

第4次港区観光振興プラン（素案）の概要

令和5年11月24日 資料No.9
区民文教常任委員会

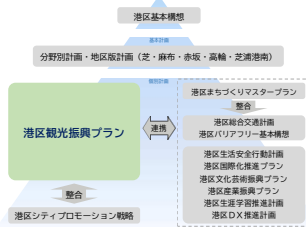
第1章 第4次港区観光振興プランの概要（本編P.5～）

策定の背景と目的

- 令和3(2021)年3月に「第3次港区観光振興ビジョン(後期計画)」を策定しました。ビジョンでは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けるなかで、観光回復に向け、取り組んできました。
- 第4次港区観光振興プランについては、港区の現状・課題を踏まえながら、コロナ禍を経て変化した新たな観光スタイル・需要に対応し、策定します。

計画期間

- 令和6(2024)年度から令和8(2026)年度までの3か年における区の観光振興による商業及び産業の活性化をめざし、基本的な方向性や取組を示します。
- アフターコロナへの転換期の計画として3年計画とし、続く第5次港区観光振興プランは、区の最上位計画である港区基本計画の策定期間と合わせた計画期間とします。

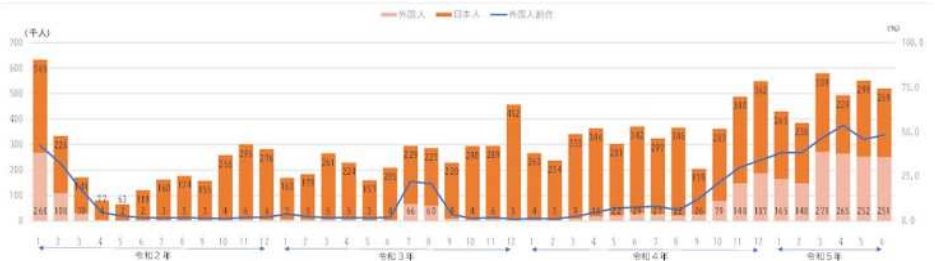


第2章 港区の観光に関する現状と課題（本編P.9～）

港区の観光に関する現状

■ 港区の観光に関する現状（港区内の延べ宿泊者数の推移）

港区内の延べ宿泊者数は、各月ともおおむね前年よりも増加傾向で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和2(2020)年2月以降は大幅な落ち込みが見られ、その後、感染の収束とともに回復し、増加傾向にあります。

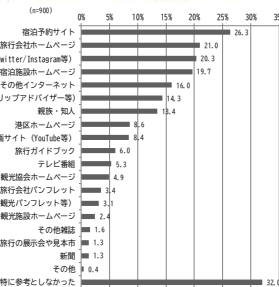


■ 観光動態基礎調査から見てきた課題

（日本人港区来訪者調査：出発前の情報収集源）

出発前の情報収集源について、宿泊サイト(26.3%)が最も高く、旅行会社ホームページ(21.0%)、SNS(20.3%)が続きます。

紙媒体での情報収集は下位となり、デジタル情報での情報収集が主流になっていることがわかります。



港区の現状と課題の整理

- 魅せるための課題** 港区内の延べ宿泊者数は回復傾向にあり、特に外国人の割合は増加傾向にあります。リピーターの確保や更なる消費喚起を促すためには、生かすべき現在の強みである観光資源の魅力を高めることにより、更なる観光客誘致につなげていく必要があります。
- 整えるための課題** 観光客の受入体制や、夜間における観光資源等の提供が不十分なことが課題であり、観光案内所の拡充や、外国人観光客に向けたマナー啓発等により、観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくりを推進する必要があります。
- 届けるための課題** 港区の魅力を国内外に向けて効果的に届ける手段の拡充や、観光客と観光客を受け入れる多様な主体とが交流を促すシティブロモーションにより、港区の統一したブランド価値の創造やブランド力強化に向けた情報発信を行う必要があります。
- つなげるための課題** 地域ごとの特性を生かした回遊性の向上や、多様な主体との連携の強化を進めることは、アフターコロナにおける観光振興にプラスとなり得るチャンスを生み出すことにつながりますが、その方法や連携内容については課題があります。

第3章 港区観光振興の目標と方向性（本編P.32～）

策定の方針とめざすべき姿

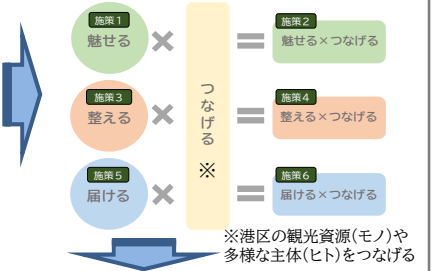
- 港区の特徴や多様な地域資源を最大限に活用した取組の推進
- 新たな潮流・変化への対応と多様な観光客の受入
- 安全・安心で快適な都市観光の実現
- 地域資源をつないだ港区のブランド力の強化

策定方針
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～
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。

施策の方向性

観光政策担当
●めざすべき姿の達成に向け、第2章で抽出した課題をもとに、6つの施策を策定。



第4章 港区観光振興施策（本編P.46～）

施策	施策の分類	主な取組
【魅せる】 1. 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	(1)エリアの魅力強化に向けた地域資源の再編・発掘	P.47
	(2)観光ニーズに合わせた地域資源の活用	P.48
【魅せる×つなげる】 2. 港区の多様な地域資源を生かした区内回遊の促進	(1)ターゲットごとの回遊時行動を意識した地域資源の再編・整理	P.50
	(2)地域資源で惹きつけ、回遊につなげるための手段検討	P.50
【整える】 3. 居心地のよい都市観光を育む人材育成・受入体制づくり	(1)多様性に配慮した観光客の心地よさを創出する基盤づくり	P.52
	(2)観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくり	P.53
	(3)観光関連事業促進に向けた人材育成・受入体制づくり	P.54
【整える×つなげる】 4. 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	P.55
	(2)港区内外との連携体制構築と交流の場づくり	P.56
	(3)戦略的な観光振興を支えるデータ基盤づくり	P.57
【届ける】 5. 観光客のニーズに応じた効果的な情報発信	(1)観光客のニーズに応じた情報の提供	P.58
	(2)効果的に情報を届ける手段の拡充	P.59
【届ける×つなげる】 6. 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	(1)情報発信時における港区の認知度向上	P.61
	(2)港区のブランド力の強化に向けた情報発信	P.61

新規・重点事業（抜粋）～計画期間における取組のポイント～

- 【魅せる】 水辺資源を活用した観光体験の創出（分類(2)取組8） **重点事業**
- ナイトタイムエコノミーの推進（分類(2)取組9） **重点事業**
- 【魅せる×つなげる】 港区の特性を生かしたマイクロツーリズムの推進（分類(2)取組19） **新規**
- 【整える】 日本のマナー等外国人観光客に向けた情報提供（分類(2)取組26） **重点事業**
- 港区観光ボランティアガイドの育成・支援（分類(3)取組31） **重点事業**
- 観光事業者、飲食店等に向けた外国人観光客の受入体制強化（分類(3)取組32） **新規・重点事業**
- 【整える×つなげる】 DMOやまちづくり団体との連携強化（分類(1)取組34） **重点事業**
- MICE誘致に向けた民間の取組の支援（分類(1)取組35） **重点事業**
- ターゲットに応じた観光ニーズの把握（分類(3)取組44） **新規**
- 【届ける】 港区内のマスメディアとの連携（分類(2)取組53） **重点事業**
- 【届ける×つなげる】 港区ワールドプロモーション映像の発信（分類(2)取組66） **重点事業**

第5章 プランの推進（本編P.63～）

- 港区と一般社団法人港区観光協会が強固に連携するとともに、観光を支える12の力を活用し、各主体と連携・協働して観光振興を推進します。
- 計画(Plan)、実行(Do)、点検・評価(Check)、改善・見直し(Act)のPDCAサイクルの好循環(スパイラルアップ)を生み出すことにより、「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～」の達成をめざします。



第4次港区観光振興プラン

4th Minato City Tourism Development Plan 令和6(2024)年度～令和8(2026)年度

【素案】 Draft

区は、令和3(2021)年度から令和5(2023)年度までを計画期間とする第3次港区観光振興ビジョン〔後期計画〕に基づいて取組を推進しています。このたび、令和5(2023)年度が計画の最終年度に当たることから、新型コロナウイルス感染症に関する入国制限の解除、観光需要の回復など観光を取り巻く状況の変化等を踏まえて、令和6(2024)年度から令和8(2026)年度を計画期間とする第4次港区観光振興プランの素案を作成しました。

本素案について、区民等の皆様からのご意見を伺いながら更に検討を重ね、令和6(2024)年3月末を目途に、港区基本計画を改定する予定です。

※計画に記載されている金額や指標値、取組等については、国や東京都の動向、令和6(2024)年度当初予算編成の進捗などを踏まえて修正する可能性があります。

令和5(2023)年11月

港区

目次

第1章 第4次港区観光振興プランの概要

1	第4次港区観光振興プラン策定の背景と目的	P.	6
2	これまでの経緯	P.	6
3	第4次港区観光振興プランの位置付けと計画期間	P.	7
4	計画におけるSDGsの取組	P.	8

第2章 港区の観光に関する現状と課題

1	世界、日本、東京の観光動向	P.	10
2	港区を取り巻く状況の変化	P.	15
3	港区の観光に関する現状	P.	16
4	基礎調査から見えてきた課題	P.	23
5	第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）の取組状況	P.	29
6	港区の現状と課題の整理	P.	31

第3章 港区観光振興の目標と方向性

1	策定の方針とめざすべき姿	P.	33
2	めざすべき姿に向けた目標設定	P.	35
3	施策の方向性	P.	37
4	施策の体系	P.	40

第4章 港区の観光振興施策

1	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	P.	47
2	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性強化	P.	50
3	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	P.	52
4	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	P.	55
5	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	P.	58
6	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	P.	61

第5章 プランの推進

1	実現に向けた推進体制の概要	P.	64
2	各主体の役割	P.	65
3	第4次港区観光振興プランの進捗管理の方針	P.	68

第6章 資料編

1	日本人港区来訪者調査	P.	70
2	観光関連施設等における観光客対応状況調査	P.	82
3	港区民満足度調査	P.	112
4	港区の人口等動向	P.	131
5	港区の文化財・美術館・博物館等	P.	134
6	各総合支所の主な観光関連事業	P.	145
7	港区観光振興プラン検討委員会 委員名簿	P.	149
8	港区シティプロモーション推進委員会 委員名簿	P.	150
9	港区観光振興プラン検討委員会 設置要綱	P.	151
10	港区シティプロモーション推進委員会 設置要綱	P.	153
11	関連計画等一覧	P.	156
12	シティプロモーションシンボルマーク	P.	158

第1章

第4次港区観光振興プランの概要

1 第4次港区観光振興プラン策定の背景と目的

港区では、平成30（2018）年3月に「訪れたいくなるまち、憧れの港区～人、まち、文化の交流を生み出す、価値ある都市観光の創造～」をめざすべき姿に掲げた「第3次港区観光振興ビジョン」前期計画、令和3（2021）年3月に後期計画を策定しました。後期計画では、観光関連産業を含め、令和2（2020）年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受けるなかで、観光回復に向け、取り組んできました。

令和4（2022）年度に実施した港区観光動態基礎調査では、日本人来訪者・港区民の港区観光の満足度はともに7割を超えています。特に日本人来訪者の満足度は、前回策定時の結果よりも上昇していることが示されました。

一方で、調査結果からは、日本人・港区民の港区観光における課題や、受入側である観光関連施設等における観光客対応における現状も明らかになり、取り組むべき課題も明らかになりました。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による入国制限や航空便の減便、外出自粛など観光需要の減少したなかでのコロナ禍の観光では、密回避やマイクロツーリズムなどのトレンドと働き方暮らし方の変化によるワーケーションやブレッジャーの浸透など新たな観光スタイルが定着しました。

現在は急速に回復する観光需要のなかで、日々変化していく観光動向を捉え、観光需要に対応し、持続的な観光振興に向けた取組の推進が求められています。特に観光関連産業はコロナ禍に大きな影響を受け、人材不足・人材育成等が課題となっています。これらの課題を解決していくため、観光関連事業者と関係が深い一般社団法人港区観光協会等団体と連携した支援を行う必要があります。

第4次港区観光振興プランにおいては、観光需要の回復期において、新たな潮流や観光動向を踏まえつつ、産業・区民の暮らしとも共存した持続的な観光振興を推進していきます。

2 これまでの経緯

（1）港区観光振興プランの策定及び改定

区は、平成18（2006）年度に本プランを初めて策定し、区の最上位計画である「港区基本計画」の策定・改定に併せて、おおむね3年ごとに見直しを行っています。

平成18（2006）年度当初は、「港区観光振興ビジョン」として策定していましたが、区における計画等名称の再整理により、令和5（2023）年度に「港区観光振興プラン」と名称を変更しました。

（2）専管組織の設置

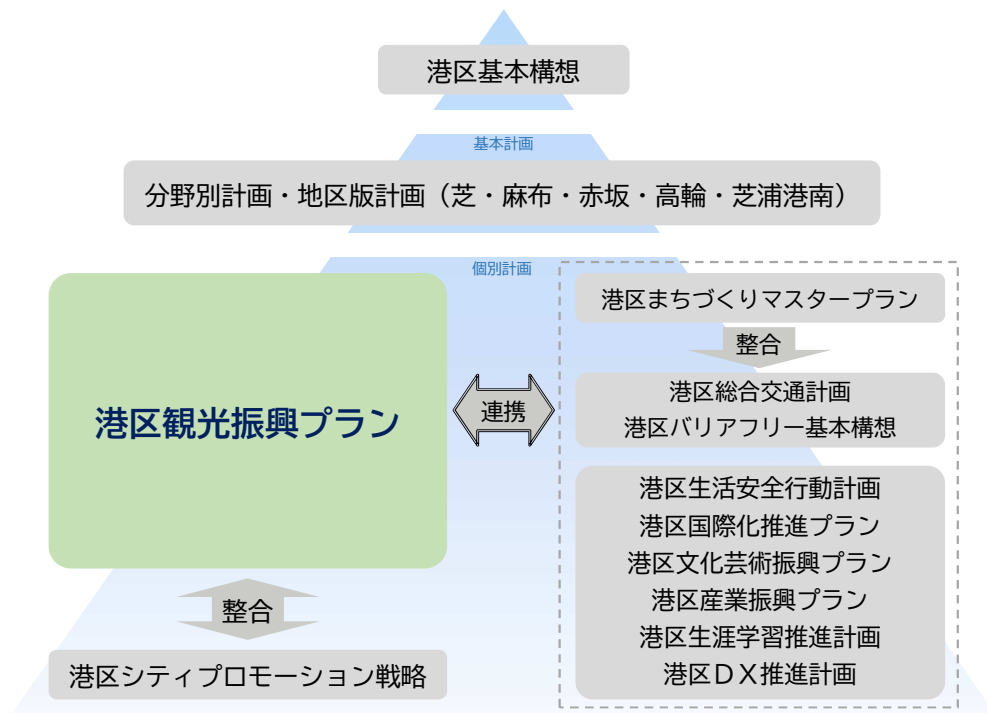
区は、平成27（2015）年度に、観光政策の専管組織として観光政策担当課長を設置し、「観光政策担当」と「シティプロモーション担当」の2つの係相当の組織を設置しました。

3 第4次港区観光振興プランの位置付けと計画期間

(1) 位置付け

第4次港区観光振興プランは、港区基本計画の実現に向けて、各分野の計画（「港区産業振興プラン」、「港区国際化推進プラン」、「港区文化芸術振興プラン」等）と連携を図ります。

図表 1：第4次港区観光振興プランの位置付け



(2) 計画期間

第4次港区観光振興プランはアフターコロナへの転換期の計画として令和6（2024）年度から令和8（2026）年度までの3年計画として策定します。

続く第5次港区観光振興プランは、区の最上位計画である港区基本計画の策定時期と合わせることで、区内関係部署との連携を強化し、より効果的で実効性の高いプランの構築をめざします。

図表 2：港区観光振興プランの計画期間

令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	...
第3次港区観光振興ビジョン(後期) 令和3年度～令和5年度			第4次港区観光振興プラン 令和6年度～令和8年度			第5次港区観光振興プラン	
港区基本計画 令和3年度～令和8年度						港区基本計画	
					期間を合わせて 策定		

4 計画におけるSDGsの取組

持続可能な開発目標（SDGs）は、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」社会の実現をめざした国際目標です。目標は、令和12（2030）年までに17のゴール・169のターゲットから構成され、目標8（働きがいも経済成長も）、目標12（つくる責任つかう責任）、目標17（パートナーシップで目標を達成しよう）では観光分野への期待が明記されており、本プランにおいてもSDGsのゴール達成を意識しながら取組を推進していきます。

図表 3：SDGsの17のゴール



出典：国際連合広報センターホームページ

第2章

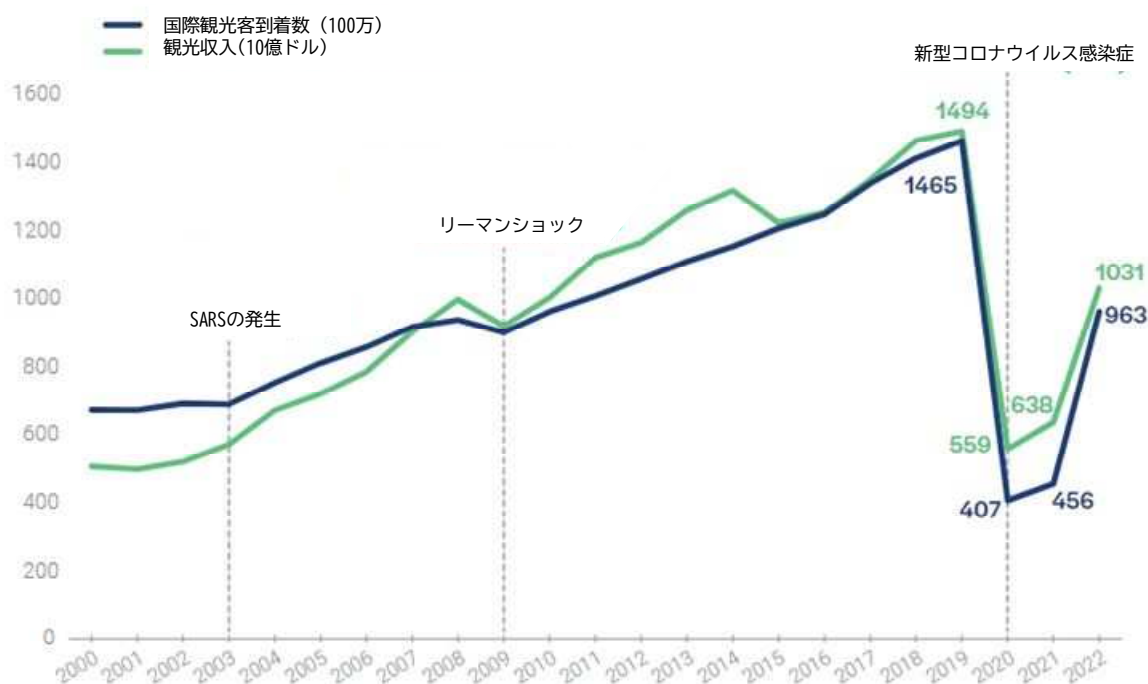
港区の観光に関する現状と課題

1 世界、日本、東京の観光動向

(1) 世界の観光動向

令和2(2020)年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大による渡航制限等観光需要の減少の影響は大きく、国連世界観光機関(UNWTO)¹によると、平成31・令和元(2019)年の世界全体の国際観光客到着数が14億6,500万人であったのに対し、令和2(2020)年には10億人以上減少しました。コロナ禍以前の平成31・令和元(2019)年の国際観光客到着数と比較すると、令和3(2021)年は69%、令和4(2022)年は34%下回りました。

図表 4：国際観光客到着数の推移（年別）



出典：「UNWTO Tourism highlights 2023 Edition」(UNWTO) を加工

令和5(2023)年1月から7月の国際観光客到着数は、コロナ前の水準の84%と順調に回復しており、中東・ヨーロッパ・アフリカで特に回復傾向が強くなっています。こうした中で国連世界観光機関は、コロナ禍前からの回復と観光関連事業者団体等の再構築を両立させる必要性を強調しています(「世界観光指標 2023年9月号」UNWTO)。

世界経済フォーラム(WEF²)による世界117か国を対象に、旅行・観光産業の持続可能でレジリエントな成長を可能とする重要な要素の指数を示す「2021年旅行・観光開発指数レポート」では、2位に米国、3位にスペイン、4位にフランス、5位にドイツをおさえ、日本が1位となりました。同レポートでは、旅行・観光産業の再構築をめざすのに合わせ、

¹ World Tourism Organization の略。誰もが参加できる、持続可能な責任ある観光の促進を使命とする国際機関。156の加盟国及び6地域、500以上の賛助加盟員で構成されている。

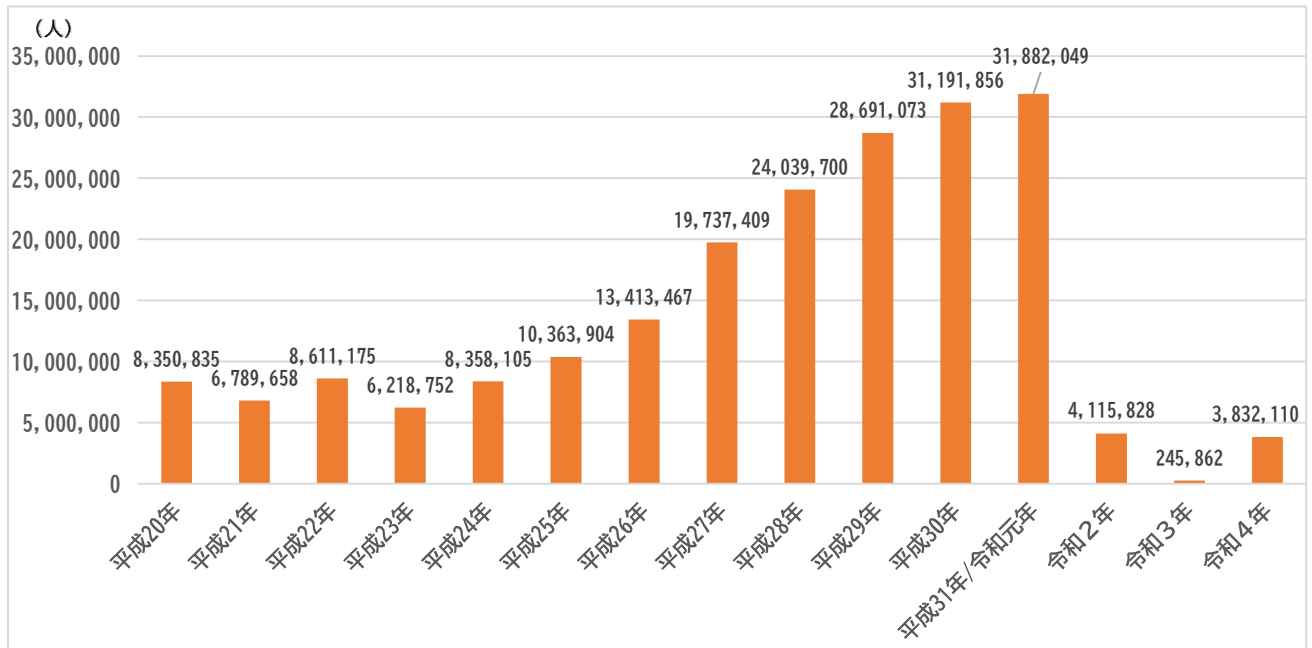
² World Economic Forum の略。世界情勢の改善に取り組む国際機関。政治家や実業家などが会するダボス会議を開催。

将来のリスクに対し、さらに持続可能で回復力のある旅行・観光産業の実現に専念する必要性が指摘されています。

(2) 日本、東京の観光動向

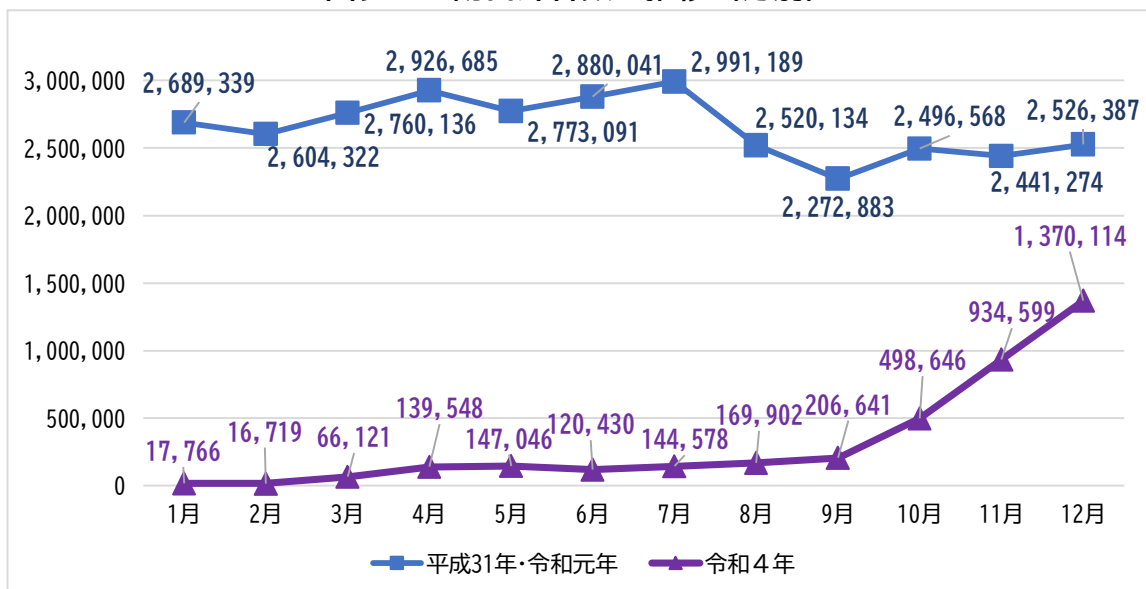
日本政府観光局（JNTO）によると、令和元（2019）年の訪日外国人旅行者数は 3,188 万人と過去最高を更新しましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、令和 2（2020）年の訪日外国人旅行者数は 412 万人と減少しました。令和 4（2022）年 10 月以降は回復傾向が強くなっています。

図表 5：訪日外客数の推移（年別）



出典：「訪日外客統計の集計・発表」（JNTO）

図表 6：訪日外客数の推移（月別）

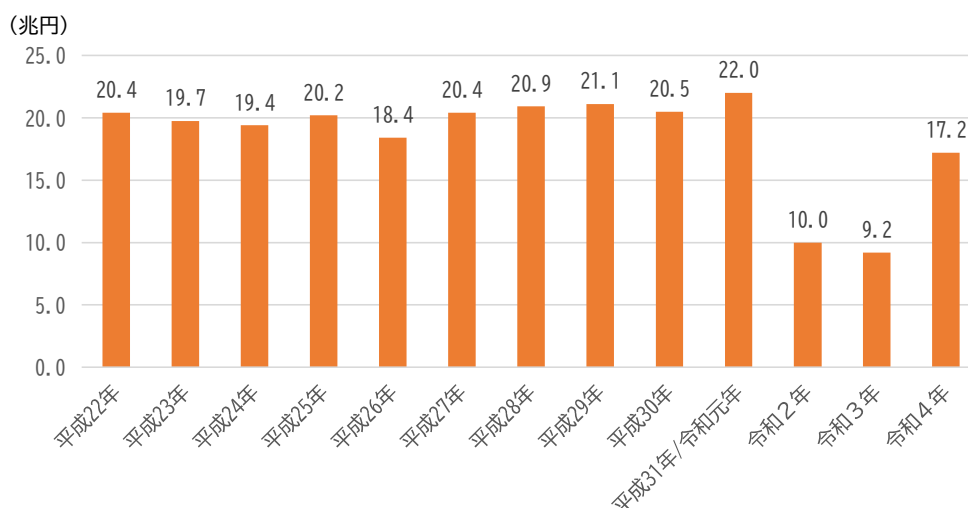


出典：「訪日外客統計の集計・発表」（JNTO）

国内旅行では、国内旅行消費額は一時的に落ち込んだものの、令和4(2022)年からは回復傾向にあります。また、1回1人当たり旅行支出はコロナ禍前を上回るなど、マイクログループへの注目等コロナ禍でも国内旅行への消費意欲が高まったことがうかがえます。

また、コロナ禍で働き方がより柔軟になったことで、仕事と休暇を組み合わせたワーケーション³や、ビジネス出張に合わせて観光を行うブリーチャー⁴などの観光スタイルも浸透し、観光地における行動にも変化が生じています。

図表 7：国内旅行消費額

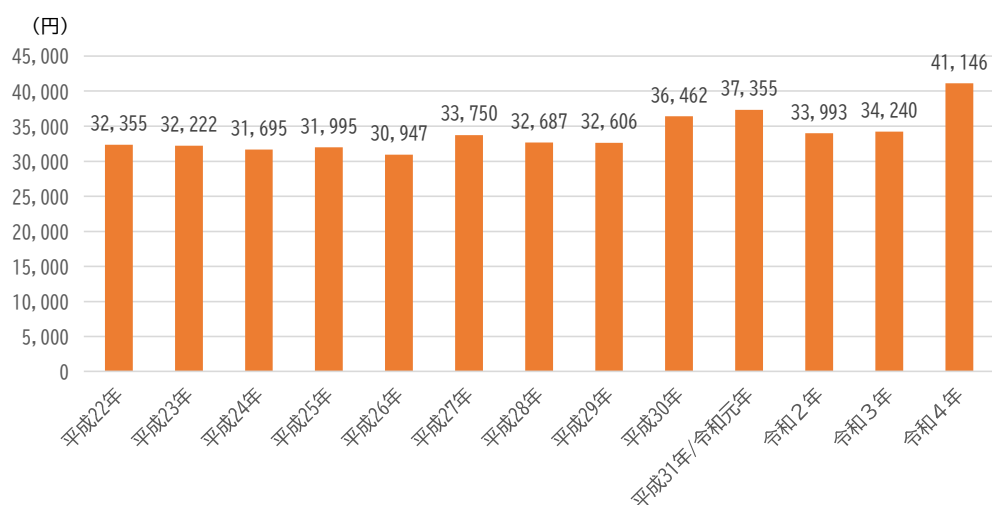


出典：「旅行・観光消費動向調査」(観光庁)

³ Work(仕事)と vacation(休暇)を組み合わせた造語。リモートワークを活用し、観光地などで働きながら休暇をとる。

⁴ Business(仕事)と Leisure(余暇)を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。ブリーチャーと同義。

図表 8：1人1回当たり旅行支出



出典：「旅行・観光消費動向調査」（観光庁）

新型コロナウイルス感染症によるパンデミックからの回復が進むなか、令和5年3月に新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。観光立国の持続可能な形での復活に向け、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つを特に推し進めるもので、質の向上を重視する観点から、人数に依存しない指標を中心に設定しています。

図表 9：「観光立国推進基本計画」概要

計画期間	令和5(2023)年度から令和7(2025)年度までの3年間
2025年目標	<p>(1)地域づくりの体制整備 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 100地域</p> <p>(2)インバウンド回復 訪日外国人旅行消費額単価 20万円/人 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数 2泊 訪日外国人旅行者数・日本人の海外旅行者数 2019年水準超 国際会議の開催件数割合 アジア最大・3割以上</p> <p>(3)国内交流拡大 日本人の地方延べ宿泊者数 3.2億人泊 国内旅行消費額 22兆円</p>
目指す2025年の姿	<ul style="list-style-type: none"> ● 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している ● 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び「持続可能な観光」の先進地としても注目されている

出典：「観光立国推進基本計画（第4次）」（観光庁）

東京都では、令和3（2021）年3月に長期計画である「『未来の東京』戦略」を策定し、バージョンアップ版の「『未来の東京』戦略 version up 2023」では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大で深刻な影響を受けた観光産業を再び成長軌道にのせるため、インバウンド獲得に向けた観光振興施策の推進を掲げています。

また、令和4（2022）年2月「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン～観光産業の復活と持続的な成長に向けて～」では、基本理念として、観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現を掲げています。

2 港区を取り巻く状況の変化

(1) 「TAKANAWA GATEWAY CITY」開業予定

東日本旅客鉄道株式会社は、オフィス・商業・コンベンション・ホテルなどで構成される複合棟Ⅰ及び高輪ゲートウェイ駅周辺エリアを令和6（2024）年度末に開業します。さらに、その他の棟（複合棟Ⅱ・文化創造棟・住宅棟）及び各棟周辺エリアは、令和7（2025）年度中に開業される予定です。

(2) 「麻布台ヒルズ」開業（令和5（2023）年）

森ビル株式会社により、オフィス、住宅、商業施設、文化施設、教育機関や医療機関など、多様な都市機能が集積する「麻布台ヒルズ」が令和5（2023）年11月24日に開業される予定です。

(3) 竹芝エリアの大規模な再開発

現在、バリアフリー歩行者デッキの建設が進んでおり、将来的にはJR「浜松町駅」からゆりかもめ「竹芝駅」まで結ばれる予定となっています。

また浜松町ビルディングの建替事業として、ホテル・オフィス・商業施設などツインタワーの建設を予定する芝浦プロジェクトも進められています（令和12（2030）年度竣工予定）。

(4) リニア中央新幹線開業（品川駅～名古屋駅間）

東海旅客鉄道株式会社は、品川駅（港区）から新大阪駅までの約438kmを超電導リニアによって結ぶ新たな新幹線であるリニア中央新幹線の整備を進めています。品川駅から名古屋駅間については、整備計画が作成され、平成26（2014）年10月に全国新幹線鉄道整備法に基づく「工事实施計画」の認可を受けています。

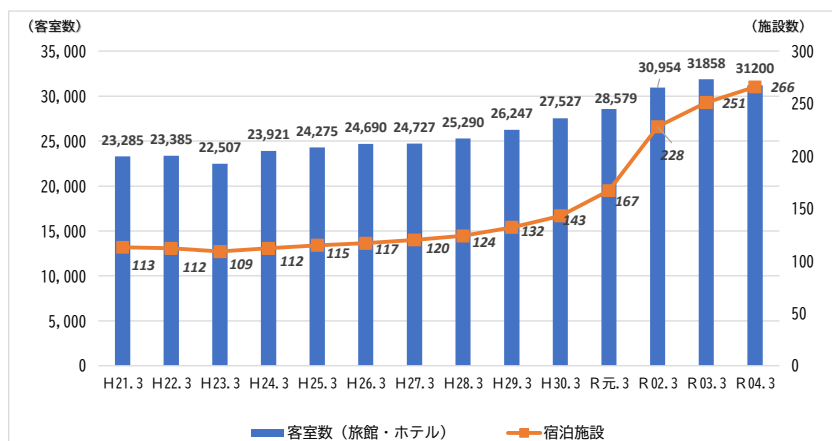
3 港区の観光に関する現状

(1) 宿泊施設

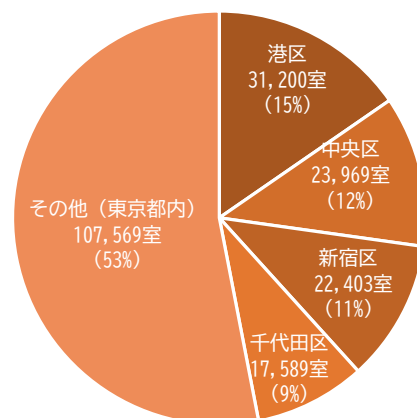
① 宿泊施設数及び客室数の推移

港区内の宿泊施設数は、平成 24（2012）年以降増加しています。客室数は 31,200 室と、東京都全体の 15% を占め、都内で最も多くなっています（令和 5（2023）年 3 月 31 日現在）。

図表 10：港区内の宿泊施設数及び客室数の推移



図表 11：都心 4 区の客室数

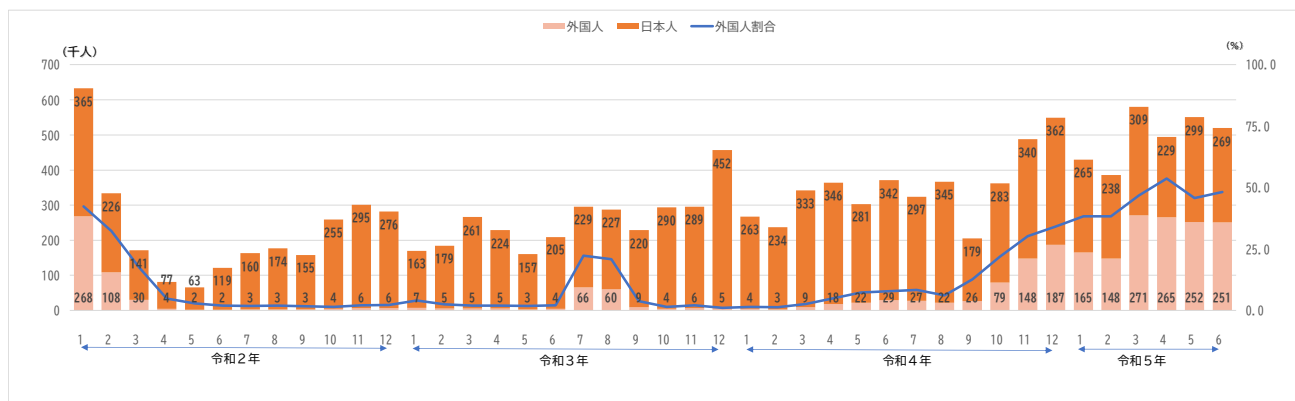


出典：「年報（福祉・衛生行政統計）」（東京都）を基に作成

② 延べ宿泊者数の推移

港区内の延べ宿泊者数は、各月ともおおむね、前年よりも増加傾向で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和 2（2020）年 2 月以降は大幅な落ち込みが見られます。その後、感染の収束とともに回復し、増加傾向にあります。

図表 12：延べ宿泊者数の推移

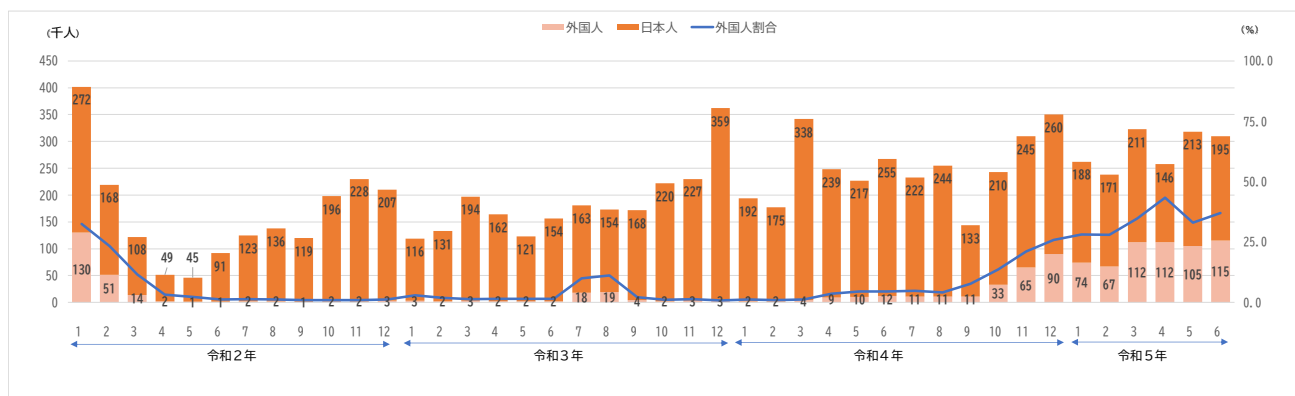


出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

③ 実宿泊者数の推移

港区内の実宿泊者数⁵は、延べ宿泊者数と同様、各月ともおおむね、前年よりも増加傾向で推移しており、新型コロナウイルス感染症が感染拡大した令和2（2020）年2月以降は大幅な落ち込みがみられていましたが、令和4年10月以降の外国人実宿泊者数は増加傾向にあります。

図表 13：実宿泊者数の推移

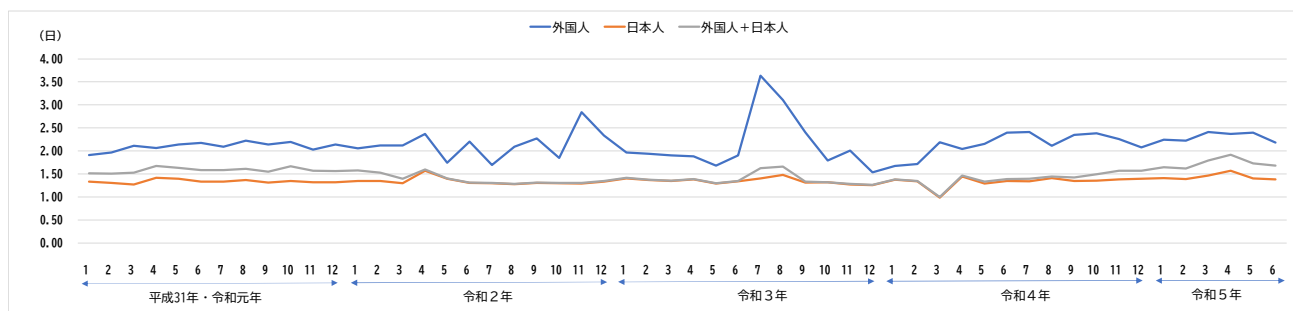


出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

④ 平均宿泊数の推移

港区内の平均宿泊数（延べ宿泊者数÷実宿泊者数）は、日本人が1.4日前後、外国人が2日強程度で推移しており、日本人と比べて外国人の方が長く滞在する傾向にあります。

図表 14：平均宿泊数の推移



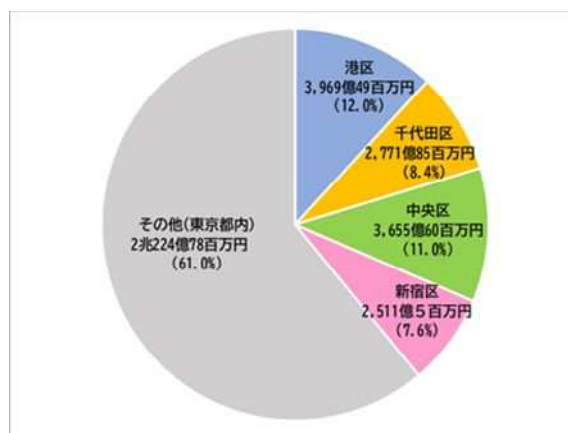
出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）を基に作成

⁵ 宿泊手続きをした人数。

⑤ 宿泊業、飲食サービス業の売上

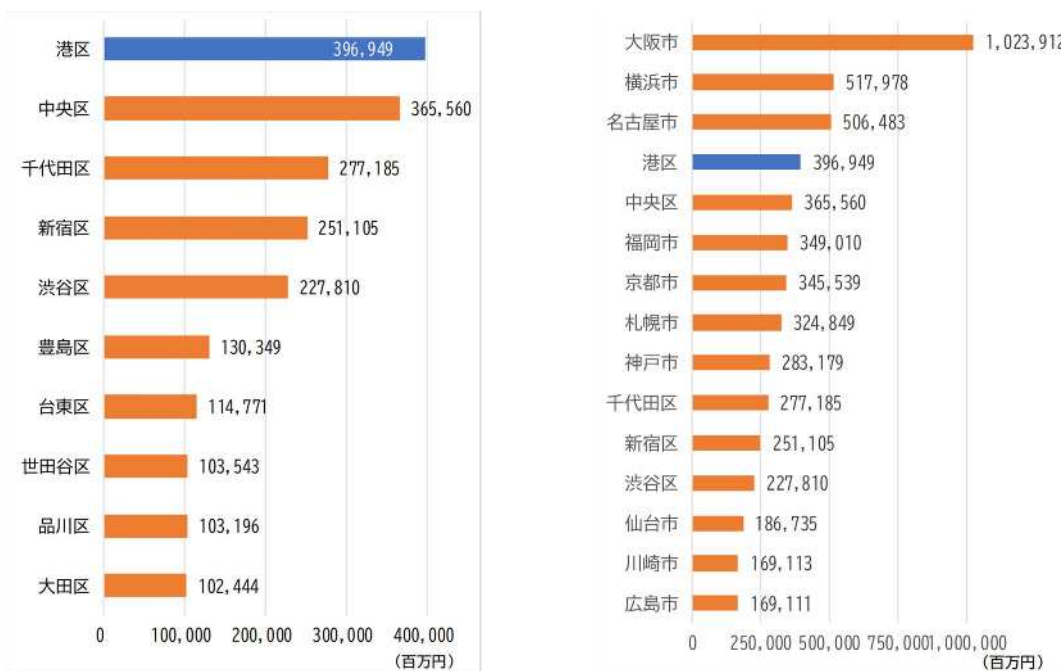
港区内の宿泊業、飲食サービス業の売上は、令和3（2021）年時点で3,969億円を超え、東京都内で最も大きな規模を誇ります。また、全国の政令指定都市と港区を比較した場合、令和3（2021）年時点で、大阪市、横浜市、名古屋市に次ぐ4番目の規模です。前述のとおり、港区には東京都内で最も多くの宿泊施設及び客室があることや、都内で最大の昼間人口を有するなど、多くの人々が港区を訪れることから、東京都内や全国と比較して宿泊業、飲食サービス業の売上規模が大きくなっています。

