

第5章

観光関連施設等における 観光客対応状況調査

第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

(1) 調査概要

インターネット調査により、区内の宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設、飲食関連施設、物品販売関連施設を対象に調査を実施した。

200 サンプルの回答を得て、集計・分析を行った。

サンプル回収後、主要な施設（8施設）には、具体的な対応状況について、訪問またはオンライン形式によりヒアリングを実施した。

(2) 調査手法

ア 調査期間

令和7年12月5日～令和8年2月1日

イ 調査対象施設

区内の宿泊施設、観光・文化関連施設（美術館、博物館、主要建築物、アミューズメント施設等）、商業施設、飲食関連施設（和洋菓子、パン等の食品製造業含む）、物品販売関連施設（家電・薬品等の量販店を含む）

ウ 目標サンプル数・回収数

施設種別	目標サンプル数	配布数	回収数	回収率
宿泊施設	70	206	50	24.3%
観光・文化関連施設	50	99	50	50.5%
商業施設	10	34	9	26.5%
飲食関連施設	90	321	63	19.6%
物品販売関連施設	70	161	28	17.4%

エ 個別ヒアリング

上記、回答を得た施設に加えて、（一社）港区観光協会の会員企業である旅行業者から個別にヒアリングを行った。

旅行業者（2社）、宿泊施設（2施設）、観光・文化関連施設（1施設）、商業施設（1施設）、飲食関連施設（1施設）、物品販売関連施設（1施設）

(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。

・施設種別に調査項目が異なるため、一部設問の番号が重複している場合がある。

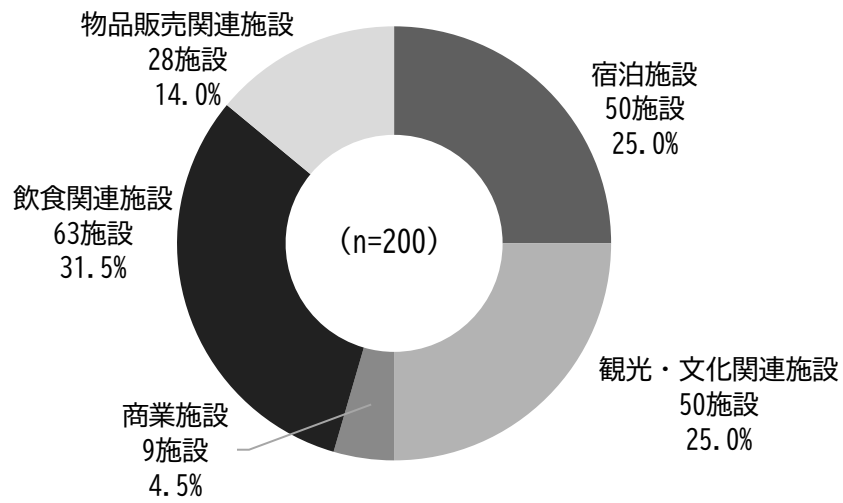
・割合の表記は、以下のとおりとしている。

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) 回答施設の属性

それぞれの施設種別の回答件数及び構成比は以下のとおりである。

図5-1 対象施設の件数及び構成比(種別)



第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

(5) 調査結果<アンケート>

ア 来訪（観光）客の動向について

問1 過去1年間（令和6年10月～令和7年9月）で貴所に来訪されたお客様の人数（概数）をお答えください。そのうち、外国人が占める割合を教えてください。（あてはまるもの1つに○）

【来訪者数】

調査対象とした観光関連施設全体の平均は、年間227,121人である。来訪者数平均は、商業施設（2,248,065人）が最も大きい。

表5-1 直近1年間の来訪者数

	平均人数	最大人数（注）	合計
全体（n=200）	227,121	—	45,424,255
宿泊施設（n=50）	98,414	1,008,286	4,920,723
観光・文化関連施（n=50）	297,204	2,400,000	14,860,192
商業施設（n=9）	2,248,065	6,500,000	20,232,581
飲食関連施設（n=63）	41,512	777,600	2,615,232
物品販売関連施設（n=28）	99,840	1,500,000	2,795,527

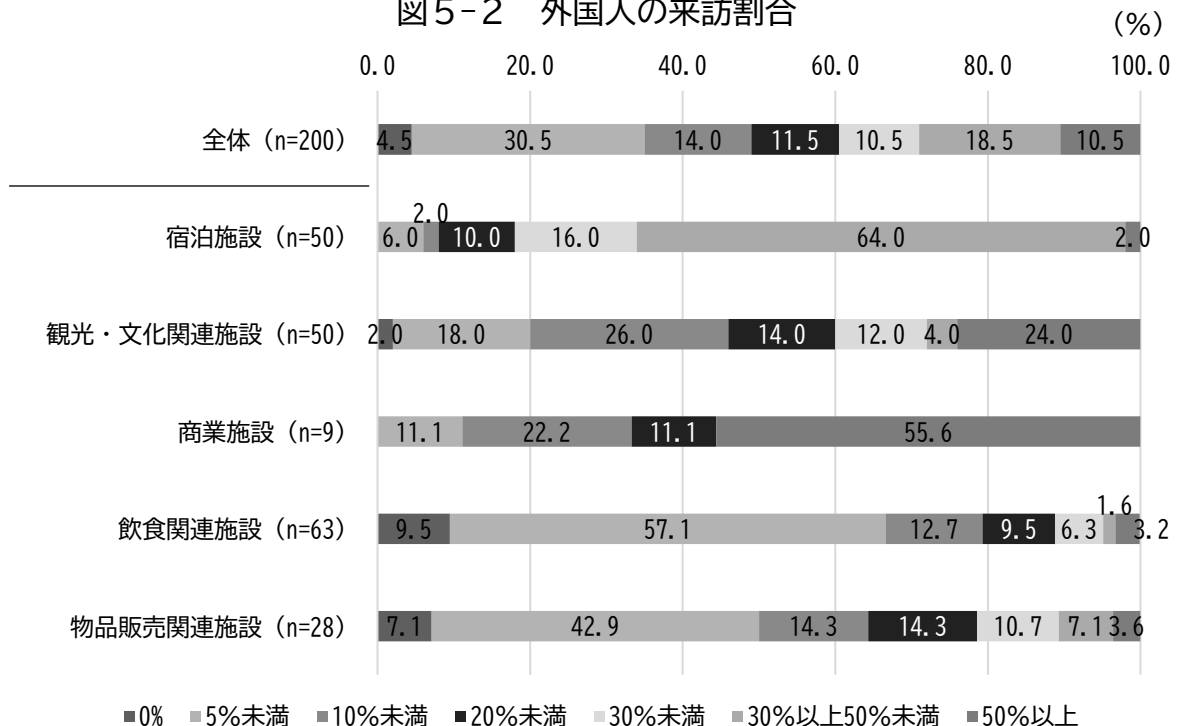
注) 各種別で来訪が最大の施設の来訪者数

【外国人の来訪割合】

全体では、「5%未満」（30.5%）が最も高い。

施設種別でみると、回答数に差があるものの、「50%以上」は商業施設（55.6%）が最も高く、飲食関連施設においては外国人来訪割合が10%未満の合計が79.3%と施設種別によって、傾向が異なる。

図5-2 外国人の来訪割合

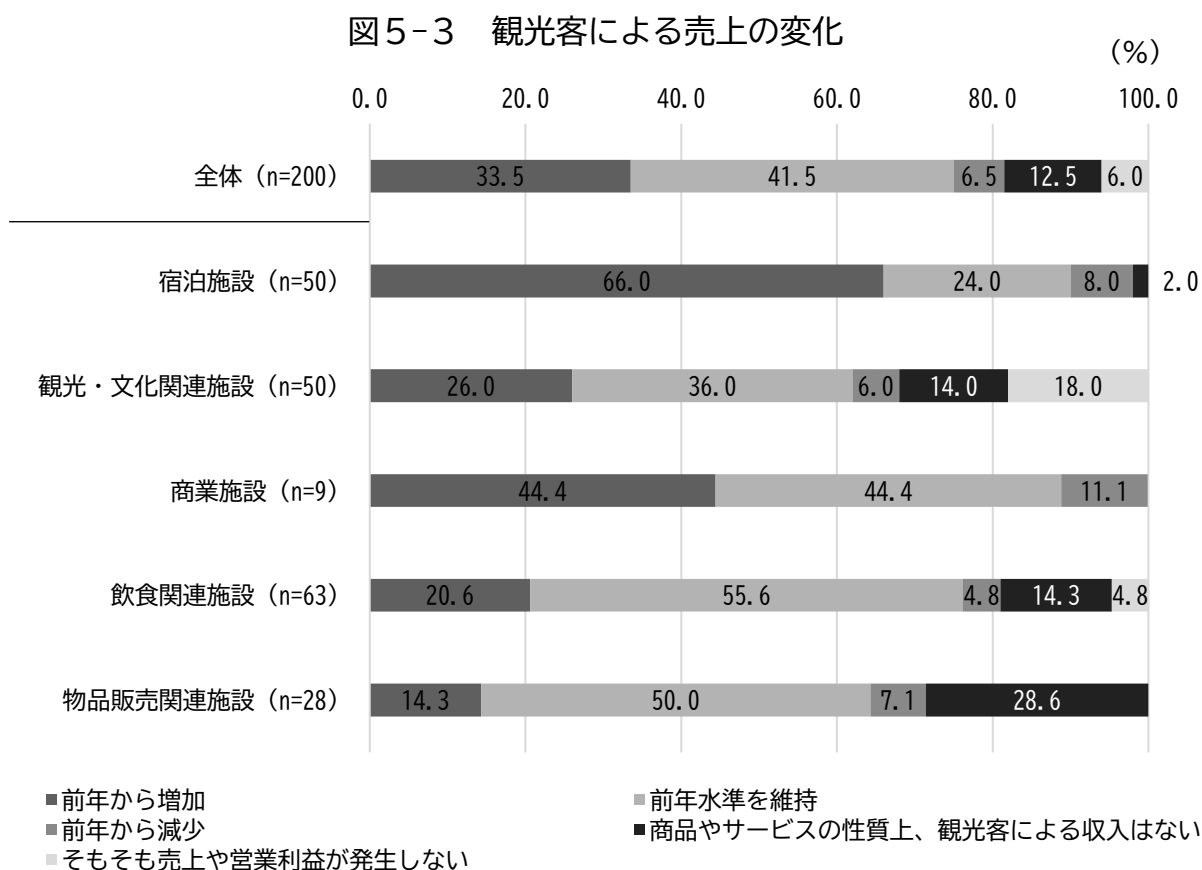


問2 前年と比較して、観光客による売上に変化はありますか。(あてはまるもの1つに○)

【観光客による売上の変化】

全体では、「前年水準を維持」(41.5%)が最も高く、次いで「前年から増加」(33.5%)である。

施設種別にみると、「前年から増加」の割合が最も高いのが「宿泊施設」(66.0%)で、次いで「商業施設」(44.4%)である。



第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

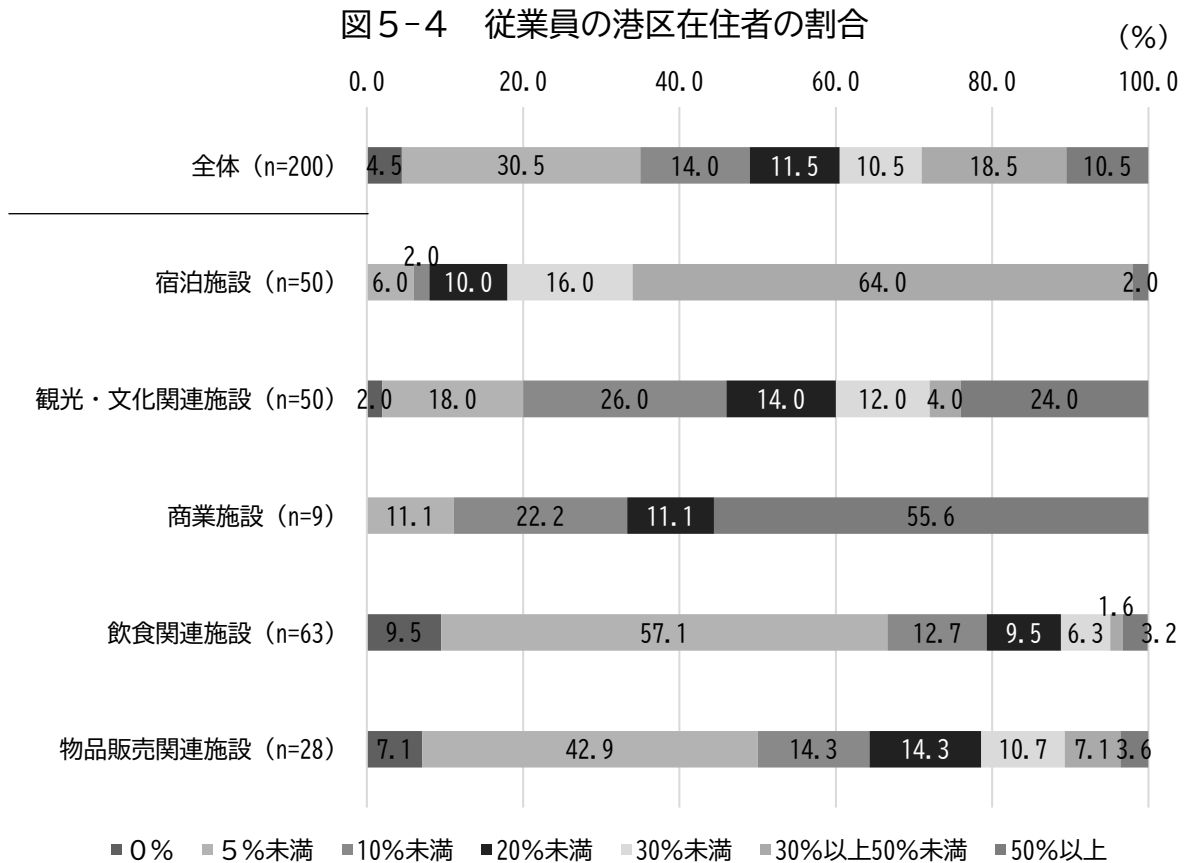
イ 従業員について

問3 貴所の従業員のうち、港区内在住者の割合はどれくらいですか。(あてはまるもの1つに○)

