

第2章

豊島区を取り巻く観光の現状と課題



IKEBUKURO NISHIGUCHI PARK

豊島区
観光振興
プラン

第2章 豊島区を取り巻く観光の現状と課題

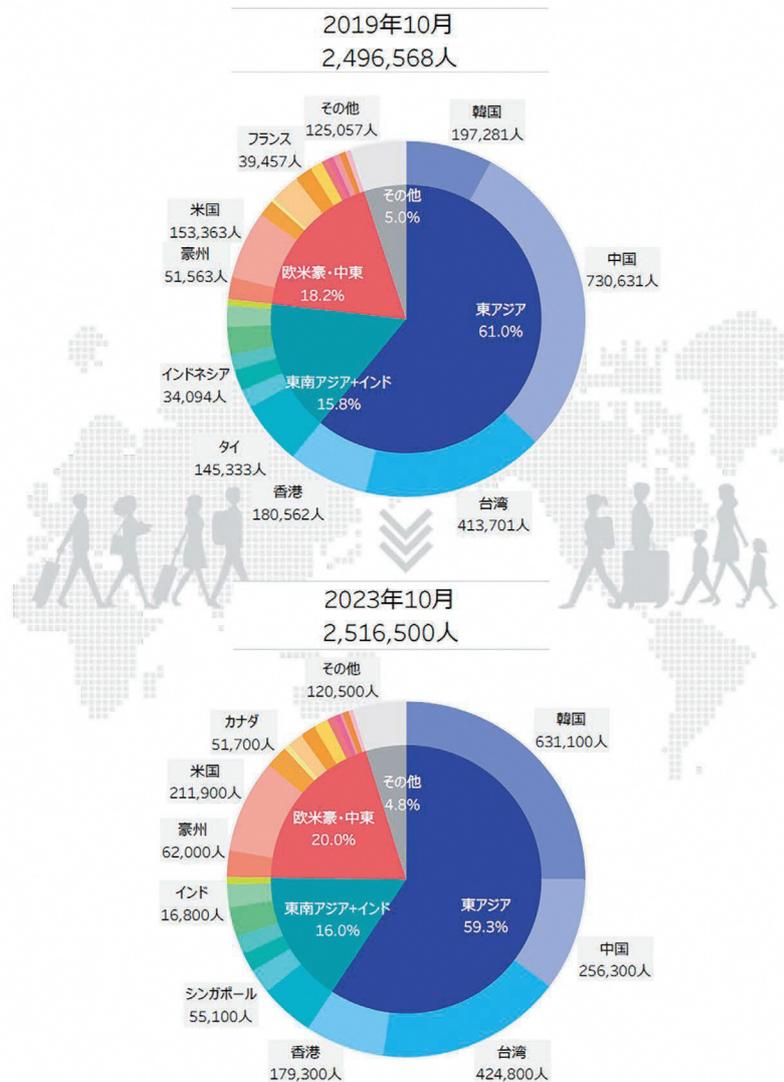
1 国・都における観光の現状

(1) アフターコロナ及び訪日外国人旅行者数の推移

令和4（2022）年10月以降、入国制限が緩和され、訪日外国人旅行者数は回復傾向にあります。日本政府観光局（JNTO）公表資料によると、令和5（2023）年5月の訪日外国人旅行者数は、令和元（2019）年同月比68.5%の1,898,900人となり、回復率では前月を上回りました。国別地域別の傾向としては、中国からの訪日外国人旅行者数の戻りが大幅に遅れている一方、米国からの訪日外国人旅行者数が大きく拡大しています。

令和5（2023）年11月15日に公表された日本政府観光局（JNTO）資料によると、令和5（2023）年10月の訪日外国人旅行者数は、令和元（2019）年同月比100.8%の2,516,500人となり、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて2019年同月を超えました。

図表1 2023年10月訪日外客数における各国・地域別の内訳



◆訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。乗員上陸は含んでいない。

◆中東地域はイスラエル、トルコ、GCC 6か国（サウジアラビア、アラブ首長国連邦（UAE）、バーレーン、オマーン、カタール、クウェート）を指す。

◆北欧地域はスウェーデン、ノルウェー、デンマーク、フィンランドを指す。

（出典）日本政府観光局（JNTO）

(2) 国内旅行者数の推移

令和5（2023）年1月26日、JTB広報室が公表した「2023年の旅行動向見通し」によると、令和5（2023）年の国内旅行者数は延べ2億6,600万人と予測されており、前年比で108.6%、コロナ禍前の令和元（2019）年比91.2%となっており、インバウンド需要よりも早期の回復が見込まれています。

令和4（2022）年10月からは、全国的な観光需要喚起策として、「全国旅行支援」が始まり、多くの旅行者が各地で見られるようになりました。

(3) 訪都外国人旅行者の行動特性

東京都では、コロナ禍前の令和元（2019）年以来となる「国・地域別外国人旅行者行動特性調査」を令和4（2022）年に実施しました。この調査結果によると、これまでの訪都回数は、初めての方よりも「2回目」以上のリピーターが63.4%となり、前回調査結果と比べ7ポイント増加しています。「2回目」以上の割合が高いのは、香港（86.3%）、台湾（84.1%）、韓国（73.0%）となっています。

訪都目的は、「観光・レジャー」が59.6%で最も多く、次いで、「ビジネス（MICEを除く）」が17.0%となっています。

訪問先は、渋谷が58.4%、新宿・大久保が50.3%、銀座が48.8%となっています。池袋は21.0%で10位となっており、前回調査の11位から順位を戻しています。

訪都の満足度については、「大変満足」（63.1%）が前回調査より17.4ポイント増加しており、「大変満足」（63.1%）、「満足」（28.3%）、「やや満足」（3.9%）を合わせると95.4%と満足度は総じて高い結果となっています。一方で、「外国語でのコミュニケーション」の満足度は43.1%（前回比7.7ポイント減）と低い結果となっています。

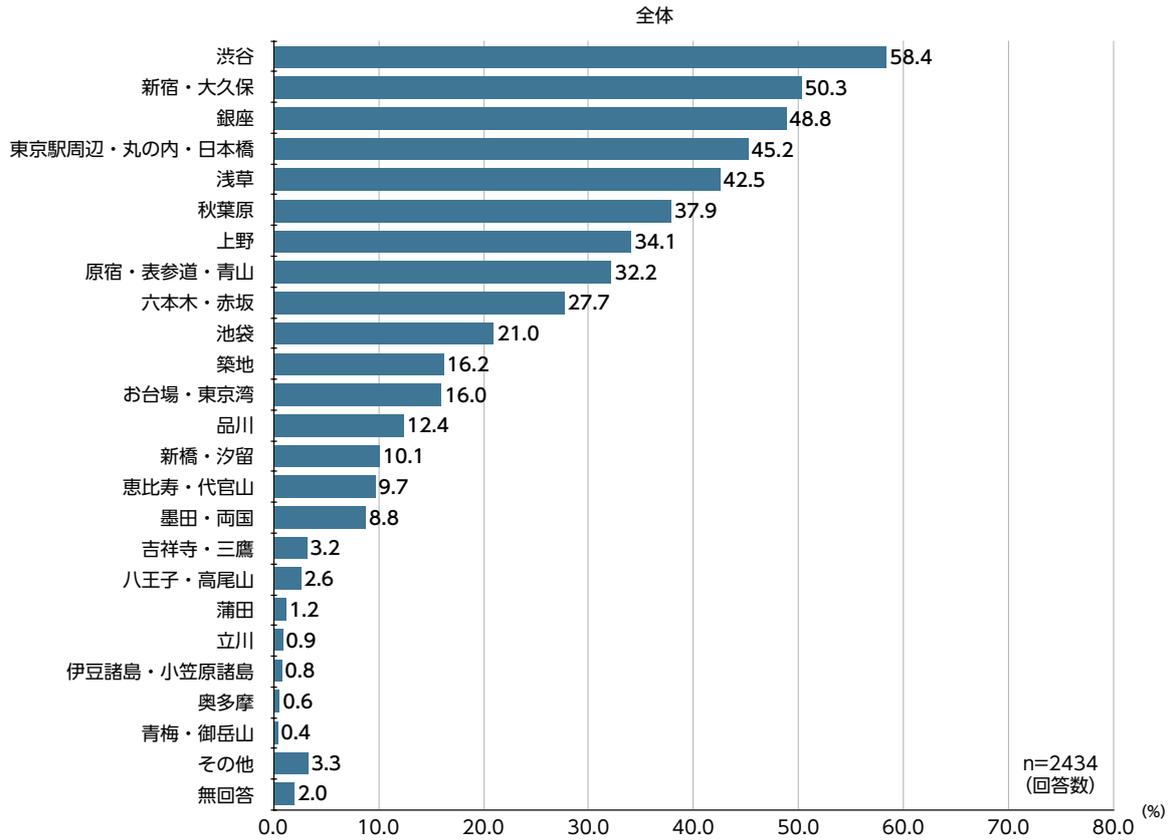
訪都外国人1人あたりの都内での旅行中支出額（推計値）は179,542円で、前回調査137,403円に比べ30.7%増加しています。また、全体において、最も支出額が多い費目は「宿泊費」となっており、旅行中支出額が最も高い国・地域は中国で338,826円となっています。

また、訪都中に行った活動は、全体では「日本食を楽しむ」が89.2%と最も多く、次いで「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」51.3%、「服・服飾雑貨のショッピング」50.3%と続き、「高層ビル等の探索」47.8%、「伝統建築等の見学」39.0%となっています。

訪問して一番満足した場所で行った活動は、多くのエリアで「日本食を楽しむ」が選択されています。池袋については、「日本食を楽しむ」24.1%に次いで「最新の日本文化に触れる」が13.0%となっており、トキワ荘を源流とするマンガ・アニメ文化やコスプレがとしまブランドとして認知されてきているのではないかと推測されます。

