

みなとタウンフォーラム  
第4グループ

【産業・国際化・観光・文化分野】

# 提 言 書

平成 29 年 3 月 22 日

みなとタウンフォーラム第4グループ

メンバー WANG YU-JEN JEFFREY 及川 廣子  
高橋 康代 TAN MAUREEN JANE CHUA  
名取 てる子 濱 幸太郎 藤居 正征  
藤田 さおり 藤田 佳久 山口 峻  
山田 英輝 他 3名

※メンバーは五十音順、氏名は同意の方のみ掲載



# 1 提言にあたって

第4グループでは、国際化・産業・観光・文化振興という幅広い分野について検討を行いました。

各分野に共通した認識としては、「港区基本計画」に示された対象4分野の方針はよくまとまっているが、それを実現していくための方法については、社会の変化に応じた工夫が必要ではないかということです。港区が有する資産が、それらを潜在的に求める人々によって、より活用されれば、港区の更なる発展に繋がるのではないかと考えます。この点に留意しながら、港区で生活する一人として、日頃感じていることについて率直な意見交換を行い、本提言を取りまとめました。

## 第4グループ・提言の概略

### 【国際化】

外国人が必要とする情報を把握し、適切に届くようにすること、日本人と外国人の相互理解を深めることで外国人の地域社会参加を促し、協働を進めていくこと、大使館との連携により国際交流を進めていくこと。

### 【産業】

様々なビジネスチャンスの創出や新たな可能性を引き出すためにマッチングの機会を充実させること、商店街が地域コミュニティを担う存在として存続・活性化していくための新たな取組を支援していくこと。

### 【観光】

社会動向・ニーズに合わせた観光情報の発信、増加する観光客の受入体制について、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催も踏まえて取り組むこと、区外周遊者を区内のスポットに取り込んでいくこと。

### 【文化振興】

文化芸術に対する区民の興味・関心を高めるため、様々な文化芸術施設が集積する港区の利点を生かして取り組んでいくこと、特定の事業に対しての寄付など民間企業と連携を図りながら文化振興に取り組んでいくこと。

さて、区政の基本指針である基本計画を、多くの区民が知らないという状況にあります。その原因のひとつとして、現状の課題の掘り起こしが、十分にできていないことがあるかもしれません。計画づくりやその見直しにおいては、現状をどう評価し、それをどう共有化するかが大変重要であると考え、それについての取組が強化されることを期待します。そして、私たちの提言が、基本計画の見直しに際して広く反映され、区民に寄り添った区政実現の一助となるよう、具体的な取組として実現されていくことを願います。

最後に、今回みなとタウンフォーラムに参加させていただき、区が取り組んでいる様々な施策を知る機会を与えていただいたことに感謝申し上げます。

## 提言体系

### (1) 国際化

- ① 外国人住民への情報発信の充実
- ② 外国人と日本人の相互理解と国際交流の推進

### (2) 産業

- ① 起業・創業支援、ベンチャー企業支援
- ② 中小企業・地場産業支援
- ③ 商店街振興支援

### (3) 観光

- ① 観光情報の発信とシティプロモーションの推進
- ② 観光客受入体制の充実
- ③ 観光資源の発掘、活用と観光ルートの創出

### (4) 文化振興

- ① 区民が身近に文化芸術に触れる機会の充実
- ② 多様な主体との連携

## 2 提言内容

### (1) 国際化

#### ① 外国人住民への情報発信の充実

##### 施策への提言

外国人住民への情報発信の手段を充実させ、様々な行政サービスに関する情報等、外国人が必要としている情報が適切に届くようにする。

##### 提言理由

外国人人口が多く、大使館も多く立地する港区では、外国人のための多言語による情報発信や、大使館実務者連携会議を通じた情報交換など、様々な取組を実施している。

防災対策や、外国人の文化や価値観を守る取組の一環としての宗教・食文化に配慮した情報提供、外国人も対象としたイベントの実施など、充実したコンテンツがあるにもかかわらず、ターゲットである外国人にその情報が思うように伝わっていないのが現状だと思われる。情報を必要としている外国人に、有益な情報が届く仕組みの構築が必要である。

