

板橋区観光振興ビジョン 2035

《資料編》

目次

1	板橋区観光振興ビジョン（平成 29（2017）年度策定）の評価	P2
2	国・都の観光動向	P10
3	観光を取り巻く環境の変化	P14
4	板橋区の観光動向	P18
5	板橋区の歴史、文化、自然、景観などの観光資源	P29
6	区の観光に対する区民および来訪者の意識	P41

1. 板橋区観光振興ビジョン（平成 29（2017）年度策定）の評価

区は、平成 29 年 4 月に「板橋区観光振興ビジョン 2025」を策定し、『歴史が結ぶ、懐かしさと新しさに出会えるまち』を基本理念に、5つの目標、20 施策、55 事業を掲げ、取組を推進してきました。

1-1 策定後の主な成果

本項では、令和 5 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	
		事業数	割合	事業数	割合	事業数	割合
目標 1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ	11事業	10事業	90.9%	1事業	9.1%	0事業	0.0%
施策 1 区のシンボル事業によるにぎわいの創出	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 2 桜をいかしたにぎわいの創出	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 3 魅力体験観光ツアー	2事業	1事業	50.0%	1事業	50.0%	0事業	0.0%
施策 4 未来の板橋を担う子ども	3事業	3事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
目標 2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす	13事業	11事業	84.6%	2事業	15.4%	0事業	0.0%
施策 1 国内外の交流都市との連携・文化交流	3事業	3事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 2 高島平プロムナード	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策 3 東板橋公園周辺の環境整備	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 4 街道文化・歴史をいかした観光	4事業	3事業	75.0%	1事業	25.0%	0事業	0.0%
目標 3 新たな観光価値を創造する	12事業	11事業	91.7%	1事業	8.3%	0事業	0.0%
施策 1 「農」をいかした観光	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 2 赤塚地域の資源をいかしたにぎわいづくり	4事業	4事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 3 近代化遺産としての史跡公園整備	2事業	1事業	50.0%	1事業	50.0%	0事業	0.0%
施策 4 「絵本のまち板橋」による魅力づくり	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
目標 4 地域を挙げて魅力を発信する	8事業	6事業	75.0%	2事業	25.0%	0事業	0.0%
施策 1 観光情報発信の担い手の育成・支援	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策 2 観光大使やりりんちゃんなどによるプロモーション	2事業	2事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 3 区民・観光客などによる新たな魅力の収集	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策 4 SNSの活用による訴求力の高い魅力発信	4事業	3事業	75.0%	1事業	25.0%	0事業	0.0%
目標 5 観光を楽しむ環境を整える	12事業	9事業	75.0%	3事業	25.0%	0事業	0.0%
施策 1 観光滞在基盤の整備	6事業	5事業	83.3%	1事業	16.7%	0事業	0.0%
施策 2 食・商店街を通じた観光促進	4事業	3事業	75.0%	1事業	25.0%	0事業	0.0%
施策 3 屋外案内標識デザインガイドラインの策定及び観光案内板などの整備	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策 4 MOTENASHIプロジェクトの推進	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
計	56事業	47事業	83.9%	9事業	16.1%	0事業	0.0%

全体としては、再掲の 1 事業を加えて 56 事業中、「実施済・完了」が 47 事業（83.9%）、「一部実施済」が 9 事業（16.1%）、「未実施」はありませんでした。

「一部実施済」の事業は、「近代化遺産としての史跡公園整備」「観光ボランティアの育成・支援」「史跡観光案内板の整備」「高島平プロムナード」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とりまとめました。

目標1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ

いたばし花火大会や区民まつり、農業まつり、板橋 City マラソンなど、区を代表するイベントは、その時々の特ピックを取り入れながら魅力向上に努めてきました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2～3年度は中止・延期・実施形態の変更を余儀なくされ、桜のライトアップやガイドツアーも同様に中止となりました。令和3年度には、花火大会と区民まつりが中止、板橋 City マラソンはオンライン開催という制約の中での実施となりました。

令和4年度からは段階的に再開が進みました。区民まつりには約41万人が来場し、板橋 City マラソンは4年ぶりのリアル開催で8,926人が参加、満足度は93%と高水準を記録しました。桜のライトアップも「板橋」で実施され、にぎわい回復に貢献しました。

令和5年度は本格的な回復の年となりました。花火大会には約55万人が訪れ、有料席は31,209席を販売。区民まつりは約42万人が参加し、板橋 City マラソンではフル種目に加えてサブ種目や飲食ブースが5年ぶりに復活しました。参加者数は9,764人、満足度は80%となり、多彩な楽しみ方を提供しました。桜のライトアップも実施時間を21時まで延長し、春の回遊を後押ししました。

学びや体験の面でも成果が見られます。観光ガイドツアーは、令和3年度は中止となりましたが、令和4年度は4回・134人、令和5年度は5回・134人が参加しました。緑のガイドツアーは継続的に実施され、令和3年度5回・83人、令和4年度5回・84人、令和5年度6回・125人が参加し、自然や歴史資源に触れる機会が定着しています。

東京2020大会関連の取り組みでは、延期対応や聖火リレーの形態変更を経て、令和3年度までに教育・体験事業を実施し、151人が参加しました。その後はレガシー事業として発展し、令和4年度は1,249人、令和5年度は677人が教室や体験会に参加し、スポーツを通じた交流の裾野を広げています。

文化の継承にも取り組んでいます。ふるさと文化伝承事業は令和3年度367人、令和4年度524人、令和5年度446人が参加。埋蔵文化財教材を用いた授業は、令和3年度1校144人から令和4年度1校56人を経て、令和5年度には3校379人へと拡大し、対面で「遺物に触れる」本来の学びが再開されました。



目標2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす

板橋区では、国内外の都市との協定締結に加え、「特別区全国連携プロジェクト」を活用し、自治体間の連携を強化してきました。その結果、文化・観光の相互発信や交流が進み、交流自治体数は令和4年度の27から令和5年度には37へと着実に増加しました。特に花火大会の再開を契機に交流イベントが再活性化し、地域のにぎわいが戻っています。

国際交流の分野では、モンゴル国立馬頭琴交響楽団コンサート、中国・石景山区との友好交流25周年記念事業や写真展、熱帯環境植物館でのマレーシア展示など、多彩な取り組みを実施しました。同館の年間入館者数は12万人を超え、異文化理解を深める場として安定した集客が実現しています。

東板橋公園周辺では、段階的かつ計画的な環境整備を通じて、地域の新たな魅力拠点づくりが進められています。令和2年12月のこども動物園リニューアルオープンし、従来の『賑わい』と『憩い』を継承しながら、草屋根や壁面緑化による環境配慮、新たなイベント実施、地域ボランティア育成など、持続可能で参加型の運営を実現しました。

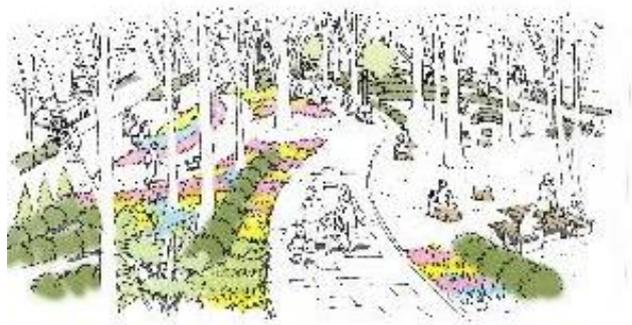
令和3年12月には、「東板橋体育館」と「植村冒険館」が複合施設としてグランドオープンし、動物とのふれあい、環境への配慮、スポーツ・健康増進、冒険心の育成、豊かな緑環境という5つの要素が相互に連携する、総合的な体験・学習・交流エリアとして完成しました。

自然資源の活用では、「緑のガイドツアー」を継続的に開催。ニリンソウをはじめとする貴重な山野草の保全に配慮しながら、令和3～5年度の参加者数は83人 → 84人 → 125人と回復基調にあります。単なる自然観察にとどまらず、地域の歴史や風土、自然との共生を学べる体験型プログラムとして定着しています。

まちづくりの面では、「高島平地域交流核形成まちづくりプラン」に基づき、令和4年度にプレイベントを2回開催し、令和5年度に正式なプランを策定しました。特に「高島平プロムナード」の形成によって、駅周辺の回遊性向上と滞在環境の質的充実が期待されています。

さらに、歴史と文化の継承にも注力しています。江戸四宿の一つ「板橋宿」の歴史的文脈を活かし、商店街の空き店舗をリノベーションした「板五米店」の整備などを通じて、街道文化を起点とした新たな観光ストーリーを構築し、文化資源の保存と活用を両立させる観光モデルの形成が進んでいます。

これらの取り組みは、地域資源を活かしながら交流と発信を推進し、「歴史・文化・暮らしの魅力をいかす」という目標を着実に成果へとつなげています。



目標3 新たな観光価値を創造する

板橋区では、「農」を核とした体験や交流を通じて、都市生活者にとって身近で持続可能な観光体験を広げています。農業まつりは令和3年度こそ中止となりましたが、令和4年度には約84,000人が来場し、令和5年度も同規模の84,000人が参加、106団体が出展しました。野菜宝船や収穫体験、地元団体による演目など、「見る・買う・学ぶ」が一体となったプログラムが定着し、地域の魅力を体感できる場となっています。

赤塚地域では、美術館・郷土資料館・史跡・公園を連携させ、赤塚梅まつりなどの季節催事と常設展示を組み合わせ、来訪者が自然に巡れる周遊導線を磨き上げています。

加賀エリアでは、近代化・産業遺産を核とした「史跡公園」の整備を進め、ガイドンス機能や体験ゾーンの導入、産業ブランドを発信する拠点化をめざしています。

さらに、絵本文化をテーマとした「絵本のまち」関連事業や、渋沢栄一ゆかりの広報・展示など、地域文化を「ストーリー」として束ね直す取り組みも進行中です。これらを通じて、農・産業・芸術・教育といった多彩な資源を結びつけ、来訪者と住民がともに楽しみ・共有できる創造的な体験価値を積み重ねています。

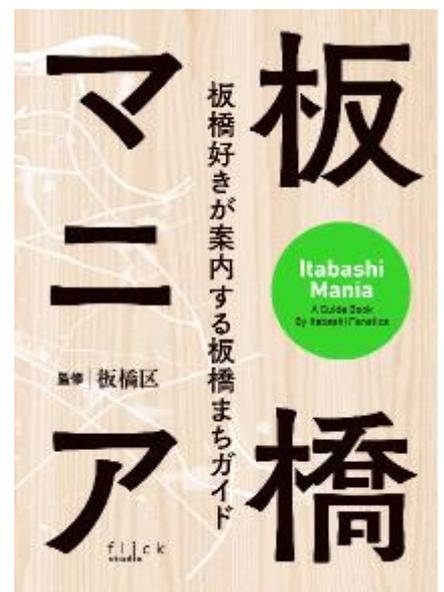


目標4 地域を挙げて魅力を発信する

観光ボランティアによる区内ガイドや、観光大使・観光キャラクターを活用したプロモーションを通じて、板橋区の認知度向上と地域の自律的な情報発信が進んでいます。令和3年度に中止となった観光ガイドツアーも、令和4年度以降は感染対策を講じながら再開。住民が語り部となる仕組みを再起動し、活動基盤を維持しました。

デジタル発信では、区公式ホームページや映像広報「魅力発信！いたばしナビ」、SNS（Facebook、X、Instagram）を通じて多様な情報発信を継続。観光アプリ「ITA-マニア」は公式LINEに機能を移行し、日常的な接点で情報の到達率を高めています。さらに冊子『板橋マニア』の展開が加わり、隠れた地域資源の掘り起こしと再評価につながりました。

自治体間連携による発信も強化されています。令和4年度には国内交流事業や、モンゴル公演・石景山区写真展といった国際交流が話題を呼び、相互誘客と文化理解の深化に寄与しました。令和5年度には交流自治体数が37に増加。イベント出展や相互訪問の再開により、情報発信の機会が一層広がっています。



目標5 観光を楽しむ環境を整える

観光案内拠点「いたばし観光センター」の運営に加え、コミュニティバス「りんりんGO」やシェアサイクルの導入により、区内の周遊性と受け入れ基盤を着実に強化しました。イベント再開期には、主要会場・駅・繁華街・公園・文化施設を結ぶ移動導線が機能し、回遊消費と滞在時間の拡大を図りました。

にぎわいづくりでは、商店街イベントの支援、空き店舗の活用、個店の魅力向上、公衆浴場（銭湯）の利用促進を一体的に展開。銭湯は地域文化を体験できる資源として再評価が進み、来訪者の関心を引き寄せています。

景観整備も継続し、桜のライトアップは令和3～4年度の制限・短縮を経て、令和5年度には9基を設置し、実施時間を21時まで延長。夜間の安全を確保しながら、賑わいを両立させました。

さらに「MOTENASHI プロジェクト」を展開。区内施設・商店街・観光事業者と連携し、接遇研修の実施、多言語・やさしい日本語での案内整備など誰もが安心して参加できる視点による受入チェック、衛生・防災・安全管理の強化、Wi-Fi・キャッシュレス環境の見える化などを推進しました。誰もが利用しやすい観光拠点をめざし、バリアフリー、多言語対応、防災対応を強化し、「安心・安全・快適」な環境の整備と、もてなしの心の醸成を図りました。



1-3 観光振興に向けた課題

本項では、前ビジョンに掲げている目標ごとに、板橋区の観光振興に向けた課題をまとめました。

目標1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ

継続的に実施され、地域に定着しているイベントやツアーについても、区民のニーズを的確に把握しながら、新しい要素を取り入れることで、その魅力を持続させていくことが大切です。

板橋区の魅力を再認識し、「魅力あるまち」「見どころのあるまち」と感じる区民を増やすためには、区を代表するイベントや桜のライトアップ、さらには歴史・文化・自然を活かしたガイドツアーの充実を図り、区民の満足度を高めていくことが求められます。

特に大規模なイベントにおいては、安全性・財源・人手の3つを同時に強化する必要があります。花火大会を例にとると、混雑緩和の工夫、避難経路の明確化、けが人対応や緊急連絡手段の確保、強風・猛暑・大雨といった天候リスクへの備え、夜間の照明や音量への配慮、さらにはごみの回収やリサイクルまで、万が一に備えた細やかな計画が欠かせません。また、協賛や寄付の仕組み、有料席やオンラインによる資金調達、キャッシュレス決済や電子チケットの導入といった課題にも取り組む必要があります。

さらに、来場者の属性把握が十分でないため、予約情報やアンケート、SNS データを活用したデータ基盤を整え、イベントごとに満足度を検証する仕組みづくりが求められます。加えて、ボランティアやガイドの世代交代を見据え、救急対応・語学・接客の研修を継続し、質の高い人材を育成することが重要です。

誰もが参加しやすい環境づくりも不可欠です。ベビーカー利用者や高齢の方への配慮に加え、多言語表示ややさしい日本語による案内を整備することで、幅広い世代・国籍の人々に開かれたイベントを実現していきます。

目標2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす

板橋区の地域資源の魅力をより多くの区民に認識してもらうためには、まだ十分に活用されていない資源を掘り起こし、観光プログラムとして磨き上げていくことが必要です。歴史・文化・自然といった資源は、単に「観る」だけでは魅力が十分に伝わりません。対象を深掘りし、ストーリー性を持たせることで、訪れる人の心に響く体験へと変わります。

さらに、類似する資源をグループ化して紹介したり、体験・参加・交流の要素を組み込んだりすることで、印象に残る観光プログラムへと発展させることができます。

一方で、交流の機会は広がったものの、地域の素材を発見し、それを分かりやすく伝える力はまだ十分ではありません。活用されていない小さな史跡や、昔の暮らし・産業の跡、商店街にまつわる物語などを掘り起こし、それらを一つの物語としてつなぐ企画づくりが今後の課題です。見どころは短時間で説明できるよう要点を整理し、現地で迷わない動線設計や、ターゲットに応じた統一デザインの表示整備も必要です。

また、高島平プロムナードの社会実験については、日常的に継続できる形を目指し、管理ルールや出店の仕組みを整え、地域住民の理解と合意形成を進めることが求められます。自然を楽しむ取り組みにおいては、踏み固めや植物採取を防ぐ工夫や、季節に応じた入場制限など、「守ること」と「見せること」の両立を明確にすることが重要です。あわせて、自然を学ぶプログラムや寄付などの仕組みの導入を検討し、持続可能な運営体制を整えていく必要があります。

目標3 新たな観光価値を創造する

「農」「絵本」「産業遺産」「かわまち」といった板橋区の強みを、一年を通して楽しめる体験へと発展させていくことが求められています。

農業体験は天候や農繁期の影響を受けやすいため、少人数・予約制を基本とし、「収穫＋料理＋学び」を組み合わせた企画に磨き上げることが必要です。さらに、学校や保育園、企業研修とも連携することで、年間を通じて安定的に楽しめるプログラムへと発展させます。

「絵本のまち」の取り組みでは、作家や印刷・製本、原画展、図書館を回遊ルートでつなぎ、親子、中高生、大人といった多様な層に合わせた楽しみ方を用意することが考えられます。世代ごとに魅力を感じられる仕掛けを整えることで、より多くの人々に親しまれる地域資源となります。

加賀エリアの史跡公園や（仮称）産業ミュージアムについては、展示内容や見学の流れ、運営費、民間との協力体制などをより具体化する必要があります。また、デジタルアーカイブやAR、案内アプリの導入によって記録や体験を補完し、天候に左右されず楽しめる屋内プログラムを整備することも期待されます。

荒川河川敷の「ITTA KAWAMACHI PROJECT」では、河川管理と連携しながら、安全性・静けさ・景観への配慮を前提とし、段階的に様々なコンテンツの導入を検討していきます。その際、地域の負担とにぎわいのバランスを見極め、持続可能な活用を図ることが必要です。

目標4 地域を挙げて魅力を発信する

これまで板橋区では幅広いプロモーション活動を展開してきましたが、今後はより多くの人々に区の魅力を認知してもらうために、シティプロモーション戦略に沿った効果的な情報発信が求められます。

発信手段は多様化していますが、重要なのは「だれに・何を・どこで伝え・どう行動してもらうか」を明確に整理することです。区のブランドコンセプトに基づき、「知る → 行きたい → 訪れる → 人に伝える」という流れをターゲット別に描き、媒体ごとに具体的な目標値を設定する必要があります。公式 LINE・SNS・動画・パンフレット・サイン表示

といったツールは、デザインや言葉のトーンを統一し、毎月の編集計画をもとに内容を比較・検証できる仕組みを整えることが重要です。

また、単なる露出にとどまらず、記事や動画から予約・購入といった行動へつながる分かりやすい導線設計が不可欠です。来訪者投稿を活用する際には写真・動画利用のルールを整備し、影響力のある発信者を起用する場合にはトラブルを回避する基準をあらかじめ設けることも必要です。

さらに、観光大使やボランティア、地元店舗や企業、学校が連携し、板橋らしい視点と声で継続的に情報を発信できる体制を検討することが必要です。

目標5 観光を楽しむ環境を整える

区民や来訪者が快適に過ごせる環境を整え、美しい景観づくりやにぎわいの場を創出することで、滞在満足度を高めていくことが求められます。

具体的には、道案内や休憩スペース、トイレといった基本的な施設を分かりやすく・使いやすく整備するとともに、花や緑を美しく保ち、広場や商店街など人が自然と集まれる場を増やしていきます。これにより、訪れる人々が安心して楽しめる環境を提供できます。

また、多様なニーズに応えるために、観光ボランティアガイド「もてなしたい」の育成と研修を充実させることが重要です。さらに、スマートフォンで昔の街並みを体験できるARスポットなど、デジタル技術を活用することで、より楽しく・わかりやすい観光体験を実現していく必要があります。

2. 国・都の観光動向

2-1 国の観光動向

(1) 主要観光政策

平成 19 年 1 月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する第 4 次となる「観光立国推進基本計画」においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の 3 つの戦略に取り組むこととしています。

観光立国推進基本計画の目標と主な施策は、下図の通りです。

図表 観光立国推進基本計画（第 4 次）概要



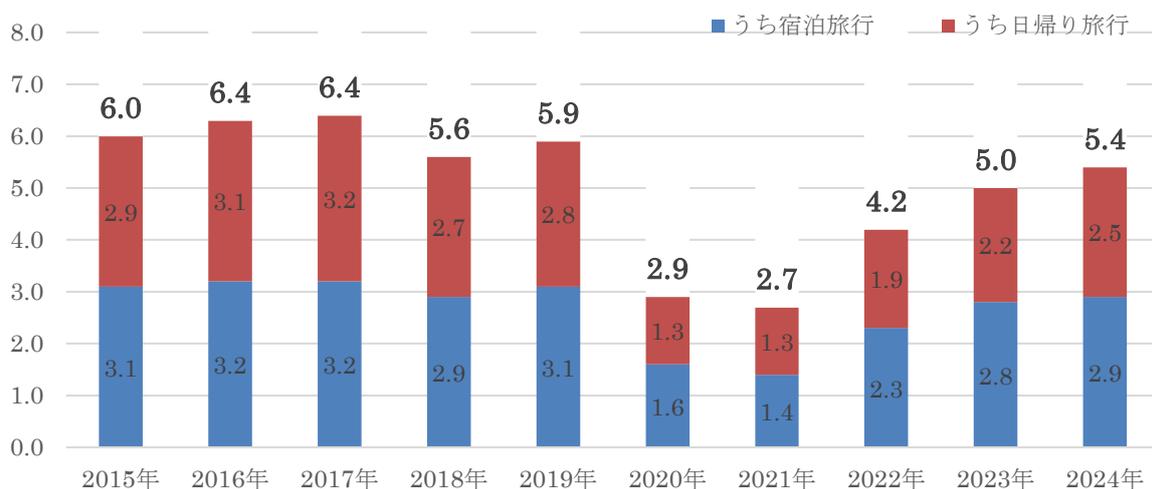
【出所】観光庁「観光立国推進基本計画（第 4 次）」令和 5 年 3 月

(2) 日本人の国内旅行データ

①旅行者数

2024年の日本人国内延べ旅行者数は5億3,995万人（2019年比8.0%減、前年比8.5%増）、うち宿泊旅行は2億9,314万人（2019年比5.9%減、前年比4.2%増）、日帰り旅行は2億4,681万人（2019年比10.4%減、前年比14.1%増）となっています。

