

観光まちづくり アドバイザー派遣事業

(令和5年度募集事業)

TOURISM ACTIVATION FORUM TOKYO 2025



目的及び実施内容

各地域が持つ観光資源を活用した観光まちづくりを展開することができるよう、地域の要望に応じてアドバイザーを派遣し、観光まちづくりの取組に関する指導・助言を行うことにより、地域活性化を図りさらなる観光振興を図ることを目的とする。

① 派遣対象事業者及び対象地域

地域で主体となって観光まちづくりに取り組んでいる又は取組を予定している団体及び今後観光まちづくり団体を組織しようとする団体

② 派遣の要件

アドバイザー派遣時のみの一過性の活動ではなく、持続性のある活動を期待できる団体等であること。
なお、同一目的の派遣については、原則3年を派遣期間の上限とする。

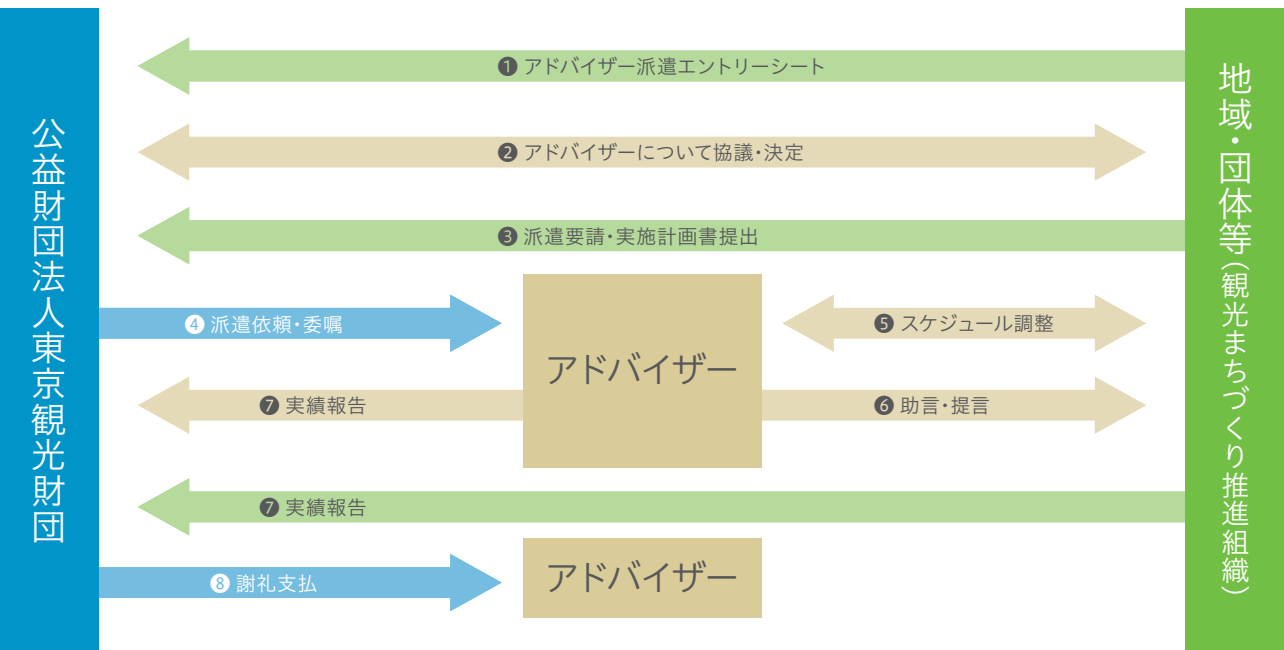
③ アドバイザーの役割

観光まちづくり全般に関連した指導や助言

④ 派遣回数

原則10回以内 (1団体当たり 最大40時間×派遣人数2名=80時間)

事業スキーム (令和5年度)



目次 contents

01	東京都北区における新たなインバウンドツアー造成と観光ガイド育成の取組 (北区)	4
02	地域農産物を活用した加工事業等の検討 (小金井市)	6
03	こくぶんじ観光まちづくり協会の法人化に向けた検討 (国分寺市)	8
04	清瀬市観光協会設立に向けた観光まちづくりアドバイザー派遣事業 (清瀬市)	10
05	檜原村観光協会会員に向けたインバウンド誘致に関する講演会 (檜原村)	12