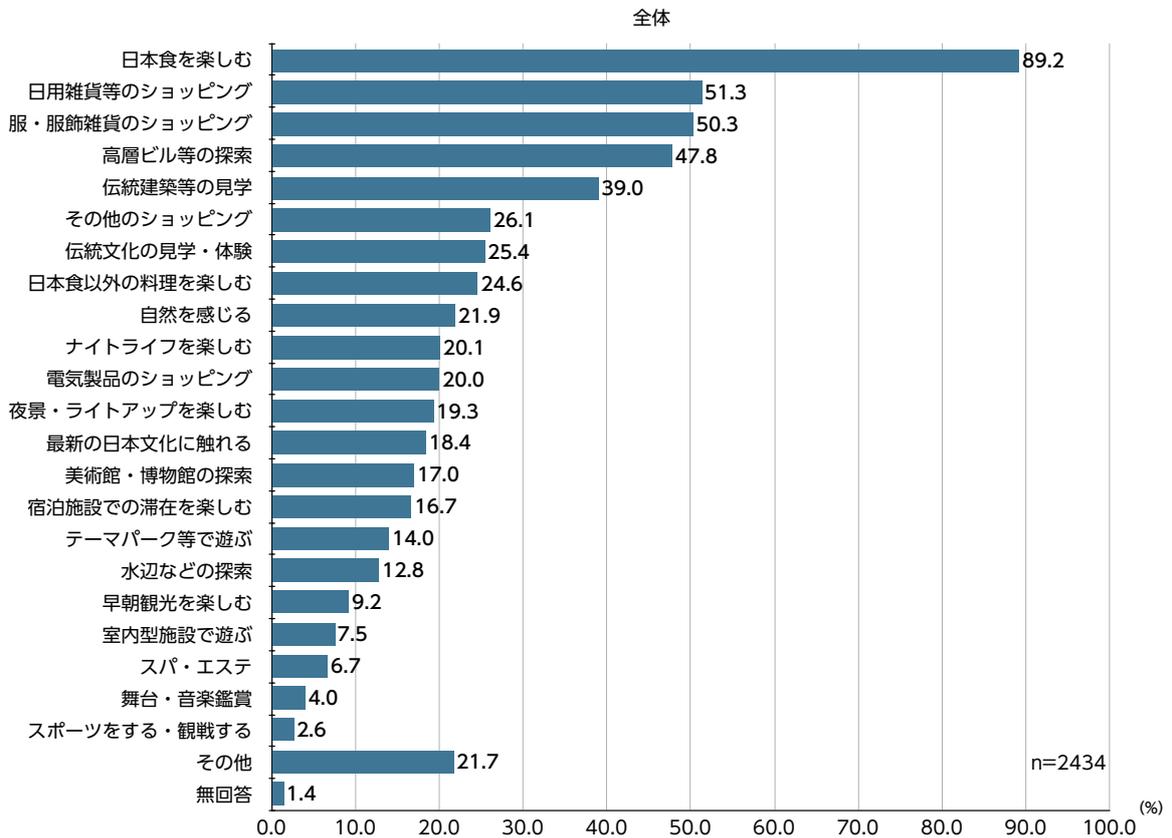


図表2 訪問した場所（複数回答）



(出典) 東京都「令和4年国・地域別外国人旅行者行動特性調査」

図表3 訪都中に行った行動（複数回答）



(出典) 東京都「令和4年国・地域別外国人旅行者行動特性調査」



図表4 訪問して一番満足した場所で行った活動

		一番満足した場所											
		東京駅周辺・丸の内・日本橋 n=141	秋葉原 n=145	銀座 n=238	築地 n=40	原宿・表参道・青山 n=84	渋谷 n=249	六本木・赤坂 n=82	新宿・大久保 n=193	恵比寿・代官山 n=19	池袋 n=51	上野 n=96	浅草 n=203
行った活動	日本食を楽しむ	21.9	2.8	25.2	55.6	9.6	10.2	6.6	14.0	10.0	24.1	6.0	14.5
	日本食以外の料理を楽しむ	0.0	0.2	1.3	0.0	1.2	0.0	0.0	1.0	0.0	1.8	1.0	0.0
	電気製品のショッピング	0.1	12.7	0.9	0.0	0.0	1.4	0.0	0.1	0.7	1.8	0.0	0.0
	服・服飾雑貨のショッピング	4.0	3.5	23.7	0.0	24.0	14.1	5.5	9.3	6.8	3.5	1.6	0.7
	日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング	1.7	16.5	8.6	0.0	7.2	2.3	0.0	8.9	5.0	6.4	0.7	0.5
	その他のショッピング	2.8	3.4	2.6	0.7	1.2	0.1	0.0	1.2	0.0	3.7	1.7	0.5
	伝統文化の見学・体験	1.9	0.0	0.0	3.2	0.6	0.5	1.4	1.7	0.0	0.0	2.6	4.4
	伝統建築の見学	3.0	0.0	1.2	0.0	2.6	0.5	0.0	0.0	1.1	1.7	10.5	32.1
	最新の日本文化に触れる	3.4	13.3	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	1.3	5.0	13.0	0.0	0.0
	舞台・音楽鑑賞	0.5	0.3	0.0	0.0	0.4	0.3	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索	7.4	0.7	3.3	0.0	2.8	18.4	2.7	5.6	0.0	1.8	0.5	3.5
	美術館・博物館の探索	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	21.1	0.0
	水辺などの探索	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	自然を感じる	1.5	0.6	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	3.9	6.9	0.0	6.0	0.4
	テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	4.2	0.0
	室内型アミューズメント施設で遊ぶ	0.0	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	1.0	0.0	0.0
	スポーツをする・観戦する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	スパ・エステ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.4	0.0	0.0	0.0
	宿泊施設での滞在を楽しむ	2.9	2.3	0.8	0.0	0.0	1.6	7.5	1.4	0.0	9.6	11.7	0.7
	早朝観光を楽しむ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
ナイトライフを楽しむ	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.2	11.2	3.3	0.0	0.0	0.7	0.0	
夜景・ライトアップを楽しむ	3.8	0.0	0.0	0.0	2.8	0.2	15.0	0.2	0.0	4.7	0.0	0.0	
その他	12.1	5.2	0.8	1.5	0.8	5.7	12.6	2.8	2.5	4.2	0.7	0.9	
無回答	33.0	34.5	30.7	39.0	45.9	42.5	33.4	40.9	44.7	22.7	31.0	41.8	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

		一番満足した場所											
		墨田・両国 n=29	新橋・汐留 n=28	品川 n=48	蒲田 n=3	お台場・東京湾 n=67	吉祥寺・三鷹 n=14	立川 n=4	八王子・高尾山 n=21	青梅・御岳山 n=1	奥多摩 n=5	伊豆諸島・小笠原諸島 n=9	その他 n=23
行った活動	日本食を楽しむ	0.0	21.8	5.4	0.0	5.0	8.8	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	日本食以外の料理を楽しむ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	電気製品のショッピング	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	服・服飾雑貨のショッピング	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8
	日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング	0.0	0.0	4.3	0.0	3.1	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	その他のショッピング	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	伝統文化の見学・体験	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8
	伝統建築の見学	0.0	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	最新の日本文化に触れる	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	20.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	舞台・音楽鑑賞	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物の探索	28.8	48.1	2.8	48.2	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.4
	美術館・博物館の探索	2.6	6.6	0.5	0.0	7.2	11.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
	水辺などの探索	4.2	0.0	3.4	0.0	15.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	自然を感じる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.4	34.3	76.1	0.0	85.5	96.5	4.5
	テーマパーク、レジャー施設で遊ぶ	0.0	1.7	6.9	0.0	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5
	室内型アミューズメント施設で遊ぶ	5.3	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	スポーツをする・観戦する	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	スパ・エステ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	宿泊施設での滞在を楽しむ	0.0	5.6	17.7	0.0	4.6	0.0	16.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	早朝観光を楽しむ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ナイトライフを楽しむ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	
夜景・ライトアップを楽しむ	0.0	1.7	7.4	0.0	7.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他	0.0	7.1	19.5	3.6	9.2	8.8	25.4	0.0	0.0	0.0	0.0	25.5	
無回答	57.8	3.9	32.1	48.2	34.3	28.5	23.8	20.1	100.0	14.5	3.5	18.6	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

注) 一番満足した活動ごとで構成比の高い順に3項目を網掛けしている。

(出典) 東京都「令和4年国・地域別外国人旅行者行動特性調査」

2 豊島区における観光の現状と課題

(1) 豊島区の観光資源（主要な施設・観光コンテンツ、イベント、宿泊施設）

現状

豊島区内には、特色ある公園、劇場・映画館、マンガ・アニメ関連施設など多種多様なエンターテインメント施設が存在しています

豊島区内には、特色ある公園、劇場・映画館、マンガ・アニメ関連施設など多種多様なエンターテインメント施設が存在し、多くの来街者が訪れています。また、年間を通して、様々な地域で、民間事業者主催・地域住民主催・区主催による区民も来街者も楽しめる祭りやイベントが開催されており、まちの賑わい創出の原動力となっています。

図表 5 豊島区内の主要な施設・観光コンテンツ一覧

No.	名 称
1	池袋西口公園 (GLOBAL RING)
2	南池袋公園
3	中池袋公園
4	としまみどりの防災公園 (イケ・サンパーク)
5	雑司ヶ谷霊園
6	染井霊園
7	東京芸術劇場
8	豊島区立芸術文化劇場 (東京建物 Brillia HALL)
9	としま区民センター
10	舞台芸術交流センター (あうるすぽっと)
11	サンシャインシティ
12	映画館
13	ライブハウス
14	池袋演芸場
15	東京大塚のれん街
16	アニメイト
17	乙女ロード
18	豊島区立トキワ荘マンガミュージアム・トキワ荘通りお休み処
19	トキワ荘通り昭和レトロ館 (豊島区立昭和歴史文化記念館)
20	記念碑「トキワ荘のヒーローたち」・トキワ荘ゆかりの地モニュメント
21	豊島区立熊谷守一美術館
22	豊島区立鈴木信太郎記念館
23	豊島区立郷土資料館 (IKE Biz としま産業振興プラザを含む)
24	雑司が谷旧宣教師館
25	雑司ヶ谷鬼子母神堂 ^{*1}
26	自由学園明日館
27	旧江戸川乱歩邸土蔵
28	門と蔵のある広場 (旧丹羽家住宅蔵)
29	巣鴨とげぬき地蔵・巣鴨地蔵通り商店街
30	染井吉野桜記念公園
31	要町駅ピアノ～としまの純真～
32	池袋防災館
33	雑司が谷案内処
34	豊島区観光情報センター
35	としま区民センターインフォメーション
36	GLOBAL RING CAFÉ
37	IKEBUS
38	東京さくらトラム (都電荒川線)

※1: 本プランに出てくる「雑司ヶ谷鬼子母神堂」の「鬼」の字の表記について、正しくは、1画目の点(ツノ)のない文字を用います。



現状

年間を通して、様々な地域で、区民も来街者も楽しめる祭りやイベントが開催されています

図表6 豊島区内の主要なイベント一覧

No.	例年の開催月	名称
1	4月	染井よしの桜まつり
2	4月	池袋東口としま商人まつり
3	5月、10月	池袋モンパルナス回遊美術館
4	5月、10月	大塚バラまつり
5	5月	長崎神社獅子舞
6	5月	池袋ジャズフェスティバル
7	5月～6月	サンシャインシティ 沖縄めんそーれフェスタ
8	5月、6月	おおつか音楽祭
9	6月	すがも商人まつり
10	7月	東京フラフェスタ in 池袋
11	8月	南長崎「夢の虹」イベント
12	8月	東京大塚阿波おどり
13	9月	池袋演劇祭
14	9月	豊島区消費生活展
15	9月、10月	ふくろ祭り、東京よさこい
16	10月	池袋本町商人まつり
17	10月	としまスポーツまつり
18	10月	御会式
19	10月	大塚商人祭り
20	10月	大塚ミュージックフェスティバル
21	10月	豊島区伝統工芸展
22	10月	民俗芸能 in としま
23	10月	池袋ハロウィンコスプレフェス
24	11月	アニメイトガールズフェスティバル
25	11月	すがも中山道菊まつり
26	11月	イケビズフェスタ
27	11月	染井よしの桜のふる里秋まつり
28	11月	池袋 GLOBAL RING 音楽祭
29	12月	立教大学 クリスマスイルミネーション
30	2月	椎名町としま商人まつり
31	2月～3月頃	としま MONO づくりメッセ
32	3月	東京アニメアワードフェスティバル
33	3月	池袋西口としま商人まつり
34	原則水曜日	Tokyo Music Evening Yube
35	毎週土曜・日曜日	イケ・サンパーク ファーマーズマーケット
36	通年	トキワ荘マンガミュージアム 企画展

現状

旅館・ホテルの施設数が23区中3位、客室数が23区中6位で、宿泊客の受け入れ体制が整っています

豊島区内の旅館・ホテルの施設数は、23区中3位の320施設、客室数は、23区中6位の13,111室となっています。コロナ禍前の平成30年度の数値と比較するといずれも増加していますが、施設数と比較して客室数が少ないのは、規模が小さめの施設が多いものと考えられます。

なお、旅館・ホテルとは別に、平成30（2018）年6月より住宅宿泊事業（いわゆる民泊）もスタートしており、令和5（2023）年5月15日現在で723施設と、23区で新宿区に次ぐ2番目の施設数となっています（令和5（2023）年5月15日現在 国土交通省「住宅宿泊事業に基づく届出及び登録の状況一覧」より引用）。

