

地域づくりの方向 7

魅力と活力にあふれる、 にぎわいのまち

地域づくりの方向の概要

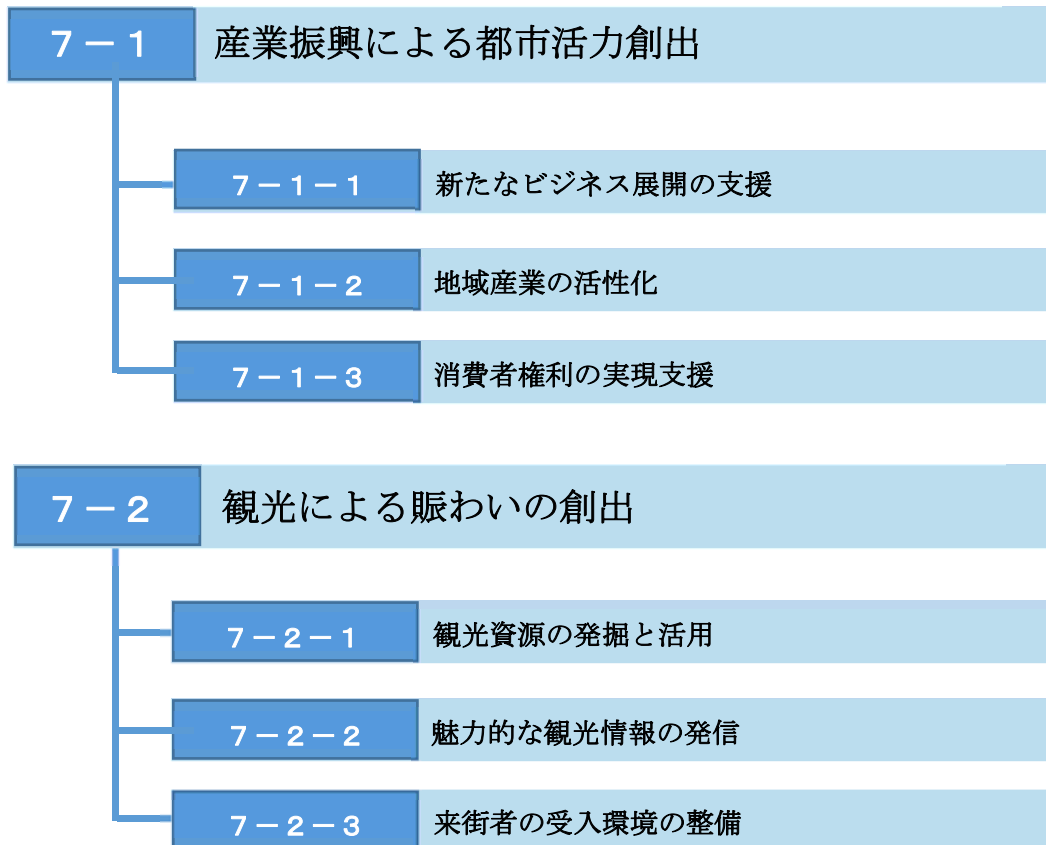
- 東京を代表する都市かつ、より多くの来街者を迎える国際都市として、商工業、観光、文化、交流を中心とした多様な機能が集約した都市づくりを目指します。
- 文化的魅力がたくさん詰まった豊島区は、独自の魅力的な文化を活かすとともに、環境と安全・安心を融合させ、地域ごとの特性に彩られた、次世代へ引き継いでいける観光創造都市を実現していきます。

