

別記第1号様式(第7関係)

会 議 録

附属機関又は 会議体の名称		第3回 豊島区観光振興プラン策定委員会
事務局(担当課)		文化観光課
開催日時		令和5年 7月 27日(木) 15時～17時
開催場所		区役所本庁舎5階 507会議室
議 題		1 開 会 2 豊島区の現状分析について (1) ツイート内容に基づいた豊島区内の地域イメージに関する調査について (2) モニター調査(来街者動向調査及び区民意識調査)について (3) SWOT分析について 3 豊島区観光振興プラン進捗状況調査結果について 4 新 豊島区観光振興ビジョン 構成(案)について 5 新 豊島区観光振興ビジョン 施策体系(案)について 6 その他
公開の 可否	会 議	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部非公開 傍聴人数 1人
	会 議 録	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部非公開
出席者	委 員	羽生冬佳委員、近江正典委員、伊藤茂夫委員、東谷彰子委員、官沢のぞみ委員、塩野泰委員、三橋和也委員、千野富久委員、田邊紘子委員、秋元志保委員、近藤健二委員、平松恵一郎委員、小池章一委員 <div style="text-align: right;">計13名</div> 欠席(1名):小寺徹委員

	事務局	文化観光課長、マンガ・アニメ活用担当課長、SDGs 未来都市担当課長、文化デザイン課長、生活産業課長、都市計画課長、文化観光課職員 5 名
--	-----	---

審 議 経 過

No. 1

1 開会

事務局) それでは大変お待たせいたしました。本日はお忙しい中、またお暑い中、ご出席いただきまして誠にありがとうございます。

ただいまから、第3回豊島区観光振興プラン策定委員会を開会させていただきます。

それでは議事に入る前に、会議の公開についてお諮りしたいと思います。

ここでの議論の内容を多くの皆さん、区民の皆さんに知っていただくために、会議や会議録を公開したいと思います。

区では審議会等の会議について公開を原則としております。これまでの会議および会議録についても公開をしておりましたが、皆さんいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

ご了承頂きありがとうございます。会議録の公開については、個人が特定されないように配慮いたしますのでどうぞご安心ください。

それでは本日、1名は所要のためはご欠席です。

また、傍聴ですがご希望者がお1人いらっしゃるということでございます。傍聴の希望の方は入室いただいてよろしいでしょうか。

それでは、お手元の資料を確認させていただきたいと思います。

次第にあります配付資料の、資料1から6までを使いまして進めさせていただきたいと思います。また、参考資料を9つ付けさせていただいております。

不足しているものがございましたら、お申し出いただければと思います。

それでは、開会にあたり本委員会の会長にご挨拶をお願いいたします。

会長よろしくをお願いいたします。

会長) 皆さんこんにちは、暑い中お集まりいただきありがとうございます。

今日も活発なご議論いただければと思っております。

次第にあります通り、様々な現状分析を行っていることの結果報告と、皆様からご意見をお伺いするための構成と施策体系について、ご説明いただけるということですので、ぜひ皆様のお立場からのご意見等、活発に寄せていただければと思います。

どうぞよろしくをお願いいたします。

事務局) ありがとうございます。それでは当委員会設置要綱第5条4項、「会長は会議を総理し、委員会を代表する」とございますことから、議事進行を会長にお願いしたいと思います。会長よろしくをお願いいたします。

2. 豊島区の現状分析について

会長) はい。それでは、次第に沿って進めさせていただきます。

議題にあります、2 豊島区の現状分析についてと、3 豊島区観光振興プラン進捗状況調査結果について、事務局から説明をお願いいたします。

事務局) はい、ありがとうございます。よろしくお願いたします。

それではまず、資料 1 をお取り出してください。こちらについて、立教大学院生よりご説明
いただきたいと思ひます。

会長) 私から補足ですけれども、事務局ともやり取りをしている中で、豊島区の各地域に
ついてどのようなことが情報発信されているのか調査しようということになり、お願いを
してやっていたいたひものです。

少しボリュームのある報告書ですが、内容としては簡単にご説明できればと思ひます。

立教大学大学院生) Twitter に基づいた豊島区内の地域イメージ調査につきまして、本文で
は概要、手順、結果の 3 章構成となっておりますが、本日は結果の要点のみ報告させてい
ただければと思ひます。

本調査では、大量のデータを一括に処理できるテキストマイニングソフトを使いまして、
ツイート内容を分析しております。これによって、豊島区内の地域別イメージの把握や、
新たな地域資源の発掘ができないかというところで実行したものです。具体的に対象とし
たのは雑司ヶ谷・椎名町・巢鴨・駒込・池袋・目白・北大塚です。それぞれ 2019 年の 1 年
間、また 2022 年 4 月から 23 年 3 月までの期間のツイートに基づいて、対応分析と共起ネ
ットワーク分析という、2 種類の分析を行っております。では早速、結果に移りたいと思ひ
ます。まずは 3 ページ目の雑司ヶ谷についてです。こちらのページ下部にある図が、先ほ
ど申し上げた対応分析の結果となっております。

こちらの分析は、期間別の特徴を示すための分析になっております。図の見方を簡単に説
明しますと、単語が青い点として直線状にあります。左下に行けば行くほど、2019 年に
特徴的なもの、逆に見に行けば行くほど 2022 年から 23 年に特徴的な語となっています。
そして、その中間にある 0 の原点付近はどちらの期間にも、傾向の差がないものであつて、
本調査でこれを地域の中心的な特徴として捉えました。

なお、赤枠というのは原点付近を拡大したものになっております。こちらの結果を簡単に
説明いたしますと、雑司ヶ谷の中心的な特徴としては、「鬼子母神」や「雑司ヶ谷霊園」な
どの代表的資源に関するものです。また、雑司ヶ谷の「手創り市」という地域イベント、
「パン」や「カフェ」といった手軽な軽食や、飲食に関する語が多く示されていまして。そ
して 2019 年の特徴といたしましては、当時放映されていたようなアニメの聖地に関する
語が見られました。

また 22 年から 23 年の特徴に関しては、近所の飲食店に関する事というのが多く見られま
した。

そして続きまして、5 ページ 6 ページの共起ネットワーク分析に移りたいと思ひます。先
ほどは単独の語だったのですが、こちらは語と語の関係性の強さを、ネットワークとして
表現して、そこからどういふ話題があるのかと推定するための分析になっております。

この図中の点線で囲われた部分がござひますが、これが今回取り上げるトピックとなつて
おり、特に 22 年から 23 年の共起ネットワークについては、19 年から継続しているものを

赤線のまま据え置きまして、初めて出てきたトピックについては青線で囲うという形にしてあります。

2019年の雑司ヶ谷の特徴といたしましては、一つは「雑司ヶ谷霊園」と文学の関係性について語られたトピック、そしてもう一つは先ほども出てきましたが、雑司ヶ谷「手創り市」に関するトピックが見られました。

これが22年、23年になりますと、文学と霊園の関係、「手創り市」は継続する一方で、雑司ヶ谷の雰囲気に関するトピック、居住地としての雑司ヶ谷に関するトピック、あるいは近隣の飲食店に関するトピックなどが見られました。

こういったものを全体的に見て考察してみますと、文学との関係性というものと、あとはカフェやベーカリーといったような、地域に密着した生活文化を併せ持つ空間に魅力があると、捉えられているのではと考えました。

続きまして、7 ページ以降の椎名町に入りたいと思います。こちらの対応分析の結果といたしましては、中心的な特徴としては立ち食いそば店の「南天」に関する語や、銭湯、「トキワ荘」などのマンガに関する語、そして「中華」や「麺」といった飲食店に関する語でした。

そして2019年はどうだったかという点では、「妙法湯」や、居住歴、パンに関する語なども見られました。

そして22年から23年になると「五色湯」、「トキワ荘マンガミュージアム」または飲食店、これは特に「料理」に関するものですが、そういったものが見られるようになっていきます。

そして共起ネットワークについてどうだったかという点では、やはり「南天」が非常に強く、2019年にも「南天」が出てきますし、あとは◎◎として「妙法湯」のトピックと、近辺の昔懐かしさというものに関するトピックが見られるようになりました。

そして22年から23年にかけても、この「南天」の強さというのはやはり継続しておりまして、あとは銭湯である「五色湯」であるとか、「トキワ荘マンガミュージアム」という新たなトピックが、見られるようになっています。

こちらを全体的に見ますと、やはりレトロを感じられる要素が中心的イメージとして、捉えられているというところがございます。

立ち食いそば店やトキワ荘マンガミュージアムなど、昭和的な古めかしさを持つ要素が肯定的に評価されているのだろうと考えます。

そして次に巣鴨です。11 ページ以降になりますが、こちら中心的な特徴といたしましては、複数ありまして、一つは麻雀に関する語、◎として地蔵通り商店街に関する語、◎として近隣の飲食に関する語、◎として巣鴨そのものに対して、何となく楽しいですとか、面白いかという肯定的な感情を示す語と、周辺での散策に関する事が特徴として見られています。2019年の特徴としては、人狼ゲームに関する語、2022年以降では、「巣鴨湯」に関する語が見られました。

そしてこちらを共起ネットワークで見ますと、19年はライブハウスのトピック、「地蔵通り商店街」、飲食トピック、麻雀、人狼のトピックというような、先ほど見られたようなトピックが見られています。

