

3 港区民満足度調査

3. 港区民満足度調査

(1) 調査概要

20歳以上の港区民2,500人（住民基本台帳に基づく無作為抽出）を対象に、郵送及びインターネット調査を実施し、直近1年間の旅行や港区内におけるお出かけ状況（回数、時期、訪問スポット等）、旅行情報の入手経路、港区シティプロモーションシンボルマークの認知度及び6つの都市イメージの定着度等を把握した。

(2) 調査手法

ア 調査期間

令和4年9月8日～10月24日

イ 調査対象者

港区に住民登録している20歳以上の日本人及び外国人（令和4年8月5日現在）

ウ サンプル数の設定

750サンプル

エ 対応言語

日本語、英語、中国語（簡体字及び繁体字）、韓国語

オ 回収数（白票を除く、有効回答数）

750サンプル ※うちWEB回答212サンプル

(3) 報告書の見方

- ・調査結果の構成比率は、小数点第2位を四捨五入したものを記入しているため、構成比の合計が100%とならない場合がある。
- ・回答数が小さいもの(n=30未満)は、比率が上下しやすいため、表・グラフのみを参考として示すにとどめる。
- ・割合の表記は、以下のとおりとしている。

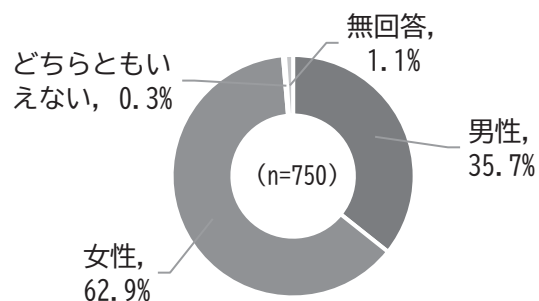
| 割合 (%) | 表記 |
|-----------|--------|
| 20.0～20.4 | 2割 |
| 20.5～20.9 | 約2割 |
| 21.0～23.9 | 2割を超える |
| 24.0～26.4 | 2割半ば |
| 26.5～28.9 | 3割近く |
| 29.0～29.4 | 約3割 |
| 29.5～29.9 | 3割 |

(4) 回答者の属性 (問 26)

ア 性別

性別で見ると、「女性」(62.9%)が6割を超えている。

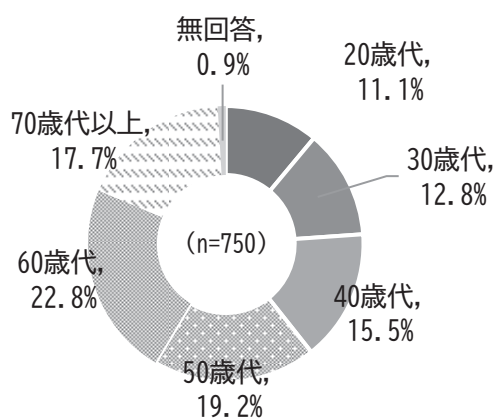
図3-1 性別



イ 年代

年代別で見ると、「60歳代」(22.8%)が2割を超えており、次いで「50歳代」(19.2%)である。

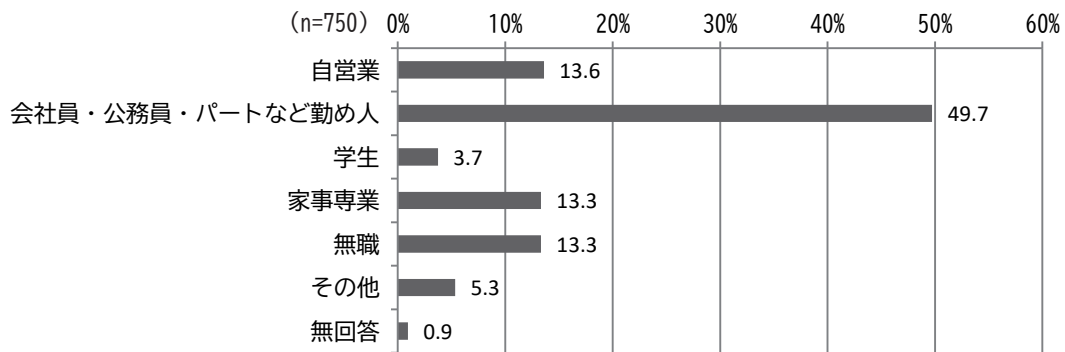
図3-2 年代



ウ 職業

職業別でみると、「会社員・公務員・パートなど勤め人」（49.7%）が5割と最も高い。

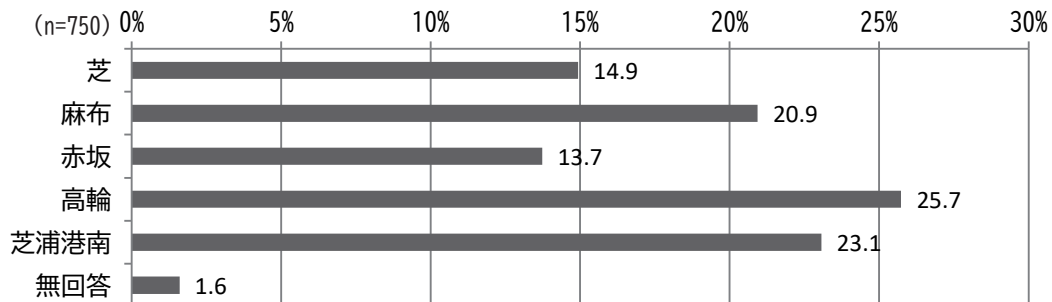
図3-3 職業



エ 居住地区

居住地区別でみると、「高輪」（25.7%）が2割半ばと最も高く、次いで「芝浦港南」（23.1%）である。

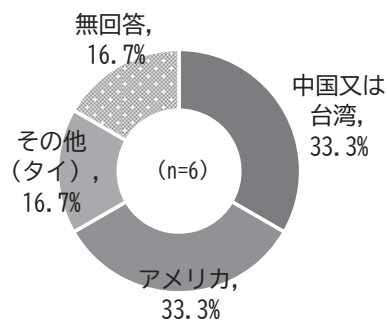
図3-4 居住地区



オ 国籍（日本国籍以外）

国籍別でみると、「中国又は台湾」、「アメリカ」（各 33.3%）がそれぞれ最も高い。

図3-5 国籍（日本国籍以外）



(5) 調査結果

ア 国内旅行の経験について

問1 あなたは、過去1年以内（令和3年9月～令和4年10月）に何回、国内旅行に行きましたか。旅行回数を旅行種類ごとに記入してください。

【過去1年以内の国内旅行回数】

国内旅行（日帰り旅行）は、「レジャー（観光・レクリエーション等）」（平均3.0回）が最も多く、次いで「仕事（出張・業務等）」（平均0.9回）である。

国内旅行（宿泊旅行）は、「レジャー（観光・レクリエーション等）」（平均2.2回）が最も多く、次いで「仕事（出張・業務等）」（平均1.2回）である。

図3-6 過去1年以内の国内日帰り旅行における平均回数

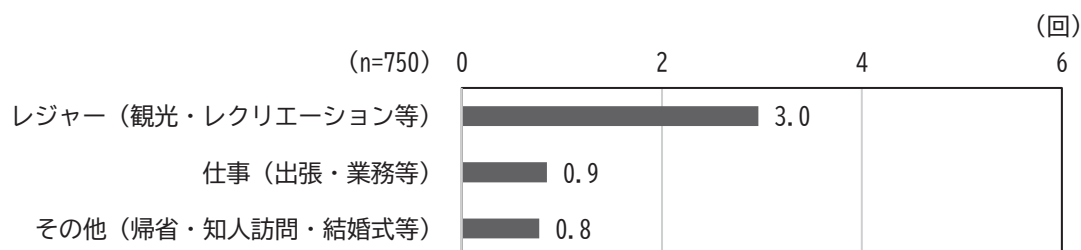


図3-7 過去1年以内の国内宿泊旅行における平均回数

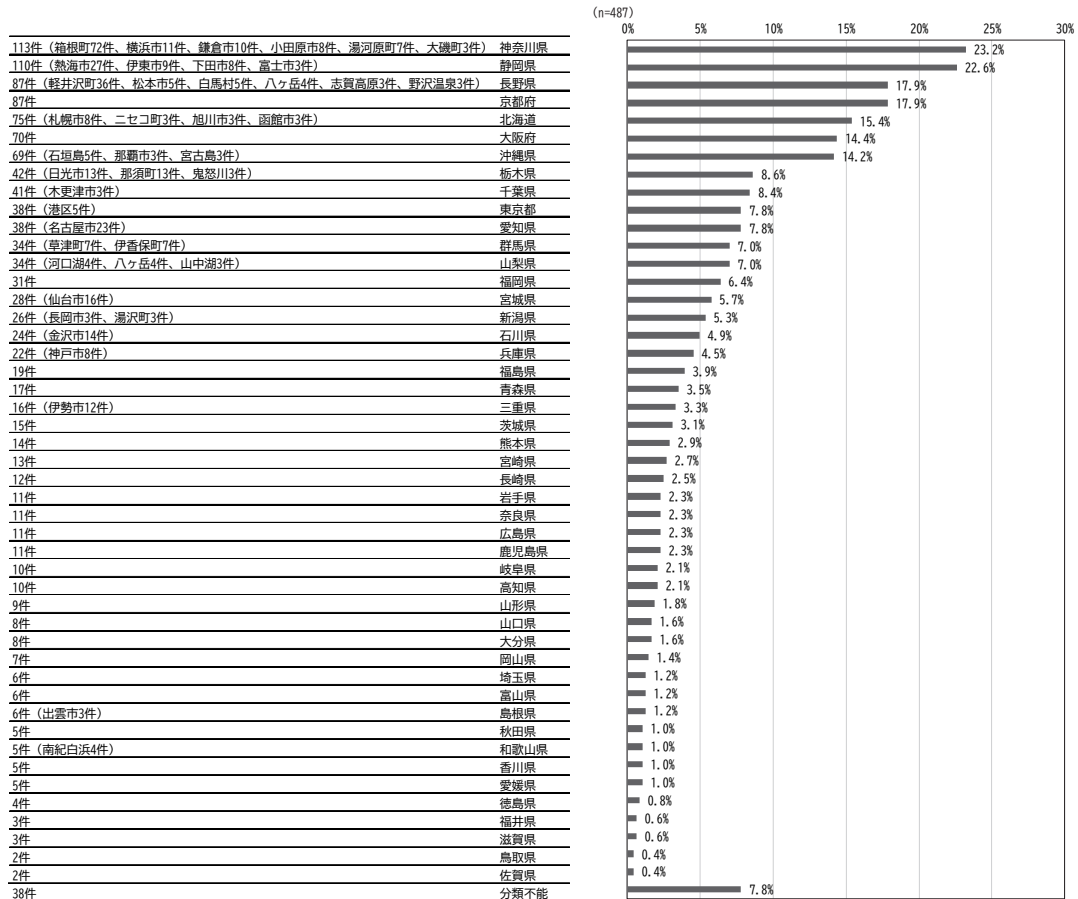


問2 過去1年以内の宿泊旅行の旅行先はどこですか。(自由記入)

【過去1年以内の国内宿泊旅行における旅行先】

「神奈川県」(23.2%)が最も高く、次いで「静岡県」(22.6%)、「長野県」、「京都府」(各17.9%)である。

図3-8 過去1年以内の国内宿泊旅行における旅行先



注1) 具体的な訪問先は回答数が3件以上の場合に掲載している。

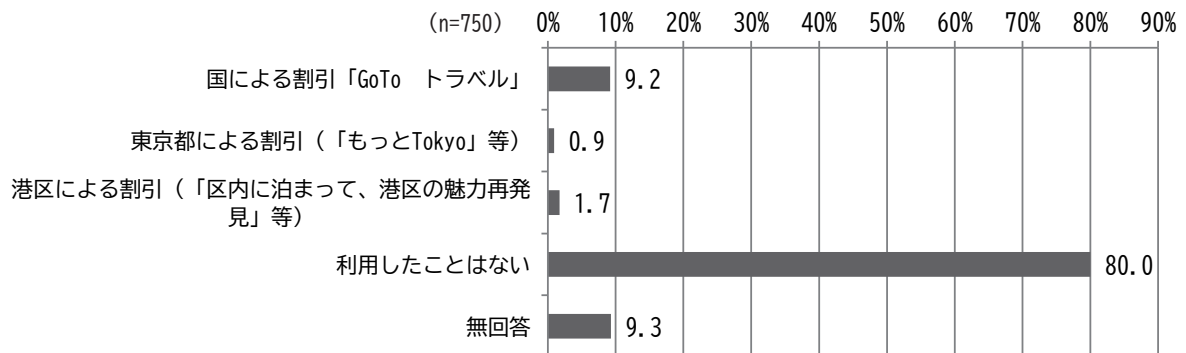
注2) 「分類不能」は都道府県が特定できない回答(例:ホテル名、地方名等)が該当する。

問3 あなたが一番最近に行った国内旅行（1回分）についてお伺いします。国や東京都、港区による旅行割引支援制度を利用したことはありますか。（あてはまるもの全てに○）

【旅行割引支援制度の利用経験】

「利用したことはない」（80.0%）が最も高く、次いで「国による割引」（9.2%）、「港区による割引」（1.7%）である。

図3－9 旅行割引支援制度の利用経験



イ 港区内へのお出かけ（観光目的）について

問4 あなたが過去1年以内（令和3年9月～令和4年8月）に、観光目的で港区内へお出かけした回数を、日帰りと宿泊、それぞれお答えください。

【過去1年以内の港区内へのお出かけ回数（日帰り／宿泊）】

日帰りは、全体で平均3.1回である。

年代別で見ると、「20歳代」（4.5回）と最も多く、次いで「30歳代」（3.9回）である。

宿泊は、全体で平均0.2回である。

年代別で見ると、「40歳代」（0.4回）が最も多く、次いで「20歳代」（0.3回）である。

図3－10 過去1年以内の港区内へのお出かけ平均回数（日帰り）

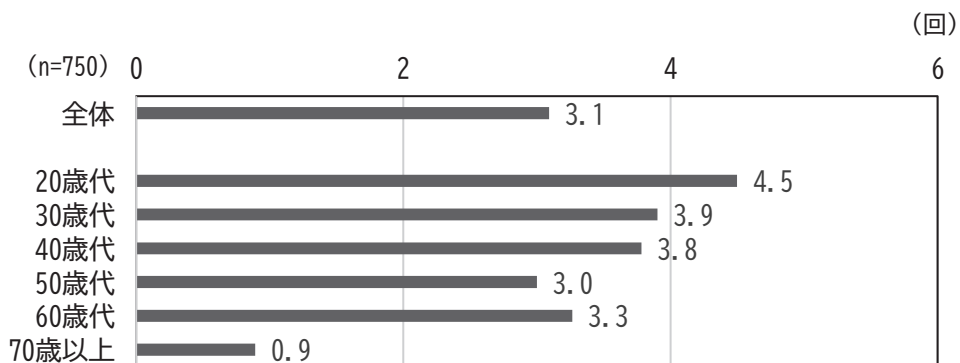
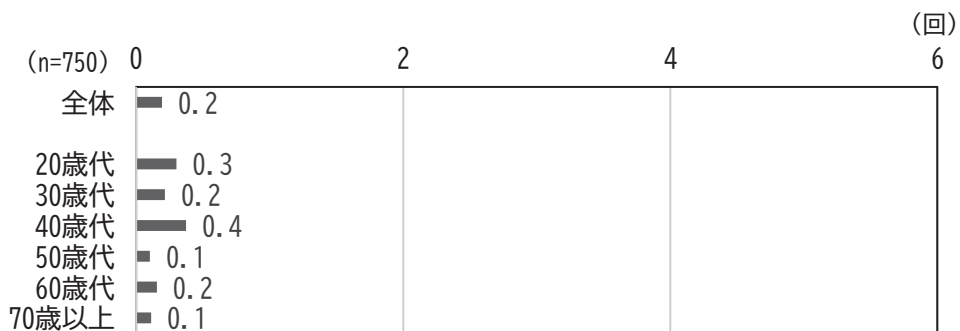


図3－11 過去1年以内の港区内へのお出かけ平均回数（宿泊）



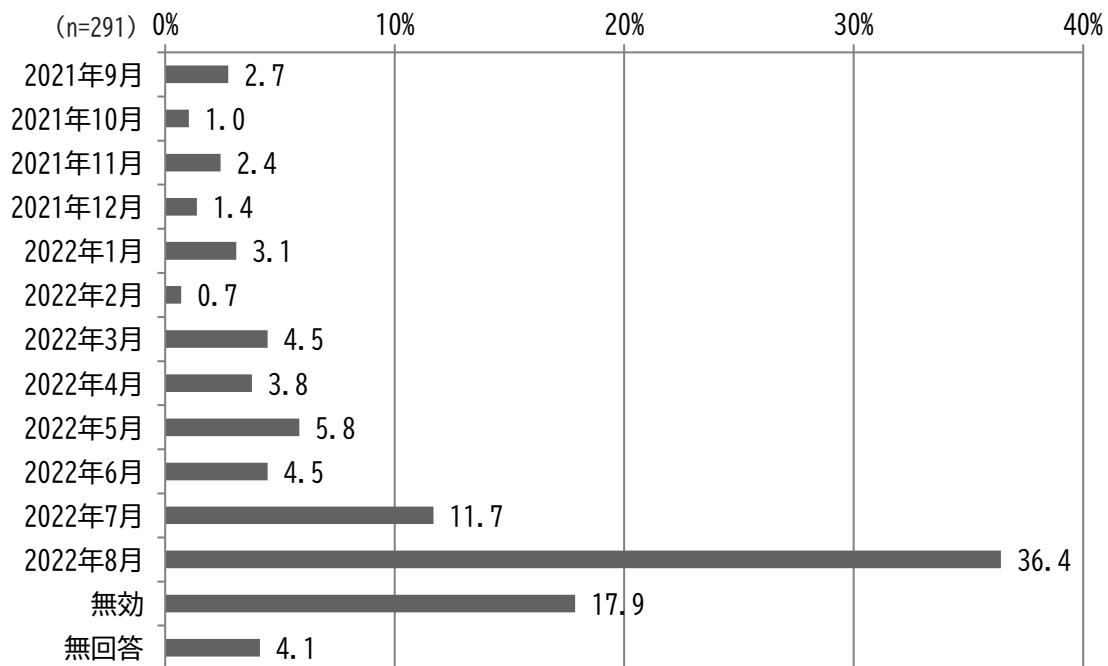
※以下、過去1年以内の港区内へのお出かけ（観光目的）について、直近（一番最近）のものについてお答えください。

問5 時期はいつですか。

【港区内へのお出かけ時期】

港区内へのお出かけ時期は、「2022年8月」（36.4%）が3割半ばと最も高く、次いで「2022年7月」（11.7%）である。

図3-12 港区内へのお出かけ時期



注1) 問4で日帰り／宿泊、いずれか1回以上、回答した者(n=291)を対象に集計した。

注2) 上記以外の年・月を回答した場合は「無効(n=52)」として集計した。なお、無効のうち、7割超 (n=37) は2022年9月以降の来訪である。

問6 お出かけ時の同行者をお答えください。(最もあてはまるもの1つに○)

【お出かけ時の同行者】

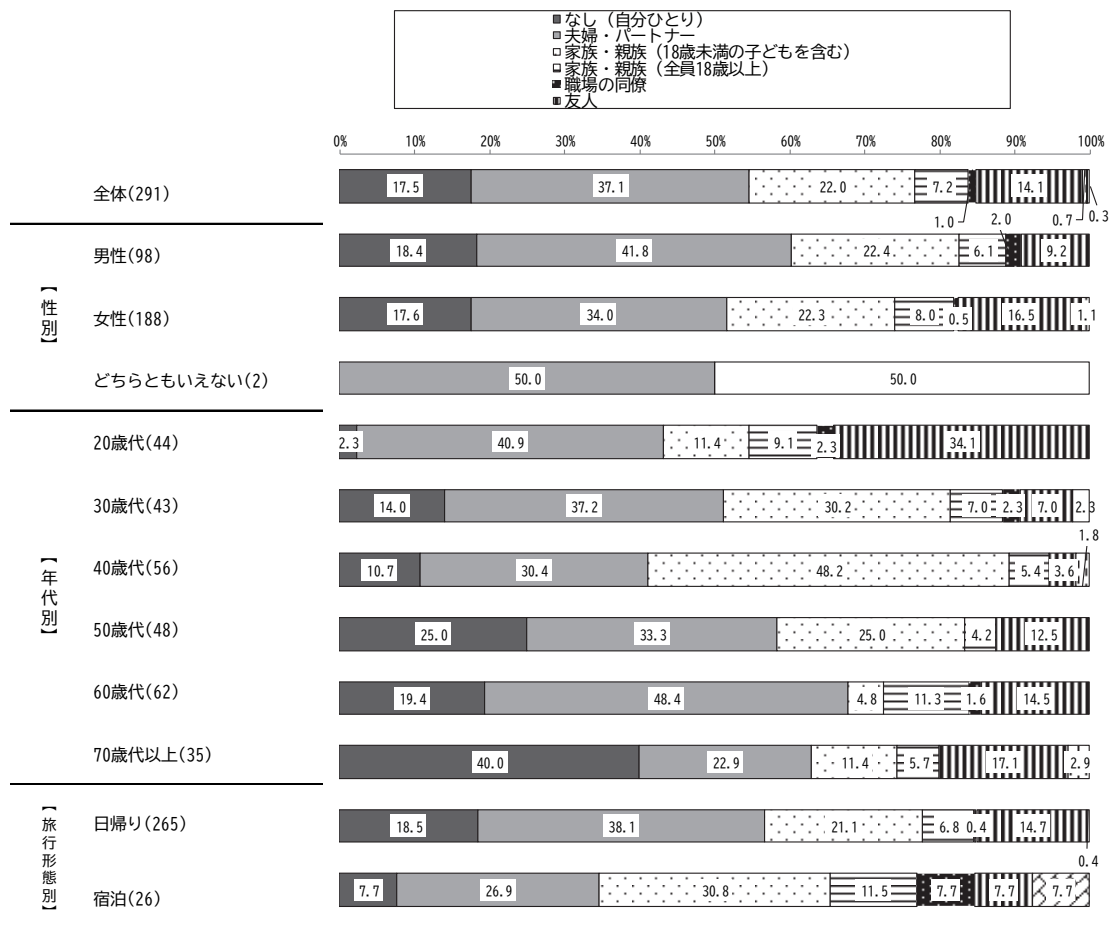
全体では、「夫婦・パートナー」(37.1%)が4割近くで最も高く、次いで「家族・親族(18歳未満の子どもを含む)」(22.0%)である。

性別で見ると、男女ともに「夫婦・パートナー」(41.8%、34.0%)が最も高い。

年代別で見ると、「夫婦・パートナー」が最も高いのは「60歳代」(48.4%)、「20歳代」(40.9%)、「30歳代」(37.2%)、「50歳代」(33.3%)、「40歳代」(30.4%)である。「家族・親族(18歳未満の子どもを含む)」は「40歳代」(48.2%)、「なし(自分ひとり)」は「70歳代以上」(40.0%)がそれぞれ最も高い。

旅行形態別で見ると、「日帰り」は「夫婦・パートナー」(38.1%)が、「宿泊」は「家族・親族」(30.8%)がそれぞれ最も高い。

図3-13 お出かけ時の同行者



注1) 属性(性別・年代別・旅行形態別)ごとに「無回答」を除外しているため、カッコ内の数値を足し上げても、全体(n=291)と一致しない場合がある(以降、同様)。

