

文京区アカデミー推進計画策定協議会

第3回 観光分科会 次第

日時：平成22年8月5日（木）18:30～20:30

於：文京シビックセンター21階 2101会議室

- 1 開会
- 2 はじめに
- 3 分野別計画骨子（案）の検討
- 4 分野別計画事業例（案）の検討
- 5 閉会

《配布資料》

【資料観光－第9号】分野別計画骨子（案）

【資料観光－第10号】分野別計画事業例（案）

分野別計画骨子（案） 観光分野

1 まちあるきを中心とした資源の発掘・活用・創出

【現状と課題】

◆ 現状

本区は、伝通院や根津神社等の寺社、漱石や鷗外等の文人などに関連する史跡、小石川後樂園や六義園等の庭園など、全国に誇れる歴史的・文化的資源を数多く有しています。区民や区内事業者、区外からの来訪者を対象に実施したアンケート調査*においても、本区について「歴史や文化の香り高いまち」や「大学などの教育機関の多いまち」といったイメージをもつ方が多いことが分かります。

そのような特性を活かし、本区では、区内の博物館・美術館・庭園などと「文の京*ミュージアムネットワーク」を構築してマップの作成や合同イベントを開催しているのはじめ、大学と連携した講座「文京アカデミア」の開催、史跡や文学などの資源を巡るまちあるきコースづくりなどの取り組みを進めています。

このように、歴史や文化、教育などの資源を活用したさまざまな取り組みを展開していますが、区民の居住歴や世代、活動エリア等によって、区内の観光資源への意識や“気づき”に差があると考えられます。

また、近年、観光の形態のひとつとして体験型観光など学びに対する注目が高まっています。区内には、史跡めぐり、文学散歩など、学びの要素を含んだ魅力的な資源が豊富にあるため、本区で歴史や文化を学べる機会づくりに取り組む重要性は高まっていくと考えられます。しかし、本区の観光資源の中には区民の日常生活エリアに立地するものもあるため、ゴミの持ち帰りといった来訪者のマナー向上など、区民生活への配慮を求める声が多くあります。

◆ 課題

- ① 既存の観光資源の認知や発掘・創出とともに、その魅力の向上を図ることが求められます。
- ② 本区の資源の魅力をより高めるために、ストーリー性を持たせた、味わい深い観光コースづくりが求められます。
- ③ 本区の特徴である教育機関や美術館・博物館などとの連携を強化していくことが求められます。
- ④ 歴史的・文化的資源以外にも、本区ならではの「食べる」、「買う」、「体験する」、「交流する」などの魅力も高めていくことが求められます。

* 「文京区観光ビジョン基礎調査」平成21年3月実施。

* 文京区は「文教の府」と言われ、「文化の香り高いまち」を目指し発展してきた。これに寄せる区民の誇りと愛着を大切に、その上で、区民と区が、時代の大きな変化に適応しつつ、可能性に富んだこの地を、新たな洗練と成熟の段階へとさらに発展させていく都市自治の姿を「文の京」と呼ぶ（「文京区基本構想」平成13年より）。

【基本的な方向】

(1) 文の京の誇りとなるまちなかの魅力発掘と磨き上げ

- ・ 来訪者を迎え入れるにあたり、まずは区民が文の京の魅力に気づくことが重要です。区民自らが地域の魅力を発見・発掘できるようにする取組みやその魅力を高める施策を推進します。

(2) 文の京を分かりやすく伝えるストーリー性ある観光コースづくり

- ・ 区民や来訪者が、本区の資源を楽しむためには、歴史や文人など多種多様な資源の魅力をわかりやすく伝えることが重要です。本区魅力をテーマ別に選び出し、ストーリー性あるコースづくりを進めます。
- ・ まちあるきなどを企画・運営する際は、落ち着いた区民の暮らしが保たれるよう配慮するなど、持続可能な観光のあり方を目指します。

(3) 「学び」の要素と連携した文の京ならではの新しい魅力づくり

- ・ 教育機関や美術館が多く立地するという本区特性を活かした「文の京」らしい魅力創出へ向けて、「学び」のネットワークの強化とそれを活かした取組みの活性化を進めます。

(4) まちあるきを誘発する「文京ブランド」の構築

- ・ 飲食店や商店、文京区伝統工芸会などと連携して、「食べる」「買う」「体験する」に関するブランド力を高め、まちあるきの新たな魅力を創出します。

期待される効果

- ・ 本区の魅力に対する区民の認知拡大や観光による地域振興事業への参画が増え、区民の区に対する愛着や誇りが高まります。
- ・ 歴史や文化的な資源にストーリー性を持たせることで、新たな来訪者の誘致が進み、文京区のイメージが向上します。
- ・ 教育機関や美術館などの連携により、「学び」をテーマにした新たな魅力が創出されます。
- ・ 観光まちづくりに、商店街や伝統工芸などの事業者の参画が増加します。また、「文京ブランド」の創出などを通じて、産業が活性化されます。

【事業例】

事業名	概要	担い手

2 まちあるきや交流のための環境づくり

【現状と課題】

◆ 現状

区民や来訪者が本区の魅力を堪能するために、本区では、誰もが安全・快適にまちあるき等ができる環境や景観を意識したまちづくりに取り組むとともに、人びとの交流の機会づくりにつながるイベントの開催などを進めています。

今後の高齢化の進展やアジアを中心とした外国人観光客の増加などが想定されることから、安心して観光できる環境づくりがますます重要になってきます。

本区は、地下鉄の他、コミュニティバス「Bーぐる」、レンタサイクルなど、さまざまな交通手段があります。コミュニティバスでは、ICカードの導入や施設割引特典の付与などの取り組みを進めており、交通機関の利便性が高いことが区の特徴のひとつとなっています。しかしながら、区民や区内事業者へのアンケート調査において、観光振興で「重点的に取り組むべき施策」として、「区内の移動手段の充実や観光案内板などまちを歩いて楽しめる環境づくり」が2番目に多いなど、交通環境や案内などさらなる充実が求められています。

