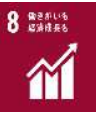


令和8年度 港区政策評価シート

1 政策名・所管部門				
政策No	13	政策名	港区ならではの魅力を生かした都市観光を展開する	
所管部	産業・地域振興支援部		関係部	
2 政策のめざす方向性				
国内外から多くの観光客が訪れ、世界に開かれた都市として港区が持つ魅力を最大限に発信するため、戦略的なシティプロモーションを推進します。区内の豊富な観光資源の情報を収集し、デジタルの活用により、観光客の視点に立った多言語かつ双方向の情報発信を行います。観光客のニーズに対応した観光案内機能を充実するとともに、多様な主体との連携により、多彩な観光資源を生かした都市観光を展開します。				
SDGsとの関係	  			
3 成果指標【政策について満足している区民の割合】				
指標の推移		計画目標値	達成度※	※評価区分 A：達成（達成度が100%以上） B：相当程度達成（達成度が70%以上100%未満） C：未達成（達成度が70%未満）
現状値	実績			
令和2年度	令和7年度	令和8年度		
29.4%	36.5%	43.6%	C	
これまでの取組と成果	令和5年度美少女戦士セーラームーンのデザインマンホールの設置（12,000人以上/月の来訪）、プロモーション映像の国内外配信（再生数653,065回/年）、令和6年度港区フィルムコミッション事業の開始（令和7年度45作品、広告換算約9億7,465万円）、令和7年10月からふるさと納税体験型返礼品事業を開始するなど、多様な主体と連携しシティプロモーションを推進し、令和7年度観光動態基礎調査では、日本人64.8%、外国人は92.8%が港区の観光を「満足」と回答しました。			
課題と今後の方向性 ※未達成の場合は原因分析を含む	コロナ禍以降、SNS等のデジタルによる観光情報の収集・発信が主流となるなど、観光を取り巻く状況は変化しています。観光動向のデータを活用し、（一社）港区観光協会、観光関係事業者や観光ボランティアガイド等と連携し、多様な事業を通じた港区の魅力発信に取り組めます。今後は、水辺の活性化など観光の質の向上に加え、観光客の増加を見据えたマナー啓発や区民向けの区内観光の推奨など、区民生活と調和した観光施策をより一層推進していく必要があります。			
4 施策の取組状況【施策評価結果】（詳細は別紙「施策評価シート」）				
No	施策名	成果指標	施策評価	
①	国内外に向けた戦略的なシティプロモーションの推進	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	C	
		シティプロモーションシンボルマークの利用申請件数		
②	観光客の視点に立った効果的な情報発信	観光情報発信の内容に満足している利用者の割合	B	
③	安全・安心で快適な都市観光を満喫できる環境づくり	港区観光ボランティアガイドと連携した観光案内者数	A	
		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		