図表7 旅館・ホテル 施設数 上位10区

順位	区名	施設数
1	台東区	554
2	新宿区	381
3	豊島区	320
4	墨田区	297
5	港区	265
6	渋谷区	258
7	中央区	189
8	千代田区	130
9	品川区	114
10	江東区	111

図表8 旅館・ホテル 客室数 上位10区

順位	区名	客室数
1	港区	31,779
2	中央区	24,429
3	新宿区	22,521
4	台東区	22,078
5	千代田区	17,726
6	豊島区	13,111
7	江東区	11,135
8	大田区	10,094
9	品川区	8,430
10	渋谷区	7,429

（出典）東京都福祉局・保健医療局「福祉・衛生統計年報（令和4年度）」

(2) 豊島区の観光資源（観光案内及びおもてなしの状況）

現状

- ・観光案内所の認知率、訪問率、推奨率がいずれも低く、効果的に活用されていません
- ・外国語観光ボランティアガイドの実践の場が少ない状況です

課題1

観光案内所の周知及び観光人材の育成強化

豊島区が何らかのかたちで運営に携わっている観光案内所は区内に3か所（豊島区観光情報センター、としま区民センターインフォメーション^{※2}及びGLOBAL RING CAFÉ）あります。これらは他の施設と併設されていることや、駅直結でなく、利便性が良くないことから、来街者の認知率・訪問率・推奨率が低い傾向にあります。

今後、観光案内所としての周知強化や、来街者にとって利便性の高い場所への移転の検討、民間施設との連携等をしていく必要があります。

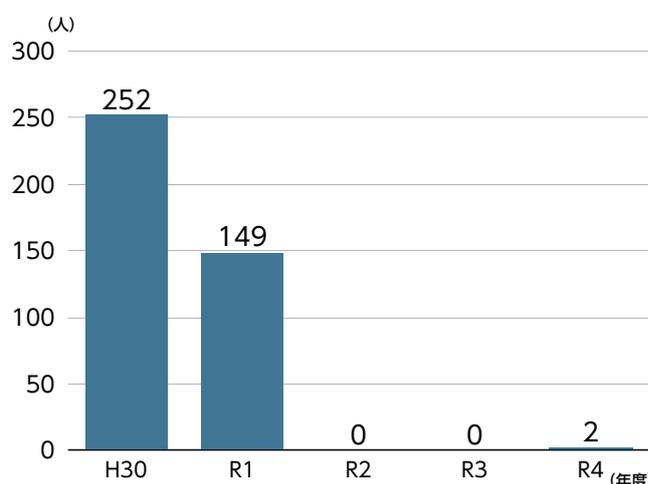
また、豊島区観光協会には、35名から40名ほどの外国語観光ボランティアガイドが登録されています。コロナ禍によりなくなってしまった観光人材が活躍する実践の場を、観光案内所と連携しながら提供していきます。

図表9 豊島区が運営に携わる観光案内所一覧

No.	名称	所在地	備考
1	豊島区観光情報センター	西池袋 1-19-7 のとやビル3階	池袋駅西口 (豊島区観光協会内)
2	としま区民センター インフォメーション ^{※2}	東池袋 1-20-10 としま区民センター1階	池袋駅東口 (Hareza 池袋)
3	GLOBAL RING CAFÉ	西池袋 1-8-26	池袋駅西口 (池袋西口公園内)

※2：令和6（2024）年度以降は「池袋東口観光案内所」として運営

図表10 外国語観光ボランティアガイド年間活動延べ人数



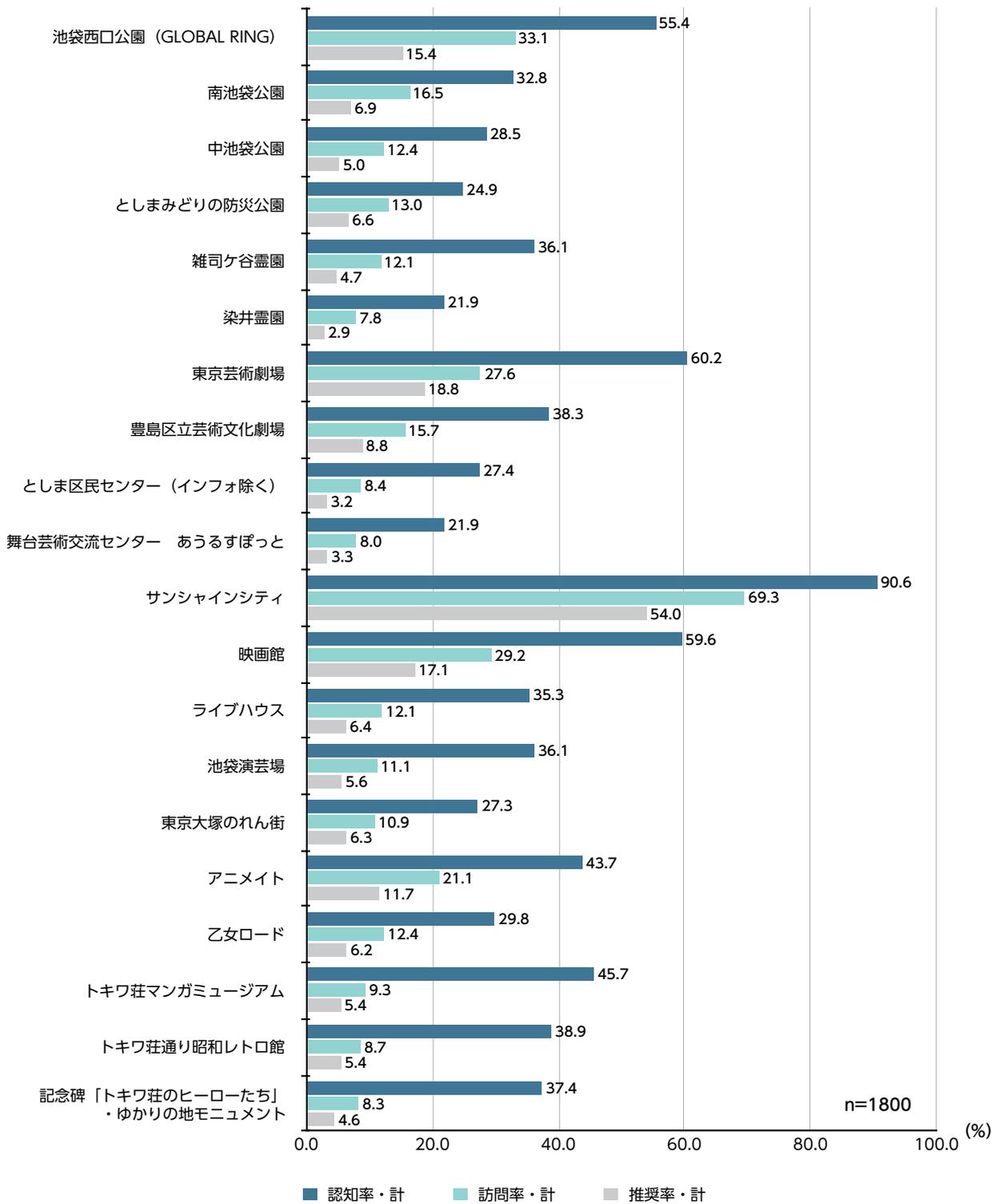
(出典) 豊島区「としま政策データブック 2023」



豊島区外国語観光ボランティアガイドの会（GIVの会）



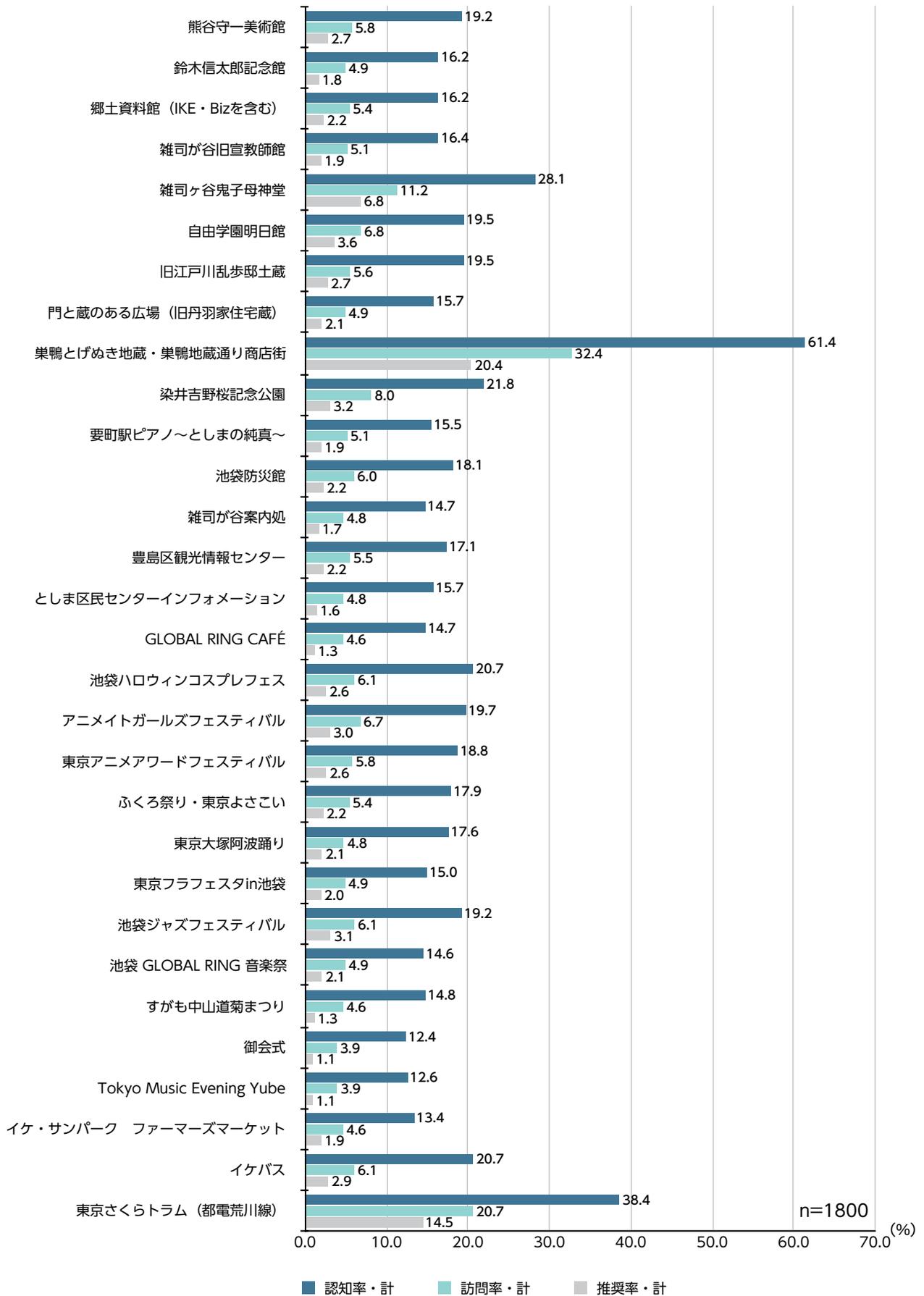
図表 11 施設・イベント別の認知率、訪問率、推奨率（来街者）①



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書 (令和5年度)」より算出



図表 12 施設・イベント別の認知率、訪問率、推奨率（来街者）②



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書 (令和5年度)」より算出

8つの
まちづくり④

“アート・カルチャー”が日常にあふれるまち

ハレザ池袋やグローバルリングシアターなどの街中に広がる豊かな文化芸術資源を活かし、首都東京の文化拠点として、子どもからシニアまで、身近なところでアート・カルチャーに触れられるまちづくりを進めます。

図文化デザイン課施設策調整グループ☎3981-1476、文化観光課観光企画グループ☎3981-4623



地域で生まれ、にぎわいと活力をもたらすお祭りを大切に守り、未来につないでいきます。 図文化観光課観光交流グループ☎3981-1316



ふくろ祭り 「御輿の祭典」

9月後半の土・日曜日は、池袋駅西口が御輿の熱気で溢れかえります。クライマックスは本祭の『宵御輿パレード』です。



ふくろ祭り 「踊りの祭典」・東京よさこい

10月前半の土・日曜日は、池袋駅西口を中心に区全体で「踊りの祭典」が行われます。一番の見せ場は、100を超えるチームが華麗に舞う「東京よさこい」です。

「マンガ・アニメ・コスプレの聖地」へ

マンガ文化の原点「トキワ荘」、東京都や民間企業との連携によりさらに存在感を増した「アニメのまち 池袋」、そして国内最大級の「池袋ハロウィンコスプレフェス」など、「マンガ・アニメ・コスプレの聖地 豊島区」として国内外に豊島区の魅力を発信していきます。

圏文化観光課マンガ・アニメグループ ☎4566-2758



区長も参加!

