

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。

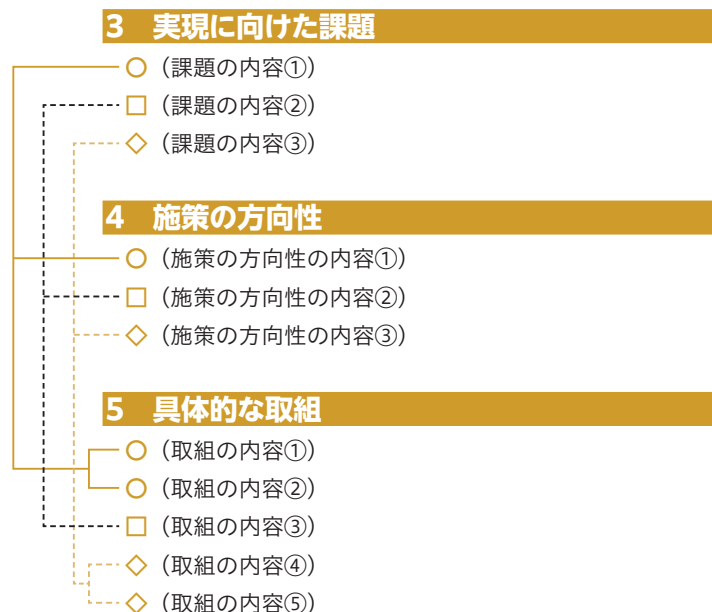
この提言が港区基本計画に反映され、経済や観光分野の施策に少しでも好影響を与えることを祈っております。

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。



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
【地域コミュニティ分野】

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】

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。

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

○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。

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】

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を行う。
- 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・コミュニティ分野】

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】