

第3章

港区観光振興の目標と方向性

トキメク、ミナトク。
TOKIMEKU MINATOKU

1 策定の方針とめざすべき姿

(1) 策定の方針

■港区の特徴や多彩な地域資源を最大限に活用した取組の推進

港区には、過去から現在まで、時代の最先端を生み出してきた多彩な地域資源があり、個々の地域資源を目的に多くの観光客が訪れています。こうした他地域には無い、人を惹きつける力のある地域資源を核として継続的に観光客を誘致していきます。

一方で、ナイトタイムエコノミーや大使館など、まだ生かしきれていない地域資源も存在します。こうした港区の保有する地域資源を発掘し、より魅力を高めることで更なる観光客誘致へ取り組みます。

■新たな潮流・変化への対応と多様な観光客の受入れ

SNSや、近年はメタバースなどデジタル技術を活用した観光客との接点拡充が効果的であり、港区でも積極的に取り組んでいきます。

また、港区では既に多くの観光客が訪れていることに加え、本プラン期間においては「TAKANAWA GATEWAY CITY」の本格開業により、従来にも増してMICE⁶や新たな事業所の開設などビジネス客も増加することが期待されています。

そこで、港区に訪れている観光客をリピーターへと促し、またビジネスなど観光目的以外の来訪者も広義で観光客と捉え、より一層多彩な観光客の受入れを推進するとともに環境を整備していきます。

■安全・安心で快適な都市観光の実現

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う入国規制の緩和以降、著しく落ち込んでいたインバウンド需要が急激に回復しているなか、インバウンドへの受入環境の整備が喫緊の課題となっています。

一方で、日本人においては海外旅行需要が高まっている実態を踏まえ、国は地方観光への誘客を進めています。港区は、地方都市には無い、港区ならではの都市観光を実現していくことが求められています。

そこで、国籍や性別・年代等を問わず、区民も含めて多様な観光客を受け入れるとともに、安全・安心で快適な都市観光の実現に取り組みます。

■地域資源をつないだ港区のブランド力の強化

多彩な地域資源や、都内トップの宿泊客室数など、港区ではこれまで個々の地域資源を最大限に活用して観光振興を図ってきました。

今後は、こうした個々の魅力ではなく、港区のブランド力を強化し、各エリア、区全体と面的な魅力としていくことで観光客の誘致効果の波及・最大化を図っていきます。

⁶ 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行やインセンティブ旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語。これらビジネスイベントの総称。

(2) めざすべき姿

策定方針を踏まえ、本プランのめざすべき姿を次のとおり定めます。

旅行者、区民を問わず、港区に滞在する全ての人が港区での心ときめく瞬間を感じることができ、受け入れる側の区民にとっても、旅行者を快く迎え入れる環境が整った都市観光の実現をめざします。

図表 26：めざすべき姿

トキメク、ミナトク。

TOKIMEKU MINATOKU

～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～

伝えたいメッセージ

- ◆ 古き良き伝統や最先端のトレンドから心ときめく瞬間を感じることのできるまち
- ◆ 多様な「ヒト・モノ・コト」のつながりからにぎわいが生まれるまち
- ◆ 水辺空間・自然環境にふれ、四季の移ろいややすらぎを感じられるまち
- ◆ 区民にとって、旅行者を快く迎え入れる環境が整ったまち

2 めざすべき姿に向けた目標設定

これまで述べてきた策定の方針とめざすべき姿の達成度を確認し、効果を「見える化」して検証できるよう3つの目標値を設定し、また、本プランに続く第5次プランの目標設定に当たり、必要な数値を把握するために新たに3つの目標を設定します。観光がもたらす経済効果については、参考目標値として、東京都観光客数等実態調査から東京都内の観光消費額を把握します。

観光は、社会経済情勢の影響を強く受けるものと考えられますが、そういった状況下でも目標値を設定することは、めざすべき姿の達成度を客観的に把握する判断材料となります。

目標値1：延べ宿泊者数

港区は東京都内トップの宿泊客室数を有しており、ビジネス客も含めて広義な観光客の受入れが観光振興効果を高めます。

令和元（2019）年
797万人（目標：900万人）



令和5（2023）年
431万人（目標：800万人）



令和8（2026）年
900万人以上

※宿泊旅行統計調査（観光庁）の「延べ宿泊者数（港区）」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ アフターコロナに向けて、観光需要が回復傾向であるため、コロナ禍前に定めた令和元（2019）年の目標値を上回る「900万人以上」と設定。