東京都観光まちづくりアドバイザー人材バンク

当事業の概要はこちらから ➡ <https://www.tokyo-adviser.jp/>



01 東京都北区における新たなインバウンドツアー造成と観光ガイド育成の取組

- 団体名 東京北区観光協会
- 派遣アドバイザー 地方色〜Local color〜 スタンコフ・アレクサンダー・ディミトロフ
- 派遣地域 北区



現状・課題

現状

東京都北区は、渋沢栄一が住んでいた飛鳥山公園に「渋沢史料館」や「紙の博物館」があり、渋沢栄一が創設した「王子製紙」や「国立印刷局」などの近代化遺産群が存在する地域である。また、インバウンド向けの代表的な観光資源として、毎年年末に実施される「王子狐の行列」があり、この行事には多くのインバウンド観光客が訪れる。一方で、北区滝野川にある「旧醸造試験所第一工場（赤煉瓦酒造工場）」は、国の重要文化財であるにもかかわらず、インバウンド向けのヘリテージツーリズムの拠点として持続的な観光活用方法がまだ定まっていないのが現状である。

東京北区観光協会は「北区の新しい価値をイノベティブに創造する」というミッションを掲げ、観光資源の磨き上げを進め、川床舞台やライトアップなどのイベントを実施してきた。今後はさらに交流人口を増やすため、インバウンド向けの観光資源の強化が急務である。

課題

- 以上の現状を踏まえ、以下の課題を抽出した。
- ① 北区のインバウンド向け観光資源に対する認知度が低いため、ツアーやイベントを魅力的に伝えるプロモーション手法の確立が必要である。
- ② インバウンドが、同地でのツアー体験を海外向けに発信できるメディア戦略の整備が求められる。

実施内容

① ガイド育成プログラムの策定

- 実施日：令和5年8月10日（木）
- 内 容：第1回の派遣では、インバウンド施策に関連した基本的なガイド育成について助言が行われ、北区の観光資源をいかにインバウンド向けに届けるかの議論が行われた。
- 実施日：令和5年9月11日（月）
- 内 容：第4回の派遣では、インバウンド向けガイドの手配や研修、台本の作成の重要性が強調された。
- 実施日：令和5年10月24日（火）
- 内 容：第5回の派遣では、ガイド3名に対して北区の観光資源をどう伝えるか、実践的なアドバイスが提供された。
- 実施日：令和5年11月8日（水）
- 内 容：第6回の派遣では、インバウンド向けツアーにおける食文化の説明や対応に関するアドバイスが行われた。ガイドが食事に関する質問に適切に対応できるよう、ペアリングや食文化の知識強化が議論された。
- 実施日：令和5年11月13日（月）
- 内 容：第7回の派遣では、モニターツアーを通してガイド育成の実践が行われ、王子駅周辺での案内方法に関する具体的な助言が行われた。

② OTAサイトやSNSを活用したプロモーション強化

- 実施日：令和5年8月16日（水）
- 内 容：第2回の派遣で、OTAサイトへの掲載やSNSを使った集客方法、さらにモニターツアーの重要性が議論された。
- 実施日：令和5年9月4日（月）
- 内 容：第3回の派遣では、OTAサイトでの予約やキャンセルポリシー、掲載内容の正確さに関するアドバイスが行われた。

実施日：令和5年12月1日（金）

- 内 容：第8回の派遣では、インバウンド向けのモニターツアーのレビュー結果をもとに、SNSを使ったプロモーションや新しい販売手法についてアドバイスが行われた。

③ 持続的な観光ツアーの造成

- 実施日：令和5年8月10日（木）
- 内 容：第1回の派遣で、インバウンド向けの持続可能な観光ツアー造成に関する基本的な助言が行われた。
- 実施日：令和5年11月24日（金）
- 内 容：第8回の派遣で、持続可能なツアー造成を進めるためのツール整備や販売方法に関する助言が行われた。
- 実施日：令和6年3月1日（金）
- 内 容：第9回の派遣では、インバウンド事業の総まとめが行われ、継続可能なツアー造成に向けた最終的な助言が提供された。



成果

① インバウンドツアー造成

インバウンド観光客向けのツアー造成に必要な基本知識を習得し、モニターツアーを通じて新たなコンテンツの開発が進展した。また、ツアーの高付加価値化に向けて、改善点が議論され、具体的なステップが取られた。

