

北区観光振興プラン 2023

令和5(2023)年度～令和9(2027)年度

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	56
1. 策定体制	57
2. 北区観光振興プラン改定検討会設置要綱	58
3. 北区観光振興プラン改定検討会設置委員名簿	60
4. 策定経過	61
5. コロナ禍の観光動向調査結果(概要)	63
6. 北区内新築マンションに関する調査結果(概要)	68

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

↓

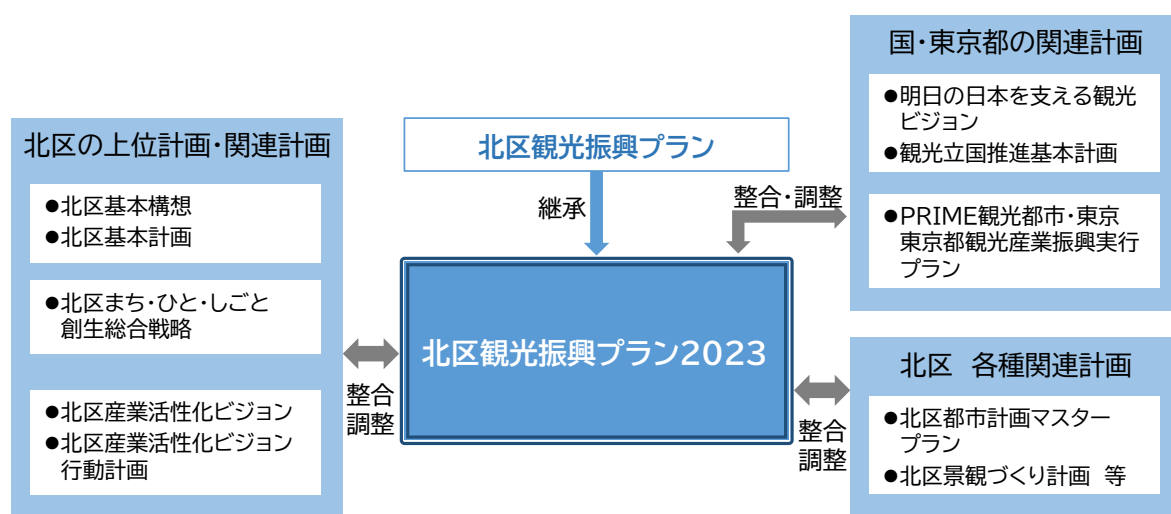
《北区観光振興プラン2023の方向性》

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。

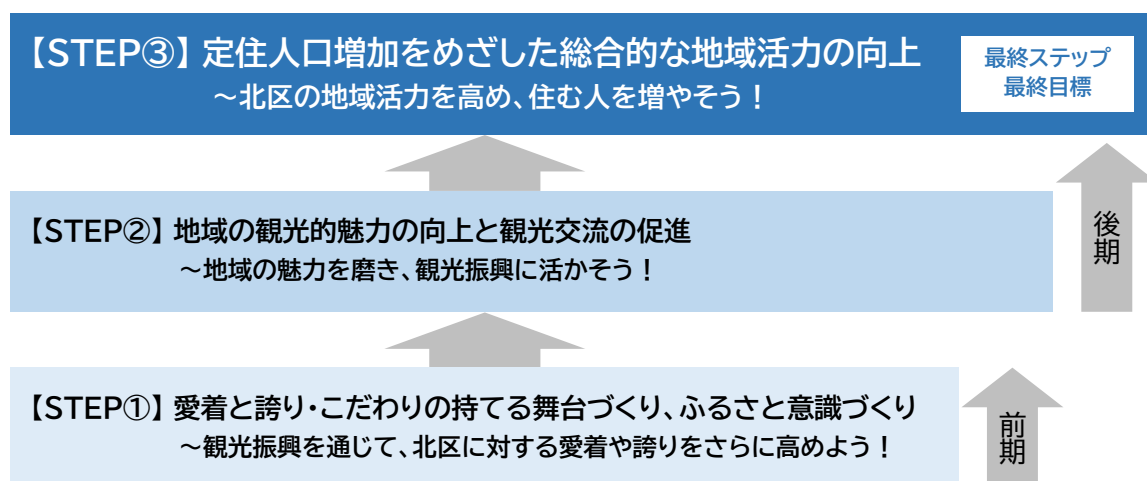
令和5年度 (2023)	令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)	令和8年度 (2026)	令和9年度 (2027)

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

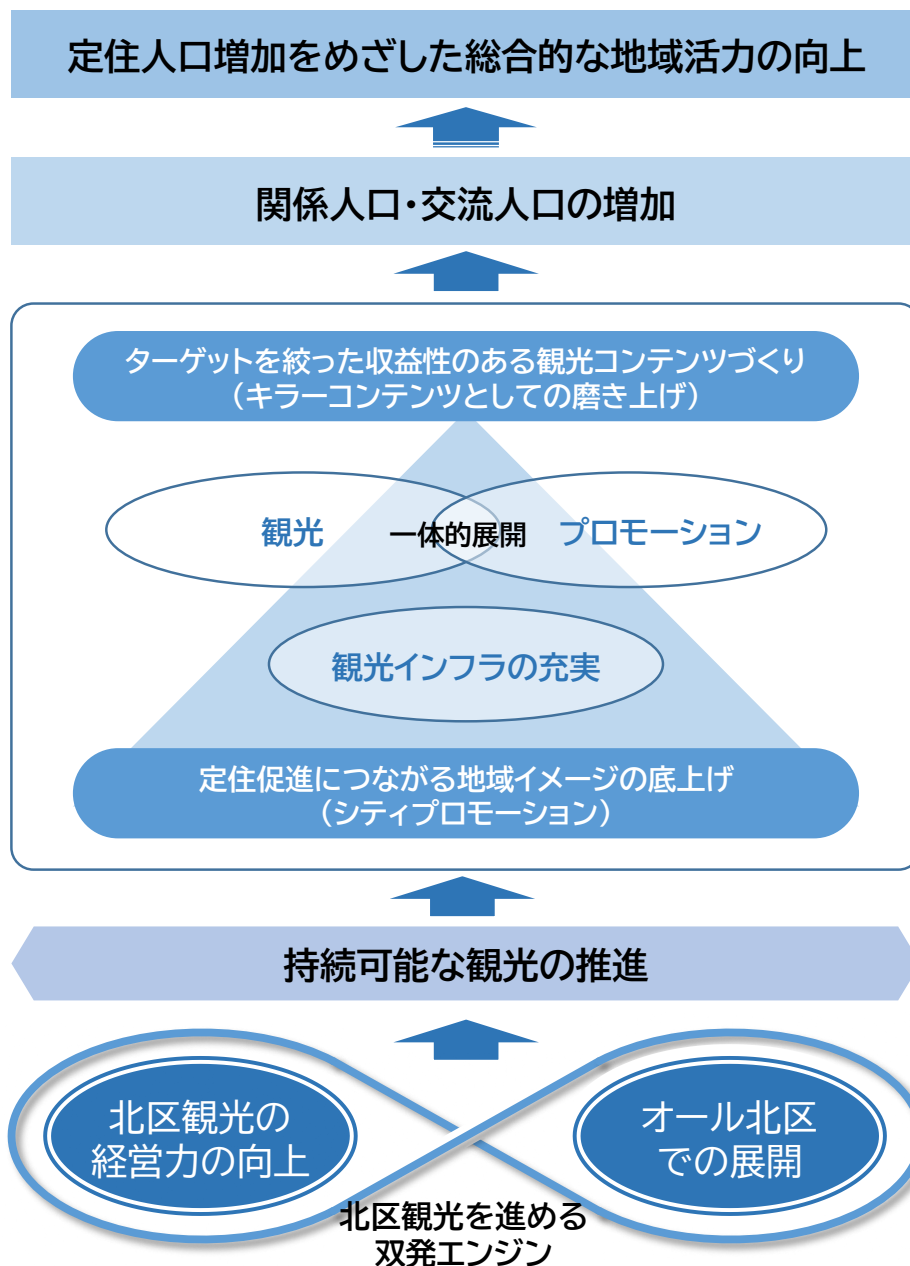
訪れる人の北区への印象やイメージを損なわず、訪れた人が快適かつ安心して観光を楽しめるように、観光インフラとして来訪者を迎える受入れ環境の充実を図ります。

○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

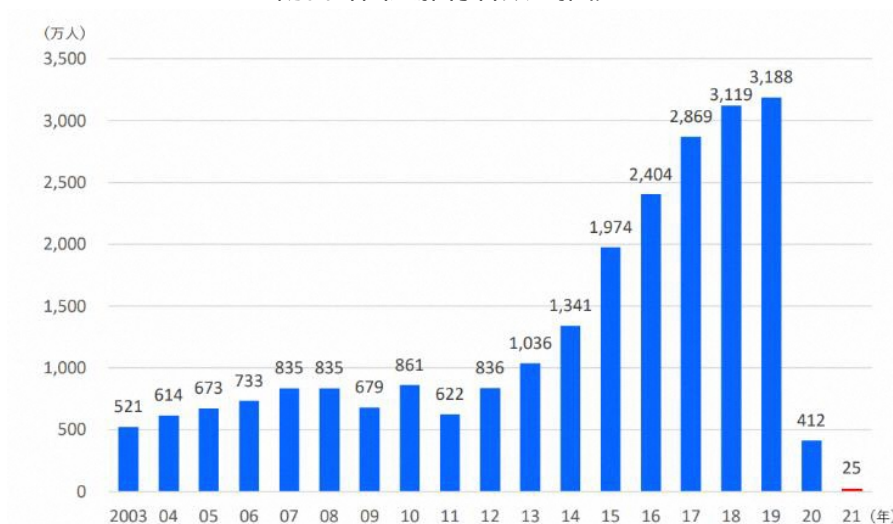
(1)人口減少及び新型コロナウイルス感染症の拡大などによる変化

◆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)

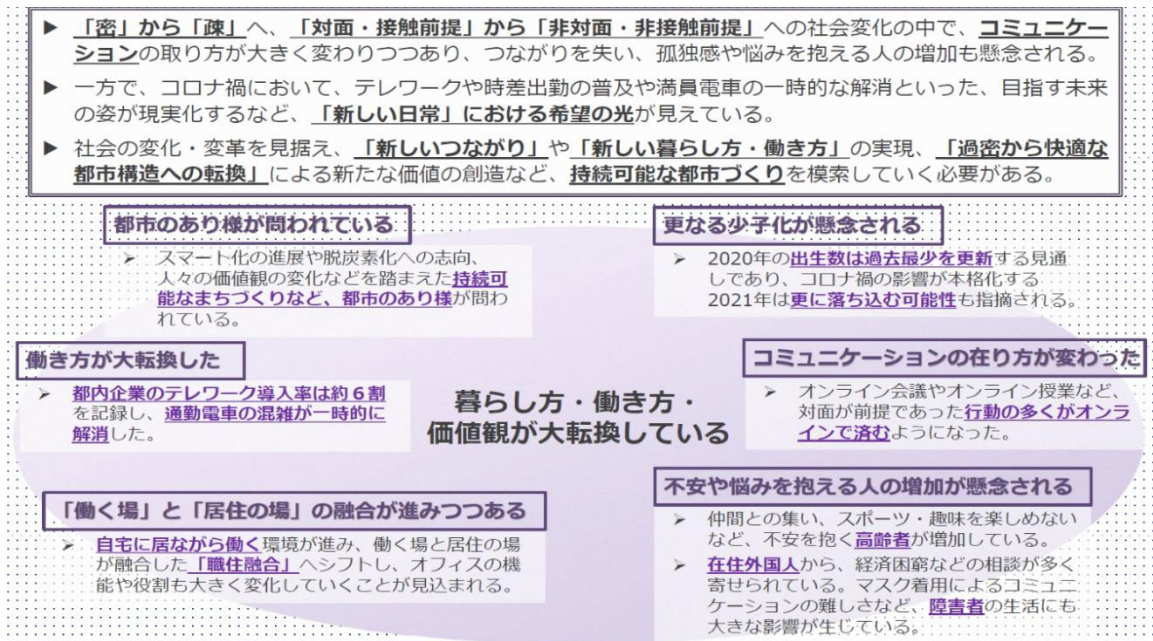
にぎわいの創出、効果的な維持活用などを背景に、道路空間や河川、公園(Park-PFI)や文化財の活用など、法制度が改正されたことで公共空間などの活用に対する規制緩和が近年進んでいます。

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入の変化と地方回帰

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

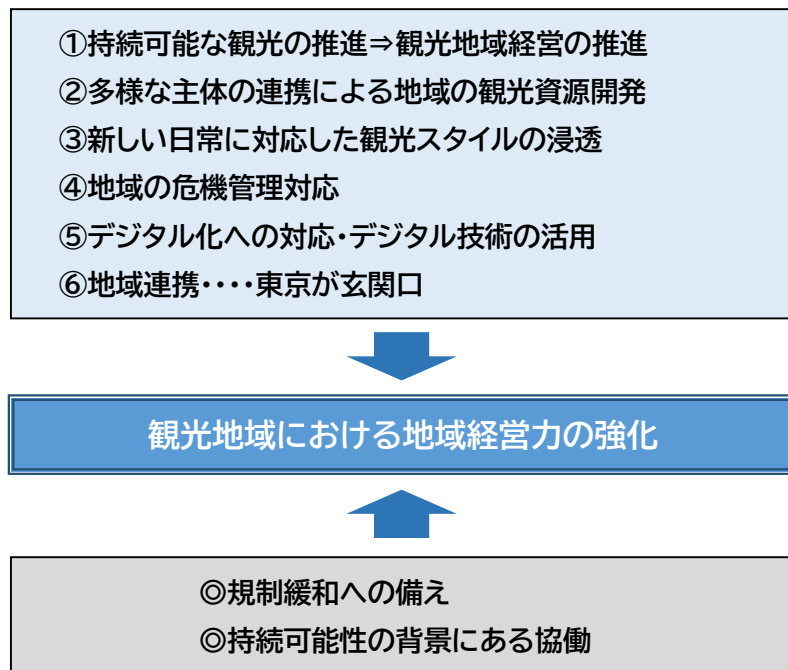
◆東京都の観光振興の動向

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)

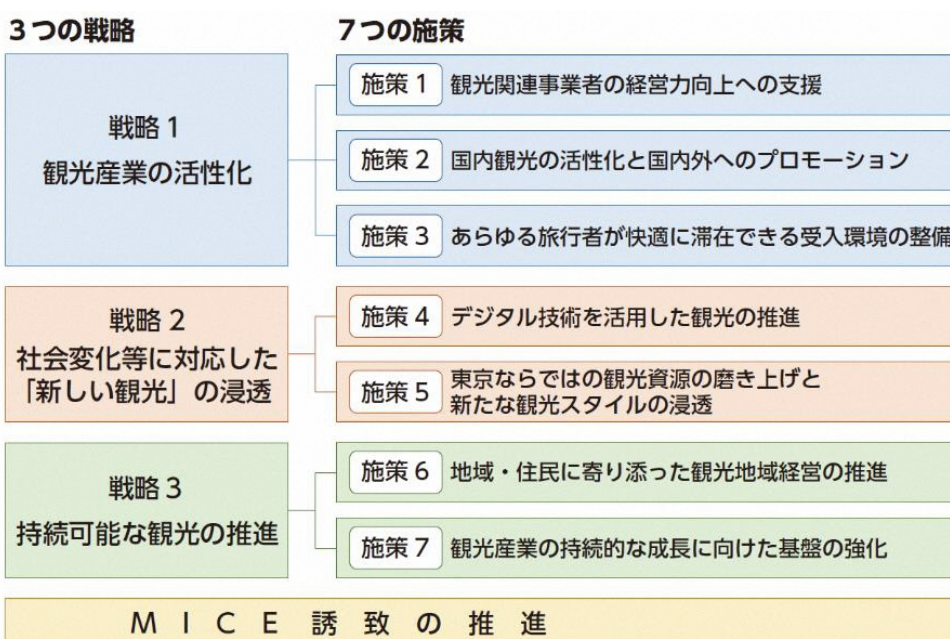
■「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」が掲げる基本理念と戦略・展開

《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。

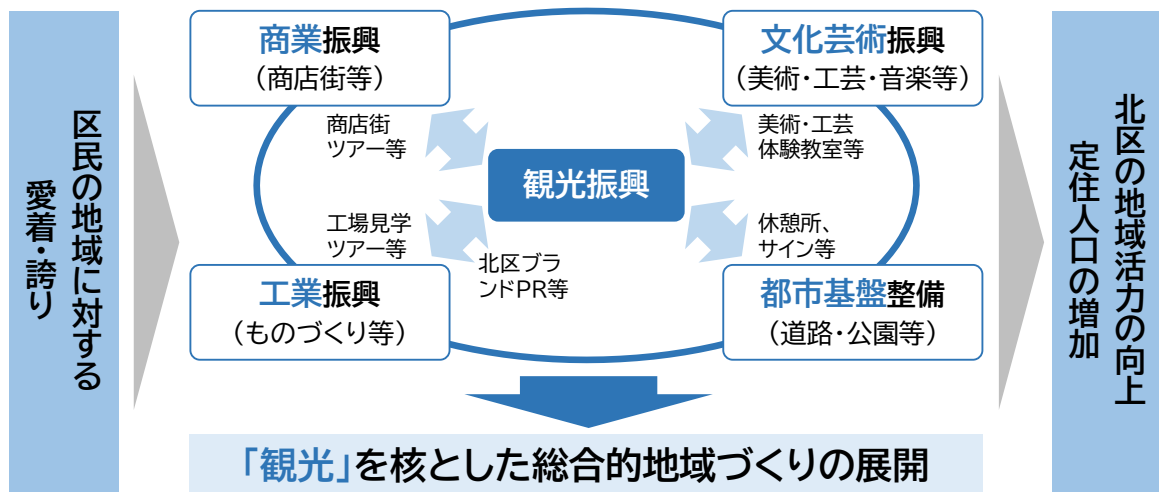


◆北区観光振興プラン(計画期間:平成 27 年度～平成 32 年度)