目標値2：観光客の満足度

港区を訪れた観光客が快適に都市観光を満喫し満足度を高めることが周囲への波及効果につながります。

令和元（2019）年
日本人：71.2%（目標：75.0%）
外国人：94.2%（目標：94.0%）



令和5（2023）年
日本人：73.6%（目標：80.0%）
外国人：－（目標：100%に
近づける）



令和8（2026）年
日本人：80.0%
外国人：94.2%以上

※港区観光動態基礎調査（港区）の「日本人来訪者・訪日外国人の港区観光の満足度」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ 日本人については、令和5（2023）年の目標値が「80.0%」であったことから、本プランでも設定。
- ・ 外国人については、訪日外国人調査（令和4年度）がコロナ禍の入国制限で未実施であるため、令和元（2019）年の実績値「94.2%」以上と設定。

目標値3：区民の満足度

港区に住むことを区民が誇りに思うシビックプライドを更に高めます。

令和5（2023）年
85.9%



令和8（2026）年
90.0%

※港区観光動態基礎調査（港区）の「港区民満足度調査の港区に住んでいることについての誇りや愛着」を利用

【目標値設定の根拠】

- ・ 港区観光動態基礎調査（令和4年度）の実績値「85.9%」を超える「90.0%」と設定。

新たな目標値１：再来訪意向

港区を訪れた観光客の再来訪を促すことで、更なる観光振興効果につながります。

令和５（２０２３）年	令和８（２０２６）年
日本人：－	多くの観光客が再訪したいと思う
外国人：－	取組を継続的に実施
※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定	

新たな目標値２：推奨意向

港区を訪れたことのある観光客が、口コミ等で港区の観光について紹介を行うことで、新たな観光客の誘致につながります。

令和５（２０２３）年	令和８（２０２６）年
日本人：－	多くの観光客が紹介したいと思う
外国人：－	取組を継続的に実施
※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定	

新たな目標値３：区民の観光客受入意向

今後、更なる観光客の増加が期待されるなか、日本人や外国人など多様な観光客を受け入れていく一方で、区民生活との共存・理解を得ていくことが重要となります。

令和５（２０２３）年	令和８（２０２６）年
日本人：－	観光客を受け入れる側の区民の理
外国人：－	解を得られる取組を継続的に実施
※港区観光動態基礎調査（港区）に次回調査から調査項目を追加予定	

参考目標値：観光消費額

港区は他都市と比較して、多くの宿泊業、飲食サービス業があるなど、都内での観光消費を牽引しています。多くの観光客に港区での消費活動を促すことにより、都内での観光消費額の拡大をめざします。

令和元（２０１９）年
６兆４０１億円



令和５（２０２３）年
２兆９、２３５億円
（目標：６兆円）



令和８（２０２６）年
６兆円以上

※東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」を利用

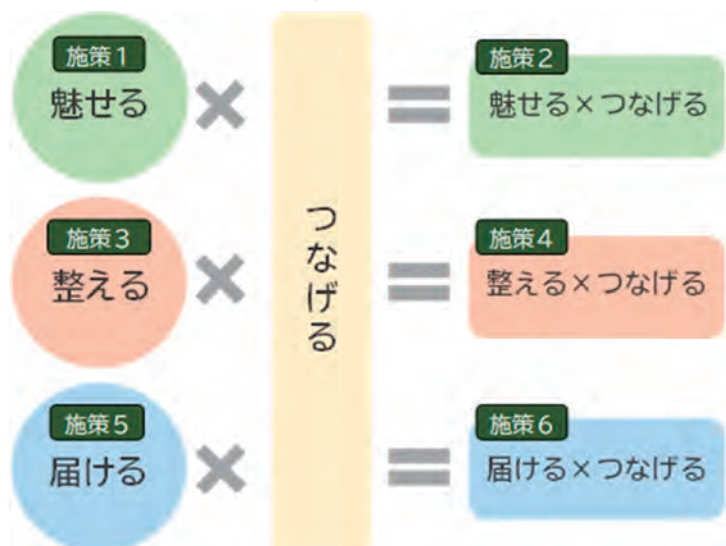
【目標値設定の根拠】

- 東京都「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」では、令和１２（２０３０）年に８．７兆円という目標を定めているものの、年次ごとの目標設定は無いことから、令和元（２０１９）年の実績値と令和５（２０２３）年の目標値を参考に、「６兆円以上」と設定。

