

（仮称）中野区都市観光ビジョンの考え方について

標記について、以下のとおりとりまとめたので報告する。

1 観光を取り巻く環境の変化

「観光」は、飲食業や宿泊など、関連の産業・商業などに経済的効果をもたらし、雇用や税収にも大きな影響を及ぼす総合産業である。

国では、観光を今後の重要な政策の柱の1つとして位置づけ、訪日外国人旅行者数、国際会議の件数、観光旅行消費額の増加などを目標に掲げ、観光立国へ向けた取り組みを全国的に展開してきている。

また、欧米やアジアにおいて人気の高い、アニメやマンガ、食文化、伝統工芸品をはじめとするクリエイティブ産業（※1）の育成や国内外への発信などを図る「クール・ジャパン戦略（※2）」を推進している。

一方、中野区は、交通至便な経済活動の場や居住地としての知名度は高いが、名所旧跡や景勝地、テーマパークといった、従来型の観光とはあまり縁が無かった。

しかし、アニメ・マンガなどサブカルチャー（※3）の集積地として有名な中野ブロードウェイが、海外からも注目が集まってきていることや、哲学堂公園の東京都名勝指定（※4）、また野方配水塔の国の登録有形文化財指定（※5）など、区の既存の地域資源の新たな観光スポットとしての形成は充足しつつある。

こうしたことに加え、中野四季の都市地区^{まち}における業務・商業ビルのオープンや、大学進出などにより、滞在人口や来街者の大幅な増加を見込んでいること、さらに近年、「まち歩き観光」といった新しい形態への注目が高まってきていることなど、区の観光を巡る環境は変化してきており、区としてもこうした状況を鋭敏に捉え、適切に対応していくことが求められている。

※1 アニメ・マンガ、伝統工芸品、ラーメンなどの食文化、ファッション、ゲームなど創造性が高いものや、日本特有の「おもてなし」といったきめ細やかなサービスを提供する海外で人気の高い産業。（出典「クールジャパン戦略（平成24年1月）」経済産業省クリエイティブ産業課）

※2 海外で注目される産業を支援・推進することにより地域活性化や雇用拡大など内需拡大を目指す取り組み。

※3 少数派の人々に支持される趣味や娯楽

※4 哲学者井上田了博士によって設立された哲学をモチーフにした公園。平成21年2月に公園内の一部（野球場以外）が東京都名勝指定を受けた。

※5 昭和4年に中野・杉並・豊島・板橋・練馬・北区地域に水道供給をするため、現みずのとう公園内に建設された。平成22年2月に国の指定有形文化財に登録された。

2 観光施策に取り組む意義と効果

観光への取り組みは地域に対し、消費増や雇用拡大などの経済効果や地域のイメージ向上、社会活動の活発化といった社会効果を与えるものである。

経済効果としては、「平成22年東京都観光客数等実態調査」によれば、都内在住者が都内で日帰りの観光を行った場合の1人当たりの平均観光消費額(※6)は、4,488円であり、現在のJR中野駅の1日当たりの乗降客数は約22万人(※7)で、今後さらなる増加が見込まれていることから、適切な観光施策の推進により、来街者の回遊や消費の促進による観光消費額の増加や雇用拡大、関連産業への波及などの地域経済活性化が見込める。