【従業員の港区在住者の割合】

全体では、「0%」と回答した施設は4.5%である一方で、30%以上と回答した施設は29.0%である。

施設種別でみると、「宿泊施設」において港区在住の従業員割合が「30%以上 50%未満」と回答した施設が64.0%である。

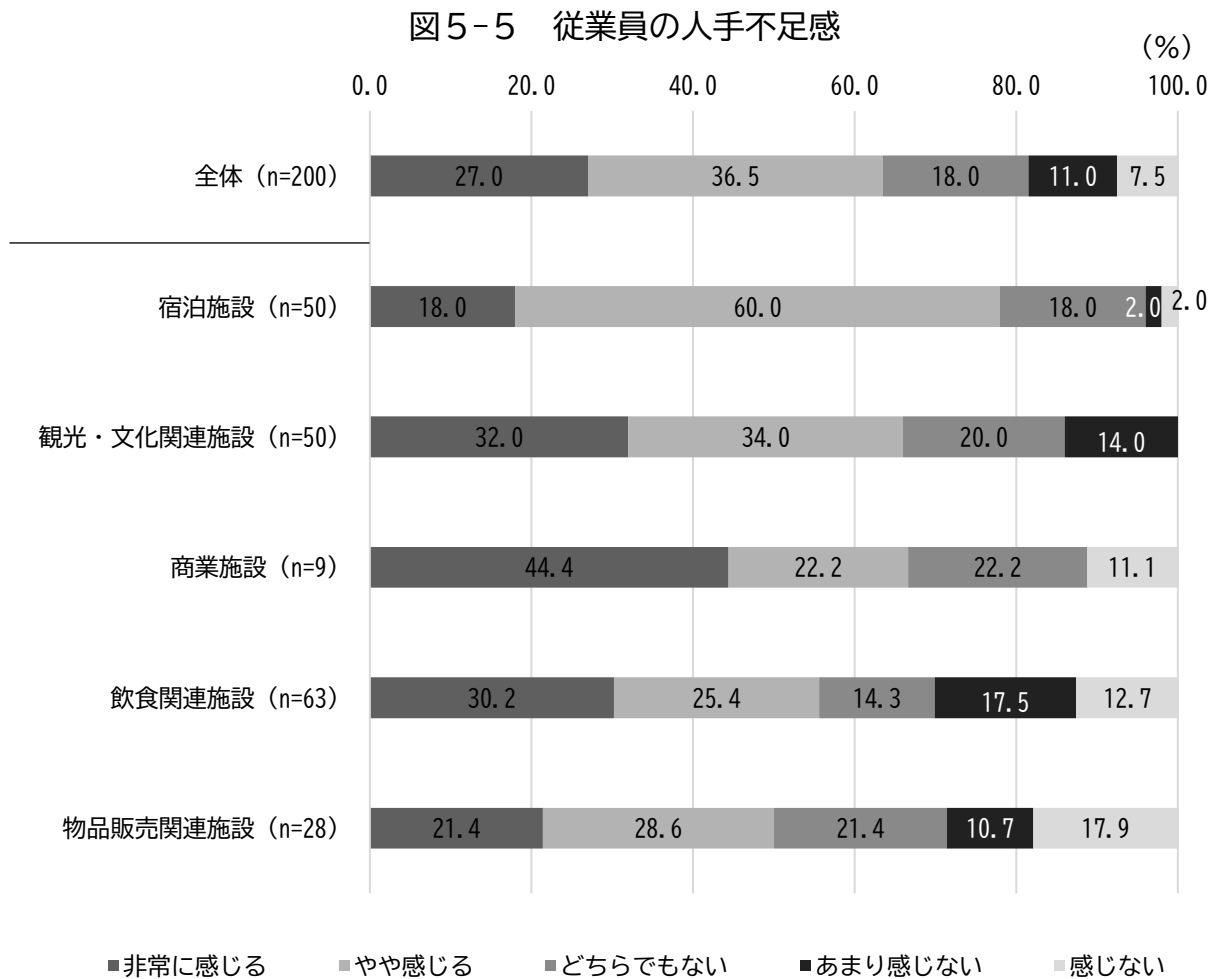


問4 従業員の人手不足を感じますか。(あてはまるもの1つに○)

【従業員の人手不足感】

全体では、「やや感じる」(36.5%)が最も高く、次いで「非常に感じる」(27.0%)である。

施設種別で見ると、「非常に感じる」の割合が最も高いのが「商業施設」(44.4%)で、「非常に感じる」と「やや感じる」を合わせた『感じる』が最も高いのが「宿泊施設」(78.0%)である。



ウ 外国語での対応について

問5 貴所（あるいは貴グループ）のホームページやSNS等の情報発信を多言語で行っていますか。（あてはまるもの1つに○）
 <問5で「行っている」と回答した施設>
 問5-1 日本語以外は何語で情報発信していますか。（あてはまるもの全てに○）
 問5-2 外国語での情報発信をしているSNSは何ですか。（あてはまるもの全てに○）

【多言語での情報発信の状況】

全体では、「行っている」（49.0%）が約半数で、「行っていない」（48.5%）を上回る。

施設種別にみると、「行っている」の割合が最も高いのが「観光・文化関連施設」（74.0%）で、一方「行っていない」の割合が最も高いのが「飲食関連施設」（73.0%）である。

情報発信の使用言語は、全体では「英語」（97件）が最も多く、施設種別でみると、「宿泊施設」と「観光・文化関連施設」は「英語」だけでなく、「中国語（簡体字）」、「中国語（繁体字）」、「ハングル」の使用も多いが、「商業施設」、「飲食関連施設」、「物品販売関連施設」では「英語」以外はほとんど使用されていない。

情報発信しているSNSの種類は、「Instagram」が49件と最も多い。「その他」の回答としては、「ホームページのみでSNSはやっていない」、「YouTube」、「Threads」、「Google MAP」が挙げられた。

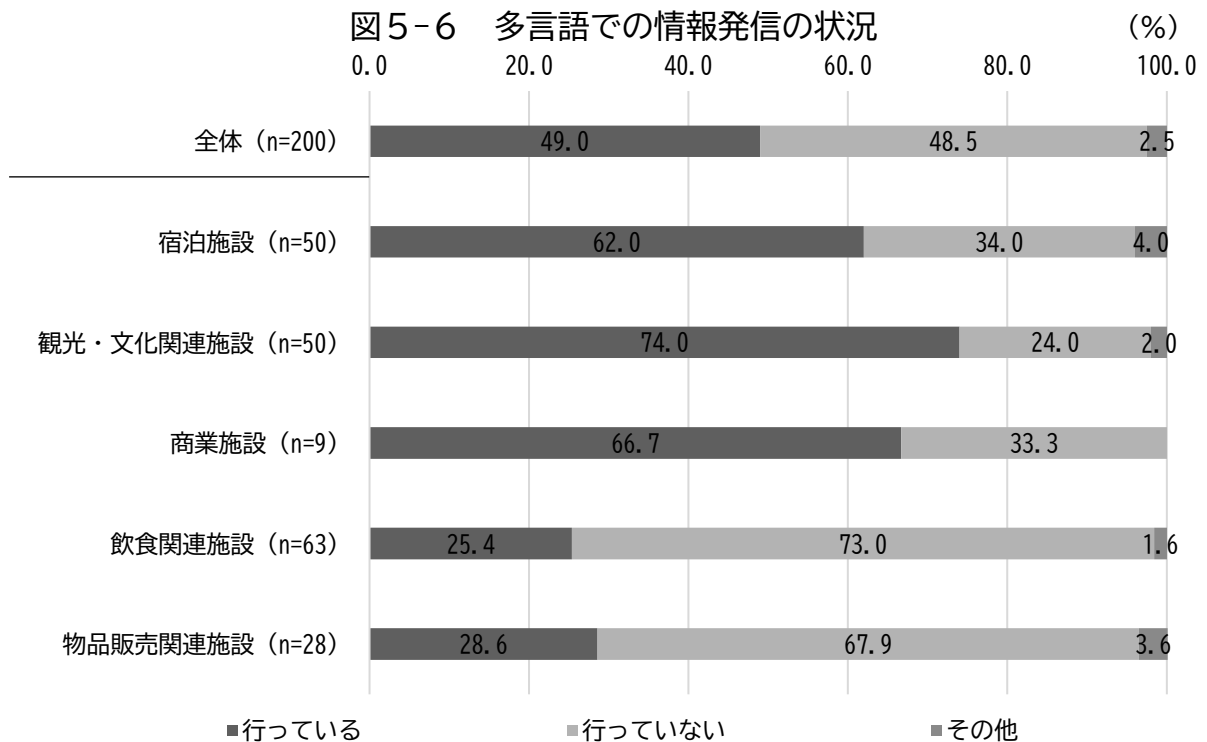


図5-7 情報発信における使用言語（施設種別：件数） (件)

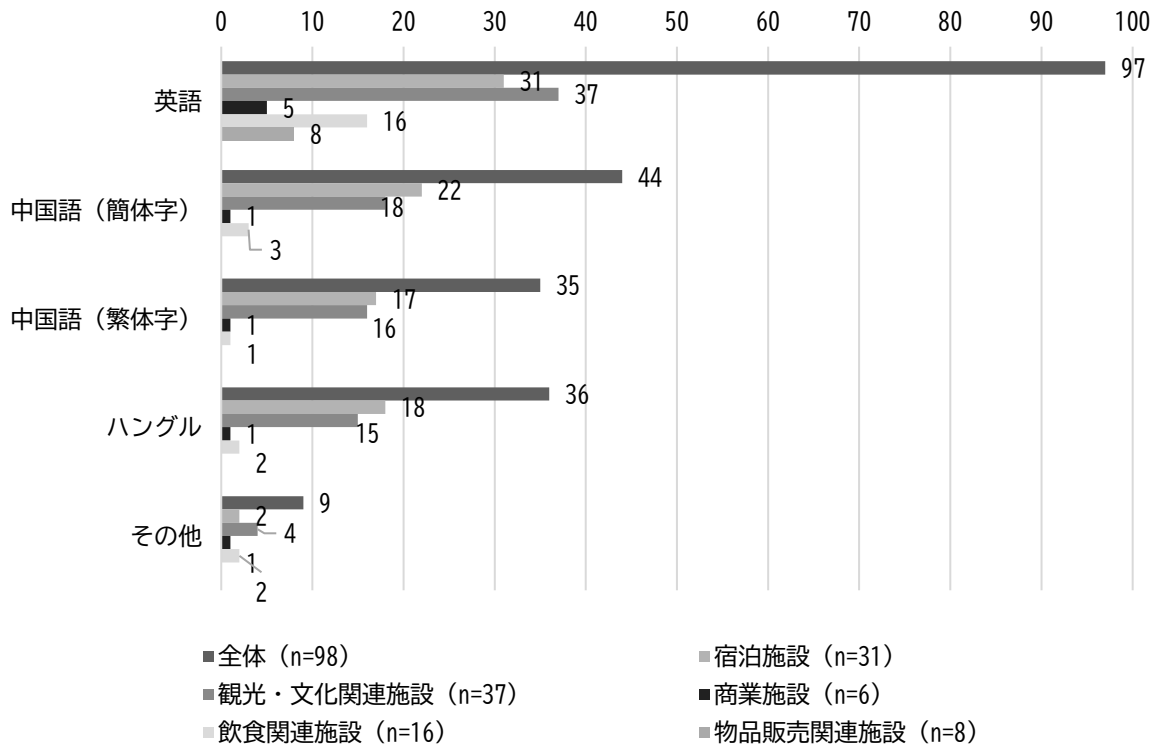
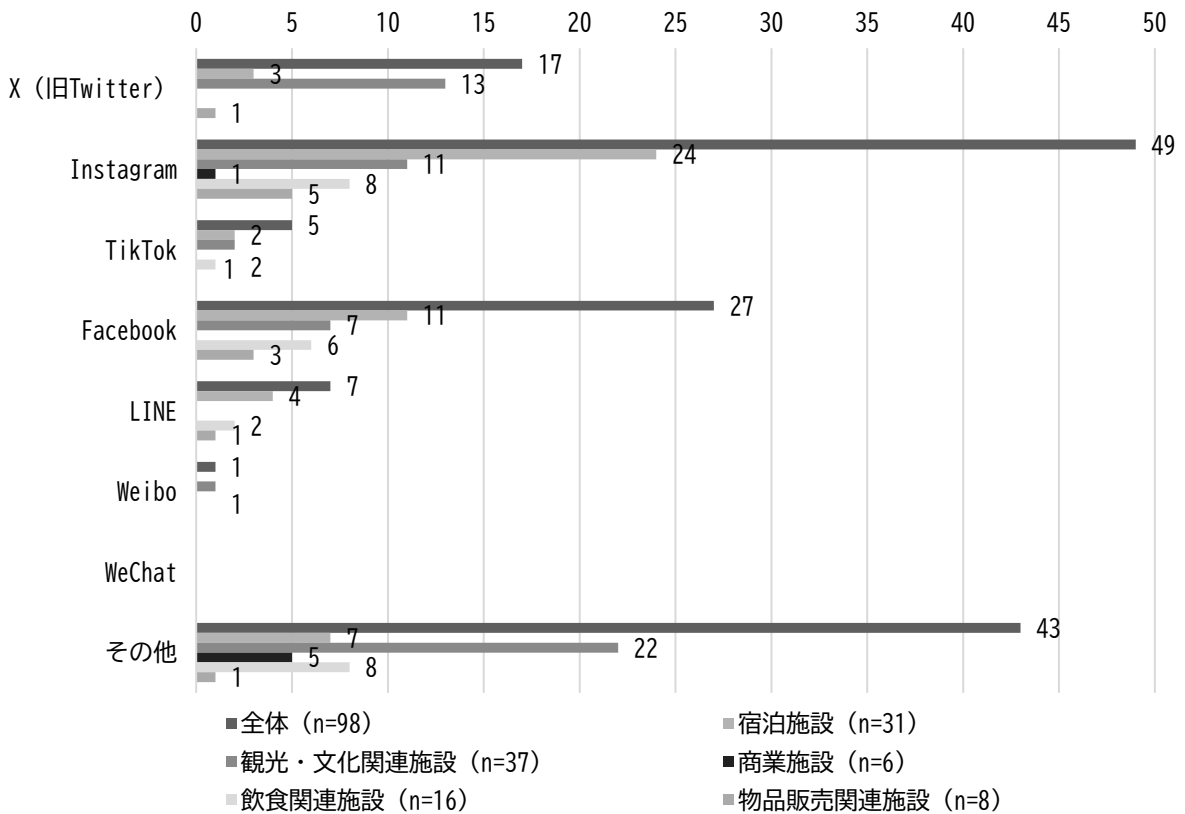


図5-8 SNSの種類（施設種別：件数） (件)

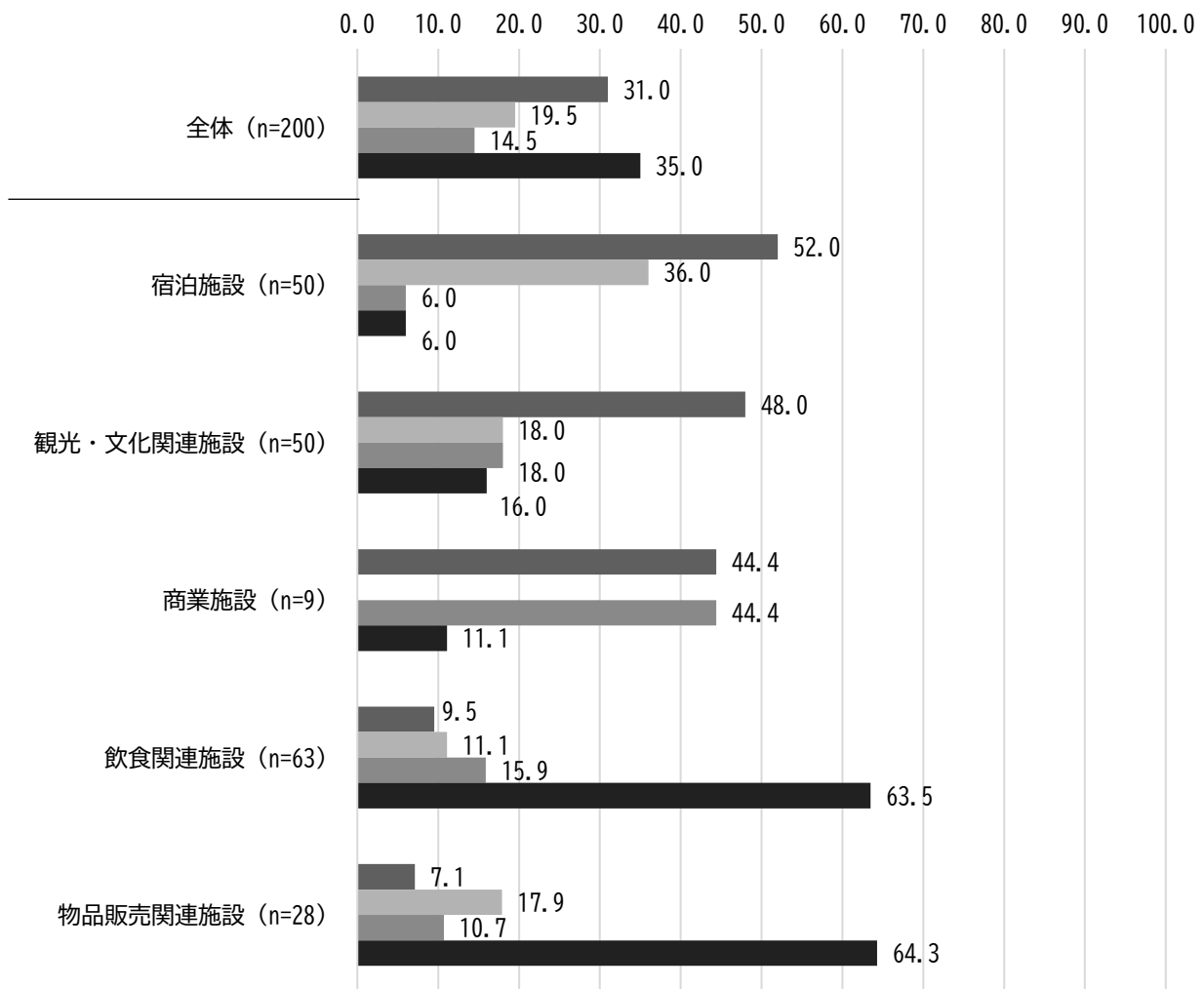


【施設内サイン（案内）の外国語表記とピクトグラムの利用】

全体では、「施設内サインは日本語のみで、ピクトグラムの使用はしていない」（35.0%）が最も高く、次いで「施設内サインは外国語でも表記し、わかりやすいようにピクトグラムを使用している」（31.0%）である。