3 施策の方向性

めざすべき姿「トキメク、ミナトク。～誰もがにぎわいとやすらぎに出会える都市観光の実現～」の達成に向け、第2章で抽出した課題を基に、6つの施策を設定します。

図表 27：課題から導く6つの施策



施策1 魅せる

文化・トレンドの融合や再編による地域資源の磨き上げ強化

港区では、過去から現在にかけて最先端の文化・トレンドの発信地として、人を惹きつける力のある地域資源を核として継続的に観光客を誘致していきます。

大規模再開発等によってまちが大きく変化し、新たな観光資源が次々と誕生している一方で、大使館やナイトタイムエコノミーなど、観光客には浸透していない魅力ある地域資源も多数存在しています。こうした港区の保有する地域資源を発掘し、より魅力を高めることで、更なる観光客誘致へ取り組みます。

観光スタイルの変化に応じ、港区が有する豊富な地域資源の磨き上げを行い、更なる観光客の誘致を図ります。

<SDGs のゴールとの関係>



施策2 魅せる×つなげる

港区の多彩な地域資源を生かした区内回遊の促進

港区は、人を惹きつける力のある多彩な地域資源を有しており、各地域資源（観光スポット）には多くの観光客が訪れているものの、周辺への回遊にはまだまだ課題を有しています。

地域ごとの特性を生かしつつ、多くの観光資源を様々な切り口から捉え、区内の滞在の満足度向上と回遊の促進につなげます。

<SDGs のゴールとの関係>



施策3 整える

居心地のよい都市観光を育む人材育成・受入体制づくり

豊富かつ多彩な魅力を持つ港区には、多種多様な人々が多目的で訪れます。目的を問わず、港区を訪れる全ての人々を観光客として迎えるために、観光案内機能を強化し、誰もが快適で安全・安心な都市観光を満喫できるよう受入体制を整備します。

<SDGs のゴールとの関係>



【取組 21】成果指標	現状見込値 令和 5（2023）年度	計画目標値 令和 8（2026）年度
区設及び民間との協働による港区観光インフォメーションセンター設置数	6 か所	10 か所

※「港区基本計画 令和 3 年度～令和 8 年度」令和 5 年度改定版」政策 13 施策③計上成果指標

【取組 31】成果指標	現状見込値 令和 5（2023）年度	計画目標値 令和 8（2026）年度
港区観光ボランティアガイドと連携した観光案内者数	2,500 人	4,000 人

※「港区基本計画 令和 3 年度～令和 8 年度」令和 5 年度改定版」政策 13 施策③計上成果指標

施策4 整える×つなげる

港区の観光を支えるヒト・情報をつなげる場・基盤づくり

地域の将来を見据えたまちづくりと観光のあり方について、区民、民間、全国各地域の多様な主体と連携し観光振興を進めます。

また、施策をより効果的なものにするために、現状を正確に把握するとともに、施策に対する効果や課題の分析を行います。観光客の出発前、滞在中などに合わせた的確な観光施策を打ち出すことで、観光振興を強力に推進します。

<SDGs のゴールとの関係>



【取組 43】成果指標	現状見込値 令和 5（2023）年度	計画目標値 令和 8（2026）年度
観光情報発信の内容に満足している利用者の割合	—	90%

※「港区基本計画 令和 3 年度～令和 8 年度」令和 5 年度改定版」政策 13 施策②計上成果指標

施策5 届ける

観光客のニーズに応じた効果的な情報発信

港区を訪れる人々の目的は、余暇、レクリエーション、ビジネスなど多種多様です。様々な目的や関心を持って港区を訪れる人々に、それぞれのニーズに対応した情報を発信し、シティプロモーションを推進します。

<SDGs のゴールとの関係>



施策6 届ける×つなげる

港区のブランディング強化に向けたプロモーションの推進

地域資源や受入体制がつながり、個々の地域資源の魅力だけではなく、区内での滞在時間・消費を高めていくため、港区のブランディング強化、プロモーションを推進します。

<SDGs のゴールとの関係>



【取組 65】成果指標	現状見込値 令和5（2023）年度	計画目標値 令和8（2026）年度
シティプロモーションシンボルマーク の利用申請件数	20 件	30 件