また、上記のアンケート調査「重点的に取り組むべき施策」の1番目は、「歴史的建造物・美しいまちなみなどの保全・活用・創造」となっており、景観が重要視されていることがうかがえます。

ハード面の環境づくりだけでなく、来訪者と区民の交流の促進など、ソフト面の取り組みも重要です。文京ふるさと歴史館主催のイベント「史跡めぐり」の開催や文京五大花まつり等での区民と来訪者の交流などがありますが、近年、人と人との交流を体験する観光の人气が高まっていることから、こうしたさまざまなイベントや体験観光が求められていくと考えられます。

また、交通利便性の高さやコンベンション施設が多く立地していることに加え、大学等の教育機関が多いという区の特性を活かした「MICE*の誘致」をはじめ、アフターコンベンション（会議・学会等の参加者への観光メニューの提供）の充実など、本区の強みを活かした集客を図っていくことが望まれています。

◆ 課題

- ① 来訪者を迎え入れるにあたり、安全・安心であること、バリアフリー化したやさしいまちであることが求められています。
- ② 庭園の緑や情緒あるまちなみなどの多様な景観の維持・保全を意識したまちづくりが求められます。
- ③ 区内を横断的に移動できる手段やわかりやすい案内の提供などを進めていくことが求められます。

*MICE：会議 (Meeting)、報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際会議 (Convention)、イベント、展示会・見本市 (Event・Exhibition) のこと。会議等の開催により、来訪者の増大や各種分野への経済効果などが期待されます。

- ④ 区民同士、区民と来訪者の交流を促進し、本区の資源や文の京での暮らしの魅力をより身近に感じられるような機会づくりが求められます。
- ⑤ まちあるきの人気が高いこと、まちあるきが地域を知る手段として有効なことから、テーマを持たせたまちあるきや地域活性化のためのさまざまなイベントを新たに創出していくことが求められます。
- ⑥ 本区に多く立地する大学等と連携し、イベントや学会などの誘致を進めるとともに、参加者・同伴者が本区の魅力を堪能できる仕組みづくりが求められます。

【基本的な方向】

(1) 安全・安心でやさしいまちを実現する環境づくりの推進

- ・ 高齢者や障害者、外国人など、誰もが安全・安心に、かつ快適に区内を巡ることができるよう施設や案内標識の整備を進めるとともに、災害など緊急事態に際しての情報提供の仕組みを検討します。
- ・ 人に地球にやさしい環境を意識したまちづくりを進めるとともに、文の京らしい景観も意識した取組みを進めます。

(2) 区内の回遊性を向上させる誘導の仕組みづくり

- ・ 快適に区内に点在する資源を巡ることができるよう、区内交通ネットワークの充実、レンタサイクルの活用を進めるとともに、わかりやすい案内標識の整備などにより回遊性を高める取組みを推進します。

(3) 区民や来訪者の交流充実に向けた環境づくり

- ・ 歴史や文化に恵まれた文の京で、観光振興等に取り組む区民と来訪者の交流や本区の魅力をより深く感じてもらえるよう区民相互の交流の充実に向けた環境づくりを推進します。

(4) 文の京の魅力を活かすイベントの推進

- ・ 区民や来訪者が、本区の資源に触れるきっかけのひとつとして、まちあるきイベントに参加できる機会を増やすとともに、本区独自の歴史や文化などの資源を活かした新たなイベント作りに取組みます。

(5) MICEの誘致（アフターコンベンションの充実と誘致）

- ・ 区内でのイベントや会議などの開催を増やすために、区内の大学や観光施設等と協力するとともに、本区での開催のメリットを整理し、PRをすることによりMICEの誘致を進めます。
- ・ 区内や近隣区で開催される会議等への参加者や同伴者等が、区内観光や食事、買い物で楽しんでいただけるよう情報提供の充実を目指します。

期待される効果

- 年齢や言語、身体的なハンディの違いにかかわらず、誰もが安全・快適にまちを巡れる環境が整備されます。また、地球環境にやさしいまち、景観を意識したまちとして国内外に誇れるような取組みが増加します。
- まちあるきなどを通じて、区民同士、区民と来訪者との交流が深まり、区に対する愛着の高まりや文京区ファンが増加します。
- 区民や来訪者が、それぞれに関心のあるテーマに合わせて、気軽にイベントに参加できる環境が整備されます。
- 区内で開催される会議やイベントなどが増加し、来訪者数や区内での消費額の伸びにつながります。

【事業例】

事業名	概要	担い手

3 観光まちづくりのための情報発信

【現状と課題】

◆ 現状

観光においては、本区を「知ってもらうこと」が最も重要な課題のひとつです。観光ガイド「おさんぽくん」などのリーフレットの発行やホームページ、観光案内拠点「文京区観光インフォメーション」を通じた情報発信に加え、区の魅力を体験するイベントの開催や観光グッズの販売など、さまざまな方法で情報発信を行っています。

本区は、それぞれの観光資源や文京区自体の知名度は高いものの、施設等と「それが文京区にある」という結びつきが弱いことがひとつの特徴となっています。そのため、区としてのブランド力や各資源とのつながりを強めるための情報発信の強化が、本区の観光振興において特に重要性が高い取り組み課題となっています。

また、広く本区の魅力を発信するためには、新聞・TVなどのメディアや旅行会社等との連携が不可欠です。イベント開催時には報道機関への情報提供は行っているものの、取り上げてもらうための工夫やニーズにあった情報提供のあり方の検討とこれまで連携していない旅行会社等への発信など、新たな取り組みが必要です。

近年、情報通信技術の発展に伴い、その技術を活用した情報発信が盛んになっていて、本区でも、ホームページを通じた情報発信を行っています。本区では、まちあるきが重要な観光のひとつとなっているため、まちあるきしながら情報を得たり発信したりできる携帯端末など、新たな情報通信技術活用の重要性が高まっていくことが考えられます。また、地域の魅力をより深く、広く発信していくためには、実際にまちあるきした人の感想やその人ならではの楽しみ方など、新鮮な情報を発信することが重要です。区内には、そうした情報の発信者となり得る人材が多くいるため、さまざまな視点から本区の魅力が広く発信されていくことが期待されます。