そして2022年から23年につきましても、ほぼ類似しているようなものがありますが、グルメと麻雀が一体化したような、余暇活動に関するトピック、あとは旧巣鴨拘置所の「巣鴨プリズン」に関するトピック、「巣鴨湯」に関するトピックが見られました。

こちらを全体的に言いますと、他の地区と比較して多種多様な活動が、取り上げられているという状況にございまして、このようなものを楽しい面白いと感じる評価が見られました。

おそらく、こういったたくさんの要素が、一つのものとして認知・認識されて、面的な魅力を持つ地域として、捉えられているのではないかとということが考えられました。

次に駒込につきましては、中心的な特徴としては「六義園」ですとか「桜」ですとか、地域の代表的な資源を示す語が見られます。

また、もう一つとしてはサウナ店に関する語が見られました。

2019年では洋菓子店や、ゲームセンターなどの閉店移転に関する語が、特徴として見られるようになっておりました。ただ2022年から23年については目白庭園ですとか、近隣の「庭園」に関する語、あとは車窓や街中の「花」に関する語や、「麺」に関する語というのも見られています。

そして2019年、こちら共起ネットワークの方から見ますと、居住歴に関するトピックや、先ほど申し上げたような洋菓子店やゲームセンターの移転閉店に関するトピックが見られています。

そして2022年から23年の特徴としましても、先ほど申し上げたような居住歴に関するトピックが続いておまして、こちらに周辺の花への評価も加わったというようなトピックになっています。

そしてあとは「サウナ」に関するトピック、「庭園」に関するトピックがありました。

全体として居住地として、評価されているというような状況が見られます。この因果関係は少し不明なのですが六義園の桜ですとか、街中の植栽など、いたるところで花を見られることができますので、こうした緑豊かな環境が一つの魅力として、評価に繋がっているのではないかとこのころが考えます。

そして続きまして池袋です。19ページですが、こちらの中心的な特徴としては、「映画」や「見る」といった作品鑑賞に関する語、「食べる」「ご飯」といった飲食に関する語、「推し活」に関する語なども見られています。

そして2019年では「交通事故」に関する語、キャラクターグッズ購入のために「並ぶ」という語などが見られます。2022年から23年にかけても、類似したものがありまして、「推し活」に関すること、コスプレイベントに関すること、オタク活動とは関係がない一般の「買い物」に関する語なども見られました。

こちらを共起ネットワークの方から見ますと、2019年では二次元作品に関する活動トピック、「映画鑑賞」などに関するトピックが見られています。そして2022年以降ですと、これもほぼ類似しているのですが、池袋のハロウィンコスプレに関するトピック、オタ活に関するトピック、「映画鑑賞」に関するトピック、「買い物」に関するトピックというものが見られます。

全体といたしまして、二次元作品に関するイメージが、非常に多く見られているというのが現状でございます。

ただ一方、映画鑑賞に関するものも継続して見られるなど、劇場の街としての方も一定程度見られるような形になっています。特徴といたしましては、駅前に百貨店をはじめとする大規模商業施設や、特色ある繁華街等が池袋にはございますが、「買い物」については、ほとんど話題になっていなかったというのが現状でございます。

そして次に23ページの目白に関してです。こちらの中心的な特徴といたしましては、目白へのポジティブな評価を示す語、特定のスイーツ店に関する語などの評価、地区内の代表的地点・施設に関する語などが見られます。

そして2019年に関しましても、特定店舗の食事メニューに関する語、「目白庭園」の「ライトアップ」に関する語、2022年以降になりますと、二次元キャラとのかぶりなどもあり、そのような語や、やはり特定店舗のスイーツに関する語などがみられます。

こちらの共起ネットワークを見ますと、やはりスイーツやカフェに関するトピック、特定店舗のメニューに関するトピック、「目白庭園」のトピック、当時放映されていた「天気の子」のトピックがございました。

22年以降になると「天気の子」は消えてしまうのですが、他の三つのトピックは継続するというような形でした。

全期間を通してスイーツやカフェに関する話題、庭園に関する話題が見られる一方で、スイーツやカフェに関しては、特定店舗が両期間に渡って、取り上げられるというような状況でした。

そして、最後に北大塚に関してです。こちらの中心の特徴といたしましては、人気店の「北大塚ラーメン」に関する語が、非常に多かったというところでございます。

2019年の特徴としましては、やはりその「北大塚ラーメン」のボリュームとか、味の濃さに関する語、駅前周辺の料理に関する語、エスニック料理に関する語などが見られました。

2022年から23年の特徴に関しては、やはり「北大塚ラーメン」、他のラーメン店の限定メニューに関するものが見られます。そして、こちら最後の共起ネットワークでございますが、円の大きさを見ていただければわかる通り、「北大塚ラーメン」に関するトピックが圧倒的に多くなっておりまして、他の小さいグループも、ほぼ「北大塚ラーメン」に関する言及といっても過言ではないくらい話題の多さでした。

そのような中で、あえて取り上げるとすれば、2019年の近隣の中華料理に関すること、2022年の地域の「古墳」に関する話題が、少し見られたというような状況でした。

全体を通しては、駅前のまちづくりに関する視点などは、Twitter 上では見られないのが現状であったというような結果になっております。

以上になります。

事務局) はい、ありがとうございました。続いて事務局の方からまた説明させていただきます。資料 2-1、2-2 をご覧ください。この 4 月にモニター調査を、受託事業者に依頼し実施しております。来街者動向調査が資料 2-1 で、1 都 3 県でサンプル数 600 を回収しています。それ以外の都道府県では 1200、合わせて 1800 を回収しています。

まず 4 ページをご確認ください。

今回の調査の条件づけとして、コロナ禍は人流そのものが抑制されていたということがありますので、コロナ禍前の 2019 年以降に豊島区を訪れたことがある方について、回答を収集しています。

5 ページ、特徴的な部分をぜひ紹介させていただきます。

まず 5 ページの Q3 をご覧ください。「2019 年以降に何回訪問しましたか」という質問では、3 割は 1 回という回答で、3 回から 5 回という方も 2 割ほどいるというところに、注目していただければと思います。

6 ページの Q8 の「豊島区の情報をごどのようなメディアで得ましたか」ということで、一番は 45%程度が情報を得ていないとなっています。これは推測に過ぎないのですが、先ほどの調査でも、何回も豊島区へ足を運んでいる方もいらっしゃるということで、遊ぶ場所が決まっているので、特に情報を取っていないということなのかもしれません。

2 番目はインターネット上のウェブサイト、3 番目が知人・友人・職場・学校での口コミ、4 番目がインスタグラムというところがございます。やはり若い世代では、インスタグラムを使っているユーザーが多いかと思えます。文化観光課の方でも、インスタグラムでの発信を強化しています。

7 ページの Q10 を御覧いただきますと、「豊島区への訪問は日帰りですか宿泊ですか」とお聞きしております。日帰りの方が 65%、宿泊の方は 3 割強というような形になっています。

8 ページをご覧ください。こちらは来街者が豊島区のまちのイメージとして訪問する前後でどう変わったかというところをお聞きしています。

結果として、訪問の前後でイメージは特に変わらなかったということで、1 番目はやはり交通の利便性が高い、2 番目は活気がある、3 番目は混雑しているといったイメージを持たれています。

9 ページ以降ですが、豊島区にある施設、イベントの中で知っている、訪れたことがあるかをお聞きしている内容になっておりまして、各施設、イベントごとに集計した結果になっております。全体として公共の施設については、勧めたいというほどまでの認知度はないかというところになっております。

11 ページをご覧くださいと、やはりサンシャインシティに行ったことがある、勧めたいという回答が半分以上占めており、特出しているところです。

19 ページ、20 ページ、21 ページでは、豊島区訪問した方さらに 2 回、3 回と訪問している方が、どのような場所に行っているかいうことを、訪問した回ごとに行っている場所をお聞きしているものになります。

これについても、それぞれの回数で順位は変わっておらず、一番はサンシャインシティになっておりまして 2 番目は「この中に訪れた場所はない」ということなのですが、3 番目が池袋西口公園（GLOBAL RING）となっています。

22 ページの Q16 ご覧ください。これは区内で利用した移動手段についてお聞きしたのですが、JR、地下鉄で、3 番目が特徴的なのですが、東京さくらトラム、都電荒川線が入っています。やはり、区内移動するとき都電に乗る機会があったら乗ってみようと思っている方が、多いように感じています。

25 ページの Q21-8 をご覧ください。豊島区から他都市へ行くときのアクセスで、やや満足という方が 36% ということで、やはり交通アクセスの利便性の高い街という認識を、持っている方が多いところになります。

最後の Q22 をご覧ください。友人・知人に豊島区への訪問を進めたいと思いますかということで、「大変そう思う」と「ややそう思う」を合わせると、約半数になりますので豊島区へ来た方の約半数が、友人・知人にも豊島区を勧めたいと考えていることになります。

資料 2-2 をご覧ください。こちらは区民に対して行った意識調査になります。

こちらにも各世代に均等に回答を収集しているのですが、回答数 393 と半端な数字になっています。これは、18 歳から 29 歳の男性の回収率が悪かったことによります。

次のページめくっていただきますと、豊島区内に 2 年以上住んでいる方を対象に調査を行っています。

3 ページですが、こちらについても来街者と同じように、区民の方にも街のイメージを聞いております。

先ほどの来街者の調査の方では、1 番目に「交通の利便性が高い」、2 番目に「活気がある」、3 番目に「混雑している」という内容でした。豊島区民に聞いた場合では、1 番目に「交通の利便性が高い」は変わらないのですけれども、2 番目が、「欲しいもの・食べたいものがすぐ手に入る」、3 番目は「混雑している」で変わりませんでした。来街者調査よりも、より現実的に豊島区の良さを認識している方が、多いような印象があります。

