

概要版
Digest Version

第4次 港区観光振興プラン

4th Minato City Tourism Development Plan

令和6（2024）年度～令和8（2026）年度

令和6（2024）年3月



港区

MINATO CITY

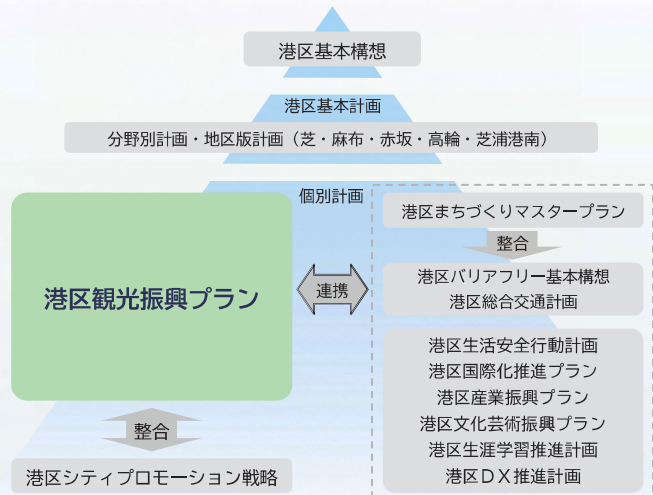


令和2（2020）年から続いた新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大は、観光を取り巻く環境にも深刻な影響を及ぼしました。コロナ禍の令和2（2020）年度に改定した「第3次港区観光振興ビジョン[後期計画]」に掲げた観光振興施策の成果、世界の観光動向、港区における観光の現状や課題を分析し、アフターコロナに向けた令和6（2024）年度から令和8（2026）年度の短期間で実施すべき観光振興施策を示す「第4次港区観光振興プラン」を策定しました。

位置付け

第4次港区観光振興プランは、港区基本計画の実現に向けて、各分野の計画（「港区国際化推進プラン」、「港区産業振興プラン」、「港区文化芸術振興プラン」等）と連携を図ります。

図表1：第4次観光振興プランの位置付け



計画期間

第4次港区観光振興プランは、アフターコロナへの転換期の計画として令和6（2024）年度から令和8（2026）年度までの3年計画として策定します。

観光の動向

令和元（2019）年の年間訪日外客数は3,188万人と過去最高となりましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、令和2（2020）年には412万人と減少しました。令和4（2022）年10月から徐々に回復傾向となり、令和5（2023）年10月の月別訪日外客数は、令和元（2019）年同月を上回り、252万人となりました。

港区観光動態基礎調査（令和4（2022）年度実施）

日本人の港区観光の満足度は73.6%。情報収集源は、「宿泊予約サイト」・「旅行会社ホームページ」・「SNS」・「インターネット」など、紙媒体よりもデジタルの情報が主流でした。また、区内観光関連施設での外国人観光客受入時の懸念事項として「言葉の問題」が課題であるとの回答が61.1%を占めました。

導き出された課題の整理

魅せるための課題

～港区の魅力を上向きさせる～

整えるための課題

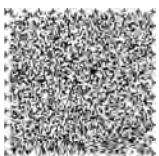
～港区で快適な観光ができる環境を整える～

届けるための課題

～港区の多彩な観光情報を効果的に届ける～

つなげるための課題

～港区の観光資源（モノ）や多様な主体（ヒト）をつなげる～



第2章で導き出された課題を踏まえ、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、本プランにおけるめざすべき姿と目標を次のように設定します。

