

平成 29 年度
包括外部監査結果報告書

平成 30 年1月
港区包括外部監査人
公認会計士 谷川 淳

(本報告書における記載内容等の注意事項)

1. 端数処理

報告書の数値は、原則として、金額の単位未満の端数を切り捨て、比率の表示単位未満については四捨五入により表示しているため、表中の総額の内訳の合計が一致しない場合がある。

公表されている資料等を使用している場合には、原則としてその数値をそのまま使用している。そのため端数処理が不明確な場合もある。

2. 報告書の数値・表記等の出典

報告書の数値・表記等は、原則として港区が公表している資料、あるいは監査対象とした組織から入手した資料を用いている。

報告書の数値等のうち、港区以外が公表している資料あるいは監査対象とした組織から入手した資料以外の数値等を用いたもの、あるいは他の地方公共団体等の数値等を表示したものについては、その出典を明示している。また、監査人が作成したものについてもその旨明示している。

3. 監査の結果及び意見

本報告書では、監査の結論を「指摘」と「意見」に分けて記載している。

「指摘」は、財務に関する事務の執行等において、適当でない事務処理があったと判断された事項(主に合规性に関する事項)に該当する。法令、条例、規則、規程、要綱等に抵触する事項となる。

「意見」は、最少の経費で最大の効果を上げる努力の面で検討が望まれる事項や組織及び運営の合理化の観点から改善が望まれる事項など(経済性、効率性及び有効性に関する事項)に該当する。ただし、経済性、効率性及び有効性に関する事項についても、重要性が高いと判断される場合には「指摘」としている。

< 元号に関する表記上の注意点 >

平成 30 年 1 月時点においては新元号が定められていないため、本報告書では、平成 31 年以降の元号についても「平成」を使用している。

新元号が定められた際は、読み替えのこと。

目 次

第 1 章 外部監査の概要	1
1. 外部監査の種類	1
2. 選定した特定の事件(監査テーマ)	1
3. 外部監査対象期間	1
4. 特定の事件(監査テーマ)を選定した理由	1
5. 監査の方法	2
6. 外部監査の実施期間	3
7. 監査従事者	3
8. 利害関係	3
第 2 章 外部監査の対象	4
1. 港区の観光振興に関する施策の概要	4
2. 監査対象とした事業	8
第 3 章 外部監査の総括	11
1. 外部監査の総括	11
2. 外部監査の結果及び意見の一覧	21
第 4 章 外部監査の結果及び意見(各論)	24
I 効果的観光プロモーションの実施に関する事業	24
1. 観光情報発信事業	24
2. スマートフォンを活用した観光情報発信	32
3. ワールドプロモーション	37
4. 港区ものづくり・商業観光フェアの開催	43
5. 港区観光協会補助金	45
6. シティプロモーション推進事業	52
II 世界的な観光都市としての環境づくりに関する事業	57
1. 港区観光ボランティア育成	57
2. 港区観光インフォメーションセンター運営	63
3. 多言語対応推進	66

Ⅲ 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出に関する事業	68
1. 地場産業・伝統工芸品産業の保護・育成	68
2. 商店街変身戦略プログラム.....	72
3. にぎわい商店街事業.....	76
4. 商店グランプリ.....	79
5. 港区観光ボランティアガイド事業	81
6. ワールドフェスティバルの開催.....	87
7. 商店街・地方都市関係強化.....	90
8. 歴史観光資源の活用・促進	94
Ⅳ 安全・安心で快適な港区観光の実現に関する事業	97
1. 緊急時における観光客への情報の提供	97
Ⅴ 総合支所で取り組んでいる事業	98
1. 芝地区発・新虎ディショナルプラン	98
2. 麻布地区麻布未来写真館	100
3. 赤坂地区もっと知りたい 赤坂・青山	103
4. 赤坂地区地域情報国際化プロジェクト.....	106
5. 赤坂地区赤坂親善大使メジャー化計画.....	108
6. 赤坂地区広げよう交流の輪	112
7. 高輪地区高輪今昔物語.....	114
8. 旧協働会館保存・活用事業.....	117
9. 芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業	119

第 1 章 外部監査の概要

1. 外部監査の種類

地方自治法第 252 条の 27 第 2 項に定める港区との包括外部監査契約に基づく監査

2. 選定した特定の事件(監査テーマ)

観光振興に関する事業の財務事務の執行について

3. 外部監査対象期間

原則として平成 28 年度(平成 28 年 4 月 1 日から平成 29 年 3 月 31 日まで)
ただし、必要に応じて平成 27 年度以前及び平成 29 年度の執行分を含む。

4. 特定の事件(監査テーマ)を選定した理由

港区は、ラグビーワールドカップ 2019 の開催や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、羽田空港の国際線の発着枠拡大、山手線及び日比谷線への新駅設置、品川駅が始点・終点となるリニア中央新幹線の開業などを好機ととらえ、「第 2 次港区観光振興ビジョン後期計画」を策定している。「第 2 次港区観光振興ビジョン後期計画」では、「効果的観光プロモーションの実施」、「世界的な観光都市としての環境づくり」、「観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出」、「安全・安心で快適な港区観光の実現」の 4 つの重点施策を掲げ、観光振興を推進している。

こうした状況は、区内産業が活性化する契機でもある。「第 3 次港区産業振興プラン」においても、都市型観光の振興施策を掲げ、観光関連産業の振興や商店街と観光の連携など、産業振興の視点からの取り組みを展開している。

また、平成 28 年 5 月には、「第 2 次港区観光振興ビジョン後期計画」に掲げている重点施策である「効果的観光プロモーションの実施」を新たな切り口で具体化した「港区シティプロモーション戦略」を策定し、観光客に選ばれ続ける都市としての評価とポジションの確立を目指している。

このように、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会等を大きな契機として、観光施策を展開しているタイミングにおいて、観光振興に関する事業の財務事務の執行を監査テーマとすることは、時宜にかなない、有意義であると考ええる。したがって、観光振興に関する事業の財務事務の執行について、有効性・効率性等の観点から検証することは、今後の港区の区政運営にとって有用であると判断し、監査テーマに選定した。

5. 監査の方法

(1) 監査の視点

- ・ 観光振興に関する事業の財務事務の執行が、関連する法令及び条例・規則等に従い、適正に行われているか。
- ・ 観光振興に関する事業の財務事務の執行が、経済性、効率性及び有効性の観点から、合理的かつ適切に行われているか。
- ・ 各総合支所と支援部など庁内組織間における連携及び港区と港区観光協会や商店会、観光関連事業者等との連携が適切に図られているか。

(2) 主な監査手続

- ・ 観光振興に関する事業の概要をヒアリングにより把握し、課題等を分析する。
- ・ 関係書類の閲覧及び担当部署・港区観光協会への質問を行う。
- ・ 観光関連施設や観光関連イベントの現場視察を行う。

(3) 監査の対象

① 監査の対象部署等

- ・ 総合支所

芝地区総合支所	管理課、協働推進課、まちづくり担当
麻布地区総合支所	管理課、協働推進課
赤坂地区総合支所	協働推進課
高輪地区総合支所	協働推進課
芝浦港南地区総合支所	管理課、協働推進課
- ・ 支援部

産業・地域振興支援部	国際化・文化芸術担当、産業振興課、観光政策担当
企画経営部	区長室
総務部	情報政策課
- ・ 関係団体

港区観光協会	
--------	--

② 現場視察先

- ・ 港区観光インフォメーションセンター(浜松町)
- ・ 旧協働会館
- ・ 歴史フォーラム(平成29年9月3日、赤坂区民センター)
- ・ 全国交流物産展(平成29年10月26日～27日、新橋SL広場・区立桜田公園)
- ・ 全国シティプロモーションサミット
(平成29年10月26日～27日、品川区立総合区民会館)

6. 外部監査の実施期間

平成29年5月26日から平成30年1月25日まで

7. 監査従事者

包括外部監査人	公認会計士	谷川 淳
監査補助者	公認会計士・税理士	加藤 聡
	公認会計士	木田 彰
	公認会計士・税理士	木下 哲
	公認会計士	宮本 和之
	公認会計士	森田 清人
	公認会計士	渡邊 浩志

8. 利害関係

外部監査の対象とした事件につき、包括外部監査人及び監査補助者は地方自治法第252条の29の規定により記載すべき利害関係はない。

第2章 外部監査の対象

1. 港区の観光振興に関する施策の概要

(1) 港区基本構想・港区基本計画における位置づけ

平成14年12月に策定された第三次港区基本構想は、総合的・体系的に区行政の基本的方向づけを示したもので、港区基本計画・港区実施計画の指針となるものである。「やすらぎある世界都心・MINATO」を港区の将来像とし、基本的施策の大綱として次の3つの重点方向を定めている。

かがやくまち
にぎわうまち
はぐくむまち

これら3つの重点方向について、それぞれ次のような基本政策として分野別計画 平成27年度～平成32年度(2015年度～2020年度)が策定されている。

- I かがやくまち(街づくり・環境)
 - 1 都心の活力と安全・安心・快適な暮らしを支えるまちをつくる
 - 2 環境にやさしい都心をみなで考えつくる
- II にぎわうまち(コミュニティ・産業)
 - 3 地域の課題を自ら解決できるコミュニティをつくる
 - 4 港区からブランド性ある産業・文化を発信する
- III はぐくむまち(福祉・保健・教育)
 - 5 明日の港区を支える子どもたちを育む
 - 6 生涯を通じた心ゆたかで健康な都心居住を支援する

観光振興に関連する事業は、分野IIの基本政策4の政策(18)に含まれる。

- 分野II にぎわうまち(コミュニティ・産業)
- 基本政策4 港区からブランド性ある産業・文化を発信する
- 政策(18) アーバンツーリズム(都市観光)の展開を支援する
- 施策① 観光情報の発信
 - 施策② 観光客受入体制の充実
 - 施策③ 観光資源の発掘、活用と観光ルートの創出

（２）第２次港区観光振興ビジョン後期計画

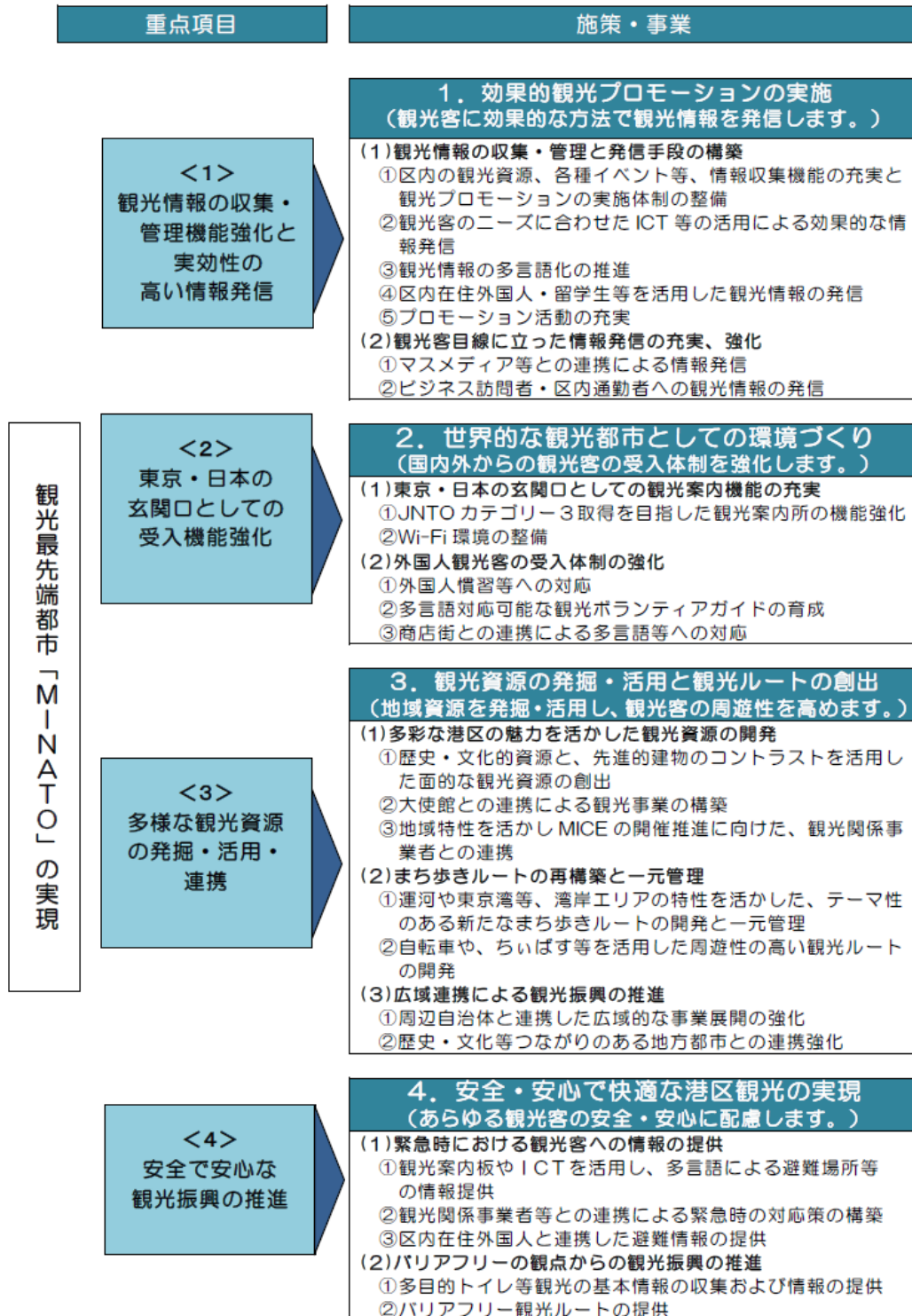
特定の事件（監査テーマ）を選定した理由に述べたとおり、港区は、ラグビーワールドカップ2019の開催や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催、羽田空港の国際線の発着枠拡大、山手線及び日比谷線への新駅設置、品川駅が始点・終点となるリニア中央新幹線の開業などを好機ととらえ、「第２次港区観光振興ビジョン後期計画」（以下、「観光振興ビジョン」という。）を策定している。

観光振興ビジョンでは、『観光最先端都市「MINATO」の実現』を目標に掲げ、その目標を実現するために、図１の施策・事業の体系により、観光振興の取り組みを進めている。

以下、この報告書においては、区が実施している観光振興に関する事業について、図１に示されている４つの重点施策（「効果的観光プロモーションの実施」、「世界的な観光都市としての環境づくり」、「観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出」、「安全・安心で快適な港区観光の実現」）に関連付けて分類し、検証を進めていくこととする。

なお、観光振興ビジョンの計画期間は、平成27年度から平成29年度となっているため、現在、「第３次港区観光振興ビジョン」の策定に取り掛かっている。

図1 観光振興ビジョンの施策・事業の体系



観光最先端都市「MINATO」の実現

（３）第３次港区産業振興プラン（平成 27 年度～平成 32 年度）

港区は、にぎわいある地域社会の実現に向け、効果的な産業振興施策を展開するため、「第３次港区産業振興プラン（平成 27 年度～平成 32 年度）」（以下、「産業振興プラン」という。）を策定している。

産業振興プランでは、「港区のポテンシャルを活かした産業の活性化と新たな産業の創造・育成」を目標に掲げ、中小企業の安定経営や商店街の活性化などの取り組みを推進している。

観光振興と同様に、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催や山手線及び日比谷線への新駅設置などは、区内産業が活性化する契機でもある。したがって、産業振興プランにおいても、「都市型観光の振興」施策を掲げ、観光関連産業の振興や商店街と観光の連携など、産業振興の視点からの取り組みを展開している。

（４）港区シティプロモーション戦略

港区は、平成 28 年 5 月に、観光振興ビジョンに掲げている重点施策である「効果的観光プロモーションの実施」を新たな切り口で具体化した「港区シティプロモーション戦略」（以下、「シティプロモーション戦略」という。）を策定している。

シティプロモーション戦略では、「観光客に選ばれ続ける都市」としての評価とポジションの確立を目標に掲げ、港区の都市イメージを効果的かつ効率的に発信し、国内外で港区への関心や憧れを喚起し、港区への理解と信頼を高め、区民等の誇りや愛着（シビックプライド）がより一層醸成される好循環を創り出すことを狙いとしている。

「観光客に選ばれ続ける都市」として発信する都市イメージは、以下のとおりであり、各都市イメージを形成するために必要なミッション及び主な取り組みを例示している。

1. 「国内外に開かれ多様性を受け入れる都市」
2. 「文化芸術の彩りと歴史が息づく都市」
3. 「安全で安心できる都市」
4. 「アクセス性に富んだ便利な都市」
5. 「街並みの美しさで魅了する都市」
6. 「温かい優しさと活気に包まれる都市」

2. 監査対象とした事業

上述したとおり、観光振興に関する事業は、基本計画・実施計画、観光振興ビジョン、産業振興プラン、シティプロモーション戦略など、各種計画に様々な切り口でその取り組みが掲げられている。したがって、観光振興に関する事業の財務事務の執行をテーマとしている今回の監査においては、財務事務の執行の根拠となる予算書に計上されている事業をベースに、観光振興ビジョン等を加味し、監査対象事業を選定した。

具体的には、平成28年度港区一般会計予算参考資料の事業別節別予算一覧から、(款)産業経済費-(項)商工費-(目)観光事業費に計上されている事業のほか、観光振興ビジョン、産業振興プラン、シティプロモーション戦略に掲載されている施策・事業を加味して、監査対象事業を選定した。なお、選定した事業は、観光振興ビジョンにおける4つの重点施策に関連付けて分類した。複数の施策に関連する事業については、主に関連する施策に分類している。

また、地域資源の発掘、地域情報の発信、地域の魅力アップ等に関する事業は、観光振興に寄与する取り組みであると考えたことから、各総合支所で取り組んでいる事業についても、監査対象とした。

監査対象事業の一覧は、表1のとおりである。

表1 監査対象事業の一覧

(単位:千円)

事業名	所管課	平成28年度 決算額
I 効果的観光プロモーションの実施に関する事業		
商工ネット事業	産業振興課	7,854
観光情報発信事業	観光政策担当	12,870
スマートフォンを活用した観光情報発信	観光政策担当	7,309
ワールドプロモーション	観光政策担当	6,019
港区ものづくり・商業観光フェアの開催	観光政策担当	29,760
港区観光協会補助金	観光政策担当	26,286
(仮称)第3次観光振興ビジョン策定	観光政策担当	6,750
シティプロモーション推進事業	観光政策担当	36,212
デジタルサイネージ推進事業	区長室	66,178
II 世界的な観光都市としての環境づくりに関する事業		
商店街多言語対応事業	産業振興課	9,675

事業名	所管課	平成28年度 決算額
港区観光ボランティア育成	観光政策担当	2,365
港区観光インフォメーションセンター運営	観光政策担当	11,043
WELCOME港区！の推進	観光政策担当	12,317
多言語対応推進	国際化・文化芸術担当	13,387
ICT活用基盤の整備	情報政策課	25,363
Ⅲ 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出に関する事業		
地場産業・伝統工芸品産業の保護・育成	観光政策担当	1,506
商店街変身戦略プログラム	産業振興課	6,411
にぎわい商店街事業	産業振興課・観光政策担当	129,342
商店グランプリ	産業振興課	2,248
港区観光ボランティアガイド事業	観光政策担当	3,956
ワールドフェスティバルの開催	観光政策担当	24,300
商店街・地方都市関係強化	観光政策担当	7,043
歴史観光資源の活用・促進	観光政策担当	9,078
Ⅳ 安全・安心で快適な港区観光の実現に関する事業		
バリアフリー観光の推進	観光政策担当	6,890
観光・街区案内標識設置	観光政策担当	43,139
Ⅴ 総合支所で取り組んでいる事業		
芝地区地域ふれあい事業	芝地区総合支所管理課	7,925
芝地区地域情報の発信	芝地区総合支所協働推進課	6,605
芝地区発・新虎ディショナルプラン	芝地区総合支所まちづくり担当	2,008
芝地区歴史・文化の発信	芝地区総合支所まちづくり担当	1,010
麻布地区麻布フェスタ	麻布地区総合支所管理課	6,523
麻布地区地方交流事業	麻布地区総合支所管理課	2,617
麻布地区麻布未来写真館	麻布地区総合支所協働推進課	4,659
麻布地区地域情報の発信	麻布地区総合支所協働推進課	8,208
麻布地区麻布国際ふれあい事業	麻布地区総合支所協働推進課	2,964
赤坂地区もっと知りたい 赤坂・青山	赤坂地区総合支所協働推進課	2,579

事業名	所管課	平成28年度 決算額
赤坂地区地域情報国際化プロジェクト	赤坂地区総合支所協働推進課	617
赤坂地区地域情報の発信	赤坂地区総合支所協働推進課	4,988
赤坂地区赤坂親善大使メジャー化計画	赤坂地区総合支所協働推進課	4,766
赤坂地区広げよう交流の輪	赤坂地区総合支所協働推進課	5,844
高輪地区高輪今昔物語	高輪地区総合支所協働推進課	3,625
高輪地区高輪にぎわいプロジェクト	高輪地区総合支所協働推進課	4,571
高輪地区地域情報の発信	高輪地区総合支所協働推進課	3,394
旧協働会館保存・活用事業	芝浦港南地区総合支所管理課	32,986
芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業	芝浦港南地区総合支所協働推進課	5,147
運河と海辺の活用推進	芝浦港南地区総合支所協働推進課	3,160
芝浦港南地区地域の魅力PR事業	芝浦港南地区総合支所協働推進課	527
芝浦港南地区自治体間交流促進事業	芝浦港南地区総合支所協働推進課	1,294
お台場発O・MO・TE・NA・SHI事業	芝浦港南地区総合支所協働推進課	683
芝浦港南地区地域情報の発信	芝浦港南地区総合支所協働推進課	4,875

第3章 外部監査の総括

1. 外部監査の総括

(1) 観光振興の推進体制について

区は、観光振興ビジョンに掲げた施策・事業を推進するために、庁内外において連携を図っている。

庁内においては、観光政策担当だけではなく、関連する部署との連携・調整を図るために、港区シティプロモーション推進委員会(以下、「シティプロモーション推進委員会」という。)を設置している。シティプロモーション推進委員会は、シティプロモーション戦略を策定するにあたって平成27年9月に設置された。その後、各総合支所協働推進課長や産業振興課長、地域交通課長を委員に追加するなどして、観光振興を戦略的に推進する体制の整備を進めている。平成29年6月現在の組織は以下のとおりである。

(組織)

第3条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

2 委員長は、産業・地域振興支援部を担任する副区長をもって充て、会務を統括する。

3 副委員長は、産業・地域振興支援部長をもって充て、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

4 委員は、次に掲げる者で区長が任命する委員をもって構成する。

- (1) 芝地区総合支所協働推進課長
- (2) 麻布地区総合支所協働推進課長
- (3) 赤坂地区総合支所協働推進課長
- (4) 高輪地区総合支所協働推進課長
- (5) 芝浦港南地区総合支所協働推進課長
- (6) 産業・地域振興支援部国際化・文化芸術担当課長
- (7) 産業・地域振興支援部産業振興課長
- (8) 産業・地域振興支援部観光政策担当課長
- (9) 街づくり支援部地域交通課長
- (10) 企画経営部区長室長

5 委員長は、前項各号に掲げる委員のほかに、必要と認める者を臨時委員として指名することができる。

(出典:シティプロモーション推進委員会設置要綱)

庁外においては、港区観光協会や商店会、観光関連事業者のほか、港区観光ボランティアガイドとの相互協力・連携を図っている。平成29年度には、MINATOシティプロモーションクル

一認定事業を開始し、区だけでなく、団体・個人等が相互に連携・協働を図っている。
MINATO シティプロモーションクルー認定事業とは、港区の魅力やブランドを国内外に広く発信する団体・個人をクルー（仲間）と位置づけ、その取り組み（事業）を認定し、事業に係る経費の一部を助成するなどの支援を行う事業である。

このような観光振興の推進体制により、区は庁内外との連携を図っている。

観光振興は、観光政策担当のみでなく、庁内外を巻き込みながら一体として取り組むことが効果的であると考えことから、各総合支所と支援部など庁内組織間における連携及び港区と港区観光協会や商店会、観光関連事業者等との連携が適切に図られているかを監査の視点として、監査を実施した。そのため、監査対象とした事業で述べたとおり、各総合支所で取り組んでいる事業や産業振興課、国際化・文化芸術担当、区長室、情報政策課の事業についても監査対象としたところである。

以下、観光振興の推進体制に関する結果及び意見を述べる。

【意見1】観光振興に関する全庁的な意識向上について

監査対象とした事業についてのヒアリングを通じて感じたことであるが、観光政策担当以外の部署は、事業実施にあたり観光振興の意識は希薄であった。各部署が担当している事業にはそれぞれの事業目的があるため、これはある意味当然ではある。特に、総合支所で取り組んでいる事業は、地域の課題を地域で解決し、区民がより身近な場所で様々な行政サービスを受けられることを目的とした総合支所制度のもと実施されていることから、当然ながら地域住民のために実施しており、観光振興を目的として実施しているものではない。

例えば、「芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業」は、地域住民の水辺への愛着と理解を深めることを目的としており、観光振興を目的とはしていない。しかし、芝浦港南地区の水辺エリアは観光振興の観点から潜在力の高い地域であり、観光資源としての活用度が高い。このように、各総合支所が実施している事業の中には、港区全体の観光資源という観点から有用な事業が存在するものと推測される。この点、観光という視点で事業を実施するのであれば、各総合支所ではなく観光政策担当で実施するのが適当であるとの所管課の見解があったが、観光振興は、観光政策担当のみの力でなしうるものではなく、全庁的な取り組みが欠かせないを考える。もちろん、区の観光振興に関しては、観光政策担当が主導する役割を担うものであるから、観光政策担当が、観光政策担当以外の部署に対して、事業実施にあたり観光振興を意識することを促したり、観光振興に寄与する事業についての実施状況を把握したりする取り組みが一義的には求められる。

