

しのばず和めぐりの会 サステナブル・ツーリズムを推進するための準備事業

●団体名 しのばず和めぐり協議会



現状・課題

不忍池南に位置する「しのばず和めぐり」エリアは、江戸時代から寛永寺の門前町、花街として栄え、今もなお和の工芸店、演芸場（落語）、食事処、甘味処、土産店が点在する東京らしさが色濃く残るエリアである。しかしながら、雑多なカルチャーが混在する上野地区のなかに埋もれて、このエリアの特色が認知されていないのが現状である。当エリアの歴史的なストーリーと共に江戸からつながる和文化を見て、知って、体験できるサステナブル・ツーリズムを推進することで、「もうひとつの東京・上野」として認知度を高め、まちの魅力を発信し、観光消費により伝統文化が守られる仕組みを構築する。成田空港からの発

着駅「上野」において、インバウンド客に対しては江戸東京らしい和にまつわる体験を提供し、地域の住民に対してはまちに誇りを持てるように促す。また、往年の課題である上野の森（美術館・博物館など文化財ゾーン）と町の回遊性の向上や、風俗店増大による治安の悪化など地域の環境の改善を促進する。それと共に、伝統工芸そのものに内在するサステナブルな価値を国内外に発信していく。今回はこのようなサステナブル・ツーリズムに向けて、魅力発信のプラットフォームの整備、コンテンツ開発、コンテンツ販売のための整備をおこなうのが目的である。

実施内容

- ① 地域住民・事業者を対象としたワークショップの開催
- ② まちあるきまっぷのリニューアル
- ③ Googleマップ勉強会の実施
- ④ 地域資源調査の実施
- ⑤ 体験コンテンツの造成・モニターツアーの実施
- ⑥ ツアーテスト販売
- ⑦ 小イベントを2回実施
- ⑧ HPおよびSNSアカウントを開設



成果

- ① 地域資源の魅力を再認識するためのワークショップを開催し、本取組のめざすところを共有し、賛同を得た。
- ② 情報を再整理し、賛同いただいた和の工芸店や老舗の飲食店に設置した。また、京成上野駅の観光案内所にも常設している。（在庫ある限り継続予定）
- ③ 域内の事業者を対象として専門家を招聘し、Google ビジネスプロフィール勉強会を開催した。Google Mapの仕組みを理解し、情報発信の実践につながるノウハウを学んだ。（※この勉強会はまちあるきまっぷがなくても各事業者が適切にタイムリーな情報を発信できるよう、エリア全体の情報整備の一環として行ったもの。）
- ④ 和の工芸店への取材を通じ、魅力発信のためのコンテンツ（テキスト・写真等）を収集し、体験コンテンツの造成につなげた。
- ⑤ 体験コンテンツをつくりあげ、それらをつなげた「まちあるき」を造成した。モニターツアーは合計3日延べ8本のツアーを催行し、計50名が参加した。実施しながら、コンテンツとツアーのブラッシュアップを行った。
- ⑥ 日本人向け・インバウンド向けにテスト販売を行った。インバウンド向けのツアー実施では、モニターツアーを通して通訳ガイドとガイディングシナリオについて事前に打合せし、地域の魅力が伝わる手法について協議した上で実施した。
- ⑦ 春と夏に2回実施し、エリアの認知向上、域内住民・事業者との連携や理解促進につなげた。
- ⑧ 情報発信のプラットフォームとしてのHP・Instagramを制作した。



今後の展開

- ・連携ホテルとの協業拡大（宿泊者および予約見込み者を対象としたエリア情報提供、体験の販売、イベントの共同開催、体験付き宿泊プランの造成等）・連携ホテルの拡大（最大3ホテル）
- ・小中高生を対象とした見学・体験プログラムの開発、観光教材（探究学習）の導入。地元小中学校を対象とした校外学習の受入れ
- ・エリア一帯のイベント（夏祭り、蓮の見ごろ、桜開花、研究機関の実証実験等）との連携継続

北区観光案内・魅力伝道師の養成

●団体名 一般社団法人東京北区観光協会



現状・課題

国重要文化財である「旧醸造試験所第一工場」は、日本の酒造りの発展に貢献した「近代日本酒の聖地」として歴史的に非常に高い価値をもっている。通常は予約制となっているが、管理指定である「公益財団法人日本醸造協会」により、年に複数回のセミナー開催や「東京文化財ウィーク」による無料開放などが実施されている。

北区観光協会はこれまで、「赤レンガフェス（令和元年）」「北区紙フェスタ（令和4年）」「プレミアムガイドツアー（令和6年）」「日本酒・飛栄の商品開発」を通じて、この場所の“建物の歴史×酒の歴史”などを発信していくための活用を行ってきた。日本の「伝統的酒造り」が無形文化遺産に登録されたことか

