

第4次港区観光振興プラン（素案）の概要

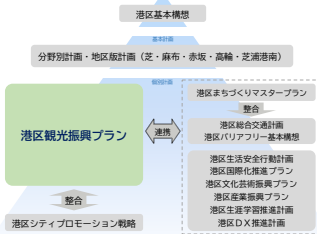
第1章 第4次港区観光振興プランの概要（本編P.5～）

策定の背景と目的

- 令和3（2021）年3月に「第3次港区観光振興ビジョン（後期計画）」を策定しました。ビジョンでは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けるなかで、観光回復に向け、取り組んできました。
- 第4次港区観光振興プランについては、港区の現状・課題を踏まえながら、コロナ禍を経て変化した新たな観光スタイル・需要に対応し、策定します。

計画期間

- 令和6（2024）年度から令和8（2026）年度までの3か年における区の観光振興による商業及び産業の活性化をめざし、基本的な方向性や取組を示します。
- アフターコロナへの転換期の計画として3年計画とし、続く第5次港区観光振興プランは、区の最上位計画である港区基本計画の策定期間と合わせた計画期間とします。

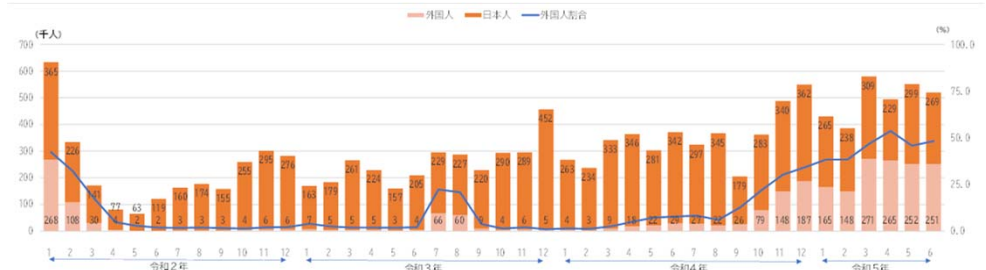


第2章 港区の観光に関する現状と課題（本編P.9～）

港区の観光に関する現状

■ 港区の観光に関する現状（港区内の延べ宿泊者数の推移）

港区内の延べ宿泊者数は、各月ともおおむね前年よりも増加傾向で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和2（2020）年2月以降は大幅な落ち込みが見られ、その後、感染の収束とともに回復し、増加傾向にあります。

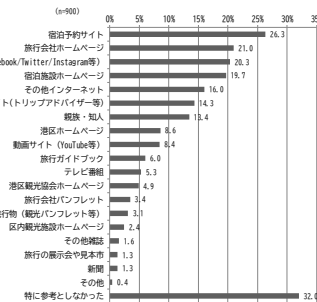


■ 観光動態基礎調査から見てきた課題

（日本人港区来訪者調査：出発前の情報収集源）

出発前の情報収集源について、宿泊サイト（26.3%）が最も高く、旅行会社ホームページ（21.0%）、SNS（20.3%）が続きます。

紙媒体での情報収集は下位となり、デジタル情報での情報収集が主流になっていることがわかります。



港区の現状と課題の整理

魅せるための課題

港区内の延べ宿泊者数は回復傾向にあり、特に外国人の割合は増加傾向にあります。リピーターの確保や更なる消費喚起を促すためには、生かすべき現在の強みである観光資源の魅力高めにより、更なる観光客誘致につなげていく必要があります。

整えるための課題

観光客の受入体制や、夜間における観光資源等の提供が不十分なことが課題であり、観光案内所の拡充や、外国人観光客に向けたマナー啓発等により、観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくりを推進する必要があります。

届けるための課題

港区の魅力を国内外に向けて効果的に届ける手段の拡充や、観光客と観光客を受け入れる多様な主体とが交流を促すシティプロモーションにより、港区の統一したブランド価値の創造やブランド強化に向けた情報発信を行う必要があります。

つなげるための課題

地域ごとの特性を生かした回遊性の向上や、多様な主体との連携の強化を進めることは、アフターコロナにおける観光振興にプラスとなり得るチャンスを生み出すことにつながりますが、その方法や連携内容については課題があります。

