

千代田区シティプロモーションの推進に係る検討について  
～平成27年度千代田区魅力発信会議におけるまとめ～

平成28年1月

千代田区魅力発信会議

# 目 次

## 1 概要

(1) 経緯	P 1
(2) シティプロモーションの定義	P 1
(3) 目的・対象	P 2
(4) 検討事項	P 3
(5) 委員の構成	P 4
(6) 会議開催経過	P 5

## 2 これまでの検討状況等

### ■千代田区魅力発信会議

(1) 第1回の内容	P 7
(2) 第2回の内容 ※ワークショップ形式①	P 7
(3) 第3回の内容 ※ワークショップ形式②	P 9
(4) 第4回の内容	P 10

### ■会議での議論を補完する取り組み

(5) アンケート	P 10
(6) 千代田区魅力発見ツアー	P 11
(7) SNS（フェイスブック）の運用	P 11

## 3 千代田区の魅力の体系化

(1) 5つのテーマ別	P 12
(2) 3つの対象者別	P 16
(3) 総括	P 26

## 4 現状と課題

## 5 今後の方向性

(1) 魅力発信の考え方	P 29
(2) 平成28年度の展望	P 30

# 1 概要

## (1) 経緯

平成25年9月、2020年オリンピック・パラリンピック競技大会(以下「2020年競技大会」という。)について、昭和39年以来2回目、56年ぶりに東京での開催が決定した。久しぶりに日本が元気になる明るい話題であり、多くの人が期待に胸を膨らませている。

千代田区は、日本の政治、経済、そして文化の中心地として発展し、その過程において様々な文化資源や観光資源が区の財産として蓄積されてきた。現在も、多くの観光客が千代田区を訪れているが、2020年競技大会が開催されると、これまで以上に千代田区には国内外から多くのお客様が訪れることが想定される。

そこで、千代田区では、区が持つ様々な魅力を、継続的に広く国内外に発信していく絶好の機会と捉え、「シティプロモーション」を推進していくこととなった。そのために、千代田区に住み、働き、学ぶ人々の誇りや生きがいの醸成、外国人旅行者をはじめ、区を訪れる人々に、区の多様な魅力を体感してもらえよう、区内在住・在勤・在学者等で構成する「千代田区魅力発信会議」が設置され、区の魅力を調査発掘し、創造し、磨き上げ、効果的に発信するシティプロモーションについて、2ヶ年をかけて検討することとなった。

## (2) シティプロモーションの定義

シティプロモーションとは地域再生、観光振興、住民協働など様々な概念が含まれており、その捉え方は数多くある。1つには、そこに住む地域住民の愛着度の形成と考えられる。更に、地域の売り込みや自治体名の知名度の向上や、自らの地域のイメージを高め経営資源の獲得を目指す活動と考えることもできる。

千代田区においては、シティプロモーションについて、対象を区民向けと区外の日本人・外国人向けの三者に分け、区民には、誇りや生きがいの醸成を図り、区外の日本人・外国人には、区内を訪れた人の回遊性を向上させ、まちとしての賑わいを高めていけるよう推進していく。

### (3) 目的・対象

#### ①区に住み、働き、学ぶ人々の誇りや生きがいの醸成

(インナーブランディング※)

⇒千代田区に住み、働き、学ぶ人々に、区の素晴らしさを再認識してもらい、「住んでよかった」「これからも住み続けたい」「働いてよかった」「学んでよかった」等と実感を抱いてもらえるよう、区への愛着心や誇りを醸成する。

#### ②区の多様な魅力を体感してもらい、観光客等の回遊性を高める

(アウターブランディング※)

⇒日本人観光客に向けて、江戸時代からの史跡や文化財、官庁街、東京駅・丸の内、神田古書店街をはじめとする専門店街、アニメ、ゲームに代表されるポップカルチャーなど、多様な文化資源や観光資源などを効果的に情報発信し、観光客等の回遊性を高める。

#### ③インバウンド(外国人旅行者)から見て、

#### 国際的な観光地としての賑わいを高める

(アウターブランディング※)

⇒2020年競技大会開催を追い風に、ますます増加が見込まれる外国人旅行者に向け、江戸時代からの史跡などの文化資源やアニメ、ゲームに代表されるポップカルチャーなどの区の魅力、千代田区のおもてなしの心を知ってもらうことで、外国人旅行者から見て、国際的な観光地としての賑わいを高める。

※「インナーブランディング」と「アウターブランディング」

「インナーブランディング」とは、企業等が自らのブランドを社内に浸透させる啓発活動のこと。社内でブランドの価値観を共有化し、従業員の意識や行動をブランドの方向性とあわせていこうという試み。ここでは、従業員を区民に置き換えている。また、「アウターブランディング」とは、企業のブランド価値を消費者などに向けて啓発活動を行うこと。ここでは、消費者を日本人観光客等や外国人旅行者に置き換えている。

#### (4) 検討事項

千代田区の魅力について多様な視点から調査発掘し、創造し、磨き上げ、国内外に効果的に発信していくため、学識経験者や区内各団体関係者(町会、商工、福祉等)、在住、在勤、在学者で構成する「千代田区魅力発信会議」を設置した。

会議における具体的な検討事項としては、区の魅力を整理し、体系化するとともに、シティプロモーションの具体的な手法など、シティプロモーションの推進に向け、検討をすすめていく。

