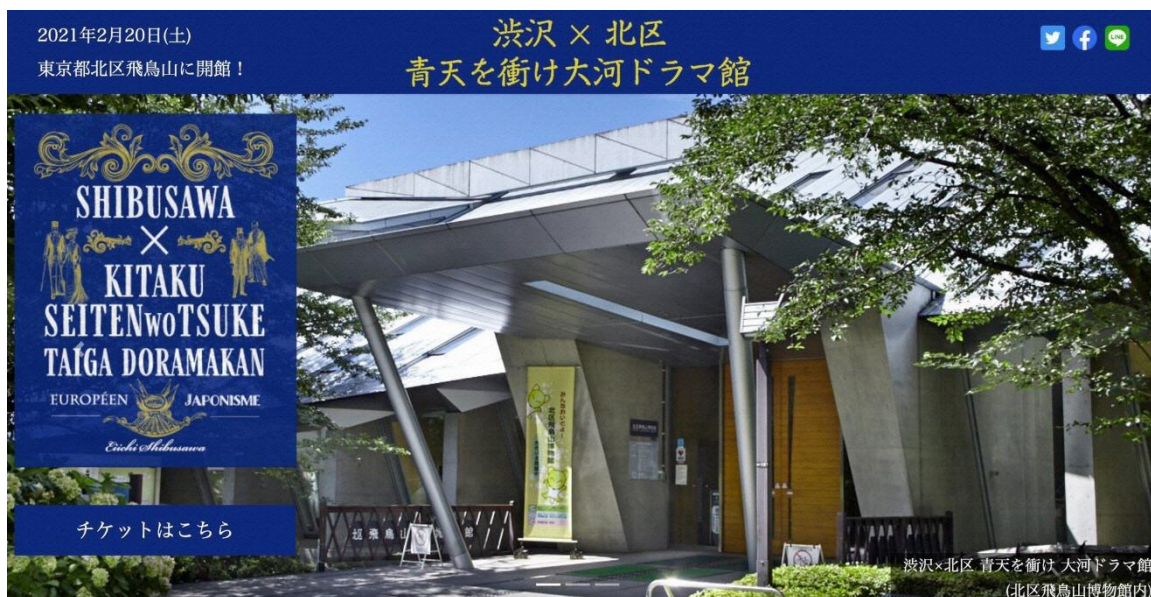
◆大河ドラマ館のレガシー継承と活用

北区では、渋沢栄一が、新紙幣の肖像となることが決定した機をとらえて渋沢栄一を核にしたシティプロモーションを推進するため、令和元(2019)年8月に「東京北区渋沢栄一プロジェクト」を立ち上げ、「公民連携」によるさまざまな取り組みを推進してきました。

さらに、渋沢栄一を主人公とする大河ドラマ放送の決定に伴う機運の高まりから、観光をはじめとする産業、教育や文化の振興、まちづくりにつなげることを通じて北区の活性化を図るため、東京北区大河ドラマ「青天を衝け」活用推進協議会が立ち上がり、大河ドラマ館の設置・運営を行ってきました。

大河ドラマ館設置という「公益」に資する取り組みを進めるにあたっては、「官」である北区シティプロモーション推進担当課と、「民」である(一社)東京北区観光協会が共同で事務局を担うことで、「民」の強みである柔軟性とスピード感、「官」の強みである組織力とネットワークを活用した「真の公民連携」の実践の第一歩が踏み出され、北区のPR、地域活動や経済活動の活性化につながっています。

