

reeting

2017年1月、かねてから構想されていた一般社団法人東京北区観光協会が設立され、4月から業務が開始されました。

設立にあたり、設立準備委員会のメンバーとして東京商工会議所北支部、王子法人会、北区商店街連合会、北産業連合会、北区伝統工芸保存会など多くの民間団体の皆様そして北区自治会連合会をはじめとする地域の皆様に熱心なご議論をいただくなかで、無事スタートを切る事ができましたこと心から感謝申し上げます。

東京北区観光協会は、官民の強力な連携のもと、北区の魅力を効果的に創造・発信することを目指しています。民間ならではの視点と手法で北区の魅力を発信し、新しい北区の価値を創る会社として、地域と共に歩んでまいります。

皆様の一層のご支援をお願い致します。

会長 大前孝太郎

東京都北区赤羽出身。

開成高校、慶応義塾大学卒業。

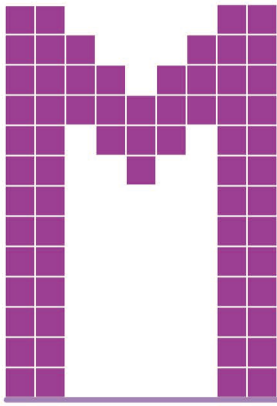
1987年住友銀行(現三井住友銀行)入行。

98年内閣官房特別調査員、2001年内閣府参事官補佐、

06年4月慶応義塾大学総合政策学部准教授、

09年城北信用金庫常務理事を経て、15年6月より理事長就任。

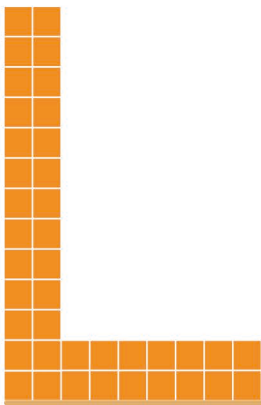
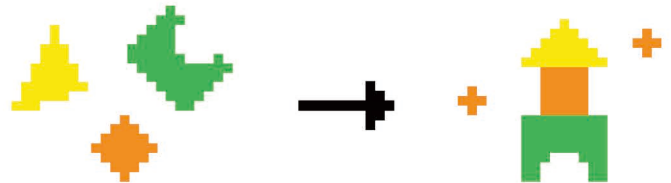
17年東京北区観光協会設立。



Mission

北区の新しい価値を
Innovativeに創造します

- 1.様々な歴史、文化、エンターテイメントを持つ北区を独自の視点から捉え、旧来の「観光」という枠にはとらわれない方法で、地域に新しい価値を創り出す
- 2.様々なメディアを活用し
戦略的PR(パブリックリレーションズ)を展開
- 3.組織としてDMOを目指し、多くの関係者と連携をしながら、実効性のあるマネジメントを通じ、地域に稼ぐ力を生み出す



Logo



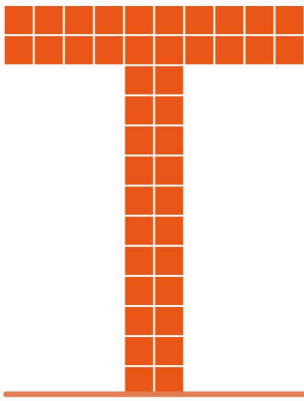
多くの人に親しみを持っていただけるように、
愛称を「北区PRStation」としました。

ロゴは、近未来感のあるオリジナルフォントをベースに、
北区の魅力をもPRする象徴として、パラボラアンテナを
取り入れています。

これから先変化を遂げる北区に寄り添い、地域の魅力を
伝える役割を担う存在としてあり続けることを表しています。



季節やイベントなど発信内容に応じて
ワンポイントのカラーを変更します。



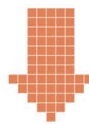
eam

都市型DMOに向けた 組織の基盤作り

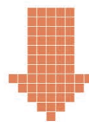
DMO : Destination Management /Marketing Organization

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、魅力的なまちづくりを目指す舵取り役として、地域の関係者と連携し、首都東京北区としてのアドバンテージを生かした明確な戦略を策定・具現化するための調整機能を備えた都市型DMOを目指します。

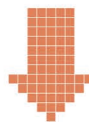
- 1 魅力的な地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- 2 データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの実施
- 3 プロモーションと、その効果的な仕組み作り
- 4 地域のリソースを活用したプロジェクト型推進体制
- 5 収益構造を確立するマネジメントの確立



