

TCVB

Tokyo Convention & Visitors Bureau



令和7年度共同研究：報告書

観光と暮らしの好循環をつくる、オーバーツーリズムへの備え方
～渋谷・新宿・港区の事例から考える“適応力（アダプタビリティ）”～

2026年 3月 4日 発表

公益財団法人 東京観光財団
株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター

目次

| | | | |
|-------------------------------------|------------|----------------------------------|------------|
| 第1章 はじめに | P3 | 第5章 新宿区ケース：混雑・回遊局面への向き合い方 | P29 |
| はじめに | P4 | 新大久保エリア 混雑の経緯 | P30 |
| 共同研究実施体制 | P5 | 自治体ヒアリング結果（新宿区） | P31 |
| 第2章 背景と問題意識 | P6 | 新大久保エリアについて | P32 |
| 令和5年度共同研究の要点 | P7 | 調査概要 | P33 |
| 国の動きとオーバーツーリズム対策事例の蓄積 | P8 | 実施結果 | P34 |
| 未然防止に必要な視点 | P9 | 来訪者数・属性（前年差） | P35 |
| 需要の急変と繁閑差の拡大（近年動向） | P10 | 時間帯別来訪者数（主要3地点） | P36 |
| 背景・問題意識のまとめ（本研究の位置付け） | P11 | 前後周遊の変化 | P37 |
| 第3章 研究の方向性・プロセス | P12 | 新宿区ケースの考察 | P38 |
| 適切な「現状把握」の必要性 | P13 | 第6章 港区ケース：一部滞留局面への向き合い方 | P39 |
| 研究の進め方（ヒアリング→類型化→検証） | P14 | 発生している事象の詳細 | P40 |
| 3つの顕在化パターン（マナー／混雑／一部滞留） | P15 | 自治体ヒアリング結果（港区） | P41 |
| 本研究の全体像・構成 | P16 | 調査概要 | P42 |
| 人流データについて | P17 | 調査結果－回答者の概要 | P43 |
| 第4章 渋谷区ケース：マナー問題と規制局面への向き合い方 | P18 | 調査結果－単純集計 | P44 |
| 渋谷エリア 路上飲酒禁止に至った経緯 | P19 | 調査結果－クロス集計（居住国×交差点を知ったきっかけ） | P45 |
| 自治体ヒアリング結果（渋谷区） | P20 | 調査結果－クロス集計（居住国×交差点を知ったタイミング） | P46 |
| 調査概要 | P21 | 調査結果－クロス集計（居住国×交差点を調べた方法） | P47 |
| 直近3年間のエリア動態（各年10/1～31）－飲酒禁止区域内 | P22 | 調査結果－クロス集計（居住国×ルールの認知） | P48 |
| 直近3年間のエリア動態（各年10/1～31）－表参道・代々木公園 | P23 | 調査結果を踏まえた港区・港区観光協会とのディスカッション内容 | P49 |
| 直近3年間のエリア動態（各年10/1～31）－渋谷駅南側 | P24 | UGC（ユーザー生成コンテンツ）地点登録による目的地化の事例 | P50 |
| 渋谷区における具体例 | P25 | 港区ケースの考察 | P51 |
| 特定スポットの分析：明治通り | P26 | 第7章 地域が主体的に考えるために | P52 |
| 特定スポットの分析：キャットストリート | P27 | 本研究の示唆と現状把握のポイント | P53 |
| 渋谷区ケースの考察 | P28 | さいごに | P54 |
| | | 参考文献 | P55 |

第1章 はじめに

はじめに

近年、旅行者数の増加とともに、都市部を中心に観光客の来訪が特定の場所や時間帯に集中する現象が見られるようになっていきます。

その背景には、人数の増加のみならず、SNSや地図アプリなどのICTツールの進化によって観光行動の利便性が向上したことに加え、情報伝播の高速化と増幅が進んだこと等が要因に挙げられます。

このような状況はしばしば「オーバーツーリズム」という言葉で語られますが、その実態は必ずしも観光地全体の過密化ではなく、特定の場所において局所的・一時的に顕在化し、そこで暮らし、働く人々へ悪影響を及ぼすケースが多く見られます。

一方で、観光客の来訪数や行動を地域側が完全にコントロールすることは容易ではありません。

国際情勢や為替といった外的要因に加え、ICTツールを通じた情報拡散は意図的な制御が難しく、観光客の増減を地域側が計画的に調整することには限界があります。

そのため、**来訪者が急増した局面において、地域としてどのように現状を整理し、どのような判断や対応を行うかが、これまで以上に重要になっています。**

本レポートでは、こうした問題意識の下、渋谷区・新宿区・港区の3区を対象に、観光客の来訪が急増した局面において、どのような課題が、どのようなかたちで顕在化したのかを整理・分析しました。

その上で、**個別の対策を提示することを目的とするのではなく、来訪者急増局面において地域が主体的に考え、判断するための視点や整理の枠組みを提示することを目指しています。**

混雑の発生そのものを未然に防ぐことが難しい現状において、観光客の増加を前提としながらも、地域の生活や魅力を持続的に守っていくためには、変化を適切に捉え、学び、次に生かしていく力、すなわち「適応力“アダプタビリティ”の向上」の視点が不可欠です。

本レポートが、今後の都市観光における課題整理や議論の一助となれば幸いです。

共同研究実施体制

- ・東京観光財団の研究構想に基づき、二者で研究の全体設計を行った。
- ・都内の現状を把握すべく、23区の複数の自治体・観光協会に、観光客増加に伴う地域の現状と課題について事前にヒアリングを行った。
- ・その上で、より詳細な検証を行うために、渋谷区／渋谷区観光協会、新宿区(大久保特別出張所)／新宿観光振興協会、港区／港区観光協会、の3地域に具体的な課題と現在の対応策等をヒアリングし、地域との協議の上、各種調査を行った。

TCVB

Tokyo Convention & Visitors Bureau

研究主体



東京観光財団

- ・研究の全体設計
- ・現地調査の設計・運営、リサーチ
- ・研究成果作成

じゃらんリサーチセンター

- ・研究の全体設計
- ・リサーチ、各種データ解析
- ・研究成果作成

協力・助言等

渋谷区／渋谷区観光協会

新宿区(大久保特別出張所)／
新宿観光振興協会

港区／港区観光協会

第2章 背景と問題意識

令和5年度共同研究の要点

- 令和5年度、東京観光財団・じゃらんリサーチセンター・台東区は共同研究「**オーバーツーリズムを防ぐために～東京・台東区での実証を踏まえて～**」^[1]を実施・発表し、オーバーツーリズムの基本と台東区・浅草での調査に基づき、必要な対策等の方向性をまとめた。
- このころ、観光需要の急速な回復に伴い、国内の一部の地域・時間帯では混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響や、旅行者の満足度低下への懸念が生じていたことから、観光庁は令和5年9月に初の「**オーバーツーリズムの未然防止・抑制に関する関係省庁対策会議**」を実施。10月には「**オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ**」^[2]が発表された。

主な研究項目／インサイト

- **オーバーツーリズムとは何か：語源、定義、定量的な指標はない**
世界的に明確な定義や指標は存在しないが、観光庁はUN Tourism資料より引用し「**観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、および／あるいは訪れる旅行者の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響**」と定義。
- 国内外のオーバーツーリズム事例を紹介
- **問題の顕在化のカギは「観光に対する住民感情の悪化」**
「観光に対する住民感情の悪化」には、いくつかのトリガーがあると仮説を立てた。
- **東京でオーバーツーリズムは起きている？台東区・浅草で検証**
 - ✓ 台東区の区民調査（当時）では住民感情の大きな悪化は見られない一方、一部地域で生活動線と旅行者行動の衝突が示唆された。
 - ✓ 浅草のインバウンド客は混雑を「にぎわい」と捉える傾向が強く、満足度の大幅な低下は確認されなかった。
 - ✓ 混雑が予想されても訪問時間を調整しない旅行者が7割超、区のマナー啓発を知らない旅行者は約9割に上った。
- **オーバーツーリズム問題を顕在化させる「住民感情の悪化」を防ぐために**
 - ✓ 自治体：住民・旅行者の行動をデータで把握し、住民の声を観光施策に反映する仕組みが必要。
 - ✓ DMO：地域配慮を前提に、旅行者×住民の前向きな接点を増やし、観光価値を高める必要がある。
 - ✓ 観光事業者：旅行者との接点で、地域の意図を踏まえた観光スタイルやマナーを発信する必要がある。



【令和5年度共同研究：報告書】オーバーツーリズムを防ぐために

国の動きとオーバーツーリズム対策事例の蓄積

- 令和5年度の共同研究実施後、この2年間で国の「オーバーツーリズム」対策はさらに拡大し、全国で事例が蓄積されてきた。

■オーバーツーリズム対策をめぐる国の動き

| 年度／時期 | 主な動き | 内容・ポイント |
|--------------------|------------|--|
| 令和6年度 (2024年3月) | 先駆モデル地域の選定 | 令和5年度補正予算「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」一次公募における「先駆モデル地域」20地域が選定される。 |
| 令和6年度 (2025年2月) | 一次公募受付開始 | 観光庁が「持続可能な観光推進事業」の説明会を地方自治体・DMO向けに開催され、一次公募の受付が開始。 |
| 令和7年度 (2025年4月) | 一次公募採択結果発表 | 30件の地域一体型事業、88件の実証・個別型事業が採択され、本格的な地域活動開始。 |
| 令和7年度 (2025年7月) | 二次公募採択結果発表 | 「地域一体型」7件、「実証・個別型」36件を選定。 |
| | 事例集の公表 | 令和5年度補正予算「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」より26地域の事例集が公表される。 |
| 令和7年度 (2025年8月) | 三次公募採択結果発表 | 「実証・個別型」23件を選定。 |

オーバーツーリズムの未然防止・抑制による
持続可能な観光推進事業の開始



事業を通じて全国各地から具体的な課題や
取り組み事例が収集・蓄積されてきた

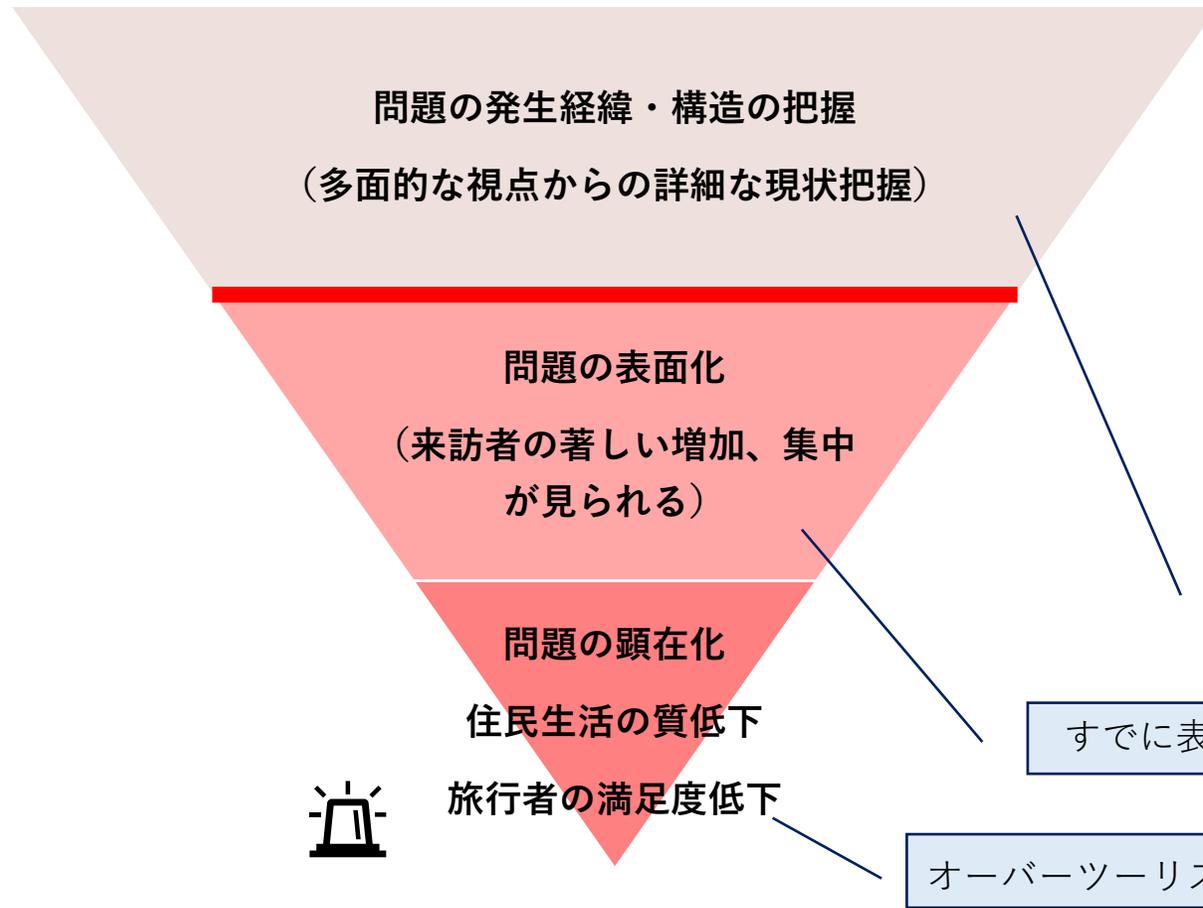


観光庁が2025年7月に公表した事例集^[3]からの気づき

- 全国26地域の取り組みを「公共交通等の混雑対策」「マナー違反對策」「自然環境保護」「需要の分散・周遊促進等」に4分類し、紹介。
- さまざまなパターンの事例・対策の詳細なレポートがあり有益。ただし繁華街と住宅が混在している「都市型」の事例は少ない。
- また、問題発生メカニズム解明の課題は残されており、**来訪者の行動傾向等を紐解き、詳細な現状把握を進める必要がある。**

未然防止に必要な視点

● 未然防止には問題発生経緯の整理とメカニズム解明が重要



- 問題をさらに大きく、悪化させないためには、問題が表面化してからの対処療法的な対応だけでは不十分。
- まずは、そもそもの問題の発生経緯を、場所の性質、時間帯、来訪者像やSNS等のきっかけの有無、来訪者の行動傾向や心理、誰への影響・負荷が大きくなりそうかについて詳細に把握する。
- 詳細な現状把握に基づき、問題表面化の予測が可能に。
- 問題が大きくなる前に、予測から必要な対策を判断→実行→振り返り→改善するというPDCAサイクルを定着させることによる、オーバーツーリズム「適応力」強化が必要。

まず、発生のメカニズムを解明する = 備え、未然防止へ

すでに表面化している問題への対応であり【未然防止】ではない

オーバーツーリズムと言える状態・社会問題化

需要の急変と繁閑差の拡大（近年動向）

- 国の対策拡大と同時にこの2年間は特に訪日旅行者数も急上昇の傾向。2024年9月頃からは繁閑差がより拡大しており、最近の傾向としては急増／急減と呼べる振れ幅になりつつある。地域によっては、来訪者の急激な増加によって、局地的に来訪者が集中し、対策が追い付かない状況が生まれやすくなってきている。