② 高付加価値化

価値の高いツアーを実現するために、観光ガイドの質の向上に重点を置き、ガイドの研修や台本の精査が進められた。また、

モニターツアーを通じてツアーコンテンツの磨き上げが行われ、高付加価値化の実現に向けた基盤が築かれた。

③ OTAサイト掲載

OTAサイトにツアーを掲載する際の注意点について学び、特に写真や説明文を通じて北区の観光資源を効果的に伝えるための手法が確立された。また、モニターツアーを通じたフィードバックを反映し、OTA掲載時の魅力的な情報発信が強化された。

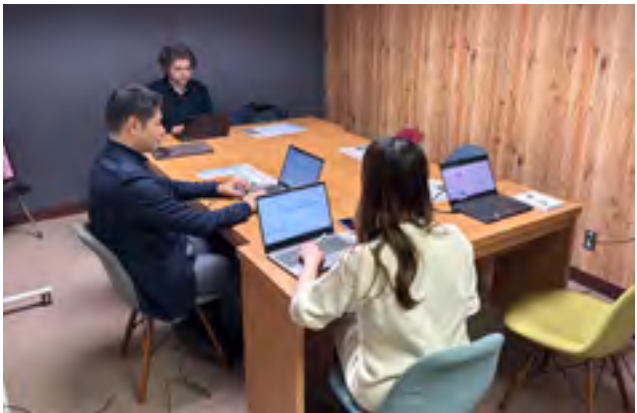
課題

① 観光ガイドの育成と定期的な研修

観光ガイドの質をさらに高めるため、定期的な研修プログラムの実施が必要である。特に、インバウンド向けに対応できる多言語対応スキルや接客スキルの強化が求められており、これに対応するための専門的な研修の継続が重要である。モニターツアーで指摘されたガイドの改善点を踏まえ、より効果的な育成が求められている。

② ツアー造成の強化充実

ツアー造成においては、引き続き地域資源の磨き上げと新たな観光コンテンツの開発が必要である。特に、地域の文化的価値や特有の資源を活用したツアーの内容を精査し、より高い付加価値を持つ観光ツアーを提供するための取り組みが求められている。また、持続可能なツアー造成を実現するために、地域資源を活かした新しい観光モデルの開発が重要である。



今後の展開

① 観光ガイド育成の本格化と体制整備

今後も観光ガイドの育成を継続的に実施し、質の高いガイド体制の確立を目指す。特に、インバウンドに対して、魅力的でわかりやすく地域資源を紹介できるガイドを増やすことで、観光協会全体でツアーの質を一体的に向上させることが目標である。さらに、モニターツアーや定期的な研修を通じて、持続的なツアー造成を支えるガイド体制の整備が進められる。

② 活動広報とブランディングの強化

北区の観光資源の魅力を広めるため、SNSやOTAサイトを活用した広報活動を強化し続ける予定である。特に、ヘリテージツーリズムのブランド力を高め、北区の地域的特色を強調したプロモーションを展開することで、インバウンド観光客に対する認知度向上を図る。また、SNSを通じた海外向けの発信力強化や新しいプロモーション手法の導入により、北区のブランド力をさらに高め、持続的なツアー造成に繋げる活動を推進する。

地域農産物を活用した加工事業等の検討



- **団体名** 一般社団法人小金井市観光まちおこし協会
- **派遣アドバイザー** まちづくりラボ・サルベージ株式会社 代表取締役 大迫 道治 主任研究員 上垣 真子
- **派遣地域** 小金井市

現状・課題

当協会では、都市農地・農業を重要な地域資源ととらえ、コロナ禍の少し前から小金井市民や近隣市住民向けに地場産野菜のPRや農地での収穫体験、コミュニティ農園運営などを通じてまちの交流人口増加を図ってきた。これによって、地場野菜の購買や参加型イベントへの関心が高まったことは実感できたが、野菜や果物の地場産の加工商品や料理用素材商品がほとんどないため、この動きによる経済効果は頭打ち感があつた。

そこで、地域の事業者・農業者と連携して、地場野菜・果物を使った地場産加工商品の開発、そのための設備・機器、加工を楽しむまちをテーマにした参加型・体験型商品開発について検討し、地元事業者の商品開発につなげる「加工事業によるまちの活性化」を課題として設定することで本アドバイザー事業を活用することとした。