◆ 課題

- ① 観光まちづくりにおける「文京区」のブランド力や知名度を高めるための効果的な情報発信を積極的に展開していくことが求められます。
- ② 来訪目的などの基本的なニーズにあわせた情報発信を充実するとともに、区民に対する積極的な情報発信も求められます。
- ③ メディアに対する情報発信を積極的に行うなどメディアとの連携を強化し、本区がTVや新聞などに多く取り上げられるようにしていくことが求められます。
- ④ ホームページを通じた情報発信の充実、携帯端末など新たな情報通信技術の活用など、情報発信の手段を多様化していくことが求められます。

【基本的な方向】

(1) 「文京区」の知名度向上へ向けた情報発信の強化

- ・ 本区の知名度向上へ向けて、区内の魅力に関する情報を幅広い視点から集約・整理するとともに、積極的に発信していきます。
- ・ 常に最新の情報が発信できるよう、情報の新鮮さを保つようにします。

(2) ターゲットを明確にした効果的な情報発信の推進

- ・ まちあるきを目的とした人、外国人観光客、通勤・通学者など多岐にわたる本区への来訪者に対応するために、それぞれの目的やニーズに合った情報をさまざまな方法で発信していきます。

(3) メディアの有効活用による「文京区」の積極的なPR

- ・ 本区の旬な情報を広く効果的に発信していくために、観光施設や飲食店などから最新の情報を収集するとともに、その情報をメディアに対して積極的に提供することで「文京区」のPRを進めます。

(4) 情報通信技術を活用した情報発信の推進

- ・ 来訪者の多様なニーズに応じた情報を効率的・効果的に発信できるよう、携帯端末の活用など情報通信技術の活用を推進します。

期待される効果

- ・ 「〇〇と言えば文京区」というように観光資源と文京区がつながり、区のイメージや知名度が向上します。
- ・ さまざまな目的を持った来訪者、区民、旅行会社などに対して、ニーズに合った新鮮な情報をいつでも提供するよう整理し、迅速に発信できる環境が整います。
- ・ 新聞社やTVなどさまざまなメディアを通じて文京区の魅力を知る機会が増えることで、来訪のきっかけづくりにつながります。
- ・ パンフレットやホームページだけでなく、携帯端末などさまざまな形態で情報の収集や発信ができる環境が整備されます。

【事業例】

事業名	概要	担い手

4 観光まちづくりのための人材育成と体制づくり

【現状と課題】

◆ 現状

来訪者が不安や不便さを感じず本区の魅力を堪能するためには、区民や事業者など受け入れる人がおもてなしの心を持ち、街全体が来訪者をあたたかく迎え入れる雰囲気にあふれることが不可欠です。また、本区の資源や立地を活かした観光による地域振興を効果的・効率的に推進していくためには、区民や事業者・団体など、さまざまな主体が連携することや近隣区と協力することも必要です。

文京花の五大まつり等では、町会・商店街などさまざまな主体が工夫をこらし、来訪者に楽しんでもらえるようにイベントを行っています。また、ふるさと歴史館友の会「まち案内」では、区の魅力を来訪者に伝える活動を続けています。

こうした取組みは行われているものの、区民へのアンケート調査において、来訪者に対する「おもてなし」の状況をみると、来訪者受け入れの取組みは「特になし」とする人が約6割と高く、「あいさつや道案内などを行うよう心がけている」という人は15%程度に留まっています。

また、今後、高齢者や外国人の来訪者が増えることが想定されているため、バリアフリー化やメニュー等の多言語表記など、高齢者や外国人に対するおもてなし環境の向上に向けた取組みの必要性も高まると考えられます。

本区は生涯学習が盛んなことから、区の歴史や文化などに関する人材育成などの取組みが進んでおり、観光の場面で活躍する人材は豊富であると考えられますが、今後は、学生や地域で活躍する団体なども含めたさまざまな人々のネットワークづくりや連携した取り組みを地域の枠を超えて展開していくことが期待されます。

◆ 課題

- ① 来訪者に対し、区民が本区の魅力をきちんと伝えられるようにするための人材の育成や学びの機会づくりが求められます。
- ② 地域で活動する団体・人材の発掘を進めるとともに、区民、商店街、教育機関など区内のさまざまな主体が連携する体制を整えることや、それぞれの特性を活かした活躍の場づくりが求められます。
- ③ 区民や事業者、地域活動団体などの観光まちづくりに対する意識を醸成するなど、ホスピタリティを高めることが求められます。
- ④ 区や観光協会をはじめ、地域活動団体などさまざまな団体が、それぞれ主体的に活動することに加え、組織や地域の枠を超えて協力・連携しながら取り組んでいくことが求められます。

【基本的な方向】

(1) 文の京の魅力を伝える人材等の育成

- ・ 来訪者が本区の魅力を十分に堪能できるよう観光ガイドの育成を進めるとともに、区民自らが区の魅力を楽しみ、その魅力の発信もできるよう生涯学習の講座を区内の教育機関等と連携しながら推進します。

(2) 観光まちづくりに携わる団体・人材の発掘と活用

- ・ 地域で活躍する団体・人材の掘り起こしを図るとともに、区民、商店街、教育機関など、さまざまな主体が観光による地域振興に積極的に携わる機会づくりを進めます。

(3) 文の京全体としてのホスピタリティの醸成

- ・ 来訪者に対するおもてなしの心に溢れるまちを目指し、案内標識などの環境の整備を進めるとともに、区民や事業者などさまざまな主体の意識や知識の向上を図ります。

(4) さまざまな主体が連携して取り組む体制づくり

- ・ 観光イベントやまちあるきなどの企画や運営において、さまざまな団体・人の力を集結し事業成果を高められるよう、ネットワークづくりや連携事業の展開など組織や地域の枠を超えた協力・連携を進めます。