しかし、シティプロモーション戦略においても、「各地域が、それぞれ対外的に持たれている地域イメージを踏まえ、個々の魅力を磨き、ブランド力をさらに高めていくことで、呼応して港区(MINATO CITY)の都市イメージが向上していくという認識の下、各地区総合支所を中心に、地域の観光資源の発掘、収集及び発信に取り組む」としている。また、シティプロモーション推

進委員会に各総合支所協働推進課長が加わったが、これは、地域の観光資源の発掘、収集及び発信を担うという役割を、各総合支所に求めているからこそであるとする。

さらに、港区人材育成方針においては、めざす職員像の一つとして「観光客が訪れたいと思う魅力を創造し、磨き続けることが必要です。」との記載もある。

1. めざす職員像

(2) 自ら考え、挑戦する職員

区は、国家戦略特別区域への指定や再開発事業により進化を続けるとともに、区内人口は増加傾向にあり財源の安定が見込まれていますが、これからは、ポテンシャルが高く進化し続けるまちをさらに発展させていくために、区民や企業が住み、活動し続けたい、また、観光客が訪れたいと思う魅力を創造し、磨き続けることが必要です。

(出典:港区人材育成方針 平成28年3月)

したがって、観光政策担当だけでなく、観光政策担当以外の部門においても、観光振興の担い手としての当事者意識をもち、全庁的な推進体制で観光振興に取り組むことを期待したい。

【指摘1】 港区観光振興連携会議の位置づけについて

観光振興ビジョンでは、観光振興の推進体制として、「「(仮)観光振興推進関係者会議」を設置し、主要な事業について、関係部署や観光関係事業者等との効果的な連携を図ります。」とされているが、区はこのような会議体を設置していない。

しかし、区と港区観光協会は、平成27年6月より、港区観光振興連携会議(以下、「観光振興連携会議」という。)を開催し、区と港区観光協会が実施する事業や観光関連の情報を共有するなど、連携を図っている。

観光振興連携会議は、区の観光政策担当と港区観光協会により、月1回程度(平成27年度は全9回、平成28年度は全11回)開催されている。港区観光協会からは、事務局のほか、会長や副会長等も参加しており、結果として、宿泊業などの観光関連事業者や商店街連合会などの意見を聞く機会となっている。

先に述べたとおり、観光振興ビジョンに掲げた施策・事業を推進するためには、庁内だけではなく、庁外の観光関連事業者等との連携が不可欠であるとする。この点、観光振興連携会議では、事業の進め方から港区観光協会の法人化に関する議題まで、幅広い議論がなされており、区の観光振興に関する相互協力や連携にとって、重要な役割を担うものであるとする。

しかし、観光振興連携会議は、区が設置したものではないため、設置要綱が制定されておらず、その役割など位置づけが明確にされていない。

したがって、観光振興連携会議の設置目的、組織構成、検討すべき事項などについて、あ

らためて整理し、その位置づけを明確にするとともに、観光振興ビジョンに掲げたように、区が観光振興連携会議を設置することも検討する必要がある。

【指摘2】観光振興連携会議打合せ記録の作成について

上で述べたとおり、観光振興連携会議では、事業の進め方から観光協会の法人化に関する議題まで、幅広い議論がなされている。平成27年度に開催された観光振興連携会議の打合せ記録を閲覧したところ、活発な議論がなされており、区の観光振興に関する役割分担のあり方など、今後の施策・事業展開にとって有用な内容が記載されていた。

しかし、平成28年度に開催された観光振興連携会議については、打合せ記録が作成されていなかった。開催通知により、議題は明らかではあるものの、その議論の内容は不明である。平成27年度の打合せ記録に、今後の施策・事業展開にとって有用な内容が記載されていたことを鑑みると、打合せ記録は作成すべきである。なお、平成29年度については、打合せ記録が作成されている。

(2) 観光情報の発信について

区は、表2及び表3のとおり、観光マップや観光ガイドブックなど様々な印刷物やICTにより、観光情報を発信している。

観光情報の発信に関する個別の監査結果及び意見については、「観光情報発信事業」や「スマートフォンを活用した観光情報発信」ほかに記載しているとおりであり、ここでは総括的な意見を述べることとする。

表2 観光情報関連の印刷物一覧

印刷物名	目的	内容
観光情報誌ハレノヒ	国内外からの旅行者に港区の魅力を伝え、繰り返し訪れてもらう機会を創出する	季節ごとにオススメのまち歩きスポットの紹介や商店街の紹介など、区内観光に役立つ旬な情報を発信する
港区観光マップ	多くの方に港区を訪れてもらうため、区の魅力を発信するとともに、国内外から訪れた旅行者が、区内で充実した時間を過ごせるよう受入環境の充実を目指し、旅行者の周遊性・回遊性を高める	美術館・博物館等の観光施設、公園、寺社・仏閣、宿泊施設等を表示し、地図として一目で分かるように表示している
港区観光ガイドブック	多くの方に港区を訪れてもらうため、区の魅力を発信するとともに、国内外から訪れた旅行者が、区内で充実した時間を過ごせるよう受入環境の充実を目指し、旅行者の周遊性・回遊性を高める	国内外から訪れた旅行者が、区内のまち歩きに利用してもらう総合的な観光ガイドブックとして発信する
港区歴史観光ガイドブック	多くの方に港区を訪れてもらうため、区の魅力を発信するとともに、国内外から訪れた旅行者が、区内で充実した時間を過ごせるよう受入環境の充実を目指し、旅行者の周遊性・回遊性を高める	国内外から訪れた旅行者が、区内のまち歩きに利用してもらう歴史的な視点で作成された観光ガイドブックとして発信する

印刷物名	目的	内容
バリアフリーまち歩き MAP in 港区	観光客はもちろんのこと、車いすを使用する方、高齢者、ベビーカーを利用する方などが気軽に観光スポットを巡り、港区の魅力に触れ、楽しみ、満喫することができるようにする	各施設の観光情報、バリアフリー情報に加え、移動経路上のバリア・バリアフリー情報や移動のポイントなどを実際の写真を掲載し、地図上に分かりやすく表示している
港区 Are you ready for OMOTENASHI? 訪日外国人旅行者の 心をつかむおもてなし のヒント	様々な国・地域から訪れる外国人旅行者の背景にある多様な文化・習慣・嗜好等への理解・寛容を深める(区民、区内事業者向け)	各国の特徴やおもてなしのプロの極意、街なかや店内で外国人旅行者をもてなす際に役立つコミュニケーションツールを掲載している
Minato City Guide and Etiquette 港区観光& マナーブック	訪日外国人旅行者の日本のマナー、習慣、文化等への理解を深めることで、旅行時の不安や情報不足によるトラブルを解消し、港区での快適な滞在と体験を提供する(外国人旅行者向け)	日本に息づき、大切にされてきた文化やマナー、粋な作法等の手順も踏まえ紹介、電車やバスなどの公共交通、茶の湯や銭湯などの日本文化、寿司や和菓子などの食、商店街での買い物やお座敷、屋形船など、経験や体験に関する取材を掲載している
シティプロモーションツ ール 「とっておきの港区」	国内外からの宿泊者に港区の魅力を伝え、繰り返し訪れてもらう機会を作る	区政や観光案内等を掲載している
港区商店街イベント まるっとわかるチラシ	区内商店街の魅力的なイベントを区民へ周知するとともに、商店街ホームページの認知度を高め、商店街への来街者増加を図る	港区内商店街で開催されるイベント等を一覧にまとめて、発信する(新聞折り込み、年2回)
港区商店街まちあるき MAP ・赤坂エリア ・白金・高輪エリア ・芝浦港南・台場エリア ・芝・三田エリア ・麻布エリア	商店街の活性化と旅行者の周遊性向上を図る	商店街の店舗や区内の主要観光スポットを掲載したマップを発行している

印刷物名	目的	内容
「芝地区地域情報誌」	地域の活動・取組や、地域に伝えられてきた伝統・文化財などを発掘・紹介し、地域情報の共有を図り、あらためて地域を考える契機を提供する	編集委員が地域の話題の取材や、地域で活躍している人のインタビューなどを担当し、掲載している
芝の名店探訪マップ	新たなにぎわいを創出することが望まれている新虎通りと、その周辺地域を活性化するため、地域住民・事業者等と連携する	新虎通り沿道を含め、数多くある古くからの店舗を芝地区の大きな魅力として地図で掲載している
芝地区 ちいまっふ 新橋・虎ノ門・愛宕編	港区内には歴史や文学、歌舞伎等に残る旧町名が数多く存在し、旧町名を文化の視点で都市の記憶として保存するとともに、地域の今昔をつなぎ地域に対する愛着を深め、区民と協働して活動の推進を図る	芝地区内のコミュニティバス「ちいばす(芝ルート)」のバス停を起点として、歴史・文化等の魅力スポット、旧町名由来板設置場所を結んだ散歩コースや福祉施設、病院等を表示するなど、地域住民や観光客などに、芝の魅力となる多様な場所や施設を掲載している
芝地区 ちいまっふ 芝・三田編		
地域情報紙 「ザ・AZABU」	麻布地区を「魅力あるまち」にするために、地域の情報を共有化し世代を超えたコミュニティの活性化を図る	地域の方々が自ら取材・編集し、麻布地区の地域情報を掲載している
地域情報誌 「MY タウン赤坂青山」	より身近な地域情報を工夫を凝らして発信し共有することにより、幅広い世代の地域コミュニティの形成を図る	赤坂・青山地域に密着した、多彩で詳細な情報を企画・取材・編集し、赤坂・青山の各地域の特色を活かした内容を掲載している
四季折々 赤坂・青山	「まちの魅力」を発掘し、赤坂・青山地域に特化した情報を発信する手段を確立させ、赤坂・青山地域をPRし、まちのにぎわい創出やまちへの愛着醸成につなげる	赤坂・青山地域のまち歩きマップや観光リーフレット等、地域の魅力や地域情報を掲載している
地域情報紙 「みなとっふ」	多くの区民と行政とが身近な情報を共有し、地域コミュニティの一層の活性化を図るとともに、地域の人々にまちの魅力に対する深い愛着を持ってもらう	区民編集委員が地域のさまざまな情報を取材し、記事を掲載している

印刷物名	目的	内容
地区情報誌 「べいあっぷ」	「人と人、町と町をつなぐふれあい情報誌」を編集方針として、地域の出来事や祭りなどのイベント紹介、地域で活動する団体や個人の活動の情報など、地区のさまざまな情報を収集し、地域を知りコミュニケーションを深める	区民編集委員が自ら地域の祭りやイベント取材し、掲載している

(出典:区提供資料より、監査人作成)

表3 観光情報関連のアプリ・映像等一覧

情報名	目的	内容
港区まち歩きナビ (ルート MINATO)	旅行者のニーズに合った観光情報の提供を行うため、スマートフォンを活用した情報発信を行っており、初めて港区を訪れた旅行者でもまち歩きを楽しめる	GPS 機能を活用し、目的地までの方位を画面で示し、テーマごとの観光ルートや観光スポット情報を知ることができる 搭載コンテンツ 700 か所程度 25 以上のまち歩きルートを紹介している 自分だけのオリジナルルートも作成可能
東京 AR	旅行者のニーズに合った観光情報の提供を行うため、スマートフォンを活用した情報発信を行っており、動画と音声で観光スポット情報を知ることができる	観光施設等情報を動画で見ることができる 「港区観光マップ」等と連動し 38 か所の観光スポットを音声と動画で紹介している
港区ワールドプロモーション映像	港区の魅力ある地域資源を効果的に紹介し、国内外の視聴者が港区に対する興味関心を持ち、来訪意欲を高めるとともに、区民の区への誇りや愛着を更に高めていく	人、まち、歴史、文化、自然など、多様な港区の魅力を凝縮した映像となっている ・be touched ～心動かされる体験を～(ロングバージョン 5 分・スタンダードバージョン 100 秒・ショートバージョン 15 秒) ・One day in Minato City (2 分)

情報名	目的	内容
MINATO あらかると ホームページ	港区観光情報メールマガジン 『WELCOME 港区』	区内の観光モデルルートやイベント情報などを紹介している 毎週木曜日に配信
	Welcome 港区	おなじみの場所や穴場まで、魅力 いっぱいの港区をたくさんの写真と 通して紹介している
	港区観光データベース	スポット・坂・橋・文化財・その他の 項目を、エリア別、フリーワードで 検索することができる
	MINATO CITY SAMPLE SIGHTSEEING GUIDE	7つの観光ルートを英語・中国語・ ハングルで掲載している

(出典:区提供資料より、監査人作成)

【意見1】観光情報の整理集約について

表2及び表3のとおり、区では観光マップや観光ガイドブックなど様々な印刷物やICTにより、観光情報を発信している。

これら一つ一つの印刷物等は非常に完成度が高く、観光客は有用な観光情報を入手することができると思われる。しかし一方で、印刷物等が多種多様であるために、観光客が観光情報を取捨選択しなければならない状況にあり、自身にとって有用な観光情報に接する機会を逃すことも考えられる。印刷物等が多種多様であるのは、その目的やコンセプトが異なることが一因であるのは理解できるが、実際にはその内容はかなりの部分が重複している。

また、表2及び表3以外に、港区観光協会でもホームページ等で観光情報を発信している。例えば、港七福神めぐり(7つの福の神様を祀る神社、寺院に宝船の巡拝所を加えた六社・二寺の8か所をめぐるコース)や、VISIT MINATO CITY TOURISM & EVENT BLOG(各言語担当のライターによる区内の文化、体験、生活、食などに関する記事)などの観光情報を掲載している。

観光情報が分散している状況にもある。まち歩きルートを例にとると、「観光マップ」、「観光ガイドブック」、「歴史観光ガイドブック」、「とっておきの港区」等の印刷物には、それぞれにまち歩きルートマップが掲載されている。ホームページにおいても、区産業振興課ホームページ「MINATO あらかると」と港区観光協会ホームページのそれぞれに、まち歩きルートのモデルコースが掲載されている。このように、観光情報が分散されていると、観光客が自身にとって有用な情報にアクセスしにくいと考えられる。

したがって、観光情報が重複あるいは分散している状況を整理する必要がある。重要なのは、より多くの観光客に本当に望む情報が伝わることである。より多くの観光客により多くの選

択肢を与えることは重要であるが、情報発信の入り口は一元化し、わかりやすくする必要がある。

まち歩きルートモデルコースの例でいうと、港区観光協会のホームページに情報を集約することで、一覧性を高める必要がある。印刷物についても、情報を集約することが必要である。各印刷物の情報を集約することで、編集等にかかるコストを押さえ、その分印刷費に回せばより多くの印刷物が世に出回ることになり、観光客にとっては利益になる。

区が発信すべき情報とそれを広めることに用いる印刷物等については関係者の間で整理集約し、観光客にとって真に有用な観光情報を発信する必要がある。

2. 外部監査の結果及び意見の一覧

外部監査の結果及び意見の一覧は、次のとおりである。指摘が7項目、意見が51項目あり、合わせて58項目である。

なお、表中の右欄にある「頁」は、本報告書における各項目の記載箇所である。

事業名等	監査の指摘または意見		頁
第 3 章 外部監査の総括			
(1) 観光振興の推進体制について	意見	観光振興に関する全庁的な意識向上について	12
	指摘	港区観光振興連携会議の位置づけについて	13
	指摘	観光振興連携会議打合せ記録の作成について	14
(2) 観光情報の発信について	意見	観光情報の整理集約について	19
第 4 章 外部監査の結果及び意見(各論)			
I 効果的観光プロモーションの実施に関する事業			
1. 観光情報発信事業	意見	観光情報誌のそれぞれの役割の明確化について	25
	意見	各観光情報誌の配布先について	26
	意見	観光情報提供用メールマガジンの登録状況の改善について	29
	意見	広報紙・地域情報紙(誌)における港区メルマガの周知について	30
	意見	港区メルマガの配信内容について	31
2. スマートフォンを活用した観光情報発信	意見	「東京 AR」の今後のあり方について	34
	意見	「港区まち歩きナビ」の利用拡大について	35
3. ワールドプロモーション	意見	ワールドプロモーションの効果検証について	40
4. 港区ものづくり・商業観光フェアの開催	意見	フェアのあり方の検討について	44
5. 港区観光協会補助金	意見	港区の観光施策における港区観光協会の位置づけの明確化について	49
	意見	港区観光協会の組織体制の強化について	50
	意見	港区の観光情報の一元的な発信について	50
6. シティプロモーション推進事業	指摘	「とっておきの港区」の回収冊数の把握について	54
	意見	「とっておきの港区」の持ち出し促進について	55
	意見	「とっておきの港区」の有効活用について	55

事業名等	監査の指摘または意見		頁
Ⅱ 世界的な観光都市としての環境づくりに関する事業			
1. 港区観光ボランティア育成	意見	修了要件の見直しについて	58
	意見	未修了者からの受講を断念した理由の聴取について	60
	意見	受講者選定方法の見直しについて	61
	意見	プロポーザル方式による事業者選定及び複数年度契約の検討について	61
2. 港区観光インフォメーションセンター運営	意見	港区・品川区・大田区合同の情報発信の促進について	64
	意見	世界貿易センタービルの建て替えに対する対応について	65
3. 多言語対応推進	意見	利用者へのアフターフォローについて	67
Ⅲ 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出に関する事業			
1. 地場産業・伝統工芸品産業の保護・育成	意見	伝統工芸青山スクエアとの連携について	69
	意見	伝統工芸継承者の育成について	69
	意見	冊子「港区の伝統工芸」の在庫管理について	71
2. 商店街変身戦略プログラム	意見	変身計画の対象について	73
3. にぎわい商店街事業	意見	区作成冊子における個別事業者の紹介について	77
4. 商店グランプリ	意見	区作成冊子における個別事業者の紹介について	80
5. 港区観光ボランティアガイド事業	意見	外国人の意見等の積極的な取り入れと情報発信について	83
	意見	広域的なツアーコース設定の促進及び他区の組織等との連携について	84
	意見	観光ボランティアガイドの組織化について	84
	意見	観光ボランティアガイド紹介パンフレットの配布先について	85
	意見	観光ボランティアガイド以外でのボランティアの活用について	85
6. ワールドフェスティバルの開催	意見	大使館等周遊スタンプラリーと商店街ワールドカードラリーとの連携について	88
	意見	商店街ワールドカードの配布実績等の把握について	89

事業名等	監査の指摘または意見		頁
	意見	商店街ワールドカードラリーに関する店舗への情報伝達の徹底について	89
7. 商店街・地方都市関係強化	意見	全国交流物産展の参加者へのアンケートの実施について	92
	意見	全国交流物産展に広く区内外から来場を促す工夫について	92
	意見	区内温泉のPR推進について	93
	意見	歴史フォーラム参加者の拡大について	95
8. 歴史観光資源の活用・促進	意見	歴史フォーラム参加者の拡大について	95
IV 安全・安心で快適な港区観光の実現に関する事業			
1. 緊急時における観光客への情報の提供	意見	観光客に対する災害情報等の発信について	97
V 総合支所で取り組んでいる事業			
1. 芝地区発・新虎ディショナルプラン	意見	事業の波及効果について	99
2. 麻布地区麻布未来写真館	指摘	分科会終了後の物品購入について	102
3. 赤坂地区もっと知りたい 赤坂・青山	意見	「赤坂・青山まち歩きマップ」の活用について	105
4. 赤坂地区地域情報国際化プロジェクト	意見	赤坂地区所在大使館との連携拡大について	107
5. 赤坂地区赤坂親善大使メジャー化計画	指摘	履行確認及び請求内容の確認の徹底について	109
	指摘	領収証書の空番の書損処理漏れについて	110
	意見	赤坂親善大使 Facebook の有効活用について	110
	指摘	赤坂親善大使フェイスブック運用基準の改訂について	110
6. 赤坂地区広げよう交流の輪	意見	交流活動報告内容の周知・報告について	113
7. 高輪地区高輪今昔物語	意見	デジタルアーカイブへのアクセス方法について	115
	意見	AR 動画の効果検証について	116
8. 旧協働会館保存・活用事業	意見	旧協働会館の観光面での活用について	118
9. 芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業	意見	観光振興の観点からの事業実施の検討等について	120

第4章 外部監査の結果及び意見（各論）

I 効果的観光プロモーションの実施に関する事業

1. 観光情報発信事業

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区を訪れた観光客が心地よく充実した時間を過ごせるよう、観光客の受入体制を整備・充実させるとともに、国内外に港区の観光情報を発信する事業で、昭和39年度から実施している。

事業内容は表4のとおりである。港区に関する観光情報誌等の発行や観光メールマガジンの配信など、国内外に向け観光情報を発信している。

表4 観光情報発信事業内容

No.	内容
1)	港区観光マップ（日本語版・英語版・中国語版・ハングル版）の印刷
2)	港区観光ガイドブック（日本語版・英語版）の印刷
3)	港区歴史観光ガイドブック（日本語版・英語版）の印刷
4)	東京ハンディガイドへの観光情報掲載
5)	港区観光スポット写真撮影業務委託
6)	観光情報提供用メールマガジンの原稿作成業務委託

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	22,346	12,717	16,030
決算額	12,579	10,427	12,870

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
需用費	8,164	「港区観光マップ」の印刷 「港区観光ガイドブック」の印刷 「港区歴史観光ガイドブック」の印刷
役務費	1,371	「東京ハンディガイド」への観光情報掲載
委託料	3,335	「観光情報提供用メールマガジン」の原稿作成業務委託
合計	12,870	

（２）監査の結果

【意見1】観光情報誌のそれぞれの役割の明確化について

本事業では、観光情報誌として、「港区観光マップ（日本語版・英語版・中国語版・ハングル版）」（以下、「観光マップ」という。）、「港区観光ガイドブック（日本語版・英語版）」（以下、「観光ガイドブック」という。）、「港区歴史観光ガイドブック（日本語版・英語版）」（以下、「歴史ガイドブック」という。）の印刷・発行を行っており、それぞれ外部に印刷を依頼している。

それぞれの仕様書に記載されている各観光情報誌の概要は表 5 のとおりである。

表 5 観光情報誌の概要

	観光マップ	観光ガイドブック	歴史ガイドブック
目的	多くの方に港区に訪れていただくため、広く区の魅力を発信するとともに、国内外から訪れた旅行者が、区内で充実した時間を過ごせるよう多言語で区の観光情報を発信し、旅行者の周遊性・回遊性を高めます。	観光パンフレットやインターネット等、多種多様な方法により発信している観光情報を一冊に集約し、あらゆる視点から港区の魅力を伝えることを目的とした総合的な観光ガイドブックを印刷・製本します。	区内の歴史的観光資源を一冊に集約し、あらゆる視点から港区の魅力を伝えることを目的とした総合的なガイドブックを印刷製本します。
履行期限	平成 29 年 3 月 17 日	平成 28 年 10 月 31 日	平成 28 年 8 月 1 日

	観光マップ		観光ガイドブック		歴史ガイドブック	
印刷部数	日本語版	15,000 部	日本語版	10,000 部	日本語版	10,000 部
	英語版	10,000 部	英語版	5,000 部	英語版	5,000 部
	中国版	10,000 部				
	ハングル	10,000 部				
契約先	株式会社昭文社		株式会社文洋社		株式会社コンポーズ・ユニ	
契約金額	5,940,540 円		927,720 円		1,296,000 円	

各観光情報誌とも実物を見れば内容の違いは確認できるが、それぞれの仕様書では、各観光情報誌がどのような目的をもつべきものなのか、その目的に沿ってどのような内容とするべきものなのかが明確となっていない。また、仕様書以外にも各観光情報誌の目的や内容、ターゲットとする観光客などを明確化した文書は見受けられない。

観光マップ、観光ガイドブック及び歴史ガイドブックについて、書類を見る限りでは、それぞれ目的や役割に違いがあるのかどうか、違いがあるのならそれはどのようなものなのかが正確に把握できない状況となっている。目的や役割の違い、ターゲットとする観光客などを文書化しておく必要がある。

【意見2】各観光情報誌の配布先について

観光マップ、観光ガイドブック及び歴史ガイドブックの平成28年度の配布先は表6のとおりである。

表6 観光情報誌の配布先

(単位:部)

	観光マップ				観光ガイドブック		歴史ガイドブック	
	日本語版	英語版	中国語版	ハングル版	日本語版	英語版	日本語版	英語版
港区役所産業振興課	11,000	6,600	6,600	6,600	7,400	2,800	7,300	3,400
芝地区総合支所	100	50	50	50	50	30	150	50
麻布地区総合支所	100	50	50	50	50	30	150	50
赤坂地区総合支所	100	50	50	50	50	30	150	50
高輪地区総合支所	100	50	50	50	50	30	150	50
芝浦港南地区総合支所	100	50	50	50	50	30	150	50
芝浦港南地区総合支所台場分室	50	25	25	25	50	20	150	50
みなと図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
三田図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
港郷土資料館	0	0	0	0	0	0	150	100

	観光マップ				観光ガイドブック		歴史ガイドブック	
	日本語版	英語版	中国語版	ハングル版	日本語版	英語版	日本語版	英語版
麻布図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
赤坂図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
高輪図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
高輪図書館分室	50	30	30	30	0	0	0	0
港南図書館	100	50	50	50	50	30	150	100
生涯学習センター	0	0	0	0	50	20	150	50
青山生涯学習館	0	0	0	0	0	0	100	50
区政会館	400	400	400	400	200	150	0	0
港区観光協会	200	150	150	150	200	200	200	200
港区観光インフォメーションセンター	200	200	200	200	200	200	200	200
アクアシティお台場インフォメーション	200	75	75	75	300	250	50	50
六本木ヒルズ森タワー総合インフォメーション	100	200	200	200	50	50	50	50
三井住友信託銀行株式会社 虎ノ門コンサルティングオフィス	50	20	20	20	50	30	0	0
東京観光情報センター（都庁本部、羽田空港支所、京成上野支所、バスタ新宿）	400	400	400	400	400	400	0	0
東京シティアイ	400	400	400	400	300	300	0	0
地域活性化センターふるさと情報コーナー	400	400	400	400	200	200	0	0
エイチ・アイ・エス六本木ツーリストインフォメーションセンター	0	50	50	50	0	0	0	0
エイチ・アイ・エス品川ツーリストインフォメーションセンター	0	50	50	50	0	0	0	0
JNTO ツーリスト・インフォメーション・センター	0	150	150	150	0	0	0	0
中央区観光情報センター	400	200	200	200	0	0	0	0
東京入国管理局総務課	50	100	100	100	50	50	0	0
合計	15,000	10,000	10,000	10,000	10,000	5,000	10,000	5,000

