

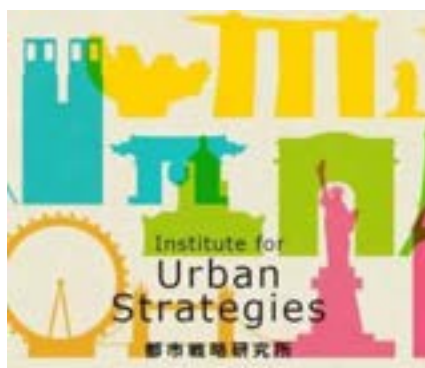
港区・森記念財団共同研究

新型コロナウイルス感染症による港区の在住者、
滞在人口の動向と都市機能への影響の実態に関する研究



港区政策創造研究所

Minato Policy Creation Research Institute



MORI MEMORIAL
FOUNDATION

令和4年3月

港区政策創造研究所 / 森記念財団都市戦略研究所

目 次

I.	研究の背景・目的	1
(1)	共同研究の経緯と目的	1
(2)	令和2年度共同研究の成果と残された課題	1
II.	令和3年度共同研究の概要	3
(1)	研究の目的と内容	3
(2)	調査実施内容	3
(3)	個別調査の実施内容	3
III.	研究成果の概要	7
1.	区内事業所への区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査 結果概要	7
(1)	コロナ禍による影響	7
(2)	コロナ禍収束後の見通し	9
(3)	事業所を移転する可能性	10
(4)	これまでに利用した国・都・区の支援策	11
(5)	不動産賃貸業への影響と意向	11
(6)	事業所における働き方の変化	12
2.	来訪者の区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査 結果概要	17
(1)	来訪者が抱く港区のイメージに関する評価	17
(2)	将来の転居可能性ときっかけ、居住地選択要因の変化	19
(3)	転居のきっかけとなる事項	20
(4)	コロナ禍の影響により重要になった居住地選択要因	21
(5)	コロナ禍による来訪者規模への影響	22
3.	港区民への人口動向に係るアンケート調査（港区実施調査） 結果概要	24
(1)	港区の生活環境と住みやすさの関係	24
(2)	「買い物環境」への満足度に影響を与える要因の分析	26
(3)	区民の出生意向の特性	27
(4)	将来の港区からの転出の予定	28
(5)	「子育て環境」への満足度に影響を与える要因の分析	29
(6)	コロナ禍の影響により重要になった居住地選択要因	30
(7)	在宅勤務比率の変化	31
IV.	調査結果を踏まえたポストコロナのまちづくりの方向性	32
1.	港区で暮らし、活動する人々の動向と今後のまちづくりの課題	32
(1)	事業者の動向を踏まえた支援と今後のまちづくりの課題	32
(2)	来訪者の動向を踏まえた今後のまちづくりの課題	33
(3)	区内在住者の動向を踏まえた今後のまちづくりの課題	34
2.	港区のポストコロナのまちづくりの方向性	36

I. 研究の背景・目的

(1) 共同研究の経緯と目的

- ・周知の通り、新型コロナウイルス感染症の影響により東京都の人口動向は大幅に変化した。特に、東京都特別区においては、その転出入平均値が、総務省が現在の形で統計を取り始めた2014年以降、初めて年間で転出超過となったことが大きな話題となっている。港区においても、コロナ禍発生後の令和2年6月以降、総人口は減少傾向に転じ、令和3年5月以降はコロナ禍発生以前の令和元年度同月を下回る水準で推移している。
- ・こうした、コロナ禍の影響による、港区の人口動向の大きな変化を踏まえ、港区政策創造研究所と一般財団法人森記念財団都市戦略研究所（以下「森記念財団」という。）は、港区における新型コロナウイルス感染症の影響による区内在住者、滞在人口の変化と、事業所の立地、事業展開、従業員の働き方などの変化を把握し、港区の都市としての魅力や競争力への影響を明らかにし、その対応策の検討に資する知見を得ることを目的とした共同研究を令和2年度より2か年にわたり実施した。

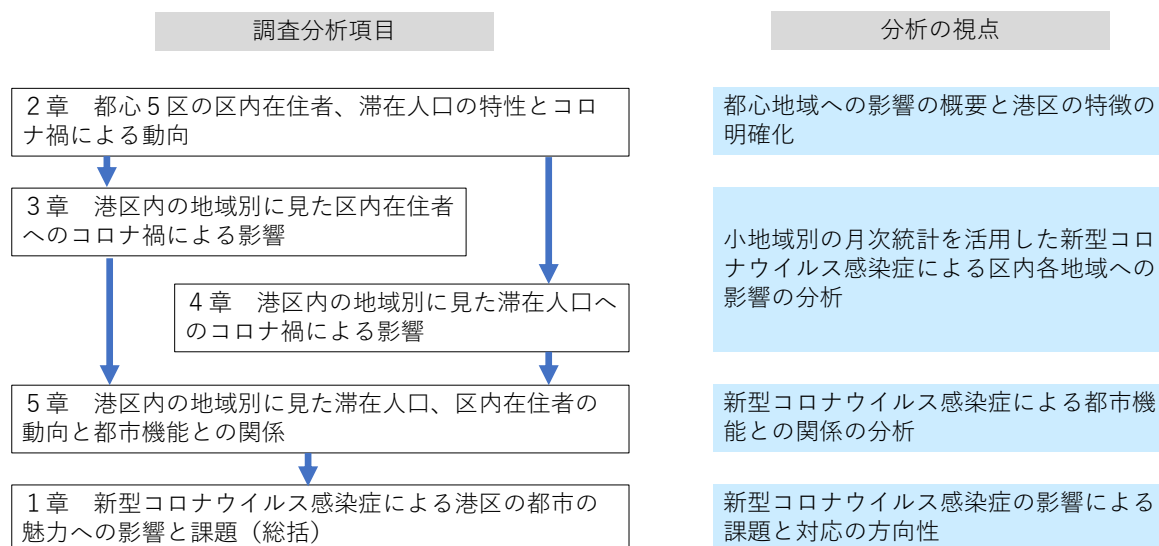
(2) 令和2年度共同研究の成果と残された課題

① 令和2年度共同研究の実施概要

■客観的な統計データの分析による、コロナ禍による港区の人の動きと都市機能への影響の分析

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症による港区の区内在住者、滞在人口の動向と都市機能への影響の実態について、客観的な公的統計、民間統計を統計データの分析により明らかにした。

図表 1 調査分析のフロー



図表 2 分析に使用したデータ一覧

データ項目		統計名	最新時点
人の動き	滞在人口	株式会社NTTドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」	令和2年10月1日
	区内在住者（都心区比較分析）	東京都「住民基本台帳による世帯と人口」	令和2年10月1日
	区内在住者（区内地域別分析）	港区資料	令和2年10月1日
	転出入人口（区の相手先別転出入動向）	港区資料	令和2年10月1日
都市機能の集積状況	事業者数及び30人以上事業所従業者数	総務省「平成28年経済センサス・活動調査」	平成28年
	スーパーマーケット数	NAVITIME 資料	令和3年2月3日
	コンビニエンスストア数	NAVITIME 資料	令和3年2月3日
	レストラン数	ぐるなび資料	令和2年3月20日
	飲食業営業許可件数	港区資料	令和2年10月1日

② 研究の特徴と成果の概要

■月次データを用いた新型コロナウイルス感染症感染拡大前後の比較分析による実態把握

月次で足元のデータが取得可能な統計を活用し、新型コロナウイルス感染症発生前後の比較分析と当時の最新動向の分析を行うことで、新型コロナウイルス感染症による人の動きや都市の機能への影響の実態を明らかにした。

■港区全体の都心区の中での特性と港区内のエリア別特性の明確化

昼夜間人口比率に着目し、港区と同様の特性を有する都心区における比較分析により港区全体としての特性を明確にするとともに、地区別分析、メッシュ別分析により、港区の中でも特に影響が強く出ているエリアを浮き彫りにするなど、港区内におけるエリア別特性を明確にした。

③ 残された研究課題

■コロナ禍の影響による動向の詳細（事業所、来訪者、区内在住者の意識と行動の実態）把握の必要性

令和2年度の研究により、港区の人の動きがどのように変化したか、客観的に明らかにすることができたが、変動状況に係る客観的な統計データの分析のみを行っているため、変動の詳細や、各主体のどのような意識の変化によりこうした変動が生じたかは明確にできていない。このため、令和3年度は事業所、来訪者、区内在住者の意識と行動の実態把握を行う必要がある。

II. 令和3年度共同研究の概要

(1) 研究の目的と内容

■区の独自調査との連携による事業所、来訪者、区内在住者へのコロナ禍の影響の詳細分析

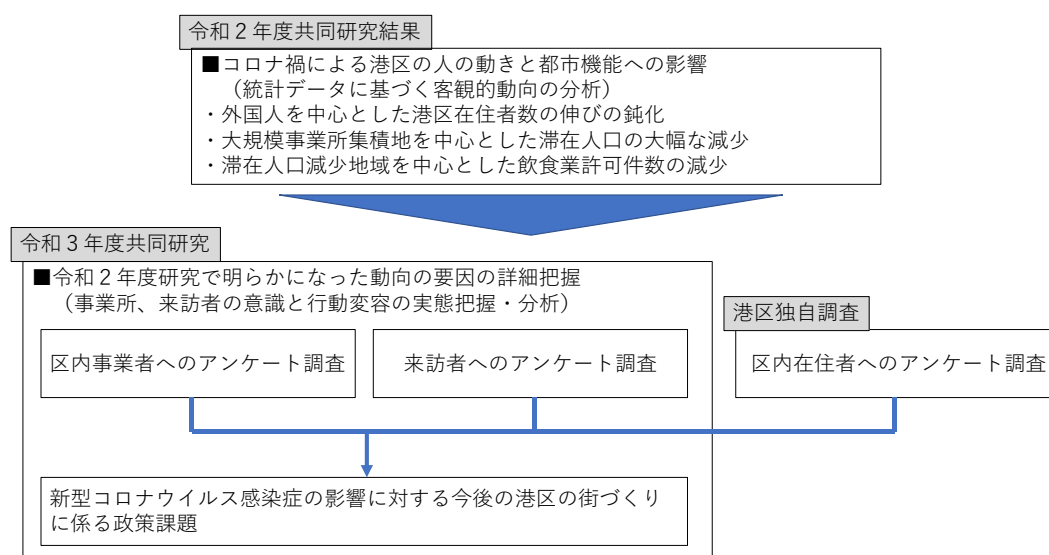
令和2年度の研究成果と残された課題を踏まえ、令和3年度の共同研究は、港区内の事業所、来訪者、区内在住者におけるコロナ禍の影響の詳細とその要因を明らかにすることを目的として実施する。この際、区内在住者の意識と行動は別途港区で独自に調査していることから、その結果の活用を前提として、共同研究では区内に立地する事業所、区内で活動する人々の意識と行動変容の実態把握を行う。

(2) 調査実施内容

■事業所、来訪者へのアンケート調査による意識と行動の実態把握

令和3年度は、区内の事業所、一定以上の頻度で港区を来訪する昼間区民、区内の区内在住者を対象として、主要な事業活動、生活行動、居住地選択要因の変化などについて、アンケート調査により意識、行動の実態を明らかにすることとした。この結果に港区分民を対象とした港区の独自調査の結果を活用して、港区で暮らし、活動する人々へのコロナ禍による全体像を明らかにし、今後の港区のまちづくりに係る政策課題を検討、整理した。

図表 3 令和3年度共同研究の検討フロー



(3) 個別調査の実施内容

① 区内事業所の区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査

1) 実施目的

新型コロナウイルス感染症による区内立地事業者への影響の実態を把握するとともに、事業者が今後どのような事業展開を検討しているかを明らかにし、区内事業者への適切な支援の方向性を明らかにすることを目的として実施した。

2) 調査対象及び回収数・率

港区に位置する事業所 5,000 件（不動産賃貸業：1,000 件、飲食業：1,000 件、飲食業以外：3,000 件）
総回収数：1,011 件（回収率：20.2%）

選定方法：NTT タウンページ株式会社「i タウンページ」による抽出を基本とし、不動産賃貸業についてはアットホーム株式会社が公表している企業情報により補足した。

3) 調査実施時期

2021 年 8 月下旬～9 月上旬、同 11 月

4) 調査項目

◇不動産賃貸業向け

- ・テナントの動向（事務所、店舗、住宅）
- ・コロナ禍収束後のテナントの見通し（事務所、店舗、住宅）
- ・コロナ禍収束後の入居業態転換テナントの見通し

◇商店・飲食店向け

- ・コロナ禍収束後の顧客数の見通しと事業戦略

◇全事業者向け

- ・テレワーク・在宅勤務の状況（コロナ禍前、中、後）
- ・テレワーク・在宅勤務による生産性への影響、従業員満足度
- ・事業所面積への影響（コロナ禍中、後）
- ・移転の可能性と移転先の条件
- ・コロナ禍収束後、テレワーク・在宅勤務が一般化した場合の事業への影響
- ・これまで利用した国・都・区の支援策

② 来訪者の区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査

1) 実施目的

新型コロナウイルス感染症の影響による変化に的確に対応したまちづくりを進めるため、港区の来訪者の港区への来訪行動や港区のイメージ、在宅勤務の動向、転居意向などの行動や意識の変化と今後の見通しを把握し、まちづくりの課題と対応の方向性を検討することを目的として実施した。

2) 調査対象

アンケート調査会社の WEB モニターのうち港区に 1 ヶ月に 1 回以上来訪している 20 代～70 代の男女 400 人（有効回答 370 人）を抽出

3) 調査実施時期

2021 年 8 月

なお、実施時期における新型コロナウイルス感染症の動向として、東京では新規感染者数の増加傾向が継続しており、8 月 13 日に新規感染者数 5,908 人で当時過去最大を記録した時期と重なっている。その後新規感染者数は減少に転じているものの 8 月中は高水準が継続していた時期であることに留意が必要である。

4) 調査項目

◇港区のイメージに関する評価

- ・総合的なイメージ
- ・個別の生活環境に関するイメージ
- ◇転居可能性と転居のきっかけ居住地選択要因の変化
 - ・今後の転居の可能性
 - ・転居のきっかけ
 - ・想定する転居先
 - ・新型コロナウイルスの影響により重視度が高まった生活環境
- ◇区への来訪頻度
 - ・新型コロナウイルス感染症流行前の来訪頻度
 - ・新型コロナウイルス感染症流行中の来訪頻度
 - ・新型コロナウイルス感染症流行後の目的別来訪頻度の増減見通し
- ◇在宅勤務の動向
 - ・新型コロナウイルス感染症流行前後の在宅勤務の頻度

③ 区内在住者(港区民)の人口動向に係るアンケート調査(港区実施調査)

1) 実施目的

区では、人口動向の詳細とその要因を明らかにするため、結婚、出産、転出に係る意向、区の生活環境への評価など、港区の人口動向に関連する区民の意識と実態など、人口動向に係る同様の設問による調査を一定期間ごとに実施し、回答傾向の変化を測定することとしている。本年度調査においては、こうした設問に加え、新型コロナウイルス感染症による影響のうち、転出入動向に影響を与える側面についても対象として調査を実施した。

2) 調査対象

アンケート調査会社が保有する WEB モニターの中から、港区内在住の 20 歳以上の男女 651 人を抽出

3) 調査実施時期

令和 3 年 6 月

4) 調査項目

- ◇回答者の属性
- ◇港区の生活環境全般の評価
 - ・街のイメージ
 - ・港区の生活環境に対する評価（総合評価、個別要素に対する評価）
- ◇区民の幸福感に関する調査（総合的な幸福感、幸福感を感じる要素）
- ◇買い物に関する評価と実態
 - ・区民の買い物環境に対する評価（個別要素に対する評価）
 - ・コロナ禍前後の小売店舗形態別（通販含む）の利用頻度の変化
 - ・利用頻度の高い小売店の立地地域・距離（最寄り品、買回り品別）
 - ・買い物利便性解消への施策アイディアへの評価
- ◇子育て・教育環境への評価（個別要素に対する評価）

