

地域づくりの方向7について

～ 魅力と活力にあふれる、にぎわいのまち～

新基本計画体系案

現基本計画体系

【政策】		【施策】	
7-(1)	産業振興による都市活力創出	①	新たな価値を生み出すビジネス支援
		②	地域産業の活力創出
		③	権利と責任による消費活動の推進
7-(2)	観光によるにぎわいの創出	①	観光資源の発掘と活用
		②	魅力的な観光情報の発信強化
		③	交流都市との共生の推進
		④	多様な来街者の受入環境の整備

【政策】		【施策】	
7-(1)	産業振興による都市活力創出	①	新たなビジネス展開の支援
		②	地域産業の活性化
		③	消費者権利の実現支援
7-(2)	観光によるにぎわいの創出	①	観光資源の発掘と活用
		②	魅力的な観光情報の発信
		③	来街者の受入環境の整備

【変更理由】

- 7-(1)-①
現基本計画策定時からハード面のビジネス支援が進み、多様な支援の環境が整いつつあるためステージを一步進め、時代の変化に的確に対応するための支援にシフトするため。
- 7-(1)-②
商店街活動の新たな担い手や区内で働く人材を増やしていくことにより新たな活力を創出していく必要があるため。
- 7-(1)-③
消費者権利の保護のみならず、トラブルの未然防止やSDGsの観点による「つかう責任」に関する消費者教育を充実していく必要があるため。
- 7-(2)-②
4つの公園やHareza池袋、トキワ荘マンガミュージアムなど、豊島区に多くの魅力的な観光資源が揃ったことで、今までにも増して国内外への発信力が求められているため。
- 7-(2)-③
現基本計画にある8-(1)-③「交流の推進によるにぎわいと発展の共有」のテーマ「都市交流」は、観光事業の中で大きなウエイトを占めていることを踏まえ、新体系においては7-(2)に位置付けることがふさわしいと考えたため移行し、都市交流において「地方との共生」はSDGsの観点からも重要な視点なので名称に「共生」を追記する。
- 7-(2)-④
国際アート・カルチャー都市の「誰もが主役となる劇場都市」、SDGsの「誰一人取り残さない」という基本理念から、外国人だけでなくすべての来街者が、ストレスなく情報収集でき、快適に過ごせる環境を整備していく必要があるため、来街者に「多様な」を追記する。

施策7-1-1 新たな価値を生み出すビジネス支援

【目指すべきまちの姿】SDGsを踏まえた2030年に実現するまちの姿



- 事業者の抱える多様な課題が改善し、経営基盤の強化、**スムーズな事業承継**などが図られ、自律的に産業が発展していくまち。
- 女性や**アクティブシニア**など、起業を目指す**あらゆる主体**が新たな価値やビジネスを生み出し、健全な新陳代謝が図られる持続可能なまち。

【取組方針】

事業者に応じた多面的なビジネス支援

新型コロナウイルス感染症の影響による経営基盤の弱体化、経営者の高齢化による事業承継問題の顕在化など中小企業を取り巻く環境は厳しさを増し、その対応が求められています。

中小・個人事業者が抱える多様な課題に対し、専門家相談による販路や売上拡大、**後継者や働き手の確保と育成**、経済的支援、**DXの推進**など解決に向けた最適なサポートを、関係団体と連携しながら提供していきます。

【主な事業】 としまビジネスサポートセンター相談事業／販路拡大・売上拡大サポート事業

起業支援の強化・充実

起業塾などソフト面の起業支援とともに、スタートアップオフィスや民間事業者による創業チャレンジ支援施設などのハード面の更なる有効活用が求められています。

今後は**女性のための起業支援を強化**するとともに、**アクティブシニアや外国人**など、より多様な人材が起業するための支援を**ソフトとハードの両面から充実**させていきます。

【主な事業】 女性起業家への支援事業／としまスタートアップオフィス事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
区内新設法人数【件】	1,388	1,450	1,550

活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
起業支援者数+特定創業証明書発行件数【件】	249	275	300

7-1-1 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	新たな価値を生み出すビジネス支援	新たなビジネス展開の支援
【主な変更内容】 ◇現基本計画策定時からハード面のビジネス支援が進み、多様な支援の環境が整いつつあるためステージを一步進め、時代の変化に的確に対応するための支援にシフトするため		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
●事業者に応じた多面的なビジネス支援 ◇起業家や中小企業者に最適なサポートの提供 ◇販路・売上拡大支援や 事業承継・人材確保対策 の強化	◇起業家や中小企業者に最適なサポートの提供 ◇販路拡大・売上拡大サポートの強化
●起業支援の強化・充実 ◇女性や アクティブシニア 、 外国人 への起業支援 ◇ 公民連携 による インキュベーション施設の有効活用	◇女性起業家への支援～サクラヌbiz応援プロジェクト ◇インキュベーション施設（シェアードオフィス方式）の開設

3. SDGsを意識した点

◇目指すべきまちの姿として「自律的な産業の発展」や「健全な新陳代謝による持続可能なまち」など、SDGsの視点を盛り込んだ。 ◇取組む際には、関係団体など多様な主体との連携を意識した。 ◇女性に加え、アクティブシニアや外国人などへの起業支援を強化することにより、雇用や働き甲斐の創出などの実現を目指す。		
意識したゴール 	意識したターゲット 5.5 女性参画・平等なリーダーシップの機会の確保 8.3 雇用創出、開発重視型政策の促進、中小零細企業設立・成長奨励 8.5 働き甲斐のある人間らしい仕事、同一労働同一賃金の達成 9.2 包摂性・持続可能な産業化を促進し、雇用及びGDPにおける産業セクターの割合を増加させる 10.2 すべての人々の能力強化 17.17 公民、市民のパートナーシップ推進	意識したローカル指標 5.5 女性の役員の割合 10.4 労働生産性