※「港区基本計画 令和3年度～令和8年度」令和5年度改定版」政策13 施策①計上成果指標

【取組 67】成果指標	現状見込値 令和5（2023）年度	計画目標値 令和8（2026）年度
シティプロモーションツール 「とっておきの港区」の協力宿泊施設数	60 施設	100 施設

※「港区基本計画 令和3年度～令和8年度」令和5年度改定版」政策13 施策①計上成果指標

4 施策の体系

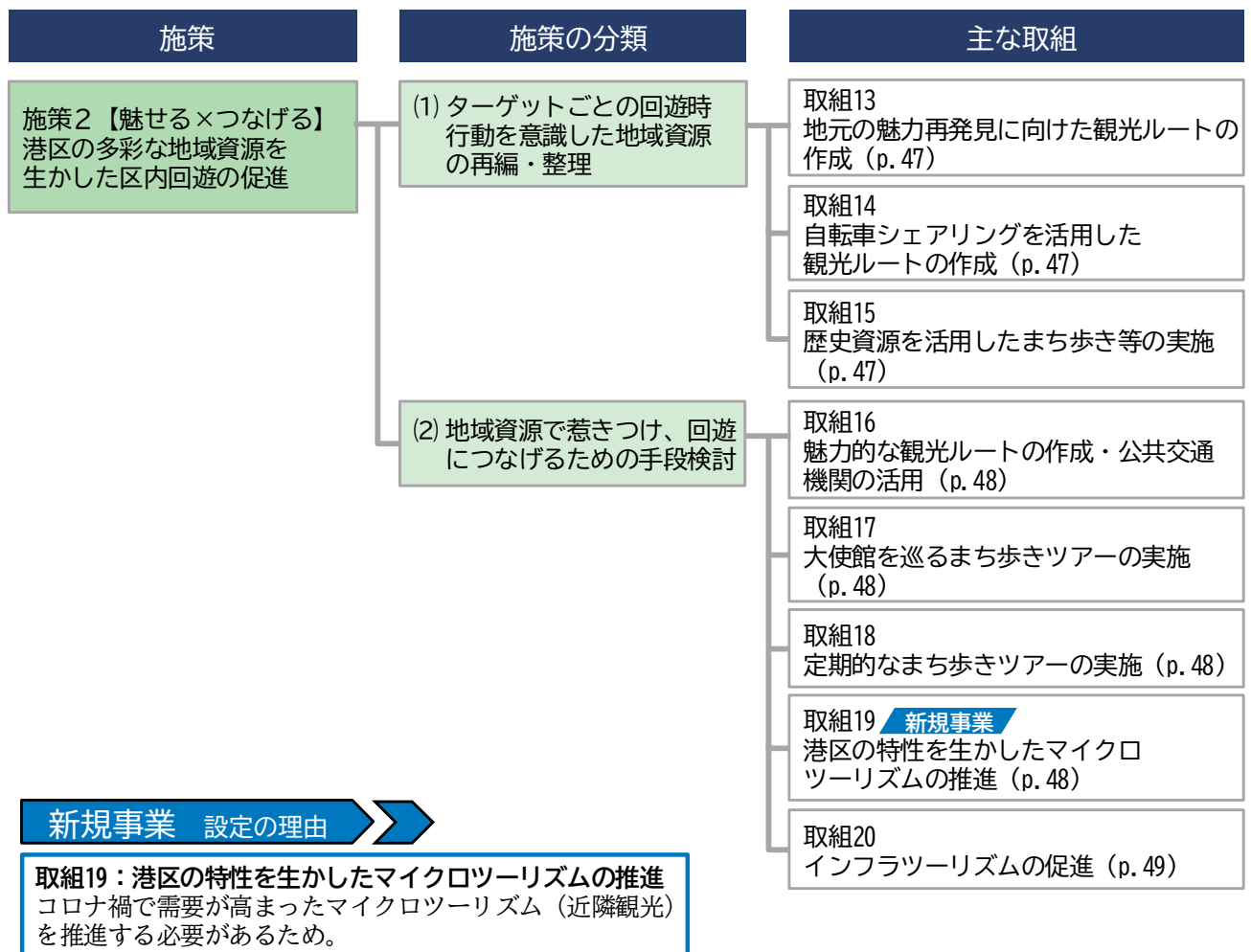
めざすべき姿を実現するための施策と事業を以下のとおり示します。

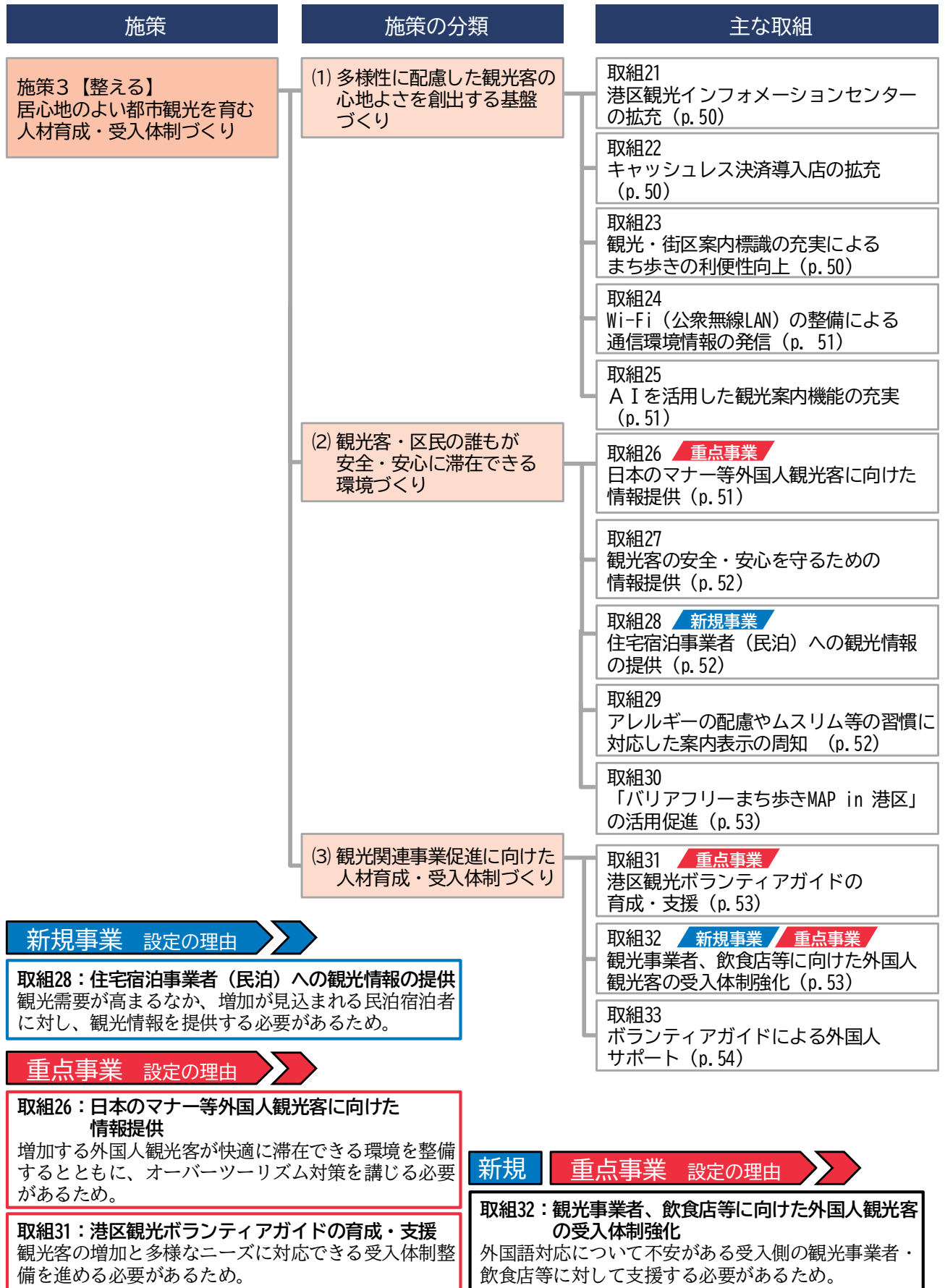
新規事業 は、本プランで新たに計上した取組です。

