

練馬区観光案内所の在り方検討会議 第3回

資料2

観光案内所の展開イメージ

ねりま観光案内所・・・・・・・・・・P1-6

石神井観光案内所・・・・・・・・・・P7-9

令和6年10月28日

練馬区産業経済部商工観光課

NERIMA

立地特性

- 練馬駅前の複合ビルの3Fに位置。
- 区民やビジネス来訪者が多い施設。
- 建物の3Fなので、目的来訪が多い。

施設特性

- 店舗面積は約170㎡。
- 区のイベントスペースと隣接している。
(別担当が運営)

利用傾向 (来所者アンケートより)

- 来訪者の世代、グループ、目的は幅広い。
- 区の魅力資源についての関心や情報ニーズが高い。

今後改善すべき事項 (来所者アンケートより)

- 区民以外の「ねりコレ」「ねり丸」商品の関心や評価の引き上げ。

<ねりま観光案内所の在り方>

区の魅力を総合的に発信する観光案内所モデル

コンセプト

- ・ 区の魅力を総合的にPRする拠点
- ・ 練馬区ファンを広げる情報発信

取り組みアイデア骨子

1

オール練馬の
名品・名物・名店の情報発信

2

オール練馬の
魅力資源・スポットの発信

3

魅力発信の新コーナー展開

NERIMA

取り組みアイデア

1. 名品・名物・名店の情報発信

【具体案】

- ・品ぞろえのテーマ設定
- ・販売レイアウトの見直し
- ・商品紹介の充実（商品紹介カード）
- ・飲食店やサービス店のプロモーション（クーポン、ショップカード）

効果：商品認知の拡大、事業者の売上・集客貢献

2. 魅力資源やスポットの情報発信

【具体案】

- ・地図やパンフレットのコーナー
- ・落ち着いて情報に触れることができる場づくり

効果：情報発信力の強化

3. 魅力発信の新コーナー展開

【具体案】

- ・区にゆかりの作品を展示するギャラリー
ex. 日芸との連携等

効果：来所者層の拡大

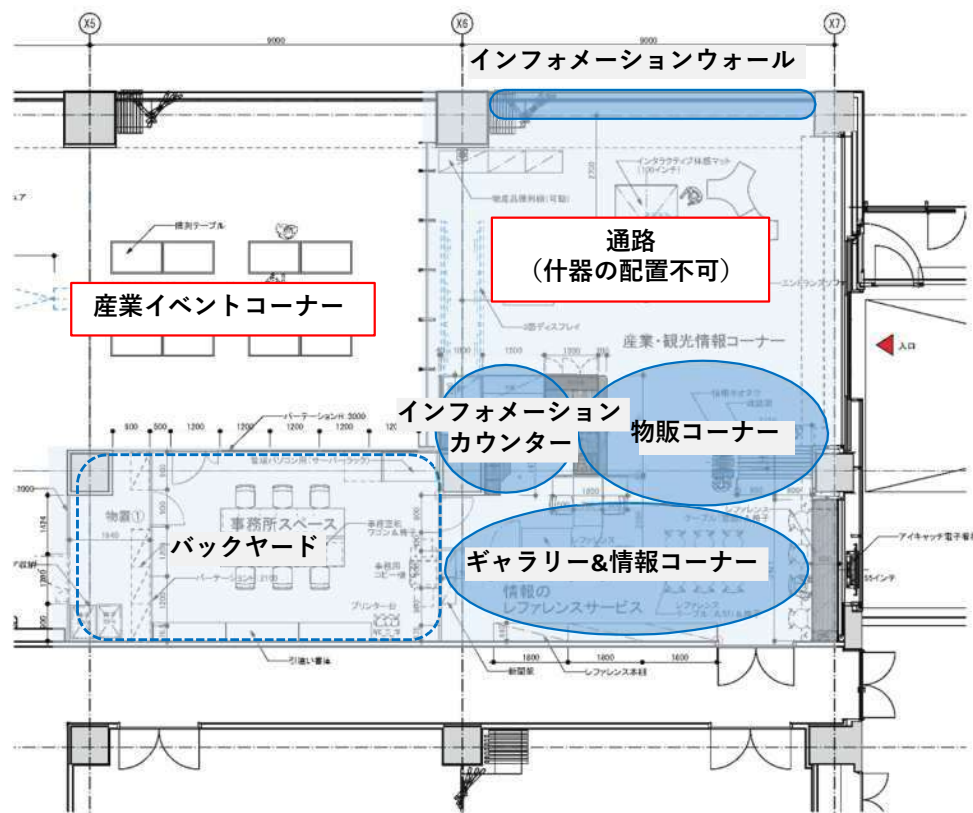
練馬愛を持つ人と連携した案内所運営 (P6に補足)

