

次期港区観光振興プラン策定に係る 観光動態基礎調査報告書（概要版）

【主要指標試算結果】

- ・令和7年の港区の観光入込客数、観光消費額、経済効果の試算結果、および第4次観光振興プランにおける目標に係る調査結果は以下のとおりである。

1. 観光入込客数の推計

観光入込客数	2,126 万人
内、日本人観光入込客数	1,993 万人
内、外国人観光入込客数	133 万人

- ・デジタル観光統計オープンデータより、日本人観光客数を推計。おでかけウォッチャーより、外国人観光客数を推計

2. 観光消費額の推計

観光消費額	8,058 億円
内、都内在住者	689 億円
内、都外在住者	6,200 億円
内、訪日外国人	1,169 億円

- ・日本人港区来訪者調査、外国人港区来訪者調査結果から観光庁の共通基準に準じて算出した消費額単価を観光入込客数に乗じることにより推計

3. 経済効果の試算

生産誘発額	5,782 億円
内、直接効果	3,761 億円
内、第1次間接効果	1,266 億円
内、第2次間接効果	755 億円
就業者誘発数	49,425 人
内、直接効果	37,110 人
内、第1次間接効果	8,349 人
内、第2次間接効果	3,966 人

- ・推計した観光消費額より港区内にもたらされる最終需要を産業部門別に算出し、この最終需要を直接効果として、令和2年の港区産業連関表(38部門)により推計
- ・直接効果とは、観光客の消費支出が区内産業に直接もたらす生産誘発額を指す。本調査では、東京都産業連関表をもとに推計した区内自給率を観光消費額に乗じて算出した。
- ・都内の区は財・サービスの生産拠点が区外に多く立地するため、観光消費額の相当部分は区外へ流出する。このため、直接効果は観光消費額を下回る結果となる。第1次間接効果（区内産業による原材料・サービスの調達に伴う生産誘発）および第2次間接効果（雇用者所得の消費を通じた生産誘発）を加えた合計においても、調達・消費の区外依存が高いことから、生産誘発額は観光消費額を下回る試算となっている。

4. 港区観光の満足度

外国人来訪者 92.8% (前回調査 R1 94.2%)	
<p>普通 5.4% 不満 1.8% 満足 92.8%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・最も満足した訪問地 <ul style="list-style-type: none"> 東京タワー 28.4% お台場海浜公園 8.8% 六本木ヒルズ 7.8% ・最も満足した体験 <ul style="list-style-type: none"> 日本食を食べること 31.5% 自然・景勝地・庭園観光 17.8% 繁華街のまち歩き 8.5%
日本人来訪者 64.8% (前回調査 R4 73.6%)	
<p>不満 2.1% 普通 33.1% 満足 64.8%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪時の目的別満足度 <ul style="list-style-type: none"> 夜景・ライトアップ 91.8% 庭園 91.0% テーマパーク・アミューズメント施設 89.1% ・消費額別満足度 <ul style="list-style-type: none"> 10万円以上 83.5% 5万円～10万円未満 76.5% 3万円～5万円未満 63.3%
港区民 69.6% (前回調査 R4 79.1%)	
<p>不満 3.4% 普通 27.1% 満足 69.6%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・満足できたところ <ul style="list-style-type: none"> アクセスの良さ 飲食の充実 買い物の便利さ ・港区に住んでいることについての誇りや愛着ある 74.4% ・港区の「持続可能な観光地」としての満足度 36.0%

5. 港区への再来訪意向

外国人来訪者 88.3% (前回調査 R1 94.2%)	
<p>来たくない 1.0% どちらともいえない 10.8% 来たい 88.3%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・再訪時に訪れたいスポット <ul style="list-style-type: none"> 東京タワー 41.6% 六本木ヒルズ 27.6% 泉岳寺 26.8% ・再訪時の目的 <ul style="list-style-type: none"> 日本食を食べること 70.2% 自然・景勝地・庭園観光 57.0% ショッピング 44.1%
日本人来訪者 73.5% (前回調査 R4 85.1%)	
<p>思わない 4.4% どちらでもない 22.1% 思う 73.5%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・再来訪意向の高い属性 <ul style="list-style-type: none"> 女性 77.2% 18～29歳 76.7% 40代 76.9% 区内宿泊者 77.4%