■平成27年度 区の魅力を体系化

■平成28年度 体系化した区の魅力を発信する具体策を検討

## (5) 委員の構成

座長	学校法人法政大学教授	岡本 哲志
副座長	青少年委員会会長	谷 眞理子
副座長	八校会会長	堀田 康太郎
委員	千代田区連合町会長協議会	鵜飼 友義
委員	千代田区商工業連合会会長	山本 久喜
委員	千代田区観光協会	渡辺 美樹
委員	千代田区障害者共助会	小笠原 桂子
委員	千代田区社会福祉協議会	武藤 祐子
委員	千代田区文化財保護調査員	荘 敬典
委員	区民	田熊 清徳
委員	区民	柿内 健介
委員	区民	野本 俊輔
委員	区民	保坂 重雄
委員	区民	山本 俊行
委員	フォーシーズンズホテル丸の内東京 チーフコンシェルジュ	Akhil Tiwari
委員	東日本旅客鉄道株式会社	緒方 敦泰
委員	庭のホテル東京代表取締役総支配人	木下 彩
委員	一般社団法人 大手町・丸の内・有楽町地区 まちづくり協議会事務局長	金城 敦彦
委員	一般社団法人 淡路エリアマネジメント	須川 和也
委員	千代田区ミュージアム連絡会	福岡 千鶴子
委員	学校法人明治大学	望月 利昭
委員	株式会社AKS	由比 康弘
委員	区内大学生	今枝 紘子
委員	区内大学生	山水 彩稀
委員	区内大学生	中川 春香
委員	区内大学生	西山 直輝
委員	区内大学生	横川 千夏

## (6) 会議開催経過

### ① 6月 6日(土) 第1回魅力発信会議



- ・委嘱状の交付
- ・座長の互選、副座長の指名について
- ・千代田区魅力発信会議の運営について
- ・千代田区魅力発信会議の役割について
- ・今後のスケジュールについて
- ・千代田区魅力発信会議設置にあたっての考え方について
- ・アンケートの内容について

### ② 10月16日(金) 第2回魅力発信会議／ワークショップ①

- ・前回の振り返りと方向性の整理について
- ・千代田区の魅力に関するアンケート集計結果について
- ・千代田区の魅力掘りおこしについて  
\*グループ討議、全体討議
- ・魅力プロットシートについて  
(次回に向けた課題の説明)
- ・SNS (Facebook) の運用について
- ・その他／区の各種案内表示等のサインについて



### ③ 11月12日(木) 第3回魅力発信会議／ワークショップ②



- ・前回の振り返りと今後の方向性について
- ・千代田区の魅力掘りおこしについて  
\*グループ討議、全体討議

④ 12月17日(木) 第4回魅力発信会議

- ・ワークショップの振り返りについて
- ・中間報告書について
- ・総括

---

⑤ 9月12日(土) 千代田区魅力発見ツアー



- ・議論の参考とするため、「まちの魅力発見ツアー(区内視察)」を実施



## 2 これまでの検討状況等

### ■千代田区魅力発信会議

#### (1) 第1回の内容

委員へ委嘱状交付の後、座長・副座長の選任、会議の運営方針及び役割の確認等を行った。更に、区の魅力を議論する5つのテーマ（行ってみたい千代田区、住んでみたい千代田区、もう少し居たい千代田区、支えたい千代田区、伝えたい千代田区）毎の基本的な考え方について、共通認識を図った。また、シティプロモーションの推進にあたり、区民等を対象に行うアンケートについて、議論の参考となりそうな情報を引き出すため、アンケートの調査項目についてテーマ毎に議論を行った。

#### (2) 第2回の内容 ※ワークショップ形式①

シティプロモーションの定義、目的・対象、今後の会議の進め方について確認を行った。また、7月に実施した「区民」、「昼間区民」、「区民・昼間区民以外」の3者を対象としたアンケート結果の概要について、報告を受け、議論の参考材料としつつ、5つのテーマに分かれてグループ討議（ワークショップ/ワールドカフェ方式）を実施した。

グループ毎の主な意見は下記のとおりである。

##### ①「行ってみたい千代田区」

- ・観光資源やまち並み、食べ物についての意見が多かった。
- ・外国人の目線での議論を行い、飲食店メニューの英語表記があまり進んでいないなどの意見があった。
- ・治安が良いことも、地域の売りとなる。

## ②「住んでみたい千代田区」

- ・住んでいる人が気付いていない魅力、逆に住んでいない人が気付いている魅力が存在するというギャップを認識した。
- ・住んでいる人とこれから住もうとしている人の間で、魅力の共有が行われると良いのではないかな。

## ③「もう少し居たい千代田区」

- ・「まちを歩く」ことそのものに魅力を感じてもらえる仕組みを作ったら良いのではないかな。
- ・秋葉原などの各地域に行きたい観光客はいても、千代田区そのものに行きたいという観光客は少ないのではないかな。
- ・滞留時間をどうやって増やしていくかという点が課題になる。

## ④「支えたい千代田区」

- ・新住民と旧住民の間に溝と距離感があり、現状それを埋める場がないが、お祭りなどの地域イベントなどの活用が有効ではないかな。
- ・大学生の活用も今後の課題である。

## ⑤「伝えたい千代田区」

- ・何を伝えるかが鍵。魅力としては食べ物に関係するものが多く、公園や文化、歴史などに関する意見も数多く出た。
- ・「皇居のある千代田区」という高貴（ノーブル）なイメージも魅力であるが、過去の歴史の舞台なども魅力的な一面なのではないかという意見もあった。

### (3) 第3回の内容 ※ワークショップ形式②

前回の議論で掘りおこされた魅力の共有化を図った。

今後は、魅力の発信を見据え、「区民向け」「区外の日本人向け」「区外の外国人向け」の3者の対象者毎に魅力を整理し、掘りおこされた魅力を、カテゴリー別に分け、重み付けをすることなどにより、魅力を体系化していくことを確認した。その後、対象者(3者)毎に分かれグループ討議及び全体討議を実施した。

