

# 北 区 観 光 振 興 プ ラ ン (案)

平成 26 年 (2014 年) 11 月

東京都 北区



# 北 区 観 光 振 興 プ ラ ン

## 目 次

<b>第 1 章 北区観光振興プランの基本的な考え方</b> .....	1
1. 北区観光振興プラン策定の背景と目的.....	1
2. 本プランの位置づけと計画期間.....	4
3. 本プランの性格.....	5
4. 本プランの構成.....	5
<b>第 2 章 北区観光の特徴と進め方</b> .....	7
1. 北区観光の特徴.....	7
2. 北区における観光とは.....	8
3. 北区観光への期待と観光振興の進め方・目標.....	9
<b>第 3 章 北区観光の基本的方向性</b> .....	11
1. 北区観光を推進するうえでの3つの基本的方向性.....	11
2. 誘客マーケットの特性を考慮した観光振興.....	13
<b>第 4 章 北区観光の基本戦略と施策の体系</b> .....	14
基本戦略1 〔発信力のある観光〕北区観光を有名にする.....	16
基本戦略2 〔メリハリのある観光〕北区観光の顔をつくる.....	19
基本戦略3 〔誘客力のある観光〕北区観光の魅力を高める.....	22
基本戦略4 〔ネットワーク型の観光〕『つなぐ』観光を展開する.....	25
基本戦略5 〔みんなで育て支える観光〕北区の観光力を高める.....	29
<b>第 5 章 北区観光を先導するプロジェクト</b> .....	34
プロジェクト1 暮らしっくツアープロジェクト.....	36
プロジェクト2 鐵分増量プロジェクト.....	37
プロジェクト3 駅から観光プロジェクト.....	38
プロジェクト4 オリンピック・パラリンピックに向けた国際観光化プロジェクト.....	39
プロジェクト5 北区観光サポート体制づくりプロジェクト.....	40
基本戦略と施策の体系.....	41
<b>第 6 章 北区観光の推進・展開に向けて</b> .....	42
1. 区民や区内事業者等と連携した観光振興の展開.....	42
2. 北区観光を先導するプロジェクトの推進による北区観光力の着実な向上.....	43
3. 観光に関連するさまざまな分野との連携強化.....	44

<b>参考資料</b> .....	45
1. 策定体制.....	46
2. 策定経過.....	47

# 第1章 北区観光振興プランの基本的な考え方

## 1. 北区観光振興プラン策定の背景と目的

### (1) 近年の観光振興の動向

#### ◆21世紀は観光の時代

交通手段の発達、情報通信技術の発展を背景として、世界規模で人や物が日常的に移動する「大交流時代」が到来していると言われていています。またこうした時代にあって、世界規模で旅行者が増えており、「観光」は今世紀最大の成長産業であると考えられています。

国連世界観光機関（UNWTO）によれば、平成22年時点の全世界の旅行者数は約9.4億人に達しており、平成32年には約13.6億人にまで増加すると予想されています。

#### ◆新たな観光スタイルとしての「都市型観光」

また近年は、社会の成熟化、価値観の多様化に伴い、「観光」のスタイルも多様化しています。従来「観光」といえば、名所・旧跡や自然景勝地を訪ねる、あるいは温泉地に宿泊するといった物見遊山が一般的でしたが、近年はこうした従来型の観光に加えて、都市内の風情ある商店街や路地、祭りなど市民の生活・暮らしに触れる、都市内で飲食や買い物を楽しむといった「都市型観光」が人気を博しています。

まち歩きをテーマとしたテレビ番組や、都市内の鉄道駅を発着地としたまち歩きツアー等が近年人気を博していますが、これらはこうした身近な「都市型観光」が広まりつつあることを裏付けており、従来はいわゆる「観光」として認識されていなかった、都市内の身近なまち歩き等についても、新たな観光スタイルとして定着しているといえます。

#### ◆地域づくりの一環としての観光振興

さらに近年は、観光振興に対する考え方にも変化が見られます。従来、観光振興というと、宿泊業、土産物の製造や販売といった観光産業の振興のみをさす場合が一般的でしたが、近年は「観光」を切り口として「愛着を持って暮らし続けられるまちをつくる」「誇りあるわがまちを外部の人に楽しんでもらう」といった“地域づくり”につなげていく「観光地域づくり」の考え方が全国的に広がっています。

北区においても「北区観光ボランティアガイドの会」が平成22年に設立され、区民による観光案内が開始されていますが、これらはまさに観光を切り口とした地域づくりの一つと言えます。



北区観光ボランティアガイドの会

## (2) 観光振興に関する国や東京都の動き

### ◆国の観光振興の取組みと、外国人観光客の獲得に向けた取組み

平成 18 年 12 月の観光立国推進基本法の成立、平成 20 年 10 月の観光庁の設置に代表されるように、現在、我が国では国をあげて「観光立国」の実現に取り組んでおり、観光振興は重要な国家戦略の一つともなっています。

特に国では、訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）に代表されるように、外国人観光客の獲得に向けた取組みに力を入れており、平成 25 年に 1,000 万人を突破した訪日外国人旅行者数をさらに増やすべく、さまざまな調査事業、キャンペーン活動等を実施しています。

### ◆東京都の観光振興の取組みと、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会

東京都では観光を、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付け、平成 19 年 4 月から観光に関する部署を設置して本格的な観光振興に取り組んでいます。

平成 25 年 5 月に東京都の今後 5 年間の観光分野の取組みの指針を示すものとして策定された東京都観光産業振興プランでは、「東京ブランドの確立」と「東京ファンの獲得」を理念として位置づけ、以下に示す 5 つの戦略に基づいて観光産業振興を図ることとしています。

#### 東京都観光産業振興プラン 観光産業振興に向けた施策展開

【戦略 1】外国人旅行者誘致の新たな展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>○旅行者層の嗜好、行動特性などをより詳細に分析した、きめ細かなマーケティングによる戦略の構築</li> <li>○アジア市場を重視するとともに、新規市場開拓、FIT(個人旅行)・リピーターを重視したプロモーション</li> <li>○ツイッター・フェイスブック等の SNS や、ウェブサイトなど、多様な媒体を活用した情報発信</li> <li>○共同プロモーションや観光ルート開発など、民間事業者・国・国内外の都市等との連携の推進</li> </ul>
【戦略 2】MICE※誘致の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>○M、I、C、Eの各ターゲットに応じた誘致戦略の構築と積極的な誘致プロモーション</li> <li>○主催者のインセンティブにつながるコンベンション誘致・開催資金助成の拡充と、東京独自のアワードコンベンション・プログラムの開発</li> <li>○歴史的建造物や美術館等の文化施設などを「特別開催の場」とするユニークベニューの開発の促進</li> <li>○新たなMICE拠点の環境整備と、地域が一体的かつ強力で誘致・開催を進める体制の構築</li> </ul>
【戦略 3】魅力を高める観光資源の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>○民間事業者等と連携した外国人旅行者を惹きつける観光資源の開発・発信</li> <li>○都市景観、水辺空間など、質の高い都市空間の創造</li> <li>○食文化、アニメやファッション等、新たな潮流を観光資源として活用する取組の強化</li> <li>○多摩、島しょなど、地域の特性を活かした資源開発等、地域活性化につながる取組への支援</li> </ul>
【戦略 4】受入環境の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>○SNSや公衆無線LAN、モバイルサイトなど、ICTを活用した情報提供の充実</li> <li>○道路、交通機関等における案内サインなどの多言語化の推進</li> <li>○宿泊施設等における緊急・災害時対応マニュアルの整備など、安心して過ごせる環境の確保</li> </ul>
【戦略 5】人材の育成・活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域のまちづくり等を担うリーダー、コーディネーターの育成・活用</li> <li>○MICEの専門人材の育成・活用</li> <li>○観光ボランティアの育成・活用</li> </ul>

※Meeting（企業系会議）、Incentive（企業の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・見本市、イベント等）を総称したビジネスイベント

また、2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催が決定したことに伴い、東京都や競技会場が設置される都内自治体では、オリンピック・パラリンピック開催を見据えた観光振興の取組みが、今まさに開始されつつあります。

## (3) 北区観光振興プラン策定の目的

国や都の観光振興に関する取組みや、観光を取り巻く社会情勢、動向の変化を踏まえ、北区では平成 19 年度から観光振興の取組みを本格的に開始し、これまで、地域の特色を活かし

た観光情報の発信や、北区観光ボランティアガイドの養成、北区観光写真コンテストの開催、ホームページ開設等に取り組んできました。

しかし、これら北区における観光振興の取組みは、まだ始まったばかりであり、いまだ発展途上にあるといえます。区をとりまく状況を踏まえ、今後、観光振興をより効果的に推進し、観光振興が区にもたらすさまざまな成果を持続的に生み出していくためには、区民、事業者、行政が、北区の観光がめざすべき方向性に対する共通認識をもち、その実現に向けて力をあわせて取り組むことが重要です。

そこで、北区の観光がめざすべき方向性を明確にし、それを確実に実行していくための方策を位置づけることを目的として、北区観光振興プランを策定します。

#### ◆北区における観光振興とは ～何のための観光振興か？～

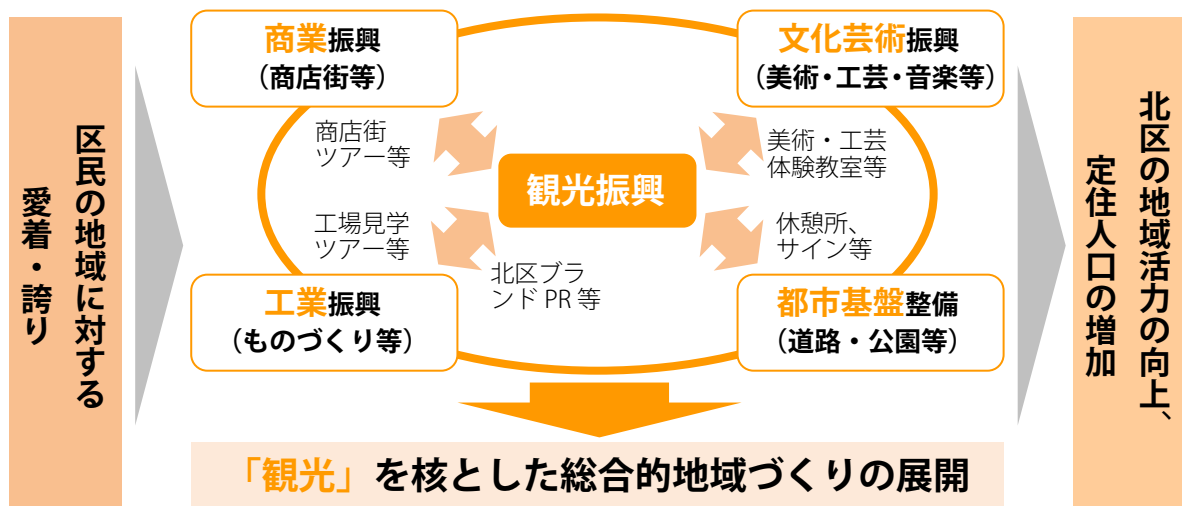
北区内には、誰もが知っているような著名な観光資源が多く存在するわけではなく、観光に特化した施設（宿泊施設、土産物店等）も少ないのが現状です。そのため、温泉地等の典型的な観光地とは異なり、区民の日常的生活・暮らしの場、仕事・産業の場としての側面が強い地域です。

また、北区は東京 23 区で最も高齢化が進んでいる一方で、高等学校等の教育機関が充実しており、平成 29 年には北区内に新たに大学の学部新設も決定していることから、若者からお年寄りまでのさまざまな世代が暮らし、活動する地域でもあります。

こうした北区の状況及び近年の観光振興の動向、国や都の動向を踏まえると、北区においては、観光を切り口として、地域の特性を活かした魅力づくりを行い、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が求められています。

