

第6グループ【産業・観光分野】

産業・観光分野

みなとタウンフォーラム
第6グループ

第6グループ[メンバー]

青木 正明	内田 久美子	江川野 誉司
岡本 真紗子	片岡 佳和	島 眞理
谷 淳	浜田 拓郎	

※メンバーは五十音順



令和5(2023)年3月23日

第19回港区観光フォトコンテスト入賞作品より

提言にあたって

第6グループ【産業・観光分野】

私たち第6グループでは、産業や観光について「産業の創生・再生・発展」、「都市観光の充実」、「シティプロモーション」の3つのテーマを設定し、議論を重ねてきました。

大きく変化する国内・国際情勢は、港区の産業や観光にも大きな影響を与えています。新型コロナウイルスによる移動控えや入国制限によって、旅行者・観光客は激減しました。一方で、バーチャルツーリズムなどコロナ禍で新たな観光の形も広まってきています。

また、ロシアによるウクライナ侵略や記録的な円安は、各種燃料費高騰や物価の上昇といった形で国内経済にさまざまな影響を及ぼしています。ただ、円安は外国人観光客にとっては有利なものであり、アフターコロナのインバウンド需要増加が見込まれています。

産業に関しては「産業の創生・再生・発展」の観点から、スタートアップや第二創業への支援を更に充実させ、快適にビジネスを起業・展開できる環境を港区で構築することが重要と考えました。また、人口や産業、大学等が集積している港区だからこそ実施できる産業・ビジネスのマッチングや交流の促進などについても議論を深め、多くの人や企業が参加し、刺激を受け、ビジョンや事業を発展・展開できる施策の検討を行いました。

観光については、「歴史と最先端の調和」、「ナイトタイムエコノミー」などのテーマにつ

いて議論を深めていきました。特にインバウンド観光客に対しては、これまでの観光とは少し異なる切り口として、地元のお店や商店街、地域住民や在勤者と交流し、普段の「港区」の日常を体験できるようなコンテンツも必要と考えました。

シティプロモーションの分野では、「港区」という名称や存在があまり知られておらず、既存のプロモーションも注目度や話題性が不足しているのではないかという課題が指摘されました。

また、観光やプロモーションについて、港区の独自性やセールスポイントになるような特徴がないことも課題の一つに挙がりました。そのため、港区独自の観光資源を創り出すだけでなく、それを長期的な視点で育てていくことについても議論し、提言書にも盛り込んでいます。

産業や観光の分野は、国内・国際情勢や経済状況によって環境が大きく左右される分野ですが、そのなかで経済活性や観光需要増加を目指して、港区のポテンシャルを最大限発揮し、低迷する日本を、そして世界をリードする都市となることを期待し、提言をとりまとめました。

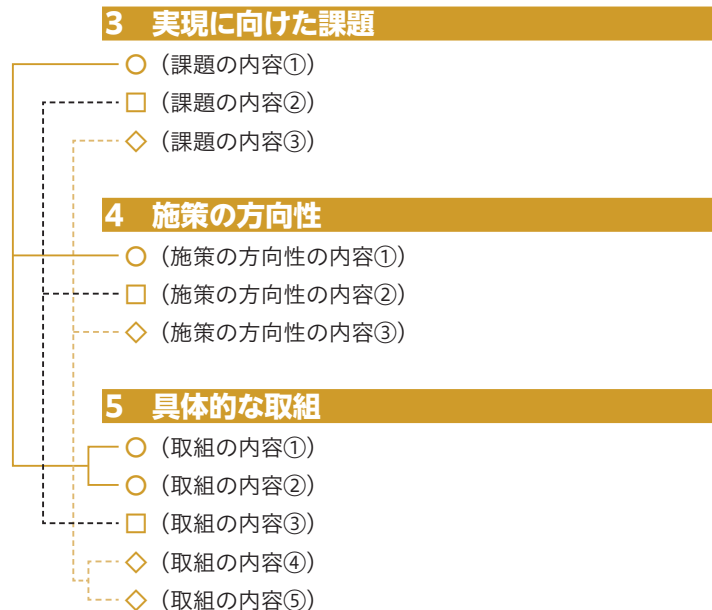
この提言が港区基本計画に反映され、経済や観光分野の施策に少しでも好影響を与えることを祈っております。

提言の体系

具体的な取組	
【テーマ1】 産業の創生・再生・発展	<ul style="list-style-type: none"> スタートアップや中小企業（第二創業）が活躍できる環境整備 さまざまな産業・ビジネスのマッチングや交流の促進 産業振興、スタートアップ支援の強みやテーマを示す
【テーマ2】 都市観光の充実	<ul style="list-style-type: none"> 地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客との交流の場・機会の創出・整備 多様な観光ニーズへの対応 港区独自の観光資源の創出と育成
【テーマ3】 シティプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> 外部との連携や情報拡散を意識したプロモーション 効果的なシティプロモーションの実施 ナイトライフ等に対する区の姿勢を明示

提言書の見方

提言書における、実現に向けた課題や施策の方向性、具体的な取組など、各項目間でつながりがあるものについては、記号（○、□、◇等）によって関連性を明らかにしています。



産業の創生・再生・発展

1 計画最終年度末(令和8年度末)における港区の将来像

「世界をリードし、様々な主体が連携して新たな価値を創造し、多様な人材がお互いに刺激し合い、相乗効果を生み出すまち」

産業分野において世界をリードする都市となることを目指し、大企業から地域の中小企業、スタートアップなど様々な主体が連携して新たな価値を創造して経済を活性化するとともに、それらを担う多様な人材がお互いに刺激し合い、相乗効果を生み出すまちを実現する。

2 踏まえるべき社会変化

国内・国際経済情勢

- ・日本が国際的に経済・ビジネスをリードする立場にいなくなる。
- ・円安、燃料費高騰など国内経済状況がめまぐるしく変化し、先行きが不透明。

人口の増加と構成の変化

- ・港区では人口流入が続き、人口が増加していくことが考えられる。
- ・人口減少はしないものの、少子化、高齢化の流れは大きくなることが考えられる。

大型再開発のラッシュ

- ・今後もビジネス関連の需要を背景に大型の再開発が続いていくことが考えられる。

3 実現に向けた課題

○スタートアップ・中小企業(第二創業)の環境

- ・スタートアップや第二創業が快適にビジネスを展開するためには間接業務への支援や経営力の強化への支援が必要。

□連携・交流の不足

- ・区内で企業同士や産官学が交流する場が少ない。
- ・区が実施している連携促進等の取組が認識されていない。

◇産業振興やスタートアップ支援に関する港区の強みが不明瞭

- ・世界をリードする都市として、世界に目を向けた方向性を設定できていない。
- ・ビジネスやスタートアップに関する港区の強み（港区でビジネスをすること、スタートアップを起こすことのメリット）や港区の支援の内容が不明瞭で、知られていない。

4 施策の方向性

○スタートアップや中小企業(第二創業)が活躍できる環境整備

- ・スタートアップや第二創業が快適にビジネスを展開し、活躍できるような環境を港区に整える。

□さまざまな産業・ビジネスのマッチングや交流の促進

- ・チャレンジしたい人と経験や知見がある人が交流・連携できるような環境を構築する。
- ・その他、さまざまな形の連携や交流の場を創出する。

◇産業振興、スタートアップ支援の強みやテーマを示す

- ・ビジネスやスタートアップ支援に関する港区の強みを明確に示す。

5 具体的な取組

○スタートアップや中小企業(第二創業)が活躍できる環境整備

- 港区がスタートアップのまちであることを広く宣言し、知ってもらう。
- 港区でスタートアップや第二創業を育成していくために、技術や人材の相互支援や情報交換などを行うネットワークの構築、間接業務の支援体制の構築、ビジネスコンペの主催などの施策を行う。
- 大手企業がスタートアップや第二創業を支援するようなマッチング等の機会を設ける。

□さまざまな産業・ビジネスのマッチングや交流の促進

- チャレンジしたい人のビジネスアイデアを企業等に紹介したりマッチングしたりするような連携を促進する仕組み（オンラインサイト等）を構築する。
- 中小企業や商店街、区民やコミュニティの課題や要望、困りごと、やってみたいことなどと、企業をマッチングして解決する仕組み（オンラインサイト等）を構築する。
- 港区の特性や地域資源（例：多様な施設、ウォーターフロント、メディア、大学など）を活用するようなビジネスコンペの実施や多様な主体の連携の促進などを行う。

◇産業振興、スタートアップ支援の強みやテーマを示す

- ビジネスやスタートアップに関して港区の強みを明らかにし、その強みを国内外にPRする。

6 参画と協働の推進

- スタートアップなどに対して、区民がそれぞれのスキルを活かして就労、副業、ボランティアなどでサポートを行う。
- 区民や地域コミュニティから、ビジネスの種に結びつくような「困りごと」を発信し、積極的に解決に参画する。

都市観光の充実

1 計画最終年度末(令和8年度末)における港区の将来像

「歴史と最先端が調和し、港区に訪れる人・滞在する人・住む人に昼も夜も安全で楽しくかつ刺激的な観光体験を提供するまち」

充実した都市観光に向けて、先進的な都市としての面と、歴史や伝統をもつ面とが調和しているという点を港区の特徴として観光資源とするとともに、観光客が昼だけではなく夜（ナイトタイムエコノミー）も含めて楽しめるまちを実現する。

2 踏まえるべき社会変化

新型コロナウイルス感染症による状況変化

- 新型コロナウイルス感染症による移動控えや入国制限などによって、旅行者・観光客は激減した。今後は増加に転じていくと考えられるが、新型コロナウイルスの影響は引き続き残ると考えられる。
- 新型コロナウイルス感染症によって、バーチャルツーリズムなどの新たな観光の形が広がった。このようなオンライン上での観光が引き続き広がるとともに、一方でそれによってかえってリアルへのニーズも高まっていくと考えられる。

円安等経済の変化

- 引き続き円安の状況が続けば、海外からの観光客にとっては為替レートの的に有利な状況が続くことになり、インバウンド需要が高まることが想定される。
- 一方で円安やそれに伴う資源価格高騰によって、日本に居住する人の経済状況は悪化し、余暇に使用できる金額は減少していく可能性がある。

3 実現に向けた課題

○観光客と地元の店舗や商店街、住民、ビジネスマン(在勤者)とのつながりが少ない

- 観光客が多いエリアでも、観光客と地元のお店・商店街や住んでいる人・働いている人との関わりが薄く互いに関心が低い。

□観光客の多様なニーズへの対応

- 外国人観光客への配慮が不足している（例：英語表記、サイズの大きい椅子、洋式のトイレが無いなど）店舗、施設がある。
- 区の歴史・文化を単発なものではなく、「一連のつながりあるもの」として、知的好奇心を掻き立てるように、観光資源をつくる必要がある。
- ナイトタイムエコノミーが広がるには、提供できるサービスが少なく、環境整備（騒音の受容や交通手段）もできておらず、周囲の理解が不足している。
- ファミリー層の観光客向けの環境整備（子どもが楽しめる環境）が不足している。

◇港区の独自性が不足している

- 港区でしかできない体験（行けない場所、買えないもの、食べられないもの等）が必要。

4 施策の方向性

○地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客との交流の場・機会の創出・整備

- 地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客の交流を促進し、相互理解の深化やより良い観光体験の提供を図る。

□多様な観光ニーズへの対応

- さまざまな観光ニーズに対応できるような施策を実施し、観光客により良い観光体験を提供する。

◇港区独自の観光資源の創出と育成

- 港区ならではの観光資源を生み出し、活かし、いずれはブランド化するように一丸となって育む。

5 具体的な取組

○地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客との交流の場・機会の創出・整備

- 外国人観光客と地域住民が交流することができる場を整備することで、外国人観光客が区民の普段の暮らしや文化を知る・体験する機会をつくる。
- 郷土歴史館や伝統文化交流館など区内で日本文化を体験できる既存施設を外国人観光客と地域住民が交流できる場として活用する。
- 普段の「港区」の日常を味わえる店・場所（例：新橋の居酒屋など）をコンテンツとして外国人観光客向けに紹介することで、新たな港区の魅力に気付いてもらうとともに、外国人観光客と地元のお店・商店街や地域住民・在勤者とのコミュニケーションを生み出す。

□多様な観光ニーズへの対応

- 店舗や施設が外国人観光客向けの対応を促進するために、その準備に対する支援を行う。
- ファミリーの観光客向けに、子ども連れ観光コンテンツや遊び場の整備・紹介を行う。
- ナイトタイムエコノミーを推進するために以下の施策を行う。

関係機関を集めた検討会を立ち上げ、ナイトタイムエコノミーの普及拡大に向けて連携して取り組む体制を構築する。

コンテンツを充実させるために民間への支援（営業時間の拡大支援、新規サービス実施への補助など）を行う。

遅い時間の交通手段確保のための調整や、水上（屋形船等）の活用、港区ならではの多彩なイベント（祭り）の充実、安心・安全に楽しめるための情報周知の強化などを行う。

◇港区独自の観光資源の創出と育成

- 港区のセールスポイント・目玉となるようなグルメ開発やイベント（例：高層ビルでのプロジェクションマッピング、ナイトタイムエコノミーを促進するような催事）を長期的に実施し、育成していく。

6 参画と協働の推進

- 区が進める外国人観光客と地元のお店・商店街や地域住民との交流に関する施策に協力する。
- ナイトタイムエコノミーに伴う夜間の経済活動について理解し、協力する。
- 郷土歴史館などの施設で外国人観光客向けボランティア（サポーター）となる。
- 店舗・施設の英訳などについて支援する。
- イベント等を地域主導で実施、または、既存のイベントとの連携や発展を図る。
- 区民・区内事業者による観光客向けメニュー（グルメ、イベント等）のコンテストを実施し、優良なアイデアについて区が後押しして実施する。

シティプロモーション

1 計画最終年度末(令和8年度末)における港区の将来像

「歴史や文化・遊び・ナイトタイムなど、訪れた人の期待とニーズを満たす魅力があり、それらがMINATO CITYブランドとして世界に注目されているまち」

港区がもつさまざまな資源を観光資源としてフル活用することで、港区を訪れる観光客のさまざまなニーズを満たせるような魅力的な観光都市となり、それらがTOKYOではなくMINATO CITYブランドとして認識されるように広く注目されているまちを実現する。

2 踏まえるべき社会変化

新型コロナウイルス感染症による状況変化

- 新型コロナウイルス感染症による移動控えや入国制限などによって、旅行客・観光客は激減した。今後は増加に転じていくと考えられるが、新型コロナウイルスの影響は引き続き残ると考えられる。
- 新型コロナウイルス感染症によって、バーチャルツーリズムなどの新たな観光の形が広がった。このようなオンライン上での観光が引き続き広がるとともに、一方でそれによってかえってリアルへのニーズも高まっていくと考えられる。

円安等経済の変化

- 引き続き円安の状況が続けば、海外からの観光客にとっては為替レートの有利な状況が続くことになり、インバウンド需要が高まることが想定される。
- 一方で円安やそれに伴う資源価格高騰によって、日本に居住する人の経済状況は悪化し、余暇に使用できる金額は減少していく可能性がある。

3 実現に向けた課題

○注目度や話題性の高いプロモーションができていない

- 「港区」という名称、存在について国内外の認知度が低く、また、港区のシンボリックな存在やアイコンが知られていない。
- 著名人、インフルエンサーの活用など、注目度や話題性が高まるプロモーションが不足している。
- 区独自のプロモーションビデオなども制作しているが、まだまだ話題性が不足している。
- 港区から情報発信するだけでなく、観光客や区外の者による発信（口コミ、リツイート等）による情報拡散が少ない。

□港区の強みが伝わっていない

- 例えば東京タワーは東京のシンボルとして認識され、港区のシンボルと認識されていないなど、観光分野の港区の強みが不明瞭となっている。
- 港区の強みである博物館や美術館（民間運営の美術館もあり、バラエティに富む）が知られていない。
- 港区にはさまざまな価格帯の店舗・サービスがあるが、その情報が伝わっておらず、外部への情報発信が施策的に不足している。