6. 港区観光の推奨意向

外国人来訪者 91.9%	
<p>おすすめしたい 91.9% どちらともいえない 7.6% おすすめし たくない 0.5%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 港区内で感動した内容 景色の良さ、都市のスケール感、 清潔で整った街並み、 話題のスポット、 伝統的・宗教的な体験、 洗練された上品さ、 人々の親切さや思いやり、 平和で静か、落ち着いた雰囲気
日本人来訪者 93.1%	
<p>おすすめしたい 93.1% おすすめし たくない 6.9%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 推奨意向の高い属性 女性 94.2% 18～29歳 95.7% 40代 95.8%
港区民 89.7%	
<p>おすすめしたい 89.7% おすすめし たくない 6.9% 無回答 3.4%</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 港区観光のおすすめ経験 ある 66.8% ・ 港区観光のおすすめ内容 飲食店 大型商業施設・再開発エリア

【主要調査結果】

今回実施した各種調査の主要な結果をまとめると以下のとおりである。

1. 来訪実態

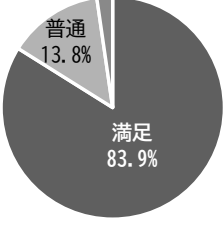
(1) 訪問先

外国人来訪者 東京タワー、東京ミッドタウン、六本木ヒルズ	
【日中】 東京タワー 58.9% 東京ミッドタウン 27.1% 六本木ヒルズ 25.8%	【夜間】 東京タワー 31.8% 六本木ヒルズ 20.5% 東京ミッドタウン 16.6%
日本人来訪者 東京タワー、六本木ヒルズ、表参道、東京ミッドタウン	
【日中】 東京タワー 22.7% 六本木ヒルズ 22.0% 表参道 20.1%	【夜間】 東京タワー 12.8% 六本木ヒルズ 12.8% 東京ミッドタウン 10.0%
港区民 六本木ヒルズ、東京ミッドタウン、麻布台ヒルズ	
【日中】 六本木ヒルズ 57.0% 東京ミッドタウン 52.2% 麻布台ヒルズ 48.6%	【夜間】 六本木ヒルズ 45.8% 東京ミッドタウン 37.0% 麻布台ヒルズ 32.2%

(2) 情報入手先

外国人来訪者	出発前：SNS	日本滞在中：インターネット（スマホ）
【出発前】 SNS	53.3%	【日本滞在中】 インターネット(スマートフォン) 68.7%
動画サイト	40.3%	SNS 36.1%
日本政府観光局HP	32.4%	インターネット(パソコン) 31.6%
日本人来訪者	出発前：SNS	旅行中：インターネット
【出発前】 SNS	18.2%	【旅行中】 インターネット 25.3%
宿泊予約サイト	18.0%	SNS 18.7%
親族・知人	15.4%	港区HP 13.0%
港区民	出発前：その他インターネット	
【出発前】	その他インターネット 37.2%	SNS 33.4% 親族・知人 27.1%

(3) 決済方法

外国人来訪者	利用：現金、クレジットカード	希望：クレジットカード
・利用した決済方法		・決済サービスの満足度 (クレジットカード・電子決済の利便性)
現金	75.8%	満足 83.9%
クレジットカード	75.0%	普通 13.8%
電子マネー決済	15.6%	不満 2.3%
・最も使いたい決済方法		
クレジットカード	63.1%	
現金	22.6%	
電子マネー決済	8.8%	

2. 受入実態

(1) 観光関連施設

外国人の来訪割合	「10%未満」 49.0%	「50%以上」 10.5%
【全体】	10.5%	49.0%
【宿泊施設】	2.0%	8.0%
【観光・文化関連施設】	4.0%	26.0%
【商業施設】	46.0%	33.3%
【飲食関連施設】	1.6%	3.2%
【物品販売関連施設】	7.1%	3.6%
<ul style="list-style-type: none"> 10%未満 10%以上30%未満 30%以上50%未満 50%以上 		
多言語での情報発信	行っている 49.0%	
・行っている割合	宿泊施設 62.0%	観光・文化関連施設 74.0%
	飲食関連施設 25.4%	商業施設 66.7%
		物品販売関連施設 28.6%
訪日外国人旅行者の受入意向	受け入れたい 73.5%	
・受け入れたい割合	宿泊施設 90.0%	観光・文化関連施設 80.0%
	飲食関連施設 54.0%	商業施設 100.0%
		物品販売関連施設 67.9%

・受入時の懸念事項：言語が異なるためコミュニケーションが難しい	58.5%
マナーの問題で日本人のお客様に影響がないか心配	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%