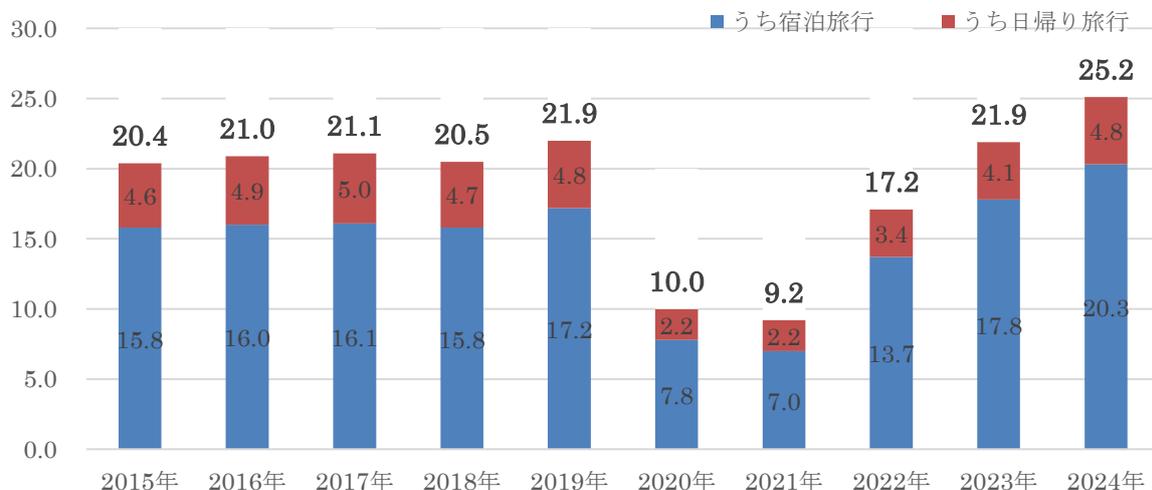
図表 日本人国内延べ旅行者数の推移（単位：億人）



②消費額

2024年の日本人国内旅行消費額は25兆1,536億円（2019年比14.7%増、前年比14.8%増）。日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は20兆3,325億円（2019年比18.5%増、前年比14.3%増）、日帰り旅行消費額は4兆8,211億円（2019年比1.0%増、前年比17.2%増）となっています。

図表 日本人国内旅行消費額の推移（単位：兆円）



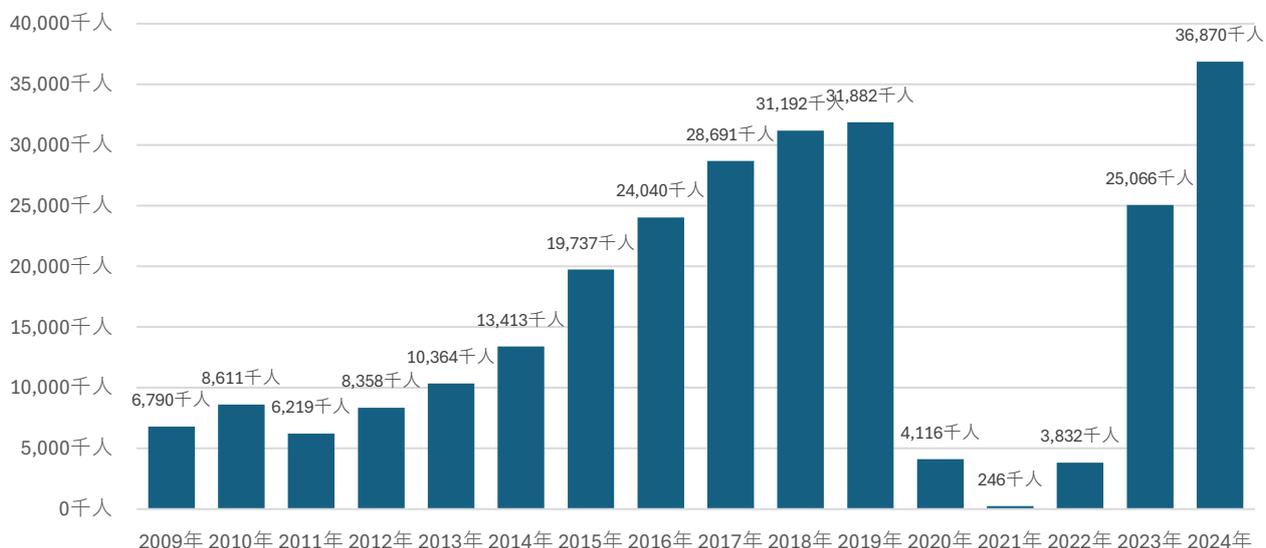
【出所】観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(3) 訪日外国人データ

訪日外国人旅行者数

年間訪日外国人旅行者数は、2024年は3,687万人となっており、コロナ禍前の2019年(3,188万人)を上回る過去最高の水準となっています。

図表 訪日外国人旅行者数の推移



【出所】観光庁「令和7年版観光白書」

2-2 都の観光動向

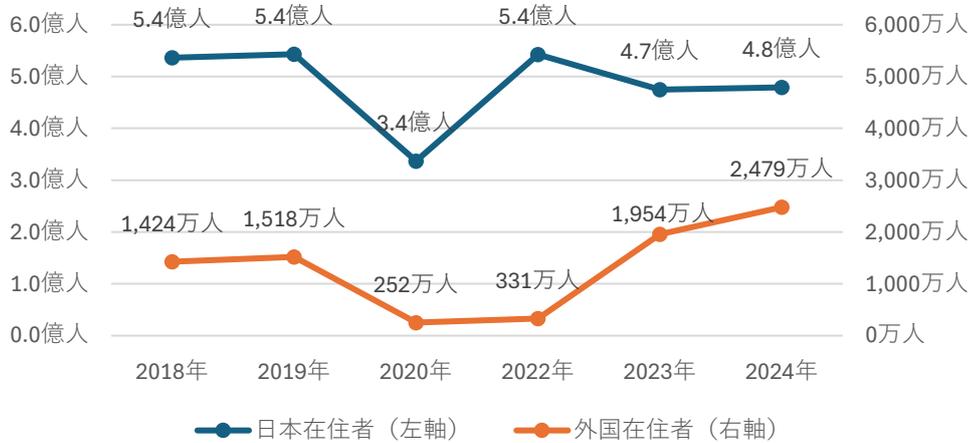
(1) 主要観光政策

東京都では、観光産業振興の計画である「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2024-2026」（令和6年2月）を策定しています。訪日外国人旅行者数の回復など観光を巡る動向の変化などを踏まえ、東京の観光都市としての国際競争力を強化し、世界最高の「PRIME 観光都市・東京」の実現を目指しています。

(2) 訪都旅行者数の推移

近年の東京都の観光動向は、訪都外国人旅行者数と観光消費額の大幅な増加が特徴です。2024年に東京都を訪れた旅行者数は日本人旅行者が約4億7,940万人（対前年比1.0%増）、外国人旅行者が約2,479万人（同26.87%増）となり、全体としては約5億419万人（同2.0%増）で、訪都外国人旅行者数は過去最多を記録しています。

図表 訪都旅行者数の推移



【出所】東京都産業労働局「東京都観光実態調査」

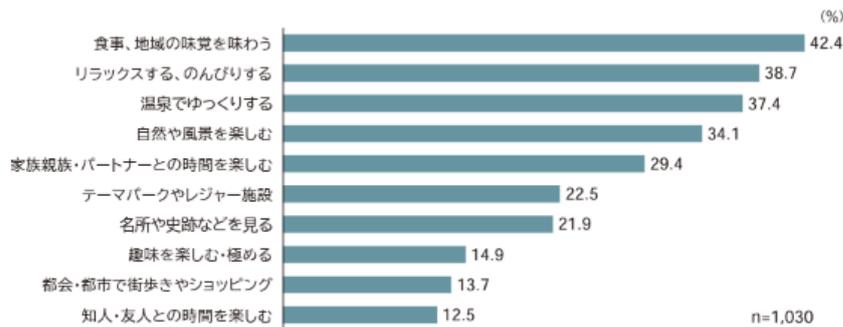
3. 観光を取り巻く環境の変化

前ビジョン策定から約10年経過し、社会経済環境は大きく変化しています。この変化に伴う観光への影響と本編に示す基本理念と戦略策定の背景となる主要データを以下に記載します。

(1) 旅行目的と観光対象の多様化

旅行の目的で、「食事、地域の味覚を味わう」が42.4%を占め最も高く、地域食文化体験への期待感が突出しています。

図表 直近の国内旅行の目的



【出所】JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」（2024年3月実施）

また、近年、観光の対象が大きく多様化しています。自然景観や名所旧跡といった従来型の観光資源だけでなく、商店街の営み、地元の食文化、まちなかの回遊、まちづくりそのものが体験価値として注目されるようになり、地域の自然、文化の保全と観光を両立する「観光まちづくり」に取り組む地域が増えています。

さらに、2020年代初頭の新型コロナウイルス感染症による観光対象の変化に関わる要素として、体験価値の重視、サステナビリティ志向、健康志向、自然志向、ハイブリッドな働き方などが挙げられています。また、「新しい生活様式」に合わせた観光が重要視され、非接触型の観光やオンライン体験、デジタル化された観光サービスが普及し、新しいテーマ型観光も注目されています。

図表 観光コンテンツのトレンド

コロナ以前から存在したが、コロナで加速した傾向	体験価値の重視 <ul style="list-style-type: none"> もともと先進国では、社会の成熟化を背景にモノ消費からコト(体験)消費に軸足が移り、ミレニアル/Z世代等若い世代は特に体験価値を重視 さらにコロナ禍で失った体験機会を取り戻したい意欲が強まり、消費者は体験にお金を払うように
	サステナビリティ志向の高まり <ul style="list-style-type: none"> コロナ以前からグローバルで持続可能性への注目は強かったが、コロナ禍を経て強化 主因はコロナが国籍や所得に関係なく全ての人に影響を与え、社会全体で共通の目的に向けて協力したためサステナビリティ含む社会課題に対する意識が高まったこと
	健康志向の高まり <ul style="list-style-type: none"> コロナ前から癒しやストレス解消等、ウェルネスやウェルビーイングへの重視傾向 自分や身近な人がコロナに感染したことで「健康の大切さ」を従来以上に意識
	生活ストレスの増加に伴う自然志向の高まり <ul style="list-style-type: none"> コロナ前後を問わず、都市化が進む中で、アドベンチャーや自然体験等に注目 コロナを期に、自然への接触機会の少なさから自然への需要がより高まり
コロナで新しく生じた傾向	衛生面の重視 感染予防・3密回避等。イベントのオンライン化・オンラインと対面のハイブリッド化
	ハイブリッドな働き方の普及 ：テレワークやワーケーション等

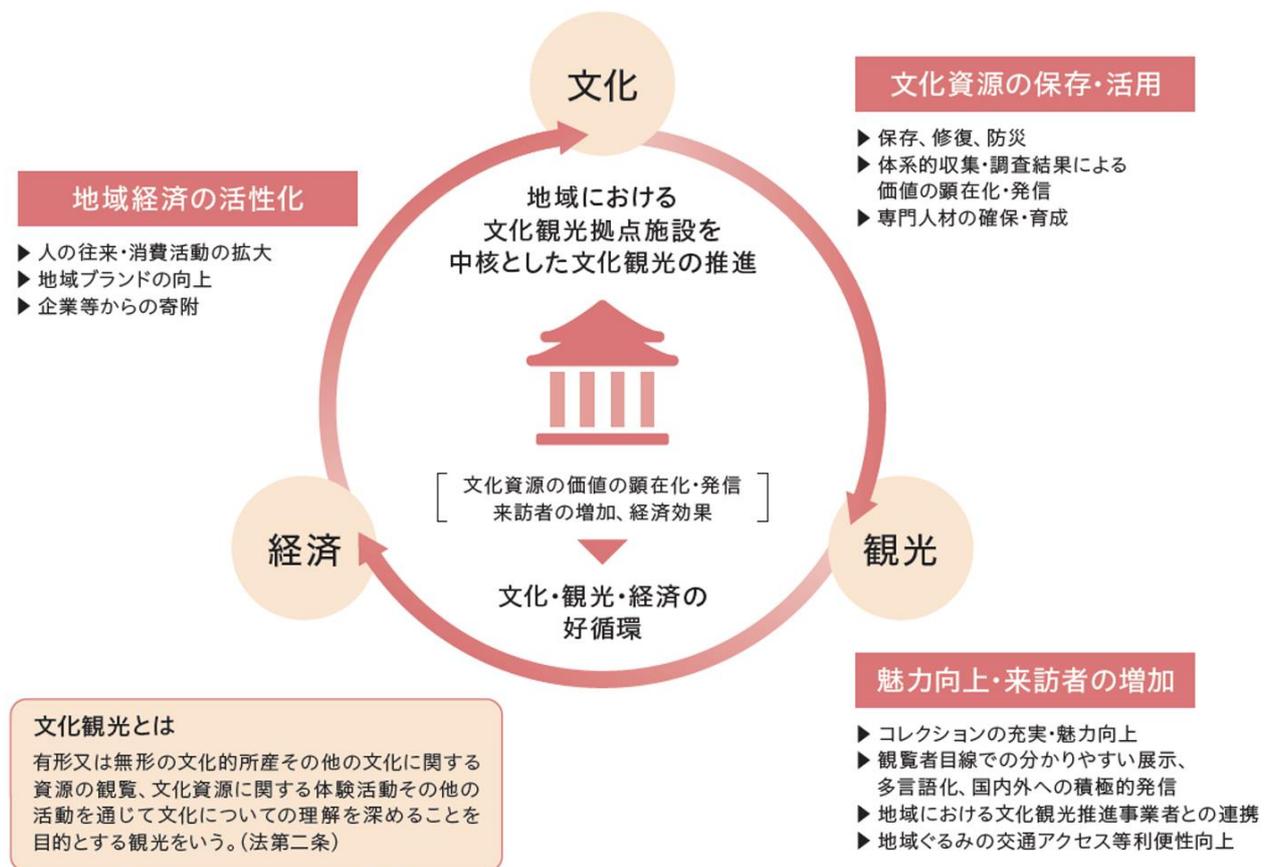
【出所】観光庁「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業調査報告書（2024年3月29日）」

(2) 文化資源を活用した観光の推進

文化振興を起点として、観光振興や地域活性化の好循環を創出していくことを目指し、令和2年5月に「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」(以下「文化観光推進法」という。)が施行され、各地域において文化観光の推進に向けた取組が進められています。

文化庁では、地域でまだ十分に光が当てられていないものを含む多様な文化資源の魅力に触れ、文化への理解を深めることができる機会を、国内外からの幅広い来訪者に提供することを目指しています。文化観光推進法では、文化資源の観覧や体験活動等を通じて文化についての理解を深めることを目的とする観光を「文化観光」と位置付けています。

図表：文化観光推進法で目指す 文化・観光・経済の好循環



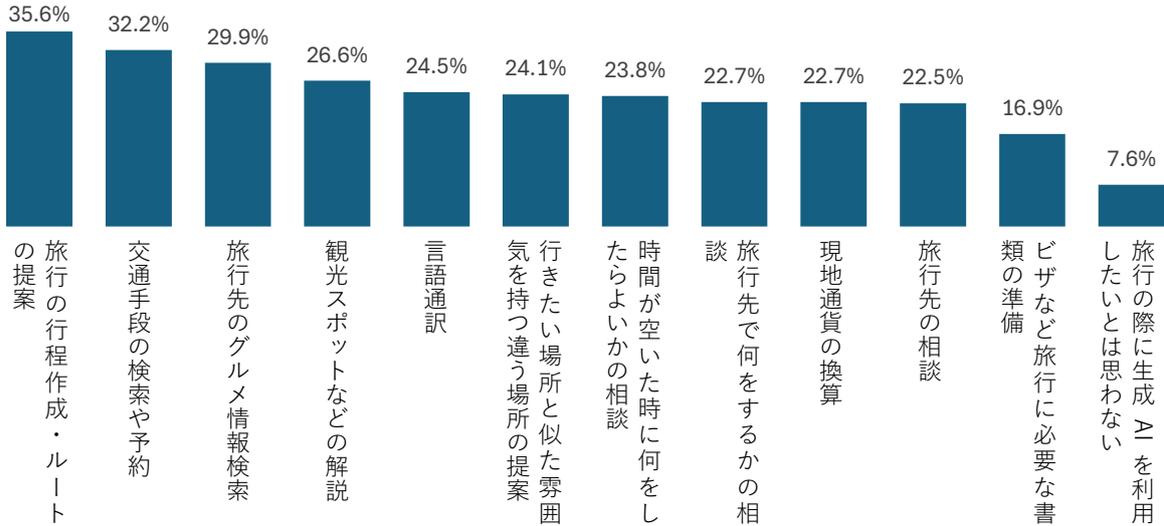
【出所】文化庁「文化観光推進ガイドブック」(2024年3月)

(3) デジタル技術の活用

デジタル技術の進化とともに、観光においてもAR（拡張現実）を活用した、VR（仮想現実）、生成AIなどの最新テクノロジーの利用が進むと考えられます。

また、若い世代を中心に SNS を活用した旅行先選定や情報収集が広まり、旅行ナカ、旅アトの投稿を重視されています。これら「来訪者の口コミや投稿」を活用した誘客も推進する必要があります。

図表：旅行に関してこれから生成 AI を利用してみたいこと



【出所】 JTB 総合研究所「生成 AI の利用と旅行についての調査」(2025 年 8 月)

図表：来訪者の行動を踏まえた発信すべき情報と効果的な媒体

フェーズ	旅マエ	旅ナカ	旅アト
来訪者の理想の姿	▶ 旅先で触れたい文化を知り、期待が高まっている	▶ 旅先の訪問先で文化に触れ、理解が深まっている ▶ 訪問先で想定していなかった文化資源を知り、関心を持つ	▶ 旅先での体験や得た知識が次の旅や日常につながり、文化に引き続き興味・関心を持っている
来訪者の行動	▶ 旅先や旅先での訪問先、スケジュールを検討 ▶ 訪問先について事前学習	▶ 文化施設での展示鑑賞や体験、その他周辺エリアで観光・飲食・宿泊する等旅行先を満喫	▶ 旅行の振り返り ▶ 旅先での体験を友人等に共有
発信すべき情報 (多言語で発信)	▶ 施設の魅力や見どころ(展示内容) ▶ イベント情報/アクセス ▶ 滞在時間/開館日・時間 ▶ 入場料金・チケット購入方法 ▶ クーポン	▶ 施設の魅力や見どころ(展示内容) ▶ イベント情報/アクセス ▶ 開館日・時間 ▶ 施設の展示内容を記載したマップ ▶ 施設の混雑状況 ▶ 居場所に応じたレコメンド ▶ 施設オリジナルのお土産・グッズ	▶ 季節折々の魅力 ▶ 文化観光に関連する展示や催し物の案内 ▶ 地域商社の商品紹介 ▶ ふるさと納税の案内
効果的な媒体	▶ 施設HP ▶ 旅行会社HP ▶ 雑誌/SNS/口コミ	▶ 施設HP/SNS ▶ デジタルマップ ▶ デジタルサイネージ/パンフレット	▶ ECサイト ▶ SNS ▶ 口コミ

【出所】文化庁「文化観光推進ガイドブック」(2024 年 3 月)

(4) 持続可能な社会に対する意識の高まり

持続可能な社会の実現に向け、世界中、そして日本でも、政府や公共機関、民間企業等によるさまざまな取組が行われています。観光産業も例外ではなく、新型コロナウイルス流行を経て観光を取り巻く状況が変化し、「持続可能性」への意識・関心が高まる中、地域資源の維持という観点から持続可能な観光を推進する動きが活発になっています。

こうした動きを受け、観光庁では各地方自治体などが持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」を開発しています。



(5) ウォーカブルなまちなかの形成

人口減少や少子高齢化が進み、商店街のシャッター街化などによる地域の活力の低下が懸念される中、都市の魅力を向上させ、まちなかのにぎわいを創出することが、多くの都市に共通して求められています。

このため、「都市再生特別措置法等の一部を改正する法律（令和2年法律第43号）（令和2年9月7日施行）」により、区市町村が、まちなかにおける交流・滞在空間の創出に向けた官民の取組に対して、法律・予算・税制のパッケージによる支援を行うことで、「居心地が良く歩きたくなる」空間づくりを促進しています。

図表：まちなかウォーカブル推進プログラム（令和2年度予算決定時点版）



【出所】国土交通省「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」とりまとめ資料

4. 板橋区の観光動向

4-1 区の現状

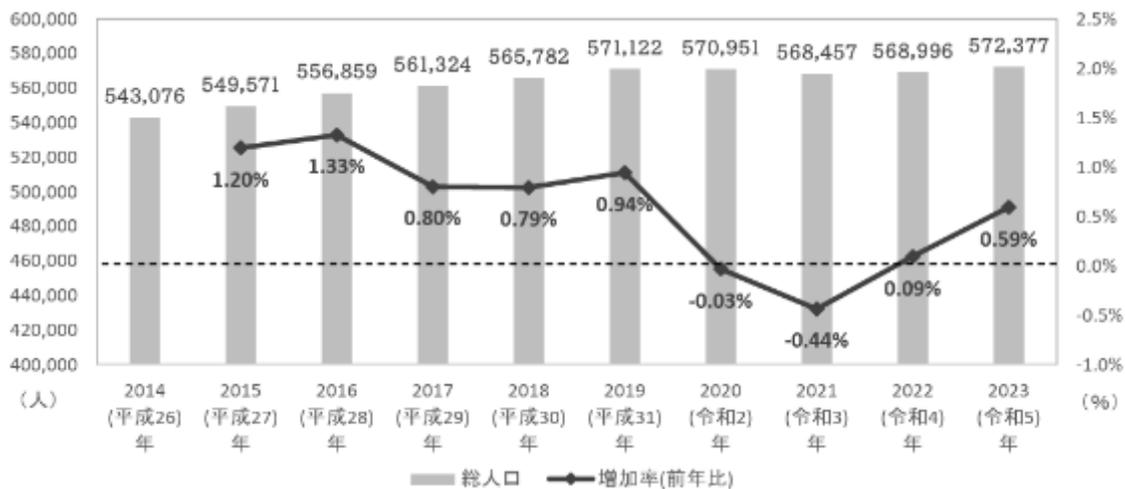
(1) 人口の推移と将来の総人口の長期的見通し

住民基本台帳人口による近年の傾向をみると、平成31(2019)年まで増加傾向にありましたが、令和2(2020)年に減少に転じました。これは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるものと推察されますが、令和4(2022)年からは再び増加傾向に転じ、令和5(2023)年には、コロナ禍前の人口を上回っています。

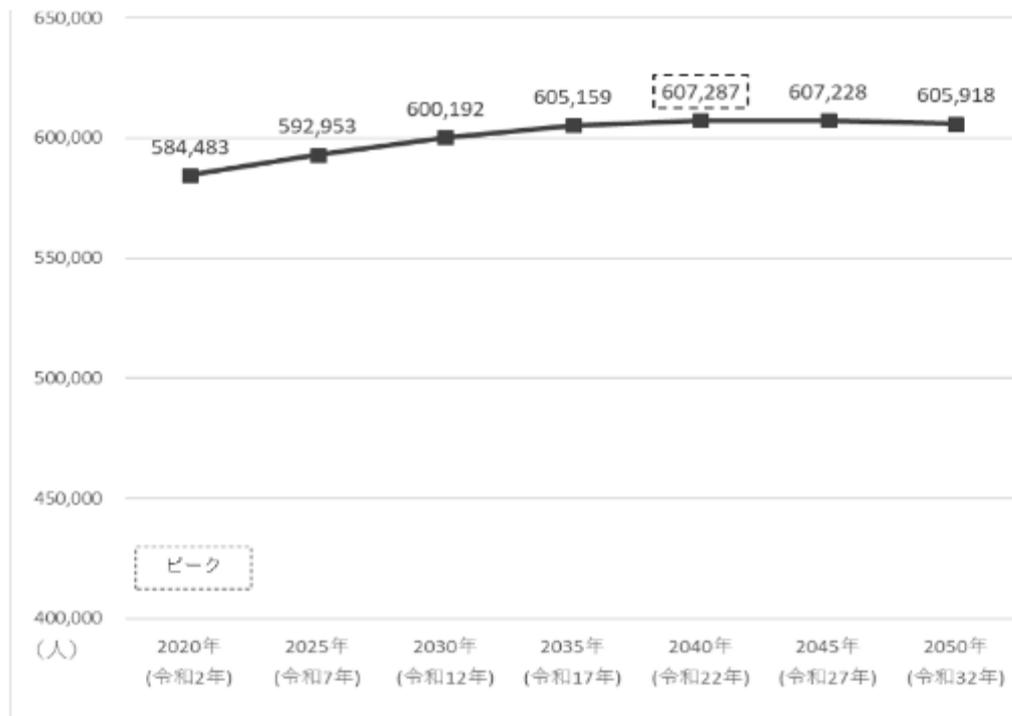
将来の総人口の推計は、令和12(2030)年に60万人を突破し、令和22(2040)年にピークを迎え、その後、減少に転じる見込みです。