港区がめざすべき姿

トキメク、ミナトク。

TOKIMEKU MINATOKU

～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～

目標設定

目標値

1

延べ宿泊者数（区内）

令和5（2023）年 431万人（目標：800万人）



令和8（2026）年 900万人以上



目標値

2

観光客の満足度（港区での観光の満足度）

令和5（2023）年

日本人：73.6%（目標：80.0%）

外国人：-（目標：100%に近づける）

※外国人はコロナ禍の入国制限により、未調査。

令和8（2026）年

日本人：80.0%

外国人：94.2%以上

※令和元（2019）年の実績値「94.2%」以上と設定。

目標値

3

区民の満足度（港区に住むことを区民が誇りに思う満足度）

令和5（2023）年

85.9%

令和8（2026）年

90.0%

新たな目標値

令和7（2025）年度に実施する観光動態基礎調査で数値を計測。

①再来訪意向（また港区へ訪れたいと思う人の割合）

令和8（2026）年：多くの観光客が再訪したいと思う取組を継続的に実施

②推奨意向（港区で観光した人が紹介したいと思う人の割合）

令和8（2026）年：多くの観光客が紹介したいと思う取組を継続的に実施

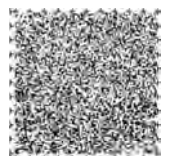
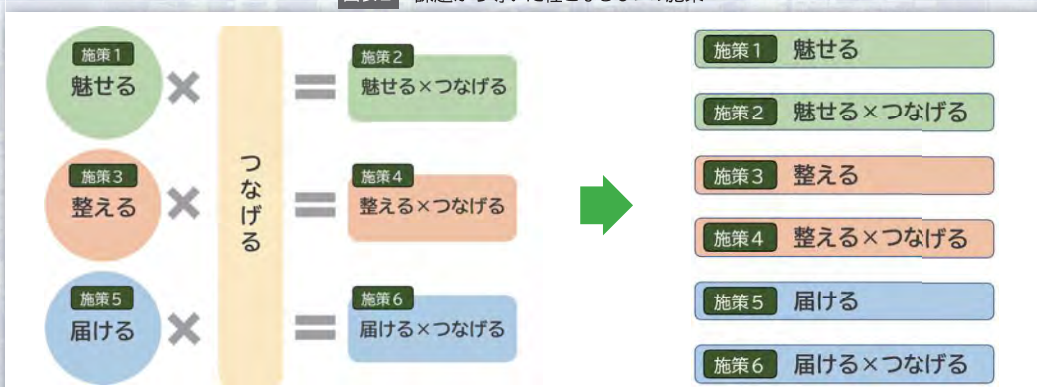
③区民の観光客受入意向（港区を訪れる観光客に対する区民の理解度）

令和8（2026）年：観光客を受け入れる側の区民の理解を得られる取組を継続的に実施

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基に、6つの施策を設定します。

図表2：課題から導いた柱となる6つの施策



施策1

魅せる | 【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】

港区の保有する地域資源を発掘し、より魅力が高めることで、更なる観光客誘致へ取り組みます。観光スタイルの変化に応じ、港区が有する豊富な地域資源の磨き上げを行い、更なる観光客の誘致を図ります。

●水辺資源を活用した観光体験の創出 **重点事業**

- ・東京湾や運河を有する港区の魅力の1つとして、舟運ツアーや水陸両用バスによる観光、運河に架かる橋りょうのライトアップを活用した観光振興を港区観光ボランティアの会（「港区観光ボランティアガイドツアー」）と連携して行います。



(舟運ツアー)

●ナイトタイムエコノミーの推進 **重点事業**

- ・港区の多彩な夜の魅力を紹介し、安全・安心に配慮した港区ならではの夜の観光を提供します。また、安全・安心の観点から「MINATOフラッグ」*1事業者をPRします。
- ・区内の美術館・博物館等との連携や、近隣区等と連携したナイトタイムエコノミーの推進を検討します。
- ・港区の夜を彩る魅力的な観光資源を効果的に活用し、多様な取組の実現と持続的な港区ならではのナイトタイムエコノミーの推進を図るため、日没後から早朝にかけて実施する事業に係る経費の一部を補助します（「港区ナイトタイムエコノミー補助金」）。



(MINATOフラッグ)



(港区ナイトタイムエコノミー補助金事業 事業例)



施策2

魅せる×つなげる | 【港区の多彩な地域資源を生かした区内回遊の促進】

地域ごとの特性を生かしつつ、多くの観光資源を様々な切り口から捉え、区内の滞在中の満足度向上と回遊の促進につなげます。

●港区の特性を生かしたマイクロツーリズムの推進 **新規事業**

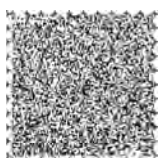
- ・港区観光ボランティアの会（「港区観光ボランティアガイドツアー」）等と連携して、港区の特色ある観光資源を活用したマイクロツーリズムを推進し、地域ごとの回遊性を高めます。



(まち歩きツアー)

●インフラツーリズムの促進

- ・港区観光ボランティアの会（「港区観光ボランティアガイドツアー」）等と連携して、鉄道、河川、坂などのインフラについて、観光資源としてまち歩きルートや見学の機会を広く紹介し、魅力を発信します。



*1 MINATOフラッグ 安全で安心して楽しめる港区の夜を実現するため、港区の様々な取組に賛同・協力してくれる事業者に対して小さな旗「MINATOフラッグ」を交付し、店舗で掲げてもらっている制度のこと。

施策3

整える | 【居心地のよい都市観光を育む人材育成・受入体制づくり】

港区を訪れる全ての人々を観光客として迎えるために、観光案内機能を強化し、誰もが快適で安全・安心な都市観光を満喫できるよう受入体制を整備します。

●日本のマナー等外国人観光客に向けた情報提供 **重点事業**

- ・「港区観光&マナーブック」の配布等により、外国人観光客に港区（日本）でのマナー等の理解を深めてもらうことで旅行時の不安や情報不足によるトラブルを未然に防ぎ、港区での快適な滞在と体験を提供するとともに、オーバーツーリズム等の対策につなげます。
- ・一般社団法人港区観光協会等と連携し、ICTを活用して、外国語対応可能な店舗をわかりやすく案内する方法について検討します。



