

概要版

江東区 観光推進 プラン(案)

令和8年度～令和12年度



江東区
観光キャラクター
コトミちゃん

令和8年
3月

江東区

策定の背景

観光をめぐる環境については、新型コロナウイルス感染症の影響を経て、近年は状況が回復してきており、特に訪日外国人旅行者数はコロナ禍以前を上回る水準にまで増加しているなど、回復傾向が顕著です。また、本区においては、臨海部エリアを中心として、大型の観光関連施設を含む開発が進み、新たな来訪動機となる魅力が生まれている所です。

こうした環境の変化や現況等を踏まえ、本区における観光の推進を改めて計画的に進めていく必要があることから、今後5年間の観光分野の施策を具体化するためのプランとして、江東区観光推進プラン（令和8年度～令和12年度）を策定するものです。

本プランにおける「観光」の考え方

本プランでは、「観光」の指す範囲として、「日常生活圏内における、余暇活動や伝統文化体験等を目的とした、区民の非日常的な諸活動」のほか、一定以上の時間、本区に滞在するビジネス目的での活動、またそれに伴う区内での諸活動も含めて観光と捉えることとします。

■ 本プランにおける「観光」の範囲 ■

		本区での活動	
		非日常的活動	日常的活動
区外からの来訪者		● 余暇活動 (一般的な観光の範囲)	● ビジネス目的での活動 (一定以上の時間、 本区に滞在する研修・ コンベンションなど)
区民		● 日常生活圏で行う、 余暇活動や伝統文化体験等 (散策・まちあるき、 地域資源の体験、 伝統行事への参加など)	※通勤・通学、家事・育児、 日常的な買い物・運動など、 日常生活上の必要な活動。 「観光」の範囲に含めない。

また、観光の推進により区にもたらされる効果としては、「**地域経済活性化の効果**」「**地域ブランド形成効果**」のほか、観光の推進に地域で取り組む中での地域のつながり醸成、ハード面を含む地域環境の整備といった、「**まちづくり・課題解決効果**」も挙げられます。加えて、来訪者が本区の魅力に触れ、満足度の高い体験をできることによる「**江東区のファンづくりの効果**」と、区民自身が地域の資源に親しみ、関わっていくことによる「**愛着とシビックプライドの醸成効果**」も、観光推進の重要な効果です。本プランでは、観光を推進することには上記のような効果があることを踏まえます。

本プランにおける課題の方向性

プラン策定に際して実施した調査の結果や、その他の各種情報等を踏まえ、本プランにおける課題の主要な方向性としては、以下のように取りまとめます。



区民視点での 観光推進

- 区民においても、区内の資源について十分に認知・接触していない状況であり、区民自身がそうした資源に接する機会を創出していくことが求められる
- 本区について「埋もれている魅力が多い」「訪問先が偏っている」とする区民の割合も比較的高く、区民が知る本区の魅力を顕在化させていく仕組みが必要
- 臨海部エリアを中心に、オーバーツーリズムを懸念する区民もみられ、観光客受け入れと区民生活の質確保の両立や、持続可能な観光地域づくりが求められる



区内の 周遊性の確保

- 区内で南北の移動の難しさを指摘する声がある一方、周遊企画実施時は参加者の多くが全エリアを訪問しており、引き続き訴求力ある周遊企画の検討が必要
- 近場に他にどのようなスポットがあるのかを把握できるような旅ナカの情報の実装が重要
- 区内の異なるエリア間の移動については、利便性の高いルートをわかりやすく示すなどの工夫が求められる



地域資源の活用

- 水辺の魅力や商店街等の本区の資源について、そもそもの認知が区外で十分得られていない状況であり、コンセプトのある情報発信やプロモーションが重要
- 区内の団体間で連携ニーズ自体は合致しているながら、互いに把握していないケースもみられており、横のつながりづくりが求められる
- 観光推進に向けた活動に区民が関わることは、「観光」の枠にとどまらず地域づくりにつながりうるものであり、こうした視点を持って観光推進を図ることが重要