◇連携したプロモーション

- 国や東京都、周辺区と連携したプロモーションが不十分。

4 施策の方向性

○外部との連携や情報拡散を意識したプロモーション

- ・国等行政機関や、大使館・駐在公館、企業、海外のインフルエンサー等さまざまな主体とより一層連携して、港区に注目を集めるプロモーションを行う。

□効果的なシティプロモーションの実施

- ・シティプロモーションや港区の観光の強み、特徴を内外にPRする。

◇ナイトライフ等に対する区の姿勢を明示

- ・ナイトライフやナイトタイムエコノミーを推進するにあたり、区として推進する立場を明確に示す。

5 具体的な取組

○外部との連携や情報拡散を意識したプロモーション

- ・観光庁が行ってきたビジット・ジャパン事業のように、旅行会社にプロモーション協力をしてもらうなど、注目をあつめるような施策を実施する。
- ・観光客や来訪者に対して、情報発信したくなるような仕掛け（映えスポットの設置等）づくりや、バズリ効果を意識した思い切った情報発信を工夫する。
- ・大使館や駐在公館、企業など海外とのつながりが強い主体と連携して、海外に在住している人たちに対するプロモーションを行う。

□効果的なシティプロモーションの実施

- ・区民を対象としたSNSなど多様なメディア活用によって、シンボルマークの認知度向上など、区民のシティプロモーションに関する認識、理解を向上する。
- ・観光施設やターミナルで港区の魅力である「ナイトタイム」「博物館・美術館」「ロケ地」等を多言語で発信する。発信には双方向でのコミュニケーションとなるようなものも行う。
- ・観光客の目に触れるイベント名や施設名、パンフレットなどにシティプロモーションマークや「MINATO CITY」というキーワードを可能な限り盛り込み、「MINATO CITY」ブランドの認知度向上を目指す。

◇ナイトライフ等に対する区の姿勢を明示

- ・ナイトタイムエコノミーやナイトライフについてPRするキャッチコピーを打ち出すなど、区が推進する姿勢を明確に示す。
- ・周辺区との連携や共創なども行い、港区のナイトライフやナイトタイムエコノミーをより多くの人に周知・経験してもらえる環境を構築する。

6 参画と協働の推進

- ・区民ができる情報発信を行う。
- ・情報発信をする人はシンボルマークを積極的に活用する。
- ・区民も区の良さを認識するために、まち歩きや様々な観光関連イベントに参加する。
- ・観光客や来訪者等による好意的な情報発信が増えるよう、観光客や来訪者等には区民をあげて心からのおもてなしで歓迎する。

開催経過

回数	開催日時	内容
第1回	令和4年9月30日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> 事務局紹介 グループ会議の進め方について 分野における現状と課題について 検討テーマの選定 リーダー、サブリーダーの選出
第2回	令和4年10月17日(月) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> 第1回グループ会議の振り返り 検討テーマ「産業の創生・再生・発展」に関する議論 検討テーマの確認 将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討 実現に向けた課題と施策の方向性 具体的な取組と区民参画の検討
第3回	令和4年10月28日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> 第2回グループ会議の振り返り 検討テーマ「都市観光の充実」に関する議論 検討テーマの確認 将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討 実現に向けた課題と施策の方向性 具体的な取組と区民参画の検討
第4回	令和4年11月11日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> 第3回グループ会議の振り返り 検討テーマ「シティプロモーション」に関する議論 検討テーマの確認 将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討 実現に向けた課題と施策の方向性 具体的な取組と区民参画の検討
第5回	令和4年11月25日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> 第2回～4回目の内容確認について テーマ「産業の創生・再生・発展」のまとめ
第6回	令和4年12月9日(金) 18時30分～21時00分	<ul style="list-style-type: none"> テーマ「都市観光の充実」のまとめ テーマ「シティプロモーション」のまとめ
第7回	令和4年12月23日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> テーマ「産業の創生・再生・発展」のまとめ テーマ「都市観光の充実」のまとめ テーマ「シティプロモーション」のまとめ
第8回	令和5年1月13日(金) 18時30分～20時30分	<ul style="list-style-type: none"> テーマ「産業の創生・再生・発展」の最終確認 テーマ「都市観光の充実」の最終確認 テーマ「シティプロモーション」の最終確認 提言式について

第1グループ
【街づくり分野】

第2グループ
【防災・生活安全分野】

第3グループ
【環境・リサイクル分野】

第4グループ
【地域コミュニケーション分野】

第5グループ
【国際化・文化分野】

第6グループ
【産業・観光分野】

第7グループ
【子育て・教育分野】

第8グループ
【生涯学習・スポーツ分野】

第9グループ
【福祉・保健分野】

第6グループ

産業・観光分野

テーマ1 産業の創生・再生・発展

テーマ2 都市観光の充実

テーマ3 シティプロモーション



「第19回港区観光フォトコンテスト入賞作品より」



みなとタウンフォーラム

令和5年3月23日

テーマ

01

産業の創生・再生・発展

第6グループ
産業・観光分野

将来像

FUTURE

世界をリードし、様々な主体が連携して新たな価値を創造し、多様な人材がお互いに刺激し合い、相乗効果を生み出すまち



社会変化

- 国内・国際的な経済情勢の変化
- 人口の増加と人口構成の変化
- 大型再開発のラッシュ

方向性

スタートアップ・第二創業の環境整備

さまざまな産業・ビジネスのマッチングや交流の促進

産業振興、スタートアップ支援の強みやテーマを示す

取組



技術や人材の相互支援や情報交換などを行うネットワークの構築、間接業務の支援体制の構築、ビジネスコンペの主催など

チャレンジしたい人と企業などをマッチング、連携促進する仕組み(オンラインサイト等)の構築

ビジネスやスタートアップ支援に関する港区の強みを明確に示す

参画と協働



- 区民がそれぞれのスキルを活かして就労、副業、ボランティアなどでサポート
- ビジネスの種に結びつくような「困りごと」を発信し、積極的に解決に参画

<p>将来像 FUTURE</p>	<p>歴史と最先端が調和し、港区に訪れる人・滞在する人・住む人に昼も夜も安全で楽しくかつ刺激的な観光体験を提供するまち</p>		<p>社会変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新型コロナウイルス感染症の影響 ○円安等経済の変化
<p>方向性</p>	<p>地域と外国人観光客との交流の場・機会を創出・整備</p>	<p>多様な観光ニーズへの対応</p>	<p>港区独自の観光資源の創出と育成</p>
<p>取組</p>	<p>地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客の交流によって区民の日常を体験し、より良い観光体験を提供</p>	<p>ナイトタイムエコノミー推進のために、コンテンツ充実に向けた民間への支援などを行う</p>	<p>港区のセールスポイント・目玉となるようなグルメ開発やイベントを長期的に実施し、育成していく</p>
<p>参画と協働</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○交流への参加 ○ナイトタイムエコノミー等への理解と協力 ○地域主導でイベントの実施、既存イベントとの連携、発展 		

<p>将来像 FUTURE</p>	<p>歴史や文化・遊び・ナイトタイムなど、訪れた人の期待とニーズを満たす魅力があり、それらがMINATO CITYブランドとして世界に注目されているまち</p>		<p>社会変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新型コロナウイルス感染症の影響 ○円安等経済の変化
<p>方向性</p>	<p>外部との連携や情報拡散を意識したプロモーション</p>	<p>効果的なシティプロモーションの実施</p>	<p>ナイトライフ等に対する区の姿勢を明示</p>
<p>取組</p>	<p>旅行会社にプロモーション協力をしてもらうなど、注目をあつめるような施策を実施</p>	<p>シティプロモーションマークや「MINATO CITY」というキーワードを可能な限り盛り込み、「MINATO CITY」ブランドの認知度向上</p>	<p>PRするキャッチコピーを打ち出すなど、区が推進する姿勢を明確に示す</p>
<p>参画と協働</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○シンボルマークを活用し、情報発信 ○イベント等に参加し、区の良さを認識 ○観光客や来訪者等には区民をあげて心からのおもてなしで歓迎 		

ま と め

産業や観光の分野は、国内・国際情勢や経済状況によって
環境が大きく左右される分野ですが、
そのなかで経済活性や観光需要増加を目指して、
港区のポテンシャルを最大限発揮することを期待します



会議録

みなとタウンフォーラム 産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第1回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年9月30日（金）18時30分～20時30分

会場：札の辻スクエア8階 活動室

メンバー：7名（オンライン1名） 欠席3名

事務局：対応部門関係課長2名（産業振興課長、観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者3名

■次第

（開会）

- 1 事務局紹介
- 2 グループ会議の進め方について
- 3 分野における現状と課題について
- 4 検討テーマの選定
- 5 リーダー、サブリーダーの選出
- 6 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	事務局名簿
2	グループ会議の検討スケジュール
3	提言の構成について
3-2	提言の取りまとめイメージ
3-3	前回みなとタウンフォーラム提言書
4	検討希望テーマ集計結果
5	リーダー、サブリーダーの役割について
参考	港区の産業・観光

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

事務局より、第1回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 事務局紹介

事務局より、配布資料1に基づき、事務局メンバーの紹介を行った。

2 グループ会議の進め方について

○検討スケジュール

事務局より、配布資料2に基づき、活動日程や内容について説明を行った。

○提言の構成

事務局より、配布資料3、3-2、3-3に基づき、提言の構成について説明を行った。

3 分野における現状と課題について

関係課長より、港区基本計画・【参考資料】港区の産業・観光に基づき、産業・観光に関連する施策や取組について概要の説明を行った。

(主な意見等)

○産業部門

参加者：コロナという異常事態が起きた中で、今回の説明を聞き、これだけの施策を行っていることは素晴らしいと感じた。(感想)

参加者：あまり産業の方はわからないが、資料をみると事業の規模を問わず、中小とかに対して、手厚くサポートされていると思う。

参加者：様々な施策を行っていて凄いと感じた。しかし、他の区や他の県、あるいは海外のまちと比べた場合における産業振興の特徴や優位性が無くては、港区に産業は集まってこない。一つの産業が活性化されると様々な事業者が集まってくる。港区には特徴がないと思った。(感想)

参加者：様々な施策が行われていて、私の知らない施策もあり、早く知ればよかった。(感想)

参加者：産業振興センターの建物は良いし、行おうとしていることも良いと思う。人材育成から企業支援まで。まだ建ったばかりだからこれからかもしれないが、産業振興センターを拠点にして是非、産業振興に努めてほしい。(意見)

参加者：県庁の中小企業支援の部門に勤めているが、港区は予算規模が大きくて凄いと聞いた。産業振興センターを区で作っているのがすごいと思った。(感想)

○観光部門

参加者：ナイトタイムエコノミーとか、トキメクミナトクの取組は東京都がやっているのは知っていたが、港区でもやっているのがすごいと思った。もっとPRできればと思った。(感想)

参加者：ナイトタイムエコノミーみたいな施策の方が港区のイメージには合致するが、一方で歴史的資源が多いことは知らなかった。(感想)

参加者：具体的な観光スポットがあるのがすごいとっていて、区がそれらを大事にして、活用していることは良いと思った。竹芝の夏フェスに関わったときにデジタル的な社会実験を行

っているのを含め、すごく良いと思った。(感想)

○産業部門質問

参加者：プレミアム付きスマイル商品券をずっと購入していて今年の前期は、共通券と限定券を別々に買った。一方、下期ではセットになり、半分ずつ5,000円分と7,500円分で12,500円分になってしまった。プレミアム券が使えるお店が少ないし、特に電子商品券が使える店舗が少ないので、プレミアム券が使いきれなくて余ってしまう。現場の状況をもう少し見ていただいて、前のバラバラの販売に戻してほしい。(意見)

参加者：商店街というワードがたくさん出ていたが、そもそも区として商店街を大切にしている理由は何か。私が考えている商店街とは定義が違うかもしれないため商店街がどのような単位のどのような場所を指すのかを教えてください。

事務局：商店街は、誰もがイメージするお店が集積するような場所。港区が補助金の対象、支援の対象とし、一定数の店で組織された商店会あるいは、商店街振興組合や港区商店街連合会に加盟しているところ。特に商店会を組織していないけど、お店が何店舗か並んでいるエリアもある。ただそういうエリアは港区の支援の対象と扱っていないこともある。

参加者：商店街を施策のターゲットにしている理由は？

事務局：お店が集積していることで、住民や在勤者の方々などが集まるにぎわいの創出の場として、地域コミュニティの核となるものであるため、町会や自治会と同様に支援をしている。商店街がにぎわっていることで、地域が活性化されるほか、地域の防犯などの面で活躍が期待される。

参加者：質問の意図としては、私の地元の商店街では、大型のショッピングモールができたほうが結果としてにぎわいができたので、何で商店街を支援しているのか気になった。

参加者：エリアマネジメントをやる不動産会社と区民が直接関わりを持てる機会があったら良いのではないか。例えば森ビルや東急不動産と区民との交流の場を区として設けてほしい。

参加者：国と東京都と区の役割というのはどのように分かれているのか。本来であれば区がやる範囲を超えていることを港区はやっているのではないかと思う。そもそも区として産業振興の課題は何か。

事務局：国と東京都と港区の事業者支援施策のすみ分けはあるようでないのが、産業振興課長をやっている実感。東京都も港区も、重複したような施策をしていることもある。また、先ほど区は範囲を超えて施策を実施していると話があったが、東京都は中小企業振興公社が専門的に事業をしているので、様々な補助金などの支援策をすごいスピードで立ち上げて進めている。区はそれを参考に支援策を考え、東京都より事業者と密に付き合いのある基礎自治体として効果があると考えた施策を実施している。港区は、平成28年の経済センサスによれば事業者数が38,000程度ある。その中で従業員数が多い所でいえば、情報通信業、卸・小売業、サービス業が港区の産業の中心になっているため、それらを意識した施策を行っている。大企業も多く、中小企業も幅が広い。中小でも比較的小さいところに支援をするというのも区の役割と認識している。集まってくる企業の従業員の皆さんに楽しんでいただくというところまで含めて事業者や店舗の支援を、住民に身近な基礎自治体だからこそできる支援を行っている。課題については、コロナ禍で今まで当たり前の行っていたことができなくなったことを、まずは活性化させなくてはいけない。大きなオフィスを設置していたところは、テレワークに切り替えて本社機能を区外に移し替えたり

する話をよく聞くが、実情はまだつかみ切れていないところもある。港区から事業者が出て行ってしまふことは、避けなくてはいけないことであるため、区として事業者が港区に移ってきて長く商売をしていただけるように支援策を打っていかなくてはいけないと思っている。

○観光部門質問

参加者：来街者と観光客は一体と考えてみてもいいのではないかな。

事務局：何かのついでに来街していただくのではなく、港区に興味を持ってきていただくということでは、やはり観光という面が主題に出てきてしまう。

4 検討テーマの選定について

事務局より、配布資料4に基づき、参加者へ事前に調査した検討希望テーマの集計結果について説明を行った。集計結果としては、多い順に、「シティプロモーション」と「都市観光の充実」が同数、次いで「コミュニティ・ビジネスの支援」、「その他」となった。

集計結果を踏まえて、検討テーマについて議論が行われた。

(主な意見等)

事務局：皆さんが興味あるテーマについて二つ選んでそこから意見交換をしていく。

参加者：1番と4番

参加者：3番と4番

参加者：3番と4番の違いは何があるのか。

事務局：3番は映像による情報発信等、港区をPRしていくイメージ。4番はマップ製作など、港区への観光客等の受入れの基盤に関する内容。

参加者：都市観光と魅力的な商店会は同じものになるのではないかな。

事務局：観光の要素にもなるので、親和性は高い。どちらを選択しても、商店会に関わるものになる。

参加者：それであれば1番と4番

参加者：3番と4番は対になるものをテーマとして掲げるのが良いのではないかな。

参加者：(他の参加者から事前に回答のあった)「その他」の内容が良いと思ったため、1番とナイトタイムエコノミーの取組は良いと思ったので、4番

参加者：3番と4番

参加者：どれが自分にとって、魅力的かというよりは、セットで考えられる方が有意義に議論できると思ったので、3番と4番

参加者：1番、3番、4番が皆さん考えられていて人气的にもいいのではないかな。

事務局：他に意見が無いようでしたら1番、3番、4番の3テーマで決定したいと思う。

事務局：次回の会議の冒頭で各テーマの詳しい説明をする時間を設ける。コミュニティ・ビジネスはテーマが広い。次回、産業振興課長から説明するに当たり、少しテーマを限定したいので何かご意見いただけるとありがたい。

参加者：コミュニティ・ビジネスだが、コミュニティの支援、ビジネスの支援という認識でいいのかな。コミュニティ・ビジネスの支援というものがあるのか。また、コミュニティ・ビジネスとは何を定義しているのか。