期待される効果

- ・ 区民の区の歴史や資源に関する知識などが深まるとともに、それらを大切にしている心が醸成されるなど区に対する愛着や誇りが高まります。
- ・ 区民や事業者などによる観光まちづくりの活動が、区内のいたるところで活発に展開されます。
- ・ 区民が、区の歴史や資源などに関する知識を来訪者に提供したり、困った人に手を差し伸べたりするなど、来訪者の視点で配慮ができるホスピタリティにあふれた街になります。
- ・ 都・区などの行政や観光協会、観光施設、商店街、地域活動団体、大学、区民などさまざまな主体が協力・連携しながら、地域や組織の枠を超えた取り組みが増加します。

【事業例】

事業名	概要	担い手

分野別計画事業例（案） 観光分野

1 まちあるきを中心とした資源の発掘・活用・創出

【事業例】

(1) 文の京の誇りとなるまちなかの魅力発掘と磨き上げ

事業名	概要	担い手
夜景スポットの発掘・活用	区内で夜景がきれいに見えるスポットを区民などからの募集などにより発掘・整理し、新たな観光資源として発信する。	行政 観光協会 地域活動団体 事業者 区民
文の京のキャラクターづくり	文京区の観光まちづくりにおけるイメージ強化を図るために、文の京のイメージを示すキャラクターをつくり、パンフレットやイベント、観光グッズなどに活用する。	
まちの愛称づくり（再掲）	まちあるきや観光マップなどに活用するために、路地や坂などの通りをはじめ、目印となるスポットに愛称をつける。	
文の京ライフスタイルのイメージアップ	歴史や文化、教育機関などに囲まれた文京区ならではの文教都市の生活を「文の京ライフスタイル」として、区民とイメージを作り上げ、発信する。	
文の京のイメージアップキャンペーンの展開（再掲）	区民の地域に対する誇りや文京区のイメージアップへ向けて、歴史や文化をはじめ、「文の京」を分かりやすく表すイメージの確立を図り、区内外にPRする。	

(2) 文の京を分かりやすく伝えるストーリー性ある観光コースづくり

事業名	概要	担い手
歴史や文化的資源を活かした観光ツアーづくり	寺社や史跡、文人、教育機関など文化や歴史的資源をテーマに発掘・整理し、まちあるきなどの観光ツアーづくりを進める。	行政 観光協会 観光施設 寺社仏閣 飲食店 ものづくり関連事業者 福祉関連団体 国際交流関連団体 地域活動団体 区民
自然や地球環境をテーマにした観光ツアーづくり	庭園などの緑を巡るまちあるきや地球環境保護などの取り組みを学べる観光ツアーづくりを進める。	
食をテーマにした観光ツアーづくり	老舗や人気店の逸品、健康志向など様々なテーマに基づいて食の魅力を発掘し、まちあるきなどの観光ツアーづくりを進める。	
映像作品や文学作品を巡るツアーづくり	TVや映画などの映像作品、文学作品などに登場したスポットを発掘・整理し、作品名や作家、時代などをテーマにゆかりあるところを巡る観光ツアーづくりを進める。	
ものづくりの現場体験ツアーづくり (再掲)	伝統工芸をはじめ、区内に立地するものづくりの現場を訪れ、直接話を聞いたり体験できるツアーづくりを進める。	
建築物を巡るツアーづくり	寺社、住宅、洋風建築などの歴史的な価値の高い建築物、近代建築物などの建築物を巡るツアーづくりを進める。	
バリアフリー観光ツアーづくり	車イス利用者や高齢者などが、不自由や不安を感じずまちあるきなどができるよう、車イス利用者などからニーズを聞くなど、地域の問題発見からバリアフリー観光ツアーづくりまでを連携して進める。	
外国人向け日本文化体験ツアーづくり	茶道や礼儀作法、武術、建築、庭園など、新旧問わず、外国人の関心が高い日本らしさが感じられる歴史や文化などを体験できる外国人向けのツアーづくりを進める。	
区民ならではの楽しみ方の発掘・発信 (再掲)	来訪者に、地域の住民だからこそ知る文の京の良さが詰まった「文の京ライフスタイル」を体感できるように、区民や在勤者などが普段の生活で感じている「文京区の楽しみ方」を発掘し、発信する。	
隣接区と連携した広域観光ツアーづくり (再掲)	隣接区と連携し、区域をまたいで巡る観光ツアーづくりや散策マップづくりなどを進める。また、地方都市とも協力・連携を強め、まちあるきや観光イベント等に活かす。	

(3) 「学び」の要素と連携した文の京ならではの新しい魅力づくり

事業名	概要	担い手
区民向け観光講座の開催（再掲）	<p>区民の観光まちづくりに対する意識の醸成や知識の向上を図るために、区民向けに、区の歴史や文化などの観光資源、観光まちづくりの取り組みなどに関する講座を開催し、観光に関して学べる機会を増やす。</p> <p>※要検討：他分野、アカデミア事業との兼ね合い</p>	
「文京アカデミア」の充実（再掲）	<p>区内の大学と連携し実施している講座「文京アカデミア」に観光まちづくりに関する講座を増やし、観光に関して学べる機会を増やす。</p> <p>※要検討：他分野との兼ね合い</p>	行政 非営利活動団体
大学等との共同研究の推進（再掲）	<p>区内に立地する大学等の教育機関の協力の下、観光まちづくりの推進に向けた地域の強みや弱み、取り組むべき課題などについて、現地調査や地域住民とのワークショップなども交えながら共同で研究を進める。</p>	大学 美術館・博物館 地域活動団体
「文京ミュージアム・ネットワーク」の活動促進	<p>「文京ミュージアム・ネットワーク」の連携を強化し、ネットワーク参加者で新たな連携事業の展開などを図り、歴史や文化の拠点としてのイメージ向上を図るとともに、活動の活発化を図る。</p> <p>※要検討：他分野などとの兼ね合い</p>	

