



板橋区観光振興ビジョン2035

目 次

1	板橋区観光振興ビジョン2025（平成29（2017）年度策定）の評価	1
2	国・都の観光動向	9
3	観光を取り巻く環境の変化	13
4	区の観光動向	17
5	区の歴史、文化、自然、景観などの観光資源	28
6	区の観光に対する区民及び来訪者の意識	41

1 板橋区観光振興ビジョン2025（平成29（2017）年度策定）の評価

区は、平成29（2017）年4月に「板橋区観光振興ビジョン2025」を策定し、『歴史が結ぶ、懐かしさと新しさに出会えるまち。』を基本理念に、5つの目標、20施策、56事業（再掲の1事業含む）を掲げ、取組を推進してきました。

1-1 策定後の主な成果

本項では、令和6（2024）年度までの取組状況の調査結果をまとめました。

目標・施策名	事業数	実施済 完了		一部実施済		未実施	
		事業数	割合	事業数	割合	事業数	割合
目標1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ	11事業	10事業	90.9%	1事業	9.1%	0事業	0.0%
施策1 区のシンボル事業によるにぎわいの創出	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策2 桜をいかしたにぎわいの創出	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策3 魅力体験観光ツアー	2事業	1事業	50.0%	1事業	50.0%	0事業	0.0%
施策4 未来の板橋を担う子ども	3事業	3事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
目標2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす	13事業	11事業	84.6%	2事業	15.4%	0事業	0.0%
施策1 国内外の交流都市との連携・文化交流	3事業	3事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策2 高島平プロムナード	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策3 東板橋公園周辺の環境整備	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策4 街道文化・歴史をいかした観光	4事業	3事業	75.0%	1事業	25.0%	0事業	0.0%
目標3 新たな観光価値を創造する	12事業	11事業	91.7%	1事業	8.3%	0事業	0.0%
施策1 「農」をいかした観光	5事業	5事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策2 赤塚地域の資源をいかしたにぎわいづくり	4事業	4事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策3 近代化遺産としての史跡公園整備	2事業	1事業	50.0%	1事業	50.0%	0事業	0.0%
施策4 「絵本のまち板橋」による魅力づくり	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
目標4 地域を挙げて魅力を発信する	8事業	6事業	75.0%	2事業	25.0%	0事業	0.0%
施策1 観光情報発信の担い手の育成・支援	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策2 観光大使やりりんちゃんなどによるプロモーション	2事業	2事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策3 区民・観光客などによる新たな魅力の収集	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策4 SNSの活用による訴求力の高い魅力発信	4事業	3事業	75.0%	1事業	25.0%	0事業	0.0%
目標5 観光を楽しむ環境を整える	12事業	10事業	83.3%	2事業	16.7%	0事業	0.0%
施策1 観光滞在基盤の整備	6事業	5事業	83.3%	1事業	16.7%	0事業	0.0%
施策2 食・商店街を通じた観光促進	4事業	4事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
施策3 屋外案内標識デザインガイドラインの策定及び観光案内板などの整備	1事業	0事業	0.0%	1事業	100.0%	0事業	0.0%
施策4 MOTENASHI プロジェクトの推進	1事業	1事業	100.0%	0事業	0.0%	0事業	0.0%
計	56事業	48事業	85.7%	8事業	14.3%	0事業	0.0%

※事業数は再掲の1事業含む

全体としては、再掲の1事業を含めて56事業中、「実施済・完了」が48事業（85.7%）、「一部実施済」が8事業（14.3%）、「未実施」はありませんでした。

「一部実施済」の事業は、「近代化遺産としての史跡公園整備」「観光ボランティアの育成・支援」「史跡観光案内板の整備」「高島平プロムナード」などが挙げられます。これらの事業については、現在の社会環境や観光動向、ニーズなどを踏まえ、新たな観光振興ビジョンに取り入れていきます。

1-2 策定後の主な成果

本項では、前ビジョンに掲げている目標ごとの主な成果をとりまとめました。

目標1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ

いたばし花火大会や区民まつり、農業まつり、板橋Cityマラソンなど、区を代表するイベントは、その時々の特ピックを取り入れながら魅力向上に努めてきました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2(2020)年度は中止を余儀なくされ、桜のライトアップやガイドツアーも同様に中止となりました。令和3(2021)年度には、花火大会と区民まつりが中止、板橋Cityマラソンはオンライン開催という制約の中での実施となりました。令和4(2022)年度からは、感染状況を踏まえつつ段階別にイベントを再開し、令和5(2023)年度には、来場者の安全確保に配慮しながら、ほぼ全ての主要イベントを本格的に実施しました。令和6(2024)年度においても、荒川放水路通水100周年を記念した第65回花火大会をはじめ、区民まつり、板橋Cityマラソン、桜のライトアップなど、区を代表するイベントを継続して実施し、区内外から多くの来場者を迎えるなど、地域のにぎわい創出と交流の場としての役割を回復・維持しています。

学びや体験の面でも成果が見られます。観光ガイドツアーは、小豆沢崖線ニリンソウ散策ツアー、七福神めぐりツアー、石神井川花見ツアーなど、幅広い年齢層の方が楽しめるツアーを実施し、好評を得ています。

自然資源の活用では、「緑のガイドツアー」を継続的に開催。ニリンソウをはじめとする貴重な山野草の保全に配慮しながら、単なる自然観察にとどまらず、地域の歴史や風土、自然との共生を学べるプログラムとして定着しています。

東京2020大会関連の取組では、延期対応や聖火リレーの実施形態の変更を経て、令和3(2021)年度までに教育・体験事業を実施しました。その後はレガシー事業として発展し、オリンピック種目の教室などを行い、スポーツを通じた交流の裾野を広げています。

文化の継承にも取り組んでいます。ふるさと文化伝承事業では、無形民俗文化財が伝承されている地域の学校で芸能鑑賞や体験学習を実施しています。また、区内の小学校6年生を対象に発掘調査などで出土した遺物を用いて埋蔵文化財教材使用授業を実施し、対面で「遺物に触れる」本来の学びを行っています。

これらの取組を通じて、地域の魅力をより身近に感じることで郷土愛を醸成しています。



いたばし観光ボランティア「もてなしたい」

目標2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす

板橋区では、国内外の都市との協定締結に加え、「特別区全国連携プロジェクト」を活用し、自治体間の連携を強化してきました。その結果、文化・観光の相互発信や交流が進み、「渋沢栄一物産展」や「SDGsマルシェ」など、交流イベントが再活性化し、地域のにぎわいが戻っています。

国際交流の分野では、令和4（2022）年度に新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を徹底し、モンゴル国立馬頭琴交響楽団コンサート、北京市石景山区との友好交流25周年記念事業や写真展、熱帯環境植物館でのマレーシア展示など、多彩な取組で交流を再開しました。令和5（2023）年度以降も、こうした対面での交流を継続しており、友好都市との相互訪問や区民参加型のイベントをさらに拡充するなど、国境を越えた絆を再び深めています。

東板橋公園周辺では、令和3（2021）年に「東板橋体育館」と「植村冒険館」を複合化し、「植村記念加賀スポーツセンター」としてグランドオープンしました。スポーツ・健康・冒険・緑が融合した、人のふれあいが生まれる拠点として整備し、生涯スポーツの提供と区民の健康づくりを支援しています。

まちづくりの面では、令和5（2023）年に「高島平地域交流核形成まちづくりプラン」を策定しました。特に「高島平プロムナード」の形成によって、駅周辺の回遊性向上と滞在環境の質的充実を図っています。

さらに、歴史と文化の継承にも注力しています。江戸四宿の一つ「板橋宿」の歴史的背景を活かし、商店街の空き店舗をリノベーションした「板五米店」の整備などを通じて、街道文化を起点とした新たな観光ストーリーを構築し、文化資源の保存と活用を両立させる観光モデルの形成を進めています。

これらの取組は、地域資源を活かしながら交流と発信を推進し、「歴史・文化・暮らしの魅力をいかす」という目標を着実に成果へとつなげています。



植村記念加賀スポーツセンター

目標3 新たな観光価値を創造する

板橋区では、「農」を核とした体験や交流を通じて、都市生活者にとって身近で持続可能な観光体験を広げています。農業まつりは令和3（2021）年度から令和4（2022）年度の中止を経て、令和6（2024）年度には来場者数85,000人を記録。数年前までの活気ある水準を取り戻し、野菜宝船や収穫体験、地元団体による演目など、「見る・買う・学ぶ」が一体となった地域の魅力を発信するイベントとして定着しています。

赤塚地域では、美術館・郷土資料館・史跡・公園を連携させ、赤塚梅まつりなどの季節催事と常設展示を組み合わせ、来訪者が各施設を一体的に巡れる周遊導線を磨き上げています。

加賀エリアでは、近代化・産業遺産を核とした「板橋区史跡公園（仮称）」の整備を進め、ガイダンス機能や体験ゾーンの導入、産業ブランドを発信する拠点化をめざしています。

さらに、絵本文化をテーマとした「絵本のまち」関連事業や、渋沢栄一ゆかりの広報・展示など、地域文化を「ストーリー」として東ね直す取組を実施しました。これらを通じて、農・産業・芸術・教育といった多彩な資源を結びつけ、来訪者と住民がともに楽しみ・共有できる創造的な体験価値を積み重ねています。



板橋区立郷土資料館

目標4 地域を挙げて魅力を発信する

観光ボランティアによる区内ガイドや、観光大使・観光キャラクターを活用したプロモーションを通じて、板橋区の認知度向上と地域の自律的な情報発信が進んでいます。令和3（2021）年度に中止となった観光ガイドツアーも、令和4（2022）年度以降は感染症対策を講じながら再開し、活動基盤を維持しました。

デジタル発信では、区公式ホームページや映像広報「魅力発信!いたばしナビ」、SNS（Facebook、X、Instagram）を通じて多様な情報発信を継続。観光アプリ「ITA-マニア」は公式LINEに機能を移行し、日常的な接点で情報の到達率を高めています。さらに冊子『板橋マニア』の展開が加わり、隠れた地域資源の掘り起こしと再評価につながりました。

令和4（2022）年度には国内交流事業や、モンゴル国馬頭琴交響楽団による日本公演、北京市石景山区写真展といった国際交流を実施し、相互誘客と文化理解の深化に寄与しました。こうしたイベントや相互訪問の再開により、情報発信の機会が一層広がっています。



板橋マニア

目標5 観光を楽しむ環境を整える

観光案内拠点「いたばし観光センター」の運営に加え、コミュニティバス「りんりんGO」の導入やシェアサイクルの実証実験により、区内の周遊性と受入基盤を着実に強化しました。コミュニティバス「りんりんGO」は、区立美術館周辺など観光・文化施設の集積地を經由し、観光・文化施策の振興をめざして運行しており、シェアサイクルは公共交通機関の不足地域を補完し、利便性や回遊性の向上などを推進しています。

にぎわいづくりでは、商店街イベントの支援、空き店舗の活用、個店の魅力向上、公衆浴場（銭湯）の利用促進を一体的に展開。銭湯は地域文化を体験できる資源として再評価が進み、来訪者の関心を引き寄せています。

景観整備も継続し、「板橋」の桜のライトアップは令和3（2021）年度から令和4（2022）年度の制限・短縮を経て、令和5（2023）年度及び令和6（2024）年度には9基を設置し、実施時間を21時まで延長。夜間の安全を確保しながら、にぎわいを両立させました。

「MOTENASHIプロジェクト」は、東京2020大会を契機に交流人口の増加を図る諸施策を推進するため、区職員の意識・能力向上を目的に、平成29（2017）年度から令和2（2020）年度にかけて実施しました。具体的には、新任ビジネスマナー研修やMOTENASHI研修、板橋の魅力を伝えるもてなし英語講座など、4年間にわたり継続的な研修を実施し、もてなしの心の醸成を図りました。

また、公衆無線LANについては、区施設への設置を順次拡充し、127施設に設置しました。



いたばし観光センター

1-3 観光振興に向けた課題

本項では、前ビジョンに掲げている目標ごとに、板橋区の観光振興に向けた課題をまとめました。

目標1 板橋への愛着と誇りをはぐくむ

継続的に実施され、地域に定着しているイベントやツアーについても、区民のニーズを的確に把握しながら、新しい要素を取り入れることで、その魅力を持続させていくことが大切です。

板橋区の魅力を再認識し、「魅力あるまち」「見どころのあるまち」と感じる区民を増やすためには、区を代表するイベントや桜のライトアップ、さらには歴史・文化・自然を活かしたガイドツアーの充実を図り、区民の満足度を高めていくことが求められます。

特に大規模なイベントにおいては、安全性・財源・人手の3つを同時に強化する必要があります。花火大会を例にとると、混雑緩和の工夫、避難経路の明確化、けが人対応や緊急連絡手段の確保、強風・猛暑・大雨といった天候リスクへの備え、夜間の照明や音量への配慮、ごみの回収やリサイクルまで、万が一に備えた細やかな計画が欠かせません。

さらに、来場者の属性把握が十分でないため、予約情報やアンケート、SNSデータを活用したデータ基盤を整え、イベントごとに満足度を検証する仕組みづくりが求められます。加えて、ボランティアやガイドの世代交代を見据え、救急対応・語学・接客の研修を継続し、質の高い人材を育成することが重要です。

誰もが参加しやすい環境づくりも不可欠です。ベビーカー利用者や高齢の方への配慮に加え、多言語表示ややさしい日本語による案内を整備することで、幅広い世代・国籍の人々に開かれたイベントの実現が必要となります。

目標2 歴史・文化・暮らしの魅力をいかす

板橋区の地域資源の魅力をより多くの区民に認識してもらうためには、まだ十分に活用されていない資源を掘り起こし、観光プログラムとして磨き上げていくことが必要です。

歴史・文化・自然といった資源は、単に「観る」だけでは魅力が十分に伝わりません。対象を深掘りし、ストーリー性を持たせることで、訪れる人の心に響く体験へと変わります。

さらに、類似する資源をグループ化して紹介したり、体験・参加・交流の要素を組み込んだりすることで、印象に残る観光プログラムへと発展させることができます。

一方で、交流の機会は広がったものの、地域の素材を発見し、それを分かりやすく伝える力はまだ十分ではありません。活用されていない小さな史跡や、昔の暮らし・産業の跡、商店街にまつわる物語などを掘り起こし、それらを一つの物語としてつなぐ企画づくりが今後の課題です。見どころは短時間で説明できるように要点を整理し、現地で迷わない導線設計や、ターゲットに応じた統一デザインの表示整備も必要です。

また、高島平プロムナードの社会実験については、令和7(2025)年度から令和8(2026)年度の高島平再整備基本計画の策定に向けて、引き続き社会実験やヒアリングを実施するなど、地域の声を反映した計画策定が求められます。

自然を楽しむ取組においては、「緑のガイドツアー」を実施していますが、ボランティアの高齢化やガイドツアーの参加者の減少などの課題があるため、新たな担い手の育成やリピーター向けの新コース設定などを検討する必要があります。

目標3 新たな観光価値を創造する

「農」「絵本」「産業遺産」「かわまちづくり」といった板橋区の強みを、一年を通して楽しめる体験へと発展させていくことが求められています。

農業体験は天候や農繁期の影響を受けやすいため、少人数・予約制を基本とし、「収穫+料理+学び」を組み合わせた企画に磨き上げることが必要です。さらに、学校や保育園、企業研修とも連携することで、年間を通じて安定的に楽しめるプログラムへの発展も求められます。

「絵本のまち」の取組では、原画展、図書館、作品に関する場所などを回遊ルートでつなぎ、親子、中高生、大人といった多様な層に合わせた楽しみ方を用意することが考えられます。世代ごとに魅力を感じられる仕掛けを整えることで、より多くの人々に親しまれる地域資源となります。

加賀エリアの板橋区史跡公園(仮称)や(仮称)産業ミュージアムについては、展示内容や見学の流れ、運営費、民間との協力体制などをより具体化する必要があります。また、デジタルアーカイブやAR、案内アプリの導入によって記録や体験を補完し、天候に左右されず楽しめる屋内プログラムを整備することも期待されます。

荒川河川敷の「ITTA KAWAMACHI PROJECT」では、河川管理の観点も踏まえながら、安全性・静けさ・景観への配慮を前提とし、段階的に様々なコンテンツの導入の検討が必要になります。自然環境とにぎわいのバランスを見極め、持続可能な活用を図ることが重要です。

目標4 地域を挙げて魅力を発信する

これまで板橋区では幅広いプロモーション活動を展開してきましたが、今後はより多くの人々に区の魅力を認知してもらうために、「いたばしブランド共創ビジョン」に沿った効果的な情報発信が求められます。

そのためには、参画意欲を持った多様なパートナーとの共創が必要です。様々な価値観に対応したきめ細かなブランディングを行い、地域の方々の愛着を基盤にして区に共感してもらうことで、熱意と主体性を持った対等なパートナーを作り、ブランド創出へと発展させていく必要があります。

情報発信にあたっては、区の運営する「オウンドメディア」に留まらず、パートナーが主役となって熱意ある「拡散」やSNSの共有を行う、「アードメディア」がより効果的です。

これまでは、既存のコンテンツの発信・プロモーションが起点となっていたために、それぞれの取組が統一感の無いように見えてしまう課題がありました。そのため、地域資源ブランドの魅力的な体験価値を土台に、区としての一体感を生む都市ブランドとして、「みんなに かけ橋 いたばし創造都市宣言」の理念を再構築し、ロゴ・デザインを統一するなどにより、いたばしブランド全体の価値最大化を実現していくことが重要です。

目標5 観光を楽しむ環境を整える

区民や来訪者が快適に過ごせる環境を整え、美しい景観づくりやにぎわいの場を創出することで、滞在満足度を高めていくことが求められます。

具体的には、道案内や休憩スペース、トイレといった基本的な施設を分かりやすく・使いやすく整備するとともに、花や緑を美しく保ち、広場や商店街など人が自然と集まれる場を増やしていく必要があります。これにより、訪れる人々が安心して楽しめる環境を提供できるものと期待されます。

また、多様なニーズに応えるために、観光ボランティア「もてなしたい」の育成と研修を充実させることが重要です。さらに、スマートフォンで昔のまちなみを体験できるARスポットなど、デジタル技術を活用することで、より楽しく・わかりやすい観光体験を実現していく必要があります。

2 国・都の観光動向

2-1 国の観光動向

(1) 主要観光政策

観光立国推進基本法（平成19（2007）年1月施行）の規定に基づき策定された、「観光立国推進基本計画（第5次）」では、観光が地域経済・日本経済の発展をリードする戦略産業であるとの認識のもと、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光の実現に向けて、「観光の持続的な発展」「消費額拡大」「地方誘客促進」「観光と交通・まちづくりとの連携強化」「新技術の活用・本格展開」を施策の方向性として、観光政策を推進することとしています。

観光立国推進基本計画（第5次）の施策の柱とめざすべき2030年の姿は、下図の通りです。

図表 観光立国推進基本計画（第5次）概要

観光立国推進基本計画（第5次）（概要）



課題・方向性

- 観光は、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円（2025年速報）、そしてその経済波及効果は約19兆円に及ぶなど、**地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業**※である。また、**国際相互理解の促進**など、**多面的に重要な意義**を有する。
※訪日外国人旅行消費額15兆円を達成した場合、経済波及効果は約30兆円規模と、幅広い産業に裨益することが見込まれる。
- 他方、観光を巡り顕在化している課題として、**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**、**特定の都市・地域への集中**など、**オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠**。加えて、**深刻な人材不足への対応**、**観光の高付加価値化**、**国内交流の拡大**、**災害や国際情勢等の様々なリスクに対する強靱性の確保**などの課題への対応が不可欠。
- そのため、「**観光の持続的な発展**」、「**消費額拡大**」、「**地方誘客促進**」、「**観光と交通・まちづくりとの連携強化**」、「**新技術の活用・本格展開**」を施策の方向性として位置づけ、**地域住民と観光客双方の満足度を向上させ**、**交流人口・関係人口を拡大**するとともに、「**住んでよし**」「**訪れてよし**」に加え、「**働いてよし**」の**観光産業の実現**を推進するための施策を強力に推進。

施策の柱

インバウンドの戦略的な誘客と 住民生活の質の確保との両立

- ・ 局所的・地域的に生じている**混雑・マナー違反等の個別課題への対応**（民泊関係含む）
- ・ **地方誘客を進めるための広域的な体制の整備**
- ・ 地方誘客及び消費拡大に効果の高い**観光コンテンツの充実**
- ・ **地方部への交通ネットワークの機能強化**

国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 休暇の分散・**旅行需要の平準化**
- ・ **関係人口の創出や二地域居住の促進**
- ・ **国内・海外旅行の需要喚起**に向けた機運醸成
- ・ **観光復興に向けた再生支援**

観光地・観光産業の強靱化

- ・ 持続可能性を高めるための**インバウンド市場・観光コンテンツの多様化**
- ・ **観光DX、省力化投資等による生産性向上**
- ・ **健全な競争環境の整備**
- ・ **ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応**

計画期間：

令和8～12年度

（2026～2030年度）

目指すべき
2030年の姿

戦略産業として、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光

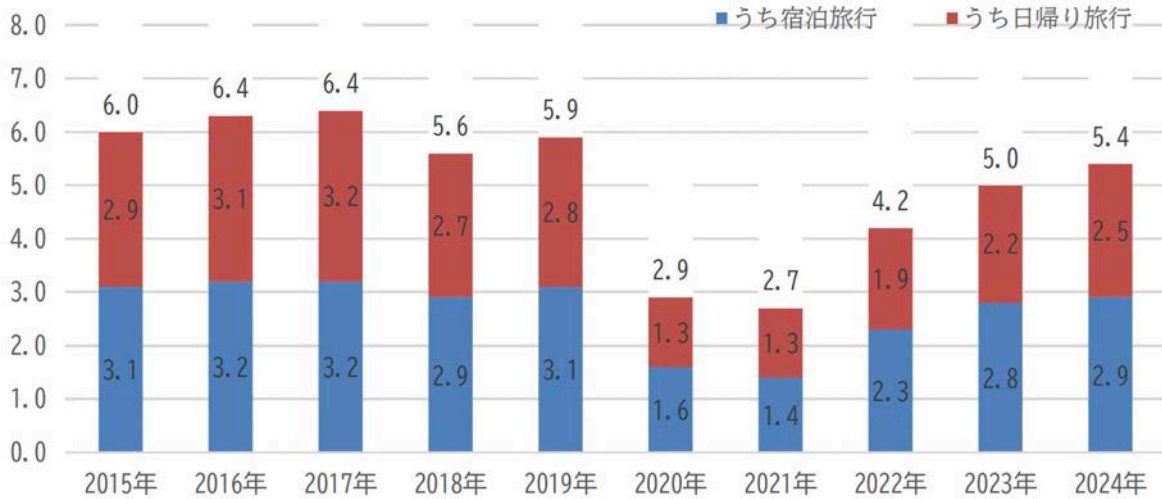
【出典】観光庁「観光立国推進基本計画（第5次）」令和8（2026）年3月

(2) 日本人の国内旅行データ

①旅行者数

令和6（2024）年の日本人国内延べ旅行者数は5億3,995万人（令和元（2019）年比8.0%減、前年比8.5%増）、うち宿泊旅行は2億9,314万人（令和元（2019）年比5.9%減、前年比4.2%増）、日帰り旅行は2億4,681万人（令和元（2019）年比10.4%減、前年比14.1%増）となっています。

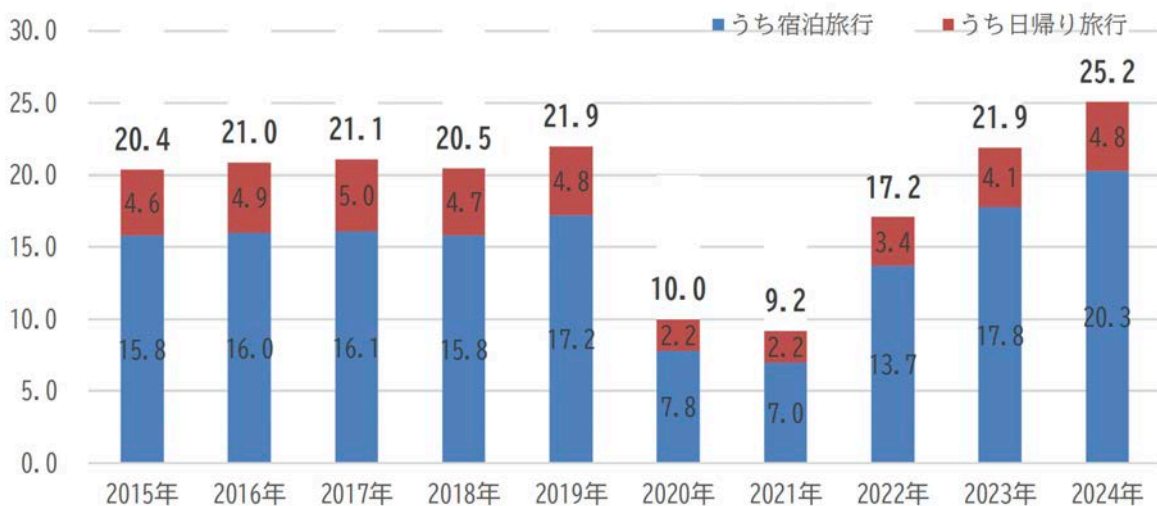
図表 日本人国内延べ旅行者数の推移（単位：億人）



②消費額

令和6（2024）年の日本人国内旅行消費額は25兆1,536億円（令和元（2019）年比14.7%増、前年比14.8%増）。日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は20兆3,325億円（令和元（2019）年比18.5%増、前年比14.3%増）、日帰り旅行消費額は4兆8,211億円（令和元（2019）年比1.0%増、前年比17.2%増）となっています。

