

中野区グローバル都市戦略の取り組みについて

平成28年5月に策定した中野区グローバル都市戦略に基づく取り組みについて報告する。

1. 中野区グローバル戦略推進協議会について

（1）中野区グローバル戦略推進協議会における協議について

先般開催された中野区グローバル戦略推進協議会幹事会（以下、「幹事会」という。）では、訪日外国人旅行者（インバウンド）の獲得に向けた事業コンソーシアムの組成についての検討をとりまとめた、ワーキンググループ最終報告（別紙参照）をもとに協議を行った。

最終報告において、中野のまちの集客力と発信力の強化に向け、企業・団体などで構成する新たな推進組織を設立し、国内外に対してまちの魅力を発信し、誘客とともに企業やMICEの誘致につなげていく「シティセールス」、観光により消費を喚起する「観光プロモーション」、まちの価値を高めていく「エリアマネジメント」、情報の収集・発信を行う「情報プラットフォーム」を事業として展開していくことが提案された。

幹事会では、最終報告で示された方向性を了承し、具体的な取り組みへと進めていくことが合意された。こうしたことから、今後は協議から実行の段階へと移行し、中野区グローバル戦略推進協議会は発展的解消することが確認された。

（2）新たな推進組織について

中野区グローバル戦略推進協議会では幹事会における協議を踏まえ、シティセールス事業や情報プラットフォーム事業、観光・地域マネジメント事業を行う公益目的の新たな推進組織を、平成29年5月頃を目途に一般社団法人として設立する準備を進めている。

区は、当該一般社団法人の会員として参画するほか、事業協力に関する協定を締結し、事業を行う上で必要となる環境整備・調整などの支援を行っていく。

【検討中の組織概要】

1. 名称

(仮称) 一般社団法人中野シティマネジメント

2. 事務所

中野区産業振興センター内

3. 目的

中野区におけるまちの集客力や発信力の強化に向けた取り組みを行うことにより、都市の魅力や付加価値の向上を図り、もって持続可能なグローバル都市形成に寄与することを目的とする。

4. 事業

(1) シティセールス事業

認知度を高めて集客力を強化するため、シティセールス活動を行う。

<展開例> MICE誘致・支援、展示会出展、イベント開催など

(2) 情報プラットフォーム事業

ICTによる発信力を強化するため、地域観光情報プラットフォームの整備及び運営を行う。

<展開例> デジタルサイネージ・アプリ整備、広告事業など

(3) 観光・地域マネジメント事業

都市観光振興や地域活性化に資する事業を行う。

<展開例> 観光指標調査、公共空間利活用、区受託事業など

5. 機関

社員総会、理事会、監事、事務局

6. 会員構成

正会員、賛助会員、特別会員

7. 活動財源

会員からの会費収入、事業収入、協賛金等

2. 地域観光情報プラットフォームの整備、運営について

(1) 目的

新たな推進組織では、中野の地域や観光に関する情報を収集し、主に国内外からの来街者を対象にウェブサイトやデジタルサイネージ、アプリなどによって発信する、地域観光情報プラットフォームの整備、運営を行う。

誘客につながるようウェブサイトにより情報を発信するとともに、来街時にはデジタルサイネージやアプリによって、よりタイムリーな情報を発信することで、中野における都市観光推進や地域活性化を図っていく。

(2) 配信を想定しているコンテンツ

デジタルサイネージやアプリによる配信を想定しているコンテンツ（例示）は次のとおりである。今後、コンテンツの内容や多言語対応、収集・制作方法、料金設定などを整理し、運用に向けた準備を進めていく。

- ・地域イベント情報
- ・観光案内、地図案内
- ・まち紹介動画
- ・ニュース、気象、交通情報
- ・セールスやクーポンなどのお得情報
- ・絵画、映像、演劇などのアート作品
- ・民間広告
- ・行政機関からのお知らせ
- ・災害情報や避難誘導などの災害支援情報

(3) 整備について

地域観光情報プラットフォームは、基幹システムのほか、ウェブサイト、デジタルサイネージ、アプリなどで構成される包括的なシステムであり、区からの補助金を活用して整備を図るものとする。

区は、地域観光情報プラットフォーム整備補助を創設し、特定財源を確保しながら整備促進を図っていく。また、デジタルサイネージの設置に係る調整支援などを行う。

(4) 運営について

運営にあたっては、コンテンツ制作費、電気・通信料金、保守管理費などの経費がかかるため、情報配信に対する対価や公共・民間広告料などの収入を得て、運営費に充当するものとする。