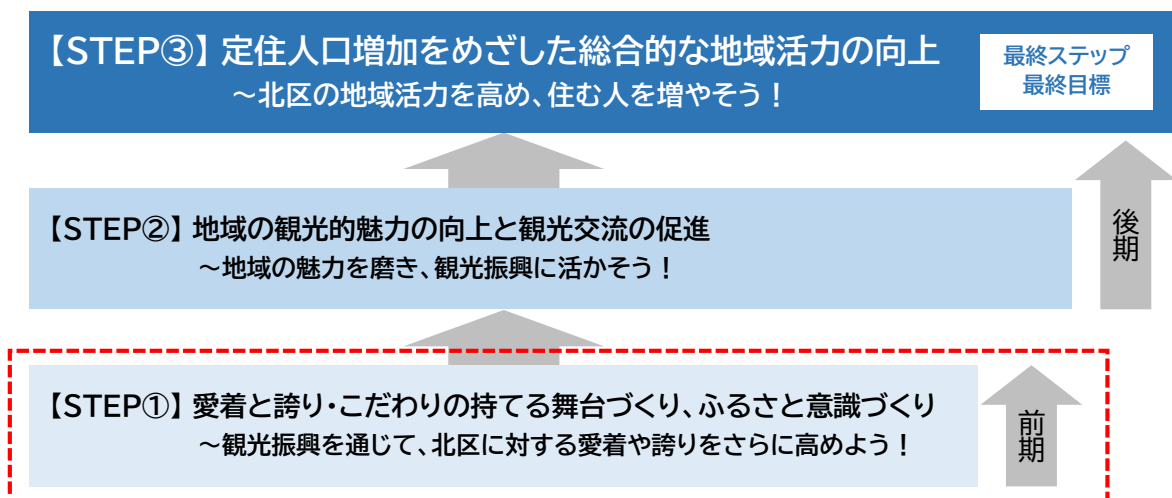
北区観光振興プランでは、「観光を切り口」として、さまざまな世代が生きがいを持って長く住み続けられるまち、訪れて楽しいまちをつくっていくことや「観光振興」を核とした総合的な地域づくりの展開を図っていくことで、『北区の地域活力の向上、定住人口の増加に結びつけていく』ことを目指してきました。

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≫



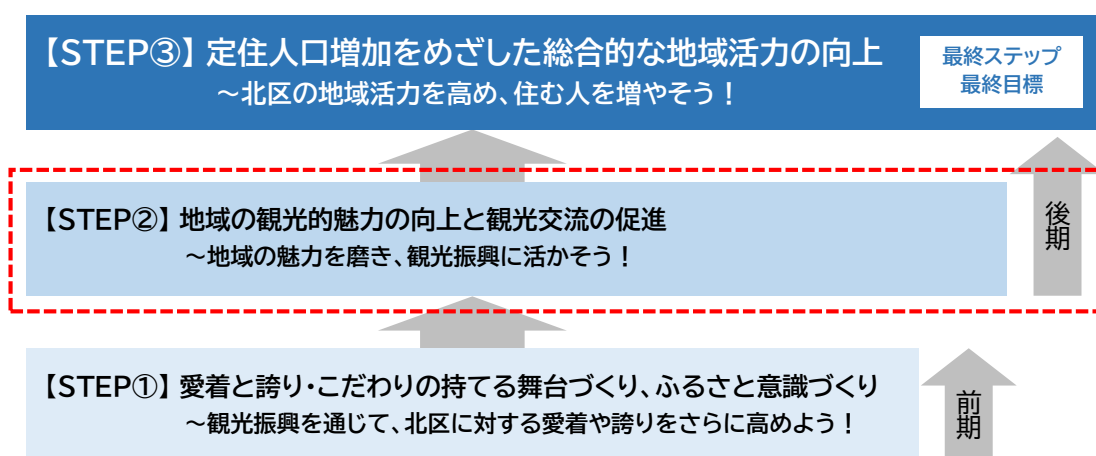
◆北区観光振興プラン後期計画(計画期間:平成30年度～平成32年度)

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。

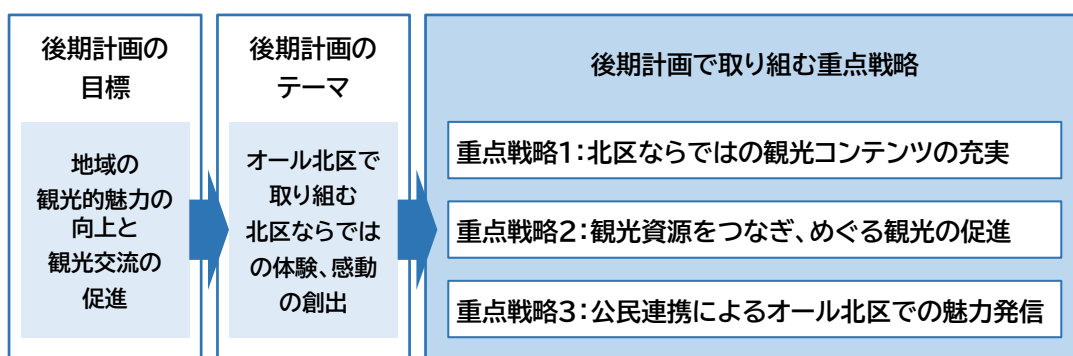
その推進に向けて、「オール北区で取り組む 北区ならではの体験、感動の創出」を後期計画のテーマとして掲げ、3つの重点戦略を柱として示しています。

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

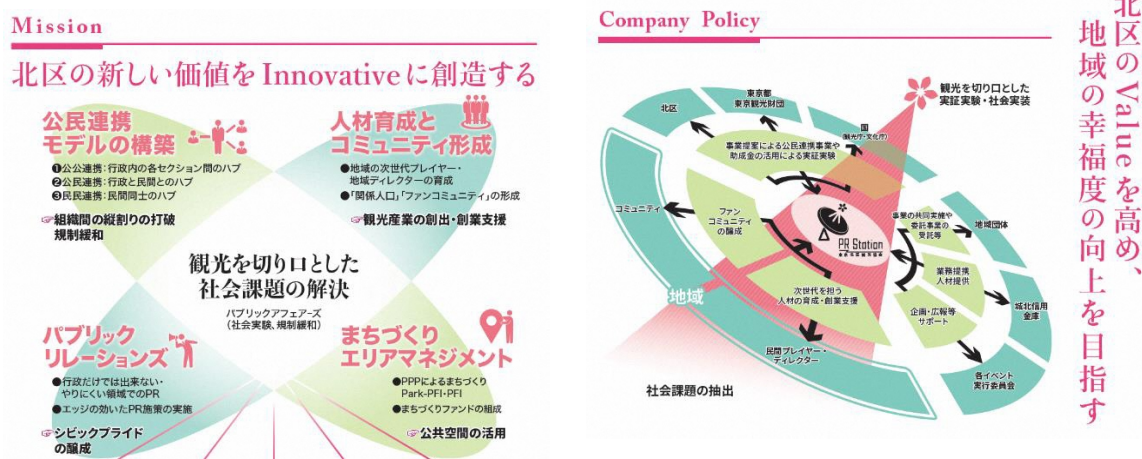
平成 27(2015)年 3 月の北区観光振興プラン策定後、北区観光を牽引する中核的な推進組織として「(一社)東京北区観光協会」が設立されました。

(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

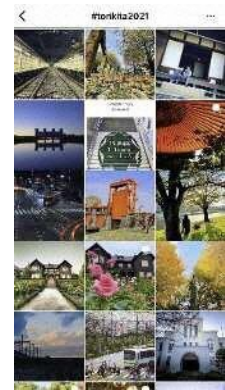
- ・北とぴあ1階と赤羽エコー広場館の一角での観光情報コーナーや区内5か所の施設にまちなか案内処の機能を設置。
- ・観光ボランティアガイドによる観光ガイドを展開。



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)。



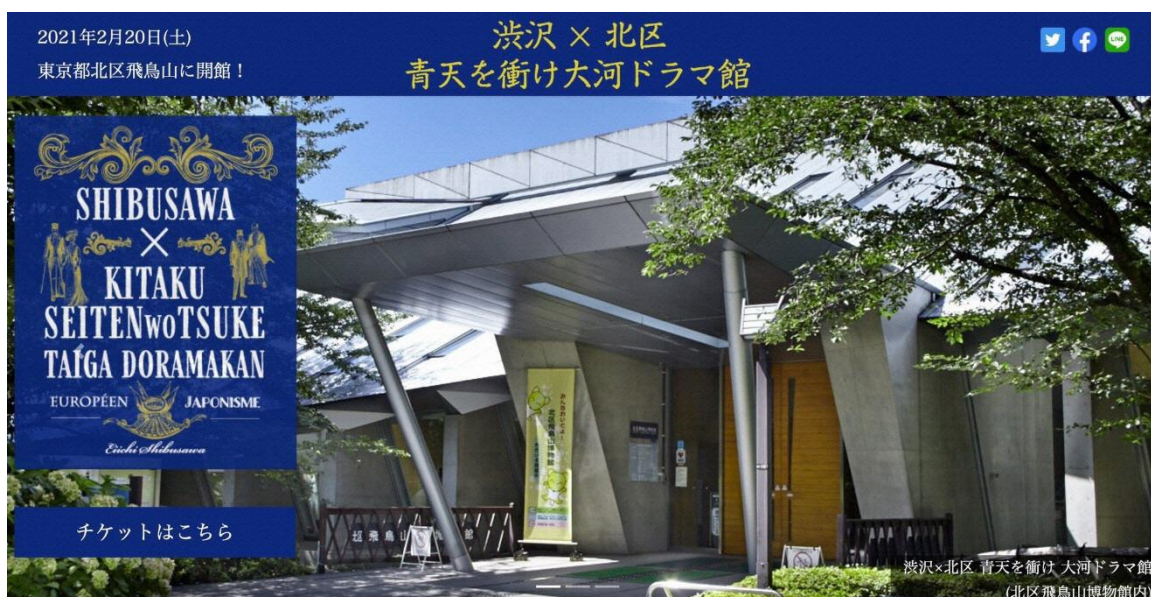
◆大河ドラマ館のレガシー継承と活用

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 来街者調査等による北区観光の現状と課題の再認識

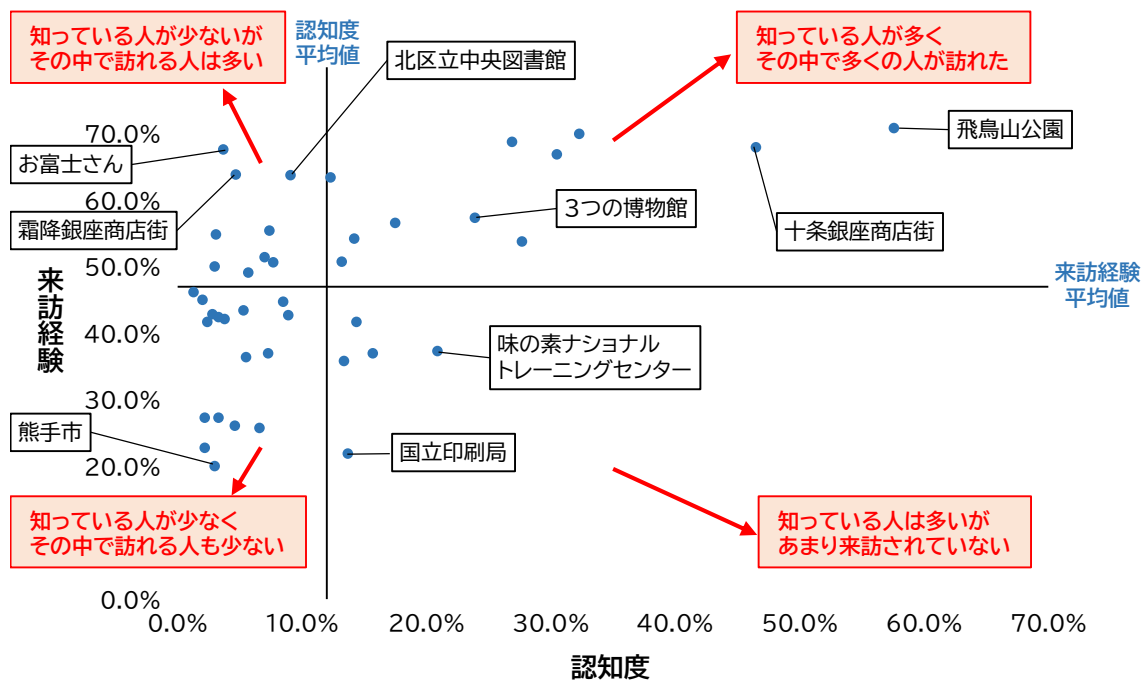
1. 来街者調査による北区観光の現状と変化

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。

◆区内のスポット・イベントへの来訪経験と認知度の相関

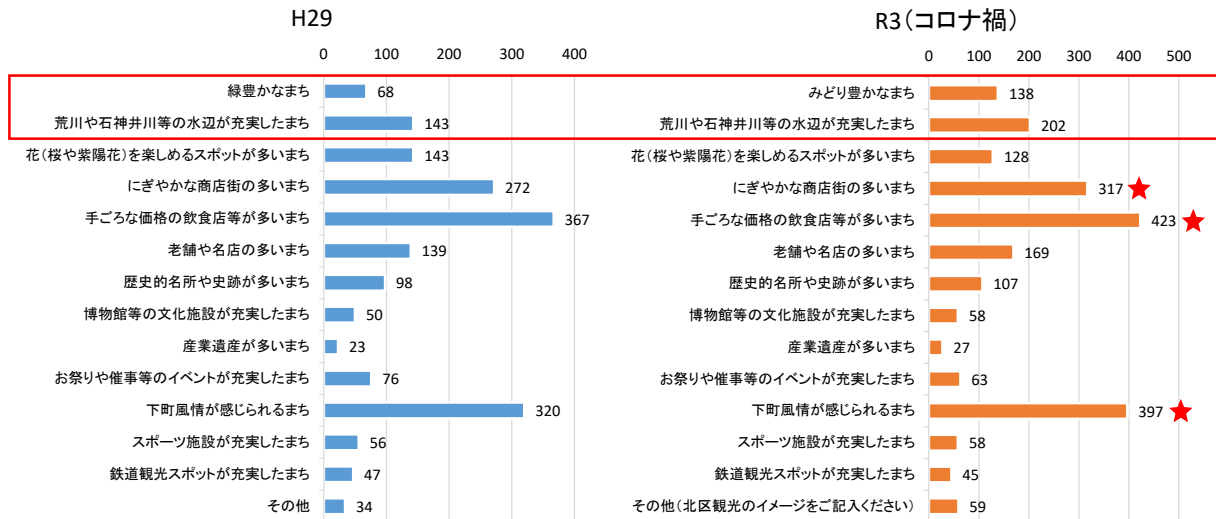
- 認知度は依然として全体的に低い中、「飛鳥山公園」や「十条銀座商店街」は、比較的認知度が高く来訪経験も高い。
- 3つの博物館は、認知度は25%程度であるが、来訪経験の割合が50%を超えている。



※「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

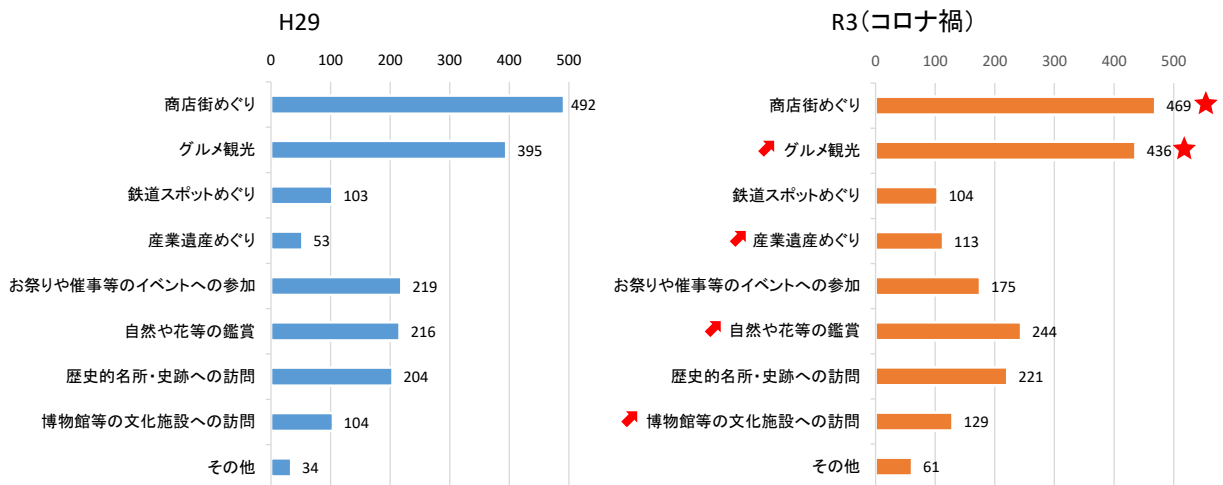
- 北区観光のイメージは、「手ごろな価格の飲食店等が多いまち」、「下町情緒が感じられるまち」、「にぎやかな商店街の多いまち」のイメージが多い。
- コロナ禍以前の平成29(2017)年と比較すると、大きな変動は見られないが、「みどり豊かなまち」「荒川や石神井川等の水辺が充実したまち」の割合がやや増加している。



★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現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。

第4章 北区観光の基本戦略と施策の体系

1. 北区観光振興の基本戦略の設定

「定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上」を目指して、北区観光の経営力を高めるための5つの基本的な戦略(基本戦略)とその取り組み施策を設定します。

〔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

- 1-1 北区観光の連携体制と推進機能を整える
- 1-2 北区観光の経営力を高める仕組みをつくる
- 1-3 北区観光を担う多様な人づくりを推進する
- 1-4 ユニバーサルな観光を推進する