(4) まちあるきを誘発する「文京ブランド」の構築

事業名	概要	担い手
「観光グッズ（文京みやげ）」づくりとPRの強化	区内事業者や区民などと連携し、文の京の新たなお土産品となるような観光グッズを発掘するとともに、新たに創出し、ホームページや観光インフォメーションセンター、区内小売店等において販売する。	行政 観光協会 観光施設 飲食店 小売店 事業者 地域活動団体 区民
「文の京ブランド」の創出	品を区民や事業者などと連携して、食やお土産など、「文の京ブランド」となり得る商品などを発掘するとともに、新たに創出し、文京ブランドとして確立し、広くPRする。	
「食の文京ブランド100選」の活用促進	「食の文京ブランド100選」を活用したスタンプラリーなどの取り組みを続けつつ、来訪者増加や区内回遊性の向上に繋がるような活用策を検討・実施する。	
観光施設と飲食店・小売店との連携強化	観光施設や飲食店、小売店などとの連携を強化し、マップの作成や案内の提供、来訪者向けの休憩スペースの提供、イベントの開催など観光まちづくりの取り組みを進める。	

2 まちあるきや交流のための環境づくり

【事業例】

(1) 安全・安心でやさしいまちを実現する環境づくりの推進

事業名	概要	担い手
休憩できる場の整備（再掲）	商店街の空き店舗や観光施設などに、来訪者がまちあるきなどの途中で立ち寄り休憩できるような施設、ベンチなどを整備する。	行政 観光協会 観光施設 寺社仏閣 商店街 交通事業者 医療機関 飲食店 小売店 事業者 地域活動団体 区民
トイレの整備（再掲）	区内で来訪者が利用できるトイレを増やすために、区内事業者に対して、来訪者に対するトイレの提供について働きかけを行う。 また、来訪者にトイレ利用を提供している店舗などを記載したトイレマップを作成・配布する。	
地域案内施設の整備（再掲）	商店街の空き店舗や観光施設などを活用し、来訪者に対して地域の案内をはじめ、トイレや休憩スペースの提供を行うための施設を整備する。	
バリアフリー化の推進	国や東京都と連携しながら、道路や交通機関、観光施設、店舗などのバリアフリー化を進めるとともに、関係者へ働きかけを行うなど来訪者がまちあるきなどを行う際の安全性や快適性を高める。	
文の京のイメージを保つ景観の整備	歴史や文化的な価値を有する建造物や谷根千などの街並みなど、文の京らしさを感じられる景観の維持・保全のための建物や看板などの景観の整備を進める。 また、勉強会や情報提供など、地域住民が中心となった景観保全の取り組み支援などを行う。	
案内標識等の統一化	区内に点在する観光案内標識等の統一化を進め、来訪者がまちあるきなどを行う際、道案内の分かりやすさや景観の向上を図る。	
地球環境にやさしい取り組みの推進	店舗などにおける簡易包装やライトダウンなどの取り組みの働きかけをはじめ、カーボンオフセット付お土産などの取り組みなど、事業者の地球環境にやさしい取り組みを支援するとともに、そのような取り組みをPRする。	
防災や医療に関する情報提供	来訪者がまちあるきなどを行っている際、震災にあたり急病になったりした場合に避難や治療が安全かつ迅速にできるよう、警察や消防、医療機関などとの連携を強化し、防災や医療に関する情報の収集・発信、帰宅困難者の対応策の検討などを進め、安全なまちをPRする。	

健康フレンドリー店舗の推進（健康配慮）	飲食店などが、食事制限等を行っている人向けにメニューを開発・提供するなど、事業者の健康に配慮した取り組みを支援するとともに、そのような取り組みをPRする。	
まちあるきマナー向上キャンペーンの展開	区民生活と密接している観光施設に訪れる来訪者などに対して、落ち着いた区民生活への配慮を促すためのキャンペーンを行う。また、そのようなエリアに居住する区民と一緒に観光まちづくりに取り組めるよう、働きかけを行い、協力関係を築く。	

（2）区内の回遊性を向上させる誘導の仕組みづくり

事業名	概要	担い手
「Bーぐる」の充実	区内の回遊性向上や利用者の利便性向上や利用者増加のために、コミュニティバス「Bーぐる」の運行のあり方や情報発信などを見直すとともに、各種観光施設などと連携した事業を展開する。	行政 観光協会 商店街 福祉関連団体 交通事業者 事業者 地域活動団体 区民
レンタサイクルの拡充	現在、提供しているレンタサイクルの自転車の貸出や返却など利用に関する利便性の向上や新たなレンタサイクルの検討を行うなど、レンタサイクルの拡充を図る。	
休憩できる場の整備（再掲）	商店街の空き店舗や観光施設などに、来訪者がまちあるきなどの途中で立ち寄り休憩できるような施設、ベンチなどを整備する。	
トイレの整備（再掲）	区内で来訪者が利用できるトイレを増やすために、区内事業者に対して、来訪者に対するトイレの提供について働きかけを行う。 また、来訪者にトイレ利用を提供している店舗などを記載したトイレマップを作成・配布する。	
まちの愛称づくり（再掲）	まちあるきや観光マップなどに活用するために、路地や坂などの通りをはじめ、目印となるスポットに愛称をつける。	
交通に関する案内の充実	利用者の視点に立って、バスや鉄道、レンタサイクルなど区内の交通機関等に関する情報を収集・整理し、観光パンフレットやマップ、ホームページなどを通じて幅広く提供する。	
交通機関へのバリアフリー化の働きかけ	公共交通機関に対し、バリアフリー化の働きかけを行うなど、来訪者が区内を移動する際の安全性や快適性を高める。	

各交通機関のネットワーク強化	来訪者の区内移動の利便性や安全性を高めるために、区内の公共交通機関と協力・連携を強め、乗り継ぎや案内などの充実を図る。	
----------------	---	--

