

第3次港区観光振興ビジョン【後期計画】 令和3年度～令和5年度（素案）の概要

令和2年11月20日 資料No. 9
区民文教常任委員会

観光政策担当

第1章 第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）の見直しについて（本編P. 1～12）

第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）見直しの目的

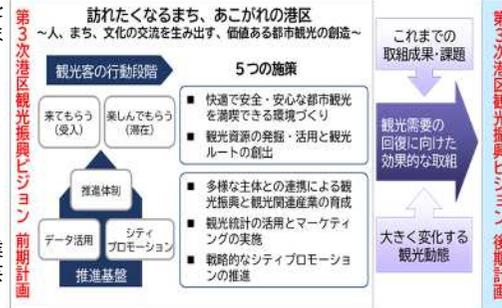
- 平成30(2018)年3月に「訪れたいまち、憧れの港区」をめざす姿に掲げ、「第3次港区観光振興ビジョン」を策定し、5つの施策を計画の柱に据え、平成30(2018)年度から令和2(2020)年度を前期計画期間として観光振興に関わる取組を推進し、着実な成果を挙げるとともに引き続き取り組むべき課題も明らかになりました。
- また、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大に伴い、観光を取り巻く環境も大きく変化しています。
- 後期計画期間(令和3(2021)年度から令和5(2023)年度)を迎えるにあたり、港区の観光を取り巻く環境変化を踏まえながら、「第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）見直し」を実施します。

計画期間

令和3(2021)年度から令和5(2023)年度

位置付け

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



第2章 港区の観光に関する現状と課題（本編P. 13～36）

●観光の動向

訪日外国人旅行客数は平成30年から2年連続3,000万人を突破したものの、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い外国人観光客数は減少し、需要の回復は不透明。

●港区を取り巻く状況の変化

JR東日本山手線「高輪ゲートウェイ駅」、東京メトロ日比谷線「虎ノ門ヒルズ駅」が開業。東京2020大会の開催（1年延期）、竹芝エリアの大規模な開発等が予定。

●港区の特色及び現状

宿泊施設の客室数28,579室（令和元年・都内最多）、宿泊業、飲食・サービス業の売上5,897億97百万円（平成27年・全国4位）と全国的に高水準。前期3年において、全90事業のうち、88事業（97.7%）で事業の進捗が予定どおりまたは予定より進んでいる。

●港区観光動態基礎調査

観光案内機能・無料Wi-Fiの不足、言葉・マナー・慣習の違い、案内表示の充実等が課題。

●みもとタウンフォーラム、各地区区民参画組織の提言

区内に存する多彩な資源の発掘及び活用、SNS等による情報発信の強化、地域の歴史・文化への関心喚起。

導き出される課題

引き続き取り組むべき課題

- 課題1** 近隣観光の推進や観光案内機能の強化
- 課題2** 地域の特性を生かした地域資源を観光利用
- 課題3** 区内の事業者、全国の自治体、地域組織等の力の積極的な活用
- 課題4** 統計データの分析と活用
- 課題5** 地域アイデンティティを意識した効果的な情報発信

新たに取り組むべき課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響など社会情勢に伴う観光動態の変化への対応
- 観光客のニーズ・期待
- 観光客の行動パターン

第3章 目標と主な取組（本編P. 37～70）

第2章の課題を踏まえ、地域の魅力の発掘・発信により観光客の来訪を促し、何度でも来訪してもらうとともに憧れのまちとして認知されるよう観光施策を推進します。そして、憧れのまち港区に住むことを区民が誇りに思うシビックプライドの醸成に繋げるため、本ビジョンのめざすべき姿、目標設定及び施策を次のように設定します。

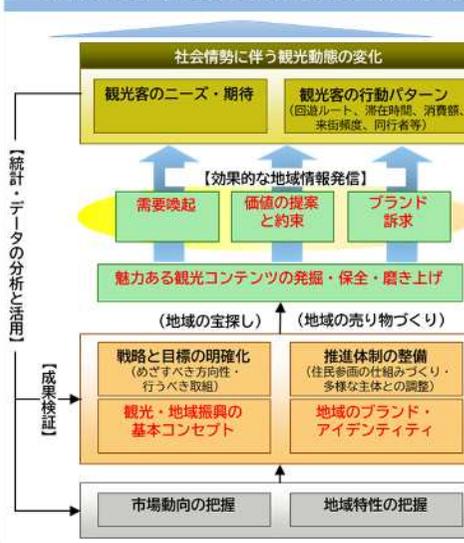
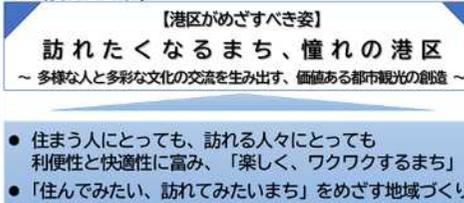
目標設定