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

◇ポストコロナを見据えた持続可能な経営に向けて、新たなビジネス領域への進出など社会変容に対応する柔軟で強靱な転換が求められている。 ECサイトを活用した販路拡大、テレワークの推進など時代のニーズに合った事業者支援を目指す。
--

5. 参画と協働を意識した点

◇事業者への支援は、税や金融の知識を持つ専門家や金融機関・土業団体などとの連携が不可欠であり、行政のみではなく関係団体と一緒に取組むことを明記した。
--

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-1-1	新たな価値を生み出すビジネス支援
部課名	文化商工部 生活産業課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
事業者の抱える多様な課題が改善し、経営基盤の強化、スムーズな事業承継などが図られ、自律的に産業が発展していくまち。	①「経営に関する相談体制や支援が充実し、経済活動が活発である」と思う区民の割合【%】	地元金融機関等との連携による相乗効果、適切な事業承継の実施、店舗売上高の向上	→ 事業者に応じた多面的なビジネス支援	②としまビジネスサポートセンター窓口相談件数(融資を除く)【件】
女性やアクティブシニアなど、起業を目指すあらゆる主体が新たな価値やビジネスを生み出し、健全な新陳代謝が図られる持続可能なまち。	③区内新設法人数【件】	地元金融機関等との連携による相乗効果、雇用の創出、事業者交流の活発化	→ 起業支援の強化・充実	④起業支援者数+特定創業証明書発行件数【件】

【施策の進捗状況を測る参考指標】 * 今年度実績値が判明後に設定

指標名	区分	指標種別	2018年度～2030年度 目標値													
			2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値	
① 「経営に関する相談体制や支援が充実し、経済活動が活発である」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	-	-	-	調査中	*	*	*	*	現状値を踏まえ設定	*	*	*	*	現状値を踏まえ設定
② としまビジネスサポートセンター窓口相談件数(融資を除く)【件】	継続	活動指標	908	923	940	950	980	1,000	1,020	1,050	1,080	1,110	1,140	1,170	1,200	
③ 区内新設法人数【件】	新規	成果指標	1,435	1,493	1,388	1,410	1,420	1,430	1,440	1,450	1,470	1,490	1,510	1,530	1,550	
④ 起業支援者数+特定創業証明書発行件数【件】	新規	活動指標	255	218	249	255	260	265	270	275	280	285	290	295	300	

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	区民意識調査の⑩商工・観光の同質問に「どちらかというと思う」と回答した人の割合	経営支援の充実度等がわかる客観的な指標のため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	当該年度の融資に関する相談を除いた「としまビジネスサポートセンター」窓口での相談受付件数	経営をサポートする体制の活動量を示す指標であるため	所管課データ
指標③	区の委託調査である「豊島区中小企業の景況」の四半期ごとの新設法人数の当該年度の合計	区内の起業状況を示す客観的な指標のため	豊島区中小企業の景況
指標④	としまビジネスサポートセンター等での起業塾及び交流会等の参加者数と国制度の有利な条件による融資等に活用できる特定創業証明書の区内発行件数の合計	起業をサポートする体制の活動量を示す指標であるため	所管課データ

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
としまビジネスサポートセンターでの起業、売り上げ拡大、労務・税務相談の来場件数	活動指標	継続	所管課データ	865件	1,000件	1,150件	起業家及び中小事業者をサポートする体制整備の成果を示す指標であるため
「新たに区内で事業を起こそうとする人が増えている」について、肯定的な回答をする区民の割合	成果指標	廃止	豊島区基本計画策定のための区民意識調査報告書	4.5%	7.0%	10.0%	起業する環境整備が整っているか、区民の視点からの評価を示す指標であるため

施策 7-1-2 地域産業の活力創出

【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿



- 商店街や事業者が、**地域産業や地域コミュニティの核**となり、個々の事業者の持つ強みや地域の文化資源・観光資源等を活かした賑わいや魅力を創出し、発信していくまち。
- 多様な来街者が、誰一人不自由さを感じることなく、安全・安心に観光や買い物を楽しめるまち。

【取組方針】

連携の推進とにぎわい向上への支援

地域活動への積極的な参加を希望する事業者や大学、NPO等が増加する一方、商店街加盟店舗の減少による担い手不足などにより商店街活動の継続が困難となり、地域産業や地域コミュニティの活力が失われています。

商店街が、事業者や地元大学、NPO等との連携を進め、地域が持つ豊かな文化・観光資源等の特性や魅力を活かした商品開発や販売活動が行えるよう、先進事例などの情報提供をはじめ、担い手の育成、商店街スタンプやイルミネーションなどイベント開催の支援を行います。

【主な事業】 商店街連合会等支援事業/商店街イベント支援事業

安全・安心な商店街づくりと来街者の利便性向上への支援

経営者の高齢化や人手不足などにより、時代に適合したサービスの導入が進まない個店や商店街が見受けられます。また、街路灯やアーケードの多くが改修時期を迎えています。

適時の商店街施設の整備事業を支援するとともに、商店街に対する時代に適合した情報提供を強化し、商店街の販売促進や多言語対応の実施、キャッシュレスなどのデジタル化の導入、来街者の利便性向上などを支援していきます。

【主な事業】 商店街連合会等支援事業/商店街施設整備支援事業/商店街販売促進事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)	活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
商店街イベント事業 来場者数【万人】	114	125	135	商店街イベント事業 件数【件】	27	60	65