池袋は私の庭! ここに来るとテンションが上がります。

定期的開催しているコスプレイベントもあります!

世界規模のコスプレイベント



池袋ハロウィンコスプレフェス

衣装は仕事帰りに自分で作りました。



VRでミュージアム体験

VRTキワ荘マンガミュージアム

スマホを使ってバーチャル体験!どこにいても、ミュージアムの中を見学することができます。今後、豊島区では様々な分野でVRを使用した事業を展開。場所や時間を問わず、国内外から気軽に楽しめます。

VR…バーチャルリアリティの略。コンピューターによる、仮想空間を疑似体験できる仕組み。



VR体験はこちら



スマホからはこのようにご覧いただけます。

ここだけの“感動体験”を子どもたちに!

宝塚歌劇の中学生鑑賞教室をはじめ、一流のミュージカルや音楽を鑑賞し、また子どもたち自身が劇場の舞台上でスポットライトを浴びて歌い、踊るなど、本物の芸術に触れ、体験する機会をつくっていきます。



雑司ヶ谷鬼子母神御会式

毎年10月に、白い和紙の花を一面に付けた、高さ3～4メートルの方灯を掲げて、団扇太鼓をたたきながら鬼子母神堂まで練り歩きます。



東京大塚阿波踊り

毎年8月に、地域に根差した地元連を中心とする1,000人以上の踊り手による個性豊かな踊りで夏の大塚を彩ります。

①誰もが安全・安心に暮らせるまち

②切れ目のない支援で子育てしやすいまち

③笑顔で元気な子どもが育つまち

④アート・カルチャーが日常にあふれるまち

⑤シニアライフが輝くまち

⑥商店街を元気に! 起業・創業を応援するまち

⑦地球にも人にもやさしい持続可能なまち

⑧人が主役の「ウォーカー」なまち



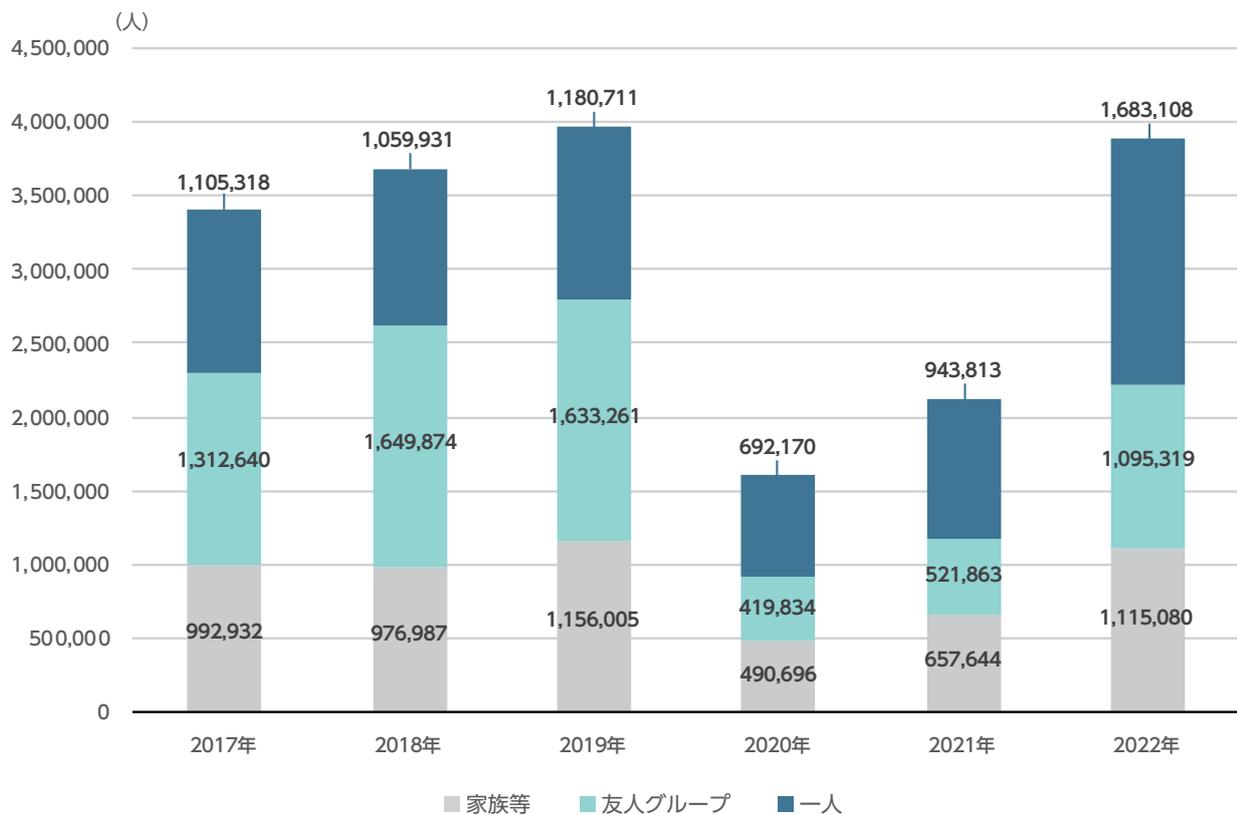
(3) 来街者の状況（宿泊者数）

現状

豊島区の延べ宿泊者数は、コロナ禍前の水準に戻りつつあります

豊島区の延べ宿泊者数は、コロナ禍による行動制限や人流抑制により大幅に減少しましたが、令和4（2022）年には、一人での宿泊を中心に、コロナ禍前の水準にまで戻りつつあります。

図表13 豊島区延べ宿泊者数（総数）の推移



（出典）観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

（注釈）

観光予報プラットフォームでは、日本全体の宿泊実績データのうち、1億3,000万泊以上（2019年5月現在）のサンプリングデータ（店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売）を抽出し、宿泊者数の実績データを算出している。

各データ・情報の提供元は非公開としている。

観光予報プラットフォーム推進協議会でのデータ集計を反映し、過去のデータが遡及修正される場合がある。

宿泊者数が設定期間中に一定以下の市区町村については、「データ無し」としている。

データの算出方法において、宿泊実績データのサンプリングをもとに拡大推計をして算出していることから、属性別ごとの延べ宿泊者数（総数）の合計値が一致しない場合がある。

(4) 交流都市の状況

現状

豊島区には、国内に3つの姉妹友好都市がある他、防災協定都市、文化交流都市、観光物産交流都市等があり、相互に恩恵を享受しています

豊島区には、埼玉県秩父市、山形県遊佐町、長野県箕輪町といった姉妹友好都市が国内に3つあります。その他、防災協定都市、文化交流都市、観光物産交流都市等をはじめ多くの交流都市があり、様々な分野でお互いがメリットを享受できるような関係性を構築しています。

姉妹友好都市（3都市）

埼玉県秩父市	山形県遊佐町	長野県箕輪町
--------	--------	--------

その他の交流都市（8都市）

三重県名張市	宮城県	栃木県那珂川町	神奈川県湯河原町
沖縄県伊江村	愛媛県内子町	長野県長野市	北海道中富良野町

*上記以外にも、防災協定、教育連携協定、としまの森協定、東武東上線・西武線沿線サミット協定に基づき、交流事業を行っている交流都市があります。

(5) 来街者の行動特性（観光の目的及び訪問先）

現状

- ・豊島区への来街者の約85%が池袋への訪問となっており、百貨店等の駅ビルで用事を済ませる来街者が半数以上となっています
- ・豊島区への観光の目的は、ショッピングが約70%、飲食が約50%、まち歩きが約25%となっています

課題2

各地域の特性に合わせた観光の実現とその魅力を活かした誘客促進

課題3

環境にもまちにも優しいまち歩きの推奨

「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」によると、豊島区への来街者の約85%が池袋への訪問となっており、池袋を訪問した来街者にいかに他地域の魅力をPRし、誘客促進するかが大きな鍵となっています。令和5（2023）年度に実施した「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」（次頁コラム参照）においても、区内各地域における特色及び魅力が明らかになっています。また、百貨店等の駅ビルで用事を済ませる来街者が半数以上であり、来街者が駅ビルから出て、周辺地域の観光消費拡大につなげていくことが必要です。

豊島区への観光の目的は、ショッピングが約70%、飲食が約50%を占めています。次いで、まち歩きが約25%と大きな割合を占めています。13.01km²と狭い区域の豊島区においては、環境に優しく、地域経済を活性化させるまち歩きを、地域の魅力を深掘りして紹介することにより推奨していきます。

コラム：豊島区の地域イメージについて ～ Twitter（現 X）上のツイート分析～

豊島区には特色を持つ様々なエリアがあります。それぞれのエリアでは、どのようなモノ・コトが魅力となり、どのような地域としてイメージされているのでしょうか？

『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』では、Twitter（現 X）上で豊島区内の各エリア名を挙げたツイートから、話題にされている具体的な対象や話題の内容を期間・エリア別に分析しました。このコラムでは、令和4（2022）年4月から令和5（2023）年3月までに投稿されたツイートについての分析の要点を紹介します。

調査概要

調査対象

豊島区内の7エリア（雑司ヶ谷、椎名町、巣鴨、駒込、池袋、目白、北大塚）

調査方法

各エリア名を含むツイートを、①平成31（2019）年1月～12月、②令和4（2022）年4月～令和5（2023）年3月の2期間を対象に収集しました^{*1*2}。このデータをテキストマイニングソフトのKHCoderを用いて分析しました。具体的にはエリア別に頻出語、対応分析、共起ネットワーク分析を行い、それぞれの結果を踏まえてエリア別の地域イメージを横断的に考察しています。

