

現状・課題

豊島区は宿泊者数や電車の乗降客数による人の往来が確認されるものの、区外観光地の「宿泊場所」に留まり、区内回遊がなされていない現状である。よって、来訪者に対して地域内の周遊を促し、消費促進につなげていく必要がある。

実施内容

上記課題解決のため、以下のマーケティング調査を実施した。なお、調査結果の分析・事業計画の策定の各段階において、アドバイザーを活用し、助言を求めた。

<マーケティング調査>

A.既存の文献・資料、WEBサイト等から有用となる二次データの収集による基礎調査

調査目的・手法	・区内の回遊性向上、消費促進に向けた事業計画の策定に有用となる二次データ等を収集 ・既存調査レポート・文献、WEBサイト等より収集した情報を整理
調査期間	・2021年11月～2022年4月

I.豊島区内事業者への観光資源調査

調査目的・手法	・隠れた観光資源の発掘を目指すとともに、事業者が観光協会に期待する役割を把握 ・有用な情報収集のため事前にアンケートを実施し、その後ヒアリング調査を実施		
調査期間	・事前アンケート：2022年1月 / ヒアリング：2022年1月～6月		
調査対象	・豊島区内事業者	サンプル数	・アンケート：54件/ヒアリング：60件

ウ.地域住民への観光意識調査

調査目的・手法	・隠れた観光資源の発掘を目指すとともに、区民が観光協会に期待する役割を把握 ・有用な情報収集のため事前にアンケートを実施し、その後ヒアリング調査を実施		
調査期間	・事前アンケート：2022年1月 / ヒアリング：2022年1月～6月		
調査対象	・豊島区内住民	サンプル数	・アンケート：53件/ヒアリング：20件

エ.旅行サイトやSNS・口コミサイト等でのモニタリング調査

調査目的・手法	・分析対象の施設/店舗について旅行者目線の優位点・課題点を定性的に把握		
調査期間	・2022年4月～7月	調査ワード数	・40ワード

オ.街歩きモデルコースを活用した人流及び興味度調査

調査目的・手法	・旅行者のニーズに沿った情報発信やルート設計に向けた課題抽出等を目的に実施 ・WEBアンケートにより調査実施		
調査期間	・2022年6月～8月	サンプル数	・888ss

カ.学生連携ワークショップ

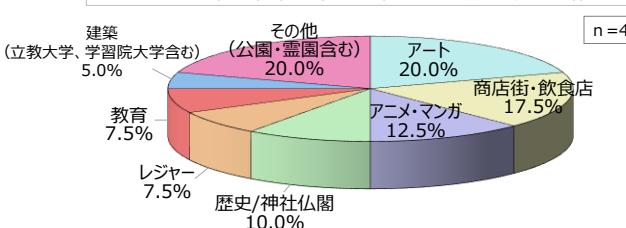
調査目的・手法	・若年層からの目線で豊島区内の観光におけるテーマ性及び回遊可能性について検証 ・学生自ら観光情報を収集し街歩きコース案を作成。街歩きの後、ワークショップを実施		
調査期間	・2022年6月～7月		

その他、「現地調査」「観光協会のこれまでの施策の把握」を実施した。

<調査結果>

■ SNS・口コミサイト等でのモニタリング調査

上記ア～ウの調査結果から得られた区内40施設のジャンル別割合



多岐にわたるジャンルについて、さらにSNSを使い各施設毎にコメントを抽出。新たな魅力や観光資源としての可能性を把握した。

■ 既存の文献・資料等による基礎調査

観光・レジャー情報の探索時に参考にするSNSアカウント(若年層)

<都市部を観光・レジャーで訪問する場合> n=889

	SNS 利用者	年齢別			
		15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
自治体	25.9%	25.5%	21.4%	30.2%	35.1%
観光協会	23.6%	24.7%	21.4%	28.3%	33.5%
企業や店舗	41.7%	37.9%	37.5%	37.7%	41.8%
マスコミや芸能人	23.4%	24.3%	20.6%	18.4%	18.6%
現実の友人知人	39.1%	37.9%	36.3%	34.9%	28.4%
ネットの友人知人	28.6%	26.0%	21.0%	25.0%	18.6%

(出典：公益社団法人日本地理学会「東京大都市圏に居住する若者の観光・レジャーにおけるSNS利用―「SNS映え」を超越する若者たち―」(2019))

■ 区内事業者・地域住民へのヒアリング調査

■ 区内の大学生による連携ワークショップ実施



ワークショップを実施した結果、以下のような若者目線での新鮮な意見が得られた。
 ・回遊促進のためのアイデア
 ・既存の観光パンフレットの改善点等



・アニメやドラマの撮影で使われる場所が多いので、ロケ地巡りによる誘客やロケ地情報発信への取組をしてはどうか。
 ・イベント等の情報が区内の事業者にも行き渡るよう、体制を構築してほしい。

