

第2章

港区の観光に関する現状と課題

トキメク、ミナトク。
TOKIMEKU MINATOKU

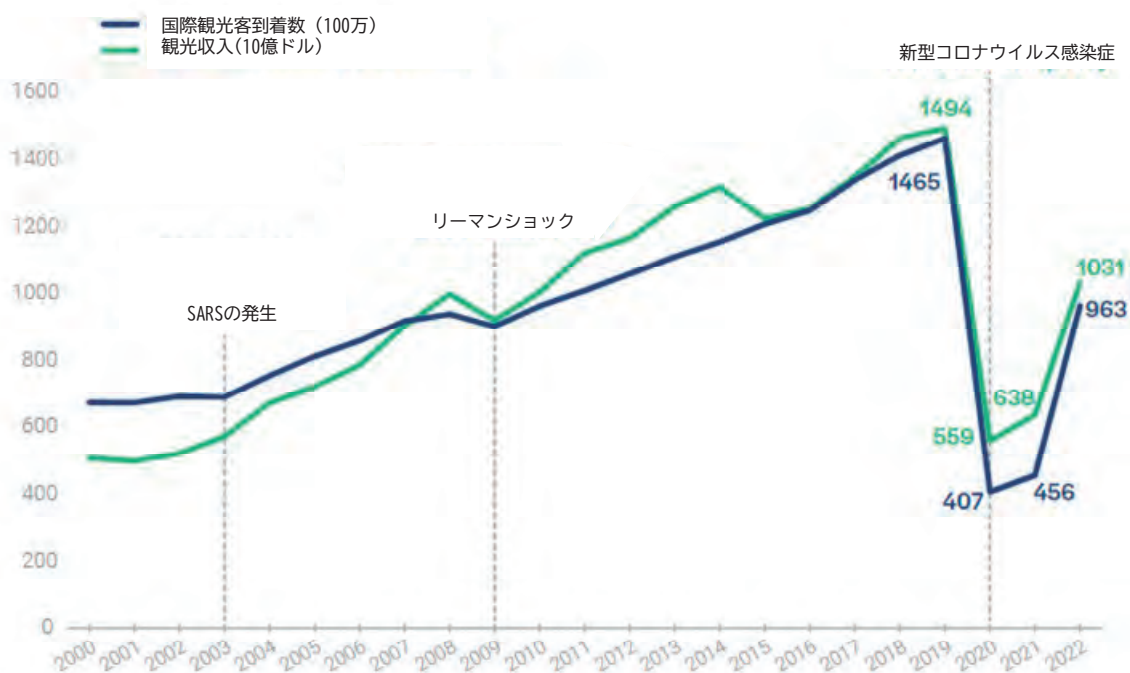
2

1 世界、日本、東京の観光動向

(1) 世界の観光動向

令和2（2020）年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大による渡航制限等観光需要の減少の影響は大きく、国連世界観光機関（UNWTO）³によると、平成31・令和元（2019）年の世界全体の国際観光客到着数が14億6,500万人であったのに対し、令和2（2020）年には10億人以上減少しました。コロナ禍以前の平成31・令和元（2019）年の国際観光客到着数と比較すると、令和3（2021）年は69%、令和4（2022）年は34%下回りました。

図表 4：国際観光客到着数の推移（年別）



出典：「UNWTO Tourism highlights 2023 Edition」（UNWTO）を加工

令和5（2023）年1月から7月の国際観光客到着数は、コロナ禍前の水準の84%と順調に回復しており、中東・ヨーロッパ・アフリカで特に回復傾向が強くなっています。こうした中で国連世界観光機関は、コロナ禍前からの回復と観光関連事業者団体等の再構築を両立させる必要性を強調しています（「世界観光指標 2023年9月号」UNWTO）。世界経済フォーラム（WEF⁴）による世界117か国を対象に、旅行・観光産業の持続可能で強靱な成長を可能とする重要な要素の指数を示す「2021年旅行・観光開発指数レポート」では、2位に米国、3位にスペイン、4位にフランス、5位にドイツをおさえ日本が1位となりました。同レポートでは、旅行・観光産業の再構築をめざすのに合わせ、将来のリスクに対し、更に持続可能で回復力のある旅行・観光産業の実現に専念する必要性が指摘されています。

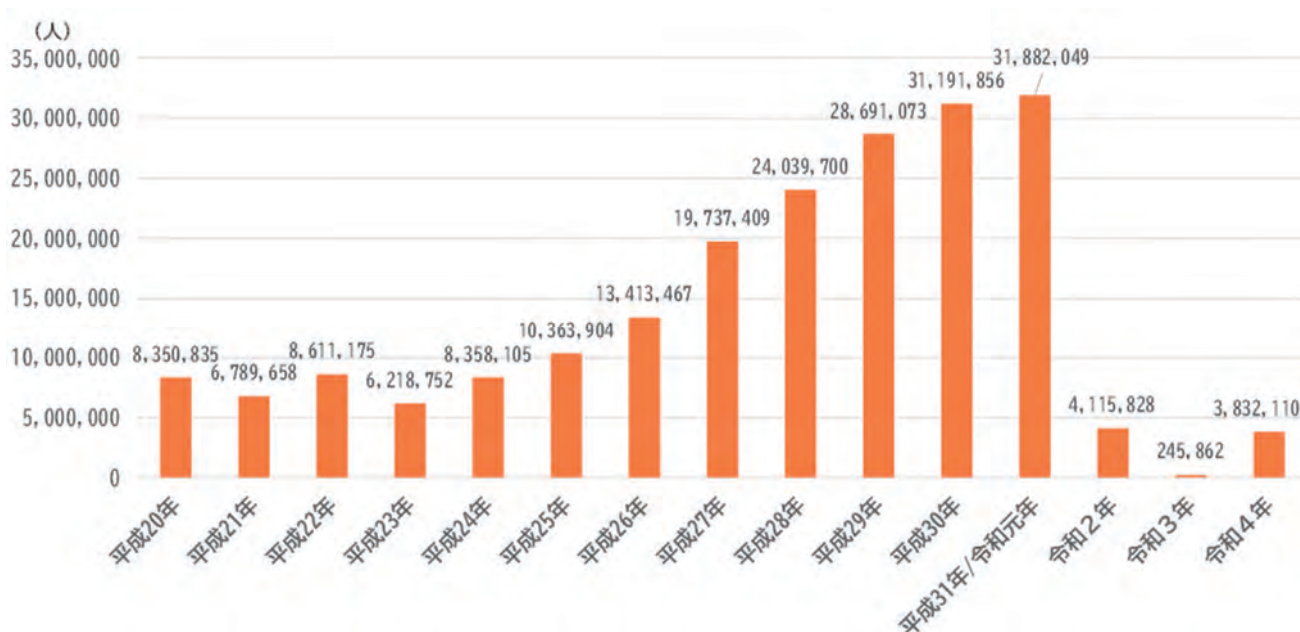
³ World Tourism Organizationの略。誰もが参加できる、持続可能な責任ある観光の促進を使命とする国際機関。156の加盟国及び6地域、500以上の賛助加盟員で構成されている。