施設種別でみると、「宿泊施設」、「観光・文化関連施設」、「商業施設」では「施設内サインは外国語でも表記し、わかりやすいようにピクトグラムを使用している」の割合が高い一方で、「飲食関連施設」、「物品販売関連施設」では「施設内サインは日本語のみで、ピクトグラムの使用はしていない」の割合が高い。

図5-9 施設内サイン(案内)の外国語表記とピクトグラムの利用 (%)



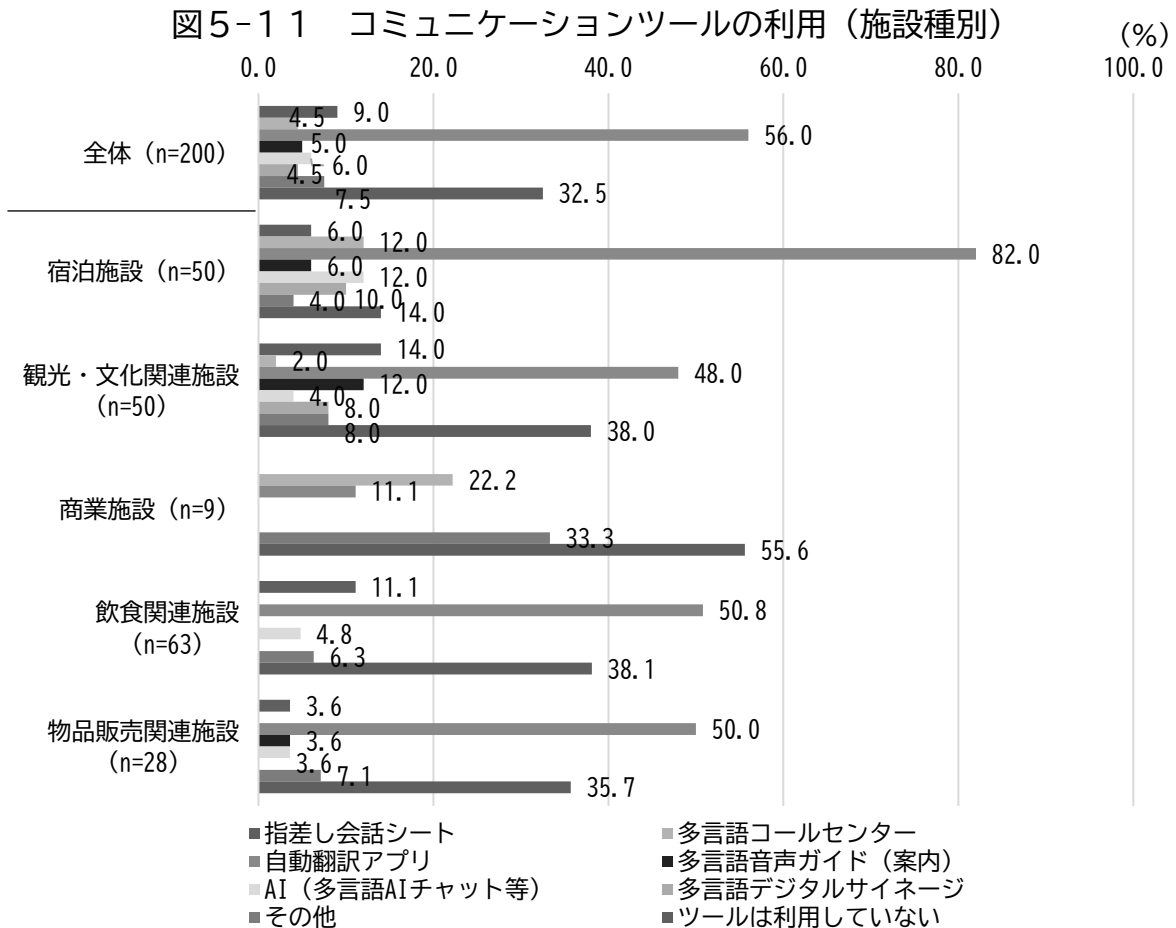
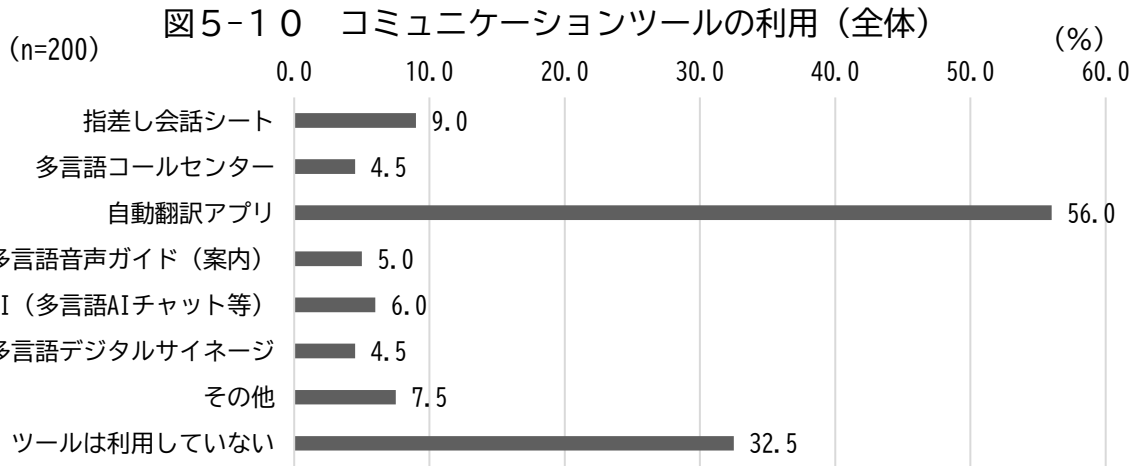
- 施設内サインは外国語でも表記し、わかりやすいようにピクトグラムを使用している
- 施設内サインは外国語でも表記しているが、ピクトグラムは使用していない
- 施設内サインは日本語のみであるが、ピクトグラムは使用している
- 施設内サインは日本語のみで、ピクトグラムの使用はしていない

問6 多言語でのコミュニケーションに際して、どのようなツールを利用していますか。(あてはまるもの全てに○)

【コミュニケーションツールの利用】

全体では、「自動翻訳アプリ」(56.0%)が最も高い。「ツールは利用していない」(32.5%)を除くと、次いで「指差し会話シート」(9.0%)の割合が高い。

施設種別でみると、「自動翻訳アプリ」は「宿泊施設」(82.0%)での利用割合が最も高い。「その他」の回答としては、「言語が選択できる注文・解説用タブレット」が挙げられた。



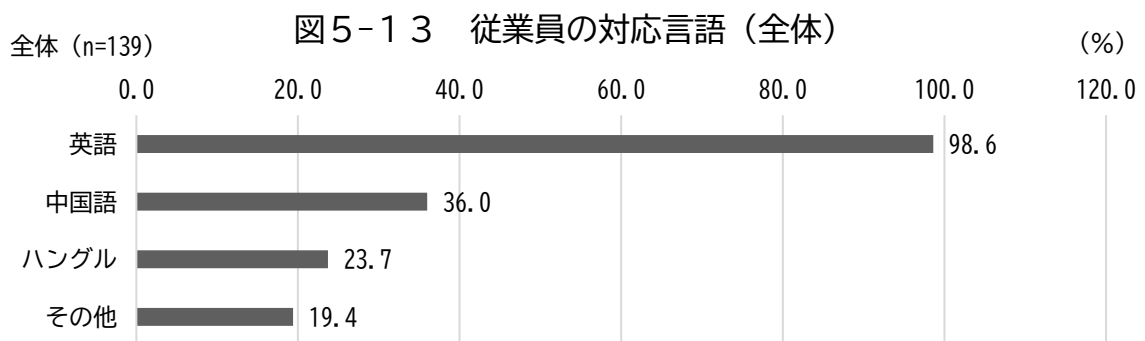
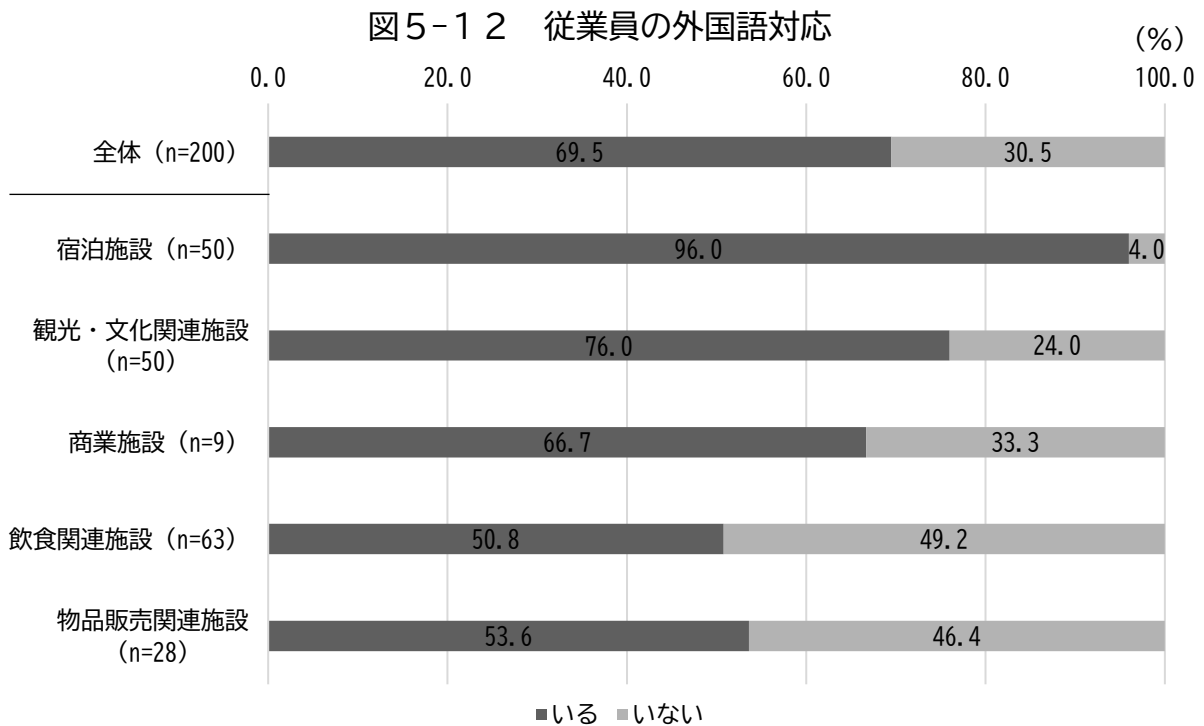
問7 外国語を話せる従業員はいますか。(あてはまるもの1つに○)
 <問7で「いる」と回答した施設>
 問7-1 何語を話せる従業員がいますか。(あてはまるもの全てに○)

【従業員の外国語対応】

全体では、外国語を話せる従業員が「いる」(69.5%)が7割である。

施設種別でみると、外国語を話せる従業員が「いる」は、「宿泊施設」(96.0%)が最も高く、次いで「観光・文化関連施設」(76.0%)、「商業施設」(66.7%)である。

従業員の対応言語は、「英語」(98.6%)が最も高い。



Ⅰ 外国人客の受入について

問8 今後の訪日外国人旅行者の受入についてお答えください。(あてはまるもの1つに○)

<問8で「あまり受け入れたくない」「受け入れたくない」と回答した施設>

問8-1 その理由は何ですか。(記述回答)

【訪日外国人旅行者受入に対する意向】

全体では、「積極的に受け入れたい」(47.0%)、「どちらかという受け入れたい」(26.5%)を合わせた『受け入れたい』(73.5%)は7割を超える。

施設種別でみると、「積極的に受け入れたい」の割合は、「宿泊施設」(74.0%)、「商業施設」(55.6%)において高い。

受入意向と現在の外国人訪問率の関係をみると、「積極的に受け入れたい」施設は、外国人旅行者の比率が「30%以上50%未満」(31.9%)、「5%未満」(18.1%)の施設で高い。