図表 15：港区内の宿泊業、飲食サービス業の売上



出典：「経済センサス（令和3年）」（総務省・経済産業省）を基に作成

図表 16：宿泊業、飲食サービス業の売上比較（令和3年）
【東京都内の比較（上位10位まで）】 【全国主要都市との比較（上位15位まで）】



出典：「経済センサス（令和3年）」（総務省・経済産業省）を基に作成

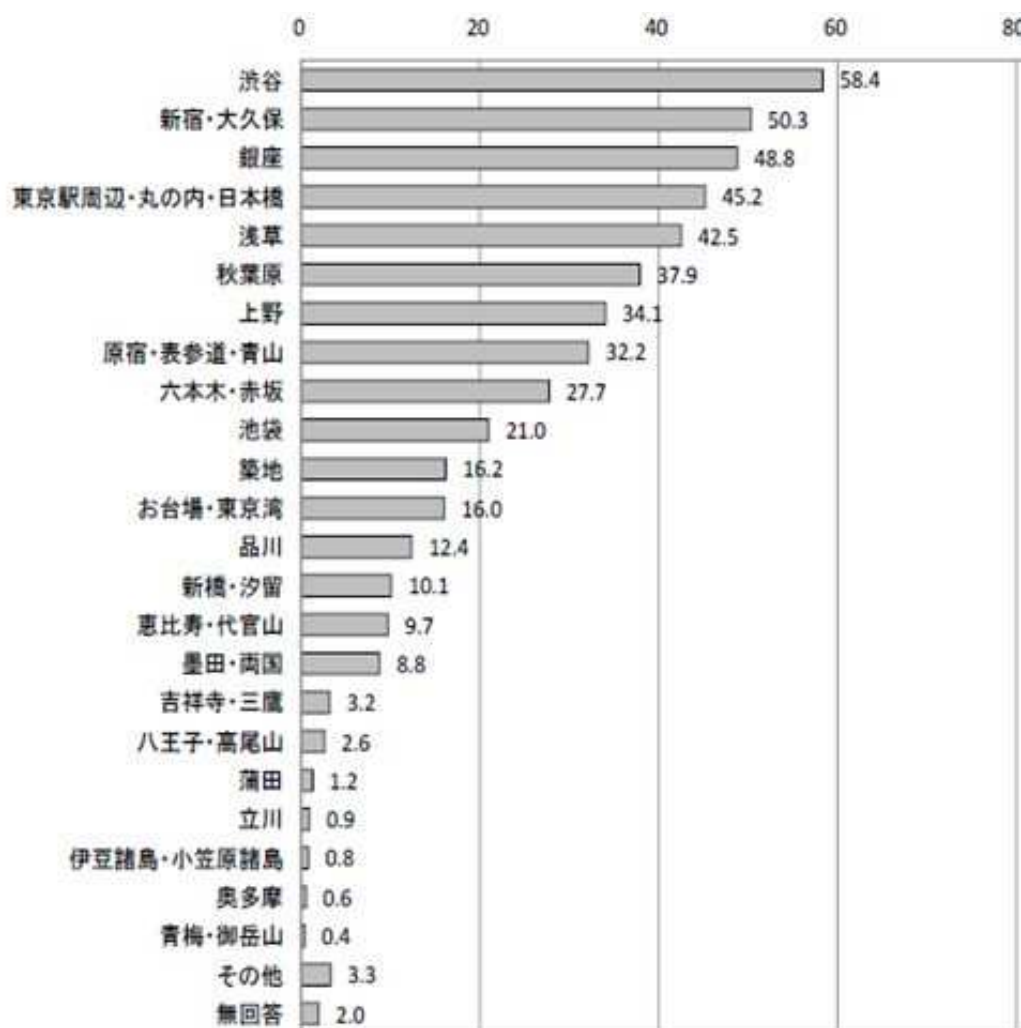
(2) 観光資源

① 観光スポット

港区には、台場、六本木、芝公園、麻布十番といった人気のエリアをはじめ、区内5地区には個性豊かなまち並み、国際的に知名度の高い歴史的・文化的資源や美術館、人情味あふれる商店街等、観光の魅力となる地域資源が数多く集積しています。

しかし、東京都の「令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査報告書」によると、訪都外国人旅行者が多く訪れた場所は、渋谷、新宿・大久保、銀座、東京駅周辺・丸の内・日本橋、浅草、秋葉原の順となっており、港区内は8位に原宿・表参道・青山、9位に六本木・赤坂が続くものの、上位との差が大きいことが分かります。

図表 17：訪都外国人旅行者の東京都内訪問場所



出典：「令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査報告書」（東京都）

② 文化財

港区内の文化財は、国指定が184件、東京都指定が40件、港区指定が148件です。（国指定、東京都指定は令和4（2022）年12月現在、港区指定は令和5（2023）年3月現在）江戸期から幕末、明治以降の文明開化期を中心とした、多くの文化財が集積しています。

③ 美術館・博物館等ミュージアム

港区内には、主要なもので、美術館・博物館等ミュージアムが45施設あります。（令和5（2023）年9月現在）国公立館だけでなく、大学設置の博物館、民間運営の企業ミュージアムなども多く集積しています。また、港区内のミュージアムの多くが連携した「港区ミュージアムネットワーク」も組織されています。

④ 大使館

日本に大使館を設置している国は157か国であり（令和5（2023）年3月現在）、81の大使館が港区に所在しています（令和5（2023）年7月現在）。明治維新後、政府が大名屋敷跡地を大使館用地として提供した経緯から、大名屋敷が集積していた港区に現在も多くの大使館が集積していると考えられ、国際色の豊かさも魅力となっています。

⑤ 主要民間放送テレビ局

港区には、主要民間放送テレビ局5局の本社が全て所在しており、情報発信基地として、全国及び世界とつながっています。

⑥ 新幹線、羽田空港、東京港等の交通ネットワーク

港区は、新幹線が発着する品川駅をはじめ、羽田空港と都心を結ぶモノレール等の駅や、竹芝栈橋・日の出栈橋の航路ターミナルなど、様々な交通網により全国及び世界と結ばれる玄関口、結節点としての機能を有しています。

(3) 異なる魅力を持つ5つの地区

港区には、芝、麻布、赤坂、高輪、芝浦港南の5つの異なる魅力を持つ地区があります。また、各地区には総合支所が置かれ、それぞれの地区版計画書を策定し、独自性のある事業を展開しています。

地区版計画書の計画期間は6か年で、3年で見直しを行います。





芝地区

shiba

主な観光関連事業

- ・芝 歴史・文化・交流アカデミー ～歩く・見る・学ぶ「芝」～
- ・竹芝プロジェクト ～ともにつながる未来へ～
- ・SNSや地域情報紙等による地域情報の発信・共有

人と地域がつながり心躍る未来をつくるまち「芝」

芝地区は、江戸時代に東海道が整備されたことから発展し、今でも交通の要衝です。多くの駅と鉄道網を有しており、商業地、飲食店街、ビジネス街としてにぎわいを見せています。大通りの裏には古くからのまち並みも残り、東京タワーや増上寺などの観光名所、芝公園や旧芝離宮恩賜庭園などの豊かな緑、海の玄関口である竹芝ふ頭もあります。



麻布地区

azabu

主な観光関連事業

- ・地域事業活性化プロジェクト
- ・麻布地域の魅力伝承事業
- ・SNSや地域情報紙等の活用による発信力の強化

誰もが主役になれる参画と協働のまち

～未来につなぐニューノーマルを創造する“AZABU”～

麻布地区は、高台や低地など起伏に富んだ坂の多いまちで、国立新美術館をはじめ、歴史と文化、芸術資源が豊富です。区内にある大使館の半数以上が麻布地区にあり、外資系企業が集まる国際都市の一面を持っています。また、閑静な住宅街、商店街、繁華街など、多様な顔を持っています。



主な観光関連事業

- ・魅力発信プロジェクト～赤坂親善大使&MY HOME TOWN～
- ・赤坂・青山 魅力“知伝活”事業
- ・連携自治体とのつながりを生かした魅力発信

だれもが地域に関心をもち共存しているまち 赤坂・青山

赤坂地区は、古い歴史、伝統・文化に彩られたまちです。江戸時代に武家屋敷町としての整備が始まり、江戸城の外堀だった溜池が明治中頃に埋め立てられ、赤坂周辺は黒塀の料亭などが建ち並ぶ華やかな界隈となりました。区内では標高が高い地域で、今も山の手の屋敷町の風情を残しています。



主な観光関連事業

- ・高輪情報局
- ・私が語る高輪今昔物語
- ・歩いて楽しめる地域の魅力 発見・共有・発信

地域の輪が創り出す安全・安心なまち～変化するまちとともに～

高輪地区は、武蔵野の貴重な自然が息づき、赤穂義士で有名な泉岳寺など歴史的な街並みが残っています。戸建住宅が多く、5地区の中で人口が最も多い地区です。およそ半世紀ぶりのJR山手線の新駅「高輪ゲートウェイ駅」が開業したほか、リニア中央新幹線「品川駅」開業が計画されるなど、更なる飛躍と可能性を持った地域です。



主な観光関連事業

- ・みなとパーク芝浦等ふれあい交流事業
- ・みずまちプロデュース事業
- ・運河の魅力向上の推進
- ・伝統文化交流館の運営
- ・お台場プラージュ
- ・地区情報誌の発行

誰もが輝くことができる創造力と潤いのあるまち・港区ベイエリア

芝浦港南地区は、その大半が明治期以降の埋立てによりできた若いまちです。大規模マンションの建設などにより、人口の増加が予測されています。レインボーブリッジの近くには、東京 2020 大会会場となったお台場海浜公園があり、国内のみならず世界からも注目が集まる地域となっています。

4 基礎調査から見えてきた課題

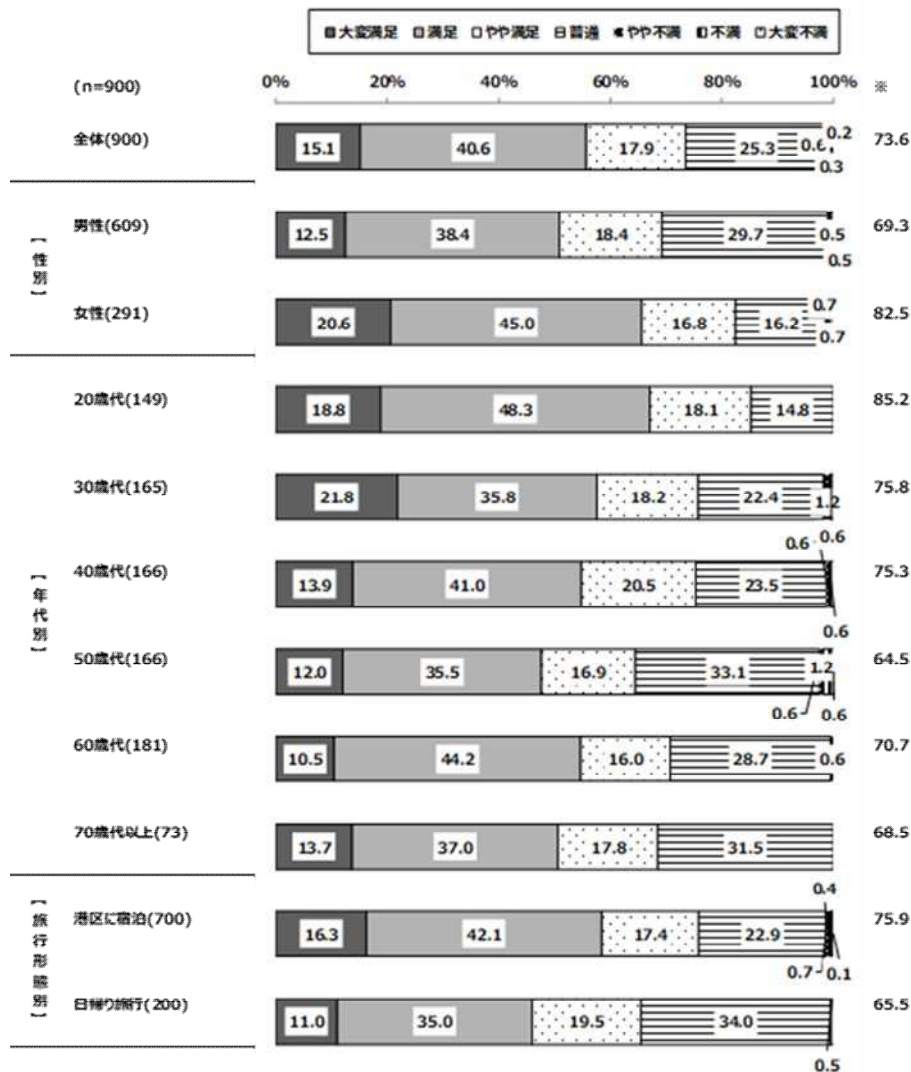
令和4（2022）年度に実施した「港区観光動態基礎調査」の結果から、日本人観光客に関して、次のような結果が分かりました。

（1）日本人観光客

① 港区観光の満足度

全体では、「大変満足」「満足」「やや満足」を合わせた割合は73.6%と7割を超えており、年代別では「20歳代」、宿泊・日帰り別では「宿泊」の満足度が高くなっています。

図表 18：港区観光の満足度（年代別、宿泊・日帰り別）

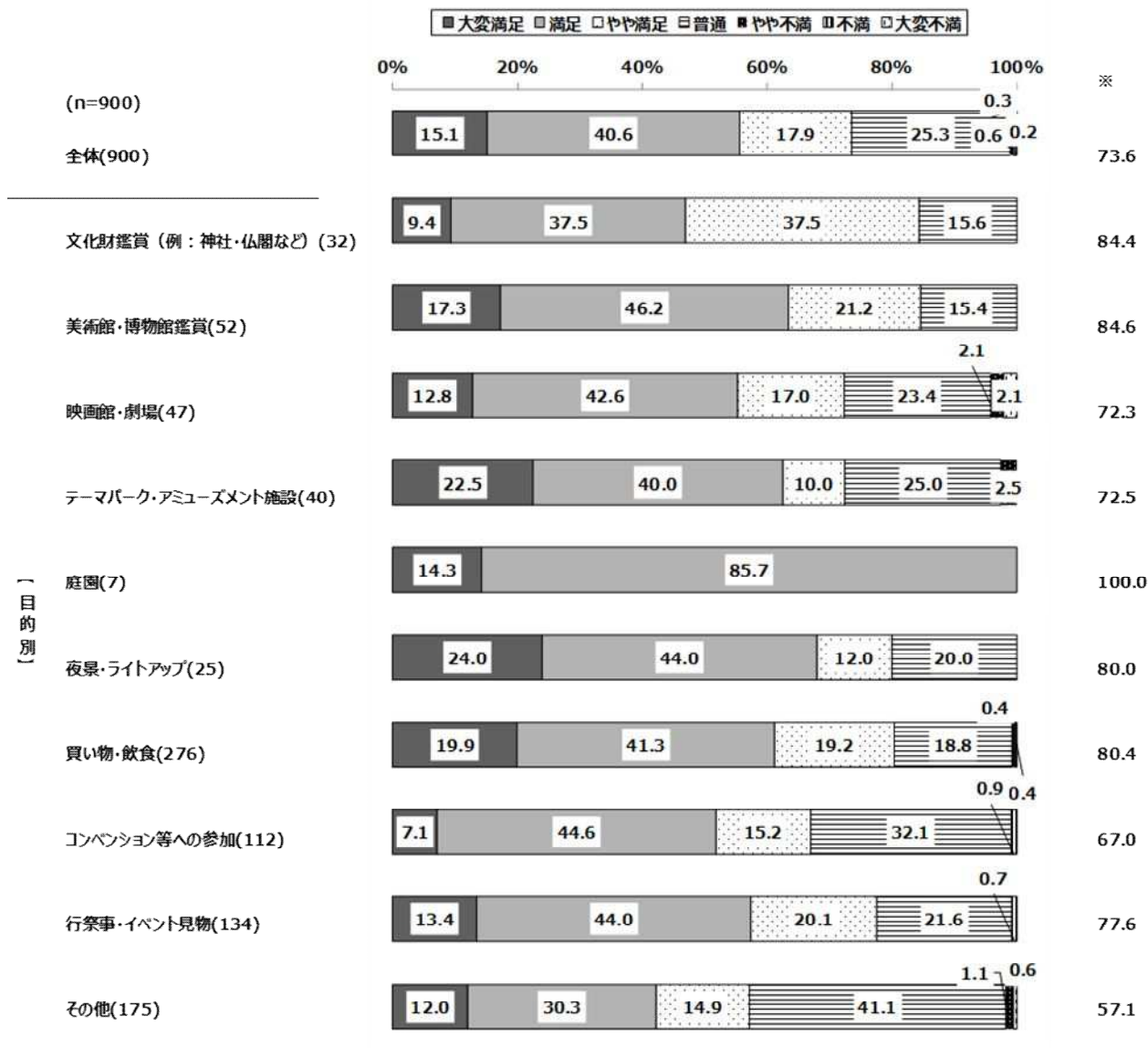


※「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた割合

出典：「港区観光動態基礎調査（日本人港区来訪者調査）」（港区）

主目的別の満足度をみると、「美術館・博物館鑑賞」(84.6%)が最も高く、「文化財鑑賞」(84.4%)、「買い物・飲食」(80.4%)と続いています。

図表 19：港区観光の満足度（主目的別）



※「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた割合

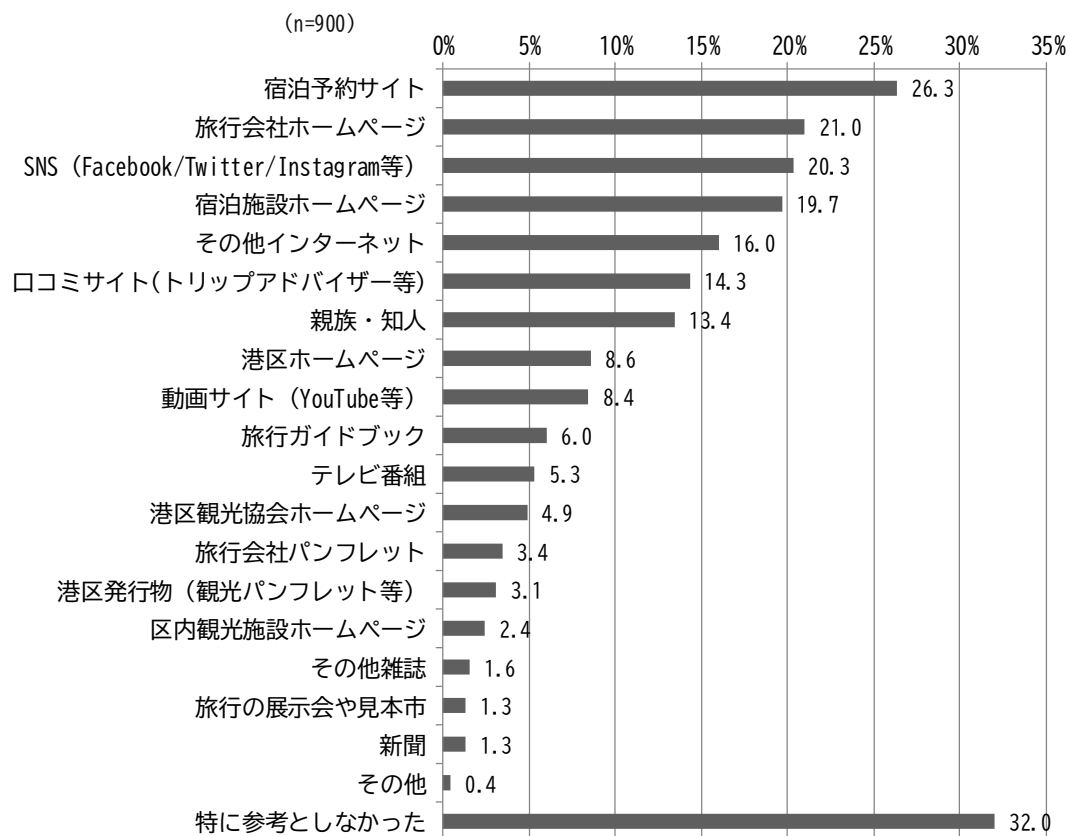
(サンプル数30未満は参考値)

出典：「港区観光動態基礎調査(日本人港区来訪者調査)」(港区)

② 情報収集源

出発前に旅行情報を得るために情報源を利用した人のうち、全体では、「宿泊予約サイト」(26.3%)が2割半ばで最も高く、次いで「旅行会社ホームページ」(21.0%)、「SNS (Facebook/Twitter/Instagram等)」(20.3%)である。

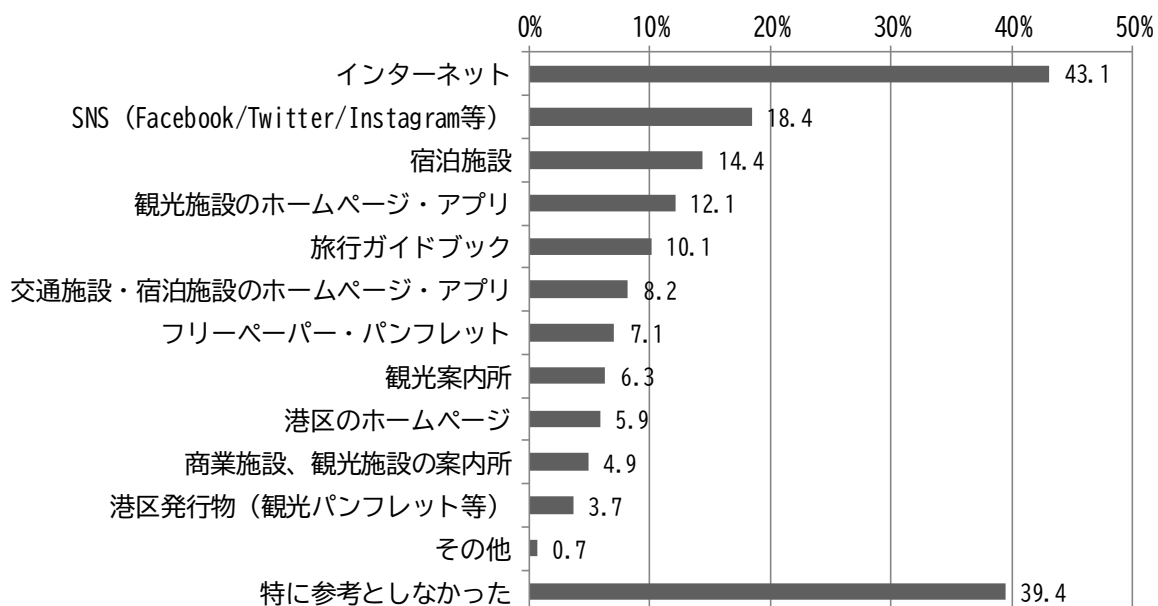
図表 20：出発前の情報収集源



出典：「港区観光動態基礎調査 (日本人港区来訪者調査)」(港区)

滞在中に港区の情報を得るために情報源を利用した人のうち、全体では、「インターネット」(43.1%)が4割を超えて最も高く、次いで「SNS (Facebook/Twitter/Instagram等)」(18.4%)、「宿泊施設」(14.4%)である。

図表 21：滞在中の情報収集源



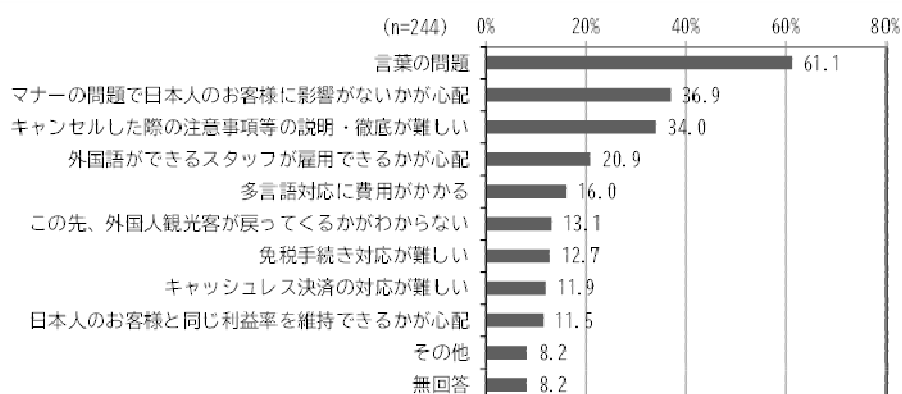
出典：「港区観光動態基礎調査 (日本人港区来訪者調査)」(港区)

(2) 外国人観光客

区内の観光関連施設からみた外国人観光客受入時の懸念事項として、「言葉の問題」(61.1%)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」(36.9%)、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」(34.0%)となっています。

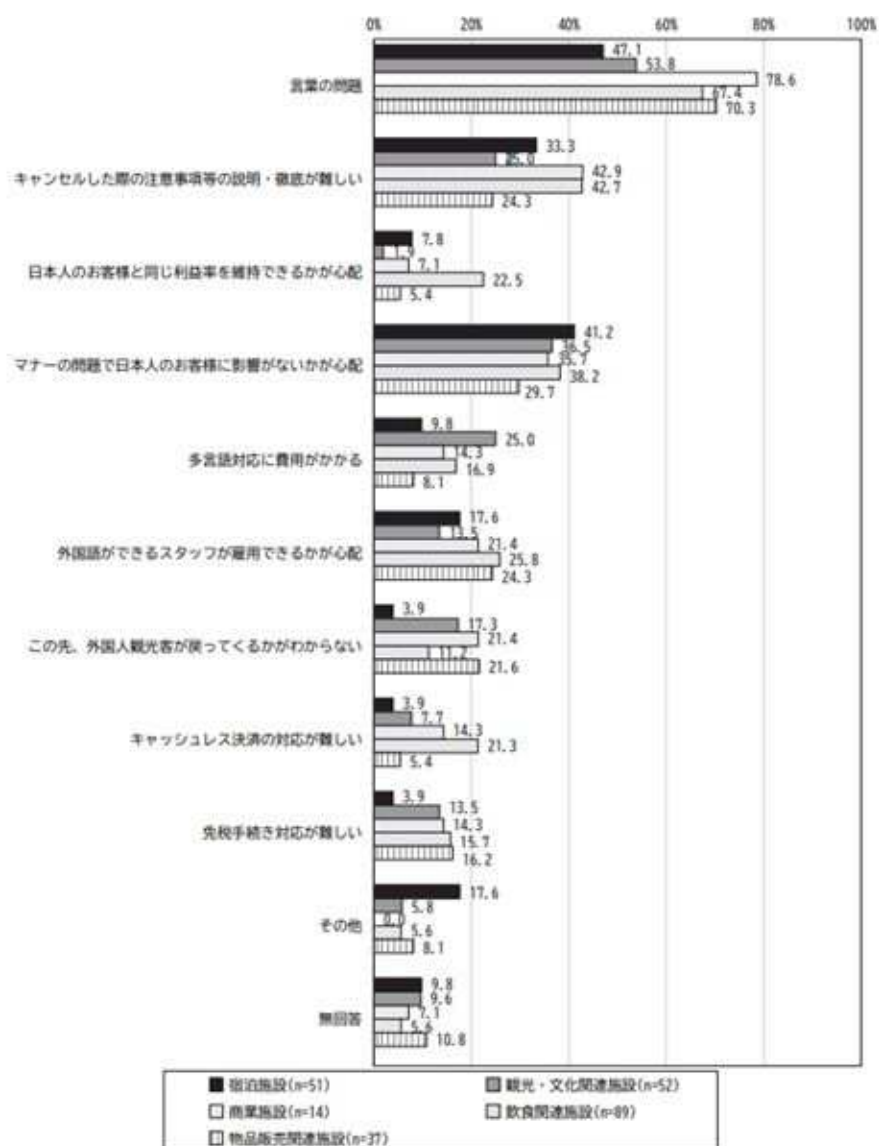
施設種別に見ると、全ての種別で「言葉の問題」の割合が高くなっています。商業施設や飲食関連施設では、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」が4割を越え、他の種別よりも高くなっています。

図表 22：外国人受入時の懸念事項（全体）



出典：「港区観光動態基礎調査（観光関連施設等における観光客対応状況調査）」（港区）

図表 23：外国人受入時の懸念事項（施設種別）



出典：「港区観光動態基礎調査（観光関連施設等における観光客対応状況調査）」（港区）

5 第3次港区観光振興ビジョン（後期3年）の取組状況

港区では、平成 30（2018）年 3 月に「第 3 次港区観光振興ビジョン 前期計画」を策定し、「訪れたくなるまち、憧れの港区」の実現に向けて、計画事業に取り組んできました。

図表 24：「第 3 次港区観光振興ビジョン」の主な取組

施策	主な取組
<p>1 快適で安全・安心な都市観光を満喫できる環境づくり</p>	<p>(1)日本・東京の玄関口としての観光案内機能の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・港区観光インフォメーションセンターの拡充 ・札の辻スクエアにおける港区観光インフォメーションセンターの整備 ・観光・街区案内標識の充実によるまち歩きの実便性向上 <p>(2)新型コロナウイルス感染症の状況に応じた観光客の受入体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力再発見に向けた観光ルートの開発 ・各事業におけるキャッシュレス導入 ・オンラインの活用 <p>(3)安全・安心で誰もが楽しめる観光基盤の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティアによる外国人サポート ・おもてなし力向上のための外国人習慣等の情報提供 ・「バリアフリーまち歩き MAP in 港区」の活用促進 ・港区観光ボランティアの会との連携促進
<p>2 地域資源の魅力の再発見・再認識と回遊ルートの創出</p>	<p>(1)多彩な魅力や各地区の特性を生かした観光資源の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史資源を活用したまち歩き等の実施 ・大使館等を巡るまち歩きツアーの実施 ・港区内観光関連事業者等の連携会議の開催 ・ナイトタイムエコノミーの推進 <p>(2)新しい生活様式に応じたまち歩きルート・観光ルートの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水辺資源を活用した観光体験の開発 ・魅力的な観光ルートの開発と人気の高い観光ルートの定番化 ・自転車シェアリングを活用した観光ルートの開発

施策	主な取組
<p>3 多様な主体との連携による観光振興と観光関連産業の育成</p>	<p><u>(1)区民、民間、全国各地域と連携した観光振興</u> ・民間との連携による観光情報の提供 ・港区観光大使の活用 ・近隣区と連携した観光振興</p> <p><u>(2)東京 2020 大会を契機とした新たな観光需要の持続・発展</u> ・新駅周辺地域のにぎわいづくりに向けた取組</p>
<p>4 統計データの分析・活用による市場動向の把握と効果的なマーケティングの実施</p>	<p><u>(1)観光関連統計の分析・活用による市場動向の把握</u> ・観光動態基礎調査の継続実施 ・オープンデータの活用</p> <p><u>(2)観光マーケティングへの活用</u> ・観光客の行動段階に応じたマーケティング戦略の検討</p>
<p>5 戦略的なシティプロモーションの推進</p>	<p><u>(1)観光情報の収集・管理と発信手段の多様化</u> ・港区ワールドプロモーション映像の発信 ・「シティプロモーションシンボルマーク」の活用促進 ・観光情報のSNSによる発信 ・多言語に対応した外国人向け観光情報の充実</p> <p><u>(2)観光客の視点に立った情報発信の強化</u> ・タイムリーな情報発信</p>

6 港区の現状と課題の整理

これまで述べてきた観光動向、社会的変化等の現状、観光動態基礎調査結果等を整理し、港区が今後取り組むべき課題を以下のように抽出しました。

今後の観光施策を検討・推進するに当たって、これらの課題解決を図る必要があります。

魅せるための課題 ～港区の魅力を向上させる～

新型コロナウイルス感染症の収束に伴い、港区内の宿泊施設の宿泊者数は回復傾向にあり、特に外国人の割合は増加傾向にあります。こうした状況は、これまで以上に港区の観光振興を推進する上で追い風となります。

リピーターの囲い込みや更なる消費喚起を促すためには、港区が生かすべき現在の強みである、人を惹きつける力のある地域資源や、区内の様々な観光資源の魅力を高めることにより、更なる観光客誘致につなげていく必要があります。

整えるための課題 ～港区で快適な観光ができる環境を整える～

港区で強化が必要な現在の弱みとして、観光客の受入体制が不十分であることや、受入人材の不足、夜間における観光資源・コンテンツの提供不足等が挙げられます。

民間事業者との協定締結による観光インフォメーションセンターの拡充や、外国人観光客に向けたマナー啓発・情報提供等により、多様性に配慮した心地よさを創出し、観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくりを推進する必要があります。

届けるための課題 ～港区の多彩な観光情報を効果的に届ける～

観光客の港区観光の満足度は高い水準であるものの、「旅マエ」、「旅ナカ」など、観光客の来訪段階ごとのニーズに応じた情報提供、効果的に情報を届ける手段の拡充や、更なる満足度向上については、課題があります。

また、観光客と観光客を受け入れる多様な主体とが交流を促すシティプロモーションを強化し、港区の統一的なブランド価値の創造やブランド力の強化に向けた情報発信を行うことで、区民のシビックプライドを醸成していく必要があります。

つなげるための課題 ～港区の観光資源（モノ）や多様な主体（ヒト）をつなげる～

地域ごとの特性を生かした回遊性の向上や、多様な主体との連携の強化を進めることは、アフターコロナにおける観光振興にプラスとなり得るチャンスを生み出すことにつながりますが、その方法や連携内容については課題があります。

日本の玄関口としての他地域との連携や、港区内外の観光関連企業・団体・近隣区との連携、オープンデータを基にした活用・分析の共有、統計データ等の分析・活用強化により、戦略的な観光振興を支えるデータ基盤づくりを行い、地域の構成に関わる様々なモノ・ヒトをつながり創出する必要があります。

第3章

港区観光振興の目標と方向性

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客していきます。

一方で、ナイトタイムエコノミー・大使館など、まだ生かしきれていない地域資源も存在し、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、更なる観光客誘客へ取り組みます。

■新たな潮流・変化への対応と多様な観光客の受入

SNSの普及や、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」の本格開業や「麻布台ヒルズ」の開業が予定されており、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、港区の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、都内トップの宿泊施設数など、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客効果を波及・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 25：めざすべき姿

めざすべき姿

伝えたいメッセージ

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～

- ◆ 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の新たに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。

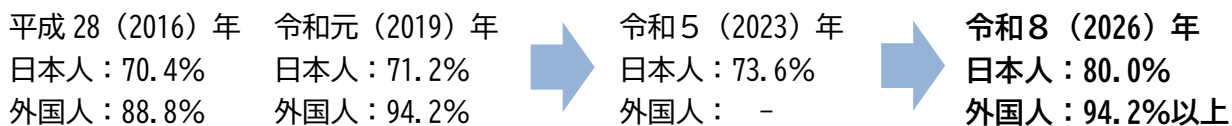


【目標値設定の根拠】

- ・ コロナ禍前に定めた第3次港区観光振興ビジョンでは、前期計画で定めた中間時点（令和2（2020）年）の目標値である800万人はほぼ達成（797万人）していたことから、前期計画で令和5（2023）年に目標値として定めていた900万人を採用。

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。



※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、第3次港区観光振興ビジョン後期計画の目標値が「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、コロナ禍の入国制限で訪日しておらず、令和4年度の訪日外国人調査が未実施であるため、第3次港区観光振興ビジョン後期計画の実績値「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さらに高めます。



※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年度実施）において、85.9%と高い水準だったため、前回数値を超える90.0%という目標を採用。

新たな目標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3：区民の観光客受入意向

今後、更なる観光客の増加を期待していくなか、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： -		港区を訪れる観光客と区民の理解
外国人： -		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。

平成28（2016）年	令和元（2019）年	→	令和5（2023）年	→	令和8（2026）年
5兆6,898億円	6兆401億円		2兆9235億円		6兆円

※東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」を利用

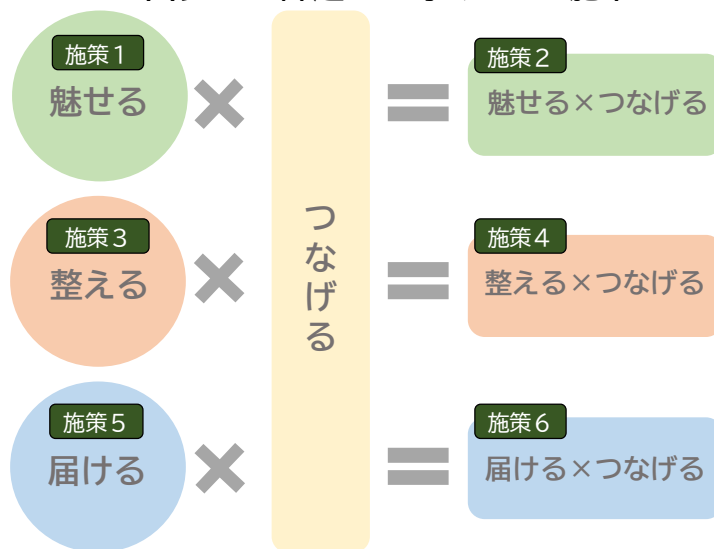
【目標値設定の根拠】

- 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、航路便の回復や旅行スタイルの変化等を考慮し、第3次港区観光振興ビジョン後期計画の目標値6兆円を採用。

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 26：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客していきます。

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、更なる観光客誘客へ取り組みます。

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

港区では、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、区内の滞在中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、正確な現状を把握するとともに、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	—	80%

※「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、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、区内での滞在時間増加・消費促進を高めていくべく、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③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③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。

施策の体系図



施策	施策の分類	主な取組
<p>【魅せる×つなげる】</p> <p>2. 港区の多彩な地域資源を生かした区内回遊の促進</p>	(1) ターゲットごとの回遊時行動を意識した地域資源の再編・整理	<p>取組13 地元の魅力再発見に向けた観光ルートの作成 (p. 50)</p> <p>取組14 自転車シェアリングを活用した観光ルートの作成 (p. 50)</p> <p>取組15 歴史資源を活用したまち歩き等の実施 (p. 50)</p>
	(2) 地域資源で惹きつけ、回遊につなげるための手段検討	<p>取組16 魅力的な観光ルートの作成・公共交通機関の活用 (p. 50)</p> <p>取組17 大使館を巡るまち歩きツアーの実施 (p. 51)</p> <p>取組18 定期的なまち歩きツアーの実施 (p. 51)</p> <p>取組19 【新規】 港区の特性を生かしたマイクロツーリズムの推進 (p. 51)</p> <p>取組20 インフラツーリズムの促進 (p. 51)</p>

施策	施策の分類	主な取組
<p>【整える】</p> <p>3. 居心地のよい都市観光を育む人材育成・受入体制づくり</p>	<p>(1) 多様性に配慮した観光客の心地よさを創出する基盤づくり</p>	<p>取組21 港区観光インフォメーションセンターの拡充 (p. 52)</p>
		<p>取組22 キャッシュレス決済導入店の拡充 (p. 52)</p>
		<p>取組23 観光・街区案内標識の充実によるまち歩きの利用向上 (p. 52)</p>
		<p>取組24 Wi-Fi (公衆無線LAN) の整備による通信環境情報の発信 (p. 52)</p>
		<p>取組25 AIを活用した観光案内機能の充実 (p. 52)</p>
	<p>(2) 観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくり</p>	<p>取組26 【重点事業】 日本のマナー等外国人観光客に向けた情報提供 (p. 53)</p>
		<p>取組27 観光客の安全・安心を守るための情報提供 (p. 53)</p>
		<p>取組28 【新規】 住宅宿泊事業者 (民泊) への観光情報の提供 (p. 53)</p>
		<p>取組29 アレルギーの配慮やムスリム等の習慣に対応した案内表示の周知 (p. 53)</p>
		<p>取組30 「バリアフリーまち歩きMAP in 港区」の活用促進 (p. 54)</p>
	<p>(3) 観光関連事業促進に向けた人材育成・受入体制づくり</p>	<p>取組31 【重点事業】 港区観光ボランティアガイドの育成・支援 (p. 54)</p>
		<p>取組32 【新規】 【重点事業】 観光事業者、飲食店等に向けた外国人観光客の受入体制強化 (p. 54)</p>
		<p>取組33 ボランティアガイドによる外国人サポート (p. 54)</p>

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

施策	施策の分類	主な取組
<p>【届ける】 5. 観光客のニーズに応じた効果的な情報発信</p>	<p>(1) 観光客のニーズに応じた情報の提供</p>	<p>取組47 タイムリーな情報発信 (p. 58)</p> <p>取組48 歴史的建造物を活用した観光情報の発信 (p. 58)</p> <p>取組49 多言語に対応した外国人向け観光情報の充実 (p. 58)</p> <p>取組50 区民や近隣区在住者に向けた観光情報の発信 (p. 58)</p> <p>取組51 日本人観光客に向けた魅力発信 (p. 58)</p> <p>取組52 大使館と連携した観光情報の発信 (p. 59)</p>
	<p>(2) 効果的に情報を届ける手段の拡充</p>	<p>取組53 【重点事業】 港区内のマスメディアとの連携 (p. 59)</p> <p>取組54 SNSによる観光情報発信 (p. 59)</p> <p>取組55 観光冊子等による観光情報発信 (p. 59)</p> <p>取組56 デジタル技術を活用した観光情報発信 (p. 59)</p> <p>取組57 知名度の高い観光雑誌等の媒体を活用した効果的な情報発信 (p. 59)</p> <p>取組58 航空機内を活用した情報発信 (p. 60)</p> <p>取組59 港区観光大使の活用 (p. 60)</p> <p>取組60 一般社団法人港区観光協会ホームページの充実 (p. 60)</p> <p>取組61 商店街への観光客誘致事業の推進 (p. 60)</p> <p>取組62 官公庁や民間企業等と連携したパンフレットやガイドブックへの情報掲載の検討 (p. 60)</p>

施策	施策の分類	主な取組
<p>【届ける×つなげる】</p> <p>6. 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</p>	(1) 情報発信時における港区の認知度向上	<p>取組63 港区の統一的なブランド価値の創造に向けた取組 (p. 61)</p>
		<p>取組64 全国各地域への対外的なシティプロモーションの推進 (p. 61)</p>
		<p>取組65 「シティプロモーションシンボルマーク」の普及・啓発と活用促進 (p. 61)</p>
	(2) 港区のブランド力の強化に向けた情報発信	<p>取組66 【重点事業】 港区ワールドプロモーション映像の発信 (p. 61)</p>
		<p>取組67 国内外に向けたシティプロモーションの推進 (p. 62)</p>

第4章

港区の観光振興施策

1 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

(1) エリアの魅力強化に向けた地域資源の再編・発掘

地域の特長を生かし、地域魅力をさらに高めるため、地域資源の再編、魅力となりうる地域資源の発掘を行います。

取組1 芝地区の取組

- ・ 芝地区の魅力を「芝の語り部」によるまち歩きツアーや歴史にまつわる講座を通じて、区内外の人に広く発信します。また、竹芝エリアのまちづくりに関わる多様な主体と区民参画組織との連携により、魅力と活気あふれる地域づくりをめざします。