⁴ World Economic Forumの略。世界情勢の改善に取り組む国際機関。政治家や実業家などが会するダボス会議を開催。

(2) 日本、東京の観光動向

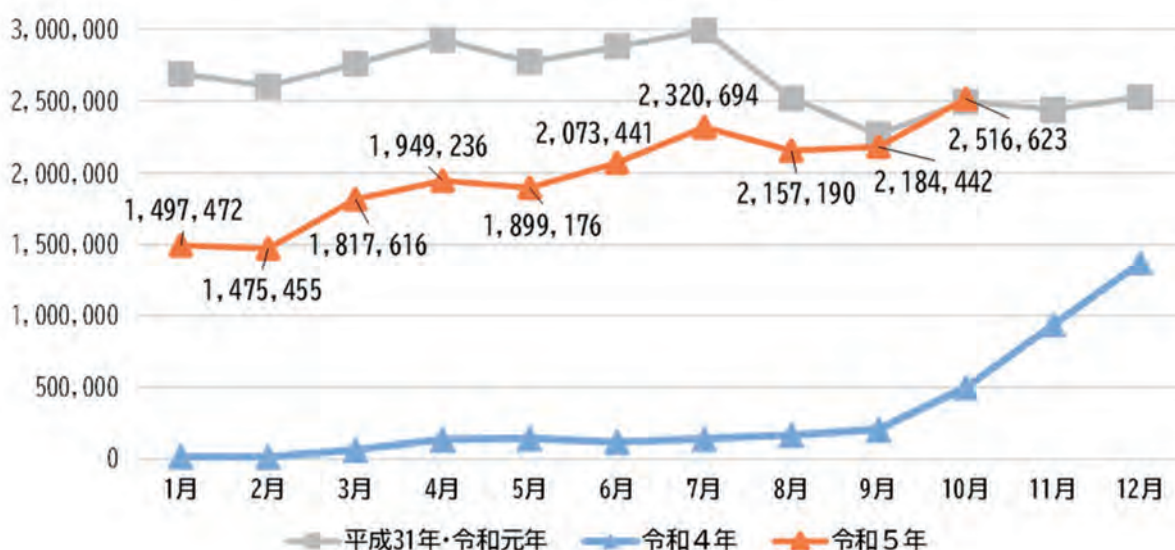
日本政府観光局（JNTO）によると、令和元（2019）年の訪日外客数は3,188万人と過去最高を更新しましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、令和2（2020）年の訪日外客数は412万人と減少しました。令和4（2022）年10月以降は回復傾向が強くなり、令和5（2023）年10月には、令和元（2019）年同月を上回っています。

図表 5：訪日外客数の推移（年別）



出典：「訪日外客統計」（JNTO）

図表 6：訪日外客数の推移（月別）



出典：「訪日外客統計」（JNTO）

国内旅行では、国内旅行消費額は一時的に落ち込んだものの、令和4(2022)年からは回復傾向にあります。また、1回1人当たりの旅行支出はコロナ禍前を上回り、マイクロツーリズムへの注目など、コロナ禍でも国内旅行への消費意欲が高まったことがうかがえます。

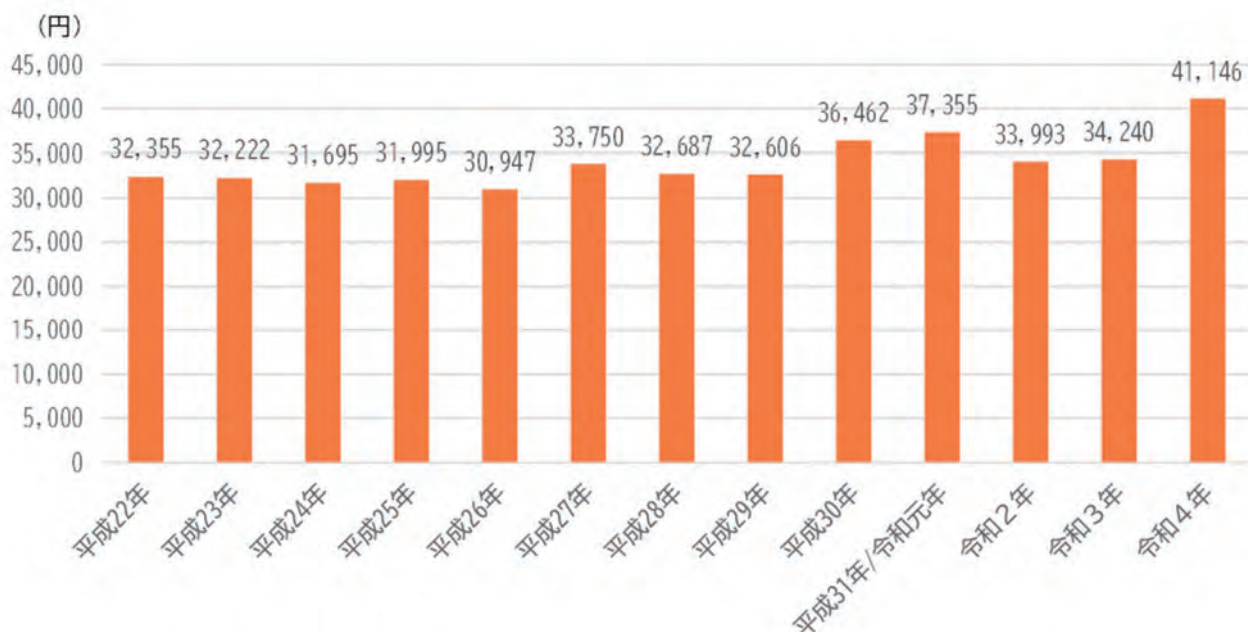
また、コロナ禍で働き方がより柔軟になったことで、仕事と休暇を組み合わせたワーケーションや、ビジネス出張に合わせて観光を行うブレッジャーなどの観光スタイルも浸透し、観光地における行動にも変化が生じています。

図表 7：国内旅行消費額



出典：「旅行・観光消費動向調査」(観光庁)

図表 8：1人1回当たりの旅行支出



出典：「旅行・観光消費動向調査」(観光庁)

新型コロナウイルス感染症によるパンデミックからの回復が進むなか、令和5（2023）年3月に新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。観光立国の持続可能な形での復活に向け、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つを特に推し進めるもので、質の向上を重視する観点から、人数に依存しない指標を中心に設定しています。

図表 9：「観光立国推進基本計画」概要

計画期間	令和5（2023）年度から令和7（2025）年度までの3年間
2025年目標	<p>(1)地域づくりの体制整備 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 100 地域</p> <p>(2)インバウンド回復 訪日外国人旅行消費額単価 20 万円/人 訪日外国人旅行者1人当たり地方部宿泊数 2泊 訪日外国人旅行者数・日本人の海外旅行者数 2019年水準超 国際会議の開催件数割合 アジア最大・3割以上</p> <p>(3)国内交流拡大 日本人の地方延べ宿泊者数 3.2 億人泊 国内旅行消費額 22 兆円</p>
目指す2025年の姿	<ul style="list-style-type: none"> ● 活気に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している。 ● 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び「持続可能な観光」の先進地としても注目されている。

出典：「観光立国推進基本計画（第4次）」（観光庁）

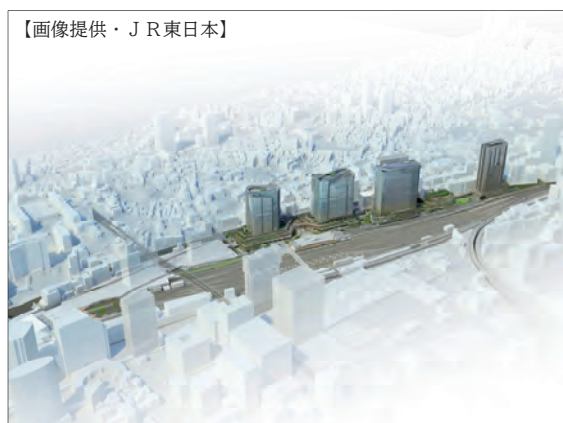
東京都では、令和3（2021）年3月に長期計画である「『未来の東京』戦略」を策定し、バージョンアップ版の「『未来の東京』戦略 version up 2024」では、バージョンアップの視点の1つ「国際競争力の強化」の中で「東京のプレゼンス向上」を掲げ、インバウンド需要を呼び込むため、東京の多種多様な芸術文化の世界への発信や東京の魅力の磨き上げ等の取組を示しています。

