

中野区の都市観光施策について

1 背景

中野区の都市観光施策は、「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り、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」及び「安全・安心で住み続けたいくなる持続可能なまち」の実現に向けたものである。

昨年度、中野区観光施策検討会を設置し、平成24年6月に策定した「中野区都市観光ビジョン」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、令和4年11月に同都市観光ビジョンを廃止する一方、新たに「中野区都市観光施策方針」を策定したところである。

中野駅周辺再整備が進展し、まちの様相が明らかに変化し、また変化し続けている。他方、西武新宿線連続立体交差事業(中井駅～野方駅)と新井薬師前駅及び沼袋駅周辺のまちづくりが進んでいる。さらに、新型コロナウイルス感染症が感染症法の5類に位置付けられたこと等により来街者が増えている。

こうした中、今後、同方針に基づき、情報発信を強化するとともに、区と事業者・団体との連携力を高めながら、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、来街者が気軽に楽しむための取組を進めていく。

2 中野区都市観光施策方針

別紙のとおり

3 都市観光事業の主な取組

(1) 情報発信事業の実施

ア 中野区公式観光サイト(まるっと中野)の運営

平成25年4月から中野区公式ホームページから独立した、観光情報専用サイトを運営した。区民や来街者が楽しく過ごすための情報を区及びサイトの運営事業者に加え、区民レポーターによる発信を行った。また、平成31年度に同観光情報専用サイトをリニューアルするとともに、SNSによる情報発信を強化し、令和2年度には、区内飲食店を応援する「お持ち帰り&出前推進事業」を実施した。その後、観光に関する情報発信事業の検証し、それを踏まえて、令和3年度末をもって事業者による観光情報専用サイト運営を終了した一方、令和4年度から中野区ホームページ内で区民の観光レポーターによる情報発信を行っている。さらに、令和5年度に全面リニューアルする中野区ホームページにおいて、都市観光のサブサイトを作成する予定である。

イ 多言語観光ガイドマップ等の作成

区内外の多くの方に中野区の魅力を再発見してもらうため、平成26年度、平成28年度、平成31年度にそれぞれ多言語(日本語・英語併記)の都市観光ガイドマップ「びじっと中野」を作成し、中野区認定観光資源をはじめとする様々な観光情報を周知した。

また、平成28年度と令和2年度に日本語、英語、中国語、韓国語の各言語で哲学堂公園周辺観光パンフレットを作成し、中野区の観光資源である哲学堂公園を中心としたエリアの周知を行った。さらに、令和4年度に「びじっと中野」を改訂し再発行した。

(2) 中野区認定観光資源の周知

平成25年度に中野区の都市観光振興を目的として、区内の多様な地域資源を区による情報収集と実態調査、さらに公募により情報を収集した。その上で、学識経験者や区内経済団体、大学、企業等で構成する選考会を経て、所有者等の同意を得た129件を「中野区認定観光資源」として決定した。その後、現存確認を経て、令和5年6月現在で123件の観光資源を区ホームページなどで広報している。なお、今後、当認定観光資源の見直しを実施する。

(3) なかのまちめぐり博覧会の開催

平成25年度から商店街、企業、学校、団体などが主体となって、区内の様々な地域資源を活用して自主的に企画・運営するイベント等を集約し、区全域を会場とした「なかのまちめぐり博覧会」を開催した。平成25年度の開催時に59件であった参加イベント数は、平成31年度には84件まで増加したが、令和2年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、同博覧会を中止した。令和3年度及び令和4年度は、同博覧会事業検証の一環として、シティプロモーション事業「ナカノミライブプロジェクト」と連携し、SNSによるまちめぐりイベント「ナカノめぐランプリ」を開催した。これらの成果などを踏まえ、なかのまちめぐり博覧会実行委員会は、令和4年度をもって解散した。

(4) Nakano Free Wi-Fi の運用

平成27年10月より、誰でも無料で利用可能なWi-Fi サービス (Nakano Free Wi-Fi) を開始し、平成28年2月には、区が駅前広場や公園などの広場空間で提供するWi-Fi サービスと、区内の民間店舗等で提供するWi-Fi サービスとの連携事業 (Nakano Free Wi-Fi Plus) を開始した。平成29年10月にはアクセスポイントを拡大した。その後、新型コロナウイルス感染症の拡大等によりアクセスが減少したことなどを踏まえ、Wi-Fi サービスのニーズ等を検証し、令和4年5月で同事業を廃止した。

4 シティプロモーション事業等の主な取組

平成30年度から広告代理店への委託などにより、区民の区への愛着や誇りを醸成し、定住人口や昼間人口を増加させ、まちの活力につなげる取組として進めてきた。その後、区へ寄せられる意見等を踏まえ、令和2年度に取組を検証するとともに、社会情勢を踏まえ、「新型コロナウイルス感染症を乗り越える」をテーマに、区内事業者・団体、区民のつながりや絆づくりに焦点を当て、情報発信や取組の支援を行うことを基本とする事業に再構築した(広告代理店への委託も止めた)。