また、こうした“観光による地域づくり”においては、実践を通じて、商業振興（商店街等）、工業振興（ものづくり等）、文化芸術振興（美術・工芸・音楽等）、都市基盤整備（道路・公園等）に結びつけていくこと、すなわち「観光振興」を核とした総合的な地域づくりの展開を図ることが求められています。さらに、こうした観光振興の取組みを通じて、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という視点が重要です。

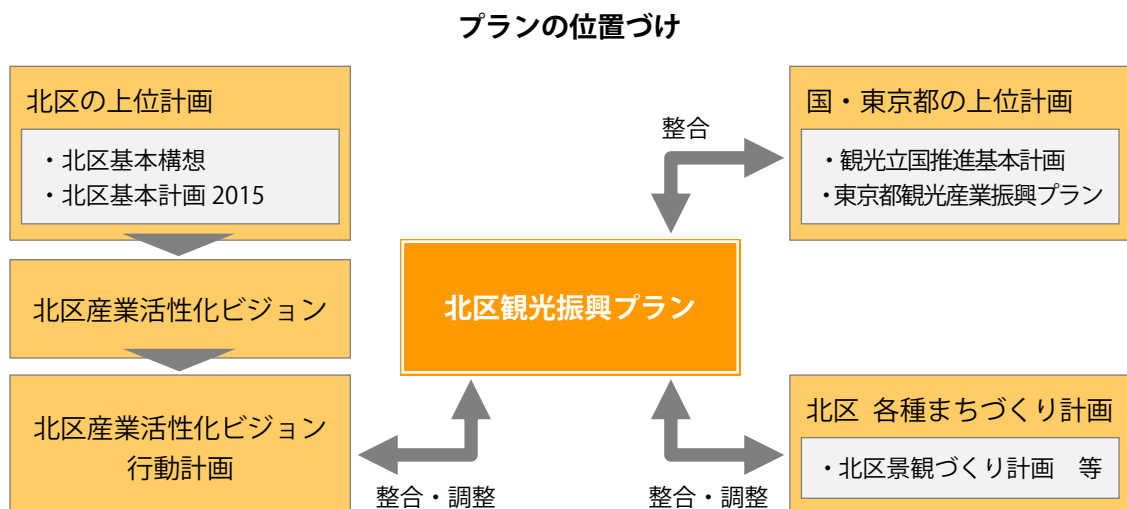
#### 北区における「観光振興」のイメージ



## 2. 本プランの位置づけと計画期間

### ◆位置づけ

本プランは、北区の全体的な構想を示す「北区基本構想」（平成 11 年 6 月）や「北区基本計画 2015」（平成 27 年 3 月）を上位計画とし、北区の産業全般の振興の方針等を示す「北区産業活性化ビジョン」（平成 21 年 3 月策定）の観光分野の個別計画です。北区の観光振興を区民、事業者、行政が一体となって推進していくための取組みの方向性、考え方を示すもので、国・東京都の上位計画との整合、北区産業活性化ビジョン行動計画、北区の各種まちづくり計画との整合・調整を図りながら、進めていきます。



### ◆計画期間

本プランの計画期間は、多くの観光客が東京を訪れることになる 2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、平成 27 年度～平成 32 年度の 6 か年度とします。また計画期間は、平成 27 年度～平成 29 年度の前期計画、平成 30 年度～平成 32 年度までの後期計画で構成するものとします。

前期では、観光振興プランの初動期として、今後の施策展開の基礎となる取組みと体制整備等を行います。後期では前期の取組みを基本に、さらに発展的な取組みを展開しつつ、実施済みの取組みに対する評価・検証を行い、計画の見直しにつなげます。

### プランの計画期間

平成 27 年度 (2015)	平成 28 年度 (2016)	平成 29 年度 (2017)	平成 30 年度 (2018)	平成 31 年度 (2019)	平成 32 年度 (2020)
前期 3 か年計画			後期 3 か年計画		



### 3. 本プランの性格

本プランは、具体的な事業の行動計画を示すアクションプランとは異なり、北区観光がめざすべき方向性を示すとともに、それを実現するための戦略とさまざまな施策を示した、いわば観光分野の「総合計画」としての性格を持ちます。

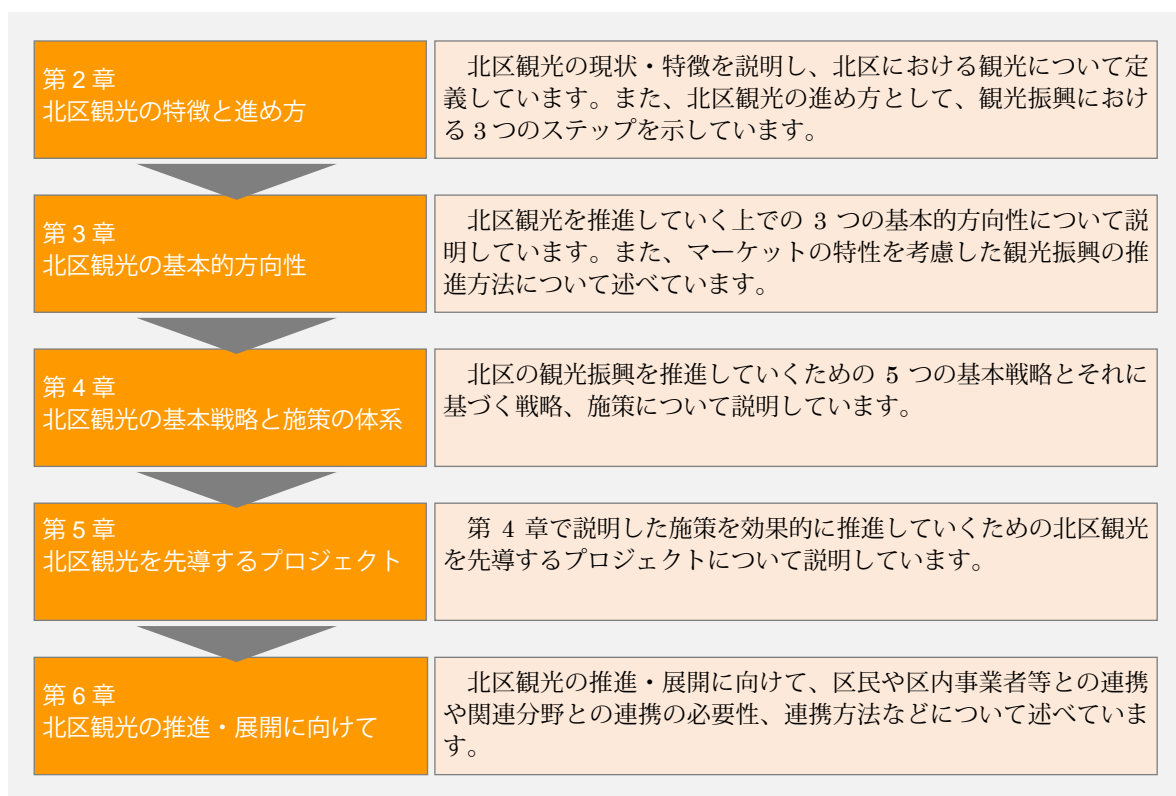
また、本プランでは、第5章において、プラン策定を契機に、観光振興の実践・展開に向けて弾みをつけていくため先導的に実施すべきプロジェクトを設定し、これらのプロジェクトを核として積極的な取組みを進めていく予定です。

観光事業は、行政だけでなく、区民や事業者など、観光に関わるさまざまな主体との連携なしには成功は望めません。そのため、本プランは、行政の取り組む施策のみを示した行政計画ではなく、区民や事業者などが必要に応じて一緒に取り組む計画として策定しました。

### 4. 本プランの構成

本プランの構成を以下に示します。

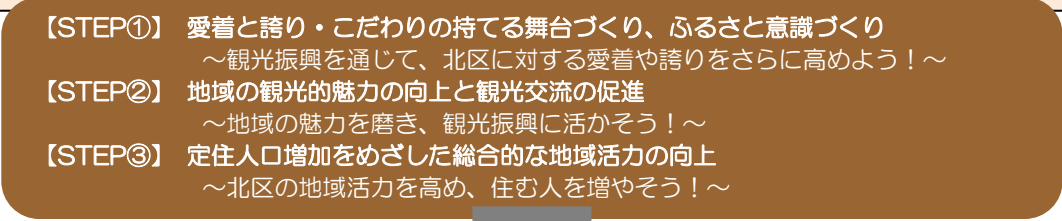
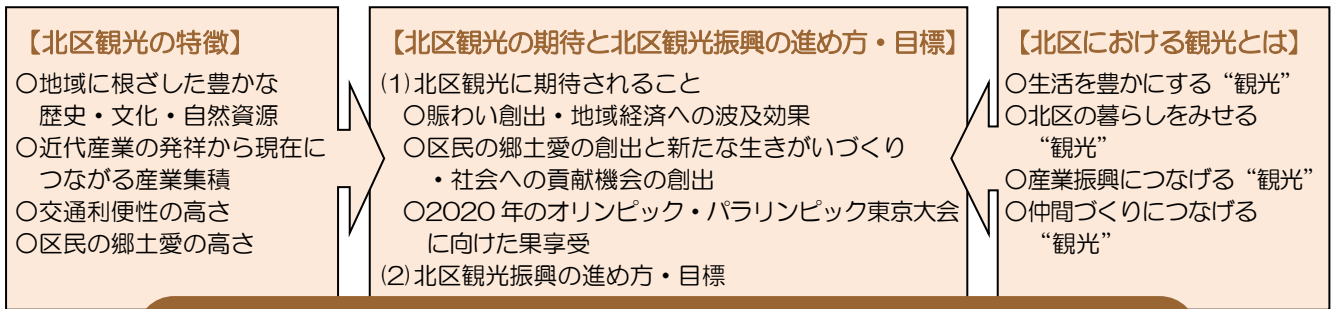
#### プランの構成



# 北区観光振興プランの全体構成

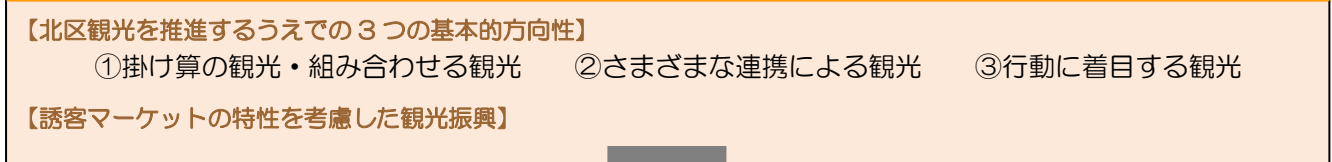
## 北区観光の特徴と進め方

[2章]



