



板橋区観光振興ビジョン 2025 資料編



1	板橋区観光振興ビジョン（平成17（2005）年度策定）の評価	1
2	国及び都の観光動向	12
3	区の現状とニーズ	18
4	区民検討会議（観光ワークショップ）	52
5	有識者懇談会	61

1. 板橋区観光振興 ビジョン

(平成 17 (2005)
年度策定) の評価

区は、平成 17 (2005) 年 4 月に「板橋区観光振興ビジョン」を策定し、『魅力あるまち・いたばし再発見』を基本理念に、5 つの目標、13 施策、58 事業を掲げ、観光交流都市いたばしの創造に向けた取組を推進してきました。

1-1 取組状況調査結果

本項では、平成 27 (2015) 年度までの取組状況調査結果をまとめました。

目標・施策名		事業数	実施済 完了		一部実施済		未実施	
目標 1 訪れたい魅力あるまち		29事業	21 事業	72.4%	6 事業	20.7%	2 事業	6.9%
	施策 1 観光情報の収集・発信	11事業	6 事業	54.5%	3 事業	27.3%	2 事業	18.2%
	施策 2 観光資源の開発と支援	10事業	10 事業	100.0%		—		—
	施策 3 観光推進体制の整備	8事業	5 事業	62.5%	3 事業	37.5%		—
目標 2 歴史・文化に出会えるまち		4事業	4 事業	100.0%		—		—
	施策 1 歴史・文化の保存と活用	2事業	2 事業	100.0%		—		—
	施策 2 伝統芸能・伝統工芸の継承	2事業	2 事業	100.0%		—		—
目標 3 安心・快適心地よいまち		13事業	7 事業	53.8%	6 事業	46.2%		—
	施策 1 案内機能・交通環境の整備	4事業	1 事業	25.0%	3 事業	75.0%		—
	施策 2 バリアフリー・環境の美化	2事業	2 事業	100.0%		—		—
	施策 3 景観の整備	3事業	2 事業	66.7%	1 事業	33.3%		—
	施策 4 憩い・潤いの空間整備	2事業	2 事業	100.0%		—		—
	施策 5 都市整備・再開発	2事業		—	2 事業	100.0%		—
目標 4 もてなしの心響くまち		8事業	3 事業	37.5%	3 事業	37.5%	2 事業	25.0%
	施策 1 ホスピタリティの向上	3事業	2 事業	66.7%	1 事業	33.3%		—
	施策 2 観光意識の醸成	5事業	1 事業	20.0%	2 事業	40.0%	2 事業	40.0%
目標 5 ふれあい豊かなまち		4事業	3 事業	75.0%	1 事業	25.0%		—
	施策 1 各種交流の推進	4事業	3 事業	75.0%	1 事業	25.0%		—
計		58事業	38事業 (65.5%)		16事業 (27.6%)		4事業 (6.9%)	

全体としては 58 事業中、「実施済・完了」が 38 事業 (65.5%)、「一部実施済」が 16 事業 (27.6%)、「未実施」が 4 事業 (6.9%) でした。「実施済・完了」と「一部実施済」を合計すると、54 事業 (93.1%) になります。

「一部実施済」の事業は、「板橋区版観光情報誌の作成」「区民などの参画の仕掛けづくり」「観光親善大使の創設」などが挙げられます。また、「未実施」の事業は、「映画・テレビロケ地の誘致」「観光情報システムの構築」などが挙げられます。これらの事業については、現在の社会環境や観光動向、ニーズなどを踏まえ、新たな観光振興ビジョンに取り入れていきます。

1-2

策定後の主な成果

本項では、前ビジョンに掲げている目標ごとの主な成果をまとめました。

目標 1

訪れたい魅力あるまち



板橋

※板橋十景

区制施行70周年を記念して、板橋ならではの自然景観、都市景観、名所・旧跡、イベントを「板橋十景」として選定した。

※写真は板橋十景の一つである「板橋」

(1) 観光コース開発や多言語の観光ガイドマップの作製

板橋区内の5地域において、歩きながら区の魅力を楽しむことができるよう観光資源をつないだ観光コースをそれぞれ開発し、観光ガイドマップやホームページなどで紹介しています。歴史・文化や自然を楽しむ散策コースを設定し、板橋十景※などそれぞれの地域の特色ある観光資源を快適に楽しめるよう、所要時間や公共交通機関との接続などに配慮するなど、工夫をしています。また、区内在住外国人や来訪外国人の方々に区の魅力を知ってもらい、実際に観光資源を見に行ってもらえるよう、英語、中国語、韓国語の観光ガイドマップを作製しました。東京2020大会の開催に向け、今後も多くの外国人観光客が区を訪れることが予想されるため、毎年内容の充実を図っています。

(2) 区内企業や工場などを巡る産業観光の推進



産業観光ツアーの様子

板橋区は、全国でも有数の工業集積地域であり、平成26(2014)年には製造品出荷額等・付加価値額が23区で1位となっています。光学・精密機器産業と印刷関連産業が区の地場産業として挙げられ、国内をはじめ海外シェアにおいてもトップクラスの企業が多く、最先端の技術と品質を誇っています。区では、これらの産業を観光資源と捉え、見学などを通して多くの人に区の特徴である産業について知ってもらうとともに、ものづくりの心を伝え、産業と共生できるまちづくりをめざし、平成20(2008)年度より産業観光ツアーを実施しています。また、区内企業の協力により、見学者を受け入れていただく事業も行っており、毎年多くの方々に参加をいただき人気を博しています。これらの産業観光に関する取組は、メディアにも大きく取り上げられ、ものづくりのまち板橋への愛着を深める観光資源として一役を担っています。

（３）区内四大イベントや個性豊かな地域イベントの開催



いたばし花火大会

いたばし花火大会や板橋区民まつり、農業まつり、板橋 City マラソンの四大イベントは、区の一大観光イベント事業として毎年、趣向を凝らしながら魅力向上に取り組み、多くの観光客でにぎわっています。

いたばし花火大会では、「15 万人の三本締め」や都内最大となる尺五寸玉の打ち上げなど、さらなる魅力向上に取り組んでいます。

また、板橋区民まつりでは、平成 23（2011）年 3 月に発生した東日本大震災への復興支援や、平成 25（2013）年度からはオリンピック・パラリンピックへの機運醸成事業など様々な取組を行い、多くの区民や区外の方にご来場いただいています。

さらに、地域では「桜まつり」や「梅まつり」など、自然をいかした季節を感じられるお祭りや国の重要無形民俗文化財に指定されている「田遊び」をはじめ、「獅子舞」などの伝統行事が行われています。梅まつりでは、古武道や鉄砲隊の演武、赤塚城戦国絵巻武者行列などが行われ、地域の歴史文化や日本の伝統文化をいかした催しを行い、魅力向上を図っています。

そのほか、阿波踊りやサンバカーニバル、へそ祭り、よさこい祭りなど、各地域や商店街などにおいても特色あるイベントや行事が行われ、区民をはじめ多くの観光客でにぎわっています。

（４）桜のライトアップ



「板橋」の桜の
ライトアップ

平成 23（2011）年から桜の開花時期に合わせて「板橋」の桜並木のライトアップを実施しています。「板橋」は、旧中山道の仲宿付近を流れる石神井川にかかる橋で、「板橋十景」にも数えられ、板橋の地名の由来になったといわれています。石神井川では、上流から下流の両岸にソメイヨシノなどの 1,000 本を超える桜が植えられており、開花時期には川に沿って並ぶ桜を鑑賞することができる桜の名所です。「板橋」からライトアップされた幻想的な夜桜を鑑賞してもらうことで多くの方が訪れ、地域の商店街の活性化にもつながっています。

目標 2

歴史・文化に出会えるまち



板橋縁宿

(1) 旧板橋宿の歴史資源をつなぐ板橋縁宿事業など 歴史・文化資源をいかした魅力づくり

旧中山道の「縁切榎」と「むすびのけやき」まで、9 商店街におみくじ処を設け、旧板橋宿を散策できる仕掛けをつくり、商店街の振興を図っています。
かいいびやく

平成 14 (2002) 年に中山道開闢 400 年を迎えたことを機に、中山道「板橋宿」の歴史資産を活用して町おこしをする共同イベントを実施するなかで、商店街と地域の活性化を図ることを目的に始まり、これを機に「板橋縁宿ブランド」の商品の開発や板橋縁宿まつりを開催し、活性化を図っています。平成 17 (2005) 年に開催された第 1 回東京商店街グランプリ「活性化事業部門」ではグランプリを受賞しました。

目標 3

安心・快適心地よいまち



いたばし観光センター

(1) いたばし観光センターやあかつか観光情報コーナーの整備

いたばし観光センターは板橋区内の様々な観光情報を集約し、区内外に発信する情報拠点として、平成 17 (2005) 年 4 月にオープンしました。センターでは、区内の名所、旧跡など板橋の魅力を P R する観光パンフレットの配布や観光グッズの販売、パネル展示などを行っています。

また、いたばし観光ボランティア「もてなしたい」が区内の自然、歴史、文化などを紹介しながら観光コースをご案内するなど、区の魅力を P R する一役を担っています。

さらに、平成 22 (2010) 年 12 月には赤塚支所の開所に合わせて、あかつか観光情報コーナーを整備し、赤塚地区の魅力発信を行っています。赤塚地域の観光拠点として、区内のまちあるきマップをはじめ、各種観光情報紙などのパンフレットや観光名所を紹介する映像を通じ、魅力ある板橋の観光情報を発信しています。

(2) コミュニティバス「りんりんGO」の運行



りんりんGO

平成 22 (2010) 年 3 月から運行を開始したコミュニティバス「りんりんGO」は、「赤塚・四葉・徳丸」周辺地域の公共交通サービス水準を向上させるとともに、区内の観光・文化施設の集積地である区立美術館周辺を経由するルートを行き、平成 28 (2016) 年度は 98,104 人の方が利用しました。コミュニティバスの愛称は、区の観光キャラクター“りんりんちゃん”にまつわるものとして公募し、300 点を超える応募

の中から「りんりんGO」が選ばれました。車両の正面や側面にカラフルな“りんりんちゃん”がデザインされているほか、車内の座席やつり革などいたるところに“りんりんちゃん”が登場し、かわいらしく親しみやすいバスとなっています。沿線周辺には、板橋市場、都立赤塚公園、区立美術館、区立郷土資料館、区立赤塚植物園、水車公園・徳水亭などの施設があります。

目標 4 もてなしの心響くまち



もてなしたい

(1) 観光ボランティアの創設・育成による観光客の受け入れ基盤の充実

区民及び区を訪れる方に、板橋区の自然・歴史・文化・生活・産業及び地域特性などの魅力ある資源を紹介するため、平成 17 (2005) 年 4 月に、観光地に同行して案内及び説明を行う観光ボランティア組織「もてなしたい」を創設し、現在 (平成 28 (2016) 年度末)、54 名のボランティアが活動しています。

いたばし観光センター来館者へ展示コーナーの説明や当日ガイドを行うほか、年 6 回の区民散策ツアーなど年間 200 件を超える観光ガイドを行い、区民をはじめ観光客の方々に喜ばれています。

(2) いたばし観光キャラクター「りんりんちゃん」による観光プロモーション

板橋区観光振興ビジョンに掲げられている施策の一つとして、平成 19 (2007) 年 12 月に観光キャラクター「りんりんちゃん」を制定しました。このキャラクターは、板橋区の観光 P R や区民の郷土意識を高めるために、様々な観光事業やプロモーション活動で活躍しています。

「りんりんちゃん」は、平成 19 (2007) 年に全国 309 通の応募から選ばれた観光キャラクターです。板橋区の花「ニリンソウ」の妖精をモチーフにした親しみやすいキャラクターで、「ニリンソウ」の「リン」と、「板」「橋」の部首の「きへん(木)」2 つで、「リン(林)」、合わせて「リンリン」とし、「緑豊かな板橋」の「ニリンソウの妖精」という 2 つの意味を込めています。りんりんちゃんオリジナルグッズの作製や、各種パンフレット、イベント告知ポスターなどに活用し、板橋区の観光シンボルとして区内外に P R しています。



いたばし
観光キャラクター
「りんりんちゃん」

目標 5 ふれあい豊かなまち



とれたて村



加賀公園



板橋区の森



板橋農業まつりに出店

(1) 金沢市、日光市、大船渡市との交流協定など、交流都市と連携したイベントや事業の展開

①全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」

板橋区との交流都市が集まった複合的なアンテナショップで、各地の美味しいものや、とっておきの情報を発信する拠点として平成 17 (2005) 年 10 月にオープンしました。各自治体が入れ替わりでまちの宣伝にやってくる「ふる里イベント」は、来店者に大好評です。平成 18 (2006) 年に開催された第 2 回東京商店街グランプリ「活性化事業部門」では、ハッピーロード大山商店街の取組がグランプリを受賞し、区の商店街としては 2 年連続の受賞となりました。

②金沢市との交流

江戸時代、板橋区内には加賀藩の広大な下屋敷があり、現在も「加賀」、「金沢」といった名称が地名や学校名などに残されています。このことを縁として、昭和 54 (1979) 年に開催された板橋区民まつりに「豊年太鼓」「ミス百万石」が参加したのを皮切りに交流が始まりました。平成 20 (2008) 年 7 月には、両都市の歴史的なつながりと約 30 年間にわたる友好関係が結実し、「友好交流都市協定」を締結しました。現在では、氷室の雪氷贈呈式やかなざわ講座などのセミナー、少年野球の交流など様々な交流が行われています。

③日光市との交流

日光市には、「板橋区の森」という森があります。この森は、栃木県栗山村（現在は日光市）との間で昭和 58 (1983) 年 6 月に締結された「みどりと文化の交流協定」の 10 周年を記念して誕生しました。平成 23 (2011) 年 10 月には、日光市産の「木材の使用と環境教育についての覚書」を締結し、現在では、区内の小中学校の改築・改修の際に日光市産の木材を活用するなどの実現に至っています。

また、区民を中心とする「板橋森林ボランティア」が森の維持管理を協働で行っており、様々な交流が行われています。

④大船渡市との交流

板橋区は、東日本大震災で被害を受けた大船渡市に、物資提供や職員派遣を行うなど、復興を支援しています。平成 24 (2012) 年 6 月には、こうした活動を通じて築いた友好の絆を深め、文化や産業の交流を通じた両都市の発展を期待して「連携協力協定」を締結しました。現在でも震災復興のため継続して職員派遣を行っているほか、区の様々なイベントで市の特産品を出店するなどの交流をしています。

1-3

前ビジョンの課題

本項では、前ビジョンに掲げている目標ごとの主な課題をまとめました。

目標 1

訪れたい魅力あるまち

【施策 1】 観光情報の収集・発信

東京 2020 大会の開催に向け、多くの外国人の来訪が見込まれることから、魅力発信手法、多言語化への対応が課題となっています。そのため、シティプロモーション戦略に基づき、魅力発信のコンテンツを充実させ、観光資源を的確かつ効果的に発信していく必要があります。

また、区内には魅力的な情報が数多くあることから、観光情報を収集する仕組みづくりや発信の工夫によって訴求力を高めるなど、さらなる魅力の発信強化を図っていく必要があります。

【施策 2】 観光資源の開発と支援

今後もイベントやツアーなどによって、国内外から多くの観光客を呼び込むことができるよう観光資源の拡充・拡大を図り、知名度を高めていく必要があります。また、自然やスポーツ、暮らしの体験などの多様な体験型観光メニューの開発など、魅力あるコンテンツの充実を図り、来訪者の増加を図っていくことが課題となっています。

様々な魅力ある資源を、にぎわいを生み出す魅力ある観光資源として発信していくためには、ストーリー性を持った情報発信を行っていく必要があります。

さらには、東京 2020 大会の開催に向け、観光客を受け入れる側となる区民や事業者の観光に対する意識の醸成を図っていく必要があります。

【施策 3】 観光推進体制の整備

引き続き、観光協会、交通や宿泊、商業（飲食や物販など）などの事業者、国や都、周辺自治体、交流自治体、団体、ボランティア、区内大学などと、より一層連携協力し、官民一体となって観光推進体制の強化を図っていく必要があります。

目標 2**歴史・文化に出会えるまち****【施策 1】 歴史・文化の保存と活用**

近代化遺産としての史跡公園整備など、次世代へ継承すべき区の歴史的・文化的価値のある資源の保存と、区内外の多くの人を訪れたいくなるような、ストーリー性を持った訴求力の高いプロモーションの実施に努めていく必要があります。

【施策 2】 伝統芸能・伝統工芸の継承

引き続き、区の伝統芸能・伝統工芸の魅力や価値を高め、保存振興に努めていく必要があります。

目標 3**安心・快適心地よいまち****【施策 1】 案内機能・交通環境の整備**

東京 2020 大会に向け、国内外から観光客の増加が見込まれることから、観光案内所の充実や各種案内表示・標識などの多言語対応を進めていく必要があります。また、交通面では、駅周辺の自転車駐車場が不足している状況があるため、町会・商店街・道路管理者・鉄道事業者などと連携し、整備を進めていく必要があります。

また、観光拠点の回遊性を促す手段の一つとして、レンタルサイクル・シェアサイクルなどの導入についても検討していく必要があります。

【施策 2】 バリアフリー・環境の美化

だれもが快適に過ごせ、訪れたいくなる環境の維持・保全に努めるとともに、ユニバーサルデザイン先進区をめざし、全ての人が過ごしやすい環境の拡充・拡大を進めていく必要があります。

【施策 3】 景観の整備

地区特性をいかした景観まちづくりを進めるため、地域住民の主体的な発意による景観形成重点地区指定を進めるとともに、景観形成の取組に対する機運を高めるため、地域住民の意識啓発や活動支援などを行っていく必要があります。

また、区内外の人に広く、区の魅力を伝えられるよう、建物や公園、自然など、様々なまちの風景写真の展示を行うなどして、さらなる周知拡大を図っていく必要があります。

目標 4
もてなしの心響くまち

【施策 4】 憩い・潤いの空間整備

道路河川、公園などの既存インフラの機能向上を図るとともに、区有施設に限らず、民間の休憩スポットや公開空地、農地などと連続した、憩い・潤いのある空間づくりを進めていく必要があります。

【施策 5】 都市整備・再開発

地域の特色を最大限にいかしながら、未来志向のビジョンを踏まえたまちづくりを推進していくとともに、再開発に観光の視点を取り入れ、にぎわいや交流の空間を整備（デザイン）していく必要があります。

目標 5
ふれあい豊かなまち

【施策 1】 ホスピタリティの向上

「もてなしの心」を広く区民に普及させるため、区民との協働や区内大学との連携を図り、より一層の効果を生み出していく必要があります。また、観光ボランティアの発掘・養成を進め、ガイドの質及び量の向上を図る必要があります。

【施策 2】 観光意識の醸成

区民の観光に対する意識を醸成するため、観光プロモーション活動を充実させていく必要があります。また、観光施策の推進にあたっては、区民が主体的に参画できる機会の充実・基盤づくりを進めていく必要があります。

【施策 1】 各種交流の推進

板橋区の魅力を広く伝えていくため、姉妹・友好都市との交流の機会を積極的に活用するとともに、交流都市からのホームステイ、ホームビジットなどの受け入れを推進していく必要があります。

1-4

**新たなビジョンで
取り組むべきテーマ**

本項では、前ビジョンの取組やニーズなどから課題と今後の取り組むべきテーマについてまとめました。

**(1) 観光に対する意識
の醸成**

平成 28 (2016) 年度に実施したタウンモニター調査によると、板橋区に魅力や見どころがあると感じていない区民は 4 割に及んでおり、区民に地域や地域資源の魅力が十分に浸透していない状況があります。そのため、まずは区民が地域の魅力を知り、地域に対する誇りを持ちながら自らが楽しむという、日常生活における観光を盛り立てていくことが大切です。

板橋区の未来を担う子どもたちが、将来もここに住み続けたいと思えるよう、子どものころから地域資源の魅力を知り、様々な関わりを通じて心温まる思い出となるような機会を創出していくことが大切です。そうして区民が地域に愛着や誇りを持つことで、区外の人にも魅力を伝え、来訪者を快くもてなすことができるような仕掛けづくりが重要です。

**(2) 暮らしに息づく
魅力をいかす**

板橋区は、平成 29 (2017) 年の区民意識意向調査によると、「住み続けたい」が 82.3%、「住みやすい」が 93.3%と多くの区民に“住む場所”として選ばれている、住みやすいまちです。そうした住みやすさを支えるものの一つに、暮らしに息づく魅力が挙げられます。そのため、住むことが楽しい、暮らしやすい、スポーツなどによって健康で過ごせる、歴史や文化を感じられる、新たな観光スタイルを確立していくことで、住みたい・住み続けたいと思えるまちづくりを進めていくことが大切です。

オフィスや商業施設が集中する都心部とは異なり、郊外と都心の境目にあり、人のにぎわいだけではなく、湧水や板橋崖線、荒川河川敷の緑、農地などがある潤いのある景観は、区外から訪れる人にとっても魅力があり、区民の暮らしにおいても潤いと安らぎを与える、貴重な財産といえます。人がにぎわう交流拠点における機能充実を図りつつ、こうした潤いのある環境を守り続けていかなければなりません。

このような暮らしに息づく観光資源や潤いのある自然環境をいかした取組を強化していく必要があります。

(3) ストーリー性を 持った新たな魅力の 創造

区内には、歴史的・文化的な資源、個性的で活気のある商店街、23区トップクラスの製造品出荷額及び付加価値額を誇る、有数のものづくり企業の集積地などがあり、他には無い魅力の一つです。また、区立美術館では、若いアーティストの展覧会の開催など、これからチャレンジしていく人たちを支えている資源も有しています。これからは、それぞれの資源の魅力を磨き上げるとともに歴史や人物、地域特性などといった、従来とは違った視点で捉え直したり、時には、いくつかの資源をつなぎ合わせ、関連付けることで、ストーリー性を感じられる観光コンテンツを創り、区内外へ積極的に情報発信していくことが重要です。

新たな資源の魅力開発に際しては、地域の商業や農業、製造業などの多様な産業、教育や福祉・医療、地域の暮らし、環境などの様々な分野で連携し、個々の魅力の底上げと相乗効果を狙った魅力づくりを進めていく必要があります。

(4) 戦略的な情報収集 ・発信力の強化

板橋区の魅力は、区内外に十分に届いておらず、観光やレジャーのために訪れたい場所というイメージを発信できていない状況にあることから、より訴求力の高い情報発信をしていく必要があります。SNSの利用拡大に伴い、情報拡散方法はここ数年で大きく変化していることから、観光情報発信手法やその見せ方を工夫していく必要があります。

一方、全国の観光地が集客拡大に向けた取組を進めているなかでは、区単独での観光集客の拡大をめざすだけではなく、交流都市や集客力の高い地域との連携を深めながら、段階的に知名度を高めていくなど戦略的な魅力発信が重要です。

(5) 観光基盤の強化と 関連団体との連携

観光客を受け入れる基盤として、案内標識やパンフレット、インターネット環境などが十分に整備されている状況ではなく、また、宿泊施設や休憩場所、区内を横断する観光資源をつなぐ交通手段も十分に整備されている状況ではありません。そのため、今後、増加が期待される訪日外国人に対しても、観光情報不足の解消や交通関係などのさらなる利便性の向上と安心・安全の確保を図っていく必要があります。

さらに、観光を支える様々な産業を育成・強化し、インフラ整備や観光産業の活性化を進めるとともに、板橋区観光協会をはじめ、区内の観光事業者、交通事業者、団体、周辺自治体、都など様々な関係者との連携強化を図る必要があります。

2. 国及び都の観光動向

前ビジョン策定から10年以上経過し、社会経済環境は大きく変化しています。そのような状況を踏まえ、本項では国や都をめぐる観光の動向をまとめました。

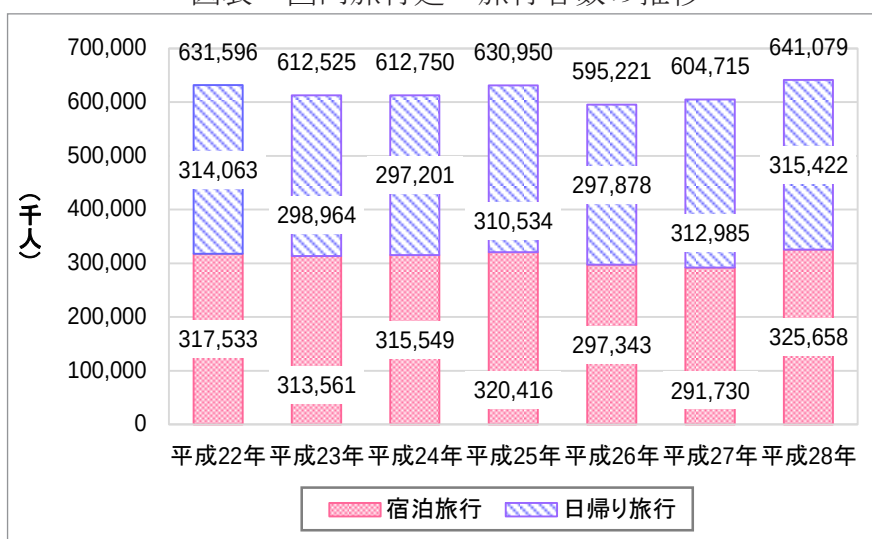
2-1

全国的な動き

～国内観光旅行は、新たな新幹線開業などの影響によって
微増傾向、訪日外国人旅行者数は近年急増し、
約2,400万人に及ぶ～

平成28(2016)年の国内旅行の延べ旅行者数は、6億4,108万人で、このうち宿泊旅行が延べ3億2,566万人、日帰り旅行者は延べ3億1,542万人となっています。平成26(2014)年は、消費税率の引き上げの影響などによる旅行者数の減少がみられましたが、平成27(2015)年には、円安による国内旅行へのシフト、北陸新幹線の開業による影響によって増加したものとみられます。

図表 国内旅行延べ旅行者数の推移



(出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(各年)