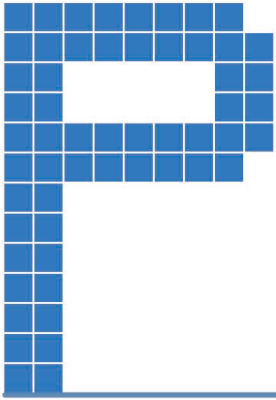
日本型DMOへの登録



東京23区の地域性を生かした都市型DMOを目指す



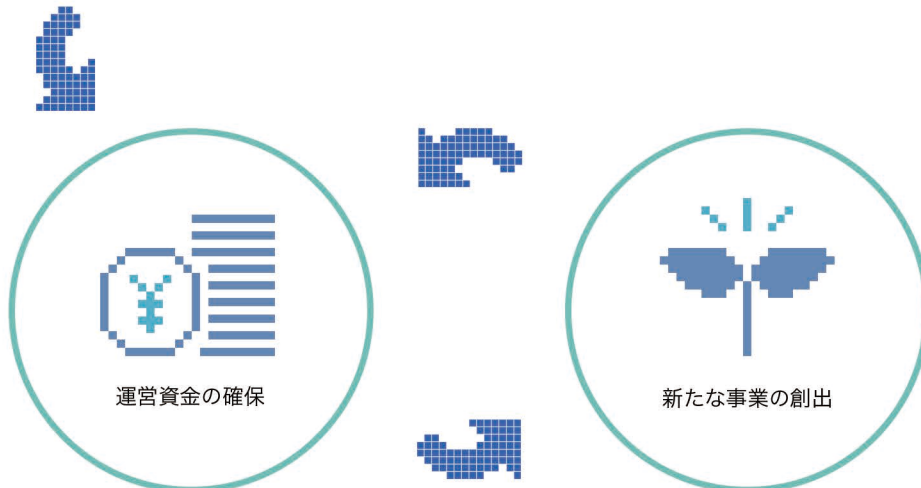
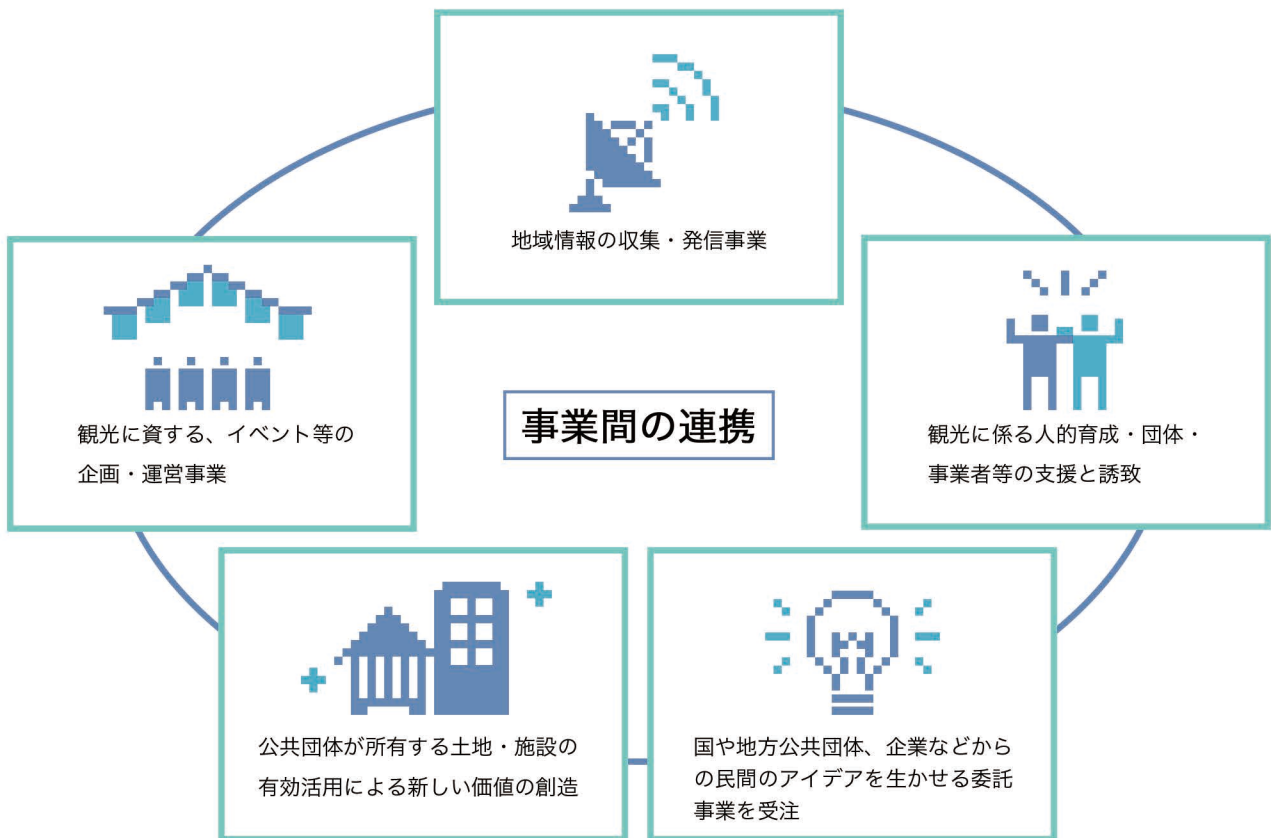
観光を、切り口に新たな公民連携推進モデルを構築