知っている、訪れたことがある場所で、知人・友人に勧めたいかという内容では、池袋西口公園や、南池袋公園については、勧めたいと思っている方の割合が非常に高く出ていることがわかります。

4 ページですが、イケ・サンパークも他の公共施設に比べて、勧めたいと思っている区民が多いという結果が出ております。池袋西口公園が隣にある東京芸術劇場も、半数以上の方が勧めたいという内容になっています。それに次いで、豊島区立芸術文化劇場、東京建物ブリリアホールについても 34% は勧めたいという内容になっております。

5 ページの Q2-11 ですが、サンシャインシティについては特出して勧めたいと思っている

方が多いという内容になっています。

7ページのQ2-16、17、18、19、20とマンガ・アニメ関係の施設が出ていますが、こちらでも他の施設に比べて勧めたいと思っている割合が高めに出ており、約半数の方が勧めたいという内容になっています。

勧めたいという割合が高かったものは、9ページのQ2-26の自由学園明日館、Q2-29の巣鴨とげぬき地蔵巣鴨で、約6割が巣鴨を勧めたいということになっています。

12ページでは、イベントについて聞いています。ふくろ祭り・東京よさこい、東京大塚阿波踊りは勧めたいという方が、約4割になっております。

14ページのQ2-49では、イケバスについても勧めたいと思っている方は、5割以上になります。

15ページのQ2-50では、都電荒川線も勧めたいという方が、6割でした。

Q-3では、豊島区外からの観光目的の来街者、これは日本人だけではなくて、訪日外国人も含んだ人達が増えることについてどう思いますかという回答なのですが、「とても良いと思う」「やや良いと思う」合わせると53%ほどになりますので、約半数は好意的に見ているのかというような形になっております。

こちらのモニター調査の結果については、まだ一次集計になります。このクロス集計した内容は報告書で提出があります。これについては、次回9月28日の第4回の策定委員会の前に、委員の皆様には送付させていただきまして、ご覧いただけるようにしたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

続きまして、資料3はSWOT分析です。豊島区の観光の現状と課題を客観的に、四つの要因から分析しております。強みと弱み、外的要因として機会と脅威という点から豊島区の特徴を表す資料ですので、こちらは後ほどゆっくりご覧いただければと思います。

3. 豊島区観光振興プラン進捗状況調査結果について

資料4では、現行の観光振興プランの進捗管理状況を直近で調査した内容になります。

こちらは去年の第1回の策定委員会の際に、報告させていただいているのですが、さらに令和5年度の取り組みや令和6年度以降の取り組みについて、直近で聞いております。そこで新しい内容が入ってきているものについて、簡単にご紹介いたします。

右下にページ番号が入っているのですが、2ページをご覧ください。

基本方針 1 人と文化の交流によるとしまの魅力の創造 2.人と文化の交流拠点としての空間の創出 ③魅力ある都市景観の創出の区の取り組みとして、都市計画課の内容ですが、巣鴨地蔵通り沿道一体に「景観形成特別地区」を指定することについて検討行っており、事前ヒアリング等を実施しているというような状況になっています。

その下段の3.としまの地域資源の活用 ④テーマ別観光ツーリズムの推進です。こちらは一般社団法人アニメツーリズム協会が、毎年訪れてみたい日本のアニメの聖地88というものを選んでいますが、2023年版にアニメイト池袋本店が新規で認定されております。

4ページでは、基本方針2 訪れたくなるとしまの国内外への発信 3.効果的な情報発信ツ

ルの整備拡大です。文化観光課では公式Instagramを活用した情報発信を行っています。＃としまめぐりで検索していただくと出てくるのですが、Instagramの特徴を踏まえて、効果的にPRするにはどうすればいいかということ、職員が研修を受けて発信していますので、ぜひご覧いただければと思います。

6 ページ、基本方針3 多様な来街者のためのとしま環境整備 4.オールとしまで観光を盛り上げる仕組みの検討 ⑤区内の人材の活用促進です。ライターの人数を増員して、ライター同士の意見交換の場を創出ということなのですが、こちらも文化観光課を中心に行っているものです。豊島区のホームページトップページをスクロールして、下の方に行きますとIKE-CIRCLEというサイトが出てくるのですが、そちらには「JIMO-TOshima」という内容が出てきます。区内の魅力を発信して頂く「JIMO-TOshima」ライターに登録していただいて、その「JIMO-TOshima」ライターが集めてきた美味しい飲食店、かわいい雑貨店などの情報を投稿しているサイトを作っております。

7 ページ、6. としまの魅力を高める区内回遊性の向上では、グリーン大通りエリアマネジメント協議会と共同して行っている事業の中で、ウォークブルなまちづくり作りを行い、豊島区では今非常に力を入れて行っております。国家戦略特区を使いながら、公共空間・歩行者空間を活用するようなイベントを実施し、文化商工部や、都市整備部と連携しながら進めております。

以上になります。

会長) ただいま4種類資料のご説明をいただきましたが、質問でも何でも結構ですのでそれぞれ皆様のお立場で感じたことなどをお話いただければと思います。

お時間の都合上1人3分程度でお願いできればと思います。感想あるいはご質問などありましたらお願いいたします。

委員) はい、お疲れさまでございます。ツイート調査のご説明ですが、非常に興味のある内容だと思いました。やはり、地域の方が買い物でしっかりお使いになってということが、数字に表れているのかと感じました。

先般の調査でも、海外の方が興味を持っているのはやはり買い物で、都内の主要の街のランキングに入っていました。それから、特にこの地域ならではのところでは、最新の日本文化に触れるというところが、確か2位に入っていました。1位が秋葉原、2位が池袋だったのですが、これにアニメが入っているかということは、詳しくはよくわかりませんが、池袋の特徴を表していると思いました。

また巣鴨、北大塚ですとか、すごく特徴が出ているのが、改めて再認識させられました。どうもありがとうございます。

会長) ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい。事前に社内で雑司ヶ谷や大塚のイメージを聞いてみたところ、池袋のような賑やかな地域と違って、静かな住宅街の印象だけれども、日本のローカルな生活を感じることができて、とても良い場所だと思うという意見がありました。いつか好きなものを挙

げてもらいましたが、都電荒川線が好き、荒川線に乗りたいという声がありました。都電を魅力的だと思っているスタッフが多かった印象です。ステイ先で、OMO5に行ったという声も出ています。写真や散歩が好きでスタッフが多いので、カメラを持って出かけるといった声も多くありました。以上です。

会長) はい、ありがとうございました。それでは次の方をお願いします。

委員) はい、ありがとうございます。ツイートの調査、区民の方、来街者の方のモニター調査について、非常に興味深く拝見いたしました。

私の今行っている事業でいいますと、やはり海外の方に、いかにこちらを認知させるかというところが大きいのですが、よく使う言葉として、先ほどもありましたが、「東京ローカル」という言葉を使うことができます。

新宿や銀座というと、高級ショッピング街といったイメージが、既に作られています、豊島区や池袋というのは、これからイメージを作っていくところになります。そこはいろいろな方から、ご意見を聞いて作っていければ良いと思いますし、ここにお集まりの方は、ランドマークとなられるような施設の方も多いかと思いますので、一体となってイメージ形成をしていくというのは、非常に重要だと思いました。

また先ほどモニター調査で、来街者の方のご意見であったのが、メディアをどのような情報で得ましたかっていうものに、情報を得ていないっていうのがあったのですが、これはおそらく、「知る人ぞ知る」という言い方ができるのかなと思っております。区民の方が、来街者の方が知らないところをお勧めされていたり、自信を持ってすすめられるのだけという印象を受けましたので、そういった具体のところであったり、少し抽象度を高めて、何かしらイメージ付けができればなというふうに感じました。

以上です。

会長) はいありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい。この Twitter の分析ですが、私も非常に興味深く見させていただきました。

Twitter ですと、急激に急上昇ワードとかに日々出てきて、そこで人が改めて興味を持って関心を持つという動きが形成されている中で、結構重要なポイントかと思っています。

2019年・2023年の違いを見て、やはり基本的な魅力や、その土地が持っている機能があるながらも、コロナの間に少し停滞していたりできなかったものが、2023年にできるようになって、そこが表れているのかと思います。その間にコロナ関係なしに育ってきた、サウナや銭湯の良さですとか、その辺も地域によって出ているのかと思っています。

池袋についても、やはりコロナ前から「推し活」のようなものが多少あり、この2年ぐらい前から急激に増えています。バックにキャラクターのバッチを敷き詰めた方が増えてきている中で、お店を出したいという事業者の中でも、当然そのようなお客様を相手にしているお店のお問い合わせが、非常に増えてきています。

サンシャインの方ではコロナが落ち着いた中で、水族館や展望台とか何か集まって何かを見たり、体験したりですとか、買い物などのアミューズメントが一步先に出ているという

のも、特徴を表しているのではないかと考えています。ありがとうございました。

会長) ありがとうございました。それでは次の方をお願いします。

委員) はい、よろしくお願いします。私もツイートの調査について聞いておりました、すべてを把握しきれしていないのですが、感じたこととして、やはりコロナの時期だと、何か停滞しているようなワードが多かったような感じしました。2022~23年の特徴として、何か動きを感じられるような言葉が多くなってきたのではないかと、当然のことかもしれないですけど感じました。