*1 Botや広告、リツイート等は収集の対象外としました。

*2 1か月あたり90件を上限とし、年間では980件を上限に収集しています。

雑司ヶ谷		椎名町		巣鴨		駒込		池袋		目白		北大塚	
抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数
池袋	117	南天	76	人	59	ピベント	78	新宿	70	目白通り	87	北大塚ラーメン	580
雑司ヶ谷霊園	80	肉そば	53	池袋	56	山手	52	人	63	食べる	75	チャーシュー	399
鬼子母神	77	肉	50	巣鴨ブリズン	44	歩く	41	仕事	52	池袋	67	麵	326
歩く	69	食べる	46	ラーメン	39	良い	38	渋谷	48	東京	55	食べる	155
墓	58	美味しい	46	食べる	36	池袋	34	電車	40	美味しい	50	ラーメン	151
住む	50	店	28	東京	33	仕事	33	東京	37	人	45	美味しい	105
都電	43	トキワ荘	26	買う	33	食べる	33	乗る	28	パフェ	41	大塚	103
人	41	サウナ	25	歩く	29	新宿	33	西武池袋線	27	店	41	激辛	96
手創り市	39	蕎麦	25	巣鴨湯	28	東京	32	多い	25	買う	38	スープ	84
良い	36	良い	25	入る	28	降りる	29	買う	25	高田馬場	37	豊島	71
乗る	35	銭湯	24	良い	28	住む	28	終わる	24	良い	37	醤油	61
新宿	34	妙法湯	23	楽しい	27	人	28	ブリキア	23	歩く	36	肉	56
降りる	30	五色湯	21	店	25	話	26	サンシャイン	22	目黒	34	東京	54
散歩	30	湯	21	サウナ	24	駅	25	西武	22	山手線	33	店	51
店	30	豚肉	20	獅子王	24	買う	25	店	22	新宿	33	味	51
東京	29	夜	20	仕事	23	飲む	23	イベント	21	デリーモ	32	ライス	47
副都心線	29	立ち食い	20	湯	23	乗る	23	映画	21	志むら	32	良い	46
多い	27	ダブル	19	渋谷	22	店	22	ハロウィン	20	駅	29	並	41
近い	25	ラーメン	18	新宿	22	初めて	20	頑張る	19	好き	26	美味しい	40
好き	24	飲む	18	美味しい	22	夜	20	場所	19	多い	26	営業	38
場所	23	久しぶり	18	会う	21	上野	19	夜	19	目白庭園	26	屋	36
読む	23	サービス	17	街	21	好き	17	良い	19	降りる	25	辛	32
近く	22	旨い	17	多い	19	聞く	17	アニメイト	18	写真	24	久しぶり	29
霊園	22	肉うどん	17	話	19	六義園	17	グッズ	18	近く	23	入る	29
自分	21	卵	17	山手線	18	多い	16	会う	18	駅前	22	旨い	28

(1) 雑司ヶ谷

雑司ヶ谷霊園や鬼子母神といった代表的地点が中心的イメージとなっている一方で、霊園と所縁のある文学者との関係性や、クラフト系イベント「雑司ヶ谷手創り市」も多く話題にされています。また、居住地としての印象や、ベーカリーやカフェといった日常的に利用される店舗についても言及されていました。全体として、文学との関係性と地域に密着した生活文化を併せ持つエリアとして認識されています。

(2) 椎名町

立ち食い蕎麦「南天」や、「トキワ荘マンガミュージアム」、マンガ家たちも通った各種銭湯への言及が目立ちました。このようなエリア内の昭和的な古めかしさを持つ様々な要素が肯定的に評価されていることから、昭和レトロが地域の魅力になっていると捉えられます。

(3) 巣鴨

代表的資源である巣鴨地藏通り商店街に加え、グルメや麻雀等の余暇活動に関するもの、銭湯に関するものなど、他地区と比較して多様な要素が話題になっています。巣鴨全体を「面白い」「楽しい」と評価するものもあることから、様々な魅力を併せ持つ面的なエリアとして捉えられていると考えられます。

(4) 駒込

居留意欲や過去の居住歴など、居住地としての肯定的評価がみられました。駒込はソメイヨシノの発祥の地であり、現在でも六義園の桜やまちなかの植栽等、至るところで「花」を見ることができます。こうしたみどり豊かな環境が、居住地としての評価に繋がった可能性があります。

(5) 池袋

アニメイトやハロウィンでのコスプレ、押し活等の二次元作品に関する話題が多くみられます。また映画鑑賞に関する話題など、劇場のまちとしての萌芽も確認できます。一方、池袋には駅前に百貨店を始めとする大規模商業施設や特色ある繁華街等がありますが、これらの利用はあまり話題となっていませんでした。

(6) 目白

スイーツやカフェに関する話題、目白庭園に関する話題がみられます。スイーツやカフェに関しては特定の店舗に言及が集中していました。

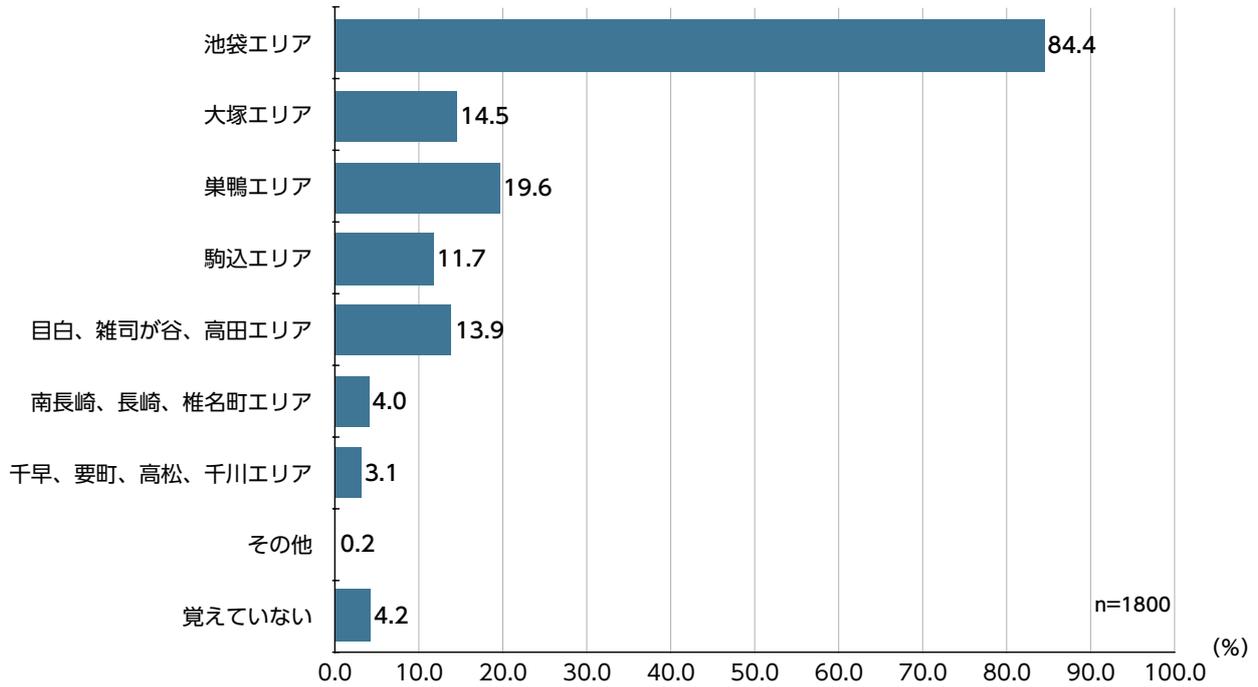
(7) 北大塚

地域内の有名店「北大塚ラーメン」に関する話題が大半を占めていました。近年進展している駅前のまちづくりに関する話題は、ほとんどみられませんでした。

(文責：立教大学大学院 観光学研究科 博士課程後期課程 木村竜也)

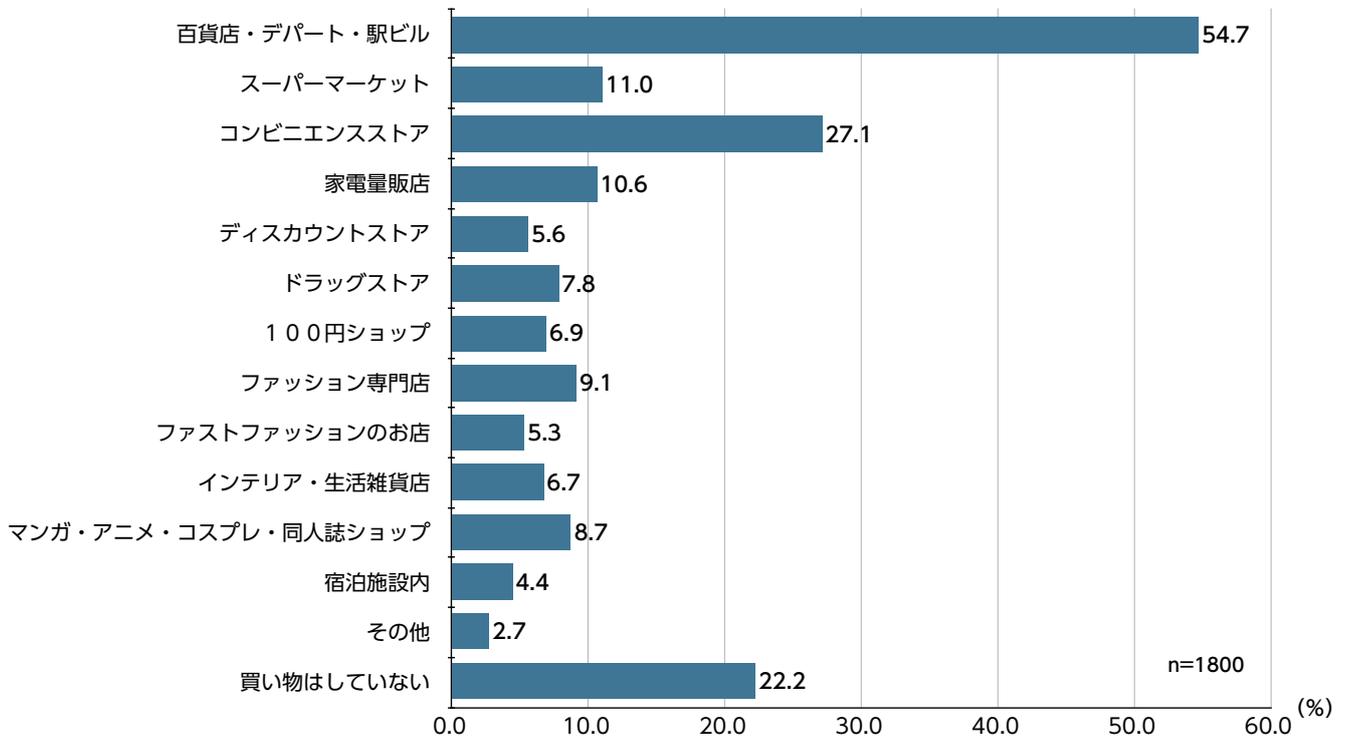


図表 14 区内訪問エリア



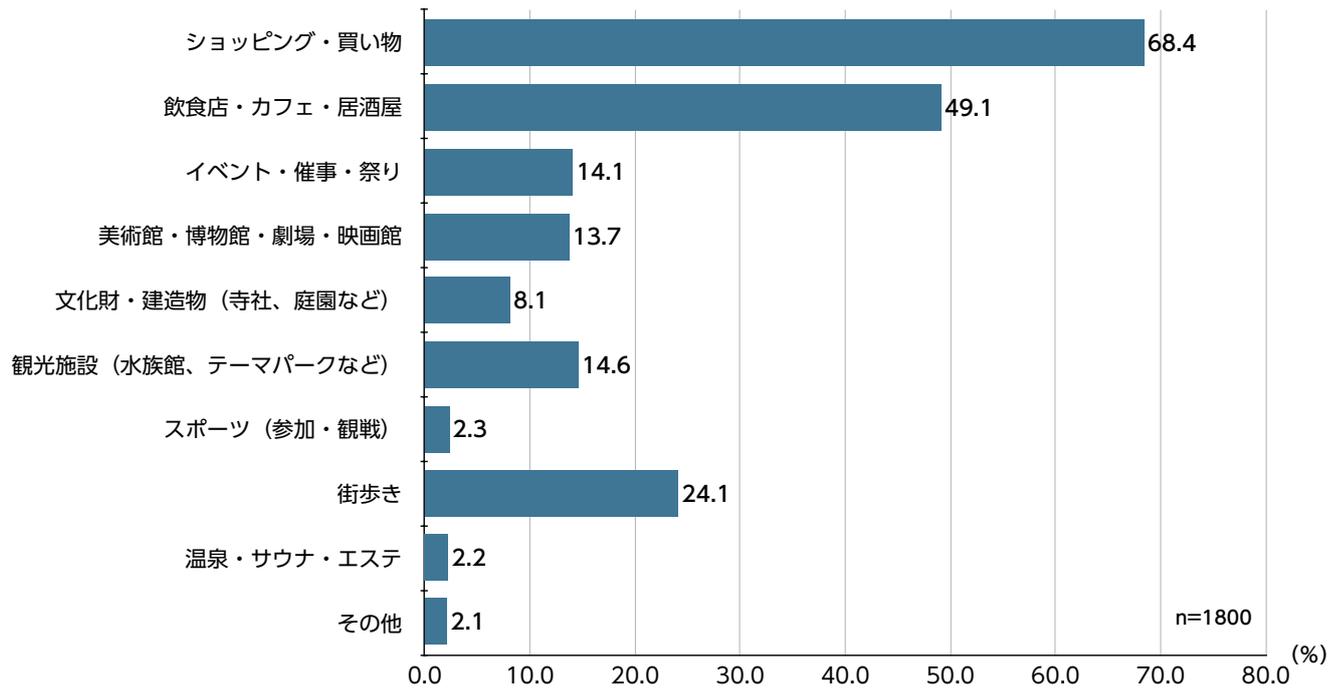
(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書 (令和5年度)」より算出