～東京2020大会を契機とした日本への観光に対する

期待の高まりと日本人の生活が垣間見える観光への注目～

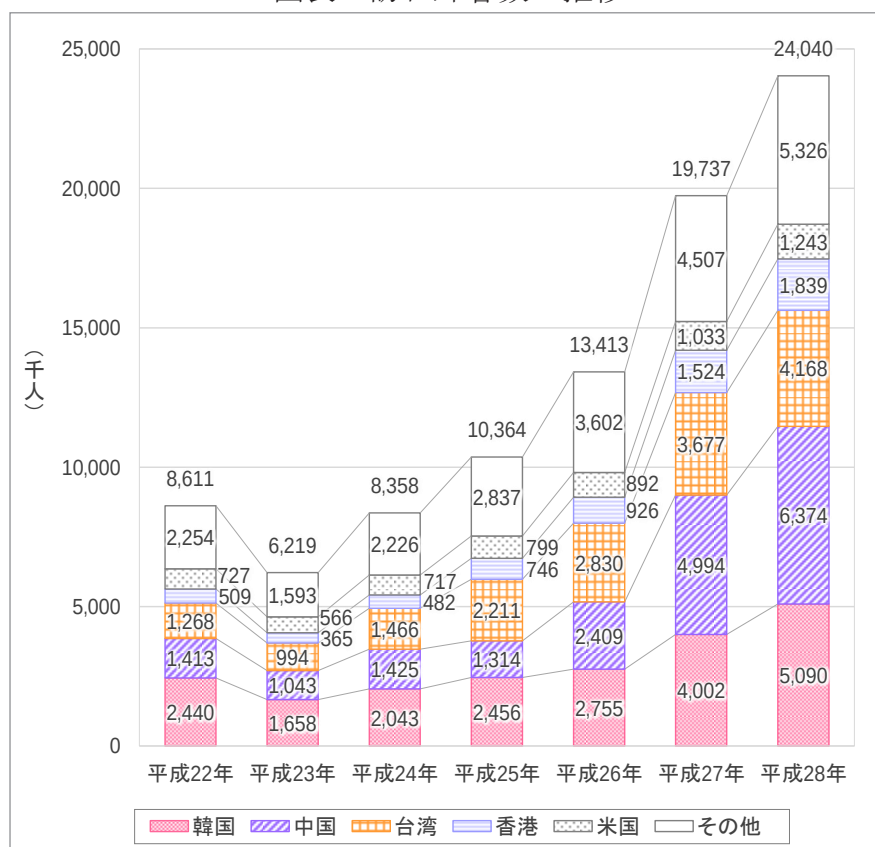
平成18(2006)年に「観光立国推進基本法」が成立し、観光が国の重要施策の一つとして位置づけられました。翌年に策定された「観光立国推進基本計画」では、平成28(2016)年までに訪日外国人旅行者数を1,800万人とすることが目標として掲げられましたが、平成27(2015)年には過去最高の1,973.7万人を記録し、平成28(2016)年は、2,404万人と発表されています。東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の影響を受けて大きく訪日外国人旅行者数が落ち込んだ平成23(2011)年以降、国のインバウンド政策の効果もあり、近年大きく客数が伸びています。

これまで、欧米などの先進国が海外旅行者の中心となっていました。アジア新興国の経済成長を背景として、中国や韓国以外にも、タイやカンボジアなどにおいて海外旅行に行く人の増加が見られます。

こうしたアジア各国からの旅行者は、これまで、日本人同様に団体旅行が中心となっていました。昨今、個人旅行中心にシフトしてきている状況にあります。また、平成 26（2014）、27（2015）年をピークに中国人旅行者を中心とする「爆買い」が流行し、大きな経済効果をもたらしましたが、平成 28（2016）年には落ち着きをみせています。今後は、買い物を楽しむ「モノ消費」から体験型の観光を重視する「コト消費」へのシフトが進んでいくとみられることから、知名度の高い観光スポットを巡るだけでなく、日本人の生活を体験できる場を訪れることにも注目が集まっています。

日本のユネスコ世界遺産登録は、平成 28（2016）年 7 月の国立西洋美術館を含めると 20 件（文化遺産 16 件、自然遺産 4 件）となっています。また、「和食」や「和紙」などの無形文化遺産登録、東京 2020 大会の開催決定などにより、日本への観光に対する国際的な注目度が高まりを見せています。

図表 訪日外客数の推移



（出典）日本政府観光局（J N T O）
「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」（各年）

2-2

都の動き

※SNS

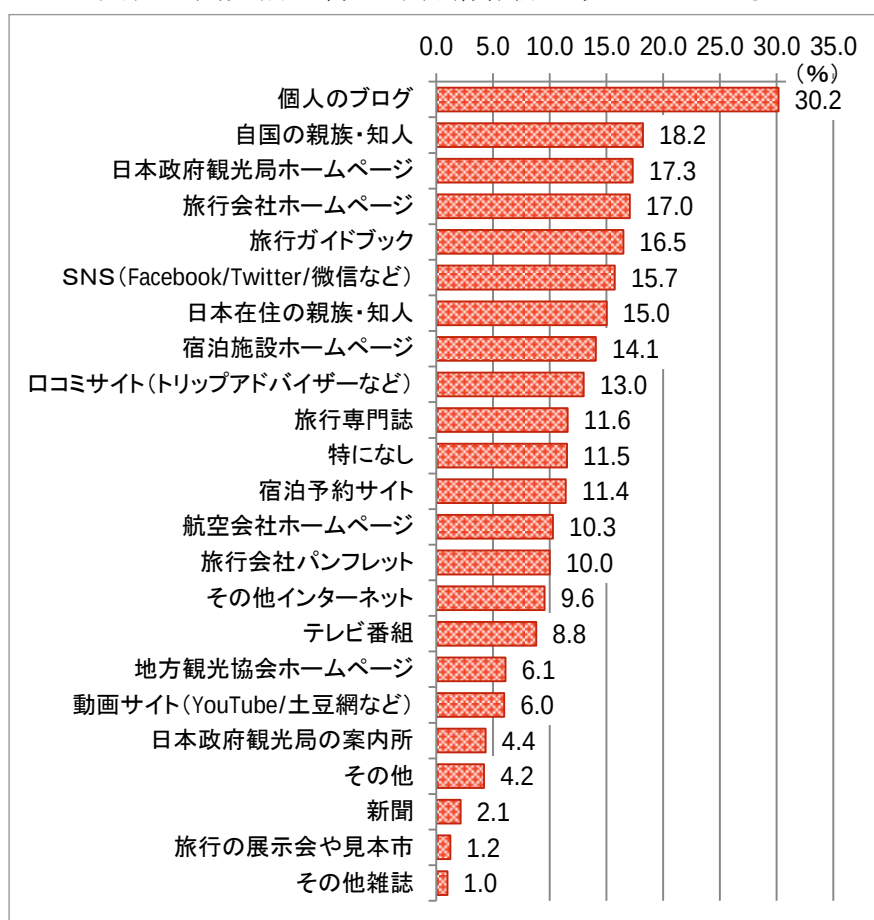
ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略称で、人とひととのつながりを促進・支援する、コミュニティ型のWebサイト及びネットサービスをさす。

SNSの例は、LINE、Facebook、Instagramなど。

～インターネットを介した旅行手配や口コミなどの 情報収集が主流となり、観光行動に大きく影響～

近年、世界的にもスマートフォンやタブレットPCなどが急速に浸透し、多様な媒体を通じた情報発信、インターネットによる宿泊及び交通などの各種予約決済の利用が主流となってきています。そうした中、SNS※などによる口コミでの情報拡散は、観光行動に大きく影響を及ぼしています。訪日外国人観光客に対するアンケート調査によると、出発前に得た旅行情報源で役に立ったものの第1位として「個人のブログ(30.2%)」が挙げられています。これまで日本人が注目していなかった場所が、SNSでの情報拡散によって外国人観光客が一気に集中するなどの動きが見られています。

図表 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの



(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」
(平成28(2016)年)

～政府による観光立国実現に向けた取組が、

東京2020大会開催を契機としてより加速化される～

東京 2020 大会では、都心部を中心に各種競技が開催されます。平成 26（2014）年 1 月には「東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会」が設立され、ハード・ソフト両面から受入体制の整備が進められています。政府は、平成 27（2015）年 11 月に「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の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」をまとめ、この中で、「大会を通じた新しい日本の創造」として、オリンピック・パラリンピックがスポーツの祭典であると同時に、文化の祭典であるとして、日本の伝統的な芸術、最先端アート、地域性豊かな和食・日本酒などの食文化、祭り、伝統的工芸品、和装、花、木材、石材、畳などの日本文化、日本建築など、文化プログラムの推進も図っていくものとしています。今後、大会開催に向けて、東京を中心として、これらの観光資源といえる日本文化の創造や向上が図られていくものと予想されます。

外国人旅行者の不便や不安を解消し、安心して観光できる環境を整備することは、満足度を高め、リピート客の増加などを促すことにつながります。外国人旅行者の移動の容易化を図るため、言語面でのバリアフリー化を進め、駅などのナンバリングや案内の多言語化、チェックシートやガイドラインの整備なども行われています。これらの取組は各地域や観光施設、宿泊施設と連携して行っていくことが必要となっています。

～急増する東京への旅行者と、

多様なニーズに合わせた急がれる受入環境整備～

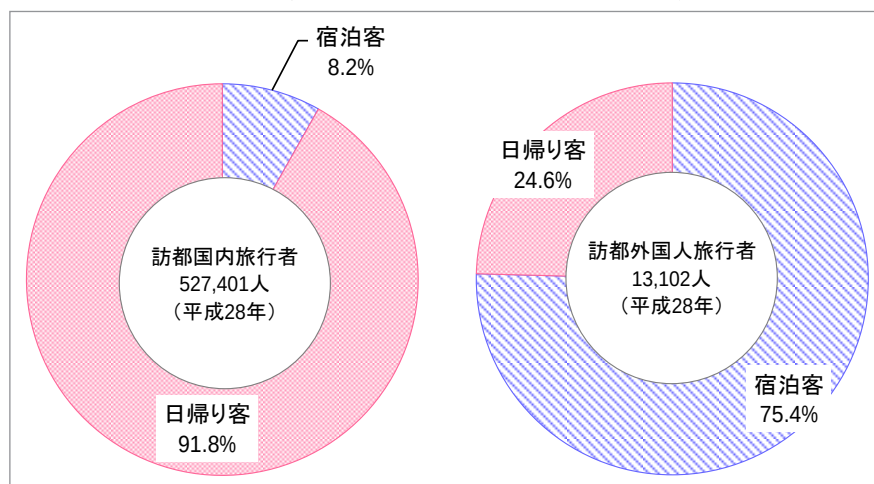
平成 28（2016）年に都を訪れた国内旅行者は、5 億 2,740 万人で、東日本大震災のあった平成 23（2011）年以降、増加が続いており、過去最多となりました。訪都外国人旅行者数も同様に増加傾向にあり、1,310 万人となりました。この 10 年間で都を訪れる外国人旅行者数は約 2.7 倍に増えています。宿泊客・日帰り客の内訳でみると、日本在住者の訪都国内旅行者では、日帰り客が 9 割以上を占める一方、訪都外国人旅行者では、約 75%が宿泊客となっています。

図表 訪都国内旅行者数及び
訪日・訪都外国人旅行者数の推移



(出典) 訪都国内旅行者数・訪都外国人旅行者数：東京都
「東京都観光客数等実態調査」
訪日外国人旅行者数：日本政府観光局（JNTO）
「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」

図表 国内旅行延べ旅行者数の推移



(出典) 訪都国内旅行者数・訪都外国人旅行者数：東京都
「東京都観光客数等実態調査」

～戦略的な情報発信や観光資源開発により、

観光の一大産業化をめざした東京観光振興の推進～

都では、平成 25（2013）年度に「東京都観光産業振興プラン～世界の観光ブランド都市・東京をめざして～」を策定し、目標年（平成 29（2017）年）までに訪都外国人旅行者数 1,000 万人、訪都国内旅行者数 5.1 億人を達成することを目標としていましたが、平成 27（2015）年にこの目標を達成しました。「都民ファーストでつくる『新しい東京』」（平成 28（2016）年 12 月策定）においては、2020 年に 2,500 万人、2024 年に 3,000 万人の訪都外国人旅行者数を目標に掲げています。

平成 29（2017）年 1 月に策定した「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～」では、観光産業振興に向けて展開する施策として、「消費拡大に向けた観光経営」、「集客力が高く良質な観光資源の開発」、「観光プロモーションの新たな展開」、「MICE※誘致の新たな展開」、「外国人旅行者の受入環境の向上」、「日本各地と連携した観光振興」の 6 つの戦略を掲げて取組を行っています。

※MICE

企業などの会議（Meeting）、企業などの行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会などが行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

3. 区の現状とニーズ

本項では、受入基盤及び区に存在する観光資源の状況や区民や区外の外国人の方々のニーズをまとめました。

3-1

観光客受入基盤の状況

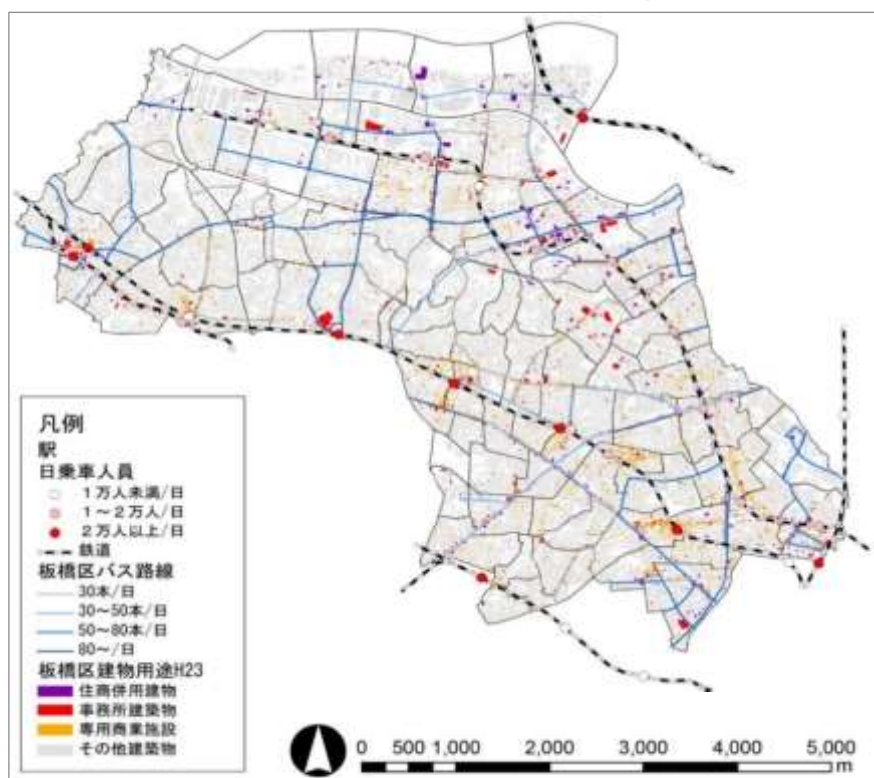
(1) 区内交通網の状況

板橋区は東京 23 区の北西部に位置しており、東は北区、南から西にかけては豊島区と練馬区に隣接し、西から北にかけては、白子川と荒川をはさみ埼玉県に接しています。

区内には、J R 埼京線、都営三田線、東京メトロ有楽町線・副都心線、東武東上線の 4 つの路線、計 24 駅が立地しています。平成 28 (2016) 年時点では、全駅の 1 日あたりの平均乗降客数は約 77 万人に及びます。

道路交通網としては、中山道や川越街道、環状 7 号線、環状 8 号線、首都高速 5 号線などの主要幹線道路が通っています。また、鉄道網を補完する形で、バス路線が運行されています。

図表 区内道路・鉄道交通網の状況



(資料提供：都市計画課)
 板橋区都市計画マスタープラン

（２）観光センターなどの状況

観光客などの受入基盤の一つとして、区内の観光情報を集約し、区内外に発信する情報拠点として、平成 17（2005）年 4 月に「いたばし観光センター」を設置しています。

センターでは、区の歴史的、文化的価値のある名所・旧跡などの観光資源に関する情報提供や観光グッズの販売、パネル展示などを行っており、年間 1 万人を超える人が訪れています。また、いたばし観光ボランティア「もてなしたい」が、区内観光に同行し、自然・歴史・文化・産業などを紹介する観光コースを無料で案内しており、平成 28（2016）年度は 27 件、延べ 2,973 人が参加しました。

（３）宿泊施設の状況

区内宿泊施設としては、旅館業法に登録するホテル、旅館、簡易宿泊所が 26 軒（平成 29（2017）年 10 月現在）立地しています。また、近年、賃貸物件や戸建住宅の一部を活用して、宿泊サービスを提供する、いわゆる「民泊」に対する注目が高まってきています。

こうした民泊サービスは、訪日外国人観光客の増加や大都市部での宿泊需給のひっ迫状況への対応、空き家の有効活用などの効果が期待されています。宿泊場所の提供者にとっては、世界中から訪れる人との交流機会が持てる、空きスペースを有効活用して一定の収入が得られるなどのメリットがある一方、利用者側にとっても、その土地の暮らしを体験することができることや、比較的安価に滞在できるなどのメリットが期待されます。

こうした中、国では、住宅宿泊事業を営む者の業務の適正な運営を確保しつつ、国内外からの観光旅客の宿泊に対する需要に的確に対応して来訪及び滞在を促進し、国民生活の安定向上及び国民経済の発展に寄与することを目的として、平成 29（2017）年 6 月 16 日に「住宅宿泊事業法」が公布され、平成 30（2018）年 6 月 15 日に施行されます。

これに伴い、板橋区においても民泊サービスの実施が可能となります。そのため、公衆衛生の確保や近隣住民などとのトラブル防止に留意しつつ、適正な活用により、観光客のニーズに対応していく必要があります。

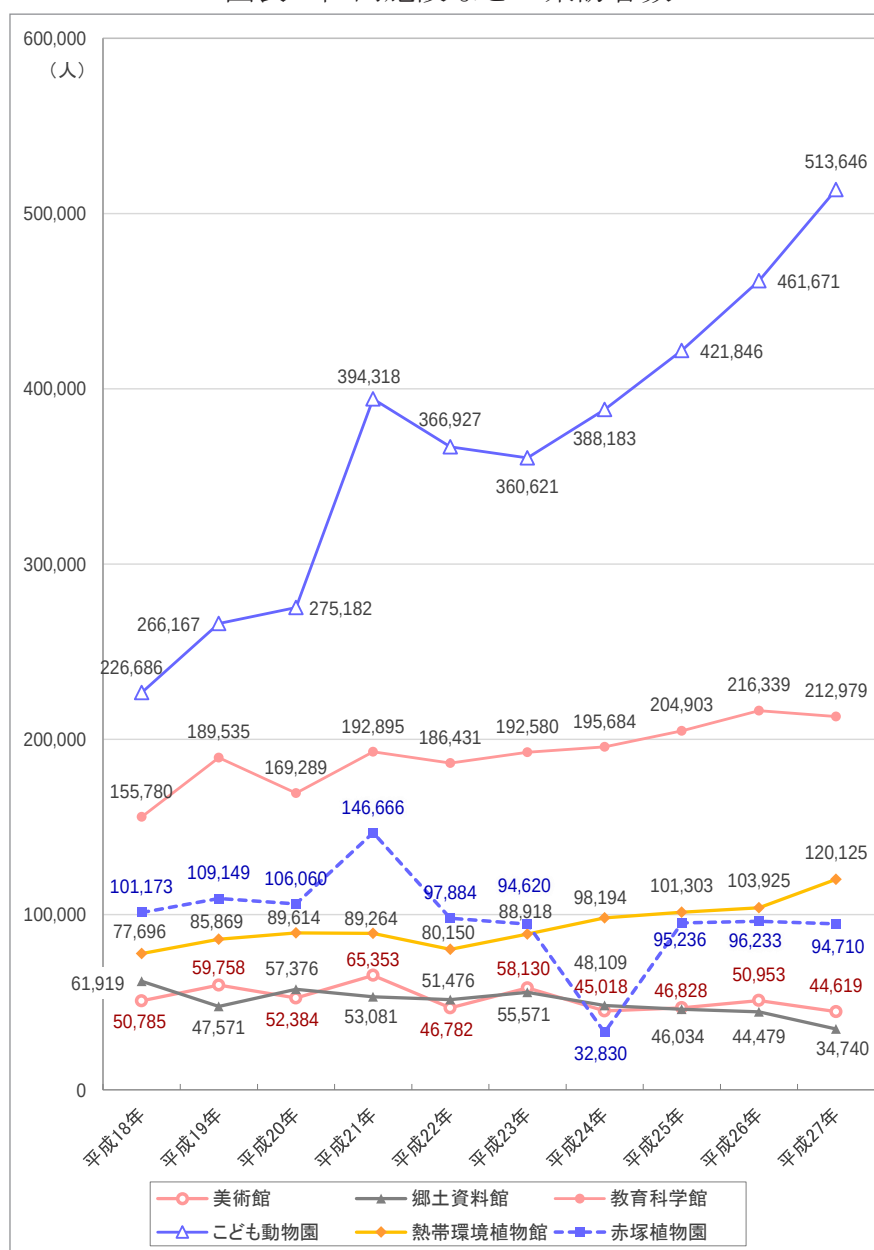
民泊サービスの実施にあたっては、ゴミ出しや治安・騒音などの諸問題から区民の生活環境を守るため、実態を迅速かつ的確に把握し得る体制を構築し、適切な管理・監督に努めていきます。

（４）観光客の動向

区内の主要な文化施設などへの来訪者数の推移を見ると、「こども動物園」が群を抜いて多く、平成 27（2015）年時点で 51 万 3,646 人の人が訪れています。次いで、「教育科学館」が 21 万 2,979 人、「熱帯環境植物館」が 12 万 125 人と続いています。

これらの上位 3 施設は、いずれもここ 10 年間で来訪者数が増加傾向にあり、平成 18（2006）年時点と比べると「こども動物園」では約 29 万人増、「教育科学館」は約 6 万人増、「熱帯環境植物館」は約 4 万人増と大幅に増えている状況にあります。

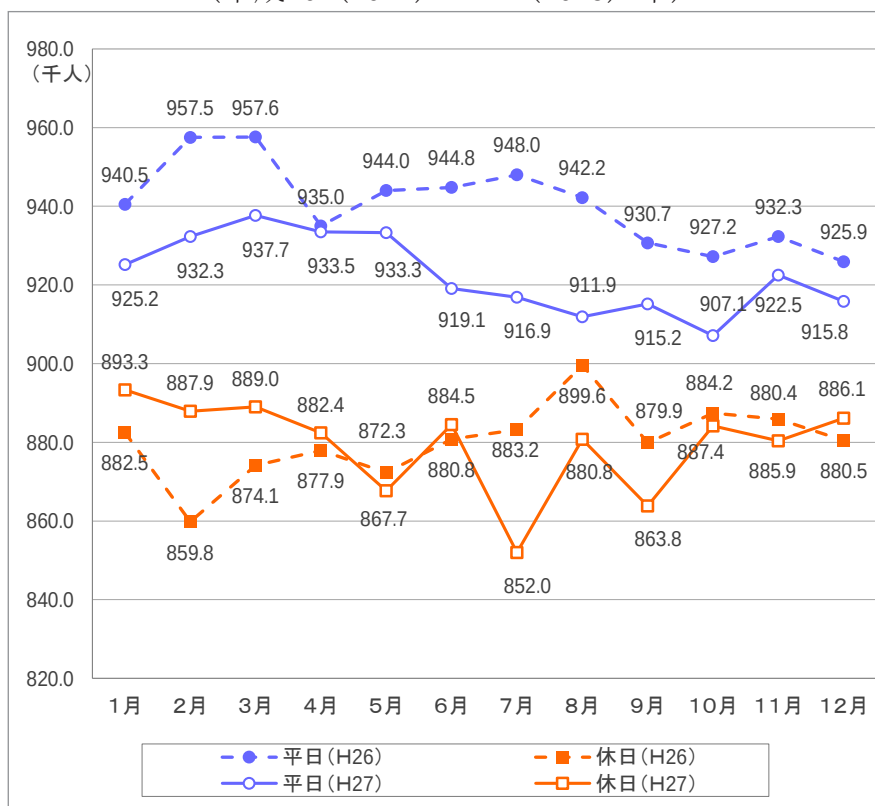
図表 区内施設などの来訪者数



※「滞在人口」は、午前4時時点で滞在している自治体を出発地として、2時間以上板橋区内に滞在した人の割合から、国勢調査人口に基づいて推計。日平均滞在人口は、区内に2時間以上滞在した人（同一人物の重複は除く）が1日あたり何人いたかを合計。時間帯別滞在人口は、各時間断面における区内滞在人口の推計値。

平成27（2015）年時点における区内滞在人口※は、平日では平均922,542人／日、休日では平均879,342人／日となっており、平成26（2014）年時点に比べると平日では17,933人／日、休日では983人／日減少しています。観光目的で区内を訪れる人が多いと考えられる休日の区内滞在人口について、平成27（2015）年時点の月別推移を見ると、1月の893,300人／日をピークに7月の852,000人／日まで減少傾向が続き、その後は、花火大会や区民まつり、農業まつりなどのある8月から年末にかけて増加傾向が見られます。

図表 板橋区内における日平均滞在人口の月別推移
(平成26（2014）～27（2015）年)



(出典) RESASホームページ：株式会社Agoo p
「流動人口データ」

都内外から区内を訪れる滞在人口を発地別にみると、都内では、一部順位が変わるものの、平日及び休日ともに第1位から第3位までは練馬区、豊島区、北区となっています。練馬区からは平日は4万人程度、休日は4万5千人程度が訪れており、豊島区及び北区は平日・休日ともに3万人程度が訪れています。一方、第4位から第11位までは、休日よりも平日の流入が多い状況にあります。

都外からの来訪が多いのは、埼玉県川口市、和光市、戸田市、朝霞市、新座市となっており、和光市を除き、休日よりも平日の来訪が多い状況にあります。

図表 都内から板橋区を訪れる滞在人口（人／日）
（上位、平成27（2015）年）

平 日			休 日		
順位	発地	板橋区内 滞在人口	順位	発地	板橋区内 滞在人口
第1位	練馬区	39,900	第1位	練馬区	44,800
第2位	豊島区	28,000	第2位	北区	29,200
第3位	北区	27,400	第3位	豊島区	28,100
第4位	足立区	11,100	第4位	足立区	8,600
第5位	文京区	9,800	第5位	文京区	7,300
第6位	世田谷区	6,200	第6位	新宿区	5,700
第7位	新宿区	6,200	第7位	杉並区	5,200
第8位	江戸川区	6,000	第8位	中野区	4,500
第9位	杉並区	5,600	第9位	江戸川区	4,500
第10位	その他	55,500	第10位	その他	48,100
合 計		195,700	合 計		186,000
板橋区外に移動しない人の数		537,600	板橋区外に移動しない人の数		537,600