ら、聖地である同所への注目や地域振興を目的とした活用の必要性はより高まっていくと考える。

これまでの実績から、サステナブル＝持続性をもって同施設を活用していくためには、コンテンツ醸成だけではなく“仕組み作り”が必要であり、その一つとして有償案内人の養成が挙げられる。この養成によりコンテンツの質のみならず高付加価値や高単価化につながり、質の高い案内の実現とサービス提供数（量）の充実を図ることが可能になる。この取組では、有償案内人を通じてベニュー自体の価値をあげることで、北区の観光地としてのブランディング向上につなげ、持続可能な観光に寄与することを目指す。

実施内容

令和7年2月から7月にかけて「北区観光案内・魅力伝道師養成講座」を7回のプログラムで実施。日本の酒造りの発展に貢献した「日本酒の聖地」として歴史的に非常に高い価値を有する国重要文化財「旧醸造試験所第一工場」を持続性（サステナブル）をもって活用していくため、コンテンツ活用に向けた“仕組みづくり”の一つとして有償案内人の養成を図り、北区の観光地としてのブランディング向上につなげ、持続可能な観光に寄与することを目的に実施した。

■全体スケジュール

令和6年2月 業務委託契約締結

令和7年1月 養成ガイドライン素案作成・養成プログラム企画・テキスト作成・参加者募集

令和7年2月 養成講座実施・全講座終了後に東京北区観光協会が管理する登録リストへ登録・ガイドライン作成

■講座の各回プログラムと参加人数

回数	日時	会場	テーマ	参加人数
第1回	令和7年2月26日（水）19：00～	QUAD17	観光案内人の意義・役割と実態	17名（うちオンライン4名）
第2回	令和7年3月12日（水）19：00～	赤羽イノベーションサイト	案内人ツアーの組立て方（準備と実演）	13名（うちオンライン6名）
第3回	令和7年4月12日（土）10：00～	旧醸造試験所	旧醸造試験所について	15名（うちオンライン1名）
第4回	令和7年5月21日（水）19：00～	赤羽イノベーションサイト	伝統的酒造り・醸造文化・日本酒	14名（うちオンライン5名）
第5回	令和7年6月11日（水）19：00～	赤羽イノベーションサイト	チームで考える案内人ツアーコース	13名
第6回	令和7年7月12日（土）9：00～	北とびあ1F（※集合）	企画した案内人ツアーコースの実演【実践】	15名
第7回	令和7年7月23日（水）19：00～	赤羽イノベーションサイト	観光案内人としてのスキルアップ+α	13名（うちオンライン3名）



1回目



3回目



3回目施設案内

成果

■受講者数

養成講座申込数 26名

養成講座終了後のリスト登録者数 20名

■登録者の属性

性別 男性8名/女性12名

年齢 50代～60代

■成果物

「観光案内人の心得&地域情報」テキスト 表紙・裏表紙を含む88頁

観光ガイド養成にかかるガイドライン

■まとめ

本講座は、現地とオンラインのハイブリッド形式を基本とし、前半は北区の歴史や文化、観光資源に加え、案内人としての役割やマナー、スキルについて学べる内容とした。中盤では、赤煉瓦酒造工場や醸造文化・日本酒に関する講座を実施し、座学だけでなく実際に施設内を巡ったり、製造工程の異なる日本

酒を飲み比べたりする体験を取り入れることで、理解をより深める構成とした。

後半では、グループワークを通じて、実際に伝道師の案内による実践も行った。最終回はスキルアップ講座と共に、全体の振り返りや意見交換の場を設け、参加者とのコミュニケーションを図ることで、今後の活動への意欲向上にもつながった。受講者へ講座を繰り返し学習できるように、テキストの配布及びアーカイブの配信を行った。

本講座では有償案内人として活躍できる人材の育成を目的に「観光の知識」や「案内力」だけでなく、「東京都北区=日本酒の聖地」という文化的背景の発信も重視した。そのため、赤煉瓦酒造工場の歴史や日本酒に関する知識を併せて習得してもらうことで、観光産業として赤煉瓦酒造工場を活用していくための準備を整えることが出来た。一方で養成講座を受講してもすぐに実践に移ることへの不安を抱える声も多く、自主的な継続学習や実践練習の必要性についても併せて伝えた。

継続的な関係を構築していくうえで、年に1回の定例会や、実地での経験を積むことが出来るよう機会提供を行う。



YouTubeでのアーカイブ配信



「観光案内人の心得&地域情報」テキスト

今後の展開

・定期開催のツアーにてOJT参加

「赤煉瓦酒造工場を中心とした観光ツアー」や「北区花火会」など、東京北区観光協会が連携している事業において魅力伝道師が案内人として参加し、実地での経験を積む機会を提供する。

・サステナブルツーリズムB（この事業の実践）との連携

採択を受けている「サステナブルツーリズムB」にて、イベント（ツアー）の実施を予定しているため、案内人として魅力伝道師を募る。

・定例会の開催

継続的な関係構築を目的に年に1回の定例会を開催。北区の最新情報や日本酒に関する知識の共有を通じて、案内人としての情報のアップデートを図る。

・継続的な連携

今後、観光協会が主催・協力するイベント（ツアー）をはじめ、案内が必要になる際は、魅力伝道師の登録者リストの中から依頼をして継続的な連携を図る。