事務局：基本計画の中では、コミュニティ・ビジネスという言葉が使用されているが、今回はコミュニティという部分とビジネスという部分を幅広く捉えていただければと思う。

参加者：虎ノ門ヒルズにあるビジネスエリアで行っている様々な事業者が集まって意見を出し合うところと連携することはできないのか。

事務局：コミュニティ・ビジネスでイメージしやすいのは、高齢者や介護などを取り扱っている事業者とその事業者が取り扱っている事業者とをマッチングさせて地域課題を解決するというのが該当するので、コミュニティ・ビジネスという言い方よりは、「その他」の中でいただいていた、ものづくりの面で行政としての支援をどうしていくのかという議論かスタートアップ企業が多いので、創業しやすい環境作りや、創業後に長く続けていくための支援をしていくべきという観点で議論していただくのがいいかと思う。

参加者：ものづくりや先端技術やスタートアップなどを含めた産業の支援という観点が良いのではないか。

参加者：コミュニティの意味はどのように捉えればいいのか。

事務局：区政の中では、地域コミュニティとよく言うが、商店会や町会、自治会の活動というところに結び付きがちではあるので、コミュニティの部分切り離した方が産業分野の議論がしやすいかもしれない。

事務局：前に掲出されていて気になっているキーワードはあるか。

参加者：シティプロモーションというのは、観光客誘致のためのシティプロモーションでいいのか。

事務局：地域への愛着を持ってもらうという部分もある。観光客を呼び込むための魅力づくりというのもあり、住んでいる方や住所はないけど港区で長く働いていて港区に愛着を持っている方により港区を知ってもらうためのコンテンツ作りという面もある。

参加者：次回テーマの1を議論していくときの目安として知っておきたいのだが、このテーマをどのレベルまで議論していくべきか。

事務局：議論のレベルとしては、「基本計画」の「施策」のレベルで議論をしていただければと思う。

参加者：港区は大企業のビジネスなのか中小企業のビジネスどちらを支援しているのか。

事務局：支援の対象としては、中小企業としているが中小企業も幅が広く、対象は限定している。

次回グループ会議では、こちらである程度議題を絞って提示するという流れで行いたい。

(異議なし)

5 リーダー、サブリーダーの選出について

グループ会議運営に当たってのグループリーダー、サブリーダーがメンバーの互選により選出された。

6 その他

事務局より次回開催日程等の確認を行った。

(閉会)

事務局が第1回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第2回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年10月17日（月）18時30分～20時30分

会場：札の辻スクエア8階 活動室

メンバー：8名（オンライン1名）欠席2名

事務局：対応部門関係課長1名（産業振興課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 前回（第1回グループ会議）の振り返り
- 2 第2回グループ会議の進め方について
- 3 検討テーマに関する議論
 - ・検討テーマの確認
 - ・将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討
 - ・実現に向けた課題と施策の方向性
 - ・具体的な取組と区民参画の検討

4 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	第1回グループ会議 会議録
2	第2回グループ会議の進め方
3	提言の構成について（様式）
参考資料	参考資料（産業）

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第2回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 前回(第1回グループ会議)の振り返り

事務局より配布資料等の確認、第1回グループ会議の振り返りを行った。

2 第2回グループ会議の進め方について

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

チェックインを行った。(テーマ：名前・前回印象に残ったこと)

3 検討テーマに関する議論

○検討テーマの確認

産業振興課長より参考資料(産業)について説明を行った。

(主な意見等)

参加者：港区に多い中小企業は業種だとどういったところになるのか。

事務局：情報通信関係と飲食店が多い。

参加者：情報通信と飲食では、業種の違いがかなりあると思うが、両方の面で支援策を考えた方が
良いのか。それともどちらか一方に重点を置いて支援を考えた方が良いのか。

事務局：こちらで指定することはない。

参加者：情報通信業界とは、具体的にはどのような企業があるのか。

事務局：ソフトウェア開発等がある。

参加者：東京都にも創業支援センターがあると思うが、港区の特色については、議論していくべき。

参加者：事業をやっているものとしての感想としては、税務処理や雇用契約の法的処理について、
一つ一つの中小事業者が個別にやるのではなく、同種の事業者を100~200社集めて一つの
企業体にして、これらの事務作業を一括でやるのが良いのではないかと。人材についても
企業体内部で回せばいいのではないかと。

参加者：現在、港区の経営相談ではそこまでやっていないのか。

事務局：これから話し合いを進めていく中で、既に港区がやっている事業に関しては、次の会議で
説明を加えながらやっていければと思う。

参加者：キーワードで経営相談の充実と出てくるが、現状どのようなことをやっているのか教えて
ほしい。

事務局：まずは、中小企業診断士による経営相談、補助金関係の相談に乗っている。それ以外には、
東京都信用保証協会や信用金庫などが融資を受ける際のポイント等、金融機関特有の相談
を曜日替わりで受けている。週一回社会保険労務士に来ていただき、特に人事等の相談に
乗っている。

参加者：現在、色々な支援をされていてすごいと思ったが、どの程度、認知されているかの統計を
取っているのか。

事務局：どれだけ認知されているかの統計を取るの難しいので、認知度がどの程度かは把握でき
ていない。

参加者：自分自身、会社を経営しているが、港区が行っている事業を認知できていなかったのと、

周知方法を考えればもっと活かせるのではないかと思います。質問した。

参加者：産学官連携の官とは、港区のことか。また、企業間連携とビジネス・マッチングは似ていると思うが、区として何かやっているのか。

事務局：産業振興課では、事業者同士、横のつながりを持ってもらうための交流会を開催している。

経営相談の中でも一緒にやれる企業の相談があれば知っている範囲で紹介もしている。産学官連携については、芝浦工業大学や東京工業大学とセミナーを一緒にやっているが、これから違う形の連携がないか模索したい。

参加者：区としての課題が大きいものについて議論をするのが、やりたいことだと思っていたので、区が課題と思っていることについて議論進められればと思う。

参加者：再生と発展だけだと既存産業のみを対象とってしまうように見えてしまうので、創生とかがつくといいのではないか。

参加者：県外や郊外にある大学生のキャリアアップにつながることを産業振興課でやれないか。

参加者：創生をつけることで、新規企業もウェルカムな感じがよい。

⇒産業分野のテーマを「産業の創生・再生・発展」とした。

ここから以下のテーマでグループワーク開始 【別紙参照】

- 将来像(めざすまちの姿)と社会変化の検討
- 実現に向けた課題と施策の方向性
- 具体的な取組と区民参画の検討

4 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行い、参加者より「シティプロモーション」ではなく、「都市観光の整備」を先にやるのが良いのではないかと提案があった。

参加者が第2回グループ会議の感想を発表した。

(閉会)

リーダーが第2回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

第2回グループ会議 グループワーク
 テーマ「産業の創生・再生・発展」

①計画最終年度末（令和8年度末）における港区の将来像
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・雇用の増加⇒働きやすいまちになる 出会いの場として飲食店が大事 ・スタートアップがつながっている・娯楽産業の充実 ・スタートアップ⇒港区ドリーム、平等のチャンス、大企業とのコラボ、発展できるチャンス ・芸術、工芸の発展 ・先端技術と産業で世界の中心になる ・インターナショナルな産業の発展⇒海外が近い、地の利、海外企業も連携していけば良い ・世界の設計、デザインセンター⇒本社・オフィスの会社員の間となっている。オフィスがないと空洞化 ・世界の中心になる施策をする（シリコンバレーのように） ・日本、世界をリードするスタートアップ企業が続出 ・エンジニア、文化人、演劇、音楽人が集まる場所 ・中小企業への財政支援の充実 ・福祉関係産業の発展
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・スタートアップのしやすいまち ・必要な人材（量、質）が集まりやすいまち ・アイデアにあふれたまち ・スタートアップは港区らしい実現できそう [サイクル] ・起業の仲間づくりがしやすいまち ・飲食他のサービス業の充実（引き続き） ・海外展開を考えやすい、試しやすいまち ・地場産業も大切にすまち ・ビジネスに関する各種支援へのアクセスが容易 ・区内移動手段の充実 ・最先端がある（教育、産業、文化） ・インバウンド、上京者への回遊性の促進 ・大企業と中小企業のビジネスマッチングがしやすいまち ・全国大学への発信力強化←若い人をスタートアップに結び付ける、港区は若い人の市場がある ・刺激的なふれあいがある ・刺激的な人が多い←スタートアップは対面コミュが重要 ・バリアフリー充実により区民の行動力を発揮できる ・住むのにお金がかかりすぎない ・デザインキーワードした規模問わず交流連携づくり ・若い人が産業を興しやすい
②踏まえるべき社会変化
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍 ・非接触 ・移動控え ・娯楽の減少 ・リアルへのニーズ ・旅行ニーズ ・オンラインツアー ・高齢化社会 ・インバウンドの増加 ・宇宙産業の発展 ・金融緩和の継続？ ・台湾有事発生 ・国連が強化される ・港区の区民移動進む
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・危機管理（各種）対応 ・憧れのまちからゆがんだまちへ ・人口減高齢化 ・格差の拡大（貧富） ・生活様式の変化・移動時間の短縮 ・住む場所の非固定化

- ・物価高、資源価格高 ・DX、GX、人口減少化、人材確保難 ・燃料費が高くなる
- ・区内各地区の格差是正 ・再開発の評価 ・大型再開発の乱立
- ・バーチャルでのコミュニケーション ・産業の淘汰が進む2極化

③実現に向けた課題

<A班>

- ・サステナビリティ ・高齢化社会(高齢者を取り残さない) ・環境配慮 ・社会貢献
- ・港区アートみたいなものが欲しい ・取り残された場所
- ・他の企業に話かけづらい ・娯楽のとき間が少ない ・芸術に触れる機会が少ない
- ・国際交流の機会の増加 ・多言語によるコミュニケーションが少ない
- ・社会のニーズの変化への対応
- ・新事業でのスタッフ社員の確保、有期雇用、業務委託の適正化
- ・産業振興に熱意ある区民が自由に会食する場が少ない(区がサポートする飲食Bar等)
- ・スタートアップ新事業では税務・決算、雇用の適正化が負担になっている。
- ・取組の広報(本当に必要とされているところへ届かない)
- ・プロモーションが弱い・ビジネス支援の認知度が低い

↑

- ・コラボレーションスペース知らない、使ってくれない
- ・世界に向けて発信、プロポがあれば集まれる(どう露出するか、世界に誇れるように)

<B班>

- ・規制、事務が分かりづらい、煩雑 ・起業資金不足 ・生活費が高い ・情報産業
- ・インフラ未整備(Wi-Fiとか) ・区の各種施設の認知度
- ・様々なつながりが生まれる場がない ・コロナで失われたコミュニティ
- ・若者の活性化がトリガー ・アイデアはあっても実現性、実行力、経営力が乏しい
- ・チャレンジする者が少ない ・競争が厳しい、失敗を恐れる ・流通ルートがない
- ・若年現役像が住みやすい港区(金銭的) ・前コロナの様式の歓楽街

④施策の方向性

<A班>

- ・世界に誇れる
- ・スタートアップ統合機構(組合)ex) 繊維業組合⇒間接業務をやってくれる
⇒コンベ港区募集包括的サポート⇒ひっそりではだめ
- ・芸術、娯楽 ex) カジノ ・水の都を活かした ・和食(小料理) ・六本木
- ・冷たいオフィス街だけでない ・SDGsなど進んでいる
- ・娯楽を包む産業(一杯飲みながら楽しむ)

<B班>

- ・良循環が生まれること←「やりたい」を実現する、後押しする
- ・(拡散する)話題になる施策を ・フォレストシティ確立
- ・スタートアップの意識を高める
- ・スタートアップをめざす者を集める ・スタートアップを支援する
- ・地場産業、商店街とスタートアップのマッチング
- ・ビジネスの出会い(+刺激)が多いまちにする
- ・大学への発信力強化(キャリアアップのため)

- ・経験ある大人とチャレンジしたい若者が交流できる
- ・住んでいると自然とコミュニティが形成されるまち
- ・SOHO的ライフスタイルが実現できる ・支所機能の向上

⑤具体的な取組

<A班>

- ・港区コンペ、スタートアップコンペ ・スタートアップ統合機構（組合）
- ・食文化を世界に発信（ex 港区ブランドの五つ星）
- ・組合 ・SDGs×娯楽で区民参加（港区が引っ張る）
- ・港区がつくる事業（区営事業）・粗大ごみの質が良い
- ・魅せる産業×環境（運河等 会議室ではない）
- ・港区で会社を作ったときに強制配信メール(LINE)
- ・自分の会社にあったサポートを受ける
- ・DMでの紹介⇒認知 ・TELで働きかける ・(全体) 実現するための産学連携

<B班>

- ・Online Academy Showcase
⇒チャレンジしたい人（区内在学生）が考えた新産業ショーケース
採算性よりも面白さ、ユニークさ⇔企業や団体とマッチング
- ・スタートアップのまち宣言 ・大企業がスタートアップ支援に取り組みさせる
- ・地場企業や商店街の空き店舗を支援
- ・産業振興センター⇒スタートアップ支援センターに名称変更、支援策を充実
- ・中小企業の第2創業も支援←新しい人（への支援）だけじゃない
- ・メディア、広告業者に協力してもらって区内企業、区内で起業したい人知ってもらう

⑥参画と協働の推進

<A班>

- ・統合機構への積極参加 ・企画、立案 ・区民参加のSDGs活動 ・区民発信
- ・SNS拡散ex) SNSに港区ツイートのリツイート⇒お食事券がもらえる
- ・協働プラットフォームの構築 ・区民がつくる演劇（芸術）
- ・区営会食レストラン、Bar公募、コンペ、日本料理（区認定でもよい）

<B班>

- ・区民の困りごとを知らせる⇒ビジネスのヒントに
- ・取り上げてくれる人、アンバサダー、タレントが欲しい
- ・区民が起業をお手伝い←シニア活用（総務、人事）
- ・ボランティアで働く営業 ・各種申請代行/簡易化
- ・海外都市とつなぐ 海外向けのつなぐ 大使館
- ・(住まいに関する) 何らかの支援 空き家活用、区営住宅 ・英語力（学生）

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第3回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年10月28日（金）18時30分～20時30分
会場：札の辻スクエア8階 活動室
メンバー：7名、欠席3名
事務局：対応部門関係課長1名（観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、
サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 前回（第2回グループ会議）の振り返り
- 2 第3回グループ会議の進め方について
- 3 検討テーマに関する議論
 - ・将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討
 - ・実現に向けた課題と施策の方向性
 - ・具体的な取組と区民参画の検討
- 4 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	第2回グループ会議 会議録
参考資料	参考資料（都市観光の充実）

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第3回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 前回(第2回グループ会議)の振り返り

事務局より配布資料等の確認、第2回グループ会議の振り返りを行った。

2 第2回グループ会議の進め方について

ファシリテーターより前回の復習と今回の会議のやり方について説明を行った。

チェックインを行った。(テーマ：名前・前回印象に残ったこと)

3 検討テーマに関する議論

○検討テーマの確認

観光政策担当課長より参考資料(都市観光の充実)について説明を行った。

(主な意見等)

参加者：観光といった場合、もちろん海外や地方からの観光客がいるが、都内に住んでいる人間が、新橋や六本木に飲みに行ったりして、楽しむのは観光になるのか。

事務局：平成21年(平成25年改定)に国土交通省観光庁が定めた観光の統計を取る際の「共通基準」において、「観光」の定義を「余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行をし、また、滞在する人々の諸活動」としているため、必ずしも観光客でなくてはいけないというわけではない。

参加者：我々、住民が楽しむ場も観光地になるという解釈でいいか。

事務局：その認識で問題ない。

参加者：貸与資料を見ているが、区民の都市観光の展開の満足度が3割程度だが、区民は何で港区に観光でこれだけ人が来ているのに満足をしていないのか何か不満を感じているのか。また、日本人の観光客やインバウンドの観光客の満足度は十分高いので、これをさらに引き上げようとしているのか、それともこの数値でよしとしているのか。

事務局：1点目については、様々な考え方があるので明確な回答は難しいが、港区に多くの観光客が訪れていただいている分、言い方は悪いが、ゴミが増えてしまう等の環境的なデメリットを感じられることがあるのかもしれない。

2点目については、観光客が少しずつ増えてきている状況ではあるが、一方で、まだ増える余地があるという国等のコメントもあるので、引き続き、楽しんでもらえるよう港区の観光を推進していければと思っている。