情報が適切に届くようになれば、外国人も既存の行政サービスを利用しやすくなり、地域や行政への関心も上がってくるものと考ええる。

##### 具体的な事業提言

###### 【外国人への情報発信手段】

○多言語での情報発信については、ハードコピー(印刷物)を充実させるだけでなく、電子での情報発信において自動翻訳ツールなどを活用し、様々な言語で発信できると効率的である。

○様々な情報を発信していくにあたり、情報ごとに対象に合わせた手法で発信していくべきである。特に、港区に多く在住する比較的若い(働く)世代の外国人を対象とするものに関しては、SNSを活用した情報発信を充実させるべきである。

紙媒体(Minato Monthly等)での情報発信については、転入手続の機会等を捉えて、自動的に配布申込みをしたこととなるような仕組みをつくる。

###### 【ニーズ把握】

○個々の外国人だけではなく、外国人が多く所属する区内の外資系企業や学校、機関等の団体を対象としたアンケート調査等を実施し、実際にどのような情報を必要としているか把握し、それを踏まえた情報発信を行っていく。

**【目標設定のあり方】**

○政策評価の目標設定について、「不安を感じていない・不便を感じていない」外国人住民の割合といった主観的な感覚に基づく活動指標が設定されているが、客観的に割り出すことができる数値（事業の実施回数、参加者数等）を指標とした方が、効果が測りやすく、PDCAサイクルにつなげやすい。

## ② 外国人と日本人の相互理解と国際交流の推進

### 施策への提言

外国人と日本人がさらに相互に理解し合い、信頼関係を深めることで外国人の地域社会への参加を促し、協働を進めていく。また、区内に多くある大使館等とも連携しながら効果的な国際化施策を推進していく。

### 提言理由

行政が外国人に対するサービスの向上に力を入れるだけでなく、外国人自身も日本語や日本の文化を積極的に学び、日本のコミュニティにも積極的に参加してもらうように働きかけていくことが必要である。

一方、外国人が多く生活するという港区の特性を生かし、日本人が外国の文化や言語に親しみ、外国に対する理解を深めるということも必要である。

そのためには、日本人が外国人に自然に対応できるようにすることも大切であり、日常生活の中で交流する機会を増やしていく必要がある。交流の機会が増えれば、外国人がどのような情報や支援(サービス)を必要としているか、感じることができるものとする。

東京 2020 大会は、区民にとって国際交流の機会が広がるよいきっかけとなる。区内には、海外での経験が豊富な人材が多いと考えられ、そのような区民の資質も生かしながら、国際交流を促進していく仕組み作りも可能である。

港区では大使館等による外国の文化の啓発に関するイベント等について、会場の提供や広報の協力といった支援を行っているが、区民にとって大使館等が身近な存在と言うことができないのが現状であり、大使館が区内に多くある利点を生かした取組が必要である。

また、世界的な都市間競争の視点から、外国人の文化や価値観を守る取組など、外国人が暮らしやすいまちとしての魅力向上を図ることも必要だと考える。

### 具体的な事業提言

#### 【外国人の地域社会参加】

○日本でしかできない体験をすることで、港区や日本の魅力を感じてもらえることができる。地域の祭りやイベントへの参加を促すなど、外国人が日本の文化に興味を持ち、学ぶことができる機会を創出する。

#### 【公共施設の利用促進と交流の場の設置】

○公共施設等を活用して外国人が集まって情報交換できる場を創出することで既存の公共施設の認知度を上げ、利用促進や当該施設利用者(日本人)との交流へつなげていく。

### **【ニーズ把握】**

- 個々の外国人だけではなく、外国人が多く所属する区内の外資系企業や学校、機関等の団体を対象に、行政に対してどのようなニーズがあるのかアンケート調査等を実施し、それをふまえて外国人を対象とした行政サービスを展開していく。