【政策】

7-1 産業振興による都市活力創出

7-2 観光による賑わいの創出

⑦ 魅力と活力にあふれる、にぎわいのまち



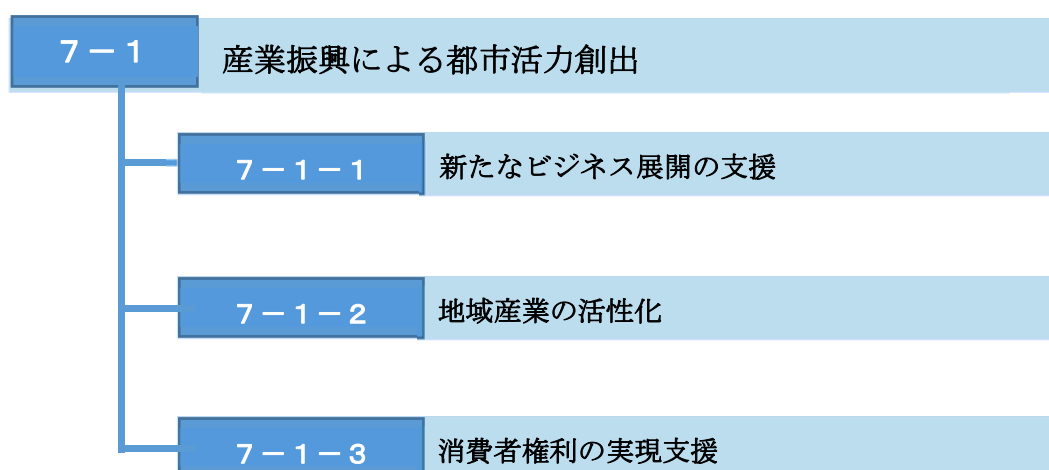
政策 7 - 1

産業振興による都市活力創出

政策の概要

- 豊島区内の事業所数は、平成 24 年から 26 年にかけて、全国、都、区部全体と比較し、高い増加率となっています。創業支援による開業率向上、経営基盤強化、地域特性を活かした商店街活動支援を通じ、さらなる地域産業活性化を図ります。
- 相談や普及啓発、消費者教育を充実させ消費者の権利を実現します。

政策と施策の構成



政策7-1 産業振興による都市活力創出

施策7-1-1 新たなビジネス展開の支援

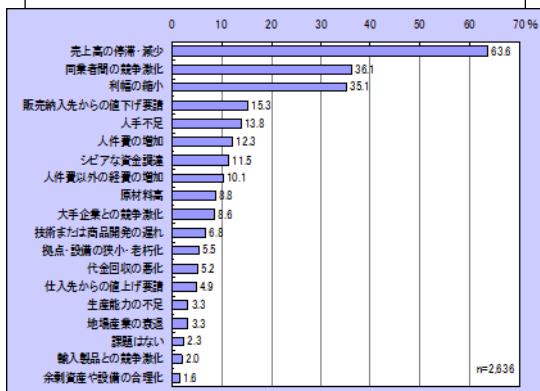
【施策の目標】

- 開業率の向上を図るため、金融機関等関係団体との連携を一層強化し、起業家をサポートする体制の充実を進めます。
- 事業者の経営基盤を強化するため、としまビジネスサポートセンターのコンサルティング機能の充実を進めます。

【現状と課題】

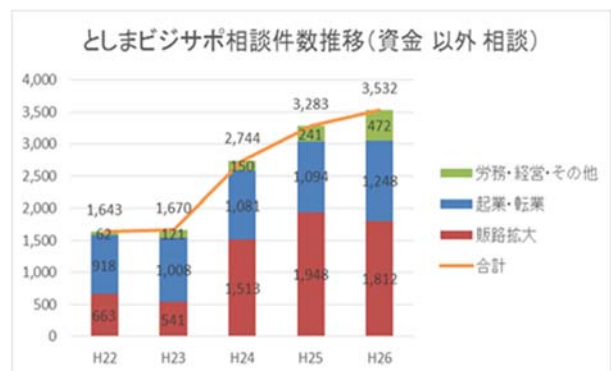
- 豊島区は、平成26年「豊島区産業振興指針」を策定し、区が抱える課題に迅速に対応するため、官民一体となって進むべき方向性をまとめ取り組んでいます。
- 区は、平成26年に成立した「産業競争力強化法」による「創業支援事業」第一次の認定を受け、地元金融機関等と連携し創業者を支援する取り組みを始めました。
- 池袋駅周辺の施設整備や大型商業施設の参入等により新たなビジネスチャンスが生まれる可能性が高まる中、開業率を高め都市の活力を創出するため、より一層の創業支援を推進することが必要となっています。
- としまビジネスサポートセンターが受ける相談件数は平成22年の開設以来増加傾向にありますが、一方で平成24年度に実施した「区内産業実態調査」によると、事業上の課題としては、「売上高の停滞・減少」が最多であり、事業者の約6割が回答しています。また、「今後の経営方針」としては、「販路を広げる」が最多であり、事業者の約半数が回答しています。
- 経営基盤を強化し、地域経済の活性化を図るため、売上アップや販路拡大など事業者の課題に適切に対応する効果的な支援が求められています。