訪日外客数（2011年1月～2025年11月）月別



JNTO「訪日外客統計」よりリクルート作成

■ 本研究の実施に至った背景・問題意識

- この2年間は観光需要回復により、オーバーツーリズム問題に対する懸念が全国的に拡大し、対策事例が蓄積されてきた。
- 対策はすでに表面化した問題への対応も多く含まれており、発生メカニズムの分析は十分でない。
- 発生メカニズムの分析が不十分なため、表面化する前に予測→対策を判断→実行→評価→改善までを含む総合的なPDCAの型は示されていない。
- 具体的な事例が蓄積されてきたが多くはまだ観光地型に偏り、都市型の検証は不足している。

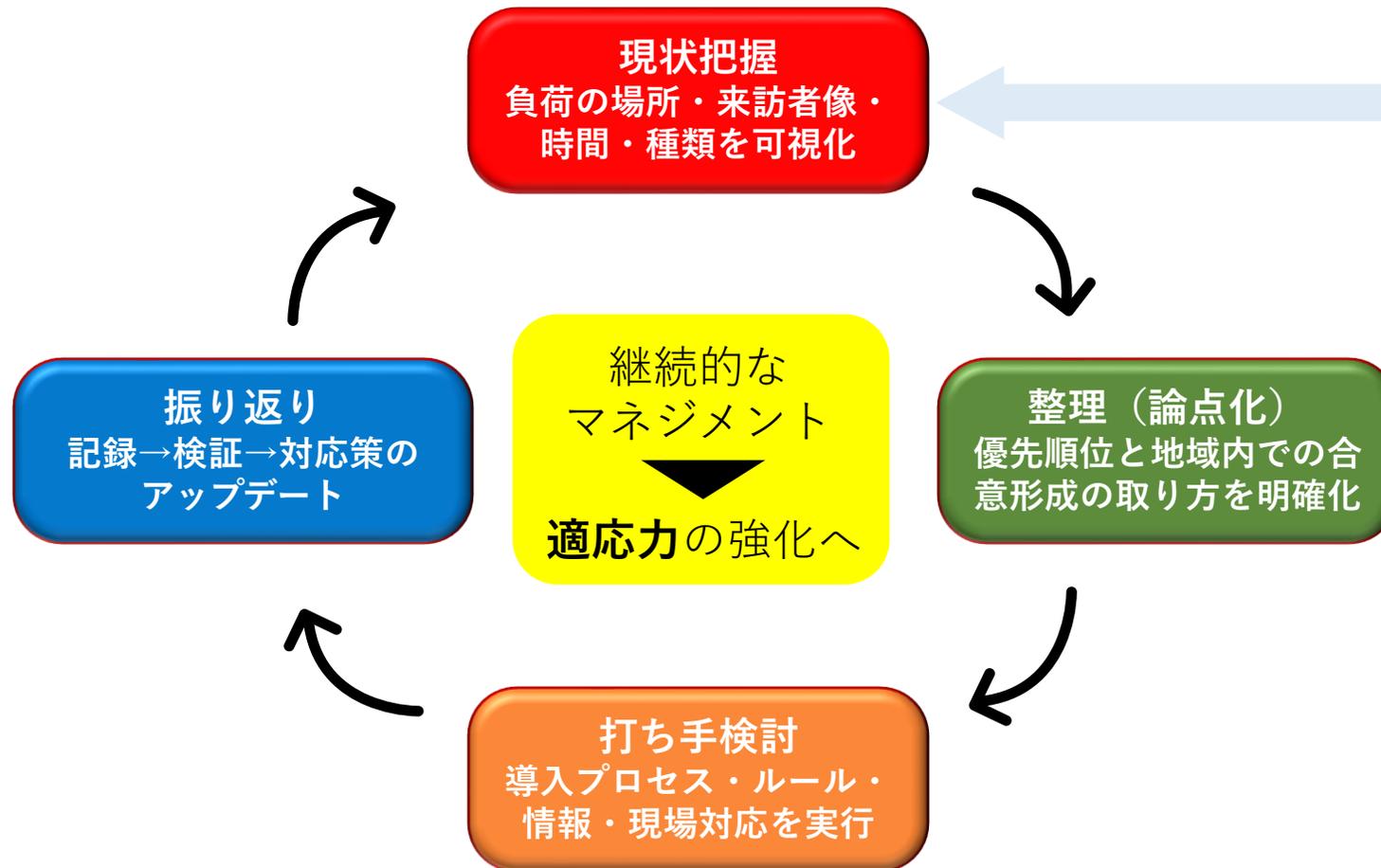


＝都内で起きている具体例を基に、都市型の事例の発生メカニズム分析や調査検証を行い、オーバーツーリズムに「備える」ために地域が強化すべき“適応力（アダプタビリティ）”を考察する

第3章 研究の方向性・プロセス

適切な「現状把握」の必要性

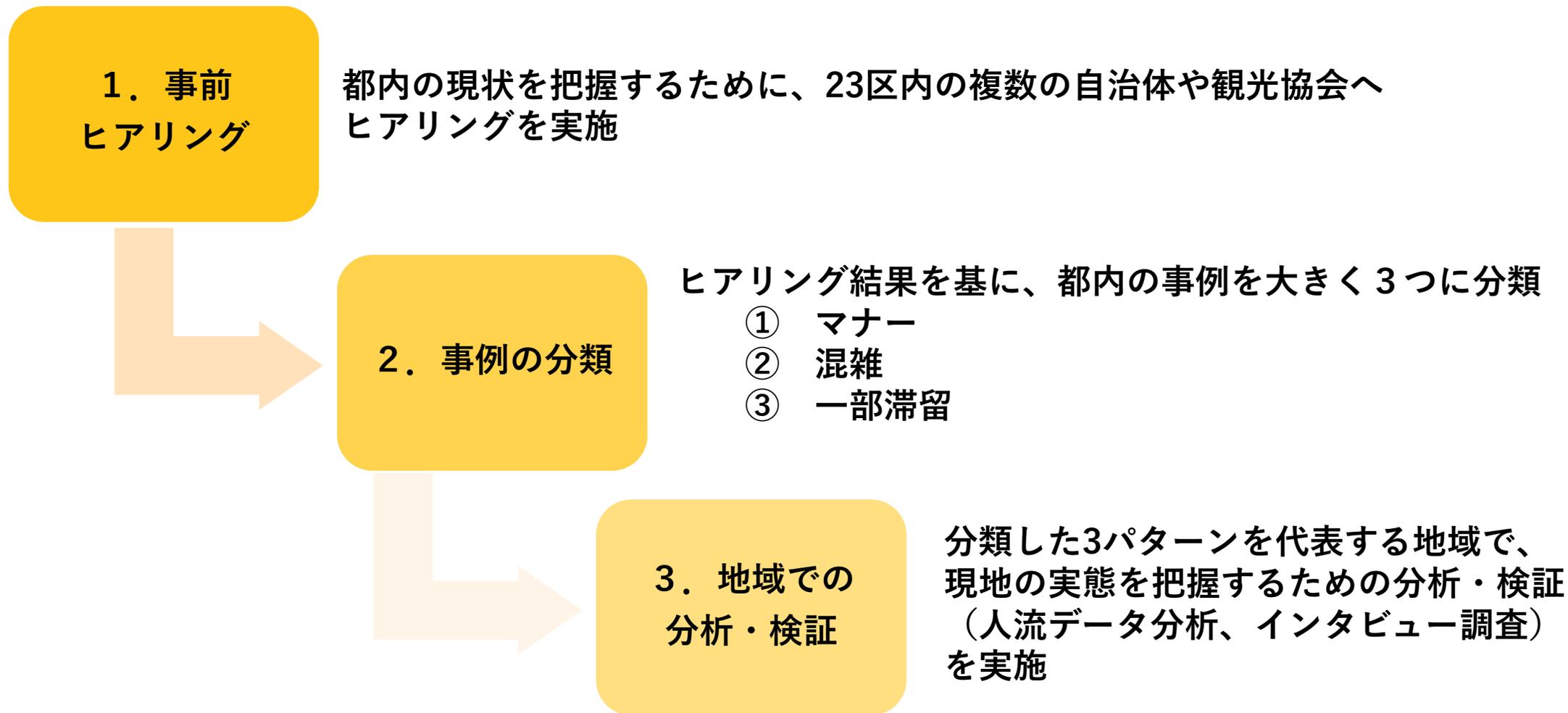
- 問題のさらなる悪化を防ぐための発生メカニズムの解明には、「現状把握」が必要。
- 例えば、「混雑」であれば、場所の性質、時間帯、来訪者像、きっかけ、行動傾向・心理、誰への影響・負荷があるのか等、事象の「構造」を解明する必要がある。



■現状把握のポイント

- **場所** = どんな場所で起きているか
→ 観光ルート上、特定のスポット、等
- **時間帯** = いつ・どれくらい続くか
→ 週末の午前中～15時にかけて徐々に増加、等
- **来訪者像** = どんな来訪者か
→ 国内旅行者、訪日旅行者、個人、団体等
- **きっかけ** = 何がトリガーか
→ 連休、イベント、SNSでの拡散、等
- **行動／行為** = 何が起きているか
→ 食べ歩き、ポイ捨て、路上喫煙、等
- **影響** = 誰にどんな負荷が出ているか
→ 住民への騒音被害、観光客のケガ増加、等

研究の進め方（ヒアリング→類型化→検証）



3地域の分析結果を踏まえ、オーバーツーリズムに対する適応力を強化し、主体的に判断・運用するための視点と進め方を整理した。

3つの顕在化パターン（マナー／混雑／一部滞留）

- さまざまな地域にヒアリングをした結果、都市部では、来訪者の集中が「マナー」「混雑」「一部滞留」として表れやすいと判断。
- 複数のパターンが組み合わさって発生しているケースも多い。
- 各地域で発生している具体的現象について、経緯／場所／時間帯／来訪者像／行動／影響（負荷の対象）を整理することが重要。

■オーバーツーリズムの3つの顕在化パターン

| | 定義 | 発生しやすい場所 | 発生の兆し |
|------|-------------------------------|----------------------------|---|
| マナー | 騒音・路上飲食・喫煙・ごみ等が集中し、摩擦が生じる | 飲食店周辺／夜間の繁華街／待機列／撮影行為が多い地点 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 注意・苦情の増加 ・ ルール掲出の増設 ・ 警察・行政対応の増加 |
| 混雑 | 通行・滞留が集中し、安全や移動に支障が出る | 駅前／交差点／狭い歩道／人気店前／観光動線の合流点 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 滞留が特定地点に集中 ・ 歩行速度の低下 ・ 誘導・交通整理が必要になる ・ 混雑が短時間に集中 |
| 一部滞留 | 観光動線が住宅地・生活動線に入り込み、暮らしへの負荷が出る | 住宅路地／抜け道／生活施設周辺（学校・公園・病院等） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 住宅路地への流入、通行への支障 ・ 住民の不安やストレス ・ 写真撮影、立ち止まり |

本研究の全体像・構成

●具体的な地域における検証は、渋谷区、新宿区、港区のケースで実施した。

マナー

渋谷区－センター街周辺

渋谷駅からスクランブル交差点を越えた先に広がる、商業施設・飲食店・娯楽が集まる繁華街の中心部。観光客や若者、ビジネスパーソンの回遊が重なり、一日を通して狭い通りや交差点で歩行者の滞留が起きやすく、路上飲酒やごみのポイ捨て問題にも継続的に悩まされていたエリア。



混雑

新宿区－新大久保

韓国グルメやコスメ店などが密集するにぎわいエリアで、週末は駅前～大久保通りの歩道に人が集中しやすい。“食べ歩き・買い物・撮影”目的の来訪が多く、短い区間に滞留や行列が発生しやすい。



一部滞留

港区－赤羽橋交差点

東京タワーの最寄りエリアのひとつで、交差点近くから東京タワーを見上げられる撮影スポットとして人が集まりやすい。観光客の立ち止まりや横断・待機が集中し、歩行者動線と車両交通が交差するため、滞留が問題になる時がある。



人流データについて

本レポートの人流分析には、ブログウォッチャー社の位置情報分析サービス「おでかけウォッチャー」（国内版）を使用した。

■ 活用する位置情報データ

ブログウォッチャー社の140以上の提携アプリ利用者のうち、位置情報取得に同意したスマートフォン端末（3000万MAU以上）から得られるGPS等の位置情報を、個人が特定できない形式に加工して活用。



■ 観光スポットの定義

事前に任意で範囲指定したエリア（メッシュ）として定義される。

■ 来訪者数

発地から一定距離以上離れ、観光スポット範囲内で位置情報ログ（5～15分間隔）が連続2回以上記録された端末を来訪としてカウント。住民基本台帳人口に対する取得サンプルの居住者割合を基に、都道府県別に拡大推計している。

■ 来訪者数の集計日

集計日は5:00～翌4:59を1日とし、日次の来訪者数は同日に複数回来訪しても1カウントとする。

■ 時間帯別来訪者数

観光スポット来訪者のうち、1時間単位にて滞在時間内として記録された人数をカウント。例えば、滞在時間が13:30～14:15と記録された場合は、13時台・14時台でそれぞれ1カウントとする。

第4章 渋谷区ケース：マナー問題と規制局面への向き合い方

渋谷エリア 路上飲酒禁止に至った経緯

| 時期 | 経緯 |
|---------------------|---|
| 2015～2016年頃 | 地域としてイベントを実施していないにも関わらず、ハロウィーン期間に渋谷センター街周辺で人の密集が常態化。安全確保のため、警察が車道開放の対応を取った。 |
| 2018年10月 | ハロウィーン時期の混乱の中で軽トラック 横転・器物損壊 が発生。 |
| 2019年6月 | <p>「渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例」を制定。</p> <p>来街者の迷惑行為で秩序が脅かされる状況に対し、ハロウィーン／年末カウントダウン等の特定期間に、特定区域内における公共の場所での飲酒行為を禁止した。</p> <p>事業者に対しては区が実施する酒類の販売自粛等の施策に対する協力を求めた。</p> <p>罰則はなく、違反者に対しては区長による指導の対象とすることとした。</p> |
| 2020年～ 2023年 | <p>コロナ禍により年末のカウントダウンイベントが中止に。</p> <p>以降、雑踏での事故やトラブル防止を目的として、再開には至っていない。</p> <p>区長メッセージとして「渋谷はハロウィーンイベントの会場ではない」と明確に発信し、ハロウィーン目的の来街自粛を要請した。</p> <p>年末年始には、安全対策としてハチ公像周辺の仮囲いを設置することも発表。</p> <p>ハロウィーン／年末カウントダウンだけでなく、日常的に路上飲酒が発生してる実態についても言及した。</p> |
| 2024年6月 | <p>条例改正案が区議会で可決</p> <p>夜間の路上飲酒規制を通年化する改正案が全会一致で可決、10月施行予定と報じられた。</p> |
| 2024年10月～ | <p>改正条例が施行開始</p> <p>渋谷区は、2019年の条例制定後も迷惑路上飲酒が常態化し、ごみ放置・騒音等のトラブルが深刻化したため、2024年10月1日（火）から通年で夜間飲酒を禁止し、禁止エリアも拡大したと説明。</p> |