7-1-2 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	地域産業の活力創出	地域産業の活性化
【変更理由】 ◇商店街活動の新たな担い手や区内で働く人材を増やしていくことにより新たな活力を創出していく必要があるため。		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
●連携の推進とにぎわい向上への支援 ◇連携の推進による地域・商店街の賑わい創出への支援 ◇商店街活動の担い手育成とイベント開催への支援	◇事業者への経営ノウハウの提供 (7-1-1最適なサポート提供へ一本化) ◇商店街のにぎわい向上への支援
●安全・安心な商店街づくりと来街者の利便性向上への支援 ◇安全・安心な商店街づくりへの支援 ◇来街者の利便性向上への支援	◇安全・安心な商店街づくりへの支援 ◇情報基盤整備への支援

3. SDGsを意識した点

◇目指すべきまちの姿として「賑わいや魅力のあるまち」、「誰一人不自由さを感じることなく」などのSDGs視点。 ◇商店街・事業者・地元大学・NPO等との連携と包摂性、持続可能性を意識した取り組み。		
意識したゴール 	意識したターゲット 8.3 雇用創出、起業支援、開発重視型政策の促進、中小零細企業の設立・成長奨励 9.2 包摂性・持続可能な産業化を促進し、雇用及びGDPにおける産業セクターの割合を増加させる 11.7 安全で使いやすい公共スペースを、すべての人が利用できるようにする 17.17 公民、市民のパートナーシップ推進	意識したローカル指標

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

◇新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により販売や決済方法なども大きく変化している。キャッシュレス決済の導入など時代のニーズに合った事業者支援を目指す。

5. 参画と協働を意識した点

◇商店街・事業者・地元大学・NPO等との連携推進。

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-1-2	地域産業の活力創出
部課名	文化商工部 生活産業課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
商店街や事業者が、地域産業や地域コミュニティの核となり、個々の事業者の持つ強みや地域の文化資源・観光資源等を活かした賑わいや魅力を創出し、発信していくまち。	①商店街イベント事業来場者数【万人】	事業者・大学・NPO等との連携状況、地域資源の活用状況、担い手の育成状況、コミュニティの活性化状況	→ 連携の推進とにぎわい向上への支援	②商店街イベント事業件数【件】
多様な来街者が、誰一人不自由さを感じることなく、安全・安心に観光や買い物を楽しめるまち。	③「商店街を訪れた国内外の人々が、困ることなく街歩きできる環境が整っている」と思う区民の割合【%】		→ 安全・安心な商店街づくりと来街者の利便性向上への支援	④活性化補助金活用事業数【件】

【施策の進捗状況を測る参考指標】 *今年度実績値が判明後に設定

指標名		区分	指標種別	2018 実績値	2019 実績値	2020 実績値	2021 目標/実績値	2022 目標値	2023 目標値	2024 目標値	2025 目標値	2026 目標値	2027 目標値	2028 目標値	2029 目標値	2030 目標値
①	商店街イベント事業来場者数【万人】	新規	成果指標	112	132	114	114	120	120	120	125	125	128	130	130	135
②	商店街イベント事業件数【件】	新規	活動指標	63	59	27	35	50	55	55	60	60	60	65	65	65
③	「商店街を訪れた国内外の人々が、困ることなく街歩きできる環境が整っている」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	-	-	-	調査中	*	*	*	現状値を踏まえ設定	*	*	*	*	現状値を踏まえ設定
④	活性化補助金活用事業数【件】	新規	活動指標	8	8	6	6	6	6	6	8	8	8	8	8	8

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	当該年度における商店街イベント事業支援経費の実施報告書による来場者数の合計	商店街活動への参加実績の客観的指標になるため	所管課データ
指標②	当該年度における商店街イベント事業支援経費の実施報告件数	商店街の活発な活動の量をはかる指標として	所管課データ
指標③	区民意識調査の⑩商工・観光の同質問に「どちらかというと思う」と回答した人の割合	商店街への満足度がわかる客観的指標になるため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標④	当該年度における商店街振興事業費補助金(活性化事業)の支給件数	商店街の施設整備の活動量をはかる指標として	所管課データ

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014 実績値	2020 目標値	2025 目標値	設定理由
「地域のなかで商店街、地場産業が活発に事業展開している」について、肯定的な回答をする区民の割合	成果指標	廃止	豊島区基本計画策定のための区民意識調査報告書	9.5%	15.0%	20.0%	地域産業が活性化できる環境整備が整っているか、区民の視点からの評価を示す指標であるため
区内事業所数	成果指標	廃止	総務省 経済センサス(基礎調査・活動調査)	19,142	19,280	19,400	事業所数の増加は、地域産業の活性化を示す指標であるため

施策 7 - 1 - 3 権利と責任による消費活動の推進



【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿

- 消費者が消費者権利を自覚し、生産者や販売者と対等な立場に立ち、合理的な判断のもと、自立した消費活動ができるまち。
- 消費者が受動的に商品やサービスを消費するのではなく、**自らの消費が社会に与える影響を自覚し、持続可能な社会の実現に責任を持てるまち。**

【取組方針】

多様な団体と連携した消費者権利啓発の充実と相談窓口の周知

豊島区の消費相談件数は増加傾向にあり、特に、高齢者や若者を中心とした相談が顕在化しています。また、消費者トラブルに気づかない、あるいは相談しない潜在的な消費者への対応が求められています。

消費生活相談の充実をはじめとして、**区民ひろばを中心とした高齢者向けの啓発や学校や子どもスキップと連携した子ども若者への啓発**を推進するとともに、**高齢者総合相談センターなどの関係団体との連携やSNS等を活用して相談窓口の周知を図ります。**

【主な事業】 消費者教育事業/消費者被害防止啓発事業/消費生活相談事業

消費者の「つかう責任」に関する啓発の充実

消費者が市場に提供された商品やサービスを「受動的に消費」するばかりではなく、自らの消費が社会に与える影響を自覚し、持続可能な社会の実現に積極的に関与する消費姿勢が求められています。

各種講座やホームページ・SNS等の発信により、消費者が**自ら責任をもった消費活動を行うことができるよう**、食品ロスやエシカル消費などに関する啓発を充実させていきます。