◆事業上の課題



出典；平成23年度「区内雇用・経営状況実態調査」

◆としまビジサポでの相談件数の推移



出典；生活産業課統計

政策7-1 産業振興による都市活力創出

施策7-1-2 地域産業の活性化

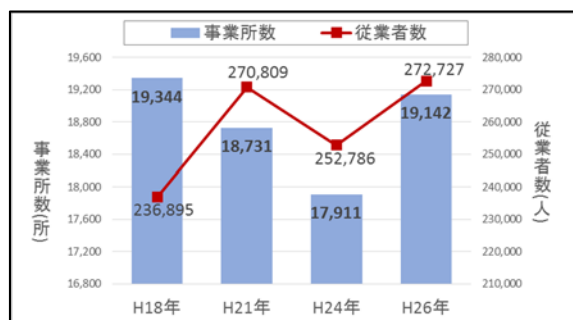
【施策の目標】

- まちの価値を高めるため、地域で有する文化資源・観光資源や、個々の事業者の持つ強みを最大限に活用しながら、商店街や個店の魅力を創出・発信します。
- 商店街活性化のため、装飾街路灯等の施設整備、ITを活用した販売促進、空き店舗対策など、商店街が取り組む活性化事業を支援します。また、商店街や地域が一体となって取り組む商業イベントを支援します。

【現状と課題】

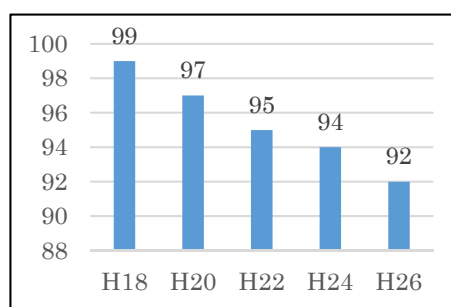
- 区内の事業所数と従業者数は、平成24年まで減少傾向にありましたが、26年の「経済センサス（速報値）」によると増加に転じています。
- 地域産業の活性化のためには、さらに多くの事業所を区内に呼び込み、ビジネスマッチングを強化することが重要です。
- 店舗数・会員数の減少等により解散する商店街があり、豊島区の商店会数は減少しています。
- 継続している商店街も、来街者数や売上げの減少、空き店舗の増加、役員の高齢化や後継者育成など、多くの課題を抱えています。
- 直面する課題の解決に向けて、地元のニーズに合った店舗誘致やインバウンド対応なども含め、便利で快適な商店街環境の整備、魅力あるイベント開催による活性化などが求められています。

◆事業所数・従業者数の推移



<出典>平成18年事業所・企業統計調査(総務省統計局)/平成21年経済センサス(基礎調査)/平成24年経済センサス(活動調査)/平成26年経済センサス(基礎調査速報)
 <留意事項>事業所数:平成24年活動調査については民営のみの調査であったため、他の年の数値も「民営のみ」に統一した。