### **【外国人の文化・価値観を守る取組】**

- 宗教や食文化の配慮に関する情報提供について、区内飲食店への協力依頼など、より一層力を入れていくべき。

### **【大使館等との連携】**

- 大使館等から求められている協力に応えながら、区民が外国の文化、伝統、言語などに親しむことができる交流の機会へつながるように積極的に働きかけていく。
- 大使館等との交流の機会を通じて、伝統芸能をはじめとした日本独自の文化を世界に発信していく。



## (2) 産業

### ① 起業・創業支援、ベンチャー企業支援

#### 施策への提言

起業家と投資家が出会い、新しいビジネスや技術革新などの相乗効果を生み出すことができる機会を創出することにより、区内産業の更なる活性化を図る。

また、規制緩和を積極的に活用することにより、区内での新たなビジネスチャンスの創出に取り組むべきである。

#### 提言理由

区内には多くの人材や企業、それを支えることのできる資本が多く集まっている。この多様な主体が直接出会い、知恵を出し合うことでイノベーションを生み出すことができるのではないだろうか。

港区にはエンジェルインベスター(創業間もない企業に対し資金を供給する富裕な個人)といわれる投資家も多数存在するであろうと考えられる。自治体が直接的に起業家やベンチャー企業へ投資する例も全国的にはわずかにみられるが、現時点で港区が実施することは難しいと考える。

投資家と起業を希望する人とを、区が結びつける仕掛けを構築することで、より区内での起業・創業を促進させ、ひいては区内産業の活性化に寄与するものとする。

また、新しいビジネスが生まれるきっかけを創出すべく、規制緩和を区として積極的に活用していくことが必要である。

#### 具体的な事業提言

##### 【マッチングの機会創出】

○区が投資家と区内で起業を希望する人のマッチングの場を提供する。  
マッチングの場を設定する際には、テーマを定め、定めたテーマに沿った分野の起業家・投資家を対象としたパネルディスカッション等も併せて実施するなど、イベントとしての魅力も高めることでより効果的な事業になるようにする。

##### 【規制緩和の活用】

○企業にとって、規制緩和は新たなビジネスを生み出すことができるチャンスである。特区などの規制緩和を積極的に活用した新たな施策に、港区が先行して取り組む。

## ② 中小企業・地場産業支援

### 施策への提言

区内産業の更なる活性化を図るために、直接的な支援だけでなく、区内中小企業の新たな可能性を引き出す取組や、民と民を繋ぐことで相乗効果を生み出す支援体制を充実させるべきである。

### 提言理由

地場産業こそ、テクノロジー技術を積極的に活用すべきと考える。  
優れた技術を有する中小企業等が、ICTをはじめとした先端技術を取り入れることができれば、世界に通用する可能性がある。ただし、すべての地場産業・中小企業が先端技術を取り入れられるわけではなく、中には馴染まない産業や業態もあり、その見極めが必要である。

また、中小企業が国内での厳しい競争の中で生き残っていくために、海外進出という販路拡大の選択肢も考えられるが、それに伴うリスクなど課題を十分考慮しなければならない。

現在実施している区の支援策については、より効果的に区内産業の活性化に寄与するよう、さらに工夫を重ね、支援体制を充実させる必要がある。

なお、(仮称)港区立産業振興センターは、区の産業振興施策を総合的に推進する中核施設としての役割を最大限に発揮できるよう整備していくべきである。

### 具体的な事業提言

#### 【先端技術の活用】

○優れた技術を持つ区内中小企業が世界に通用する企業(産業)に発展するよう、先端技術を持つ企業等との連携を促進し、マーケティングの拡大や効果的な情報発信をできるように支援する。

#### 【販路拡大支援】

○区内中小企業が、大企業や外資系資本と連携する機会をさらに拡大できるよう支援を強化する。また、海外市場進出等の場合のリスクを軽減する施策を積極的に展開する。

#### 【経営支援策の更なる充実】

○コアビジネス以外のことに労力を割くことが難しい区内中小企業について、社会情勢に即応した対応ができるように経営相談事業など側面的な支援をさらに充実させる。

### ③ 商店街振興支援

#### 施策への提言

商店街が、地域のコミュニティを担う存在として存続、活性化していくために、訪れやすい商店街となるよう環境の整備に取り組むとともに、購買の需要等に商店街として応えられるよう支援していくべきである。