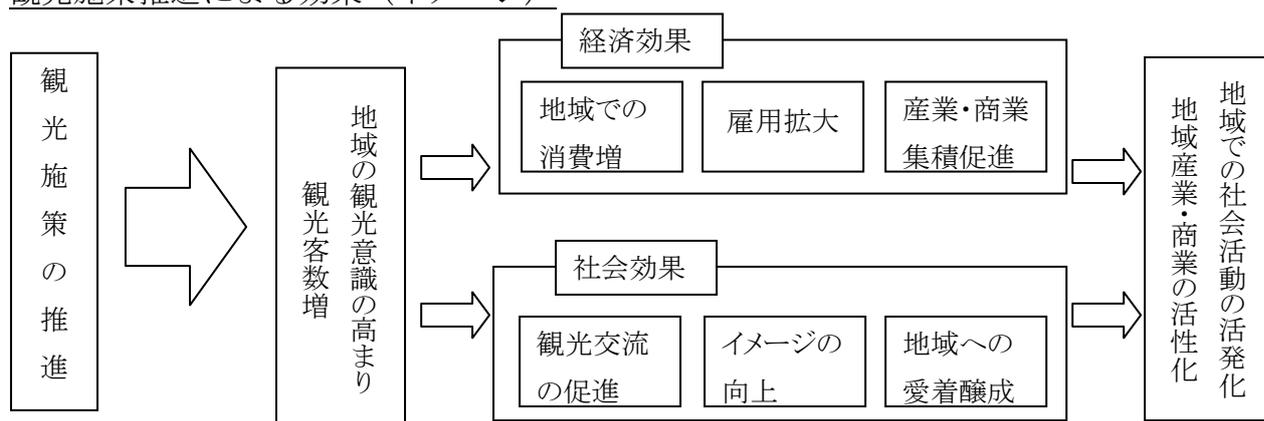
一方、社会効果としては、区のイメージの向上や、地域への愛着の醸成に加え、来街者と区民との観光交流の促進や、区民による観光ボランティア活動といった社会活動の活発化を見込める。

こうした、経済効果・社会効果の両面から適切に観光施策を推進することで、まち全体の活性化が可能となる。

※6 飲食費用や宿泊費用、交通費や土産品費、入場観覧費用など

※7 中野駅におけるJR東日本・東京メトロ乗降客数(都市交通年報H21より)

観光施策推進による効果(イメージ)



3 都市観光施策の展開

区は、上記で述べたような観光を巡る諸状況の変化を好機として、中野の持つ文化・商業・娯楽・飲食・サービスといった多様な都市機能の魅力を来街者が気軽に楽しむ形態を「都市観光(※8)」と定義し、かつ、その取り組みの意義や効果を踏まえ、公民が一体となって観光に関する施策を適切に推進し、もって区内商業・産業などの地域経済活性化や来街者と区民(※9)など人々の交流の促進などを図っていく。

なお、こうした取り組みを進めるにあたっては、今後中野区内での観光入込客数(※10)や観光客一人当たりの平均消費額、観光客の消費行動などを調査・分析するなど、観光実態を定量的に把握し、観光施策の方向性や集客ターゲットの絞り込みなど検討する基盤として活用していく。

※8 「都市観光」の例：買い物や飲食、会議やイベント(スポーツ、演劇)などへの参加、歴史・文化施設(社寺、史跡)の見学、家族や友人たちとの交流、産業施設の利用や視察など

※9 区内在住・在勤・在学者

※10 観光スポットや施設、祭りやイベントに訪れた来訪客数

4 中野区における都市観光の現状と課題

(1) 既存地域資源の周知

哲学堂公園の東京都名勝指定など、観光スポットとしての地域資源は充足しつつあるが、その周知が不足しており、個々の結び付きも弱いため、集客につながっていない。様々な地域資源を観光資源として再認識し、周知を図ることが必要になる。

(2) 集客力のある観光資源

中野四季の都市地区^{まち}の整備により、中野駅周辺の新たなランドマーク(※11)が形成されつつあるが、そのスケールメリットを活かした国際見本市のような集客力・発信力を有するイベントの創出・誘導など、新たな観光資源の開発が課題となる。

(3) 地域住民などへの観光意識

今後の来街者の大幅な増が見込まれる中、地域に観光への意識が根付いておらず、来街者に対する接遇の向上を図る取り組みなども不足している。観光意識の向上や、地域に根付いて観光に取り組む人材のスキルアップが必要となる。

(4) 来街者を受け止める観光基盤

駅や公共施設など、車いす対応のエレベータや、多目的トイレの設置は一定進んではいるが、道路と歩道の段差や、歩道の幅が狭い箇所も多く、また観光に関する街中の案内表示も不足している。路上におけるバリアフリー機能の整備や、デジタルサイネージ(※12)といったICT(※13)を活用した案内表示など観光基盤の整備が求められる。