このような大河ドラマ館のレガシーを活用し、今後もより一層の公民連携の取り組みを通じた北区観光の展開が求められています。



出典:【公式】東京北区渋沢栄一プロジェクト(渋谷×北区 青天を衝け 大河ドラマ館)ホームページ

第3章 来街者調査等にみる北区観光の現状と課題の再認識

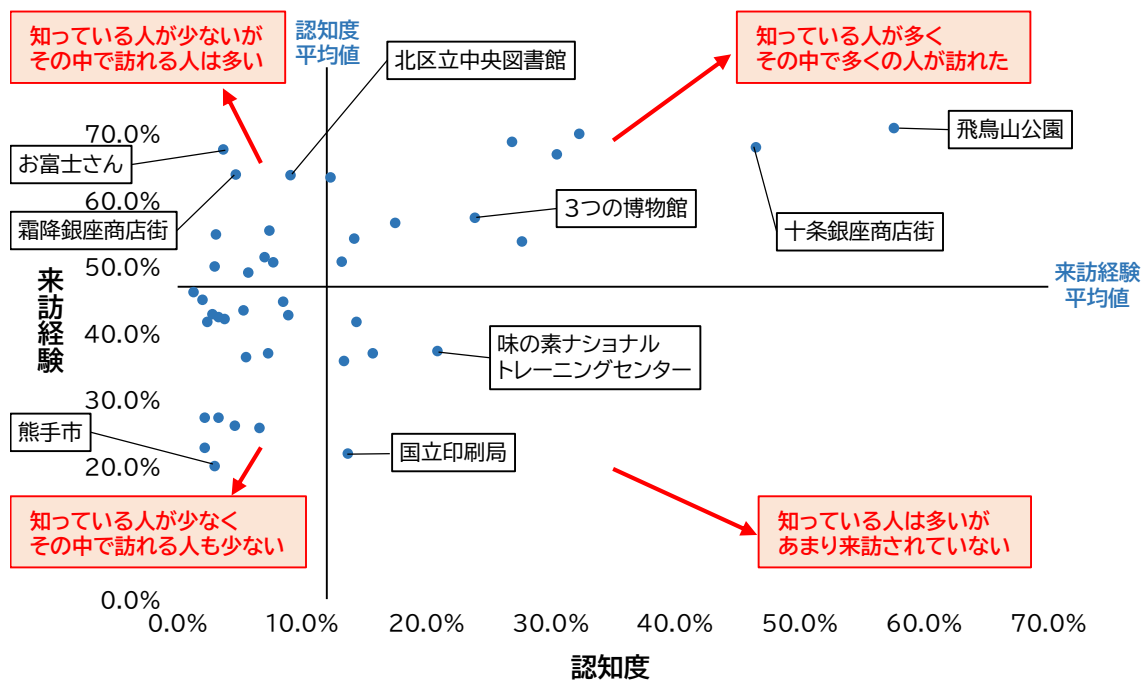
1. 来街者調査による北区観光の現状と変化

令和3(2021)年1月に実施した「コロナ禍の観光動向調査 (WEB アンケート)」による、北区への来訪経験や認知度、北区観光のイメージや北区で行ってみたい観光のタイプなど北区観光の現状と特徴を示します。

なお、北区観光のイメージと北区で行ってみたい観光のタイプについては、後期計画策定時に実施した同様のWEB アンケート調査との比較を示しています。

◆北区内のスポット・イベントへの来訪経験と認知度の相関

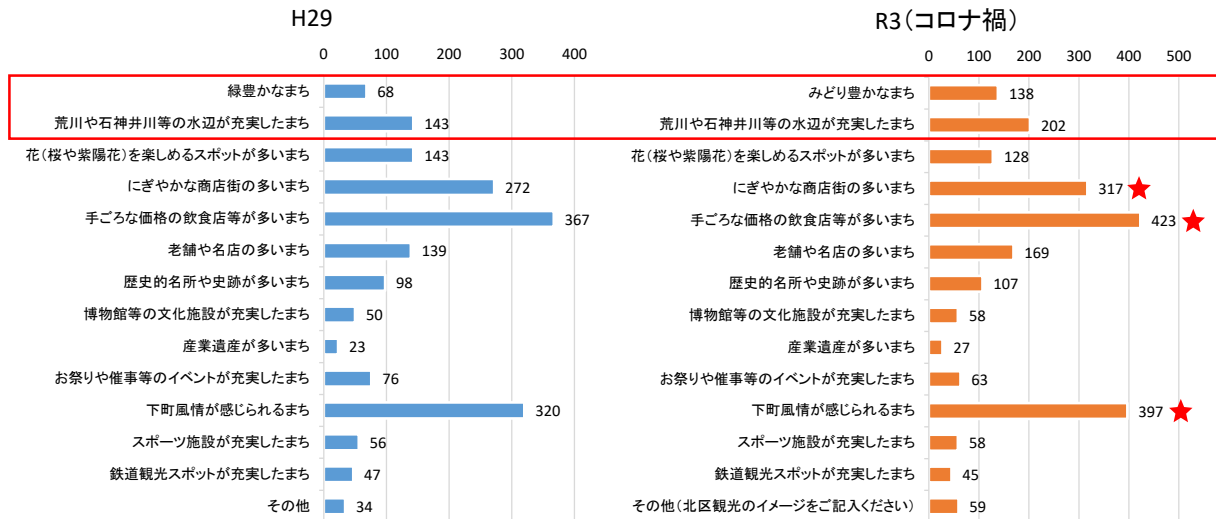
- 認知度は依然として全体的に低い中、「飛鳥山公園」や「十条銀座商店街」は、比較的認知度が高く来訪経験も高い。
- 3つの博物館は、認知度は25%程度であるが、来訪経験の割合が50%を超えている。