◆商店会数の推移



出典: 商店会届出書

政策7-1 産業振興による都市活力創出

施策7-1-3 消費者権利の実現支援

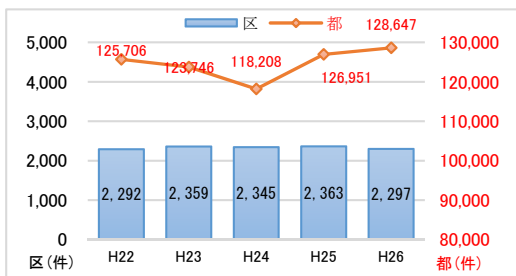
【施策の目標】

- 適切な消費者相談が受けられるよう体制を強化します。
- 消費生活に関する必要な情報と消費者教育の機会を提供することにより、消費者の権利を実現し、その自立を促進します。

【現状と課題】

- 豊島区の消費生活相談件数は横ばい状態ですが、東京都全体では増加しています。
- 東京都全体では相談件数が増えていることを考えると、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ことが推察されます。
- これまで様々な機会や方法で被害防止啓発活動を行ってきましたが、多様な年代層があり関心や被害事例が異なるため、必ずしも効果が表れないこともあります。
- そのため、相談窓口の周知を強化するとともに、被害の未然防止のため、消費者へのアプローチ方法を変えることで、啓発効果を高めることが課題となっています。
- また、自立した消費者をつくっていくことが重要であるという観点から、消費者教育の推進を図っていくことが求められています。

◆区と都の消費生活相談件数の推移



出典：生活産業課作成資料

◆上位の契約当事者商品・役務相談内容

順位	H22	H23	H24	H25	H26
1	賃貸アパート	賃貸アパート	賃貸アパート	賃貸アパート	アダルト情報サイト
2	フリーローン・サラ金	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	賃貸アパート
3	アダルト情報サイト	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金	商品一般	商品一般
4	相談その他	商品一般	商品一般	フリーローン・サラ金	デジタルコンテンツ
5	携帯電話サービス	役務その他サービス	デジタルコンテンツ	携帯電話サービス	フリーローン・サラ金

出典：生活産業課作成資料

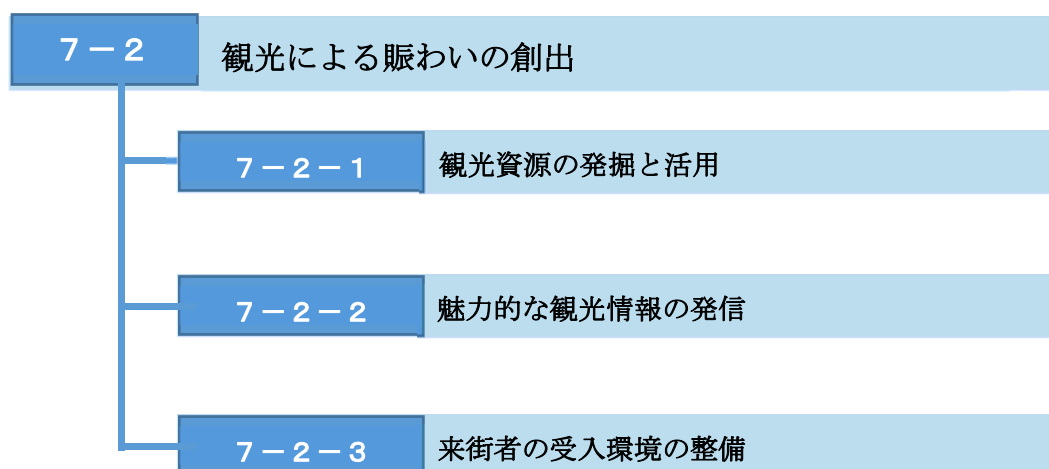
政策7-2

観光による賑わいの創出

政策の概要

- 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、伝統的な文化と新しい文化をあわせ持つ区として、多くの方に魅力のある、来街者が快適に過ごせる観光創造都市を目指します。
- 各地域の個性を活かして、人々が魅力を感じ、より多くの人を訪れる都市を実現するため、観光資源を活用していきます。
- 最新の観光情報が、より多くの人に迅速に届く設備を充実させ、何度も訪れたい観光によるまちづくりを促進します。

