

令和4年（2022年）12月6日

中野駅周辺整備・西武新宿線沿線まちづくり調査特別委員会資料

企画部 広聴・広報課

中野区都市観光施策方針について

区はこれまで、中野区観光施策方針検討会等において、「中野区都市観光ビジョン」（平成24年6月策定）を検証するとともに、今後の観光施策のあり方などについて協議を重ねてきた。この度、今後の中野区における都市観光振興に係る施策の方針を策定したので、報告する。

なお、中野区都市観光施策方針の策定に伴い、「中野区都市観光ビジョン」は廃止した。

1 中野区都市観光施策方針

別紙のとおり

中野区都市観光施策方針

「人と想いをつなぐまち」「語れるまち」「人と人がつながり、物語が生まれるまち」「変化し続ける、未完成なまち」 中野。

▼目次

- 1 背景(上位計画・関連計画等、社会経済情勢、まちづくりの進展)
- 2 中野区の観光に関する現状と課題
- 3 都市観光振興の意義・都市観光施策方針策定の目的
- 4 都市観光推進に向けた基本的な考え方・目標
- 5 都市観光施策の方向性
- 6 都市観光施策の展開
 - ▶施策1 都市観光のターゲットを明確にするとともに、中野の強みや資源を捉え、創出する
 - ▶施策2 情報発信を強化する
 - ▶施策3 中野区と関係団体・事業者との連携力を高める

令和4年(2022年)11月
中野区

1 背景（上位計画・関連計画等）

- ▶中野区基本構想
 - ▷基本目標1 「人と人がつながり、新たな活力が生み出されるまち」
 - ▷基本目標4 「安全・安心で住み続けたいくなる持続可能なまち」
- ▶中野区基本計画
 - ▷重点プロジェクト「活力ある持続可能なまちの実現」
 - ▷政策3 遊び心あふれる文化芸術をまち全体に広げる
 - ▷政策4 地域経済活動を活性化する
 - ▷政策5 東京の新たな活力とにぎわいを世界に発信する
 - ▷政策16 災害に強く回復力あるまちづくりを進める
 - ▷政策17 時代の変化に対応したまちづくりを進める
 - ▷政策18 快適で魅力ある住環境をつくる
- ▶方針
 - ▷【検討中】(仮称)中野区文化芸術振興基本方針
 - ▷【検討中】(仮称)中野区産業振興方針
- ▶個別計画等
 - ▷中野駅周辺まちづくり各種ビジョン・計画等
 - ▷西武新宿線沿線まちづくり各種ビジョン・計画等
- ▶その他
 - ▷【検討中】(仮称)中野駅周辺エリアマネジメントビジョン

1 背景（社会経済情勢、まちづくりの進展）

背景（社会経済情勢）

- ▶新型コロナウイルス感染症が蔓延し、長期化している。
- ▶国や都の観光施策は、インバウンドを基軸としている。インバウンドの回復にはまだ時間を要する見込みであるが、新型コロナウイルス感染症の水際対策の緩和や円安による外国人観光客誘因の動きが見られる。

背景（まちづくりの進展）

- ▶中野駅周辺の再整備が進展しており、2030年頃の事業完了に向けて、具体的にまちの変化となって見えてきた。再整備完了後には、鉄道利用者が約16万人、バス利用者・歩行者が約9万人増加する推計となっている。
- ▶西武新宿線（中井駅～野方駅）の連続立体交差事業と新井薬師前駅及び沼袋駅周辺のまちづくりが進みつつある。