受入に消極的な理由について、「マナーが悪い」「言語対応に時間が取られるため受け入れる余裕がない」「売りに上げに繋がらない」が多く挙げられた。

図5-15 訪日外国人旅行者受入に対する意向

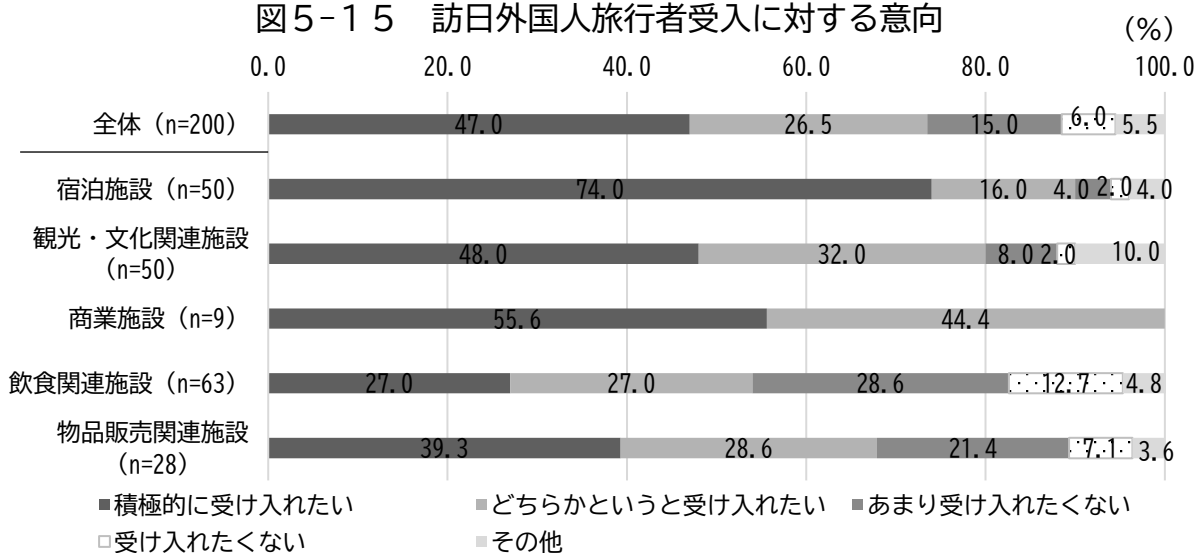
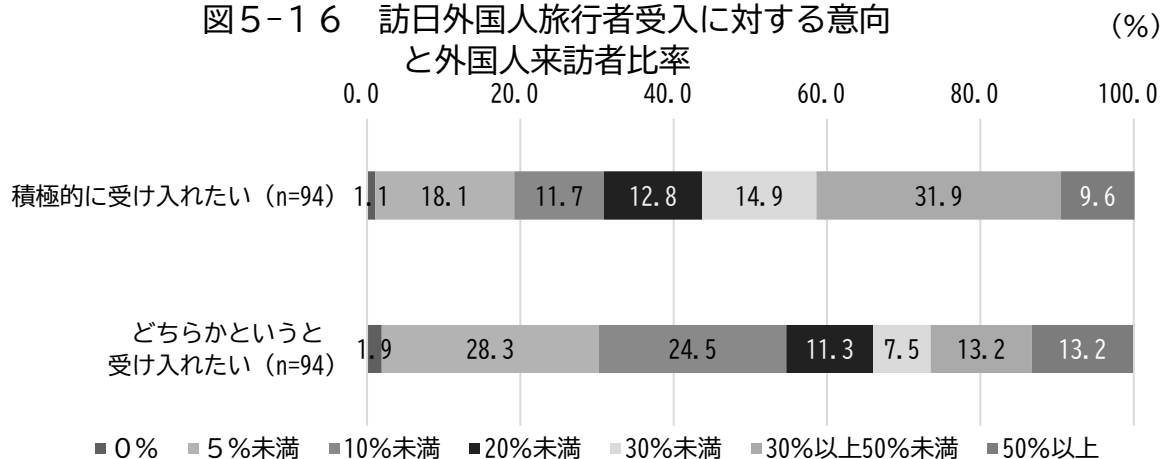


図5-16 訪日外国人旅行者受入に対する意向と外国人来訪者比率



問9 訪日外国人旅行者の受入に当たっての懸念事項をお答えください。(あてはまるもの全てに○)

【訪日外国人旅行者受入時の懸念事項】

全体では、「言語が異なるためコミュニケーションが難しい」(58.5%)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」(46.5%)、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」(35.5%)である。

施設種別でも、全ての種別で「言語が異なるためコミュニケーションが難しい」の割合が最も高く、「宿泊施設」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」も同率で最も高い。

図5-17 訪日外国人旅行者受入時の懸念事項（全体）

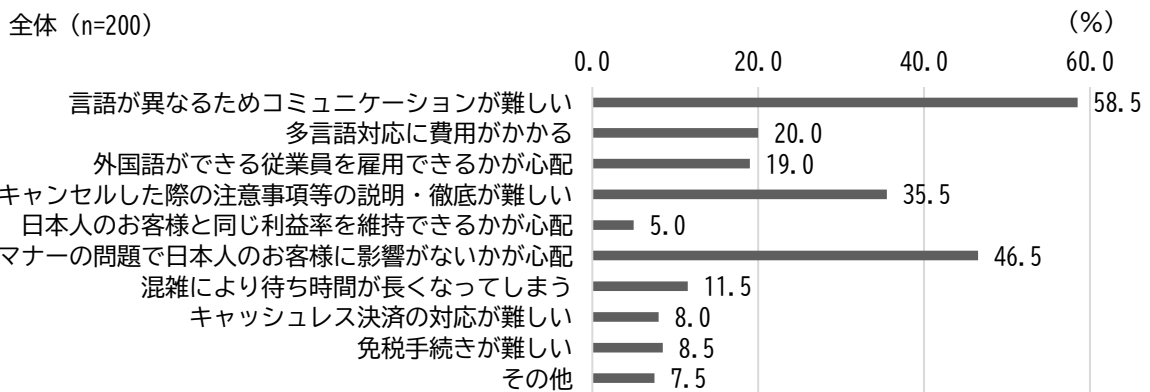
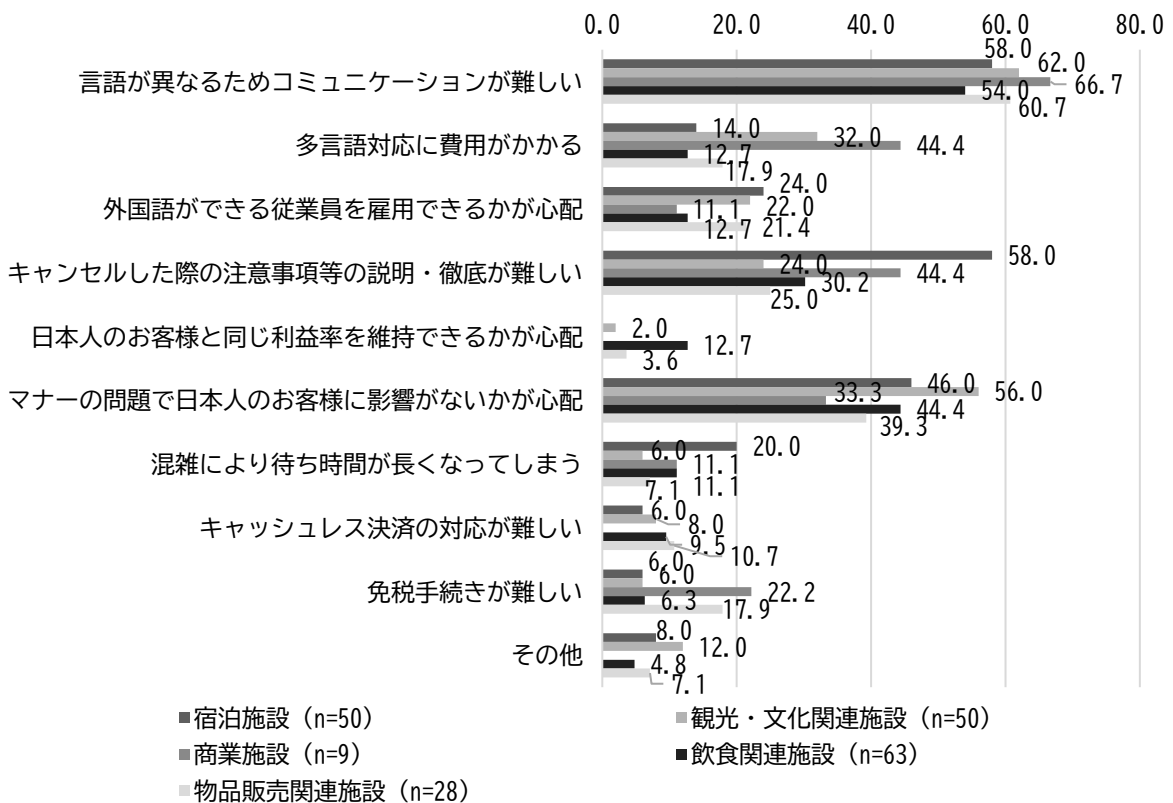


図5-18 訪日外国人旅行者受入時の懸念事項（施設種別）



オ 食習慣への対応について

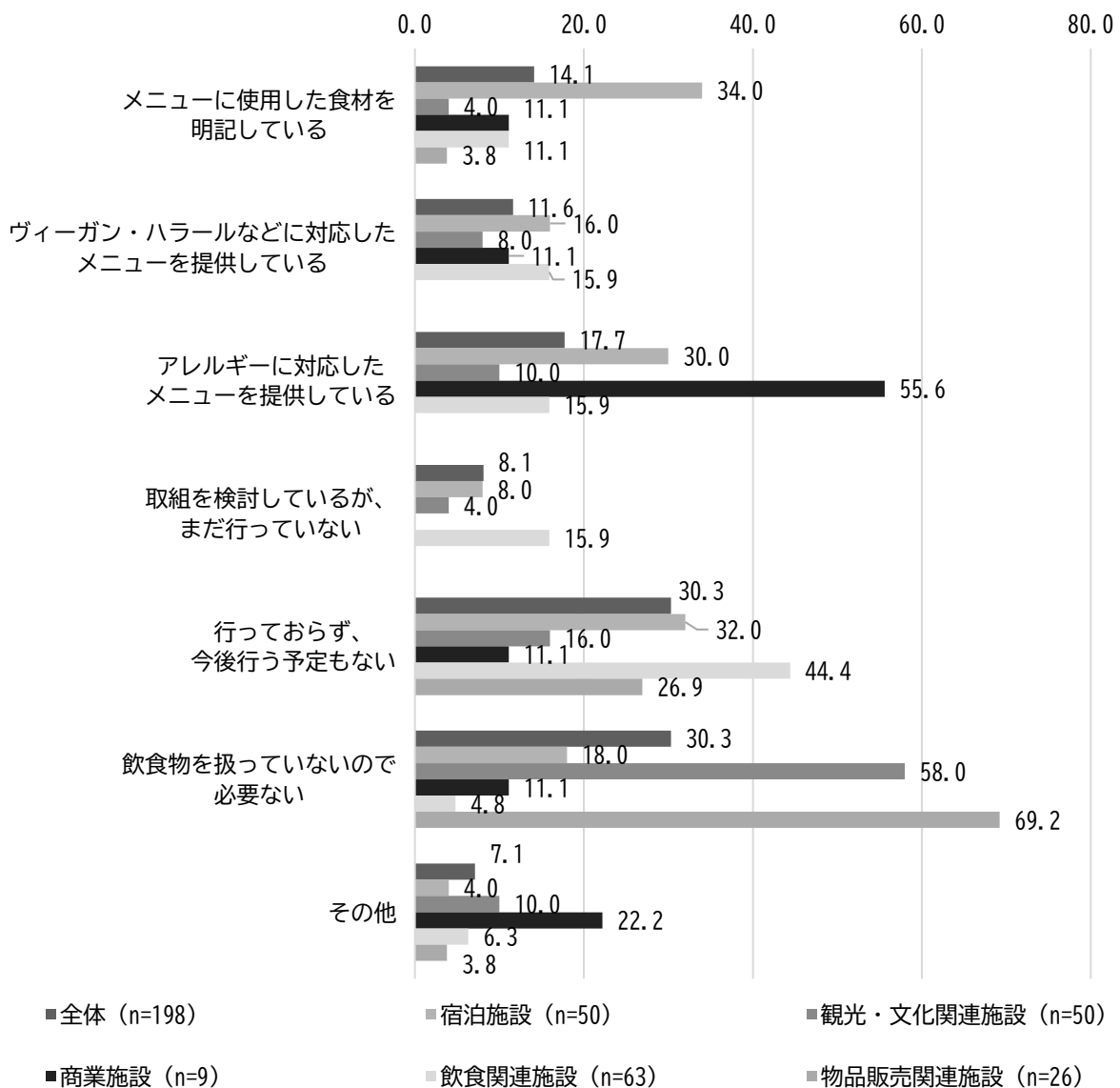
問10 ヴィーガン・ハラール・アレルギー食など、食文化や宗教等に配慮した取組は行っていますか。(あてはまるもの全てに○)

【食文化や宗教等に配慮した取組】

全体では、「飲食物を扱っていないので必要ない」(30.3%)を除くと、「行っておらず、今後行う予定もない」(30.3%)で最も高く、次いで「アレルギーに対応したメニューを提供している」(17.7%)、「メニューに使用した食材を明記している」(14.1%)である。

施設種別でみると、「メニューに使用した食材を明記している」の割合が最も高いのは「宿泊施設」(34.0%)で、「アレルギーに対応したメニューを提供している」の割合が最も高いのは「商業施設」(55.6%)である。

図5-19 食文化や宗教等に配慮した取組 (%)



カ フリーWi-Fi 対応について

問 11 フリーWi-Fi の提供状況について最も当てはまるものはどれですか。(あてはまるもの全てに○)
 <問 11 で「施設のみでなく、建物全体（施設があるエリア）にフリーWi-Fi が整備されている」「施設内全体でフリーWi-Fi を提供している」「施設内の一部（例：宿泊施設での客室／総合受付付近・休憩スペース等）でフリーWi-Fi を提供している」と回答した施設>
 問 11-1 フリーWi-Fi が利用可能であることは外国語で表示していますか。(あてはまるもの1つに○)

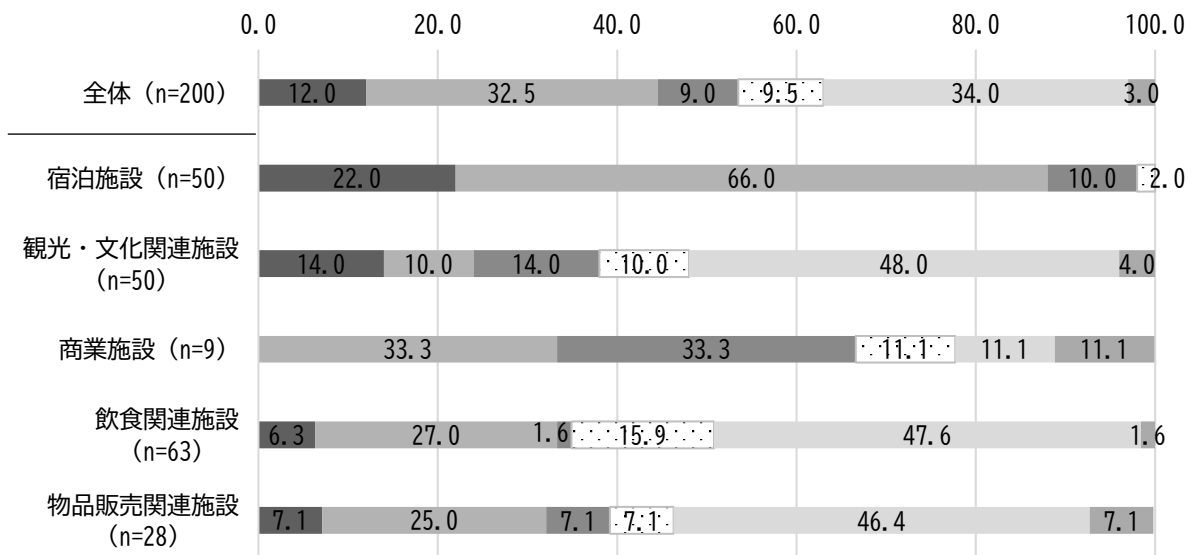
【フリーWi-Fi の提供状況】

全体では、「施設のみでなく、建物全体（施設があるエリア）にフリーWi-Fi が整備されている」、「施設内全体でフリーWi-Fi を提供している」、「施設内の一部（例：宿泊施設での客室／総合受付付近・休憩スペース等）でフリーWi-Fi を提供している」を合わせた『フリーWi-Fi を提供している』(53.5%) が5割を超える。前回調査では、『フリーWi-Fi を提供している』が4割半ばであったため、提供施設は増えている。

施設種別でみると、『フリーWi-Fi を提供している』割合が高いのは、「宿泊施設」(98.0%) と「商業施設」(66.6%) である一方で、「観光・文化関連施設」(38.0%)、「飲食関連施設」(34.0%)、「物品販売関連施設」(39.2%) の割合は4割以下にとどまった。