グループ毎の主な意見は下記のとおりである。

#### ①「区民向け」

- ・安心・安全につながる行政サービスが充実している。
- ・建物と自然が調和している。
- ・学生が多く、また、区民の知らない歴史、名所旧跡が存在している。

#### ②「区外の日本人向け」

- ・千代田区の歴史に特化して区外へ発信してはどうか。
- ・地域の成り立ちは様々であり、地域らしさ、地域の風情を売り出すべき。
- ・テーマ性のある区内ツアーや散策道などを作ったらどうか。
- ・江戸の風情や地域らしさを出したらどうか。

#### ③「区外の外国人向け」

- ・神田の路地、神社、公園、お濠など千代田区のまち並みや、皇居の外観・内側ともに魅力である。
- ・美術館、博物館が多く日本文化の発信拠点である。
- ・神田の出版、秋葉原のポップカルチャーなど各地に根付く文化がある。

## (4) 第4回の内容

これまでのワークショップにおける議論の振り返りを行い、中間報告(たたき台)について、議論を行った。

## ■会議での議論を補完する取り組み

### (5) アンケート

7月に「区民」、「昼間区民」、「区民・昼間区民以外」の3者を対象としたアンケートを実施した。その結果から、『共通している認識』と『乖離している意識』が読み取れる。

3者に共通している認識は、千代田区のイメージが、「皇居」「交通の利便性」の2つが中心であり、代表的な地域資源についても「皇居周辺」「丸の内」とした意見が多かったことである。イメージ形成の中心は、「高貴な雰囲気」「便利な場所」。中核となる魅力として「歴史や風格がある」「交通の便がいい」という意見が多かった。

一方、3者の乖離している意識は、「アツい区民、冷静な昼間区民、関心の薄い区民外」というように、それぞれの対象によって、本区への意識に差異があり、三者三様の意識をもっていることが結果から読み取れる。例えば、区民、昼間区民は、区に対して愛着を持っており、特に区民はその度合いが高いこと、また区民・昼間区民以外は、千代田区を認識しているものの、千代田区のイメージは「よく分からない」との回答が多いことからである。シティプロモーションを推進していく上で、対象者(3者)毎に、求められるゴールや、感じる魅力が異なってくると思われる。魅力の発信にあたっては、各対象者に対応した魅力を体系化することで、千代田区の持つ魅力を効果的に発信することができると考える。

## (6) 千代田区魅力発見ツアー

魅力発信会議の開催に先立ち、委員が区の魅力をイメージし、活発な議論を行えるよう、委員が実際に「まち」に出て区内を見て回り、魅力を肌で体感してもらう「まちの魅力発見ツアー(区内視察)」を実施した。

## (7) SNS(フェイスブック)の運用

### ① 目的

- ア 「千代田区魅力発信会議」の状況を公開
- イ 魅力(資源)発掘作業の支援
  - ・ 委員以外からも、広く魅力について収集
  - ・ 発信した魅力に対する反応やコメントを、検討の参考にする。

### ② 概要

- ア 名称  
「千代田区魅力発信会議」
- イ 利用する SNS  
Facebook(フェイスブック)
- ウ 内容  
千代田区の魅力を紹介し、紹介した情報に対し、外部閲覧者のコメントの書き込みや新たな情報を得る。
- エ 運用の開始日  
10月19日より開始

### 3 千代田区の魅力の体系化

#### (1) 5つのテーマ別(ワークショップ形式①)の議論

魅力の発掘にあたっては、区内の多くの魅力を洩らすことなく広く探っていくにあたり、以下の5つの視点から、魅力発信会議の中でアプローチを試みた。

なお、掲載されている魅力については、一部表現を整理している。

#### ■「行ってみたい千代田区」

多くの方が関心を持ち、「行ってみたい」と思ってもらえる千代田区になるためには、様々な区の魅力の中でどのような魅力を発信したらいいのかという視点からのアプローチ。

行	秋葉原	行	老舗洋菓子店のパウンドケーキ
	秋葉原の電気製品・ゲームソフト		山王祭
	秋葉原の猫カフェ・メイドカフェ		神社
	秋葉原の漫画・コミック		神保町雑貨店めぐり
	淡路町の古い街並み		神保町のカフェ
	江戸文化のお店		神保町のカレー店
	大きなデパート		須田町の老舗
	大手町の温泉		大学のカフェテリア
	お散歩できる街		千鳥ヶ淵の桜
	会社に近い		(桜目的で訪れた人の行動範囲を広げ、区内滞在時間を増やすことに繋がる魅力)
	神田川・日本橋川クルーズ (道を歩くのとは、一味違う目線で楽しめる)		日本武道館
	神田神保町古書店街		バスが魅力
	神田の居酒屋めぐり		美術館が多い
	神田祭		古書店街の近くのカフェ
	休日が静か		ホテルブッフェ
	東京国立近代美術館ほかミュージアム		本屋さん
	区内サイクリング		三菱一号館前の庭
	麴町のスイーツ		国会議事堂
	皇居東御苑		真田濠の桜
	「日本の近代建築20選」に選定されたビル		靖国神社
丸の内のライブレストラン	皇居		

## ■「住んでみたい千代田区」

「もし千代田区に住めたら、どんな風な生活になるのか？」住んでいる人の目線から、また住んでみたいと思う人の目線から千代田区の魅力を探る視点からのアプローチ。

住	安全	住	老舗飲食店
	医療機関が多い		住民が行政機関と密接に連係している
	江戸の頃からの歴史と文化を感じるまち		小中学校のバリアフリー
	美味しい、イケてるレストラン		職住接近
	学校が多い		新幹線がある
	皇居の緑		ステータス
	週末の静けさ		託児所保育園
	行政が親切		治安がいい
	綺麗		地下鉄が充実
	高校生まで医療費無料		徒歩圏内に楽しいところいっぱい
	交通の便がいい		祭
	子育てに適している		人が集まりやすい
	子供は大学病院にベット数によるプラスのお金を払わなくてよい		人との出会いが多いまち
	祭礼文化を継承している町会の存在		ブランド力
	雑然とした町		緑が多い
散歩を楽しめる街			