◇結婚・出産に関する希望と予定

- ・希望子ども数、予定子ども数
- ・上記両者が異なる理由
- ・将来の結婚の希望（独身者のみ）

◇転出意向・理由

- ・転出意向の有無
- ・転出のきっかけ
- ・転出先として想定する地域

◇新型コロナウイルス感染症の影響

- ・在宅勤務の状況（コロナ禍以前、発生後、収束後の見通し）
- ・家計の状況の変化
- ・行政に求める対応策
- ・重視が高まった生活環境の要素
- ・生活の変化で予想されるもの
- ・不安に感じること

III. 研究成果の概要

1. 区内事業所への区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査 結果概要

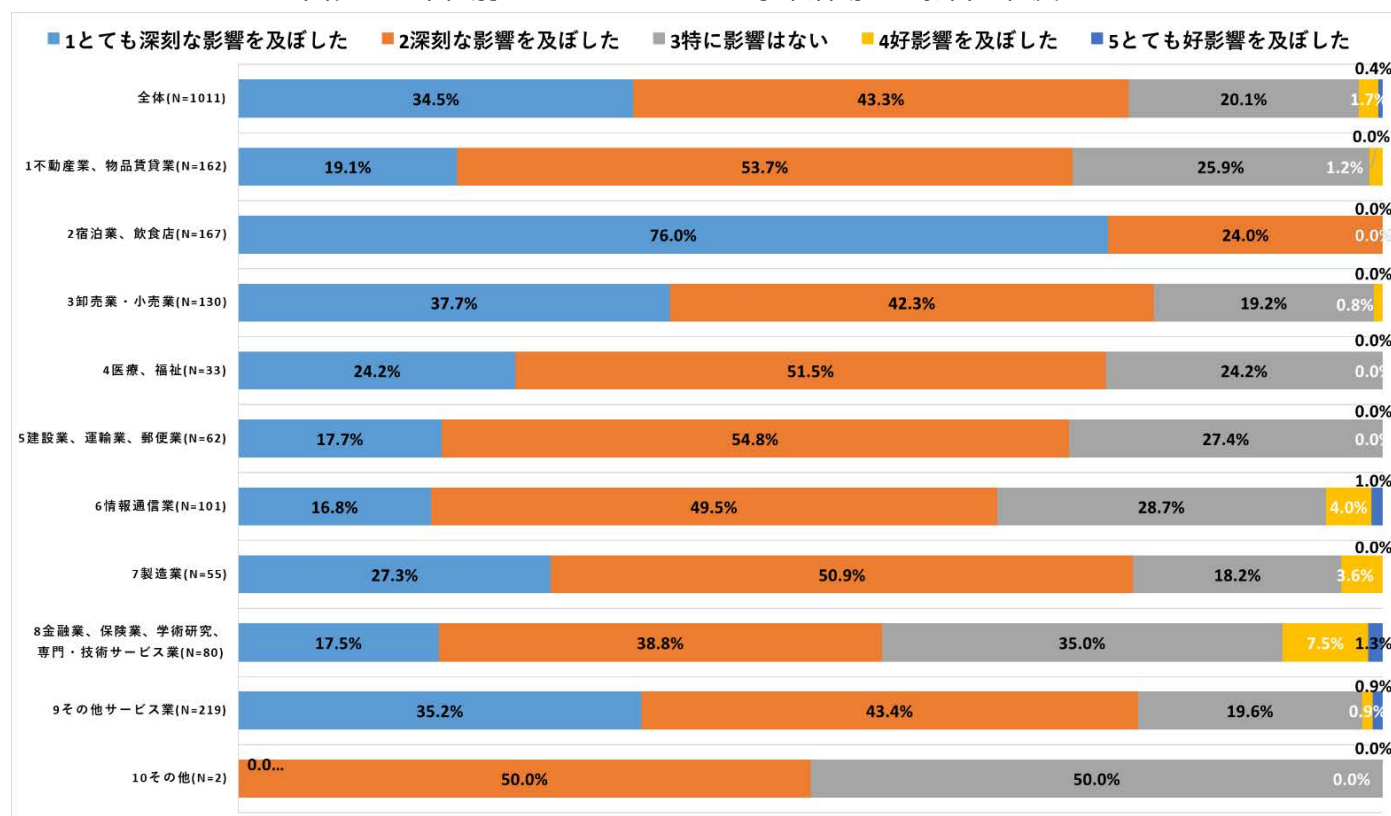
(1) コロナ禍による影響

① コロナ禍による事業活動への影響

■業種にかかわらず事業活動へ深刻な影響を及ぼしており、特に宿泊業、飲食店が深刻

全体をみると、コロナ禍が好影響を及ぼした業種はほとんどない。「コロナによってとても深刻な影響を受けている」とする回答は「宿泊業、飲食店」が最も多く 76.0%に上る。次いで「卸売業・小売店(37.70%)」「その他サービス業(35.20%)」が多い。一方で、「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業(35.0%)」「情報通信業(28.7%)」「建設業、運輸業、郵便業(27.4%)」「不動産業、物品賃貸業(25.9%)」で「特に影響がない」の割合がやや高い。

図表 4 業種別にみたコロナによる事業活動への影響の程度



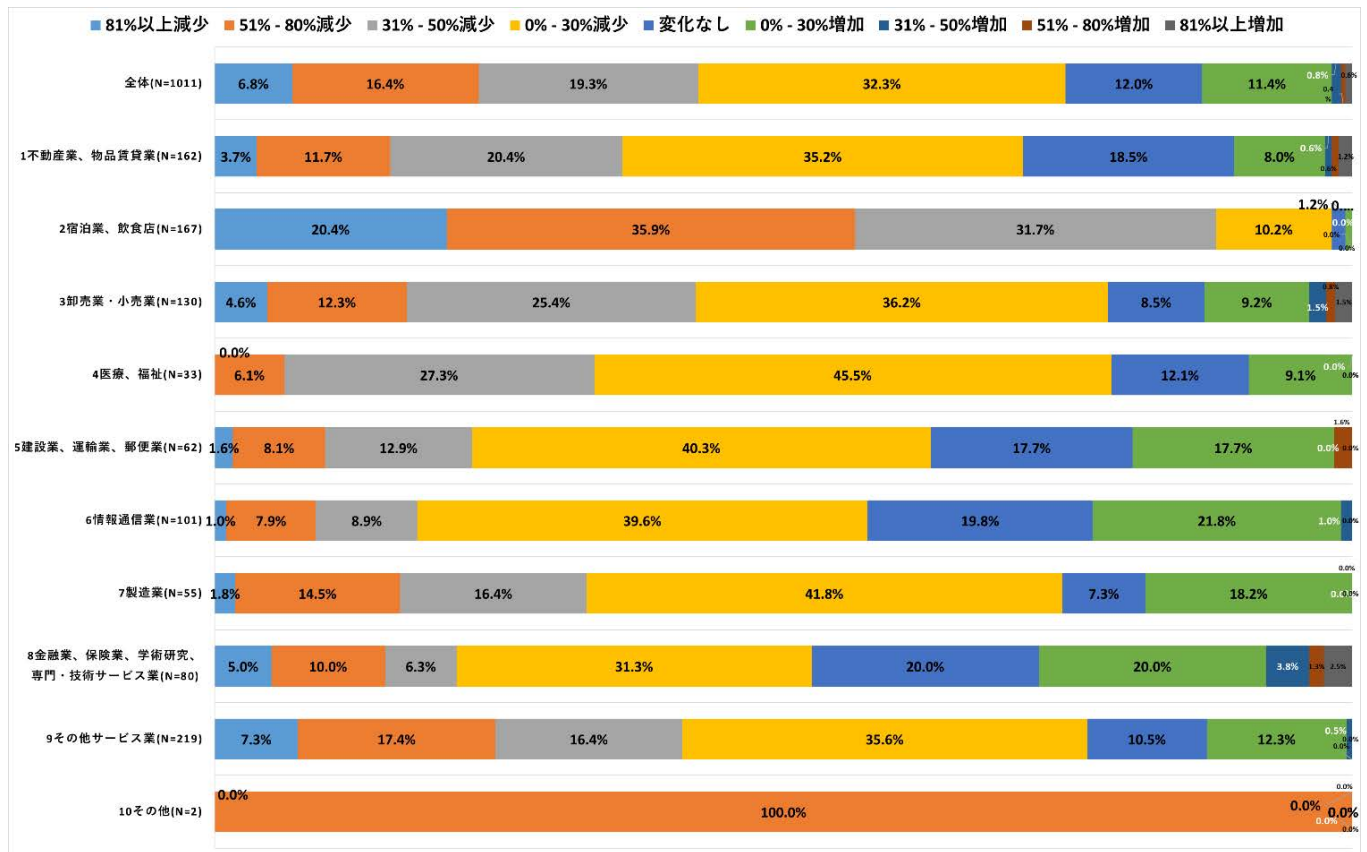
② コロナ禍以前(令和元(2019)年度)と比較した売上げの変化

■コロナによって売上げが減少した事業所は7割以上

全体では、減少割合にかかわらず売上げが減少した事業所は 74.8%みられる。「宿泊業、飲食店」では、98.2%の事業所で売上げが減少したと回答しており、特に 81%以上減少した事業所が 20.4%と他業種と比較して突出しているなどコロナの影響を強く受けている。「宿泊業、飲食店」ほどではないものの、「医療、福祉」、「卸売業・小売業」も売上げが減少している事業所数の割合が高い。

一方で、「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業(27.6%)」「情報通信業(22.8%)」では他の業種に比較してコロナによって売上げが増加した事業所の割合が高い。

図表 5 業種別にみたコロナによる売上高への影響の程度

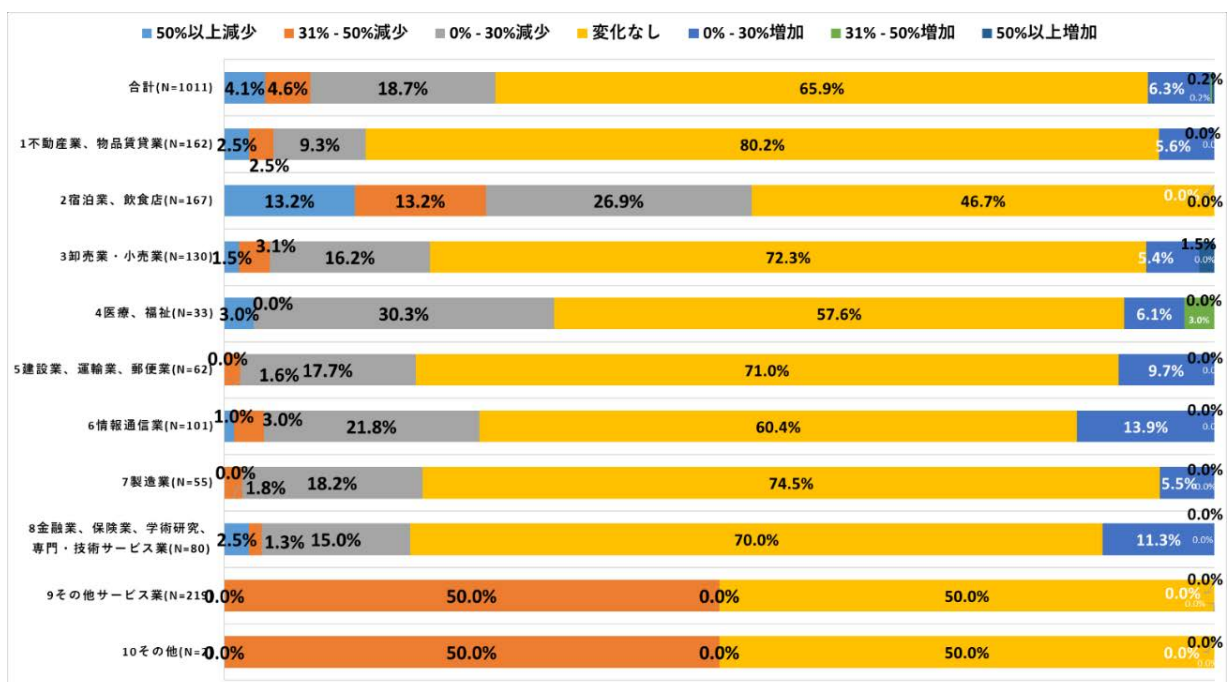


③ 新型コロナ禍以前(令和元(2019)年度)からの従業員数の増減

■コロナによる従業員数への影響は限定的

全体をみると「変化なし（65.9%）」が最も多く、「0%-30%減少（18.7%）」がこれに次いでいる。「宿泊業、飲食店」では 53.3%の事業所で従業員数が減少しており、他業種と比較してその割合が高い。業種別では「不動産業、物品賃貸業（80.2%）」では変化なしの割合が高い。

図表 6 業種別にみたコロナによる従業員数への影響の程度



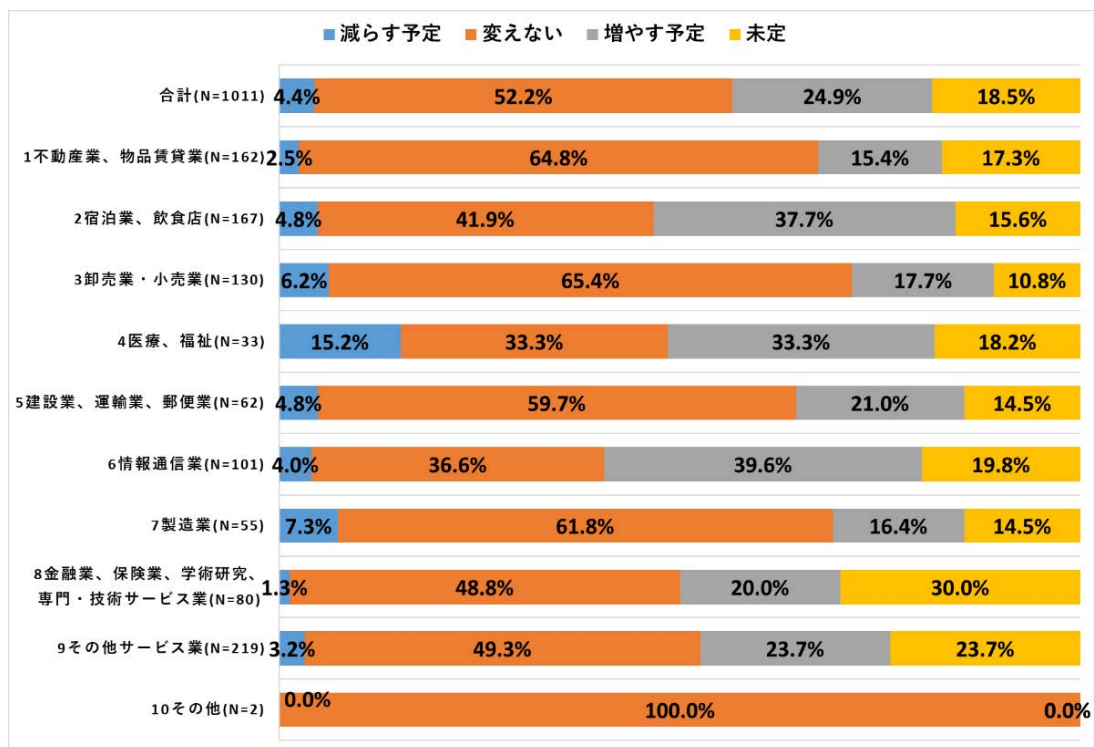
(2) コロナ禍収束後の見通し

① 従業員数の見通し

■コロナ禍収束によって宿泊業、飲食店、情報通信業では従業員数を増やす見通し

全体では「変えない（52.2%）」が最も多いが、「増やす予定（24.9%）」がこれに次いでいる一方、「減らす予定（4.4%）」は割合が小さい。業種別では「情報通信業（39.6%）」「宿泊業、飲食店（37.7%）」では従業員数増の予定の割合が高い。「医療、福祉」では「減らす予定（15.20%）」が他の業種に比較して割合が大きい一方、「増やす予定（33.30%）」もみられる。