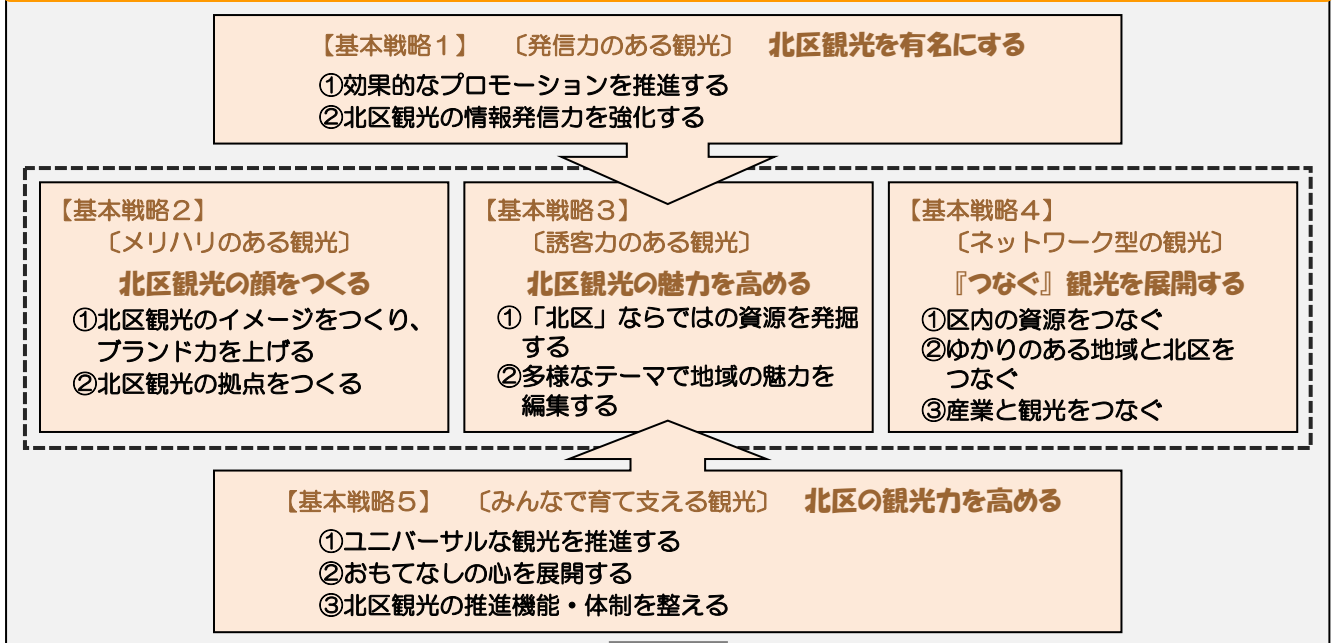
## 北区観光の基本的方向性

[3章]



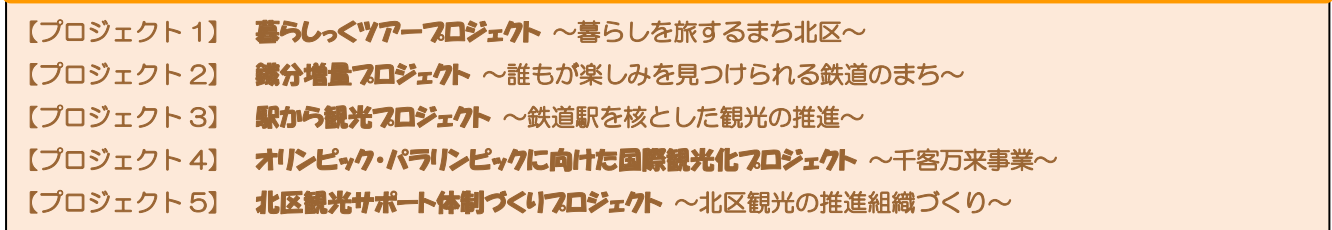
## 北区観光の基本戦略と施策の体系

[4章]



## 北区観光を先導するプロジェクト

[5章]



# 第2章 北区観光の特徴と進め方

## 1. 北区観光の特徴

北区は、崖線の緑や、荒川、隅田川、石神井川などの水辺環境に恵まれ、また区内の飛鳥山は江戸時代から桜の名所として知られるなど、豊かな自然環境を有しています。また、区内には明治維新後の近代化を支えたさまざまな産業遺産が点在するほか、田端文士村に代表されるような文化・芸術に関わる資源、味の素ナショナルトレーニングセンター等の都内有数のスポーツ施設が存在することも大きな特徴です。

さらに、北区は東京 23 区内で最も JR の駅が多い区（11 駅）であり、その他にも車両センターや、地下鉄、都内唯一の路面電車である都電荒川線があるなど、鉄道資源も大きな魅力のひとつになっています。これら鉄道駅の周辺には商店街や住宅地が広がっており、そこには暮らしに根付いた魅力的な観光資源が点在しています。

このように北区には豊かな自然環境と、その中で営まれてきた産業、暮らし、文化・芸術、スポーツなどの多様な魅力、資源が点在していることが大きな特徴です。

### 北区の特徴的な観光資源

#### 豊かな自然



荒川



飛鳥山公園

#### 明治維新後の近代化を支えた産業遺産



旧岩淵水門



浅沢史料館

#### 地域に息づく多彩な文化・芸術



田端文士村記念館



篠原演芸場

#### 多様な路線が集まる鉄道



北とびあ 17 階からの眺望



尾久車両センター

#### 商店街、食、歳時、歴史など暮らしに根付いた資源



十条銀座商店街 (振)



王子狐の行列

#### 都内有数のスポーツ施設



味の素ナショナルトレセン 国立スポーツ科学センター



赤羽スポーツの森公園 競技場

## 2. 北区における観光とは

観光に関わる近年の動向及び北区観光の現状・特徴等を踏まえると、北区における観光振興は、以下の4点に留意して推進していくことが重要です。

- ①生活を豊かにする“観光” ～区民による観光から広げる～
- ②北区の暮らしをみせる“観光” ～見せる・魅せる・観せる～
- ③産業振興につなげる“観光”  
～観光によって地域産業を育てる・広げる・支える～
- ④仲間づくりにつなげる“観光”  
～観光を通じたファンとサポーターづくり/子どもの頃からの地域学習としての観光～

### ①生活を豊かにする“観光” ～区民による観光から広げる～

北区観光を推進していく上では、まずは区民自らが北区の魅力を知り、これに親しむことが重要であり、観光によって区民の生活を豊かにしていくという視点が重要です。

北区の観光振興においては、まずはじめの第一歩として区民による観光を推進し、地域の魅力への気づきを促すと共に地域への愛着と誇りを更に高め、来訪者に自慢したくなる地域づくりが求められているといえます。

### ②北区の暮らしをみせる“観光” ～見せる・魅せる・観せる～

近年、風情ある商店街や路地を巡る、あるいは地域の祭りに参加するなど、地域の生活・暮らしに触れ、その魅力を楽しむといった都市型観光が人気を博していますが、北区にはこうした暮らしに根ざした観光資源がたくさんあります。

北区観光の推進にあたっては、こうした北区の暮らし自体を観光資源の原石としてとらえ、これらを磨き上げることで、区民によっても来訪者にとって魅力的な観光資源として活用していくことが重要です。

### ③産業振興につなげる“観光” ～観光によって地域産業を育てる・広げる・支える～

区外から多くの人を訪れ、区内で時間を過ごすことで、飲食や買い物等のさまざまな消費行動が発生し、その結果として商業等の活性化、ものづくりを中心とする区内企業の活性化にもつながります。

北区観光の推進にあたっては、区内で売られている商品や、製造されている商品を積極的に売り込むなど、観光によって地域産業を育て、広げ、支えるといった視点が重要であるといえます。

#### ④仲間づくりにつなげる“観光”

##### ～観光を通じたファンとサポーターづくり／子どもの頃からの地域学習としての観光～

観光振興を図るためには、区民、事業者、行政が一丸となって取り組むこと、地域のファン・リピーターを獲得することが重要です。また、観光振興の継続的な推進にあたっては、取組みの輪を徐々に広げることで、さまざまな面で手助けしてくれるサポーターを獲得することが有効となります。さらに、こうしたサポーターづくりにあたっては、区内の子どもの対象にした観光まちづくり教育を推進することが効果的です。

北区観光においては、その取組みを通じて北区のファンやリピーター、サポーターの獲得を図るなど、観光をきっかけとした仲間づくりを推進していくことが求められているといえます。

### 3. 北区観光への期待と観光振興の進め方・目標

#### (1) 北区観光に期待されること

- ①賑わい創出・地域経済への波及効果
- ②区民の郷土愛の創出と新たな生きがいづくり・社会への貢献機会の創出
- ③2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会に向けた効果享受

##### ①賑わい創出・地域経済への波及効果

観光振興は地域内外の人々の交流を伴うものであり、こうした交流を通じて地域の賑わいの創出が期待できます。また、多くの人が北区を訪れ、北区に滞在することで、区内でさまざまな消費行動が生まれるなど、地域経済への波及効果も期待できます。

##### ②区民の郷土愛の創出と新たな生きがいづくり・社会への貢献機会の創出

北区における観光振興は、まずは区民による観光の推進がその第一歩となります。こうした区民による観光の推進を通じて、地域に対する愛着や郷土愛の醸成が期待できます。

また、観光事業者が少ない北区において観光振興を図る上では、区民の協力が不可欠であり、特にリタイア世代は、区民による観光振興の有力な担い手となるものです。こうした観光振興の取組みを通じて、これに関わるリタイア世代の新たな生きがいづくり・社会への貢献機会の創出に資することも期待できます。

##### ③2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会に向けた効果享受

2020年に開催されるオリンピック・パラリンピック東京大会は、我が国における一大イベントであり、観光面においても開催地である首都・東京に国内外から大きな注目が集まりま

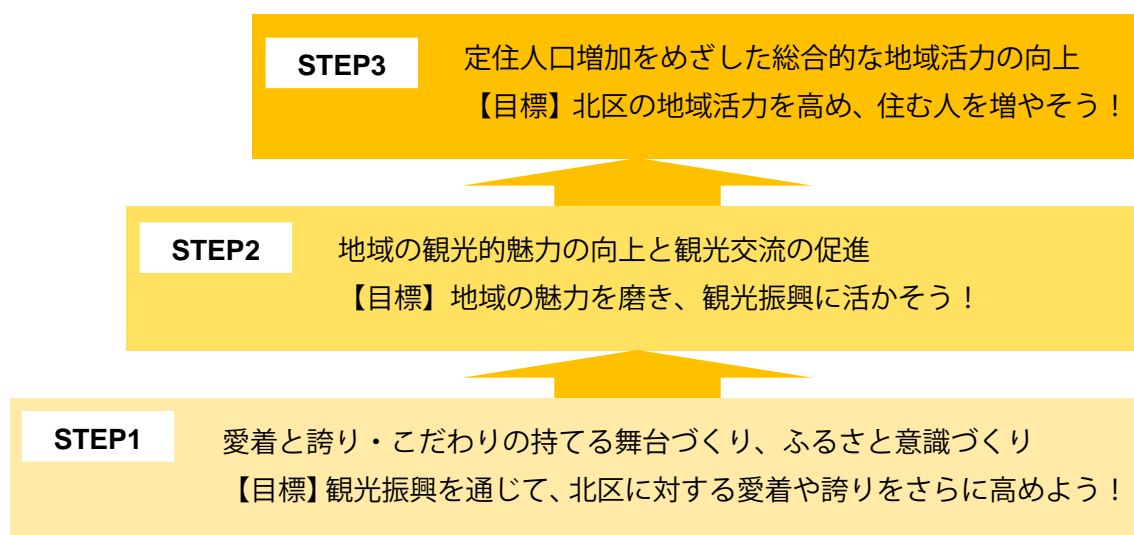
す。2020年を見据えて北区観光の推進を図ることで、北区の知名度向上が期待されるとともに、その観光的魅力を国内外に向けてアピールすることが期待されます。

## (2) 観光振興の進め方・目標

北区観光の取組みは近年になって開始されたばかりの始動期にあるといえます。このため北区において観光振興を図る上では、段階的に取り組んでいくことが重要です。

具体的には、区民が地域の魅力を理解できるような取組みを進め（STEP1）、その上で、各々の魅力を向上させて交流促進を図り（STEP2）、最終的に総合的な地域活力（商業、工業、文化芸術など）の向上につなげていく（STEP3）ことが有効です。

### 3つのステップによる観光振興の進め方・目標



# 第3章 北区観光の基本的方向性

## 1. 北区観光を推進するうえでの3つの基本的方向性

北区には、飛鳥山公園等の歴史的由緒ある観光資源や、鉄道や商店街など、人々の生活や暮らしと密接に結びついた観光資源が数多く点在しています。これらの資源一つ一つは、必ずしも有名なものばかりではありませんが、これら多様な資源を特定のテーマによって編集し、組み合わせることができれば、その魅力は大きなものとなります。