## ■「もう少し居たい千代田区」

千代田区での滞留時間を増やすことを目的に、朝・昼・夜など時間帯によって異なる区の魅力を探る視点からのアプローチ。

居	外国人にしか見えない風景
	駅
	真夜中の千代田区
	銭湯
	朝活
	朝大学
	開かないシャッター
	朝の風景
	古地図
	歴史

## ■「支えたい千代田区」

地域を一緒に創る、支える機会をどう作るか。支える人と支えられる人が共感できる千

代田区の魅力を探る視点からのアプローチ。

支	11の大学 (千代田区と協定を結んでいる11大学。昼間人口として10万人を超えるこのような学生資産を持つ区は他にないという魅力)	支	小学校
	2つの区		中学校
	イベントの動員数		千代田応援隊
	屋上農業		図書館
	神女会		ネットで祭り参加
	学芸員		番町皿屋敷
	学生 (11大学の学生だけではなく、例えばアートピクニックにおけるお茶の水カルチャータン構想推進会議のように専門学校の学生や近隣から、学生が区内で活動をしていることが魅力)		美術館
	神田のおやじ		文化財
	ウェルカムな気質		文人・偉人の住居
	神田祭		本当の「そばのまち」
	企業参加		町会
	旧市街		マンション管理組合
	区民のプライド		ミュージアム・ディスカバリーツアー
	公園		ミュージアム連絡協議会
	子供		昔からの100万人都市
	山王祭		留学生の参加
	参加できる祭り (法被を着てお神輿を担ぐ体験ができる)		
老舗飲食店			



## ■「伝えたい千代田区」

千代田区に生まれた人、住んでいる人、働き、学んでいる人にしか語れない、文化や暮らしやすさなどの伝えたい魅力を探る視点からのアプローチ。

伝	アート展開催施設 (東京国立近代美術館、アーツ3331等)	伝	再利用・リノベーション空間
	47か所の稲荷		坂・地形
	47都道府県の花		坂の歴史
	JR高架構造物のデザインディティール		桜田門外の変の場所
	赤レンガアーチ		裏路地の居酒屋
	秋葉原の雑多な文化		水上コンサート「湊」
	歩くと楽しい		大使就任の際の儀装馬車
	淡路町・須田町老舗街		大名上屋敷
	町会の祭り・神輿		高い資産価値
	運河の町		たくさんの説明板・石碑・史跡
	昭和看板建築		たくさんの銅像
	江戸・近代・現代の時代の折り重なり		アニメの舞台となった老舗甘味処
	江戸時代から続く物語		町人地の空間
	大奥の名残の石碑		町名の歴史
	多くのホテル		千代田区に住んでいると「まさか」といわれる
	大手町の温泉		千代田区に本社を置くと企業イメージが上昇
	おでん缶詰自動販売機 (日本は自販機で他国にない驚きの商品を扱う)		東京駅(丸の内駅舎)
	神田の立ち飲みワインバー		東京の中心で3つの盆踊り
	川から観る景色		東郷記念公園
	鰻の老舗		どこを掘っても江戸時代の遺物が出る土地
	神田川クルーズ (道を歩くのとは、一味違う目線で楽しめる)		ニコライ堂と周辺の学生街
	神田のそば		日本に1つしかない大事な建物が多い
	北白川宮能久親王像銅像		橋
	北の丸公園		原首相暗殺現場
	喫茶店文化		日比谷公園のオープンカフェ
	旧万世橋駅		ビルの真ん中にある誰もいじれない墓地
	行幸マルシェ		濠
	近代建築		濠でネットワークされた町
	東京国立近代美術館工芸館(旧近衛師団司令部庁舎)		旧万世橋駅(商業施設)
皇居一周	松本家住宅主屋		
皇居に入る神輿(築土神社)	丸の内仲通り		
一八通り、二七通り、五十通り	神輿渡御		
古民家を利用したフレンチ・居酒屋	水辺の環境		
	見附		
	緑・公園23区で一番多い		

## (2) 3つの対象者別(ワークショップ形式②)の議論

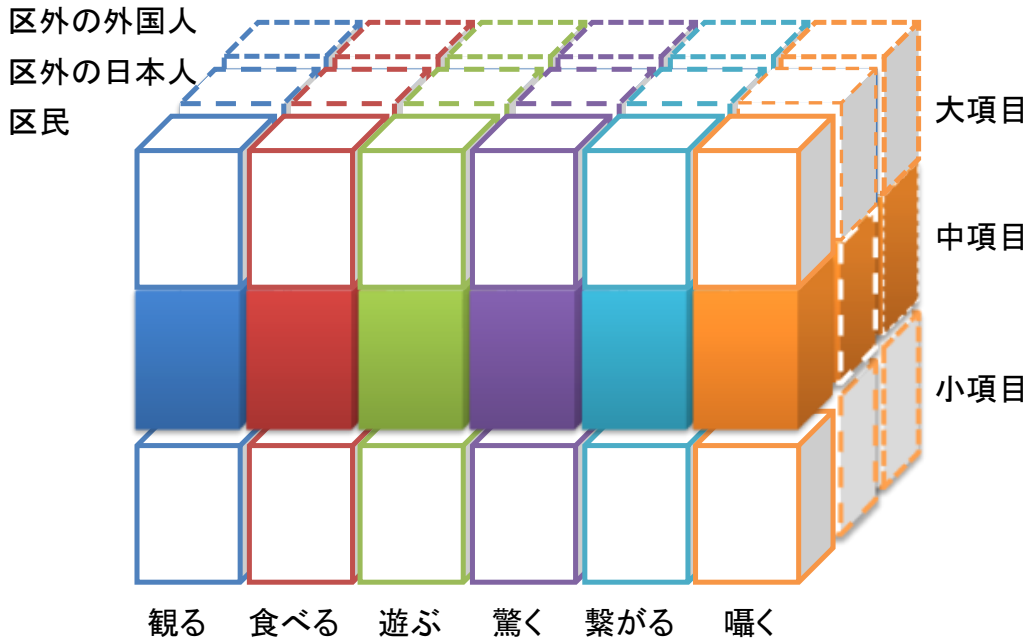
ワークショップ形式①では、5つのテーマに分かれて議論を行い、区の魅力を広く探った。今後、魅力の最終的な体系化にあたっては、次年度以降のプロモーション構築を見据えると、区民、区外の日本人、区外の外国人がそれぞれ求める区の魅力は異なっていることを考慮し、対象者毎に整理する必要があること、また、観光の視点から従来型の観光資源(観る、食べる、遊ぶ)に加え、体験型・交流型の観光資源(驚く、繋がる、囁く)を系統的に整理することにより、効果的な発信ができると考える。

