

## 第1回板橋区観光振興ビジョン2035策定検討委員会 議事要旨

開催日時：令和6年12月12日(木)午前9時30分～11時30分

開催場所：板橋区役所本庁舎北館9階 大会議室B

## 会議経過

### 1. 委嘱式

#### (1) 委嘱状の交付

(くらしと観光課長)

■本日はご多忙のところご出席賜り、感謝申し上げます。開会に先立ち、区長より委員の委嘱をさせていただく。  
お名前を読み上げさせていただきますので、その場でお立ちになって委嘱状をお受け取りいただきたい。

—各委員への委嘱状交付—

■高田美種様、藤咲億桜様は、本日ご欠席の連絡をいただいております。それでは、検討委員会の開催にあたり、坂本区長からご挨拶申し上げます。

#### (2) 区長挨拶

(区長)

■本日は、年末のお忙しいところ、第1回板橋区観光振興ビジョン2035策定検討委員会にご出席いただき、感謝申し上げます。

また、委員の就任にあたりましては、快くお引き受けいただき、心から感謝する。

さて、現行ビジョンは平成29年に板橋区の観光を「文化」と「心」を基調とした観光まちづくりと位置付けたビジョンを策定し、現在まで取組みを進めてきた。

板橋区には、旧中山道「板橋宿」周辺の名所・史跡をはじめ、千年の昔から受け継がれる徳丸・赤塚地域の神事「田遊び」など、有形・無形の文化財が今も数多く息づいている。

また、近隣商店街を中心とする商業、荒川河川敷などの工業が併存しており、都内有数の産業都市としての顔も持つなど長い歴史と伝統、新しい時代の息吹が調和する魅力あるまちであると認識している。

そして、現在、区内では、大山駅をはじめ、上板橋駅南口やJR板橋駅西口周辺、三田線沿線の高島平地域、さらには、舟渡・新河岸地区を含む荒川河川敷の整備計画である、かわまちづくり基本構想「ITTA KAWAMACHI PROJECT」の取組み等、様々なまちづくりを進めている。

板橋区としては、こうした歴史・文化などの従来の観光資源の魅力を向上させるとともに、河川空間と音楽イベントを組み合わせた取組みや、様々なまちづくりと観光を融合させることにより、新たな観光資源の創出にも取り組んでまいりたいと考えている。これにより、板橋区の観光振興だけでなく、区民の方も板橋区の魅力を再認識し、自分たちの住む街への愛着を深め、地域の一層の活性化につながると考えている。

今年度から、令和7年12月の策定に向けて、新たな板橋区観光振興ビジョンの策定に取り組んでまいりますので、およそ一年間、委員の皆様にご助言・ご提言をいただき、策定作業を進めてまいりますので、ご協力をお願いしたい。

結びになりますが、委員の皆様のますますのご発展とご健勝を心から祈念いたしまして、御礼のあいさつをする。

(くらしと観光課長)

■区長は、公務があるためここで退席させていただく。

## 2. 正副委員長の互選について

(くらしと観光課長)

■続いて正副委員長の互選を行う。

「資料1 板橋区観光振興ビジョン 2035 策定検討委員会設置要綱」の第2条第2項の規定により、委員長及び副委員長は、委員の皆様方の互選により定めることとなっているが自薦又はご推薦等はあるか。

(別府委員)

■板橋区観光協会の別府です。委員長には、大学で都市観光やグリーンツーリズムなどを研究され、また前回ビジョン策定においても検討委員会委員長を務められた経験がある安島委員を、また、副委員長には文化財保護審議会委員を務めており、区の歴史、特に近世史に造詣が深く、前回ビジョンの検討委員会の委員を務められた中野委員を推薦したい。

(一同)

—異議なし—

(くらしと観光課長)

早速だが、安島委員長からご挨拶を頂戴したい。

—委員長挨拶—

(安島委員長)

■前回のビジョンに続きまして委員長を務めさせていただく。

最近、京都を旅行したが、大変混雑しており、外国人の比率も多くオーバーツーリズムの状況。コロナの後、インバウンド需要が開花している。しかし板橋区は京都などとは違う観光の考え方をもっていかないといけない。板橋区は全国から人が来て賑わっている所があまりないが板橋区なりの観光の在り方があると思う。まずは区民の生活を豊かにする、文化的な面を育てていくところから取り組んでいく必要があると思っているので皆様のお知恵を拝借して、将来に向けてのビジョン作りをしていきたい。