実施内容

① 検討体制

地域の事業者、農業者、行政職員、協会職員で加工事業プロジェクトチームを組織

② 実施期間・回数

令和5年7月から令和6年3月まで8回のミーティングを実施

③ 検討会概要

第1回 令和5年7月5日（水）

加工事業の主体の明確化、加工素材と方法の絞り込み、加工を題材としたサービス商品などについて検討
アドバイザー 大迫氏

第2回 令和5年7月18日（火）

加工品対象として漬物の具体化、商品化のためのテスト方法、加工機器（レトルト）の視察検討
アドバイザー 大迫氏

第3回 令和5年8月24日（木）

加工機器（レトルト釜）視察日程の調整、その導入に向けた条件整理、事業スキームの整理・検討
アドバイザー 大迫氏

第4回 令和5年10月10日（火）

レトルト釜及び商品開発事例について檜原村を訪問し、現地調査を実施
アドバイザー 大迫氏、上垣氏

第5回 令和5年11月7日（火）

檜原村現地調査結果を基に、加工機器・施設の情報共有と加工形態について具体事例を参考に検討
アドバイザー 上垣氏

第6回 令和5年12月13日（水）

加工施設の調査結果と真空パックについて検討
アドバイザー 上垣氏

第7回 令和6年1月31日（水）

真空パックのテスト、加工事業の方向性について検討
アドバイザー 上垣氏

第8回 令和6年3月6日（水）

さつまいもを素材とした加工事業展開の検討と、真空パック再テストを実施
アドバイザー 大迫氏、上垣氏

成果

① 加工実施体制の明確化

加工事業を進めるためには、事業者は商品開発を行い、農業者は素材の提供やワークショップでの連携を行い、まちおこし協会が場所や機器類・ワークショップ等のサービス商品の提供などを行うという実施体制が明確化した。

② 加工方法の具体化

商品化した場合に保存が効くものという観点から、加工方法は漬物やドライ商品等で作業が容易なものに絞りこむことができ、事業の具体化が可能となった。

③ 加工機器の具体化

加工商品の商品化に向けて、商品の保存性の向上が焦点となるが、そのために活用可能な加工機器（レトルト製造機や真空パック機）の導入について具体的な検討ができたことで、商品化から販売まで視野に入れることができた。

④ 加工のサービス事業化

加工体験をワークショップ等で楽しむ一般消費者向けの参加型・体験型サービスとして提供する形の観光事業が可能となった。



課題

① 実施体制強化

これまで検討した加工事業を継続し地域展開していくためには、実施体制の強化に向けて、事業内容について理解し、加工による商品開発に意欲的に取り組める事業者（主に事業者）の参加拡大が課題である。今後、プロジェクトチームメンバーを中心に地域事業者に呼びかけていく必要がある。

② 事業環境の整備

加工事業を地域展開するためには、事業環境を整備する必要がある。そのために、当面必要な加工機器の選定と取得方法の明確化、必要資金の明確化と補助金も含めた取得方法の検討が課題である。

③ 体験型サービスの検討

一般消費者向け体験事業については、「②事業環境の整備」の課題解消の取組に合わせて、サービスメニューの検討・試行を繰り返して提供可能なサービスの具体化を図ることが必要である。



今後の展開

① 事業展開

当面、加工素材としては「扱いやすさ」という意味でさつまいもを対象とする。すでに素材としている商品も含めさつまいも素材の商品開発を進め、販売に必要な加工機器（保存用機器等）の導入や販売場所の特定を図り、令和6年度中には事業商品として販売を検討したい。

② 課題の解消

「①事業展開」を進めるために、「今後の課題」で挙げた3つの課題解消を早急に進める。そのため、これまでと同様に月1回程度のプロジェクトチーム打ち合わせを開催し、体制の拡大、機器導入の具体化などを一つ一つ丁寧に進めていく。

③ 資金の検討

事業継続に必要な資金については、加工機器のリース等により、多額な一時資金が必要にならないような事業展開を基本とする。また、必要に応じて対応する補助金も利用できるように展開を検討する。

こくぶんじ観光まちづくり協会の法人化に向けた検討

- 団体名 こくぶんじ観光まちづくり協会
- 派遣アドバイザー 公益財団法人公益推進協会 代表理事 福島達也
- 派遣地域 国分寺市



現状・課題

こくぶんじ観光まちづくり協会の法人化に向けて、令和4年度に観光まちづくりアドバイザー派遣事業を活用し、必要な諸手続きを整理するとともに、法人の基本的事項や組織体制の構築について助言をいただきながら、法人化基本方針を策定した。