そこで、ワークショップ形式①の5つのテーマから掘りおこした魅力を基本としながら、魅力を発信する対象者(区民・区外の日本人・区外の外国人の3者)に対して、「広さ『従来型の観光資源(観る、食べる、遊ぶ)』、『体験型・交流型の観光資源(驚く、繋がる、囁く)』」、と「深さ(大項目、中項目、小項目)」の観点から、魅力発信会議の中で整理した。

具体的には、次頁に示すような構造で整理しており、大項目は、「魅力の全体像がわかるレベル(例:観光)」、中項目は、「魅力の個別内容がわかるレベル(例: 現地ツアー、観るイベント)」、そして小項目は、「魅力の個別情報がわかるレベル(例:神田川・日本橋川クルーズ、さくらまつり)」となっている。

なお、掲載されている魅力については、一部表現を整理している。

■魅力発信のアウトプットレベルの構造



観る	食べる	遊ぶ	驚く	繋がる	囁く
旧来からの物見遊山型の観光施設・名所・旧跡・神社等	飲食・スイーツ・食材・食文化・郷土食・B級グルメ等	テーマパーク・スポーツ体験・伝統文化体験等	非日常体験や、これは誰もが驚きそうな無二の地域資源	産業観光・伝統文化や祭事の参加などによる人々とのつながりが体感できるもの	SNS等で話題になっているもの、なりそうなもの・思わず発信したくなる資源

	大項目	中項目	小項目
内容	魅力の全体像がわかるレベル	魅力の個別内容がわかるレベル	魅力の個別情報がわかるレベル
事例	・観光	・現地ツアー ・観るイベント	・神田川・日本橋川クルーズ ・さくらまつり

## ■区民向け

大項目	観る		食べる	
	建物	風景	新	旧
中項目	名所・旧跡・神社	半蔵門～日比谷公園～皇居エリア	神保町・丸の内オフィス街	神保町・丸の内・ホテル
小項目	歩くと楽しい	北白川宮能久親王像銅像	大学のカフェテリア	神田の立ち飲みワインバー
	お散歩できる街	ミュージアム・ディスカバーーツアー	レストランのバラエティが広い	老舗飲食店 ※1
	町会の祭り・神輿	北の丸公園	神保町のカレー店	多くのホテル
	開かないシャッター	真夜中の千代田区	神保町のカフェ	ラーメン
	松本家住宅主屋	皇居	カレー	丸の内のお濠に面した宴会場
		美術館が多い	ワゴンランチ	江戸時代から続く白酒
		徒歩圏内に楽しいところいっぱい		
	レアな景色			

大項目	遊ぶ		
	屋外	屋内	
中項目	皇居の濠(堀)	学ぶ・動く・参加・町会イベント	
小項目	区内サイクリング	朝大学	再利用・リノベーション空間
	公園	神田祭 ※2	アート展開催施設(東京国立近代美術館、アーツ3331等)
	皇居一周	盆踊り	朝活
	ボート	山王祭 ※3	多くのホテル
	花見	神保町雑貨店めぐり	シャワー
	銀杏	大きなデパート	町人地の空間
		行幸マルシェ	銭湯
		秋葉原のアイドル	ヨガ
		寄席	劇場
	ポルタリング		

**色分けの意味**

注1: 1回目のワークショップで出された魅力

- … 行ってみたい千代田区
- … 住んでみたい千代田区
- … もう少し居たい千代田区
- … 支えたい千代田区
- … 伝えたい千代田区

注2: 2回目のワークショップで出された魅力

- … 太枠

※1: 「老舗飲食店」、※2: 「神田祭」、※3: 「山王祭」は、「行」のグループからも出された魅力

大項目	驚く		繋がる		
	新	旧	祭事	イベント	町会
中項目	最新設備・コンビニ	歴史	神田祭・山王祭ほか	学園祭・スポーツ・アートビクニック	マンション管理組合・自治会
小項目	千代田区に住んでいると“まさか、といわれる	古地図	祭礼文化を継承している町会の存在	ミュージアム連絡協議会	住民が行政機関と密接に連係している
	千代田区に本社を置くと企業イメージが上昇	江戸の頃からの歴史と文化を感じるまち	東京の中心で3つの盆踊り	大学のカフェテリア	マンション管理組合
	スパ・温泉	AR歴史	人との出会いが多いまち	11の大学(千代田区と協定を結んでいる11大学。昼間人口として10万人を超えるこのような学生資産を持つ区は他にないという魅力)	人が集まりやすい
	昌平小学校	井戸	企業参加	学生(11大学の学生だけではなく、例えばアートビクニックにおけるお茶の水カルチャータン構想推進会議のように専門学校の学生や近隣から、学生が区内で活動をしていることが魅力)	神女会
		変電所	屋上農業	留学生の参加	神田のおやじ
		麴町小学校	参加できる祭り	学校が多い	子供
		日本水準原点	ネットで祭り参加	中学校	町会
		桜の開花基準の木		小学校	
				図書館	
			学芸員		