図表 15 買い物をした場所



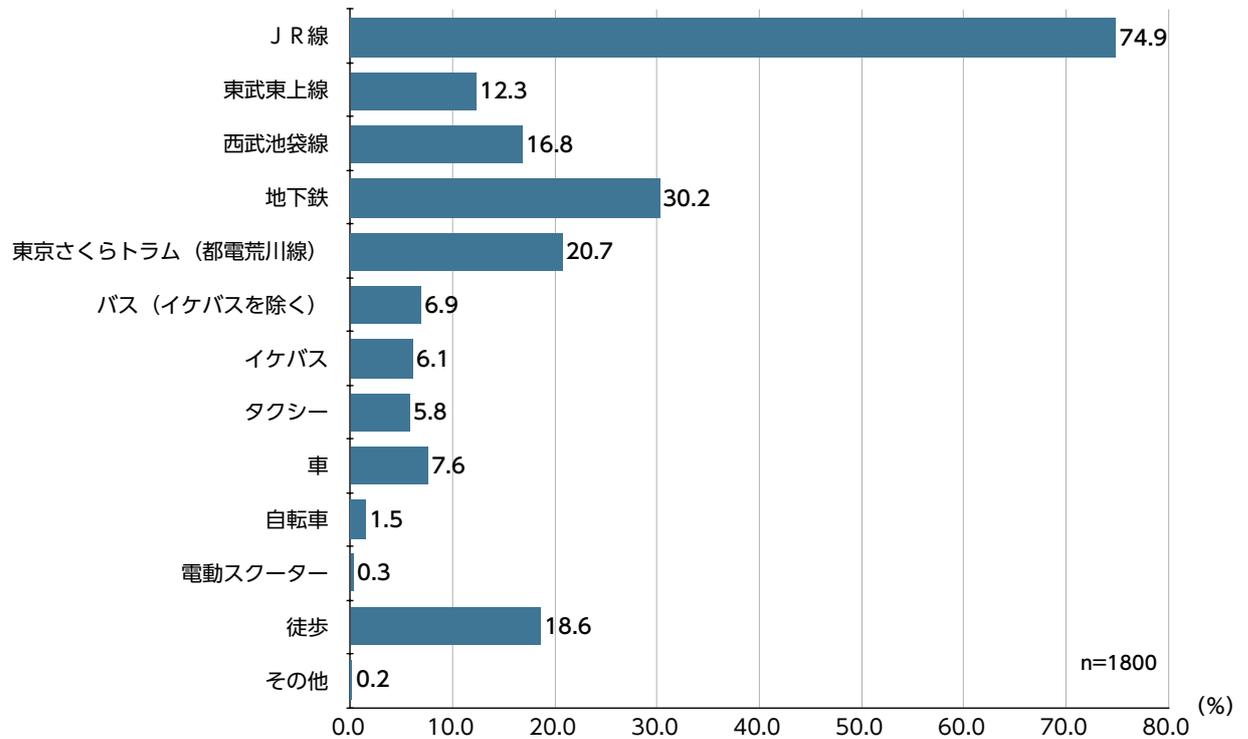
(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書 (令和5年度)」より算出

図表 16 観光目的の訪問先



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」より算出

図表 17 区内の移動手段



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」より算出



(6) 来街者の行動特性（情報入手経路）

現状

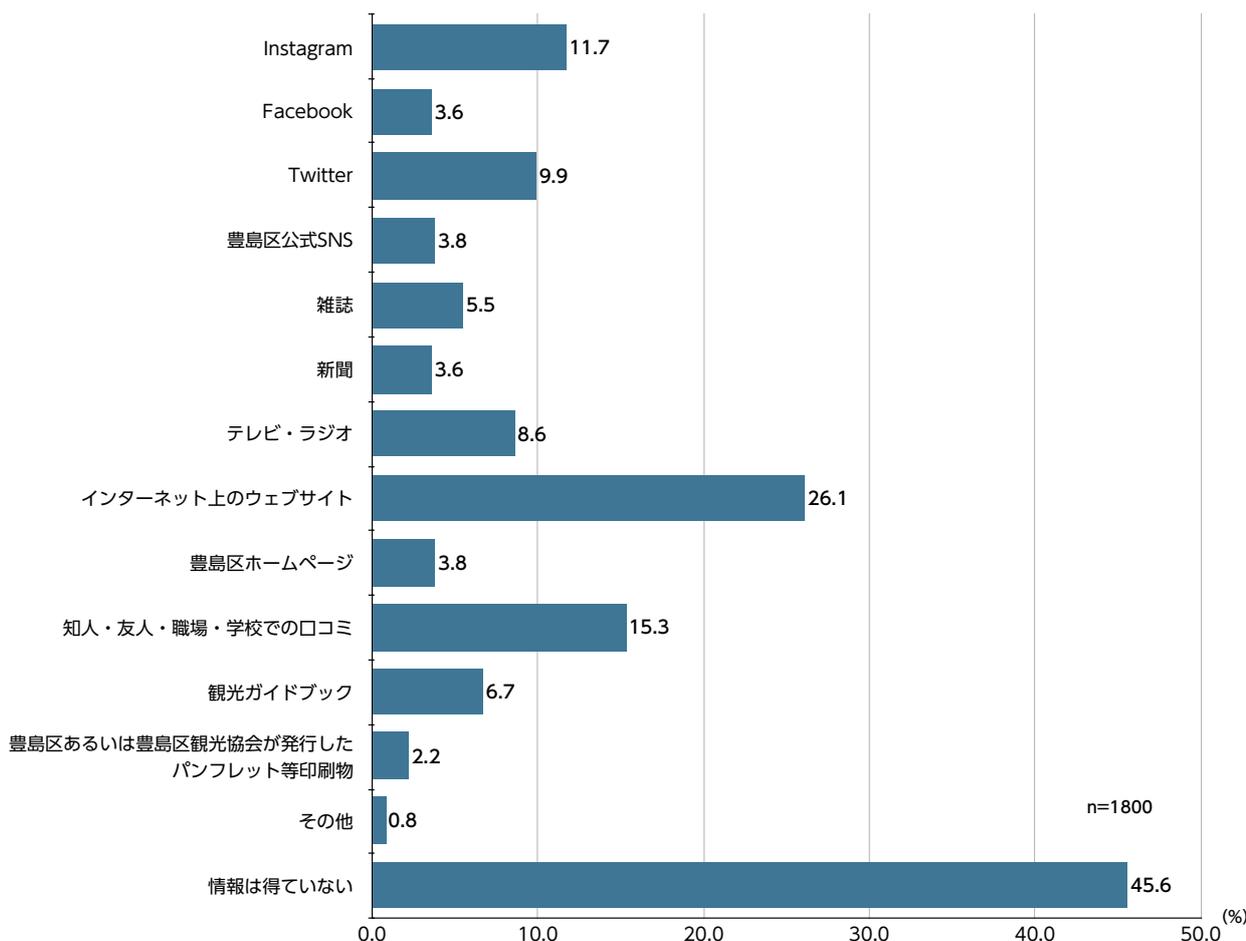
豊島区を訪問する際の情報入手経路は、インターネットが26.1%、知人等からの口コミが15.3%です。特に男女20～30代では、InstagramやX（旧Twitter）が多く利用されています

課題4

ターゲットを意識した効果的な情報発信の強化

「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」によると、豊島区を訪問する際の情報入手経路は、インターネットが26.1%、知人等からの口コミが15.3%でした。特に男女20～30代では、InstagramやX（旧Twitter）を利用して、情報を入手する割合が高くなっています。豊島区が令和5（2023）年度に行った上記調査によって、性別年代によって、多くの異なる傾向が読みとれました。戻りつつあるインバウンド需要への対応も含めて、ターゲットを意識した効果的な情報発信が必要となります。

図表 18 情報入手経路



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」より算出



(7) 来街者の行動特性（滞在状況）

現状

豊島区への来街者の半数以上が日帰り、外国人旅行者の滞在日数についても、1日が59.1%となっています

課題5

来街者の滞在促進及び観光消費を促す取組推進

「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」によると、一都三県を除く全国からの来街者の約半数（49.3%）、一都三県からの来街者のほとんど（98.7%）が日帰りとなっています。また、外国人旅行者の豊島区訪日経験は、49.5%が初めて、50.5%がリピーターとなっており、滞在日数についても、1日が59.1%、2日が18.1%となっています。

豊島区への来街者のうち、カフェや喫茶店で食事をする人が4割弱（38.6%）となっており、食事をしていない人も23.4%に上ります。豊島区には数多くの映画館や劇場が存在し、そこで楽しんだ来街者がおいしい食事を楽しみながら、余韻に浸ることができるようなおもてなし環境を整え、滞在時間の延長と観光消費の拡大につながる取組が重要です。

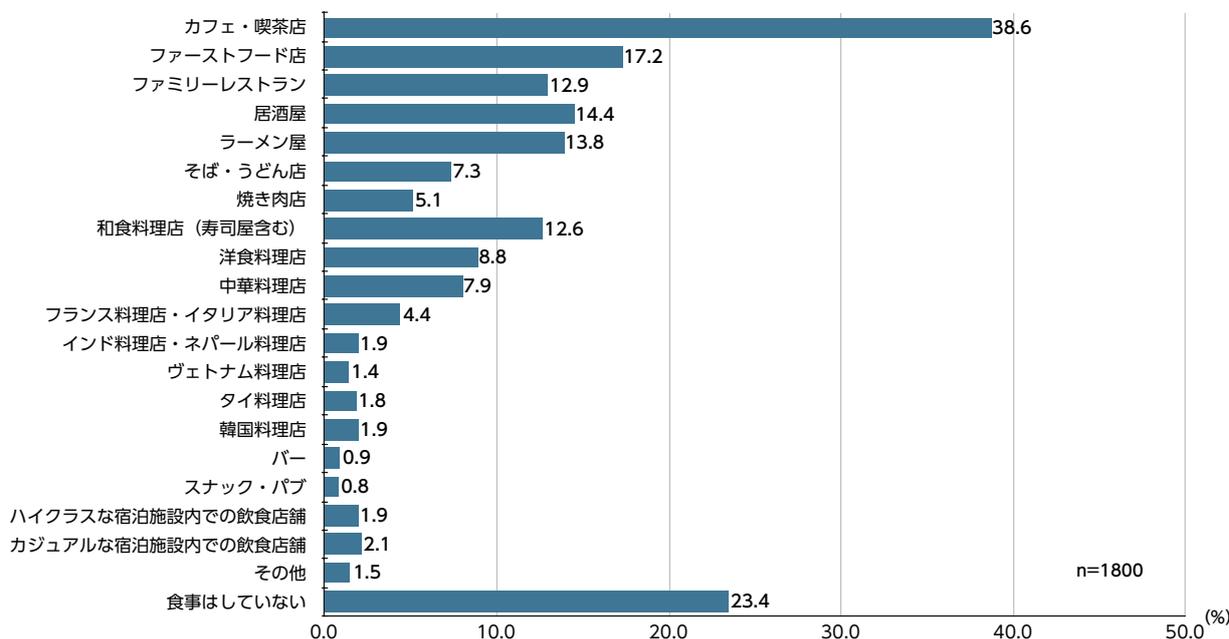
図表19 豊島区における外国人旅行者の訪日経験・滞在日数（令和5年7月時点）



- ◆ JNTO が提供する観光情報アプリ Japan Official Travel App より利用者の許諾を得て取得した位置情報データ（GPS）を個人が特定できないよう集計加工したデータであり、一定数以上のサンプルが取得できた情報のみを掲載している。
- ◆ 利用者の国籍及び訪日回数はアプリ内アンケートにより取得している。
- ◆ その他、言葉の定義や集計仕様については利用マニュアルを参照。