5 予算額・決算額・執行率（単位：千円）			
年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
予算額	202,126	248,844	395,584
流用・補正	9,574	48,788	-
決算額	195,281	278,362	-
執行率	92.34%	93.53%	-
6 政策を取り巻く社会経済情勢等			
計画期間中の社会経済状況等の変化 ・社会経済状況、人口動向、財政状況、国や東京都等の動向など	国内の訪日外国人旅行者数は、2025年1年間で4,268万3,600人で、コロナ前の最多だった2019年の3,188万人と比較すると、この6年で1,000万人以上上回りました。年間のインバウンド消費額も9兆4,559億円と、年間で過去最高を記録しました。		
区民ニーズ等 ・区民意識調査 ・区民から寄せられた意見 など	令和7年度観光動態基礎調査では、区民の66.8%が区内観光を「友人等にお勧めした」と回答しました。また、63.8%の区民が経済の活性化等を理由に、観光客の受け入れに前向きである一方、マナーなどに対する不安の声も上がっています。		
7 所管課による評価【一次評価】			
政策の達成状況	区民世論調査による満足度は36.5%でしたが、令和6年度ワールドプロモーション映像認知度調査では区への来訪歴がある外国人92.8%が区への再訪を希望し、令和7年度観光動態基礎調査における来訪者の満足度は高い結果となりました。また、区民の39%が月に複数回区内でのお出かけ等の区内観光を楽しみ、56%が区内観光を満足と回答しています。今後も来訪者の満足度の向上と区民生活が調和した観光施策を展開していきます。		
達成状況の要因 ・施策の有効性が高かった点 ・施策の有効性が低かった点 ・外部要因の影響を受けた点 など	国内全体の観光需要の急速な回復に加え、ワールドプロモーション映像や（一社）港区観光協会等の多様な主体と協力したSNSの活用、フィルムコミッション事業による映像作品の誘致やナイトタイムエコノミー補助金（竹芝ドローンショー、品川駅周辺シネマイベント等）、水辺の魅力を生かした舟運の実施など、様々な施策により、観光客誘致に積極的に取り組みました。また、ボランティアガイドの育成などの人材育成やインフォメーションセンターの増設、観光マップの充実、観光・街区案内標識の増設など、安心して区内観光を楽しめる環境整備も行いました。観光客が増加する中、一部において混雑やマナー等に関する懸念の声も観光動態基礎調査などから聞かれています。		
課題と今後の方向性	令和6年度（一社）港区観光協会が開始した携帯電話の位置情報の活用や、令和8年度に開始する観光・マーケティング分析等を通じ、社会情勢や経済状況の影響を受けやすい観光需要に、データに基づき、最適な手法を選択し施策を推進します。観光客の一部滞留等の課題については、令和7年度東京都と連携し発生要因の実証研究を行うとともに、寺社と協力し外国人向けマナー啓発動画を作成しました。今後も、観光施設・事業者、地域住民等と連携した魅力発信や事業展開を進め、多様化するニーズや新たな観光の形に対応し、魅力的な都市観光を推進します。		
8 港区行政評価委員会による評価【二次評価】			
評価	B：政策目的を相当程度達成		
政策の達成度	・来訪者満足度や観光関連事業者の期待、観光協会会員企業数の増加などに照らした場合、政策全体として一定の成果を上げています。 ・成果指標「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」など、一部の指標については政策効果を測る指標として適切性に課題があり、指標の設定が政策の実態を十分に表していないことに留意が必要です。 ・各施策は着実に進んでおり、政策目的はおおむね達成できていると評価できます。 →以上を踏まえ、評価は「B」とします。		
MINATOビジョン策定に向けた今後の政策の方向性 ・重点的に取り組むべき施策 など	・観光関連事業者の経済的利益の向上と区民生活を損なわないことの両立を図る必要があります。 ・来訪者数の増加を目指すのみではなく、オーバーツーリズムが懸念される現状も踏まえ、ターゲットとする来訪者や区民生活との調和に向けた方策について検討する必要があります。 ・観光政策の負の側面にも十分配慮し、その影響を抑えられるよう、区として明確な方向性を掲げて取組を進める必要があります。 ・成果指標「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」など、一部の指標については政策効果を適切に測る観点から、取組の成果をより正確に把握できる指標となるよう改善する必要があります。		

施策評価シート

政策No	13	政策名	港区ならではの魅力を生かした都市観光を展開する
施策No	①	施策名	国内外に向けた戦略的なシティプロモーションの推進
目標・期待する成果	多様な主体との連携を通じて、国内外に向けた港区ブランドの更なる魅力発信に取り組み、将来にわたって訪れたいまちの実現をめざします。SNSによる魅力発信を喚起させるシティプロモーションを実施することで、区内周遊と経済消費を促し、にぎわいを創出するとともに、区民のシビックプライドの醸成を図ります。		
SDGsのゴールとの関係	  		
施策担当課	観光政策担当		関係課

1 成果指標の達成度

成果指標①		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和8年度は見込み）			
		令和2年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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		53施設	62施設	62施設	63施設	68施設	100施設
	達成度	当該年度の取組と成果			課題と今後の方向性 (未達成の場合は原因分析を含む)		
令和6年度	b	区民まつりや地方でのブース出展時等でシティプロモーションツールとして配布しているほか、区ホームページでもバックナンバー含め掲載し、宿泊施設向けに設置希望施設を募っています。			今後、紙媒体のみでなく二次元コードの活用などにより、ホテル側にも利用しやすい方法を検討します。引き続き協力施設が拡充するよう、新規オープン予定の施設への声掛けなどを行います。		
令和7年度	b	宿泊施設での配架以外に、区民まつりや区外のイベント出展時の配布、区内観光インフォメーションセンターでも配布し、制作した9,000部が不足する時もあり、人気のツールとなっています。また、区ホームページにバックナンバーを含めて掲載するとともに、二次元コードを記載したPOPやホテルコンシェルジュへの配布なども行っています。			人気のツールである一方、紙媒体を置くことを避ける宿泊施設が増加し、新規の宿泊施設の配架数が伸び悩んでいます。宿泊施設以外のイベントや民間のインフォメーションセンターでの配布など、多様な広報の展開に努めます。		
令和8年度	c	宿泊施設でのデジタル媒体での広報等、宿泊施設と協議を進めるとともに、新設のインフォメーションセンターへの働きかけを推進します。また、ふるさと納税体験型返礼品のポータルサイトによる広報など多様な手段で宿泊施設の連携を進めます。					

a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）
c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