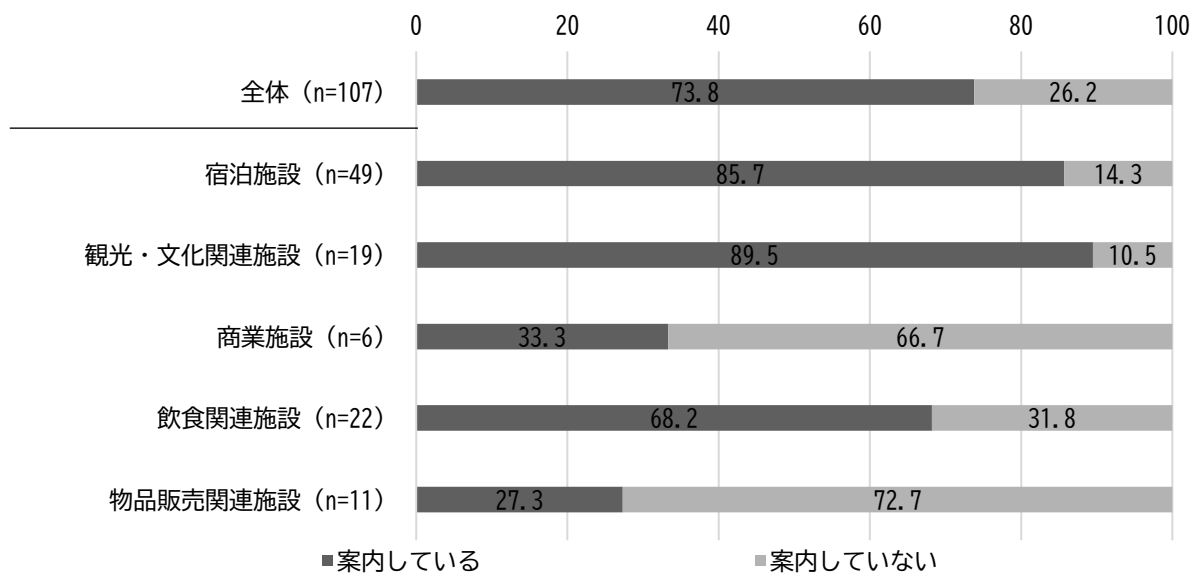
フリーWi-Fi を整備している施設のうち、「フリーWi-Fi が利用可能であることを外国語で表示している」(73.8%) 施設は約7割であり、前回調査の 65.7% から増加している。

図5-20 フリーWi-Fiの提供状況 (%)



- 施設のみでなく、建物全体（施設があるエリア）にフリーWi-Fiが整備されている
- 施設内全体でフリーWi-Fiを提供している
- 施設内の一部（例：宿泊施設での客室／総合受付付近・休憩スペース等）でフリーWi-Fiを提供している
- 提供を検討しているが、まだしていない
- 提供しておらず、今後する予定もない
- その他

図5-21 フリーWi-Fiの提供に関する外国語での案内状況 (%)



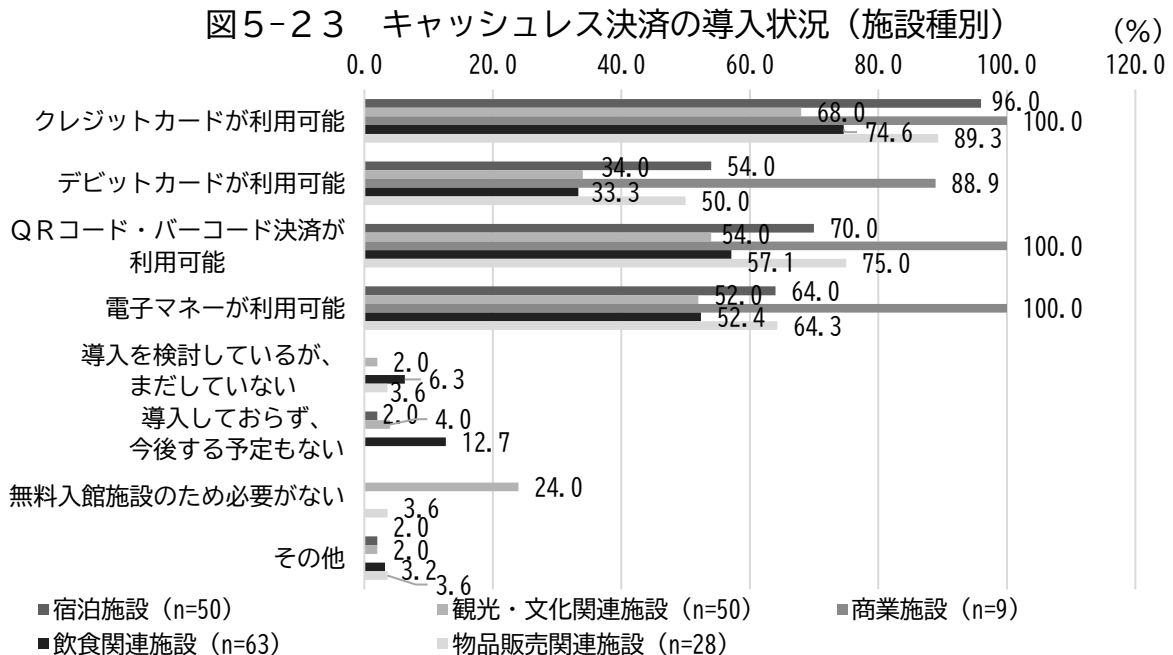
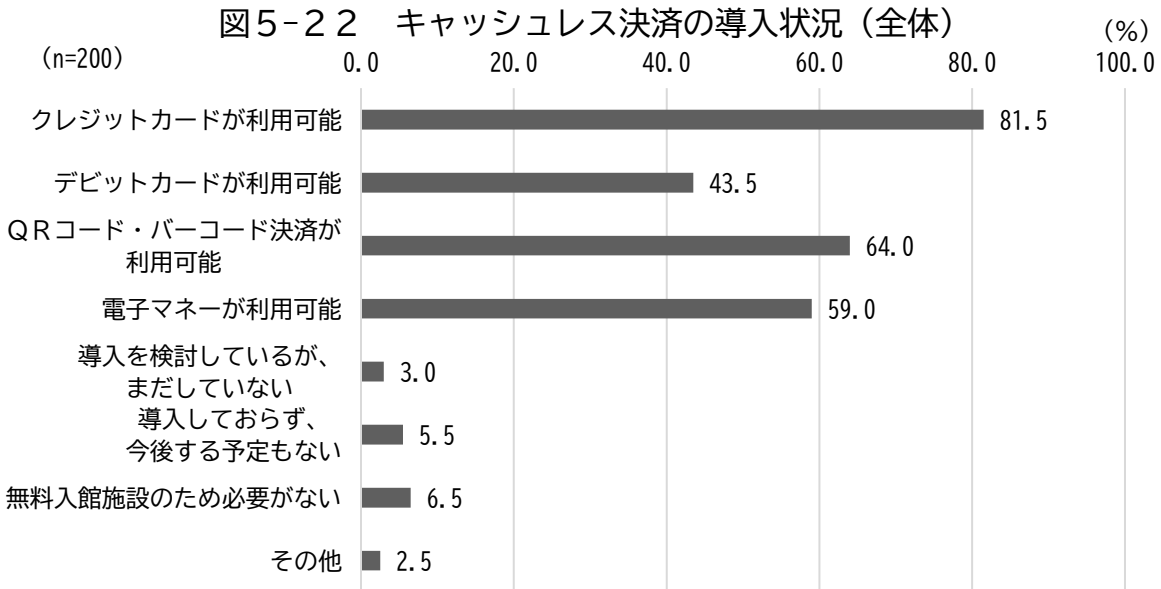
キ キャッシュレス決済への対応について

問12 料金支払いにおいて、キャッシュレス決済は導入されていますか。(あてはまるもの全てに○)

【キャッシュレス決済の導入】

全体では、「クレジットカードが利用可能」(81.5%)が8割を超え、次いで「QRコード・バーコード決済が利用可能」(64.0%)、「電子マネーが利用可能」(59.0%)である。前回調査では、「導入していない」が16.8%だったのに対して、今回は「導入を検討しているが、まだしていない」と「導入しておらず、今後する予定もない」を合わせると8.5%であり、未導入施設が大幅に減少している。

施設種別でみると、「商業施設」において「クレジットカードが利用可能」、「QRコード・バーコード決済が利用可能」、「電子マネーが利用可能」(各100.0%)の割合が高い。前回調査と比較すると、「デビットカード」と「QRコード・バーコード決済」が利用可能な施設の割合が増加している。



問13 港区商店街振興組合連合会が運営する地域通貨「みなトクPAY」を導入されていますか。(あてはまるもの1つに○)

【「みなトクPAY」の導入状況】

全体では、「商店会に加盟していない」(32.5%)を除いて、「導入している」(28.5%)、「導入を検討しているが、まだしていない」(6.5%)を合わせると35.0%で、「導入しておらず、今後する予定もない」は32.5%である。

施設種別でみると、「商店会に加盟していない」を除くと、「導入している」割合が最も高いのは、「物品販売関連施設」(57.1%)で、次いで「飲食関連施設」(52.4%)である。

図5-24 「みなトクPAY」の導入状況(全体)

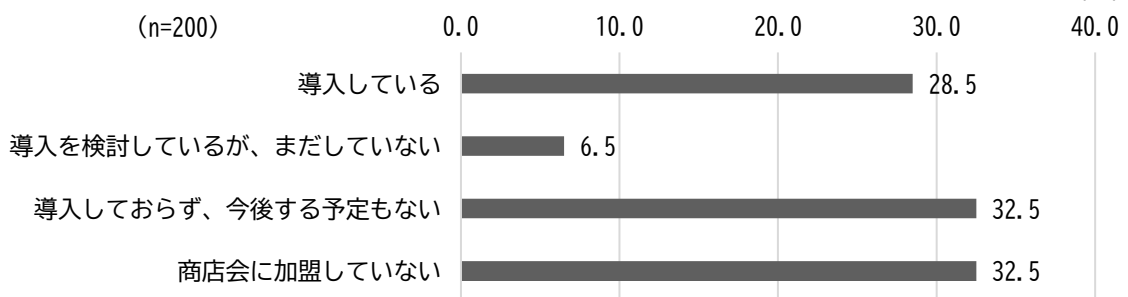
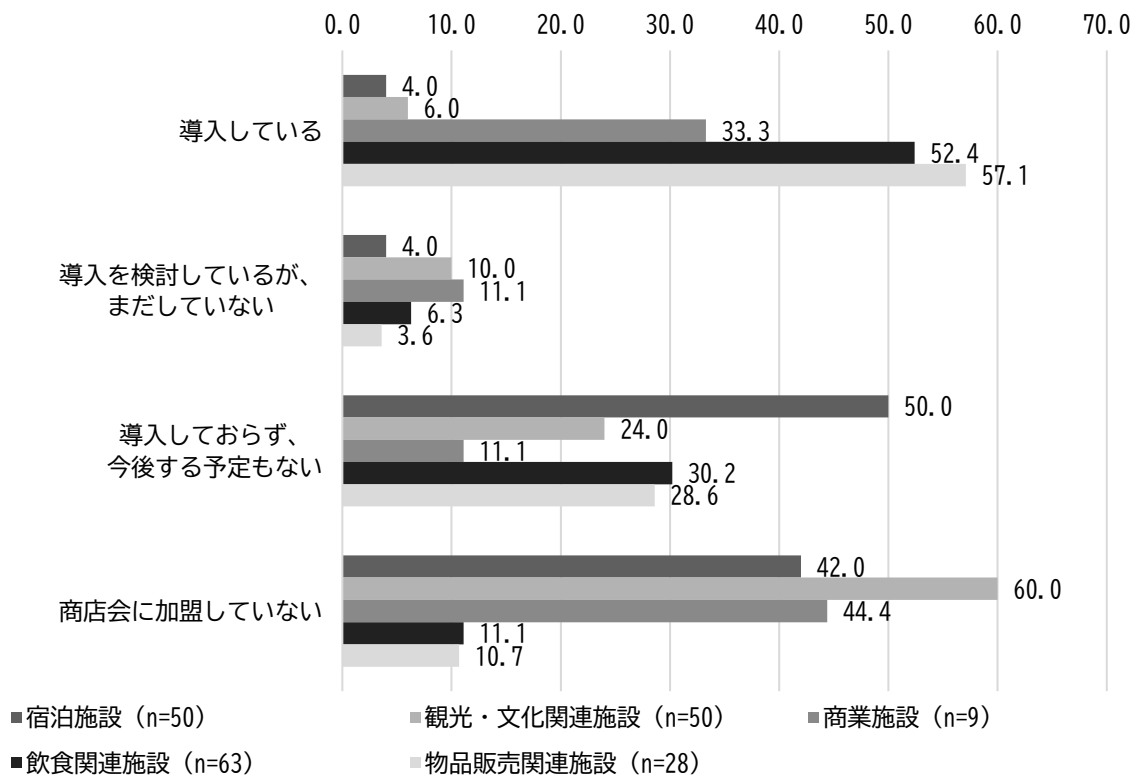


図5-25 「みなトクPAY」の導入状況(施設種別)



ク 港区の取組について

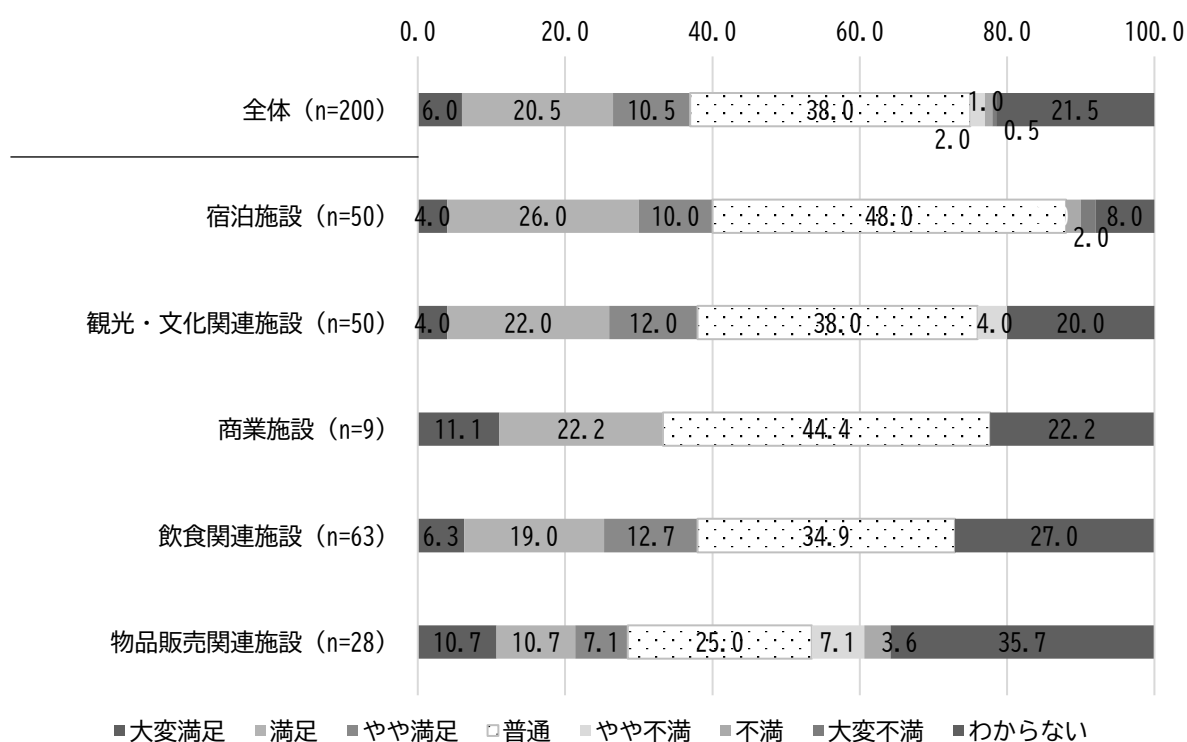
問14 港区が提供する観光情報の内容に対する満足度はどれくらいですか。(あてはまるもの1つに○)