取組2 麻布地区の取組

- ・ 「麻布地域の魅力伝承事業」は、麻布地区の歴史・文化などを「知る」「伝える」ことで、区民等が地域に関心を持ち、愛着が持てることを目的とした事業です。写真の収集及び展示、講演会やまち歩きガイドツアーの実施、あざぶカルタなどを使ったイベントを通して、幅広い世代に麻布の魅力を発信していきます。

取組3 赤坂地区の取組

- ・ 赤坂・青山のマスコットキャラクター「赤坂親善大使」が、地域のイベントに出演し地域の活性化を図ります。また、赤坂・青山イメージソング「MY HOME TOWN」を地域で行われる行事やイベント等あらゆる場面で活用し、様々な手法により効果的に情報発信を行います。

取組4 高輪地区の取組

- ・ 高輪地区の歴史的・文化的魅力をあらゆる人に分かりやすく伝承するため、今と昔に関するストーリーを「私が語る高輪今昔物語」としてまとめ、まち歩き、展示会及び動画配信等を行います。誰もが訪れたいくなるまちの魅力として発信することで、地域のにぎわいを創出します。

取組 5 芝浦港南地区の取組

- 「泳げる海、お台場」を東京 2020 大会のレガシーとして次世代へ引継ぐため、令和 6（2024）年に開催されるオリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市であるパリ市と連携した「お台場プラージュ（海水浴）」を実施します。実施に当たっては、東京都と調整を図るほか、地域住民、事業者及び周辺商業施設との協働・連携を強化します。

取組 6 リニア中央新幹線の始発駅である品川駅や沿線地域と連携した取組

- リニア中央新幹線の始発駅が品川駅になることから、沿線地域とのつながりを深め、まちの魅力を発信します。

取組 7 「TAKANAWA GATEWAY CITY」等の再開発地域への観光客誘致

新規

- 新たなまちとなる「TAKANAWA GATEWAY CITY」等の再開発地域の魅力を伝え、最新の観光スポットとして認知を向上させることで観光客を誘致します。

（2）観光ニーズに合わせた地域資源の活用

港区を訪れる様々な人の観光におけるニーズにあわせ、テーマごとの観光ルートの作成や情報発信、支援等による地域資源の活用を行います。

取組 8 水辺資源を活用した観光体験の創出 **【重点事業】**

- 東京湾や運河を有する港区の魅力の1つとして、舟運ツアーや水陸両用バスによる観光、運河に架かる橋りょうのライトアップを活用した観光振興を行います。

取組 9 ナイトタイムエコノミーの推進 **【重点事業】**

- 港区の多彩な夜の魅力を紹介し、安全・安心に配慮した港区ならではの夜の観光を提供します。また、安全・安心の観点から MINATO フラグ事業者をPRします。
- 近隣区等と連携したナイトタイムエコノミーの推進を検討します。
- 港区の夜を彩る魅力的な観光資源を効果的に活用し、多様な取組の実現と持続的な港区ならではのナイトタイムエコノミーの推進を図るため、日没後から早朝にかけて実施する事業に係る経費の一部を補助します。

関連計画等

- 港区シティプロモーション戦略 取組6
- 港区総合交通計画 取組8
- 港区生活安全行動計画 取組8・取組9
- 港区まちづくりマスタープラン 取組8
- 港区産業振興プラン 取組9



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 10 「食」の観光資源としての活用

- ・ 「食」も観光資源と捉え、「食」を中心とした観光の構築や来訪者に向け紹介します。

取組 11 「祭り」の観光資源としての活用及び情報発信

- ・ 地域の魅力に身近に触れることができる「祭り」について、その魅力を発信し、観光資源の1つとして活用を促進します。

取組 12 劇場やアート鑑賞等の文化芸術を目的としたツーリズムの促進

- ・ 区内の劇場や美術館、博物館等の文化芸術を活用し、施設の紹介やイベントなどの情報を発信します。

関連計画等

- ・ 港区生活安全行動計画 取組 10
- ・ 港区産業振興プラン 取組 10・取組 11
- ・ 港区文化芸術振興プラン 取組 11・取組 12



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

2 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

(1) ターゲットごとの回遊時行動を意識した地域資源の再編・整理

再来訪・滞在を伸ばして欲しい層に向けた、観光資源の見直しや観光ルートの作成を行います。

取組 13 地元の魅力再発見に向けた観光ルートの作成

- 区内各地域の特性を生かしたまち歩きコースや魅力あるスポットを再発見できるよう、観光ルートを作成し、地域ごとの回遊性を高めます。

取組 14 自転車シェアリングを活用した観光ルートの作成

- 港区内の自転車シェアリングを活用した観光ルートを構築し、定番化します。また、観光情報誌等で広く発信し活用を促進します。

取組 15 歴史資源を活用したまち歩き等の実施

- 史跡を巡るツアーを始め、歴史上の人物、出来事に関連したまち歩きルートを作成します。回遊性を高めるため点在する関連施設を巡るルートなども取り入れることを検討します。

(2) 地域資源で惹きつけ、回遊につなげるための手段検討

港区内での回遊促進に向け、交通機関等の交通手段も踏まえた観光ルートの作成や既存施設・資源を活用したまち歩きの企画を行います。

取組 16 魅力的な観光ルートの作成・公共交通機関の活用

- 新規開業した観光施設など多くの人に楽しんでもらえる観光ルートを作成します。また、観光冊子等で区内を周遊できるちいばす、お台場レインボーバスなどの公共交通機関の活用方法について紹介します。

関連計画等

- 港区まちづくりマスタープラン 取組 13・取組 15
- 港区文化芸術振興プラン 取組 13・取組 15
- 港区シティプロモーション戦略 取組 13・取組 15・取組 16
- 港区総合交通計画 取組 14



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 17 大使館を巡るまち歩きツアーの実施

- ・ 多くの大使館が集積している特性を生かした大使館を巡るまち歩きツアー等を実施し、区内の回遊性を高めます。

取組 18 定期的なまち歩きツアーの実施

- ・ 一般社団法人港区観光協会、港区観光ボランティアの会と連携し、観光客に人気の高いまち歩きツアーを定期的の実施します。

取組 19 港区の特性を生かしたマイクロツーリズムの推進

新規

- ・ 港区の特色ある観光資源を活用したマイクロツーリズムを推進し、地域ごとの回遊性を高めます。

取組 20 インフラツーリズムの促進

- ・ 鉄道、河川、坂などのインフラについて、観光資源としてまち歩きルートや見学の機会を広く紹介し、魅力を発信します。

関連計画等

- ・ 港区国際化推進プラン 取組 17
- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 17・取組 18・取組 19・取組 20
- ・ 港区文化芸術振興プラン 取組 17
- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 17・取組 18・取組 20
- ・ 港区生活安全行動計画 取組 20



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

3 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

(1) 多様性に配慮した観光客の心地よさを創出する基盤づくり

誰もがストレスなく観光し、過ごすことのできる環境づくりに向け、観光におけるインフォメーション機能の強化やキャッシュレス決済機能の推進を行います。

取組 21 港区観光インフォメーションセンターの拡充

- 区内の商業施設運営事業者等と連携し、観光インフォメーションセンターの増設を推進するとともに、日本のゲートウェイとしての機能や内容を充実させ、観光客の利便性を高めた観光案内を推進します。

取組 22 キャッシュレス決済導入店の拡充

- 観光客に人気のある「商店街」において、キャッシュレス決済導入経費を補助する区の補助金を周知し、キャッシュレス決済導入店を拡充します。

取組 23 観光・街区案内標識の充実によるまち歩きの実便性向上

- 多言語対応や案内用図案（ピクトグラム）による観光・街区案内標識の設置により港区を訪れる人が快適にまち歩きを行うことができるよう利便性の向上を図ります。

取組 24 Wi-Fi（公衆無線 LAN）の整備による通信環境情報の発信

- 港区を訪れる誰もが観光や防災等の情報に快適にアクセスできるよう、区が提供している Wi-Fi サービスの設置状況を区ホームページで発信します。

取組 25 AI を活用した観光案内機能の充実

- 観光インフォメーションセンターや観光・街区案内標識等における AI（人工知能）の活用により、観光客のニーズに合わせた観光案内機能の充実を図ります。

関連計画等

- 港区国際化推進プラン 取組 21・取組 23
- 港区まちづくりマスタープラン 取組 21・取組 23・取組 24・取組 25
- 港区シティプロモーション戦略 取組 21・取組 25
- 港区産業振興プラン 取組 22
- 港区バリアフリー基本構想 取組 23・取組 25
- 港区 DX 推進計画 取組 24



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

(2) 観光客・区民の誰もが安全・安心に滞在できる環境づくり

誰もが安全・安全に港区で滞在できるよう、危機管理対応の整備を行い、文化やバリアフリー等に配慮した環境を観光客・区民の視点から整えます。

取組 26 日本のマナー等外国人観光客に向けた情報提供 **【重点事業】**

- ・ 「港区観光&マナーブック」の配布等により、外国人観光客に港区（日本）でのマナー等の理解を深めてもらうことで旅行時の不安や情報不足によるトラブルを未然に防ぎ、港区での快適な滞在と体験を提供するとともに、オーバーツーリズム等の対策につなげます。
- ・ 一般社団法人港区観光協会等と連携し、ICTを活用して、外国語対応可能な店舗をわかりやすく案内する方法について検討します。

取組 27 観光客の安全・安心を守るための情報提供

- ・ 観光冊子で、港区防災アプリや防災に役立つ情報が掲載されているサイトを紹介するほか、区ホームページで行っている「やさしい日本語」での情報発信や、SNS・デジタルサイネージ等での情報発信により、観光客の安全・安心を守るための情報提供を行います。
- ・ 観光関連事業者に対し、区や東京都等が作成している災害時における初動対応マニュアルなどを情報提供し、災害に備える体制を整備します。

取組 28 住宅宿泊事業者（民泊）への観光情報の提供

新規

- ・ 住宅宿泊事業（民泊）の届出者に対して、観光冊子等を提供することで、民泊宿泊者に観光冊子等を通じて港区での快適な滞在を提供し、区内での観光を促します。

取組 29 アレルギーの配慮やムスリム等の習慣に対応した案内表示の周知

- ・ 港区、東京都等が公開しているアレルギー等のピクトグラムや指差しシートを活用するなど、海外からの観光客が安心して観光を楽しめるよう環境整備事業を周知します。
- ・ ムスリム観光客等の受入環境整備について東京都等の事業を周知します。

関連計画等

- ・ 港区文化芸術振興プラン 取組 26
- ・ 港区国際化推進プラン 取組 26・取組 27
- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 26・取組 27
- ・ 港区 DX 推進計画 取組 27



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 30 「バリアフリーまち歩き MAP in 港区」の活用促進

- 区内のバリアフリー化の状況に合わせて観光ルートの作成を検討するとともに、デジタル化した「バリアフリーまち歩き MAP in 港区」を区ホームページ等で公開し、観光施設や公共交通機関のバリアフリー情報を掲載します。

(3) 観光関連事業促進に向けた人材育成・受入体制づくり

持続可能な体制づくりに向け、観光客を受け入れる観光ボランティア等の人材育成や受入体制への支援を行います。

取組 31 港区観光ボランティアガイドの育成・支援 **【重点事業】**

- 観光ボランティアガイドの新規募集とともに、スキルアップ講座等を通じ、観光客の多様なニーズにきめ細かく対応できるよう育成します。また、一般社団法人港区観光協会と連携して観光ボランティアガイドを支援します。

取組 32 観光事業者、飲食店等に向けた外国人観光客の受入体制強化

【重点事業】 **新規**

- 外国人観光客を受け入れる側の観光事業者、飲食店等に対して、多言語対応の取組を支援することにより、外国人観光客を快く迎える環境の整備やオーバーツーリズム等の対策につなげます。

取組 33 ボランティアガイドによる外国人サポート

- 観光ボランティアガイドへのスキルアップ講座において防災をテーマにするなど、災害時に国際防災ボランティアと協力して対応できるように連携を検討します。

関連計画等

- 港区国際化推進プラン 取組 30
- 港区生涯学習推進計画 取組 31
- 港区まちづくりマスタープラン 取組 30・取組 31・取組 33
- 港区シティプロモーション戦略 取組 31・取組 33
- 港区バリアフリー基本構想 取組 30



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認ください。

4 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

観光関連事業者や団体による課題共有や活動等連携促進に向け、取組の推進や場づくり等の実施・支援を行います。

取組 34 DMOやまちづくり団体との連携強化【重点事業】

- 区内企業や関係団体からなるDMO⁷やまちづくり団体と連携し、エリアとしての魅力を高め、観光客の誘致に向けた取組を積極的に支援します。

取組 35 MICE 誘致に向けた民間の取組の支援【重点事業】

- 民間事業者やDMOと連携し、MICEを誘致するための取組について協力、支援します。

取組 36 一般社団法人港区観光協会への支援

- 一般社団法人港区観光協会に対して補助金を交付し、事務局体制と運営事業を支援することで、観光振興施策の充実を図ります。

取組 37 港区内観光関連事業者等の連携会議の開催

- 一般社団法人港区観光協会、港区商店街連合会、東京商工会議所、観光関連事業者等と連携を図り、課題を共有し、観光資源の活用やナイトタイムエコノミーの推進について意見交換をするため定期的に港区観光振興連携会議を行います。

⁷ Destination Management/Marketing Organizationの略で、観光地域づくり法人のこと。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔。

関連計画等

- 港区まちづくりマスタープラン 取組 34・取組 35
- 港区シティプロモーション戦略 取組 34・取組 35



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 38 港区観光フォトコンテストの支援

- ・ 港区内の観光スポットの魅力の再発見や新しい観光スポットの創出のため、一般社団法人港区観光協会実施の「港区観光フォトコンテスト」を支援します。受賞作品等については多くの人目に触れるようSNSで配信するほか、パネル展示に協力します。

(2) 港区内外との連携体制構築と交流の場づくり

港区における他地域とのイベント開催や近隣区と連携した観光ルート作成等を行い、港区外のエリアとの関係性の構築や交流の場づくりを行います。

取組 39 商店街と全国各地域との交流物産展の開催

- ・ 新橋の駅前において、全国各地域との交流物産展を継続して開催し、区民や観光客だけではなく通勤・通学者、通行者に向けても港区及び関連自治体の魅力を発信するとともに、区内の商店街と全国各地域との交流を促進します。

取組 40 ものづくり・商業観光フェアの支援

- ・ 長年にわたり受け継がれてきた伝統工芸、商店街や観光資源などの魅力を展示、実演及び体験を通じて、区内のものづくり、商業及び観光の振興と地域の活性化を図る「港区ものづくり・商業観光フェア」の開催を支援します。

取組 41 島しょ地域との連携による観光振興の取組

- ・ 島しょの自治体や一般社団法人港区観光協会等と協力し、観光情報の発信、島しょの特産品を使用した商品の販売等を通じて観光振興を推進します。

取組 42 近隣区と連携した観光振興の推進

- ・ 観光客の視点で、近隣区と連携した観光情報の発信や舟運事業を始め、区を越えた広域的な観光ルートを創出し、観光客のニーズ・行動パターンに沿った取組を推進します。

関連計画等

- ・ 港区産業振興プラン 取組 39・取組 40
- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 38・取組 39・取組 40
- ・ 港区総合交通計画 取組 42
- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 42



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

(3) 戦略的な観光振興を支えるデータ基盤づくり

観光動向・ニーズ把握に向け、基礎調査の実施やオープンデータ、民間データなどを積極的に活用します。

取組 43 観光動態基礎調査の継続実施

- ・ 訪日外国人旅行者や日本人旅行者の動向、観光関連施設における来場状況等について調査するため、観光動態基礎調査を継続して実施します。

取組 44 ターゲットに応じた観光ニーズの把握

新規

- ・ 在日外国人、大使館等との連携・協力を図り、観光に求めるニーズを把握した上でターゲットに応じた観光振興施策を検討します。

取組 45 オープンデータの活用

- ・ 経済センサス等の基礎統計、観光庁、日本政府観光局（JNTO）及び東京都の統計調査のほか、民間企業や団体等が提供するオープンデータを活用することで、観光に関する現状や課題、傾向を分析し、港区の観光振興の推進に役立てます。

取組 46 民間事業者の旅行市場調査等の活用

新規

- ・ 民間事業者が実施している観光市場調査のデータを活用することで観光ニーズを把握し、観光振興施策の検討材料とします。

関連計画等

- ・ 港区 DX 推進計画 取組 45



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

5 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

(1) 観光客のニーズに応じた情報の提供

港区に興味を持つ層を来訪につなげ、来訪者に更なる魅力を伝えるため、関係機関・団体と連携しながら情報を整理し、来訪者にあわせた発信を行います。

取組 47 タイムリーな情報発信

- 区内の新しく観光資源になるようなスポットや店舗等の情報について、一般社団法人港区観光協会と連携し、冊子やSNSなどで広く積極的に発信します。

取組 48 歴史的建造物を活用した観光情報の発信

- 寺社仏閣をはじめ、港区の指定有形文化財である港区立伝統文化交流館や歴史的に貴重な建物である港区立郷土歴史館など建物に特化した観光情報を紹介します。

取組 49 多言語に対応した外国人向け観光情報の充実

- 多言語対応した観光マップ等のデジタル配信を促進するとともに、外国人に向けたコンテンツやイベント情報などの情報発信を強化します。

取組 50 区民や近隣区在住者に向けた観光情報の発信

- 区民や近隣区在住者に向け、身近であるゆえにこれまで気づけなかった地域や認知度の高くない隠れたスポットの魅力を発信します。

取組 51 日本人観光客に向けた魅力発信

- 国内旅行において鉄道や航空機の基点となる場所からのアクセスを生かし、港区の魅力を感じられる観光ルートを構築し、一般社団法人港区観光協会のホームページやSNS等で発信します。

関連計画等

- 港区シティプロモーション戦略 取組 47
- 港区まちづくりマスタープラン 取組 48
- 港区文化芸術振興プラン 取組 48
- 港区シティプロモーション戦略 取組 48
- 港区DX推進計画 取組 49・取組 51
- 港区国際化推進プラン 取組 49



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 52 大使館と連携した観光情報の発信

- ・ 最も多くの大使館が集まる自治体として、大使館や一般財団法人港区国際交流協会と連携し、港区と大使館双方に有益な情報の発信を検討します。

(2) 効果的に情報を届ける手段の拡充

区民や来訪者に確実に情報を届けるべく、様々な手段を検討し、情報発信を行います。

取組 53 港区内のマスメディアとの連携【重点事業】

- ・ 区内に多くあるテレビ局等マスメディアと連携し、区有施設等を活用したロケーション誘致を推進することにより、港区の露出機会の増加を図るなど、効果的な情報発信に取り組みます。
- ・ テレビや映画等のロケ地となった場所を広く発信し、ロケツーリズムとして観光客を誘致します。

取組 54 SNSによる観光情報発信

- ・ イベント情報や観光モデルコースを紹介する観光情報を広く拡散するため、SNSで配信します。

取組 55 観光冊子等による観光情報発信

- ・ 紙媒体の観光冊子作成のほか、区ホームページ、一般社団法人港区観光協会ホームページのほか、東京都等の観光情報サイト等でデジタル版の観光冊子を掲載し、広く観光情報を発信します。

取組 56 デジタル技術を活用した観光情報発信

- ・ 一般社団法人港区観光協会や観光関連事業者等とともに、VR等のデジタル技術の高い訴求力を生かした効果的な情報発信を行います。
- ・ 現地にいなくても観光体験を可能とする「バーチャルによる観光」や、最新のデジタル技術を活用した情報発信の活用についても検討します。

取組 57 知名度の高い観光雑誌等の媒体を活用した効果的な情報発信

- ・ より多くの人へ港区に対する興味や関心、来訪意欲を高めるため、一般社団法人港区観光協会と連携し、知名度の高い観光雑誌等と連携した観光情報誌を発行します。

関連計画等

- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 52・取組 53・取組 54・取組 55・取組 56
- ・ 港区DX推進計画 取組 53・取組 54・取組 55
- ・ 港区国際化推進プラン 取組 54
- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 55



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 58 航空機内を活用した情報発信

- ・ 航空機内誌や機内のデジタルサイネージ等に港区の観光情報を掲載し、日本及び東京への来訪者に対して、港区の魅力を発信するとともに来訪を喚起します。

取組 59 港区観光大使の活用

- ・ 港区に縁（ゆかり）がある区民等の情報発信力を活用し、地元の人ならではの情報等を発信します。

取組 60 一般社団法人港区観光協会ホームページの充実

- ・ 観光客が容易に観光情報を入手できるよう、一般社団法人港区観光協会と連携し、一般社団法人港区観光協会ホームページの充実化を図ります。

取組 61 商店街への観光客誘致事業の推進

- ・ 港区商店街連合会と連携し、各エリアの魅力的な商店街をPRすることで、観光客誘致を促進します。

取組 62 官公庁や民間企業等と連携したパンフレットやガイドブックへの情報掲載の検討

- ・ 官公庁や民間企業等が発行する観光パンフレットやガイドブック等への港区の情報掲載について検討します。

関連計画等

- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 58
- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 58・取組 59・取組 60
- ・ 港区DX推進計画 取組 59
- ・ 港区文化芸術振興プラン 取組 59
- ・ 港区産業振興プラン 取組 61



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

6 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

(1) 情報発信時における港区の認知度向上

港区としての認知度向上のため、シティプロモーション活動やシティプロモーションシンボルマークの浸透を図ります。

取組 63 港区の統一的なブランド価値の創造に向けた取組

- ・ 港区の統一的なブランド価値を創造するため、シティプロモーションシンボルマークの6色の都市イメージを広く周知し、観光客に選ばれる都市して区の認知度向上を図ります。

取組 64 全国各地域への対外的なシティプロモーションの推進

- ・ 全国各地域で実施されるイベント等に参加し、港区の多彩な魅力を全国に発信します。

取組 65 「シティプロモーションシンボルマーク」の普及・啓発と活用促進

- ・ 港区の魅力やブランド、都市イメージを伝えるシティプロモーションシンボルマークをイベントや刊行物など多くの人の目に触れる機会積極的にPRします。また、MINATO シティプロモーションクルーや民間企業での活用を推進します。

(2) 港区のブランド力の強化に向けた情報発信

港区としてのブランディングを行うため、国内外に向けた映像の発信やシティプロモーションに取り組めます。

取組 66 港区ワールドプロモーション映像の発信 **【重点事業】**

- ・ 港区のワールドプロモーション映像を多言語で制作し、区ホームページ及び YouTube 等で国内外に発信し、外国人観光客（インバウンド）の誘致を推進します。

関連計画等

- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 63・取組 64・取組 65・取組 66
- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 64



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

取組 67 国内外に向けたシティプロモーションの推進

- ・ 観光客のニーズに合わせ、港区の地域特性であるホテルを活用して国内外に向けたそれぞれ有効なプロモーションを実施します。
- ・ 港区とともに魅力やブランドを国内外に広く発信する個人や団体（企業等を含む）を「クルー」と位置付け、その取組を「MINATO シティプロモーションクルー認定事業」として認定し、活動経費の一部を助成します。

関連計画等

- ・ 港区シティプロモーション戦略 取組 67
- ・ 港区 DX 推進計画 取組 67
- ・ 港区国際化推進プラン 取組 67
- ・ 港区まちづくりマスタープラン 取組 67



※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。

第5章 プランの推進

1 実現に向けた推進体制の概要

区民、民間、港区観光大使など観光を支える12の力との連携により、「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～」の達成に向けて、官民連携で推進していきます。

図表 27：実現に向けた推進体制の概要



2 各主体の役割

港区と一般社団法人港区観光協会が観光施策の実現に向けて強固に連携するとともに、区民、民間、港区観光大使など観光を支える12の力を活用し、各主体と連携・協働して観光振興を推進します。

(1) 港区観光振興の中核となる主体の役割

① 港区の役割

港区は、第4次港区観光振興プランの実現に向けて、本プランに掲げる取組を推進するため、観光振興施策の企画・立案・実施・進捗までの総合管理を行うとともに、国や東京都、関連団体等との連携及び調整を行います。

また、観光政策担当が所管する会議体による評価・改善等の進捗管理体制の構築や、全庁横断的な連携による観光振興に関連する基盤整備、関連団体や地域等による観光振興の取組への支援及び機運の醸成などに取り組みます。

さらに、一般社団法人港区観光協会との更なる連携体制を構築し、区民、民間、港区観光大使などとの連携の力を活用しながら、効果的かつ継続性の高い観光振興に取り組みます。

② 一般社団法人港区観光協会の役割

一般社団法人港区観光協会は、多種多様な観光関連事業者等で構成された団体であり、港区の観光振興の一翼を担っています。第4次港区観光振興プランの実現に向けて、港区と連携し、会員企業間のネットワークを生かした事業展開が期待されます。観光協会の活動の更なる活性化の方法を検討し、情報発信や観光客受入環境の整備などを主体的に進めるなど、将来的には観光地域づくりの推進に向けた舵取り役・調整役（日本版DMO等）として、観光地としての地域のマネジメントやマーケティングの役割・機能の拡充をめざします。

図表 28：港区及び一般社団法人港区観光協会の役割

港 区	役割の明確化 による 効果的かつ 効率的な 事業の実施	一般社団法人港区観光協会
<ul style="list-style-type: none"> ○観光振興施策の企画・立案・実施 ○観光振興プランの総合管理 ○国・都、関係団体との連携・調整 ○全庁横断的な観光振興の基盤整備 ○関係団体への支援 など <p>めざす方向</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>将来を見据えた効果的かつ 継続性の高い観光振興の実現</p> </div>		<ul style="list-style-type: none"> ○観光振興事業の企画立案・実施 ○区、観光ボランティアガイドとの連携 ○会員ネットワークの活用 ○会員メリット向上による活性化 ○観光情報の発信 ○観光客受入環境の整備 など <p>めざす方向</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>観光地域マーケティング・ マネジメントとしての機能・活動</p> </div>

(2) 港区の観光を支える12の力

① 区民（在住・在学・在勤者）の役割

区民は、港区への愛着を深め、日常的に自身が観光客として港区観光を楽しむとともに、豊富な観光体験や港区に関する様々な知識をもとに、港区を訪れる観光客を受け入れる担い手や情報発信の担い手となります。

② 民間（企業、大学、DMO、メディア等）の役割

民間は、各事業者の人材、製品やサービス、資金や情報を活用した非常に活発な事業活動を通じて、港区の新たな観光資源の創出やにぎわいの創出等、第4次港区観光振興プランの様々な事業、取組の担い手となります。

③ 全国連携自治体の役割

全国連携自治体は、全国の特徴ある地域との連携により、観光資源の提供、魅力的な情報発信やにぎわいづくりを実現します。また、観光振興活動を通じて、港区と全国連携自治体との連携を継続的に強化します。

④ 港区産業団体連合会の役割

港区産業団体連合会は、中小企業活動の向上と活性化をめざし、様々な活動を行っており、「港区ものづくり・商業観光フェア」では匠の技を未来に継承することを目的として港区の魅力を紹介する等、観光振興の担い手となります。

⑤ 港区商店街連合会の役割

港区商店街連合会は、日頃の商業活動を通じて港区の貴重な観光資源である商店街の魅力を発信するとともに、にぎわいを創出するイベントの企画や実施、外国人観光客への対応（多言語対応等）を含めた受入環境を整備し、観光振興の担い手となります。

⑥ 東京商工会議所港支部の役割

東京商工会議所港支部は、会員交流事業、国際化支援、研修やセミナー等の開催を通じて、港区の観光振興の担い手となります。

⑦ 一般財団法人港区国際交流協会の役割

一般財団法人港区国際交流協会は、会員のボランティア活動や各種イベントを通じて、日本人と外国人の懸け橋として、港区の観光振興の担い手となります。

⑧ 社会福祉法人港区社会福祉協議会の役割

社会福祉法人港区社会福祉協議会は、バリアフリー観光の推進において、高い専門性を持った知見や知識を提供し、誰もが港区での観光を楽しむことができる体制を推進します。

⑨ 公益財団法人港区スポーツふれあい文化健康財団（Kiss ポート財団）の役割

公益財団法人港区スポーツふれあい文化健康財団（愛称：Kiss ポート財団）は、区民による自主的なコミュニティ活動の支援、文化、スポーツ、生涯学習及び健康増進等にかかわる事業に取り組んでいます。みなと区民まつり、MINATO シティハーフマラソンなどスポーツ・文化振興・コミュニティ事業等を通して区民だけでなく観光客の参加も促し、観光振興の面でも活動を展開します。

⑩ 港区観光大使の役割

港区に縁（ゆかり）があり、港区に愛着を持ち、港区を積極的に国内外にアピールする港区観光大使は、名刺を活用した観光PRやSNSなどを活用し、地元の人ならではの情報等を発信し、観光振興の担い手となります。

⑪ 港区観光ボランティアガイドの役割

港区観光ボランティアガイドは、まち歩きを通じて国内外から港区を訪れる観光客のニーズにきめ細かく対応し、港区の多彩な魅力を直接発信していく担い手として、様々なテーマのツアーを企画・実施し自主的な活動を行っています。ツアーを通じて、港区への理解や愛着を更に深めるほか、多言語対応や多様な文化への理解を醸成し、継続的な観光ボランティアガイド活動を展開します。

⑫ 大使館の役割

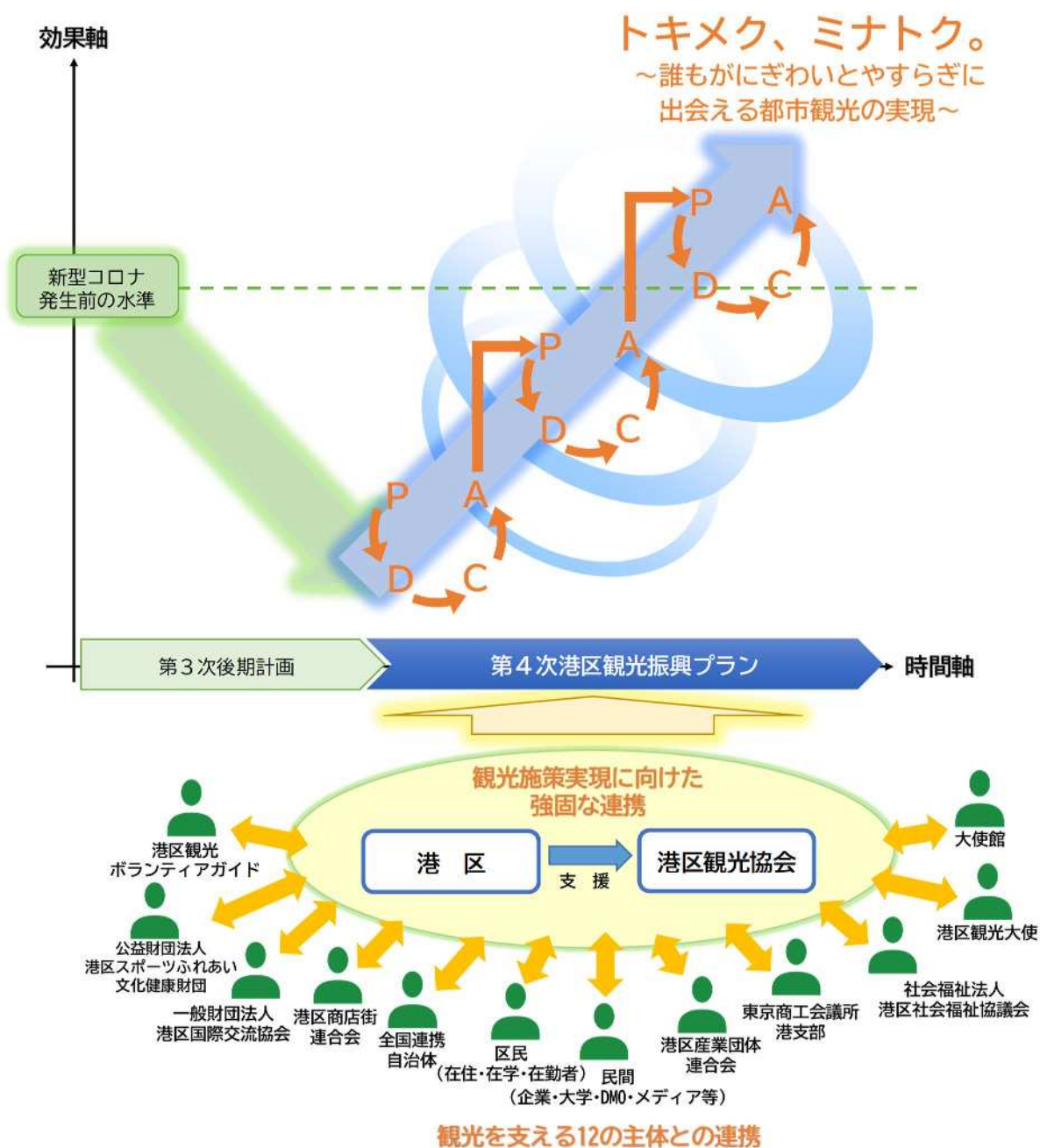
日本の玄関口として港区に多数存在する大使館は、港区を訪れる観光客に対して各国のPRや受入を行うとともに、各国から港区、日本を訪れる訪日外国人に対して日本における観光マナーを伝達し、観光振興の担い手となります。

3 第4次港区観光振興プランの進捗管理の方針

第4次港区観光振興プランにおける各取組は、観光政策担当が関係各課をはじめ一般社団法人港区観光協会、区民、民間、全国連携自治体など観光を支える12の力と連携して実施します。

また、定期的に成果を検証し必要な改善策を検討するなど、計画（Plan）、実行（Do）、点検・評価（Check）、改善・見直し（Act）のPDCAサイクルの好循環（スパイラルアップ）を生み出すことにより、「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～」の達成をめざします。

図表 29：実現に向けた PDCA サイクルの好循環（スパイラルアップ）



第6章 資料編

1 日本人港区来訪者調査

(1) 調査概要

インターネット調査により、10,000 サンプル以内でスクリーニング調査を行い、そのうち、1年以内に港区に来訪した旅行者を対象に調査を実施した。

900 サンプルの回答を得て集計・分析を行った。

(2) 調査手法

① 調査期間

令和4年11月1日～11月13日

② 調査対象者

1年以内に港区に来訪した日本人旅行者

③ サンプル数の設定

年代毎のサンプル数は均等とし、宿泊旅行者 700 サンプル、日帰り旅行者 200 サンプルの計 900 サンプル

※宿泊旅行者のサンプルの抽出に当たっては、関東地方在住者を除く

④ 回収数

900 サンプル

宿泊旅行者（700 サンプル）、日帰り旅行者（200 サンプル）

⑤ 報告書の見方

- ・各設問は記載がある問を除いて、基本的には単一回答である。
- ・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。
- ・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

(3) 回答者の属性

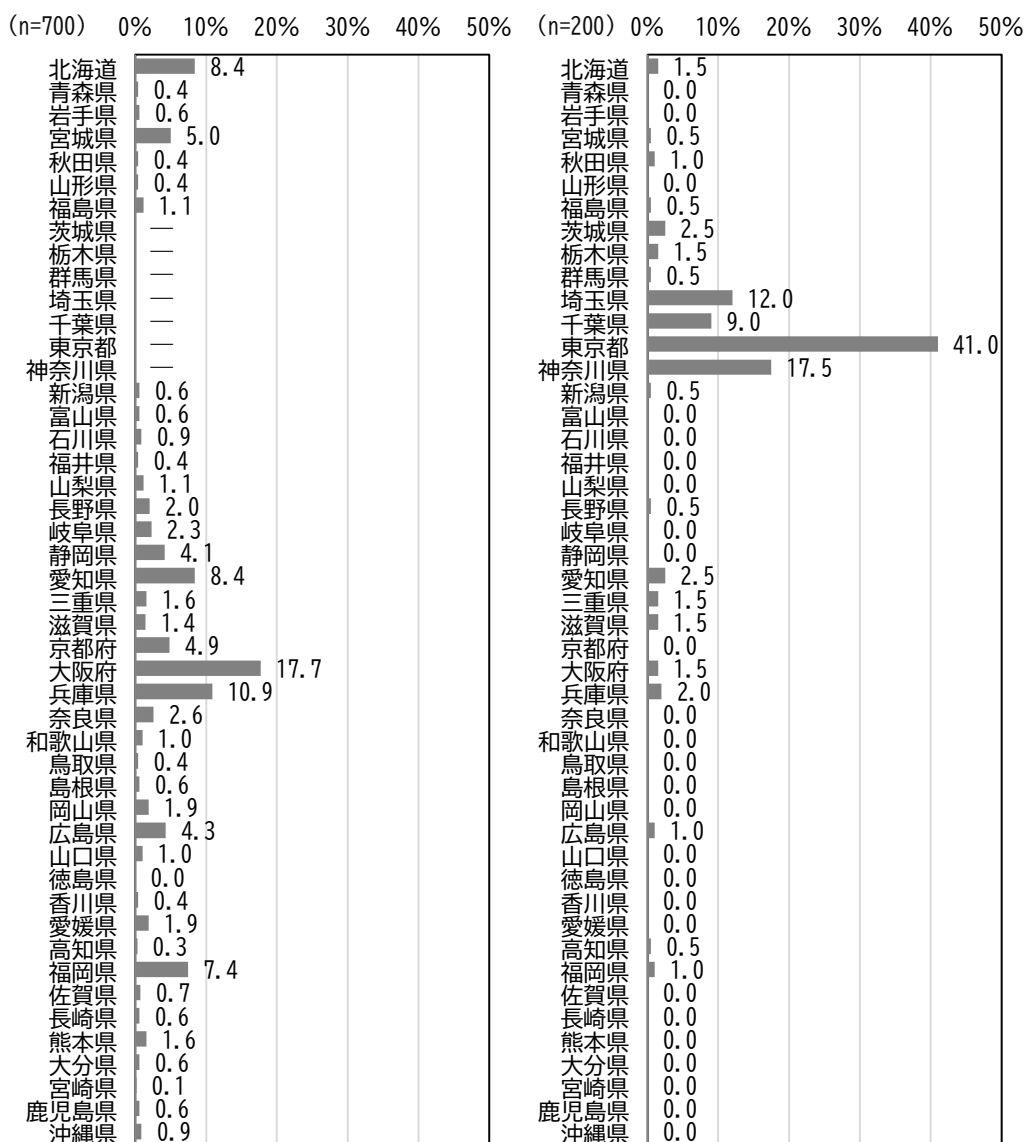
あなたの居住地（都道府県）を教えてください。

【居住地（47 都道府県）】

宿泊旅行者の居住地は、「大阪府」（17.7%）が2割近くで最も高く、次いで「兵庫県」（10.9%）、「北海道」、「愛知県」（各 8.4%）である。

日帰り旅行者は「東京都」（41.0%）が4割を超えて最も高く、次いで「神奈川県」（17.5%）である。

居住地（左：宿泊旅行者、右：日帰り旅行者）



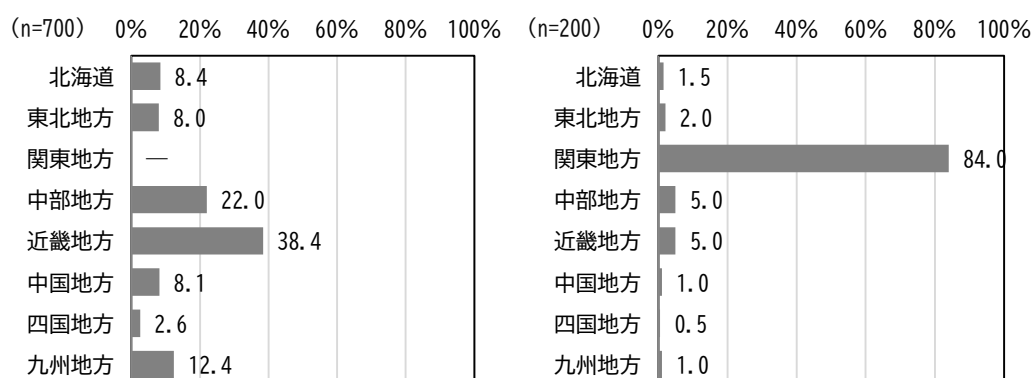
注1) 宿泊旅行者について、関東地方在住者は対象外のため「—」表示（以下、同様）

【居住地（8地方区分）】

宿泊旅行者の居住地は、「近畿地方」（38.4%）が4割近くと最も高く、次いで「中部地方」（22.0%）である。

日帰り旅行者は「関東地方」（84.0%）が8割半ばと最も高く、次いで「中部地方」、「近畿地方」（各5.0%）である。

8地方区分別の居住地（左：宿泊旅行者、右：日帰り旅行者）



(4) 調査結果

あなたが過去1年以内（令和3年11月～令和4年10月）に、旅行で港区を訪れた回数を、日帰りと宿泊、それぞれお答えください。

【過去1年以内の港区内へのお出かけ回数（日帰り／宿泊）】

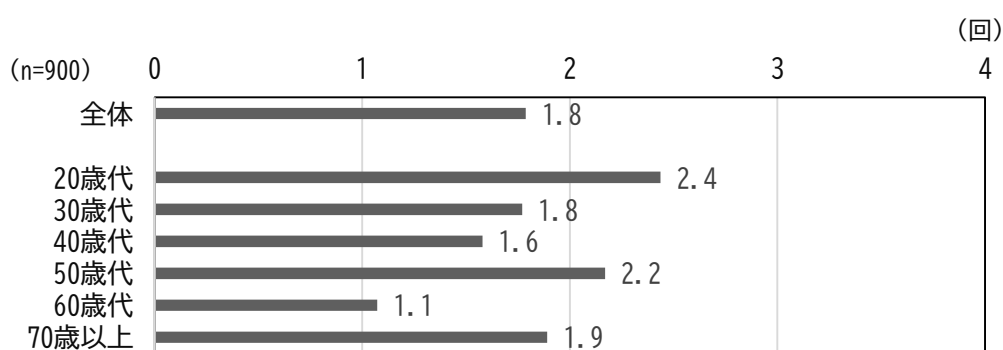
日帰りは、全体で平均1.8回である。

年代別で見ると、「20歳代」（2.4回）が最も多く、次いで「50歳代」（2.2回）である。

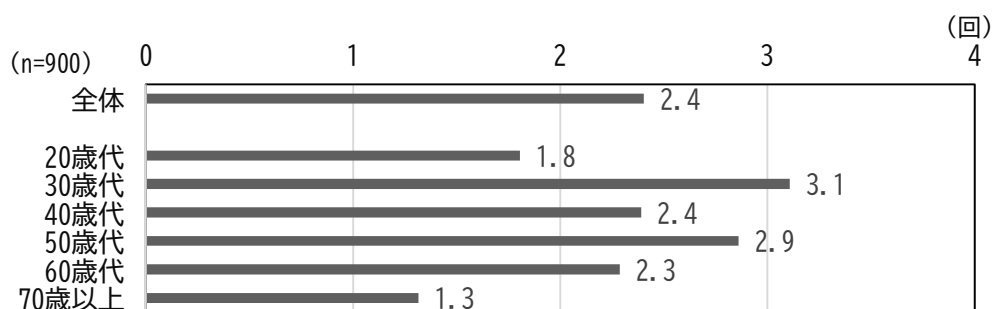
宿泊は、全体で平均2.4回である。

年代別で見ると、「30歳代」（3.1回）が最も多く、次いで「50歳代」（2.9回）である。

港区への平均旅行回数（日帰り）



港区への平均旅行回数（宿泊）



来訪時の主な目的をお答えください。

【来訪時の主目的】

全体では、「買い物・飲食」（30.7%）が約3割で最も高く、次いで「その他」（19.4%）、「行祭事・イベント見物」（14.9%）である。なお、「その他」をみると、友人・知人らとの交流、仕事を挙げる回答が多い。