【主な事業】 消費者教育事業/消費生活展事業/消費者団体連絡会運営事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
「消費生活でトラブルに悩まされず、相談窓口も充実している」と思う区民の割合【%】	10.4	15.0	20.0

活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
出前講座等参加人数【人】	491	600	700

7-1-3 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	権利と責任による消費活動の推進	消費者権利の実現支援
【変更理由】 ◇消費者権利の保護のみならず、トラブルの未然防止やSDGsの観点による「つかう責任」に関する消費者教育を充実していく必要があるため。		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
●多様な団体と連携した消費者権利啓発の充実と相談窓口の周知 ◇消費生活相談の充実 ◇消費者被害防止に向けた多様な情報発信の充実	◇消費生活相談の充実 ◇消費者被害防止に向けた多様な情報発信の充実
●消費者の「つかう責任」に関する啓発の充実 ◇消費者権利とSDGsに資する消費活動の教育の推進	◇消費者教育の推進

3. SDGsを意識した点

◇目指すべき街の姿として「すべての人々の能力強化」と「持続可能な消費」などSDGsの視点を盛り込んだ。 ◇特に、消費者の責任では、「食品ロス」や「エシカル消費」などのSDGsの視点を強く意識した取り組みとしている。 ◇潜在的な相談者を含めて、関係団体とも連携して誰一人取り残すことがない取り組みを意識。		
意識したゴール 	意識したターゲット 4.7持続可能な開発のための知識及び技能習得の推進 8.4資源効率の改善と経済成長による環境悪化の分断を図る 10.2すべてに人々の能力強化 12.1持続可能な消費の取り組み 12.8自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識醸成の推進	意識したローカル指標 8.4 1人1日当たりのごみの排出量（家庭部門）

4. サステナブル・リカバリーを意識した点（after/withコロナに向けた取組、DX（ICT活用）を意識した点）

◇新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響による外出自粛でインターネット通販の利用が増加し、それに伴いインターネット通販トラブルが増加傾向にある。消費者が権利を自覚し、自立して、合理的な判断のもと、消費活動を実現できる啓発活動を目指している。
--

5. 参画と協働を意識した点

◇消費者自身が権利と消費が社会に与える影響を自覚し、持続可能な社会の実現に積極的に関与するよう意識している。 ◇消費者団体や社会福祉協議会などの福祉関係団体、大学・専門学校等と連携した相談窓口周知、啓発の実施。
--

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-1-3	権利と責任による消費活動の推進
部課名	文化商工部 生活産業課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
消費者が消費者権利を自覚し、生産者や販売者と対等な立場に立ち、合理的な判断のもと、自立した消費活動ができるまち。	①「消費生活でトラブルに悩まされず、相談窓口も充実している」と思う区民の割合【%】	消費トラブルを抱える未相談者数	→ 多様な団体と連携した消費者権利啓発の充実と相談窓口の周知	②出前講座等参加人数【人】
消費者が受動的に商品やサービスを消費するのではなく、自らの消費が社会に与える影響を自覚し、持続可能な社会の実現に責任を持てるまち。	③区民一人1日当たりのごみの排出量【g】	エシカル消費による効果	→ 消費者の「つかう責任」に関する啓発の充実	④消費生活講座参加人数【人】

【施策の進捗状況を測る参考指標】

指標名	区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
① 「消費生活でトラブルに悩まされず、相談窓口も充実している」と思う区民の割合【%】	継続	成果指標	9.4	9.2	10.4	11.0	12.0	13.0	14.0	15.0	16.0	17.0	18.0	19.0	20.0
② 出前講座等参加人数【人】	一部継続	活動指標	634	538	491	500	540	560	580	600	620	640	660	680	700
③ 区民一人1日当たりのごみの排出量【g】	新規	成果指導	523	528	520	513	505	497	490	482	480	477	475	473	470
④ 消費生活講座参加人数【人】	一部継続	活動指標	212	269	64	240	240	250	260	270	280	280	290	290	300

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	区民意識調査の⑩商工・観光の同質問に「どちらかというと思う」と回答した人の割合	消費生活の相談窓口が周知され、トラブルの未然回避や解決が進んでいる状況を示す指標のため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	当該年度の出前講座、出前寄席などの消費者被害防止啓発講座の延べ参加人数	消費者被害防止啓発及び相談窓口周知の活動量を示す指標であるため	所管課データ
指標③	2019年の実績値を基準に排出抑制及び資源化施策の効果、将来人口、年間日数を勘案して算出した当該年度の想定排出量	持続可能な消費を測るため、ごみとして排出された量を指標とする	他課データ
指標④	当該年度の環境問題や食品ロスなどSDGs視点の講座の延べ参加人数	自立した消費者を育成する活動量を示す指標のため	所管課データ

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
新規相談受付件数	活動指標	廃止	所管課データ	2,297件	2,400件	2,500件	消費者トラブルを抱えたまま相談していない潜在的な相談者が増加している状況が推察されるため、相談件数の増加は、そうした被害者が適切に救済されていることを示す指標であるため
消費生活講座、出前講座、出張講座の参加者数	活動指標	一部継続	所管課データ	1,059件	1,200件	1,350件	消費生活に関する必要な情報提供と消費者被害に遭わないための消費者教育の浸透を示す指標であるため

施策 7 - 2 - 1 観光資源の発掘と活用



【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿

○地域の「魅力的な観光資源」が数多く発掘され、多様な観光資源が豊島区特有のブランドとして定着した、常に新しい魅力やにぎわいを創出し続けるまち。

【取組方針】

としまオンリーワンブランドの定着

Hareza池袋の8つの劇場、グローバルリングシアター、トキワ荘マンガミュージアムなど文化観光施設が次々と整備されています。こうした施設で開催されるイベントなども合わせて、豊島区ならではのブランドとして定着させていくことが必要です。