図表 7 業種別にみたコロナ禍収束後の従業員数の見通し

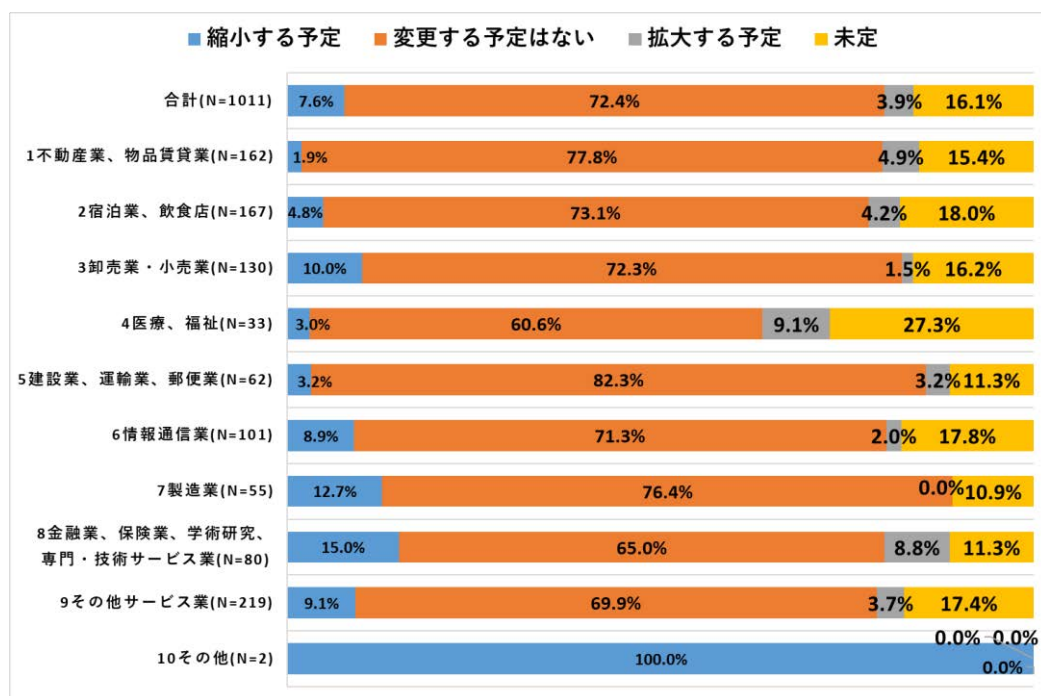


② 事業所面積の見通し

■コロナ禍収束によって事業所面積を変更する事業所は限定的

全体では「変更する予定はない」が7割を占める。業種別では「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業（15.0%）」、「製造業（12.7%）」で「縮小する予定」の事業所が多く、後述する通り「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業」ではコロナ禍発生後にテレワークを導入した割合が比較的高く、これが面積縮小に影響している可能性がある。

図表 8 業種別にみたコロナ禍収束後の事業所面積の見通し

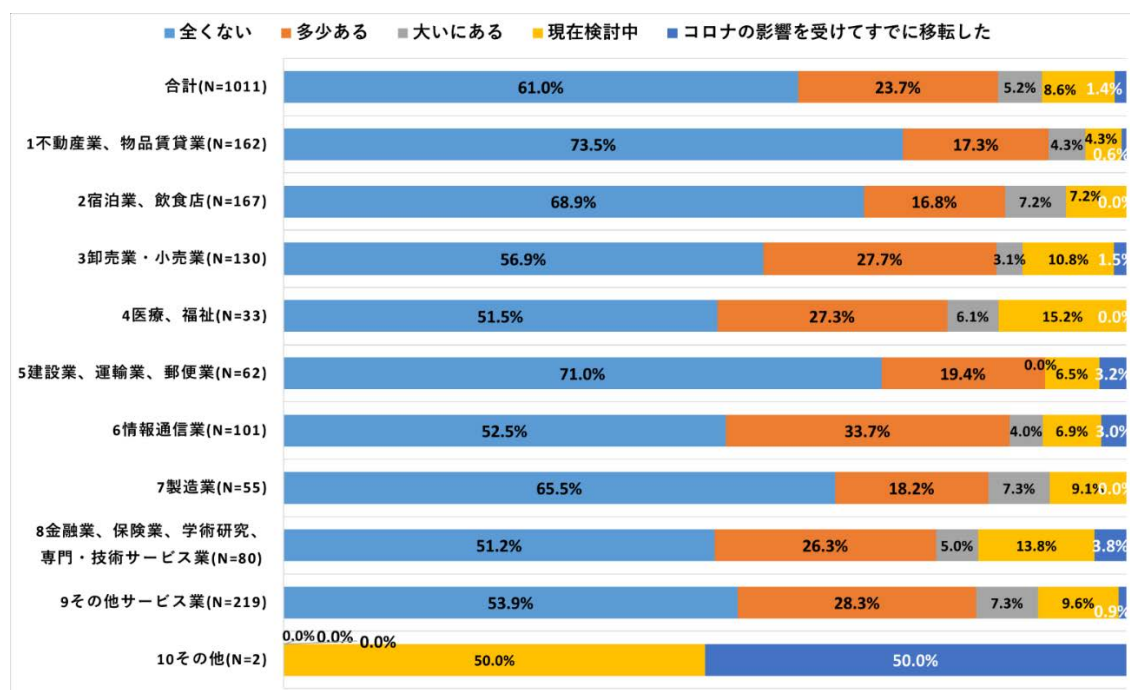


(3) 事業所を移転する可能性

■「医療、福祉分野」や「サービス業」、「情報通信業」では事務所移転意向が大きい

移転可能性があるまたは検討中の事業者（「移転の可能性が多少ある」、「大いにある」、「現在検討中」の合計）は 37.5%みられる。一方で、移転の可能性が全くない事業所は全体の 61.0%である。業種別にみると、移転可能性があるまたは検討中の事業者は「医療、福祉（48.6%）」「その他サービス業（45.2%）」「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業（45.1%）」「卸売業・小売業（41.6%）」「情報通信業（44.6%）」で4割をこえている。

図表 9 業種別にみた事業所を移転する可能性



(4) これまでに利用した国・都・区の支援策

■「宿泊業、飲食店」では支援策の利用割合が高い

「宿泊業、飲食店」はさまざまな支援策を利用しており、「利用していない」の割合が最も低い。また、「営業時間短縮に係る幹線拡大防止協力金」は85.6%が利用している。「利用していない」の割合は「建設業・運輸業・郵便業」「情報通信業」「製造業」「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業」であり、43.6%～48.4%に達している。

図表 10 業種別の国・都・区の支援策の利用状況

	n	水道料金・ 下水料金の 支払猶予	東京都家賃 等支援給付 金	緊急事態宣 言の影響緩 和に係る一 次支援金	営業時間短 縮に係る感 染拡大防止 協力金	雇用調整助 成金	テイクアウ ト・デリバ リー・通信 販売導入商 店街店舗応 援補助金	利用してい ない
1不動産業、物品賃貸業	162 100.0%	1 0.6%	59 36.4%	39 24.1%	7 4.3%	32 19.8%	0 0.0%	59 36.4%
2宿泊業、飲食店	167 100.0%	3 1.8%	100 59.9%	44 26.3%	143 85.6%	89 53.3%	27 16.2%	7 4.2%
3卸売業・小売業	130 100.0%	0 0.0%	45 34.6%	47 36.2%	17 13.1%	49 37.7%	1 0.8%	43 33.1%
4医療、福祉	33 100.0%	0 0.0%	11 33.3%	10 30.3%	3 9.1%	8 24.2%	0 0.0%	8 24.2%
5建設業、運輸業、郵便業	62 100.0%	0 0.0%	10 16.1%	9 14.5%	2 3.2%	23 37.1%	1 1.6%	30 48.4%
6情報通信業	101 100.0%	1 1.0%	26 25.7%	16 15.8%	2 2.0%	28 27.7%	0 0.0%	45 44.6%
7製造業	55 100.0%	0 0.0%	9 16.4%	8 14.5%	0 0.0%	16 29.1%	0 0.0%	24 43.6%
8金融業、保険業、学術研究、 専門・技術サービス業	80 100.0%	1 1.3%	21 26.3%	20 25.0%	1 1.3%	17 21.3%	0 0.0%	37 46.3%
9その他サービス業	219 100.0%	3 1.4%	83 37.9%	63 28.8%	27 12.3%	79 36.1%	2 0.9%	70 32.0%
10その他	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%
合計	1011 100.0%	9 0.9%	364 36.0%	256 25.3%	202 20.0%	341 33.7%	31 3.1%	324 32.0%

(5) 不動産賃貸業への影響と意向

① 事務所テナント、店舗テナント、賃貸住宅の現在の動向

■事務所テナントや店舗テナントでは「賃料減額の申し入れ」を受ける

事務所テナントと店舗テナントの動向としては、「賃料減額の申し入れ」が事務所テナントで47.2%、店舗テナントで46.8%と最も割合が大きく、次いで「テナントの退去」が事務所テナントで38.2%、店舗テナントで26.6%と大きい。賃貸住宅では、「賃借人の退去（34.6%）」の割合が最も大きく、次いで「賃料減額の申し入れ（29.5%）」の割合が大きい

図表 11 不動産業における事務所テナント・店舗テナント・賃貸住宅のコロナ禍の動向（複数回答）

不動産業								
	n	賃料減額の 申し入れ	賃料の支払い 猶予の申し入 れ	賃料滞納	賃貸面積の 縮小の申し 入れ	テナントの 退去	テナントの 倒産	賃借人の退 去
事務所テナント	89	42 47.2%	18 20.2%	14 15.7%	12 13.5%	34 38.2%	1 1.1%	
店舗テナント	79	37 46.8%	18 22.8%	13 16.5%	6 7.6%	21 26.6%	1 1.3%	
賃貸住宅	78	23 29.5%	10 12.8%	19 24.4%				27 34.6%

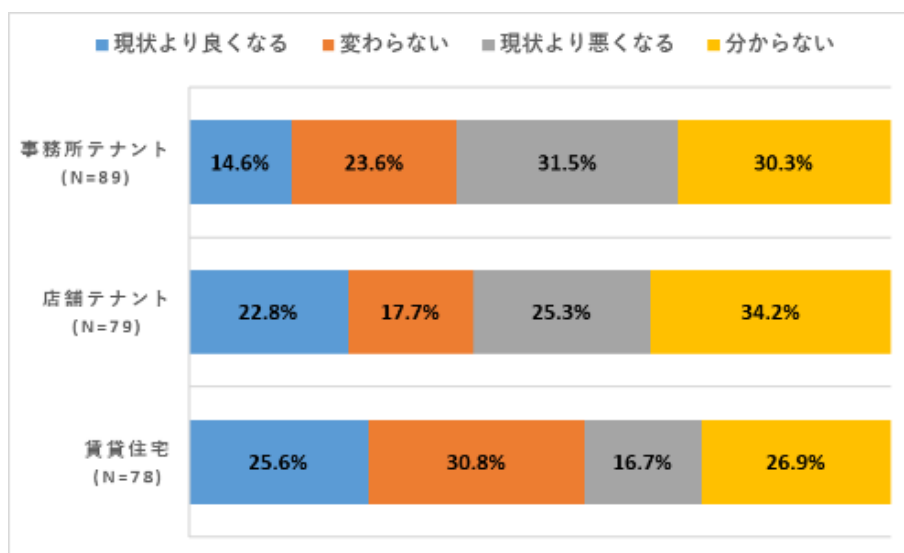
② 新型コロナ収束後の事務所テナント、店舗テナント、賃貸住宅の見通し

■賃貸住宅では現状より良くなる見通し、事務所テナントでは悪くなる見通しも

事務所テナントの見通しでは「現状より悪くなる（31.5%）」「わからない（30.3%）」が多い。店舗テナントの見通しでは「わからない（34.2%）」が最も多い。

賃貸住宅の見通しでは、「変わらない（30.8%）」が最も多く、「現状より良くなる（25.6%）」「わからない（26.9%）」が多く、事務所テナントおよび店舗テナントの見通しに比較して明るい傾向がうかがえる。

図表 12 不動産業における事務所テナント・店舗テナント・賃貸住宅のコロナ収束後の見通し



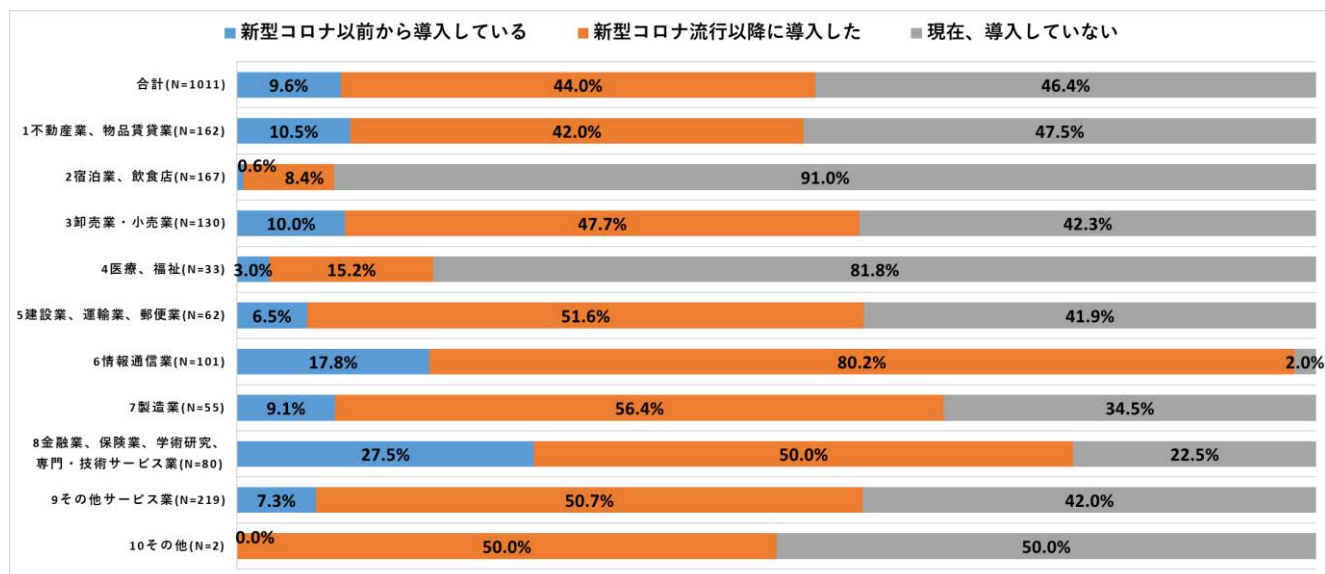
(6) 事業所における働き方の変化

① コロナ禍以前のテレワークや在宅勤務の導入状況

■半数以上の事業所でテレワークや在宅勤務を導入

全体では、「コロナ禍以前から導入している（9.6%）」「新型コロナ流行以降に導入した（44.0%）」で過半数の事業所が現在導入している。業種別では「宿泊業、飲食店」「医療、福祉」では、「現在、導入していない」の割合が大きい。「情報通信業」の98%、「金融業、保険業、学術研究、専門・技術サービス業」77.5%の事業所が現在導入している。

図表 13 業種別にみたテレワークや在宅勤務の導入状況



② 事業所の規模別にみたテレワークや在宅勤務の導入の実態

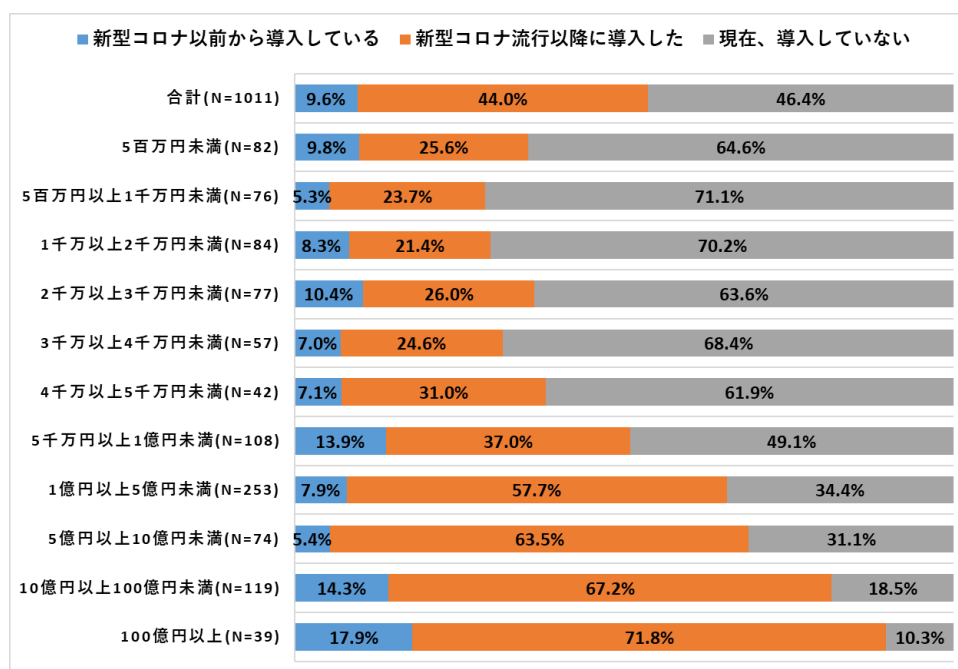
■テレワークや在宅勤務の導入には、事業所の年間売上高が密接に関係している傾向

全体では、「新型コロナ流行以降に導入した（44.0%）」と「現在、導入していない（46.4%）」がほぼ同数となっている。反対に「新型コロナ流行以前から導入している」事業所は1割に満たない。