大項目	囁く			
	安全・安心	風景	ひと	その他
中項目	行政サービス	建物・自然	学生・在勤・在住者	イベント・祭・プライド・自慢
小項目	子供は大病院にベット数によるプラスのお金を払わなくてよい	日本に1つしかない大事な建物が多い	会社に近い	高い資産価値
	小中学校のバリアフリー	緑・公園23区で一番多い	職住接近	昔からの100万人都市
	子育てに適している	ビル	学食案内	ブランドカ
	高校生まで医療費無料	公園	ボランティア	区民のプライド
	安全	休日が静か	ランチ情報	タクシー
	保育園	猫		ステータス
	行政が親切	鉄道		
綺麗	山の手と下町が共存			

■区外の日本人向け

色分けの意味はP18 参照

		観る			
大項目	大江戸の魅力			観光	
中項目	江戸の風情と歴史的建物	新旧の対比／手をかけている建物／最新のビルと歴史的建造物		現地ツアー	観るイベント
小項目	大名上屋敷	JR高架構造物のデザインディテール	山本歯科医院(有形文化財)	神田川・日本橋川クルーズ(道を歩くのとは、一味違う目線で楽しめる) ※4	真田濠の桜
	濠でネットワークされた町	東京国立近代美術館工芸館	「日本の近代建築20選」に選定されたビル	47都道府県の花	千鳥ヶ淵の桜
	大奥の名残の石碑	北白川宮能久親王像銅像	文人・偉人ゆかりの場所	明治期の学校の設立～歴史ある小中学校	歴史・風情のある社寺・祭り
	桜田門外の変の場所	北の丸公園	象徴的な国の機関	歩く楽しい歩け歩けツアー	町会夏まつり
	番町皿屋敷	旧市街	東郷記念公園	建築ツアー	ライトアップイベント
	運河の町	赤レンガアーチ	原首相暗殺現場	ちよくる(レンタサイクル)	雪だるままつり
	神社	淡路町の古い街並み	たくさんの銅像	歴史的ツアー	黄葉見まつり
	橋	旧万世橋駅	三菱一号館前の庭	小さな散策コース	秋まつり
	水辺の環境	近代建築	明治生命館	水のある景色めぐり	さくらまつり
	坂・地形	江戸城と皇居	元文化学院の建物	撮影ツアー	桜見物コースの発掘
	昭和看板建築	皇居東御苑	靖国神社	食べ歩きツアー	
	文化財	一八通り、二七通り、五十通り	和田倉噴水公園		
	地名などのたくさんの説明板・石碑・史跡	国会議事堂	老舗ホテル		
		神田川の変遷	大企業本社		
	今はない建物				

※4：「神田川・日本橋クルーズ」は、「行」のグループからも出された魅力

	食べる		遊ぶ		
大項目	地域ごとの特長発信		千代田区らしさ		
中項目	町会まとめて地域の店の紹介		地域の風情		ショッピング
小項目	丸の内のライブレストラン	路面店の個性的な店構え	ニコライ堂と周辺の学生街	神田の飲み屋イメージ	秋葉原の電気製品・ゲームソフト
	秋葉原の猫カフェ・メイドカフェ	レストランのバラエティが広い	秋葉原の漫画・コミック	日本武道館	旧万世橋駅(商業施設)
	淡路町・須田町老舗街	日比谷公園のオープンカフェ	秋葉原の雑多な文化	バスが魅力	大きなデパート
	美味しい、イケてるレストラン	老舗洋菓子店のパウンドケーキ	多くのホテル	緑が多い	丸の内仲通り
	古民家を利用したフレンチ・居酒屋	老舗飲食店 ※1	神田神保町古書店街	麹町屋敷街	旧東京中央郵便局舎(商業施設)
	おでん缶詰自動販売機	神保町のカフェ	神田祭 ※2	須田町の老舗街	
	神田の立ち飲みワインバー	神保町のカレー店	公園	教会と神社	
	鰻の老舗	須田町の老舗	皇居一周	東京駅(丸の内駅舎)	
	神田の居酒屋めぐり	喫茶店文化	皇居の緑	官庁街	
	神田のそば	大学のカフェテリア	山王祭 ※3		
	オンリーワンの店と味	本当の「そばのまち」	水上コンサート「湊」		
	麹町のスイーツ	千代田区のうなぎ	劇場		
	多くのホテル	アニメの舞台となった老舗甘味処	アート展開催施設(東京国立近代美術館、アーツ3331等)		
中華街	ホテルブッフェ				

※1 : 「老舗飲食店」、※2 : 「神田祭」、※3 : 「山王祭」は、「行」のグループからも出された魅力

	驚く	繋がる	囁く
大項目	千代田のトリビア	人づくり、絆づくり	暮らしやすい千代田区
中項目	ニュースがいっぱい	ALL世代ネットワーク	安全・安心・便利
小項目	江戸の頃からの歴史と文化を感じるまち	11の大学(千代田区と協定を結んでいる11大学。昼間人口として10万人を超えるこのような学生資産を持つ区は他にないという魅力)	どこを掘っても江戸時代の遺物が出る土地
	ビルの真ん中にある誰もいじれない墓地	ウェルカムな気質	2つの区
	大使就任の際の儀装馬車	ネットで祭り参加	医療機関が多い
	皇居に入る神輿(築土神社)	企業参加	交通の便がいい
	47か所の稲荷	参加できる祭り	子育てに適している
	イベントの動員数		新幹線がある
	大手町の温泉 ※5		
	坂の歴史		
	町名の歴史		
見附			

