

## コロナ禍における観光施策「#東京都北区帰宅メシ」プロジェクト (一般社団法人東京北区観光協会)

### 1. 背景

令和2年は新型コロナウイルスの感染拡大という未曾有の危機によって多くの産業が大打撃を受けた。そのなかでも、出入国制限や外出自粛で観光業は大きな影響を受けており、令和3年に入っても深刻な状況が続いている。東京都下の観光協会においても、令和2年3月頃より観光客の減少、大規模イベントの中止など例年実施していたPRや集客はほとんどできなくなってしまった。

本事例では観光業にとってこれまでにない厳しい状況の中で「観光協会として今できることは何か」を模索し、東京北区観光協会（以下「北区観光協会」という。）が取り組んだ「#東京都北区帰宅メシ」のプロジェクト（以下「本プロジェクト」という。）を紹介したい。令和2年4月の緊急事態宣言以降、飲食店支援の取組は全国様々な地域で実施され、大きなムーブメントとなったが、そんな中で北区観光協会の取組が大きな反響につながったのには、スピード感を持った取組姿勢やSNSを使った情報発信といったいくつかのポイントがあり、そのプロセスや工夫等が地域活性を行ううえでのヒントになると考える。

### 2. 本プロジェクトの取組経緯（企画から開始まで）

東京都北区は東京23区の北部に位置し、王子駅や赤羽駅を主要駅に抱えるエリアである。都内においては観光地というよりも居住エリアという印象が強いが、旧古河庭園や飛鳥山公園といった観光スポットもあり、近年では商店街や居酒屋などの飲食店も北区の魅力の1つになっている。しかし、北区も令和2年3月以降新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。3月下旬、例年であれば王子駅の音無親水公園の桜のライトアップが始まる頃であるが、新型コロナウイルスの影響ですでに中止が決まっており、区外からの集客はもちろん、区内の人の動きも停滞しており、観光協会として強い危機感を感じていた。

そうした中で始まったプロジェクトが「#東京都北区帰宅メシ」。北区観光協会の担当者坪内さんはプロジェクトが始まったきっかけについてこう話す。「コロナ禍になり、観光集客ができないなか、観光協会として何かできないかということを考えていました。大分県別府市ではじまった『エール飯』のような飲食店支援の取組を見て、テイクアウト関連の企画を漠然と考えていたところ、地域の飲食店の1つから、一緒に飲食店を支援する取組をやらないかと相談されたのがきっかけです。とにかく地域を盛り上げようという意気込みで、観光協会として本プロジェクトを開始することにしました」。

その飲食店というのが王子駅前にあるレストラン「TAGEN DINING CAFE」（以下「TAGEN」という。）。TAGENのマネージャー田村哲朗さんに北区観光協会へ相談した理由を伺った。

「新型コロナウイルスが欧米で流行している状況をニュースで見て、近いうちに東京で

も同様のことが起こるだろうと考えていました。うちでは早々にテイクアウトを中心とした営業形態にシフトし、最初は飲食店同士のネットワークの中でテイクアウトの取組を発信していましたが、個々の飲食店だけでは限界がありました。個々の飲食店の方が動きは早いのですが、行政を巻き込んだ方が発信力は大きい。北区観光協会さんが WEB サイトや SNS を使った発信力があることを知っていましたし、一緒に行えば行政の協力も得やすくなるのではないかと考え、相談しました。Instagram のハッシュタグを使って拡散したかったので、そういったことに慣れている点も組み合わせてもらった理由の1つです」と話す。

3月31日に初めてプロジェクトに参画する飲食店と打ち合わせを行い、4月1日には WEB サイトのリリースをした。プロジェクト自体は飲食店のテイクアウト情報を PR するというシンプルなものだったが、多くの人に利用してもらうためには次の4点が必須だと考え、すぐに着手した。