【港区提供の観光情報に対する満足度】

全体では、「普通」(38.0%)が4割近くで最も高く、次いで「わからない」(21.5%)、「満足」(20.5%)である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』(37.0%)は4割近い。

施設種別でみると、『満足』の割合は「宿泊施設」(40.0%)が最も高く、「物品販売関連施設」(28.5%)が最も低い。

図5-26 港区提供の観光情報に対する満足度 (%)



問15 現在、港区では訪日外国人旅行者向けに、観光情報の発信や観光ボランティアによるまち歩きツアーなど、施策を進めています。例えば、次のような形でのご協力をお願いすることは可能でしょうか。(あてはまるもの全てに○)

【港区の観光施策への協力意向】

宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設では、それぞれ「港区の観光情報冊子を配置する」(それぞれ58.0%、68.0%、66.7%)が最も高い。飲食関連施設、物品販売関連施設(各39.7%、46.4%)も同様である。

図5-27 港区の施策への協力意向 (宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設) (%)

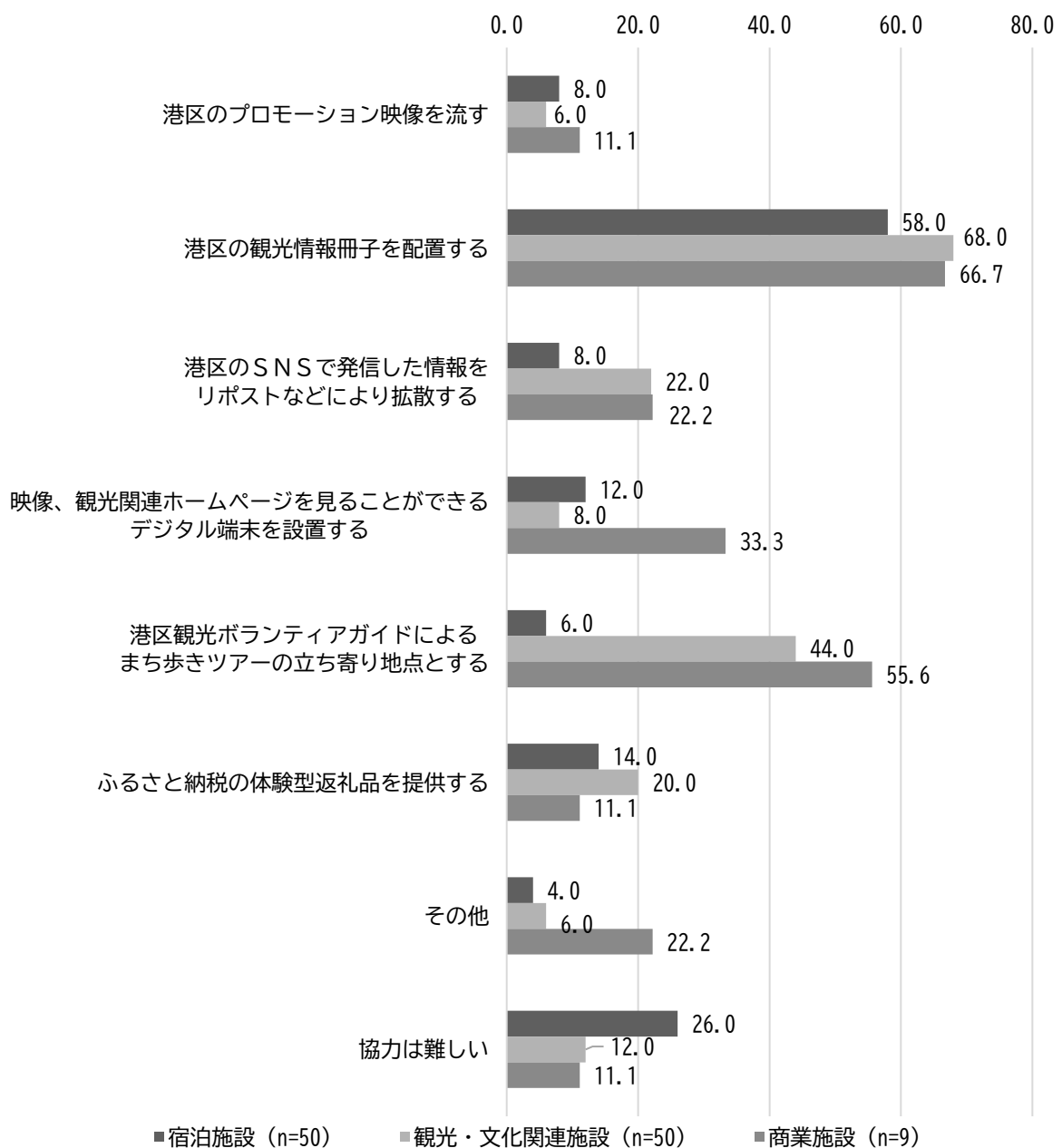
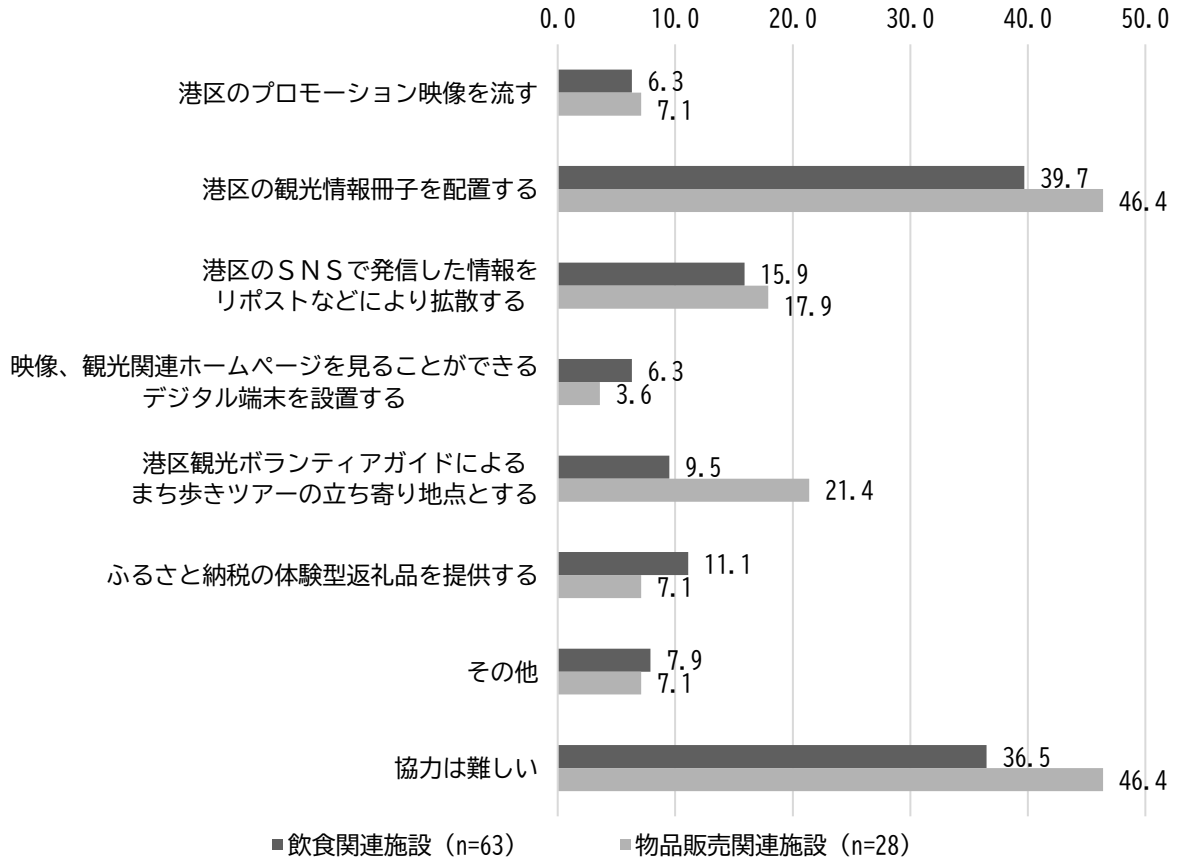


図5-28 港区の施策への協力意向
(飲食関連施設、物品販売関連施設) (%)



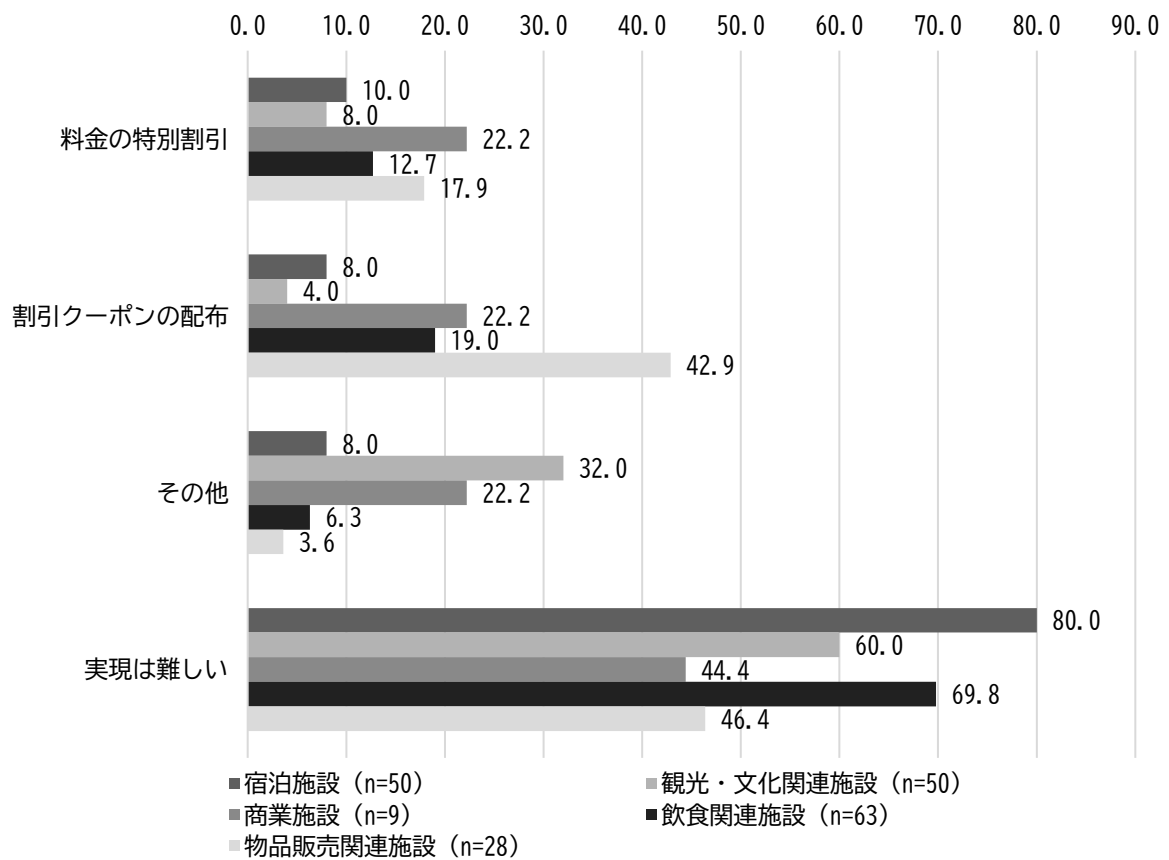
問 16 港区民に向けたサービス提供について、実現可能なことはありますか。
(あてはまるもの全てに○)

【実現可能な港区民へのサービス】

どの施設種別においても、「実現は難しい」が最も高い。「物品販売関連施設」においては、「割引クーポンの配布」(42.9%)の割合が高い。

「その他」の回答としては、「内容によっては可能」「団体見学の受入」「受注販売による特別料金での取りまとめ販売」「区民向けツアーの実施」が挙げられた。

図5-29 実現可能な港区民へのサービス (%)



問 17 訪日外国人旅行者の受入環境整備に対するご意見や、行政支援等の希望があれば、ご記入ください。(記述回答)

- ・ 日本でのマナー、ルールの指導
- ・ 日本の飲食店でのマナー啓発
- ・ ゴミの捨て方や場所、トイレのマナー
- ・ 外国人観光客に対する情報発信
- ・ 多言語パンフレットの設置
- ・ 翻訳機のレンタル、配布
- ・ 港区各所と連携可能な同一機器など環境の整備
- ・ キャッシュレス決済の促進
- ・ インバウンド受入に伴う館内整備費
- ・ 指さし会話用プリント（ラミネート加工）やPOP等の配布
- ・ 多言語メニューの作成支援
- ・ HP多言語化に伴う改修費用補助金
- ・ 他施設と連携したモデルコースの造成（販売など）
- ・ 日本在住外国人向けガイドツアー
- ・ 受入人材の派遣（繁忙期など）
- ・ 訪日旅行会社との連携支援
- ・ インバウンドが多く宿泊しているホテルとの提携
- ・ 外国人や夜間に利用できる医療機関へ案内できるシステム
- ・ 二重価格を導入するかどうかの相談
- ・ 免税申請の支援

ケ その他

(対象：宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設)

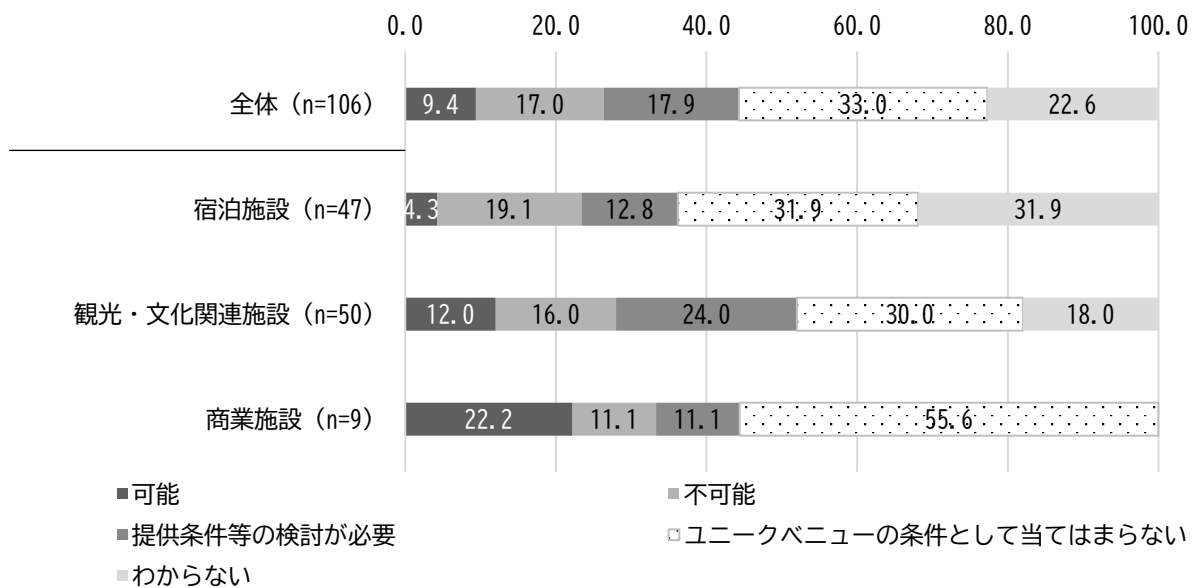
問 18 自治体や(一社)港区観光協会等の公益団体などに対し、ユニークベニユーとして提供することは可能ですか。(あてはまるもの1つに○)