(中野副委員長)

■駒沢大学で日本の近世史を専門にしている。かつて板橋区史の編纂にもかかわっていた。

先日まで板橋区の郷土資料館での古文書講座の講師をしていたが板橋区の歴史・文化を知りたい区民が多く、熱心な方が多かった。10年前に比べると、受講者の年齢層が、20代30代の方もいるなど若返りを感じている。安島委員長からもあった通り、京都などとは違うので、板橋区の立ち位置を考えないといけない。区民の方の区への関心が高いので、受け入れるだけではなく区民の方も取り組めることがあるといい。これから皆さんと議論を交わしながらビジョン策定を進めていきたい。

(くらしと観光課長)

■議題に入る前に、検討委員会については、板橋区観光振興ビジョン2035策定検討委員会傍聴規程により、原則公開とし、議事録についても公開することにしたいが、ご異議あるか。

(一同)

—異議なし—

(くらしと観光課長)

■本日、傍聴者はいないのでそのまま議事を進める。

—配付資料の確認—

■行政側の委員である篠田委員のオブザーバーとして遠藤経営改革推進課長、平岩委員のオブザーバーとして小林文化・国際交流課長が出席している。

それでは、このあとの進行については、安島委員長にお願いします。

### 3. 開会

(安島委員長)

■ただいまから、第1回板橋区観光振興ビジョン2035の策定検討委員会を開会する。本日の議題はお手元の次第にあるとおり、(1)板橋区観光振興ビジョン2035の策定についての他、2件である。

議題(1)板橋区観光振興ビジョン2035の策定方針について、(2)板橋区観光振興ビジョン2025(旧ビジョン)の施策評価について、一括して事務局から説明を。

### 4. 議題

(1)板橋区観光振興ビジョン 2035 の策定方針等について

(2)板橋区観光振興ビジョン2025(旧ビジョン)の施策評価について

(くらしと観光課長)

—資料2「板橋区観光振興ビジョン2035の策定方針について」、資料3「板橋区観光振興ビジョン2025(旧ビジョン)の施策評価について」に基づき説明

(安島委員長)

■只今の説明について、ご意見あるか。

(中野副委員長)

■資料3の旧施策評価を踏まえて資料2を作成していると思うが工夫したこと・改善したことは？

(くらしと観光課長)

■2035ビジョンを作成するにあたり、重視する視点である、まちづくりや文化の創出が新たに整備されているのでそのあたりを加えている。今までの施策評価で順調に推移していたところは維持をしたいと考えこのような資料を作成している。

(渡辺委員)

■趣旨・目的のところに「人を呼び込みたい」とはどういう意味合いか。

また、まちづくりの対象が物(歴史的なもの)に向かっているように感じるが、まちづくりのイメージとは？どうい  
うことをすることがまちづくりになるのか。

(くらしと観光課長)

■人を呼び込むのと合わせて、区内にお住まいの方についても区の資源について知っていただきたいということ  
で今回のビジョン案を検討している。

まちづくりを通して、人の交流やイベントの開催で交流を生んでいくそこを観光的な視点で考えている。

(安島委員長)

■1つは、大山商店街で金沢や他の地域の特産品等を売ることによって買い物に来てもらう、イベントを実施したりして  
地域経済の活性化を行った。もうひとつは、板橋宿を整備して中山道、川越街道と五街道を連携したり、歴史  
的事実を結びつけて他地域にアピールし、区民にもそういう場所だったのかと認識してもらえたらいい。

板橋区の観光政策は住んでいる人の為を考える必要がある。そういう意味で、一般的には観光計画は観光課  
が作るが板橋区は主管課が複数の課に分散しているので区民と近いところにあり声を拾いやすい。

区民の健康や、地域の歴史を知って地域への愛着を持って、誇りを持っていただくのがまちづくりの原点。

(渡辺委員)