事業所の売上規模別にみると、「新型コロナ流行以降に導入した」事業所は、事業所規模が1億円以上の事業所で多く、「1億円以上5億円未満」～「100億円以上の事業所」では5割以上がコロナに伴って導入している。それに対して、1億円未満の事業所では2割～3割程度が導入している。

現在もテレワークや在宅勤務を導入していない事業所の割合をみると、5千万円未満では6～7割が導入していない。それに対し、事業所規模が大きいほどテレワークや在宅勤務を導入していない事業所の割合は小さくなり、10億円以上の事業所では導入していない事業所は1～2割程度にとどまる。

図表 14 事業所の規模別にみたテレワークや在宅勤務の導入状況



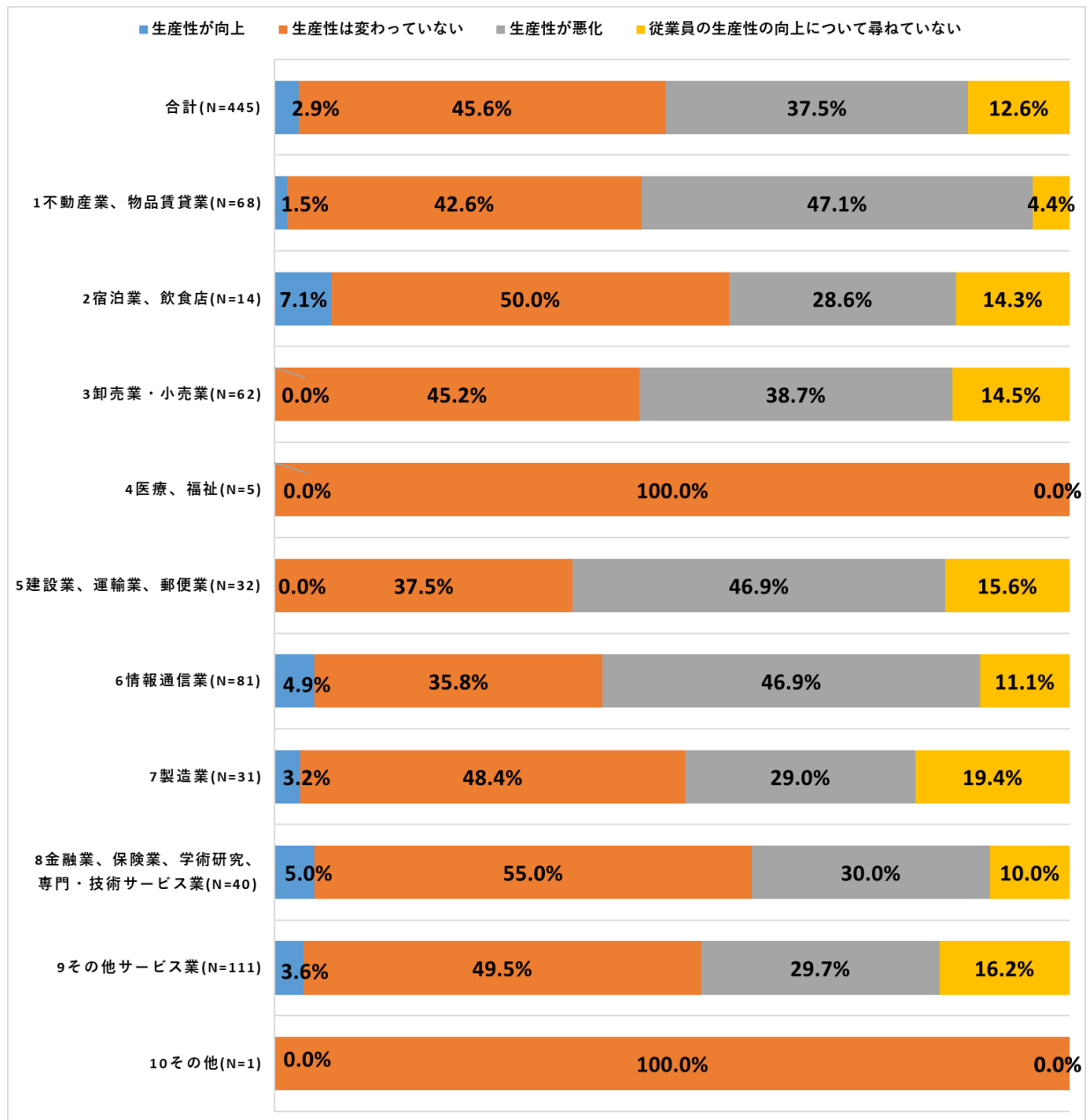
③ テレワークや在宅勤務の導入による生産性の低下

■テレワークや在宅勤務の導入によって生産性が悪化する事業所も一定数みられる

全体（テレワークや在宅勤務を導入している事業所）として生産性が変わっていない事業所が 45.6% で最も多い。しかし、次に生産性が悪化した事業所が 37.5% であった。反対に、生産性が向上した事業所はわずか 2.9% であった。

業種別でみると、「不動産業、物品賃貸業（47.1%）」「建設業、運輸業、郵便業（46.9%）」「情報通信業（46.9%）」で生産性が悪化した事業所の割合が高い。前出の通り、情報通信業では他の業種に比較してテレワークや在宅勤務の導入が進んでいるものの、同時に生産性の悪化という課題を抱えている。

図表 15 業種別にみたテレワークや在宅勤務の導入による生産性への影響

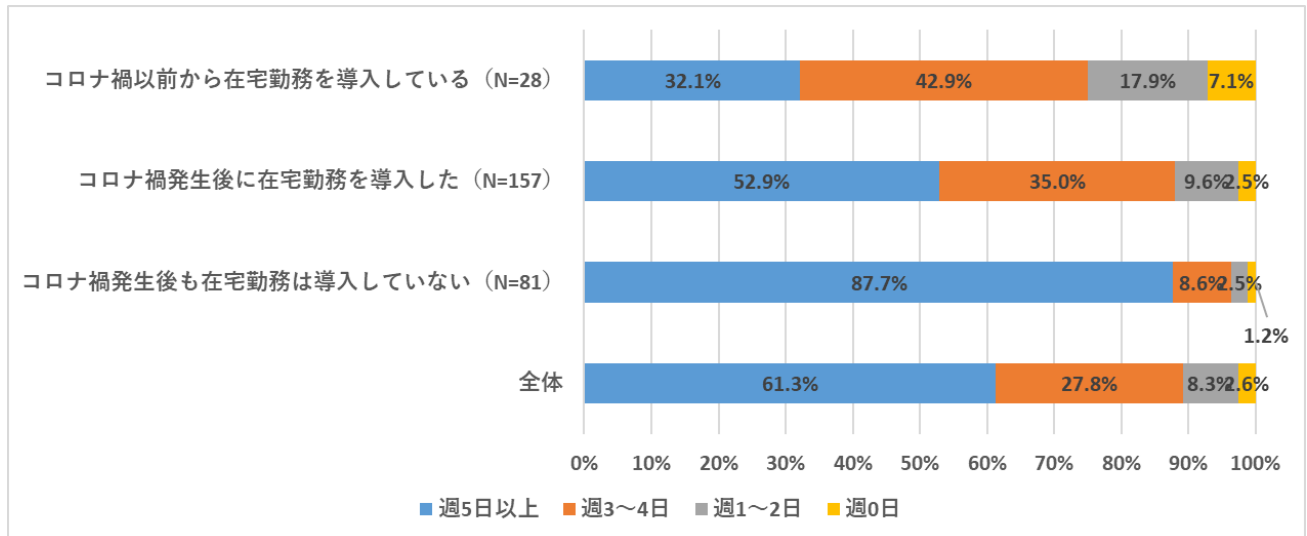


④ 事務所におけるコロナ禍収束後の出社日数の見通し

■事業所の6割はコロナ禍収束後週5日出社、4割は週5日未満出社で部分的なテレワークや在宅勤務を継続する見通し

小売店舗や飲食店などを除く事務所機能の事業所のうち、コロナ禍収束後に週5日、つまり概ね毎日出社を想定している企業は全体の6割にとどまっている。コロナ禍以前からテレワークや在宅勤務を導入していた事業者は、コロナ禍収束後も7割が週1日以上のテレワーク・在宅勤務を想定している。

図表 16 コロナ禍前後のテレワーク・在宅勤務の導入の有無別にみたコロナ禍収束後の出社日数の見通し

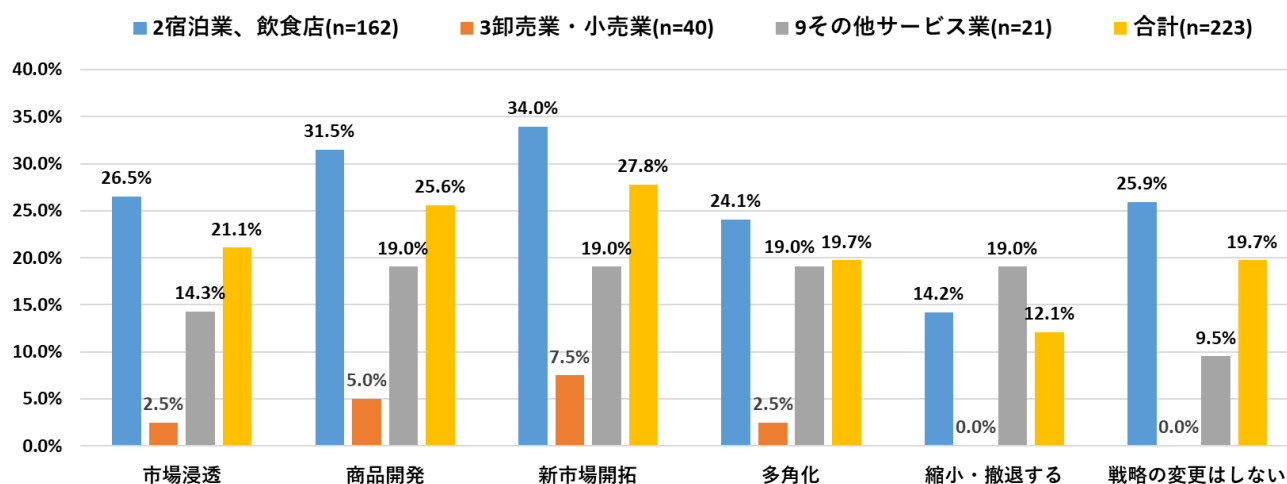


⑤ 商店・飲食店におけるテレワークや在宅勤務が一般化した場合の今後の事業戦略

■一部の商店・飲食店では新市場開拓、商品開発など新しい事業に取り組む意向あり

比較的回答率が高いのが「新市場開拓（27.8%）」「商品開発（25.6%）」だが、「事業戦略を変更しない」という事業所も 19.7%みられる。業種別でみると、宿泊業、飲食店では事業戦略を変更する意向が他の業種に比較して高い。

図表 17 商店および飲食店におけるテレワークや在宅勤務が一般化した場合の事業戦略



2. 来訪者の区内での活動の実態と意識に係るアンケート調査 結果概要

(1) 来訪者が抱く港区のイメージに関する評価

① 総合的なイメージ

■来訪者の半数が「よい」と回答

港区の総合的なイメージは、「よい」が52.4%で最も多く、次いで「どちらとも言えない」25.1%、「とてもよい」17.8%と続いた。「悪い」「とても悪い」は合計でも5%に満たず、港区の総合イメージは概ねよいと言える。

図表 18 港区の総合イメージに対する評価 (N=370)



② 個別イメージ

<分析項目>

個別の生活環境について、以下の 33 項目について「とても満足」「満足」「どちらとも言えない」「不満」「とても不満」の5つの選択肢の中から回答を得た。

図表 19 港区の個別環境に関する調査項目

・住宅価格・家賃の水準 ・公共交通機関の利便性 ・道路交通の利便性 ・防災面における安全性 ・治安 ・まちのイメージ ・景観・街並み ・自然の豊かさ ・飲食店の充実度 ・買い物のしやすさ ・環境に配慮したまちづくり ・地域コミュニティの活動 ・友人・知人・親族との近接性 ・通信環境の良さ（インターネットへのつながりやすさ）	・IT・先端技術の普及 ・行政サービスのオンライン化の進展度 ・子育て支援の充実 ・教育環境の充実（幼稚園・小学校） ・教育環境の充実（中学校） ・教育環境の充実（高等学校） ・生涯学習の機会の充実 ・公園の充実 ・スポーツ施設の充実 ・博物館・美術館など文化施設の充実 ・医療機関の充実	・高齢者・障害者向けの福祉環境の充実 ・国際性の豊かさ ・魅力的な商店街や店舗がある・地場産業が盛んである ・歴史的・文化的である ・地域の人のやさしさ、おもてなし ・勤務地と居住地の近接性（近さ） ・住居における静けさ
---	--	--

<分析方法>

33 項目の個別環境への満足度について、関連性の高い項目に対する満足度の構造など、区民の満足度の傾向を把握するため、因子分析（回答者の潜在意識など変数の背後にある要因（因子）を明らかにする分析手法）を行い、以下に示す3つの因子を抽出した。その上で、これらの因子を説明変数、総合満足度を被説明変数とする重回帰分析を行い、どのような個別環境への満足度の傾向が総合満足度に影響しているかを分析した。

<分析結果>

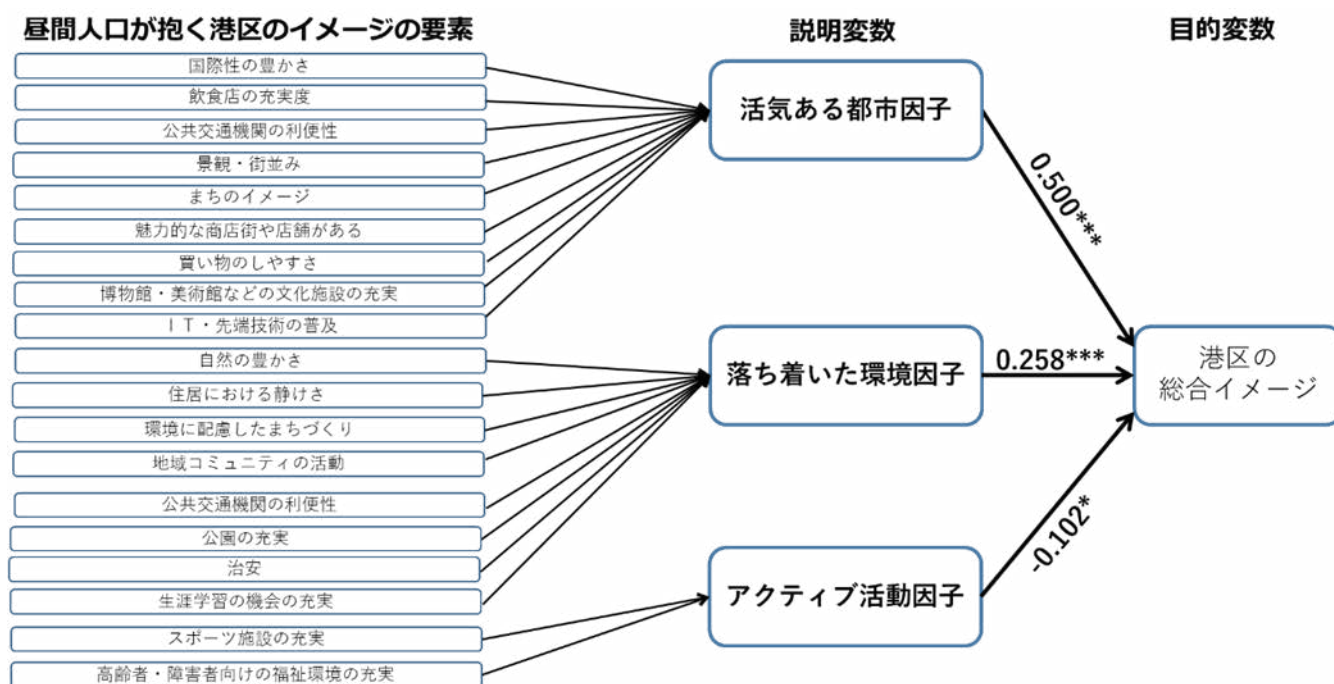
■「飲食店の充実度」、「国際性の豊かさ」、「公共交通機関の利便性」など、都市の活気につながる要素が港区の総合的な評価を高めることに大きく寄与している