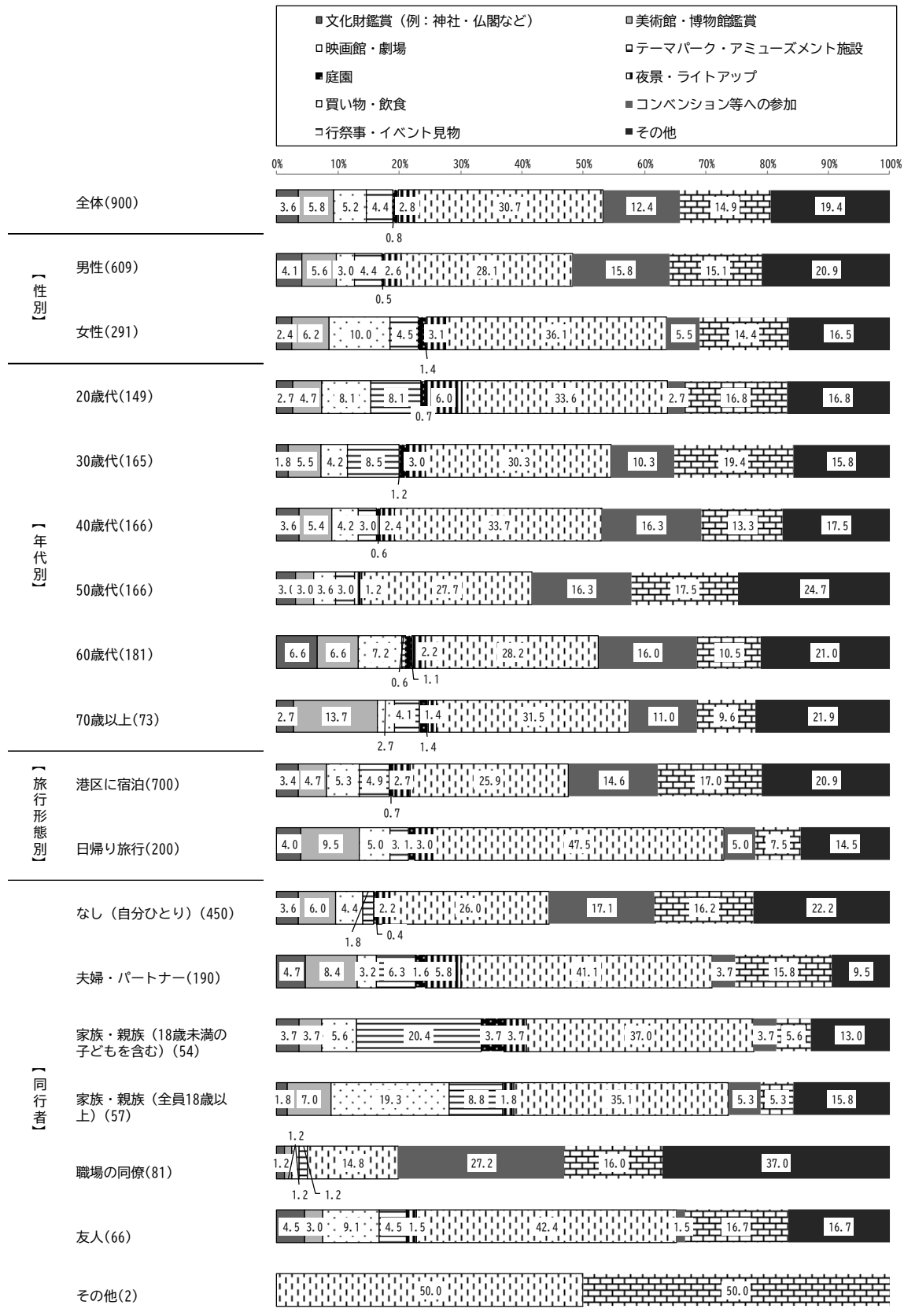
性別でみると、男女ともに「買い物・飲食」（28.1%、36.1%）が最も高い。

年代別でみると、全ての年代で「買い物・飲食」が最も高い。

旅行形態別でみると、いずれも「買い物・飲食」が最も高いが、特に「日帰り旅行」は47.5%と全体（30.7%）より10ポイント以上高い。

同行者別でみると、「職場の同僚」を除いて「買い物・飲食」が最も高い。「職場の同僚」は「その他」（37.0%）が最も高く、次いで「コンベンション等への参加」（27.2%）である。

来訪時の主目的



港区内の旅行中のそれぞれの費用（消費額）をお答えください。（概ね千円単位）

【港区での観光消費額】

観光消費額全体の合計金額は 38,707 千円、平均金額は 43 千円である。

用途別に全体の平均金額をみると、「宿泊費」（22 千円）と最も高く、次いで「飲食費」（13 千円）である。

観光消費額全体の平均金額において、性別でみると、「男性」が 41 千円、「女性」が 47 千円である。年代別でみると、「60 歳代」が 50 千円と最も高くなっている。

港区での観光消費額

宿泊費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		694	15,005	22
旅行形態別	日帰り	0	0	0
	宿泊	694	15,005	22
飲食費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		896	11,317	13
旅行形態別	日帰り	200	1,383	7
	宿泊	696	9,934	14
施設入場料		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		886	2,229	3
旅行形態別	日帰り	200	282	1
	宿泊	686	1,947	3
ショッピング		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		897	7,511	8
旅行形態別	日帰り	200	1,181	6
	宿泊	697	6,330	9
交通費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		880	2,646	3
旅行形態別	日帰り	199	285	1
	宿泊	681	2,361	3
観光消費額計		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		899	38,707	43
性別	男性	608	24,986	41
	女性	291	13,722	47
年代別	20歳代	149	5,179	35
	30歳代	165	7,434	45
	40歳代	165	6,737	41
	50歳代	166	7,430	45
	60歳代	181	8,976	50
	70歳以上	73	2,951	40
旅行形態別	日帰り	200	3,131	16
	宿泊	699	35,576	51

（注1）「(平均金額) ± 3 × (標準偏差)」にて算出した金額を上回る特異値を除外した上で、観光消費額を算出している。また、千円未満を四捨五入しているため、全体の値と費目の積み上げ値が一致しない場合がある。

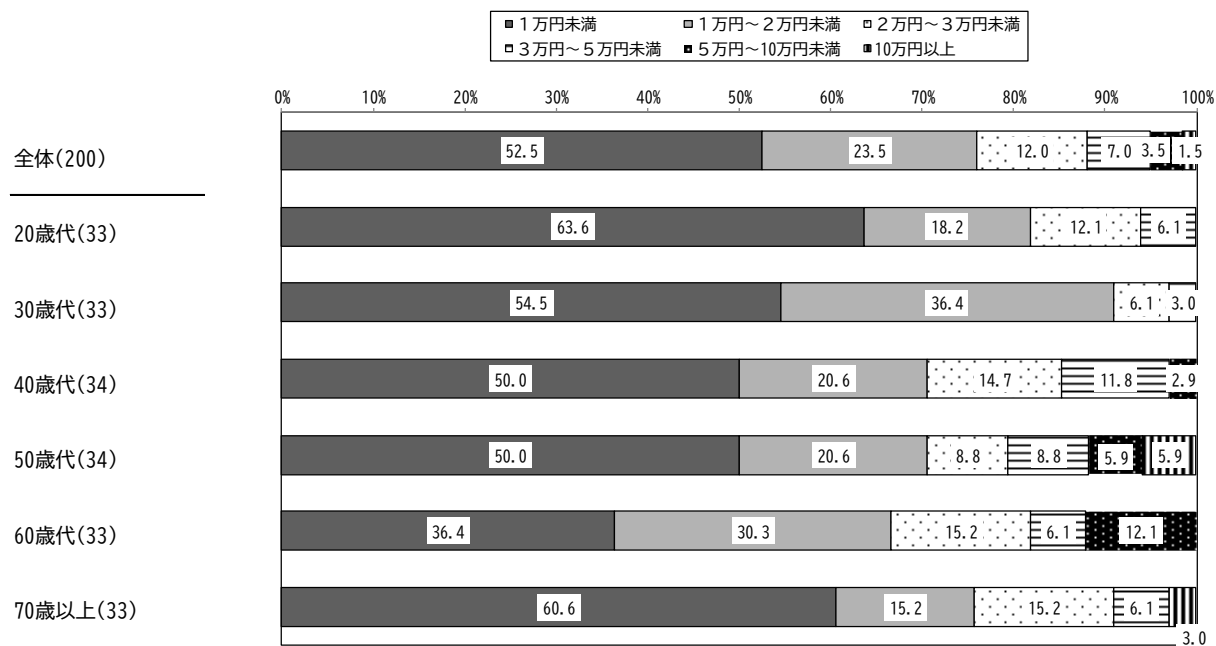
【観光消費額の分布】

(日帰り)

全体では、「1万円未満」(52.5%)が5割を超えて最も高く、次いで「1万円～2万円未満」(23.5%)が2割を超える。

年代別で見ると、「50歳代」は「10万円以上」(5.9%)が他の年代と比べて割合が高い。

観光消費額と分布（日帰り、年代別）

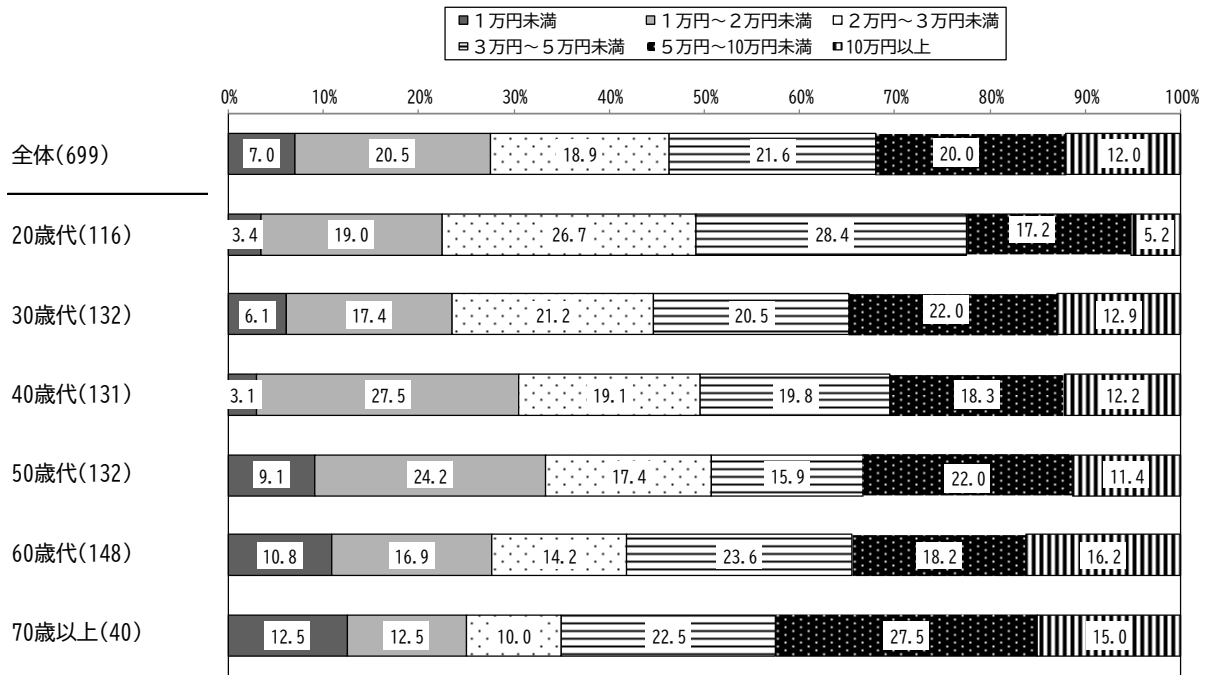


(宿泊)

全体では、「3万円～5万円未満」(21.6%)が2割を超えて最も高く、次いで「1万円～2万円未満」(20.5%)が約2割である。

年代別で見ると、「60歳代」は「10万円以上」(16.2%)が他の年代と比べて最も割合が高い。

観光消費額と分布 (宿泊、年代別)



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。

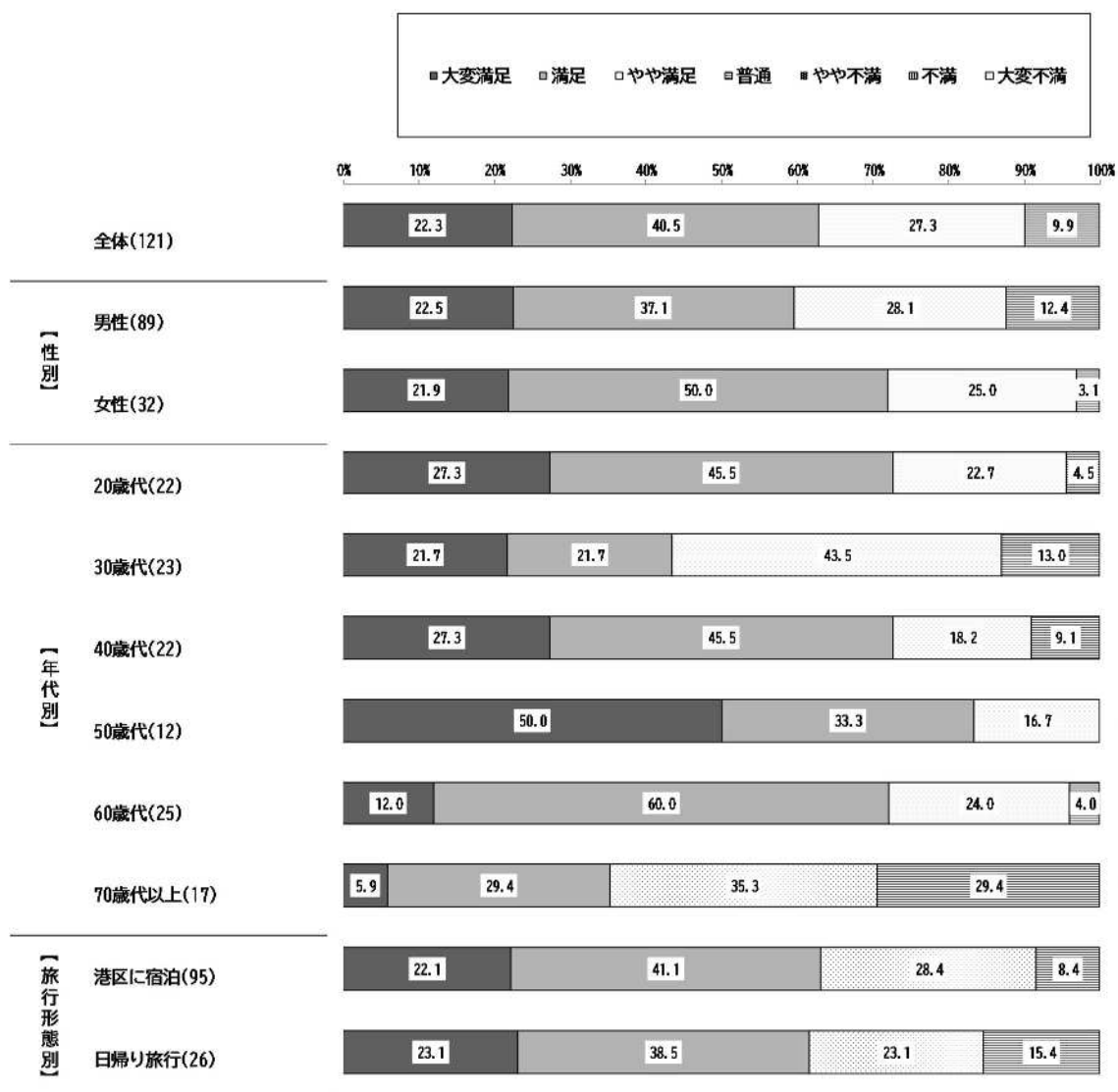
【観光情報の内容に対する満足度】

全体では、「満足」（40.5％）が約4割と最も高く、次いで「やや満足」（27.3％）、「大変満足」（22.3％）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（90.1％）は9割である。

性別で見ると、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』は男性が87.7％、女性は96.9％である。

旅行形態別で見ると、「港区に宿泊」は「満足」（41.1％）が4割を超えて最も高く、次いで「やや満足」（28.4％）、「大変満足」（22.1％）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（91.6％）は9割を超える。

観光情報の内容に対する満足度



交通アクセスの状況はいかがでしたか。

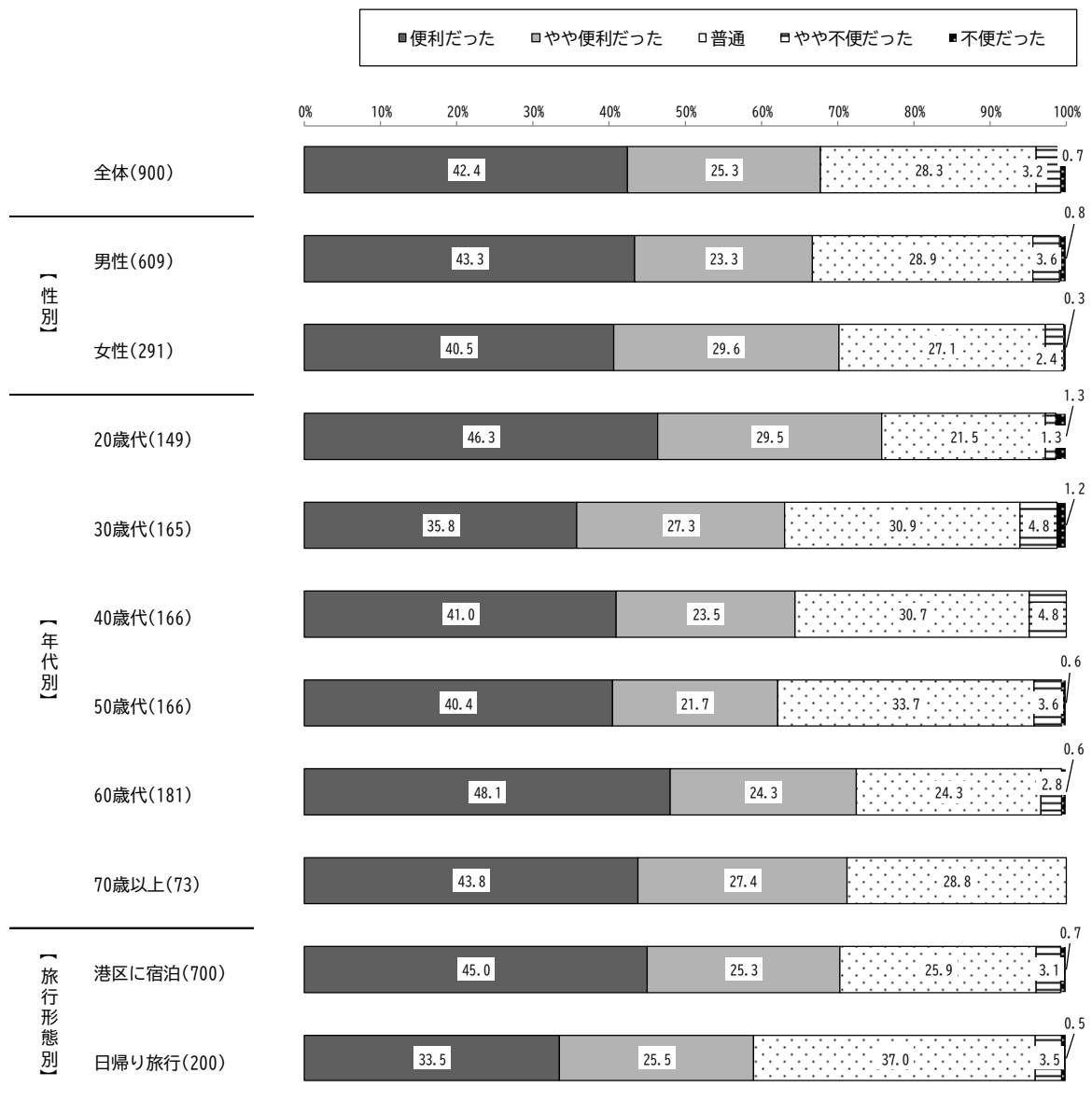
【交通アクセスの満足度】

全体では、「便利だった」（42.4％）が4割を超えて最も高く、次いで「普通」（28.3％）である。「便利だった」及び「やや便利だった」を合わせた『便利だった』（67.7％）は7割近い。

年代別で見ると、「便利だった」がどの年代においても最も高い。

旅行形態別で見ると、「港区に宿泊」が「便利だった」（45.0％）、「日帰り旅行」は「普通」（37.0％）が最も高い。

交通アクセスの満足度



2 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

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、調査票を郵送し調査を実施した。

244 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、訪問又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

① 調査期間

令和4年11月14日～12月20日

② 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)

③ サンプル数の設定

宿泊施設(70サンプル以上)、観光・文化関連施設(50サンプル以上)、商業施設(10サンプル以上)、飲食関連施設(70サンプル以上)、物品販売関連施設(30サンプル以上)

④ 回収数

244 サンプル(種別不明1施設含む)

宿泊施設(51サンプル)、観光・文化関連施設(52サンプル)、商業施設(14サンプル)、飲食関連施設(89サンプル)、物品販売関連施設(37サンプル)

⑤ 個別ヒアリング

上記、回答を得た施設から個別にヒアリングを行った。

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

⑥ 報告書の見方

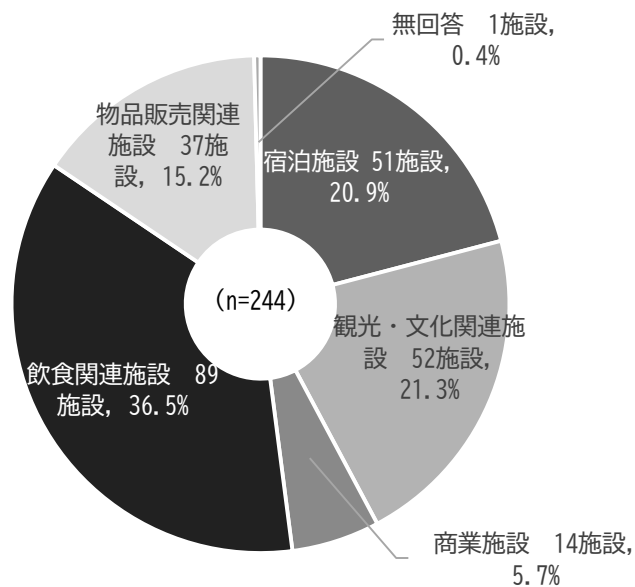
- ・調査結果の構成比率は、小数点第2位を四捨五入したものを記入しているため、構成比の合計が100%とならない場合がある。
- ・回答数が小さいもの(n=30未満)は、比率が上下しやすいため、表・グラフのみを参考として示すにとどめる。
- ・施設種別に調査票が異なるため、一部設問の設問番号が重複している場合がある。
- ・割合の表記は、以下のとおりとしている。

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

(3) 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。

対象施設の件数及び構成比（種別）



(4) 調査結果

過去1年間（令和3年10月～令和4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】

来訪者数の判明している194施設から、直近1年間の来訪者数を聞いたところ、回答を得た施設の平均は、年間166,555人である。

来訪者数平均は、観光・文化関連施設が最も大きい。

直近1年間の来訪者数

	平均人数	最大人数（注1）	合計	回答施設数
全体	166,555	-	32,311,624	194
宿泊施設	36,732	168,623	1,652,941	45
観光・文化関連施設	219,710	1,439,081	9,447,517	43
商業施設	1,789,654	10,000,000	16,106,885	9
飲食関連施設	15,660	170,000	1,017,902	65
物品販売関連施設	131,737	1,200,000	4,083,840	31

注1）各種別で来訪が最大の施設の来訪者数

注2）施設種別の無回答（n=1）があるため、回答施設数を足し上げても、全体（n=194）と一致しない。

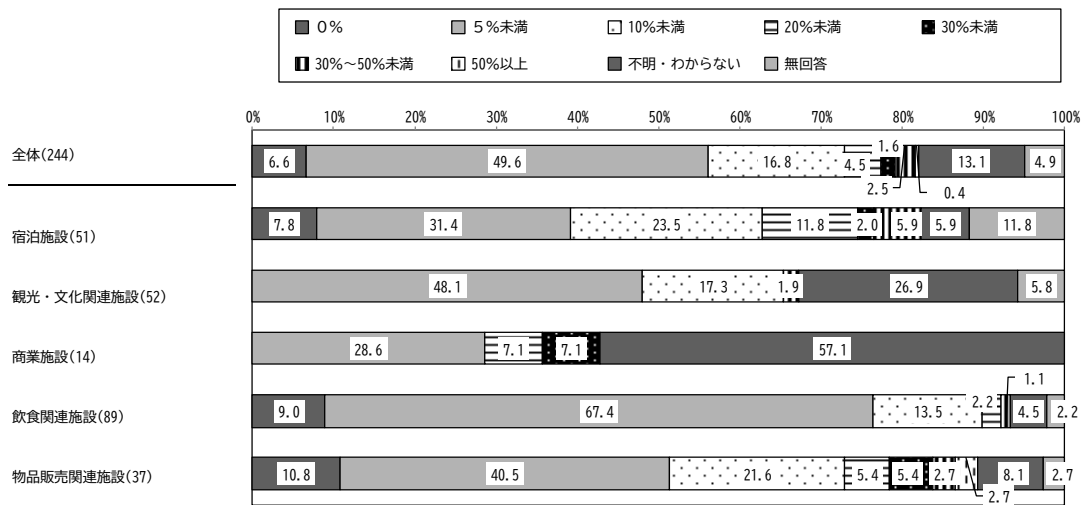
【外国人の来訪割合】

全体では、「5%未満」（49.6%）が最も高い。

施設種別でみると、「20%未満」は宿泊施設（11.8%）が最も高い。

ただし、観光・文化関連施設と商業施設（商業施設は57.1%、観光・文化関連施設は26.9%が「不明・わからない」と回答）は、必ずしも外国人の割合が把握できていない。

外国人の来訪割合



注1) 施設種別の「無回答」を除外しているため、カッコ内の数値を足し上げても、全体(n=244)と一致しない場合がある(以降、同様)。

貴所（あるいは貴グループ）のホームページは、日本語以外のページがありますか。（あてはまるもの1つに○）

<本問で「外国語のページがある」と回答した施設>

日本語のページ以外は何語がありますか。（あてはまるものすべてに○）

【ホームページの外国語対応】

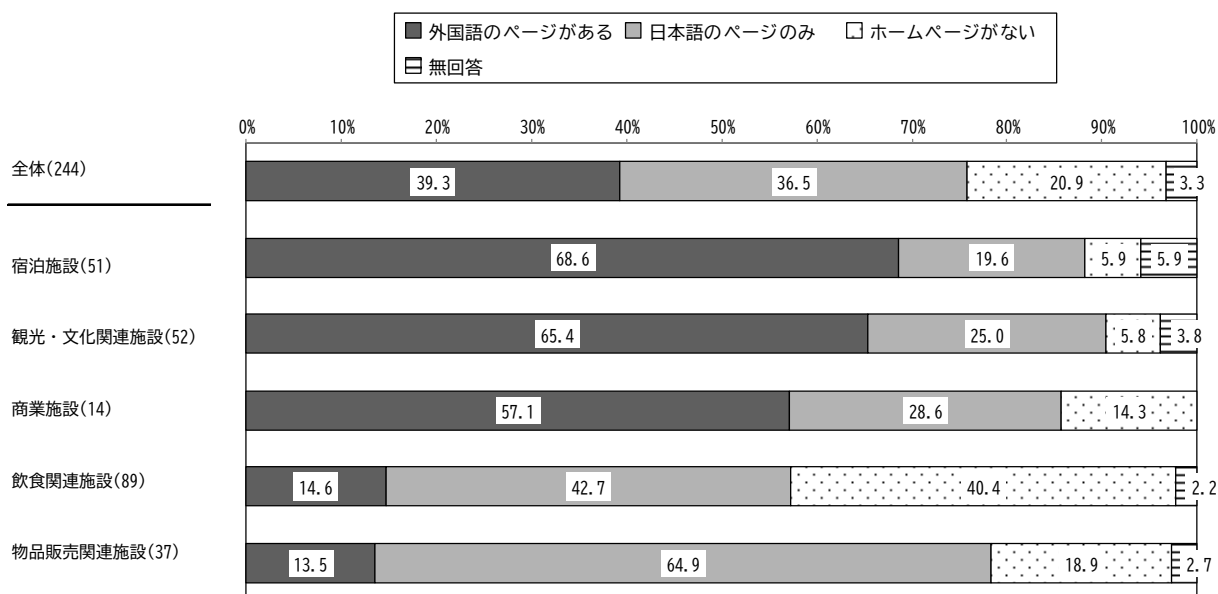
全体では、「外国語のページがある」（39.3%）が最も高く、次いで「日本語のページのみ」（36.5%）である。

施設種別でみると、「外国語のページがある」は宿泊施設（68.6%）が最も高く、次いで観光・文化関連施設（65.4%）である。

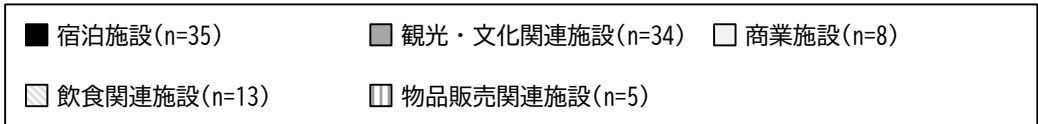
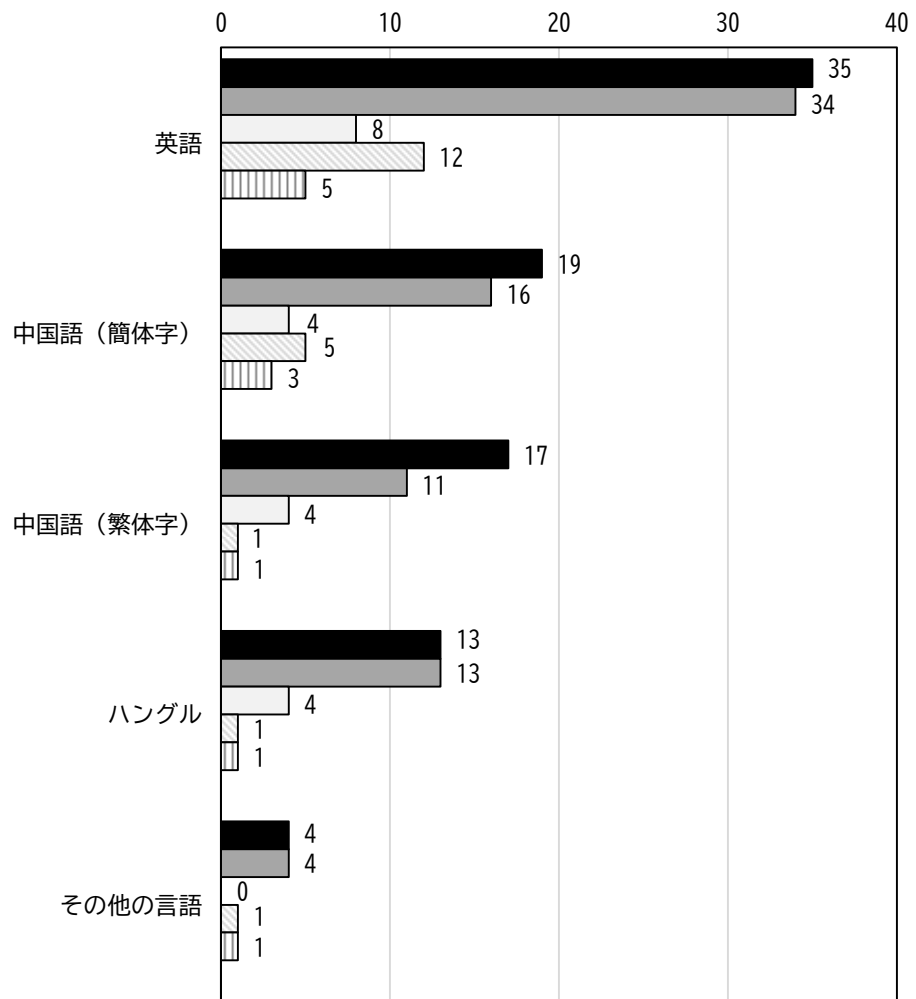
ホームページの使用言語は、「英語」が94件と最も多く、「外国語のページがある」と答えた施設の98.9%である。次いで「中国語（簡体字）」（47件）、「中国語（繁体字）」（34件）である。

「その他の言語」として、「フランス語」、「スペイン語」、「イタリア語」、「タイ語」等が挙げられた。

ホームページの外国語対応



ホームページの使用言語（施設種別：件数）



SNSで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○)
 <本問で「外国語でもSNSでの情報発信をしている」と回答した施設>
 ・外国語での情報発信は何語を使用していますか。(あてはまるものすべてに○)
 ○
 ・外国語での情報発信をしているSNSは何ですか。(あてはまるものすべてに○)

【SNSでの多言語発信状況】

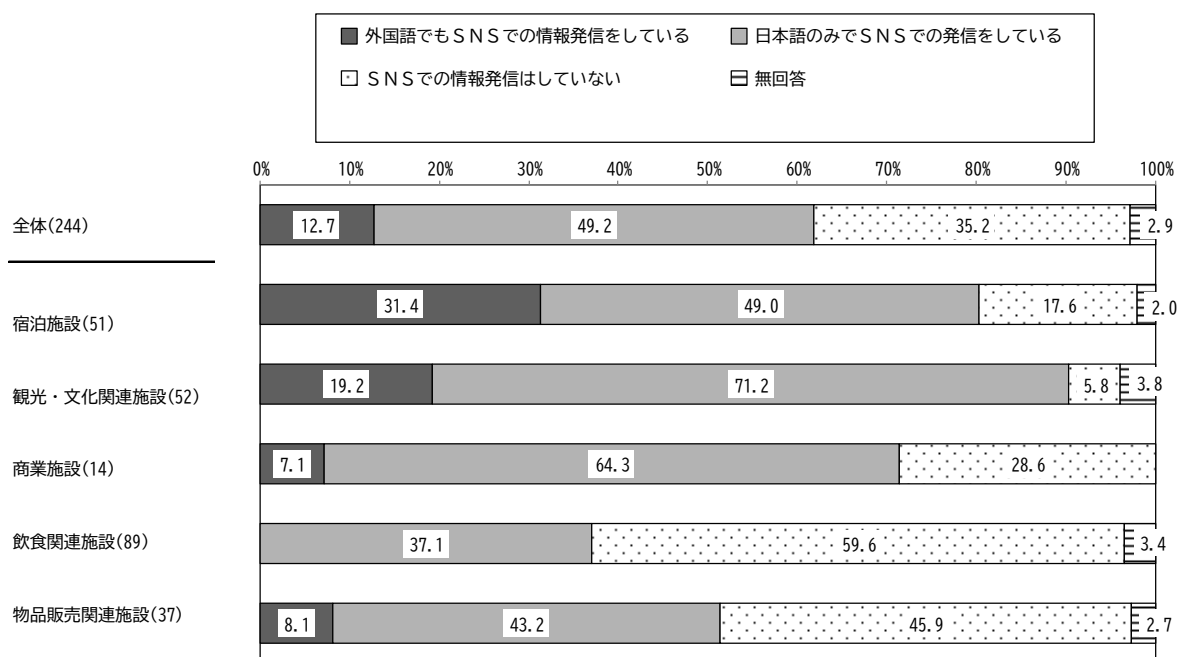
全体では、「日本語のみでSNSでの発信をしている」(49.2%)が最も高く、次いで「SNSでの情報発信はしていない」(35.2%)である。

施設種別でみると、「外国語でもSNSでの情報発信をしている」は宿泊施設(31.4%)が最も高く、次いで観光・文化関連施設(19.2%)である。

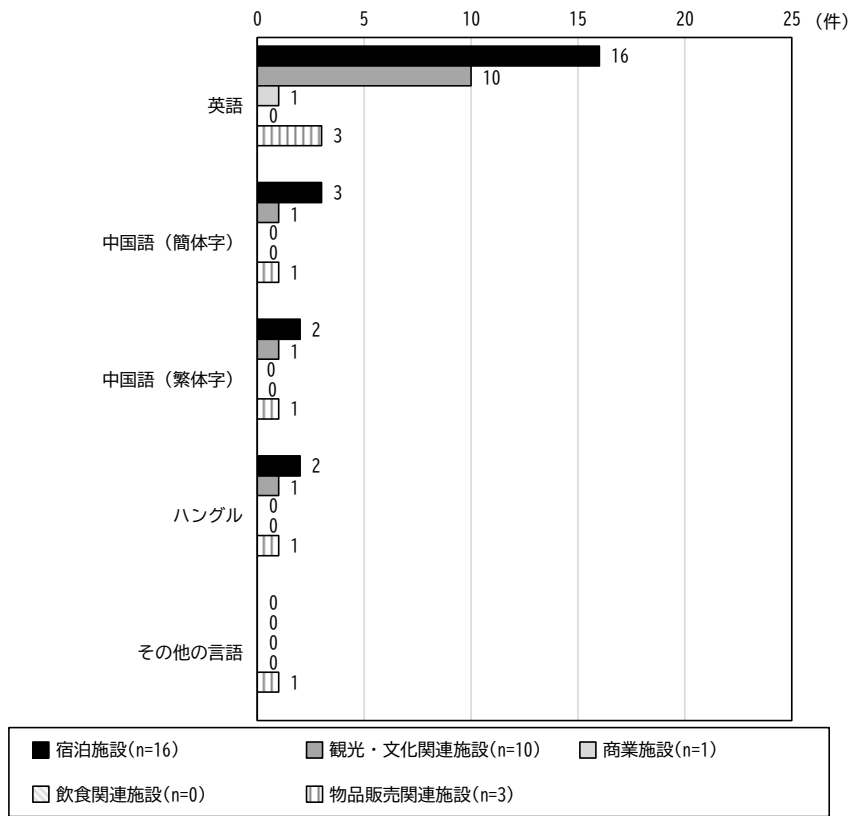
SNSの使用言語は、「英語」が30件と最も多く、次いで「中国語(簡体字)」が5件である。

情報発信をしているSNSの種類は、「Instagram」が21件と最も多く、次いで「Facebook」が19件である。

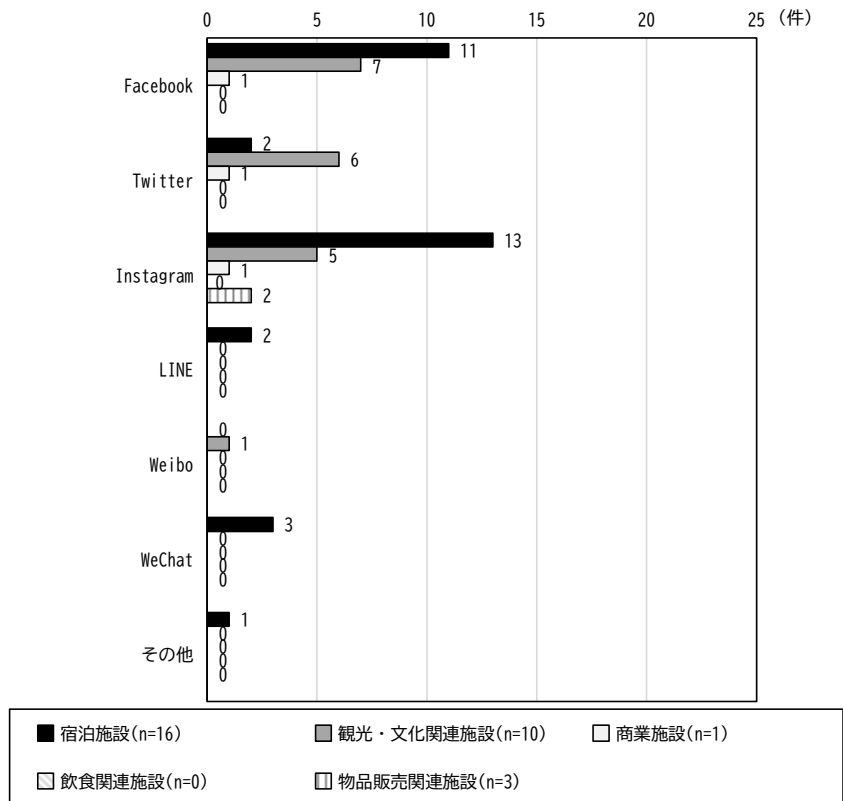
SNSでの多言語発信状況



SNSの使用言語（施設種別）



SNSの種類（施設種別）



パンフレット、リーフレット、お店のチラシ、店内のメニュー（飲食関連施設の場合）は多言語対応されていますか。（あてはまるもの1つに○）

<本問で「している」「しているものと、していないものがある」と回答した施設>

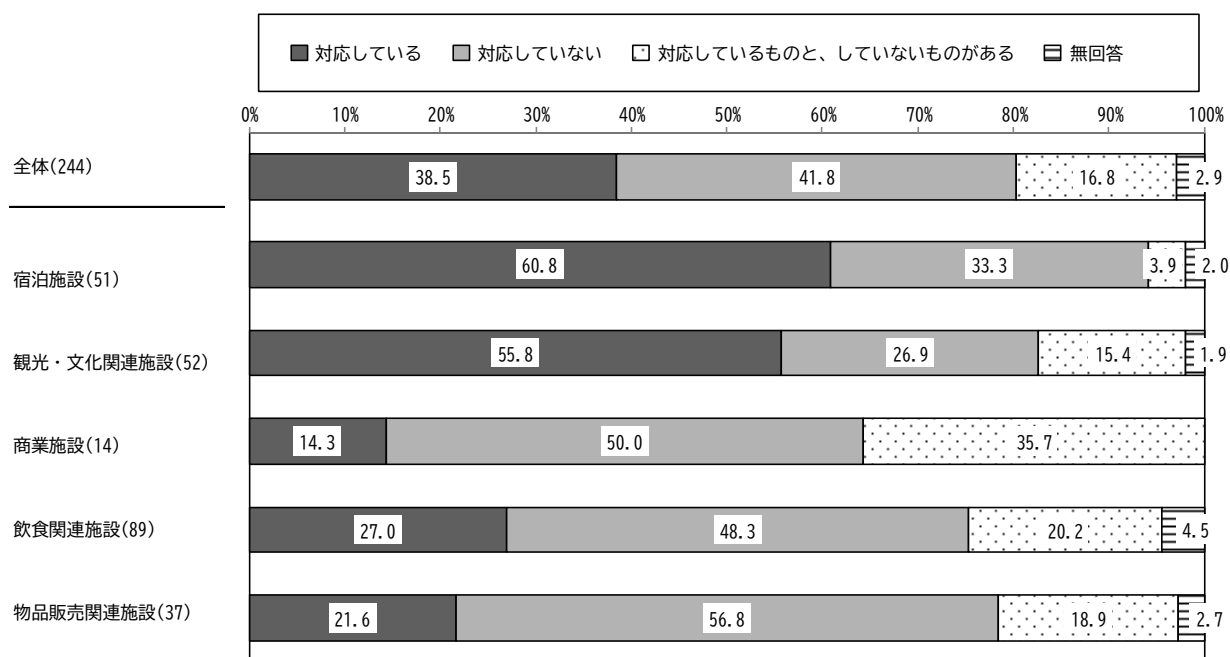
・何語のパンフレット、リーフレット、お店のチラシ等を作成していますか。
（あてはまるものすべてに○）

【印刷物の多言語対応】

全体では、「対応していない」（41.8%）が最も高く、次いで「対応している」（38.5%）である。

施設種別でみると、「対応している」と「対応しているものと、していないものがある」を合わせた『対応している』は、観光・文化関連施設（71.2%）、宿泊施設（64.7%）である。