政策と施策の構成



政策7-2 観光による賑わいの創出

施策7-2-1 観光資源の発掘と活用

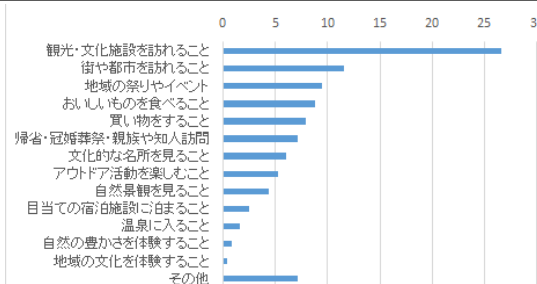
【施策の目標】

- 区民や来街者が、国際アート・カルチャー都市豊島区を楽しめるような回遊ルート設定等、新たな観光資源を発掘します。
- ソメイヨシノ発祥の地、トキワ荘、池袋モンパルナス、ふくろう等、豊島区のオンリーワンブランドの魅力を活用します。
- 特色あるグルメ、ショッピング等、豊島区滞在時の魅力を創出します。

【現状と課題】

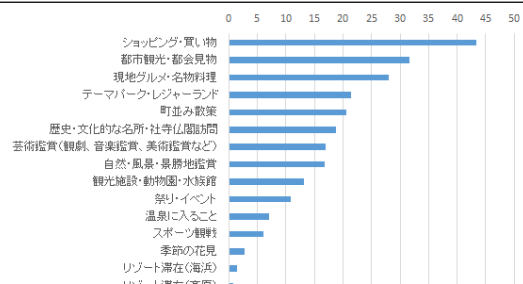
- 平成27年、観光庁は「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」を策定しました。訪日外国人旅行者数2000万人を目指し、日本人も、自文化や地域の価値を再認識する「質の高い」観光立国を目指しています。
- 平成27年、都は世界の旅行者に選ばれる、旅行地としての「東京ブランド」の確立に向けて、「東京のブランディング戦略」を策定しています。
- 豊島区には多くの観光資源があり、様々なイベントも開催されていますが、全国的に認知されている数は多くありません。独自の魅力を区内外へ広くPRするとともに、来街者が豊島区にわざわざ足を運び、快適に滞在してもらえ環境整備が課題です。
- 人々に何度も区内各所を訪れてもらえるように、としまオンリーワンブランドを始めとした特性を磨き上げ、名所となるような観光スポットの創出等も課題となっています。

◆旅行先と最も楽しみにしていたこと（東京都）



出典：旅行年報2014（（財）日本交通公社）を参照し、文化観光課作成

◆旅行先と現地で楽しんだ活動（東京都）



出典：旅行年報2014（（財）日本交通公社）を参照し、文化観光課作成

政策7-2 観光による賑わいの創出

施策7-2-2 魅力的な観光情報の発信

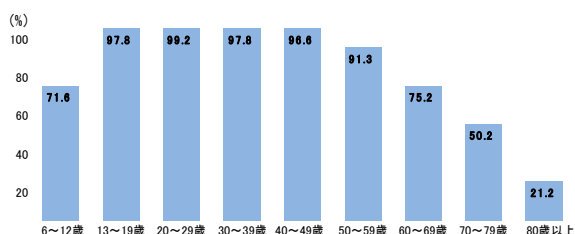
【施策の目標】

- ソメイヨシノ・トキワ荘などオンリーワンブランド資源の情報を始め、年間を通じた様々なイベントの魅力を国内外へ広めるため、受け手目線に立ったPR手段を講じます。
- 情報の多言語化の推進はもとより、情報関連事業者と連携し、最新の情報発信手段の開拓・活用を進め、PRをしていきます。