図表 都外から板橋区を訪れる滞在人口（人／日）
（上位、平成27（2015）年）

平 日			休 日		
順位	発地	板橋区内 滞在人口	順位	発地	板橋区内 滞在人口
第1位	埼玉県 川口市	12,700	第1位	埼玉県 和光市	10,700
第2位	埼玉県 和光市	10,100	第2位	埼玉県 川口市	8,700
第3位	埼玉県 戸田市	9,800	第3位	埼玉県 戸田市	7,400
第4位	埼玉県 朝霞市	8,700	第4位	埼玉県 朝霞市	7,000
第5位	埼玉県 新座市	7,100	第5位	埼玉県 新座市	5,200
第6位	埼玉県 富士見市	5,500	第6位	埼玉県 志木市	4,300
第7位	埼玉県 川越市	5,400	第7位	埼玉県 川越市	4,300
第8位	埼玉県 志木市	5,100	第8位	埼玉県さい たま市南区	4,300
第9位	埼玉県さい たま市桜区	4,700	第9位	埼玉県 ふじみ野市	2,800
第10位	埼玉県さい たま市南区	4,400	第10位	埼玉県 富士見市	2,600
第11位	その他	108,800	第11位	その他	92,300
合 計		182,300	合 計		149,600

（出典）RESASホームページ：
株式会社A g o o p「流動人口データ」

3-2

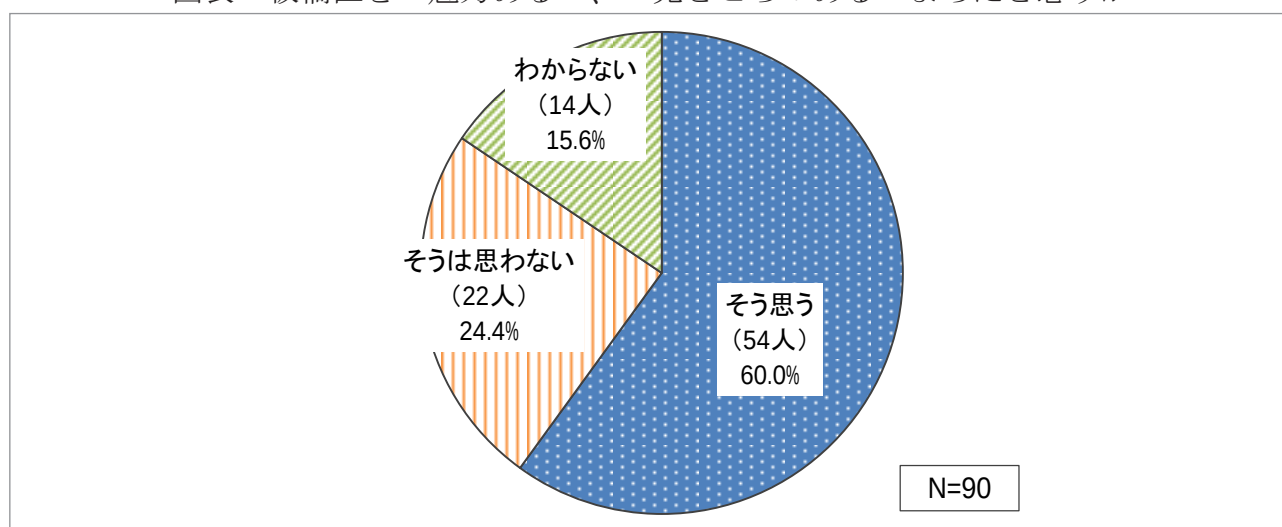
基礎調査データ

(1) いたばしタウンモニター、いたばし・eモニターアンケート調査

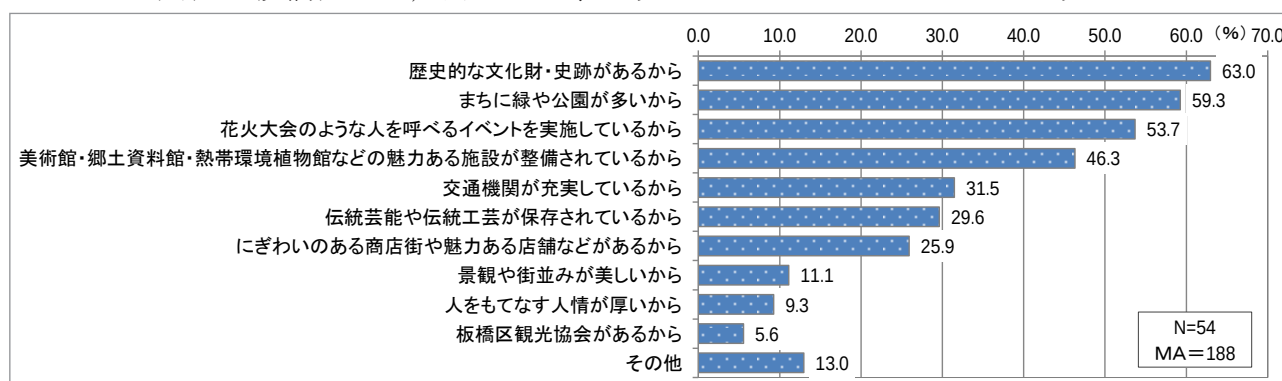
- ①目的 板橋区の観光の現況を把握し、観光のあり方などに対する区民の意向を把握することを目的として、区内在住者向けにアンケート調査を実施しました。
- ②対象 いたばしタウンモニター、いたばし・eモニター（インターネットを使ったアンケートシステム）の登録者を対象としました。
- ③調査方法 いたばしタウンモニターには郵送で、いたばし・eモニターにはアンケートシステムを介して調査票を配付・回収しました。
- ④サンプル数 90人
- ⑤調査実施時期 平成28（2016）年7月
- ⑥調査項目 調査項目は以下に示すとおりです。

属性設問	性別	選択:単独回答
	年齢	選択:単独回答
	職業	選択:単独回答
	居住地域	選択:単独回答
	居住年数	選択:単独回答
	世帯構成	選択:単独回答
板橋区について	板橋区に魅力があるか	選択:単独回答
	板橋区の魅力・見どころ	選択:複数回答
	板橋区に魅力がない理由	選択:複数回答
	板橋区の観光資源	選択:複数回答 (一部記述式)
	友人や知人に紹介したい観光資源	記述式(3つまで)
	区が支援すべき観光資源	記述式(3つまで)
	「板橋十景」の認知状況	選択:複数回答
	「板橋十景」の訪問実績	選択:複数回答
	板橋区の観光情報の収集媒体	選択:複数回答
	観光振興に取り組む上で必要な事項	選択:複数回答
観光について	希望する観光のタイプ	選択:複数回答
	観光地に必要なもの	選択:複数回答
その他	休日の過ごし方	記述式
	板橋区の観光振興に対する提案・要望	記述式

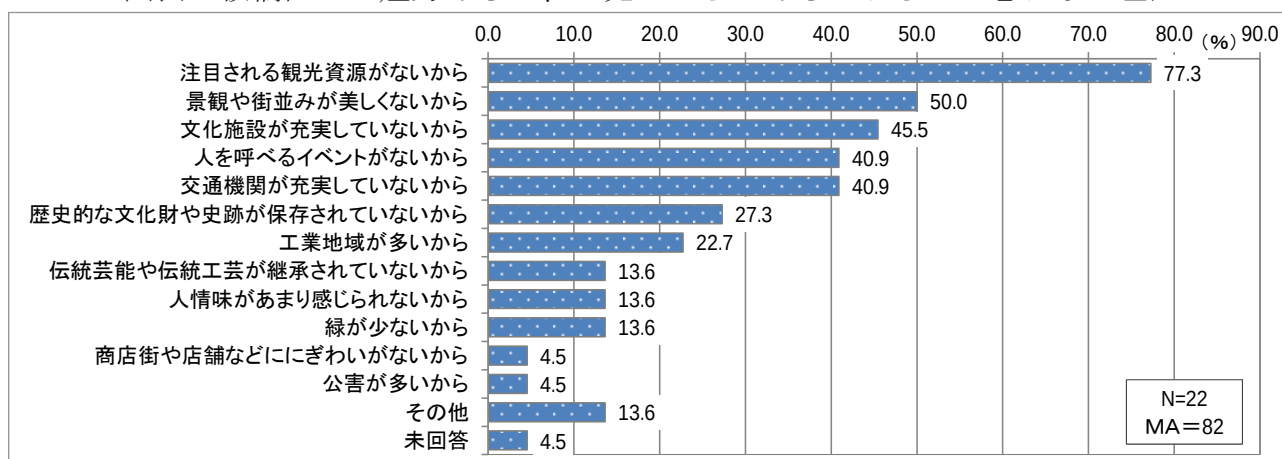
図表 板橋区を“魅力ある”、“見どころのある”まちだと思うか



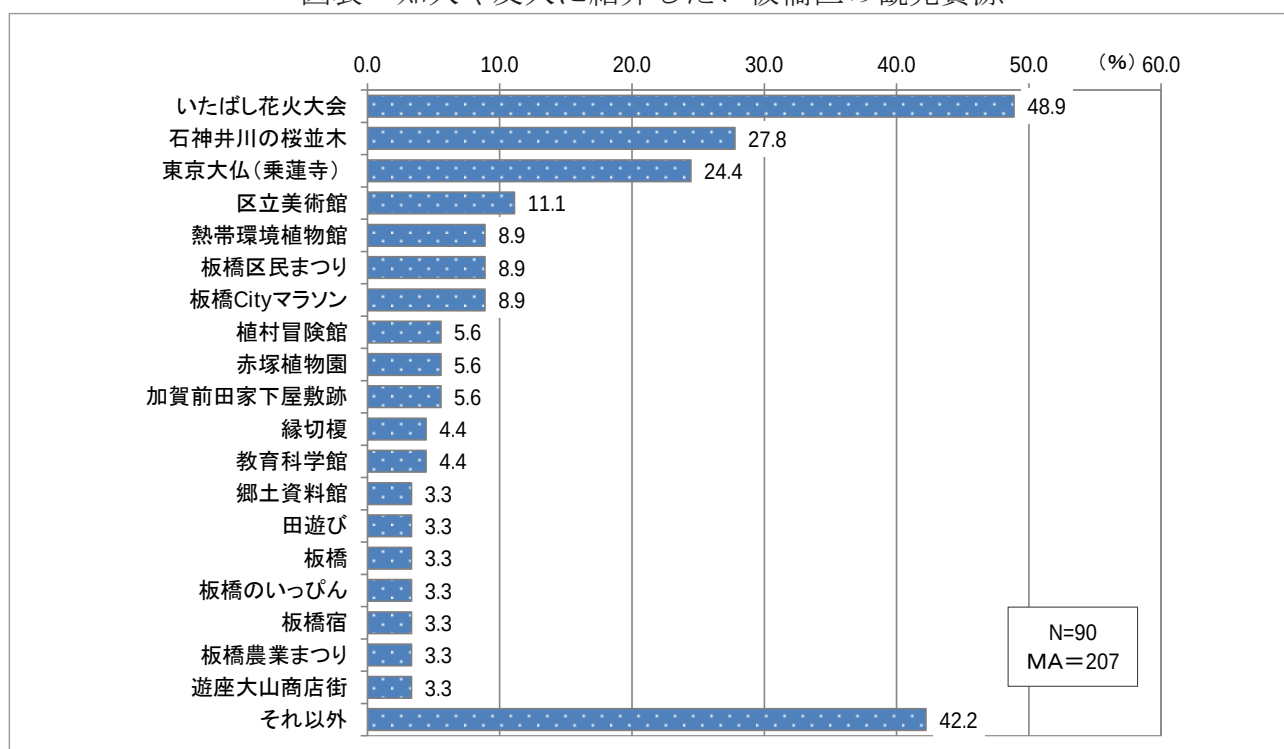
図表 板橋区が“魅力ある”、“見どころのある”まちだと思う理由



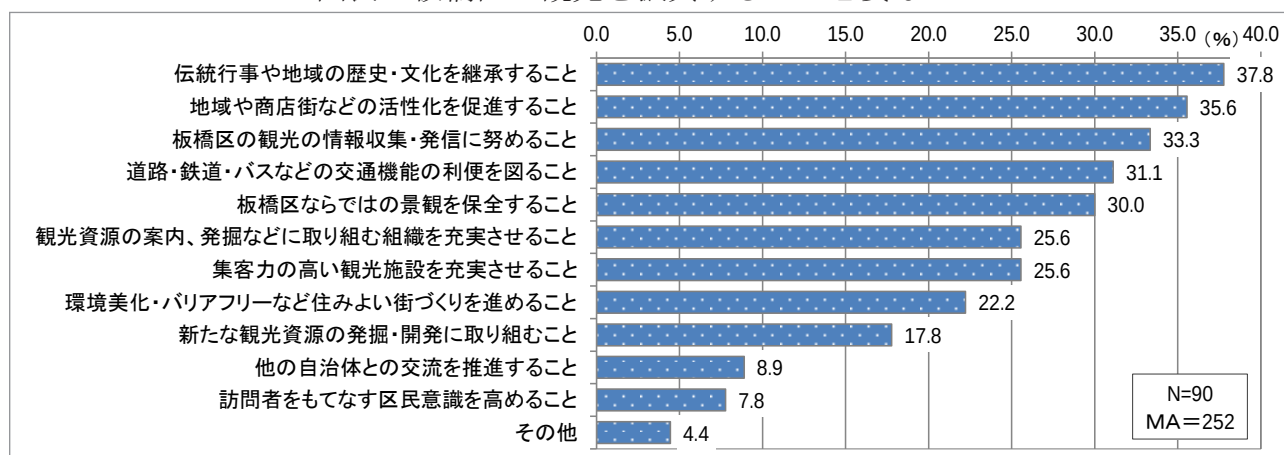
図表 板橋区が“魅力ある”、“見どころのある”まちだと思わない理由



図表 知人や友人に紹介したい板橋区の観光資源



図表 板橋区の観光を振興する上で必要なこと



(2) 海外在住外国人アンケート調査

①目的 区の観光誘客のターゲットとなり得る外国人層の海外旅行の実態や観光資源の認知度を把握することを目的として、海外在住外国人向けにアンケート調査を実施しました。

②対象 過去に訪都経験のある中国・韓国・台湾・米国・タイ（近年訪日旅行者数の多い、または多くなってきている5か国を選定）在住の18歳以上の男女を対象としました。

③調査方法 調査会社が保有するモニターの中から、②に示す対象に該当する方を抽出し、WEBアンケートを行いました。

④サンプル数

国籍	中国	韓国	台湾	米国	タイ	合計
サンプル数	100	100	100	100	100	500

⑤調査実施時期

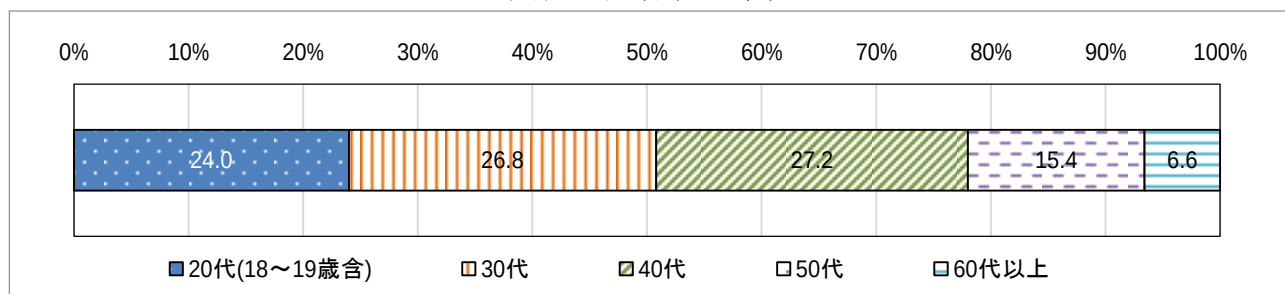
平成28（2016）年9月

⑥調査項目

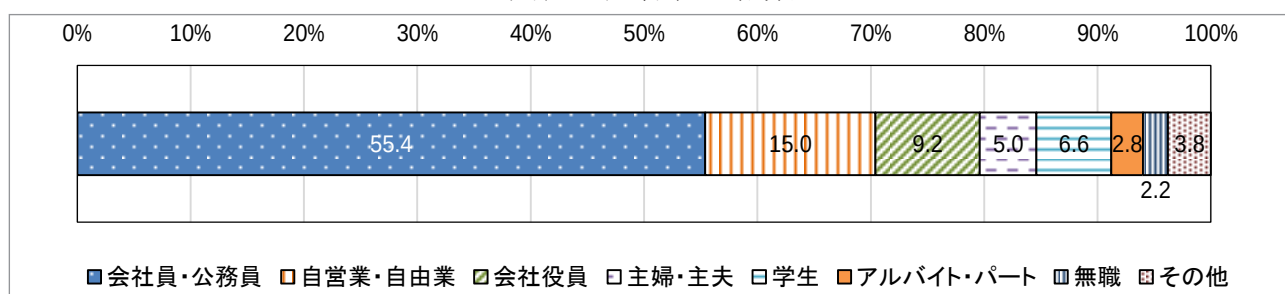
属性設問	国籍	(モニター情報で確認)
	性別	選択:単独回答
	年齢	数値記入
	職業	選択:単独回答
	訪都経験回数	数値記入
	板橋区訪問経験回数	選択:単独回答
海外旅行経験	海外旅行頻度	数値記入
	海外旅行における情報収集	選択:複数回答
訪日・訪都について	訪問した日本の地域・県	選択:複数回答
	訪都目的	選択:単独回答
	訪都でのアクティビティ(経験/意向)	(それぞれ)選択:複数回答
	訪都旅行で希望する旅行形態	選択:単独回答
	訪都で困ったこと	選択:複数回答
	訪都リピート意向	選択:単独回答
	東京のエリアごと認知度/訪問経験	(それぞれ)選択:単独回答
板橋区について	区への認知度	選択:単独回答
	主要な区内観光資源認知度・経験・訪問意向	(それぞれ)選択:単独回答

⑦調査結果

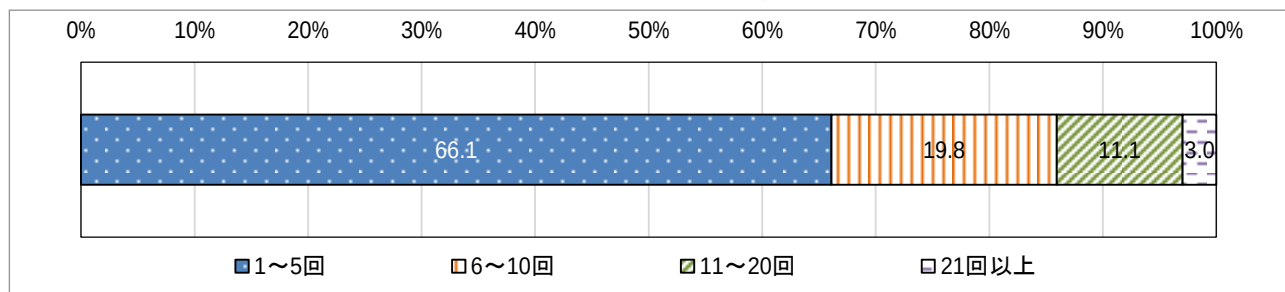
図表 回答者の年代



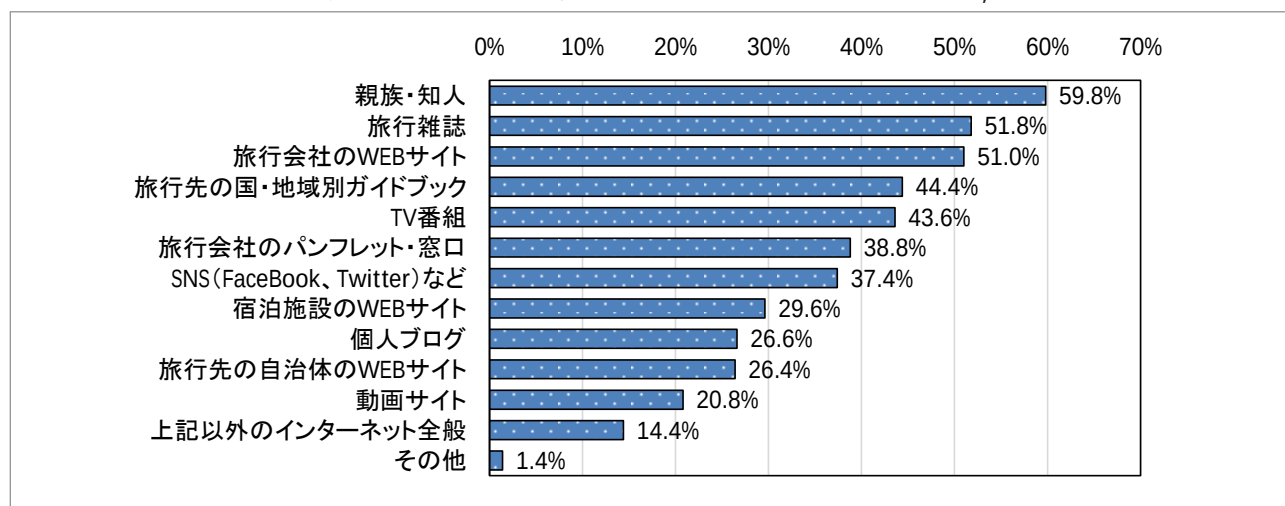
図表 回答者の職業



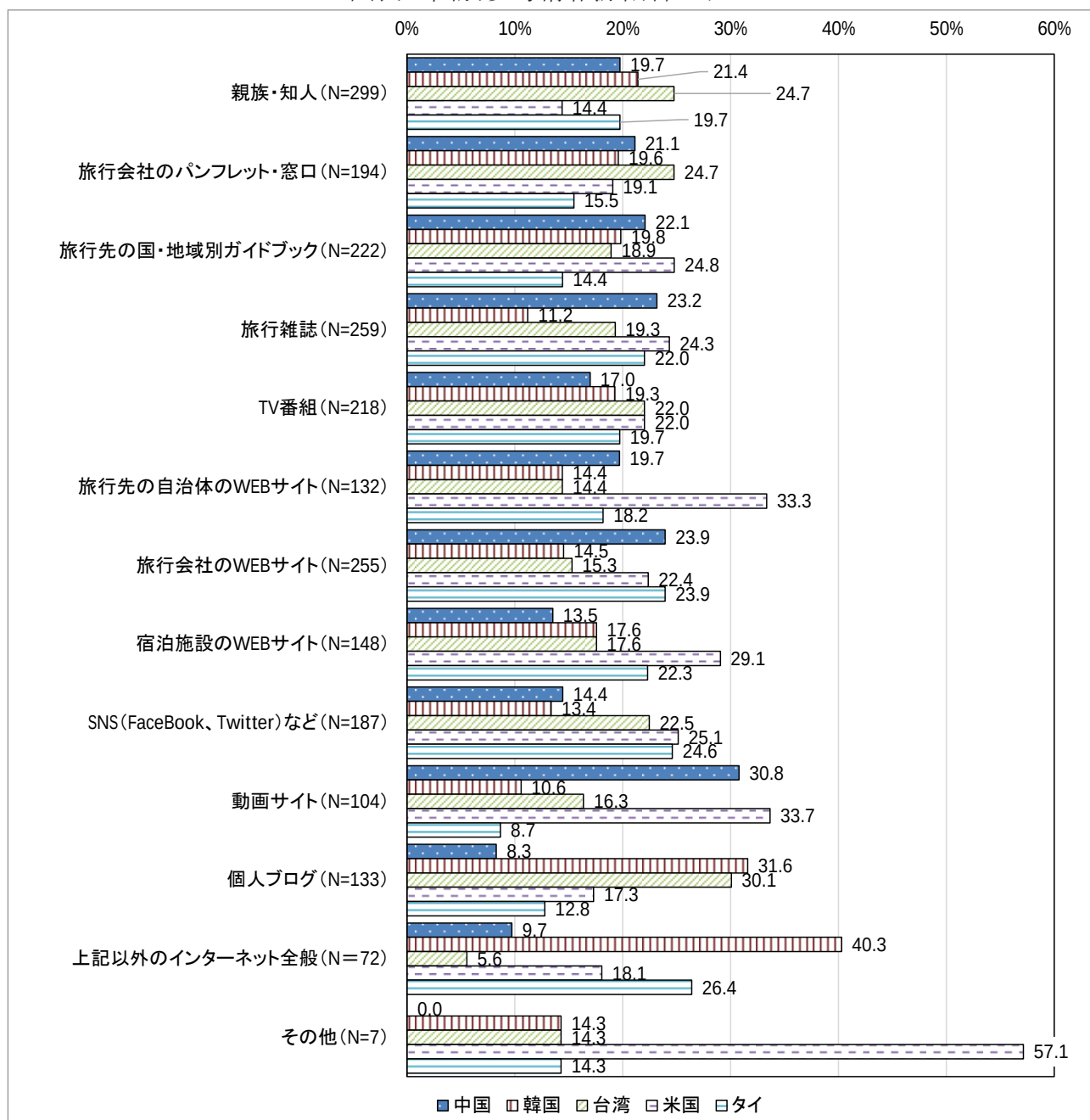
図表 過去5年間の海外旅行経験 (N=500)



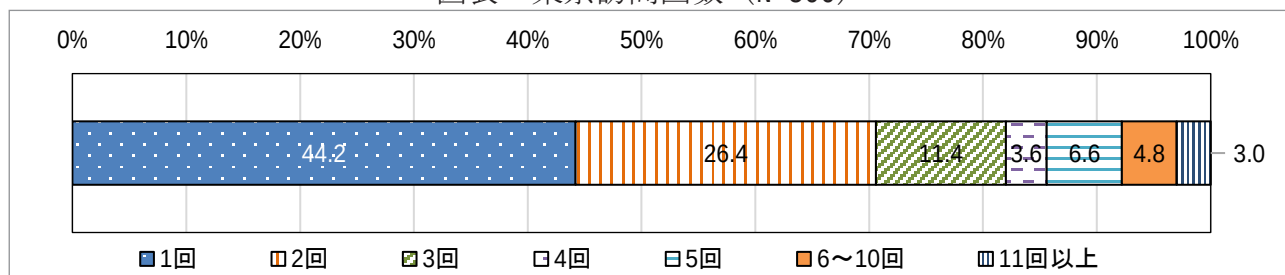
図表 経験別海外参考情報 (複数回答 N=500 MA=2,230)