私は、ずっと豊島区に住んでいるので、この七つの地域の特徴というのは、何となく子供の頃からこんな街だろうと感じていましたけど、大体イメージ通りのツイートはされているのですが、その中でも「巣鴨湯」、「北大塚ラーメン」ですとか、知らないこともあり興味深かったです。

私事になるのですが、池袋でカフェやっています、「推し活」というツイートの特徴があったのですが、「推し活」方がお店の方にいっぱい来ていると、店長から聞いていたのですが、なるほど、やっぱりそうなのだなというふうに再認識いたしました。

私事でしたが、以上でございます。

会長) ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) Twitterの分析では、驚きと新鮮さを感じました。この7つの街という切り口でも、それぞれ地域毎にやはり違うのだなと思いました。

ラーメンや食べ物が共通して出てきている中で、サウナや銭湯が入っていることに少し驚いています。

立教通りの要町方面から入ってくるところの交差点に、毎日人が並んでいて、片方がラーメン屋さんで片方は氷屋さんで、ピンポイントで客集めができているところがあります。そういうものが、この7つの街にも出現していることなのだと思います。

「オタク」というマーケットが出てきている一方で、池袋に関してはカオス化しているが、アニメもだんだん強くなってきおり、またそれ以外のサブカルと言われるものが、特徴としてあるように思います。私の街の話になるのですが、まだ怖さというか、そういうようなものがあるのかと感じています。

そうなるやはり綺麗な街、美しい街、明るい街を担うことが必要だと思っています。

経営の面では、ファッションですとか、単価を上げていくようなことも必要だと思っています。私はいわゆる繁華街のど真ん中にあるのですが、やはりコロナ以降ますます変わってきていて、言い方おかしいのですが、もう日本ではなくなっているような印象で、もう新しい形式が出てきているのだなと感じています。半数は外国人観光客のように感じっていますが、どこに泊まられているのだろうかとも思っています。ありがとうございます。

会長) はい、ありがとうございました。それでは次の方をお願いします。

委員) ありがとうございます。私もこのアンケート等々、とても興味深く拝見をいたしました。弊社では2019年以降に新しく建った東京建物ブリリアホール含め、様々な公共施設

の管理運営をいたしております。もう 5 年経ちますが、まだ豊島区民、来街者への認知というものが、まだ半分以上知らないというふうなご回答が多かったという点、とても興味深く拝見いたしております。地域への関心も含めてですけれども、その施設等々の認知度をどのように広めていくのかということがとても難しいものなのだと感じています。また、継続して発信していくことの大切さということも、必要なのかなというように拝見いたしました。

ツイート等々の報告も拝見いたしまして、今の情報収集ツールというものが本当に多岐にわたっているので、どういったツールを使用して明確に情報発信していくかというものの必要性は、本当にまだまだ未知数なのだなと思いつつ、とても難しいというように拝見いたしました。ありがとうございます。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい。資料を大変興味深く拝見いたしました。内容を見させていただいてツイートのイメージは住民目線で見ますと、イメージ通りで特に目新しい感じはしなかったです。それよりもツイート数が少ないなと思ひまして、大都市池袋というのもあるのですけれども、それにしても少ないなという感じを受けました。例えば、新宿・渋谷とか、そういう都市だと、どれくらいいいのツイート数で、どういうものがあるのかという比較があると、もう少しわかりやすいかなというふうに思いました。

区民意識調査で、豊島区の施設に関するもので、知らない割合が思った以上に多く、区民で知らないということの多さに驚きました。外部へのアプローチとともに、豊島区民へのアプローチも進めていった方がいいのかなというふうに感じます。

以上です。

会長) はい、ありがとうございました。それでは次の方をお願いします。

委員) 私もこの **Twitter** の資料を、とても面白いなと思ひました。豊島区に住んでそれ程長くないので、知らないことがたくさんある中で、巣鴨の麻雀、銭湯も多く出ていて有名なのだなということ、食べ物との関係が多いと感じました。池袋駅前の買い物については、あまり触れられていなかったっていうのは、どうしてなのかなという気もしました。

説明はなかったのですが、資料 3 の豊島区の現状と課題にある、マイナス要因で利便性はあるけど、あまり宿泊率が低いという記載がありますが、私は宿泊もとても大事かと思っています。人気の食べ物などがあれば、そこへ宿泊し飲食をすることによって、人が集まってくると思うのですが、その点はいかがでしょうか。交通の便が良いのに、あまり宿泊が少ないということに、何かお考えがありましたらお聞きしたいです。

事務局) はい、要因としては様々あるかと思いますが、ご説明させていただきます。以前から豊島区は宿泊施設の数は充実しているのですが、外国の方や日本人でも遠いところから来た方が、とりあえず池袋は交通の便が良いので、池袋にある宿泊施設にとりあえず予約しようと言って泊まっていたらいいように思います。泊まった方が、豊島区内で飲食や他のエンターテインメントで楽しんで頂けるのが良いのですが、そうではない場合も多いと

思われます。

例えば、池袋を拠点に浅草や箱根、日光に行こうとか、そういう方が多いというのが過去の調査結果にありました。そのような豊島区に泊まった方を、どれだけ豊島区にとどめておけるかということが、一つの大きな豊島区の観光の課題として見えてくるかなというところがあります。

次にご説明するのですが、豊島区は国際アート・カルチャー都市を打ち出したときに、アフター・ザ・シアターという言い方をさせていただいたのですが、豊島区は劇場都市なので、映画館や、それ以外の区が持っている文化施設も含めて、楽しんでいただいた後に少しでもその余韻を飲食店で楽しんでもらうことを目指しています。ナイトタイムエコノミー、ナイトライフ観光ということで、池袋西口公園で夜のクラシックコンサートを行っているのですが、少しでも豊島区の中で楽しんでいただけるような、コンテンツ、資源を増やして行って、滞在時間を長くしていくようなことに努めていければと、文化観光課として考えています。

会長) はい、ありがとうございます。ちょっと補足をしますと、今のご質問と回答の説明とが少し違って、ご質問としてお聞きになったのは「宿泊していないという」ことだったと思います。回答は「宿泊はしています」ということでしたが、これにはおそらく2面ありまして、このSWOT分析に書いてある宿泊施設数は23区中3位なんだけれども、宿泊率が低いというのは、下の方にも書いてありますが、多様な宿泊施設があまりないというのが、豊島区の特徴でもあります。また、アンケートでも若干出ていましたけれども、混雑や不安感、危険という印象が他に比べるとあるのかもしれませんが。こういったことで、現在ある宿泊施設数がフル稼働していない理由としてあるのかもしれませんが。また、もう一面については、宿泊はされているけれども、滞在していないというのは、交通利便性が良いからです。ここを拠点にして、様々な場所へ行ってしまうのは、そのお客様がホテルから出て多少でも豊島区内を回っていただきたいということです。

この両面があるということで、どうにかしていかなければならないということが、この中にも書き込まれています。はい、それでは次の方をお願いします。

委員) はい、私もこのツイート分析を非常に興味深く見させて頂きました。おそらくこれは、コロナ前とコロナ後で選ばれたと思うのですが、なぜこのようなワードが、出てきたかというところの、分析はされているのでしょうか。例えば、雑司ヶ谷でなぜ2022年からこの「住む」という、ワードが出てきたのか、巣鴨では「巣鴨プリズン」が2020年に出てきたのかということが気になりました。そういったところの調査はされているのかをお聞きしたいです。

立教大学大学院生) 今回のツイート内容に統計的に処理したときに、どのようなものが残るかというような分析の仕方をしていきますので、出現の要因の分析などは、残念ながらしていません。ただ、先ほどおっしゃって頂いた、「巣鴨プリズン」のような少しの謎なワードは少し調べています。「巣鴨プリズン」に関しては、おそらく巣鴨拘置所に関する何ら

かのテレビ番組が、このタイミングで放映された可能性がございまして、皆さん似たようなツイートされていまして。おそらくこういったものに、何か影響されていたというような可能性もあると思います。以上です。

委員) ありがとうございます。もう一つですけれど、この資料 2-2 の区民意識調査の、18歳から 29 歳の回収率が低いことに、何か理由はあるのでしょうか？

事務局) はい、モニター会社さんから聞いたのですが、そもそも年代で回答率が違うそうです。やはり高齢の方の方がよく回答してくれるという傾向があるようで、同じモニターの数、例えば 100 人のモニターさんに各世代でこの調査をしたとしても年代によって回収率が異なってくるそうです。特に若い男性の回収率というのが低いということは、傾向でもわかっていた部分ではあるのですが、回答期間を延長して、回収する努力もしていたのですが、目標とする回答数に達しなかったという結果になっています。

委員) はい、わかりました。先ほどからインスタグラムを使って若い世代にという話がありましたけど、若い世代が区にあまり関心を持っていないのかと思いましたが、その辺も考えていく必要があると思いました。以上です。

会長) はい、ありがとうございます。ご質問をいただいた内容で、先ほど Twitter 数が少ないということのご指摘があったのですが、説明を割愛してしまった調査の方法に少しありますので、Twitter 数のことで少し補足できることありますか。