問7 お出かけ時の主な目的をお答えください。（最もあてはまるもの1つに○）

【お出かけ時の主目的】

全体では、「買い物・飲食」（36.8%）が4割近くで最も高く、次いで「文化財鑑賞」（16.8%）である。

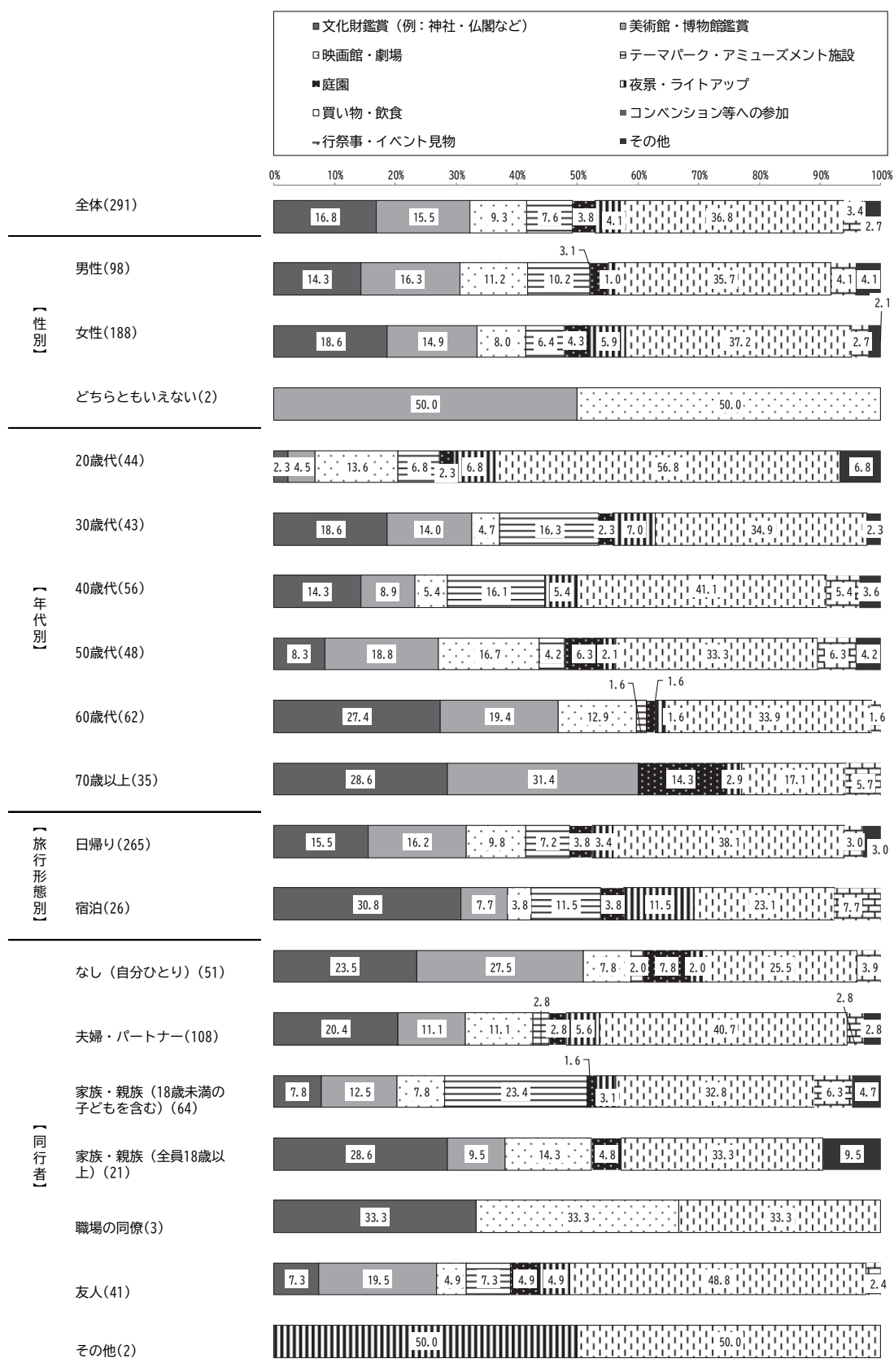
性別で見ると、男女ともに「買い物・飲食」（35.7%、37.2%）が最も高い。

年代別で見ると、「70歳代」以外は「買い物・飲食」が最も高く、特に「20歳代」は6割近い。「70歳代」は「美術館・博物館鑑賞」（31.4%）が最も高く、次いで「文化財鑑賞」（28.6%）である。

旅行形態別で見ると、「日帰り」は「買い物・飲食」（38.1%）が、「宿泊」は「文化財鑑賞」（30.8%）がそれぞれ最も高い。

同行者別で見ると、「なし（自分ひとり）」は「美術館・博物館鑑賞」（27.5%）が3割近く、「夫婦・パートナー」は「買い物・飲食」（40.7%）が約4割、「家族・親族（18歳未満の子どもを含む）」は「買い物・飲食」（32.8%）が3割を超え、「友人」は「買い物・飲食」（48.8%）が5割近くと、それぞれ最も高い。

図3-14 お出かけ時の主目的



注1) 本設問では「無回答」がなかったため、図中の凡例では省略。

問8 (1) 来訪時に訪れたスポットを時間帯（日中<午後6時まで>・夜間<午後6時以降>）別にそれぞれお答えください。

【港区内の訪問スポット】

（神社・仏閣・史跡）

全体のうち、日中では、「増上寺」（45.0%）が4割半ばと最も高く、次いで「愛宕神社」（22.0%）である。夜間では、「増上寺」（7.2%）が1割近くと最も高い。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「増上寺」（44.9%）が4割半ばと最も高く、次いで「愛宕神社」（21.1%）である。夜間でみると、日中と比べて全体的に割合が低いものの、「日帰り」は「増上寺」（7.2%）が1割近くで最も高い。

図3-15 訪問スポット（神社・仏閣・史跡、日中）

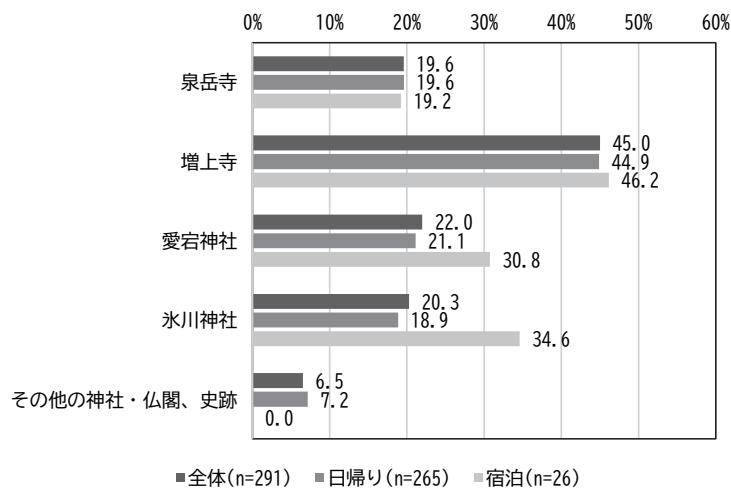
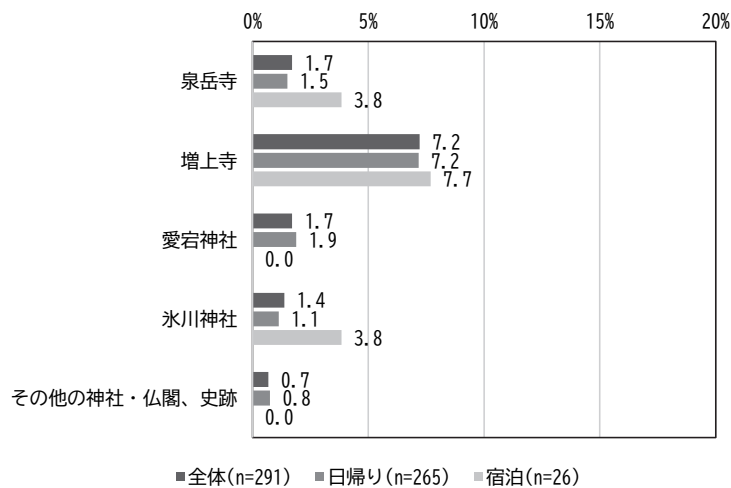


図3-16 訪問スポット（神社・仏閣・史跡、夜間）



(建物・商業施設)

全体のうち、日中では、「六本木ヒルズ」(56.0%)が5割半ばと最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(55.0%)である。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「六本木ヒルズ」(32.0%)が最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(27.5%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「六本木ヒルズ」(57.7%)が6割近くと最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(55.8%)である。夜間でみると、「日帰り」は「六本木ヒルズ」(33.2%)が3割を超えて最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(27.9%)である。

図3-17 訪問スポット (建物・商業施設、日中)

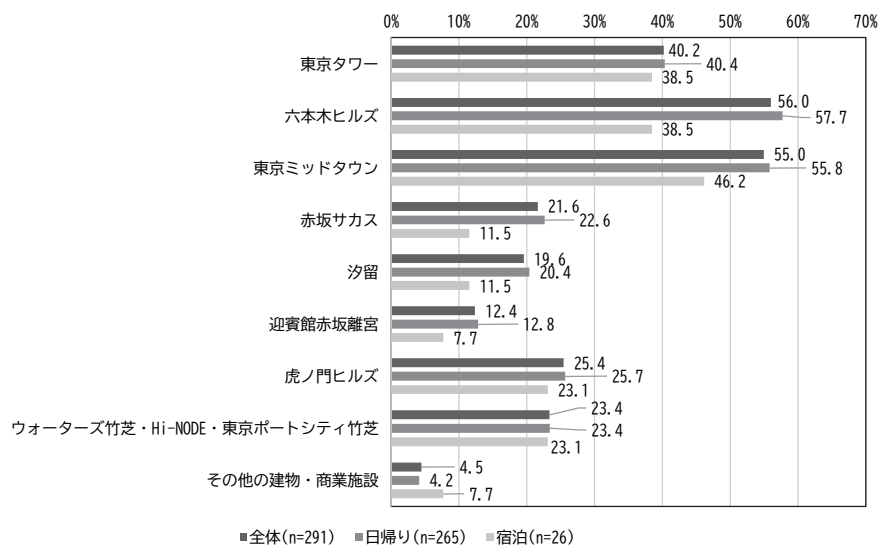
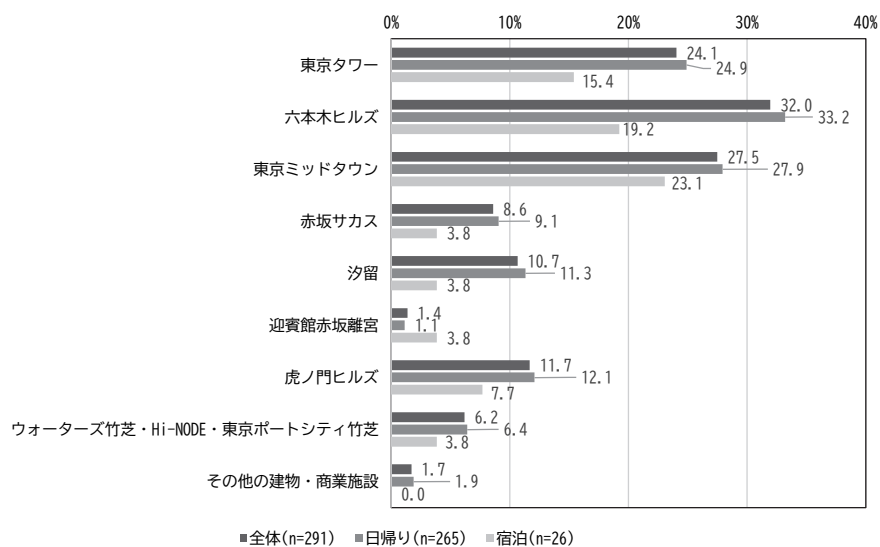


図3-18 訪問スポット (建物・商業施設、夜間)

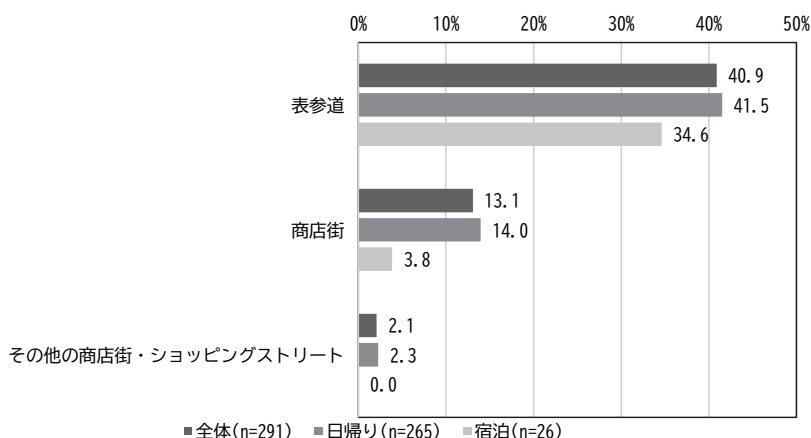


(商店街等)

全体のうち、日中では「表参道」(40.9%)が約4割と最も高く、次いで「商店街」(13.1%)が1割を超えている。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「表参道」(20.3%)が最も高く、次いで「商店街」(7.2%)である。

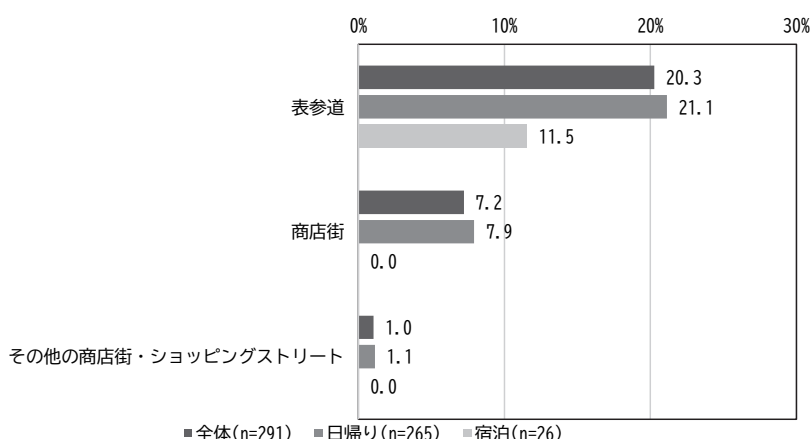
旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「表参道」(41.5%)が4割を超えて最も高く、次いで「商店街」(14.0%)である。夜間でみると、「日帰り」は「表参道」(21.1%)が2割を超えて最も高い。

図3-19 訪問スポット(商店街等、日中)



(注1) 「商店街」(n=38)のうち、具体的な商店街の内訳(回答数が3件以上)は「麻布十番商店街(n=28)」、「芝商店会(n=3)」である。

図3-20 訪問スポット(商店街等、夜間)



(注1) 「商店街」(n=21)のうち、具体的な商店街の内訳(回答数が3件以上)は「麻布十番商店街(n=18)」、「芝商店会(n=3)」である。

(公園・庭園・緑地等)

全体のうち、日中では「芝公園」(40.2%)が4割と最も高く、次いで「有栖川宮記念公園」(37.8%)が4割近い。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「お台場海浜公園」(11.3%)が最も高く、次いで「芝公園」、「新橋S L広場」(各10.3%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「芝公園」(41.1%)が4割を超えて最も高く、次いで「有栖川宮記念公園」(38.9%)である。夜間でみると、「日帰り」は「お台場海浜公園」(12.1%)が1割を超えて最も高く、次いで「新橋S L広場」(11.3%)である。

図3-21 訪問スポット (公園・庭園・緑地等、日中)

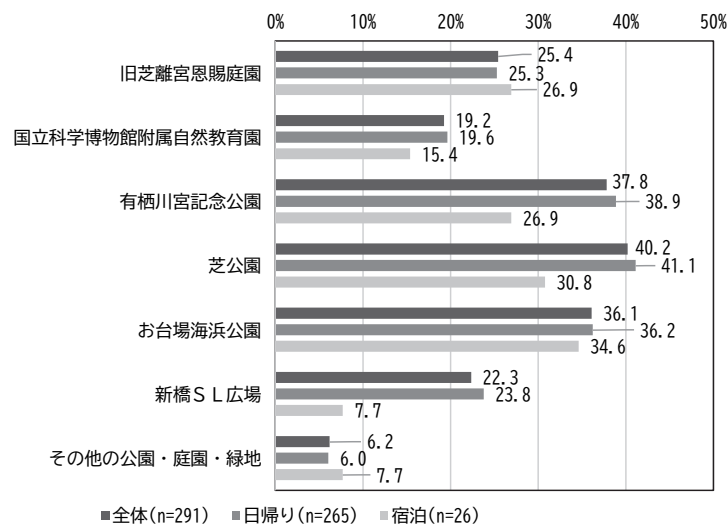
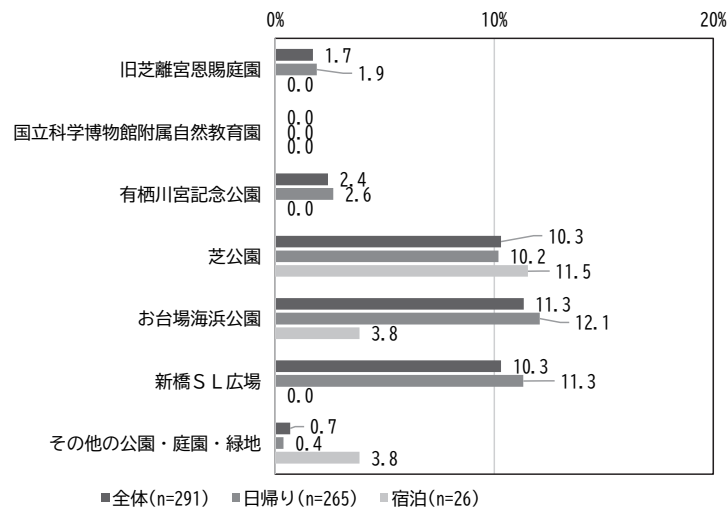


図3-22 訪問スポット (公園・庭園・緑地等、夜間)



(散歩道・景観スポット)

全体のうち、日中では「神宮外苑」(39.5%)が4割と最も高く、次いで「レインボーブリッジ」(30.9%)が約3割である。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「レインボーブリッジ」(20.6%)が最も高く、次いで「神宮外苑」(9.3%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「神宮外苑」(39.6%)が4割と最も高く、次いで「レインボーブリッジ」(30.2%)である。夜間でみると、「日帰り」は「レインボーブリッジ」(20.8%)が約2割と最も高く、次いで「神宮外苑」(9.8%)である。

図3-23 訪問スポット(散歩道・景観スポット、日中)

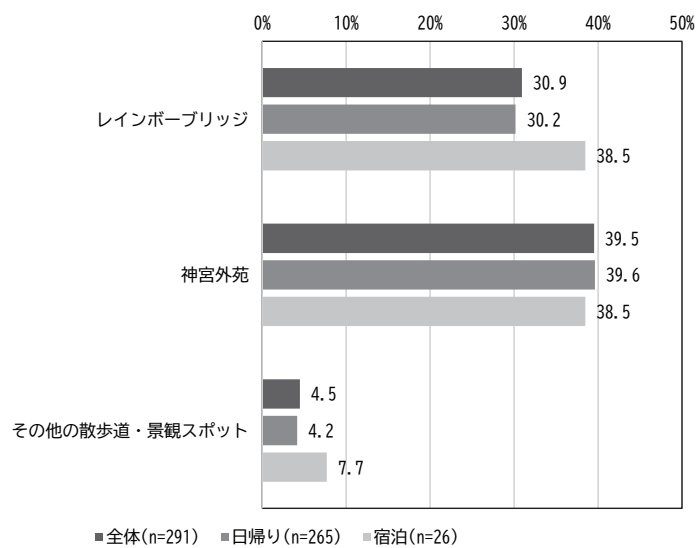
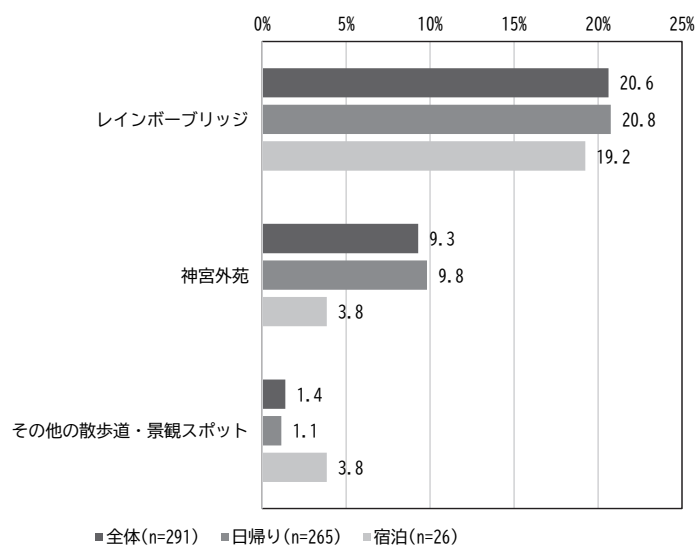


図3-24 訪問スポット(散歩道・景観スポット、夜間)



(映画館・劇場・アミューズメント施設)

全体のうち、日中では「アクアシティお台場」(35.1%)が3割半ばと最も高く、次いで「デックス東京ビーチ(東京ジョイポリス等)」(23.4%)が2割を超えている。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「アクアシティお台場」(15.5%)が最も高く、次いで「デックス東京ビーチ(東京ジョイポリス等)」(9.6%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「アクアシティお台場」(35.1%)が3割半ばと最も高く、次いで「デックス東京ビーチ(東京ジョイポリス等)」(23.8%)である。夜間でみると、「日帰り」は「アクアシティお台場」(16.2%)が1割半ばで最も高く、次いで「デックス東京ビーチ(東京ジョイポリス等)」(10.6%)である。

図3-25 訪問スポット(映画館・劇場・アミューズメント施設、日中)

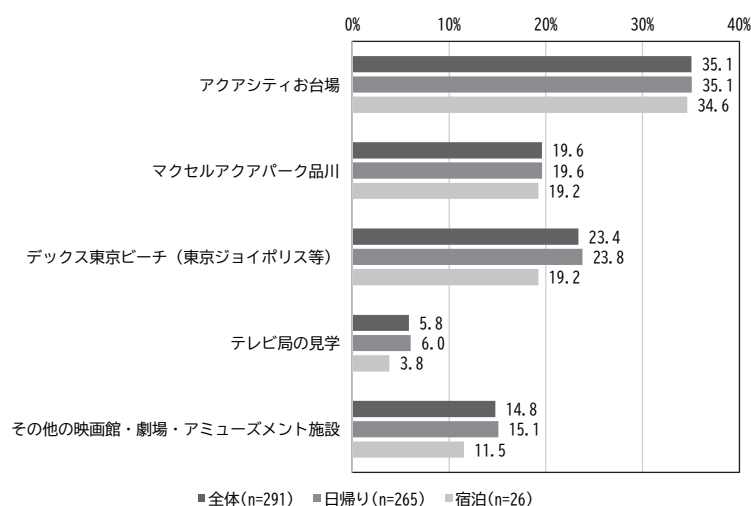
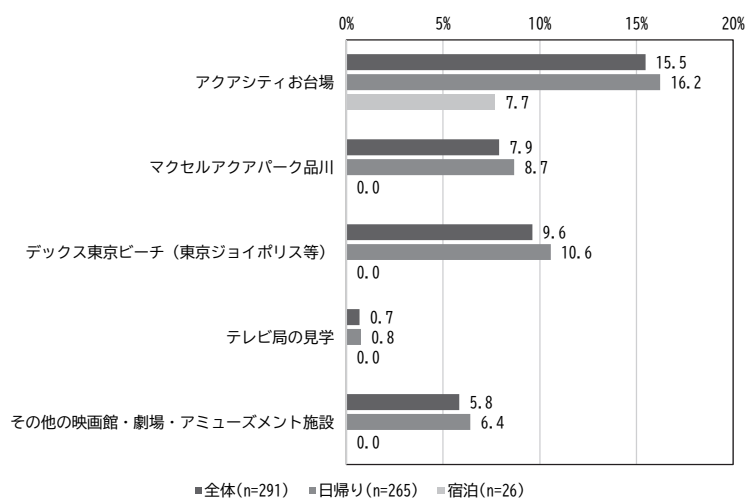