※「コロナ禍の観光動向調査」※WEB アンケート調査 (実施期間：令和3(2021)年1月4日～5日)

◆北区観光のイメージ

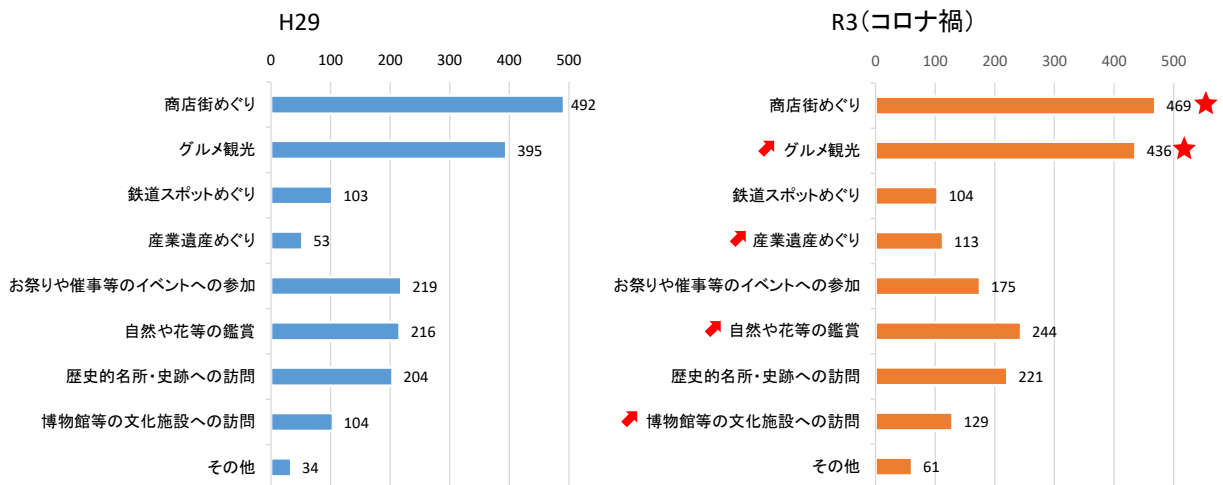
- 北区観光のイメージは、「手ごろな価格の飲食店等が多いまち」、「下町情緒が感じられるまち」、「にぎやかな商店街の多いまち」のイメージが多い。
- コロナ禍以前の平成29(2017)年と比較すると、大きな変動は見られないが、「みどり豊かなまち」「荒川や石神井川等の水辺が充実したまち」の割合がやや増加している。



★は上位の項目

◆ウィズコロナでの北区で行ってみたい観光のタイプ

- 北区で行ってみたい観光タイプは、「商店街めぐり」、「グルメ観光」が多い。
- 前回と比べると、「グルメ観光」、「産業遺産めぐり」、「自然や花等の鑑賞」、「博物館等の文化施設への訪問」の割合が微増している。



★は上位の項目

2. 北区観光に関連するイメージ

◆北区への転出入者調査の分析

「北区転出入者調査」及び「北区転出入アンケート調査」（いずれも平成 30(2018 年)8 月) から、観光との関連が深い『交通の便』、『買い物などの日常生活の便』、『みどり』、『街のイメージ』の 4 項目に着目して示します。

①交通の便

- 交通の便については、転入・転出ともに全体として極めて評価が高く、概ね 75%以上が交通の便が良いと答え、悪いは 5%程度とわずかである。

②買い物などの日常生活の便

- 買い物など日常生活の便についても、転入・転出ともに全体として評価が高く、概ね 5～6 割が良いと答え、悪いは 1～2 割程度と少ない。

③みどり

- みどりの豊かさについては、転入・転出ともに全体に回答率が低い。みどりが少ないということではないが、みどりの豊かさを誇れる程ではないという結果となっている。

④街のイメージ

- 街のイメージは、転入・転出ともに全体に回答率が低く、若干ではあるが「悪い」の割合が多い。街の特徴的なイメージに乏しいうえに、どちらかといえば悪い印象が勝るという結果となっている。

◆北区の新築販売マンションの訴求要素から見える北区観光に関連するイメージ

令和 4(2022)年の北区内の新築販売マンション 15 事例について、販売にあたっての訴求要素（セールスポイント）などに関するキーワードの項目や近隣施設の項目を類型化し、北区観光に関連するイメージを示します（※詳細は次頁を参照）。

