

豊島区観光振興プラン（案）

豊島区

文化商工部文化観光課

目 次

1. プラン改定の背景・目的	1
2. 観光の効果	2
3. 現状と課題	3
○現状	3
(1) 豊島区の特長	3
(2) 豊島区の観光資源	5
(3) 豊島区の観光環境の変化	6
○課題	7
(1) 観光資源・イベントの認知度	7
(2) 訪れる目的と観光客の範囲	10
(3) 情報の受発信手段	11
(4) 外国人旅行客の動向	13
(5) 前回プランの施策進捗状況	17
4. プランの目標	18
(1) 目標	18
(2) 位置づけ	18
(3) 計画期間	18
(4) 役割	19
(5) 進行管理と検証	19

5. 施策の体系 20

- (1) 重点事業.....20
- (2) 施策の体系と計画事業.....22
 - 体系図.....22
 - 方針 1.....25
 - 方針 2.....27
 - 方針 3.....29

6. 組織等 32

- (1) 委員会設置要綱.....32
- (2) 策定委員会.....34
- (3) ワーキンググループ.....36

1. プラン改定の背景・目的

豊島区では、平成16年3月に策定した「豊島区観光振興プラン」に基づき、郷土（地域）の魅力を発掘・発信してきました。策定から10年を経過した現在、有名百貨店の閉店に伴う家電量販店の進出、交通網の変化、新たな文化資源の発掘、及び来街者の価値観の多様化など、豊島区の観光を取り巻く環境は大きく変化してきています。

平成23年3月に発生した東日本大震災の影響により、外国人旅行客の減少や区内在住外国人の帰国とともに、国内旅行の自粛といった観光産業の低迷がみられましたが、その後徐々に回復し、現在ではほぼ震災前の水準に戻ってきています。

このような状況において、観光庁は「観光立国推進基本計画」を策定し、観光による震災復興、経済再生を方針に定めています。また、東京都は、平成25年度に改定した「東京都観光産業振興プラン」で外国人旅行客の誘致強化を施策展開の中心に据えるとともに、2020年のオリンピック・パラリンピック東京開催決定を受けて体制整備を進めています。

一方、本区においては、平成25年10月、豊島区の目指すまちの将来像を示す「豊島区大改造プロジェクト」を発表しました。その中で、特に、豊島区独自の魅力を最大限に活かしたオンリーワンのまちづくりを目標とし、隠れた資源の発掘や新たな魅力の創出により、新しい豊島区へステップアップしていくことを目指しています。

このような状況を踏まえ、国際観光都市として来街者増を図るため、平成25年度に計画期間満了を迎える「豊島区観光振興プラン」を改定します。

2. 観光の効果

観光振興を推進することにより、下記のような好循環が地域にもたらされます。

魅力ある情報の発信で国内外から観光客が集まり、区内各所で消費が促進されます。消費の増加は地元の商業・産業の活性化につながり、サービスの向上や雇用機会の増加、さらには、区のイメージアップが見込まれ、豊島区が愛着を持てる魅力的なまちに変貌していきます。

このように、観光は、来街者だけではなく区民にもプラスの効果をもたらし、地域全体で来街者をおもてなしする体制の構築が可能となり、住んでよし訪れてよしのまちがつくられていきます。



3. 現状と課題

○現状

(1) 豊島区の特性

① 副都心

首都東京の副都心である池袋を中心として、商業をはじめ、文化、教育、行政などあらゆる機能が集積しています。

池袋周辺は交通機関の利便性と相まって不夜城ともいえる商業地が形成され、高級ホテルから手ごろな価格のホテルや旅館まで宿泊施設が幅広く立地しています。

② 地域の特徴

豊島区は副都心池袋や歴史と文化に彩られた多様な地域で構成されています。「園芸の里」であるソメイヨシノ桜発祥の地駒込、中高年齢層を中心に大きな集客力をもつ巣鴨、都電が走るバラと音楽に溢れる大塚、鬼子母神（注1）や雑司ヶ谷霊園などの緑に囲まれた雑司が谷、大学と閑静な住宅街が広がる目白、かつて池袋モンパルナスやトキワ荘があった文化芸術の香り漂う長崎といったように、繁華街と下町が共存しているまちです。



ソメイヨシノ桜発祥の地



トキワ荘のヒーローたち記念碑

(注1) 鬼子母神の「鬼」の字は正式には角がつかない文字を用いる。

③ 便利な交通網

1日約250万人の乗降客が集中する首都圏の一大交通拠点であるターミナル駅池袋を中心に、各方面を結ぶ5社13路線の鉄道が乗り入れ、特に東京北西部と埼玉方面のゲートウェイシティ（注2）となっています。2013年3月には副都心線と東急東横線の相互乗り入れが開始され、神奈川方面からのアクセスが格段に向上しました。

また、区内全域が、鉄道各駅まで徒歩圏内（半径1Km以内）にあり、居住者、来街者にとって大変便利になっています。

さらに、首都圏の骨格となる都市計画道路（都市高速道路、幹線街路）の整備が進み、高速バスの運行も併せ、高度にネットワーク化された交通体系が発達しています。

④ 安全・安心な都市

区民と来街者が安心して過ごせるよう、地域住民、民間事業者、警察、消防、行政が一体となって安全・安心なまちづくりを進めています。環境浄化パトロールや災害時の帰宅困難者訓練など、さまざまな取



第6回アジア地域セーフコミュニティ会議

り組みに力を入れてきたことで、平成24年に国内では5番目、大都市では初めてWHOセーフコミュニティ国際認証を取得しました。

より多くの観光客を誘致するため、安全・安心は必要不可欠な条件であり、だれもが安心して豊島区観光が楽しめるようさらなる取組みを進めているところです。

⑤ 国際色豊かなまち

アジア系外国人を中心に様々な国籍の方が暮らすとともに、豊島区を訪れています。中華やエスニック料理店が数多く立ち並び、東京にいながら本場の味を楽しむことができます。

また、ホテル等民間事業者が共同で英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語の3か国語対応のガイドマップを発行するなど、外国人旅行客の誘致にも積極的に取り組んでいます。

（注2）ゲートウェイシティ：「ゲートウェイ」とは「門口、出入口」の意味。ここでは東京北西部の玄関口となるまちであることを示す。

(2) 豊島区の観光資源

伝統と流行が共存する豊島区にはさまざまな観光資源があり、地域ごとに異なった性格がみられます。

<例>

<p>①商業・娯楽 サンシャインシティ 百貨店 商店街 大型家電量販店 大型書店 アミューズメント 乙女ロード 映画館 飲食店</p> 	<p>②文化・芸術 東京芸術劇場 トキワ荘 池袋北口路上美術館 あうるすぽっと 熊谷守一美術館 にゅ〜盆踊り 池袋演劇祭 江戸川乱歩邸 フェスティバルトーキョー 新池袋モンパルナス西口回遊美術館</p> 
<p>③イベント ふくろ祭り・東京よさこい 東京フラフェスタ in 池袋 東京大塚阿波おどり 桜まつり 池袋ジャズフェスティバル フォーク&カントリーウエストパーク フェスティバル 等</p>	<p>④産業 伝統工芸 地元ブランド商品 （大塚ものがたり、染井櫻、巣鴨人等の酒類） としまものづくりメッセ 印刷関連業</p>
<p>⑤歴史・建造物 高岩寺（とげぬき地蔵） 法明寺 眞性寺（江戸六地蔵） 雑司が谷旧宣教師館 自由学園明日館 鬼子母神 雑司ヶ谷霊園 染井霊園 等</p> 	<p>⑥自然 ソメイヨシノ発祥の地 駒込駅のツツジ 鬼子母神のイチョウ・ケヤキ並木 都電荒川線沿線のバラ 巣鴨の菊</p> 

(3) 豊島区の観光環境の変化

大手百貨店跡地への家電量販店の進出や大型娯楽施設のオープンなどにより、池袋は庶民派の大都市として老若男女で賑わっています。近年では、国をあげてのマンガ・アニメ文化の推進もあり、日本マンガの源流ともいえるトキワ荘やアニメ文化の最先端が揃う乙女ロードは、全国から注目されています。



豊島区トキワ荘通りお休み処



東京マンガ・アニメカーニバル in 池袋

駒込、巢鴨、雑司が谷といった歴史・自然があふれるまちは、近年のまち歩きブームにより、新たな魅力が再発見・再発掘されています。また、各種案内標識や駅前広場の整備による歩行者優先スペースの拡大等で、より快適に回遊できるようになりました。



雑司が谷案内処

平成27年度完成予定の区役所新庁舎について

は、一般開放する屋上庭園も合わせ、風、陽、土、水などの自然を感じられるなど、環境に配慮するとともに、区議会の議場は可動式で国際会議にも対応できる造りとなっています。

新庁舎への移転に伴い、現庁舎地の活用と周辺のまちづくりも進みつつあります。新ホールや中池袋公園をはじめとする周辺施設と道路の一体的な整備やグリーン大通りの緑の空間創造等により、新たな魅力とにぎわいの創出を図り、地域の回遊性の向上を目指しています。