また、令和6（2024）年2月「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2024-2026」では、基本方針として「復活した観光需要の積極的な取り込み」、「観光における持続可能性の確保」、「観光産業の基盤の強靱化」を掲げています。

2 港区を取り巻く状況の変化

(1) 「TAKANAWA GATEWAY CITY」開業予定

東日本旅客鉄道株式会社は、オフィス・商業・コンベンション・ホテルなどで構成される複合棟Ⅰ及び高輪ゲートウェイ駅周辺エリアを令和6（2024）年度末に開業します。さらに、その他の棟（複合棟Ⅱ・文化創造棟・住宅棟）及び各棟周辺エリアは、令和7（2025）年度中に開業される予定です。



【画像提供・JR東日本】

（TAKANAWA GATEWAY CITY イメージ図）

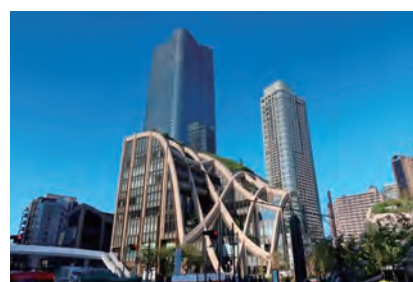


【画像提供・JR東日本】

（JR高輪ゲートウェイ駅）

(2) 「麻布台ヒルズ」開業

森ビル株式会社により、オフィス・住宅・商業施設・文化施設・教育機関・医療機関など、多様な都市機能が集積する「麻布台ヒルズ」が令和5（2023）年11月24日に開業しました。



（麻布台ヒルズ）

(3) 浜松町駅西口地区・芝浦一丁目地区の大規模な再開発

浜松町駅西口地区では、世界貿易センタービルや東京モノレール浜松町駅の建替えが進められており、歩行者ネットワークの形成や他交通機関との乗り換えの利便性向上が期待されます。また、文化芸術の中核拠点となる港区立みなと芸術センターの整備も進められています（令和8（2026）年度全体竣工予定）。

芝浦一丁目地区では、浜松町ビルディングの建替事業として、ホテル・オフィス・商業施設などツインタワーの建設を予定する芝浦プロジェクトも進められています（令和12（2030）年度全体竣工予定）。

(4) リニア中央新幹線開業（品川駅～名古屋駅間）

東海旅客鉄道株式会社は、品川駅（港区）から新大阪駅までの約438kmを超電導リニアによって結ぶ新たな新幹線（リニア中央新幹線）の整備を進めています。品川駅から名古屋駅間については、整備計画が作成され、平成26（2014）年10月に全国新幹線鉄道整備法に基づく「工事实施計画」の認可を受けています。



（リニア中央新幹線のイメージ）

3 港区の観光に関する現状

(1) 宿泊施設

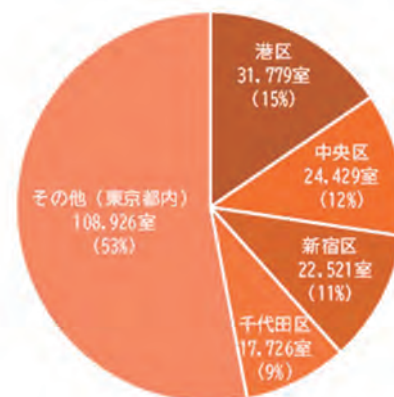
① 宿泊施設数及び客室数の推移

港区内の宿泊施設数は、平成 24 (2012) 年以降増加傾向にあります。客室数は 31,779 室と、東京都全体の 15% を占め、都内で最も多くなっています (令和 5 (2023) 年 3 月 31 日現在)。

図表 10：港区内の宿泊施設数及び客室数の推移



図表 11：都心4区の客室数

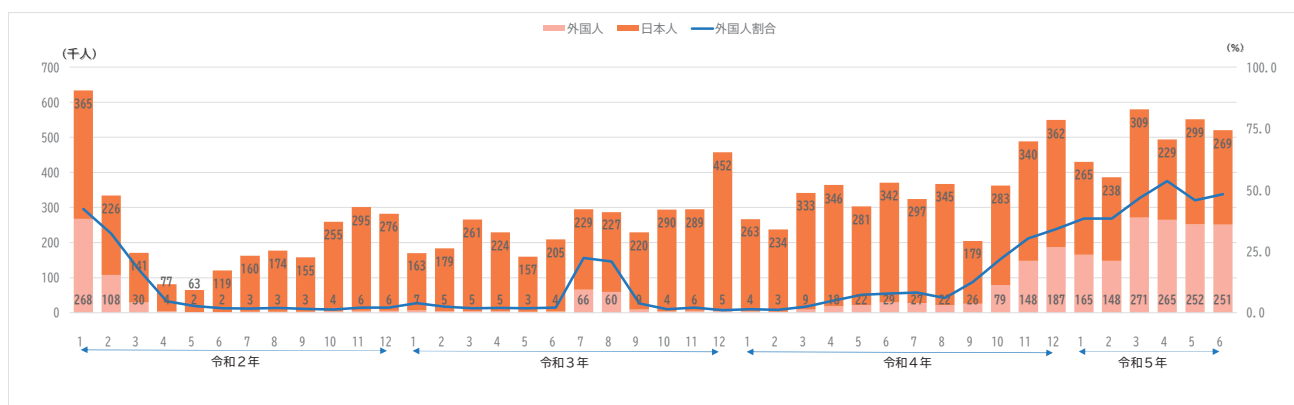


出典：「年報（福祉・衛生行政統計）」（東京都）を基に作成

② 延べ宿泊者数の推移

港区内の延べ宿泊者数は、各月ともおおむね前年よりも増加傾向で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和 2 (2020) 年 2 月以降は大幅な落ち込みが見られます。その後、感染の収束とともに回復し、増加傾向にあります。

図表 12：延べ宿泊者数の推移

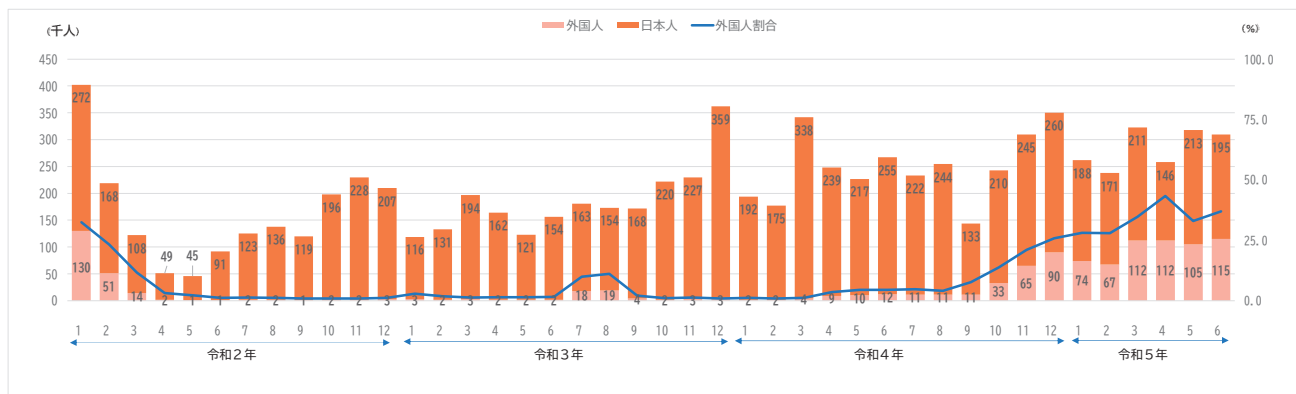


出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

③ 実宿泊者数の推移

港区内の実宿泊者数⁵は、延べ宿泊者数と同様、各月ともおおむね前年よりも増加傾向で推移しており、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和2（2020）年2月以降は大幅な落ち込みが見られていましたが、令和4（2022）年10月以降の外国人実宿泊者数は増加傾向にあります。