年齢3区分別人口をみると、年少人口は総人口と同じく令和22(2040)年にピークを迎え、その後減少に転じます。生産年齢人口のピークは総人口よりも早く、令和12(2030)年に到来し、令和32(2050)年までに約2.4万人減少する見込みです。一方、老年人口は、令和32(2050)年には、令和2(2020)年と比べて約3.3万人増加し、約17万人となり、高齢化率は28.0%となる見込みです。

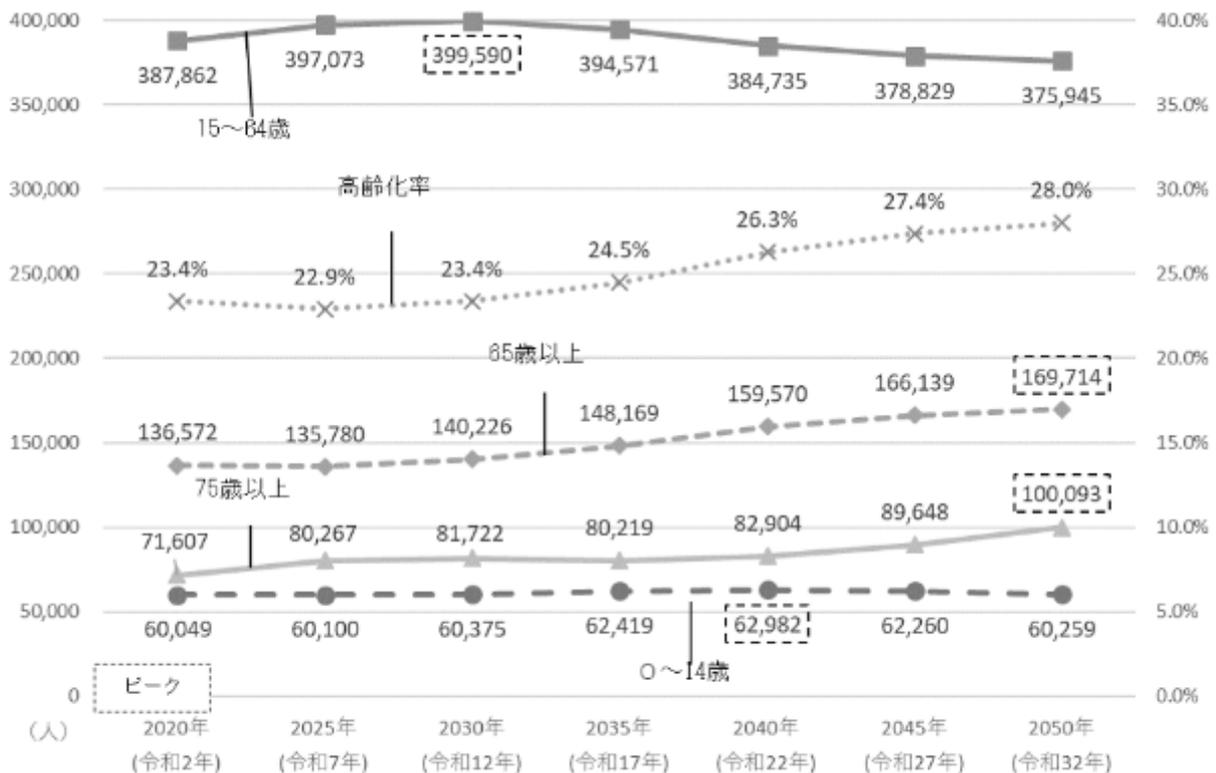
図表 住民基本台帳人口における総人口の推移



図表 将来の総人口の長期的見通し



図表 年齢3区分別総人口の長期的見通し



【出所】板橋区人口ビジョン (2025年~2050年) 令和6年9月

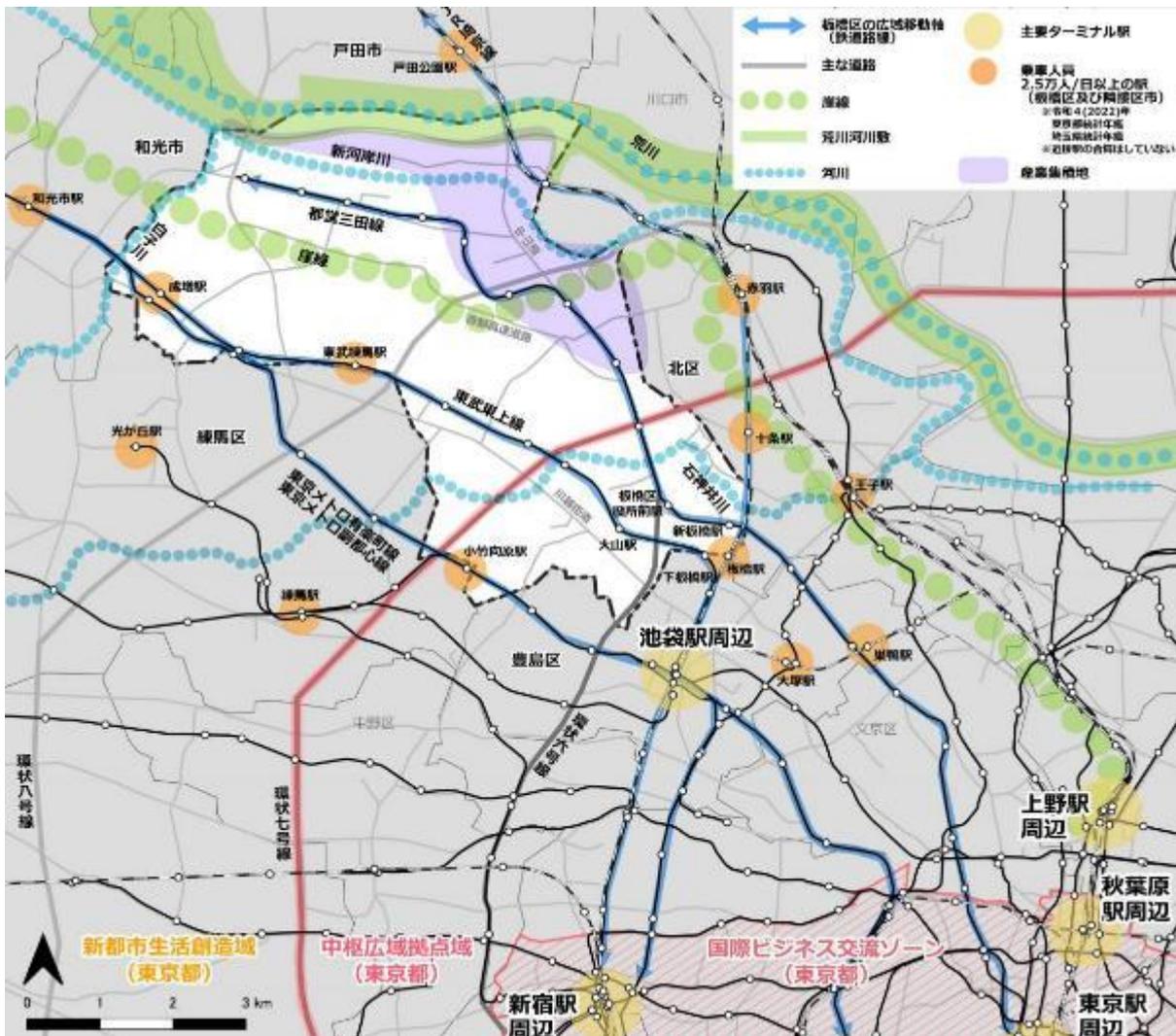
(3) 板橋区と広域交通ネットワーク

板橋区は東京都区部の北西部に位置し、地形は、武蔵野台地と荒川低地によって構成されています。その境目には、北区へと続く板橋崖線（崖地）が連なり、みどりの骨格を形成しているほか、荒川・新河岸川・石神井川・白子川が周辺区市（練馬区・北区・和光市など）へと続く水辺の軸を形成しています。

主要なターミナル駅である池袋に近接しており、環状七号線より内側には、5つの鉄道駅（板橋駅・下板橋駅・大山駅・新板橋駅・板橋区役所前駅）が近距離に集まっています。このエリアを扇の要として、JR埼京線、都営三田線、東武東上線が放射状の都市軸を形成しています。

また、区内には、環状六・七・八号線や、国道17号線（中山道）、国道254号線（川越街道）、首都高速5号線など、東京の大動脈となる道路が通っており、中央環状線や外環道へのアクセス性、物流の利便性も高くなっています。

図表 板橋区と周辺区市、都心部とのネットワーク



【出所】板橋区「板橋区都市づくりビジョン」(素案) 令和7年2月

(4) 観光センターなどの状況

「いたばし観光センター」は、2005年4月23日に開館し、板橋区内の史跡や郷土資料の紹介、観光パンフレットの配布、観光協会グッズの販売、パネル展示などを行っています。また、観光ボランティア「もてなしたい」が常駐し、展示解説や近隣の案内を行っています。

「もてなしたい」は、板橋区内の観光案内を行うボランティアガイドで、2005年に設立され、2024年度で20年目を迎えました。現在、52名のメンバーが在籍し、板橋・常盤台・志村・赤塚・高島平の5つのエリアに分かれて活動しています。

(5) 宿泊施設の状況

板橋区内の旅業法に基づく宿泊施設の数、2025年5月時点で「ホテル・旅館」19施設、「簡易宿所」12施設、合計で31施設となります。

板橋区の宿泊施設の利用状況は、以下のような傾向が見られます。

- 【2017年以前】宿泊施設数は比較的安定しており、地域の観光需要に応じた運営が行われていました。
- 【2018年以降】「住宅宿泊事業法（民泊新法）」の施行により、民泊の届出が増加し、宿泊施設の多様化が進みました。
- 【2020年以降】新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊需要が大幅に減少し、一部の施設では休業や廃業が見られました。
- 【2023年以降】感染症の収束に伴い、観光需要が回復傾向にあり、宿泊施設の利用状況も改善しています。

(6) 区内観光資源

板橋区内の観光資源を「いたばし観光ガイドブック」「板橋マニア」「板橋経済新聞」「いたばしTIMES」の掲載情報から見ると、掲載件数では「食文化」および「行催事」が多く、また、エリアごとに整備されている公園や教育文化施設の情報など、板橋区での暮らしを豊かにする多様な資源が紹介されています。

都市化が進んでいる東京23区の中でも、「自然」の水と緑に触れられる区民の憩いの場があり、「街道文化」や「社寺」をはじめとする「歴史」的な文化財も残されていることが特徴となっています。

高度成長期以降の「まちづくり」については、「近代化遺産」が各地で見られ、昭和のまちづくりを象徴する「団地」および駅前「商店街」が現在も区民の暮らしを支えており、時代の移り変わりを垣間見ることができることも、板橋区の特徴と言えます。近年は「絵本のまち」等、板橋区のブランディングに関わる取組も挙げられています。

4-2 来訪者の状況

(1) 滞在者

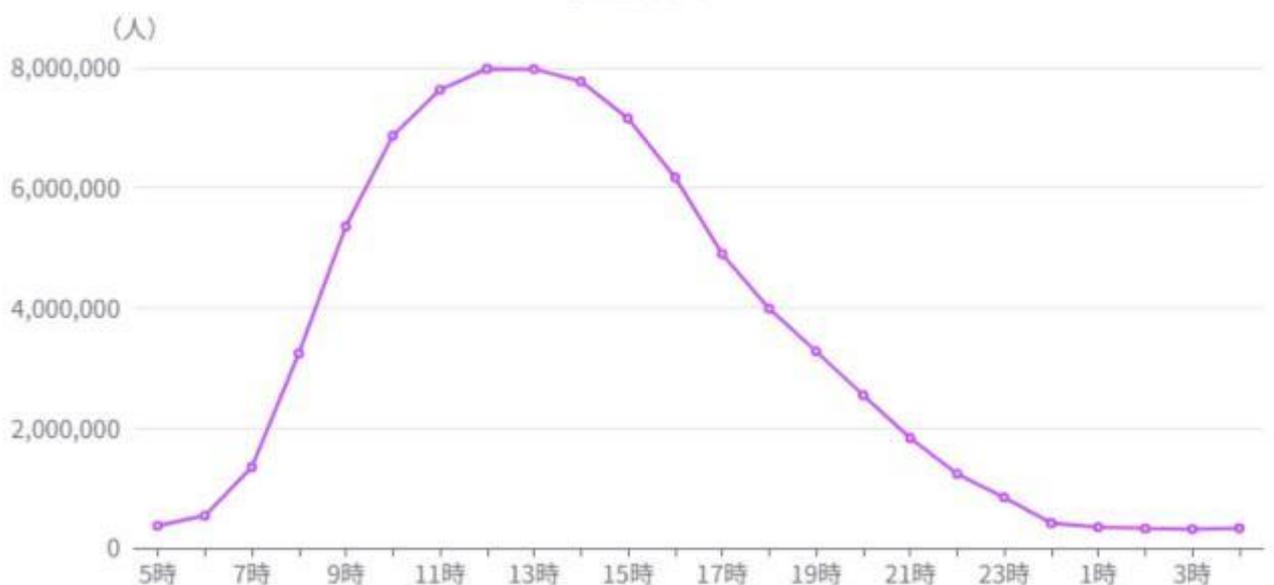
RESAS 地域経済分析システム（内閣府 地方創生推進室）のデータから板橋区の滞在人口（区外来訪者数）を見ると、月別では大きな違いはなく、50 万人から 60 万人で推移していることが分かります。

時間別の推移を見ると、11 時から 13 時までがピークになっています。性・年代別に見ると、40 代から 60 代以上の男性が多く訪れています。

図表 板橋区滞在人口の月別推移（2024 年各月 14 時）

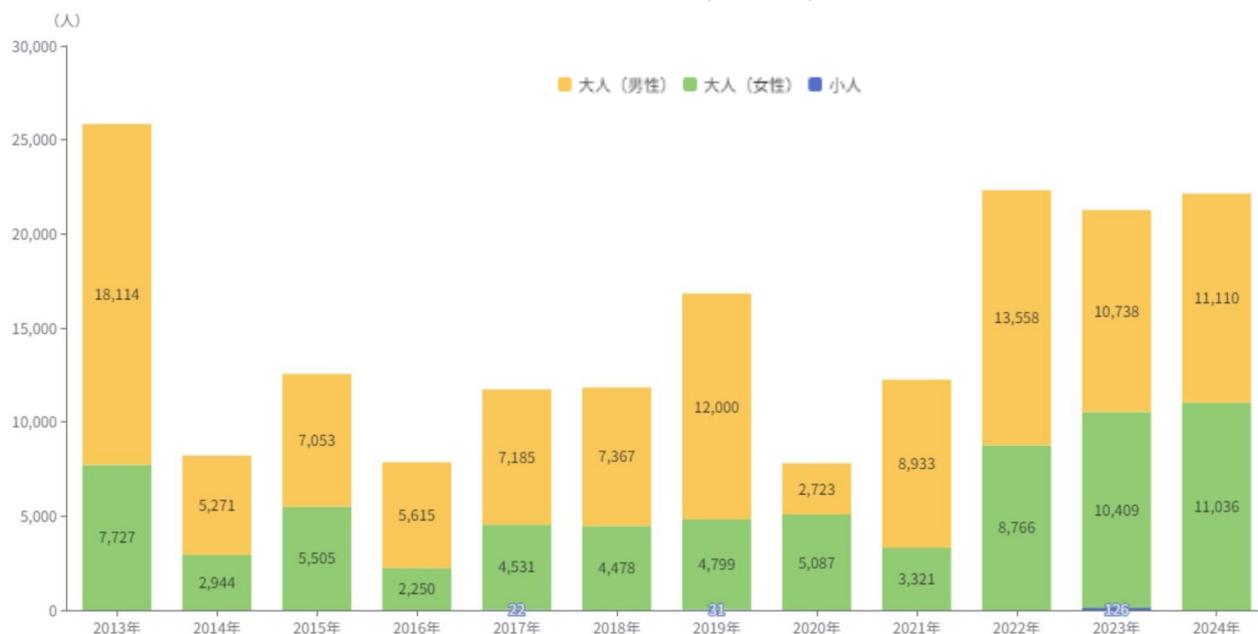


図表 板橋区滞在人口の時間別推移

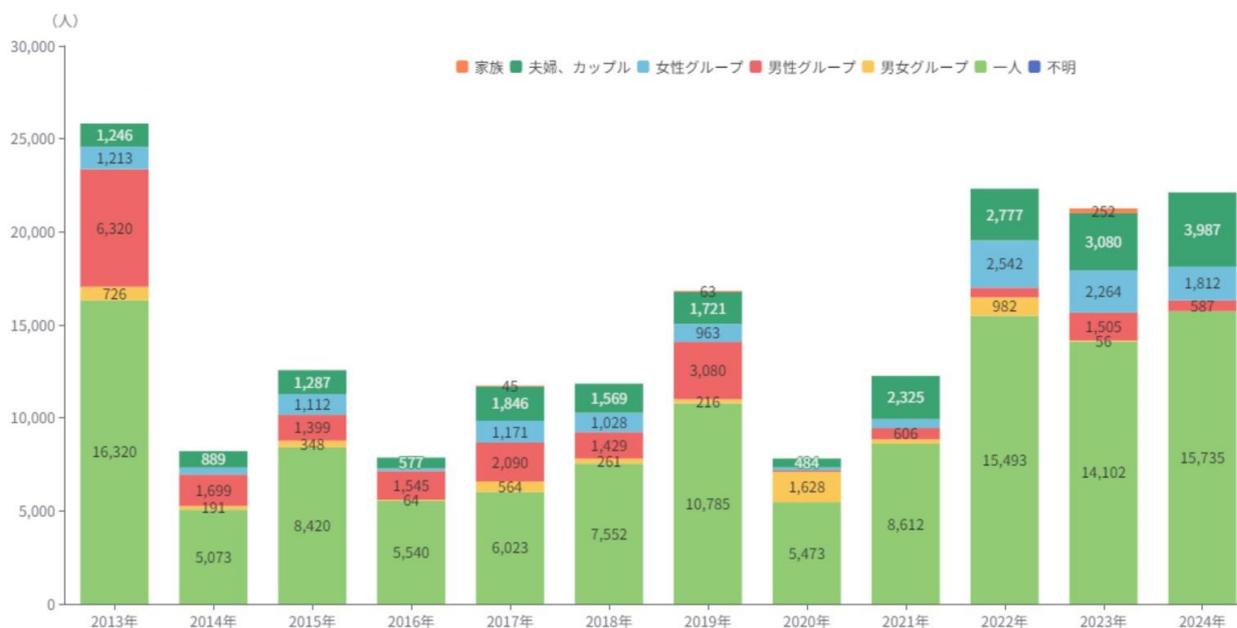


宿泊者数は、性別では男性、同行者は一人が最も多く、ビジネス客が多く含まれていると考えられます。

図表 板橋区宿泊者数（属性別）



図表 板橋区宿泊者数（同行者別）



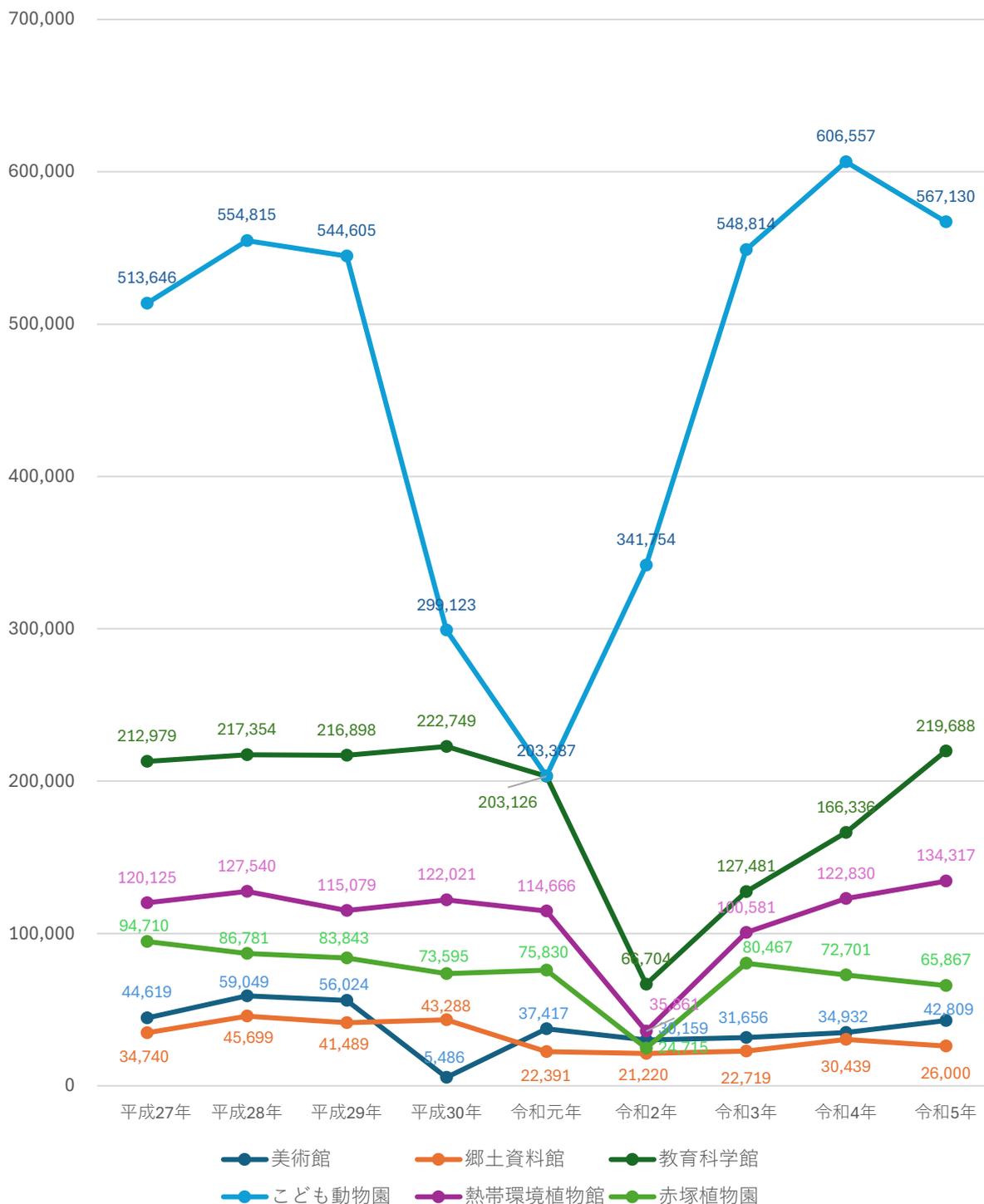
【出所】 内閣府 地方創生推進室「RESAS 地域経済分析システム」

(2) 区内主要施設の来訪者数

区内の主要な施設などへの来訪者数の推移を見ると、「こども動物園」が最も多く、令和4年には606,557人が訪れています。次いで、「教育科学館」が令和5年に219,688人、「熱帯環境植物館」が134,317人と続いています。