- ライフスタイル・アクティビティについては、東京さくらトラム(都電荒川線)での小旅行やイベント、散策などの「リフレッシュ」に関するものが多い。
- また、都心直結の利便性・アクセスの良さへの注目が高い。歴史に関しては、飛鳥山など江戸期以降の歴史性のほか、商店街が歴史との関わりによって表現されている。
- 自然・みどりや公園・緑地では、飛鳥山公園及び 3 つの博物館や名主の滝公園などの名所が地域資源に示されている。
- まちづくりや商業施設では、駅前再開発等の発展性への期待とともに、商店街への注目が高い。

《北区の新築販売マンションの訴求要素の整理》

項目	キーワード、訴求内容、例など
ライフスタイル・ アクティビティ	開放感／◎リフレッシュ／新旧の共存／みどり・静穏／商店街／都心生活／利便性／子育て環境 など 例) 荒川の河川敷に開放的な空間、東京さくらトラム（都電荒川線）でゆったりと小旅行、歩く度に楽しさを発見／古さと新しさが交わるさまざまなにぎわいと活気、魅力あふれる7つの商店街、東京のライフスタイルの新たな指標 など
都心直結	◎利便性／ライフスタイル／駅・エリア など 例) 商都のにぎわいと交通の要衝として高い利便性、自由自在にTOKYOを使い分ける など
歴史	歴史の豊かさ／◎商店街／老舗／古代との繋がり／◎江戸期との繋がり／近代以降 など 例) 歴史と未来の交差点、昔ながらの人情味あふれる7つの商店街、秘伝の味を受け継ぐ老舗や人気店も点在、由緒ある名所やみどり豊かな公園、江戸の昔から桜の名所として知られる飛鳥山公園、財界人に愛された地となり、その庭園は多くの人々を魅了するなど
自然・みどり	◎公園の充実／名所としての公園／地形／生物多様性 など 例) 自然豊かなまち、公園が充実、情緒ある風景を描く名所や公園、飛鳥山公園・石神井を中心に古くより刻まれるみどりと水のネットワーク、武蔵野台地に位置し安定した地盤 など
発展性・まちづくり	再開発／住みやすい街大賞 など
商業施設	区内の各商店街
公園・緑地	◎飛鳥山公園／3つの博物館／名主の滝公園 など
その他特徴的施設	神社・遺跡／芸術文化／博物館・記念館 など

◎は各項目の中で比較的出现頻度が高かったキーワード

3. 北区観光の今後の取り組み課題

◆これまでの取り組みを踏まえたさらなるステップアップ

北区では、平成 27(2015)年 3 月に「北区観光振興プラン」を策定して以降、プランに基づき、『北区の地域活力の向上、定住人口の増加』を目指して、(一社)東京北区観光協会の設立や着実な観光事業の展開を推進してきました。

これまで、3 つのステップによる進め方において、「STEP①：愛着と誇り・こだわりの持てる舞台づくり、ふるさと意識づくり」、「STEP②：地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進」の取り組みが進められおり、今後は、これらの取り組みを基盤としながら、「STEP③：定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上」を目指し、社会情勢にも対応しながらステップアップをしていくことが求められています。

◆北区観光のイメージを活用した積極的な情報発信及び戦略的なシティプロモーションの推進

北区への転出入者調査では、北区に対して街の特徴的なイメージが乏しい、もしくは、若干悪い印象を持たれている傾向が見られます。一方、来街者調査やマンション販売の訴求要素からは、下町情緒や賑やかな商店街のイメージが多いほか、アクセスの良さや歴史性、公園など、北区観光につながる特徴的なイメージが挙げられています。

北区観光では、前プランの策定以降、さまざまな観光事業に取り組んできており、情報発信においてもガイドマップ作成や SNS を活用した情報発信を展開してきました。今後は、SNS をはじめとした情報発信形態の多様化が進んでいることを踏まえ、公民や民民での連携を通じた相乗的な情報発信が求められます。加えて、その成果などを的確に検証しながら、より効果的な情報発信を展開していくことが重要となっています。

「観光を切り口」としながら定住人口の増加を目指していくうえでは、北区観光のイメージや特徴を捉え、観光を核としながら定住促進につなげる戦略的なシティプロモーションをさらに進めていくことが求められます。その際、観光とシティプロモーションを一体的に展開していくことが重要となっています。

