

墨田区観光協会
中期事業戦略
(2023年－2025年)

2023年8月
一般社団法人墨田区観光協会

はじめに

コロナ過が落ち着き、2022年10月には、インバウンドも解禁となり、多くの訪日客が墨田区を訪れるようになりました。いずれ観光客が戻ってくるであろうことを想定し、また、コロナ過でもできる観光施策を進めてきました。しかしながら、万全な準備には至っていません。

2022年度には観光庁の事業「持続可能な観光推進モデル事業」に選定され、様々な研修やGSTCトレーニングを通じ、世界標準での観光地域づくりについて学ぶ機会がありました。

その際、理事会やDMOサポーターズその他、地域で活躍する若手メンバーにも参加してもらい、「墨田区の観光の将来像」について、ディスカッションを進めてきました。

墨田区観光協会では、中期計画を検討するにあたり、ディスカッションの意見のほか、観光庁、東京都、墨田区の中期計画を参考に策定いたしました。

2023年6月の総会において、計画の承認を得たことから、今後、3年計画で取り組んでいきます。

(国) 持続可能な形での観光立国の復活に向けて

国土交通省 第4次観光立国推進基本計画の方針 (2023年~2025年)

キーワード

『**持続可能な観光**』、『インバウンド回復』、『地方誘客促進』

1. 持続可能な観光地域づくり戦略

<持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 100地域>

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環を生む**仕組みづくり
- 観光産業の収益力・生産性の向上と従業者の待遇改善
- **地域住民の理解も得ながら**、地域の自然や文化の保全と観光を両立 (観光の質の向上)

2. インバウンド回復戦略

<訪日外国人旅行者数 2019年水準超え 3,300万人>

- 消費額5兆円の早期回復
- **消費額拡大**・地方誘客促進を重視 (訪日外国人旅行消費額単価 20万円/人、地方宿泊数 2泊)
- アウトバウンド復活との相乗効果

3. 国内交流拡大

<国内消費額 22兆円>

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化
- 旅行需要の平準化と人口拡大につながる**新たな交流需要の開拓**

(東京都) 観光産業の復活と持続的な成長に向けて

■基本理念 観光産業の復活とサステナブル・リカバリーの実現

■3つの戦略と7つの施策+MICE誘致

戦略1. 観光産業の活性化

- 観光関連事業者の経営力向上への支援
- 国内観光の活性化と国内外へのプロモーション
- あらゆる旅行者が快適に滞在できる受入環境の整備

戦略2. 社会変化等に対応した「新しい観光」の浸透

- デジタル技術を活用した観光の推進
- 東京ならではの観光資源の磨き上げと新たな観光スタイルの浸透

戦略3. 持続可能な観光の推進

- 地域・住民に寄り添った観光地域経営の推進
- 観光産業の持続的な成長に向けた基盤の強化

■MICE誘致の推進

<プランの政策目標>

	目標項目	2030年度目標	2019年度
都民	国内旅行者に対する受入意向	50%以上	
	外国人旅行者に対する受入意向	50%以上	
経済	訪都国内旅行者消費額	6兆円	4.8兆円
	訪都国内旅行者数	6億人	5.4億人
	訪都外国人旅行者消費額	2.7兆円	1.2兆円
	訪都外国人旅行者数	3,000万人超	1,518万人
	国際会議開催件数	世界3位以内	世界10位
文化	東京の文化的環境を楽しんでいる人の割合	70%	
環境	都内暗室効果ガス排出量(2000年比)	50%削減	

(墨田区) 産業と観光の将来構想の骨子 2022年6月

- ◆ **ビジョン** - 産業と観光の振興を通して長期的に達成したい墨田区の姿 -
本気の夢中が出会い、世界からも注目されるまち。
- ◆ **戦略の視点** - ビジョン実現に向け重視する考え方 -
育む（育成） ・ 繋げる（連携） ・ 発する（発信）
- ◆ **戦略** - 当面注力していくこと -
 - ①ものづくりによる社会課題の解決
 - ②地域内外の多彩な交流の促進
 - ③スモールビジネスの創出による賑わいづくり
 - ④新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた**事業継続支援**
- ◆ **ミッション** - 使命：職員の不変の価値観 -
想いをつなげ、未来を拓く。