様々な文化施設やコンテンツを、としまオンリーワンブランドとして磨き上げ、定着させるため、イベントの開発支援、体験型ニューツーリズムの創出、IKEBUS都運動した観光ルートの開発など、産官学で連携した着地型観光に取り組めます。

[主な事業] 文化観光施設回遊促進事業 / ナイトライフ観光推進事業 / トキワ荘マンガミュージアム管理運営事業

魅力的なコンテンツの発掘と活用

区の観光資源のうち、観光資源として認識され、観光PRに取り上げられているものは限定的です。より日常生活に密着した魅力的な観光資源を掘り起こし、その魅力を活用することが求められています。

巢鴨、大塚、雑司が谷、目白などの各地域の歴史や文化、食・店舗・ひとなどの「魅力的な観光資源」を数多く発掘し、観光コンテンツのすそ野を広げ、区の観光PRとして活用します。

[主な事業] ソメイヨシノプロジェクト推進事業 / 南長崎マンガランド事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2021年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)	活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
「豊島区を魅力ある観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合【%】	調査中	現状値を踏まえ設定	現状値を踏まえ設定	トキワ荘マンガミュージアム及び関連施設年間来館者数【人】	69,717	200,000	300,000

7-2-1 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	同右	観光資源の発掘と活用
[変更理由]		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
<ul style="list-style-type: none"> ●としまオンリーワンブランドの磨き上げと定着 ◇特色ある地域の特性磨き上げ ◇イベント開発支援 ◇文化芸術の積極的な活用 ◇体験型ニューツーリズムの創出 	<ul style="list-style-type: none"> ◇特色ある地域の特性磨き上げ ◇イベント開発支援 ◇文化芸術の積極的な活用
<ul style="list-style-type: none"> ●魅力的な地域情報の発掘と活用 ◇地域に密着した観光コンテンツの創出 	

3. SDGsを意識した点

<p>◇豊島区の観光振興を盛り上げるものとして観光情報発信に取り組むことにより、地域経済の振興につなげていくことを目指す。</p> <p>◇また、観光情報発信のあり方を検討するにあたり、他に類のない有益な情報を提供できるよう区民とのパートナーシップのもとで進める点を意識した。</p>		
<p>意識したゴール</p> 	<p>意識したターゲット</p> <p>8.9 雇用創出や地方の文化振興・産品販売につながる、持続可能な観光業を促進する政策の立案・実施</p>	<p>意識したローカル指標</p> <p>・県内総生産あたりの観光消費額</p>

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

<p>◇情報発信の軸足について、マップやパンフレットなどの印刷物よりWebに重きを置くようにした。これにより経年による掲載内容の変更にとまなう費用面での負荷を縮減した。</p>
--

5. 参画と協働を意識した点

<p>◇民間企業・団体などと産官学での連携をすすめ、体験型ニューツーリズムを意識した着地型観光の創造に努める。</p>

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-2-1	観光資源の発掘と活用
部課名	文化商工部 文化観光課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
地域の「魅力的な観光資源」が数多く発掘され、多様な観光資源が豊島区特有のブランドとして定着した、常に新しい魅力やにぎわいを創出し続けるまち。	①「豊島区を魅力ある観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合【%】	Hareza池袋への来街者数	→ としまオンリーワンブランドの定着	②トキワ荘マンガミュージアム及び関連施設年間来館者数【人】
			→ 魅力的なコンテンツの発掘と活用	③地域情報のホームページ内新規ページ公開延べ件数

【施策の進捗状況を測る参考指標】 *今年度実績値が判明後に設定

指標名		区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
①	「豊島区を魅力ある観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	-	-	-	調査中	*	*	*	現状値を踏まえ設定	*	*	*	*	現状値を踏まえ設定
②	トキワ荘マンガミュージアム及び関連施設年間来館者数【人】	一部継続	活動指標	-	-	69,717	120,000	140,000	160,000	180,000	200,000	220,000	240,000	260,000	280,000	300,000
③	地域情報のホームページ内新規ページ公開延べ件数	新規	活動指標	-	-	-	60	120	180	240	300	360	420	480	540	600
④																

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	区民意識調査の⑩商工・観光の中に新設定した質問で、「どちらかというと思う」と回答した人の割合	観光資源の発掘と活用を推進した結果、またブランド化が定着した結果として現れる値であるため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	トキワ荘マンガミュージアム、トキワ荘お休み処、マンガステーションの来館者累計	着地型観光を推進した結果として表れる値であるため	所管課データ
指標③	IKE-CIRCLE(文化・観光WEBサイト)内新規ページ公開延べ件数	「魅力的な地域情報」を発掘、創造、発信した値であるため	所管課データ
指標④			

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
「イベント等認知度」に対し、ふくろ祭り／東京よさこいを認知している回答の割合	成果指標	廃止	平成23年「来街者動向調査」	46.0%	60.0%	70.0%	豊島区の代表的イベントであるふくろ祭り／東京よさこいの認知状況は区内イベントの認知度を測る指標となるため。
トキワ荘お休み処の来場者数	活動指標	継続	トキワ荘お休み処の来場者数	18,050人	25,000人	30,000人	観光スポットのひとつであるトキワ荘お休み処の来場者数は、オンリーワンブランドの磨き上げ、区内外へのPR成果を測る指標となるため。

施策 7 - 2 - 2 魅力的な観光情報の発信強化

【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿



- 豊島区の魅力的な観光情報が、国内外に効果的に発信され、にぎわいが生まれるまち。
- 来街者の回遊性が高まり、世界中の多くの人々を惹きつける持続可能なまち。

【取組方針】

魅力的な観光情報の効果的な発信

観光情報は、観光ガイドマップの発行やWEBサイトなど、様々な広報媒体により発信されています。今後はHareza池袋やトキワ荘マンガミュージアムなどの魅力的な観光資源を、国際都市として国内外に発信していくことが重要です。