〔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

- 2-1 北区観光の拠点をつくる
- 2-2 観光インフラの充実

〔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

- 3-1 「北区」ならではの多様なテーマで地域の魅力を編集する
- 3-2 ターゲットを絞った観光コンテンツを創出する

〔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

- 4-1 区内の資源をつなぎ、回遊を促す
- 4-2 ゆかりのある地域と北区をつなぐ
- 4-3 産業と観光をつなぐ

〔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

- 5-1 訴求力のあるコンテンツの充実と効果的なプロモーションを推進する
- 5-2 北区観光の情報発信力を強化する

〔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



戦略 1-1 北区観光の連携体制と推進機能を整える

施策① 公民連携・公公連携の強化

(一社)東京北区観光協会との密接な連携のもと、北区観光に関わる事業者や区民との連携・協力体制を強化するとともに、「北区観光振興懇談会」を継続的に開催します。

また、観光に関わるさまざまな取り組みにおいて、国や東京都、他の自治体と積極的に連携を図るとともに、区内の関係部局が横断的に連携して取り組む「公公連携」の強化を図ります。

《取り組み例》

- ・ 北区観光振興懇談会の継続開催
- ・ 東京北区渋沢栄一プロジェクトの継続展開
- ・ 北区近代化産業遺産の観光活用に関する連絡会議の実施
- ・ (仮称)芥川龍之介記念館開設に伴う観光利用の促進
- ・ 観光とシティプロモーションが一体的となった魅力発信
- ・ イベントを通じた都立公園や河川敷の活用の促進 など

施策② 区民の参加促進やファンコミュニティの醸成の仕組みづくり

北区観光を担う区民の観光に対する意識や理解を高め、観光事業の実践者として区民の参加を促進します。

北区の特徴的なイメージや観光資源を活かしたテーマなどを通して、北区観光を区内外から支えてくれるサポーターやファンを増やすとともに、北区で活躍できる環境づくりなどの仕組み構築を検討します。

《取り組み例》

- ・ 区民や事業者が共有できる情報のプラットフォームの仕組みづくり
- ・ しぶさわくを核としたファンコミュニティの醸成 など

戦略 1-2 北区観光の経営力を高める仕組みをつくる

施策① 渋沢栄一の経営理念を重ねた北区観光経営の展開

北区飛鳥山を時代の「始動」の拠点とした渋沢栄一は、現代社会においても示唆に富んだ経営理念を多く唱えられてきました。その渋沢栄一の経営への思考を北区観光に重ねた、経営力の高い観光を推進します。

具体的には、マーケティングに基づく「北区観光経営戦略」づくりを進めます。加えて、観光に関わる人・モノ・カネ・情報・ノウハウを集約し、特に、人づくりに力を入れることでシビックプライド※の醸成を図ります。

《取り組み例》

- ・マーケティングに基づく「北区観光経営戦略」づくりと展開
- ・観光に関わる人・モノ・カネ・情報・ノウハウ・危機管理などの集約
- ・人づくりにフォーカスした観光経営の展開 など

※「シビックプライド」は株式会社読売広告社の登録商標です。

施策② (一社)東京北区観光協会の事業推進力の強化への協力と役割分担

北区観光を先導的に牽引する中核的推進組織として、(一社)東京北区観光協会が中心となった連携体制の構築を図るとともに、連携する事業者や地域団体との役割分担を明確にすることで、北区観光の推進力を高めます。

また、(一社)東京北区観光協会等が核となり、北区観光を担う人材育成を進めます。

《取り組み例》

- ・(一社)東京北区観光協会等が中核となった多様な主体によるプラットフォームの形成とコーディネート
- ・観光の取り組みに関する相談の受入れ
- ・北区観光を担う人材育成のための「(仮称)北区観光アカデミー」の実施など

戦略 1-3 北区観光を担う多様な人づくりを推進する

施策① 北区観光を担う人材発掘と育成

多様な主体による北区観光を推進するため、区民や事業者などの観光に対する意識や理解を高めるとともに、(仮称)北区観光アカデミーなどを通して、区内外から北区観光に関わる人材の発掘・育成を進め、自主的に観光事業に携わる実践者を増やしていきます。

また、将来的な北区観光の担い手づくりとして、さらには定住促進にもつながる次世代へのふるさと教育として、子どもの観光教育を推進します。

《取り組み例》

- ・ 区民の観光事業への参加機会の創出
- ・ 子どもの観光教育プログラムの実施
- ・ 観光事業仲間づくりプロジェクト ((仮称)北区観光アカデミーなど) の実施 など



施策② 観光に関わる人材育成

北区の歴史や文化、産業などに精通し、来訪者を楽しませるおもてなしの心をもった観光ボランティアガイドの充実とスキルアップを進めます。

《取り組み例》

- ・ 観光ボランティアガイドの新規募集の促進
- ・ 観光ボランティアガイドへの研修とスキルアップ など



施策③ 観光推進サポーターの受入れ

区内外から北区観光の推進を支える人材を観光推進サポーターとして、連携・活躍できる仕組みづくりを進めます。

また、区内または近隣の教育機関などと連携したイベントなどにおいて、サポーターを受入れる環境や窓口などの体制づくりを検討します

《取り組み例》

- ・観光推進サポーターの獲得と受入れの仕組みづくりの推進
- ・近隣の教育機関などとの連携や協力の体制づくりの推進 など

施策④ 北区ファンの創出と獲得

北区の観光資源を活かした体験型プログラムや交流型プログラムのほか、SNSを活用した北区の魅力発信を実施し、北区ファンの創出と獲得をめざします。

また、アンケート調査によるニーズや満足度の把握や、テーマ型の情報発信の効果検証などを通して、さらなる北区ファンの獲得を図ります。

《取り組み例》

- ・体験型プログラム、交流型プログラムの実施
- ・観光ニーズや満足度に関するアンケート調査の実施
- ・SNSを活用した北区ならではの魅力発信と効果検証の実施
- ・しぶさわくんを活用したプロモーションの展開 など

戦略 1-4 ユニバーサルな観光を推進する

施策① アクセシブル・ツーリズム※の推進

障害者や高齢者などが安心して北区観光を楽しむことができるよう、区内の観光施設や観光拠点、宿泊施設、二次交通などにおいて、段差の解消やバリアフリー化などの環境整備の促進に加え、心のバリアフリーの取り組み(声かけなど)を推進します。

また、観光施設などにおいては、接客サービスの向上を図っていきます。

《取り組み例》

- ・公共空間におけるバリアフリー環境の充実
- ・観光施設や事業者、区民のアクセシブル・ツーリズム※への対応及び理解の向上 など

※アクセシブル・ツーリズム：障害者や高齢者等など、移動やコミュニケーションにおける困難さに直面する人々のニーズに応えながら、誰もが外出や旅を楽しめることを目指す取り組み。

施策② 国際観光の推進

新型コロナウイルス感染症で激減した外国人観光客の需要も、ワクチンや経口薬などの開発、入国規制の緩和・解除の動きにより、今後回復されることが見込まれることから、その備えを整えながら北区における国際観光を推進します。

《取り組み例》

- ・外国人観光客に対応した環境整備
- ・外国人観光客への情報発信やコミュニケーションツールの充実
- ・外国人観光客向けの観光プログラムづくり など

〔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



戦略 2-1 北区観光の拠点をつくる

施策① 駅周辺における観光拠点機能の充実

来訪者の玄関口となる主要交通結節拠点の駅周辺において、観光拠点としての機能充実を図ります。案内サインや観光案内所などの駅をハブとした回遊につながる観光拠点の機能の充実を進めます。

《取り組み例》

- ・ 駅からの回遊を促す観光案内機能の充実
- ・ 駅を核とした周辺の回遊促進 など



施策② 公園や水辺を活用した拠点性の向上

飛鳥山公園や浮間公園、音無親水公園、荒川岩淵関緑地バーベキュー場のほか、旧古河庭園など、北区の特徴の一つである公園や水辺を観光利用の拠点として環境や機能の向上を図ります。

飛鳥山公園においては、大河ドラマ館のレガシーを継承し、おみやげ館などの利用促進、イベントなどを通して集客を高めます。

水辺においては、多様な主体によるオープン化を通じてさらなる活用促進を図ります。

《取り組み例》

- ・飛鳥山公園や音無親水公園の観光利用の促進
- ・荒川岩淵関緑地バーベキュー場や荒川知水資料館を活用したオープン化の促進と集客事業の展開
- ・様々なイベントを通じた都立公園の活用促進 など

戦略 2-2 観光インフラの充実

施策① 来訪者が利用しやすい環境整備

来訪者の北区観光を印象づける観光拠点において、清潔なトイレやわかりやすい案内板、ストレスのない Wi-Fi など、おもてなしをもって来訪者を受け入れ、快適に楽しんでもらうための観光インフラとして、来訪者が利用しやすい環境の整備を進めます。

《取り組み例》

- ・トイレや案内板、Wi-Fi などの利用環境の充実 など

施策② 回遊を促す二次交通の充実

北区には JR 駅が 11 駅存在するほか地下鉄駅もありますが、区内広域に点在している観光拠点は、エリアによっては鉄道での移動や来訪がしづらい場所もあります。

駅周辺の拠点性の向上とあわせて、区内に点在する観光拠点への駅からの回遊を促すため、シェアサイクルを含めた二次交通の充実や情報発信などを推進します。

《取り組み例》

- ・バス事業者と連携した駅からの回遊ルートづくり
- ・シェアサイクルの周知と利用促進 など

施策③ わかりやすく効果的な情報発信の展開

区民や来訪者が北区観光の情報を一元的に収集することができるように、区や各種施設の WEB サイトの情報集約と一体的な発信の仕組みを検討します。

また、利用者のニーズに合った持ち歩きやすい観光マップの統一化など、見る人がわかりやすく効果的な情報発信につながるよう見直しや適切な運用を図ります。

《取り組み例》

- ・観光施設や活動団体による北区観光に関する WEB 情報の一元化
- ・観光マップなどの情報発信ツールの統一化やシリーズ化 など



施策④ 観光危機管理への対応

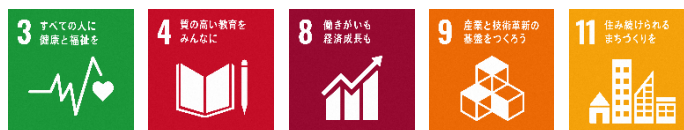
北区に訪れる観光客や将来的に需要回復が期待される外国人観光客を含め、来訪者が安全・安心して北区観光を楽しむことができるよう、災害時における観光客への危機管理体制の整備を図ります。

《取り組み例》

- ・災害情報の提供や災害時の観光客への対応や仕組みの検討
- ・外国人観光客向けの災害情報の多言語化への対応 など

〔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



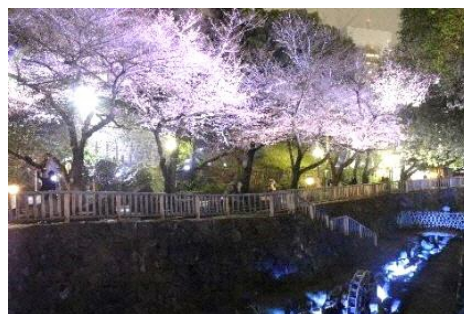
戦略3-1 「北区」ならではの多様なテーマで地域の魅力を編集する

施策① 五感と季節の変化を楽しめるプログラムづくり

北区は、江戸時代には桜の名所として名高く、季節や時間によって魅力が高まる資源が多く存在します。それらを組み込んだ体験メニューやモデルコース、ツアーの実施など、季節や時の変化を五感で楽しむことができるプログラムづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・五感で感じる観光モデルコースづくり（見る、聴く、嗅ぐ、触る、味わう北区）
- ・花火会の実施
- ・季節を感じることができるライトアップやイルミネーション など



施策② 水辺を楽しめるプログラムづくり

北区には、荒川と隅田川、石神井川、新河岸川の4つの河川が流れ、一年を通して楽しめる豊かな水辺が存在します。また、荒川の水辺にはバーベキュー場や荒川知水資料館、北区・子どもの水辺などがあり、憩いやアクティビティ、学びの要素も整っています。

これらの水辺の資源を活用し、水辺に親しむことで環境への理解や防災への意識を高めるとともに、水辺を楽しむモデルコースづくりやサイクリングコースづくり、さらには集客性の向上など、水辺の多様な楽しみ方を提供できるプログラムづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・水辺を通じた環境配慮及び防災への理解促進
- ・水辺のモデルコースづくり
- ・サイクリングコースづくり
- ・水辺空間を活用したアウトドアイベントの実施 など



施策③ 暮らしや文化・スポーツを楽しめるプログラムづくり

北区には、特徴的な地形や路地、地域行事・歳時など、地域の暮らしに根付いた資源、行事が多く存在しています。

特に、十条銀座商店街をはじめとした商店街は、地域の暮らしに密着した下町風情を感じられる場所になっています。また、かつて芥川龍之介などの文士が集まり形成された田端文士芸術家村をはじめ、現代にいたるまで多くの文士・芸術家はその活動と暮らしの拠点をしてきたことは、北区の文化の特徴といえます。

さらに、「トップアスリートのまち・北区」を掲げ、日本のトップアスリートが集う「ハイパフォーマンススポーツセンター」などの施設や北区ゆかりのアスリート、北区をホームタウンとする日テレ・東京ヴェルディベレーザと連携したスポーツイベントなどが展開されています。

国指定史跡である中里貝塚に代表される歴史的な文化史跡・遺跡も多く点在しています。

このような北区ならではの暮らしや文化・スポーツを楽しむことができるプログラムづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・商店街などの暮らしに密着した体験ツアーづくり
- ・田端文士芸術家村にまつわるハイソな暮らしを感じるプログラムづくり
- ・トップアスリートのまち・北区と関連したスポーツ施設・イベントとの連携
- ・中里貝塚に代表される文化史跡の観光活用の促進 など



施策④ 産業遺産を楽しめるプログラムづくり

北区には、我が国の産業の近代化を支えた施設が複数存在します。それら産業遺産にちなんだマップ作成やスタンプラリーなど、北区の産業遺産の歴史や技術について、楽しんで学ぶことができるプログラムづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・洋紙発祥の地といわれる王子をテーマにしたイベントの実施
- ・旧醸造試験所を活用したイベントや学びのプログラムの検討 など



施策⑤ 継続的な観光マーケティングによる新しいプログラムづくり

近代化産業遺産や水辺、公園、暮らし、文化などのテーマ以外にも、北区には、新たに観光テーマとなり得る資源が存在します。

北区内外の人の多様な視点を楽しんで取り入れるため、SNSによる北区観光に関わる投稿分析などを進めます。

加えて、観光市場調査や他自治体の観光動向調査、観光客アンケート調査の実施など、継続的に観光マーケティングを行うことによって、常に新しいテーマによるプログラムづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・ SNS による北区の観光資源の投稿の分析
- ・ 観光市場調査の実施
- ・ 観光客アンケート調査の実施 など

戦略 3-2 ターゲットを絞った観光コンテンツを創出する

施策① 戦略的な北区観光の推進

最終的な目標である定住人口を増やすため、「観光」と「プロモーション」を一体的に展開していく中で、重点を絞った北区観光を戦略的に推進していきます。

地域住民への近場観光の促進などのシティプロモーションの観点からすそ野を広げる取り組みの展開を行う一方で、北区ならではの特徴を活かしたキラークンテンツの開発と運用を展開するなど、メリハリのある戦略的な事業展開を進めます。

《取り組み例》

- ・ 地域住民に対する近場観光の促進
- ・ 外部にも発信力のある観光コンテンツづくり など



施策② 北区観光の特徴を活かしたターゲットごとの戦略的なコンテンツ開発

駅や商店街はイメージや魅せる顔にそれぞれ特徴があるように、区内の観光資源もターゲットによってさまざまな楽しみ方ができます。

観光コンテンツの開発においては、ターゲットに合わせた訴求効果の高いキラークンテンツとしての磨き上げや ICT の活用など戦略的に検討していきます。

《取り組み例》

- ・ 訴求効果の高いキラークンテンツの開発と磨き上げ
- ・ ICT を活用した観光コンテンツの開発
- ・ 新しいテクノロジーを取り入れたコンテンツ開発 など

施策③ 収益性の高い観光コンテンツづくり

質の高い観光コンテンツの開発と磨き上げにより収益性の観点から付加価値の高い観光コンテンツづくりを進め、北区観光の経営力を高めます。

《取り組み例》

- ・ 荒川河川敷等を活用した花火会や音楽フェスの実施
- ・ 飛鳥山公園を活用した渋沢ガーデンレストランの実施 など

〔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



戦略 4-1 区内の資源をつなぎ、回遊を促す

施策① 駅や公園を核とした回遊の促進

駅や公園といった観光拠点を核として周辺の観光資源を回遊する観光ルートの開発や観光情報の提供、事業者と連携したイベントの実施など、駅や公園を拠点として歩いて楽しむことができる観光を促進します。

《取り組み例》

- ・ 駅を核とした観光ルートの開発
- ・ 駅からマップなどの観光情報の提供
- ・ 駅や公園と周辺の観光拠点、事業者と連携したイベントの実施
- ・ 公園と周辺の観光資源をテーマでつなぐ観光プログラムの創出
- ・ コミュニティバスの観光活用の展開 など

【参考】北区観光ボランティアガイドコース(※令和 4(2022)年時点)》

王子エリア：浮世絵に描かれた江戸名所の歴史探索

西ヶ原エリア：歴史と文化を求め日光御成道をゆく

浮間エリア：荒川と浮間史跡を巡る

豊島エリア：昔話あります豊島町今昔物語

石神井川エリア：江戸の溪谷美を歩く

平和エリア：石神井川沿いの軍事遺跡探訪

赤羽西エリア：稲付の自然と歴史探訪（健脚向き）

赤羽東エリア：江戸から昭和へタイムスリップする散歩道

田端エリア：文士・芸術家たちと歴史の町

渋沢栄一と北区：渋沢栄一の足跡を訪ねて



観光ボランティア
ガイド申込ページ

施策② 商店街と連携した観光の展開

赤羽一番街商店街や十条銀座商店街など、北区には特徴的な商店街が点在しています。赤羽馬鹿祭りなどの集客イベントや下町情緒を感じる景観づくりなどが特徴となっています。これら商店街と連携して、飲食店や物販店と協力しながら暮らしに密着した文化などが感じられる観光の取り組みを進めます。