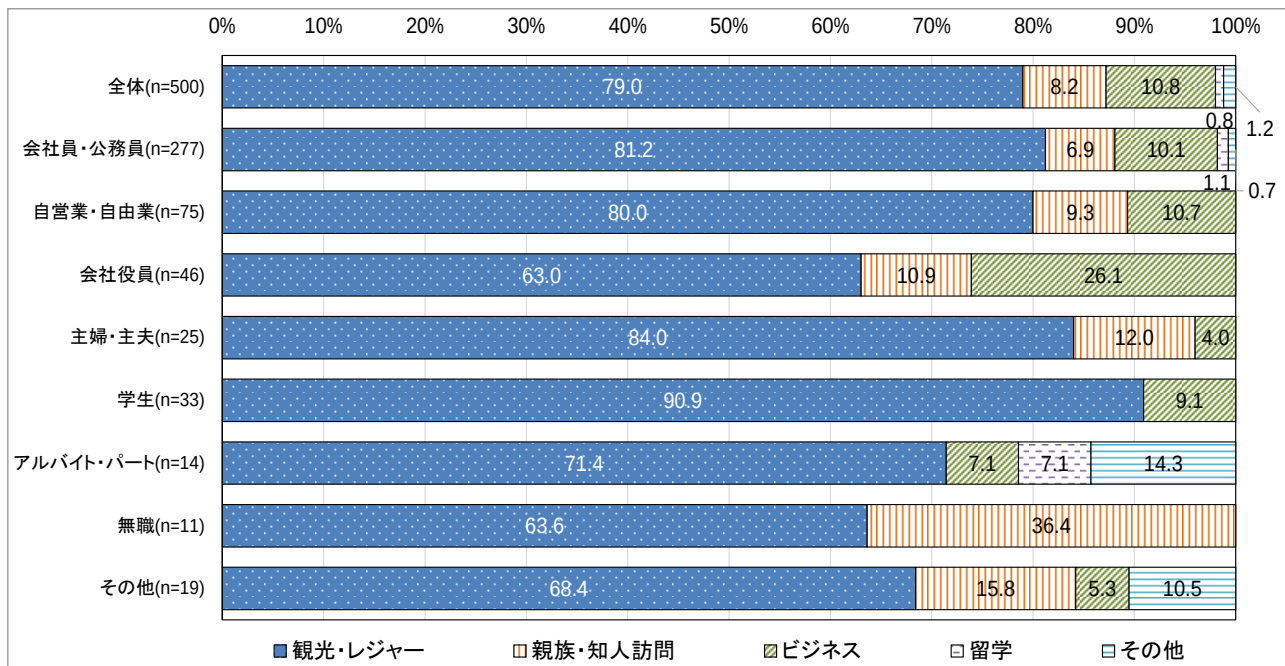
図表 国別参考情報源割合グラフ



図表 東京訪問回数 (N=500)



図表 職業別東京訪問の目的 (N=500)



図表 東京訪問中に行った場所・経験したこと（複数回答 N=500 MA=3,188）

[illegible]

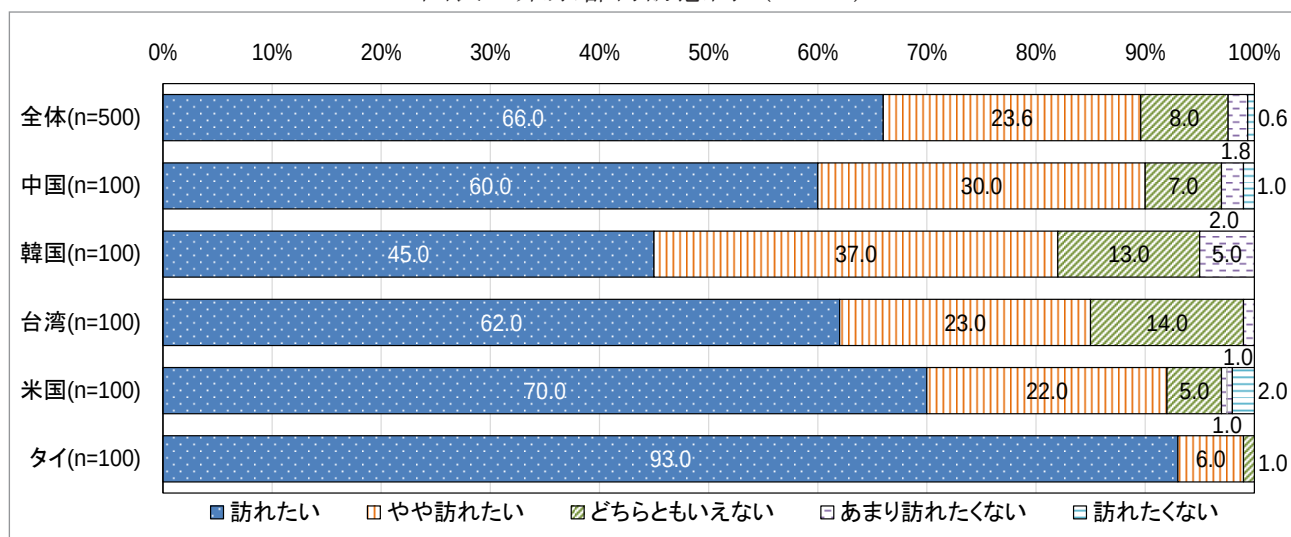
(※)  は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 東京訪問中に困ったこと（複数回答 N=500 MA=1,058）

		n	公共交通の利用方法など がわからない	飲食店・宿泊施設などの情報配ができない	無線LAN環境（Wi-Fi）が少ない・使い方がわからない	コミュニケーションがうまくとれない	観光案内所が少ない・場所がわかりにくい	多言語案内表示・サインが少ない・わかりにくい	両替できる場所が少ない・わかりにくい	クレジットカード・デビットカードが利用できない	その他	特に困ったことはなかった
全体		500	26.0	21.0	28.8	49.0	15.8	28.8	17.2	7.2	0.6	17.2
国	中国(n=100)	100	29.0	37.0	41.0	53.0	24.0	40.0	29.0	7.0	0.0	7.0
	韓国(n=100)	100	28.0	15.0	22.0	58.0	12.0	20.0	11.0	11.0	1.0	17.0
	台湾(n=100)	100	21.0	16.0	33.0	43.0	9.0	29.0	13.0	4.0	1.0	23.0
	米国(n=100)	100	16.0	14.0	33.0	30.0	20.0	28.0	19.0	11.0	1.0	30.0
	タイ(n=100)	100	36.0	23.0	15.0	61.0	14.0	27.0	14.0	3.0	0.0	9.0

(※)  は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 東京都再訪意向 (N=500)

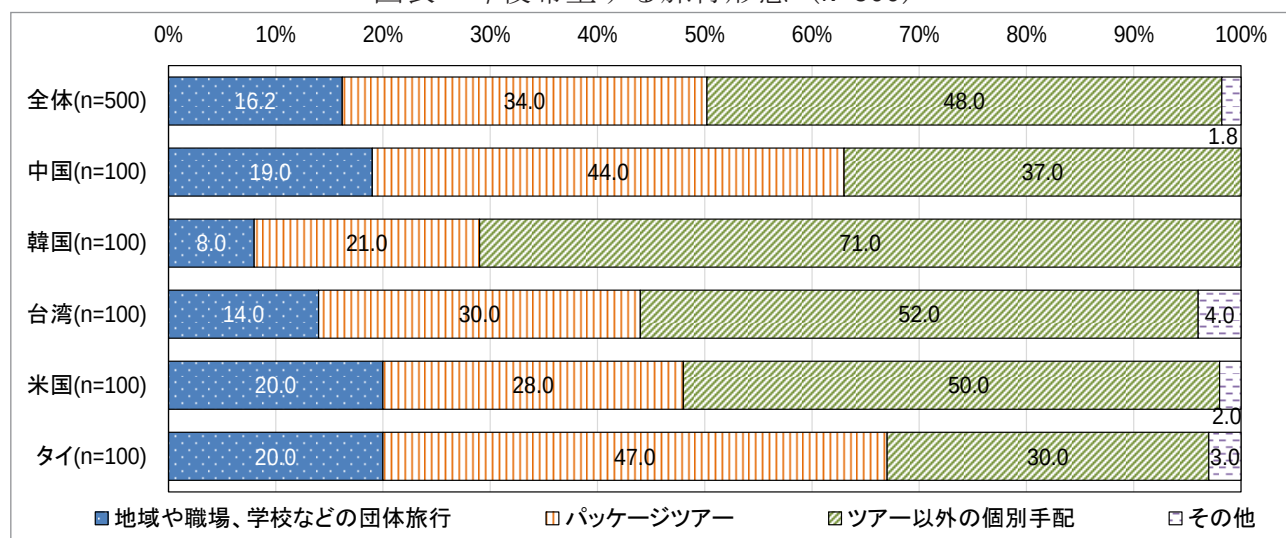


図表 東京で今後行きたい場所・経験したいこと (複数回答 N=500 MA=3,302)

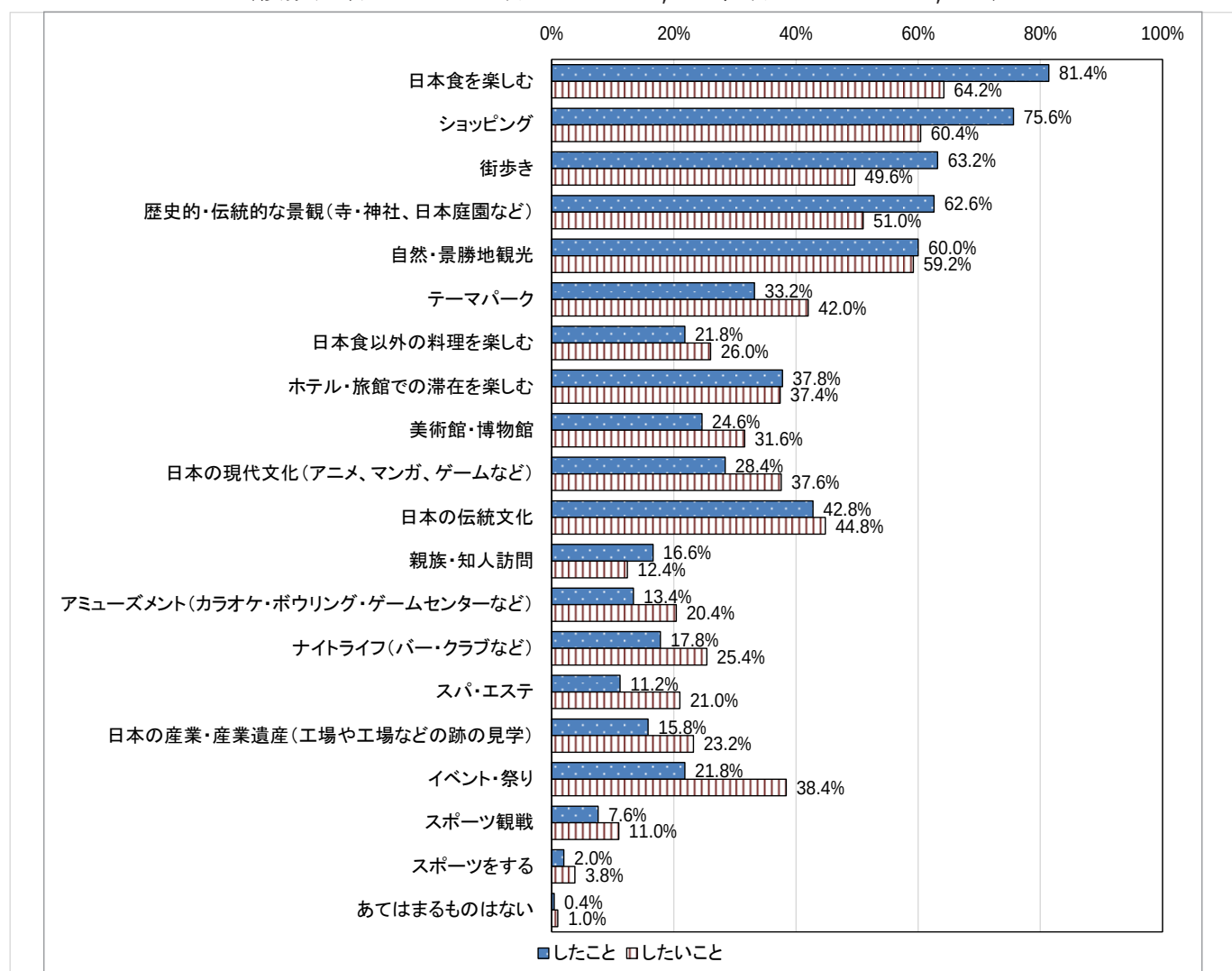
		日本食を楽しむ	ショッピング	街歩き	歴史的・伝統的な景観(寺・神社、日本庭園など)	自然・景勝地観光	テーマパーク	日本食以外の料理を楽しむ	ホテル・旅館での滞在を楽しむ	美術館・博物館	日本の現代文化(アニメ、マンガ、ゲームなど)	日本の伝統文化	親族・知人訪問	アミューズメント(カラオケ・ボウリング・ゲームセンターなど)	ナイトライフ(バー・クラブなど)	スパ・エステ	日本の産業・産業遺産(工場や工場などの跡の見学)	イベント・祭り	スポーツ観戦	スポーツをする	あてはまるものはない
全体	n=500	64.2	60.4	49.6	51.0	59.2	42.0	26.0	37.4	31.6	37.6	44.8	12.4	20.4	25.4	21.0	23.2	38.4	11.0	3.8	1.0
中国(n=100)	100	67.0	69.0	40.0	54.0	66.0	47.0	33.0	30.0	22.0	33.0	33.0	9.0	20.0	22.0	18.0	20.0	20.0	4.0	0.0	0.0
韓国(n=100)	100	55.0	55.0	40.0	34.0	46.0	43.0	20.0	39.0	21.0	34.0	36.0	7.0	14.0	17.0	27.0	14.0	44.0	14.0	3.0	3.0
台湾(n=100)	100	72.0	62.0	59.0	62.0	75.0	56.0	25.0	49.0	40.0	44.0	60.0	11.0	15.0	21.0	13.0	31.0	48.0	11.0	4.0	0.0
米国(n=100)	100	63.0	58.0	64.0	57.0	56.0	37.0	31.0	37.0	39.0	43.0	56.0	26.0	29.0	36.0	28.0	30.0	48.0	17.0	10.0	2.0
タイ(n=100)	100	64.0	58.0	45.0	48.0	53.0	27.0	21.0	32.0	36.0	34.0	39.0	9.0	24.0	31.0	19.0	21.0	32.0	9.0	2.0	0.0

(※) は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 今後希望する旅行形態 (N=500)



図表 実際に行った場所・経験したこと、今後行きたい経験したいこと比較
(複数回答 N=500 行ったMA=3,188、行きたいMA=3,302)



図表 都内各エリア別認知度 (複数回答 N=500 MA=3,034)

		秋葉原	銀座	築地	山原宿・表参道・青	六本木・赤坂	新宿・大久保	恵比寿・代官山	池袋	上野	巣鴨	浅草	墨田・両国	新橋・汐留	品川	蒲田	お台場・東京湾	吉祥寺・三鷹	八王子・高尾山	諸島・小笠原	伊豆	この中にはない
全体	n	500	48.4	67.0	25.6	50.4	38.4	60.2	19.8	25.4	39.4	16.0	38.0	13.2	22.0	24.6	23.2	35.4	15.4	19.6	22.0	2.8
国	中国	100	50.0	63.0	14.0	45.0	37.0	53.0	18.0	17.0	51.0	14.0	30.0	18.0	28.0	11.0	37.0	32.0	19.0	22.0	25.0	2.0
	韓国	100	52.0	75.0	12.0	55.0	52.0	82.0	17.0	29.0	40.0	9.0	28.0	11.0	19.0	22.0	9.0	31.0	6.0	10.0	9.0	2.0
	台湾	100	72.0	86.0	51.0	66.0	56.0	65.0	37.0	42.0	48.0	11.0	69.0	10.0	31.0	26.0	18.0	53.0	22.0	25.0	34.0	0.0
	米国	100	28.0	48.0	34.0	32.0	22.0	41.0	16.0	21.0	24.0	21.0	34.0	14.0	17.0	35.0	31.0	29.0	18.0	22.0	23.0	9.0
	タイ	100	40.0	63.0	17.0	54.0	25.0	60.0	11.0	18.0	34.0	25.0	29.0	13.0	15.0	29.0	21.0	32.0	12.0	19.0	19.0	1.0

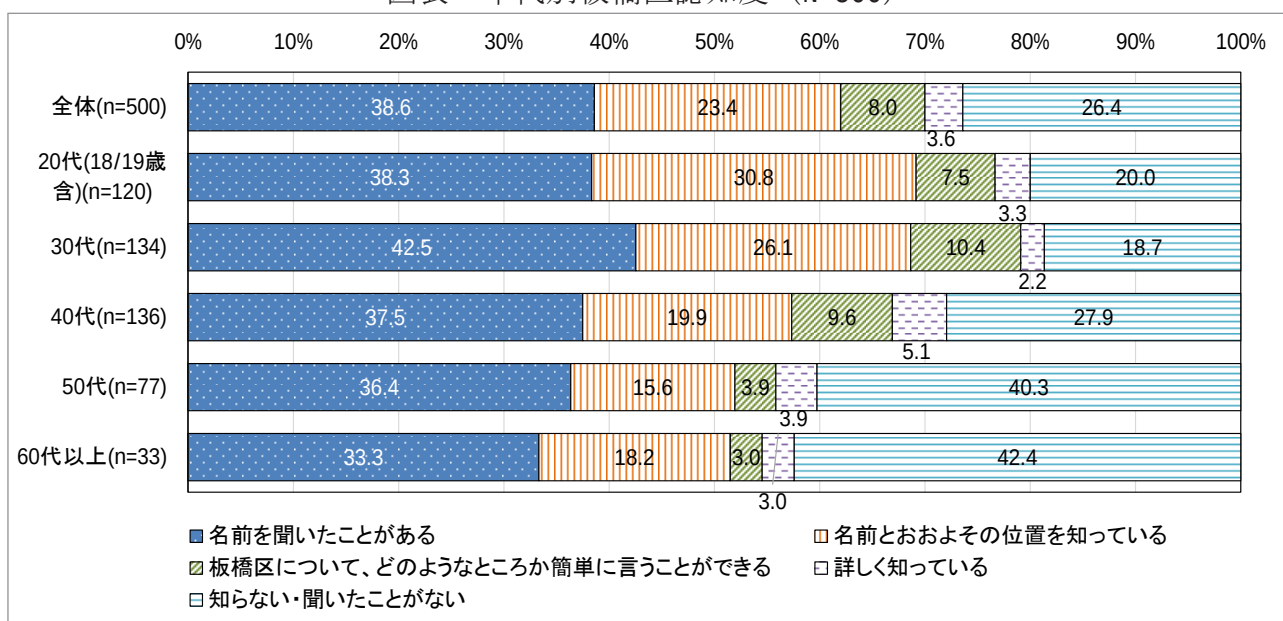
(※) は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 都内各エリア別訪問経験（複数回答 N=486 MA=1,765）

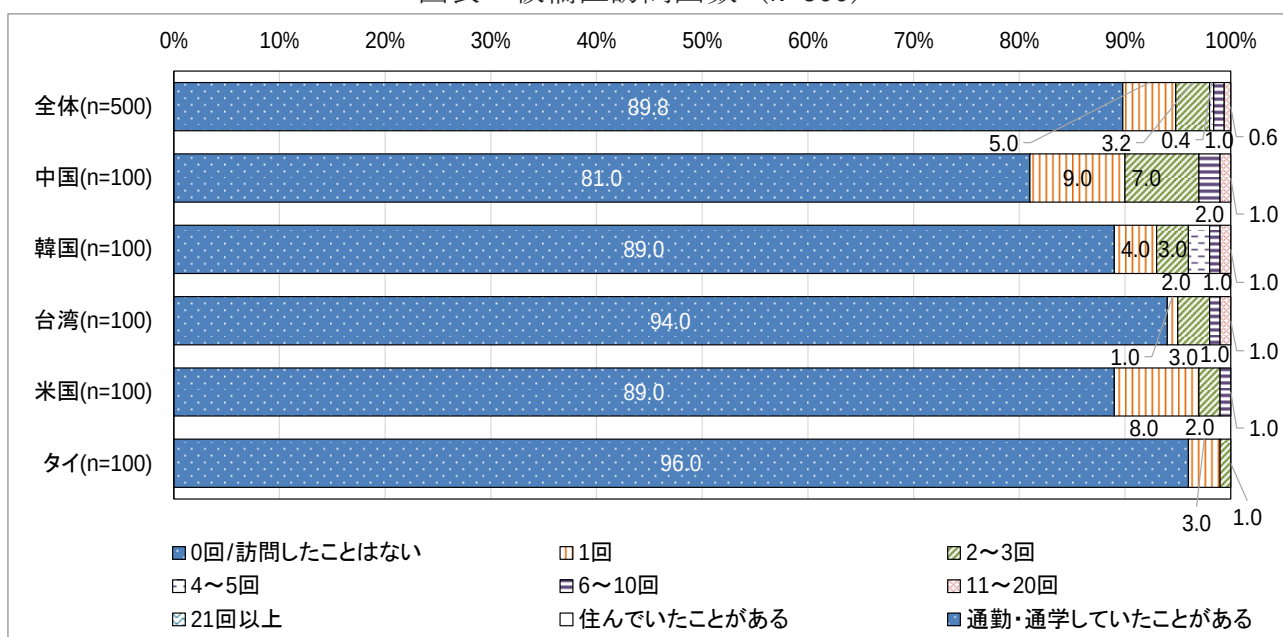
			秋葉原	銀座	築地	山原宿・表参道・青	六本木・赤坂	新宿・大久保	恵比寿・代官山	池袋	上野	巣鴨	浅草	墨田・両国	新橋・汐留	品川	蒲田	お台場・東京湾	吉祥寺・三鷹	八王子・高尾山	諸島	伊豆諸島・小笠原	この中にはない
		n																					
全体		486	35.6	50.0	13.8	36.0	21.4	44.0	8.0	13.4	23.0	6.6	26.3	5.8	11.1	12.1	9.7	24.1	3.9	5.6	7.4	5.3	
国	中国	98	38.8	55.1	9.2	26.5	15.3	34.7	9.2	6.1	26.5	6.1	20.4	10.2	15.3	6.1	20.4	17.3	5.1	9.2	10.2	5.1	
	韓国	98	36.7	52.0	6.1	40.8	35.7	64.3	10.2	20.4	22.4	3.1	20.4	4.1	10.2	9.2	3.1	25.5	1.0	2.0	2.0	9.2	
	台湾	100	49.0	61.0	25.0	45.0	27.0	49.0	10.0	21.0	31.0	4.0	50.0	3.0	14.0	11.0	4.0	35.0	7.0	1.0	8.0	1.0	
	米国	91	20.9	33.0	17.6	22.0	13.2	24.2	6.6	9.9	13.2	8.8	18.7	8.8	11.0	14.3	14.3	17.6	4.4	8.8	11.0	11.0	
	タイ	99	31.3	47.5	11.1	44.4	15.2	46.5	4.0	9.1	21.2	11.1	21.2	3.0	5.1	20.2	7.1	24.2	2.0	7.1	6.1	1.0	

(※) は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 年代別板橋区認知度（N=500）



図表 板橋区訪問回数（N=500）

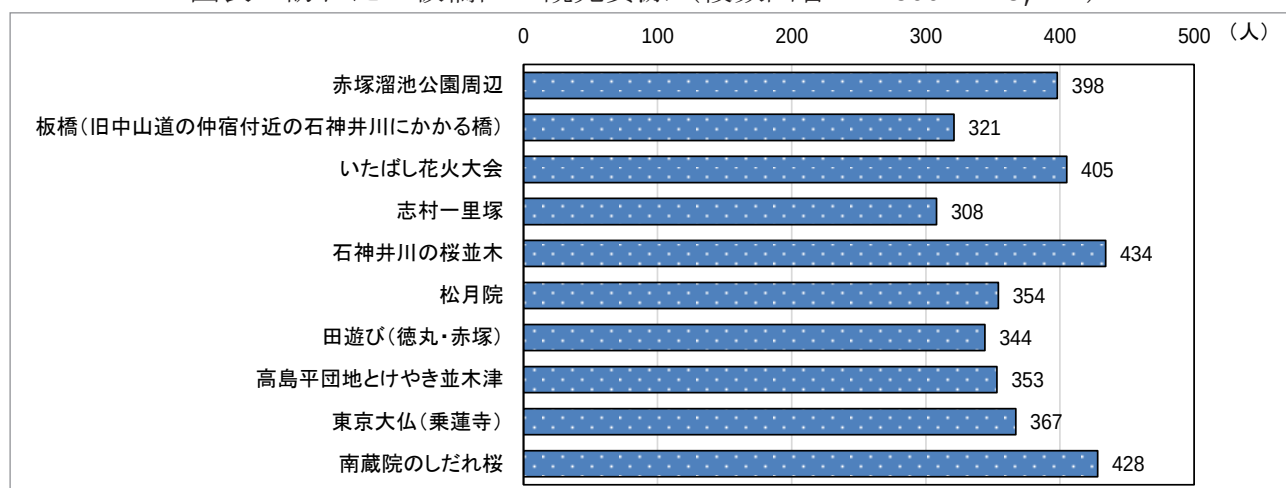


図表 板橋区の観光資源別認知度（複数回答 N=500 MA=1,462）

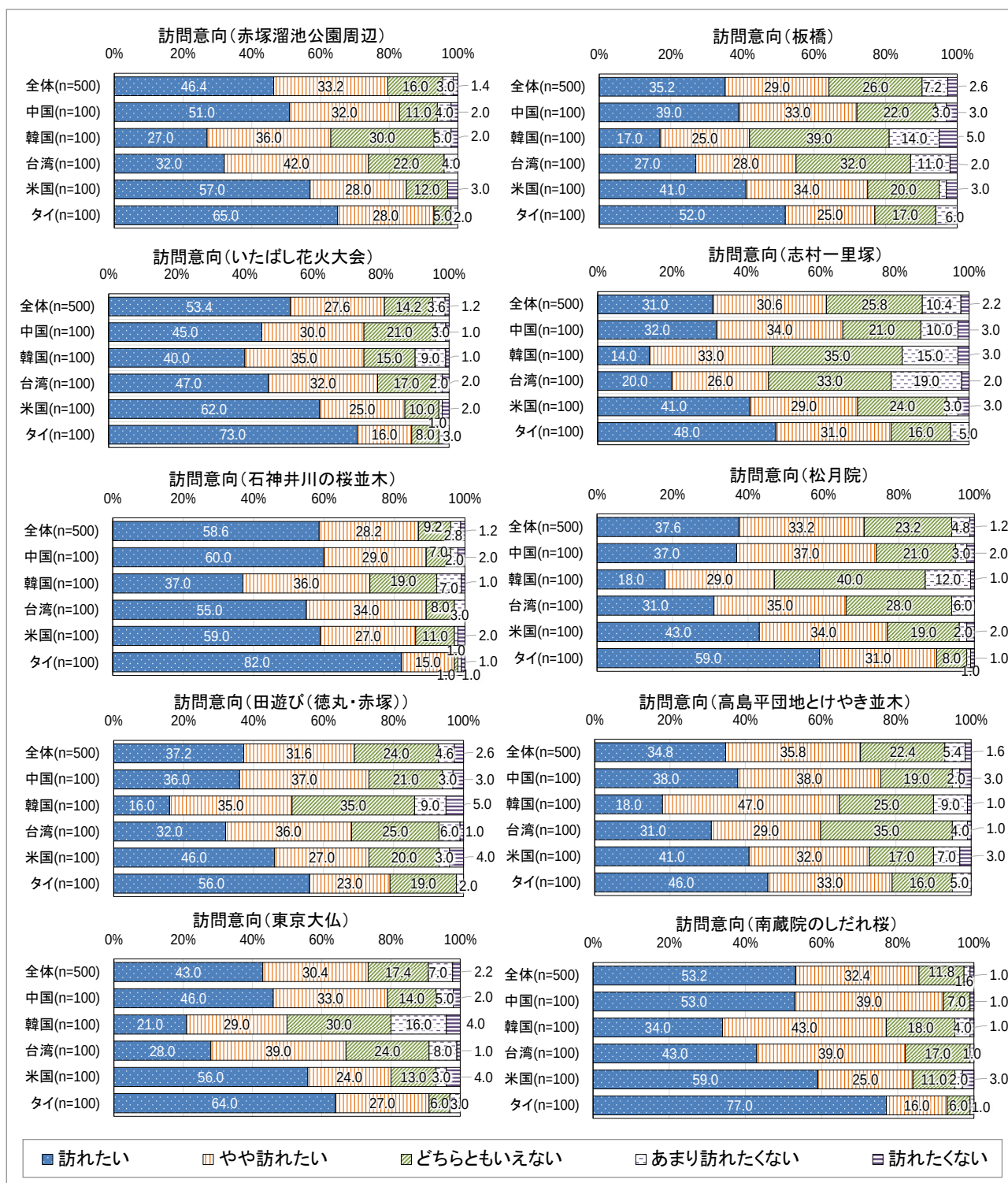
		赤塚溜池公園周辺	板橋	いたばし花火大会	志村一里塚	石神井川の桜並木	松月院	塚田遊び（徳丸・赤塚）	高島平団地とけやき並木	寺東京大仏（乗蓮寺）	南蔵院のしだれ桜	その他	行ったことがあるものはない
	n												
全体	500	30.4	35.2	35.0	15.4	38.6	18.4	14.2	12.8	44.2	24.6	0.0	23.6
国													
中国(n=100)	100	36.0	64.0	45.0	23.0	50.0	22.0	17.0	14.0	52.0	29.0	0.0	8.0
韓国(n=100)	100	22.0	17.0	26.0	6.0	26.0	9.0	6.0	13.0	21.0	19.0	0.0	48.0
台湾(n=100)	100	19.0	17.0	21.0	8.0	29.0	12.0	5.0	9.0	47.0	15.0	0.0	37.0
米国(n=100)	100	41.0	44.0	42.0	24.0	39.0	26.0	26.0	14.0	45.0	34.0	0.0	14.0
タイ(n=100)	100	34.0	34.0	41.0	16.0	49.0	23.0	17.0	14.0	56.0	26.0	0.0	11.0