【具体案】

- ・練馬愛のある人たちの発掘・育成・活躍の仕組みづくり

効果：運営力の向上

ゾーニングイメージ<A案>



インフォメーションウォール

通路壁面は、練馬の魅力スポットを紹介するインフォメーションスペースとして活用。

インフォメーションカウンター

物品販売のレジ機能も複合したインフォメーションカウンターは、気軽に問い合わせできる雰囲気。

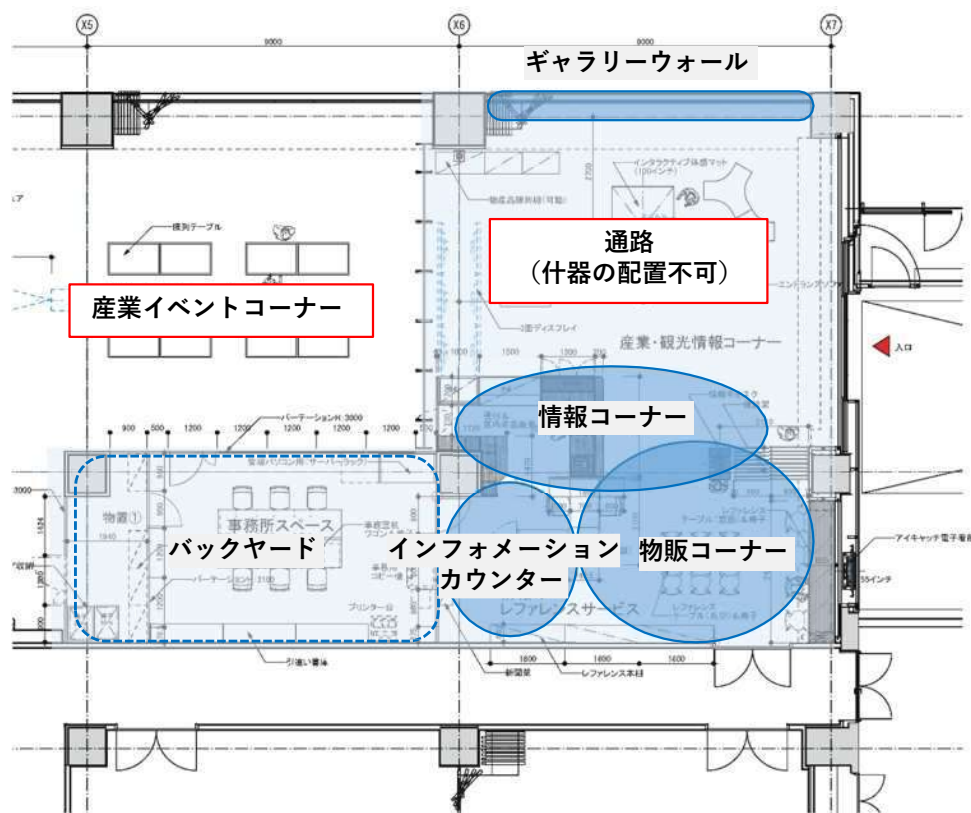
物販コーナー

「ねりコレ」を中心にした物販コーナー。商品ひとつひとつを丁寧にプレゼンテーション。

ギャラリー&情報コーナー

ギャラリーとパンフレットコーナーの複合コーナー。ちょっとした滞留場所になるハイテーブルを配置。イベントスペースとしても活用。

ゾーニングイメージ<B案>



ギャラリーウォール

通路沿いの壁面は、ギャラリーとして活用。

情報コーナー

パンフレット等を集約した情報コーナー。デジタルデバイスやサイネージ等も活用し、様々な情報を提供。ねりコレコーナーと一体的な空間に。

インフォメーションカウンター

物品販売のレジ機能も複合した インフォメーションカウンター。

物販コーナー

壁面も商品陳列に利用し、遠目に訴求力のある売場を構築。

NERIMA

その他のアイデア

重点テーマのPRキャンペーン

効果：情報訴求力の向上

区民以外の人々の関心を引き付ける情報発信の手法として、重点的に発信したいテーマを絞り込んだPR活動を企画。年間を通じてテーマを計画する。

物販やイベント、SNSなどを連携させることで発信力の向上も期待できる。

その他のテーマ例

- 練馬の緑・自然・公園