また、北区観光の取組みは始まったばかりであり、本格的な観光振興を図るためには、様々な主体の連携・協力が必要不可欠です。さらに、観光振興を効果的・効率的に進めるためには、来訪者や受入地域の観光行動に着目した取組みを推進していくことが有効です。

以上を踏まえ、今後の北区観光を推進していくうえでの基本的方向性として、以下の3つを定めます。

基本的方向性① 掛け算の観光・組み合わせる観光

基本的方向性② さまざまな連携による観光

基本的方向性③ 行動に着目する観光

### 基本的方向性①：掛け算の観光・組み合わせる観光

北区の観光資源は、資源単体で見れば必ずしも誘客力の高いものばかりではありません。このため、複数の資源を特定のテーマの基に掛け合わせ、組み合わせる、あるいは一つの物語として再編集することで、新たな価値づけを行い、魅力のある観光資源として売り出していきます。

### 基本的方向性②：さまざまな連携による観光

北区には、区民や事業者、行政など、観光に関わるさまざまな主体が存在します。それらの多様な主体が多面的に北区観光に関わっていけるよう、人をつなぎ、連携を図る「人の連携」（コミュニティネットワーク）を進めていきます。

また、区内に点在する資源を鉄道やバスなどの公共交通でつなぐ交通ネットワークの整備や、水辺ルートなどでつなぐ環境ネットワーク整備など、「空間的な連携」についての取組みも進めていきます。

### 基本的方向性③：行動に着目する観光

来訪者（ゲスト）と受け入れ地域（ホスト）の観光行動に着目した観光の取組みを進めていきます。

来訪者（ゲスト）について、北区を訪れるまでの行動として、「北区を認知する」、「北区に興味・関心をもつ」、「北区について調べる」、「北区を訪れる・体験する・交流する」などの観光行動プロセスに応じた取組みを行っていきます。

また、受け入れ地域（ホスト）についても、先の観光振興における3つのステップで述べた、「愛着と誇り・こだわりを持てる舞台づくり、ふるさと意識づくり」、「地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進」、「定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上」を実現するための取組みを行っていきます。

また、上記の3つの基本的方向性に基づいて実施する観光振興の取組みの成果を計測するための指標と、その目標値を以下に示します。

#### 成果指標と目標値

成果指標	現 状（平成 25 年度）	計画終了年次（平成 32 年度） 目 標 値
北区観光ボランティアガイド ツアー参加人数	712 人	1,000 人
北区観光ホームページ アクセス数	195,948 件	300,000 件
JR 主要駅の 1 日平均乗車人員 (王子駅、赤羽駅、田端駅)	195,925 人 ※	200,000 人
区内主要観光施設の入込客数	—	今後詳細を検討し、 目標値を設定する
観光意識調査における 来訪者の満足度	—	今後調査を実施し、 目標値を設定する

※ 東日本旅客鉄道株式会社発表の数値（王子駅 61,067 人＋赤羽駅 89,742 人＋田端駅 45,116 人）



## 2. 誘客マーケットの特性を考慮した観光振興

資源、テーマによって、誘致圏、マーケット人口、来訪頻度が異なるため、それぞれの資源、テーマのターゲットに応じた地域資源の編集、売り出し方法の検討を行っていく必要があります。

北区観光の推進にあたっては、誘客マーケットの特性を考慮し、観光資源の編集を行い、資源の魅力向上を図っていく必要があります。

### 誘客マーケットの特性を考慮した資源の編集方法例

資源の編集方法例として、鉄道と商店街を組み合わせ、鉄道と商店街の両方の魅力を楽しめる商品（ツアーなど）として売り出していくことが考えられます。そうすることで、鉄道を目的とする観光客と商店街を目的とする観光客の両方を獲得することができ、観光客にも多くの魅力を楽しんでもらえるというような、相乗効果を期待することができます。

(誘客特性の例)	誘致圏		マーケット人口		来訪頻度
鉄道	大	×	小	×	少
商店街	小	×	大	×	多

誘致圏：誘致対象の地理的範囲（大：全国、小：それ以外）

マーケット人口：対象の数（大：一般的、小：マニア）

来訪頻度：訪れる回数（多：日常的、少：それ以外）

## 第4章 北区観光の基本戦略と施策の体系

北区の観光振興を推進するための施策として、3つの基本的方向性に応じた、以下の5つの基本戦略に基づく、観光施策・事業に計画的に取り組めます。

### 基本戦略1 「発信力のある観光」 北区観光を有名にする

- 北区における観光の取組みはまだ開始したばかりであり、北区における観光のイメージは、区外の人のみならず、区民にも弱い状況です。
- 北区の観光振興を進めるうえでは、まず、区民を対象として、北区を知ってもらうこと、北区観光をPRしていくことから始め、徐々に区外へのPRを行っていくことが効果的です。
- 具体的な戦略として、「戦略1-1：効果的なプロモーションを推進する」こと、「戦略1-2：北区観光の情報発信力を強化する」ことを推進します。

### 基本戦略2 「メリハリのある観光」 北区観光の顔をつくる

- 現在は、北区観光の目玉となるようなテーマや観光を目的とした人がまず訪れる場所（観光拠点）が十分に整っていない状況です。
- 北区の観光振興を進めるうえでは、北区観光の明確なイメージを打ち出すこと、観光の拠点となる場所をつくることなどを通じて、北区観光の顔をつくることが重要です。
- 具体的な戦略として、「戦略2-1：北区観光のイメージをつくり、ブランド力を上げる」こと、「戦略2-2：北区観光の拠点をつくる」ことを推進します。

### 基本戦略3 「誘客力のある観光」 北区観光の魅力を高める

- 北区には、暮らしに結びついた多様な資源、魅力が存在しますが、現在はまだ、その魅力が観光資源として十分に認知されていない状況です。
- 北区の魅力をより多くの人に知ってもらうためには、既に知られている観光資源に加え、新たな資源を発掘し、それを一般の人にも楽しんでもらえるように編集して、魅力的なプログラムとして促進していくことが有効です。
- 具体的な戦略として、「戦略3-1：「北区」ならではの資源を発掘する」こと、「戦略3-2：多様なテーマで地域の魅力を編集する」ことを推進します。

#### 基本戦略4 [ネットワーク型の観光]『つなぐ』観光を展開する

- 北区観光をより広い範囲で進めていくためには、来訪者に複数の資源をめぐってもらい、区内を広く回遊してもらうことが有効です。
- より多くの来訪者に訪れてもらうためには、近隣区など他地域と連携した取組みが効果的です。
- 北区観光としての魅力をより高めていくためには、北区の商業やものづくり、食などの分野との連携が必要です。
- 具体的な戦略として、「戦略 4-1：区内の資源をつなぐ」こと、「戦略 4-2：ゆかりのある地域と北区をつなぐ」こと、「戦略 4-3：産業と観光をつなぐ」ことを推進します。

#### 基本戦略5 [みんなで支え育てる観光] 北区の観光力を高める

- 誰もが安心して観光を楽しむような環境づくりや、地域一体となった受け入れ基盤、態勢を整えていくことが重要です。
- 具体的な戦略として、「戦略 5-1：ユニバーサルな観光を推進する」こと、「戦略 5-2：おもてなしの心を展開する」こと、「戦略 5-3：北区観光の推進機能・体制を整える」ことを推進します。

## 基本戦略1 「発信力のある観光」北区観光を有名にする

### めざすべき方向性

- 北区における観光の取組みはまだ開始したばかりであり、北区における観光のイメージは、区外の人のみならず、区民にも弱い状況です。
- 北区の観光振興を進めるうえでは、まず、区民を対象として、北区を知ってもらうこと、北区観光をPRしていくことから始め、徐々に区外へのPRを行っていくことが効果的です。
- 具体的な戦略として、「戦略1-1：効果的なプロモーションを推進する」こと、「戦略1-2：北区観光の情報発信力を強化する」ことを推進します。

### 戦略1-1 効果的なプロモーションを推進する

- 北区観光を効果的に推進していくためには、まず、区民自身が北区を理解し、日常的に地域で楽しく過ごしたくなるよう、地域の魅力を伝えるとともに、区民の観光に対する意識を高める取組みが必要です。その次の段階として、他地域へのプロモーションを行い、北区観光の知名度を高めていくというように、段階的なPRを行っていくことが重要です。
- ケーブルテレビやマスコミ、SNSなど、多様な媒体を利用し、幅広い地域と世代へと情報発信を行っていく必要があります。

#### 施策① 区民向けのプロモーション

観光をテーマとしたシンポジウムや勉強会、区民向けモニターツアーなど区民が北区を理解し、観光についての意識を高めていけるような取組みを進めていきます。

また、区内各所の施設において観光マップを配布するなど、区民にも北区観光の取組みについて積極的にPRしていきます。

#### 《実施例》

- ・ 観光ミニシンポジウム、勉強会などの開催
- ・ 区民向けモニターツアー（まち歩き）の開催
- ・ 区内各地の施設におけるPRの実施（観光マップの配布など）

## 施策② 他地域へのプロモーション

区民に向けたプロモーションに加えて、近隣地域や友好都市など北区とゆかりのある地域のプロモーションについても積極的に進めていきます。

### 《実施例》

- ・友好都市などのゆかりのある地域、鉄道沿線、周辺地域へのプロモーション

### 《参考事例》 仙台市・徳島市 観光姉妹都市交流事業

仙台市（宮城県）と徳島市（徳島県）では、観光を通じてお互いの文化を高めることを目的として、友好都市交流協定を締結しています。昭和45年の締結以来毎年、「仙台七夕まつり」と「阿波おどり」という両市を代表する祭り期間中に相互に親善訪問団を送り、両市のPRと親善交流を図っています。

## 施策③ 多様な媒体を活用したプロモーション

ホームページやパンフレットによるプロモーションだけでなく、多様な媒体を活用したプロモーションを進めていきます。例えば、影響力の大きいマスメディアを通じた魅力発信、地域のテレビ局や区報など地域に密着した媒体を活用したPR、FacebookやTwitterなどのSNSを活用したPR、ドラマや映画などの撮影場所誘致や撮影支援などのプロモーションを展開していきます。

### 《実施例》

- ・マスコミ等を通じた魅力発信
- ・ケーブルテレビなどを活用したPR
- ・SNSを活用したプロモーション
- ・ドラマや映画などの撮影場所誘致や撮影支援

### 《参考事例①》 ケーブルテレビでの観光情報の発信（新宿区）

新宿区（東京都）は、区内のケーブルテレビ（J:COM 港・新宿）において、新宿の観光を特集した番組を放送し、国際観光都市・新宿の魅力を発信しています。

### 《参考事例②》 Facebook を活用したPR（ちよこたび埼玉観光情報局）

埼玉県と（社）埼玉県物産観光協会との共同運営による埼玉県公式観光サイト「ちよこたび埼玉」では、FacebookによるPRをホームページと連動して行っています。

## 戦略 1-2 北区観光の情報発信力を強化する

- 北区観光を有名にしていくためには、効果的なプロモーションを行うと同時に、情報発信力を強化していく必要があります。そのため、観光情報を集約し、一元的に発信していくことができるツールによって、観光情報を提供していきます。
- まちなか案内処や観光案内所などの情報発信拠点についても、来訪者への情報提供源としてしっかりと活用していきます。

### 施策① 一元的な情報発信

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を設立するなどの取組みを進めていきます。また、観光に関する取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を行える仕組みを検討していきます。

#### 《実施例》

- ・ 観光ポータルサイトの創設
- ・ 観光マップの作成・配布

#### 《参考事例》新まつもと物語（松本市公式観光情報ポータルサイト）

松本市（長野県）の観光情報ポータルサイトでは、目的別観光スポット、イベントカレンダー、観光ボランティアと宿泊の案内などの情報を一元化して提供しています。サイトの運営主体は約 90 名のボランティアで、市民記者による早耳情報がブログ形式で閲覧できるようになっています。