第3章 港区観光振興の目標と方向性（本編P.32～）

策定の方針とめざすべき姿

- 港区の特徴や多彩な地域資源を最大限に活用した取組の推進
- 新たな潮流・変化への対応と多様な観光客の受入
- 安全・安心で快適な都市観光の実現
- 地域資源をつないだ港区のブランド力の強化

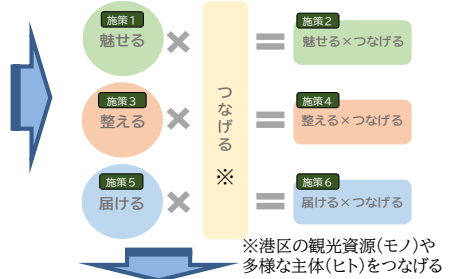
策定方針
めざすべき姿

トキメク、ミナトク。

～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～
旅行者、区民を問わず、港区に滞在する全ての人が港区での心ときめく瞬間を感じることができ、受け入れる側の区民にとっても、旅行者を快く迎え入れる環境が整った都市観光の実現をめざします。

施策の方向性

めざすべき姿の達成に向け、第2章で抽出した課題をもとに、6つの施策を策定。



第4章 港区観光振興施策（本編P.46～）

施策	施策の分類	主な取組
【魅せる】 1. 文化・トレンドの融合や再編による地域資源の磨き上げ強化	(1) エリアの魅力強化に向けた地域資源の再編・発掘 (2) 観光ニーズに合わせた地域資源の活用	P. 47 P. 48
【魅せる×つなげる】 2. 港区の多彩な地域資源を生かした区内回遊の促進	(1) ターゲットごとの回遊時行動を意識した地域資源の再編・整理 (2) 地域資源で惹きつけ、回遊につなげるための手段検討	P. 50 P. 50
【整える】 3. 居心地のよい都市観光を育む人材育成・受入体制づくり	(1) 多様性に配慮した観光客の心地よさを創出する基盤づくり (2) 観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくり (3) 観光関連事業促進に向けた人材育成・受入体制づくり	P. 52 P. 53 P. 54
【整える×つなげる】 4. 港区の観光を支えるヒト・情報をつなげる場・基盤づくり	(1) 港区内事業者・団体の連携促進に向けた場づくり (2) 港区内外との連携体制構築と交流の場づくり (3) 戦略的な観光振興を支えるデータ基盤づくり	P. 55 P. 56 P. 57
【届ける】 5. 観光客のニーズに応じた効果的な情報発信	(1) 観光客のニーズに応じた情報の提供 (2) 効果的に情報を届ける手段の拡充	P. 58 P. 59
【届ける×つなげる】 6. 港区のブランディング強化に向けたプロモーションの推進	(1) 情報発信時における港区の認知度向上 (2) 港区のブランド力の強化に向けた情報発信	P. 61 P. 61

新規・重点事業（抜粋）～計画期間における取組のポイント～

- 【魅せる】 水辺資源を活用した観光体験の創出（分類(2)取組8） **重点事業**
ナイトタイムエコノミーの推進（分類(2)取組9） **重点事業**
- 【魅せる×つなげる】 港区の特性を生かしたマイクロツーリズムの推進（分類(2)取組19） **新規**
- 【整える】 日本のマナー等外国人観光客に向けた情報提供（分類(2)取組26） **重点事業**
港区観光ボランティアガイドの育成・支援（分類(3)取組31） **重点事業**
観光事業者、飲食店等に向けた外国人観光客の受入体制強化（分類(3)取組32） **新規・重点事業**
- 【整える×つなげる】 DMOやまちづくり団体との連携強化（分類(1)取組34） **重点事業**
MICE誘致に向けた民間の取組の支援（分類(1)取組35） **重点事業**
ターゲットに応じた観光ニーズの把握（分類(3)取組44） **新規**
- 【届ける】 港区内のマスメディアとの連携（分類(2)取組53） **重点事業**
- 【届ける×つなげる】 港区ワールドプロモーション映像の発信（分類(2)取組66） **重点事業**

第5章 プランの推進（本編P.63～）

- 港区と一般社団法人港区観光協会が強固に連携するとともに、観光を支える12の力を活用し、各主体と連携・協働して観光振興を推進します。
- 計画（Plan）、実行（Do）、点検・評価（Check）、改善・見直し（Act）のPDCAサイクルの好循環（スパイラルアップ）を生み出すことにより、「トキメク、ミナトク。～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～」の達成をめざします。