

会 議 録

附属機関又は 会議体の名称		第1回 豊島区観光振興推進委員会
事務局（担当課）		文化観光課
開催日時		令和6年 6月 10日（月）10時～12時
開催場所		区役所本庁舎1階としまセンタースクエア
議 題		1 開 会 2 豊島区観光振興委員会について 3 委員長・委員紹介 4 豊島区観光振興プランの概要について 5 プランにおける区の取組の整理について 6 その他
公開の 可否	会 議	<input type="checkbox"/> 公開 <input checked="" type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部非公開
	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、井上一委員、東谷彰子委員、高田昌子委員 今西和貴委員、倉林真弓委員、蔵方康太郎委員 一乃瀬光太郎委員、石川裕委員、堀内裕介委員、渡邊圭介委員 計11名
	事 務 局	文化観光課長、文化観光課職員3名

審 議 経 過

1 開会

(文化観光課長) 本日はお忙しい中、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1回豊島区観光振興推進委員会を開催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区民の皆さんに知っていただくために、会議録を公開したいと思います。いかがでしょうか。

(了承)

ありがとうございます。会議録の公開につきましては、個人が特定されないように配慮して致しますので、ご安心ください。

またこの会議では AI による文字起こしツールを活用し、議事録を作成しますのでご了承ください。

次に、お手元の資料の確認をお願いいたします。

もしお手元のない方いらっしゃいましたら、お知らせください。

また、豊島区観光振興プランの冊子を机上配布用として置かせていただいております。お持ち帰りになる場合には、別途ご用意がございますので、お声掛けいただければと思います。

それでは開会にあたりまして本委員会の委員長よりご挨拶をお願いいたします。

羽生委員長、よろしくをお願いいたします。

(委員長) はい、おはようございます。お集まりいただきましてありがとうございます。ご説明がありました通り、これからこの観光振興プランの進行を見ていただくこととなります。また、行政が進める事業だけではなく、観光の最前線にいる皆様だと思いますので、日頃感じていることや、悩みなども、ぜひこの場で協議ができればと思っております。

今後、実りのある議論や協議を反映して、プランを実効性のあるものになることを、私自身は大変期待をしております。どうぞよろしくお願いいたします。

私自身は、立教大学観光学部におります。立教大学は池袋とは縁が深いですが、私のいる観光学部は埼玉県新座市にございます。観光学部ですので、かなり前から学部の教員が豊島区と長くお付き合いさせていただいております。私自身はこちらのプランの前のプランから携わっております。その後、プランの推進にも関わってりましたが、前区長のもと公園の再整備、旧庁舎周辺の再開発、アトカル事業や東アジア文化都市など、勢いのある時期を経て、コロナ禍後に、このプランができあがっております。そういった状況を反映して色合いが変わっております。もちろん、前プランで記載していたことも盛り込んでいますが、少し足元を固めるような考え方のご意見をいただきました。例えば、地元・近場を重視することや、住民の皆さんが、豊島区でどのように暮らし、より良い暮らしがで

きるのかということも観光の中で考えていくことを、常に意識しながら作ったものとなっております。そういう面でも、普段の生活や仕事の中で感じられていることを、この場でも出していただいて協議をすることは、非常に意味があると思っています。短い時間とはなりますが、今日もぜひ忌憚のないご意見をお聞かせいただければと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

(文化観光課長) どうもありがとうございました。それでは、当委員会設置要綱第5条2項「委員長は会務を総理し、委員会の会議の進行を行う。」とございますことから、進行を委員長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

(委員長) はい、ではよろしくお願いいたします。それでは次第に従って進めさせていただきます。次第にあります「2 豊島区観光振興推進委員会について」を事務局よりご説明をお願いいたします。

2 豊島区観光振興推進委員会について

(文化観光課長) 【資料1】【参考資料1】を説明。

(委員長)