### 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。

#### 《実施例》

- ・ 観光案内所の設置（駅などの主要拠点に設置）
- ・ 既存のまちなか案内処の案内機能の充実（商店街内等に配置）

#### 《参考事例》産業観光プラザ すみだ まち処（墨田区）

墨田区（東京都）では、東京スカイツリータウン®内に、墨田区の産業、文化、歴史、観光、グルメ情報などを提供するまち処を開設しています。土産物の販売や伝統工芸の実演なども行われており、指定管理者制度により、一般社団法人 墨田区観光協会が運営しています。



## 基本戦略2 [メリハリのある観光] 北区観光の顔をつくる

### めざすべき方向性

- 現在は、北区観光の目玉となるようなテーマや観光を目的とした人がまず訪れる場所（観光拠点）が十分に整っていない状況です。
- 北区の観光振興を進めるうえでは、北区観光の明確なイメージを打ち出すこと、観光の拠点となる場所をつくることなどを通じて、北区観光の顔をつくることが重要です。
- 具体的な戦略として、「戦略2-1：北区観光のイメージをつくり、ブランド力を上げる」こと、「戦略2-2：北区観光の拠点をつくる」ことを推進します。

### 戦略2-1 北区観光のイメージをつくり、ブランド力を上げる

- 北区には、生活に密着した多様な資源や魅力が存在しますが、その多くは観光資源としては認識されていないのが現状です。そこで、北区観光の核となるようなテーマを創出し、北区観光の明確なイメージを打ち出し、ブランド力を向上していきます。
- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、今後、ますますスポーツに関する話題性も高まってくると考えられることから、スポーツの街としての観光の推進も行っていきます。

#### 施策① 北区観光の核となるテーマの創出とこれに基づく観光の推進

区内にはさまざまな資源や魅力が存在しています。特に、多様な路線が集まる鉄道や地域に根付いた商店街・食文化、近代産業の発展を支えた産業遺産、荒川や隅田川、石神井川などに代表される豊かな水辺、南北に走る台地との境界が生み出す豊かな地形、飛鳥山や田端文士村に代表される歴史・文化芸術などは、北区の特徴的な観光資源であり、北区観光のテーマとなり得るものです。

北区観光の推進にあたっては、このような観光の核となるテーマを見出し、売り出していくことで、北区観光のイメージ、ブランド力を高めていきます。


#### 《実施例》

- ・ 鉄道をテーマとした観光の推進
- ・ 商店街・食をテーマとした観光の推進
- ・ 産業遺産をテーマとした観光の推進
- ・ 水辺・地形をテーマとした観光の推進
- ・ 歴史・文化芸術をテーマとした観光の推進

## 施策② オリンピック・パラリンピックを見据えたスポーツ観光の推進

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、北区におけるスポーツ観光を推進していきます。

例えば、区内のスポーツイベントや施設をアピールするなど、スポーツの街としての認知度を向上させていくことが考えられます。また、既存のスポーツイベントや新規イベントにより、スポーツを通じて新しい観光の魅力を創出するスポーツ・ツーリズムを拡充することなども重要です。

区内スポーツ施設のアピールとしては、多くのスポーツ選手が訪れる味の素ナショナルトレーニングセンターや23区唯一の障害者専用スポーツ施設である東京都障害者総合スポーツセンターなどの活用が有効です。また、味の素ナショナルトレーニングセンターから赤羽駅及び十条駅に通じる道路に「ROUTE 2020 トレセン通り」の愛称を設定して全国へ発信するなど、「トップアスリートのまち・北区」としてスポーツシティの構築に向けた取り組みを進めていきます。

### 《実施例》

- ・スポーツの街としての認知度の向上
- ・スポーツ・ツーリズム※の拡充
- ・味の素ナショナルトレーニングセンターを核としたブランド力の向上

※スポーツ・ツーリズムとは、スポーツ資源や環境を観光に活用することで、新しい魅力、価値を加えた観光形態である。

### 《参考事例》さいたまスポーツコミッション（さいたま市）

さいたま市（埼玉県）では、さいたま市及び周辺地域にあるスポーツ資源を最大限に活用して観光振興、スポーツ振興を図るために、「さいたまスポーツコミッション」を組織しています。本コミッションでは、各種スポーツイベントの誘致、開催支援のほか、「サッカーの街さいたまを満喫！さいたま市サッカー尽くしツアー」を企画するなど、スポーツ観光の推進に向けた実践的な取り組みを行っています。



## 戦略 2-2 北区観光の拠点をつくる

- 北区は多様な鉄道路線により、交通の利便性が良く、多くの来訪者は鉄道を利用して北区を訪れます。そこで、来訪者の玄関口となる鉄道駅周辺において、観光拠点としての機能を充実させていきます。
- 観光拠点の整備については、「北区都市計画マスタープラン」、「北区景観づくり計画」等との整合性を図りながら、進めていきます。

### 施策 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の充実を図っていきます。例えば、案内サインやトイレ、休憩施設の整備など、来訪者にとっての駅前の利用環境の充実や、観光情報の提供拠点となる観光案内所の設置などの機能の充実、王子駅や十条駅周辺のまちづくりと連携した整備などの取組みについて検討します。観光案内所においては、拠点周辺だけでなく、広く区内全域へと波及が期待されるような、幅広い情報提供を行っていくことが重要です。

#### 《実施例》

- ・ 来訪者にとっての駅前利用環境の充実（案内サイン、トイレ、休憩施設など）
- ・ 観光案内所の設置
- ・ 王子駅や十条駅周辺のまちづくり

#### 《参考事例》熱海駅観光案内所「熱海コンシェルジェ」 （熱海市）

熱海市（静岡県）では、熱海駅構内に観光案内所「熱海コンシェルジェ」が設置されており、熱海観光に関する様々な情報発信、案内を行っています。

## 基本戦略3 「誘客力のある観光」北区観光の魅力を高める

### めざすべき方向性

- 北区には、暮らしに結びついた多様な資源、魅力が存在しますが、現在はまだ、その魅力が観光資源として十分に認知されていない状況です。
- 北区の魅力をより多くの人に知ってもらうためには、既に知られている観光資源に加え、新たな資源を発掘し、それを一般の人にも楽しんでもらえるように編集して、魅力的なプログラムとして促進していくことが有効です。
- 具体的な戦略として、「戦略3-1:「北区」ならではの資源を発掘する」こと、「戦略3-2:多様なテーマで地域の魅力を編集する」ことを推進します。

### 戦略3-1 「北区」ならではの資源を発掘する

- 北区には、観光マップなどに掲載されている観光資源が多数存在します。しかし、活気のある商店街や雰囲気のある路地、豊かな地形からの風景など、現在は顕在化していませんが、編集によって観光資源としての輝きをもつ可能性のある資源が他にもたくさん眠っています。そこで、地域に眠っているさらなる魅力、資源を多様な視点で発掘するための取組みを進めていきます。

#### 施策 地域に眠っている資源の発掘

観光写真コンテストやお宝発掘ツアーなど、地域に眠っている魅力、資源のさらなる発掘のため、北区内外の人々の多様な視点を楽しんで取り入れ、観光資源として売り出していく取組みを進めていきます。

#### 《実施例》

- ・観光写真コンテストの実施
- ・お宝発掘ツアーの実施

#### 《参考事例》市民参加による地域のお宝発掘・散策マップづくり（久留米市）

久留米市（福岡県）では、まち歩きを主体とする観光地づくりを目指し、「久留米歩きたくなる観光地づくり事業」に取り組んでいます。本事業では、地域住民の方が、地域に眠っているお宝（観光資源）を発掘するためのまち歩き「久留米ほとめき歩き（「ほとめき」は「おもてなし」を表す方言）」を定期的で開催し、その成果を散策マップづくりに役立てています。

## 戦略 3-2 多様なテーマで地域の魅力を編集する

- 北区を訪れた多くの人に地域の魅力を楽しんでもらうために、区内の多様な資源を物語性をもったテーマでつなぎ、魅力を再編集したプログラムを提供していきます。より多くの人々が親しみやすく、特徴的であると考えられる、季節の変化や水辺、暮らし、産業遺産などをテーマとしてプログラムづくりを検討していきます。
- 常に新しい視点での観光プログラムを提供するため、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を推進していきます。

### 施策① 五感と季節の変化を楽しむプログラムづくり

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を検討していきます。

#### 《実施例》

- ・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）
- ・季節を楽しむツアーの実施
- ・花火会の実施

### 施策② 水辺を楽しむプログラムづくり

北区には、荒川や隅田川、石神井川など、一年を通して楽しめる豊かな水辺が存在します。水辺のモデルコースづくりやマップ作成、イベントカレンダーの作成など、水辺の多様な楽しみ方を提供できるプログラムを検討していきます。

#### 《実施例》

- ・水辺のモデルコースづくり、マップの作成
- ・水辺のイベントカレンダーの作成

### 施策③ 暮らしぶりを楽しむプログラムづくり

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。多様な地形やそこからの風景など、北区の穴場スポットを巡るようなコースづくりや地域行事・祭りのイベントカレンダーの作成など、一般的な観光では味わえないような暮らしぶりを楽しむことができるプログラムを検討していきます。

#### 《実施例》

- ・マニアック（地形や井戸など区内に存在する暮らしに密着した資源）な北区を巡るコースづくり
- ・地域行事・祭りのイベントカレンダーの作成

#### 施策④ 産業遺産を楽しむプログラムづくり

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、平成 30 年（2018 年）の明治維新 150 周年（明治維新 1868 年）にちなんだツアーなど、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を検討していきます。

##### 《実施例》

- ・産業遺産スタンプラリーの実施
- ・明治維新 150 周年ツアーの実施
- ・明治大正の赤レンガ巡りの実施

#### 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

水辺や暮らし、産業遺産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。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、継続的な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検討していきます。

##### 《実施例》

- ・観光市場調査の実施
- ・他自治体の観光動向調査の実施
- ・観光客アンケート調査の実施

#### 《参考事例》すみだ まち歩き博覧会 （墨田区）

墨田区（東京都）では、四季を通じて地域が有する多様な魅力を体験してもらうことを目指して、観光誘客キャンペーン「すみだまち歩き博覧会」を展開しています。

「すみだまち歩き博覧会」では、例えば「小江戸両国」「幕末・維新の道」「すみだの職人街道」「新旧建築アート」「墨堤桜めぐり」など、地域を特徴付けるテーマに応じて区内の観光資源を再編集し、これら資源を巡るまち歩きコース（全 24 コース）を設定しています。また、まち歩きコースマップを区内観光案内所で配布すると共に、ホームページ上で公開しています。



図版出典：墨田区 HP

## 基本戦略4 [ネットワーク型の観光] 『つなぐ』観光を展開する

### めざすべき方向性

- 北区観光をより広い範囲で進めていくためには、来訪者に複数の資源をめぐってもらい、区内を広く回遊してもらうことが有効です。
- より多くの来訪者に訪れてもらうためには、近隣区など他地域と連携した取組みが効果的です。
- 北区観光としての魅力をより高めていくためには、北区の商業やものづくり、食などの分野との連携が必要です。
- 具体的な戦略として、「戦略4-1：区内の資源をつなぐ」こと、「戦略4-2：ゆかりのある地域と北区をつなぐ」こと、「戦略4-3：産業と観光をつなぐ」ことを推進します。

### 戦略4-1 区内の資源をつなぐ

- 来訪者により多くの資源をめぐってもらい、区内を広く回遊してもらうために、鉄道駅を拠点とした観光や公共交通を活用した観光を推進し、区内を快適に回遊できるしくみづくりを進めます。