（出典：区提供データより監査人作成）

このように、各観光情報誌の配布先について、各総合支所、図書館、生涯学習センターなど、地域住民が主たる利用者と思われる区有施設が含まれている。

表7は、地域住民が主たる利用者と思われる区有施設への配布数を合計し、総配布数に占める割合を算出したものである。なお、港区産業振興課配布分は、イベントでの配布を見込んだもののため表7に含めていない。また、港郷土資料館も表7に含めていない。

表7 観光情報誌の区有施設への配布状況

（単位：部）

	観光マップ				観光ガイドブック		歴史ガイドブック	
	日本語版	英語版	中国語版	ハングル版	日本語版	英語版	日本語版	英語版
各総合支所(分室含む)	550	275	275	275	300	170	900	300
図書館	650	330	330	330	300	180	900	600
生涯学習センター	0	0	0	0	50	20	150	50
青山生涯学習館	0	0	0	0	0	0	100	50
合計	1,200	605	605	605	650	370	2,050	1,000
配布数に占める割合	8.0%	6.0%	6.0%	6.0%	6.5%	7.4%	20.5%	20.0%

（出典：区提供データより監査人作成）

表7より、観光マップ、観光ガイドブック、歴史ガイドブックとも一定数を地域住民が主たる利用者と思われる区有施設に配布している。本事業の目的は、国内外に港区の観光情報を発信することであり、各観光情報誌の配布先も区外からの来街者が入手しやすい場所を中心に考えるべきである。来街者が各総合支所や図書館を利用する機会はそれほど多いとは思えず、来街者が観光情報誌を入手しているケースが実際にあるのか、あるとしてもどの程度あるのかは不明確である。

観光情報誌は、どの程度の来街者が入手しているのかが不明確な各総合支所や図書館よりも、主たる利用者が来街者と考えられる観光インフォメーションセンターなどにより多く配布する方が、本事業の趣旨に沿っていると考える。

観光情報誌の配布状況について、各配布先ともすべて消化しており、配布先によっては追加の依頼も来ているとのことである。各観光情報誌とも地域住民も活用できる内容となっており、地域住民からの引き合いもあるとのことだが、このような地域住民のニーズに対しては、各総合支所がそれぞれ別の手段で対応している状況である。

「港区総合支所処務規程」によると、地域情報の発信に関すること、地域の観光資源の発掘、収集及び発信に関することは、総合支所の協働推進課の分掌事務とされている。実際に各総合支所は、地域情報紙(誌)の発行や、芝地区総合支所の「芝地区ちいまっぷ」や「芝の名店探訪マップ」など、観光マップに近い性質をもった地域に密着した観光情報誌を発行している。地域住民のニーズにはこれらで対応し、観光政策担当が発行する観光情報誌の配布先は、区外からの来街者が確実に入手できるよう、より事業目的に沿った対応を図ることが必要である。

【意見3】観光情報提供用メールマガジンの登録状況の改善について

観光情報発信事業の一つである観光情報提供用メールマガジンの原稿作成業務委託は、観光情報提供用メールマガジン「WELCOME 港区」（以下「港区メルマガ」という。）の原稿作成と、産業・観光ネットワーク「MINATO あらかると」掲載用の観光情報の原稿作成を委託しているものである。

港区メルマガは、区内の観光モデルルートや、週末のイベント情報、知って得する情報などを紹介するもので、毎週木曜日に配信している。

表8は港区メルマガの登録者数の推移であるが、登録者数は伸び悩んでいるといえる。

表8 港区メルマガ登録者数の推移

（単位：件）

	平成27年 3月	平成28年 3月	平成28年 7月	平成28年 10月	平成29年 1月	平成29年 7月
登録数	1,291	1,311	1,347	1,294	1,309	1,354

（出典：区提供データより監査人作成）

登録者数が伸び悩んでいる原因は複数あると思われるが、港区ホームページにおける、港区メルマガへのアクセス方法にもその一因があると考ええる。

平成29年10月31日現在、港区ホームページのトップページには「メールマガジン・SNS・スマートフォン用アプリ」というタグが設定されており、このページを開くと「港区メールマガジン」というタグが設定されている。これを開くと「観光情報メールマガジン」の紹介があり、外部サイトである「MINATO あらかると」へのリンクが設定されている。「MINATO あらかると」へのリンクを開くと港区メルマガの登録画面が開く流れとなっている。

この場合、あらかじめ港区メルマガの存在を知っていれば、港区メルマガのページまでアクセスできる可能性は高いかもしれないが、港区メルマガの存在を知らず、何の予備知識もない状況では、港区ホームページを開いても港区メルマガに至るケースは限られていると思われる。

また、港区ホームページのトップページには、「MINATO あらかると中小企業・観光情報」というタグも設定されている。これを開くと「MINATO あらかると」のホームページにアクセスできるが、開いたページは上述した「MINATO あらかると」のページと異なっている。このページには「メルマガ配信中」というタグが設定されているが、上述した港区メルマガ登録画面ほど目立つものではなく、港区メルマガの存在に気付くケースは限定的ではないかと思われる。

さらに、港区ホームページのトップページは、「メールマガジン・SNS・スマートフォン用アプリ」と「MINATO あらかると中小企業・観光情報」よりも上部のより目立つ位置に「産業・文化・観光」というタグが設定されている。これを開くと「観光」というタグが設定されているが、この「観光」のページに、港区メルマガの存在を示す直接的な情報は記載されていない。このページにも上

述した「MINATOあらかると中小企業・観光情報」というタグが設定されているが、このページから港区メルマガの存在に気づくケースも限定的ではないかと思われる。

メールマガジンについては、その効果を発揮するための指標の一つが登録件数といわれているが、その意味では、港区メルマガは登録件数を増やすことが現段階における大きな課題である。港区メルマガの原稿は株式会社サンビジネスに作成を委託しているが、その委託契約に係る仕様書では、登録件数の増加に向けた対応は受託者の業務とはされていない。したがって、区は、港区のホームページ上での港区メルマガへのアクセスが、より容易になるよう方法を検討し、登録者数が増加するような方策を講じる必要がある。

【意見4】 広報紙・地域情報紙(誌)における港区メルマガの周知について

港区メルマガの登録者数が伸び悩んでいる原因については、【意見 3】で述べた港区ホームページにおける港区メルマガへのアクセス方法のほかに、港区メルマガの周知方法にも一因があると考ええる。

【意見1】、【意見2】で述べた観光情報誌には港区メルマガが紹介されているものの、そのほかの、区が出している紙媒体の情報には港区メルマガは紹介されていない。例えば、区が毎月3回発行している広報みなとについて、平成29年10月発行分を確認したところ港区メルマガに触れた記事は確認できなかった。また、各総合支所が発行している地域情報紙(誌)について、平成29年10月31日現在の最新号を確認したところ、いずれも港区メルマガに触れた記事は確認できなかった。さらに、芝地区総合支所内を確認した限りでは、港区メルマガについての告知やポスター等、その存在を示す情報は掲示されていなかった。

港区メルマガは、観光情報提供用メールマガジンであることから、区民向けの広報紙や地域情報紙(誌)における周知になじまないという考え方もある。しかし、港区メルマガは、観光スポット・モデルルートの紹介において、商店街情報や商店街で活動している人、商品の紹介を盛り込んでいる。これらの情報は、区民にとっても興味深いものであると考えられるし、商店街の振興という観点からも、区民に情報提供することが効果的であるといえる。

したがって、広報紙や地域情報紙(誌)においても、適宜、港区メルマガを周知する必要がある。周知の結果、港区メルマガの登録者数の増加にもつながると考える。

【意見5】 港区メルマガの配信内容について

現在配信されている港区メルマガは、仕様書が求める水準を超えている可能性がある。

受託者と締結している「観光情報提供用メールマガジン」の原稿作成業務委託契約の仕様書において区が要求しているメルマガの構成は次のとおりである。

- ① 観光スポット、モデルルートの紹介、観光・商店街イベント情報とする。なお、モデルルートには商店街を1つ含ませること。
- ② 原稿の文字数等は次のとおりとする。
 - ・ 観光スポット・モデルルートの紹介 モデルルートのスポットは3件程度、各1,000字程度、掲載写真10枚程度
 - ・ 観光&イベント情報 5件程度(1件につき100字程度)
- ③ 観光スポット・モデルルートの紹介において、スポット等を取り上げる際は、可能な限り商店街をモデルルートに組み込み、各々の商店街の人物や商品を紹介すること。
- ④ 観光&イベント情報は、原則商店街イベント情報、港区内のお薦め情報等を紹介すること。
- ⑤ メルマガの構成については、季節やモデルルートの紹介内容により文字数等の変更を行う場合があるので、区の指示により増減等の調整を行うこと。

仕様書の内容を踏まえると、港区メルマガ1回あたりの文字数は、モデルルートの紹介で3,000字程度、観光&イベント情報の紹介で500字程度である。

メルマガは毎週木曜日に配信されているが、平成29年10月26日号を確認したところ、モデルルートの紹介で5,000字弱、イベント情報は3件のイベントの紹介で合計800字強となっている。このほかに港区メルマガの案内等が記載されており、それも含めると7,000字近いものとなっていた。

仕様書が求める水準を超えること自体は問題ではないかもしれないが、メールマガジンの場合、片手間に読まれる機会が多いことを前提とすると、情報を多く記載すると読み飛ばされる割合も高くなり、有用な情報が十分に伝わらない可能性も高まると思われる。

したがって、区は、読者に有用な情報が十分に伝えることができるよう、港区メルマガのボリューム(字数)のあり方など配信内容を検討する必要がある。

2. スマートフォンを活用した観光情報発信

（1）事業の概要

① 事業の概要

観光客のニーズにあった観光情報の提供を行うため、スマートフォンを活用した情報発信を行っている事業で、平成25年7月から実施している。

以下のスマートフォン用アプリケーション（以下「アプリ」という。）を製作し、観光情報の発信を行っている。

（1）「港区まち歩きナビ」（日本語・英語対応）

GPS機能を活用し、目的地への移動を案内するものである。搭載コンテンツは700か所程度、25以上のまち歩きルートを紹介している。

（2）「東京AR」（日本語・英語・中国語・ハングル対応）

「港区観光マップ」と連動し、38か所の観光スポットを音声と動画で紹介している。

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	1,741	2,632	7,313
決算額	1,740	2,139	7,309

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
委託料	7,309	「東京AR」動画登録等業務委託 他
合計	7,309	

※上表の委託料の内訳は次のとおりである。

「東京AR」動画登録等業務委託	2,592 千円
「東京AR」動画制作等業務委託	1,620 千円
「港区まち歩きナビ」の更新業務委託	1,115 千円
「港区まち歩きナビ」の運用管理業務委託	1,015 千円
「東京AR」運用管理業務委託	966 千円

④ 委託業務の概要

上述した5つの委託契約の概要は次のとおりである。

1) 「東京AR」動画登録等業務委託

「東京AR」とは、集客力の高い観光スポット及び周辺に点在する魅力ある観光資源を紹介し、商店街や地域へ周遊回遊を促す観光エリアの形成を促すとともに、面的な広がりのある観光を促進するためのAR(拡張現実)技術(以下「AR」という。)を活用したアプリである。本委託業務は、「東京AR」用に作成・編集した動画を新たに登録し、より多くの観光スポットの魅力をアプリで紹介し、来訪意欲を高めることを目的としている。

具体的な業務内容は、新規動画8本と再編集を行った動画5本、港区ワールドプロモーション動画(be touched(100秒)、One day in Minato City(120秒)2本を新たに「東京AR」に登録するものである。

2) 「東京AR」動画制作等業務委託

具体的な業務内容は、1分以内の「東京AR」動画の新規撮影、変更の必要がある動画について改修を行うものである。なお、新規の動画は8か所、改修する動画は5か所、計13か所程度を編集するものとし、動画編集箇所は区と協議の上、決定する。

3) 「港区まち歩きナビ」の更新業務委託

スマートフォン等にARを応用した空間統合システムをダウンロードすることで、全地球測位システム(以下「GPS」という。)により、目的地への移動を正確に案内するナビゲーションを構築し、幅広く観光情報を発信すると同時に、きめ細かくホスピタリティあふれる受入体制を整備することを目的としている。

具体的な業務内容は、コンテンツ更新とバリアフリー情報の追加である。

4) 「港区まち歩きナビ」の運用管理業務委託

区の観光資源を紹介するナビゲーションアプリ「港区まち歩きナビ」の運用管理業務を行うものである。本アプリのオペレーティングシステムはAndroid、iOS対応とされている。

5) 「東京AR」運用管理業務委託

区の観光資源を紹介するARを活用したアプリケーション(以下「ARアプリ」という。)の音声付動画コンテンツを作成し、アプリケーション上に公開することで、ARアプリに登録した多くの人に視聴可能な環境の運用管理業務を行うものである。ARアプリのソフトは、スマートフォンのAndroid、iOS対応とされている。

（２）監査の結果

【意見1】「東京 AR」の今後のあり方について

港区は、国内外から港区を訪れた旅行者が、区内の観光施設等情報を動画で見ることができる、スマートフォン(iOS、Android)向けアプリ「東京 AR」を配信している。

「東京AR」を利用しようとする場合には、各人がこのアプリをスマートフォンにダウンロードするほか、港区観光マップを入手する必要がある。そして、港区観光マップ上に掲載された写真にスマートフォンをかざすと、写真がスマートフォンの画面上で動画となって動き始め、動画と音声で観光スポット情報を知ることが可能となる。また、港区観光マップには QR コードも掲載されており、携帯電話でも動画を楽しむことが可能である。

表9は「東京 AR」の平成28年度の閲覧状況を示したものであるが、閲覧数は2,095件に留まっている。また、平成28年度のダウンロード数は1,057件で、平成29年3月31日時点の総ダウンロード数は15,261件である。スマートフォンや携帯電話が普及している現在において、年間の閲覧数が2,095件、ダウンロード数が1,057件に留まっているのは非常に少ないといえる。区の事業として委託料を支出して行っている以上、利用者は多いほど高い効果を得ているといえる事業であり、今後も事業を継続するのであれば、ダウンロード数の増加が求められる。

表9 港区観光マップ AR・QR 利用状況

(単位:件)

	AR	QR(携帯)	QR(スマホ)	合計
日本語	554	60	590	1,204
英語	201	0	172	373
中国語	115	0	255	370
韓国語	103	0	45	148
総計	973	60	1,062	2,095

(出典:区提供データより監査人作成)

「東京 AR」の利用手順は次のとおりである。

①区有施設等で「港区観光マップ」を入手

港区役所(3階観光政策担当)、各総合支所、区内図書館、港区観光インフォメーションセンター等で無料配布を行っている。

②アプリをダウンロード

1) AppStore または GooglePlayStore から「東京 AR」と検索し、ダウンロード

2) 港区観光マップに記載されているリンク先または港区観光マップに記載されている QR コードからダウンロード

※QR コードは港区ホームページにも貼り付けられており、ダウンロードが可能である。

③アプリを起動してスマートフォンを港区観光マップ上の写真にかざすと動画が映し出される。

「東京 AR」を利用するためには港区観光マップを入手しておく必要があるが、その前提として、国内外からの旅行者が、このようなサービスを港区が行っていることを把握している必要がある。旅行者が訪問先の情報をインターネットで調べることはあるかもしれないが、その際に訪問先の自治体の情報にまでアクセスすることがどの程度あるのか、また、仮に訪問先の自治体として東京都が発信している情報にアクセスしても、そこから港区など特別区の情報にまでアクセスするケースがどの程度あるのかが不明確である。

「東京 AR」は、一地方自治体である港区が行っていることで、その存在自体を知らしめることについて、一定の限界があると考ええる。特に国外からの旅行者がその存在を知る機会是非常に限定的と思われる。

また、港区観光マップは「1. 観光情報発信事業」で述べたが、平成 28 年度の印刷・発行部数は、日本語版 15,000 部、英語版、中国語版、ハングル版はそれぞれ 10,000 部となっており、入手先も限定されている。必ずしも誰もが容易に入手できるものではなく、その入手を前提とした「東京 AR」の利用にも限界があると考ええる。

また、現状を見る限り、携帯電話向けのサービスや英語版、中国語版、ハングル版によるサービスなどは今後も継続するべきものなのか疑問の残るものである。

「東京 AR」の事業のあり方については十分な検討が必要である。

【意見2】「港区まち歩きナビ」の利用拡大について

「港区まち歩きナビ」は、国内外から港区を訪れた旅行者が区内のまち歩きを楽しめるよう、港区が配信しているスマートフォン(iOS、Android)向けアプリである。利用しようとする場合には各人がスマートフォンにアプリをダウンロードする必要がある。

主な機能は、利用者が希望の観光スポットを選択すると自動的に観光ルートが作成されるオリジナル観光ルートが作成できることと、音声、文章に加え、動画でも観光スポット情報を見ることが可能なことである。GPS 機能を活用し、目的地までの方位をスマートフォンの画面で示すため、初めて港区を訪れた旅行者でも、テーマごとの観光ルートや観光スポット情報を知ることが可能となる。

表 10 は、「港区まち歩きナビ」の利用状況を示したものである。平成 28 年度は iOS、Android 合計で 2,875 件の利用があったことになる。「東京 AR」と同様、スマートフォンが普及している現在においては、この利用回数は非常に少ないといえる。区の事業として委託料を支出して行っている以上、利用者が多いほど高い効果を得ているといえる事業であり、利用者の増加

に努める必要がある。

表 10 まち歩きナビ利用回数

（単位：件）

	iOS 画面表示数	Android 画面表示数	画面表示総数
まち歩きナビ利用回数	1,891	984	2,875

（出典：区提供データより監査人作成）

利用方法は、アプリストアで「港区まち歩きナビ」と検索し、ダウンロードする方法と、港区ホームページや港区が発行している観光情報誌に掲載されている QR コードでダウンロードする方法がある。

「港区まち歩きナビ」は、アプリをダウンロードすれば利用可能であり、「東京 AR」のように港区観光マップなどアプリ以外に必要となるものはない。今後の対応次第では利用者の拡大が実現できる可能性は「東京 AR」よりも高いと思われる。そのためにはアプリの存在をいかに周知させることができるかがポイントであり、区が発信している情報を活用するだけでなく、外部媒体の利用も考慮して、周知の拡大に努める必要がある。

3. ワールドプロモーション

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区への興味関心の有無にかかわらず、人々を惹きつける港区のオリジナル映像「港区ワールドプロモーション映像」を、空港などの国内外から多くの人々が集まる場や、海外向けの各国旅行サイト、動画配信コンテンツ、海外テレビチャンネル放映等を通じて映像を発信していく事業で、平成27年度から実施している。「港区ワールドプロモーション映像」の発信を通じて、国内外の視聴者が港区に対する興味関心を持ち、来訪意欲を高めることを目的としている。

平成27年度は「港区ワールドプロモーション映像」を制作し、平成28年度はその映像を、区内に設置するデジタルサイネージ等の情報表示器やケーブルテレビ、SNS等における映像放映、動画配信コンテンツへのアップロード等を通じて発信している。

発信している映像は表11のとおりである。

表11 港区ワールドプロモーション映像

タイトル	再生時間	種別
be touched ～ 心動かされる体験を～	5分	日本語版、英語版、中国語（簡体字版）、中国語（繁体字版）、ハングル版の5種類
	100秒	日本語版、英語版、中国語（簡体字版）、中国語（繁体字版）、ハングル版の5種類
	15秒	日本語版、英語版、中国語（簡体字版）、中国語（繁体字版）、ハングル版の5種類
One day in Minato City	2分	日本語・英語併記、中国語（簡体字版）、中国語（繁体字版）、ハングル版の4種類

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	—	11,098	7,747
決算額	—	11,354	6,019

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	6,019	港区ワールドプロモーション映像発信業務委託
合計	6,019	

④ 委託業務の概要

本事業は、株式会社大和田組と港区ワールドプロモーション映像発信業務委託契約を締結し、同社に業務を委託している。仕様書によると、港区が委託している業務は表 12 のとおりである。

表 12 港区ワールドプロモーション映像発信業務委託契約の概要

項目	内容
発信媒体放映枠の確保及び仲介・調整等コーディネート業務	○発信媒体の活用において、区と媒体管理者との仲介、調整を行うこととする。 媒体管理者との調整では、発信媒体の確保に伴う使用料負担や媒体管理者へ納品する映像形式に関する諸条件の確認、納品作業に関する全般の業務を含むものとする。 ○メディア発信に向け、映像会社や広告関連会社等への仲介、調整を行うこととする。なお、映像会社や広告関連会社等との調整では発信媒体の確保に伴う使用料負担や媒体管理者へ納品する映像形式に関する諸条件の確認、納品作業に関する全般の業務を含むものとする。 ○海外向けの情報発信の際、現地調整及び海外関係者との仲介、調整を行うこととする。なお、海外関係者との調整では、発信媒体の確保に伴う使用料負担や媒体管理者へ納品する映像形式に関する諸条件の確認、納品作業に関する全般の業務を含むものとする。 ○放映枠の確保及び仲介・調整する媒体は次の①～⑪とする。 ①羽田空港国内線ターミナル設置サイネージ ②成田空港 南・北ウィング到着ロビーデジタルサイネージ ③シブヤ 7 基同時シンクロ放映ビジョン ④J-AD ビジョン 秋葉原駅 新電気街口 ⑤J-AD ビジョン 東京駅 京葉通路

項目	内容
	⑥J-AD ビジョン 新宿駅東口 ⑦成田エクスプレス トレインチャンネル ⑧京成スカイライナー 社内ビジョン ⑨Hot Vision 銀座 ⑩ゆりかもめビジョン ⑪ジャパンガイド
その他発信に係るコーディネート業務	○区が発信媒体放映枠を確保し、調整のみ受注者が行うもの ①みなとパーク芝浦 大型サイネージ ②ニュー新橋ビル デジタルサイネージ ③りんかい線東京テレポート駅、フジテレビ共用スペース デジタルサイネージ ④その他(デジタルサイネージ、街頭ビジョン)5件程度 ⑤港区不動産業者ホームページ ⑥港区内ホテルホームページまたはホテルチャンネル、並びにホテル送迎バス車内 ⑦その他(WEB、SNS) 5件以内 ⑧その他(テレビ番組またはテレビCM) 5件以内 ○区で発信媒体放送枠の確保及び調整を行うもの ①港区役所、各総合支所設置デジタルサイネージ ②YouTube ③港区ホームページ(港区公式 Facebook「みなとトピックス」含む) ④港区観光協会ホームページ ⑤ジャカルタポスト紙 SNS ⑥フジテレビ YouTube チャンネル ⑦フジテレビ 地上波放送 ⑧フジテレビ 衛星波チャンネル(CS)テレビCM
発信に伴う映像素材の変換業務	受注者は、発信媒体の仕様に合わせ、映像素材の変換を行うこととし、素材の変換経費、作業料、関連バナーの作成費、その他必要な経費について、全て負担することとする。
発信効果の集計及び報告業務	映像を発信した効果を集計し、区へ報告する。効果は広告換算額や経済効果、視聴者数、ダウンロード数など個別具体的に数値化するとともに、視聴者による口コミやコメントなどの感想や拡散状況なども集計することとする。 (集計が不可能な発信媒体については、その理由を書面と合わせ区に説明の上、区の了解を得ることとする。)

項目	内容
	なお、発信媒体ごとに定期的に区へ報告することとする。また、報告の際は書面と合わせ、区へ直接の説明を行うこととする。
報告書作成業務	発信効果の集計及び報告義務に関する報告事項をまとめた「発信効果報告書」を毎月ごとに作成し、区に提出する。なお、年度末には各月ごとの発信効果報告書と合わせ、年間報告書を作成し、区に提出する。

（２）監査の結果

【意見1】ワールドプロモーションの効果検証について

平成 27 年度に制作した「港区ワールドプロモーション映像」は、平成 28 年度から発信を開始している。このようにワールドプロモーションは開始間もない事業であり、十分な効果をあげているのか、今後も継続すべきものかなど、事業に対する評価をどのように行うのかについては、あらかじめ十分に検討しておく必要がある。

この点、区は受託者に対し、発信効果について視聴者数など個別具体的に数値化するとともに、視聴者による口コミやコメントなどの感想や拡散状況なども集計することを求めている。表 13 は、平成 28 年度港区ワールドプロモーション映像発信業務委託年間報告書（以下「年間報告書」という。）のうち、平成 28 年 4 月～7 月分を抜粋してまとめたものである。

表 13 年間報告書の概要（平成 28 年 4 月～7 月分抜粋）

月	相互的な発信効果		考察
	媒体種類	視認人数/ 視聴世帯数	
4 月	シブヤ 7 基同時シンクロ放映ビジョン (視認人数/人)	3,150 人	街頭ビジョンやデジタルサイネージでの発信が、YouTube の視聴回数に結び付いていない。 したがって、今後はウェブ広告に重点を置くべきと考える。
	フジテレビ地上波放送「ハイボール」全国放送 (視聴世帯数/世帯)	542,500 世帯	
	フジテレビ衛星波チャンネル(CS)テレビ CM (視聴世帯数/世帯)	60,420 世帯	
5 月	YouTube 視聴回数 (平成 28 年 5 月 31 日 12 時現在 公開 36 日目)	2,727 回	街頭ビジョンやデジタルサイネージでの発信が、YouTube の視聴回数に結び付いていない。 したがって、今後はウェブ広告に重点を置くべきと考える。 東京観光情報センターは 5 分のロングバージョンの連続放映であったため、来場者の 70%以上が視認した結果となった。
	J-AD ビジョン東京駅京葉通路 (視認人数/人)	84,227 人	
	J-AD ビジョン新宿駅東口 (視認人数/人)	277,419 人	
	東京観光情報センター (視認人数/人)	10,138 人	

