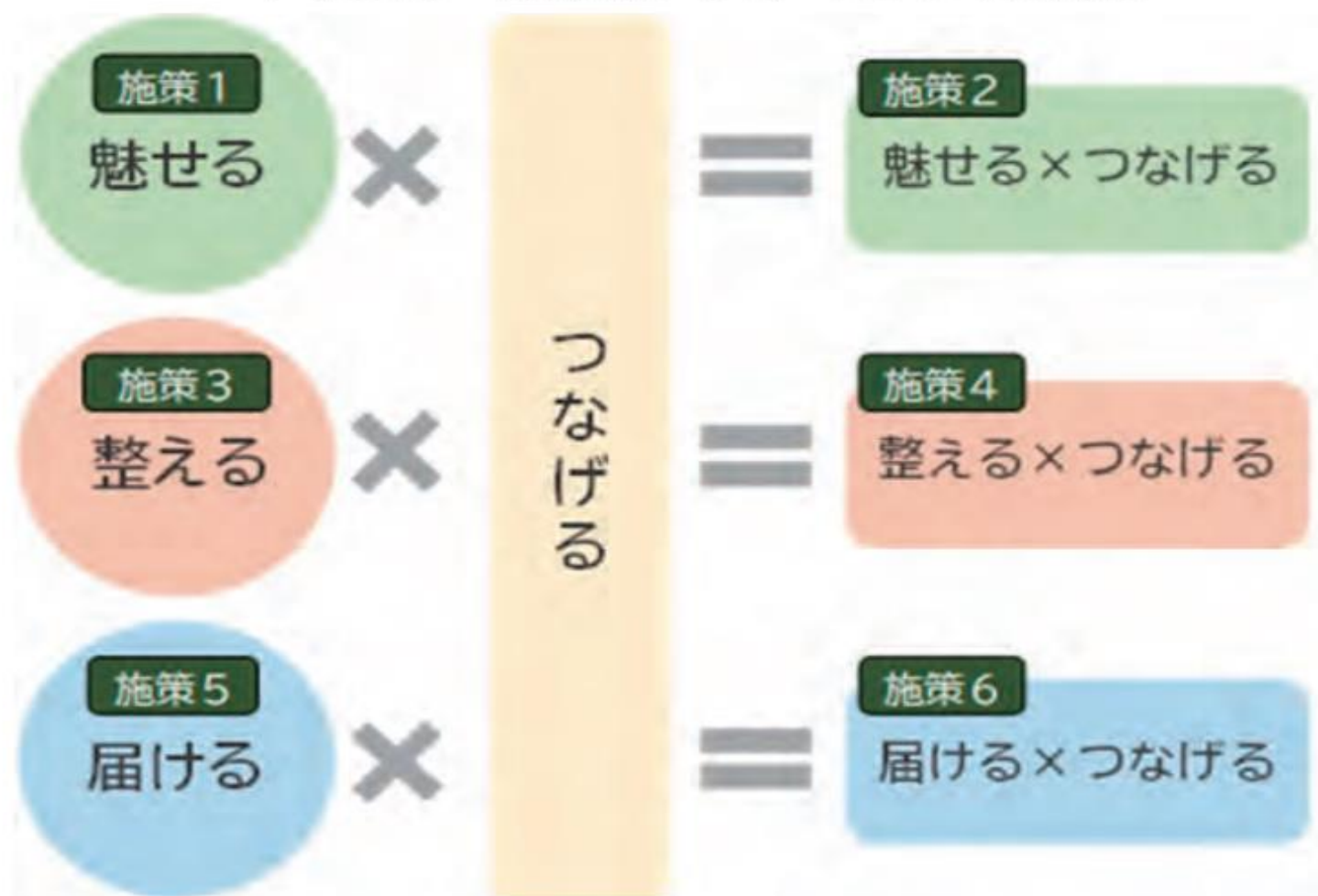


資料1 第4次港区観光振興プラン 施策の方向性

3 施策の方向性

めざすべき姿「トキメク、ミナトク。～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～」の達成に向け、第2章で抽出した課題を基に、6つの施策を設定します。