【ユニークベニユーの提供意向】

全体では、「ユニークベニユーの条件として当てはまらない」(33.0%)が最も高く、次いで「わからない」(22.6%)である。

施設種別で見ると、「商業施設」において「可能」(22.2%)の割合が高い。

図5-30 ユニークベニユーの提供意向 (%)



(対象：宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設)

問 19 災害等が発生した際など、緊急時の対応やマニュアル作成等の対策はされていますか。(あてはまるもの全てに○)

【災害・緊急時の対策】

全体では、「定期的に避難訓練を実施している」(79.2%)が約8割で最も高く、次いで「非常災害時の対応マニュアルを作成している」(77.4%)である。

施設種別でみると、「宿泊施設」において「定期的に避難訓練を実施している」(83.0%)の割合が最も高い。

図5-31 災害・緊急時の対策（全体）

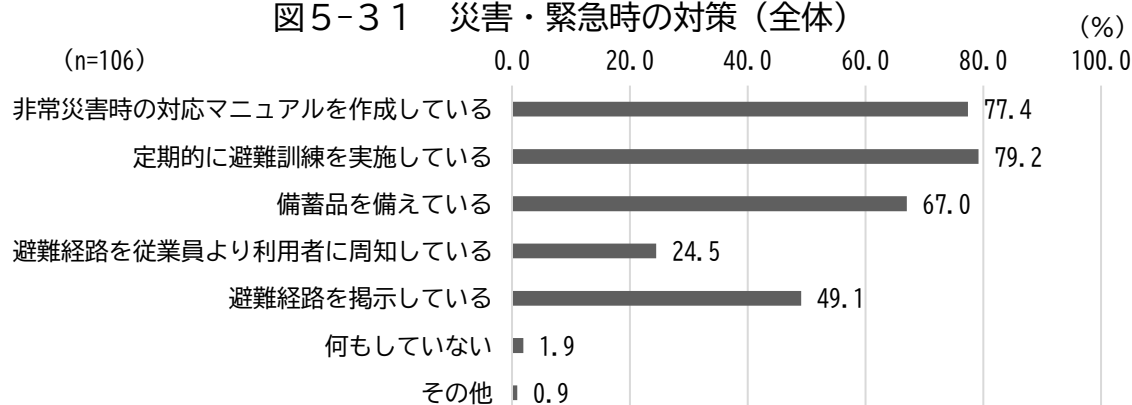
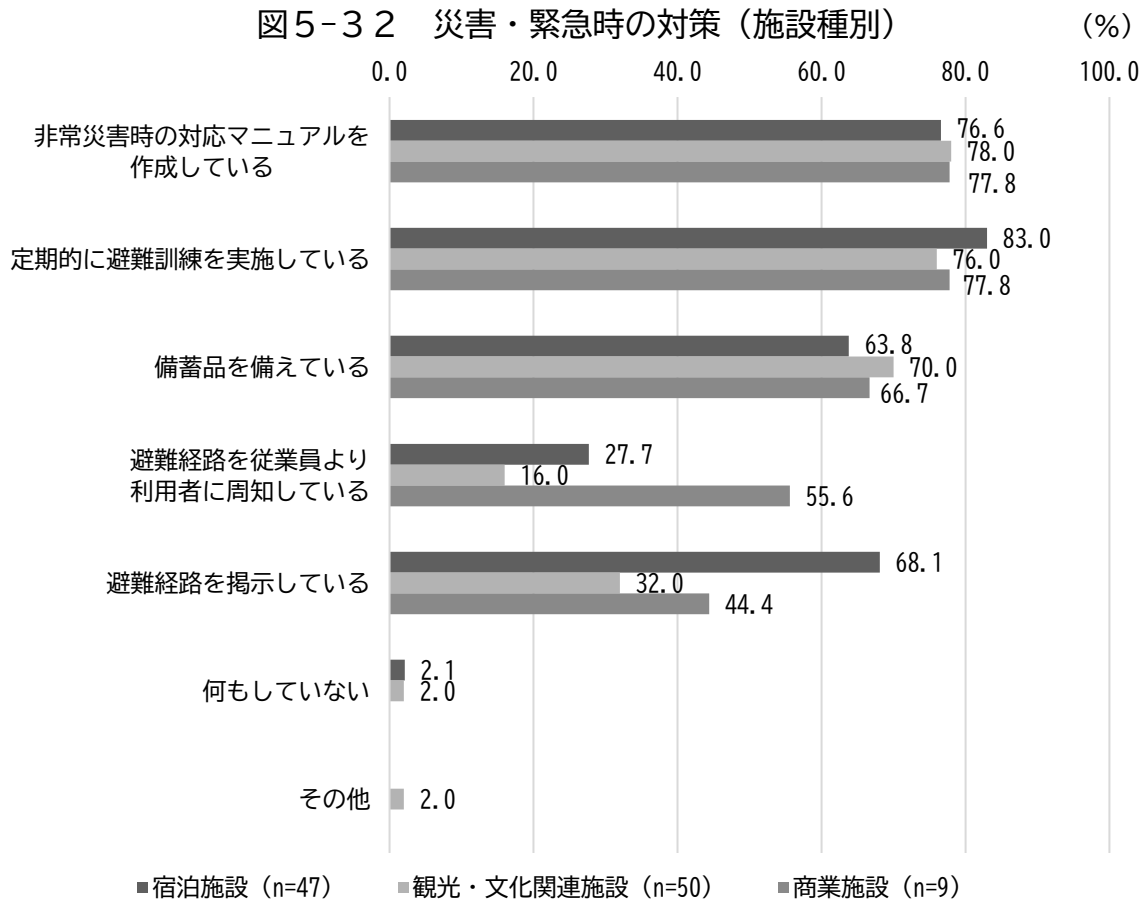


図5-32 災害・緊急時の対策（施設種別）



(対象：飲食関連施設)

問 18 メニューの多言語表記や写真の活用状況を教えてください。(あてはまるもの全てに○)
 <問 18 で「外国語表記のメニューがある」「外国語表記をしている券売機がある」と回答した施設>
 問 18-1 メニューや券売機に使用している言語を教えてください。(あてはまるもの全てに○)

【メニューの多言語表記や写真の活用状況】

「外国語表記のメニューがある」(57.4%)が最も高く、次いで「メニューに写真を載せている」(36.1%)である。

メニューや券売機に使用している言語は、英語 36 件、中国語(簡体字) 11 件、中国語(繁体字) 2 件、ハングル 7 件である。

図5-33 メニューの多言語表記や写真の活用状況

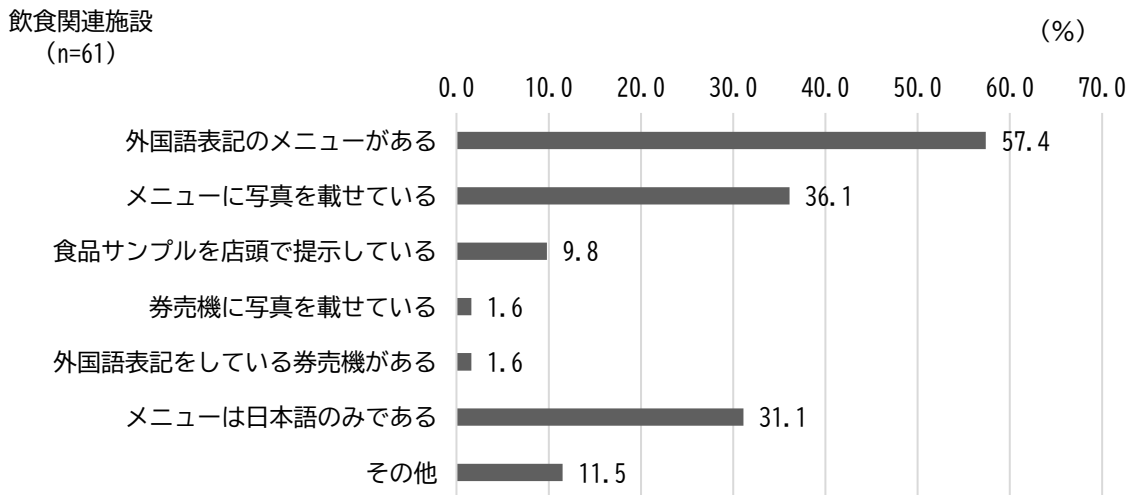
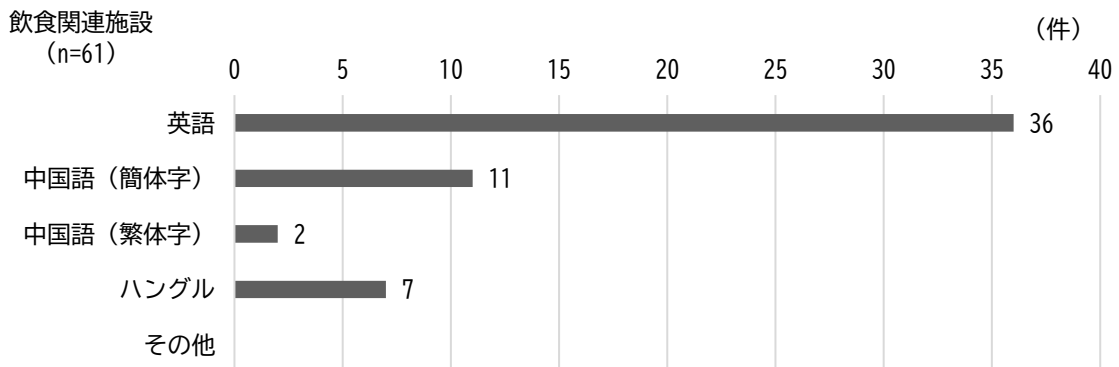


図5-34 メニューや券売機に使用している言語



(対象：飲食関連施設)

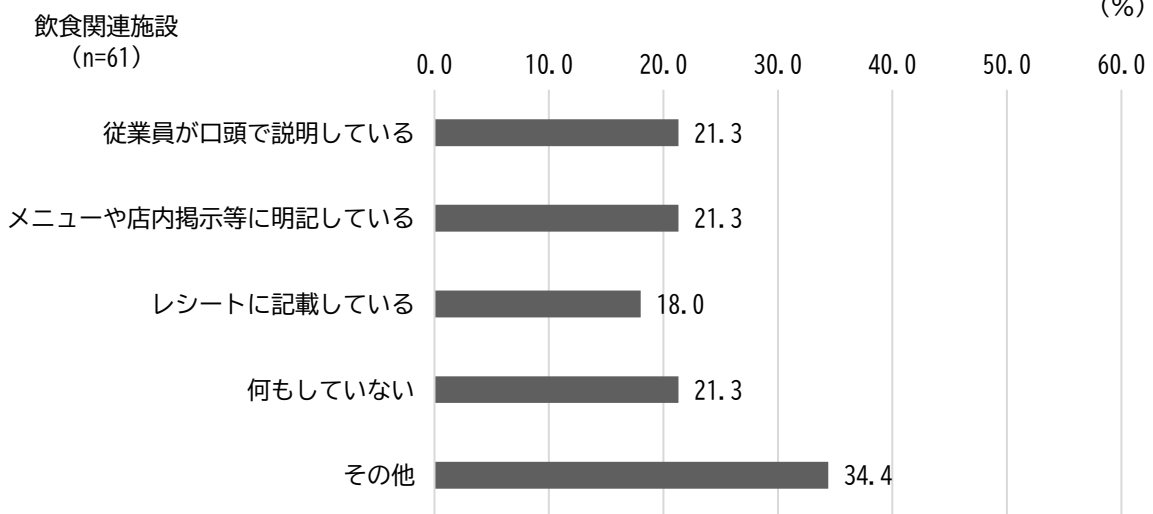
問 19 サービス料やお通し等の飲食料金以外の費用についての説明はされていますか。(あてはまるもの全てに○)

【サービス料やお通し等の説明】

「その他」(34.4%)を除くと、「従業員が口頭で説明している」、「メニューや店内掲示等に明記している」、「何もしていない」(それぞれ21.3%)が同率である。

「その他」の回答としては、「サービス料を取っていない」「外国人旅行者にはお通しを出さない」が挙げられた。

図5-35 サービス料やお通し等の説明



第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

(対象：物品販売関連施設)

問 18 商品札、商品タグ等での多言語表記の状況について、当てはまるものを選んでください。(あてはまるもの全てに○)
 <問 18 で「一部の商品札、商品タグは外国語の表記がある」「すべての商品札、商品タグに外国語の表記がある」「アプリの利用により、商品タグのバーコードを読み込むと、商品名等の外国語表記が読み取れる」と回答した施設>
 問 18-1 商品札、商品タグ等に使用している言語を教えてください。

【商品札、商品タグ等での多言語表記の状況】

「商品札、商品タグは日本語のみである」(60.7%)で最も高く、次いで「一部の商品札、商品タグは外国語の表記がある」(21.4%)である。

使用している言語は、英語8件、中国語(簡体字)2件である。

図5-36 商品札、商品タグ等での多言語表記の状況

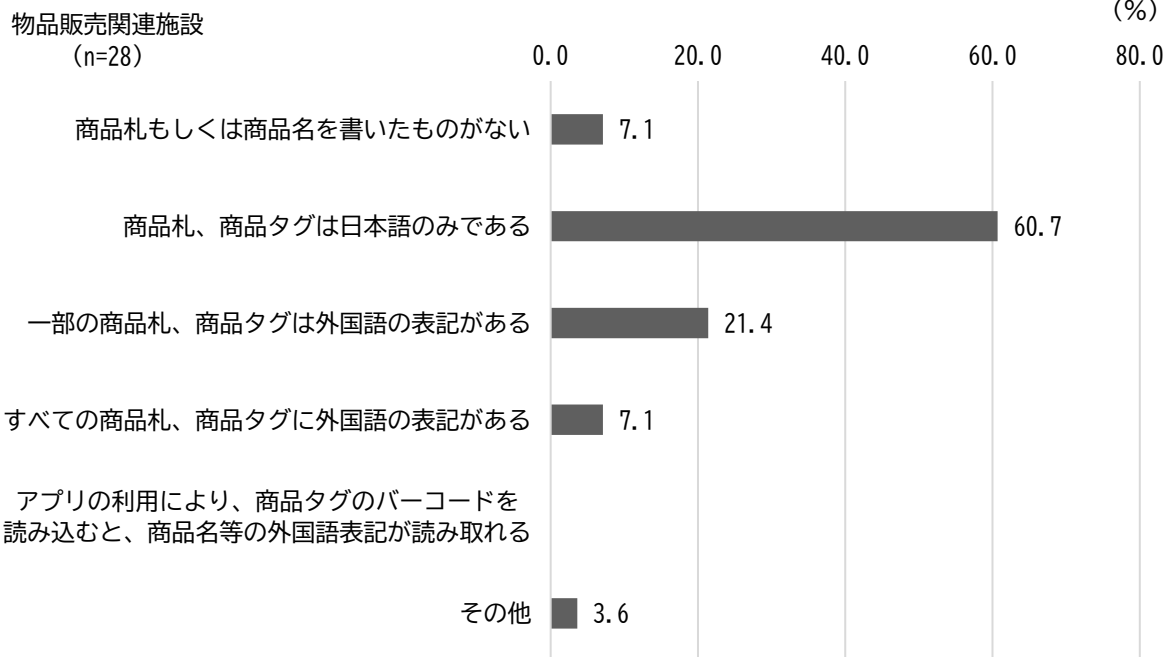
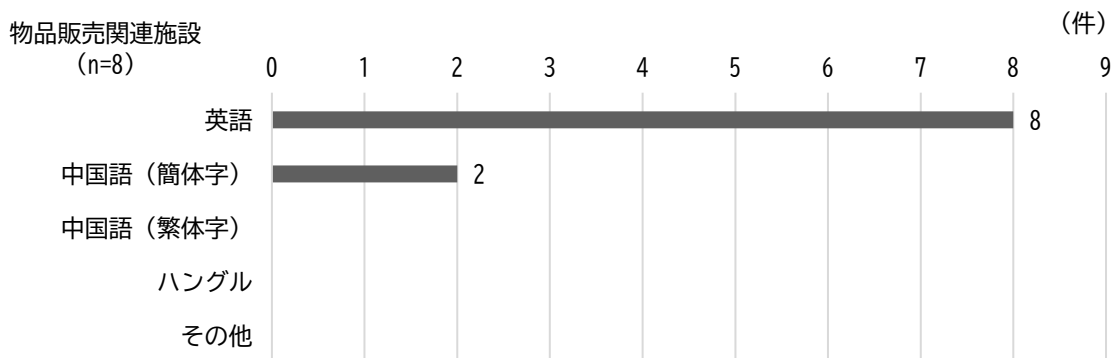