#### 施策① 鉄道駅を核とした観光の推進

駅を拠点とした観光ルートの開発や周辺施設の観光情報の提供、事業者と連携したイベントの実施など、主要交通拠点を玄関として訪れる来訪者が駅を拠点として歩いて楽しむことができる観光を推進するための取組みを進めていきます。

##### 《実施例》

- ・ 駅を核とした観光ルートの開発
- ・ 駅周辺の観光情報の提供
- ・ 事業者と連携したイベントの実施

#### 施策② 公共交通を活用した観光の推進

鉄道やバスなどの公共交通を活用した観光ルートの設定やマップの作成など、公共交通を利用して、広域の区内観光を楽しむことができる取組みを進めていきます。

##### 《実施例》

- ・ 鉄道やバスなどの公共交通を活用した観光ルートの設定

## 戦略 4-2 ゆかりのある地域と北区をつなぐ

- 北区観光を広く展開していくためには、北区内の観光資源を目的とした来訪者だけでなく、近隣区の資源を目的とした来訪者を引き込むことが有効です。そのために、近隣区の観光資源と連携した広域観光ルートの開発を推進していきます。
- より多くの観光客を獲得するため、友好都市など北区とゆかりのある地域についても連携を強化し、積極的な PR を行っています。

### 施策① 近隣区の観光資源と連携した広域観光ルート開発

北区周辺には、六義園（文京区）や巣鴨地蔵通り商店街（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やイベントの実施、都電沿線 4 区で連携した取組みなど、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。

#### 《実施例》

- ・ 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

### 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、友好都市交流を行っている酒田市（山形県）、甘楽町・中之条町（群馬県）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。

#### 《実施例》

- ・ 友好都市交流を行っている酒田市（山形県）、甘楽町・中之条町（群馬県）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

### 戦略 4-3 産業と観光をつなぐ

- 北区には、地域の暮らしを支えてきた、商店街や特徴的なものづくり、食に関する多くの産業があります。北区観光をより魅力的なものにしていくためには、これらの北区ならではの産業を観光分野においても取り上げ、ツアーや体験プログラムとして売り出していくことが効果的です。また、北区産業を観光で取り上げることで、産業振興への貢献も期待できます。

#### 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組みを進めます。

##### 《実施例》

- ・商店街マップの作成
- ・まちあるき商店街ツアーの実施
- ・商店街グルメツアーの実施

#### 施策② ものづくりによる北区観光の魅力向上

北区には、東京 23 区唯一の酒蔵や和菓子、たわし、洋傘など、有名企業はもちろん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組みを進めます。

##### 《実施例》

- ・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

##### 《参考事例》 おおたオープンファクトリー（大田区）

「おおたオープンファクトリー」は、大田区（東京都）の東急多摩川線の下丸子駅・武蔵新田駅周辺を拠点として、町工場を一斉公開するイベントです。各種ガイド付きのツアーや加工体験が行われ、まち歩きを楽しみながら、技・製品、作り手の魅力に触れることができます。

平成 24 年より、地元の工業会「工和会協同組合」と大田クリエイティブタウン研究会を構成する一般社団法人大田観光協会と首都大学東京・横浜国立大学・東京大学が企画しています。

### 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組みを進めます。

#### 《実施例》

- ・まちなかバル\*の実施
- ・飲食店マップの作成
- ・B級グルメイベントの実施
- ・おでんイベントの実施

※まちなかバルとは、まちなかの飲食店を食べ歩き・飲み歩きして楽しむイベントです。

#### 《参考事例》お宝発見！つまみ食いウォーク（品川区）

「お宝発見！つまみ食いウォーク」は、品川区（東京都）内の商店街を徒歩で巡り、“商店街自慢の味”をつまみ食いしたり、買い物をしながら、まち歩きを楽しむイベントです。

このイベントは、しながわ観光協会が平成18年から毎年行っており、毎回およそ3,000人が参加する人気のイベントです。リピーターも多く、申込者の約7割が区外から訪れ、出店店舗は、商店街のパン、和菓子、各種惣菜など100店舗前後にもものぼります。過去には、しながわ観光協会と大田観光協会が連携し、両区の商店街でイベントを開催したこともあります。



## 基本戦略5 「みんなで育て支える観光」北区の観光力を高める

### めざすべき方向性

- 誰もが安心して観光を楽しめるような環境づくりや、地域一体となった受け入れ基盤、態勢を整えていくことが重要です。
- 具体的な戦略として、「戦略5-1：ユニバーサルな観光を推進する」こと、「戦略5-2：おもてなしの心を展開する」こと、「戦略5-3：北区観光の推進機能・体制を整える」ことを推進します。

### 戦略5-1 ユニバーサルな観光を推進する

- 観光推進の取組みを進めていくうえでは、地域の魅力を向上させ、発信していただくだけでなく、高齢者や子ども、障害のある方、外国人など誰もが訪れやすい地域、多くの楽しみ方がある地域になるような環境づくりを進めていく必要があります。
- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、北区でも外国人観光客の獲得に向け、国際観光を推進する取組みを進めていく必要があります。

#### 施策① 国際観光の推進

今後、増加すると考えられる外国人観光客を北区観光客として獲得していくため、国際観光を推進していきます。例えば、無線LANやサインの多言語表記化などの外国人来訪者に対応した環境整備や、外国人来訪者が楽しめる観光プログラムづくり、販売業への外国人観光客対応のマニュアルの配布などのコミュニケーションツールの充実など、国際観光の推進に必要な取組みを行っていきます。

#### 《実施例》

- ・外国人来訪者に対応した環境整備（無線LAN、案内サインなどの多言語表記化）
- ・外国人来訪者向けの観光プログラムづくり
- ・コミュニケーションツールの充実

#### 《参考事例》観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のための ガイドライン（平成26年3月、観光庁）

観光庁では、多言語対応の改善・強化を図るため、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」に基づき、美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等における多言語対応のガイドラインを策定しています。

このガイドラインでは、多言語対応言語の代表例として、英語・中国語・韓国語の3言語で、400移行の用語・文例について対訳語が記載されています。

## 施策② 誰でも楽しめる観光の推進

高齢者や子ども、身体の不自由な人も安心して楽しい時間を過ごせる環境づくりを進めていきます。例えば、段差の解消など、公共空間におけるバリアフリー環境を向上させていきます。また、外国人観光客に対しても、サインの多言語化やピクトグラム表記などを案内機能を充実させていきます。さらに、避難経路の周知など、災害時などにおける安心・安全な空間づくりを進めていきます。

### 《実施例》

- ・公共空間におけるバリアフリー環境の充実
  - ・案内サインの充実（多言語表記、ピクトグラム\*表記など）
  - ・災害時などに対応した安心・安全な空間づくり
- ※ピクトグラムとは、情報を図や絵文字などで視覚的に表現したものです。

## 戦略5-2 おもてなしの心を展開する

- 北区の観光力をより高めていくためには、観光に携わる人だけでなく、地域全体でおもてなしの心を展開していく必要があります。そのため、観光ボランティアガイドのますますの充実や、区民と連携しておもてなし意識を醸成していく取組みを積極的に進めていきます。

## 施策① 北区観光ボランティアガイドの充実

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さらなるスキルアップを進めていきます。また、近隣自治体の観光ボランティアガイドとも連携を図り、区域を越えた回遊を楽しんでもらうための取組みなどを検討していきます。

### 《実施例》

- ・北区観光ボランティアガイドのスキルアップ
- ・近隣自治体の観光ボランティアガイドとの連携

## 施策② 地域ぐるみのおもてなしの展開

区内の観光に携わる人だけでなく、広く区民も対象とした、おもてなし意識の向上に向けた取組みを進めています。また、オリンピック・パラリンピックに向けても同様に取り組んでいきます。さらに、街の景観や雰囲気からもおもてなしを感じてもらえるよう、地域の清掃活動や沿道の植栽整備などの環境づくりを区民の理解と協力を得つつ、進めています。

### 《実施例》

- ・ 区民意識の醸成
- ・ 沿道環境の美化、整備

### 《参考事例》もてなしの心をはぐくむ観光教育の取組み（宮崎県、大分県）

宮崎県では、観光教育の一環として、子ども向けの『宮崎副読本・わたしたちができることってなあに？』作成し、全県下の小学校4年生から中学生に配布しています。

また、由布市湯布院（大分県）では、中学生用の教材『ゆふいんの子どもたちに贈るまちづくりの本』として、本多静六先生の講演要約を英文併記で掲載したものを作成し、配布しています。

### 戦略 5-3 北区観光の推進機能・体制を整える

- 観光地としてのイメージが希薄である北区の観光を推進していくためには、区民、事業者、行政などさまざまな主体が連携した段階的な取り組みが必要です。
- 区民、事業者、行政が一体となった観光推進のプラットフォームの設置とともに、北区ファンを増やし、観光推進サポーターとして育てていく取り組みを広く、継続的に進めていきます。

#### 施策① 北区観光推進のプラットフォームの設置

北区において、観光の中核的推進役を担う組織を立ち上げます。区の観光窓口として情報を集約するとともに、区内各施設との連携を強化し、観光客へ情報を発信していきます。

##### 《実施例》

- ・ 中核的推進組織の設立

#### 施策② 北区ファンの獲得

体験型プログラム、交流型プログラムの実施など、来訪者により北区を理解し、親しみを持ってもらえるような取り組みを進め、北区の観光を区外から支えてくれる、北区のリピーター、ファンの獲得をめざします。また、アンケートによるニーズ・満足度調査など、観光客のニーズを把握し、今後の北区観光に反映する取り組みを行い、さらなる北区ファンの獲得を図ります。

##### 《実施例》

- ・ 交流型プログラムの実施
- ・ 観光ニーズ・満足度調査の実施（アンケート調査等の実施）

### 施策③ 観光推進サポーターの導入

観光推進サポーター制度などを設置し、区内外の北区ファンを観光推進の担い手として育て、サポーター自身が積極的に発案し、活動していける取組支援などを行っていきます。

#### 《実施例》

- ・観光推進サポーター制度の設置

#### 《参考事例》「飯山応援団 菜の花大使」の創設（飯山市）

飯山市（長野県）では、一般社団法人信州いいやま観光局において地域のサポーターともいえる「飯山応援団 菜の花大使」を創設しています。

応援団への入会者には、メールマガジンによる飯山市の情報提供やホームページ上で旬の飯山市の会員限定情報の閲覧、飯山応援団限定商品の購入などの会員限定のサービス等が受けられるようになっています。

また、地域内で会員証を提示すると地域内の提携店にて割引サービスやプレゼントなどの特典も受けられます。

#### 《参考事例》「香取ファンクラブ」の創設（香取市）

歴史的町並みが残る香取市（千葉県）では、香取市在住の方、香取市ゆかりの方、香取市に興味がある方々に、市の魅力を幅広くお届けし、楽しんでいただくためのファンクラブ組織として「香取ファンクラブ」を創設しています。

「香取ファンクラブ」の運営は、市内の観光協会の一つである水郷佐原観光協会が担っており、入会費・年会費とも無料で、だれでも気軽に入会できる仕組みとなっています。またファンクラブ会員は単なる顧客ではなく、市内で訪れた場所や体験した内容等をPRしてもらう応援団としての性格を有しています。

また、入会者には、市内の主要観光施設の入場料等の割引が受けられるほか、観光などに関する様々な情報を掲載したメールマガジンが配信される仕組みになっています。

## 第5章 北区観光を先導するプロジェクト

北区観光を効果的、効率的かつ着実に実施していくためには、戦略的な視点に立って観光振興を先導するプロジェクトを定め、これらを着実に実行していくことが有効です。

このため本プランでは、「明示性・共感性」「実現性・実効性」「波及度」の3つの視点から、北区観光を着実に推進・展開していくための5つのリーディングプロジェクトを定め、これらの実施を図っていきます。