自治体ヒアリング結果（渋谷区）

渋谷区

ヒアリング実施日：2025年7月3日（木）

ヒアリング先：渋谷区産業観光文化部産業観光課／一般財団法人渋谷区観光協会

【現状】

- 引き続き人流が増えていると感じるのは渋谷駅付近、スクランブル交差点。
- 区は「渋谷区まちづくりマスタープラン」^[4]で示されたゾーニングに沿ったまちづくりを進めており、特に渋谷駅周辺は中心拠点ゾーンとして位置付け、駅改良や駅前広場の整備、快適な歩行者空間の充実を進め、個性のある多様な商業・文化施設の集積を生かし、歩いて楽しい地域の形成を目指している。
- 特定の場所でのフотスポット化、それによる生活圏への侵入や局所的な混雑が散発しているような現象は顕著には見られないが、スクランブル交差点を中心としたエリアにはハロウィーンのような大きなイベント時や年末に来街者が集中。それに派生した区内のさまざまなエリアでの路上飲酒の課題がある。
- 商業エリアにおいては、ごみ箱がないために路上にポイ捨てされたごみを地域の商店・事業者が自発的に処理するケースも。また大型商業施設のトイレ等に放置するケースも見られる。

公共の場所における路上飲酒禁止エリア



【具体例と課題】「路上飲酒禁止エリア設定の効果と限界」（マナー）

- ハロウィーンや年末カウントダウンなどの特定の期間において、一部の来街者による迷惑行為などにより、渋谷駅周辺地域の安全で快適な秩序が脅かされる事態が発生していたため、令和元年6月に「渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例」を制定。その後も迷惑路上トラブルが深刻化したため、条例を一部改正し、令和6年10月1日（火）より【午後6時から翌朝5時の間、路上や公園など公共の場所における飲酒を通年で禁止し、また禁止エリアも拡大】し、**規制度合いを一段と強めた。**
- しかし、来街者が原宿や表参道方面など、禁止エリア外に移動して飲酒をする傾向が見られ、結果として行動の場所が変化するのみで、**問題は形を変えて継続**していた。

【参考】ごみのポイ捨て問題に対しては、令和7年12月に「きれいなまち渋谷をみんなで作る条例」の一部改正^[5]が可決され、令和8年4月より施行される。改正により【区内の対象エリア内の飲食料販売事業者等に対し回収容器の設置を義務付け】、【同年6月からは、回収容器の設置命令に従わない飲食料販売事業者等および区内の公共の場所等でのごみのポイ捨て行為を過料徴収の対象とする】ことが新たに決まり、**過料というさらに厳しい措置へ。**

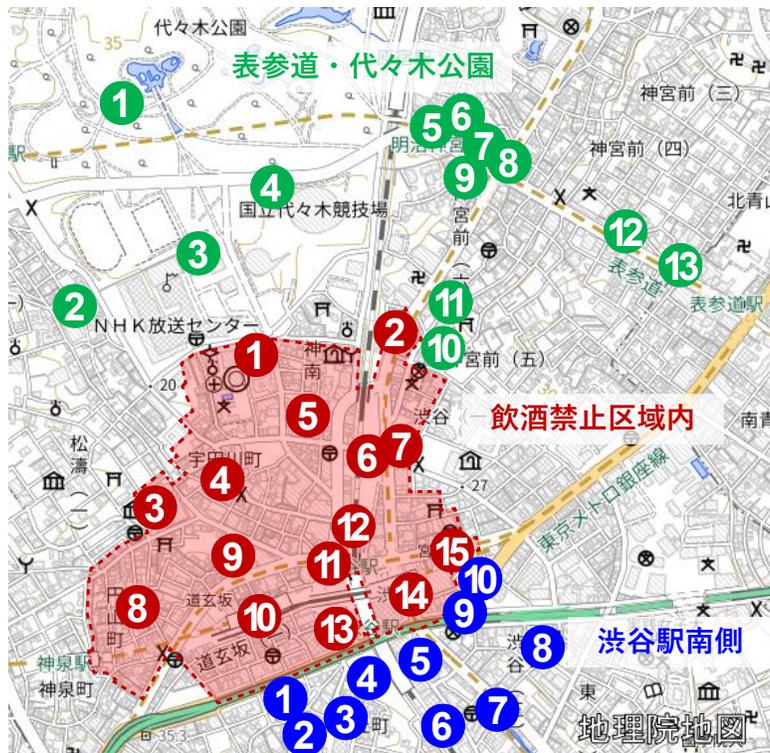


調査内容

渋谷区における路上飲酒の通年禁止（2024年10月施行）が、人流および周遊行動に与えた影響を明らかにするため、規制エリア内外の来訪動向を比較・検証する。

実施方法

おでかけウォッチャー（ブログウォッチャー社）の位置情報データを用いて、事前に設定した観光スポット（規制エリア内外）への来訪者数を算出する。
指標は主に、観光スポット来訪者数および時間帯別来訪者数、周遊者数を用い、規制前後で規制エリア内外の差分を比較する。



▼今回検証するおでかけウォッチャーのスポット登録箇所

| 飲酒禁止区域内 | 表参道・代々木公園 | 渋谷駅南側 |
|---------------------|-----------------|------------------|
| ① LINE CUBE SHIBUYA | ① 代々木公園 | ① セルリアンタワー東急ホテル |
| ② 明治通り（渋谷区） | ② 奥渋谷エリア | ② 渋谷区文化総合センター大和田 |
| ③ bunkamura | ③ NHKホール | ③ 渋谷SAUNAS |
| ④ 渋谷センター商店街 | ④ 国立代々木競技場・体育館 | ④ 渋谷サクラステージ |
| ⑤ 東京都渋谷公園通りギャラリー | ⑤ 原宿クエスト | ⑤ 渋谷ストリーム |
| ⑥ MIYASHITA PARK | ⑥ 太田記念美術館 | ⑥ ホテルメッツ渋谷 |
| ⑦ 東京カルチャーカルチャー | ⑦ ラフォーレ原宿 | ⑦ ギャラリールデコ |
| ⑧ 渋谷WOMB | ⑧ 表参道原宿東急プラザ | ⑧ 金王八幡宮 |
| ⑨ CBGKシブゲキ | ⑨ 東急プラザ原宿「ハラカド」 | ⑨ 尾崎豊記念碑 |
| ⑩ 渋谷マークシティ | ⑩ trunk(hotel) | ⑩ 渋谷アクシュ |
| ⑪ 渋谷駅前スクランブル交差点 | ⑪ キャットストリート | |
| ⑫ 渋谷のんべい横丁 | ⑫ 表参道ヒルズ | |
| ⑬ 渋谷フクラス | ⑬ 表参道GROUND | |
| ⑭ 渋谷スクランブルスクエア | | |
| ⑮ 渋谷宮益坂商店街 | | |

直近3年間のエリア動態 (各年10/1~31) - 飲酒禁止区域内

飲酒禁止区域内

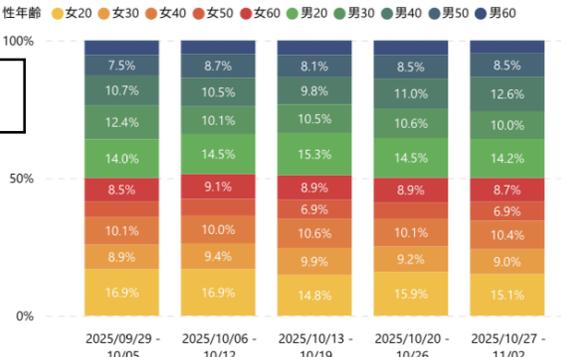
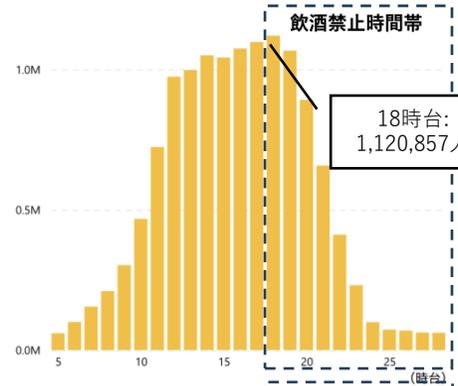
全時間帯来訪者数構成比

スポット・時間帯別来訪者数
(表示時間帯：18時台～28時台)

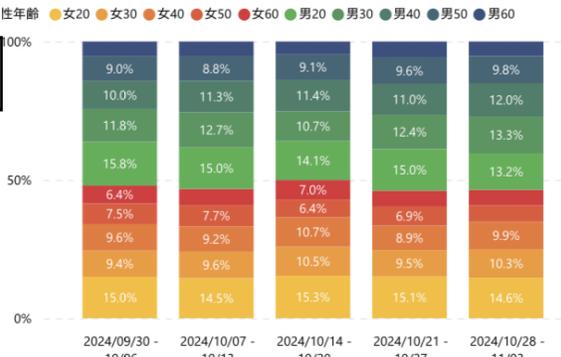
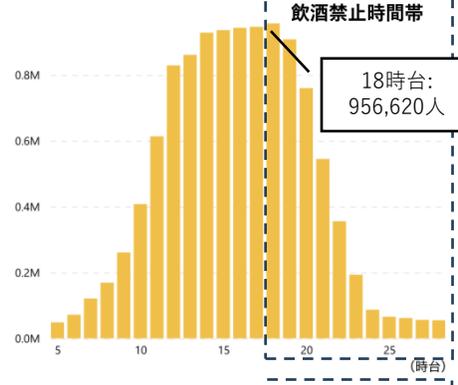
時間帯別来訪者数

属性別構成推移 (週次)

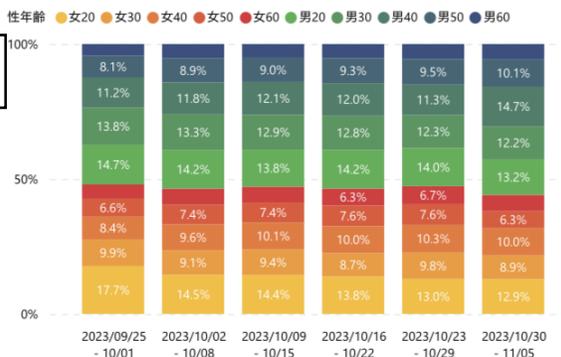
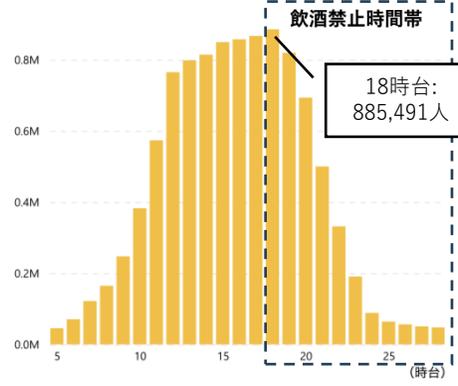
2025
10/1~31



2024
10/1~31



2023
10/1~31



直近3年間のエリア動態 (各年10/1~31) - 表参道・代々木公園

表参道・代々木公園

全時間帯来訪者数構成比



2025
10/1~31

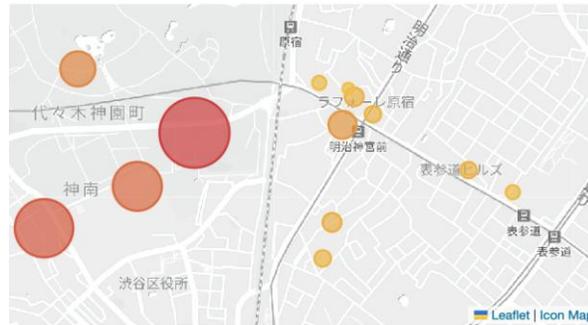
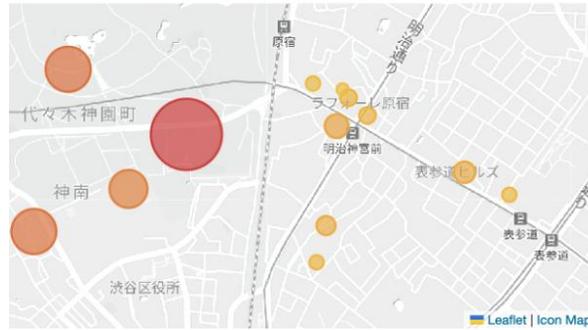


2024
10/1~31

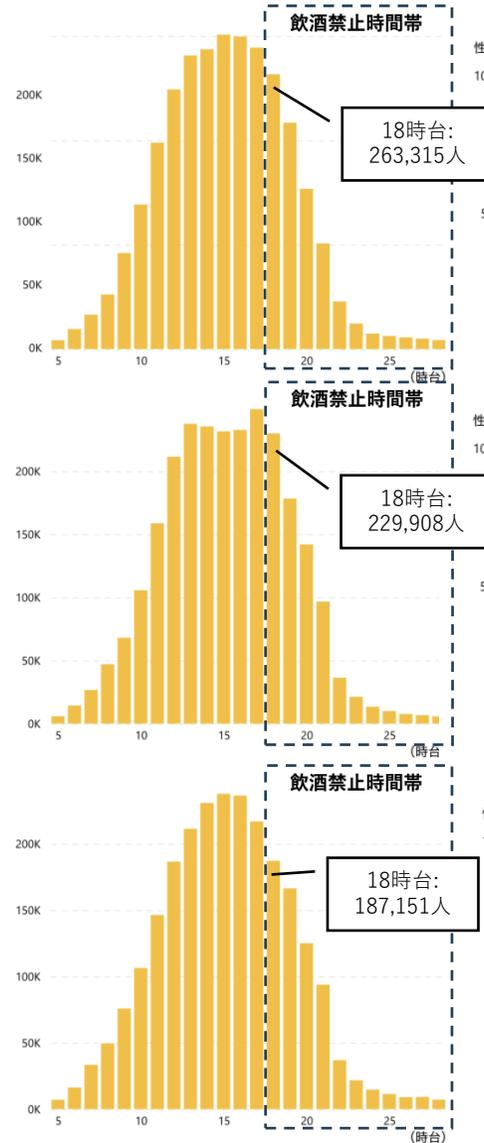


2023
10/1~31

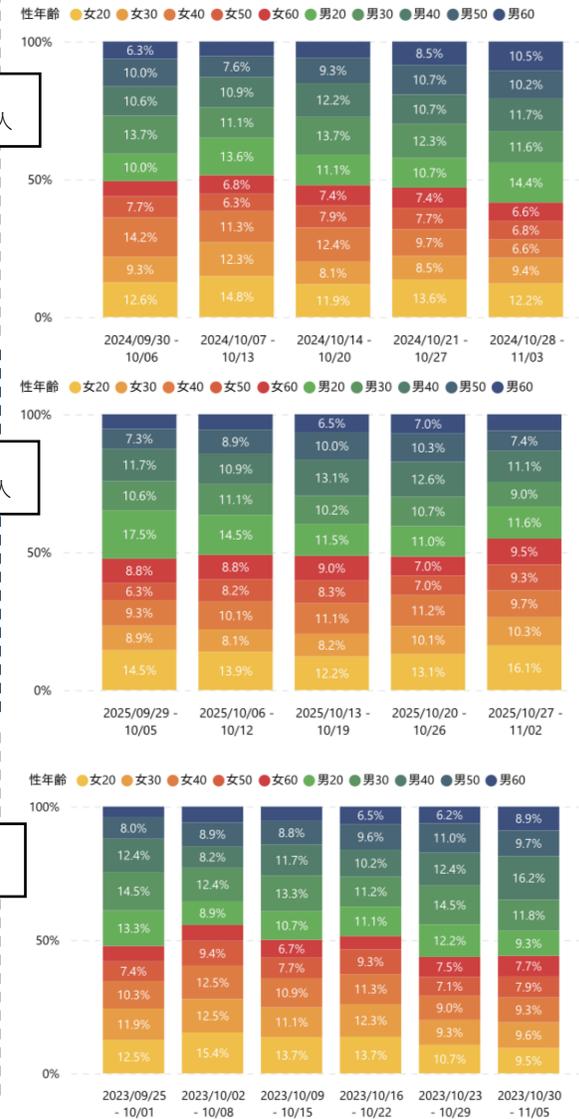
スポット・時間帯別来訪者数
(表示時間帯：18時台~28時台)