#### 提言理由

区内の商店街は、大規模で集客力が高い商店街も存在するが、縮小・弱体化している商店街も少なくない。特に、食料品店や物販店が減少していると言われている。地価が高いことから、店舗だった場所をマンションや駐車場など不動産活用せざるを得ないケースも多いように思われる。

商店街は地域コミュニティの形成や防犯の面でもその役割は大きく、地域コミュニティの中核として今後も存続していくためには、地域との買い物を通じた接点が必要である。

また、商店街で買い物をしたくても、必要な商品を揃えられる店舗が少なくなっており、特に、家庭生活を支える、肉・魚・野菜のいわゆる生鮮3品を専門に取り扱う店舗が圧倒的に少ない現状である。

商店街の存続、活性化のためには、商店街で継続して買い物をしてもらう必要があることは勿論であるが、そのためには、人が集まるような工夫と購買の需要に応える仕組みが必要である。

#### 具体的な事業提言

##### 【人が集まる環境づくり】

○子育て世代が利用しやすい(ベビーカーで来ることができる)広場があれば、人が集まりマーケットが成立すると考えられる。小さな公園のようなものでもよいので、商店街に人が集まることのできる場所づくりを支援していく。

##### 【全国自治体等との連携】

○商店街が全国の自治体や商店街との連携に取り組んでいる例がいくつかあるが、これをさらに促進することで、商店街の魅力の向上を図る。

##### 【地域コミュニティの一員としての取組】

○地域住民の商店街に対する認知度を向上させるために、「買い物」を通じた接点を積極的に創出する。(他地域の取組例：NPO 法人が自治体の商品券を活用して高齢者支援の有償ボランティアを実施)

#### **【地域のニーズに応える取組】**

- 商店街が連携したイベントを実施する協力体制を整えるなど、地域の特性や消費者ニーズの把握に努めながら、そのニーズに応じていくための取組を支援していく。
- 住民生活にとって重要な生鮮食料品店等の維持・増加に向けた取組のあり方について検討する。
- 商店街に外から人を呼び込むだけでなく、訪問販売や配達など商店街側から打って出るような取組の支援を積極的に行う。

#### **【新たな魅力の創出】**

- その商店街でしか買えない「オリジナル商品」や、区内商店街共通の「港区の一品」などがあれば、商店街の認知度を向上させ集客につながるものと考えられる。区が、商品開発等を支援する仕組みを構築する。

### (3) 観光

#### ① 観光情報の発信とシティプロモーションの推進

##### 施策への提言

区単位ではなく、区民、企業、観光客など多様な情報発信の担い手を巻き込みながら、社会動向やニーズに合わせた柔軟かつ先駆的な観光情報の発信に取り組むことにより、国内外に港区の魅力をPRしていくべきである。