このように、豊島区の観光を取り巻く環境は大きく変化してきています。

○課題

(1) 観光資源・イベントの認知度

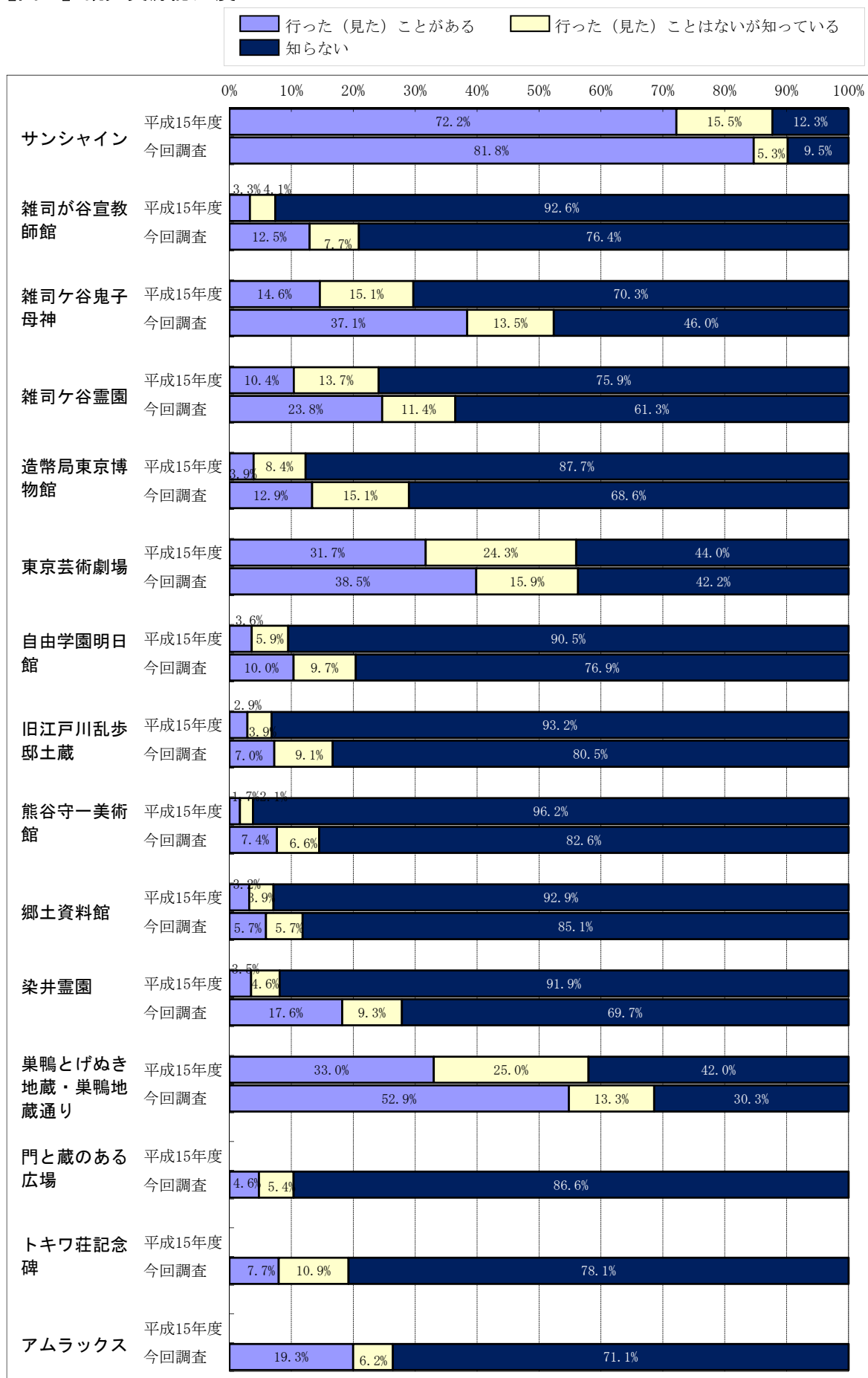
豊島区には数多くの観光資源があり、一年を通して様々なイベントが開催されています。平成23年度に実施した「来街者動向調査」で区内の観光資源・イベントの認知度を調査したところ、【図1】【図2】のような結果となりました。

「サンシャイン60」や「とげぬき地蔵」「ふくろ祭り」など一部のものを除き、約8割以上の方が「知らない」と回答したものが多くありました。区内だけでなく、区外・都外へ広くPRするための手段の整備が必要となっています。

【参考】来街者動向調査概要（調査期間 平成23年4月～平成24年3月）

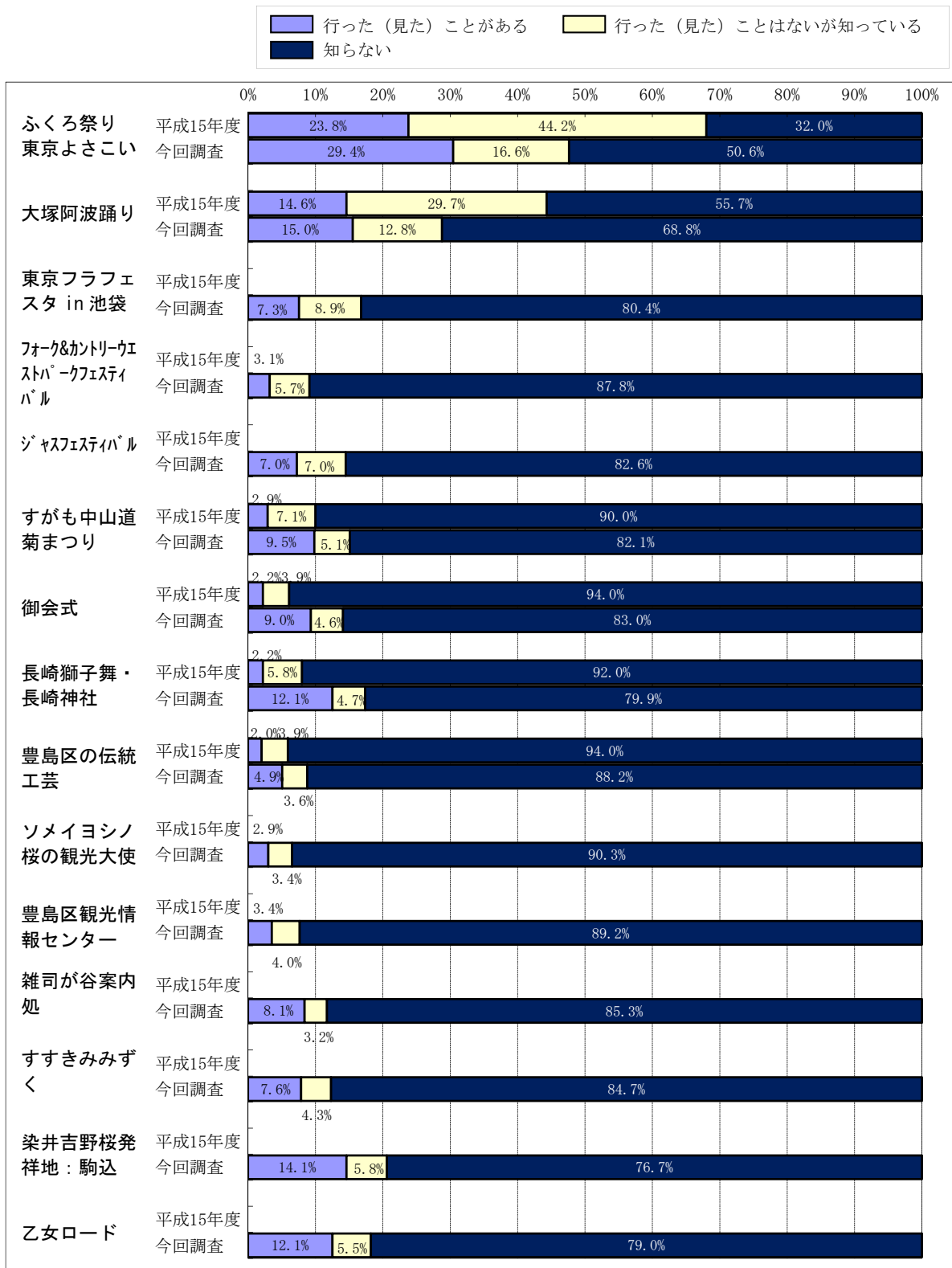
1. 調査内容			
① 通行量調査	：調査地点における来街者の通行量調査		
② 来街者意向調査	：豊島区に対する意識のアンケート調査		
③ 観光振興アンケート	：豊島区の観光に対する意識のアンケート調査		
2. 調査概要			
区分	① 通行量調査	② 来街者意向調査	③ 観光振興アンケート
調査日数	46日	46日	48日
調査地点数	22か所	22か所	21か所
回答者数	(一日平均通行量) 平日：254,623人 休日：322,549人	4,840人	4,874人
主な質問	—	・豊島区のイメージ ・豊島区の好きなところ、改めてほしいところ ・観光情報センター ・池袋の治安	・訪れる目的 ・利用メディア ・豊島区に関する満足度 ・豊島区の魅力度 ・豊島区の観光資源認知度