重点事業 は、アフターコロナに向けて観光需要が急速に回復している今、特に重点的に取り組むべき事業です。

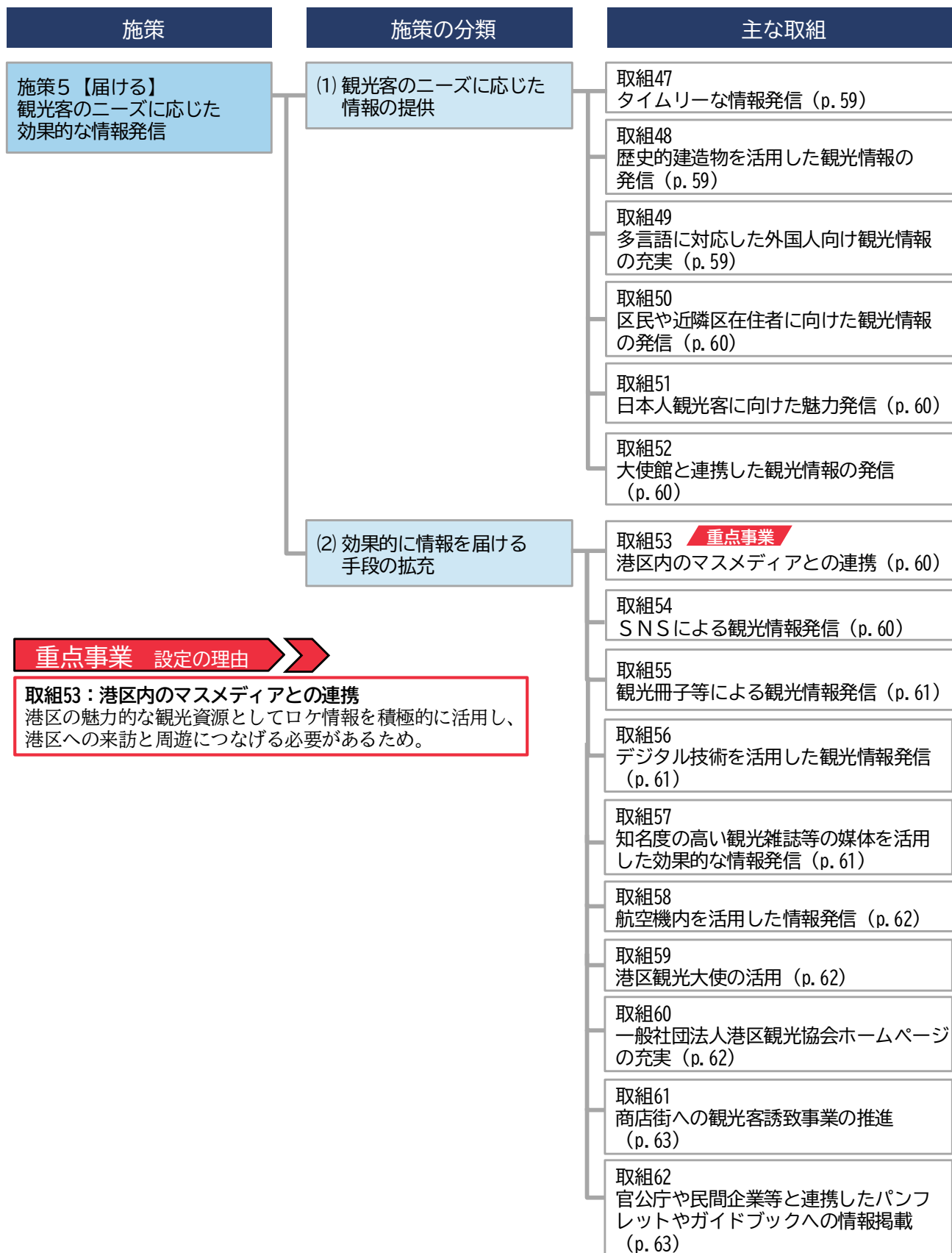
施策の体系図

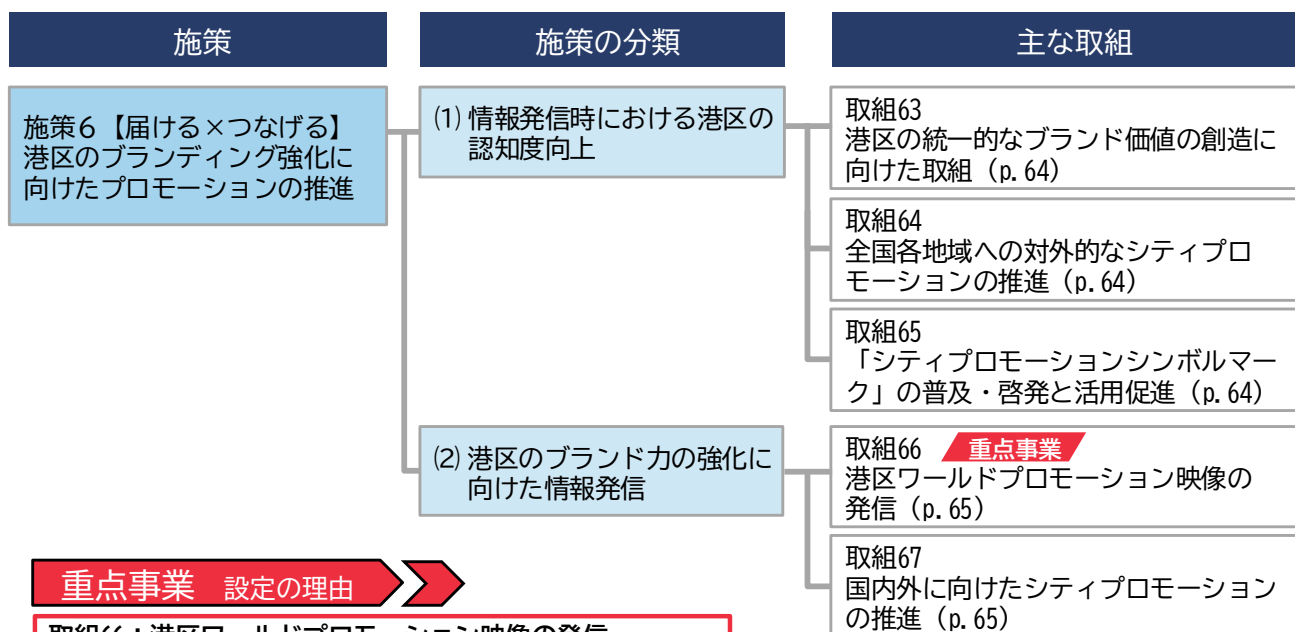






施策	施策の分類	主な取組	
施策4【整える×つなげる】 港区の観光を支えるヒト・ 情報をつなげる場・基盤づくり	(1) 港区内事業者・団体の連携 促進に向けた場づくり	取組34 重点事業 DMOやまちづくり団体との連携強化 (p. 55)	
		取組35 重点事業 M I C E誘致に向けた民間の取組の 支援 (p. 55)	