「飲食店の充実度」、「国際性の豊かさ」、「公共交通機関の利便性」など都市の活気につながる要素からなる「活気ある都市因子」が港区の総合的なイメージと最も強い関係性を有していることが明らかになった。「飲食店の充実度」、「国際性の豊かさ」はいずれもそれぞれ実際に集積度が高く、特に国際性は日本にある全大使館のうち、約半数が港区にあることから地域特性が来訪者のイメージにも反映されているといえる。

■「自然の豊かさ」、「住居における静けさ」、「環境に配慮したまちづくり」など、落ち着いた環境につながる要素も港区の総合的な評価を高める要因となっている

「自然の豊かさ」、「住居における静けさ」、「環境に配慮したまちづくり」などからなる「落ち着いた環境因子」が港区の総合的なイメージと比較的強い関係性を有していることが明らかになった。港区は都市機能の高度な集積を有する地域であるが、一方で緑豊かで落ち着いた環境を有する恵まれた住宅地としての側面も有しており、こうした点が高く評価されていると考えられる。

図表 20 来訪者の個別環境へのイメージの構造（因子分析）と総合イメージとの関係（重回帰分析）



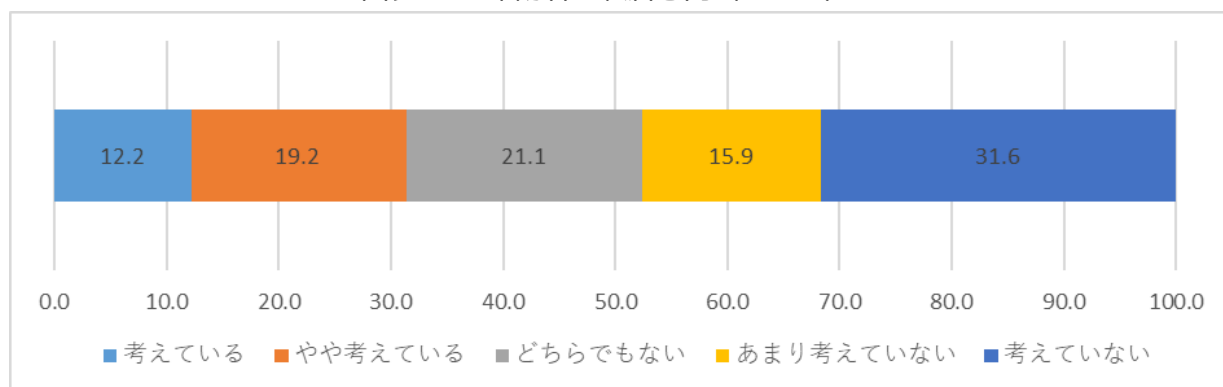
(2) 将来の転居可能性ときっかけ、居住地選択要因の変化

① 将来の転居意向

■「やや考えている」「考えている」を合わせると来訪者の約3割が転居を検討

現在の居住地からの将来転居する意向があるかを聞いた結果、「考えていない」と「あまり考えていない」を合計すると、47.5%（15.9%+31.6%）であり、半数程度は転入を考えていない。ただし、「考えている」と「やや考えている」を合計すると31.4%（12.2%+19.2%）であり、約3割は転居を考えている。

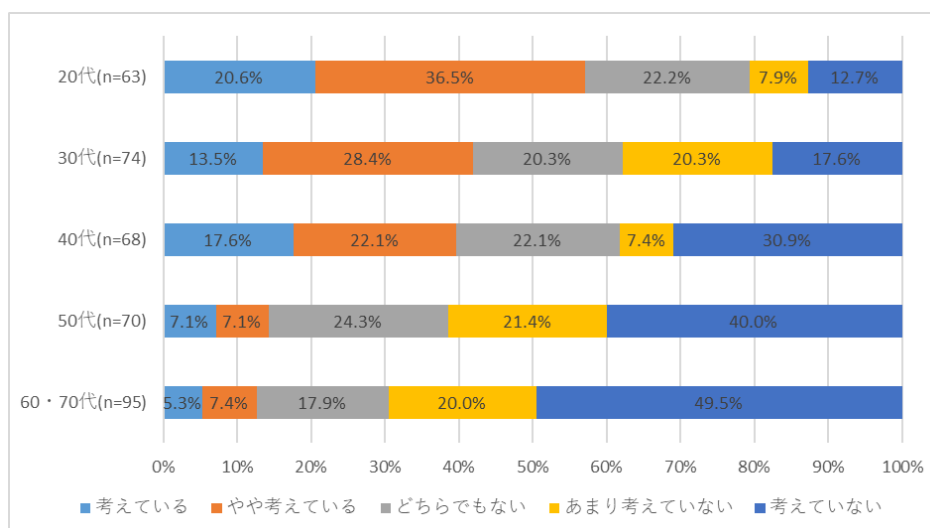
図表 21 来訪者の転居意向（N=370）



■若年層ほど転居意向が強く、高年齢層ほど転居意向が弱い

年齢別の転居意向の「考えている」と「やや考えている」を合計した割合をみると、20代では57.1%（20.6%+36.5%）で半数以上が転出を考えているが、30代で41.9%（13.5%+28.4%）、40代で39.7%（17.6%+22.1%）と低くなり、50代では14.2%（7.1%+7.1%）、60代では12.7%（5.3%+7.4%）となっている。年齢が上昇するにつれて、持ち家比率の上昇や家族通学状況などにより世代間で大きな格差がみられる。

図表 22 年代別にみた転居意向

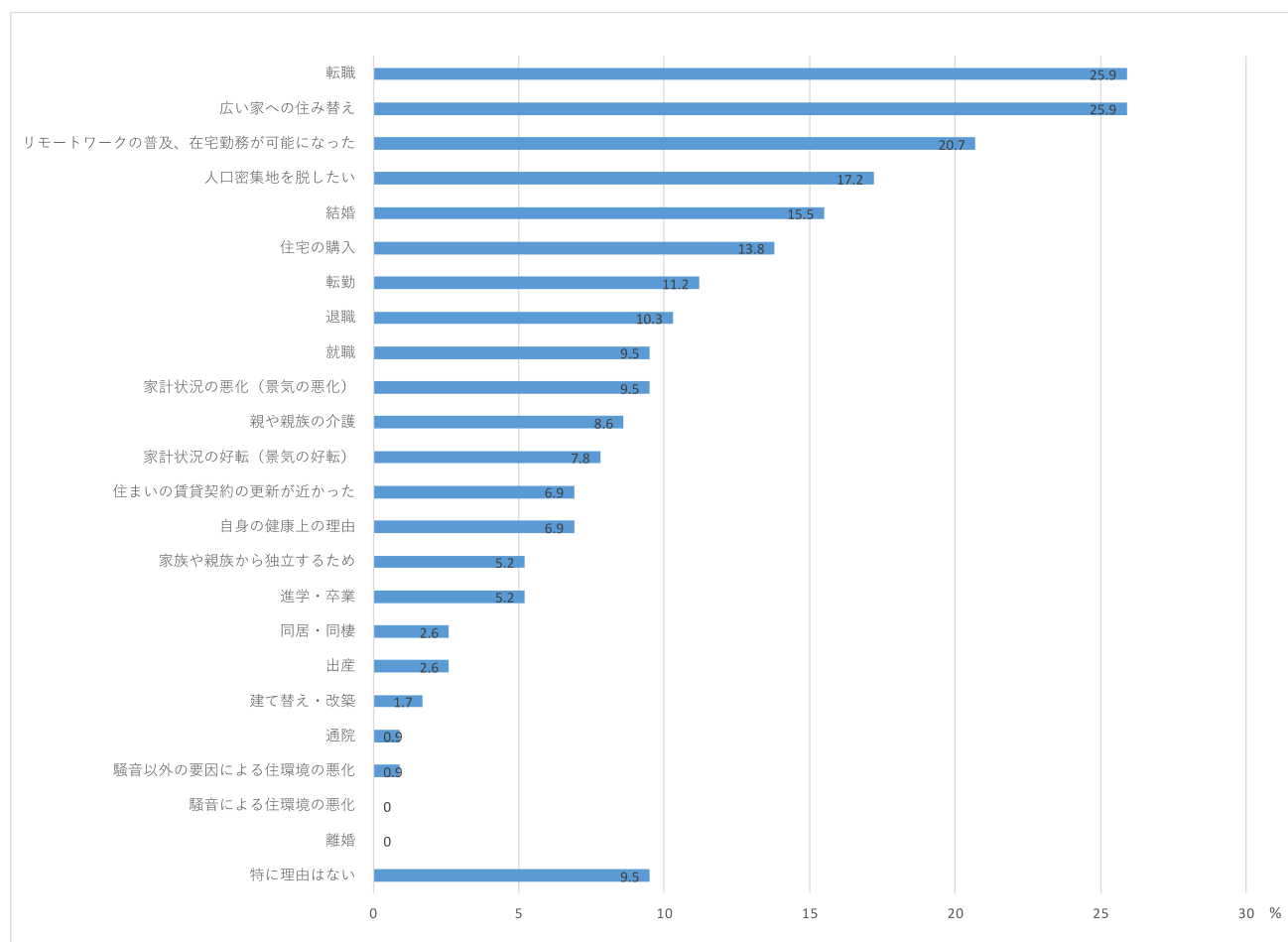


(3) 転居のきっかけとなる事項

■「転職」、「広い家への住み替え」、「リモートワークの普及」、「人口密集地を脱したい」などが上位となっている

転居を「考えている」「やや考えている」と回答した回答者の転居のきっかけは、「転職」と「広い家への住み替え」がそれぞれ26%、次いで「リモートワークの普及、在宅勤務が可能になった」21%、「人口密集地を脱したい」17%など、コロナ禍の影響と考えられる事項も上位に挙がっている。

図表 23 転居のきっかけ (N=370)

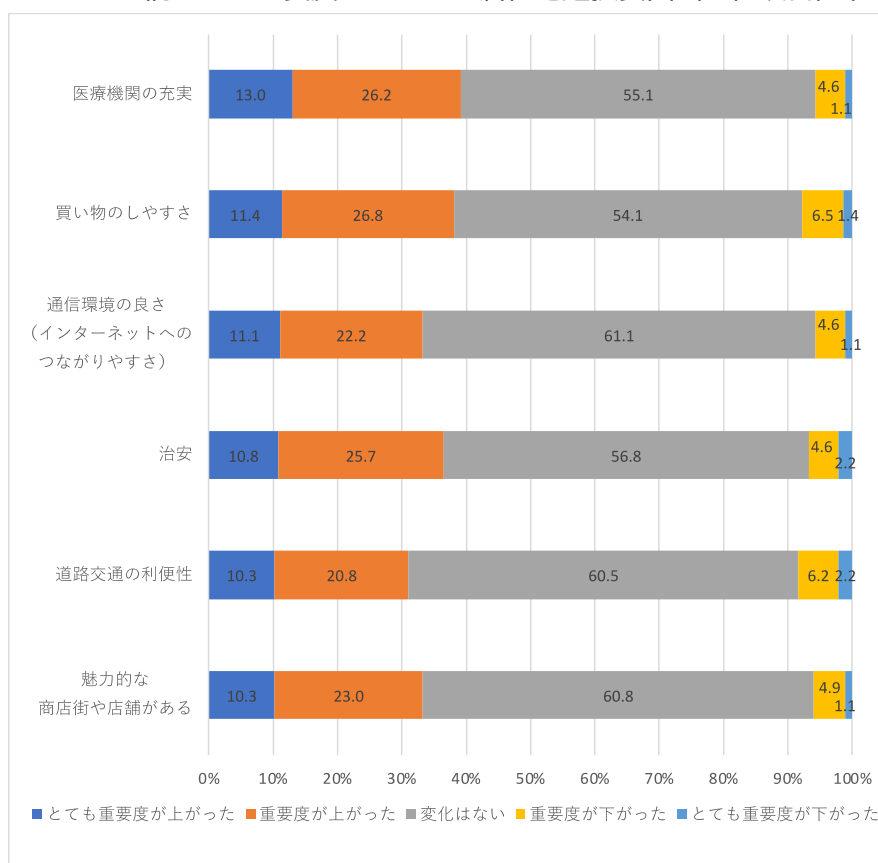


(4) コロナ禍の影響により重要になった居住地選択要因

■コロナ禍により重要視されるようになったのは「医療機関の充実」「買い物のしやすさ」「通信環境の良さ」

(2) ②で個別環境への満足度の調査対象とした 33 項目のうち、新型コロナウイルス感染症の流行を機にとても重要度が上がった居住地選択要因は、「医療機関の充実」が 13.0%、「買い物のしやすさ」が 11.4%、「通信環境の良さ」が 11.1%となっている。

図表 24 コロナ禍により重要度が上がった居住地選択要因（上位項目）（N=370）



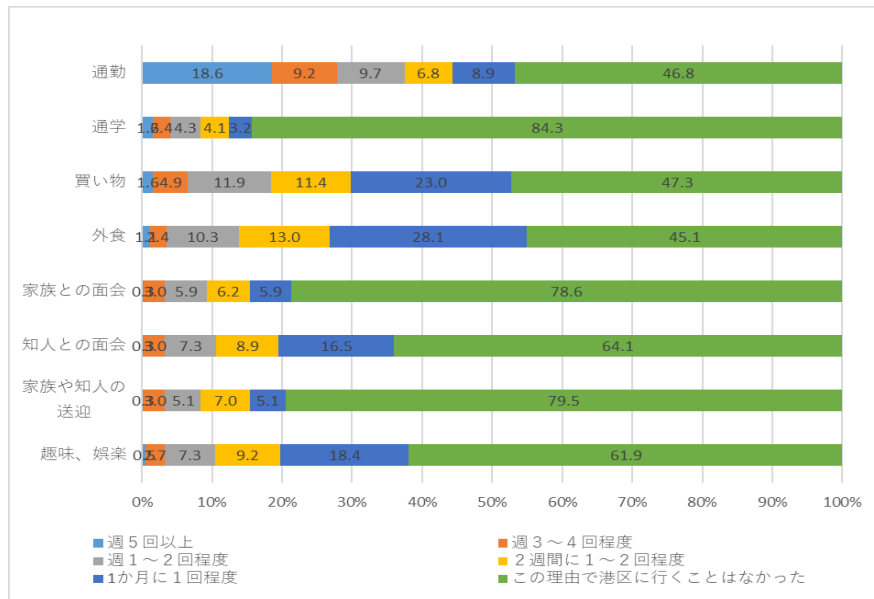
(5) コロナ禍による来訪者規模への影響

① 来訪目的別に見た来訪頻度の変化

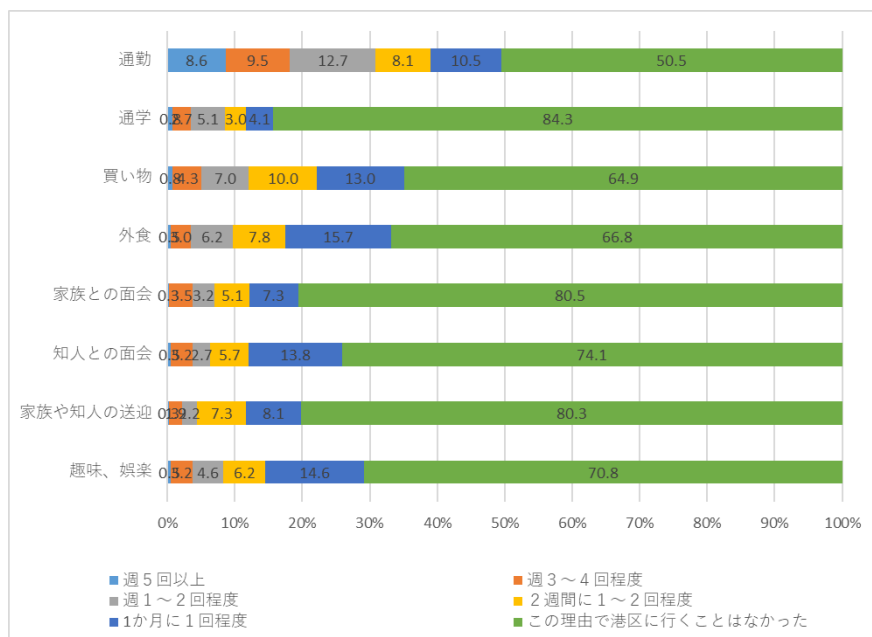
■港区に月1回以上来訪する理由は外食、通勤、買い物などが多いが、いずれもコロナ禍により頻度が低下した