【現状と課題】

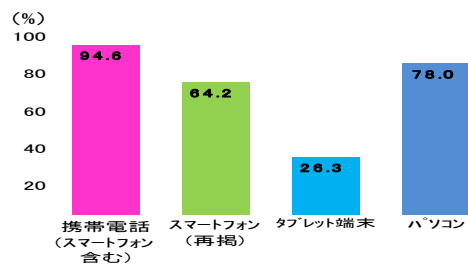
- 「平成27年版観光白書」によると、日本全国の客室稼働率は過去最高を記録しています。これは外国人延べ宿泊者数の増加が要因となっています。
- 豊島区には、ソメイヨシノやトキワ荘、池袋モンパルナス、日本ユネスコ協会連盟未来遺産プロジェクトに登録された雑司が谷などの資源に加え、一年を通して様々な地域イベントが催されています。しかし、その認知度は低く、魅力を十分に伝えできていません。
- 情報通信サービス（ICT）の普及にともない、外出先での情報取得が容易となり、13歳から59歳までのインターネット利用率が9割を超えています。新たな情報メディアや情報伝達ツールの開拓とその効果的な活用による来街者の増加が課題です。

◆年齢階層別インターネット利用状況(平成26年)



出典：総務省「平成26年通信利用動向調査の結果」

◆主な情報通信機器の世帯保有状況(平成26年)



出典：総務省「平成26年通信利用動向調査の結果」

政策7-2 観光による賑わいの創出

施策7-2-3 来街者の受入環境の整備

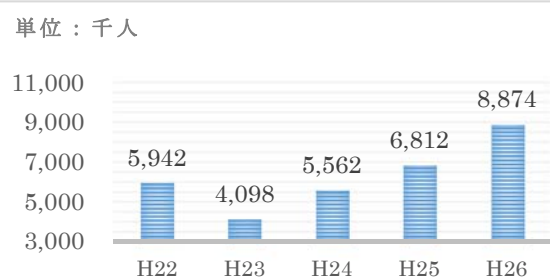
【施策の目標】

- 新庁舎に導入したTOSHIMA Free Wi-Fiを来街者の多い主要箇所に整備します。
- 一般社団法人豊島区観光協会と協力し、多言語対応や新たな情報発信の手段を構築する等、来街者満足度の向上を図ります。
- 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け増加する外国人観光客に対応するため、観光協会が組織化する観光ボランティアガイドの育成を積極的に支援します。

【現状と課題】

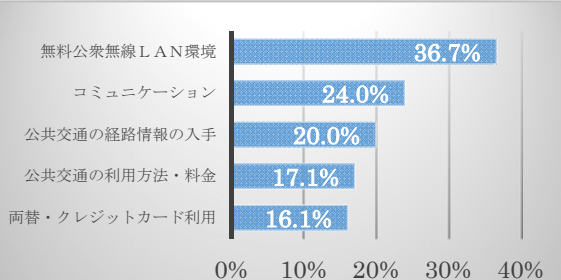
- インバウンド施策の推進のため、国は、「観光立国推進基本法」に基づき、平成24年に「観光立国推進基本計画」を閣議決定、都は、平成26年に「外国人旅行者の受入環境整備方針」を策定して受け入れ環境の整備を進めています。
- 新庁舎に導入した、区の独自の情報発信ツールであるTOSHIMA Free Wi-Fiを、池袋駅周辺にも整備しましたが、現状の利用可能範囲は駅前に限られています。
- 区が推奨するTOSHIMA Free Wi-Fiの利便性向上のため、屋内外での利用可能範囲の拡大、並びにその利用者を増加させることが課題となっています。
- 増加する外国人観光客に対するおもてなし環境整備のため、外国語対応が可能な観光ボランティアガイドの確保及び育成が大きな課題となっています。

◆訪都外国人旅行者数の推移



出典：「東京都観光客数等実態調査」東京都

◆外国人旅行者が旅行中困ったこと



出典：「H23外国人旅行者アンケート調査」観光庁