		取組36 一般社団法人港区観光協会への支援 (p. 55)	
		取組37 港区内観光関連事業者等の連携会議の 開催 (p. 55)	
		取組38 港区観光フォトコンテストの支援 (p. 56)	
	(2) 港区内外との連携体制構築 と交流の場づくり	取組39 商店街と全国各地域との交流物産展の 開催 (p. 56)	
		取組40 ものづくり・商業観光フェアの支援 (p. 57)	
		取組41 島しょ地域との連携による観光振興の 取組 (p. 57)	
		取組42 近隣区と連携した観光振興の推進 (p. 57)	
	(3) 戦略的な観光振興を支える データ基盤づくり	取組43 観光動態基礎調査の継続実施 (p. 57)	
		取組44 新規事業 ターゲットに応じた観光ニーズの把握 (p. 57)	
		取組45 オープンデータの活用 (p. 58)	
			取組46 新規事業 民間事業者の旅行市場調査等の活用 (p. 58)
	新規事業 設定の理由		
取組44：ターゲットに応じた観光ニーズの把握 多様化する観光客のニーズに対応する必要があるため。			
取組46：民間事業者の旅行市場調査等の活用 多様化する観光客のニーズを正確に把握する必要があるため。			





重点事業 設定の理由

取組66：港区ワールドプロモーション映像の発信
 世界中のより多くの人に港区の認知度を高め、来訪意欲を向上させることにより、「旅マエ」の観光客に向けたプロモーションを積極的に推進する必要があるため。