図表 27：課題から導く6つの施策



資料1-1 Z schoolについて



資料1-2 Z schoolについて



引用:ライフイズテック、港区・敦賀市・熊野市の3自治体と生成AI×課題解決人材を育成する「Z-SCHOOL」をスタート | ライフイズテック株式会社のプレスリリース (prtimes.jp)

資料1-3 Z school 概要

「Z-SCHOOL」概要

日程：2024年8月～2025年3月の日曜日 17:00～19:00（全31コマ）

開催方法：オンライン（全国の参画自治体または学校の生徒と一緒に学びます）

参加人数：105名（Z-SCHOOL参画自治体または学校に在学の中学生・高校生）

参画自治体・学校：

【自治体】港区・敦賀市・裾野市

【学校】北海道大空高等学校、クラーク記念国際高等学校、FC今治高校里山校、昭和学院秀英高等学校

WEBサイト：<https://project.life-is-tech.com/zschool>

※本プログラムは、自治体・学校ごとのお申込みとなります。第二期以降につきましては上記WEBサイトよりお問い合わせください。

「Z-SCHOOL（ゼットスクール）」特徴

「知る」「使う」「活用する」の3STEPで実際に手を動かしながら、知識や技術力を身につけ、創造力を深めていく8カ月のプログラムです。

・**STEP1「知る」**：AI概要講座、生成AIワークショップなどを通して、生成AI登場以降の社会変化や活用事例、生成AIの可能性やリスクなどを学び、基礎を身につけます。

・**STEP2「使う」**：ライフイズテックが開発した教育特化LLMサービスを活用し、生成AIで画像・文章・映像生成の方法を習得します。加えてWebコーディングに必要なコード生成方法も学習。幅広くAIを活用することで、AIで自分のアイデアをカタチにする力を身につけます。

・**STEP3「活用する」**：課題解決ワークショップを通し課題解決の思考法を習得した後、生成AIを活用しながら地域課題解決型のオリジナルWebサイトを実装します。効果的なプレゼン方法も習得し、最終日には自治体の方々の前でプレゼンテーションを行い、成果を発表します（予定）。

資料2 第4次港区観光振興プラン 課題について

6 港区の現状と課題の整理

これまで述べてきた観光動向、社会的変化等の現状、観光動態基礎調査結果等を整理し、港区が今後取り組むべき課題を以下のように抽出しました。

今後の観光施策を検討・推進するに当たって、これらの課題解決を図る必要があります。

魅せるための課題 ～港区の魅力を向上させる～

新型コロナウイルス感染症の収束に伴い、港区内の宿泊施設の宿泊者数は回復傾向にあり、特に外国人の割合は増加傾向にあります。こうした状況は、これまで以上に港区の観光振興を推進する上で追い風となります。

リピーターの囲い込みや更なる消費喚起を促すためには、港区が生かすべき現在の強みである、人を惹きつける力のある地域資源や、区内の様々な観光資源の魅力を高めることにより、更なる観光客誘致につなげていく必要があります。

整えるための課題 ～港区で快適な観光ができる環境を整える～

港区で強化が必要な現在の弱みとして、観光客の受入体制が不十分であることや、受入人材の不足、夜間における観光資源・コンテンツの提供不足等が挙げられます。

民間事業者との協定締結による観光インフォメーションセンターの拡充や、外国人観光客に向けたマナー啓発・情報提供等により、多様性に配慮した心地よさを創出し、観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくりを推進する必要があります。

届けるための課題 ～港区の多彩な観光情報を効果的に届ける～

観光客の港区観光の満足度は高い水準であるものの、「旅マエ」・「旅ナカ」など、観光客の来訪段階ごとのニーズに応じた情報提供、効果的に情報を届ける手段の拡充や、更なる満足度向上については課題があります。

また、観光客と観光客を受け入れる多様な主体との交流を促すシティプロモーションにより、港区の統一的なブランド価値の創造やブランド力の強化に向けた情報発信を行うことで、区民のシビックプライドを醸成していく必要があります。

つなげるための課題 ～港区の観光資源（モノ）や多様な主体（ヒト）をつなげる～

地域ごとの特性を生かした回遊性の向上や、多様な主体との連携の強化を進めることは、アフターコロナにおける観光振興にプラスとなり得るチャンスを生み出すことにつながりますが、その方法や連携内容については課題があります。