図表 13：実宿泊者数の推移

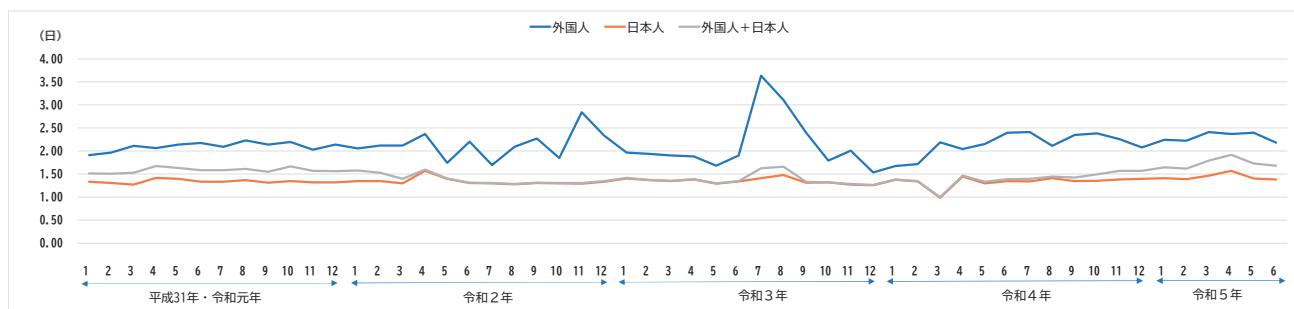


出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

④ 平均宿泊数の推移

港区内の平均宿泊数（延べ宿泊者数÷実宿泊者数）は、日本人が1.4日前後、外国人が2日強程度で推移しており、日本人と比べて外国人の方が長く滞在する傾向にあります。

図表 14：平均宿泊数の推移



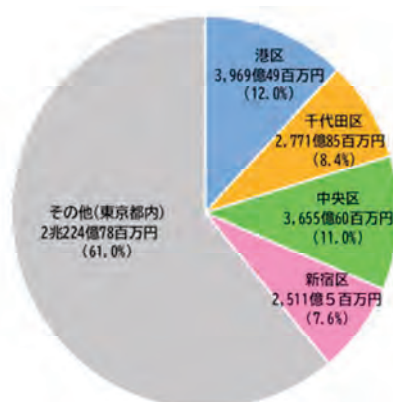
出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

⁵ 宿泊手続きをした人数。

⑤ 宿泊業、飲食サービス業の売上

港区内の宿泊業、飲食サービス業の売上は、令和3（2021）年時点で3,969億円を超え、東京都内で最も大きな規模を誇ります。また、全国の政令指定都市と港区を比較した場合、令和3（2021）年時点で、大阪市、横浜市、名古屋市に次ぐ4番目の規模です。前述のとおり、港区には東京都内でも多くの宿泊施設及び客室があることや、都内で最大の昼間人口を有するなど、多くの人々が港区を訪れることから、東京都内や全国と比較して宿泊業、飲食サービス業の売上規模が大きくなっています。

図表 15：港区内の宿泊業、飲食サービス業の売上



出典：「経済センサス（令和3（2021）年）」（総務省・経済産業省）を基に作成

図表 16：宿泊業、飲食サービス業の売上比較

【東京都内の比較（上位10位まで）】 【全国主要都市との比較（上位15位まで）】



出典：「経済センサス（令和3（2021）年）」（総務省・経済産業省）を基に作成

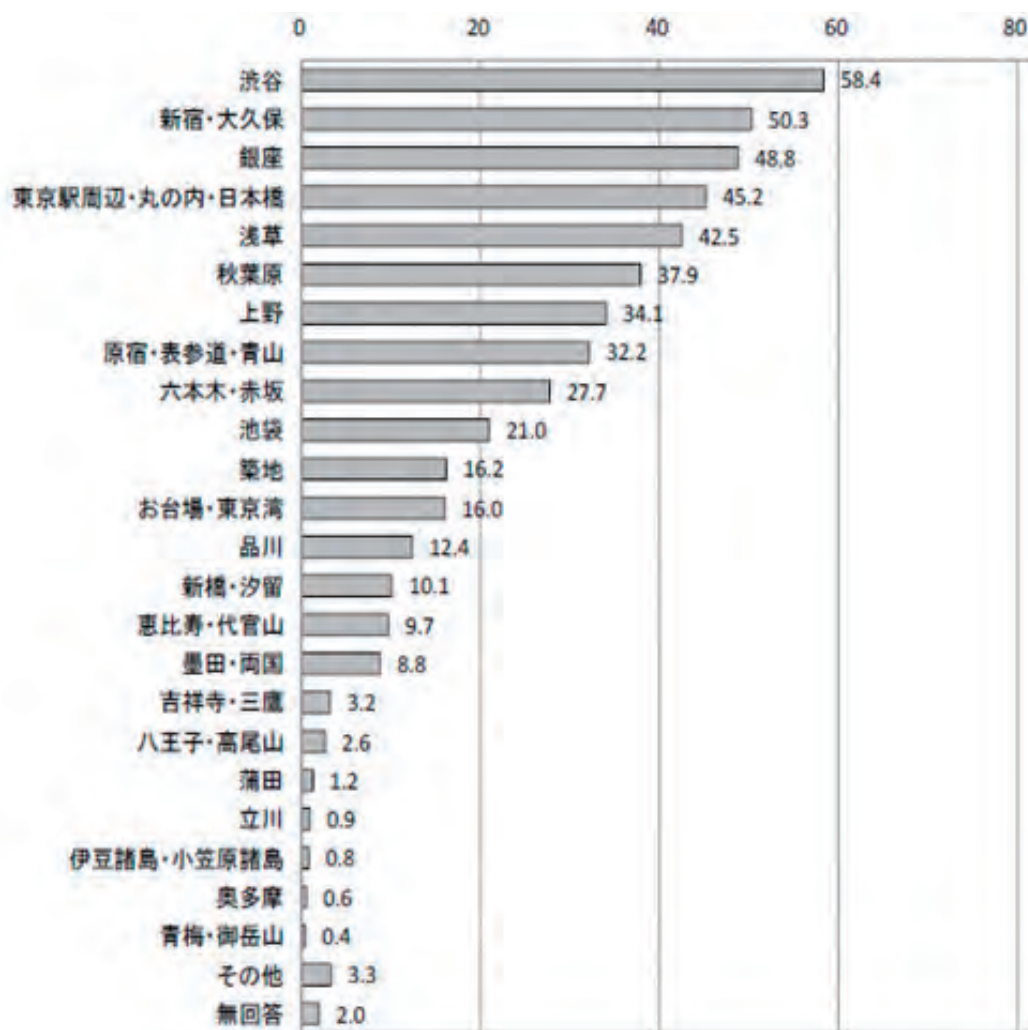
(2) 観光資源

① 観光スポット

港区には、台場、六本木、芝公園、麻布十番といった人気のエリアをはじめ、区内5地区には個性豊かな街並み、国際的に知名度の高い歴史的・文化的資源や美術館、人情味あふれる商店街等、観光の魅力となる地域資源が数多く集積しています。