##### 提言理由

区からは、港区の観光に関して様々な情報が発信されているが、より効果的に情報を届けるための取組が必要である。

区の一方向的な情報発信だけではなく、多くの人々が共有する情報の中に港区が参加していくような手法をとるのがよい。

来訪者は、様々な関心や目的を持って訪れるため、それぞれのニーズに応えられるように情報を発信することが効果的と考える。

また、観光情報は、民間でも様々な主体から発信されており、来訪者（特に外国人観光客）がそれらの情報を活用しやすくなるように環境を整えることも必要である。

周遊者を区内へ囲い込むように情報を発信していくことも大切だが、特に区境周辺では、来訪者の利便性も考慮し、近隣自治体と連携していくことも必要だと考える。

##### 具体的な事業提言

###### 【情報発信方法】

○区からの一方向的な情報発信ではなく、住民や観光客等が相互に情報発信できるプラットフォームがあるとよい。

○様々な発信されている民間の観光情報も有効に活用できるように、特に外国人観光客の利便性向上のためにWi-Fi環境を充実させることが必要である。

###### 【近隣自治体との連携】

○区境周辺では、来訪者の利便性も考え、近隣自治体と連携して相乗効果を得られるような取組や情報発信をしていくべきである。

###### 【来訪者のニーズに応じたプロモーション】

○来訪者の様々な関心や目的に沿ったいくつかのテーマや対象ごとに、プロモーションを展開していく。

## ② 観光客受入体制の充実

### 施策への提言

東京 2020 大会開催を背景として、今後ますます増えていく観光客等の来訪者を受け入れるため、区民の心のゆとりの醸成等の啓発をはじめとした体制づくりを行う。

### 提言理由

東京 2020 大会の開催に向けて、区内の宿泊施設の稼働率がさらに高くなることが見込まれる。港区は、ホテル・旅館等の客室数は都内有数であるが、民泊等については国政の動向も注視し、国際的な時流に乗り遅れることがないようにすべきである。

また、公共交通機関の利用者数の増大等、区民生活への直接的な影響も考えられるが、多様な来訪者を受け入れるこの機会に、様々な文化に対する理解等の意識を醸成するきっかけとして捉えることができる。

### 具体的な事業提言

#### 【民泊への対応】

○民泊が国政レベルで実施されることになった場合は、自治体(区)レベルで可能なことについて、経済性と生活空間の充実とのバランスに配慮しながら、区として検討していく。

#### 【東京 2020 大会へ向けた取組】

○東京 2020 大会期間中に、区有施設を活用して区内や連携自治体の子ども(修学旅行生など)を対象として国際体験をすることができるような取組をする。

#### 【来訪者を受け入れる心のゆとりの醸成】

○東京 2020 大会開催をきっかけとして、多様な文化への理解や大勢の来訪者を受け入れる心のゆとりを醸成するために、意識向上の啓発等を行うべき。

### ③ 観光資源の発掘、活用と観光ルートの創出

#### 施策への提言

東京を訪れる人々が、港区でより多くのスポットを周遊し、過ごせる場所となるように観光資源の活用を図り、区外の周遊者を取り込んでいく。

#### 提言理由

港区の観光施策において、近隣の周遊者を取り込んでいくためには「港区に来たい」と思わせる魅力的なストーリーやメッセージが必要である。

1つの都市の中にまちの新旧が共存していることなどの港区の強みを生かし、区内で1か所でも多くのスポットを周ってもらい、滞在時間が長くなるような取組を行っていくべきと考える。

また、施策をより効果的なものとするため、現在実施している調査の頻度を高め、施策に対する効果や課題を分析しながら推進していくとよい。

#### 具体的な事業提言

##### 【ストーリー、メッセージの設定】

○近隣他区の観光スポットと比較したときに、港区のスポットを選んでもらえるように、観光スポットに魅力的なストーリーやメッセージを設定して施策を推進していく。

##### 【集客に効果的なルート設定】

○区外の周遊者を取り込んでいくために、ランドマークからその周囲のスポットへ広げていくのか、人が来ていないところに直接集客を図るのかという視点で観光ルートを見出していく。

##### 【観光ボランティアの活用】

○様々な情報があふれる中、観光ボランティアガイドを通じて地元の人しか知らない情報を掘り起こし、案内することにより、港区の魅力を高めていく。

##### 【コアとなる魅力づくり】

○ニューヨークやロンドンでは、ミュージカル等の文化芸術を通じた観光がひとつの目玉となっている。港区でもエンターテイメントが観光都市としての区の魅力になるような取組ができるとよい。

##### 【連携自治体との協力】

○連携自治体とのつながりを観光の視点でも活用すべきである。



## (4) 文化振興

### ① 区民が身近に文化芸術に触れる機会の充実

#### 施策への提言

日頃から文化芸術に親しむことができるよう、より多くの区民が文化芸術について関心を高め、興味を持つような取組を行っていく。

#### 提言理由

文化芸術は、衣食住といった生活そのものに関わるものではないが、潤いある生活を送っていくためには不可欠なものである。しかし、区民の文化芸術への関心は高いとは言えないのが現状である。

