

東京の観光振興を考える有識者会議(第1回)

もう一つの東京ブランド
—「水の都」東京—

RIVER & TOKYO

首都大学東京・東京工業大学特任教授
本保芳明

「水の都」東京？

- **東京は水辺環境の豊かさにおいて世界屈指の首都**
 - ➡ **ブランド化の可能性**
- **その自信・自覚の欠如**
- **水辺環境整備の遅れ**
- **観光資源化されていない状況**
- **外航クルーズ船寄港の不振**

親水性の高い海外の大都市

ロンドン

- テムズ川では、観光舟運や水上バスが盛んであり、水辺空間を活かした都市再生も行われている。



テムズ川のナイトクルーズ



テムズ川に浮かぶ観覧車

親水性の高い海外の大都市

パリ

- セーヌ川は古くから水上交通として利用されており、川の両岸には、歴史的建造物が並び良好な水辺空間が形成されている。



水上バス乗船場・駐車場(ヴデット・ド・パリ)



水上レストラン

親水性の高い海外の大都市

シンガポール

- シンガポール川を船で伝いながら、市内の観光名所を巡るクルーズが有名。夜のクルーズではシンガポールの素晴らしい夜景を楽しむことができる。



クラークキー(ナイトライフの拠点)



ボートキー(高層ビル群)

シンガポールのクラークキーについて

現状

- シンガポールの選りすぐりのエンターテインメントの場で、アンティークショップ、レストラン、カフェ、ジャズクラブなどが多く建ち並び、カラフルな万華鏡のような街並み
- 夜になると、修復された倉庫がネオンで彩られ、数々のクラブが光を放ち、エリア全体が輝きを増す、国際色豊かなパーティーエリア

開発経緯

- かつてはシンガポール川を往来する船の係留地として栄え、商品等の倉庫が建ち並び地域だったが、再開発によりエンターテインメントが楽しめる街に変貌

シンボルづくり、水辺を楽しむ施設づくり

(例) スカイツリーと呼応した隅田川テラス周辺整備

隅田川テラス



(イメージ)シンガポール クラークキー



(イメージ)隅田川テラス(イベント時)



(出展)左上、中央下
「隅田川等における新たな水辺整備のあり方」
(新たな水辺整備のあり方検討会)

水辺を楽しめるようにするための施策例

- 周辺のライトアップや緑化など、水辺を重視したまちづくり
- 水辺で楽しむイベントや舟運の利用情報等を総合的に発信
- 魅力的な運航ルートを多様な舟運（クルーズ船、屋形船、水上タクシーなど）によって提供
- 誰もが快適に利用できるように多言語対応やバリアフリー化を推進

周遊性の向上に向けて

問題点

- 最寄の鉄道駅からの**アクセスが悪い船着場**があるほか、駅から**船着場までの案内や近隣の観光施設等への誘導**が十分ではない。
- 船着場における**名称表示や周辺の観光情報が限定的**



対応(例)

観光ガイド・ボランティアの活用や周辺の観光マップの作成、ICカードの導入など、**旅行者の回遊性を高める取組などを推進**

国内主要港へのクルーズ船の寄港状況

順位	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年		2015年(速報値)	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1	横浜	122	横浜	119	横浜	142	横浜	152	横浜	146	博多	259
2	神戸	103	神戸	107	博多	112	神戸	101	博多	115	長崎	131
3	博多	84	博多	55	神戸	110	石垣	65	神戸	100	横浜	125
4	長崎	54	那覇	53	長崎	73	那覇	56	那覇	80	那覇	115
5	鹿児島	52	石垣	49	那覇	67	東京	42	長崎	75	神戸	97
6	那覇	52	名古屋	28	石垣	52	長崎	39	石垣	73	石垣	84
7	石垣	47	宮之浦 (屋久島)	23	名古屋	43	博多	38	小樽	41	鹿児島	53
8	名古屋	27	長崎	21	鹿児島	34	名古屋	35	函館	36	佐世保	36
9	宮之浦 (屋久島)	25	広島	19	別府 (大分県)	34	二見 (父島)	29	鹿児島	33	名古屋	34
10	広島	22	鹿児島	18	大阪	33	広島	26	名古屋	30	広島	32
	東京	22										
	その他	319	その他	316	その他	405	その他	418	その他	475	その他	486
	合計	929	合計	808	合計	1105	合計	1001	合計	1204	合計	1452

注:外国船及び日本船社が運航するクルーズ船の寄港回数を掲載国土交通省発表

出展:国土交通省発表資料

東京港でのクルーズ船寄港増に必要なこと

○ 大型船に対応できる新たなふ頭の整備(ハード対策)

※ 現在、レインボブリッジの下をくぐれない大型クルーズが増加

○ 効果的な客船誘致施策(ソフト対策)

- 整備を見据えた早期のセールス
- インセンティブ制度（入港料等の減免など）の充実強化
- 「おもてなし」サービスの向上（外国人対応、イベントなど）
- 関係機関と連携した観光PR

「水の都」東京のブランド化(差別化戦略)

「水の都・東京」の位置づけやブランドコンセプトの構築

(例) 稀有な海辺の首都、日々の食卓や築地に水産物を届ける美しい海 など

国内外に効果的にPRするためのプロモーション

- 目黒川の桜なども活用した**イメージ戦略**など
- **横浜市等との広域連携**により、魅力ある舟運ネットワークの形成や、共同プロモーション等を実施

「水の都」東京のブランド化は都民から

- **都民の自覚・自信が大切**
- **都民が東京の水辺に楽しみ、親しむ機会を創出**

RIVER & TOKYO

ご清聴ありがとうございました。