来訪者属性に応じた 観光推進

- 訪日外国人旅行者数が右肩上がりに増加している中で、情報の多言語化や宗教対応等、中長期的に必要な取り組みを見定め、順次進めていくことが求められる
- 来訪者に本区での観光行動を促すような「旅ナカ」の情報について、外国人旅行者、宿泊旅行者など、属性に応じた情報内容と発信のあり方の検討が必要
- ビジネスでの来訪者等は、本区での観光行動が主に夜間帯になることから、夜間に楽しむことのできる資源の整理や磨き上げ、またその情報発信が求められる

基本理念

本区は、地域独自の魅力ある観光資源が豊富にあるとともに、都心に至近の立地というアクセスのよさもあり、観光地としてポテンシャルの大きいまちです。それらを活かし、区民も来訪者も、本区の魅力を知り・体験する中で、本区における観光に満足できるよう、本プランでは「区民も来訪者も満足度No.1のまち 江東」を基本理念として掲げます。

また、基本理念の実現に向けた考え方としては以下の通りとします。



**「区民が誇れる江東区」を
実現していく**

区民は、区の魅力を伝え広める重要な存在。区民自身が地域の資源に親しみ、また観光推進に地域が関わっていくことで、「区民が誇れる江東区」を目指す

**来訪者が
「江東区ならではの」を
堪能できる**



国内外からの来訪者に本区のファンとなってもらえるよう、地域資源を活用した観光メニューを体験でき、「江東区ならではの」を堪能できる観光の推進を目指す



**安心して観光でき、
「また訪れたくなる江東区」**

言語の壁や情報のわかりづらさ、交通の不便や宗教上の不安など、観光体験の「妨げ」を解消し、安心して観光できる「また訪れたくなる江東区」を目指す

基本方針

本プランでは、3つの基本方針を設定し、それぞれに沿って具体的な取り組みを推進していきます。

基本方針1 地域資源を活かした魅力づくり・磨き上げ

「区民が誇れる江東区」となるよう、また訪れる人が「江東区ならではの」を堪能できるよう、本区の地域資源を活かした魅力づくり、またその磨き上げを、地域と連携しながら行っていきます。

基本方針2 魅力を伝える情報発信・プロモーション

本区に訪れる方に本区の魅力が伝わり、観光体験の質が上がるような、効果的な情報発信を行います。また、その前の段階として多くの方に本区を認知してもらえよう、イメージ形成に資するプロモーションを行っていきます。

基本方針3 観光推進の「ひと」「まち」づくり

訪れる側・受け入れる側が双方安心できる持続可能な観光のあり方を推進していけるよう、また観光推進に向けて地域の様々な主体と協働していけるよう、基盤となる人材育成や連携促進、観光の環境づくり等を行っていきます。

重点プロジェクト

本プランにおいて、特に重点的に、かつ基本方針を横断して取り組む内容として、以下の2つの「重点プロジェクト」を設定します。

重点プロジェクト1

水辺を活かした観光推進

本区を特徴づける大きな魅力である水辺について、さらなるにぎわい創出を図るとともに、イメージ形成に向けたプロモーション、活用に向けた連携の推進やハード面の整備・管理などに一体的に取り組み、水辺を活かした観光推進を図ります。



重点プロジェクト2

周遊性の高い観光推進

エリアごとに異なる魅力を有する本区において、区内外の方がそれぞれの魅力に触れられるよう、周遊型イベントの開催や周遊ルートの造成、各エリアの魅力を伝える情報発信、移動のしやすさの向上などに一体的に取り組み、周遊性の高い観光推進を図ります。