月	相互的な発信効果		考察
	媒体種類	視認人数/ 視聴世帯数	
6月	YouTube 視聴回数 (平成28年6月30日12時現在 公開67日目)	3,362 回	通年発信の場合は、来場者が目的を持って来るため、媒体を視認する率が低い傾向にあると思われる。 また、YouTube に関しては1か月で600回以上の視聴回数を上げている結果となった。
	芝地区総合支所 (視認人数/人)	36 人	
	神明いきいきプラザ (視認人数/人)	25 人	
	みなとパーク芝浦 (視認人数/人)	270 人	
7月	YouTube 視聴回数 (平成28年7月29日12時現在 公開96日目)	3,773 回	ジャパンガイドのバナーデザインが他のバナーと比べてインパクトに欠けていたため、メリハリのあるデザインバナーに変更した。
	羽田空港国内線ターミナル設置サイネージ (視認人数/人)	4,969,920 人	
	成田エクスプレス トレインチャンネル (視認人数/人)	527 人	
	京成スカイライナー社内ビジョン (視認人数/人)	33,480 人	
	秋葉原デジタルサイネージ (視認人数/人)	12,958 人	
	品川駅自由通路(港南口連絡通路) (視認人数/人)	6,669 人	
	椿屋ビルビジョン (視認人数/人)	164,944 人	
	ジャパンガイド視聴回数 (平成28年7月31日 公開31日目)	571,496	

このように、年間報告書では、視認人数や視聴回数などの数値化した発信効果に加え、考察も記載されている。

ワールドプロモーションは、国内外の視聴者が港区に対する興味関心を持ち、来訪意欲を高めることを目的としていることから、本来は、港区に興味関心を持ち、来訪意欲が高まった人数がその効果であるが、その効果測定は困難である。そこで、区は視認人数や視聴回数により効果測定を行うこととしている。しかし、区が、数値化した発信効果をどのように評価するのか明確ではないため、報告数値をみても効果があったのかなかったのか、あったとしてもどの程度の効果があったのか、評価することが困難な状況となっている。

したがって、効果の有無等を評価する基準とするため、視認人数や視聴回数などの目標値を設定する必要がある。目標値を設定することによって、はじめて達成度の評価が可能となるし、データ分析により、改善を図るべき点も明らかになる。例えば、特定の属性をターゲットに配信したり、海外への直接的なプロモーションを行ったりするなど、効果的な配信手法を検討することも可能となると考える。

「港区ワールドプロモーション映像」は、確かに港区の魅力を感じる作品である。そのような作品であるからこそ、一般的にありがちな「制作しただけの映像」となることのないよう、より効果

的なプロモーション素材として活用していくべきである。したがって、今後は、目標値を設定し、効果を検証し、改善を繰り返していくことで、根拠をもって継続できるプロモーションを進める必要があると考える。

4. 港区ものづくり・商業観光フェアの開催

（1）事業の概要

① 事業の概要

伝統の技能から最新の技術までの展示、実演、体験等を通じて港区内の産業や技術者・製品等を紹介するとともに、観光資源や商業・匠の技など港区の魅力を発信することで、港区内の中小企業と商店街の活性化を目指し、観光による産業の発展・振興を図ることを目的とした事業である。

港区ものづくり・商業観光フェア（以下、「フェア」という。）は2年に1回開催している。フェア開催の前年度には、港区産業団体連合会、港区商店街連合会、港区観光協会等を委員とした実施準備委員会を立ち上げ、フェアの概要を検討し、その翌年度にフェアを開催している。平成18年度より開始し、平成28年度は6回目のフェアとなった。

表14 フェアの開催状況

	平成24年度	平成26年度	平成28年度
参加団体数	11団体	10団体	8団体
開催日時	11月9日(金)・10日(土) 午前11時～午後7時	11月21日(金)・22日(土) 午前11時～午後7時	11月4日(金)・5日(土) 午前10時～午後6時
対象	どなたでも	どなたでも	どなたでも
会場	東京ミッドタウン	六本木ヒルズ	みなとパーク芝浦
来場者数	71,611人 (小学生9校819人)	10,376人 (小学生3校308人)	32,328人 (小学生5校690人)

（出典：港区の産業・地域振興 平成29年度版事業概要）

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	34,341	8	33,881
決算額	34,259	0	29,760

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
負担金補助及び交付金	29,753	第6回港区ものづくり・商業観光フェア補助金
その他	7	
合計	29,760	

（2）監査の結果

【意見1】フェアのあり方の検討について

事業の概要で述べたとおり、フェアは、観光による産業の発展・振興を図ることを目的としている。しかし、フェアでは、港区選りすぐりの「匠」が制作した三味線や指物などの伝統工芸品の展示、菓子職人が作った和生菓子の紹介、陶芸の実演、染の製作体験など、匠の技に焦点があてられており、港区内の伝統工芸やものづくり産業の紹介にとどまっている状況にある。確かに、港区観光協会も出展し、観光資料やイベントパンフレット配布により、観光PRを行っているものの、伝統工芸やものづくり産業との関連性は薄く、フェアが観光による産業の発展・振興に結びついているとは言い難い。

フェアは、観光と銘打っていることから、伝統工芸やものづくり産業の技術を、観光資源として捉えてもらえるような工夫が必要であると考え。例えば、匠の技は、特に外国人に対して魅力的な観光資源としてPRできるものと思われることから、外国人に対する有効な情報発信手段を検討したり、外国人が伝統工芸を体験できるような体制を検討したりすることも考えられる。

したがって、観光による産業の発展・振興に結びつくフェアの開催となるよう、フェアのあり方を検討する必要がある。

5. 港区観光協会補助金

（１）事業の概要

① 事業の概要

ア. 港区観光協会の概要

港区観光協会は、港区内における観光事業の振興を図り、港区商工業の発展に寄与することを目的とし、昭和34年に設立された団体である。港区観光協会会則第4条には、観光資源の調査研究と保護開発を始め5つの事業を行うことが掲げられている。また、法人格を有していない任意団体であり、普通会员、特別会員、準会員、名誉会員及び個人会員から構成されている。平成29年5月1日現在、普通会员133社、特別会員9社となっている。

（目的）

第2条 本会は港区内における観光事業の振興を図り、本区商工業の発展に寄与することを目的とする。

（事業）

第4条 本会は第2条の目的を達成するために次の事業を行う。

1. 観光資源の調査研究と保護開発
2. 観光地の紹介宣伝と旅客の誘致
3. 観光施設の改善整備と建設の促進
4. 観光物産の改善と宣伝および販売
5. その他本会の目的達成に必要な事項

（会員）

第5条 本会の会員は次の通りとし、会費年額1口5千円とする。

1. 普通会员

法人または団体で港区に本社あるいは事業所があり規定の条件を満たす者で会費年額2口以上を納付する者。

2. 特別会員

会費年額10口以上納付する者または一時に多額の寄付金を納付し、会長の推薦した者。

3. 準会員

港区に事業所を持たないが会則第2条の目的に賛同し規定の条件を満たす者で会費年額2口以上を納付する者。但し、次の制限事項が付く

＊総会その他での議決権はない

＊役員には就任出来ない

4. 名誉会員

本協会の事業に関係ある官公署の長並びにその職に準ずる職員で役員会の推薦した者。

5. 個人会員

個人で会則第2条の目的に賛同し規定の条件を満たす者で会費は年額1口以上。

但し、次の制限事項が付く

＊総会その他での議決権はない

＊役員には就任出来ない

（出典：港区観光協会会則）

イ. 平成28年度における港区観光協会の実施事業の概要

平成28年度においては、下表のような事業を実施している。このうち、「港区観光ボランティアガイドまち歩き事業」及び「港区観光インフォメーションセンターの運営」は、区からの委託事業であり、詳細は別項にて記載している。また、「第14回港区観光フォトコンテスト」の開催及び「多言語観光情報発信「VISIT MINATO CITY」事業」は区の補助事業である。

【平成28年度における港区観光協会の事業実績】

件名	実績
① 区内のイベント、お祭りへの協賛と出展・後援事業	全24件
② 着地型観光事業	
A. 協会企画まち歩き「ぶらり散歩」事業	全9件 参加者134人
B. 港区観光ボランティアガイドまち歩き事業（区受託事業）	全68件 延参加者860人
③ 「第14回港区観光フォトコンテスト」の開催（区補助事業）	応募人数280人 作品総数1,170作品
④ 訪日外国人及び日本人観光客への観光環境整備と観光情報の発信事業	
A. 観光環境整備事業 ○港区観光インフォメーションセンターの運営（区受託事業）	来客数39,454人
B. 観光情報の収集と発信事業 ○ホームページ・SNS（Google+、ツイッター）による観光情報の発信 ○多言語観光情報発信「VISIT MINATO CITY」事業（区補助事業）	ホームページアクセス数313,907回等

ウ. 平成28年度における港区観光協会の決算の概要

平成28年度における港区観光協会の決算は次のとおりである。港区観光協会の会計は、港区からの補助対象事業にかかる会計を観光振興事業特別会計に区分し、それ以外を一般会計とする構成である。

一般会計は収入29,357千円、支出22,548千円であり、差し引き6,808千円が残余として次年度に繰り越されている。このうち、港区からの受託事業である港区観光ボランティアガイド事業実施支援業務委託（3,956千円）及び港区観光インフォメーションセンター運營業務委託

(11,043 千円)の合計額 14,999 千円が、一般会計収入総額の 51%を占める。また、観光振興事業特別会計は収入と支出が同額の 26,286 千円であり、収入全額が区からの補助金である。結果、区からの補助金及び委託費が、港区観光協会の収入総額の 74.2%とその大半を占めている。

表 15 平成 28 年度における港区観光協会決算

(単位:千円)

会計	収入	支出	差引
一般会計	29,357	22,548	6,808
観光振興事業特別会計	26,286	26,286	-
合計	55,643	48,834	6,808

(出典:区提供データより監査人作成)

表 16 港区からの補助金及び委託費が収入額に占める割合

(単位:千円)

科目	収入額	港区からの 補助金及び委託費	構成比
一般会計	29,357	14,999	51.0%
観光振興事業特別会計	26,286	26,286	100.0%
合計	55,643	41,285	74.2%

(出典:区提供データより監査人作成)

エ. 平成 28 年度における港区観光協会の補助対象事業

港区観光協会補助金交付要綱に基づき、区内の観光事業の振興を図ることを目的として補助金を交付している。補助対象事業は、協会事務局体制支援事業と協会運営事業であるが、協会運営事業に含まれる具体的な事業については、年度によって変化がある。

【港区観光協会補助金交付要綱に示す補助対象事業】

補助対象事業	内容及び補助対象経費
協会事務局体制支援事業	広報活動(編集委託費、印刷製本費等) 情報提供(郵送費、通信費等) 事務局運営(人件費、備品購入費等) 等
協会運営事業	港区フォトコンテスト(講師謝礼、会場費、印刷費等) 港区史跡巡り(講師謝礼、印刷費等) MINATO まち歩き(講師謝礼、印刷費等) 等

※内容に掲げる事項は、例示である。

具体的な協会運営事業（補助対象事業）の内容を見ると、港区観光フォトコンテスト支援が、平成15年度より、継続的に協会運営事業とされており、年度によって、これ以外の事業が加わる形である。特に、平成28年度においては、SNSを活用した外国人向け観光情報の発信が協会運営事業（補助対象事業）に加わったことから、前年度と比べて補助金交付額が13百万円程度増加している。

【具体的な補助対象事業の推移】

年度	補助対象事業
平成24年度	港区観光協会事務局体制支援
	港区観光フォトコンテスト支援
	水辺観光ツアーの開発及び実施
平成25年度	港区観光協会事務局体制支援
	港区観光フォトコンテスト支援
	港区観光協会ホームページの再構築
平成26年度	港区観光協会事務局体制支援
	港区観光フォトコンテスト支援
平成27年度	港区観光協会事務局体制支援
	港区観光フォトコンテスト支援
平成28年度	港区観光協会事務局体制支援
	港区観光フォトコンテスト支援
	SNSを活用した外国人向け観光情報の発信

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	13,900	13,900	26,726
決算額	13,499	13,290	26,286

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
負担金補助及び交付金	26,286	港区観光協会補助金
合計	26,286	

（２）監査の結果

【意見1】港区の観光施策における港区観光協会の位置づけの明確化について

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される平成 32 年度に向けて外国人観光客は当然に増加基調となるが、一方で、それ以後は、何ものなければ減少することが想定される。平成 32 年度までの観光客の増加に際し、観光客にどれだけ満足感を与えることができるのかが鍵であるとともに、港区民にとっては、外国人観光客の著しい増加は、混雑の激化や外国人との軋轢等から不満足要因となり得るものである。今後の港区の観光施策においては、観光客をどう呼び込むかだけでなく、外国人観光客を中心に増加することが想定される観光客にどう満足感を与え、同時に、港区民を中心とする日本人に対して、観光客の増加に伴う不満足をどう抑制し、解消していくのかという視点が必要になるものと考ええる。また、この課題は、一地方自治体である港区だけで解決し得る問題ではなく、当然、国、東京都、観光関連企業、その他の企業、商店及び商店会、区内在住・在勤（学）者等といった様々な主体との役割分担と連携の中で対応していくものである。

港区観光協会は任意団体ではあるものの、港区から補助金及び委託費を受けて、港区の観光施策の一翼を担う主体であり、その役割には重要なものがある。しかし、現行の観光振興ビジョンにおいては、種々の施策に関して、港区観光協会と連携する旨の記載はあるものの、港区の観光施策において、港区観光協会に期待する役割については記載されていない。現状、①港区の観光情報の発信（補助事業）、②観光ボランティアガイドの事務局（委託事業）、③港区観光インフォメーションセンターの運営（委託事業）が主体であるが、既存事業の拡充や港区が直接実施している事業（観光情報の発信等）との整理等を適切に行うためには、その判断基準として、港区観光協会に期待する役割が明確になっていることが必要である。

今後、港区の観光施策の中において、港区観光協会が担う役割が拡大することが想定される。したがって、港区の観光を取り巻く現状を踏まえ、改めて港区の観光施策を見直した上で、港区及び港区観光協会が担う役割を明確化することが必要である。

【意見2】 港区観光協会の組織体制の強化について

港区観光協会は、元々、日本電波塔（東京タワー）に関連する企業の親睦団体として設立された団体であり、現在も法人格を有さない任意団体である。会員企業が人員や資金を出し合って具体的な事業を遂行することを主目的としていなかったことから、会員間の結びつきも緩やかなものといえる。役員として会長1名の他に副会長が4名選出されているが、全員が非常勤であり、強いリーダーシップを発揮することは期待されていない。また、事務局構成は、事務局長1名と事務局次長1名の計2名に過ぎず、かつ、いずれも会員企業からの出向者であり、出向元の人事ローテーションの中で異動していくため、ノウハウ等が属人的となり、組織に蓄積されないきらいがある。また、現状の実施事業も、港区からの補助金及び委託費が、観光協会の収入総額の74.2%とその大半を占めているように、港区からの資金に依存していると同時に、平成28年度末における繰越金も6,808千円程度に過ぎない状況である。港区としては、観光施策における主要な構成員として、補助金を交付し、港区観光インフォメーションセンターの運営や港区観光ボランティアガイド事業を委託してきたが、このような組織・人員的にも財務的にも脆弱な状況では、これ以上の事業拡大に対応できるのか疑問が残る。

港区観光協会としても、平成30年度に一般社団法人化を予定しており、鋭意、準備を進めているが、組織・人員面での拡充は、すぐには対応できないのではないかとのことである。確かに、港区が単独で観光施策を実施することは柔軟性に欠け非効率であり、港区観光協会を観光施策におけるパートナーと位置付けることは現実的なものである。また、将来的には、港区の観光にかかる情報収集とその分析を行い、港区に対して種々の提案等が行えるような主体となることも理想の一つであるが、現実には、組織・人員面及び財務面での脆弱性が、現状の役割を拡充するにあたっての大きな阻害要因となっている。今後、第3次港区観光振興ビジョンの策定等において、港区が港区観光協会に期待する役割を明確化し、今まで以上の役割や機能を担うことを求めるのであれば、港区観光協会に対して、常勤役職員の配置や事務局人員の強化等を含む組織体制の充実や、そのための会員企業からの積極的な協力を求めていくことが併せて必要である。

【意見3】 港区の観光情報の一元的な発信について

現在、港区の観光情報については、港区のホームページ上の「港区産業観光ネットワーク MINATO あらかると」と港区観光協会のホームページ及びSNSが存在する。また、各総合支所が実施している事業のうち、区民以外の参加も可能な観光的なイベント等については、各総合支所のホームページに掲載されるとともに、港区観光協会の判断により、その一部が港区観光協会のホームページに掲載されている。ただし、各総合支所の観光的なイベント等について、必ずしも「港区産業観光ネットワーク MINATO あらかると」に掲載されるわけではない。このように、現状、港区の観光情報の発信元は一元化されていない。

所管等の違いによって情報を発信するホームページ等が異なるということは、発信元の組織

内の都合であり、観光情報の利用者にとっては、その利便性を阻害するだけでなく、一元化された情報の方がアピール度も強くなることが考えられる。今後、各総合支所の事業を含め港区内の観光情報を集約し、港区観光協会のホームページから発信する枠組みとする等、情報発信の一元化を図ることが望ましい。

6. シティプロモーション推進事業

（１）事業の概要

① 事業の概要

港区の観光振興に関する施策の概要で述べたとおり、区は、平成28年5月にシティプロモーション戦略を策定した。シティプロモーション戦略では、「観光客に選ばれ続ける都市」としての評価とポジションの確立を目標に掲げ、さまざまな取り組みを行うこととしている。

本事業では、区内に宿泊施設が多く集積するといった地域特性を活用したプロモーションを展開することで、国内外からの宿泊者に港区の魅力を伝え、繰り返し訪れてもらう機会をつくることを目的としている。具体的には、シティプロモーションツール「とっておきの港区」（以下、「とっておきの港区」という。）や観光情報誌「ハレノヒ」による情報発信を行ったり、シティプロモーション戦略に掲げる都市イメージ表現した「シティプロモーション法被」や区オリジナルの扇子を区の観光インフォメーションセンターやイベントで使用したりして、プロモーションを展開している。

「とっておきの港区」、観光情報誌「ハレノヒ」の概要は以下のとおりである。

ア. 「とっておきの港区」

区内ホテルの客室又は宿泊者専用ラウンジに、区政や観光案内等の区の魅力を盛り込んだ「とっておきの港区」を作成・配置し、区の魅力を国内外に発信している。

a. 規格

A4 サイズ、21 ページ、フルカラー、4 か国語併記（日本語・英語・中国語・ハングル）

b. 発行

年4回発行（夏号、秋号、冬号、春号）

年度	発行号	協力ホテル数	ツール配置客室数	事業費
26	冬春号	15	2,024 室	9,758,905 円
27	夏号	22	4,458 室	28,760,184 円
	秋号	22	4,458 室	
	冬号	26	4,772 室	
	春号	28	5,140 室	
28	夏号	30	5,586 室	30,421,440 円
	秋号	32	6,793 室	
	冬号	33	6,754 室	
	春号	33	6,754 室	

※平成26年度は、企画経営部区長室の事業として実施

イ. 観光情報誌「ハレノヒ」

「とっておきの港区」の抜粋版として観光情報誌「ハレノヒ」を作成し、季節ごとにオススメのまち歩きスポットの紹介や商店街の紹介など、区内観光に役立つ情報をタイムリーに発信している。観光情報誌「ハレノヒ」は、港区観光インフォメーションセンターをはじめ区内外の施設等へ広域的に配置・配布している。

平成28年度からは、「とっておきの港区」とデザイン及び内容の一部統合を行い、4か国語併記で発行している。

a. 規格

A3 サイズ、2 ページ、フルカラー、4 か国語併記（日本語・英語・中国語・ハングル）

b. 発行

年4回発行（夏号、秋号、冬号、春号）

年度	名称	作成部数	事業費
26	「ハレノヒ」(年4回) (日本語版・英語版)	日本語版:各 6,000 部 英語版:各 10,000 部	2,604,960 円
27	「ハレノヒ」(年4回) (日本語版・英語版)	日本語版:各 6,000 部 英語版:各 10,000 部	2,468,880 円
28	「ハレノヒ」(年4回) (日本語・英語・中国語・ハングル併記)	各 16,000 部	3,024,000 円

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	10,231	40,765	43,206
決算額	9,758	39,356	36,212

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
旅費	49	
需用費	13,229	港区シティプロモーションツール印刷
委託料	22,932	港区シティプロモーションツール等企画・編集業務委託
合計	36,212	

（２）監査の結果

【指摘1】「とっておきの港区」の回収冊数の把握について

「とっておきの港区」の在庫管理、運搬・回収、集計業務を業務委託しており、受託者は初期納品、補充納品の記録は実施し、受託者の倉庫での残冊数は把握できている。しかし、新号の発行が行われた際に、旧号の回収が行われているものの回収冊数の管理はできていない状況である。そのため、区内の宿泊客が「とっておきの港区」を実際に持ち帰っている冊数を把握することができていない。

仕様書上、初期配置用として全 46,000 冊程度（夏号 10,000 冊程度、秋号 11,000 冊程度、冬号 12,000 冊程度、春号 13,000 冊程度）が、区から受託者に提供される。そのほか、宿泊客の持ち帰りによる不足や破損等に対する補充納品用として、全 99,000 冊程度（配置中の春号 25,000 冊程度、夏号 20,000 冊程度、秋号 19,000 冊程度、冬号 18,000 冊程度、春号 17,000 冊程度）を受託者に提供することとなっている。

受託者は、「とっておきの港区」の運搬・納品数、補充数などの確認・集計を、月単位及びホテル単位で行い、その在庫管理、運搬・回収、集計状況について、履行期間中、月 1 回程度その状況を、メール等で区に報告することとなっている。しかし、受託者の報告データでは回収冊数まで把握することができていない。

受託者からの報告データでは、補充納品がほとんどされていないことから、補充納品用の「とっておきの港区」は受託者の倉庫から一度も出ることがなく、新古品のまま、一年後に廃棄されることとなっている状況である。不要な冊数が印刷されていることも推測されるため、実際の廃棄冊数も把握するために回収冊数も把握し、受託者が保有している冊数を適時に把握することが必要である。

【意見1】「とっておきの港区」の持ち出し促進について

「とっておきの港区」には当初、「Take Free」の文字がなく、ホテル宿泊客は持ち出ししてはならない冊子とされていたためか、冊子の持ち出し実績がほとんどなかったとのことである。

そのため、2017 春号より「Take Free」の文字を表紙に記載することとしたが、そのデザイン性を考慮し、「Take Free」の文字は一目見ただけでは気づかないほど、右上に小さな文字での記載になっている。

「とっておきの港区」は港区のシティプロモーションツールとして、区内ホテルの客室又は宿泊者専用ラウンジに配置し、区の魅力を国内外に発信するものである。つまり、宿泊者に実際に手に取ってもらい、区の魅力を感じてもらわなければ、作成・配置している意味がなくなってしまう。宿泊者が手に取り、「とっておきの港区」を片手に区内を周遊してもらい、区の魅力を感じてもらうためには、散歩等の外出の際でも「とっておきの港区」を外に持ち出すことができる冊子であることを宿泊者に明確に伝えることが必要である。

したがって、一目見ただけで「Take Free」の文字を把握することができるように、文字の位置や大きさを改善することなど、宿泊者がシティプロモーションツールを持ち出し活用してもらえする方法を検討することが必要である。

宿泊者が区の魅力を感じるにより、再訪につながる可能性も高くなり、また宿泊者が発信者となり、港区の魅力が拡散する可能性も出てくる。

【意見2】「とっておきの港区」の有効活用について

港区シティプロモーションツール管理業務受託者からの「ホテル別ツールの運搬・納品数・補充数一覧(月別)」によると、平成 29 年 8 月 31 日現在の「とっておきの港区」の残部状況は表 17 のとおりである。

表 17 「とっておきの港区」の残部状況

（単位：部）

	受託者への 配布数(A)	ホテルへの 配置数(B)	残部数 (C)=(A)-(B)	残部率 (C)/(A)*100
2016 年春号	15,300	11,475	3,825※	25.0%
2016 年夏号	34,500	12,410	22,090※	64.0%
2016 年秋号	34,500	14,305	20,195	58.5%
2016 年冬号	34,500	13,490	21,010	60.9%
2017 年春号	34,000	13,890	20,110	59.1%
2017 年夏号	24,700	14,730	9,970	40.4%
2017 年秋号	24,700	14,010	10,690	43.3%
合計	202,200	94,310	107,890	53.4%

（出典：ホテル別ツールの運搬・納品数・補充数一覧（月別）より監査人作成）

「とっておきの港区」は、受託者に配布され、受託者が各ホテルへ配置（納品・補充）している。残部については、受託者の倉庫にて保管されている。なお、1年間経過した時点で、前年度の残部は、受託者がそのまま廃棄することになっている。例えば、2017年春号が出た段階で、2016年春号を廃棄することとなる。つまり、表17の※印が廃棄された部数となる。

表17のとおり、単純合計・平均で107,890部、53.4%の残部となっている。2017年夏号からは、残部率が減少しているように見えるが、配布数を減らした影響であり、多数の残部が出ている状況に変わりはない。【意見1】で述べたとおり、持ち出しがされなかったことも原因のひとつかもしれないが、この状況をみると、「とっておきの港区」は有効活用されていないといえる。

現状では、区内ホテルの客室又は宿泊者専用ラウンジに配置しているが、区の魅力を国内外に戦略的に発信するのであれば、ターゲットを区内ホテルの宿泊者のみに限定する必要性はない。

したがって、全国連携のイベントや国際交流の場等、区の魅力を国内外に発信できる場を利用して、「とっておきの港区」をシティプロモーションツールとして有効に活用する必要がある。

Ⅱ 世界的な観光都市としての環境づくりに関する事業

1. 港区観光ボランティア育成

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区観光ボランティアガイドとは、国内外から訪れる旅行者のニーズにきめ細かく対応するため、まち歩きツアーを行う等、区の多彩な観光資源を多くの人々に伝えることを目的とした港区公認のボランティアガイドである。港区観光ボランティアガイドに従事するためには、港区が主催する観光ボランティアガイド育成講座を受講し修了する必要がある、港区観光ボランティアガイド育成事業は、本育成講座を実施するものである。