■ジョンソントウン(埼玉県入間市にある元米軍住居地域跡地)のまちづくりに20年携わってきた。

観光客を呼ぼうと思ってやって来た訳ではなく居住者の方が幸せに過ごせる空間を目指してやってきた。

いまSNSとかでは昔の観光客が来るところではなく、むしろ庶民的な銭湯とかが注目される時代。そういう意  
味では板橋区は観光資源がたくさんある。今までの従来の観光資源ではなく、そういう所を板橋区は育てて  
いくことが大切。

(安島委員長)

■観光資源は新しく生まれるわけではないので、見方を変える、使い方を変える、背景ストーリーを踏まえた観光  
的価値づくりが大切になっていく

(宮口委員)

■コロナ禍などこの10年で外部環境が大きく変わってきている。どのように観光を活用するか。経済的効果を区  
民の方が実感されるのか、観光をやることにより自分の地域を見直すことでシビックプライドを作っていくの  
か。そこまで踏み込んだ形で目的と手段を明確にするのがこの10年の計画の一番の最初のポイント。

次に、板橋区の資源をどのように活用するか。地域資源を観光資源化することで経済的対価を生むのでその  
ための地域資源の見直しをする。文化的な側面、自然的な側面を洗い出すと何年か前と見方が変わる。地域  
資源の洗い出しとそれに対する再評価と活用方法、この3点を見つめ直すと区民の方にとって良いと思う。こ  
のあたりを注視しながら今回のビジョン策定に関わっていきたい。

(3)策定に向けたテーマと課題について

(JTB、くらしと観光課長)

—資料4 策定に向けたテーマと課題についてに基づき説明

(宮口委員)

■目的は何に置いているのか。

観光客を呼びたいのか、呼んだ先の経済効果を求めているのか。ゴールを確認したい。

(くらしと観光課長)

■板橋に観光客を呼び込むことと、地域の方に観光資源があることを知ってもらい、区に愛着を持ってもらうこと  
を目的としている。経済効果も目指してはいるがそこを中心には捉えていない。

(宮口委員)

■観光客を呼んだ先に区民の方や板橋区にとって良かったと思うことは具体的にどんなことを想定しているのか。

(くらしと観光課長)

現在、絵本の街というのを進めているので、そういうのも含め、板橋区としてのイメージアップを目指している。その中で、板橋区を知っていただいてシビックプライドといった気運を盛り上げる。板橋ブランドを作って区内外について発信し、認知していただくことを目標にしている。

(宮口委員)

■観光客を呼ぶことによって板橋ブランドやシビックプライドを醸成する重要性は理解しているが、その時に活用する観光客のターゲットは？

(くらしと観光課長)

■板橋のブランドの魅力発信は子育て世帯をターゲットにしている。

観光というよりは板橋区のブランド推進というところで主に30代の家族を指している。

イベントでは、いたばし花火大会が区内外の方が認知している板橋区を代表するイベントで板橋区を知っていただくための観光の目玉なのでそこを推し進めていく。

(宮口委員)

■インバウンドの誘致を考えているのか、それとも子育て世帯の移住定住に繋げるための観光活用なのか？

(くらしと観光課長)

■明確な方向性は決まっていないが、板橋のブランドとして、家族世帯の移住定住その一つとしての手段としての観光振興として進めている。

インバウンドについては積極的には進めている状況ではない。

花火大会にも外国の方が多く来ているのでそのまま進めていきたいが、積極的に海外の方を誘致することとは進めていない。

(安島委員長)

■具体的にターゲットがどうかではなく、どういう資源があって、どういう価値を作り出せるのかを考えてからターゲットが決まればいいと思うので、あまり先を急がなくていいと思っている。

(松下委員)

■いままで区内ではどのような音楽イベントがされてきたのか、

そして子どもや区民レベルの音楽団体はどのような活動をしてきてどのようにアピールしてきたのか、これから板橋区を音楽の拠点にする考えはあるのか。

(くらしと観光課長)

■音楽イベントは、荒川河川敷でロック音楽フェスを開催した実績がある。これを一つの皮切りにこういったことも推進していきたいと考えている。

区民の音楽活動については、板橋区混声合唱団、板橋区吹奏楽団があり、区の文化・国際交流財団から援助してもらい運営している。ここを中心に、各学校も音楽活動を盛んに行っている。吹奏楽については赤塚第三中学校などが全国コンテストに出場。区民まつりの音楽街頭パレードに近隣の多くの学校が出演し、一定の評価をされている。