図表 日本人国内旅行消費額の推移（単位：兆円）



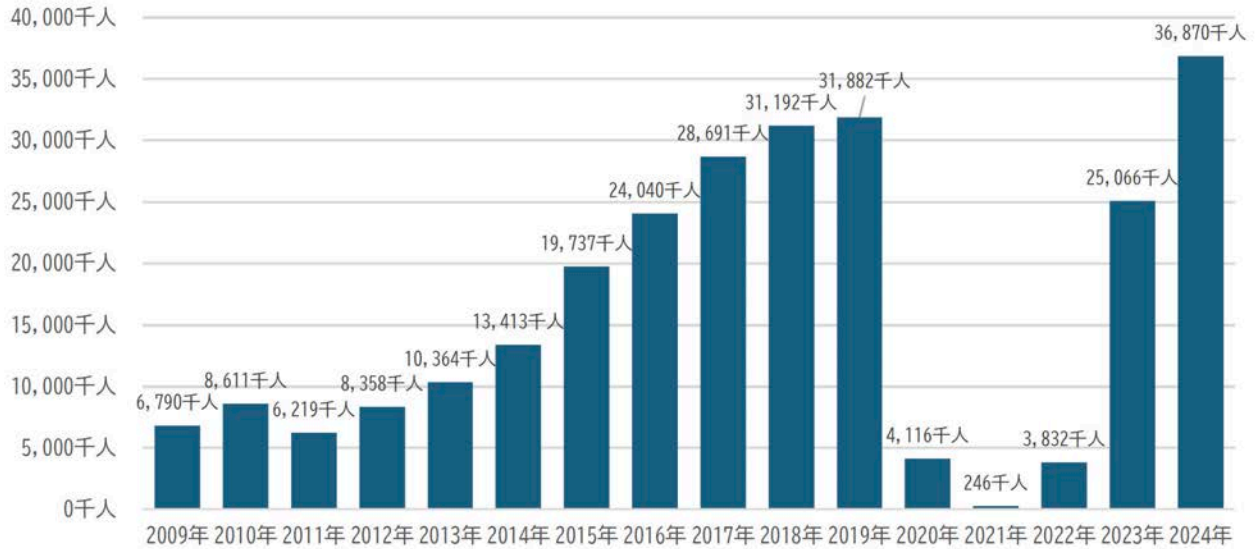
【出典】観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(3) 訪日外国人データ

① 訪日外国人旅行者数

年間訪日外国人旅行者数は、令和6（2024）年は3,687万人となっており、コロナ禍前の令和元（2019）年（3,188万人）を上回る過去最高の水準となっています。

図表 訪日外国人旅行者数の推移



【出典】観光庁「令和7年版観光白書」

② 訪日外国人消費額

令和6（2024）年の訪日外国人旅行消費額は総額で8兆1,257億円と推計されています。1人当たりの旅行消費額は22.7万円と推計されています。

図表 訪日外国人旅行消費額（総額及び一人当たり）



【出典】観光庁「インバウンド消費動向調査」

※新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年から2022年は「一部期間の結果」を用いて暦年値を算出しているため試算値としています。また、2021年の一人当たり旅行支出は、母数となる旅行者数が少ないため掲載をしていません。

2-2 都の観光動向

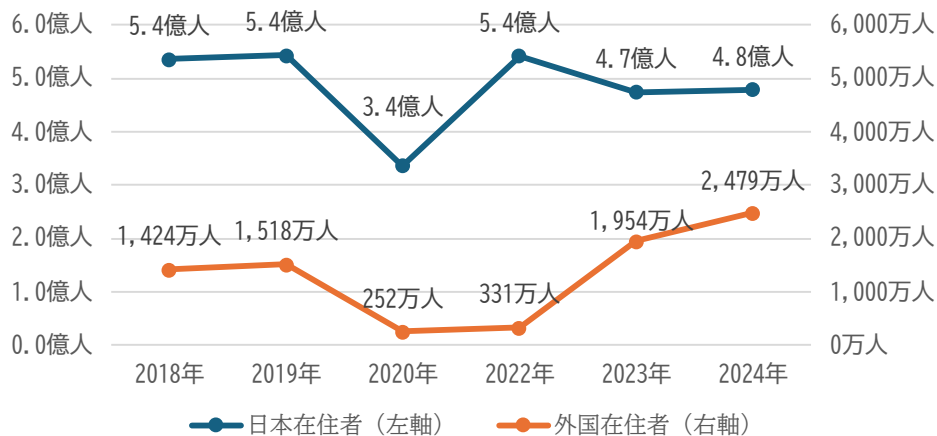
(1) 主要観光政策

東京都では、観光産業振興の計画である「PRIME観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2024-2026」（令和6（2024）年2月）を策定しています。訪日外国人旅行者数の回復など観光を巡る動向の変化などを踏まえ、東京の観光都市としての国際競争力を強化し、世界最高の「PRIME観光都市・東京」の実現をめざしています。

(2) 訪都旅行者数の推移

近年の東京都の観光動向は、訪都外国人旅行者数の大幅な増加が特徴です。令和6（2024）年に東京都を訪れた旅行者数は日本人旅行者が約4億7,940万人（対前年比1.0%増）、外国人旅行者が約2,479万人（同26.9%増）となり、全体としては約5億419万人（同2.0%増）で、訪都外国人旅行者数は過去最多を記録しています。

図表 訪都旅行者数の推移

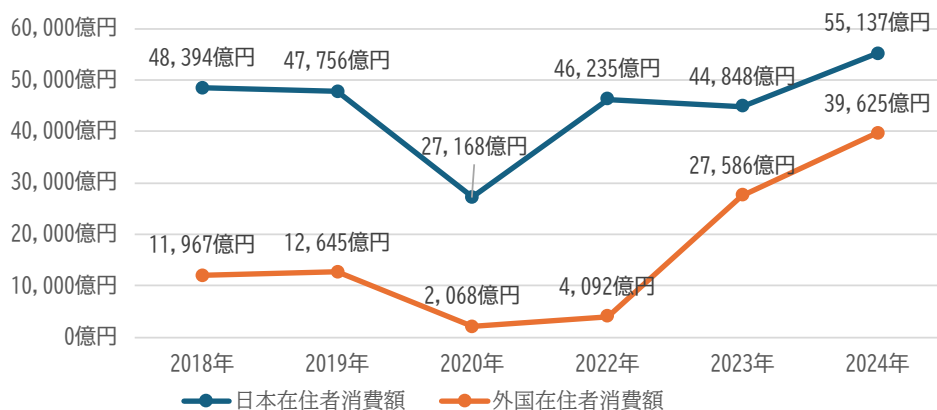


【出典】東京都産業労働局「東京都観光実態調査」

(3) 訪都旅行者消費額の推移

令和6（2024）年の観光消費額は、日本人旅行者の消費額が約5兆5,137億円（対前年比22.9%増）、外国人旅行者が約3兆9,625億円（同43.6%増）となり、全体としては約9兆4,762億円（同30.8%増）で、訪都外国人旅行者の観光消費額は過去最高となっています。

図表 訪都旅行者消費額の推移



【出典】東京都産業労働局「東京都観光実態調査」

3 観光を取り巻く環境の変化

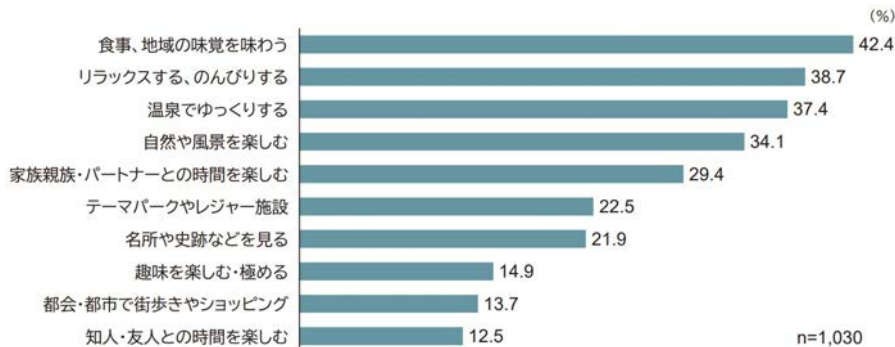
前ビジョン策定から8年以上が経過し、社会経済環境は大きく変化しています。

この変化に伴う観光への影響と本編に示す基本理念、戦略策定の背景となる主要データを以下に記載します。

(1) 旅行目的と観光対象の多様化

旅行の目的で、「食事、地域の味覚を味わう」が42.4%と最も高く、地域食文化体験への期待の高さがうかがえます。

図表 直近の国内旅行の目的



【出典】JTB総合研究所「旅行に対する今の気持ち：国内旅行・海外旅行への意識調査」（令和6（2024）年3月実施）

また、近年、観光の対象が大きく多様化しています。自然・景観や名所・旧跡といった従来型の観光資源だけでなく、商店街の営み、地元の食文化、まちなかの回遊、まちづくりそのものが体験価値として注目されるようになり、地域の自然、文化の保全と観光を両立する「観光まちづくり」に取り組む地域が増えています。

さらに、2020年代初頭の新型コロナウイルス感染症による観光対象の変化に関わる要素として、体験価値の重視、サステナビリティ志向、健康志向、自然志向、ハイブリッドな働き方などが挙げられています。また、「新しい生活様式」に合わせた観光が重要視され、非接触型の観光やオンライン体験、デジタル化された観光サービスが普及し、新しいテーマ型観光も注目されています。

図表 観光コンテンツのトレンド

コロナ以前から存在したが、コロナで加速した傾向	体験価値の重視
	サステナビリティ志向の高まり
	健康志向の高まり
	生活ストレスの増加に伴う自然志向の高まり
コロナで新しく生じた傾向	衛生面の重視
	ハイブリッドな働き方の普及

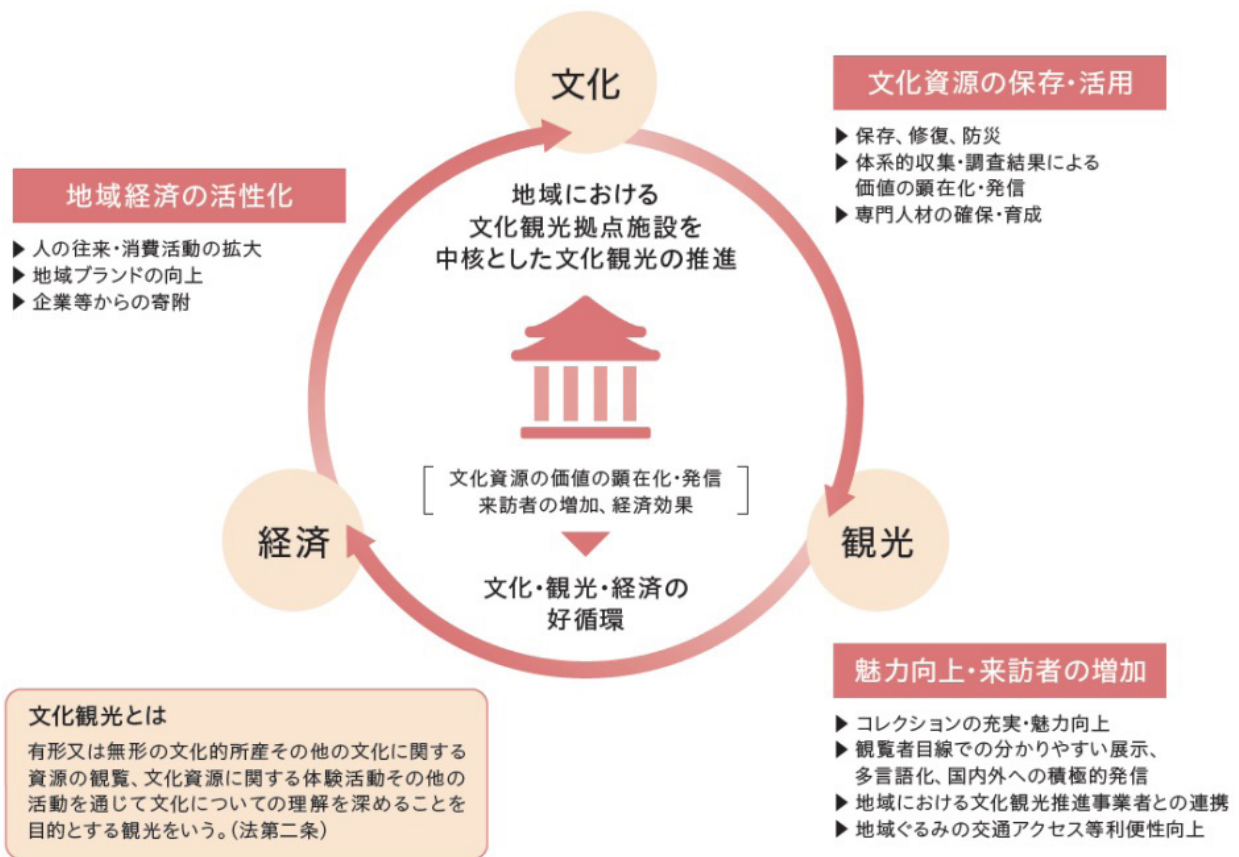
【出典】観光庁「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業調査報告書（令和6（2024）年3月29日）

(2) 文化資源を活用した観光の推進

文化振興を起点として、観光振興や地域活性化の好循環を創出していくことをめざし、令和2（2020）年5月に「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」（以下「文化観光推進法」という。）が施行され、各地域において文化観光の推進に向けた取組が進められています。

文化庁では、地域でまだ十分に光が当てられていないものを含む多様な文化資源の魅力に触れ、文化への理解を深めることができる機会を、国内外からの幅広い来訪者に提供することをめざしています。文化観光推進法では、文化資源の観覧や体験活動などを通じて文化についての理解を深めることを目的とする観光を「文化観光」と位置付けています。

図表 文化観光推進法で目指す 文化・観光・経済の好循環



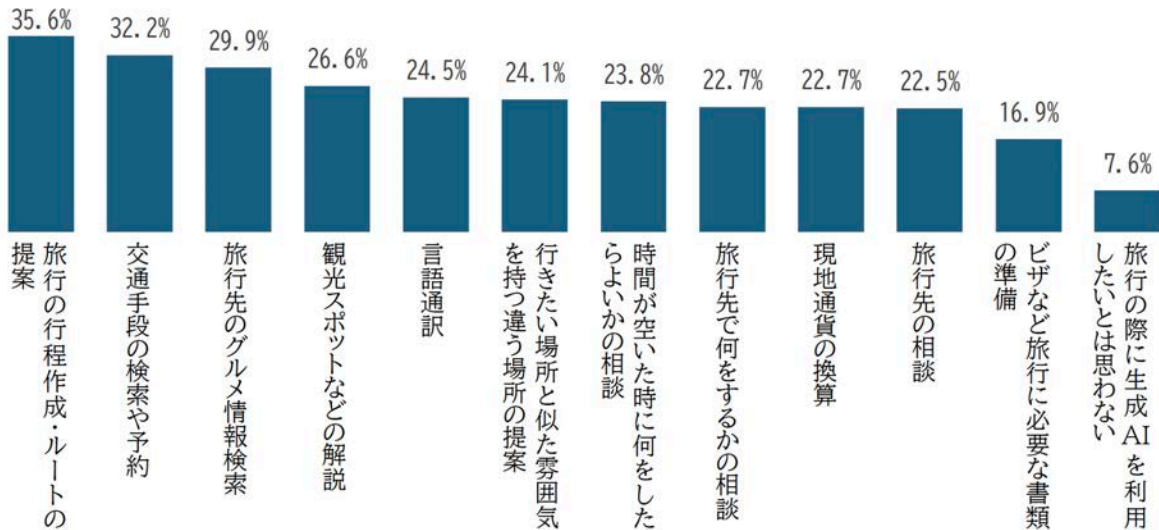
【出典】文化庁「文化観光推進ガイドブック」（令和6（2024）年3月）

(3) デジタル技術の活用

デジタル技術の進化とともに、観光においてもAR（拡張現実）やVR（仮想現実）、生成AIなどの最新テクノロジーの利用が進むと考えられます。

また、若い世代を中心にSNSを活用した旅行先の選定や情報収集が広まり、旅ナカ、旅アトの投稿が重視されています。これら「来訪者のクチコミや投稿」を活用した誘客も推進する必要があります。

図表 旅行に関してこれから生成AIを利用してみたいこと



【出典】JTB総合研究所「生成AIの利用と旅行についての調査」（令和7（2025）年8月）

図表 来訪者の行動を踏まえた発信すべき情報と効果的な媒体

フェーズ	旅マエ	旅ナカ	旅アト
来訪者の理想の姿	▶ 旅先で触れたい文化を知り、期待が高まっている	▶ 旅先の訪問先で文化に触れ、理解が深まっている ▶ 訪問先で想定していなかった文化資源を知り、関心を持つ	▶ 旅先での体験や得た知識が次の旅や日常につながり、文化に引き続き興味・関心を持っている
来訪者の行動	▶ 旅先や旅先での訪問先、スケジュールを検討 ▶ 訪問先について事前学習	▶ 文化施設での展示鑑賞や体験、その他周辺エリアで観光・飲食・宿泊する等旅行先を満喫	▶ 旅行の振り返り ▶ 旅先での体験を友人等に共有
発信すべき情報（多言語で発信）	▶ 施設の魅力や見どころ（展示内容） ▶ イベント情報／アクセス ▶ 滞在時間／開館日・時間 ▶ 入場料金・チケット購入方法 ▶ クーポン	▶ 施設の魅力や見どころ（展示内容） ▶ イベント情報／アクセス ▶ 開館日・時間 ▶ 施設の展示内容を記載したマップ ▶ 施設の混雑状況 ▶ 居場所に応じたレコメンド ▶ 施設オリジナルのお土産・グッズ	▶ 季節折々の魅力 ▶ 文化観光に関連する展示や催し物の案内 ▶ 地域商社の商品紹介 ▶ ふるさと納税の案内
効果的な媒体	▶ 施設HP ▶ 旅行会社HP ▶ 雑誌／SNS／口コミ	▶ 施設HP／SNS ▶ デジタルマップ ▶ デジタルサイネージ／パンフレット	▶ ECサイト ▶ SNS ▶ 口コミ

【出典】文化庁「文化観光推進ガイドブック」（令和6（2024）年3月）

(4) 持続可能な社会に対する意識の高まり

持続可能な社会の実現に向け、世界中、そして日本でも、政府や公共機関、民間企業などによる様々な取組が行われています。観光産業も例外ではなく、新型コロナウイルス感染症の流行を経て観光を取り巻く状況が変化し、「持続可能性」への意識・関心が高まる中、地域資源の維持という観点から持続可能な観光を推進する動きが活発になっています。

こうした動きを受け、観光庁では各地方自治体などが持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」を開発しています。



(5) ウォーカブルなまちなかの形成

人口減少や少子高齢化が進み、商店街のシャッター街化などによる地域の活力の低下が懸念される中、都市の魅力向上させ、まちなかににぎわいを創出することが、多くの都市に共通して求められています。

このため、「都市再生特別措置法等の一部を改正する法律 (令和2年法律第43号) (令和2 (2020) 年9月7日施行)」により、区市町村が、まちなかにおける交流・滞在空間の創出に向けた官民の取組に対して、法律・予算・税制のパッケージによる支援を行うことで、「居心地が良く歩きたくなる」空間づくりを促進しています。

図表 まちなかウォーカブル推進プログラム



【出典】国土交通省「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」とりまとめ資料

4 区の観光動向

4-1 区の現状

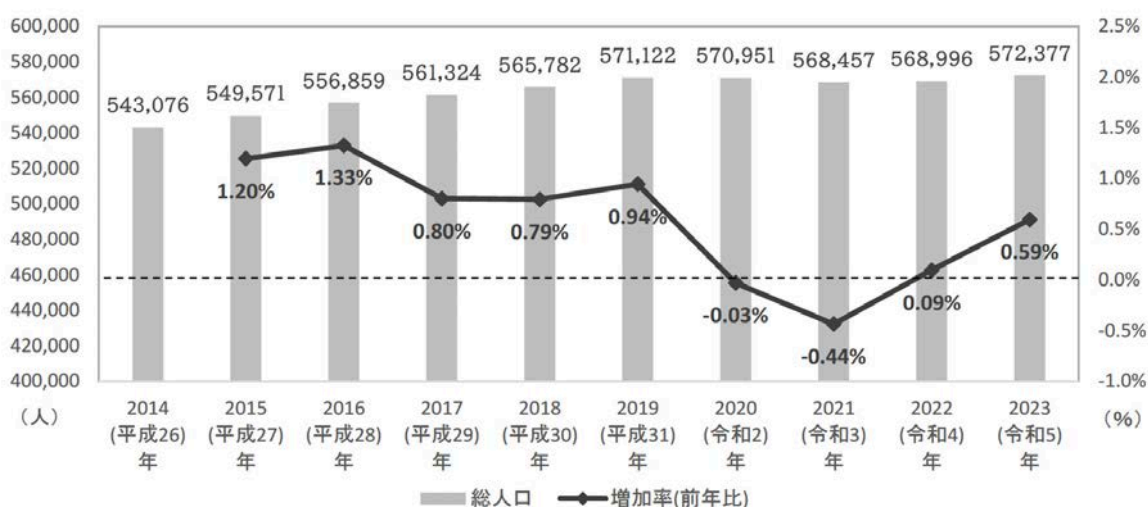
(1) 人口の推移と将来の総人口の長期的見通し

住民基本台帳人口による近年の傾向をみると、平成31(2019)年まで増加傾向にありましたが、令和2(2020)年に減少に転じました。これは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるものと推察されますが、令和4(2022)年からは再び増加傾向に転じ、令和5(2023)年には、コロナ禍前の人口を上回っています。

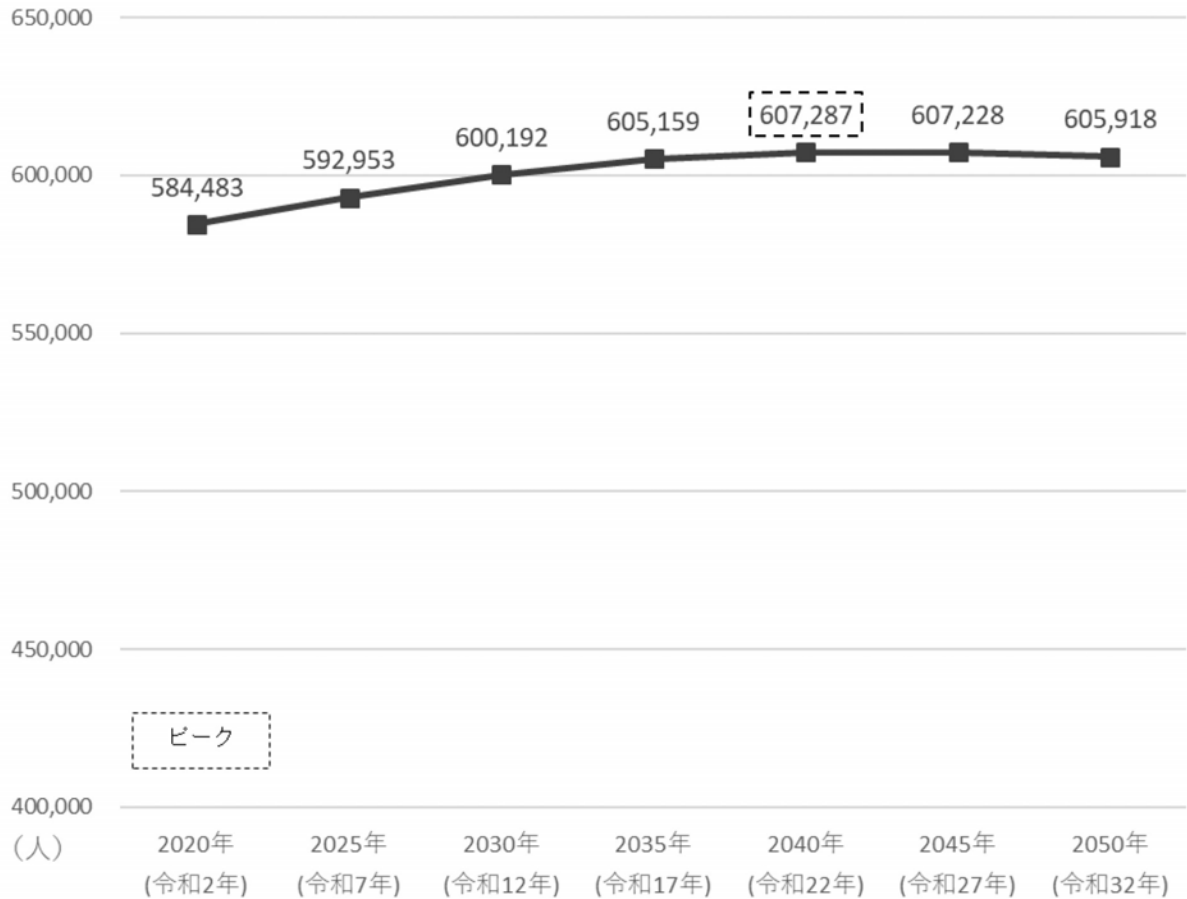
将来の総人口の推計は、令和12(2030)年に60万人を突破し、令和22(2040)年にピークを迎え、その後、減少に転じる見込みです。