2 中野区の観光に関する現状と課題

- ▶「中野区都市観光ビジョン(2012年6月策定)」で示した目標の多くを達成できず、また都市観光施策を推進する体制を整備することができなかった。
- ▶都市観光のターゲットとして、インバウンドや遠方からの誘客への期待が大きすぎた。地域にもっと目を向けるべきである。また、インバウンド・アウトバウンド、ゲスト・ホストのような二項対立的な考えではなく、中野の多様性を活かして在住者、在勤者、在学者、来街者の全てが都市・中野のユーザーであると捉えることが必要である。
- ▶「中野区認定観光資源(2014年認定)」は、存在自体がほとんど知られていない。認定観光資源は、総花的である一方、知名度の高いものが漏れており、文化・芸術分野は施設だけである。
- ▶中野はサブカルチャーや中野ブロードウェイのイメージが強いが、それらについて、具体的に何があるのかは、十分に知られていない。
- ▶中野区は、中野ブロードウェイや中野サンプラザを除き、訴求性の高い観光資源がない「非観光地」であることを認識した上で、中野の魅力や強みを探る必要がある。
- ▶中野の資源について、情報発信力が弱い。そのため、まちのブランディングができていない。
- ▶都市観光を進める推進体制や連携力が弱い。
- ▶都市観光活動の中心として長く携わるコア(人、組織)が乏しい。
- ▶区内団体の横のつながりは比較的強い一方、他自治体に比べると、都市観光に取り組むネットワークは小さく、また、連携力や継続性が低い。

3 都市観光振興の意義・都市観光施策方針策定の目的

中野区の都市観光振興は、「中野区基本構想」で「つながる はじまる なかの」として掲げた、10年後に目指す4つのまちの姿の実現に寄与するものである。

中野区都市観光施策方針は、特に、その中の「人と人がつながり、新たな活力が生み出されるまち」「安全・安心で住み続けたいくなる持続可能なまち」の実現に向けて、都市観光の施策と取組を進めるため、策定するものである。

したがって、当方針は、中野駅周辺まちづくり、西武新宿線沿線まちづくり、策定に着手している(仮称)中野区文化芸術振興基本方針及び(仮称)中野区産業振興方針と整合するものである。

また、当方針は、中野駅周辺再整備事業や、西武新宿線沿線連続立体交差事業(中井駅～野方駅)が完了するまでの、2030年頃までの施策の方向性と展開を示したものである。

4 都市観光推進に向けた基本的な考え方・目標

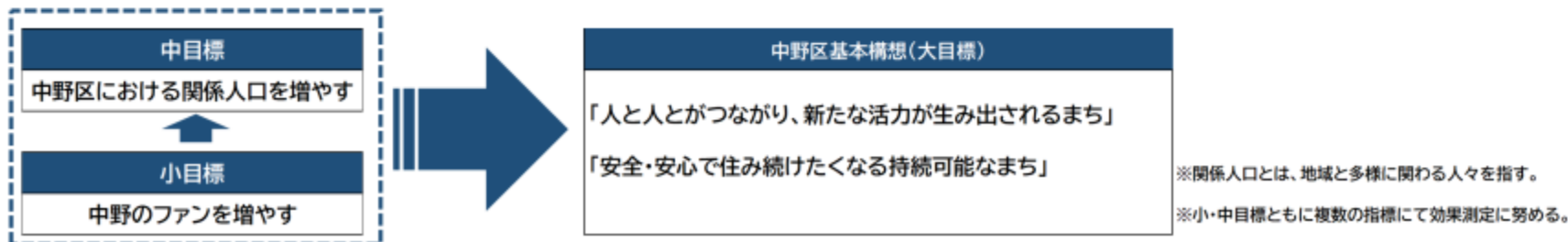
都市観光施策の基本的な考え方

中野における都市観光とは、中野の持つ飲食、娯楽、文化・芸術、サービス、景観、活動、雰囲気などの多様な資源を区民、在勤・在学者、来街者が気楽に楽しむ形態とする。

- ▶都市観光施策は、まちづくりの一環である。
- ▶都市観光施策は、中野の強みや資源を明らかにし、それらに関する情報の発信力を強化することで、中野をブランディングすることを基本とする。
- ▶都市観光の各施策において取組を検討・実施するにあたっては、リピート来訪と滞在を促進するといわれる3つの要素「リラックス」「食・グルメ」「出会い・交流」を重視する。また、多言語対応やユニバーサルデザインへの配慮に努める。
- ▶都市観光施策において実施する主な取組については、指標を設定し、効果測定を行う。その結果を踏まえ、取組を適宜見直す。
- ▶観光施策方針策定の概ね3年後に同方針を検証し、必要に応じて方針を見直すこととする。