日本の玄関口としての他地域との連携や、港区内外の観光関連企業・団体・近隣区との連携、オープンデータや統計データ等の分析・活用強化により、戦略的な観光振興を支えるデータ基盤づくりを行い、地域の構成に関わる様々なモノ・ヒトのつながりを創出する必要があります。

資料3 倶知安町観光振興計画

ビジョン: 観光で「地域」が元気になる

【空間の視点】開発の外延化の阻止

【産業の視点】観光サービス業の地場産業化

【住民の視点】リゾート・リテラシーの向上

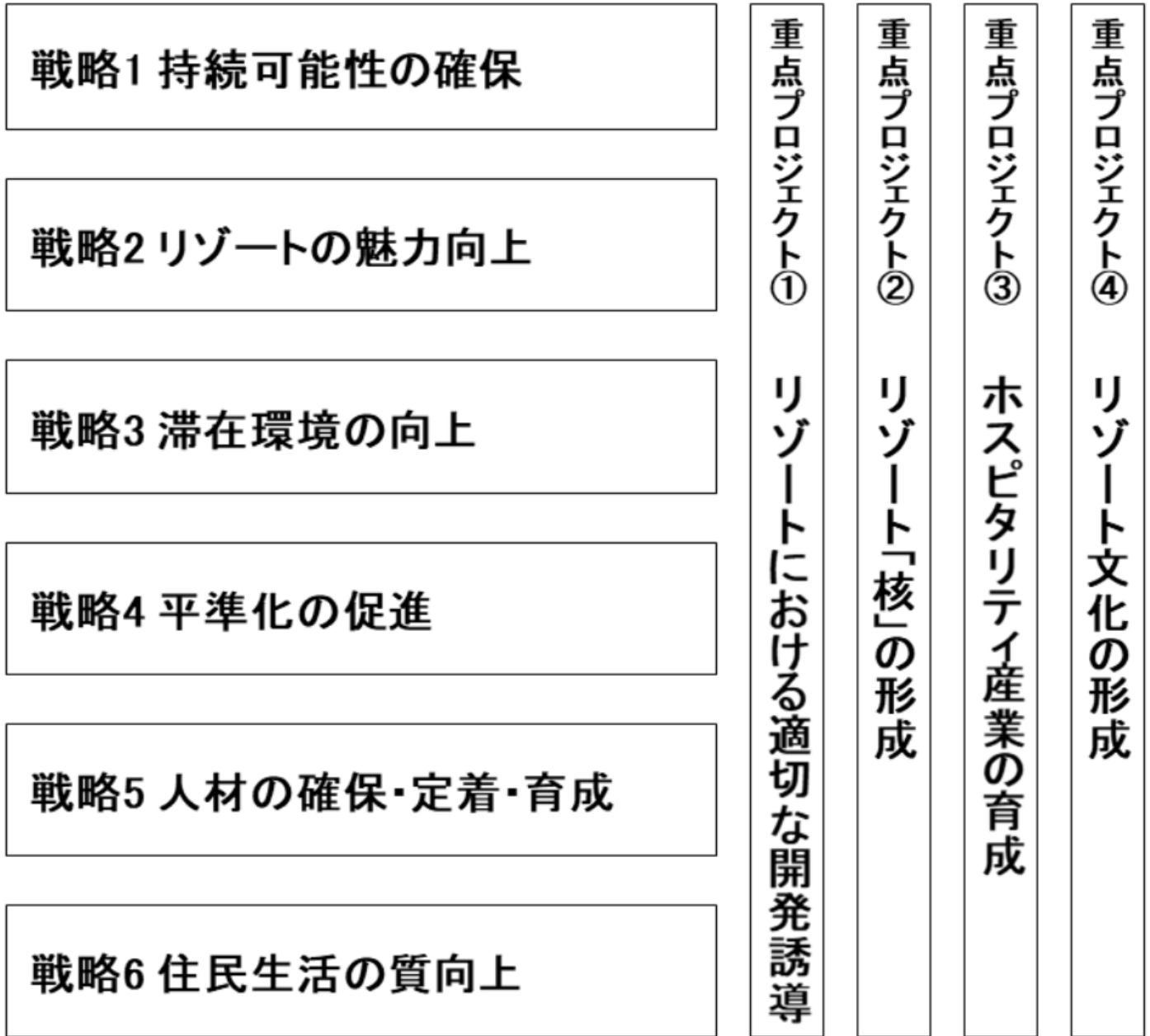


図 9 計画の全体構成について

資料4 倶知安町観光振興計画

表 2 目標値 (KPI)