施策の内容

基本方針1

地域資源を活かした魅力づくり・磨き上げ

施策の方向性(1) 様々な魅力の創出・磨き上げ

地域資源を活用し、地域と連携しながら、本区ならではの魅力をつくっていくとともに、その魅力の向上を図ります。



深川花手水

取り組み

取り組み名

本プランの期間中に取り組む内容の方向性を示しています。具体的な手段については、策定後も定期的に見直していきます。

個別事業の例

「取り組み」の内容を踏まえて、現時点で実施していくことが想定される、具体的な手段です（今後具体化するものも含む）。

取り組み名	個別事業の例
観光舟運の活性化 ①	▶ 小名木川リバーツアー ▶ クルーズ等による観光舟運
和船の乗船機会づくり ①	▶ イベント時における和船乗船体験会 ▶ 横十間川親水公園内での和船運航
にぎわいある水辺空間の創出 ①	▶ 旧中川・川の駅周辺のにぎわい創出 ▶ カヌー・カヤック等非動力船を活用した水上アクティビティの推進
区内の有力資源を活用した周遊促進 ②	▶ 観光案内所の機能強化 ▶ 駅や商業施設と連携した観光案内冊子等の配架
周遊ルートの造成 ②	▶ 江東区観光周遊MAPの作成 ▶ デザインマンホール設置
商店街と連携した魅力の創出 ②	▶ 周遊型イベント
スポーツ団体や文化芸術団体と連携した誘客の推進 ②	▶ 区内団体との協働の推進 ▶ トップスポーツチームとの連携の推進
アフターコンベンションの充実 ②	▶ 区内団体との協働の推進

※上表の取り組みのうち、①と付記されたものを通して重点プロジェクト1「水辺を活かした観光推進」を、また②と付記されたものを通して重点プロジェクト2「周遊性の高い観光推進」を進める。

取り組み名	個別事業の例
区の歴史文化の活用	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 深川東京モダン館の運営 ▶ 江東区伝統工芸展等の開催 ▶ 深川江戸資料館での「匠の粋品処」の展示 ▶ 旧大石家住宅の公開 ▶ 三館共通入館券の販売 (三館：深川江戸資料館・芭蕉記念館・中川船番所資料館)
観光ガイドツアーの実施	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 観光ガイド活用事業
魅力ある景観づくり	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 都市景観形成促進事業 ▶ 「CITY IN THE GREEN」(みどりの中の都市)の推進 ▶ 花手水事業
地域資源を体感できるウォーキングの推進	<ul style="list-style-type: none"> ▶ てくてく水辺ウォーク ▶ ノルディックウォーキング教室 ▶ 臨海部地域を活用したウォーキング事業
ナイトエコノミーの推進	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 夜間帯の観光資源の発掘・創出 ▶ ふれあい橋ライトアップ ▶ 万年橋ライトアップ
観光に関する情報取得、動向把握	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 観光関連の調査

施策の方向性(2) 魅力あるイベントの開催

地域資源を活用し、本区への来訪のきっかけとなるような、また本区の魅力を感じられるようなイベントを開催します。



深川の力持

取り組み

取り組み名	個別事業の例
水辺空間を活用したイベントの企画・開催 ①	<ul style="list-style-type: none"> ▶ お江戸深川さくらまつりLEDライトアップ ▶ 江東湾岸まつり ▶ 親水体験イベント
周遊型イベントの企画・開催 ②	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 周遊型イベント ▶ 江東区みどり百景のスタンプラリー
スポーツイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 江東シーサイドマラソン大会 ▶ シーカヤック教室
区の歴史文化に親しめるイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 国立印刷局とのコラボイベント ▶ 民俗芸能大会等の開催



江東シーサイドマラソン大会

基本方針2

魅力を伝える情報発信・プロモーション

施策の方向性(1)