《取り組み例》

- ・各商店街と連携した観光イベントの実施
- ・銭湯などの観光資源を活用した回遊の仕組みづくり
- ・近隣の教育機関と連携したにぎわい創出事業の運営 など

施策③ ウォーカブルな観光の推進

令和2(2020)年9月、都市再生特別措置法などの改正及び、「居心地がよく歩きたくなる」まちなかづくり支援制度が整備され、まちなかにおける交流・滞在空間の創出に向けた取り組みを進めています。

街路空間を人々が集い、憩い、さまざまなアクティビティを展開する場として活用し歩きたくなる北区観光を推進します。

《取り組み例》

- ・駅とまちをつなぐ歩行者ネットワークの拡充
- ・飛鳥山公園や音無緑地（音無遊歩道）との散策ネットワークの強化
- ・飛鳥山公園のアクセス性の向上と魅力強化
- ・音無親水公園の観光的利用の拡充 など

戦略 4-2 ゆかりのある地域と北区をつなぐ

施策① 近隣区の観光資源と連携した広域観光ルートの開発

北区周辺には、六義園（文京区）や巣鴨地藏通り商店街（豊島区）など、多くの来訪者が訪れる観光資源が存在します。例えば、区域を越えたマップの作成、イベントの実施など区域を越えた取り組みや、都電沿線 4 区で連携した取り組みなど、近隣区の資源との連携を図ることにより、より多くの観光客の獲得を図っていきます。

《取り組み例》

- ・ 区域を越えたマップの作成、イベントの実施
- ・ 都電沿線 4 区で連携したイベントの実施 など

施策② ゆかりのある地域との連携

北区とゆかりのある地域とさらなる連携強化を図り、積極的な観光情報の PR を行っていくことで、広域からの新たな観光客の獲得をめざします。例えば、甘楽町（群馬県）、酒田市（山形県）などの友好都市交流協定を締結している自治体や、深谷市など渋沢栄一とゆかりのある地域、鉄道・高速バスなどでつながる地域など、多様なつながりを活かした連携を図っていきます。

《取り組み例》

- ・ 甘楽町、酒田市などの友好都市交流協定を締結している自治体との連携
- ・ 渋沢栄一ゆかりの地との連携
- ・ 交通網を通じたゆかりのある地域との連携 など

戦略 4-3 産業と観光をつなぐ

施策① 商業による北区観光の魅力向上

北区には、多くの魅力的な商店街があり、日用品や食などの小売店がにぎわいを見せています。例えば、こうした北区の日常的な魅力を商店街グルメツアーの実施などでアピールしていくことで、北区観光の魅力向上につなげていく取り組みを進めます。

《取り組み例》

- ・まちバルや商店街つまみ食いツアーの実施
- ・SNS等を活用した商店街まちさんぽイベントの実施 など

施策② ものづくりによる北区観光の魅力向上

北区には、和菓子やたわし、洋傘など、有名企業のほか、ユニークなものづくり会社がたくさんあります。また、江戸べっ甲、江戸文字風絵、とんぼ玉など多くの伝統工芸品があります。ものづくり工場見学ツアーの実施、伝統工芸の体験・PR など、北区ならではのものづくりをアピールし、北区観光の魅力向上につなげていく取り組みを進めます。

《取り組み例》

- ・北区ものづくり工場見学ツアーの実施
- ・伝統工芸の体験・PR など

施策③ 食による北区観光の魅力向上

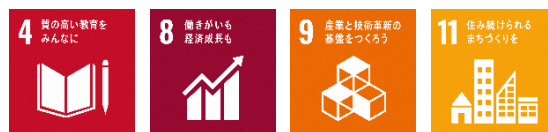
北区には、区民の台所となっている商店街や赤羽に代表される飲み屋街など多くの食の魅力が存在します。複数の飲食店を一度に巡ることができるまちなかバルなどのイベントの実施や飲食店マップの作成など、北区の食文化の魅力をアピールし、北区観光の魅力向上を図る取り組みを進めます。

《取り組み例》

- ・飲食店マップの制作
- ・パンマルシェの実施
- ・地域みやげの開発 など

〔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



戦略 5-1 訴求力のあるコンテンツの充実と

効果的なプロモーションを推進する

施策① 区民向けの観光プロモーションの展開

多様なテーマでの観光事業の展開や勉強会、区民向けのツアーなど身近な場面で区民が北区観光に触れる機会を拡充し、観光に対する意識や理解を高めるとともに、北区へのシビックプライド※の醸成を図ります。

また、区民が活躍できる観光を展開することで、北区観光の担い手づくりにつながる仕組みの構築を目指します。

《取り組み例》

- ・ 区民向けのまちブラやお宝再発見の機会創出
- ・ 区民が参画できる観光事業の展開と仕組みづくり など

※「シビックプライド」は株式会社読売広告社の登録商標です。

施策② ターゲットを絞った観光プロモーションの展開

北区外からの来訪者となるリピーターやファンなどに対して、それぞれの属性や嗜好などを踏まえてターゲットを絞り、効果的な観光プロモーションを展開します。

例えば、しぶさわくんキャラクターを活用した SNS での情報発信や、北区での暮らしやライフスタイルを想起させるプロモーションなど、訴求するターゲットごとに情報や手法を変えながらプロモーションをしていきます。

《取り組み例》

- ・ しぶさわくんキャラクターを活用した SNS での情報発信
- ・ 北区での暮らしやライフスタイルを想起させるプロモーション など



東京北区渋沢栄一プロジェクト
広報キャラクター しぶさわくん



施策③ 多様な媒体を活用したプロモーションの展開

デジタル化の進展に伴い、ホームページのほか SNS など多様な媒体を活用したプロモーションを実施します。

加えて、既存の北区アンバサダーに加え、観光に特化した北区観光大使などの仕組みを検討し、効果的なプロモーションを進めます。

また、北区ファンなどによるコミュニティや区内のメディア、さらには事業者間の連携を通じた情報共有やコミュニケーションなどを含めたプロモーションの仕組みづくりを進めます。

《取り組み例》

- ・ オンラインや SNS を活用したプロモーション
- ・ 北区アンバサダーを通じたプロモーション
- ・ 観光大使の仕組みづくりと運用 など

戦略 5-2 北区観光の情報発信力を強化する

施策① 一元的な情報の発信

北区内の観光情報を収集し、観光マップやパンフレットなどに整理したうえで、インターネットの観光ポータルサイトの魅力を高めていく取り組みを進めていきます。また、観光に関する取り組みを行っている関連機関や団体の情報についても、統合して一元的に情報発信ができる情報のプラットフォームの仕組みづくりを進めます。

観光マップについては、一元的に情報発信できるよう、テーマごとの情報を束ねた統一化やシリーズ化を図ります。

《取り組み例》

- ・(一社)東京北区観光協会のホームページを活用した情報集約とプラットフォームづくり
- ・観光ポータルサイトの魅力向上
- ・観光マップの統一化やシリーズ化 など

施策② 情報発信拠点の充実

来訪者の玄関口となる主要交通拠点における、観光案内所の開設や既存のまちなか案内処の案内機能の充実など、来訪者に対して幅広い観光情報の提供が行えるよう、情報発信拠点の拡充を図っていきます。

《取り組み例》

- ・観光案内所の機能向上と魅力づけ
- ・商店街や飲食店、事業所などと連携した情報発信機能の充実 など

施策③ 相乗効果を高める情報発信

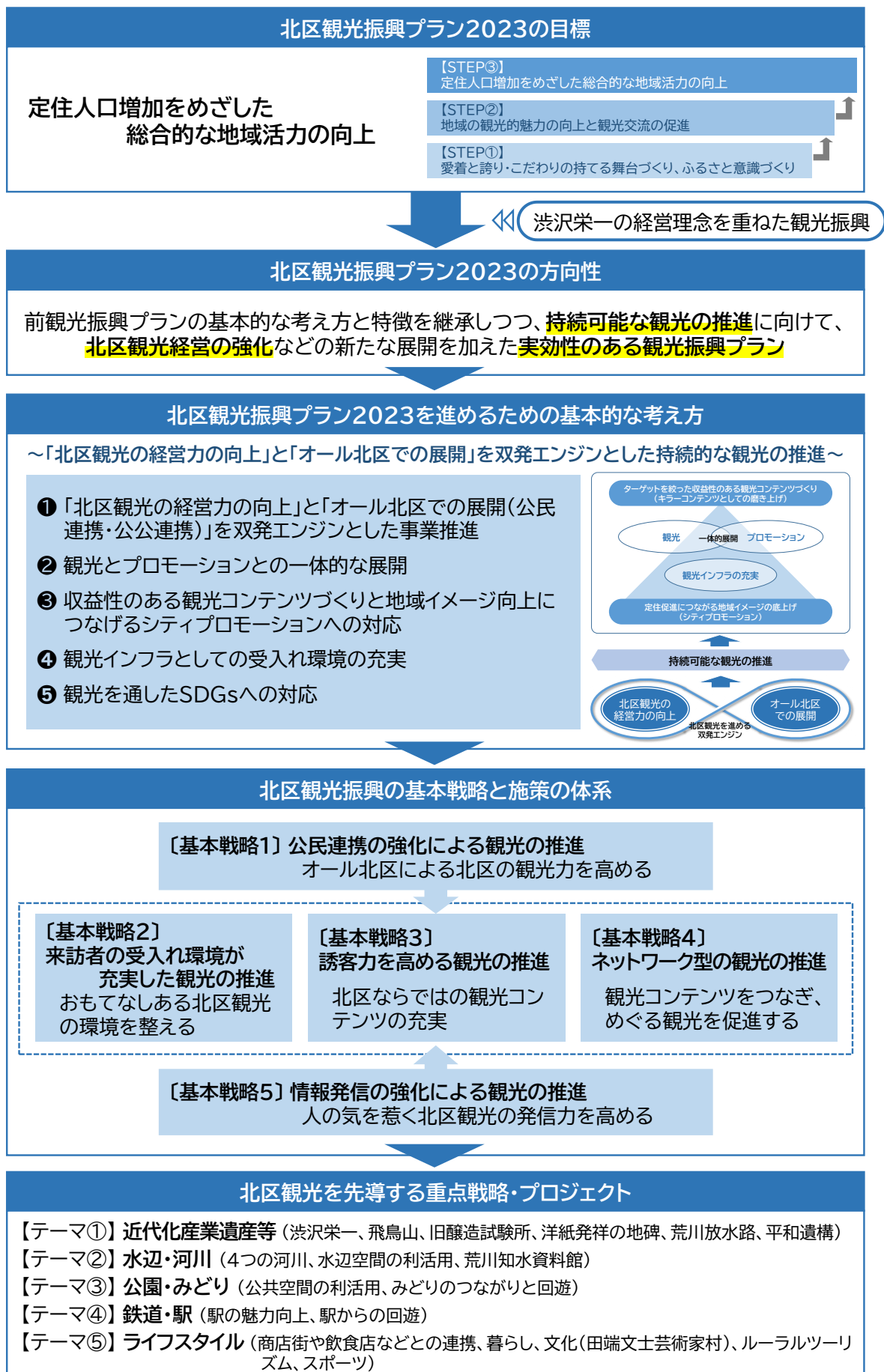
行政や観光関連事業者のみならず、北区ファンなどによるコミュニティや区内のメディアなどと連携した効果的な情報発信の仕組みづくりを行います。

また、事業者間が連携した情報共有やコミュニケーションを通して、相乗効果を高めた情報発信を図ります。

《取り組み例》

- ・北区ファンコミュニティやメディアと連携した仕組みづくり
- ・事業者間の情報共有による相互の情報発信 など

「北区観光振興プラン 2023 の目標と基本戦略の構成」



第5章 北区観光を先導する重点戦略・プロジェクト

1. 重点戦略・プロジェクトの設定

北区内にはさまざまな資源や魅力が存在しています。特に、2024年の新紙幣の顔となる渋沢栄一や洋紙発祥の地といわれる歴史、さらには、平和遺構(軍事遺産)も含めた近代化産業遺産、荒川をはじめとする4つの河川やその水辺環境、飛鳥山公園に代表される歴史や自然を感じさせる公園、多様な路線が集まる鉄道と地域の顔となる駅が数多くあるほか、かつて文士たちが集まったコミュニティでの文化、暮らしに根付いた商店街やスポーツなどライフスタイルにまつわる観光資源を有しており、これらは北区の特徴的で貴重な観光資源であり、北区観光のテーマとなり得るものです。

北区観光の目指す目標に向けて、北区観光を先導するテーマを見出し、北区観光のイメージ、ブランド力を向上するなど、北区観光を効果的かつ着実に推進していくため、基本戦略に基づきながら、より重点を置いて戦略的・先導的に取り組むテーマを「重点戦略・プロジェクト」として設定します。

北区観光の特徴から、以下の5つの重点戦略・プロジェクトの実施展開を図ることで、北区観光の経営力を高めていきます。

《北区観光を先導する重点テーマ・戦略の設定》

【テーマ①】近代化産業遺産等

(渋沢栄一、飛鳥山、旧醸造試験所、洋紙発祥の地碑、荒川放水路、平和遺構)

重点戦略1 近代化産業遺産等を活用した観光の推進

【テーマ②】水辺・河川

(4つの河川、水辺空間の利活用、荒川知水資料館)

重点戦略2 水辺を活用した観光コンテンツの充実

【テーマ③】公園・みどり

(公共空間の利活用、みどりのつながりと回遊)

重点戦略3 公園やみどりの観光的活用の展開

【テーマ④】鉄道・駅

(駅の魅力向上、駅からの回遊)

重点戦略4 鉄道や駅を核とした回遊の推進

【テーマ⑤】ライフスタイル

(商店街・飲食店などとの連携、暮らし、文化(田端文士芸術家村)、
ルーラルツーリズム※、スポーツ)

重点戦略5 ライフスタイルが魅力となる観光の推進

※ルーラルツーリズム：暮らしの中の身近な自然環境などの地域資源を活用して余暇活動を行うアーバンツーリズムの対語となる取り組み



2.5 つの重点戦略・プロジェクト

重点戦略 1

近代化産業遺産等を活用した観光の推進

北区には、北区飛鳥山を時代の「始動」の拠点とした渋沢栄一は関連した日本の近代化を支えた産業遺産のほか、旧醸造試験所第一工場や洋紙発祥の地といわれる歴史、東京を水害から守り続けている荒川放水路の旧岩淵水門（赤水門）などの歴史遺産や産業遺産があります。

また、軍用地の標石や造兵廠跡などの戦争当時の面影を残す史跡も随所に見ることができ、これらは北区ならではの特徴的な観光資源であり、北区観光を推進していく上で重要な要素となっています。

これら「近代資本主義の父」と呼ばれた渋沢栄一の偉業や功績と、北区に残る価値の高い近代化産業遺産を活用し、様々な関係機関と連携した観光事業を推進します。

《具体的な取り組み》

○渋沢栄一をテーマとした観光の推進

- ・ 渋沢栄一の人生を描いた大河ドラマ館のレガシーを継承した、公民連携による「東京北区渋沢栄一プロジェクト」の継続展開
- ・ 大河ドラマ館のレガシーを継承したイベントの開催
- ・ しぶさわくんのキャラクターの活用 など

○近代化産業遺産関連施設の観光活用の推進

- ・ 近代化産業遺産を活用したプログラムの実施
- ・ 洋紙発祥の地といわれる歴史のPRの実施
- ・ 荒川知水資料館や旧岩淵水門の観光拠点化による水辺空間のエリアマネジメント
- ・ 赤レンガフェスなど旧醸造試験所第一工場を活用したユニークベニュー※やイベントの開催 など

○平和遺構(軍事遺産)の観光活用の推進

- ・ 平和遺構（軍事遺産）を巡る観光ガイドツアーの実施 など

※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。



北区は、荒川と隅田川、石神井川、新河岸川の4つの河川に恵まれており、それぞれが豊かな水辺環境を形成しています。これらの水辺空間は、ウォーキングやサイクリングなどの区民の身近なレクリエーションの空間となっています。また、荒川河川敷のオープン空間は、バーベキュー場や花火会の開催などの観光コンテンツに加え、荒川の自然を観察できる「北区・子どもの水辺」や季節に応じて芝桜や花菖蒲を観ることができる場所があり、水辺に親しむことや自然環境を学ぶことができます。

都市空間から身近にある自然豊かな水辺を活用したイベントなどを通して観光コンテンツを充実させるとともに、水辺をオープン空間として活用促進し、観光拠点の価値を向上させていきます。

《具体的な取り組み》

○水辺を活用した身近なレクリエーションの促進

- ・音無親水公園のライトアップの実施
- ・音無親水公園川床イベントの開催 など

○河川敷の観光活用の充実

- ・荒川河川敷の北区花火会の開催
- ・「北・水辺ウォーク」の開催
- ・ミズベリングによる水辺を活用したイベント（音楽・アウトドア）などの開催
- ・ドローンテストフィールドの社会実験の展開
- ・多様な主体による荒川知水資料館周辺や岩淵水門周辺のオープン化と活用促進 など

○河川の観光拠点としての活用や観光ルート化

- ・荒川知水資料館を核としたエリア一体の観光拠点としての活用
- ・荒川ロックゲート乗船体験と岩淵水門の観光ルートづくり
- ・防災の価値や機能をテーマにした荒川知水資料館や旧岩淵水門のツアーの実施 など



北区には、渋沢栄一ゆかりの飛鳥山公園や音無親水公園、広大な敷地を有する都立浮間公園など身近に自然やみどりを感じることができる公園が点在しています。また、旧古河庭園などの季節の花が美しい庭園もあります。

このように都市的生活をする中で身近に非日常体験ができる公園やみどりは、北区の特徴の一つと言えます。

これら飛鳥山公園など拠点性が高い公園を積極的に観光利用することで、公園という拠点環境の利用価値の向上と魅力づくりを推進します。

《具体的な取り組み》

○飛鳥山公園を活用した観光の推進

- ・大河ドラマ館のレガシーを継承したイベントの開催
- ・「渋沢翁のテーマパーク」化の展開
- ・食や音楽をテーマとしたフェスの開催
- ・旧渋沢庭園を活用したイベントの実施 など