はい、ありがとうございます。ご説明いただいた内容で、プランの目標に向けた議論のテーマ案が、次回以降挙げられています。こちらは現状の案となっておりますので、本日この後の議論などを踏まえて、次回の議論のテーマを決めさせていただきたいと思っております。また、委員会全体についてご説明いただきましたが、委員会の位置付け・進め方、議論テーマについて、ご意見あるいはご質問等ありましたら、お願いいたします。

続きまして、「3 委員長・委員紹介」を事務局よりお願いいたします。

3 委員長・委員紹介

(文化観光課長) 【資料2】より委員紹介。

(委員長) はい、ありがとうございました。では次第に沿って進めたいと思います。「4 豊島区観光振興プランの概要について」を事務局よりご説明をお願いいたします。

4 豊島区観光振興プランの概要について

(事務局) 豊島区観光振興プラン(令和6年3月)を説明。

(委員長) はい。ご説明ありがとうございました。ただいまのプランの冊子を中心にご説明いただきましたけれども、皆様から何かご質問はございますか。

改めて読み直すと、こんなにたくさんやるのだと思い、本当に大変だなという思いはいたします。ご説明がありました通り、文化観光課の方で行われる事業もありますけれども、全庁的に取り組んでいることに加えまして、こちらにいらっしゃる企業、団体、あるいは住民の皆様が主体的に動かせないと実行しない、実現しないこともたくさん含まれております。そうした意味合いでも、この推進委員会の担う役割は大きいと思っております。簡

単に進まないことは、過去の計画でもよく我々も承知しております。ぜひとも皆様からご協力をいただければと思いますのでよろしく願いいたします。

それでは続きまして、次第にあります「5プランにおける区の取り組みの整理について」を事務局よりお願いいたします。

5プランにおける区の取り組みの整理について

(事務局)【資料3】【参考資料2】について説明。

(委員長)ありがとうございます。今挙げていただいたもので、特に資料3ですが、こちらは文化観光課の所管事業で、特だして挙げていただきました。実際に行っている中の課題になりますので、ご意見、ご提案がありましたら、ぜひご発言をいただきたいです。これに限らず、ご説明いただきましたプランの戦略施策全般に対する意見でも構いませんので、ご自由にお話いただければと思います。

(委員)インバウンド推進事業では、タイムアウト東京に「55 things to do in Ikebukuro」というコンテンツを掲載しています。これは過去に作ったものから、毎年閉店した店を削除して継続で掲載しているという状況で、新しい池袋の情報や大塚・巣鴨などの魅力的なエリアの情報を追加していくようなことができれば、さらに良いと考えているところです。先ほどの資料を拝見していて、やはり日帰りの方が多く、1日で帰られてしまう方が多いということなので、体験型コンテンツの情報発信を増やしていくことによって、更なる滞在時間の増加や、宿泊して次の日も豊島区内の他のエリアで過ごしてみようといった考えが少しずつ出てくるようになると思います。何が体験できるのかということを経験型言語での情報発信をしてけると良いのかなと思います。

(委員長)はい、ありがとうございます。新しい情報が掲載できていないということでしょうか。

(委員)現状はそうです。

(委員長)こちら資料によると、予算が確保できていないというストレートな課題が挙げられています。これは予算を確保していただかないと、なかなか情報刷新は難しいということですね。

(委員)こちらについてはお話を継続しているところではありますが、今のところは我々としては、保守として閉店情報があれば削除し、過去に作ったものを継続掲載しているという状況です。そこにさらにコロナ禍以降に、新しく立ち上がったお店や新しくスタートしているような事業、イベント、サービスなどが多くあるので、そういったものを追加していけると良いのではないかなと思っています。

(委員長)もう1点の課題の中に、国籍やターゲットを絞った情報発信とあるのですが、現実的にかなり難しい課題だと思います。例えば、予算をつければできるものなのか、既存のプラットフォームがありそれを活用すれば、ターゲットに訴求できる情報発信が可能なのかという点についてはいかがでしょうか。

