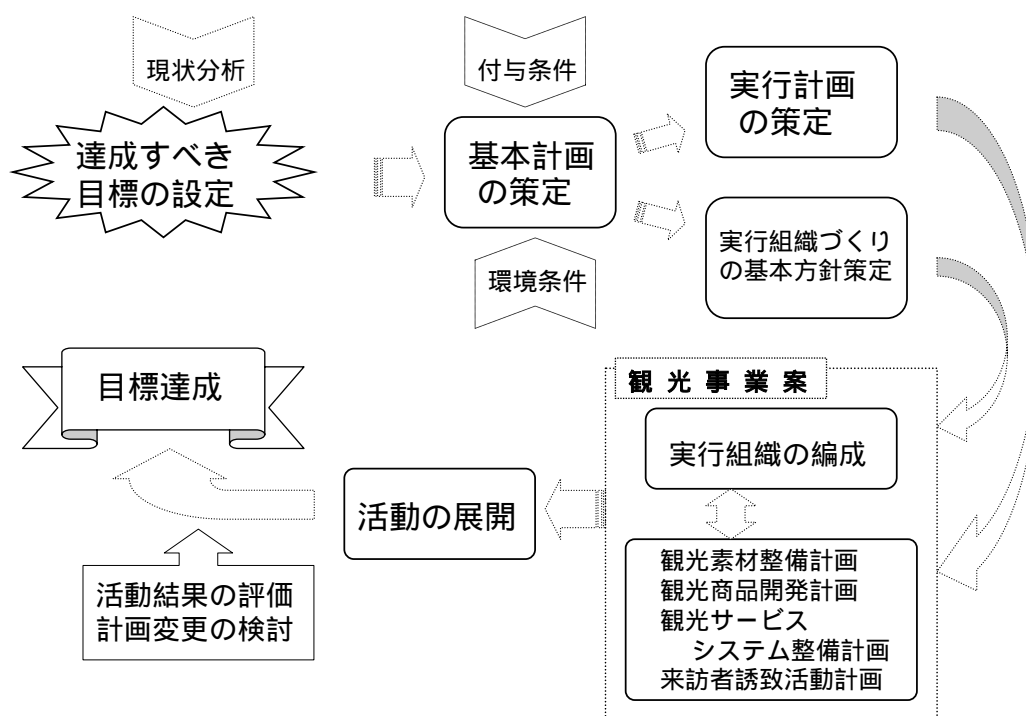


・事業案策定の基本的方向

1 事業案策定の枠組み

観光振興は総合的なまちづくりの目標を達成するための有力な手段であり、その展開方法は、様々な産業やまちづくり活動との連携によって、持続可能な魅力の形成を図ることにある。「観光事業プランづくり」とは、観光事業の実施案（観光基盤整備、観光資源や施設の水準向上に向けた整備、観光商品づくり、来訪者誘致活動など）を策定することである。観光振興施策の枠組みは、一般的には図表-2のように整理できる。

図表 2 . 観光振興施策の枠組み



この報告書では、練馬区観光ビジョンに示されている目標を達成するための実行計画を、具体的な観光事業案とし、活動の展開への手順を明らかにする。また、活動を展開するための実行組織のあり方を検討し、練馬区の観光振興を推進する方途を提案する。

2 事業案の体系

観光事業を大別すると、以下の3つの類型にまとめることができる。これらの類型ごとに個別事業を検討する。

-) 観光商品開発
-) 来訪者誘致活動
-) 推進体制の整備

それぞれの類型には、次のような事業が考えられる。

-) 観光商品開発
 - 観光資源の発掘
 - 観光資源の開発
 - 地域特性の活用（商品コンセプトの設定、「おどろき」と「たのしさ」の融合）
 - 観光資源の組み合わせ（来訪者が求めるシナリオづくり）
 - 安全性と快適性の向上 = 休憩場所（トイレ含む）の設定、交通関係の整備など
 - 観光案内の整備 = 案内標識、ガイドマップの作成と配布システムづくり

-) 来訪者誘致活動
 - 広報活動の強化
 - 観光関連事業者（鉄道／バス／ホテルなど）との連携
 - 区内他産業（商店街／飲食業／農業／アニメ産業など）との連携
 - 販売促進活動の実施