(2) 港区民

観光客を見かける頻度 「毎日のように見かける」 75.4%	
・頻度 	・観光客と接する機会
観光客と関わりたい意向 関わりたい 23.4% 話しかけられたら対応 66.4%	
困っている観光客がいたら声をかけるなどして関わりたい	21.0%
困っている観光客がいたら声をかけるなど以外で関わりたい	2.4%
観光客に話しかけられたら対応する	66.4%
話しかけられても断るなど、極力関わりを持ちたくない	5.3%
観光客の受入意向 受入を肯定する割合 63.8%	
・受け入れてもよい理由 港区の経済が活性化する 71.3% 観光客や異文化との交流ができる 37.2% 港区を多くの人に知ってもらえる 31.7%	・受け入れたくない理由 観光客のマナー違反により迷惑する 84.9% まちの治安が悪化する 59.8% まちが汚くなる 58.8%
観光客来訪による悪影響 「一時的に、あるいは特定の場所で感じることもある」 (44.0%)、 「特に感じない」 (37.1%)、「日常的に感じている」 (15.9%)	
・悪影響が出ていると感じる場所：公共交通機関、歩道、商業施設 ・悪影響が出ていると感じる内容：29人より、混雑、マナー違反（騒音・ポイ捨て・路上喫煙・通行妨害など）の回答あり	

3. 次期港区観光振興のためのプランの方向性

- ・先行事例調査から得られた港区への示唆をまとめると以下のとおりである。

調査対象	港区への示唆
大阪市	・「データドリブン」「官民一体」「広域連携」の3つの高度融合化
倉敷市	・「観光」を地域の総合的価値向上の手段として位置づける視点
横浜市	・都市戦略・産業政策・地域課題解決と一体化、MICE都市としての強化
フランス・パリ 15 区	・「住民ファースト×文化資源統合×持続可能性」の三位一体モデル
アメリカ・サンノゼ	・文化・経済・都市戦略を統合した総合的な都市ブランド政策
デンマーク・コペンハーゲン	・「住民ファースト×環境配慮×測定可能な社会貢献」の三位一体モデル

- ・次期観光振興のためのプランの施策の方向性についてまとめると、以下のとおり考えられる。

「インバウンド高付加価値化戦略や産業創発型MICEについて」

港区では観光庁のインバウンド消費動向調査において消費単価の高い欧米からの来訪者が増加している。また、外国人来訪者の夜間の目的は、「展望台／夜景・ライトアップ」が多い。横浜市、大阪府、倉敷市のいずれにおいてもナイトタイムエコノミーの推進は、滞在時間および消費拡大にむけた重点施策に位置付けられている。

欧米からの来訪者をターゲットにしたナイトタイムエコノミーのさらなる充実化などによるインバウンド消費の拡大、高付加価値化が考えられる。

コペンハーゲンでは、テクニカルビジットや企業・研究機関の視察プログラムを通じ、MICEを単なる開催実績にとどめず、ビジネスマッチングやイノベーション創出の契機として活用している。港区においても東京都拠点エリアのDMOと連携し、外資系企業・スタートアップ・宿泊施設や大使館の集積という強みを生かし、MICEと産業政策を連動させた「産業創発型MICE」を推進することで、国際会議誘致の増加とともにMICE実施後の産業振興への活用効果が高い。

「デジタル・SNSマーケティング強化」

港区の観光情報の収集については、日本人・外国人旅行者、港区民のすべてにおいて、SNSでの情報収集が主流になっている。利用しているSNS等は国や年代による違いがあることから、ターゲットとする国や年代に応じた情報媒体の選択やコンテンツの強化が必要となる。

横浜市では、需要予測、ニーズ分析による効果的なプロモーションを展開し、大阪市では、DMPデータに基づくマーケティング広告、SNS・インフルエンサーマーケティングを実施しており、SNS等での情報発信は、マーケティング戦略としても重要である。

「観光客の分散・オーバーツーリズム対策」

観光客のマナー違反（騒音、ごみのポイ捨てなど）について不安視する声が区民からもあり、観光客の満足度の低下にもつながるため、多様な手法で実施していく必要がある。コペンハーゲンでは、環境配慮行動に対して観光特典を提供している。多言語でのマナー啓発を積極的に実施するとともに、マナーを守る、環境を守る行動に対しては特典を付与するなど、観光振興と住民生活の共存を図る必要がある。

「環境配慮型の観光施策」

パリ市を中心としたパリ15区で実施される環境配慮型観光の取組について、港区においてもパリ15区との連携を通して学び、取り入れることは世界的な潮流を鑑みても必要である。