<事業の成果> マーケティング調査の結果を踏まえ、本事業の成果を以下のとおり整理し、テーマ毎に7つのモデルコースを開発した。

成果①

- ・多様なコンテンツがある豊島区において**回遊性向上・消費促進**を図るために7つの街歩きルートを新たに作成した。
- ・モニタリング調査においても、レジャー施設のような単なる観光スポットだけではなく、アート・飲食店・アニメ・マンガなど幅広いジャンルでの投稿が確認され潜在的なニーズが確認されたため、今後の**観光資源の発掘・磨き上げ**の対象となるコンテンツやジャンルを整理することができた。

成果②

- ・若年層向けには自治体や観光協会が運営するSNSよりは、友人・知人の口コミや企業・店舗のSNS情報、インフルエンサーのアカウントなどが有効であることがわかった。また、学生連携ワークショップ時の情報収集により既存のパンフレットでは不足している情報の把握や、動画コンテンツの強化の必要性など**情報発信の強化**に向けたポイントを整理・把握することができた。

成果③

- ・事業者へのヒアリング調査等から、豊島区内には多くのロケ地やアニメ・マンガのモデルとなった場所があることが確認された。観光協会としてはこれまでロケツーリズムへの取組を積極的に行ってこなかったが、これらを活用した**ロケツーリズムの推進**を期待する声があることがわかった。

成果④

- ・観光協会と区内事業者との間でイベント情報等の共有がなされていないこと、区内住民の観光振興や街づくりへの関心度が低いこと、また、それらを実行するために観光協会の体制強化が必要なが確認できた。それらを踏まえ、**持続可能な観光協会の取組**への施策を整理した。

7つの街歩きルートを作成

	テーマ	ルート(エリア)
①	アート	池袋エリア～千川・長崎エリア
②	サブカルチャー	池袋エリア～千川・長崎エリア
③	レトロ・歴史	巣鴨・駒込エリア～大塚エリア
④	レトロ・歴史	目白・雑司が谷エリア～池袋エリア
⑤	レジャー	池袋エリア
⑥	ナイトタイムエコノミー	池袋エリア
⑦	ナイトタイムエコノミー	大塚エリア

<事業計画の策定>

① 回遊性向上

- 街歩きルートの活用
 - ・WEBサイト掲載
 - ・パンフレット作成
- 街歩きルートの再構築
 - ・都電、IKEBUS等の交通インフラを活用したルートの構築
- 観光消費に係る調査の実施
 - ・消費促進に係る定量調査の実施 等

② 観光資源の発掘・磨き上げ

- 事業者連携による観光資源の発掘磨き上げに向けた取組
 - ・フォトコンテストの実施
 - ・観光資源の発掘に向けたワークショップ 等

③ 情報発信の強化

- インフルエンサー等によるSNSでの発信
 - ・街歩きルートに関連した情報の発信
- 動画による発信
 - ・大学連携による動画作成
- アピールポイントの強化、適切な手法を用いた情報発信
 - ・ボランティアによる観光サポーター制度の実施 等

④ ロケツーリズムの推進

- ロケツーリズムの推進
 - ・フィルムコミッションに係る調査(国内外の実態・成功事例等)
 - ・ロケ地マップの作成
 - ・ロケ地を巡るルートの検討 等

⑤ 持続可能な観光協会の取組

- 事業者の連携体制の構築
 - ・事業者連携のための会議体の創出・運営
 - ・既存の媒体を用いた事業者の情報共有の場の拡充
- 観光協会の組織体制の見直し
 - ・現状の業務負荷の整理
 - ・委員会・部会等の発足による会員の自発的な取組の促進 等

今後の課題、展開

- 課題1：街歩きルートの拡充や交通インフラとの連携**
- ・本事業で作成した街歩きルートの活用・拡充により、更なる回遊性の向上を図る。
 - ・豊島区内を走行する都電荒川線など、交通インフラとの連携による街歩きルートを検討する。
- 課題2：区内の更なる回遊促進に向けた取組**
- ・区内事業者との更なる連携強化により、回遊促進に向けた各施策の効果の増大を図る。
 - ・近隣都市との連携により、更なる回遊性向上を目指す。
- 課題3：区外からの来訪者増加に向けた取組**
- ・地域内での消費額の増大のため、入込客数の増加を目指す必要がある。よって、区外からの来訪者増加に向けて取り組む。
- 課題4：観光協会の体制強化**
- ・マンパワー不足という課題に対し、既存業務のスクラップアンドビルドを検討し、事務局機能の拡充を図る。
 - ・消費促進を目的とした新たな施策を展開するにあたり、ナレッジ面や予算面での課題にも取り組む。