来館者数の順位は前回調査時と変わっておりません。

図表 区内施設の来訪者数



(3) 区内主要観光資源・施設人流データ

Agoop 社が提供する GPS データを活用し、板橋区の観光資源・施設の利用状況を以下に整理します。

① 月別来訪者数

主要観光資源および商店街の月別来訪者数を見ると、「ハッピーロード大山・遊座大山」と「板橋宿」が1日当たり1万人を超えています。

月により来訪者が多くなるのは、初詣に訪れる1月の「乗蓮寺」「赤塚諏訪神社」「徳丸北野神社」、花見の時期となる3月4月の「石神井川の桜並木」となります。

平日よりも休日が多い場所は、「乗蓮寺」が挙げられます。

図表 月別来訪者数（1日当たりの来訪者数【単位：人】）

		2024年	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年	2月	3月
		4月									1月		
①赤塚溜池公園	休日	616	342	292	322	314	255	256	353	397	568	512	746
	平日	211	161	170	171	149	138	95	146	164	160	162	232
②板橋（十景）	休日	748	413	419	315	334	462	439	454	389	432	376	538
	平日	426	316	322	305	377	317	369	321	359	425	336	437
③志村一里塚	休日	1,334	1,314	1,336	1,314	1,185	1,208	1,297	1,185	1,355	1,116	1,189	1,276
	平日	1,871	1,849	1,848	1,749	1,552	1,688	1,750	1,770	1,663	1,705	1,682	1,644
④石神井川の桜並木	休日	7,904	4,632	4,928	3,774	4,315	4,217	3,578	3,524	3,506	3,453	3,793	5,009
	平日	6,782	4,827	4,900	4,237	4,179	4,059	3,874	3,692	3,462	3,264	4,160	4,717
⑤松月院	休日	225	82	85	58	64	105	86	58	63	130	58	104
	平日	82	73	58	64	49	30	28	26	41	69	44	49
⑥赤塚諏訪神社	休日	59	62	38	40	46	41	22	36	38	271	52	39
	平日	68	81	71	58	39	64	60	60	37	113	50	44
⑦徳丸北野神社	休日	80	101	113	110	103	110	116	126	127	508	134	91
	平日	75	85	76	91	79	71	71	72	80	212	50	46
⑧高島平団地とけやき並木	休日	4,326	4,169	4,042	3,907	4,223	3,728	4,207	3,705	3,470	3,382	3,421	3,545
	平日	3,971	4,102	4,106	4,110	3,756	4,009	3,827	3,592	3,425	3,367	3,669	3,594
⑨乗蓮寺（東京大仏）	休日	300	199	134	102	139	152	157	151	193	1,034	199	242
	平日	80	63	57	41	40	49	40	61	65	404	88	86
⑩南蔵院	休日	202	115	130	134	102	139	95	137	85	200	105	216
	平日	195	155	163	150	111	169	125	138	130	125	126	193
⑪旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街	休日	12,412	11,844	11,438	10,602	10,183	10,417	11,769	10,522	11,043	10,534	10,680	10,553
	平日	10,697	10,655	10,754	10,250	9,857	10,313	10,573	10,150	10,311	9,579	10,224	10,034
⑫ハッピーロード大山・遊座大山	休日	18,072	18,036	18,313	17,908	17,441	17,048	19,480	17,715	18,218	16,390	18,019	18,058
	平日	16,327	16,185	16,595	16,680	15,800	16,089	16,460	16,566	17,395	16,120	17,297	17,470
⑬いたばしボローニャ絵本館	休日	2,588	2,182	1,904	1,893	1,518	1,611	1,763	1,623	1,378	1,441	1,714	1,760
	平日	1,261	1,274	1,243	1,073	1,153	1,143	1,221	1,218	1,006	1,067	1,070	1,032

※ : ピーク月 【単位：人】

②居住地別来訪者割合

居住地別来訪者割合を見ると、いずれも板橋区民の割合が最も高くなっていますが、板橋区外の割合が他の場所に比べて高いのは、「志村一里塚」「石神井川の桜並木」「乗蓮寺」となります。

図表 居住地別来訪者割合（2024年1月～2024年12月集計）

		板橋区	東京都	その他			板橋区	東京都	その他
①赤塚溜池公園	休日	58.0%	19.6%	22.4%	⑧高島平団地と けやき並木	休日	78.3%	10.5%	11.2%
	平日	64.2%	15.1%	20.7%		平日	73.5%	11.7%	14.8%
②板橋（十景）	休日	74.3%	16.2%	9.5%	⑨乗蓮寺 （東京大仏）	休日	49.5%	25.8%	24.6%
	平日	72.0%	16.5%	11.5%		平日	50.7%	23.5%	25.8%
③志村一里塚	休日	62.2%	22.0%	15.8%	⑩南蔵院	休日	66.7%	16.5%	16.8%
	平日	54.4%	26.1%	19.6%		平日	57.8%	17.6%	24.6%
④石神井川の桜並木	休日	60.1%	14.3%	25.6%	⑪旧中山道・仲宿商 店街・板橋宿不動 通り商店街	休日	74.6%	16.6%	8.9%
	平日	55.1%	14.2%	30.7%		平日	74.8%	16.1%	9.1%
⑤松月院	休日	61.9%	17.2%	20.8%	⑫ハッピーロード 大山・遊座大山	休日	71.9%	16.5%	11.6%
	平日	66.9%	15.4%	17.7%		平日	69.1%	16.9%	14.1%
⑥赤塚諏訪神社	休日	73.6%	11.5%	15.0%	⑬いたばしポロー ニャ絵本館	休日	79.2%	13.2%	7.7%
	平日	68.8%	9.6%	21.6%		平日	74.4%	15.0%	10.6%
⑦徳丸北野神社	休日	83.8%	10.1%	6.1%	※  : 板橋区以外の25%以上				
	平日	84.1%	7.6%	8.3%					

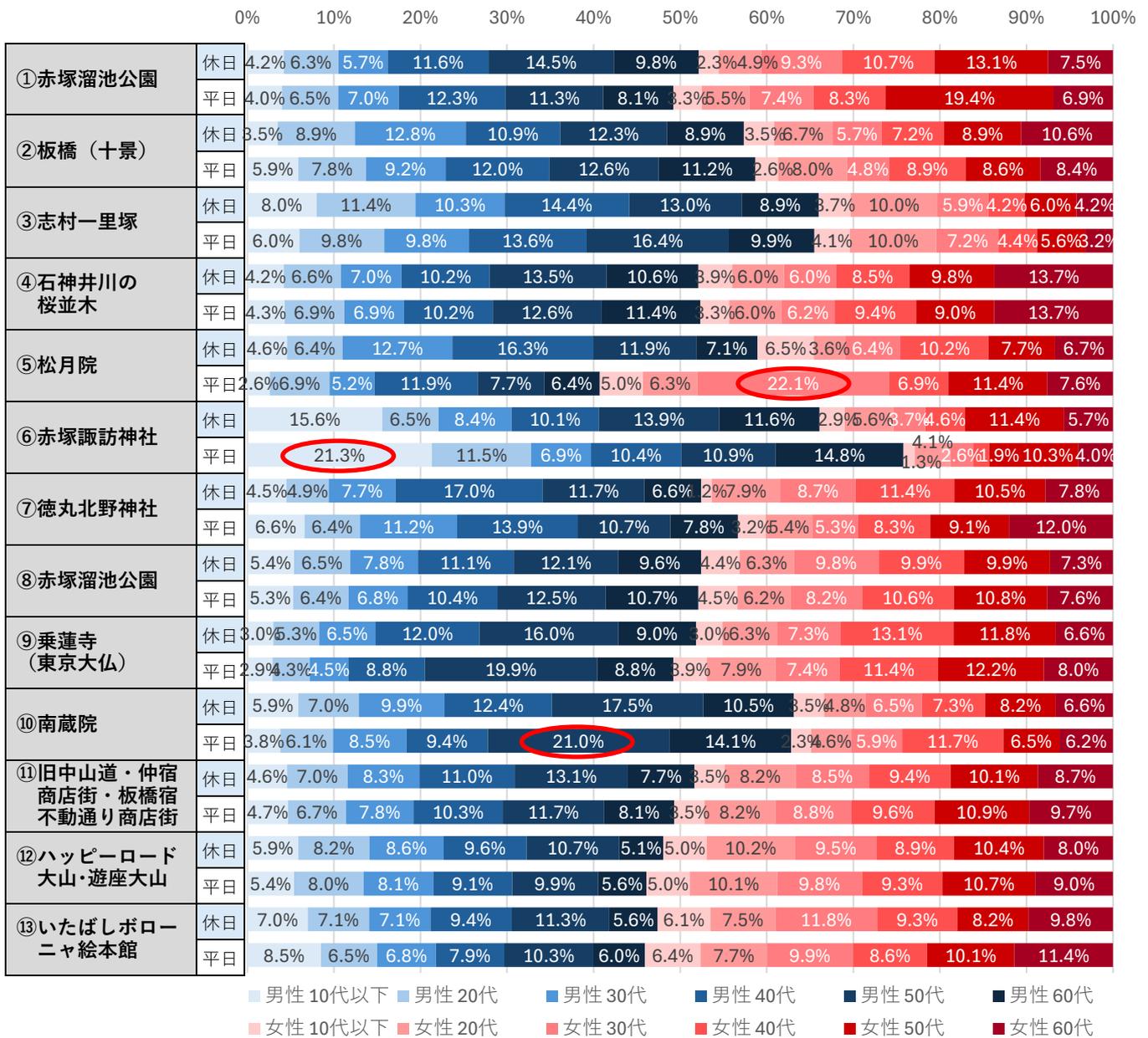
※  : 板橋区以外の25%以上

③性別・年代別来訪者割合

性別来訪者割合を見ると、男性の割合が高いのは「志村一里塚」「赤塚諏訪神社」「南蔵院」、女性の割合が高いのは「松月院（平日）」となります。

年代別に見ると、「南蔵院」（平日）では50代男性、「赤塚諏訪神社」（平日）では10代以下男性、「松月院」（平日）では30代女性がそれぞれ20%を超えています。また、「石神井川の桜並木」は年代が高くなるほど来訪者の割合が高くなる傾向が見られます。

図表 性別・年代別来訪者割合（（2024年1月～2024年12月集計）



④時間帯別来訪者数

時間帯別に来訪者割合を見ると、商業店舗が集積している「石神井川の桜並木」「旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街」「ハッピーロード大山・遊座大山」では、休日のピークが16時前後、平日のピークが18時前後となっています。公園や社寺では、12時から15時までがピークとなっています。

図表 時間帯別来訪者数（(2024年1月～2024年12月の1日当たりの来訪者数）

		6時	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
①赤塚溜池公園	休日	14	19	21	31	62	90	87	97	109	103	82	39	17	15	13	10	7	6
	平日	6	11	13	13	20	24	21	26	29	35	32	21	14	13	9	8	6	5
②板橋（十景）	休日	9	23	22	22	43	57	56	45	46	62	56	59	52	47	41	35	37	27
	平日	13	20	26	24	27	29	30	29	30	28	33	39	49	51	43	34	37	37
③志村一里塚	休日	37	64	102	105	105	114	127	119	110	106	116	127	125	120	109	108	100	79
	平日	70	202	303	152	120	107	133	117	98	111	140	205	249	198	165	123	114	88
④石神井川の桜並木	休日	174	235	270	363	489	530	543	559	590	615	633	623	547	518	493	482	456	434
	平日	234	370	421	403	437	436	475	459	432	469	527	605	587	556	539	543	544	536
⑤松月院	休日	3	9	8	9	15	19	18	19	20	14	15	6	4	4	4	4	4	4
	平日	2	3	8	8	7	8	6	8	9	8	9	6	4	7	7	6	5	4
⑥赤塚諏訪神社	休日	2	3	4	4	8	8	9	10	10	11	7	6	4	3	4	5	5	5
	平日	2	4	3	5	8	8	8	11	13	13	7	5	3	5	10	10	11	11
⑦徳丸北野神社	休日	5	8	10	14	20	23	22	20	22	20	16	19	17	18	19	18	14	15
	平日	9	6	6	8	10	10	10	12	12	11	9	9	8	12	14	16	14	14
⑧赤塚溜池公園	休日	125	234	279	404	564	649	636	632	598	588	548	479	392	312	267	234	169	145
	平日	201	492	489	420	426	495	499	467	443	519	584	579	490	372	282	228	179	154
⑨乗蓮寺（東京大仏）	休日	2	2	5	26	39	53	46	52	54	48	9	3	2	2	2	3	2	2
	平日	2	2	3	9	10	16	22	20	20	14	3	1	2	2	3	3	3	3
⑩南蔵院	休日	3	6	8	11	18	24	22	21	20	17	16	14	13	10	10	8	9	7
	平日	6	16	25	23	21	21	30	20	19	18	19	21	13	11	10	8	9	7
⑪旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街	休日	208	337	511	784	1,205	1,563	1,762	1,673	1,651	1,700	1,811	1,895	1,725	1,483	1,221	1,030	778	600
	平日	308	563	777	798	927	1,118	1,318	1,135	1,095	1,228	1,381	1,653	1,848	1,714	1,393	1,140	895	681
⑫ハッピーロード大山・遊座大山	休日	280	483	742	1,223	1,887	2,438	2,918	2,980	2,945	3,029	3,119	3,135	2,871	2,555	2,333	1,987	1,559	1,186
	平日	441	951	1,570	1,413	1,637	1,944	2,384	2,096	1,961	2,059	2,243	2,819	2,890	2,796	2,389	2,055	1,606	1,234
⑬いたばしポロニー絵本館	休日	34	35	73	188	303	351	335	373	404	418	403	330	231	165	84	48	42	30
	平日	29	38	74	119	166	179	169	185	202	217	236	220	198	178	96	45	43	33

※ : ピーク（上位3つ）の時間帯 【単位：人】

5. 板橋区の歴史、文化、自然、景観などの観光資源

板橋区の観光を考えるうえで、区の歴史を踏まえることは不可欠です。

板橋区には古代から現在まで、先人たちが築きあげた歴史的・文化的価値の高い観光資源が多く存在しています。これらの歴史・文化・自然（景観）などの貴重な観光資源を守り継ぎ、価値を磨き上げ、魅力を創りあげていきます。

【板橋区の歴史概要】

板橋区の歴史は、古代の遺跡に見られる人々の営みから始まります。縄文期の集落跡や古墳時代の遺構が点在し、この地が早くから生活の場として選ばれてきたことがうかがえます。

中世には赤塚城を中心に武士の勢力が広がり、周辺の村々が形成されました。

江戸時代に入ると、中山道の宿場町として板橋宿が整備され、多くの旅人や物資が行き交う交通の要衝となるとともに、農産物の供給地として江戸の暮らしを支える役割も担いました。

明治以降は鉄道や道路の整備が進み、工場の立地とともに都市化が加速しました。1932年の東京市編入により板橋区が誕生し、戦後は住宅地として発展しながら、緑地や公園が整備されていきました。

現在の板橋区は、古い歴史を受け継ぎつつ、多様な文化と暮らしが息づく都市として成長を続けています。

調整中

-古代-

-中世-

-近世-

-近代-

-未来-

5-1 歴史資源

(1) 神社仏閣

【文殊院】

江戸時代前期に創建された浄土宗、寺院です。板橋宿本陣を勤めた飯田家の菩提寺としても知られています。また、板橋七福神の毘沙門天が安置されています。

【東光寺】

室町時代末に創建された浄土宗の寺院です。境内の庚申塔は板橋区最大(高さ 1.9m)のもので、青面金剛の見事な彫刻が施されており、区の有形文化財に指定されています。

調整中

【観明寺】

室町時代の創建といわれる真言宗の寺院です。境内には、寛文元年(1661)の庚申塔や、加賀藩下屋敷から遷されたといわれる稲荷社、赤門があります。

【安養院】

鎌倉時代に創建された真言宗豊山派の寺院です。鎌倉幕府の執権北条時頼によって創建されたという寺伝が残っています。また、板橋七福神の弁財天が安置されています。

【氷川神社】

旧上板橋村の鎮守として知られる東新町に建つ神社です。境内の郷土資料館には、農機具や生活用品、生産用具など 1000 点余を所蔵し、区の文化財に指定されています。

【長命寺】

江戸時代前期の創建といわれる真言宗豊山派の寺院です。板橋七福神の福祿寿が安置されています。

【轡神社】

板橋区仲町に建つ神社です。こどもの守り神で、特に百日咳などに靈験のある神として信仰を集め、遠方から参拝に来る信者で賑わったといえます。

調整中

(2) 史跡

【縁切榎】

江戸時代から名所として知られる榎の木です。男女の悪縁を切ることや断酒などが祈願され、今では「悪縁は切ってくれるが良縁は結んでくれる」として信仰されています。

【不動の滝】

東京の名湧水 57 選にも選ばれた名水です。昔は大山詣りや富士詣りの人々が、滝に打たれ心身を清めるみそぎ場として使われ、どんな干ばつの年でも水が枯れない湧水でした。

【旧養育院長渋沢栄一銅像】

日本の福祉・医療の分野をリードしてきた養育院と、院長・渋沢栄一翁の功績をたたえて建てられた銅像です。現在は東京都健康長寿医療センターの敷地内にあります。

【赤塚城跡】

戦国時代、この辺りを支配していた千葉氏の居城跡です。中世の典型的な平山城で、現在でも周辺には空壕などの遺構がわずかに残っており、往時をしのばせます。

【富士大山道道標・庚申塔】

旧中山道の清水坂に立つ道標です。中山道から霊山である富士山や神奈川の大山に向かう道が分岐していた場所に建ち、江戸時代の交通や信仰を物語る上で貴重な文化財です。

調整中

【圧磨機圧輪記念碑(加賀西公園内)】

黒色火薬を製造する機械「圧磨機圧輪」のモニュメントです。かつて石神井川の水力を利用して火薬を製造していたことから、大正11年に陸軍省が設置しました。

【志村城跡と熊野神社】

赤塚城の前衛拠点として機能した千葉氏ゆかりの城です。熊野神社は城の二の丸にあたり、長久3年(1042)に地元の豪族志村氏が紀州熊野より勧請したといわれています。

【下頭橋と六蔵祠】

旧川越街道が石神井川を渡る地点に架けられた橋です。橋の傍には橋の名前の由来になったともいわれる「六蔵」という人物の遺徳を讃えて建てられた祠があります。

(3) その他の歴史資源

【板橋宿】

江戸と近郊農村との境界域に位置していました。宿場には、宿泊施設の他に酒食を商う茶屋などもありました。諸大名の参勤交代や庶民の旅などで多様な人びとが訪れた板橋宿は、江戸の玄関口、出迎えの場として大いに賑わいました。

【茂呂遺跡】

板橋区小茂根にある旧石器時代から平安時代にかけての複合遺跡です。東京都指定史跡に指定され、旧石器時代の出土遺物は東京都指定有形文化財に指定されています。

調整中

5-2 景観資源

(1) 板橋十景

【赤塚溜池公園周辺】

名前の由来となった大きな溜池で知られる公園です。梅の名所としても有名で、例年見頃の時期には梅まつりも開催されます。

【板橋】

旧中山道が石神井川を渡る地点にかけられた橋で、板橋の地名の由来となったともいわれている橋です。

【いたばし花火大会】

夏の風物詩として親しまれているのが「いたばし花火大会」です。荒川の河川敷で繰り広げられる華麗な花火は、多くの観衆を魅了し、夏の夜空を彩ります。

【志村一里塚】

江戸時代、徳川家康は街道整備のため、慶長9年（1604年）に諸国の街道に一里塚の整備を命じました。志村一里塚は中山道の第3番目の一里塚として築かれたもので、明治以降多くの一里塚が消滅するなか、今日、2基一對で残っている一里塚は全国的にも大変少ないものです。現在は国の史跡に指定されています。

【石神井川の桜並木】

石神井川の両岸には桜並木を中心とした緑道が整備され、花見の頃になると、中板橋付近から加賀付近まで桜が咲き誇る、区を代表する桜の名所です。

調整中

【松月院】

江戸時代は、将軍家から寺領 40 石を与えられた朱印寺でした。

徳丸ヶ原で西洋式砲術の調練を行った高島秋帆を顕彰し、大正 11 年（1922）に建立された顕彰碑があります。

【田遊び（徳丸・赤塚）】

旧正月にその年の五穀豊穡と子孫繁栄を祈願し神に奉納する行事です。

稲作の作業内容を唱える言葉と所作を田の神に奉納し、豊作を祈願する予祝の祭りで、国の重要無形民俗文化財に指定されている「徳丸北野神社田遊び」と「赤塚諏訪神社田遊び」は、千年前からほぼそのままの形で伝わる予祝の祭りです。

【高島平団地とけやき並木】

高島平団地は昭和 40 年代に整備されたマンモス団地です。団地内を通る約 600m のけやき並木は四季折々の美しさが楽しめ、団地とあわせて板橋十景に選ばれています。

【東京大仏（乗蓮寺）】

境内にある東京大仏は、東京大空襲、関東大震災などの悲惨な戦災・震災が起きないように願いを込めて、昭和 52 年に建立されました。高さ 13 メートルの青銅製で重さが 32 トンあり、新東京百景にも選ばれたほどです。

【南蔵院のしだれ桜】

江戸時代初期に創建された真言宗智山派の寺院です。区内有数の桜の名所でもあることから板橋十景に選ばれ、多くの人に親しまれています。

調整中

(2) 景勝地

【五本けやき】

昭和初期の川越街道の拡幅工事の際、当時の上板橋村村長であった飯島彌十郎が提供した土地に植えられていた屋敷林です。上板橋のランドマークとして親しまれています。

【桜川緑道】

桜川を暗渠化して整備した緑道です。道沿いに約 80 本の桜が植えられており、隣接する都立城北中央公園とともに、四季折々の表情を見せてくれます。

【薬師の泉庭園】

江戸時代を代表する地誌「江戸名所図会(えどめいしよずえ)」の挿絵に基づいて復元された庭園です。

調整中

5-3 博物館・資料館

【郷土資料館】

板橋区の歴史や文化・自然に関するさまざまな資料を展示している施設です。敷地内には江戸時代後期に建てられた古民家「旧田中家住宅」が移築されています。

【植村冒険館】

たったひとり、厳しい自然のなかで行動を続けた冒険家・植村直己は、その生涯をかけて人間の可能性に挑戦し続けました。日本人初のエベレスト登頂や、世界初の犬ぞりによる北極点単独行などに成功した、冒険家・植村直己氏の業績を展示しています。