(5) 海外への情報発信

海外において注目の高いアニメやマンガ、伝統工芸品などといった区内の様々なクリエイティブ産業が散在したまま効果的に発信できていない。多言語に対応した情報発信など、海外からの来街者を意識したより効果的な観光施策の展開が今後の課題となる。

(6) ICTを活用した情報発信

地域資源などの情報について区報やホームページで発信しているものの、来街者にとって利便性が高いWEBやスマートフォンなどモバイル端末向けのコンテンツや情報発信が不足している。店舗や観光などの情報を掲載したアプリ(※14)の提供や、SNS(※15)による情報提供などICTを活かした取り組みが必要となる。

※11 地域を象徴するシンボリックなモニュメントや建築物。

※12 デジタル技術を活用した案内表示板。広告や案内、コミュニケーションツールとして活用できる。

※13 情報通信技術 (Information and Communication Technology) の略。

※14 Application software の略。スマートフォンなどで、利用したい作業や動作機能を持つソフトウェア

※15 social networking service の略。人と人とのつながりをインターネット上で構築したサービス。

5 めざす将来像と将来像実現に向けた取り組み

将来像 ～多彩な魅力あふれるにぎわいの都市^{まち}なかの～

歴史・文化・商業・娯楽・飲食といった中野の都市機能や来街者と地域の人々との交流が、まち全体に中野ならではの魅力とにぎわいを生み出しており、「まち歩き」を行う来街者が国内外から絶えず訪れている。

○サブテーマ1 魅力ある地域資源にあふれるまち

中野の歴史的資源や、サブカルチャー・食文化といった個性的な文化をはじめとする地域資源が観光資源として魅力的に発信されており、いたるところで中野の魅力に触れることができるまちになっている。

○サブテーマ2 おもてなしの心が地域に根付くまち

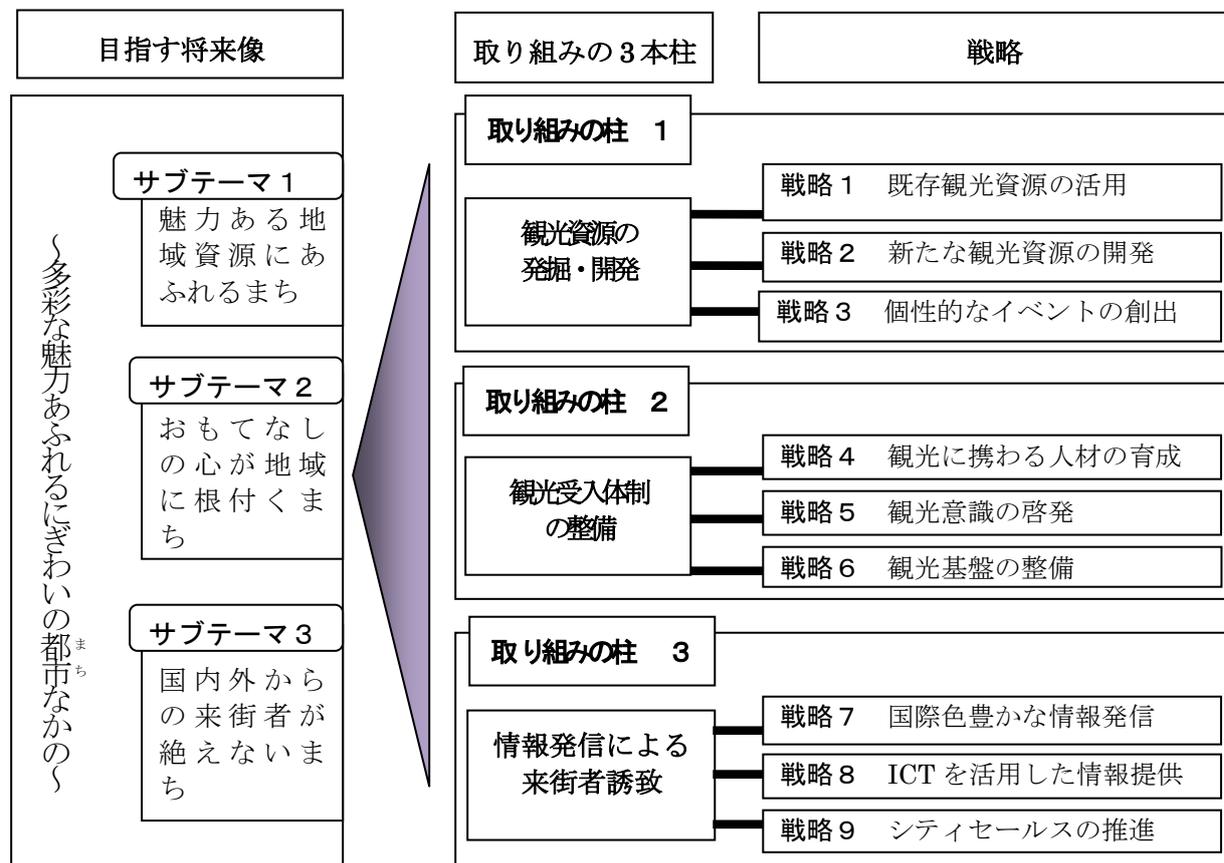
地域住民と来街者との交流が活発に行われ、まちが一体となって観光客をもてなす雰囲気を作り出しており、整備された観光基盤と併せて来街者を受け入れるまちになっている。