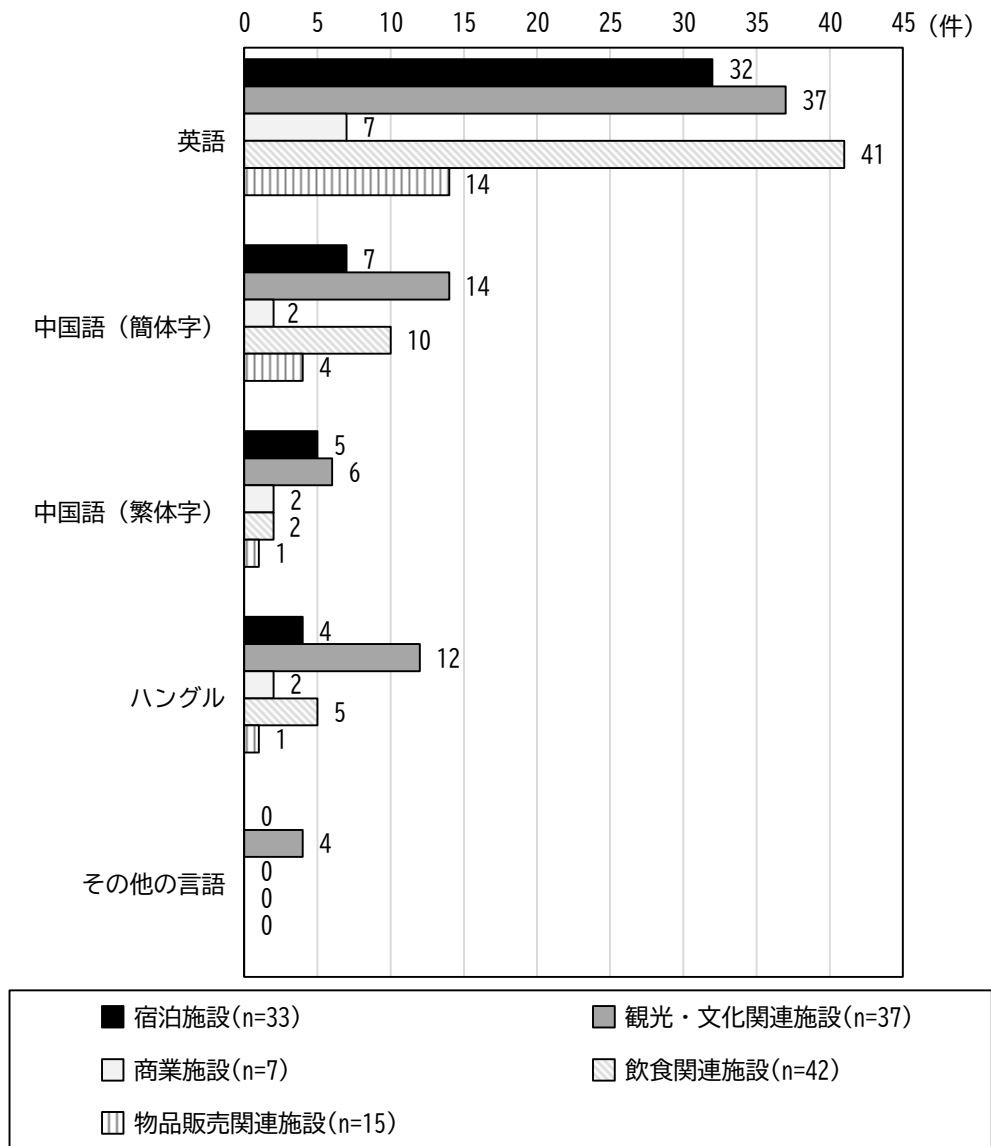
印刷物の多言語対応



【印刷物の多言語対応（言語別）】

パンフレット、メニュー等に使われる言語は、「英語」（131件）が最も高い。英語・中国語・ハングル以外に、「その他」の回答として、「フランス語」、「スペイン語」、「タイ語」が挙げられた。

印刷物の使用言語（施設種別：件数）



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。（あてはまるものすべてに○）

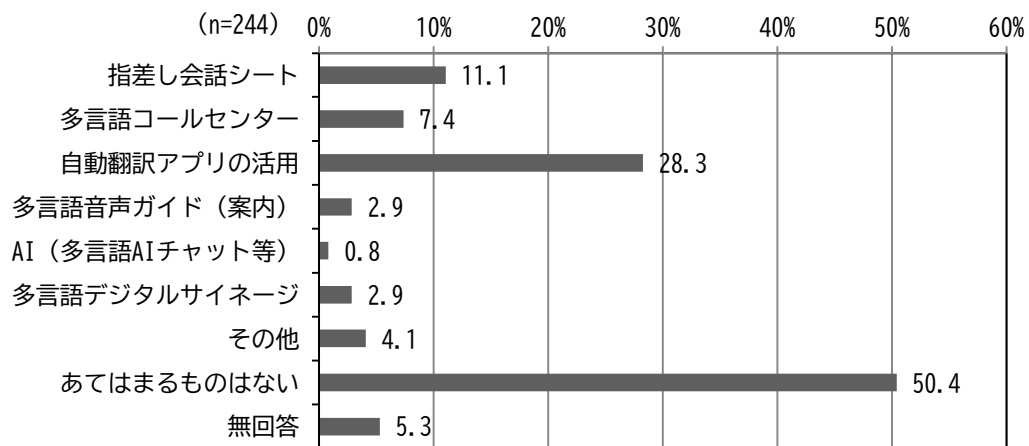
【コミュニケーションツールの利用】

全体では、「あてはまるものはない」を除くと、「自動翻訳アプリの活用」(28.3%)が最も高く、次いで「指差し会話シート」(11.1%)である。

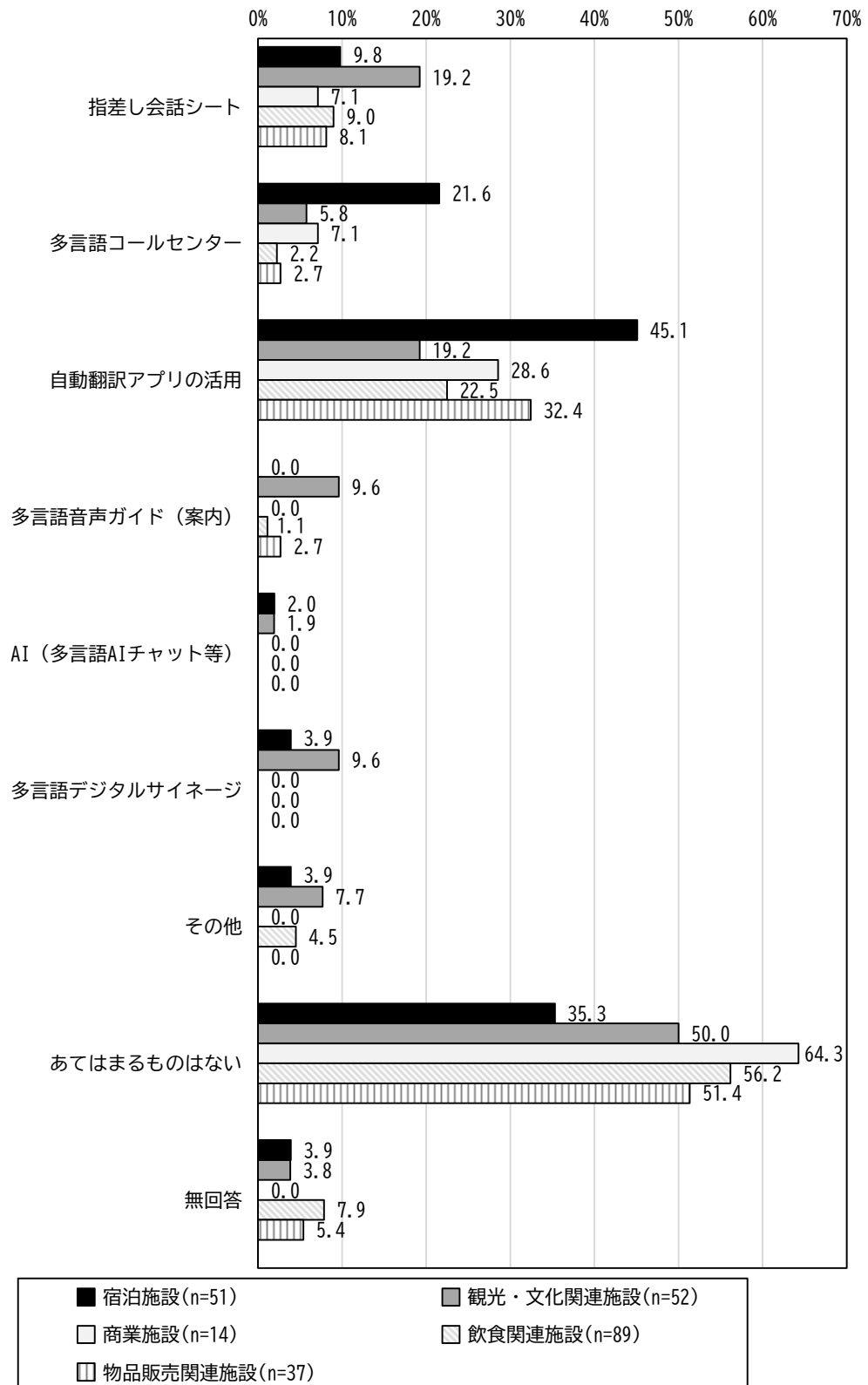
施設種別でみると、「自動翻訳アプリの活用」は宿泊施設(45.1%)での利用割合が最も高い。

「その他」の回答の中では、「ポケトーク」、「Google 翻訳」等が挙げられた。

コミュニケーションツールの利用（全体）



コミュニケーションツールの利用（施設種別）



外国語を話せるスタッフはいますか。（あてはまるもの1つに○）
 <本問で「いる」と回答した施設>
 ・何語を話せるスタッフがいますか。（あてはまるものすべてに○）

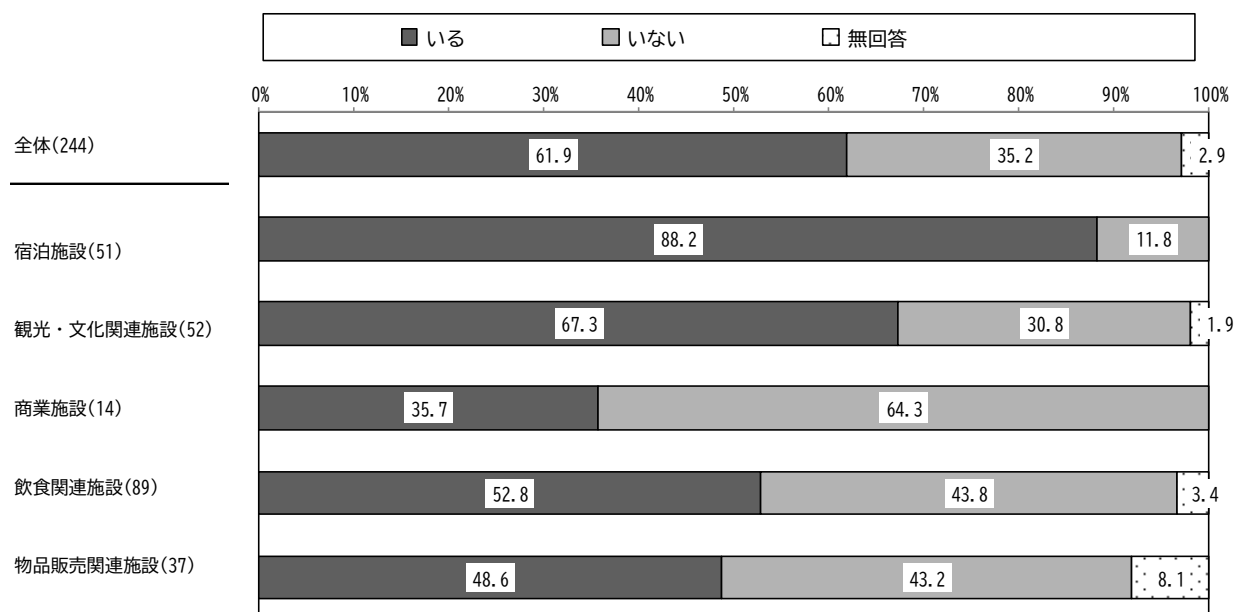
【スタッフの外国語対応】

全体では、外国語を話せるスタッフが「いる」（61.9%）が6割を超えている。

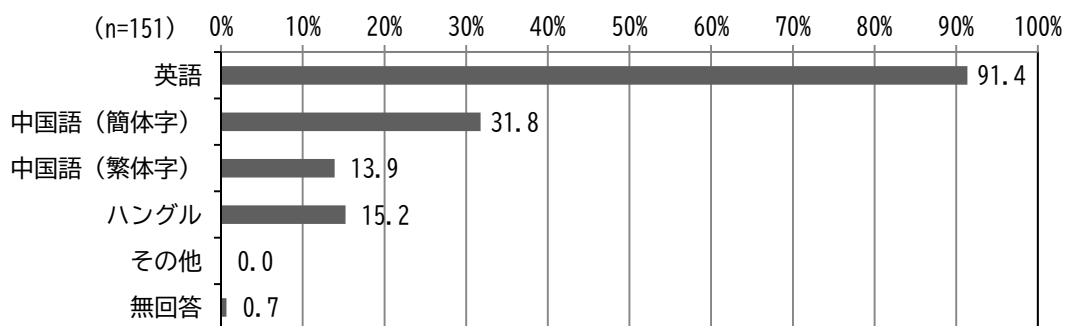
施設種別でみると、外国語を話せるスタッフが「いる」は、宿泊施設（88.2%）が最も高く、次いで観光・文化関連施設（67.3%）、飲食関連施設（52.8%）である。

スタッフの対応言語は、英語138件（91.4%）が最も高い。

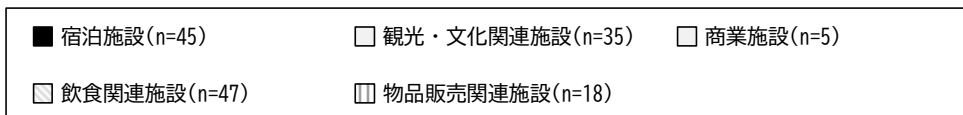
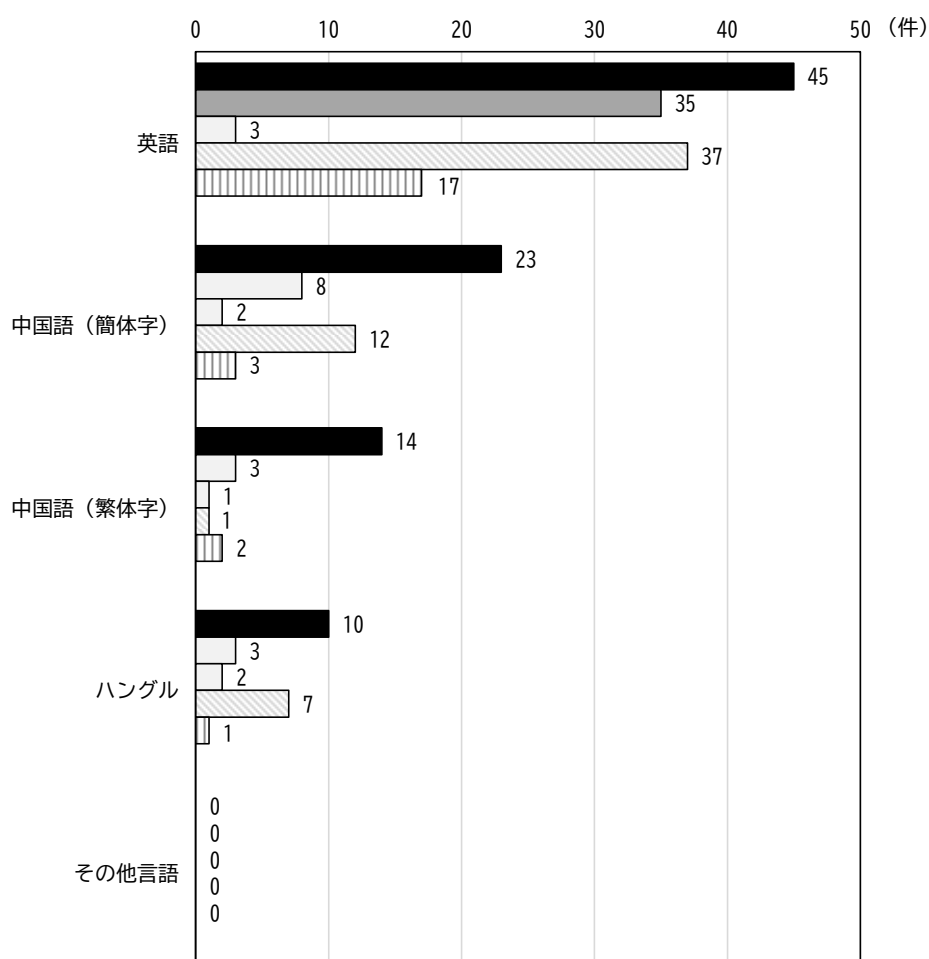
スタッフの外国語対応



スタッフの対応言語（全体）



スタッフの対応言語（施設種別：件数）



今後の訪日外国人旅行者受入についてお答えください。（あてはまるもの1つに○）
 <本問で「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>
 ・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】

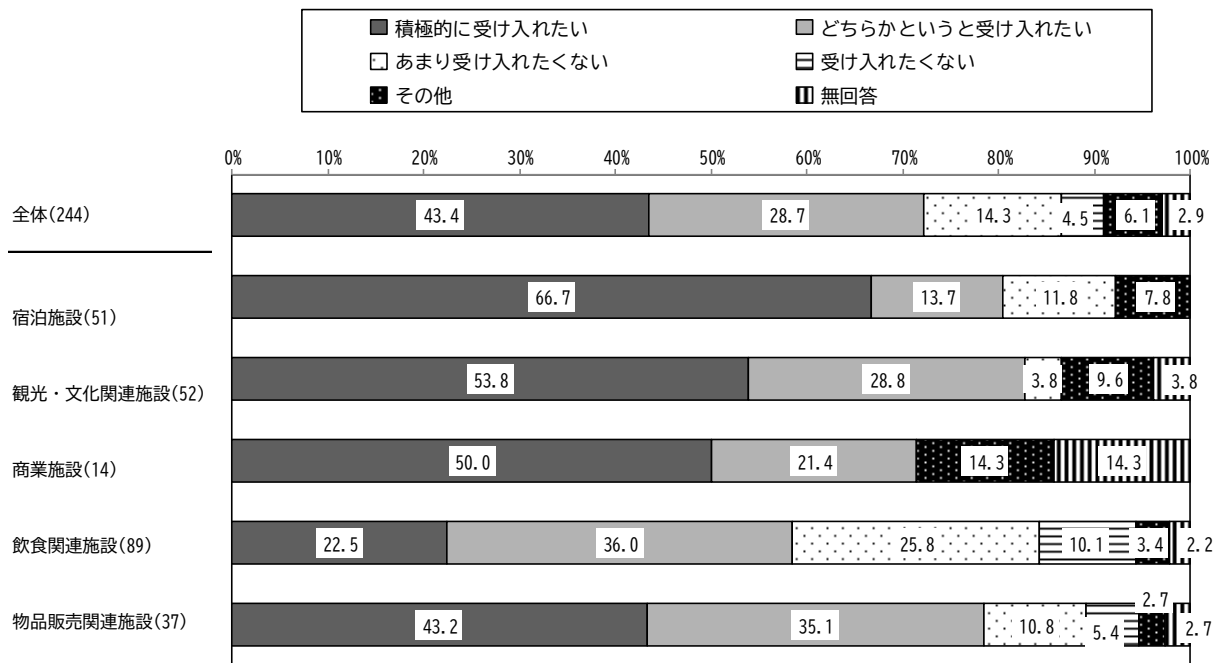
全体では、「積極的に受け入れたい」（43.4%）、「どちらかという受け入れたい」（28.7%）を合わせた『受け入れたい』（72.1%）は7割を超える。

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（66.7%）、観光・文化関連施設（53.8%）と高い。

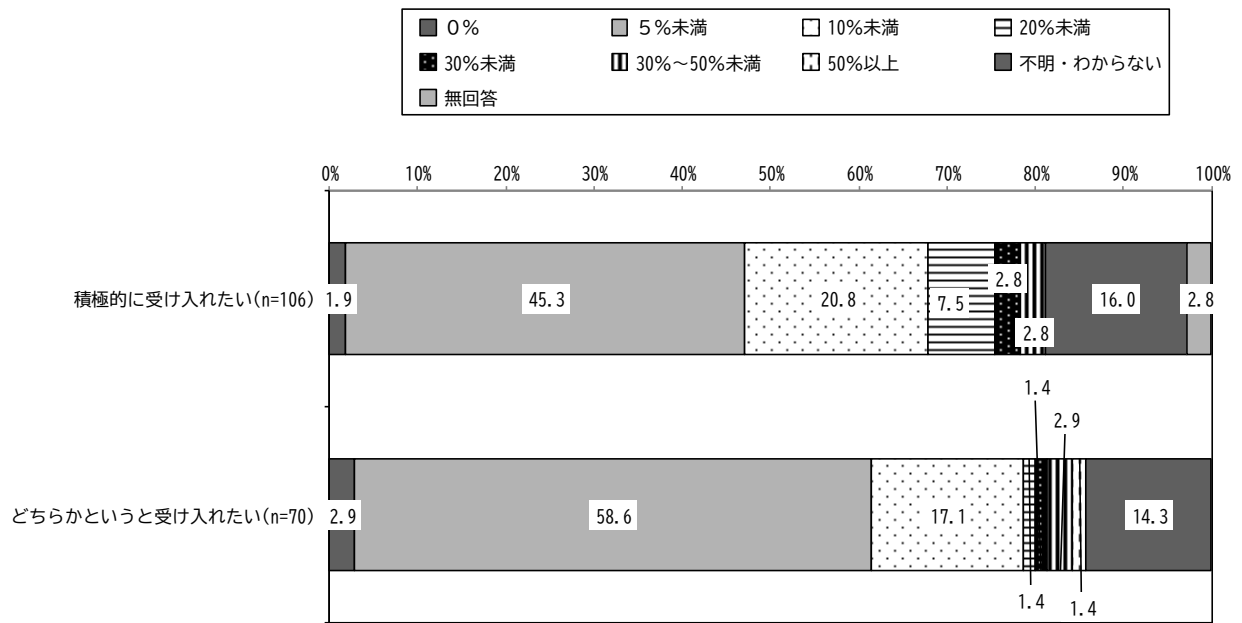
受入意向と現在の外国人来訪率の関係をみると、「積極的に受け入れたい」施設は、外国人来訪者の比率が「5%未満」（45.3%）、「10%未満」（20.8%）の施設で高い。

受入に消極的な理由について、多言語に対応できる体制整備が不十分であることが多く挙げられた。

訪日外国人旅行者受入に対する意向



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



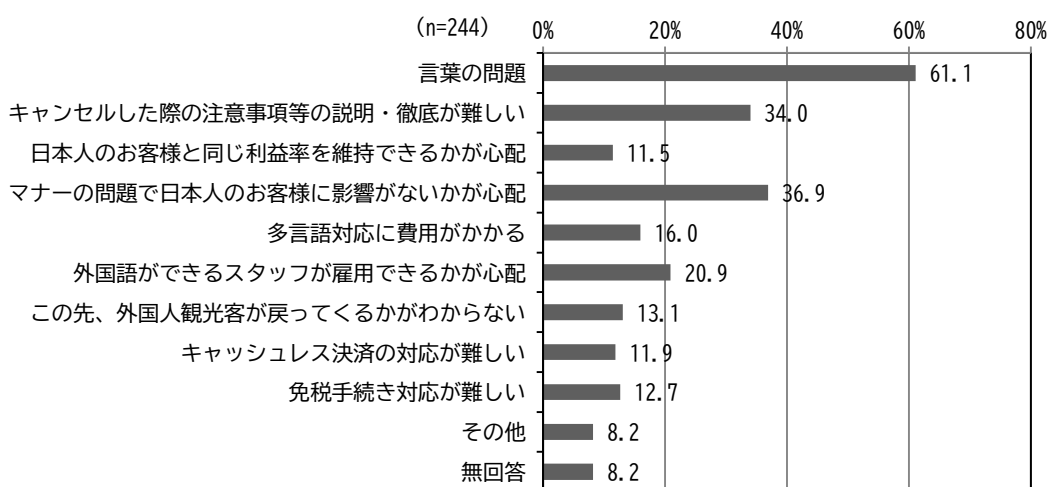
訪日外国人旅行者受入に当たっての懸念事項をお答えください。（あてはまるものすべてに○）

【訪日外国人旅行者受入時の懸念事項】

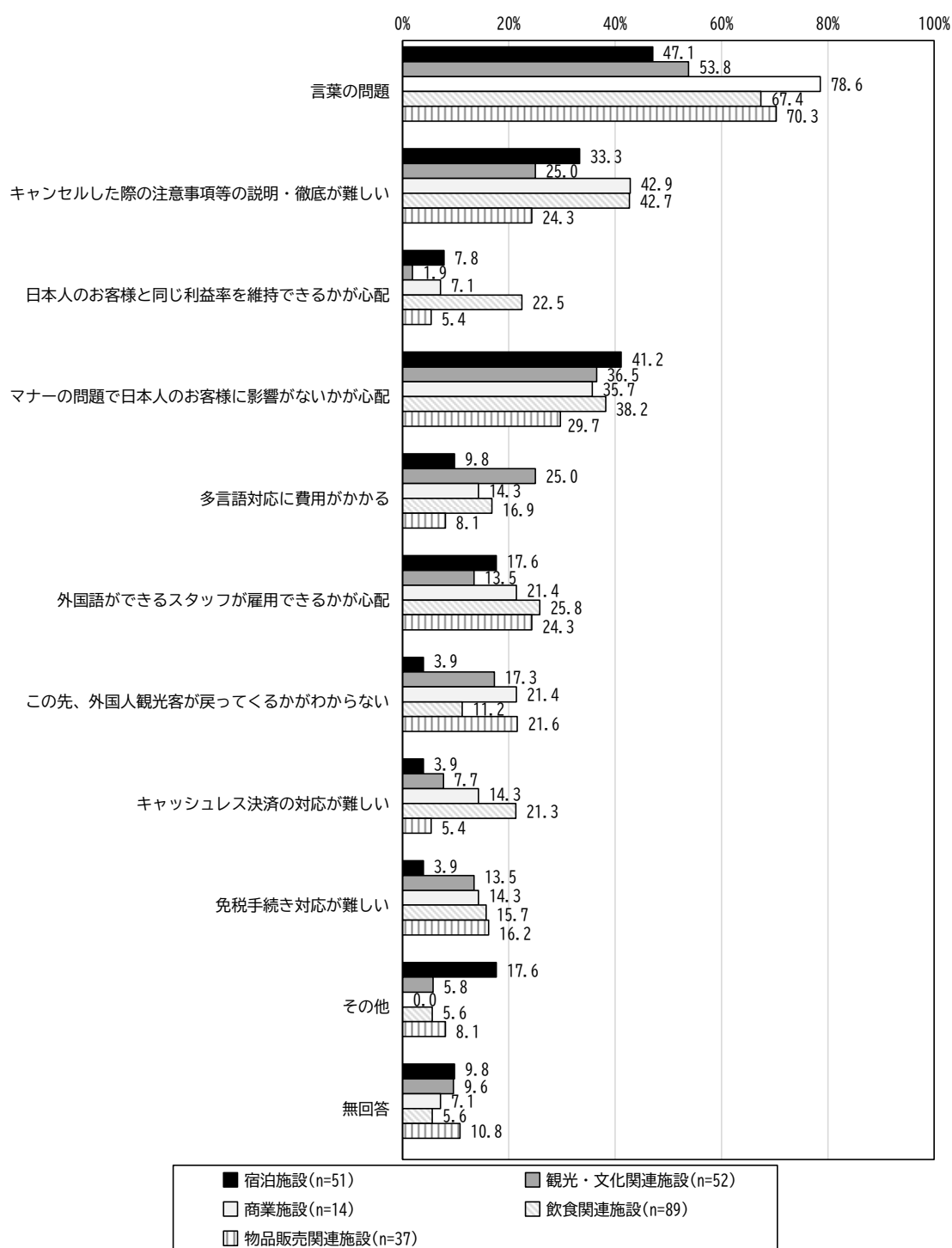
全体では、「言葉の問題」（61.1%）が最も高く、次いで「マナーの問題で日本人のお客様に影響がないかが心配」（36.9%）、「キャンセルした際の注意事項等の説明・徹底が難しい」（34.0%）である。

施設種別でみると、全ての種別で「言葉の問題」の割合が最も高い。

訪日外国人旅行者受入時の懸念事項（全体）



訪日外国人旅行者受入時の懸念事項（施設種別）



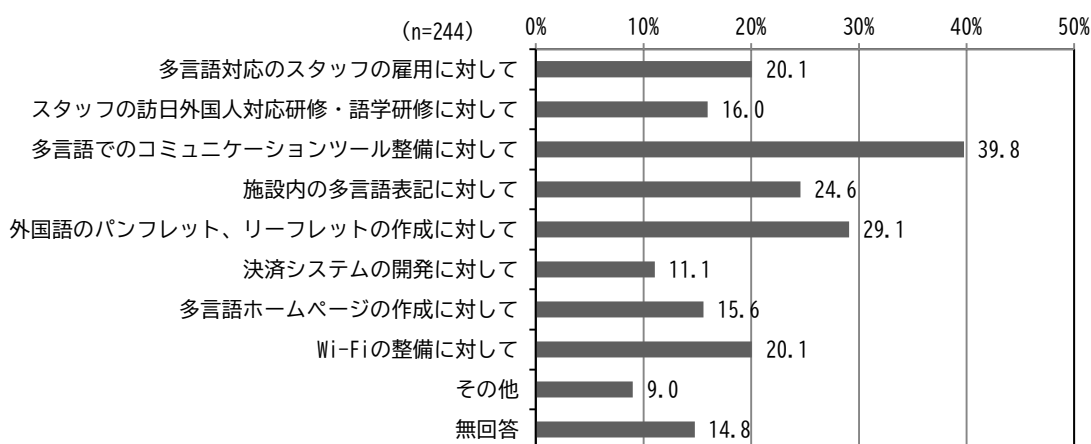
訪日外国人旅行者受入環境整備に当たっての行政支援等について、どのような支援等を要望されますか。（あてはまるものすべてに○）

【必要な行政支援】

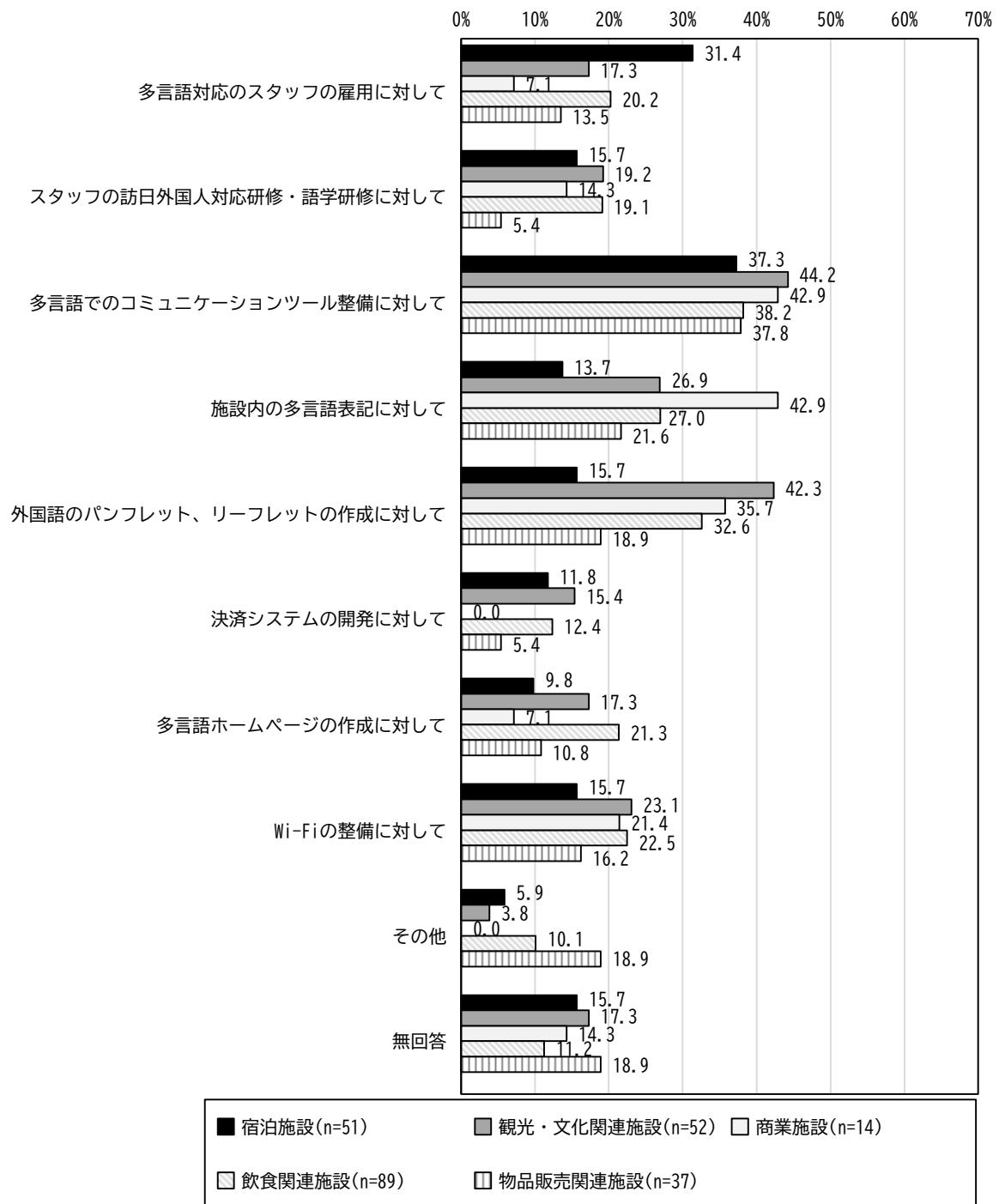
全体では、「多言語でのコミュニケーションツール整備に対して」（39.8%）が最も高く、次いで「外国語のパンフレット、リーフレットの作成に対して」（29.1%）、「施設内の多言語表記に対して」（24.6%）と多言語対応に関するものが上位を占めている。

施設種別でみると、宿泊施設では「多言語対応のスタッフの雇用に対して」（31.4%）、観光・文化関連施設では「外国語のパンフレット、リーフレットの作成に対して」（42.3%）が他の種別と比べて高い。

必要な行政支援（全体）



必要な行政支援（施設種別）



貴所内ではフリーWi-Fiを提供していますか。（あてはまるもの1つに○）
 <本問で「している」と回答した施設>
 ・問-2 フリーWi-Fiの提供状況について最もあてはまるものはどれですか。（あてはまるもの1つに○）
 <問-2で「施設内でフリーWi-Fiを提供している」「施設内の一部でフリーWi-Fiを提供している」「施設のみでなく、建物全体にフリーWi-Fiが整備されている」のいずれかを回答した施設>
 ・問-3 フリーWi-Fiが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○）
 （問-2で「施設内でフリーWi-Fiは提供していない」と回答した施設）
 ・問-4 フリーWi-Fi環境を整備する予定はありますか。（あてはまるもの1つに○）

【フリーWi-Fiの提供の有無】

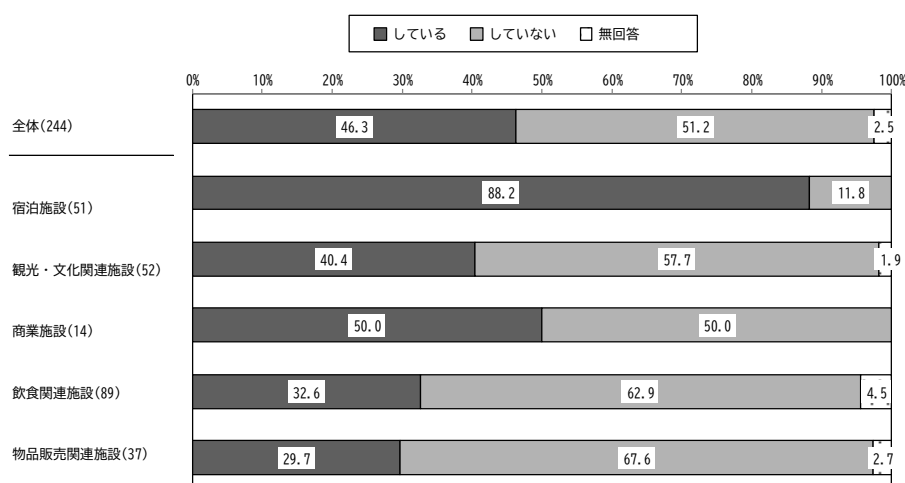
全体では、フリーWi-Fiを提供「している」（46.3%）が4割半ばである。

施設種別でみると、フリーWi-Fiを提供「している」は宿泊施設（88.2%）が高い一方、観光・文化関連施設、飲食関連施設及び物品販売関連施設は「していない」（それぞれ57.7%、62.9%、67.6%）の割合が高い。

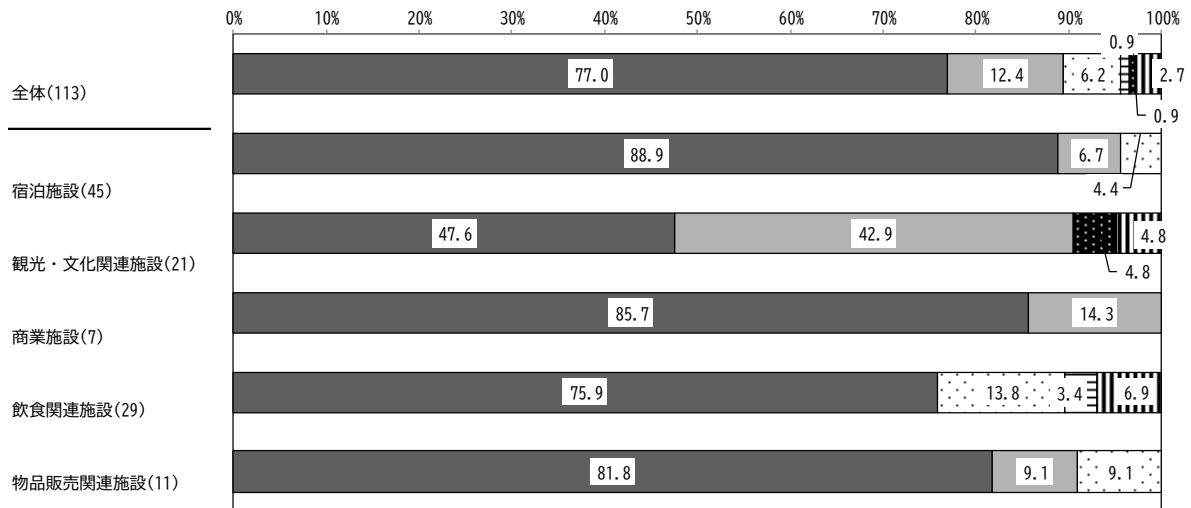
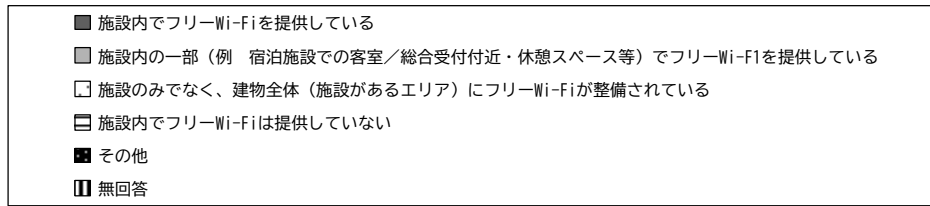
フリーWi-Fiを整備している施設のうち、「施設内でフリーWi-Fiを提供している」（77.0%）が最も高い。外国語でフリーWi-Fiが可能であることを「案内している」施設（65.7%）は、6割半ばである。

なお、問-4の回答対象となる施設は11施設のみであり、整備意向については全施設「検討中」である。

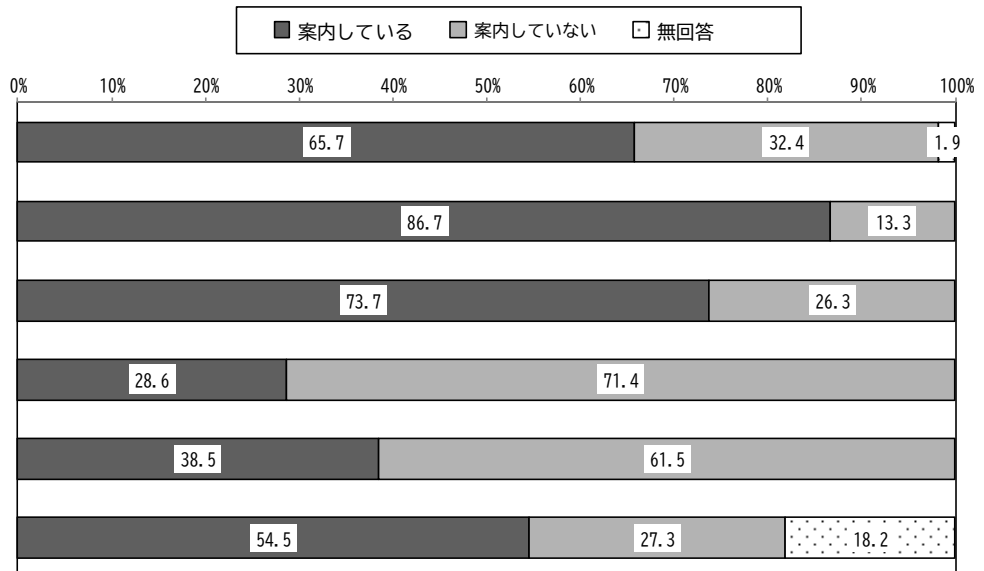
フリーWi-Fiの提供の有無



フリーWi-Fi の提供状況



フリーWi-Fi の提供に関する外国語での案内状況



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1つに○）

<本問で「導入している」と回答した施設>

・問-2 導入している決済方法を教えてください。（あてはまるものすべてに○）

<本問で「導入していない」と回答した施設>

・問-3 キャッシュレス決済を導入する予定はありますか。（あてはまるもの1つに○）

【キャッシュレス決済の導入】

全体では、「導入している」（77.9%）が8割近い。

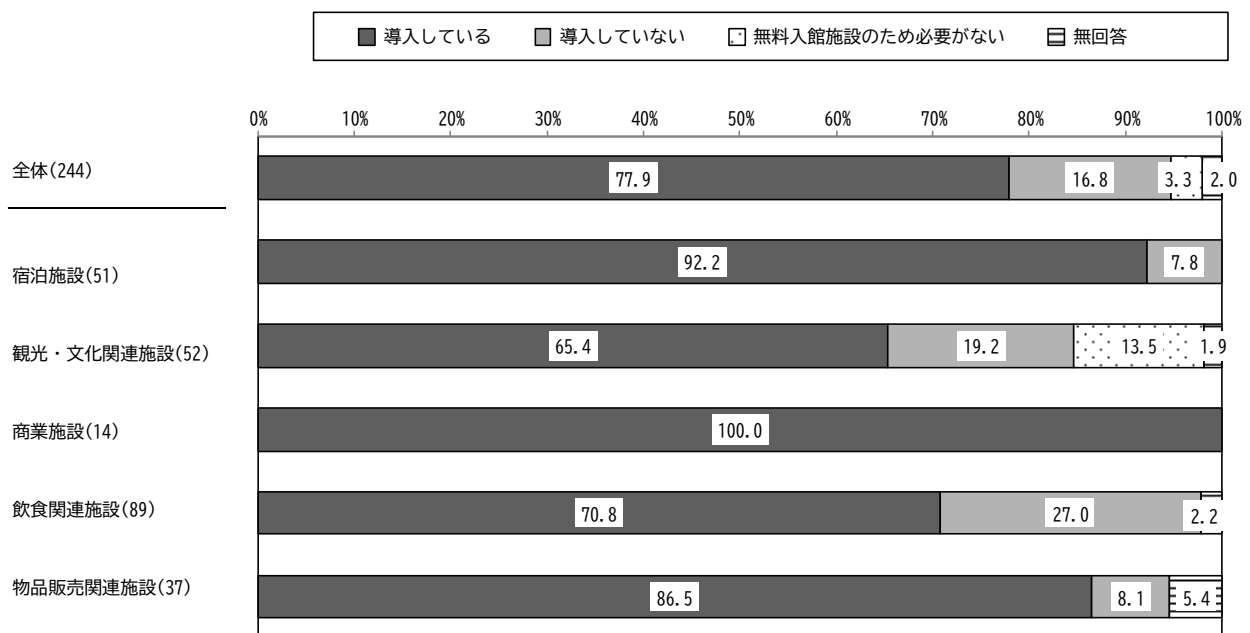
施設種別でみると、「導入している」は宿泊施設（92.2%）が最も高く、次いで物品販売関連施設（86.5%）、飲食関連施設（70.8%）である。