平成22年度に事業を開始した当初は、1年ごとに初級・中級・上級とステップアップする形態としており、3年間で上級まで受講し終わると修了となるものであった。平成26年度までに計3期（第1期：平成22年度～平成24年度、第2期：平成23年度～平成25年度、第3期：平成24年度～平成26年度）開催されており、全43人が修了している。その後、平成27年度からは、英語を話せる者を対象とした「港区観光ボランティアガイド」の育成講座とし、平成28年度には、英語に加え、中国語・ハングルを話せる者に、その対象を広げている。平成28年度までに開催した観光ボランティアガイド育成講座においては全67人が修了しており、従前の観光ボランティアガイド育成講座と併せて、全110人が修了している。なお、区によれば、今後、毎年20名ずつ増加させ、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される平成32年度には、全190名の体制とすることを想定している。

また、平成27年度より、育成講座と並行して、既修了者を対象とした「スキルアップ講座」を開催している。これは、既修了者が、そのガイド活動の質を維持または向上させる一助として開催するものであり、特に修了要件等は定められていない。

港区観光ボランティアガイド育成事業における育成講座の実施・運営は外部事業者へ委託されており、受託事業者は指名競争入札により決定されている。平成28年度の受託事業者は、株式会社JTBコーポレートセールスである。

【平成28年度における実施講座】

- 港区観光ボランティアガイド育成講座（英語・中国語・ハングル） 受講者 46 人
- スキルアップ講座（全5回） 参加延べ人数 79 人

表 18 港区観光ボランティアガイド育成講座修了者

年度	期生	人数
平成 24 年度	観光ボランティアガイド 第 1 期	9 人
平成 25 年度	観光ボランティアガイド 第 2 期	22 人
平成 26 年度	観光ボランティアガイド 第 3 期	12 人
平成 27 年度	観光ボランティアガイド 第 4 期	29 人
平成 28 年度	観光ボランティアガイド 第 5 期	38 人
合計		110 人

（出典：区提供データより監査人作成）

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	1,016	1,988	2,375
決算額	1,015	1,987	2,365

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	2,365	港区観光ボランティアガイド育成支援業務委託
合計	2,365	

（２）監査の結果

【意見1】修了要件の見直しについて

平成 28 年度の港区観光ボランティアガイド育成講座は、平成 28 年 6 月 1 日から平成 29 年 2 月 28 日までの間に全 15 回の講座が開催されている。全 15 回の講座は、基本的に座学が中心ではあるものの、実際に観光ボランティアとして活動されている方と現地を巡るフィールドワークや、受講生が育成講座の中で自ら考えたコースを実際に巡るモニターツアーが実施され、実践的な内容とするよう工夫されていることがうかがえる。

しかし、平成 28 年度においては 46 名が受講を開始したものの、4 回目の講座以降は 30 名前半の出席者数が続き、結果として 38 名の修了にとどまっている（修了率 82.6%）。また、実践的な講座であるフィールドワークの参加者は 46 名中 34 名（参加率 73.9%）、モニターツアーの

参加者は46名中30名（参加率65.2%）と更に低い水準となっている。現在、港区観光ボランティアガイド育成講座の修了要件は、全15回の講座のうち3分の2（10回）以上に出席することとされているが、この場合、フィールドワークやモニターツアーに参加せず、座学的な講座のみで修了することもあり得る。特に、モニターツアーは、その準備も含めて育成講座の根幹をなすものであり、これに参加することは観光ボランティアガイドに従事するために必須な経験と考えられる。今後、講座の出席回数だけでなく、モニターツアーへの参加を修了要件とする必要もある。

表19 平成28年度港区観光ボランティアガイド育成講座の開催状況

回数	開催日	講座内容	受講者数
1	6月1日(水) 19:00～21:00	オリエンテーション・港区について・自己紹介	44名
2	6月14日(火) 19:00～21:00	ボランティアガイド業務とは	40名
3	7月6日(水) 19:00～21:00	去年の振り返り・ワークショップ・今後の活動について	41名
4	7月16日(土) 11:00～13:00、 15:00～17:00	フィールドワーク(先輩ガイドの実践例に学ぶ)	34名
5	8月17日(水) 19:00～21:00	フィールドワークの振り返り・コーステーマ作成	31名
6	9月15日(木) 19:00～21:00	外国人から見た日本、私たちが考える港区をコースにする その2	32名
7	9月29日(木) 19:00～21:00	外国人から見た日本、私たちが考える港区をコースにする その3	30名
8	10月13日(木) 19:00～21:00	私たちが考える港区をコースにする その4	30名
9	11月17日(木) 19:00～21:00	私たちが考える港区をコースにする その5	33名
10	11月26日(土) 10:00～12:30 14:00～16:00	港区観光ボランティアガイド育成講座モニターツアー	30名
11	12月15日(木) 19:00～21:00	モニターツアーの振り返り、港区案内モデルコース案のブラッシュアップ	33名

回数	開催日	講座内容	受講者数
12	1月19日(木) 19:00～21:00	港区案内モデルコース案のブラッシュアップ	36名
13	1月28日(土) 10:00～12:00	港区案内モデルコースの実施	30名
14	2月15日(水) 19:00～21:00	観光ボランティアとしての心構え	28名
15	2月28日(火) 19:00～21:00	修了証授与・今後に向けて	35名

（出典：区提供データより監査人作成）

【意見2】未修了者からの受講を断念した理由の聴取について

平成27年度より開始された港区観光ボランティアガイド育成講座の修了率（修了者数 ÷ 受講者数）は、平成27年度が72.5%、平成28年度が82.6%となっており、毎年、2割前後の未修了者が発生している。港区観光ボランティアガイド育成講座の修了要件は、全15回の講座のうち3分の2（10回）以上出席することであり、未修了者は、その出席がかなわなかった者である。区によれば、受講開始後、転居等により受講の継続が困難となった者もあるとのことであるが、必ずしも、全ての理由が把握されている訳ではない。また、平成28年度における各講座への出席状況を見ると、全46名が受講を開始したものの、フィールドワークの実施回である4回目の講座以降、30名前半の出席者数に急減しており、必ずしも転居等の理由によることが全てではなく、事前に想定したものと異なったこと等による意欲の喪失等により出席を取り止めた者も存在することが推測される。

ボランティアガイドとはいえ、本育成講座は区費を投じて実施されるものであるとともに、年によっては、港区観光ボランティアガイド育成講座の受講希望者数が募集数を上回り、全員が受講できる訳ではない状況にあることを踏まえると、未修了者をできる限り少なくすることが望まれる。そのためには、今後、未修了者から受講が継続できなかった理由を聴取し、受講継続を阻害する要因を整理した上で、講座の実施日時等のような育成講座の運営方法に起因するような場合には、その改善を図っていくことが重要である。

表 20 港区観光ボランティアガイド育成講座の受講者数及び修了者数

年度	講座内容	受講者数	修了者数	修了率
平成 27 年度	港区観光ボランティアガイド 育成講座(英語)	40 人	29 人	72.5%
平成 28 年度	港区観光ボランティアガイド 育成講座(英語・中国語・ハングル)	46 人	38 人	82.6%

(出典:区提供データより監査人作成)

【意見3】受講者選定方法の見直しについて

平成 28 年度港区観光ボランティアガイド育成講座に対しては、40 名の定員に対して 62 名の応募があった。このため、定員を 6 名拡大し 46 名とした上で、抽選で受講者を決定している。区によれば、選定の公平性を確保するために抽選という方式を採用しているが、一方で、港区の重要な観光施策の一つとして位置付けられている観光ボランティアガイドに対しては、ボランティアとはいえ、一定の質の確保が求められる。また、前述のとおり、港区観光ボランティアガイド育成講座受講者の 2 割前後が未修了となっており、種々の事情が考えられるものの、事前に想定したものと異なったこと等により、受講生本人の意欲の喪失等によることも推測される。これは観光ボランティアガイドの実態と本人の意向とのミスマッチが一因とも考えられるが、これを回避するために、例えば、抽選を行う前に、受講希望者と面談し、過去の講座の実施期間や日時、講座内容、フィールドワークやモニターツアーへの参加の必要性等を説明した上で、あらためて参加の意思を確認し、それでもなお希望者が定員を超過する場合には抽選とすることが考えられる。加えて、港区観光ボランティアガイドにおいては、一定の語学力も要求されることから、その選定にあたっては、一定以上の語学力を有することが証明できる者に対しては、優先的に受講者を割り当てることも考えられる。いずれにしても、受講希望者との間のミスマッチを解消し、観光ボランティアガイドの質を担保する一助となるような選定方法を検討する必要がある。

【意見4】プロポーザル方式による事業者選定及び複数年度契約の検討について

港区観光ボランティアガイド育成支援業務委託は、毎年度、指名競争入札により、受託事業者が決定されている。指名競争入札を含む入札制度は、提供される物品やサービス等について、一定の質が確保されることを前提に行われる価格競争のシステムであるが、本業務委託の内容は、①港区観光ボランティアガイド育成講座修了生向けスキルアップ講座の実施、②港区観光ボランティアガイド育成講座の実施、③育成講座の企画、運営であり、各講座の全体スケジュールや育成講座の具体的なカリキュラム内容については、受託事業者の創意工夫に委ねられている部分が多く、物品等の購入等と異なり、成果物の質が、事業者間において

大きく異なる可能性があるものである。このため、事業者の選定にあたり、価格面だけでなく業務内容の質も併せて評価するプロポーザル方式を採用することが望ましい。

また、現状、年度ごとに業者を選定し契約を締結している。確かに、港区観光ボランティアガイド育成講座は1年間で終了するものの、港区としては、平成32年度までの間、毎年20名を育成することを想定しており、その育成にあたっては、一定の継続性が有用なものとする。例えば、育成講座の実効性をより高め、港区の実態を踏まえた独自の観光ボランティアガイド育成講座とするためには、修了生が実際に観光ボランティアガイドに従事した結果を、翌年度以降のカリキュラム等に反映させる仕組みとすることが必要であるが、育成講座の事業者が継続することにより、これをより円滑に実施し得ることが想定される。港区独自の育成講座のノウハウ等については、最終的に、港区のものとする必要があるものの、先ずは、複数年度にわたる育成講座の経験等を受託事業者に蓄積させることが重要なものとする。このため、年度ごとに受託事業者を選定するのではなく、一定期間の間、特命随意契約を利用することにより、実質的な複数年度契約とすることも検討することが望ましいものとする。加えて、実質的に複数年度の契約とすることにより、複数年度を単位とした講座の設定等についても、事業者からの提案に加えることも可能となる。

いずれにしても、事業者選定に際して、プロポーザル方式を採用することと併せて、港区の観光ボランティアガイド育成方針と整合する期間を限度に、実質的な複数年度契約とすることについても検討する必要がある。

2. 港区観光インフォメーションセンター運営

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区観光インフォメーションセンター（以下、「観光インフォメーションセンター」という。）は、港区の観光の魅力を国内外から訪れる旅行者に幅広くかつ効果的に情報を発信し、誰もが安全で安心して快適に観光できる受入環境の整備を行うことを目的として設置された施設であり、現在、東京モノレール浜松町駅3階コンコースに設置されている。

観光インフォメーションセンター

- 所在地: 港区浜松町 2-4-12 東京モノレール浜松町駅 3 階コンコース
- 営業時間: 午前 9 時から午後 7 時まで（平日、土日祝とも）
- 営業内容: 観光情報発信
 - 観光案内（日本語、英語、中国語、ハングル）
 - 情報提供
 - 物品販売

図2 観光インフォメーションセンター



観光インフォメーションセンターの運営は外部事業者に業務を委託する形態で実施されており、以下のような理由から、地方自治法施行令第167条の2第1項第2号により、港区観光協会と特命随意契約により契約を締結している。

【随意契約理由:抜粋】

上記事業者は、区内の多種多様な観光事業者や企業、個店や商店会連合会が加入し、あらゆる観光情報の提供やまち歩き等の観光事業を緊密な協力・連携体制の基に実施しています。同事業者は、区や同事業者の会員が実施する事業とスムーズな連携を図り、効果的に観光情報が発信できる唯一の業者です。

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	10,861	10,861	11,044
決算額	10,860	10,860	11,043

③ 事業費の主な内訳

(単位:千円)

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	11,043	港区観光インフォメーションセンター運営業務委託契約
合計	11,043	

(2) 監査の結果

【意見1】 港区・品川区・大田区合同の情報発信の促進について

平成 29 年度より、東京モノレール沿線 3 区が観光面で協力するものとして、観光インフォメーションセンターに近接し、港区・品川区・大田区合同インフォメーションコーナーが設置されている。ここには大型テレビにより各区の観光情報が流されているとともに、3 区が持ち寄った観光パンフレットを配架しているが、特に人員は配置されていない。しかし、東京モノレール浜松町駅改札前という立地条件から、これをパンフレットの配架にとどまらせるのではなく、3 区合同のイベントを開催する等、より積極的な活用を行うことが必要である。

また、東京モノレール沿線 3 区が一つのコンセプトの基に発信する観光情報を整理し、これを各区の観光用ホームページや SNS に 3 区共同で作成した特集ページから発信する等、より港区の魅力を向上させるような情報発信の方法を検討していくことが必要である。

図3 3区合同インフォメーションコーナー



【意見2】世界貿易センタービルの建て替えに対する対応について

現在、港区観光インフォメーションセンターが設置されている世界貿易センタービルは、建て替えを含む大規模再開発（都市再生特別地区（浜松町二丁目4地区））が始まっている。全体完成は平成39年12月が予定されているが、5年後を目途に、世界貿易センタービルの解体作業に着手することが予定されているとのことである。

区によれば、現在の港区観光インフォメーションセンターの設置場所は、港区観光協会の会員でもある東京モノレール株式会社の好意により借り受けているものであり、建て替え中及び建て替え後の設置場所等についても、東京モノレール株式会社との協議如何によるとのことである。また、現在、東京モノレール株式会社と協議は行っているものの、工事期間中の具体的な移転場所等については未定とのことである。確かに、東京モノレール株式会社との協議如何によるものではあるが、工事期間中の設置場所や、建て替え後の新ビル内に設置することを見込んでいる新観光インフォメーションセンターは、その性格から、観光客の動線上、良く認知される場所に設置される必要がある。

いずれにしても、東京モノレール株式会社との協議を進めるとともに、工事期間中に適切な設置場所が確保できない場合の対策等を検討しておく必要がある。

3. 多言語対応推進

（1）事業の概要

① 事業の概要

外国人が日常生活を営む上での不安や障害を解消し、日本人と同様に区内で快適な日常生活を送ることができるよう、行政情報の多言語化の充実と効果的な発信を図る事業である。

本事業は以下の細事業からなる。

- ア 外国人対象ウェルカム・パッケージ
- イ 多言語情報コーナー
- ウ 外国人住民のための生活情報
- エ 区刊行物の翻訳チェック
- オ 翻訳データベース
- カ 商店街等英語対応力向上支援
- キ 日本語学習支援

平成29年度における包括外部監査の対象は観光振興に関する事業であるため、上記の細事業のうち「カ 商店街等英語対応力向上支援」のみを監査対象とした。

「カ 商店街等英語対応力向上支援」は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を見据え、区内の商店に対し、英語での説明が難しい商品についてオーダーメイドの英語対応マニュアルやツール（以下、「英語対応マニュアル等」という。）を作成することで、英語による顧客対応力の向上を支援するものである。

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	—	2,148	2,148
決算額	—	1,926	2,365

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
需用費	367	港区おもてなしステッカー
委託料	1,998	港区商店街等英語対応力向上支援事業支援業務委託
合計	2,365	

（２）監査の結果

【意見1】利用者へのアフターフォローについて

本事業は、伝統工芸品、和菓子、和食等日本の歴史や文化について予備知識がなければ英語での説明が難しい商品やサービスを取り扱う店舗に対して、オーダーメイドの英語対応マニュアル等を作成して提供する事業である。このことから、本事業の成果物である英語対応マニュアル等で使われている英語は、単なる英会話よりも難しい部分もあり、平成28年度における本事業の利用者によるアンケート結果では、せっかく作成した英語対応マニュアル等を思うように扱えていない店舗も少なからずあることがうかがえる。

そこで、区では平成29年度からは利用者が英語対応マニュアル等をうまく使いこなせるようにアフターフォローも実施しているが、平成28年度以前にこれを利用した店舗向けのアフターフォローは考えられていない。また、本事業の利用者は平成28年度においては50店舗であり、区内の全店舗数を考えると利用できた店舗は一部である。

したがって、平成28年度以前にこれを利用した店舗向けのアフターフォローも含めて、多くの店舗が利用できるような方法を考えるなど、事業効果を広げる方策を検討する必要がある。

Ⅲ 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出に関する事業

1. 地場産業・伝統工芸品産業の保護・育成

（1）事業の概要

① 事業の概要

日常生活に密着したかたちで、歴史と風土の中で育まれ、今日まで受け継がれてきた伝統工芸や、地域社会の形成に貢献している地場産業の保護及び育成を図ることを目的とした事業である。具体的には、冊子「港区の伝統工芸」を作成したり、産業振興課ホームページ（MINATO あらかると）において伝統工芸の紹介を行ったりしている。また、港区ワールドカーニバルやものづくり・商業観光フェアなどイベントの実施に併せて展示、実演を行っている。

平成28年度は、冊子「港区の伝統工芸」（英語併記）を500部作成・配布した。冊子「港区の伝統工芸」では、江戸表具、剣道具、三味線、額縁、指物、金・銀細工が紹介されており、それぞれ製作者の方へのインタビューや作業工程が解説されている。また、第6回ものづくり・商業観光フェアでの展示と、伝統工芸品製作者によるワークショップ及び三味線演奏を行った。

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	1,221	2,442	1,612
決算額	1,024	1,574	1,506

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
委託料	984	港区伝統工芸ブース設営等業務委託、 港区伝統工芸士紹介冊子の作成業務委託
報償費	278	「第6回港区ものづくり・商業観光フェア」 伝統工芸品展示等報償費
需用費	244	港区伝統工芸士紹介冊子の印刷
合計	1,506	

（２）監査の結果

【意見１】 伝統工芸青山スクエアとの連携について

港区内には、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会（以下、「産業振興協会」という。）が運営する伝統工芸青山スクエアがある。産業振興協会は、伝統的工芸品産業の振興に関する法律に基づき、伝統的工芸品産業の振興を図るための中核的機関として、国、地方公共団体、産地組合及び団体等の出捐等により設立された財団法人である。また、産業振興協会は、全国の伝統的工芸品産業の振興を図るとともに、一般消費者、生活者が伝統的工芸品を正しく理解することを目的として、国、地方公共団体、産地組合及びその他の機関の協力を得て各種事業を行っている。

港区と産業振興協会は、観光情報メールマガジンに伝統工芸青山スクエアを掲載したことがきっかけとなり、現在、同施設に港区の伝統工芸の冊子を配置しているとのことである。しかしながら、産業振興協会のホームページにおいて、港区の伝統工芸に関する紹介はされていない。

産業振興協会は、港区内に所在する団体であり、伝統工芸青山スクエアも港区内にある施設であるため、港区の伝統工芸に関する情報発信を強化するためにも、同協会、伝統工芸青山スクエアとのより一層の連携を図る必要がある。

【意見２】 伝統工芸継承者の育成について

ものづくり・商業観光フェアでは、港区選りすぐりの「匠」が制作した三味線や指物などの伝統工芸品の展示、染の製作体験など、匠の技に焦点があてられており、港区内の伝統工芸の紹介やワークショップ、三味線演奏などが行われている。しかし、近年、伝統工芸士の高齢化により、伝統工芸の見学や体験等の実施が困難な状況になってきている。

したがって、港区の伝統工芸を保護・育成していくためには、伝統工芸継承者を育成していく必要がある。他区においても、伝統工芸の保護・育成に関する取り組みが行われている。例えば、荒川区では、荒川区に伝えられてきた江戸の伝統や文化を未来に伝えるために、伝統工芸に関心がある若者、職人への弟子入りを希望する若者をサポートするために「荒川の匠育成支援事業」を実施している。また、荒川区内の小学校に伝統工芸技術保持者の職人が直接出向き、その技を披露し、児童達は職人の道具を使って体験も行う、全国でも珍しい事業も行っている。

港区の伝統工芸を保護・育成していくためには、他区の取り組み事例を参考にするなどして、伝統工芸継承者を育成する取り組みを検討する必要がある。

表 21 東京 23 区における伝統工芸の関連リンク集

区役所名	ページ名称
港区	★港区が誇る伝統工芸士(港区役所)
新宿区	○新宿区染色協議会
文京区	文京区伝統工芸会
台東区	★江戸の匠・伝統の逸品(台東区役所) ○台東区伝統工芸振興会
墨田区	★すみだモダン(「すみだ地域ブランド戦略」の紹介)(墨田区役所) ★テクノシティすみだ(「すみだ 3M」などの紹介)(墨田区役所) ○墨田区伝統工芸保存会
江東区	○江東区伝統工芸会
品川区	★品川区の伝統の技(品川区役所) ○品川職人組
豊島区	★豊島区の伝統工芸(豊島区役所)
北区	★北区の伝統工芸保存事業(北区役所) ○北区伝統工芸保存会
荒川区	★荒川区の産業(荒川区役所) ★あらかわの伝統工芸(荒川区役所) ○荒川区伝統工芸技術保存会
板橋区	★いたばしの伝統工芸(板橋区役所)
練馬区	★伝統が息づくねりま(練馬区役所)
足立区	★匠の伝承 足立の伝統工芸(足立区役所)
葛飾区	★葛飾区の伝統産業(葛飾区役所) ○葛飾区伝統産業職人会
江戸川区	★伝統工芸情報(江戸川区役所) ★えどコレ！マイスター(江戸川区役所)

★区役所のページ

○関係団体のページ

(出典:東京都 産業労働局 商工部 経営支援課のホームページ)

【意見3】冊子「港区の伝統工芸」の在庫管理について

平成28年度に「港区の伝統工芸（英語併記）」を500部作成し、配布しているが、冊子の在庫数量の確認は、窓口配布の冊子を補充する際の残数確認であり、定期的な在庫確認は行っていない。また、残数を確認した際に管理簿等を作成していない。

定期的に冊子の残数を確認し、管理簿を作成することで盗難等による紛失を予防することに繋がる。また、今後の必要部数を客観的に把握することで追加の印刷が必要かの判断材料となることから、定期的な在庫数量の確認と在庫数量を記録した管理簿を作成する必要がある。

2. 商店街変身戦略プログラム

（1）事業の概要

① 事業の概要

商店街に対し、複数年度にわたる集中的・包括的な支援を行うことにより、商店街と地域との結束力を高め、商店街独自のアイデアや独自の地域資源を発掘するとともに、個性的・魅力的な商店街への変身を促進することを目的とした事業である。

具体的には次の3段階で実施する。

- 変身計画推進・・ 商店街の個性を生かした変身計画づくりを支援するため、調査の実施や地元協議会等へのコーディネーターの派遣を行う。
- 変身計画計上事業・・ 変身計画策定年度の次年度以降、計画に沿って事業を実施していくこととなるが、この計画期間中は補助金の交付を行う。
- 事業検証・・ 計画期間経過後に事業の検証を行い、計画の修正を支援する。

直近の事業実績は表22のとおりである。

表22 商店街変身戦略プログラムの事業実績

年度	事業内容		事業費
25	変身計画推進・事業検証		—
	変身計画計上事業(芝商店会)	イベント事業	3,414,000 円
		活性化事業	17,095,000 円
26	変身計画推進・事業検証		—
	変身計画計上事業(芝商店会)	イベント事業	3,399,000 円
		活性化事業	256,000 円
27	変身計画推進・事業検証		—
	変身計画計上事業(芝商店会)	イベント事業	3,426,000 円
		活性化事業	2,161,000 円
28	変身計画推進(三田商店街振興組合)		2,775,600 円
	変身計画計上事業(芝商店会)	イベント事業	2,936,000 円
		活性化事業	700,000 円

(出典:「港区の産業・地域振興 平成29年度事業概要」)

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	12,920	15,679	11,484
決算額	3,655	5,587	6,411

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	2,775	三田商店街振興組合変身計画作成支援業務委託
負担金、補助及び交付金	3,636	商店街変身計画補助金(芝商店会)
合計	6,411	

（２）監査の結果

【意見1】変身計画の対象について

「表 22 商店街変身戦略プログラムの事業実績」に記載したとおり、平成 28 年度における本事業では、三田商店街振興組合に対する変身計画を策定している。そこで、本事業における成果物である「三田商店街振興組合変身戦略プログラム事業計画」（以下、「事業計画」という。）を閲覧したところ、内容としては商店街を如何に発展・振興させていくかということを多角的に分析し、今後の実施策を記載しているのであるが、事業の有効性に対しては疑問をもたざるを得ない点が見受けられた。

それは、事業計画では様々な取り組みの対象が限定されておらず、単に多くの人を商店街に呼び込むということを漠然と訴えているような内容になっている点である。このように「取り組みの対象」が限定できていないと、目的達成のための手段が最適な選択とならなかったり、目的が抽象的になって取り組みを実施すること自体が目的化してしまったりするという弊害が生じる。

事業計画では、変身戦略プログラムのコンセプトを「東京タワーを望む商店街として三田商店街のにぎわい・認知度を高める」としており、そのために表 23 のとおり 5 つのテーマを掲げている。