(3) 区民や来訪者の交流充実に向けた環境づくり

事業名	概要	担い手
歴史や文化的資源を活かしたイベントの開催	区内に点在する歴史的、文化的資源を巡ったり、由来などを学んだりするイベントなど、地域の歴史や文化を気軽に体感できるイベントを開催する。	行政 観光協会 観光施設 寺社仏閣 飲食店 小売店 ものづくり関連事業者 地域活動団体 区民
観光写真コンクールの開催	半世紀にわたり続いている写真コンクールに関して、本区の魅力をより区内外にPRしていけるよう、入賞作品を観光ポストカードやカレンダーに活用するなど、コンクールの充実を図る。	
食をテーマにしたイベントの開催	区民や来訪者の声をもとに、区内でしか味わえないような飲食店や小売店などの逸品を発掘するとともに、新たに創出し、逸品の食べ歩きや健康や食育をテーマにしたイベントなど、食をテーマにしたイベントを開催する。	
ものづくりの現場体験ツアーづくり（再掲）	伝統工芸をはじめ、区内に立地するものづくりの現場を訪れ、直接話を聞いたり体験できるツアーづくりを進める。	
住民同士の交流を促すイベントの開催	地域の歴史や文化など地域資源を介して、地域の住民が交流できるようなイベントを開催し、住民同士の交流を促進する。	

(4) まちあるき等イベントの推進

事業名	概要	担い手
「観光の日」の創設	「観光の日」を制定し、区内一斉にまちあるきイベントや観光講座を開催するなど、観光振興や観光まちづくりに関するイベント等を開催し、観光まちづくりに対する区民の意識を醸成したり、観光のまちとしてのイメージアップを図る。	行政 観光協会 観光施設 寺社仏閣 アミューズメント 関連事業者 事業者 飲食店 地域活動団体 区民
文京区版オープンハウスの開催	普段は一般に公開していない建築物について、日時や入場者数を限定して公開するまちあるきイベント（オープンハウス）を開催する。	
食べ歩きツアーの開催	飲食店マップなどをもとに、区内の飲食店などを食べ歩いて巡れるまちあるき形式のイベントなどを開催する。	

(5) MICEの誘致（アフターコンベンションの充実と誘致）

事業名	概要	担い手
MICEに関する情報のデータベースづくり	区内に立地している教育機関、コンベンション施設、宿泊施設、交通、飲食店等をはじめ、アフターコンベンションに活用できる資源に関する情報を一元的に管理できるデータベースを整備する。	行政 観光協会 観光施設 大学 寺社仏閣 コンベンション施設 宿泊施設 飲食店 事業者 地域活動団体 区民
MICEの誘致活動の推進	区内の教育機関やコンベンション施設等と連携し、国内外にMICE誘致へ向けて、区内の施設の様態やアフターコンベンションの充実度など本区で開催するメリットなどをもとに働きかけやPRを展開する。	
MICE向け情報発信の強化	MICE誘致へ向けて、コンベンション施設の立地状況や施設、交通などMICEに関するデータベースをホームページに公開したり、本区で開催するメリットをまとめたパンフレット等を作成したりするなど積極的なPRを展開する。	
MICE推進へ向けた大学等とのネットワーク強化	MICEの誘致やアフターコンベンションの推進へ向けて、情報共有や情報発信などに関して区内の大学やコンベンション施設などと連携して取り組むためにネットワークを強化する。	
アフターコンベンション向けのプログラムづくり	学ぶ、見る、聞く、食べるなどのテーマ、所要時間、国籍など様々な視点に沿って本区を楽しむことができるアフターコンベンション向けのプログラムづくりを進める。	
MICEに併せた区民等によるイベント等の開催支援	区民などが、MICEが開催される時にあわせて、MICE参加者向けにアフターコンベンションの企画としてまちあるきなどのイベントなどを開催することに対して支援する。	

3 観光まちづくりのための情報発信

【事業例】

(1) 「文京区」の知名度向上へ向けた情報発信の強化

事業名	概要	担い手
観光情報データベースの整備	区内の観光施設、交通、飲食、買い物など幅広い視点に基づいて情報を収集・整理し、データベース化する。その際、様々な利用者ニーズを想定した情報の引き出し方や情報の更新などについて留意し、整備する。	行政 観光協会 観光施設 大学 飲食店 小売店 交通事業者 宿泊施設 事業者 国際交流関連 団体 地域活動団体 区民
映像作品や文学作品情報のデータベースの整備	映画やTVなどの映像作品、文学作品などに登場してきたところを作品名や作家、内容、地域、施設など様々な視点で整理しデータベース化する。	
区内に伝わる言い伝え等のデータベース化	区民などから、区内に古くから伝わる言い伝えなどを募集し、テーマや年代、地域などごとに分類しデータベース化する。	
観光インフォメーションセンターの充実	文京シビックセンターに開設している観光インフォメーションセンターで提供する情報の充実など、インフォメーションセンターとしての機能を強化する。	
観光ウェブサイトの充実	来訪者のニーズに基づいて、区や観光協会のホームページのコンテンツやアクセシビリティを見直し、内容の充実を図る。	
ガイドブック等の発行	区民や来訪者に向けて、区の観光施設や歴史・文化、イベントなどに関する情報を掲載するガイドブックや定期刊行物などの冊子を発行する。	
旅行代理店等に対する情報発信の強化	観光情報に関するデータベースやガイドブックなどに蓄積している情報を活用し、旅行代理店等に対して、旅行商品のパンフレットや販売等に活用できるタイムリーな情報を定期的に発信する。	
区民特派員による情報発信の推進	観光に関心のある区民を「文の京の観光まちづくり特派員」として採用し、特派員の活動に必要な講座受講後に、区内の観光資源やイベント、店舗等に関する情報を各自で収集してもらい、ホームページなどを通じて発信する仕組みをつくる。	
観光モニターを通じた情報収集・発信の推進	区内外から、観光まちづくりに関するモニターを募集し、モニターを通じて観光ニーズやお勧め観光情報などを収集するとともに、観光イベントなどの情報発信を行う。	

	また、モニターの活動を通じて本区の魅力を伝え「文京区ファン」を増やす。	
留学生ネットワークを活用した情報収集・発信（再掲）	区内の大学等に留学している留学生や留学生の有するネットワークから、外国人観光客のニーズの把握や効果的な情報発信の方法の検討などを行い、それらの情報を外国人の受け入れ促進に活用する。 また、留学生を通じて、本区のPRを国外へ展開する。	
シティセールスの展開	歴史や文化など「文の京」のイメージを使って文京区を観光地として国内外にPRし、誘客を図っていく。	