○公園をつなぐ回遊観光の展開

- ・音無親水公園のライトアップの実施
- ・「桜ウォーク」の開催
- ・公園を核とした周辺の回遊につながるガイドツアーの実施 など

○公民連携による公園の観光利用の展開

- ・Park-PFI を通した観光活用の取り組みの展開
- ・民間事業者や団体などが公園を観光活用しやすくなる仕組みづくり など



重点戦略 4

鉄道や駅を核とした回遊の推進

北区には、東京新幹線車両センター（田端）や尾久車両センターが立地しており、周辺に鉄道スポットが数多く存在するなど、鉄道ファンにとって人気のスポットとなっています。また、区内には都内で唯一残る路面電車の東京さくらトラム（都電荒川線）が走っています。こうした北区の鉄道及び関連施設は、他の地域にはない北区ならではの特徴的に資源です。

加えて、北区内には 11 の JR 駅が存在し、それぞれの駅でまちの特徴的な顔を見ることができます。

このような北区の特徴的な資源である鉄道や駅を核として、区内のさまざまなエリアでの回遊を推進します。

《具体的な取り組み》

○駅からの回遊観光コンテンツの充実

- ・ 駅を核とした観光ガイドツアーの実施
- ・ 駅を核としたマップの制作と発信
- ・ 駅と連携したイベント（「玉子駅」フェスなど）の開催
- ・ JR 王子駅中央口壁面装飾を活用した情報発信 など

○東京さくらトラム(都電荒川線)の観光活用の推進

- ・ 沿線 4 区や東京都交通局との連携による東京さくらトラムをテーマにしたプログラムの実施 など

○鉄道にフォーカスした情報発信とファン獲得

- ・ 鉄道情報のライブ配信 など



北区の特徴として、商店街や下町情緒、レトロ感など地域に根付いたまちの暮らしぶりやライフスタイルが一つの特徴になっています。

一方、かつて田端文士芸術家村には芥川龍之介を筆頭として多くの文士が集まり、生活していた“ハイソ”な暮らしは当時の特徴的な文化でした。

また、新型コロナウイルス感染症等の影響により身近な場所の観光的価値が見直されている中、都市的生活を送りながら、公園などで身近に非日常的な体験ができることも、北区ならではのライフスタイルと言えます。

加えて、トップアスリートに触れることができる環境があることも北区の特徴の一つでもあります。

こうした文化や、商店街や公園、トップアスリートが身近に活躍するスポーツ環境といった北区ならではのライフスタイルを楽しめる観光を推進します。

《具体的な取り組み》

○商店街をテーマとした回遊観光コンテンツの充実

- ・商店街を回遊する体験プログラムの展開
- ・銭湯などの観光資源のPRの実施
- ・まちバルイベントの開催 など

○暮らしや文化・スポーツをテーマにした回遊観光コンテンツの充実

- ・文士の歴史と“ハイソ”な暮らしぶりを体験するガイドツアーの実施
- ・(仮称)芥川龍之介記念館を核とした文化観光PRの実施
- ・スポーツイベントと連携した集客や回遊事業の展開 など

○身近な公園や河川を楽しむ観光スタイルの推進

- ・公園や河川を拠点としたマルシェやマーケットの開催
- ・ピクニックがしやすい環境づくり など



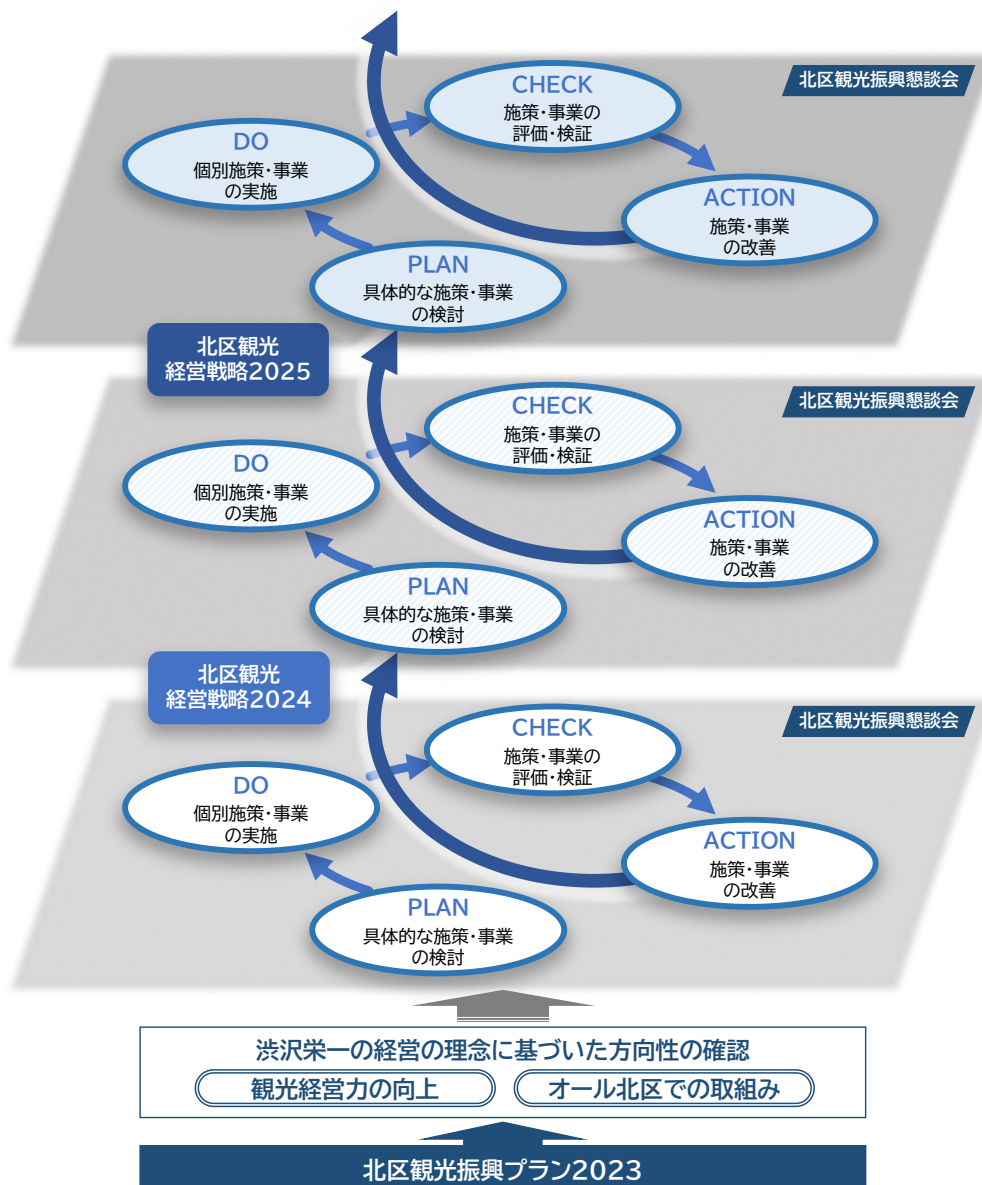
第9回北区観光写真コンテスト
観光協会賞
赤羽一番街商店街はお昼も賑わう

第6章 北区観光の推進・展開に向けて

1. 北区観光の進むべき方向性の明確化

本プランに基づく観光事業を確実に推進するため、「北区観光振興懇談会」を継続的に開催し、実績にもとづく評価・検証を実施します。

評価・検証においては、渋沢栄一の経営思考に基づいた“北区観光の経営力”と“オール北区”の視点からの評価検証を基本とし、5つの基本戦略に基づく目標値による評価検証と、今後の北区観光の経営戦略につながる提言を行います。この提言を基礎として、本プランの進化と深化につながる方向性を次期の観光力の向上に関する経営戦略として明らかにするとともに、その共有を図りながら実践していきます。大きな社会情勢の変化が生じた際にも、懇談会での評価・検証の仕組みにより、必要な対応を協議するとともに、柔軟に対応していきます。



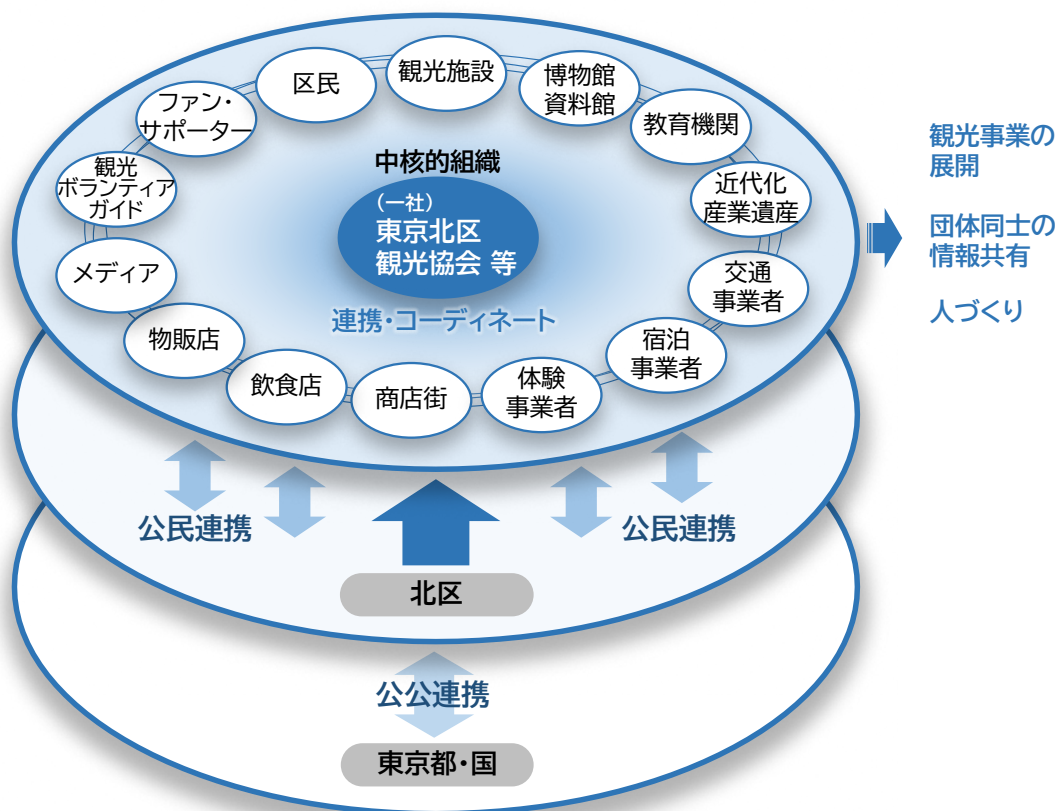
2. 北区観光を推進するプラットフォームの形成

北区観光の推進に向けては、北区の観光振興をはじめとする商業振興、工業振興、文化芸術振興、近代化産業遺産、都市基盤整備、さらにはシティプロモーションなどのさまざまな分野の施策や事業を、「観光」を核とした総合的な地域づくりの視点に立ち、相互連携を図りながら取り組んでいく必要があります。

そこで、(一社)東京北区観光協会が中核を担うことで様々な主体同士の結集を図り、観光施設や観光に関連する事業者、観光ボランティアガイドの会、区民などの多様な主体による北区観光をより推し進めていくためのプラットフォームの仕組みづくりを進めます。

多様な主体の連携機能を有するプラットフォームでは、北区観光に関わる主体の情報の共有を図るとともに、区内外のファンやサポーターを取り込みながら、北区観光の担い手となる人づくりに取り組みます。また、北区も主体的に観光振興事業に取り組むとともに、公民連携・公公連携を推進することで、プラットフォームの連携・コーディネート機能の強化を図っていきます。

《北区観光を推進するプラットフォームの形成》



参考資料

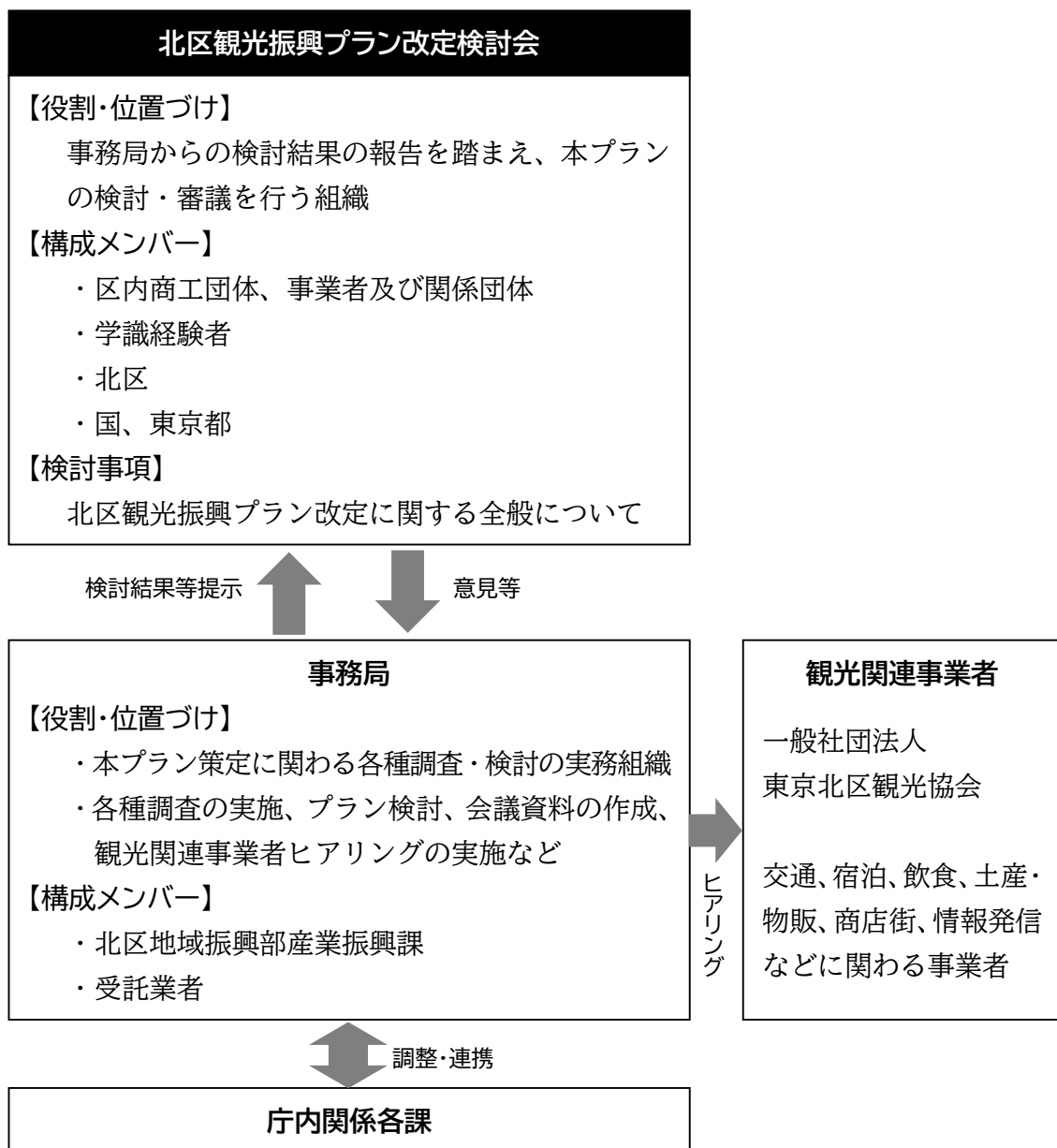
1. 策定体制
2. 北区観光振興プラン改定検討会設置要綱
3. 北区観光振興プラン改定検討会委員名簿
4. 策定経過
5. コロナ禍の観光動向調査結果(概要)
6. 北区内新築マンションに関する調査結果(概要)

1. 策定体制

北区観光振興プラン 2023 の策定にあたっては、区内の産業団体及び関連団体、学識経験者などから構成される「北区観光振興プラン改定検討会」を設置・開催し、検討を進めてきました。

また、観光関連事業者へのヒアリングを実施し、事業者の意見の把握や反映を行いながらプラン検討を行いました。

《北区観光振興プラン 2023 策定の体制》



2. 北区観光振興プラン改定検討会設置要綱

4 北地産第 1370 号
令和 4 年 5 月 27 日 区長決裁

(設置)

第 1 条 北区における観光振興のあり方等について検討を行い、北区観光振興プラン（26 北地産第 3025 号）を改定するため、北区観光振興プラン改定検討会（以下「検討会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第 2 条 検討会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 北区観光振興プランの改定に関すること。
- (2) その他、北区観光振興プラン改定に関し区長が必要と認める事項

(組織)

第 3 条 検討会は、次に掲げる者のうちから、区長が委嘱し、又は任命する委員をもって構成する。

- (1) 区内商工団体、事業者及び関係団体等に属する者
- (2) 学識経験者
- (3) 区職員
- (4) その他区長が必要と認めた者

(任期)

第 4 条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から第 2 条に規定する北区観光振興プランの改定作業の完了の日（以下「改定完了日」という。）までとする。

(委員長及び副委員長)

第 5 条 検討会に委員長及び副委員長を置く。

- 2 委員長は、委員の互選により選出する。
- 3 委員長は、検討会を代表し、会務を総理する。
- 4 副委員長は、委員長の指名により選出する。
- 5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 6 条 検討会は、委員長が招集する。

- 2 検討会は、委員の過半数の出席がなければ、会議を開くことはできない。
- 3 委員長は、必要があると認めるときは、検討会に委員以外の者を出席させ、意見を聴くことができる。
- 4 委員長は、やむを得ない事由により検討会を開くことができない場合においては、事案の概要を記載した書面を委員等に送付し、その意見を徴し、又は賛否を問い、その結果をもって検討会の議決に代えることができる。

(庶務)

第7条 検討会の庶務は、地域振興部産業振興課が担当する。

(その他)

第8条 この要綱に定めるもののほか、検討会の運営等に関する事項その他必要な事項は、委員長が別に定める。

付 則

- 1 この要綱は、令和4年5月27日より施行する。
- 2 この要綱は、改定完了日限り、その効力を失う。

3. 北区観光振興プラン改定検討会委員名簿

(敬称略)