	現状 (2019 年)	中期 (2027 年)	後期 (2031 年)
一人当たりの旅行消費額 (平均)	6.7 万円	前年比 100%以上	前年比 100%以上
延べ宿泊者数 (万人泊) *	132	150	160
来訪者満足度 (7 段階評価のうち、7・6 を選んだ割合)	88.9%	90% 以上	90% 以上
リピーター率	55.6%	60% 以上	65% 以上
経済波及効果**	1321 億円	2019 年比 100%以上	2027 年比 100%以上
繁閑差率***	0.35	2019 年より 繁閑差を 縮小	2027 年より 繁閑差を 縮小
来訪国数	27	2019 年より 増加	2027 年より 増加

* 2019 年度の数值は、実際の値ではなく 2018 年度の数值 (128 万) を基にした KPI

** 事業者ヒアリング・経済センサス活動調査(2016)・観光経済地域調査(2014)の結果をもとに、観光経済波及効果簡易推計システム(2015)を用いて算定

*** 倶知安町が実施する宿泊調査における夏期(5-10月)と冬季(11-4月)の比率
2019年度の冬期実績が確定していない事から、2019年度下期(11-4月)実績は前年度分を参考

※2019年度時点では(一社)倶知安観光協会が日本版DMOの地域DMO候補法人である。

資料5-1 港区の観光振興目標設定について

2 めざすべき姿に向けた目標設定

これまで述べてきた策定の方針とめざすべき姿の達成度を確認し、効果を「見える化」して検証できるよう3つの目標値を設定し、また、本プランに続く第5次プランの目標設定に当たり、必要な数値を把握するために新たに3つの目標を設定します。観光がもたらす経済効果については、参考目標値として、東京都観光客数等実態調査から東京都内の観光消費額を把握します。

観光は、社会経済情勢の影響を強く受けるものと考えられますが、そういった状況下でも目標値を設定することは、めざすべき姿の達成度を客観的に把握する判断材料となります。

目標値1：延べ宿泊者数

港区は東京都内トップの宿泊客室数を有しており、ビジネス客も含めて広義な観光客の受入れが観光振興効果を高めます。

令和元（2019）年
797万人（目標：900万人）



令和5（2023）年
431万人（目標：800万人）



令和8（2026）年
900万人以上

※宿泊旅行統計調査（観光庁）の「延べ宿泊者数（港区）」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ アフターコロナに向けて、観光需要が回復傾向であるため、コロナ禍前に定めた令和元（2019）年の目標値を上回る「900万人以上」と設定。

目標値2：観光客の満足度

港区を訪れた観光客が快適に都市観光を満喫し満足度を高めることが周囲への波及効果につながります。

令和元（2019）年
日本人：71.2%（目標：75.0%）
外国人：94.2%（目標：94.0%）



令和5（2023）年
日本人：73.6%（目標：80.0%）
外国人： - （目標：100%に
近づける）



令和8（2026）年
日本人：80.0%
外国人：94.2%以上

※港区観光動態基礎調査（港区）の「日本人来訪者・訪日外国人の港区観光の満足度」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ 日本人については、令和5（2023）年の目標値が「80.0%」であったことから、本プランでも設定。
- ・ 外国人については、訪日外国人調査（令和4年度）がコロナ禍の入国制限で未実施であるため、令和元（2019）年の実績値「94.2%」以上と設定。

目標値3：区民の満足度

港区に住むことを区民が誇りに思うシビックプライドを更に高めます。

令和5（2023）年
85.9%



令和8（2026）年
90.0%

※港区観光動態基礎調査（港区）の「港区民満足度調査の港区に住んでいることについての誇りや愛着」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ 港区観光動態基礎調査（令和4年度）の実績値「85.9%」を超える「90.0%」と設定。