区は、広告配信に係る調整支援や災害時の利活用方法について検討していく。

インバウンドの獲得に向けた 事業コンソーシアムの組成について

ワーキンググループ 最終報告

平成29年2月10日

目 次

1. ワーキンググループの設置・目的	1
2. 検討の範囲	2
3. インバウンド観光の現状と課題	3
4. コンテンツから見た中野の現状と課題	4
5. 集客力と発信力の強化	5
6. 戦略的に取り組むシティセールス	6
7. ヒト・モノ・カネ・情報を動かす仕組みの構築	7
8. (仮称)中野シティマネジメント連携協議会	8
9. 事業展開	9
10. KPIの設定	10
11. 事業化ロードマップ	11
12. ワーキンググループ委員及び開催日程	12

1. ワーキンググループの設置・目的

- 第1回幹事会においてワーキンググループ(WG)の設置が承認され、準備を経て10月～1月に8回開催。
- 訪日外国人旅行客(インバウンド)の獲得に向けた中野における都市観光コンテンツの拡充や広域連携、ICTを活用した情報収集・発信力の強化などの取り組み方策を検討。

グローバル都市NAKANOの創造 戦略ロードマップ

2016年～(フェーズ1)

2020年～(フェーズ2)

2025年～(フェーズ3)

2040年～

事業
コン
ソーシ
アム
の
組成

広告収入等によるデジタルサイネージの運用
MICEの展開を視野に入れたイベントの企画運営
エリアマネジメントを視野に入れた公共空間活用

都市
観光
連携
体制
の
構築

Nakano Free Wi-Fi拡大
公共空間や店舗等の案内表示多言語化
フィルムコミッション推進

中央線沿線都市圏文化・産業連携 パートナーシップ都市連携

インバウンド来街者の獲得

東京オリンピック・パラリンピックの
開催

飲食
ビジネス

コン
テン
ツ
ビ
ジ
ネ
ス

多彩な魅力を持つ
発信力のある
活動拠点へ

MICE
ビ
ジ
ネ
ス

ス
ポ
ー
ツ
ビ
ジ
ネ
ス

中野駅周辺都市再生プロジェクトによる
グローバル都市活動拠点の形成



成長し続けていくグローバル
都市NAKANO

2. 検討の範囲

◆目標とする時期

- 東京オリンピック・パラリンピックの開催を視野に2020年を目標とした取り組みを検討。
- 2020年以降のMICE誘致に関する取り組みを検討。

◆ターゲット

- 国籍を問わず訪日外国人旅行者(インバウンド)の中野への誘客を中心に検討。

◆事業の展開

- 主に都市観光・コンテンツ産業に関する事業創出や情報発信力の強化など、中野の特性を踏まえた市場づくり(マーケティング)の取り組みを検討。

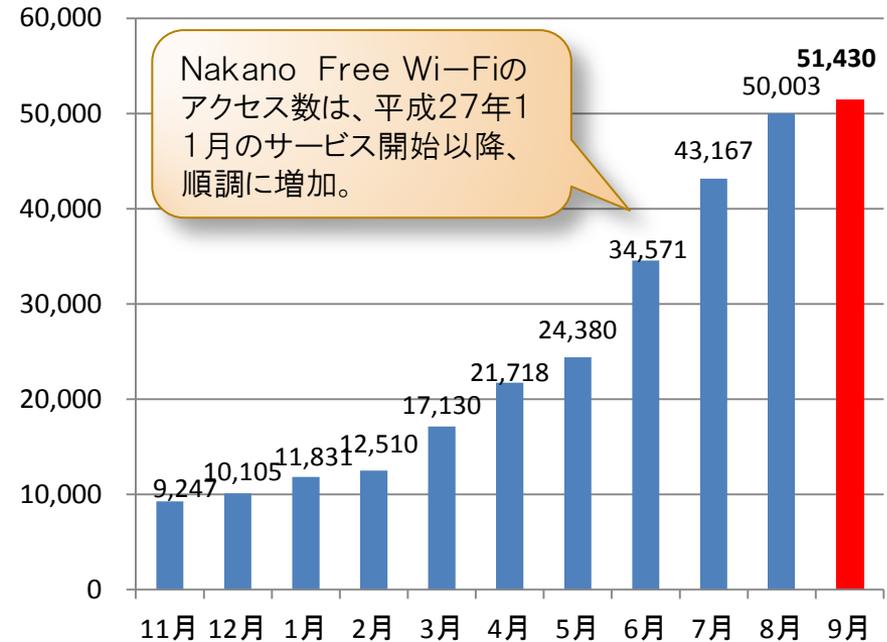
◆コンソーシアムの組成

- 事業実施にあたって、協力・提携・連携による展開を可能とするコンソーシアムの組成を検討。

3. インバウンド観光の現状と課題

- 年間のインバウンド数は**2000万人**を超え、今後も2020年に向けて増加していく見通し。
- 中野をメインの観光目的地として来日するインバウンドは少ないと見られるが、インバウンドの**中野ブロードウェイの来館**、中野サンプラザの宿泊は増加傾向。
- Nakano Free Wi-Fiのアクセスデータだけでは実態はわからず、さらなる**ビッグデータ分析**が必要。