時間帯別来訪者数



属性別構成推移 (週次)



直近3年間のエリア動態 (各年10/1~31) - 渋谷駅南側

渋谷駅南側

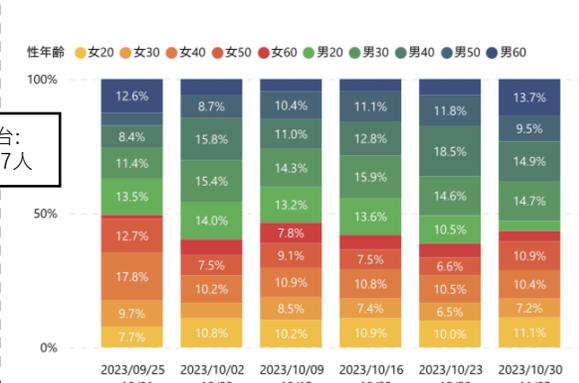
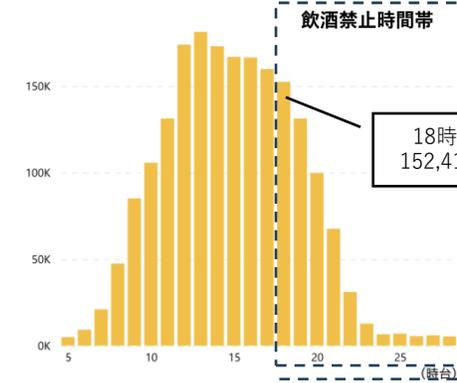
全時間帯来訪者数構成比

スポット・時間帯別来訪者数 (表示時間帯：18時台~28時台)

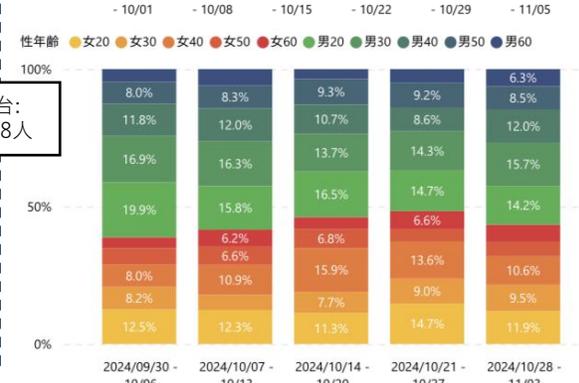
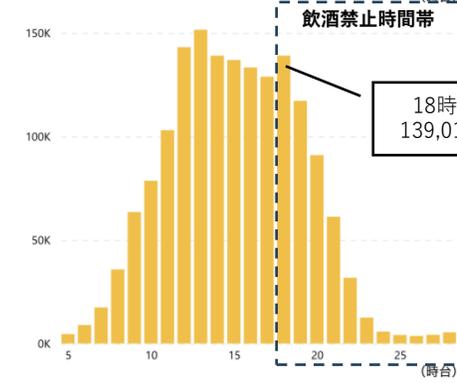
時間帯別来訪者数

属性別構成推移 (週次)

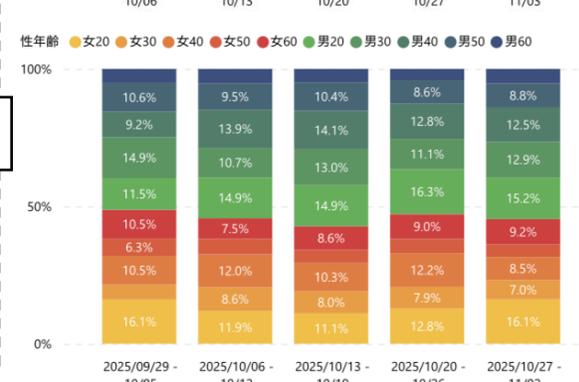
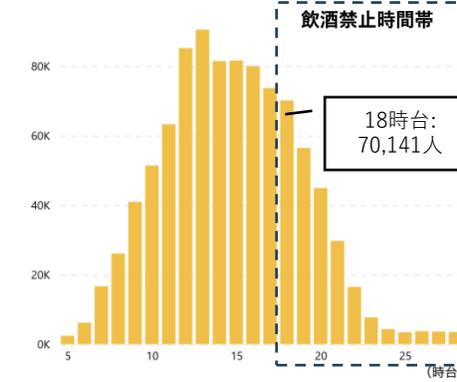
2025
10/1~31



2024
10/1~31



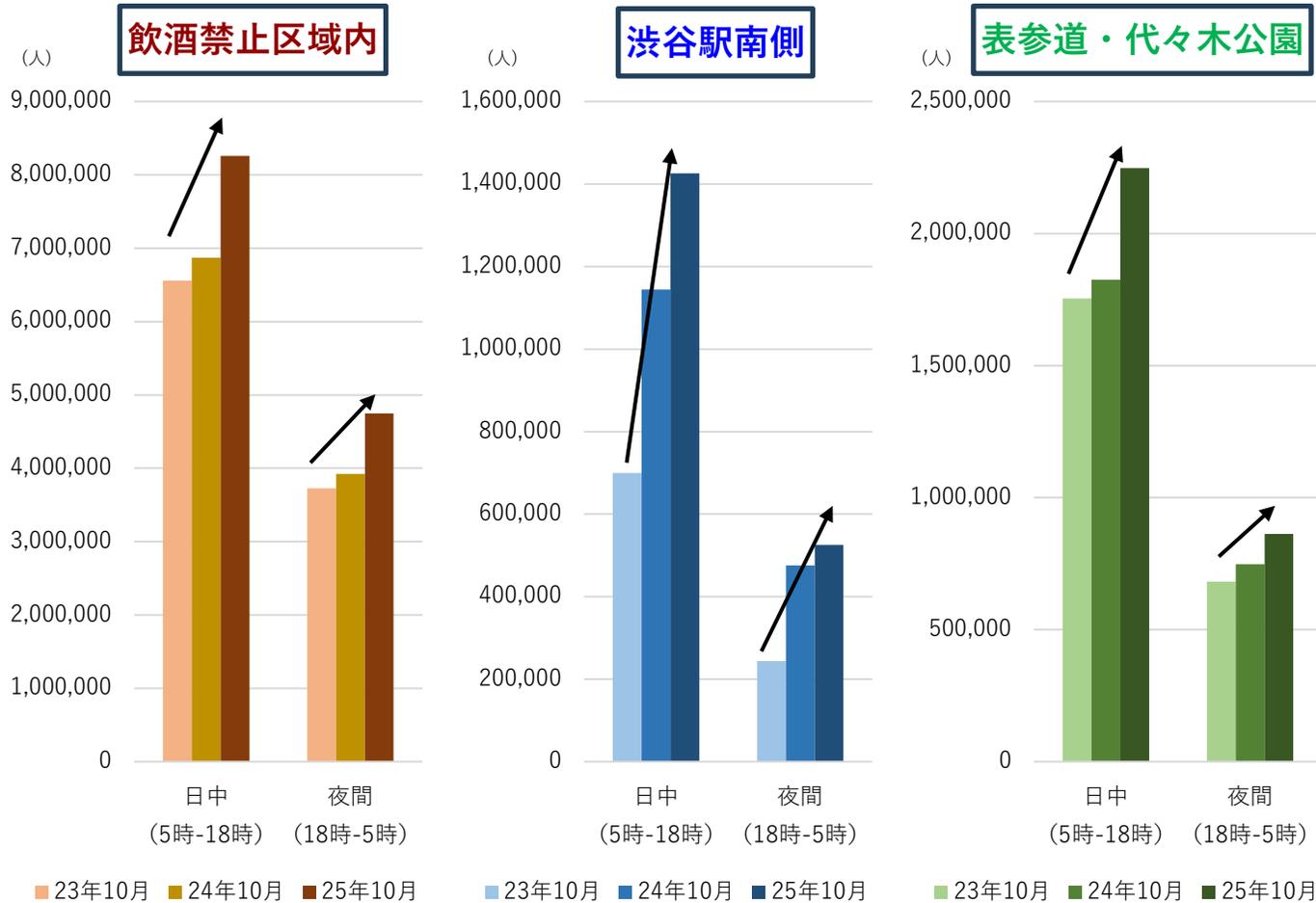
2023
10/1~31



渋谷区における具体例

- 渋谷への来街者数は年々増加し続けているが、飲酒禁止区域内の夜間時間帯においては、比較的增加率が緩やか。
- 特に、時間帯別に2023年との対比を見ると、22時台以降の増加率が全体と比べても低い。改正制度が施行された2024年10月は一時的ではあるものの、減少している。

各登録スポットへの来訪人数合計（日中/夜間）



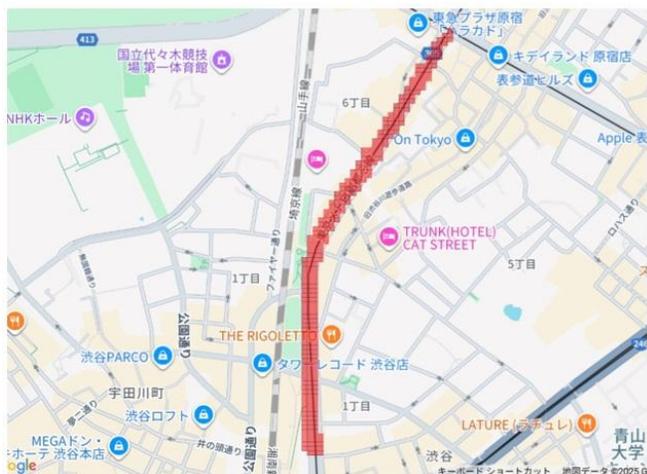
時間帯別、2023年10月来訪人数に対する増減

| | 飲酒禁止区域内 | | 渋谷駅南側 | | 表参道・代々木公園 | |
|------|---------|--------|--------|--------|-----------|--------|
| | 24年10月 | 25年10月 | 24年10月 | 25年10月 | 24年10月 | 25年10月 |
| 5時台 | 5.9% | 31.7% | 86.4% | 101.8% | -17.4% | 44.4% |
| 6時台 | -2.3% | 41.6% | 44.3% | 48.8% | -11.7% | 34.0% |
| 7時台 | -5.8% | 27.2% | 4.5% | 26.2% | -20.1% | 23.7% |
| 8時台 | -2.6% | 27.6% | 37.1% | 81.6% | -5.1% | 11.2% |
| 9時台 | 1.1% | 22.3% | 55.0% | 107.6% | -10.4% | 35.4% |
| 10時台 | 3.1% | 22.2% | 53.0% | 105.6% | -0.7% | 31.1% |
| 11時台 | 2.0% | 26.2% | 62.8% | 107.4% | 8.4% | 24.6% |
| 12時台 | 3.9% | 27.4% | 68.0% | 104.1% | 13.3% | 17.6% |
| 13時台 | 3.2% | 25.0% | 67.4% | 100.2% | 12.4% | 18.4% |
| 14時台 | 9.7% | 29.0% | 70.6% | 112.2% | 2.0% | 22.0% |
| 15時台 | 6.6% | 22.7% | 67.8% | 104.4% | -2.6% | 30.1% |
| 16時台 | 6.5% | 25.4% | 66.6% | 108.1% | -1.5% | 28.7% |
| 17時台 | 5.8% | 26.7% | 74.8% | 116.9% | 15.0% | 15.9% |
| 18時台 | 4.8% | 26.6% | 98.2% | 117.3% | 22.9% | 14.4% |
| 19時台 | 7.3% | 30.2% | 107.6% | 132.5% | 7.2% | 21.6% |
| 20時台 | 6.6% | 28.6% | 102.5% | 122.1% | 13.6% | 8.1% |
| 21時台 | 5.5% | 31.5% | 106.0% | 127.3% | 3.1% | 4.7% |
| 22時台 | 3.8% | 24.0% | 92.9% | 88.4% | -1.3% | 25.4% |
| 23時台 | -1.5% | 21.2% | 62.1% | 64.9% | -1.9% | 14.8% |
| 24時台 | -6.5% | 12.5% | 31.7% | 50.8% | -8.9% | 11.3% |
| 25時台 | -1.7% | 13.7% | 20.4% | 103.0% | -12.3% | 26.3% |
| 26時台 | 5.9% | 23.5% | -2.3% | 47.5% | -15.0% | 45.8% |
| 27時台 | 7.3% | 23.7% | 16.7% | 64.5% | -26.8% | 50.0% |
| 28時台 | 14.1% | 29.3% | 54.1% | 52.2% | -19.0% | 48.4% |
| 計 | 4.9% | 26.4% | 71.7% | 106.7% | 5.6% | 20.9% |

特定スポットの分析：明治通り

- 中心区域の飲酒規制により、明治通りに人流が増えた可能性を検証。
- 2024年10月の導入直後から、渋谷センター商店街および渋谷宮益坂商店街からの流入は増え続けている。

■ スポットの該当メッシュ



■ 飲酒規制区域内の主要スポットからの流入推移

| ※各年10月1日～31日の値 | 2023 | 2024 | 対2023 増減 | 2025 | 対2023 増減 |
|----------------|--------|--------|-------------|--------|-------------|
| MIYASHITA PARK | 32,436 | 30,757 | -5.2% | 63,561 | 96.0% |
| キャットストリート | 12,431 | 10,844 | -12.8% | 13,105 | 5.4% |
| 渋谷センター商店街 | 24,805 | 34,637 | 39.6% | 39,122 | 57.7% |
| 渋谷マークシティ | 2,939 | 3,151 | 7.2% | 3,035 | 3.3% |
| 渋谷宮益坂商店街 | 11,848 | 14,400 | 21.5% | 17,464 | 47.4% |

■ 飲酒規制区域内スポットからの流入分布図

2023年



2024年



2025年



特定スポットの分析：キャットストリート

- 中心区域の飲酒規制により、キャットストリートに人流が増えた可能性を検証。
- 2024年10月時点では、軒並み当スポットへの流入が減少したが、2025年10月時点は渋谷宮益坂商店街からの流入が多い。

■ スポットの該当メッシュ



■ 飲酒規制区域内の主要スポットからの流入推移

| ※各年10月1日～31日の値 | 2023 | 2024 | 対2023 増減 | 2025 | 対2023 増減 |
|----------------|--------|-------|-------------|--------|-------------|
| MIYASHITA PARK | 2,081 | 1,396 | -32.9% | 2,600 | 24.9% |
| 渋谷スクランブルスクエア | 1,019 | 1,044 | 2.5% | 1,064 | 4.4% |
| 渋谷センター商店街 | 6,011 | 4,982 | -17.1% | 7,552 | 25.6% |
| 渋谷宮益坂商店街 | 2,113 | 1,897 | -10.2% | 2,736 | 29.5% |
| 明治通り（渋谷区） | 12,929 | 8,812 | -31.8% | 11,929 | -7.7% |