参加者：コロナ前には、表参道や六本木というのは、多くの観光客が来ていて、表参道の辺りは、人で溢れていたもので、さらに強化する必要はないのではないかと思う。また、六本木辺りもあまり干渉せず、地元の商店会等に任せてみるのが良いのではないか。

事務局：コロナ前のにぎわいを取り戻すためにも、段階的に充実していければいいと思う。

参加者：にぎやかでない地区や店舗がコロナ禍で閉店してしまって、下火になってしまっている地区もある。そういった地区を活性化するという観点はあるのか。

事務局：港区といっても幅広いので、色々な地区をうまくPRできていければと思っている。

参加者：港区の中で観光資源としてよく訪れる方がいる・評判よいスポットはどんなところがある

のか。事務局：令和元年度の古い調査結果だが、東京タワー、次いで六本木・六本木ヒルズ、お台場海浜公園と続く。1位の東京タワーと2位の六本木では62.2%と37.5%とかなり開きがあり、圧倒的に東京タワーが人気である。

参加者：①遊園地・テーマパーク、②自然・景勝地・庭園観光、③美術館・博物館鑑賞の区分において、東京タワーは景勝地になるか。

事務局：景勝地に分類される。

参加者：港区ナイトエコノミー補助金はすごく良い事業だと思うが、これは今も申込をしているのか。

事務局：既に今年度分は審査済で、予算内の3件が採択されている。

ここから以下のテーマでグループワーク開始

- 将来像(めざすまちの姿)と社会変化の検討
- 実現に向けた課題と施策の方向性
- 具体的な取組と区民参画の検討

4 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行った。

参加者が第3回グループ会議の感想を発表した。

(閉会)

リーダーが第3回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

第3回グループ会議 グループワーク
テーマ「都市観光の充実」

①計画最終年度末（令和8年度末）における港区の将来像
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・住まい、ビジネス、余暇全てが充実しているまち ・世界中の多様性を許容、内包しているまち ⇒シンガポールのように。 ・住んでいるだけで最先端に触れられるまち ・歴史と現在が調和しているまち ・美しい街並み（景観や公共設備） ⇒軽井沢のように、看板の色を規制する等、清潔に。 ・豊かな文化・環境（美しい街並み）に囲まれて、区民と観光客が楽しく交流しているまち ・観光客にとって安全でリラックスして滞在できるまち ・刺激特区港区（エキサイトシーイング（造語）） ⇒刺激とは興奮。
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・区内繁華街、JR駅、地下鉄のある場所の告知機能をUPさせる ・海外クルーズ船客へのアプローチ ・ナイトタイムエコノミーを推進する。 ・昼も夜も楽しく満足できるまちにする。 ・稼ぐ観光産業をつくる ・来街者を増やすより落とすお金を増やす。 ・観光客の一人当たり消費額を増やす。 ・区民、区内業者が満足する都市観光をつくる。 ・脱コロナ ・名所の増加 ・インバウンドでのにぎわい ・再開発で名所を増やす。 ・船の乗客は港区が入口
②踏まえるべき社会変化
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍×2 ・移動控え×1 ・旅行ニーズ×1 ・インバウンドの増加×3 ・物価高、資源価格高×2 憧れのまちからゆがんだまちへ×2 ・住む場所の非固定化×1 ・インバウンドで、メディアが取り上げて、国内の観光客も増えるはず。トリガーはインバウンド ・観光客の内訳が変わってくる。 ・国内は物価高、資源高で余暇に使うお金が少なくなってくる。 ・コロナ禍。移動を控えている。割引があっても、原価が上がっている。 ・まち全体はきれいになっけていても、人と人とのつながりは希薄化している。 ・地元の人を楽しむことが必要。
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍 ・円安 ・リアルへのニーズ ・金融緩和の継続（円安）×2 ・娯楽の減少 ・旅行ニーズ ・バーチャルでのコミュニケーション ・インバウンドの増加 ・台湾有事発生 ・物価高、資源価格高 ・高齢化

③実現に向けた課題

<A班>

- ・ けばけばしい看板が多い（街並みに統一感がない）
 - ・ 地域の神社や商店街のお祭りやイベントが少なくなっている
- ⇒他のまちからの人とのコミュニケーション
- ・ 観光客に冷たい。無関心な区民、店、公共施設
 - ・ 外国人対応が不十分なお店・施設
- ⇒コロナで自分の生活に閉じこもりがち
- ⇒お店の椅子やトイレが外国人サイズではない
- ・ 英語表記の案内、看板が極めて少ない。
- ⇒初めての訪日の方向けには少ない
- ・ 区の歴史、文化が調査、把握されていない。
- ⇒単発的にはある。系統だっていない。博物館は外国人に人気がある。知的好奇心をかきたてる。
- ・ 外国人対応が不十分。
 - ・ 外国人向け接客講座の開催(区の無料支援)
 - ・ 英語対応が可能な店舗は店舗リストや施設リストにする。
 - ・ アンバサダー 又はセレブリティ(タレント)によるPR
 - ・ 外国人向けインフルエンサー作り
- ⇒V I S I T J A P A Nでは、人気ブロガーに日本の有名観光施設を紹介させていた。
- それで、多くの観光客を呼び込んでいた。港区も単独で実施するのはどうか。
- ⇒外国の旅行会社を港区に呼び込み、旅行会社に港区を紹介してもらう。
- ・ 観光客、住民、ビジネスマンの分断（交流不足）
- ⇒六本木では、観光に来ている人、働いている人、住んでいる人で、人種が違い過ぎる。
- 住民は観光客に対してウェルカムではない。
- ・ 観光ニーズと住民ニーズの差
- ⇒東京タワーは(観光として)象徴であるが、住民と温度差がある。
- ・ 各国文化のコンテンツ化が十分でない。
- ⇒各国コミュニティはあるけど、外向けではない。
- ・ 物価高（対国内）

<B班>

- ・ 空港やターミナルに具体的な情報機能がない。 ・ まちの商店街等への流れが少ない。
- ・ 夜に安全に過ごせる環境になっていない
- ・ ホテルのコンシェルジュに港区の魅力を伝えるプレゼンの実施。
- ・ ナイトタイムを過ごせるサービス商品がない。 ・ 勝手に来る仕組み
- ・ コト消費につながるサービスが少ない。 ・ ディナーの後のおたのしみ
- ・ コンサート、催しもの食べ終わったあとのとき間・終電
- ・ 野外で爆音を出せるスペース・日がない。 ・ 音楽、ダンス ・ スポーツバー
- ・ 名所を増やすにはコストがかかる⇒名物を増やす。
- ・ 港区でしか、そこでしか食べられないものをつくる。
- ・ 観光客向けの地域クーポン

④施策の方向性

< A班 >

- ・海外のインフルエンサー、旅行会社などへのPR
- ・観光客、区民、お店の方々（就業者）の交流
- ・地域のイベントを通して、観光客、区民、主催者、参加者が交流
- ・体験を伴うイベントは世代交流につながる
- ・港区の表向きSPOTだけでなく、時間軸で体験できる
- ・港ならではの歴史や水辺の景観を活かした統一感のある雰囲気づくり

< B班 >

- ・ナイトタイムエコノミー
 - より安全なまちに
 - 本格的なナイトタイムを実施
 - 区民が主体、官が補助（規制緩和等）
 - ・港区だけの名物をつくる
- ⇒食、イベント、ナイトタイムエコノミー
- ・情報を伝える
- ⇒様々な人、ツール、組織、夜に盛り上がる店の設定
- ・区民、区内事業者の満足度向上
- ⇒ゴミを落とさずお金を落とせ

⑤具体的な取組

< A班 >

- ・観光客向け、文化・歴史博物館の設立
 - ・区民と観光客が交流できる施設、会食の場（レストラン）、演劇など
 - ・子ども向けの遊び場をつくる（住民もうれしい）
 - ・海外観光客への対応を改善した店、施設へのインセンティブ
- ⇒コロナ対策のように
- ・VISITジャパンの施策の応用。現地インフルエンサーに港区を紹介してもらう。
 - ・同じくVISITジャパンから現地有力旅行サイトに港区の名所掲載
 - ・同じくVISITジャパンから外国の旅行会社を港区に招待し、旅行商品をつくる。
- ⇒それで、多くの観光客を呼び込んでいた。港区も単独で実施するのはどうか。
- ・住民が誇れる新観光スポットの創出（歴史・文化・技術など）
- ⇒港区が好きだけど、観光に来ている人に対してありがたいという思いはない気がする。京都は観光に来ている人へありがたいという思いを持っている気がする。
- ・インバウンド観光客との交流の場をつくり多様な文化を受け入れる土壌をつくる。
 - ・区内の案内のユニバーサル化
- ⇒一部地域は十分だが、新橋など一部地域は不十分ではないか。
- ・地域のイベントの活性化を支援する。
- ⇒町内会、祭りの活性化を支援するのはどうか。
- ・一定の地域の景観を統一する。（色調など）
- ⇒ヨーロッパの観光地のように。
- ⇒のぼりは立てないで等のルール

- ・地域の案内表示を多言語かつ歴史解説を追加 ※芝パークタワー近くの薩摩への道など
 - ・ハイセンスな観光客が来れば全体のレベルが上がる
- ⇒センスが高い人を対象とするとまちのレベルがあがるのではないか。

< B班 >

- ・屋形船の活用
- ・ディナーの後のおたのしみ ・音楽、ダンス、スポーツバー
- ・名所を増やすにはコストがかかる⇒名物を増やす。
- ・観光客向けの地域クーポン
- ・エンターテイメント財団を創設する。
- ・区民、区内業者とナイトタイムエコノミーの推進協議会をつくる。
- ・区民、区内事業者と消費額アップ策の協議会をつくる。
- ・夜のパトロールを増やす。
- ・ナイトタイム推進デー（毎週金曜とか）をつくる。
- ・生活文化交流会館で夜の催しを毎月行う。
- ・歌舞伎、芸能を活用する（伝統芸能）
- ・他区とも連携しつつ、飲食は港区に誘導するメニューをつくる。
- ・多言語情報ツール（YouTube等）の制作
- ・JNTOへの積極関与、外国の事務所
- ・港区祭⇒世界にアピールできる祭の主権、夜通し楽しめる環境作り「夜に強いまち」PR
- ・港区グルメ⇒区が主催するコンテスト、区外への流出禁止ルール決め
- ・風営法でクラブがだめ？ ・タクシーが高い、夜遊べない⇒クーポン発行（例：会津のタクシー補助）、決まった日だけ始発を早くする
- ・「夜強いまち」としてPR ・安心して遊べる区域を区切る ・「安全に遊べる店」が分かるようにする

⑥参画と協働の推進

< A班 >

- ・交流の場の洗い出しやアイデア出し
 - ・イベントの企画や提案（ライブハウスでも良い）
- ⇒阿波踊りやサンバで盛り上げている地域がある。地元も楽しくなる。
- ・歴史の博物館や先端技術のサポーター
- ⇒港区版スミソニアン博物館のイメージ
- ・海外でお店をやり、成功した人のノウハウを希望者に伝えるような仕組み
- ⇒そのような人と協働する。
- ・英訳のお手伝い
 - ・ナイトエコノミーを活用したイベント企画

< B班 >

- ・区内事業者を区がどうサポートするか⇒観光メニューを考えて
- ・区民による観光メニュー（グルメ・イベント）のコンテスト
- ・区民の理解⇒何らかの還元をする。
- ・騒ぐなら海辺/屋形船/水上タクシーでどうぞ

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第4回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年11月11日（金）18時30分～20時30分
会場：札の辻スクエア8階 活動室
メンバー：8名（オンライン0名）欠席2名
事務局：対応部門関係課長1名（観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 前回（第3回グループ会議）の振り返り
- 2 第4回グループ会議の進め方について
- 3 検討テーマに関する議論
 - ・検討テーマの確認
 - ・将来像（めざすまちの姿）と社会変化の検討
 - ・実現に向けた課題と施策の方向性
 - ・具体的な取組と区民参画の検討

4 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	第4回会議次第
2	第3回会議議事録
参考資料	参考資料（シティプロモーション）

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第4回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 前回(第3回グループ会議)の振り返り

事務局より配布資料等の確認、第3回グループ会議の振り返りを行った。

2 第4回グループ会議の進め方について

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

チェックイン隣の人同士で行った。(テーマ：名前・前回印象に残ったこと)

3 検討テーマに関する議論

○検討テーマの確認

観光政策担当課長より参考資料(シティプロモーション)について説明を行った。

(主な意見等)

参加者：前回の議論で、シティプロモーションの前にどういう観光で港区を元気にするのか。国内の観光というよりは、インバウンドが一つ注目点だという議論をしたが、インバウンドをメインだとすると実際に区としてどの国に訪れてほしいと想定しているのか。

事務局：特にどこの国が絞っているわけではない。観光振興ビジョン策定に係る調査でも、外国人観光客の居住地は、中国、欧米、台湾など幅広かった。特定の国ではなく、色々な国をターゲットに考えていただければと思う。

参加者：我々でインバウンドだけと決めればいいのか。

事務局：インバウンド回復を見据えるのも大切だが、国内の方々にも広く港区に関心を持っていただきたいと思っている。議論の方向性の一つとして、インバウンドの回復を示したが、同時に国内の方々に対しても、区の魅力を伝えられるような映像の内容や配信方法について議論いただければと思う。

参加者：シティプロモーションというのは、観光だけなのか産業とか政策等、区の進め方も含まれるのか。

事務局：冒頭で話したとおり、港区の定義ではないが、シティプロモーションは、一般的に、「地域の魅力発信により、地域経済の活性化をめざす行動」と言われている。今回は、観光の部署ということで、観光についてのシティプロモーションとしているが、観光以外の部分についても、地域経済を活性化させる活動であればシティプロモーションに相当すると思う。今回の議論については、可能な範囲で観光に関するプロモーションということで捉えていただいた方が良くと思う。

事務局：補足させていただくと、今回「産業・観光」のグループの中でご議論いただくので、課長から説明があったとおり、産業・観光という観点で議論いただければと思う。

参加者：産業も入るのか。

事務局：産業も入る。

参加者：プロモーション映像を作られているが、その再生数はどのくらいか。

事務局：YouTubeで公開されている映像(6年前・2分間)については、8万回視聴。

参加者：最近、作成したものだとどのくらいになるのか。

事務局：2年前に作成した100秒動画だと、11万回再生。

参加者：港区のシンボルマークを活用したいと言っていたが、どうして活用したいのか。

事務局：認知度を高めたいということと、港区では、映像やグッズ等にマークを活用しているが、可能であれば、区民や港区の企業等と連携して、モノ・商品にマークを活用していただき、認知度向上を目指したいと思っている。

参加者：港区の認知度を上げる目的で、シンボルマークの認知度を上げたいということでもいいか。

事務局：そのとおり。最終的に港区自体の認知度アップにつながると思っている。

ここから以下のテーマでグループワーク開始

- 将来像(めざすまちの姿)と社会変化の検討
- 実現に向けた課題と施策の方向性
- 具体的な取組と区民参画の検討

4 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行った。

(閉会)

リーダーが第4回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

第4回グループ会議 グループワーク
 テーマ「シティプロモーション」

①計画最終年度末（令和8年度末）における港区の将来像
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・エキサイトシーイング港区（コンセプト） ・特徴「刺激的」 ・ナイトライフは港区（戦略） ・泊まるなら港区客室数NO. 1（戦術） ・日本をリードするツーリズムブランドの確立 ・国内外の旅行ニーズに応えるモノ、コトをプロモーションする ・インバウンドが楽しく、安全に遊べるまちをつくる ・観光産業都市をめざす ・江戸の歴史、日本の文化が感じられるまちになる ・観光客受入れの入り口となるまち ・住みたい、訪れやすいまちの上位を占める ・安全、安心、ブランド、エキサイト、文化、バラエティ選択
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・人、もの、場所を最大限効果的に使い、そこに滞在する人のニーズにハマる魅力的な、また来たくなる場所。 ・世界発信⇒世界に通用するプロモーション ・港区の世界認知 TOKYOブランドからMINATOブランドへ ⇒東京タワー等の場所は世界でも認知されているけど、名前は認知していない。 ・「〇〇なら港区がNO. 1」と思い浮かべる何か ・どこの国、人種、性別の人が訪れても平等に楽しめるまち ・あたたかな人間味ある港区 ・区民、観光客にとってもよく分かる港区 ・港区のテレビ局
②踏まえるべき社会変化
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・リアルへのニーズ ・旅行ニーズ×2 ・複数有事 ・インバウンドの増加×2 ・物価高、資源価格高 ・ホストコロナ ・円安 ・元々物価が安い ・インバウンドニーズをつかむ
<p><B班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンラインツアー ・旅行ニーズ ・移動控え ・リアルへのニーズ ・大型再開発の乱立 ・インバウンド増加
③実現に向けた課題
<p><A班></p> <ul style="list-style-type: none"> ・効果的な情報発信（空港、駅、TVなど） ・十分なことをやっているけど特集で取り扱う（手段） ・ナイトライフ（食、遊、泊）は港区のコンセンサス作り ・ナイトライフは港区に参画するパートナー（飲食業界、遊業、ホテル業）選び ・再開発による観光資源の消失 ・都、他区との連携 ・各区間の競争に耐えられるよう区内のアイテム、名所を強化 ・他区との競争に勝てるようにプロモ ・連携と競走（水のつながり）