- インバウンドの獲得には、観光コンテンツの発掘・開発に加え、旅行前・旅行中の情報提供やSNSなどの口コミ情報が有効とされ、一連の**マーケティング活動**を不可欠。

Nakano Free Wi-Fi アクセス数



多言語認証アクセス数

多言語認証アクセス数は、月次の変動はあるものの、大きく増えることなく推移。

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	平均
英語	466	494	446	282	686	913	803	648	923	754	712	648
ハングル	40	49	35	47	64	79	31	42	55	45	30	47
中国語(簡)	23	29	37	42	49	116	21	25	49	42	43	43
中国語(繁)	33	11	45	26	36	31	41	48	24	30	22	32
全体のアクセス数のうち多言語利用が占める割合	5.6%	4.9%	4.5%	2.3%	3.8%	4.7%	2.6%	1.8%	2.1%	1.7%	1.6%	3.4%
合計	562	583	563	397	835	1139	896	763	1051	871	807	770

4. コンテンツから見た中野の現状と課題

コンテンツの現状

- ❑ いわゆる「観光地」とは認知されないが、サブカルやコンサートなど目的を持った来街者が多い。
- ❑ 歴史・文化や街並み、地域交流など既存のコンテンツで、誘客できる可能性もある。
- ❑ まちづくりの進展により、大規模な集客イベントが実施できるようになってきている。

コンテンツの課題

- ❑ 各々のコンテンツに**物語性**を持たせ、魅力ある**商品**として発信していくことが必要。
- ❑ 観光やイベントなどの**情報を一元的に管理**し、効果的に発信していく仕組みが必要。
- ❑ まちの受け入れ体制整備とともに、MICEなどの**誘致力の強化**が必要。

中野における観光商品化の素材(例)

(第6回WGにおけるワークショップ内容より抜粋)

- ・自然の景観
⇒桜の名所(妙正寺川、中野通り、神田川 等)
- ・歴史・伝統芸能
⇒歴史・伝統芸能スポット(お犬屋敷、梅若能楽堂、中野長者伝説 等)
- ・日本の暮らし
⇒商店街・まち歩き、季節の催し(梅照院の豆まき 等)
- ・駅周辺に広がるマニアックな店舗
⇒サブカル(アニメ、特撮 等)、個性的なコンセプトの飲食店
- ・中野にゆかりのある人々
⇒文化人、落語家、若手芸人、タレント 等
- ・イベント
⇒野外コンテンツ(ランニングフェスタ、NUNOジャズ、盆踊り 等)
⇒屋内コンテンツ(棟方志功特別展、歴史民俗資料館 等)
- ・まちづくり
⇒中野駅周辺都市開発、西武新宿線連続立体交差化
- ・産業
⇒アニメ制作会社、食品加工業、賃貸業(民泊) 等

集客力・発信力強化 の必要性

ヒト(プレイヤー)
モノ(コンテンツ)
カネ(マネタイズ)
情報(プラットフォーム)
を動かす仕組みの構築

5. 集客力と発信力の強化

■海外からも認知され「行きたい、住みたい、働きたい」グローバル都市NAKANOの形成に向け、産学公金連携によって集客力と発信力の強化を包括的に取り組む**シティマネジメント**を展開していくことが必要。

■**情報プラットフォーム**を基盤として、中野駅周辺をはじめとする**エリアマネジメント**の推進や**観光プロモーション**とともに、まちの魅力やコンテンツ・ストックを国内外に発信し、集客につなげていく**シティセールス**の取り組みが不可欠。