資料5-2 港区の観光振興目標設定について

新たな目標値1：再来訪意向

港区を訪れた観光客の再来訪を促すことで、更なる観光振興効果につながります。

令和5（2023）年	→	令和8（2026）年
日本人： -		多くの観光客が再訪したいと思う
外国人： -		取組を継続的に実施

※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定

新たな目標値2：推奨意向

港区を訪れたことのある観光客が、口コミ等で港区の観光について紹介を行うことで、新たな観光客の誘致につながります。

令和5（2023）年	→	令和8（2026）年
日本人： -		多くの観光客が紹介したいと思う
外国人： -		取組を継続的に実施

※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定

新たな目標値3：区民の観光客受入意向

今後、更なる観光客の増加が期待されるなか、日本人や外国人など多様な観光客を受け入れていく一方で、区民生活との共存・理解を得ていくことが重要となります。

令和5（2023）年	→	令和8（2026）年
日本人： -		観光客を受け入れる側の区民の理
外国人： -		解を得られる取組を継続的に実施

※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定

参考目標値：観光消費額

港区は他都市と比較して、多くの宿泊業、飲食サービス業があるなど、都内での観光消費を牽引しています。多くの観光客に港区での消費活動を促すことにより、都内での観光消費額の拡大をめざします。

令和元（2019）年 6兆401億円	→	令和5（2023）年 2兆9,235億円 (目標：6兆円)	→	令和8（2026）年 6兆円以上
-----------------------	---	-------------------------------------	---	---------------------

※東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」を利用

【目標値設定の根拠】

- 東京都「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」では、令和12（2030）年に8.7兆円という目標を定めているものの、年次ごとの目標設定は無いことから、令和元（2019）年の実績値と令和5（2023）年の目標値を参考に、「6兆円以上」と設定。