観光客の満足度	平成28年 日本人：70.4% 外国人：88.8%	令和5年 日本人：80.0% 外国人：100%に近づける
延べ宿泊者数	平成28年 795万人	令和5年 900万人
宿泊業、飲食サービス業の売上	平成25年 4,613億円	※令和元年結果公表後目標値を算出
区民の満足度【新設】	-	令和5年 多くの区民が「満足」と感じる取組を継続的に実施

主な取組

- 1 快速で安全・安心な都市観光を満喫できる環境づくり**
区民や近隣住民に向けた観光情報の発信、各事業におけるキャッシュレス導入、「パリアフリーまち歩きMAP in 港区」の活用促進、観光ボランティアの支援
- 2 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出**
歴史資源を活用したまち歩き等の実施、島しょ地域との連携による観光振興の取組、ナイトタイムエコノミーの推進、「密」を避けた観光ルートの充実
- 3 多様な主体との連携による観光振興と観光関連産業の育成**
港区観光大使の活用、商店街への観光客誘致の支援、全国各地と連携した観光振興の推進、新駅周辺地域の賑わいづくりに向けた取組
- 4 統計・データの分析・活用による市場動向の把握とマーケティングへの活用**
観光動態基礎調査の継続実施、オープンデータの活用
- 5 戦略的なシティプロモーションの推進**
港区ワールドプロモーション映像の発信、全国各地域への対外的なシティプロモーションの推進、観光情報のSNSによる配信、航空機内誌等を活用した情報発信

※赤字は新規取組



施策	施策実現の方針	事業	本編
1 快速で安全・安心な都市観光を満喫できる環境づくり	(1)日本・東京の玄関口としての観光案内機能の充実	① 観光案内所の拡充及び機能強化	P. 46
		② 観光情報インフラの整備	P. 47
		③ 観光ハブ・ゲートウェイ機能の整備	P. 48
		④ 近隣観光・地元観光の推進【新規】	P. 48
		⑤ キャッシュレスの推進【新規】	P. 48
2 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出	(1)多彩な魅力や各地区の特性を生かした観光資源の開発	① 近隣観光・地元観光の推進【新規】	P. 48
		② デジタル技術の活用【新規】	P. 49
		③ 多言語による多様な情報の提供	P. 49
		④ 外国人の習慣等への対応	P. 50
		⑤ パリアフリー観光の推進	P. 51
2 観光資源の発掘・活用と観光ルートの創出	(2)新しい生活様式に応じたまち歩きルート観光ルートの開発	① 観光関係事業者等との連携による緊急時の対応策の構築	P. 52
		② 観光ボランティアの支援及び連携	P. 52
		③ 各地区の特色ある観光資源の発掘	P. 53
		④ 港区の歴史、文化、産業、景観等を活用した観光資源の創出	P. 54
		⑤ 大使館等との連携による観光事業の魅力向上	P. 56
3 多様な主体との連携による観光振興と観光関連産業の育成	(1)区民、民間、全国各地と連携した観光振興	① 地域特性を生かした観光振興の推進	P. 56
		② 新たな観光の魅力を活用した観光資源の開発	P. 56
		③ 近隣区を含めた全国各地と連携した観光振興	P. 60
		④ 東京2020大会を契機とした新たな観光需要を継続・発展させる取組	P. 61
		⑤ 新たな観光需要増加の機会に対応した取組	P. 61
4 統計・データの分析・活用による市場動向の把握とマーケティングへの活用	(1)観光関連統計の分析・活用による市場動向の把握	① 情報収集機能の充実とシティプロモーションの推進	P. 63
		② ICT等の活用による効果的な情報発信	P. 65
		③ 新たな観光需要を見据えた観光情報の多言語化の推進【新規】	P. 65
		④ 基礎的な観光統計データの収集・分析	P. 62
		⑤ 各種データの分析・活用	P. 62
5 戦略的なシティプロモーションの推進	(2)観光マーケティングへの活用	① 観光マーケティングへの活用	P. 62
		② 観光客の視点に立った情報発信の強化	P. 66
		③ 新たな観光需要を見据えた観光情報の発信	P. 66
		④ 来訪目的に応じた観光情報の発信	P. 66
		⑤ 観光客の視点に立った情報発信の強化	P. 66

第4章 実現に向けた推進体制（本編P. 71～76）

推進体制

- 第3章で示した観光客が将来にわたって何度でも訪れたいと思う好循環を生み、「訪れたいまち、憧れの港区」をめざし、右図に示す推進体制に基づき取り組んでまいります。

進捗管理の方法

- 取組を進めるとともに、定期的に成果を検証し、必要な改善策を検討するなど、PDCAサイクルの好循環（スパイラルアップ）を生み出すことにより、「訪れたいまち、憧れの港区」の実現をめざします。