集客力と発信力を 強化する三位一体

シティマネジメントの 展開

まちの魅力の発信
来街や誘客の促進
MICE、スポーツ誘致
グローバル企業誘致
フィルムコミッション

情報の収集・分析
多様な発信メディア
ICT・IoTの活用
企画・マーケティング

シティ
セールス

観光プロ
モーション

エリア
マネジメント

消費喚起の仕掛け
まちの回遊促進
キャンペーン展開
物語性商品開発
都市観光人材育成

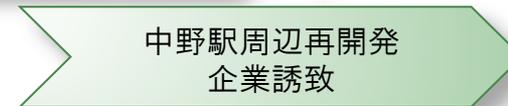
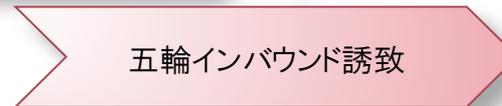
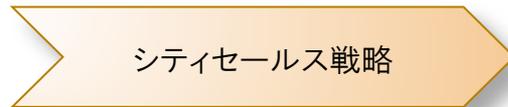
都市開発連携
受入れ環境整備
安全・安心の確保
公共空間利活用

情報プラットフォーム

6. 戦略的に取り組むシティセールス

年度	2017	2018	2019	2020	2021～	2025～
スポーツイベント		冬季五輪	ラグビーWC プレ五輪	東京オリンピック パラリンピック	ワールドマスターズゲーム	
新体育館整備	実施設計		建設工事			
新区役所整備				実施設計	建設工事	
まちづくり	中野駅周辺まちづくり					
	西武新宿線沿線まちづくり					

<シティセールス展開例>



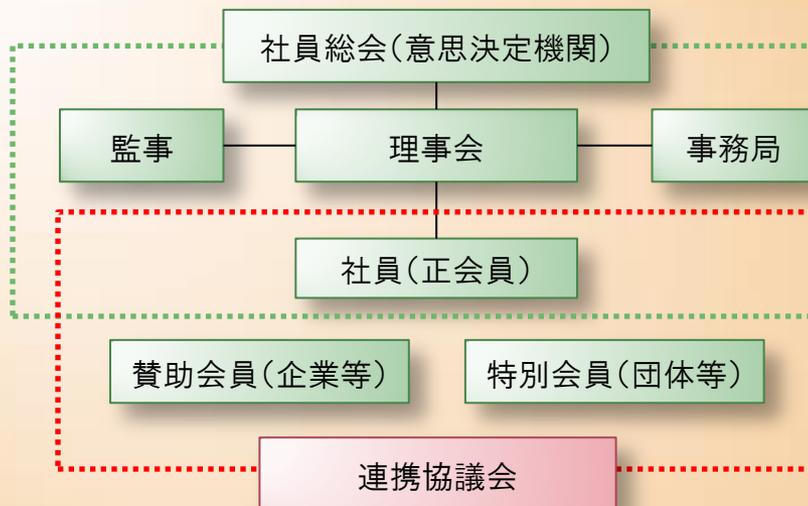
**社会情勢や
都市再生に応じた
シティセールスを展開。**

**中野の将来像を見据え、
都市ブランドを
戦略的に再構築。**

7. ヒト・モノ・カネ・情報を動かす仕組みの構築

- インバウンドの獲得のみならず、中野が将来にわたって「稼ぐ力」を備えていくため、グローバルな視野でまちの**集客力**と**発信力**の強化を目的とする推進組織を設立。**都市ブランド・観光・地域**に係るヒト・モノ・カネ・情報をマネジメント。
- 中野の魅力発信や様々な誘致を行う**シティセールス**を軸として、情報プラットフォームの整備や観光地域まちづくりなど、地域連携や広域連携といったネットワークを広げながら事業を展開。

(仮称)中野シティマネジメント(法人組織)