氏名	構成	所属・職名	備考
越野 充博	産業関連団体	東京商工会議所北支部 会長	
大前 孝太郎	産業関係団体	一般社団法人東京北区観光協会 会長	
田村 純郎	産業関係団体	王子法人会 会長	
尾花 秀雄	産業関係団体	北区商店街連合会 会長	
井上 潤	区内関係機関	渋沢史料館 顧問	
竹西 城太郎	区内団体	北区観光ボランティアガイドの会 会長	
◎大下 茂	学識経験者	帝京大学経済学部観光経営学科長・教授	
小笠原 永隆	学識経験者 (産業遺産)	帝京大学経済学部観光経営学科・教授 ※2018 年度地域資源発掘型実証事業アドバイザー	
早川 潤	国	国土交通省関東地方整備局 荒川下流河川事務所 所長	第1回まで
出口 桂輔			第2回から
相原 俊則	東京都	東京都産業労働局観光部振興課長	
中嶋 稔	行政	北区政策経営部長	
○松田 秀行	行政	北区地域振興部長	

◎委員長 ○副委員長

4. 策定経過

北区観光振興プラン改定検討会及び観光関連事業者ヒアリングの実施スケジュールは以下のとおりです。

≪北区観光振興プラン改定検討会の開催経過≫

回	日時・参加委員数	議題
第1回	令和4年6月17日(金) 13:30~15:10 11名出席	<ul style="list-style-type: none"> ・北区観光振興プラン改定検討会の設置について ・委員長及び副委員長の選任 ・議事 「これからの北区観光の取組について」
第2回	令和4年8月17日(水) 15:00~17:00 12名出席(うち1名代理)	<ul style="list-style-type: none"> ・第1回検討会の振り返り ・議事 (1) 北区観光振興プラン2023の全体構成について (2) 北区観光振興に向けた重点戦略について
第3回	令和4年11月10日(木) 16:00~18:00 11名出席	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回検討会の振り返り ・事業者ヒアリングの結果について ・議事 (1) 北区観光振興プラン2023(案)について (2) 北区観光の推進・展開に向けて
第4回	令和5年1月13日(金) 15:00~16:50 12名出席(うち2名代理)	<ul style="list-style-type: none"> ・第3回検討会の振り返り ・議事 (1) パブリックコメントの実施結果について (2) 北区観光振興プラン2023(案)について (3) 今後の北区観光の推進について



≪北区観光振興プラン改定に係る観光関連事業者ヒアリングの実施経過≫

(敬称略)

日時	事業者・対象者	分野
8月16日(火) 14:00~15:30	JR王子駅 営業副長 岩堀智明氏	交通
	東京ゲストハウス王子ミュージックラウンジ 社長 小林洋平氏	宿泊
8月17日(水) 10:00~11:30	十条銀座商店街振興組会 事務局長 石井博氏	商店街
	日立自動車交通株式会社 (北区コミュニティバスKバス) 運行部 岩崎弘幸氏	交通
8月23日(火) 13:30~14:50	赤羽経済新聞 (コミュニティビジネスサポートセンター) 木頃正也氏	情報発信
	株式会社旺栄 事業戦略部 次長 鈴木知子氏	土産・物販
	株式会社ジェイコム東京 板橋・北局 地域プロデューサー 阿部亜希子氏	情報発信
8月23日(火) 15:30~16:40	ダイニングカフェ Tagen 社長 田村哲朗氏	飲食
	株式会社三益 (三益酒店) 代表取締役 東海林美保氏	土産・物販
8月24日(水) 13:00~14:30	赤羽一番街商店街 事務局長 山縣純子氏	商店街
10月24日(月) 10:00~11:30	(一社)東京北区観光協会 事務局長 杉山徳卓氏	観光推進組織
10月31日(月) 16:15~17:10	株式会社サンワックス 首都圏事業部 副部長 田口資泰氏 ※zoom で実施	指定管理業者

※上記のほか、住友不動産株式会社「赤羽マンションギャラリー」(分野：不動産関係)については、ヒアリングシートにより聞き取りを実施。



5. コロナ禍の観光動向調査結果(概要)

コロナ禍での観光動向を把握するため、令和3年1月に実施したWEB調査の結果概要は以下のとおりです。なお、北区観光振興プラン後期計画策定時に実施したWEB調査との比較も示しています。

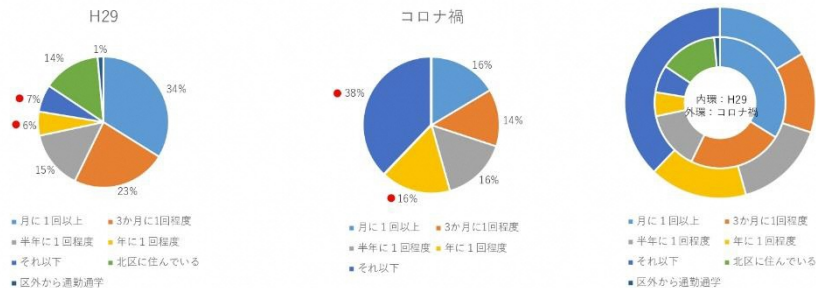
	コロナ禍（今回）	H29（後期計画策定時）
調査概要	<対象者> ・都内23区在住者：750名 ・近隣市在住者（横浜市、川崎市、さいたま市、川口市、松戸市）：250名 <実施期間> 令和3年1月4日～1月5日 <サンプル数> 合計1,000名 <抽出条件> 過去5年以内に北区に訪問経験がある人	<対象者> ・都内23区在住者：620名 ・近隣市在住者（横浜市、川崎市、さいたま市、川口市、松戸市）：210名 <実施期間> 平成29年10月31日～11月1日 <サンプル数> 合計830名 <抽出条件> 過去6カ月以内に北区に訪問経験がある人
調査内容	・調査項目は、後期計画策定時の設問を基本とし、コロナ禍仕様にアレンジした。 ・一部、調査の設計の関係で選択肢の編集を行った。（大きな変更点はなし）	・近隣市在住者に対しても北区への来訪頻度・経験、北区のイメージ、北区の観光資源の認知度等を問う問題とした。 ・調査項目は、東京都観光客数等実態調査やDMO認定要件を参考に設定した。
回答者属性	<性別> 男性：女性 = 50%：50% <年齢> 20代：30代：40代：50代：60代以上 = 20%：20%：20%：20%：20% <居住地> 23区在住者対近隣市在住 = 75%：25%	<性別> 男性：女性 = 50%：50% <年齢> 20代：30代：40代：50代：60代以上 = 20%：20%：20%：20%：20% <居住地> 23区在住者対近隣市在住 = 75%：25%

■問1：国籍

・回答者属性のチェックのために行ったが、変動はほとんどなく、99.4%が日本人の回答者だった。

■問2：来訪頻度（単一回答）

・「年1回程度」「それ以下」が12%程度であったのが、現在では50%を超えるなど、区への来訪頻度は著しく減少している。



※「区外からの通勤通学」「北区に住んでいる」については、他の回答と重複する要素があったため今回は選択肢から除外している。

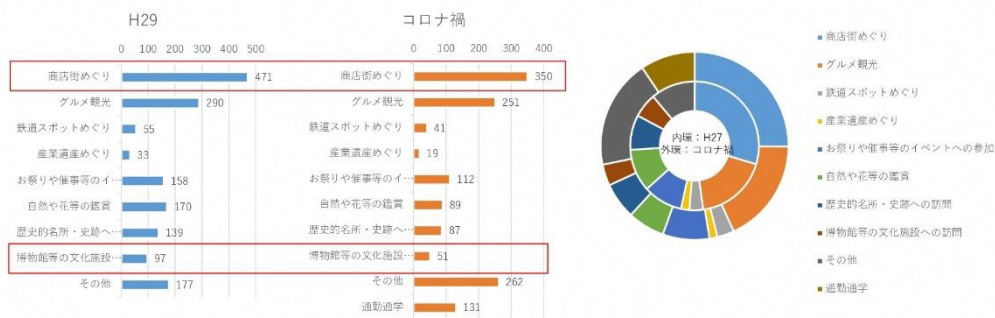
■問3：来訪目的（複数回答可）

・前回に比べ、「仕事・会議」「通学」「帰省・知人訪問」の割合が増加している一方、買い物の数値が10ポイント減少（38.6%→28.5%）した。



■問4：北区来訪時の行動（複数回答可）

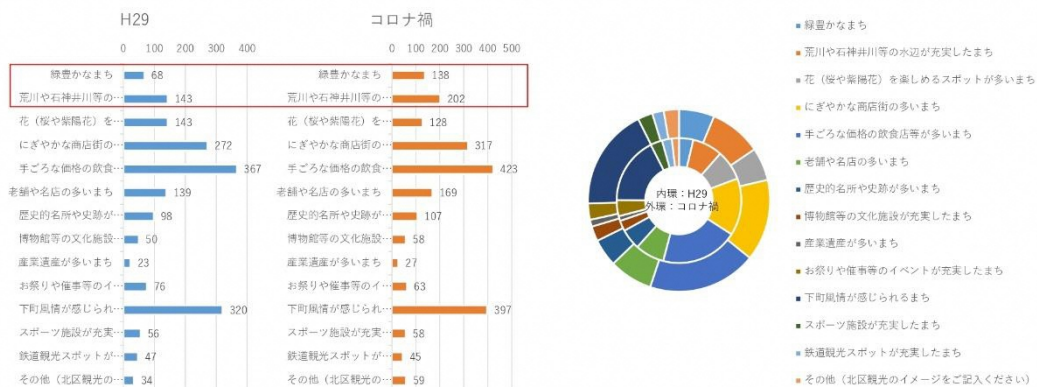
・依然、「商店街めぐり」への数値が最上位となっている（25.1%）。
 ・前回と比べ「その他」が数値を伸ばしており（11.1%→18.8%）、他の回答に大きな変動は見られなかった。
 ・その他には、「通過」「会議や打ち合わせ」「友人や家族を訪問」といった回答があった。



※「通勤通学」については、設問の設計の関係で新たに選択肢として提示した。

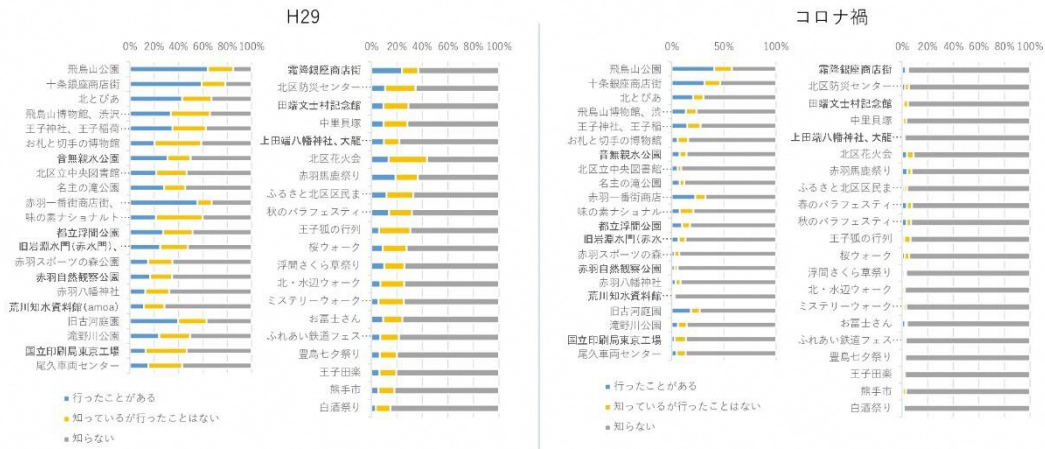
■問5：北区観光のイメージ（複数回答可）

・前回に比べ、「緑豊かなまち」（3.7%→6.3%）「荒川や石神井川等の水辺が充実したまち」（7.8%→9.2）の割合がやや増加した以外は大きな変動は見られなかった。

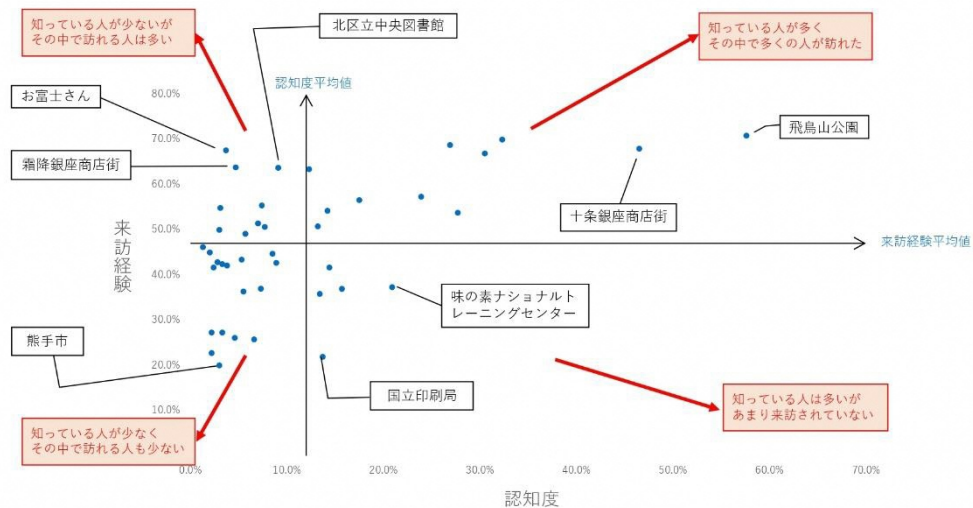


■問6：スポット・イベントへの来訪経験と認知度（複数回答可）

・前回に比べ、全体的な認知度・来訪経験が少ない結果となっている。
 ・認知度・来訪経験ともに「飛鳥山公園」「飛鳥山博物館、渋沢史料館、紙の博物館」「旧古河庭園」を知っている（来訪した）回答者の属性は、20代で著しく少ない（11.0%）一方、60代以上では37.5%と高くなった。



■問6：スポット・イベントへの来訪経験と認知度の相関図



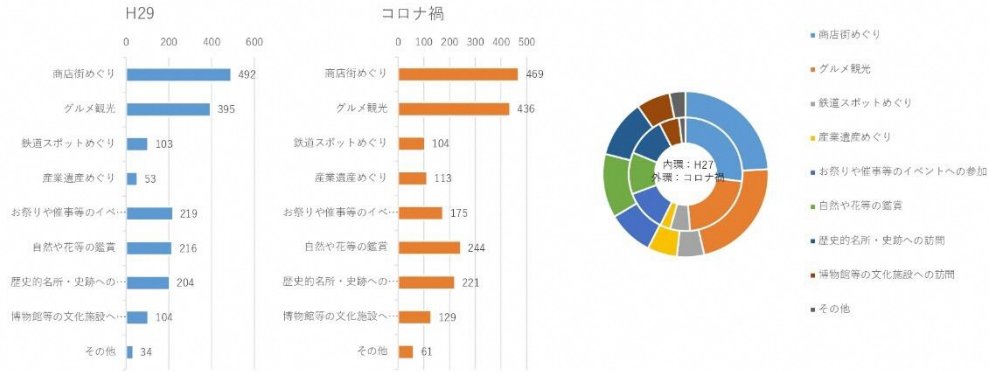
■問7：感染が落ち着いたウィズコロナ社会での北区への再訪意向（感染対策万全の前提）（単一回答）

・今回は「必ず来たい」「来たい」「やや来たい」を合わせた来訪意思は80%以上であったが、今回は50%程度にとどまっている。
 ・「何とも言えない」の数値が20ポイント程度増加し、40パーセント弱を占めている。



■問8：感染が落ち着いたウィズコロナ社会での北区で行ってみたい観光のタイプ（感染対策万全の前提）（複数回答可）

・前回に比べ、「グルメ観光」「産業遺産めぐり」「博物館等の文化施設への訪問」「自然や花等の鑑賞」の数値が微増したほかは大きな変動は見られなかった。



◆クロス集計：北区への来訪年月×【問3】来訪目的、北区への来訪年月×【問4】北区来訪時の行動

・北区への来訪年月がコロナ禍とおよそ時期が一致している、1年以内での来訪者について、【問3】来訪目的【問4】北区来訪時の行動を再集計すると、目的、行動ともに買い物が多かった、イベントや観光が最少となった。

	最多	最少
目的	買い物 (40.9%)	イベント (8.9%)
行動	商店街めぐり (39.5%)	産業遺産めぐり (2.1%)

◆クロス集計：居住地×【問7】感染が落ち着いたウィズコロナ社会での北区への再訪意向

・居住地について「北区と接しているエリア（文京、豊島、荒川、板橋、足立、川口市）」の回答者の【問7】の回答と「北区と接していないエリアの居住者の【問7】の回答」を比較したところ、北区と接しているエリアの回答者の方が15ポイント以上高い来訪意向であった。

北区と接しているエリア	61.5%
北区と接していないエリア	45.2%

◆クロス集計：年代×【問7】感染が落ち着いたウィズコロナ社会での北区への再訪意向

・回答者の年代について、【問7】を再集計したところ、男性は若年層、女性は高齢層が積極的に行動する意向があることがわかった。一方で、男性は高齢層、女性は若年層が消極的な傾向となっていた。

ポジティブ回答

	最多	最少
男性	30代 (56%)	60代以上 (46%)
女性	60代以上 (63%)	20代 (38%)

ネガティブ回答

	最多	最少
男性	60代以上 (15%)	40代・50代 (7%)
女性	20代30代 (17%)	40代 (10%)

※ポジティブ回答…「必ず来たい」「来たい」「やや来たい」を合わせた数値
ネガティブ回答…「あまり来たくない」「来たくない」「絶対来たくない」を合わせた数値

● 渋沢栄一翁ブームへの関心 ●

◆ クロス集計：居住地 × 【問6】 スポット・イベントへの来訪経験と認知度

- ・ 飛鳥山3つの博物館の認知度と来訪経験について、居住地が「北区と接しているエリア（文京、豊島、荒川、板橋、足立、川口市）の回答者の【問6】の回答」と「北区と接していないエリアの居住者の【問6】の回答」を比較したところ、下の表のようになった。
- ・ 認知度については、北区と接しているエリアの回答者の方が15ポイント程度高い結果となった。
- ・ 来訪経験については、北区と接しているエリアの回答者の方が8ポイント程度高い結果となった。