【いたばしボローニャ絵本館】

北イタリアのボローニャから寄贈された絵本を中心に、世界約 100 か国、3 万冊、70 言語の絵本を所蔵する海外絵本の図書館です。区立中央図書館内に併設されています。

【旧粕谷家住宅】

武蔵野の香りが今なお残る茅葺屋根の古民家です。平成 27 年からの改修復元工事によって、享保 8 年(1723)に建築された都内最古級の民家であることが判明しました。

【いたばし観光センター】

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」による区内観光ガイド（無料）も行っております。

調整中

5 - 4 計画中の施設

①～板橋は日本物理学発祥の地～

「板橋区史跡公園（仮称）」・「産業ミュージアム（仮称）」

調整中

調整中

②ITTA KAWAMACHI PROJECT 「自然体験型アーバンリバーパーク」

調整中

調整中

6. 区の観光に対する区民および来訪者の意識

6-1 区民向けアンケート調査

(1) 調査概要

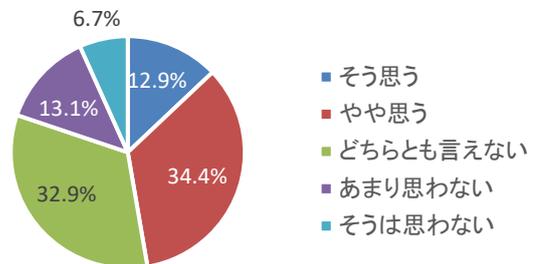
①目的	本ビジョンの施策の課題、方針、実施内容を検討するため、地域資源の認知度、魅力度、推奨度と、定住意識との関連性など、区民の意向を把握することを目的に、アンケート調査を実施しました。
②対象	インターネット調査会社のモニター登録のある板橋区民のうち、20歳以上を対象にしました。
③調査方法	インターネット調査会社のモニターに対して、WEB上で設問を配付・回収する方法としました。
④サンプル数	520人
⑤サンプルの属性	【性別】男性:50%、女性:50% 【年代】20代:20.0%、30代:20.0%、40代:20.0%、 50代:20.0%、60代以上:20.0% 【未既婚】未婚:50.4%、既婚:49.6% 【子ども】子ども有:58.8%、子ども無:41.2%
⑥調査実施時期	2025年01月30日(木)～2025年02月02日(日)
⑦調査項目	板橋区の魅力 ・魅力がある、見どころがあるまちと思うか ・魅力がある、見どころがあると思った理由 ・魅力がある、見どころがあると思わなかった理由 ・魅力や愛着を感じる場所、こと ・地域資源の認知度、魅力度、推奨度 ・観光目的の来街者が増えることへの評価 ・板橋区の魅力を高める取組 ・取組の魅力度 ・板橋区の観光振興に必要なこと

(2) 調査結果 板橋区の魅力

Q1 板橋区を「魅力ある」「見どころのある」まちだと思えますか。

「そう思う」と「やや思う」の合計は47.3%となります。

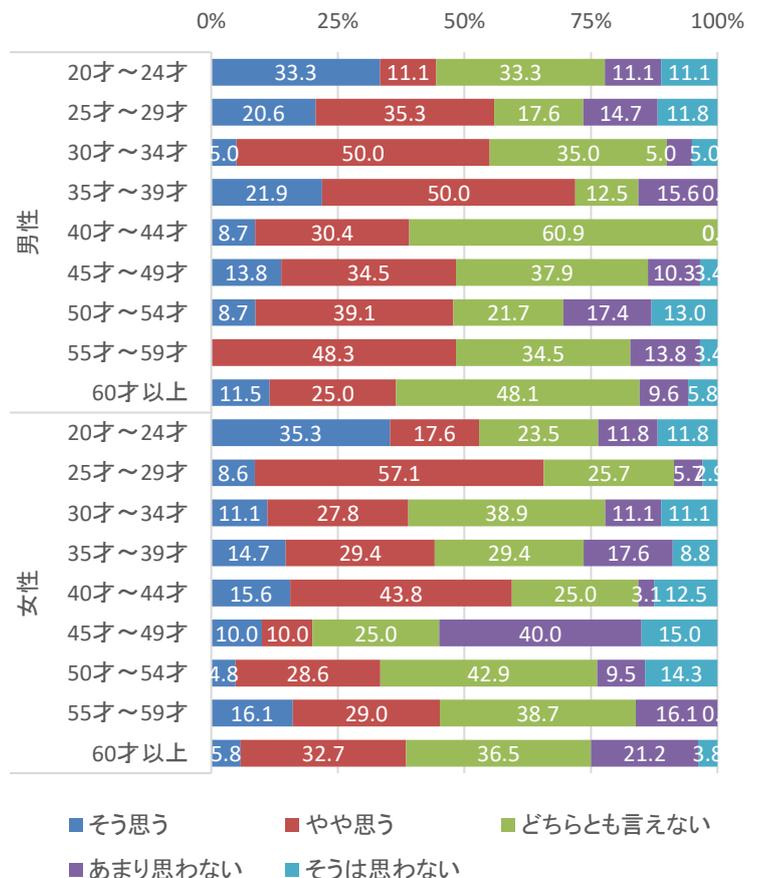
「どちらとも言えない」が32.9%を占めています。



【性・年代別】

性・年代別に見ると、20代～30代の男性や20代女性が「魅力を感じる」と回答した割合がやや高くなっていますが、全体として性別や年代による大きな差異は見られません。

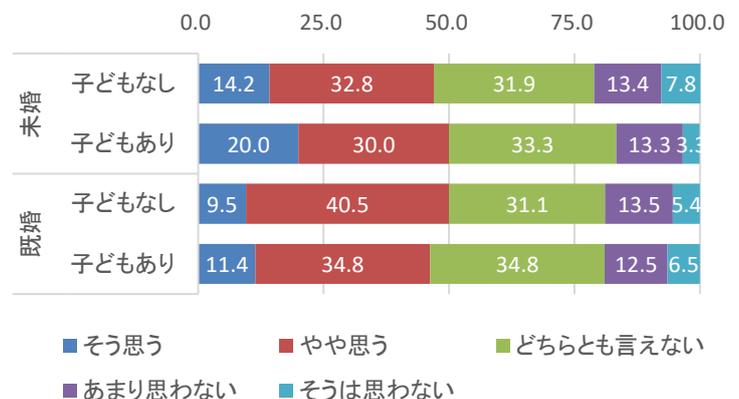
したがって、今後の施策や広報においては、特定の層に偏らず幅広い年齢層にアプローチできるような戦略が求められると言えます。



【未既婚・子ども有無別】

未婚・既婚および子どもの有無別に見ると、未婚者の方が既婚者よりも「魅力を感じる」と回答した割合はやや高いものの、全体として顕著な傾向は見られません。

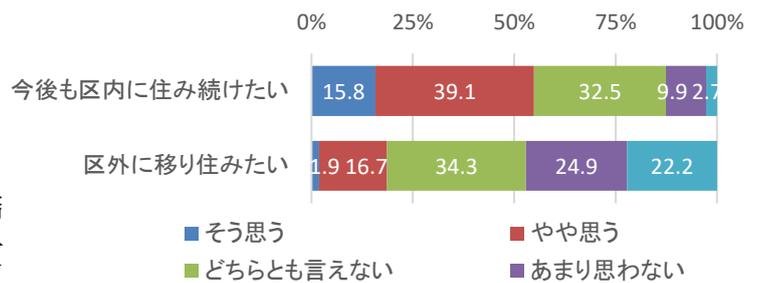
このことから、結婚の有無や子どもの有無によって、板橋区に対する魅力の感じ方に大きな差はないと考えられます。



【定住意向別】

定住意向別に見ると、定住意向のある区民のほうが、板橋区を魅力的なまちと指摘する割合が高くなります。

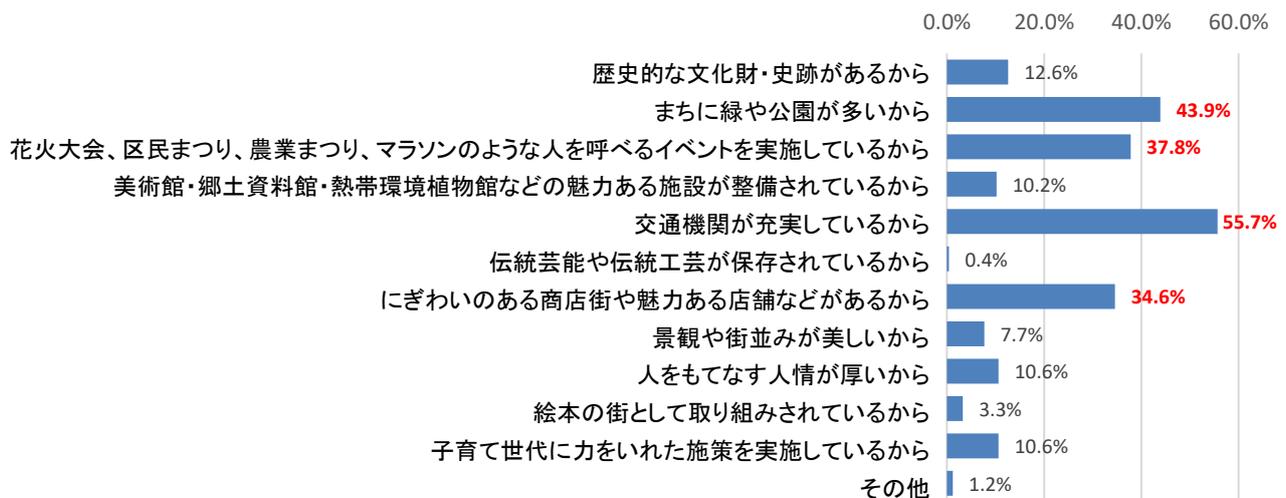
本ビジョンの取り組みによって板橋区の魅力を実感する区民を増やし、定住意識を高めていくことが求められていると考えます。



Q2 「魅力ある」「見どころのある」まちと思った主な理由は何ですか。

「交通機関が充実しているから」が55.7%で最も高く、次いで「まちに緑や公園が多いから」(43.9%)、「花火大会、区民まつり、農業まつり、マラソンのような人を呼べるイベントを実施しているから」(37.8%)、「にぎわいのある商店街や魅力ある店舗などがあるから」(34.6%)の順となります。

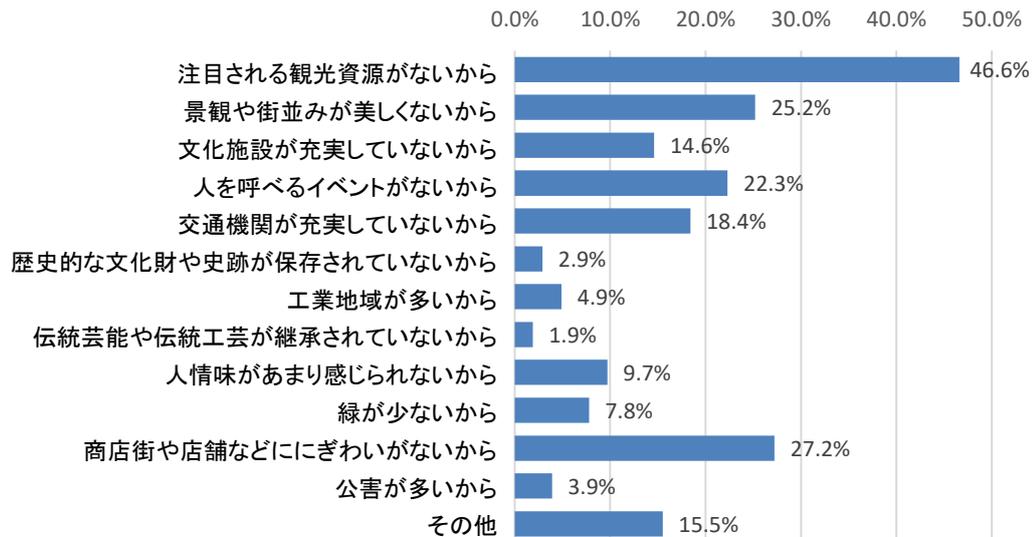
本ビジョンに関連する「みどり」「イベント」「商店街のにぎわい」については、板橋区の魅力を高める施策として重要と考えます。



Q3 「魅力ある」「見どころのある」まちと思わなかった主な理由は何ですか。

「注目される観光資源がないから」が46.6%で最も高く、次いで「商店街や店舗などににぎわいがないから」(27.2%)、「景観や街並みが美しくないから」(25.2%)、「人を呼べるイベントがないから」(22.3%)の順となります。

「注目される観光資源」については、これまで十分に活用されてこなかった地域資源の発掘や、体験型コンテンツの充実化などによって改善していくことが重要と考えます。



Q 4

板橋区での生活の中で、魅力的に感じていたり、愛着を感じる場所やことがあればご記入ください。

魅力を感じている場所については、商店街、医療機関、公園、文化・教育施設、イベントなどが挙げられています。

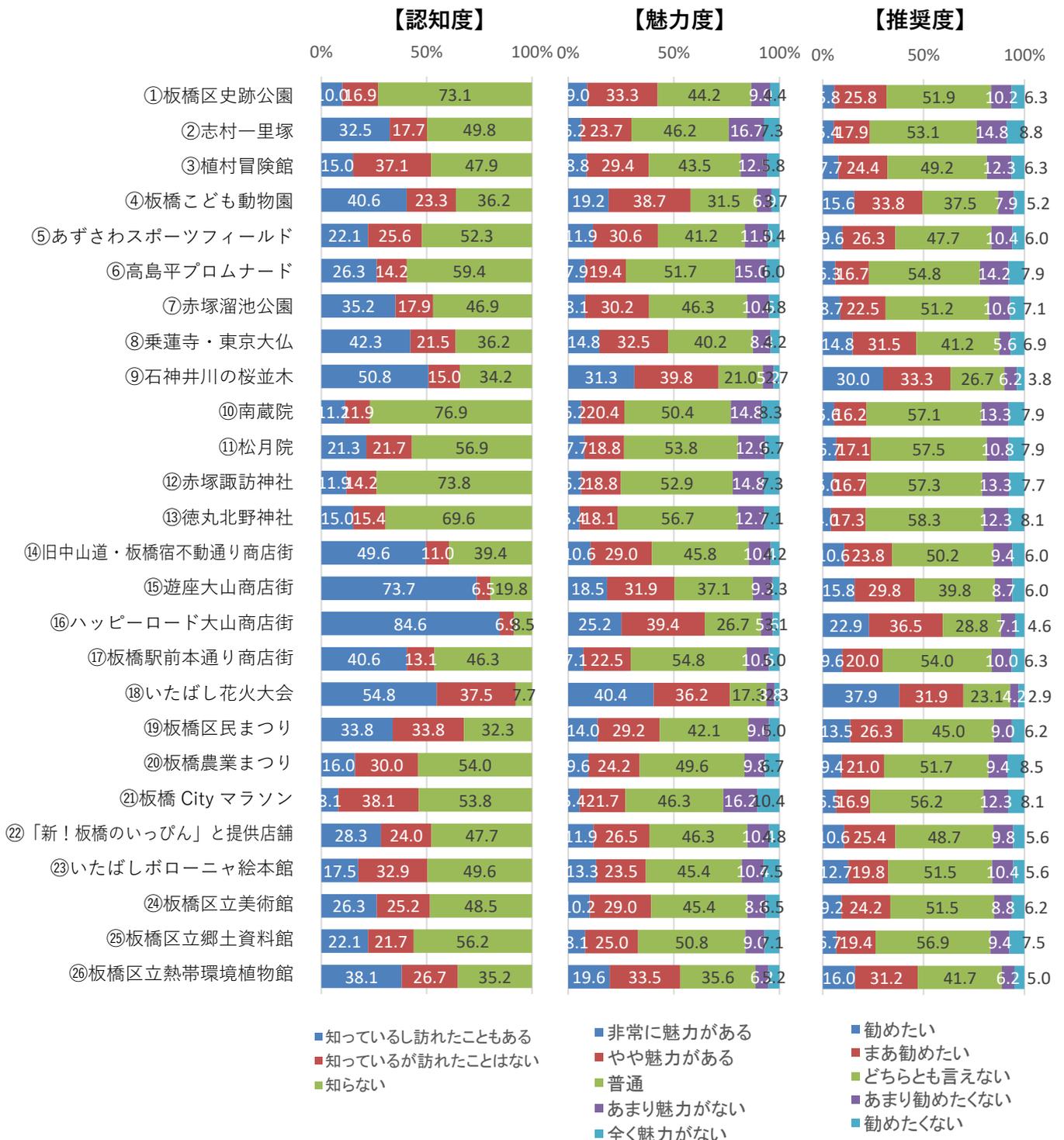
また、交通の利便性、物価・家賃の安さ、治安の良さなど、生活の利便性の高さも多く指摘されています。

分類	回答
交通の利便性 (98 人)	・交通の便が良い 40 人 ・都心へのアクセスが良い 35 人 ・電車・バスが充実している 15 人 ・埼玉に出やすい 5 人 ・高速道路へのアクセスが良い 3 人
物価・家賃の安さ (76 人)	・物価が安い 50 人 ・家賃が安い 26 人
商店街・買い物環境 (58 人)	・商店街が多い・充実している 30 人 ・スーパーが多い・便利 18 人 ・飲食店が多い 10 人
自然・公園の多さ (46 人)	・公園が多い 25 人 ・緑が多い・自然豊か 21 人
治安の良さ (42 人)	・治安が良い 42 人
医療機関・福祉の充実 (35 人)	・病院・医療機関が多い 25 人 ・福祉が充実している 10 人
落ち着いた・住みやすい雰囲気 (33 人)	・静かで落ち着いている 20 人 ・庶民的な雰囲気 8 人 ・のんびりしている 5 人
文化・教育施設の充実 (20 人)	・図書館が充実している 15 人 ・文化施設が多い 5 人
板橋区独自のイベント・特色 (17 人)	・花火大会が良い 10 人 ・いたばし Pay のキャンペーンが魅力的 5 人 ・地域の祭りやイベントが楽しい 2 人
その他 (15 人)	・昔ながらの人付き合いがある 5 人 ・行政サービスがしっかりしている 5 人 ・地域の人が優しい 5 人

- Q 5** 板橋区の地域資源について、知っている地域資源は何ですか。
- Q 6** その資源はどのくらい魅力に感じていますか。
- Q 7** 友人などの他者にお勧めしたいですか。

認知度（「知らない」を除く）よりも魅力度（「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計）が高い地域資源は「石神井川の桜並木」および「板橋区史跡公園」となります。

認知度（「知らない」を除く）よりも魅力度（「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計）が 20 ポイント以上低い地域資源は、「ハッピーロード大山商店街」「遊座大山商店街」「板橋区民まつり」「旧中山道・板橋宿不動通り商店街」「板橋駅前本通り商店街」「志村一里塚」が該当します。



【認知度別の魅力度・推奨度】

認知度別に魅力度および推奨度を見ると、認知していると魅力度および推奨度が高まる
ことが分かります。「非常に魅力がある」の割合が 30%以上の資源は⑨石神井川の桜並木、
⑱いたばし花火大会、⑲板橋区民まつり、㉓いたばしボローニャ絵本館、㉔板橋区立熱帯
環境植物館となります。

また、「勧めたい」の割合が 30%以上の資源は⑨石神井川の桜並木、⑱いたばし花火大
会となります。

一方、未知の方のうち、「全く魅力がない」「勧めたくない」いずれかの割合が15%以上
の資源は⑯ハッピーロード大山商店街、㉑板橋 City マラソンが挙げられます。これらは
写真および説明文だけでは魅力が伝えにくい資源と言えます。

		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
①板橋区史跡公園	既知・来訪済	26.9%	44.2%	23.1%	5.8%	0.0%	15.4%	50.0%	25.0%	7.7%	1.9%
	既知・来訪無	6.8%	40.9%	42.0%	8.0%	2.3%	8.0%	30.7%	48.9%	9.1%	3.4%
	未知	7.1%	30.0%	47.6%	9.7%	5.5%	3.9%	21.3%	56.3%	10.8%	7.6%
②志村一里塚	既知・来訪済	10.7%	29.0%	37.3%	16.6%	6.5%	10.1%	23.1%	45.6%	13.0%	8.3%
	既知・来訪無	6.5%	23.9%	48.9%	14.1%	6.5%	5.4%	21.7%	51.1%	16.3%	5.4%
	未知	3.1%	20.1%	51.0%	17.8%	8.1%	2.3%	13.1%	58.7%	15.4%	10.4%
③植村冒険館	既知・来訪済	24.4%	35.9%	29.5%	7.7%	2.6%	19.2%	38.5%	30.8%	9.0%	2.6%
	既知・来訪無	8.8%	35.2%	40.4%	12.4%	3.1%	6.7%	32.1%	46.1%	11.4%	3.6%
	未知	4.0%	22.9%	50.2%	14.1%	8.8%	4.8%	14.1%	57.4%	14.1%	9.6%
④板橋こども動物園	既知・来訪済	29.9%	45.0%	21.8%	2.8%	0.5%	26.5%	44.5%	21.3%	3.8%	3.8%
	既知・来訪無	19.0%	45.5%	28.1%	5.0%	2.5%	13.2%	32.2%	46.3%	7.4%	0.8%
	未知	7.4%	27.1%	44.7%	12.8%	8.0%	4.8%	22.9%	50.0%	12.8%	9.6%
⑤あずさわスポーツフィールド	既知・来訪済	27.0%	39.1%	25.2%	7.0%	1.7%	19.1%	36.5%	31.3%	7.0%	6.1%
	既知・来訪無	7.5%	36.8%	39.1%	12.8%	3.8%	8.3%	30.1%	49.6%	9.8%	2.3%
	未知	7.7%	23.9%	48.9%	11.8%	7.7%	6.3%	20.2%	53.7%	12.1%	7.7%
⑥高島平プロムナード	既知・来訪済	17.5%	26.3%	40.9%	11.7%	3.6%	14.6%	25.5%	46.0%	10.2%	3.6%
	既知・来訪無	12.2%	27.0%	48.6%	10.8%	1.4%	5.4%	23.0%	55.4%	12.2%	4.1%
	未知	2.6%	14.6%	57.3%	17.5%	8.1%	2.9%	11.3%	58.6%	16.5%	10.7%
⑦赤塚溜池公園	既知・来訪済	14.2%	38.8%	38.3%	7.1%	1.6%	15.8%	30.1%	42.6%	8.7%	2.7%
	既知・来訪無	9.7%	28.0%	46.2%	14.0%	2.2%	8.6%	25.8%	51.6%	9.7%	4.3%
	未知	2.9%	24.6%	52.5%	11.9%	8.2%	3.3%	15.6%	57.4%	12.3%	11.5%
⑧乗蓮寺・東京大仏	既知・来訪済	22.3%	40.0%	30.9%	6.4%	0.5%	24.1%	40.5%	29.5%	2.7%	3.2%
	既知・来訪無	14.3%	31.3%	43.8%	8.0%	2.7%	10.7%	35.7%	42.9%	4.5%	6.3%
	未知	6.4%	24.5%	48.9%	10.6%	9.6%	6.4%	18.6%	53.7%	9.6%	11.7%
⑨石神井川の桜並木	既知・来訪済	45.5%	39.8%	12.9%	1.5%	0.4%	45.1%	35.2%	15.9%	2.7%	1.1%
	既知・来訪無	16.7%	53.8%	21.8%	5.1%	2.6%	17.9%	47.4%	25.6%	7.7%	1.3%
	未知	16.9%	33.7%	32.6%	10.7%	6.2%	12.9%	24.2%	43.3%	10.7%	9.0%
⑩南蔵院	既知・来訪済	20.7%	39.7%	32.8%	6.9%	0.0%	19.0%	27.6%	43.1%	8.6%	1.7%
	既知・来訪無	6.5%	32.3%	46.8%	3.2%	11.3%	11.3%	29.0%	43.5%	9.7%	6.5%
	未知	4.0%	15.8%	53.5%	17.8%	9.0%	2.8%	12.5%	61.3%	14.5%	9.0%