信用力や公益性とともに機動力を確保するため、法人組織として会員を募り実行体制を確立。

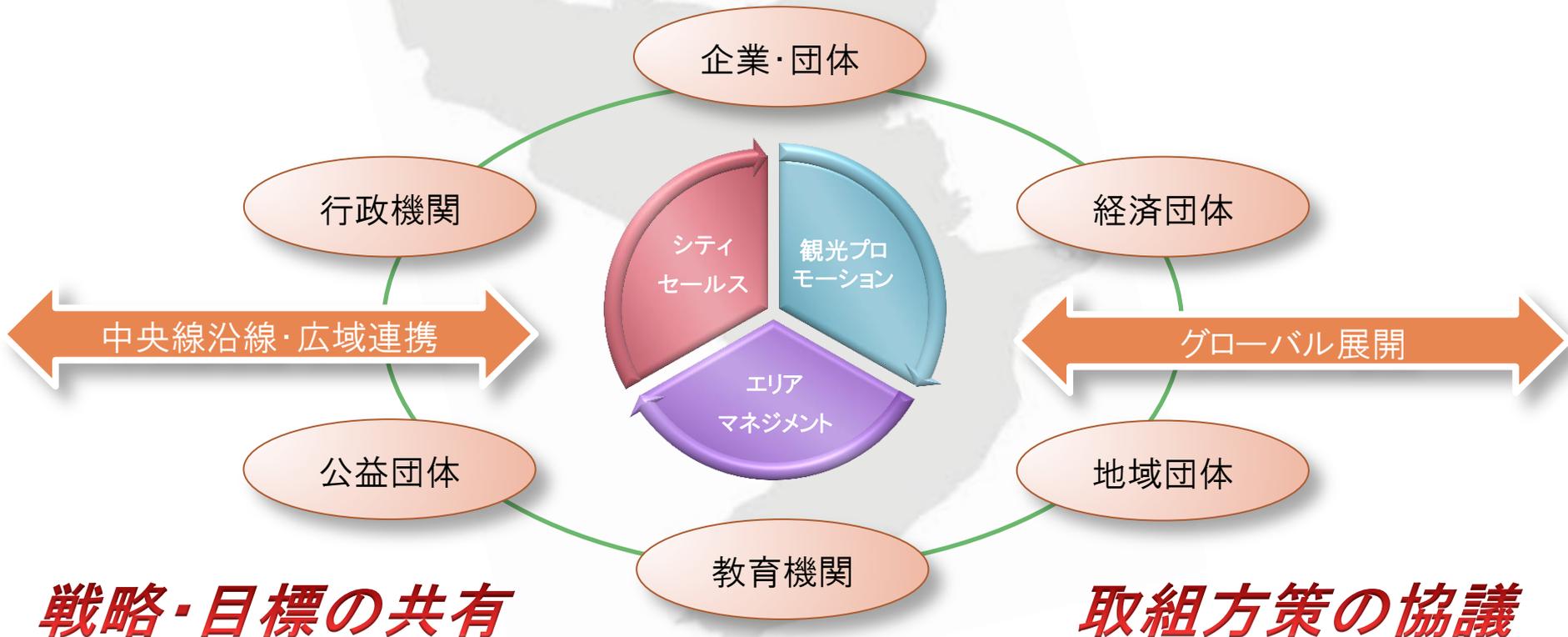
相乗効果を生み出すため、会員間や地域、関係団体、行政機関などとの連携・協力体制を構築。

会費収入や収益事業収入、受託事業収入など財源を確保し、公益的な事業を展開。

8. 相乗効果を生み出す連携協議会

- シティセールス事業や情報プラットフォーム事業、地域・観光マネジメント事業の実施にあたり、**連携・協力体制を構築**することを目的として連携協議会を設置。
- 法人組織の会員を中心に構成し、**中央線沿線連携**や**広域連携**、**グローバル展開**を見据えながら、シティセールスや観光プロモーション、エリアマネジメントといったシティマネジメントに係る**戦略**や事業の**目標**を**共有**し、**取組方策を協議**。

連携・協力体制の構築



9. 事業展開

シティセールス事業



東京2020参画プログラムを活用したシティセールスイベントの実施

MICE誘致に向けた展示会への出展



観光・地域マネジメント事業



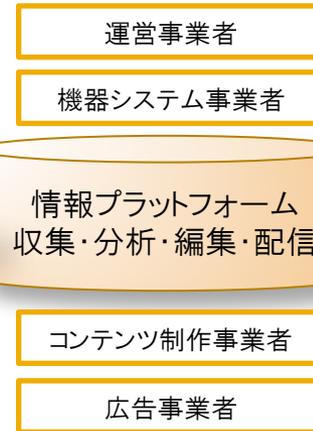
観光案内に加え、マーケティングやフィルムコミッションを展開する中野ツーリズムセンター運営