コロナ前は港区に月1回以上来訪する目的は外食、買い物が多いが、これらの頻度はコロナ禍で20ポイント前後低下している。また通勤を目的として週5日以上来訪する人も10ポイント低下しており、コロナ禍により余暇、ビジネスの両面で来訪者が減少している。

図表 25 コロナ禍前（2020年2月以前）における目的別に見た港区への来訪頻度（N=370）



図表 26 コロナ禍における目的別に見た港区への来訪頻度（N=370）



② 在宅勤務比率の変化

■コロナ禍収束後在宅勤務比率は低下するがコロナ禍前と同水準には戻らない見込み

<在宅勤務比率の算出方法>

コロナ前・コロナ禍・コロナ後（予想）の勤務日数と完全在宅勤務日数と部分在宅勤務日数を「0日」～「週7日程度」の選択肢により回答を得た。部分在宅勤務は0.5日としてそれぞれの回答を月あたり勤務日数に換算し、在宅比率=在宅/勤務日数として算出した。また、雇用形態の質問において家事専業・学生・無職を選択した回答者は分析から除外した。

<算出結果及び考察>

在宅勤務比率の全体の傾向はコロナ前 30.2%→コロナ禍 47.8%→コロナ収束後（予想）39.4%を示している。コロナによって約半数は在宅勤務となっているが、コロナ収束後には在宅勤務の割合は減少する見通しといえる。ただし、完全にコロナ前（30.2%）に戻ることもないと推察される。

図表 27 コロナ前・コロナ禍・コロナ後（収束後）別にみた在宅勤務比率の変化

		n	コロナ前	コロナ禍	コロナ収束後	コロナ前・禍の在宅勤務比率の推移
有職者計		319	30.2%	47.8%	39.4%	
年代	20代	55	23.6%	44.9%	42.0%	
	30代	73	26.2%	47.5%	41.6%	
	40代	62	27.9%	50.8%	39.1%	
	50代	66	34.8%	43.0%	34.5%	
	60+70代	63	38.0%	52.9%	40.1%	
雇用形態	自営業主、家族従業、法人の経営者	35	47.3%	63.0%	44.0%	
	会社員、団体職員、公務員	250	29.0%	49.3%	39.9%	
	アルバイト、パートタイマー	34	21.4%	21.0%	31.3%	
転出予定	考えていない	144	30.9%	47.0%	36.6%	
	どちらでもない	69	33.7%	46.5%	42.5%	
	考えている	106	26.9%	49.9%	41.3%	

3. 港区民への人口動向に係るアンケート調査（港区実施調査） 結果概要

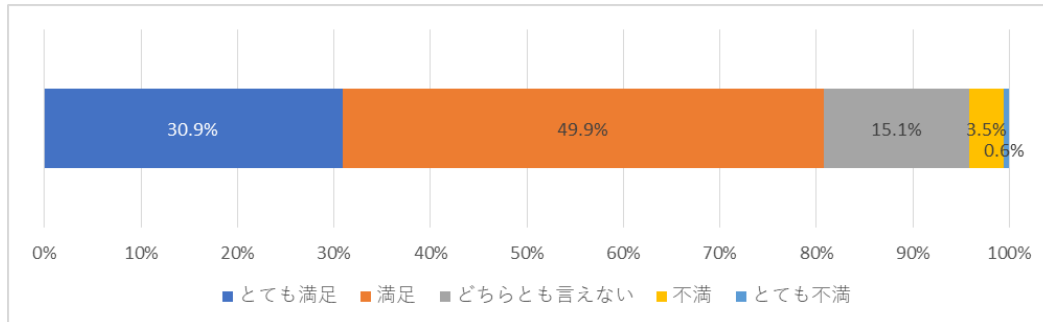
(1) 港区の生活環境と住みやすさの関係

① 港区での総合的な住みやすさへの満足度

■港区民の約7割が住みやすさに満足

港区の住みやすさについては、「満足」が49.9%、「とても満足」が30.9%で約7割の区民は港区の住みやすさに満足している。

図表 28 港区の住みやすさに対する満足の割合（全体 N=651）



② 個別環境への満足度

<分析項目>

個別の生活環境について、以下の33項目について「とても満足」「満足」「どちらとも言えない」「不満」「とても不満」の5つの選択肢の中から回答を得た。

図表 29 港区の個別環境に関する調査項目

・住宅価格・家賃の水準 ・公共交通機関の利便性 ・道路交通の利便性 ・防災面における安全性 ・治安 ・まちのイメージ ・景観・街並み ・自然の豊かさ ・飲食店の充実度 ・買い物のしやすさ ・環境に配慮したまちづくり ・地域コミュニティの活動 ・友人・知人・親族との近接性 ・通信環境の良さ（インターネットへのつながりやすさ）	・IT・先端技術の普及 ・行政サービスのオンライン化の進展度 ・子育て支援の充実 ・教育環境の充実（幼稚園・小学校） ・教育環境の充実（中学校） ・教育環境の充実（高等学校） ・生涯学習の機会の充実 ・公園の充実 ・スポーツ施設の充実 ・博物館・美術館など文化施設の充実 ・医療機関の充実	・高齢者・障害者向けの福祉環境の充実 ・国際性の豊かさ ・魅力的な商店街や店舗がある・地場産業が盛んである ・歴史的・文化的である ・地域の人がやさしさ、おもてなし ・勤務地と居住地の近接性（近さ） ・住居における静けさ
---	--	--

<分析方法>

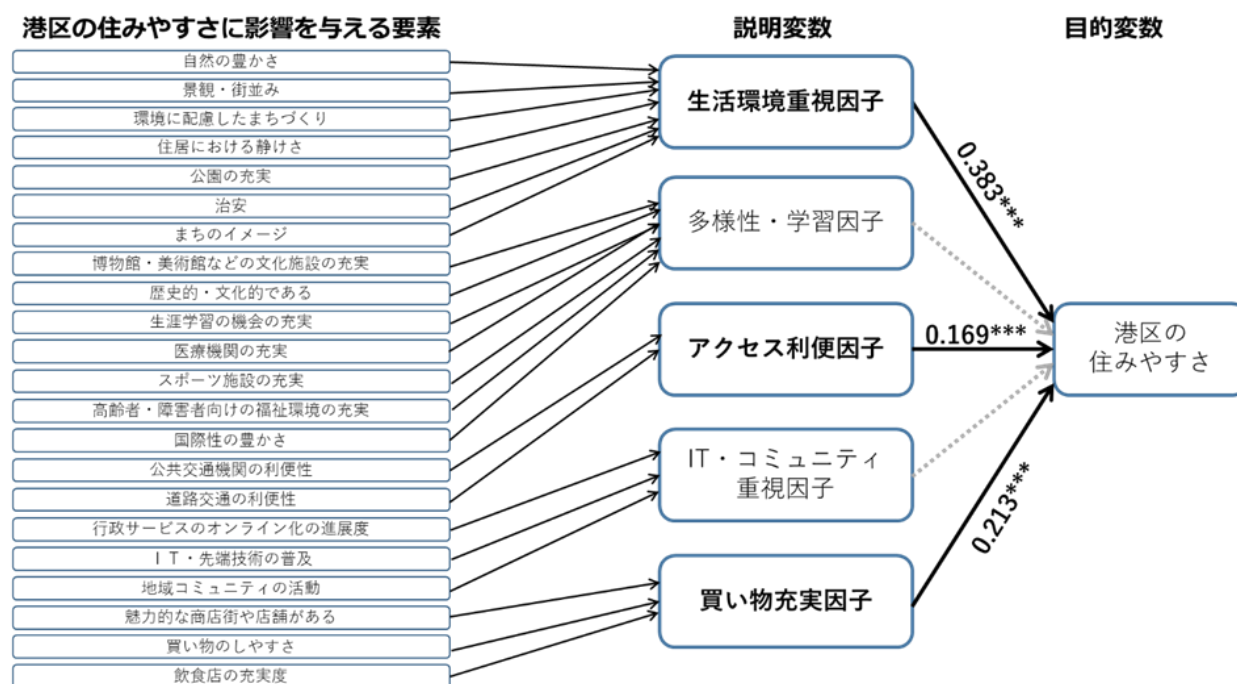
33 項目の個別環境への満足度について、関連性の高い項目に対する満足度の構造など、区民の満足度の傾向を把握するため、因子分析（回答者の潜在意識など変数の背後にある要因（因子）を明らかにする分析手法）を行い、以下に示す5つの因子を抽出した。その上で、これらの因子を説明変数、総合満足度を被説明変数とする重回帰分析を行い、どのような個別環境への満足度の傾向が総合満足度に影響しているかを分析した。

<分析結果>

■安心して暮らせる豊かな生活環境、交通利便性、消費生活の利便性への満足度が港区の総合的な住みやすさの評価を高める要因となっている

「自然の豊かさ」、「景観・街並み」、「環境に配慮したまちづくり」、「住居による静けさ」、「公園の充実」、「治安」などからなる「生活環境重視因子」、「公共交通機関の利便性」、「道路交通利便性」などからなる「アクセス利便因子」が、区民の港区に対する総合的な満足度と関係性を有しており、また「魅力的な商店街や店舗がある」、「買い物のしやすさ」、「飲食店の充実度」などからなる「買い物充実因子」も一定の関係性を有していることが明らかになった。

図表 30 個別環境への満足度の構造(因子分析結果)と因子と総合満足度の関係(重回帰分析結果)

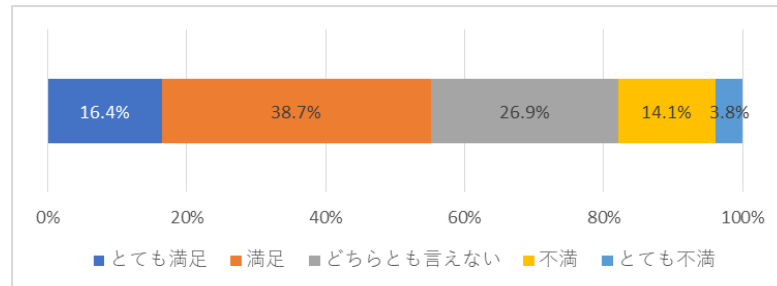


(2) 「買い物環境」への満足度に影響を与える要因の分析

■買い物環境に満足している区民は 55.1%で住みやすさへの満足度を下回っている

買い物環境の総合評価について「満足」が 38.7%、「とても満足」が 38.7%で 55.1%が港区の買い物環境に満足しているが、前述の住みやすさの約 7 割を下回っている。

図表 31 買い物の総合評価（全体 N=651）

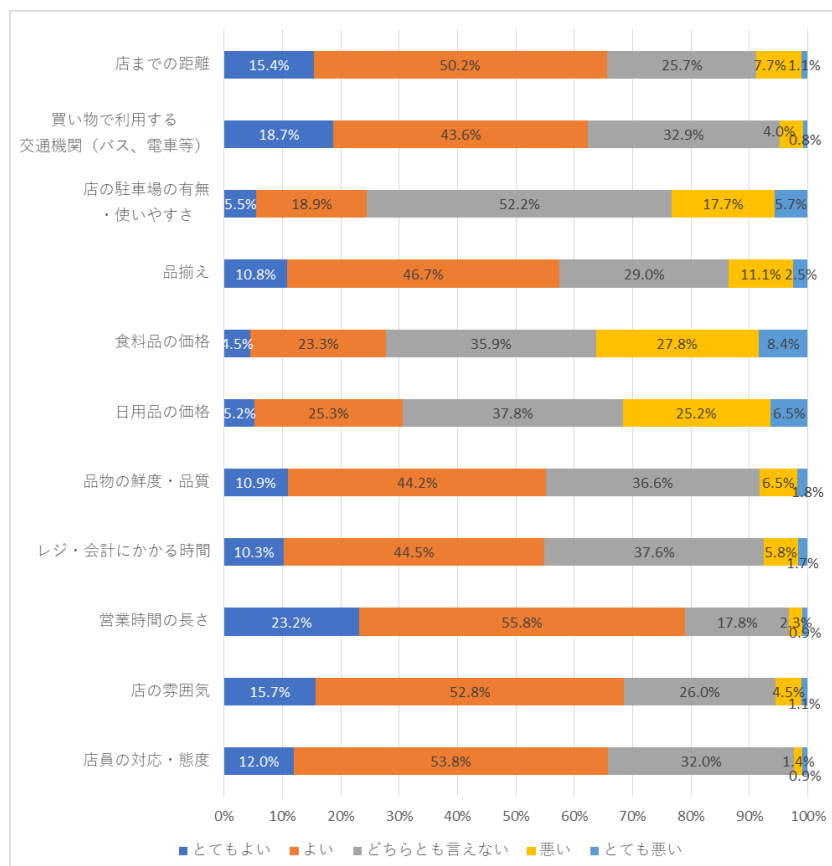


■個別の買い物環境では「営業時間の長さ」「店の雰囲気」「店員の対応・態度」「店までの距離」への評価が高く、「食料品の価格」「日用品の価格」の評価が低い

個別の買い物環境に対する評価について、「とてもよい」「よい」の合計は、「営業時間の長さ」が 79.0%で最も高く、次いで「店の雰囲気」68.5%、「店員の対応・態度」65.7%、「店までの距離」65.6%が上位を占めている。

一方、「悪い」「とても悪い」の合計は「食料品の価格」が 36.2%で最も高く、次いで「日用品の価格」31.7%、「店の駐車場の有無・使いやすさ」23.4%が上位を占めている。

図表 32 買い物に対する個別評価（全体 N=651）



(3) 区民の出生意向の特性

■区内在住女性の「理想」子ども数は 1.72 人で全国を下回り、未婚女性が特に低い

区内在住の 20～34 歳の女性回答者の理想子ども人数は 1.72 人、うち既婚女性は 1.97 人、未婚女性は 1.49 人であり、既婚女性の水準は国立社会保障・人口問題研究所の出生動向調査（2015 年実施）による全国の夫婦の平均理想子ども数 2.32 人を大幅に下回っている

また、予定子ども人数は、未婚者では 0.74 人、既婚者では 1.51 人であり、「理想」の水準とは格差がある。

図表 33 区内の 20～34 歳の女性における予定の子どもの人数と理想の子どもの人数

			n	予定 子ども 人数	理想 子ども 人数
未婚	結婚希望あり	20～24歳	10	1.10	1.70
		25～29歳	13	0.62	2.15
		30～34歳	8	0.50	1.25
		未婚且つ希望あり	31	0.74	1.77
	結婚希望なし	20～24歳	2	4.00	1.50
		25～29歳	6	0.17	0.67
		30～34歳	4	0.00	0.50
		未婚且つ希望なし	12	0.75	0.75
	未婚者 計		43	0.74	1.49
既婚	20～24歳	1	1.00	2.00	
	25～29歳	13	1.46	2.23	
	30～34歳	25	1.56	1.84	
	既婚者 計	39	1.51	1.97	
20～34歳の女性 計		82	1.11	1.72	

■区内在住未婚女性の結婚希望率は 72.1% で全国を下回り、20～24 歳と 25～34 歳の間に格差がある

サンプルサイズが少ないためあくまで参考値にとどまるが、未婚者の結婚希望率は 72.1% であり、国立社会保障・人口問題研究所の出生動向調査による 18～34 歳の未婚者女性の結婚希望率全国値 89.3% を下回っている。また、20～24 歳の方が 25～34 歳と比較して結婚希望率が高い。