図5-37 商品札、商品タグ等に使用している言語



(6) 調査結果<ヒアリング>

港区観光協会会員企業、区内旅行業及び宿泊業をはじめとする観光関連事業者に関して、就業状況や企業の状況を調査し、今後の観光客の増加に対する人材不足等の課題を明らかにするため、ヒアリングを実施した。

具体的なヒアリング対象は以下のとおりである。

No	施設種別	実施日
1	宿泊施設①	令和8年1月13日
2	物品販売関連施設	令和8年1月21日
3	飲食関連施設	令和8年1月22日
4	商業施設	令和8年1月23日
5	宿泊施設②	令和8年2月6日

※掲載確認が取れた施設のみ掲載している

観光需要については、コロナ禍を経て2024～2025年以降、外国人客が各施設で急増している。外国人客の国籍・居住地は、施設の立地・業態によって、欧米系、東南アジア系など多い客層が異なっている。

外国人客の増加に伴い、英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語・タイ語など複数言語への対応が求められており、券売機・WEBサイト・館内表示の多言語化が進んでいる。一方で、外国語ができるスタッフは不足している傾向にあり、翻訳機などでの補完対応が行われている。また、調理部門の人材が最も不足しているところもあり、特定技能制度（調理・接客・語学）の活用や外国人人材活用への助成金に関心が寄せられている。

人材育成においては、OJTを中心とした丁寧な人材育成が行われており、採用・人材定着面では、ジョブリターン制度やSNS活用による採用チャンネルの多様化、階層別・部門別研修と社内講座（年10回）による早期離職率の改善が図られている。

業務効率化・DXの取り組みにおいては、自動チェックイン・チェックアウトの導入、AI・生成AIの活用検討など、デジタル技術を活用して省人化・効率化を図る動きが広がっている。一方で、IT人材の確保が課題となっている。

その他、他事業者、区内観光施設、教育機関等との連携強化を望む声も多い。

第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

ア 宿泊施設①

① 実施概要

実施日：令和8年1月13日

実施方式：対面聞き取り

② 聴取概要

ヒアリング項目	聴取概要
就業状況	<ul style="list-style-type: none"> ・正社員約 900 名、登録者 2,000～2,500 名（業務委託含む） ・雇用区分は多様（配膳会、アルバイト、契約社員他） ・20代と50代が多い砂時計型で、30～40代の中堅層が不足 ・平均 42～43 歳 ・男女比はほぼ半々だが、実務は女性 6 割で、応募も女性が多い ・外国籍正社員は 20 名未満で、多言語対応を担う ・24 時間 365 日稼働、年契約制 ・直近は離職率は低いが、若年層を中心に毎年 3 月には一定数の退職がある ・外国人の早期離職が課題 ・採用は春中心＋随時対応、業界内での繋がりが多い ・SNS 活用とジョブリターン制度を開始
人材確保の現状と課題	<p>① 人材不足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最も不足しているのは調理部門（特に和食・中国料理シェフ） ・調理専門学校の数減少 ・パティシエ志望は多いが、通常のコック志望は少ない <p>② 採用課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部門別の不足に加え、将来離職も見据えた採用が必要 ・中途採用は業界内での紹介に依存傾向 <p>③ IT 人材確保</p> <ul style="list-style-type: none"> ・低賃金のため、専任スタッフの配置は他業界より不利 ・専門人材の獲得が難しいため、部分的に外部委託も行う <p>④ 外国人材活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・言語面の大きな問題はなし ・英語研修は若手社員を対象に毎週実施 ・特定技能（調理・接客・語学）に関心、助成金を希望 <p>⑤ 設備投資負担</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5～7年周期で大規模更新が必要 ・設備更新コストが利益を圧迫
観光需要の変化と対応状況	<p>① コロナ後の回復</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年春頃から本格回復、業績は大幅プラスへ ・客室数を 800 室超→約 500 室に縮小し、単価重視へ転換 <p>② 顧客構成・動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊客の約 7～8 割がインバウンド ・欧米中心のビジネス客が主流（外資系企業・大使館関係） ・2～3 泊が中心、団体は少なめ ・中国市場は春節以降やや鈍化、中国本土からは一定の富裕層は来ている

	<p>③ 特需・市場環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政府要人来日に伴う団体利用が多い ・旺盛なインバウンド需要により、国内ビジネス客は宿泊しづらい状況 ・外資系ホテルとの競争激化 <p>④ サービス体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンシェルジュ常時2名+手配専門3名、履歴はデータベース化 ・基本は日英対応、3か国語対応者も在籍 ・富裕層向けに高付加価値の個別手配サービスを展開 <p>⑤ 人気ニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化体験（茶道・華道）、美術館・建築巡り ・皇居周辺ラン、六本木文化施設 ・箱根・日光・大阪などへの短期遠征 ・直営レストランは国内客中心 <p>⑥ 立地評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR駅から離れているのが弱み ・虎ノ門エリアの再開発の効果はプラスに作用
人材不足・定着支援のニーズ	<p>① 研修制度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新卒は約20日間のOJT実施 ・外国人材向けの特別研修は未実施 <p>② 行政・観光協会への期待</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定技能（調理・接客）外国人材活用への助成金 ・IT大規模更新に対する補助・支援 ・コンシェルジュ向け観光情報提供システムの整備
自由意見	<p>① 地域連携の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近隣神社と婚礼紹介などで連携 ・麻布台ヒルズ関連の企業利用で連携実績あり <p>② 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ以降、周辺地域との結びつきが弱まった ・地域祭事への参加は限定的

イ 物品販売関連施設

① 実施概要

実施日：令和8年1月21日

実施方式：対面聞き取り

② 聴取概要

ヒアリング項目	聴取概要
就業状況	<p>① 従業員構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従業員数は8名で、直営店とオンラインショップを運営 ・現在、外国籍スタッフは在籍なし <p>② 採用方針</p> <p>定期採用は行わず、退職などによる欠員が出た際に補充する形で採用</p>

第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

	<p>③ 求人媒体 採用時には求人サイトを活用</p>
人材確保の現状と課題	<p>① 人材不足の実態 小規模事業者であるため、現時点では深刻な人材不足は生じていない</p> <p>② 採用活動 インバウンド客への対応のため、採用時には英語対応が可能な人材を条件としている。</p>
観光需要の変化と対応状況	<p>① 観光客の動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ後、2024年頃からインバウンド客が急増し、全国的な傾向と同様の動きが見られる。 ・来店客は欧米系が多く、特にフランス・スペイン・イタリアなどヨーロッパからの観光客が中心で、アジア系は約2割（台湾・香港・タイ・インドネシアなど）。 ・訪日リピーターが多く、日本各地を巡る広域周遊型の観光客が増えている。 ・来店のきっかけはインターネット検索が多い。 <p>② 需要の季節変動 来客のピークは夏から秋にかけてで、年間を通じて比較的安定</p> <p>③ 業務量の変化 インバウンドの増加により接客業務が増加</p> <p>④ 業務効率化・DXの取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンラインショップを運営しており、コロナ前には海外サイトでの販売実績もある。 ・今後はAmazonなど海外プラットフォームの活用を検討 ・ホームページやSNSの多言語対応も進めている。
人材不足・定着支援のニーズ	<p>① 研修制度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客研修ではインバウンド客への対応方法を学び、商品知識教育では特殊工芸品について十分に理解できるよう指導 ・日本の伝統工芸品の背景や文化的意義についても教育
自由意見	<p>① 行政支援への要望</p> <p>単発ではなく継続的なPR支援事業の実施を希望しており、行政担当者の異動による支援の途切れを防ぎたい。長期的視点での観光振興施策の実施を求めている。</p> <p>② 港区の観光振興に対する期待</p> <p>小規模事業者への継続的PR支援、インバウンド観光客への情報発信強化、観光事業者間のネットワーク構築支援を期待している。</p>

ウ 飲食関連施設

① 実施概要

実施日：令和8年1月22日

実施方式：対面聞き取り

② 聴取概要

ヒアリング項目	聴取概要
就業状況	<p>① 従業員構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従業員は計6名（1店舗）で、正社員1名、アルバイト5名（うち学生3名） ・年齢層は主に30代だが学生を含め幅広い ・外国籍スタッフは5名（インドネシア2名、ミャンマー、バングラデシュ、パキスタン、タイ）で、接客・調理など店舗業務全般を担当 <p>② 勤務形態・働き方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開業は2022年1月。 ・営業時間は11:30～15:00（L014:00）、17:00～22:00（L021:00）で、シフト制を採用しており、繁忙期・閑散期で変動がある。 <p>③ 採用状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主にハローワークを利用して採用 ・Instagramでの告知、大学生間の口コミでもアルバイト採用を増やしている。
人材確保の現状と課題	<p>① 人材不足の実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状は深刻な人材不足はなく、業務キャパシティには余裕がある。 ・求める人材としては、英語などの語学力が必要とされる。 <p>② 採用活動の課題</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材募集にかかるコストが高いことが課題 <p>③ 外国人材の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後も継続的に外国人材を活用する意向がある。
観光需要の変化と対応状況	<p>① 観光客の動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来店客は増加傾向にあり、ほぼ100%が外国人観光客 ・初回来店客が多くリピーターは少ない。国籍はアジア（インドネシア、マレーシア、シンガポール）、ヨーロッパ、中東が中心。 ・来店経路は主にGoogleマップ経由で、予約なしで訪れるケースが多く、浅草観光の帰りに立ち寄るパターンが多い。 <p>② 業務量の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客増加により繁忙期の業務負荷は増加傾向。現在は人員に余裕があるが、今後の拡大を見据えた体制整備を検討している。 <p>③ 業務効率化・DXの取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クレジット決済を導入し、GoogleマップやInstagramで集客を実施 ・注文はお客とのコミュニケーションを重視して人対応を行い、現時点でセルフ化は導入していない。
人材不足・定着支援のニーズ	<p>① 研修制度</p> <ul style="list-style-type: none"> 社内研修はOJTを中心に実施し、接客対応や語学指導に加えて、ハラル

第5章 観光関連施設等における観光客対応状況調査

	<p>対応やムスリム文化への理解も教育している。</p> <p>② 定着率向上のための施策 福利厚生としてまかないを提供し、シフト制で柔軟に働ける環境を整備。ムスリムスタッフにも配慮した職場環境を確保している。</p> <p>③ 行政・観光協会への期待 研修や語学・接客講座などの人材育成支援、合同説明会や求人情報発信による採用支援、外国人材の生活支援や制度説明、DX導入に向けた補助金・専門家派遣支援、観光情報提供やプロモーション支援を期待している。</p>
自由意見	<p>① 港区の観光振興に対する期待 PR活動への支援、観光関連事業者との橋渡しや連携支援、行政による集客支援を期待している。</p> <p>② 行政との連携状況 区民まつりへの出店（芝商店会）や飲食店向け助成金・広告宣伝補助金・専門家派遣の活用実績はあるが、観光分野との直接的な連携は現在ない。</p>

Ⅱ 商業施設

① 実施概要

実施日：令和8年1月23日

実施方式：対面聞き取り

② 聴取概要

ヒアリング項目	聴取概要
就業状況	<p>① 従業員構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総従業員数は1,619名（2024年度） ・男女比は約10：6（男性1,043名、女性576名） ・平均年齢は男性45.4歳、女性40.3歳 <p>② 勤務形態・働き方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平均残業時間は約24.9時間／月 <p>③ 離職・採用状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新卒採用は毎年実施（2024年度は35名：男性24名、女性11名） ・キャリア採用も実施（41名：男性15名、女性26名） ・離職率は2.3%で、自己都合退職34名・社員数は右肩上がり増加中
人材不足・定着支援のニーズ	<p>① 定着率向上のための施策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福利厚生：社宅提供、親睦会補助

オ 宿泊施設②

① 実施概要

実施日：令和8年2月6日

実施方式：リモート形式による聞き取り

② 聴取概要

ヒアリング項目	聴取概要
就業状況	<p>① 勤務形態・働き方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シフト制を採用し、繁閑に応じて勤務時間を調整 ・グループ会社全体で人員調整を実施 ・業務は多様 <p>② 離職・採用状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入社3年未満の離職率は2023年度以降改善 ・社内講座などの研修制度が効果を発揮
人材確保の現状と課題	<p>① 人材不足の実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状：コロナ後の回復期でも人員不足が続く ・採用活動の課題： <ul style="list-style-type: none"> *インターンシップ制度を活用し、ミスマッチを軽減 *留学生採用：語学力不足はiPadや翻訳機で補完 <p>② 今後の人材ニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外への発信力を持つグローバルマーケティング人材の確保が必要
観光需要の変化と対応状況	<p>① 観光客の動向・業務対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド比率：現在は約4~4.5割 ・価格動向：従来の価格帯が変動しており、柔軟な料金設定が求められる <p>② 業務量の変化と対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 自動チェックイン・チェックアウトを導入（シングル・ビジネス棟） <p>③ 業務効率化・DXの取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・推進方向は、資料作成業務を削減し、顧客との接点を増やすこと ・AI・生成AIの活用を検討中
人材不足・定着支援のニーズ	<p>① 研修制度・定着率向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・階層別研修：本社主体で実施 ・部門別研修：各事業所が独自に実施。部門ごとの課題やニーズをヒアリングし、外部講師も活用。 ・社内講座：2023年度より年間10回実施。参加者アンケートやヒアリングを基に改善を継続。 <p>② 効果・定着率向上策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入社3年未満の離職率が大幅に減少 ・社内講座による早期離職防止が効果を発揮 ・現在は施策開始直後のため、継続的な効果検証とブラッシュアップを実施中
自由意見	<p>① 港区の観光振興に対する期待</p> <p>連携実績：</p> <ul style="list-style-type: none"> *災害対策：3.11以降、帰宅困難者・防災対策で港区と連携

	<p>② 行政への改善要望</p> <ul style="list-style-type: none">・在留資格制度の見直し <p>現状：ホテル業界では「技人国（通訳業務）」のみで外国人採用が可能 要望：レストランサービス、ソムリエ、バーテンダーなどのオペレーション業務を希望する外国人留学生もいるが、現状では特定技能を取得するしかない。実態に沿った在留資格の拡充。</p> <p>問題点：現行制度では特定技能は5年で資格が切れ、育成した人材の長期活用ができず機会損失が発生 在留資格制度を実態に合わせて改善してほしい</p>
--	--