キャッシュレス決済の種類は、全体でみると「クレジットカード」（87.4%）が最も高く、次いで「電子マネー」（58.9%）、「モバイル決済」（58.4%）である。

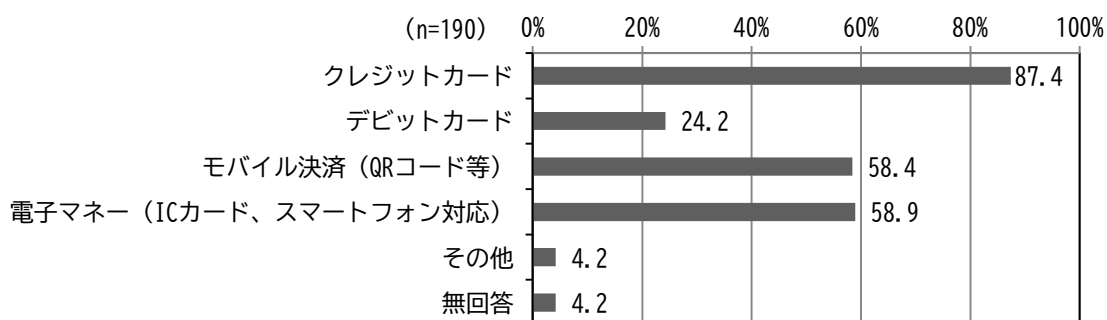
施設種別でみると、観光・文化関連施設では「モバイル決済」（64.7%）や「電子マネー」（73.5%）が他の種別に比べて高くなっている。

また、現在はキャッシュレス決済を導入していない施設の今後の導入意向は、全体的に「現在のところはない」が最も高い。

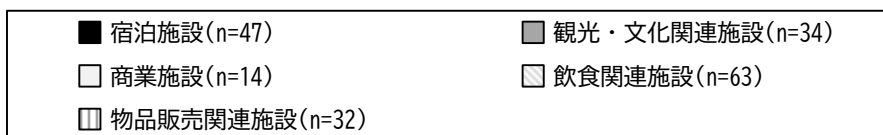
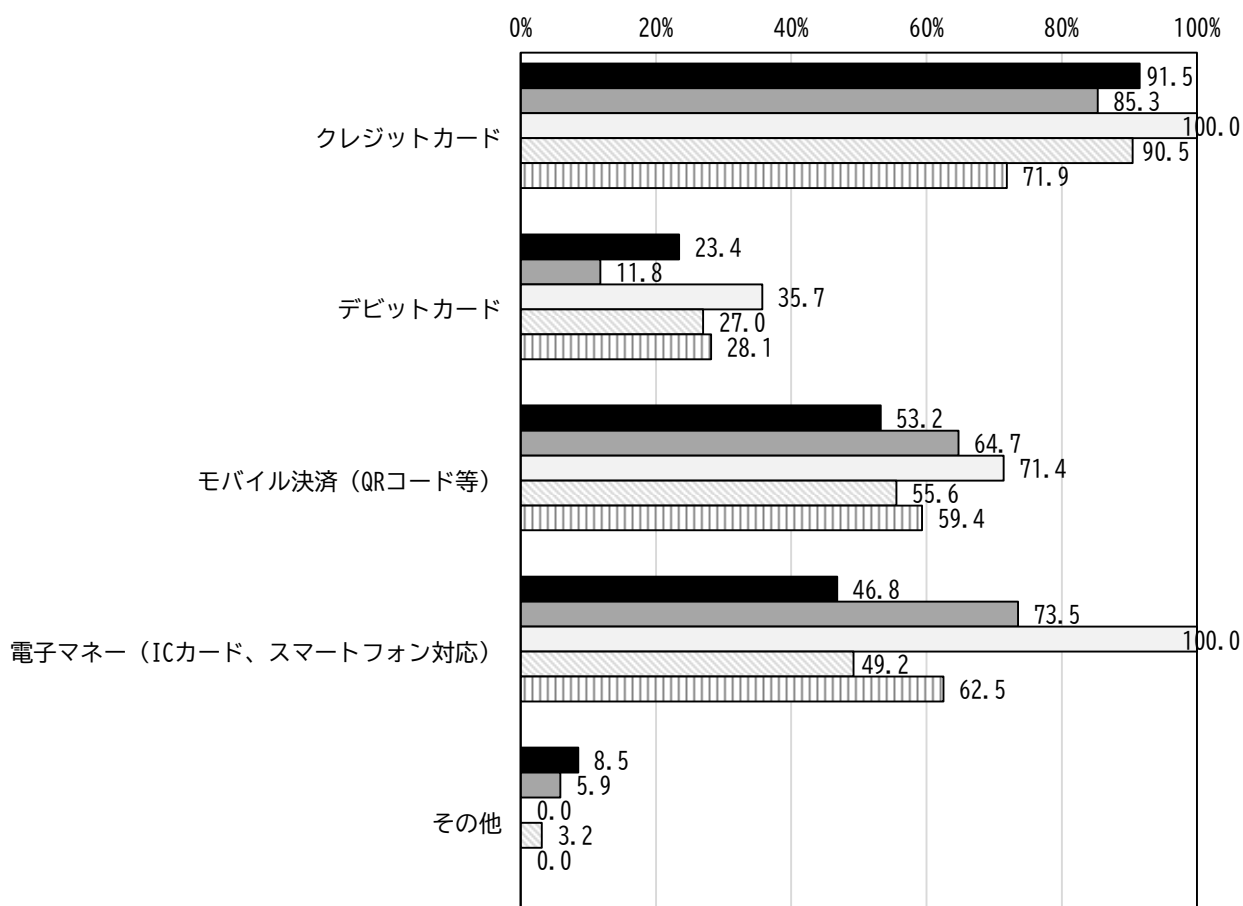
キャッシュレス決済の導入



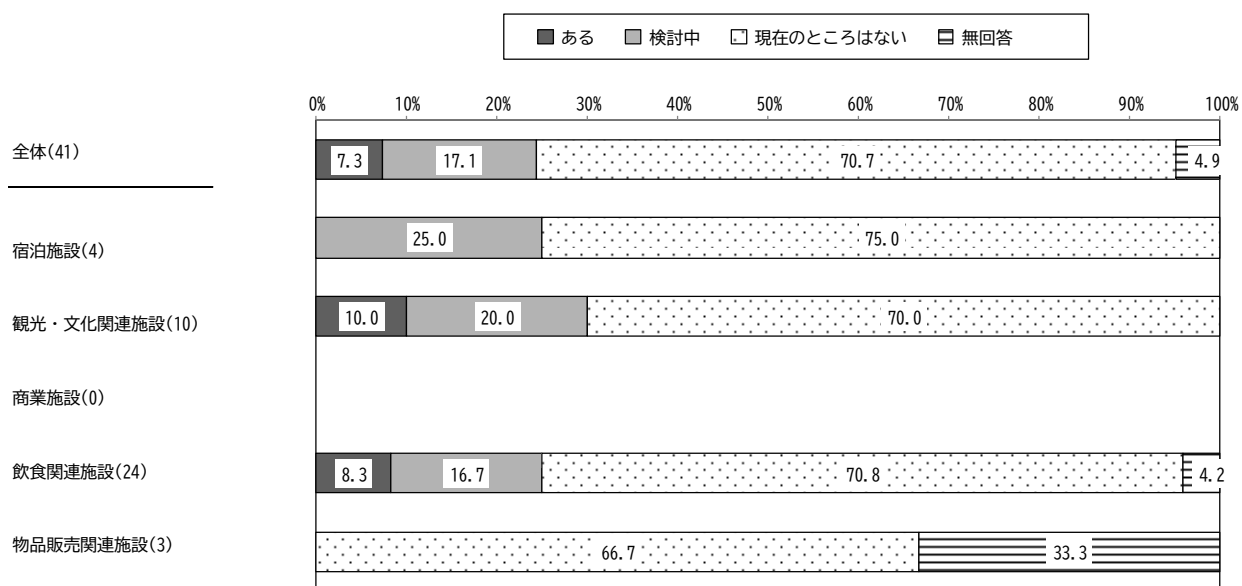
キャッシュレス決済の種類（全体）



キャッシュレス決済の種類（施設種別）



今後のキャッシュレス決済の導入意向



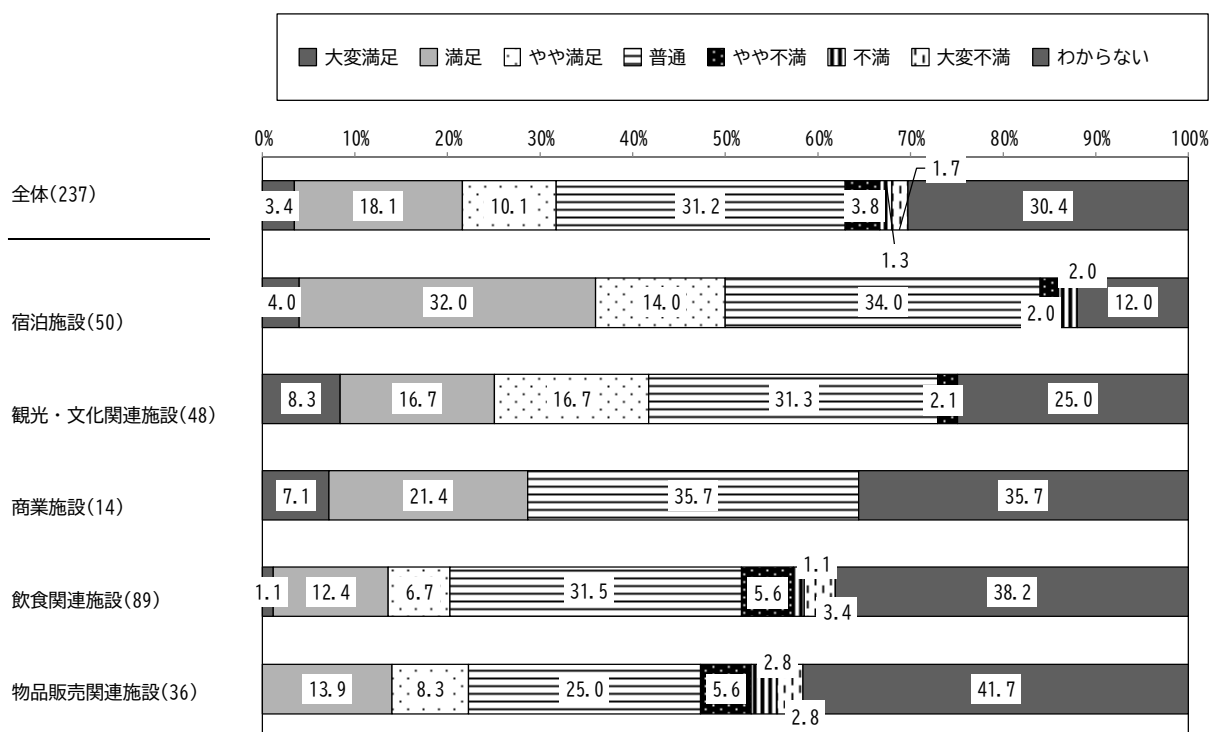
港区が提供する観光情報の内容に対する満足度はどれくらいですか。（あてはまるもの1つに○）

【観光情報の内容に対する満足度】

全体では、「普通」（31.2%）が3割を超えて最も高く、次いで「わからない」（30.4%）、「満足」（18.1%）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（31.6%）は3割を超えている。

施設種別でみると、『満足』の割合は、宿泊施設（50.0%）が最も高く、飲食関連施設（20.2%）が最も低い。

観光情報の内容に対する満足度



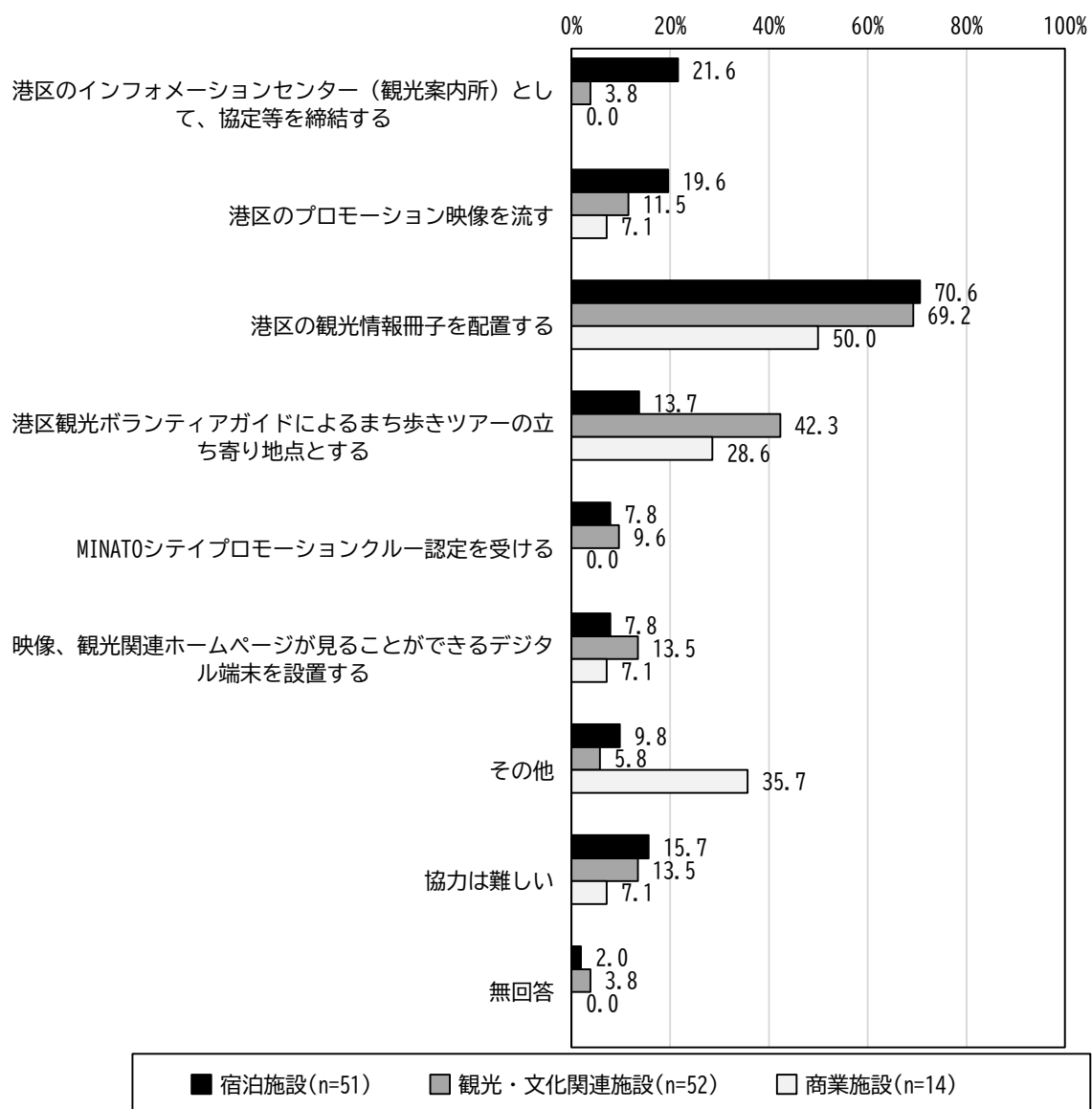
注1) 回答対象者から「無回答」を除いて割合を算出している（例：「全体」の場合、無回答者（n=7）を除いた、n=237を総数としている）。

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。（あてはまるものすべてに○）

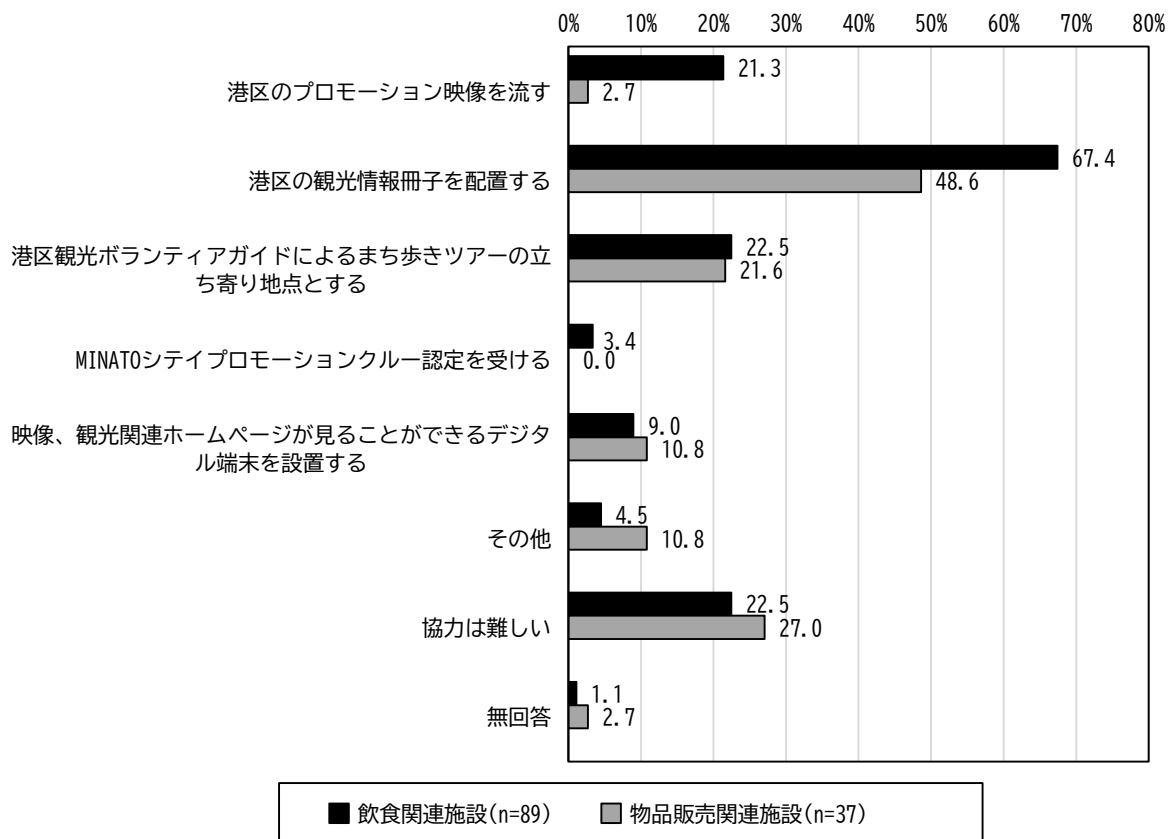
【港区の施策への協力意向】

宿泊施設、観光・文化関連施設、商業施設では、それぞれ「港区の観光情報冊子を配置する」（それぞれ70.6%、69.2%、50.0%）が最も高い。飲食関連施設、物品販売関連施設（各67.4%、48.6%）も同様である。

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）



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）



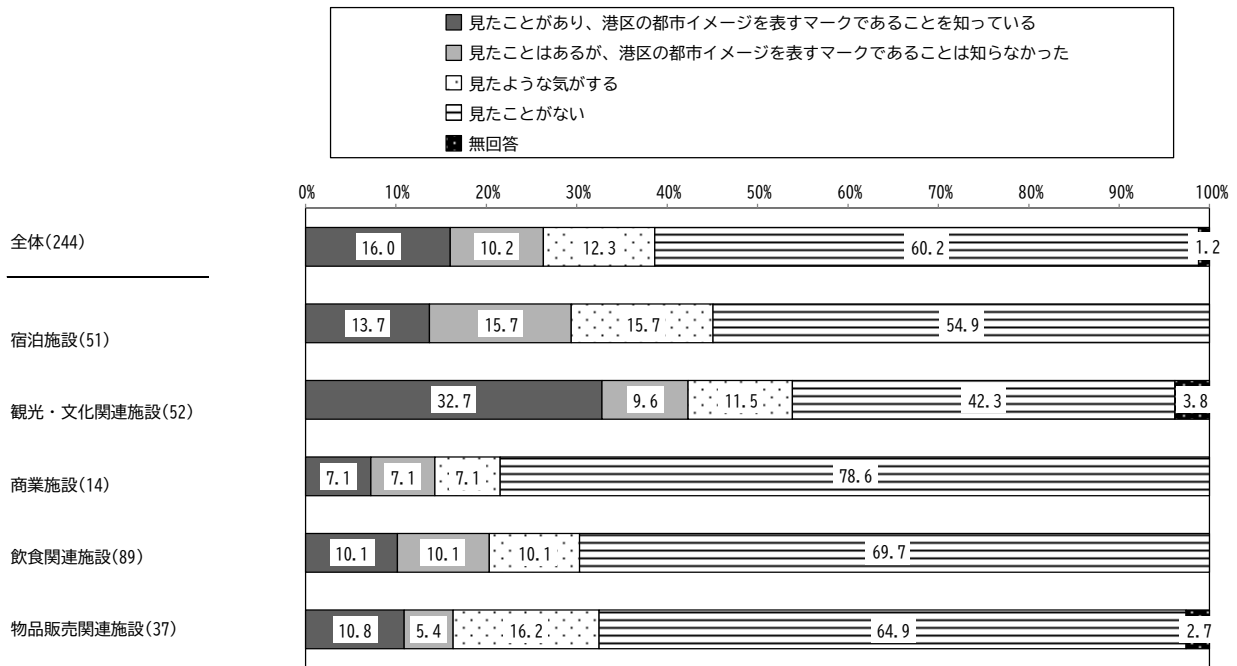
港区は平成 28 年 5 月に策定した「港区シティプロモーション戦略」に基づき、国内外の人々に港区の魅力やブランド、都市イメージを伝えるためのシティプロモーションを推進しています。その一環として、港区の都市イメージを表現し、魅力を伝える「シティプロモーションシンボルマーク」を作成し活用しています。あなたはシティプロモーションシンボルマークをご存じですか。（あてはまるもの1つに○）

【シティプロモーションシンボルマークの認知度】

全体では、「見たことがない」（60.2%）が最も高く、次いで「見たことがあり、港区の都市イメージを表すマークであることを知っている」（16.0%）である。

施設種別でみると、いずれも「見たことがない」が最も高い。

シティプロモーションシンボルマークの認知度

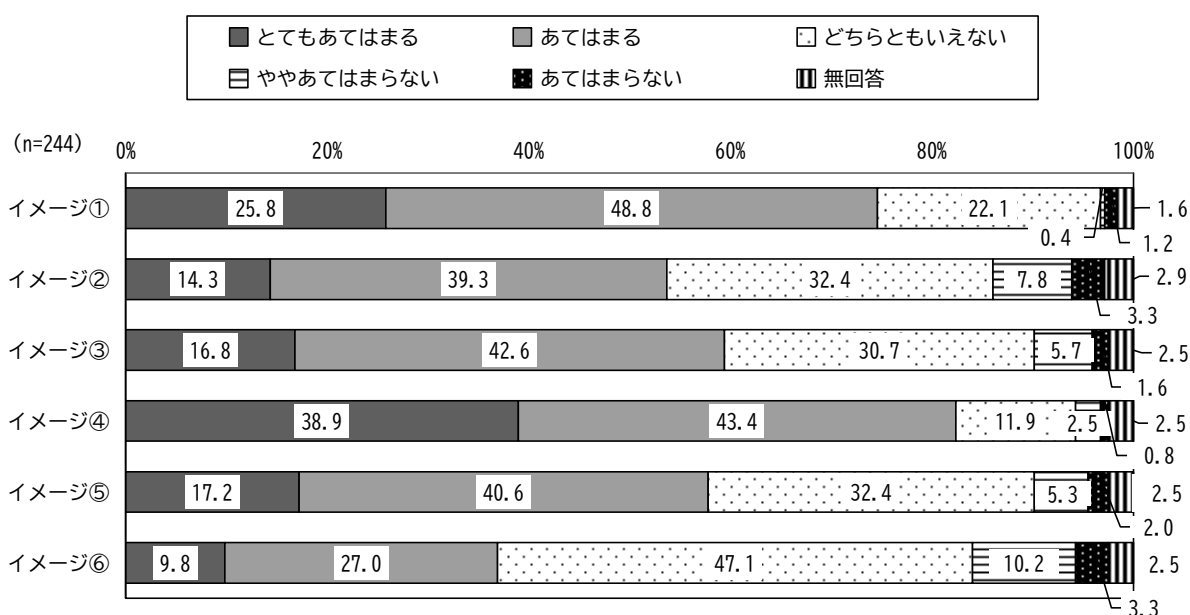


次に挙げる都市のイメージが港区に当てはまるかを教えてください。（イメージごとに当てはまるもの1つに○）

【都市イメージの評価】

全体では、「とてもあてはまる」及び「あてはまる」を合わせた『あてはまる』が最も高いのは、イメージ④「アクセス性に富んだ便利な都市」（82.3%）であり、次いでイメージ①「国内外に開かれ多様性を受け入れる都市」（74.6%）である。

都市イメージの評価（全体）



※イメージ①～⑥の凡例

- イメージ① 国内外に開かれ多様性を受け入れる都市
- イメージ② 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市
- イメージ③ 安全で安心できる都市
- イメージ④ アクセス性に富んだ便利な都市
- イメージ⑤ 街並みの美しさで魅了する都市
- イメージ⑥ 温かい優しさと活気に包まれる都市

3 港区民満足度調査

(1) 調査概要

20歳以上の港区民2,500人（住民基本台帳に基づく無作為抽出）を対象に、郵送及びインターネット調査を実施し、直近1年間の旅行や区内におけるお出かけ状況（回数、時期、訪問スポット等）、旅行情報の入手経路、港区シティプロモーションシンボルマークの認知度及び6つの都市イメージの定着度等を把握した。

(2) 調査手法

① 調査期間

令和4年9月8日～10月24日

② 調査対象施設

港区に住民登録している20歳以上の日本人及び外国人（令和4年8月5日現在）

③ サンプル数の設定

750サンプル

④ 回収数

750サンプル ※うちWEB回答212サンプル

⑤ 対応言語

日本語、英語、中国語（簡体字及び繁体字）、韓国語

⑥ 報告書の見方

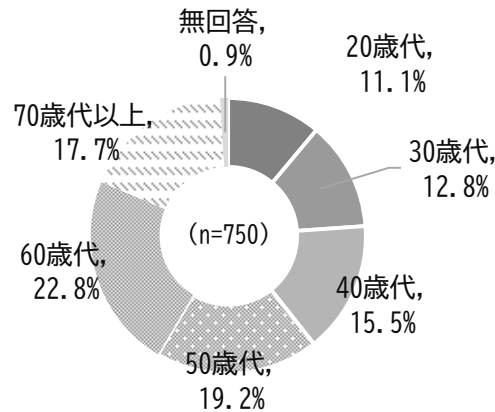
- ・調査結果の構成比率は、小数点第2位を四捨五入したものを記入しているため、構成比の合計が100%とならない場合がある。
- ・回答数が小さいもの(n=30未満)は、比率が上下しやすいため、表・グラフのみを参考として示すにとどめる。
- ・割合の表記は、以下のとおりとしている。

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

(3) 回答施設の属性

年代別でみると、「60歳代」(22.8%)が2割を超えており、次いで「50歳代」(19.2%)である。

図3-1 年代



(4) 調査結果

あなたが過去1年以内(令和3年9月~令和4年8月)に、観光目的で港区内へお出かけした回数を、日帰りと宿泊、それぞれお答えください。

【過去1年以内の港区内へのお出かけ回数(日帰り/宿泊)】

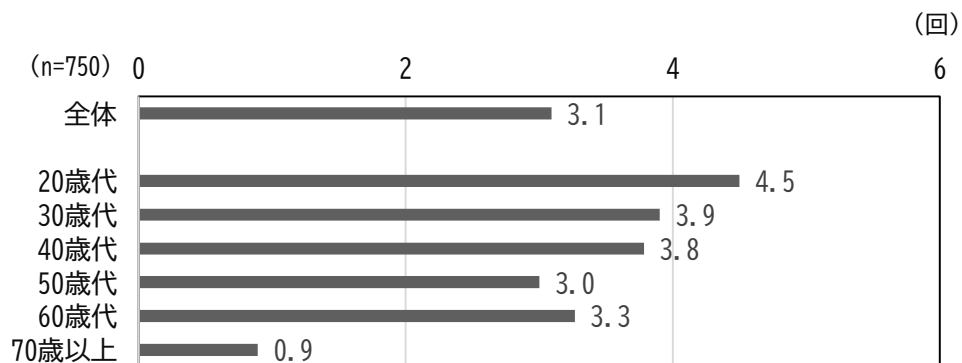
日帰りは、全体で平均3.1回である。

年代別でみると、「20歳代」(4.5回)と最も多く、次いで「30歳代」(3.9回)である。

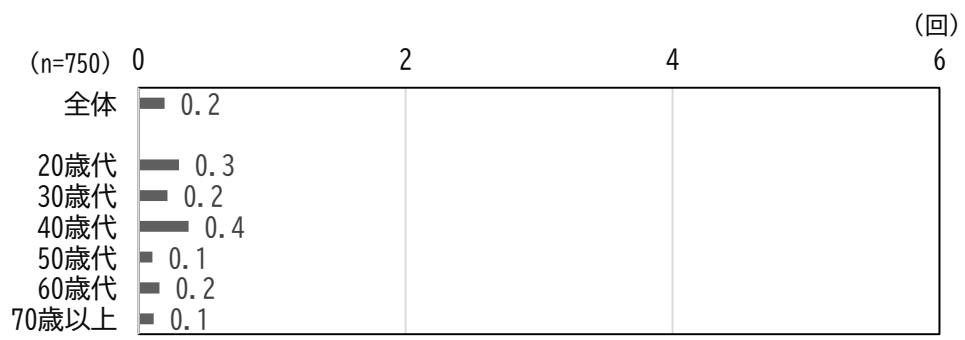
宿泊は、全体で平均0.2回である。

年代別でみると、「40歳代」(0.4回)が最も多く、次いで「20歳代」(0.3回)である。

過去1年以内の港区内へのお出かけ平均回数(日帰り)



過去1年以内の港区内へのお出かけ平均回数（宿泊）



お出かけ時の主な目的をお答えください。（最もあてはまるもの1つに○）

【お出かけ時の主目的】

全体では、「買い物・飲食」（36.8%）が4割近くで最も高く、次いで「文化財鑑賞」（16.8%）である。

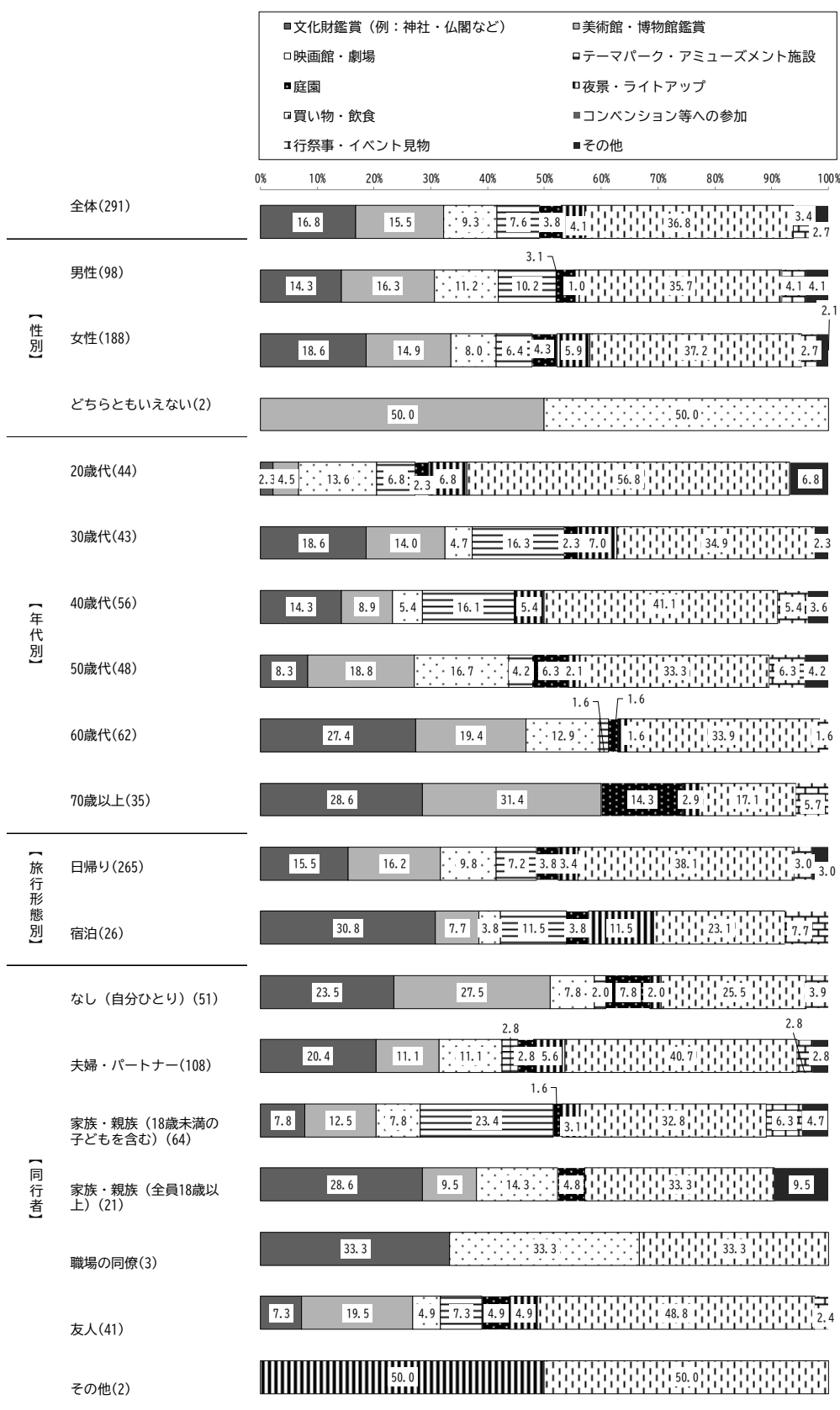
性別で見ると、男女ともに「買い物・飲食」（35.7%、37.2%）が最も高い。

年代別で見ると、「70歳代」以外は「買い物・飲食」が最も高く、特に「20歳代」は6割近い。「70歳代」は「美術館・博物館鑑賞」（31.4%）が最も高く、次いで「文化財鑑賞」（28.6%）である。

旅行形態別で見ると、「日帰り」は「買い物・飲食」（38.1%）が、「宿泊」は「文化財鑑賞」（30.8%）がそれぞれ最も高い。

同行者別で見ると、「なし（自分ひとり）」は「美術館・博物館鑑賞」（27.5%）が3割近く、「夫婦・パートナー」は「買い物・飲食」（40.7%）が約4割、「家族・親族（18歳未満の子どもを含む）」は「買い物・飲食」（32.8%）が3割を超え、「友人」は「買い物・飲食」（48.8%）が5割近くと、それぞれ最も高い。

お出かけ時の主目的



注1) 本設問では「無回答」がなかったため、図中の凡例では省略。

港区内へのお出かけ中のそれぞれの費用（消費額）をお答えください。（概ね千円単位）

【港区での観光消費額】

観光消費額全体の合計金額は 5,697 千円、平均金額は 21 千円である。

用途別に全体の平均金額をみると、「宿泊費」（24 千円）と最も高く、次いで「飲食費」（10 千円）である。

観光消費額全体の平均金額において、性別でみると、「男性」が 18 千円、「女性」が 22 千円である。年代別でみると、「20 歳代」、「30 歳代」が 25 千円と最も高くなっている。

港区での観光消費額

宿泊費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		20	488	24
旅行形態別	日帰り	0	0	0
	宿泊	20	488	24
飲食費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		256	2,568	10
旅行形態別	日帰り	236	2,359	10
	宿泊	20	209	10
施設入場料		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		215	536	2
旅行形態別	日帰り	203	508	3
	宿泊	12	28	2
ショッピング		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		210	1,824	9
旅行形態別	日帰り	194	1,712	9
	宿泊	16	112	7
交通費		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		231	281	1
旅行形態別	日帰り	213	261	1
	宿泊	18	20	1
観光消費額計		サンプル数	合計金額（千円）	平均金額（千円）
全体		276	5,697	21
性別	男性	93	1,702	18
	女性	178	3,907	22
年代別	20歳代	42	1,050	25
	30歳代	40	986	25
	40歳代	54	1,071	20
	50歳代	45	880	20
	60歳代	61	1,325	22
	70歳以上	32	361	11
旅行形態別	日帰り	251	4,840	19
	宿泊	25	857	34

（注 1）「（平均金額）± 3 ×（標準偏差）」にて算出した金額を上回る特異値を除外した上で、観光消費額を算出している。また、千円未満を四捨五入しているため、全体の値と費目の積み上げ値が一致しない場合がある。

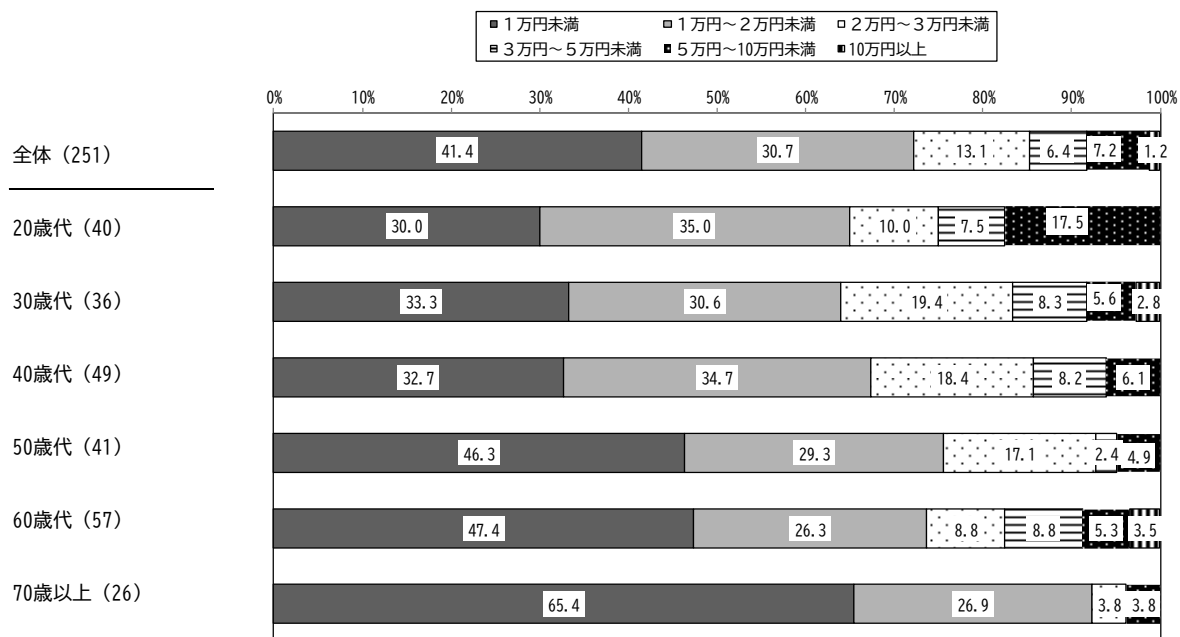
【観光消費額の分布】

(日帰り)

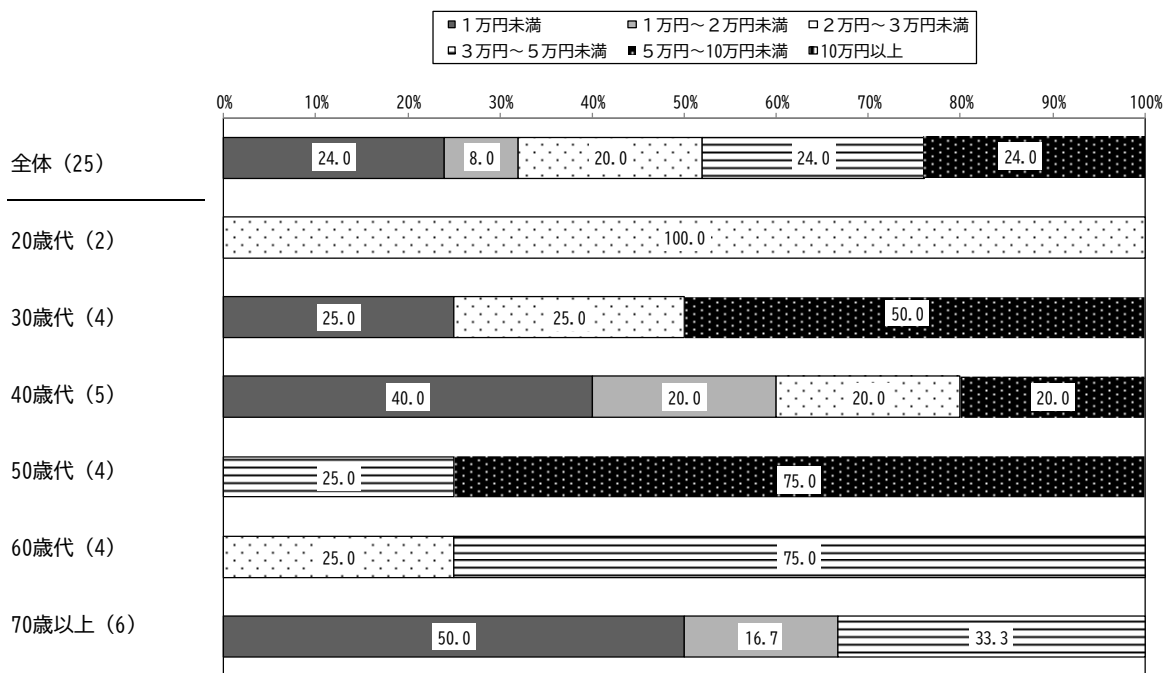
全体では、「1万円未満」(41.4%)が4割を超えて最も高く、次いで「1万円～2万円未満」(30.7%)が約3割である。

年代別でみると、「20歳代」は「5万円～10万円未満」(17.5%)の割合が他の世代よりも高い。

観光消費額と分布 (日帰り、年代別)



観光消費額と分布 (宿泊、年代別)



出発前には、港区内へお出かけする情報を得るために、次のどの情報源を利用しましたか。（あてはまるもの全てに○）

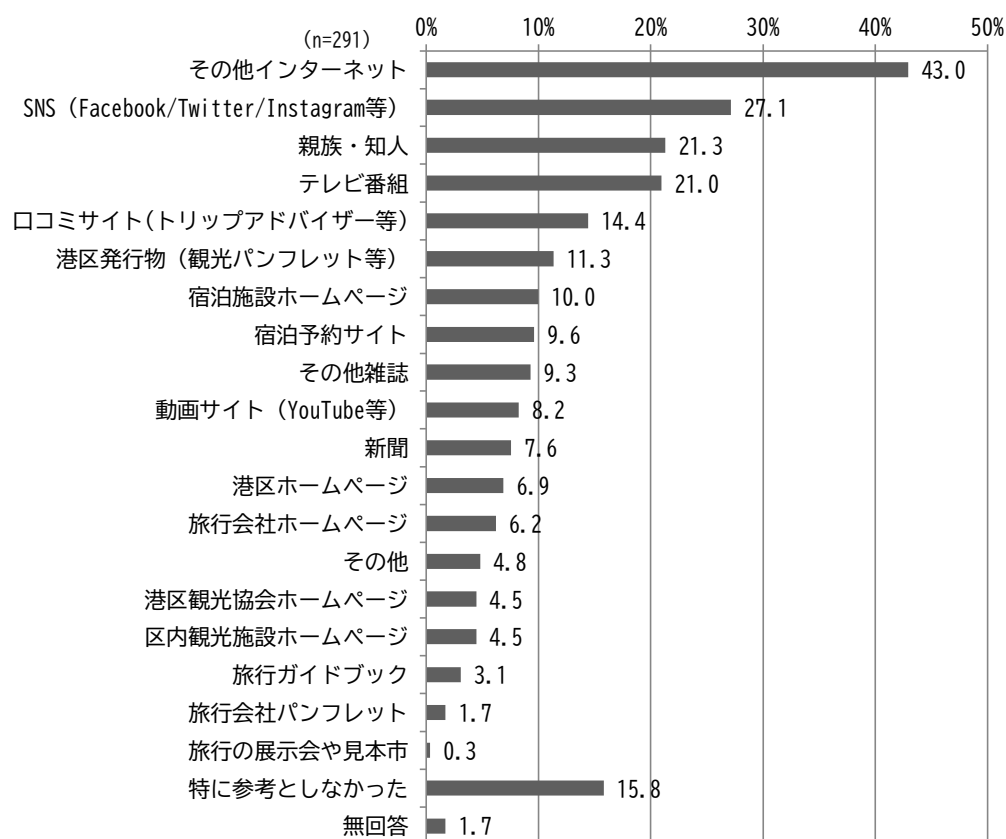
【出発前に参考にした情報源】

全体では、「その他インターネット」（43.0%）が4割を超えて最も高く、次いで「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」（27.1%）、「親族・知人」（21.3%）である。