表 23 事業計画の5つのテーマ

商店街の知名度 UP	● 磨く ○ 今ある資源を最大限に生かしてブランド力を高める ○ 地域情報を発信するための資源の掘り起こし ・ 商店街街路灯を活用した東京タワーと連動する光の演出 ・ 三田商店街で最も集客力の高い「三田納涼カーニバル」による商店街の認知度の向上 ・ 地域資源の掘り起こし・整理
	● 発信する ○ 三田商店街の誇れる発信媒体をつくる ○ 地域の多様な魅力を「見える化」する ・ 三田商店街の存在感を高める三田通りの愛称を決定 ・ 地域情報を紹介するCM作成・インターネット等による発信
	● つなぐ ○ 周囲の資源や団体と連携し、互いの魅力をアピールする ○ 三田商店街の楽しみ方を体験してもらう ・ 三田・田町駅をスタートし東京タワーまでのルートを楽しむ企画イベントを実施 ・ 首都高速道路下のライトアップ
多くの人を呼び込む	● 集める ○ インバウンド効果を利用し、訪日外国人が楽しめる商店街サービスで集客増加を図る ○ 商店街の各所に魅力的なスポットを設定し、訪れた人が商店街を周遊することにより長時間滞在を促す ・ 交差点広場等に休憩スポット&撮影スポットを設置 ・ 各所に撮影スポットを設置・案内 ・ 訪日外国人などに嬉しい商店街サービスを展開
	● 稼ぐ ○ 商店街の加盟店の利益につなげる ○ 商店街としての魅力を維持するための資金源を確保する ・ 商店街のお買いもので東京タワー入場券をお得に！ ・ 広告収入による地域還元

（出典：「三田商店街振興組合変身戦略プログラム事業計画」平成29年3月）

例えば、上のテーマでいうところの知名度・認知度を上げるとはどういうことか。その対象となるのは、地域住民か、周辺への通勤者か、周辺学校の学生か、観光客か、外国人か、日本人かといったそれぞれの属性ごとに知名度・認知度を上げる手段を考える必要がある。率直にいうと、観光客に対してはその地域の一商店街の認知度を上げる努力をしても徒労に終わる可能性もある。したがって、ここでは、地域住民、周辺への通勤者、周辺学校の学生を対象を絞って考えるべきである。そうすると、これらの人々にとっての東京タワーは日常の風景であり、ここで東京タワーとの連携を強調することにはあまり効果がないと結論できる。

さらに、「多くの人を呼び込む」と記載しているが、内容からここでは外国人観光客に期待を寄せていることがわかる。しかし、現実問題として、外国人観光客で三田商店街をあらかじめ知っている人は皆無であろう。したがって、いかに東京タワーに来た人を商店街に連れてくるかを考えた方が合理的であり、上述のような「商店街のお買い物で東京タワー入場券をお得に！」ではなく、逆に東京タワーの入場券に商店街の割引券を付ける方が効果的である。

また、三田商店街変身計画協議会の議事録なども閲覧したが、東京タワーや慶應義塾大学の協力についても議論されている。しかし、東京タワーや慶應義塾大学といった団体はそれぞれが一つの組織体であることを念頭に置かなければならない。したがって、これらの団体も自らにメリットがなければ主体的には行動しにくいはずである。例えば、年に1回の催し物への参加などであれば協力が得られるかもしれないが、継続的な連携や取り組みへの協力は容易ではないと考えられる。それよりは、これらの施設に来た人や通っている人が何を望んでいるかを考え、その望んでいるものを用意した方が商店街への導線としては確かである。

本事業による取り組みは近年各所で衰退している商店街を生き返らせる方法を試す意味で重要なものといえる。本来、商店街は誰のためにあるのかは特に決まっているわけではないが、地域住民の需要、在勤者の需要、観光客の需要これら全てを満たすことが可能なかどうかについて大いに試行錯誤する必要がある。

本事業においては、計画策定年度の翌年度より3年間、計画を実施し、さらにその翌年度において事業を検証するとしている。以上の点に留意して、今後の事業における有効性を高める必要がある。

3. にぎわい商店街事業

（1）事業の概要

① 事業の概要

にぎわい商店街事業は、商店街の自主的な商店街活性化事業を支援する事業である。

本事業は以下の細事業からなる。

- ア 商店街コミュニティ事業支援
- イ 商店街活性化事業
- ウ 商店街振興アドバイザー派遣事業
- エ ちいばす・お台場レインボーバス車内広告
- オ 商店街情報の発信

本項では、このうち観光政策担当が所管する「オ 商店街情報の発信」について記載している。事業の詳細な内容は以下のとおりである。

- ・ 商店街イベント等情報紙の発行

商店街のイベント等の情報チラシを作成・配布することで、区内商店街の魅力的なイベントを区民へ周知するとともに、商店街ホームページの認知度を高め、商店街への来街者増加及び買い物者の利便性向上を図る。商店街イベント等の情報チラシは年2回発行している。

- ・ 商店街散策マップ（以下、「まちあるき MAP」という。）の発行

まちあるき MAP を作成・配布することで、商店街の活性化と旅行者の周遊性向上を図る。まちあるき MAP は商店街の見る、食べる、買うといった情報や区内の主要観光スポットを掲載し、旅行者が商店街間を周遊できるようにする。

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	2,617	6,305	8,479
決算額	2,616	5,443	7,172

※ 表中の金額は、にぎわい商店街事業のうち「オ 商店街情報の発信」に係る部分の金額である。

下記の「③ 事業費の主な内訳」も同様である。

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
需用費	2,018	商店街イベント等情報紙及びまちあるきMAPの印刷製本費
役務費	687	
委託料	4,465	まちあるき MAP の企画支援・原稿作成業務委託他
合計	7,172	

（２）監査の結果

【意見1】区作成冊子における個別事業者の紹介について

本事業では、商店街イベント等の情報紙とまちあるき MAP の 2 種類の印刷物を発行している。このうち、まちあるき MAP は日本語版と英語版があり、商店街に観光客、特に外国人観光客を呼び込むことを目的にしている。まちあるき MAP は、「赤坂」、「白金・高輪」、「芝浦港南・台場」、「芝・三田」、「麻布」のエリアごとに発行しており、各エリアにある商店街について地図を掲載しながら紹介するとともに、個別事業者（個店）の情報も掲載している。個別事業者（個店）の情報は各エリアのまちあるき MAP につきそれぞれ 15 店舗ほど掲載している。

ここで、区作成の冊子において個別事業者（個店）の情報を掲載することには注意しなければならない点がある。すなわち、掲載される個別事業者（個店）の選定における公平性はどのように担保されているのかという点と、民間の出版社や旅行事業者も類似の出版物を販売しているのに何故区がそれをやらなければならないのかという点である。

前者の論点については、区では観光客が区内の商店街に興味を持ってもらうためには個店の紹介は欠かせないと考えており、掲載店舗については公平性や業種のバランスを考慮して港区商店街連合会や個々の商店会とも連携して選定しているとのことであった。しかし、掲載している個別事業者（個店）は 5 エリアの合計で 75 店舗ほどにすぎず、区内の全店舗に対する割合は低い。また、商店街で突出した一つの個別事業者（個店）に人が来ることにより商店街全体に活気が湧くといったことがあれば良いが、通常はその店舗以外に観光客が足を運ぶことは少なく、全体への影響という点からも個別事業者（個店）の情報の掲載はその店舗以外への波及効果は期待できないと考えられる。

後者の論点についてはいわゆる民業圧迫に当たる可能性が高く、地方自治体が実施する場合は慎重でなければならない。民間事業者の出版物でさえ、インターネットの普及により、多くの需要が見込めない状況では、区がこのような事業を実施する必然性は乏しいと考えられる。民間事業者の出版物とどのような違いがあるのか、さらにそれは地方自治体が担わなければならないものなのかを熟慮しなければならない。

以上の理由により、区が実施する事業で個別事業者（個店）を紹介する場合には、公平性をもっと実質的に考慮すること、並びに民業圧迫にならないようにすることを念頭に明快な基準を設けて実施すべきである。

例えば、本事業では、商店街イベント等の情報紙も作成している。これは、港区にある全商店街のイベント等を宣伝している。確かに商店街に加盟していない個別事業者（個店）もいるが、区内の個別事業者（個店）のかかなりの部分をカバーしているという意味では公平性に問題はないと思われる。また、区内の商店街のイベントを宣伝する出版物等もないため、民間事業者のビジネスにも関係がない。

また、他にも「WELCOME！港区の推進」事業の成果物である「外国人旅行者の背景にある多様な文化等への理解を深めるハンドブック「港区 Are you ready for OMOTENASHI?」」においても個別事業者（個店）の紹介が一部記載されている。しかし、これは、おもてなしの技術を有する人を紹介するというコンセプトが明確になっている。その延長線上で、これらの人の職場が紹介されているに過ぎず、区がこれを発行する意図がいわゆる個別事業者（個店）の紹介ではないことが明快である。

このような例からも個別事業者（個店）を紹介するような事業における区での取り組み方を再考する必要がある。

4. 商店グランプリ

（1）事業の概要

① 事業の概要

顧客満足やサービス向上のために、時代の要請に即応しながら意欲的、積極的に商店経営に努めている区内商店を審査し表彰することにより、商店経営の改善発展を図ることを目的とした事業である。

具体的には、各商店会が推薦する店舗を対象に経営一般・店舗構成・照明・顧客満足度等の項目について審査し、表彰する。対象等は下記のとおりである。

- 対象 区内に店舗を有する小売業、飲食業及びサービス業で資本金若しくは出資金が5千万円以下又は常時使用する従業員がサービス業の場合は100人以下、小売業及び飲食業の場合は50人以下の店舗（風営法に規定される一部業種を除く。）
- 共催 港区商店街連合会、港区商店街振興組合連合会
- 後援 港区区議会、東京商工会議所港支部、港区しんさん協議会

直近5年間の事業実績は表24のとおりである。

表24 商店グランプリの事業実績

年度	参加店舗数	事業費
平成24年度	7店舗	655,541円
平成25年度	10店舗	687,482円
平成26年度	9店舗	690,576円
平成27年度	10店舗	666,000円
平成28年度	12店舗	2,248,358円

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	711	694	2,236
決算額	690	666	2,248

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
報償費	228	
需用費	785	港区商店グランプリ受賞店舗ガイドの印刷 他
委託料	1,234	港区商店グランプリ映像製作等業務委託の支出
合計	2,248	

（２）監査の結果

【意見1】 区作成冊子における個別事業者の紹介について

本意見は、「3. にぎわい商店街事業」に記載した【意見1】と同趣旨のものである。

本事業では、「港区商店グランプリ受賞店舗ガイド」を印刷、発行している。平成 28 年度版の内容は、受賞した店舗のみならず、各商店街の老舗店舗の紹介も行っている。また、店舗で使えるクーポン券も付いている。

「にぎわい商店街事業」と比較すると、区の印刷物で個別事業者（個店）の紹介をしている点は同じであるが、その内容は個別事業者（個店）を通じた商店街の宣伝としての要素が色濃いものとなっている。また、印刷物の構成や編集などにおいても商店街連合会や商店街振興組合連合会（以下「商店街連合会等」という。）が主体となっている。しかし、それでもなお、区が実施する事業で個別事業者（個店）を紹介することに対しては、掲載される個別事業者（個店）の選定における公平性がどのように担保されているのかという点と、民間の出版社も類似の出版物を販売しているのに何故区がそれをやらなければならないのかという点が明確ではない。

本事業の場合、商店グランプリという行事自体は商店街の活性化のために、個別事業者（個店）の紹介が欠かせないという背景があって実施されていると考えられる。それならば、商店街連合会等が主体となって実施すべきであり、区がその冊子の印刷を引き受けなければならない理由は本来的にはないはずである。

そのように考えると、区は本事業については共催という形よりは、商店街行事に対する補助や助成と同様にすべきであるが、いずれにせよ、区の発行物において個別事業者（個店）を紹介するような事業においては明確に基準を設けるべきであるのは、「3. にぎわい商店街事業」の【意見1】で述べたとおりである。

5. 港区観光ボランティアガイド事業

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区観光ボランティアガイド事業は、国内外から訪れる旅行者に対する観光案内活動を行う観光ボランティアガイドの活動支援を行うものである。従前、港区が行う観光ボランティアガイドへの支援は、機材、消耗品等の貸与または提供といった必要最小限の活動支援にとどまっていたが、平成28年度より、観光ボランティアガイド事業を、港区、港区観光協会及び港区観光ボランティアガイドの会の共同事業（3者による主催事業）と位置付け、積極展開することとしたものである。

港区観光ボランティアガイド事業は外部事業者による業務委託の形態で実施されており、以下のような理由から、地方自治法施行令第167条の2第1項第2号により、港区観光協会と特命随意契約により契約を締結している。

【随意契約理由：抜粋】

上記事業者は、区内の多種多様な観光事業者や企業等が加入しており、本事業者は観光ボランティアガイド事業を委託することで、同事業者のネットワークを生かして、魅力的なメニューを提供することで、本事業を効果的・効率的に行うことができます。また、宿泊施設や東京タワー、増上寺、六本木ヒルズ、お台場アクアシティ等の主要な観光施設での案内、取次も可能となります。

なお、港区観光インフォメーションセンターの業務を受託しており、本センターにおいて、土・日・祝日を含み年間を通じた、問い合わせや申し込みに多言語で対応するといった、事業間連携を図ることもできます。

港区観光協会との委託契約は、①観光ボランティアガイド事業全般の問い合わせへの対応や、港区観光ボランティアガイドの会が行う新たなルートの開発・調査への支援等実施する観光ボランティアガイド事務局運営業務と、②観光ガイド実施業務とから構成され、観光ガイド実施業務は、更に募集型と受託型とに区分される。募集型観光ガイド業務は、予め設定した日時・コースによる観光ボランティアガイドまち歩きツアーへの参加者を募集して実施する形態のものであり、受託型観光ガイド事業は、観光客の注文に応じてガイドを派遣する形態のものである。また、港区観光ボランティアガイド事業の事務局は、港区観光協会内に設置されている。

なお、平成28年度においては、延べ860人の観光客が参加し、募集型観光ガイド業務50回、受託型観光ガイド業務18回が実施されている。

表 25 平成 28 年度における観光ボランティアガイドツアーの実績

区分	実施回数		観光客の 参加者数	観光ボランティアガイドの 従事者数
	募集型	受託型		
実績	50 回	18 回	860 人	237 人

（出典：区提供データより監査人作成）

【港区観光ボランティアガイド事業実施支援業務委託契約の業務内容】

業務	内容
観光ボランティアガイド 事務局運営業務	・観光ガイド事業全般の問合せの対応に関すること ・参加者への基本的注意事項等、ツアー又は街なか観光案内(以下「観光案内」という。)の実施に当たって必要となる案内チラシの作成・印刷・配布 ・ガイド業務の実施に当たり、必要となる備品・消耗品を購入し、管理するとともに、ガイド業務従事者への貸出しを行う。 ・ツアー又は観光案内の募集や観光ガイド事業を広く周知するため、パンフレット、WEB 等の電子媒体を活用し、広報を行う。 ・定期的に港区観光ボランティア団体との連絡調整会議を開催するほか、必要に応じて臨時的な会合を設けること。また、会議に必要な会場を手配すること。 ・ツアー実施前に参加者及び従事者の名簿を作成し、適切な傷害・賠償責任保険等に参加・支払手続を行う。 ・港区観光ボランティア団体が行う観光ルートの調査・開発への支援を行う。 ・港区観光インフォメーションセンター及び観光関連事業者との連絡調整を行う。
募集型観光ガイド実施業務	・実施予定回数：年間 50 回 ・ツアー実施日程の調整並びに従事者の手配及び連絡調整に関する業務(ツアー等の下見を含む。) ・応募受付、当落結果通知等の案内 応募多数の場合は、抽選等を行い、当選者を決定 ・当日のツアーを担当する観光ボランティアが作成した、ルートマップ等のツアー参加者配布資料及びその他、ガイド業務に必要な資料の印刷
受託型観光ガイド実施業務	・実施予定回数：年間 36 回 ・利用者等からの観光案内の手配及び連絡調整に関する業務

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	300	300	3,996
決算額	300	298	3,956

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	3,956	港区観光ボランティアガイド事業実施支援業務委託
合計	3,956	

（２）監査の結果

【意見1】外国人の意見等の積極的な取り入れと情報発信について

観光振興ビジョンにおいては、観光ボランティアガイドに関して、「ボランティアガイドに加え多言語対応のガイドの育成が求められ」とし、これに基づいて、平成 27 年度及び 28 年度は、多言語対応に特化して港区観光ボランティアガイドを育成した。平成 28 年度においては、英語によるツアーを 20 回（参加者数 155 名、観光ボランティアガイドの従事者数 63 名）開催している。外国人にも港区をより楽しんでもらうための手段として有用であり、より一層の利用の拡大が求められるところである。

今後、外国人の利用の拡大を図るためには、外国人利用者の満足度を向上させていくことが重要であるが、その際、単に、これまで日本語で行っていたガイドを英語に置き換えるだけでは不十分であり、根底となる文化や思考様式が異なる外国人は、こういった話題や施設に興味を感じ、また、こういった説明をすることにより、これを適切に理解し得るのかといった点に留意を図ることが重要である。そのためには、実際に、外国人の意見等を聴取し、これをボランティアガイドのコース設定や説明方法等に反映していく枠組みを構築することが必要である。現在でも、モニターツアーに外国人留学生の参加を求めているが、これを更に広げていくことが必要なものと考ええる。

港区は、区内に多くの外資系企業や大学等が立地しており、外国人の留学生や駐在員、その家族も多数居住している。観光ボランティアガイドにおいても、この人たちの意見を積極的

に取り入れる枠組みを構築することが必要であり、港区観光ボランティアガイドとして従事してもらうまではできないまでも、サポートメンバーのような位置づけとし、外国人の視点による意見を述べてもらうとともに、適宜、実際のツアーに同行した上で、その状況や印象等をSNS等により外国語で情報発信してもらうような制度を構築することも考えられる。この場合、ボランティアガイドとして募集してしまうと敷居が高くなってしまうため、あくまでも、利用者に近い立場で、ツアーへの参加や意見や考え方の開陳を求めるようなものとすることも必要なものとする。また、趣旨からして、特に港区内に在住・在勤(学)を要件とする必要はなく、参加要件を緩和することも考えられる。

いずれにしても、観光ボランティアガイドの外国人利用の促進のためには、外国人の実際の意見等を、積極的に観光ボランティアガイドに反映させる枠組みを構築するとともに、外国人による情報発信の方法を検討することが必要である。

【意見2】 広域的なツアーコース設定の促進及び他区の組織等との連携について

港区の観光ボランティアガイドである以上、どうしても港区内でのツアーコースの設定が中心になることは当然であるものの、一方で、観光客の視点からは、港区内にこだわる必然性は無く、隣接地域も含めた広域的なコース設定により参加者の満足度を向上させることが、結果的に、港区の魅力をPRし、港区への訪問者を増加させることにつながるものとする。

現在でも、隣接する千代田区や品川区のエリアを含むツアーコースが存在するものの、ボランティアガイドの利用の促進及び利用者の満足度をより高めるためには、行政区画に囚われず、近隣区と一体となった広域的なツアーコースの設定を一層検討することが有用なものとする。また、現在は、他区のエリアがコースに含まれていたとしても、港区の観光ボランティアガイドが全てガイドする形態であるが、将来的なコース設定によっては、他区のボランティアガイド組織と連携し、共同でツアーを開催することも有用なものとする。

いずれにしても、観光ボランティアガイドの利用促進のためには、広域的なツアーコースの設定及び他区の組織等との連携について、今後、検討を進める必要がある。

【意見3】 観光ボランティアガイドの組織化について

平成28年度より、観光ボランティアガイド事業は、港区、港区観光協会及び港区観光ボランティアガイドの会の共同事業(3者による主催事業)と位置付けられているが、事業全体の方向性は港区が担い、ツアー参加者及び従事する観光ボランティアガイドの名簿作成等の事務局機能は港区観光協会が担い、コース設定を含むツアーの企画・運営については港区観光ボランティアガイドの会が担っている。港区観光ボランティアガイドの会とは、港区観光ボランティアガイド育成講座を修了した者が集まった団体であるが、法人格を持たない任意団体である。

港区観光ボランティアガイドの会は、ツアーの企画・運営という観光ボランティアガイドの根幹を担う団体であるものの、ボランティアが集まった任意団体という性格上、意思決定の明確性、責任の明確性及び会員の統制能力等の面で、制約があるものと思われる。規模が大きくない状況においては問題が生じることは少ないものの、観光ボランティアガイドの人数やツアー数の増加に伴い、組織として、意思決定の明確性、責任の明確性及び会員の統制能力等の面で求められる水準は高くならざるを得ない。

現在の会員は110人であるが、港区としては、観光ボランティアガイドを積極展開するものとし、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される平成32年度には、全190名の体制とすることを想定している。このような規模の拡大に対応するためには、状況によって、港区観光ボランティアガイドの会の法人化（特定非営利活動法人または一般法人等）による権限と責任の明確化も視野に入れる必要がある。今後、港区は、適宜、港区観光ボランティアガイドの会の法人化の可否を検討し、必要な場合には法人化の支援を行う必要がある。

【意見4】 観光ボランティアガイド紹介パンフレットの配布先について

区によれば、現在、観光客向けに港区観光ボランティアガイド紹介パンフレットを作成中とのことであり、完成後には、ホテルを含む関係各所への配布等が行われる。一方、これまでは、ホテルに港区のパンフレット等の配布を依頼する際には、区内のホテルに協力を依頼してきたところであるが、特に、外国人観光客に関しては、ホテル等の宿泊先と観光としての訪問先とが、同一の区内で完結することは少ないものと想定される。

今後、港区観光ボランティアガイド紹介パンフレットを配布する際には、協力先のホテルを区内に限定することなく、外国人観光客の移動実態等を踏まえ、区外のホテルも含めて選定する必要がある。

【意見5】 観光ボランティアガイド以外でのボランティアの活用について

観光ボランティアガイドはまち歩きのガイドであり、観光客のきめ細やかな受入体制の一つとして重要なものであるが、今後、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される平成32年度に向けて、特に、外国人観光客が増加することが想定される状況においては、これ以外の対応を検討することも必要である。また、増加する外国人観光客に対して、日本に好印象を持って帰国してもらうことは、平成33年度以降、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会という観光客の増加要因が無くなった後も、リピーターとして訪れてくれるかどうかを左右する問題である。加えて、外国人観光客への対応が円滑に行えない場合、日本人観光客や地元の港区民との間において大きな摩擦を生じかねせず、国内的にも、港区にとってのマイナス印象となりかねない。

これに対応するには、行政だけでなく地元企業や商店会等との役割分担や連携が必要であるが、港区が行う対応策の一つとして、特定のエリアや特定の日程において、ボランティアによる外国人観光客等に対する通訳、道案内・乗換案内等を行うことも考えられる。各店舗や道路標識等における外国語表記の充実も重要であるが、併せて、人的な対応を図ることも重要である。この場合には、区内の大学生や留学生の参加を促すことが考えられる。

いずれにしても、観光ボランティアガイドとともに、特定の拠点において外国人をサポートするボランティアの要否を検討し、必要な場合には、その育成を開始することが必要なものと考ええる。

6. ワールドフェスティバルの開催

（１）事業の概要

① 事業の概要

国際色豊かな港区の特性を生かし、区内の魅力的な地域資源である大使館、商店街、企業と連携したイベントを開催し外国人、日本人、観光客等多くの人々が世界の国・地域の文化・人と触れ合い、相互交流を促すことにより、港区の観光振興や産業振興を図り、更なる賑わいの創出をもたらすことを目的としている。

具体的には、港区に立地する大使館と連携する「大使館等周遊スタンプラリー」や商店街と連携する「商店街ワールドカードラリー」など、世界の国・地域が参画し様々な国の文化に触れられるイベント等（ワールドフェスティバル）を行っている。そして、ワールドフェスティバルの集大成となる「港区ワールドカーニバル」を開催し、多くの人々の交流を促している。

【事業の実施状況】

平成 28 年度

ア. 港区大使館等周遊スタンプラリー（35 大使館等、1 月 13 日（金）～3 月 20 日（月））

イ. 港区商店街ワールドカードラリー（117 店舗各 100 枚、1 月 13 日（金）～3 月 20 日（月））

ウ. 港区ワールドクイズラリー（1 月 17 日（火）～3 月 21 日（火））

エ. 港区ワールドカーニバルプレイイベント（3 月 23 日（木））

オ. 港区ワールドカーニバル（3 月 26 日（日））

【平成 28 年度参加大使館等】

ア. 港区大使館等スタンプラリー

アフガニスタン・イスラム共和国大使館、アルゼンチン共和国大使館、アルメニア共和国大使館、ボリビア多民族国大使館、ボスニア・ヘルツェゴビナ大使館、ブラジル連邦共和国大使館、中華人民共和国大使館、コスタリカ共和国大使館、キューバ共和国大使館、ドミニカ共和国大使館、エクアドル共和国大使館、エルサルバドル共和国大使館、フィジー共和国大使館、ジョージア大使館、ガーナ共和国大使館、グアテマラ共和国大使館、ギリシャ大使館、ホンジュラス共和国大使館、ハンガリー大使館、イラン・イスラム共和国大使館、パキスタン・イスラム共和国大使館、クウェート国大使館、レソト王国大使館、モルディブ共和国大使館、モザンビーク共和国大使館、ナイジェリア連邦共和国大使館、パナマ共和国大使館、フィリピン共和国大使館、ルーマニア大使館、サンマリノ共和国大使館、シリア・アラブ共和国大使館、ウルグアイ東方共和国大使館、ウズベキスタン共和国大使館、台北駐日経済文化代表処、国際機関 日本アセアンセンター

イ. 港区ワールドカーニバルプレイイベント

ガーナ伝統音楽、ウズベキスタンダンス、ベリーダンス

ウ. 港区ワールドカーニバル

ブラジル連邦共和国大使館、ブルネイ・ダルサラーム国大使館、ブルキナファソ大使館、コスタリカ共和国大使館、フィジー共和国大使館、ジョージア大使館、ガーナ共和国大使館、グアテマラ共和国大使館、ハンガリー大使館、インドネシア共和国大使館、レソト王国大使館、マダガスカル共和国大使館、モルディブ共和国大使館、ミクロネシア連邦大使館、モロッコ王国大使館、モザンビーク共和国大使館、ナミビア共和国大使館、ナイジェリア連邦共和国大使館、パキスタン・イスラム共和国大使館、フィリピン共和国大使館、カタール国大使館、ルーマニア大使館、シンガポール共和国大使館、スリランカ民主社会主義共和国大使館、シリア・アラブ共和国大使館、タイ王国大使館、トーゴ共和国大使館、ウズベキスタン共和国大使館、イエメン共和国大使館、国際機関 日本アセアンセンター