目標

ヘッドコピー:「人と想いをつなぐまち」「語れるまち」「人と人がつながり、物語が生まれるまち」「変化し続ける、未完成なまち」中野。



5 都市観光施策の方向性

施策の展開	STEP1	STEP2	STEP3
2030年に向けて、3段階で各施策を展開する	情報基盤の整備	中野の「強み」拡大	中野のブランディング推進
	<ul style="list-style-type: none"> ▶中野の魅力や強みを共有していくための連携体制が構築され、様々な主体による情報発信がなされている。 ▶中野の「強み」に光が当たっている。 ▶都市観光ニーズのマーケティングが進む。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶中野駅周辺再整備が進む中、ニーズを捉えた新たな事業や、実施主体、業種を超えたコラボレーションが展開するなど、「中野らしい」独創性のある取組が生まれていく。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶「中野」ブランドが地域にも波及する。 ▶様々な業種や団体がブランドを活かした活動を展開している。 ▶ブランド価値が広く認識され、シビックプライドと経済的な効果を生んでいる。

施策1	都市観光のターゲットを明確にするとともに、中野の強みや資源を捉え、創出する
施策2	情報発信を強化する
施策3	中野区と関係団体・事業者との連携力を高める

6 都市観光施策の展開 **施策1** 都市観光のターゲットを明確にするとともに、中野の強みや資源を捉え、創出する

<p>取組の視点</p>	<p>▶ターゲット</p>	<p>▶メインターゲットは、区民、在勤者、在学者、周辺地域の住民、新宿や渋谷を訪れたついでに寄る人「気楽なリピーターづくり」 ▶インバウンドは、まちのユーザーの一人として捉える</p>
	<p>▶強みとなり得るもの</p>	<p>▶様々な人や違いを受け入れる風土(多様性) ▶人のつながりがある ▶ほどよさがある ▶変化がある(若年層の流動性が高い、中野駅周辺の再整備が進展) ▶交通利便性が高い(新宿や渋谷に近い) ▶多様で豊かな人材 ▶中野ブロードウェイ(サブカルチャー) ▶リーズナブルで美味しい飲食店が集積 ▶地域密着・参加型のイベントが多い ▶文化・芸術活動が盛ん ▶中野通りをはじめとした桜 ▶掘り起こされていない資源がある(と思われる)</p>
<p>取組例</p>		<p>▶中野の強みの一つである飲食店の利用者や、地域密着・参加型イベント参加者の属性や行動について調査を実施し、分析する。 ▶地域の外国人が楽しめるものが何かを探り、それらを情報発信する。 ▶区外在住者・来街者に中野の魅力や地域資源の認知度調査を実施する。 ▶「中野区認定観光資源」を見直す(人や活動も資源)。 ▶(仮称)中野文化芸術大使を設置する。 ▶文化・活動を行う団体への支援を充実するとともに、障害者や外国人の文化・芸術活動を支援する。 ▶ふるさと納税の返礼品(強みであるグルメやアニメをはじめとしたコンテンツ、文化・芸術イベントなど)や土産づくりを区内事業者との協働で進める。 ▶多様な文化が共生するゲストハウスや、宿泊可能な仕掛け屋敷を誘導する。 ▶サブカルチャーとの親和性が高いメタバースやeスポーツを積極的に誘導する。 ▶中野ミューラルプロジェクトを拡大する(民間主導)。 ▶プレイスメイキングを推進する(特にパブリックスペースにアートを。中野の至る所で身近に親しめるアートを創出する。アールブリュットなど)。 ▶複数のジャンルがコラボレーションした文化・芸術イベントを企画・実施、あるいは誘導する。 ▶中央線カルチャーとして親和性が高い高円寺エリアとのコラボ企画を企画・実施、あるいは誘導する。 ▶中野駅周辺をはじめ、ウォークアブルなまちであることを工夫してアピールする。</p>