図3-26 訪問スポット(映画館・劇場・アミューズメント施設、夜間)



(美術館・資料館)

全体のうち、日中では「国立新美術館」(31.6%)が3割を超えて最も高く、次いで「東京都庭園美術館」(22.0%)が2割を超えている。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「国立新美術館」(4.5%)が最も高く、次いで「森美術館」(3.4%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「国立新美術館」(32.1%)が3割を超えて最も高く、次いで「森美術館」(21.5%)である。夜間でみると、「日帰り」は「国立新美術館」(4.5%)が最も高く、次いで「森美術館」(3.8%)である。

図3-27 訪問スポット (美術館・資料館、日中)

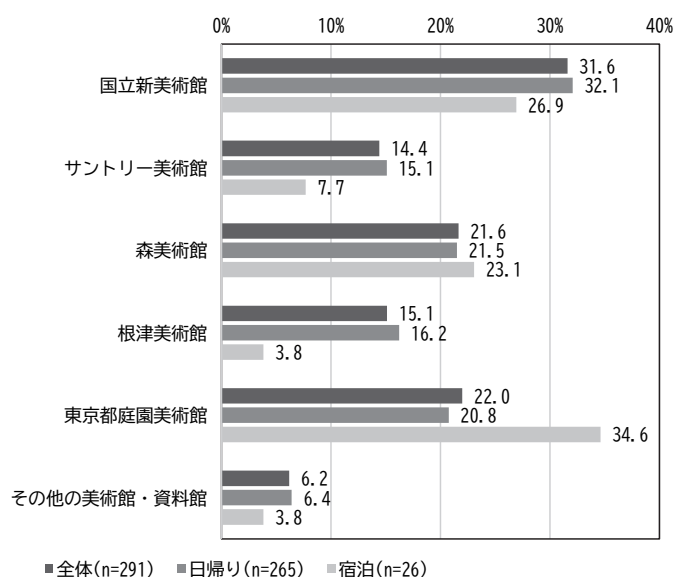
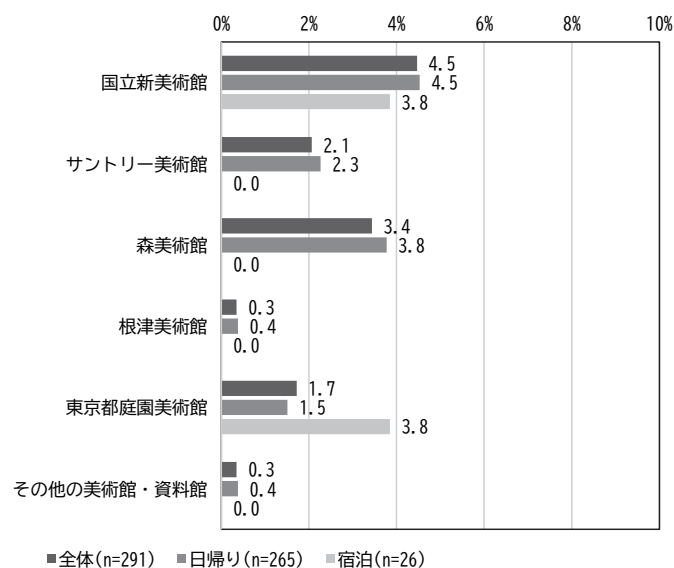


図3-28 訪問スポット (美術館・資料館、夜間)



(乗り物)

全体のうち、日中では「ゆりかもめ」(31.6%)が3割を超えて最も高く、次いで「水上バス」(15.5%)が1割半ばである。夜間では、日中と比べて割合は低いものの、「ゆりかもめ」(13.4%)が最も高く、次いで「屋形船・クルーズ」(8.2%)である。

旅行形態別のうち、日中でみると、「日帰り」は「ゆりかもめ」(31.7%)が3割を超えて最も高く、次いで「水上バス」(15.1%)である。夜間でみると、「日帰り」は「ゆりかもめ」(13.6%)が1割を超えて最も高く、次いで「屋形船・クルーズ」(7.9%)である。

図3-29 訪問スポット (乗り物、日中)

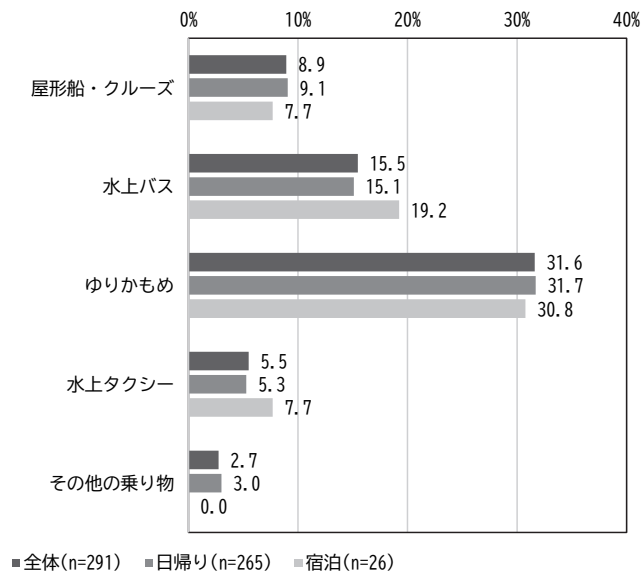
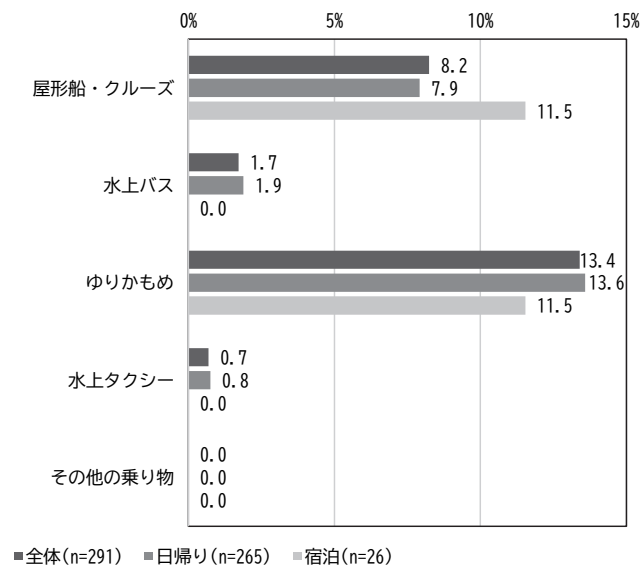


図3-30 訪問スポット (乗り物、夜間)



問8（2） ご自身の興味があるスポット、ご家族や友人・知人に薦めたいスポットをそれぞれお答えください。

【港区内のスポット】

（神社・仏閣・史跡）

興味があるスポットについて、全体では、「増上寺」（27.8%）が3割近くと最も高く、次いで「愛宕神社」（18.2%）が2割近い。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「増上寺」（28.7%）が最も高く、次いで「愛宕神社」（18.9%）である。

薦めたいスポットについて、全体では、「増上寺」（32.3%）が3割を超えて最も高く、次いで「愛宕神社」（19.2%）と約2割である。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「増上寺」（32.8%）が最も高く、次いで「愛宕神社」（19.2%）である。

図3-31 興味があるスポット（神社・仏閣・史跡）

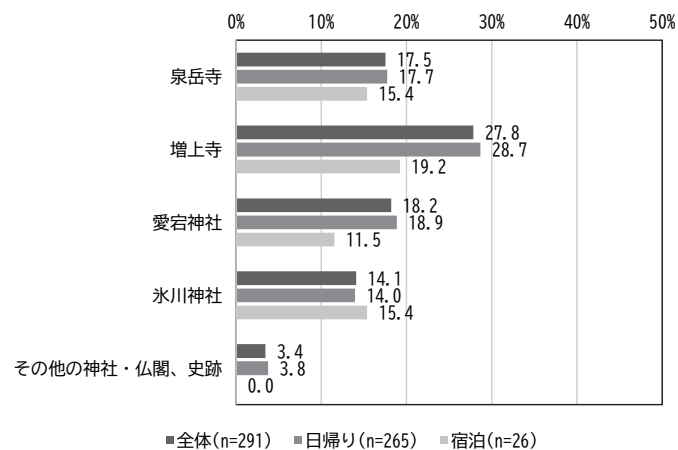
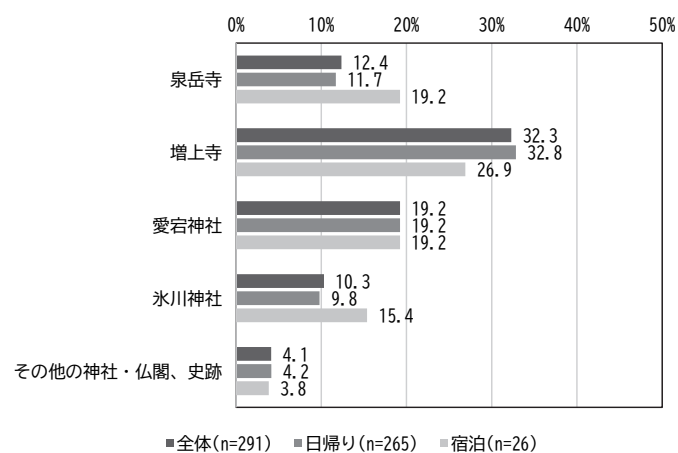


図3-32 薦めたいスポット（神社・仏閣・史跡）



(建物・商業施設)

興味があるスポットについて、全体では、「東京ミッドタウン」(26.5%)が3割近くと最も高く、次いで「迎賓館赤坂離宮」(23.0%)が2割を超えている。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「東京ミッドタウン」(27.5%)が最も高く、次いで「六本木ヒルズ」(23.4%)である。

薦めたいスポットについて、全体では、「東京タワー」(37.1%)が4割近くと最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(31.3%)が3割を超えている。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「東京タワー」(37.7%)が最も高く、次いで「東京ミッドタウン」(31.3%)である。

図3-33 興味があるスポット (建物・商業施設)

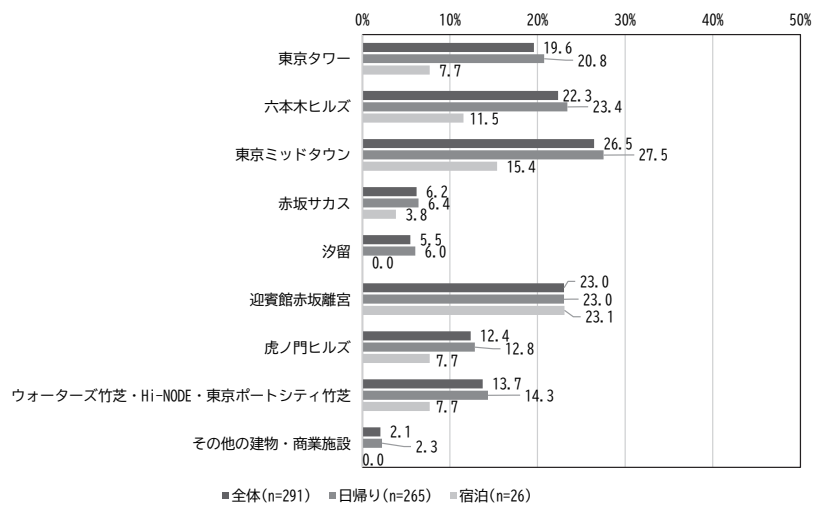
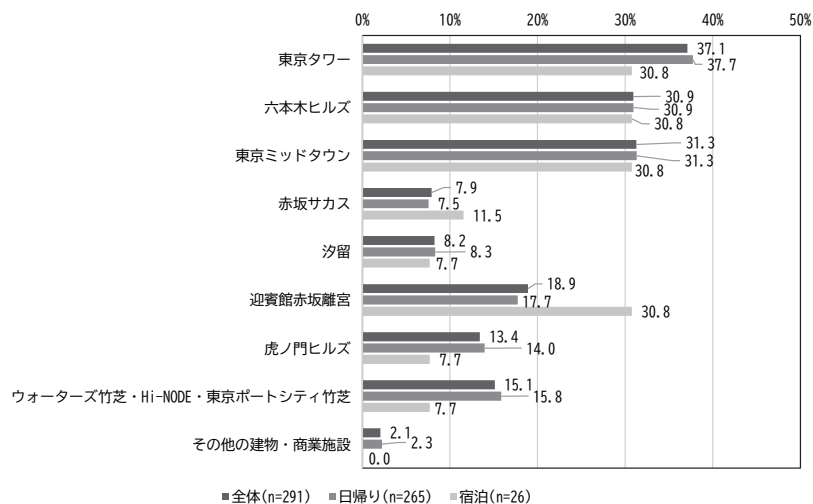


図3-34 薦めたいスポット (建物・商業施設)

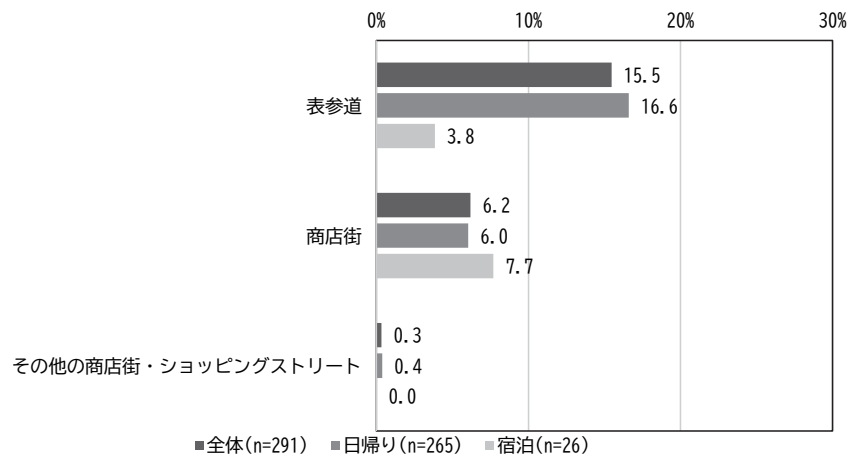


(商店街等)

興味があるスポットについて、全体では、「表参道」(15.5%)が1割半ばと最も高い。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「表参道」(16.6%)が最も高い。

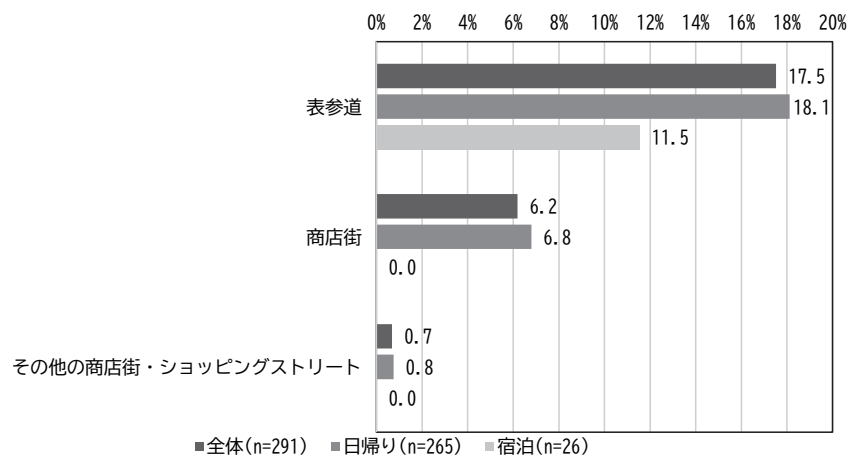
薦めたいスポットについて、全体では、「表参道」(17.5%)が2割近くと最も高い。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「表参道」(18.1%)が最も高い。

図3-35 興味があるスポット (商店街等)



(注1)「商店街」(n=16)のうち、具体的な商店街の内訳(回答数が3件以上)は「麻布十番商店街」(n=15)」である。※薦めたいスポットも同様。

図3-36 薦めたいスポット (商店街等)



(公園・庭園・緑地等)

興味があるスポットについて、全体では、「国立科学博物館附属自然教育園」(21.6%)が2割を超えて最も高く、次いで「旧芝離宮恩賜庭園」(20.3%)が2割である。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「国立科学博物館附属自然教育園」(22.3%)が最も高く、次いで「旧芝離宮恩賜庭園」(20.0%)である。

薦めたいスポットについて、全体では、「芝公園」(22.3%)が2割を超えて最も高く、次いで「有栖川宮記念公園」(20.3%)が2割である。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「芝公園」(23.4%)が最も高く、次いで「有栖川宮記念公園」(20.4%)である。

図3-37 興味があるスポット (公園・庭園・緑地等)

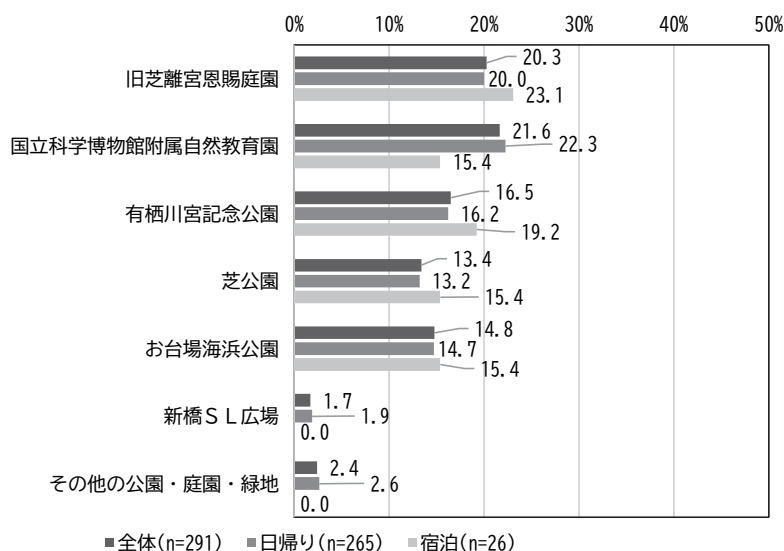
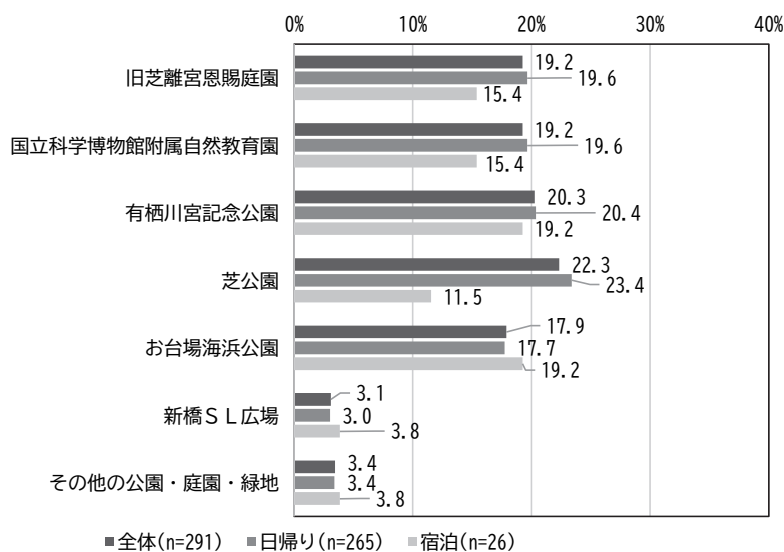


図3-38 薦めたいスポット (公園・庭園・緑地等)



(散歩道・景観スポット)

興味があるスポットについて、全体では、「神宮外苑」(17.2%)が2割近くと最も高い。旅行形態別でみると、「日帰り」も「神宮外苑」(17.4%)が最も高い。

薦めたいスポットについて、全体では、「神宮外苑」(24.1%)が2割半ばと最も高い。旅行形態別でみると、「日帰り」は「レインボーブリッジ」(23.8%)が最も高い。

図3-39 興味があるスポット(散歩道・景観スポット)

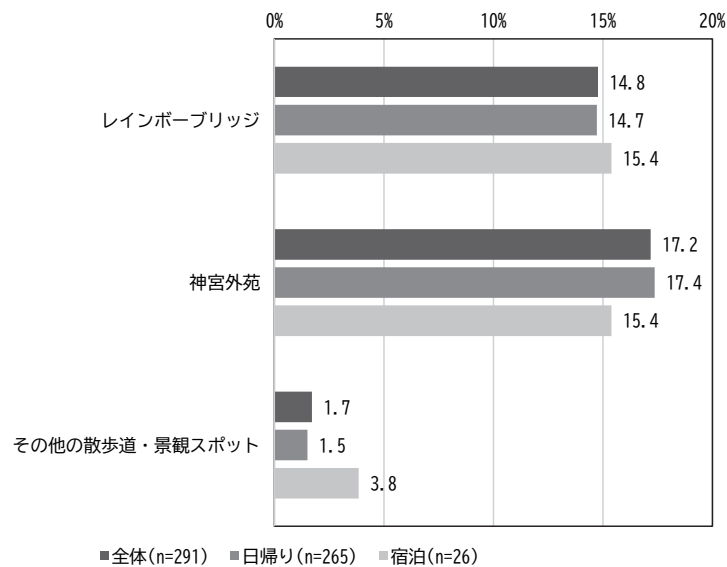
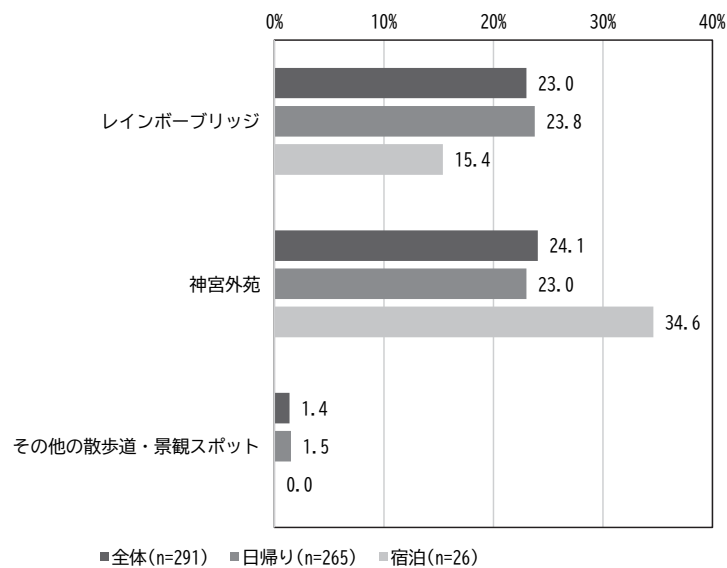