「外国人観光客の満足度の向上」

外国人観光客は港区内における観光について多くの方が満足していると回答しているが、「港区内で必要な情報」について、全体では、「交通手段」（46.2%）が最も高く、次いで、「観光施設」（43.1%）、「飲食店」（41.7%）と続いている。今後、こういった内容に係る情報について、外国人観光客にわかりやすく提供し、より安心して区内観光を楽しめる環境づくりを進めていくことが重要である。

「住民共生型観光の促進」

港区が持続可能な観光地となるためには、住民の評価は大切であり、例えばパリ15区では、住民参加型の予算制度を設けるなど住民の生活の質を最優先に据えた観光施策を展開している。港区においても、住民共生型観光を促進し、区民の観光への理解度を高める必要がある。

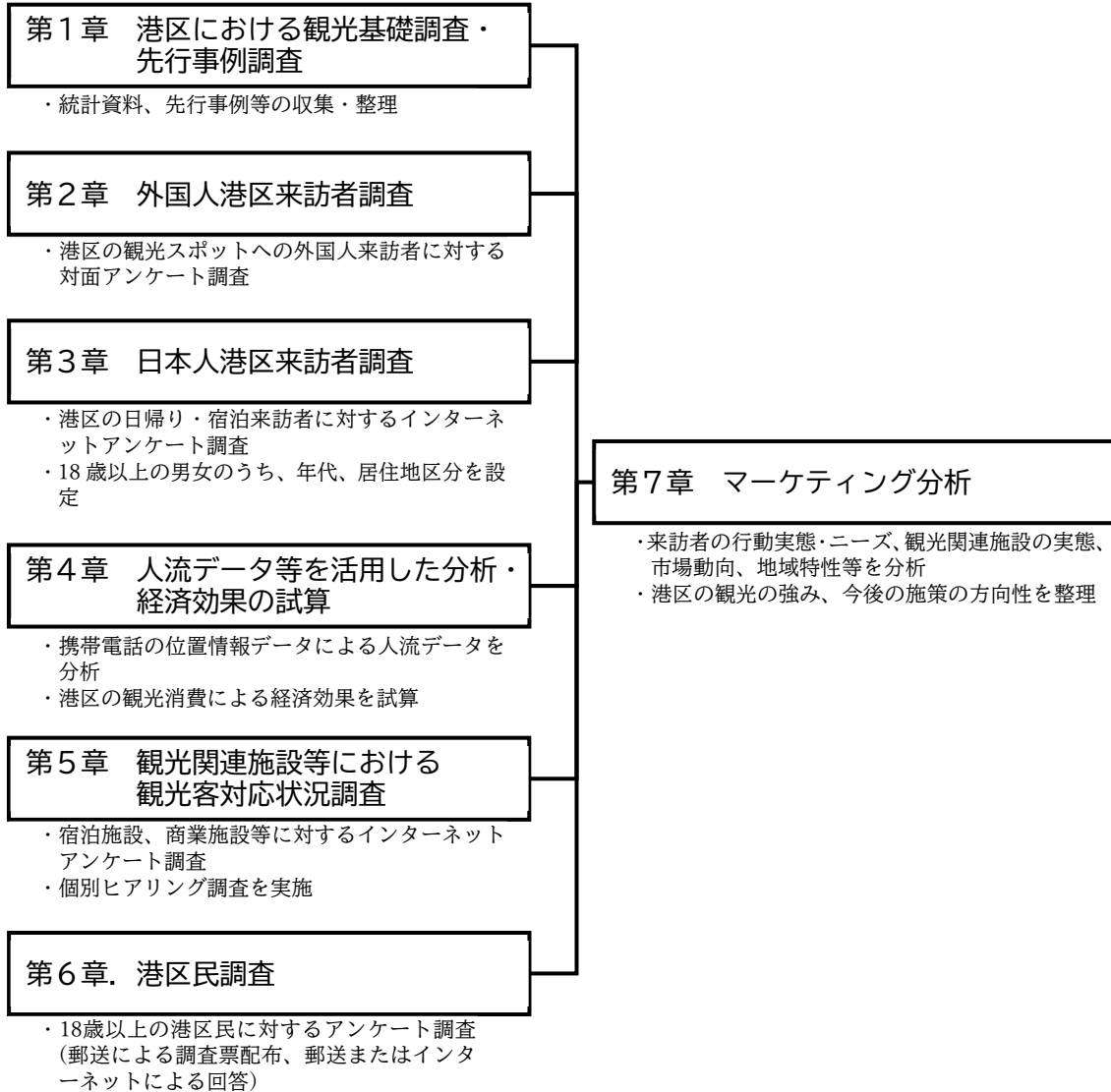
また、コペンハーゲンでは、観光の社会的インパクトを測定する独自の指標体系を導入している。観光の効果を可視化する指標を設定し継続的にモニタリングを実施している。また、局所的な混雑や来訪者のマナー啓発に持続的に取り組むとともに、区民自身が区内観光を楽しみ、来訪者を呼ぶ仕組みを作ることや観光振興の恩恵を区民が実感できることなど、観光振興が区民生活の豊かさの向上につながるよう取り組み、区民生活と観光が調和することが大切である。