年齢3区分別人口をみると、年少人口(0～14歳)は総人口と同じく令和22(2040)年にピークを迎え、その後減少に転じます。生産年齢人口(15～64歳)のピークは総人口よりも早く、令和12(2030)年に到来し、令和32(2050)年までに約2.4万人減少する見込みです。一方、老年人口(65歳以上)は、令和32(2050)年には、令和2(2020)年と比べて約3.3万人増加し、約17万人となり、高齢化率は28.0%となる見込みです。

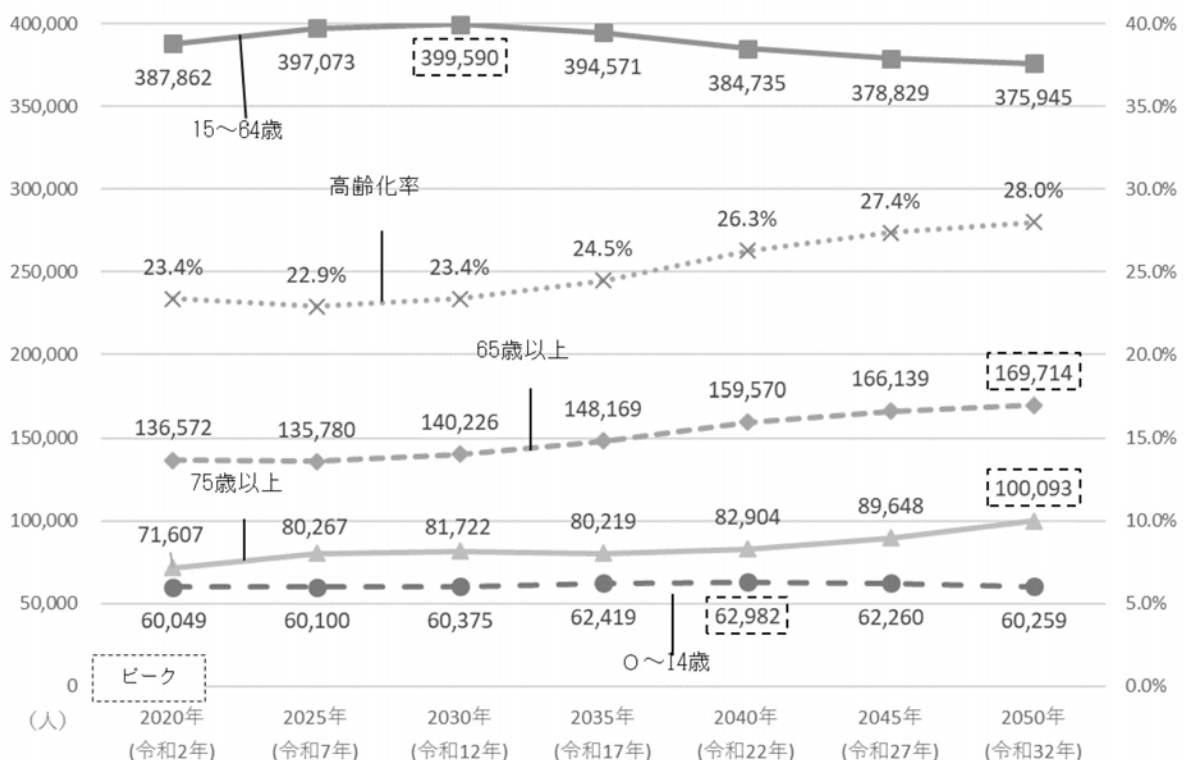
図表 住民基本台帳人口における総人口の推移



図表 将来の総人口の長期的見通し



図表 年齢3区分別総人口の長期的見通し



【出典】板橋区人口ビジョン(2025年~2050年) 令和6(2024)年9月

(2) 板橋区と広域交通ネットワーク

板橋区は、東京都区部の北西部に位置し、地形は、武蔵野台地と荒川低地によって構成されています。その境目には、北区へと続く板橋崖線（崖地）が連なり、みどりの骨格を形成しているほか、荒川・新河岸川・石神井川・白子川が周辺区市（練馬区・北区・和光市など）へと続く水辺の軸を形成しています。

主要なターミナル駅である池袋に近接しており、環状七号線より内側には、5つの鉄道駅（板橋駅・下板橋駅・大山駅・新板橋駅・板橋区役所前駅）が近距離に集まっています。このエリアを扇の要として、JR埼京線、都営三田線、東武東上線が放射状の都市軸を形成しています。

また、区内には、環状六・七・八号線や、国道17号線（中山道）、国道254号線（川越街道）、首都高速5号線など、東京の大動脈となる道路が通っており、中央環状線や外環道へのアクセス性、物流の利便性も高くなっています。

(3) 観光センターなどの状況

「いたばし観光センター」は、平成17（2005）年4月23日に開館し、板橋区内の史跡や郷土資料の紹介、観光パンフレットの配布、観光協会グッズの販売、パネル展示などを行っています。その他、マンホールカードの配布や、他課との連携事業でアニメ「チ。ー地球の運動についてー」とコラボした謎解きイベントの拠点となり、外国人を含む区内外の方が来館しました。また、観光ボランティア「もてなしたい」が常駐し、展示解説や近隣の案内を行っています。

「もてなしたい」は、板橋区内の観光案内を行うボランティアガイドで、平成17（2005）年に設立され、令和6（2024）年度で20年を迎えました。現在約50名のメンバーが在籍し、板橋・常盤台・志村・赤塚・高島平の5つのエリアに分かれて活動しています。

(4) 宿泊施設の状況

板橋区内の旅館業法に基づく宿泊施設の数、令和7（2025）年5月時点で「ホテル・旅館」19施設、「簡易宿所」12施設、合計で31施設となります。

板橋区の宿泊施設の利用状況は、以下のような傾向が見られます。

- 【平成29（2017）年以前】 宿泊施設数は比較的安定しており、地域の観光需要に応じた運営が行われていました。
- 【平成30（2018）年以降】 「住宅宿泊事業法（民泊新法）」の施行により、民泊の届出が増加し、宿泊施設の多様化が進みました。
- 【令和2（2020）年以降】 新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊需要が大幅に減少し、一部の施設では休業や廃業が見られました。
- 【令和5（2023）年以降】 感染症の収束に伴い、観光需要が回復傾向にあり、宿泊施設の利用状況も改善しています。

(5) 区内観光資源

板橋区内の観光資源を「いたばし観光ガイドブック」「板橋マニア」「板橋区観光協会のHP（ぶらり、いたばし）」「板橋経済新聞」「いたばしTIMES」の掲載情報から見ると、掲載件数では「食文化」及び「行催事」が多く、また、エリアごとに整備されている公園や教育文化施設の情報など、板橋区での暮らしを豊かにする多様な資源が紹介されています。

都市化が進んでいる東京23区の中でも、「自然」の水と緑に触れられる区民の憩いの場があり、「街道文化」や「社寺」をはじめとする歴史的な文化財も残されていることが特徴となっています。

また、区内には、まだあまり多くの人には知られていない「暗渠^{あんきょ}」「地形」「歴史的建造物」などの観光資源が存在します。

高度成長期以降の「まちづくり」については、「近代化遺産」が各地で見られ、昭和のまちづくりを象徴する「団地」及び駅前「商店街」が現在も区民の暮らしを支えており、時代の移り変わりを垣間見ることができることも、板橋区の特徴と言えます。近年は「絵本のまち」など、板橋区のブランディングに関わる取組も推進しています。

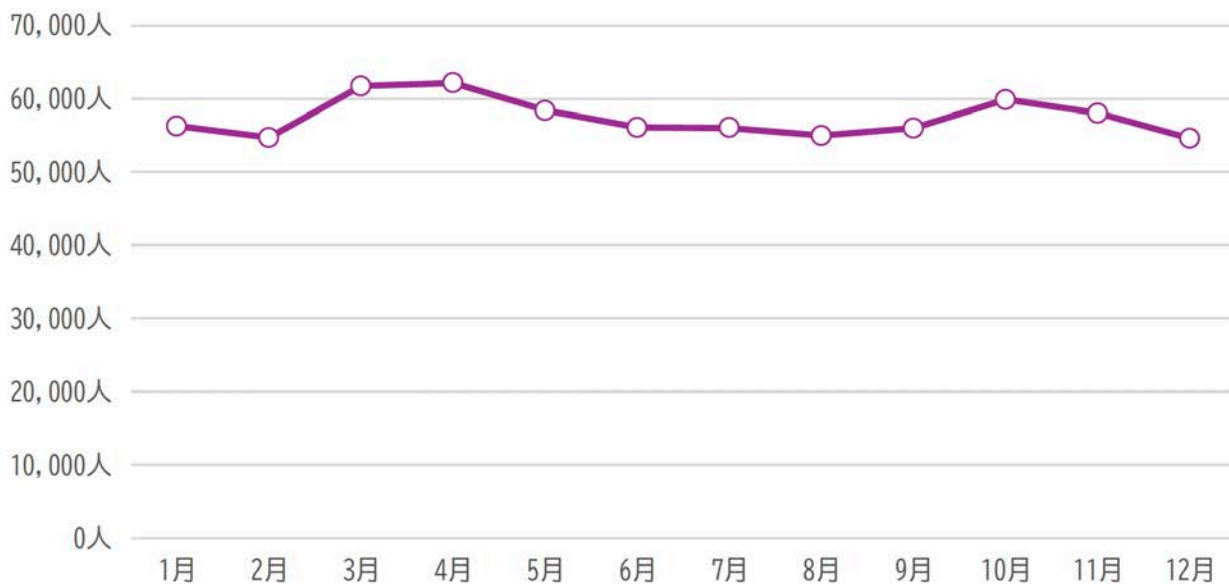
4-2 来訪者の状況

(1) 滞在者

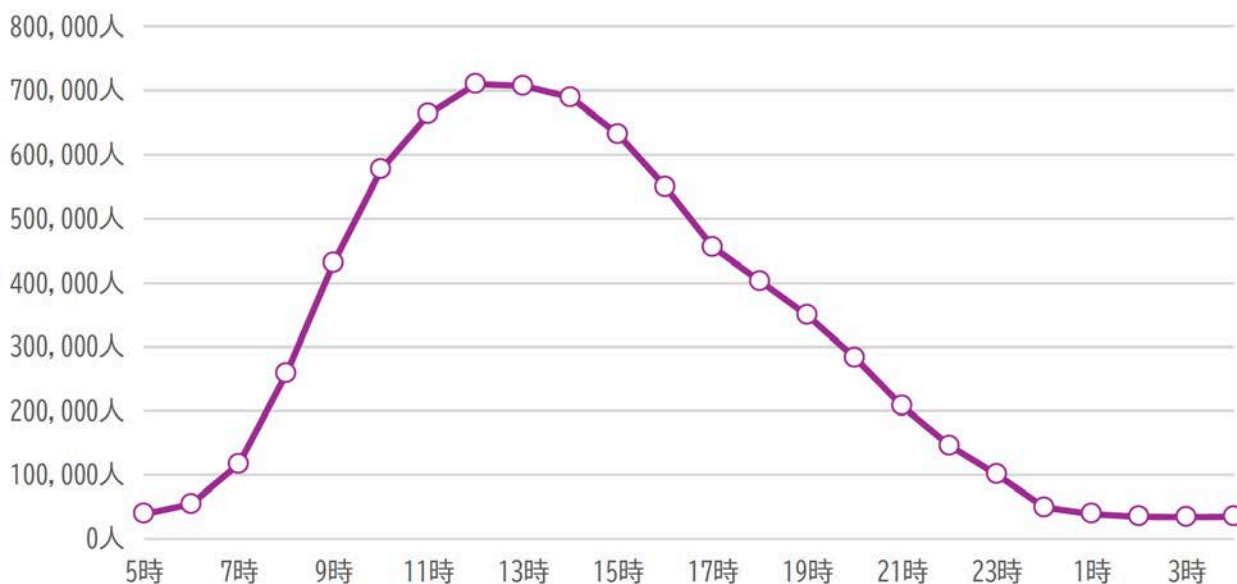
RESAS地域経済分析システム（内閣府 地方創生推進室）のデータから板橋区の滞留人口（区外来訪者数）を見ると、月別では大きな違いはなく5万人から6万人で推移していることが分かります。

時間別の推移を見ると、11時から13時までがピークになっています。

図表 板橋区滞留人口の月別推移（2024年各月14時の月間合計数）



図表 板橋区滞留人口の時間別推移（2024年1月1日～12月31日の年間合計数）

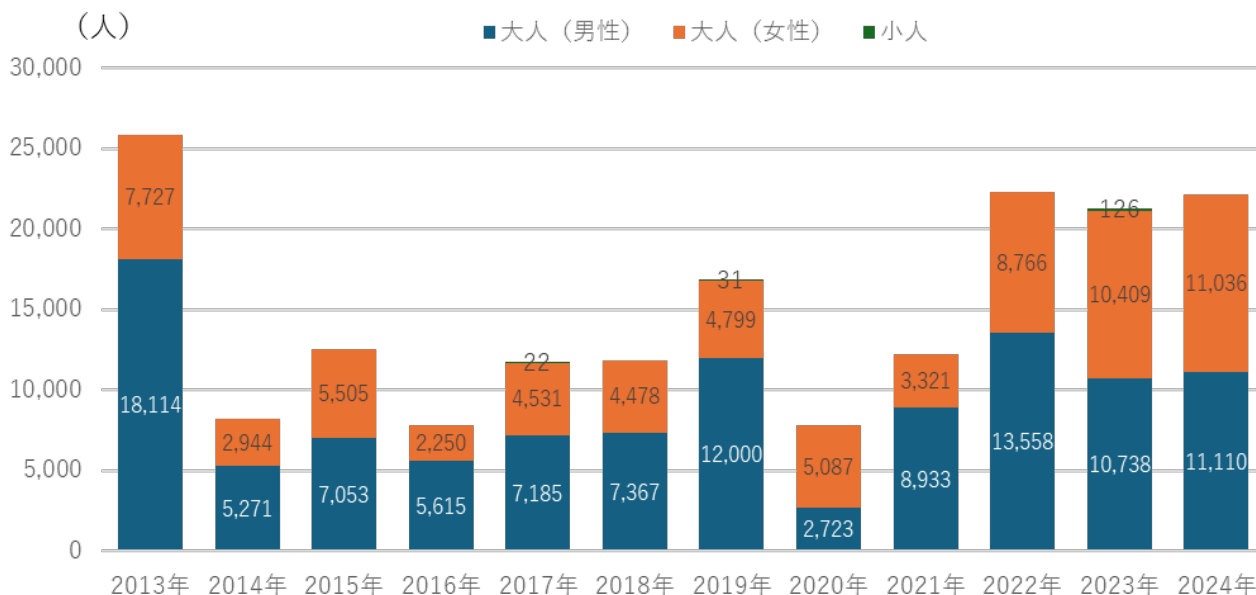


【出典】内閣府 地方創生推進室「RESAS地域経済分析システム」

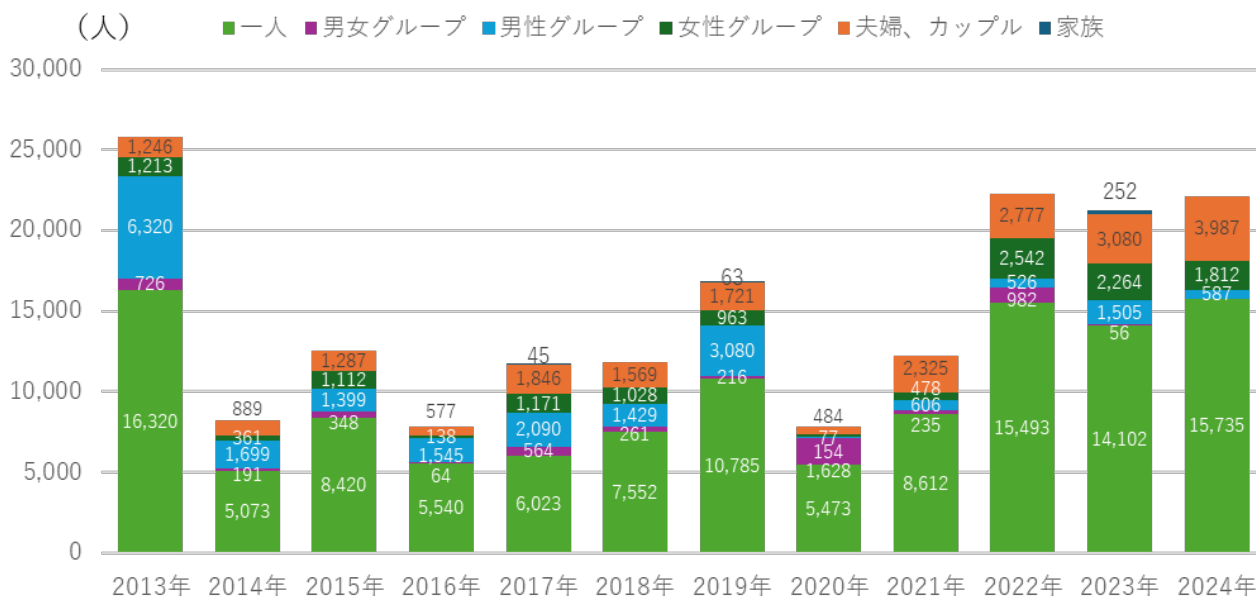
※上記図表は板橋区在住者以外で、15分以上同一地点に滞在している人の1時間あたり平均人数の合計数値です。（30分滞留は0.5人として算出）

宿泊者数は、性別では男性、同行者は一人が最も多く、ビジネス客が多く含まれていると考えられます。

図表 板橋区宿泊者数(属性別)



図表 板橋区宿泊者数(同行者別)

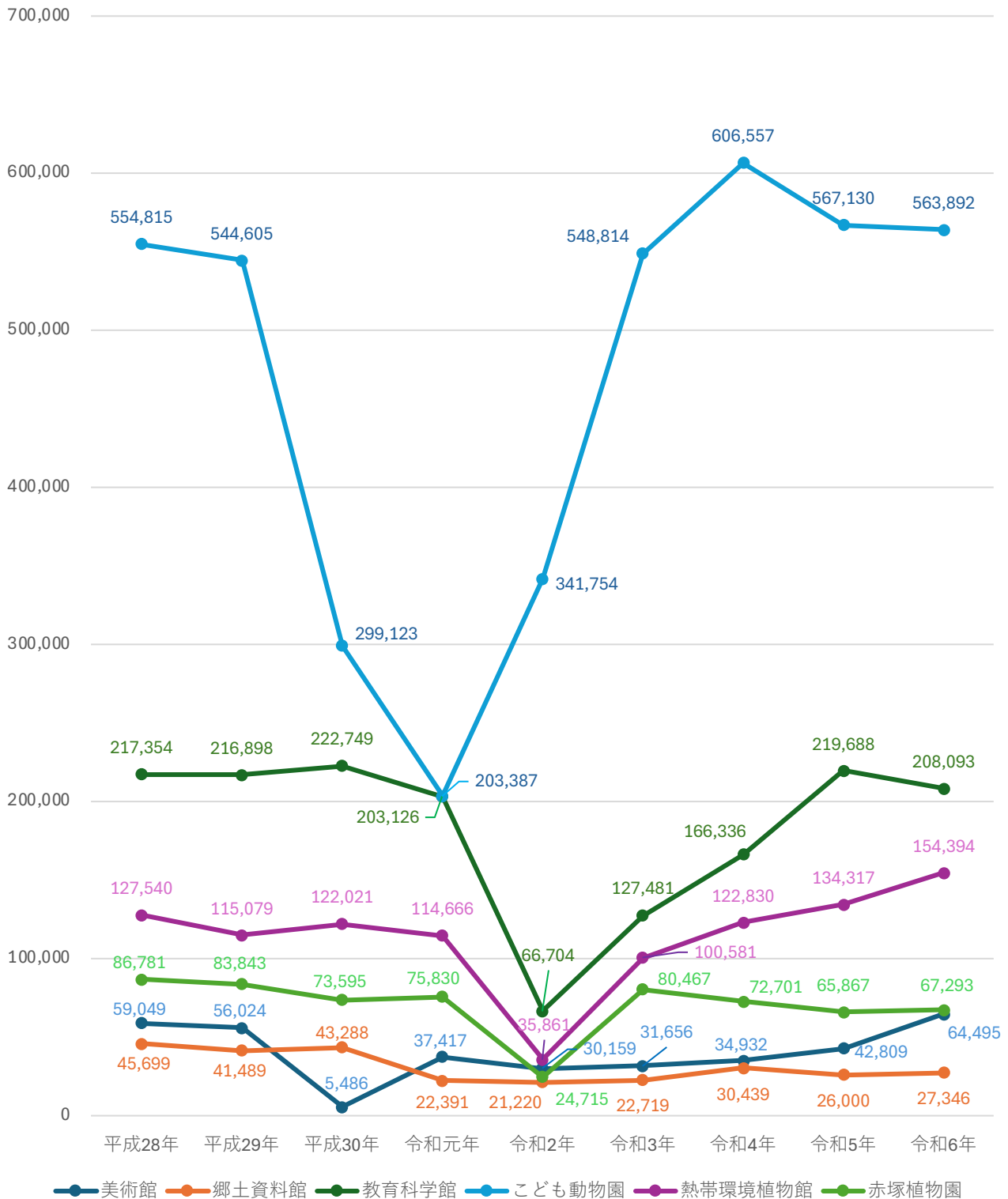


【出典】観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

(2) 区内主要施設の来訪者数

区内の主要な施設などへの来訪者数の推移を見ると、「こども動物園」が最も多く、令和6（2024）年には563,892人が訪れています。次いで、「教育科学館」が208,093人、「熱帯環境植物館」が154,394人と続いています。

図表 区内施設の来訪者数



(3) 区内主要観光資源・施設人流データ

Agoo社が提供するGPSデータを活用し、板橋区の観光資源・施設の利用状況を以下に整理します。

① 月別来訪者数

主要観光資源及び商店街の月別来訪者数を見ると、「ハッピーロード大山・遊座大山」と「旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街」が1日当たり1万人を超えています。月により来訪者が多くなるのは、初詣に訪れる1月の「乗蓮寺（東京大仏）」「赤塚諏訪神社」「徳丸北野神社」、花見の時期となる3月、4月の「石神井川の桜並木」となります。

図表 月別来訪者数(令和6(2024)年4月~令和7(2025)年3月の1日当たりの平均来訪者数【単位:人】)

		2024年	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2025年	2月	3月
		4月									1月		
①赤塚溜池公園	休日	616	342	292	322	314	255	256	353	397	568	512	746
	平日	211	161	170	171	149	138	95	146	164	160	162	232
②板橋(十景)	休日	748	413	419	315	334	462	439	454	389	432	376	538
	平日	426	316	322	305	377	317	369	321	359	425	336	437
③志村一里塚	休日	1,334	1,314	1,336	1,314	1,185	1,208	1,297	1,185	1,355	1,116	1,189	1,276
	平日	1,871	1,849	1,848	1,749	1,552	1,688	1,750	1,770	1,663	1,705	1,682	1,644
④石神井川の桜並木	休日	7,904	4,632	4,928	3,774	4,315	4,217	3,578	3,524	3,506	3,453	3,793	5,009
	平日	6,782	4,827	4,900	4,237	4,179	4,059	3,874	3,692	3,462	3,264	4,160	4,717
⑤松月院	休日	225	82	85	58	64	105	86	58	63	130	58	104
	平日	82	73	58	64	49	30	28	26	41	69	44	49
⑥赤塚諏訪神社	休日	59	62	38	40	46	41	22	36	38	271	52	39
	平日	68	81	71	58	39	64	60	60	37	113	50	44
⑦徳丸北野神社	休日	80	101	113	110	103	110	116	126	127	508	134	91
	平日	75	85	76	91	79	71	71	72	80	212	50	46
⑧高島平団地とけやき並木	休日	4,326	4,169	4,042	3,907	4,223	3,728	4,207	3,705	3,470	3,382	3,421	3,545
	平日	3,971	4,102	4,106	4,110	3,756	4,009	3,827	3,592	3,425	3,367	3,669	3,594
⑨乗蓮寺(東京大仏)	休日	300	199	134	102	139	152	157	151	193	1,034	199	242
	平日	80	63	57	41	40	49	40	61	65	404	88	86
⑩南蔵院	休日	202	115	130	134	102	139	95	137	85	200	105	216
	平日	195	155	163	150	111	169	125	138	130	125	126	193
⑪旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街	休日	12,412	11,844	11,438	10,602	10,183	10,417	11,769	10,522	11,043	10,534	10,680	10,553
	平日	10,697	10,655	10,754	10,250	9,857	10,313	10,573	10,150	10,311	9,579	10,224	10,034
⑫ハッピーロード大山・遊座大山	休日	18,072	18,036	18,313	17,908	17,441	17,048	19,480	17,715	18,218	16,390	18,019	18,058
	平日	16,327	16,185	16,595	16,680	15,800	16,089	16,460	16,566	17,395	16,120	17,297	17,470
⑬いたばしボローニャ絵本館	休日	2,588	2,182	1,904	1,893	1,518	1,611	1,763	1,623	1,378	1,441	1,714	1,760
	平日	1,261	1,274	1,243	1,073	1,153	1,143	1,221	1,218	1,006	1,067	1,070	1,032