② 事業費の推移

(単位: 千円)

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	—	24,598	24,300
決算額	—	24,582	24,300

③ 事業費の主な内訳

(単位: 千円)

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	24,300	港区ワールドフェスティバル企画運営業務委託
合計	24,300	

(2) 監査の結果

【意見1】大使館等周遊スタンプラリーと商店街ワールドカードラリーとの連携について

大使館等周遊スタンプラリーでは、大使館等を訪問するとワールドフェスティバルパスポートにスタンプがもらえ、スタンプの数に応じて、ワールドカーニバルの会場で行われる抽選会に参加できる。同様に、商店街ワールドカードラリーでは、商店街店舗を利用すると商店街ワールドカードがもらえ、集めたカードの枚数に応じて、ワールドカーニバルの会場で行われる抽選会に参加できる。このように、それぞれが独立しており、両方のイベントに参加する人もいれば、片方のイベントのみ参加する人もいる状況である。

例えば、大使館等周遊スタンプラリーは港区外からの参加者も多いが、その区外参加者が、商店街ワールドカードラリーも参加するケースは多くないと思われる。大使館等周遊スタンプラリーを魅力に感じて港区に来街した人が、商店街ワールドカードラリーにも参加してもらうことで、商店街の魅力も感じてもらい、更なる賑わいの創出をもたらすことができると考える。

したがって、両方のイベントに参加してもらう方法を検討する必要がある。例えば、ワールドフェスティバルパスポートにも商店街ワールドカードラリーへの参加商店街の地図を入れることや、スタンプと商店街ワールドカードの獲得数を共通化して抽選会に参加できるようにするなど、大使館等周遊スタンプラリーと商店街ワールドラリーとの連携を図る必要がある。

【意見2】商店街ワールドカードの配布実績等の把握について

商店街ワールドカードラリーでは、港区内に大使館がある80カ国の情報が載った商店街ワールドカードを参加店舗に用意し、店舗で買い物等をした利用者に配布している。平成28年度は117店舗に各100枚用意したが、店舗利用者への配布実績が把握されていなかった。

商店街ワールドカードラリーは、商店街の店舗の売上にも貢献するものであり、商店街ワールドカードの配布実績を把握することは、商店街ワールドカードラリーの効果を把握する上でも重要なことである。用意した商店街ワールドカードをすべて配布した店舗もあったことを踏まえると、そもそも用意した枚数が効果的であったのかについても疑問が残る。

したがって、各店舗の配布実績を把握するとともに、各店舗にアンケートを実施するなどして、用意すべき枚数等を検討し、商店街ワールドカードラリーを効果的に実施する必要がある。

【意見3】商店街ワールドカードラリーに関する店舗への情報伝達の徹底について

平成28年度の商店街ワールドカードラリーでは、一部の店舗で詳細が伝えられないまま参画になっていたという事例が発生していた。参画する各店舗へのイベント内容等の情報伝達を十分に実施し、共通認識を有した上で開始する必要がある。また、イベント内容等の情報伝達が不十分であると、参画の機会を逸すこととなる店舗が出ることも考えられる。

したがって、商店街が一体となって商店街ワールドカードラリーを盛り上げていけるよう、イベント内容等に関する情報伝達を徹底する必要がある。

7. 商店街・地方都市関係強化

（1）事業の概要

① 事業の概要

区内商店街と地方都市との交流を促進し関係を強化することにより、商店街の新たな魅力づくりや賑わいの創出を図り、地域を活性化することを目的とした事業である。

具体的には、「全国交流物産展 in 新橋」（以下、「全国交流物産展」という。）の開催のほか、温泉所在都市協議会や義士親善友好都市会議に加盟している。

全国交流物産展は、「商店街友好都市との交流に関する基本協定」を締結している北海道佐呂間町、山形県舟形町、福島県いわき市、岐阜県郡上市、山形県庄内町をはじめとする地方都市及び港区（区内商店街・港区観光協会）により、年1回開催している。全国交流物産展は、港区及び地方都市のシティプロモーション活動の場ともなっている。

温泉所在都市協議会には平成26年10月に加盟し、区内の温泉及び温泉所在都市の周知を図っている。

義士親善友好都市会議には平成5年に加盟し、忠臣蔵ゆかりの地等のある全国自治体と親善及び友好を深め、全国的な連携のもと情報交換を行っている。

【事業の実施状況】

ア. 「全国交流物産展 in 新橋」(※)

年度	日時	場所	参加都市	参加者数	事業費
26	11月6日(木)11:00-20:00	新橋 SL 広場	22 都市	73,000 人	3,894,480 円
	11月7日(金)11:00-20:00				
27	10月29日(木)11:00-20:00	新橋 SL 広場	22 都市	72,000 人	3,896,640 円
	10月30日(金)11:00-20:00				
28	10月27日(木)11:00-20:00	新橋 SL 広場 区立桜田公園	35 都市	85,136 人	6,960,600 円
	10月28日(金)11:00-20:00				

※平成28年度に事業名称変更。平成27年度以前は「商店街と地方都市との交流物産展」。

イ. 温泉在所都市協議会

a. 区内温泉

- ・麻布黒美水温泉竹の湯
- ・ザ・プリンス パークタワー東京

b. 観光情報誌「ハレノヒ」での周知

年度	紹介した温泉の所在都市	
26	区内2温泉	山梨県笛吹市、岐阜県下呂市、石川県金沢市
27	区内2温泉	福島県いわき市、新潟県十日町市、福島県喜多方市、徳島県三好市、静岡県浜松市、静岡県静岡市、宮崎県日南市、岐阜県高山市

c. 温泉所在都市協議会分担金

年度	温泉所在都市協議会分担金
26	免除(温泉所在都市協議会加盟初年度)
27	7,000 円
28	8,000 円(平成28年6月に分担金算出基準改定により増額)

d. 観光PRうちわの作成

年度	作成数	配布先	事業費
26	15,000 本	いわき市、大島町、船会社や区内各所の祭り等	500,000 円
27	10,000 本	いわき市、大島町、船会社や区内各所の祭り等	496,800 円

ウ. 義士親善友好都市会議

年度	実施日	開催市区町村	事業費
28	8月4日(木) 8月5日(金)	墨田区	75,000 円

② 事業費の推移

(単位: 千円)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	4,107	3,983	8,350
決算額	4,080	3,986	7,043

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	6,914	「全国交流物産展 in 新橋」運営業務委託
負担金補助及び交付金	83	加盟負担金
その他	46	需用費 物産展のチラシ
合計	7,043	

（２）監査の結果

【意見１】全国交流物産展の参加者へのアンケートの実施について

全国交流物産展は毎年開催することから、その運営方法等については、実施結果を評価し、課題があれば改善し、レベルアップしていく必要がある。実施結果の評価にあたっては、参加者の声を聴くことが重要であるが、アンケートは実施していない。

参加者には、全国交流物産展の来場者と地方都市等の参加団体とがある。全国交流物産展の運営の改善を図るためにも、それぞれ参加者に対して、アンケートを実施する必要がある。

【意見２】全国交流物産展に広く区内外から来場を促す工夫について

全国交流物産展は9年連続での開催となった。平成28年度の来場者数は、10月27日（木）が48,593人、10月28日（金）が36,543人と2日間で85,136人と盛況であり、新橋の秋の風物詩として定着している。

このように、多くの地方都市が参加して賑わいを創出しているが、平日の11時から20時に開催されているため、オフィス街である新橋という土地柄から近隣に勤務する人が来場者の大半を占めているものと推測できる。

しかし、この状況を鑑みると、観光振興の観点からは、近隣だけでなく、広く港区内外から来場を促す工夫が必要である。例えば、全国交流物産展のパンフレットには、地元商店街で利用できる割引チケットがついていたが、当日パンフレットを入手しないとその存在に気づくことはない。事前に割引チケットの存在を知っていれば、来場する動機が増えることも考えられる。そのほか、土休日であれば来場したいと考えている潜在的来場者もいると思われる。

したがって、観光振興の観点からは、全国交流物産展に広く区内外から来場を促す方法について検討する必要がある。

【意見3】 区内温泉のPR推進について

区内温泉及び温泉所在都市協議会加盟都市を、港区の観光情報誌「ハレノヒ」に掲載し周知しているが、区内温泉が十分に周知されているとはいえない。

今後、シティプロモーションツール「とっておきの港区」に、区内の温泉施設の情報を掲載する予定である。そこには、区内温泉までのルートを案内することとしており、「とっておきの港区」を見た人に区内温泉の利用を促す工夫も考えられている。

したがって、区内温泉の周知を図るため、「とっておきの港区」だけでなく、各種観光情報誌への掲載も検討し、区内外へのPRを推進していく必要がある。

8. 歴史観光資源の活用・促進

（1）事業の概要

① 事業の概要

港区にある神社仏閣等の歴史的観光資源を活用し、それぞれの時代の人物や事柄をテーマとして港区の歴史を解説する事業である。

具体的には、港区内の歴史観光資源のうち、関心度の高いテーマやタイムリーなテーマを取り上げ、フォーラム等を通じて楽しく港区の歴史を紹介し、新しい層の観光客や再訪者を誘致するとともに、区内に点在する歴史観光資源の周遊の向上を図ることを目的としている。

平成28年度は全2回の歴史フォーラムを開催した。それぞれの歴史フォーラムの開催状況は表26、表27のとおりである。

表26 歴史フォーラムの概要(第1回)

テーマ	徳川吉宗
出演者	加来耕三氏、西岡徳馬氏
開催日時	平成28年9月4日(日)
	・昼の部 午後2時00分～午後4時20分
	・夜の部 午後5時30分～午後7時50分
開催場所	赤坂区民センター 区民ホール
参加人数	693人

※昼の部と夜の部は同じ内容である(以下、同様)。

表27 歴史フォーラムの概要(第2回)

テーマ	忠臣蔵
出演者	ロバート・キャンベル氏、大和田獏氏
開催日時	平成28年12月11日(日)
	・昼の部 午後2時00分～午後4時20分
	・夜の部 午後5時30分～午後7時50分
開催場所	ヤクルトホール
参加人数	972人

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	7,798	7,340	9,132
決算額	11,152	7,340	9,078

平成 26 年度は、歴史観光ガイドブック（日本語版・英語版）の作成を含んでいる。なお、歴史観光ガイドブックは、平成 28 年度から観光情報発信事業に移行している。

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	9,078	「港区歴史フォーラム」開催支援業務委託
合計	9,078	

（２）監査の結果

【意見１】歴史フォーラム参加者の拡大について

事業の概要で述べたとおり、平成 28 年度の歴史フォーラムは 2 回開催しており、第 1 回は昼の部と夜の部合わせて合計 693 人、第 2 回は昼の部と夜の部合わせて合計 972 人が参加した。いずれの回も定員を超える応募人数があったため、抽選により参加者を決定している状況である。つまり、歴史フォーラムへ応募しながらも抽選の結果、参加できなかった応募者がいる。

歴史フォーラムについては、企画、開催日時、開催会場の手配、出演者等の手配、広報、参加者募集、台本の作成、公演プログラムの作成等の事前準備のほか、開催当日の会場設営、出演者への対応、受付業務、終了後の会場撤去等、ほとんどすべての業務を受託者が行っている。このとおり、開催会場の手配も受託業者が行うため、当然ながら、委託契約締結後に開催会場の手配を始めることになる。収容人数の多い人気の会場は早い時期に予約が入ってしまうため、できるだけ早く会場の手配を始める必要があるが、契約履行開始日は平成 28 年 6 月 17 日となっている。そのため、9 月に開催される第 1 回の歴史フォーラムにおいては、収容人数の多い会場を確保できない状況となっている。

港区の歴史を紹介し、新しい層の観光客や再訪者を誘致するとともに、区内に点在する歴史観光資源の周遊の向上を図ることを目的としている本事業においては、可能な限り希望者に参加してもらえようにすることが、より効果的となる。したがって、契約履行開始日をできる

だけ早くしたり、開催会場の手配を委託業務とせず、区が自ら手配したりするなどの方法を検討し、歴史フォーラムの参加者を拡大する必要がある。

Ⅳ 安全・安心で快適な港区観光の実現に関する事業

1. 緊急時における観光客への情報の提供

（1）事業の概要

① 事業の概要

観光振興ビジョンでは「緊急時における観光客への情報の提供」を掲げ、監査対象事業とした「観光・街区案内標識設置」のほか、防災課による防災マップ等の配布、防災アプリの情報提供、国際化・文化芸術担当による国際防災ボランティアの育成などを行っている。

観光・街区案内標識設置については、特に指摘すべき事項はないが、観光アプリ内に防災情報コンテンツが未整備となっている現状があるので、観光客に対する災害情報等の発信について、以下のとおり意見を述べる。

（2）監査の結果

【意見1】観光客に対する災害情報等の発信について

広い意味での観光施策には、観光客の誘客だけでなく、災害時等における危機管理として、観光客の避難体制や観光客向けの情報発信の内容や方法も含まれるものと考える。特に、港区内の地理等に疎く、日本語に精通していない外国人旅行者に対しては、日本人観光客に対するもの以上の方策を必要とする場合があり得る。

災害情報等の発信に限ると、現在、外国人観光客に対する災害情報等の発信手段として、観光庁が、平成26年10月から外国人旅行者向け災害時情報提供アプリ(Safety tips)を提供している。Safety tipsは、5言語(英語・中国語(簡体字/繁体字)・韓国語・日本語)に対応し、国内における緊急地震速報及び津波警報、気象特別警報、噴火速報をプッシュ型で通知できる他、周囲の状況に照らした避難行動を示した避難フローチャートや周りの人から情報を取るためのコミュニケーションカード、災害時に必要な情報を収集できるリンク集等を提供するものである。

現状、港区観光協会のホームページ及びSNSにおいても、「港区産業観光ネットワーク MINATO あらかると」においても、特段、災害情報等の発信を行っていないが、今後、外国人観光客の増加が見込まれることを踏まえると、Safety tipsの周知を図ることも重要である。また、これに加えて、災害時において、外国人観光客に対してどのような情報を発信する必要があるのか、また、どういった手段で発信するのかについても、あらためて整理し、検討することが必要である。

V 総合支所で取り組んでいる事業

1. 芝地区発・新虎ディショナルプラン

（1）事業の概要

① 事業の概要

環状第二号線（以下、「新虎通り」という。）が開通したことを契機に、道路を活用した新たなにぎわいを創出することが望まれている新虎通りとその周辺地域を活性化することを目的として、地域住民・事業者等と連携した活動を実施する事業である。

具体的には、新虎通り沿道及びその周辺地区の地域住民、事業者等と連携し、道路整備等がまちづくりに与える影響とそこから生じる課題について把握し、その対応策を検討したほか、新虎通り沿道を含め、数多くある古くからの店舗を芝地区の大きな魅力と捉え、にぎわい創出のための「芝の名店 探訪マップ」（以下、「マップ」という。）の作成、配布を行った。

本事業は平成27年度から開始したもので、各年度の実施内容は次のとおりである。

平成27年度

- （1）地区内先進事例調査
- （2）地区内ヒアリング調査
- （3）地域の方々による検討会開催（平成28年2月実施）

平成28年度

- （1）マップ 日本語版作成 6,000部
- （2）マップ 英語版作成 5,400部

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	—	501	2,554
決算額	—	489	2,008

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
印刷製本費	2,008	マップ（日本語版、英語版）の作成
合計	2,008	

（２）監査の結果

【意見1】事業の波及効果について

本事業では、新虎通りの開通に合わせて、新虎通りとその周辺地域を活性化することを目的に事業内容が検討された。その結果、新虎通りの周辺には古くからの老舗が多いこと、また、芝地区全体への波及効果も期待できることから、マップを作成することとなった。

事業の成果物であるマップには、区政70周年に絡めて創業70年以上の老舗が36件記載されている。創業70年以上という条件を満たし、経営者が希望した店舗は全て記載されている。

マップの記載内容は充実しており、非常に興味深いものとなっている。老舗はそれ自体が歴史的な事業内容であったり設備を擁していたりするため、これらの紹介は一つの文化施策ともいえる。しかし、本事業は、本来はにぎわい創出を主たる目的とした事業であり、経済施策としての意義付けは軽視できないものである。経済施策としての側面を重視すれば、事業の効果についてはもっと空間的・時間的な波及効果を意識する必要がある。

経済施策としての波及効果を考える場合、たとえ特定の事業者の紹介を行った場合でも、それがどうやって芝地区全体の経済活動に影響を与えるのかというイメージが必要である。もっと踏み込んでいえば、本事業のように老舗だけを紹介することで完結するのではなく、創業間もない企業にもビジネス上のチャンスを与えるようであればならない。

もちろん、創業間もない企業には別途産業振興のための施策が用意されていて、それを利用すれば良いのであるが、老舗の有する事業を長続きさせるノウハウは経済施策を考える上でも非常に価値があるものである。本事業の延長線上で考えるかは置くが、このような老舗のノウハウを創業間もない若い経営者などにも波及させるような事業の進展が望まれる。

本事業は平成29年度をもって終了予定であるが、同趣旨の事業が継続されることがあれば、マップを作成しただけで終わるのではなく、新虎通り周辺の老舗とともに新たな歴史を刻んでいく店舗の育成について、また経済活動支援の側面を含めた地域の活性化について、引き続き取り組んでいく必要がある。

2. 麻布地区麻布未来写真館

（1）事業の概要

① 事業の概要

区民や企業、大学等と協働して麻布地区に関わる写真の収集・保存を行い、「まち」の歴史や文化をより多くの人に知ってもらうことで、麻布地区への愛着を深める一助としていくとともに、暮らす人々にとって身近な歴史・文化資源に関する写真の保全・継承・活用を図ることを目的とした事業である。

区民参画による麻布を語る会「麻布未来写真館」分科会（以下、「分科会」という。）により、麻布地区の昔の写真等を資料として収集するとともに、定点写真を撮影し、麻布のまちの変化を保存する活動をしている。写真収集にあたっては、一般区民や地元の団体・学校から古い写真の提供を受け、パネル展等で活用している。

平成28年度における分科会の開催状況は次のとおりである。

【分科会開催状況（平成28年度）】

回数	開催日	概要	出席人数
第1回	平成28年4月27日	メンバー紹介 平成28年度の活動について	14人
第2回	平成28年6月1日	今後の活動について・まちあるきについて	14人
第3回	(A)平成28年6月4日 (B)平成28年6月12日	まちあるき：第1回撮影	計9人
第4回	平成28年6月29日	撮影結果・今後の活動について	13人
第5回	平成28年9月6日	まちあるき・今後の活動について	12人
第6回	平成28年10月6日	まちあるき・今後の活動について	11人
第7回	(A)平成28年11月6日 (B)平成28年11月23日	まちあるき：第2回撮影	計17人
第8回	平成28年12月8日	撮影結果・パネル作成について	10人
第9回	平成28年12月21日	パネル作成およびパネル展について	9人
第10回	平成29年1月25日	パネル作成およびパネル展について	12人
第11回	平成29年2月14日	パネル展示最終確認	10人
第12回	平成29年3月7日	今年度活動の振り返り	14人

また、平成28年度におけるパネル展等の開催状況は次のとおりである。

【パネル展】

フジフィルムスクエアミニギャラリー	平成29年2月3日～2月16日
麻布地区総合支所ロビー	平成29年2月15日～3月1日
東洋英和女学院史料展示コーナー	平成29年2月27日～3月24日
麻布子ども中高生プラザ等複合施設 図書・展示コーナー	平成29年3月3日～3月29日

【常設展示場】

有栖川宮記念公園管理事務所展示スペース	平成24年7月19日～
麻布地区総合支所2階通路	平成24年9月5日～
麻布区民協働スペースロビー	平成27年3月27日～
都立中央図書館2階通路	平成27年11月6日～

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	6,665	4,056	4,674
決算額	6,646	4,052	4,659

③ 事業費の主な内訳

(単位:千円)

節	平成28年度 決算額	主な内容
委託料	4,600	麻布未来写真館運営業務委託
需用費	45	麻布未来写真館分科会に要する物品購入、分科会用物品の購入(麻布未来写真館)
役務費	13	事務連絡用郵券の購入
合計	4,659	

（２）監査の結果

【指摘1】分科会終了後の物品購入について

平成28年度の分科会は、平成28年4月27日から平成29年3月7日まで、全部で12回開催されている。分科会において必要となる物品の購入は、需用費の予算から執行される。

平成28年度の予算の執行状況に関して、仕様書、請書兼検査証兼請求書等を検証したところ、分科会の最終開催日（平成29年3月7日）以降の日付で執行された案件が表28、表29のとおり2件あった。

表28 分科会の最終開催日（平成29年3月7日）以降に執行された物品の購入①

契約件名	分科会用物品の購入（麻布未来写真館）
納入又は完了年月日	平成29年3月10日
契約金額	25,866 円
内訳	一眼レフレンズ SONY1 個、プロジェクター電源コード1 個

表29 分科会の最終開催日（平成29年3月7日）以降に執行された物品の購入②

契約件名	麻布未来写真館分科会に要する物品購入
納入又は完了年月日	平成29年3月22日
契約金額	5,929 円
内訳	軍手5 パック、ソフト粘着剤10 パック、SDHC カード1 枚

平成28年度の分科会終了後に分科会に要する物品の購入を行っているが、これは、分科会終了後における分科会活動に必要な物品を購入したものであるとのことである。

具体的には、平成29年3月10日に購入した物品は、平成28年度末に実施された自主活動（例年、3月下旬に桜の撮影をしている）のために購入したものであり、平成29年3月22日に購入した物品は、3月3日～3月29日会期のパネル展に際して、緊急的に必要となった物品を購入したものであるとのことである。この点においては、契約件名を適切に記載する必要がある。

なお、年度末付近における予算の執行は、残予算の消化と受け取られる可能性がある。分科会活動に真に必要な物品であり、特に、毎年度実施している自主活動に必要な物品であれば、年度末付近に購入するのではなく、計画的に物品を購入する必要がある。

3. 赤坂地区もっと知りたい 赤坂・青山

（1）事業の概要

① 事業の概要

ア. 区民参画組織 赤坂・青山地区タウンミーティング「地域の魅力発見分科会」

ラグビーワールドカップ2019日本大会、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が決定し、新国立競技場に隣接する赤坂・青山には、国内外から多くの観光客が訪れることが予想される。この機に備え、「まちの魅力」を発掘し、赤坂・青山をPRし、まちの賑わい創出やまちへの愛着醸成に繋げることを目的とした事業である。

これまでの地域の魅力を発信する取り組みを踏まえ、赤坂・青山の魅力や地域情報の発信方法について区民参画会議で検討し、まち歩きマップや観光リーフレット等、地域の魅力を広く発信するための成果物に繋げている。

平成28年度は赤坂・青山地域の魅力を伝える観光情報発信ツールとしての冊子を作成している。

【開催状況】

回数	開催日	出席人数	内容
第1回	平成28年4月21日(木)	12人	地域の魅力発見分科会活動予定 座長の選任
第2回	平成28年5月19日(木)	13人	課題「わたしの欲しいまち歩きマップ」
第3回	平成28年6月16日(木)	10人	課題「わたしの欲しいまち歩きマップ」
第4回	平成28年7月21日(木)	12人	マップ構成について
第5回	平成28年8月18日(木)	9人	マップに盛り込むコンテンツについて
第6回	平成28年9月15日(木)	9人	マップデザインについて
第7回	平成28年10月20日(木)	12人	マップレイアウトについて
第8回	平成28年11月17日(木)	11人	全体デザインについて
第9回	平成28年12月15日(木)	9人	各ページの内容について
第10回	平成29年1月19日(木)	9人	校正作業
第11回	平成29年2月16日(木)	12人	校正作業
第12回	平成29年3月16日(木)	11人	平成28年度の振り返り、来年度について

イ. 講談を活用した地域情報の発信事業

地域の住民に、必要な情報を確実に届けるためには、周知方法を工夫し、情報に対する興味を持ってもらうことが重要である。そのため、周知方法として講談を活用し、地域に情報を発信している。より多くの人に情報を伝え、共有化することにより、地域の活性化を促進し、コミュ

ニティ形成を進めることを目的としている。

具体的には、生活に身近で重要な行政の施策や事業をテーマとした1本20分程度の講談原稿を制作し、地域の希望に応じて、地域団体(町会・自治会・商店街等)との会合や団体主催のイベント等の際に、プロの講談師を派遣し、制作した原稿を活用した講談会を開催している。

【派遣実績】

回数	開催日	対象団体	実施テーマ
第1回	平成28年11月18日(金)	港区シルバー人材センター 【地域班会議】	・明日は我が身～母さん助けて詐欺の手口～ ・古典講談
第2回	平成28年12月14日(水)	赤坂地区総合支所区民課 【赤坂青山ふれあいサロン】	・救急医療情報キットとマイナンバー ・古典講談
第3回	平成29年3月15日(水)	赤坂地区総合支所区民課 【赤坂青山ふれあいサロン】	・救急医療情報キットとマイナンバー ・古典講談
第4回	平成29年3月24日(金)	南青山一丁目町会 【港区との懇談会】	・救急医療情報キットとマイナンバー ・古典講談
第5回	平成29年3月26日(日)	北青山一丁目アパート 3・4号棟自治会 【防災訓練】	・救急医療情報キットとマイナンバー ・古典講談

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	300	300	2,498
決算額	300	996	2,579

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
需用費	795	赤坂・青山まち歩きマップ印刷
委託料	1,468	赤坂・青山まち歩きマップデータ編集支援業務委託 赤坂・青山まち歩きマップルート作成支援業務委託
その他	314	
合計	2,579	

（２）監査の結果

【意見1】「赤坂・青山まち歩きマップ」の活用について

赤坂地区総合支所では平成 28 年度に区民参画組織の赤坂・青山地区タウンミーティング「地域の魅力発見分科会」を開催し、赤坂地区の魅力が掲載された「赤坂・青山まち歩きマップ」を作成・発行した。しかし、赤坂地区の地域住民向けの情報とのことで、赤坂地区総合支所管内以外では、「赤坂・青山まち歩きマップ」は入手することはできない。