1つ目はこのプロジェクトにネーミングをつけること。持って帰って食べる（帰宅して食べる）ということを中心に、「東京都北区帰宅メシ」と名付けた。2つ目は何の取組かすぐ分かってもらえるよう、かわいくてわかりやすいロゴをつくること。パッと見た時に何の取組か分かってもらえるように、プロジェクト名と持ち帰りバッグのようなイラストで構成したロゴを協会スタッフのデザイナーが作成した。3つ目はテイクアウト店をマップに落とし込み、WEB 上で掲載すること。飲食店には登録フォームから情報を登録してもらい、その情報を地図上に落とし込みアイコン表示をさせることでどのエリアにどの程度対象店舗があるのか視覚的に分かるようにした。4つ目はそれらを SNS で発信すること。Instagram を中心に、Facebook、Twitter で本プロジェクトのアカウントを作り、発信した。初回打ち合わせからわずか1日というスピード感である。



#東京都北区帰宅メシのロゴ、SNS



ポスター

北区内でテイクアウトしたものを「#東京都北区帰宅メシ」をつけて SNS に投稿したら、北区観光協会の SNS で拡散する、ということをお願い、テイクアウトで食べたものをシェアすることが区内の飲食店支援や地域の活性化につながるということを発信していった。

また、SNSだけでなく、東京商工会議所北支部の協力を得てポスターの配布・掲示も行い、地元住民に対しても本プロジェクトのPRを行っている。

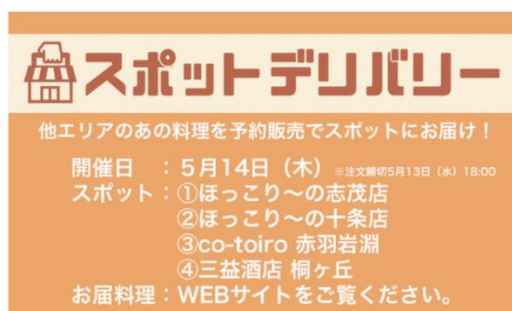
このスピード感と令和2年4月7日の緊急事態宣言発令のタイミングもあいまってニュースバリューが生じ、本プロジェクトはテレビ各局、大手新聞紙など多くのメディアで取り上げられ、さらなる盛り上がりにつながることになる。

### 3. 本プロジェクトの取組内容・工夫

早期リリースをしたこともあり、リリース後も日々改善を重ねていった。

利用者から「店舗はカテゴリ別に並べてほしい」という要望を受け、マップ上の店舗を洋食、カフェ、和食といったカテゴリ設定し、掲載。Instagramを使った発信ではリポスト（他のユーザーの投稿を自社アカウントで引用・シェアすること）の方が嬉しいという声が多かったため、リポストをメインとすることにした。

利用者が増えることで北区観光協会には様々な要望があがってきたが、その声を実現させ、人気企画となったのが「スポットデリバリー」。利用者から「王子駅周辺にテイクアウトしたいお店があるが、赤羽駅周辺に住んでいてなかなか買いにいけない」という声を受けて立ち上げた企画である。「スポットデリバリー」は特定のスポットをいくつか設けて、そのスポットにテイクアウト飯を届けるという仕組みになっており、その店舗まで行く必要はない。利用者は自宅から一番近いスポットに取りにいけばいいのだ。



スポットデリバリーのPR画像



TAGENのテイクアウト弁当

この企画は事前予約制とし、4月と5月に数回ずつ実施した。ちょうどその頃は小学校が休校となっていたため、子育て中の方々が集まるコミュニティをスポットに設定し、人気を博した。人気企画ではあったが、継続するには届ける人やスポット、飲食店との連携など仕組み上の課題があり、現在は行っていない。

一方、飲食店が登録店舗として参加したい場合はサイト内の登録フォームから申請を行うことができる仕組みになっている。

SNSの投稿を見てこの取組を知り応募してくるお店や、飲食店間の紹介で参加してくる

お店など、現在登録飲食店の数は161店舗にのぼる（令和3年3月10日時点）。

北区帰宅メシのSNSを見て買いに来たという利用者も多く、飲食店からも好意的な意見が多かったが、夏に入ると食中毒のリスクが高まり、テイクアウトを実施することに不安を覚える声があがった。そういった不安を払拭するため、7月には民間の保険会社と一緒にオンラインでのリスクセミナーを北区観光協会が主催している。温度管理や販売方法などテイクアウトだからこそそのリスクや不安を解決するような内容とした。