【調査概要】

【調査目的】

次期（令和9年度～12年度）港区観光振興のためのプラン（以下「次期プラン」という。）策定に当たり、港区内の観光客の動向や消費傾向、観光を取り巻く状況等を把握するための調査を行い、将来を見据え中長期的な視点に立った持続可能な観光政策の企画、立案及び取組を行う際の基礎資料とする。

【調査項目】



【実施した調査の内容】

港区における観光基礎調査・先行事例調査

項目	概要
調査項目	国内の観光動向、東京都の観光動向、羽田空港・成田空港の利用状況／航空路線の状況、東京都・港区の宿泊施設の状況、港区の滞留人口（RESAS）、港区の公共交通乗降人数、港区の文化観光施設利用者数、今後の開発動向、参考事例（大阪市、倉敷市、横浜市、フランス・パリ15区、アメリカ・サンノゼ、デンマーク・コペンハーゲン）
調査方法	資料・文献調査

外国人港区来訪者調査

項目	概要
調査地点・期間	東京タワー 調査期間：令和7年11月7日～9日、12月3日 六本木ヒルズ、赤坂サカス 調査期間：令和7年11月7日～9日 東京メトロ表参道駅 調査期間：令和7年11月13日、15日～16日 マクセル アクアパーク品川 調査期間：令和7年11月14日～16日 お台場海浜公園 調査期間：令和7年11月14日～16日、22日 カレッタ汐留 調査期間：令和7年11月13日～16日
調査対象者	港区を訪れた訪日外国人旅行者
サンプル回収数	1,050 サンプル
調査項目	属性（国籍・居住地、性別、年齢）、訪日回数・目的、同行者・同行者数、港区内宿泊数・滞在時間、港区来訪スポット、港区来訪目的、消費額、決済方法、利用交通機関、情報入手方法、満足度、再来訪意向、推奨意向 等
調査方法	対面によるアンケート調査

日本人港区来訪者調査

項目	概要
調査期間	令和7年11月14日～令和7年12月22日
調査対象者	1年以内に港区に来訪した日本人旅行者
サンプル回収数	1,000 サンプル 宿泊旅行者（700 サンプル）、日帰り旅行者（300 サンプル）
調査項目	属性（性別、年齢、居住地）、宿泊の有無、同行者、来訪目的、来訪スポット、消費額、利用交通機関、情報入手方法、満足度、再来訪意向、推奨意向 等
調査方法	インターネット調査

観光関連施設等における観光客対応状況調査

項目	概要
調査期間	令和7年12月5日～令和8年2月1日
調査施設	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）
サンプル回収数	200 サンプル 宿泊施設（50 サンプル）、観光・文化関連施設（50 サンプル）、商業施設（9 サンプル）、飲食関連施設（63 サンプル）、物品販売関連施設（28 サンプル）
調査項目	来訪客の動向、従業員の状況、外国語対応、外国人受入意向、食習慣・フリーWi-Fi・キャッシュレス決済への対応 等
調査方法	インターネット調査

港区民調査

項目	概要
調査期間	令和7年9月18日～令和7年10月17日
調査対象者	港区に住居登録している18歳以上の日本人及び外国人（令和7年8月8日時点）
サンプル回収数	1,510 サンプル（回答率：30.2%）、郵送：886、WEB回答：624
調査項目	国内旅行経験、港区内でのお出かけ頻度・目的・同行者・スポット、消費額、利用交通機関、情報入手方法、満足度、推奨意向、観光客の受入意向 等
調査方法	インターネット調査

刊行物発行番号 2025309-3245

次期港区観光振興プラン策定に係る観光動態基礎調査報告書(概要版)

令和8(2026)年3月発行

編集・発行：港区産業地域振興支援部観光政策担当