- ・地域、区民をふまえた観光プロモーションのあり方←現有戦略で勝てるもの（現有作戦、更に新しく他区と協働）

<B班>

（知名度向上、PR）

- ・MINATO CITYの認知度が低い
- ・港区立TV局、港区新聞（広報みなど以外）がない
- ・PV再生数が低い⇒話題性をつくらないといけない

（港区の強み）

- ・港区産、文化・食品・衣服・IT製品⇔地方との連携？
- ・世界と戦えるNO. 1は？ 何でもあるからこそ、何が強いかわからない。

⇒ハワイには何回もいきたい、エッフェル塔は何回も登りたい、そう思えるような強みがわからない。

- ・港区のシンボルは東京のシンボルとして認知されている
- ・どこからどこまでが港区なのかが、区民でもわからない
- ・博物館、美術館が知られていない
- ・ミュージアムの認知度不足

（コスト面）

- ・娯楽、飲食の敷居の高い低いがわからない
- ・お金がかかる娯楽が多い

（その他）

- ・アイデンティティ精神がない=港区愛（秘められた可能性はあるかも？）
- ・イベントでシティプロモーション

④施策の方向性

<A班>

- ・プロモの手法（対象を明確にした）
- ・強みを活かしたプロモーション
- ・連携と競走による（ウォーターフロントを連携と競走でPR）
- ・バズリ（区発信ではなく来た人が自然発生するイメージ）

<B班>

- ・「渋谷に負けない」港区
- ・Made in MINATOの何かをつくる
- ・港区にちなんだイベントをつくって大きく育てる
- ・「行きたい」イベントを作って育てる
- ・話題性のあるプロモーション

⑤具体的な取組

<A班>

- ・海外PR（JNTO）の活用、積極参加、東京ウォーターフロント、水辺ネットワーク
- ・強みをキャッチフレーズで発信する ・他区と連携したプロモーション
- ・他区と競い合うプロモーションを ・シンボルマークを区民に周知し港区愛を育てる
- ・「ナイトライフは～」の議会承認、予算化⇒ちゃんとしたプロモをするために必要
- ・プロモーション対象者の設定（再議論）

- ・プロモーション手法の策定
- ・外国に絞ったとすると対象国を決める必要がある「TRIPアドバイザー」
- ・量より質 ・口コミ、リツイートを増やす⇒映え作り、丁寧な発信
- ・SNS、映えスポット来た人に発信してもらえるように（シンボル、SNSなど）
- ・テレビロケ、アニメの聖地を更に有効活用←宣伝されていない
- ・アートデザインシティMINATO（美術館、デザイン関係の企業が多くある）
- ・分野に卓越したパーソナリティの活躍
- ・現有ナイトライフ+更に強みを考える

<B班>

（プロモーション認知度アップ）

- ・港区グッズの区民配布（いやらしいやつ）
- ・「港区」であることを認知させる⇒シンボルマークのPRによるアピール
- ・シティプロモーションを積極的に取り組むプロジェクトチームをつくる
- ・PRパンフレット、小冊子、観光案内スポット（人がいる）
- ・PV案 DJデヴィット・ゲッタの招致 六本木ヒルズの屋上でDJ

（誰に）

- ・港区のウリを決める
- ・まずはターゲットをしぼる⇒幅広過ぎ
- ・とことんかっこよくやる⇒港区のLINEに魅力がない（ダサイ）

（港区ブランド）

- ・ロゴをもっとさりげなく大胆に使う
- ・港区TV、新聞、港区発の食品、ワイン、スタートアップ商品製品
- ・高層ビル群による光のショー的なのをやる＝港区を印象に残す
- ・ゆくゆくは目玉になるイベントを
- ・「港区」という土地柄をいかした取組

（その他）

- ・飲食店の幅に広さをアピール（高級⇔庶民的）

⑥参画と協働の推進

<A班>

- ・自ら情報発信する。そのときにシンボルマークを使って特典も付ける。
- ・アート&デザイン、区民、企業、学校を交えてAward化する。
- ・観光⇒うれしい人を集めて、業界を集めて評議会を作り本気で取り組む
- ・街歩き、御朱印、写真スポットなどに参加する。

<B班>

- ・「地元の人おすすめ」
- ・区民が主役になるイベント
- ・優秀なクリエイター等に参加してもらいたい

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第5回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年11月25日（金）18時30分～20時30分
会場：札の辻スクエア8階 活動室
メンバー：4名（オンライン0名）欠席6名
事務局：対応部門関係課長1名（産業振興課長）、企画課グループ担当2名、
サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 第5回グループ会議の進め方について
- 2 第2回～4回目の内容確認について
- 3 テーマ1「産業の創生・再生・発展」のまとめ
- 4 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	第4回グループ会議 会議録
2-1	テーマ1「産業の創生・再生・発展」
2-2	テーマ2「都市観光の充実」
2-3	テーマ3「シティプロモーション」
参考資料1	提言の構成について
参考資料2	前回提言書

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第5回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 前回(第4回グループ会議)の振り返り

事務局より配布資料等の確認、第4回グループ会議の振り返りを行った。

2 第5回グループ会議の進め方について

チェックイン

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

3 第2回～第4回目の内容確認

資料2-1～3を用いて第2回から第3回の会議で出た意見の内容や全体バランスを確認した。

(以下、意見要旨)

参加者：網掛けとなっている部分はどういう意味か。

事務局：区として、提言として受け取りづらいものに網掛けしている。(産業・観光分野ではない等)

参加者：意見の網羅性は十分なので、ここから、新しいアイデアなどを中心にできる限りシャープな意見にまとめていきたい。

参加者：施策の方向性が大事。テーマ1産業の「情報発信」や「スタートアップ」は方向性というよりツールではないか。また、テーマ2都市観光の充実の「情報発信」はテーマ3シティプロモーションの方ではないか。

参加者：観光政策については、量より質、内容を充実させたい。

参加者：観光のプロモーションはあるが、他の施策に関するシティプロモーションがされていない。

参加者：産業向けのプロモーションを分けて考える必要がある。国際会議など。

参加者：MICEを意識したシティプロモーションが必要なのでは。

4 「産業の創生・再生・発展」に関する議論

ファシリテーターより、提言をまとめるに当たっての粒度の説明を行った。

「産業の創生・再生・発展」について意見のまとめ作業を行った。

(以下、意見要旨)

参加者：前は新たな計画をつくるための提言だったが、今回は今ある計画を見直すための提言。今の計画に足りない部分などを提言する必要はないのか。他のグループも6Gと同じやり方なのか。

事務局：他のグループも同じやり方である。

ファシリテーター：皆様の意見やキーワードを聞きながら、こちらで文章を作成していくやり方で進める。

○めざすべき姿

(第2回会議の内容を踏まえファシリテーターがまとめた「めざすべき姿」)

①先端技術、飲食分野、芸術分野、娯楽分野など多様な産業が集まる港区

②スタートアップが生まれる環境があり、世界に羽ばたく挑戦ができる。

③企業どうしや産官学が分野や規模を越え、互いを認め合い、得意分野を生かした連携の結果、

世界で活躍している。

参加者：①について「多様な」という表現が曖昧である。「港区ならでは」という視点で言えば、「多様な」を「刺激的な」という表現にした方がいいのではないか。

参加者：「刺激的な」という表現が何を指すかによるが、人を引き付けることができる別の表現がいいのではないか。産業と直接的に結びつく言葉なのか。

参加者：順番としては、②③①の順番が良いのではないか。①は施策のところで踏み込めるのでは。

参加者：順番は①②③が良い。大きいところから小さいものとなっている。

参加者：①は網羅的な表現となっているため、②③より表現が弱い。①をやめるか、残すなら表現を変えて尖らせたほうが良い。

参加者：③は冗長な感じがする。②③の世界という表現がかぶっている。③は「得意分野を生かして連携できる」まででいいと思う。

参加者：①は残したほうがいい。

参加者：網羅しすぎない表現が良い。何も言っていないことになる。

参加者：①について、良い表現がなければ、無しにした方がよい。難しいところ。

参加者：面白い産業が集まるということをうまく表現できるとよい。

参加者：③の産官学について、港区は大企業が多いという認識でよいか。

事務局：そのとおり。

<めざすべき姿>の結果

①（合意に至らず保留となりました。）

②スタートアップが育まれる環境があり、世界に羽ばたく挑戦ができる

③企業同士や産官学・住民も分野や規模を超え、互いを認め合い、得意分野をいかした連携ができる

○踏まえるべき社会変化

ファシリテーター：社会変化については、皆さんにキーワードを選んでもらい、事務局で文章化するやり方で進める。各自2～3つ選んでほしい。

参加者：円安、産業の地盤沈下、自治体間競争が始まってしまう（リーディング自治体である港区が牽引）←「リーディング自治体」は、めざすべきまちの姿のキーワードになる。大型再開発の乱立、人材確保難、高齢化、企業主体の区ではなく区民主体、区民の流入

○実現に向けた課題

（第2回会議の内容を踏まえファシリテーターがまとめた「実現に向けた課題」）

- ・スタートアップが育つために、間接業務の効率化、資金調達を含めた経営ノウハウの支援が必要
- ・家賃が高く企業が集まりにくい
- ・港区の多様性を理解し、企業同士や産官学の交流がない
- ・港区のリソース（飲食店など）でいつでも交流できる場があるが認知されていない
- ・港区に移動するメリットがあっても認知されていない可能性がある
- ・世界に目を向けた方向性やテーマを設定すべきではないか
- ・港区の特色（水辺、娯楽、文化）を産業で生かす活動をする必要がある

参加者：産官学の交流はないのか。少ないとか、認知されていないということか。

事務局：仕掛けはやっているし、情報発信もしている。交流が多いか少ないかの判断は皆さん。

参加者：交流の場とは、この産業振興センターではないのか。開設から間もないが活用されている

テーマを設定すべきではないか？」

②スタートアップが生まれる環境があり、世界に羽ばたく挑戦ができる。

⇒「スタートアップが育つために間接業務の効率化、資金調達を含めた経営ノウハウの支援が必要」、「家賃が高く、企業が集まりにくい」

③企業同士や産官学・住民も分野や規模を超え、互いを認め合い、得意分野をいかした連携ができる

⇒「港区の多様性を理解し、企業同士や産官学の交流が少ない」、「港区のリソース(飲食店など)でいつも交流できる場があるが認知されていない」

○施策の方向性 ○具体的な取組 ○参画と協働の推進

ファシリテーター：「スタートアップ支援」の「具体的な取組」から確認する。

参加者：スタートアップ統合機構は残した方がいいのでは。

参加者：中小企業支援機構というところがあり、そこで行っている支援もあると思う。

ファシリテーター：スタートアップのまち宣言、大企業がスタートアップ支援に取組む、中小企業の第2創業(再生)も支援があれば問題は解決するというところで良いか。

ファシリテーター：「スタートアップ支援」の「施策の方向性」について確認する。

参加者：スタートアップ統合機構、コンペ港区包括的サポートは、「具体的な取組」に移動。

ファシリテーター：施策の方向性は何か。

参加者：港区がスタートアップ企業の具体的な障壁をクリアする、という表現でどうか。

ファシリテーター：「参画と協働の推進」について確認する。

参加者：ここに記載されている以外に副業でも良い。

ファシリテーター：続いての「情報発信」は手段なので、いったん置いておくことで良いか。

参加者：(了承)

ファシリテーター：「マッチング・交流」の<施策の方向性>等について確認する。

参加者：抽象性と具体性のバランスはいいと思う。

参加者：Online Academy Showcase の内容について、企画書を後日送る。半分は遊びの要素を入れることが重要。港区が面白い取組をすることで人をひきつけるができる。

参加者：これはスタートアップ支援の取組ではないのか。

参加者：学生だけではなく、これはマッチングや交流の取組。

ファシリテーター：「デザイン」の<施策の方向性>に等について確認する。めざすべき姿①に対する取組としてどうか。つながりが薄い。

ファシリテーター：デザイン特区の意見はここに該当する。港区に移動してくるメリットになるのでは。

参加者：区内にある企業や学校等を含めて一緒になって何かできるとよい。港区の特性(ウォーターフロント)を生かす。企業と港区がコンペなどをやって世界に発信していくイメージ。フォレストシティも似ている。

ファシリテーター：このとき点で違うと思うものはあるか。

参加者：水の都を生かしたが網掛けになっている理由は。

事務局：まちづくりの話と考えたため網掛けとした。

(メンバーの意見を踏まえて整理した状態)

■「スタートアップ支援」 ※めざすべき姿②に対応

施策の方向性

港区が(スタートアップや中小企業の)具体的な障壁をクリアする

具体的な取組

スタートアップの街宣言／大企業がスタートアップ支援に取り組む／中小企業の第2創業(再生)も支援／メディアや広告業者に協力してもらって、区内企業、区内で起業したい人に知ってもらう(←情報発信列から移動)

(保留)以下2点は中小企業支援機構でやっている部分を踏まえ、提言を検討

- ・港区コンペ(スタートアップの)包括的サポートを募集する
- ・スタートアップ統合機構(組合)⇒間接業務等をやってくれる

参画と協働の推進

統合機構への積極参加／各種申請代行・簡易化／区民が起業をお手伝い←シニア活用(総務、人事)／副業でも良い

■「マッチング・交流」 ※めざすべき姿③に対応

施策の方向性

経験ある大人とチャレンジしたい若者が交流できる／地場産業、商店街とスタートアップのマッチング
ビジネスの出会い(+刺激)が多いまちにする／住んでいると自然とコミュニティが形成されるまち

具体的な取組

実現するための産学連携

(具体例)Online Academy Showcase(オンラインサイト)

- ・チャレンジしたい人(区内在学学生)が考えた新産業ショーケース。
- ・採算性よりも面白さ、ユニークさを重視し、企業や団体とマッチングする。

参画と協働の推進

協働プラットフォームの構築／英語力(学生)／海外都市とつなぐ、海外向けのつなぐ、大使館／
区民の困りごとを知らせる⇒ビジネスのヒントに

■「デザイン」「その他」 ※めざすべき姿①(保留中)に対応

施策の方向性

世界に誇れる／SOHO 的ライフスタイルが実現できる／SDGsなど進んでいる

水の都を活かした産業

具体的な取組

SDG`s×娯楽で区民参加(港区が引っ張る)／魅せる産業×環境(運河等会議室ではない)／

食文化を世界に発信(ex 港区ブランドの五つ星)※情報発信列から移動／

ウォーターフロントデザイン特区(コンペ・アワード形式)

(補足)区内にある企業や学校等を含めて一緒になって何かできるイベント。港区の特性(ウォーターフロント)をいかしたもの。企業と港区がコンペなどをやって世界に発信していくイメージ。

4 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行った。

(閉会)

リーダーが第5回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第6回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年12月9日（金）18時30分～21時00分

会場：札の辻スクエア8階 活動室

メンバー：4名（オンライン1名）欠席5名

事務局：対応部門関係課長2名（産業振興課長・観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 第6回グループ会議の進め方について
- 2 テーマ2「都市観光の充実」のまとめ
- 3 テーマ3「シティプロモーション」のまとめ
- 4 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1	第5回グループ会議 会議録
2-1	テーマ2「都市観光の充実」
2-2	テーマ3「シティプロモーション」
参考資料1	提言の構成について
参考資料2	前回提言書

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第6回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