図3-40 薦めたいスポット(散歩道・景観スポット)



(映画館・劇場・アミューズメント施設)

興味があるスポットについて、全体では、「マクセルアクアパーク品川」(9.6%)が1割と最も高く、次いで「アクアシティお台場」(8.6%)である。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「マクセルアクアパーク品川」(10.2%)と最も高く、次いで「アクアシティお台場」、「テレビ局の見学」(各8.7%)である。

薦めたいスポットについて、全体では、「マクセルアクアパーク品川」(13.4%)が1割を超えて最も高く、次いで「アクアシティお台場」(11.0%)が1割を超えている。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「マクセルアクアパーク品川」(12.8%)が最も高く、次いで「アクアシティお台場」(11.3%)である。

図3-4-1 興味があるスポット (映画館・劇場・アミューズメント施設)

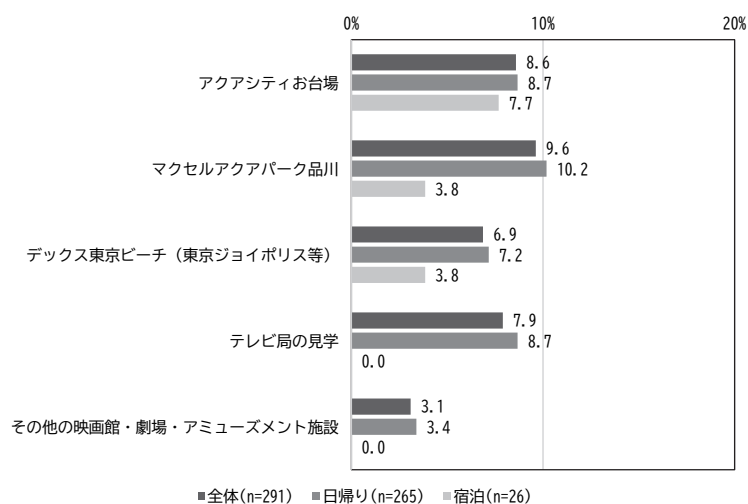
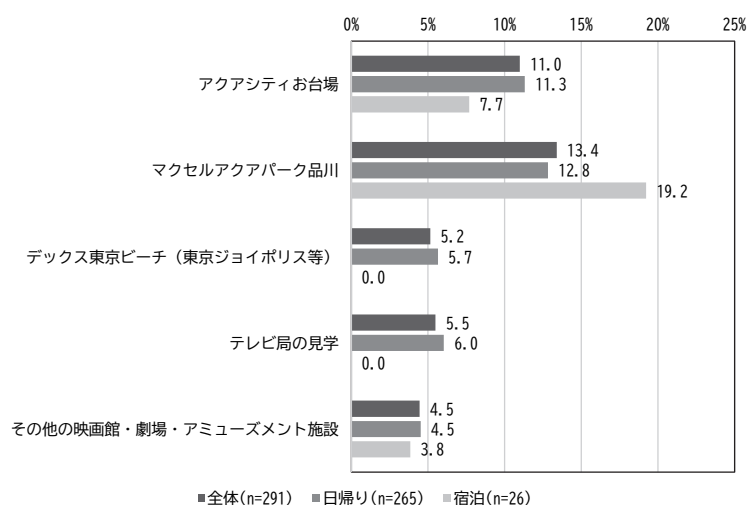


図3-4-2 薦めたいスポット (映画館・劇場・アミューズメント施設)



(美術館・資料館)

興味があるスポットについて、全体では、「国立新美術館」(31.3%)が3割を超えて最も高く、次いで「東京都庭園美術館」(26.8%)が3割近い。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「国立新美術館」(31.7%)が最も高く、次いで「東京都庭園美術館」(27.5%)である。

薦めたいスポットについて、全体では、「国立新美術館」(25.8%)が2割半ばと最も高く、次いで「東京都庭園美術館」(22.0%)が2割を超えている。旅行形態別で見ると、「日帰り」は「国立新美術館」(25.3%)が最も高く、次いで「東京都庭園美術館」(22.6%)である。

図3-43 興味があるスポット (美術館・資料館)

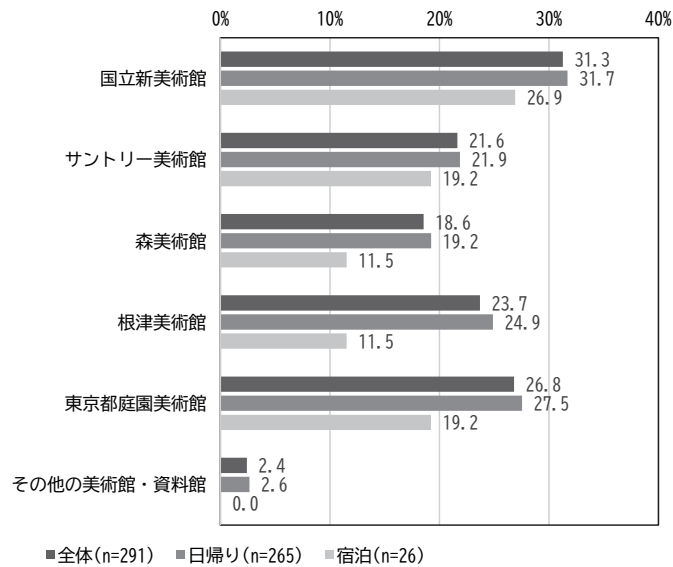
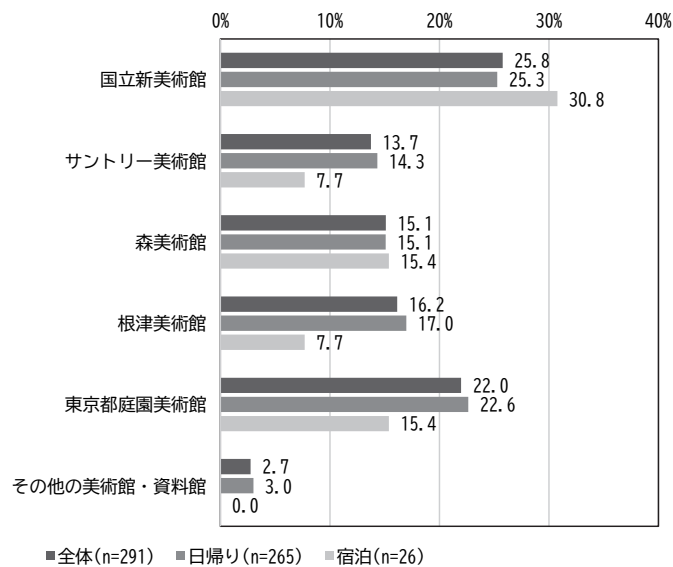


図3-44 薦めたいスポット (美術館・資料館)



(乗り物)

興味があるスポットについて、全体では、「屋形船・クルーズ」(21.6%)が2割を超えて最も高く、次いで「水上バス」(17.2%)が2割近い。旅行形態別でみると、「日帰り」は「屋形船・クルーズ」(20.0%)が最も高く、次いで「水上バス」(17.4%)である。

薦めたいスポットについて、全体では、「屋形船・クルーズ」(16.8%)が2割近くと最も高く、次いで「水上バス」(13.1%)が1割を超えている。旅行形態別でみると、「日帰り」は「屋形船・クルーズ」(15.8%)が最も高く、次いで「水上バス」(13.2%)である。

図3-45 興味があるスポット (乗り物)

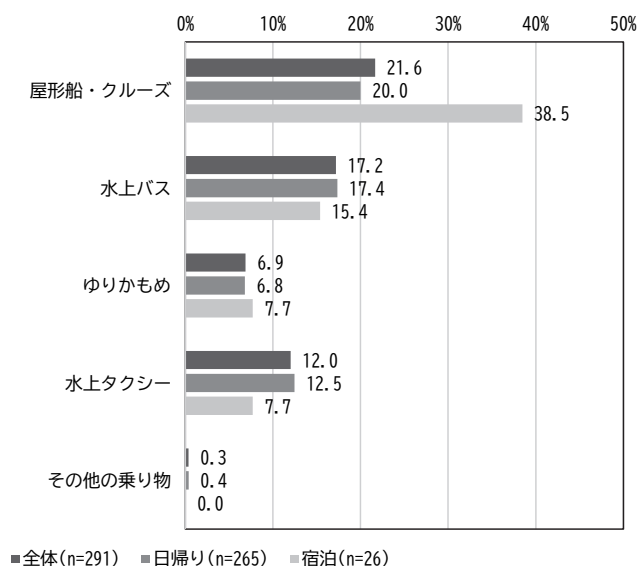
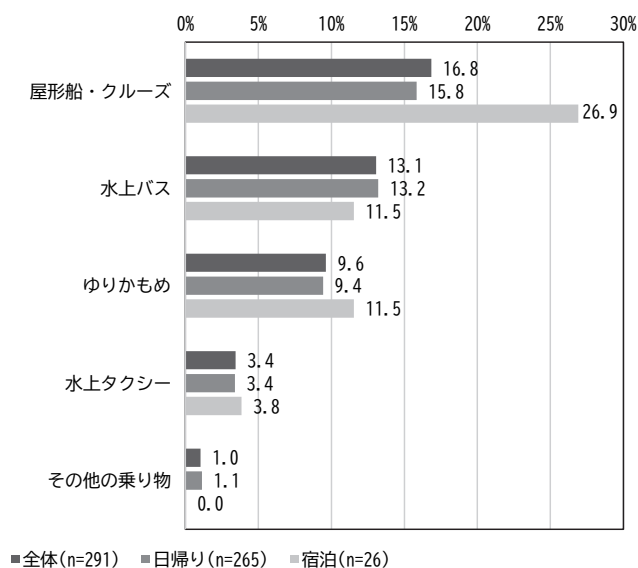


図3-46 薦めたいスポット (乗り物)



問9 港区内へのお出かけ中のそれぞれの費用（消費額）をお答えください。（概ね千円単位）

【港区での観光消費額】

観光消費額全体の合計金額は5,697千円、平均金額は21千円である。

使途別に全体の平均金額をみると、「宿泊費」（24千円）と最も高く、次いで「飲食費」（10千円）である。

観光消費額全体の平均金額において、性別でみると、「男性」が18千円、「女性」が22千円である。年代別でみると、「20歳代」、「30歳代」が25千円と最も高くなっている。

表3-1 港区での観光消費額

| 宿泊費 | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
|--------|-------|-------|----------|----------|
| 全体 | | 20 | 488 | 24 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 0 | 0 | 0 |
| | 宿泊 | 20 | 488 | 24 |
| 飲食費 | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
| 全体 | | 256 | 2,568 | 10 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 236 | 2,359 | 10 |
| | 宿泊 | 20 | 209 | 10 |
| 施設入場料 | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
| 全体 | | 215 | 536 | 2 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 203 | 508 | 3 |
| | 宿泊 | 12 | 28 | 2 |
| ショッピング | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
| 全体 | | 210 | 1,824 | 9 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 194 | 1,712 | 9 |
| | 宿泊 | 16 | 112 | 7 |
| 交通費 | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
| 全体 | | 231 | 281 | 1 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 213 | 261 | 1 |
| | 宿泊 | 18 | 20 | 1 |
| 観光消費額計 | | サンプル数 | 合計金額（千円） | 平均金額（千円） |
| 全体 | | 276 | 5,697 | 21 |
| 性別 | 男性 | 93 | 1,702 | 18 |
| | 女性 | 178 | 3,907 | 22 |
| 年代別 | 20歳代 | 42 | 1,050 | 25 |
| | 30歳代 | 40 | 986 | 25 |
| | 40歳代 | 54 | 1,071 | 20 |
| | 50歳代 | 45 | 880 | 20 |
| | 60歳代 | 61 | 1,325 | 22 |
| | 70歳以上 | 32 | 361 | 11 |
| 旅行形態別 | 日帰り | 251 | 4,840 | 19 |
| | 宿泊 | 25 | 857 | 34 |

(注1) 「(平均金額) ± 3 × (標準偏差)」にて算出した金額を上回る特異値を除外した上で、観光消費額を算出している。また、千円未満を四捨五入しているため、全体の値と費目の積み上げ値が一致しない場合がある。

【観光消費額の分布】

(日帰り)

全体では、「1万円未満」(41.4%)が4割を超えて最も高く、次いで「1万円～2万円未満」(30.7%)が約3割である。

年代別で見ると、「20歳代」は「5万円～10万円未満」(17.5%)の割合が他の世代よりも高い。

図3-47 観光消費額と分布(日帰り、年代別)

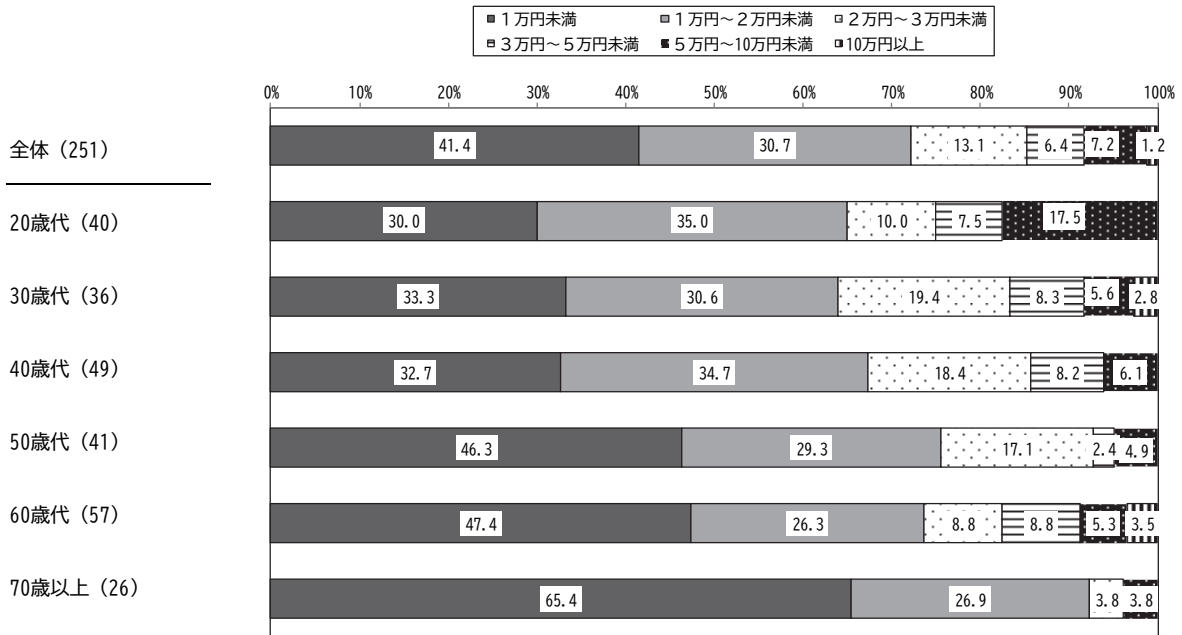
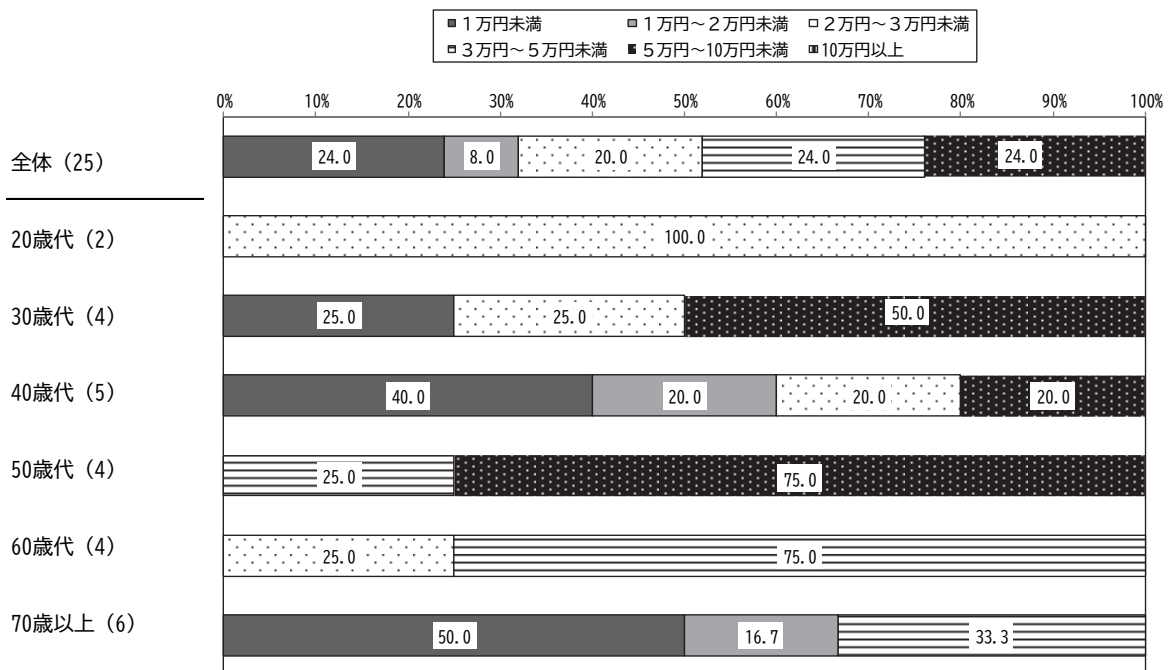


図3-48 観光消費額と分布(宿泊、年代別)

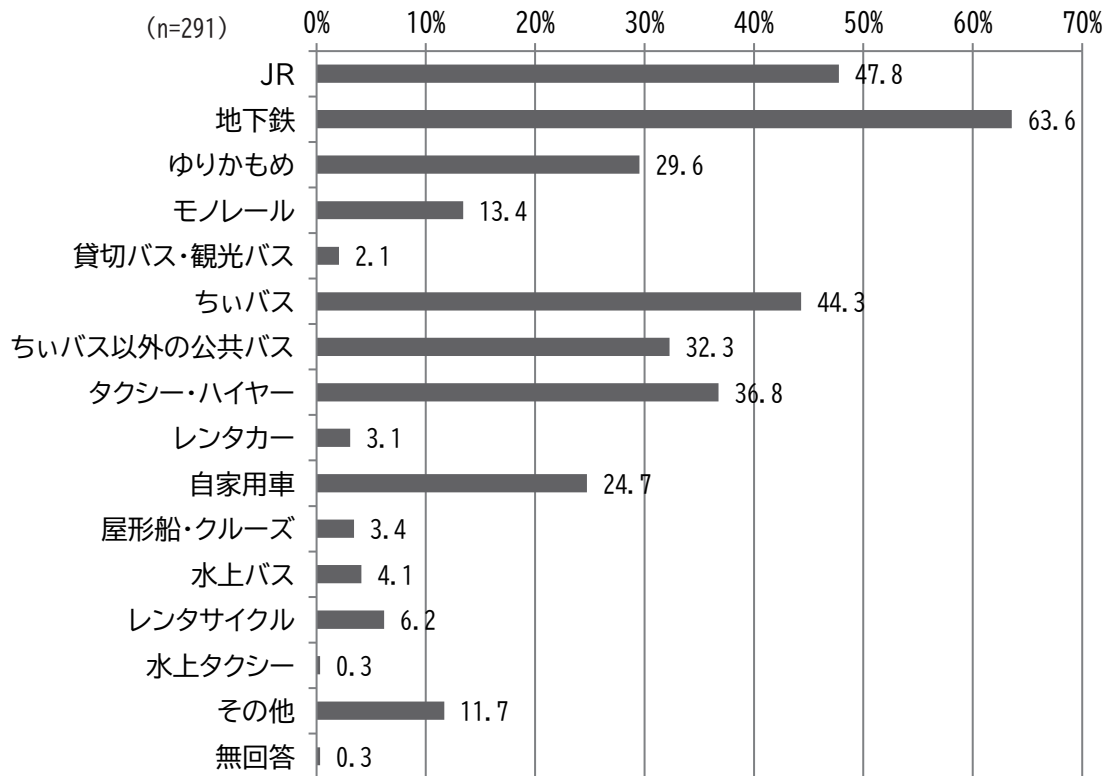


問10 港区内へのお出かけ中に利用された交通機関をお答えください。(あてはまるもの全てに○)

【港区内で利用した交通機関】

港区内で利用した交通機関は、「地下鉄」(63.6%)が6割を超えて最も高く、次いで「JR」(47.8%)、「ちいバス」(44.3%)である。

図3-49 港区内で利用した交通機関



ウ お出かけ（観光目的）の際に情報を入手する方法について

問 11 出発前には、港区内へお出かけする情報を得るために、次のどの情報源を利用しましたか。（あてはまるもの全てに○）

【出発前に参考にした情報源】

全体では、「その他インターネット」（43.0%）が4割を超えて最も高く、次いで「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」（27.1%）、「親族・知人」（21.3%）である。

性別で見ると、「女性」が「男性」よりも10ポイント以上高い情報源として、「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」が13.5ポイント差（女性31.9%、男性18.4%）である。

年代別で見ると、「その他インターネット」は「20歳代」を除いた全ての年代で最も高くなっている。「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」は「20歳代」（61.4%）が最も高い。また、全体では10番目の「動画サイト（YouTube等）」（8.2%）は、「20歳代」（27.3%）の利用が目立つ。