図表 34 区内在住の未婚女性（20～34 歳）の結婚希望者数とその割合

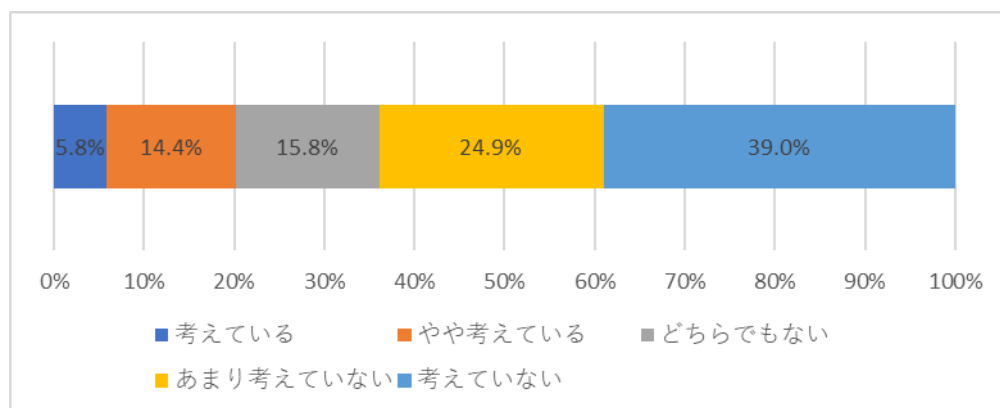
	総数	結婚希望 あり	結婚希望 なし	結婚希望割合
20～24歳	12	10	2	83.3%
25～29歳	19	13	6	68.4%
30～34歳	12	8	4	66.7%
合計（20～34歳）	43	31	12	72.1%

(4) 将来の港区からの転出の予定

■「やや考えている」「考えている」を合計すると約2割が転出を検討

転出について「考えていない」が39.0%で最も多く、「あまり考えていない」24.9%を合わせ64.9%が定住意向を示している。一方、「やや考えている」「考えている」を合計すると20.2%が転出を検討している。

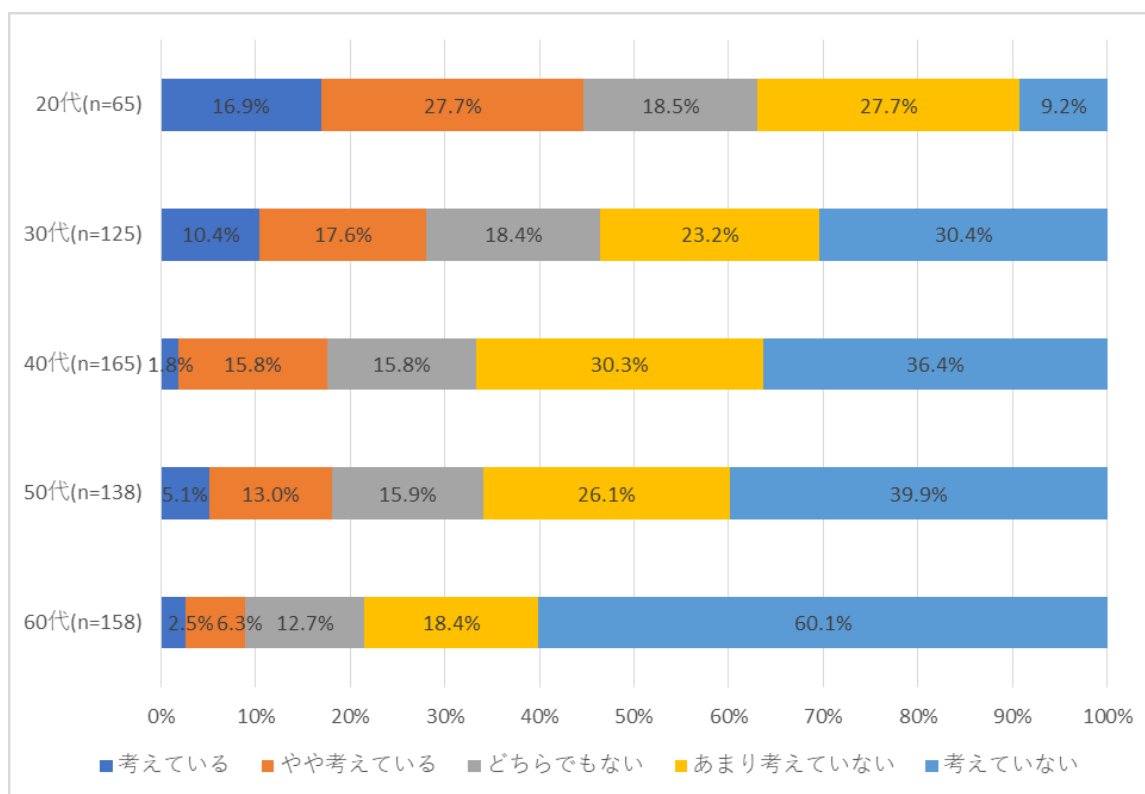
図表 35 転出意向の割合 (N=651)



■若年層ほど転出を検討している

年代別で「考えている」「やや考えている」を合計した割合をみると、20代では44.6%が港区からの転出を検討しているなど、若年層ほど転出意向が大きい。

図表 36 年代別にみた転出意向の割合

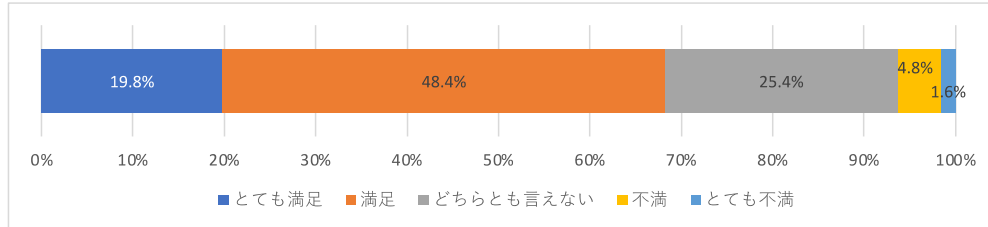


(5) 「子育て環境」への満足度に影響を与える要因の分析

■約7割が子育て環境に満足している

0～18歳の子どもがいる回答者における港区の子育て支援に対する総合評価は「とても満足」が19.8%、「満足」が48.4%で合計すると約7割が満足している。

図表 37 子育て支援に対する総合評価（0～18歳の子どもと同居する男女 N=126）

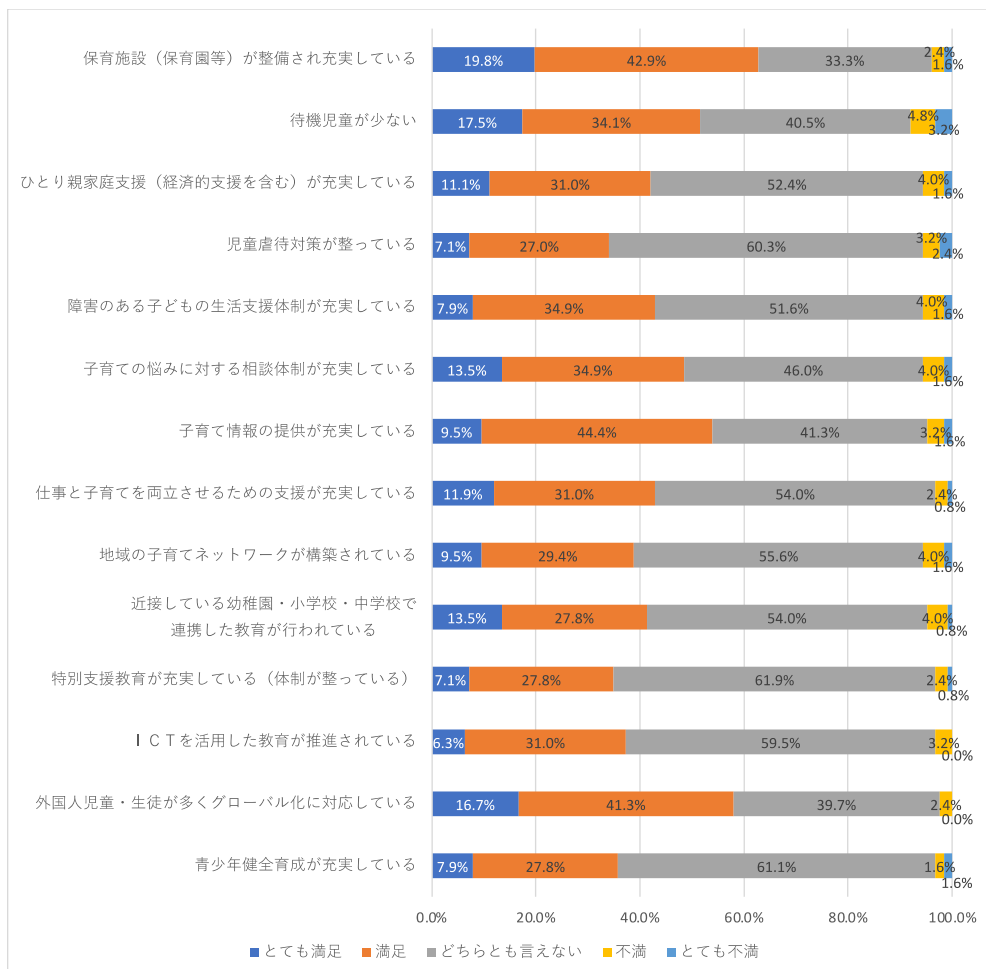


■個別環境では保育施設、グローバル化対応、子育て情報の提供などへの満足度が高い

0～18歳の子どもがいる回答者における港区の子育て支援に対する個別評価について、「とても満足」、「満足」の合計は「保育施設（保育園等）が整備され充実している」62.7%が最も高く、次いで「外国人児童・生徒が多くグローバル化に対応している」57.9%、「子育て情報の提供が充実している」54.0%、「待機児童が少ない」51.6%となっている。

一方、「悪い」「とても悪い」の合計割合はすべての調査項目で10%を下回っている。

図表 38 子育て支援に対する個別評価（0～18歳の子どもと同居する男女 N=126）

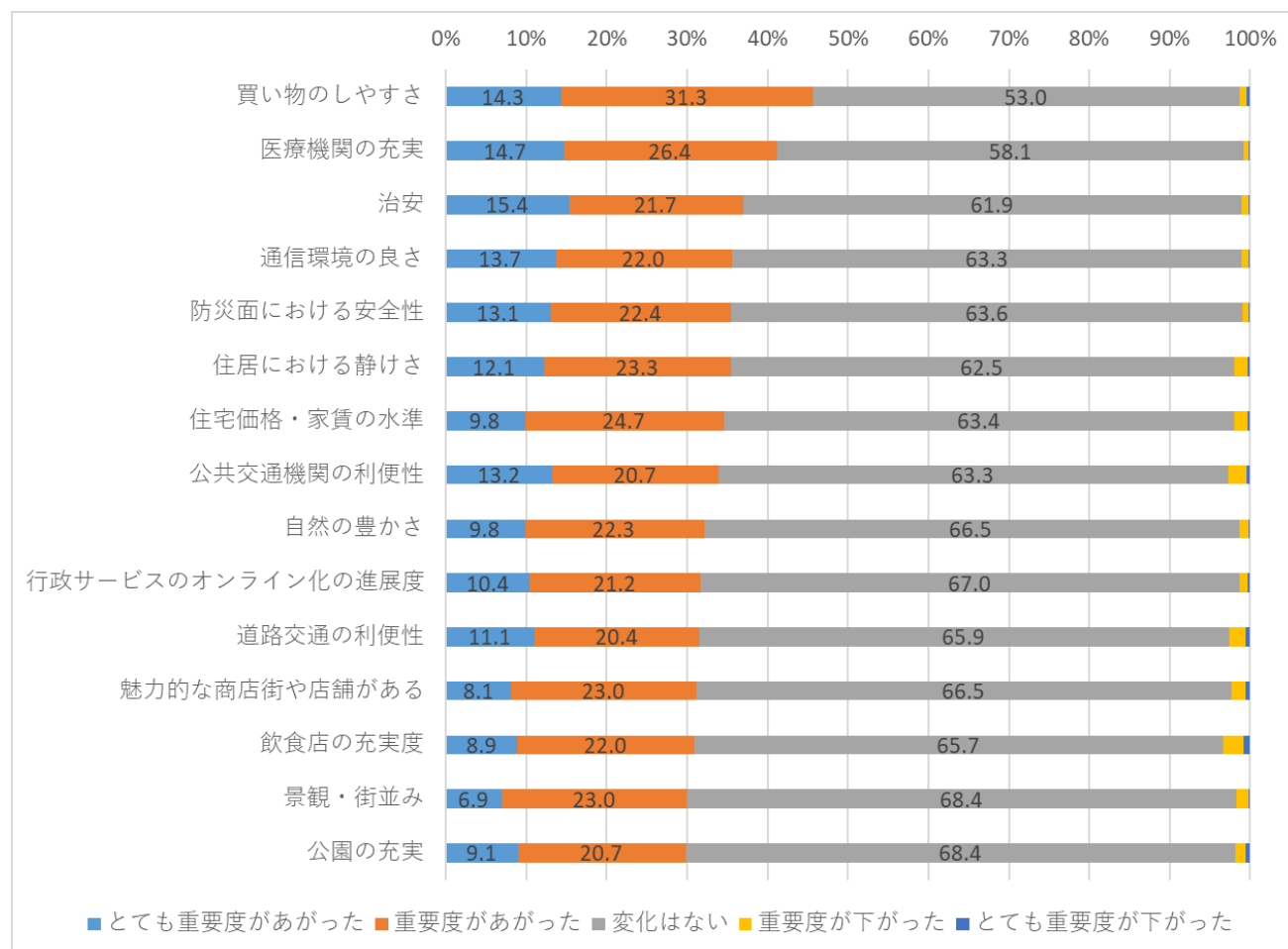


(6) コロナ禍の影響により重要になった居住地選択要因

■コロナ禍を経て重要視されるようになったのは「医療機関の充実」「買い物のしやすさ」「治安」「通信環境の良さ」

(1) ①で港区の個別イメージへの評価を把握した33項目のうち、新型コロナウイルス感染症の流行を機にとっても重要度が上がった居住地選択要因として、「治安」が15.4%、「医療機関の充実」が14.7%「買い物のしやすさ」が14.3%、「通信環境の良さ(インターネットへのつながりやすさ)」が13.7%となっている。

図表 39 コロナ禍により重要度が上がった居住地選択要因（上位項目）（N=651）



(7) 在宅勤務比率の変化

■コロナ禍収束後在宅勤務比率は低下するがコロナ禍前よりかなり高い水準が維持される見込み

<在宅勤務比率の算出方法>

コロナ前・コロナ禍・コロナ後（予想）の勤務日数と完全在宅勤務日数と部分在宅勤務日数を「0日」～「週7日程度」の選択肢により回答を得た。部分在宅勤務は0.5日としてそれぞれの回答を月あたり勤務日数に換算し、在宅比率=在宅/勤務日数として算出した。また、雇用形態の質問において家事専業・学生・無職を選択した回答者は分析から除外した。

<算出結果及び考察>

在宅勤務比率の全体の傾向はコロナ前 13.9%→コロナ禍 46.4%→コロナ収束後（予想）33.4%を示している。コロナによって約半数は在宅勤務となっているが、コロナ収束後には在宅勤務の割合は減少する見通しといえる。ただし、完全にコロナ前（13.9%）に戻ることもないと推察される。

図表 40 コロナ前・コロナ禍・コロナ後（収束後）別にみた在宅勤務比率の変化

		n	コロナ前	コロナ禍	コロナ後	コロナ前・禍・後の在宅勤務比率の推移
有職者 計		503	13.9%	46.4%	33.4%	
年代	20 + 30代	167	13.9%	46.4%	33.4%	
	40代	141	14.3%	51.4%	34.2%	
	50代	109	16.3%	45.9%	34.7%	
	60代	86	23.0%	45.5%	35.6%	
雇用形態	自営業・家族従業員・経営者	88	35.3%	52.9%	43.9%	
	会社員・団体職員・公務員	359	8.4%	47.3%	33.0%	
	アルバイト・パート・その他	56	17.7%	24.8%	16.6%	
転出意向	転出を考えている	308	13.6%	48.0%	34.3%	
	転出についてどちらともいえない	79	13.8%	37.5%	29.0%	
	転出を考えていない	116	14.4%	47.9%	33.7%	