(委員) タイムアウト東京では、日本語と英語のバイリンガルでウェブサイトは展開をしています。ソーシャルメディアに関しては、この両言語にプラスして、中国語の繁体字、台湾人の方々に向けた発信を行っています。この3言語であれば、弊社の中で可能です。タイムアウト自体は、世界の333都市に広がっていて、14の言語で展開をしていますので、ローカライズをした上で、各都市のそれぞれのターゲットが住んでいる場所でアピールをしていくということも可能にはなっています。

(委員長) はい、ありがとうございます。簡単に予算が増えるわけではないので、少しお知恵をいただきながら、低予算で対応できる場所を探っていくことになろうかと思いません。ありがとうございます。

他には、いかがでしょうか？先ほどのご説明にありました、観光案内所のところで、受託して2ヶ月程度だと思いますが、先ほど200%という素晴らしい数字をお伺いしました。これはどういうことが効いているのか、あるいは日本人だけだったと書いてありますけれども、インバウンドの状況などお知らせいただけますでしょうか。

(委員) はい。以前は建物の性質上、区民センターの貸室をご利用のお客様のご案内受付が多かったように思います。また、外から見ても観光案内所があるということが、わかりづらいところということが大きく影響していたと思います。今回、フロント部分に観光案内所とわかる掲示をいたしました。パンフレット類では、以前は掲出がかなり限られていましたので、パンフレットラックを追加しお客様にとって目につき、手に取りやすくなるような動線づくりを行いました。建物の性質上と先ほども申し上げましたが、もともとお客様が滞留しないような雰囲気はかなりありましたので、ここに来たら何か楽しい情報を得られるという雰囲気作りとして、季節に合わせた華やかなディスプレイにして、気軽にカウンターまでお越しいただけるように工夫しています。

外国人のお客様も以前と比べて増えており、ほぼ250%超えを達成しております。私が意外に思ったことは、マンホールカードが観光資源として有効だということです。フランスの方がマンホールカードをご存知で、インスタグラムで知り、実際に物を見て関心を持って調べて、私どもの方に受け取りに来られていましたケースもありました。豊島区内ですと、アニメイトさんと協力をして作られているようですが、アニメ自体への広がりがない感じがしていますので、その展開ができたならアニメとの相性も良いので、マンホールも観光のコンテンツとして、私自身は非常に可能性があると感じています。

(委員長) デザインマンホールは区内で1か所ですか？

(事務局) 1か所です。

(委員長) 先ほどご説明いただいたのは、案内所の見せ方のところで、雰囲気を変えるためのディスプレイを変えられたということでした。池袋・東口という特性はあると思いますが、先ほど“体験”というキーワードも出てきましたが、どのようなことを聞かれることが多いですか。

(委員) 変わったところでは、日本語を学びたいというお客様がいらっしゃいました。1

カ月くらいの滞在で、無料ではなくても良いので日本文化も学びたい、着付けを体験したいという相談がありました。いろいろ調べた結果、立教大学様でも日本語のプログラムがありましたので、ご紹介させていただきました。

また、アニメに対する関心はかなり高いです。私どもの観光案内所にはインバウンドをお連れするガイドの方がパンフレットを求めています。お話をお聞きすると、以前は秋葉原を案内していたが、秋葉原はメイドカフェが多く、お子様連れにはふさわしくないという流れから、女性のインバウンドも増えているとのことでした。確かに私から見ても女性のお客が多いと感じています。

(委員長) 逆に、日本人のお客はどのようなこと聞かれていますか。

(委員) 区民センターのお客が多く、道案内的な区役所や保健所の場所を聞かれます。豊島区の見どころはと聞かれることもあり、我々としてはやはりショッピングでしたら、サンシャインシティを定番で勧めています。ただ、買い物以外のおすすめスポットというと、まだ勉強しなければならないと感じています。また、静かなところに行きたいお客様もいらっしやいますので、情報収集及び情報の整理が課題だと思っています。

(委員長) はい、ありがとうございます。“効果的”にということがキーワードですが、これからどういうお客様がどの時間帯に来られて、どういうことをお聞きになるのかというのは、蓄積いただいてその情報をこの中で共有化して、使えるようにしていけると良いかと考えております。ありがとうございます。他に皆様からいかがでしょうか。