「赤坂・青山まち歩きマップ」は、地域の住民が参画していることから、その地区の住民でないと知らない情報も盛り込まれており、魅力的なものとなっている。このため、観光のための情報としても、活用度が高いものといえる。

平成 29 年度は赤坂・青山地域の魅力を更に深掘りした冊子を作成する予定であるが、「赤坂・青山まち歩きマップ」及び平成 29 年度作成予定の冊子については、赤坂地区総合支所管内にとどめることなく、広く港区の観光情報誌として活用できるよう、観光政策担当へ情報提供を行うなど連携を図る必要がある。

4. 赤坂地区地域情報国際化プロジェクト

（1）事業の概要

① 事業の概要

赤坂地区の総人口 33,394 人（平成 29 年 4 月 1 日）のうち外国人人口は 3,042 人であり、地区の人口の約 9%を占めている。そこで、外国人との相互理解を深めることを目的として、地域が実施する事業への参加を促す取り組みを行っている。

具体的には、赤坂地区に立地する港区国際交流協会と連携・協力し、外国人ニーズを把握して、地区事業への参加を促す広報活動と外国人参加者に対する支援を行っている。交流の中から得られた情報や事業の様子等は「地域情報」として蓄積し、赤坂地区の発信する情報や事業に国際的視点を積極的に取り込んでいる。

【事業の実施状況】

年度	開催日	場所	内容	参加人数
27	平成 27 年 9 月 3 日（木）	赤坂区民センター 区民ホール	第 1 回赤坂地区総合支所 ×カンボジア王国大使館国 際交流イベント	カンボジア人 日本人 計約 250 人
	平成 27 年 11 月 17 日（火）	赤坂区民センター 区民ホール	第 2 回赤坂地区総合支所 ×カンボジア王国大使館国 際交流イベント	カンボジア人 日本人 計 183 人
28	平成 28 年 10 月 11 日（火）	赤坂区民センター 区民ホール	・中学生によるオーストラリア 派遣報告 in 赤坂・青山 ・迫力の大画面でスポーツ 観戦しよう！『アジア最終予 選-RORD TO RUSSIA-パ ブリックビューイング in 赤 坂』	オーストラリア人 日本人 その他外国人 計 306 人

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	—	661	658
決算額	—	626	617

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
委託料	498	国際交流イベント運営支援業務委託
その他	118	
合計	617	

（２）監査の結果

【意見1】赤坂地区所在大使館との連携拡大について

本事業による交流イベントを通じ、大使館との良好な関係が構築されている。また、平成 29 年度からは、地域情報誌「MY タウン赤坂青山」に赤坂地区所在の大使館（13 か国）を 1 国ずつ紹介するなど、大使館とのつながりを深めていっている。

区では、ワールドフェスティバルで大使館等周遊スタンプラリーを開催しているが、参加していない大使館もある。したがって、本事業で構築された大使館とのつながりを活かして、大使館等周遊スタンプラリーへの参加を促すなど、赤坂地区所在大使館との連携を拡大する必要がある。

5. 赤坂地区赤坂親善大使メジャー化計画

（1）事業の概要

① 事業の概要

地域事業「赤坂メディアアート展」(平成 26 年度)で制作した赤坂地区のマスコットキャラクター「赤坂親善大使」を地域の資源として活用し、次に掲げる目的を持って事業を展開している。なお、赤坂親善大使は、アカサカメン、アユミン、アカオくんの 3 体である。

- ア. 地元商店街が一体感を持って地域振興に取り組むことを支援する。
- イ. 赤坂親善大使を活用し、地元住民が地元商店街を巡る機会を増やし、まちの賑わいを創出する。
- ウ. 赤坂親善大使を活用して、まちの魅力を発信する。
- エ. 赤坂親善大使がまちの至る所で目に留まるように事業を行うことで、愛着を深めてもらうとともに、認知度を高め、新たな視点で地域の魅力を PR する効果を高める。

事業の内容は、以下のとおりである。

- a. 赤坂親善大使の着ぐるみが商店街や町会等のイベントに出演し、集客促進を図ることで、賑わいづくりに貢献する。出演数を増やすことで、赤坂親善大使の認知度を向上させる。
- b. 赤坂親善大使のデザインを商店街や事業所等に広く活用してもらえるよう促進し、さらなる認知度の向上を図る。
- c. 拡散力のある Facebook を通じて、新鮮な情報を親しみやすいキャラクター口調で発信することで、多くの人が地域情報にアクセスする機会を増やす。また、商店街や町会等の行事(イベント)への集客アップに貢献するため、Facebook を通じて事前告知を行う。
- d. キャラクター物品を作成し、赤坂地区の施設等の目に留まる場所を設置し、地区の魅力、活力の向上に繋げるとともに、認知度の向上を図る。
- e. 赤坂親善大使の認知度を高めるため、即効的な PR 効果のあるイベント等を活用する。

【赤坂親善大使出動実績】

	出動回数(アクター)	出動回数(職員)	延べ出動回数
平成 27 年度	92	34	126
平成 28 年度	79	42	121

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	—	6,119	5,710
決算額	—	6,810	4,766

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
旅費	34	
需用費	909	赤坂親善大使不織布バッグ・シールの作成
役務費	89	
委託料	3,733	赤坂親善大使活動支援業務委託
合計	4,766	

（２）監査の結果

【指摘1】 履行確認及び請求内容の確認の徹底について

赤坂親善大使活動支援業務委託の受託業者は、仕様書の規定に基づき、赤坂親善大使が出動したイベントごとの業務報告書（以下、「業務報告書」という。）と、それを月ごとにまとめた実績一覧表（以下、「実績一覧表」という。）及び請求書を区に提出しており、区は請求書に記載された金額を支払っている。

監査人が、業務報告書と実績一覧表及び請求書の記載内容について、その整合性を確認したところ、表 30 のとおり、整合していないものが2件あった。結果として、請求内容に誤りはなかったが、書類間の整合性を確認し、履行確認及び請求内容の確認を徹底する必要がある。

表 30 業務報告書、実績一覧表及び請求書の不整合案件

【平成 28 年 4 月 4 日分】

	時間	出動キャラクター
業務報告書	13:00～16:00	アカサカメン、アユミン、アカオくん
実績一覧表	記載なし	記載なし
請求書	半日	アカサカメン、アユミン、アカオくん

【平成28年6月9日分】

	時間	出動キャラクター
業務報告書	雨天中止	アユミン、アカオくん
実績一覧表	半日	アカオくん
請求書	半日	アカオくん、アユミン

【指摘2】 領収証書の空番の書損処理漏れについて

赤坂親善大使キャラクター物品の有償配布で使用していた領収証書 No.208548,208552～208557,231505 について、使用できる状態になっていた。

領収証書の取扱いについては、「財務会計の手引(別冊)－代表的な事務フロー編－」でも空番が発生した場合についての具体的な処理方法は明記されていないが、不適切に領収証書を発行することができる状態にあるため、空番が生じた際には適切に書損の処理を行うべきである。

【意見1】 赤坂親善大使 Facebook の有効活用について

地域のできごとなど赤坂の魅力を発信するために、赤坂親善大使公式 Facebook が設けられている。現在のアカウントは、“@city.minato.akasakashinzentaishi”であるが、検索エンジンで検索すると、旧アカウントの“@akasakashinzentaishi”が表示されてしまい、現在のアカウント“@city.minato.akasakashinzentaishi”が表示されない状況にある。現在のアカウントを表示するには、港区公式ホームページ／港区公式 SNS から入るか、キャラクター物品として作成したシール等の QR コードを読み取るか、URL を直接入力しなければならない。

旧アカウントの「いいね」の数は、304 人、フォロー数は 293 人に対して、現アカウントの「いいね」の数は 122 人、フォロー数は 128 人(平成 29 年 9 月 27 日現在)となっており、現アカウントの情報発信力が低い状況となっている。

赤坂親善大使による情報発信力を高めるためには、検索エンジンで上位にくるようにするための SEO 対策(Search Engine Optimization)を行ったり、旧アカウントを閉鎖したりすることも検討する必要がある。赤坂の魅力を効果的に発信するために、赤坂親善大使 Facebook を有効活用する必要がある。

【指摘3】 赤坂親善大使フェイスブック運用基準の改訂について

赤坂親善大使 Facebook は、「赤坂親善大使フェイスブック運用基準」(以下、「運用基準」という。)により運用されている。運用基準は、赤坂親善大使 Facebook を開設するにあたって策定され、平成 26 年 9 月 1 日から施行されている。

一方で、全庁的な基準として、「港区 SNS 運用ガイドライン」（以下、「ガイドライン」という。）があるが、ガイドラインは、運用基準策定から約1年後の、平成27年9月11日に策定、施行されている。

赤坂親善大使 Facebook は、ガイドラインが施行される前から運用を開始していたが、ガイドラインの施行に伴い、あらためて SNS による情報発信を開始するための手続き（ガイドライン第4条(1)）を行うこととなった。このため、【意見1】で述べたとおり、赤坂親善大使 Facebook は、旧アカウントと現在のアカウントの2つが併存している状況となっている。

しかし、運用基準では、現行のアカウントが規定されておらず、旧アカウントのままとされている。ガイドライン第4条(3)では、アカウントの名称等について十分に検討し、運用基準を策定することとされている。したがって、旧アカウントの取扱いを検討するとともに、運用基準を改訂し、現行のアカウントを規定する必要がある。

ガイドライン

第4条 SNS の運用は、次のとおりとする。

- (1) SNS による情報発信を開始する際は、予め、区長室と協議し、「港区情報発信戦略推進委員会」に諮ること
- (2) SNS の運用は、原則として総合支所（部・所・室・局）単位とすること。
- (3) アカウントの名称、運用の目的、発信する情報の概要、運用責任者、運用担当者、運用手順等、運用方法について十分に検討し、運用基準を策定すること。また、なりすましによる誤情報の流布を防ぐために、運用主体としてのアカウント名を、ホームページ上に明示すること。

運用基準

（投稿箇所）

第3条 投稿箇所は、赤坂親善大使フェイスブック

（<http://ja-jp.facebook.com/akasakashinzentaishi>）とする。

6. 赤坂地区広げよう交流の輪

（1）事業の概要

① 事業の概要

赤坂・青山地域の子どもたちと、歴史的につながりの深い岐阜県郡上市の子どもたちとが、互いの歴史・文化等をはじめとした体験や学びを通じて相互の理解を深め、地域間の交流を促進していくことを目的とした事業である。

具体的には、下記のとおり、赤坂・青山地域と郡上市との相互訪問を通じた交流を行っている。

ア. 田舎の夏休み体験教室

赤坂・青山地域の小学生が郡上市を訪れ、郡上の豊かな自然体験と地域に伝わる文化や伝統芸能を学ぶ中から、子どもたち自身があらためて港区の歴史・文化等を学ぶ。

イ. 郡上市中学生との交流事業

郡上市の中学生が、青山公下屋敷跡地や赤坂・青山地域の日本を代表する企業を訪問し、都会体験を行う。その中で、赤坂・青山地域の中学生が郡上市生徒を迎え入れ、それぞれの地域の文化・特色を発表し、相互の地域の魅力を学ぶとともに、自分の生き方や郡上の歴史についても学ぶ。

【事業の状況】

開催日	場所	内容	参加人数
平成 28 年 6 月 25 日(土)	秩父宮ラグビー場	郡上おどり練習会	46 名
平成 28 年 8 月 7 日(日) ～8 月 9 日(火)	岐阜県郡上市	田舎の夏休み体験教室	55 名
平成 28 年 8 月 3 日(水) ～8 月 5 日(金)	赤坂・青山地域管内	郡上市中学生との交流事業	42 名

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	7,000	6,048	6,524
決算額	6,991	4,991	5,844

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
報償費	179	田舎の夏休み体験教室引率及び引率者説明会 参加
旅費	845	田舎の夏休み体験教室の実施
需用費	73	
委託料	4,749	田舎の夏休み体験教室運営業務委託
合計	5,844	

（２）監査の結果

【意見1】 交流活動報告内容の周知・報告について

平成 28 年度の郡上市中学生との交流事業では、郡上市の中学生 20 名と赤坂・青山地域の中学生 42 名が交流を行った。郡上市では、参加した中学生による交流活動報告会が行われており、交流活動報告書も作成されている。この報告会は郡上市で行われているため、これまで、その報告内容については特段把握していなかった。しかし、平成 28 年度は、この報告会に赤坂地区総合支所の職員が参加し、報告内容について把握する機会を設けた。

交流活動報告書の記載内容の中には、地域間交流の推進にとって有用な意見もあるように思われる。特に、郡上市の報告会に参加したことで、郡上市の参加中学生の意見を直に聞くことができたことは、参加した意義が大きいといえる。

したがって、交流活動報告内容については、赤坂・青山地域の中学生や赤坂地区総合支所においてはもちろん、地域間交流事業を行っている部署など全庁的に活用できるよう、広く周知・報告し、相互理解をより深め、地域間の交流促進を図る必要がある。

7. 高輪地区高輪今昔物語

（1）事業の概要

① 事業の概要

高輪地区のまち並みの魅力を発信することを目的として、写真の収集・保存・活用を行う事業である。

収集した写真を活用して、高輪地区の歴史的建造物などを巡るまち歩きやワークショップを実施している。また、まち歩きの経過を紹介する地図や、収集した写真を港区ホームページなどで公開し、高輪地区の魅力を発信している。なお、写真資料は、アーカイブとして蓄積・保存している。

本事業の効果として区は、写真資料を介し、地域住民や高輪地区の愛着を深めるとともに、地域交流の発展等での活用を期待している。

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
当初予算額	6,937	3,662	3,662
決算額	5,386	3,425	3,625

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
需用費	110	イベント用のぼり旗、展示用資材他の購入
委託料	3,514	高輪今昔物語運営支援業務委託
合計	3,625	

④ 委託業務の概要

高輪地区高輪今昔物語に関する支出は、高輪今昔物語運営支援業務委託契約による委託料の支払いが大部分を占めている。契約相手先は株式会社 J リポートで、委託料は 3,514 千円である。

本委託業務の概要は次のとおりである。

1) 業務の目的

高輪地区のまち並みの魅力を発信するため、写真の収集・保存・活用を行う。取り組みには、地域住民や地区内の大学と連携し、地域住民が高輪地区への愛着を深めるとともに、地域交流の発展等での活用を目指すものである。

2) 業務の概要

収集した写真を活用し、高輪地区の歴史的建造物などを巡るまち歩きやワークショップなどの交流イベントを実施する。また、高輪地区の魅力を発信するために、まち歩きの経過を紹介する地図の作成や、展示会の開催など、収集した写真を公開する。そのほか、高輪地区の歴史・文化に係る落語等のイベントを実施する。

具体的な委託内容は次のとおりである。

- 高輪地区(三田四・五丁目、高輪、白金、白金台)の現況把握及び資料収集に関すること
- 高輪今昔物語実行委員会の運営支援及び検討結果・要旨の作成
- 落語の実施
- ワークショップの実施
- まち歩きの実施
- 港区ホームページ内に構築している「高輪今昔物語」の定期更新

（２）監査の結果

【意見1】 デジタルアーカイブへのアクセス方法について

本事業では、区民の協力により高輪地区の変遷がわかる写真を集め、デジタルアーカイブとして蓄積・保存することで地域の資産を未来に遺す試みを行っている。

写真は随時募集しており、高輪地区総合支所のホームページにおいて、明治～昭和、平成の初期ぐらいまで、高輪地区の建物や風景、当時の人や乗り物、祭り、食べものなどの写真を募集していることを告知している。

収集した写真は、まち歩きやワークショップ、写真展など本事業で実施しているイベントで使用しているほか、高輪地区総合支所のホームページ上にある「高輪地区歴史・文化資産のデジタルアーカイブ」（以下「デジタルアーカイブ」という。）というページから閲覧することが可能となっている。しかし、現状ではデジタルアーカイブまでのアクセスが複雑となっている。

現在は、港区ホームページのトップページから高輪地区総合支所のトップページに行き、その中の「地区広報」のページを開くとデジタルアーカイブに到達する。または高輪地区総合支所のトップページにある「高輪地区キーワード」からもアクセス可能であるが、いずれも高輪地区総合支所のトップページを経由することになる。

港区ホームページのトップページからは「産業・文化・観光」を経由して「観光」のページにアクセスすることが可能であるが、「観光」のページにはこのデジタルアーカイブへのリンクはな

されていない。このページにリンクを貼り付けておくことも一つの方法である。また、港区観光協会のホームページからのアクセスを可能とすることも一つの方法である。

このとおり、現状ではデジタルアーカイブまでのアクセスが煩雑となっているため、より多数のアクセスを得るためにアクセス方法の見直しを検討する必要がある。

【意見2】AR 動画の効果検証について

高輪今昔物語運営支援業務委託契約の相手方である株式会社Jリポートは、平成27年度にプロポーザル方式により選定された事業者で、平成28年度も引き続き委託契約を締結している。この事業者は、写真、動画等を活用したビジュアルコンテンツの制作や制作指導、情報発信を得意としている専門家であり、写真に関する高度な知識と豊富な経験を有していることを理由の一つとして、選定している。

同社は、その専門性を活かし、新たな事業展開として、スマートフォンで動画を見ることができる「AR 動画」の手法を活用し、ワークショップで集めた写真にスマートフォンをかざすと当日の様子を見ることができる動画を制作している。このことを理由の一つとして、平成28年度も同者を選定している。

受託者は、四半期ごとに高輪今昔物語運営支援業務委託業務報告書（以下「業務報告書」という。）を区に提出している。「AR 動画」については、10月期から12月期の業務報告書に「ワークショップ3点の作品についてAR動画を作成した。」との表現があるのみで、それがどのように活用され、ワークショップの参加者にどのような効果をもたらしたのかなどが明確となっていないかった。

AR動画を採用した目的は、展示会の来訪者にワークショップの様子（写真提供者が写真の思い出を語っている）を知ってもらうためとのことだが、このような試みを行った結果、今後も継続することが望ましいのか、あるいは十分な効果をあげることができなかったのか、今後の事業展開の判断材料とするためにも、事業効果を検証する必要がある。

8. 旧協働会館保存・活用事業

（１）事業の概要

① 事業の概要

旧協働会館は、昭和11年に芝浦花柳界の見番（「置屋」「料亭」「待合」からなる「三業」を取りまとめ、芸者の取次ぎや遊興費の精算を行う三業組合事務所）として建設された建物であり、都内に唯一現存する木造建築の見番である。その後、東京都が建物を買取り、戦後は、「協働会館」として港湾労働者宿泊所に利用されていたが、平成21年4月に港区へ建物が無償譲渡され、同年10月、港区指定有形文化財に指定された。港区としては、旧協働会館を、伝統文化の継承や地域活動、交流等の拠点として整備し、区民等の利用に供する公の施設として活用するものとし、「旧協働会館保存・利活用のための整備計画 平成27年2月」（以下、「整備計画」という。）を策定している。

開設予定時期は平成32年度であり、平成28年度においては、現況の詳細調査と実施設計が行われている。

【旧協働会館整備スケジュール】

年度	予定
平成28年度	現況詳細調査、実施設計
平成29年度～平成31年度	改修工事
平成32年度	開設

② 事業費の推移

（単位：千円）

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	—	—	37,844
決算額	—	—	32,986

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成28年度 決算額	主な内容
委託料	32,986	旧協働会館改修工事实施設計業務委託等
合計	32,986	

（２）監査の結果

【意見1】旧協働会館の観光面での活用について

旧協働会館の施設整備の考え方としては、(1)文化財としての保存と安全・安心の確保、(2)地域の歴史の継承や地域活動拠点の整備、(3)建築基準法、消防法等への対応が挙げられており、観光案内・散策立ち寄りスペースを整備することも想定されている。特に、1階居室部分に整備される観光案内・散策立ち寄りスペースは、2020年のオリンピック・パラリンピック競技大会の開催に伴う国内外からの観光客の訪問も見据え、地域の魅力を発信し、にぎわい創出につなげる場として整備し、地域の観光マップやパンフレットの配布、地域のお祭りやイベント等のパネル展示を行うことが想定されている。また、所管の芝浦港南地区総合支所においては、これを機会に、旧協働会館を拠点として、これまでまち歩きのコースが少なかった芝浦港南地区においても新たなコースを設定することも検討されているとのことである。このように、まちづくりの一環としての活用が検討されているところであるが、例えば、旧見番という由来を生かし、赤坂や新橋とも連携したイベントの開催や情報発信を行う等、港区の観光資源としても活用することも考えられる。

その際、所管している芝浦港南地区総合支所は、地域のまちづくりでの観点が主になることから、港区の観光資源としての観点からは、観光政策担当も積極的に関与していくことが必要となる。また、芝浦港南地区総合支所によれば、旧協働会館を拠点とするまち歩きのコースを設定する際には、芝浦港南地区総合支所の区民参画組織である「水辺のまち魅力アップ分科会」等を活用し、独自のボランティアガイドを育成することを想定しているとのことである。これを尊重しつつも、必要な場合には、観光政策担当や港区観光協会がバックアップするような体制を構築することも必要なものとする。

1. 旧協働会館の施設整備の考え方

(1)文化財としての保存と安全・安心の確保

文化財としての価値を保全しつつ、面格子壁等の新設や、屋根の軽量化を実施することで耐震性を高め、地盤の不同沈下への対策として基礎を打ち替え、防火・防災設備を設置するとともに、建物全体を曳家することで必要な敷地を確保した上で新たに増築棟を建築、エレベーター、だれでもトイレ、スロープ、荷捌き用の駐車場や駐輪場、敷地内の出入口付近に利用者が滞留できるスペースを設置

(2)地域の歴史の継承や地域活動拠点の整備

文化芸術活動とコミュニティ・地域交流スペースや地域の歴史・文化展示スペース、福祉喫茶・特産品等紹介販売スペース、観光案内・散策立ち寄りスペースを整備

(3)建築基準法、消防法等への対応

建築基準法や消防法、港区雨水流出抑制施設設置指導要綱等への対応として、屋外階段や消火設備、誘導灯、雨水貯留槽、植栽帯の必要設備を設置

（出典：区提供データより監査人作成）

9. 芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業

（1）事業の概要

① 事業の概要

芝浦港南地区水辺のまち魅力アップ事業は、芝浦港南地区ならではの地域資源である運河や海辺の活用を図り、誰もが安らぎを感じ、憩いの場として人々が集える環境づくりを推進するとともに、区民参画を得ながら、地域住民の水辺への愛着と理解を深めることを目的とした事業である。

具体的には、区民参画組織「水辺のまち魅力アップ分科会」との協働で、ウォーキングイベントや運河クルーズを実施するとともに、芝浦西運河脇のカルガモ営巣地を維持管理している。

【平成28年度における実施事業】

区分	内容
カルガモ通信	カルガモ営巣地の維持管理 カルガモのヒナが誕生したことを、ホームページにて発信
ウォーキングイベント	「べいあつぷナイトウォーク～レインボーブリッジを渡し、東京の夜景を眺めよう～」 (実施日:平成28年8月26日、参加人数:99人)
運河クルーズ	みなとパーク芝浦付近の新芝運河沿緑地の船着き場から乗船し、芝浦運河、芝浦西運河及び新芝南運河等を巡る約35分程度のクルーズ (実施日:平成28年11月27日、参加人数:226人)
コミュニティカフェ・クイズラリー	運河クルーズと併せて、地域の人々が交流する場としてコミュニティカフェを開設するとともに、地域の歴史や出来事のパネル展示や、地域の歴史に関するクイズラリーを実施 (実施日:平成28年11月27日、参加人数:350人)

② 事業費の推移

(単位:千円)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
当初予算額	6,081	5,504	5,371
決算額	5,227	5,042	5,147

③ 事業費の主な内訳

（単位：千円）

節	平成 28 年度 決算額	主な内容
需用費	35	記念品（コミュニティカフェ用）の購入等
委託料	4,264	芝浦港南地区区民参画会議運営支援等業務委託、カルガモ営巣場所の維持管理業務委託
使用料及び賃借料	847	運河クルーズ船舶雇上
合計	5,147	

（２）監査の結果

【意見1】観光振興の観点からの事業実施の検討等について

観光振興ビジョンにおいても、運河等を含めた水辺資源を活用した新たな観光商品の開発が掲げられているように、観光振興の観点から、芝浦港南地区の水辺エリアは潜在力の高い地域である。本事業においても、船舶等を借り上げた運河クルーズ等が実施されており、この内、港南ふれあい桜まつりは、事前申込制で港区在住・在勤・在学者を対象としているが、芝浦運河まつり及びベイエリア 365DAYS については、区民枠を設けている時間帯もあるものの、他の時間帯は先着順で誰でも乗船できるようにしている。しかし、そもそも本事業は、地域住民の水辺への愛着と理解を深めることを目的としているものであることから、広く観光客を呼び込むことは目的としておらず、その面での拡充は想定されていない。

所管課によれば、現状、地域の課題として観光客を呼び込むことは想定していないとのことであるが、芝浦港南地区の運河等を含めた水辺資源は、港区全体の観光資源としても有用なものであり、港区の観光施策として、運河クルーズ等を組み込んだ事業を実施することが考えられる。観光施策として事業を実施する場合であっても、地域振興の観点から総合支所が事業を実施することも当然考えられるが、本件においては、総合支所のエリアを超えた視点から水辺資源の活用を図る必要があるため、観光政策担当が主体となって、運河クルーズ等を組み込んだ事業を具体的に検討することが望ましい。なお、その際には、運河クルーズの運行等で先行している本事業のノウハウや実績等を参考にするとともに、事業目的の異なる本事業との間において、実施方法や実施日等をすり合わせることも必要である。

いずれにしても、本事業で実施されているイベント等は、港区全体の観光資源という観点から有用な面があることから、観光振興の観点からの事業の実施について、観光政策担当が具体的な検討を行うことが望ましいものとする。

なお、本事業に限らず、各総合支所の実施している事業の中には、港区全体の観光資源という観点から有用な事業が存在するものと推測される。したがって、観光政策担当が主体とな

ってこれらを洗い出し、観光振興の観点からの事業拡充または新規の事業化の適否を検討する枠組みを構築することが必要である。

以上