※下線は、優先的に取組の実施を検討する。

6 都市観光施策の展開 施策2 情報発信を強化する

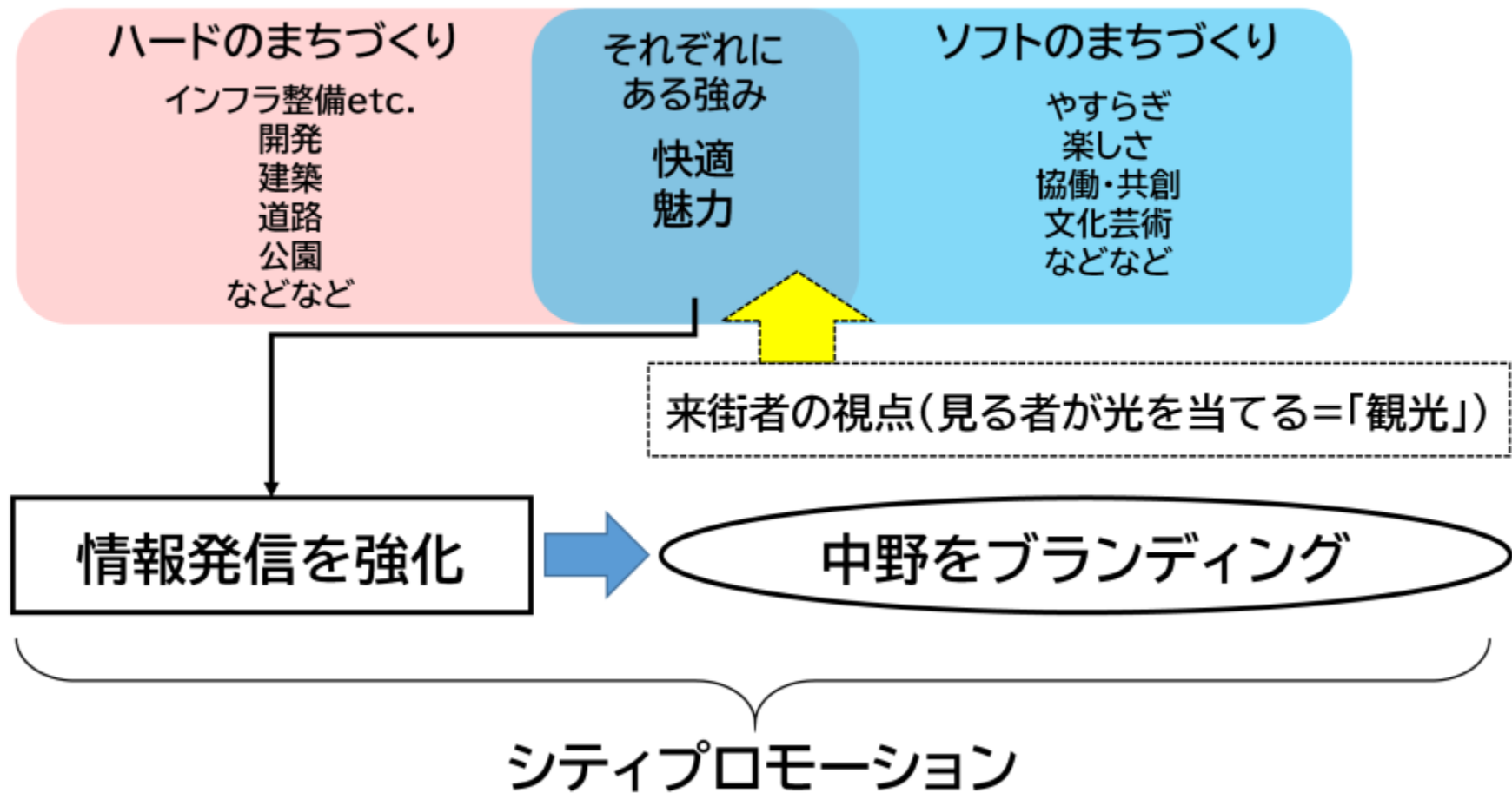
<p>取組の視点</p>	<p>▶中野区や中野区観光協会をはじめとした関係団体や事業者、メディア等により、発信する情報とそのターゲットに応じて、発信元と方法を工夫する。</p>
<p>取組例</p>	<p>▶チャンプルーフェスタや中野駅前大盆踊り大会をはじめとした、中野ならではの参加型イベントを中野区がさらに情報発信する(SNSやプレスリリースなど)。伝統工芸や文化、歴史・史跡などは、ストーリーづくりや複数の資源を組み合わせるなど情報発信の切り口を工夫する。</p> <p>▶中野区在住・在勤のインフルエンサーを発掘し、インフルエンサーによる地域資源(イベント・活動、場所・人)の情報発信を促す。</p> <p>▶中野区国際交流協会などと連携して、在住・在勤外国人による中野の資源などの情報発信を促進する。</p> <p>▶関係団体(中野区観光協会や大学)・事業者による情報発信を促す。</p> <p>▶中野区や中野区観光協会が、事業者やメディアが発信している情報をフォローし、可能な限り、それを発信(シェアやリツイート)する。</p> <p>▶中野区内の学校や大学、団体の活動・活躍を積極的に発信する。</p> <p>▶ガバメントクラウドファンディングを積極的に活用する。</p> <p>▶中野のまちがアニメやゲーム、ドラマや映画の舞台となること、また、まち中の番組収録を積極的に促す(人のつながりやネットワークを活用して誘致)。</p> <p>▶フィルムコミッションの運用方法を見直す。</p> <p>▶中野サンプラザの閉館を契機としたシティプロモーションを展開する(プロジェクションマッピングや中野サンプラザの3D化など)。</p> <p>▶中野サンプラザが解体されるまで間、中野サンプラザ前広場でのイベントや文化芸術関連の企画を実施、あるいは誘導する。</p> <p>▶中野駅北口周辺での桜フェスティバルを企画・実施する。</p> <p>▶変わりゆく中野駅周辺の状況(工事の様子を含む)を随時情報発信する。</p> <p>▶西武新宿線沿線の連続立体交差事業の状況や東中野駅周辺のまちの変化を情報発信する。</p>