### 北区観光を先導するプロジェクトを 定めるうえで考慮した視点

#### 視点①：明示性・共感性（分かりやすいこと）

⇒観光振興に関わる様々な主体にとって共感しやすい取組み、効果・成果を実感しやすい取組みから開始し、継続的展開を図ることが重要です。

#### 視点②：実現性・実効性（取組みやすいこと）

⇒北区観光の現状や特徴に照らして取組みやすいことから開始することで、より多くの主体の参画を促すとともに、北区の観光振興の実践・展開に向けて弾みをつけることが重要です。

#### 視点③：波及度（さまざまな波及効果を生むこと）

⇒ひとつの取組みを推進することで、関連するさまざまな施策や事業の推進を誘発するといった波及度合いを考慮することも重要です。

## 北区観光を先導する5つのプロジェクト

### プロジェクト1 暮らしっくツアープロジェクト ～暮らしを旅するまち北区～

- 北区には、地域に根付いた商店街や食、四季を感じられる豊かな自然、水辺、そして、先史～大正、昭和に至るまでの歴史など、暮らしに密着した資源、魅力が多く存在します。それらの資源については、観光資源としての認知度はまだ低いため、様々な視点でこれらの魅力を再編集し、多くの人を楽しめるツアーの開発を進めていきます。

### プロジェクト2 鐵分增量プロジェクト ～誰もが楽しみを見つけられる鉄道のまち～

- 北区は、多くの鉄道路線が集まり、都内でも有数の鉄道観光スポットとなっています。鉄道観光は、全国からの熱烈的なファンの来訪を期待できる、誘致圏の広いものです。平成26年度から実施している「鉄道のまち北区プロジェクト」をリーディングプロジェクトに位置付けて、これまで注目して来なかった子どもや女性にも焦点をあて、誰もが楽しめる鉄道のまちとしてさらにPRしていきます。

### プロジェクト3 駅から観光プロジェクト ～鉄道駅を核とした観光の推進～

- 北区の交通の利便性の良さを活かし、来訪者の玄関口となる鉄道駅を核とした観光を推進していきます。鉄道駅における観光情報の発信や鉄道駅を終着地点とした観光ルートの開発、マップの作成、鉄道事業者と連携したまちあるきツアーの開催など、沿線駅利用者にも広く呼びかける取組みを進めていきます。

### プロジェクト4 オリピック・パラリンピックに向けた国際観光化プロジェクト ～千客万来事業～

- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機に、外国人観光客を含む、ますます多くの観光客が北区を訪れることが期待されます。観光における快適な環境整備や情報発信、充実した観光プログラムの提供など、多くの観光客に北区を楽しんでもらえる国際観光化の取組みを推進していきます。

### プロジェクト5 北区観光サポート体制づくりプロジェクト ～北区観光の推進組織づくり～

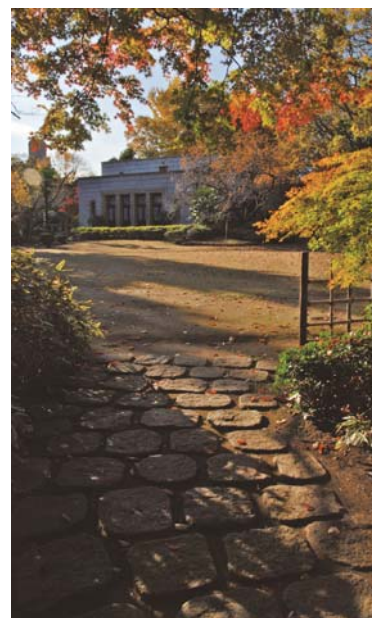
- 今後、本格的に北区観光を進めていくにあたり、区民、事業者、行政などが連携して継続的に取り組んでいく必要があります。そのために、官民横断的な役割を果たす中核的推進組織（（仮称）北区観光協会）の設立や老若男女を巻き込んだサポーター制度など、多くの人で支える北区観光のサポート体制づくりを進めていきます。

- 北区には、地域に根付いた商店街や食、四季を感じられる豊かな自然、水辺、そして、先史～大正、昭和に至るまでの歴史など、暮らしに密着した資源、魅力が多く存在します。それらの資源については、観光資源としての認知度はまだ低いため、様々な視点でこれらの魅力を再編集し、多くの人が楽しめるツアーの開発を進めていきます。

#### ◆プロジェクト取組みイメージ

- 区民参加を目的としたイベントやツアーの実施  
⇒北区民や北区の子どもたちに地域を理解してもらい、愛着を持ってもらうことを目的としたイベントやツアーの実施、広報などを検討する。
- 既存のイベント、地域資源の編集  
⇒北区の既存のイベントや地域資源を組み合わせる観光ルートの開発、ツアーの企画などを検討する。
- 商店街と連携した取組みの実施  
⇒商店街のマップや割引券の配布、商店街ツアー、まちなかバルの開催など商店街と連携した取組みを実施する。
- マニアックな暮らしの観光資源化  
⇒地形や井戸など区内に存在する暮らしに密着した資源を観光資源化していくことを検討する。

等





- 北区は、多くの鉄道路線が集まり、都内でも有数の鉄道観光スポットとなっています。鉄道観光は、全国からの熱烈なファンの来訪を期待できる、誘致圏の広いものです。平成26年度から実施している「鉄道のまち北区プロジェクト」をリーディングプロジェクトに位置付けて、これまで注目して来なかった子どもや女性にも焦点をあて、誰もが楽しめる鉄道のまちとしてさらにPRしていきます。

◆プロジェクト取組みイメージ

- 多様なファンに向けたイベントの企画・開催  
⇒熱烈な鉄道ファン以外の鉄道好きの女性、子どもやその親も参加しやすい鉄道イベントの企画・実施などを検討する。
- 関連グッズ等の開発・販売  
⇒鉄道を目当てとした観光客に向けた、鉄道に関連する食や小物などの商品の開発・販売などを検討する。
- 鉄道事業者との連携  
⇒鉄道事業者と連携したイベントの実施、広報を行う。

等



- 北区の交通の利便性の良さを活かし、来訪者の玄関口となる鉄道駅を核とした観光を推進していきます。鉄道駅における観光情報の発信や鉄道駅を終着地点とした観光ルートの開発、マップの作成、鉄道事業者と連携したまちあるきツアーの開催など、沿線駅利用者によく呼びかける取組みを進めていきます。

#### ◆プロジェクト取組みイメージ

##### ○駅からの観光ルートの開発

⇒駅ごとに駅からの観光ルートを開発し、情報を持たない来訪者を施設やまちなかに誘導するしかけをつくる。

⇒駅から、徒歩やコミュニティバス、都電などのさまざまな移動手段で北区内を周遊できるルートを開発する。

##### ○駅周辺の観光拠点の整備

⇒駅周辺の観光情報拠点の整備、トイレ、休憩施設の整備、地域の物産販売所の整備など、駅を観光拠点とした整備を進める。

##### ○鉄道事業者との連携

⇒鉄道事業者と連携した観光ルートの開発、広報を行う。

等



- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機に、外国人観光客を含む、ますます多くの観光客が北区を訪れることが期待されます。観光における快適な環境整備や情報発信、充実した観光プログラムの提供など、多くの観光客に北区を楽しんでもらえる国際観光化の取組みを推進していきます。

#### ◆プロジェクト取組みイメージ

- 外国人観光客を含む多くの観光客に対応した環境整備
  - ⇒無料 Wi-Fi 環境の整備や多言語化の対応など、外国人観光客を含む多くの観光客が利用しやすい環境の充実を図る。
- スポーツ振興の推進
  - ⇒河川敷のジョギングコースのアピールやスポーツ・ツーリズムの拡充、NTC\*利用者をターゲットとしたアスリート食の開発など、スポーツの街としての認知度向上を図る。
- ハードのバリアフリー、心のバリアフリーの充実
  - ⇒パラリンピックを視野に入れ、東京都障害者総合スポーツセンターと連携した取組みを行う。
  - ⇒駅前や主要施設を中心としたバリアフリー環境のハード整備を推進するだけでなく、心のバリアフリーの充実を図る。

等

※味の素ナショナルトレーニングセンター



## プロジェクト5 北区観光サポート体制づくりプロジェクト ～北区観光の推進組織づくり～

- 今後、本格的に北区観光を進めていくにあたり、区民、事業者、行政などが連携して継続的に取り組んでいく必要があります。そのために、官民横断的な役割を果たす中核的推進組織（（仮称）北区観光協会）の設立や老若男女を巻き込んだサポーター制度など、多くの人で支える北区観光のサポート体制づくりを進めていきます。

### ◆プロジェクト取組みイメージ

#### ○観光推進組織準備会の設立

⇒中核的推進組織づくりに向けた準備会をつくり、中核的推進組織組成のための研究・検討を行う。

等



平成 25 年度 北区観光振興シンポジウム「えっ北区で観光? ～小さな世界に潜む大きな魅力～」



第1回北区観光振興プランワークショップ



第2回北区観光振興プランワークショップ



第3回北区観光振興プランワークショップ



第4回北区観光振興プランワークショップ

# 基本戦略と施策の体系

観光振興の進め方と基本的方向性

STEP 1

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

STEP 2

地域の観光的魅力の向上と観光交流の促進

STEP 3

定住人口増加をめざした総合的な地域活力の向上

方向性① 掛け算の観光・組み合わせる観光

方向性② さまざまな連携による観光

方向性③ 行動に着目する観光

基本戦略	戦略	施策	実施例	
基本戦略1 【発信力のある観光】 北区観光を有名にする	戦略 1-1: 効果的なプロモーションを推進する	区民向けのプロモーション	ミニシンポジウムの開催、モニターツアーの開催、区内各地の施設でのPR	
		他地域へのプロモーション	ゆかりのある地域、鉄道沿線、周辺地域へのプロモーション	
		多様な媒体を活用したプロモーション	マスコミ等を通じた魅力発信、ケーブルテレビ等の活用、SNSの活用、ドラマや映画等の撮影場所誘致等	
	戦略 1-2: 北区観光の情報発信力を強化する	一元的な情報発信	観光ポータルサイトの創設、観光マップの作成・配布	
		情報発信拠点の充実	観光案内所の設置、既存のまちなか案内処の充実	
基本戦略2 【メリハリのある観光】 北区観光の顔をつくる	戦略 2-1: 北区観光のイメージをつくり、ブランド力を上げる	北区観光の核となるテーマの創出とこれに基づく観光の推進	鉄道、商店街・食、産業遺産、水辺・地形、歴史・文化芸術をテーマとした観光の推進	
		オリンピック・パラリンピックを見据えたスポーツ観光の推進	スポーツの街としての認知度向上、スポーツ・ツーリズムの拡充、NTCを核としたブランド力向上	
	戦略 2-2: 北区観光の拠点を充実する	駅周辺における観光拠点機能の充実	来訪者にとっての駅前利用環境の向上(案内サイン、トイレ、休憩施設など)、観光案内所の設置、王子駅・十条駅周辺のまちづくり	
基本戦略3 【誘客力のある観光】 北区観光の魅力高める	戦略 3-1: 「北区」ならではの資源を発掘する	地域に眠っている資源の発掘	観光写真コンテストの実施、お宝発掘ツアーの実施	
	戦略 3-2: 多様なテーマで地域の魅力を編集する	五感と季節の変化を楽しむプログラムづくり	五感で感じるモデルコースづくり、季節を楽しむツアーの実施、花火会の実施	
		水辺を楽しむプログラムづくり	水辺のコースづくり、マップの作成、水辺のイベントカレンダーの作成	
		暮らしぶりを楽しむプログラムづくり	マニアックな北区をめぐるコースづくり、地域行事・祭りイベントカレンダーの作成	
		産業遺産を楽しむプログラムづくり	産業遺産スタンプラリーの実施、明治維新150周年ツアーの実施、明治大正の赤レンガ巡りの実施	
		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	観光市場調査の実施、他自治体観光動向調査の実施、観光客アンケート調査の実施	
基本戦略4 【ネットワーク型の観光】 『つなぐ』観光を展開する	戦略 4-1: 区内の資源をつなぐ	鉄道駅を核とした観光の推進	駅を核とした観光ルートの開発、周辺の観光情報の提供、事業者と連携したイベントの実施	
		公共交通を活用した観光の推進	鉄道やバスなどの公共交通を活用した観光ルートの設定	
	戦略 4-2: ゆかりのある地域と北区をつなぐ	近隣区の観光資源と連携した広域観光ルートの開発	区域を越えたマップの作成、イベントの開催、都電4区で連携したイベントの実施	
		ゆかりのある地域との連携	友好都市交流を行っている地域、渋沢栄一ゆかりの地、交通網を通じたゆかりのある地域との連携	
	戦略 4-3: 産業と観光をつなぐ	商業による北区観光の魅力向上	商店街マップの作成、まちあるき商店街ツアーの実施、商店街グルメツアーの実施	
		ものづくりによる北区観光の魅力向上	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	
		食による北区観光の魅力向上	まちなかバルの実施、飲食店マップの作成、B級グルメイベントの実施、おでんイベントの実施	
基本戦略5 【みんなで育てる観光】 北区の観光力を高める	戦略 5-1: ユニバーサルな観光を推進する	国際観光の充実	外国人に対応した環境整備(無線LAN、案内サイン)、プログラムづくり、コミュニケーションツールの充実	
		誰でも楽しめる観光の推進	バリアフリー環境の充実、案内サインの充実、災害時に対応した安心・安全な空間づくり	
	戦略 5-2: おもてなしの心を展開する	観光ボランティアガイドの充実	観光ボランティアガイドのスキルアップ、近隣自治体ボランティアガイドとの連携	
		地域ぐるみのおもてなしの展開	区民意識の醸成、沿道環境の美化、整備	
	戦略 5-3: 北区観光の推進機能・体制を整える	北区観光推進のプラットフォームの設置	中核的推進組織の設立	
		北区ファンの獲得	交流型プログラムの実施、観光ニーズ・満足度調査の実施	
		観光推進サポーターの導入	観光推進サポーター制度の設置	

