

北区観光振興プラン改定検討会（第1回） 議事要旨

日 時	令和4年6月17日（金）13:30～15:10
場 所	北とぴあ 9階 901会議室
出席者	検討委員 11名出席、1名欠席



委員長挨拶



会議の様子



会議の様子

議事次第

1. 開会
2. 北区観光振興プラン改定検討会の設置について
3. 委員長及び副委員長の選任
4. 資料説明
5. 議事「これからの北区観光の取組について」
6. 報告事項
7. 閉会

配布資料

議事次第

- 資料1 北区観光振興プラン改定検討会設置要綱
（別紙1）北区観光振興プラン改定検討会 委員名簿
- 資料2 北区観光振興プランの改定について（スケジュール等）
- 資料3 北区観光のこれまでの取組の確認・評価について
- 資料4 令和3年度までの観光事業の振り返り
- 資料5 北区観光振興プラン改定に係る事業者ヒアリングについて

議事要旨

【プラン改定について】

○プラン名称及び計画期間

- ・プラン改定版の名称は「北区観光振興プラン 2023」とする。
- ・計画期間は、概ね5年間（令和5年度～令和9年度）とする。
- ・プラン改定版では、現計画を踏襲しつつ、ステップ3「定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上」を目指すものとする。

○求められる視点

- ・観光振興プランにおいて、定住人口がどのくらい増えたのか、新しいマンションがどのくらいの戸数提供されたのかなどをしっかりと把握していく視点が必要である。

【北区観光の原石と磨き上げの必要性】

- ・原石は磨かなければコンテンツにならない。内外に通用するコンテンツに仕上げるのがまだ足りていない。
- ・ターゲットによっては異なる価値観(若年齢層ではエモさ等)がある。
- ・既にエモさを感じられているコンテンツの磨き方としてはクオリティというよりも、運営する体制や持続可能にすることなどが磨くということになる。

【北区観光推進に今後求められること】

○公民連携・公公連携の展開

- ・公民連携は一定の成果が上がってきている中、今後は「公公連携」が必要である。
- ・行政や民間が新しい領域に踏み出していけるようなコンテンツが作れるとよい。新しい連携の仕組みをより充実していく。

○情報発信への工夫

- ・デジタル化の時代を視野に入れた情報発信の仕掛けが重要である。
- ・プロダクトとして磨く、より輝かせるための情報発信(バズらせる)には民間のビジネスセンスが必要である。

○観光とプロモーションの一体的展開

- ・フロントランナーをつくるための磨き上げと、まちのイメージを上げるための底上げが大事である。
- ・「観光」と「プロモーション」は一体である。
- ・プロダクトアウトとマーケットインがうまく重なったときにキラークンテンツとして輝くものである。

○観光インフラの底上げ

- ・北とびあや公園のトイレなど、公共的に利用できるものに機能が付加されるような底上げが大事である。
- ・二次交通など交通手段の多様化があるとよい(シェアサイクルなど)。

○収益につながる(お金の取れる)観光とそうではない観光の両方の展開

- ・お金の取れる観光と、必ずしもそうではない観光がある。
- ・観光協会の目利きとして、トップランナー的なものを創っていくことに重点を置くことが重要である。
- ・一方、役所の役割として、まさにシティプロモーションも観光の重要な要素である。

○関係者が所掌範囲を固執せず少しずつできることを広げることの意識展開

- ・事業者や団体がお互いに少しずつできることを広げることが大事である。少しずつ情報を拡散していく。(例えば、ガイドの際の飲食店の紹介やパンフレットの提供する、他施設のパンフレットを互いに配架する等)
- ・個々の連携を進めるための事業者がそれぞれの情報を投げ込んでいけるプラットフォーム的なものがあるとよい。

【これからの北区観光に想定されるテーマ】

- ・近代化産業遺産(大正期に開削された荒川放水路、飛鳥山、渋沢栄一、御用地として歴史、公公連携することによる広がりや深みのあるストーリーの展開)

- ・鉄道（後期計画からのテーマ）
- ・4つの河川（荒川、石神井川、新河岸川、隅田川）
- ・緑や公園（拠点ごとにつないでいく、原石の一つ）
- ・商店街（エモい、マンション販売の訴求要素、原石の一つ）

【事業者ヒアリングについて】

- ・事務局から提示された分野のほか、マンション事業者などへのヒアリングもあるとよい（マンション事業者が狙っている階層（世帯収入や家族構成など）と、そのアピール内容などが把握できるのではないか）。
- ・実施時期や実施方法等については一同了承。

総括（委員長より議論の特徴的な内容のまとめ）

- ① 定住人口を最終的な目標にすることを考えたとき、「プロモーション」と「観光」は表裏一体であり、その両方をうまくバランスを取りながら進めていかないといけない。
- ② トップランナーになり得るテーマの原石がたくさんあることから、トップランナーを目指すよう磨き上げを行っていく。その際、ターゲットへの訴求方法や提供する側の立ち位置によって異なるということも意識しながら取り組んでいく必要がある。
- ③ 最終的な定住人口を増やす「プロモーション」と「観光」が一体になった北区観光を進めるため、「北区観光の経営力を高めていくこと」と「オール北区での展開」を改定プラン推進の双発エンジンと位置づける。
- ④ 観光として必要最低限のインフラ（Wi-Fiがある、トイレがきれい、二次交通が充実しているなど）を「観光インフラ」というキーワードを使いながら広げていく。