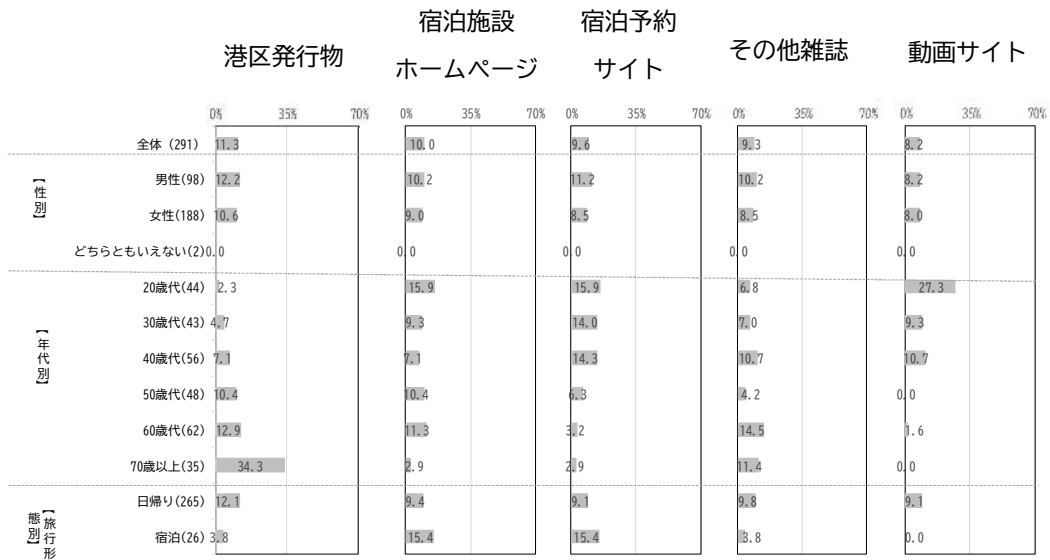
性別で見ると、「女性」が「男性」よりも10ポイント以上高い情報源として、「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」が13.5ポイント差（女性31.9%、男性18.4%）である。

年代別で見ると、「その他インターネット」は「20歳代」を除いた全ての年代で最も高くなっている。「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」は「20歳代」（61.4%）が最も高い。また、全体では10番目の「動画サイト（YouTube等）」（8.2%）は、「20歳代」（27.3%）の利用が目立つ。

出発前に参考にした情報源



出発前に参考にした情報源（上位 10 項目、性別・年代別・旅行形態別）



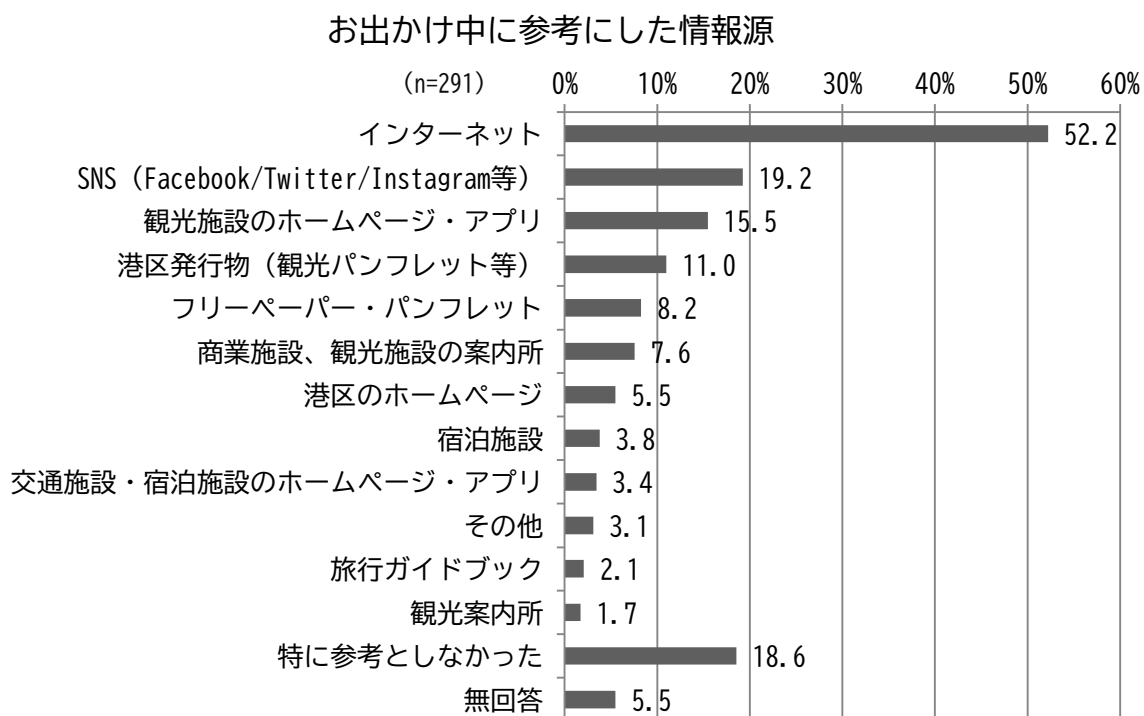
港区内でのお出かけ中には、港区に関する情報を得るのに、次のどの情報源を利用しましたか。（あてはまるもの全てに○）

【お出かけ中に参考にした情報源】

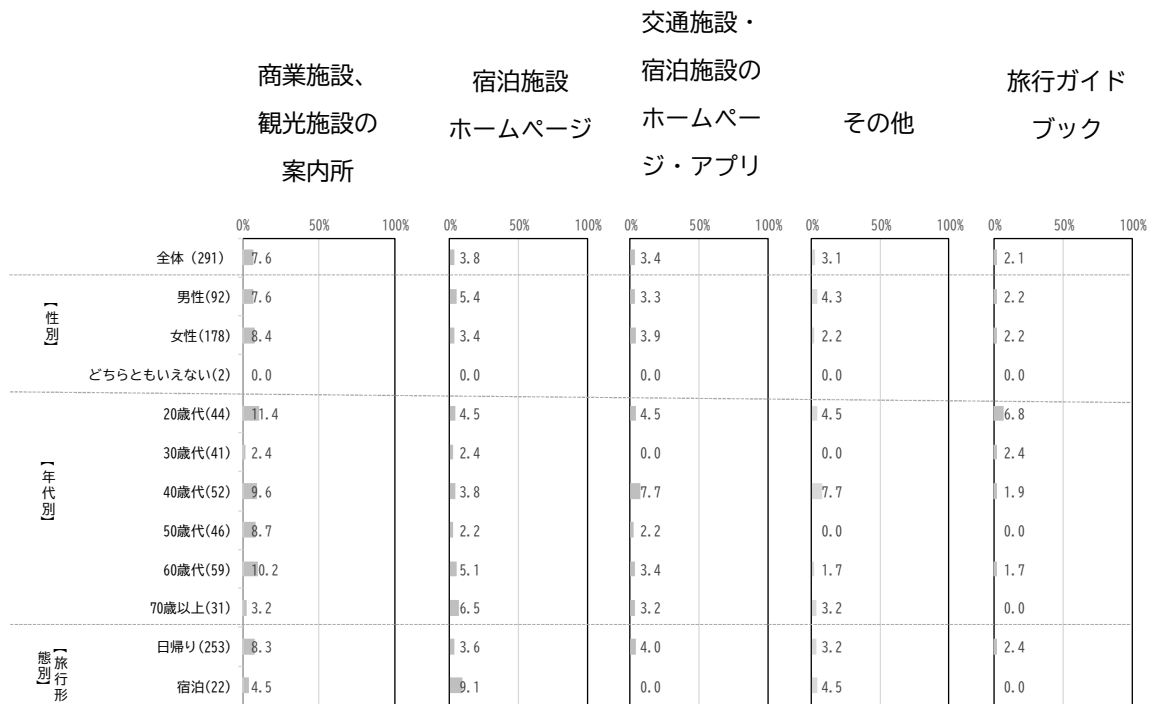
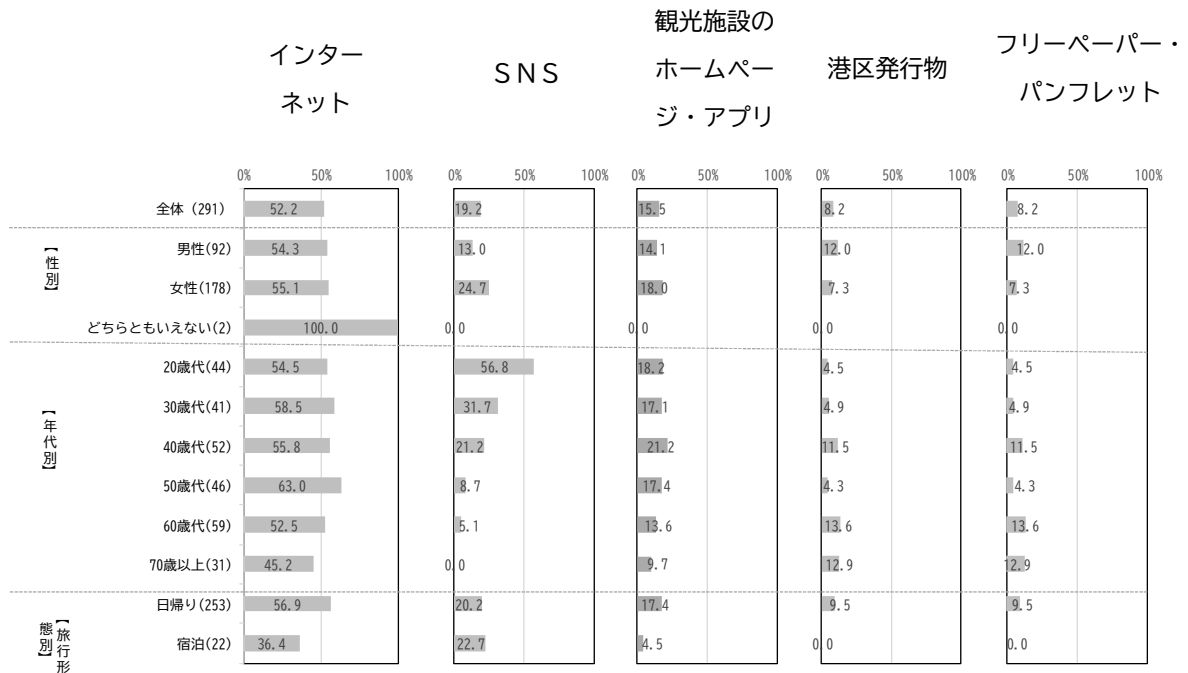
全体では、「インターネット」（52.2%）が5割を超えて最も高く、次いで「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」（19.2%）、「観光施設のホームページ・アプリ」（15.5%）である。

性別で見ると、「女性」が「男性」よりも10ポイント以上高い情報源として、「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」が11.7ポイント差（女性24.7%、男性13.0%）である。

年代別で見ると、「インターネット」は「20歳代」を除いた全ての年代で最も高くなっている。「SNS（Facebook/Twitter/Instagram等）」は「20歳代」（56.8%）が最も高い。



お出かけ中に参考にした情報源（上位 10 項目、性別・年代別・旅行形態別）



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○）

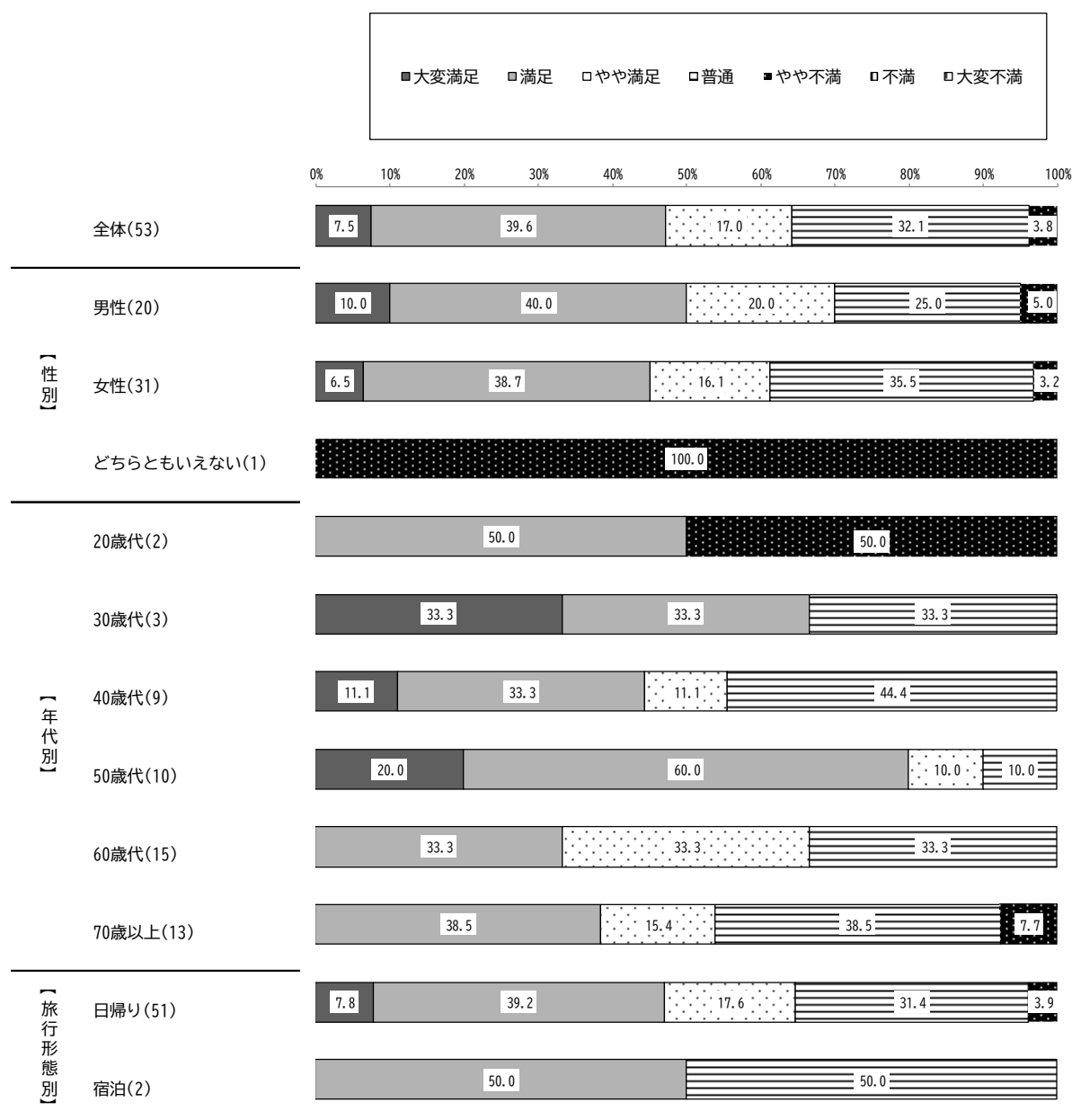
【観光情報の内容に対する満足度】

全体では、「満足」（39.6%）が4割と最も高く、次いで「普通」（32.1%）、「やや満足」（17.0%）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（64.1%）は6割半ばである。

性別でみると、「女性」は「満足」（38.7%）が4割近くと最も高く、次いで「普通」（35.5%）、「やや満足」（16.1%）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（61.3%）は6割を超える。

旅行形態別でみると、「日帰り」は「満足」（39.2%）が約4割と最も高く、次いで「普通」（31.4%）、「やや満足」（17.6%）である。なお、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合わせた『満足』（64.6%）は6割半ばである。

観光情報の内容に対する満足度



(注1) 回答対象者から「無回答」を除いて割合を算出している（例：「全体」の場合、無回答者（n=16）を除いた、n=53を総数としている）。以降の満足度を算出する設問は同様。

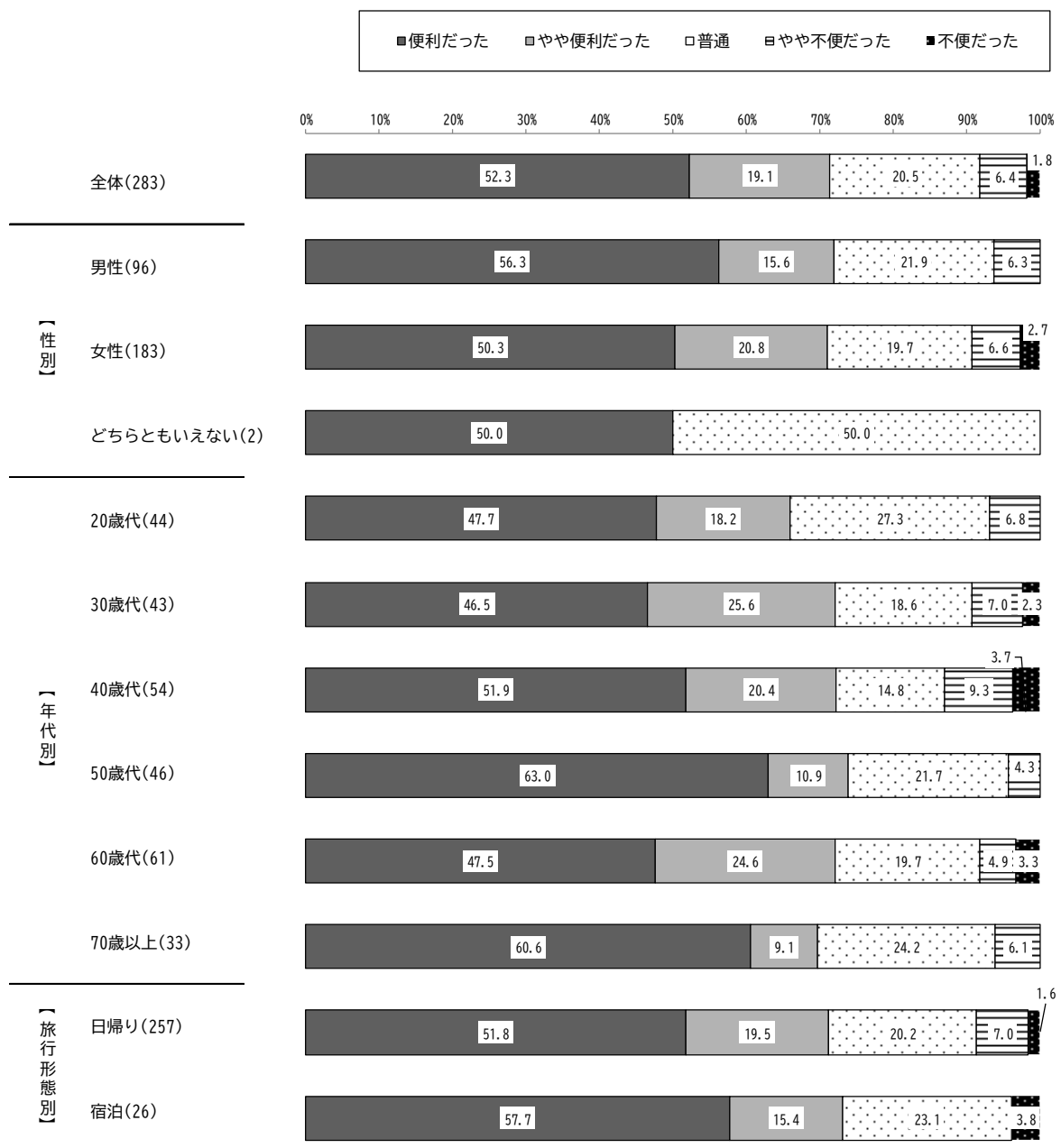
交通アクセスの状況はいかがでしたか。（あてはまるもの1つに○）

【交通アクセスの満足度】

全体では、「便利だった」（52.3%）が5割を超えて最も高く、次いで「普通」（20.5%）である。「便利だった」及び「やや便利だった」を合わせた『便利だった』（71.4%）は7割を超えている。

年代別で見ると、「便利だった」がどの年代においても最も高い。

交通アクセスの満足度



港区は平成 28 年 5 月に策定した「港区シティプロモーション戦略」に基づき、国内外の人々に港区の魅力やブランド、都市イメージを伝えるためのシティプロモーションを推進しています。その一環として、港区の都市イメージを表現し、魅力を伝える「シティプロモーションシンボルマーク」を作成し活用しています。あなたはシティプロモーションシンボルマークをご存じですか。（あてはまるもの 1 つに○）

【シティプロモーションシンボルマークの認知度】

全体では、「見たことがない」（71.1%）が最も高く、次いで「見たような気がする」（10.9%）である。

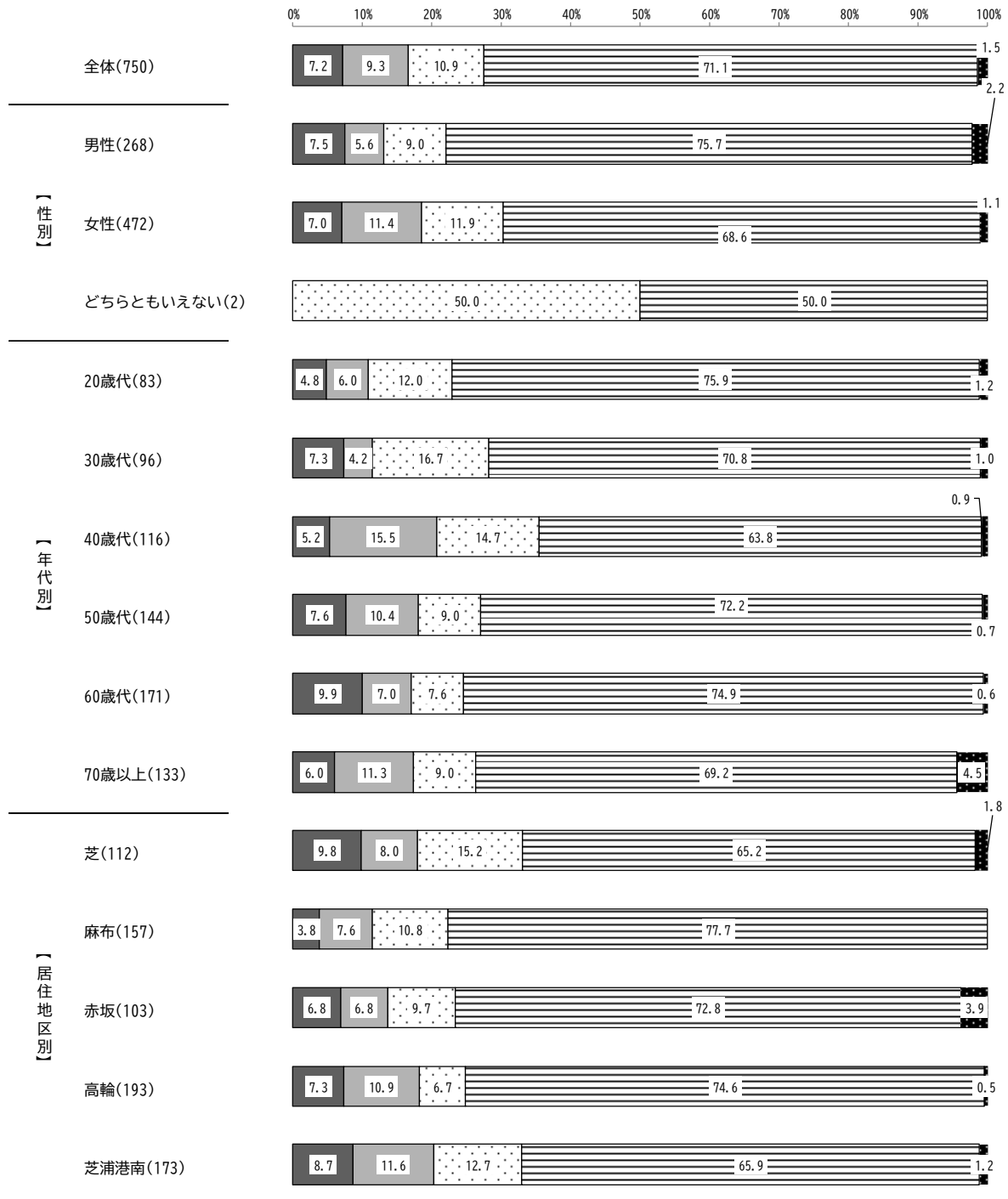
性別で見ると、「男性」よりも「女性」が「見たことはあるが、港区の都市イメージを表すマークであることは知らなかった」が 5 ポイント以上高い（男性 5.6%、女性 11.4%）。

年代別で見ると、「見たことがない」がどの年代においても最も高い。

居住地区別で見ると、「見たことがない」がどの地区においても最も高いが、「芝」（65.2%）と「芝浦港南」（65.9%）は全体（71.1%）と比べて 5 ポイント以上低く、他の 3 地区に比べると認知度が若干高いことが伺える。

シティプロモーションシンボルマークの認知度

- 見たことがあり、港区の都市イメージを表すマークであることを知っている
- 見たことはあるが、港区の都市イメージを表すマークであることは知らなかった
- ▨ 見たような気がする
- 見たことがない
- 無回答

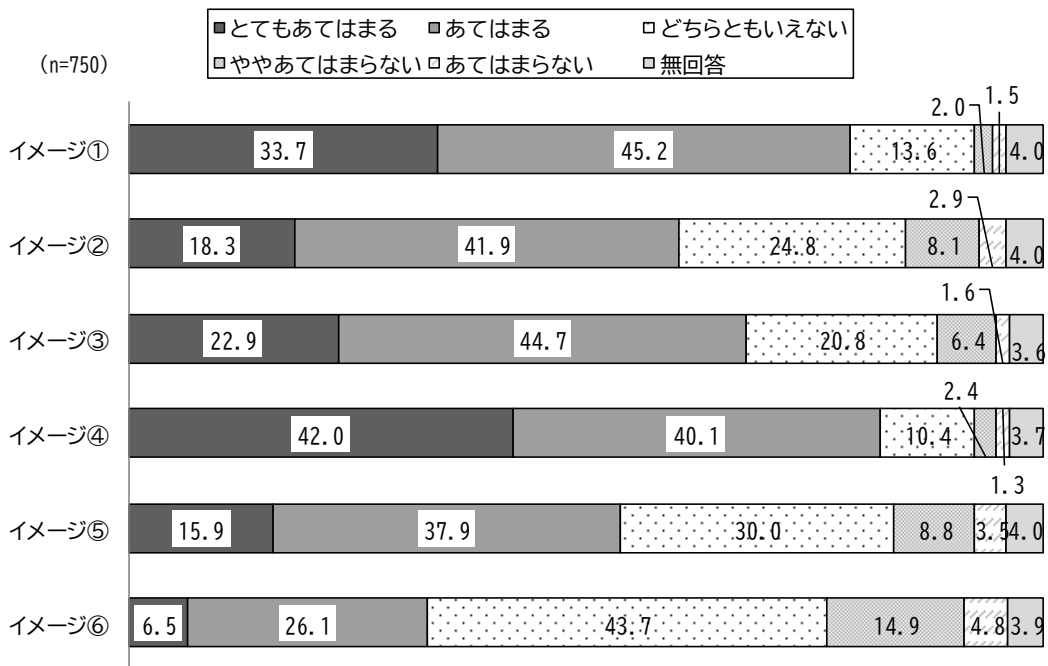


次に挙げる都市のイメージが港区に当てはまるかを教えてください。（イメージごとにあてはまるもの1つに○）

【都市イメージの評価】

全体では、「とてもあてはまる」及び「あてはまる」を合わせた『あてはまる』が最も高いのは、イメージ④「アクセス性に富んだ便利な都市」（82.1%）であり、次いでイメージ①「国内外に開かれ多様性を受け入れる都市」（78.9%）である。

都市イメージの評価（全体）



※イメージ①～⑥の凡例

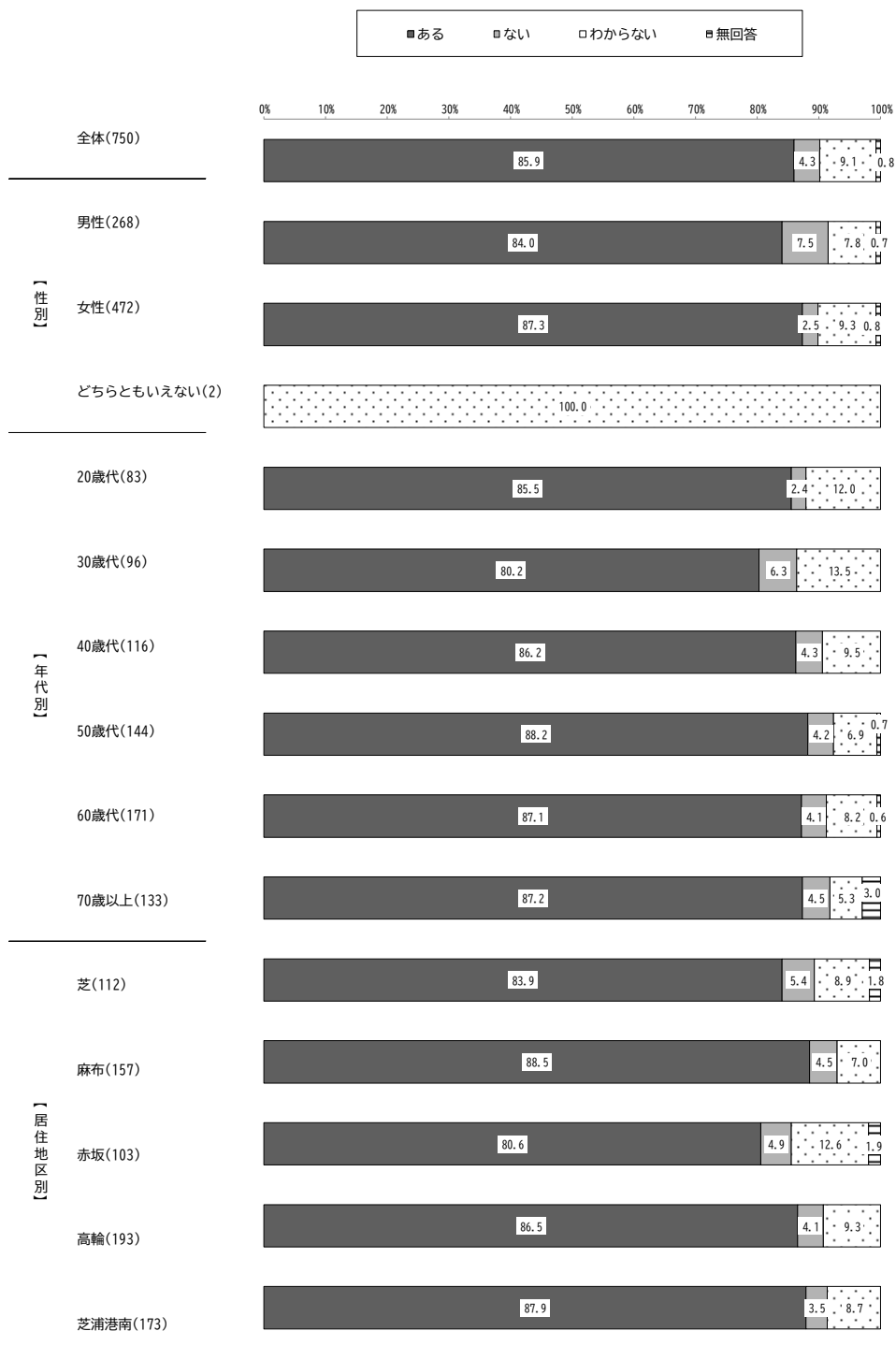
- イメージ① 国内外に開かれ多様性を受け入れる都市
- イメージ② 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市
- イメージ③ 安全で安心できる都市
- イメージ④ アクセス性に富んだ便利な都市
- イメージ⑤ 街並みの美しさで魅了する都市
- イメージ⑥ 温かい優しさと活気に包まれる都市

港区に住んでいることについて誇りや愛着はありますか。（あてはまるもの
1つに○）

【港区に住んでいることについての誇りや愛着】

全体では、「ある」（85.9%）が最も高く、8割半ばである。性別・年代別・居住
地区別のいずれにおいても「ある」が最も高い。

港区に住んでいることについての誇りや愛着



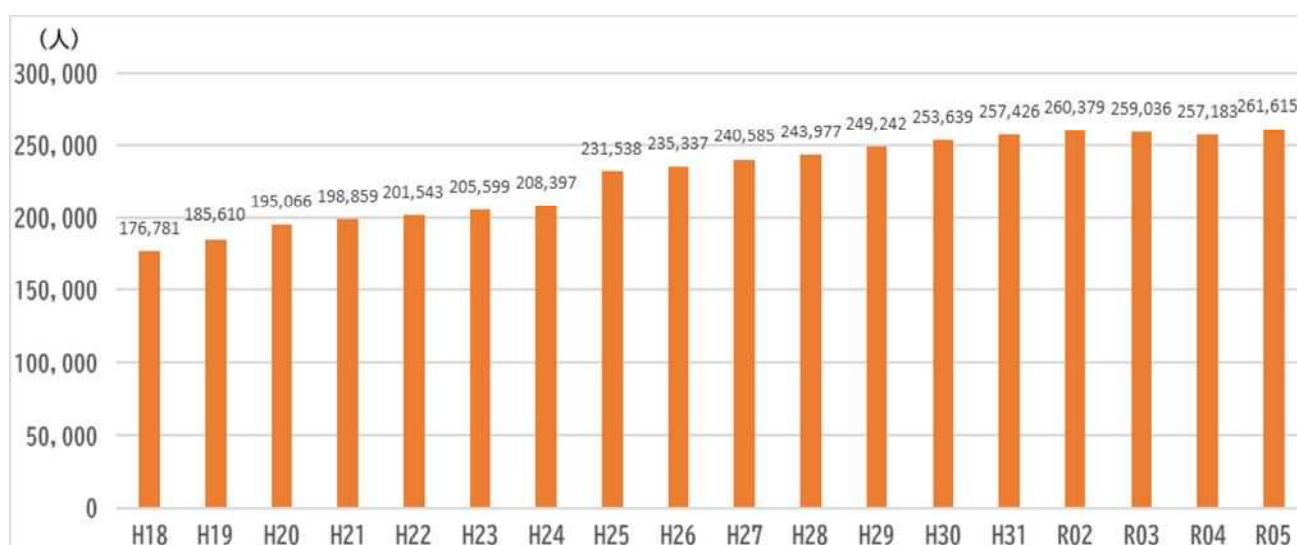
4 港区の人口等動向

(1) 人口

① 人口の推移

住民基本台帳によると、港区の人口は、平成8（1996）年に一時15万人を割り込む状況となりましたが、その後は増加傾向になり、平成29（2017）年2月15日には、昭和38（1963）年以来、54年ぶりに25万人に回復しました。令和5（2023）年1月1日時点では26万人強となっています。

図表 30：港区の人口の推移



出典：「住民基本台帳」（港区）を基に、各年1月1日の数値を掲載
※平成25年の人口から外国人を含んでいます。

② 昼間人口、夜間人口及び昼夜間人口比率

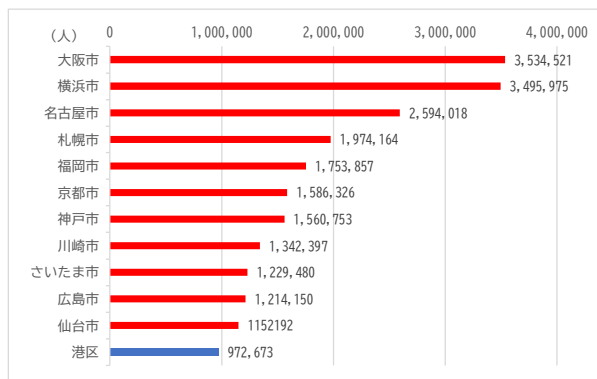
国勢調査によると、港区の昼間人口は令和2（2021）年時点で約97万人に達し、東京都内で最も多く、全国でも12番目に多くなっています。また、昼夜間人口比率は、千代田区、中央区に次いで3番目の約373%となっています。

図表 31： 昼間人口、夜間人口及び昼夜間人口比率の推移

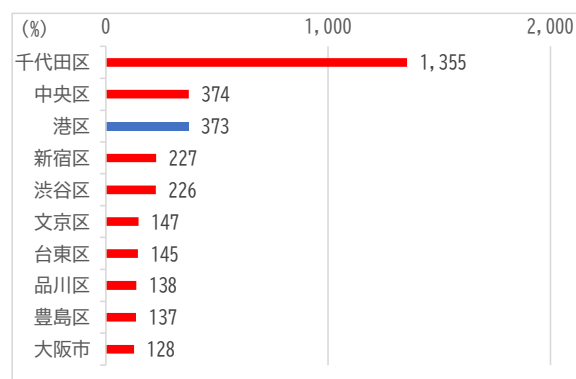


出典：「国勢調査」（総務省）

図表 32： 昼間人口の比較（上位12位）



図表 33： 昼夜間人口比率の比較（上位10位）

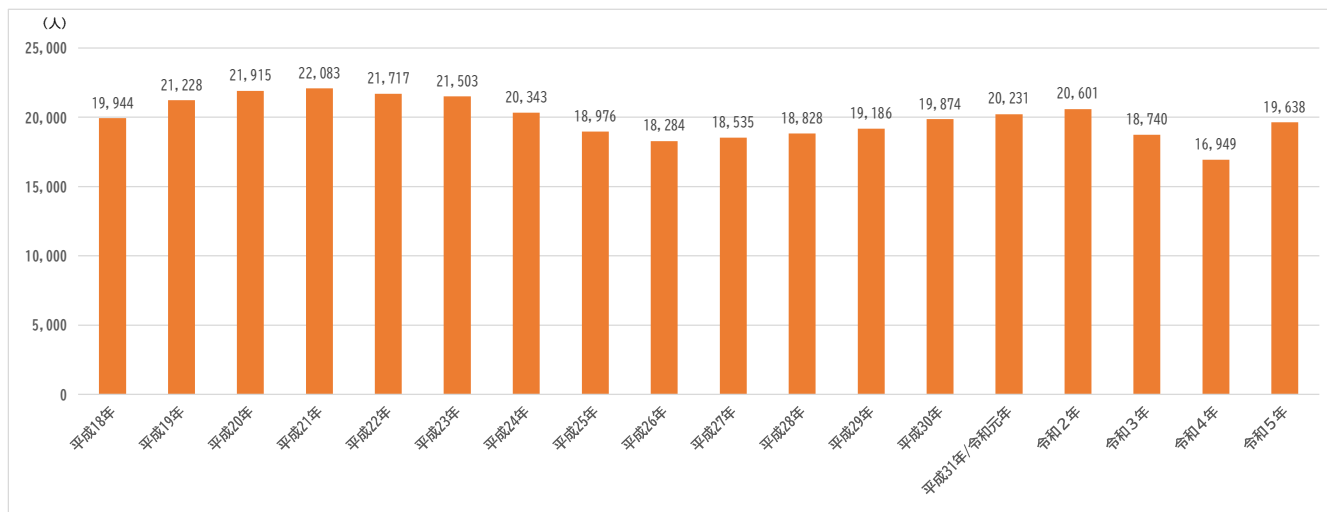


出典：「令和3年国勢調査」（総務省）を基に、政令指定都市及び東京都の区市町村で比較

③ 外国人住民数

港区の外国人住民数が総人口に占める外国人の割合は、令和5（2023）年で約8%となっています。令和3（2021）年・令和4（2022）年は減少したものの、令和5（2023）年では回復傾向に転じています。

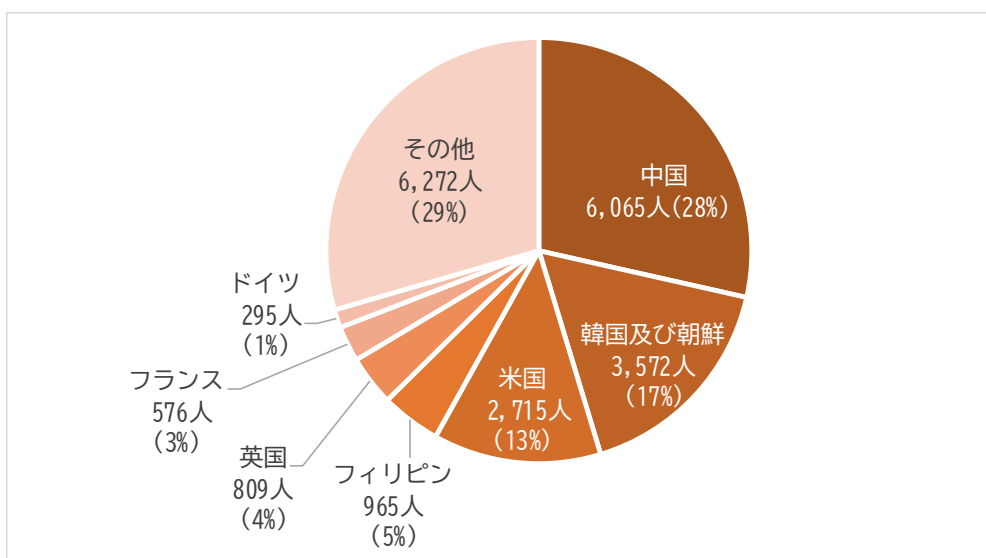
図表 34：外国人住民数の推移



出典：平成24年以前は「外国人登録原票」、平成25年以降は「住民基本台帳」を基に、各年1月31日の数値を掲載

港区の外国人住民数を国籍別にみると、中国が6,065人（28%）と最も多く、次いで韓国及び朝鮮3,572人（17%）、米国2,715人（13%）となっています。

図表 35：外国人住民の国籍



出典：「住民基本台帳」を基に、令和5年10月31日の数値を掲載

5 港区の文化財・美術館・博物館等

(1) 文化財

国指定

国宝・重要文化財（建造物）

NO	名称
1	旧台徳院霊廟惣門
2	旧朝香宮邸正門
3	旧朝香宮邸茶室
4	旧朝香宮邸本館
5	旧朝香宮邸倉庫
6	旧朝香宮邸自動車庫
7	旧東宮御所（迎賓館赤坂離宮）
8	慶応義塾三田演説館
9	慶応義塾図書館
10	瑞聖寺大雄宝殿
11	増上寺三解脱門
12	明治学院インブリー館
13	有章院（徳川家継）霊廟二天門
14	武家屋敷門

国宝・重要文化財（美術工芸品）

NO	名称
15	秋野蒔絵手箱
16	蘆屋松梅図真形釜
17	飛鳥井雅経筆懐紙（詠暁紅葉和歌）
18	雨漏茶碗
19	一山一寧墨蹟（正和丙辰十月下澣）
20	井戸茶碗（柴田）
21	色絵花鳥文八角大壺〈伊万里／〉
22	色絵五艘船図大平鉢〈伊万里／〉
23	色絵山寺図茶壺〈仁清作／〉
24	江戸城造営関係資料（甲良家伝来）
25	小倉山蒔絵硯箱
26	解剖存真図（南小柿寧一筆）
27	春日山蒔絵硯箱
28	堅手茶碗（長崎）
29	唐物肩衝茶入〈銘松屋／〉
30	岩偶
31	岩版
32	観世音菩薩受記経
33	犧首饗養阼竜文尊〈図形文字一／〉
34	犧首饗養阼竜文方罍〈図形文字一／〉
35	居涇和尚墨蹟〈弔白雲恵曉偈／〉
36	清水・住吉図蒔絵螺鈿西洋双六盤
37	桐竹鳳凰蒔絵文台及硯箱
38	金欄手下蕪花生
39	月礪文明墨蹟〈拈香語／〉
40	月江正印墨蹟〈玉泉字号偈／至正八年仲冬〉