(委員) 2つ意見があります。池袋西口公園内で、クラシックコンサートを行っていただいております。私どもは、7割が外国人のお客です。香港、アメリカ、台湾、中国、シンガポールと、多くのお客がいらっしやっていただいております。ホテルの客室の中で、テレビをコントロールすることができ、お客様のアニバーサリー、ハッピーバースデーや、今日はクラシックコンサートがあるので行ってみてはいかがですかということを、全ての客室にご案内することができます。西口公園でせっかく素晴らしいコンサートを行っているのに、私の方で発信していますが、定期的ではないので調べないとわからないという状況です。そういう状況はすごくもったいないと思っております。例えば、代々木公園に行けば、必ず何かイベントを行っていて、調べたら何かがあれば、自然に足を運んでいくと思います。ただ今の西口公園というのが、行っても何もやってないときがあり、常に何かがあるというものではないので、発信していかないとお客様が集まらないということを感じています。

池袋インバウンド推進協力会でも行っているインバウンド推進で、一番聞かれることはラーメン屋・お寿司屋についてです。いらっしやる方は SNS など調べてきているのですが、そうではなくて働いているスタッフのリコメンド聞きたい、実際に住んでいる人の声を聞きたいと思われているようです。インフォメーションでは要望があれば東武百貨店、西武百貨店をご案内するのですが、東武ストアをご案内することですごく楽しかったとか、庶民の生活が見えたというお声を頂きました。また、散歩をする方に目白庭園をご案内し

て、とても反応が良かったです。

なかなか体験できないことをスタッフがご案内すると、倍になって感謝のメッセージがきています。このことから、身近に日本を感じたいという方が多いのだなと私は思っております。先ほどお話にありました、商店街が多いというのは豊島区の魅力で、商店街を歩くのもお客様に喜んでいただけるのではないかと思います。

最後に、豊島区にはオンリーワンがないという印象があり、池袋に来ないと見ることができないものがあるということを発信できていないと感じています。

(委員長) ありがとうございます。“身近な”というのはキーワードかなと思っております。他にはいかがでしょうか。

(委員) 観光振興が、お客様を迎えるのか、地域や観光をしている人を支えるのか方向性が見えると議論をしやすいと思っております。情報発信のお話がありましたが、池袋インバウンド推進協力会ではホテルを窓口の情報発信をするということで、フロントで地図を配るという方法で、これをきっかけに協力会のホームページで情報発信をする取組みをおこなっています。

また、街の中のタッチパネルの地図案内板などで、横ぐしが刺せるともう少し効果的に、情報を目にする機会が増やせるのではないかと思います。今後、議論いただいて、何か取組むことができるかよいのではと思っているところです。

(委員長) はい、ありがとうございます。後半の情報発信の効果的なやり方では、“横ぐし”がキーワードだと思います。情報がありすぎると必要な情報にたどり着けず、最終的に対面のロコミが一番強力な情報発信で、信頼があるということだと思います。その中で、ぜひ効果的な横ぐしを刺して連携することで、より低予算できることを、検討していきたいと思えます。

それから、前半の部分のお客様をお迎えするのか、地域を支えるのかということですが、これは両方です。どちらかに偏ることはなく、そのようにこのプランを作成しております。決して諸手をあげて来てくださいということが、このプランの前提でもありませんし、また地域の皆さんがよりよく生きるかという中で、特に観光という面をどう使っていくかという意味では、お客様に来ていただかないと成立しない部分もあろうかということも考えております。

これは常に観光では議論されることですが、やはり住民の皆様の生活も第一ですし、それを支えるためにどう観光を取り入れていくのかということや、我々が目指したい観光というのはこういうことだということを、強力に地域の中で発信していく必要があります。お客様も迎え入れつつ、地域がそれによって暮らしやすくなり、生活を支えていくという視点は、常にこの推進委員会の中で確認しながら、ぜひ進めていければと思います。この辺もぜひ皆様から忌憚のないご意見をいただければと思います。非常に良いご指摘ありがとうございます。その他、いかがでしょうか。