HP、文化・観光WEBサイト、SNS（Twitter、Instagram、Facebook）など様々な媒体を、その特性にあわせて活用すると同時に、観光プロモーション推進や国際的イベントの誘致（MICE）も視野に入れ、発信力を強化します。

【主な事業】 インバウンド冊子作成／海外向け観光PR事業

回遊性の促進

池袋周辺の他にも、トキワ荘マンガミュージアムや鈴木信太郎記念館などの魅力的な観光スポットが区内全域に点在しています。豊島区の魅力を国内外に広め、大きな発信力を持つインフルエンサーを増やすためには、来街者の回遊性を高め、リピーターを増やすことが求められています。

民間事業者と連携し、IKEBUSを使って観光スポットを結び、回遊性を促進するツアーを実施するとともに、ナイトタイム・エコノミーの活性化を図ります。

【主な事業】 観光イベント支援事業／ナイトライフ観光推進事業／文化観光施設回遊促進事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)	活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
「区の観光情報を提供するための素材を簡単に手に入れられる」と思う区民の割合【%】	21.9	27.0	32.0	区ホームページ月平均アクセス件数（観光）【件】	135,159	200,000	300,000

7-2-2 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	魅力的な観光情報の発信強化	魅力的な観光情報の発信
【変更理由】 ◇4つの公園やHareza池袋、トキワ荘マンガミュージアムなど、豊島区に多くの魅力的な観光資源が揃ったことで、今までにも増して国内外への発信力が求められているため。		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
●魅力的な観光情報の効果的な発信 ◇情報発信の強化と観光プロモーションの推進 ◇新たな情報発信手段の開拓 ◇国際的イベントの誘致（MICE）	◇観光プロモーション ◇新たな情報発信手段の開拓 ◇多様な観光案内の推進
●回遊性の促進 ◇回遊性を促進するツアーの造成 ◇ナイトタイム・エコノミーの活性化	

3. SDGsを意識した点

◇目指すべきまちの姿として「世界中から多くの人々を惹きつける持続可能なまち」など、SDGsの視点を盛り込んだ。 ◇取り組む際には、民間事業者とも連携して行っていくことを明記した。		
意識したゴール 	意識したターゲット 8.9 雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進 9.1 全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために持続可能かつ強靱なインフラを開発 11.3 包摂的かつ持続可能な都市化を促進 11.4 文化遺産及び自然遺産の保護・保全の努力を強化 11.7 人々に安全で包摂的かつ利用が容易な緑地や公共スペースへの普遍的アクセスを提供	意識したローカル指標 8.9.1 観光消費額

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

◇コロナ禍により新しい生活様式、感染防止対策を踏まえた事業展開が求められている。インバウンド需要が戻るまでは、民間事業者とも連携したマイクロツーリズムの推進により、回遊性向上を図っていく。
--

5. 参画と協働を意識した点

◇回遊性を高めるためには、ツアー作成など、民間事業者とも幅広く連携していく必要がある。 ◇国際的イベントの誘致には、産官学の連携が必須となる。
--

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-2-2	魅力的な観光情報の発信強化
部課名	文化商工部 文化観光課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
豊島区の魅力的な観光情報が国内外に効果的に発信され、にぎわいが生まれるまち。	①「区の観光情報を提供するための素材を簡単に手に入れられる」と思う区民の割合【%】	区内来街者数の増加	→ 魅力的な観光情報の効果的な発信	④「Tokyo Music Evening Yube」年間来場者数【人】
来街者の回遊性が高まり、世界中の多くの人々を惹きつける持続可能なまち。	(「豊島区を魅力ある観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合【%】)		→ 回遊性の促進	③区ホームページ月平均アクセス件数(観光)【件】 ②IKEBUSアトカルツア一年間参加者数【人】

【施策の進捗状況を測る参考指標】

指標名		区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
①	①区の観光情報を提供するための素材を簡単に手に入れられる」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	-	-	21.9	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0	28.0	29.0	30.0	31.0	32.0
②	IKEBUSアトカルツア一年間参加者数【人】	新規	活動指標	-	-	283	576	576	768	768	960	960	960	1,152	1,152	1,152
③	区ホームページ月平均アクセス件数(観光)【件】	継続	活動指標	161,357	69,504	135,159	160,000	170,000	180,000	190,000	200,000	220,000	240,000	260,000	280,000	300,000
④	「Tokyo Music Evening Yube」年間来場者数【人】	新規	活動指標	-	3,200	4,350	21,500	21,500	21,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	区民意識調査の⑩商工・観光の同質問に「どちらかというと思う」と回答した人の割合。	区民自らが区内の魅力的なコンテンツについて発信する体制の活動量を示す指標のため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	IKEBUSアトカルツア一年間のべ参加者数	区内の魅力的なコンテンツを回遊して楽しむ体制の活動量を示す指標のため	所管課データ
指標③	区ホームページ月平均アクセス件数(観光)	区内の観光コンテンツに対する興味・関心を示す指標のため	所管課データ
指標④	「Tokyo Music Evening Yube」年間来場者総数	心地よいクラシック音楽が流れる空間創造の実現を示す指標のため	所管課データ

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
区ホームページ月平均アクセス件数(観光)	活動指標	継続	所管課データ	238,000件	349,000件	506,000件	アクセス件数は、受け手にとって魅力的な情報が掲載、発信されているとともに、豊島区の魅力が認知されていることを示す指標であるため。
イベント延べ来場者数	活動指標	廃止	所管課データ	2,214,958人	2,280,000人	2,430,000人	イベント延べ来場者数は、効果的な情報発信の成果を示すとともに、豊島区の魅力が認知されていることを示す指標であるため。