しかし、東京都の「令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査報告書」によると、訪都外国人旅行者が多く訪れた場所は、渋谷、新宿・大久保、銀座、東京駅周辺・丸の内・日本橋、浅草、秋葉原の順となっており、港区内は8位に原宿・表参道・青山、9位に六本木・赤坂が続くものの、上位との差が大きいことがわかります。

図表 17：訪都外国人旅行者の東京都内訪問場所



出典：「令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査報告書」(東京都)

② 文化財

港区内の文化財は、国指定が184件、東京都指定が41件、港区指定が151件です（国指定は「第4次港区観光振興ビジョン策定にかかる観光動態基礎調査」令和4（2022）年12月時点、東京都指定は令和6（2024）年1月現在、港区指定は令和5（2023）年10月現在）。江戸期から幕末、明治以降の文明開化期を中心とした、多くの文化財が集積しています。

③ 美術館・博物館等ミュージアム

港区内には、主要なもので、美術館・博物館等ミュージアムが45施設あります（令和5（2023）年12月現在）。国公立館だけでなく、大学設置の博物館、民間運営の企業ミュージアムなども多く集積しています。また、港区内のミュージアムの多くが連携した「港区ミュージアムネットワーク」も組織されています。

④ 大使館

日本に大使館を設置している国は157か国あり（令和5（2023）年3月現在）、81の大使館が港区に所在しています（令和5（2023）年12月現在）。明治維新後、政府が大名屋敷跡地を大使館用地として提供した経緯から、大名屋敷が集積していた港区に現在も多くの大使館が集積していると考えられ、国際色の豊かさも魅力となっています。

⑤ 主要民間放送テレビ局

港区には、主要民間放送テレビ局5局の本社が全て所在しており、情報発信基地として、全国及び世界とつながっています。

⑥ 新幹線、羽田空港、東京港等の交通ネットワーク

港区は、新幹線が発着する品川駅をはじめ、羽田空港と都心を結ぶモノレール等の駅や、竹芝栈橋・日の出栈橋の航路ターミナルなど、様々な交通網により全国及び世界と結ばれる玄関口、結節点としての機能を有しています。

(3) 異なる魅力を持つ5つの地区

港区には、芝、麻布、赤坂、高輪、芝浦港南の5つの異なる魅力を持つ地区があります。また、各地区には総合支所が置かれ、それぞれの地区版計画書を策定し、独自性のある事業を展開しています。

地区版計画書の計画期間は6年間で、3年で見直しを行います。



主な観光関連事業

- ・芝 歴史・文化・交流アカデミー
～歩く・見る・学ぶ「芝」～
- ・竹芝プロジェクト
～ともしつなげる未来へ～
- ・SNSや地域情報紙等による地域情報の発信・共有

人と地域がつながり心躍る未来をつくるまち「芝」

芝地区は、江戸時代に東海道が整備されたことから発展し、今でも交通の要衝です。多くの駅と鉄道網を有しており、商業地、飲食店街、ビジネス街としてにぎわいを見せています。大通りの裏には古くからの街並みも残り、東京タワーや増上寺などの観光名所、芝公園や旧芝離宮恩賜庭園などの豊かな緑、海の玄関口である竹芝ふ頭もあります。



主な観光関連事業

- ・地域事業活性化プロジェクト
- ・麻布地域の魅力伝承事業
- ・SNSや地域情報紙等の活用による発信力の強化

誰もが主役になれる参画と協働のまち

～未来につなぐニューノーマルを創造する“AZABU”～

麻布地区は、高台や低地など起伏に富んだ坂の多いまちで、国立新美術館をはじめ、歴史と文化、芸術資源が豊富です。区内にある大使館の半数以上が麻布地区にあり、外資系企業が集まる国際都市の一面を持っています。また、閑静な住宅街、商店街、繁華街など、多様な顔を持っています。



主な観光関連事業

- ・魅力発信プロジェクト～赤坂親善大使&MY HOME TOWN～
- ・赤坂・青山 魅力“知伝活”事業
- ・連携自治体とのつながりを生かした魅力発信

だれもが地域に関心をもち共存しているまち 赤坂・青山

赤坂地区は、古い歴史、伝統・文化に彩られたまちです。江戸時代に武家屋敷町としての整備が始まり、江戸城の外堀だった溜池が明治中頃に埋め立てられ、赤坂周辺は黒塀の料亭などが建ち並ぶ華やかな界隈となりました。区内では標高が高い地域で、今も山の手の屋敷町の風情を残しています。



主な観光関連事業

- ・高輪情報局
- ・私が語る高輪今昔物語
- ・歩いて楽しめる地域の魅力 発見・共有・発信

地域の輪が創り出す安全・安心なまち～変化するまちとともに～

高輪地区は、武蔵野の貴重な自然が息づき、赤穂義士で有名な泉岳寺など歴史的な街並みが残っています。戸建住宅が多く、5地区の中で人口が最も多い地区です。およそ半世紀ぶりのJR山手線の新駅「高輪ゲートウェイ駅」が開業したほか、リニア中央新幹線「品川駅」開業が計画されるなど、更なる飛躍と可能性を持った地域です。



主な観光関連事業

- ・みなとパーク芝浦等ふれあい交流事業
- ・みずまちプロデュース事業
- ・運河の魅力向上の推進
- ・伝統文化交流館の運営
- ・お台場プラージュ
- ・地区情報誌の発行

誰もが輝くことができる創造力と潤いのあるまち・港区ベイエリア

芝浦港南地区は、その大半が明治期以降の埋立てによりできた若いまちです。大規模マンションの建設などにより、人口の増加が予測されています。レインボーブリッジの近くには、東京 2020 大会会場となったお台場海浜公園があり、国内のみならず世界からも注目が集まる地域となっています。