(※) は「全体」より10ポイント以上高いセル、 は「全体」より5ポイント以上高いセル
 は「全体」より10ポイント以上低いセル、 は「全体」より5ポイント以上低いセル

図表 訪れたい板橋区の観光資源（複数回答 N=500 MA=3,712）



(参考) 各資源別板橋区の観光スポット・イベントの訪問意向 (N=500)



（３）区内在住外国人アンケート調査

①目的 区内に居住する外国人の視点からみた区内の観光資源についての魅力・ニーズを把握することを目的としてアンケートを実施しました。

②対象 区内在住外国人を対象としました。

③調査方法 国際交流団体や日本語学校、日本語教室の参加者に、アンケート用紙を配付・回収する方法としました。

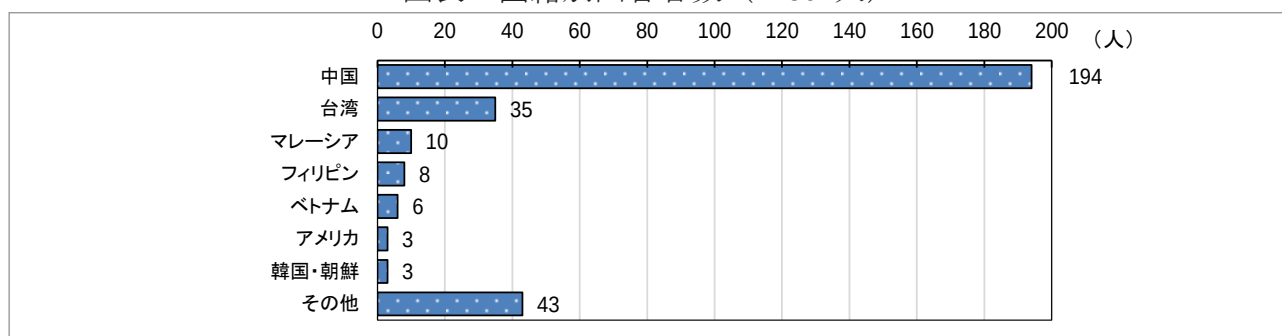
④サンプル数 302 人

⑤調査実施時期 平成 28（2016）年 7 月

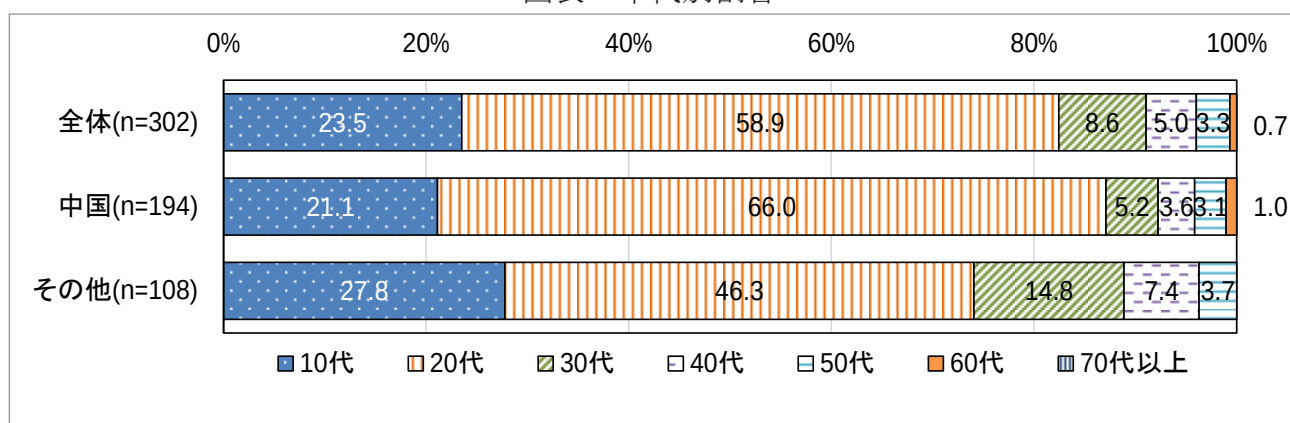
⑥調査項目 調査項目は以下に示すとおりです。

属性設問	国籍	選択:単独回答
	性別	選択:単独回答
	年齢	数値記入
	職業	選択:単独回答
	居住地域	選択:単独回答
	居住年数	選択:単独回答
	居住理由	選択:単独回答
板橋区について	主要な区内観光資源認知度・経験・訪問意向	(それぞれ) 選択:単独回答
	板橋区以外の観光スポットの訪問経験	自由記入
	板橋区のお勧め観光スポット	自由記入
	板橋区に友人・知人を招く際のハードル	自由記入

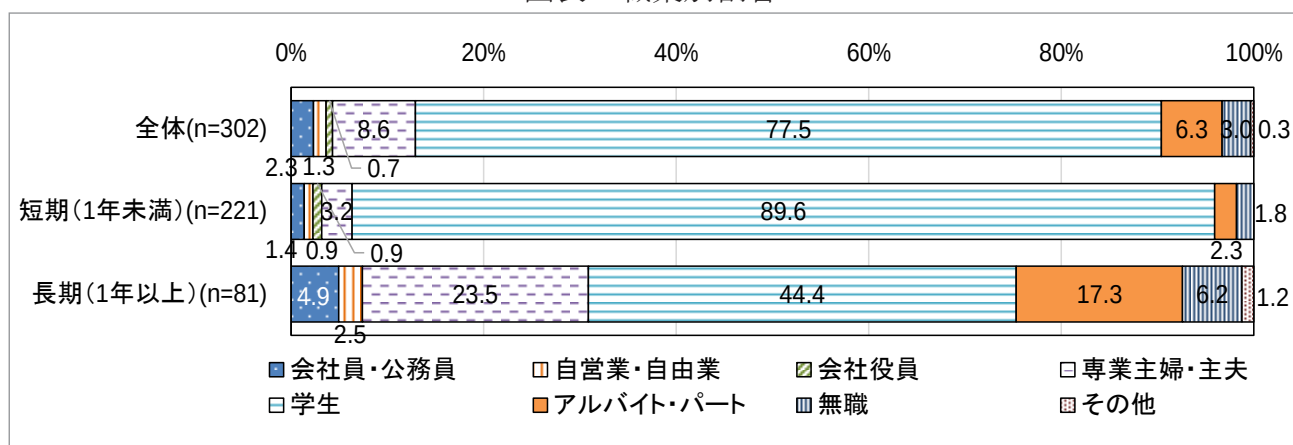
図表 国籍別回答者数 (N=302人)



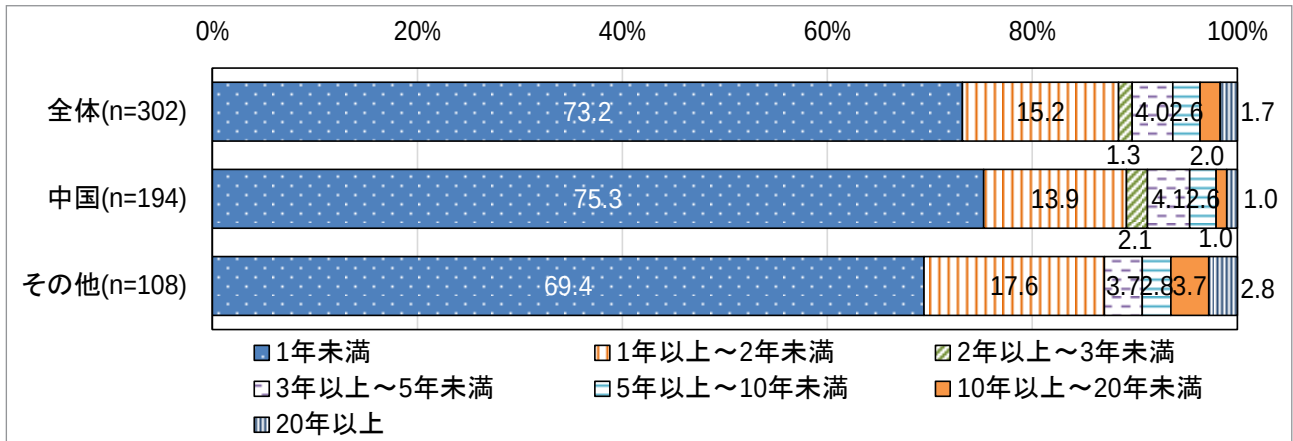
図表 年代別割合



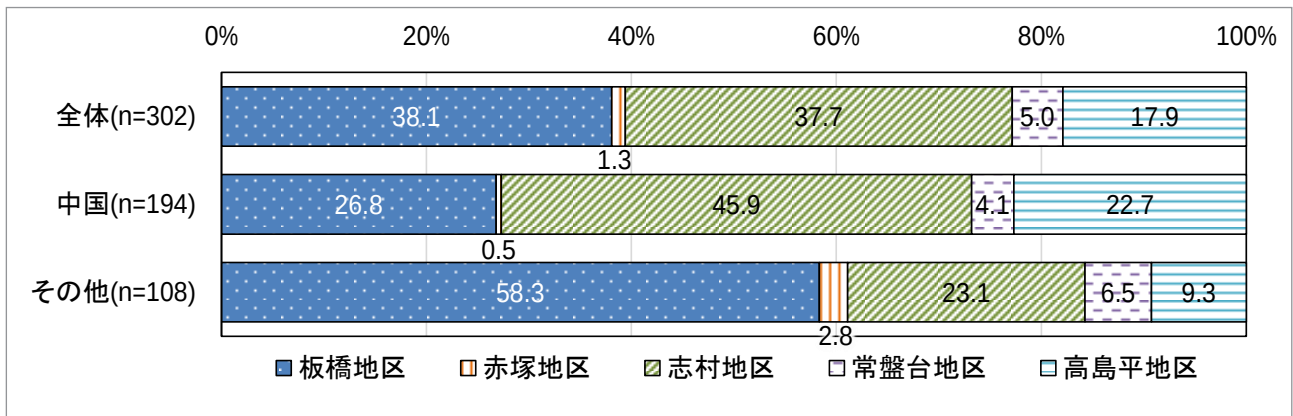
図表 職業別割合



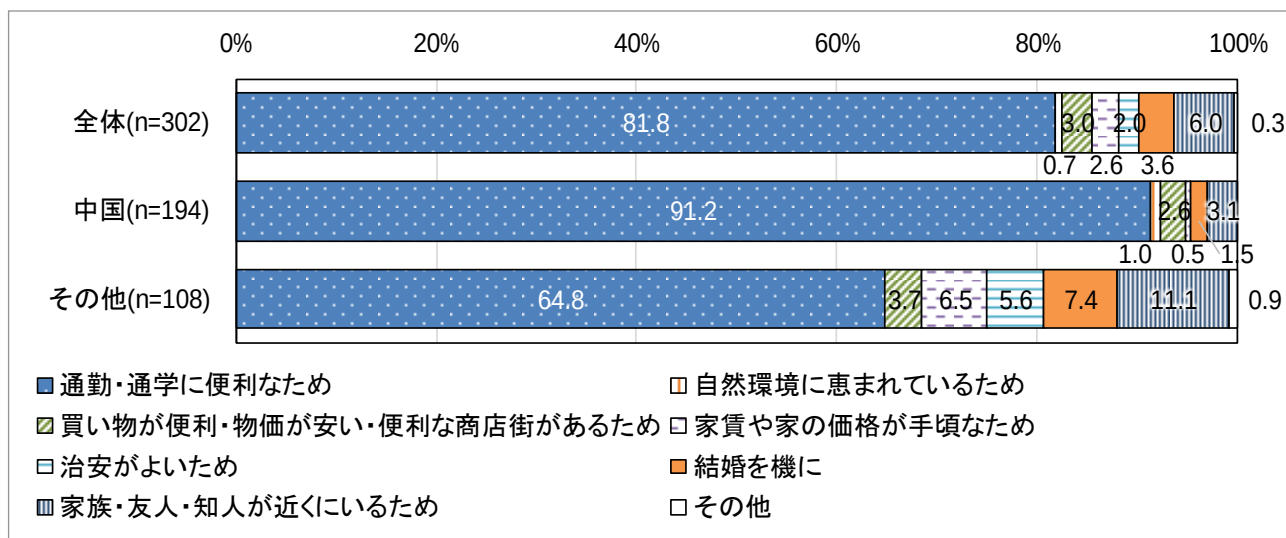
図表 滞在年数別割合



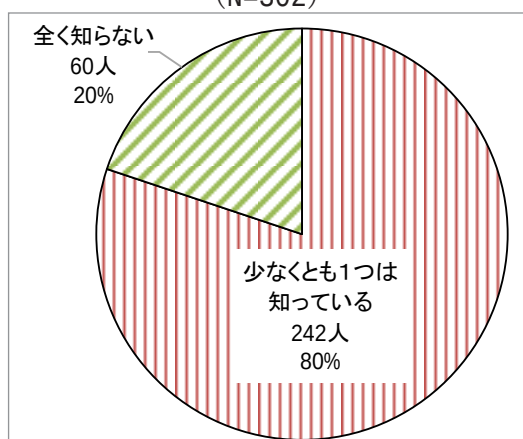
図表 居住地区別割合



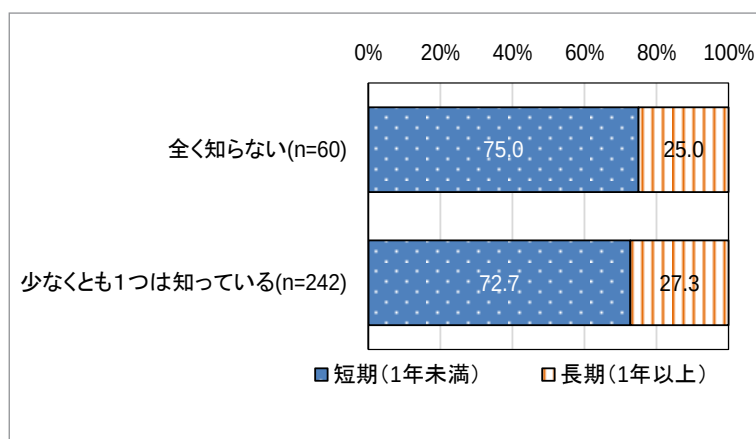
図表 板橋区に住むことになった理由別割合



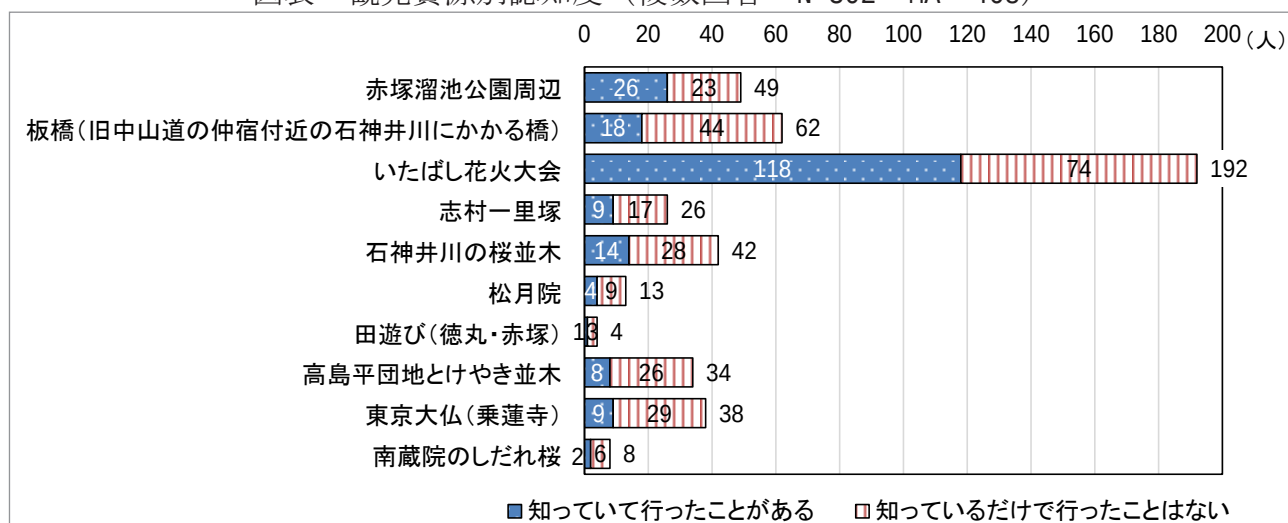
図表 板橋区の観光資源認知度割合 (N=302)



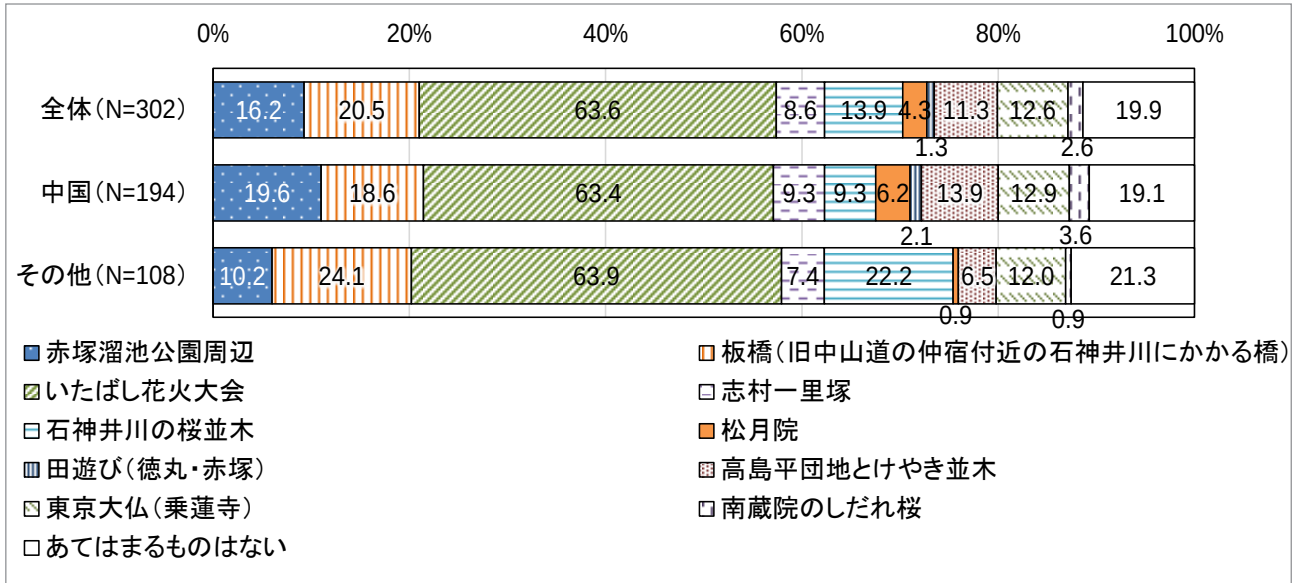
図表 滞在年数別認知割合



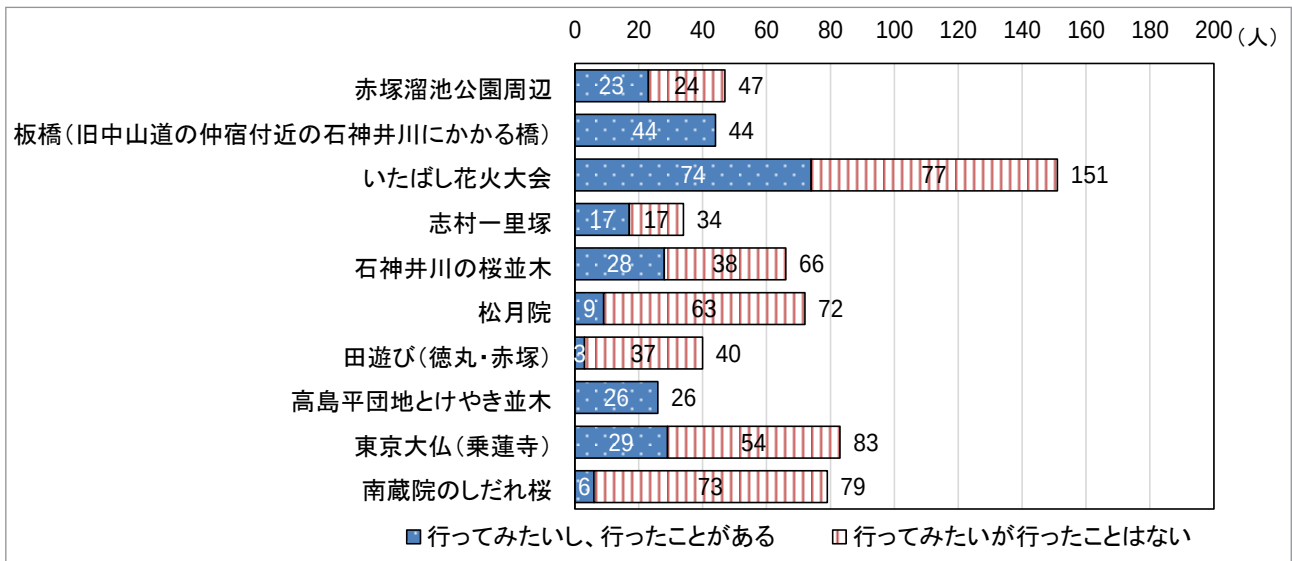
図表 観光資源別認知度 (複数回答 N=302 MA=468)



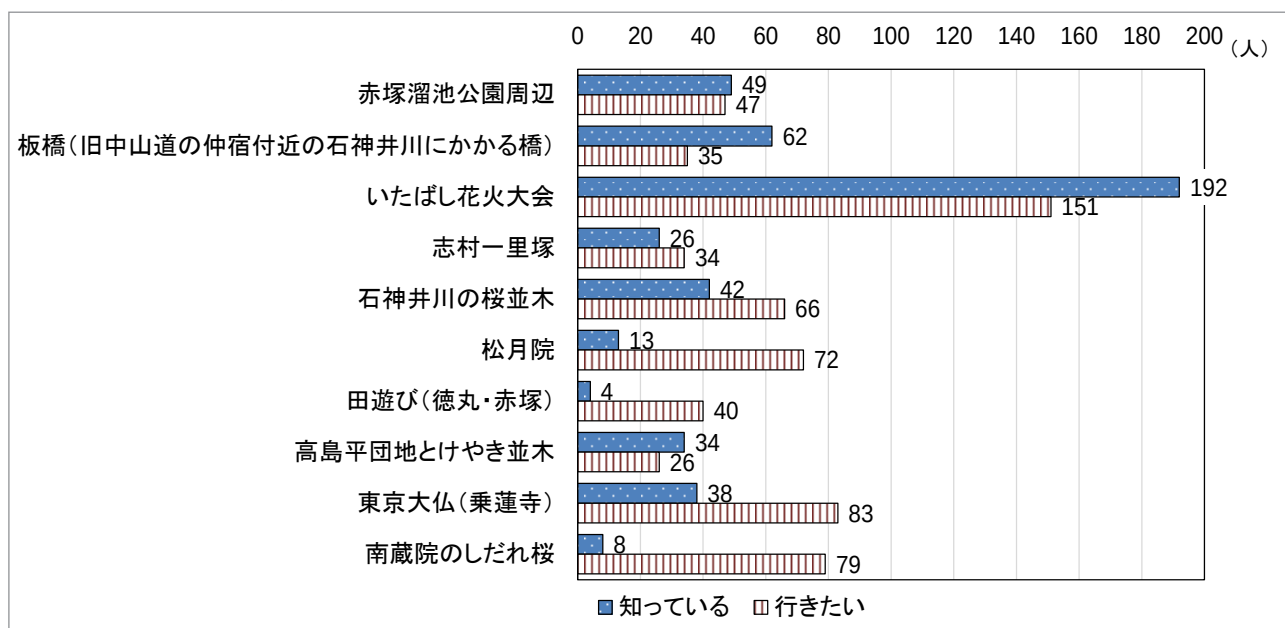
図表 国籍別板橋区観光資源認知割合



図表 行ってみたい板橋区の観光資源(複数回答 N=302 MA=633)