【図1】観光資源認知度



出典：平成23年「来街者動向調査」豊島区

【図2】 イベント等認知度

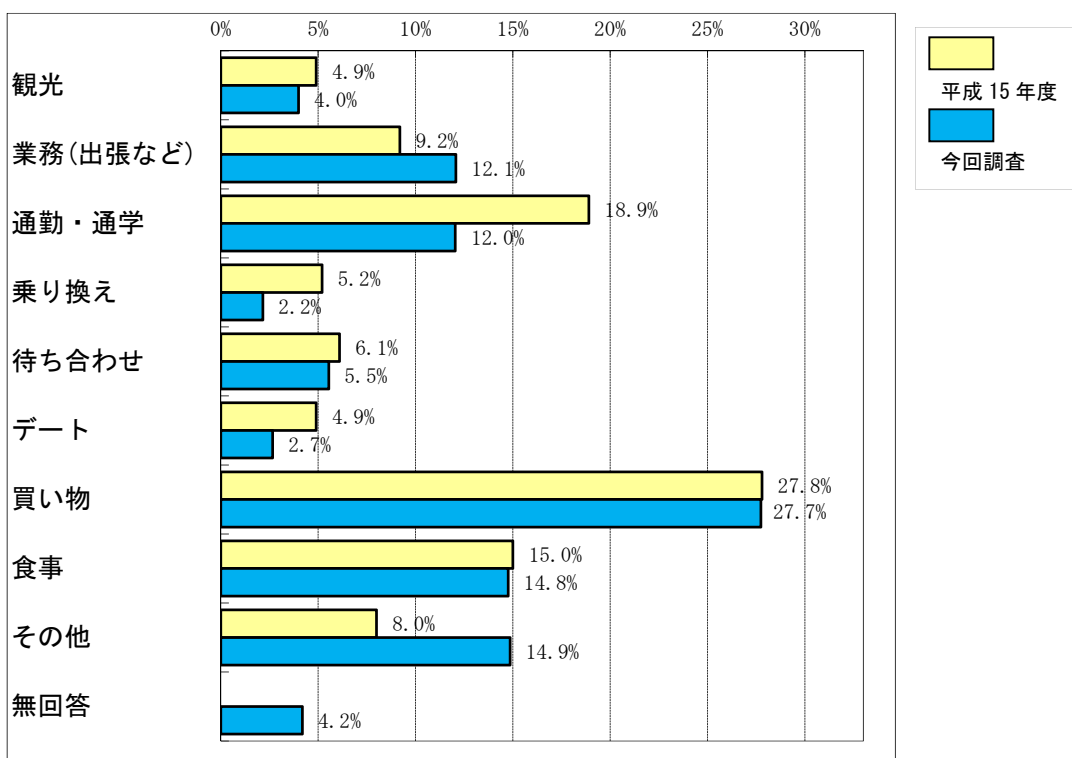


出典：平成23年「来街者動向調査」豊島区

(2) 訪れる目的と観光客の範囲

来街者動向調査【図3】によると、豊島区へ訪れる目的で最も多い回答は「買い物」です。豊島区は観光地というより、買い物に便利なまちとして捉えられています。そのため、買い物客もまちを楽しむ観光客として認識し、買い物をしながらまち歩きが楽しめるような観光まちづくりを推進する必要があります。

【図3】豊島区を訪れた目的



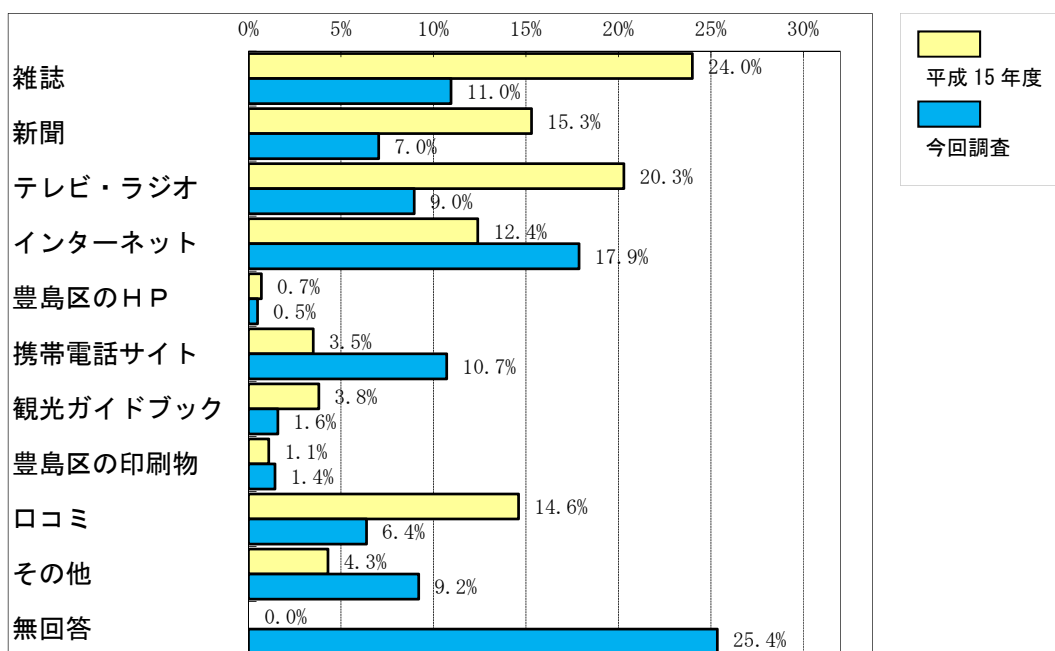
出典：平成23年「来街者動向調査」豊島区

(3) 情報の受発信手段

スマートフォンやタブレット端末の普及により、外出先でも手軽にインターネットの利用ができるようになりました。来街者動向調査では、主な利用メディアは「インターネット」「携帯電話サイト」が多く（【図4】）、10代～30代がそのうちの7～8割を占めます（【図5】）。そのため、インターネットの情報充実を進めていく際には、若い世代がメインユーザーであることを考慮した構成が重要になります。

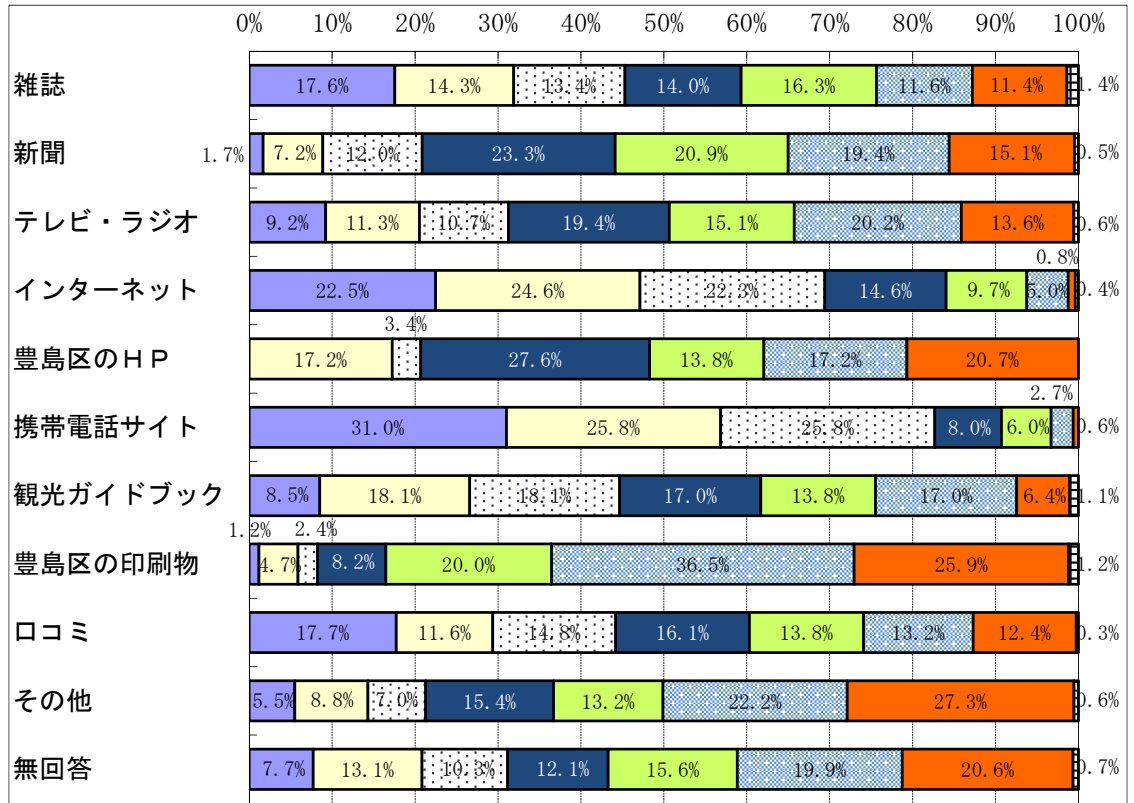
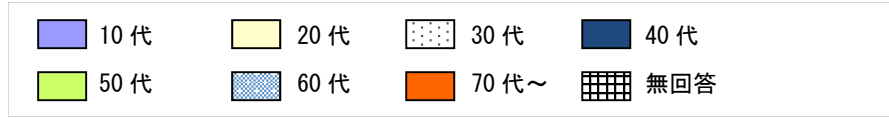
また、「雑誌」は15年度の調査時と比較すると大幅に減少しています。ただ今回の調査でも、全体では2番目に利用が多くなっていると同時に、全ての世代で利用されている現状があります。インターネットを利用しない観光客へのPR戦略として、紙媒体による情報発信は現在でも欠かせない手段と言えます。