4 基礎調査から見えてきた課題

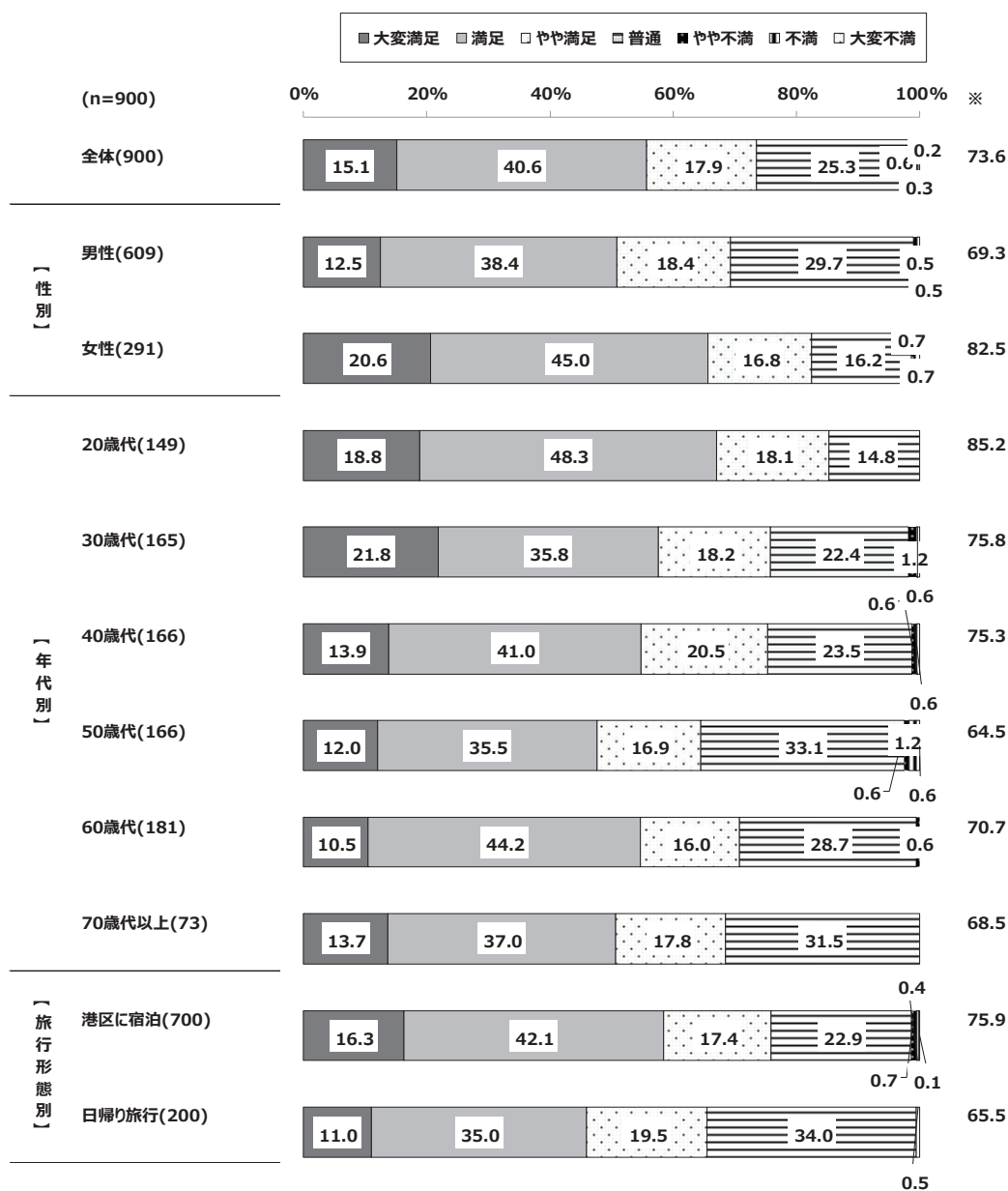
令和4（2022）年度に実施した「港区観光動態基礎調査」の結果から、日本人観光客に関して、次のような結果がわかりました。

（1）日本人観光客

① 港区観光の満足度

全体では、「大変満足」「満足」「やや満足」を合わせた割合は73.6%と7割を超えており、年代別では「20歳代」、旅行形態別では「宿泊」の満足度が高くなっています。