令和5年度中に法人を設立し、速やかに事業や財産等を移行すべく、法人化基本方針に沿った定款の作成や法人登記手続、また、法人協会の事務運営に関する助言をいただきたいと考えている。



実施内容

■第1回 令和5年11月27日(月) 「検討状況の振り返りと進捗報告」

- ・協会法人化に係る検討状況の振り返りと進捗の報告
- ・定款(案)に対する助言
- ・法人設立時及び設立後に必要な手続きの確認

■第2回 令和5年12月18日(月) 「定款の検討について」

- ・定款(案)に対する助言

■第3回 令和6年1月11日(木) 「法人登記申請について」

- ・定款(案)の最終確認
- ・定款認証及び法人登記申請に必要な資料の確認
- ・設立時社員総会の決議事項に対する助言

■第4回 令和6年3月4日(月) 「法人協会への移行について」

- ・法人登記完了の報告
- ・任意団体から法人協会への移行手続きや法人協会の運営に関する助言
- ・定款の法的解釈に関する助言

■第5回 令和6年9月17日(火) 「法人協会の運営について」

- ・特定の事業に係る特別会計の設置に対する助言
- ・役員の職務執行状況報告や辞任に伴う手続きに関する助言
- ・理事会の開催方法や収益事業に係る税務対応の確認

成果

①定款の作成

観光協会の組織目標や運営体制に即した定款を作成することができた。

②法人の設立及び財産等の移行

令和4年度に策定した法人化基本方針のとおり、令和5年2月14日付けで法人を設立し、財産等を任意団体から法人団体へ滞りなく移行することができた。

③一般社団法人に対する理解向上

法人運営に係る具体的な事例紹介や法律上必要な事務手続等を助言いただき、一般社団法人の理解を深めることができた。

課題

①観光協会の自立化に向けた自主財源の確保

②会員向けインセンティブの検討と会員増強活動

③国分寺市役所の移転に伴う、新たな観光案内窓口の設置



今後の展開

①段階的な事業拡大

観光協会の自立化に向けた財源確保を見据え、これまで実施してきた事業のブラッシュアップを進め、段階的に事業拡大を図る。

②関係団体との連携強化と会員の拡大

会員向けのインセンティブを検討した上で、会員増強活動を実施するとともに、市内関係団体との連携強化を図る。

04

【令和5年度】

清瀬市観光協会設立に向けた観光まちづくりアドバイザー派遣事業



- 団体名 清瀬商工会
- 派遣アドバイザー 一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社 専務理事兼事務局長 井上正幸
- 派遣地域 清瀬市

現状・課題

清瀬市は東京都の多摩地域北部に位置し、都心へのアクセスが良いが豊かな緑、清らかな川など武蔵野の原風景を残すベッドタウンで、福祉・医療関係機関が集積し、市域の約2割を農地が占めるなど都市農業が盛んである。しかし、地理的要因や歴史的背景からか名所旧跡等の観光客を呼び込めるような観光資源が乏しい。そのためか、清瀬市には観光振興計画など観光に関する個別計画は無く、観光協会が存在しないなど、これまで観光施策について戦略的に取り組むことが困難であった。

清瀬市と清瀬商工会との間で観光協会設立に向けた具体的な検討が始まったのは令和5年6月頃からである。その後、検討が重ねられ、令和6年4月の設立に向け、令和5年10月清瀬市から清瀬商工会に対して職員が1名派遣となり、設立準備室を立ち上げ観光協会設

立に向けて本格的な検討を開始した。

短期間で観光協会を設立する必要があることから、当事業を活用して効率的に準備を進めることとなった。



実施内容

- ・名所旧跡など、いわゆる「観光」という言葉でイメージする観光資源が乏しい清瀬市において、新たに観光協会を設立することとなり、アドバイザーとして井上氏の派遣を依頼した。井上氏は、観光協会の設立や事務局長経験など知識と経験が豊富なうえに行政職員であるため、政策形成過程を意識した助言・指導が可能で大変参考になった。
- ・清瀬市長、清瀬市副市長、清瀬商工会会長への挨拶を兼ねて観光に対する考えや想いをヒアリングし、観光協会に対する考えや観光協会に期待する役割、観光施策の展望などを伺うことができた。
- ・観光施策に関する多様な主体の役割分担について助言・指導を受け、観光協会、市役所、商工会がどのように関わる必要があるか、魅力的な観光施策を実施するためにはそれぞれの持つ強みを活かすことが不可欠であると学んだ。