-) 推進体制の整備
 - 実行組織づくり
 - 実行組織の活動支援
 - 民間団体との連携・活動支援

3 事業案策定の基本的方向

練馬区の目指す方向は「まち歩き観光」である。一般的に、「まち歩き観光」の魅力とそのための資源は、図表 3 にまとめた。練馬区の資源特性をこれらにあてはめて検討した。また、練馬区の観光の課題についての検討も、計画の策定にあたって必要となるため、計画の基本的な方向の検討に合わせて、練馬区の特性と課題を整理した。

図表 3 .「まち歩き観光」の魅力と資源

| 「まち歩き観光」の魅力・楽しみ | まちの整備の具体例 |
|----------------------------|---|
| <p>境界や路地を回遊（散策）する楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・歩く人が主役の駅や駅前広場の整備 ・回遊の仕組みづくり、魅力ある誘因素材の分散配置 ・路地の魅力向上、建築物の活用 ・駐車場の確保 ・快適な歩行者空間の確保 |
| <p>街並みを巡る楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・街並みの発見、マップの作成 ・古い建築物の活用 ・景観整備指針の策定 |
| <p>水や緑などまちの自然や農にふれる楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・季節の名所の創出 ・まちに開かれた水辺や公園の整備 ・観光農園の整備 |
| <p>見たり見られたり、ファッションの楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・通りや境界の個性の創造 ・人が集まる広場の整備 ・「店・道」の中間領域の確保 |
| <p>買い物や市場を巡る楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・商店街（市場）の再生 ・フリーマーケットの開催 ・個性的な商品、人、商店街づくり ・ウィンドウディスプレイの魅力向上 ・「練馬区にちなんだ商品」の充実 |
| <p>地域の味や様々な料理を味わう楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・地元の味、地元の料理の魅力づくり ・美味しいものマップの作成 |
| <p>文化、芸術、芸能にふれる楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・文化、芸術を楽しめる場の存在 ・伝統工芸の保存・公開・参加 ・大道芸人などに対する道路や空間の規制緩和 ・アニメ等を活用したイベントの開催 |
| <p>祭りや行事を見る、参加する楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・祭りや行事の掘り起こし ・祭りや行事への参加・参画 |
| <p>ナイト（イブニング）ライフの楽しみ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・夜景をつくる（ライトアップなど） ・ナイトライフを活気づける「盛り場」の存在 |

(1) 練馬区における観光特性と課題

練馬区の観光特性、観光課題、区内関係者からのヒアリングを整理すると次のようになる。

観光特性

-) 江古田駅周辺には3つの大学があり、学生が集まるにぎやかな街になっている。地域に開かれた大学や個性的な学生の行動は文化や情報の発信源となり得る。
-) 区の中ほどを東西方向に西武池袋線が通っているほか、南寄りに西武新宿線、北東端沿いに東武東上線が走り、さらには都営地下鉄大江戸線、東京メトロ有楽町線も乗り入れている。幹線道路から離れている区内の一部地域や南北方向を結ぶ交通機関は弱いとも言えるが、バス路線も多く、運行本数も豊富で、観光という視点からとらえるとどこからでも来訪しやすい利便性がある。「ねりまタウンサイクル」も充実しているので、区内の地形（平坦ないしは緩やかな台地）を活かした「公共交通機関＋徒歩あるいは自転車」を組み入れた「まち歩き観光」に適している。
-) 大泉学園、石神井公園など閑静な住宅街が広がっており、現在活躍中の著名人が多く居住している。
-) 緑豊かな公園や水辺の風景を楽しめる場所が多く、東京23区内では数少ない自然があふれている。
-) 農地が点在しており、都会で暮らす人が気軽に農にふれあう場を提供している。また、農家の庭先での販売や、採れたて野菜を提供する飲食店もある。
-) 味噌や漬物の製造販売や青果市場（やっちゃば）、新旧の職人技をもつ「匠」の存在など、特色ある商工業の現場がある。なかには「ねりまの名品21」や「練馬区にちなんだ商品（ねりコレ）」として、すでに掘り起こされているものもある。
-) 季節を感じさせるイベントや祭（照姫まつり、よさこいソーラン、阿波踊り、練馬まつり、酉の市、関のぼろ市など）が年間を通じて行われており、伝統的なものから新しく創造されたものまで様々である。