- 練馬の映像文化 等

テーマ例：練馬の農業

物販コーナー

練馬の農産物を使った商品をテーマ集積。
農産物の販売も実施。

ギャラリー

農業や自然をテーマにしたアート展などを
開催。

イベント

観光案内所での農作物の直売会や、案内所
発の農業ツアーなどを実施。

SNS

インフルエンサーを起用し練馬の農業PR
につながる情報をSNSで発信。

NERIMA

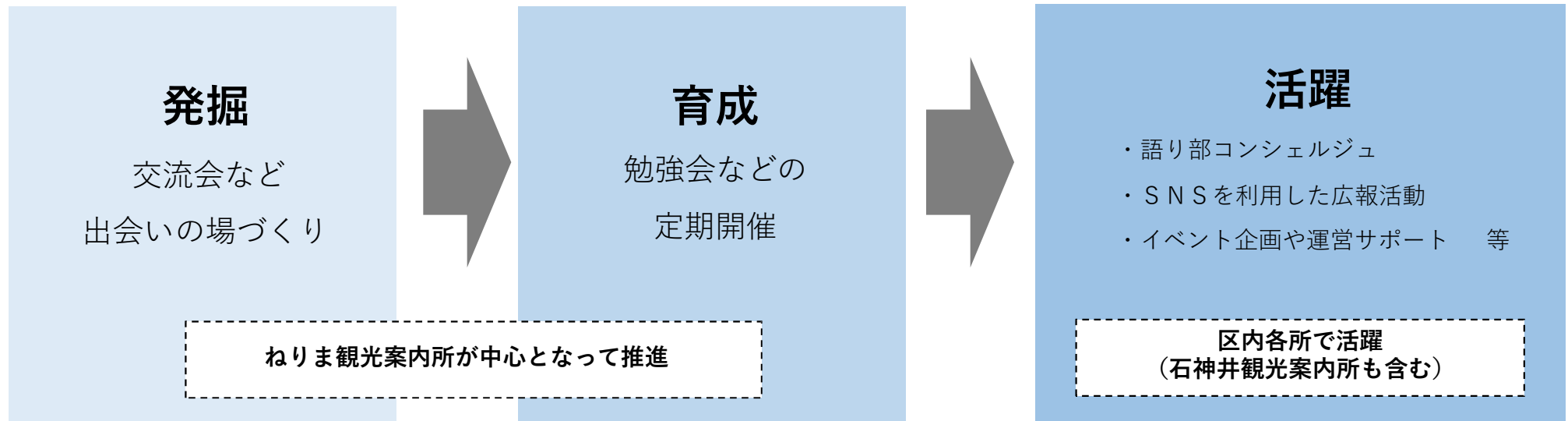
その他のアイデア

練馬愛を持つ人と連携した案内所運営を実現する 発掘→育成→活躍の仕組みづくり

効果：運営力のアップ

練馬愛を持つ人と連携した案内所運営を実現するために、人材の発掘・育成・活躍の仕組みを構築。

区の魅力を総合的に発信する拠点となるねりま観光案内所が発掘・育成の中心となり、区内各所に活躍の場を広げる仕組みをつくる。



SHAKUJII

立地特性

- 石神井公園駅前の立地。
- 来訪者数の多い石神井公園の最寄駅。
- 周辺住宅街の居住者の通行も多い場所。

施設特性

- 店舗面積は約50㎡と小規模。
- 路面からの視認性は高く立ち寄りやすい店舗。

利用傾向（来所者アンケートより）

- 中高年の買物目的が多い。
- ついでの立ち寄り、スタッフとの交流も来訪目的のひとつ。

今後改善すべき事項（来所者アンケートより）

- 買物以外のサービスや機能の魅力づくり。
- 快適に過ごしていただける店内の工夫。

<石神井観光案内所の在り方>

地域の魅力を重点的に発信する観光案内所モデル

コンセプト

- ・石神井地域の魅力発信に特化
- ・地域とつながる情報やサービスを提供

取り組みアイデア骨子