1 前回（第5回グループ会議）の振り返り

事務局より配布資料等の確認、第5回グループ会議の振り返りを行った。

2 第6回グループ会議の進め方について

チェックイン

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

事務局：時間短縮のため、将来像と社会変化については事務局でまとめてよいか。

参加者：承諾

3 「都市観光の充実」に関する議論

ファシリテーターより、提言をまとめるに当たっての粒度の説明を行った。

「都市観光の充実」について意見のまとめ作業を行った。

(以下、意見要旨)

(1) 情報発信のカテゴリー

参加者：前回は伝えたが、資料2-1の一番左の項目については、シティプロモーションに移すのが良いのではないかと

ファシリテーター：資料2-1の一番左の項目については、シティプロモーションに移すこととする。

(2) 「交流」のカテゴリー

○実現に向けた課題

(第3回会議で皆様からいただいた「交流」のカテゴリーの<実現に向けた課題>の意見)

・地域の神社や商店街のお祭りやイベントが少なくなっている。

⇒他のまちからの人のコミュニケーション

・観光客に冷たい。無関心な区民、店、公共施設

・観光客、住民、ビジネスマンの分断（交流不足）

⇒六本木では、観光に来ている人、働いている人、住んでいる人で、人種が違い過ぎる。住民は観光客に対してウェルカムではない。

・観光ニーズと住民ニーズの差

⇒東京タワーは（観光として）象徴であるが、住民と温度差がある。

・各国文化のコンテンツ化が十分でない。

⇒各国コミュニティはあるけれど、外向けではない。

・まちの商店街等への流れが少ない。

ファシリテーター：「他のまちからのコミュニケーション」から「東京タワーは（観光として）象徴ではあるが、

住民と温度差がある」までを一括りにして、「観光客、住民、ビジネス（事業者）の交流が無く、互に関心がない。」という内容でまとめることでどうか。

参加者：承諾

7月31日：「各国文化のコンテンツ化が十分でない」、「各国コミュニティはあるけれど、外向けではない」「まちの商店街への流れが少ない」については、「各国の文化があるのに、観光の魅力として活用できていない。」とまとめることでどうか。

参加者：各国文化のコンテンツ化が十分でないというのは、港区ではなく、日本全体の話をしている。ただ大使館があるというだけなので違和感がある。

参加者：色んな大使館があって国際性を感じられることが、港区の一つの特色だという意味である。国際的な雰囲気を港区に来ると味わえる。そういう良さがある。

7月31日：提言にするとして課題とするか。課題とした場合、これに対する解決策を検討することになる。

参加者：個人的には、各国の大使館があることと、積極的にPRしていく価値があるのか。

参加者：他のグループで国際交流のテーマがあったので、そちらでやればいいのか。都市観光の分野では扱わなくていいのではないかな。

参加者：課題ではあるが、改善したところで利用できるか明確ではない。

参加者：ワールドスタンプラリー等で利用すればいいと思う。

参加者：大使館を利用するのは、簡単ではないので、取り扱わなくてもいい。

参加者：まちの商店街の流れが少ないというのは、各国文化のコンテンツ等と一緒にするのは違うと思う。

7月31日：各国文化の話と、商店街の話は分けることとする。地域の神社や商店街のお祭りやイベントがなくなっている」と「まちの商店街への流れが少ない」は一緒にすることで、「地域のイベントに観光客が訪れていない」という括り方ができる。

参加者：イベントではなく、日々来ていただける環境作りをしていく必要がある。

参加者：イベントと日々来ていただける環境作りの両方が大切だと思う。

7月31日：交流という意味で、日常も大事だし、名物イベントも意識をすると、どちらも大事とするか、どちらかを大事にするか。

参加者：観光客とか集客させるためのネタがイベントだとすると、ネタとしてあまり大きな影響を与えないのではないかと感じる。「イベント・その他」のカテゴリーに統合させるのはどうか。商店街のイベントは観光には役立たないということであれば、重点化する必要はないのではないかな。

7月31日：交流については重要でない、若しくは全体として重要ではないということか。

参加者：交流は重要だが、観光に有用なものなのかと考えたときにイベントと統合するのが良いのではないかな。

参加者：イベントが無くても観光客がたくさん集まるまち。そういうまちづくりが必要になるのではないかな。

参加者：それがイベントで出来るのであれば、イベントの方に合併させればいいのか。

参加者：イベント以外のベースということも商店街の活性化のために必要なのではないかな。

参加者：それも大切だが、観光に役立つのかと考えたときに統合していいのではないかな。

7月31日：「都市観光の充実」のテーマにおいて、交流というカテゴリーの中でイベントが必要かどうか。

参加者：交流は抽象的であり何か分かっていなかったがどういうことか。

7月31日：のちにてでくるが、観光客、区民、事業者等を含めて交流した方が都市観光の充実につながるという意味。

参加者：それは温かいまちづくりということで、観光客だけでなく、地元の人が日常生活で楽しみながら観光客と交流するような環境がいいのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 整理するとこのままの状態で行くのか、「イベント・その他」のカテゴリーに統合する、若しくは「交流」「イベント・その他」を全て括る。どの案にするか。

参加者：施策の方向性が決まれば必然的に決まっていくのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 一旦現状のまま「観光客、住民、ビジネスマンの交流がない」という課題に対しての取組ということで整理しておく。

○施策の方向性 ○具体的な取組 ○参画と協働の推進

(第3回会議で皆様からいただいた「交流」のカテゴリーの＜具体的な取組＞の意見)

- ・ 区民と観光客が交流できる施設、会食の場（レストラン）演劇など
 - ・ インバウンド観光客との交流の場をつくり多様な文化を受け入れる土壌をつくる
 - ・ 区民、区内業者とのナイトタイムエコノミーの推進評議会をつくる
 - ・ 区民、区内事業者と消費アップ策の協議会をつくる。
 - ・ 生活文化交流会館での夜の催しを毎月行う
 - ・ 地域のイベントの活性化を支援する
- ⇒町内会、祭の活性化を支援するのはどうか。
- ・ 港区が好きだけど、観光に来ている人に対してありがたいという思いは無い気がする。京都は、観光に来ている人へありがたいという思いを持っている気がする。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 交流の場というのは、いろんなものがつながる場であるという意味と理解している。交流の場を用意することが、課題の解決方法となるかどうかという目線で見て欲しい。

参加者：交流というのは、新しい場所をつくる必要はなく、地元の方が行くようなお店に外国人が気軽に行けるように案内をするのが良いのではないか。

参加者：交流の場といったのは、地元の人が集まって飲んでいる場所、区民会館のような場所のこと。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 皆さんの中で交流の場の解釈が違うということを確認した。

参加者：新しく作らなくてもいいのではないかと。用意された場で港区民が外国人観光客と会話をすればインセンティブが入るなどの取組をすればいいのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 交流の場については、普段の日常生活と用意された場の二つともあると交流が促進されていく。

参加者：生活文化交流会館とは、ナイトタイムエコノミーに活用できるのではないかと。思った。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 用意された施設については、既存の施設を活用して交流を図ればいいのではないかと。いうことか。

事務局：観光主体で既存施設でのイベントを行うというのは所管的にもどうかと思い、網掛けにした。

ｱｯｼﾞﾀｰ: とりあえず記載をしておいて、後から落とすということは可能か。

事務局：後から落とすことが可能であれば確認しておく。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 住民とインバウンド観光客の交流の場を区や民間の施設を活用して行うとしておく。

参加者：郷土歴史館を改修等して、飲食をできる場を設けることで交流が促進できるのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: リソースは民間でも、行政であっても交流の場を作り出すということ。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 続いて消費額アップ策の協議会をつくるについては、一旦保留として良いか。

参加者：まちの居酒屋を紹介するチラシを配るなどの取組をと思い提案したが、より具体的な方法はまだ考えられていない。

7月7日：保留とする。

7月7日：「参画と協働の推進」については、交流の場の洗い出しなど今確認できたのでOKとする。

参加者：ここに記載されている以外に副業でも良い。

(3) 「環境づくり」のカテゴリー

○実現に向けた課題

7月7日：「環境づくり」という意味は、観光客が知る、くつろげる、楽しめる環境づくりということで解釈している。

参加者：網掛け（けばけばしい看板が多い）の理由について、教えていただきたい。

事務局：観光の分野で看板等を規制するのは難しいという理由から。

参加者：区として規制することが難しいのか。

事務局：景観の問題なので、観光の分野としては難しいということ。

(第3回会議で皆様からいただいた「環境づくり」のカテゴリーの<実現に向けた課題>の意見)

①外国人対応が不十分なお店・施設

⇒コロナで自分の生活に閉じこもりがち

⇒お店の椅子やトイレが外国人サイズでない

・英語表記の案内、看板が極めて少ない

⇒初めての訪日の方向けに少ない

②区の歴史、文化が調査、把握されていない

⇒単発的にはあるが系統だっていない。博物館は外国人に人気がある。知的好奇心をかきたてる。

・外国人対応が不十分

・英語対応が可能な店舗は店舗リストや施設リストにする

③ナイトタイム過ごせるサービス商品ない

・ディナーの後のおたのしみ

・コト消費につながるサービスが少ない

・コンサート、催しもの食べ終わったあとのとき間・終電

・音楽、ダンス、スポーツバー

7月7日：外国人対応が不十分なお店・施設とあるが、そういった場所が多いということではいか。

参加者：その認識で問題ない。

7月7日：網掛け（区の歴史、文化が調査、把握されていない）については、知的好奇心のとき間軸で歴史を感じられることを線でつなげて観光を楽しみたいということだと思う。単発的で系統だっていないという問題点として挙げられているがどうか。

参加者：系統だっていないとなっているがそこまで系統だっていないものなのか。

参加者：増上寺などは歴史があるので、系統はあると思う。何をもちて系統が無いとしているのか。

参加者：観光客というのは、飲食等だけでなく、好奇心をもって博物館とかに足を運ぶ、その場合に港区には、美術館とかあるのか、面白いものを見たいと思うはずである。

7月7日：系統だっていない、単発的になっていると感じるので、この単発になっているのが、歴史、文化、飲食等でつながってコト消費になり観光に役立つということによろしいか。

参加者：港区は、日本の歴史の中でどういった経緯を辿ってきたのか、知的好奇心がある人は調べ

と思う。

7アソシエーター：環境づくりの問題点として以上の内容を挙げるといいでしょうか。

参加者：具体的な策が現実的かどうか

7アソシエーター：後ほど、議論していく。

7アソシエーター：②の外国人対応が不十分は①に吸収できる。

7アソシエーター：外国人向け接客講座の開催（網掛け）と英語対応が可能な店舗のリスト化については、取組のため一旦除外する。

7アソシエーター：ナイトタイムを過ごせるサービス商品がないについては、3つ目の問題点にするのか。

参加者：それで問題ない。

7アソシエーター：ディナー後のおたのしみは③の文に吸収させる。

7アソシエーター：コンサート、催しもの食べ終わった後のとき間・終電もナイトタイムに含めることとする。

○施策の方向性 ○具体的な取組 ○参画と協働の推進

7アソシエーター：「環境づくり」の＜具体的な取組＞から確認する。

（第3回会議で皆様からいただいた「環境づくり」のカテゴリーの＜具体的な取組＞の意見）

・観光客向け、文化・歴史博物館の設立

・子ども向けの遊び場をつくる（住民もうれしい）

・一定の地域の景観を統一する（色調など）

⇒ヨーロッパの観光地のように

⇒のぼりは立てないで等のルール

・住民が誇れる新観光スポットの創出（歴史、文化、技術など）

・区内の案内のユニバーサル化

⇒一部地域は十分だが、新橋など一部地域は不十分ではないか。

・地域の案内表示を多言語かつ歴史解説を追加※芝パークタワー近くの薩摩の道等

・ナイトタイム推進デー（毎週金曜とか）をつくる

・夜のパトロールを増やす

・安心して遊べる区域を区切る

・ディナー後のおたのしみ

・音楽、ダンス、スポーツバー

・タクシーが高い、夜遊べない⇒クーポン発行（例：会津のタクシー補助）、決まった日だけ始発を早くする

・ハイセンスな観光客が来れば全体のレベルが上がる

⇒センスが高い人を対象とすると全体のレベルがあがるのではないか

参加者：文化・歴史博物館の設立については、既にあるので、周知が出来ていないのではないか。

観光客向けになっていないのではないか。

参加者：観光客は子ども連れが多いので、子ども向けの遊び場があるというのは、観光地として鍵となると思う。

7アソシエーター：遊び場が網掛けになっているのはどうしてか。

事務局：子ども向けの遊び場を作り出すというのは、所管が異なると思われるため、網掛けしている。

ｱｯｼﾞﾀｰ: ファミリーで来た観光客が楽しめる環境をつくることで観光の発展に起因するのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: ナイトタイム推進デーも網掛けになっている。ナイトタイム推進協議会と合わせて確認だが、網掛けになっている理由は何か。

事務局: ナイトタイムの推進協議会については、事業が補助金形式になるまでは開催していた。今年度から補助金形式となり、推進協議会を開催しなかったという経緯がある。

参加者: ナイトタイム推進協議会はやるべきだと思う。補助金でやっているキャンドルナイトとかは、ナイトタイムエコノミーとは全然違うと思う。ナイトタイムを推進するためには、協議会を作って行っていくべき。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 協議会を発足してやりたいことは何なのか。

参加者: 催しづくりとか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: ナイトタイムエコノミーのため交通手段の整備やイベントデーを設けるということでしょうか。

参加者: その内容で問題ない。

ｱｯｼﾞﾀｰ: ハイセンスな観光客が来れば全体のレベルが上がるとあるがこれはどうか。

参加者: 文化レベルが高い人など、インバウンドでくる観光客のターゲットを絞るのがいいのではないかという意味で入れている。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 「参画と協働の推進」については、どうか。

参加者: 特になし。

(4) 「イベント・その他」の 카테고리

ｱｯｼﾞﾀｰ: 「イベント・その他」の<実現に向けた課題>から確認する。

(第3回会議で皆様からいただいた「イベント・その他」の 카테고리の<実現に向けた課題>の意見)

- ・物価高(対国内)
- ・名所を増やすには、コストがかかる⇒名物をふやす
- ・港区でしか、そこでしか食べられないものをつくる。
- ・観光客向けの地域クーポン

ｱｯｼﾞﾀｰ: 「イベント・その他」の名物の話について他でもでてくるので、イベントと名物を一括りにしてよいか。名物に着目して問題点を整理していくか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 港区でしかできないものが必要で、その前の取組のところで港区グルメを作ろうということと大使館グルメ等が解決策になるのではないか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: クーポンについては保留する。

○施策の方向性 ○具体的な取組 ○参画と協働の推進

ｱｯｼﾞﾀｰ: 「イベント・その他」の「具体的な取組」を確認する。

(第3回会議で皆様からいただいた「イベント・その他」の 카테고리の<具体的な取組>の意見)

- ・観光客向けの地域クーポン
- ・屋形船の活用
- ・歌舞伎、芸能を活用する(伝統芸能)
- ・エンターテインメント財団を創設する

- ・海外観光客への対応を改善した店、施設へのインセンティブ（コロナ対策のように）
- ・名所を増やすためにはコストがかかる⇒名物を増やす
- ・他区とも連携しつつ、飲食は港区に誘導するメニューをつくる
- ・港区グルメ⇒区が主催するコンテスト
- ・区外への流出禁止ルール決め
- ・港区祭⇒世界にアピールできる祭の主催、夜通し楽しめる環境づくり「夜に強いまち」PR
- ・風営法でクラブがだめ？
- ・J N T O（日本政府観光局）への積極関与、外国の事務所

7/31リポーター：他区とも連携しつつ、飲食は港区に誘導するメニューをつくる、は、観光するときは他区に行ってもいいけど食事をするなら港区に来てもらえるようにということ。