本プロジェクトを実施したことで利用者と飲食店だけでなくさらなる広がりもあった。地元の信用金庫が主催している医療従事者支援のプロジェクトで「#東京都北区帰宅メシ」の登録店舗のごはんをテイクアウトして区内の医療機関に届けるという取組だ。こちらは行政と連携して行い、今でも仕出し弁当という形で継続している。地域の事業者や個人から協賛金を集めて行っているプロジェクトで、お弁当を買いに行く時間もない、病棟の外に出るのも難しいという医療従事者の方からは「嬉しい」という声大きい。地元の信用金庫と北区観光協会のつながりがあったことに加え、本プロジェクトの仕組みを利用できたことによる北区だからこそできた取組みだ。

本プロジェクトは令和2年4月～6月にかけて一番の盛り上がりを見せ、県境の移動自粛が解除されたことや飲食店の営業再開が増えたことにより、その役割を縮小していった。

TAGENの田村さんは「この取組をして本当によかった。4月はテイクアウトのみの営業としていたが、テイクアウトでも一定の売上は確保できたし、これまで来店の少なかった客層も北区帰宅メシをきっかけにリピーターになってくれて、夜の営業を再開した際に来店してくれるということにもつながっている。また、距離が離れていて普段付き合ひのない飲食店との付き合いもできた」と話す。

本プロジェクトの一番の目的は、「飲食店を支援して、地域を盛り上げよう」という点であり、実施したことにより、観光協会にとっては多くの飲食店とのつながりが生まれ、飲食店にとっては売上や新しい客層の獲得につながり、利用者にとっても地元の飲食店を再発見し、発信する楽しみが生まれた。

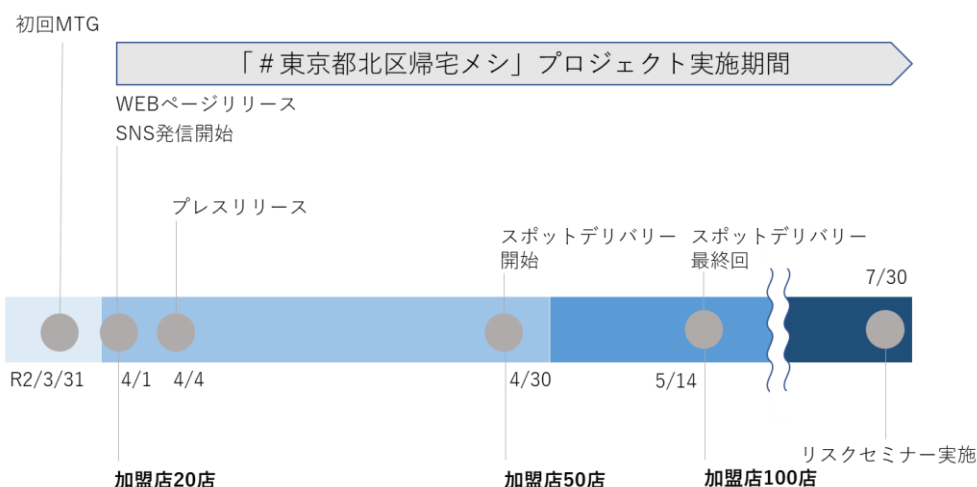
メディアでの取り扱いやSNSのフォロワー、投稿数が増加したといった大きな広告効果もあり、本プロジェクトが北区自体のPRにも大きく寄与していることが伺える。

<参考>「#東京都北区帰宅メシ」のSNSアカウント実績（令和3年3月10日時点）

- ・Instagram：フォロワー1,609人 「#東京都北区帰宅メシ」累計8,603post
- ・Facebook：フォロワー953人
- ・Twitter：フォロワー1,214人