※5 : 「大手町の温泉」は、「行」のグループからも出された魅力



■区外の外国人向け

色分けの意味はP18 参照

		観る			
大項目	驚きの日本らしさ	まちなみ			
中項目	<b>美術館・博物館</b>	日本人の日常	公園	濠(堀)・川	外国人ゆかりの碑
小項目	アート展開催施設(東京近代美術館・アート千代田3331等)	神社	皇居外苑、日比谷公園等	神田川・日本橋川クルーズ ※4 (道を歩くのとは、一味違う目線で楽しめる)	
	昭和看板建築	鉄道を含む東京駅		橋	
	三の丸尚蔵館(若冲「動植綵絵」等)	国会議事堂			
	文人街	劇場(国立劇場等)			
	出光美術館と所蔵美術品	路地が多い			
		大手町の通勤シーン			
		神田の駐車場			
		神田の路地			
		淡路町の古い街並			
	裏路地の居酒屋				

※4 : 「神田川・日本橋クルーズ」は、「行」のグループからも出された魅力

		観る		
大項目	皇居	ショッピング		
中項目	皇居の木々・花々などの自然や公園・景観	<b>秋葉原電気街</b>	神田小川町のスポーツ店街	お茶の水楽器店街
小項目	47都道府県の花	秋葉原のネオン		
	千鳥ヶ淵の桜(桜を目的で訪れた人の行動範囲を広げ、区内での滞在時間を増やすことに繋がる魅力)	電子部品の店		
	桜の名所			
	紅葉(黄葉)の名所			
	梅の名所			
	銀杏			

食べる					
大項目	飲み屋街・食べ物街				その他
中項目	神田の居酒屋	様々な食べられる	老舗料理店	B級グルメ	神田一流店のおもてなしストーリーのある食べ物
小項目	神田の居酒屋めぐり	古民家を利用したフレンチ・居酒屋	淡路町・須田町の老舗	おでん缶詰自動販売機(日本は自販機で他国にはない驚きの商品を扱う)	ミュージアムツアーの食文化
	神田の立ち飲みワインバー	江戸文化のお店	本当の“そばのまち”	揚げまんじゅう	弁当
		秋葉原の猫カフェ	鰻の老舗	カレー屋さん巡り(日本のカレーが好きな外国人は多い)	
		小料理屋	神田のそば		
		世界の料理	老舗飲食店 ※1		
		お好み焼屋			
		天ぶら屋			
		とんかつ屋			
	おでん屋				

遊ぶ					
大項目	体験				
中項目	日本に触れる	歩く	皇居マラソン	舟	撮影スポット
小項目	秋葉原の雑多な文化	ミュージアムディスカバーツアー	ウォーク&ラン(皇居一周の間に自然と観光ができる魅力)	神田川・日本橋クルーズ ※4 (道を歩くのとは、一味違う目線で楽しめる)	丸の内仲通り
	神田祭 ※2	パワースポット	パレスサイクリング	川でクルーズ	コンサート会場
	山王祭 ※3	神保町で浮世絵探し(通の旅行者へのプラン)			
	料理体験	お座敷体験			
	江戸っ子	裏路地			
	千代田区で宿泊	江戸城城郭			
		街道			
		商店街を歩く			

※1：「老舗飲食店」、※2：「神田祭」、※3：「山王祭」、※4：「神田川・日本橋クルーズ」は、「行」のグループからも出された魅力

	遊ぶ		驚く	繋がる	囁く
大項目	文化		ニッポンの真ん中	ちよだ人	まず、千代田へ
中項目	神田の出版文化	ポップカルチャー	生活	人柄	安心・便利
小項目		アキバのメイドカフェ	47か所の稲荷	ウェルカムな気質	安全
		秋葉原の人 (電気街など秋葉原 だからこそ味わうこと ができる雰囲気)	ビルの真ん中にある 誰もいじれない墓地	参加できる祭り (法被を着てお神輿を 担ぐ体験ができる)	綺麗
			大手町の温泉		交通の便がいい
			綺麗		新幹線がある
			雑然とした町		治安がいい
			大使就任の際の儀装 馬車		地下鉄が充実
			神輿渡御		

### (3) 総括

2回のワークショップという時間の中で精力的に議論を行い、掘り起こされた魅力を整理してみると、区民向けには、「驚く、繋がる、囁く」の魅力が、区外の日本人・外国人向けには、「観る、食べる、遊ぶ」の魅力が、比較的掘り起こされている傾向にある。

区民向けの魅力が、「驚く、繋がる、囁く」に比較的集中している背景には、区民の居住年数やそれに伴う情報収集力の違いが影響していると思われる。古くから住んでいる「旧住民」は、旧来からのコミュニティを通じて、祭や町会活動など住民同士の横の連携により、繋がる魅力に接する機会が多い環境にある。一方、新住民は、旧住民にとっては至極当たり前の魅力であっても、新たな発見であったりするケースもあり、それが驚きやSNSでの囁きへ展開されていると思われる。

また、区外の日本人・外国人向けの魅力が、「観る、食べる、遊ぶ」に比較的集中している背景には、千代田区の場合、外部からの観光目的や来訪ニーズが、「観る、食べる、遊ぶ」などの要素で構成され、これらの組み合わせによって、外部から区内へ訪れる人々の滞在時間が構成されているからと考えられる。しかし、近年、地域産業等の体験や地域のふれあいなどの「ニューツーリズム」を推進する地域では「繋がる」が、Facebook（フェイスブック）などのSNSを活用したプロモーションに注力する地域では「囁く」が、大型テーマパークや施設の誘致、先進的なイベントで誘客を推進する地域では「驚く」などの魅力が掘り起こされる傾向が見受けられる。