※ : ピーク月 【単位:人】

② 居住地別来訪者割合

居住地別来訪者割合を見ると、いずれも板橋区民の割合が最も高くなっていますが、板橋区外の割合が他の場所に比べて高いのは、「志村一里塚」「石神井川の桜並木」「乗蓮寺（東京大仏）」となります。

図表 居住地別来訪者割合（令和6（2024）年1月～令和6（2024）年12月集計）

		板橋区	東京都	その他			板橋区	東京都	その他
①赤塚溜池公園	休日	58.0%	19.6%	22.4%	⑧高島平団地と けやき並木	休日	78.3%	10.5%	11.2%
	平日	64.2%	15.1%	20.7%		平日	73.5%	11.7%	14.8%
②板橋（十景）	休日	74.3%	16.2%	9.5%	⑨乗蓮寺 （東京大仏）	休日	49.5%	25.8%	24.6%
	平日	72.0%	16.5%	11.5%		平日	50.7%	23.5%	25.8%
③志村一里塚	休日	62.2%	22.0%	15.8%	⑩南蔵院	休日	66.7%	16.5%	16.8%
	平日	54.4%	26.1%	19.6%		平日	57.8%	17.6%	24.6%
④石神井川の桜並木	休日	60.1%	14.3%	25.6%	⑪旧中山道・仲宿商 店街・板橋宿不動 通り商店街	休日	74.6%	16.6%	8.9%
	平日	55.1%	14.2%	30.7%		平日	74.8%	16.1%	9.1%
⑤松月院	休日	61.9%	17.2%	20.8%	⑫ハッピーロード 大山・遊座大山	休日	71.9%	16.5%	11.6%
	平日	66.9%	15.4%	17.7%		平日	69.1%	16.9%	14.1%
⑥赤塚諏訪神社	休日	73.6%	11.5%	15.0%	⑬いたばしポロー ニャ絵本館	休日	79.2%	13.2%	7.7%
	平日	68.8%	9.6%	21.6%		平日	74.4%	15.0%	10.6%
⑦徳丸北野神社	休日	83.8%	10.1%	6.1%	※ ：板橋区以外の25%以上				
	平日	84.1%	7.6%	8.3%					

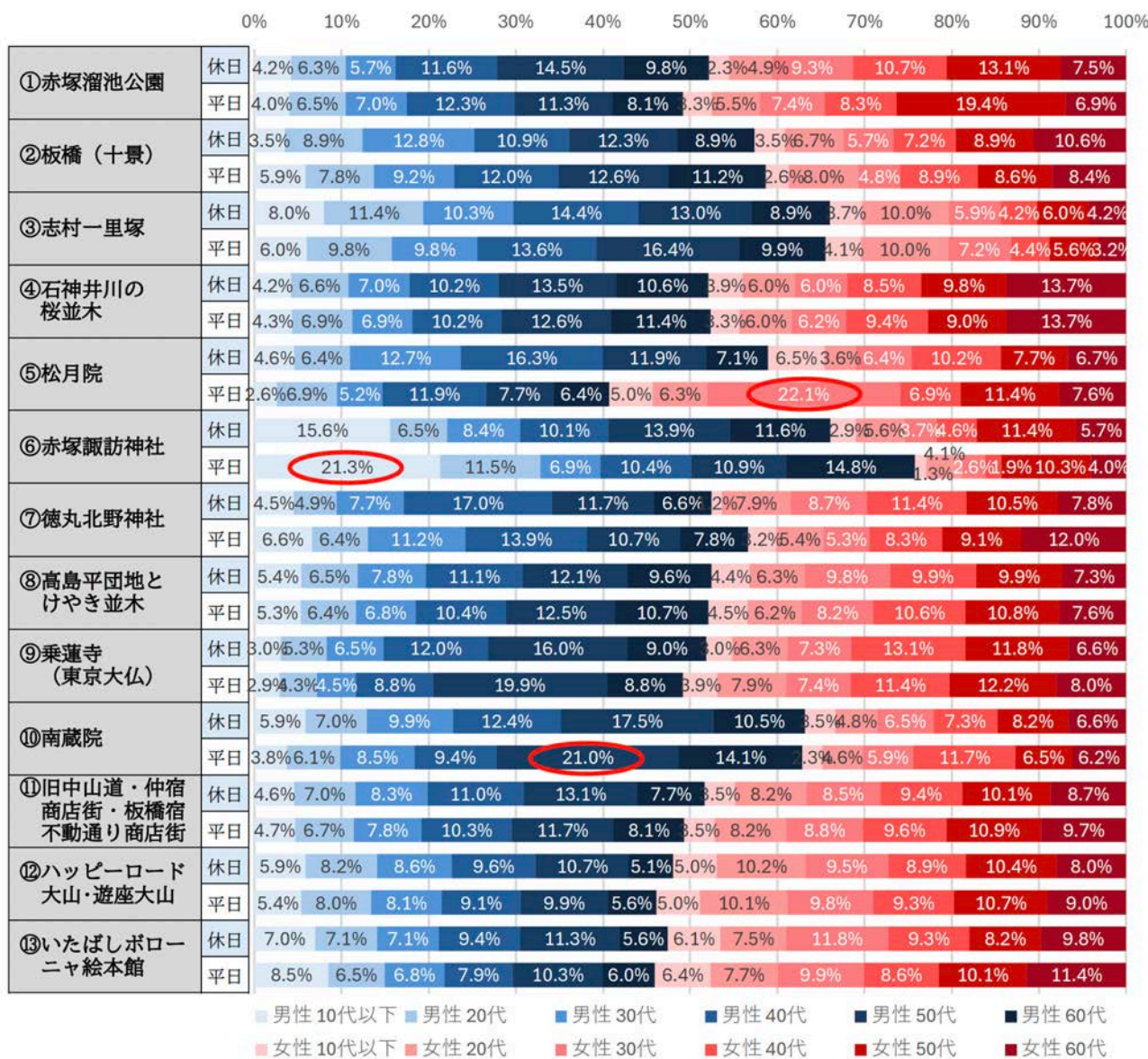
※構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

③ 性・年代別来訪者割合

性別来訪者割合を見ると、男性の割合が高いのは「志村一里塚」「赤塚諏訪神社」「南蔵院」、女性の割合が高いのは「松月院（平日）」となります。

年代別に見ると、「南蔵院」（平日）では50代男性、「赤塚諏訪神社」（平日）では10代以下男性、「松月院」（平日）では30代女性がそれぞれ20%を超えています。また、「石神井川の桜並木」は年代が高くなるほど来訪者の割合が高くなる傾向が見られます。

図表 性・年代別来訪者割合（令和6（2024）年1月～令和6（2024）年12月集計）



※構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

④ 時間帯別来訪者数

時間帯別に来訪者割合を見ると、商業店舗が集積している「石神井川の桜並木」「旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街」「ハッピーロード大山・遊座大山」では、休日のピークが16時前後、平日のピークが18時前後となっています。公園や社寺では、12時から15時までがピークとなっています。

図表 時間帯別来訪者数(令和6(2024)年1月~令和6(2024)年12月の1日当たりの時間帯平均来訪者数)

		6時	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
①赤塚溜池公園	休日	14	19	21	31	62	90	87	97	109	103	82	39	17	15	13	10	7	6
	平日	6	11	13	13	20	24	21	26	29	35	32	21	14	13	9	8	6	5
②板橋(十景)	休日	9	23	22	22	43	57	56	45	46	62	56	59	52	47	41	35	37	27
	平日	13	20	26	24	27	29	30	29	30	28	33	39	49	51	43	34	37	37
③志村一里塚	休日	37	64	102	105	105	114	127	119	110	106	116	127	125	120	109	108	100	79
	平日	70	202	303	152	120	107	133	117	98	111	140	205	249	198	165	123	114	88
④石神井川の桜並木	休日	174	235	270	363	489	530	543	559	590	615	633	623	547	518	493	482	456	434
	平日	234	370	421	403	437	436	475	459	432	469	527	605	587	556	539	543	544	536
⑤松月院	休日	3	9	8	9	15	19	18	19	20	14	15	6	4	4	4	4	4	4
	平日	2	3	8	8	7	8	6	8	9	8	9	6	4	7	7	6	5	4
⑥赤塚諏訪神社	休日	2	3	4	4	8	8	9	10	10	11	7	6	4	3	4	5	5	5
	平日	2	4	3	5	8	8	8	11	13	13	7	5	3	5	10	10	11	11
⑦徳丸北野神社	休日	5	8	10	14	20	23	22	20	22	20	16	19	17	18	19	18	14	15
	平日	9	6	6	8	10	10	10	12	12	11	9	9	8	12	14	16	14	14
⑧高島平団地とけやき並木	休日	125	234	279	404	564	649	636	632	598	588	548	479	392	312	267	234	169	145
	平日	201	492	489	420	426	495	499	467	443	519	584	579	490	372	282	228	179	154
⑨乗蓮寺(東京大仏)	休日	2	2	5	26	39	53	46	52	54	48	9	3	2	2	2	3	2	2
	平日	2	2	3	9	10	16	22	20	20	14	3	1	2	2	3	3	3	3
⑩南蔵院	休日	3	6	8	11	18	24	22	21	20	17	16	14	13	10	10	8	9	7
	平日	6	16	25	23	21	21	30	20	19	18	19	21	13	11	10	8	9	7
⑪旧中山道・仲宿商店街・板橋宿不動通り商店街	休日	208	337	511	784	1,205	1,563	1,762	1,673	1,651	1,700	1,811	1,895	1,725	1,483	1,221	1,030	778	600
	平日	308	563	777	798	927	1,118	1,318	1,135	1,095	1,228	1,381	1,653	1,848	1,714	1,393	1,140	895	681
⑫ハッピーロード大山・遊座大山	休日	280	483	742	1,223	1,887	2,438	2,918	2,980	2,945	3,029	3,119	3,135	2,871	2,555	2,333	1,987	1,559	1,186
	平日	441	951	1,570	1,413	1,637	1,944	2,384	2,096	1,961	2,059	2,243	2,819	2,890	2,796	2,389	2,055	1,606	1,234
⑬いたばしボローニャ絵本館	休日	34	35	73	188	303	351	335	373	404	418	403	330	231	165	84	48	42	30
	平日	29	38	74	119	166	179	169	185	202	217	236	220	198	178	96	45	43	33

※ : ピーク(上位3つ)の時間帯 【単位:人】

5 区の歴史、文化、自然、景観などの観光資源

板橋区の観光を考えるうえで、区の歴史を踏まえることは不可欠です。

板橋区には古代から現在まで、先人たちが築きあげた歴史的・文化的価値の高い観光資源が多く存在しています。これらの歴史・文化・自然・景観などの貴重な観光資源を守り継ぎ、価値を磨き上げ、魅力を創りあげていきます。

【板橋区の歴史概要】

板橋区の歴史は、古代の遺跡に見られる人々の営みから始まります。縄文期の集落跡や古墳時代の遺構が点在し、この地が早くから生活の場として選ばれてきたことがうかがえます。

中世には赤塚城を中心に武士の勢力が広がり、周辺の村々が形成されました。

江戸時代に入ると、中山道の宿場町として板橋宿が整備され、多くの旅人や物資が行き交う交通の要衝となるとともに、農産物の供給地として江戸の暮らしを支える役割も担いました。

明治以降は鉄道や道路の整備が進み、工場の立地とともに都市化が加速しました。昭和7(1932)年の東京市編入により板橋区が誕生し、戦後は住宅地として発展しながら、緑地や公園が整備されていきました。

現在の板橋区は、古い歴史を受け継ぎつつ、多様な文化と暮らしが息づく都市として成長を続けています。



- 古代 -



- 中世 -



- 近世 -



- 近代 -



- 未来 -

5-1 歴史資源

(1) 神社仏閣

【文殊院】

江戸時代前期に創建された真言宗の寺院です。板橋宿本陣を勤めた飯田家の菩提寺としても知られています。また、板橋七福神の毘沙門天が安置されています。



【東光寺】

室町時代創建と伝わる浄土宗寺院です。境内には、青面金剛の見事な彫刻が施された庚申塔や、江戸時代に中山道と川越街道の分かれ道「平尾追分」にあったと伝わる地藏菩薩坐像があります。



【観明寺】

室町時代の創建と伝わる真言宗寺院です。本尊の聖観音立像は12世紀頃の作と伝えられています。境内には、寛文元（1661）年の庚申塔、不動明王、加賀藩下屋敷から遷されたといわれる赤門と稲荷社があります。



【安養院】

鎌倉幕府の執権北条時頼によって創建されたと伝わる真言宗寺院です。鐘撞堂の銅鐘は江戸時代の作で国の重要美術品です。厨子に入った釈迦四面像は、武田信玄の守本尊であったと伝わるものです。



【赤塚氷川神社】

御祭神は素戔鳴命（すさのおのみこと）と藤原広継命（ふじわらひろつぐのみこと）。二の鳥居脇には幕末から明治初期頃に造られた富士塚があり、塚を登ると赤塚の高台からの眺望が開けます。



【長命寺】

江戸時代前期の創建といわれる真言宗豊山派の寺院で御本尊は薬師如来です。現在の本堂は、天明2（1782）年に改装した記録があり、大正8（1919）年と昭和38（1963）年には改造大修理が行われました。



(2) 史跡

【縁切榎】

江戸時代から名所として知られる榎の木です。男女の悪縁を切ることや断酒などが祈願され、今では「悪縁は切ってくれるが良縁は結んでくれる」として信仰されています。



【不動の滝】

東京の名湧水57選にも選ばれた名水です。昔は大山詣りや富士詣りの人々が、滝に打たれ心身を清めるみそぎ場として使われ、どんな干ばつの年でも水が枯れない湧水でした。



【旧養育院長渋沢栄一銅像】

東京都健康長寿医療センターの敷地内に建つ銅像です。50年以上にわたり養育院長を務めた渋沢栄一の功績を讃えて大正14（1925）年に制作され、除幕式には渋沢栄一本人も出席しました。



【赤塚城跡】

戦国時代、この辺りを支配していた千葉氏の居城跡です。中世の典型的な平山城で、現在でも周辺には空壕などの遺構がわずかに残っており、往時をしのばせます。



【富士大山道道標・庚申塔】

旧中山道の清水坂に立つ道標です。中山道から霊山である富士山や神奈川の大山に向かう道が分岐していた場所に建ち、江戸時代の交通や信仰を物語る上で貴重な文化財です。



【圧磨機圧輪記念碑(加賀西公園内)】

黒色火薬を製造する機械「圧磨機圧輪」のモニュメントです。かつて石神井川の水力を利用して火薬を製造していたことから、大正11(1922)年に陸軍省が設置しました。



【志村城跡と熊野神社】

赤塚城の前衛拠点として機能した千葉氏ゆかりの城です。熊野神社は城の二の丸にあたり、長久3(1042)年に地元の豪族志村氏が紀州熊野より勧請したといわれています。



【下頭橋と六蔵祠】

旧川越街道が石神井川を渡る地点に架けられた橋です。橋の傍には橋の名前の由来になったともいわれる「六蔵」という人物の遺徳を讃えて建てられた祠があります。



(3) その他の歴史資源

【板橋宿本陣跡】

代々新左衛門を世襲した本陣飯田家の屋敷跡です。江戸時代、参勤交代の際に本陣や脇本陣は、宿場における重要な施設でした。参勤交代で通行した大名や幕府の公用の武士、僧や公家などが休憩しました。



【茂呂遺跡】

板橋区小茂根にある旧石器時代遺跡です。発掘調査で、縄文時代より古い旧石器時代の文化が、日本に普遍的に広がっていることが分かりました。遺跡と遺物は、東京都の文化財に指定されています。



5-2 景観資源

(1) 板橋十景

【赤塚溜池公園周辺】

名前の由来となった大きな溜池で知られる公園です。梅の名所としても有名で、例年見頃の時期には梅まつりも開催されます。



【板橋】

旧中山道が石神井川を渡る地点にかけられた橋で、板橋の地名の由来となったともいわれている橋です。『延慶本平家物語』などの文献にも「板橋」の名は見られ、鎌倉時代にはすでに地名になっていたと考えられています。



【いたばし花火大会】

夏の風物詩として親しまれているのがいたばし花火大会です。荒川の河川敷で繰り広げられる華麗な花火は、多くの観衆を魅了し、夏の夜空を彩ります。



【志村一里塚】

江戸時代、徳川家康は街道整備のため、慶長9（1604）年に諸国の街道に一里塚の整備を命じました。志村一里塚は中山道の第3番目の一里塚として築かれたもので、明治以降多くの一里塚が消滅するなか、今日、2基一対で残っている一里塚は全国的にも大変少ないものです。現在は国の史跡に指定されています。



【石神井川の桜並木】

石神井川の両岸には桜並木を中心とした緑道が整備され、花見の頃になると、中板橋付近から加賀付近まで桜が咲き誇る、区を代表する桜の名所です。



【松月院】

延徳4（1492）年に千葉自胤が寺領を寄進して中興したと伝えられている曹洞宗寺院です。境内には天保12（1841）年に徳丸ヶ原で西洋式砲術の調練を行った高島秋帆を顕彰した顕彰碑が建立されています。



【田遊び（徳丸・赤塚）】

田遊びは、旧正月にその年の五穀豊穡と子孫繁栄を祈願し神に奉納する行事です。稲作の作業内容を唱える言葉と所作を田の神に奉納し、豊作を祈願する予祝の祭りで、板橋区では、「徳丸北野神社田遊び」と「赤塚諏訪神社田遊び」が国の重要無形民俗文化財に指定されています。



【高島平団地とけやき並木】

高島平団地は昭和40年代に整備されたマンモス団地です。団地内を通る約600mのけやき並木は四季折々の美しさが楽しめ、団地とあわせて板橋十景に選ばれています。



【乗蓮寺（東京大仏）】

赤塚にある浄土宗の格式ある寺院です。徳川家康から10石の朱印地を寄進され、八代将軍吉宗の時には鷹狩の休憩所に指定されました。東京大仏は、高さ13mにもなる青銅製の坐像で、新東京百景に選ばれました。



【南蔵院のしだれ桜】

江戸時代初期に創建された真言宗智山派の寺院です。区内有数の桜の名所でもあることから板橋十景に選ばれ、多くの人に親しまれています。



(2) 景勝地

【五本けやき】

昭和初期の川越街道の拡幅工事の際、当時の上板橋村村長であった飯島彌十郎が提供した土地に植えられていた屋敷林です。上板橋のランドマークとして親しまれています。



【桜川緑道】

桜川を暗渠化して整備した緑道です。道沿いには多くの樹木が植えられており、隣接する都立城北中央公園とともに、四季折々の表情を見せてくれます。



【薬師の泉庭園】

薬師の泉庭園は、かつてこの地にあった大善寺の跡地の一部を整備した庭園です。八代将軍吉宗が大善寺に立ち寄った際、境内に湧く清水をみて、ここの薬師像を清水薬師と命名しました。現在は、「江戸名所図会」の挿絵に基づき、当時の庭園が復元されています。



5-3 博物館・資料館

【郷土資料館】

板橋区の歴史や文化・自然に関する様々な資料を展示している施設です。敷地内には江戸時代後期に建てられた古民家「旧田中家住宅」が移築されています。



【美術館】

昭和54（1979）年5月20日に東京23区初の区立美術館として開館しました。江戸狩野派をはじめとする近世絵画、大正から昭和初期の前衛美術、板橋区ゆかりの作家の作品を中心に収蔵しているほか、イタリア・ボローニャ国際絵本原画展をはじめとしたイラスト、デザインに関する展覧会も開催しています。



【熱帯環境植物館】

世界三大熱帯雨林の中から日本と密接な関係にある「東南アジアの熱帯雨林」をミニ水族館、温室、冷室で再現し、海から高山帯までの自然を体験することができます。熱帯魚や温室の珍しい植物を観察しながら、熱帯の環境や地球環境を楽しく学ぶことのできる植物館です。



【教育科学館】

体験型の科学展示物があり、各種教室やワークショップも開催する、楽しみながら科学を体験できる施設です。目玉のプラネタリウムでは季節にあわせたプログラムが投影されます。隣にある板橋区平和公園で天体観測をする「星を見る会」も定期的に行われています。



【植村冒険館】

たったひとり、厳しい自然のなかで行動を続けた冒険家・植村直己は、その生涯をかけて人間の可能性に挑戦し続けました。館内では、日本人初のエベレスト登頂や、世界初の犬ぞりによる北極点単独行などを成し遂げた、植村氏の業績を詳しく紹介しています。



【中央図書館】

板橋区立中央図書館は、平和公園内にある未来をはぐくみ、こころの豊かさと新しい価値を創造し、“緑と文化”を象徴する公園一体型図書館で多世代が集い学べる快適な読書・交流空間を提供しています。



【いたばしポローニャ絵本館】

北イタリアのポローニャから寄贈された絵本を中心に、世界約110の国と地域、3万3千冊、80言語の絵本を所蔵する海外絵本の図書館です。区立中央図書館内に併設されています。



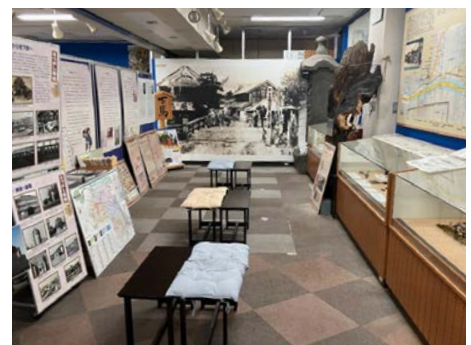
【旧粕谷家住宅】

武蔵野の香りが今なお残る茅葺屋根の古民家です。平成27(2015)年からの改修復元工事によって、享保8(1723)年に建築された都内最古級の民家であることが判明しました。



【いたばし観光センター】

観光パンフレットの配布や観光グッズの販売、パネル展示に加え、いたばし観光ボランティア「もてなしたい」による無料の区内観光ガイドも実施しています。



5-4 計画中の施設

(1) 板橋区史跡公園(仮称)



明治9(1876)年、加賀藩下屋敷の跡地に国内初の官営火薬工場である板橋火薬製造所が設置され、昭和20(1945)年まで国内有数の火薬工場として稼働しました。戦後に火薬製造所が閉鎖され、跡地に研究所や学校、工場などが入居することになり、日本の科学技術の発展に大きな貢献を果たしました。

近代的な火薬製造所と研究所の歴史的価値が認められ、平成29(2017)年に陸軍板橋火薬製造所跡が国史跡に指定されました。現在、近代化遺産を保存活用した都内初となる史跡公園として、令和11(2029)年度のグランドオープンをめざして整備しています。

また、旧理化学研究所板橋分所跡地には「産業ミュージアム(仮称)」の設置を予定しています。この場所が区のものづくりの原点であり、産業の発展や新たな産業創出に深く関わってきた大変貴重な場所と捉え、当地の歴史に紐づく区産業の発展や研究の軌跡の発信と体験を通じて、板橋の産業ブランドを向上させるとともに、「探求と研究のバトンを未来へつなぐ拠点」となることをめざします。

大名庭園・近代工業・科学研究

－ 板橋の地に刻まれた軌跡 －

江戸の大名庭園から近代的な火薬工場を経て、世界的な科学研究の舞台へ。
板橋の地は日本の歴史と科学の展開を映す鏡。その驚くべき軌跡をたどる。

近代化遺産を保存活用した都内初の史跡公園を整備

国史跡に指定されたことを契機に、板橋区が史跡公園として整備を進行中。中でも旧理研の建物は産業ミュージアム（仮称）として整備し、板橋の産業史や科学技術の発展を学ぶ場に。