(港区観光&マナーブック)



●港区観光ボランティアガイドの育成・支援 **重点事業**

- ・「港区観光ボランティアガイド育成講座」の新規募集とともに、「港区観光ボランティアガイドスキルアップ講座」等を通じ、観光客の多様なニーズにきめ細かく対応できるよう育成します。また、一般社団法人港区観光協会と連携して観光ボランティアガイドを支援します。



(港区観光ボランティアガイドスキルアップ講座)

施策4

整える×つなげる | 【港区の観光を支えるヒト・情報をつなげる場・基盤づくり】

地域の将来を見据えたまちづくりと観光のあり方について、区民、民間、全国各地域の多様な主体と連携し観光振興を進めます。また、現状を正確に把握するとともに、的確な観光施策を打ち出すことで、観光振興を強力に推進します。

●DMOやまちづくり団体との連携強化 **重点事業**

- ・区内企業や関係団体からなるDMO*2やまちづくり団体と連携し、エリアとしての魅力を高め、観光客の誘致に向けた取組を積極的に支援します。

●MICE誘致に向けた民間の取組の支援 **重点事業**

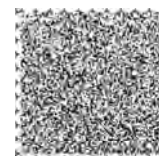
- ・民間事業者やDMOと連携し、MICE*3を誘致するための取組について協力、支援するとともに、MICEで訪れた観光客の区内観光を促します。



(DMO六本木による活動)

*2 DMO Destination Management/Marketing Organizationの略で、観光地域づくり法人のこと。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔。

*3 MICE 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行やインセンティブ旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語。これらビジネスイベントの総称。



施策5

届ける！【観光客のニーズに応じた効果的な情報発信】

港区を訪れる人々の目的は、余暇、レクリエーション、ビジネスなど多種多様です。様々な目的や関心を持って港区を訪れる人々に、それぞれのニーズに対応した情報を発信し、シティプロモーションを推進します。

●多言語に対応した外国人向け観光情報の充実

- ・多言語対応した「港区観光マップ」や「港区歴史観光ガイドブック」等のデジタル配信を促進するとともに、外国人に向けたコンテンツやイベント情報などの情報発信を強化します。



(港区観光マップ)



(港区歴史観光ガイドブック)



●港区内のマスメディアとの連携 **重点事業**

- ・区内に多くあるテレビ局等マスメディアと連携し、区有施設等を活用したロケーション誘致を推進することにより、港区の露出機会の増加を図るなど、効果的な情報発信に取り組みます。
- ・テレビや映画等のロケ地となった場所を広く発信し、ロケツーリズムとして観光客を誘致します。

施策6

届ける×つなげる！【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】

地域資源や受入体制がつながり、個々の地域資源の魅力だけではなく、区内での滞在時間・消費を高めていくため、港区のブランディング強化、プロモーションを推進します。

●港区の統一したブランド価値の創造に向けた取組

- ・港区の統一したブランド価値を創造するため、「シティプロモーションシンボルマーク」の6色の都市イメージを広く周知し、観光客に選ばれる都市として区の認知度向上を図ります。

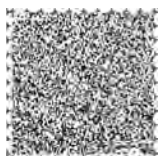


いまよういろ 今様色 国内外に開かれ多様性を受け入れる都市
かきつぼた 社 者 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市
とびいろ 鳶 色 安全で安心できる都市
とまわいろ 常盤色 街並みの美しさで魅了する都市
るりいろ 瑠璃色 アクセス性に富んだ便利な都市
あかだいだい 赤 橙 温かい優しさと活気に包まれる都市

(港区シティプロモーションシンボルマークと6色の都市イメージ)

●港区ワールドプロモーション映像の発信 **重点事業**

- ・港区の「ワールドプロモーション映像・VR映像」を多言語で制作し、区ホームページ及びYouTube等で国内外に発信し、外国人観光客（インバウンド）の誘致を推進します。