かわまちづくりを行っていく中で、ロックフェスなどの音楽イベントを河川敷で実施しやすい空間が作れるような整備も進めていく。

(松下委員)

■ロックフェスの出演者はプロかアマチュアか？

(くらしと観光課長)

■板橋の徳丸出身のプロミュージシャンが出演した。

(武部委員)

■資料3の評価の中に外国都市との交流が高い評価とある。

一過性ではなく、長期的な海外との交流があり素晴らしいと感じている。これも新しい計画の中ではどのような観点で継続していくのか。

インバウンド重視ではないことも納得したが、板橋マニアの英語版はあるのか。

いろいろな国の方も楽しめる内容だと思うので、英語版があると観光だけでなく他も知ってもらえると思う。

板橋区の国際的な交流の姿勢を伺いたい。(誘致ではなく交流の面で)

(くらしと観光課長)

■区で国際交流の協定を結んでいるイタリアのボローニャ、カナダのバーリントンなどの都市との交流を中心に進めている。また、マレーシアの代表などが来訪された際は板橋区内の案内や、学校レベルでの交流を進めている。

板橋マニアの外国版は作っていない。ビジョン策定に併せて整備していきたいと考えている。外国版の作成も検討していきたい。

(中野副委員長)

■発信の具体的な方法はどのようなものをイメージしているか。

板橋ストーリーを発信するのは板橋マニアなど区で作れると思うが、例えば、その他

板橋区の応援団・観光協会・商店街・SNSなどでの発信についてどのようなイメージをしているか。

(くらしと観光課長)

■SNSの発信力は強いと思っている。定期的にInstagramを活用し発信していく。

こういったものは若い層に分かりやすいので中心に考えていきたい。

いたばしTIMESなどでは板橋のお店や魅力などの発信を毎日しているので、そこと連携し積極的に活用していきたい。

(安島委員長)

■地域資源を輝かせるには人を惹き付けるストーリー作りが一番大切。

そこに面白いストーリーがあればみんながSNSに上げて自動的に発信されていくが、発信されることよりも先にストーリーをどう輝かせるのかが大事。

例えば、崖線から水が湧いているのも武蔵野台地の縁ということが関係している。このような背景を結び付けてストーリー化していくことが重要。他地区との関係を結びつけることが重要で、板橋宿なども他地区・周辺自治体と相互連携することで板橋区のポジションがはっきりしたり効果が生まれたりするのではないかな。

(くらしと観光課長)

■全国街道会議には参画しているが活かしきれていない。今後検討していきたい。

(渡辺委員)

■検討会の目的について時間をかけて練った方がいいと思う。

子育て世代をターゲットにしたいは観光とは無関係な感じがする。

実際、板橋区の魅力とネットで検索すると、共働き世帯23区トップの評価を得ている。子ども向け政策という所が街の魅力につながっている。

魅力を発掘して発信するより、魅力はなんだというところを考えた方がいい。

(安島委員長)

■観光というものの捉え方自体が何かを見に行くだけで終わるものではない。今は大学にも観光まちづくり学部というものもある。まちづくりの結果、住んでよし、訪れてよしのまちづくり・観光地・地域づくりとなる。住んでいる人が満足して、うちの街はすごくいいよ、ぜひ見に来てというように観光は変わってきている。特に板橋区みたいな所はそういう視点が大事。

子育てが観光にどうつながるかは分からないが、もっと幅広く捉えてもらえたらよいと思う。

(渡辺委員)

■観光の定義を変えた方が良い。「観光」ではない言葉を選ぶべきだったかと。

先程の参考資料2からもわかる通り、東京都の魅力で挙げられているのもほとんど「人」である。東京になぜ観光に来るかというと、食事が美味しい、人が親切、おもてなしをしてくれるなど、観光資源がほとんど「人」。

過去の成果を見ても、空き店舗を改修して新たな人を呼び込むとか「作る」ということをやっているが、このように新たに発掘して発信するのではなく、魅力づくりをもっとターゲットにすると子育て世代にも響くし文化の活動にも繋がる。