(2) ターゲットを明確にした効果的な情報発信の推進

事業名	概要	担い手
フェノロジーカレンダーの作成	季節の花やお祭りなど、四季を感じられる写真を掲載したフェノロジーカレンダーを作成する。	
食をテーマにしたマップの作成・配布	区内で働く人や観光で訪れる人などへ向けて、料理の種類、地域、値段などのカテゴリーをはじめ、多言語メニュー表記をしている店舗や健康に配慮したメニューを提供している店舗など様々な視点で情報を整理したランチマップなど、食をテーマにしたマップなどを作成・配布する。	行政 観光協会 大学
観光ハガキの作成	現在、観光協会などを通じて販売しているポストカードに加え、フォトコンテスト入賞作品や伝統工芸士の作品等を使ったハガキを作成・販売する。	商店街 飲食店 小売店
区民向け観光情報発信の強化	区民の観光まちづくりに対するや区に対する誇りの醸成へ向けて、区報や区のホームページ、文の京イメージアップキャンペーンなどを様々な手段を通じて、区民に対し、本区の魅力に関する情報発信を積極的に行う。	事業者 医療機関 福祉関連団体 子育て支援関連団体
障害者や高齢者向けマップやパンフレットの作成	交通や施設に関するバリアフリー情報など、障害者や高齢者などにとって役立つ情報をまとめたバリアフリーマップやパンフレットを作成・配布する。	国際交流関連団体 地域活動団体 区民
小さな子ども連れ観光客向けマップやパンフレットの作成	授乳やおむつ交換できる場所、ベビーカーでも通りやすい道、子ども連れでも入りやすい店舗や施設など、小さな子どもづれの来訪者にとって有益な情報をまとめたマップやパンフレットを作成・配布する。	

外国人向け情報発信の充実	多言語表記している施設や外国人の好む観光施設、お土産など、外国人観光客にとって有益な情報をまとめたマップやパンフレットを作成・配布する。	
姉妹都市（ドイツ）向け観光情報の発信	文京区が姉妹都市を結んでいるドイツのカイザースラウテルン市に対して、文京区の歴史や文化、食、交通などに関する情報を積極的に発信し誘客を図る。	
留学生ネットワークを活用した情報収集・発信（再掲）	区内の大学等に留学している留学生や留学生の有するネットワークから、外国人観光客のニーズの把握や効果的な情報発信の方法の検討などを行い、それらの情報を外国人の受け入れ促進に活用する。 また、留学生を通じて、本区のPRを国外へ展開する。	

（3）メディアの有効活用による「文京区」の積極的なPR

事業名	概要	担い手
フィルムコミッションの設立・運営（再掲）	観光情報データベースや関係者のネットワークなどを活用しながら、区内でロケなどに活用できる施設や場所の情報を整理し、TVや映画などの制作関係者へPRする。また、実際の撮影にあたって、事務的処理や撮影が円滑に進むよう、関係機関との調整や情報提供などを行う。	行政 観光協会 観光施設 商店街 飲食店 小売店 地域活動団体
メディアを活用した観光情報発信の強化	TVや新聞、雑誌など、様々なメディアに対して文の京の魅力やイベント情報などに関する情報を積極的に発信する。	
TV番組や記事等と連携した取り組みの推進	TV番組や雑誌記事などに文京区が取り上げられるのにあわせ、観光協会のホームページなどを通じて取り上げられたスポットを紹介したりするなど、TVなどをきっかけとした来訪を促すための取り組みを推進する。	

(4) 情報通信技術を活用した情報発信の推進

事業名	概要	担い手
携帯電話向け観光情報サイトの構築	来訪者が区内を散策などしながら、観光施設や店舗、イベントなどに関する情報を収集・発信できるような携帯電話向けのウェブサイトを構築する。	行政 観光協会 事業者 地域活動団体 区民
携帯端末（スマートフォン）向けアプリケーション開発の推進	交通や地図、歴史・文化、お土産などに、まちあきなど、区内を散策する際に役立つ情報を収集したり、発信したりできるようなアプリケーションの開発に繋がる民間企業や区民など取り組みを支援する。	
携帯端末を活用したスタンプラリー等の開催	あるテーマに基づいて、携帯端末を通じて情報を収集しながら区内の観光施設や店舗などを巡り、スタンプを貯めるスタンプラリーなどを開催する。	
観光地図の充実	区内の観光資源や交通、トイレ、休憩所、通り名など来訪者に有効な情報を記載した観光地図を作成するなど、地図を充実させる。	

4 観光まちづくりのための人材育成と体制づくり

【事業例】

(1) 文の京の魅力を伝える人材等の育成

事業名	概要	担い手
区民向け観光講座の開催（再掲）	区民の観光まちづくりに対する意識の醸成や知識の向上を図るために、区民向けに、区の歴史や文化などの観光資源、観光まちづくりの取り組みなどに関する講座を開催し、観光に関して学べる機会を増やす。 ※要検討：他分野、アカデミア事業との兼ね合い	行政 非営利活動団体 観光協会 大学 商店街 国際交流関連団体 地域活動団体 区民
「文京アカデミア」の充実（再掲）	区内の大学と連携し実施している講座「文京アカデミア」に観光まちづくりに関する講座を増やし、観光に関して学べる機会を増やす。 ※要検討：他分野との兼ね合い	
ボランティア活動の推進支援	イベントの開催やまちあるきガイドなど観光まちづくりを行う団体の活動に対して活動支援を行ったり、活動に参加したい人と団体とのマッチングを行うなど、観光まちづくり活動を促進する。	
留学生向け文京区の歴史・文化講座の開催	区内に立地する大学等で学んでいる留学生が、本区についての理解を深め、本区のファンになってもらえるよう、区内の歴史や文化などの観光資源に関する講座を開催する。	
文京区の歴史・文化に関する研究活動の促進	商店街の空き店舗を活用するなどして研究拠点を設け、地域住民と協力して地域の歴史や文化などを研究するなどの取り組みを行う研究者などに対して支援を行うなど、地域の歴史や文化に関する研究を促進する。	
文の京のイメージアップキャンペーンの展開（再掲）	区民の地域に対する誇りや文京区のイメージアップへ向けて、歴史や文化をはじめ、「文の京」を分かりやすく表すイメージの確立を図り、区内外にPRする。	