(墨田区) 現状の総括：観光振興施策 現状

墨田区の観光振興を取り巻く環境

◆外的要因による観光特需は見込めない

東京スカイツリー®の開業やオリンピック・パラリンピック開催都市などの特需に頼らなくても「すみだを訪れたい」と思ってもらえる観光地域づくりが必要。

◆地域・事業者に向けた観光意識の醸成が不十分

2020年の住民意識調査において、観光施策に力を入れてほしいと答えた割合が3.9%と、全体的な住民意識の醸成は十分といえない。

◆観光に関する取組を評価する指標の在り方

観光庁の「日本版持続可能な観光ガイドライン」を参考に区民に適切に評価されるような定性的な考え方を取り入れ、指標の在り方の見直しが必要。

◆感染症の影響と観光需要の回復

新型コロナウイルス感染症の影響により、観光を取り巻く環境は劇的に変化した。その感染症による危機事象から得られた教訓を踏まえ、観光に対する前向きな理解が地域に広がるような施策を展開していく。

これからの観光 - 観光施策によって目指すまちの姿

墨田区が取り組む観光施策は、住民が暮らしやすい地域を実現するために、
『来街者が繰り返し訪れ』、
『関わりたいと感じるまち』、そして、
『関わりを持つことで来街者の満足度を高めるまち』
を目指し、展開していくものである。

来街者の満足度が高く、暮らしやすいまちでは、交流によるイノベーションが地域経済に新たな風を吹き込み、
『異なる価値観を持つ多様な人材が働きやすい環境』が整っていく。
こうした『国際文化観光都市^(※)』の実現を目指し、『区民生活の向上と地域経済の活性化』という観点から、観光振興を通じたまちづくりに取り組んでいく。

※ 国際文化観光都市:国際化が進んでいく中で、文化や慣習の異なる人が、同じコミュニティで共に生きていく社会となることが想定される。多文化共生の考え方のもと、お互いを受容し、尊重し合えるまちのことを「国際文化観光都市」と定義する。

これからの観光 - 重点的な観光施策

「訪れて」、「住みたい」「働きたい」まちへ

2021年、墨田区は「SDGs未来都市」・「自治体SDGsモデル事業」に選定され、SDGs推進を牽引する代表都市という自覚を新たに、持続可能で幸せなまちづくりを着実に進めています。観光振興を通じて、持続可能な観光まちづくりを目指していきます。

◆地域の日常の観光資源化

地域に根付いている当たり前の日常の中にある魅力的な観光資源の磨き上げ

⇒挨拶やおせっかい、防災活動、路地での植栽など、墨田区の日常における「人」の営みに焦点を当てる

⇒新たな交流の創出により、リピーターや関係人口を増やし、観光施策を通じた好循環を生み出す

◆「人」・多様な主体と連携した情報発信の強化

行政・地域・事業者・団体などの様々な主体と連携し、それぞれの視点による魅力ある発信の推進
SNSなどで発信したくなる地域の魅力の掘り起こしと発信しやすい環境の整備

◆あらゆる分野（産業・文化・福祉・教育など）との連携

江戸時代から続く「ものづくり」を活かした観光振興の継続

社会課題に取り組む様々な事業者の誘引力を活かしたMICE誘致に向けた取組み

「隅田川 森羅万象 墨に夢」（すみゆめ）に代表される多様な文化・芸術活動との連携

「みんな北斎プロジェクト」など福祉活動との事業連携の継続

◆民間活動の活性化（様々な個人・団体による活動も観光資源）

様々な活動を観光資源と捉え、活動の「見える化」を推進

公園等の公共空間の利便性向上により、活躍・活動の場の充実と賑わいの創出を強化

それぞれの活動や団体をつなげることで、地域住民の観光への理解と地域への誇りや愛着を育てる

墨田区観光協会の中長期戦略について

4つの戦略

墨田区観光協会 中期戦略 (令和5年度～令和7年度)

戦略1. 行動制限の緩和による観光事業の再始動

- 墨田区の区民および社会・経済活動に好循環を生み出す仕組みづくり
(平成31年度(2019)並み45件の後援・支援事業 <令和4年度19件>)
- アニメなどのコンテンツを活用した多様な世代の誘客施策
- 国内外でのプロモーション活動の推進
- TCVBとの連携による人流データの収集と分析、観光施策への活用