立教大学大学院生) はい。Twitter の分析数につきましては、今回手動でツイートを収集しているというところがございまして、全ての地域に対して、1 年間で 960 件を上限に収集したという形になっています。本来であれば、ご指摘頂いた通り、データをスクレイピングして、それを解析するという方法が一番良いとは思いますが、今年の頭ぐらいに Twitter が買収されてしましまして、その関係で今まで使っていた API というもの、データを自動スクレイピングするためのキーのようなものなのですが、それが使用できなくなってしまい、今回のような 1000 件弱というようなデータ数になっております。

会長) はい、それでは次の方をお願いします。

委員) 私は来街者の数で、意外と埼玉から来ている人が、少ないというのを、見てショックを受けました。

会長) こちらはモニターで選択をしているので、絶対数ではないと思われま。

委員) それでも対比で、たくさんの方から来ているとは思っていませんでした。4 割から 5 割ぐらいは埼玉から来た人じゃないかなと思っていました。

ところが、全国から来ているということが意外でした。この結果は、私が想像していたのと全然違うなと思いました。

それから Twitter で言いますと、先日、夏市というものを鬼子母神でやったのですが、コロナ前は、サラリーマンが会社帰りにビールを飲んで焼き鳥を食べているような状況でした。今年は、中高生でいっぱい、サラリーマンはあまりいませんでした。

子どもに聞いたら、「“鬼子母神”、“縁日”、“ヤバイ” って出ている」と言われて、それを見

てみんなが集まっているということがあり、とてもびっくりしました。

それともう一つは、中高生は、みんなと同じようなことをやりたがる傾向にあるということです。例えば露店の中で、あんず飴はなかなか売れない方のお店なのですが、今年はあんず飴とわたあめが行列になっていました。なぜかという、みんなそれを持って自撮りをしてインスタグラムにあげるためだそうです。今まで並んでもいなかったような店に並び、いつもと違うことが起きているなというのが私の印象でした。

発信とそれを受け取った人たちが、反射的に行動するといいますか、非常に反応が早く、それで中高生がたくさん来たのだらうと思います。

また、これまで来ていた人のエリアが、今までと変わったという感じがしました。

これは電動自転車によるものです。実際に、大塚や巣鴨から雑司ヶ谷来るには、結構な坂を越えなければいけないのですが、簡単に上がれてしまいます。だから、行動範囲も広いし、ほとんどが自転車で来ていました。このように動き方が、少し変わってきたという印象がありました。また、夏市と盆踊りではヨーロッパ系人たちが、結構目立っていました。体験型というところで、一緒にやりたいという人が多かったという印象です。

Twitterの結果は、ほぼ街のイメージと合っているような感じがします。

目白、池袋は東口と西口、大塚は南口と北口、巣鴨は駅前と地蔵通り、駒込のようにエリアがだいたい分類されていると思います。これでもう少し細かく見るとまた違ってくるでしょうけれど、ほぼこの集計と同じようなイメージがあったような気がします。ありがとうございました。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい、ありがとうございます。もう皆様から大体ご意見出ているのですが、やはり **Twitter** の方は、それぞれその地域の特色を反映しているような調査結果になっていました。最近、残念だったのは池袋駅西口のソウルフードの君塚や、大塚駅のひょうたん島というバッティングセンターが閉店してしまったことです。そういうものが、**Twitter** や **SNS** で瞬時に反応するという傾向なので、インスタグラムの場合は“バズる”と言われますが、何がきっかけになるかっていうのはわからないと感じました。来街者あるいは区民向けのモニター調査の方でも、やはり施設、あるいはイベントの認知度がかなり低いのが課題だということと、あとリピーターが多いので、先ほど事務局の方では「情報は何も得ていない」ということは、一点集中で豊島区目指してきたっていう方が非常に多いと説明していますが、今後クロス分析をしていけば、おそらく詳細なところはわかると思います。逆に、初めて来たというような人が、どのように情報を得て来ているかということ調べていけば、その人たちにどのように知らせていくべきかがわかりますので、今後必要になってくるようなことだと思っております。

また今まで観光というと、海外の遠いところからわざわざ東京に来てもらう、豊島区に来てもらうということを、かなり重要視してきたと思います。コロナを経験してきているので、近くの人たちが、いわゆるマイクロツーリズムとして来ていただくとか、あるいは区

民が知っているという割合が非常に少ないというのは、区民に来てもらうという仕掛けも、同時に合わせて考えていかなければならないと、まだ単純集計の結果ではありますが、このような印象を持っております。

またモニター調査の方で、属性のばらつきの部分ですが、私が理解しているモニター調査というのは、調査会社にいろいろな人たちがモニター登録をされていて、そこに対して発注があれば一斉にメールがされ、例えば豊島区に2年以上住んでいる人ということで、初めて回答権を得るような建付けになっていると思います。そうするとやはり若い人たちが、モニター登録はしていても、実際に豊島区に2年以上住んでいるのかということ、そういう人は少なく元々の分母が少ないために、こちらだけ必要な35というサンプル数が集められることができなかったという見方もできるかと思っています。この点はモニター会社に確認をしたいと思います。以上です。

会長) はい、ありがとうございました。今おっしゃっていただいた通り、若い人で2年以上の在住の母数が少ないかもしれないですけども、やはり回答率が低いというのは確実かなと思います。

先ほどの「全国から意外と来ています」というデータも、実はモニター調査の特性で、基本的には人口比率に合わせた形でモニター数を取っていて、東京都の人口は全都道府県の何割ぐらいなので、それに合わせる形で東京在住の人の豊島区にきたことがある人を選んでいます。厳密に人口比率に合っているかどうかはわからないですけども、基本的にはそういうやり方ですので、来ている人数が意外と少なく見えるのは単に人口比率の問題になると思います。

はい、ありがとうございました。次のまだ議題がありますので、移りたいと思います。

では続いて、次第の4、新豊島区観光振興ビジョン構成案についてと、5、新豊島区観光振興ビジョン施策体系案について事務局からご説明よろしくお願いたします。

4.新豊島区観光振興ビジョン構成案 5.新豊島区観光振興ビジョン施策体系案

事務局)はい、ありがとうございます。

では資料5、資料6のご説明に入りたいと思います。

まず資料の5で、現行の豊島区観光振興プランの体系構成を左側に、新しく改定する豊島区観光振興ビジョンについての構成案を右側に出させていただきます。

こちらはあくまでも案になりますので、これから皆様のご意見をお聞きしながら、ブラッシュアップをしていければと思っています。

それでは説明をさせていただきます。

まず現行の観光振興プランの方ですが、東京オリンピック・パラリンピックが始まる前ということと、東アジア文化都市2019年が始まる前に制定されたものになります。改定の背景として、東京オリンピック・パラリンピックが非常に大きくあったということがございます。また、観光を取り巻く状況ということで国の状況、都の状況、区の状況を最初に

記しています。それを新しいビジョンでは、改定の背景として、前回の委員会で改定の方向性ということで資料にお示したよう、今まで経験をしたことがないコロナ禍を経て、新しく得た知見を入れ込みながら反映させていきたいと思っております。

モニター調査をも進めておりますので、そういったものから読み取れる内容、豊島区の現状から読み取れる内容、そういうものを反映させていければと思っております。

4番目の項目で現行のプランでも、目標というものを掲げております。

現行のプランの目標は、多彩な文化と多様な人々の交流で賑わう「国際文化都市」としま～世界に誇れるとしま観光ブランドの確立～となっております。

引き続き豊島区は、多様な資源のある街ということで文化を基軸にして、賑わいを呼んでくるようなまちづくりを行っていくことについては、継続して進めておりますので、“多彩な文化と多様な人々が交流し”、“ここまでは同じような表現となっております。現在、まちづくりの目標は、国際アート・カルチャー都市の以外にあと2つのまちづくり方針に基づいて行っています。SDGs 未来都市もう一つはウォークアブル都市です。こういった3つのまちづくりの要素を踏まえますと、誰もが、劇場としての豊島区で楽しめるような都市を作っていきたいと思っておりますので、誰もが楽しめるという表現にさせていただいております。

そして副題の方も、今までと同じ部分で産官学を含めた様々な主体が参画して、豊島区のまちづくりを行っていくというところでは、引き続きの部分になりますので、オールとしまで推進するとしまブランドの確立とさせていただいております。

こちら委員の皆さんのからのご意見で、ブラッシュアップさせていただければと思っております。

この目標に基づいて、以下ビジョンというのがあるのですが、こちらのビジョンはこれから説明させていただく、資料6の施策体系と戦略ということで整理をさせていただいております。それをいくつか連携することによって実現するまちづくり、それをビジョンとして3つ掲げさせていただいておりますので、後ほど説明させていただきます。

それではまず先に、資料6をご覧ください。

資料6のは施策体系の比較資料になります。

左側が現行豊島区観光振興プランの政策体系になり、右側が新しい案となります。現行のプランは基本方針が3つございます。

基本方針1人と文化の交流によるとしまの魅力の創造、基本方針2訪れたいとしまの国内外への発信、基本方針3多様な来街者のためのとしまの環境整備です。こちらは上位の計画となる豊島区基本計画に観光の分野で4つの施策があり、そのうちの文化資源の活用という部分が基本方針1、基本方針2にあたる部分については情報発信、基本方針の3にあたる部分については環境整備の部分が対応しています。新たな要素としては、最近、豊島区の良さとも関連して、非常に様々な都市から交流をしたいという呼びかけがありまして約100の自治体と交流しているようなところもございます。新たに都市交流を頭出し