図3-50 出発前に参考にした情報源

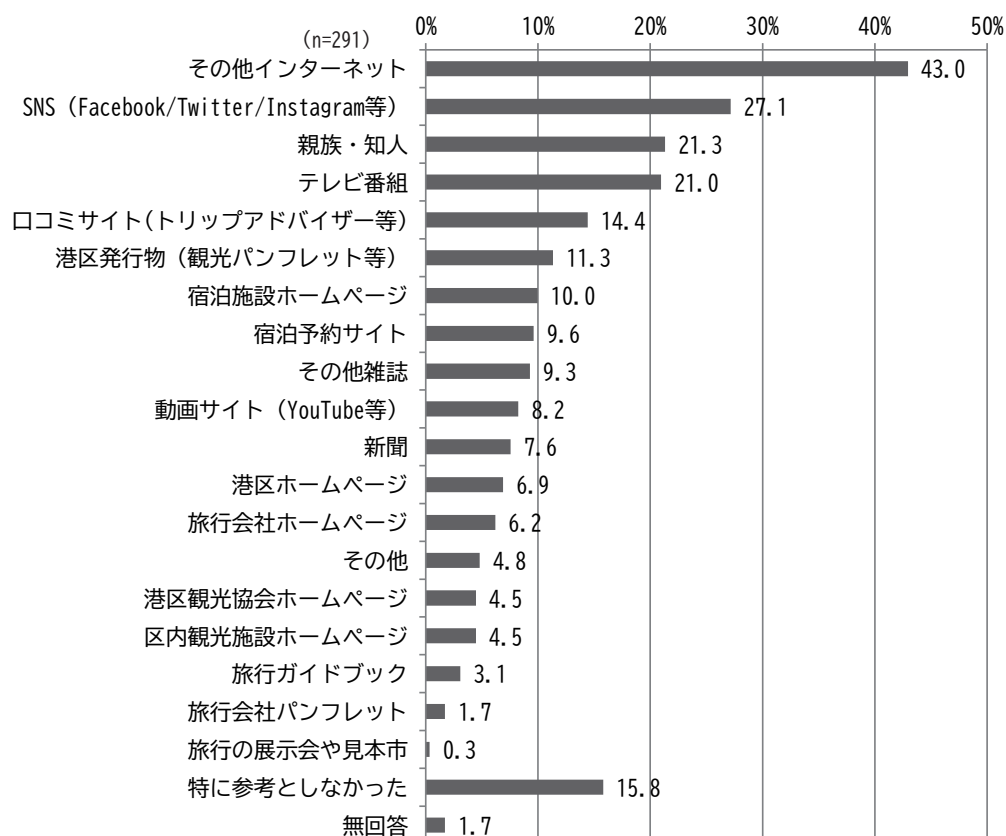
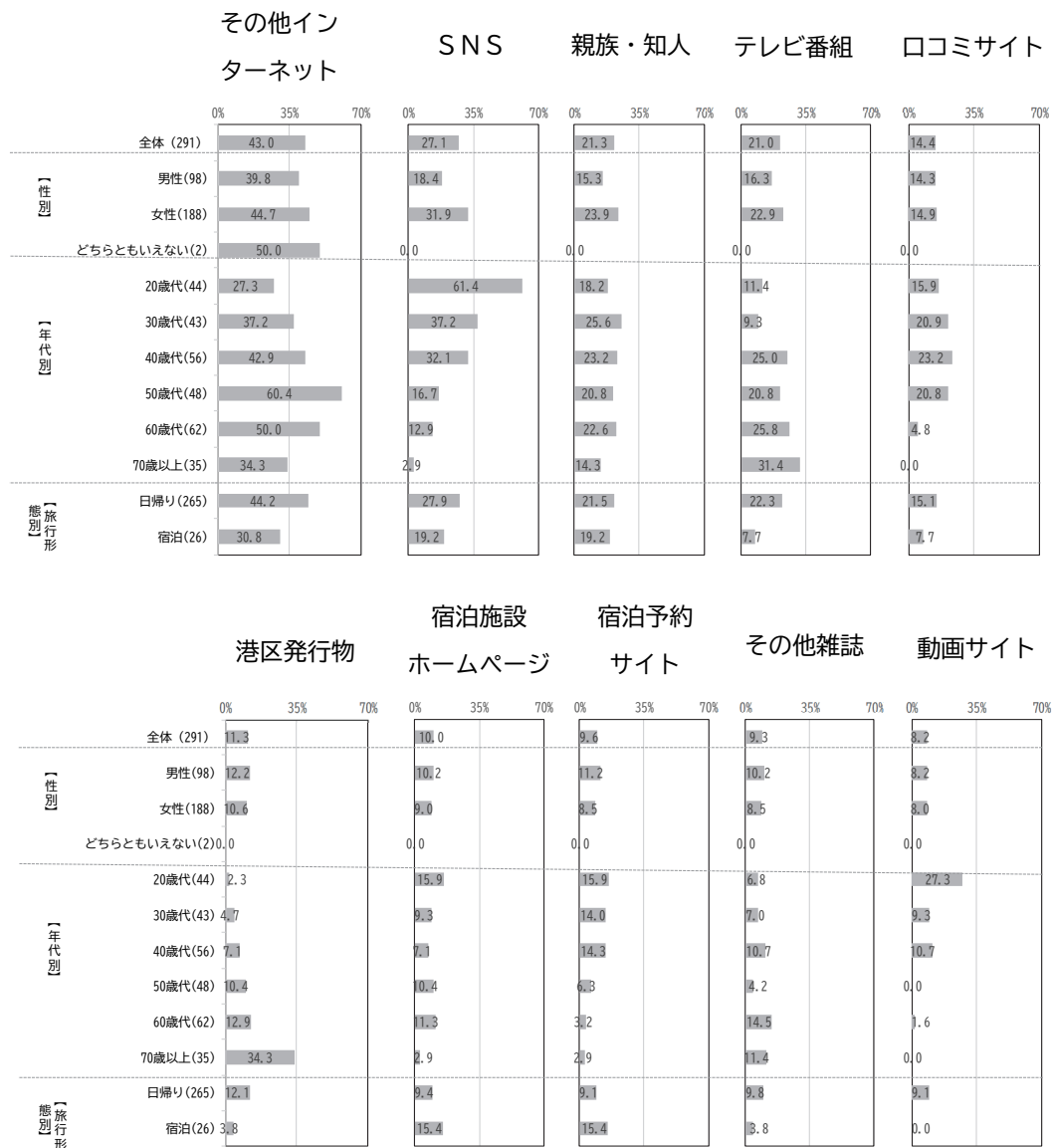


図3-51 出発前に参考にした情報源（上位10項目、性別・年代別・旅行形態別）



問12 港区内でのお出かけ中には、港区に関する情報を得るのに、次のどの情報源を利用しましたか。（あてはまるもの全てに○）

【お出かけ中に参考にした情報源】

全体では、「インターネット」（52.2%）が5割を超えて最も高く、次いで「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」（19.2%）、「観光施設のホームページ・アプリ」（15.5%）である。

性別で見ると、「女性」が「男性」よりも10ポイント以上高い情報源として、「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」が11.7ポイント差（女性24.7%、男性13.0%）である。

年代別で見ると、「インターネット」は「20歳代」を除いた全ての年代で最も高くなっている。「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」は「20歳代」（56.8%）が最も高い。

図3-52 お出かけ中に参考にした情報源

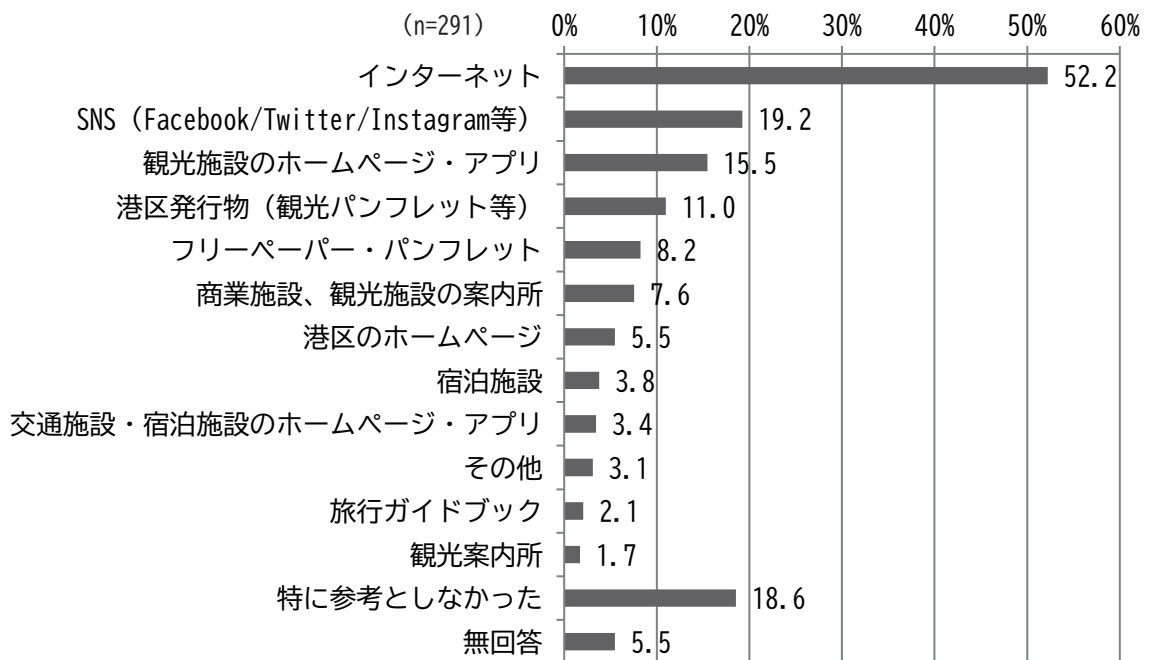
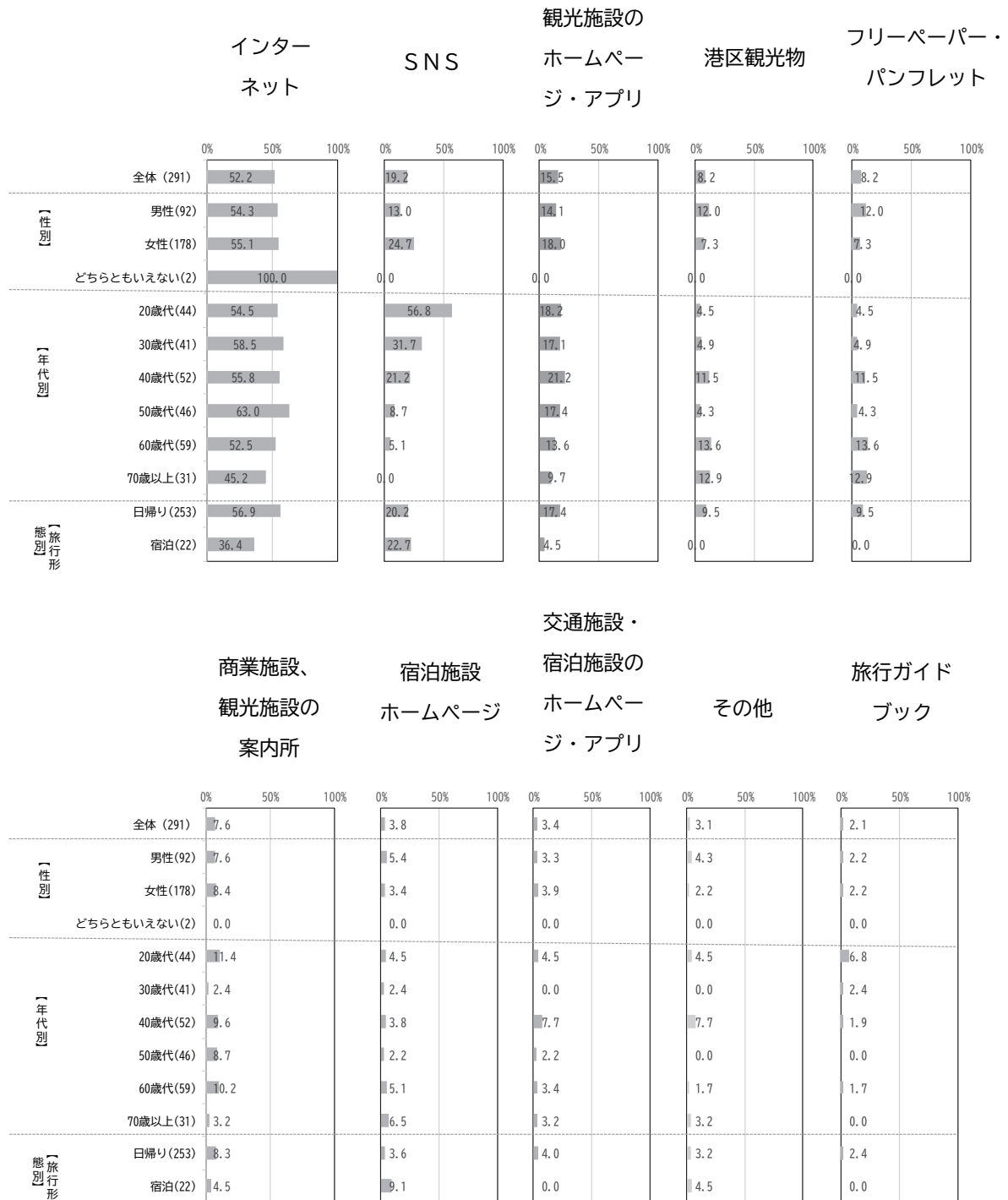


図3-53 お出かけ中に参考にした情報源（上位10項目、性別・年代別・旅行形態別）



問13 港区が提供する観光情報の内容に対する満足度はどれくらいですか。
(あてはまるもの1つに○)

※問11で「港区ホームページ」「港区観光協会ホームページ」「区内観光施設ホームページ」「港区発行物(観光パンフレット等)」、問12で「港区のホームページ」「港区発行物(観光パンフレット等)」のいずれかに回答した方が対象(n=69)。

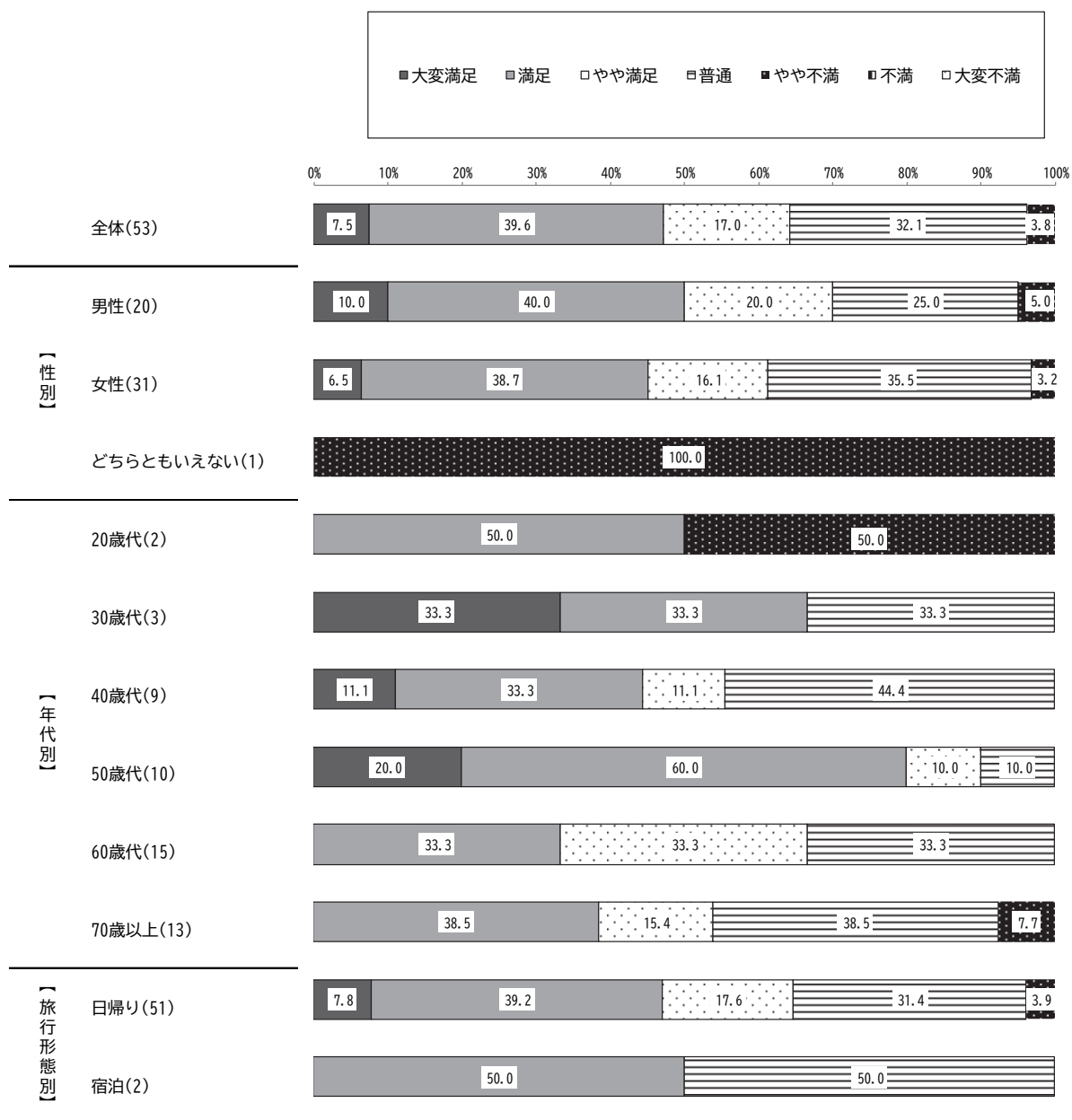
【観光情報の内容に対する満足度】

全体では、「満足」(39.6%)が4割と最も高く、次いで「普通」(32.1%)、「やや満足」(17.0%)である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』(64.1%)は6割半ばである。

性別でみると、「女性」は「満足」(38.7%)が4割近くと最も高く、次いで「普通」(35.5%)、「やや満足」(16.1%)である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』(61.3%)は6割を超える。

旅行形態別でみると、「日帰り」は「満足」(39.2%)が約4割と最も高く、次いで「普通」(31.4%)、「やや満足」(17.6%)である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』(64.6%)は6割半ばである。

図3-54 観光情報の内容に対する満足度



(注1) 回答対象者から「無回答」を除いて割合を算出している(例:「全体」の場合、無回答者(n=16)を除いた、n=53を総数としている)。以降の満足度を算出する設問は同様。

エ 港区観光の評価について

問 14 港区内へのお出かけの満足度はどれくらいですか。（あてはまるもの
1つに○）

問 14-1 具体的にどのような点が満足できましたか。ご自由にお答えくだ
さい。

問 14-2 具体的にどのような点が満足できませんでしたか。ご自由にお答
えください。

【港区観光の満足度】

全体では、「満足」（50.2%）が5割と最も高く、次いで「普通」（17.8%）、「大変満足」（16.4%）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（79.1%）は約8割である。

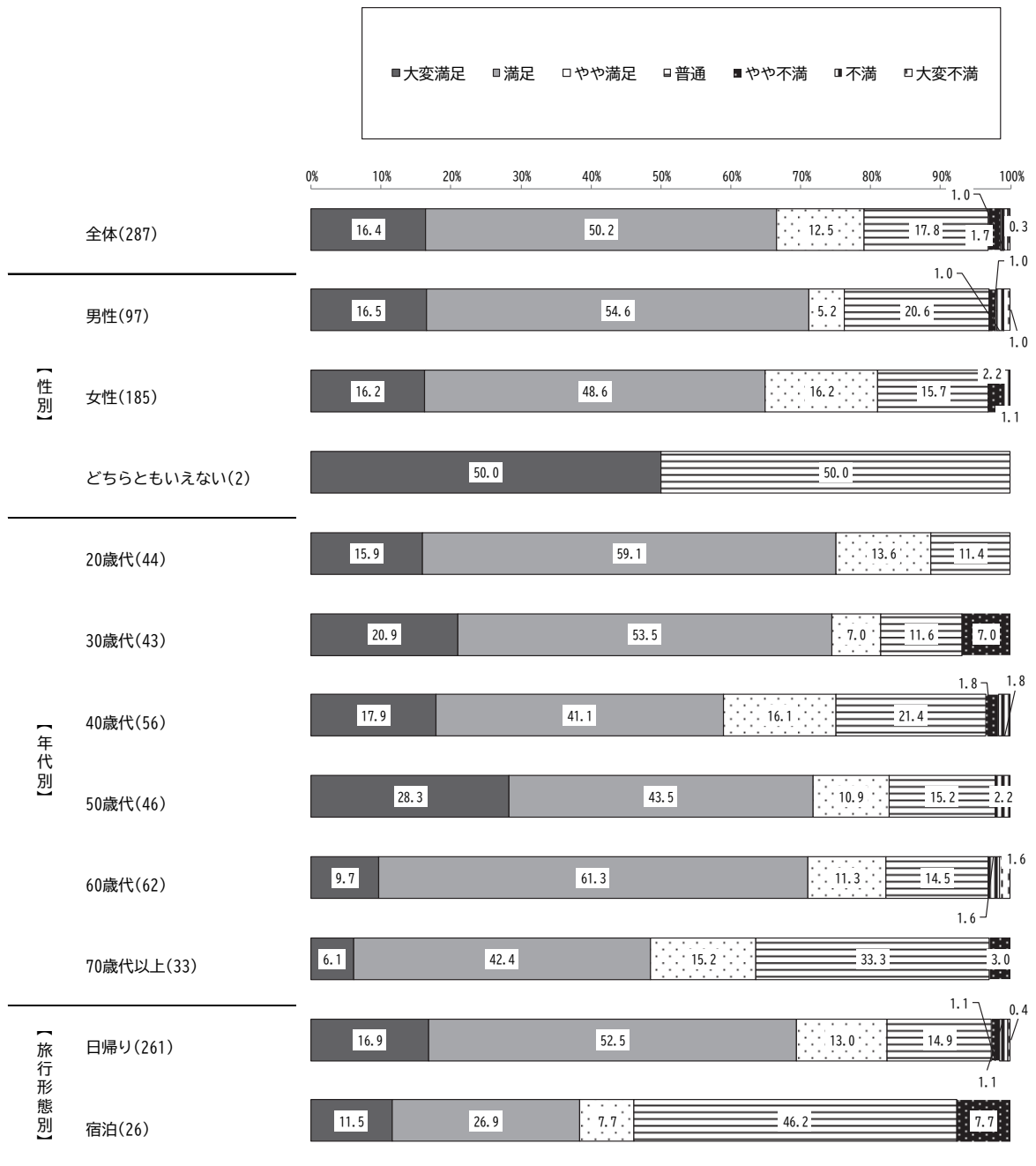
性別で見ると、「満足」が「男性」（54.6%）、「女性」（48.6%）とそれぞれ最も高くなっており、『満足』は「女性」（81.0%）が8割を超えている。

年代別で見ると、全ての年代においては「満足」が最も高くなっており、中でも「60歳代」（61.3%）、「20歳代」（59.1%）が目立つ。

旅行形態別で見ると、「日帰り」は「満足」（52.5%）が5割を超えて最も高い。

具体的に満足できた点は「観光関連施設が多く、きれいである」、「交通の便が良い」等、満足できなかった点は「駐車スペースが少なく、高い」、「人の多さ」等が挙げられている。

図3-55 港区観光の満足度

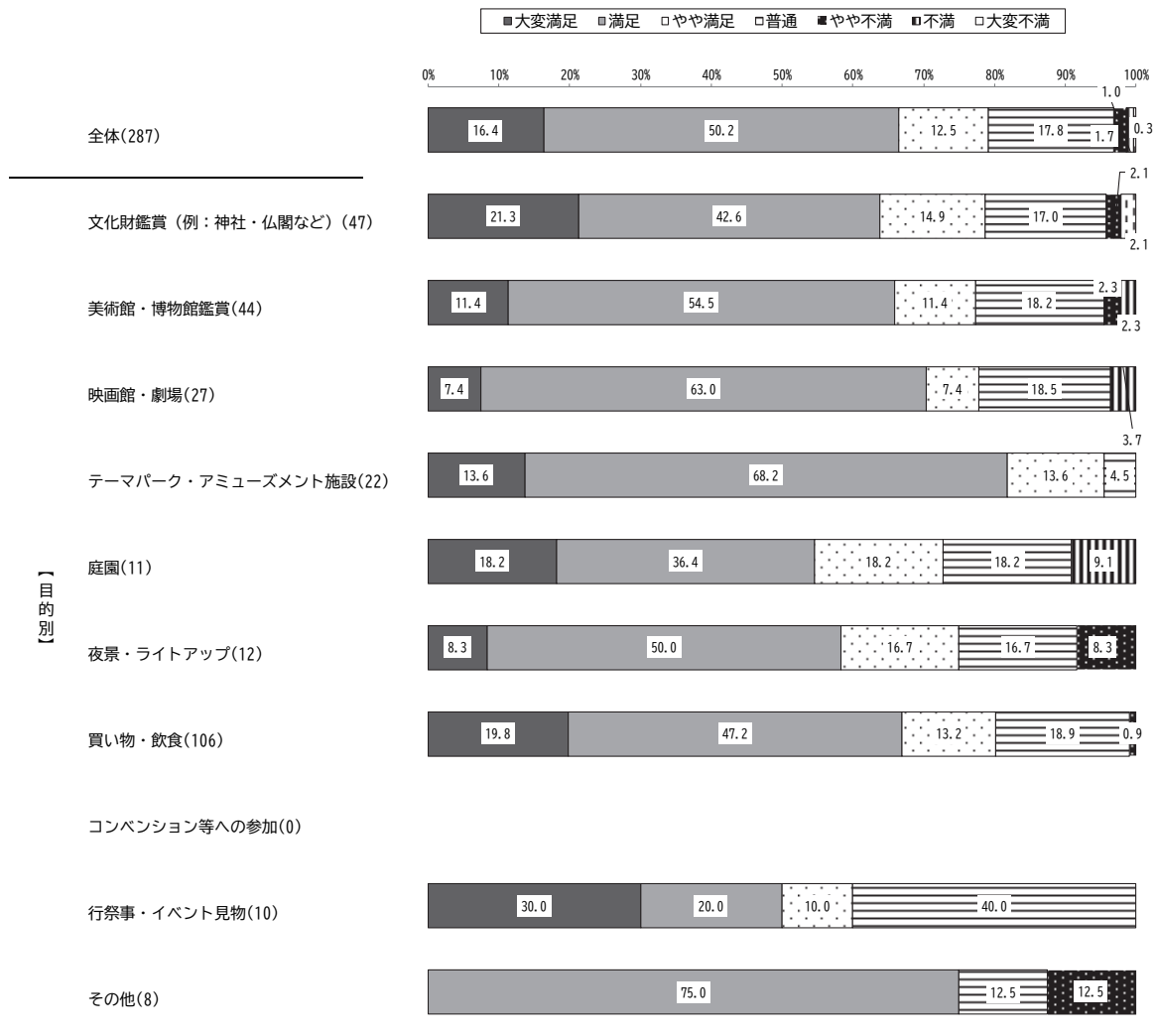


※「無回答」は除いて算出。

【港区観光の満足度＜お出かけ時の主目的別＞】

お出かけ時の主目的別でみると、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』は「買い物・飲食」（80.2%）が8割と最も高く、次いで「文化財鑑賞」（78.8%）である。