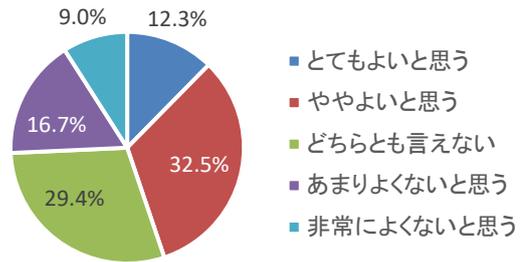
		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
⑪松月院	既知・来訪済	20.7%	31.5%	36.9%	10.8%	0.0%	18.0%	21.6%	51.4%	7.2%	1.8%
	既知・来訪無	3.5%	20.4%	56.6%	12.4%	7.1%	2.7%	25.7%	48.7%	15.9%	7.1%
	未知	4.4%	13.5%	59.1%	13.9%	9.1%	4.1%	12.2%	63.2%	10.1%	10.5%
⑫赤塚諏訪神社	既知・来訪済	17.7%	38.7%	29.0%	12.9%	1.6%	9.7%	30.6%	48.4%	6.5%	4.8%
	既知・来訪無	10.8%	21.6%	51.4%	12.2%	4.1%	9.5%	27.0%	43.2%	17.6%	2.7%
	未知	3.4%	15.1%	57.0%	15.6%	8.9%	3.4%	12.5%	61.5%	13.5%	9.1%
⑬徳丸北野神社	既知・来訪済	17.9%	24.4%	46.2%	10.3%	1.3%	9.0%	35.9%	39.7%	11.5%	3.8%
	既知・来訪無	7.5%	23.8%	56.3%	10.0%	2.5%	8.8%	21.3%	50.0%	15.0%	5.0%
	未知	2.2%	15.5%	59.1%	13.8%	9.4%	1.9%	12.4%	64.1%	11.9%	9.7%
⑭旧中山道・板橋宿 不動通り商店街	既知・来訪済	17.1%	38.4%	36.4%	6.2%	1.9%	15.9%	33.3%	41.1%	6.6%	3.1%
	既知・来訪無	3.5%	22.8%	59.6%	12.3%	1.8%	7.0%	19.3%	59.6%	10.5%	3.5%
	未知	4.4%	19.0%	53.7%	15.1%	7.8%	4.9%	13.2%	59.0%	12.7%	10.2%
⑮遊座大山商店街	既知・来訪済	23.0%	35.0%	33.2%	7.6%	1.3%	19.6%	33.9%	36.8%	6.5%	3.1%
	既知・来訪無	11.8%	23.5%	38.2%	20.6%	5.9%	11.8%	23.5%	41.2%	11.8%	11.8%
	未知	3.9%	23.3%	51.5%	11.7%	9.7%	2.9%	16.5%	50.5%	15.5%	14.6%
⑯ハッピーロード大 山商店街	既知・来訪済	28.4%	41.8%	23.2%	5.5%	1.1%	25.7%	39.5%	26.6%	5.2%	3.0%
	既知・来訪無	13.9%	41.7%	36.1%	0.0%	8.3%	16.7%	30.6%	36.1%	11.1%	5.6%
	未知	2.3%	13.6%	54.5%	11.4%	18.2%	0.0%	11.4%	45.5%	22.7%	20.5%
⑰板橋駅前本通り商 店街	既知・来訪済	12.3%	29.4%	48.8%	6.6%	2.8%	16.6%	26.1%	43.6%	10.0%	3.8%
	既知・来訪無	4.4%	26.5%	55.9%	11.8%	1.5%	8.8%	25.0%	57.4%	7.4%	1.5%
	未知	3.3%	15.4%	59.8%	13.7%	7.9%	3.7%	13.3%	62.2%	10.8%	10.0%
⑱いたばし花火大会	既知・来訪済	51.9%	35.8%	9.5%	1.8%	1.1%	49.5%	32.6%	15.1%	2.1%	0.7%
	既知・来訪無	30.3%	38.5%	24.1%	5.1%	2.1%	26.2%	33.8%	30.8%	5.1%	4.1%
	未知	7.5%	27.5%	40.0%	12.5%	12.5%	12.5%	17.5%	42.5%	15.0%	12.5%
⑲板橋区民まつり	既知・来訪済	31.8%	43.2%	20.5%	4.0%	0.6%	26.7%	41.5%	24.4%	6.3%	1.1%
	既知・来訪無	5.1%	26.1%	51.7%	11.9%	5.1%	9.1%	18.8%	56.8%	9.1%	6.3%
	未知	4.8%	17.9%	54.8%	13.1%	9.5%	4.2%	18.5%	54.2%	11.9%	11.3%
⑳板橋農業まつり	既知・来訪済	25.3%	32.5%	32.5%	7.2%	2.4%	22.9%	32.5%	30.1%	10.8%	3.6%
	既知・来訪無	12.2%	32.1%	45.5%	4.5%	5.8%	12.2%	28.8%	50.0%	4.5%	4.5%
	未知	3.6%	17.4%	56.9%	13.5%	8.5%	3.9%	13.2%	59.1%	11.7%	12.1%
㉑板橋 City マラソ ン	既知・来訪済	23.8%	38.1%	28.6%	7.1%	2.4%	21.4%	31.0%	42.9%	4.8%	0.0%
	既知・来訪無	8.1%	28.8%	46.0%	12.6%	4.5%	8.1%	22.2%	56.6%	10.1%	3.0%
	未知	0.7%	14.3%	49.3%	20.0%	15.7%	3.2%	11.1%	57.9%	15.0%	12.9%
㉒「新!板橋のいっ ぴん」と提供店舗	既知・来訪済	27.9%	45.6%	22.4%	4.1%	0.0%	23.8%	48.3%	25.2%	2.0%	0.7%
	既知・来訪無	8.8%	32.8%	47.2%	7.2%	4.0%	8.0%	31.2%	48.0%	8.0%	4.8%
	未知	4.0%	12.1%	60.1%	15.7%	8.1%	4.0%	8.9%	62.9%	15.3%	8.9%
㉓いたばしポーニ ャ絵本館	既知・来訪済	31.9%	41.8%	23.1%	2.2%	1.1%	29.7%	28.6%	36.3%	4.4%	1.1%
	既知・来訪無	14.6%	26.9%	40.9%	12.9%	4.7%	13.5%	24.0%	49.1%	9.9%	3.5%
	未知	5.8%	14.7%	56.2%	11.6%	11.6%	6.2%	14.0%	58.5%	12.8%	8.5%
㉔板橋区立美術館	既知・来訪済	24.1%	35.0%	29.2%	10.2%	1.5%	23.4%	32.8%	34.3%	7.3%	2.2%
	既知・来訪無	8.4%	33.6%	50.4%	5.3%	2.3%	5.3%	26.7%	58.0%	6.1%	3.8%
	未知	3.6%	23.4%	51.6%	9.9%	11.5%	3.6%	18.3%	57.5%	11.1%	9.5%
㉕板橋区立郷土資料 館	既知・来訪済	20.9%	33.9%	34.8%	7.8%	2.6%	20.0%	33.0%	36.5%	7.0%	3.5%
	既知・来訪無	8.0%	32.7%	46.9%	8.0%	4.4%	4.4%	23.9%	61.9%	8.0%	1.8%
	未知	3.1%	18.5%	58.6%	9.9%	9.9%	2.4%	12.3%	63.0%	11.0%	11.3%
㉖板橋区立熱帯環境 植物館	既知・来訪済	36.9%	37.9%	16.2%	7.1%	2.0%	28.3%	39.9%	26.3%	4.0%	1.5%
	既知・来訪無	12.2%	41.7%	41.7%	3.6%	0.7%	9.4%	35.3%	48.9%	5.0%	1.4%
	未知	6.6%	22.4%	51.9%	7.1%	12.0%	7.7%	18.6%	53.0%	9.3%	11.5%

Q 8

板橋区外から観光目的の来街者（訪日外国人を含む）が増えることについて、どう思いますか。

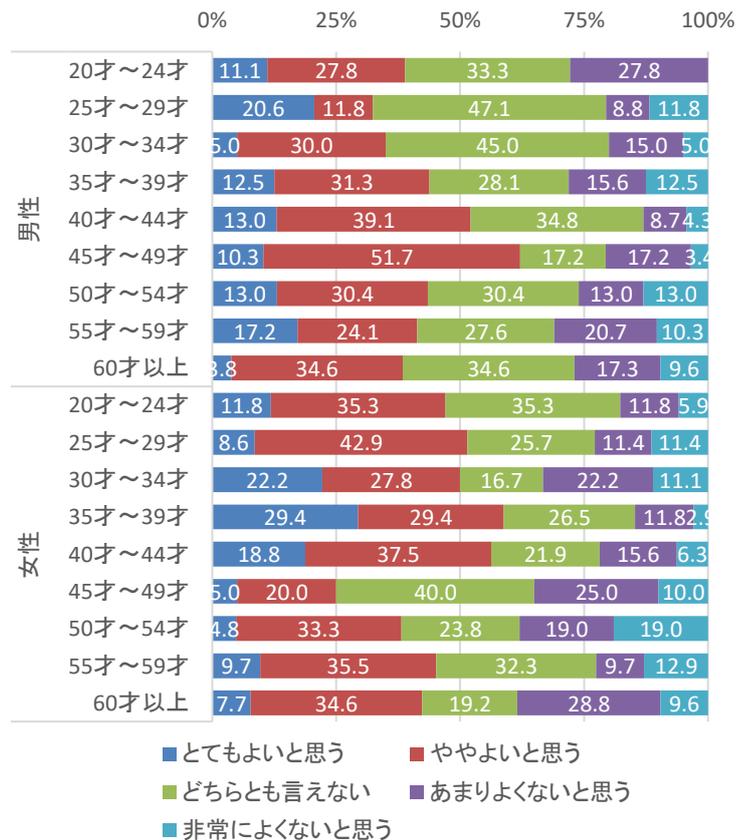
「とてもよいと思う」と「ややよいと思う」の合計は 44.8% となります。

「あまりよくないと思う」と「非常によくないと思う」の合計は 25.7% となります。



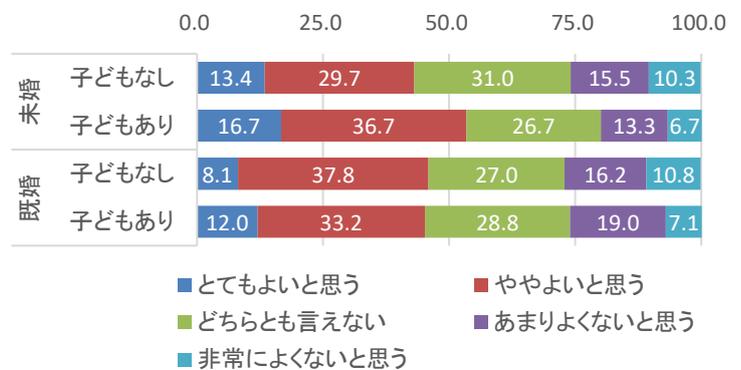
【性・年代別】

性・年代別に見ると、「とてもよいと思う」および「ややよいと思う」と回答した割合は、40代男性および35～44歳の女性でやや高い傾向が見られるものの、性別や年代による顕著な傾向は確認できません。



【未既婚・子ども有無別】

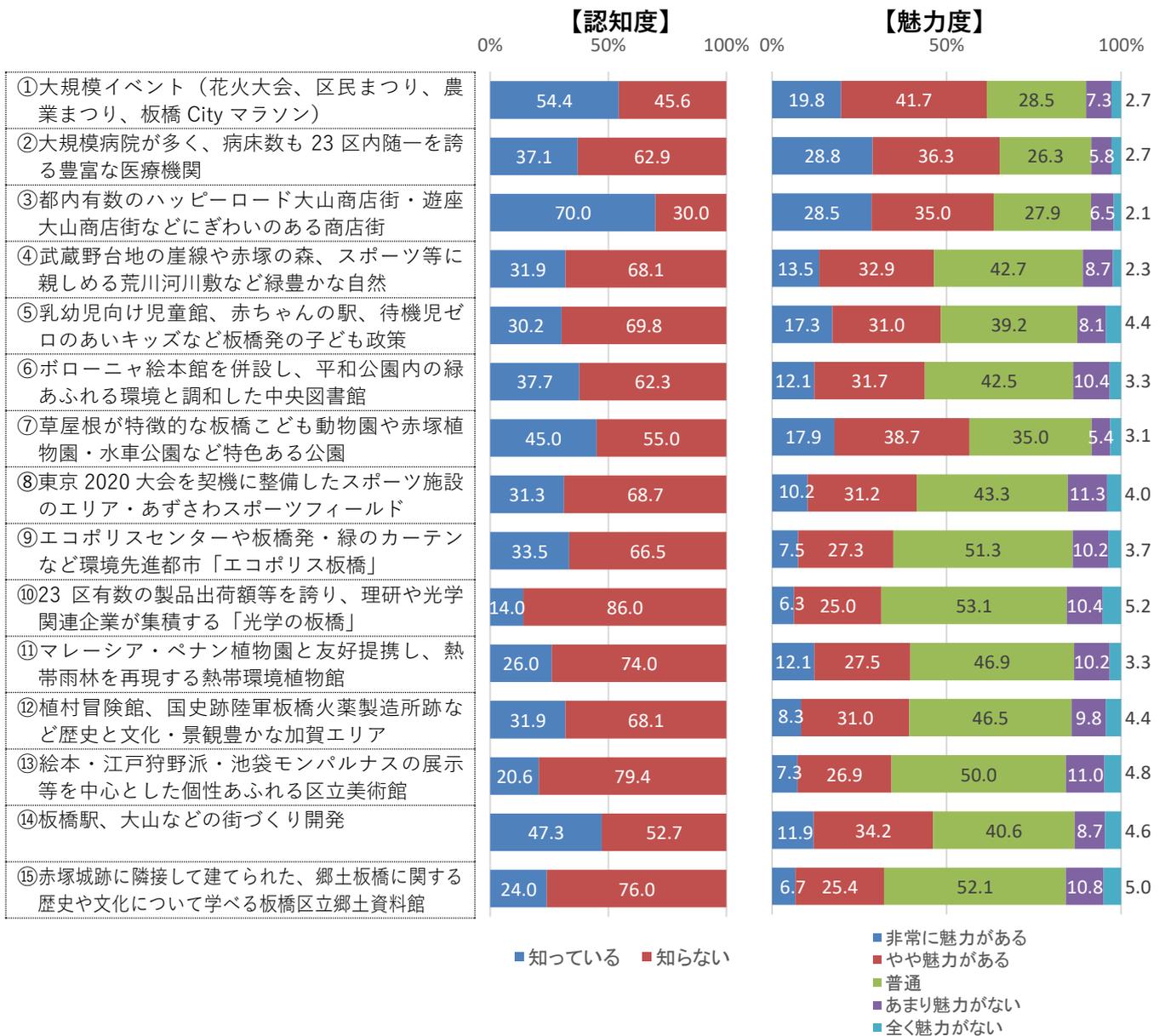
未既婚別・子どもの有無別に見ると、「とてもよいと思う」および「ややよいと思う」と回答した割合は、既婚者よりも未婚者のほうが高くなっていますが、明確な傾向とまでは言えません。



Q9 板橋区の魅力を高める以下の取組について、知っている取組は何ですか。
Q10 その取組はどのくらい魅力的と思いますか。

認知度よりも魅力度（「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計）が15ポイント以上高い取組は、「大規模病院が多く、病床数も23区内随一を誇る豊富な医療機関」「乳幼児向け児童館、赤ちゃんの駅、待機児ゼロのあいキッズなど板橋発の子ども政策」「23区有数の製品出荷額等を誇り、理研や光学関連企業が集積する『光学の板橋』」です。

認知度よりも魅力度が低い取組は「都内有数のハッピーロード大山商店街・遊座大山商店街などにぎわいのある商店街」および「板橋駅、大山などの街づくり開発」が挙げられます。

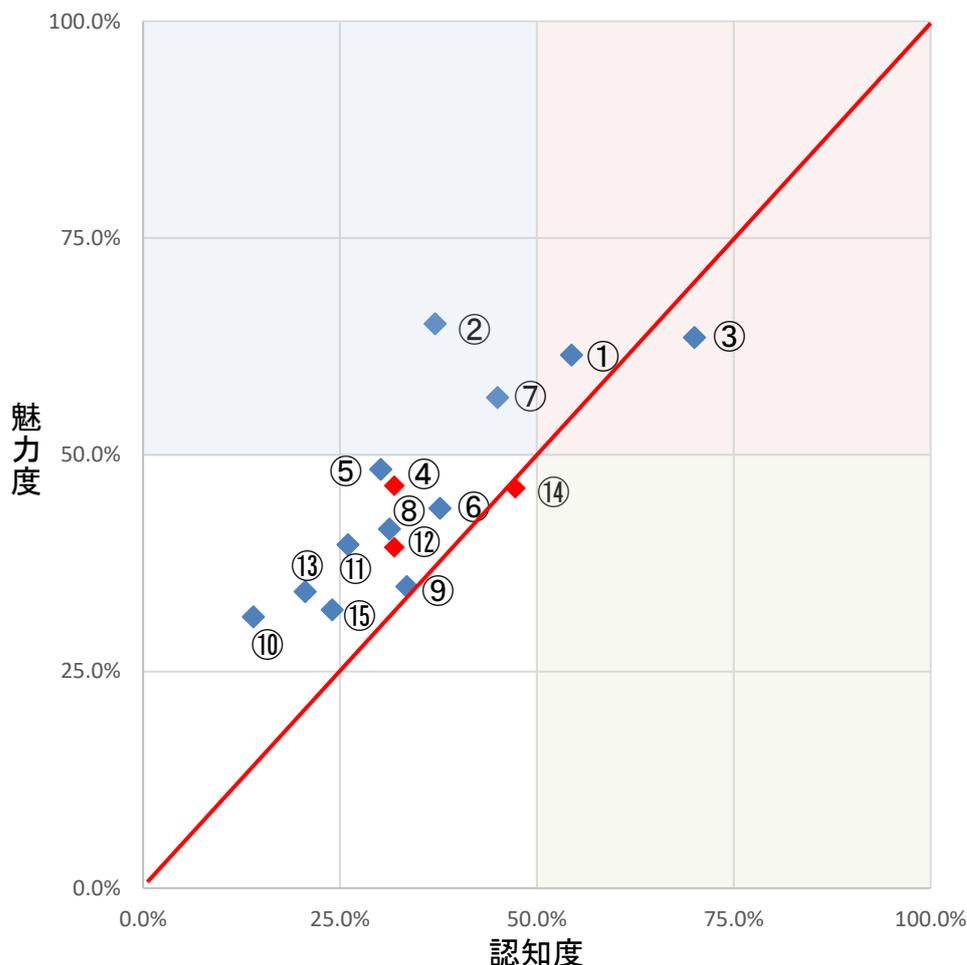


【認知度と魅力度】

認知度と魅力度を下図のように整理すると、いずれも高い《赤エリア》に位置する「③都内有数のハッピーロード大山商店街・遊座大山商店街などにぎわいのある商店街」および「①大規模イベント」は、既に高い集客力を有する取組と評価できます。

一方、魅力度は高いものの認知度が低い《青エリア》に位置する「②大規模病院が多く、病床数も 23 区内随一を誇る豊富な医療機関」および「⑦草屋根が特徴的な板橋こども動物園や赤塚植物園・水車公園など特色ある公園」については、積極的な情報発信により、さらなる集客力の向上が期待されます。

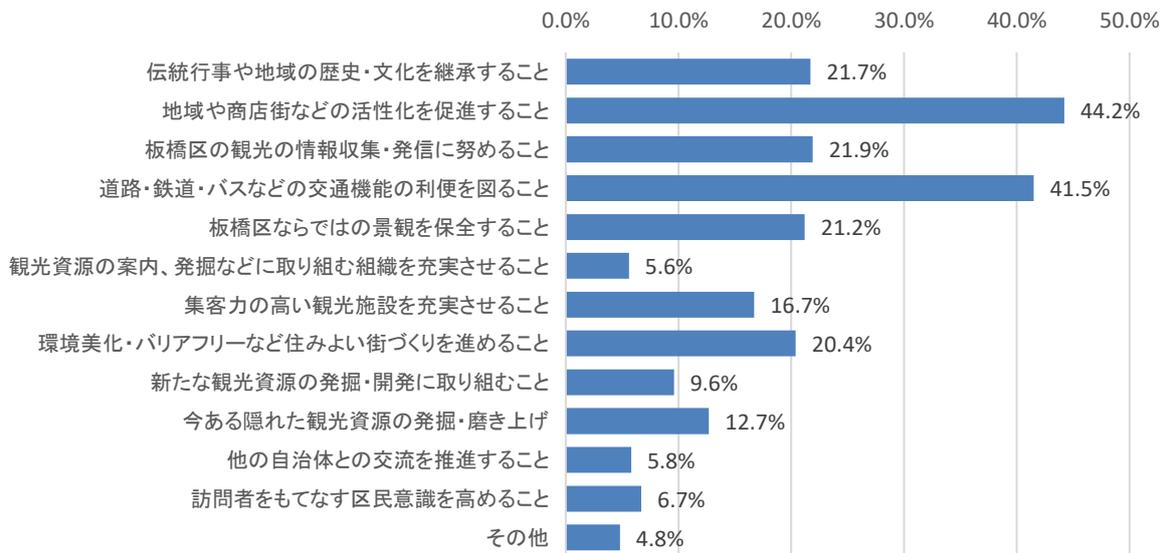
また、「まちづくり」の取り組みとして、今後の板橋区の魅力向上に期待されている「④武蔵野台地の崖線や赤塚の森、スポーツ等に親しめる荒川河川敷など緑豊かな自然」「⑫植村冒険館、国史跡陸軍板橋火薬製造所跡など歴史と文化・景観豊かな加賀エリア」「⑭板橋駅、大山などの街づくり開発」については、認知度と魅力度がともに低く、区民への発信を強化する必要があります。