魅力的な人がいるからそこに行くし、魅力的な場所があるから行くので、そういう場所を作っていく。ビジュアルだけで行くところは選択していないので、何が魅力なのかということについてもっと議論していくべきだと思う。

(松下委員)

■ヨーロッパで合唱コンクールというと田舎が多い。その地域の住民を巻き込んで、そして世界中のトップレベルの団体が集まって音楽的にも評価を得ている場所がたくさんある。これは観光としても良いし文化としても良い。数年前から中央区と一緒に東京国際合唱コンクールを始め、今年は15か国1000人ほど集まった。

なぜかという、日本の合唱や吹奏楽は目に見えないところで非常に評価が高い。

ヨーロッパから勉強しにきている人もいる。

これをやることにより、中央区民はコンクールを聴きに行ける。中学生は招待され親子で音楽文化への深い理解につながる。インバウンドも増え経済効果にも繋がる。

板橋も今までのものではなく、これからの音楽イベントもプロではなくアマチュアを呼ぶと、観光して、交流して何か生まれるのではないかと。学校教育においても、例えばインドネシアの団体は民族衣装を着て踊りながら演奏するのは良い異文化交流になる。そして、板橋の小中学生が盆踊りや折り紙など日本の文化を披露するというのが観光と文化の融合となる。

板橋区にもハード・ソフトとも魅力的な音楽ホールなどが充実すると誘致にもつながる。

(宮内委員)

■参考資料2について、観光振興ビジョン作成にあたり、ターゲットとしている観光客や地域の住民に向けて独自調査の予定はあるのか。また、何をあぶりだすことを目的にしているのか

(くらしと観光課長)

■独自調査の予定はある。質問項目やターゲットは整理しているところ。

区民を対象にした調査と、板橋区来訪経験者にアンケートを取る。調査会社に依頼し、モニターを対象に実施予定。現時点では日本人のみを対象の予定だが、外国人についても検討中。こちらの想定している観光資源について知っているのか、魅力を感じているのかどうかと、そういう意識が区民と区民以外の方との違いを比較して認知度を上げないといけない資源、魅力に感じている資源を磨き上げるといったことをあぶり出せられたらと思っている。

(宮内委員)

■子育て、暮らしやすさについては設問に入れる予定は？

(くらしと観光課長)

■区民意識調査の最後の方に、あなたが感じている魅力的な場所、住みたいと思うことなど観光だけではない様々な視点を伺う予定。

参考資料に書かれている設問は確定ではなく一つの案として挙げている。

(渡辺委員)

■「観光」という言葉で進めていってリスクはないのか？

(宮内委員)

■リスクはある。目的が違ってしまふ。観光をなんの為に使うか定義したときに外の方を呼ぶことを目的とすれば

「観光」という言葉を使えばよい。今回は観光振興ビジョンなので、観光を振興するための10年計画だと思う。  
(渡辺委員)

■先程例でお話したジョンソントウンは市や県のホームページに観光地として載せないでと頼んでいる。なぜかという人が来すぎるという懸念があるため。インバウンドは来ない方がいい。ここは地域の人ガリピーターで来て賑わっている。観光客は一過性なので、テレビに出たらどきどきして場を荒らしてしまう、また、コロナとかになると来なくなり店が潰れる。なので観光オリエンテッドになってしまうとリスクが高い。

ヨーロッパで行っているまちづくりはインバウンドよりも仲間を呼び入れるところから始めて、お互いに活性化していく。そうすると従来よりも20倍のスピードで経済効果を生むと立証されている。こういうまちづくりはインバウンドには期待していない。住んでいる人がどのように幸せを感じるかというところに焦点をあてているので文化活動をやろうとなる。

しかし日本はどうも経済効果が念頭にあるので、魅力づくりは何をすればいいのかを時間をかけて考えた方がいい。

(安島委員長)

■大事なのはやはり、いかに魅力を作り出すかというところ。日本も経済効果を上げようとは第一に考えていない。魅力を作り出した結果として人がくるようになり、結果として板橋が潤う。ヨーロッパの国がインバウンドを大事にしていないかというそうではない。スペインは8千万人でオーバーツーリズムが問題にもなっている。フランスは6千万人。もともと日本が観光を学んだのはヨーロッパから。明治時代に岩倉使節団が渡欧してからツーリズムの日本語訳として「観光」という言葉を定着させた。欧米諸国がインバウンドを目的としていないというのは少し違う。