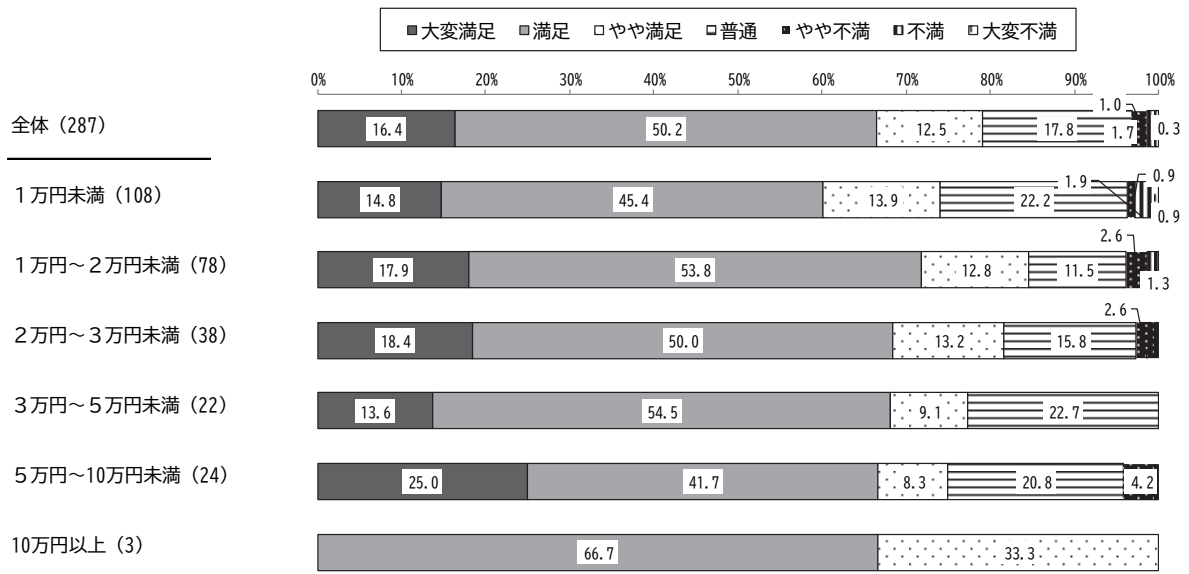
図3-56 港区観光の満足度＜お出かけ時の主目的別＞



【港区観光の満足度＜観光消費額の分布別＞】

観光消費額の分布別でみると、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』は「1万円～2万円未満」（84.8%）が8割半ばで最も高い。

図3－57 港区観光の満足度＜観光消費額の分布別＞



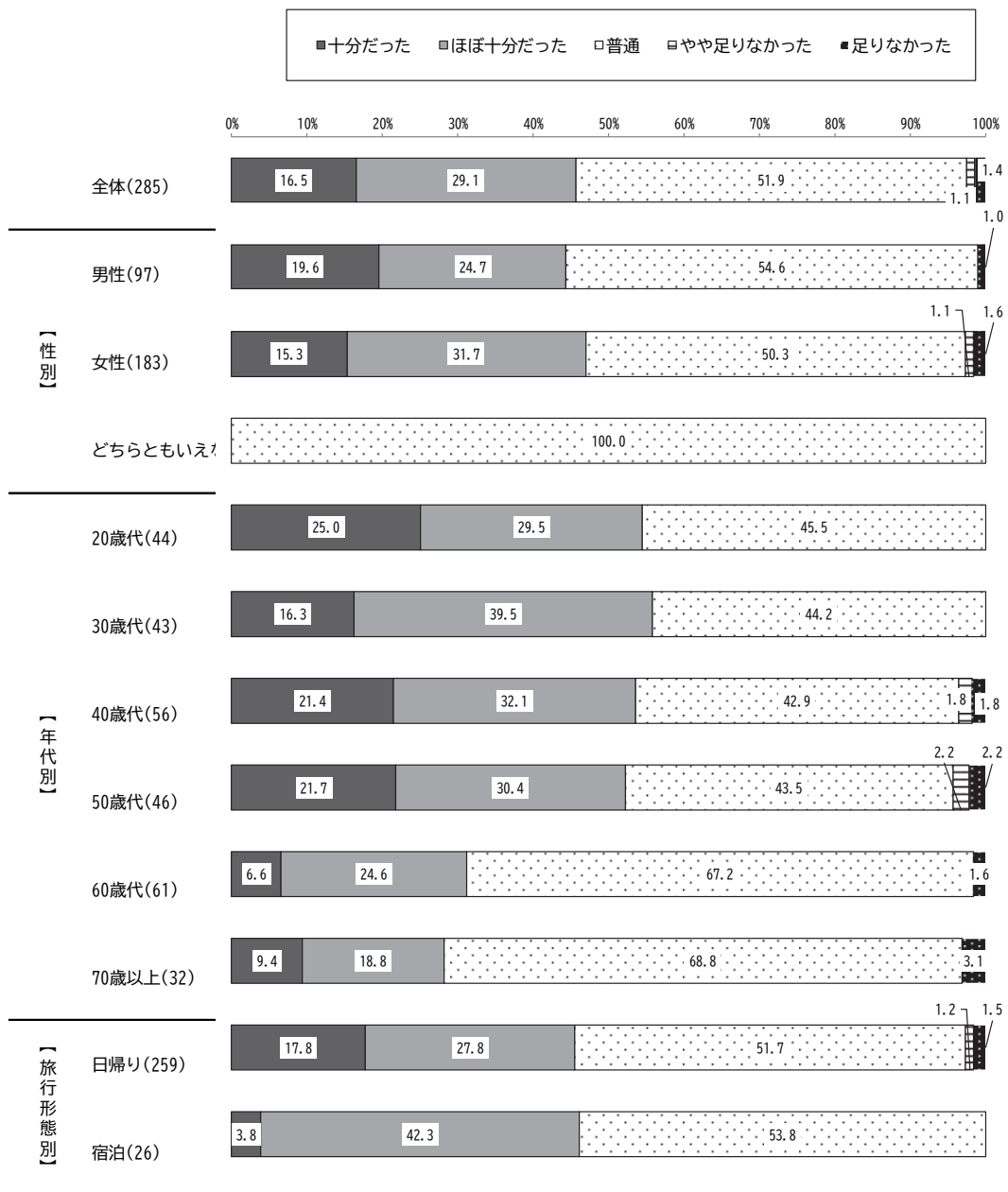
問 15 港区ではホスピタリティ(おもてなし)は感じられましたか。(あてはまるもの1つに○)

【ホスピタリティ (おもてなし) の満足度】

全体では、「普通」(51.9%)が5割を超えて最も高く、次いで「ほぼ十分だった」(29.1%)である。「十分だった」及び「ほぼ十分だった」を合わせた『十分』(45.6%)は4割半ばである。

年代別で見ると、「普通」がどの年代においても最も高い。

図3-58 ホスピタリティ (おもてなし) の満足度



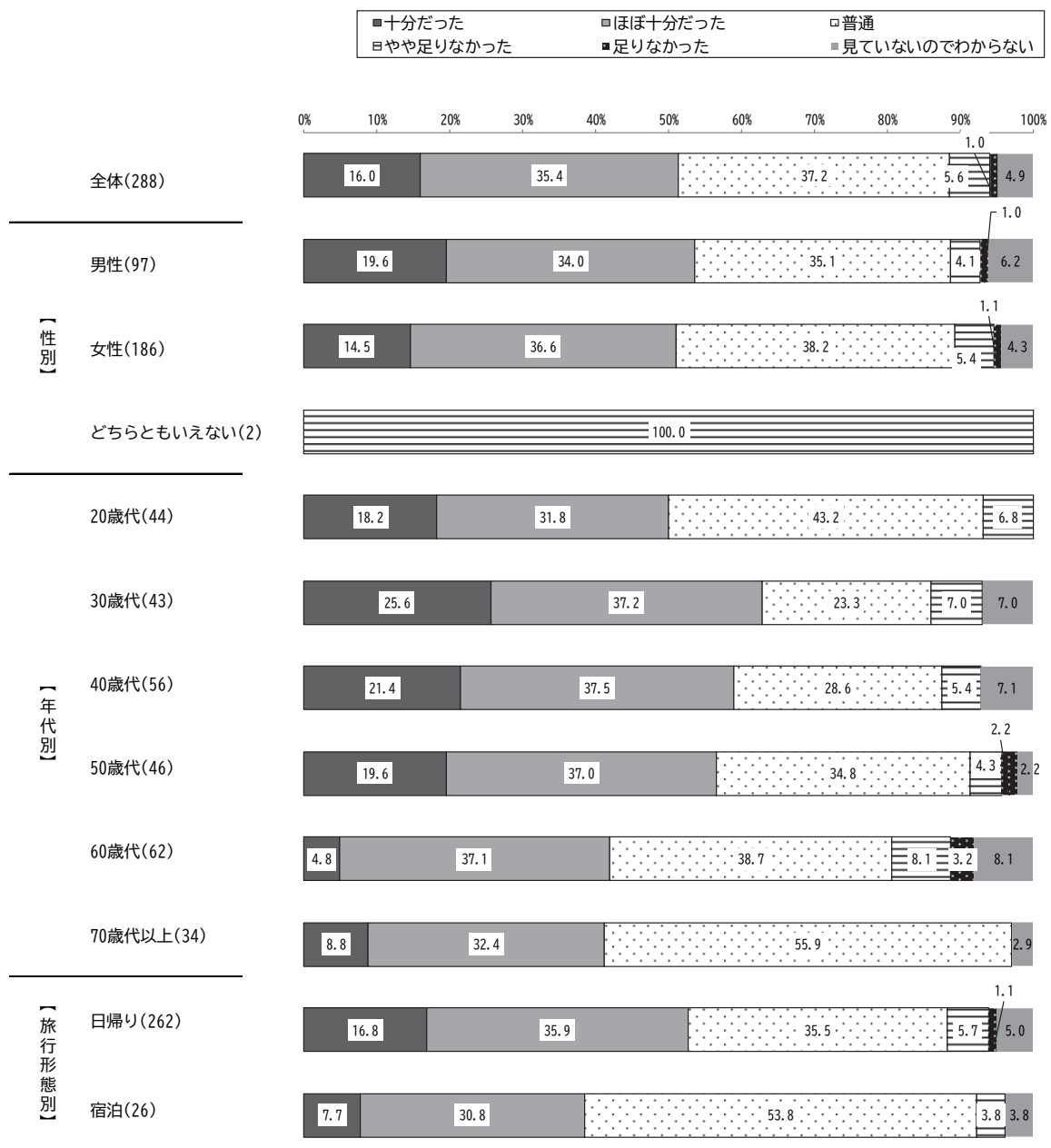
問 16 適切な数の案内表示が設置されていると感じられましたか。（あてはまるもの1つに○）

【案内表示の設置数】

全体では、「普通」（37.2%）が4割近くで最も高く、次いで「ほぼ十分だった」（35.4%）である。「十分だった」及び「ほぼ十分だった」を合わせた『十分』（51.4%）は5割を超えている。

年代別でみると、「20歳代」、「60歳代」、「70歳以上」は「普通」（43.2%、38.7%、55.9%）が最も高く、「30歳代」、「40歳代」、「50歳代」は「ほぼ十分だった」（37.2%、37.5%、37.0%）が最も高い。

図3-59 案内表示の設置数



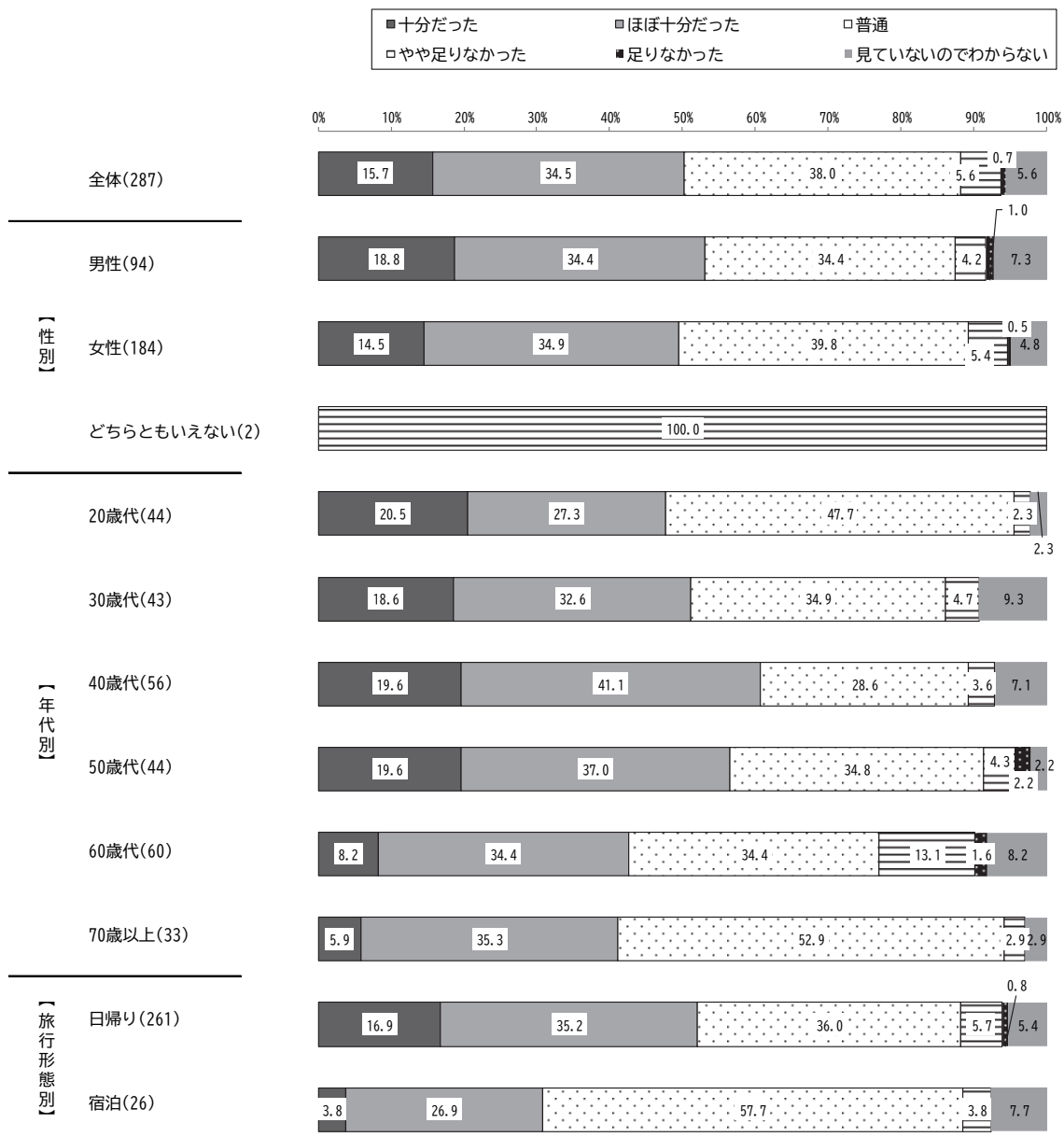
問 17 案内表示はわかりやすかったですか。(あてはまるもの1つに○)

【案内表示のわかりやすさ】

全体では、「普通」(38.0%)が4割近くで最も高く、次いで「ほぼ十分だった」(34.5%)である。「十分だった」及び「ほぼ十分だった」を合わせた『十分』(50.2%)は5割である。

年代別でみると、「20歳代」、「30歳代」、「70歳以上」は「普通」(47.7%、34.9%、52.9%)が最も高く、「40歳代」、「50歳代」は「ほぼ十分だった」(41.1%、37.0%)が最も高い。「60歳代」は「ほぼ十分だった」と「普通」が最も高い(各34.4%)。

図3-60 案内表示のわかりやすさ



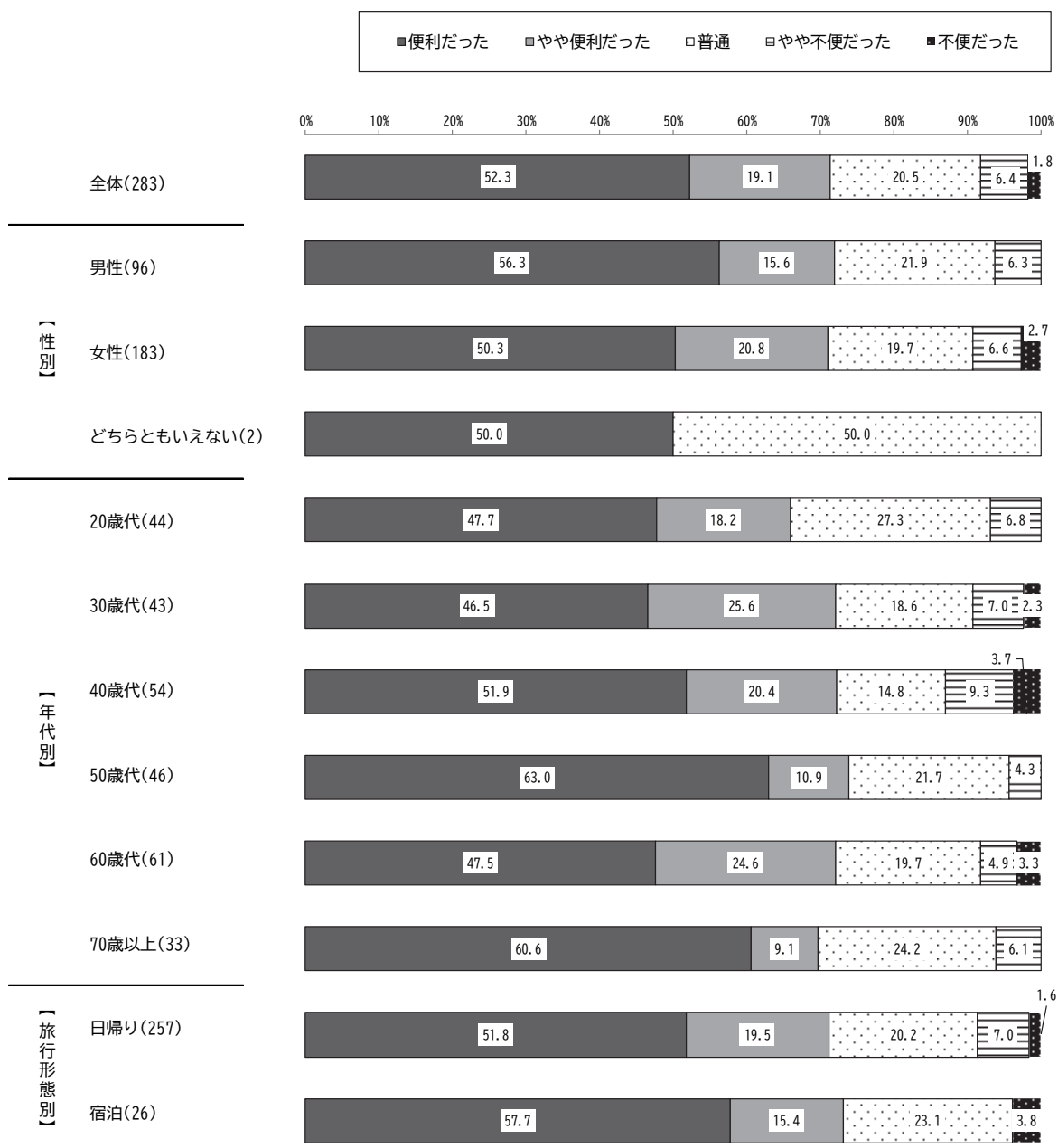
問 18 交通アクセスの状況はいかがでしたか。(あてはまるもの1つに○)

【交通アクセスの満足度】

全体では、「便利だった」(52.3%)が5割を超えて最も高く、次いで「普通」(20.5%)である。「便利だった」及び「やや便利だった」を合わせた『便利だった』(71.4%)は7割を超えている。

年代別でみると、「便利だった」がどの年代においても最も高い。

図3-61 交通アクセスの満足度



オ 港区に対する都市イメージについて

問 19 港区は平成 28 年 5 月に策定した「港区シティプロモーション戦略」に基づき、国内外の人々に港区の魅力やブランド、都市イメージを伝えるためのシティプロモーションを推進しています。その一環として、港区の都市イメージを表現し、魅力を伝える「シティプロモーションシンボルマーク」を作成し活用しています。あなたはシティプロモーションシンボルマークをご存じですか。（あてはまるもの 1 つに○）