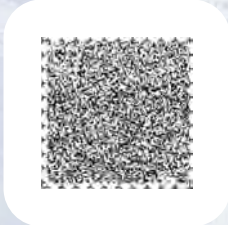
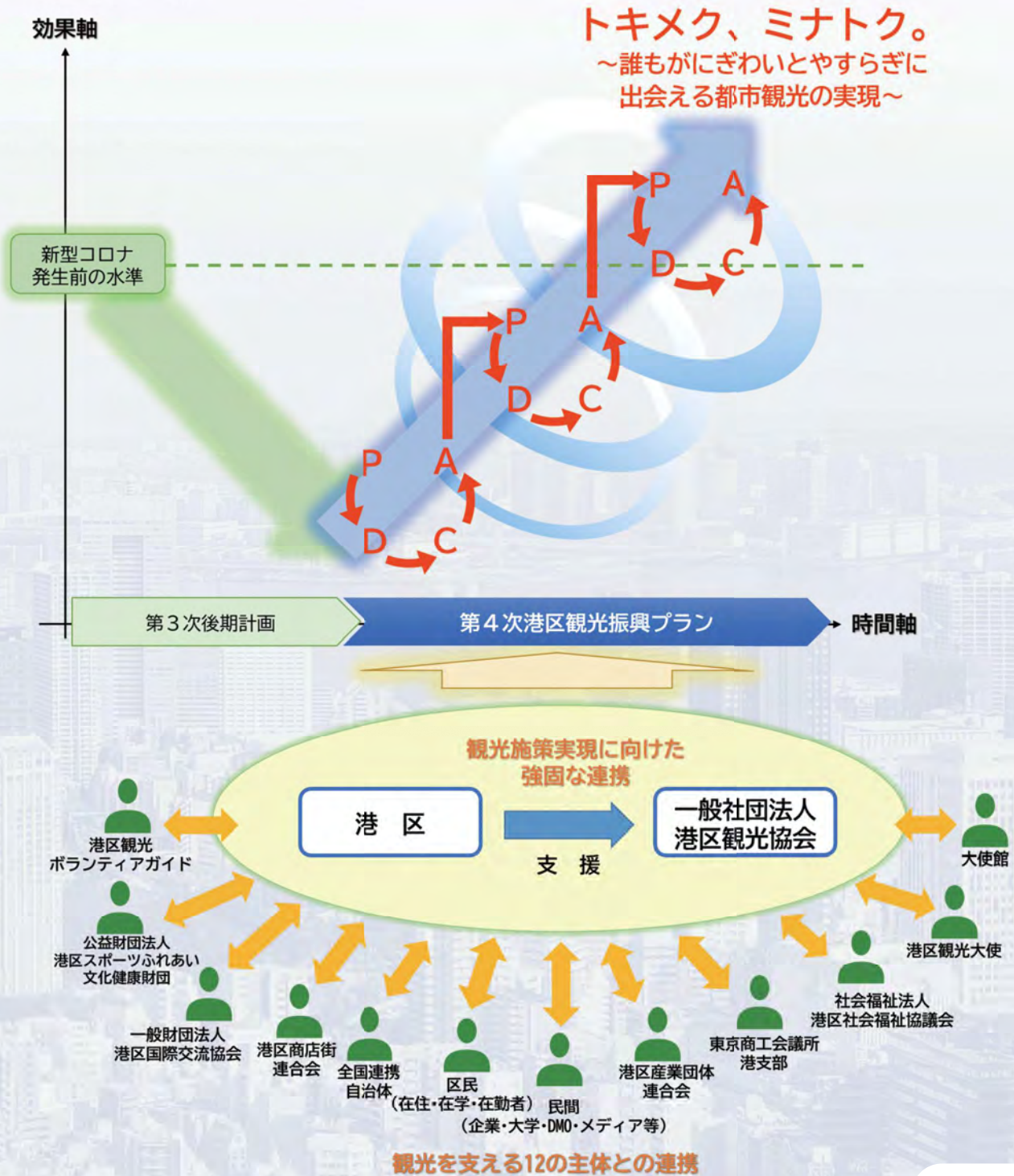


(港区ワールドプロモーション映像)

第5章 プランの推進

区民、民間、港区観光大使など観光を支える12の主体と連携し、定期的に成果を検証し必要な改善策を検討するなど、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。

図表3 : 実現に向けたPDCAサイクルの好循環 (スパイラルアップ)



概要版
Digest Version

第4次港区観光振興プラン

4th Minato City Tourism Development Plan

令和6（2024）年度～令和8（2026）年度

令和6（2024）年3月

編集・発行：港区産業・地域振興支援部観光政策担当

〒108-0014 東京都港区芝五丁目36番4号

電話：03-6435-4661

<https://www.city.minato.tokyo.jp/>

刊行物発行番号：2023196-3245

SNS

港区産業・地域振興支援部X



港区観光大使 Facebook



Web サイト

一般社団法人港区観光協会



YouTube

港区ワールドプロモーション映像



区の木



ハナミズキ

ミズキ科

北米原産 外来種
落葉広葉樹

区の花



アジサイ

ユキノシタ科

日本（関東南部）原産
落葉広葉樹（1.5～2.0 m）



バラ

バラ科

日本、中国、欧州原産
常緑落葉低木つる



港区のマークは、昭和24年7月30日に制定しました。旧芝・麻布・赤坂の3区を一丸とし、その象徴として港区の頭文字である「み」を力強く、図案化したものです。