KPIとなる各種データやコンテンツの商品化、活用方策等を会員に還元



情報プラットフォーム事業

デジタルサイネージやアプリなどを活用した多言語情報発信の強化



取材

センサ

SNS

広告

まちの情報や人流などのビッグデータを収集し分析、活用

会費や広告・事業収入により運営経費を充当

10. KPI の設定

■観光・地域マネジメント事業において収集・分析したマーケティング情報を、推進組織の事業評価や中野区における経済環境や観光施策の評価となるKPI(Key Performance Indicator;重要業績評価指標)として設定。

■地域の「稼ぐ力」を引き出すという観点から**経済センサス**などの経済指標の活用や、観光地域づくりとしての実績評価となる事項、ICTやIoTを活用した**ビッグデータ分析**により、**エビデンス**(根拠)に基づいた戦略構築に寄与。

<経済指標>

区分	事項(例示)	設定のねらい	主な調査方法
マクロ統計	中野区GDP	域内総生産額を測定	国民(都民)経済計算データから推計
	人口統計	地域別、年代別などの分析により施策の影響を測定	統計書
経済統計	地価・賃料等不動産評価	都市開発に伴う地価や賃料の変動を測定	不動産データ
	事業所統計	規模別、業種別などの売上高や業種業態を比較分析	経済センサス

<観光地域づくり指標>

フェーズ	事項(例示)	設定のねらい	主な調査方法
旅行前に知る・調べる	「中野」認知度、好感度	観光目的地としての認知度や好感度を測定	WEBアンケート調査
	WEBサイトのアクセス数	中野区への関心度を測定	中野区観光サイトのページビュー数
旅行で訪れる	区内宿泊者数	宿泊施設の確保と滞在の促進	宿泊施設からのデータ提供
	区内入込数(外国人含む)	区内入込数の推移で施策の効果を測定	Wi-Fi利用者ログデータ
旅行中の行動	エリア内店舗売上	店舗の売上から施策による経済効果を測定	登録している店舗からデータ提供
	来街者動向調査	天候、イベント、時間帯等、様々な角度からの来街者の行動を解析することで、ニーズを把握	IoT活用によるビッグデータ分析
	旅行消費額	観光産業収益の拡大	宿泊者アンケート調査
旅行中・後の情報拡散	来街者満足度	顧客満足の最大化とまちづくりの課題を把握	宿泊者アンケート調査
	口コミ頻出度	キーワードの頻出度でコンテンツを評価	SNS分析
	まちランキング	行ってみたいランキングなどにより魅力度を把握	定例のランキングを調査

11. 事業化ロードマップ(想定)

取組み	平成29年度（2017年度）				平成30年度～ （2018年度～）	備考	
	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期			
組織運営	設立	理事会	理事会	理事会	理事会	継続	一般社団法人としての設立を想定し、理事会における意思決定により組織運営。
連携協議会		協議会		協議会		継続	各事業の目的や取組方策に応じて、適宜協議会を設置。
シティセールス事業		シティセールス戦略検討		シティセールス・イベント等実施	事業実施		
情報プラットフォーム事業	PT組成	調査設計	システム構築	設置工事	試用	運用	
観光・地域マネジメント事業		観光・地域マネジメント方策検討		ツーリズムセンター調査・検討	事業実施		

12. ワーキンググループ委員及び開催日程

区分	団体名	委員名
委員(主査)	東日本電信電話株式会社 東京北支店	神谷 直応
委員	中野工業産業協会	佐々木 洋文
委員	株式会社コングレ	吉岡 純二
委員	西武信用金庫	和田 夏彦
委員(有識者)	北海道大学公共政策大学院	若生 幸也
事務局	中野区都市政策推進室	石井 大輔
事務局	東京商工会議所 中野支部	菊池 圭二
事務局	一般社団法人中野区産業振興推進機構	千種 芳幸

実施回数	開催日	テーマ
第1回	平成28年10月17日(月)	事業コンソーシアム組成に向けて
第2回	平成28年10月26日(水)	事業提案と事業コンソーシアムの枠組みについて
第3回	平成28年10月31日(月)	事業コンソーシアムによる事業展開と組成の考え方
第4回	平成28年11月8日(火)	幹事会中間報告に向けて
第5回	平成28年12月2日(金)	幹事会での協議内容確認と今後の検討への反映
第6回	平成28年12月26日(月)	中野の観光資源の洗い出し(ワークショップ)
第7回	平成29年1月11日(水)	最終報告に向けた検討課題について
第8回	平成29年1月24日(火)	幹事会最終報告に向けて