【図4】 利用メディア



出典：平成23年「来街者動向調査」豊島区

【図5】利用メディア（年代別）



出典：平成23年「来街者動向調査」豊島区

(4) 外国人旅行客の動向

平成24年度に東京都が実施した「国別外国人旅行者行動特性調査」によると、東京を訪れる外国人旅行客の主な訪問先として、池袋は「中国」「香港」「オーストラリア」の3か国で10位に入っています（【図6】）。しかし、他の国籍では10位までにも入らず、全体として訪問先に選ぶ外国人の割合は低くなっています。

その一方、【図7】を見ると、訪問して最も満足した場所としては7か国で10位以内に入っています。

このことから、豊島区には魅力的な観光資源が豊富にあるが、PR不足により主な訪問先となりにくくなっているのではないかと考えられます。

【図6】外国人旅行客都内訪問先

	第1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
全体 n=7694	渋谷	新宿	銀座	秋葉原	浅草	原宿・青山	上野	東京・丸の内	赤坂・六本木	お台場・東京湾
	42.5	41.8	38.1	33.6	33.4	30.8	26.5	26.3	23.4	19.7
韓国 n=1350	渋谷	新宿	原宿・青山	銀座	東京・丸の内	お台場・東京湾	浅草	上野	秋葉原	赤坂・六本木
	42.1	40.4	36.3	31.0	27.9	27.8	26.1	25.0	23.7	22.1
台湾 n=726	新宿	浅草	渋谷	原宿・青山	東京・丸の内	上野	銀座	お台場・東京湾	秋葉原	赤坂・六本木
	46.3	43.8	39.9	33.7	33.6	32.9	31.4	31.0	26.6	18.7
中国 n=855	秋葉原	銀座	新宿	浅草	渋谷	上野	東京・丸の内	お台場・東京湾	原宿・青山	池袋
	51.2	49.6	44.7	39.1	35.4	27.8	27.3	24.4	23.5	17.1
香港 n=209	渋谷	新宿	銀座	秋葉原	原宿・青山	浅草	東京・丸の内	上野	お台場・東京湾	池袋
	43.5	42.1	39.2	33.5	32.5	29.7	27.8	24.9	20.6	19.1
タイ n=282	浅草	新宿	渋谷	原宿・青山	銀座	秋葉原	上野	東京・丸の内	お台場・東京湾	赤坂・六本木
	54.3	50.7	47.5	43.3	38.7	28.0	26.2	24.1	19.5	11.3
シンガポール n=160	銀座	新宿 渋谷	—	原宿・青山	浅草	秋葉原	上野	東京・丸の内	赤坂・六本木	お台場・東京湾
	41.3	38.1	—	32.5	28.1	26.9	21.3	18.1	15.6	15.0
マレーシア n=161	新宿	渋谷	秋葉原	銀座	原宿・青山	東京・丸の内	浅草	上野	赤坂・六本木	お台場・東京湾
	50.3	44.7	44.1	41.0	36.0	34.2	32.9	32.3	21.7	18.6
米国 n=956	渋谷	新宿	銀座	原宿・青山	秋葉原	浅草	赤坂・六本木	東京・丸の内	上野	お台場・東京湾
	36.6	32.9	31.9	24.8	24.7	23.8	23.6	18.7	17.8	8.6
カナダ n=164	渋谷	銀座	新宿	秋葉原	原宿・青山	浅草	赤坂・六本木	上野	東京・丸の内	お台場・東京湾
	41.5	37.2	36.6	32.3	28.7	28.0	26.2	23.8	20.1	11.6
英国 n=275	渋谷	新宿	銀座	赤坂・六本木	原宿・青山	秋葉原	浅草	東京・丸の内	上野	お台場・東京湾
	42.5	39.3	37.5	31.3	29.8	29.1	25.5	25.1	23.3	10.9
ドイツ n=265	渋谷	銀座	新宿	浅草	秋葉原	赤坂・六本木	東京・丸の内	原宿・青山	上野	お台場・東京湾
	42.6	36.6	34.3	31.3	26.0	25.3	23.4	21.5	21.1	14.7
フランス n=272	渋谷	新宿	銀座	上野	秋葉原	浅草	原宿・青山	赤坂・六本木	東京・丸の内	お台場・東京湾
	64.0	55.1	48.5	45.2	44.5	43.4	39.7	34.2	30.5	21.3
イタリア n=168	銀座	渋谷	新宿	赤坂・六本木	秋葉原	浅草	上野	原宿・青山	東京・丸の内	お台場・東京湾
	57.7	54.2	44.0	41.7	36.9	36.3	31.5	31.0	27.4	16.7
スペイン n=142	渋谷	銀座	秋葉原	新宿	浅草 上野	—	原宿・青山	赤坂・六本木	東京・丸の内	お台場・東京湾
	62.0	59.2	56.3	50.0	49.3	—	43.7	38.7	30.3	25.4
オーストラリア n=317	渋谷	新宿	原宿・青山	銀座	秋葉原	赤坂・六本木	東京・丸の内	浅草	上野	池袋
	53.0	46.7	45.4	40.4	36.9	33.8	33.1	30.3	28.7	12.0
その他 n=1233	渋谷	新宿	秋葉原	銀座	浅草	赤坂・六本木	上野	原宿・青山	東京・丸の内	お台場・東京湾
	41.9	40.6	40.4	38.3	34.7	25.7	24.9	24.6	23.8	16.2
不明 n=159	渋谷	新宿	銀座	秋葉原	浅草	東京・丸の内	原宿・青山	上野	お台場・東京湾	池袋
	39.6	39.0	34.6	34.0	33.3	27.0	25.2	24.5	21.4	20.8

出典：平成24年「国別外国人旅行者行動特性調査」東京都

【図7】外国人旅行者が都内で訪問して最も満足した場所

	第1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
全体 n=7694	新宿	渋谷	浅草	銀座	東京・丸の内	秋葉原	お台場・東京湾	原宿・青山	上野	赤坂・六本木
	11.0	8.6	8.5	8.4	6.5	6.0	5.8	5.3	4.5	3.9
韓国 n=1350	新宿	お台場・東京湾	渋谷 原宿・青山	—	浅草 銀座	—	東京・丸の内	赤坂・六本木	上野 秋葉原	—
	13.0	11.9	7.1	—	7.0	—	6.9	4.4	4.1	—
台湾 n=726	新宿	お台場・東京湾	浅草	東京・丸の内	原宿・青山	上野	渋谷	銀座	秋葉原	池袋
	11.4	10.5	9.5	9.0	6.2	5.2	5.1	5.0	3.3	3.2
中国 n=855	銀座	新宿	秋葉原	浅草	東京・丸の内	お台場・東京湾	上野	渋谷	原宿・青山	池袋
	13.2	9.7	9.2	7.8	7.0	6.4	4.7	3.9	2.8	2.2
香港 n=209	新宿	銀座	浅草 東京・丸の内	—	原宿・青山	お台場・東京湾	秋葉原 赤坂・六本木	—	渋谷	池袋
	13.4	11.0	8.6	—	7.2	5.3	4.8	—	4.3	3.8
タイ n=282	新宿	浅草	渋谷	上野	銀座 東京・丸の内 原宿・青山	—	—	お台場・東京湾	秋葉原	赤坂・六本木 池袋
	14.5	11.3	8.2	6.0	5.0	—	—	4.6	4.3	1.4
シンガ ポール n=160	新宿	銀座	渋谷	秋葉原	浅草	東京・丸の内	原宿・青山	お台場・東京湾 赤坂・六本木 池袋	—	—
	11.9	11.3	8.8	6.9	6.3	5.6	3.8	2.5	—	—
マレー シア n=161	新宿	秋葉原	浅草	東京・丸の内	上野	渋谷	銀座	お台場・東京湾	赤坂・六本木	原宿・青山 池袋
	10.6	9.9	0.1	7.5	6.8	5.6	4.3	3.1	1.9	1.2
米国 n=956	渋谷	新宿	銀座	浅草	東京・丸の内	赤坂・六本木	原宿・青山	秋葉原	上野	お台場・東京湾
	12.8	11.3	9.1	8.3	7.0	6.9	4.7	4.3	63.8	3.2
カナダ n=164	渋谷	新宿	上野	浅草	東京・丸の内	銀座	原宿・青山	秋葉原	お台場・東京湾 赤坂・六本木	—
	12.2	11.6	10.4	9.1	8.5	7.9	4.3	3.7	2.4	—
英国 n=275	新宿	渋谷	浅草	銀座	東京・丸の内	秋葉原 原宿・青山	—	赤坂・六本木	上野	お台場・東京湾
	11.6	10.9	10.2	9.1	7.3	6.5	—	5.5	4.4	1.5
ドイツ n=265	渋谷	新宿	東京・丸の内 銀座 浅草	—	—	原宿・青山	秋葉原 上野	—	赤坂・六本木	お台場・東京湾
	13.2	9.8	8.3	—	—	5.7	4.5	—	4.2	3.4
フランス n=272	渋谷	浅草	新宿	原宿・青山	上野	秋葉原	銀座	お台場・東京湾	赤坂・六本木	池袋
	16.9	14.3	9.9	7.4	7.0	6.6	6.3	4.0	2.9	2.2
イタリア n=168	渋谷	浅草	銀座	新宿	赤坂・六本木	原宿・青山	東京・丸の内	秋葉原 お台場・東京湾	—	上野
	12.5	10.7	10.1	7.7	6.0	3.6	3.0	2.4	—	1.8
スペイン n=142	渋谷	秋葉原	浅草	銀座	上野	東京・丸の内	新宿	原宿・青山	お台場・東京湾 赤坂・六本木	—
	16.2	11.3	9.9	9.2	7.0	6.3	5.6	4.9	2.8	—
オースト リア n=317	新宿	原宿・青山	浅草	渋谷	銀座	東京・丸の内	秋葉原	上野	赤坂・六本木	お台場・東京湾
	10.7	10.4	10.1	9.8	8.5	5.0	4.7	3.8	3.5	1.3
その他 n=1233	新宿	秋葉原	銀座	渋谷	浅草	東京・丸の内	赤坂・六本木	原宿・青山	上野	お台場・東京湾
	9.8	9.7	8.9	8.6	7.9	5.4	4.7	4.5	4.3	4.0
不明 n=159	新宿	浅草 銀座 東京・丸の内	—	—	秋葉原 お台場・東京湾	—	池袋 渋谷 多摩地域(吉祥 寺・八王子等)	—	—	—
	6.9	4.4	—	—	3.8	—	1.9	—	—	—