成果指標②		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和8年度は見込み）			
		令和2年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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		11件	26件	19件	9件	16件	30件
	達成度	当該年度を取組と成果			課題と今後の方向性 (未達成の場合は原因分析を含む)		
令和6年度	b	MINATOシティプロモーションクルー認定事業等、観光政策担当の事業においてシンボルマークを活用できる旨周知し、港区観光大使の名刺にもシンボルマークを入れる等、区内外への発信に努めました。			年度により申請件数にバラつきがあります。 港区観光大使や一般社団法人港区観光協会の協力も得て、シンボルマークの認知度を上げ、申請件数を増やしていきます。		
令和7年度	b	MINATOシティプロモーションクルー認定事業やナイトタイムエコノミー補助金等の採択事業でも積極的にシンボルマーク活用を求めたほか、港区観光協会事業や観光大使など、関係団体等に発信いただきました。令和7年度の区民に向けたシンボルマークの認知度調査は36.2%と令和4年度調査より向上しています。			申請を要するシティプロモーションマークの件数は減少傾向にあります が、今後も区が関わるイベント等でも積極的にシンボルマークを使用することで認知度を向上させていきます。		
令和8年度	c	引き続き、関係団体等と協力し、シンボルマークの活用による一体感や区への愛着の醸成に努めていきます。					

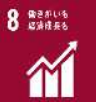
a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）
c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

2 施策評価

評価	C：計画目標を達成できない
施策の達成状況	成果指標として設定したシティプロモーション冊子の配架施設数やシンボルマーク利用申請の件数は、未達成の見込みです。一方、SNSで配信したプロモーション動画は令和7年度に1,301,857回閲覧されるなど、スマートフォンを活用した現代の情報収集スタイルに合わせたシティプロモーション施策にも力を入れています。また、令和6年度は「港区フィルムコミッション」による映像作品の誘致、令和7年度はふるさと納税による体験型返礼品の開始、（一社）港区観光協会への支援強化による企業とのネットワークの強化など、多様な手段でシティプロモーションの推進に取り組んでいます。
達成状況の要因 ・取組の有効性が高かった点 ・取組の有効性が低かった点 ・外部要因の影響を受けた点 など	観光情報のデジタル化から計画目標値は未達成の見込みです。令和6年の国内宿泊客の延べ人数は2億9,314万人、訪日外国人数は3,687万人とコロナ禍以前の水準を上回っています。港区の令和6年の延べ宿泊者数は808万人、外国人延べ宿泊者数は366万人で、東京の宿泊者の7.3%が港区に宿泊するなど、増加傾向にあり、令和6年の港区の年間観光消費額は約8,058億円と推計しています。
MINATOビジョン策定に向けた課題と今後の方向性	令和7年度観光動態基礎調査では、区民の63.8%が観光客受け入れに前向きですが、マナーなどへの不安も指摘されています。観光客の増加は地域経済の活性化につながるものの、持続可能な観光地であるためには、区として区民生活との調和の視点を欠くことはできません。また、今後の効果的なシティプロモーションとして、宿泊事業者、観光施設と連携した国際会議などのMICEの誘致を積極的に進めます。

A：計画目標を達成できる（成果指標（平均）の達成度100%以上）
B：計画目標を相当程度達成できる（成果指標（平均）の達成度70%以上100%未満）
C：計画目標を達成できない（成果指標（平均）の達成度70%未満）

施策評価シート

政策No	13	政策名	港区ならではの魅力を生かした都市観光を展開する
施策No	②	施策名	観光客の視点に立った効果的な情報発信
目標・期待する成果	国内外に向けて区の魅力を最大限に伝え、多くの観光客を区へ誘致するため、デジタルを活用し、観光客のニーズに即した効果的な観光情報の発信を推進します。		
SDGsのゴールとの関係	  		
施策担当課	観光政策担当		関係課