【シティプロモーションシンボルマークの認知度】

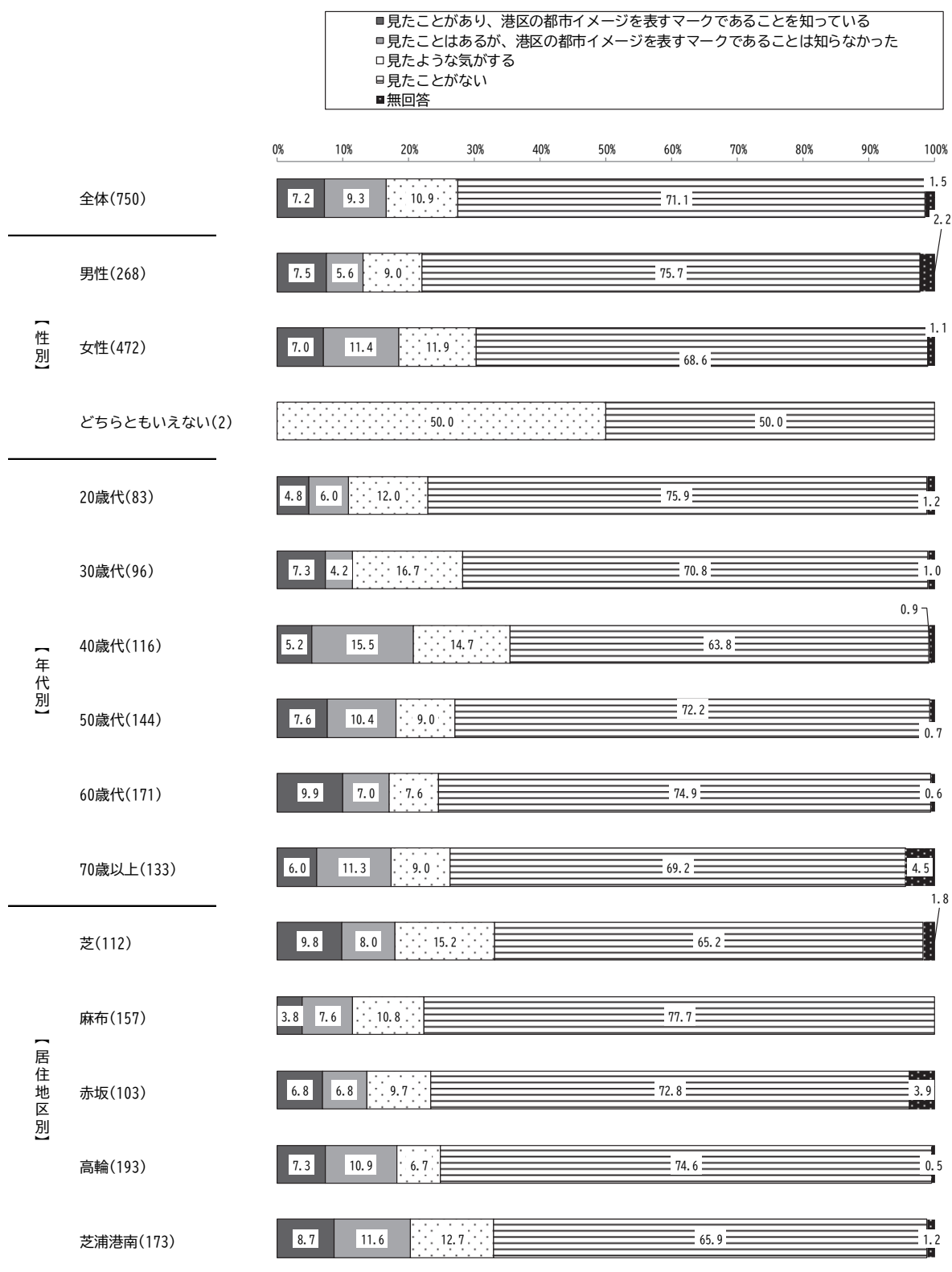
全体では、「見たことがない」（71.1%）が最も高く、次いで「見たような気がする」（10.9%）である。

性別で見ると、「男性」よりも「女性」が「見たことはあるが、港区の都市イメージを表すマークであることは知らなかった」が 5 ポイント以上高い（男性 5.6%、女性 11.4%）。

年代別で見ると、「見たことがない」がどの年代においても最も高い。

居住地区別で見ると、「見たことがない」がどの地区においても最も高いが、「芝」（65.2%）と「芝浦港南」（65.9%）は全体（71.1%）と比べて 5 ポイント以上低く、他の 3 地区に比べると認知度が若干高いことが伺える。

図3-62 シティプロモーションシンボルマークの認知度

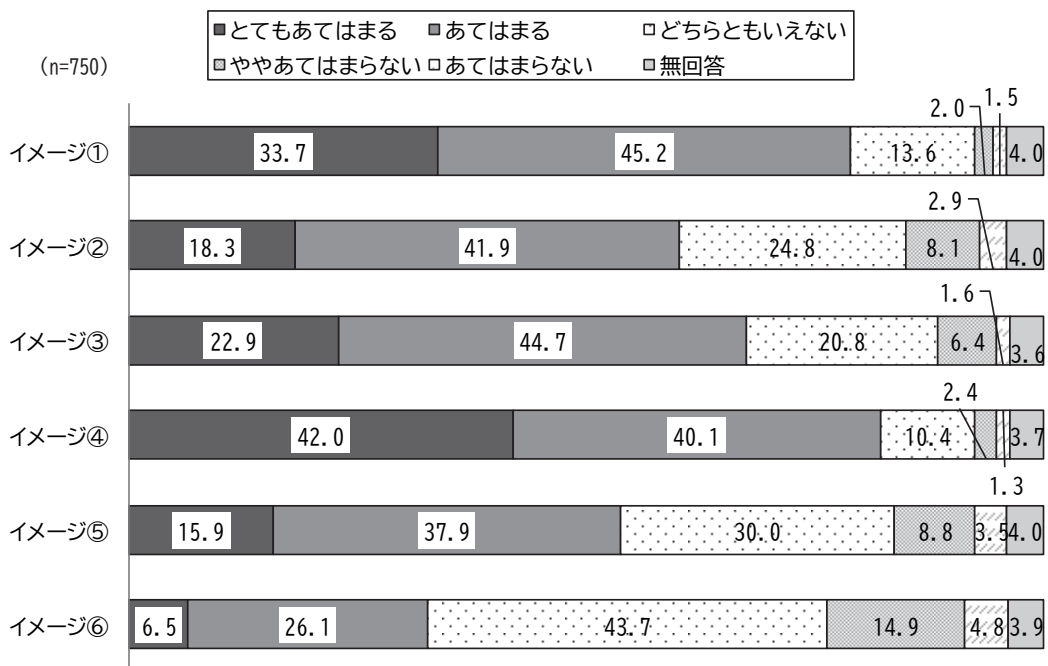


問 20 次に挙げる都市のイメージが港区に当てはまるかを教えてください。
(イメージごとに当てはまるもの1つに○)

【都市イメージの評価】

全体では、「とてもあてはまる」及び「あてはまる」を合わせた『あてはまる』が最も高いのは、イメージ④「アクセス性に富んだ便利な都市」(82.1%)であり、次いでイメージ①「国内外に開かれ多様性を受け入れる都市」(78.9%)である。

図3-63 都市イメージの評価 (全体)



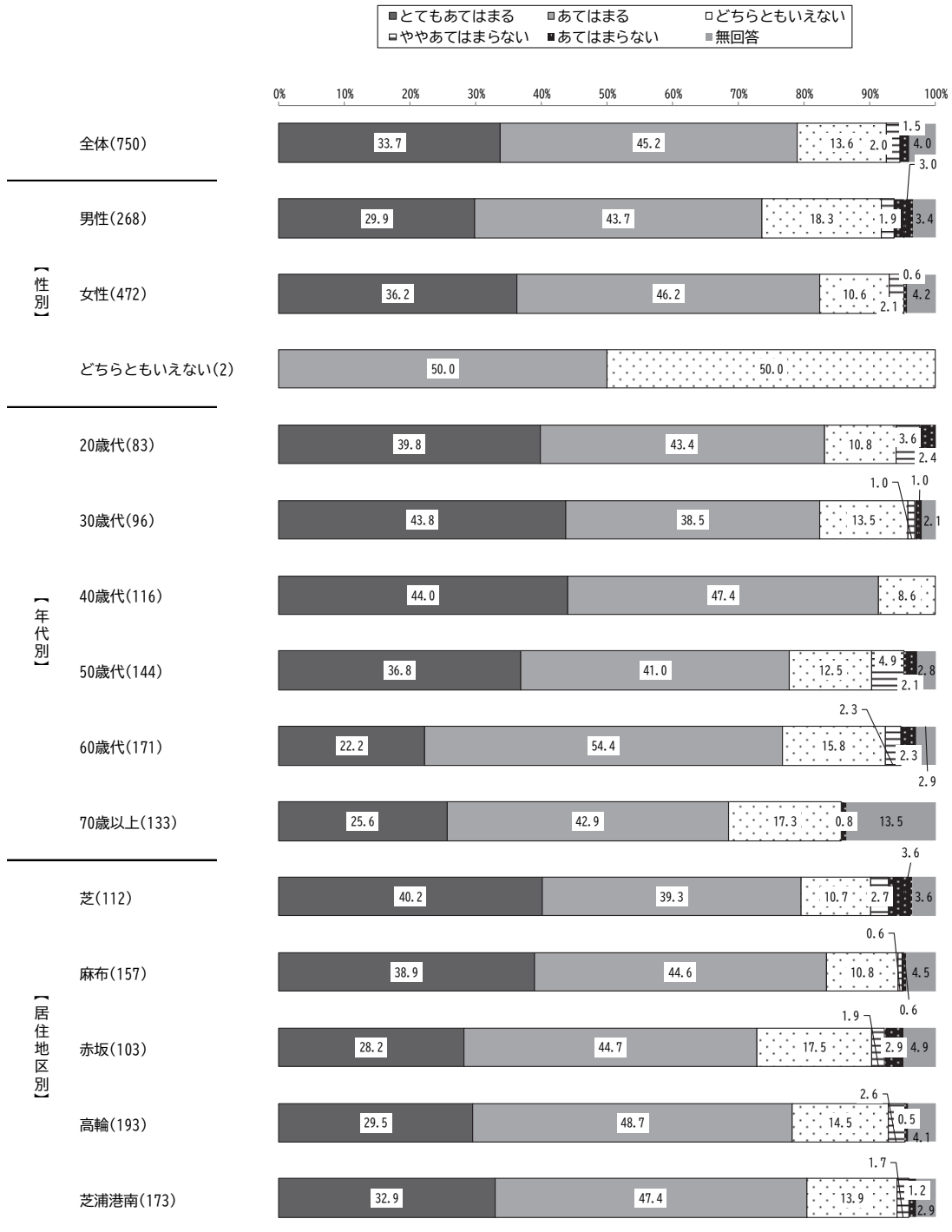
※イメージ①～⑥の凡例

- イメージ① 国内外に開かれ多様性を受け入れる都市
- イメージ② 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市
- イメージ③ 安全で安心できる都市
- イメージ④ アクセス性に富んだ便利な都市
- イメージ⑤ 街並みの美しさで魅了する都市
- イメージ⑥ 温かい優しさと活気に包まれる都市

【イメージ ①国内外に開かれ多様性を受け入れる都市】

性別で見ると、「男性」(73.6%)よりも「女性」(82.4%)の方が『あてはまる』の割合は高い。年代別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「40歳代」(91.4%)であり、次いで「20歳代」(83.2%)である。居住地区別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「麻布」(83.5%)であり、次いで「芝浦港南」(80.3%)である。

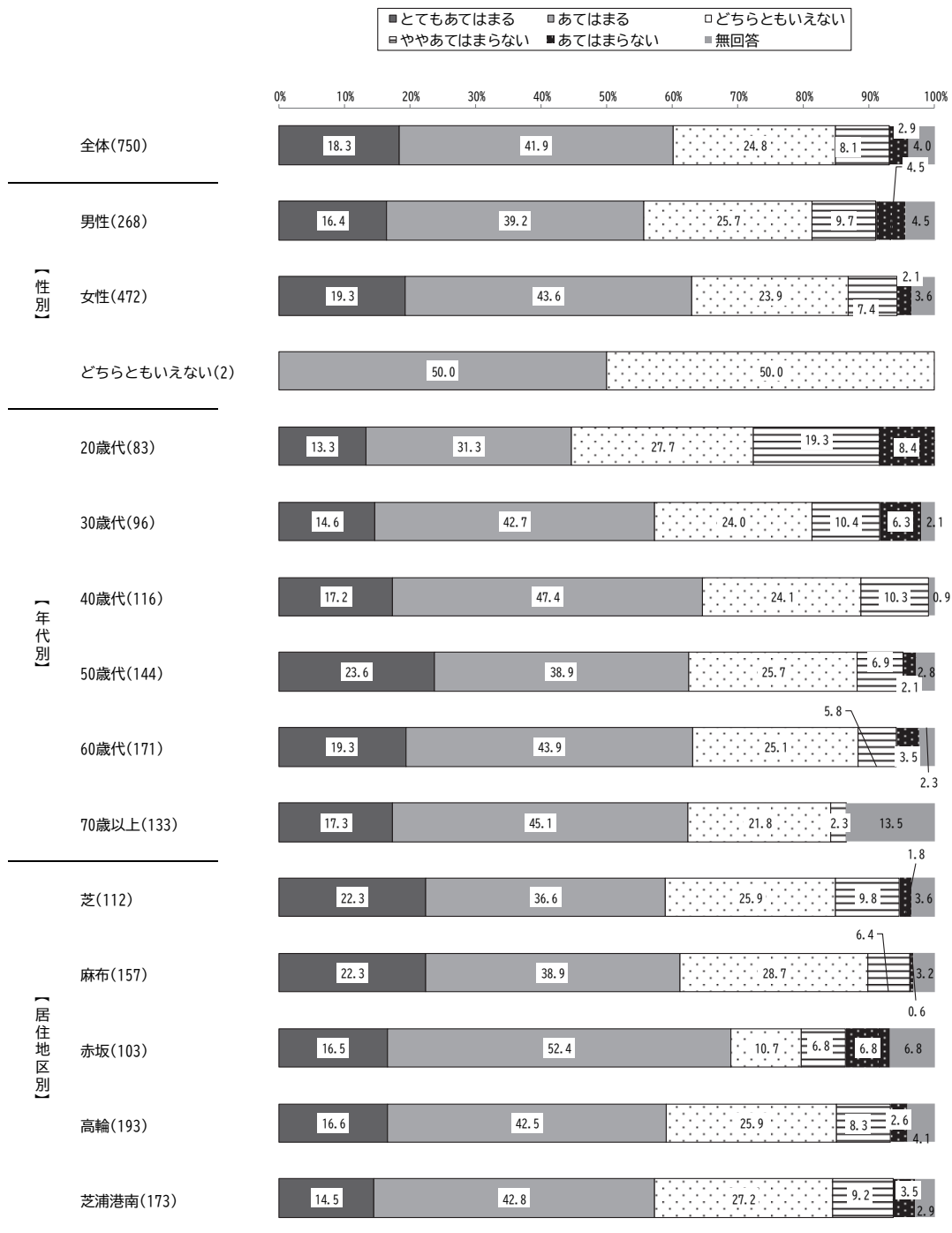
図3-64 都市イメージの評価（国内外に開かれ多様性を受け入れる都市）



【イメージ② 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市】

性別で見ると、「男性」(55.6%)よりも「女性」(62.9%)の方が『あてはまる』の割合は高い。年代別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「40歳代」(64.6%)であり、次いで「60歳代」(63.2%)である。居住地区別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「赤坂」(68.9%)であり、次いで「麻布」(61.2%)である。

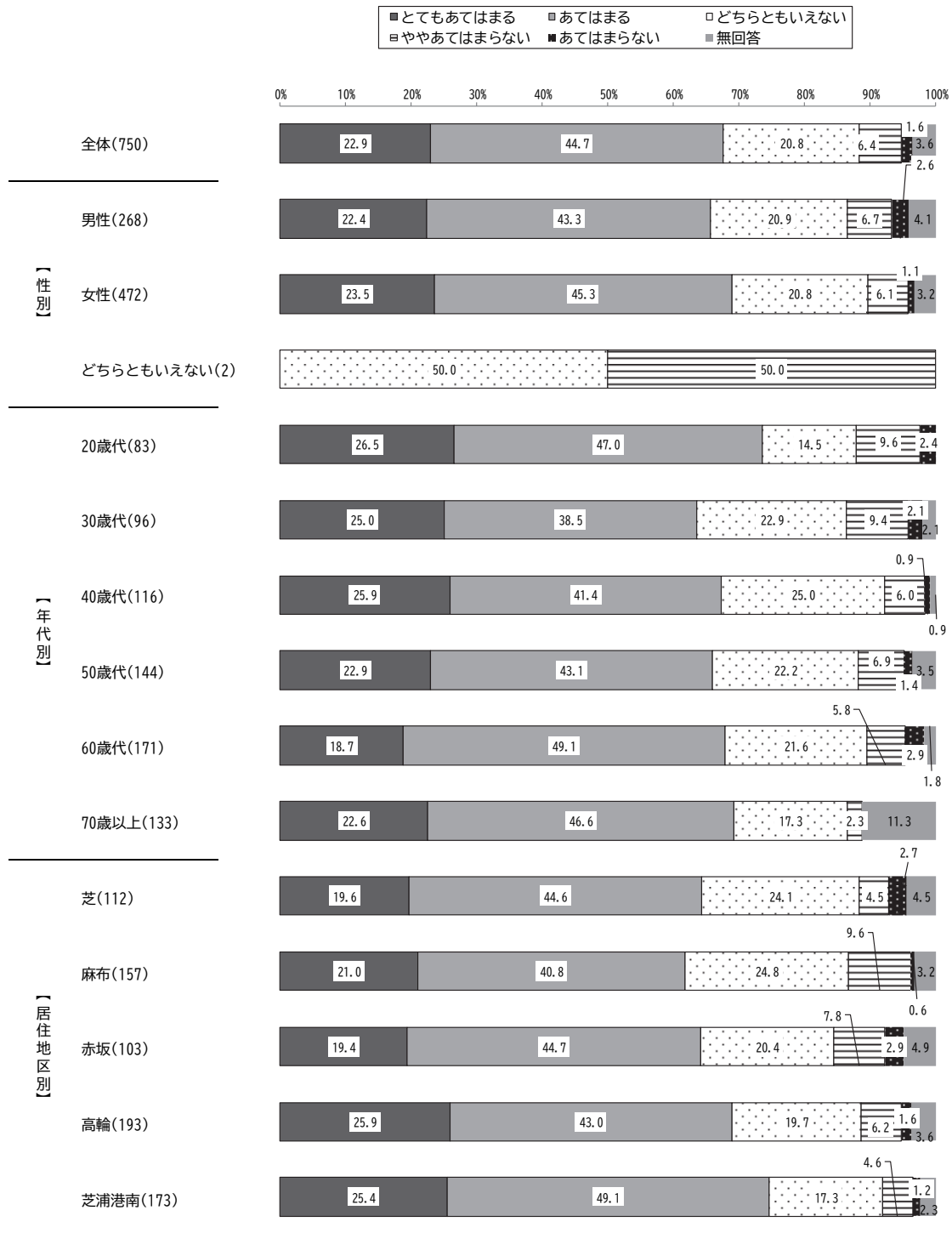
図3-65 都市イメージの評価（文化芸術の彩りと歴史が息づく都市）



【イメージ③ 安全で安心できる都市】

年代別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「20歳代」(73.5%)であり、次いで「70歳以上」(69.2%)である。居住地区別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「芝浦港南」(74.5%)であり、次いで「高輪」(68.9%)である。

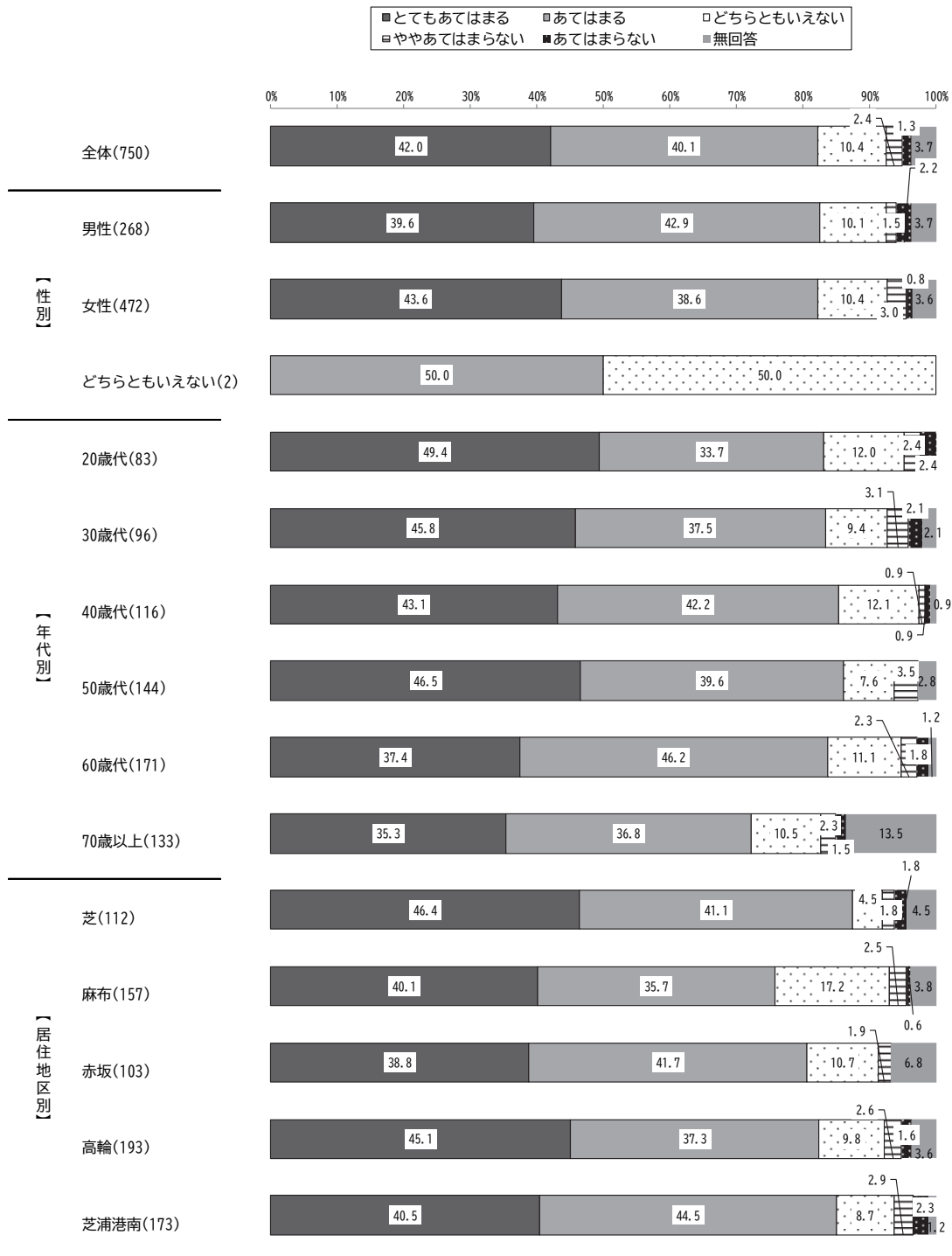
図3-66 都市イメージの評価（安全で安心できる都市）



【イメージ④ アクセス性に富んだ便利な都市】

年代別でみると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「50歳代」(86.1%)であり、次いで「40歳代」(85.3%)である。居住地区別でみると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「芝」(87.5%)であり、次いで「芝浦港南」(85.0%)である。