) 文化財や天然記念物が区内全域に点在し、「練馬区立美術館」、「牧野記念庭園」など公共施設だけでなく民間施設も含め個性的な文化施設も存在する。

)日本が世界に向けて発信している新しい文化であるアニメのプロダクション(東映アニメーション、虫プロをはじめ 80 以上)やコミックの作家が多い。

このような特性を持つ練馬区には、都市住民にとって楽しさや安らぎをもたらす資源がバラエティ豊かに存在している。これらの特性を活かすためには、都市の景観や生活文化を楽しみ、豊かな時を過ごしてもらい、練馬区らしい「まち歩き観光」を定着させることが基本的な方向として考えられる。

観光課題

) 都市観光(まち歩き観光)地としてのイメージ確立

練馬区には、としまえん、石神井公園など、多くの人に知られた観光資源とともに、都市住民にとって楽しさや安らぎをもたらす資源がバラエティ豊かに存在している。しかし、訪問すべき地域として、明確な観光イメージが確立されていないため、資源が「点」として存在するだけにとどまってしまい、「まち歩き観光」という「面」への広がりが形成できていない。

) 既存観光資源・施設の魅力向上や潜在観光資源・施設の活用

既存の観光資源、特に歴史的な資源は“説明されれば”興味をひくであろうが、現在、練馬区を紹介しているガイドブックなどに取り上げられている資源には神社や寺などが多く、人を強くひきつけるものとなっていない。また、個性的な美術館・ギャラリーや庭園、都内では貴重な農地、「練馬区にちなんだ商品(ねりコレ)」のような素材も、十分に活用されているとはいえない状況にある。さらに、まち歩き観光の視点から見ると大きな資源である漬物などの中小製造業や伝統工芸の現場などは未活用のままである。

) 観光による地元産業活性化

来訪者の増加が商業や飲食業の売り上げにも好影響を与るとともに、区内のそれ以外の様々な産業にも活性化の機会がもたらされることになる。この機会を創り、それを活かせるような施策に基づく事業を展開する。

) 効果的な情報発信の取組み

練馬区では、観光ガイドブック「るるぶ練馬区」を出版し、自治体の観光 PR

としては画期的な手法を用いたことが注目された。一般的に、観光振興においては、観光資源整備、観光施設整備が主要課題となっており、大切な来訪者誘致活動の展開がなされていない。事業周知の効果的な情報発信が必要である。

) 区民参加による推進体制整備

「まち歩き観光」では受け入れ側としての区民の協力は欠かせないものである。観光事業プランを推進するためには、その推進体制の中に、68万人の区民を広く巻き込むことがポイントであり、その方策の整備を図ることが必要である。

区内関係者からのヒアリング

観光協議会の関係各団体、企業へのヒアリングから、次のようなことがいえる。

) 練馬区の観光振興は緒についたところであり、期待とともに成り行きを見守っている。

) 個別の団体、企業は、それぞれの本来事業との関わりという枠組みの中で観光振興を捉えており、概ね「メリットがある」と考えて、協力姿勢を示しているが、区からの適切な協力要請を待っている状態である。

) 基本的な方向として「まち歩き観光」を推進することでよいと考えているが、公園中心の現在のコースではなく、もっと多くの素材を活用すべきであるという考え方が強い。「練馬区には人を呼べる大きな資源がないので、新たな開発も必要だ」との考え方も根強い。

* 活用する素材(例): 元気な商店街、アニメ(の工房)、練馬区にちなんだ商品(ねりコレ)、老舗、農産物直売所、景観の良い道・街並み、歴史的・文化的なストーリーがある施設など

) 情報発信を充実して、もっと来訪者誘致に努力を傾注しなければならない。

) 観光振興の推進組織(例えば、観光協会)を設立するのであれば、他地域に見られるような名目だけのものではなく、実質的な活動を行える組織、官民の連携した活動を活かせる組織にして欲しい。