NO	名称
41	月江正印墨蹟〈与楚雙峯偈語／至正三年二月十八日〉
42	絹本著色愛染曼荼羅図
43	絹本著色愛染明王像
44	絹本著色愛染明王像
45	絹本著色阿弥陀如来像
46	絹本著色鷄図
47	絹本著色春日補陀落山曼荼羅図
48	絹本著色春日宮曼荼羅図
49	絹本著色華嚴五十五所絵
50	絹本著色五百羅漢図〈伝明兆筆／東福寺伝来〉
51	絹本著色金剛界八十一尊大曼荼羅図
52	絹本著色釈迦如来像
53	絹本著色釈迦八相図
54	絹本著色夕陽山水図〈馬麟筆／〉
55	絹本著色善光寺如来縁起絵
56	絹本著色銭塘觀潮図
57	絹本著色大威徳明王像
58	絹本著色大日如来像
59	絹本著色那智滝図
60	絹本著色普賢十羅刹女像
61	絹本著色仏涅槃図
62	絹本著色法相宗曼荼羅図
63	絹本墨画古木牧牛図〈毛倫筆／〉
64	絹本墨画羅漢図〈／（第五諾矩尊者）〉
65	高麗青磁蓮華唐草文水瓶
66	古今集〈藤原為氏筆／〉
67	後鳥羽院御抄〈并／〉越部禅尼消息
68	金光明最勝王經註釈〈卷第二断筒／（飯室切）〉
69	紺紙銀字華嚴経卷第三六六〈（二月堂焼経）／〉
70	金銅鉢
71	根本百一羯磨〈卷第六／〉
72	嵯峨山蒔絵硯箱
73	相良家文書
74	銚藍金絵替皿〈尾形乾山作／〉
75	子元祖元墨蹟（弘安三年中夏）
76	紙本淡彩山水図〈祥啓筆／〉
77	紙本著色三十六歌仙切〈（順）／佐竹家伝来〉
78	紙本著色四季花鳥図〈／六曲屏風〉
79	紙本著色酒伝童子絵卷〈狩野元信筆／〉
80	紙本墨画淡彩山水図〈曾我紹仙筆／〉
81	宗峰妙超墨蹟（元亨壬戌）
82	寿老図六角皿〈尾形乾山作／尾形光琳画〉
83	順正理論卷第六残卷
84	徐公文集（宋刊本）
85	青磁花瓶
86	青磁筒花生〈銘大内筒／〉
87	石造浮彫十一面観音龕
88	宋版韓集拳正
89	宋版大唐三蔵取経詩話（高山寺本）
90	双羊尊
91	染付松樹文三脚皿〈鍋島／〉
92	大かうさまくんきのうち〈太田牛一筆／〉
93	大乘掌珍論〈卷上残卷／〉
94	大乘法界無差別論疏〈成弁筆／〉
95	大唐内典録〈卷第九 第十残卷／〉
96	大般若経卷五十七残卷
97	大般若経卷第二十三
98	大般若経卷第二百六十七
99	短刀〈銘則重／〉
100	註楞伽経〈卷第七／〉

NO	名称
101	長生殿蒔絵手筥
102	対馬宗家関係資料
103	東大寺文書〈(二十四通)／六曲屏風〉
104	饗饗夔鳳文甌〈図形文字一／〉
105	饗饗夔鳳文方彝〈文字六／〉
106	饗饗虺童文尊〈図形文字一／〉
107	饗饗文罍〈図形文字一／〉
108	饗饗文方盃〈文字一／〉
109	内大臣殿歌合〈／元永二年七月〉
110	日英修好通商条約
111	日仏修好通商条約
112	日米修好通商条約
113	日米条約調印書〈／安政四年五月二十六日〉
114	日米和親条約批准書交換証書〈／安政二年正月五日〉
115	鼠志野亀甲文茶碗(山端)
116	花白河蒔絵硯箱
117	不空三蔵表制集巻第五
118	浮線綾螺鈿蒔絵手箱
119	宝相華銀平文袈裟箱
120	丸壺茶入(相坂)〈瀬戸／〉
121	明極楚俊墨蹟(元徳二年仲春上澣五日)
122	明染付花卉文大皿
123	武蔵国日吉矢上古墳出土品
124	無量義経(裝飾経)
125	観普賢経〈(裝飾経)／〉
126	木造地藏菩薩立像
127	竜巖徳真墨蹟〈与無夢一清偈／至順二年辛未重陽後十日〉
128	紙本墨画漁村夕照図〈伝牧谿筆／〉
129	紙本金地著色燕子花図〈尾形光琳筆／六曲屏風〉
130	紙本墨画禅機図断簡〈因陀羅筆／(布袋図)〉
131	紙本墨画竹雀図
132	紙本著色病草紙断簡(不眠の女)
133	紙本淡彩山水図〈伝周文筆／〉
134	紙本淡彩観瀑図
135	紙本墨画風雨山水図
136	紙本著色瓜虫図〈呂敬甫筆／自賛がある〉
137	紙本金地著色藤花図〈円山応挙筆／六曲屏風〉
138	紙本著色絵過去現在因果経〈巻第二／〉
139	紙本著色天狗草紙
140	紙本著色十二因縁絵巻
141	紙本墨画善教房絵詞
142	紙本金地著色泰西王侯騎馬図〈／四曲屏風〉
143	紙本金地著色南蛮人渡来図〈／六曲屏風〉
144	紙本著色鶉飼図〈狩野探幽筆／六曲屏風〉
145	銅造〈釈迦如来／多宝如来〉並坐像
146	石造如来立像

史跡名勝天然記念物

NO	名称
147	浅野長矩墓および赤穂義士墓
148	江戸城外堀跡
149	荻生徂徠墓
150	旧芝離宮庭園
151	旧白金御料地
152	旧新橋停車場跡及び高輪築堤跡
153	佐藤一斎墓
154	品川台場
155	善福寺のイチョウ
156	高輪大木戸跡
157	東禅寺

登録有形文化財（建造物）

NO	名称
158	大倉集古館陳列館
159	大橋茶寮表門
160	大橋茶寮茶室葵
161	大橋茶寮茶室桂
162	大橋茶寮茶室守貧庵
163	大橋茶寮茶室如庵写
164	大橋茶寮茶室山吹
165	大橋茶寮中門
166	大橋茶寮不老門
167	大橋茶寮堀
168	菊池寛実記念智美術館別館
169	キリスト友会フレンズセンター
170	廣度院表門及び練堀
171	国際文化会館本館
172	常行院納骨堂
173	常照院本堂内陣
174	心光院表門
175	心光院本堂
176	東京水産大学雲鷹丸
177	東京タワー
178	虎ノ門大坂屋砂場店舗
179	堀商店
180	三菱電機高輪荘蔵
181	三菱電機高輪荘主屋
182	三菱電機高輪荘洋館
183	妙定院上土蔵
184	妙定院熊野堂

出典：文化庁「国指定文化財データベース」（令和4年12月現在）

東京都指定

天然記念物

NO	名称
1	芝東照宮のイチョウ
2	旧細川邸のシイ

史跡

NO	名称
3	西久保八幡貝塚
4	亀塚
5	芝丸山古墳
6	杉田玄白墓

旧跡

NO	名称
7	最初のアメリカ公使宿館跡
8	最初のフランス公使宿館跡
9	最初のオランダ公使宿館跡
10	安島直円墓
11	巖谷小波宅跡
12	毛利甲斐守邸跡
13	浅野土佐守邸跡
14	水野監物邸跡
15	大國隆正墓
16	英一蝶墓
17	曾根吉正墓
18	勝安房邸跡
19	佐藤直方墓
20	井部香山墓
21	林鶴梁墓
22	西郷・勝両氏会見地
23	江川氏訓練場跡
24	福沢・近藤両翁学塾跡

有形文化財（古文書）

NO	名称
25	善福寺文書

有形文化財（考古資料）

NO	名称
26	萩藩毛利家下屋敷跡出土地鎮具
27	飯田町遺跡735号遺構出土理兵衛焼
28	東片町遺跡 第199号遺跡講出土品一括

有形文化財（彫刻）

NO	名称
29	木造十六羅漢像（三解脱門安置）
30	木造阿彌陀如来坐像
31	木造釈迦如来及び両脇侍像（三解脱門安置）
32	木造四天王立像 康伝作
33	木造広目天立像
34	木造徳川家康坐像

有形文化財（建造物）

NO	名称
35	氷川神社社殿
36	増上寺経蔵
37	旧赤坂仮皇居御会食所（明治記念館本館）

有形文化財（絵画）

NO	名称
38	紙本着色神馬額 「豊久図」とある（六曲屏風貼付）
39	紙本着色神馬額絵 落款を逸す（六曲屏風貼付）
40	紙本着色獅子額絵 「豊久図」とある（六曲屏風貼付）

出典：東京都「東京都文化財情報データベース」（令和4年12月現在）

港区指定

有形文化財（建造物）

NO	名称
1	明治学院記念館
2	増上寺旧方丈門
3	旧乃木邸及び馬小屋
4	明治学院礼拝堂
5	銅鳥居
6	増上寺景光殿(旧広書院)表門
7	清正公堂及び山門
8	善福寺本堂
9	旧協働会館
10	大門
11	承教寺鐘楼
12	旧公衆衛生院
13	旧畠山一清邸 翠庵・明月軒・沙那庵・浄楽亭・毘沙門堂
14	高輪プリンスホテル観音堂・鐘楼・山門

有形文化財（絵画）

NO	名称
15	五百羅漢図
16	長沢芦雪筆人物図
17	一の谷・屋島合戦図屏風
18	羅漢図
19	法然上人行状絵
20	法然上人伝絵詞
21	琴棋書画図屏風
22	阿弥陀三尊図
23	英一蝶筆釈迦如来画像
24	寒山拾得図
25	涅槃図
26	涅槃図
27	月岡芳年筆『ま』組火消し絵馬
28	釈迦八相祇園精舎曼荼羅 付『萬松山曼陀羅之記』 『文化五辰年於阿弥陀寺泉岳寺開帳全』
29	絹本着色普照国師(隠元隆琦)像 土佐光起筆高泉性とん賛
30	広尾稻荷拝殿天井墨龍図 高橋由一筆
31	涅槃図
32	紙本着色蓮舟観音図 加藤信清筆
33	箱根詣図 建部崇兆筆
34	五百羅漢図下図 狩野一信筆
35	五百羅漢図下図 狩野一信筆
36	紙本着色出山釈迦図 加藤信清筆
37	円山応挙筆 絹本着色出山釈迦図
38	絹本着色当麻曼荼羅図
39	絹本着色観智国師肖像
40	紙本着色琴棋書画図屏風

有形文化財（彫刻）

NO	名称
41	木造毘沙門天像
42	銅造阿彌陀如来及両脇侍立像
43	木造釈迦如来及阿難・迦葉像
44	神楽面 付神楽面目錄
45	木造阿彌陀如来立像
46	閻魔大王坐像および司録・司命半跏像
47	木造阿彌陀如来坐像
48	漆喰造彩色 天野屋利兵衛像 入江長八作
49	木造仁王像
50	木造僧形坐像
51	木造二天立像
52	木造歴代人坐像

有形文化財（工芸品）

NO	名称
53	増上寺梵鐘
54	圓通寺梵鐘
55	承教寺梵鐘

有形文化財（書跡）

NO	名称
56	奈良時代写經
57	瑞聖寺所蔵墨蹟
58	松平不昧 狂歌小幅
59	大田蜀山人筆 狂歌屏風・漢詩屏風
60	勝海舟書画巻
61	白隠慧鶴筆「金剛窟」（室号）
62	増上寺所蔵浄土三部經（紺紙金字）

有形文化財（古文書）

NO	名称
63	松平不昧・月潭書状
64	足利直義御教書
65	足利成氏文書
66	徳川將軍家朱印状 付目錄・条目・写し
67	吉良氏朱印状
68	増上寺所蔵文書
69	伊奈半十郎忠治書状
70	天文・永祿年間 古券巻
71	増上寺十三世正堂廓山自筆涅槃図置文
72	源齋存応関係文書
73	反町文書
74	久保家文書
75	麻布本村町沽券図
76	宇田川家文書
77	山本家文書
78	觀智国師書状〈伝通院宛〉
79	曲直瀬家文書

有形文化財（古記録）

NO	名称
80	垂墨利加ミニストル旅宿記
81	外国書願留
82	御祭礼番附留
83	『芝新銭座町御高札物揚場諸事記録』
84	弘化年間『屋鋪五方相对替一件』記録
85	門前水帳
86	善福寺出張中日記

有形文化財（考古資料）

NO	名称
87	伊皿子貝塚遺跡出土遺物
88	雁木坂上遺跡N地点出土遺物
89	西久保八幡貝塚出土遺物

有形文化財（歴史資料）

NO	名称
90	広尾の庚申塔 付 水鉢
91	弥陀種子板碑
92	黒田清輝墓誌および副葬品
93	魚籃観世音靈驗記等版木
94	金杉町焼印札
95	弥陀種子板碑
96	明治学院インブリー館建設関係資料
97	伝真柄直基所用 野郎頭兜
98	元禄七年銘 納経石塔
99	弥陀三尊種子板碑
100	古写真<井関盛良コレクション>
101	官軍兵士軍服 付 外套・シャツ
102	大巖宗碩関係資料
103	桜田学校設立奉賀帳
104	徳川家霊廟天井板
105	石製胞衣容器蓋 丹波篠山藩青山家中屋敷跡出土
106	牛供養塔及び二千七百六十人之霊供養塔
107	後久洋家具店製作家具図面及び関連書類
108	亀山碑
109	メーソン&ハムリン社製 リードオルガン
110	海蔵寺の庚申塔
111	青山の庚申塔
112	弥陀種子板碑
113	倉松屋嘉兵衛町屋敷絵図
114	東禅寺事件銀製メダル及び江幡家文書
115	紅葉館資料
116	品川台場関連資料
117	日本楽器製造株式会社製初期グランドピアノ

有形文化財（絵画及び歴史資料）

NO	名称
118	狩野一信関連資料<逸見家伝来>

有形文化財（歴史資料及び絵画）

NO	名称
121	松平不昧関係遺品

有形文化財（歴史資料及び有形民俗文化財）

NO	名称
119	仙台藩伊達家胞衣桶 付 青銅製外容器及び内容物一括
120	会津松平家由来 常香盤（香盤時計）

無形文化財

NO	名称
122	工芸技術・指物制作
123	工芸技術・江戸表具
124	工芸技術・三味線製作

有形民俗文化財

NO	名称
125	芝金杉の漁具
126	銅造地藏菩薩坐像
127	魚籃寺奉納絵馬及び掛軸
128	芝大神宮の力石
129	日限地藏尊略縁起等版木
130	祭礼山車行列額絵
131	浄瑠璃人形頭及び衣装
132	奉納絵馬
133	市川蕙升 大星由良之助図
134	赤坂氷川祭の山車人形 附 山車附属品

旧跡

NO	名称
141	尾崎紅葉生誕の地
142	大槻玄沢埋葬の地
143	日本近代初等教育発祥の地
144	永井荷風旧居「偏奇館」跡
145	明和の大火死者供養墓

天然記念物

NO	名称
147	増上寺のカヤ
148	氷川神社のイチヨウ

史跡

NO	名称
135	普光観智国師墓
136	ヒュースケン墓
137	伊澤蘭軒墓
138	肥前佐賀藩主鍋島家墓所
139	日本経緯度原点
140	看護婦教育所発祥の地

名勝

NO	名称
146	旧岩崎邸庭園

出典：港区立郷土歴史館「港区文化財総合目録登録一覧」（令和4年10月時点）

(2) 博物館・美術館

	館名		所在地
1	秋山庄太郎写真芸術館	107-0062	港区南青山4-18-9
2	味の素食文化センター 食文化ライブラリー	108-0074	港区高輪3-13-65 (味の素グループ高輪研修センター内)
3	アド ミュージアム 東京	108-7090	港区東新橋1-8-2 カレッタ汐留
4	NHK放送博物館	105-0002	港区愛宕2-1-1
5	大倉集古館	105-0001	港区虎ノ門2-10-3
6	岡本太郎記念館	107-0062	港区南青山6-1-19
7	外務省 外交史料館	106-0041	港区麻布台 1-5-3
8	菊池寛実記念 智美術館	105-0001	港区虎ノ門4-1-35
9	気象庁気象科学館	105-8431	港区虎ノ門3-6-9
10	北里柴三郎記念館	108-8641	港区白金5-9-1
11	旧新橋停車場 鉄道歴史展示室	105-0021	港区東新橋1-5-3
12	共同通信社 ニュースアート	105-7201	港区東新橋1-7-1
13	慶應義塾大学アート・センター	108-8345	港区三田3-2-5
14	福澤諭吉記念 慶應義塾史展示館	108-8345	港区三田2-15-45
15	慶應義塾ミュージアム・commons	108-8345	港区三田2-15-45
16	国立科学博物館附属自然教育園	108-0071	港区白金台5-21-5
17	国立新美術館	106-8558	港区六本木7-22-2
18	サントリー美術館	107-8643	港区赤坂9-7-4 東京ミッドタウン
19	赤十字情報プラザ	105-8521	港区芝大門1-1-3
20	泉屋博古館東京	106-0032	港区六本木1-5-1
21	泉岳寺 赤穂義士記念館	108-0074	港区高輪2-11-1
22	増上寺宝物展示室	105-0011	港区芝公園4-7-35
23	TEPIA 先端技術館	107-0061	港区北青山2-8-44
24	21_21 DESIGN SIGHT	107-0052	港区赤坂9-7-6 東京ミッドタウン
25	東京海洋大学 マリンサイエンスミュージアム	108-8477	港区港南4-5-7
26	東京都庭園美術館	108-0071	港区白金台5-21-9
27	東京都立中央図書館	106-8575	港区南麻布5-7-13
28	東京ミッドタウン・デザインハブ	107-6205	港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー5階
29	TOTOギャラリー・間	107-0062	港区南青山1-24-3 TOTO乃木坂ビル
30	虎屋 赤坂ギャラリー	107-8401	港区赤坂4-9-22
31	ニコンミュージアム	108-6290	港区港南2-15-3 品川インターシティ棟2階
32	根津美術館	107-0062	港区南青山6-5-1
33	畠山記念館	108-0071	港区白金台2-20-12
34	パナソニック汐留美術館	105-8301	港区東新橋1-5-1 パナソニック東京汐留ビル4階
35	フジフィルムスクエア	107-0052	港区赤坂9-7-3 東京ミッドタウン
36	物流博物館	108-0074	港区高輪4-7-15
37	紅ミュージアム	107-0062	港区南青山6-6-20
38	マクセル アクアパーク品川	108-8611	港区高輪4-10-30 品川プリンスホテル
39	松岡美術館	108-0071	港区白金台5-12-6
40	港区立郷土歴史館	108-0071	港区白金台4-6-2
41	港区立みなと科学館	105-0001	港区虎ノ門3-6-9
42	明治学院歴史資料館	108-8636	港区白金台1-2-37
43	森美術館	106-6150	港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー53階
44	ヤマトグループ歴史館 クロネコヤマトミュージアム	108-0075	港区港南2-13-26 ヤマト港南ビル6階
45	ヨックモックミュージアム	107-0062	港区南青山6-15-1

(3) 大使館

NO	名称	住所
1	イタリア大使館	港区三田 2-5-4
2	オーストラリア大使館	港区三田 2-1-14
3	オランダ王国大使館	港区芝公園 3-6-3
4	キルギス共和国大使館	港区三田 1-5-7
5	コソボ共和国大使館	港区西新橋 3-13-7 VORT虎ノ門サウスビル10階
6	チリ共和国大使館	港区芝 3-1-14 芝公園阪神ビル8階
7	ナイジェリア連邦共和国大使館	港区虎ノ門 3-6-1
8	ハンガリー大使館	港区三田 2-17-14
9	ボツワナ共和国大使館	港区芝 4-5-10 ACN田町ビル6階
10	マーシャル諸島共和国大使館	港区西新橋 3-13-7 VORT虎ノ門South3階
11	マルタ共和国大使館	港区虎ノ門 4-3-20 神谷町MTビル14階 41~43号室
12	ウルグアイ東方共和国大使館	港区芝大門 1-2-1 大門KSビル7階
13	ノルウェー王国大使館	港区芝公園 3-4-30 32芝公園ビル9階
14	ボリビア多民族国大使館	港区芝公園 3-4-30 32芝公園ビル802、804号室
15	アフガニスタン・イスラム共和国大使館	港区麻布台 2-2-1
16	アルゼンチン共和国大使館	港区元麻布 2-14-14
17	イラン・イスラム共和国大使館	港区南麻布 3-13-9
18	ウクライナ大使館	港区西麻布 3-5-31
19	エクアドル共和国大使館	港区麻布台 3-5-7 麻布アメレックスビル8階
20	エルサルバドル共和国大使館	港区西麻布 3-20-5 西麻布清美堂ビル
21	オーストリア共和国大使館	港区元麻布 1-1-20
22	カザフスタン共和国大使館	港区麻布台 1-8-14
23	カタール国大使館	港区元麻布 2-3-28
24	ガーナ共和国大使館	港区西麻布 1-5-21
25	キプロス共和国大使館	港区南麻布 4-6-28 コーロッパハウス4階
26	キューバ共和国大使館	港区東麻布 1-28-4
27	ギリシャ共和国大使館	港区西麻布 3-16-30
28	グアテマラ共和国大使館	港区東麻布 1-10-11 東麻布アベビル4階
29	コスタリカ共和国大使館	港区六本木 6-2-2 R-WEST
30	サウジアラビア王国大使館	港区六本木 1-8-4
31	サモア独立国大使館	港区麻布台 3-5-7 麻布アメレックスビル5階
32	サンマリノ共和国大使館	港区元麻布 3-5-1
33	ジャマイカ大使館	港区元麻布 2-13-1
34	シンガポール共和国大使館	港区六本木 5-12-3
35	スイス大使館	港区南麻布 5-9-12
36	スペイン王国大使館	港区六本木 1-3-29
37	スロバキア共和国大使館	港区元麻布 2-11-33
38	大韓民国大使館	港区南麻布 1-2-5
39	中華人民共和国大使館	港区元麻布 3-4-33
40	ドイツ連邦共和国大使館	港区南麻布 4-5-10
41	トンガ王国大使館	港区麻布台 1-9-10 飯倉ITビル2階
42	ナミビア共和国大使館	港区麻布台 3-5-7 AMEREXビル
43	ハイチ共和国大使館	港区東麻布 1-10-11 東麻布アベビル7階
44	パキスタン・イスラム共和国大使館	港区南麻布 4-6-17
45	パナマ共和国大使館	港区六本木 3-15-5
46	パラオ共和国大使館	港区東麻布 2-21-11
47	フィジー共和国大使館	港区麻布台 2-3-5 ノア・ビルディング14階
48	フィリピン共和国大使館	港区六本木 5-15-5
49	フィンランド共和国大使館	港区南麻布 3-5-39
50	フランス共和国大使館	港区南麻布 4-11-44
51	ボスニア・ヘルツェゴビナ大使館	港区南麻布 5-3-29 ガーデニアビルディング2階、3階
52	ポルトガル大使館	港区西麻布 3-6-6
53	ホンジュラス共和国大使館	港区東麻布 1-10-11 東麻布アベビル5階
54	マダガスカル共和国大使館	港区元麻布 2-3-23
55	モルディブ共和国大使館	港区麻布台 1-9-10 飯倉ITビル8階
56	ラオス人民民主共和国大使館	港区西麻布 3-3-22
57	リトアニア共和国大使館	港区元麻布 3-7-18
58	ルーマニア大使館	港区西麻布 3-16-19
59	ロシア連邦大使館	港区麻布台 2-1-1
60	スウェーデン王国大使館	港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル16階
61	アメリカ合衆国大使館	港区赤坂 1-10-5
62	アルメニア共和国大使館	港区赤坂 1-11-36 Residence Viscountess#230
63	カナダ大使館	港区赤坂 7-3-38
64	カンボジア王国大使館	港区赤坂 8-6-9
65	コンゴ民主共和国大使館	港区南青山 2-9-21
66	ジョージア大使館	港区赤坂 1-11-36 Residence Viscountess#220
67	シリア・アラブ共和国大使館	港区赤坂 6-19-45 ホームット・ジェイド
68	スロベニア共和国大使館	港区南青山 7-14-12
69	バーレーン王国大使館	港区赤坂 1-11-36 レジデンス・バイカンテス710号
70	ブラジル連邦共和国大使館	港区北青山 2-11-12
71	モロッコ王国大使館	港区南青山 5-4-30
72	レソト王国大使館	港区赤坂 7-5-47 U&M赤坂ビル1丁目1階、3階
73	アイスランド大使館	港区高輪 4-18-26
74	ウズベキスタン共和国大使館	港区高輪 2-1-52
75	エチオピア連邦民主共和国大使館	港区高輪 3-4-1 高輪偕成ビル2階
76	エリトリア国大使館	港区白金台 4-7-4 白金台STビル第401号室
77	クウェート国大使館	港区三田 4-13-12
78	ジンバブエ共和国大使館	港区白金台 5-9-10
79	スリランカ民主社会主義共和国大使館	港区高輪 2-1-54
80	セルビア共和国大使館	港区高輪4-16-12
81	マラウイ共和国大使館	港区高輪 3-4-1 高輪偕成ビル5階、7階

6 各総合支所の主な観光関連事業

(1) 芝地区

事業名	内容
<ul style="list-style-type: none"> ・芝 歴史・文化・交流アカデミー ～歩く・見る・学ぶ「芝」～ 	<p>芝地区区民参画組織「芝会議」の「まちの魅力発掘部会」が芝地区の魅力を発掘・発信・創造。「芝の語り部」による多彩なまち歩きツアーや歴史にまつわる講座を実施し、区内外の人に芝地区の歴史や文化、自然等を広く発信するとともに次世代の人材を育成。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・竹芝プロジェクト ～ともにつながる未来へ～ 	<p>竹芝エリアのまちづくりに関わる多様な主体と区民参画組織の連携・協働を深め、地域イベントの実施や、区民が竹芝を身近に体感できる取組等の企画を推進し、魅力と活気にあふれる地域づくりをめざす。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・SNSや地域情報紙等による地域情報の発信・共有 	<p>区民の編集委員とともにつくる芝地区地域情報誌や、芝地区総合支所の公式X（旧Twitter）、Instagram、ホームページ及び区設掲示板など様々な情報媒体を活用し、幅広い世代の多くの人と地域の情報を共有するとともに、アフターコロナに向けて新たな交流や地域活動のきっかけづくりを促進。</p>

(2) 麻布地区

事業名	内容
・地域事業活性化プロジェクト	地域事業の携わった区民等が「麻布の縁さ～」となって、麻布地区に関する多様な情報を掲載する地域事業活性化プロジェクト専用のウェブサイトで、麻布の魅力を継続的に発信し、「麻布の縁さ～」の地域事業の経験を生かしたイベントを実施。
・麻布地域の魅力伝承事業	今と昔の写真収集や撮影した写真の展示、講演会やまち歩きガイドツアーの実施、あざぶカルタなどを使用したイベントの開催など、麻布地区の地域事業と連携を図りながら、幅広い世代に麻布の魅力を発信。
・SNSや地域情報紙等の活用による発信力の強化	区民等が主体となって編集する地域情報紙「ザ・AZABU」や区ホームページ、麻布地区総合支所のX（旧 Twitter）や港区 LINE 公式アカウント、地域SNSアプリ「PIAZZA」、「地域事業活性化プロジェクト」等で、地域事業の取組やイベント情報を積極的に発信。また、外国人を含む多様な人々が住む麻布地区の特性や受け手のニーズの視点に立った情報発信のあり方を、区民とともに検討。

(3) 赤坂地区

事業名	内容
・魅力発信プロジェクト ～赤坂親善大使&MY HOME TOWN～	赤坂・青山のマスコットキャラクター「赤坂親善大使」が、地域の行事やイベントに出演し地域の活性化を図る。また、赤坂・青山イメージソング「MY HOME TOWN」をあらゆる場面で活用するなど、地域の行事やイベントに興味を持ってもらえるよう様々な手法により効果的に情報発信を行う。
・赤坂・青山 魅力“知伝活”事業	区民参画によるICTを活用して、地域への関心の喚起や地域の愛着の醸成を図るため、地域の魅力発信事業を行う。
・連携自治体とのつながりを生かした魅力発信	区の施策や事業、課題に対して、全国の自治体との連携によって施策の実現、事業の発展、課題の解決を図るという視点を持ち、これまで交流を深めてきた岐阜県郡上市とのさらなる連携の発展や新たな分野での連携を検討する。また、赤坂地域に歴史的な縁のある和歌山県和歌山市との交流を推進。

(4) 高輪地区

事業名	内容
<p>・ 高輪情報局</p>	<p>町会・自治会、商店会等が実施する催し物や日常の地域活動に関する情報などを収集し、高輪地区内のデジタルサイネージを用いて日常的に発信。また、施設内にブラインドを設置しコンテンツを投影したり、双方向型のタッチパネル式デジタルサイネージの導入を検討するなど、区民が地域の情報を容易に入手できるように活用する媒体を増やす。</p>
<p>・ 私が語る高輪今昔物語</p>	<p>区民参画メンバーが収集してきた過去や現在の写真などを、多様な切り口や視点から整理し、新しいホームページ上で公開。高輪地区の今と昔に関するストーリーをまとめ、まち歩き、展示会、動画配信等で発信。また、メンバーが勧める高輪地区に関する書籍等を紹介する「高輪今昔物語ライブラリー」をホームページ上に開設するなど、高輪地区の魅力を地域の内外に広く発信。</p>
<p>・ 歩いて楽しむ地域の魅力発見・共有・発信</p>	<p>地域の区民や観光客など幅広い人々に高輪地区の歴史や文化などを発信し、地域の魅力にふれる機会を設けることで、まちの活性化につなげる。そのため、地域の自然や歴史的資産を、区ホームページ、SNS、デジタルサイネージ、地域情報紙「みなとっぷ」で紹介するなど、歩いて楽しむ地域の魅力を発信。また、地域の旧町名を刻んだ「旧町名由来板」を維持・管理し、幅広い人々にまちの歴史や魅力を知る機会を提供。</p>

(5) 芝浦港南地区

事業名	内容
<ul style="list-style-type: none"> ・みなとパーク芝浦等ふれあい交流事業 	<p>みなとパーク芝浦の各施設等や伝統文化交流館がそれぞれの特色を生かしながら連携し、世代を超えた地域コミュニティの醸成及び地域の活性化を図る。また、みなとパーク芝浦の共用部を、地域における世代間交流の場として提供。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・みずまちプロデュース事業 	<p>区民等との協働により「まち歩き」などのイベント開催し、水辺への愛着と理解を深める。また、芝浦港南地区の地域資源である運河や海辺の活用を図り、誰もが安らぎを感じられる、憩いの場として人々が集える環境づくりを推進。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・運河の魅力向上の推進 	<p>運河に架かる橋りょう等のライトアップを行うことで、水辺空間の魅力向上を図るとともに、魅力的な夜間景観を創出し、地域と協働した運河クルーズ等を実施することで、芝浦港南地区の魅力を生かす発信。また、運河沿いの夜間景観を明るくすることで、地域のより安全・安心なまちづくりにつなげる。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・伝統文化交流館の運営 	<p>区指定有形文化財を港区立伝統文化交流館として活用し、一般に公開するとともに、伝統文化に関する公演や講座、展示を実施。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・お台場プラーージュ 	<p>「泳げる海、お台場」の実現に向けた取組の一環として、主に地域住民との協働により、海水浴を開催。また、令和6(2024)年オリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市であり、「泳げるセーヌ川」の復活をめざすパリ市と連携し、都心での海水浴事業の促進に向けて両区市で相互に協力。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・地区情報誌の発行 	<p>地域の区民と区がともに考え、行動する組織「港区ベイエリア・パワーアッププロジェクト」を設置し、「人と人、町と町をつなぐふれあい情報誌」として創刊。誌面を通して、人と町がふれあえるきっかけとなるような地域の魅力向上のための地区情報誌を発行。</p>

7 港区観光振興プラン検討委員会 委員名簿

(敬称略)

区分	氏名	所属・肩書き
学識経験者 (委員長)	朝倉 はるみ	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 教授
観光関係者	渡邊 仁久	一般社団法人港区観光協会 会長
	澤田 健	株式会社TOKYO TOWER 執行役員(ライツ・広報担当) 営業部長
	石坂 順子 (第1回～第3回)	東京モノレール株式会社 地域連携・観光開発推進室長
	江尻 祐子 (第4回～第5回)	東京モノレール株式会社 地域連携・観光開発推進室 主査
商業関係者	長尾 哲治	港区商店街連合会 副会長 ニュー新橋ビル商店連合会 連合会長
	小野田 賀人	東京商工会議所港支部 事務局長
	窪田 理恵子	株式会社八芳園 コンテンツプロデュース事業部 エグゼクティブプロデューサー
国際交流関係者	柴崎 早苗	一般財団法人港区国際交流協会 事務局長
	Chow Sophie (周 カン)	インフルエンサー/フリーランス
区民	唐木 ひろ子	港区観光ボランティアの会
	山口 謙二	港区観光ボランティアの会

8 港区シティプロモーション推進委員会 委員名簿

区分	氏名	所属
委員長	上村 隆	産業・地域振興支援部長
副委員長	宮内 宏之	産業・地域振興支援部観光政策担当課長
委員	西本 亨	芝地区総合支所協働推進課長
委員	河本 良江	麻布地区総合支所協働推進課長
委員	坂本 俊行	赤坂地区総合支所協働推進課長
委員	中村 美生	高輪地区総合支所協働推進課長
委員	中村 ゆかり	芝浦港南地区総合支所協働推進課長
委員	荒川 正行	産業・地域振興支援部国際化・文化芸術担当課長事務取扱 (文化芸術事業連携担当部長)
委員	中林 淳一	産業・地域振興支援部産業振興課長
委員	小笹 美由紀	企画経営部区長室長
臨時委員	佐藤 雅紀	街づくり支援部地域交通課長

9 港区観光振興プラン検討委員会 設置要綱

○港区観光振興プラン検討委員会設置要綱

平成22年7月21日

22港産産第531号

(設置)

第1条 次期港区観光振興プランの策定に当たり、その内容について検討するため、港区観光振興プラン検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(検討事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討する。

- (1) 港区観光振興プランの検証に関すること。
- (2) 港区観光振興プランの策定に関すること。
- (3) その他委員会が必要と認める事項

(構成)

第3条 委員会の構成は、次のとおりとし、委員は区長が委嘱する。

- (1) 学識経験者 1人
- (2) 観光関係者 3人
- (3) 商業関係者 3人
- (4) 国際交流関係者 2人
- (5) 港区観光ボランティアガイド 2人（港区民とする。）

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、委員の委嘱日から当該委嘱の日の属する年度の末日までとする。ただし、再任を妨げないものとする。

2 委員に欠員が生じた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

2 委員長は、学識経験者の委員をもって充てる。

3 副委員長は、委員のうちから委員長が指名し、委員長を補佐し、委員長に事故があるときはその職務を代理する。

(招集)

第6条 委員会は、委員長が招集する。

(意見の聴取)

第7条 委員会は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対して委員会への出席を求め、その意見を聴くことができる。

(会議の公開)

第8条 委員会の会議は、原則として公開とする。

(庶務)

第9条 委員会の庶務は、産業・地域振興支援部産業振興課において処理する。

(委任)

第10条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

付 則

この要綱は、平成22年7月21日から施行する。

付 則

この要綱は、平成26年4月1日から施行する。

付 則

この要綱は、平成29年6月1日から施行する。

付 則

この要綱は、令和2年6月1日から施行する。

付 則

この要綱は、令和5年9月1日から施行する。

10 港区シティプロモーション推進委員会 設置要綱

○港区シティプロモーション推進委員会設置要綱

平成27年9月7日
27港産観第383号

(設置)

第1条 区の魅力や取組を効果的に発信することで、将来にわたり区民や観光客、企業に選ばれ続けること、港区への区民の愛着や誇りをより一層高めていくことを目的として、港区観光振興プラン（以下「プラン」という。）の検討及び策定並びに港区シティプロモーション戦略（以下「戦略」という。）の推進のため、港区シティプロモーション推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) プランの検討及び策定に関すること。
- (2) 戦略の推進に関すること。
- (3) 港区観光大使に関すること。
- (4) その他戦略に関し必要な事項

(組織)

第3条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

2 委員長は、産業・地域振興支援部長をもって充て、会務を統括する。

3 副委員長は、産業・地域振興支援部観光政策担当課長をもって充て、委員長を補佐し、委員長に事故があるときは、その職務を代理する。

4 委員は、次に掲げる者で区長が任命する委員をもって構成する。

- (1) 芝地区総合支所協働推進課長
- (2) 麻布地区総合支所協働推進課長
- (3) 赤坂地区総合支所協働推進課長
- (4) 高輪地区総合支所協働推進課長
- (5) 芝浦港南地区総合支所協働推進課長
- (6) 産業・地域振興支援部国際化・文化芸術担当課長
- (7) 産業・地域振興支援部産業振興課長
- (8) 産業・地域振興支援部観光政策担当課長
- (9) 企画経営部区長室長

5 委員長は、前項各号に掲げる委員のほかに、必要と認める者を臨時委員として指名することができる。

(運営)

第4条 委員会は、委員長が招集する。

2 委員長は、会議録を作成し、これを保存しなければならない。

(定足数)

第5条 委員会は、委員の過半数の出席がなければ、会議を開くことができない。

2 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

(意見聴取)

第6条 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者に対して委員会への出席を求め、その意見を聴くことができる。

(部会)

第7条 委員長は、必要があると認めるときは、部会を置くことができる。

2 部会は、部会長及び部会員をもって組織する。

3 部会長及び部会員は、委員長が指名する。

4 部会の運営について必要な事項は、部会長が定める。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、産業・地域振興支援部観光政策担当において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

付 則

この要綱は、平成27年10月1日から施行する。

付 則

この要綱は、平成28年8月31日から施行する。

付 則

この要綱は、平成29年6月1日から施行する。

付 則

この要綱は、平成30年11月1日から施行する。

付 則

この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

付 則

この要綱は、令和4年2月25日から施行する。

付 則

この要綱は、令和5年9月1日から施行する。

11 関連計画等一覧

計画名・計画期間	内 容
港区まちづくりマスタープラン 計画期間： 平成 29 年度～令和 18 年度	都市計画に関する基本的な方針を示す港区の街づくり分野の最上位の計画です。港区における今後のまちづくりの“道しるべ”となり、区民、企業等、行政がまちの将来像を共有するためのよりどころとなるものです。
港区総合交通計画 計画期間： 令和 5 年度～令和 14 年度	持続可能な交通手段を確保するための地域交通に関する新たな方針を示すとともに、地域交通、新たなモビリティMaaS等の新たな取組を推進していくための交通に関する総合的な計画です。
港区バリアフリー基本構想 計画期間： 令和 3 年度～令和 12 年度	高齢者、障害者等誰もが安全に安心して快適に移動できるバリアフリー空間の計画的な整備を進めていく方針として、策定している基本構想です。
港区生活安全行動計画 計画期間： 令和 6 年度～令和 8 年度	防犯、防火などの生活安全の観点から区を取り巻く課題を示し、今後の方向性と取組を具体的に明らかにするアクションプランです。
港区国際化推進プラン 計画期間： 令和 3 年度～令和 8 年度	国籍や民族が異なる人々が文化的違いを認め合いながら、一人ひとりの人権を尊重し、地域社会の一員としてともに考え、行動し、支え合う「多文化共生社会」の実現をめざす計画です。
港区文化芸術振興プラン 計画期間： 令和 3 年度～令和 8 年度	「多様な人と文化が共生し文化芸術を通じて皆の幸せをめざす世界に開かれた『文化の港』」を将来像とし、誰もが文化芸術を通じて心豊かで潤いのある生活を送ることができる社会をめざす計画です。
港区産業振興プラン 計画期間： 令和 3 年度～令和 8 年度	これからの港区の産業のあるべき姿と、その実現に向けた施策を反映するとともに、社会経済情勢の変化を的確に把握し、区内中小企業の発展、地域経済のより一層の活性化の実現を目的とした計画です。
港区生涯学習推進計画 計画期間： 令和 3 年度～令和 8 年度	区における生涯学習を推進する体制を整えるとともに、全ての人の学びの意欲に応え、学習の成果を生かせるよう自主的な学習支援に取り組むための基本的な考え方や施策を示した計画です。

<p>港区DX推進計画 計画期間： 令和3年度～令和8年度</p>	<p>区民生活に関わるICT環境の変化に的確に対応するとともに、港区基本計画で示された目標の実現に向けて、情報化の視点から施策の方向性を示す計画です。</p>
<p>港区シティプロモーション戦略 策定時期： 平成28年度</p>	<p>港区の魅力やブランドを国内外に広く発信し、世界中から人を呼び込み、区内での回遊と消費を促し、地域を活性化させることを目的とした戦略です。地域活性化を通じて、区民の地域への愛着や誇り（シビックプライド）がより一層醸成される好循環の創出をめざします。</p>

※関連計画等の詳細は右の二次元コードからご確認いただけます。









12 シティプロモーションシンボルマーク

シティプロモーションシンボルマーク

MINATO CITY



シティプロモーション戦略に掲げる6つの都市イメージとイメージカラー

- | | | |
|---|---------------|--------------------|
|  | いまよういろ
今様色 | 国内外に開かれ多様性を受け入れる都市 |
|  | かきつばた
杜若 | 文化芸術の彩りと歴史が息づく都市 |
|  | とびいろ
鳶色 | 安全で安心できる都市 |
|  | ときわいろ
常盤色 | 街並みの美しさで魅了する都市 |
|  | るりいろ
瑠璃色 | アクセス性に富んだ便利な都市 |
|  | あかだいたい
赤橙 | 温かい優しさと活気に包まれる都市 |

港区平和都市宣言

かけがえのない美しい地球を守り、世界の恒久平和を願う人びとの心は一つであり、いつまでも変わることはありません。

私たちが真の平和を望みながら、文化や伝統を守り、生きがいに満ちたまちづくりに努めています。

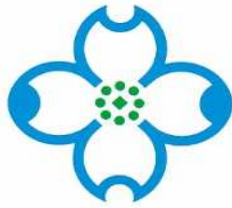
このふれあいのある郷土、美しい大地をこれから生まれ育つ子どもたちに伝えることは私たちの務めです。

私たちは、我が国が『非核三原則』を堅持することを求めるとともに、ここに広く核兵器の廃絶を訴え、心から平和の願いをこめて港区が平和都市であることを宣言します。

昭和60年8月15日

港 区

区 の 木



ハナミズキ

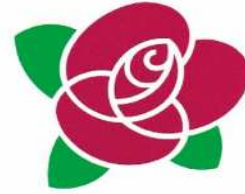
ミズキ科
北米原産 外来種
落葉広葉樹

区 の 花



アジサイ

ユキノシタ科
日本（関東南部）原産
落葉広葉樹（1.5～2.0m）



バラ

バラ科
日本、中国、欧州原産
常緑落葉低木つる



港区のマークは、昭和24年7月30日に制定しました。旧芝・麻布・赤坂の3区を一丸とし、その象徴として港区の頭文字である「み」を力強く、図案化したものです。

第4次港区観光振興プラン（素案）

令和5（2023）年11月発行

編集・発行：港区産業・地域振興支援部観光政策担当
港区芝五丁目36番4号
03-6435-4661
<https://www.city.minato.tokyo.jp/>

第4次港区観光振興プランの策定に係る日程について

令和5年

- | | |
|-----------|--|
| 11月24日(金) | 区民文教常任委員会報告 |
| 12月1日(金)～ | 区民意見募集
広報みなとで意見募集周知
区ホームページで素案掲出
区内施設にて閲覧 |

令和6年

- | | |
|---------|---------------------------------|
| 1月4日(木) | 区民意見募集期限(募集終了後、区民文教常任委員会にて情報提供) |
| 1月 | 港区シティプロモーション推進委員会開催 |
| 2月 | 港区観光振興プラン検討委員会開催 |
| 3月 | 第4次港区観光振興プラン決定 |