7/31リポーター：区外への流出禁止ルールは難しい。

参加者：港区祭については、すぐには難しいと思うが、何年とかけてやるといいものができると思う。

7/31リポーター：港区独自のグルメやイベントをつくるというよりは、長期的に育成していく認識でよろしいか。

参加者：1回で成功するのは難しいので、長期的な育成が良いと思う。

7/31リポーター：J N T Oについては、プロモの方に移す。

7/31リポーター：＜参画と協働の推進＞については、事務局でまとめる。

参加者：祭はプロに企画をしてもらってやるのが良い。アイデアが出て素晴らしいものができると思う。

4 「シティプロモーション」に関する議論

「シティプロモーション」について意見のまとめ作業を行った。

（以下、意見要旨）

（1）「情報発信」のカテゴリー ※都市観光の充実から移動

○実現に向けた課題

（第3回会議で皆様からいただいた「情報発信」のカテゴリーの＜実現に向けた課題＞の意見）

- ・アンバサダー又はセレブリティ（タレント）によるPR
- ・外国人向けインフルエンサー作り

⇒V I S I T J A P A Nでは、人気ブロガーに日本の有名観光施設を紹介させていた。それで、多くの観光客を

呼び込んでいた。港区も独自で実施するのはどうか。

⇒外国の旅行会社を港区に呼び込み、旅行会社に港区を紹介してもらう。

- ・ホテルのコンシェルジュに港区の魅力を伝えるプレゼンの実施。
- ・勝手に来る仕組み
- ・空港やターミナルに具体的な情報機能がない。

7/31リポーター：アンバサダー又はセレブリティ（タレント）によるPRについて、有名人、インフルエンサーなど影力のある人によるPRができていないという理解でよいか。

7/31リポーター：欠席者よりコメントをいただいており、注目度の高さを重要視してほしいとのことなので注目度の高さというキーワードを入れたいと思う。

参加者：アンバサダーから、外国の旅行会社を～については、課題とまで言わないので、施策の方向性の項目に移してほしい。

ｱｯﾘｰﾀｰ：基本的に課題があって施策があるという書き方にまとめたかったので、これが施策だということも分かるが、裏返したものを課題として書いておきたい。

参加者：だとすればシンボルが不足しているという課題にすると良いと思う。

ｱｯﾘｰﾀｰ：そうしたら具体的な取組に挙げていただいたものを移動する。

参加者：了承

ｱｯﾘｰﾀｰ：ホテルのコンシェルジュに港区の魅力を伝えるプレゼンの実施と、空港やターミナルに具体的な情報機能がないについては、まとめることとする。

ｱｯﾘｰﾀｰ：観光施設やターミナルで港区の魅力を伝えられるということでまとめたが、どうか。

参加者：新橋とか田町に観光の案内するものがないのでいいと思う。

ｱｯﾘｰﾀｰ：勝手に来る仕組みについては、抽象度が急に高くなってしまっているが、提言内容として問題視するか。

参加者：確かに抽象的すぎるけど提言できるにこしたことはない。

○施策の方向性 ○具体的な取組 ○参画と協働の推進

ｱｯﾘｰﾀｰ：具体的な取組についてまとめていく。

(第3回会議で皆様からいただいた「情報発信」のカテゴリーの<具体的な取組>の意見)

・アンバサダー又はセレブリティ(タレント)によるPR

・外国人向けインフルエンサー作り

⇒V I S I T日本では、人気ブロガーに日本の有名観光施設を紹介させていた。それで、多くの観光客を呼び込んでいた。港区も独自で実施するのはどうか。

⇒外国の旅行会社を港区に呼び込み、旅行会社に港区を紹介してもらう。

・V I S I T日本の施策の応用。現地インフルエンサーに港区を紹介してもらう。

・同じくV I S I T日本から現地有力旅行サイトに港区の名所掲載

・同じくV I S I T日本から外国の旅行会社を港区に招待し、旅行商品をつくる

⇒それで、多くの観光客を呼び込んでいた。港区も単独で実施するのはどうか

・「夜強いまち」としてPR

・「安全に遊べる店」が分かるようにする。

・多言語情報ツール(YouTube等)の制作

ｱｯﾘｰﾀｰ：アンバサダーと外国人向けインフルエンサー作りのふたつが具体的な取組としてV I S I T日本関連の話も同じ考えでよろしいか。

参加者：同じものにとらえていただいて問題ない。

ｱｯﾘｰﾀｰ：夜強いまちについては、ナイトタイムエコノミーの話になるか。

参加者：ナイトタイムエコノミーの話になる。

ｱｯﾘｰﾀｰ：今、問題として挙がっているのが、魅力を伝えられていないということなので、話がかみ合っていない状態になっている。

参加者：港区自体が国内でも海外でもそもそも認知されていない。

ｱｯﾘｰﾀｰ：実際にどのような取組をしていくのかというと多言語情報ツールで魅力をPRする。

参加者：簡単な地図を作成するのもいいと思う。

- ・ 口コミ、リツイートを増やす⇒映え作り、丁寧な発信
- ・ SNS、映えスポット来た人に発信してもらえるように（シンボル、SNSなど）
- ・ テレビロケ、アニメの聖地を更に有効活用←宣伝されていない
- ・ アートデザインシティMINATO（美術館、デザイン関連の企業が多くある）
- ・ 港区グッズの区民配布（いやらしいやつ）
- ・ 「港区」であることを認知させる
- ・ シンボルマークのPRによるアピール
- ・ シティプロモーションに取り組むプロジェクトチームをつくる
- ・ PRパンフレット、小冊子、観光案内スポット（人がいる）
- ・ PV案 DJデヴィット・ゲッタの招致 六本木ヒルズの屋上でDJ
- ・ 港区のウリを決める
- ・ まずはターゲットをしぼる⇒幅広すぎる
- ・ とことんかっこよくやる⇒港区のLINEに魅力がない（ダサイ）
- ・ 飲食店の幅広さをアピール（高級⇔庶民的）

7/27リポーター：強みを発信するという意味合いで、例えばSNS、テレビロケ、シンボルマーク、飲食店等を発信などがあるということで、一括りにするのはどうか。

参加者：世界最大の旅行情報サイトで港区の内容を投稿してもらうのが良いのではないか。

7/27リポーター：DJデヴィット・ゲッタの招致については、先ほどのアイコン的な存在の方と通じていると思うので、一括りにする。

（3）「港区ならではのモノやイベントをつくる」のカテゴリー

○実現に向けた課題

（第3回会議で皆様からいただいた「港区ならではのモノやイベントをつくる」のカテゴリーの＜実現に向けた課題＞の意見）

- ・ 「ナイトライフ（食、遊、泊）は港区」のコンセンサス作り
 - ・ 「ナイトライフは港区」に参画するパートナー（飲食業界、遊業、ホテル業）選び
 - ・ 再開発による観光資源の消失
 - ・ 各区間の競争に耐えられるような区内のアイテム、名所を強化
 - ・ 港区産、文化、食品、衣服、IT製品⇔地方との連携？
 - ・ 世界と戦えるNO.1は？ なんでもあるからこそ、何が強いかわからない
- ⇒ハワイには何回もいきたい、エッフェル塔は何回も登りたい、そう思えるような強みが分からない
- ・ 港区のシンボルは東京のシンボルとして認知されている
 - ・ どこからどこまでが港区なのかが、区民でもわからない
 - ・ お金がかかる娯楽が多い
 - ・ アイデンティティ精神がない＝港区愛（秘められた可能性はあるかも？）
 - ・ イベントでシティプロモーション

参加者：一つ目と二つ目については、具体的な取組に移動をしてほしい。

7/27リポーター：3つ目、4つ目については、保留する。

7/27リポーター：世界と戦える～については、港区の強みが分からないということで、残しておく。

7/27リポーター：港区のシンボルは～については、先ほどの内容に一括りにする。

7/27リポーター：どこからどこまで～については、取り扱わない

ｱｯｼﾞﾀｰ: アイデンティティ～については、どうか。

参加者: 港区は歴史的な側面など色んな面で把握されていなくて港区民のアイデンティティが無い。

参加者: 先程の都市観光の話で出てきた区民の参画の話よりないがするので、プロモーションではないと思う。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 取り上げないこととする。

ｱｯｼﾞﾀｰ: イベントでシティプロモーションについては、課題ではなく実施事項となる。

○具体的な取組

(第3回会議で皆様からいただいた「港区ならではのモノやイベントをつくる」の 카테고리의の<具体的な取組>の意見)

- ・「ナイトライフ(食、遊、泊)は港区」のコンセンサス作り
 - ・「ナイトライフは港区」に参画するパートナー(飲食業界、遊業、ホテル業)選び
 - ・シンボルマークを区民に周知し港区愛を育てる
 - ・「ナイトライフは～」の議会承認、予算化⇒ちゃんとしたプロモをするために必要
 - ・分野に卓越したパーソナリティの活躍
 - ・現有ナイトライフ+更に強みを考える
 - ・ロゴをもっとさりげなく大胆に使う
 - ・港区TV、新聞、港区発の食品、ワイン、スタートアップ商品製品
 - ・高層ビル群による光のショー的なのをやる
- ⇒港区を印象に残す
- ・ゆくゆくは目玉になるイベントを
 - ・「港区」という土地柄をいかした取組

ｱｯｼﾞﾀｰ: ナイトライフ～の議会承認～は、上の二つに連動するので残す。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 分野に卓越した～はインフルエンサーの話に括るため、一旦残す。

ｱｯｼﾞﾀｰ: ロゴを～については、一旦保留とする。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 港区TV～については、このテーマではないのではないか。

参加者: 現実的に港区TVとかは実現できるのか。

参加者: 今は難しいと思うが、ゆくゆくはケーブルテレビなどで出来るのでは無いか。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 行政がテレビや新聞をやっていくという認識でいいのか。

参加者: 民間が行うのに助成をしてやっていく。

参加者: 民間は今のとき代乗ってこないと思う。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 下の協働とかに入ってくるということでよろしいか。

参加者: ケーブルテレビで番組を現在やっているが、規模をより大きくして、独立して、たまには区政などを批判出来るような番組をつくるのが良いと思う。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 強みに紐づけて記載を検討する。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 高層ビル群による～は強みに入れる。

ｱｯｼﾞﾀｰ: 最後は、抽象度が高いのでスキップする。

(4) 他区(自治体)との連携・競争」の 카테고리

○実現に向けた課題

(第3回会議で皆様からいただいた「他区(自治体)との連携・競争」の 카테고리의の<実現に受け

た課題>の意見)

- ・都、他区との連携
- ・連携と競走（水のつながり）

アドバイザー：港区として特性を活かせていないという認識でよいか。

参加者：観光資源としてないということか。

アドバイザー：観光資源としてはあるけど、活かしているかどうかということか。

アドバイザー：残すのであれば、特性を活かしきれていないということで残すが、残さなくても良いか。

参加者：承認

アドバイザー：都や他区との連携については、連携が出来ていないということで残しておく。

5 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行った。

(閉会)

リーダーが第6回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第7回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和4年12月23日（金）18時30分～20時30分
会場：札の辻スクエア8階 活動室
メンバー：6名、欠席4名
事務局：対応部門関係課長2名（産業振興課長・観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 第7回グループ会議の進め方について
- 2 テーマ1「産業の創生・再生・発展」のまとめ
- 3 テーマ2「都市観光の充実」のまとめ
- 4 テーマ3「シティプロモーション」のまとめ
- 5 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1-1	テーマ1「産業の創生・再生・発展」提言書（案）
1-2	テーマ2「都市観光の充実」提言書（案）
1-3	テーマ3「シティプロモーション」提言書（案）
2	第6回グループ会議 会議録

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第7回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。

事務局より配布資料等の確認、第6回グループ会議の振り返りを行った。

参加者：議事録11ページの修正。ナイトライフは港区という4か所に「」をつける。

1 第7回グループ会議の進め方について

チェックイン

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

2 テーマ1「産業の創生・再生・発展」のまとめ

○将来像について

ファシリテーター：将来像について、統合案で良いかどうか。

参加者：統合案で良い。

ファシリテーター：提言書のうち、網掛けの部分は、皆さんで検討して選んでほしい。

【①～③ 統合案】

世界的な企業から地域の中小企業、スタートアップなど様々な主体が連携しながら（経済を活性化 or 新たな価値を創造 or 産業を活性化）するとともに、それらを担う多様な人材がお互いに（刺激しあえる or 影響を与えあう or 相乗効果を生み出す）まち

参加者：「新たな価値を創造し、経済を活性化」で良いと思う。下段は、3つとも掲載して良いと思う。

参加者：テーマは「産業の創生・再生・発展」であり、それに対応しているかが重要。

参加者：世界をリードする自治体というのは、めざすべき姿として良い将来像だと思うので、「世界をリードする」という言葉を、統合案に入れられないか。

参加者：今時点で世界をリードする自治体ではないというのを鑑みると、「そこを目指して～」というのを冒頭につけることで、目標感が伝わって、その後ろに具体的なプロセスが繋がりがやすいのではないか。

参加者：後段3つは、意味を整理して、重なるものは削った方がいいのではないか。刺激し合えると影響を与え合うは同じではないか。

参加者：同意

ファシリテーター：「刺激しあい、相乗効果を生み出すまち」と記載してはどうか。

参加者：了承

(意見を踏まえた修正案)

世界をリードする都市を目指し、大企業から地域の中小企業、スタートアップなど様々な主体が連携しながら新たな価値を創造して経済を活性化するとともに、それらを担う多様な人材がお互いに刺激し合い、相乗効果を生み出すまち。

○社会変化

参加者：「乱立」はネガティブなイメージのため、大型再開発の「ラッシュ」という表現でどうか。

参加者：「ラッシュ」もネガティブなため、「継続」はどうか。

ファシリテーター：増えていくことの意味合いもあるため、「ラッシュ」の方が良いのでは。

参加者：了承

○実現に向けた課題

参加者：3つ目の「テーマが不明瞭」というのは不要だし、それに係る説明はいらないのではないかな。

参加者：各まち（自治体）に特徴があるが、港区は特徴が弱いのではないかな。何か、港区ならではの産業を育てるということが、良いのではないかな。

参加者：強みが不明瞭というのは、「伝わっていない」ということで、「テーマが不明瞭」というのは意味が違う。

ファシリテーター：強みが不明瞭ということと、強みがあるけど伝わっていないという二つの意味があり、提言としてどちらかを残すか、それとも両方残すか。

事務局：「産業振興、スタートアップ支援の強みやテーマが不明瞭」という文章の中には、「産業のテーマが絞られていない」というポイントと、「港区の支援の強みが不明瞭」というポイントの二つの要素が含まれている。「産業のテーマが絞られていない」というのは、この後の項目につながらないので、削除してもいいのではないかな。

参加者：課題としては残しておいてもいいのではないかな。

参加者：この後の項目に、既存のリソースとのマッチングの話が出てくる。既存のリソースの中でテーマを絞るということと認識しているが、どうか。

参加者：産業のテーマを絞るというのは、既存のものを対象とせず、長期的な視点でみたときの課題としての意見。

ファシリテーター：「港区の産業のテーマが絞られていない」という点と「港区の支援の強みが不明瞭」という点を課題として提示するかどうかは、一旦保留にして先に進めたい。

参加者：了承

○具体的な取組について

参加者：包括的という表現が曖昧。スタートアップの弱い立場の人が集まるということが一つの提案。

ファシリテーター：表現が限定的すぎないよう、大きな意味で表現しているが、いかがかな。

参加者：包括的なサポートは既にやっている。

ファシリテーター：包括的なサポートについて、() 内に例示するのはいかがかな。

参加者：何か新しいことを言わないと面白い提言にならない。

参加者：「起業した人のセーフティネット」というような、表現はいかがかな。

参加者：チームで議論すると、偏った意見は消えてしまう。そのため、スタートアップに関する統合機構の枠組みづくりなどのとがった意見を残し、新しい提言をすることが大事。

ファシリテーター：具体は載せるが、表現は検討させてほしい。

参加者：言いたいことは分かるが、区が情報をまとめて周知するというのはダメなのか。

参加者：とがった意見がほしい。

参加者：様々な産業・ビジネスのマッチングや交流の促進の一行目について。札ノ辻スクエアなどにおける対面形式だけではなく、「オンラインサイト」という表現を加えてはいかがかな。

参加者：チャレンジしたい若者のビジネスアイデアを企業等に紹介したりマッチングしたりするような、連携を促進する仕組み（オンラインサイト等）を構築する。というのはどうか。