) その他、「まち歩き観光」を考えるときの留意点について、意見が寄せられている。

ア：まち歩きの起点・終点は「駅」であり、駅周辺の商店街や老舗、個性的な店なども紹介する。

イ：「練馬区にちなんだ商品（ねりコレ）」とコースマップを融合させる、スタンプラリーを実施する、「ツール・ド・ネリマ」を開催するなど、話題性のあることを実施して、「練馬区のみち歩き」の周知を図る。

ウ：イベントや季節による景観の変化などを活かしたコース設定にする。

エ：モデルコースの魅力を再評価して、集客力を再確認する。

（２）基本的方向

これらの観光特性や観光課題の状況、区内関係者からのヒアリングから、練馬区の観光事業を展開する基本的な方向は次のようになる。

基本的方向 1 練馬型「まち歩き観光」を具現化した観光商品づくり

見慣れた街並みを「より魅力的に表現する」ことを目的として観光商品づくりを行う。

基本的方向 2 練馬区への訪問や区内の散策が快適にできる仕組みづくり

来訪者へのサービスの仕組みを整備することによって、来訪を容易にするとともに、高齢の方や障害のある方、小さいお子さん連れの方などすべての来訪者が快適に散策できる仕組みを整える。具体的には、おすすめの見所や店を紹介するガイドマップ、それと連携した案内標識、ボランティアガイド、利用しやすいタウンサイクルの仕組みづくり、休憩施設、トイレなどを整備し、「まち歩き観光」商品の水準向上を図る。

基本的方向 3 練馬区の新しい魅力の創造、発掘

区民にとっても行ってみたいくなるような、区外の人にも訪れてみたいくなるような観光商品づくりを目指す。具体的には、練馬区の特徴的産業であるアニメの活用、農地を活用した掘り採り観光や農園レストランの整備、「農／農産物」をテーマとしたイベントの開催、多様な区民グループの活動にスポットライトをあてる、各地の商店街が個性的な活動をする、豊かな自然を象徴する「ホタルが飛び交う」水辺づくり、民俗的な庚申塚（塔）や民話など既存の資源を活用して新たな意義を見出す、などの新しい練馬区の魅力を発掘、創出する。

基本的方向 4 練馬区の良さの発信

練馬区内のよいところを具現化した「まち歩き観光」商品を区内外に発信し、アピールする。

基本的方向 5 推進体制の整備

観光事業を推進するには、区と区民、事業者とを繋ぎ、協働の要となる推進組織が必要である。組織の規模、果たすべき機能などを整理し、組織のあり方を明確にする。

4 推進体制の必要性

観光事業を推進するには、複数の組織が連携して対応することが必要である。観光には、民間の様々な産業の事業者や活動グループも関わってくるので、それらが、緊密に連携して活動することが求められる。行政と民間、民間同士の連携など、様々な連携を創出するための組織体制が必要である。

来訪者誘致活動は、商品開発から販売促進までを包含する企業活動であり、継続的な活動が求められる。したがって、必要とされる組織は、会議体ではなく、継続性のある活動体が望ましい。この組織には、以下の機能を果たすことが期待されている。

-) 区内の観光事業者との連携、協力体制の構築により、観光事業を効率的に実施する機能。
-) 区内外の観光関連情報を収集・加工し、提供する機能。収集する情報は、すべての観光に関連する地域資源の情報であり、情報の提供先は一般消費者、マスメディア、区内の観光関連事業者、区外の旅行会社および旅客輸送会社などである。
-) 情報発信ツールの制作機能。ホームページ、ポスター、パンフレット、ガイドマップ、情報誌・紙などを制作・管理する。
-) 情報発信機能。ホームページの管理・運営、情報コーナーの運営、マスコミへの情報提供、制作物の配布機会の確保などである。
-) 民間（企業、地域団体、グループ、個人）の活動状況を把握し、連携して来訪者誘致に結びつける機能。
-) 地域資源の現状把握と必要な改善策を提案する機能。
-) 新たな地域資源を発掘する機能。
-) 観光商品を開発する機能。

5 事業実施の時期と期間

この報告書では、事業開始の時期について、早期に着手すべき事業と準備期間を経て着手すべき事業に分類した。さらに、整備期間については「短期」と「中・長期」に分け、着手後1～2年で完了する（民間への移譲を含む）事業を「短期」とし、完了までに3年以上の期間を要する事業を「中・長期」とした。