港区は美術館や博物館などの文化芸術施設が多く集積するエリアであるが、その利点が十分に生かされていないように感じる。

より多くの区民が文化芸術に興味・関心を持ち、親しむことができるように、日常的に文化芸術に触れ、鑑賞、参加する機会を充実させることが必要であり、それが港区の魅力向上につながっていく。

また、文化芸術に自然と関心を持つようになるためには、子どものころから日常的に触れていることが大切であり、子どもたちも身近に文化芸術を感じることができる環境を整える必要がある。

#### 具体的な事業提言

##### 【文化芸術を身近なものとする】

○区内の美術館等施設において、パッケージチケットや無料開放日の設定、開館時間の延長、区民対象のイベント企画等の取組が進むよう区が支援し、区民が、文化芸術施設が充実している環境にいることのメリットを実感できるようにする。

○区内の映画配給会社、テレビ局、広告代理店等と連携し、プロダクトプレイスメントをうまく活用するなど、区内の文化芸術施設がシンボリックなスポットになるようにする。

##### 【子どもにも身近な文化芸術】

○子どもも、気軽に区内にある美術館等に行くことができるような取組を実施し、子どものころから日常的に文化芸術に触れることができる環境を整備する。



### 【機会の充実】

○文化芸術フェスティバルは、会場がサントリーホールであり、出演者と観覧者の双方が区民という、魅力的な取組であるが、外国人の参加がもっと増えるような仕組みづくりができるとうにより。

### 【プロモーションの工夫】

○区民が利用しやすいように、様々な媒体で発信されている情報がひとつに集約されたもの（スマートフォンアプリ等）があるとよい。さらに、施設利用の際にアプリの画面を見せると入場料が割引になる等の特典を設けるなど、利用促進を図る。

○マーケティングの専門家を交えるなどして、各施設の「魅力」を明確に打ち出したプロモーションを展開していく。

○地下鉄が区内を通過している間限定で、スポット的に区内施設の商業を流す等、公共交通機関と連携を図る。

## ② 多様な主体との連携

### 施策への提言

全ての区民が文化芸術を鑑賞し、これに参加し、又はこれを創造することができる、文化芸術都市・港区を実現するため、文化芸術に自然と関心を持ち、身近に感じることができる環境を民間企業と連携を図りながら整備する。

### 提言理由

区では文化芸術振興基金を設置して寄付を募っているが、少ないのが現状である。日本では寄付文化が根付いていないという背景もあるが、企業等の寄付を得るには、その用途や効果が明確であり、企業にとってメリットがあるかが重要である。寄付を得やすい仕組みや環境を創る必要がある。

### 具体的な事業提言

#### 【寄付文化の醸成】

○特定の事業に対しての寄付を募るなど、明確に目的と用途がわかるような方法で寄付を募ることで、その事業に関わる特定の層にPRしたい企業等にも寄付を促す。

(開催経過)

	開催日時	内容
第1回	平成28年8月31日(水) 18:30~20:30	<ul style="list-style-type: none"><li>・事務局紹介</li><li>・リーダー、サブリーダーの選出について</li><li>・今後のグループ会議の進め方について</li><li>・今回議論するテーマについて</li></ul>
第2回	平成28年9月16日(金) 18:30~20:40	<ul style="list-style-type: none"><li>・基本計画上の検討範囲について(再確認)</li><li>・「国際化」について検討</li></ul>
第3回	平成28年10月19日(水) 19:00~21:00	<ul style="list-style-type: none"><li>・「産業」について検討</li></ul>
第4回	平成28年11月15日(火) 18:30~20:40	<ul style="list-style-type: none"><li>・「産業」について検討</li><li>・「観光」について検討</li></ul>
第5回	平成28年12月13日(火) 18:30~20:50	<ul style="list-style-type: none"><li>・「文化振興」について検討</li><li>・「国際化」提言書の内容について</li></ul>
第6回	平成29年1月17日(火) 18:30~20:50	<ul style="list-style-type: none"><li>・提言書(素案)について</li><li>・提言式について</li></ul>
第7回	平成29年2月21日(火) 18:30~20:40	<ul style="list-style-type: none"><li>・提言書(案)について最終確認</li><li>・提言式の発表について</li></ul>