図表 18：港区観光の満足度（性別、年代別、旅行形態別）

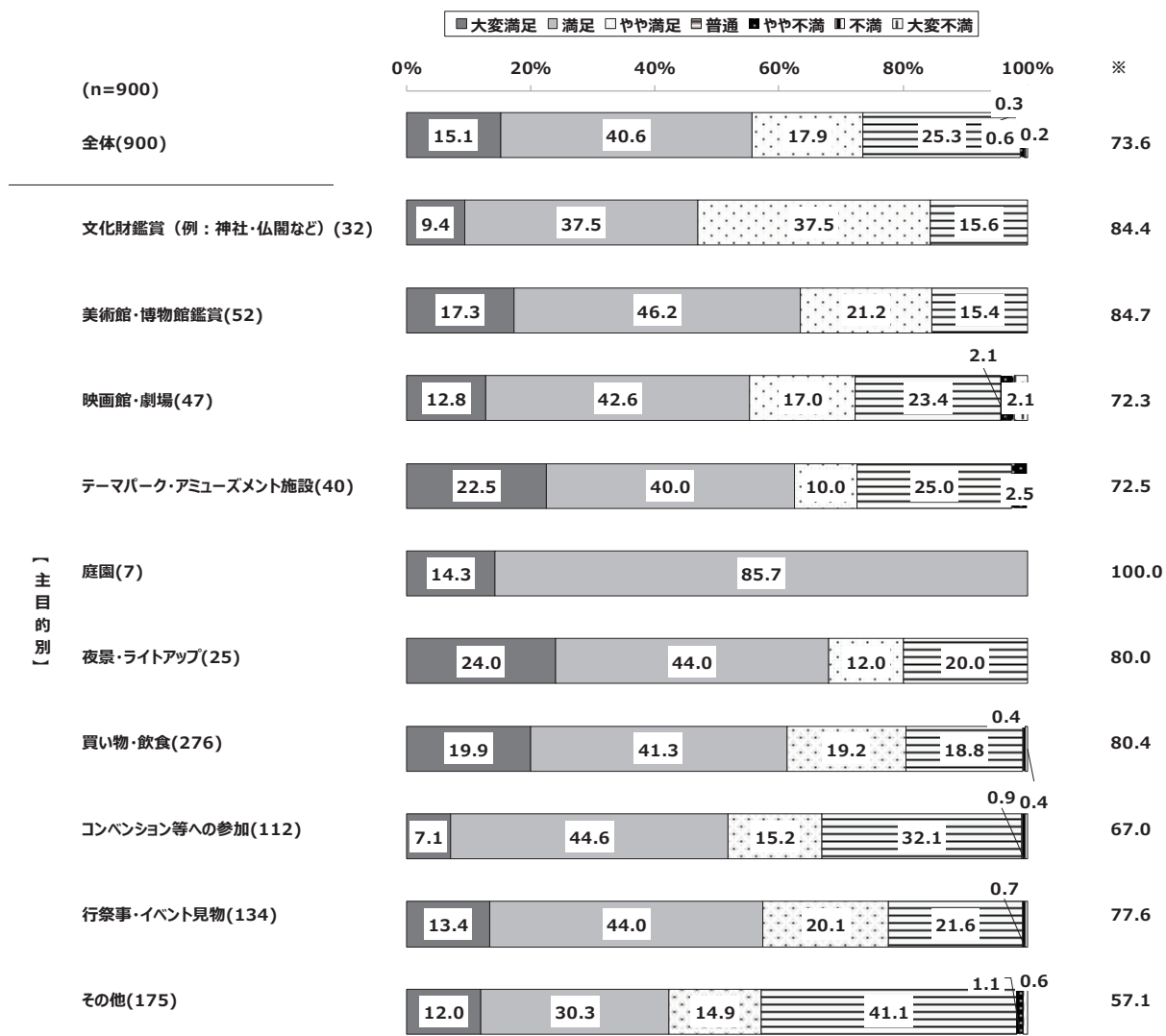


※「大満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた割合

出典：「港区観光動態基礎調査（日本人港区来訪者調査）」（港区）

主目的別の満足度をみると、「美術館・博物館鑑賞」(84.7%)が最も高く、「文化財鑑賞」(84.4%)、「買い物・飲食」(80.4%)と続いています。

図表 19：港区観光の満足度（主目的別）



※「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた割合

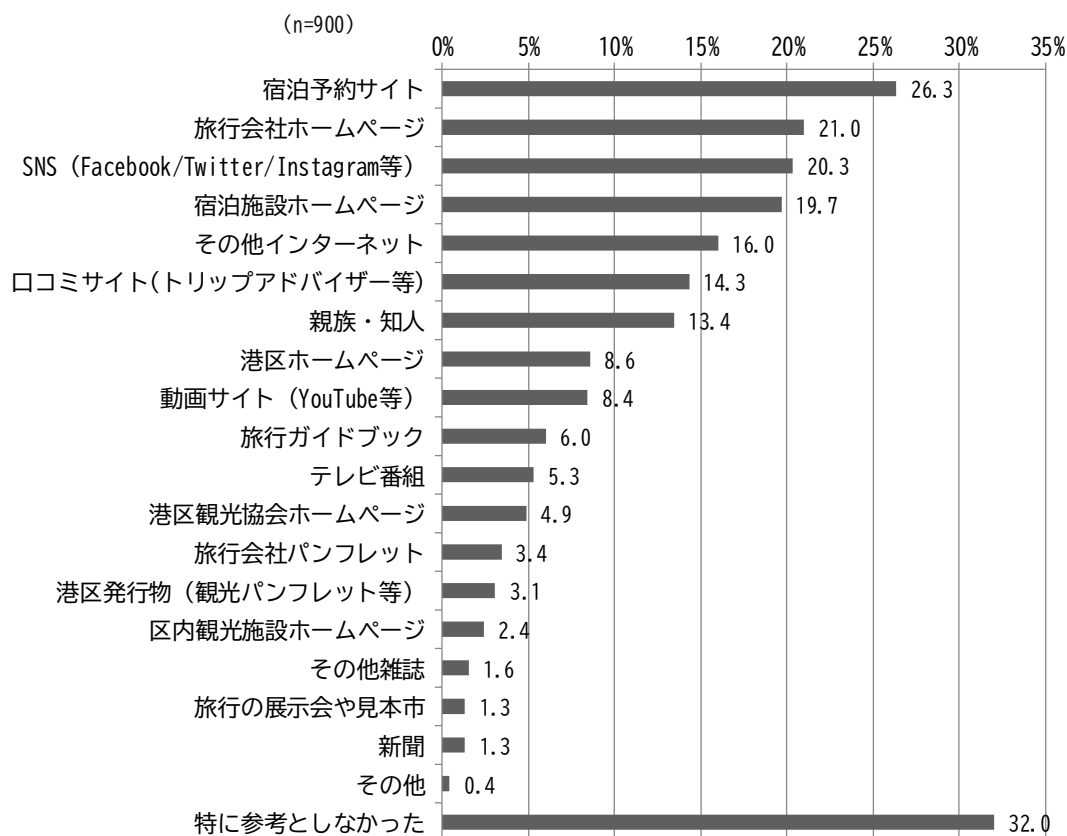
(サンプル数30未満は参考値)

出典：「港区観光動態基礎調査(日本人港区来訪者調査)」(港区)

② 情報収集源

出発前に旅行情報を得るために情報源を利用した人のうち、全体では、「宿泊予約サイト」(26.3%)が2割半ばで最も高く、次いで「旅行会社ホームページ」(21.0%)、「SNS (Facebook/Twitter/Instagram等)」(20.3%)である。

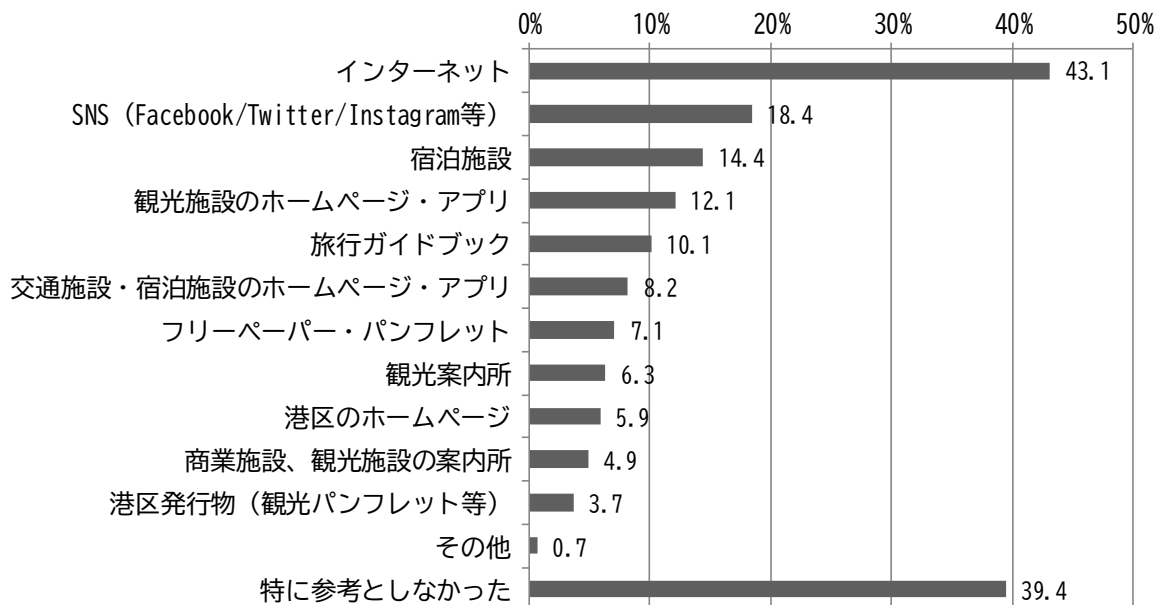
図表 20：出発前の情報収集源



出典：「港区観光動態基礎調査 (日本人港区来訪者調査)」(港区)

滞在中に港区の情報を得るために情報源を利用した人のうち、全体では、「インターネット」(43.1%)が4割を超えて最も高く、次いで「SNS (Facebook/Twitter/Instagram等)」(18.4%)、「宿泊施設」(14.4%)である。

図表 21：滞在中の情報収集源



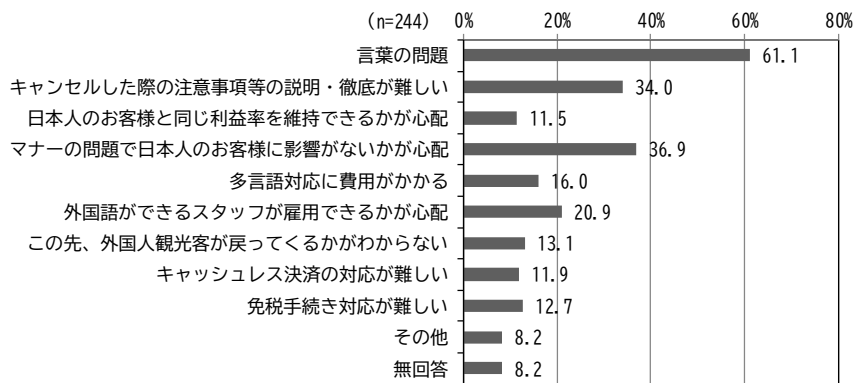
出典：「港区観光動態基礎調査 (日本人港区来訪者調査)」(港区)

(2) 外国人観光客

区内の観光関連施設からみた外国人観光客受入時の懸念事項として、「言葉の問題」(61.1%)が最も高く、次いで「マナーの問題で日本人のお客様に影響がないかが心配」(36.9%)、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」(34.0%)となっています。