図表 知っている板橋区の観光資源と行ってみたい板橋区の観光資源の比較
(複数回答N=302 知っているMA=468 行きたいMA=633)



図表 板橋区に友人を招く際、お勧めしたい、連れて行きたい観光資源のまとめ

	地名	件数(件)
アンケート項目	赤塚溜池公園周辺	6
	板橋	5
	志村一里塚	0
	石神井川の桜並木	7
	松月院	7
	田遊び	1
	高島平団地とけやき並木	2
	東京大仏(浄蓮時)	12
	南蔵院のしだれ桜	1
	見次公園	6
それ以外	商店街・大山商店街	4
	わからない	8
	その他	108

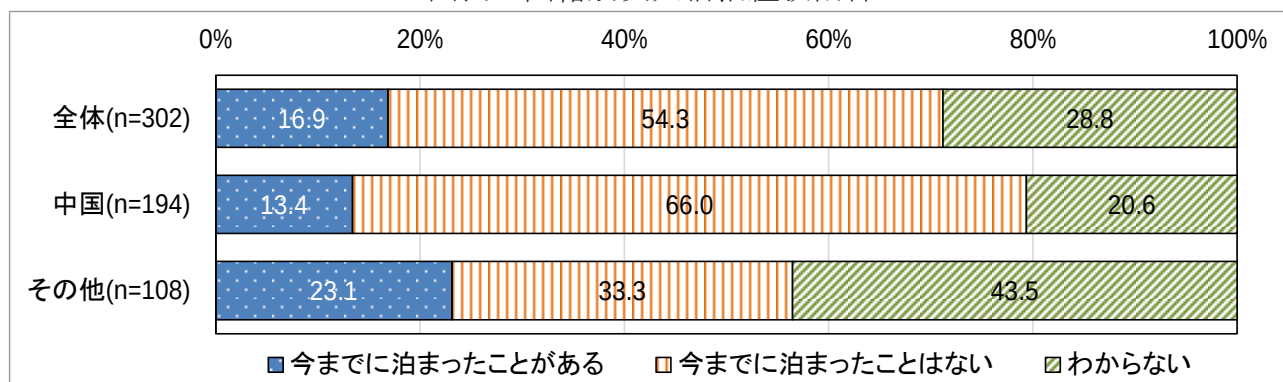
図表 都内（板橋区外）の行って良かった観光資源のまとめ

地名	件数(件)
新宿(新宿御苑なども含む)	31
浅草(浅草寺なども含む)	27
上野(上野公園なども含む)	26
東京タワー	23
池袋	22
スカイツリー	22
秋葉原	15
原宿	14
ディズニーランド	7
渋谷	4
(その他)	131

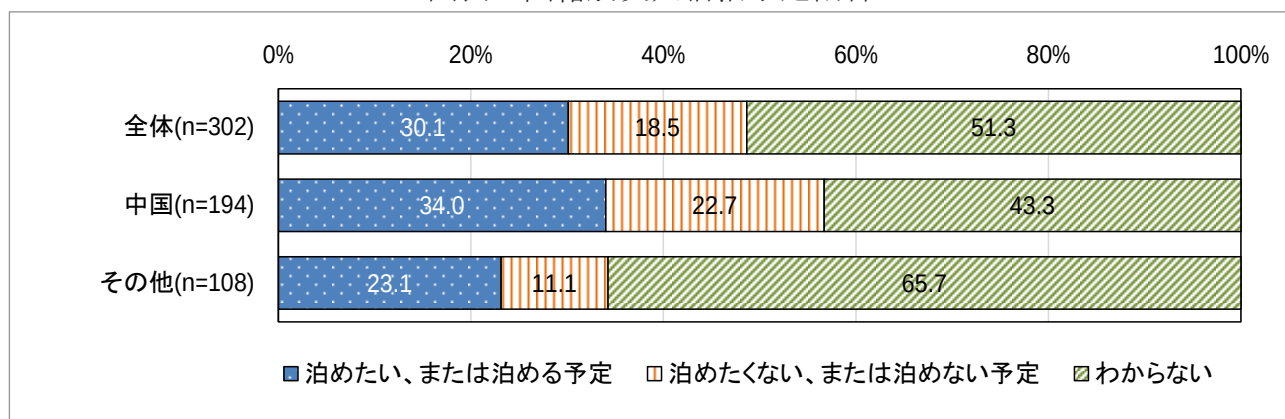
図表 板橋区の観光に係る問題点（抜粋）

分類	件数(件)	具体的コメント
交通関係	29	《交通利便性》 高島平地区の交通は少し不便です(三田線だけ)。交通不便。都心から少し遠い。 《交通費》
観光情報	8	板橋のお土産も知らないし、ガイド地図も知らないし、それで困ります。 観光スポットがわからない。
宿泊	7	住居の近くにホテルがないので困ります。 ホテルが少ない。
買い物	4	モールとか人が多いところがありません。 買い物場所がない(服)。
食事	4	いいレストランがないこと。
言語	3	中国語の案内板がない。
なし	23	特にありません。
その他	16	便利な商店街はあるが、レジャーはあまりないこと。 JRでエレベーターがありません。

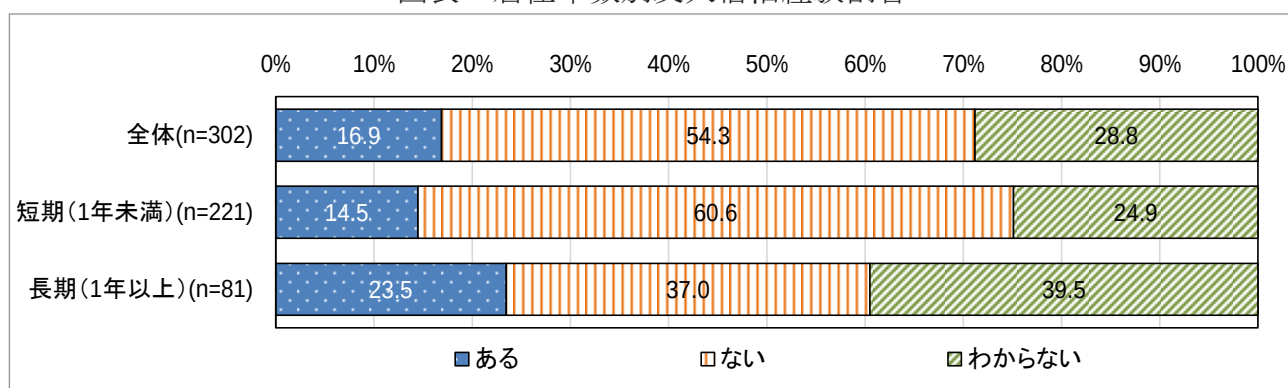
図表 国籍別友人宿泊経験割合



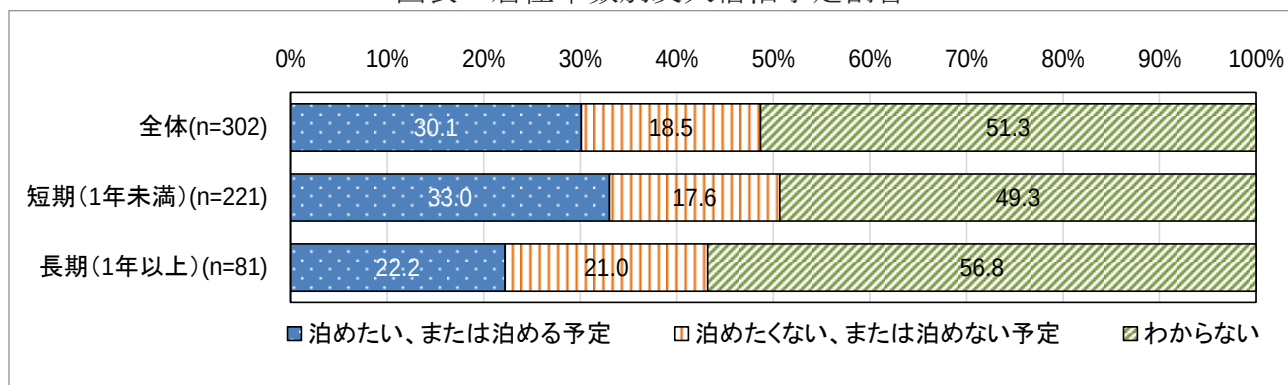
図表 国籍別友人宿泊予定割合



図表 居住年数別友人宿泊経験割合



図表 居住年数別友人宿泊予定割合



(4) 日本人向けアンケート調査

①目的

板橋区の誘客ターゲットのうち国内観光客について、観光行動特性、板橋区の認知度・訪問経験・訪問意向、観光振興ビジョン 2025 における重点事業案の有効度、リピート訪問の要件などを明らかにすることを目的としてアンケートを実施しました。

②対象

板橋区に訪問経験のある東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県在住の 18 歳以上の男女を対象としました。

③調査方法

WEB アンケート事業者のモニターに対して、WEB 上で設問を配付・回収する方法としました。

④サンプル数

500 人

⑤調査実施時期

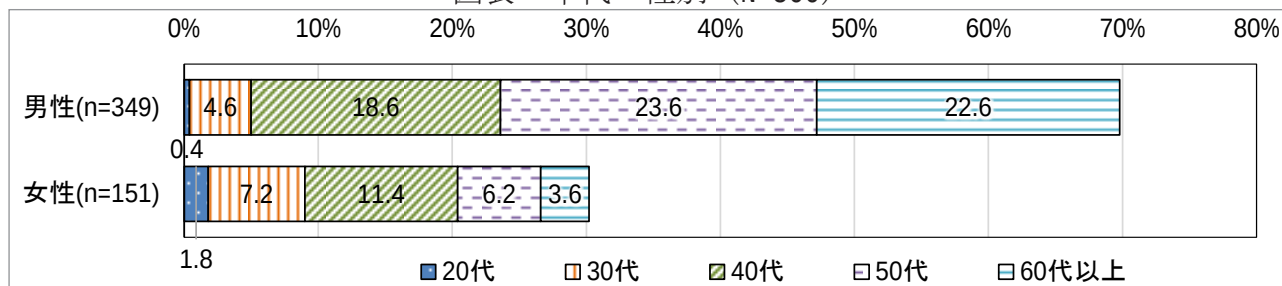
平成 29 (2017) 年 3 月

⑥調査項目

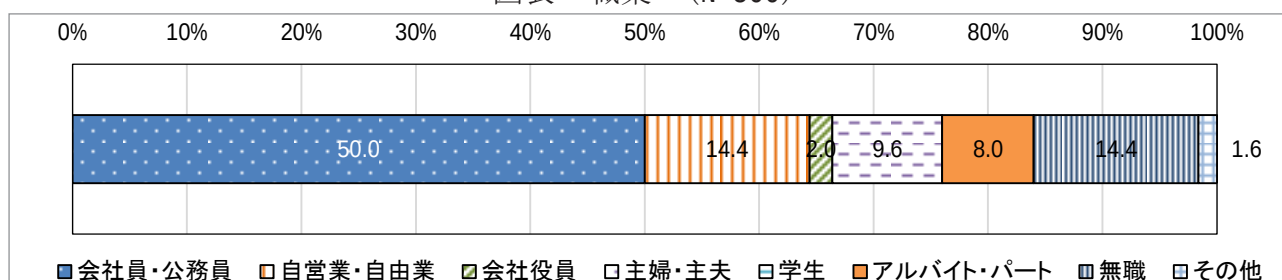
調査項目は以下に示すとおりです。

属性設問	性別	選択:単独回答
	年代	選択:単独回答
	職業	選択:単独回答
	居住地	選択:単独回答
	居住地域	選択:単独回答
	首都圏居住年数	選択:単独回答
観光行動全般について	行ってみたい観光のタイプ	選択・複数回答
	観光地に必要なもの	選択・複数回答
お出かけについて	出かけるきっかけになる情報	選択・複数回答
	繰り返し訪れる訪問先の条件	選択・順位付け
板橋区訪問の現況とニーズ	これまでの板橋区訪問回数	選択・単独回答
	これまでの板橋区訪問目的	選択・単独回答
	板橋区を訪問した理由	選択・順位付け回答
	板橋区訪問時の情報収集	選択・複数回答
	板橋区訪問時の交通手段	選択・単独回答
	観光資源認知度	選択・マトリックス回答
	観光資源訪問経験	選択・マトリックス回答
	観光資源訪問意向	選択・マトリックス回答
	訪問者増加に有効な取組	選択・複数回答
	板橋区訪問時の同行者ニーズ	選択・単独回答

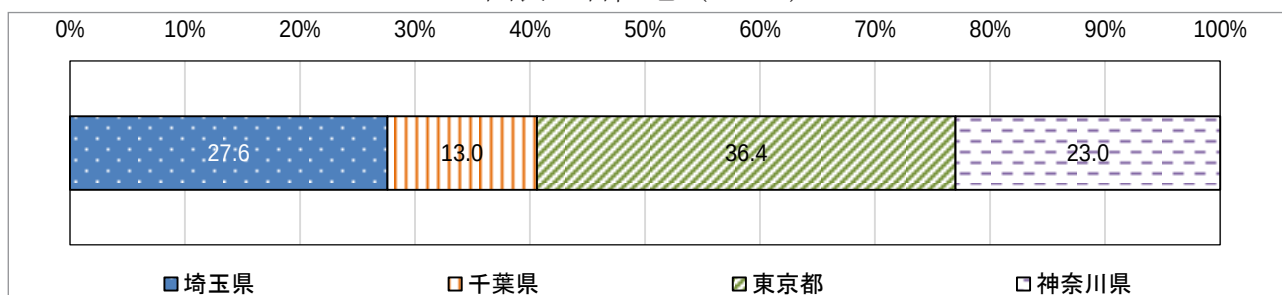
図表 年代・性別 (N=500)



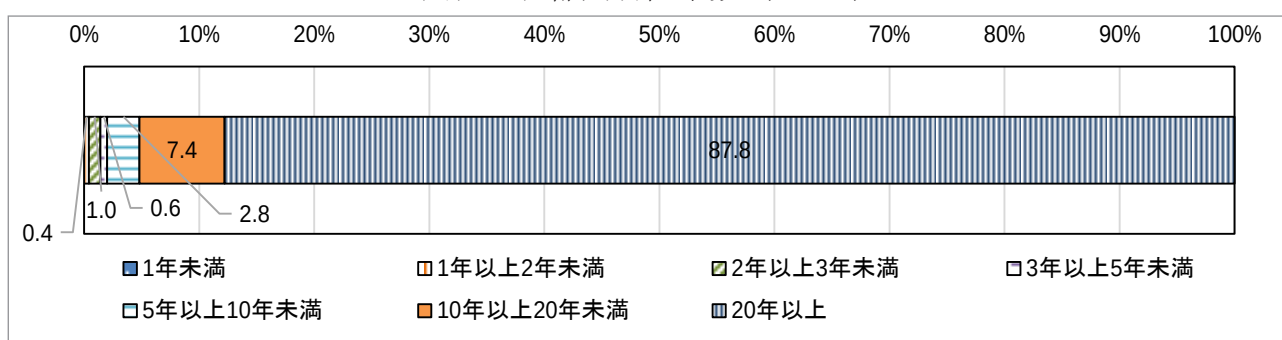
図表 職業 (N=500)



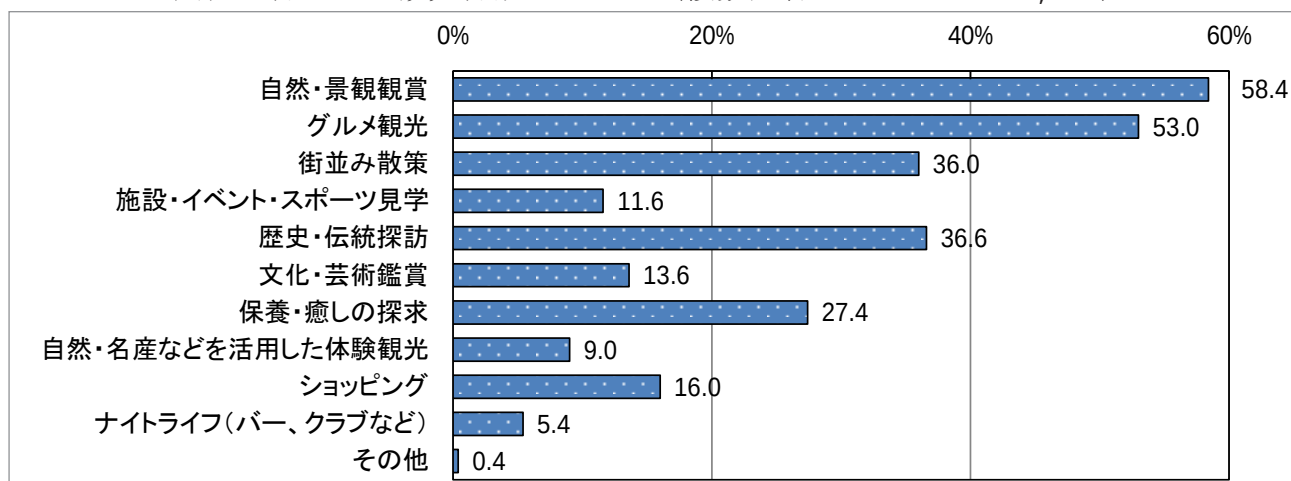
図表 居住地 (N=500)



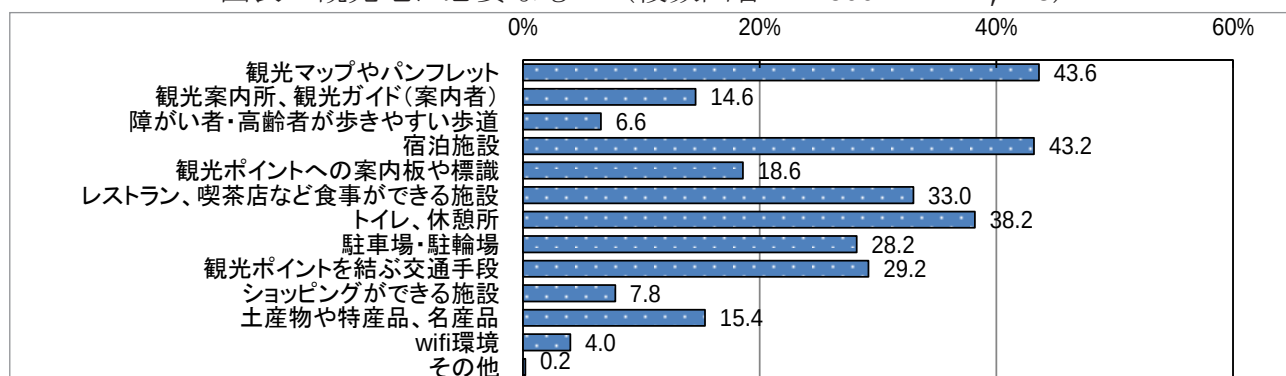
図表 首都圏居住年数 (N=500)



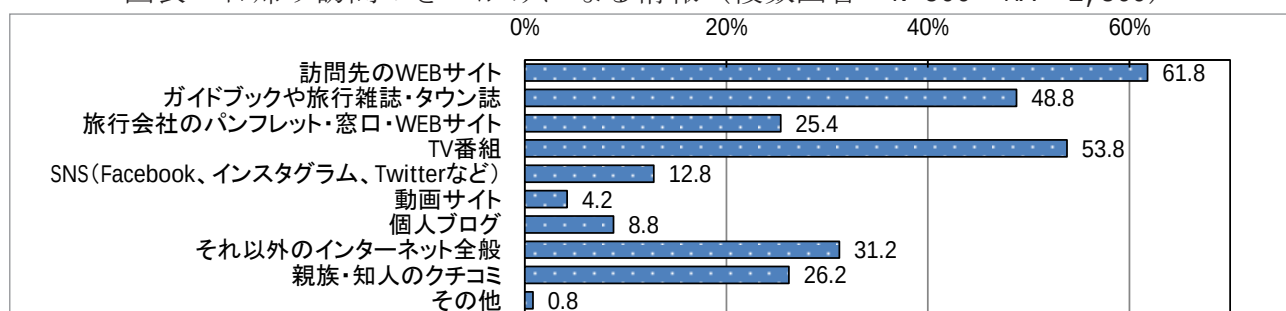
図表 行いたい観光行動のタイプ (複数回答 N=500 MA=1,337)



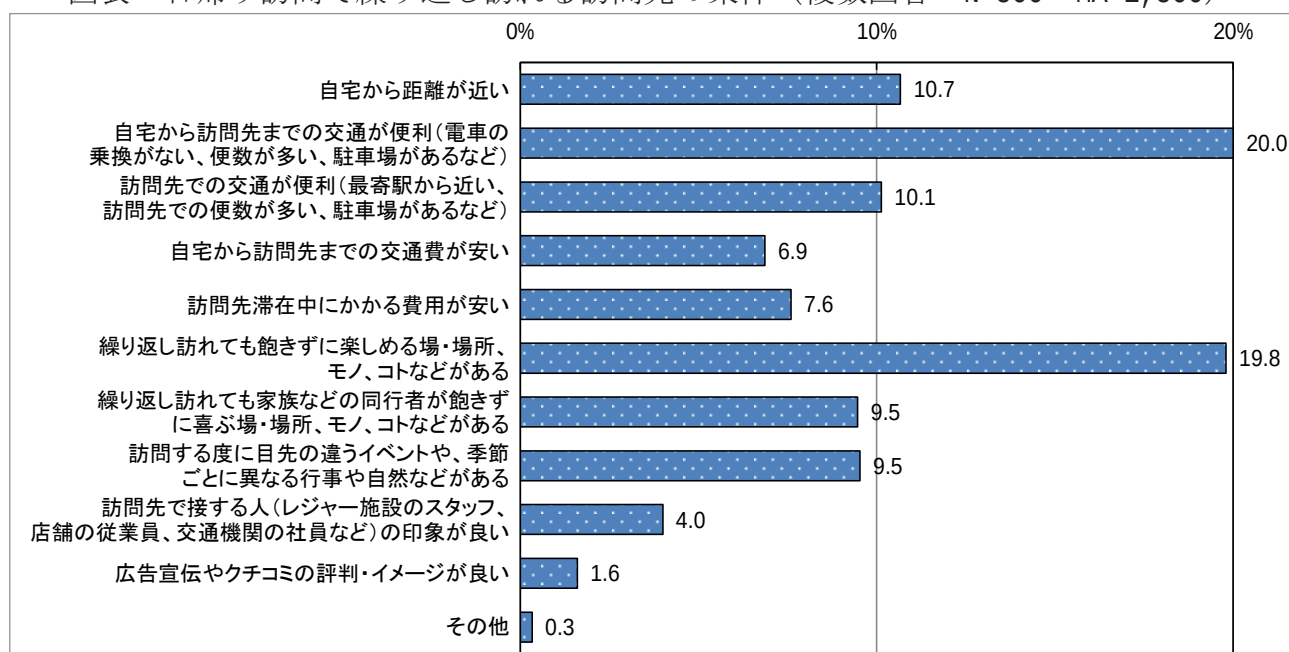
図表 観光地に必要なもの（複数回答 N=500 MA=1,413）



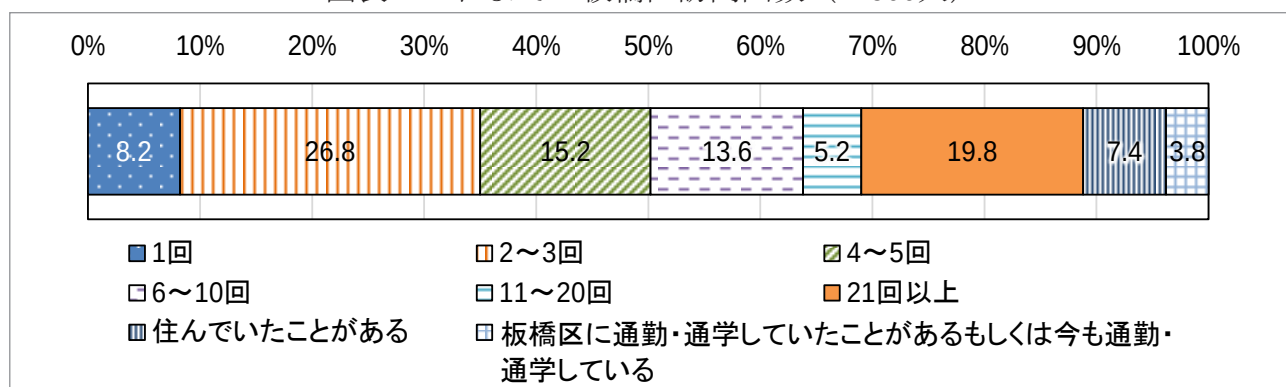
図表 日帰り訪問のきっかけになる情報（複数回答 N=500 MA=1,369）



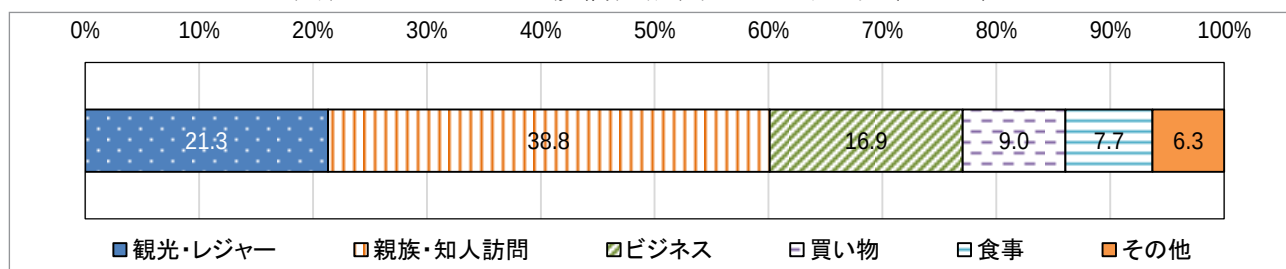
図表 日帰り訪問で繰り返し訪れる訪問先の条件（複数回答 N=500 MA=1,500）