	北区と接しているエリア	北区と接していないエリア
認知	34.1%	19.8%
来訪	19.4%	11.4%

◆ クロス集計：居住地 × 【問8】 感染が落ち着いたウィズコロナ社会での北区で行ってみたい観光のタイプ

- ・ 産業遺産めぐりへの関心について、居住地が「北区と接しているエリア（文京、豊島、荒川、板橋、足立、川口市）の回答者の【問8】の回答」と「北区と接していないエリアの居住者の【問8】の回答」を比較したところ、下の表のようになった。
- ・ 近隣の人の方がやや高い結果となった。

北区と接しているエリア	12.5%
北区と接していないエリア	10.8%

6. 北区内新築マンションに関する調査結果(概要)

(1) 調査対象

北区役所産業振興課から提供された2021年区内新築販売マンション19事例をもとに、①PC保守システムにより不正あるいは安全性不明の警告が表示されたもの(2事例)、②調査時点で完売しておりトップページ以外の情報が閲覧できなかったもの(1事例)、③市街地再開発事業が都市計画決定されたが、具体の施設整備等の計画は未公表であるもの(1事例)を除いた15事例を調査対象とした。

■調査対象事例

事例No.	名称	業者	所在地 (丁目まで)	戸数*	竣工・入居可	使用地名 1	使用地名 2	アクセス	備考
1	ガーデンクロス東京王子	西日本鉄道、三菱地所、関電不動産開発、JR東日本都市開	稲船	300	済	王子	東京	王子駅9分	
2	クレヴィア赤羽ステーションテラス	伊藤忠都市開発	赤羽2	88	済	赤羽		赤羽駅8分	
3	ローレルコート赤羽	近鉄不動産	赤羽南2	81	済	赤羽		赤羽駅8分	
4	MAXIV王子	MAXIV	王子本町1	20	済	王子		王子駅4分	
5	クレヴィア赤羽レジデンス	伊藤忠都市開発	赤羽2	68	2022.2下旬	赤羽		赤羽駅6分	
6	ブレスヴィアラ田端	飯田グループホールディングスー建設	田端新町3	30	2022.4下旬	田端		田端駅10分	
7	バウス上中里	中央日本土地建物	上中里1	56	2022.10下旬	上中里		上中里駅2分	
8	ブレミスト王子神谷	大和ハウス	王子5	227	2022.11下旬	王子神谷		王子神谷駅2分	
9	ザ・パークハウス赤羽フロント	三菱地所	赤羽西1	70	2023.3下旬	赤羽		赤羽駅3分	
10	ザ・パークハウス十条	三菱地所	上十条1	64	2023.3下旬	十条		十条駅4分	
11	リビオレゾン王子	日鉄興和	王子2	58	2023.3下旬	王子		王子駅4分	
12	デュオヴェール赤羽	フージャスコーポレーション	赤羽南1	57	2023.3下旬	赤羽		赤羽駅5分	借地
13	シティハウス王子	住友不動産	王子6	96	2023.4下旬	王子		王子駅15分	
14	シティテラス赤羽	住友不動産	神谷2	298	2023.4下旬	赤羽		赤羽駅8分	
15	THE TOWER JUJO (ザ・タワー十条)	東急、日鉄興和	上十条2	578	2024.11下旬	十条		十条駅1分	

*戸数は住宅のみ

■調査対象から除外した事例

事例No.	名称	業者	所在地 (丁目まで)	戸数	竣工・入居可	除外理由
1	ヴァースクレイシアIDZ王子マークプレイス	プロパティエーゼント	王子2	44	2022.2中旬	PC保守システムにより不正・安全性不明の警告
2	グランシエロ東京尾久	川口土木建築工業	昭和町2	44	2023.3月上旬	PC保守システムにより不正・安全性不明の警告
3	ヴェレーナグラン赤羽北ザ・マークス	大和地所	赤羽北2	96	2023.3下旬	完売しておりトップページ以外の情報が閲覧できない
4	赤羽一丁目第一地区第一種市街地再開発事業	丸紅都市開発、丸紅				事業が都市計画決定されたが施設整備等の計画は未公

(2) 調査項目

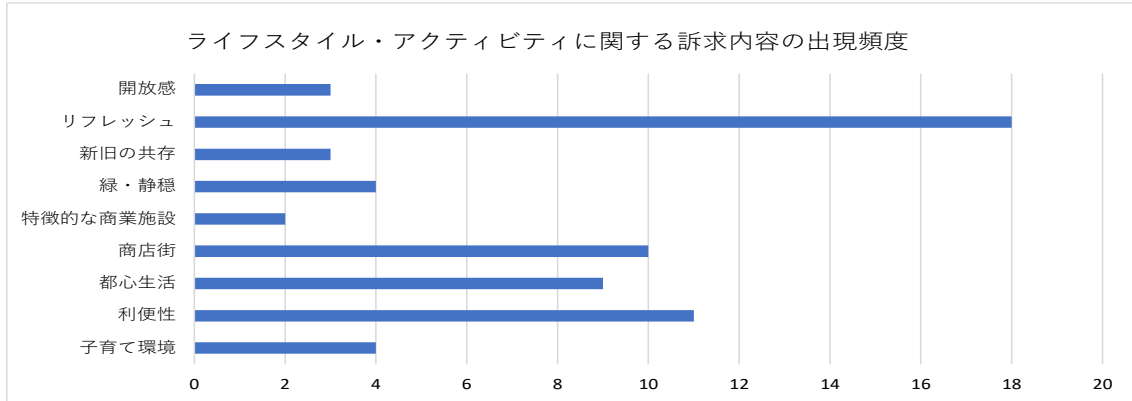
各事例の公式HPを参照し、各事例について①基本情報を整理するとともに、②訴求要素(売りのイメージ)に関するキーワードおよび③近隣施設を抽出し、事例ごとにデータシート形式で整理した。このうち、観光計画検討に関連性が高いと考えられる項目(下線を付した項目)に注目し、項目ごとに訴求内容を類型化し出現頻度をカウントした。

- ①基本情報の項目；マンション名、所在地、アクセス、規模／主な住戸タイプ、入居時期
住戸・住棟の特徴(居住性、設備、アクセス、共用施設、外観、外構)
キーコンセプト、展開コンセプト
- ②訴求要素(売りのイメージ)に関するキーワードの項目
アクティビティ・ライフスタイル、都心直結、歴史、自然・緑、発展性、まちづくり・コミュニティ
- ③近隣施設の項目；教育、商業施設、公園・緑地、その他の特徴的施設

(3) 調査結果

①アクティビティ・ライフスタイルに関する訴求内容

観光計画検討に関連性が高い内容として、地形条件による開放感、桜トラムでの小旅行や花火大会・イベント・散策などによるリフレッシュに関するものが注目される。また、新旧の共存、緑・静穏なども頻度は低いものの都心から近い立地においては興味深いと考えられる。商店街については昔ながらの情緒やアーケード、活気等の魅力が示されている。

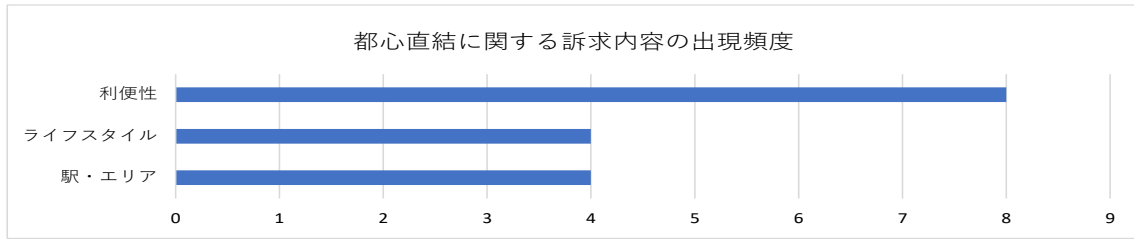


項目	訴求内容		事例 No.	
ライフスタイル・アクティビティ	開放感	地形条件	大きな開放感を得ている北側と低層住宅地への高台眺望が得られる南側	7
			標高20m超の高台立地で日当たりや風通しの良さを満喫	7
			荒川の河川敷に開放的な空間	5
	リフレッシュ	小旅行	東京さくらトラムでゆったりと小旅行	1
			花火大会	北区花火大会 荒川河川敷で北区花火大会(親しみを込めて「花火会」と呼ばれる)
		赤羽馬鹿祭り	北区最大のイベント「赤羽馬鹿祭り」	2
			歴史ある「赤羽馬鹿祭り」	9
		お花見	飛鳥山公園イベント(4月、6月、9～10月、11～12月、通年開催マルシェ)	13
			駅や商店街に近い赤羽公園でお花見、フリーマーケット	14
			赤羽桜堤緑地の100本超の桜のプロムナードはお花見スポット	14
		商店街イベント	東十条商店街はイベントも人気(ハロウィン、12月ケーキカット等)	15
		地域交流	伝統と文化が息づく街。伝統あるお祭りやサークル等の地域交流の機会	9
			平日休日を問わず”昼飲み文化”を楽しむ人たち	2
	自然観察会やモニタリングイベント、四季のイベント、クラフトイベント		1	
	「NPO法人彩結び」による定期的なイベント・コミュニティ活動		1	
	散策	遊歩道でジョギング	1	
		歩く度に楽しさを発見。	3	
		散策も楽しく心地よい時間	14	
	スポーツ	荒川河川敷の広大な施設でレジャーやスポーツ	14	
		毎日をリフレッシュしてくれるスポーツ施設、3世代でも楽しめる娯楽施設なども身近に点在	15	
新旧の共存	古さと新しさが交わる様々な賑わいと活気	2		
	賑やかさと歴史の趣が共存	4		
	情緒溢れる十条エリア	10		
緑・静穏	街の賑わいに寄り添うように、緑豊かな公園が点在。	5		
	緑の安らぎと商店街の賑わい、どちらも楽しめる欲ばりなロケーション	11		
	都心を日常とするポジションにありながら賑わいと一線を画す静穏、成熟を深める住宅街としての暮らし心地	13		
	駅前の賑いから一步入った落ち着いた住宅街、喧騒を忘れる静穏の別世界	14		
特徴的な商業施設	上品で洗練されたショップ&カフェ、バリエーション豊かなお店	9		
	メディアも注目のグルメタウン(カジュアルから記念日に使えるお店まで)	14		

ラ イ フ ル タ イ ル ・ ア ク テ ィ ビ テ ィ	商店街	多数の商店街が揃う	3	
		大型店や個性豊かな7つの商店街が揃い、暮らしの利便性と多彩な賑わい、自在な楽しみ	5	
		毎日立寄りたくなるステーションエリア	5	
		帰り道が楽しくなる多彩な商業施設が集まる赤羽西口	9	
		北区有数の商店街は昔ながらの店・新しい店が集積、店主とのおしゃべりや人の温かさ、アットホームな雰囲気	10	
		日用品の買い物に困らず価格もリーズナブル	10	
		商店街や大型スーパーが近く欲しいものは何でも揃う充実の買い物環境	12	
		魅力あふれる7つの商店街	14	
		北区最大のアーケード商店街として有名な十条銀座商店街を中心に5つの商店街で、お惣菜から特売品までふれあいながらリーズナブルに買い物	15	
		魅力溢れる7つの商店街等の商業施設は季節のイベントや活気ある雰囲気	14	
		都心生活	都心派家族が仕事もプライベートも時間にゆとりを持てる	1
			都心生活の新たなコミュニティモデル	1
			都心を使い分け	3
			新たなライフスタイルを生むサウスエリア	3
			東京のライフスタイルの新しい指標	6
都市生活者のプライベートタイム	4			
20～30歳代のポピュラーな居住形態となったシングル・ディンクススタイル	4			
都心でありながら穏やかな住環境	7			
職住近接の都市型ライフスタイル	9			
利便	利便性の高い華やぎのある街	3		
	利便性と住みやすさのバランス	6		
	利便施設が徒歩圏内	6		
	暮らしやすいロケーション	6		
	穏やかな空気に包まれながらも、周辺には多彩な生活利便施設が広がる	6		
	徒歩10分圏内に商業施設や教育施設、自然の潤いを感じる公園など、様々な快適と利便、安らぎに寄り添う暮らし	8		
	赤羽の豊かさや便利さが1マイル＝徒歩10分圏	12		
	自然があり日々の利便性に優れている王子	11		
	それぞれが自分らしいライフスタイルを楽しむ	11		
	一番リラックスするのは我が家	12		
	商業施設やグルメが一同に会する駅前の利便性、文化行事の拠点となる北とびあなど、家族の暮らしを彩り豊かに育む環境。	13		
	子育て環境	子育て世帯を支援する北区の魅力。スマートな子育てを実現	3	
		子育てにも優しい	4	
支援制度が手厚く、子育てしやすい街		9		
子育てにうれしい環境		12		

②都心直結に関する訴求内容

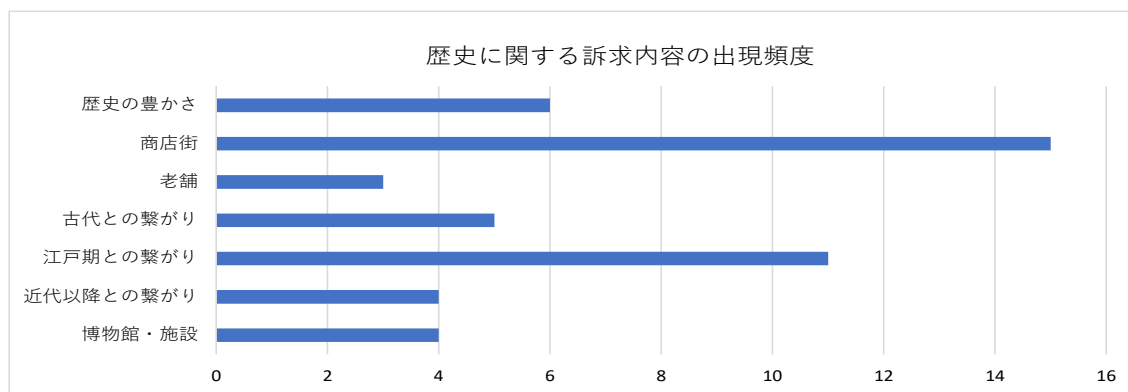
都心直結の利便性の出現頻度が高く、観光計画においても当然ながらアクセスの良さを前提にすることができるといえる。



項目	訴求内容		事例 No.
都心直結	利便性	商都の賑わいと交通の要衝として 高い利便性	2
		都心とダイレクトにつながる	3
		都内主要都市にリンク	6
		都心へのアクセス縦横無人	7
		都心への快適なアクセス	8
		主要駅へ乗換えなしダイレクト赤羽	12
		マルチアクセス	14
		新宿・渋谷へも直通が叶う	15
		ライフスタイル	暮らしの「動」も「静」も楽しみ尽くす
	自由自在にTOKYOを使い分ける		4
	2駅7路線を自在に操る、暮らしのフットワークは軽快		5
	2駅3路線が活用できる都心マルチアクセス、行きたい所へスムーズに		11
	駅・エリア	大手町・銀座・品川	1
		山手線、東京・池袋方面へ、ダイレクトアクセス	9
		新宿駅約8km圏、東京駅約10km圏。東西両方面の都心中心地に近接	10
中野や三間茶屋と同等の距離でありながら、東京駅へ直通16分		13	

③歴史に関する訴求内容

歴史に関する内容はいずれも観光計画検討との関連性が高いと考えられるが、特に商店街の魅力が歴史との関りによって表現されていることが注目される。また、飛鳥山をはじめとして江戸期以降の歴史性が訴求されるとともに、古代との繋がりが武蔵野台地端部に位置する地形条件とともに示されていることも興味深いといえる。

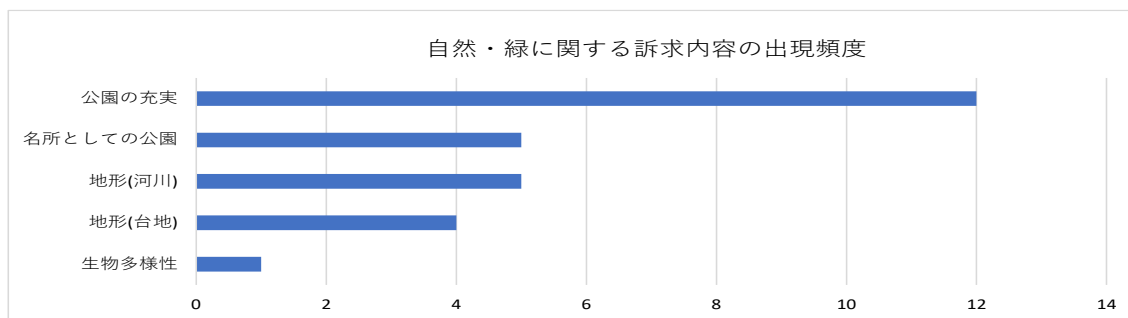


項目	訴求内容		事例 No.	
歴史	歴史の豊かさ	歴史と未来の交差点	1	
		歴史と自然	4	
		文化と歴史が詰まった田端～飛鳥山エリア	6	
		穏やかでやさしい「もうひとつの東京」	6	
		ノスタルジックな空気感も赤羽に暮らす魅力	12	
		古くからの歴史を持つ十条には豊かな自然や公園、景勝地の数々が点在	15	
	商店街	人情味、風情	昔ながらの人情味あふれる7つの商店街	2
			7つの商店街の賑わい	3
			商店街の愛される店、昔なじみとの交流・下町感	10
			商店街の風情と温かさ	15
			温もりあふれる昭和レトロな風情	12
		LaLaガーデン	東京屈指の天蓋アーケードのあるLaLaガーデン赤羽スズラン通り商店街	2
			LaLaガーデン(アーケードが続く赤羽スズラン通り商店街)をはじめ7つの商店街の賑わい	3
			東京商店街グランプリで準グランプリに輝いた赤羽スズラン通り商店街(LaLaガーデン)	9
		十条銀座商店街	銀座呼称の第1号である十条銀座商店街	10
		赤羽一番街商店街	昔ながらの佇まいを残す赤羽一番街商店街	2
			旧き良き面影を残す赤羽一番街商店街(女性若者も気軽に親しみやすい雰囲気)	3
			”昼飲み文化”の中心的存在 赤羽一番街商店街	5
		おぐ銀座商店街	レトロな雰囲気のおぐぎんざ商店街	6
		霜降銀座商店街	下町情緒の濃い霜降銀座商店街	7
	一番街 OK横丁	下町情緒漂う飲屋街が集まる一番街&OK横丁は昔ながらの飾らない雰囲気	9	
	老舗	昭和24年から74年続く菓子店	10	
		昭和の香り漂うレトロな居酒屋、老舗やきとん屋	12	
秘伝の味を受け継ぐ老舗や人気店も点在		2		