※下線は、優先的に取組の実施を検討する。

6 都市観光施策の展開 施策3 中野区と関係団体・事業者との連携力を高める

取組の視点	<ul style="list-style-type: none">▶地域貢献意識の高い中野区内事業者は、中野の資源。中野区が様々に支援することで、事業活動がしやすいまちとしてのブランディングを促進する。「いい企業があるまち中野」▶中野区は、都市観光を推進する人や団体(組織)を育成する。▶来街者を巻き込んだ取組の企画・実施と情報発信に努める。▶事業やイベントは、小さなつながりをつなげることで、そして、スモールサクセスを広げていくことに努める。
取組例	<ul style="list-style-type: none">▶中野区に本社がある事業者をはじめ、区内事業者のCSRなどを中野区が積極的にアピールする。▶中野区は、都市観光に関する企画や事業について、コーディネートなど後方支援を積極的に行う。▶<u>中野区と都市観光に携わる関係団体・大学等と連携協定を締結する。</u><ul style="list-style-type: none">▷連携協定等に基づき、都市観光関係者情報連絡会を開催する。▷連携協定等に基づき、ふるさと納税の返礼品や土産づくり、区民参加型イベント等の企画・実施を進める。▷連携協定等に基づく人事交流や団体等へ中野区が支援することで、観光を推進する人や組織を育成する。▶都市観光を推進するため、中野区や団体等によるコンソーシアムを設立する。▶<u>中野区と区内事業者の協働の取組「ナカノミラプロジェクト」において、中野をアピールする企画とその発信を充実する。</u>▶交通事業者とタイアップした区内巡り企画を実施、あるいは誘導する。▶起業や新事業などのスタートアップ支援を充実する(シティプロモーション事業助成ほか)。 <p>※下線は、優先的に取組の実施を検討する。</p>

【参考資料】 中野区都市観光施策方針の基本的な考え方(イメージ)



【参考資料】 中野区観光施策検討会委員名簿

団体・所属	役職	氏名
帝京平成大学 人文社会学部観光経営学科	学科長	境 健
明治大学 国際日本学部	専任講師	佐藤 郁
中野区商店街連合会	会長	高橋 宏治
一般社団法人中野区観光協会	常任理事	山本 真梨子
東京青年会議所中野区委員会	委員長	前田 地生
東京商工会議所中野支部	事務局長	伊東 海
関東バス株式会社	運輸部部長補佐	久津間 誠治
キリンホールディングス株式会社	人事総務部主務	長嶋 亜美
東日本旅客鉄道株式会社東京支社 中野駅	副駅長	坪内 輝樹
中野区	企画部長	石井 大輔
中野区	企画部広聴・広報課長	高村 和哉

検討会委員長

検討会副委員長

(敬称略)