Q11 板橋区の観光を振興する上で、何が必要とお考えですか。

「地域や商店街などの活性化を推進すること」が44.2%で最も高く、次いで「道路・鉄道・バスなどの交通機能の利便性を図ること」が41.5%となります。

「交通利便性」と「商店街のにぎわい」については、板橋区の魅力要素として評価が高く、一方で改善要素としても指摘されており、板橋区の地域特性を表す重要なテーマであることが分かります。



6-2 来訪経験者向けアンケート調査

(1) 調査概要

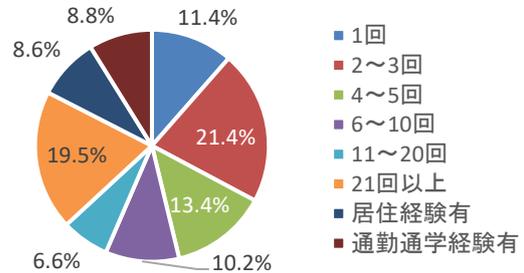
①目的	本ビジョンの施策の課題、方針、実施内容を検討するため、地域資源の認知度、魅力度、推奨度の区民と来訪経験者と相違点など、来訪者の評価を把握することを目的に、アンケート調査を実施しました。
②対象	インターネット調査会社のモニター登録のある東京都民（板橋区を除く）と、埼玉県民の20歳以上を対象にしました。
③調査方法	インターネット調査会社のモニターに対して、WEB上で設問を配付・回収する方法としました。
④サンプル数	1,040人
⑤サンプルの属性	<p>【性別】 男性:50%、女性:50%</p> <p>【年代】 20代:20.0%、30代:20.0%、40代:20.0%、50代:20.0%、60代以上:20.0%</p> <p>【未既婚】 未婚:44.1%、既婚:55.9%</p> <p>【子ども】 子ども有:54.4%、子ども無:45.6%</p>
⑥調査実施時期	2025年01月30日(木)～2025年02月01日(土)
⑦調査項目	<p>1) 来訪者の行動特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・板橋区への来訪回数 ・板橋区への来訪の主な目的 ・板橋区を訪問先に選んだ理由 ・板橋区を訪れる際に参考にした情報 ・板橋区を訪れた際の交通機関 ・板橋区に訪問する際の同行者 <p>2) 板橋区の魅力</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源の認知度、魅力度、推奨度 ・観光目的の来街者が増えることへの評価 ・板橋区滞在時に困ったこと、改善すべき点 ・板橋区への来訪者を増やす取組

(2) 調査結果

1) 来訪者の行動特性

Q1 これまでに板橋区に訪れた回数をお答えください。

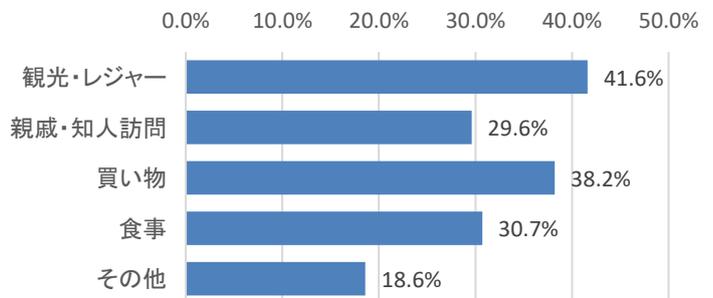
被験者の訪問回数は、偏りがないことが分かります。



Q2 これまでに板橋区に訪れた際の、主な目的をお答えください。

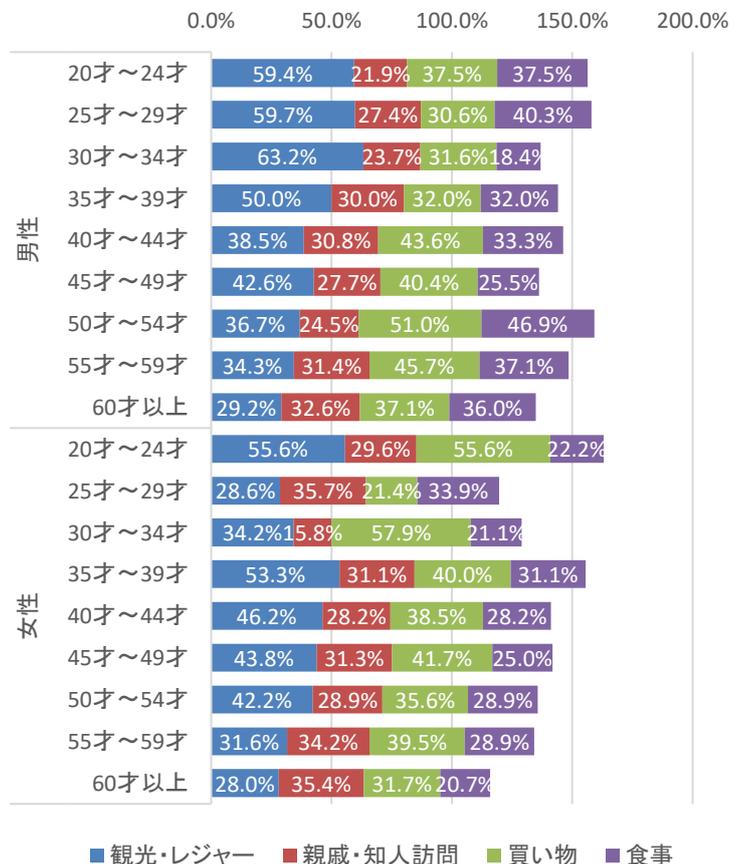
来訪目的は、「観光・レジャー」「買物」「食事」「親戚・知人訪問」の順で大きな偏りはありません。

「その他」では、「仕事」(5.4%)、「通院」(1.3%)、「スポーツ」(0.9%)などが挙げられています。



【性・年代別】

性別、年代別に見ると、「観光・レジャー」目的は、男女ともに年齢が若いほど高い傾向があります。

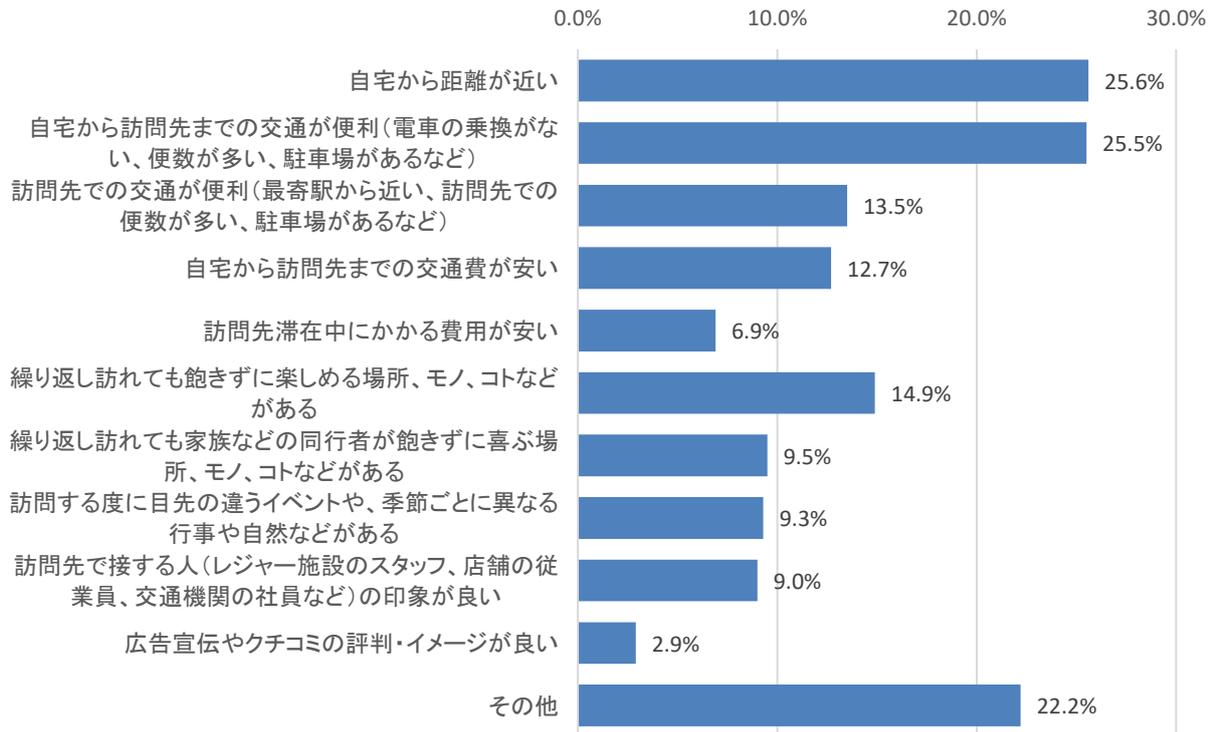


Q3 これまでに板橋区を訪問先に選んだ、主な理由をお答えください。

「自宅から距離が近い」が25.6%で最も高く、次いで「自宅から訪問先までの交通が便利」が25.5%と続いています。

「その他」では、「仕事」(4.6%)、「知人・親戚」(4.3%)、「通院」(1.2%)などが挙げられています。

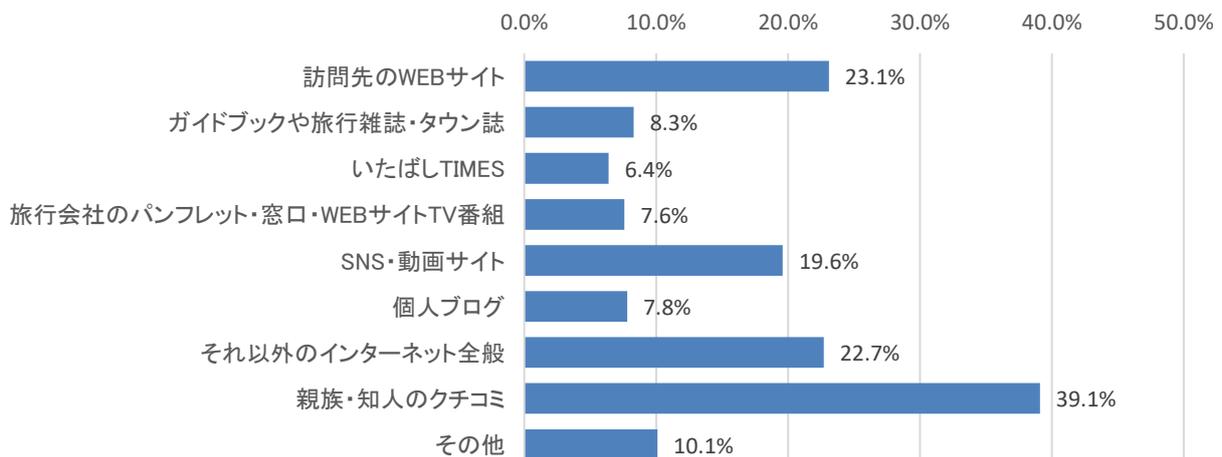
「繰り返し訪れても飽きずに楽しめる場所、モノ、コトなどがある」については、後述の自由回答を見ると、観光レジャーでは「公園」、買い物では「大山の商店街」、食事ではラーメンを代表する「町中華」が多く指摘されています。



Q4 板橋区に訪れる際に、主にどの様な情報を参考にしましたか。

「親族・知人のクチコミ」が39.1%で最も高く、次いで「訪問先のWebサイト」(23.1%)、「その他インターネット全般」(22.7%)、「SNS・動画サイト」(19.6%)と続いています。

SNSでの発信も大切ですが、知人に紹介したくなる体験を板橋で如何に提供するかという視点が重要と考えます。



【性・年代別】

性別・年代別に見ると、親戚・知人の口コミは性・年代に関わらず高くなっています。インターネット、SNS、Webサイトなど、デジタル媒体については、若年層の指摘が高くなります。「いたばしTIMES」は、男性若年層に利用されていることが分かります。

このように、性・年代別の情報媒体の利用状況を参考に、ニーズに対応した情報発信を行う必要があります。

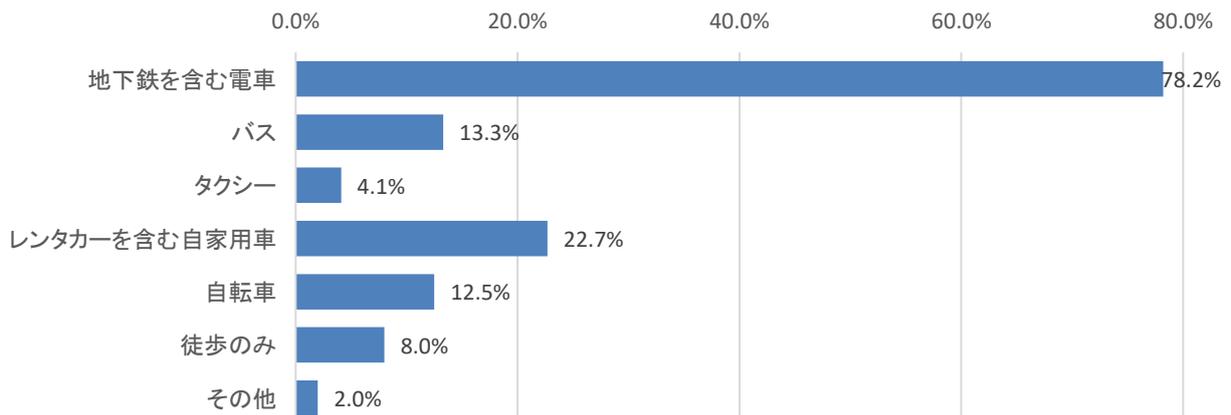
■：第一位 ■：第二位

		訪問先のWEBサイト	ガイドブックや旅行雑誌・タウン誌	いたばしTIMES	旅行会社のパンフレット・窓口・WEBサイト・番組	SNS (Facebook、インスタグラム、Xなど)・動画サイト	個人ブログ	それ以外のインターネット全般	親族・知人のクチコミ
男性	20才～24才	34.4%	6.3%	15.6%	12.5%	31.3%	12.5%	34.4%	40.6%
	25才～29才	30.6%	12.9%	16.1%	21.0%	27.4%	17.7%	22.6%	27.4%
	30才～34才	28.9%	15.8%	15.8%	15.8%	34.2%	7.9%	23.7%	28.9%
	35才～39才	26.0%	6.0%	6.0%	20.0%	20.0%	10.0%	24.0%	34.0%
	40才～44才	33.3%	7.7%	2.6%	5.1%	7.7%	2.6%	33.3%	35.9%
	45才～49才	25.5%	4.3%	12.8%	8.5%	27.7%	10.6%	29.8%	38.3%
	50才～54才	30.6%	6.1%	4.1%	4.1%	14.3%	8.2%	20.4%	44.9%
	55才～59才	20.0%	28.6%	2.9%	5.7%	2.9%	8.6%	28.6%	28.6%
	60才以上	18.0%	7.9%	3.4%	1.1%	7.9%	5.6%	23.6%	32.6%
女性	20才～24才	25.9%	3.7%	7.4%	7.4%	48.1%	14.8%	14.8%	40.7%
	25才～29才	10.7%	5.4%	5.4%	3.6%	33.9%	3.6%	12.5%	39.3%
	30才～34才	18.4%	7.9%	5.3%	7.9%	28.9%	7.9%	15.8%	36.8%
	35才～39才	26.7%	6.7%	8.9%	2.2%	20.0%	15.6%	26.7%	40.0%
	40才～44才	25.6%	7.7%	5.1%	7.7%	30.8%	12.8%	20.5%	46.2%
	45才～49才	14.6%	12.5%	6.3%	6.3%	14.6%	4.2%	14.6%	56.3%
	50才～54才	20.0%	6.7%	0.0%	2.2%	17.8%	4.4%	26.7%	48.9%
	55才～59才	21.1%	5.3%	0.0%	5.3%	10.5%	0.0%	18.4%	44.7%
	60才以上	18.3%	3.7%	2.4%	4.9%	4.9%	1.2%	22.0%	43.9%

Q5 これまで板橋区に訪れた際に、利用した交通機関を教えてください。

「地下鉄を含む電車」が78.2%で最も高く、「レンタカーを含む自家用車」は22.7%にとどまっています。

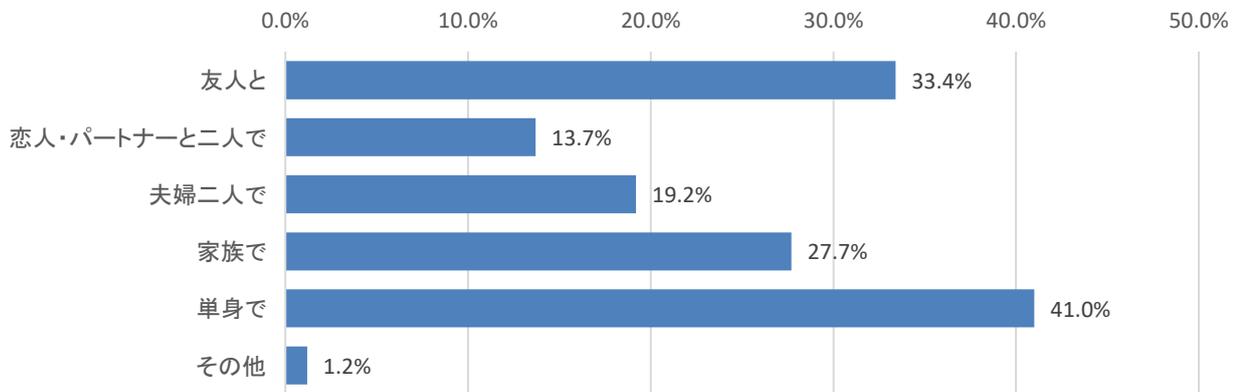
電車利用者が多いため、異なる沿線のエリアと結ぶ移動手段を確保し、区内移動の交通便利性を高める必要があります。



Q6 今後、板橋区に訪問する際に、どなたと一緒にいきたいですか。

「単身で」が 41.0%で最も高く、次いで「友人と」(33.4%)、「家族で」(27.7%)の順となります。

体験型コンテンツでは、ファミリーや少人数のグループが中心になりますが、「単身向け」コンテンツの需要は高いと考えられます。

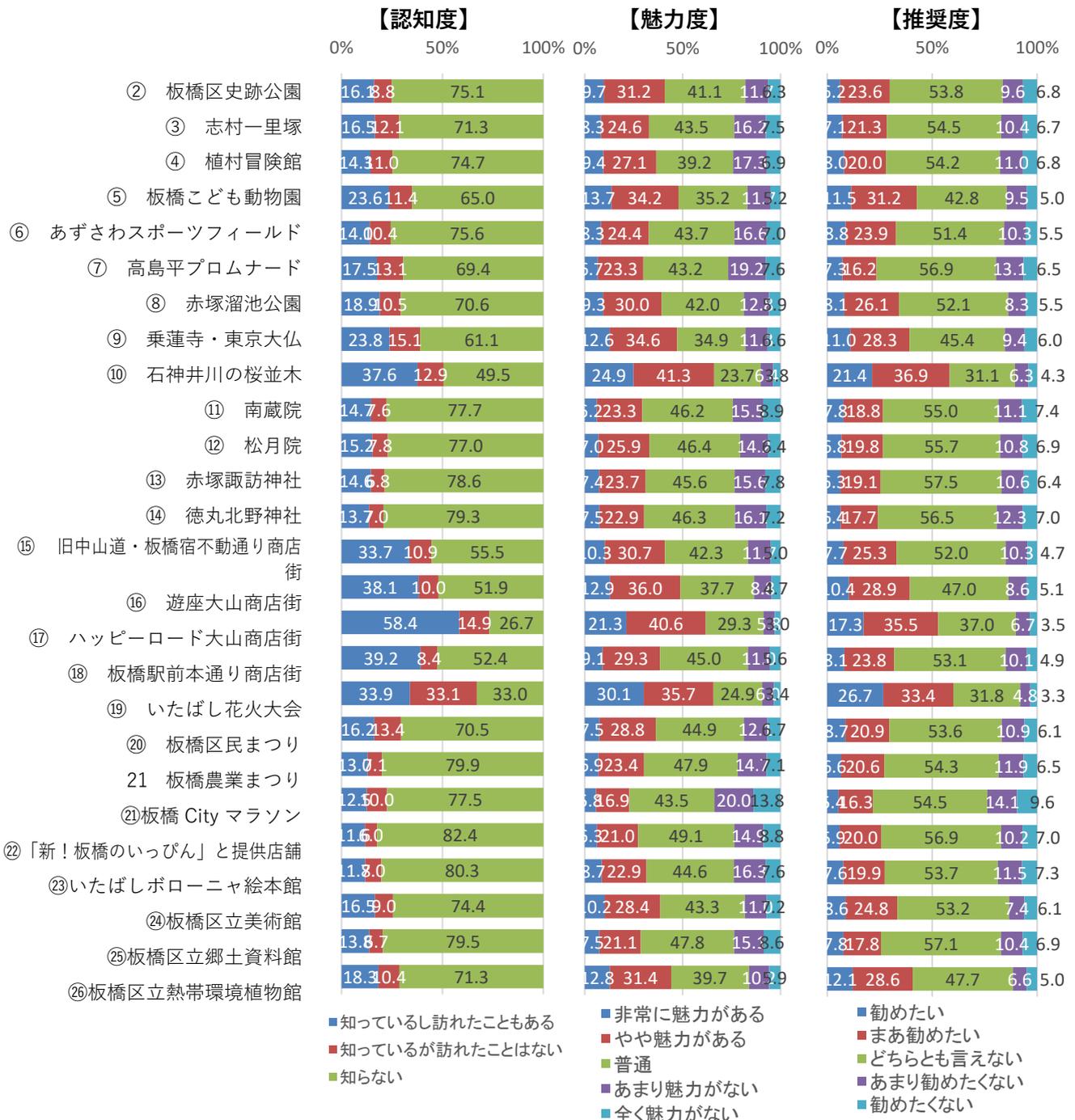


2) 板橋区の魅力

- Q7** 板橋区の地域資源について、知っている地域資源は何ですか。
- Q8** その資源はどのくらい魅力に感じますか。
- Q9** 友人などの他者にお勧めしたいですか。

認知度（「知らない」を除く）よりも魅力度（「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計）が15ポイント高い地域資源は「石神井川の桜並木」「板橋区史跡公園」「板橋区立熱帯環境植物館」です。

認知度（「知らない」を除く）よりも魅力度（「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計）が低い地域資源は、「高島平プロムナード」「旧中山道・板橋宿不動通り商店街」「Happyロード大山商店街」「板橋駅前本通り商店街」「いたばし花火大会」が挙げられます。



【認知度別の魅力度・推奨度】

認知度別に魅力度および推奨度を見ると、認知していると魅力度および推奨度が高まる
ことが分かります。「非常に魅力がある」の割合が30%以上の資源は⑤あずさわスポーツ
フィールド、⑨石神井川の桜並木、⑱いたばし花火大会、⑳板橋区立美術館、㉑板橋区立
熱帯環境植物館であり、⑤あずさわスポーツフィールドおよび㉒板橋区立美術館は、来訪
者の方が魅力を感じていることが分かります。