歴史	古代との繋がり	古代からの高台居住	住宅地として永く人々に愛されてきた十条	10
			崖線と川に近い十条エリアは稲作から畑作まで農作物の恩恵	10
		遺跡	貝塚、古墳など古代から人が住み、この一帯の中心であったことを窺わせる遺跡	7
			遺跡や土器の出土	10
	古墳時代の集落遺跡があった豊島馬場遺跡公園		8	
	江戸期との繋がり	由緒ある名所	由緒ある名所や緑豊かな公園	4
			江戸時代初期は、鷹場	7
			大名の別邸なども点在	7
		飛鳥山	江戸の昔から桜の名所として知られる飛鳥山公園	4
			江戸時代から続く景勝地、東京を代表する桜の名所飛鳥山公園	13
			江戸後期には江戸庶民の行楽の場として近隣の飛鳥山などが人気	7
			江戸時代から続く景勝地、飛鳥山など時代を超えて価値を受け継ぐ丘	7
		名主の滝公園	回遊式庭園 名主の滝公園など歴史が残る公園	10
			由緒ある緑景が広がる名主の滝公園	13
			江戸時代に開かれた庭園を今に残す名主の滝公園	15
	赤羽岩淵界限	宿駅として古くから栄えてきた赤羽岩淵界限	2	
	近代以降	財界人の居住・庭園	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	7
			旧古河庭園、六義園など 時代を超えて変わらぬ価値を受け継ぐ丘	7
		発展	1910年、東京砲兵工廠の移転、十条駅開業を機に、多くの人が十条へ	10
			関東大震災により十条への移住がさらに進み人口増加	10
博物館・施設		大河ドラマの主人公渋沢栄一の史料館	4	
		文化遺産を備えた3つの博物館 「渋沢史料館」「北区飛鳥山博物館」「紙の博物館」	6	
		好奇心を満たす飛鳥山公園の博物館(飛鳥山博物館、紙の博物館、渋沢史料館)	13	
		米軍司令部の建物だった文化センターがある北区中央公園	10	

④自然・緑に関する訴求内容

自然・緑に関する内容も観光計画検討との関連性が比較的高いと考えられるが、特に飛鳥山や名主の滝公園など名所としての公園は当然ながら重要な観光資源となるといえる。また、荒川・隅田川・石神井川といった河川・水系、武蔵野台地といった地形条件も踏まえた検討が望ましいと思われる。



項目	訴求内容		事例 No.	
自然・緑	公園の充実	自然とのふれあい	自然豊かなまち。公園が充実	1
			緑潤う憩いの公園	2
			徒歩10分圏内に7公園が点在する緑あふれるエリア	3
			多彩な公園	7
			大小の公園が揃い、身近に自然に触れあえる。	8
			緑景や公園が身近	13
			公園やリラクゼーションスポット	15
		運動・イベントの場	赤羽スポーツの森公園、赤羽自然観察公園など大型公園の寛ぎのスポット	3
			広々とした赤羽公園でフリーマーケットなどのイベントや桜のお花見	5
			スポーツ施設や自然豊かな公園	9
	名所としての公園	風景・記憶	情緒ある風景を描く名所や公園	4
			土地の記憶を残す自然豊かな公園	10
		飛鳥山公園・桜	日本最初の公園に指定された飛鳥山公園。都内の桜の名所	6
			神谷堀公園や飛鳥山公園には夏に水が張られるお堀があり、水場で遊べる	8
		名主の滝公園	都内有数の滝のある名主の滝公園	4
	地形(河川)	水系	飛鳥山公園・石神井川を中心に古くより刻まれる緑と水のネットワーク	1
		荒川・桜並木	荒川の河川敷も身近	2
			都内有数の桜の名所。荒川と新河岸を挟む堤防に100本の桜並木	9
			開放感と水と緑の潤いを湛える荒川河川敷	14
			荒川沿いの緑景など寛ぎのスポット	3
隅田川		気持ちいい水景を愉しめる隅田川の遊歩道	8	
地形(台地)	武蔵野台地	駅徒歩2分の高台立地	7	
		武蔵野台地に位置し安定した地盤	7	
		武蔵野台地東端	10	
		住宅用地盤として比較的良好な高台住宅地	10	
		生物多様性	ABINC認証取得（生物多様性への配慮の評価）	1

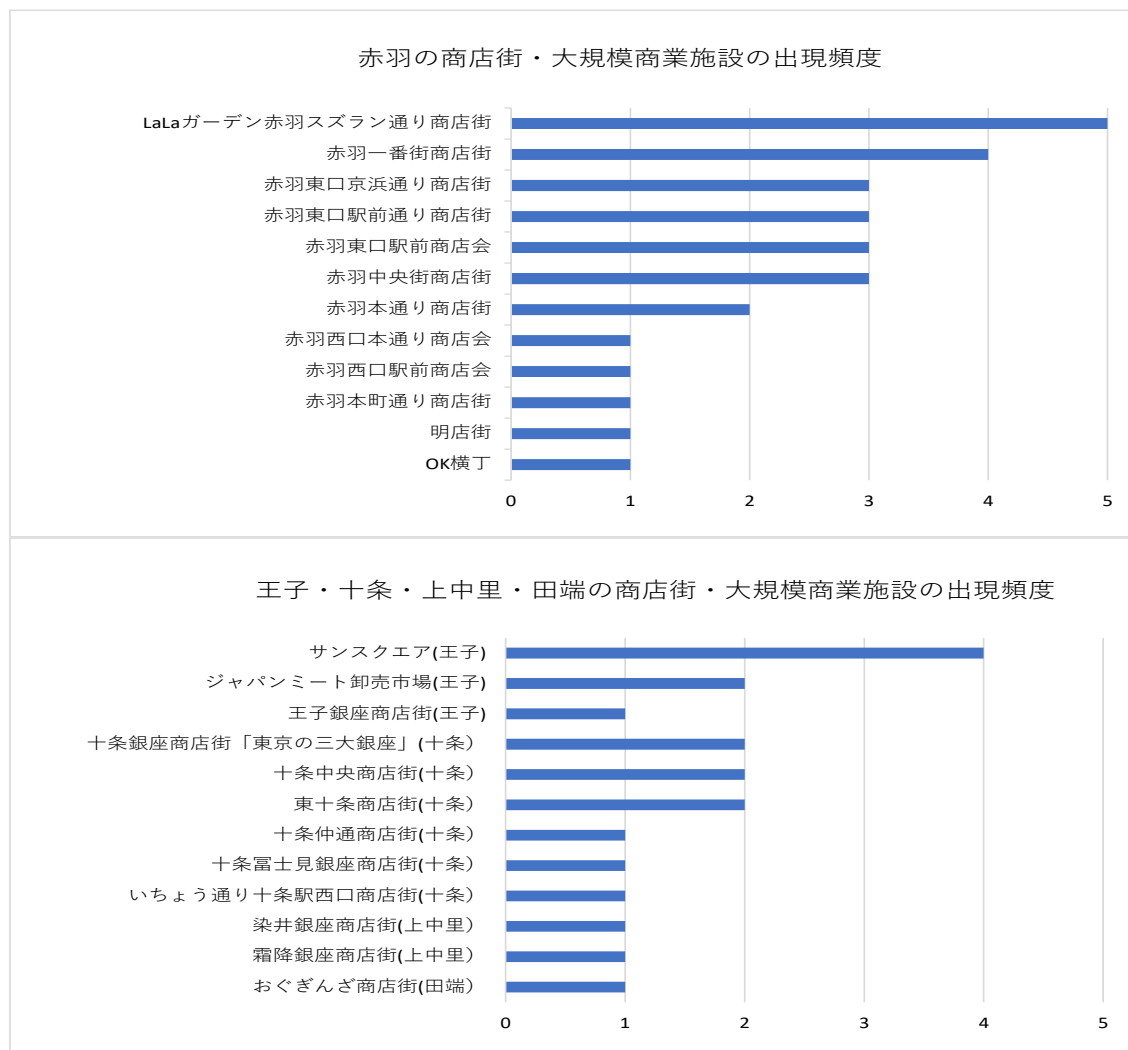
⑤発展性・まちづくりに関する訴求内容

本項目は観光計画検討との関連性は比較的低いと考えられるため頻度分布(グラフ)は掲載しないが、訴求内容を見ると、発展性については今後の開発への期待が高いことが注目される。また、まちづくりについては、特に、赤羽スズラン通商店街(LaLa ガーデン)の「東京商店街グランプリ準グランプリ」、赤羽の「本当に住みやすい街大賞」といった内容が注目される。

項目	訴求内容			事例 No.
発展性	赤羽	商都	赤羽のなかでも期待高まるサウスエリア	3
			城北を代表する商都・赤羽 商業施設集積	5
			都心への入口として発展を続けるビッグターミナル 赤羽	9
			人気ランキング常連の赤羽、すべてが揃った「暮らせる」エリア	12
			駅ナカの2つの商業施設、西口の3つの大規模商業施設、古くから賑わってきた7つの商店街 赤羽	9
			変わりゆく街の新鮮な息吹、古建築をリノベーションした施設が次々オープン	2
	再開発	大規模団地の再生事業、駅前再開発計画 赤羽	2	
		赤羽駅東口駅前「赤羽一丁目地第一地区第一種市街地再開発事業」	14	
	王子	商業集積	王子を代表する王子銀座商店街	11
			多彩なショップや施設が集まる王子駅北口界隈の華やき	11
		開発への期待	駅前に新たな開発への期待感 王子	1
			街の進化 王子	1
	十条	再開発	西口再開発 十条	10
			駅前複合再開発(十条駅西口地区第一種市街地再開発事業)	15
田端		利便と洗練を日常で愉しむ駅前商業施設アトレヴィ田端	6	
街づくりランドデザイン		東京の北の交流拠点としての将来像「街づくりランドデザイン」	1	
まちづくり	赤羽	住みやすい街大賞	本当に住みやすい街大賞 赤羽	2
			本当に住みやすい街大賞 赤羽	3
			本当に住みやすい街大賞 赤羽	5
			本当に住みやすい街大賞 赤羽	12
			本当に住みやすい街大賞 赤羽	14
			発展性、住環境、交通利便性などがバランス良く高評価 赤羽	3
			利便性が高く庶民性もあるNEXT吉祥寺にふさわしい街 赤羽	5
			東京商店街グランプリ準グランプリ受賞 赤羽スズラン通商店街	2
	王子	ランドデザイン	王子駅周辺は「まちづくりランドデザイン」が策定されさらなる発展を期待	11
			王子駅周辺エリアに新たな賑わいと利便の創出を目指す「まちづくりランドデザイン」策定	13
			新しい街づくり、人が集う地域のシンボル 王子	1
	十条	防災都市	十条駅周辺地区の防災都市づくり	10
		北区	出産・子育てにあたたかい行政区 第2位	12

⑥商業施設

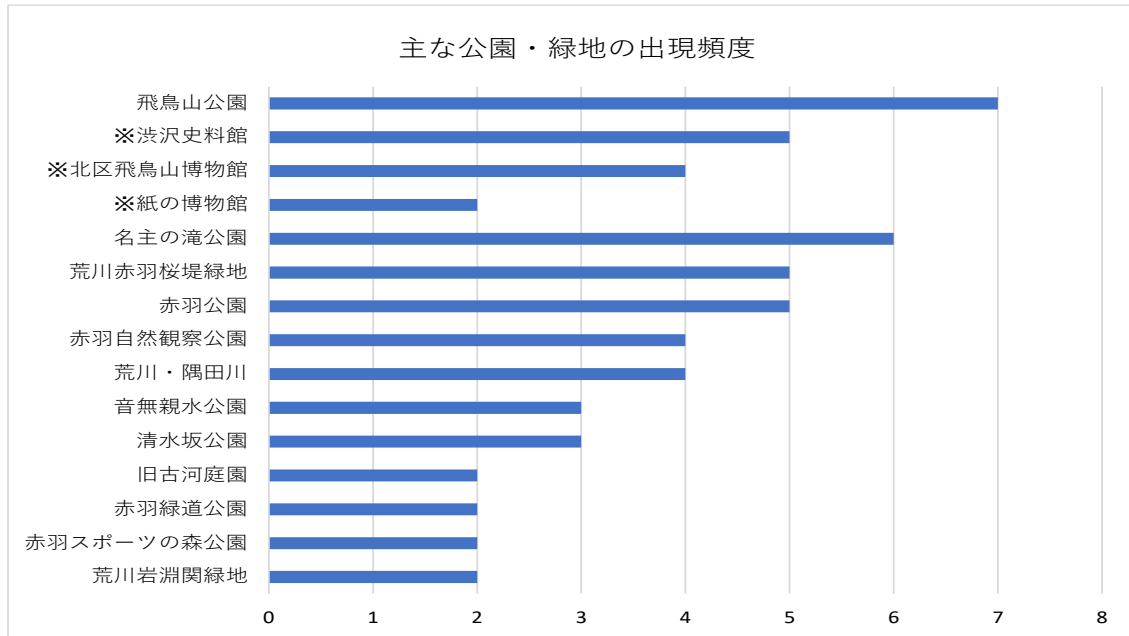
商店街は注目すべき観光資源になると考えられる。エリア別の商店街・大規模商業施設を下図の出現頻度グラフに示す。⑤でも述べた「東京商店街グランプリ準グランプリ」受賞の赤羽スズラン通商店街(LaLa ガーデン)、東京の三大銀座のひとつとされる十条銀座商店街などが注目される。また、特徴的な商店(個店)は下の一覧表に示す通りであり、新旧様々の個性ある店舗が立地している。



特徴的な商店施設	事例No.	エリア
アンズトモモ、大衆肉ビストロLit、青山フラワーマーケット	9	赤羽
ガトーココ、いろむすびcafe、CARIB	14	赤羽
お洒落で美味しいビストロ BISTROT JUN	11	王子
厚みのある美味しいハンバーガー GREEDY FOX BURGER	11	王子
自家焙煎珈琲のカフェ サクラピラス	11	王子
素材を活かしたフランス料理 Furukaway	11	王子
昭和24年創業だるまや餅菓子店、SNSで話題のボンヌカフェ	10	十条
総菜長大、あい菜家、蒲田屋、十条菓子舗むさしや、一本堂十条銀座店	15	十条
ボンヌカフェ、店内でビール製造Beer+など)	15	十条
ティータイムが楽しみになる焼き菓子の店 necoya BAKE STAND	6	田端
宝石のようなタルトが人気のパティスリーア・ラ・カンパーニュ田端	6	田端

⑦公園・緑地

公園・緑地も重要な観光資源になると考えられる。主な公園・緑地を下図の出現頻度グラフに示す。特に飛鳥山公園と園内の3つの博物館、名主の滝公園は、歴史的な由緒・名所としての資質を活かすことができると考えられる。また、その他の公園・運動場・動物園は下の一覧表に示す通りである。



その他の公園・運動場・動物園		事例No	エリア
公園	神谷公園	3	赤羽
	王子三丁目公園	13	王子
	王子五丁目公園	13	王子
	王子五丁目公園	7	王子
	堀船公園	1	王子
	豊島公園・じゃぶじゃぶ池	13	王子
	中央公園	15	十条
	十条公園	15	十条
	水と緑が多く防災公園の機能も有する滝野川公園	7	上中里
	神谷堀公園	7	上中里
	新田さくら公園	7	上中里
	王子三丁目児童遊園	7	上中里
	運動場	北運動公園	14
新河岸庭球場		14	赤羽
いなりプレーパーク		15	十条
動物園	板橋こども動物園	15	十条

⑧その他の特徴的な施設

その他の公園・運動場・動物園は下の一覧表に示す通りである。神社、遺跡、芸術文化に関わる施設や演芸場、博物館・記念館などが各エリアに点在している。教会や古民家のリノベーション、赤煉瓦酒造工場なども貴重な資源といえる。

特徴的な施設		事例No	エリア
神社、遺跡	王子神社	4	王子
	平塚神社	7	上中里
	豊島馬場遺跡公園	7	上中里
芸術文化	北とぴあ	4	王子
	篠原演芸場（老舗の大衆演劇）	15	十条
	WISHLESS(日英デザイナーによるアートスペース)	6	田端
	シネマ・チュプキ・タバタ(目や耳の不自由な方も、どんな人も一緒に映画を楽しめる日本一小さくやさしいユニバーサルシアター)	6	田端
博物館・記念館	国立印刷局東京工場	6	田端
	芥川龍之介記念館(仮称)	6	田端
	田端文士村記念館	6	田端
	東京ゲート記念館	6	田端
特徴的な施設	カトリック赤羽教会	5	赤羽
	ヨーロッパのような美しい景観をみせる「カトリック赤羽教会」	2	赤羽
	会員制キッチン&コワーキングスペース co-toiro iwabuchi(リノベーション施設)	2	赤羽
	古民家をリノベーションしたカフェ AERU COFFEE STOP	2	赤羽
	桜トラム沿線に連なる名所・旧跡・桜のスポット（荒川自然公園、尾久の原公園、あらかわ遊園、飛鳥山公園、西ヶ原みんなの公園、甘泉園公園）	1	王子
	赤煉瓦酒造工場	4	王子

北区観光振興プラン2023

令和 5(2023)年 3 月

発行:東京都 北区

編集:北区地域振興部産業振興課

〒114-8503 東京都北区王子 1-11-1 北とぴあ 11 階

電話番号 03-5390-1234

刊行物登録番号
00-0-000