1 成果指標の達成度

成果指標①		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和８年度は見込み）			
		令和２年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度	
観光情報発信の内容に満足している利用者の割合		-	90.1%	-	67.9%	67.9%	90.0%
	達成度	当該年度の取組と成果			課題と今後の方向性 （未達成の場合は原因分析を含む）		
令和６年度	b	令和４年度に実施した観光動態基礎調査において成果指標の達成度を確認しており、目標値を達成済みです。３年に１回の調査としていたため、令和６年度に関しては未確認です。（次回調査は令和７年度）			数値の維持を図るため、引き続き観光冊子の配布や観光・街区案内標識の盤面更新に取り組みます。		
令和７年度	b	令和７年度に実施した観光動態基礎調査の「日本人港区来訪者調査」において、観光情報に関する満足度は、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』で67.9%となりました。			区内の魅力的なスポットや取組について、WebやSNSでの情報発信のほか、観光・街区案内標識の盤面更新など、観光客にとって満足度の高い観光情報の発信に取り組みます。		
令和８年度	b	令和７年度の観光動態基礎調査において、外国人観光客の旅行出発前の情報入手はSNSが53.3%、再訪意向は82.2%、欲しい情報の1位は交通手段、次に観光施設についてでした。（一社）港区観光協会や区SNSアカウントと連動した情報発信を強化していきます。					

a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）
c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

成果指標②		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和8年度は見込み）			
		令和2年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	
	達成度	当該年度を取組と成果			課題と今後の方向性 （未達成の場合は原因分析を含む）		
令和6年度							
令和7年度							
令和8年度							

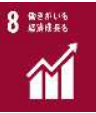
a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）
c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

2 施策評価

評価	B：計画目標を相当程度達成できる
施策の達成状況	令和7年度の調査では、日本人の観光情報満足度は67.9%でした。日本人観光客、外国人観光客ともに情報収集の方法として旅行前のSNS、旅行中はインターネットが最も多い傾向にあり、区では、漫画を活用した観光施策の取組、区内でのドラマや映画等のロケ作品の誘致や東京都や民間事業者と連携した様々な取組を行っており、これらを積極的にSNS、インターネットでPRをしています。
達成状況の要因 ・取組の有効性が高かった点 ・取組の有効性が低かった点 ・外部要因の影響を受けた点 など	観光客の動向を踏まえた情報提供を行っています。旅行前の段階では、SNSおよび動画媒体の活用と、来訪を促進するイベント開催によって、区への認知度および関心を高め、旅行中は、観光インフォメーションセンターによる観光案内の提供に加え、ニーズが高い観光冊子の作成・配布を行っています。情報発信の満足度を高めるため、旅行目的の個別化や国内外の多様な観光客に対応した情報発信やイベント内容など、より一層工夫していく必要があります。
MINATOビジョン策定に向けた課題と今後の方向性	観光客の動向は、感染症・円高・物価高騰や世界情勢など、様々な観点から変化しやすい状況にあり、状況に応じて変化するニーズを的確に捉えた情報発信が必要です。また、データを活用し、効果的に来訪や消費へつなげられるよう情報発信に取り組みます。

A：計画目標を達成できる（成果指標（平均）の達成度100%以上）
B：計画目標を相当程度達成できる（成果指標（平均）の達成度70%以上100%未満）
C：計画目標を達成できない（成果指標（平均）の達成度70%未満）

施策評価シート

政策No	13	政策名	港区ならではの魅力を生かした都市観光を展開する
施策No	③	施策名	安全・安心で快適な都市観光を満喫できる環境づくり
目標・期待する成果	観光客が安全・安心に区内観光を楽しめるよう、通信環境や観光案内等の観光インフラを整備するとともに、観光関係事業者や観光ボランティアガイドと連携し、様々な人に配慮した受入体制の充実を図ります。		
SDGsのゴールとの関係	  		
施策担当課	観光政策担当		関係課