戦略2. 自主事業の収益力・生産性の向上

- 銘菓・名産品などの物販事業の収入拡大 (令和4年度(2022年)88百万円→令和7年度(2025)140百万円)
- 墨田区ならではの観光資源の磨き上げと着地型ツアー事業の回復 (平成31年(2019)並み23百万円)
- DX活用(WEB販売や体験予約サイトなど)による手数料ビジネスの拡大

戦略3. 持続可能な観光地域づくりの推進

- **地域住民に寄り添いながら、観光客にも受け入れられる観光地域経営の推進**
- 国内外の旅行者が快適に滞在できる受入環境の整備 (日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)ロゴマーク取得)
- SDGs体験型学習プログラムの基盤強化に向けた協力企業・団体との連携構築
- 協会運営の持続的な成長に向けた基盤の強化 (管理関連補助金なしの運営)



戦略4. MICE誘致の推進

- 2025年度を目途に、両国・錦糸町エリアを中心としたMICE誘致活動の推進

地元住民の生活の質の向上となる観光客誘致の取り組み

事例) 一般社団法人ツーリストシップとの連携イベント

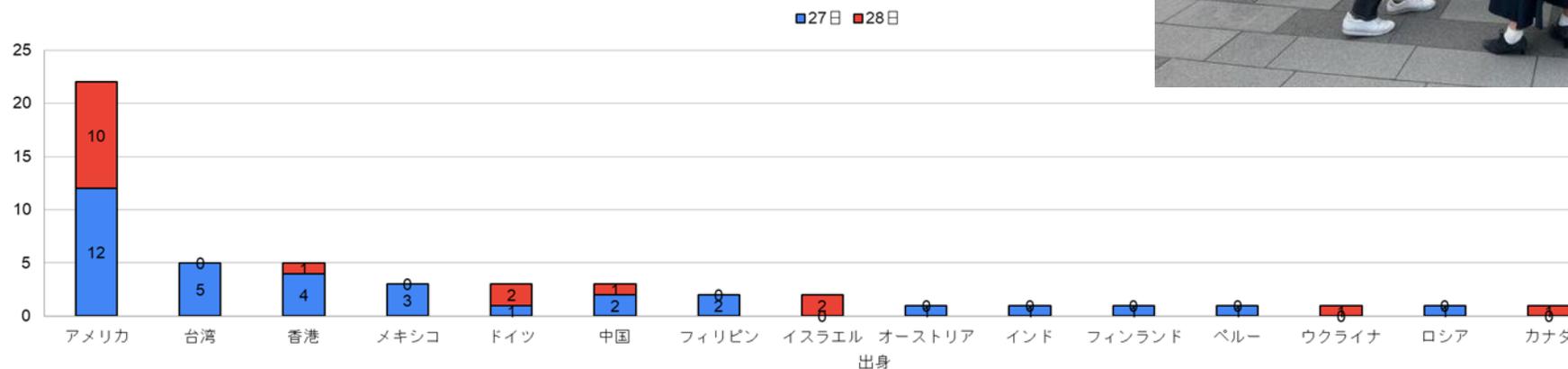
- ・「ツーリストシップとは」スポーツマンシップの観光版で、旅先と共存共栄する旅行者の心構えのこと
- ・実施日 : 5月27日(土)、28日(日)
- ・場所 : コネクトすみだ[まち処]への誘客を兼ねて実施
- ・参加者 : 2日間 377名(日本人324名/外国人53名)

※クイズ内容は、○×で答える

- ①スカイツリーと浅草は同じ墨田区である
- ②墨田区の有名人と言えは? 葛飾北斎か安藤広重か
- ③墨田区は関東大震災と東京大空襲の両方の影響を受けたから墨田区は防災に力を入れているなど