このことから、区民向けについては、いわゆる旧住民、新住民との間に存在する情報ギャップや、千代田区の行政サービスや特徴などを、何を通じて繋いでいくのかが、ポイントとなってくるとと思われる。特に新住民の中でも、積極的に住民として地域に関わっていきたいと考えている層に対して、どのように接触し、魅力的な資源、情報に接してもらうか、その手段とは何かを探ることが求められる。

また、区外の日本人・外国人向けについては、近年の観光の現場において「観る、食べる、遊ぶ」だけではなく、「ニューツーリズム」の中で体感する「驚く、繋がる、囁く」などにシフトしており、千代田区においても、その分野に視点を置くことが求められる。先進的な地域ではすでに様々な取り組みが始まっており、千代田区においては、魅力発信におけるプロモーション手法の一つとして、麴町・神田など地域毎の特性を生かしたニューツーリズムの活用は有効と思われる。さらに、近年、企業の転勤や数ヶ月の長期旅行などで、地域に長く滞在する外国人居住者が増えている。そういう層を取り込みながら、呼び込み需要を獲得し、帰国後に千代田区のファンとして発信してもらえるような魅力を整理しておく視点も必要だと思われる。

## 4 現状と課題

アンケート結果のなかでも示されているように、千代田区の魅力を取り巻く2つの課題(「共通している認識」と「乖離する意識」)は、今回、掘り起こした魅力を今後、発信する際に、意識しなければならない重要なポイントであると思われる。

多くの人が魅力として挙げる「皇居」や「交通の利便性」。皇居に関していえば、その露出度や認知度において、これ以上の存在感の大きいものはない。また皇室が持っている高貴なイメージや安定感、伝統、歴史、重厚感などのキーワードはそのまま千代田区のイメージと重複しており、このイメージを活かしながらプロモーションを行うことが必要となると思われる。

また、「交通の利便性」という魅力については、千代田区のもつ様々な魅力へのアクセスの良さ、更には魅力から魅力へと歩いた先にも駅があるというまち歩きの際の利便性にも繋がる強みとなっている。ただし、対象者の側に立てば、「帰りやすい千代田区」ということにもなり、今後、滞在時間をどのように増やすのかが課題となってくることも、念頭に置く必要がある。

そのため、点と点になっている様々な魅力を連携させて一本の線として、さらには、カテゴリー化された魅力同士を相互に際立たせることによって関心を呼び込むなどの工夫が必要になってくる。例えば、「『そばのまち、千代田区』を楽しんだ後は、『坂のまち、千代田区』で腹ごなし。そして『古書のまち、千代田区』でやっと探した古い書物を、『カフェのまち千代田区』でゆったりと目を通す。」など、魅力と魅力を繋ぐストーリーを含めた過ごし方などの提案をすることで、千代田区での滞在時間を拡大することにつながるかと考える。今後は、地域毎の特性を活かしたテーマやストーリーの中に具体的な魅力を落とし込んでいくことが求められる。

## 5 今後の方向性

### (1) 魅力発信の考え方

2回のワークショップを通じて、千代田区には、多くの魅力が溢れていることを改めて再認識することができた。また、区の魅力に対して5つのテーマからアプローチしながら、最終的に3つの対象者に向けて整理することで、様々な角度から、体系的に魅力を整理することができた。

魅力の発信にあたっては、魅力発信会議の公共性や、行政的な公平性の観点から、個別の魅力ではなく、例えば「そばのまち、千代田区」のように、「カテゴリー化された中項目」のレベルで情報発信を進めていくのが望ましいと考える。

具体的に議論の中では、区民に向けた魅力としては、「名所・旧跡・神社」、「歴史」「祭事(神田祭、山王祭ほか)」、「行政サービス」が、区外の日本人に向けた魅力としては、「江戸の風情と歴史的建物」、「観るイベント」、「千代田区らしい地域の風情」が、区外の外国人に向けた魅力としては、「美術館・博物館」、「秋葉原電気街」、「神田の出版文化」、「老舗料理店」等が、情報発信の優先順位が高いものとして位置付けられた。

次年度は、「どうしたら千代田区のファン(リピーター)を増やすことができるのか?」を念頭に置きながら、今年度整理され、対象者毎に重みづけをされたこれらの魅力を中心に、情報発信の具体策について、検討をすすめる。

なお、検討にあたっては、区内各団体関係者(町会、商工、福祉等)、在住、在勤、在学者とどのように連携して行くことができるのかについても、念頭に置く必要があると考える。

## (2) 平成28年度の展望

今年度の計画では、あくまで魅力の体系化がテーマとなっており、次年度は、その発信手法の検討が中心的課題となってくる。今回、整理した魅力を対象者（3者）毎の特性や傾向などを精査しながら、より最適化を図っていくにあたり、対象者をより明確にしていくことも必要となる。更に、設定した各対象者（3者）を取り巻く環境が変化していくことも想定される。そのため、千代田区にこれまで蓄積されてきた様々な文化資源や観光資源をベースとしつつ、先の流行を読みながら、対象者のニーズや、最適なプロモーションの手法をどう選択していくことができるのかが、平成28年度における、最も大きな課題となってくると考えられる。

また、自治体間の競合が厳しくなる中で、観光交流マーケティングや情報発信手法に秀でた地域が、危機意識の強い地方の自治体を中心に増えてきており、それらは、都市部の生活者へ向けられているものが多い。千代田区においても、そういう点も考慮することが求められる。

そうした課題解決に向け、効果的なシティプロモーションの手法について、検討を行っていく。