自治体が観光戦略を立てる手順

1 - 現状分析



2 - 目標設定



3 - 戦略策定



4 - 実行計画を策定



5 - 実行



6 - 効果測定



資料7 MICEについて

企業等の会議やセミナー

海外投資家向け金融セミナー

グループ企業の役員会議

国際団体が主催する 総会や学術会議、大会

サミット・首脳会合

国際・国内医薬学会

IMF・世銀総会



企業報奨・研修旅行

企業のレセプション

表彰式

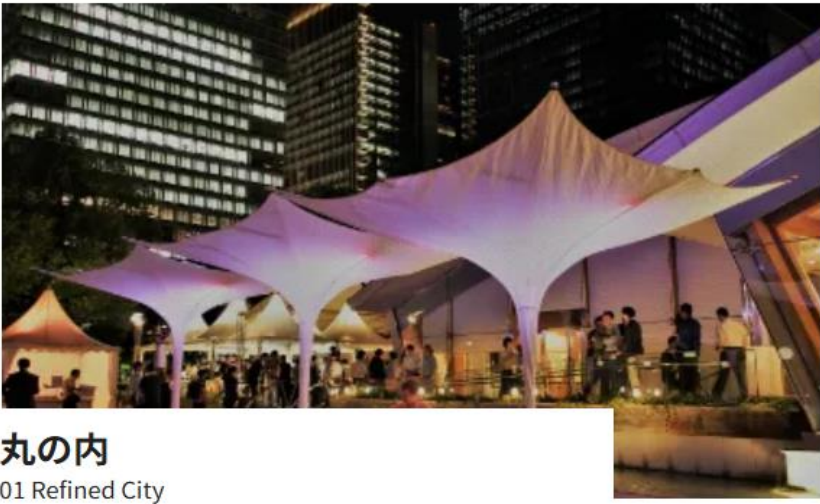
展示会、見本市、 文化・スポーツイベント等

オリンピック

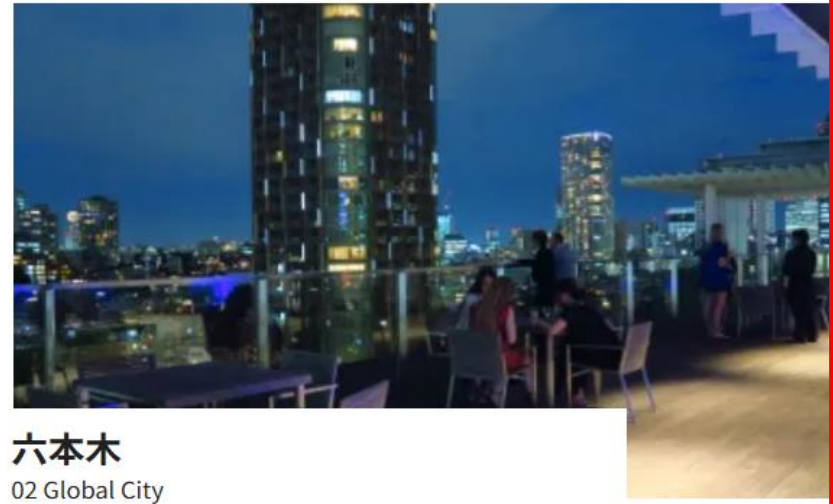
モーターショー

各種展示会

資料8 都内MICE主要エリア(公益財団法人東京観光財団サイトより)



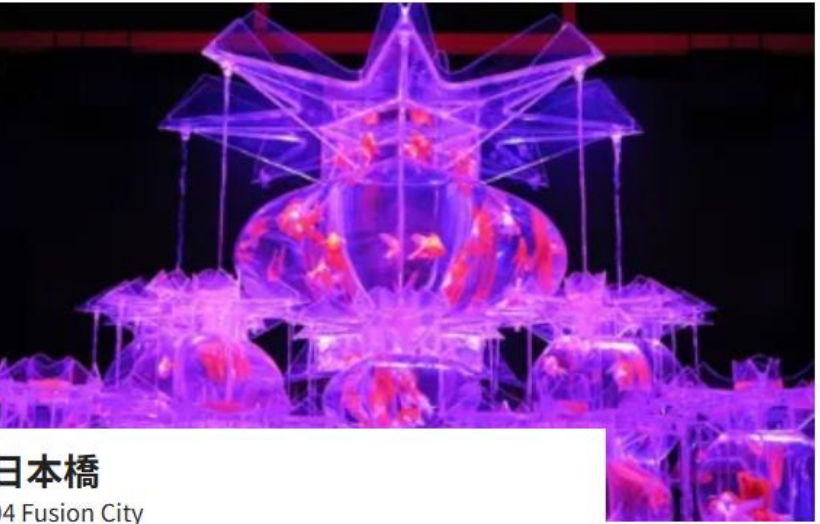
丸の内
01 Refined City



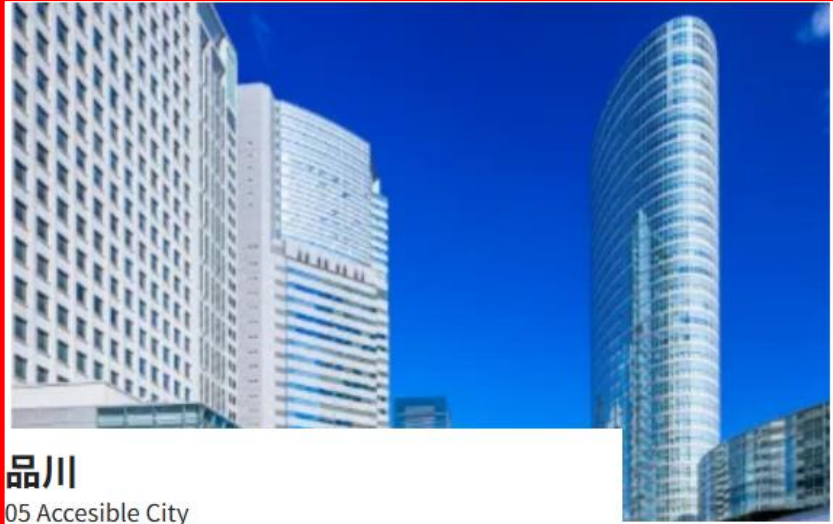
六本木
02 Global City



臨海副都心
03 Affluent City



日本橋
04 Fusion City



品川
05 Accesible City



八王子
06 Soothing City



立川
07 Discoverable City



渋谷
08 Entertainment City



芝東京ベイ
(浜松町・竹芝・芝浦)
09 Smart City