旧理研板橋分所内部

2025

火薬製造所の跡地に理化学研究所などが入居

板橋火薬製造所の跡地は、戦後学校・工場・研究所として転用され、そのひとつとして理研が板橋分所を設置。仁科芳雄ら著名な物理学者らが宇宙線の連続観測など先端研究を行ったほか、ノーベル賞物理学者 湯川秀樹が研究室を構えた時期も。



板橋で宇宙線解析装置を組立分解・調整する研究員（理化学研究所提供）

1946

日本初の官営火薬工場「陸軍板橋火薬製造所」設立

明治9（1876）年、下屋敷跡地に日本初の官営火薬工場を設立。近代的な火薬製造と研究開発の中心地として機能し、昭和20（1945）年の終戦まで稼働。その敷地は約18万坪に拡大。



陸軍造兵廠火工廠絵はがき（北区立中央図書館提供）

1945
1876

加賀藩前田家の下屋敷として使用

21万坪の広大な敷地に、前田家の下屋敷が広がる。参勤交代の時の藩主の休息所として利用され、庭園や茶室も整備された文化的拠点。



於平尾御屋敷大砲製造之図（個人蔵）

1871
1679

(2) 板橋区かわまちづくり「ITTA KAWAMACHI PROJECT」

- 広大なオープンスペースである荒川河川敷は、都市化された板橋区における貴重な空間であるとともに、自然に触れ合える場、レクリエーションを楽しめる場、地震時の避難場所としての場など、新たな価値を生み出す大きな可能性を秘めています。
- この魅力的な荒川河川敷の価値を最大限に引き出し、板橋区のブランドとして創造・発信することで、交流人口の増加やにぎわいの創出につながる水辺空間を形成するため、かわまちづくりに取り組みます。
- 「板橋区かわまちづくり基本構想」で示している全体コンセプト「自然体験型アーバンリバーパーク」実現に向けて、にぎわい創出と特徴である防災の2つを軸に、自然豊かな空間を整え、荒川河川敷の魅力及び機能向上をめざしていきます。



全体エリアイメージ図



コアエリア (左) と生物生態園周辺 (右) のイメージ図

対象エリアとゾーニング計画



I スポーツ・カルチャー発信ゾーン

○めざすべきゾーニング像

スポーツ機能の拡充や様々なイベントの開催により、多くの人々が訪れ、活気あふれる場をめざします。

●整備・取組の方向性

荒川戸田橋陸上競技場の改修や自然を活かした広大なオープンスペースを設け、大規模イベント等の拠点として活用を図ります。

II 水辺のにぎわい・アウトドアゾーン

○めざすべきゾーニング像

水辺空間の利活用や屋外体験等のレクリエーションにより、誰もが楽しめ、憩える場をめざします。

●整備・取組の方向性

親水広場の整備やカフェ・レストラン機能を設けるとともに、リサイクルプラザや自然地の利活用を見据え、「コアエリア」としてにぎわいの拠点づくりを進めます。

III 自然・環境ゾーン

○めざすべきゾーニング像

豊富な緑や河川環境、多様な生物の生息地である自然環境を整え、みどりあふれる場をめざします。

●整備・取組の方向性

生物生態園のワンド等の地形を活かすとともに、自然環境の機能向上を図ることで、みどりの拠点となる空間づくりを進めます。

IV スポーツ・アクティビティゾーン

○めざすべきゾーニング像

新たなアクティビティの提供やスポーツ利用者等の利便性向上を図り、たくさんの人々でにぎわう場をめざします。

●整備・取組の方向性

マウンテンバイクコース等の整備やキッチンカーの配置・トイレの充実など、かわまちづくりの玄関口となる駐車場の充実を図ります。



スポーツ・カルチャー発信ゾーン



水辺のにぎわい・アウトドアゾーン



スポーツ・アクティビティゾーン

6 区の観光に対する区民及び来訪者の意識

6-1 区民向けアンケート調査

(1) 調査概要

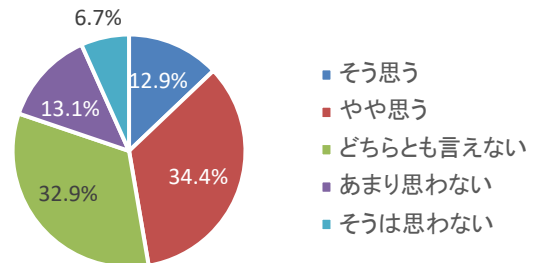
①目的	本ビジョンの施策の課題、方針、実施内容を検討するため、地域資源の認知度、魅力度、推奨度と、定住意識との関連性など、区民の意向を把握することを目的に、アンケート調査を実施しました。
②対象	インターネット調査会社のモニター登録のある板橋区民のうち、20歳以上を対象にしました。
③調査方法	インターネット調査会社のモニターに対して、WEB上で設問を配付・回収する方法としました。
④サンプル数	520人
⑤サンプルの属性	【性別】 男性:50%、女性:50% 【年代】 20代:20%、30代:20%、40代:20%、 50代:20%、60代以上:20% 【未既婚】 未婚:50.4%、既婚:49.6% 【子ども】 子ども有:58.8%、子ども無:41.2%
⑥調査実施時期	令和7(2025)年1月30日(木)～令和7(2025)年2月2日(日)
⑦調査項目	板橋区の魅力 ・魅力がある、見どころがあるまちと思うか ・魅力がある、見どころがあると思った理由 ・魅力がある、見どころがあると思わなかった理由 ・魅力や愛着を感じる場所、こと ・地域資源の認知度、魅力度、推奨度 ・観光目的の来訪者が増えることへの評価 ・板橋区の魅力を高める取組 ・取組の魅力度 ・板橋区の観光振興に必要なこと
⑧調査結果の見方	・単一回答の設問の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。 ・複数回答の設問は、合計が100%を超える場合があります。

(2) 調査結果 板橋区の魅力

Q1 板橋区を「魅力ある」「見どころのある」まちだと思いますか。(単一回答)

「そう思う」と「やや思う」の合計は47.3%となります。

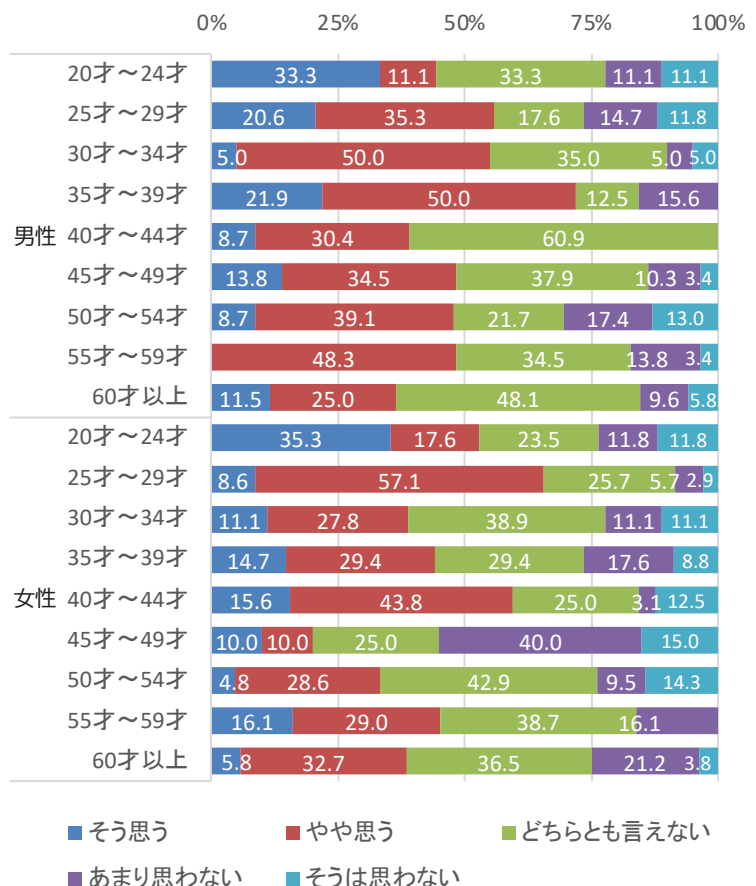
「どちらとも言えない」が32.9%を占めています。



【性・年代別】

性・年代別に見ると、20代～30代の男性や20代女性が「魅力を感じる」と回答した割合がやや高くなっていますが、全体として性別や年代による大きな差異は見られません。

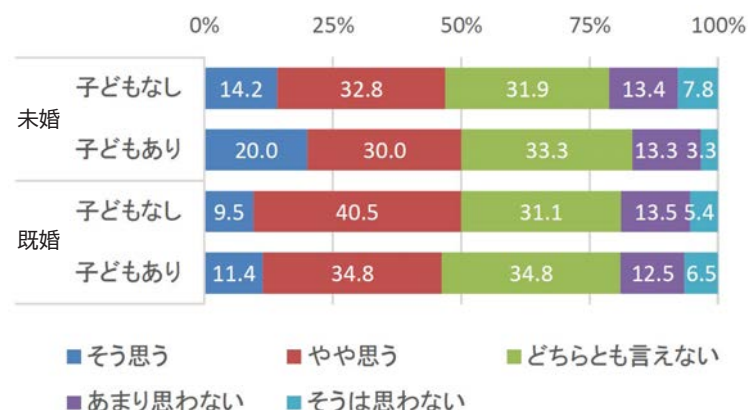
したがって、今後の施策や広報においては、特定の層に偏らず幅広い年齢層にアプローチできるような戦略が求められると言えます。



【未既婚・子ども有無別】

未既婚・子ども有無別に見ると、未婚の方が既婚者よりも「魅力を感じる」と回答した割合はやや高いものの、全体として顕著な傾向は見られません。

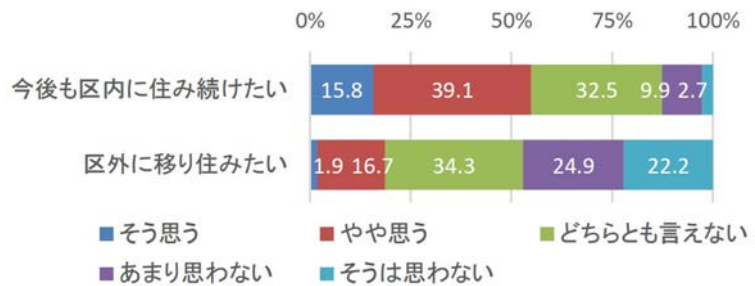
このことから、結婚の有無や子どもの有無によって、板橋区に対する魅力の感じ方に大きな差はないと考えられます。



【定住意向別】

定住意向別に見ると、定住意向のある区民のほうが、板橋区を魅力的なまちと指摘する割合が高くなります。

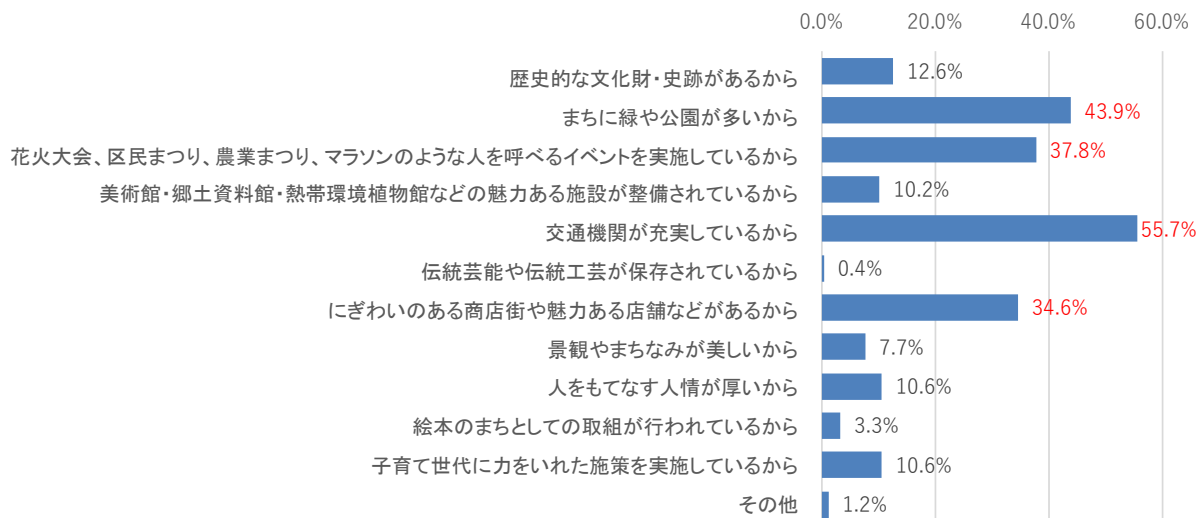
本ビジョンの取組によって板橋区の魅力を実感する区民を増やし、定住意識を高めていくことが求められていると考えます。



Q2 「魅力ある」「見どころのある」まちと思った主な理由は何ですか。(複数回答)

「交通機関が充実しているから」が55.7%で最も高く、次いで「まちに緑や公園が多いから」(43.9%)、「花火大会、区民まつり、農業まつり、マラソンのような人を呼べるイベントを実施しているから」(37.8%)、「にぎわいのある商店街や魅力ある店舗などがあるから」(34.6%)の順となります。

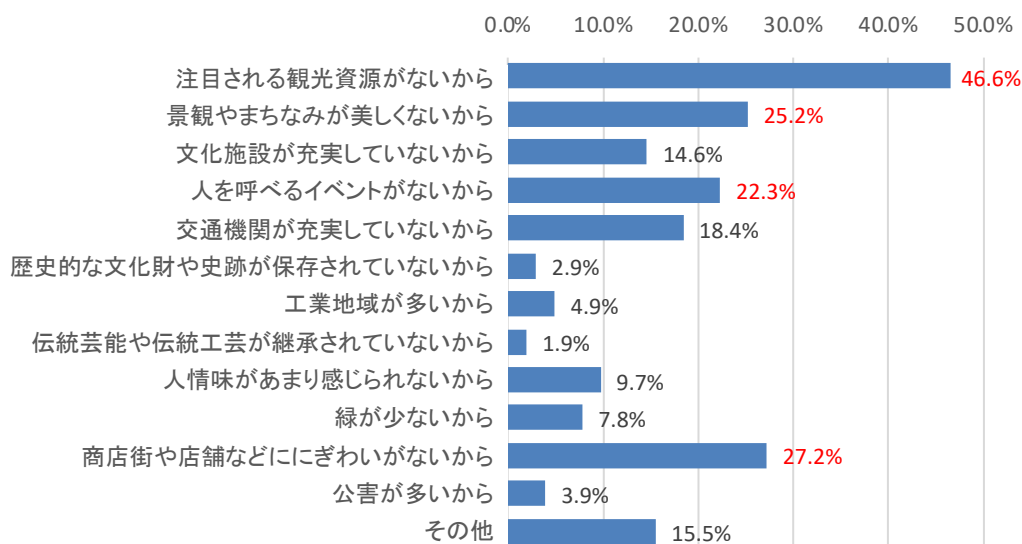
本ビジョンに関連する「みどり」「イベント」「商店街のにぎわい」については、板橋区の魅力を高める施策として重要と考えます。



Q3 「魅力ある」「見どころのある」まちと思わなかった主な理由は何ですか。(複数回答)

「注目される観光資源がないから」が46.6%で最も高く、次いで「商店街や店舗などににぎわいがないから」(27.2%)、「景観やまちなみが美しくないから」(25.2%)、「人を呼べるイベントがないから」(22.3%)の順となります。

「注目される観光資源」については、これまで十分に活用されてこなかった地域資源の発掘や、体験型コンテンツの充実化などによって改善していくことが重要と考えます。



Q4

板橋区での生活の中で、魅力的に感じていたり、愛着を感じる場所やことがあればご記入ください。（自由記述回答）

「交通の利便性」についての回答が98人で最も多く、次いで「物価・家賃の安さ」（76人）、「商店街・買物環境」（58人）、「自然・公園の多さ」（46人）の順となります。

本ビジョンに関連する「公園」や「商店街」についての回答が多くあり、魅力を高めるための重要な要素と考えます。

分類	回答
交通の利便性 (98人)	<ul style="list-style-type: none"> ・交通の便が良い 40人 ・都心へのアクセスが良い 35人 ・電車・バスが充実している 15人 ・埼玉に出やすい 5人 ・高速道路へのアクセスが良い 3人
物価・家賃の安さ (76人)	<ul style="list-style-type: none"> ・物価が安い 50人 ・家賃が安い 26人
商店街・買物環境 (58人)	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街が多い・充実している 30人 ・スーパーが多い・便利 18人 ・飲食店が多い 10人
自然・公園の多さ (46人)	<ul style="list-style-type: none"> ・公園が多い 25人 ・緑が多い・自然豊か 21人
治安の良さ (42人)	<ul style="list-style-type: none"> ・治安が良い 42人
医療機関・福祉の充実 (35人)	<ul style="list-style-type: none"> ・病院・医療機関が多い 25人 ・福祉が充実している 10人
落ち着いた・住みやすい雰囲気 (33人)	<ul style="list-style-type: none"> ・静かで落ち着いている 20人 ・庶民的な雰囲気 8人 ・のんびりしている 5人
文化・教育施設の充実 (20人)	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館が充実している 15人 ・文化施設が多い 5人
板橋区独自のイベント・特色 (17人)	<ul style="list-style-type: none"> ・花火大会が良い 10人 ・いたばしPayのキャンペーンが魅力的 5人 ・地域の祭りやイベントが楽しい 2人
その他 (15人)	<ul style="list-style-type: none"> ・昔ながらの人付き合いがある 5人 ・行政サービスがしっかりしている 5人 ・地域の人優しい 5人

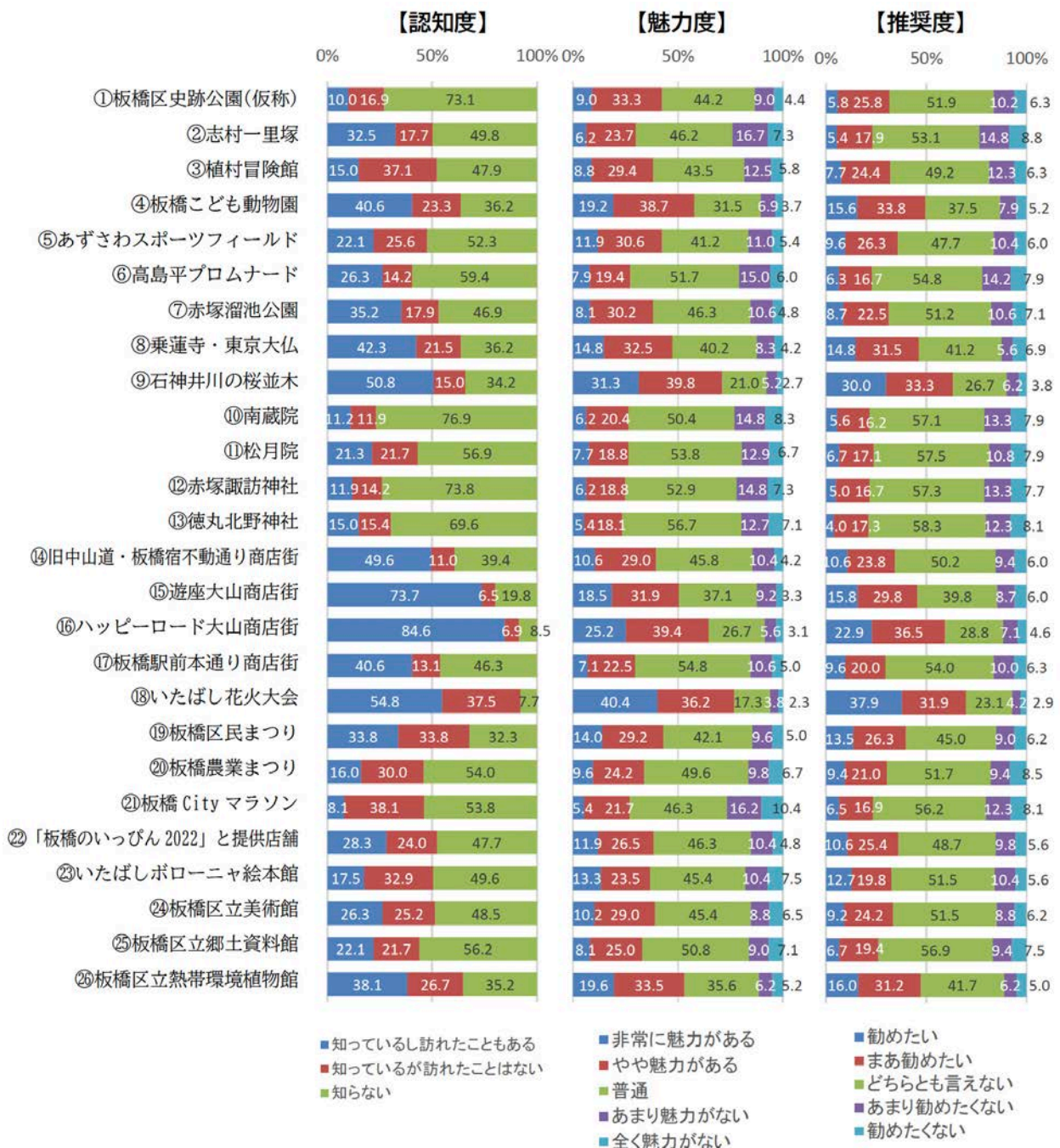
Q5 板橋区の地域資源について、知っている地域資源は何ですか。(単一回答)

Q6 その資源はどのくらい魅力に感じていますか。(単一回答)

Q7 友人などの他者にお勧めしたいですか。(単一回答)

認知度(「知らない」を除く)よりも魅力度(「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計)が高い地域資源は「石神井川の桜並木」及び「板橋区史跡公園(仮称)」となります。

認知度(「知らない」を除く)よりも魅力度(「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計)が20ポイント以上低い地域資源は、「ハッピーロード大山商店街」「遊座大山商店街」「板橋区民まつり」「旧中山道・板橋宿不動通り商店街」「板橋駅前本通り商店街」「志村一里塚」が該当します。



【認知度別の魅力度・推奨度】

認知度別に魅力度及び推奨度を見ると、認知していると魅力度及び推奨度が高まることが分かります。「非常に魅力がある」の割合が30%以上の資源は⑨石神井川の桜並木、⑱いたばし花火大会、⑲板橋区民まつり、㉓いたばしポローニャ絵本館、㉔板橋区立熱帯環境植物館となります。

また、「勧めたい」の割合が30%以上の資源は⑨石神井川の桜並木、⑱いたばし花火大会となります。

一方、未知の方のうち、「全く魅力がない」「勧めたくない」いずれかの割合が15%以上の資源は⑯ハッピーロード大山商店街、㉒板橋Cityマラソンが挙げられます。これらは写真及び説明文だけでは魅力が伝えにくい資源と言えます。