◆北区の特徴や地域資源を活かした観光コンテンツの充実と磨き上げ

北区は、「近代化産業遺産」「鉄道」「河川・水辺」の特徴的な観光資源に加え、飛鳥山公園や浮間公園などをはじめとした「公園やみどり」、赤羽や十条などそれぞれで特徴的な顔を持つ「商店街」、さらには、かつて芥川龍之介を中心とした田端文士芸術家村があった「文化」や、トップアスリートが集う「スポーツ」といった特有の地域資源を有しています。

観光を核とした総合的地域づくりの展開を通して北区の地域活力を高めていくためには、これら北区の特徴的なテーマにフォーカスし、それぞれの特徴や価値を活かした観光コンテンツを充実させ、より磨き上げていくことが必要です。

その際、それぞれの特徴を捉え、ターゲットを絞ったキラーコンテンツとなるよう価値や運用面などを含めた磨き上げとともに、定住促進につながる交流・関係人口を増やすためのラインナップの充実が重要となります。加えて、それぞれの観光資源をストーリーなどで束ねてつなぐことで回遊を促していくことも求められます。

◆公民連携・公公連携の展開

平成30(2018)年3月に策定した後期計画では、「オール北区」をテーマとして、重点戦略の一つにも「公民連携によるオール北区での魅力発信」が示され、渋沢栄一が2024年から新紙幣の顔となることを契機に発足した東京北区渋沢栄一プロジェクトなどをはじめとして、区内民間団体との公民連携による取り組みを積極的に展開しています。

今後、北区の観光振興をさらに発展的に進めていくためには、大河ドラマ館での取り組み実績をレガシーとして継承・活用し、さらなる公民連携の展開を図っていくことが必要であり、そのためには公民連携の仕組みをより強固にしていくことが求められます。

一方、国や東京都、他自治体との連携のほか、北区内のそれぞれの関係部局が連携する、いわば「公公連携」のあり方も重要となります。

そのため、これからの北区観光においては、民民の連携はもとより、公民連携・公公連携の効果的なあり方を模索していくことが大きな課題の一つとなっています。その中では、北区観光を牽引する中核的な推進組織である(一社)東京北区観光協会との役割分担も求められます。

◆北区観光の担い手となる実践者・サポーター・ファンを含めた人づくりの推進

前プラン策定後、(一社)東京北区観光協会が設立され、北区観光の中核的推進組織としてさまざまな事業が展開されており、今後もさらなる北区観光の振興に向けた取り組みの展開、拡大が求められています。

そのような中、「PRIME 観光都市・東京 2022-2023」において、「多様な主体の連携」が東京都の観光振興の重要なキーワードの一つになっています。

北区観光においても、(一社)東京北区観光協会が核となりながら、北区の観光振興に向けて一緒に取り組む実践者やサポーター、ファンなどを巻き込んでいくことが必要となります。そのためにも、そのような北区観光に関わる人材を区内外で見出し、育成していくことが重要であり、加えて、区民を含めて観光に関わる人材が活躍できる環境づくりも求められます。

その中で、観光ボランティアガイドの充実や資質向上を図るとともに、観光ボランティアガイドが自立に向けてステップアップしていくことが重要になります。

◆来訪者の好印象につながる受入れ環境としての観光インフラの底上げ

北区観光振興の取り組みを通して、来訪者に選ばれるまちにしていく、さらには定住人口の増加につなげていくためには、来訪者などの気を惹く観光コンテンツの開発を

進めるほか、北区への来訪者に安心して快適に楽しんでもらえる環境を整えることも重要な要素の一つとなります。

例えば、清潔なトイレや分かりやすい案内板、区内を回遊しやすい二次交通の充実、また、特に外国人観光客などに対しては使いやすい Wi-Fi が適切にある環境は、北区への来訪者の好印象につながります。

さらに、わかりやすい情報発信も重要な要素であり、例えば、情報が集約された観光マップの提供や SNS などを活用した多様な媒体での情報発信などは今後ますます重要性が高まります。

そのため、観光インフラともいえる基本的な受入れ環境を整えることが重要となります。

◆これからの観光に求められる取り組みへの対応

昨今、人口減少をはじめとした社会情勢の変化と観光への期待が高まる一方で、新型コロナウイルス感染症への対応やデジタル化の推進への対応など、観光を取り巻くさまざまな変化が生じています。

例えば、法制度の改正に伴う公共空間の活用に対する規制緩和、頻発する自然災害を背景とした観光における危機管理の必要性、そして、多様な主体による観光振興と観光地域経営の推進などがあげられます。また、世界共通の目標である SDGs への対応も必要となっています。