IV. 調査結果を踏まえたポストコロナのまちづくりの方向性

ここまでに分析結果を整理した3つの調査結果を踏まえた、港区における今後のまちづくりの方向性を提案する。

1. 港区で暮らし、活動する人々の動向と今後のまちづくりの課題

(1) 事業者の動向を踏まえた支援と今後のまちづくりの課題

① コロナ禍収束までの事業者支援の方向性

*宿泊・飲食業への雇用継続も含めた重点的な支援

全産業の大部分がコロナ禍により悪影響を受けているが、宿泊・飲食業においては、100%が悪影響を受けており、98%が売り上げ減少に見舞われているなど、特に深刻な影響を受けている。

特に、他の産業は売上と比較して従業員数の減少はさほどではない業種が多い中で、宿泊・飲食業では過半の事業所が減少しており、雇用継続のためにより重点的な支援が必要である。

*生活利便性を担う関連サービス業全般への区内での事業継続促進

宿泊・飲食業に次いで、医療・福祉、卸売業・小売業で売上減少規模が大きい。また、医療・福祉、サービス業（専門サービス、その他サービス）では将来の移転可能性も高いとされている。

こうした産業の衰退は区的生活利便性低下に直結することから、そのニーズを詳細に把握し、区内での事業継続を可能とする支援策や環境整備として何が必要かを把握し、取り組む必要がある。

*小規模事業者を中心としたテレワーク・在宅勤務環境整備の支援

コロナ禍により過半の事業所がテレワーク・在宅勤務を推進しているが、売上規模の小さい事業所では導入率が低い。

コロナ禍が収束するまではもちろん、ポストコロナ時代にも一定程度テレワーク・在宅勤務が普及すると見込まれることから、小規模事業者を中心とした、情報通信基盤投資や組織運営ノウハウなどテレワーク・在宅勤務の環境整備支援を行うことが必要と考えられる。

*国・都も含めた各種支援策の周知・利用促進

最も悪影響を受けている宿泊・飲食業以外では半数近くが公的な支援を受けていない。こうした事業所のうち、支援策の周知が不足しているケースや手続きがわかりにくいといった理由で必要な事業所が利用できていない可能性もあるため、各種支援策の周知・利用促進が必要である。

② ポストコロナの動向の見通しと事業者支援の方向性

*事業規模の再拡大を目指す宿泊・飲食業の人材確保・育成への支援

宿泊・飲食業では、売上減少に伴い人員も削減した事業所が多くなっているが、コロナ禍収束後には人員を増やすとしている事業所が多くなっている。

一方で、ヒアリング調査などにおいて、経験やノウハウのある以前の人材が戻ってくることは期待できず、改めて教育・育成が必要であることが大きな課題として指摘されている。こうした人材確保・育成を支援することが必要である。

＊街の新しい魅力創出に向けた宿泊・飲食業における新規事業展開の支援

最も悪影響を受けている宿泊・飲食業では、今後の事業展開において「新市場開拓（27.8%）」「商品開発（25.6%）」など新規事業に取り組む事業所が一定程度みられる。

コロナ禍によって衰退した区内の宿泊・飲食業の振興と新しい魅力創出に向けて、こうした新規事業への取組を支援することが必要である。

＊情報通信業、専門技術サービス業などポストコロナ時代の成長産業の把握と支援

区の滞在人口が減少したコロナ禍の状況下においても、情報通信業、専門技術サービス業など売り上げを伸ばしている産業もみられる。こうした産業の中には、新しい生活様式に移行するポストコロナ時代にも成長産業として期待できる業種が存在している可能性が高い。今後の産業振興に向けてこうした産業の詳細を把握し、戦略的に支援することが必要と考えられる。

＊賃料低下に伴うブランドイメージ低下の懸念と新しい成長産業立地の可能性への対応

区内の商業用不動産において、テナントからの賃料引き下げ要請が高まっており、移転意向を有するテナントも一定割合存在している。このような需給バランスの変化から、区内のオフィス賃貸料水準が今後低下する可能性がある。

こうした変化は、マイナスの影響としては区のブランドイメージの低下が考えられる一方、今後成長が期待される一方、賃料負担力の弱さから区内への立地が困難であった、ICT 活用型ベンチャーなど新しい成長産業の立地が期待される。こうした変化に対し、負の影響を抑制し、可能性を伸ばすことが必要である。

(2) 来訪者の動向を踏まえた今後のまちづくりの課題

＊港区の優位性である飲食店の充実と国際性に係るブランドイメージの維持

港区を月1回以上訪れる人の港区への評価においては、「飲食店の充実」「公共交通の利便性」「国際性の豊かさ」といった側面への評価が、総合的な評価への影響が強いことが明らかになった。これらのうち、飲食店の充実、国際性の豊かさについては、コロナ禍により魅力やメリットを実感できる機会が減少している可能性が高い。

飲食店については、コロナ禍により2年以上、外出の自粛や飲食店の利用に関する制限があり、大きな悪影響を受けた。また、国際性については、コロナ禍発生以降外国人人口の減少が続いている。

こうした状況を踏まえ、来訪者が評価する港区の魅力を維持するためには、飲食店への支援や国際交流に関する各種団体への支援、情報発信の充実など、質の高い飲食店の充実度と国際性に関するブランドイメージの維持に係る取組に留意することが必要と考えられる。

＊自然の豊かさや住居における静けさなど、落ち着いた生活環境の維持とアピール

港区を月1回以上訪れる人の港区への評価においては、「自然の豊かさ」「住居による静けさ」「環境に配慮したまちづくり」といった側面への評価が、総合的な評価に一定の影響を与えていることが明らかになった。

こうした状況に対し、港区への転入促進を図る観点からは、仕事や趣味の活動の場として重要な活気の要素だけでなく、居住環境として重視されることの多いこれらの優位性を今後も維持するとともに、シティプロモーションなどにおいて、これらの側面を積極的にアピールすることが重要と考えられる。

***若年層の転入促進に向けた買物環境や医療機関など安心して便利な生活環境充実**

港区を月1回以上訪れる人のうち20代は6割、30、40代は4割が転居意向を有しており、その居住地選択要因として、コロナ禍により「買い物のしやすさ」「医療機関の充実」「治安」などの重視度が高まっている。

こうした状況を踏まえ、若年層の転入促進の観点から、安心して生活できる環境と生活利便性の充実を図ることが重要である。

***滞在人口の変化に応じた飲食業、小売業、サービス業などへの支援**

港区を月1回以上訪れる人は、外食、通勤、買い物などの目的での来訪頻度が高いが、いずれもコロナ禍の中で来訪頻度は大幅に低下している。

このうち、通勤については、港区を月1回以上訪れる人の在宅勤務比率はコロナ禍収束後もそれ以前の水準には戻らない見込みであるため、来訪者数は完全には回復しないものと推定される。また、外食、買い物などを目的とした来訪は、コロナ禍収束後はコロナ禍以前に近い水準を回復する可能性もあるが、そこに至るまでにはまだ時間を要すると考えられる。

このため、こうした人々の需要に対応してきた飲食業や小売業、サービス業などの集客型産業に対しては、業務効率化や機能転換、商品開発など、こうした危機に対応するための取組を促進、支援することが必要と考えられる。

(3) 区内在住者の動向を踏まえた今後のまちづくりの課題

***区民の満足度の高い安心して暮らせる豊かな生活環境の維持**

区民の港区の総合的な住みやすさへの満足度には、「自然の豊かさ」「景観・街並み」「環境に配慮したまちづくり」「住居による静けさ」「公園の充実」「治安」など、安心して暮らせる豊かな生活環境が総合的な満足度への影響が強いことが明らかになった。

コロナ禍の中、在宅勤務により区内での滞在時間がコロナ禍以前より拡大し、生活環境の重視度も高まっていることから、区民の定住性向上に向けて、こうした魅力を維持、充実していくことが重要である。

***生活環境への満足度の一層の向上に向けた買い物環境の改善**

区民の港区の総合的な住みやすさへの満足度に、「魅力的な商店街や店舗がある」「買い物のしやすさ」など、買い物環境が総合的な満足度への影響が強いことが明らかになった。

一方、買い物環境への満足度は生活環境全体への満足度を大きく下回っており、区民の定住性向上に向けて、生活環境全体への満足度を一層向上するためには、買い物環境の改善が重要である。

***買い物環境への満足度向上に向けた低廉な価格の食料品・日用品を購入可能な環境の充実**

生活環境への満足度の一層の向上のカギとなる買い物環境について、さらに個別の具体的な環境への評価を見ると、「食料品の価格」、「日用品の価格」、「店舗までの距離」「品揃え」が、食料品・日用品など日常的な買い物環境への総合的な満足度に強い影響を与えることが明らかになった。

このため、買い物環境の改善にあたっては、区内における一定の品揃えのある食料品・日用品の店舗の充実を図ることが重要であると考えられる。

＊若年層の転出抑制に向けた充実した子育て環境のアピール

区民の中では、若年層の転出意向が相対的に高い。一方、子育て中の区民から見た港区の子育て環境への評価について、個別の子育て環境についても不満度が1割を超える事項はないなど、満足度は高い水準にある。このため、若年層の転出抑制に向けて、今後結婚、子育てを考えている若年層に対してこのように充実した子育て環境をアピールすることが重要と考えられる。

＊結婚と出産に係る不安解消に向けた取組

区内在住の女性の希望出生率は全国平均と比較して低く、その要因として、女性の理想子ども数の平均値が低いことがあげられ、さらにその要因として結婚希望率が低いことが把握された。コロナ禍の影響により、全国的に婚姻件数と出生率の低下が指摘されており、港区においてもコロナ禍以降0～4歳人口の減少傾向が見られることから、こうした状況がさらに進展している可能性がある。

結婚、出産とも個人の希望が尊重されることが大前提となるが、家庭生活や出産・子育てに対する精神面や経済面、自己実現との両立などの面での不安や悲観的な見通しが結婚、出産に希望が持てない要因となっている可能性があり、こうした不安の解消のための環境整備や支援、相談対応などの取組の充実が必要があると考えられる。

＊在宅勤務の定着に対応した医療や買い物、通信環境などの生活関連機能の充実

区民の在宅勤務比率はコロナ禍により大幅に上昇し、コロナ禍収束後もそれ以前の水準には戻らない見込みである。このため、区内の滞在時間がコロナ禍以前より拡大した区民のニーズに合わせ、生活関連機能の充実を図ることが必要である。具体的には、コロナ禍により重視度が上がった居住地選択要因は「医療機関の充実」「買い物のしやすさ」「通信環境の良さ（インターネットへのつながりやすさ）」などであり、こうしたニーズに対応することが求められる。

2. 港区のポストコロナのまちづくりの方向性

(1)～(3)で整理した、区内事業者、来訪者、区内在住者の方々の今後の動向や想定される地域ニーズを踏まえたまちづくりの方向性は以下のとおり整理される。

■空間利用と都市機能へのニーズの変化に対応した暮らしの場としての魅力の向上

令和2年度調査の結果により区内の業務時間帯の滞在人口がコロナ禍により大幅に減少していることが明らかとなり、本年度調査においても、港区の来訪者の在宅勤務割合がコロナ禍収束後もコロナ禍以前には戻らないと見込まれることが明らかとなった。これにより、区内の都市空間利用を再編することが必要となる可能性もある。一方、区民の在宅勤務比率もコロナ禍収束後もコロナ禍以前には戻らず、区内での生活時間が増加すると想定されており、医療や買い物などの生活関連機能がこれまで以上に重視される可能性が高い。

今後は都市における空間利用の需給の変化を踏まえつつ、こうしたコロナ禍収束後の区民ニーズの変化に対応し、暮らしの場としての魅力の向上を図ることが想定される。

<取組の具体化に向けた検討課題>

- ・ コロナ禍収束後の区内のエリアごとのオフィス需給動向の見通しの把握
- ・ 在宅勤務増加により求められる暮らしの場としての空間や機能の区内のエリアごとの具体的な検討

■飲食業、小売業、医療機関など生活関連機能の担い手となる事業者の事業改善の支援

区民の在宅勤務比率がコロナ禍収束後もコロナ禍以前より高い水準となると見込まれ、区内在住者がコロナ禍により重視度が高まった居住地選択要因として医療機関や買い物のしやすさなどが指摘されている。また、区内への転入促進が期待される来訪者の居住地選択要因についても同様の傾向が見られる。さらに、来訪者は港区の飲食店の充実度を高く評価しており、コロナ禍以前には来訪者の半数以上が月1回以上外食を目的として港区を来訪している。

一方、こうした都市機能の担い手となる事業者のうち、飲食業、小売業はコロナ禍にともなう滞在人口の減少により売上が減少し、多大なダメージを受けている。また、こうしたダメージに対応するため、ニーズの変化に対応した事業内容の見直しが検討されている。

今後は、こうした状況を踏まえ、港区で暮らす人々のニーズの変化に対応し、都市の魅力を高めるため、生活関連機能の充実の担い手となる事業者の取り組みを支援することが必要と考えられる。

<具体化に向けた検討課題>

- ・ コロナ禍収束後の区内の飲食業、小売業、医療機関等の事業展開の意向の把握
- ・ 区内の飲食業、小売業、医療機関等の今後の事業展開において解決すべき課題と支援ニーズの把握

■港区の生活環境の魅力向上のカギとなる買い物環境の充実

区民の買い物環境への満足度は、生活環境全体への満足度を大きく下回っており、改善の余地が大きい。また区民の生活環境全般への満足度は、「魅力的な商店街や店舗がある」、「買い物のしやすさ」とい

った買い物環境に係る要素と関係性を有しており、その改善は区民の港区の生活環境への評価向上に寄与する。さらに、区民、来訪者ともにコロナ禍の影響により居住地選択要因において買い物環境の重視度が高まっている。

今後は、こうした状況を踏まえ、区民の定住性向上や昼間区民の港区への転入促進に向けて、港区の生活環境の魅力向上のカギとなる買い物環境の充実、改善に取り組むことが必要と考えられる。

＜具体化に向けた検討課題＞

- ・ 最寄り品、買い回り品などの品類別、店舗販売、ネット通販などの形態別にみた、区民のコロナ禍収束後の消費需要動向の詳細把握
- ・ 需要の変化への対応に際して区内小売業が解決すべき課題と支援ニーズの把握

■魅力ある交流と恵まれた子育て環境など豊かな生活のバランスのとれた都市としての環境のシティプロモーションの強化

昼間区民は、外国公館の集積を背景とした港区の国際性の高さや質の高い飲食店の充実、交通利便性などを高く評価している。こうした交流の舞台としての機能集積の高さ港区の大きな特長であり、こうした魅力に一層磨きをかけ、そのブランドイメージを今後も維持することが望ましい。

また、子育て中の区民から見た港区の子育て環境への評価も高い水準にある。区民の中では、若年層の転出意向が相対的に高く、昼間区民において高い転居意向を示しているのも若年層であるため、こうした世代が重視する子育て環境をより一層充実し、区内外に広くアピールすることが特に重要と考えられる。

さらに、自然環境や公園、静かな住宅地の環境など、ゆとりと落ち着きのある豊かな生活環境は、区民、からも、昼間区民からも高く評価されている。

今後は、ポストコロナの滞在人口の回復や転入人口の確保に向けて、こうした魅力ある交流機能と豊かな生活環境が共存する、バランスのとれた魅力を有する都市としての機能のより一層の充実を図りそのイメージを積極的にアピールしていくことが必要と考えられる。

＜具体化に向けた検討課題＞

- ・ コロナ禍の影響を踏まえたポストコロナの港区のイメージ戦略の再構築
- ・ 転出抑制、転入促進に向けた子育て世代に訴求するプロモーション戦略の再構築
- ・ 子育て世代へのきめ細かな支援の一層の充実の可能性の検討

新型コロナウイルス感染症による港区の在住者、
滞在人口の動向と都市機能への影響の実態に関する研究

令和4年(2022年)3月

刊行物発行番号:2021256-5811

編集・発行

港区政策創造研究所

一般財団法人 森記念財団 都市戦略研究所