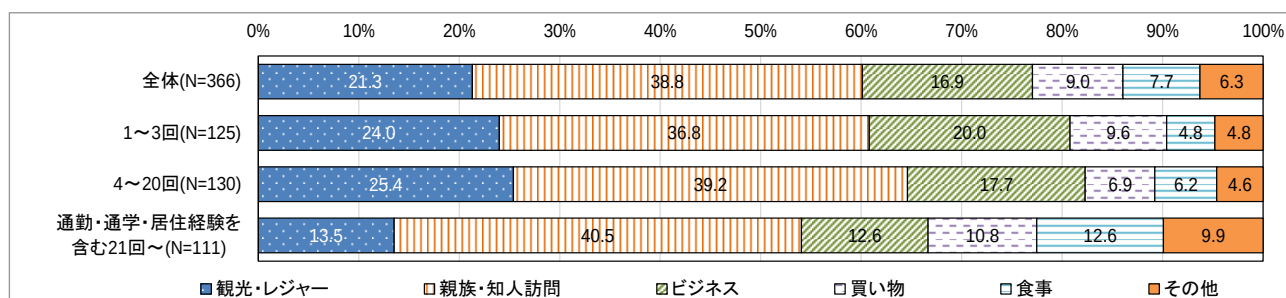
図表 これまでの板橋区訪問回数 (N=500人)



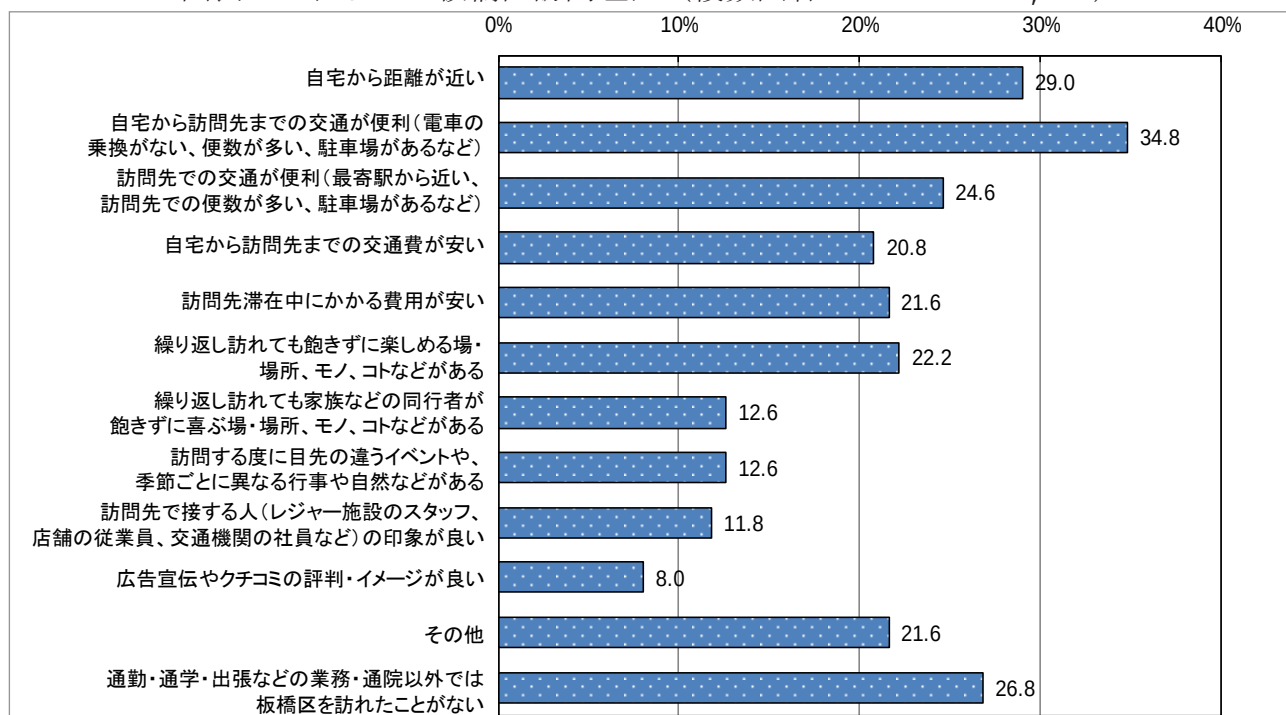
図表 これまでの板橋区訪問の主な目的 (N=366)



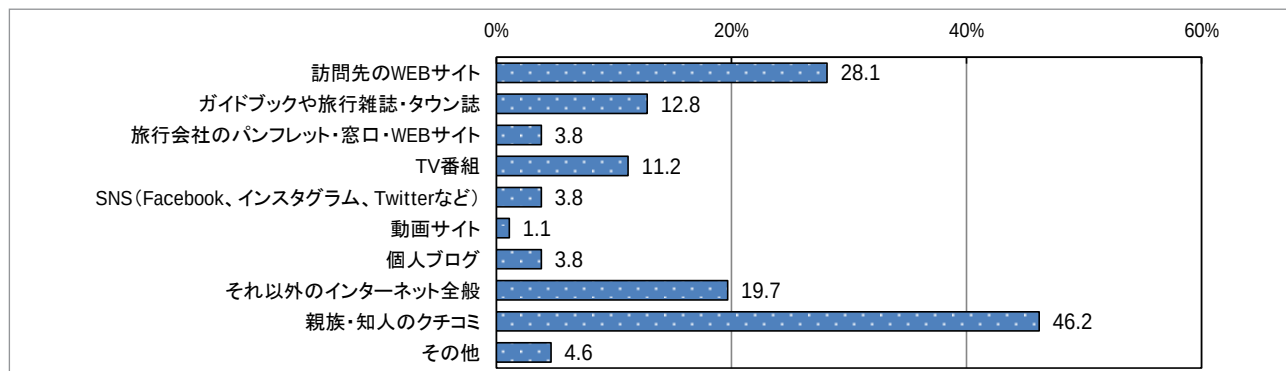
図表 板橋区訪問回数別・これまでの板橋区訪問の主な目的



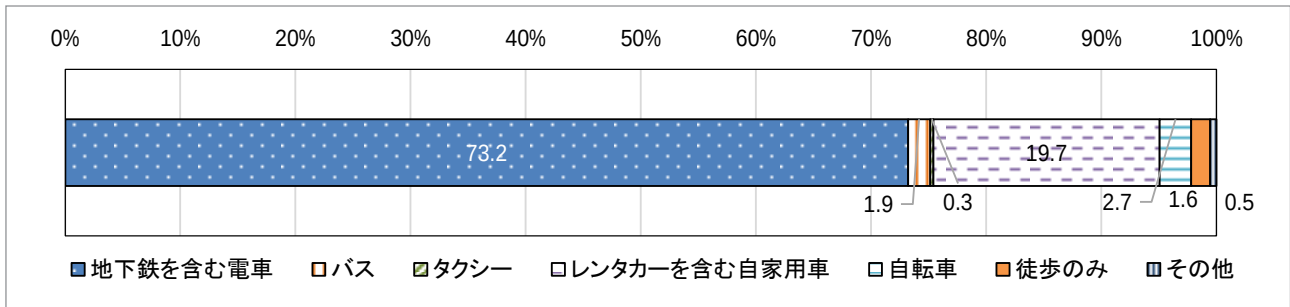
図表 これまでの板橋区訪問理由 (複数回答 N=500 MA=1,232)



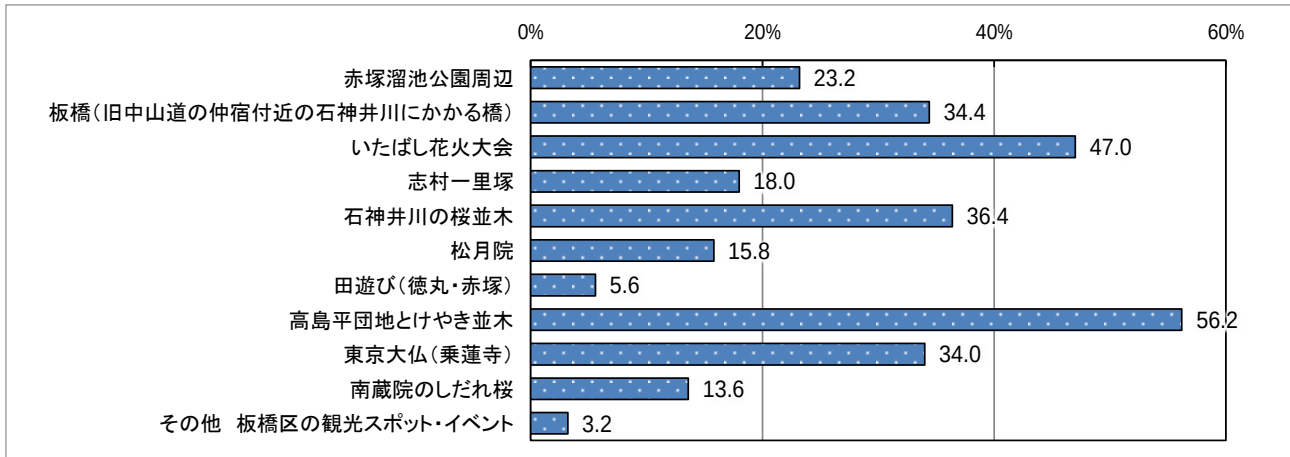
図表 板橋区訪問時の情報収集源 (複数回答N=366人 MA=495)



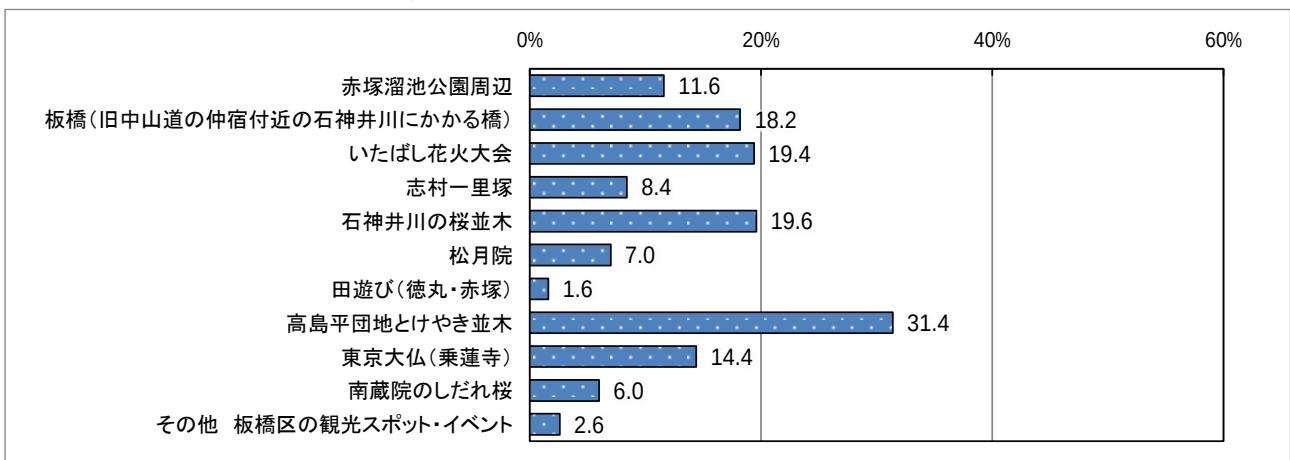
図表 板橋区訪問時の交通手段 (N=322)



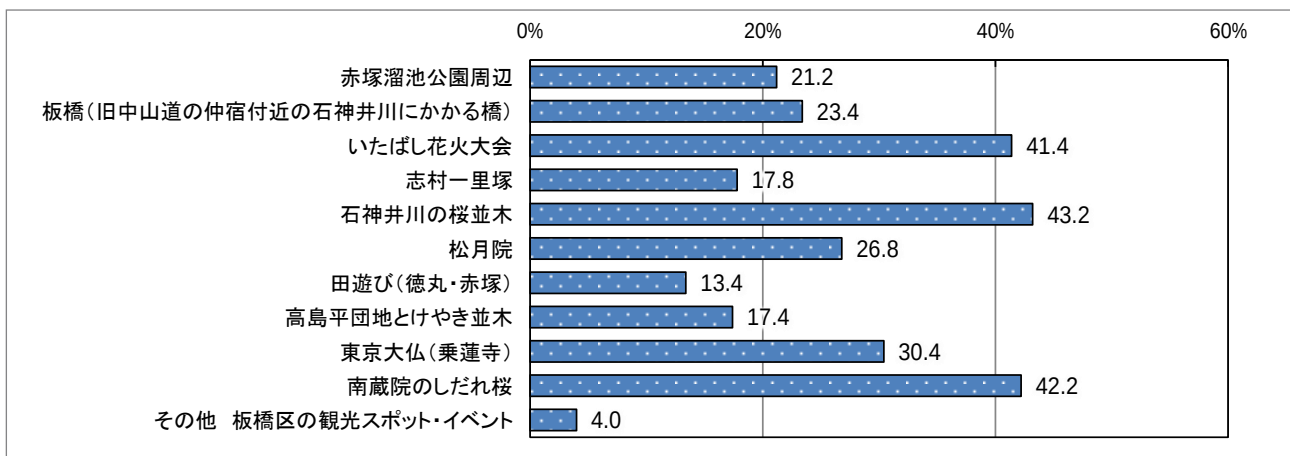
図表 板橋区の観光資源認知度 (複数回答 N=500 MA=1,437)



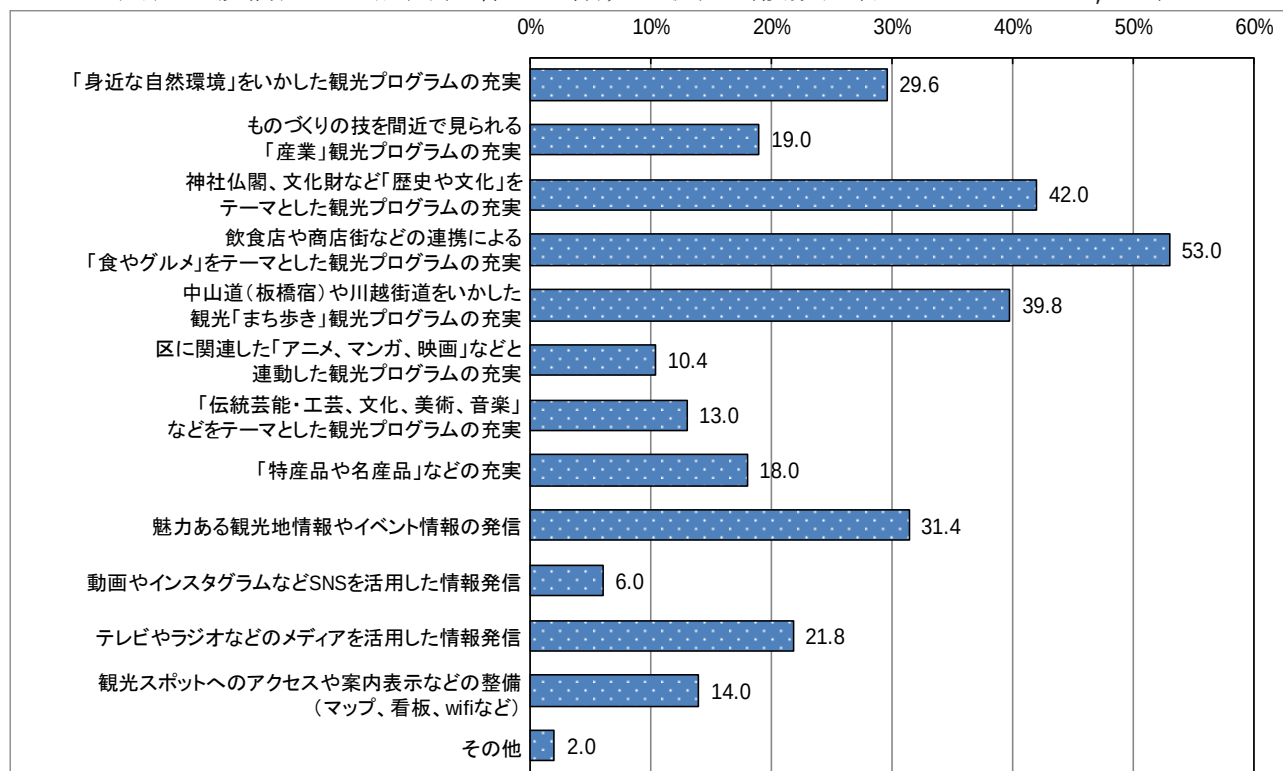
図表 板橋区の観光資源訪問経験率 (複数回答 N=500 MA=701)



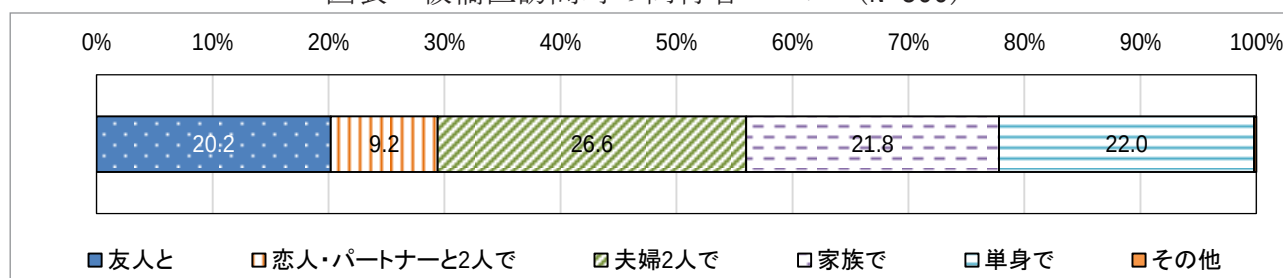
図表 板橋区の観光資源訪問経験意向 (N=500)



図表 板橋区への訪問者増加に有効な取組（複数回答 N=500 MA=1,500）



図表 板橋区訪問時の同行者ニーズ (N=500)



（４）区の地域資源

①区域全体

板橋区は、東京の北西部に位置し、鉄道による都心・副都心へのアクセスが良く、崖線や荒川・石神井川などの河川を軸に、生物と共生できる潤いある環境に恵まれたまちです。

また、それぞれ特徴の異なる５つのエリア（板橋地域、常盤台地域、志村地域、赤塚地域、高島平地域）ごとに、魅力ある地域資源が集積しています。中山道の宿場町として栄えた江戸時代の趣きを残しながらも、かつて軍需産業施設の立地を起点に発展した、世界に誇るものづくり企業の集積地を有し、一方では緑と文化のかがやく生活の場としての魅力を兼ね備えています。

区内では、区民まつりをはじめとして、商店街が主催する祭りや朝市などが各地で開催されており、にぎわいをみせています。また、６つの大学が立地しており、区と大学との連携による地域活性化に資する取組も行われています。

観光ボランティアガイドである「もてなしたい」では、多くの来訪者を区内の様々な地域資源に案内し、その魅力を伝えています。

②板橋地域

最も人口が集積し、区内で中心的役割を担うエリアです。都心寄りに位置し利便性が高く、商業・オフィス機能が多く立地しています。

江戸日本橋から中山道を通る一番目の宿場町として栄えた旧板橋宿、約２２万坪という広大な敷地を有した加賀藩下屋敷跡、板橋区の産業発展の基盤ともなった軍関連施設跡などが立地しています。また、大山駅、中板橋駅、板橋区役所前駅周辺の商店街では平日・休日に関わらず、にぎわいを見せています。石神井川沿いの桜並木は、春には多くの観光客でにぎわいます。

<主な地域資源>



加賀公園



商店街



区立こども動物園

③常盤台地域

川越街道や東武東上線の駅周辺を中心に市街地が形成されてきました。古くは川越街道の宿場町として栄え、鎮守や道中安寧を目的とした「社」が数多く残っています。上板橋駅などの駅前に商店街が立地し、鉄道沿線の利便性が高いことから区内で2番目に人口が集積しています。

一方、住宅市街地でもあり、常盤台や向原団地など特徴ある住宅地が形成されています。また、都立城北中央公園や板橋区平和公園などのまとまった緑があり、緑豊かな地域です。

<主な地域資源>



天祖神社



区立教育科学館



五本けやき

④志村地域

工業・住居系の土地利用が共存し、中小規模の工場が多く、区内産業の拠点となっています。近年は工場跡地の大規模マンションや商業施設への土地利用転換が進み、人口が特に増えているエリアです。住宅街の中に志村一里塚、薬師の泉庭園、南蔵院などの史跡や寺院が多く点在しています。株式会社タニタが運営するタニタ博物館などの企業見学も可能であり、現在のものづくりと歴史・文化を一度に体験することができます。

<主な地域資源>



志村一里塚



出井の泉跡



薬師の泉庭園

⑤赤塚地域

武蔵野台地の複雑な地形の上に住宅地が広がり、今もなお、自然林や農地などの自然、赤塚城址などの史跡が残る武蔵野の香りが残るエリアです。貴重な湧水と板橋崖線の緑による潤いのある景観が保たれており、かつて農村だったころの伝統や文化、風景が残されています。赤塚溜池公園は、梅の名所であり、区立郷土資料館や区立美術館など、周辺の文化施設と一緒に散策が楽しめます。

また、成増阿波踊り大会や赤塚梅まつりなどのイベントが開催され、にぎわいを見せています。

<主な地域資源>



田遊び



区立美術館



赤塚城址

⑥高島平地域

かつては「徳丸田んぼ」と呼ばれる低地に広がる水田地帯でした。現在は都心部における大規模団地の先駆けとも言える「高島平団地」などの住宅地があり、新河岸川や荒川沿いには、水再生センターやリサイクルプラザ、卸売市場などが立地し、印刷・精密機械・食品加工業などの数多くの企業が集積する産業拠点となっています。また、団地内などを周回する板橋区・高島平ロードレース大会や、広大な荒川河川敷で開催される板橋 City マラソンや花火大会など、スポーツ・レクリエーションの場としてもにぎわいを見せています。

<主な地域資源>



けやき並木



区立城北交通公園



区立熱帯環境植物館

4. 区民検討会議（観光ワークショップ）

（１）概要

①目的

※観光ワークショップ

参加メンバーが、計画策定に向け、課題や情報を共有し、お互いの立場や多様な意見を尊重・理解し合いながら交流することにより、解決策や提案をまとめていく、参加・体験型の検討作業の場。

区の観光に関する区民意識の把握や、観光資源の調査・整理・発掘、新たな施策の意見抽出を目的として、フィールドワークを含めた５回の区民検討会議（観光ワークショップ※）を実施しました。

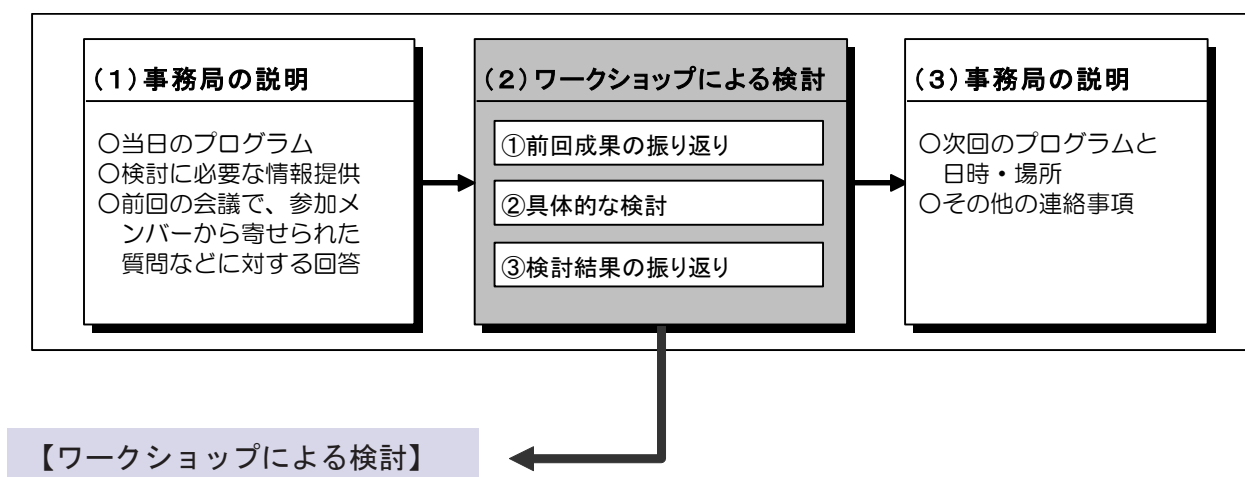
②参加者

区内在住・在勤・在学の１８歳以上の男女から応募を募り、約３０名の皆様にご参加いただきました。第２回のフィールドワークからは、地域別に４つのグループ（板橋、志村、常盤台、赤塚・高島平）に分かれて議論を進めました。

③全体プログラム

回数	開催日時	議論のテーマ・検討内容
第１回	平成28（2016）年 7月4日（月） 18：30～20：00	1－1 区民検討会議（観光ワークショップ）の趣旨や進め方について、参加メンバー全員の共通認識を図る ・区民検討会議の趣旨・進め方・スケジュールの説明 1－2 板橋区の地域資源を考える ・WS①：地域資源の再評価 ・フィールドワークのルート検討
第２回	7月16日（土） 9：30～12：00	2－1 地域の新たな魅力を探るフィールドワーク ・グループごとにフィールドワークの実施
第３回	8月2日（火） 18：30～20：00	3－1 第１回検討結果の振り返り ・フィールドワークの実施結果を踏まえた第１回検討結果の振り返り 3－2 地域資源の魅力・背景の深掘り ・WS②：地域資源の魅力・背景の深掘り 3－3 想定するターゲットと区内での滞在イメージの検討 ・WS③：想定するターゲットの明確化 ・WS④：板橋区での滞在イメージの検討
第４回	8月24日（水） 18：30～20：00	4－1 板橋区観光における課題の深掘り ・WS⑤：板橋区観光における課題の深掘り 4－2 観光振興に向けた施策のアイデア ・WS⑥：観光振興に向けた施策のアイデアの検討
第５回	9月2日（金） 18：30～20：00	5－1 意見のとりまとめ ・WS⑦：板橋区での滞在イメージの再構築 ・WS⑧：観光振興に向けた施策のアイデアの再構築 ・とりまとめ結果の共有、意見交換

図表 地域資源の洗い出しと再評価の流れ



前回成果の振り返り

司会進行役から、前回の会議では、どのようなことをテーマに検討を行い、具体的にどのような成果があったのかを説明し、これに対する参加メンバー全員の認識の共有を図ります。