させて頂き、新しい体系に入れております。

それでは、新しい体系から順に見ていきたいと思っております。まず戦略1で、こちらはこれまでの基本方針1と重なる部分が多いですが、多様な文化資源の発掘と活用による国際アート・カルチャー都市の推進ということでこれまでと同様に、豊島区のサブカルチャーも含めた多様な資源を活用して、国際アート・カルチャー都市をさらに醸成していくという内容になっております。

2番目の施策では、国際文化都市ととしまのイメージ醸成ということで、特にまちづくりの視点、特に力を入れている部分の特出ししております。**Hareza** 池袋を初めとした舞台、4つの公園を活用してイベントなど、様々な発信を行っております。2番目でトキワ荘をはじめとしたマンガ・アニメやハロウィンコスプレフェスティバルのコスプレのイメージを強化していきます。3番目は音楽によるまちづくりで、**GLOBAL RING**で行っているクラシックコンサート **Tokyo Music Evening Yube**、としまミュージックサークル、池袋ジャズフェスティバル、グローバル音楽祭、こうした音楽によるまちづくりに非常に力を入れています。

戦略の2番目として、**SDGs** 未来都市とウォークブル都市ということで、先進都市として欠かせないような内容を豊島区は非常に力入れておりますので、そういった部分を出させております。人が主役という部分では、これは国際アート・カルチャー都市とも共通する部分があるのですが、**SDGs** 未来都市、ウォークブル都市もやはり人が主役になるというところを、特出しさせていただいております。

① 人を惹きつけくつろぎ生み出す空間の創出というところは、現行のプランと同様ですが、グリーン大通りでのイベントや歩行者空間を活用したイベントの実施等を考えております。

近年、モノ消費から体験型を重視するような傾向がありますので、イケバスアトカルツアールといった体験型ツアーの造成し、力を入れていきます。

イケバスは、グリーンスローモビリティとしての有効活用もあるかと思っておりますので、そういったところも前面に打ち出していきたいと思っております。

先ほど電動自転車のお話もありましたが、環境配慮の部分や、サイクルツーリズムの観点も含め、多様なモビリティの活用によりウォークブル都市の推進といった点も、新たに設定しております。

続きまして戦略3ですが、こちらが現行プランの基本方針2の部分と重なる部分になります。最近、文化観光課でも力を入れている、SNS等を活用した若年層の発信の強化や、あとは旅マエ・旅ナカを意識したインバウンド施策の展開を挙げています。また、食の魅力の発信は「**JIMO-TOshima**」をはじめとした、地域のライターさんにも協力してもらい、積極的に発信していきたいと思っております。

戦略の4番目、住みたいまち訪れたいまちとしての観光地域作りの推進ということで、こちらはコロナが明けて言われるようになっていることですが、やはり来街者と地域住民が

双方に Win-Win の関係になるようなまちづくりを総合的に実施することを掲げさせていただいております。

一つ目の施策は、地域住民に寄り添った観光地域経営の推進で「①シビックプライドの醸成」を挙げさせていただいております。

こちらはモニター調査の結果でもありましたように、区民の方が、自身のまちの魅力をまだ知らない部分が多いということもわかりましたので、としまの魅力知った上で、おもてなしできるように意識醸成も必要というところになります。

「②量よりも質を重視した施策の展開」で、住民との課題、来街者のマナー違反が、課題になっているような地域もあります。そういった中でターゲットを意識して、より観光地として、稼げる地域を目指し、観光施策として付加価値をつけていくことにも、目をつけていきたいと思っております。

3.の産・官・学の連携ということで、これまでも立教大学と協働で、地域課題提言ワークショップを昨年度から実施しています。地域の大学と連携によって、地域の課題、観光の課題を解決できるようにしていきたいと思っております。

民間企業との連携では、区制 90 周年事業で企業実行委員会というものが作られました。その他にも、インバウンド推進協力会というホテルや百貨店が立ち上げた組織があり、インバウンドに向けての地道な活動をしています。今後も民間と手を携えて施策を展開していくことを考えていきたいと思っております。

4. デジタル技術を活用した高付加価値化では、旅行者の利便性の向上や、様々なデータを分析することによって、効果的効率的な観光施策を展開できるようにしていきたいと思っております。

より地域の魅力を掘り下げていくということでは、地域の魅力の掘り下げ強化ということで、「JIMO-TOshima」ライターがインフルエンサーになっていただいて、より地域の魅力を発信していく取り組みもしております。地域住民目線で、新たな魅力の発掘にも力を入れていきたいと思っております。

現在、文化観光課でイケバスを貸し切って事業を行っています。土日を中心に午前中が区の東コース、午後は区の西コースで運行しています。イケバスアトカルツアーとして、1回乗ってしまえば、区の魅力を堪能できてしまうようなツアーも行っています。ツアー中、地元の方が面白おかしく解説してくれて、地元の魅力を深掘りするような、そういった面についてもより積極的に進めていきたいと思っております。

6.来街者の滞在促進ということで、豊島区の課題でもあるのですが、豊島区に遊びに来た方に長い時間滞在を促すための取り組みを行ってきたいと思っております。

皆さんが楽しく過ごしていくための基盤として、安全・安心のまちづくりにも、引き続き力を入れていきたいと思っております。

戦略5ですが、今回のビジョンに新たな視点として入れさせて頂いていますが、産業と観光の融合による新たな価値の創造ということで、3つの施策の方向性を定めさせて頂きま

した。区内には魅力的で特徴的な商店街があり、巢鴨地藏通り、トキワ荘通りなど地域ごとの特徴があらわれているので、特徴に合わせた観光施策、誘客の促進をしていきたいと思いを思います。

また、非常に多くの交流都市と付き合いがありますので、交流都市や区内の銘品販売を行って、より賑わいを創出していくということでイケ・サンパークのファーマーズマーケット等の取り組みや、各イベントで物産展を行うことで、交流都市の魅力も発信できればと思っています。

区内銘品のブランディング、販路拡大、発信強化ということで、区内の伝統工芸品をさらに広め、ふるさと納税の取り組みを強化していきます。現在、生活産業課と連携しているのですが、異業種間交流の区内銘品の掘り起こしの日本の宝物プロジェクトも行っております。これまでの縦割りでは解決できなかったことを、横串に刺すことによって、新たなイノベーションを起こしていくようなことにも、取り組んでいきたいと思っております。戦略 6 相互に恩恵を享受し、補完し合う都市交流の推進ということで、特出しさせていただいております。

こちらを踏まえて、資料 5 に戻っていただければと思います。

これらの戦略を踏まえて、新たにビジョンを 3 つ設定させていただいております。

各戦略もやはり連携してまちづくりを行っていく必要がありますので、この戦略を横断的に解決していくビジョンを提示させていただいております。

まずビジョン 1 国際アート・カルチャー都市の舞台を活用した人が主役となる持続可能な都市の実現、ビジョン 2 オールとしまによる「稼げる」地域経営の推進、ビジョン 3 あらゆる主体が連携した来街者の滞在促進という 3 つを出させて頂いております。それぞれのビジョンには、具体的に達成できているのかということを図る目安として、数値目標の方も設定できればと思っています。

はい説明は以上です。

会長) はい、ありがとうございました。事務局からの説明を受けてご意見等頂ければと思います。お一人 2 分程度でお願いできればと思います。話足りない部分は、後日事務局にご連絡頂ければと思います。では、お願いします。

委員) はい。このビジョンを拝見しましたが、本当にこれができたらすごいと思うような幅広い内容になっています。ターゲットにする年齢層、対象地域などによっては、手法が変わってくると思います。ターゲットが若い方だったら、先ほどから出ている SNS での発信が有効だと思います。池袋は 1 都 3 県の来訪者が非常に多く、特に埼玉県、次いで東京の近隣からだと思っています。こういった方が何を目的に来ていて、どのように来訪回数を増やすかという事は、ある程度カテゴリーに分けて検討し、推進していく必要があると思います。また、魅力的なコンテンツをさらにブラッシュアップしていくことも必要だと思います。

私どもでも“学校“という点では、ロビーを活用して立教大学のアカペラサークルに月に

1 回開放しています。すると学習院大学からも希望があり、豊島区内の学校であれば受入れている状況です。また、サラダ音楽祭の一環でミニコンサートを行ったりしているので、積極的に場所を提供して活用してもらいたいと考えています。これによって、それぞれの方からも発信してくれますので、その方たちの目的の年齢層の方が、集まってきてそこでショッピングや食事をされる方が増えると思っています。

やはり最初に申し上げたようにターゲットや、カテゴリーの別にいろいろ深掘りしてやられるのがいいかなと思います。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) ありがとうございます。戦略4-1 地域住民に寄り添ったというところと、戦略5-1 その地域の産業が盛り上がることによって、観光も盛り上げることになるという部分は大事だと感じています。やはりコロナ禍を経て、観光客が来なくなりまちがガラガラになってしまったということを経験しているので、いかに地域住民が暮らしやすくあることや、地域に産業が盛り上がっていることが、今後大切になってくると思います。これによって、観光客の方が、地元の方と同じようにまちを楽しむことができるとサステナブルな観光に繋がると考えています。

1 つ質問なのですが、キャッシュレスの対応は引き続き行っていくと考えてよろしいでしょうか。

事務局) ある程度は達成されてきていると考えておりますが、引き続き未達成の部分がございますので、引き続き対応していきたいと考えております。

委員) わかりました。まだ、現金を使うシチュエーションもあり、海外の方がいらしたときに、その方々が普段使っているような決済が使えるようになると良いと思っていますので、引き続き対応していけると良いと思います。以上です。