1 成果指標の達成度

成果指標①		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和8年度は見込み）			
		令和2年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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		30人	624人	1,145人	1,179人	1,300人	4,000人
	達成度	当該年度の取組と成果			課題と今後の方向性 (未達成の場合は原因分析を含む)		
令和6年度	c	コロナ禍により、観光案内を行う港区観光ボランティアガイド育成講座を中断していましたが、4年ぶりに再開し、34名が修了しました。			コロナ禍において、観光客が激減し徐々に回復傾向にありますが、実働できるガイドも減少したことが当初見込んでいた目標値に到達していない最大の要因です。今後継続的に育成講座を継続し、実働できるガイドを増加させることで、目標値の達成を図ります。		
令和7年度	c	港区観光ボランティアガイド育成講座を実施し、30名が修了しました。そのうち、27名が実働ガイドとして活動を開始しました。			育成講座修了生の実働ガイド活動の開始により、観光案内者数は前年度を上回りました。今後も、修了生の多くが実働ガイドへとつながるよう、魅力ある育成講座を継続的に実施し、実働ガイドのさらなる育成および案内者数の増加を図ります。		
令和8年度	c	魅力的な講座の運営により、育成講座の受講者の講座修了率を高め、実働するボランティアガイドの増加を目指します。また、観光客にニーズの高い多言語の「港区観光マップ」等の冊子やHP上のデータ掲載を継続して行います。					

a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）
c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

成果指標②		指標の推移					計画目標値
		当初	中間	実績値（令和8年度は見込み）			
		令和2年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8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		5か所	8か所	10か所	15か所	15か所	10か所
	達成度	当該年度の取組と成果			課題と今後の方向性 （未達成の場合は原因分析を含む）		
令和6年度	a	令和6年4月に東京タワーフットタウンへ、令和7年3月にTAKANAWA GATEWAY CITYへ観光インフォメーションセンターを設置しました。			最終目標値である10か所はすでに達成していますが、今後もまちの再開発や観光客の状況に応じて新たなインフォメーションセンターを設置することを検討します。		
令和7年度	a	令和7年3月にキンコーズ・ジャパンと港区の観光情報の提供等に関する協定を締結し、区内5店舗にインフォメーションセンターを設置し、在勤者や区民に向けた観光案内を行っています。			最終目標値を大幅に上回る数のインフォメーションセンターを設置することができました。今後も、まちの再開発や観光客の動向を踏まえ、新たなインフォメーションセンターの設置に努めます。		
令和8年度	a	民間連携に基づく、新たなインフォメーションセンターを設置するには、様々な民間企業との日頃の情報交換や連携が必要です。今後も協力関係を維持できるよう（一社）港区観光協会を中心としたネットワーク化へ取り組みます。					

a：計画目標値を達成できる（達成度100%以上） b：計画目標値を相当程度達成できる（達成度70%以上100%未満）

c：計画目標値を達成できない（達成度70%未満）

2 施策評価

評価	A：計画目標を達成できる
施策の達成状況	ボランティアガイドは、来訪者との交流を通じて港区の魅力を直接伝える活動を行っています。ボランティアガイドの観光案内者数は未達成の見込みです。引き続き人材育成に取り組み、案内者数の増加を図ります。また、個人旅行や旅行目的の多様化に対応した有効な情報収集手段として、民設インフォメーションセンターの増設を進めています。あわせて、区内217基の街区案内標識の設置や、多言語観光マップの配布、バリアフリーマップの作成などにより、安心して観光できる環境整備を進めています。
達成状況の要因 ・取組の有効性が高かった点 ・取組の有効性が低かった点 ・外部要因の影響を受けた点 など	ボランティアガイド育成講座の修了生は活動していますが、実働人数が限られているため、やりがいや継続性の確保が課題となっており、講座運営にも工夫が求められています。インフォメーションセンターは、再開発等による新規商業施設の開業に合わせ、区から企業へ働きかけて設置しています。引き続き、（一社）港区観光協会のネットワーク等を活用し、観光に関わる多様な事業者との連携を強化します。
MINATOビジョン策定に向けた課題と今後の方向性	令和7年度観光動態基礎調査では、区民の75.4%が日常的に観光客を見かける一方、83.1%が「観光客と関わることはない」と回答しており、観光客と区民の交流が限定的であることが明らかになりました。また、観光客が感動した体験には人との交流に関する回答が多く見られています。これらの結果を踏まえ、ボランティアガイドの取組等を通じて、区民と観光客が交流する機会を拡大します。あわせて、データを活用し、観光客の情報源や行動特性を把握した上で、ニーズに即したツールを整備し、区内周遊の促進や都市観光を安心して満喫できる受入体制の充実を図ります。

A：計画目標を達成できる（成果指標（平均）の達成度100%以上）

B：計画目標を相当程度達成できる（成果指標（平均）の達成度70%以上100%未満）

C：計画目標を達成できない（成果指標（平均）の達成度70%未満）