（出典）日本政府観光局（JNTO）

図表20 食事をした場所



（出典）豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」より算出

(8) 来街者の豊島区に対する評価・印象（まちのイメージ）

現状

- ・豊島区は日本一の高密都市で、全国2～3番目の乗降客数を誇る池袋駅を抱えます
- ・来街者が「文化やエンターテインメントに多く触れることができる」と感じる割合が低く、「怖い・汚い」といったイメージを抱いている来街者も存在します

課題6 文化によるまちづくりのイメージ醸成

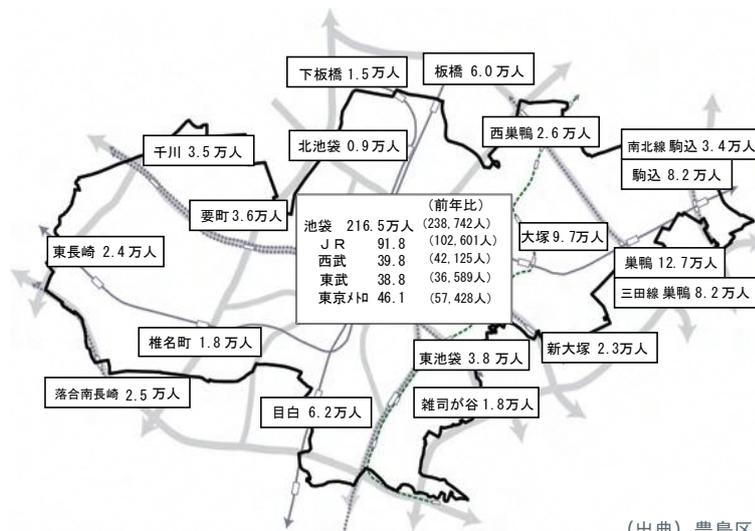
課題7 安全・安心なまちづくりの継続

増加傾向が続いていた豊島区の人口は、令和3（2021）～令和4（2022）年は減少しましたが、再び増加に転じ、令和5（2023）年1月現在288,704人となっています。前年と比較して、5,362人の増加となりました。また、区の人口密度は、令和5（2023）年1月現在1ヘクタールあたり221.9人となり、全国一の人口密度の高さを維持しています。

池袋駅の日乗降客数は、東京メトロ副都心線が平成20（2008）年6月に開通したことが少なからず影響し、平成23（2011）年度に約250万人まで減少しますが、平成24（2012）年度以降は再び増加に転じ、平成30（2018）年度には約268万人まで増加しました。平成24（2012）年度以降の増加の背景には、東京メトロの乗降客数の増加が大きな要因としてあげられ、副都心線と東急東横線との相互直通運転開始時期と重なっています。令和2（2020）年度は約180万人と大きく減少しました。これは、コロナ禍によるテレワークの増加や外出自粛が大きく影響していると考えられます。コロナ禍の影響は残るものの、令和4（2022）年度は約217万人に回復し、全国でも2～3番目の多さとなる乗降客数を誇るターミナル駅です。

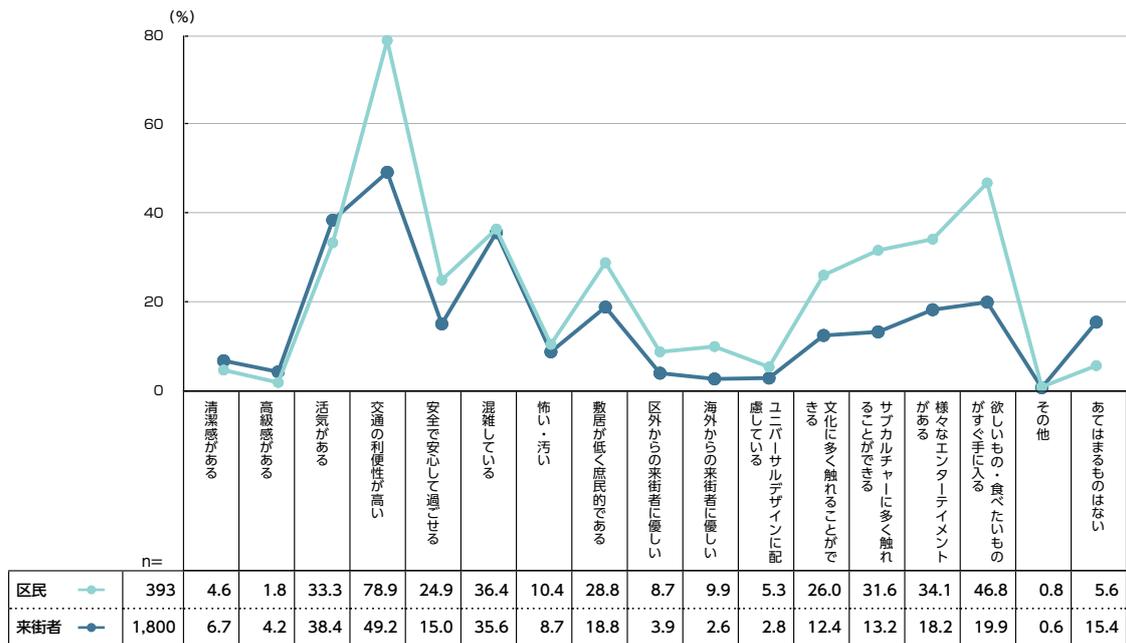
豊島区のまちのイメージについては、「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書（令和5年度）」によると、来街者が「文化やエンターテインメントに多く触れることができる」と感じる割合が低くなっており、文化によるまちづくりのイメージをさらに醸成していく必要があります。また、「混雑している」まちの中で、「怖い・汚い」といったイメージを抱いている来街者も存在していることから、引き続き、安全・安心なまちづくりを継続していくことが必要です。

図表 21 区内各駅の日乗降客数（令和4年度）



(出典) 豊島区「未来戦略推進プラン2024」

図表 22 豊島区のまちのイメージ



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する来街者動向調査報告書 (令和5年度)」



東京フラフェスタ in 池袋 2023 (サンシャインシティ噴水広場)



南池袋公園



第56回ふくろ祭り「踊りの祭典」・東京よさこい



環境浄化パトロール

(9) 区民の評価・印象

現状

豊島区内の魅力的な施設・イベントについて、全体的に区民の認知率・訪問率が低い傾向です

課題 8

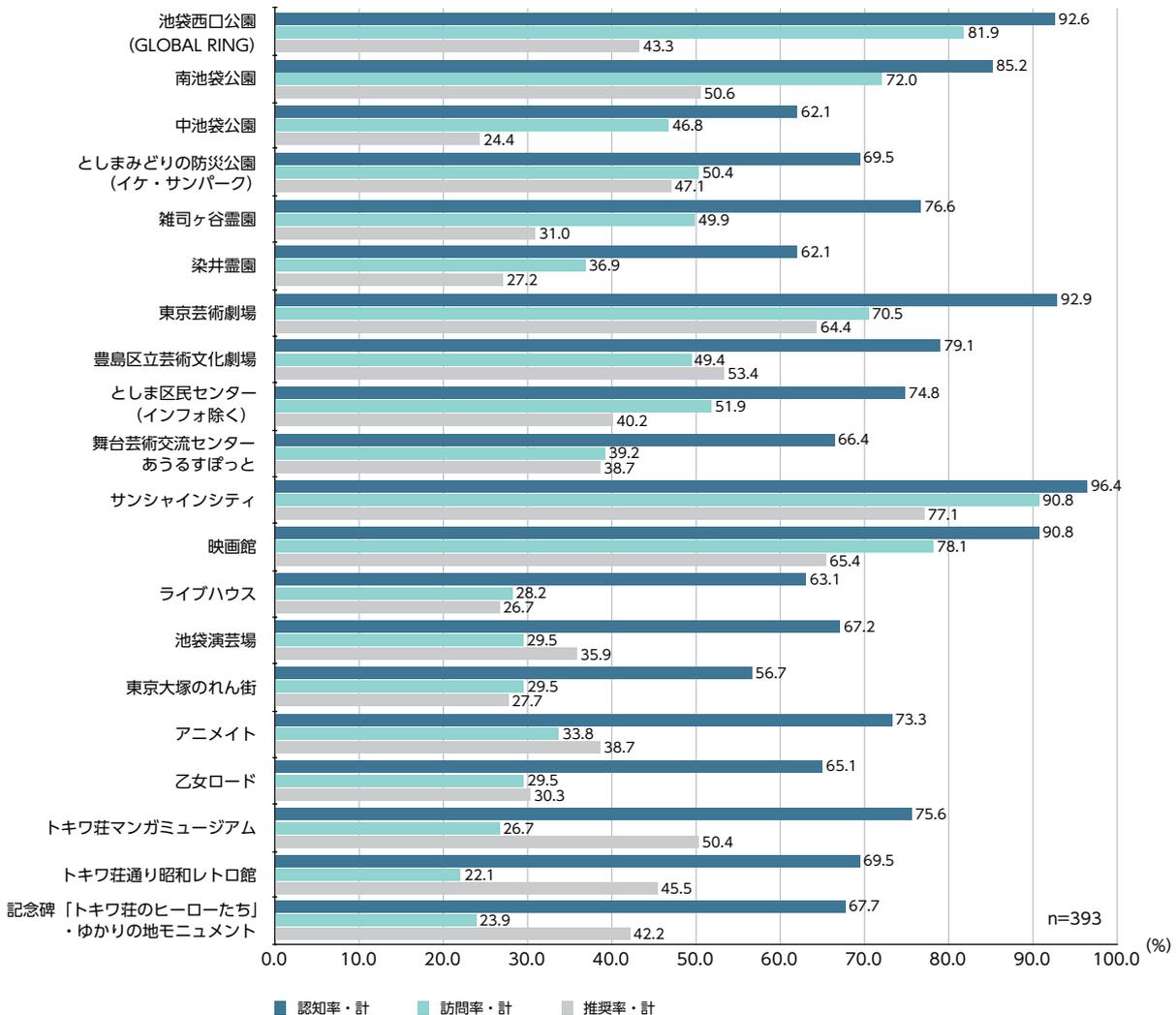
「住みたい・訪れたい」まちを実現するためのシビックプライド^{※3}の醸成

「豊島区観光振興に関する区民意識調査報告書（令和5年度）」によると、区内の魅力的な施設・イベントについて、全体的に区民の認知率・訪問率が低くなっています。来街者による認知率・訪問率・推奨率と比較すると、IKEBUS や南池袋公園については、来街者よりも区民の推奨率が高く、より身近に接し魅力を理解している区民が推すコンテンツとなっています。