会長) ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい、ありがとうございます。資料6の戦略1の部分で、2.国際文化都市としまのイメージ醸成とあるのですが、これを拝見したときに、池袋になるのかなという印象を持ちました。今回はとしまとなっていますので、もちろん池袋が中心の文化が多い中で、区民の方の意識を考えると、何か新しいものを出しても良いのではと少し思いました。

全体的な感想としましては、先ほど委員からのご発言にもありましたが、コロナを経て、地域住民の方が自分の場所を好きになることが、すごく大事だと感じました。“好き“というのは、一番のキーワードだと思いますので、好きに浸れるまちとして、そういったポジティブなワードをどこかに入れると良いのではと思います。また、将来的な観測ではありませんけれども、情報発信のお話でSNSは重要ですし、インバウンドは特に対応策が違いますのでここを分ける必要はあると思います。ただ全体的な対応策として、目標では日本人・外国人という壁を取っ払ってというのは、非常に重要かと思っています。

何か体験をするときに、日本人の方も外国人の方も感動するポイントというのは、ほぼ同じになりますので、このプランが改定されるときには日本人・外国人・インバウンドとい

う壁を取っ払えるような、将来性を持った何か施策が入れられると良いと感じました。

以上でございます。

会長) はい。ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい。私からはこの資料 5 のビジョン 1 の大きな部分なのですが、まさにこの国際アート・カルチャー都市の舞台を活用した人を主役という人が主役となる持続可能な都市の実現というところで、価値観が変容して多様性・多様化がとても進む中で、今までなかなか自分の好きなものを好きと言えるような世の中になったと思っています。

Twitter などでは表現をしながらコミュニティができるという中で、カルチャー、決して高尚なものだけではなく、いろいろな文化を含めて多様化していると思っています。

区の設定もそうですし、我々の民間の方も表現の舞台を活用して、様々な人や団体が、表現、チャレンジしやすい仕組み作りをしていくことが必要かと思えます

そして、常に豊島区が様々なことを行っており、それが常にいろいろな方の目が引っかかり、急上昇してくれば、情報発信として発展してくれるのかなという印象があります。

滞在時間はとても大事ですが、直接的な施策だけではなく、資料にあるような取り組みをやっていくことによって、おのずと増えてくると感じるところなので、我々としても進めていきたいなと感じています。はい、以上です。

会長) それでは次の方をお願いします。

委員) はい。資料 5 と資料 6 についての意見を出させてもらえば良いでしょうか。確認なのですが、資料 5 で平成 31 年 3 月策定のプランを、今回令和 6 年 3 月に策定していくのでしょうか。

事務局) 策定ではなく、改定が正しいです。

委員) 資料 5 の令和 5 年というのは、令和 6 年という事で良いでしょうか。

事務局) その通りです。失礼いたしました。

委員) 来年の 3 月までにみんなで考えて、決める、そういう会議という認識で良いでしょうか。

事務局) その通りです。

委員) 資料に書かれている内容を見て、私がこうした方が良いのではないかということを書いていい会議なのではないでしょうか。

会長) はい。

委員) それにしては少し短すぎるという印象ですが、ここに書かれている内容で自分が得意と分野があったら、ここはこうした方が良いのではないかということ、今ではなくても、どこかで皆さんにお知らせして、それでより良くなれば良いという、そういうことですよね。

会長) はい。

委員) はい、わかりました。資料 5 のビジョン 1、2、3 とありまして、数値目標というのがあると思います。ビジョン 1 では、他人に紹介できると思う割合とありますけど、どこ

かで決めていくことですよ。

会長) はい。

委員) こういうことが本当にきちんとできて、割合が増えていくとすごく良いですよ。ビジョン 2 でも、消費者動向調査とありますが、これは単純に売り上げがどれくらい上がったという事でしょうか。

会長) 指標はこれからの検討だと思いますが、ここで書かれている消費動向は、1人当たりいくら使っているかというものです。おそらく経営判断は、別の指標が出てくる可能性があるもので、例えば売上が増加したかというものもありますし、これは調査がどのように行えるかということで指標が作られますので、そのあたりは今後の検討によると思います。

委員) わかりました。ビジョン 3 でも、宿泊日数のカウントの方法は、宿泊数なのでこれはこのままかもしれないですが、指標についてはこれから考えていくということや、そういうことを実行するために意見を出すという会議ということ、再認識いたしましたので今後いろいろ意見を出したいと思います。

会長) ありがとうございます。実は、すごく大事なことをご確認いただいたと思います。最初に申し上げた通り、これは事務局が皆様に意見を出していただくためのたたき台として作っています。ぜひ皆様のお立場、お考えから、自由に言っていただいて、それを全部入れられるかどうかは、もちろん調整が必要ですが、お気づきの点は何でも言っていただけるのがこの会議ですので、よろしく願いいたします。それでは次の方お願いします。

委員) こちらの戦略をお聞きして、地域の人たちとうまくやっていくことがとても大事だとおっしゃっていただいて、私もこの地域で生まれ育って、学校にも通わせていただいて土着性が強いのですが、本当にそのように感じます。

今は各商店街が苦戦していると思います。少し裏通りに入れば、シャッター下がっていて、これを今後どうするかということが、地域を大事にするという意味では必要になると思います。保守的ですけども地域の財産や、付加価値が低下してしまうようなことのないような施策も、観光を下支えするものかと思います。町会の方たちもかなり力を持っているとおもうので、参加を促すことも必要かと思います。

もう一つは、やはり商売なので、単価を上げていくにはどうしたら良いかということは考えなければならないと思います。

以前、区長と話したときに江戸川乱歩を取り上げるような話があり、とても良いと思いました。先ほどもあった巣鴨プリズンは、文化人から東京裁判で注目を浴びているようで、**Twitter** で名前が出ているのもあるかと思います。

また、東武鉄道、西武鉄道のこの 2 つの車両は、車両マニアの中でもすごくレベルが高い機械のようです。藤久ビル東五号館の 1 階に飾ってあるのですが、こういったところも表に出てくると良いと思います。

今後大きすぎる話ですが、付加価値を上げるような視点は大事だと思っています。以上で

す。

会長) ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) 戦略等々拝見をしまして、これだけのことを正しいターゲットにきちんとした情報発信ができると、区民の方にも、先ほどのアンケートでもありましたけれども、区外の方にもその魅力が伝わるのではないかなというふうに改めて思いました。

この戦略 4 にあります災害時の対応というのものも、今後すごく重要になってくるのではないかなと思っています。

災害大国日本ですけれどもそこで、楽しんでいる最中に何か災害が起こったときに、それでも安心だと思える地域というものを発信していくことで、様々な観光イベントへも参画していただける機会になるのではないかなというふうに改めて思いましたので、ぜひその点も強調していけたら良いと思っています。

資料 4 にありましたが、これは今策定されているものを達成するためのイベントが挙げられていますが、拝見していて存じ上げているものも多くあるのですけれども、わからないものも大変多くありました。とても魅力的なものにも関わらず、存じ上げないものも多かったなというふうに感じています。情報発信の方法というのがとても難しいとは思うのですけれども、そのための工夫はいかにしたら良いかということ、今一度検討してみたいとも改めて思いました。ありがとうございます。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい。話が戻ってしまうのですが、以前の委員会の際にこのプランを進めていく上で、池袋を中心にするのか、それ以外を巻き込んでやっていくのかというのが論点としてあるといったお話があったかと思います。この施策やビジョンを拝見すると、オールとしまという形になっているので、池袋の以外も巻き込んでという方向性になったという理解で合ってますでしょうか？

会長) 池袋が大きい要素ありますけれども、当初からの位置づけで豊島区全体の計画となっています。

委員) はい。そこは変わらずということですね。わかりました。拝見させていただいて、これが全て実現できれば本当に素晴らしいことだなと思いますが、たくさん盛り込んでいるなという印象も受けて、これが実際どれぐらいできるのかなというふうにも感じてしまっています。

資料 5 でビジョン 1、2、3 と挙げていただいているかと思いますが、これは並列的に同じぐらいの力で進めていくものなのかということをお伺いしたいです。

事務局) はい。ビジョン 1、2、3 は、コロナを経験して、今までの観光に対しての考え方が大きくやっぱり変わった部分や豊島区がこれまで築いてきた土壌を生かしながら、観光施策を展開していくことを前提に、それぞれの戦略・施策を具体的に実現するために、連携し、横断的に行っていくことが大切であると感じています。

そういったところを踏まえて、ビジョンは今後 5 年間、観光施策を展開していくに当たっ

てポイントになるといいますか、目標を達成していくためにポイントなる点を記載しています。いずれも重要になってくるのですが、ビジョン1は豊島区の今までに築いてきたまちづくりを生かしていくこと、ビジョン2はコロナを経験してインバウンド一辺倒でやってきたことで、課題が山積している地域も出てきていますので、ターゲット設定をしながら総合的な観光地域経営をするということ、ビジョン3は豊島区に来た方が滞在時間を長く過ごしていくための工夫をしていくということを書いておまして、並列的に進めていければ良いと考えております。