■ 飲酒規制区域内スポットからの流入分布図

2023年



2024年



2025年



渋谷区ケースの考察

- **渋谷区ケースのまとめ**：本事例は、顕在化した「マナー」に関する問題に対して、施策（飲酒規制）の影響が「規制区域内」だけでなく、周辺動線・回遊先に波及し得ることを示している。効果検証とリスク管理は、中心部の状況把握に加え、規制区域外を含めた**面的なモニタリング**と、継続的な情報のアップデートを進めることが有効である。
- 中心エリアの飲酒規制を契機に、規制区域内外において、人の流れや滞留がどのように変化し得るか、規制導入直後の2024年10月と、その前年・後年の同月を検討した。
- 渋谷周辺は全体的に人流が増加しており、特に渋谷駅南側エリアは、新規スポットの増設により変化が著しい。飲酒規制エリアでは、2024年、2025年共に深夜時間帯（22時～25時）の人流の増加が、全体と比較して低かった。
- また、渋谷センター商店街・渋谷宮益坂商店街等から明治通り・キャットストリート方面に人流の変化が起きているのではないかと、という仮説の基、具体的なスポットに焦点を当てた検証を行った。
- 明治通りでは、2024年10月（導入直後）以降、**渋谷センター商店街および渋谷宮益坂商店街からの流入が増加**しており、2025年10月も増加傾向が継続している。加えて、2025年10月はMIYASHITA PARKからの流入が大きく増えており、主要スポット間の移動が明治通り側へ厚くなっている可能性が示唆される。
- 以上より、飲酒規制の影響は規制区域内の人流変化に加え、周辺エリアにも影響を与える可能性がある。これは、管轄自治体外においても、混雑・ごみ・騒音などの負荷が立ち上がるリスクを念頭に、局所の変化を継続的に見ていく必要がある。
- ただし、観光・人出はイベント、天候、店舗動向、トレンド等の影響も受けるため、今回の数値変化をもって飲酒規制の効果・影響を直接に断定することは難しい。従って、評価に当たっては、対象地点の時間帯別の増減（夜間の厚み）や、現地での観察（滞留・飲酒行動・ごみ等）と組み合わせて、変化の実態を捉えることが重要である。

第5章 新宿区ケース：混雑・回遊局面への向き合い方

新大久保エリア 混雑の経緯

| 時期 | 経緯 |
|--------------|--|
| 1980年代 | 新宿に近いわりに賃料が安く、交通の便が良かったため、韓国からの留学生や労働者が移り住みコミュニティが形成。 |
| 2000年代前半 | ◆ 第1次韓流ブーム ドラマ『冬のソナタ』をはじめとした、韓流ドラマの流行がきっかけとなり、飲食店や雑貨店等が増え始める。 |
| 2010~2012年頃 | ◆ 第2次韓流ブーム K-POPアイドル（KARA、少女時代、東方神起等）の流行により、若年層を中心に新大久保への来訪が急増。新大久保駅の混雑が問題になる。 |
| 2013~2016年頃 | ブームとしては落ち着きを見せるが、「新大久保＝韓国の街」のイメージが定着化。来訪目的の多様化も進んだ。（食、美容、アイドル） |
| 2016~2018年頃 | ◆ 第3次韓流ブーム SNSの浸透を背景に、「映えグルメ」（チーズタッカルビ、ハットグ）が話題となる。合わせて、新たなアイドルの流行も。（TWICE、BLACKPINK等） |
| 2020年~2021年頃 | ◆ 第4次韓流ブーム コロナ禍の在宅時間増と動画サブスク配信の普及により、ドラマや映画（『愛の不時着』、『梨泰院クラス』、『パラサイト 半地下の家族』等）が流行。 また、メンバーのオーディションからデビューまでを追った『Nizi Project』が流行。 |
| 2022年以降 | 通販を中心に人気となった韓国コスメを取り扱ったショップや、人気ブランドの旗艦店がオープン。 継続的にアイドル（LE SSERAFIM、aespa、IVE等）が流行。 グルメは、トゥンカロンや10円パンが話題に。 |

自治体ヒアリング結果（新宿区）

新宿区

ヒアリング実施日：2025年9月17日（水）

ヒアリング先：新宿区大久保特別出張所／一般社団法人新宿観光振興協会

【現状】

- コロナ禍以降、新大久保駅や新宿駅の周辺地域では、国内外からの観光客等の来街者が増加し、以前の賑わいが戻っている。
- 新大久保駅周辺では、路上飲食やショッピングなどを楽しむ来街者が溢れているため地域住民の通行が妨げられる、騒音、ごみのポイ捨て、路上喫煙等の問題が深刻化し、地域住民の生活環境が悪化している。
- 新宿区は、令和6年度から地域住民や商店街・外国人コミュニティ・関係行政機関等と協議会を立ち上げ、観光客に対する啓発物品の配布や店舗に対しマナーの周知徹底を行う^[6]とともに、交通誘導員を配置するなど、新大久保駅周辺の安全な歩行者空間の確保や、騒音やポイ捨て防止対策に取り組んでいる。
- しかし、大久保通りの歩行者空間は狭く、目に見えるような効果の評価が難しい状態。

【具体例と課題】「新大久保エリアの混雑による生活環境の悪化」（混雑）

- エリアの課題解決に向け、新宿区大久保特別出張所が中心となり地域の多様な関係者と連携して取り組んでいる。
- 啓発物品(写真)等を作成し、特に来街者が増加する大型連休の前は集中的に配布している。
- 各店舗にも職員が一軒一軒周り、自店舗でのごみの回収や顧客へのマナー周知を依頼し、店の前ではなく、飲食スペースとして開放している近隣の公園へ誘導するよう協力を依頼。
- 食べ歩きが常態化しており、一部の店舗の前の通路に人が滞留し、通行の妨げとなり、週末や連休等は大久保通りが人で溢れかえって前に進むのが難しいこともある。
- 特定のイベント時には「歩行者天国」として通行止めをすることもあるが、年に何回も歩行者天国にすることは警備体制のコスト増も招き、難しい。
- 問題を解決するには、歩道を広げるなど物理的な対応策を取らないと解決不可能であり、連休等は地域が持つキャパシティに対して来街者が多い状態。
- 現状では、新大久保駅を利用する来街者に対して、若者に認知度の高いインフルエンサー等との連携により、近隣の東新宿駅からの来訪等を促し、分散を図り、人流データで検証するという取り組み等も行っている。



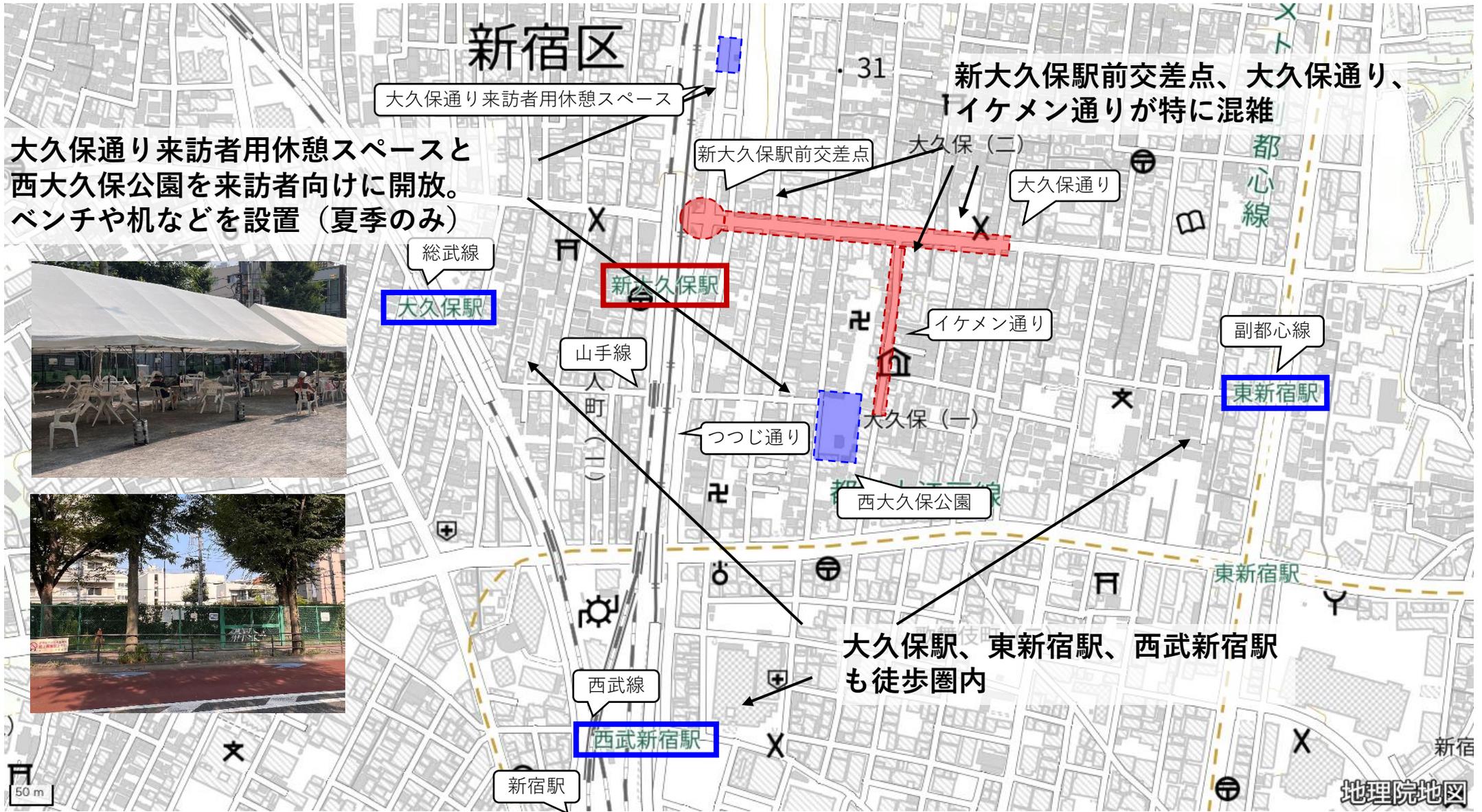
イメージ：新宿区ウェブサイト^[6]より



啓発物品例



新大久保エリアについて



調査概要

調査内容

新大久保駅周辺の混雑緩和のため、他駅利用を促す啓発物品（ポケットティッシュ）を配布し、人流に変化があるかを計測する。

実施方法

配布期間：2025年11月22日（土）～11月24日（月・休）の3日間

配布時間：午前10時～午後4時

配布予定数：10,000個

配布場所：新大久保駅前交差点付近2箇所、大久保通りのイケメン通り入口付近2箇所



▲ポケットティッシュのデザイン

- ・帰路は新大久保駅の使用ではなく周辺駅に誘導
- ・目立つ色、来街者層に合わせたイラスト
- ・説明／注意喚起ではなく共感を意識したメッセージ



▲ティッシュ配りの様子

●日毎、地点毎の配布数

| | 新大久保駅前交差点 | イケメン通り入口前 | 受け取った人の属性（配布者へのヒアリングによる） |
|-------------|-----------|-----------|---------------------------|
| 11月22日（土） | 1,500個 | 2,500個 | 女性グループ4割、カップル／家族4割、外国人2割 |
| 11月23日（日・祝） | 1,500個 | 2,500個 | 女性グループ4割、カップル／家族3割、外国人3割 |
| 11月24日（月・休） | 800個 | 1,200個 | 女性グループ／カップル／家族連れ多く、外国人は3割 |

●その他定性情報

- 配布物がティッシュであったため、敬遠されることなく受け取ってもらえた。ただし、受け取った後に記載内容をじっくり見る人は少なく、9割程度の方がそのままカバンやポケットにしまっていた印象だった。
- 家族連れの主婦や年配の方は自分からもらいに来る様子も見られた。そのような方々とはコミュニケーションも生まれ、混雑緩和のメッセージを正しく伝えることができた。
- 地方から観光で来ていると思われる女性グループからは、配布後に「新宿方面はどのように行くのか？」という質問があった。
- 外国人は、ティッシュ配りが珍しいようで、積極的に受け取ったり、「何が書かれているか？」と質問をされたりすることがあった（ティッシュの表記は日本語のみ）。

来訪者数・属性（前年比）

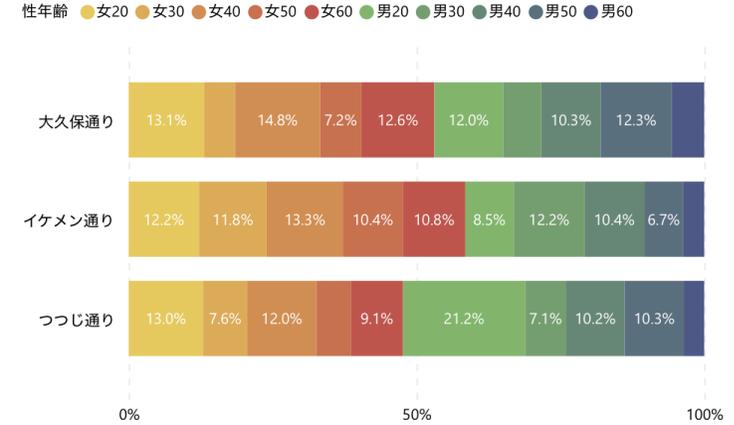
●新大久保エリアの主要3地点*における来訪者は、昨年比26.3%増加した。

*お出かけウォッチャー上にあらかじめ登録したスポット。大久保通り、イケメン通り、つつじ通りとして登録した任意の地点における、10mメッシュ範囲の位置情報データを取得。