施策 7 - 2 - 3 交流都市との共生の推進

【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿



○地方都市との交流によって、相互に恩恵を享受し、補完し合いながら、交流都市と共に持続発展するまち。

【取組方針】

交流都市との事業継続と新しい交流の形の構築

豊島区は埼玉県秩父市や山形県遊佐町といった姉妹・友好都市をはじめ、80を越える全国各地の交流都市との交流・連携事業を展開しています。近年、SDGs 未来都市に選定されるなど注目度が高まっていることから全国レベルでの交流依頼が相次ぎ、さらなる継続性や発展性のある新しい関係づくりが求められています。

持続可能な地方との共生を目指して、区民や民間事業者と協働し、ファーマーズ・マーケットを交流都市の6次産業化の舞台として活用するなど、従来にはない「新しい都市交流の形」も含め、相互の観光分野の活性化を推進します。

[主な事業] 都市交流推進事業／地方との共生推進事業／ファーマーズマーケット事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)	活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
「区内で地方の特産品や観光情報などを入手する機会がある」と思う区民の割合【%】	21.9	27.0	32.0	ファーマーズマーケット出店自治体数【件】	19	50	100

7-2-3 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	交流都市との共生の推進	交流の推進による賑わいと発展の共有(8-1-3)
【変更理由】 ◇現基本計画にある8-(1)-③「交流の推進によるにぎわいと発展の共有」のテーマ「都市交流」は、観光事業の中で大きなウエイトを占めていることを踏まえ、新体系においては7-(2)に位置付けることがふさわしいと考えたため移行し、都市交流において「地方との共生」はSDGsの観点からも重要な視点なので名称に「共生」を追記する。		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
交流都市との事業継続と新しい交流の形の構築 ◇交流都市との共同事業の展開 ◇ゲートウェイシティとしてのにぎわい活用	◇交流都市との共同事業の展開 ◇ゲートウェイシティとしてのにぎわい活用 ◇インバウンドの推進(7-2-4へ) ◇文化体験の推進

3. SDGsを意識した点

◇6次化など広範に影響を及ぼす取り組みを交流都市と進めることで「自律的な産業の発展」を目指す。 ◇豊島区と地方の交流都市、相互の特性を活かした連携事業を進めることで環境保護などに対処する。		
意識したゴール 	意識したターゲット 2.3 小規模食糧生産者の農業生産性及び所得の倍増 2.4 持続可能な食糧生産システムの確保と強靱な農業の実践 8.9 雇用創出や地方の文化振興・産品販売につながる、持続可能な観光業を促進する政策の立案・実施 14.1 海洋汚染の防止と削減 15.2 森林減少の阻止、森林の回復と再植林の増加 17.17 公民、市民のパートナーシップ推進	意識したローカル指標 ・農業就業人口当たりの農業産出額 ・県内総生産当たりの観光消費額 ・森林面積割合 ・地域サポーターを設置している区市町村の割合

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

◇観光産業をはじめコロナ禍の影響により大打撃を受けた地方の交流都市による、区に寄せる期待は大きい。それに応えていくものとして、両都市が相互に発展していくことができる関係性の構築を目指す。

5. 参画と協働を意識した点

◇自治体交流は役所同士のみならず、地域の住民や民間事業者との協働で取り組むことを意識した。

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-2-3	交流都市との共生の推進
部課名	文化商工部 文化観光課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
地方都市との交流によって、共生を図り、相互に恩恵を享受し、持続発展するまち。	①「区内で地方の特産品や観光情報などを入手する機会がある」と思う区民の割合【%】		→ 交流都市との事業継続と新しい交流の形の構築	②交流事業実施件数【件】 ③交流事業実施自治体数【自治体】 ④ファーマーズマーケット出店自治体数【件】
			→	

【施策の進捗状況を測る参考指標】

指標名		区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
①	「区内で地方の特産品や観光情報などを入手する機会がある」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	—	—	21.9	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0	28.0	29.0	30.0	31.0	32.0
②	交流事業実施件数【件】	新規	活動指標	11	8	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
③	交流事業実施自治体数【自治体】	新規	活動指標	24	12	15	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30
④	ファーマーズマーケット出店自治体数【件】	新規	活動指標	—	—	19	20	25	30	40	50	60	70	80	90	100

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	「区内で地方の特産品や観光情報などを入手する機会がある」と思う区民の割合【%】	地方との共生が進んでいる一つの目安になる数値のため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	移住体験ツアーやファーマーズマーケットといった地方の交流都市との協働により実施した事業の件数	自治体交流を進めていった結果として表れてくる数値のため	所管課データ
指標③	区への表敬訪問や豊島区が関わりのある事業への参加など、年間を通して交流を持つ機会があった自治体数	自治体交流一つの成果として示される数値のため	所管課データ
指標④	ファーマーズマーケットに参加した自治体の出店数	地方の農産物や特産品が区民に対して提供された機会を表すものとして、ファーマーズ・マーケットへ参加した地方自治体の出店数が適切であると考えられるため。	所管課データ

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
観光情報や物産など、地方の情報に接することができるについて、肯定的な回答をする区民の割合	成果指標	継続	豊島区基本計画策定のための区民意識調査報告書	22.5%	30.0%	35.0%	区民が他自治体との交流を感じることができていることを示す指標であるため。

施策 7 - 2 - 4 多様な来街者の受入環境の整備

【目指すべきまちの姿】 SDGs を踏まえた2030年に実現するまちの姿



○外国人を含む全ての来街者にとって、観光の利便性が高く、快適に滞在できるまち。

【取組方針】

おもてなし環境整備の促進

来街者の受入においては、TOSHIMA Free Wi-Fi、観光案内標識、観光案内所など、ハード面の環境整備が進んでいます。さらに来街者の利便性や満足度を高めるには、ハード面の整備に加え、ソフト面の充実が急務となっています。