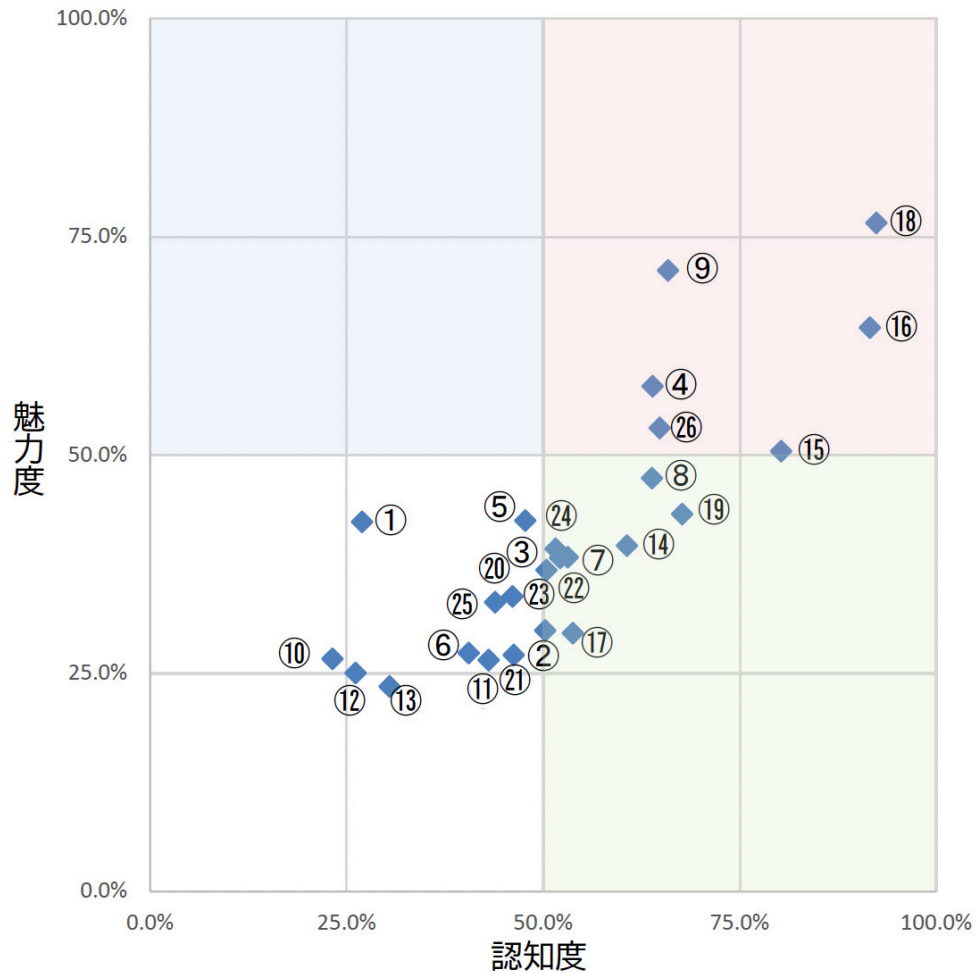
		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
①板橋区史跡公園 (仮称)	既知・来訪済	26.9%	44.2%	23.1%	5.8%	0.0%	15.4%	50.0%	25.0%	7.7%	1.9%
	既知・来訪無	6.8%	40.9%	42.0%	8.0%	2.3%	8.0%	30.7%	48.9%	9.1%	3.4%
	未知	7.1%	30.0%	47.6%	9.7%	5.5%	3.9%	21.3%	56.3%	10.8%	7.6%
②志村一里塚	既知・来訪済	10.7%	29.0%	37.3%	16.6%	6.5%	10.1%	23.1%	45.6%	13.0%	8.3%
	既知・来訪無	6.5%	23.9%	48.9%	14.1%	6.5%	5.4%	21.7%	51.1%	16.3%	5.4%
	未知	3.1%	20.1%	51.0%	17.8%	8.1%	2.3%	13.1%	58.7%	15.4%	10.4%
③植村冒険館	既知・来訪済	24.4%	35.9%	29.5%	7.7%	2.6%	19.2%	38.5%	30.8%	9.0%	2.6%
	既知・来訪無	8.8%	35.2%	40.4%	12.4%	3.1%	6.7%	32.1%	46.1%	11.4%	3.6%
	未知	4.0%	22.9%	50.2%	14.1%	8.8%	4.8%	14.1%	57.4%	14.1%	9.6%
④板橋こども動物園	既知・来訪済	29.9%	45.0%	21.8%	2.8%	0.5%	26.5%	44.5%	21.3%	3.8%	3.8%
	既知・来訪無	19.0%	45.5%	28.1%	5.0%	2.5%	13.2%	32.2%	46.3%	7.4%	0.8%
	未知	7.4%	27.1%	44.7%	12.8%	8.0%	4.8%	22.9%	50.0%	12.8%	9.6%
⑤あずさわスポーツ フィールド	既知・来訪済	27.0%	39.1%	25.2%	7.0%	1.7%	19.1%	36.5%	31.3%	7.0%	6.1%
	既知・来訪無	7.5%	36.8%	39.1%	12.8%	3.8%	8.3%	30.1%	49.6%	9.8%	2.3%
	未知	7.7%	23.9%	48.9%	11.8%	7.7%	6.3%	20.2%	53.7%	12.1%	7.7%
⑥高島平 プロムナード	既知・来訪済	17.5%	26.3%	40.9%	11.7%	3.6%	14.6%	25.5%	46.0%	10.2%	3.6%
	既知・来訪無	12.2%	27.0%	48.6%	10.8%	1.4%	5.4%	23.0%	55.4%	12.2%	4.1%
	未知	2.6%	14.6%	57.3%	17.5%	8.1%	2.9%	11.3%	58.6%	16.5%	10.7%
⑦赤塚溜池公園	既知・来訪済	14.2%	38.8%	38.3%	7.1%	1.6%	15.8%	30.1%	42.6%	8.7%	2.7%
	既知・来訪無	9.7%	28.0%	46.2%	14.0%	2.2%	8.6%	25.8%	51.6%	9.7%	4.3%
	未知	2.9%	24.6%	52.5%	11.9%	8.2%	3.3%	15.6%	57.4%	12.3%	11.5%
⑧乗蓮寺・東京大仏	既知・来訪済	22.3%	40.0%	30.9%	6.4%	0.5%	24.1%	40.5%	29.5%	2.7%	3.2%
	既知・来訪無	14.3%	31.3%	43.8%	8.0%	2.7%	10.7%	35.7%	42.9%	4.5%	6.3%
	未知	6.4%	24.5%	48.9%	10.6%	9.6%	6.4%	18.6%	53.7%	9.6%	11.7%
⑨石神井川の桜並木	既知・来訪済	45.5%	39.8%	12.9%	1.5%	0.4%	45.1%	35.2%	15.9%	2.7%	1.1%
	既知・来訪無	16.7%	53.8%	21.8%	5.1%	2.6%	17.9%	47.4%	25.6%	7.7%	1.3%
	未知	16.9%	33.7%	32.6%	10.7%	6.2%	12.9%	24.2%	43.3%	10.7%	9.0%
⑩南蔵院	既知・来訪済	20.7%	39.7%	32.8%	6.9%	0.0%	19.0%	27.6%	43.1%	8.6%	1.7%
	既知・来訪無	6.5%	32.3%	46.8%	3.2%	11.3%	11.3%	29.0%	43.5%	9.7%	6.5%
	未知	4.0%	15.8%	53.5%	17.8%	9.0%	2.8%	12.5%	61.3%	14.5%	9.0%

		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
⑪松月院	既知・来訪済	20.7%	31.5%	36.9%	10.8%	0.0%	18.0%	21.6%	51.4%	7.2%	1.8%
	既知・来訪無	3.5%	20.4%	56.6%	12.4%	7.1%	2.7%	25.7%	48.7%	15.9%	7.1%
	未知	4.4%	13.5%	59.1%	13.9%	9.1%	4.1%	12.2%	63.2%	10.1%	10.5%
⑫赤塚諏訪神社	既知・来訪済	17.7%	38.7%	29.0%	12.9%	1.6%	9.7%	30.6%	48.4%	6.5%	4.8%
	既知・来訪無	10.8%	21.6%	51.4%	12.2%	4.1%	9.5%	27.0%	43.2%	17.6%	2.7%
	未知	3.4%	15.1%	57.0%	15.6%	8.9%	3.4%	12.5%	61.5%	13.5%	9.1%
⑬徳丸北野神社	既知・来訪済	17.9%	24.4%	46.2%	10.3%	1.3%	9.0%	35.9%	39.7%	11.5%	3.8%
	既知・来訪無	7.5%	23.8%	56.3%	10.0%	2.5%	8.8%	21.3%	50.0%	15.0%	5.0%
	未知	2.2%	15.5%	59.1%	13.8%	9.4%	1.9%	12.4%	64.1%	11.9%	9.7%
⑭旧中山道・板橋宿 不動通り商店街	既知・来訪済	17.1%	38.4%	36.4%	6.2%	1.9%	15.9%	33.3%	41.1%	6.6%	3.1%
	既知・来訪無	3.5%	22.8%	59.6%	12.3%	1.8%	7.0%	19.3%	59.6%	10.5%	3.5%
	未知	4.4%	19.0%	53.7%	15.1%	7.8%	4.9%	13.2%	59.0%	12.7%	10.2%
⑮遊座大山商店街	既知・来訪済	23.0%	35.0%	33.2%	7.6%	1.3%	19.6%	33.9%	36.8%	6.5%	3.1%
	既知・来訪無	11.8%	23.5%	38.2%	20.6%	5.9%	11.8%	23.5%	41.2%	11.8%	11.8%
	未知	3.9%	23.3%	51.5%	11.7%	9.7%	2.9%	16.5%	50.5%	15.5%	14.6%
⑯ハッピーロード 大山商店街	既知・来訪済	28.4%	41.8%	23.2%	5.5%	1.1%	25.7%	39.5%	26.6%	5.2%	3.0%
	既知・来訪無	13.9%	41.7%	36.1%	0.0%	8.3%	16.7%	30.6%	36.1%	11.1%	5.6%
	未知	2.3%	13.6%	54.5%	11.4%	18.2%	0.0%	11.4%	45.5%	22.7%	20.5%
⑰板橋駅前本通り 商店街	既知・来訪済	12.3%	29.4%	48.8%	6.6%	2.8%	16.6%	26.1%	43.6%	10.0%	3.8%
	既知・来訪無	4.4%	26.5%	55.9%	11.8%	1.5%	8.8%	25.0%	57.4%	7.4%	1.5%
	未知	3.3%	15.4%	59.8%	13.7%	7.9%	3.7%	13.3%	62.2%	10.8%	10.0%
⑱いたばし花火大会	既知・来訪済	51.9%	35.8%	9.5%	1.8%	1.1%	49.5%	32.6%	15.1%	2.1%	0.7%
	既知・来訪無	30.3%	38.5%	24.1%	5.1%	2.1%	26.2%	33.8%	30.8%	5.1%	4.1%
	未知	7.5%	27.5%	40.0%	12.5%	12.5%	12.5%	17.5%	42.5%	15.0%	12.5%
⑲板橋区民まつり	既知・来訪済	31.8%	43.2%	20.5%	4.0%	0.6%	26.7%	41.5%	24.4%	6.3%	1.1%
	既知・来訪無	5.1%	26.1%	51.7%	11.9%	5.1%	9.1%	18.8%	56.8%	9.1%	6.3%
	未知	4.8%	17.9%	54.8%	13.1%	9.5%	4.2%	18.5%	54.2%	11.9%	11.3%
⑳板橋農業まつり	既知・来訪済	25.3%	32.5%	32.5%	7.2%	2.4%	22.9%	32.5%	30.1%	10.8%	3.6%
	既知・来訪無	12.2%	32.1%	45.5%	4.5%	5.8%	12.2%	28.8%	50.0%	4.5%	4.5%
	未知	3.6%	17.4%	56.9%	13.5%	8.5%	3.9%	13.2%	59.1%	11.7%	12.1%
㉑板橋 City マラソン	既知・来訪済	23.8%	38.1%	28.6%	7.1%	2.4%	21.4%	31.0%	42.9%	4.8%	0.0%
	既知・来訪無	8.1%	28.8%	46.0%	12.6%	4.5%	8.1%	22.2%	56.6%	10.1%	3.0%
	未知	0.7%	14.3%	49.3%	20.0%	15.7%	3.2%	11.1%	57.9%	15.0%	12.9%
㉒「板橋のいっぴん 2022」と提供店舗	既知・来訪済	27.9%	45.6%	22.4%	4.1%	0.0%	23.8%	48.3%	25.2%	2.0%	0.7%
	既知・来訪無	8.8%	32.8%	47.2%	7.2%	4.0%	8.0%	31.2%	48.0%	8.0%	4.8%
	未知	4.0%	12.1%	60.1%	15.7%	8.1%	4.0%	8.9%	62.9%	15.3%	8.9%
㉓いたばし ポロニーヤ絵本館	既知・来訪済	31.9%	41.8%	23.1%	2.2%	1.1%	29.7%	28.6%	36.3%	4.4%	1.1%
	既知・来訪無	14.6%	26.9%	40.9%	12.9%	4.7%	13.5%	24.0%	49.1%	9.9%	3.5%
	未知	5.8%	14.7%	56.2%	11.6%	11.6%	6.2%	14.0%	58.5%	12.8%	8.5%
㉔板橋区立美術館	既知・来訪済	24.1%	35.0%	29.2%	10.2%	1.5%	23.4%	32.8%	34.3%	7.3%	2.2%
	既知・来訪無	8.4%	33.6%	50.4%	5.3%	2.3%	5.3%	26.7%	58.0%	6.1%	3.8%
	未知	3.6%	23.4%	51.6%	9.9%	11.5%	3.6%	18.3%	57.5%	11.1%	9.5%
㉕板橋区立 郷土資料館	既知・来訪済	20.9%	33.9%	34.8%	7.8%	2.6%	20.0%	33.0%	36.5%	7.0%	3.5%
	既知・来訪無	8.0%	32.7%	46.9%	8.0%	4.4%	4.4%	23.9%	61.9%	8.0%	1.8%
	未知	3.1%	18.5%	58.6%	9.9%	9.9%	2.4%	12.3%	63.0%	11.0%	11.3%
㉖板橋区立 熱帯環境植物館	既知・来訪済	36.9%	37.9%	16.2%	7.1%	2.0%	28.3%	39.9%	26.3%	4.0%	1.5%
	既知・来訪無	12.2%	41.7%	41.7%	3.6%	0.7%	9.4%	35.3%	48.9%	5.0%	1.4%
	未知	6.6%	22.4%	51.9%	7.1%	12.0%	7.7%	18.6%	53.0%	9.3%	11.5%

【認知度と魅力度】

認知度と魅力度を下図のように整理すると、認知度と魅力度がどちらも高い《赤エリア》の⑱いたばし花火大会、⑯ハッピーロード大山商店街などは、すでに集客力の高い地域資源と言えます。

認知度は高いが魅力度が低い《緑エリア》の⑧乗蓮寺・東京大仏、⑲板橋区民まつりなどは、新たな磨き上げによる魅力向上が課題と考えます。

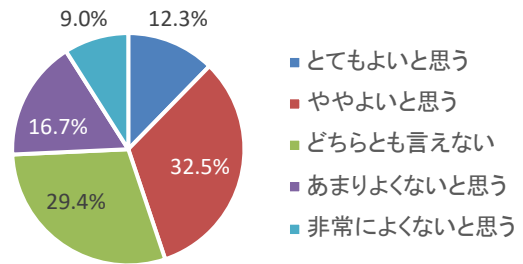


Q8

板橋区外から観光目的の来訪者（訪日外国人を含む）が増えることについて、どう思いますか。（単一回答）

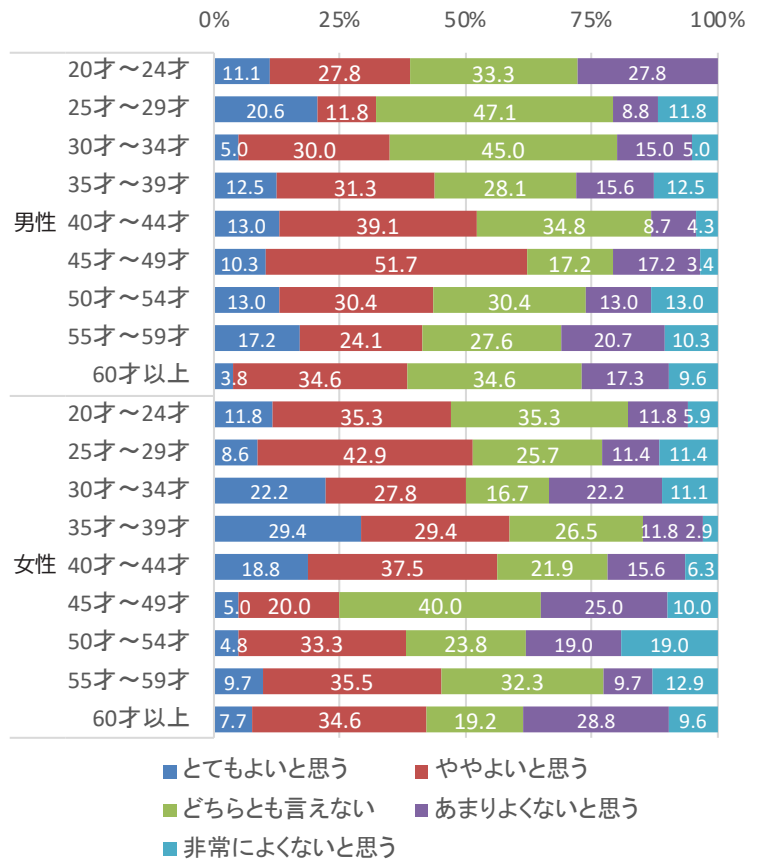
「とてもよいと思う」と「ややよいと思う」の合計は44.8%となります。

「あまりよくないと思う」と「非常によくないと思う」の合計は25.7%となります。



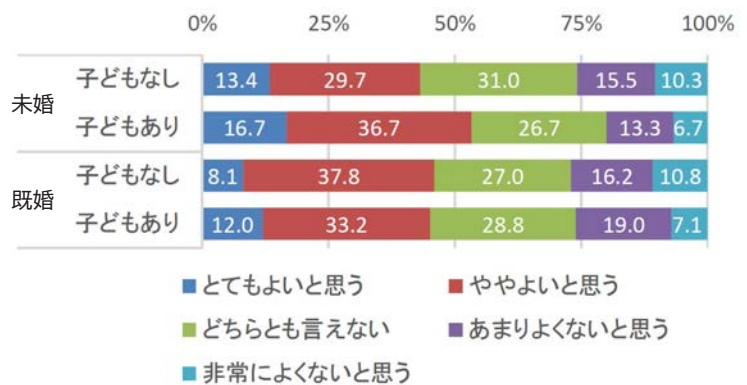
【性・年代別】

性・年代別に見ると、「とてもよいと思う」及び「ややよいと思う」と回答した割合は、40代男性及び35～44歳の女性でやや高い傾向が見られるものの、性・年代による顕著な傾向は確認できません。



【未既婚・子ども有無別】

未既婚・子ども有無別に見ると、「とてもよいと思う」及び「ややよいと思う」と回答した割合は、既婚者よりも未婚者のほうが高くなっていますが、明確な傾向とまでは言えません。

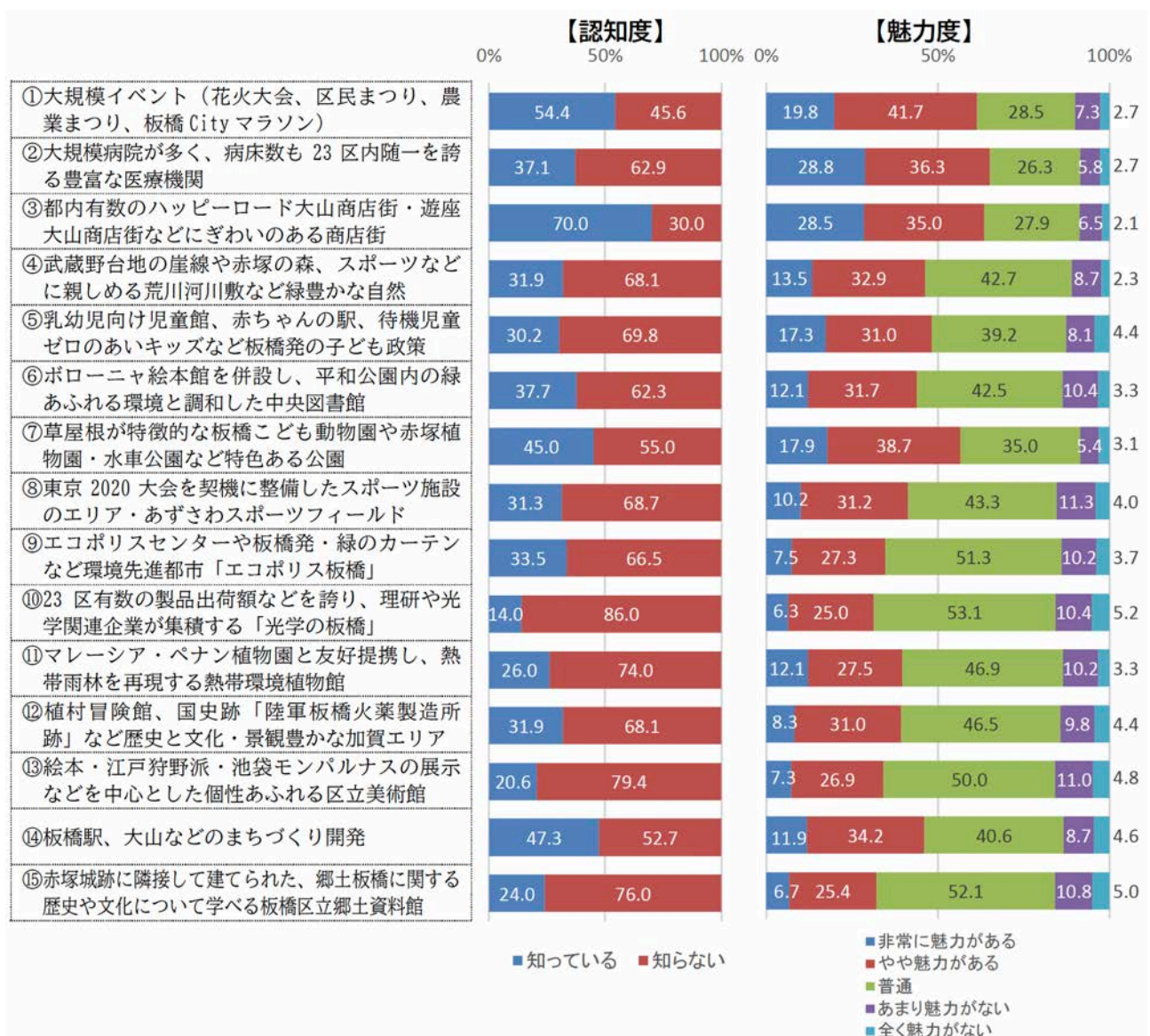


Q9 板橋区の魅力を高める以下の取組について、知っていますか。(単一回答)

Q10 その取組はどのくらい魅力的だと思いますか。(単一回答)

認知度よりも魅力度(「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計)が15ポイント以上高い取組は、「大規模病院が多く、病床数も23区内随一を誇る豊富な医療機関」「乳幼児向け児童館、赤ちゃんの駅、待機児童ゼロのあいキッズなど板橋発の子ども政策」「23区有数の製品出荷額などを誇り、理研や光学関連企業が集積する『光学の板橋』」です。

認知度よりも魅力度が低い取組は「都内有数のハッピーロード大山商店街・遊座大山商店街などにぎわいのある商店街」及び「板橋駅、大山などのまちづくり開発」が挙げられます。

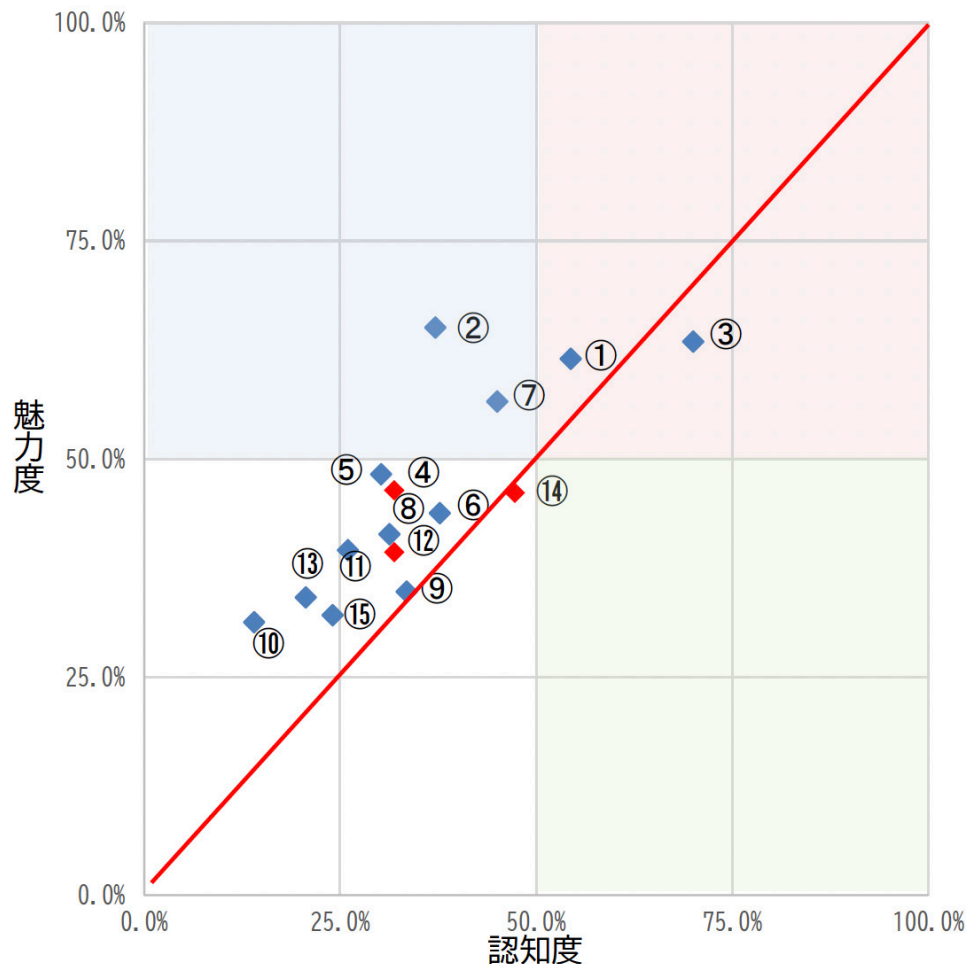


【認知度と魅力度】

認知度と魅力度を下図のように整理すると、いずれも高い《赤エリア》に位置する「③都内有数のハッピーロード大山商店街・遊座大山商店街などにぎわいのある商店街」及び「①大規模イベント」は、すでに高い集客力を有する取組と評価できます。