具体的な検討

参加メンバーは、各回のテーマに沿ってアイデアをカードに書き出します。
書き出したカードは、ホワイトボードや壁に貼られたポスターに貼っていき、必要に応じて司会進行役が発言者に内容確認や説明を求めた上、事務局スタッフが似通ったアイデアを並べ替え、グループ化するなど整理します。
一通りアイデアが出そろった段階で、グループのメンバー全員で意見交換を行い、追加や修正などを行います。

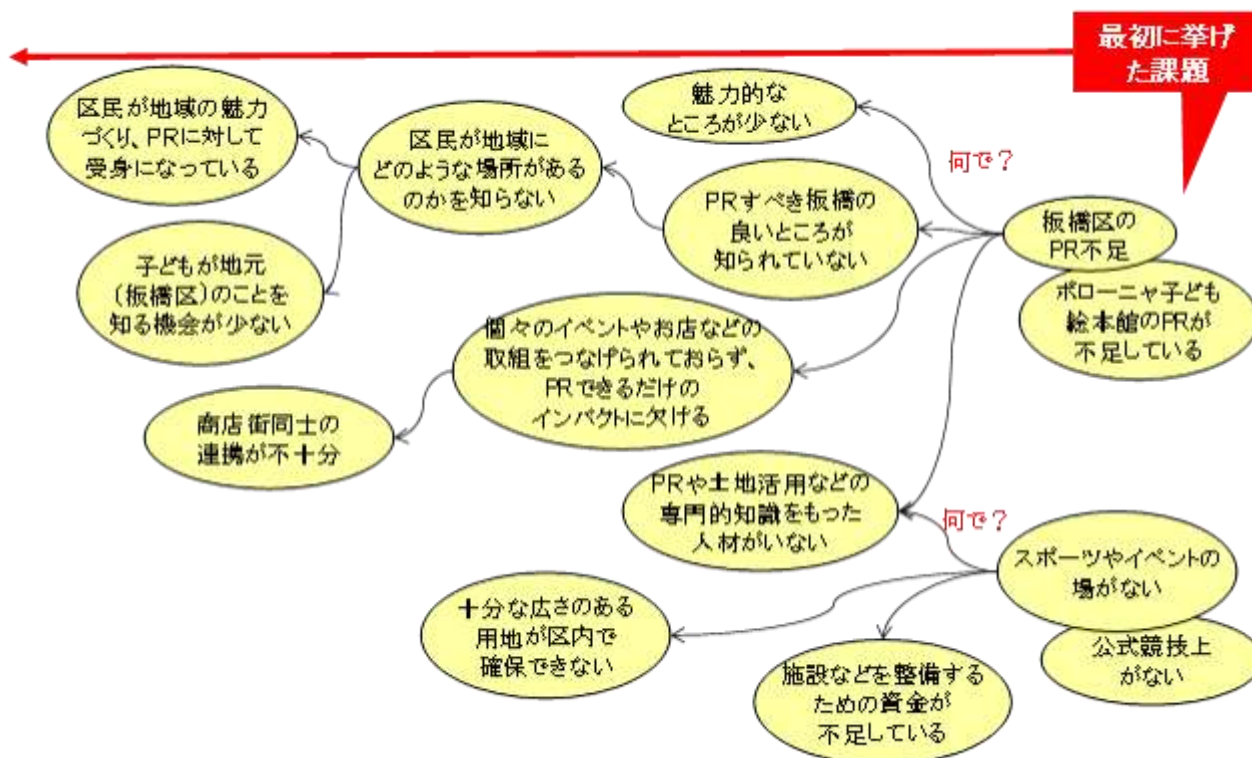
検討結果の振り返り

参加メンバー全員で今回検討した成果を確認するため、ワークショップの成果を発表する時間を設けます（発表者は各回交代制とし、具体的な検討に入る際に選定しておきます）。
各回の検討成果は、事務局が次の会議までに資料として検討メンバー全員に配付します。

(2) 検討結果：板橋区の観光における課題と今後の施策

①板橋グループ

図表 板橋区の観光における課題

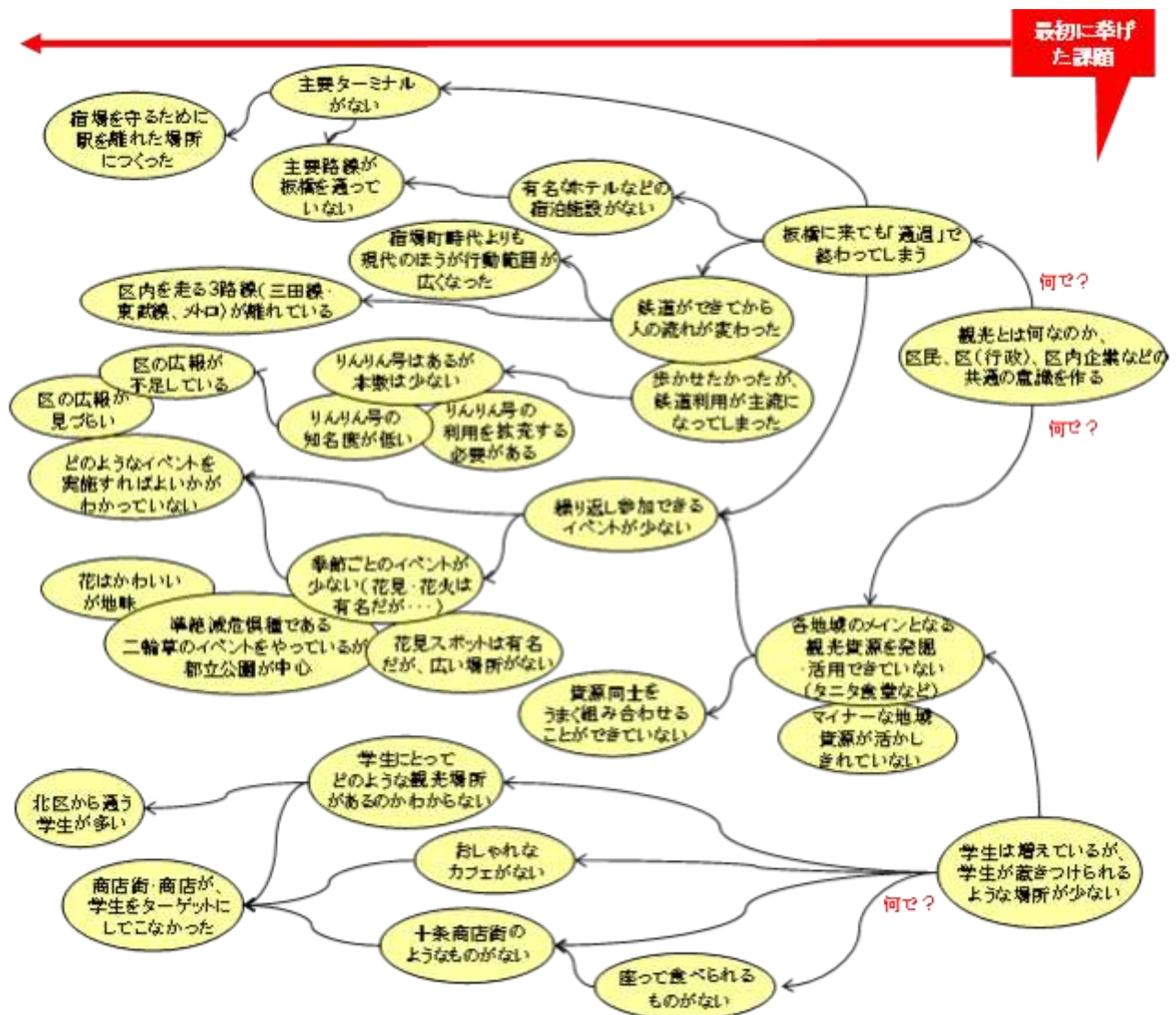


図表 板橋区の観光における施策のアイデア

No.	種別	施策のアイデア(だれが・何を)
1	PRするための話題づくり	区民が板橋の面白いネタを提供し、板橋に住む(板橋に興味のある)作家に「板橋まんが」を描いてもらう
2	地域住民によるPR	区が区内の老人クラブメンバーを準観光大使に任命し、大使として観光PRに取り組んでもらう(踊りなど、クラブでの活動をいかす)
3		日中区外に出ている若者や働く世代に、板橋区の良いところ、観光スポットを情報発信してもらう
4		板橋区・区民が姉妹都市を訪問し板橋をPRしてくる
5	メディアなどの活用	地域で活動する団体・個人などから、自身の取り組みに関する情報など、シティ・プロモーションのネタを区の魅力発信担当課に提供する
6		ウォーカー・プラスなどの地元情報発信媒体に、区内の地域資源やイベントなどの情報を提供する
7		祭やイベントについて、区から積極的に新聞社への売り込みをしてもらう
8	関係者の連携	区や区民が大手企業(タニタ、湖池屋、J:COMなど)に働きかけ、観光振興の取組における協力体制をつくる
9		各商店街のイベントを同時に行うことで、大規模なイベントにする(区内のメインストリートを歩行者天国にするなど)
10		区役所の各課が連携して、観光振興に取り組む
11		国内外の姉妹都市とのつながりを活用し、姉妹都市から人を呼び込む(視察、交流観光)

②常盤台グループ

図表 板橋区の観光における課題

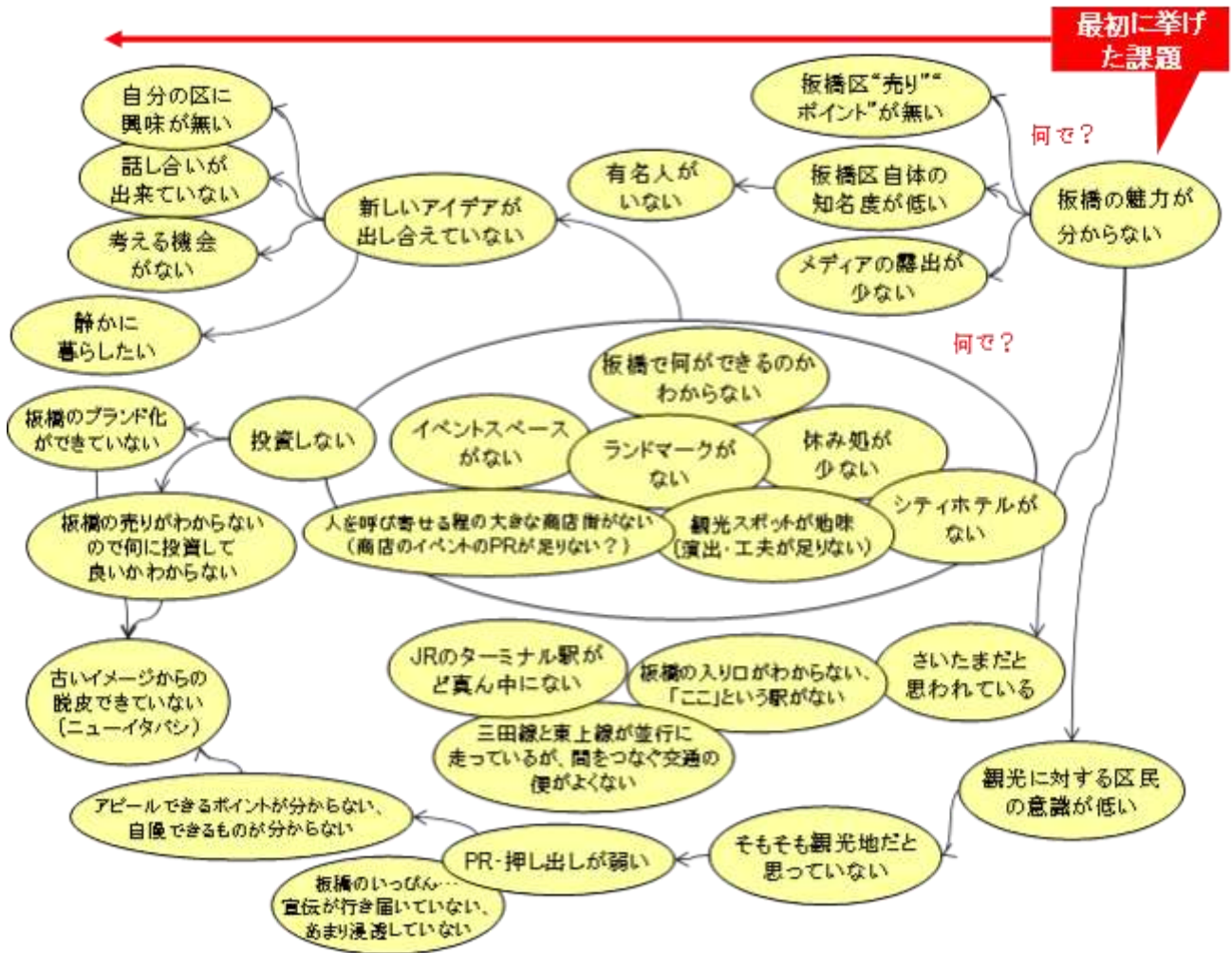


図表 板橋区の観光における施策のアイデア

No.	種別	施策のアイデア(だれが・何をする)
1	滞在メニューづくり	区民のための観光コースをつくる(居住地再発見・再学習をテーマに、日常生活のエリア・使うルートを見直す。産業観光など、既存の資源で観光コースから欠けているものを活用する)
2		イベントの少ない冬向けに、中山道沿いを板橋起点で廻るバスルートをつくる
3		滞在メニューには、地域資源の組み合わせによって、板橋の独自性を出す
4		鉄道会社に協力を仰ぎ、三田線、東上線沿いで大食いラリーを実施する
5	プロモーション	区キャラクターのりんりんちゃんは、良い素材だが、例えばくまモンと比較すると、イラストはかっこよすぎで、着ぐるみはダサい印象があるため、リメイクする(2頭身にする、ダンスなどで着ぐるみの動作をコミカルにする)
6		りんりんちゃんが稲垣吾郎に似ているという噂があるので、その噂を利用して人気を高める
7		ターゲットごとのガイドマップを作成して、地域資源に関する情報量・情報の露出度を増やす(若者向けのマップは学生を中心に作成する)
8		区民が独自に板橋本・板橋事典をつくる(「東京walker」をイメージしつつ、ネットの活用やポケモンGOなどの流行も考慮したものにする)
9		グルメに関する情報をまとめて発信する
10		CMなど、新しい情報発信方法をつくる
11	受入基盤	板橋区は坂の多い街なので、それぞれの坂の愛称と命名の理由を募集し、実際に選ばれた愛称の案内板を作成・設置する
12	交通基盤	区民の要望も踏まえ、区内の交通網を整備する(電車の増便、鉄道駅からの交通手段の確保、りんりんGOの成増・赤塚などへのルート拡充)
13		乗り捨てできるレンタサイクルを導入する
14		セグウェイを導入する
15	宿泊	住民(大山商店街など)と行政が一体となり、他県や外国からの旅行者を受け入れる取組として、ホテルの機能を宿泊棟・レストラン・コミュニケーション棟などに分け、町の中心に散らばるよう配置して、宿泊者が自由に使えるようにすることで、町に住んでいる感覚で宿泊できる環境をつくる。あわせて、区内の様々なイベントで、宿泊者にまちの歴史や文化を学んでもらう
16	地域間連携	町内会同士が連携し、1か月間、区内のどこかで必ず盆踊りが行われている「盆踊り月間」をつくる
17		区内の銭湯が連携してイベントを実施する(区内各所にある銭湯を幅広く利用してもらう)

③志村グループ

図表 板橋区の観光における課題

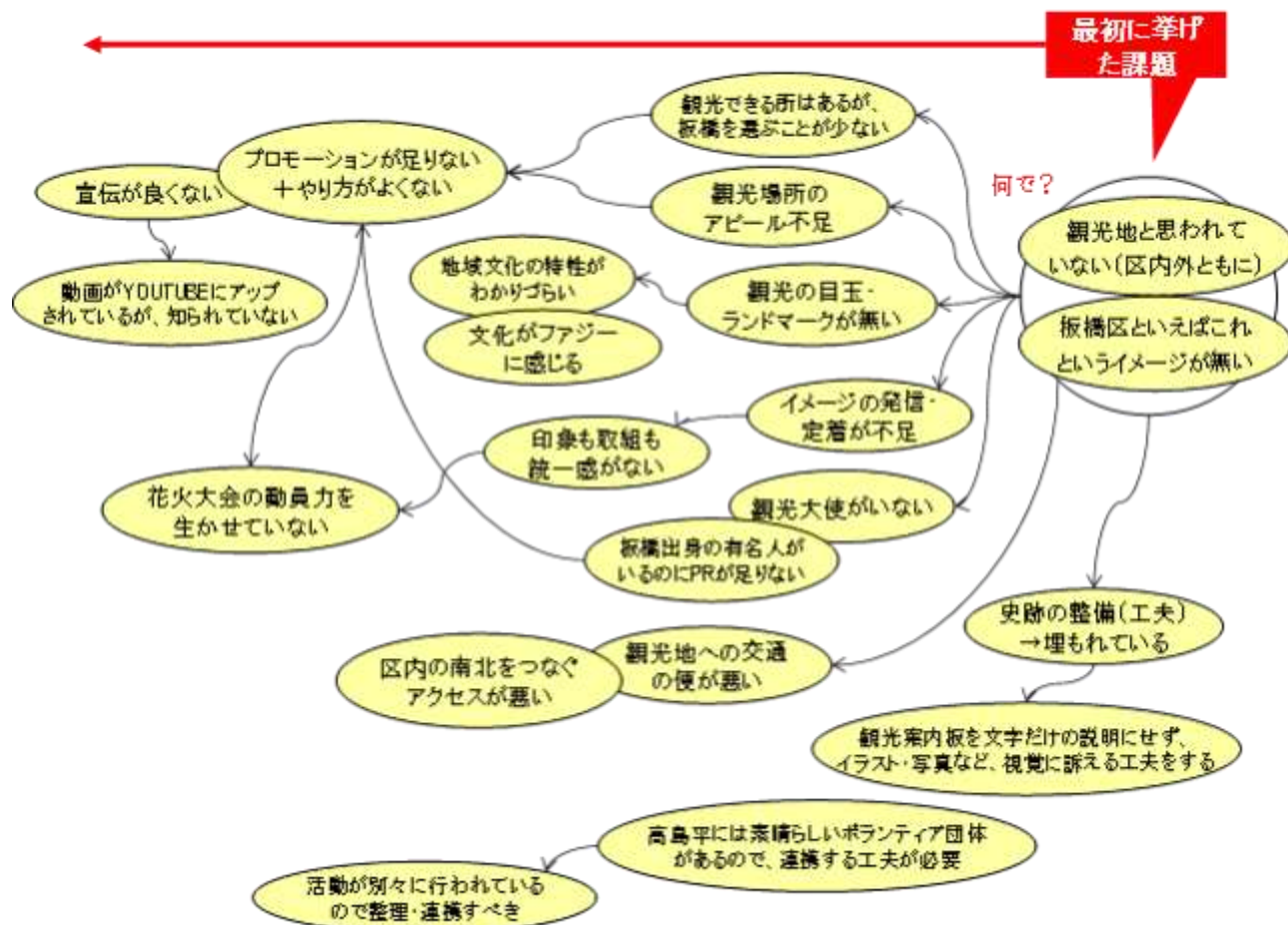


図表 板橋区の観光における施策のアイデア

No.	種別	施策のアイデア(だれが・何をする)
1	民の力 (をいかす)	区が、区内にある大学と連携(例:東洋大学、淑徳大学、大東文化大学、東京家政大学)～若者のハートをつかむ為に
2		区、企業が民泊の支援を行う
3		【観光資源を点から線へ】タニタの活動量計を持って区・区民が選出したポイントを巡るなど、コースを楽しく健康に巡る工夫
4		【道の活用】区が旧中仙道・富士大山道など古道の歴史を浮き彫りにし、観光を演出する(石碑を分かりやすく、風情を出す、神楽師が多く、今も無形文化財で残る)
5	企業の力 (をいかす)	区・企業が、直売可能な工場に対して食べ物(スイーツ)巡りが出来るよう働きかける(例:浅野屋、東京カント、パステル…)
6		企業が、板橋のいっぴんを通販可能にする
7		企業を中心に、世界に通用する産業観光による企業イメージアップに取り組む(例:トプコン、タニタ、柳沢管楽器、凸版印刷…)
8	おもてなし	企業が中心となり、商店街にベンチを設置する
9		休み処が少ないことに対し、中山道の宿場町の名残りとして「志村一里塚」や「薬師の泉」など～本来の役目を生かし、地元の人のもてなしなどでお茶を一杯…など休憩処として機能させる
10		区が中心となり、板橋ブランドの志村みの早生ダイコンの販売を行う(小豆沢河岸は、別名ダイコン河岸と呼ばれていた)
11		区が中心となり、湧水をいかす→平成18年度の調査(土木部)では、「しみ出し程度を含め45カ所の湧水」があったとされる。特に志村清水坂緑地の湧水量は、区内第2位(量は不明)とされ、再整備の検討も記されている。現在の状況は?(その他、見次公園、小豆沢公園)
12	PR	区や事業者が新しいことに積極的に取り組み、取材を受けて、メディア露出を増やす<区、企業>
13		観光IOTの活用→企業、区、大学、区民(ベンチャー)
14		観光スポットの説明看板の整備(教育向けではなくて、観光向けのものを)→区が整備、区民が説明を書いてもOK
15		板橋発の緑のカーテンをPR(環境にやさしい、省エネ対策、エコポリスセンター活用・PR)
16		区が中心となり、「〇〇から30分で行ける板橋!」のようなPRをする(他の地域の観光客を連れてくる)
17		区、企業が中心となり、板橋のイメージを変える
18	交通	区が中心となって、東京水辺ラインの活用(定期運航)を行う(観光・災害にも活躍)
19		区が中心となって、小豆沢発着場を中心とした観光スポットへのレンタサイクル設置(観光巡り(寺社)、さやの湯)
20		区が中心となって、公園の整備・活用を行う
21		区が中心となって、水上バス・小豆沢発着場周辺整備・憩いの場づくり～人が集まる(楽しめる)スポットとする
22		小豆沢乗船場の船便(年間十数便のみ)を活用し、区が中心となって、区民を対象としたモニターツアーを行う(水辺ラインなどとの調整必要) ※新河岸川・隅田川への美しい景色と利便性を知らせ、季節ごと・イベントごとに行ってみたいと感じさせる仕掛けづくり
23		区が水上バスの定期便を誘致する(東京水辺ライン以外の事業者も)
24		区内を巡回するコミュニティバスがあると良い

④赤塚・高島平グループ

図表 板橋区の観光における課題



図表 板橋区の観光における施策のアイデア

No.	種別	施策のアイデア(だれが・何をする)
1	ツアー企画、商品化	区もしくは民間企業が、2～3泊のツアー(海外からの人向け)を企画する
2		区民ボランティアガイド、商店街など民間の商店と連携し、海外からの人向け「普通の日本の暮らし体験ツアー」を企画・実施する
3	場づくり、魅力づくり	区、企業、大学などが連携し、2020年オリンピック聖火リレーのルートを設定したランニングコースの設定を行う～区内の公園をつなぐ(緑地の一体化)
4		[つどいの場の構築]協議会が主導し、将来を見据えた都市計画をし、広場＋イベント＋屋台カー＋店舗＋ホテル＆レストランによるイベントに頼らない日常性をつくる、広場は公園ではなくイタリアのような広場の種(広場的な存在)を作る
5		[ランドマーク化の実験] 区民、事業者の協議会主導で、加賀藩下屋敷プロジェクト(テーマパークエリア)を行う。旧中仙道の商店街と元加賀藩エリアを中心に、まずはイベント(大名行列:戸田の渡しから、ハロウィンなど)から行う ※条例→行政、地域のきまり→商店会
6	交通整備の取組	民間が電動自転車のシェアサイクルサービスを行う、また区がサイクリングロードの提案を行う
7		区が先導し、5駅(JR板橋駅→三田線新板橋駅→東上線下板橋駅→大山駅→板橋区役所前駅)をつなぐ低料金50円程度のシャトル(空港タイプのミニ)(ポニー馬車)を運行する～JRと三田線と東上線を一体化させたイメージを作る
8		区の入り口 JR板橋駅再開発中
9	広報・プロモーション	[広報システム構築]行政・区民・事業者からなる広報組織を作り、イベントに偏らない日常的な広報活動(文化)を発信する(区民目線の生の声で) (インターネット放送局設立(ひとりメディア×参加者)、スマホ1台、ノートパソコン1台でスタート→どこでも行けるし、どこでも放送)
10		江戸四宿会議を同時開催するとともに、PRを行う
11	案内 (外国語表示など)	区内の各飲食店が、外国語のメニューと料理の内容を説明したものを用意する
12		企業が中心となり、板橋観光のスタートとなる場所に情報端末を設置する
13	大学の講座など	区内にある各大学の授業に板橋講座を設ける
14		大学・専門学校の特性をいかし、卒業後の支援施策を行う(例:空き家活動)(文化服装学院と桑沢デザインの卒業生達が中心となり、原宿を作ってきた)

5. 有識者懇談会

(1) 目的

新たな観光振興ビジョンの策定にあたり、今後の区における観光政策の方向性などについて、区長と有識者との懇談を通じて、観光資源の開発や新たな魅力あるコンテンツに資する提言などを得るため、平成 28 (2016) 年 12 月に有識者懇談会を開催しました。

(2) 開催概要

「第 1 回区長と有識者との懇談会」

日 時：平成 28 (2016) 年 12 月 6 日 (火)

14 : 00 ~ 16 : 00

会 場：区役所 1 階ギャラリーモール、区長応接室

対 談：プロダクトデザイナー 水戸岡鋭治氏

グラフィックデザイナー 駒形克己氏

板橋区長 坂本健

テーマ：デザイナーが考える板橋の魅力発信

「第 2 回区長と有識者との懇談会」

日 時：平成 28 (2016) 年 12 月 15 日 (木)

15 : 00 ~ 17 : 00

会 場：区立郷土資料館

対 談：博物学者、小説家、評論家 荒俣宏氏

板橋区長 坂本健

テーマ：板橋の歴史

(3) 成果物の作成

有識者懇談会の内容について、観光機運の醸成を図るため、平成 29 (2017) 年 5 月に「号外 I T A B A S H I 特別座談会 2017」を発行し、区内各施設や駅などで配布しました。

板橋区観光振興ビジョン 2025 資料編

編集 板橋区産業経済部くらしと観光課

〒173-8501 板橋区板橋二丁目65番6号

板橋区情報処理センター6F

TEL 03-3579-2251 FAX 03-3579-7616

kb-kankou@city.itabashi.tokyo.jp

平成 30 年 3 月発行

刊行物番号 29-171



板橋区 〒173-8501 東京都板橋区板橋二丁目66番1号 URL <http://www.city.itabashi.tokyo.jp/>