### ○本プロジェクトの流れ



### ○本プロジェクト関係者

#### <発起人>

田村 哲朗 (TAGEN DINING CAFE)、東京北区観光協会

#### <プロジェクト主催 (企画/統括) >

東京北区観光協会

#### <登録店舗への呼びかけ/PR 協力/情報提供>

有志飲食店事業者

#### <その他協力>

北区役所 (プレスリリース協力)、東京商工会議所 北支部 (ポスター等 PR 協力)、北区商店街連合会 (ポスター等 PR 協力)

## 4. 本プロジェクトのポイント

数あるテイクアウトの取り組みの1つではあるが、なぜここまでスピード感をもった取組ができたのだろうか。

担当の坪内さんは「行政にはプレスリリースの支援をいただきましたが、ほぼ内製で行ったのでこのプロジェクトにかかった費用は印刷費くらいです。協会スタッフにデザイナーがいますし、私がもともとWEB制作の仕事をしていたため、サイトやコンテンツの制作は自身で行いました。WordPress (ホームページ制作ソフト) を使用して新規のコンテンツの作成もしやすくしているので最近はそのスタッフも更新作業を行っています。当協会は23区内最後発で平成29年1月設立のため、他地域との差別化をするためにも、これまでエッジの効いたコンテンツを作っていくことを大切にしてきました。制作できる環境が整っていたことも今回いち早く企画を実現できたポイントなのかもしれないですね」と話す。

北区観光協会は設立年数が浅いからこそ、協会の個性を重視し、自分達で制作物を作れる環境をつくってきた。そういった風土が推進力になっていることは間違いないが、短期間で

実現できた要因は北区観光協会の日頃の取組があったからではないかと考える。具体的なポイントは2つある。

1つは従来から一緒にイベントを行ってきた飲食店や団体とのつながりである。本プロジェクトの発起人であるTAGENの田村さん然り、本プロジェクトが地域内で広がった背景には、つながりのある飲食店や団体の方々に発信を頼んだことも大きい。スポットデリバリーでお届けスポットとなった施設もつながりがあったからこそ協力してくれている。

もう1つはSNSを使った情報発信・ファンづくりを積極的に行ってきたことである。北区内のインスタ映えするスポットの投稿を呼びかける企画「フォトジェニックマップ」を近年行ってきたこともあり、北区観光協会のアカウントに取り上げてもらうことを喜ぶファンもいる。観光協会が中心となって地域の人々が発信者にも利用者にもなれる土壌をつくってきたからこそ、本プロジェクトでもSNS投稿が盛り上がったのではないだろうか。

当財団においても今年度は都内観光協会向けにオンラインの街歩きツアーを支援したり、SNSや動画を使った情報発信の研修を行ったりとオンラインを活用する取組をしてきた。多くの人に発信することが特定メディアの特権ではなく、個人でもできる時代だからこそ、観光協会にも強い発信力が求められてきているのかもしれない。

## <おわりに>

今回取材依頼をするにあたって、飲食店支援の取組主体の多くが地元の商工会や商店街連合会のなか、なぜ北区においては観光協会が主体となって実施したのか気になっており、担当の坪内さんにお伺いしてみました。

「観光協会として今何ができるかを考えた時にこれだったんです。ちょうど飲食店の方から相談いただいたことも大きかった。プロジェクトを運営していくなかでは商店街さんにも色々協力いただいています。」

自分達が「今できることをやる」というシンプルな考え方、姿勢にハッとさせられました。余計な先入観を持たず、自分達が今持っているものでできることは何かを考え、どこよりも早く行い、それを形にする、ということが地域の大きな魅力になり、価値になるということを体現している例ではないでしょうか。そして、一度形にした後も利用者の声を聞きながら最適な形に常に変化させていくという点も重要な視点だと本取材を通じて改めて気づかされました。

【取材協力先】	一般社団法人東京北区観光協会	坪内 雄佑 様 / 盛 汐里 様
	TAGEN DINING CAFE	田村 哲朗 様
【取材日時】	令和3年1月19日、令和3年3月1日	
【関連リンク】	#東京都北区帰宅メシ <a href="http://prkita.jp/kitakumeshi/">http://prkita.jp/kitakumeshi/</a>	

(地域振興部事業課 小山)