一方、魅力度は高いものの認知度が低い《青エリア》に位置する「②大規模病院が多く、病床数も23区内随一を誇る豊富な医療機関」及び「⑦草屋根が特徴的な板橋こども動物園や赤塚植物園・水車公園など特色ある公園」については、積極的な情報発信により、さらなる集客力の向上が期待されます。

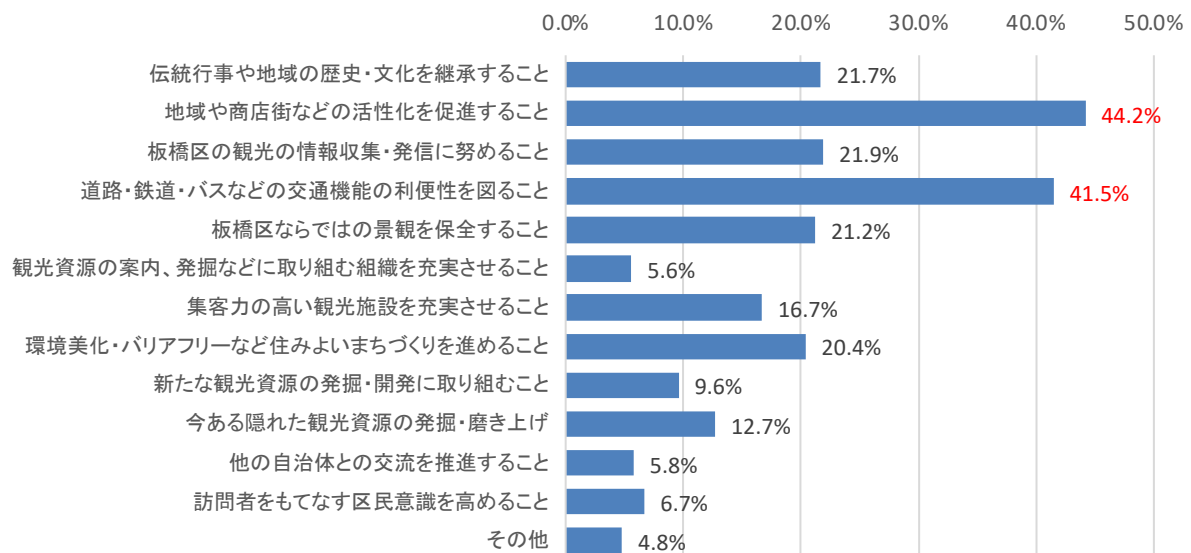
また、「まちづくり」の取組として、今後の板橋区の魅力向上に期待されている「④武蔵野台地の崖線や赤塚の森、スポーツなどに親しめる荒川河川敷など緑豊かな自然」「⑫植村冒険館、国史跡「陸軍板橋火薬製造所跡」など歴史と文化・景観豊かな加賀エリア」「⑭板橋駅、大山などのまちづくり開発」については、認知度と魅力度がともに低く、区民への発信を強化する必要があります。



Q11 板橋区の観光を振興する上で、何が必要とお考えですか。(複数回答)

「地域や商店街などの活性化を促進すること」が44.2%で最も高く、次いで「道路・鉄道・バスなどの交通機能の利便性を図ること」が41.5%となります。

「交通利便性」と「商店街のにぎわい」については、板橋区の魅力要素として評価が高く、一方で改善要素としても指摘されており、板橋区の地域特性を表す重要なテーマであることが分かります。



6-2 来訪経験者向けアンケート調査

(1) 調査概要

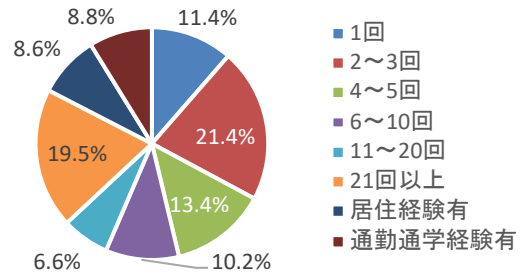
①目的	本ビジョンの施策の課題、方針、実施内容を検討するため、地域資源の認知度、魅力度、推奨度の区民と来訪経験者との相違点など、来訪者の評価を把握することを目的に、アンケート調査を実施しました。
②対象	インターネット調査会社のモニター登録のある東京都民（板橋区民を除く）と、埼玉県民の20歳以上を対象にしました。
③調査方法	インターネット調査会社のモニターに対して、WEB上で設問を配付・回収する方法としました。
④サンプル数	1,040人
⑤サンプルの属性	【性別】 男性:50%、女性:50% 【年代】 20代:20%、30代:20%、40代:20%、 50代:20%、60代以上:20% 【未既婚】 未婚:44.1%、既婚:55.9% 【子ども】 子ども有:54.4%、子ども無:45.6%
⑥調査実施時期	令和7（2025）年1月30日(木)～令和7（2025）年2月1日(土)
⑦調査項目	1) 来訪者の行動特性 ・板橋区への来訪回数 ・板橋区への来訪の主な目的 ・板橋区を訪問先に選んだ理由 ・板橋区に訪れる際に参考にした情報 ・板橋区に訪れた際の交通機関 ・板橋区に訪問する際の同行者 2) 板橋区の魅力 ・地域資源の認知度、魅力度、推奨度 ・板橋区滞在時に困ったこと、改善すべき点 ・板橋区への来訪者を増やす取組
⑧調査結果の見方	・単一回答の設問の構成比は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。 ・複数回答の設問は、合計が100%を超える場合があります。

(2) 調査結果

1) 来訪者の行動特性

Q1 これまでに板橋区に訪れた回数をお答えください。(単一回答)

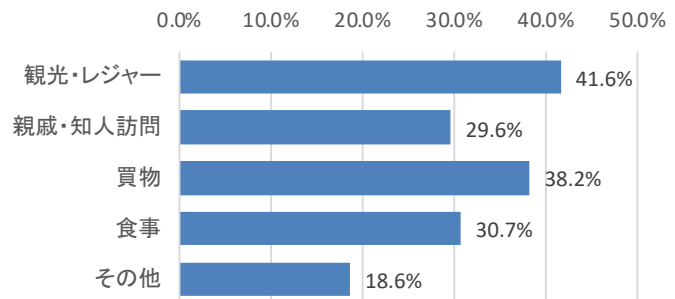
回答者の訪問回数は、偏りがないことが分かります。



Q2 これまでに板橋区に訪れた際の、主な目的をお答えください。(複数回答)

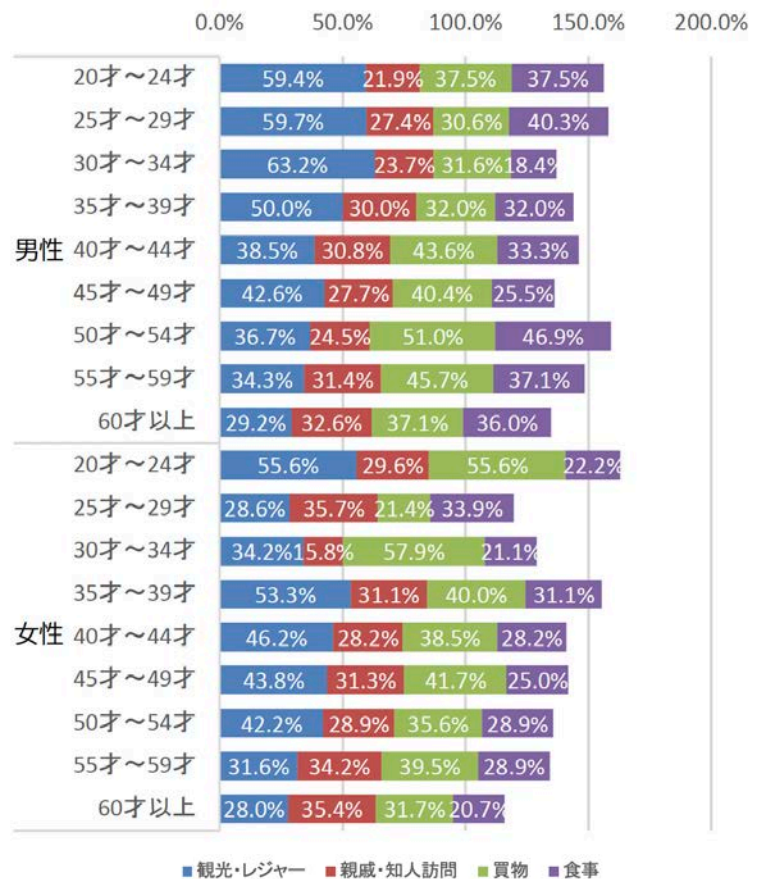
来訪目的は、「観光・レジャー」「買物」「食事」「親戚・知人訪問」の順で大きな偏りはありません。

「その他」では、「仕事」(5.4%)、「通院」(1.3%)、「スポーツ」(0.9%)などが挙げられています。



【性・年代別】

性・年代別に見ると、「観光・レジャー」目的は、男女ともに年齢が若いほど高い傾向があります。

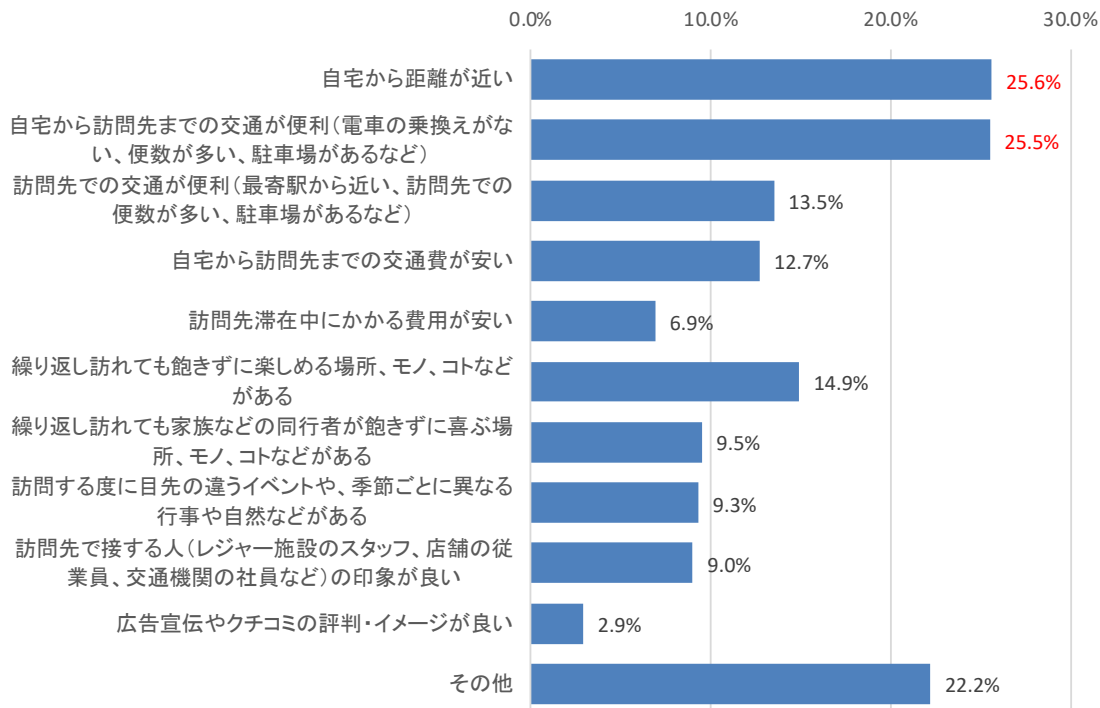


Q3 これまでに板橋区を訪問先に選んだ、主な理由をお答えください。(複数回答)

「自宅から距離が近い」が25.6%で最も高く、次いで「自宅から訪問先までの交通が便利」が25.5%と続いています。

「その他」では、「仕事」(4.6%)、「知人・親戚」(4.3%)、「通院」(1.2%)などが挙げられています。

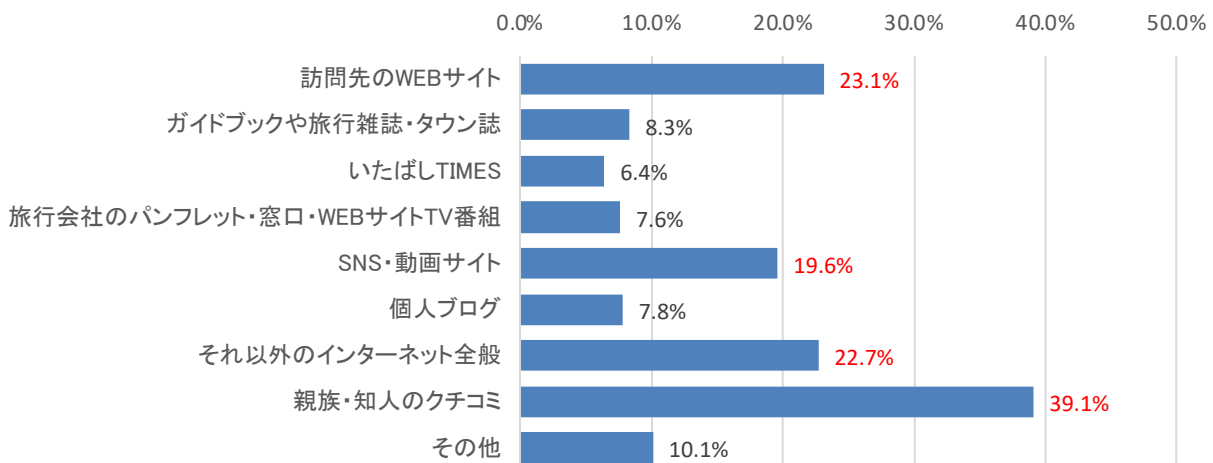
「繰り返し訪れても飽きずに楽しめる場所、モノ、コトなどがある」については、後述の自由回答を見ると、観光レジャーでは「公園」、買物では「大山の商店街」、食事ではラーメンを代表する「町中華」が多く挙げられています。



Q4 板橋区を訪れる際に、主にどの様な情報を参考にしましたか。(複数回答)

「親族・知人のクチコミ」が39.1%で最も高く、次いで「訪問先のWEBサイト」(23.1%)、「それ以外のインターネット全般」(22.7%)、「SNS・動画サイト」(19.6%)と続いています。

SNSでの発信も大切ですが、知人に紹介したくなる体験をいかに提供するかという視点が重要と考えます。



【性・年代別】

性・年代別に見ると、親戚・知人のクチコミは性・年代にかかわらず高くなっています。

インターネット、SNS、WEBサイトなど、デジタル媒体については、若年層の指摘が高くなります。「いたばしTIMES」は、男性若年層に利用されていることが分かります。

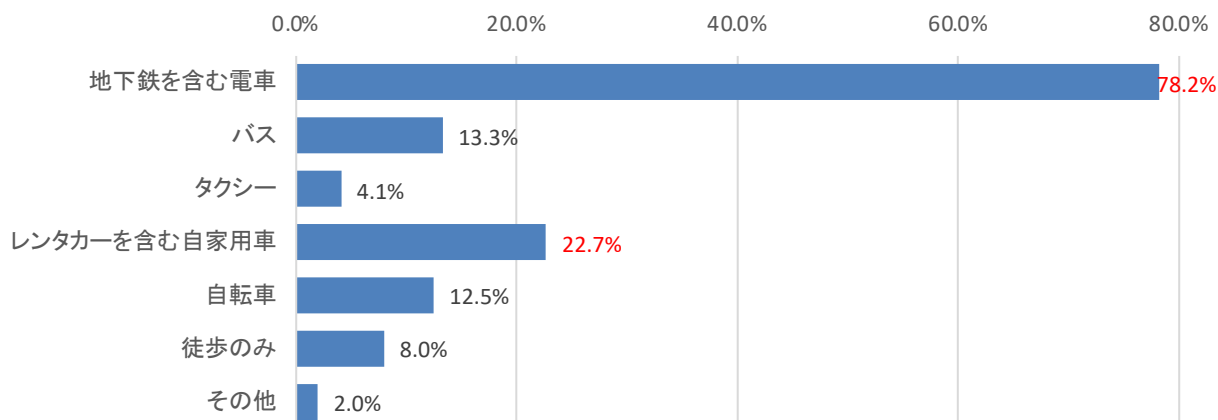
このように、性・年代別の情報媒体の利用状況を参考に、ニーズに対応した情報発信を行う必要があります。

		訪問先のWEBサイト	ガイドブックや旅行雑誌・タウン誌	いたばしTIMES	旅行会社のパンフレット・窓口・WEBサイト・番組	SNS (Facebook, Instagram, Xなど)・動画サイト	個人ブログ	それ以外のインターネット全般	親戚・知人のクチコミ
男性	20才～24才	34.4%	6.3%	15.6%	12.5%	31.3%	12.5%	34.4%	40.6%
	25才～29才	30.6%	12.9%	16.1%	21.0%	27.4%	17.7%	22.6%	27.4%
	30才～34才	28.9%	15.8%	15.8%	15.8%	34.2%	7.9%	23.7%	28.9%
	35才～39才	26.0%	6.0%	6.0%	20.0%	20.0%	10.0%	24.0%	34.0%
	40才～44才	33.3%	7.7%	2.6%	5.1%	7.7%	2.6%	33.3%	35.9%
	45才～49才	25.5%	4.3%	12.8%	8.5%	27.7%	10.6%	29.8%	38.3%
	50才～54才	30.6%	6.1%	4.1%	4.1%	14.3%	8.2%	20.4%	44.9%
	55才～59才	20.0%	28.6%	2.9%	5.7%	2.9%	8.6%	28.6%	28.6%
	60才以上	18.0%	7.9%	3.4%	1.1%	7.9%	5.6%	23.6%	32.6%
女性	20才～24才	25.9%	3.7%	7.4%	7.4%	48.1%	14.8%	14.8%	40.7%
	25才～29才	10.7%	5.4%	5.4%	3.6%	33.9%	3.6%	12.5%	39.3%
	30才～34才	18.4%	7.9%	5.3%	7.9%	28.9%	7.9%	15.8%	36.8%
	35才～39才	26.7%	6.7%	8.9%	2.2%	20.0%	15.6%	26.7%	40.0%
	40才～44才	25.6%	7.7%	5.1%	7.7%	30.8%	12.8%	20.5%	46.2%
	45才～49才	14.6%	12.5%	6.3%	6.3%	14.6%	4.2%	14.6%	56.3%
	50才～54才	20.0%	6.7%	0.0%	2.2%	17.8%	4.4%	26.7%	48.9%
	55才～59才	21.1%	5.3%	0.0%	5.3%	10.5%	0.0%	18.4%	44.7%
	60才以上	18.3%	3.7%	2.4%	4.9%	4.9%	1.2%	22.0%	43.9%

Q5 これまで板橋区に訪れた際に、利用した交通機関を教えてください。(複数回答)

「地下鉄を含む電車」が78.2%で最も高く、「レンタカーを含む自家用車」は22.7%にとどまっています。

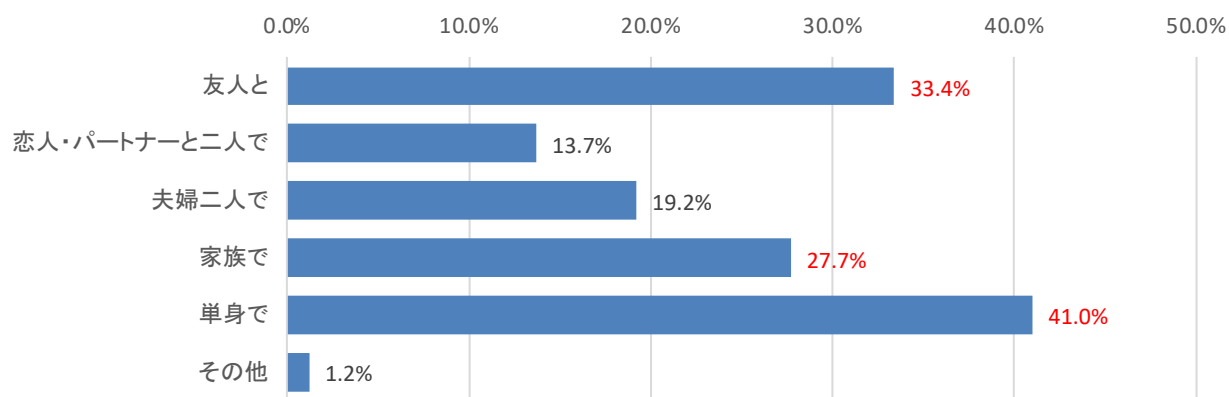
電車利用者が多いため、異なる沿線のエリアと結ぶ移動手段を確保し、区内移動の交通便利性を高める必要があります。



Q6 今後、板橋区に訪問する際に、どなたと一緒にいきたいですか。(複数回答)

「単身で」が41.0%で最も高く、次いで「友人と」(33.4%)、「家族で」(27.7%)の順となります。

体験型コンテンツでは、ファミリーや少人数のグループが中心になりますが、「単身向け」コンテンツの需要は高いと考えられます。



2) 板橋区の魅力

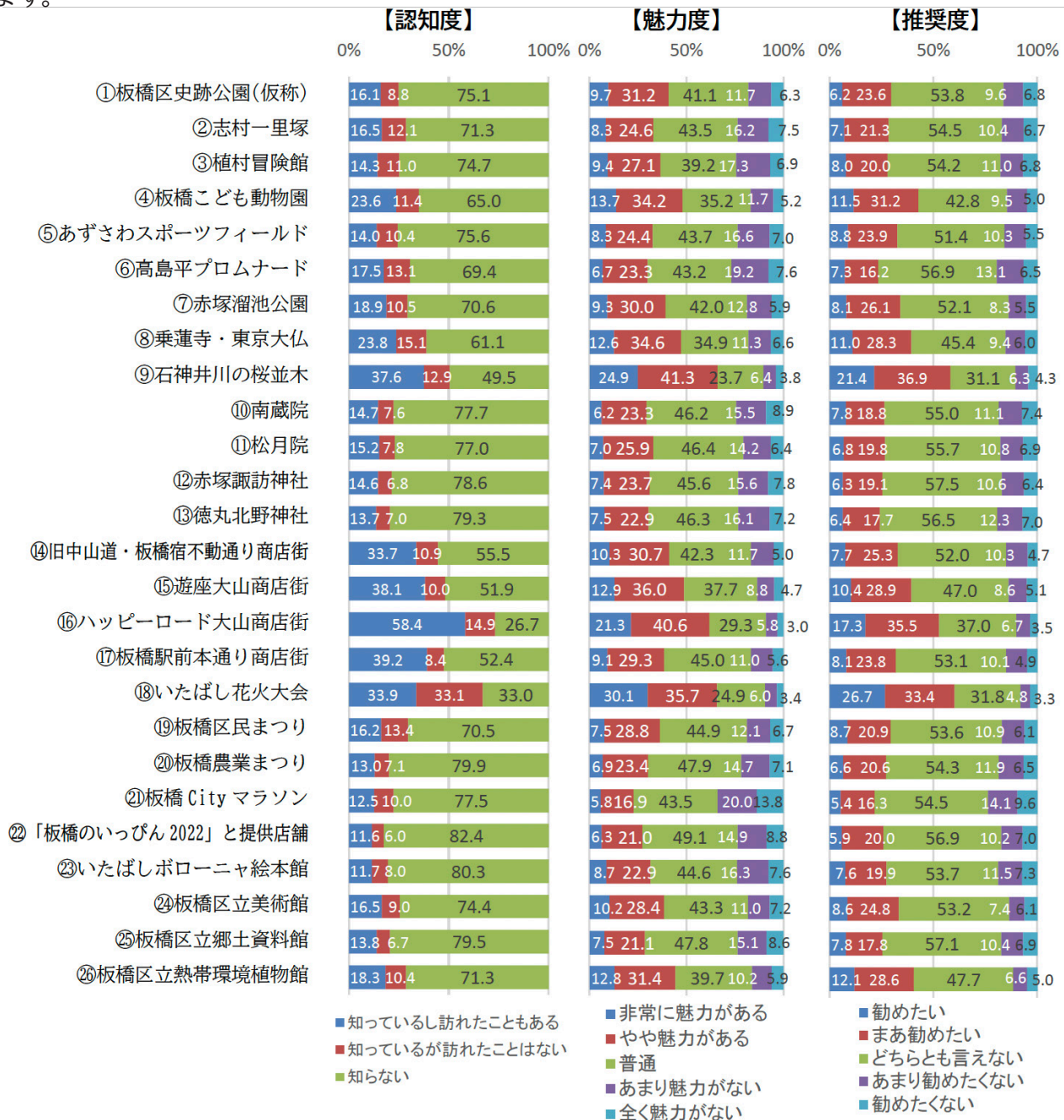
Q7 板橋区の以下の地域資源について、知っていますか。(単一回答)

Q8 その資源はどのくらい魅力に感じますか。(単一回答)

Q9 友人などの他者にお勧めしたいですか。(単一回答)

認知度(「知らない」を除く)よりも魅力度(「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計)が15ポイント以上高い地域資源は「石神井川の桜並木」「板橋区史跡公園(仮称)」「板橋区立熱帯環境植物館」です。