観光体験の質を上げる情報の発信

本区に訪れる方に本区の魅力が伝わり、観光体験の質が上がるような、効果的な情報発信を行います。



観光情報公式LINE
「KOTOおでかけパス」



取り組み

取り組み名	個別事業の例
観光案内の機能強化 ②	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 観光案内所の機能強化 ▶ 亀戸梅屋敷における観光案内業務 ▶ 駅や商業施設と連携した観光案内冊子等の配架
観光マップの作成 ②	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 江東区観光周遊MAPの作成 ▶ 観光イラストマップの作成 ▶ 地域マップの作成
情報発信の媒体の充実	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 移動のしやすさに配慮した情報発信の充実 ▶ ホームページ運営事業 ▶ 江東お店の魅力発掘発信事業(ことみせ) ▶ トコトコ日和発行事業 ▶ 観光情報公式LINE「KOTOおでかけパス」の運営
情報発信の多言語化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 案内パンフレット等の多言語表記



深川めし

施策の方向性(2)

イメージ形成に向けたプロモーション

区内外の多くの方に本区とその魅力を認知してもらえよう、イメージ形成に資するプロモーションを行っていきます。



江東区観光キャラクター
コトミちゃん

取り組み

取り組み名	個別事業の例
水辺の魅力に関するプロモーション ①	▶ 水辺の魅力に関するプロモーション
SNSの活用	▶ 江東区公式Instagram・TikTokの運営
区民参加型のSNS発信	▶ 区の魅力発掘に向けた動画コンテスト ▶ 江東区観光協会Instagramフォトコンテスト事業
KOTOフィルムコミッションの活用	▶ フィルムコミッション事業
区の地域資源のブランド化と活用	▶ 江東区観光土産品認定事業 ▶ 江東ブランド推進事業 ▶ 深川めし普及啓発 ▶ 橋梁パンフレット・カード作成 ▶ 観光キャラクター等の活用
返礼品付きふるさと納税の活用	▶ 返礼品付きふるさと納税
区内外のイベントとの連携による区のPR	▶ EAST TOKYO協議会等を通じた連携 ▶ 江東区民まつり中央まつり観光PRブース出展 ▶ 東京マラソンイベント参加事業 ▶ 観光PRブース出展
外国人を対象としたプロモーション	▶ 観光パンフレットの海外展開 ▶ 区内居住者を含む外国人対象のプロモーション



小名木川 クローバー橋

基本方針3

観光推進の「ひと」「まち」づくり

施策の方向性(1)

観光推進の基盤となる人材育成・連携促進

地域の様々な主体と協働して観光を推進していただけるよう、
基盤となる人材育成や連携促進を行っていきます。



小・中学生に対する
伝統工芸教育事業

取り組み

取り組み名	個別事業の例
水辺の活用に向けた協議の推進 ①	<ul style="list-style-type: none"> 隅田川越中島地区水辺活用協議会等を通じた連携
区民における地域への愛着の形成と協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> 区民の区内周遊促進 区内居住外国人に区内資源を楽しんでもらう仕掛けづくり 小・中学生に対する伝統工芸教育事業 小・中学生に対する文化芸術体験
観光ガイドの養成と活用	<ul style="list-style-type: none"> 江東区文化観光ガイド養成講座 江東区文化観光ガイドフォローアップ研修 江東区英語ボランティアガイド養成講座
区内の施設・団体との連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> 観光イベントに対する補助 横十間川親水公園内での和船運航 区内団体との協働の推進
観光協会との協働	<ul style="list-style-type: none"> 江東区観光協会運営補助事業 フィルムコミッション事業
事業者や団体等への情報提供	<ul style="list-style-type: none"> 観光セミナー事業
区外との連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> 全国連携プロジェクト EAST TOKYO協議会等を通じた連携 江東区民まつり中央まつり観光PRブース出展
メタ観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> メタ観光の推進

施策の方向性(2)

安心して快適に観光を楽しめる環境づくり

訪れる側・受け入れる側が双方安心できる持続可能な観光の推進に向けて、各種の環境整備を行ってまいります。



深川シャトル
(都バス 急行06系統)