多様な来街者に対応できるように、DXの活用や、スマートフォン等手元のICTツールによる情報提供を実施します。また、外国語に対応可能な「観光ボランティアガイド」の確保や育成を推進し、区内に複数ある観光案内所にボランティアを配置するなど、「おもてなしの実践の場」を提供していきます。さらに、一般社団法人豊島区観光協会をはじめ、観光産業団体、大学等の産官学が協働し、オーバーツーリズムへの対策など想定しうるリスクについても常に配慮しながら、ユニバーサルツーリズムを街全体で推進していきます。

【主な事業】 エリアWi-Fi構築事業、観光振興事業、観光案内標識整備推進事業

【施策の進捗状況を測る参考指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)	活動指標	現状値 (2020年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
区内を訪れた国内外の人々に満足いただける受け入れ環境が整っていると思う区民の割合【%】	15.9	20.0	25.0	外国語観光ボランティアガイド年間活動延べ人数【人】	76	200	275

7-2-4 施策内容チェックシート


1. 施策名変更

	新	旧
施策名	多様な来街者の受入環境の整備	来街者の受入環境の整備（7-2-3）
【変更理由】 ◇国際アート・カルチャー都市の「誰もが主役となれる劇場都市」、SDGsの「誰一人取り残さない」という基本理念から、外国人だけでなくすべての来街者が、ストレスなく情報収集でき、快適に過ごせる環境を整備していく必要があるため、来街者に「多様な」を追記する。		

2. 主な取組内容

新見出し	旧見出し
●おもてなし環境整備の促進 ◇DXの活用や、スマートフォン等手元のICTツールによる情報提供 ◇「観光ボランティアガイド」の確保及び育成 ◇ユニバーサルツーリズムの推進 ◇推進体制の充実	◇おもてなし意識の向上 ◇来街者受け入れのための人材育成 ◇観光関連インフラ整備の推進 ◇推進体制の充実 ◇インバウンドの推進（8-1-3）

3. SDGsを意識した点

◇ 目指すべきまちの姿として「出自に関係なく、誰もが主役になれるまち」など、SDGsの視点を盛り込んだ。 ◇ 取り組む際には、官民連携して実践の場を提供していくことを明記した。		
意識したゴール 	意識したターゲット 8.9 雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進 9.1 全ての人々に安価で公平なアクセスに重点を置いた経済発展と人間の福祉を支援するために持続可能かつ強靱なインフラを開発 11.3 包摂的かつ持続可能な都市化を促進 11.7 人々に安全で包摂的かつ利用が容易な緑地や公共スペースへの普遍的アクセスを提供	意識したローカル指標 8.9.1 観光消費額

4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)

◇ 対面での多言語によるコミュニケーションの促進に加え、コロナ禍での新しい生活様式、感染防止対策を踏まえた事業展開が求められている。スマートフォン等手元のICTツールにより、より多くの情報を入手できるような環境整備に努めていく。
--

5. 参画と協働を意識した点

◇ 観光協会及び地域のボランティアとの連携を深め、官民が連携して、おもてなしの実践の場を提供し、人材育成を図っていくことを明記した。
--

指標設定に向けたチェックシート

施策名	7-2-4	多様な来街者の受入環境の整備(旧7-2-3)
部課名	文化商工部 文化観光課	

【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】

目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない／現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標
外国人を含む全ての来街者にとって、観光の利便性が高く、快適に滞在できるまち	①「区内を訪れた国内外の人々に満足いただける受け入れ環境が整っている」と思う区民の割合【%】	来街者数の増加、店舗等におけるバリアフリー化推進・多様な宗教及び生活習慣への対応推進・多言語によるコミュニケーションの推進状況	→ おもてなし環境整備の促進	②外国語観光ボランティアガイド年間活動延べ人数【人】 ③TOSHIMA Free Wi-Fi年間利用者数【人】
			→	

【施策の進捗状況を測る参考指標】

指標名	区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標/実績値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
① 「区内を訪れた国内外の人々に満足いただける受け入れ環境が整っている」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	13.7	13.3	15.9	16.0	17.0	18.0	19.0	20.0	21.0	22.0	23.0	24.0	25.0
② 外国語観光ボランティアガイド年間活動延べ人数【人】	継続	活動指標	136	252	76	70	100	150	175	200	225	250	250	275	275
③ TOSHIMA Free Wi-Fi年間利用者数【人】	継続	活動指標	2,055,898	3,103,869	1,780,513	1,700,000	2,000,000	2,125,000	2,250,000	2,500,000	2,750,000	2,800,000	2,900,000	2,950,000	3,000,000
④															

指標	指標の算出方法	指標の設定理由(施策目標との関係)	出典
指標①	「区内を訪れた国内外の人々に満足いただける受け入れ環境が整っている」と思う区民の割合【%】	観光資源の発掘と活用を推進した結果として表れる値であるため	協働のまちづくりに関する区民意識調査
指標②	外国人をおもてなしする、外国語観光ボランティアガイドが年間で活動した延べ人数	着地型観光を推進した結果として表れる値であるため	所管課データ
指標③	来街者が主に利用するTOSHIMA Free Wi-Fi年間利用者数	「魅力的な地域情報」を発掘、創造、発信した値であるため	所管課データ
指標④			

【参考】現基本計画の「施策の達成度をはかる指標」

指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020目標値	2025目標値	設定理由
TOSHIMA Free Wi-Fi利用者数	成果指標	継続	TOSHIMA Free Wi-Fi提供事業者報告書	—	380,000件	454,000件	
外国語観光ボランティアガイド通訳・案内業務対応件数	活動指標	継続	豊島区観光協会作成資料	—	350人	450人	