lan

地域に新しい価値を もたらす事業の循環創出

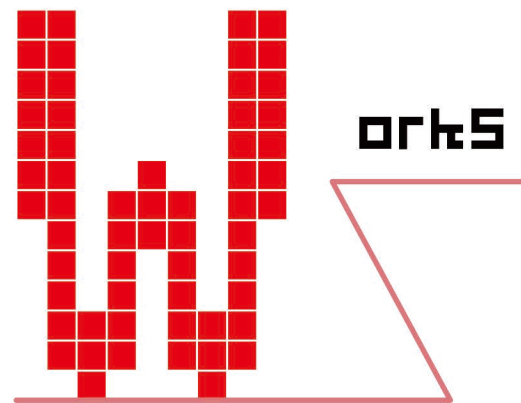
北区をより魅力的なまちにするために、観光に係る事業で安定的な運営資金を確保し、それを元手に新しい価値創造型事業を創出します。





ソーシャルメディアによる発信

メディアで取り上げられた情報や、ブロガーによる個店の紹介など、様々な観点から発信されている北区の情報を集約し、独自の切り口で発信していきます。



インフルエンサーマーケティング

SNSやYouTubeなどのメディアで影響力が高い人達をインフルエンサーといいます。

PR Stationは地域のインフルエンサーを集める仕組みづくりを進め、コンテンツとしての力はあるが発信力の低いイベント、個店、商品、情報に対して、ターゲットを見据えた、拡散できる仕組みを提供します。

インバウンド向け発信

観光関連の情報サイトや印刷物等の多言語化を進めます。オリンピック・パラリンピックの開催に向け、宿泊施設との連携による北区への外国人旅行客の誘致の仕組みづくりなどを行い、インバウンド向け情報発信を行います。



プレスリリース機能

地域のイベントや個店の情報を各事業者と連携し、新聞・テレビ・雑誌、WEBやインフルエンサーなど観光協会独自のネットワークに発信する仕組みを作ります。

地域のイベントや飲食店の新しいメニューの発売、観光に関する事業などの情報を拡散するプラットフォームを目指します。



着地型・体験型観光の企画

旅行者を受け入れる側の地域(着地)側が、お勤めの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態を「着地型(体験型)観光」と言います。北区にはたくさんの着地型・体験型プログラムをつくる人材・事柄があります。秋の北区花火会や王子の狐などを題材にした他では味わえない独自の商品の開発や、民間の皆さんが運営する食のイベントの数々と日常的な風景を組み合わせ、これまで届かなかった層に北区に来ていただく機会を作ります。

具体的な事業事例について

地域を盛り上げるためのコワーキングスペースの運営

地域の観光に関する仕事を行っているイベントコーディネーターや、デザイナー、ベンチャー企業など、共に北区を盛り上げていく事業者や、地域の方々が集まって仕事や打ち合わせができるコワーキングスペースを設置します。



公的空間を活用したオープンカフェ・レストラン、音楽イベント、MICE等の企画

荒川の河川敷や公園、北とぴあなど公的空間を活用し、魅力的な集客施設を設置したり、北区に来てみたいと思うようなイベントを開催するなど、地域に新しい価値が生まれるきっかけを作ります。





HP



facebook



QR Translator.



一般社団法人 東京北区観光協会

〒114-0002

東京北区王子1-11-1 北とぴあ1階

TEL:03-5390-1166 FAX:03-5390-1167

<http://prkita.jp> <https://www.facebook.com/prkita/>