委員) はい、ありがとうございました。

会長) ありがとうございます。私から補足しますと、目標と書いてあるところが、かなり抽象度が高いので、この目標をより具体化させてビジョン1、2、3は作られるものです。後ほど申し上げようかと思っていたのですが、1は実現する像、2、3、は推進・促進と記載があるので、これが戦略と重なっており、表現の仕方に若干誤解を招く書き方になっているので、ここは書き直す必要もありますし、それに3つで良いのか、本当にこの3つで良いのかというのも、皆さんからご意見があるようでしたらいただければと思っております。ただ、基本的には位置づけとしては1、2、3も完全に並列です。

それでは次の方をお願いします。

委員) 私もビジョンと戦略のことを聞こうと思っていたのですが、今の説明で理解できました。ビジョンがあって戦略があるということですね。

ビジョン1の国際アート・カルチャー都市については前面に出ているのですが、それとこのSDGs未来都市、ウォークブル都市を1つにまとめて、人が主役ってということでしょうか。

イケバスや多様なモビリティの活用はすごく良いと思うのですが、環境のこと気候温暖、そういうものも、もう少し何か言葉で出てくるといいかなということを思いました。個人的な意見ですが、以上です。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方をお願いします。

委員) はい、これはたたき台ということですが、音楽によるまちづくりの推進というところでは、池袋ジャズフェスは浮かぶのですが、具体的にこんなことをやってみたいとか、こんなことをやったらどうかということはあるのでしょうか？

事務局) はい。今のご質問ですが、ジャズフェスティバル以外にも、Tokyo Music Evening Yubeというクラシック音楽をGLOBAL RINGで開催しています。

また、グローバル音楽祭、としまミュージックサークルなど点ではなく面で、豊島区全体、まだ池袋中心ですけれども、音楽を広げていこうというまちづくりの姿勢があります。その中で文化観光課もYubeを主催しておりますし、駅ピアノも活用して、チケットを買ってコンサート会場に行かなくても、クラシック音楽や様々な音楽を身近に触れられる機会を作ろうという、街なかクラシックプロジェクトを進めている最中でございます。音楽イベントはいくつかありますので、また改めてご紹介させていただきます。

委員) どちらかというクラシックに寄った感じですか。

事務局) 文化観光課ではクラシックに寄っていますけれども、それだけでは足りないのも、それ以外の音楽も入れていこうということで、考えております。

委員) わかりました。

会長) ありがとうございます。それでは次の方お願いします。

委員) 資料 6 の戦略 2-2 国際文化都市としまのイメージ醸成で、Hareza があって、マンガ・アニメがあって、音楽はあるが、祭りが入っていないのが気になります。豊島区には祭りがたくさんありますので、この要素の中に入れておく必要があると思います。

この内容ですが、面白みがないので、もっと読んで楽しくなるような振興ビジョンにならないでしょうか。例えば、国際アート・カルチャー都市の舞台を活用した人が主役となる持続可能な都市の実現と聞いて、どのようなことをやるのかわかりにくいと思います。

どんなまちづくりを行っていくかということは、もう少し柔らかく、楽しく、読んで楽しい観光振興ビジョンができると良いと思います。

前回プランも、施策なので真面目で良いのですが、あまり面白くはないと感じています。観光振興のプランですから、これを読んだだけで、豊島区に来てみたくなるようなものができるとう良いと思います。

会長) はい、ありがとうございます。それでは次の方お願いします。

委員) ありがとうございます。おっしゃる通りで、観光振興ビジョンは、令和 6 年度から 5 年間をかけて、豊島区がこの豊島区中をこういった観光のまちにしていきたいと思いますというのを、皆さんとともに作り上げていくための指標になるものです。まずは、わかりやすく伝わるということが、非常に大事だというふうに思いますし、これを見てこんな街であれば、ぜひ豊島区行ってみたいと思っていただけるような内容に、これからどれだけできるかということだと思います。

今日お示したものはたたき台で、目標から“国際”、いわゆる“世界に向けた”というものを取ったのは、繰り返しの説明になりますが、コロナを経験して、インバウンド一辺倒ではなく、やはりその地域にしっかり軸足を置いて地元の商店街の方々と協力して一緒に自走できる観光を一緒に考えていきたいという考えからです。先ほどあった、日本人と外国人の壁を取り払うという意味合いも、この中にも少し踏み込められると良いと思っています。

また、戦略・施策の方向性の部分では、かなり粒感が違うと皆さんもお感じになっていると思います。そこのところは、今後ご意見を伺いながら、なるべく平たくしていくような作業もしていきたいと思っています。

目標がこの 5 年間での目指す観光の目標という形になっていて、それに向けてビジョンが 3 つ並列で、どういう形でそれを実現していくかというのが、戦略と施策という形になっていきます。これらを紐付けていくとわかりやすく、これがこうなるとこうなっていくというような模式図で表現できると良いかと思っています。また、先ほどあったカテゴリーとか

ターゲット人たちにはここに力入れていけば良いなど、自ずとわかるようなビジョンになるように、今後事務局と一緒に考えていきたいというふうに思っております。よろしく申し上げます。ありがとうございます。

会長) はい、ありがとうございました。私も気づいた点を少しだけお話しますと、施策のところはやはりもう一度練り直しが必要な箇所があると思っています。

もちろん皆様からいただいた意見を踏まえてということもありますし、あと今日の大きなキーワードとして、区民とか近隣の方々を大事にしていこうという点が挙げられます。これは今回のビジョンの中で入れていく話ですが、今のこのビジョンから覗えないというのが気になっております。

オールとしまという単語があるのですが、オールとしまで稼げる地域経営をしましょうということと、ビジョン3のあらゆる主体が連携して来街者の滞在を促していくとしています。これは観光の分野でいうと、区民がホスト側、おもてなし側になっていて、区民がこのまちで楽しむ、区民がわくわくするまちを作ることが、あまりビジョンに出てないというのが気になっている点です。区民が楽しめれば、外から来る人も楽しむだろうということに、この区でつくる計画は立って良いと思います。

もちろんいくつかレイヤーがあって、来街者がものすごく楽しんでいるものもたくさんあります。例えば、今回のアンケートでアニメ関係は、区民からは誇っているとか、勧めたいという結果が出てないのは、住んでいる方にとっては、そこまで大事なものと思われていないということです。そういうものは当たり前のようにありますので、それは観光の特化した施策として、外に向けて発信していくのはあっても良いと思います。やはり基本は区民の方々も楽しめることが大事で、先ほどの祭りに中学生が来る、こういうところに外国の方もいらして一緒に楽しめることや、境界を取り払ってという話もあったように、そういうことを目指していくのが豊島区のビジョン、観光の目標ではないか思っています。この目標にはそれが書かれてはいるのですが、ビジョンの方で、区民目線、区民が楽しむ目線というのが覗えないということと、戦略4はいろいろなものが盛り込まれ過ぎているので、少し整理が必要なのかなとも思っています。他方で戦略2のSDGsとウォークアブル都市が併記されていますが、今いろいろご指摘あったように、SDGsサステナビリティというところは、グリーンスローモビリティに代表されるような話だけではなく、商店街がシャッターになっては困るということも持続性ですし、観光客が来ることで地域の住民の方々に何らかの迷惑をこうむらないように観光をコントロールしていくことも持続性です。SDGsというところに含まれている部分は、これから5年間でまず何かから手をつけるのかということ、丁寧に検討する必要もあると思っています。戦略4の整理とSDGsの部分の整理は、他の項目に振り分けることも考える必要があろうかと思っております。私自身が気づいたところは以上ですが、私も含め事務局の皆様と少し練りながらよりよいプランにしていければと思っておりますので、引き続きどうぞご協力のほどよろしくお願いいたします。以上で本日予定しておりました議事は終了です。他に議事しておきたい事

項など、皆様から何かございますか。よろしいですか。
では最後に事務局からのご連絡の方よろしく願いいたします。

6.その他

事務局) はい。長い時間お疲れ様でした。

本日は限られた時間の中での協議でしたので、その他お気づきの点等ございましたら、8月10日の木曜日までに事務局の方にご連絡いただければと思います。次回の策定委員会につきましては、9月28日の木曜日17時から19時までで区役所1階のとしまセンタースクエアの方で開催を予定しております。詳細につきましては、改めて通知をさせていただきます。

本日はありがとうございました。

会長) それでは、ここで閉会とさせていただきます。ありがとうございます。

提出された資料等	<p>【 資 料 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料1 ツイート内容に基づいた豊島区内の地域イメージに関する調査 ・資料2 来街者動向調査及び区民意識調査（モニター調査）1次集計 ・資料3 SWOT分析 ・資料4 豊島区観光振興プラン進捗管理シート ・資料5 新 豊島区観光振興ビジョン 構成（案）について ・資料6 新 豊島区観光振興ビジョン 施策体系（案）について <p>【 参考資料 】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参考資料1 豊島区観光振興プラン策定委員会名簿 ・参考資料2 コロナ禍前の2019年と比較した観光関連統計データ ・参考資料3 2023年5月訪日外客数および出国日本人数(JNTO) ・参考資料4 2023年5月訪日外客数 各国・地域別の内訳グラフ(JNTO) ・参考資料5 2023年6月21日現在 訪日外客数(2023年5月推計)(JNTO 報道発表) ・参考資料6 2023年6月21日現在 訪日外国人消費動向調査2023年1月-3月期2次速報(観光庁) ・参考資料7 2023年5月15日現在 住宅宿泊事業に基づく届出及び登録の状況一覧(国土交通省) ・参考資料8 2023年7月13日現在 訪日経験、滞在日数(JNTO) ・参考資料9 2023年1月26日現在 2023年(1~12月)の旅行動向見通し(JTB)
----------	--