## 北区観光を先導するプロジェクト

プロジェクト1	プロジェクト2	プロジェクト3	プロジェクト4	プロジェクト5
暮らしつつくツアープロジェクト	鐵分増量プロジェクト	駅から観光プロジェクト	オリンピック・パラリンピックに向けた国際観光化プロジェクト	北区観光サポート体制づくりプロジェクト
暮らしを旅するまち北区	誰もが楽しみを見つけられる鉄道のまち	駅を核とした観光の推進	千客万来事業	北区観光の推進組織づくり

# 第6章 北区観光の推進・展開に向けて

## 1. 区民や区内事業者等と連携した観光振興の展開

観光振興の取組みを着実に推進・展開していくためには、区民、北区観光ボランティアガイドの会をはじめとする区民団体、観光に関わりの深い交通や産業等の事業者、博物館や史料館等の文化・教育施設及び行政が、相互に連携・協力することが必要不可欠です。

また、本プラン第5章において「プロジェクト5 北区観光サポート体制づくりプロジェクト」として示したように、こうしたさまざまな主体が相互に連携・協力しながら、北区観光の振興に向けた取組みを推進するためには、多様な主体をつなぐとともに、北区観光の窓口としても機能する中間支援型の中核的推進組織が必要です。

このため北区では今後、北区観光の推進を担う中核的推進組織（(仮称)北区観光協会）の設立を検討します。

### ◆北区観光の中核的推進組織（(仮称)北区観光協会）の役割・活動イメージ

#### ○観光情報の収集・発信

⇒北区観光の情報発信の窓口として、観光に関するさまざまな情報を収集し、これらを戦略的かつ効果的に発信する。

#### ○観光プログラムの企画・開発・実施

⇒各種イベントやツアーなど、さまざまな観光プログラムの企画・実施や、新たな観光ルートの調査・検討などの観光プログラムを開発する。

#### ○さまざまな連携・協力のコーディネート

⇒区内の多様な主体の連携・協力のコーディネートを行う。  
⇒他地域や区外の団体との連携を推進するなど、他地域との連携の窓口となる。

#### ○観光に関わる各種支援、人材育成等

⇒各種団体や事業者の個別の観光振興の取組み・活動に対してアドバイスや支援を行う。  
⇒観光振興に関する人材を育成する。

## 2. 北区観光を先導するプロジェクトの推進による北区観光力の着実な向上

本プランの第4章に示した北区観光の基本戦略・戦略・施策は、北区観光の推進にあたっての基本となるメニューを示したものですが、これらを個別・単発的に実施しても大きな成果・効果をあげることはできません。これらメニューは、相互に連携しながら実施することで、より大きな効果・成果を生み、北区の観光力の向上につながります。

一方、第5章に示した北区観光を先導する5つのプロジェクトはいずれも、第4章に示した北区観光の基本戦略・戦略・施策と深い関わりを持っており、これらプロジェクトを推進することで、結果としてさまざまな基本戦略・戦略・施策の実現に結びつけることを意図して検討・設定しています。

このため、北区観光の推進にあたっては、第5章に示した5つのプロジェクトを着実に推進することで、第4章に示した基本戦略・戦略・施策の実現を図り、北区の観光力の向上に結び付けていくことを基本とします。

### 北区観光力の着実な向上の取組みイメージ

#### 「北区観光を先導するプロジェクト」の推進

- プロジェクト1：暮らしっくツアープロジェクト ※詳細は本プラン第5章を参照  
プロジェクト2：鐵分增量プロジェクト  
プロジェクト3：駅から観光プロジェクト  
プロジェクト4：オリンピック・パラリンピックに向けた観光国際化プロジェクト  
プロジェクト5：北区観光サポート体制づくりプロジェクト

#### 「北区観光の基本戦略と施策」の実現

- 基本戦略1 【発信力のある観光】 北区観光を有名にする  
基本戦略2 【メリハリのある観光】 北区観光の顔をつくる  
基本戦略3 【誘客力のある観光】 北区観光の魅力を高める  
基本戦略4 【ネットワーク型の観光】 『つなぐ』観光を展開する  
基本戦略5 【みんなで育て支える観光】 北区の観光力を高める

※詳細は本プラン第4章を参照

## 北区観光力の向上

### 3. 観光に関連するさまざまな分野との連携強化

北区における観光振興は、観光を切り口として地域の特性を活かした魅力づくりを行い、長く住み続けられるまち、訪れて楽しいまちをめざすという視点が重要であり、観光振興を商業振興、工業振興、文化芸術振興等も含めた総合的な地域づくりに結びつけていくことが重要です。また観光振興を推進するためには、交通環境やトイレ等の利便施設の充実を図るなど、観光行動の基盤となる環境を整えることが必要です。

このため、北区観光の推進にあたっては、商業、工業、文化芸術、都市基盤、景観形成、交通といった関連するさまざまな分野との連携を図り、効果的・効率的に事業を推進していきます。



## 參考資料

---

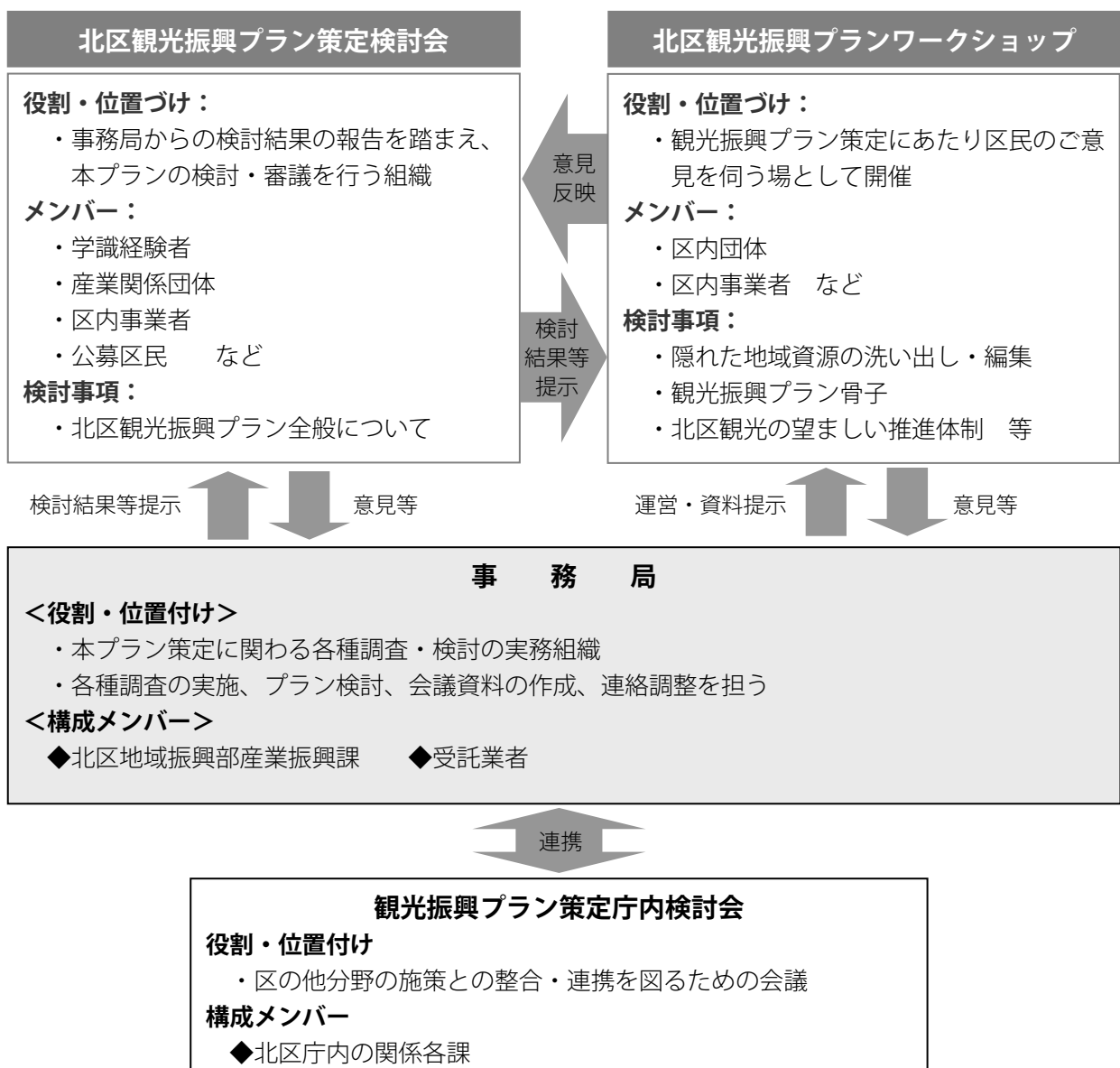
1. 策定体制
2. 策定経過

# 1. 策定体制

北区観光振興プランの策定にあたっては、学識経験者、関連団体代表者などで構成される「北区観光振興プラン策定検討会」に加えて、区民意見の把握・反映を目的として、区内団体や事業者などで組織される「北区観光振興プランワークショップ」を設置・開催し、そこでの意見・指摘を踏まえて検討を進めてきました。

さらに、庁内の検討体制としては、区の他分野の施策との整合・連携を図るために、関係各課で構成する「観光振興プラン策定庁内検討会」を設置・開催し、「北区観光振興プラン策定検討会」、「北区観光振興プランワークショップ」と連携しながら検討してきました。

「北区観光振興プラン」の策定体制



## 2. 策定経過

北区観光振興プラン策定検討会、北区観光振興プラン策定検討部会及び北区観光振興プラン策定庁内検討会の検討内容、検討スケジュールは以下のとおりです。