出典：平成24年「国別外国人旅行者行動特性調査」東京都

また、【図8】を見ると、多くの国の旅行者が池袋を宿泊地として選んでいることが分かります。交通アクセスがよく、リーズナブルなホテルが多いということが選ばれる要因であると考えられます。

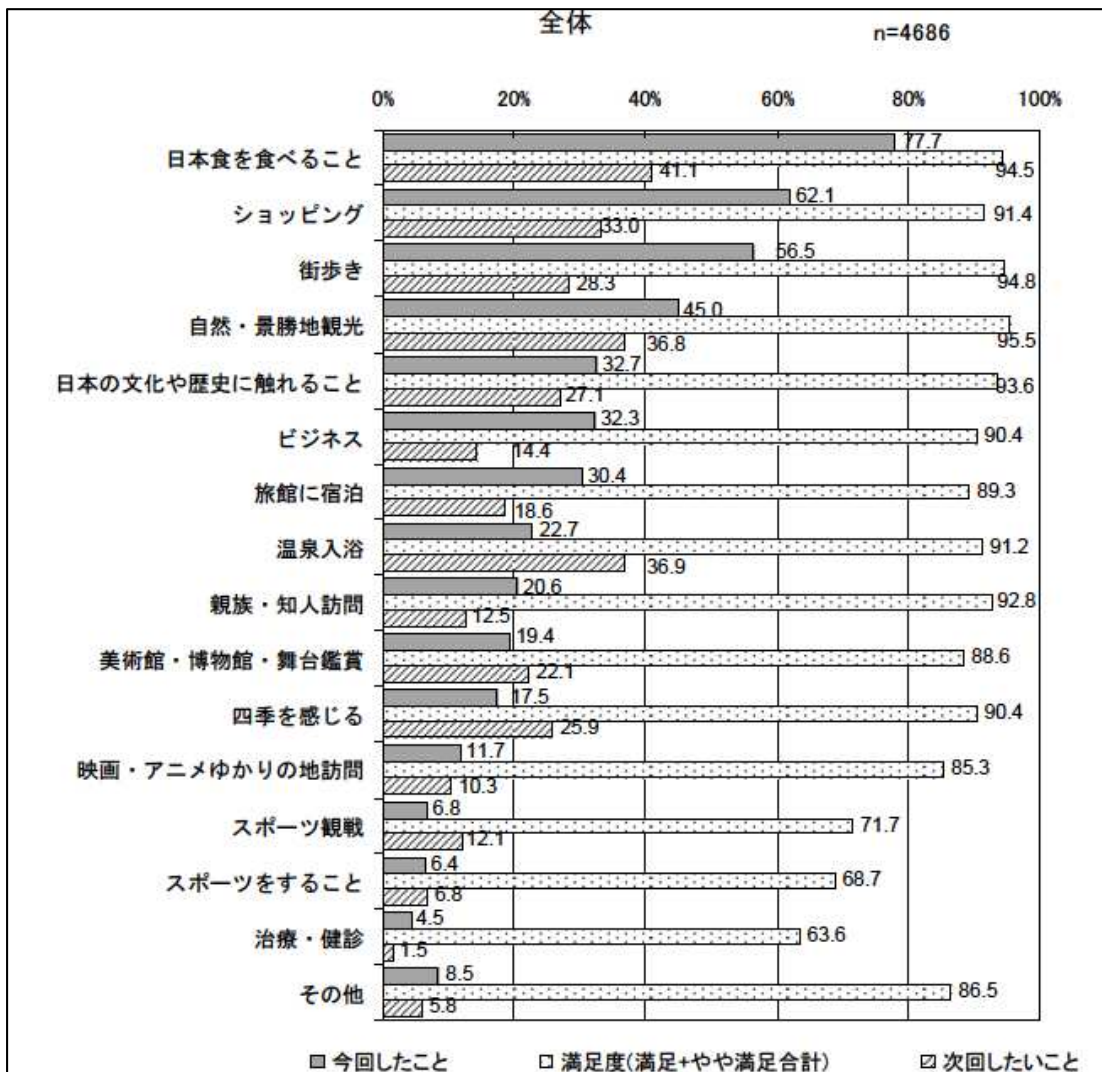
【図8】外国人旅行者宿泊先

	第1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
全体 n=7694	新宿	東京・丸の内	赤坂・六本木 浅草	—	銀座	池袋	渋谷 上野	—	お台場・東京湾	秋葉原
	15.3	7.7	4.3	—	4.0	3.9	3.5	—	2.3	1.7
韓国 n=1350	新宿	東京・丸の内	上野	池袋	お台場・東京湾	浅草	銀座	秋葉原	赤坂・六本木	渋谷
	18.7	8.0	4.5	3.8	3.6	3.0	2.8	2.4	2.3	2.0
台湾 n=726	新宿	東京・丸の内	池袋	浅草	お台場・東京湾 上野	—	赤坂・六本木	銀座	秋葉原 渋谷	—
	19.4	8.8	6.9	5.2	3.4	—	2.3	1.5	1.4	—
中国 n=855	新宿	東京・丸の内	銀座	池袋	上野	赤坂・六本木	浅草	秋葉原	お台場・東京湾	渋谷
	12.3	6.5	4.8	3.4	2.8	2.3	2.1	1.9	1.8	1.6
香港 n=209	新宿	東京・丸の内	池袋	銀座 上野	—	お台場・東京湾 浅草	—	渋谷	赤坂・六本木	原宿・青山 伊豆諸島
	30.1	10.0	8.6	5.3	—	3.3	—	1.9	1.4	1.0
タイ n=282	新宿	東京・丸の内	池袋	上野	渋谷	秋葉原 銀座 原宿・青山 お台場・東京湾	—	—	—	浅草
	17.7	9.9	8.5	6.7	2.5	2.1	—	—	—	1.4
シンガポール n=160	新宿	東京・丸の内	渋谷 池袋	—	銀座 赤坂・六本木	—	浅草	多摩地域(吉祥 寺・八王子等)	秋葉原 お台場・東京湾	—
	21.9	12.5	5.0	—	4.4	—	3.8	1.9	1.3	—
マレーシア n=161	新宿 東京・丸の内	—	浅草	池袋 上野	—	赤坂・六本木	銀座 原宿・青山	—	渋谷 お台場・東京湾	—
	14.3	—	5.6	5.0	—	4.3	1.9	—	1.2	—
米国 n=956	新宿	東京・丸の内	赤坂・六本木	銀座	渋谷	浅草	お台場・東京湾	池袋	上野	多摩地域(吉祥 寺・八王子等)
	12.9	9.6	9.1	5.9	5.1	4.1	2.6	1.7	1.6	1.0
カナダ n=164	新宿	東京・丸の内	浅草	渋谷 上野	—	銀座	赤坂・六本木	池袋	多摩地域(吉祥 寺・八王子等)	秋葉原 お台場・東京湾
	15.2	11.0	10.4	6.7	—	5.5	4.9	4.3	1.8	0.6
英国 n=275	新宿	東京・丸の内 浅草	—	赤坂・六本木	銀座	渋谷	上野	池袋	秋葉原	お台場・東京湾
	11.6	7.6	—	6.5	5.5	4.7	3.3	2.5	2.2	1.8
ドイツ n=265	新宿	東京・丸の内	渋谷	赤坂・六本木	上野	浅草	秋葉原 銀座	—	お台場・東京湾	池袋
	9.4	6.8	6.0	4.9	3.8	2.6	2.3	—	1.5	1.1
フランス n=272	新宿	浅草	渋谷	赤坂・六本木	銀座	池袋	上野	東京・丸の内	原宿・青山	秋葉原 お台場・東京湾
	12.1	9.9	7.4	7.0	5.5	5.1	4.8	3.3	2.6	2.2
イタリア n=168	新宿	赤坂・六本木	渋谷 上野	—	銀座	東京・丸の内 浅草	—	お台場・東京湾	秋葉原 池袋	—
	11.3	6.0	4.8	—	3.6	3.0	—	2.4	1.8	—
スペイン n=142	新宿	赤坂・六本木	浅草	東京・丸の内 銀座 渋谷	—	—	上野	池袋	秋葉原	原宿・青山 両国
	16.2	9.2	7.0	6.3	—	—	5.6	4.9	2.8	0.7
オーストラリア n=317	新宿	東京・丸の内	浅草	銀座	渋谷	赤坂・六本木	池袋 上野	—	お台場・東京湾	秋葉原
	22.4	7.9	6.9	5.7	5.0	3.8	3.2	—	2.2	1.6
その他 n=1233	新宿	東京・丸の内	赤坂・六本木	浅草	渋谷	銀座	池袋	上野	秋葉原 お台場・東京湾	—
	10.5	5.4	5.3	4.6	4.4	3.8	3.4	2.6	1.7	—
不明 n=159	新宿	東京・丸の内	銀座	池袋	上野 多摩地域(吉祥 寺・八王子等)	—	秋葉原 渋谷	—	お台場・東京湾 赤坂・六本木 浅草	—
	16.4	5.7	4.4	3.1	2.5	—	1.9	—	1.3	—