○サブテーマ3 国内外からの来街者が絶えないまち

まちの魅力や地域資源が様々な形で効果的に情報発信され、国内外から多くの人が絶えず訪れている。

これら、3つのサブテーマに対し、以下のとおり「観光資源の発掘・開発」「観光受入体制の整備」「情報発信による来街者誘致」の取り組みにおける3本柱とそれぞれの戦略の推進により、将来像の実現を図っていく。

将来像を実現するための取り組み



6 都市観光施策推進体制の整備

都市観光施策を着実に推進するためには、その担い手となりうる区民や区内商業・産業団体、企業（一般事業者、交通事業者、金融機関など）、教育機関、なかの里・まち連携自治体などとの連携・協力が不可欠である。

区は今後、上記担い手の参画による（仮称）中野区都市観光推進協議会の設置を検討し、都市観光推進の方向性や産学公の役割分担の検討・協議のほか、総合的な都市観光推進計画の策定検討など、産学公の適切な連携・協力に向けた体制の構築を図っていく。

（1）区的主要な役割

- ・国や東京都、関係自治体などとの相互協力に係る連絡調整
- ・観光スポット周辺への案内板の設置や道路整備に係るバリアフリー促進など、観光基盤の充実
- ・都市観光に係る広報PRの強化
- ・哲学堂公園など区が所有する名所・旧跡施設の維持・整備
- ・都市観光を全区が連携して推進する母体となる（仮称）中野区都市観光推進協議会の設置・運営
- ・観光に係る各種調査の実施

（2）区民や来街者、都市観光推進の主体となりうる組織などに期待する主要な役割

ア 区内商業・産業団体・企業・交通事業者・旅行事業者・金融機関 など

- ・観光イベントやツアーなどの充実及び広報PR
- ・観光に携わる人材の育成
- ・魅力ある商品やサービスの開発
- ・来街者の誘致に向けた商店街や個店の環境整備

イ 大学や専門学校などの教育機関

- ・観光に携わる人材の育成に向けた協力・助言
- ・各種観光イベントへの講師派遣や会場提供などの協力
- ・多様な学生による各種観光イベントへの参加・協力

ウ なかの里・まち連携自治体

（福島県喜多方市、茨城県常陸太田市、千葉県館山市、山梨県甲州市）

- ・里の産品などの販売及び提供
- ・文化・伝統芸能などの区民・市民レベルでの交流促進

エ 区民や来街者

- ・各種観光イベントやツアーなどへの参加
- ・区の魅力や特徴についての広範な情報発信
- ・まち案内など観光ボランティアとしての協力

7 今後の予定

平成24年5月末

（仮称）中野区都市観光ビジョン策定

平成24年6月

議会報告