図表7－2 観光振興の目標･課題･施策等の全体図

目 標

港区全域への賑わいの創出と観光消費による商店街・中小企業の活性化

達成への課題

観光振興と産業振興の連携

5つの基本方向

多様な媒体を活用した観光情報の発信を進めます

個 別 施 策

【1】ＩＴを活用した情報発信
①インターネットによる観光・イベント情報の発信(＊)
②携帯電話を活用した観光情報システムの構築
③観光資源データベースの整備・充実(★・＊)

【2】観光資料の発行やパブリシテイを活用した情報発信
①観光パンフレット、観光地図(＊)、旧町名・武家屋敷図等の作成
②港区観光情報誌の発行　③観光カレンダーの発行(★・＊)
④マスコミ等への観光情報の提供

【3】港区を訪れる観光客への直接的な情報提供
①ツアーインフォメーションの促進(★)
②観光インフォメーションセンターの設置
③港区公認観光案内所の設置
④観光案内板(外国語併記)の充実

【4】国外へのアプローチ
①国内外ＣＡＴＶ局へのＤＶＤ等の提供
②大使館等への観光情報の提供

地域の特性を踏まえた観光ゾーンを設定し、この中での観光振興を進めます

【1】ガリバーゾーン(東京ﾀﾜｰ周辺・汐留・六本木・台場)
区が主体的な観光事業実施するよりも、民間活力による自主的な事業展開の仕組みづくりを支援していきます。

【3】インキュベートゾーン(芝浦・港南地区)
運河や商店街の特徴等を活用した観光資源の整備・活用を進めていきます。

【2】プロモーションゾーン
①新橋地区…こいち祭の支援、観光ルートマップの作成、SL広場での観光イベントの実施、新橋ブランド(日本酒等)の開発支援
②芝・三田地区…商店街と大学が連携したイベントの実施、大使館(国)の建国(独立)記念を祝う週間とフェア実施等を支援
③青山地区…青山芸術祭発展・充実の支援、青山商店街連合会と連携した「ファッションの街・青山」のイメージアップづくりの協議
④赤坂地区…地域商店街と地元テレビ局がタイアップしたお祭りの支援や山車の復元による観光イベント創出や関連商品の開発支援等
⑤白金・高輪地区…プラチナ通りのイメージアップ、「ご利益のある寺社巡りコース」など観光資源のネット化、忠臣蔵ウォーク等

観光資源の開発･活用とネットワーク化を進めます

【1】観光資源の開発・活用
①テーマ性ある参加型観光の実施(★)
②旅行会社等と連携した顧客ターゲット別旅行商品の開発
③『港区観光マイスター』認定制度の創設
④(仮称)みなとツーリズムクラブの設立
⑤外国人観光ボランティア制度の創設(★)
⑥周年イベントの実施(★)
⑦ＴＶ局のスタジオ見学や産業体験プログラムの展開(★)
⑧フォトコンテストの開催(★・＊)

【2】観光資源のネットワーク化
①観光ルートコンテストの開催（＊）
②テーマ性、ストーリー性のある観光ルートの設定(★)
③祝休日の観光ルートバスの運行
④(仮称)『港区の匠ネット』の構築(★)
⑤夜景（イルミネーション）の観光活用

商店街の観光資源活用やイベントを支援します

【1】観光資源活用の促進
①港区の老舗・お奨めの店１００選
②埋もれている観光資源の復元・復活
③(仮称)商店街まちかどいっぷく処の設置
④港区内共通商品券の観光活用

【2】観光イベントの促進
①商店街をつなぐＩＴスタンプラリー
②大使館設置国の建国(独立)記念日を商店街が祝うイベント
③観光月間における集中的なイベントの実施

区内での企業間取引を促進し、観光事業の実施による経済効果を高めます

【1】区内企業間取引の促進
①中小企業製造業等と連携した観光商品の開発促進
②(仮称)ものづくり・観光フェアの開催
③区内企業紹介データベースの充実（★・＊）
④中小企業団体・産業団体と連携した受発注交流促進事業の実施

注：★印は港区産業振興プラン計上事業、＊印は平成17年7月1日現在実施(継続)中の事業

施策効果の具体化

現状の経済効果

年間延観光客　３，８２０万人(日帰り3370万人・宿泊450万人)
直接効果　日帰り観光客による観光消費　２６６３億０１百万円
宿泊観光客による観光消費　１２４９億４７百万円
計　３９１２億４８百万円
第一次生産波及効果　４２８億３８百万円

50万人の宿泊旅行者･350万人の日帰り旅行者の増大による経済効果の想定

合計４００万人の増加による経済波及効果の想定
直接効果　日帰り観光客による観光消費の増加　２７６億９千万円
宿泊観光客による観光消費の増加　１３７億７千万円
計　４１４億６千万円
第一次生産波及効果の増加　４１億４千万円

観光振興体制の整備

【港区】
産業振興や商業の観点から総合的な調整機能を担う

【観光協会】
観光ノウハウと区等の施策・事業とのジョイント、観光意識の啓発

【商店会】
観光資源の活用による魅力づくりや住民・観光客の取り込み

【観光関連企業等】
観光客への直接的な情報提供や商店街との連携、協力への取組み

【民間活力】
観光振興事業の機動的な実施主体として、施策等での連携

【東京都･東商】
役割分担を踏まえた区施策との連携、宿泊税の地元還元

⇒ **(仮称)港区観光推進協議会**