出典：平成24年「国別外国人旅行者行動特性調査」東京都

訪都中の行動（【図9】）をみると、「日本食を食べること」「ショッピング」「街歩き」をした者が50%を超えています。国籍を問わず食事や買い物を楽しむことを目的としている傾向が伺えます。

【図9】外国人旅行者が訪都中に行った行動、行動の満足度、次回行いたい行動



出典：平成24年「国別外国人旅行者行動特性調査」東京都

(5) 前回プランの施策進捗状況

平成15年度に策定した「豊島区観光振興プラン」は、「交流の扉を開く ビジットシティ としま」を目標とし、「魅力を伝えるまち」「ビジターに優しい交流のまち」「もてなしの心が響くまち」の3つの方針で、施策を推進することとしていました。その結果、地域住民との連携により、新たな魅力の発掘や活用が進み、観光客へのおもてなし体制が作り上げられてきています。

前回のプランに掲載している計画事業については毎年進捗状況を確認してきましたが、成果を測る指標の設定が難しかったこともあり、達成度を評価しにくい状況にあります。

【参考】前観光振興プラン概要

1. 目標
交流の扉を開く ビジット シティ としま
2. 方針・施策
 - 方針1 魅力を伝えるまち
 - 施策(1) インフォメーション・システムの構築
 - 施策(2) 観光プロモーション戦略の推進
 - 方針2 ビジターに優しい交流のまち
 - 施策(1) 観光都市基盤の整備
 - 施策(2) 地域の魅力創出
 - 施策(3) グローバル都市交流の推進
 - 方針3 もてなしの心が響くまち
 - 施策(1) 観光マネジメントシステムの構築
 - 施策(2) 観光産業の支援
3. 計画事業数
69事業

4. プランの目標等

(1) 目標

「観光創造都市 としま」の実現

豊島区は「文化のあるところに賑わいがあり、賑わいのあるところには文化がある」ということに着目し、平成14年の区制施行70周年を契機として文化を基軸にしたまちづくりを進めてきました。

文化的魅力がたくさん詰まった豊島区は、新しい可能性に満ち溢れています。今後、独自の魅力的な文化を活かすとともに、環境と安全・安心を融合させ、次世代へ引き継いでいける観光創造都市の実現を実現していきます。

(2) 位置づけ

このプランは、豊島区の観光振興の基本的方向を明らかにし、施策の総合的・計画的な展開を図ることを目的としており、豊島区基本計画（平成22年度策定）の補完計画として位置づけられるものです。

また、密接な関連をもつ「豊島区大改造プロジェクト」、「都市計画マスタープラン」、「産業振興指針」、「文化政策推進プラン」などと連携を図り、より効果的、総合的に観光振興を推進していきます。

(3) 計画期間

平成26年度から平成30年度までの5年間とし、プランの進捗状況や国や都の動向等を踏まえつつ、適切な時期に見直しを行うものとします。

(4) 役割

計画内容を具体化し大きな成果を上げるためには、区や観光協会、民間事業者、大学等が各々の役割を果たすとともに、連携した総合的な取り組みが必要です。

主な役割

- | | | |
|----------|---|--|
| 区 | : | 観光政策の企画、立案
観光施策・事業の推進
観光協会等各主体への支援など |
| 観光協会 | : | 区内における取組の推進
ボランティアガイドなどの人材育成 |
| 教育機関 | : | 大学が持つ知識や人材の提供
施策を支える人材の育成等 |
| 観光産業団体 | : | 行政、地域と一体となった取組の推進
旅行者の満足度を高めるサービスの提供など |
| 国・都・他自治体 | : | 法制度の整備
都全体の観光政策の企画・立案と施策推進
地域に対する支援や広域的な施策の推進等 |

(5) 進行管理と検証

新たに設置する豊島区観光振興推進委員会（仮称）で施策の推進や事業の進捗状況を確認するとともに、年次目標などを検討していきます。

5. 施策の体系

(1) 重点事業

としまオンリーワンブランドの創出



区のオンリーワンブランドにはソメイヨシノやトキワ荘（マンガ）、ふくろう、池袋モンパルナスがあります。また、グルメやアニメに加え、平成 27 年完成予定の新庁舎や庁舎移転後の現庁舎地の活用により生み出される新たな資源を活かし、としまブランドを創り上げていきます。

< 具体的事業例 >

- ・ソメイヨシノプロジェクト（全国さくらサミットの誘致、区内施設への植樹）
- ・トキワ荘の復元、アニメの活用

観光ルートの開発



磨き上げた魅力を活かして観光ルートを開発し、回遊性の向上を図ります。

< 具体的事業例 >

- ・散歩ルートの公募（テーマ別、時間別、地域別、時期・季節別など）
- ・新庁舎屋上庭園「豊島の森」、「エコミューゼ」を活用したルート開発

インバウンド（注3）の推進



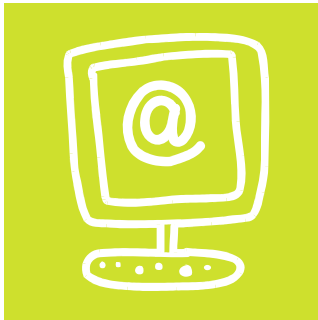
外国人旅行者誘致のため、事業者と連携して外国語版のガイドブックや飲食メニュー、サインなどを整備します。