参加者：了承

参加者：地域の中小企業や商店街、地域住民やコミュニティの課題解決を図るために～（略）について、ビジネスマッチングの具体的な例は何かあるか。

参加者：住民が課題を出してそれを企業が技術を用いて解決するようなものを想定している。

事務局：「地域住民やコミュニティの困りごとを集約し、企業・団体とマッチングしてコミュニティビジネスを生む出す仕組みをつくる」という表現はどうか。

参加者：「仕組み」というのは抽象的ではないか。オンラインサイトのように具体性を持たせた方がよいのではないか。

参加者：課題や具体的な取組もイメージできるが、将来像に結びつかない。これを具体的な取組とする場合、根本から考え直さなくてはいけないのではないか。

○参画と協働について

参加者：マッチングに関する業務は、（区民の参加において）間接的なこと以外にもあるのではないか。

参加者：実現に向けた課題の◇の項目について。「世界を先導する都市」「世界をリードする自治体」どちらか。表現を統一したほうがいい。

ｱｯﾘｰﾀｰ：「世界をリードする都市」で統一する。

参加者：了承

ｱｯﾘｰﾀｰ：保留部分は残しつつ、テーマ2へ移っていいか。

参加者：了承

3 テーマ2「都市観光の充実」のまとめ

○将来像について

ｱｯﾘｰﾀｰ：文章に、「区民も」を入れるか。

事務局：区民向けは、この後の「具体的な取組」などの意見がないため網掛けにしている。

参加者：記載せず、「訪れる人々」という表現にして、含められないか。

参加者：観光客だけ楽しむのではなく、区民も楽しむという意味でも、含めた方がよいのではと思う。

参加者：この後の内容について、外国人をターゲットにしている取組になっているように見えるが、区民の要素も入っているため、含めても問題ないのではないか。

○具体的な取組について

参加者：ナイトタイムエコノミーの推進について、協議会等を設置することが必要ではないか。

参加者：そもそも、夜楽しめるところを増やした方がよい。交通手段を増やしてもコンテンツがないと意味がない。

参加者：区立の交流会館を作ってはどうか。例えば区立のワインバー等。

ｱｯﾘｰﾀｰ：交流の場がないから、交流の場を作ろうという話。そこが区立である必要性はあるか。

参加者：区立であることで、区民優先の観光客との交流の場ができるのではないか。

ｱｯﾘｰﾀｰ：区立である必要性が分からない。既存の場を活用すればいいのではないか。

参加者：区が助成して積極的にやっていくという意味。

ｱｯﾘｰﾀｰ：場づくりが大事で、そのために行政の方から支援があった方がよいという位置付けか。

参加者：そのとおり。

参加者：イベントについても色々と案が出ていたので、それも入れればいいのか。また、港区まつりや音楽祭のようなことを行うのも一例。

ワーカー：具体例の記載内容は事務局で検討する。

参加者：了承。

参加者：特産物が食べられる場所があるといい。

参加者：港区独自のではなく、「港区のウリとなる、独自の～」と表現した方がいい。

ワーカー：それ以外に何かあるか。

参加者：特になし。了承。

4 テーマ3「シティプロモーション」のまとめ

○実現に向けた課題

参加者：インバウンドに限らず、国内の上京者が泊まるのは都内であるため、ホテルからの情報発信を強化したほうがいいのではないか。

ワーカー：「具体的な取組」の項目で、観光施設やターミナルで港区の魅力である「ナイトタイム」「博物館・美術館」「ロケ地」等を多言語で発信する。という提案があり、観光施設の中にホテルも含まれており、課題として認識されていると理解している。

○具体的な取組について

参加者：大使館をはじめ、海外駐在機関や外資系企業へのアプローチの必要があるのではないか。

ワーカー：海外インフルエンサーなどと連携したプロモーションの提言がされているので、その中に外資系企業や海外駐在機関などを具体例として盛り込むことで良いか。

参加者：承諾。

参加者：「日本政府観光局」では無く、「観光庁」に修正。

参加者：メディア活用について。ケーブルテレビを見る人は少ないため、具体例として、より多くが見るものを記載した方が良い。例えば、「ソーシャルメディア」はどうか。

ワーカー：「ソーシャルメディア、テレビ番組等のメディア～」と表現してはどうか。

参加者：現実的でないものを提言書に記載するのはいかがか。

参加者：主体は、区ではなく、民間のテレビ局ができるのも良い。

参加者：民間のテレビ局ができるなんてありえない。

事務局：テレビ番組という表記はしないで、含みを持たせるのはいかがか。

参加者：了承。

参加者：主要なスポットに、港区観光情報の案内スポットがあるといいのではないか。それは、単に案内するだけでなく、双方向の情報交換ができるスポットを設置したらいい。有人の観光案内所のイメージ。

参加者：シティプロモーションの理解・認知度向上の意味が分からない。世界の人に理解してもらうということか。

ワーカー：効果的なシティプロモーションの実施、というのはどうか。

参加者：施策の方向性の項目で、「内外」と書いているため、対象者が誰なのか混乱してしまう。

ワーカー：「内外」をイメージして、表現を修正する。

参加者：区内の美術館や博物館に訪れる人が増えるようなシティプロモーションができるといいの

ではないか。観光案内のパンフレットなどはあるのか。

事務局：ある。

参加者：「ナイトライフは港区」の考え方について、区議会でもコンセンサスを取れないかと言ったことを解釈して記載してもらったと思うが、そのニュアンスをもう少し出したいので、「明確に示す。」について、「明確に示す（キャッチコピーを検討）」などと表現を変更したい。

参加者：了承。

参加者：具体的な取組として、「MINATO」が付く施設やイベントを増やす。

コーディネーター：シティプロモーションの具体的な取組でいうと、□に入るイメージか。

参加者：「MINATO」が付く施設を増やすことについて、実現性というところを考えたい。「MINATO」を広めたいわけではないはず。

参加者：それであれば「将来像」の書き方も変えた方が良いのではないか。

参加者：将来像は変えず、「MINATO CITY」というフレーズを「シンボルマークの活用」と関連付けられないか。

コーディネーター：参画と協働の項目で、「シンボルマークの活用」があるが、そこと関連できないか。

参加者：「MINATO」だと、大阪等の自治体の名称と被ってしまう。

事務局：「MINATO CITY」はどうか。

参加者：良いと思う。また、ソーシャルメディアでも、基本的にテキストで検索するため、固有名詞はあった方が良いのではないか。

参加者：了承。

5 その他

事務局より次回の開催日程等の確認を行った。

(閉会)

リーダーが第7回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上

みなとタウンフォーラム
産業・観光グループ（第6グループ）

会議録（第8回）

■開催日時・場所・出席者

日時：令和5年1月13日（金）18時30分～20時30分

会場：札の辻スクエア8階 活動室

メンバー：6名、欠席4名

事務局：対応部門関係課長2名（産業振興課長・観光政策担当課長）、企画課グループ担当2名、サポートメンバー2名、委託事業者2名

■次第

（開会）

- 1 第8回グループ会議の進め方について
- 2 テーマ1「産業の創生・再生・発展」の最終確認
- 3 テーマ2「都市観光の充実」の最終確認
- 4 テーマ3「シティプロモーション」の最終確認
- 5 みなとタウンフォーラム提言式に向けた進め方について
- 6 その他

（閉会）

■配付資料

資料番号	資料名
1-1	テーマ1「産業の創生・再生・発展」提言書（案）
1-2	テーマ2「都市観光の充実」提言書（案）
1-3	テーマ3「シティプロモーション」提言書（案）
2	みなとタウンフォーラム提言式に向けた進め方について
3	提言書発表用資料（案）
4	提言に当たって（案）
5	第7回グループ会議 会議録

■貸与資料

資料番号	資料名
1	港区基本計画・港区実施計画

■会議要旨

(開会)

リーダーより、第8回グループ会議開催に当たっての挨拶及び開会宣言を行った。
事務局より配布資料等の確認、第7回グループ会議の振り返りを行った。

1 第8回グループ会議の進め方について

チェックイン

ファシリテーターより今回の会議のやり方について説明を行った。

2 テーマ1「産業の創生・再生・発展」提言書(案)の最終確認

ファシリテーター：①将来像について。二行にまとめて2段階構成にしている。これは各テーマ共通の書き方。
この内容で良いか確認してほしい。

②実現に向けた課題について。「産業振興やスタートアップ支援に関する港区の強みが不明瞭」は保留にしていた部分。赤字で二つ記載している。残すかどうか検討してほしい。

③具体的な取組について。港区でスタートアップや第二創業を育成していくために、区が間接業務の支援体制構築やビジネスコンペの主催などの施策を行う。について、赤字のとおり提案する。皆様のご意見を聞きたい。

④「様々な産業・ビジネスのマッチングや交流の促進」について。皆様のご意見をふまえ、赤字のとおり提案する。これで皆様の提案と合っているか、確認してほしい。

⑤「様々な産業・ビジネスのマッチングや交流の促進」の三つ目と四つ目は、一つにまとめているが、これでいいか、確認してほしい。

参加者：社会変化について。「円安、燃料費高騰は、」必ずしも悪化することだけではない。そのため、「国内情勢が目まぐるしく変化し、先行きが不透明」に変更してはどうか。

参加者：了承。

参加者：「様々な産業・ビジネスのマッチングや交流の促進」について。「住民」と出てくるため、「区民」に統一した方がいいのでは。

参加者：了承。

参加者：施策の方向性について。「チャレンジしたい若者と～」若者以外にもチャレンジしている人もいる。また、若者と大人が対義語になっていることに違和感がある。もう少し抽象度を上げてもいいのでは。

参加者：「チャレンジしたい人と経験や知見のある人が～」に変更してはどうか。

参加者：了承。

参加者：「区が間接業務の支援体制～」について。それだけではなく、雇用のセーフティネットという側面もあると思う。その意味合いで、「組合」という言葉を使っていた。組合ではなくても、雇用のセーフティネットという言葉は入れるのはどうか。

ファシリテーター：どのような言葉で入れたらいいか。

参加者：スタートアップで仕事を失った人が他の企業に行けるような仕組みといった意味合いの言葉を入れるといいと思う。

参加者：「組合」という言葉を使わせてもらっていたが、抵抗があるようであれば、「雇用のセーフティネット」という表現でも問題ない。

参加者：組合という言葉を入れたいなら、入れた方がいいのではないか。

ファシリテーター：この部分は、具体的に書きすぎるより抽象度を上げた方が区の受け取り方の幅が広がるため、このように提案している。一旦、議論は保留にして次に進める。

参加者：課題の中で産官学の交流が少ないとあったが、「学」が出てこないで「港区の特性や地域資源（例：多様な施設が立地、ウォーターフロント、大学、主要なメディア等）と追加していいか。

参加者：了承

参加者：参画と協働について「スキルを活かして、就労・副業・ボランティア～」とし、（有償）はとる。

参加者：了承

参加者：「ニーズ」を「種」に変更してはどうか。

参加者：了承

参加者、（末尾）発信し、積極的に解決に向けて参加する。に変更してはどうか。

参加者：了承

ファシリテーター：「産業振興やスタートアップ支援に関する港区の強みが不明瞭」のところで、「港区といえど～」を残すかどうか、議論したい。

参加者：課題としては重要だが、一つの事業者等にだけフォーカスを当てるような内容を記載したときに区が対応できるのか。区が対応できなくて、具体的な解決策が出せないのであれば、取った方がいい。

参加者：了承。

ファシリテーター：「様々な産業・ビジネスのマッチングや交流の促進」の二つ目を修正するかどうか。

参加者：現行どおりで良い。表現について、「困りごと」は「課題や要望、困りごと、やってみたいことなど」に変更。

ファシリテーター：一つ確認項目は残っているが、テーマ2へ進める。

3 テーマ2「都市観光の充実」提言書（案）の最終確認

ファシリテーター：具体的な取組のナイトタイムエコノミーについて確認してほしい。

①「検討会」としたところは問題ないか。

②交通手段のための調整

③イベントデーと日を特定してしまうと、その日にイベントができないと無くなってしまいうため、「イベントの充実」としている

参加者：将来像について。「刺激的に感じる」をもう少し表現を変えた方がいいのではないか。

参加者：「刺激的な観光体験」に変更してどうか。

参加者：了承

参加者：「港区の独自性が不足している」の「港区でしか行けない場所」を「港区でしかできない体験（行けない～等）が必要」と変更してはどうか。

参加者：了承

参加者：「行けない場所」とは、どこか。表現を考えた方がいい。

ファシリテーター：「行けない場所」はいったん残し、この後、別の良い表現が出てくれば変更する。

参加者：具体的な取組の「外国人観光客が普段の日本人の暮らしや文化を知る・体験する機会を創出する。」の部分について、港区でわざわざ普段の日本人の暮らしや文化を勉強するのは、今まで「刺激的な」などのワードが出ていた中で急に大衆的な感じがして、違和感

がある。

参加者：「区民の普段の暮らしや文化を知る」はどうか。

参加者：了承

参加者：「〇地元のお店・商店街や地域住民・在勤者と外国人観光客との交流の場・機会を整備」について。「整備」は、すでにあるものに対応することと読める。整備の前に「生み出す」等の言葉を付け加えてはどうか。

参加者：「創出」と表現するのはどうか。

参加者：了承

ファシリテーター：その変更に伴い、他で「創出」が使用されている箇所は「つくる」に変更していいか

参加者：了承

参加者：具体的な取組について。「コンテンツなどを行う。」は文章がおかしい。コンテンツの紹介などを行う。とするのはいかがか。

参加者：新たなコンテンツをつくるというのは必要ではないか。

ファシリテーター：新たなコンテンツをつくるというと、別の趣旨の話になる。「観光コンテンツとして紹介する。」はどうか。

参加者：コンテンツを紹介するだけでなく作って、紹介する必要がある。

参加者：コンテンツを誘致するというのはどうか。

参加者：誘致することは、観光のテーマからズレてしまわないか。

参加者：ファミリーの観光客が来やすくなることも考えて誘致は入れた方が良いのではないかとと思う。

事務局：港区では、区内にある豊富な観光資源を活用した施策を展開しているので、誘致よりは既にあるものをピックアップして紹介する方が現実的かと思う。また、誘致は、既存施設との関係もあるので、難しい部分が多い。

参加者：「観光コンテンツの整備・紹介を行う」でどうか。

参加者：了承

参加者：「イベントの充実」を「港区ならではの多彩なイベント（祭り）の充実」に変更。「遊べる」を「楽しめる」に変更してはどうか。

参加者：了承

参加者：参画と協働について。二つ目だけ「必要に応じて」とあるが不要ではないか。

参加者：了承

4 テーマ3「シティプロモーション」提言書（案）の最終確認

参加者：将来像について。「滞在する人」は「訪れた人」、「ニーズを満たす」は何か別の言葉に変更できないか。

参加者：ニーズだけでなく、「期待」を追加してはどうか。

ファシリテーター：いったん保留にして次に進める。（その後、了承を確認）

参加者：具体的な取組について。「発信には双方向でのコミュニケーションとなるようなものも行う。」について、人を配置する案内所のイメージだったかと思うが。

事務局：札の辻スクエアと東京モノレール浜松町駅に観光インフォメーションセンターを設置しているほか、民間施設4箇所にも設置している。

参加者：そうであれば、その認知度を上げていく必要があると思う。

ファシリテーター：双方向という意味で、インフォメーションセンターではなく、提案のように記載している。
このままでいいか。

参加者：現行どおりで良い。

ファシリテーター：課題として残していた部分に戻る。

5 (再確認) テーマ1 「産業の創生・再生・発展」提言書(案)の最終確認

ファシリテーター：「スタートアップ間の人材移動・転職の支援」「スタートアップ間の相互支援や情報交換などのネットワーク構築」という趣旨の内容はどうか。

参加者：人材移動の支援は内容をクリアに記載した方がいい

ファシリテーター：皆様が言いたいのは、スタートアップ同士で支えあえる仕組みをつくること。人材の支援は、いろいろな要素の一つであるため、ネットワークという言葉で提言されてはどうか。

参加者：雇用保険など既存の制度はあるため、それ以外をつくるとなると、港区がやるべきことなのか。

参加者：例えば、区が10社くらいに紹介して、組合をつくることを支援するというのはどうか。

ファシリテーター：そのような意図が包含されているのが、提案の内容かと思うが、どうか。

参加者：提案内容について、「人材」だけに限定せず、「技術」も追加してはどうか。

ファシリテーター：「技術や人材」ということでどうか。

参加者：了承。

6 みなとタウンフォーラム提言式に向けた進め方について

ファシリテーター：続いて、提言までの進め方について事務局から説明する。

事務局：資料2について説明。

ファシリテーター：発表者の決定に進めたい。

参加者：リーダーが発表者でいかがか。

参加者：了承

参加者：発表の冒頭で、鉄道開通150年に触れていただきたい。

(閉会)

リーダーが第8回グループ会議の閉会を告げ、終了。

以上