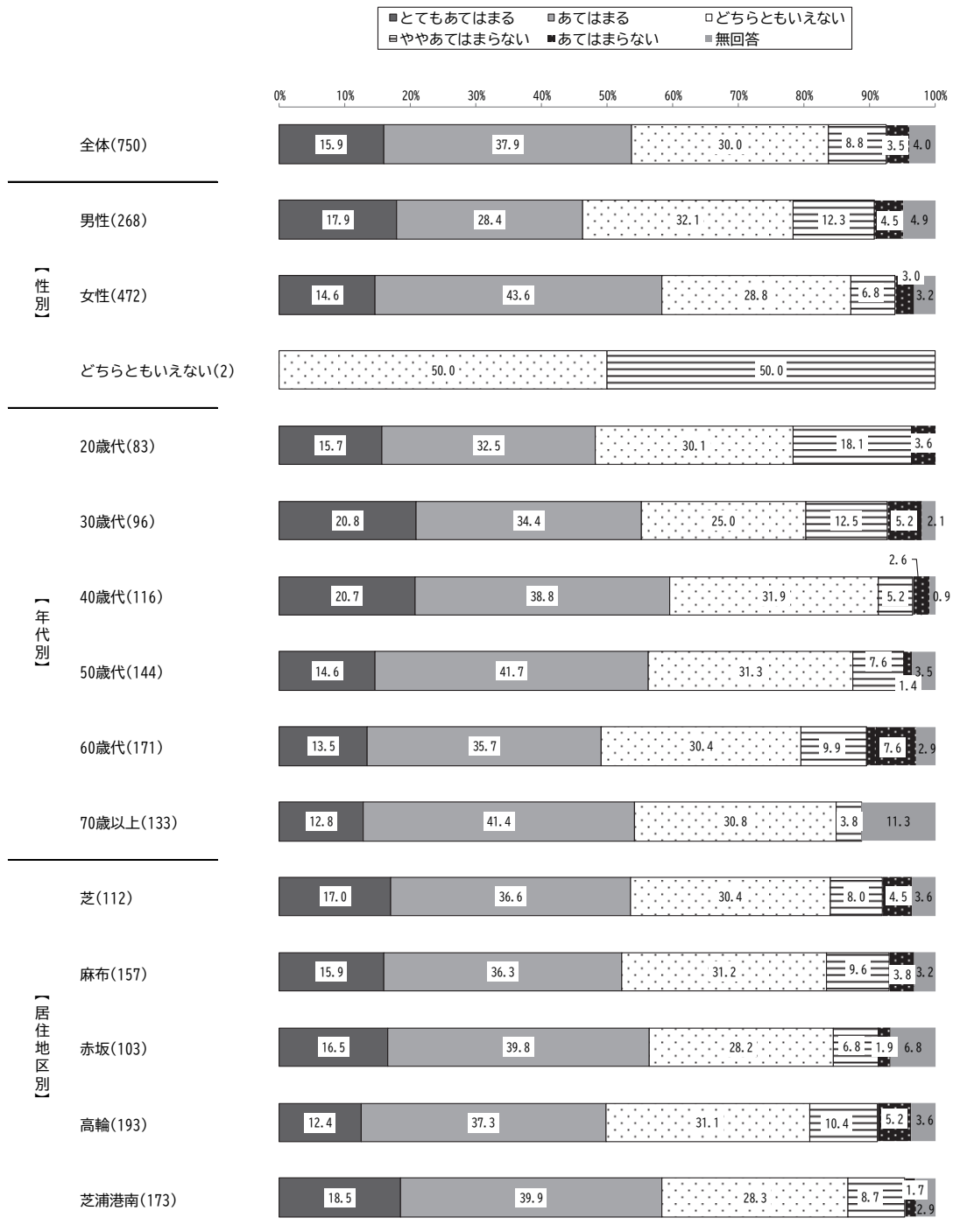
図3-67 都市イメージの評価（アクセス性に富んだ便利な都市）



【イメージ⑤ 街並みの美しさで魅了する都市】

性別で見ると、「男性」（46.3%）よりも「女性」（58.2%）の方が『あてはまる』の割合は高い。年代別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「40歳代」（59.5%）であり、次いで「50歳代」（56.3%）である。居住地区別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「芝浦港南」（58.4%）であり、次いで「赤坂」（56.3%）である。

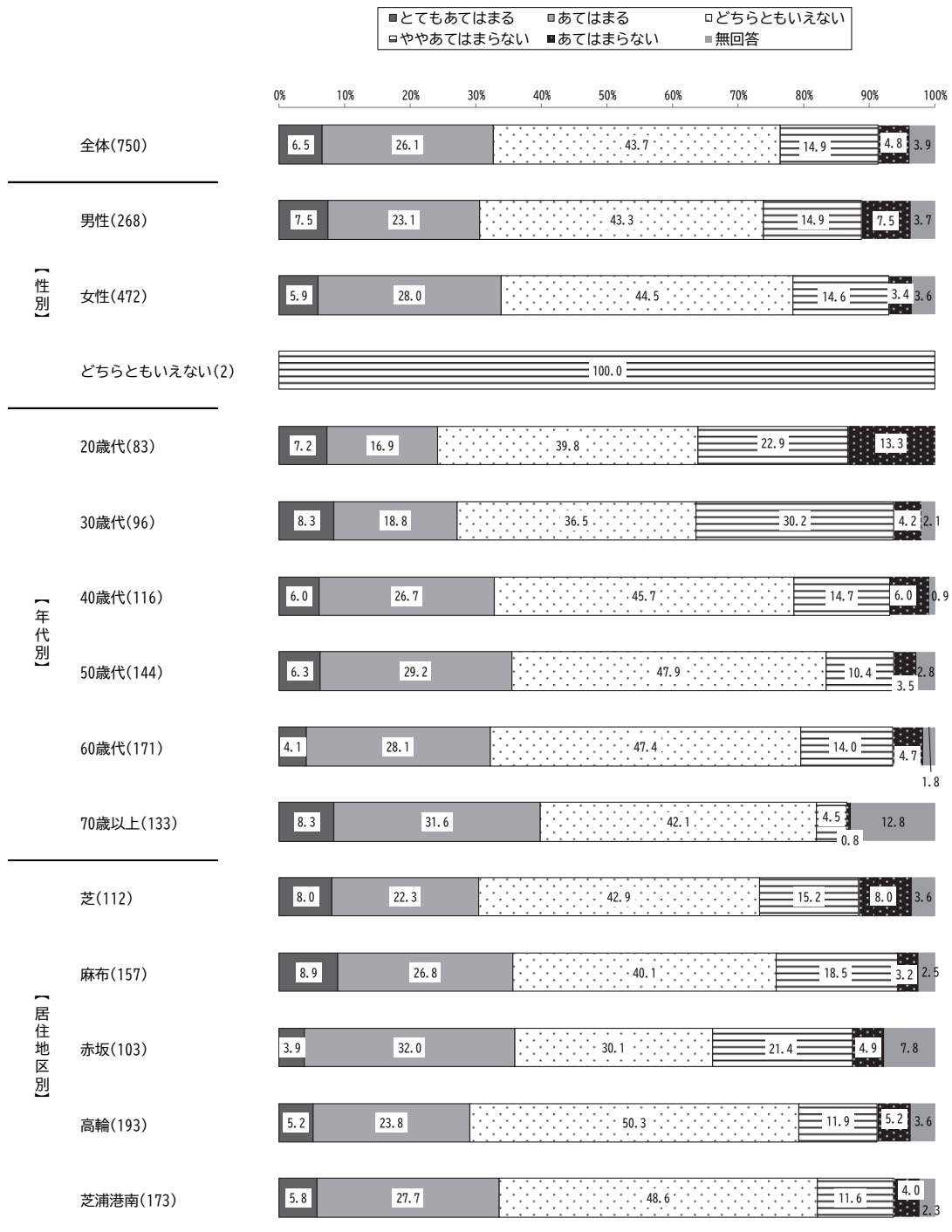
図3-68 都市イメージの評価（街並みの美しさで魅了する都市）



【イメージ⑥ 温かい優しさと活気に包まれる都市】

年代別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「70歳以上」(39.9%)であり、次いで「50歳代」(35.5%)である。居住地区別で見ると、『あてはまる』の割合が最も高いのは「赤坂」(35.9%)であり、次いで「麻布」(35.7%)である。

図3-69 都市イメージの評価（温かい優しさと活気に包まれる都市）

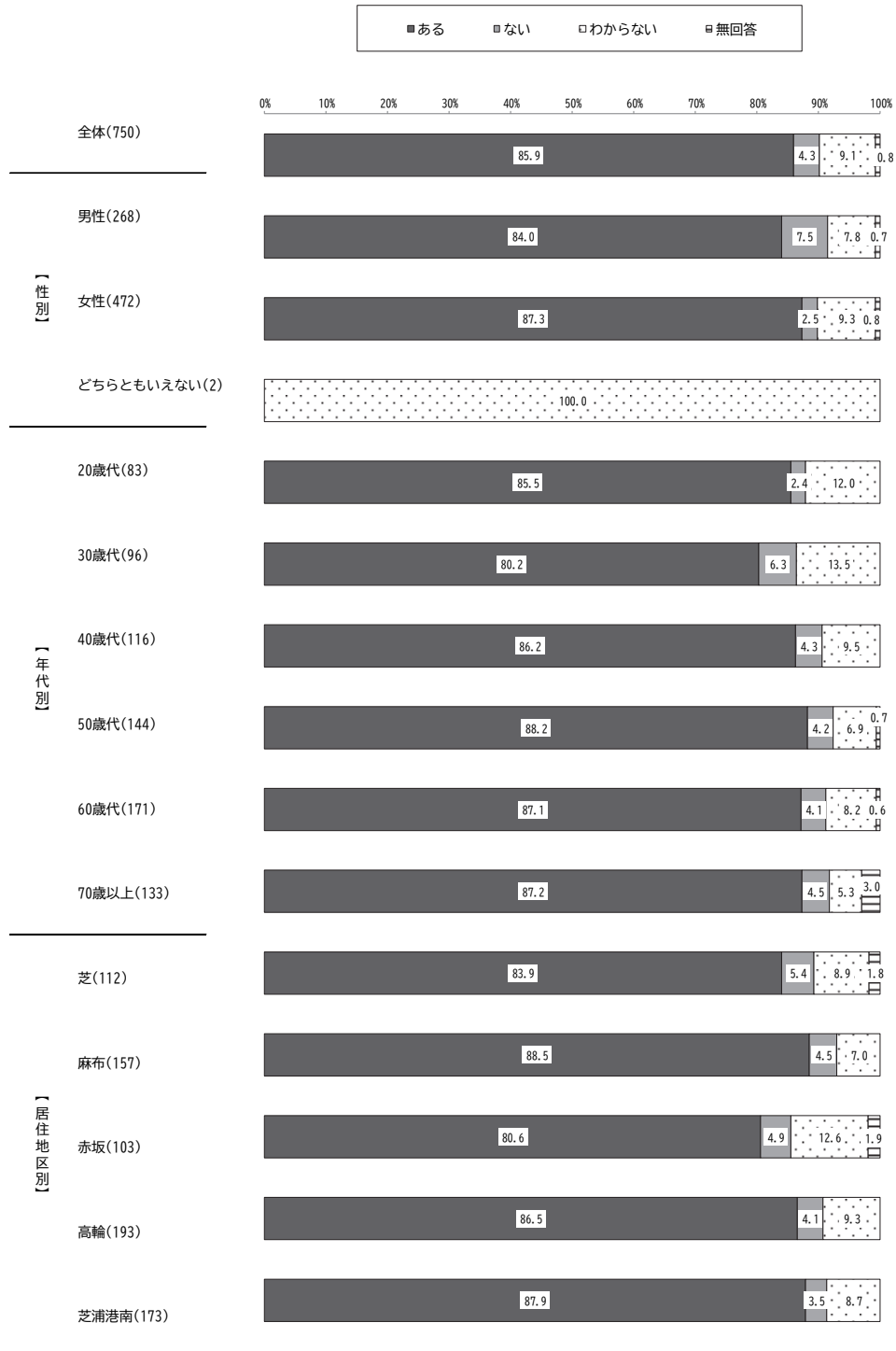


問 21 港区に住んでいることについて誇りや愛着はありますか。（あてはまるもの1つに○）

【港区に住んでいることについての誇りや愛着】

全体では、「ある」（85.9%）が最も高く、8割半ばである。性別・年代別・居住地区別のいずれにおいても「ある」が最も高い。

図3－70 港区に住んでいることについての誇りや愛着



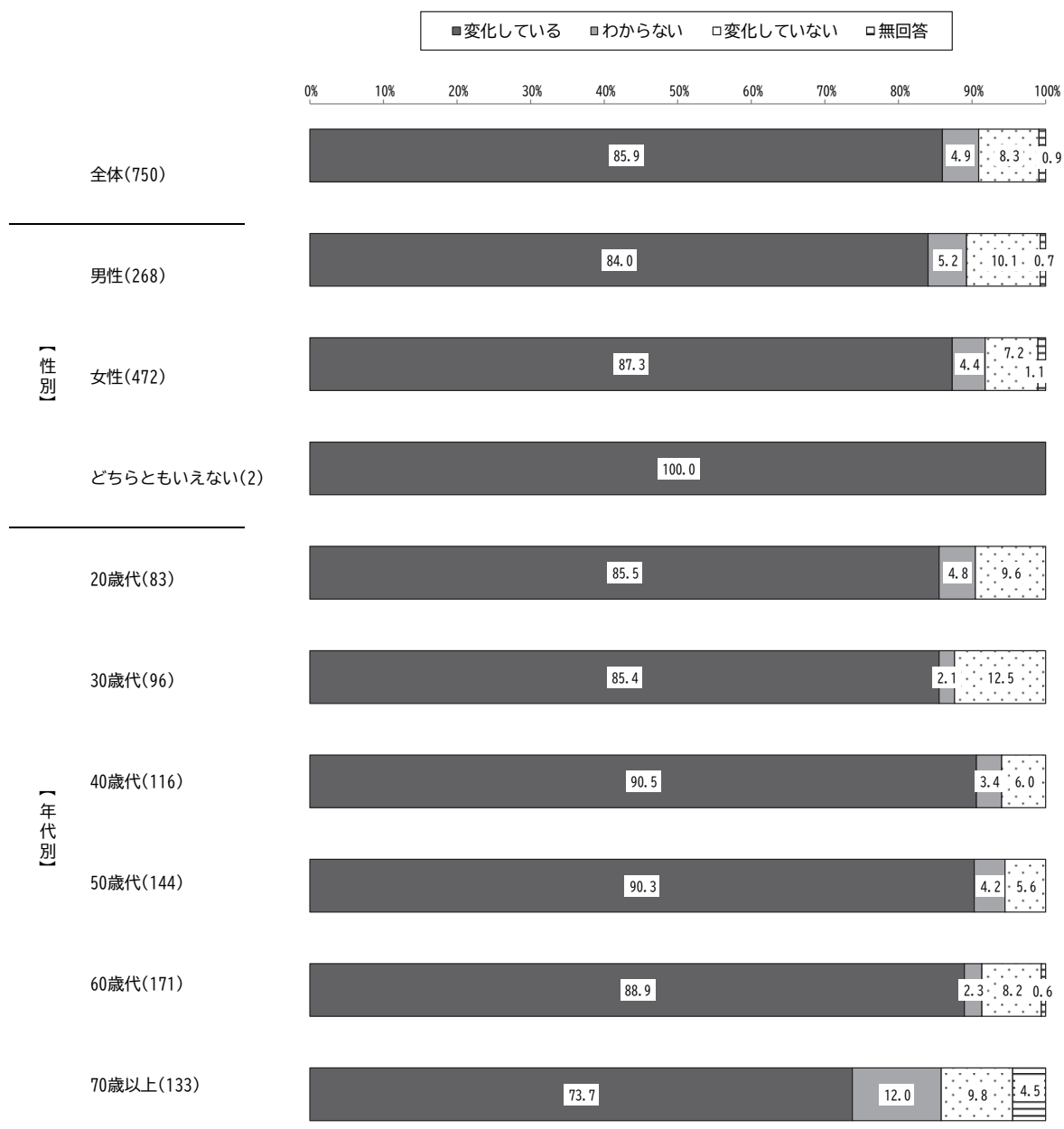
カ 今後の観光に対する意向について

問 22 新型コロナウイルスの流行は、あなたの旅行先の選択や旅行先での行動に変化を与えていると思いますか。（あてはまるもの1つに○）

【旅行先の選択や旅行先での行動変容】

全体では、「変化している」（85.9%）が最も高く、8割半ばである。性別・年代別のいずれにおいても「変化している」が最も高い。

図3－71 旅行先の選択や旅行先での行動変容



問 23 コロナ禍に旅行の計画を立てる時や旅行先での行動において、意識することは何ですか。（あてはまるもの全てに○）

【旅行の計画を立てる時や旅行先での行動において意識すること】

全体では、「混雑する場所を避ける」（76.5%）が最も高く、次いで「一人または身近な人と少人数で旅行する」（63.3%）、「不特定多数が参加する団体行動ツアーへの参加を控える」（52.4%）である。

性別でみると、上記の3項目は「男性」（69.8%、55.6%、45.1%）よりも「女性」（80.5%、67.4%、56.6%）の割合が10ポイント以上高い。

年代別でみると、「混雑する場所を避ける」は「40歳代」（81.0%）が最も高く、「20歳代」（57.8%）が最も低い。

図3-72 旅行の計画を立てる時や旅行先での行動において意識すること

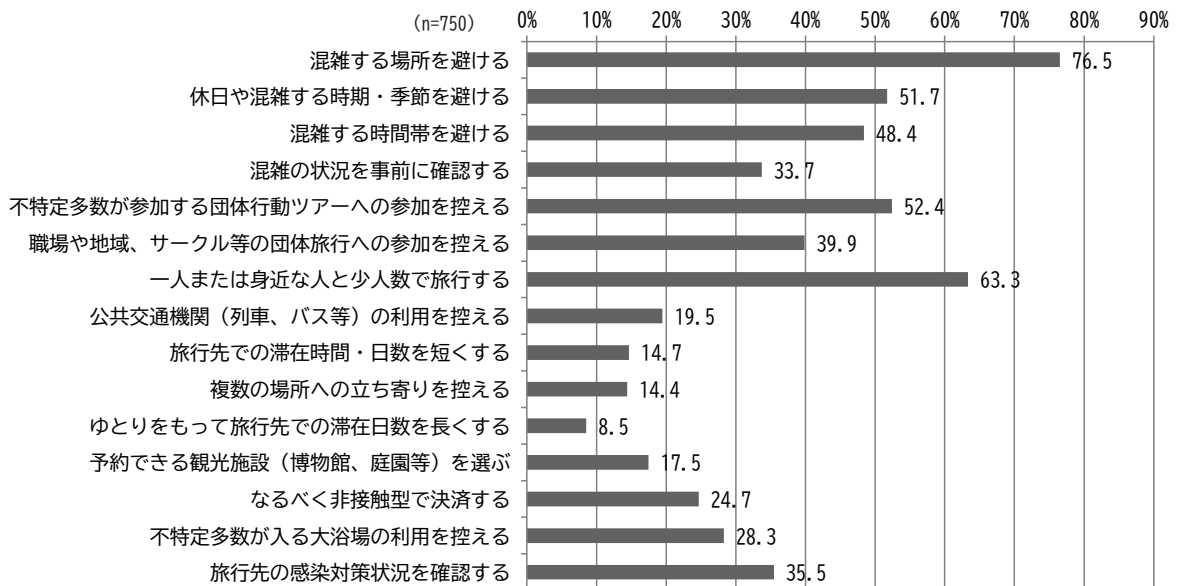


図3-73 旅行の計画を立てる時や旅行先での行動において意識すること
(上位5項目、性別・年代別)



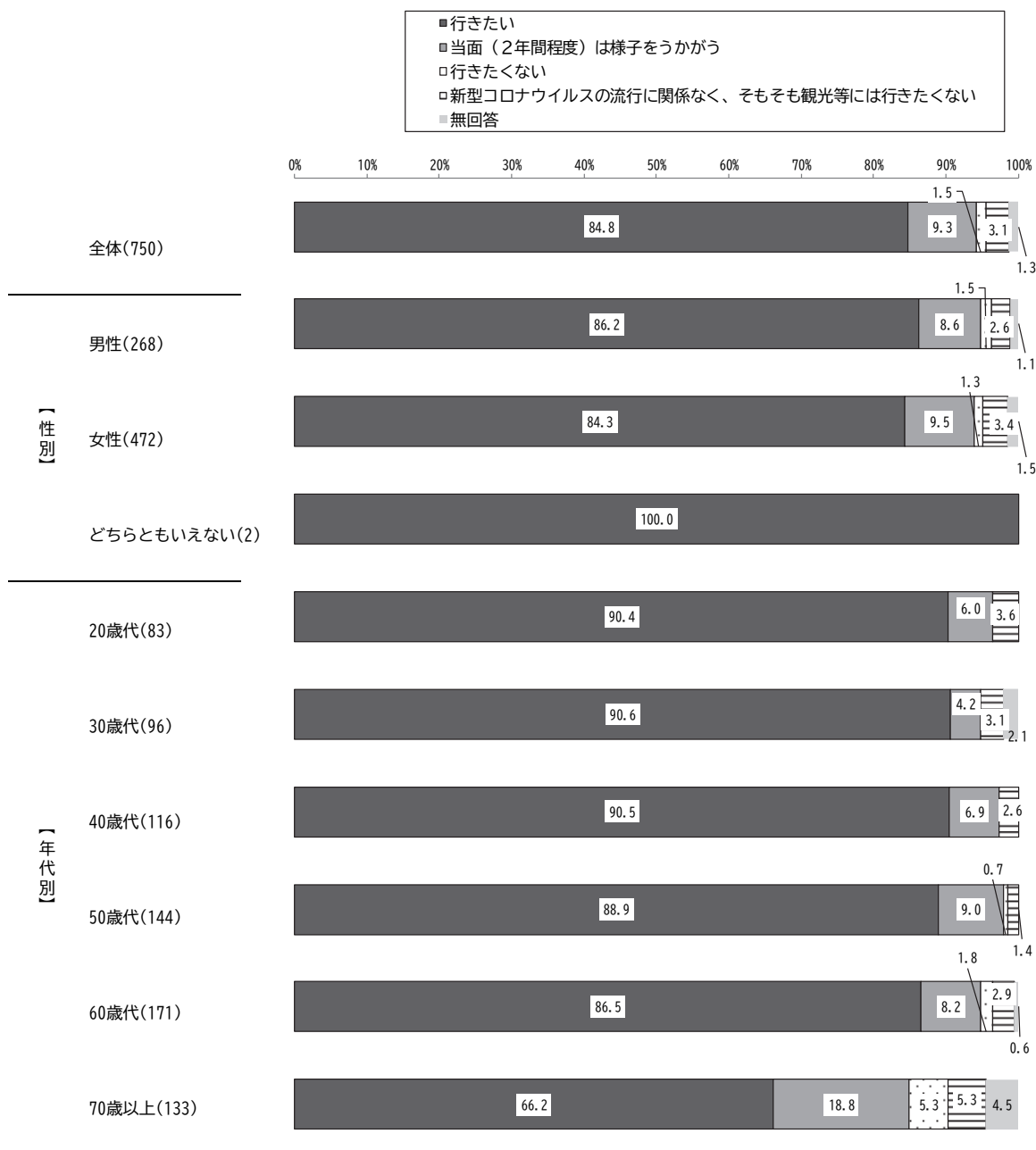
問 24 新型コロナウイルス収束後、観光をしたいと思いますか。（あてはまるもの1つに○）

【観光に対する意向（国内旅行）】

全体では、「行きたい」（84.8%）が8割半ばと最も高い。

年代別で見ると、いずれの年代も「行きたい」が最も高いが、「70歳以上」（66.2%）は全体より15ポイント以上低い。

図3-74 観光に対する意向（国内旅行）



【観光に対する意向（港区内のお出かけ）】

全体では、「行きたい」（82.9%）が8割を超えて最も高い。
 年代別でみると、いずれの年代も「行きたい」が最も高いが、「70歳以上」（68.4%）は全体より10ポイント以上低い。

図3-75 観光に対する意向（港区内のお出かけ）