1

石神井及び周辺の
名品・名物・名店の情報発信

2

石神井及び周辺の
魅力資源・スポットの情報発信

3

石神井公園を楽しむ
サービス提供

4

石神井を起点とした
回遊イベントの窓口機能

取り組みアイデア

1. 名品・名物・名店の情報発信

【具体案】

- ・日替わり、週替わりの商品販売コーナー

効果：商品認知の拡大、事業者の売上・集客貢献

2. 魅力資源・スポットの情報発信

【具体案】

- ・地図やパンフレットを集めたコーナー
- ・石神井地域に特化したニッチな情報発信

効果：情報発信力の強化

3. 石神井公園を楽しむサービス提供

【具体案】

- ・レンタルサービス
- ・講習イベント

効果：来所者層の拡大

4. 石神井を起点とした回遊イベントの窓口機能

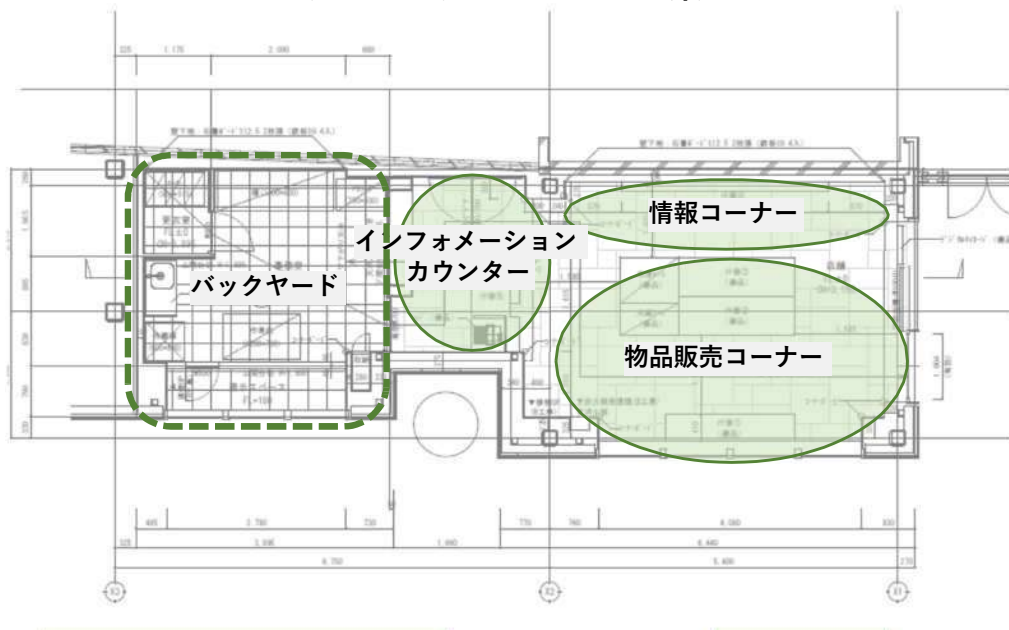
【具体例】

- ・まち歩きプログラム
- ・利用者のコミュニティ形成（会員制度等）

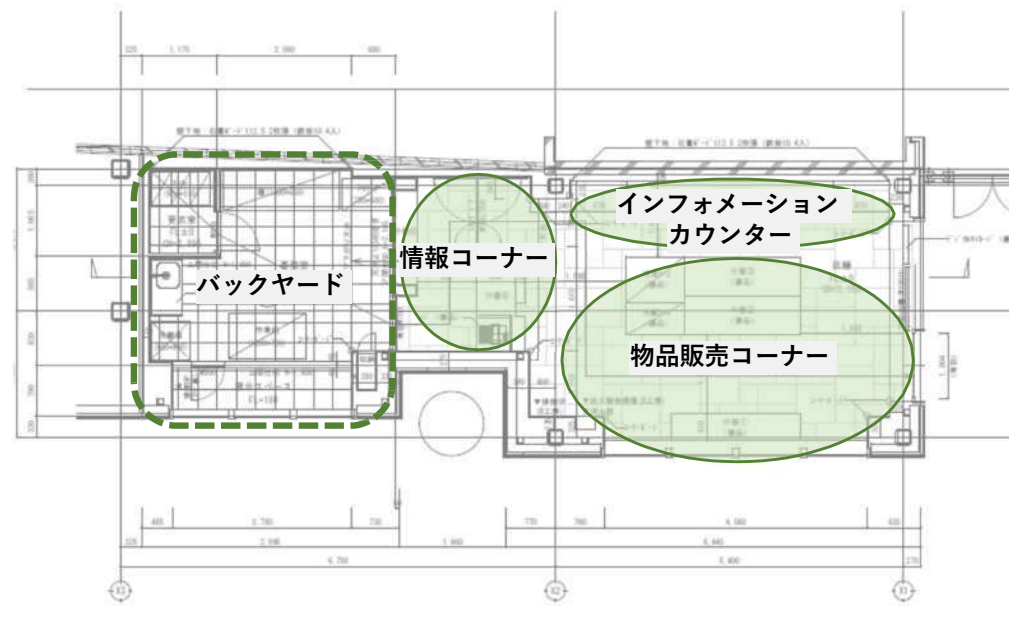
効果：来所者層の拡大、区内周遊の促進

SHAKUJII

ゾーニングイメージ< A案 >



ゾーニングイメージ< B案 >



インフォメーションカウンター

物品販売のレジ機能を兼ねたインフォメーションカウンター。レンタルサービスの受付機能も担う。カジュアルで親しみやすい雰囲気を重視。

情報コーナー

壁面を利用して、地図、パンフレット等を配置。一部にレンタル書棚の配置も検討。

物品販売コーナー

「ねりコレ」を中心に地域の特産品を扱う。便利な買い物場所としてだけでなく、地域の事業者とのつながりを伝える見せ方を工夫。