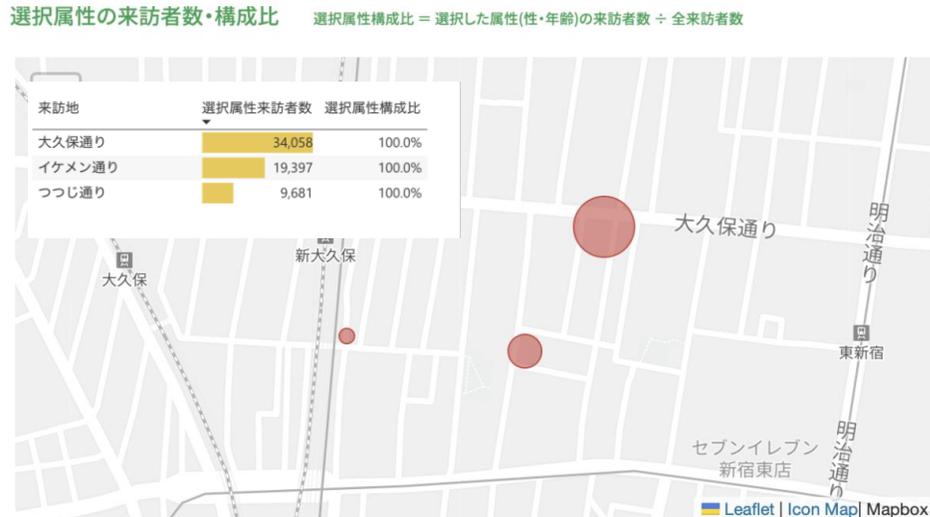
2025/11/22
~11/23



来訪地別・属性別構成 構成比 人数



2024/11/23
~11/24

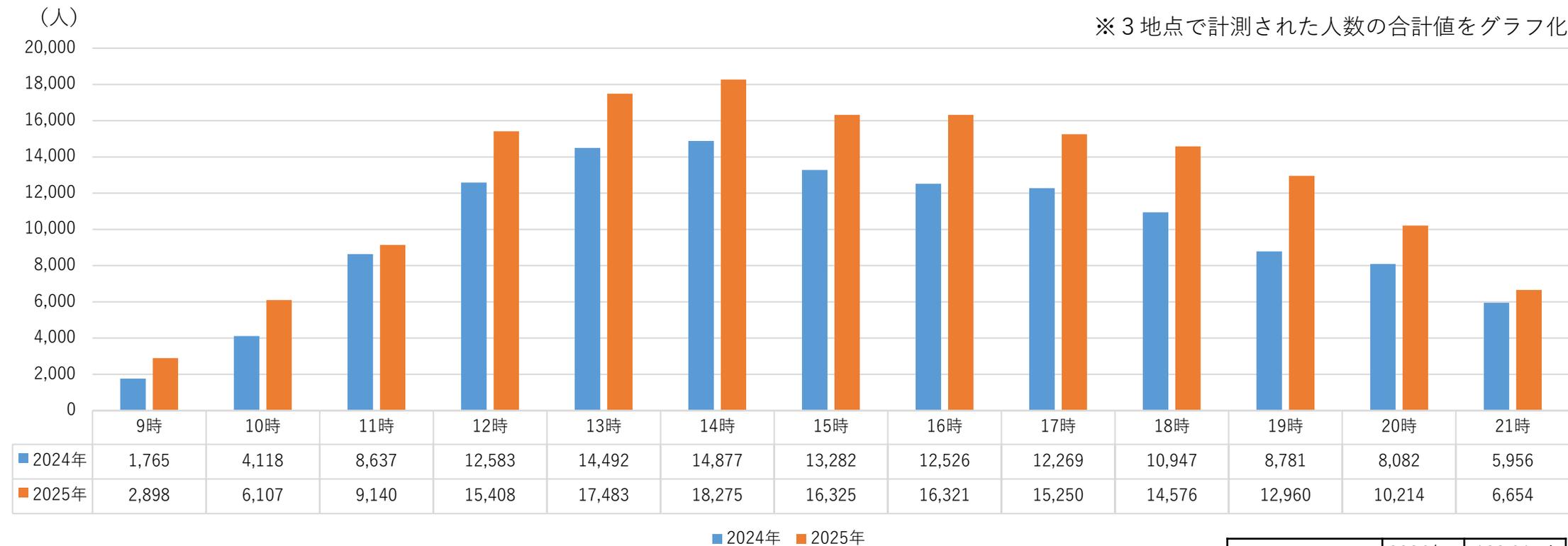


来訪地別・属性別構成 構成比 人数



時間帯別来訪者数（主要3地点）

主要3地点（大久保通り、イケメン通り、つつじ通り）における時間帯別来訪者数



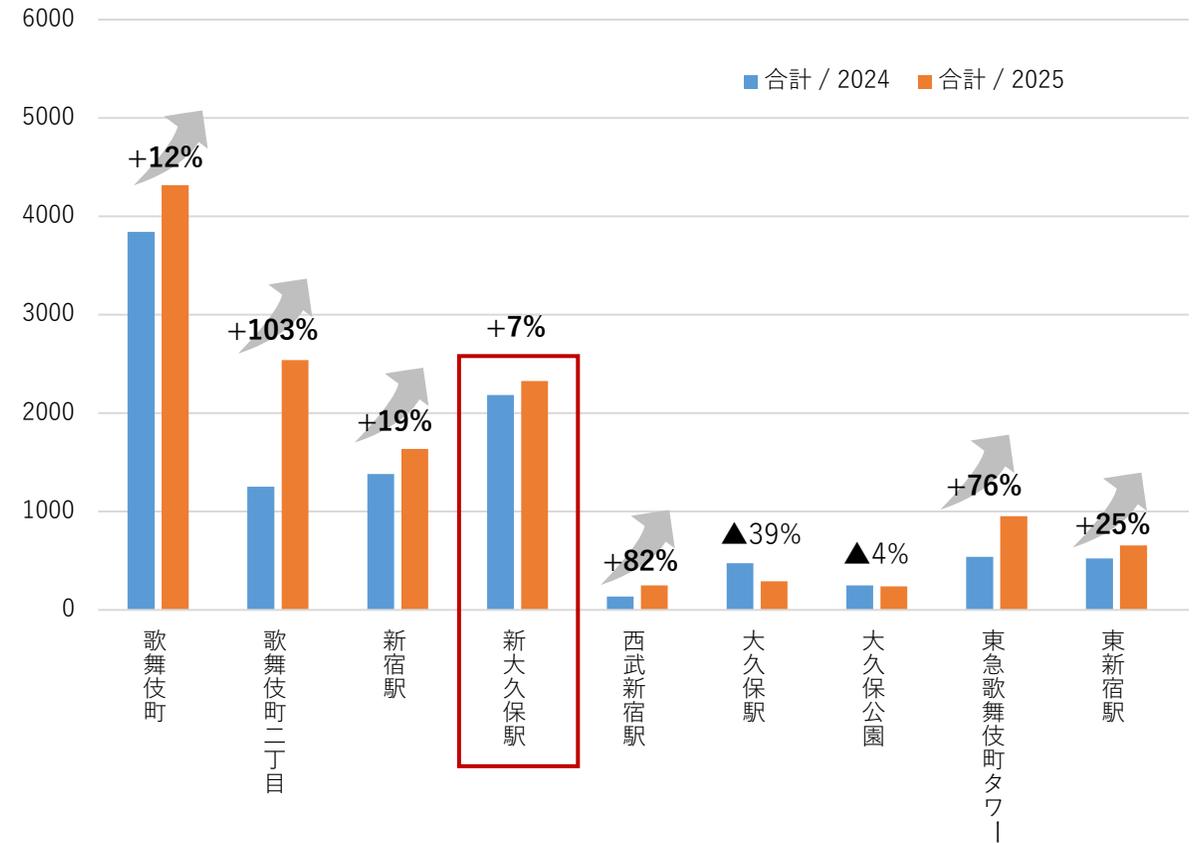
| | | |
|----------|-------|----------|
| 9時～21時 計 | 2024年 | 128,315人 |
| | 2025年 | 161,611人 |
| | 増減% | 125.9% |

※啓発グッズの配布は2025年11月22日(土)から3日間行ったが、2025年11月24日(月)が振替休日であったのに対し、2024年は11月23日(土)が祝日であった。来訪者の偏りを極力少なくするため、経年比較は2日のみとし、2024年11月23日(土・祝)～24日(日)と、2025年11月22日(土)～23日(日・祝)について行った。

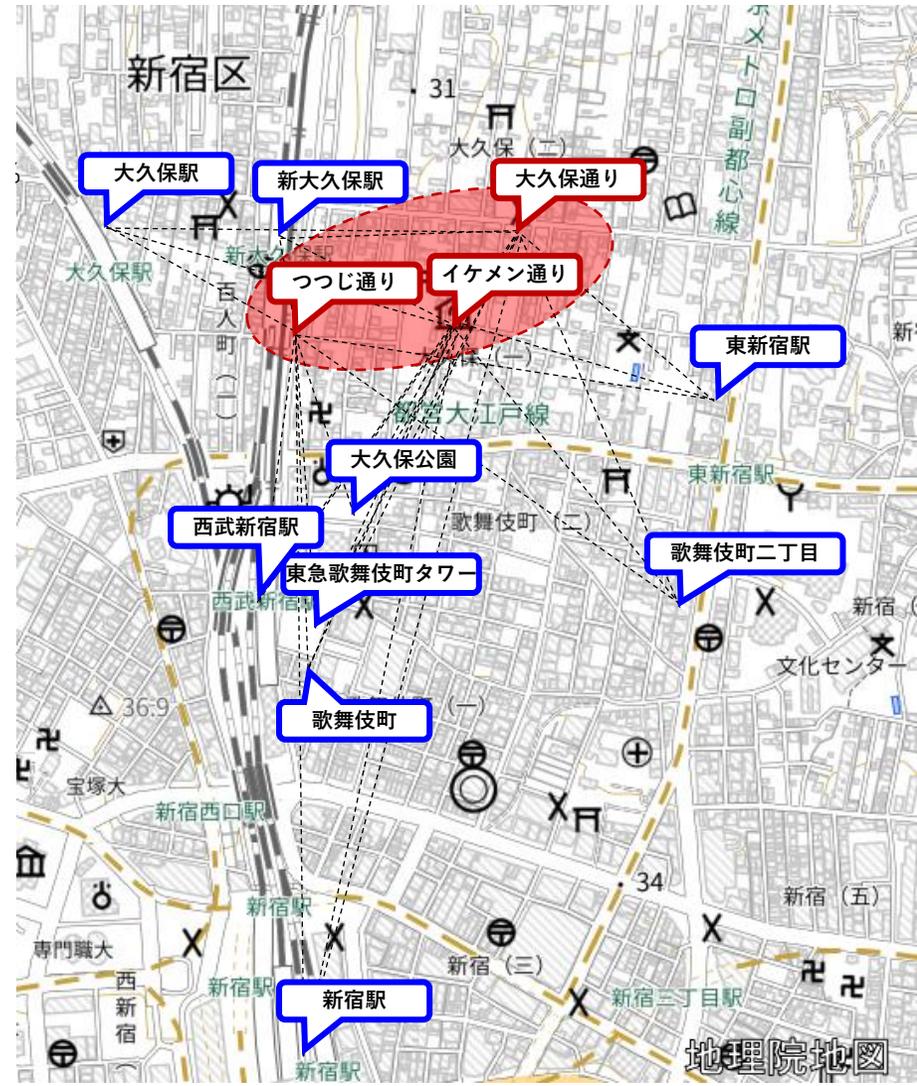
前後周遊の変化

●主要3地点を訪問した人が、次に訪問したスポットを計測すると、多くの地点で新大久保駅への増加率(7%)を上回っていることから、周辺地点への人流が増えた可能性が示唆される。

次訪問地への訪問数（近隣10スポット）



※主要3地点（大久保通り、イケメン通り、つつじ通り）それぞれから、次に訪問した地点（右図の青く囲った9スポット）への訪問者数の合計値。大久保通り→イケメン通りなど、主要地点間の移動は除く。



新宿区ケースの考察

- 新大久保エリアは、複数回の「韓流ブーム」をきっかけに人流が増え続けてきた。近年はブームの規模こそ小さいものの、アイドル・グルメ・コスメなど多様な話題が高頻度で生まれ、小さな波が途切れず重なることで**来訪動機が供給され続けている**状態となっている。
- この状態に対して、自治体として新大久保ルールや啓発物品の配布、インフルエンサーとの連携等により、混雑緩和やマナー向上施策を講じてきたが、来訪者数が昨年より増加していることもあり、解決には至っていない。
- 今回は、実際に人流に働きかけうる「啓発物品の配布」を実施した。人流が変わったと言えるほどの顕著な変化は確認できなかった一方で、以下に挙げるメリットが確認された。
 - ティッシュ配布という行為自体が通行人の注目を集め、啓発メッセージの到達性を高めやすい。
 - 特に外国人旅行者向けには、看板・リーフレットのような一方向の情報発信に比べ、短い交流が生まれることで、マナーやルールへの関心を引き出しやすい。
 - 「ティッシュ配布」自体は低コストで、自治体予算でも実施しやすい。「おでかけウォッチャー」のような人流分析ツールを使用すれば、試行→改善のPDCAを回しやすい。
- 今後実施する上では、以下の改善を図れば、より効果を生む施策になり得ると考える。
 - 配布ターゲットを最適化し、配布場所・時間帯・対象を絞ることで、効率よく配布できる仕組みにする。
 - のぼり・看板・共通コンセプトで「何をしているか」を瞬時に伝え、啓発活動に対する注目度を最大化する。
 - 住民や事業者も関与できる形にすると、地域としての姿勢が伝わりやすく、継続実施や波及（声掛け、店頭掲示等）にもつながる。
 - 受け取り後の行動変容につなげる仕組み（クーポン、デジタルマップ等）を組み込み、利用ログや反応を収集・分析してPDCAを回せるようにする。

第6章 港区ケース：一部滞留局面への向き合い方

発生している事象の詳細

- 地下鉄赤羽橋駅A2出口付近にある赤羽橋交差点において、東京タワーと交通案内標識を一緒に撮る構図の写真がSNSで人気となり、来訪者が増加。
- 一組当たりの撮影時間が長く、恒常的に列が発生している。通行の妨げになる、周辺にごみが発生することがある。



▼周辺の様子



▼中国SNS「小紅書」



自治体ヒアリング結果（港区）

港区

ヒアリング実施日：2025年6月25日（水）

ヒアリング先：港区産業・地域振興支援部産業振興課 観光政策係／一般社団法人港区観光協会

【現状】

- 区内にある主な観光スポットの中には観光客と住民、通勤・通学等地域で活動をする方々の流れとクロスする場所もある。
- 旅行者の来訪による住民生活への著しい悪影響等の意見は多くないが、特に近年はインバウンド客の増加によって、区民の生活道路と旅行者の滞留場所が重なるエリアがあり、オーバーツーリズム「予備軍」と言える状況は存在し、区・観光協会共にモニタリングしている。

【具体例と課題】 「赤羽橋交差点のフォトスポット化」（一部滞留）

- 都営地下鉄赤羽橋駅に近い赤羽橋交差点には「東京タワー」と記載された看板と東京タワーを背景に写真を撮影する旅行者が一定数いる。
- インバウンド客がほとんどであり、写真撮影の順番を待つ旅行者が歩道で列を作っている。
- 歩道はそこまで広くないため、朝や夕方など、住民が自転車等で通行する際の妨げになっているケースもあり、区民の声として年に数件届くことがある。
- 区民からの意見は、広聴部門を通じて適切に観光部門に共有されており、届いた意見に対して対応策（旅行者に対する継続的なマナー啓発、定期的なパトロール、関係機関との協議等）を実施している。
- 地域としては、【現状把握】を適切に行いたい。
- 撮影のために来訪する旅行者の属性（地域や滞在目的）、赤羽橋交差点を知ったきっかけ、情報収集元となるメディアやSNSは何か等、より詳細な【旅行者の行動背景】を把握することで、観光客の分散や今後のマナー啓発などの施策へ役立てたい。



調査内容

赤羽橋交差点付近の写真スポットに観光客が集まる要因を明らかにするため、現地で撮影をしている観光客に聞き取り調査を行う。

実施方法

調査期間：2025年10月18日（土）～10月19日（日）の2日間

回答者数：68人（目標サンプル数：50）

調査方法：タブレット端末によるアンケート調査

言語：英語、中国語（簡体字）

調査対象：赤羽橋交差点付近で東京タワーを背景に撮影をする訪都外国人旅行者

質問内容：赤羽橋交差点の来訪目的、きっかけとなった情報源、経路の検索方法等

▼アンケート依頼時に提示した依頼シート（日本語、英語、簡体字）

アンケート調査へのご協力をお願いいたします

- ★東京の観光動向を把握するための大切な調査です。
- ★所要時間は5分程度、個人情報は取得しません。

東京観光財団では、今後の観光振興に役立てるため、東京の観光動向について調査を実施しています。

このアンケートでは、居住地域や今回の来訪の目的・きっかけについてお聞きします。回答は5分程度で終了し、氏名や住所等、個人を特定する情報は取得いたしませんので、何卒ご理解頂き、ご協力下さいますようお願い申し上げます。

We kindly ask for your cooperation with this survey

- ★This is an important survey to understand tourism trends in Tokyo.
- ★It will take about 5 minutes and no personal information is collected.