また、「勧めたい」の割合が30%以上の資源も「非常に魅力がある」と同様となります。

一方、「全く魅力がない」または「勧めたくない」の割合が15%以上の資源は、㉓板橋
City マラソンでしたが、認知度を高めれば魅力度と推奨度は高まると考えられます。

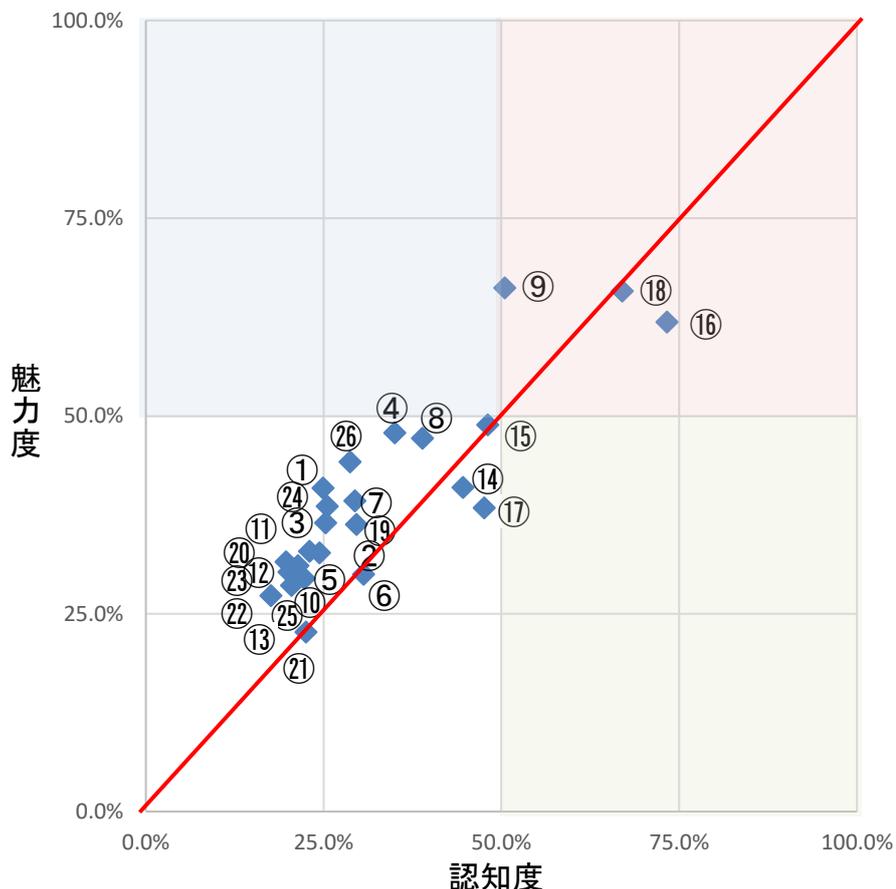
		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
①板橋区史跡公園	既知・来訪済	26.9%	37.7%	24.0%	7.2%	4.2%	20.4%	37.1%	29.9%	10.2%	2.4%
	既知・来訪無	17.4%	45.7%	30.4%	4.3%	2.2%	5.4%	47.8%	38.0%	6.5%	2.2%
	未知	5.1%	28.0%	46.0%	13.6%	7.3%	3.2%	17.8%	60.8%	9.9%	8.3%
②志村一里塚	既知・来訪済	27.3%	37.8%	25.6%	6.4%	2.9%	24.4%	34.3%	29.1%	7.6%	4.7%
	既知・来訪無	10.3%	44.4%	34.1%	6.3%	4.8%	10.3%	40.5%	40.5%	2.4%	6.3%
	未知	3.5%	18.2%	49.2%	20.1%	9.0%	2.6%	15.0%	62.8%	12.4%	7.3%
③植村冒険館	既知・来訪済	28.2%	38.9%	21.5%	10.7%	0.7%	25.5%	31.5%	25.5%	14.1%	3.4%
	既知・来訪無	22.8%	38.6%	31.6%	4.4%	2.6%	15.8%	36.0%	42.1%	4.4%	1.8%
	未知	3.9%	23.2%	43.8%	20.5%	8.8%	3.5%	15.4%	61.5%	11.3%	8.2%
④板橋こども動物園	既知・来訪済	29.4%	41.2%	20.8%	6.5%	2.0%	24.5%	42.4%	23.7%	6.9%	2.4%
	既知・来訪無	20.2%	48.7%	17.6%	9.2%	4.2%	18.5%	42.9%	29.4%	6.7%	2.5%
	未知	6.8%	29.1%	43.5%	14.1%	6.5%	5.6%	25.0%	52.1%	10.9%	6.4%
⑤あずさわスポーツフィールド	既知・来訪済	30.1%	32.2%	22.6%	9.6%	5.5%	30.1%	32.9%	26.7%	6.8%	3.4%
	既知・来訪無	10.2%	42.6%	35.2%	6.5%	5.6%	13.9%	40.7%	38.9%	5.6%	0.9%
	未知	3.9%	20.5%	48.7%	19.3%	7.5%	4.2%	20.0%	57.8%	11.6%	6.5%
⑥高島平プロムナード	既知・来訪済	24.7%	39.0%	25.3%	8.8%	2.2%	24.2%	29.1%	31.3%	11.0%	4.4%
	既知・来訪無	8.8%	29.4%	42.6%	16.9%	2.2%	11.0%	20.6%	56.6%	8.8%	2.9%
	未知	1.8%	18.1%	47.8%	22.3%	10.0%	2.4%	12.0%	63.4%	14.4%	7.8%
⑦赤塚溜池公園	既知・来訪済	26.9%	39.1%	24.4%	8.1%	1.5%	23.4%	36.0%	34.5%	4.1%	2.0%
	既知・来訪無	11.9%	34.9%	35.8%	13.8%	3.7%	11.0%	34.9%	42.2%	8.3%	3.7%
	未知	4.2%	26.8%	47.7%	13.9%	7.4%	3.5%	22.1%	58.3%	9.4%	6.7%
⑧乗蓮寺・東京大仏	既知・来訪済	28.6%	36.7%	22.2%	7.7%	4.8%	26.2%	40.3%	24.6%	6.0%	2.8%
	既知・来訪無	14.6%	42.7%	33.8%	7.0%	1.9%	11.5%	45.2%	36.9%	4.5%	1.9%
	未知	5.8%	31.8%	40.2%	13.7%	8.5%	4.9%	19.4%	55.6%	12.0%	8.2%
⑨石神井川の桜並木	既知・来訪済	34.3%	41.7%	15.9%	5.9%	2.3%	32.7%	40.9%	17.1%	6.6%	2.6%
	既知・来訪無	30.6%	45.5%	20.1%	3.0%	0.7%	29.9%	38.1%	26.9%	3.7%	1.5%
	未知	16.3%	39.8%	30.5%	7.8%	5.6%	10.7%	33.6%	42.7%	6.6%	6.4%
⑩南蔵院	既知・来訪済	20.3%	47.7%	20.3%	6.5%	5.2%	26.1%	35.3%	27.5%	7.2%	3.9%
	既知・来訪無	11.4%	35.4%	35.4%	8.9%	8.9%	13.9%	32.9%	34.2%	12.7%	6.3%
	未知	3.0%	17.5%	52.1%	17.8%	9.7%	3.7%	14.2%	62.3%	11.6%	8.2%

		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
⑪松月院	既知・来訪済	22.8%	37.3%	23.4%	14.6%	1.9%	20.9%	35.4%	29.1%	8.9%	5.7%
	既知・来訪無	14.8%	48.1%	28.4%	4.9%	3.7%	12.3%	38.3%	39.5%	4.9%	4.9%
	未知	3.1%	21.3%	52.8%	15.1%	7.6%	3.5%	14.9%	62.5%	11.7%	7.4%
⑫赤塚諏訪神社	既知・来訪済	28.3%	41.4%	17.8%	7.9%	4.6%	19.7%	39.5%	25.7%	11.2%	3.9%
	既知・来訪無	8.5%	46.5%	32.4%	8.5%	4.2%	15.5%	26.8%	46.5%	8.5%	2.8%
	未知	3.4%	18.4%	51.9%	17.6%	8.7%	3.1%	14.7%	64.4%	10.6%	7.2%
⑬徳丸北野神社	既知・来訪済	26.1%	34.5%	20.4%	13.4%	5.6%	25.4%	26.8%	29.6%	10.6%	7.7%
	既知・来訪無	15.1%	42.5%	23.3%	12.3%	6.8%	13.7%	37.0%	34.2%	8.2%	6.8%
	未知	3.6%	19.2%	52.8%	16.8%	7.5%	2.5%	14.4%	63.2%	13.0%	6.9%
⑭旧中山道・板橋宿 不動通り商店街	既知・来訪済	17.4%	39.1%	31.7%	9.1%	2.6%	12.9%	34.3%	39.1%	10.0%	3.7%
	既知・来訪無	9.7%	42.5%	38.9%	6.2%	2.7%	8.0%	33.6%	47.8%	8.0%	2.7%
	未知	6.1%	23.2%	49.4%	14.4%	6.9%	4.5%	18.2%	60.7%	10.9%	5.7%
⑮遊座大山商店街	既知・来訪済	22.0%	45.2%	24.5%	5.6%	2.8%	18.4%	38.1%	34.3%	5.8%	3.3%
	既知・来訪無	12.5%	40.4%	35.6%	10.6%	1.0%	12.5%	33.7%	42.3%	9.6%	1.9%
	未知	6.3%	28.3%	47.8%	10.7%	6.9%	4.1%	21.3%	57.2%	10.4%	7.0%
⑯ハッピーロード大 山商店街	既知・来訪済	29.8%	42.7%	21.9%	3.6%	2.0%	23.9%	41.5%	27.2%	4.8%	2.6%
	既知・来訪無	14.2%	41.3%	32.9%	10.3%	1.3%	12.3%	29.7%	45.2%	9.7%	3.2%
	未知	6.8%	35.6%	43.5%	7.9%	6.1%	5.8%	25.5%	54.0%	9.4%	5.4%
⑰板橋駅前本通り商 店街	既知・来訪済	17.9%	35.3%	35.8%	8.8%	2.2%	15.4%	33.1%	40.2%	8.6%	2.7%
	既知・来訪無	5.7%	39.1%	42.5%	8.0%	4.6%	6.9%	26.4%	50.6%	12.6%	3.4%
	未知	3.1%	23.3%	52.3%	13.0%	8.3%	2.8%	16.5%	63.1%	10.8%	6.8%
⑱いたばし花火大会	既知・来訪済	46.2%	31.7%	15.3%	4.8%	2.0%	42.5%	33.4%	18.1%	2.8%	3.1%
	既知・来訪無	28.8%	43.9%	22.7%	4.1%	0.6%	23.3%	40.1%	31.4%	3.8%	1.5%
	未知	14.9%	31.5%	37.0%	9.0%	7.6%	14.0%	26.5%	46.4%	7.9%	5.2%
⑲板橋区民まつり	既知・来訪済	20.2%	42.9%	23.8%	9.5%	3.6%	22.6%	32.7%	28.6%	10.7%	5.4%
	既知・来訪無	10.1%	43.2%	39.6%	4.3%	2.9%	15.1%	32.4%	44.6%	7.9%	0.0%
	未知	4.1%	22.8%	50.8%	14.2%	8.2%	4.2%	16.0%	61.0%	11.5%	7.4%
⑳板橋農業まつり	既知・来訪済	28.1%	31.9%	22.2%	13.3%	4.4%	23.0%	29.6%	30.4%	9.6%	7.4%
	既知・来訪無	12.2%	33.8%	48.6%	2.7%	2.7%	17.6%	32.4%	40.5%	9.5%	0.0%
	未知	3.0%	21.1%	52.0%	16.0%	7.9%	3.0%	18.1%	59.4%	12.5%	7.0%
㉑板橋 City マラソ ン	既知・来訪済	23.1%	35.4%	23.1%	10.8%	7.7%	20.8%	33.8%	21.5%	16.9%	6.9%
	既知・来訪無	13.5%	29.8%	40.4%	12.5%	3.8%	9.6%	29.8%	46.2%	7.7%	6.7%
	未知	2.0%	12.3%	47.1%	22.5%	16.1%	2.4%	11.8%	60.9%	14.5%	10.4%
㉒「新!板橋のいっ ぴん」と提供店舗	既知・来訪済	24.8%	33.9%	25.6%	10.7%	5.0%	19.8%	39.7%	25.6%	9.9%	5.0%
	既知・来訪無	12.9%	40.3%	38.7%	8.1%	0.0%	11.3%	43.5%	37.1%	8.1%	0.0%
	未知	3.2%	17.7%	53.2%	16.0%	9.9%	3.5%	15.5%	62.8%	10.4%	7.8%
㉓いたばしポーニ ャ絵本館	既知・来訪済	26.2%	36.1%	18.9%	13.1%	5.7%	24.6%	32.8%	21.3%	13.9%	7.4%
	既知・来訪無	25.3%	50.6%	16.9%	6.0%	1.2%	16.9%	41.0%	37.3%	3.6%	1.2%
	未知	4.4%	18.2%	51.1%	17.7%	8.5%	4.2%	15.9%	60.0%	12.0%	7.9%
㉔板橋区立美術館	既知・来訪済	33.7%	39.5%	16.9%	5.2%	4.7%	30.8%	33.6%	21.0%	12.6%	2.1%
	既知・来訪無	18.1%	40.4%	38.3%	3.2%	0.0%	15.7%	37.1%	38.6%	8.6%	0.0%
	未知	4.0%	24.4%	49.7%	13.2%	8.7%	2.8%	17.5%	53.2%	16.1%	10.4%
㉕板橋区立郷土資料 館	既知・来訪済	27.3%	35.7%	26.6%	8.4%	2.1%	27.3%	35.7%	26.6%	8.4%	2.1%
	既知・来訪無	21.4%	34.3%	38.6%	5.7%	0.0%	21.4%	34.3%	38.6%	5.7%	0.0%
	未知	3.3%	13.3%	64.0%	11.1%	8.3%	3.3%	13.3%	64.0%	11.1%	8.3%
㉖板橋区立熱帯環境 植物館	既知・来訪済	34.2%	45.3%	13.2%	3.7%	3.7%	31.1%	43.7%	18.4%	4.2%	2.6%
	既知・来訪無	24.1%	46.3%	21.3%	5.6%	2.8%	25.0%	37.0%	32.4%	3.7%	1.9%
	未知	5.7%	25.7%	49.2%	12.5%	6.9%	5.4%	23.5%	57.4%	7.7%	6.1%

【認知度と魅力度】

認知度と魅力度を下図のように整理すると、いずれも高い《赤エリア》に位置する「⑨石神井川の桜並木」、「⑩ハッピーロード大山商店街」、および「⑩いたばし花火大会」は、既に高い集客力を有する取組と評価できます。

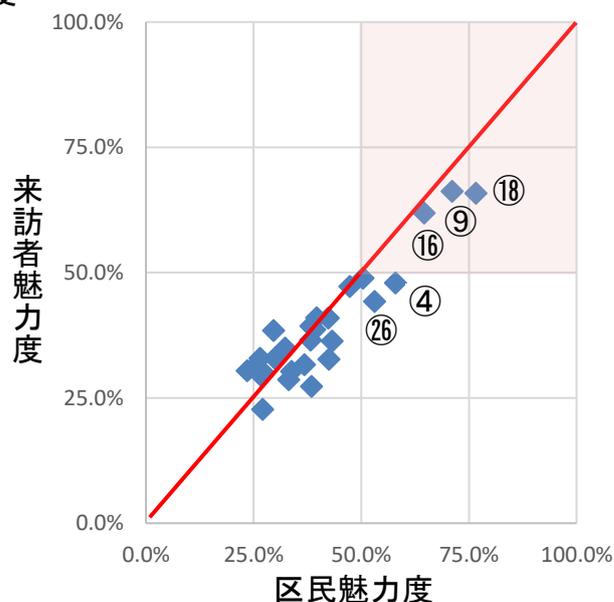
また、認知度・魅力度のいずれも低い《白エリア》の地域資源については、魅力向上と併せて積極的な情報発信を行う必要があります。



【区民、来訪者の魅力度の比較】

地域資源の魅力度を区民と来訪者で比較すると、区民から高い評価を得ている「⑩いたばし花火大会」、「⑨石神井川の桜並木」、「⑩ハッピーロード大山商店街」、「④板橋こども動物園」、「⑥板橋区立熱帯環境植物館」では、来訪者からの評価が区民よりも低いことが分かります。

これらの地域資源は、単独での誘致力は弱いものの、他の地域資源や食事、買い物などと組み合わせることで、全体としての魅力を高める可能性があると考えられます。



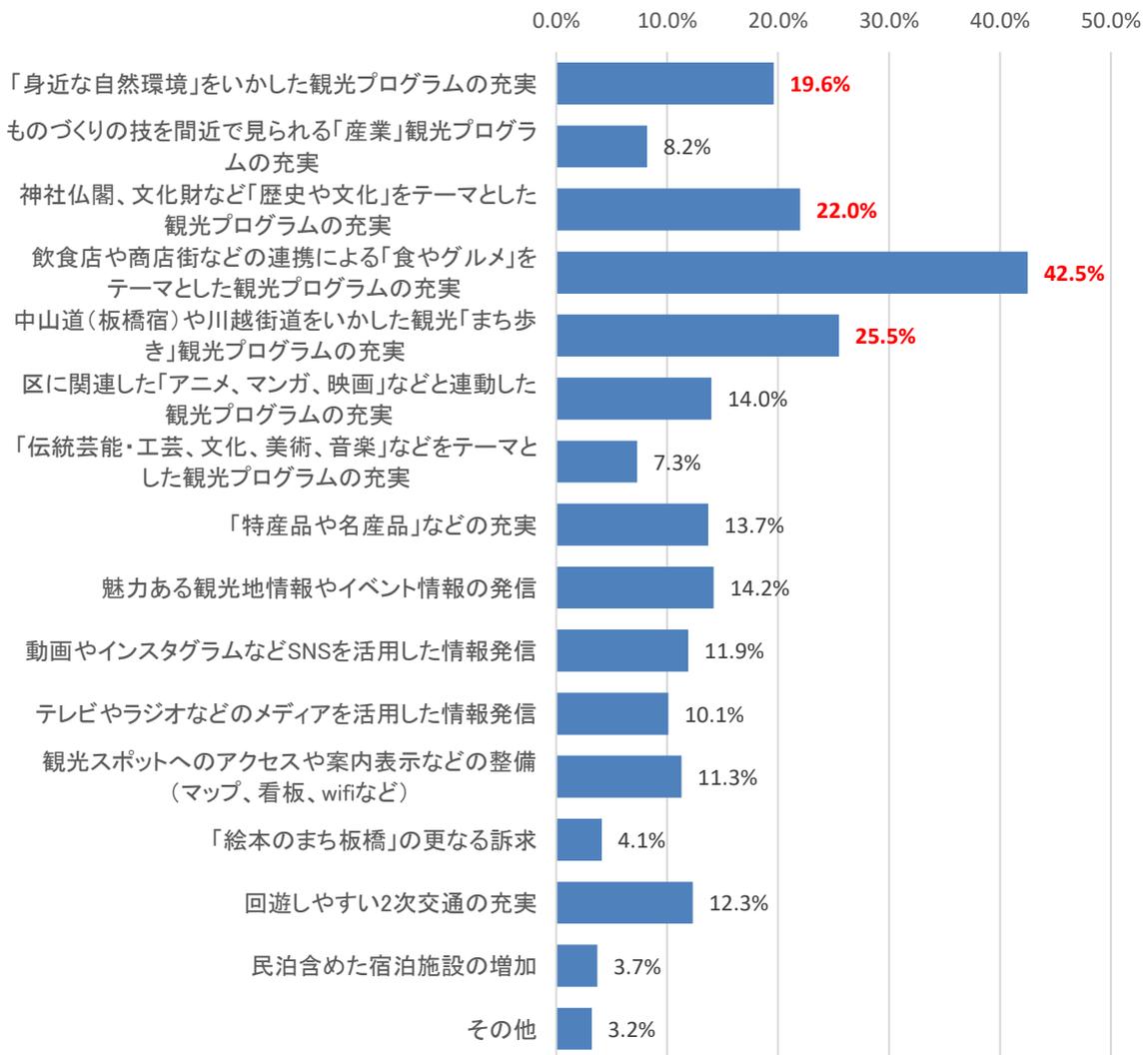
Q10

板橋区に訪れたときに、何か困ったこと、不便だったこと等、板橋区の観光振興、あるいはまちづくりにおける改善すべき課題について自由にご記入ください。

分類	回答
特になし・困ったことなし (428人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「特になし」 372人 ・「なし」 56人
交通の不便さ (103人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「交通の便が悪い」 28人 ・「駅が少ない・遠い」 15人 ・「電車の乗り換えが不便」 14人 ・「バスの本数が少ない」 12人 ・「道が狭い」 18人 ・「渋滞が多い」 10人 ・「駐車場が少ない」 6人
観光・PR不足 (47人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「PR不足」 19人 ・「観光地として微妙」 12人 ・「観光名所の案内が少ない」 7人 ・「見どころが少ない」 9人
商店街・施設に関する不満 (38人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「商店街の活気がない」 17人 ・「商業施設・レジャー施設が少ない」 9人 ・「飲食店が少ない」 6人 ・「個性的な店が減った」 6人
道・環境整備の課題 (36人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「歩道が狭い・整備不足」 15人 ・「ゴミが多い・汚い」 10人 ・「街路樹や緑地の管理不足」 6人 ・「公衆トイレが少ない」 5人
治安に関する指摘 (24人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「治安が悪い」 15人 ・「ガラが悪い・ヤンキーが多い」 9人
坂が多い・地形が不便 (16人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「坂道が多い」 12人 ・「道が複雑で迷いやすい」 4人
高島平の課題 (14人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「高島平団地が古い」 7人 ・「高島平が寂れている」 7人
公共施設の充実 (13人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「休憩スペース・ベンチが少ない」 6人 ・「体育館やスポーツ施設の料金が安い」 4人 ・「子連れで入れる店が少ない」 3人
その他 (11人)	<ul style="list-style-type: none"> ・「地域の意識向上が必要」 5人 ・「ポイ捨てが多い」 3人 ・「治安改善の広報が必要」 3人

Q11 板橋区への訪問者を増やすには、どの様な取組が有効とお考えですか。

「飲食店や商店街などの連携による『食やグルメ』をテーマとした観光プログラムの充実」が42.5%で最も高く、次いで「中山道や川越街道を活かした観光『まち歩き』観光プログラムの充実」(25.5%)、「神社仏閣、文化財など『歴史や文化』をテーマとした観光プログラムの充実」(22.0%)の順となります。



板橋区観光振興ビジョン 2035

編集 板橋区産業経済部くらしと観光課

〒173-0004 板橋区板橋二丁目 65 番 6 号情報処理センター6 階

電話 03-3579-2251 FAX 03-3579-7616

kb-kankou@city.itabashi.tokyo.jp

令和 年 月 発行

刊行物番号