先に音楽や文化などで価値を作り、人に来てもらい、結果として板橋が潤えばよい。

(渡辺委員)

■フランスも確かに観光にも期待しているが、やり方が違う。音楽やアートなどの文化から魅力を作って人を惹きつける。希望としては魅力を作るという方向にこの会が向かえばいいと思う。

(宮内委員)

■予定調和で観光をやるのは時代にそぐわない。板橋区は「くらし」というのが一番のポイント。各委員の先生方も仰っていたようにもっと中身を考えて、観光へ行こうとかいうより、くらしや区民を大事にした形が良いと思う。いきなり観光をやって外国人がたくさん来たというのは違うので、結果論として外国人が来た、ということで上手く着地できればよい。ウエイトは考えた方がいい

(産業経済部長)

■観光ビジョンを区長にヒアリングするときから、「観光」という言葉でよいのかというのはその時から言われていた。ただ、行政の計画の中で、観光ビジョンをやめて違う名前にするのはハードルが高いので観光という言葉を残してビジョン策定を進めている。

多くの区民が言うように、板橋区にシンボルとなるようなものもない中で観光ビジョンを作っていくのは、資源・魅力が知られていないということも区民にも知っていただかないといけない。

30代の方に住んでいただかないと行政の存続が難しいという視点も含め、30代の方に住み続けていただくという視点もあっての、その方々に魅力を知っていただくという意味でターゲットにしている。観光がその年代向けなのかは別の話だと思う。

その上で、区の魅力をどのように表していくか。板橋区に訪れることももちろん、そこにいる居心地の良さも併せて伝えていけたら良い。まちづくりが進んでいるが、今ある資源の決まりきったものだけでなく、この先どんなことが広がっていくかを専門家に語っていただき内容を盛り込み素敵な街になっていくのではないかと期待が区長の中にもある。

「観光」なのか「魅力」なのかというところで色々な考えがあるが、はっきりしていないところもあるので引き続き活発な意見を言っていただけたらと思う。

(渡辺委員)

■まちづくりのキーワードに「幸せ」という言葉が入らないとダメだと思う。

最初は「会話」を作るところから。人が幸せを感じる時は人と会話するとき。商店街の人気があるのは会話が生まれるから。そういう意味で板橋区の観光資源として商店街はとても良いと思う。銭湯とかも。シティホテルに外国人は泊まりたがらないので古い宿が多いのも観光資源である。例えばカフェがなぜ魅力的なのかというと、自分のことを話す時に一番ドーパミンが出るのでカフェは見ても楽しいし、そこに居ても楽しい場所となる。

つまり、どこに向かうかという会話を増やす。そうすると観光、インバウンド、住む人たちをどう幸せにできるのか。

(安島委員長)

■人と交流することは観光の価値である。そういう視点から板橋区は何ができるのかということ。特に商店街はそういう役割が大きいと思うが高橋委員いかがでしょうか。

(高橋委員)

■今回は商店街連合会を代表して参加している。くらしと観光において商店街の関わりは大きい。資源として建物は老朽化してなくなってしまうが、商店街はその場所に住んでそこに生活をし、地域に貢献しようとイベントを行い、人との関わりを作っている。こういうのが商店街の役割の一つだと思う。通販で何でも買ってしまうが、食や日用品に関しては商店街で買い物してくれる人が多いし、そこを頑張っていかなければいけない。アンケートの内容を見ても食事がおいしい、人との関わりが好きとあるので商店街はこれらを担っていかなければいけない。物ではなく人とのふれあいの部分において30代40代を引き入れ継続して板橋が発展していけばよい。ただ、再開発となると路面にお店が出せなくなり、存続が難しい部分がある。まちづくりの中に商店街の意見を取り入れ、商店街がなくならないようにまちづくり、人づくりを考えてほしい。

(安島委員長)

■第1回から核心に迫る議論が出来た。その他ご意見はあるか。

(一同)

意見なし

(安島委員長)

■それではご意見がないため、第1回板橋区観光振興ビジョン2035策定検討委員会を終了する。

—次回日程についての連絡—

以上