(1) ワークショップ(「ナカノミライブプロジェクト」)の実施

平成30年度に区に本社・事業所を有する事業者を中心に、区政への参加意識を醸成し、中野の未来を考えるワークショップ「ナカノミライブプロジェクト」を開始した。令和2年度のシティプロモーション事業再構築の考えを踏まえ、令和4年度は区と区内10事業所が連携して、中野駅周辺のまちの移り変わりを記録として残すための「中野のオーラルヒストリー(口述歴史)」をテーマにワークショップを開催し、中野駅周辺と中野サンプラザに携わる人々へのインタビュー

一動画を制作し、配信した。

(2) シティプロモーション事業助成の実施

平成31年度から団体、事業者、学校等が実施するシティプロモーション事業への助成を開始した。令和2年度に助成対象を文化・芸術、子育て・教育に関する事業として、1事業当たりの助成額を100万円に拡大し、令和4年度は3事業に助成した。また、事業ごとにふるさと納税を活用したクラウドファンディングを実施し、事業への応援気運の向上を図っている。

(3) 補助的ツールによる情報発信等

平成31年度から中野区シティプロモーションキャラクター「中野大好きナカノさん」の運用を始め、SNSによる中野の魅力発信のほか、区民参加型イベントなどを実施した。令和2年度から区広報の補助的ツールとして運用することとし、地域の公益的な活動の紹介をはじめ、区民や団体、区内事業者の活動などに関する情報発信を行っている。

(4) 文化・芸術振興

ア 中野区文化芸術振興基本方針の策定

令和5年3月に「中野区文化芸術振興基本方針」を策定し、5つの取組の柱のうち、「V まちの変化をとらえ、にぎわいを維持、発展する」の中で、中野駅周辺まちづくりと連動した新たな発信拠点の創造やまちの変化を着実に捉え、にぎわいを持続するための取組について考え方を明らかにした。

イ 壁画による区民に身近な文化・芸術の展開

令和3年度に、民間との協働で中野駅北口駅前広場に壁画を制作し、また企業から1,000万円の寄付があったことを契機として、令和4年度に壁画制作事業「中野ミューラルプロジェクト」を開始した。令和5年度までの2カ年の事業として、合計で5点の壁画の制作を進めている。

5 今後の取組

都市観光事業は、ターゲットを明確にしながらか、区の歴史的資源や身近に親しめる文化・芸術、グルメなど中野の強みを捉え、創出するとともに、それらの情報発信を強化する。さらに、中野区と事業者・団体との連携力を高めながら、ふるさと納税の返礼品開発や土産づくり、区民提案型のイベント等の企画・実施、誘導を進める。

シティプロモーション事業は、区民、区内事業者・団体の活動やつながりに焦点を当て、情報発信と活動の支援、中野区との協働を中心に展開していく。中野サンプラザの閉館を機に、中野サンプラザ外壁へのプロジェクションマッピングや中野サンプラザの3Dモデル化をはじめ、事業者や団体と連携した、賑わいの創出と新しい中野のまちへの期待を向上させるさまざまなプロモーションに取り組んでいく。また、文化・芸術振興では、中野駅新北口駅前エリアの整備とともに新たな文化・芸術の発信や公共空地を活用した文化・芸術活動の誘導など、「中野区文化芸術振興基本方針」で示した取組の展開例を踏まえ施策を具体化していく。

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

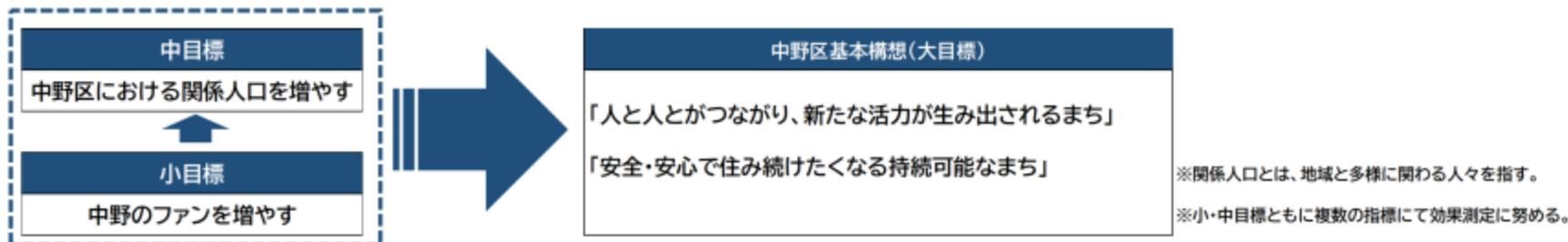
都市観光施策の基本的な考え方

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、ウォーカ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