国外参加者数



観光人材育成に向けて

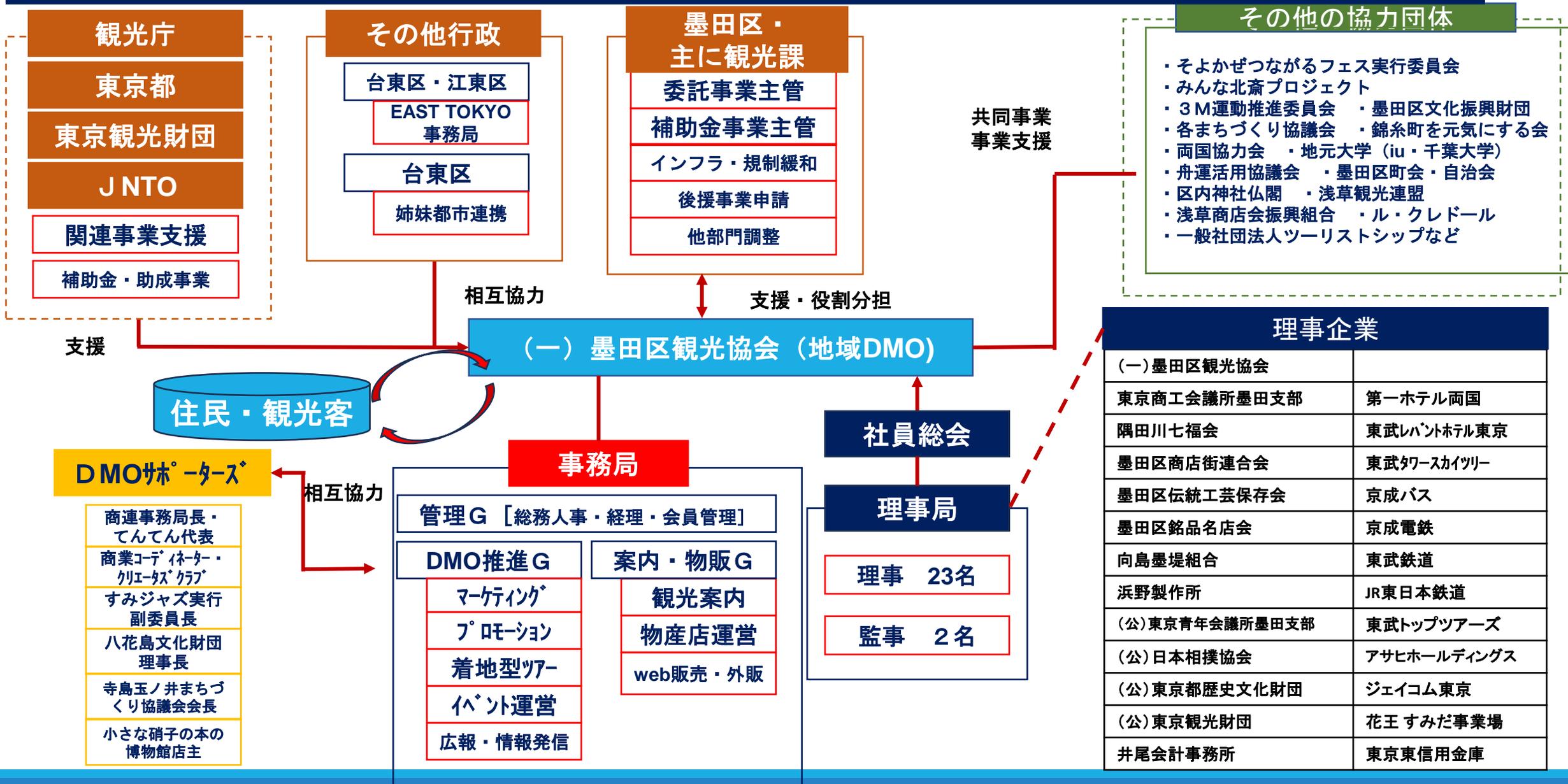
◆ **観光地域づくりにキーマンやカリスマは必要か**

- ・観光地域づくりは、行政主導ではできない
- ・牽引してくれるキーマンやカリスマがいることはある意味、重要なファクターである
- ・その人がいなくても、引き継がれていることの方が重要である

◆ **DMOサポーターズのメンバーは、自分たちで新しいことを興した人たちである**

- ・しかし、彼らもまた、同じメンバーで長期間運営することは難しい
- ・そういった点で、墨田区では現実のボランティアでの限界が見え始めている
- ・常に新しい人材を受け入れる仕組みづくりなどで、人材の新陳代謝を行い、持続可能な仕組み作りが必要となっている

墨田区観光協会 組織図と相関図



更なるネットワーク・サポーター作りに向けて
新しい一歩の始まり