

■新しい体系(案)

分野別の目標／基本的な方向	分科会での主なご意見	現行計画との対照	既存の事業	事業につながるご意見等
1 観光資源の発掘・保護を通じた文京区の魅力・個性の創出				
(1) 区の魅力や個性につながる新たな資源の発掘	○何に価値があるのか、地元の人でも気付かないことがあるので、どのように外の目線を入れるのか、よそ者、若者の複数の目線を向けないといけない。 ○住民にとって当たり前なのが魅力的に映るので、住民の「ふつう」を見直すべきだ。 ○産業や坂道など、区内に集積するコンテンツを整理・分析することがも必要だ。 ○発掘しすぎず、触れられないもの(アンタッチャブル)も残しておくことで奥深い魅力が出るのではないか。	1-(1)・(2)	・観光ガイド事業 ・石川啄木終焉の地歌碑・顕彰室 ・文京ゆかりの文人支援事業 ・フィルムコミッション事業	・女性目線や若い男性目線による観光コースづくり ・区内に集積するコンテンツの整理 ・既存の観光資源の保護
(2) 文の京ならではの魅力向上・新たなストーリーの展開	○特に外国人は、自分の国や生い立ちに関係する事柄には反応が変わる。観光者が自分とのつながりを感じられるようなポイントのあるストーリー性を埋め込めるとよい。	1-(3)	・新江戸川公園周辺の魅力創出事業 ・下町まつり助成 ・歴史的建造物活用事業	・観光の「ストーリー」づくり ・地区ごとの性格、個性の打ち出し
(3) 区内の回遊性を向上させる誘導の環境づくり	○観光スポットがあってもどのようにして行けばよいか、その説明が意外とどのパンフレットにもない。	2-(2)	・区内統一案内標識における観光情報の掲載	・導線を意識したマップづくり ・B-ぐるの観光バス化
(4) 文京区の魅力や個性を伝える仕組みづくり	○食べ物のマップは評判がよい。ほかの観光資源をマップにしてもよいのではないか。	2-(4) 4-(1)	・観光インフォメーション ・観光リーフレット作成助成	・食べ物以外のマップづくり
2 情報の収集・活用による来訪の促進				
(1) 地域内外における文京区の観光ニーズの把握	○どのような組み合わせで周遊しているのか、意識しながらマップづくりや情報発信をする必要がある。 ○文京区は外からどう見られているかについての調査やそれを体験することは重要である。	3-(2)	・観光インフォメーション ・観光ガイド事業	・観光客の実態(導線など)、ニーズの把握 ・文京区のイメージ分析
(2) 文京区の地域ブランド力向上	○有名な飲食店はあるが、名物はない。一押しコンテンツがない。 ○シティセールスのキャッチフレーズを考えてもよいのではないか。	1-(4)	・文人銘菓 ・逸品マップ	・文京区名物の開発(?) ・シティセールスのキャッチコピーの考案
(3) 効果的な双方向の観光情報発信	○ICTを活用した情報発信を検討する。	3-(1)・(3)・(4)	・ホームページ「文京の観光」の運営	
(4) 活気ある交流のための仕組みづくり	○東京ドームには年間約3,500万人が来場するが、そのまま車や地下鉄、JRに乗って帰り、外に出てこない。 ○区内大学のコンベンションの来訪者を区内に誘導する仕組み	2-(5) 4-(4)	・後援・共催事業等の実施 ・五大まつり助成・文京朝顔ほおずき市助成 ・「文の京」プレミアム付宿泊プラン事業	・区内イベント・集会と連動した誘客の仕組みづくり
3 持続可能な観光まちづくりを支える仕組みづくり				
(1) 観光を通じた地域内外のネットワーク環境の構築	○区内の飲食店等が観光客を引き込もうという商売気がない。	2-(3) 4-(4)	・観光協会観光振興助成・他事業者の主催事業への協力 ・「文の京」プレミアム付宿泊プラン事業	・区内事業者の観光への意識啓発 ・観光業関連の企業との連携
(2) 安全・安心でやさしいまちを実現する環境づくりの推進	○緊急事態があったときに対応策、障害を持った方々が、車いす等で安心して観光地を回るためのバリアフリーは大切だ。	2-(1) 2-(6)	・観光案内版の整備	・バリアフリー、多言語案内(弱者への配慮) ・トイレ、ごみ箱などの環境整備
(3) 観光まちづくりにおけるホスピタリティの醸成	○まちあるき観光は生活する上では迷惑に感じることもある。住民と観光客が共存できる観光振興が望ましい。 ○観光振興の効果を住民が実感できることが大事だろう。	4-(2) 4-(3)	・国内外から訪れる観光客へ向けた情報発信 ・「文の京」の観光促進タウンガイドミーティング	・観光の視点を盛り込んだ郷土学習(人材育成) ・地域住民に配慮したまちあるき観光