Tokyo Convention & Visitors Bureau is conducting this survey to better understand tourism trends in Tokyo and to support future tourism development.

This survey asks about your place of residence, the purpose of your visit, and the reason for your visit.

The survey takes about 5 minutes to complete. No personally identifiable information, such as your name or address, will be collected. We kindly ask for your understanding and cooperation.

诚邀您协助填写问卷

- ★这是一项用于了解东京旅游动向的重要调查。
- ★所需时间为5分钟左右，不会获取您的个人信息。

东京观光财团正在开展有关东京旅游动向的调查，以便为今后的旅游振兴工作提供参考。

本问卷旨在收集您的居住地区、本次来访的目的及原因等信息。

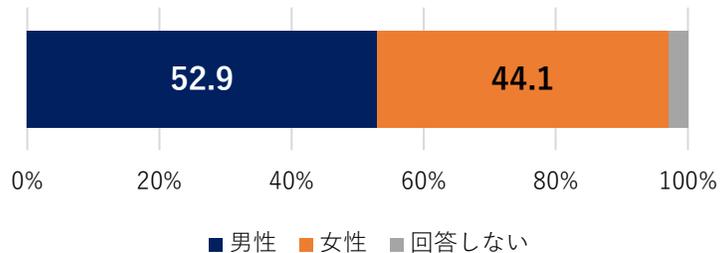
本问卷大约需要5分钟完成，不会收集姓名、住址等可识别个人身份的信息。敬请理解并配合填写。

調査結果 – 回答者の概要

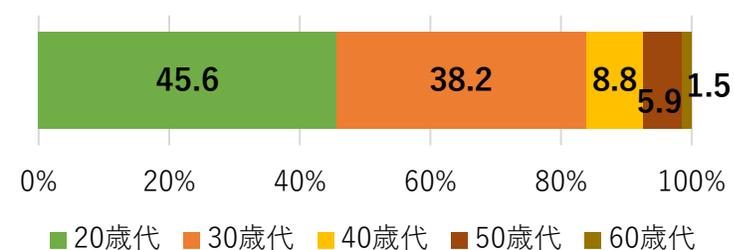
● 居住国

| | 人数 | % |
|------------|-----------|-------------|
| 合計 | 68 | 100 |
| アジア | 41 | 60.3 |
| 中国 | 21 | 30.9 |
| 韓国 | 5 | 7.4 |
| 台湾 | 4 | 5.9 |
| 香港 | 3 | 4.4 |
| マレーシア | 3 | 4.4 |
| シンガポール | 2 | 2.9 |
| タイ | 1 | 1.5 |
| インドネシア | 1 | 1.5 |
| インド | 1 | 1.5 |
| 欧米豪 | 22 | 32.4 |
| 米国 | 8 | 11.8 |
| スペイン | 3 | 4.4 |
| オーストラリア | 2 | 2.9 |
| ハンガリー | 2 | 2.9 |
| スウェーデン | 2 | 2.9 |
| 英国 | 1 | 1.5 |
| ドイツ | 1 | 1.5 |
| イタリア | 1 | 1.5 |
| デンマーク | 1 | 1.5 |
| ポルトガル | 1 | 1.5 |
| その他 | 5 | 7.3 |
| メキシコ | 1 | 1.5 |
| コロンビア | 1 | 1.5 |
| ブラジル | 1 | 1.5 |
| ロシア | 1 | 1.5 |
| トルコ | 1 | 1.5 |

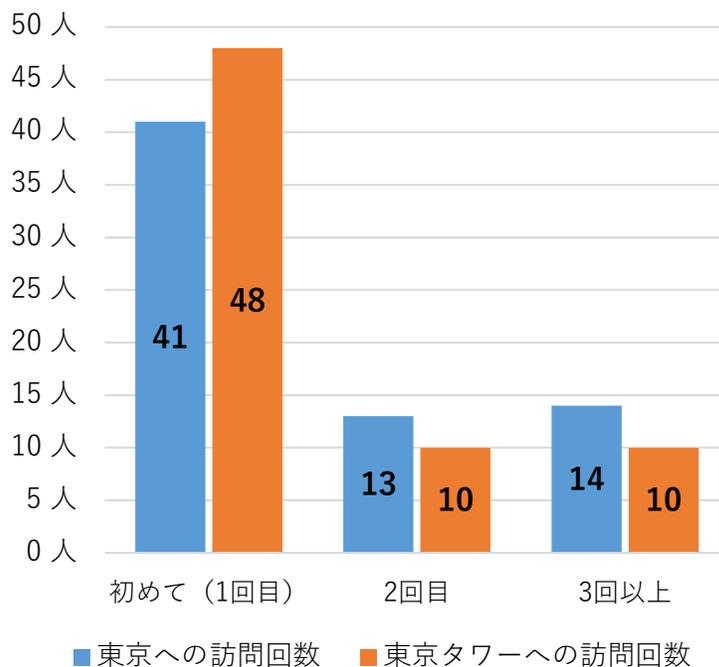
● 性別



● 年代別

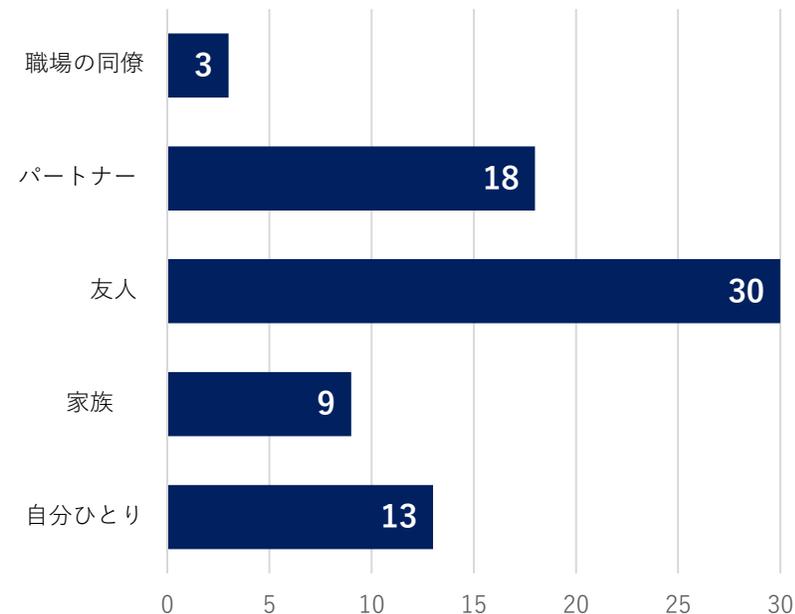


● 来訪回数



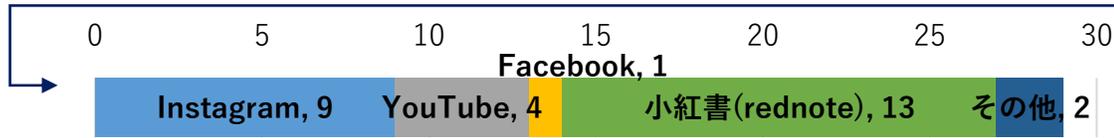
● 同行者

※複数回答のため、回答数の合計が回答人数を上回る。

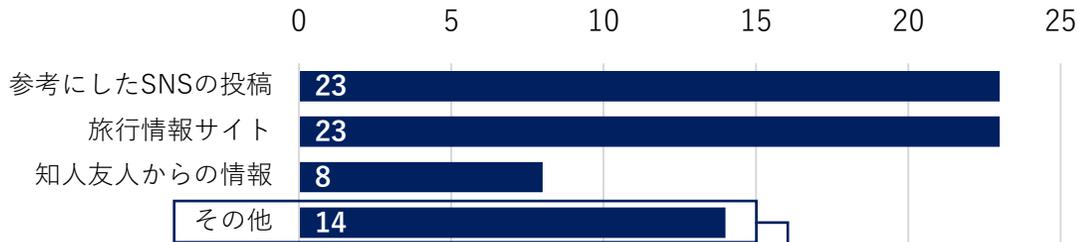


調査結果 - 単純集計

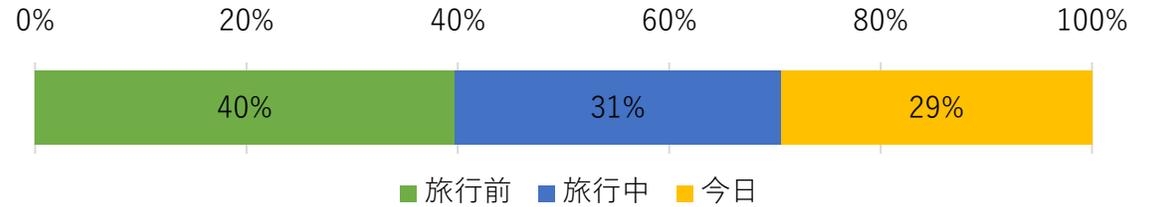
● 交差点を知ったきっかけ



● 交差点までの経路検索方法

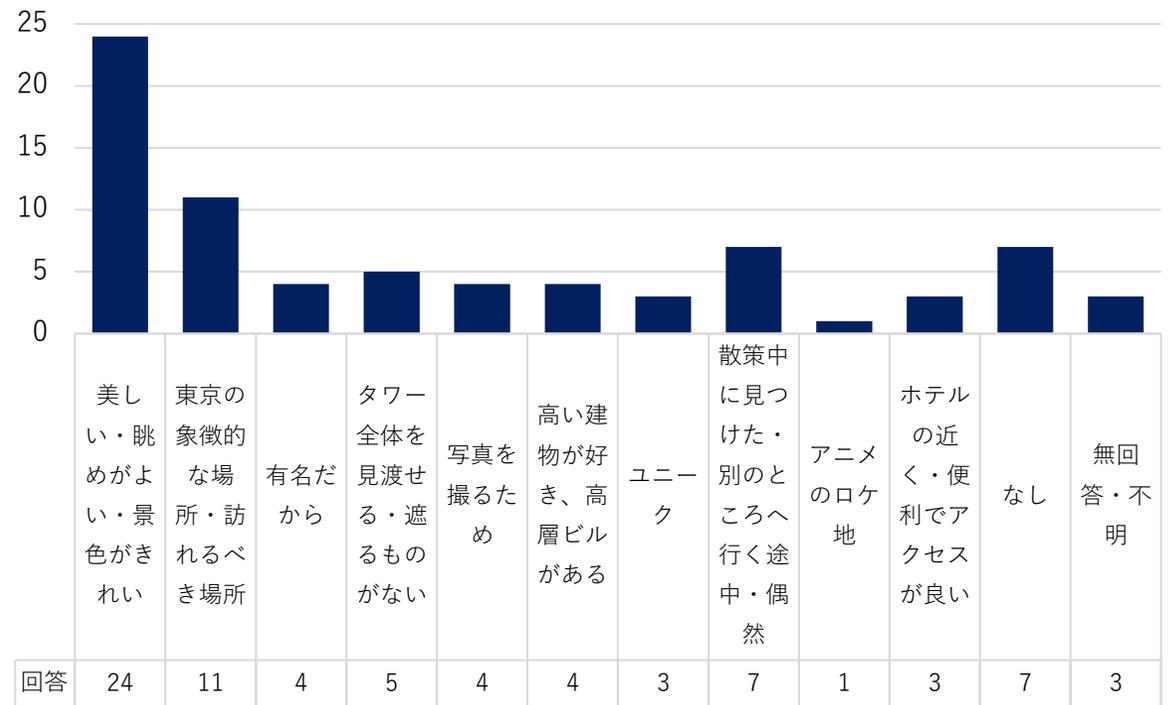


● 交差点を知ったタイミング



● 東京タワーを撮影したい理由

※複数回答のため、回答数の合計が回答人数を上回る。



調査結果 – クロス集計（居住国×交差点を知ったきっかけ）

- SNSは、中国から小紅書(rednote)を見て来訪する人が多い。
- 特に欧米豪からの来訪者で、たまたま通りかかって人混みや行列ができている様子を見て、そのまま撮影をしているケースが多い。

◆赤羽橋交差点を知ったきっかけ

| | 調査数 | SNS | | | | | 旅行情報サイト | 知人友人による情報 | 今日付近を通りかかり、たまたま知った | その他 | |
|------------|-----------|-----------|----------|----------|---------------|-----------|----------|-----------|--------------------|----------|----------|
| | | Instagram | YouTube | Facebook | 小紅書 (rednote) | SNS その他 | | | | | |
| 合計 | 68 | 29 | 9 | 4 | 1 | 13 | 2 | 1 | 16 | 17 | 5 |
| アジア | 41 | 23 | 6 | 2 | 1 | 13 | 1 | 1 | 10 | 6 | 1 |
| 中国 | 21 | 13 | 1 | - | - | 11 | 1 | - | 3 | 4 | 1 |
| 韓国 | 5 | 3 | 3 | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - |
| 台湾 | 4 | 2 | 1 | 1 | - | - | - | - | 2 | - | - |
| アジアその他 | 11 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | - | - | 4 | 2 | - |
| 欧米豪 | 22 | 6 | 3 | 2 | - | - | 1 | - | 5 | 8 | 3 |
| 米国 | 8 | 2 | 1 | 1 | - | - | - | - | 3 | 1 | 2 |
| 欧米豪その他 | 14 | 4 | 2 | 1 | - | - | 1 | - | 2 | 7 | 1 |
| その他 | 5 | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 3 | 1 |

調査結果 – クロス集計（居住国×交差点を知ったタイミング）

- アジアからの来訪者は、半数以上が旅行前に赤羽橋交差点の情報を知ったのに対し、欧米豪からの来訪者は、半数近くが当日に情報を入手している。

◆赤羽橋交差点を知ったタイミング

| | 調査数 | 旅行前 | 旅行中 | 今日 |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 合計 | 68 | 27 | 21 | 20 |
| アジア | 41 | 22 | 10 | 9 |
| 中国 | 21 | 10 | 5 | 6 |
| 韓国 | 5 | 4 | 1 | - |
| 台湾 | 4 | 4 | - | - |
| アジアその他 | 11 | 4 | 4 | 3 |
| 欧米豪 | 22 | 4 | 8 | 10 |
| 米国 | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 欧米豪その他 | 14 | 2 | 6 | 6 |
| その他 | 5 | 1 | 3 | 1 |

調査結果 – クロス集計（居住国×交差点を調べた方法）

- 中国からの来訪者はSNSの投稿でそのままアクセスを調べた人が多く、実際に小紅書(rednote)を見ても、アクセス方法まで記載しているケースも多かった。
- Google Mapsは欧米豪が多い。