< 具体的事業例 >

- ・観光案内標識の多言語化
- ・写真を使用した、食文化や宗教の違いに配慮したメニューの導入

（注3）インバウンド：「入ってくる、内向きの」という形容詞。ここでは外国人旅行者を誘致することを意味する。

新たな情報発信手段の開拓



情報受発信手段を効果的に活用して区をPRするため、IT情勢の変化に迅速に対応します。

情報関係事業者と連携し、最新の情報発信手段を活用するとともに、新たな視点による発信手段を研究します。

<具体的事業例>

- ・最先端情報発信手段を有する企業とのタイアップ
- ・グルメ連絡会の設置等情報交換の仕組み作り

池袋駅地下サインの整備



出口や進行方向の表示がわかりづらい池袋駅地下通路に、わかりやすく愛着の湧く名称を付けるとともに、サインを整備します。

<具体的事業例>

- ・通路名称にマンガ・アニメのタイトルや豊島区ゆかりの名称の活用

豊島区観光振興推進委員会（仮称）の設置

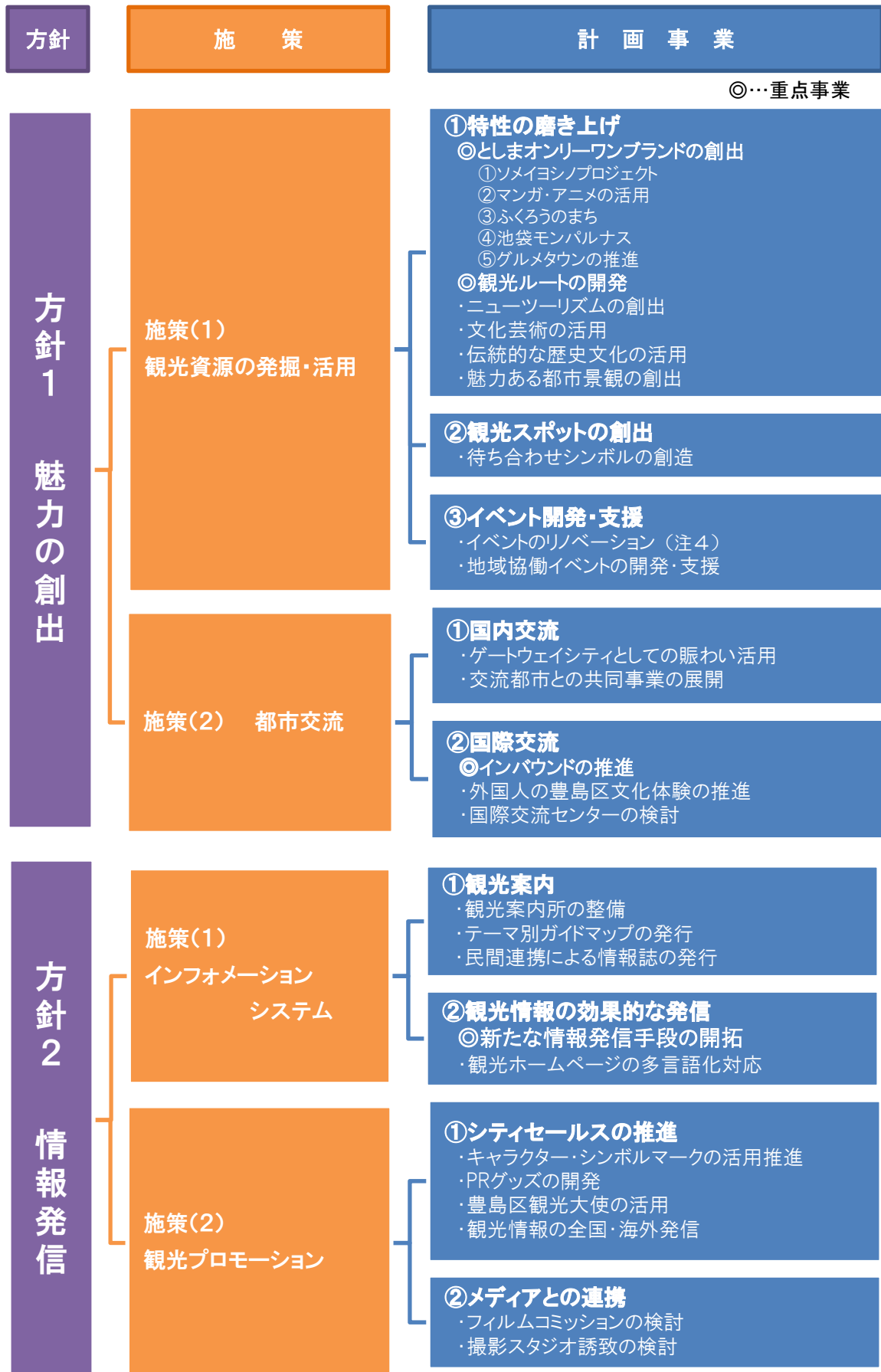


観光振興プランの進捗状況を定期的に確認し、目標達成へ向けた計画管理を行う機関を設置します。

<具体的事業例>

- ・観光振興プラン推進目標の設定
- ・テーマ別PTの設置
- ・進捗状況の確認、管理
- ・事業実施に向けた提言

(2) 施策の体系と計画事業



(注4) 刷新、改造、再生、革新。ここではイベントを新しく生まれ変わらせることを意味する。



(注5) 池袋副都心整備ガイドプラン：公民連携・協働により都市計画やまちづくりを展開していくための指針。

(注6) ユニバーサルデザイン：国籍、文化、年齢、性別といった差異や、障害・能力の如何を問わずに誰もが利用することができる施設・製品・情報の設計をいう。

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた取り組み

1. 現状

2020年のオリンピック・パラリンピック東京開催が決定し、東京都では昨年10月1日に「オリンピック・パラリンピック準備局大会準備部」を設置しました。品川区や江東区といった臨海部の自治体でも順次連絡会議等を設置し、大会へ向けた体制作りを進めています。

政府は外国人観光客が日本国内で購入した物品の免税を実施し、積極的に国外からの観光客を誘致していくことを決定しました。また、都は案内サインや飲食メニューの多言語対応や、五輪開催に向けた寄附金の募集などの取り組みも開始します。

豊島区では、こういった国や都の動向に注目するとともに連携をとりつつ、競技会場や練習場を持たない周辺区として、オリンピック開催を機に増加が予想される観光客を誘導できる魅力的な施策を着実に実施していきます。

2. 取り組み予定

- ・観光案内標識等路上及び地下案内板の多言語化【インバウンドの推進】
- ・飲食店メニューの多言語化および使用食材の表記【インバウンドの推進】
- ・クールジャパン（マンガ・アニメ）の発信【としまオンリーワンブランドの創出】
- ・多言語対応可能な観光案内所の設置
- ・連絡会議（庁内、区内）の設置

方針 1 魅力の創出

様々な目的で訪れる観光客が豊島区を存分に楽しめるよう、新たな豊島区の魅力や観光資源を発掘するとともに、それらを活用した回遊ルートの設定とにぎわいの創出を推進します。

<成果指標>

	15 年度	基準値 (23 年度)	30 年度
池袋駅一日乗降客数 (基本計画 2011-2015)	264 万人	250 万人	255 万人 (27 年度)
豊島区の魅力度 (来街者動向調査「観光振興アンケート」)	平均 3.0 (最高値 5.0)	平均 3.2	3.5

施策 (1) 観光資源の発掘・活用

① 特性の磨き上げ

計画事業名	内容
◆としまオンリーワンブランドの創出【重点】 ① ソメイヨシノプロジェクト ② マンガ・アニメの活用 ③ ふくろうのまち ④ 池袋モンパルナス ⑤ グルメタウン推進	区のオンリーワンブランドにはソメイヨシノやトキワ荘(マンガ)、ふくろう、池袋モンパルナスがあります。また、グルメやアニメに加え、平成 27 年完成予定の新庁舎や庁舎移転後の現庁舎地の活用により生み出される新たな資源を活かし、としまブランドを創り上げていきます。
◆観光ルートの開発【重点】	磨き上げた魅力を活かして観光ルートを開発し、回遊性の向上を図ります。
◆ニューツーリズム(注7)の創造	日本一の高密都市ならではの緑化を活用したツーリズムや、安全・安心都市の体験型ツーリズムを創造します。
◆文化芸術の活用	池袋モンパルナスをはじめとする文化芸術を観光資源として活かし、幅広い層へ魅力を伝えます。
◆伝統的な歴史文化の活用	古き良き歴史文化を尊重し後世に語り継ぐとともに、観光資源として活用します。
◆魅力ある都市景観の創出	景観計画の検討により、様々な顔を持つ豊島区のまち並みに新たな魅力を創出します。

(注7) ニューツーリズム：従来の物見遊山的な旅行に対し、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態。

② 観光スポットの創出

計画事業名	内容
◆待ち合わせシンボルの創造	分かりやすく、豊島区ならではの待ち合わせシンボルを創造します。

③ イベント開発・支援

計画事業名	内容
◆イベントのリノベーション	既存のイベントに様々な付加価値をつけ、さらに魅力あるイベントへと再生します。
◆地域協働イベントの開発・支援	地域と連携し、豊島区の魅力を活用したイベントを実施します。
◆イベントの効果的活用	毎週どこかでイベントが開催されているという特徴を活かし、集客を目的とするだけでなく、イベントを訪れた人が同時に豊島区を観光できる仕組みづくりを構築します。

施策（2）都市交流

④ 国内交流

計画事業名	内容
◆ゲートウェイシティとしての賑わい活用	埼玉県や 23 区北西部の玄関口としての特徴を活かし、交通網で繋がる周辺自治体及び鉄道各社との連携による集客を図ります。
◆交流都市との共同事業の展開	全国の交流都市と共同事業を実施し、双方向の観光客誘致を強化します。

② 国際交流

計画事業名	内容
◆インバウンドの推進【重点】	外国人旅行客誘致のため、事業者と連携して外国語版のガイドブックや飲食メニュー、サインなどを整備します。
◆外国人の豊島区文化体験の推進	区内で実施されている多彩な事業への外国人の参加を呼びかけ、豊島区の文化体験を推進します。
◆国際交流センターの検討	在住・訪日外国人や国際交流に関心のある日本人が集い、情報交換や文化交流を行える国際交流センターを検討します。

方針 2 情報発信

豊島区の魅力や観光資源に関する情報を効果的に発信し、豊島区に対する理解や関心を深め、集客力の向上を図ります。

<成果指標>

	15 年度	基準値 (23 年度)	30 年度
観光資源・イベント認知度 (来街者動向調査「観光振興アンケート」)	平均 25.1%	平均 31.0%	40%

施策 (1) インフォメーション・システム

① 観光案内

計画事業名	内容
◆観光案内所の整備	駅構内やイベント会場など、来街者が多く集まる場所における案内所の整備を検討します。
◆テーマ別ガイドマップの発行	磨き上げた魅力をテーマ別に分類し、様々なニーズに合ったガイドブックを発行します。
◆民間連携による情報誌の発行	事業者や大学などと連携し、利用者目線による最新トレンドを加えた情報誌を発行します。

② 観光情報の効果的な発信

計画事業名	内容
◆新たな情報発信手段の開拓【重点】	情報受発信手段を効果的に活用して区を PR するため、IT 情勢の変化に迅速に対応します。 情報関係事業者と連携し、最新の情報発信手段を活用するとともに、新たな視点による発信手段を研究します。
◆観光ホームページの多言語化対応	区内の観光に関するホームページについて、英語、中国語、韓国語に加え、他言語の対応も検討します。

施策（２）観光プロモーション

① シティセールスの推進

計画事業名	内容
◆キャラクター・シンボルマークの活用推進	豊島区オリジナルキャラクターやシンボルマークを印刷物やイベント等で積極的に活用し、区の知名度アップを図ります。
◆PRグッズの開拓	区のキャラクターや観光資源を活用したオリジナルグッズを作成し、豊島区のPR強化に努めます。
◆豊島区観光大使の活用	観光大使を任命し豊島区を全国へPRします。
◆観光情報の全国・海外発信	テレビ・ラジオ放送局や民間情報誌等へ積極的に観光情報を提供し、国内外へ向け豊島区を発信していきます。

② メディアとの連携

計画事業名	内容
◆フィルムコミッションの検討	区内でのロケ撮影を斡旋するフィルムコミッションの立ち上げを検討します。
◆撮影スタジオ誘致の検討	テレビ番組の収録などが行える撮影スタジオを誘致するため、関係事業者への働きかけを検討します。