(2) 観光まちづくりに携わる団体・人材の発掘と活用

事業名	概要	担い手
観光イベント等の企画・運営への区民や観光まちづくり団体等の参画促進(再掲)	イベントやまちあるきの企画・運営など、観光まちづくりを進めていくための事業を、区民や観光まちづくり団体、事業者などが主体的に活躍できるように、参画できる機会を増やす。	行政 観光協会 商店街 飲食店 小売店 事業者 地域活動団体 区民
観光まちづくり団体等の活動支援	区内で活動する観光まちづくりの団体が、主体的に様々な事業を企画・運営したり、新たな観光まちづくりの取り組みへの参画が活発になっていくような仕組みづくりを行う。	
観光まちづくり推進ネットワークづくり(再掲)	区、観光協会、事業者、観光まちづくり団体、区民など、観光まちづくりに携わる主体で協力・連携した取り組みを進めるためのネットワークづくりを進める。	
観光提案事業制度の創設	区民や事業者などから、観光まちづくりの推進のためのイベント開催や人材育成などに関する企画を募集し、提案者が中心となって推進する仕組みづくりを進め、観光まちづくりの取り組みを推進する。	
「観光サポーター店」の認定	来訪者に対して、トイレの利用や地域の観光案内などができる店舗を「観光サポーター店」として認定するとともに、来訪者へPRし、来訪者に対するホスピタリティを高める。	
フィルムコミッションの設立・運営(再掲)	観光情報データベースや関係者のネットワークなどを活用しながら、区内でロケなどに活用できる施設や場所の情報を整理し、TVや映画などの制作関係者へPRする。また、実際の撮影にあたって、事務的処理や撮影が円滑に進むよう、関係機関との調整や情報提供などを行う。	

(3) 文の京全体としてのホスピタリティの醸成

事業名	概要	担い手
おもてなし向上講座の開催	区民や事業者に対し、おもてなしの必要性をはじめ、身に付けることが望まれる対応や取り組みなどに関する講座を開催する。	行政 観光協会 観光施設 商店街 飲食店 小売店 宿泊施設 交通事業者 事業者 国際交流関連団体 地域活動団体 区民
おもてなし向上キャンペーンの展開	区民や事業者、観光施設などに対し、来訪者を受け入れる際のおもてなしの心の重要性や受け入れの心構えなどに関する普及啓発を行い、区全体でおもてなしを高めるキャンペーンを展開する。	
外国人向けおもてなしリーフレットの作成・配布	外国人の来訪者特有の困りごと、困っている人への対応方法など、外国人向けのおもてなし向上へ向けたリーフレットを作成し、区民や事業者などへ配布する。	
店舗や観光施設での多言語表記の推進	英語ガイドボランティアなどと連携しながら、飲食店や小売店、観光施設において、メニューや商品説明、施設案内などを多言語表記するよう、観光施設や店舗等に働きかける。 飲食店については、東京都のメニュー翻訳サイトの普及啓発などを行う。	
店頭への商品・メニュー等の表示の推進	来訪者がお店や観光施設に入る際の参考となるよう、飲食店や小売店の商品やおすすめ、観光施設の施設案内などを、それぞれ、店頭や施設の入口などに掲示することを進める。	
地域案内施設の整備（再掲）	商店街の空き店舗や観光施設などを活用し、来訪者に対して地域の案内をはじめ、トイレや休憩スペースの提供を行うための施設を整備する。	
荷物一時預かりサービスの提供	まちあるきなどを行う間、来訪者が荷物を預けられるよう、公共交通機関や施設などへコインロッカーの整備を働きかけたり、店舗等で荷物の一時預かりなどのサービス提供を働きかける。	
区民ならではの楽しみ方の発掘・発信（再掲）	来訪者に、地域の住民だからこそ知る文の京の良さが詰まった「文の京ライフスタイル」を体感できるよう、区民や在勤者などが普段の生活で感じている「文京区の楽しみ方」を発掘し、発信する。	

学校教育における文京区の歴史・文化等の学習機会の充実	区内の小中学校などにおいて、生涯学習司や地域インタープリターなどが講師となり、生徒に対して区の歴史や文化を伝えるなど、子どもの頃から地域の歴史や文化に触れられる機会を設ける。 また、生徒が日本語・英語でまちあるきガイド養成講座を受けたり、ガイド体験をしたりするなど体験型の学習機会を設ける。	
----------------------------	--	--

(4) 様々な主体が連携して取り組む体制づくり

事業名	概要	担い手
観光イベント等の企画・運営への区民や観光まちづくり団体等の参画促進（再掲）	イベントやまちあるきの企画・運営など、観光まちづくりを進めていくための事業を、区民や観光まちづくり団体、事業者などが主体的に活躍できるよう、参画できる機会を増やす。	
隣接区とのネットワークの強化	区境を越えたまちあるき観光コースづくりなど、隣接区と協力・連携して実施する事業を積極的に推進できるよう、東京都や台東区、葛飾区などの隣接区と情報交換をはじめとした協力ネットワークを強化する。	行政 観光協会
大学等との共同研究の推進（再掲）	区内に立地する大学等の教育機関の協力の下、観光まちづくりの推進に向けた地域の強みや弱み、取り組むべき課題などについて、現地調査や地域住民とのワークショップなども交えながら共同で研究を進める。	大学 商店街 事業者 地域活動団体 区民
隣接区と連携した広域観光ツアーづくり（再掲）	隣接区と連携し、区域をまたいで巡る観光ツアーづくりや散策マップづくりなどを進める。また、地方都市とも協力・連携を強め、まちあるきや観光イベント等に活かす。	
観光まちづくり推進ネットワークづくり（再掲）	区、観光協会、事業者、観光まちづくり団体、区民など、観光まちづくりに携わる主体で協力・連携した取り組みを進めるためのネットワークづくりを進める。	