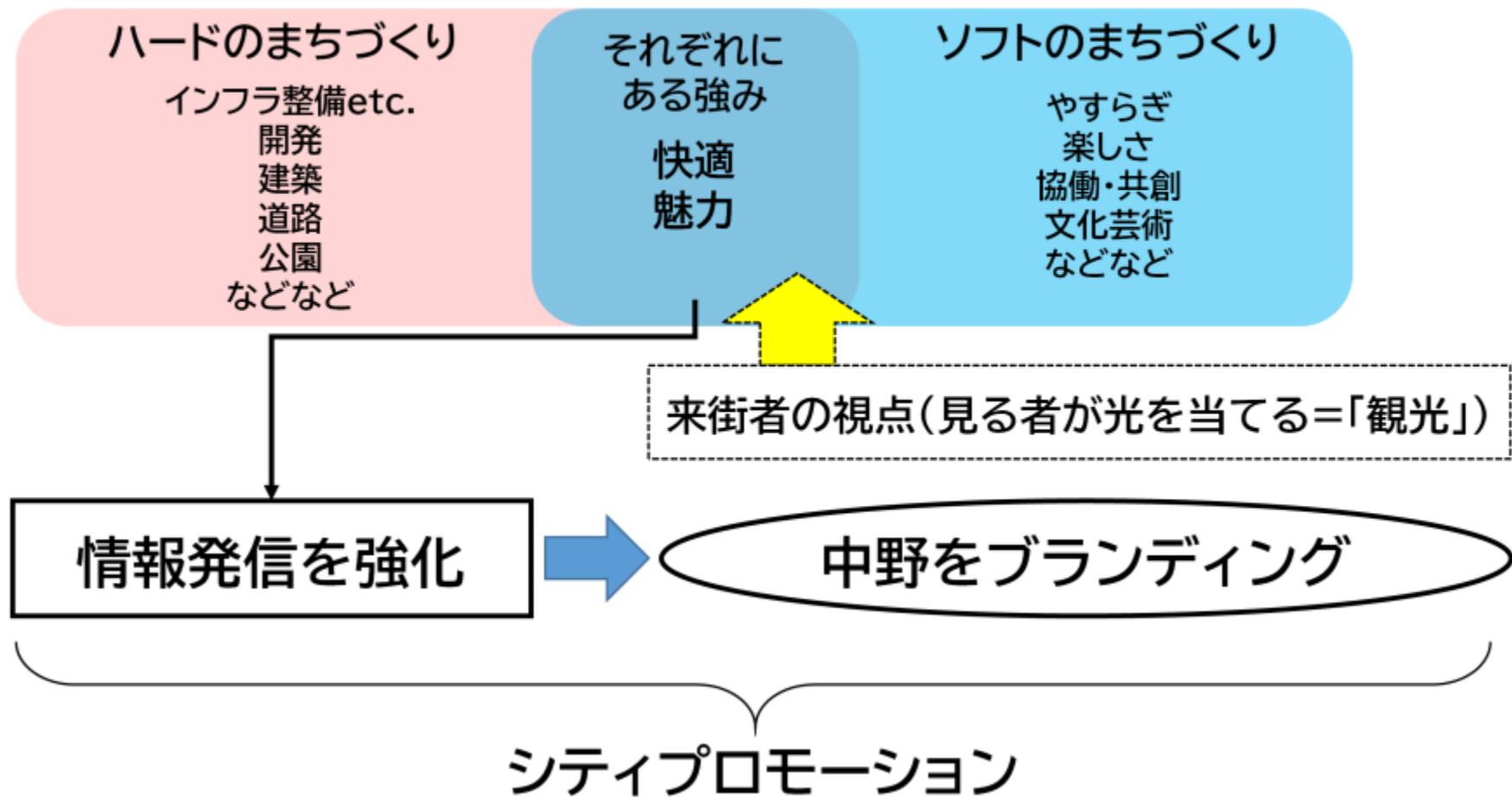
<p>取組の視点</p>	<p>▶中野区や中野区観光協会をはじめとした関係団体や事業者、メディア等により、発信する情報とそのターゲットに応じて、発信元と方法を工夫する。</p>
<p>取組例</p>	<p>▶チャンプルーフェスタや中野駅前大盆踊り大会をはじめとした、中野ならではの参加型イベントを中野区がさらに情報発信する(SNSやプレスリリースなど)。伝統工芸や文化、歴史・史跡などは、ストーリーづくりや複数の資源を組み合わせるなど情報発信の切り口を工夫する。</p> <p>▶中野区在住・在勤のインフルエンサーを発掘し、インフルエンサーによる地域資源(イベント・活動、場所・人)の情報発信を促す。</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)