(委員) 予算がないということで、プロモーションの機会が少ないという印象があります。

前職では、ワーナーブラザーススタジオツアーでハリポッターの立ち上げを2年ほど担当しました。入ったばかりの頃は、人もいなくどうやって広報していくかということが課題でした。新卒から約10年新聞記者をしており、その経験からいかに報道で取り上げてもらい、社会現象として広めるということが重要であると感じています。報道が注目すると、エンタメ系やテレビ取材が増えていきます。

また、「日経トレンドィ」の雑誌に、次年度はこれが流行るといったランキングが出るのですが、そこでどうポジションを取るかというのを意識してプロモーションを行っていました。やはり、いかに社会現象を作るかっていうことが重要で、そこで報道が注目すると、芋づる式にメディアが取り扱ってくれようになります。日本人は特にテレビからの情報を取り入れている方が非常に多く、特に20代から40代の女性をターゲットにしてどうリーチするかということを考えていました。メディアが取り扱うことで、SNSでも発信されていくので、予算がない中でも中長期的なプロモーションプランを持った方が良いと考えています。積極的な情報発信や戦力的にターゲットを決めるなど、マーケティング的な要素も含めてプランは重要だと思います。

大阪府議時代には、インバウンド客に夜のまちに繰り出してもらえるように、コンサートや伝統工芸などのコンテンツを用意していたのですが、成功したとは言えない状況でした。もっと民間の方々と連携や、面白いコンテンツがあるということの情報発信が非常に重要だと感じています。

(委員長) とても良い提案で、SNSはよくできていますが、“報道”というのは、おそらく初めて出てきたのではないかと思います。確かにおっしゃる通りで、無料でやってくれるものですので、その辺はぜひこれまでの知見をご披露いただいて、知恵を絞ればと思っています。ありがとうございます。他にはいかがでしょうか。

(委員) データを見ても、豊島区は伸びしろがあると感じています。

先ほどご意見のあった通り、池袋は毎日何かをやっていることが前提で企画をしていく必要があると思います。予算的な問題や人的な問題はあと思うのですが、検討する余地はまだあるのかと思います。

(委員長) はい、ありがとうございます。毎日何かやっているとされていて思い出したのが、伊勢のおかげ横丁です。ここは毎日何かをやっているということで、開業当時全く人が来なかったのが、今の賑わいを作ったという先駆者の一つだと思います。

確かに、“毎日何かやっている”というキーワードはあると思います。

(委員) 皆様のご意見を伺って、弊社としても、広告、広報に充てられる予算が限られている中で、広報戦略には注力しております。例えば水族館を運営していく中で、メディアに取り上げていただけるようなエッセンスをどう入れられるかということ、企画の段階から考えています。また、広報担当者はメディアの方々とも日ごろコミュニケーション取り、情報交換や取材しやすい環境づくりをすることなどで、好循環が生まれていることが強みだと、私も感じているところです。

豊島区全域に視点を広げれば必ず毎日どこかで何かをやっている、自分で調べて目を配っていても、どこで何をやっているか把握できないほど、多くの活動が行われていると感じています。これを全て網羅して発信するのはとても難しいと思いますし、無理にそれを目的にしないでいいと思うのですが、目ぼしい取組み、よりそれがメディアに引かかるような取組みが、見やすい位置に発信されているとすごく良いと思いました。

(委員長) ありがとうございます。先ほど、豊島区にはオンリーワンがないというご意見もありましたが、実はすぐに水族館を思い出していました。これも誇れるものも一つだと思っております。

(委員) 以前からずっと疑問に思っていることがあり、まだ解決されてないことがあります。豊島区は、ホテル数が 23 区中で 3 位と多く、客室数も 6 位となっています。先ほどの説明で、日帰りの方が多いということもありますが、これに加えて、宿泊されている方々がどのような行動をしているのかが、はっきりわかっていません。