◆赤羽橋交差点を調べた方法

| | 調査数 | 参考にしたSNSの投稿 | 旅行情報サイト | 知人友人からの情報 | その他 | 調べた方法 | | | |
|------------|-----------|-------------|-----------|-----------|----------|--------------------|----------|---------------|-------------|
| | | | | | | Google・Google Maps | アニメ | 小紅書 (rednote) | 通り過ぎただけ/散策中 |
| 合計 | 68 | 23 | 23 | 8 | 14 | 7 | 1 | 1 | 5 |
| アジア | 41 | 22 | 15 | 2 | 2 | - | 1 | - | 1 |
| 中国 | 21 | 14 | 7 | - | - | - | - | - | - |
| 韓国 | 5 | 3 | 2 | - | - | - | - | - | - |
| 台湾 | 4 | 2 | 2 | - | - | - | - | - | - |
| アジアその他 | 11 | 3 | 4 | 2 | 2 | - | 1 | - | 1 |
| 欧米豪 | 22 | 1 | 8 | 6 | 7 | 3 | - | 1 | 3 |
| 米国 | 8 | - | 5 | 1 | 2 | 1 | - | - | 1 |
| 欧米豪その他 | 14 | 1 | 3 | 5 | 5 | 2 | - | 1 | 2 |
| その他 | 5 | - | 0 | - | 5 | 4 | - | - | 1 |

調査結果 – クロス集計（居住国×ルールの認知）

- 混雑の状況や住民の通行の妨げになっていることを事前に知っていた場合でも来ていたか？という質問に対しては、約半数が「来ていなかった」と回答。
- ごみの持ち帰りについては、大半の来訪者が認知している。
- ◆住民の通行の妨げになるという情報を知っていたら撮影場所を選んだか？
- ◆ごみを持ち帰るルールを知ってるか

| | 調査数 | はい | いいえ | 分からない |
|------------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 合計 | 68 | 21 | 32 | 15 |
| アジア | 41 | 13 | 21 | 7 |
| 中国 | 21 | 4 | 14 | 3 |
| 韓国 | 5 | 3 | - | 2 |
| 台湾 | 4 | 1 | 3 | - |
| アジアその他 | 11 | 5 | 4 | 2 |
| 欧米豪 | 22 | 6 | 9 | 7 |
| 米国 | 8 | 2 | 3 | 3 |
| 欧米豪その他 | 14 | 4 | 6 | 4 |
| その他 | 5 | 2 | 2 | 1 |

| | 調査数 | 知っていた | 知らなかった |
|------------|-----------|-----------|----------|
| 合計 | 68 | 63 | 5 |
| アジア | 41 | 36 | 5 |
| 中国 | 21 | 19 | 2 |
| 韓国 | 5 | 4 | 1 |
| 台湾 | 4 | 4 | - |
| アジアその他 | 11 | 9 | 2 |
| 欧米豪 | 22 | 22 | 0 |
| 米国 | 8 | 8 | - |
| 欧米豪その他 | 14 | 14 | 0 |
| その他 | 5 | 5 | 0 |

調査結果を踏まえた港区・（一社）港区観光協会とのディスカッション内容

■来訪者像の現場感

- ・現状では、管理者と協議し巡回の強化や看板設置などにより、ごみは減少傾向である。
- ・土日は「欧米豪」の来訪が増える印象。区内の場所によっては、アジアより欧米豪が中心となっているスポットもある。
- ・年代は20～30代中心で、イメージ通りという認識で一致。
- ・ひとり来訪・スマホ三脚利用など、撮影目的が明確な行動も観察される。

■認知経路の解釈

- ・中国はSNS、とくに小紅書（rednote）経由が多いようだが、トレンドをタイムリーに把握することが難しい。
- ・欧米豪はInstagram／YouTubeなどが引き続き中心ではないかという認識。
- ・欧米豪では「たまたま通りかかって混雑や行列を見て、その場で撮影する」ケースが目立つという現場感がある。

■旅行前／当日など「知ったタイミング」の違い

- ・アジア圏は旅行日数が短く事前の調べが厚い一方、欧米豪は滞在が長い分、当日や偶然知る人が一定数いる可能性。
- ・「旅行サイトで知った」との回答も、実際は東京タワー等の情報を起点に、最寄りの赤羽橋に立ち寄った可能性がある。

■Google Maps表示が行動に影響する可能性

- ・赤羽橋交差点がハングル表記で「フォトスポット」表示されているなど、一般ユーザーに登録・編集され得る点を共有。
- ・Google Mapsは誘客の文脈で語られがちだが、混雑・迷惑対策として活用できる可能性を検討した。

■Google Mapsを使った対策アイデア（注意喚起／誘導）

- ・多言語（ハングル／中国語等）で注意喚起を書き込む案を議論。
- ・区が「推奨フォトスポット」を公式に登録し、分散誘導する案を議論。
- ・誤表記・不適切表記はGoogle側へ修正提案・報告が可能（管理者不在のスポットもあり得る）と確認。
- ・口コミ欄等に多言語でマナー啓発メッセージを載せる案。
- ・注意だけでなく「別スポットの提案」もセットにして、行動を促す設計が望ましいという意見。

■ルール周知の限界と、ソフト対策の方向性

- ・「迷惑になると事前に知っていても来る」層が一定数いるため、モラルへの呼びかけだけで十分かは論点。
- ・ルール周知だけでは、結果としてルールを守らない人が継続的に来訪し続ける可能性も議論された。

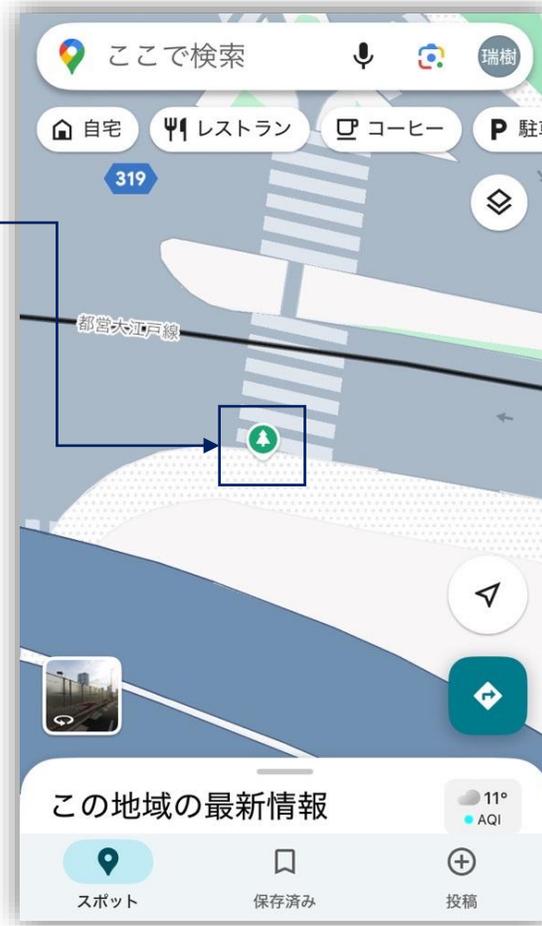
UGC（ユーザー生成コンテンツ） 地点登録による目的地化の事例

- Google Maps等の地図アプリでは、ユーザーが任意の地点を「スポット」として登録し、位置情報・住所・写真・口コミ等を付与して公開できる。
- 登録情報は検索結果や地図上で可視化され、SNSやWebサイト等を通じて拡散されることで、当該地点が「写真映えスポット」として目的地化し、観光客の訪問が増加する場合がある。

2025年11月13日（木）時点で、赤羽橋駅交差点付近をGoogle Mapsで確認すると、図のようなアイコンが表示される。

※2026年1月7日（水）時点で削除確認済み。

スポットの情報が事実と異なる場合は、Google社に申し立てが可能。



韓国語で「フォトスポット」という意味のスポット名が登録されている。

この部分をタップすれば、ユーザーの現在地からこのスポットまでの経路案内が可能。

このスポットの写真や情報、口コミ等を投稿可能。

地図データ ©Google Maps

港区ケースの考察

- **港区ケースのまとめ**：本事例は、都市部で起こりうる「一部滞留」に関する問題の例であり、SNS投稿や地図アプリ上の地点情報（ピン・口コミ等）を通じて、交差点周辺が「撮影スポット」として認知され、**生活道路の通行と撮影・待機行動**が重なっている。
- 現状では顕在化している大きな問題はないものの、来訪者の増加や、SNS投稿や地図アプリ上のコメント等により、予期せぬ滞留により、住民とのトラブルやごみのポイ捨て等につながるリスクがある。
- 対策の要点としては、現地の物理的な対策（現地確認や掲示等による注意喚起）、SNS・地図アプリ等の現状把握に加え、別の選択肢を提示することにより行動変容や周遊を促すことである。
- 撮影行動は立ち止まりや順番待ちを伴いやすく、交差点や狭い歩道などでは、少人数の増加でも通行環境に影響が出やすい。
- そのため、重要なのは「一律の抑制」ではなく、影響が出やすい地点・時間帯を特定し、そこでの行動を具体的にガイドすることである。例えば、立ち止まらない位置や待機場所、撮影可能な範囲を明確にし、現地で迷わず理解できる多言語の簡易表示等を組み合わせることで、生活動線との交錯を避けやすくなる。
- オンライン上では、地図アプリ上の地点情報や口コミ・写真が行動を規定し得るため、**最新状況のモニタリング**と、**正確な情報提示**（注意喚起・推奨導線・代替スポットの提示）を運用に組み込むことが有効である。注意喚起のみでは行動が変わりにくい場合もあるため、代替となる撮影スポットや周辺の回遊先をセットで示すことが望ましい。
- 加えて、季節要因やSNSトレンドにより状況は変化し得ることから、現地観察・データ・現場の声を基に、小さく試して効果を確認し、必要に応じて更新する運用が重要となる。滞留の原因を確認することや予防的に人流データを活用することは効果的だと考えられる。

第7章 地域が主体的に考えるために

本研究の示唆と現状把握のポイント

- 都市部の課題は単に「観光客が多い」ことより、特定の場所・特定時間帯に人の動きが偏り、通行や近隣の生活環境に影響が出るかたちで顕在化しやすい。
- この偏りは、SNS投稿や地図アプリ上の地点情報（ピン・口コミ等）により、ある場所が突如として注目されることで起きやすい。
- 影響の度合いは、行動（撮影・立ち止まり・待機・行列等）と、該当スポットの地理的特徴（歩道の狭さ、交差点、動線の重なり等）の組み合わせで大きくなりやすい。
- こうした負荷は、状況に応じて「マナー」「混雑」「一部滞留」として表面化し、**複合して現れることも**。
- また、規制等を行う場合、その影響が区域内だけで完結せず周辺地域（主要動線・回遊先等）に波及し得るため、問題を管轄自治体の範囲にとどめず、より面的に捉える必要がある。

●正しく実態を把握するために

場所：どこで影響が出ているか
来訪者：どんな人が来ているのか
時間帯：いつ影響が出やすいか
行動：何が起きているか
影響：何が阻害されているか
認知経路：どこから知られているか
現状対応：すでにやっていること

- ◆ 人流は天候・イベント等でも変動するため、単一の数値で施策効果を断定しない。
- ◆ **同条件での比較**（例：同月・同曜日構成）や、主要地点からの**流入・回遊の変化**を継続的に確認することで、変化の兆しを把握する。
- ◆ マナー／混雑／一部滞留のうち、どの問題が顕著か整理する。
- ◆ 定量データに加え、現地観察（立ち止まり・待機・行列の発生、運用負荷）や関係者の声を組み合わせ、「どこで・いつ・何が起きたか」の詳細事例を具体的に残す。

本レポートでは、都市部でのオーバーツーリズムの課題を単純な観光客数の増加ではなく、＜特定の場所・時間帯での負荷＞と捉え、渋谷区・新宿区・港区の事例を通じて、現場で起きている変化と対応の論点を整理しました。

課題の背景には、SNSや地図アプリ等を通じた過度な注目に加え、写真撮影・待機・行列といった行動特性や、交差点・狭い歩道、といった場所の特性が重なることで、通行環境や現場マネジメントへの影響が生じやすいことが確認されました。また、規制や啓発などの施策は、対象区域内にとどまらず周辺地域に波及し得るため、課題を「点」ではなく「面」や「つながり」として捉える視点の重要性も示唆されました。

一方で、観光需要は天候・イベント・トレンドなど多様な要因に左右され、地域側が計画的に完全にコントロールすることには限界があります。だからこそ、来訪者の属性だけを原因として捉えるのではなく、実態や状況を多面的な視点でできる限り具体的に把握した上で、現地運用とオンラインを含む情報発信を組み合わせながら、実際の行動変容につながる形で環境を整えていくことが重要です。注意喚起だけでは伝わりにくい場面もあるため、立ち止まってはいけない場所や適切な待機場所、他の撮影スポットや回遊先など、「代替の選択肢」をセットで提示し、無理なく配慮行動につながる設計を行うことが、観光と暮らしの両立に向けた現実的なアプローチになります。

本整理は、各地域が直面する状況に応じて、どこで・いつ・どのような行動が・誰にどのような影響を与えているのかを共有し、関係者間で同じ前提に立って議論を進めるための共通言語として活用できることを意図しています。今後は、現状把握・現地対応・情報更新・関係者連携といった運用を継続的に回し、必要に応じて重点地点や手段を更新していくことが、都市観光の持続性を高める鍵になると考えます。

最後に、本研究にご協力いただいた渋谷区・新宿区・港区の関係者の皆さま、ならびに現場での調整やデータ提供にご尽力いただいた皆さまに心より御礼申し上げます。東京観光財団とじゃらんリサーチセンターは、引き続き、現場で得られる知見とデータを往復しながら、より実務に活用しやすい形で検討を深め、観光と暮らしの好循環に資する取り組みを進めてまいります。

参考文献

- [1] 公益財団法人東京観光財団、株式会社リクルート、台東区(2024年)「オーバーツーリズムを防ぐために～東京・台東区での実証を踏まえて～」
<https://www.tcvb.or.jp/jp/project/0b462134115beeff30aa7346bcc1a9ee.pdf>
- [2] 観光庁(2023年)「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kankorikkoku/kettei/siryou17.pdf>
- [3] 観光庁(2025年)「令和5年度補正予算 オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業「先駆モデル地域」における取組み事例集」
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001878812.pdf>
- [4] 渋谷区「渋谷区まちづくりマスタープラン」(P86)
https://files.city.shibuya.tokyo.jp/assets/12995aba8b194961be709ba879857f70/c9ebccef057941e0af7bcb44c0bfc141/assets_kankyo_000051614.pdf
- [5] 渋谷区(2025年)「『きれいなまち渋谷をみんなでつくる条例』の一部改正 ～飲食料販売店舗等ごみ箱設置義務化・ポイ捨て過料～」
https://files.city.shibuya.tokyo.jp/assets/12995aba8b194961be709ba879857f70/d2c72f36c2bf4fe58b259616876b0b91/20251225_kireinamachizukuri_gaiyo.pdf
- [6] 新宿区ウェブサイト「大久保通り周辺の混雑・環境対策等の推進」
https://www.city.shinjuku.lg.jp/kusei/okubo01_000001_00006.html