認知度(「知らない」を除く)よりも魅力度(「非常に魅力がある」と「やや魅力がある」の合計)が低い地域資源は、「高島平プロムナード」「旧中山道・板橋宿不動通り商店街」「ハッピーロード大山商店街」「板橋駅前本通り商店街」「いたばし花火大会」が挙げられます。



【認知度別の魅力度・推奨度】

認知度別に魅力度及び推奨度を見ると、認知していると魅力度及び推奨度が高まることが分かります。「非常に魅力がある」の割合が30%以上の資源は⑤あずさわスポーツフィールド、⑨石神井川の桜並木、⑱いたばし花火大会、⑳板橋区立美術館、㉑板橋区立熱帯環境植物館であり、⑤あずさわスポーツフィールド及び㉑板橋区立美術館は、区民よりも来訪者の方が魅力を感じていることが分かります。

また、「勧めたい」の割合が30%以上の資源も「非常に魅力がある」と同様となります。

一方、「全く魅力がない」または「勧めたくない」の割合が15%以上の資源は、㉒板橋Cityマラソンでしたが、認知度を高めれば魅力度と推奨度は高まると考えられます。

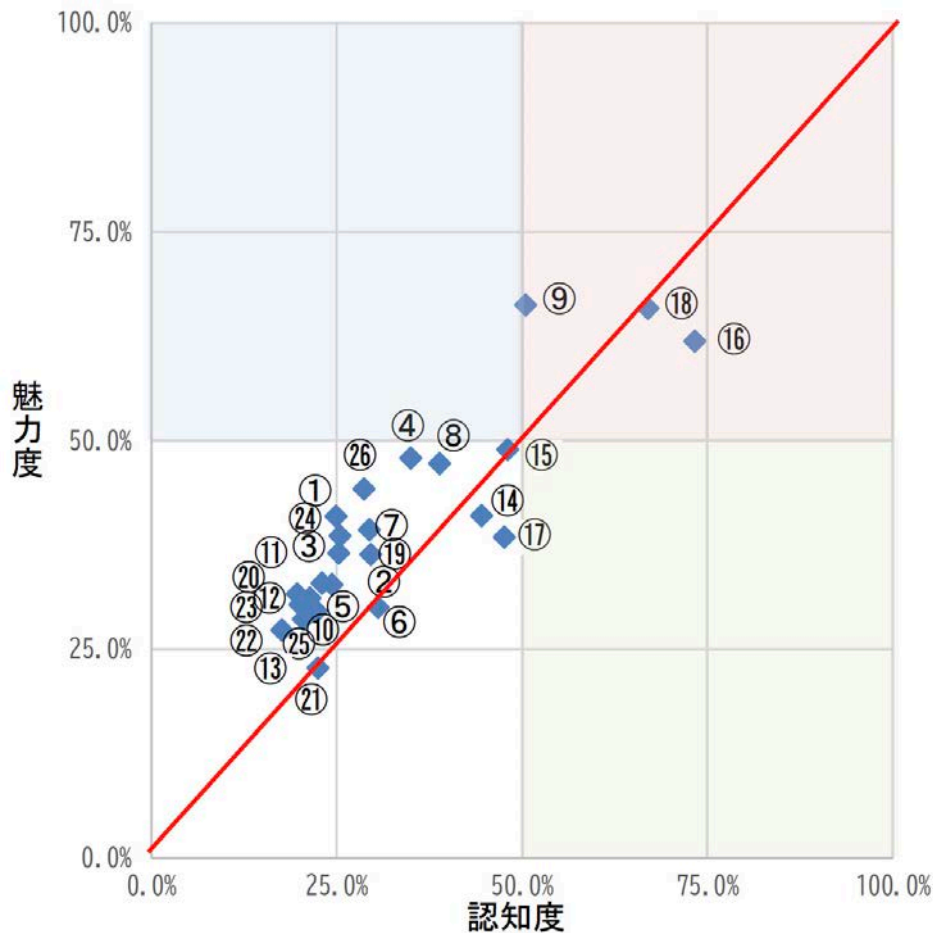
		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
①板橋区史跡公園 (仮称)	既知・来訪済	26.9%	37.7%	24.0%	7.2%	4.2%	20.4%	37.1%	29.9%	10.2%	2.4%
	既知・来訪無	17.4%	45.7%	30.4%	4.3%	2.2%	5.4%	47.8%	38.0%	6.5%	2.2%
	未知	5.1%	28.0%	46.0%	13.6%	7.3%	3.2%	17.8%	60.8%	9.9%	8.3%
②志村一里塚	既知・来訪済	27.3%	37.8%	25.6%	6.4%	2.9%	24.4%	34.3%	29.1%	7.6%	4.7%
	既知・来訪無	10.3%	44.4%	34.1%	6.3%	4.8%	10.3%	40.5%	40.5%	2.4%	6.3%
	未知	3.5%	18.2%	49.2%	20.1%	9.0%	2.6%	15.0%	62.8%	12.4%	7.3%
③植村冒険館	既知・来訪済	28.2%	38.9%	21.5%	10.7%	0.7%	25.5%	31.5%	25.5%	14.1%	3.4%
	既知・来訪無	22.8%	38.6%	31.6%	4.4%	2.6%	15.8%	36.0%	42.1%	4.4%	1.8%
	未知	3.9%	23.2%	43.8%	20.5%	8.8%	3.5%	15.4%	61.5%	11.3%	8.2%
④板橋こども動物園	既知・来訪済	29.4%	41.2%	20.8%	6.5%	2.0%	24.5%	42.4%	23.7%	6.9%	2.4%
	既知・来訪無	20.2%	48.7%	17.6%	9.2%	4.2%	18.5%	42.9%	29.4%	6.7%	2.5%
	未知	6.8%	29.1%	43.5%	14.1%	6.5%	5.6%	25.0%	52.1%	10.9%	6.4%
⑤あずさわスポーツ フィールド	既知・来訪済	30.1%	32.2%	22.6%	9.6%	5.5%	30.1%	32.9%	26.7%	6.8%	3.4%
	既知・来訪無	10.2%	42.6%	35.2%	6.5%	5.6%	13.9%	40.7%	38.9%	5.6%	0.9%
	未知	3.9%	20.5%	48.7%	19.3%	7.5%	4.2%	20.0%	57.8%	11.6%	6.5%
⑥高島平 プロムナード	既知・来訪済	24.7%	39.0%	25.3%	8.8%	2.2%	24.2%	29.1%	31.3%	11.0%	4.4%
	既知・来訪無	8.8%	29.4%	42.6%	16.9%	2.2%	11.0%	20.6%	56.6%	8.8%	2.9%
	未知	1.8%	18.1%	47.8%	22.3%	10.0%	2.4%	12.0%	63.4%	14.4%	7.8%
⑦赤塚溜池公園	既知・来訪済	26.9%	39.1%	24.4%	8.1%	1.5%	23.4%	36.0%	34.5%	4.1%	2.0%
	既知・来訪無	11.9%	34.9%	35.8%	13.8%	3.7%	11.0%	34.9%	42.2%	8.3%	3.7%
	未知	4.2%	26.8%	47.7%	13.9%	7.4%	3.5%	22.1%	58.3%	9.4%	6.7%
⑧乗蓮寺・東京大仏	既知・来訪済	28.6%	36.7%	22.2%	7.7%	4.8%	26.2%	40.3%	24.6%	6.0%	2.8%
	既知・来訪無	14.6%	42.7%	33.8%	7.0%	1.9%	11.5%	45.2%	36.9%	4.5%	1.9%
	未知	5.8%	31.8%	40.2%	13.7%	8.5%	4.9%	19.4%	55.6%	12.0%	8.2%
⑨石神井川の桜並木	既知・来訪済	34.3%	41.7%	15.9%	5.9%	2.3%	32.7%	40.9%	17.1%	6.6%	2.6%
	既知・来訪無	30.6%	45.5%	20.1%	3.0%	0.7%	29.9%	38.1%	26.9%	3.7%	1.5%
	未知	16.3%	39.8%	30.5%	7.8%	5.6%	10.7%	33.6%	42.7%	6.6%	6.4%
⑩南蔵院	既知・来訪済	20.3%	47.7%	20.3%	6.5%	5.2%	26.1%	35.3%	27.5%	7.2%	3.9%
	既知・来訪無	11.4%	35.4%	35.4%	8.9%	8.9%	13.9%	32.9%	34.2%	12.7%	6.3%
	未知	3.0%	17.5%	52.1%	17.8%	9.7%	3.7%	14.2%	62.3%	11.6%	8.2%

		魅力度					推奨度				
		非常に魅力がある	やや魅力がある	普通	あまり魅力がない	全く魅力がない	勧めたい	まあ勧めたい	どちらとも言えない	あまり勧めたくない	勧めたくない
⑪松月院	既知・来訪済	22.8%	37.3%	23.4%	14.6%	1.9%	20.9%	35.4%	29.1%	8.9%	5.7%
	既知・来訪無	14.8%	48.1%	28.4%	4.9%	3.7%	12.3%	38.3%	39.5%	4.9%	4.9%
	未知	3.1%	21.3%	52.8%	15.1%	7.6%	3.5%	14.9%	62.5%	11.7%	7.4%
⑫赤塚諏訪神社	既知・来訪済	28.3%	41.4%	17.8%	7.9%	4.6%	19.7%	39.5%	25.7%	11.2%	3.9%
	既知・来訪無	8.5%	46.5%	32.4%	8.5%	4.2%	15.5%	26.8%	46.5%	8.5%	2.8%
	未知	3.4%	18.4%	51.9%	17.6%	8.7%	3.1%	14.7%	64.4%	10.6%	7.2%
⑬徳丸北野神社	既知・来訪済	26.1%	34.5%	20.4%	13.4%	5.6%	25.4%	26.8%	29.6%	10.6%	7.7%
	既知・来訪無	15.1%	42.5%	23.3%	12.3%	6.8%	13.7%	37.0%	34.2%	8.2%	6.8%
	未知	3.6%	19.2%	52.8%	16.8%	7.5%	2.5%	14.4%	63.2%	13.0%	6.9%
⑭旧中山道・板橋宿 不動通り商店街	既知・来訪済	17.4%	39.1%	31.7%	9.1%	2.6%	12.9%	34.3%	39.1%	10.0%	3.7%
	既知・来訪無	9.7%	42.5%	38.9%	6.2%	2.7%	8.0%	33.6%	47.8%	8.0%	2.7%
	未知	6.1%	23.2%	49.4%	14.4%	6.9%	4.5%	18.2%	60.7%	10.9%	5.7%
⑮遊座大山商店街	既知・来訪済	22.0%	45.2%	24.5%	5.6%	2.8%	18.4%	38.1%	34.3%	5.8%	3.3%
	既知・来訪無	12.5%	40.4%	35.6%	10.6%	1.0%	12.5%	33.7%	42.3%	9.6%	1.9%
	未知	6.3%	28.3%	47.8%	10.7%	6.9%	4.1%	21.3%	57.2%	10.4%	7.0%
⑯ハッピーロード 大山商店街	既知・来訪済	29.8%	42.7%	21.9%	3.6%	2.0%	23.9%	41.5%	27.2%	4.8%	2.6%
	既知・来訪無	14.2%	41.3%	32.9%	10.3%	1.3%	12.3%	29.7%	45.2%	9.7%	3.2%
	未知	6.8%	35.6%	43.5%	7.9%	6.1%	5.8%	25.5%	54.0%	9.4%	5.4%
⑰板橋駅前本通り 商店街	既知・来訪済	17.9%	35.3%	35.8%	8.8%	2.2%	15.4%	33.1%	40.2%	8.6%	2.7%
	既知・来訪無	5.7%	39.1%	42.5%	8.0%	4.6%	6.9%	26.4%	50.6%	12.6%	3.4%
	未知	3.1%	23.3%	52.3%	13.0%	8.3%	2.8%	16.5%	63.1%	10.8%	6.8%
⑱いたばし花火大会	既知・来訪済	46.2%	31.7%	15.3%	4.8%	2.0%	42.5%	33.4%	18.1%	2.8%	3.1%
	既知・来訪無	28.8%	43.9%	22.7%	4.1%	0.6%	23.3%	40.1%	31.4%	3.8%	1.5%
	未知	14.9%	31.5%	37.0%	9.0%	7.6%	14.0%	26.5%	46.4%	7.9%	5.2%
⑲板橋区民まつり	既知・来訪済	20.2%	42.9%	23.8%	9.5%	3.6%	22.6%	32.7%	28.6%	10.7%	5.4%
	既知・来訪無	10.1%	43.2%	39.6%	4.3%	2.9%	15.1%	32.4%	44.6%	7.9%	0.0%
	未知	4.1%	22.8%	50.8%	14.2%	8.2%	4.2%	16.0%	61.0%	11.5%	7.4%
⑳板橋農業まつり	既知・来訪済	28.1%	31.9%	22.2%	13.3%	4.4%	23.0%	29.6%	30.4%	9.6%	7.4%
	既知・来訪無	12.2%	33.8%	48.6%	2.7%	2.7%	17.6%	32.4%	40.5%	9.5%	0.0%
	未知	3.0%	21.1%	52.0%	16.0%	7.9%	3.0%	18.1%	59.4%	12.5%	7.0%
㉑板橋 City マラソン	既知・来訪済	23.1%	35.4%	23.1%	10.8%	7.7%	20.8%	33.8%	21.5%	16.9%	6.9%
	既知・来訪無	13.5%	29.8%	40.4%	12.5%	3.8%	9.6%	29.8%	46.2%	7.7%	6.7%
	未知	2.0%	12.3%	47.1%	22.5%	16.1%	2.4%	11.8%	60.9%	14.5%	10.4%
㉒「板橋のいっぴん 2022」と提供店舗	既知・来訪済	24.8%	33.9%	25.6%	10.7%	5.0%	19.8%	39.7%	25.6%	9.9%	5.0%
	既知・来訪無	12.9%	40.3%	38.7%	8.1%	0.0%	11.3%	43.5%	37.1%	8.1%	0.0%
	未知	3.2%	17.7%	53.2%	16.0%	9.9%	3.5%	15.5%	62.8%	10.4%	7.8%
㉓いたばし ポローニャ絵本館	既知・来訪済	26.2%	36.1%	18.9%	13.1%	5.7%	24.6%	32.8%	21.3%	13.9%	7.4%
	既知・来訪無	25.3%	50.6%	16.9%	6.0%	1.2%	16.9%	41.0%	37.3%	3.6%	1.2%
	未知	4.4%	18.2%	51.1%	17.7%	8.5%	4.2%	15.9%	60.0%	12.0%	7.9%
㉔板橋区立美術館	既知・来訪済	33.7%	39.5%	16.9%	5.2%	4.7%	30.8%	33.6%	21.0%	12.6%	2.1%
	既知・来訪無	18.1%	40.4%	38.3%	3.2%	0.0%	15.7%	37.1%	38.6%	8.6%	0.0%
	未知	4.0%	24.4%	49.7%	13.2%	8.7%	2.8%	17.5%	53.2%	16.1%	10.4%
㉕板橋区立 郷土資料館	既知・来訪済	27.3%	35.7%	26.6%	8.4%	2.1%	27.3%	35.7%	26.6%	8.4%	2.1%
	既知・来訪無	21.4%	34.3%	38.6%	5.7%	0.0%	21.4%	34.3%	38.6%	5.7%	0.0%
	未知	3.3%	13.3%	64.0%	11.1%	8.3%	3.3%	13.3%	64.0%	11.1%	8.3%
㉖板橋区立 熱帯環境植物館	既知・来訪済	34.2%	45.3%	13.2%	3.7%	3.7%	31.1%	43.7%	18.4%	4.2%	2.6%
	既知・来訪無	24.1%	46.3%	21.3%	5.6%	2.8%	25.0%	37.0%	32.4%	3.7%	1.9%
	未知	5.7%	25.7%	49.2%	12.5%	6.9%	5.4%	23.5%	57.4%	7.7%	6.1%

【認知度と魅力度】

認知度と魅力度を下図のように整理すると、いずれも高い《赤エリア》に位置する「⑨石神井川の桜並木」、「⑬ハッピーロード大山商店街」、及び「⑱いたばし花火大会」は、すでに高い集客力を有する取組と評価できます。

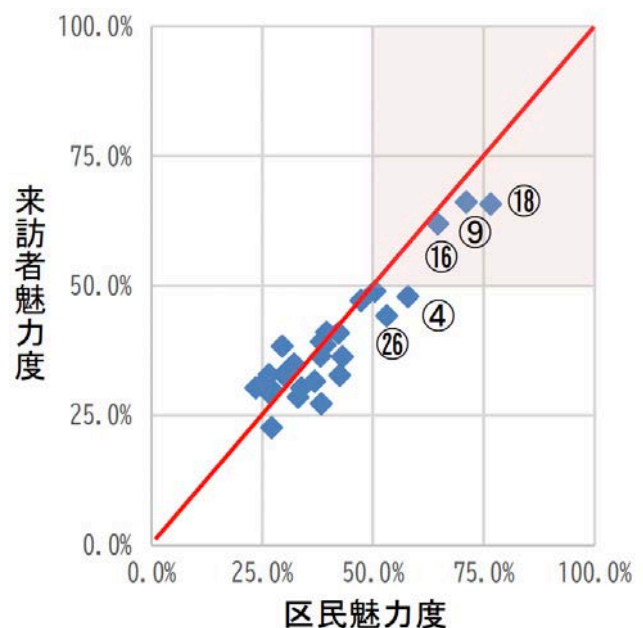
また、認知度・魅力度のいずれも低い《白エリア》の地域資源については、魅力向上と併せて積極的な情報発信を行う必要があります。



【区民、来訪者の魅力度の比較】

地域資源の魅力度を区民と来訪者で比較すると、区民から高い評価を得ている「⑱いたばし花火大会」、「⑨石神井川の桜並木」、「⑬ハッピーロード大山商店街」、「④板橋こども動物園」、「⑳板橋区立熱帯環境植物館」では、来訪者からの評価が区民よりも低いことが分かります。

これらの地域資源は、単独での誘致力は弱いものの、他の地域資源や食事、買物などと組み合わせることで、全体としての魅力を高める可能性があると考えられます。



Q10

板橋区に訪れたときに、何か困ったこと、不便だったことなど、板橋区の観光振興、あるいはまちづくりにおける改善すべき課題について自由にご記入ください。（自由記述回答）

最も多いのは「特になし・困ったことなし（428人）」で、過半数近くを占めます。課題として挙げられた回答のうち最多は「交通の不便さ（103人）」で、交通の便の悪さ・駅が少ない・電車の乗換えが不便・バスの本数不足・道の狭さ・渋滞・駐車場不足など、交通全般にわたる不満が寄せられています。

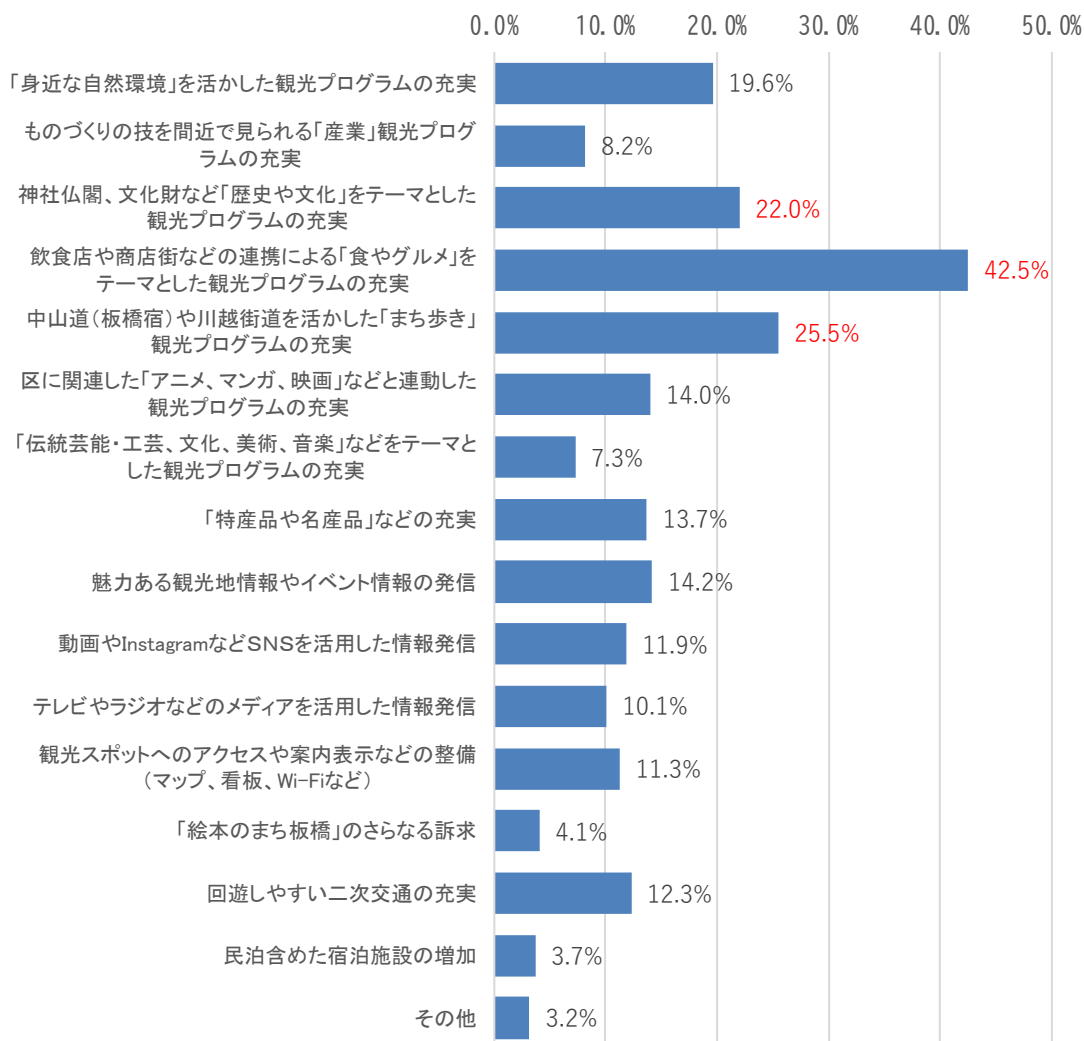
次いで「観光・PR不足（47人）」では、PR不足・観光地としての魅力への疑問・案内の少なさ・見どころの少なさが挙げられています。

分類	回答
特になし・困ったことなし（428人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「特になし」 372人 ・「なし」 56人
交通の不便さ（103人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「交通の便が悪い」 28人 ・「駅が少ない・遠い」 15人 ・「電車の乗換えが不便」 14人 ・「バスの本数が少ない」 12人 ・「道が狭い」 18人 ・「渋滞が多い」 10人 ・「駐車場が少ない」 6人
観光・PR不足（47人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「PR不足」 19人 ・「観光地として微妙」 12人 ・「観光名所の案内が少ない」 7人 ・「見どころが少ない」 9人
商店街・施設に関する不満（38人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「商店街の活気がない」 17人 ・「商業施設・レジャー施設が少ない」 9人 ・「飲食店が少ない」 6人 ・「個性的な店が減った」 6人
道路・環境整備の課題（36人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「歩道が狭い・整備不足」 15人 ・「ゴミが多い・汚い」 10人 ・「街路樹や緑地の管理不足」 6人 ・「公衆トイレが少ない」 5人
治安に関する指摘（24人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「治安が悪い」 24人
坂が多い・地形が不便（16人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「坂道が多い」 12人 ・「道が複雑で迷いやすい」 4人
高島平の課題（14人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「高島平団地が古い」 7人 ・「高島平が寂れている」 7人
公共施設の充実（13人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「休憩スペース・ベンチが少ない」 6人 ・「体育館やスポーツ施設の料金が高い」 4人 ・「子連れで入れる店が少ない」 3人
その他（11人）	<ul style="list-style-type: none"> ・「地域の意識向上が必要」 5人 ・「ポイ捨てが多い」 3人 ・「治安改善の広報が必要」 3人

Q11

板橋区への訪問者を増やすには、どのような取組が有効とお考えですか。
(複数回答)

「飲食店や商店街などの連携による『食やグルメ』をテーマとした観光プログラムの充実」が42.5%で最も高く、次いで「中山道(板橋宿)や川越街道を活かした『まち歩き』観光プログラムの充実」(25.5%)、「神社仏閣、文化財など『歴史や文化』をテーマとした観光プログラムの充実」(22.0%)の順となります。





9つのめざす姿
(産業)のシンボル

板橋区基本構想において、区が将来像
「未来をひらく 緑と文化のかがやくまち “板橋”」の
実現に向けて掲げた「9つのめざす姿」を
視点ごとに象徴したものです

板橋区観光振興ビジョン2035 資料編

編集 板橋区産業経済部くらしと観光課

〒173-0004

板橋区板橋二丁目65番6号 情報処理センター6階

TEL 03-3579-2251 FAX 03-3579-7616

kb-kankou@city.itabashi.tokyo.jp

令和8年4月発行

刊行物番号 R08-17