取り組み

取り組み名	個別事業の例
水辺空間の整備・管理・活用 ①	▶ 乗船場等の維持管理
移動しやすさの向上 ②	▶ シャトルバス運行事業 ▶ 江東区コミュニティサイクル推進事業
オーバーツーリズムの対策	▶ オーバーツーリズムの状況の把握 ▶ マナー向上に向けた情報発信
来訪者が安心できる防災の推進	▶ 危機管理啓発事業(防災マップ) ▶ 江東区防災アプリ、江東区防災ポータル
わかりやすい案内標識の設置・管理	▶ 公共サイン維持管理事業 ▶ 観光案内標識・観光説明板の設置
外国人観光客が安心して楽しめる体制の整備	▶ 観光案内所の機能強化 ▶ 江東区英語ボランティアガイド養成講座 ▶ 案内パンフレット等の多言語表記 ▶ 観光客の文化的・宗教的背景への配慮の推進 ▶ 各施設におけるWi-Fi環境の充実
バリアフリーの推進	▶ 鉄道駅総合バリアフリー推進事業 ▶ 江東区バリアフリー基本構想 ▶ やさしいまちづくり施設整備助成 ▶ 障害者意思疎通支援事業 (江東区コミュニケーションハンドブック)

区内の観光案内所



深川東京モダン館



豊洲 千客万来 食楽棟2階



亀戸梅屋敷

本プランの成果指標一覧

該当箇所	指標	現状値 [R6]	目標値 [R12]	
基本理念 区民も来訪者も満足度 No.1のまち 江東	江東区についての他者推奨度が9点以上の区民の割合	18.5%	→ 30%	
	江東区についての他者推奨度が9点以上の来訪者の割合	11.7%	→ 20%	
基本方針1 地域資源を活かした魅力づくり・磨き上げ	江東区は魅力的な文化観光資源があると思う区民の割合*	87.4%	→ 90%	
	区への来訪者数*	国内旅行者	31,828,700人	→ 32,412,000人
		外国人旅行者	2,490,000人	→ 2,663,000人
一人当たり観光消費額	-	→ 10%上昇		
基本方針2 魅力を伝える情報発信・プロモーション	江東区について「印象は特にない」方の割合	区民 6.5% 都内 15.5% 都外 27.4%	→ 3% → 10% → 20%	
	江東区は魅力的な文化観光資源があると思う区民の割合*(再掲)	87.4%	→ 90%	
基本方針3 観光推進の「ひと」「まち」づくり	区の観光について、オーバーツーリズムの懸念がある区民の割合	20.9%	→ 15%	
	観光ガイドの案内者数*	2,746人	→ 3,200人	
重点プロジェクト1 水辺を活かした観光推進	江東区について「水辺のスポットが多い」という印象を持つ割合	区民 51.2% 都内 33.2% 都外 21.3%	→ 60% → 40% → 30%	
	区内主要船着場の利用件数	4,420件	→ 6,000件	
重点プロジェクト2 周遊性の高い観光推進	区への来訪者のうち、区内の滞在時間が4時間以上の割合	44.0%	→ 50%	
	区への来訪者における、来訪箇所数が2か所以上の割合	26.5%	→ 35%	

※末尾に「*」のある指標は、本区の長期計画(後期)と共通の指標であり、目標値は、長期計画における目標値(令和11年度)を踏まえつつ令和12年度の目標値として異なる数値を設定しています。ただし、「江東区は魅力的な文化観光資源があると思う区民の割合」については、長期計画の目標値(令和11年度)の「維持」を目標とし、同じ数値を設定しています。

※観光消費額については、令和8年度より取得予定であり、対令和8年度比で10%の上昇を目標とします。

※「江東区は魅力的な文化観光資源があると思う区民の割合」は区民アンケート(企画課)より。「区への来訪者数」は東京都「モバイルデータを活用した訪都旅行者動態調査」より。「観光ガイドの案内者数」「区内主要船着場の利用件数」は業務取得統計より。その他の指標は区のインターネット調査より。

計画書本編は
こちらから