区民が区内の魅力的なコンテンツについて、もっと知り体感することによって、地域を誇りに思う心意気を醸成し、地域の魅力的な情報を発信したり、来街者をおもてなしする心を醸成していきます。

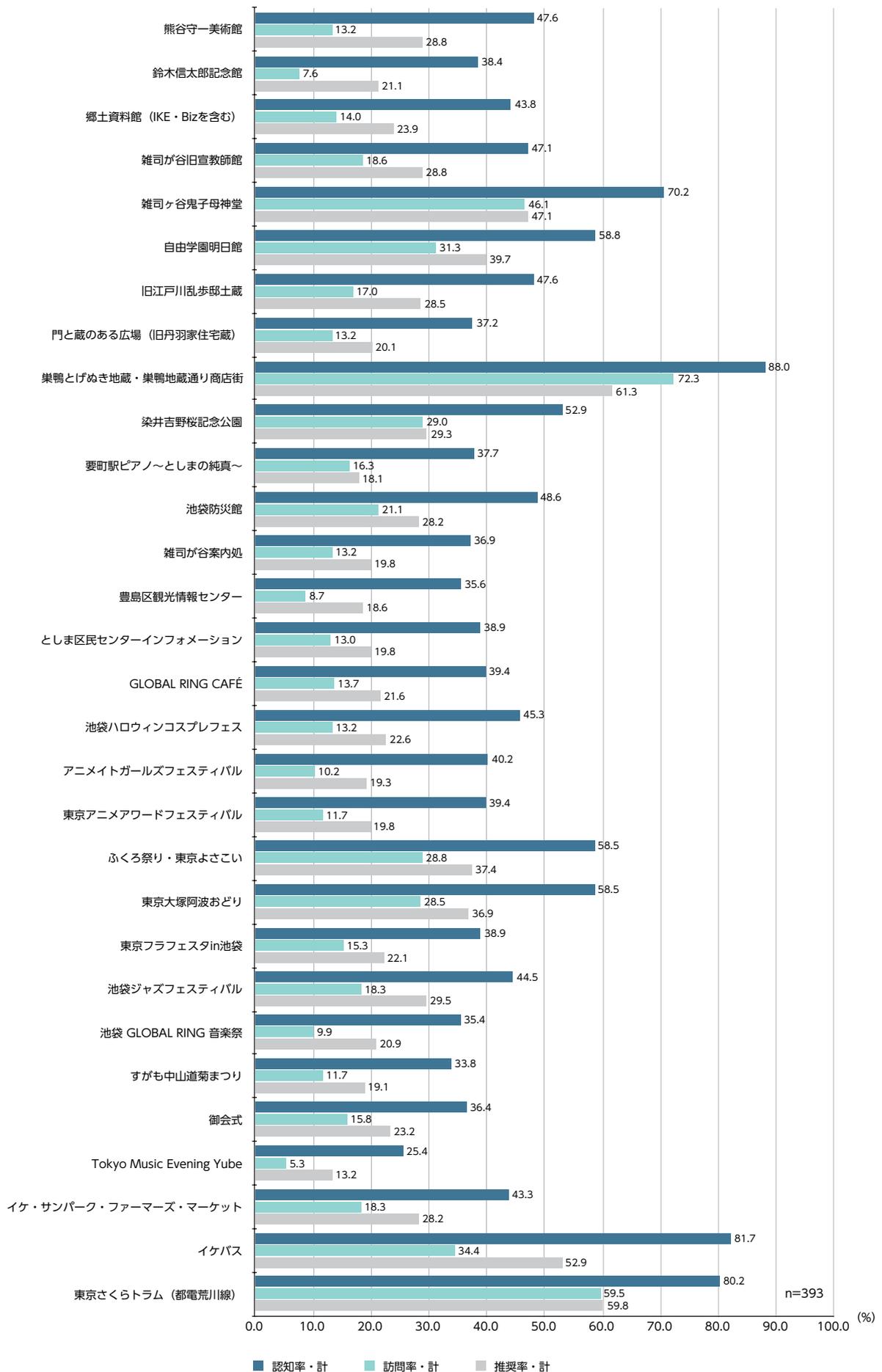
※3：本プランに出てくる「シビックプライド」は株式会社読売広告社の登録商標です。

図表 23 施設・イベント別の認知率・訪問率・推奨率（区民）①





図表 24 施設・イベント別の認知率・訪問率・推奨率（区民）②



(出典) 豊島区「豊島区観光振興に関する区民意識調査報告書 (令和5年度)」

図表 25 豊島区を取り巻く観光の現状と課題

現状	課題
<ul style="list-style-type: none"> 観光案内所の認知率、訪問率、推奨率がいずれも低く、効果的に活用されていません 外国語観光ボランティアガイドの実践の場が少ない状況です 	<p>課題1 観光案内所の周知及び観光人材の育成強化</p>
<ul style="list-style-type: none"> 豊島区への来街者の約85%が池袋への訪問となっており、百貨店等の駅ビルで用事を済ませる来街者が半数以上となっています 豊島区への観光の目的は、ショッピングが約70%、飲食が約50%、まち歩きが約25%となっています 	<p>課題2 各地域の特性に合わせた観光の実現とその魅力を活かした誘客促進</p> <p>課題3 環境にもまちにも優しいまち歩きの推奨</p>
<ul style="list-style-type: none"> 豊島区を訪問する際の情報入手経路は、インターネットが26.1%、知人等からの口コミが15.3%です。特に男女20～30代では、InstagramやX(旧Twitter)となっています 	<p>課題4 ターゲットを意識した効果的な情報発信の強化</p>
<ul style="list-style-type: none"> 豊島区への来街者の半数以上が日帰り、外国人旅行者の滞在日数についても、1日が59.1%となっています 	<p>課題5 来街者の滞在促進及び観光消費を促す取組推進</p>
<ul style="list-style-type: none"> 豊島区は日本一の高密都市で、全国2～3番目の乗降客数を誇る池袋駅を抱えます 来街者が「文化やエンターテインメントに多く触れることができる」と感じる割合が低く、「怖い・汚い」といったイメージを抱いている来街者も存在します 	<p>課題6 文化によるまちづくりのイメージ醸成</p> <p>課題7 安全・安心なまちづくりの継続</p>
<ul style="list-style-type: none"> 豊島区内の魅力的な施設・イベントについて、全体的に区民の認知率・訪問率が低い傾向です 	<p>課題8 「住みたい・訪れたい」まちを実現するためのシビックプライドの醸成</p>



3 前回プランの本プランへの継続

前回プランにおける施策及び施策の方向性が、本プランにおけるどの戦略、施策、施策の方向性に継続されているのかを整理しています。

図表 26 前・豊島区観光振興プラン（平成 31 年 3 月策定）の進捗状況及び本計画への継続について

- ：本計画への継続
 △：内容を一部検討して継続
 ×：達成あるいは役割終了により本計画への継続なし

基本方針 1 人と文化の交流によるとしまの魅力の創造

戦略Ⅰ 観光資源魅力向上・創出戦略

	施策	施策の方向性	本計画への継続	本計画における施策の方向性
1	多彩な文化にあふれるとしまの魅力の磨き上げ	①としまオンリーワンブランドの磨き上げ	○	戦略 1-1-①
		②文化芸術・伝統芸能・サブカルチャーの観光活用	○	戦略 1-1-② 戦略 1-2-②
2	人と文化の交流拠点としての空間の創出	①人を惹きつけくつろぎを生み出す空間の創出	○	戦略 2-1-①
		②体験型観光（モノからコトへ）推進	△	戦略 2-1-②
		③魅力ある都市景観の創出	△	戦略 2-1-①
3	としまの地域資源の活用	①地域資源を巡る回遊ルートの検討	○	戦略 2-1-③
		②としまの国際色豊かな食資源の観光活用	○	戦略 1-3-③
		③としまのショッピングタウンとしてのイメージ強化	△	戦略 1-3-①
		④テーマ別観光ツーリズムの推進	○	戦略 1-2-②③
		⑤観光資源としてのイベント活用	○	戦略 1-1-③
4	新たな観光資源の開拓	①アフター・ザ・シアターの推進	○	戦略 4-3-②
		②VR・AR等の最新技術の活用	△	戦略 3-2-①
5	交流都市との連携による魅力増進	①ゲートウェイシティとしての効果的活用	○	戦略 5-1-①
		②姉妹、友好、交流都市との協創推進	○	戦略 5-1-②
		③類似資源を有する他エリアとの連携強化	○	戦略 1-2-②

基本方針 2 訪れたいとしまの国内外への発信

戦略Ⅱ 情報発信・誘客戦略

	施策	施策の方向性	本計画への継続	本計画における施策の方向性
1	国際文化都市としまのイメージ醸成	①としまのイメージの明確化	○	戦略 1-2
		②国際アート・カルチャー都市のシンボル Hareza 池袋の発信	○	戦略 1-2-①
2	公民連携による情報発信の検討	①豊島区観光協会との連携強化	○	戦略 4-1-③
		②観光産業団体等との協働	○	戦略 4-1-③
		③大学等の教育機関との情報共有	△	戦略 3-1-②
		④国、都、自治体との連携強化	○	戦略 3-1-②
3	効果的な情報発信ツールの整備・拡大	①ターゲットやシーン（旅マエ・旅ナカ・旅アト）に合わせた情報発信	○	戦略 3-1-①
		②来街者との対話型のコミュニケーション強化	○	戦略 3-2-②
4	来街者の誘致強化	①国際的イベントの活用	△	戦略 4-3-③
		②国際会議やイベントの誘致	△	
5	メディアの効果的活用による観光PR	①国内外への観光情報の発信	○	戦略 3
		②メディアへの撮影場所等の情報提供	△	



基本方針3 多様な来街者のためのとしまの環境整備

戦略Ⅲ 受入基盤・観光推進体制強化戦略

	施策	施策の方向性	本計画への継続	本計画における施策の方向性
1	多様な来街者を受入れるための環境整備	①キャッシュレス対応施設の拡充	△	戦略 4-3-③
		②インバウンド対応力の強化	△	戦略 2-2-①③ 戦略 3-1 戦略 4-3
		③観光案内所の機能の整備	△	戦略 3-1-①
		④わかりやすいサインの検討	△	戦略 2-2-③
2	ユニバーサルツーリズムの推進	①バリアフリー旅行の情報提供体制の構築	△	戦略 2-2-②
		②誰もが快適に過ごすことのできるまちづくりの推進	△	戦略 2-2
		③心のバリアフリーに向けた取り組みの推進	△	戦略 2-2-②
3	安全・安心なまちづくりの展開	①区民・来街者を網羅した危機管理体制の検討	△	戦略 2-5
		②災害時の協力体制及びボランティア組織の検討	△	戦略 2-5-②
		③オーバーツーリズムへの取り組み	△	戦略 2-4-④
4	オールとしまで観光を盛り上げる仕組みの検討	①区民によるとしまへの理解促進	○	戦略 2-4-①
		②ボランティアガイド機能の強化	○	戦略 2-4-②
		③オールとしまによる街の美化活動の推進	○	戦略 2-4-①②
		④事業者との連携による観光振興体制の検討	○	戦略 4-1-③
		⑤区内の人財の活用促進	△	戦略 2-4-②
5	来街者の滞在促進・交流拠点施設のサービス充実	①来街者ニーズに対応した多様な宿泊施設の提供	○	戦略 4-3-①
		②交流拠点のサービス充実策の検討	△	戦略 4-3
6	としまの魅力を高める区内回遊性の向上	①集客拠点と地域資源との連動した回遊ルートの整備	△	戦略 2-1-③
		②区内回遊ルートの構築	△	
7	豊島区観光振興推進委員会による進捗管理	①豊島区観光振興推進委員会の活動促進	○	—