方針3 システム形成・基盤整備

観光振興を効果的、継続的に進めるため、多様な主体との協働による観光マネジメントシステムの構築に取り組むとともに、豊島区を訪れる人々が快適に過ごせるような都市基盤整備を進めます。

<成果指標>

	15年度	基準値 (23年度)	30年度
全体的な満足度 来街者動向調査（「観光振興アンケート」）	48.9%	43.5%	50%

施策（1）観光マネジメントシステム

① おもてなし意識の向上

計画事業名	内容
◆地域に対する愛着の醸成	地域団体と区が連携し、区民へ豊島区の魅力を伝えることにより地域に対する愛着を育みます。
◆観光講座の開講	区内観光資源に関する区民向けの講座を実施し、地域全体で観光客をもてなす心、ボランティア精神の醸成に努めます。
◆職員に対する観光研修の実施	区の職員全員が観光大使として、様々な場面で区の魅力をPRできるように、職員を対象とした研修を実施します。

② 観光ガイド支援

計画事業名	内容
◆ボランティアガイドの育成	観光講座の開講との連動及び観光協会との連携により、豊島区を熟知したボランティアガイドの育成を進めます。
◆ボランティアガイドの連携・活用	観光協会と協力し、各地域のボランティアガイドどうしの連携を図るとともに、活動を支援していきます。

③ 推進体制の整備

計画事業名	内容
◆豊島区観光振興推進委員会（仮称）の設置【重点】	観光振興プランの進捗状況を定期的に確認し、目標達成へ向けた計画管理を行う機関を設置します。
◆観光振興情報提供の充実	観光関連事業者等が事業の企画立案などに利用できる、観光振興に関する基本情報を提供するホームページなどを充実します。
◆豊島区観光協会との連携	豊島区観光の中心的役割を担う豊島区観光協会との連携を強化し、さらなる観光振興の推進を図ります。
◆大学等教育機関との連携	区内6大学や専門学校との連携により専門的なノウハウを活用するなど、観光まちづくりに向けた協働システムを創設します。
◆観光産業団体等との協力・支援	区内団体や民間事業者との協力体制を構築し、観光事業の円滑な遂行を図ります。
◆国、都、他自治体との連携	他行政主体との連携強化により専門的なノウハウの活用と財源の確保を図り、一層の観光振興を推進します。

施策（2）都市基盤整備

① 観光設備の整備

計画事業名	内容
◆池袋副都心整備ガイドプランの推進	池袋駅東西デッキや新たな公共交通システム（LRT（注8）等）導入の検討など、個性と存在感のある、誰もが安心して利用できる都市づくりを進めていきます。
◆憩いと賑わいの空間創出	豊島区を訪れた人々が集うことができる憩いと賑わいのある空間を創出します。
◆ユニバーサルデザインの推進	街なかのバリアフリー化など、誰もが快適に回遊できるまちづくりを進めます。

（注8）LRT：Light Rail Transit の略。路面のほか地下、高架でも走行可能で、利便性に優れた新型の路面電車のこと。

② 交通システムの整備

計画事業名	内容
◆回遊しやすい交通基盤の検討	新たな公共交通システム（LRT 等）の導入の検討などにより、回遊性の向上を目指します。
◆集客施設の駐輪場整備促進	集客施設における来場者向け駐輪場の整備を促進することで街なかの放置自転車を減らすとともに、歩行者優先ゾーンを創出し、歩行者に優しいまちづくりを推進します。

③ 案内サインの整備

計画事業名	内容
◆池袋駅地下サインの整備【重点】	出口や進行方向の表示がわかりづらい池袋駅地下通路に、わかりやすく愛着の湧く名称を付けるとともに、サインを整備します。
◆観光案内標識の設置	主要観光スポット等へスムーズに道案内できるように、適切な場所に観光案内標識を設置し、定期的に情報の更新を行います。

6. 組織等

(1) 委員会設置要綱

豊島区観光振興プラン策定委員会設置要綱

〔平成25年1月10日〕
〔文化商工部長決定〕
制定 平成15年6月23日
改正 平成25年1月10日

(設 置)

第1条 豊島区における観光振興の基本的なあり方等について検討を行い、観光振興プラン（以下「プラン」という。）を策定するため、観光振興プラン策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) プランの策定に関すること。
- (2) その他、区長が必要と認めること。

(構 成)

第3条 委員会は、次に掲げる者のうちから区長が委嘱又は任命する委員をもって構成する。

- (1) 学識経験者
- (2) 区内観光団体、商工団体及び関係団体等が推薦する者
- (3) 公募による区民
- (4) 東京都職員及び豊島区職員

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から第2条に定めるプランの策定作業完了の日までとする。

(組 織 等)

第5条 委員会に、座長及び副座長を置く。

- 2 座長は、委員の互選により選任する。
- 3 副座長は、座長が指名する。
- 4 座長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 5 副座長は、座長を補佐し、座長に事故あるときはその職務を代理する。

(会 議)

第6条 委員会は、座長が招集する。

(ワーキンググループ)

第7条 委員会に、第2条に定める事項について調査、検討、提案するため、ワーキンググループを置くことができる。

- 2 ワーキンググループリーダーは、座長が指名する。
- 3 ワーキンググループの構成員は、座長が指定する。
- 4 ワーキンググループの招集及び運営は、座長が指定した者が行う。

(意見の聴取)

第8条 委員会及び部会は、必要に応じて委員以外の者の出席を求め、又は他の方法により、その意見を聴くことができる。

(庶務)

第9条 委員会の庶務は、文化商工部文化観光課が処理する。

附 則

この要綱は、平成15年7月1日から施行する。

附 則

この要綱は、平成25年1月22日から施行する。

(2) 策定委員

		氏名	肩書き	団体名
座長	1	安島 博幸	教授	立教大学観光学部観光学科
副座長	2	齊木 勝好	会長	豊島区観光協会
	3	鈴木 正美	会長	東京商工会議所豊島支部
民間企業	4	荻野 洋	取締役会長	日本ホテル株式会社
	5	亀井 義夫 (H25.10.22 まで)	常務取締役 秘書室長兼総務部長	株式会社東武百貨店
		大沼 慎一 (H25.10.23 から)	常務取締役 秘書室長兼総務部長 兼人材担当	株式会社東武百貨店
	6	榎本 潔	総務部長	西武池袋本店
	7	宮下 昌久	常務取締役 経営企画部長	株式会社サンシャインシティ
	8	小寺 徹	事業部長	(株)JTB コーポレートセールス霞が関 第三事業部
	9	太田 稔 (H25.10.22 まで)	駅長	東日本旅客鉄道株式会社池袋駅
		上野 貞行 (H25.10.23 から)	駅長	東日本旅客鉄道株式会社池袋駅
	10	高萩 宏	副館長	東京芸術劇場
関係団体	11	中村 文一	会長	豊島区町会連合会
	12	鈴木 孝雄	会長	豊島法人会
	13	服部 洋司	会長	池袋東口美観商店会
	14	木崎 禎一	理事 宣伝部長 青年部 参与	巣鴨地蔵通り商店街振興組合
	15	近江 正典	住職	法明寺
	16	大沼 映雄	事務局長	公益財団法人としま未来文化財団
公募区民	17	望月 登喜子		公募
	18	青木 マサ子		公募
	19	伊部 知顕		公募
行政	20	吉末 昌弘	部長	文化商工部

オブザーバー	21	高橋 孝志	課長	政策経営部シティプロモーション推進室
	22	樫原 猛 (H25.3.31 まで)	課長	文化商工部生活産業課
		田中 真理子 (H25.4.1 から)	課長	文化商工部生活産業課
	23	八巻 規子	課長	文化商工部文化デザイン課
	24	奥島 正信	課長	都市整備部都市計画課
事務局	25	柴 俊之 (H25.3.31 まで)	課長	文化商工部文化観光課
		・藤 明 (H25.4.1 から)	課長	文化商工部文化観光課
	26	山川 俊一	係長	文化商工部文化観光課
	27	小笠原 史菜	主事	文化商工部文化観光課

(3) ワーキンググループ

区分		氏名	所属
座長	1	安島 博幸	立教大学観光学部教授
リーダー	2	高萩 宏	東京芸術劇場副館長
委員	3	小寺 徹	(株)JTB コーポレートセールス霞が関第3事業部長
	4	沼野 秀典	(株)JTB コーポレートセールス霞が関第3事業部
	5	原 禎芳	(株)JTB コーポレートセールス霞が関第3事業部
	6	望月 登喜子	公募
	7	青木 マサ子	公募
	8	伊部 知顕	公募
庁内	9	山本 幸彦	政策経営部企画課
	10	渡邊 圭介	文化商工部生活産業課商工係
	11	岩間 文仁	文化商工部生活産業課商店街振興係
	12	高橋 寛秀	文化商工部文化デザイン課施策調整グループ
	13	赤羽 郁也	文化商工部文化観光課観光交流グループ
	14	黒川 俊行	清掃環境部環境政策課
	15	秋下 健治	保健福祉部福祉総務課福祉計画・特養整備グループ
	16	長澤 義彦	都市整備部都市計画課都市計画グループ
事務局	17	柴 俊之 (H25.3.31 まで)	文化商工部文化観光課長
		・藤 明 (H25.4.1 から)	文化商工部文化観光課長
	18	山川 俊一	文化商工部文化観光課観光計画グループ
	19	小笠原 史菜	文化商工部文化観光課観光計画グループ