令和 3 年度に、この問題を解決してもらおうと、東京観光財団の補助金を得て調査に乗り出しましたが、コロナ禍になったことで、ホテルも閉鎖になり、ビッグデータも使えない状況になってしまいました。このような中で、いかに豊島区に回遊していただき、多くのお金を落とすという点で、結果的に出したのが、5 つの散歩コースです。基本的には、泊まっている方が豊島区を回遊していただくことが一番だと思います。

ナイトライフでは、以前に行われた大塚アフターダークは、飲食店を利用して、区内に留まっていたという点で良い取組みだったと思います。

最初の話に戻ると、豊島区に宿泊をして区外へ出てしまうというところを、今一度、掘り下げてみる必要があるかと思っております。

(委員長) ありがとうございます。宿泊の問題は、プラン作っているときにも挙がっていました。先ほどご提供いただいたこのデータですけれども、ビックデータというのがどれくらい信用できるかのということでは、かねてから疑問に感じているところもあります。日帰りのお客様、東京都、埼玉県が多いというデータですが、おそらくビックデータ上では、日常で来ている通勤・通学の方と、たまに来た方を区別することができないはずなので、それを観光・旅行者という枠だけでいいのかという疑問はあります。

日本国内で 2 番か 3 番の乗降客数とのお話がありましたけれども、毎日流動している中では、埼玉県が多いという気もしていますし、宿泊施設が都内で数が多いと言っても、交通機関を使う一時滞在で豊島区内にいらっしゃる方々と、宿泊をされる方の比率は圧倒的に違うと思いますので、データは冷静に眺めつつ、おっしゃっていただいたように宿泊のお客様がどのような行動をされているのかというのも大きな課題ですので、これも冷静に分析しながら、ぜひ皆さんからご意見いただければと思います。

(委員) 先ほどお話にありました、商店街が魅力になるのではというところで、昨日巣鴨で商人祭りが行われました。巣鴨はテレビでよく取り上げられていて、私も NHK などで昭和レトロなお店があり、若者が最近巣鴨地蔵通りに来ていると見た記憶がありました。

インバウンドで考えると、やはり商店街、特に地蔵通り商店街は、とても魅力的であると思います。商人祭りではスタンプラリーがあり、8ヶ所くらいのポイントめぐるのですが、すべて完了したのは2,000人くらいで、多くは日本人の方が参加していました。このような光景を外国人が知っていれば、おそらく来てくれて、商店街でも買い物をしてくださるのではないかと思います。

私どもは今年度、外国人の方の接遇について取り組んでいきたいと考えています。

もう一点だけお話させていただきたいのは、4月に中池袋公園で商人祭りが行われました。そのときたまたま、劇場から出ていらっしゃるお客様と、アニメイトで買い物をしていた人、カードの交換をしている人、公園内で飲食を楽しんでいる人が入り混じっていて、なんとも言えない雑多、カオスな雰囲気がありました。これはなかなか見られない光景だなと感じ、先ほどお話いただいたように報道に結びつくと、魅力的にはなるのではないかと思います。

(委員長) ご意見ありがとうございます。今後、この場で協議をしたい内容が多く出てきました。事務局とまた相談をしながら、次回以降に皆様いろいろな提案をご協議いただければと思っております。

では、最後に次第の6.その他について事務局よりお願いいたします。

6. その他

(事務局) 事務連絡及び【参考資料3】について説明。

(委員長) 本日は本当にありがとうございました。次回もぜひよろしくようお願いいたします。それでは、閉会させていただきます。ありがとうございました。

提出された資料等	<p>【資料】</p> <ul style="list-style-type: none">・資料1 豊島区観光振興推進委員会について・資料2 豊島区観光振興推進委員会委員名簿・資料3 豊島区観光振興プランにおける主な区取組について <p>【参考資料】</p> <ul style="list-style-type: none">・豊島区観光振興プラン（令和6年3月発行）・参考資料1 豊島区観光振興推進委員会設置要綱・参考資料2 豊島区観光振興プランにおける主な区取組・参考資料3 令和6年度豊島区イベントカレンダー
----------	--