- ・井上氏より、清瀬だからできる観光施策の方向性や観光協会が担うべき役割の提示、東京観光財団助成事業のメニュー紹介や活用方法なども情報共有された。



成果

- ①観光協会設立に向け、会則、事業計画、収支予算等の必要書類が準備できた
- ②清瀬市長、清瀬市副市長、清瀬商工会会長が抱く清瀬市の観光に関するイメージをヒアリングにより把握できた
- ③令和6年4月1日に「清瀬市観光協会」を設立



課題

- ①戦略的な観光事業を実施するための事業計画の策定
- ②市内外の観光に関するステークホルダーとの関係性の構築

今後の展開

- ①戦力的な観光事業を実施するための事業計画の策定
- ②観光資源の発掘や既存の観光資源の磨き上げ
- ③特産品の開発やイベント等の事業化
- ④市内産品を中心としたアンテナショップの運営に向けた検討

檜原村観光協会会員に向けた インバウンド誘致に関する講演会

- 団体名 一般社団法人 檜原村観光協会
- 派遣アドバイザー 地方色～Local color～ スタンコフ・アレクサンダー・ディミトロフ
- 派遣地域 檜原村



現状・課題

檜原村観光協会としてはインバウンド対策の事業を実施したことはなく、インバウンド市場に関する情報収集や訪日外国人旅行者及び観光関連事業者に向けた情報発信ができていない。

会員からも「インバウンドについて取組を始めるべきではないか」という声が出ている。

観光関連事業にインバウンドに関する知識がなく、会員間で受入の積極性に差がある。

檜原村としては、5年以上前に英語、繁体字、簡体字、韓国語の総合パンフレットを発行し配布しているが、改訂をしておらず情報の更新ができていない。



実施内容

①第1回 令和6年2月28日(水)

- ・会員向け講演会の実施内容について打ち合わせ
- ・観光協会による実態説明とアドバイザーによる助言

▼助言内容

- ・檜原村にとって適切なターゲティングが重要である。
- ・自然資源に頼るのではなく付加価値のある商品・コンテンツが必要である。
- ・コンテンツを造成する事業者やアウトドア関係の事業者が檜原村でのインバウンド受入を率先して取り組むことが有効である。
- ・西多摩地域や秋川流域での広域連携が重要である。
- ・価値のあるコンテンツ造成やガイド、多言語対応などが重要であるが、コンテンツを造成し募集をしたからと言ってすぐに効果が表れるものではないため、長期的な視点で取り組んでいく必要がある。

②第2回 令和6年3月12日(火)

- ・檜原村の実態確認のための事業者(旅館・飲食店)訪問
- ・会員向け講演会の実施

▼講演会の流れ

- ①日本国内のインバウンドの動向についての最新情報
- ②多摩地域や檜原村で誘致していくべきターゲット層
- ③コンテンツ造成において重要なこと

- ④他地域の事例紹介
- ⑤質疑応答

▼概要

コロナ後の観光需要が急回復となった令和5年に、観光立国推進閣僚会議により新たな観光立国推進基本計画が決定され、国の観光戦略が策定された今、各地域が観光立国に向けて何を備えるべきかについて下記の3つのポイントを説明した。

- ①現在や将来のトレンドを把握し、自地域に適した資源がないか徹底的に調べてみること。
- ②従来のインバウンドターゲットの見直しや特定化。
※新たなターゲットにすべき層としていわゆる SIT (Special Interest Traveler、特定の分野に興味ある旅行者)を提案した。
- ③観光コンテンツに付加価値をつけ、サービスを向上させること。

▼参加会員によるアンケート回答結果

- ・楽しかった、わくわくした、という回答が多かった。
- ・檜原村でのインバウンド誘致／受入についての可能性や必要性について、「必要であり可能だと思う」という回答が最も多かった。
- ・回答者全員が今後も同様の講習会の開催を希望している。

成果

インバウンド誘致に関する知識やノウハウがない中で最新動向や目指すべき方向性を専門家から聞くことで、「自分たちには何ができるか」を考える機会となり、インバウンド誘致が会員にとって自分事となった。



課題

①観光事業者が抱えている課題や不安の把握

②檜原村及び檜原村観光協会によるインバウンド誘致に向けた具体的な取組の開始



今後の展開

- ①観光事業者の実態把握と課題解決や不安解消につながる勉強会や情報提供の継続的な実施
- ②檜原村におけるインバウンド誘致に向けた行政との連携