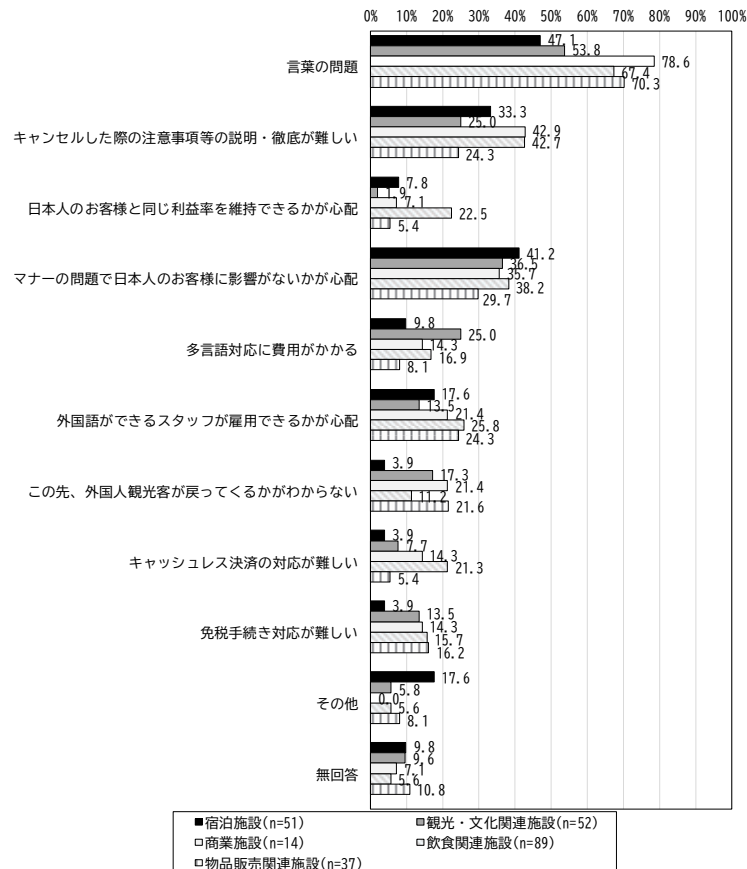
施設種別に見ると、全ての種別で「言葉の問題」の割合が高くなっています。商業施設や飲食関連施設では、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」が4割を超え、他の種別よりも高くなっています。

図表 22：外国人観光客受入時の懸念事項（全体）



出典：「港区観光動態基礎調査（観光関連施設等における観光客対応状況調査）」（港区）

図表 23：外国人観光客受入時の懸念事項（施設種別）



出典：「港区観光動態基礎調査（観光関連施設等における観光客対応状況調査）」（港区）

5 第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）の取組状況

港区では、平成30（2018）年3月に「第3次港区観光振興ビジョン」前期計画を策定し、その後、令和3（2021）年3月に後期3年の見直しを行い、「訪れたいくなるまち、憧れの港区」の実現に向けて、計画事業に取り組んできました。後期3年における各施策に紐づく全91の取組の進捗は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも62の取組（68.1%）で予定どおり又は予定より進んでいる状況となりました。

図表24：「第3次港区観光振興ビジョン」（後期3年）の主な取組

施策	主な取組
<p>1 快適で安全・安心な都市観光を満喫できる環境づくり</p>	<p>(1)日本・東京の玄関口としての観光案内機能の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 札の辻スクエア（芝五丁目複合施設）における港区観光インフォメーションセンターの整備 ・ Wi-Fi（公衆無線LAN）の整備による通信環境の発信 ・ 観光・街区案内標識の充実によるまち歩きの実便性向上 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
	<p>(2)新型コロナウイルス感染症の状況に応じた観光客の受入体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の魅力再発見に向けた観光ルートの開発 ・ 各事業におけるキャッシュレス導入 ・ オンラインの活用 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
	<p>(3)安全・安心で誰もが楽しめる観光基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ おもてなし力向上のための外国人習慣等の情報提供 ・ 「バリアフリーまち歩きMAP in 港区」の活用促進 ・ 港区観光ボランティアの会との連携促進 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

施策	主な取組
<p>2 地域資源の魅力の再発見・再認識と回遊ルートの創出</p>	<p>(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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史資源を活用したまち歩き等の実施 ・ 大使館等を巡るまち歩きツアーの実施 ・ ナイトタイムエコノミーの推進   <p>(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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力的な観光ルートの開発と人気の高い観光ルートの定番化 ・ 定期的なまち歩きツアーの実施と評価・改善の継続
<p>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</p>	<p>(1)区民、民間、全国各地域と連携した観光振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 港区観光大使の活用 ・ 商店街への観光客誘致の支援 ・ 商店街と全国各地域との交流物産展の開催   <p>(2)東京 2020 大会を契機とした新たな観光需要の持続・発展</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新駅周辺地域のにぎわいづくりに向けた取組
<p>4 統計データの分析・活用による市場動向の把握と効果的な観光マーケティングの実施</p>	<p>(1)観光関連統計の分析・活用による市場動向の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光動態基礎調査の継続実施 ・ オープンデータの活用  <p>港区オープンデータカタログサイトを公開</p> <p>港区は、区の統計や行政に関する情報を誰もが二次利用ができるよう、機械判読に適したデータ形式であるオープンデータに加工して本サイトで公開しています。オープンデータの利便性を高めることで区民や事業者の各種により、一層活用いただくことを目的として、利用者が簡単にオープンデータの検索や閲覧を行うことができる「港区オープンデータカタログサイト」を公開いたします。</p> <p>(2)観光マーケティングへの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客の行動段階に応じたマーケティング戦略の検討

施策	主な取組
5 戦略的なシティ プロモーション の推進	<p>(1)観光情報の収集・管理と発信手段の多様化</p> <ul style="list-style-type: none"> 港区ワールドプロモーション映像の発信 「MINATO シティプロモーションクルー認定事業」の推進 「シティプロモーションシンボルマーク」の活用促進 観光情報のSNSによる配信 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
	<p>(2)観光客の視点に立った情報発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 知名度の高い観光雑誌等の媒体を活用した効果的な情報発信 航空機内誌等を活用した情報発信 タイムリーな情報発信 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

図表 25：「第3次港区観光振興ビジョン」（後期3年）における取組の進捗状況

施策	進捗状況	取組数	進捗良好		進捗遅延		未実施		廃止	
			数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
1. 快適で安全・安心な都市観光を満喫できる環境づくり		28	18	64.3%	1	3.6%	9	32.1%	0	0.0%
2. 地域資源の魅力の再発見・再認識と回遊ルートの創出		28	20	71.4%	1	3.6%	6	21.4%	1	3.6%
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		13	7	53.8%	1	7.7%	4	30.8%	1	7.7%
4. 統計データの分析・活用による市場動向の把握と効果的な観光マーケティングの実施		3	2	66.7%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%
5. 戦略的なシティプロモーションの推進		19	15	78.9%	1	5.3%	2	10.5%	1	5.3%
全体		91	62	68.1%	4	4.4%	22	24.2%	3	3.3%

※進捗遅延の主な要因は、新型コロナウイルス感染症流行に伴う取組内容の見直し、優先度の低下である。

※未実施の主な要因は、コロナ禍で影響を受けていた区内観光産業活性化のための取組*を最優先に行う必要があったためである。

*【コロナ禍における取組】

- ・キャッシュレスで「トキメク、ミナトク。」地元応援キャンペーン（令和3（2021）年度実施）
- ・宿泊補助事業「トキメク、ミナトク。お得に宿泊キャンペーン」（令和4（2022）年度実施）

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。